

科技部補助專題研究計畫成果報告 期末報告

國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度關係之研究

計畫類別：個別型計畫
計畫編號：MOST 103-2410-H-004-147-SSS
執行期間：103年08月01日至104年10月31日
執行單位：國立政治大學教育學系

計畫主持人：湯志民

計畫參與人員：碩士班研究生-兼任助理人員：許祐齊
碩士班研究生-兼任助理人員：許婉玉

處理方式：

1. 公開資訊：本計畫可公開查詢
2. 「本研究」是否已有嚴重損及公共利益之發現：否
3. 「本報告」是否建議提供政府單位施政參考：否

中華民國 105 年 01 月 17 日

中文摘要：本研究旨在瞭解臺灣地區國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度之現況；分析不同背景變項之教師在知覺校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度之差異情形；探討校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度之間的關係與影響力。

本研究採問卷調查法及訪談法。問卷調查研究母群共計2613所國小，以分層隨機抽樣抽取200校，每校10名，計2000名教師為問卷施測對象，問卷回收1460份，回收率73%，剔除無效問卷後，有效問卷計1340份，有效問卷回收率達67%。訪談法以7位在問卷調查校長空間領導部分得分高的校長為訪談對象。資料處理以描述性統計、信度分析、因素分析、皮爾遜積差相關、變異數分析、多元迴歸分析、拔靴法以及中介模型的路徑分析進行統計分析；訪談資料以MaxQDA進行分析。

本研究獲致以下結論：

- 一、全臺國民小學校長空間領導達到高程度，在「形塑空間願景」、及「建構教育空間」層面的表現最為優異。
- 二、全臺教育行銷達高程度，以「溝通交流」層面最明顯。
- 三、全臺教師工作滿意度達高程度，以「人際關係」層面成效最好。
- 四、部分不同背景變項（如學校規模與職務）在國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度上有差異。
- 五、國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度三者間具有中高度顯著正相關。
- 六、國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度具有良好的聚斂效度。
- 七、教育行銷在校長空間領導與教師工作滿意度間扮演部分中介，故國民小學校長空間領導可透過教育行銷對教師工作滿意度產生正向的間接影響。
- 八、空間領導善用境教，不僅影響正式課程，更內化至以人為本的道德教育，以開放空間與使用者參與，激發成員創造力、校園認同感和培養自律。
- 九、校長空間領導專業知識不足且實施時無一參照標準，應建立完善實施指標，俾有利於空間領導的發展。

最後，本研究依據研究結果提出建議，供教育行政機關、學校校長以及未來研究之參考。

中文關鍵詞：校長空間領導、教育行銷、教師工作滿意度

英文摘要：

英文關鍵詞：principal's space leadership, Educational Marketing, Teachers' Job Satisfaction

國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度關係之研究

摘要

本研究旨在瞭解臺灣地區國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度之現況；分析不同背景變項之教師在知覺校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度之差異情形；探討校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度之間的關係與影響力。

本研究採問卷調查法及訪談法。問卷調查研究母群共計 2613 所國小，以分層隨機抽樣抽取 200 校，每校 10 名，計 2000 名教師為問卷施測對象，問卷回收 1460 份，回收率 73%，剔除無效問卷後，有效問卷計 1340 份，有效問卷回收率達 67%。訪談法以 7 位在問卷調查校長空間領導部分得分高的校長為訪談對象。資料處理以描述性統計、信度分析、因素分析、皮爾遜積差相關、變異數分析、多元迴歸分析、拔靴法以及中介模型的路徑分析進行統計分析；訪談資料以 MaxQDA 進行分析。

本研究獲致以下結論：

- 一、全臺國民小學校長空間領導達到高程度，在「形塑空間願景」、及「建構教育空間」層面的表現最為優異。
- 二、全臺教育行銷達高程度，以「溝通交流」層面最明顯。
- 三、全臺教師工作滿意度達高程度，以「人際關係」層面成效最好。
- 四、部分不同背景變項（如學校規模與職務）在國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度上有差異。
- 五、國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度三者間具有中高度顯著正相關。
- 六、國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度具有良好的聚斂效度。
- 七、教育行銷在校長空間領導與教師工作滿意度間扮演部分中介，故國民小學校長空間領導可透過教育行銷對教師工作滿意度產生正向的間接影響。
- 八、空間領導善用境教，不僅影響正式課程，更內化至以人為本的道德教育，以開放空間與使用者參與，激發成員創造力、校園認同感和培養自律。
- 九、校長空間領導專業知識不足且實施時無一參照標準，應建立完善實施指標，俾有利於空間領導的發展。

最後，本研究依據研究結果提出建議，供教育行政機關、學校校長以及未來研究之參考。

關鍵字：校長空間領導、教育行銷、教師工作滿意度

A Study on the Relationship among the Principals' Space Leadership, Educational Marketing, and Teachers' Job Satisfaction of Elementary Schools

Abstract

This study aims to investigate the relationship among the space leadership of principals, educational marketing of school, and teachers' job satisfaction. This study analyzed different background variables from the teachers to see the difference in these 3 variables on them. Also it examined the relationship among and the influence.

This study was adopted the questionnaire survey and interview method. The survey regarded the teachers who work in public elementary schools in Taiwan as the population, and used the stratified sampling to sample 2000 teachers. 1340 questionnaires were valid, Recovery of 67%. There were sending 1460 questionnaires to 140 elementary schools in Taiwan, and interviewing 7 principals with high scores in space leadership performance. The collected data was analyzed by the method of descriptive statistics, reliability analysis, validity analysis, Pearson correlation, multiple regressions, bootstrap procedure and SEM. The collected interview data was analyzed by MaxQDA.

The conclusions of this study are listed below:

1. The level of space leadership of principals in Taiwan is high, and the performance in “molding space vision” and “constructing educational space” are outstanding.
2. The level of educational marketing in Taiwan is high, with “the communication” being the most significant trait.
3. The level of teaching effectiveness in Taiwan is high, and “the interpersonal relationship” acquired the most recognition.
4. Some of the teachers' background variables (e.g. school size and position) show the differences in the space leadership of principals, educational marketing, and teachers' job satisfaction of elementary schools.
5. The relationship among principals' space leadership, educational marketing and teachers' job satisfaction of elementary schools have a medium - high significant positive correlation.
6. The space leadership of principals, educational marketing and teachers' job satisfaction have good convergent validity.
7. Educational marketing is partially mediation of the principals' space leadership and teachers' job satisfaction. The findings show that the principals' space leadership has an indirectly positive impact on teachers' job satisfaction through the educational marketing.
8. Space leadership makes good use of environment cultivation, which not only affects formal curriculum, but also influences the people-oriented of moral education,

through opening space and users' Participation to inspire creativity of school members, the identity of school and the self-discipline cultivation.

9. The difficulties in the implementation of principals' space leadership are that schools' principles lack of professional knowledge and standard for principals' to follow. Therefore, it should found complete indicator for the benefit of the development of space leadership.

At last, according to the results of the research, the study conducted some suggestions to provide reference materials to educational administrative organizations, school principals and other researchers in this field.

Key words: principal's space leadership, Educational Marketing, Teachers' Job Satisfaction

目錄

第一章、緒論	1
第一節、研究背景與目的.....	1
第二節、研究待答問題.....	3
壹、臺灣地區國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度之現況為何?	3
肆、臺灣地區國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度的關係模式為何?	3
伍、國小校長空間領導的實施、價值、困難與解決之道為何?	4
第三節、重要名詞釋義.....	4
第四節、研究範圍與限制.....	5
第二章、文獻探討	7
第一節、校長空間領導研究分析.....	7
第二節、教師工作滿意度研究分析.....	19
第三節、校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度相關之研究.....	21
第三章、研究設計與實施	25
第一節、研究架構.....	25
第二節、研究對象.....	26
第三節、研究工具.....	29
第四節、資料分析.....	31
第五節、實施程序.....	35
第四章、研究結果與討論	37
第一節、校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度之現況.....	37
第一項、臺灣地區國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度之現況.....	37
第二項、不同環境背景變項與校長空間領導之差異.....	41
壹、學校地理位置與校長空間領導差異.....	41
第三項、不同人口背景變項與校長空間領導之差異.....	44
壹、性別與校長空間領導差異.....	44
貳、年齡與校長空間領導差異.....	44
參、不同總服務年資教師知覺校長空間領導差異.....	45
肆、不同在該服務年資教師知覺校長空間領導差異.....	47
參、擔任職務與校長空間領導差異.....	48
伍、最高學歷與校長空間領導差異.....	49
第四項、不同環境背景變項與教育行銷之差異.....	52
第五項、不同人口背景變項與教育行銷之差異.....	54
第六項、不同環境背景變項與教師工作滿意度之差異.....	61

第七項、不同人口背景變項與教師工作滿意度之差異	錯誤! 尚未定義書籤。
肆、在該校服務年資與校長空間領導差異-遺漏值 7 個	66
第二節、校長空間領導與教育行銷之關係	70
第一項、校長空間領導與教育行銷之相關分析	71
第二項、校長空間領導因素與教育行銷之相關為何?	71
第三項、不同地區校長空間領導學校在教育行銷上是否有差異存在?	71
壹、北區	71
貳、中區	71
參、南區	72
肆、東區	72
第三節、校長空間領導與教師工作滿意度之關係	72
第一項、校長空間領導與教師工作滿意度之相關分析	73
第二項、校長空間領導因素與教師工作滿意度之相關為何?	73
第三項、不同地區校長空間領導學校在教師工作滿意度上是否有差異存在?	73
第四節、結構方程模式分析	75
第一項、模型設定	75
第二項、描述性統計與相關矩陣	75
第三項、測量模式	77
第四項、結構模式與中介效果檢定	79
第五節、質性訪談結果分析	81
第一項、校長空間領導	81
第二項、空間領導的價值	83
第三項、曾遭遇的困難與解決之道	85
第五章、結論與建議	87
第一節、結論	87
第二節、建議	90
第一節、中文部分	92
第二節、西文部分	97
附錄	101
附錄一	101
附錄二	105
附錄三	110

表次

表 2-1 國內外研究對空間領導研究層面	20
表 2-1 國內外研究對教育行銷研究層面	20
表 2-1 國內外研究對教師工作滿意度研究層面	20
表 3-1 樣本資料	27
表 3-2 樣本結構	28
表 3-3 預試問卷之因素分析	33
表 4-1 整體正式問卷樣本之描述性統計表	38
表 4-2 北部、中部、南部、東部國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作 滿意度之描述性統計表	39
表 4-3 不同地理位置教師知覺校長空間領導之差異情形表	41
表 4-4 不同學校規模教師知覺校長空間領導之差異情形表	43
表 4-5 不同性別教師知覺校長空間領導之差異情形表	44
表 4-6 不同教師年齡教師知覺校長空間領導之差異情形表	45
表 4-7 不同總服務年資教師知覺校長空間領導之差異情形表	46
表 4-8 不同在本校服務年資教師知覺校長空間領導之差異情形表	46
表 4-9 不同職務教師知覺校長空間領導之差異情形表	48
表 4-10 不同學歷教師知覺校長空間領導之差異情形表	49
表 4-11 校長空間領導量表統計分析結果比較表	51
表 4-12 不同地理位置教師知覺教育行銷之差異情形表	52
表 4-13 不同學校規模教師知覺教育行銷之差異情形表	53
表 4-14 不同性別教師知覺教育行銷之差異情形表	54
表 4-15 不同教師年齡教師知覺教育行銷之差異情形表	55
表 4-16 不同總服務年資教師知覺教育行銷之差異情形表	56
表 4-17 不同該校服務年資教師知覺教育行銷之差異情形表	56
表 4-18 不同職務教師知覺教育行銷之差異情形表	57
表 4-19 不同學歷教師知覺教育行銷之差異情形表	59
表 4-20 不同地理位置教師知覺教師工作滿意度之差異情形表	61
表 4-21 不同學校規模教師知覺教師工作滿意度之差異情形表	63
表 4-22 不同性別教師知覺教師工作滿意度之差異情形表	63
表 4-23 不同教師年齡教師知覺教師工作滿意度之差異情形表	64
表 4-24 不同服務年資教師知覺教師工作滿意度之差異情形表	66
表 4-25 不同在該校服務年資教師知覺教師工作滿意度之差異情形表	66
表 4-26 不同職務教師教師工作滿意度之差異情形表	68
表 4-27 不同學歷教師知覺教師工作滿意度之差異情形表	69
表 4-28 校長空間領導與教育行銷相關係數表	71
表 4-29 不同地區校長空間領導與教育行銷之相關情形表	72

表 4-30 校長空間領導與教師工作滿意度相關係數表	73
表 4-31 外顯變數描述統計與相關係數矩陣	76
表 4-32 校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度關係模式適配度考驗指標	78
表 4-32 正式問卷之測量模式摘要表	78
表 4-33 測量模式的潛在變項間之相關係數	79
表 4-34 結構模式與中介效果拔靴法檢定表	80

圖次

圖 3-1 研究架構圖	25
圖 4-1 國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度之線性結構關係理論模型.....	75
圖 4-2 國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度的結構模式圖	79

第一章、緒論

第一節、研究背景與目的

壹、研究背景

空間領導為近年來新興的領導議題，探討領導者透過規劃與運用校園、校舍和運動場等設施，以促進學校課程、教師教學、學生學習、行政管理和社區關係等之學校教育發展（湯志民，2008）。根據研究，學校空間規劃、設計、維護、營運與設施品質（湯志民，1991、2006、2014；黃玉英，2004；廖文靜，2011；Al-Enezi, 2002; Baker & Bernstein, 2012; Branham, 2004; Cotterell, 1984; Earthman, Cash & Van Berkum, 1995; Edward, 1992; Hines, 1996；Lanham, 1999；Maxwell, 1999；O' Neill, 2000; Smith, 2008; Tanner & Langford, 2003; Taylor & Enggass, 2009; Yarbrough, 2001），尤其是高成效學校（high performance schools）、綠色學校或永續校園（Baker & Bernstein, 2012; Earthman, 2015; Mill, Eley, Ander, & Duhon, 2002; Okcu, Ryherd, & Bayer, 2011; Tanner, 2015; The U.S. Green Building Council, 2014; U.S. Environment Protection Agency, 2014），會直接、間接的促進及影響教師的態度和行為、滿意度和留校率，以及學生的態度、行為、成就、習慣、出勤、學習方式、學業表現、價值觀念、身心健康、人格成長等教育成果和品質。歐美等先進國家藉由學校空間規劃和設施的建置與改善，提升教育品質與教育成效，如美、英、德、丹麥、芬蘭、冰島、挪威、瑞典等均投資大量經費，戮力為孩子們創造一個利於成長、學習的優質校園環境。

臺灣也不遑多讓，近 30 年來教育部、縣市教育處每年投資至少新臺幣 100 至 200 多億元，改善和提升中小學校園環境與設施（湯志民，2010）。2003 開始的「Innoschool 學校經營創新獎（校園環境美化組）」，2005 年開始的臺北市「優質學校評選（校園營造向度）」（吳清基等編著，2005），2007 年開始的「國民中小學活化校園空間與發展特色學校」（教育部國民教育司，2009 年 6 月 18 日），2010 年開始的「新北市卓越學校評選（環境營造向度）」（臺北縣政府教育局，2009），2013 年教育部國民及學前教育署（2012）推動「國民中小學營造空間美學與發展特色學校」首見強調空間領導的運用，這些計畫方案的推展，都可見校園空間營造對學校整體發展的影響和重要性。因此本研究想了解當前國民小學校校長空間領導的實施狀況，且是否因為不同背景變項而有所差異。

鑑此，從湯志民（2008a、2008b、2008c、2009a、2009b、2011、2012、2013）提出之空間領導理論論述中所闡明之空間領導的定義、目的、原則、方式、策略、模式、指標建構及理論基礎，自 2008 年逐步展開實證方面之研究，如探討創新經營學校的空間領導（湯志民、劉侑承、劉冠廷、曾雅慧，2010；湯志民，2012）探討國民小學校長空間領導與學校效能的關係（李冠霖，2010；劉侑承，2014；陳儀玫，2015），探討空間領導、教師組織承諾與學校效能關係之研究（湯志民、施佩吟、魏琦，2013），探討空間領導、學校創新經營

與學校效能關係之研究(黃國庭, 2014), 探討空間領導與學校組織氣氛的關係(曾雅慧, 2012), 探討空間領導、品牌管理與創新經營的關係(莊明達, 2013), 探討空間領導與教師工作滿意度之關係(陳炫佑, 2013), 空間領導、組織學習與教學效能關係之研究(湯志民、陳詩媛、簡宜珍, 2014)及進行空間領導在本地教育課程發展之行動研究(鄭女玲, 2012), 更有研究致力於建構國中空間領導指標(李慶裕, 2012), 探討國民中學校長空間領導、學校組織文化與學校創新經營效能的關係(鄭文淵, 2014)以及探討空間領導與學校效能的關係(陳儀玫, 2015)。以上研究皆發現校長空間領導與上述變項有相當程度的正相關, 且教師對校長空間領導之知覺程度良好。空間領導的基本論述和研究成果, 也日益受學校之重視、運用與推展。

空間領導的運用和推展是學校創新經營的利基, 透過教育行銷可形塑學校特色和促進特色學校之發展, 學校辦學有聲有色, 易獲親師生和社區的肯定與認同。Brendle-Corum(2010)的研究發現, 教師的留任和學校設施與資源有關, 教師們希望學校的環境是具有安全且有充分教學器材和資源, 讓教學有效能; 秦夢群(2005)指出, 教師若滿意自身工作, 則更願意投入工作之中。而學校建築規劃、運用亦與行銷息息相關, Chan, Mense, Lane 和 Richardson(2015)在其主編的《行銷綠色學校: 形式、功能和未來》(Marketing the green school: Form, function, and the future)一書中, 有研究強調學校建築設計可協助形成社群和豐富社群, 良好的建築設計可賦予環境知識和價值, 學校領導者要運用綠色方案改善建築和學習成效(Chance & Cole, 2015); 另有幾篇研究分別強調, 綠色學校領導者的角色和責任——要創造一個積極的學習環境(Lemoine, Mense, & Richardson, 2015), 要善用綠色學校方案和資源, 提供給有興趣的教學者(Carrick & Caywood, 2015), 要形塑教學和學習文化, 以激發學生對環境保護意識影響力(Blendinger, Hailey, & Shea, 2015), 或對綠色學校目標設定、行動方案、程序規劃、方案評鑑等方案執行策略之落實, 以踐行綠色學校領導(Chan, Saunders, & Lashley, 2015)。

據此, 本研究擬探討校長空間領導與教育行銷及教師工作滿意度之關係, 又因國民小學在學校空間與環境經營上有較多著墨與教育行銷之應用, 本研究乃以國民小學為研究對象。至於研究範圍, 目前國內空間領導研究大多侷限於單一縣市或跨縣市之區域性研究, 研究成效仍有侷限, 僅鄭文淵(2014)探討國民中學校長空間領導、學校組織文化與學校創新經營效能的關係以臺灣地區為範疇。本研究基於過去系列研究之基礎, 將研究範圍擴大至臺灣地區, 盼能擴大研究結果之推論, 並期透過客觀之研究, 進一步建構國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度的關係模式, 同時提供實證研究結果, 作為未來校長推展空間領導和教育主管機關決策之參考。

貳、研究目的

基於上述研究背景的說明, 本研究目的臚列於下:

- 一、瞭解臺灣地區國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度之現況。

- 二、探討臺灣地區國民小學校長空間領導與教育行銷的關係。
- 三、探討臺灣地區國民小學校長空間領導與教師工作滿意度的關係。
- 四、建立臺灣地區國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度的關係模式。
- 五、根據研究結論提出具體建議，以供學校校長空間領導實施、教育決策者政策制定及未來研究之參考。

第二節、研究待答問題

本研究係探討臺北市及新北市國民小學校校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度之間的關係，根據上述研究目的，本研究欲探討之主要問題如下：

壹、臺灣地區國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度之現況為何？

- 一、臺灣地區國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度之現況為何？
- 二、不同環境變項學校在校長空間領導上是否有差異存在？
- 三、不同人口背景變項教師對於校長空間領導的認知是否有差異存在？
- 四、不同環境變項學校在教育行銷上是否有差異存在？
- 五、不同人口背景變項教育行銷是否有差異存在？
- 六、不同環境變項學校在教師工作滿意度上是否有差異存在？
- 七、不同人口背景變項教師對於教師工作滿意度的認知是否有差異存在？

貳、臺灣地區國民小學校長空間領導與教育行銷之關係為何？

- 一、校長空間領導與教育行銷的相關為何？
- 二、不同等級校長空間領導學校在教育行銷上是否有差異存在？
- 三、哪些校長空間領導因素可以有效地預測教育行銷？

參、臺灣地區國民小學校長空間領導與教師工作滿意度之關係為何？

- 一、校長空間領導與教師工作滿意度的相關為何？
- 二、不同等級校長空間領導學校在教師工作滿意度上是否有差異存在？
- 三、哪些校長空間領導因素可以有效地預測教師工作滿意度？

肆、臺灣地區國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度的關係模式為何？

- 一、校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度之間的相關為何？
- 二、校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度的關係模式為何？
- 三、教育行銷是否在校長空間領導對於教師工作滿意度影響間扮演中介變項的角色？

伍、國小校長空間領導的實施、價值、困難與解決之道為何？

- 一、校長空間領導實施現況為何？
- 二、校長空間領導實施之價值為何？
- 三、校長空間領導實施時所遭遇的困難與解決之道為何？

第三節、重要名詞釋義

壹、校長空間領導

校長空間領導係指「校長形塑空間願景、建構教育空間、融入課程教學及使用者共同參與，建構對教育具有實質影響力之環境，以引領學校空間和教育發展之歷程。」其構面如下（湯志民、魏琦、施佩吟，2013）：

- 一、形塑空間願景：校長能掌握校內外資源，以學校願景作為依據，帶領師生共同發展校園空間願景，做為校園發展藍圖。
- 二、建構教育空間：校長透過多樣化的設施規劃，並建構人文、生活、永續校園，提供適於學生使用的空間設施，鼓勵布置教學情境，以激勵學生學習動機，提升學習效果。
- 三、融入課程教學：校長重視各學科教學空間與設備之完善，活化學校建築與校園環境規劃，建置數位教學平臺與資源分享空間，以符應教師多元化的教學需求，以建構無所不在的學習情境，並促進學校教育交流與師生人際互動。
- 四、使用者共同參與：校長讓校園使用者都有機會參與校園規劃，有效運用空間與設備，並使之感受空間意義與價值，增進校園認同感、歸屬感與成就感，同時使課程與教學能有效的運用空間與設備。

校長空間領導之四大構面包含「形塑空間願景」、「建構教育空間」、「融入課程教學」與「使用者共同參與」，而受試者在「校長空間領導」問卷的得分愈高，代表教師知覺校長空間領導的程度愈高，反之愈低。

貳、教育行銷

教育行銷係指「教育組織運用內部行銷、外部行銷、互動行銷，使組織獲得更多支持及認同之歷程。」其構面如下：

一、內部行銷

學校內部行銷定義為將學校願景、學校的經營理念、學校組織文化等，傳遞給內部成員，進組織成員間凝聚力。

二、外部行銷

外部行銷只將學校願景、學校經營理念、學校組織文化等，透過外部活動，例如：家長會、親師座談宣導或各項藝文及團隊成果發表與展演，

讓外部瞭解學校的作為，建立良好的公共形象。

三、互動行銷

透過學校內部以及學校外部的互動，建立信任及友善關係，正確傳達學校願景、學校經營理念等。

教育行銷三大構面包含「內部行銷」、「外部行銷」與「互動行銷」，而受試者在「教育行銷」問卷的得分愈高，代表教師認同組織所運用之行銷程度愈高，反之愈低。

參、教師工作滿意度

教師工作滿意度係指「教師對於其所從事工作之領導行為、人際關係、工作本身及學校環境所抱持的情意程度。」其構面如下：

- 一、領導行為：教師認同校長處理校務、與教師相處以及其決策執行的決心與能力，並支持校長的學校經營理念。
- 二、人際關係：教師與同仁相處情形和諧融洽，且能彼此支援協助進而解決困難、擁有相同的工作理念一同成長。
- 三、工作本身：教師對於工作職務之認同，包括工作成就感、成長性、工作抱負及發揮自己的專長等滿意情形。
- 四、學校環境：教師喜愛學校設備供應教學所需情形，自教室內部功能需求至整體學校情境規劃感覺滿意的程度。

教師工作滿意度四大構面包含「領導行為」、「人際關係」、「工作本身」與「學校環境」，而受試者在「教師工作滿意度」問卷的得分愈高，代表教師對於其所從事之工作滿意的程度愈高，反之愈低。

第四節、研究範圍與限制

壹、研究範圍

一、研究對象

本研究以臺灣地區公立國民小學為研究對象。依教育部 102 學年度統計資料，研究母群共計 2613 所學校，以 1470 位教師為問卷施測對象，每校包括：教師兼教務主任、教師兼總務主任、教師兼教學組長、教師兼訓育組長、3 名導師與 3 名科任教師，共計 10 名；並以 7 位在問卷調查校長空間領導部分符合度得分高的校長為訪談對象。

二、研究內容

- (一) 背景變項：包括性別、現任職務、學歷、本校服務年資、總服務年資、年齡、學校地理位置、學校規模。
- (二) 空間領導：包括形塑空間願景、建構教育空間、融入課程教學、使用者共同參與。
- (三) 教育行銷：包括內部行銷、外部行銷、互動行銷。
- (四) 教師工作滿意度：包括領導行為、人際關係、工作本身、學校環境。

貳、研究限制

一、在研究對象上的限制

由於本研究對象僅以臺灣地區公立國民小學為研究範圍，並未包括私立小學，因此在研究結果之解釋與推論時，僅適用於臺灣地區的公立國民小學。研究結果須審慎運用，若要類推適用應考慮相關可能之因素，不宜過度推論。

本研究訪談對象皆為校長，但此研究牽涉層面包含教師，如教師工作滿意度及教育行銷方面，校長僅能就其所知進行訪談，針對教師工作滿意度實際層面，由任課教師陳述，會更為合宜，但考量整體研究案係以國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度關係之研究，乃以校長之空間領導為主，故訪談空間領導符合度較高之學校校長，以了解校長運用空間領導、增進教育行銷與提升教師工作滿意度之實際做法。

二、在研究方法上的限制

(一) 研究工具

本研究案之研究工具採自編問卷，受試者填答時，依其自身感受與獨立思考判斷能力作主觀性評估，但可能受限於個人感受程度、敏感度的不同，在知覺上易產生偏差，或是缺乏對於校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度的理解，而影響填答精準性。其中，校長空間領導之題目，必須對校長空間領導具有敏銳的觀察和感受能力；教育行銷之題目，涵蓋學校行政業務及社區人士觀點，故受試者可能受認知程度與接觸行政業務的經驗而影響填答；教師工作滿意度之題目，內容主要涉及課程、教學、班級經營與學生表現，受試者可能因身分（如班級導師、科任教師與兼職行政）所接觸的學校環境層面深度不同而影響填答，且題目設計偏向教師自評，受試者可能因自我評估標準的不同，而在答題上有所偏差。因此，應審慎推論或應用本研究工具。

最後，以訪談作為研究工具的部分，質性研究之品質深受訪談者的訪談技巧及受訪者對訪談題目的認知、受訪經驗與表達能力等多有影響，故在行前應加強訪談員的專業訓練，並應與受訪者先行溝通訪談架構，以增加資料分析之正確性。

(二) 研究設計

基於人力、物力與時間上的限制，本研究在問卷施測對象上，以分層方式抽取 146 所學校，每校抽取 10 位教師—包括教務主任、總務主任、教學組長與訓育組長各 1 人，三位導師及三位科任教師，雖力求抽樣對象涵蓋廣泛並具有代表性，但因抽樣人數有限，可能產生抽樣誤差，影響資料蒐集的客觀性。

爰於研究時間之限制，對於國中、高中不同階段學校未進行研究，故本研究之結果應用於不同階段學校時，須再加以修正以配合不同階段學校之情形。

第二章、文獻探討

第一節、校長空間領導研究分析

壹、校長空間領導之定義

湯志民（2008a）認為，空間領導為領導者透過規劃與運用校舍、校園、運動場和附屬設施，以建構對學校課程、教師教學、學生學習、行政管理和社區公關，具有實質影響力的「點、線、面、體」環境，以引領學校空間和教育發展之歷程。

吳清山（2013）認為，空間領導係指領導者善於規劃和運用各項硬體設施，提供成員良好的工作環境，以利營造適切合宜的氣氛，進而提升組織效能和達成組織目標。

湯志民、魏琦和施佩吟（2013）認為，校長空間領導係指校長形塑空間願景、建構教育空間、融入課程教學及使用者共同參與，建構對教育具有實質影響力之環境，以引領學校空間和教育發展之歷程。

本研究校長空間領導定義採湯志民、魏琦和施佩吟（2013）之研究見解。

貳、空間領導之相關研究

一、湯志民、劉侑承、劉冠廷、曾雅慧（2010）之研究

湯志民、劉侑承、劉冠廷、曾雅慧（2010）在《學校創新經營-空間領導之研究》國科會專題計畫中（NSC98-2410-H-004-014），以問卷調查及訪談法探討臺北縣市國民中小學在 2006、2007、2008 年「InnoSchool 全國學校經營創新獎」等獲獎的臺北縣市國民中小學教育人員之創新經營學校空間領導實施情況與成效，進而瞭解推動學校空間領導之方式與策略（包括提升教育意境、促進行政革新、帶動課程發展、引領教學創新、豐富學習資源、拓展社區關係），研究結果如下：

