

## 職涯人才培力課程上課學員分析

新北市政府青年局

在青年們進入求職階段之前，需要釐清個人的職涯目標和從業方向，並對就業市場有初步的認識，這樣可以增加他們對自己和職業選擇的認識，進而幫助他們更適性地就業。根據本研究針對參與學員的調查與分析，我們發現女性參與人數約占總體學員的七成，而男性約占三成。對於參與學員男女比例失衡的情況，值得進一步深入分析，作為日後的調整和改善的重要參考依據。

### 一、性別統計分析

#### (一)女性學員參與人數比例較高

隨著社會性別平等意識的提高，越來越多的女性獲得追求自己職業目標的機會，並且對於自己的職業發展抱有更高的期望。她們希望在工作中獲得成功，實現自己的抱負。這種變化可能使她們更願意參加與職業發展相關的課程，以增強自己的技能和知識。為協助女性的職業發展，許多社會和教育機構開辦職涯發展課程，提供女性在職業發展的鼓勵和支持。例如，一些組織提供經濟援助、導師計劃或職業指導，以鼓勵女性參與。我們可以觀察到現在有越來越多的女性展現出自信和決心，並且願意在職業發展方面投資時間和精力。

其中某些培訓課程可能與特定領域或行業相關，而這些領域或行業可能更吸引女性的參與。例如，創意產業、人力資源管理和社會企業等領域通常對女性具有吸引力，因此女性在相應的培訓課程中的參與度更高。

表一 112 年度新北青年職涯人才培力計畫 4-7 月參與學員性別比例

性別	男	女	合計
人數	291	1255	1,546
百分比(%)	19	81	100

資料來源：「112 年度新北青年職涯人才培力計畫委託專業服務」第一期成果報告書

表二 112 年度新北青年職涯人才培力計畫 8-12 月參與學員性別比例

性別	男	女	合計
人數	578	1,831	2,409

百分比(%)	24	76	100
--------	----	----	-----

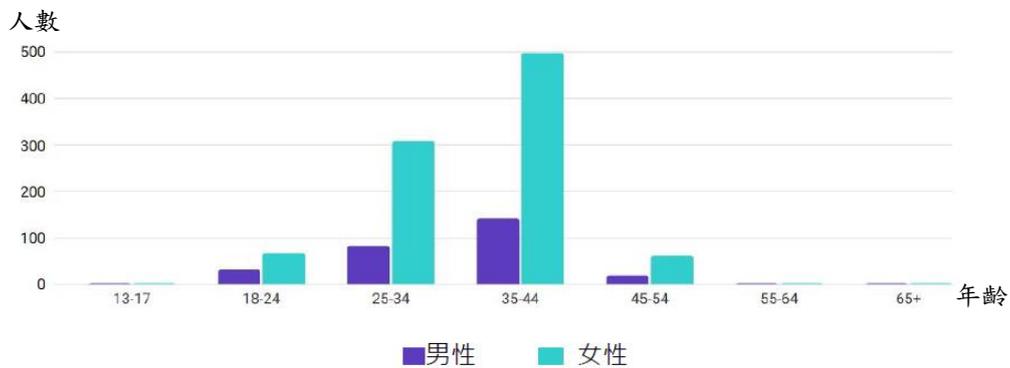
資料來源：「112 年度新北青年職涯人才培力計畫委託專業服務」第二期成果報告書

## (二)女性課程參與度較高

青年局開辦職涯人才培力課程以女性參與較高，但在貼文的廣告流量與互動卻是以男性較高，分析其原因有可能是男性在社交媒體上可能更關注職涯成長訊息。他們可能對於獲取職場資訊和發展機會更加敏感，因此在廣告流量中佔有較大比例。然而，女性由於處於相對弱勢的位置，可能更有意願實際參與職涯課程，以提升自己的競爭力。這反映了女性對於改善職業前景和突破性別障礙的渴望。

面對職場的性別不平等和社會壓力，女性可能更需要透過課程提升自身能力。職涯課程可能提供了女性實現自我價值和追求職業成功的機會。這種參與率高於男性的趨勢反映出女性積極追求職業發展的決心和意願，並願意投資時間和精力來克服挑戰。而男性雖於貼文的廣告流量與互動性較高，卻參與度低，也可能是課程不符其職涯發展需求，這都是未來課程規劃時可以再探討調整之處。

7月連結點擊次數數據



圖一 112 年度新北青年職涯人才培力計畫 7 月貼文互動分析

資料來源：「112 年度新北青年職涯人才培力計畫委託專業服務」第一期成果報告書

11月連結點擊次數數據



圖二 112 年度新北青年職涯人才培力計畫 11 月貼文互動分析

資料來源：「112 年度新北青年職涯人才培力計畫委託專業服務」第二期成果報告書

## 二、促進性別平等之規劃及目標

### (一)透過職涯課程提升女性競爭力(確定預期成果)

在現今社會，性別平等是一個重要的議題。在 112 年辦理的職涯課程中，發現女性參與率高於男性，反映出女性對於改善職業前景和突破性別障礙的渴望。未來將持續透過職涯課程提升女性競爭力，讓女性可以獲得更多的職業技能和知識，增加職業機會，從而擁有更多的職業機會和更好的職業發展前景，讓女性和男性在職場上享有平等的權利和機會，減少性別不平等現象。

