

# THE DECISION FACTORS OF JOINING A GRADUATE LEVEL ACADEMIC PROGRAM OF THE IN-SERVICE PEOPLE

陳柏舟、朱寶青

E-mail: 9000168@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

THE THESIS IS A RESEARCH FOR ANALYSING THE IN-SERVICE PEOPLE ' S FACTORS ON DECISION MAKING OF JOINING A GRADUATE LEVEL ACADEMIC PROGRAM. THE PURPOSE OF THE RESEARCH IS TO MAKE SUGGESTIONS FOR PERSONAL CAREER PLANNING, ORGNIZATIONAL HUMAN RESOURCE TRAINING AND DEVELOPMENT, LIFELONG LEARNING POPULARIZATION, AND FORWARD STUDY. THERE ARE TWELVE FACTORS FOUND FOR THE IN-SERVICE PEOPLE ' S DECISION OF JOINING A GRADUATE LEVEL ACADEMIC PROGRAM IN THE RESAERCH: 1. ORGNIZATION ' S PROMOTION AND COMPENSATION RULE 2. DIRECT MANAGER ' S ATTITUDE 3. WORRY OF RETURNING TO SCHOOL 4. WORK LOAD 5. SCHOOL CAUSE 6. SOCIAL EXPECTATION 7. SOCIAL VALUE 8. THE RELATION AMONG COLLEAGUES 9. FAMILY OBSTACLE 10. ORGNIZATION EXPECTATION 11. GROWTH NEED 12. IMPORTANT PEOPLE IN ONES LIFE. THREE CANONICAL CORRELATIONS AND TWO DISCRIMINANT FUNCTIONS WAS ALSO FOUND IN THE RESEARCH.

Keywords : IN-SERVICE EDUCATION ; PARTICEPATE BEHAVIOR ; CAREER PLANNING ; ADULT EDUCATION

## Table of Contents

目錄封面內頁簽名頁授權書	iii	中文摘要	v	英文摘要	
要	vi	誌謝	vii	目錄	
viii 圖目錄	xi	表目錄	xii	第一章 緒論 第一節 問題背景	4
第二節 研究動機與重要性	6	一、 終身學習年	1	二、 高教改革與在職進修	4
第三節 瞭解影響在職進修決策因素的重要性	7	四、 研究目的簡述	8	第二章 影響在職人士參與碩士課程進修之決策因素文獻探討 第一節 參與在職進修的決策模式	10
第一節 參與在職進修的決策模式	10	一、 價值(Value)的定義	10	二、 消費者行為與進修參與者行為	11
二、 消費者的決策模式	12	四、 消費者選擇結構化過程	18	五、 結論	19
第二節 參與動機的相關理論	20	第三節 影響參與在職進修的因素之相關研究	23	第四節 結論	30
第三章 研究方法 第一節 研究設計	34	一、 研究架構	34	二、 研究假設	35
第二節 研究對象	35	第三節 研究工具設計	35	第四節 施測程序	37
第五節 資料處理	37	第四章 資料分析與討論 第一節 樣本的資料描述	38	一、 人口變項	38
二、 組織變項	39	第二節 在職進修的決策因素分析	40	第三節 不同外部變項的態度變項差異分析	43
一、 從職等因素看各態度變項間之差異	43	二、 從是否為負責人或主管因素看各態度變項間之差異	49	三、 從有無參與在職進修進修計劃看各態度變項間之差異	54
四、 從年齡因素看各態度變項間之差異	57	五、 從性別因素看各態度變項間之差異	65	六、 小結	71
第四節 外部變項與態度變項的相關分析	75	第五節 進修計劃與決策因素之差異分析	79	第五章 研究結論與建議 第一節 研究結論	83
第二節 建議	92	一、 對主管機關的建議	92	二、 對承辦學校的建議	93
三、 對企業組織的建議	94	四、 對個人的建議	95	五、 對後續研究的建議	95
參考文獻	97	附錄一 參與在職進修決策因素量表(初稿)	102	附錄二 參與在職進修決策因素量表	105
附錄三 SPSS語法---典型相關	108				