- （一） 臺北縣市國民中小學創新經營學校六項空間領導方式之實施，整體達到「高符合度」。「以空間規劃提升教育意境」、「以空間規劃引領教學創新」與「以空間規劃促進行政革新」，其餘三項為「中符合度」。
- （二） 臺北縣市國民中小學創新經營學校六項空間領導方式實施之符合度，在環境變項上，「國小」高於「國中」，「中規模學校」高於「大規模學校」與「小規模學校」，「臺北市」與「臺北縣」間則無明顯不同。
- （三） 臺北縣市國民中小學創新經營學校六項空間領導方式實施之符合度，在人口變項上，「男性」高於「女性」，「校長」高於「主任」、「組長」與「教師」；不同學歷、年齡與服務年資無明顯不同。
- （四） 臺北縣市國民中小學空間領導應用於創新經營，主要採用「成員共同參與」、「經費申請」、「校園空間活化」與「以使用者中心之思

考」等之方法與策略。

(五) 臺北縣市國民中小學創新經營學校，在空間領導推動困難上，主要為「經費不足」、「成員意見不同」、「設施維護問題」與「學校使用空間不足」等。

(六) 臺北縣市國民中小學創新經營學校，「發展教育設施程序模式」之符應程度，在「領導」、「規劃」、「方案」、「設計」上屬於高符合度，在「建造」、「管理」上屬於中符合度，在「評鑑」上則屬於低符合度。

二、湯志民、魏琦和施佩吟（2013）之研究

湯志民、施佩吟和魏琦（2013）在國科會之《國民小學校長空間領導、教師組織承諾與學校效能關係之研究》，以問卷調查及訪談法探討臺北市及新北市國民小學校長空間領導、教師組織承諾與學校效能之現況及三者關係，其研究結果獲致以下結論：

(一) 臺北市與新北市國小校長空間領導達到高程度，在「形塑空間願景」、「建構教育空間」層面的表現突出。

(二) 臺北市與新北市教師組織承諾達高程度，以「努力意願」層面最明顯。

(三) 臺北市與新北市學校效能達高程度，以「校園環境效能」層面最獲認同。

(四) 部分不同背景變項（如年齡與職務）在國民小學校校長空間領導、教師組織承諾與學校效能上有差異。

(五) 國民小學校長空間領導、教師組織承諾與學校效能三者間具有正向關聯，且校長空間領導的分層面能預測教師組織承諾及學校效能。

(六) 國民小學校長空間領導可直接影響學校效能，亦可間接透過教師組織承諾的中介機制，對學校效能產生正向影響。

三、湯志民、陳詩媛和簡宜珍（2014）之研究

湯志民、陳詩媛和簡宜珍（2014）在國科會之《國民小學校長空間領導、組織學習與教學效能關係之研究》，以問卷調查及訪談法探討臺北市及新北市國民小學校長空間領導、教師組織學習與教學效能之現況及三者關係與影響力，其研究結果獲致以下結論：

(一) 臺北市與新北市國民小學校長空間領導達到高程度，在「形塑空間願景」、「建構教育空間」層面的表現突出。

(二) 臺北市與新北市組織學習達高程度，以「溝通交流」層面，最明顯。

(三) 臺北市與新北市教學效能達高程度，以「多元教學策略」層面，最獲認同。

(四) 部分不同背景變項（如學校規模與職務）在國民小學校長空間領導、組織學習與教學效能上有差異。

(五) 國民小學校長空間領導、組織學習與教學效能三者間具有中高度

顯著正相關。

- (六) 國民小學校長空間領導、組織學習與教學效能具有良好的聚斂效度。
- (七) 組織學習在校長空間領導與教學效能間扮演完全中介，故國民小學校長空間領導可經由組織學習對教學效能產生正向影響。
- (八) 空間領導之價值在於潛在非正式影響力、增進組織成員的認同與信任感、主體性宣示效果與立即性效益以及滿足使用者的需求。
- (九) 校長施行空間領導易遭遇組織成員不支持、經費不足等困境，校長應透過溝通、協調取得共識，並多方爭取資源與支持，俾能有利空間領導的延續。

四、空間領導之相關研究

(一) 湯志民 (2008a) 之研究

湯志民 (2008a) 在《空間領導：理念與策略》一文中，將「空間領導」界定為：領導者透過規畫與運用校舍、校園、運動場和附屬設施，以建構對學校課程、教師教學、學生學習、行政管理和社區公關，具有實質影響力的「點、線、面、體、環境」，以引領學校空間和教育發展之歷程；先以諸多領導理論為基礎，並引用 Tanner 和 Lackney (2006) 在《教育設施規劃：領導、建築和管理》(Educational Facilities Planning: Leadership, Architecture, and Management) 一書中所提出之概念，率先提出「空間領導」的新概念，其概念分述如下 (湯志民, 2008a)：

1. 空間領導的本質，是引領學校空間和教育發展的方向。
2. 空間領導的對象，係指組織中的成員，包括領導者 (如校長、主任或學科召集人等居於領導職位者) 與被領導者 (如教職生)。
3. 空間領導的行為，是朝向學校組織與成員的共同目標的各項策略與行動，這些策略與行動就是透過規劃與運用校舍、校園、運動場和附屬設施，以建構對學校課程、教師教學、學生學習、行政管理和社區公關，具有「點、線、面、體」環境。

(二) 湯志民 (2013) 之研究

湯志民 (2013) 在《空間領導：原則與理論基礎》一文中，指出空間領導的目的在透過校園建築空間與環境的規劃、建置與運用，以促進教育意境、學校課程、教師教學、學生學習、行政管理和社區公關之提升，達到引領學校建立空間特色，增進學校教育發展之目的。意即，空間領導為在實務運用上，應掌握團隊合作、願景導向、整體規劃、創新經營、永續發展及階段參與等六項原則；在研究立論上，以學校建築規劃、教育領導、學校創新經營、學習型組織和永續發展作為理論基礎。

1. 團隊合作：團隊合作也是團隊學習，需經常到新建學校、優質學校、標竿學校或特色學校參訪，累積更多共同經驗，以凝聚團隊領導共識，提升團隊領導效能，以增進校園認同和間領導的校園民主參與。

2. 願景導向：願景導向是大方向以不變為原則，應具前瞻性並能掌握大局，惟學校空間大環境變遷快速，為因應人事時地物需求、資源條件、教育和環境政策之變遷，願景可適時因地制宜酌修，如大修表示起頭之願景研擬不夠嚴謹，應予避免，以維繫空間領導的穩定發展。
3. 整體規劃：整體規劃是資源統整與運用，應考慮資源整合、分配與運用的公平、效率和效能，並注意整體非部分之和，以及發揮 $1+1>2$ 的效果方能使空間領導的推展和運作成效極大化。
4. 創新經營：創意經營是教育成效提升的動能，創意應有新意、新象，掌握學校條件和特質，運用優勢，轉化劣勢，形成學校特色和獨特風格，讓校園建築富含教育生命力，空間領導更有實質影響力。
5. 永續發展：永續發展的重點在「循環」，亦即學校空間規劃與教育經營，不能捉襟見肘、不能債留子孫，而應有一套系統模式，使校園建設的輸入（input）、歷程（process）、輸出（output），有回饋（feedback）支撐，讓經費資源挹注與教育理念執行能循環，方能促進校園營運的永續發展，空間領導的推展和影響力才能源源不絕。
6. 階段參與：階段參與重點在連貫與銜接，因各階段參與者各有不同，學校願景、使用需求、校園規劃、建築專業、營運管理和用後評估之轉銜，需有核心成員全程參與，空間領導的執行力才能推展與落實。

（三） 李冠霖（2010）之研究

李冠霖（2010）在《國民小學校長空間領導與學校效能關係之研究》論文中，採取問卷調查法，以自編之「國民小學校長空間領導與學校效能調查問卷」作為資料蒐集的工具，探討高雄市、高雄縣、屏東縣國民小學校長空間領導與學校效能之現況及相關情形。其研究結果為：

1. 國民小學教師知覺校長空間領導情況良好，其中以協助教師教學、行政效率提升之知覺度最佳。
2. 國民小學教師知覺學校效能情況良好，其中以學生成就表現知覺程度最高。
3. 男性教師知覺校長空間領導、學校效能情形優於女性教師。
4. 都會區教師在校長空間領導以及學校效能的知覺程度優於一般鄉鎮學校教師。
5. 校長空間領導行為能有效影響學校效能。

（四） 鄭女玲（2012）之研究

鄭女玲（2012）在《空間領導在本土教育課程發展之行動研究》論文中，採取行動研究法，試圖提出空間領導的意涵與教育目標。其研究結果為：

1. 空間領導的本質，是引領學校空間和教育發展的指引方向。可透過規劃與運用校舍、校園、運動場和附屬設施等實施空間領導方式，建構對學校課程經營、教師教師工作滿意度、學生學習成果、行政管理 and 社區公共關係，形成具有實質影響力的境教環境。
2. 空間領導是領導者為了營造一個優質的、精緻的校園環境，透過完善設備來激勵學校內所有社群成員，產生正向且積極的效果，最終的目標在於希望學生都能在愉悅學習，終極關懷的情境中達到教育目標。
3. 空間領導包含形塑學校願景、革新領導觀念、建構支持網絡、擷取專業新知、獎勵創意研發及建立省思回饋。
4. 以空間規劃豐富學習資源，是空間領導的方式之一。如果能從「空間領導」觀點，著手打造活化的校園建築，以空間規劃引領教學創新，相信對於莘莘學子的成長與學習都會具有重要的教育意義與正面價值，校長應善用空間領導所建置的環境，具有境教的實質影響力。
5. 空間領導者對教材評鑑工作應積極實施、從教育專業角度發展課程及以僕式領導帶領團隊。

(五) 曾雅慧 (2012) 之研究

曾雅慧 (2012) 在《臺北市國民小學校長空間領導與學校組織氣氛關係之研究》論文中，採取問卷調查法，探討臺北市國民小學學校教師對於校長空間領導與學校組織氣氛的覺知情形以瞭解二者間之關聯性。其研究結果為：

1. 臺北市國民小學校長空間領導表現為中上程度，以「以空間規劃提升教育意境」程度為最高。
2. 臺北市國民小學教育人員知覺學校組織氣氛為中上程度，以「校長支持行為」之知覺程度為最高。
3. 臺北市國民小學以擔任主任職務、與得獎學校之教育人員知覺「校長空間領導」的程度較高。
4. 校長空間領導與學校組織氣氛有顯著正相關，且校長空間領導對學校組織氣氛有顯著的預測力。

(六) 李慶裕 (2012) 之研究

李慶裕 (2012) 在《國民中學空間領導指標建構之研究》論文中，以模糊德懷術確立國民中學空間領導之指標，並依重要程度排序分別為「教學品質」、「行政管理」及「課程發展」，更有第二層級九向度的產生，進而形成 53 項指標。此研究中，最高之向度為學生學習，最低向度則為正式課程；模糊德懷術小組共識最高之指標項目為領導者應致力營造親和友善的校園，而共識最低之指標項目則為各學科領域均設置專屬的研究空間，研究者認為可能是因為學校之空間量體有限的緣故。

(七) 陳炫佑 (2013) 之研究

陳炫佑（2013）在《臺中市國民小學校長空間領導與教師工作滿意度關係之研究》論文中，採取問卷調查法，探討臺中市國民小學校長空間領導與教師工作滿意度之關係，其研究結果為：

1. 臺中市國民小學校長空間領導為中高程度，以「校長以空間規劃營造教育情境」之程度最高。
2. 臺中市國民小學教師對教師工作滿意度為中高程度，以「同僚關係」之程度最高，「校長領導」之程度最低。
3. 臺中市國民小學教師，因其性別及服務年資之不同，而有不同的校長空間領導感受，以男性與服務年資 11-15 年及 21 年（含）以上之教師程度較高。
4. 臺中市國民小學教師，因其性別、擔任職務及學校規模之不同，而有不同的教師工作滿意度感受，以男性、擔任主任之教師及學校規模 13-30 班之教師程度較高。
5. 臺中市國民小學校長空間領導與教師工作滿意度有顯著正相關，且臺中市國民小學校長空間領導對教師工作滿意度具預測作用，其中，以「校長以空間規劃提升學習效能」的預測力最佳。

（八） 莊明達（2013）之研究

莊明達（2013）在《國民小學校長空間領導、品牌管理與創新經營關係之研究》論文中，採取問卷調查法，探討基隆市、臺北市、新北市、桃園縣四縣市國民小學學校教師對於校長空間領導、品牌管理與創新經營的覺知情形以瞭解三者間之關聯性。其研究結果為：

1. 國民小學校長空間領導、品牌管理與創新經營的實施現況呈現良好。
2. 不同教師年齡、最高學歷、服務年資、現任職務，在國民小學校長空間領導、品牌管理與創新經營皆有顯著差異。
3. 國民小學校長空間領導、品牌管理與創新經營三者，兩兩間均存在中高度正相關
4. 校長空間領導六個向度中，以豐富學習資源、拓展社區關係、促進行政革新、引發教學創新、提升教育意境等五向度對整體學校創新經營的聯合預測力最佳，其中以「豐富學習資源」最具有預測力
5. 國民小學校長空間領導、學校品牌管理和創新經營之測量模式與結構模式適配度良好，且校長空間領導、學校品牌管理對於創新經營具有顯著直接影響效果，亦即透過校長空間領導、學校品牌管理，可以正向影響學校創新經營。

（九） 劉侑承（2014）之研究

劉侑承（2014）在《桃園縣國民小學校長空間領導與學校效能相關之研究》論文中，採取問卷調查法，探討桃園縣國民小學學校教師對於校長空間領導與學校效能的覺知情形以瞭解二者間之關聯性。其研究結果為：

1. 桃園縣國民小學教職人員知覺校長空間領導及學校效能皆為中高程度。
2. 桃園縣國民小學教職人員以男性、擔任校長職務、年齡在 41 至 50 歲、學歷在研究所以上、服務年資在 21 年以上、學校規模在 19 至 36 班、獲獎學校之教職人員知覺「校長空間領導」的程度較高。
3. 桃園縣國民小學教職人員以男性、擔任校長職務、年齡在 41 至 50 歲、學歷在研究所以上、服務年資在 21 年以上之教職人員知覺「學校效能」的程度較高。
4. 桃園縣國民小學校長空間領導與學校效能有顯著正相關，且桃園縣國民小學校長空間領導對學校效能有顯著的預測力，其中，以「以空間領導豐富學習資源」對學校效能最有預測力。

(十) 黃國庭 (2014) 之研究

黃國庭 (2014) 在《國民小學校長空間領導、學校創新經營與學校效能關係之研究》論文中，採取問卷調查法，探討臺北市、新北市、桃園縣國民小學學校教師對於校長空間領導、學校創新經營與學校效能的覺知情形以瞭解三者間之關聯性。其研究結果為：

1. 國民小學校長空間領導、學校創新經營與學校效能的實施現況良好。
2. 不同背景變項、學校規模、學校地區與學校歷史在國民小學校長空間領導、學校創新經營與學校效能具有顯著差異。
3. 國民小學校長空間領導、學校創新經營與學校效能三者之間均存在中高度正相關，且國民小學校長空間領導、學校創新經營能有效預測學校效能；透過結構模式得到驗證支持國民小學校長空間領導對學校創新經營及學校效能，以及學校創新經營對學校效能的影響有直接效果，其中，學校創新經營具有校長空間領導對學校效能的中介效果。

(十一) 鄭文淵 (2014) 之研究

鄭文淵 (2014) 在《國民中學校長空間領導、學校組織文化與學校創新經營效能關係之研究》論文中，採取問卷調查法，探討臺灣地區國民中學學校教師對於校長空間領導、學校組織文化與學校創新經營效能的覺知情形以瞭解三者間之關聯性。其研究結果為：

1. 國民中學校長空間領導屬中程度，以「營造優質校園情境」層面之認同度較高。
2. 國民中學學校組織文化目前趨向以科層型組織文化為主。
3. 國民中學學校創新經營效能科技應用上表現較佳。
4. 校長空間領導、學校組織文化與學校創新經營效能上，學校規模、學校歷史、校長學歷，以及校長該校服務年資達顯著差異。
5. 國民中學校長空間領導、學校組織文化與學校創新經營效能之間具有正向關聯，且國民中學校長空間領導、學校組織文化對學校創新

經營效能具有高度預測力，其中，國民中學校長空間領導可透過學校組織文化的中介效果，正向影響學校創新經營效能，其中以创新型文化中介效果最顯著。

6. 研究建議應提升國民中學校長空間領導之專業知能，並應增加中小型學校之設備設施經費之投注。

(十二) 陳儀玫 (2015) 之研究

陳儀玫 (2015) 在《新北市國民中學校長空間領導與學校效能關係之研究》論文中，採取問卷調查法，探討新北市國民中學學校教師對於校長空間領導與學校效能的覺知情形以瞭解二者間之關聯性。其研究結果為：

1. 新北市公立國民中學校長空間領導整體的現況屬於中上程度，其中以「以空間規劃促進行政效能提升」的層面表現最佳。
2. 新北市公立國民中學學校效能整體的現況屬於中上程度，其中以「教師教學效能」的層面表現最佳。
3. 新北市公立國民中學教師以男性、教師兼主任、學校規模 23 班以下、學校歷史 31~40 年的教師所知覺的「校長空間領導」程度最高。
4. 新北市公立國民中學教師以男性、教師兼主任、學校規模 73 班以上、一般地區、學校歷史 31~40 年的教師所知覺的「學校效能」程度最高。
5. 新北市國民中學校長空間領導與學校效能呈現高度正相關，且新北市國民中學校長空間領導對學校效能具有顯著預測力，以「以空間規劃促進行政效能提升」之預測力最佳。

茲將上述相關研究整理成表 2-1，空間領導與教師組織承諾 (湯志民、施佩吟、魏琦，2013)、教師工作滿意度 (陳炫佑，2013)、教學效能 (湯志民、陳詩媛、簡宜珍，2014)、學校效能 (湯志民、施佩吟、魏琦，2013；李冠霖，2010；劉侑承，2014；黃國庭，2014；陳儀玫，2015)、組織學習 (湯志民、陳詩媛、簡宜珍，2014)、學校組織氣氛 (曾雅慧，2012)、學校組織文化 (鄭文淵，2014)、品牌管理 (莊明達，2013)、創新經營 (莊明達，2013；黃國庭，2014；鄭文淵，2014) 等變項皆有相當程度的正相關，且空間領導對於以上變項具有顯著預測力，可見空間領導之重要性。

表 2-1

作者 (年代)	地區	整體 表現	性別	服務 年資	教育 程度	現任職 務	學校 規模	學校地 區
李冠霖 (2010)	高雄市、 高雄縣及 屏東縣	中上	◎ 男>女	※	※	◎主	◎大	◎ 高雄市
曾雅慧 (2012)	臺北市	高	※	※	※	◎ 主>教	※	-
陳炫佑 (2013)	臺中市	中上	◎ 男>女	※	※	※	※	-
莊明達 (2013)	基隆市、 臺北市、 新北市及 桃園縣	高	※	◎	◎	◎	※	※
湯志民、 施佩吟、 魏琦 (2013)	臺北市及 新北市	高	-	-	-	◎ 行	※	※
湯志民、 陳詩媛、 簡宜珍 (2014)	臺北市及 新北市	高	◎ 男>女	◎ 淺>深	※	◎ 行>教	◎ 小>中	※
鄭文淵 (2014)	臺灣地區	中上	※	-	-	-	◎ 大>中	※
劉侑承 (2014)	桃園縣	中上	◎ 男>女	◎ 深>淺	◎研	※	◎中	-
陳儀玫 (2015)	新北市	中上	◎ 男>女	-	※	◎ 行>教	◎小	-

資料來源：研究者自行整理

註：> 優於、◎表示有顯著差異、※表示無顯著差異、-表示無顯示。

「深」代表服務年資較深、「淺」代表服務年資較淺

「研」代表研究所

「行」代表教師兼任行政、「教」代表一般教師、「主」代表主任、

「大」代表大型學校、「中」代表中型學校、「小」代表小型學校

壹、教育行銷之定義

「教育行銷」一詞可回溯到，Kotler 和 Levy (1969) 提出行銷乃促進「價值交換」的管理過程，首先將行銷觀念擴大應用於非營利機構，乃至於社會活動，此舉亦成為學校援引行銷觀念的濫觴。取名為「教育行銷」，亦有人稱為「學校行銷」。國內外學者專家對教育行銷的定義，臚列如下：

- 一、
- 二、Foskett, N (1992) 學校行銷必須將重點放在顧客和服務身上，以方便於在市場區隔及潛在顧客上提供滿意的服務，此外也應隨時注意顧客需求的改變，以提供新的產品與服務來滿足顧客的需求 (第 174 頁)。
- 三、Kotler & Fox (1995) 學校行銷涉及分析、規劃、執行、控制管理的過程，幫助教育者面對現行銷問題；是仔細的規劃計畫並非隨機的活動，藉由服務顧客需求尋求吸引顧客；依據目標市場 (學生) 的選擇，並非提供所有事物滿足所有人的企圖；運用一系列的行銷組合工具—方案、價格、配銷、促銷、過程、實體設備及人員，迎合服務所選取的目標市場 (第 5 頁)。
- 四、Mehraddad .A, Ali .A, Reza. Ai & Hadi. (2012). 教育行銷是在學校內部營造共同價值觀，對外部制定溝通方式，透過專案設計，認識更多的人和團體 (第 4314 頁)。
- 五、黃義良 (2006) 教育組織運用行銷概念，積極理解目標顧客之需求及反應，塑造優質內部與外部產品，透過通路以溝通、計畫、推廣與執行，使目標能夠了解並支持組織的政策理念、課程教學與相關活動，促進對組織的認同與滿意度，而採行的一系列價值交換的社會歷程 (第 191 頁)。
- 六、李朝卿 (2008) 學校行銷是將行銷觀念應用在學校經營上，藉著學校環境的 SWOT 分析、市場分析等技術，找出學校的定位，繼之透過內、外行銷策略，如方案、產品、價格、人員、推廣、形象、通路等具體活動，使顧客在行銷活動及價值交換過程中感到滿意，進而有效達成個人與組織目標的完整歷程 (第 14 頁)。
- 七、侯一欣 (2009) 行銷是一種引起採納者關注或互動模仿的社會過程，而教育行銷更是熱衷於提供此種社會過程產生的可能 (第 119 頁)。
- 八、湯堯 (2010) 學校行銷的概念應是圍繞著社會福利、學校本身與消費者的需求而運作 (第 163 頁)。
- 九、陳啟榮 (2012) 教育人員透過內部行銷、外部行銷與互動行銷，運用產品、價格、通路與促銷等行銷方式，滿足顧客的需求與期望的一系列歷程 (第 64 頁)。
- 十、林丁進 (2012) 學校行銷是學校在確定其對市場需求與慾望，透過界定學校的使命、進行優劣情勢分析、訂定學校教育目標、願景及永續經營價值，級學校行銷策略和行銷控制等步驟，以人性導向運用溝通與激勵，凝聚組織內成員共識，增強對組織的承諾及向心力 (第 34 頁)。
- 十一、張奕華、陳樂斌 (2010) 學校行銷係指將行銷的理念與方法應用於學校的經營管理中，透過分析、計畫與執行相關策略，使社區、家長了解並支持學校的辦學理念、教學方式、課程實施與相關活動，達到學生樂於就讀，教師樂於任教，並且獲得社區資源，進而達成學校預期的教育目標，以求能成功的提升學校 (第 24 頁)。
- 十二、秦夢群 (2013) 教育組織運用提供與交換有價值之服務，在特定市場中回應內部成員與外部顧客需求，以達成教育目標之歷程 (第 410 頁)。

十三、 陳怡君（2015a）學校行銷是指將行銷觀念應用學校經營，融合正向、理性、自控之價值信念，藉由行銷規劃管理，有效傳達學校教育理念，滿足家長需求，增進學校效能，並促成社會之良性發展(第 72 頁)。

綜合上述，教育行銷係指內部行銷、外部行銷、互動行銷，使學校獲得更多支持與認同之歷程。

貳、教育行銷層面之相關研究

針對「教育行銷」之探討國內外已有眾多研究，國內對教育行銷中又以學校行銷為研究大宗。彙整近十年來教育行銷之相關研究針對教育行銷所提出的構面如表 1，因此外部行銷、內部行銷和互動行銷，為本次研究之重點。

行銷的概念原先應用於商業機構的產品和業務推廣上，陳怡君（2015b）及張淑貞（2009）分別探討在臺灣地區國小學校行銷研究發展分析與展望中，以及國民小學學校行銷運作之研究，皆歸納出學校行銷之面相分為內部行銷、外部行銷以及互動行銷。吳建華（2008）在學校型膠的理念與實踐—以東莞臺商子弟學校為例中亦將學校行銷分為內部行銷、外部行銷以及互動行銷三大層面。

楊杏林（2010）以及探討彰化縣國民小學學校行銷、校長領導風格、學校本位課程發展及學校效能之研究，歸納出學校行銷應加強學校與社區良好互動、重視內部溝通及員工需求、提升學校形象、舉辦各種活動、提供優質服務宣揚學校特色、增加學生多元學習機會、激勵師生提升表現、增加家長參與校務機會等。

余美惠、陳斐娟（2012）在學校行銷策略、學校品牌形象與家長滿意度之相關研究將教育行銷分為產品策略、價格策略、通路策略、推廣策略、人員策略等五大層面。

侯一欣（2009）在學校課程推廣應用教育行銷理論之可能性初探中，將教育行銷分為四大研究構面，依序為非營利行銷、內部行銷、服務行銷及理念行銷。

綜上所述，其中關於教育行銷的建構與衡量，雖眾說紛紜，但基本上仍區分為三個導向，分別內部行銷、外部行銷以及互動行銷。

表 2-2

國內外研究對教育行銷研究層面

	外部行銷	內部行銷	互動行銷	其他
Waugh(2000)	✓			學校行銷策略
Ball、Maguire & Macrae(2001)		✓		學校內部行銷策略
Izhar Oplatka、Jane Hemsley-	✓			學校行銷研究

Brown (2004)				
Huang、Hsun (Tony)、Binney、Wayne and Hede, Anne-Marie (2010)	✓	✓		教育機構行銷策略
Jane Hemsley-Brown & Izhar Oplatka (2012)	✓			管理、領導與教育行銷
吳謹全 (2003)	✓	✓		行銷策略與規劃
黃種世 (2003)	✓			學校行銷現況與策略
林建志 (2003)	✓	✓		學校行銷的制度及現況、學校行銷策略重要性之認知
黃曉芬 (2004)	✓			行銷策略與規劃
黃義良 (2006)	✓	✓	✓	
顏杰民 (2007)	✓			
曾美蓉 (2008)	✓			學校行銷策略認知
侯一欣 (2009)	✓			非營利行銷 服務行銷 理念行銷
黃正泓 (2009)	✓			學校形象
洪秉彰 (2010)	✓	✓	✓	
蔡詠春 (2010)	✓	✓	✓	學校創新經營
余美惠、陳斐娟 (2012)				產品策略 價格策略 通路策略 推廣策略 人員策略
洪淑婷 (2014)	✓	✓	✓	
陳怡君 (2015b)	✓	✓	✓	

第二節、教師工作滿意度研究分析

第三節

壹、教師工作滿意度之定義

「工作滿意度」之概念由 Hoppock (1935) 發表《工作滿意》一書提出，原文來自「Job Satisfaction」、「Work Satisfaction」。近十年國內外學者對「教師工作滿意度」之定義，臚列如下：

- 一、Weiss (2002) 認為教師工作滿意度乃教師評價其工作之價值 (第177頁)。
- 二、Cockburn 與 Haydn (2004) 教師工作滿意度為在學校組織中，教師透過與學生的生活、學生進步程度和同事合作以及整體的學校氣候等，能在學校的工作或活動中獲得工作滿意 (第77頁)。
- 三、Song (2007) 指教師對於工作環境和專業能力的整體態度或觀點 (第11頁)。
- 四、Kerri (2009) 指受到任何生理、心理、環境因素影響下，造成對工作感到的滿意程度 (第10頁)。
- 五、Jeremy (2010) 教師對於他們工作的一種感受，或是內心的自然想法 (第10頁)。
- 六、Skaalvik & Skaalvik (2011) 教師工作滿意度為教師對其工作或教師角色的情感反應 (第1059頁)。
- 七、Detris (2012) 教師對於工作所表現出的感受及反應 (第10頁)。
- 八、許玉齡 (1998) 教師工作滿意度係指教師對於其工作正面的觀感程度 (第284頁)。
- 九、閻自安 (2000) 工作者對其整體工作環境所產生的情意反應 (第14頁)。
- 十、余景達 (2002) 教師對其整體工作環境，所產生的情意反應 (第6頁)。
- 十一、周昌柏、范熾文 (2006) 教師工作滿意度係指教師在其工作中對工作環境所知覺的情意反應 (第260頁)。
- 十二、陳炫佑 (2013) 學校教師對於現職所處的工作本身及環境中，依據自我本身預期價值與個人實得價值之差距，具有不同層面的情意反映，造成教師因其差距小，而對工作滿意度愈高；因其差距大，而對工作滿意度低 (第6頁)。
- 十三、林蒞翔 (2015) 教師工作滿意度係指在教學工作過程中，教師在自我期許、教學工作及教學環境需求上獲得良好感受的主觀反應程度 (第5頁)。

