

## 中文摘要

「學生」於教育產業的角色為消費者，亦為學校利害關係人，學校透過提供良好的辦學品質以提升學生對就學滿意度及對學校的認同感。聆聽並重視學生需求與持續改善亦是學校持續進行利害關係人滿意度調查的初衷，將學生對學校滿意度回饋作為辦學品質改善參考的依據，進而改提昇學生對學校的評價，學生畢業後對母校的認同且以身為本校校友為榮，締造學校口碑行銷。

探討過去相關在學校服務品質、滿意度、認同度、學校口碑文獻發現服務品質對滿意度、組織認同是直接影響(陳建宏, 2006); 對於品牌可以是直接影響或透過滿意度產生間接影響(Mangold & Brockway, 1999; 黃義良、王怡又, 2012)。總和過去相關文獻研究結果可知服務品質與滿意度提升，能促使學生對學校的認同度增加，對學校口碑而言會連帶有所影響。

本篇研究以弘光科技大學109學年度與111學年度在校生就學滿意度調查問卷內容教學品質中「就讀系(所)培養學生成為社會需求的專業人才」、「就讀系(所)能讓學生瞭解畢業後應該具備的專業能力」、「課程中學校的知識與技能」、「學校提供跨域學習的多元性」；生活照應措施「校園內的安全措施」、「學校提供的獎助學金」、「學校提供的生活輔導措施」；就業/升學「學校或系(所)輔導參加證照考試的措施」、「學校或系(所)提供的升學、就業輔導措施」、「學校或系(所)提供生涯規劃與輔導措施」等題項滿意度對「我以就讀弘光為榮」、「如果重新選擇，我願再選弘光就讀」/「畢業後若有繼續進修需求，我願繼續選擇弘光就讀」及「我願推薦弘光給親友就讀」等對學校認同程度作為研究工具。

本篇研究採橫斷性研究，依該學年度各學院別在校學生母體分布情形，等比例抽取共計1,000份樣本數做研究分析。資料分析以描述性分析、獨立T檢定、單因子變異數分析、皮爾森相關分析、階層迴歸分析等進行推論性分析。

研究分析結果顯示低年級學生對學校教學措施、生活照應措施、就業/升學措施顯著高於高年級學生。不同學院別方面在護理學院學生對教學措施、就業/升學措施顯著高於民生創新學院及智慧科技學院學生。111學年度學生教學措施、生活照應措施、就業/升學措施顯著高於109學年度調查結果。階層迴歸分析結果發現在加入生活照應措施後對學校認同度解釋力變化較大，但最終整體解釋力僅35%，待未來設計更加完整的調查內容並進行相同分析作比對在學校相關的措施中是否為學校提供生活照應措施讓學生對學校認同影響程度最大。

關鍵字：校務滿意度調查、就學滿意度、學校認同