## REFERENCES

一、中文部份 1. 王文科:進修教育之極化現象及因應策略。中華民國教育季刊, 第二期, 1986, 24-27。 2. 王正彥:回流教育的理論。載

於中華民國成人教育學會編，回流教育，台北，師大書苑，1997。 3. 王麗容:婦女二度就業的需求與策略。載於現代婦女基金會主辦，女性人力資源開發與勞動權益保障學術研究會論文集。中央婦女工作會婦女政策研究發展中心，1995，49-80。 4. 中華民國成人教育學會:一九九八終身學習年宣言，教育部高等教育司，1998。 5. 李青芬等譯:Robbins S.(1992)著，組織行為學，台北，華泰書局，1994。 6. 余朝權:現代行銷管理，台北，五南圖書出版有限公司，1995。 7. 林榮欽:工業心理學，台北，前程企業管理公司，1990。 8. 張春興:教育心理學，台北，東華書局，1996。 9. 陳如山:空大學生中途輟學原因調查研究，一版，台北，國立空中大學，1988。 10. 陳訓祥:我國專科進修補習學校成人學生中途退學及其相關因素之研究，台灣師範大學碩士論文，1988。 11. 陳慧美:我國國小補校學生學習障礙之研究，台灣師範大學碩士論文，1992。 12. 郭秋勳:影響高級職業學校教師參與在職進修教育訓練因素研究，政治大學博士論文，1990。 13. 黃富順:美國大學的成人教育。載於中華民國成人教育學會編，大學成人教育，台北，師大書苑，1994。 14. 黃富順:終生學習的意義、源起、發展與實施。載於中華民國成人教育學會編，終生學習與教育改革，台北，師大書苑，1996。 15. 黃富順:成人學習的動機，高雄，復文書局，1992。 16. 教育部高等教育司:邁向學習社會白皮書，教育部高等教育司，1998。 17. 教育部高等教育司:中華民國88學年度大學院校碩博士班概況，教育部高等教育司，2000。 18. 傅振崑譯:Druker P.(1993)著，後資本主義社會，台北，時報文化，1994。 19. 楊國德:回流教育的實施策略，回流教育，台北，師大書苑，1997。 20. 詹棟樑:成人學習問題。成人教育，一版，台北，台灣書店，1990。 21. 蔡如婷:大學企業推廣教育班學員參加動機及選擇行為之研究，東華大學碩士論文，1997。 22. 鄭小池:成人參與繼續教育之社會結構障礙研究，台灣師範大學碩士論文，1990。 23. 簡建忠:我國成人參與學習的動機與阻礙因素之探討。人力資源學報，第五期，1995，63-75。 24. 魏惠娟:大學在成人教育的角色。載於中華民國成人教育學會編，大學成人教育，台北，師大書苑，1994。

二、外文部份

1. Apps, J. W. Higher Education in a Learning Society, San Francisco, Jossey-Bass, 1988.
2. Alderfer, C. P. An Empirical Test of a New Theory of Human Needs, Organizational Behavior and Human Performance, May, 1969, 142-175.
3. Astin, H. S. Some Action of Her Own: The Woman and Higher Education. D.C. Heath and Company, 1976.
4. Bettman, J. R. Luce, M. F. Payne, J. W. Constructive Consumer Choice Processes. Journal of Consumer Research, vol.25, December, 1998, 187-217.
5. Boulmetis, J. Helping adult through their career transitions. Adult Learning, vol.8, no.3, 1997, 11-12.
6. Cook, C. W., Hunsaker, P. L., & Coffey, R. E. Management and Organizational Behavior, 2ed., IRWIN, 1997.
7. Cross, K. P. Adults as Learners. Washington: Jossey-Bass, 1982.
8. Darkenwald, G. Factor structure of deterrents to public participation in adult education. Adult Education Quarterly. Vol.35, no.4, Summer, 1985, 177-193.
9. Engel, J. F., Blackwell, R. D., Jr. Consumer Behavior, 7ed., Orlando, FL: Dryden, 1993.
10. Garrison, D. R. Prediction dropout adult basic education using interaction effects among school and nonschool variables. Adult Education Quarterly. Vol.36, no.1, Fall, 1985, 25-38.
11. Garrison, D. R. Deductively derived and empirically confirmed structure of factors associated with dropout in adult education. Adult Education Quarterly. Vol.38, no.4, Summer, 1988, 199-210.
12. Goslin. Underachievers: A curriculum design. Preventing-School-Failure, vol.34, no.1, Fall, 1989, 22-28.
13. Hasan, A. Lifelong learning. In A. C. Tuijnman (Ed.). International Encyclopedia of Adult Education and Training. Oxford: Pergamon, 1996, 33-40.
14. Harvey, C. Increasing course completion rates. Adults Learning, February, 1995.
15. Jackson, S. Motivation and group context: Tackling the drop-out factor. Language Learning Journal, no.11, March, 1995, 20-23.
16. Kotler, P. Principles of Marketing, 3ed., Englewood Cliffs, NJ, Prentice-Hall Press, 1986.
17. Kotler, P. Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control, 8ed., Englewood Cliffs, NJ, Prentice-Hall Press, 1994.
18. Kuo, C. Factor which Influence Electronics Technicians to Participate in Work-related Training. American Vocational Association. Annual Convention Program Guide. Cincinnati, OH, 1990.
19. Leicester, M. Race for a Change in Continuing and Higher Education. The Society for research into higher education & Open University Press, 1993.
20. Long, H. B. Adult Learning: Research and Practice. Adult Education Company, 1983.
21. Malicky & Norman, Participation patterns in adult Literacy Program. Adult Basic Education, vol.4, no.3, Fall, 1994, 144-156.
22. Mcgivney, V. Staying or leaving the course. Adult Learning, February, 1996, 133-135.
23. Schiffman, L.G., Leslie, L. K., Consumer Behavior, 2ed., 1983.
24. Tendam. G. Drop-out from adult education: Social environment, school culture and perceptions. International Journal of Lifelong Education, vol.14, no.1, January-February, 1995, 51-63.
25. Zeithaml, Valerie A. Consumer Perception of Price Quality, and Value: A means-end Model and Synthesis of Evidence, Journal of Marketing, vol.52, April, 1988, 2-22.
26. Zemke, R. & Zemke, S. Adult learning what do we know for sure. Training, June, 1995, 31-40.