簡言之，教師工作滿意度係指教師對學校的領導行為、人際關係、工作本身及學校環境的主觀性情意感受之滿意或不滿意之程度。

貳、教師工作滿意度之相關研究

根據國內外文獻探討，教師工作滿意度可歸納出四個取向，即領導行為、

人際關係、工作本身及學校環境綜合觀點等加以探討。教師工作滿意度之概念自 1935 年，Hoppock (1935) 注意員工工作滿意度之後，使得教師工作滿意度之研究陸續受世人重視，而 Herzberg、Mausner 與 Snyderman (1959) 提出之雙因子理論，延伸至工作滿意度方面則注重工作的內在層次，如認同公司政策與管理、工作本身與責任、人際關係與監督以及進修機會等層面，到了 Betancourt-Smith、Inman 與 Marlow (1996) 時，進一步連結行政領導與教師工作滿意度之關聯及其影響。

Spector (1997) 時創建教師工作滿意度問卷，以九個層面、36 道題目評估員工的態度，包括薪資、晉升、監督、福利、獎勵、條件、同事、工作性質及溝通。Robbins 與 Judge (2012) 並進一步提出當工作符合個人的自我價值時，個人將提升投入工作之程度，並認為工作投入程度即提升其自我價值。

Gregg (2012) 則主張教師根據校長領導之實際作為及教師實際工作條件所獲得之總體性感受作為教師工作滿意度之標準。

在國內研究方面，吳清基 (1978) 首先指出，教師工作滿意是指教師從事現任職務時，所擁有的一種積極情意取向的程度。

國內相關研究而言，採教師工作行為本身觀點的研究亦不在少數，且多數研究採取較廣泛的教師工作滿意度觀點進行探討。如閻自安 (2000) 探討教師工作滿意度，將其區分成校長領導、行政管理、同僚關係與工作本身四個向度，並認為家長參與會影響教師對校長領導的滿意度。而周昌柏、范熾文 (2006) 則將教師工作滿意度分成校長視導、教學工作本身、工作報酬、工作變動性與教學環境等五個層面。

陳炫佑 (2013) 則將教師工作滿意度分成校長領導、行政管理、工作本身與同僚關係等四個向度，進一步指出領導者營造良好組織文化、組織氣氛在學校效能與發展上的重要性。林蒞翔 (2015) 則指出教師工作滿意度著重於教師自我期許、教學工作及教學環境之需求程度。

綜合上述，國內早期的教師工作滿意度研究，主要是探討教師工作相關事項的滿意程度為主，並與校長領導的相關問題進行研究；而後期的研究者多以廣泛的教師關係進行教師工作滿意度的探討，認為教師除了教學之外，尚與領導、行政和環境有所互動，影響教師的教師工作滿意度。彙整近年來教師工作滿意度之相關研究針對教師工作滿意度所提出的構面如表 2-3，因此本研究擬將教師工作滿意度分為四大構面，包含領導行為、人際關係、工作本身及學校環境。

表 2-3
國內外研究對教師工作滿意度研究層面

構面 研究	領導行為	人際關係	工作本身	學校環境	其他
Weiss (2002)	✓	✓	✓		學習環境因素
Cockburn &				✓	心理因素、個

Haydn (2004)					人背景因素
Robbins & Judue (2008)			✓		對工作的整體正向、負向情感
Houchins et al. (2010)			✓		工作滿意、工作經驗
Gregg (2012)		✓	✓		薪資、晉升、福利、獎勵、經營狀況、溝通、行政管理
閻自安 (2000)	✓	✓	✓		行政管理
余景達 (2002)	✓	✓	✓	✓	薪資福利、升遷進修
周昌柏、范熾文 (2006)	✓		✓	✓	工作報酬、工作變動性
林秀琴、黃文三、沈碩彬 (2009)	✓	✓	✓	✓	工作報酬
陳登隆 (2011)	✓	✓	✓	✓	
洪雅苓 (2011)	✓	✓	✓	✓	薪資福利、社會地位
林莅翔 (2015)		✓	✓		合作學習、專業成長

根據表 2-3 國內外研究對教師工作滿意度研究層面顯示，大部分的研究多以領導行為、人際關係、工作本身、學校環境等四個構面，故本研究以此四個構面做為教師工作滿意度之層面。

第四節、校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度相關之研究

壹、校長領導與教育行銷相關研究

國內近年關於校長領導與教育行銷關係之研究近十年興起，如洪淑婷 (2014)、鄭淑雯 (2013)、黃慧婷 (2011)、陳菟崧 (2011)、邱裕文 (2010)、歐淑真 (2010)、黃慶煌 (2010)、王敬宜 (2010)、陽杏琳 (2009)、陳麗紅 (2009)、蔡幸娟 (2006)、賴秋江 (2005)。上述研究顯示，校長領導與教育行銷有正相關，摘舉其中部分研究結果如下：

一、校長領導風格與教育行銷關係密切

洪淑婷(2014)《國民小學校長領導風格、學校行銷、學校認同度與學校效能關係之研究-以彰化縣為例》一文中即提出，校長領導風格、學校行銷、學校認同度與學校效能彼此間關係密切；陳菟菘(2011)《校長領導風格與學校行銷策略之相關研究》研究發現，國民小學校長領導風格與學校行銷策略整體與各層面具有顯著正相關；歐淑真(2010)《校長領導風格、少子化壓力對雲林縣國民小學教師參與學校行銷影響》研究結果發現，校長領導風格與教師參與學校行銷有顯著相關；黃慶煌(2010)《國民小學校長領導風格與學校行銷關係研究-以桃園縣為例》研究發現，桃園縣國民小學校長不同的領導風格會有不同行銷策略且對學校行銷有顯著的影響；楊杏琳(2009)《彰化縣國民小學學校行銷、校長領導風格、學校本位課程發展及學校效能之研究》研究發現，學校行銷、校長領導風格及學校本位課程發展之間達顯著正相關。

二、校長領導風格與教育行銷有預測力

在校長領導與教育行銷相關研究中，有兩篇探討校長服務領導與教育行銷之關係，洪淑婷(2014)《國民小學校長領導風格、學校行銷、學校認同度與學校效能關係之研究-以彰化縣為例》，研究發現校長領導風格、學校行銷與學校認同度對學校效能有顯著的預測力，其中以「互動行銷」最具預測力；邱裕文(2010)《校長領導風格與學校行銷策略之探究:以臺中市國小為例》，研究發現校長領導風格中的「民主型」層面對整體學校行銷策略的預測力最高。

三、校長民主領導有利於教育行銷有直接效果

在鄭淑雯(2013)《臺北市國民小學教師對校長領導風格與學校行銷策略關係之研究》論文中，研究結果發現校長民主參與領導風格和學銷行銷策略呈顯著正相關有正相關。而邱裕文(2010)《校長領導風格與學校行銷策略之探究:以臺中市國小為例》論文中，結果發現「民主型」之校長領導風格較有利於學校行銷的推展；陳麗紅(2006)《宜蘭縣國民小學校長領導風格與學校行銷之研究》研究結果發現民主開放與人和型之宜蘭縣國民小學校長領導風格較有利於學校行銷的推展，並有助於奠定校園優質文化。

四、其他校長領導方式與教育行銷有顯著正相關

歐淑真(2010)《校長領導風格、少子化壓力對雲林縣國民小學教師參與學校行銷影響之研究》論文中，研究結果發現校長領導風格與教師參與學校行銷有顯著相關；倡導型領導風格對教師參與學校行銷有正向預測力；而關懷型領導風格則增進教師參與內部行銷。

貳、校長領導與教師工作滿意度相關研究

近十年來國內有關教育領導與教師工作滿意度之相關研究蓬勃發展，如：胡茜欣(2014)、李家安(2014)、廖文涵(2013)、莊毓婷(2013)、廖文涵(2013)、莊毓婷(2013)、林文正(2012)、陳炫佑(2012)、陳登隆(2011)、江志軒(2011)、洪雅苓(2011)、黃金印(2011)、張添唐(2010)、簡志明

(2010)、林秀琴、黃文三、沈碩彬(2009)、柯雅欽(2006)、王秋發(2006)、周昌柏、范熾文(2006)、余景達(2002)、閻自安(2000)等，上述研究大致顯示，教育領導與教師工作滿意度具有正相關，摘舉其中幾項研究成果如下：

一、教師領導對教師工作滿意度具有正相關

陳登隆(2011)於《國民中小學教師領導對教師工作滿意度影響之研究》論文中，其研究結果顯示校長教師領導與教師教師工作滿意度在整體層面間具有高度且正向的關聯性；校長教師領導與教師教師工作滿意度在分層面與分層面間具有正向的關聯性，且以校長教師領導分向度中之「行政支持」對於教師工作滿意度最具預測力。

二、服務領導對教師工作滿意度有正相關

莊毓婷(2013)於《屏東縣國民小學校長服務領導與教師工作滿意度之研究》論文中，其研究結果顯示屏東縣國民小學校長服務領導對教師工作滿意度有顯著影響，且當校長服務領導展現激勵發展行為時，有助於提升教師的工作滿意度。

廖文涵(2013)在《臺南市國民小學校長服務領導與教師工作滿意度關係之研究》論文中，其研究發現臺南市國民小學校長服務領導與教師教師工作滿意度具有顯著正相關；臺南市國民小學校長服務領導，以「賦權增能」對整體教師教師工作滿意度最具預測作用。

張添唐(2010)之《高中校長服務領導、教師組織公民行為與教師工作滿意度關係之研究》論文，結果發現校長充分發揮服務領導作為，可提升教師工作滿意度；校長應最自身內在與外在環境謙卑並具反省力，積極提供教師專業成長機會、並以服務師生的需求為首要任務，有助於教師工作滿意度之提升。

三、分布式領導對教師工作滿意度具有正相關

江志軒(2011)之《苗栗縣國民小學校長分布式領導、教師組織公民行為與教師工作滿意度關係之研究》論文，結果發現校長分布式領導、教師組織公民行為與教師工作滿意度的知覺及各分層面皆具正相關的關係；校長積極提倡分布式領導，並使教師發揮組織公民行為，可提升教師工作滿意度。

簡志明(2010)於《學校分佈式領導與教師工作滿意度關係之研究：以臺北縣國小為例》論文中，其研究結果顯示校長分佈式領導與教師教師工作滿意度之間具有正相關，且校長分佈式領導各向度中，以「發展交互依存的學校領導」最能有效預測教師教師工作滿意度。

四、轉型領導對教師工作滿意度具有正相關

胡茜欣(2014)於《臺北市公立國民小學校長轉型領導與教師工作滿意度關係之研究》論文，其研究發現國民小學校長轉型領導與教師教師工作滿意度之間具有顯著正相關密切的正相關。

柯雅欽(2006)在《國民小學校長轉型領導、組織創新與教師工作滿意度關係之研究》論文中，其研究發現屏東縣國民小學轉型領導和組織創新與教師工作滿意度具密切的正相關；屏東縣國民小學校長轉型領導，以「行政

創新」對整體教師教師工作滿意度最具預測作用。

參、教育領導與教育行銷、教師工作滿意度關係之相關研究

相關文獻的探討如「教育領導與教育行銷關係」之研究及「教育領導與教師工作滿意度關係」之研究，從研究結果顯示，教育領導對教育行銷及教師工作滿意度皆有影響，故本研究案係以教育行銷作為中介變項，來探討國民小學校長空間領導是否能藉由教育行銷來影響教師教師工作滿意度關係之研究。

第三章、研究設計與實施

第一節、研究架構

根據研究目的與文獻探討，本研究架構主要包括：(一) 背景變項、(二) 學校環境變項、(三) 校長空間領導、(四) 教育行銷及 (五) 教師工作滿意度。其中背景變項包括「性別」、「年齡」、「服務年資」、「職務」、「學歷」；學校環境變項包括「學校位置」、「學校規模」；校長空間領導變項包括「形塑空間願景」、「建構教育空間」、「融入課程教學」、「使用者共同參與」四個構面；教育行銷包括「內部行銷」、「外部行銷」、「互動行銷」等三個構面；教師工作滿意度包括「領導行為」、「人際關係」、「工作本身」、「學校環境」等四個構面。以上，總研究架構參見圖 3-1 研究架構圖。

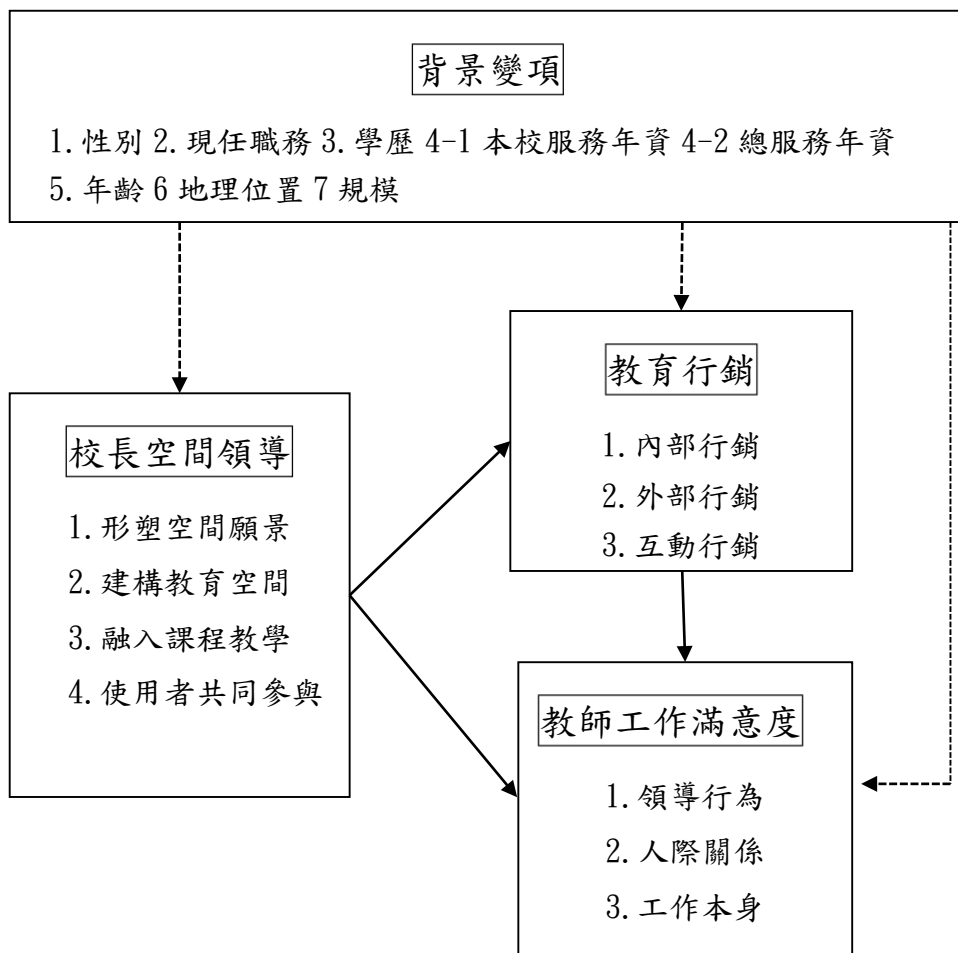


圖 3-1
研究架構圖

第二節、研究對象

本研究以臺灣地區公立國民小學為研究對象。依教育部 103 學年度統計資料，研究母群共計 2613 所學校。基於研究目的，本研究採用分層隨機抽樣方法，依序按照「學校轄屬」、「學校規模」，按照分層抽樣方法，如表 3-1 所示，抽取共計 200 所學校為研究樣本。本研究採用問卷調查法和訪談法，前者以 1460 位教師為問卷施測對象，每校包括：教師兼教務主任、教師兼總務主任、教師兼教學組長與教師兼訓育組長、3 名導師與 3 名科任教師，共計 10 名，後者以 7 位在問卷調查校長空間領導部分符合度得分高的校長為訪談對象。

壹、預試施測對象

本研究為求編制問卷之良好信度與效度，以立意抽樣的方式抽取北區 5 所、中區 5 所、南區 4 所與東區 1 所小學之教師為預試對象，發出 150 份預試問卷，回收 121 份問卷，回收率為 80.67%，扣除無效問卷 20 份，共得有效問卷 101 份，有效問卷回收率為 67.33%。

貳、正式施測對象

一、受試對象與抽象方式

本研究採用分層隨機抽樣方法，依序按照「學校轄屬」、「學校規模」，抽取 146 所國民小學為研究樣本，其中北部抽取 70 所、中部抽取 50 所、南部抽取 60 所、東部抽取 20 所。依照臺灣地區學校規模之分布，分成「6 班以下」、「7 班至 12 班」、「13 至 36 班」、超大規模學校。依照臺灣地區各規模分布比例，6 班以下：北區抽取 16 所、中區抽取 22 所、南區抽取 19 所、東區抽取 14 所；7 班至 12 班：北區抽取 10 所、中區抽取 8 所、南區抽取 10 所、東區抽取 3 所；13 至 36 班：北區抽取 23 所、中區抽取 14 所、南區抽取 16 所、東區抽取 3 所；37 班以上：北區抽取 21 所、中區抽取 6 所、南區抽取 8 所。200 所學校各抽取 10 位受試者，共計 1460 名樣本，如表 3-2 樣本資料。

二、樣本結構

回收樣本結果，學校規模在 6 班以下佔 34.63%，7 班至 12 班佔 12.31%，13 班至 36 班佔 33.06%，37 班以上 20%；學校位置北區佔 35%，中區佔 25%，南區佔 30%，東區佔 10%；性別男性佔 36.2%，女性佔 63.8%；年齡在 30 歲以下佔 9.7%，31 歲至 40 歲佔 36.9%，41 歲至 50 歲佔 46.3%，51 歲以上佔 7.2%；最高學歷一般大學或學程 20.8%，師範院校 24.5%，碩士（含四十學分班）53.5%，博士 1.1%；擔任職務教師兼主任佔 20.76%，教師兼組長佔 23.61%，教師兼導師佔 33.43%，科任教師 22.2%；在該校服務年資於 5 年以下佔 34%，6 年至 10 年佔 14.5%，11 年至 15 年佔 24.9%，16 年至 20 年佔 17.2%，21 年以上佔 9.4%。此外，因各個背景變項的遺漏值不同，造成各個背景變項的總人數會有些許差異，所以採有效百分比描述之，詳參表 3-3 樣本結構。

參、訪談研究對象

透過問卷調查結果，依據各校在「校長空間領導」的分數，選取臺灣地區各樣本學校在校長空間領導部分符合度得分高的校長為訪談對象，共計 7 位。

表 3-2

樣本資料

地區		6 班以下	7-12 班	13-36 班	37 班以上	合計
北區	母體數	175	97	265	234	768
	分層總抽樣數	16	10	23	21	70
	總抽樣數佔母體比例	9%	10%	9%	9%	9%
中區	母體數	316	133	235	94	778
	分層總抽樣數	20	9	15	6	50
	總抽樣數佔母體比例	6%	6%	6%	6%	6%
南區	母體數	173	85	148	62	468
	分層總抽樣數	22	11	19	8	60
	總抽樣數佔母體比例	12%	12%	12%	12%	12%
東區	母體數	131	31	28	3	193
	分層總抽樣數	14	3	3	0	20
	總抽樣數佔母體比例	11%	10%	11%	0%	10%
合計	總抽樣數	72	33	60	35	200

表 3-3
樣本結構

		人數	有效百分比	累積百分比
學校規模	6 班以下	464	34.63	34.63
	7 班至 12 班	165	12.31	46.94
	13 班至 36 班	443	33.06	80.0
	37 班以上	268	20.0	100.0
學校位置	北區	434	32.4	32.4
	中區	434	32.4	64.8
	南區	362	27.0	91.8
	東區	110	8.2	100.0
性別	男	476	36.2	36.2
	女	839	63.8	100.0
年齡	30 歲以下	128	9.7	9.7
	31 歲至 40 歲	489	36.9	46.5
	41 歲至 50 歲	614	46.3	92.8
	51 歲以上	95	7.2	100.0
最高學歷	一般大學或學程	272	20.8	20.8
	師範院校	321	24.5	45.3
	碩士(含四十學分班)	701	53.5	98.9
	博士	15	1.1	100.0
現任職務	教師兼主任	277	20.76	20.76
	教師兼組長	315	23.61	44.34
	教師兼導師	446	33.43	77.8
	科任教師	296	22.2	100.0
在本校服務年資	5 年以下	453	34.0	34.0
	6 年至 10 年	193	14.5	48.5
	11 年至 15 年	332	24.9	73.4
	16 年至 20 年	229	17.2	90.6
	21 年以上	126	9.4	100.0

第三節、研究工具

壹、編製調查問卷

本研究以自編之「國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度關係之調查問卷」為研究工具，目的在於探討校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度之間的關係。研究者乃依據研究目的和文獻探討所得，編擬初稿。為強化問卷的信度和效度，在問卷編製上，實施專家審查和問卷預試等步驟，最後完成正式問卷。

本研究工具透過專家審查以提升內容效度，專家審查端賴各學者專家在相關領域上的專業知能和經驗，因此擬定 15 位相關領域之學者專家名單，一一聯繫，懇請協助審題，共收回 15 份問卷，回收率 100%。

貳、預試之實施

研究者依據專家審查意見修訂問卷題目成為預試問卷（詳見附錄一），實施預試後，再進行信度分析和因素分析，據以刪減不適合的題目，強化問卷的信度和效度，編製成正式問卷。預試問卷回收之後，利用 IBM SPSS 22.0 版統計套裝軟體進行信度分析和因素分析，確認影響信度及因素負荷量較低的題目。

參、正式問卷之實施

透過分層隨機抽樣出樣本代表學校，經聯繫校長且取得其首肯後，再寄送正式問卷至學校。基於考量研究倫理之規範、保障問卷填答者之隱私以及避免問卷填答過程受干擾，隨卷附有彌封袋。關於問卷填答者之知情權、自主性、公平性、隱私權與個資保護等，則在問卷首頁附有相關知情說明。關於正式問卷的內涵（詳見附錄二），以下擬以問卷內容、問卷填答及計分方式，分別說明之。

一、問卷內容

「國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度關係之調查問卷」共計 67 題，除了 5 題「基本資料」以外，尚包括「校長空間領導」20 題、「教育行銷」18 題與「教師工作滿意度」24 題，茲分別說明如下：

（一）基本資料：

包括性別（男、女）、現任職務（教師兼主任、教師兼組長、教師兼導師、科任教師）、學歷（一般大學或學程、師範院校、碩士含四學分班、博士）、服務年資（在該校服務年資、總服務年資）及年齡。

（二）校長空間領導：

包括形塑空間願景、建構教育空間、融入課程教學、使用者共同參與，共四個向度，共計 20 題。

（三）教育行銷：

包括內部行銷、外部行銷、互動行銷等三個向度，共計 18 題。

(四) 教師工作滿意度：

包括領導行為、人際關係、工作本身、學校環境等四個向度，共計 24 題。

二、問卷填答及計分方式

本問卷旨在了解受試者對己校校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度的主觀評估，受試者可根據自身情況與感受作答，勾選適當的選項。本問卷所有題目皆為正向題，以避免受試者混淆；此外，為避免填答產生趨中現象，採用李克特式 (Likert type) 五點量表，每一題有五個答題選項，分別為「非常符合」、「符合」、「普通」、「不符合」、「非常不符合」，依次以 5、4、3、2、1 分計列。

肆、訪談之實施

本研究中，研究者本身即為研究工具，根據研究目的編列之訪談大綱（詳見附錄 3），對臺灣地區共 7 位校長進行半結構性訪談，俟將訪談內容以逐字稿紀錄，並以 MaxQDA 軟體分析其內容，整理出受訪校長空間領導作為，以及如何運用空間領導帶動教育行銷與教師工作滿意度，並提出空間領導之價值性，以作為他校未來之參考。

第四節、資料分析

本研究的資料處理，可分為資料轉換與統計分析兩階段，茲分別說明如下。

壹、資料轉換

本研究問卷以李克特五點量表，測量受試者對於該題的同意程度，填答非常不符合者得 1 分，不符合者得 2 分，普通者得 3 分，符合者得 4 分，非常符合者得 5 分。自變項為「校長空間領導（包括：形塑空間願景、建構教育空間、融入課程教學、使用者共同參與）。依變項為「教育行銷」（包括：內部行銷、外部行銷、互動行銷）和「教師工作滿意度」（包括：領導行為、人際關係、工作本身、學校環境），並探討其間之關係及影響。

一、校長空間領導

校長空間領導以「形塑空間願景」、「建構教育空間」、「融入課程教學」、「使用者共同參與」等構面來設計題目加以測量。「校長空間領導」共 20 題，每題最低 1 分，最高 5 分，「校長空間領導」係以 20 題分數的平均來代表。

二、教育行銷

教育行銷以「內部行銷」、「外部行銷」、「互動行銷」等構面來設計題目加以測量。「教育行銷」共 18 題，每題最低 1 分，最高 5 分，「教育行銷」係以 18 題分數的平均來代表。

三、教師工作滿意度

教師工作滿意度以「領導行為」、「人際關係」、「工作本身」、「學校環境」等構面來設計題目加以測量。「教師工作滿意度」共 24 題，每題最低 1 分，最高 5 分，「教師工作滿意度」係以 24 題分數的平均來代表。

貳、統計分析

一、模式內在結構評鑑

本研究之量表工具乃參考文獻發展成初稿，再徵詢 15 位學者專家意見後，修訂其文字內容形成預試問卷，並進行小規模預試，其結果如下：

（一）預試問卷信度與效度

為求量表工具的信度與效度，針對預試問卷進行因素負荷量、潛在變項的平均變異萃取量與組合信度分析。其中，因素負荷量係經由因素分析轉軸後得知，再據此刪除因素負荷量較低題目（0.71->優秀；0.63->非常好；0.55->好；0.45->普通；0.43->不好）；平均變異萃取量（Average Variance Extracted, AVE 或 p_v ）則反應能被一組觀察變項有效估計的聚斂程度指標，係問卷之效度，當 p_v 大於 .50，表示潛在變項的聚斂能力十分理想；組合信度分析乃反映問卷之信度。

對此，分析結果摘要如下（詳情如表 3-3）：空間領導標準化因素負荷

量介於.61~.95皆達顯著水準 ($p<.001$)，各個潛在變數之平均變異抽取量介於.69~.79，組合信度介於.92~.95；教育行銷標準化因素負荷量介於.42~.83皆達顯著水準 ($p<.001$)，各個潛在變數之平均變異抽取量介於.38~.58，組合信度介於.78~.87；教師工作滿意度標準化因素負荷量介於.71~.95皆達顯著水準 ($p<.001$)，各個潛在變數之平均變異抽取量介於.74~.86，組合信度介於.95~.97，以上皆符合 Fornell 與 Larcker 及 Hair、Black、Babin 與 Anderson 建議之標準 (陳柏霖、洪兆祥、余民寧，2013)。

此外，本研究量表經預試調查根據因素負荷量分析，「空間領導」及「教師工作滿意度」之試題在因素分析後均為高因素負荷量，故維持不變。教育行銷構面下第七題之因素負荷量為.422，題目為「本校師生參與校外競賽，表現優異。」因素負荷量可能因預試問卷樣本較低而受影響，故為先將之予以保留，案經實施大規模施測，進行正式樣本研究後，再次進行信度與效度的再驗證並發現，因樣本數提升，該題之因素負荷量也達顯著水準。

(二) 正式問卷調查信度與效度分析

待問卷收集完成後，研究者使用 IBM SPSS 22.0 版進行各項統計分析，包括：描述性統計、信度分析 (內部一致性因素分析)、效度分析 (因素分析)、皮爾遜積差相關、變異數分析、多元迴歸分析等統計方法；進階分析採用結構方程式模型 (structure equation modeling, SEM) 來檢驗各測量工具之組合信度與平均變異抽取量 (AVE)。最後，以路徑模式檢驗各個潛在變數之間的理論關係與中介效果，使用 AMOS 21 版。結構方程式模型之參數以最大概似估計法 (maximum likelihood estimation, MLE) 進行估計，中介效果之檢定採用拔靴法 (bootstrap method) 進行，並依照 Byrne、Hu 與 Bentler 的建議，以 GFI、CFI、NFI (指標需大於.90) 及 RMSEA、RMR (指標需小於.08) 等五項指標，作為模型適配度之判準依據，以此探討校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度之間的關係 (陳柏霖、洪兆祥、余民寧，2013)。

參、訪談

為彌補文獻資料及調查資料之不足，本研究根據研究目的設計訪談大綱，採半結構式訪談，訪談對象為依照校長空間領導的分數符合度高的學校於臺北市兩位校長、新北市一位校長、雲林縣一位校長、嘉義縣一位校長、花蓮縣兩位校長，臺灣地區共計七位校長。內容以校長空間領導的作法及對教育行銷、教師工作滿意度的實際狀況、面臨之困難，更深入了解臺灣地區校長空間領導之成效，以增加本研究之完整性。

表 3-1

預試問卷之因素分析

因素	預試題號	正式量表題號	因素負荷量	平均變異抽取量	組合信度
形塑空間願景	1.1.1	1.1.1	.797	0.79	0.95
	1.1.2	1.1.2	.861		
	1.1.3	1.1.3	.904		
	1.1.4	1.1.4	.945		
	1.1.5	1.1.5	.936		
建構教育空間	1.2.1	1.2.1	.883	0.69	.92
	1.2.2	1.2.2	.854		
	1.2.3	1.2.3	.792		
	1.2.4	1.2.4	.815		
	1.2.5	1.2.5	.808		
融入課程教學	1.3.1	1.3.1	.799	0.70	.92
	1.3.2	1.3.2	.831		
	1.3.3	1.3.3	.896		
	1.3.4	1.3.4	.887		
	1.3.5	1.3.5	.780		
使用者共同參與	1.4.1	1.4.1	.612	0.70	.92
	1.4.2	1.4.2	.854		
	1.4.3	1.4.3	.905		
	1.4.4	1.4.4	.887		
	1.4.5	1.4.5	.887		
內部行銷	2.1.1	2.1.1	.817	0.52	.86
	2.1.2	2.1.2	.674		
	2.1.3	2.1.3	.574		
	2.1.4	2.1.4	.631		
	2.1.5	2.1.5	.807		
	2.1.6	2.1.6	.790		
外部行銷	2.2.1	2.2.1	.422	0.38	.78
	2.2.2	2.2.2	.622		
	2.2.3	2.2.3	.564		
	2.2.4	2.2.4	.521		
	2.2.5	2.2.5	.774		
	2.2.6	2.2.6	.722		