此外，也應繼續關注職涯課程的效果，並根據參與者的反饋進行課程的改進，以更好地滿足女性參與者的需求，推動性別平等和社會進步。透過職涯課程提升女性競爭力，可以實現多方面的預期成果，讓女性在職場上獲得更多的機會和權利，同時也為社會進步做出貢獻。

### (二)透過課程安排促進性別平等(發展並選擇方案)

為了達到課程參與的性別平衡，分為三部分調整：

第一部分：強化課程推廣，調整宣傳受眾：在社群方面，透過數據可以看到男性在社群媒體上的關注程度較高，但卻出席率比女性低，由此可得知，男性對於實體課程的參與的行動力較低，在調整在社群推廣的部分，增加對男性受眾的推廣方式，已達到課程宣傳目的，進而增加男性參與者的人數。

第二部分：課程內容調整：未來在課程安排上，透過不同性質的課程，鼓勵課程參與不分男女，在課程內容方面也需要達到性別識別平均分配，增加男性較感興趣之課程內容，吸引男性關注並且提高男性民眾上課意願。

第三部分：課程講師規劃：在講師安排上，男性女性的部分也應達到平衡，以 112 年度來看，男性講師比例偏高，在未來應提高女性講師比例，達到性別平等的現象，也可吸引男性民眾參與課程。以大型講座為例，112 年兩場大型課程講座都以男性講師為主，分別為黃豪平及廖科溢，這兩名講師受眾以女性較為多數，現場參與民眾女性比例也高於男性，因此提出在講師的部分也應該達到性別平衡。

### (三)有關課程參與性別分析與建議(分析並提出意見)

近年來，女性主義意識抬頭，力推女力，無論是社會、政府、家庭、職場，女性的地位逐漸提高，社會上逐漸抹去重男輕女的情況，在政府單位中越來越多女性首長，家庭中也不再只有女性成員處理家務或者留守於家中持家，在職場上許多優秀的女性擔任要職等情況，女性的自主性也逐漸增強，在資訊流通的時代，也更加清楚自己想要的是什麼，相對在自我能力提升、自我學習上較有積極的表現，因此在 112 年度課程中，女性的參與人數高於男性。

另外，參與職涯相關課程的受眾，通常是沒有工作、正在求職、對職涯迷惘或在職中想要多元學習者等等，從參與情形來看，男性會較於女性屬於獨自面對的比例相對高，女性向外尋求協助的比例會比男性高，此項分析對應到男女的思考結構與情感及情緒的部分，若男性較於主觀、自主意識、臉皮薄等等因素，讓男性參與課程的比例相對低。

建議：強化課程推廣、調整課程宣傳受眾、調整課程內容及講師性別平衡。

### (四)有關課程執行決策之溝通

決策即是「計畫執行」，從指標的設定、環境分析、執行方案的擬定、評估與選定，到最後確定可執行方案，這過程全部仰賴組織成員進行「充分溝通」，事前的充分溝通，執行中的充分溝通與執行後事後回饋溝通，為的就是完成當初設定目標或指標的設定，本計畫執行決策溝通如下：

#### 1. 強化課程推廣，調整宣傳受眾

在社群方面，男性在社群媒體上的關注程度較高，但卻出席率卻較低，因此與「廣告廠商」充分進行溝通，增加對男性受眾的推廣方式與男性受眾喜歡的廣告界面，提升男性對於實體課程的參與的行動力，進而增加男性參與者的人數。

#### 2. 課程內容調整

在課程安排上，與「計畫執行廠商」充分溝通，要求廠商透過不同屬性課程的安排，增加男性受眾上課的興趣與行動力，提升男性上課人數，以達到課程內容性別識別的平均分配。

#### 3. 課程講師規劃

在講師安排上，與「計畫執行廠商」充分表達男女講師安排部分也應達到平衡，藉由男性講師易吸引女性學員報名參加，女性講師易吸引男性學員參加的屬性，以達到男女性別平等分配。

上述的決策執行溝通，從發訊者(承辦人員)的訊息建立與傳遞，到收訊者(執行廠商、廣告廠商)的訊息解讀與回饋，接能完全無所障礙地充分表達，更確立執行決策的可行性；再者，針對組織成員(承辦人員、執行廠商與廣告廠商)執行

上的內在情緒，皆讓組織成員完全充分表達，針對外在環境可能產生的雜訊因子，皆能時時注意市場變動的各種可能訊息，並做出正確判斷，因此本組成員在執行決策上皆能完全落實。

#### **(五)有關執行過程中的評估與監督**

「評估與監督」即是控制的一環，當執行方案時，能時時進行「有效控制」，更能確保完成當初設定目標或指標的設定，本計畫承辦人員更負起這樣的職責，隨時叮嚀組織成員確實落實每一項執行計畫之環節，以確保最終目標得以落實，從執行中每一項環節的監督，到執行決策的評估，再到不斷修正與調整，這些紮實的步驟皆確保本計畫方案得以落實與完整執行。

##### **1. 就評估方面**

當廣告商改變廣告方式，計畫執行廠商針對不同的課程屬性與講師性別進行調整時，隨即以週為單位，觀察上課男性與女性的出席人數變化，從中進行評估預測。

##### **2. 就監督方面**

針對計畫執行廠商方面，採月為單位進行隨機督課，每月至少隨機督課一次，以確保計畫執行廠商在決策執行上的落實性；針對廣告廠商方面，採月為單位進行廣告推播文案審核。