(續下頁)

因素	預試題號	正式量表題號	因素負荷量	平均變異抽取量	組合信度
互動行銷	2.3.1	刪除	.761	0.58	.89
	2.3.2	2.3.2	.800		
	2.3.3	2.3.3	.829		
	2.3.4	2.3.4	.819		
	2.3.5	2.3.5	.752		
	2.3.6	2.3.6	.560		
領導行為	3.1.1	3.1.1	.911	0.86	.97
	3.1.2	3.1.2	.947		
	3.1.3	3.1.3	.925		
	3.1.4	3.1.4	.925		
	3.1.5	3.1.5	.933		
	3.1.6	3.1.6	.917		
人際關係	3.2.1	3.2.1	.904	0.52	.97
	3.2.2	3.2.2	.916		
	3.2.3	3.2.3	.936		
	3.2.4	3.2.4	.955		
	3.2.5	3.2.5	.893		
	3.2.6	3.2.6	.894		
工作本身	3.3.1	3.3.1	.882	0.74	.94
	3.3.2	3.3.2	.936		
	3.3.3	3.3.3	.916		
	3.3.4	3.3.4	.926		
	3.3.5	3.3.5	.760		
	3.3.6	3.3.6	.712		
學校環境	3.4.1	3.4.1	.901	0.81	.96
	3.4.2	3.4.2	.920		
	3.4.3	3.4.3	.940		
	3.4.4	3.4.4	.877		
	3.4.5	3.4.5	.896		
	3.4.6	3.4.6	.852		

第五節、實施程序

本研究之實施步驟分為準備階段、實施階段、資料整理階段與完成階段，茲將實施程序各階段內容闡述如下：

壹、準備階段

本研究參閱相關教育研究資料後擬定主題，並且透過文獻資料的蒐集、探討與分析確定研究向度、建立研究架構。最後，彙整相關研究所使用之量表，發展自編問卷與訪談大綱。

貳、實施階段

預試問卷編製完成後，自研究母群體 2613 校中，依行政區、學校規模區，採立意抽樣選取 15 所學校（北部，5 所、中部，5 所、南部，4 所、東部，1 所）作為問卷預試學校。經過回收問卷的信效度統計分析後，修正試題形成正式問卷。

正式問卷採用分層隨機抽樣方法，依北、中、南、東部的國小校數比例，分別抽取北部 70 所、中部 50 所、南部 60 所、東部 20 所，作為研究樣本學校。每校選取 10 名，共 2000 名為正式樣本實施問卷調查。

根據校長空間領導問卷部分得分高分群學校，抽取臺北市兩所、新北市一所、雲林縣一所、嘉義縣一所、花蓮縣兩所，對校長進行半結構式訪談。

參、資料整理階段

回收正式問卷後將無效問卷剔除，有效問卷進行編碼、資料登錄，並進行資料處理與統計分析；本研究共抽取 200 所國民小學為研究對象，並發出 2000 份正式問卷，共回收 1460 份問卷，回收率達 73%，剔除無效問卷後，所得之有效問卷總計 1340 份，有效問卷回收率達 67%。

將訪談內容以逐字稿方式處理，彙整出研究需要的訪談資料，俟以 MaxQDA 作為分析內容之工具。

肆、完成階段

完成上述研究工作後，依據問卷調查與訪談結果提出結論與建議，並撰寫成果報告書。

第四章、研究結果與討論

本章旨在根據問卷調查資料進行統計分析，並針對調查結果進行分析及討論，以了解臺灣地區國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度之間的關係，以及現況情形。以下共分為五節，前四節依據問卷調查結果分析，第五節則根據質性訪談結果探討，各節分析內容如下：第一節為國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度之現況分析，以及不同的背景變項下，國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度的差異情形；第二節為校長空間領導與教育行銷之間的關係；第三節為校長空間領導與教師工作滿意度之間的關係；第四為結構方程模式分析；第五節為質性訪談結果分析。

第一節、校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度之

現況

第一項、臺灣地區國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度之現況

本節根據正式問卷資料，進行整體樣本之描述性統計分析（如表 4-1 整體正式問卷樣本之描述性統計表），藉以了解在臺灣的國民小學中，有關校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度之現況分析，以及根據不同的背景變項下，三者的差異情形。本研究之調查問卷量表採用 Likert 五點量表計分，將其平均得分情形，分成五個等級：1.低程度表現，其平均值 1 分以上未滿 2 分者。2.中低程度表現，其平均值 2 分以上未滿 3 分者。3.中高程度表現，其平均值 3 分以上未滿 4 分者。4.高程度表現，其平均值 4 分以上者。針對國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度之現況分析分為兩個部分，第一部分，分項探究校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度之現況；第二部分於不同背景變項下之差異情形。

首先，分述臺灣地區國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度之現況分析（詳見表 4-1）：

一、校長空間領導

在校長空間領導整體之得分平均數為 3.97，達中高程度表現；其細項形塑空間願景、建構教育空間構面之得分平均數均高於 4，而「融入課程教學」雖僅有 3.97，但亦趨近於 4，「使用者共同參與」構面之得分平均數則為 3.87，亦接近 4，表示教師對於校長空間領導所具之知覺為中高程度。其中，「形塑空間願景」構面獲得最高平均數 4.03，次之為「建構教育空間」獲得 4.02，皆達高程度；至於「融入課程教學」構面，獲得平均得分為 3.97，而「使用者共同參與」分數排名居於末位，獲得得分為 3.87，達中高程度。

二、教育行銷

在教育行銷整體之得分平均數為 4.20，達高程度表現；其細項三個構面（內部行銷、外部行銷、互動行銷）得分平均數均高於 4，表示教師對於教育行銷所具之知覺為高程度。其中，「互動行銷」構面獲得最高平均數 4.25，次之為「外部行銷」構面獲得 4.22，最後為「內部行銷」，獲得得分為 4.14，皆達高程度。

三、教師工作滿意度

在教師工作滿意度整體之得分平均數為 4.12，達高程度表現；其細項「領導行為」、「人際關係」、「工作本身」等構面之得分平均數均高於 4，而「學校環境」為 3.99，趨近於 4，表示教師對於教師工作滿意度所具之知覺為高程度。其中，四個構面所得平均數由高至低排序依序為人際關係（4.18）、工作本身（4.17）、領導行為（4.14）、學校環境（3.99）。

表 4-1

整體正式問卷樣本之描述性統計表

研究變項	問卷題數	平均數	標準差
校長空間領導	20	3.97	.65
形塑空間願景	5	4.03	.72
建構教育空間	5	4.02	.68
融入課程教學	5	3.97	.68
使用者共同參與	5	3.87	.76
教育行銷	18	4.20	.53
內部行銷	6	4.14	.59
外部行銷	6	4.22	.58
互動行銷	6	4.25	.58
教師工作滿意度	24	4.12	.57
領導行為	6	4.14	.75
人際關係	6	4.18	.64
工作本身	6	4.17	.60
學校環境	6	3.99	.67

表 4-2

北部、中部、南部、東部國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度之描述性統計表

構面	北區 (N=434)		中區 (N=434)		南區 (N=362)		東區 (N=110)	
	平均 數	標準 差	平均 數	標準 差	平均 數	標準 差	平均 數	標準 差
型塑空間願 景	3.98	0.72	4.09	0.71	3.99	0.75	4.23	0.63
建構教育空 間	3.99	0.69	4.06	0.67	4.01	0.73	4.19	0.57
融入課程教 學	3.89	0.69	4.03	0.68	3.96	0.70	4.19	0.51
使用者共同 參與	3.85	0.74	3.89	0.77	3.83	0.79	4.11	0.64
內部行銷	4.09	0.58	4.21	0.55	4.10	0.66	4.23	0.54
外部行銷	4.17	0.56	4.31	0.53	4.18	0.65	4.28	0.56
互動行銷	4.17	0.56	4.34	0.54	4.21	0.63	4.38	0.50
領導行為	4.02	0.77	4.27	0.71	4.07	0.81	4.42	0.51
人際關係	4.05	0.64	4.29	0.63	4.17	0.64	4.40	0.54
工作本身	4.12	0.62	4.29	0.56	4.10	0.61	4.27	0.60
學校環境	3.88	0.68	4.11	0.67	3.94	0.67	4.25	0.59

再者，將所得研究樣本分為北部、中部、南部、東部進行分析，以下依縣市分別描述北部、中部、南部、東部國小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度整體現況（如表 4-2）：

一、北區

北區在校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度整體之得分平均數分別為 3.93、4.14 與 4.02，表示北區教師對教育行銷與教師工作滿意度之知覺皆達高程度，而其對校長空間領導則達中高程度。

二、中區

新北市在校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度整體之得分平均數別為 4.12、4.29 與 4.24，表示中區教師對校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度所具之知覺皆達高程度。

三、南區

新北市在校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度整體之得分平均數別為 3.95、4.16 與 4.34，表示南區教師對教育行銷與教師工作滿意度之知覺皆達高程度，而其對校長空間領導則達中高程度。

四、東區

新北市在校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度整體之得分平均數別為 4.18、4.3 與 4.24，表示東區教師對校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度所具之知覺皆達高程度。

綜合上述，中區及東區教師對校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度所具之知覺皆達高程度，而東區在校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度整體之得分平均數略高於中區。北區及南區之教師對校長空間領導變項所具之知覺亦達中高程度，其平均分數雖略低於北區及東區，然亦接近高程度。其餘三大變項下的分構面，則於不同環境背景變項中分別探討之。

再進一步比較空間領導、教育行銷與教師工作滿意度相關研究之現況調查，茲分述如下：

一、校長空間領導

本研究調查臺灣地區國民小學校長空間領導之現況，於北區及南區達中高程度，而中區及東區皆達高程度表現，另湯志民、魏琦、施佩吟（2013）與湯志民、陳詩媛、簡宜珍（2014）皆針對臺北市與新北市國民小學校長空間領導之現況調查結果皆為高程度，顯示現階段臺灣國民小學校長普遍能表現空間領導行為，雖有部分地區為中高程度之表現，然亦接近高程度之表現。

二、教育行銷

本研究調查臺灣地區公立國民小學教育行銷現況知覺程度為高程度，洪淑婷（2014）研究發現彰化國民小學教師對教育行銷知覺為中上程度、鄭淑雯（2013）研究發現臺北市國民小學教師對教育行銷認知中上偏高、陳菴崧（2011）研究發現臺南市國民小學教師對教育行銷真屬於中上程度、王敬宜（2010）研究發現苗栗縣、臺中縣及彰化縣國民中學教師對教育行銷知覺屬於中等程度，而陳麗紅（2006）年研究發現教室行銷中又以互動行銷知覺最為顯著。

三、教師工作滿意度

本研究調查臺灣地區公立國民小學教師工作滿意度現況知覺程度為高程度，黃金印（2011）、林苙翔（2015）研究發現臺北市教師知覺教師工作滿意度現況屬中高等程度。另外，林文正（2012）針對臺灣地區國民小學教師所作之調查則顯示教師教師工作滿意度現況屬「中高程度」。據上述可知，本研究調查相較於其他研究與文獻探討結果，其研究發現大致符合。

第二項、不同環境背景變項與校長空間領導之差異

壹、學校地理位置與校長空間領導差異

根據表 4-3 中數據顯示，在「校長空間領導整體」及各構面（形塑空間願景、建構教育空間、融入課程教學、使用者共同參與）得分平均數中，東區得分高於其他區，且經由檢定，不同地理位置（北區、中區、南區、東區）教師知覺校長空間領導有顯著差異。

- 一、「形塑空間願景願景」：東區高於北區和南區。
- 二、「建構教育空間」：東區高於北區。
- 三、「融入課程教學」：東區高於北區以及南區；中區高於北區。
- 四、「使用者共同參與」：東區高於北區、中區及南區。

表 4-3

不同地理位置教師知覺校長空間領導之差異情形表

構面	組類別	樣本數	平均數	標準差	F 值	事後比較
形塑空間願景	(1) 北區	428	3.97	.712	5.00**	4>1
	(2) 中區	430	4.08	.705		
	(3) 南區	362	3.99	.745		
	(4) 東區	110	4.23	.630		
	總計	1330	4.03	.716		
建構教育空間	(1) 北區	428	3.98	.684	3.17*	4>1
	(2) 中區	430	4.05	.664		
	(3) 南區	362	4.01	.729		
	(4) 東區	110	4.19	.571		
	總計	1330	4.03	.683		
融入課程教學	(1) 北區	428	3.87	.684	7.48***	2>1
	(2) 中區	430	4.02	.673		
	(3) 南區	362	3.96	.704		
	(4) 東區	110	4.19	.508		
	總計	1330	3.97	.678		
使用者共同參與	(1) 北區	428	3.83	.736	4.27**	4>1
	(2) 中區	430	3.88	.771		
	(3) 南區	362	3.83	.795		
	(4) 東區	110	4.11	.639		
	總計	1330	3.87	.759		
校長空間領導 (整體)	(1) 北區	428	3.91	.646	5.42***	4>1
	(2) 中區	430	4.01	.644		
	(3) 南區	362	3.95	.699		
	(4) 東區	110	4.18	.531		
	總計	1330	3.97	.655		

註：*p<.05 **p<.01 ***p<.001

貳、學校規模與校長空間領導差異

本研究中，小規模學校為 6 班以下之學校規模，中規模學校則為 7 班至 12 班之學校規模，而大規模學校則為 13 班至 36 班之學校規模，超大規模學校則為 37 班以上之學校規模。根據表 4-4 中數據顯示，校長空間領導各構面（校長空間領導整體、形塑空間願景、建構教育空間、融入課程教學、使用者共同參與）皆達顯著差異。再以 Scheffé 法進行事後比較，結果顯示如下：

- 一、「校長空間領導整體」：小規模學校大於中規模學校；小規模學校大於大規模學校；小規模學校大於超大規模學校；中規模學校大於超大規模學校；大規模學校大於中規模學校。
- 二、「形塑空間願景」：小規模學校大於中規模學校；小規模學校大於大規模學校；小規模學校大於超大規模學校；中規模學校大於超大規模學校；大規模學校大於中規模學校。
- 三、「建構教育空間」：小規模學校大於中規模學校；小規模學校大於大規模學校；中規模學校大於超大規模學校；大規模學校大於超大規模學校。
- 四、「融入課程教學」：小規模學校大於中規模學校；小規模學校大於大規模學校；小規模學校大於超大規模學校；中規模學校大於超大規模學校；中規模學校大於超大規模學校。
- 五、「使用者共同參與」：小規模學校大於中規模學校；小規模學校大於超大規模學校；中規模學校大於超大規模學校；大規模學校大於超大規模學校。

表 4-4

不同學校規模教師知覺校長空間領導之差異情形表

構面	組類別	樣本數	平均數	標準差	F 值	事後比較
形塑空間願景	(5) 6 班以下	268	4.34	.61	48.03**	1>2
	(6) 7 班至 12 班	443	4.11	.62		1>3
	(7) 13 班至 36 班	165	4.14	.65		1>4
	(8) 37 班以上	464	3.75	.78		2>4
	總計	1340	4.03	.72		3>2
建構教育空間	(1) 6 班以下	268	4.30	.59	43.67**	1>2
	(2) 7 班至 12 班	443	4.09	.60		1>3
	(3) 13 班至 36 班	165	4.13	.59		2>4
	(4) 37 班以上	464	3.77	.74		3>4
	總計	1340	4.03	.68		
融入課程教學	(1) 6 班以下	268	4.27	.62	47.94**	1>2
	(2) 7 班至 12 班	443	4.04	.58		1>3
	(3) 13 班至 36 班	165	4.06	.62		1>4
	(4) 37 班以上	464	3.70	.73		2>4
	總計	1340	3.97	.68		3>4
使用者共同參與	(1) 6 班以下	268	4.13	.70	35.93**	1>2
	(2) 7 班至 12 班	443	3.96	.67		1>4
	(3) 13 班至 36 班	165	3.94	.78		2>4
	(4) 37 班以上	464	3.60	.79		3>4
	總計	1340	3.87	.76		
校長空間領導 (整體)	(1) 6 班以下	268	4.26	.57	51.80**	1>2
	(2) 7 班至 12 班	443	4.05	.56		1>3
	(3) 13 班至 36 班	165	4.07	.59		1>4
	(4) 37 班以上	464	3.70	.71		2>4
	總計	1340	3.97	.65		3>4

註：**p<.01

第三項、不同人口背景變項與校長空間領導之差異

壹、性別與校長空間領導差異

根據表 4-5 中數據顯示，不同性別教師在知覺校長空間領導上沒有顯著差異。以平均得分情形來看，「男性」與「女性」在「校長空間領導」各構面之平均分數均相差不遠。

表 4-5

不同性別教師知覺校長空間領導之差異情形表

構面	男 (n=474)		女 (n=866)		t 值
	平均數	標準差	平均數	標準差	
形塑空間願景	4.03	0.75	4.04	0.70	-.15
建構教育空間	4.05	0.73	4.01	0.65	.87
融入課程教學	3.99	0.71	3.97	0.66	.56
使用者共同參與	3.90	0.77	3.85	0.75	1.47
校長空間領導 (整體)	3.99	0.70	3.97	0.63	.74

貳、年齡與校長空間領導差異

根據表 4-6 中數據顯示，不同性別教師在知覺校長空間領導上有顯著差異。以 Scheffé 法進行事後比較，結果顯示：

- 一、「形塑空間願景」：51 歲以上教師高於 30 歲以下教師以及 31 歲至 40 歲教師。
- 二、「建構教育空間」：51 歲以上教師高於 30 歲以下教師以及 31 歲至 40 歲教師。
- 三、「融入課程教學」：51 歲以上教師高於 30 歲以下教師、31 至 40 歲教師以及 41 歲至 50 歲教師。
- 四、「使用者共同參與」：51 歲以上教師高於 31 歲至 40 歲教師。
- 五、「校長空間領導整體」：51 歲以上教師高於 30 歲以下教師以及 31 歲至 40 歲教師。

表 4-6

不同教師年齡教師知覺校長空間領導之差異情形表

構面	組類別	樣本數	平均數	標準差	F 值	事後比較
形塑空間願景	(1) 30 歲以下	126	4.06	0.68	5.05**	4>2
	(2) 31 歲至 40 歲	489	3.96	0.72		
	(3) 41 歲至 50 歲	614	4.04	0.72		
	(4) 51 歲以上	96	4.27	0.70		
建構教育空間	(1) 30 歲以下	126	4.05	0.67	5.44**	4>2
	(2) 31 歲至 40 歲	489	3.95	0.67		
	(3) 41 歲至 50 歲	614	4.04	0.70		
	(4) 51 歲以上	96	4.25	0.66		
融入課程教學	(1) 30 歲以下	126	3.99	0.66	7.12**	4>1
	(2) 31 歲至 40 歲	489	3.90	0.67		
	(3) 41 歲至 50 歲	614	3.98	0.68		
	(4) 51 歲以上	96	4.25	0.66		
使用者共同參與	(1) 30 歲以下	126	4.00	0.78	4.72**	4>2
	(2) 31 歲至 40 歲	489	3.79	0.75		
	(3) 41 歲至 50 歲	614	3.87	0.76		
	(4) 51 歲以上	96	4.05	0.71		
空間領導 (整體)	(1) 30 歲以下	126	4.03	0.64	6.19**	4>2
	(2) 31 歲至 40 歲	489	3.90	0.65		
	(3) 41 歲至 50 歲	614	3.98	0.66		
	(4) 51 歲以上	96	4.20	0.63		

註：**p<.01

參、不同總服務年資教師知覺校長空間領導差異

根據表 4-7 中數據顯示，不同總服務年資教師知覺校長空間領導上有顯著差異。以 Scheffé 法進行事後比較，結果顯示：

- 一、「形塑空間願景」：5 年以下高於 6 年至 10 年；16 年至 20 年高於 6 年至 10 年；21 年以上高於高於 6 年至 10 年。
- 二、「建構教育空間」：16 年至 20 年高於 6 年至 10 年；21 年以上高於高於 6 年至 10 年。
- 三、「融入課程教學」：16 年至 20 年高於 6 年至 10 年；21 年以上高於高於 6 年至 10 年。
- 四、「使用者共同參與」：5 年以下高於 6 年至 10 年；5 年以下高於 11 年至 15 年。
- 五、「校長空間領導整體」：5 年以下高於 6 年至 10 年；16 年至 20 年高於 6 年至 10 年；21 年以上高於高於 6 年至 10 年。

表 4-7

不同總服務年資教師知覺校長空間領導之差異情形表

構面	組類別	樣本數	平均數	標準差	F 值	事後比較
形塑空間願景	(1) 5 年以下	154	4.14	0.62	5.20*	1>2
	(2) 6 年至 10 年	161	3.82	0.76		4>2
	(3) 11 年至 15 年	364	3.98	0.73		5>2
	(4) 16 年至 20 年	244	4.11	0.66		
	(5) 21 年以上	382	4.07	0.75		
建構教育空間	(1) 5 年以下	154	4.07	0.66	3.94*	4>2
	(2) 6 年至 10 年	161	3.84	0.67		5>2
	(3) 11 年至 15 年	364	3.99	0.68		
	(4) 16 年至 20 年	244	4.08	0.64		
	(5) 21 年以上	382	4.06	0.72		
融入課程教學	(1) 5 年以下	154	4.01	0.65	4.94*	4>2
	(2) 6 年至 10 年	161	3.76	0.70		5>2
	(3) 11 年至 15 年	364	3.94	0.67		
	(4) 16 年至 20 年	244	4.04	0.62		
	(5) 21 年以上	382	4.02	0.71		
使用者共同參與	(1) 5 年以下	154	4.04	0.75	4.52*	1>2
	(2) 6 年至 10 年	161	3.72	0.77		1>3
	(3) 11 年至 15 年	364	3.79	0.78		
	(4) 16 年至 20 年	244	3.89	0.72		
	(5) 21 年以上	382	3.91	0.76		
空間領導（整體）	(1) 5 年以下	154	4.06	0.61	5.10*	1>2
	(2) 6 年至 10 年	161	3.79	0.67		4>2
	(3) 11 年至 15 年	364	3.92	0.67		5>2
	(4) 16 年至 20 年	244	4.03	0.59		
	(5) 21 年以上	382	4.01	0.69		

註：* $p < .05$

肆、不同在該服務年資教師知覺校長空間領導差異

根據表 4-8 中數據顯示，「形塑空間願景」在不同本校服務年資的教師間有顯著差異。在該校服務 5 年以下教師高於在該校服務 6 年至 10 年教師；在該校服務 11 年至 15 年教師大於在該校服務 6 年至 10 年教師；在該校服務 16 年至 20 年教師大於在該校服務 6 年至 10 年教師；在該校服務 21 年以上教師大於在該校服務 6 年至 10 年教師。

表 4-8

不同在本校服務年資教師知覺校長空間領導之差異情形表

構面	組類別	樣本數	平均數	標準差	F 值	事後比較
形塑空間願景	(1) 5 年以下	454	4.06	.705	2.38*	1>2
	(2) 6 年至 10 年	193	3.87	.691		3>2
	(3) 11 年至 15 年	332	4.05	.721		4>2
	(4) 16 年至 20 年	229	4.05	.732		5>2
	(5) 21 年以上	125	4.09	.736		
建構教育空間	(1) 5 年以下	454	4.04	.679	1.54	
	(2) 6 年至 10 年	193	3.95	.630		
	(3) 11 年至 15 年	332	4.02	.708		
	(4) 16 年至 20 年	229	4.01	.689		
	(5) 21 年以上	125	4.11	.687		
融入課程教學	(1) 5 年以下	454	3.96	.690	1.05	
	(2) 6 年至 10 年	193	3.91	.654		
	(3) 11 年至 15 年	332	3.99	.679		
	(4) 16 年至 20 年	229	3.98	.668		
	(5) 21 年以上	125	4.06	.687		
使用者共同參與	(1) 5 年以下	454	3.92	.776	.98	
	(2) 6 年至 10 年	193	3.80	.714		
	(3) 11 年至 15 年	332	3.83	.757		
	(4) 16 年至 20 年	229	3.85	.724		
	(5) 21 年以上	125	3.91	.820		
空間領導 (整體)	(1) 5 年以下	454	3.99	.662	1.29	
	(2) 6 年至 10 年	193	3.88	.618		
	(3) 11 年至 15 年	332	3.98	.659		
	(4) 16 年至 20 年	229	3.97	.644		
	(5) 21 年以上	125	4.04	.687		

註：*p<.05

參、擔任職務與校長空間領導差異

根據表 4-9 中數據顯示，國民小學校長空間領導在教師擔任不同的職務間皆有顯著差異。再以 Scheffé 法進行事後比較，結果顯示如下：

一、「校長空間領導整體」：「科任教師」大於「教師兼導師」；「科任教師」大於「教師兼組長」。

二、「建構教育空間」：「科任教師」大於「教師兼組長」。

三、「使用者共同參與」：「教師兼主任」大於「教師兼導師」；「科任教師」大於「教師兼導師」。

表 4-9

不同職務教師知覺校長空間領導之差異情形表

構面	組類別	樣本	平均數	標準差	F 值	事後比較
形塑空間願景	(1) 教師兼主任	276	4.08	.73	3.14*	4>2
	(2) 教師兼組長	312	3.98	.75		4>3
	(3) 班級導師	443	3.99	.70		
	(4) 科任教師	293	4.12	.69		
建構教育空間	(1) 教師兼主任	276	4.09	.68	4.40**	4>2
	(2) 教師兼組長	312	3.96	.70		
	(3) 班級導師	443	3.98	.67		
	(4) 科任教師	293	4.12	.67		
融入課程教學	(1) 教師兼主任	276	4.02	.70	3.02**	4>2
	(2) 教師兼組長	312	3.93	.70		4>3
	(3) 班級導師	443	3.92	.67		
	(4) 科任教師	293	4.05	.63		
使用者共同參與	(1) 教師兼主任	276	3.95	.75	5.81***	1>3
	(2) 教師兼組長	312	3.82	.76		4>3
	(3) 班級導師	443	3.79	.78		
	(4) 科任教師	293	3.99	.69		
校長空間領導 (整體)	(1) 教師兼主任	276	4.03	.67	4.68**	4>2
	(2) 教師兼組長	312	3.92	.67		4>3
	(3) 班級導師	443	3.92	.65		
	(4) 科任教師	293	4.07	.61		

註：* $p<.05$ ；** $p<.01$ ；*** $p<.001$ 。

伍、最高學歷與校長空間領導差異

根據表 4-10 中數據顯示，不同學歷教師知覺校長空間領導無顯著差異。本研究因博士學歷人數僅有 15 位，故在做檢定時，因人數過少，不納入分析。

表 4-10

不同學歷教師知覺校長空間領導之差異情形表

構面	組類別	樣本	平均數	標準差	F 值	事後比較
形塑空間願景	(1) 一般大學或學程	272	4.10	.67	1.06	
	(2) 師範院校	321	4.02	.76		
	(3) 碩士(含四十學分班)	701	4.01	.71		
建構教育空間	(1) 一般大學或學程	272	4.10	.64	1.56	
	(2) 師範院校	321	4.03	.71		
	(3) 碩士(含四十學分班)	701	4.00	.69		
融入課程教學	(1) 一般大學或學程	272	4.01	.63	0.39	
	(2) 師範院校	321	3.97	.73		
	(3) 碩士(含四十學分班)	701	3.96	.67		
使用者共同參與	(1) 一般大學或學程	272	3.95	.72	1.83	
	(2) 師範院校	321	3.90	.79		
	(3) 碩士(含四十學分班)	701	3.82	.76		
校長空間領導(整體)	(1) 一般大學或學程	272	4.04	.61	1.14	
	(2) 師範院校	321	3.98	.70		
	(3) 碩士(含四十學分班)	701	3.95	.66		

綜合上述，不同環境背景變項、人口背景變項在校長空間領導之差異，研究發現與推論如下：

- 一、學校地理位置與教師知覺校長空間領導有顯著差異，表示此空間領導量表，可跨地區測量。
- 二、學校規模與校長空間領導在「校長空間領導整體」、「形塑空間願景」

及「使用者共同參與」皆有顯著差異，主要為學校規模小規模學校大於其他規模，推論原因為小規模的學校在校園空間的規劃與營造上，更具優勢，故教師知覺校長空間領導程度高。

- 三、不同性別教師在知覺校長空間領導上沒有顯著差異，表示性別不影響教師知覺校長空間領導程度。
- 四、不同年齡教師知覺校長空間領導有顯著差異，以 51 歲教師對空間領導知覺最高。
- 五、在總校服務年資與校長空間領導差異表 4-7 中數據顯示，有顯著差異的皆為在校服務年資「5 年以下」大於「6 年至 10 年」，故推論因新進教師對新環境有較高敏銳度與想法，知覺校長空間領導的程度亦較高。
- 六、在不同本校服務年資的教師間無顯著差異，表示不同本校服務年資不影響教師知覺校長空間領導程度。
- 七、擔任職務與校長空間領導有顯著差異，科任教師在知覺校長空間領導程度較其他職務（組長、班導、科任教師）感受程度更高。
- 八、不同學歷教師知覺校長空間領導無顯著差異，表示學歷不影響教師知覺校長空間領導程度。

本研究以全臺灣為樣本，為為更深入了解空間領導之情形，以再進一步推論研究結果，本研究參考湯志民、施佩吟、魏琦（2013）以及湯志民、簡宜珍、陳詩媛（2014）之研究，並與之比較研究調查結果，其發現可以得知，「皆無顯著差異情形」之背景變項僅有學歷；「皆有顯著差異情形」之背景變項為職務；「研究結果不一致」之背景變項為學校地理位置、學校規模、性別、年齡，以下就「皆有顯著差異情形」與「研究結果不一致」之背景變項推論之（如表 4-12）：

一、學校地理位置：

原先研究皆僅止於新北市及臺北市，而本研究範圍擴展至全臺灣，研究結果為東區高於北區，其原因尚待進一步分析與討論。

二、學校規模：

小班小校為目前學校發展趨勢，歷年研究皆以 12 班為區分標準，本研究為再細分為 6 班以下，研究結果仍達顯著，推論，小規模學校校長於推動空間領導時較能符合各教師需求，提升教師知覺空間領導。

三、性別：

此背景變項與湯志民、施佩吟、魏琦（2013）研究結果相同，與湯志民、簡宜珍、陳詩媛（2014）結果相異，本研究發現不同性別在知覺校長空間領導上並無顯著差異，其原因尚待進一步分析與討論。

四、職務：

本研究相較於歷年之研究，以科任教師知覺最高，推論為空間領導多輔與課程相輔相成，故任科教師在安排課程時最能直接感受到校長的空間領導，故知覺校長空間領導相對較高。

表 4-5

校長空間領導量表統計分析結果比較表

變項	相關研究	顯著效果	備註
學校地理位置	本研究	○	東區高於北區
	湯志民、簡宜珍、陳詩媛 (2014)	X	
	湯志民、施佩吟、魏琦 (2013)	X	
學校規模	本研究	○	以 6 班以下規模學校較高。
	湯志民、簡宜珍、陳詩媛 (2014)	○	以 12 班以下規模學校較高。
	湯志民、施佩吟、魏琦 (2013)	X	得分平均數以 12 班以下規模最高。
性別	本研究	X	
	湯志民、簡宜珍、陳詩媛 (2014)	○	男性教師高於女性教師。
	湯志民、施佩吟、魏琦 (2013)	X	
年齡	本研究	○	以 51 歲以上教師高。
	湯志民、簡宜珍、陳詩媛 (2014)	X	
	湯志民、施佩吟、魏琦 (2013)	X	
職務	本研究	○	以科任教師較高。
	湯志民、簡宜珍、陳詩媛 (2014)	○	以教師兼任主任較高。
	湯志民、施佩吟、魏琦 (2013)	○	以教師兼任主任較高。
學歷	本研究	X	
	湯志民、簡宜珍、陳詩媛 (2014)	X	
	湯志民、施佩吟、魏琦 (2013)	X	

註：標示「X」者，表示顯著效果為無顯著差異；標示「○」者，表示顯著效果為有顯著差異。

第四項、不同環境背景變項與教育行銷之差異

壹、學校地理位置與教育行銷差異

在表 4-12 數據顯示，「教育行銷整體」及各構面（內部行銷、外部行銷、互動行銷）得分平均數中，中區及東區相較於北區及南區，得分較高，經由檢定，不同地理位置（北區、中區、南區、東區）教師知覺教育行銷有顯著差異。

表 4-12

不同地理位置教師知覺教育行銷之差異情形表

構面	組類別	樣本數	平均數	標準差	F 值	事後比較		
內部行銷	(5) 北區	428	4.08	.577	4.78**	2>1		
	(6) 中區	430	4.20	.544				
	(7) 南區	362	4.10	.659				
	(8) 東區	110	4.23	.540				
	總計	1330	4.14	.590				
外部行銷	(9) 北區	428	4.16	.556	5.80***	2>1		
	(10) 中區	430	4.31	.528			2>3	
	(11) 南區	362	4.18	.647				
	(12) 東區	110	4.28	.560				
	總計	1330	4.22	.577				
互動行銷	(5) 北區	428	4.15	.557	9.83***	2>1		
	(6) 中區	430	4.34	.540			2>3	
	(7) 南區	362	4.21	.634				4>1
	(8) 東區	110	4.38	.505				
	總計	1330	4.25	.576				
教育行銷 (整體)	(5) 北區	428	4.13	.511	7.86***	2>1		
	(6) 中區	430	4.28	.478			2>3	
	(7) 南區	362	4.17	.603				4>1
	(8) 東區	110	4.30	.478				
	總計	1330	4.20	.529				

註：**p<.01；***p<.001。

貳、學校規模與教育行銷差異

根據表 4-13 中數據顯示，各構面（教育行銷整體、內部行銷、外部行銷、互動行銷）皆有顯著差異。再以 Scheffé 法進行事後比較，結果顯示如下：

- 一、「教育行銷整體」：小規模學校大於中規模學校、大規模學校以及超大規模學校。
- 二、「內部行銷」：小規模學校大於中規模學校、大規模學校以及超大規模學校。
- 三、「外部行銷」：小規模學校大於中規模學校、大規模學校以及超大規模學校。
- 四、「互動行銷」：小規模學校大於中規模學校、大規模學校以及超大規模學校。

表 4-13

不同學校規模教師知覺教育行銷之差異情形表

構面	組類別	樣本數	平均數	標準差	F 值	事後比較	
內部行銷	(1) 6 班以下	268	4.43	.453	74.13***	1>2	
	(2) 7 班至 12 班	443	4.22	.475			1>3
	(3) 13 班至 36 班	165	4.23	.466			1>4
	(4) 37 班以上	464	3.85	.672			
	總計	1340	4.14	.590			
外部行銷	(1) 6 班以下	268	4.50	.495	55.62***	1>2	
	(2) 7 班至 12 班	443	4.29	.512			1>3
	(3) 13 班至 36 班	165	4.29	.478			1>4
	(4) 37 班以上	464	3.98	.622			
	總計	1340	4.22	.578			
互動行銷	(1) 6 班以下	268	4.51	.473	4.628***	1>2	
	(2) 7 班至 12 班	443	4.32	.488			1>3
	(3) 13 班至 36 班	165	4.24	.551			1>4
	(4) 37 班以上	464	4.02	.635			
	總計	1340	4.25	.577			
教育行銷（整體）	(1) 6 班以下	268	4.48	.419	72.813***	1>2	
	(2) 7 班至 12 班	443	4.27	.433			1>3
	(3) 13 班至 36 班	165	4.25	.453			1>4
	(4) 37 班以上	464	3.95	.588			
	總計	1340	4.20	.530			

註：***p<.001

第五項、不同人口背景變項與教育行銷之差異

壹、性別與教育行銷差異

根據表 4-14 中數據顯示，「教育行銷整體」與「內部行銷」、「外部行銷」、「互動行銷」等構面在不同性別的教師間無顯著差異。

表 4-14

不同性別教師知覺教育行銷之差異情形表

構面	男 (n=474)		女 (n=886)		t 值
	平均數	標準差	平均數	標準差	
內部行銷	4.13	.619	4.14	.573	0.84 ns
外部行銷	4.22	.578	4.23	.578	-0.23
互動行銷	4.23	.602	4.26	.563	-0.829
教育行銷 (整體)	4.19	.553	4.21	.517	-0.415

貳、年齡與教育行銷差異

根據表 4-15 中數據顯示，以平均數而言，「51 歲以上」組別，在「教育行銷整體」、「內部行銷」及「外部行銷」皆得分最高；最後經由檢定，不同年齡教師知覺教育行銷有顯著差異。以「51 歲以上」教師對教育行銷知覺最高。

表 4-15

不同教師年齡教師知覺教育行銷之差異情形表

構面	組類別	樣本數	平均數	標準差	F 值	事後比較
內部行銷	(1) 30 歲以下	126	4.14	.636	9.692***	4>1
	(2) 31 歲至 40 歲	489	4.06	.580		4>2
	(3) 41 歲至 50 歲	614	4.15	.574		4>3
	(4) 51 歲以上	96	4.40	.603		
外部行銷	(1) 30 歲以下	126	4.31	.578	6.65***	4>2
	(2) 31 歲至 40 歲	489	4.17	.573		4>3
	(3) 41 歲至 50 歲	614	4.21	.584		
	(4) 51 歲以上	96	4.43	.533		
互動行銷	(1) 30 歲以下	126	4.24	.607	4.777***	4>2
	(2) 31 歲至 40 歲	489	4.19	.581		
	(3) 41 歲至 50 歲	614	4.26	.554		
	(4) 51 歲以上	96	4.42	.632		
教育行銷 (整體)	(1) 30 歲以下	126	4.23	.550	7.979***	4>2
	(2) 31 歲至 40 歲	489	4.14	.524		4>3
	(3) 41 歲至 50 歲	614	4.21	.520		
	(4) 51 歲以上	96	4.42	.555		
	總計	1325	4.20	.531		

註：***p<.001

參、總服務年資與教育行銷差異

根據表 4-16 中數據顯示，在教育行銷上，在該校服務年資不同的教師在「教育行銷整體」及「內部行銷」知覺情形有顯著差異。再以 Scheffé 法進行事後比較，結果顯示如下：

- 一、「教育行銷整體」：「5 年以下」大於「6 年至 10 年」；「21 年以上」大於「6 年至 10 年」以及「11 年至 15 年」。
- 二、「互動行銷」：「21 年以上」大於「6 年至 10 年」。

表 4-16

不同總服務年資教師知覺教育行銷之差異情形表

構面	組類別	樣本數	平均數	標準差	F 值	事後比較
內部行銷	(1) 5 年以下	154	4.20	0.608	5.573***	1>2
	(2) 6 年至 10 年	161	3.99	0.576		5>2
	(3) 11 年至 15 年	364	4.07	0.613		5>3
	(4) 16 年至 20 年	244	4.17	0.516		
	(5) 21 年以上	382	4.20	0.607		
外部行銷	(1) 5 年以下	154	4.31	0.562	3.642**	1>2
	(2) 6 年至 10 年	161	4.13	0.531		1>3
	(3) 11 年至 15 年	364	4.16	0.610		4>2
	(4) 16 年至 20 年	244	4.25	0.529		5>2
	(5) 21 年以上	382	4.26	0.603		5>3
互動行銷	(1) 5 年以下	154	4.24	0.629	2.722**	4>2
	(2) 6 年至 10 年	161	4.16	0.585		4>3
	(3) 11 年至 15 年	364	4.19	0.573		5>2
	(4) 16 年至 20 年	244	4.29	0.522		5>3
	(5) 21 年以上	382	4.29	0.588		
教育行銷 (整體)	(1) 5 年以下	154	4.25	0.545	4.411**	5>2
	(2) 6 年至 10 年	161	4.09	0.502		
	(3) 11 年至 15 年	364	4.14	0.547		
	(4) 16 年至 20 年	244	4.23	0.467		
	(5) 21 年以上	382	4.25	0.556		
	總計	1305	4.20	0.533		

註：**p<.01；***p<.001。

肆、在本校服務年資與教育行銷差異

根據表 4-17 中數據顯示，「教育行銷整體」與「內部行銷」、「外部行銷」、「互動行銷」等構面在不同本校服務年資的教師間無顯著差異。

表 4-17

不同該校服務年資教師知覺教育行銷之差異情形表

構面	組類別	樣本數	平均數	標準差	F 值	事後比較
內部行銷	(6) 5 年以下	454	4.16	.608	1.948	
	(7) 6 年至 10 年	193	4.04	.557		
	(8) 11 年至 15 年	332	4.12	.588		
	(9) 16 年至 20 年	229	4.16	.546		
	(10) 21 年以上	125	4.19	.645		
外部行銷	(6) 5 年以下	454	4.24	.584	2.086	
	(7) 6 年至 10 年	193	4.12	.581		
	(8) 11 年至 15 年	332	4.23	.564		
	(9) 16 年至 20 年	229	4.22	.546		
	(10) 21 年以上	125	4.29	.642		
互動行銷	(6) 5 年以下	454	4.26	.590	0.977	
	(7) 6 年至 10 年	193	4.18	.595		
	(8) 11 年至 15 年	332	4.23	.571		
	(9) 16 年至 20 年	229	4.25	.510		
	(10) 21 年以上	125	4.29	.638		
教育行銷 (整體)	(6) 5 年以下	454	4.22	.537	1.879	
	(7) 6 年至 10 年	193	4.11	.527		
	(8) 11 年至 15 年	332	4.19	.522		
	(9) 16 年至 20 年	229	4.21	.480		
	(10) 21 年以上	125	4.26	.610		
	總計	1333	4.20	.531		

肆、擔任職務與教育行銷差異

根據表 4-18 數據顯示，關於擔任不同職務的教師所知覺教育行銷情形，均達顯著差異以，再以 Scheffé 法進行事後比較，結果顯示如下：

- 一、「教育行銷整體」：「科任教師」大於「教師兼導師」；
- 二、「內部行銷」：「教師兼主任」大於「教師兼組長」；「教師兼主任」大於「教師兼導師」。
- 三、「外部行銷」：「科任教師」大於「教師兼主任」；「科任教師」大於「教師兼導師」；

表 4-18

不同職務教師知覺教育行銷之差異情形表

構面	組類別	樣本數	平均數	標準差	F 值	事後比較
內部行銷	(1) 教師兼主任	276	4.23	.593	5.843***	1>2
	(2) 教師兼組長	312	4.09	.587		1>3
	(3) 教師兼導師	443	4.07	.591		4>3
	(4) 科任教師	293	4.20	.579		
外部行銷	(1) 教師兼主任	1324	4.14	.591	3.702*	4>2
	(2) 教師兼組長	276	4.23	.633		4>3
	(3) 教師兼導師	312	4.18	.570		
	(4) 科任教師	443	4.19	.586		
互動行銷	(1) 教師兼主任	293	4.32	.506	2.828*	1>2
	(2) 教師兼組長	1324	4.23	.578		1>3
	(3) 教師兼導師	276	4.30	.571		4>2
	(4) 科任教師	312	4.20	.586		
教育行銷 (整體)	(1) 教師兼主任	443	4.21	.578	4.270**	4>3
	(2) 教師兼組長	293	4.29	.564		
	(3) 教師兼導師	1324	4.25	.577		
	(4) 科任教師	276	4.25	.549		
	總計	312	4.16	.536		

註：* $p < .05$ ；** $p < .01$ ；*** $p < .001$ 。

伍、最高學歷與教育行銷差異

根據表 4-19 不同學歷教師在知覺教育行銷上則無顯著差異。

表 4-19

不同學歷教師知覺教育行銷之差異情形表

構面	組類別	樣本數	平均數	標準差	F 值	事後比較
內部行銷	(1) 一般大學或學程	272	4.21	.567	2.285	
	(2) 師範院校	321	4.13	.628		
	(3) 碩士（含四十分學分班）	701	4.11	.584		
	(4) 博士	15	4.01	.517		
外部行銷	(1) 一般大學或學程	272	4.27	.523	2.306	
	(2) 師範院校	321	4.24	.614		
	(3) 碩士（含四十分學分班）	701	4.20	.583		
	(4) 博士	15	3.96	.606		
互動行銷	(1) 一般大學或學程	272	4.27	.586	2.027	
	(2) 師範院校	321	4.28	.599		
	(3) 碩士（含四十分學分班）	701	4.22	.562		
	(4) 博士	15	4.00	.591		
教育行銷 （整體）	(1) 一般大學或學程	272	4.25	.506	2.334	
	(2) 師範院校	321	4.21	.569		
	(3) 碩士（含四十分學分班）	701	4.17	.522		
	(4) 博士	15	3.99	.532		
	總計	1309	4.20	.532		

綜合上述，不同環境背景變項、人口背景變項與教育行銷之差異，研究發現與推論：

- 一、不同地理位置教師在「教育行銷整體」及各構面（內部行銷、外部行銷、互動行銷）得分平均數中，中區及東區相較於北區及南區，得分較高，經由檢定，不同地理位置（北區、中區、南區、東區）教師知覺教育行銷有顯著差異。
- 二、學校規模與教育行銷在各構面（教育行銷整體、內部行銷、外部行銷、互動行銷）皆有顯著差異，推論原因為小規模學校其教職員工與學生人數皆較少，在教育行銷層面較容易達成共識。
- 三、不同性別的教師知覺教育行銷情形無顯著差異。
- 四、不同年齡教師知覺教育行銷則有顯著差異，以 51 歲以上之教師對教育行銷知覺最高。
- 五、在總校服務年資不同的教師知覺「教育行銷整體」及「內部行銷」情形有顯著差異。
- 六、不同該校服務年資之教師在知覺教育行銷上無顯著差異。
- 七、擔任不同職務的教師知覺「教育行銷整體」、「內部行銷」與「外部行銷」有顯著差異，科任教師在知覺教育行銷得分最高。
- 八、不同學歷教師在知覺教育行銷上無顯著差異。

第六項、不同環境背景變項與教師工作滿意度之差異

壹、學校地理位置與教師工作滿意度差異

根據表 4-20 中數據顯示，「教師工作滿意度」各構面（領導行為、人際關係、工作本身、學校環境）皆有顯著差異；整體而言，「中區」及「東區」皆大於「北區」及「南區」。再以 Scheffé 進行事後比較，結果顯示：

- 一、「領導行為」：「中區」及「東區」皆大於「北區」及「南區」。
- 二、「人際關係」：「中區」及「南區」皆大於「北區」，而東區」又大於「南區」。
- 三、「工作本身」：「中區」大於「南區」及「北區」。
- 四、「學校環境」：「中區」及「東區」皆大於「北區」及「南區」。

表 4-20

不同地理位置教師知覺教師工作滿意度之差異情形表

構面	組類別	樣本數	平均數	標準差	F 值	事後比較
領導行為	(1) 北區	428	4.01	.765	14.82***	2>1
	(2) 中區	430	4.27	.706		2>3
	(3) 南區	362	4.07	.806		4>1
	(4) 東區	110	4.42	.515		4>3
	總計	1330	4.14	.752		
人際關係	(1) 北區	428	4.04	.635	15.31***	2>1
	(2) 中區	430	4.28	.627		3>1
	(3) 南區	362	4.17	.643		4>3
	(4) 東區	110	4.40	.539		
	總計	1330	4.18	.637		
工作本身	(1) 北區	428	4.10	.615	9.39***	2>1
	(2) 中區	430	4.28	.554		2>3
	(3) 南區	362	4.10	.612		
	(4) 東區	110	4.27	.599		
	總計	1330	4.17	.600		
學校環境	(1) 北區	428	3.86	.667	15.36***	2>1
	(2) 中區	430	4.10	.670		2>3
	(3) 南區	362	3.94	.670		4>1
	(4) 東區	110	4.25	.595		4>3
	總計	1330	3.99	.673		
教師工作滿意度 (整體)	(1) 北區	428	4.00	.562	18.47***	2>1
	(2) 中區	430	4.23	.524		2>3
	(3) 南區	362	4.07	.600		4>1
	(4) 東區	110	4.33	.486		4>3
	總計	1330	4.12	.566		

註：*** $p < .001$ 。

貳、學校規模與教師工作滿意度差異

根據表 4-21 中數據顯示，「教師工作滿意度」各構面（領導行為、人際關係、工作本身、學校環境）皆有顯著差異；整體而言，小規模學校大於中規模學校、中規模學校、大規模學校，且中規模學校及大規模學校大於超大規模學校。再以 Scheffé 進行事後比較，結果顯示：

- 一、「領導行為」：小規模學校大於中規模學校、大規模學校、超大規模學校，且中規模學校大於超大規模學校。
- 二、「人際關係」：小規模學校大於中規模學校、大規模學校、超大規模學校，且中規模學校及大規模學校大於超大規模學校。
- 三、「工作本身」：小規模學校大於中規模學校，而小規模學校、中規模學校、大規模學校皆大於超大規模學校。
- 四、「學校環境」：小規模學校大於中規模學校，而小規模學校、中規模學校、大規模學校皆大於超大規模學校。

表 4-21

不同學校規模教師知覺教師工作滿意度之差異情形表

構面	組類別	樣本數	平均數	標準差	F 值	事後比較
領導行為	(1) 6 班以下	268	4.47	.608	55.44***	1>2
	(2) 7 班至 12 班	443	4.25	.631		1>3
	(3) 13 班至 36 班	165	4.23	.623		1>4
	(4) 37 班以上	464	3.82	.854		2>4
	總計	1340	4.14	.754		
人際關係	(1) 6 班以下	268	4.44	.541	37.66***	1>2
	(2) 7 班至 12 班	443	4.24	.605		1>3
	(3) 13 班至 36 班	165	4.22	.611		1>4
	(4) 37 班以上	464	3.96	.663		2>4
	總計	1340	4.18	.639		3>4
工作本身	(1) 6 班以下	268	4.36	.556	29.27***	1>2
	(2) 7 班至 12 班	443	4.22	.546		1>4
	(3) 13 班至 36 班	165	4.27	.577		2>4
	(4) 37 班以上	464	3.98	.628		3>4
	總計	1340	4.17	.600		
學校環境	(1) 6 班以下	268	4.23	.607	36.55***	1>2
	(2) 7 班至 12 班	443	4.07	.587		1>4
	(3) 13 班至 36 班	165	4.09	.661		2>4
	(4) 37 班以上	464	3.75	.718		3>4
	總計	1340	3.99	.673		
教師工作 滿意度 (整體)	(1) 6 班以下	268	4.38	.475	56.65***	1>2
	(2) 7 班至 12 班	443	4.19	.493		1>3
	(3) 13 班至 36 班	165	4.20	.521		1>4
	(4) 37 班以上	464	3.88	.605		2>4
	總計	1340	4.12	.567		3>4

註：*** $p < .001$ 。

表 4-22

不同性別教師知覺教師工作滿意度之差異情形表

構面	男 (n=474)		女 (n=866)		t 值
	平均數	標準差	平均數	標準差	
領導行為	4.15	0.783	4.14	0.737	0.207
人際關係	4.13	0.656	4.20	0.629	-1.91
工作本身	4.12	0.631	4.20	0.580	-2.14
學校環境	4.01	0.700	3.99	0.659	0.467

教師工作滿意度（整體）	4.10	0.600	4.13	0.548	-0.897
-------------	------	-------	------	-------	--------

貳、年齡對教師工作滿意度差異

根據表 4-23 中數據顯示，教師年齡在教師工作滿意度分構面皆有顯著差異，再以 Scheffé 法進行事後比較，得出結果如下：

- 一、「教師工作滿意度整體」：「51 歲以上」大於「31 歲至 40 歲」及「41 歲至 50 歲」。
- 二、「領導行為」：「51 歲以上」大於「31 歲至 40 歲」。
- 三、「人際關係」：「30 歲以下」大於「31 歲至 40 歲」。
- 四、「工作本身」：「51 歲以上」大於「31 歲至 40 歲」及「41 歲至 50 歲」。
- 五、「學校環境」：「51 歲以上」大於「31 歲至 40 歲」及「41 歲至 50 歲」。

表 4-23

不同教師年齡教師知覺教師工作滿意度之差異情形表

構面	組類別	樣本數	平均數	標準差	F 值	事後比較
領導行為	(1) 30 歲以下	126	4.11	.830	3.26*	4>2
	(2) 31 歲至 40 歲	489	4.09	.779		
	(3) 41 歲至 50 歲	614	4.14	.721		
	(4) 51 歲以上	96	4.35	.710		
人際關係	(1) 30 歲以下	126	4.31	.666	4.28**	1>2
	(2) 31 歲至 40 歲	489	4.13	.634		
	(3) 41 歲至 50 歲	614	4.17	.630		
	(4) 51 歲以上	96	4.31	.662		
工作本身	(1) 30 歲以下	126	4.20	.580	5.76***	4>2
	(2) 31 歲至 40 歲	489	4.11	.608		4>3
	(3) 41 歲至 50 歲	614	4.18	.581		
	(4) 51 歲以上	96	4.38	.616		
學校環境	(1) 30 歲以下	126	4.09	.738	7.96***	4>2
	(2) 31 歲至 40 歲	489	3.93	.665		4>3
	(3) 41 歲至 50 歲	614	3.97	.656		
	(4) 51 歲以上	96	4.27	.679		
教師工作滿意度（整體）	(1) 30 歲以下	126	4.18	.606	6.35***	4>2
	(2) 31 歲至 40 歲	489	4.07	.572		4>3
	(3) 41 歲至 50 歲	614	4.12	.543		
	(4) 51 歲以上	96	4.33	.595		
	總計	1325	4.12	.567		

註：* $p < .05$ ；** $p < .01$ ；*** $p < .001$ 。

參、總校服務年資對教師工作滿意度差異

根據表 4-24 數據顯示，不同總服務年資教師在教師工作滿意度分構面皆有顯著差異，再以 Scheffé 法進行事後比較，得出結果如下：

- 一、「教師工作滿意度整體」：「21 年以上」大於「6 年至 10 年」。
- 二、「領導行為」：「5 年以下」、「16 年至 20 年」、「21 年以上」大於「6 年至 10 年」。
- 三、「人際關係」：「5 年以下」大於「6 年至 10 年」、「11 年至 15 年」、「16 年至 20 年」且「21 年以上」大於「11 年至 15 年」、「16 年至 20 年」。
- 四、「工作本身」：「5 年以下」大於「6 年至 10 年」且「21 年以上」大於「6 年至 10 年」、「11 年至 15 年」。

表 4-24

不同總服務年資教師知覺教師工作滿意度之差異情形表

構面	組類別	樣本數	平均數	標準差	F 值	事後比較
領導行為	(1) 5 年以下	154	4.19	.808	5.57***	1>2
	(2) 6 年至 10 年	161	3.91	.865		4>2
	(3) 11 年至 15 年	364	4.09	.752		5>2
	(4) 16 年至 20 年	244	4.20	.646		
	(5) 21 年以上	382	4.21	.741		
人際關係	(1) 5 年以下	154	4.30	.661	3.55**	1>2
	(2) 6 年至 10 年	161	4.12	.639		1>3
	(3) 11 年至 15 年	364	4.12	.625		1>4
	(4) 16 年至 20 年	244	4.13	.610		5>3
	(5) 21 年以上	382	4.23	.658		5>4
工作本身	(1) 5 年以下	154	4.22	.602	3.26*	1>2
	(2) 6 年至 10 年	161	4.08	.604		5>2
	(3) 11 年至 15 年	364	4.12	.580		5>3
	(4) 16 年至 20 年	244	4.18	.584		
	(5) 21 年以上	382	4.24	.611		
學校環境	(1) 5 年以下	154	4.09	.717	2.13	
	(2) 6 年至 10 年	161	3.92	.653		
	(3) 11 年至 15 年	364	3.94	.651		
	(4) 16 年至 20 年	244	3.99	.650		
	(5) 21 年以上	382	4.03	.707		
教師工作滿意度 (整體)	(1) 5 年以下	154	4.20	.605	4.15**	5>2
	(2) 6 年至 10 年	161	4.01	.574		
	(3) 11 年至 15 年	364	4.07	.559		
	(4) 16 年至 20 年	244	4.12	.518		
	(5) 21 年以上	382	4.18	.580		
	總計	1305	4.12	.568		

註：* $p < .05$ ；** $p < .01$ ；*** $p < .001$ ；

肆、在該校服務年資與校長空間領導差異-遺漏值7個

根據表 4-25 中數據顯示，「教師工作滿意度整體」與「領導行為」、「人際關係」、「工作本身」與「學校環境」等構面在不同本校服務年資的教師間無顯著差異。

表 4-25

不同在該校服務年資教師知覺教師工作滿意度之差異情形表

構面	組類別	樣本數	平均數	標準差	F 值	事後比較
領導行為	(6) 5 年以下	454	4.15	.806	1.74	
	(7) 6 年至 10 年	193	4.01	.799		
	(8) 11 年至 15 年	332	4.17	.678		
	(9) 16 年至 20 年	229	4.15	.712		
	(10) 21 年以上	125	4.17	.747		
人際關係	(6) 5 年以下	454	4.23	.652	1.76	
	(7) 6 年至 10 年	193	4.13	.607		
	(8) 11 年至 15 年	332	4.12	.654		
	(9) 16 年至 20 年	229	4.18	.585		
	(10) 21 年以上	125	4.22	.681		
工作本身	(6) 5 年以下	454	4.17	.622	1.15	
	(7) 6 年至 10 年	193	4.10	.562		
	(8) 11 年至 15 年	332	4.17	.597		
	(9) 16 年至 20 年	229	4.20	.562		
	(10) 21 年以上	125	4.25	.621		
學校環境	(6) 5 年以下	454	4.04	.685	1.70	
	(7) 6 年至 10 年	193	3.96	.607		
	(8) 11 年至 15 年	332	3.97	.677		
	(9) 16 年至 20 年	229	3.91	.677		
	(10) 21 年以上	125	4.05	.713		
教師工作滿意度 (整體)	(6) 5 年以下	454	4.15	.596	1.23	
	(7) 6 年至 10 年	193	4.05	.553		
	(8) 11 年至 15 年	332	4.11	.552		
	(9) 16 年至 20 年	229	4.11	.504		
	(10) 21 年以上	125	4.17	.622		
	總計	1333	4.12	.567		

伍、擔任職務對教師工作滿意度差異

根據表 4-26 數據顯示，「教師工作滿意度整體」及其分構面「領導行為」及「學校環境」在教師擔任不同職務上，皆呈現顯著差異，再以 Scheffé 法進行事後比較，結果顯示如下：

- 一、「教師工作滿意度整體」：「教師兼組長」大於「教師兼導師」，且「科任教師」大於「教師兼導師」及「教師兼主任」。
- 二、「領導行為」：「教師兼組長」大於「教師兼導師」及「教師兼主任」。
- 三、「學校環境」：「科任教師」大於「教師兼主任」。

表 4-26

不同職務教師教師工作滿意度之差異情形表

構面	組類別	樣本數	平均數	標準差	F 值	事後比較
領導行為	(1) 教師兼組長	276	4.25	.731	5.53***	1>2
	(2) 教師兼導師	312	4.06	.768		1>3
	(3) 教師兼主任	443	4.07	.773		
	(4) 科任教師	293	4.22	.716		
人際關係	(1) 教師兼組長	276	4.18	.667	1.23	
	(2) 教師兼導師	312	4.13	.622		
	(3) 教師兼主任	443	4.20	.637		
	(4) 科任教師	293	4.22	.619		
工作本身	(1) 教師兼組長	276	4.20	.634	1.92	
	(2) 教師兼導師	312	4.14	.613		
	(3) 教師兼主任	443	4.14	.601		
	(4) 科任教師	293	4.24	.545		
學校環境	(1) 教師兼組長	276	4.05	.639	3.72*	4>3
	(2) 教師兼導師	312	3.95	.679		
	(3) 教師兼主任	443	3.94	.699		
	(4) 科任教師	293	4.08	.631		
教師工作 滿意度 (整體)	(1) 教師兼組長	276	4.17	.571	3.50*	1>2
	(2) 教師兼導師	312	4.07	.583		4>2
	(3) 教師兼主任	443	4.09	.573		4>3
	(4) 科任教師	293	4.19	.527		
	總計	1324	4.12	.567		

註：* $p < .05$ ；*** $p < .001$ 。

陸、最高學歷對教師工作滿意度差異

根據表 4-27 數據顯示，以得分平均數來看，「教師工作滿意度整體」及其分構面「領導行為」、「人際關係」及「工作本身」雖有差異，但差異甚小；在「學校環境」構面，經由事後檢定得知「一般大學或學程」學歷教師顯著高於「碩士」學歷教師。最後，經由檢定，不同學歷教師知覺教師工作滿意度無顯著差異，本研究因博士學歷人數僅有 15 位，在檢定時，因人數過少，故不納入分析。

表 4-27

不同學歷教師知覺教師工作滿意度之差異情形表

構面	組類別	樣本數	平均數	標準差	F 值	事後比較
領導行為	(1) 一般大學或學程	272	4.18	.755	0.46	
	(2) 師範院校	321	4.14	.784		
	(3) 碩士 (含四十學分班)	701	4.13	.744		
	(4) 一般大學或學程	15	3.99	.650		
人際關係	(1) 一般大學或學程	272	4.22	.639	1.13	
	(2) 師範院校	321	4.21	.654		
	(3) 碩士 (含四十學分班)	701	4.15	.634		
	(4) 一般大學或學程	15	4.09	.704		
工作本身	(1) 一般大學或學程	272	4.19	.571	0.39	
	(2) 師範院校	321	4.14	.636		
	(3) 碩士 (含四十學分班)	701	4.18	.599		
	(4) 一般大學或學程	15	4.12	.619		
學校環境	(1) 一般大學或學程	272	4.08	.632	2.94*	1>3
	(2) 師範院校	321	4.02	.742		
	(3) 碩士 (含四十學分班)	701	3.95	.659		
	(4) 一般大學或學程	15	3.96	.448		
教師工作滿意度(整體)	(1) 一般大學或學程	272	4.17	.545	1.04	
	(2) 師範院校	321	4.13	.602		
	(3) 碩士 (含四十學分班)	701	4.10	.562		
	(4) 一般大學或學程	15	4.04	.504		
總計		1309	4.12	.568		

註：* $p < .05$ ；標示「」者，表示未達顯著水準（ $p > .05$ ）。

綜合上述，不同環境背景變項、人口背景變項與教師工作滿意度之差異，研究發現與推論：

- 一、不同地理位置教師在「教師工作滿意度」及各構面（領導行為、人際關係、工作本身、學校環境）經由檢定，不同地理位置（北區、中區、南區、東區）教師知覺教師工作滿意度有顯著差異，「中區」皆大於「北區」及「南區」。
- 二、學校規模與教師工作滿意度在各構面（領導行為、人際關係、工作本身、學校環境）皆有顯著差異，主要為小規模學校大於中規模學校及超大規模學校，且中規模學校及大規模學校大於超大規模學校。
- 三、不同性別教師知覺教師工作滿意度無顯著差異，表示性別不影響教師知覺教師工作滿意度程度。
- 四、不同年齡教師知覺教師工作滿意度分構面皆有顯著差異，且在「教師工作滿意度整體」、「工作本身」與「學校環境」皆是「51歲以上」組別大於「31歲至40歲」及「41歲至50歲」組別，而「領導行為」方面則是「51歲以上」大於「31歲至40歲」，僅「人際關係」為「30歲以下」大於「31歲至40歲」。
- 五、在總服務年資與教師工作滿意度方面，教師年齡在教師工作滿意度分構面皆有顯著差異，「教師工作滿意度整體」方面為「21年以上」大於「6年至10年」，而領導行為則為「5年以下」、「16年至20年」、「21年以上」大於「6年至10年」；在「人際關係」與「工作本身」中，皆是「5年以下」大於「6年至10年」且「21年以上」大於「6年至10年」、「11年至15年」，而「人際關係」中，「5年以下」還大於「11年至15年」、「16年至20年」。
- 六、在本校服務年資與教師工作滿意度無顯著差異，表示服務年資不影響教師知覺教師工作滿意度程度。
- 七、擔任職務與「教師工作滿意度整體」、「領導行為」及「學校環境」有顯著差異，在「教師工作滿意度整體」是「教師兼組長」大於「教師兼導師」，且「科任教師」大於「教師兼導師」及「教師兼主任」；「領導行為」構面，「教師兼組長」大於「教師兼導師」及「教師兼主任」，而在「學校環境」方面則為「科任教師」大於「教師兼主任」。
- 八、不同學歷教師知覺教師工作滿意度僅「一般大學或學程」學歷教師大於「碩士」學歷教師，其餘構面則無顯著差異，表示學歷不影響教師知覺教師工作滿意度程度。

第二節、校長空間領導與教育行銷之關係

本節採 Pearson's 積差相關，以瞭解臺北市及新北市國民小學校長空間領導、教育行銷之間相關情形。相關係數小於.40 為低度相關，介於.40~.70 為中度相關，大於.70 為高度相關。

第一項、校長空間領導與教育行銷之相關分析

校長空間領導整體與教育行銷整體呈高度正相關 ($r=.955$)，表示運用校長空間領導有助於教育行銷的提升。

第二項、校長空間領導因素與教育行銷之相關為何？

校長空間領導各構面與教育行銷均呈高度正相關。其中，校長空間領導各構面與教育行銷相關性由高至低依序為「融入課程教學」($r=.953$)、「建構教育空間」($r=.914$)、「形塑空間願景」($r=.852$)、「使用者共同參與」($r=.849$)。由此可知，校長空間領導各構面的實施與教育行銷有高度正相關，且以「融入課程教學」相關程度最高。

第三項、不同地區校長空間領導學校在教育行銷上是否有差異存在？

以下根據表 4-28 分述不同地區校長空間領導與教育行銷之相關情形，並比較不同地區的差異：

表 4-28

校長空間領導與教育行銷相關係數表

	校長空間領導	教育行銷				
		北區	中區	南區	東區	整體
皮爾森 (Pearson) 積差 相關	形塑空間願景	.687***	.659***	.769***	.632***	.852***
	建構教育空間	.733***	.706***	.763***	.696***	.914***
	融入課程教學	.743***	.735***	.795***	.730***	.953***
	使用者共同參與	.697***	.658***	.755***	.712***	.849***
	校長空間領導	.778***	.751***	.819***	.764***	.955***

註：*** $p<.001$

壹、北區

北區校長空間領導整體及其構面皆與教育行銷成高度正相關，達.01 顯著水準。其中，校長空間領導構面與教育行銷相關性由高至低依序為「融入課程教學」($r=.743$)、「建構教育空間」($r=.733$)、「使用者共同參與」($r=.697$)、「形塑空間願景」($r=.687$)，表示北區校長實施空間領導之作為中，以「融入課程教學」相關程度最高。

貳、中區

中區校長空間領導整體及其構面皆與教育行銷成高度正相關；其中，校長

空間領導構面與教育行銷相關性由高至低依序為「融入課程教學」(r=.735)、「建構教育空間」(r=.706)、「形塑空間願景」(r=.659)、「使用者共同參與」(r=.658)，表示中區校長實施空間領導之作為中，以「融入課程教學」相關程度最高。

參、南區

南區校長空間領導整體及其構面皆與教育行銷成高度正相關；其中，校長空間領導構面與教育行銷相關性由高至低依序為「融入課程教學」(r=.795)、「形塑空間願景」(r=.769)、「建構教育空間」(r=.763)、「使用者共同參與」(r=.755)，表示新北市校長實施空間領導之作為中，以「融入課程教學」相關程度最高。

肆、東區

東區校長空間領導整體及其構面皆與教育行銷成高度正相關；其中，校長空間領導構面與教育行銷相關性由高至低依序為「融入課程教學」(r=.730)、「使用者共同參與」(r=.712)、「建構教育空間」(r=.696)、「形塑空間願景」(r=.632)，表示新北市校長實施空間領導之作為中，以「融入課程教學」相關程度最高。

綜合上述，臺灣四區校長空間領導與教育行銷皆呈高度正相關，雖校長空間領導各構面與教育行銷相關性程度的高低排序有顯著不同，但皆以「融入課程教學」最為重要（詳見表 4-29）。

表 4-29

不同地區校長空間領導與教育行銷之相關情形表

地區 排序	北區	中區	南區	東區
1	融入課程教學 (r=.953)	融入課程教學 (r=.735)	融入課程教學 (r=.795)	融入課程教學 (r=.730)
2	建構教育空間 (r=.914)	建構教育空間 (r=.706)	形塑空間願景 (r=.769)	使用者共同參與 (r=.712)
3	形塑空間願景 (r=.852)	形塑空間願景 (r=.659)	建構教育空間 (r=.763)	建構教育空間 (r=.696)
4	使用者共同參與 (r=.849)	使用者共同參與 (r=.658)	使用者共同參與 (r=.755)	形塑空間願景 (r=.632)

第三節、校長空間領導與教師工作滿意度之關係

本節採 Pearson's 積差相關，以瞭解臺灣北、中、南與東四區國民小學校長

空間領導、教師工作滿意度之間相關情形。相關係數小於.40 為低度相關，介於.40~.70 為中度相關，大於.70 為高度相關。

表 4-30

校長空間領導與教師工作滿意度相關係數表

		教師工作滿意度				
		校長空間領導	北區	中區	南區	東區
皮爾森 (Pearson) 積差 相關	形塑空間願景	.681***	.698***	.761***	.672***	.900***
	建構教育空間	.695***	.706***	.769***	.697***	.935***
	融入課程教學	.751***	.716***	.794***	.668***	.950***
	使用者共同參與	.708***	.682***	.777***	.664***	.873***
	校長空間領導	.772***	.764***	.825***	.746***	.979***

註：*** $p < .001$

第一項、校長空間領導與教師工作滿意度之相關分析

校長空間領導與教師工作滿意度整體，呈顯著正相關，相關係數 ($r = .979$) 為中度正相關。

第二項、校長空間領導因素與教師工作滿意度之相關為何？

校長空間領導各構面於教師工作滿意度整體，呈顯著正相關，相關係數分別為「形塑空間願景」($r = .900$)、「建構教育空間」($r = .935$)、「融入課程教學」($r = .950$) 及「使用者共同參與」($r = .873$)，為高度正相關。在「融入課程教學」上，相關係數最高，顯示校長空間領導構面中，以「融入課程教學」提升教師工作滿意度最有影響。

第三項、不同地區校長空間領導學校在教師工作滿意度上是否有差異存在？

校長空間領導整體與各構面於各區皆有顯著差異，且呈正相關。南區在空間領導整體及各構面與教師工作滿意度整體，相關係數分別為「校長空間領導整體」($r = .825$)、「形塑空間願景」($r = .761$)、「建構教育空間」($r = .769$)、「融入課程教學」($r = .794$) 及「使用者共同參與」($r = .777$)，皆高於其他地區，為高度正相關。以北、中、南三區而言，校長空間領導之「融入課程教學」最能影響於教師工作滿意度之提升，其相關係數為.751 (北區)、.716 (中區) 及.794 (南區)，為空間領導構面中相關係數最高者，而東區雖以「建構教育空間」最能影響於教師工作滿意度之提升，其相關係數為.697，然其「融入課程教學」為校長空間領導中第二能影響教師工作滿意度之提升者。

綜合上述，四區校長空間領導與教師工作滿意度整體為高度正相關，且幾

乎皆以「融入課程教學」為相關係數最高；北區及南區空間領導各構面與教師工作滿意度相關係數較低者為「形塑空間願景」，而中區、東區則是以「使用者共同參與」為相關係數較低者。

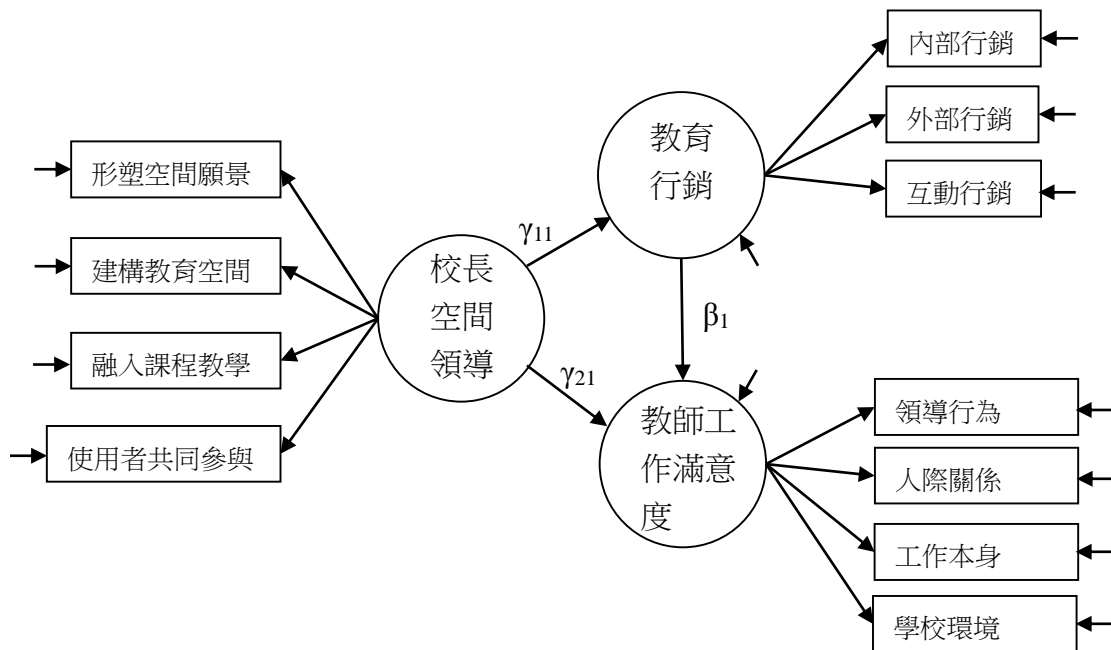
第四節、結構方程模式分析

第一項、模型設定

本研究題目為「國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度關係之研究」，基於文獻探討，將「校長空間領導」變項分為形塑空間願景、建構教育空間、融入課程教學與使用者共同參與等四個構面；「教育行銷」變項分為內部行銷、外部行銷與互動行銷等三個構面；「教師工作滿意度」變項分為領導行為、人際關係、工作本身與學校環境等四個構面，且設定三條影響路徑分別為，校長空間領導直接影響教育行銷，路徑係數為 γ_{11} （校長空間領導→教育行銷）、教育行銷直接影響教師工作滿意度，路徑係數為 β_1 （教育行銷→教師工作滿意度）、校長空間領導直接影響教師工作滿意度，路徑係數為 γ_{21} （校長空間領導→教師工作滿意度），以及含中介效果的校長空間領導透過教育行銷影響教師工作滿意度（校長空間領導→教育行銷→教師工作滿意度）。基於上述，繪製而成圖 4-1 國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度之線性結構關係理論模型。

圖 4-1

國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度之線性結構關係理論模型



第二項、描述性統計與相關矩陣

本研究各觀察變項的平均數、標準差及相關係數分述如下：各觀察變項的平均數介於 3.88 到 4.25 之間、標準差介於 0.59 到 0.76 之間，而相關係數介於 .50 到 .85 之間皆達顯著水準且落在合理範圍，其詳細數據如表 4-31。

表 4-31

外顯變數描述統計與相關係數矩陣 (N=1340)

因素	題項	平均數	標準差	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
校長空間領導	1. 形塑空間願景	4.04	0.72	1										
	2. 建構教育空間	4.03	0.68	.85	1									
	3. 融入課程教學	3.98	0.68	.80	.84	1								
	4. 使用者共同參與	3.88	0.76	.76	.79	.81	1							
行銷	5. 內部行銷	4.14	0.59	.70	.74	.76	.71	1						
	6. 外部行銷	4.20	0.61	.60	.61	.64	.60	.70	1					
	7. 互動行銷	4.25	0.58	.60	.63	.65	.60	.74	.72	1				
意度	8. 領導行為	4.15	0.75	.76	.75	.76	.74	.76	.63	.66	1			
	9. 人際關係	4.19	0.64	.58	.58	.61	.56	.66	.58	.65	.69	1		
	10. 工作本身	4.18	0.60	.50	.51	.55	.51	.61	.55	.59	.60	.65	1	
	11. 學校環境	4.00	0.68	.57	.61	.63	.61	.63	.54	.60	.60	.63	.63	1

註: 所有相關係數皆達顯著水準 ($p < .001$)。

第三項、測量模式

檢驗結構模式之前，Anderson 和 Gerbing 建議先檢驗測量模式，以確定其具有可接受的適配程度後，方可進行結構模式之驗證；依據 Byrne (1994)、Hu 與 Benter (1999) 及余民寧 (2006) 之建議，作為模型適配度之判斷依據，GFI、CFI 及 TLI 需大於.90；CN 須大於 200；RMSEA 須小於.08。本研究測量模式檢驗結果顯示適配程度良好（卡方=172.106、df=36、GFI=.97、CFI=.99、NFI=.99、RMR=.008、RMSEA=.054）(洪兆祥、陳柏霖、余民寧，2015)。

校長空間領導平均變異萃取量為.79，組合信度為.94；教育行銷平均變異萃取量為.84，組合信度為.94；教師工作滿意度平均變異萃取量為.57，組合信度為.84，皆符合 Fornell 與 Larcker 及 Hair、Black、Babin 與 Anderson 建議之標準，顯示正式問卷具有良好的信度與效度（陳柏霖、洪兆祥、余民寧，2013）。潛在變項間之相關係數介於.85~.92 之間，皆達顯著水準（ $p < .001$ ）且為正值，故本研究所有研究變項間皆有顯著正相關，如表 4-31 及表 4-33 所示。

表 4-32

校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度的關係模式適配度考驗指標

適配度衡量指標		判斷規準（註）	適配情形
絕對適配度量測			
χ^2	$\chi^2=172.106$ P=0.00	卡方值愈小愈好， 且未達顯著	未達適配
GFI	0.97	> 0.9	達適配
RMR	0.008	< 0.05	達適配
RMSEA	0.054	< 0.05，良好適配； < 0.08，合理適配； < 0.1，普通適配； ≥ 0.1 ，不良適配	合理適配
增值適配量測			
AGFI	0.957	> 0.9	達適配
NFI	0.987	> 0.9	達適配
CFI	0.990	> 0.9	達適配
IFI	0.990	> 0.9	達適配
RFI	0.980	> 0.9	達適配
簡效適配量測			
PGFI	0.533	> 0.5	達適配
PNFI	0.646	> 0.5	達適配
CN	1340	適當樣本數，至少 CN>200	良好適配

註：判斷規準係依據余民寧（2006）LISERL 程式適配指標之使用的建議判斷標準

表 4-33

正式問卷之測量模式摘要表

	標準化因素負荷量	標準誤	T 值	AVE	CR
校長空間領導				.79	.94
形塑空間願景	0.89				
建構教育空間	0.92	0.02	51.54		
融入課程教學	0.91	0.02	50.36		
使用者共同參與	0.86	0.02	44.20		
教育行銷				.84	.94
內部行銷	0.90				
外部行銷	0.85	0.02	43.20		
互動行銷	0.84	0.02	41.95		
教師工作滿意度				.57	.84
學校環境	0.89	0.02	37.36		
學校環境	0.80	0.02	32.21		
學校環境	0.73	0.02	32.97		
學校環境	0.74	0.02	36.71		

註：所有標準化因素負荷量皆達顯著水準 ($p < .001$)。

表 4-34

測量模式的潛在變項間之相關係數

潛在變項	1	2	3
1.校長空間領導	1		
2.教育行銷	.85***	1	
3.教師工作滿意度	.88***	.92***	1

註：*** $p < .001$ 。

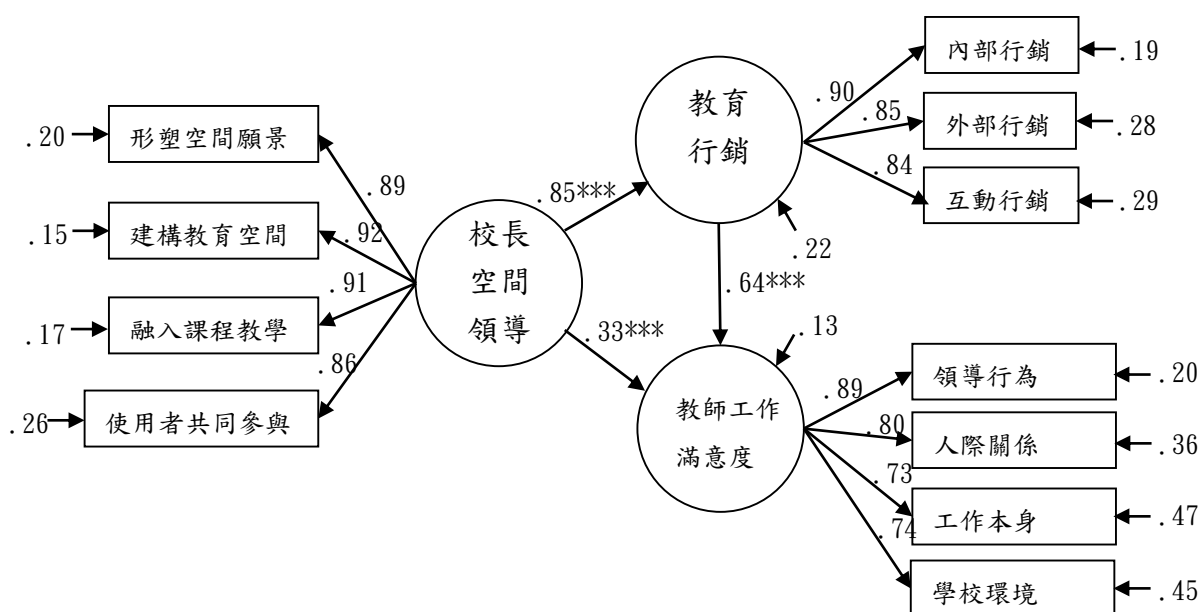
第四項、結構模式與中介效果檢定

壹、結構模式

國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度之結構模式，顯示校長空間領導對教育行銷的路徑係數為.85，教育行銷對教師工作滿意度的路徑係數為.92，兩者皆達顯著。另外，校長空間領導對教師工作滿意度的路徑係數為.88，亦達顯著水準（如圖 4-2）。

圖 4-2

國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度的結構模式圖



註：* $p < .001$ ；標示「」者，表示未達顯著水準 ($p > .05$)。

貳、中介效果檢定

空間領導透過教育行銷作為中介對教師工作滿意度之效果為.54，中介效果之 95% CI 皆未包含 0，表示中介效果達顯著水準。在中介效果顯著的情況下，空間領導對教師工作滿意度的直接效果亦達顯著水準，根據 Baron 與 Kenny 的定義，本研究模式僅為部分中介（陳柏霖、洪兆祥、余民寧，2013），表示校長空間領導的效果有可能透過教育行銷轉化為對教師工作滿意度的影響（如表 4-34）。

表 4-34

結構模式與中介效果拔靴法檢定表

	影響方向	參數	標準化係數	95% CI
直接效果	空間領導→教育行銷	γ_{11}	.85***	
直接效果	教育行銷→教師工作滿意度	β_1	.64***	
直接效果	空間領導→教師工作滿意度	γ_{21}	.33***	
中介效果	空間領導→教育行銷→教師工作滿意度	$\gamma_{11}*\beta_1$.54	.475~.632
總效果	空間領導→教師工作滿意度（含中介效果）	$\gamma_{21}+\gamma_{11}*\beta_1$.87	.851~.900

註 1：：標示「***」者，表示 $p < .001$ ；標示「 」者，表示未達顯著水準（ $p > .05$ ）。

註 2：直接效果部分直接採用 t 檢定，中介效果及總效果採拔靴法。

第五節、質性訪談結果分析

第一項、校長空間領導

壹、形塑空間願景

一、溯源學校願景，觸發空間願景

校長在形塑空間願景層面，可溯源至學校願景，從學校願景觸發空間願景。例如：若該校願景為自立，透過群班教室的開放式空間的使用，建立守秩序、尊重其他使用者的態度，進而內化成良好品德，達到空間願景的營造。

二、賦予空間意義具現化空間願景

校園建築乃實現學校願景之有形媒介，賦予校園建築意義，能具現化空間願景。例如：以「我守護校園」為主題，在校園的圍牆上畫上學生自己的守護神自畫像，以達到愛護校園、認同校園的願景。

三、配合個人教育理念，融入學校原本願景。

校長在形塑空間願景時可以配合自身校育專業，並進一步融入學校願景。例如：該校校長將資訊教育的專業融入學校空間領導，在校園角落設置QR-COED，並連結網路平臺，讓空間領導不僅止於制式的硬體改變。

貳、建構教育空間

一、校園就是教室，教學場域的擴大讓教育融入生活空間。

透過學校建築空間的規劃及設計，將教學場域擴大至整個校園，讓教育融入生活空間。例如：利用大型的立體空間（梁柱、牆等）展示課程相關資訊，讓學生學習不僅止於教室而是遍佈在整個校園環境中。

二、無所不在的教育，空間領導帶領的境教，提升學生自主能力。

校長規劃校園空間時，將動靜分離，養成學生一進入教學區域自然降低音量、放輕腳步，空間領導不僅只是校園設備的修繕或建設，而是在提供一個無形的教育空間，讓使用者感受空間，養成自主能力。

三、透過開放及實體的校園體驗/環境激發學生潛能，產生創造力。

校園圍牆的增高或拆除一直頗受爭議，但校長於訪談時分享，開放的校園空間不僅是形式上空間的改變，透過開放及實體的校園體驗，環境更能激發學生潛能，產生創造力。

參、融入課程教學

一、 結合課程的融入教師發展，讓空間應用不因校長接替而停止。

結合課程的空間領導能融入教師發展，不因校長接替而停止課程發展。例如：學校教師共同規劃綜合課程，課程內容由教師討論，並結合各領域教師共同完成。

二、 透過課程融入，觸發教師專業成長。

將空間領導融入課程設計，能觸發教師專業成長，因課程內容需逐年變更及修正，大多教師僅熟知自身專科（例如：國文科、數學科、自然科等），藉由課程方案設計，提供教師學習機會平臺，空間領導亦屬於一專業領域，故將空間領導融入課程設計，觸發教師專業成長。

三、 以學校原本願景，發展課程融入校園教育情境之中

校長依據學校原本願景，藉由課程發展委員會與教師共同發想特色課程，營造空間氣氛形塑教育情境於校園中，例如：某校位於海邊，其學校原本願景為與海洋共存，校長與教師們共同發想認識海洋課程，並逐年更新主題（龍蝦、白蝦），透過實體布置校園進而延伸至保護海洋理念的推廣。

肆、使用者共同參與

一、 傾聽使用者需求，營造友善校園。

校園的使用者以學生及教師為主，傾聽使用者需求改善校園環境，營造友善校園。例如：學校於保健室外設置「平安樹」，調查學生容易受傷的場域，提供學校修繕方向；校長調查教師對校園環境的需求，改善昏暗停車場，提高教師對校園空間滿意度。

二、 邀請使用者參與空間設計，凝聚校園認同。

邀請校園使用者（教師、學生、工友等），一同設計校園空間，賦予建築物意義，凝聚校園認同。例如：設置「元年英雄榜」紀錄牆，紀錄創校元老，利用空間設計讓使用者更了解校園歷史，更凝聚校園認同；透過校園設備修繕或環境維護，具體改善學校空間，營造友善校園，增進社區、家長對學校好感。例如：學校將學生作品以彩繪拼貼的方式融入校園圍牆，修繕斑駁圍牆，耳目一新的圍牆贏得社區讚賞。

第二項、空間領導的價值

壹、藉由空間領導，凝聚組織成員共識，提升認同感。

空間領導是透過建構實體空間，而影響組織成員之領導模式，與其他領導方式相較，空間的改變能立即反映使用者需求，讓組織成員感受被重視，進而達到凝聚向心力，提升認同感。構透過教學空間的建置與改善，提升教師的工作滿意度，如地下停車場的翻修或重建，進而提升教師上下班的方便；操場跑道旁階梯的整修與維護，有效降低事故發生率，營造友善校園，更兼顧使用者的安全性。

貳、空間領導對境教之影響，不僅止於正式課程，更內化至以人為本的道德教育。

早期空間領導大多利用校園空間的規劃營造出美感校園，或是友善校園等以達外在成效，但近年來已有越來越多校長應用校園空間培養學生內在素養。例如，將動、靜環境分開，讓使用者自然養成尊重環境素養；透過使用者參與的方式共同改善校園環境，讓使用者對校園認同，養成由內而外的自律。

參、開放空間的視野激發成員創造力。

應透過校園設施完善規劃以開闊心境，讓校園建築不僅止於硬體設施，更能透過視野的延伸、多元激發成員創造力，例如：某校拆除圍牆，打破原有教育空間，規劃寬廣的教育視野。

本研究乃湯志民、魏琦、施佩吟（2013）《國民小學校長空間領導、教師組織承諾與學校效能關係之研究》以及湯志民、簡宜珍、陳詩媛（2014）《國民小學校長空間領導、組織學習與教學效能關係之研究》研究之延伸，研究對象由臺北市與新北市公立國民小學，擴大至全臺國民小學，且皆進行質性訪談研究，進而探究空間領導的價值。以下分別敘述本研究與先前之研究所提出的空間領導價值，再提出綜整之見解。

首先，關於本研究所提出的空間領導價值說明如下：

- 一、藉由空間領導，凝聚組織成員共識，提升認同感，空間的改變能立即反映使用者需求，讓組織成員感受被重視，進而達到凝聚向心力，提升認同感。
- 二、空間領導對境教之影響，不僅止於正式課程，更內化至以人為本的道德教育，透過使用者參與的方式共同改善校園環境，讓使用者對校園

認同，養成由內而外的自律。

三、透過視野的延伸，開放空間的視野激發成員創造力，讓空間領導不再僅止於硬體設施。

綜觀湯志民、魏琦和施佩吟（2013）以及湯志民、簡宜珍和陳詩媛（2014）之研究與本研究對於空間領導價值，可以綜整如下：

- 一、空間領導相較於其他領導，有立即性的效益和主體性的宣示效果，具有潛在非正式影響力，能很快地看出其成效與校園整體空間規劃的轉變。
- 二、空間領導價值實際影響力在於「增進組織成員的認同感」與「建立彼此的信任感」，且更具體層面為「凝聚共識」與「促進人和」。
- 三、空間領導善用境教，不僅影響正式課程，更內化至以人為本的道德教育，以開放空間與使用者參與，激發成員創造力、校園認同感和培養自律。

本研究發現空間領導發展日趨完善，相較於先前之研究，除了硬體設施的改變，更重視無形的影響，尤其是境教的規劃、設置與運用日漸增多，也更為熟練，對空間領導理論建置和實務運用，有更多助益與提升。

第三項、曾遭遇的困難與解決之道

壹、空間領導無參照標準，可向專家學者請教或參考他校經驗。

較於其他領導方式，空間領導無一準確參照指標，故校長於施行時，往往走一步算一步。對此，受訪校長提及，可多參考他校經驗，或向專家學者請教，避免閉門造車。

貳、空間領導推展初期組織成員採觀望姿態，可辦理工作坊提升校長及教師專業能力。

由於校長大多由師培體制出生，對於空間領導較無專業知識背景，在帶領組織成員時，組織成員較難認同，因此在領導初期多採觀望態度。對此，受訪校長提及，教育相關單位，可辦理相關專業領域之工作坊，讓空間領導廣為周知，提升校長及教師專業能力。

參、改善校園環境經費來源不定，可透過競爭型計畫逐步落實。

公立國民小學經費大多來自於當地縣市政府，且經費來源有限，因此執行計畫時，常捉襟見肘。受訪校長提及支解決策略以主動爭取經費為主要應對方式，可透過競爭型計畫之撰寫，或社區之協助。其二為，將大型計劃分割為小計劃，逐步完成，降低半途而廢之風險。

肆、學校空間應符時代需求，規劃設置要具前瞻性和彈性以資因應。

學校空間應隨時代變遷與時俱轉，但校園建築一旦興建便難以在更動，因此規劃時的挑戰更為艱鉅。對此，受訪校長提及，校園空間規劃與建置應具有前瞻性和彈性，並多參考學者專家之意見，以及多利用可拆式建築、活動式設施，提升校園空間運用機動性，以因應瞬息萬變的教育環境。

第五章、結論與建議

第一節、結論

本研究根據研究目的、文獻探討及結果分析與討論，茲提出結論如下：

壹、全臺國民小學校長空間領導達到高程度，在「形塑空間願景」、及「建構教育空間」層面的表現最佳

校長空間領導整體之得分平均數為 3.97，達中高程度表現；「形塑空間願景」、「建構教育空間」構面之得分依序為 4.03 以及 4.02，而「融入課程教學」達 3.97，「使用者共同參與」構面之得分平均數則為 3.87。「建構教育空間」屬於實體性的改變，故填答者較能感受，「使用者空間參與」因涉及領導者即被領導者相互交流，故仍有較大進步空間。

貳、全臺教育行銷達高程度，以「溝通交流」層面最明顯

教育行銷以「互動行銷」層面分數最高為 4.25，整體平均分數為 4.20，顯示學校教師及行政同仁，對於教育行銷所具之知覺為高程度表現，而在「互動行銷」得分最高，校長在規畫校園空間時願社區及家長的需求，不僅開放校園設施提供社區使用，更能積極與社區互動，結合社區資源。

參、全臺教師工作滿意度達高程度，以「人際關係」層面成效最好

教師工作滿意度以「人際關係」層面分數最高為 4.18，整體平均分數為 4.12，顯示學校教師及行政同仁，對於教師工作滿意度所具之知覺為高程度表現，而在「人際關係」得分最高，表示教師間相處融洽，不僅共同工作理念，更能相互支援協助，彼此關心鼓勵。

肆、部分不同背景變項（如學校規模與職務）在國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度上有差異

不同背景變項（包括地理位置、學校規模、性別、年齡、在該校服務年資、職務與學歷）之校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度差異情形，茲說明如下：

一、校長空間領導，在學校地理位置、學校規模、年齡、擔任職務有顯著差異：

(一) 學校地理與校長空間領導在所有層面東部皆高於北區，推論原因為東部學校規模較小，且大多學校發展部落文化，有其獨特性，在校園空間的規劃及營造上有其優勢，故教師較能知覺校長空間領導。

(二) 學校規模與校長空間領導在所有層面皆有顯著差異，主要為學校規模小規模學校大於其他規模；推論原因為小規模的學校在校園空間的規劃與

營造上，更具優勢，故教師知覺校長空間領導程度高。

- (三) 年齡與校長空間領導在所有層面上，51 歲以上教師知覺空間領導皆高於 30 歲至 40 歲教師，推論，年齡較高的教師，因教學狀況及行政能力已趨向穩定，相較於其他年齡層教師有較多時間及心力關注於其他領導方式，願知覺校長空間領導的程度亦較高。
- (四) 擔任職務與校長空間領導，在所有層面上科任教師皆大於其他職務教師，推論因當今的空間領導多輔以課程，科任教師參與規劃課程較多，故科任教師在知覺校長空間領導程度較其他職務感受程度更高。

二、教育行銷，在地理位置、學校規模、性別、在該校服務年資及擔任職務有顯著差異：

- (一) 不同地理位置教師在「教育行銷整體」及各構面（內部行銷、外部行銷、互動行銷）得分平均數中，中區及東區相較於北區及南區，得分較高，經由檢定，不同地理位置（北區、中區、南區、東區）教師知覺教育行銷有顯著差異。
- (二) 學校規模與教育行銷在各構面（教育行銷整體、內部行銷、外部行銷、互動行銷）皆有顯著差異，推論原因為小規模學校其教職員工與學生人數皆較少，在教育行銷層面較容易達成共識。
- (三) 不同年齡教師知覺教育行銷則有顯著差異，以 51 歲以上之教師對教育行銷知覺最高。
- (四) 在總校服務年資不同的教師知覺「教育行銷整體」及「內部行銷」情形有顯著差異。
- (五) 擔任不同職務的教師知覺「教育行銷整體」、「內部行銷」與「外部行銷」有顯著差異，科任教師在知覺教育行銷得分最高，推論為科任教師（美術比賽、科展、運動會等）會帶領學生參加校內外競賽，故科任教師對教育行銷知覺較高。

三、教師工作滿意度，在不同地理位置、學校規模、年齡、總服務年資、擔任職務及不同學歷有顯著差異：

- (一) 不同地理位置與教師工作滿意度在「教師工作滿意度整體」及各構面皆有顯著差異，「中區」皆大於「北區」及「南區」。
- (二) 學校規模與教師工作滿意度在「教師工作滿意度整體」及各構面皆有顯著差異，主要為小規模學校大於中規模學校及超大規模學校，且中規模學校及大規模學校大於超大規模學校。
- (三) 不同年齡教師知覺在「教師工作滿意度整體」及各構面皆有顯著差異，且在「教師工作滿意度整體」、「工作本身」、「學校環境」及「領導行為」皆是「51 歲以上」組別大於「31 歲至 40 歲」組別，僅「人際關

係」為「30歲以下」大於「31歲至40歲」。

- (四)不同總服務年資教師知覺在「教師工作滿意度整體」及各構面皆有顯著差異，且在「教師工作滿意度整體」及「領導行為」皆是「21年以上」大於「6年至10年」，僅「人際關係」為「30歲以下」大於「31歲至40歲」，而「人際關係」與「工作本身」中，皆是「5年以下」大於「6年至10年」且「21年以上」大於「6年至10年」、「11年至15年」。
- (五)擔任職務與「教師工作滿意度整體」、「領導行為」及「學校環境」有顯著差異，整體而言，「教師兼組長」大於「教師兼導師」。
- (六)不同學歷教師知覺教師工作滿意度僅「一般大學或學程」學歷教師大於「碩士」學歷教師。

伍、國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度三者間具有中高度顯著正相關

由測驗模式的潛在變項間之相關係數中可得知，國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度此三個變項在整體層面上，其相關係數具有中高度顯著正相關。因此，校長在空間願景的形塑、教育空間的建置、課程教學的融入及使用者共同參與來強化教師教育行銷，進而提升教師工作滿意度。

陸、國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度具有良好的聚斂效度

國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度的測量模式中顯示，校長空間領導、教育行銷及教師工作滿意度的標準化因素負荷量皆大於.7，平均變異萃取量和組合信度的數值皆落在合理範圍，顯示本研究此三個潛在變項皆具有良好的聚斂效度。

柒、教育行銷在校長空間領導與教師工作滿意度間扮演部分中介，故國民小學校長空間領導可透過教育行銷對教師工作滿意度產生正向的間接影響

國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度的結構方程模式之適配性檢定通過標準，本研究提出之模型獲得支持，能解釋主要變項間的關係。本研究發現，「教育行銷」在國民小學校長空間領導與教師工作滿意度間扮演部分中介的角色。故空間領導可透過教育行銷，諸如內部行銷、外部行銷、交互行銷，對教師工作滿意度產生正向的間接影響，可利用此強化空間領導對教師工作滿意度之成效。

捌、空間領導善用境教，不僅影響正式課程，更內化至以人為本的道德教育，以開放空間與使用者參與，激發成員創造力、校園認同感和培養自律

早期空間領導大多利用校園空間的規劃營造出美感校園等具現化空間，以達外在成效，且相較於其他領導，有具體且立即性效益且透過建構校園優質環境與教育空間之規劃，能很快地看出其成效與校園整體空間規劃的轉變。近年來，除了利用改變硬體配備，空間領導更著重於無形的影響，透過使用者參與的方式共同改善校園環境，讓使用者對校園認同，養成由內而外的自律，利用開放空間的視野激發成員創造力，並讓使用者自然養成尊重環境素養。

玖、校長空間領導專業知識不足且實施時無一參照標準，應建立完善實施指標，俾有利於空間領導的發展

校長在施行空間領導時，遇到的困境諸如同仁的不支持、採購和招標等問題以及每任校長的領導方式與教育理念迥異，受限於校長在空間領導實施時的專業能力與素養，而不利於空間領導的發展。其解決之道首先可從建立完善實施指標做起，使學校現場有一參照標準，更可使得校長培育課程有參考方向。

第二節、建議

壹、對實務之建議

一、形塑空間願景時，除溯源至學校願景，可藉由賦予空間意具現空間願景。

校長在形塑空間願景層面，可溯源至學校願景，從學校願景觸發空間願景，校園建築乃實現學校願景之有形媒介，賦予校園建築意義，能具現化空間願景，讓空間願景不再遙不可及。

二、「融入課程與教學」與「建構教育空間」的相輔相成呈現校長空間領導。

透過學校建築空間的規劃及設計，將教學場域擴大至整個校園，讓教育融入生活空間。透過特色課程的開發，營造空間氣氛形塑教育情境於校園中輔以教育空間的改善，更能傳達空間領導。

三、善用校長空間領導，推動教育行銷

本研究發現，教育行銷能預測教師工作滿意度，故校長對於教育行銷之理念須有所了解，將教育行銷觀念透過空間領導傳達給學校教職同仁，藉由內部行銷傳遞共同理念，憑藉外部行銷宣揚學校辦學理念，更藉由互動行銷，與社區家長互動共同營造雙贏學習環境。

四、傾聽使用者需求，凝聚校園認同

校園的使用者以學生及教師為主，傾聽使用者需求改善校園環境，營造

友善校園，邀請校園使用者（教師、學生、工友等），一同設計校園空間，賦予建築物意義，凝聚校園認同。

五、校長空間領導應善用教育行銷以提升教師工作滿意度

根據研究結果發現，校長空間領導可透過教育行銷之中介機制，能有效提升教師工作滿意度。因此，校長空間領導可善用教育行銷，促進教師工作滿意度的提升。檢定結果顯示「教育行銷」的效果為間接中介，為有效提升教師工作滿意度，校長在施行空間領導時，亦輔以教育行銷的推展，兩者雙管齊下，能對教師工作滿意度產生間接正向影響。

六、校長於規劃學校建築時，應具前瞻性思維並輔以專家意見，共同規劃完善校園空間

本研究結果發現，校長培育時缺乏完整系統之空間領導概念，且在實務上缺乏參照指標，且教學與學生活動空間需與時俱轉，故，校長在規劃校園空間時，應多參考專家意見或多利用可拆式建築、活動式設施，以提升空間利用之機動性，以因應瞬息萬變的教育環境，而專家學者則應盡快擬定空間領導實施時之參照標準，以利校長推廣空間領導。

貳、對未來研究之建議

一、在研究變項層面，可探討不同變項之相關，拓展空間領導研究

校長空間領導是教育領導的新興理論之一，值得進一步探究與建置，建議未來研究可探討校長空間領導與其他變項之關係，如：組織文化、工作態度、永續經營等，並持續追蹤校長空間領導的實施現況，了解校長空間領導在學校實務運用情形，以供教育行政主管機關、校長與教師參考，且促進校長空間領導領域之學術發展，讓空間領導的相關研究結果更加完善。

二、在研究對象層面，可增設對照組。

因本研究雖針對全臺國民小學教師進行問卷調查，但未進行分類，如：該國小是否曾獲得校園建築相關獎項或補助，進一步了解國內校長空間領導與教育行銷實施之情形，及影響教師工作滿意度之成效，以增廣研究結果的類推能力。

三、研究方法層面，降低問卷主觀認知錯誤，運用不同的研究方法，以進一步探究校長空間領導影響之歷程

大部分校長空間領導研究以問卷調查之量化分析為主要研究方法，本研究持續三年進行訪談，蒐集不少有價值之質性資料。建議未來，可增加質性訪談之校數，或進行個案研究與觀察，以資對空間領導實務運作範式與成效，進一步探索與了解。

參考文獻

第一節、中文部分

- 王秋發 (2006)。臺中縣國民小學校長教學領導行為與教師工作滿意度相關之研究 (未出版之碩士論文)。國立新竹教育大學，新竹市。
- 王敬宜 (2010)。國民中學教師知覺校長領導風格、學校行銷與學校效能之相關研究 (未出版之碩士論文)。國立彰化師範大學，彰化縣。
- 江志軒 (2011)。苗栗縣國民小學校長分布式領導、教師組織公民行為與教師工作滿意度關係之研究 (未出版之碩士論文)。國立政治大學，臺北市。
- 余民寧 (2006)。潛在變項模式：SIMPLIS的應用。臺北市：高等教育。
- 余美惠、陳斐娟 (2012)。學校行銷策略、學校品牌形象與家長滿意度之相關研究。明道學術論壇，8 (2)，頁3-23。
- 余景達 (2002)。國民小學學校本位管理與教師工作滿意關係之研究 (未出版之碩士論文)。臺中師範學院，臺中市。
- 吳建華 (2008)。學校行銷的理念與實踐—以東莞臺商子弟學校為例。學校行政雙月刊，53，頁175-191。
- 吳清山 (2013)。空間領導。教育研究月刊，231，頁125-126。
- 吳清基等編著 (2005)。優質學校。臺北市：臺北市教師研習中心。
- 吳謹全 (2003)。國立新竹師範學院策略性行銷規劃之調查研究 (未出版之博士論文)。國立新竹師範學院，新竹市。
- 李冠霖 (2010)。國民小學校長空間領導與學校效能關係之研究 (未出版之碩士論文)。國立屏東教育大學，屏東縣。
- 李家安 (2014)。國小教師工作滿意度指標建構之研究—以三域模型為基礎 (未出版之碩士論文)。國立政治大學，臺北市。
- 李朝卿 (2008)。南投縣國民小學學校行銷策略之研究 (未出版之碩士論文)。中臺科技大學，南投縣。
- 李慶裕 (2012)。國民中學空間領導指標建構之研究 (未出版之碩士論文)。國立暨南國際大學，南投縣。
- 周昌柏、范熾文 (2006)。國小校長轉型領導、交易領導與教師工作滿意度關係之研究。花蓮教育大學學報，22，頁255—282。
- 林丁進 (2012)。探討學校行銷概念及其應用於國民中小有利因素。學校行政雙月刊，77。頁27-45。
- 林文正 (2012)。國小教師正向心理資本與教學效能、工作滿意度及主觀幸福感關聯模式之建構與驗證。(未出版之碩士論文)。國立高雄師範大學，高雄市。
- 林秀琴、黃文三、沈碩彬 (2009)。高雄市公立國中小校長溝通行為與教師工作

- 滿意度、組織承諾關係之研究。教育經營與管理研究集刊，5，頁41—67。
- 林建志（2003）。高雄市國民中學學校教育人員對學校行銷策略認知及其運作之研究（未出版之碩士論文）。國立高雄師範大學，高雄市。
- 林蒞翔（2015）。臺北市公立國民小學領域備課社群教師工作滿意度與教學效能關係（未出版之碩士論文）。國立臺北教育大學，臺北市。
- 林進丁（2012）。探討學校行銷概念及其應用於國民中小學之有利因素。學校行政雙月刊，77，頁27-45。
- 邱裕文（2010）。校長領導風格與學校行銷策略之探究：以臺中市國小為例（未出版之碩士論文）。東海大學，臺中市。
- 邱慧俐（2004）。雲林縣國民中學學校行銷策略認知與現況之調查研究（未出版之碩士論文）。國立嘉義大學，嘉義縣。
- 侯一欣（2009）。學校課程推廣應用教育行銷理論之可能性初探。中等教育，60（4），頁116-133。
- 柯雅欽（2006）。國民小學校長轉型領導、組織創新與教師工作滿意度關係之研究（未出版之碩士論文）。國立高雄師範大學，高雄市。
- 洪兆祥、陳柏霖、余民寧（2015）。網路閱讀策略量表之測量恆等性檢驗。教育資料與圖書館學，52（4），389-415。doi:10.6120/JoEMLS.2015.524/0024.R.S.BM
- 洪秉彰（2010）。高中職學校行銷策略運用之研究—以北部地區為例（未出版之碩士論文）。國立政治大學，臺北市。
- 洪淑婷（2014）。國民小學校長領導風格、學校行銷、學校認同度與學校效能關係之研究—以彰化縣為例（未出版之碩士論文）。康寧大學，臺南市。
- 洪雅苓（2011）。代理代課教師工作滿意度與組織公民行為之研究。資訊科學應用期刊，7（1），頁9-48。
- 胡茜欣（2014）。臺北市公立國民小學校長轉型領導與教師工作滿意度關係之研究（未出版之碩士論文）。臺北市立大學，臺北市。
- 秦夢群（2005）。校長轉型、交易領導與教師工作滿意度關係之後設分析研究。行政院國家科學委員會專題研究計畫成果報告（NSC94-2413-H-004-010-），未出版。
- 秦夢群（2013）。教育行政實務與應用。臺北市：五南。
- 張奕華、陳樂斌（2010）。高中職學校教育人員對學校行銷策略認知及其運作之研究。學校行政雙月刊，69，頁20-44。
- 張淑貞（2009）。國民小學學校行銷運作之研究。學校行政雙月刊，64，頁78-97。
- 張添唐（2010）。高中校長服務領導、教師組織公民行為與教師工作滿意度關係之研究（未出版之碩士論文）。國立政治大學，臺北市。
- 教育部國民教育司（2009年6月18日）。教育部98年度校園空間活化之十大經典特色國民中小學。教育部電子報。取自

http://epaper.edu.tw/news.aspx?news_sn=2266

- 莊明達 (2013)。國民小學校長空間領導、品牌管理與創新經營關係之研究 (未出版之博士論文)。國立臺北教育大學，臺北市。
- 莊毓婷 (2013)。屏東縣國民小學校長服務領導與教師工作滿意度之研究 (未出版之碩士論文)。國立屏東教育大學，屏東縣。
- 許玉齡 (1998)。桃竹地區幼稚園園長領導措施與教師工作滿意度之相關研究。新竹師院學報，11，頁281-300。
- 郭喜謀 (2005)。國民小學學校行銷策略及其影響因素之研究 (未出版之碩士論文)。屏東師範學院，屏東縣。
- 陳怡君 (2015a)。臺灣地區國小學校行銷研究發展分析與展望：2002~2013年。學校行政雙月刊，98，頁69-91。
- 陳怡君 (2015b)。臺灣地區國小學校行銷研究發展分析與展望。健行學報，35 (3)，71-85。
- 陳炫佑 (2013)。臺中市國民小學校長空間領導與教師工作滿意度關係之研究 (未出版之碩士論文)。國立政治大學，臺北市。
- 陳啟榮 (2009) 教育行銷再學校經營之應用。教育經營與管理研究集刊，8，頁59-80。
- 陳登隆 (2011)。國民中小學教師領導對教師工作滿意度影響之研究 (未出版之碩士論文)。國立政治大學，臺北市。
- 陳菟菘 (2011)。校長領導風格與學校行銷之相關研究 (未出版之碩士論文)。國立嘉義大學，嘉義市。
- 陳儀玫 (2015)。新北市國民中學校長空間領導與學校效能關係之研究 (未出版之碩士論文)。輔仁大學，臺北市。
- 陳麗紅 (2006)。宜蘭縣國民小學校長領導風格與學校行銷之研究 (未出版之碩士論文)。國立花蓮教育大學，花蓮縣。
- 曾美蓉 (2008)。臺北市國民小學教師學校行銷認知及行銷策略接受度關係之研究 (未出版碩士論文)。臺北市立教育大學，臺北市。
- 曾雅慧 (2012)。臺北市國民小學校長空間領導與學校組織氣氛關係之研究 (未出版之碩士論文)。國立政治大學，臺北市。
- 湯志民 (1991)。臺北市國民小學學校建築規畫，環境知覺與學生行為之相關研究。國立政
- 湯志民 (2006)。臺灣的學校建築。臺北市：五南。
- 湯志民 (2008a)。空間領導：理念與策略。教育研究月刊，頁164，18-38。
- 湯志民 (2008b)。領導的新理論：空間領導。2008校長論壇，澳門教育暨青年局、廣東省教育廳。
- 湯志民 (2008c)。教育領導新論：空間領導的理念與策略。載於臺北市政府教育局、臺灣教育政策與評鑑學會、中華民國教育行政學會、暨大教育政策與行政系、市教大教育行政與評鑑所、中小學校長培育中心主辦，2008年

- 教育品質與教育評鑑會議手冊暨論文集（一），頁35-56。臺北市：作者。
- 湯志民（2009a）。空間領導方式之探討。至聖先師，65，頁19-24。
- 湯志民（2009b）。空間領導的策略與方式。載於臺北縣政府教育局編印，2010
臺北縣邁向卓越學校-指針系統與行動方案，頁75-90。臺北縣：作者。
- 湯志民（2010）。學校建築與規劃：臺灣未來十年的新方向。載於中華民國學校建築研究學會主編，2010學校建築研究：學校校園建築生態工法，頁9-48。臺北市。
- 湯志民（2011a）。學校空間領導指標建構探析。教育研究，209，頁68-84。
- 湯志民（2011b）。學校建築與規劃：為來十年的新脈絡與新策略。教育行政研究，1（1），頁155-186。
- 湯志民（2012）。臺北市和新北市國民中小學空間領導方式之研究。教育與心理研究，35（1），頁1-28。（TSSCI）
- 湯志民（2013）。空間領導理念析論。載於華東師範大學課程教學研究所、臺灣政治大學教育學院主辦，2013兩岸教育領導與課程創新論壇會議手冊，頁9-25。上海：作者。
- 湯志民、魏琦和施佩吟（2013）。國民小學校長空間領導、教師組織承諾與學校效能關係之研究。行政院國家科學委員會專題研究計畫成果報告（101-2410-H-004-131-）。臺北市：國立政治大學教育學系。
- 湯志民、陳詩媛、簡宜珍（2014）。國民小學校長空間領導、組織學習與教學效能關係之研究。行政院國家科學委員會專題研究計畫成果報告（102-2410-H-004-180-SSS）。臺北市：國立政治大學教育學系。
- 湯志民、劉侑承、劉冠廷、曾雅慧（2010）。學校創新經營-空間領導之研究。行政院國家科學委員會專題研究計畫成果報告（NSC98-2410-H-004-014-）。臺北市：國立政治大學教育行政與政策研究所。
- 湯堯（2010）。教育市場化與行銷思惟策略之案例分析探究。教育學誌，24。頁157-176。
- 黃正泓（2009）。國民小學教育人員知覺學校行銷策略與形象關係之研究-以基隆市為例（未出版之碩士論文）。天主教輔仁大學，臺北縣。
- 黃玉英（2004）。臺北市公立國民中學學校建築規劃現況與學生學業成就之相關研究（未出版之碩士論文）。國立政治大學，臺北市。
- 黃金印（2011）。臺北市國民小學校長服務領導與教師工作滿意度關係之研究（未出版之碩士論文）。臺北市立教育大學，臺北市。
- 黃俊英（2002）。行銷學。臺北：華泰文化。
- 黃國庭（2014）。國民小學校長空間領導、學校創新經營與學校效能關係之研究》（未出版之碩士論文）。國立政治大學，臺北市。
- 黃義良（2006）。教育行銷研究的發展與展望。新竹教育大學學報，22。頁189-219。
- 黃種世（2003）。高雄市高中職學校行銷現況及可行策略調查研究（未出版之博

- 士論文)。國立高雄師範大學，高雄市。
- 黃慧婷 (2011)。國民小學校長完全領導、知識管理、學校行銷與學校效能關係之研究：以桃園縣為例 (未出版之碩士論文)。中原大學，桃園市。
- 黃慶煌 (2010)。國民小學校長領導風格與學校行銷關係研究—以桃園縣為例 (未出版之碩士論文)。開南大學，桃園市。
- 黃曉芬 (2004)。學校行銷策略之研究以三所私立國小為例 (未出版之碩士論文)。國立臺東師範學院，臺東縣。
- 楊杏琳 (2009)。彰化縣國民小學學校行銷、校長領導風格、學校本位課程發展及學校效能研究 (未出版之博士論文)。國立虎尾科技大學，雲林縣。
- 楊杏琳 (2009)。彰化縣國民小學學校行銷、校長領導風格、學校本位課程發展及學校效能研究 (未出版之碩士論文)。國立虎尾科技大學，雲林縣。
- 廖文涵 (2013)。臺南市國民小學校長服務領導與教師工作滿意度關係之研究 (未出版之碩士論文)。國立臺南大學，臺南市。
- 廖文靜 (2011)。學校設施品質與教育成果相關之研究 (未出版之碩士論文)。國立政治大學，臺北市。
- 廖婕婷 (2010)。臺北縣國民小學特色學校行銷策略之研究 (未出版之碩士論文)。臺灣師範大學，臺北市。
- 臺北縣政府教育局 (2009)。2010臺北縣邁向卓越學校-指標系統與行動方案。臺北縣：作者。
- 劉侑承 (2014)。桃園縣國民小學校長空間領導與學校效能相關之研究 (未出版之碩士論文)。國立政治大學，臺北市。
- 歐淑真 (2010)。校長領導風格、少子化壓力對雲林縣國民小學教師參與學校行銷影響之研究 (未出版之碩士論文)。南華大學，嘉義縣。
- 蔡幸娟 (2006)。私立中小學校長轉型領導與學校行銷策略之研究 (未出版之碩士論文)。國立嘉義大學，嘉義市。
- 蔡念芷 (2008)。臺北縣國民小學學校創新經營策略之研究 (未出版之碩士論文)。國立政治大學，臺北市。
- 蔡詠春 (2010)。臺北市國民小學創新經營與學校行銷關係之研究 (未出版之碩士論文)。臺灣師範大學，臺北市。
- 鄭女玲 (2012)。空間領導在本土教育課程發展之行動研究 (未出版之碩士論文)。國立屏東教育大學，屏東市。
- 鄭文淵 (2014)。國民中學校長空間領導、學校組織文化與學校創新經營效能關係之研究 (未出版之博士論文)。國立政治大學，臺北市。
- 鄭淑雯 (2013)。臺北市國民小學校長領導風格與學校行銷策略關係之研究 (未出版之碩士論文)。臺北市立大學，臺北市。
- 賴秋江 (2005)。國民小學學校教育行銷、校長領導風格與教師工作投入之相關因素研究 (未出版之碩士論文)。國立中山大學，高雄市。
- 閻自安 (2000)。臺灣地區國民小學學校本位決策與校長領導方式、教師工作滿

- 意度之關係研究 (未出版之碩士論文)。國立政治大學，臺北市。
- 簡志明 (2010)。學校分佈式領導與教師工作滿意度關係之研究：以臺北縣國小為例 (未出版之碩士論文)。臺北市立教育大學，臺北市。
- 顏杰民 (2007)。臺北市國民小學校長學校行銷策略之研究 (未出版碩士論文)。臺北市立教育大學，臺北市。

第二節、西文部分

- (Unpublished doctoral dissertation). Virginia Polytechnic Institute and State University, Blacksburg, VA.
- X III ESC (Unpublished doctoral dissertation). Texas A & M University, Texas. *achievement and behavior and school building condition*. Dallas, TX: Council of Educational Facility Planners, International. (ERIC Document Reproduction *achievement in the D. C. public school system* (Unpublished master's thesis). *achievement in Virginia's elementary schools* (Unpublished doctoral dissertation). *Achievement of Elementary School Children* (Unpublished doctoral dissertation).
- Al-Enezi, M. M. (2002). *A study of the relationship between school building*
- Alipour, M., Aghamohammadi,, A., Ahmadi, R., & Hoseini, S. H. (2012). *A new educational marketing mix: The 6ps for private school marketing in Iran*. Research Journal of Applied Sciences, *Engineering and Technology*, 4(21), 4314-4319.
- and State University, Blacksburg, VA.
- anxiety. *Environment and Behavior*, 16(4), 455-479.
- attendance, and teacher turnover rate at selected Texas middle schools in region*
- Baker, L., & Bernstein, H. (2012). *The impact of school buildings on student health and performance*. AZ: McGraw-Hill Research Foundation.
- Ball, S. J., Maguire, M., & Macrae, S. (2001). Choice, pathways and transitions post-16: new youth, new economies and the global city. *British Journal of Educational Studies*, 49 (3), 357-359.
- Beder, H. (1986). Marketing continuing education. *New Directions for Continuing Education*, 31. San Francisco: Jossey-Bass.
- Betancourt-Smith, M., Inman, D., & Marlow, L. (1996). *Teacher job satisfaction*. Natchitoches, LA: Northwestern State University. (ERIC Document Reproduction Service No. ED 393802).
- Blendinger, J., Hailey, L. A., & Shea, D. (2015). "Green" teaching and learning in schools. In T. C. Chan, E. G. Mense, K. E. Lane, & M. D. Richardson (Eds.) , *Marketing the green school: Form, function, and the future*(pp.183-193). Hershey, PA: IGI Global.

- Branham, D. (2004). *The wise man builds his house upon the rock: The effects of*
- Brendle-Corum, A. D. (2010). *Exploring characteristics of public school facilities and resources and their relationship with teacher retention*. Boone, NC: Dissertation, Appalachian State University.
- Byrne, B. M. (1994). *Structural equation modeling with EQS and EQS/* CA: Sage.
- Carolina public high schools: A structural equation model* (Unpublished doctoral dissertation). Clemson University, South Carolina..
- Carrick, C. F., & Caywood, D. G. (2015). Green school as teaching tools. In T. C. Chan, E. G. Mense, K. E. Lane, & M. D. Richardson (Eds.) , *Marketing the green school: Form, function, and the future*(pp.155-170). Hershey, PA: IGI Global.
- Chan, T. C., Mense, E. G., Lane, K. E., & Richardson, M. D.(Eds.) (2015). *Marketing the green school: Form, function, and the future*. Hershey, PA: IGI Global.
- Chan, T. C., Saunders, R., & Lashley, L. (2015). Green school leadership: What does it really mean? In T. C. Chan, E. G. Mense, K. E. Lane, & M. D. Richardson (Eds.) , *Marketing the green school: Form, function, and the future*(pp.232-242). Hershey, PA: IGI Global.
- Chance, S. M., & Cole, J. T. (2015). Enhancing building performance and environmental learning: A case study of Virginia Beach City Public Schools. In T. C. Chan, E. G. Mense, K. E. Lane, & M. D. Richardson (Eds.) , *Marketing the green school: Form, function, and the future*(pp.54-73). Hershey, PA: IGI Global.
- Cockburn, A. D., & Haydn, T. (2004). *Recruiting and Retaining Teachers: Understanding Why Teachers Teacher*. London: Routledge Falmer.
- conditions and academic achievement of twelfth grade students in Kuwaiti public*
- Cotterell, J. L. (1984). Effects of school architectural design on student and teacher
- Detris, N. C. (2012). *The relationship between leadership behavior, the thirteen core competencies, and teacher job satisfaction*. (Doctoral dissertation). Available from ProQuest Dissertation and theses database. (UMI No.3529956)
- district's experience*. (ERIC Document Reproduction Service No. ED443 272) Document Reproduction Service NO. ED478177)
- Earthman, G. I. (2015). Research on green school and student performance. In T. C. Chan, E. G. Mense, K. E. Lane, & M. D. Richardson (Eds.) , *Marketing the green school: Form, function, and the future*(pp.38-52). Hershey, PA: IGI Global.
- Earthman, G. I., Cash, C. S., & Van Berkum, D. (1995). *A statewide study of student*
- Edwards, M. M. (1992). *Building conditions, parental involvement and student*

- Fischer. (1987). *Successful marketing strategies and techniques*. In Q. H. Gessner(ed.), *Handbook continuing higher education*. New York: Macmillan Inc.
- Foskett, N. (1992). *Managing external relations in schools: a practical guide*. Psychology Press.
- Gary, L. (1991). *Marketing education*. Buckingham, PA: Open University Press. Georgetown University, Washington, DC.
- Gregg, M. E. (2012). *The influence of principal gender, teachers' years of experience, and retention on teacher perceptions of principal leadership style, qualities, and job satisfaction*. (Doctoral dissertation). Available from ProQuest Dissertation and theses database. (UMI No.3537869)
- Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. (1959). *The motivation to work*. New York, NY: John Wiley and Sons.
- high schools* (Unpublished doctoral dissertation). Virginia Polytechnic Institute
- Hines, E. W. (1996). *Building condition and student achievement and behavior*
- Hoppock, R. (1935). *Job Satisfaction*. New York: Harper Brothers.
- Houchins, D. E., Shippen M. E., McKeand, K., Viel-Ruma, K., Joliette, k., & Guarino, A.J. (2010). Juvenile justice teacher' job satisfaction: A comparison of teachers in three states. *Education and Treatment of Children*, 33(4), 623-646.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1-55. doi:10.1080/10705519909540118
- inadequate school building infrastructure on student performance. *Social Science Quarterly*, 85(5), 1112-1128.
- Jeremy, A. E. (2010). *A study to determine the relationship between the perceived leadership styles of school principle and teacher job satisfaction at selected elementary school*. (Doctoral dissertation). Available from ProQuest Dissertation and theses database. (UMI No.3412477)
- Kerri, A. B. (2010). *Educators jump ship: A study of leadership style and teachers' job satisfaction*. (Doctoral dissertation). Available from ProQuest Dissertation and theses database. (UMI No.3355846)
- Kotler, P., & Fox, K. F. (1995). *Strategic marketing for educational institution*. Englewood Cliffs, N J: Prentice-Hall.
- Kotler, P., & Levy, S. J. (1969). Broadening the concept of marketing. *Journal of Marketing*, 33, 10-15.
- Lanham, III, J. W. (1999). *Relating building and classroom conditions with student*
- Lemoine, P. A., Mense, E. G., & Richardson, M. D. (2015). Green school principals: Making the connection among student achievement, healthy

- school environment, and project-based learning. In T. C. Chan, E. G. Mense, K. E. Lane, & M. D. Richardson (Eds.) , *Marketing the green school: Form, function, and the future*(pp.144-154). Hershey, PA: IGI Global.
- Maxwell, L. E. (1999). *School building renovation and student performance: One*
- Mill, D., Eley, C., Ander, G., & Duhon, G.(2002). *The Collaborative for high performance schools: Building a new generation of sustainable schools*. Retrieved <http://www.energy.ca.gov/papers/2002-08-18-aceee-presentations/PANEL-06-MILLS.PDF>
- O'Neill, D. (2000). *The impact of school facilities on student achievement, behavior,*
- Oplatka, I., & Hemsley-Brown, J. (2004). The research on school marketing: Current issues and future directions, *Journal of Educational Administration*, 42(3), 375-400.
- Oplatka, I., & Hemsley-Brown, J. (2012). *The Management and Leadership of Educational Marketing: Research, Practice and Applications*: 15. Emerald Group Publishing.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2012). *Organizational Behavior(15th ed.)*. Upper Saddle River, N. J.:Pearson/Prentice Hall.
Service No. ED387 878)
- Skaalvik, E. M., & Skaalvik, S. (2011). Teacher job satisfaction and motivation to leave the teaching profession: Relations with school context, feeling of belonging, and emotional exhaustion. *Teaching and Teacher Education*, 27, 1029-1038. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tate.2009.11.001>
- Smith, S. M. (2008). *School building quality and student performance in South*
- Song, H. (2007). Literature review of teacher job satisfaction. *Chinese Education and Society*, 40(5), 11-16. doi: 10.2753/CED1061-1932400502.
- Spector, P. E. (1997). *Job Satisfaction: Application, Assessment, Causes, and Consequences*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Tanner, C. K., & Lackney, J. A. (2006). *Educational Facilities Planning: Leadership, Architecture and Management*. Boston: Allyn and Bacon.
- Tanner, C. K. , & Langford, A. (2003). *The importance of interior design elements as they relate to student outcomes*. Dalton, GA: Carpet and Rug Institute. (ERIC University of Georgia, Georgia.
Virginia Polytechnic Institute and State University, VA .
- Tanner, C. K. (2015). Green school characteristics, sustainability, and student learning. In T. C. Chan, E. G. Mense, K. E. Lane, & M. D. Richardson (Eds.) , *Marketing the green school: Form, function, and the future*(pp.25-37). Hershey, PA: IGI Global.
- Taylor, A.,& Enggass, K. (2009). *Linking architecture and education: Sustainable design for learning environments*. NM: University of Mexico Press.

- The U.S. Green Building Council (2014). Green schools enhance learning. *The Center for Green Schools*. Retrieved from <http://centerforgreenschools.org/better-for-learning.aspx>
- U.S. Environment Protection Agency (2014). *High performance schools*. Retrieved from <http://www.epa.gov/iaq/schooldesign/highperformance.html>
- Waugh, C. A. (2000). School marketing 101. Excellent marketing. Retrieved from <http://www.excellentmarketing.com/>
- Weiss, H. M. (2002). Deconstructing job satisfaction: Separating evaluations, beliefs and affective experiences. *Human Resource Management Review*, 12, 173–194.
- Windows: *Basic concepts, applications, and programming*. Thousand Oaks, Yarbrough, K. A. (2001). *The Relationship of School Design to Academic*

附錄

附錄一

國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度關係之調查問卷

(預試問卷)

國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度之調查問卷

各位教育先進，您好：

首先感謝您百忙之中抽空協助本研究之問卷，本問卷係由本人所受之科技部研究專題研究案「國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度關係之問卷」所使用之研究工具，旨在了解國民小學空間領導、教育行銷與教師工作滿意度的關係，期據以作為未來教育決策、校長領導及未來研究方向之參考。本問卷係以匿名方式進行問卷調查（每校約有十位），內容以李克特五點量表作為填答標準，約需10分鐘填寫，請您依據實際狀況填答，您的填答資料僅供學術整體性研究，不做個人資料之分析，請安心填答。

本問卷調查參與者可自由決定參加研究與否，研究過程中亦可隨時撤銷同意或退出研究參與；退出研究不會引起任何不愉快，或影響日後研究計畫主持人及協助招募之校長對研究參與者之評價，更不會一損及研究參與者任何權利，且研究參與者得隨時以 E-mail 要求本研究撤回調查問卷。

最後，煩請您於 **104 年 2 月 12 日（四）** 前將問卷完成後，請置入所附之彌封信封內，統一收齊後一併寄回。不便之處，祈請見諒，再次感謝您的協助與支持。此

敬頌
教安

政大教育學院 教授
湯志民 敬上
中華民國一百零四年二月

聯絡人：研究助理 許婉玉（0988-175-859）許祐齊（0952-897-467）
聯絡信箱：許婉玉（103171007@nccu.edu.tw）許祐齊（103171013@nccu.edu.tw）

壹、基本資料

- 一、性別：男 女
- 二、現任職務：
教師兼主任 教師兼組長 教師兼導師 科任教師
- 三、學歷：
一般大學或學程 師範院校 碩士（含四十學分班） 博士
- 四、服務年資
（一）在本校服務年資：_____年
（二）總服務年資：_____年
- 五、年齡：_____歲

貳、填答說明

- 一、本問卷共分三大部分（註：第壹部分為空間領導，不列入本審查問卷中。），請根據您的看法，請在適當的「」中打「」。
- 二、每一題都請填答。

第壹部分：空間領導	非常不符合	不符合	尚可	符合	非常符合
一、形塑空間願景					
1.校長會帶領師生共同發展校園空間願景。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.校長能掌握校內外資源發展校園空間願景。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.校長能以學校願景做為發展校園空間願景的依據。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.校長能以學校空間願景做為校園發展藍圖。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.校長能使校園景觀或建築風格反映出學校空間發展願景。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
二、建構教育空間					
1.校長重視學校建築空間和造型，以展現「人文校園」風貌。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2.校長重視多樣化休憩活動設施的規劃，以提供多樣的「生活空間」。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.校長重視環保節能設施的規劃，以營造「永續校園」之教育意境。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.校長重視提供適於學生使用的空間與設施，以提升學習效果。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.校長能鼓勵佈置教學情境，以激勵學生學習動機。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
三、融入課程教學					
1.校長重視數位資訊網路與教學平臺的設置，以建構無所不在的學習情境。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.校長重視各學科教學空間與設備之完善，以提升「正式課程」的實施成效。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.校長能活化學校建築與校園環境規劃，以符應教師多元化的教學需求。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.校長能建置教育資源分享空間與平臺，以促進學校教育交流。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.校長重視良好的空間規劃，以促進師生人際互動。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
四、使用者共同參與					
1.校長重視建置符合「學校本位課程」需求之教學空間（如設置鄉土教室、星象館...等），以提升教學效果。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.校長能給予師生空間規劃參與權，使師生對於校園空間更有成就感。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.校長能讓校園使用者都有機會參與校園規劃，以增進校園認同與歸屬感。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.校長能讓師生和家長在參與規劃過程中感受到空間意義與價值。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.校長能透過師生共同參與，使課程與教學能有效的運用空間與設備。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
第貳部分：教育行銷	非常 不符合	不 符合	尚 可	符 合	非 常 符 合
一、內部行銷					
1.本校強化行政措施與服務，適時提供師生最佳服務。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.本校能依據學校特色發展多元課程，以豐富教學內容。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.本校社團多元，提供學生發展多元智能的機會。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.本校提供獎助學金，鼓勵優良表現學生及照顧弱勢學生。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.本校開放多元溝通管道（如意見箱、e-mail、網路平臺等），重視溝通，以利意見之交流。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.本校重視整體校園環境規劃與動線順暢，以利師生使用。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
二、外部行銷					
1.本校師生參與校外競賽，表現優異	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.本校定期舉辦大型活動（如運動會、才藝發表會、成果發表會等），展示教育之成果。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.本校網站隨時更新學校動態及校園相關訊息。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4.本校能運用多元媒體（如電視、廣播、報章雜誌、跑馬燈、大型海報、校刊等），宣傳學校及班級重要活動或榮譽事蹟。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 本校辦學能結合在地人文條件，發展學校特色	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.本校能妥善運用符號系統（如校徽、校服、logo、願景圖等），作為推廣行銷學校特色。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
三、互動行銷					
1.本校開放校園設施，提供社區使用	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.本校師生積極參與社區營造及維護，建立友善關係	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.本校教師能利用多元方式（如班親會、親職教育日、電話訪問或家庭訪視等），積極與家長互動，保持密切聯繫	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.本校能結合社區資源辦理學校事務（如運動會、掃街活動、校外參訪等）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.本校對於家長或社區民眾反映之意見，能及時處理。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.本校與社區資源連結，且有密切之關係，能給予學生具體的回饋或優惠（如愛心商店、書局折扣、學校健檢特約診所免收掛號費、設施免費參訪等）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第參部分：教師工作滿意度	非常不符合	不符合	尚可	符合	非常符合
一、領導行為					
1. 本校校長和同仁之間相處融洽。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 本校校長能協助同仁解決困難。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 本校校長能適時獎勵表現優良的同仁。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 本校校長能尊重同仁的專業，並給予自主發展空間。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 我支持校長的學校經營政策。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 我肯定校長領導及做決策的能力。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
二、人際關係					
1. 本校同仁相處和諧融洽。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 本校同仁能相互關心、彼此鼓勵。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 我對本校同仁的人際關係感到滿意。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 本校同仁能互相支援協助，解決困難。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 本校同仁會彼此分享、共同學習，將工作做得更好。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 本校同仁大致有共同的工作理念。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
三、工作本身					
1. 我的工作充實且有意義。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. 我的工作能提供自我成長的機會。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 我的工作富有創新的機會。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 我能從工作中得到成就感。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 我覺得自己受到家長的肯定及學生的喜歡。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 我對自己的工作表現感到滿意。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
四、學校環境					
1. 我喜歡本校的行政辦公環境與設備。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我喜歡學校的教學環境與設備。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 我喜歡本校教育情境與校園規劃。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 我喜歡本校庭園與自然環境。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 我喜歡本校校舍建築造型、風格。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 我喜歡本校所處的社區環境。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

附錄二

國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度關係之調查問卷

(正式問卷)

國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度之調查問卷

各位教育先進，您好：

首先感謝您百忙之中抽空協助本研究之問卷，本問卷係由本人所受之科技部研究專題研究案「國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度關係之問卷」所使用之研究工具，旨在了解國民小學空間領導、教育行銷與教師工作滿意度的關係，期據以作為未來教育決策、校長領導及未來研究方向之參考。本問卷係以匿名方式進行問卷調查（每校約有十位），內容以李克特五點量表作為填答標準，約需 10 分鐘填寫，請您依據實際狀況填答，您的填答資料僅供學術整體性研究，不做個人資料之分析，請安心填答。

本問卷調查參與者可自由決定參加研究與否，研究過程中亦可隨時撤銷同意或退出研究參與；退出研究不會引起任何不愉快，或影響日後研究計畫主持人及協助招募之校長對研究參與者之評價，更不會損及研究參與者任何權利，且研究參與者得隨時以 E-mail 要求本研究撤回調查問卷。

最後，煩請您於 **104 年 6 月 26 日（五）** 前將問卷完成後，請置入所附之彌封信封內，統一收齊後一併寄回。不便之處，祈請見諒，再次感謝您的協助與支持。此

敬頌

教安

政大教育學院 教授

湯志民 敬上
中華民國一百零四年六月

聯絡人：研究助理 許婉玉 (0988-175-859) 許祐齊 (0952-897-467)
聯絡信箱：許婉玉 (103171007@nccu.edu.tw) 許祐齊 (103171013@nccu.edu.tw)

參、基本資料

- 六、性別：男 女
- 七、現任職務：
教師兼主任 教師兼組長 教師兼導師 科任教師
- 八、學歷：
一般大學或學程 師範院校 碩士 (含四十學分班) 博士
- 九、服務年資
 (一) 在本校服務年資：_____年
 (二) 總服務年資：_____年
- 十、年齡：_____歲

肆、填答說明

- 一、本問卷共分三大部分請根據您的看法，請在適當的「」中打「」。
 二、每一題都請填答。

第壹部分：空間領導	非常 不符合	不 符合	尚 可	符 合	非常 符合
五、形塑空間願景					
1.校長會帶領師生共同發展校園空間願景。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.校長能掌握校內外資源發展校園空間願景。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.校長能以學校願景做為發展校園空間願景的依據。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.校長能以學校空間願景做為校園發展藍圖。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.校長能使校園景觀或建築風格反映出學校空間發展願景。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
六、建構教育空間					
1.校長重視學校建築空間和造型，以展現「人文校園」風貌。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.校長重視多樣化休憩活動設施的規劃，以提供多樣的「生活空間」。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.校長重視環保節能設施的規劃，以營造「永續校園」之教育意境。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.校長重視提供適於學生使用的空間與設施，以提升學習效果。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.校長能鼓勵佈置教學情境，以激勵學生學習動機。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

七、融入課程教學					
1.校長重視數位資訊網路與教學平臺的設置，以建構無所不在的學習情境。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.校長重視各學科教學空間與設備之完善，以提升「正式課程」的實施成效。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.校長能活化學校建築與校園環境規劃，以符應教師多元化的教學需求。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.校長能建置教育資源分享空間與平臺，以促進學校教育交流。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.校長重視良好的空間規劃，以促進師生人際互動。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
八、使用者共同參與					
1.校長重視建置符合「學校本位課程」需求之教學空間（如設置鄉土教室、星象館...等），以提升教學效果。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.校長能給予師生空間規劃參與權，使師生對於校園空間更有成就感。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.校長能讓校園使用者都有機會參與校園規劃，以增進校園認同與歸屬感。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.校長能讓師生和家長在參與規劃過程中感受到空間意義與價值。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.校長能透過師生共同參與，使課程與教學能有效的運用空間與設備。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第貳部分：教育行銷	非常不符合	不符合	尚可	符合	非常符合
	一、內部行銷				
1.本校強化行政措施與服務，適時提供師生最佳服務。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.本校能依據學校特色發展多元課程，以豐富教學內容。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.本校社團多元，提供學生發展多元智能的機會。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.本校提供獎助學金，鼓勵優良表現學生及照顧弱勢學生。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.本校開放多元溝通管道（如意見箱、e-mail、網路平臺等），重視溝通，以利意見之交流。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.本校重視整體校園環境規劃與動線順暢，以利師生使用。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
二、外部行銷					
1.本校師生參與校外競賽，表現優異	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.本校定期舉辦大型活動（如運動會、才藝發表會、成果發表會等），展示教育之成果。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.本校網站隨時更新學校動態及校園相關訊息。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.本校能運用多元媒體（如電視、廣播、報章雜誌、跑馬燈、大型海報、校刊等），宣傳學校及班級重要活動或榮譽事蹟。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.本校辦學能結合在地人文條件，發展學校特色	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6.本校能妥善運用符號系統（如校徽、校服、logo、願景圖等），作為推廣行銷學校特色。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
三、互動行銷					
1.本校開放校園設施，提供社區使用	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.本校師生積極參與社區營造及維護，建立友善關係	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.本校教師能利用多元方式（如班親會、親職教育日、電話訪問或家庭訪視等），積極與家長互動，保持密切聯繫	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.本校能結合社區資源辦理學校事務（如運動會、掃街活動、校外參訪等）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.本校對於家長或社區民眾反映之意見，能及時處理。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.本校與社區資源連結，且有密切之關係，能給予學生具體的回饋或優惠（如愛心商店、書局折扣、學校健檢特約診所免收掛號費、設施免費參訪等）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
第參部分：教師工作滿意度	非常不符合	不符合	尚可	符合	非常符合
一、領導行為					
1. 本校校長和同仁之間相處融洽。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 本校校長能協助同仁解決困難。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 本校校長能適時獎勵表現優良的同仁。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 本校校長能尊重同仁的專業，並給予自主發展空間。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 我支持校長的學校經營政策。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 我肯定校長領導及做決策的能力。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
二、人際關係					
1. 本校同仁相處和諧融洽。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 本校同仁能相互關心、彼此鼓勵。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 我對本校同仁的人際關係感到滿意。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 本校同仁能互相支援協助，解決困難。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 本校同仁會彼此分享、共同學習，將工作做得更好。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 本校同仁大致有共同的工作理念。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
三、工作本身					
1. 我的工作充實且有意義。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我的工作能提供自我成長的機會。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 我的工作富有創新的機會。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 我能從工作中得到成就感。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 我覺得自己受到家長的肯定及學生的喜歡。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. 我對自己的工作表現感到滿意。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
四、學校環境					
1.我喜歡本校的行政辦公環境與設備。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.我喜歡學校的教學環境與設備。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.我喜歡本校教育情境與校園規劃。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.我喜歡本校庭園與自然環境。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.我喜歡本校校舍建築造型、風格。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.我喜歡本校所處的社區環境。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

附錄三

訪談大綱

一、您個人運用「空間領導」(形塑空間願景、建構教育空間、融入課程教學、使用者共同參與)於學校之實際的作為為何?請舉例說明之。

二、您個人認為「空間領導」的四個介面中何者較重要?原因為何?

三、您個人運用空間領導對教育行銷(內部行銷、外部行銷、互動行銷)之影響為何?

四、您個人運用空間領導對教師工作滿意度(領導行為、人際關係、工作本身、學校環境)之影響為何?

五、依您個人經驗,您是否曾運用過其他領導方式?相較之下,您認為空間領導的價值性及效果如何?

六、您個人在空間領導的運用上是否曾遭遇困境?如何解決?

科技部補助計畫衍生研發成果推廣資料表

日期:2016/01/17

科技部補助計畫	計畫名稱: 國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度關係之研究
	計畫主持人: 湯志民
	計畫編號: 103-2410-H-004-147-SSS 學門領域: 教育行政
無研發成果推廣資料	

103年度專題研究計畫研究成果彙整表

計畫主持人：湯志民		計畫編號：103-2410-H-004-147-SSS					
計畫名稱：國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度關係之研究							
成果項目		量化			單位	備註（質化說明： 如數個計畫共同成果、成果列為該期刊之封面故事...等）	
		實際已達成數（被接受或已發表）	預期總達成數（含實際已達成數）	本計畫實際貢獻百分比			
國內	論文著作	期刊論文	0	1	100%	篇	
		研究報告/技術報告	0	1	100%		
		研討會論文	0	0	100%		
		專書	0	0	100%	章/本	
	專利	申請中件數	0	0	100%	件	
		已獲得件數	0	0	100%		
	技術移轉	件數	0	0	100%	件	
		權利金	0	0	100%	千元	
	參與計畫人力（本國籍）	碩士生	2	2	100%	人次	
		博士生	0	0	100%		
		博士後研究員	0	0	100%		
		專任助理	0	0	100%		
國外	論文著作	期刊論文	0	0	100%	篇	
		研究報告/技術報告	0	0	100%		
		研討會論文	0	0	100%		
		專書	0	0	100%	章/本	
	專利	申請中件數	0	0	100%	件	
		已獲得件數	0	0	100%		
	技術移轉	件數	0	0	100%	件	
		權利金	0	0	100%	千元	
	參與計畫人力（外國籍）	碩士生	0	0	100%	人次	
		博士生	0	0	100%		
		博士後研究員	0	0	100%		
		專任助理	0	0	100%		
其他成果 （無法以量化表達之 成果如辦理學術活動 、獲得獎項、重要國 際合作、研究成果國 際影響力及其他協助 產業技術發展之具體 效益事項等，請以文 字敘述填列。）		無					

	成果項目	量化	名稱或內容性質簡述
科 教 處 計 畫 加 填 項 目	測驗工具(含質性與量性)	0	
	課程/模組	0	
	電腦及網路系統或工具	0	
	教材	0	
	舉辦之活動/競賽	0	
	研討會/工作坊	0	
	電子報、網站	0	
	計畫成果推廣之參與(閱聽)人數	0	

科技部補助專題研究計畫成果報告自評表

請就研究內容與原計畫相符程度、達成預期目標情況、研究成果之學術或應用價值（簡要敘述成果所代表之意義、價值、影響或進一步發展之可能性）、是否適合在學術期刊發表或申請專利、主要發現或其他有關價值等，作一綜合評估。

1. 請就研究內容與原計畫相符程度、達成預期目標情況作一綜合評估

達成目標

未達成目標（請說明，以100字為限）

實驗失敗

因故實驗中斷

其他原因

說明：

2. 研究成果在學術期刊發表或申請專利等情形：

論文： 已發表 未發表之文稿 撰寫中 無

專利： 已獲得 申請中 無

技轉： 已技轉 洽談中 無

其他：（以100字為限）

3. 請依學術成就、技術創新、社會影響等方面，評估研究成果之學術或應用價值（簡要敘述成果所代表之意義、價值、影響或進一步發展之可能性）（以500字為限）

國民小學校長空間領導、教育行銷與教師工作滿意度的結構方程模式之適配性檢定通過標準，本研究提出之模型獲得支持，能解釋主要變項間的關係。本研究發現，「教育行銷」在國民小學校長空間領導與教師工作滿意度間扮演部分中介的角色。故空間領導可透過教育行銷，諸如內部行銷、外部行銷、交互行銷，對教師工作滿意度產生正向的間接影響，可利用此強化空間領導對教師工作滿意度之成效。

早期空間領導大多利用校園空間的規劃營造出美感校園等具現代化空間，以達外在成效，且相較於其他領導，有具體且立即性效益且透過建構校園優質環境與教育空間之規劃，能很快地看出其成效與校園整體空間規劃的轉變。近年來，除了利用改變硬體配備，空間領導更著重於無形的影響，透過使用者參與的方式共同改善校園環境，讓使用者對校園認同，養成由內而外的自律，利用開放空間的視野激發成員創造力，並讓使用者自然養成尊重環境素養。

校長在施行空間領導時，遇到的困境諸如同仁的不支持、採購和招標等問題以及每任校長的領導方式與教育理念迥異，受限於校長在空間領導實施時的專業能力與素養，而不利於空間領導的發展。其解決之道首先可從建立完善實施指標做起，使學校現場有一參照標準，更可使得校長培育課程有參考方向。