

南 華 大 學

幼兒教育學系碩士班

碩士論文

嘉義地區幼兒園園長運用網路社群服務與願景
管理相關之研究

The Relationship of Internet Community Service and Vision
Management for Kindergarten Principal in Chiayi

研究生：張維予 撰

指導教授：陳木金 博士

中華民國一百零五年六月

南 華 大 學

(幼 兒 教 育 所)

碩 士 學 位 論 文

(嘉 義 地 區 幼 兒 園 園 長 運 用 網 路 社 群 服 務 與 願 景 管 理 相 關
之 研 究)

研 究 生 : (張維予)

經 考 試 合 格 特 此 證 明

口 試 委 員 : 邱 啓 儀
陳 木 金
歐 慧 敏

指 導 教 授 : 陳 木 金

系 主 任 (所 長) : 歐 慧 敏

口 試 日 期 : 中 華 民 國 105 年 6 月 13 日

謝 誌

在研究所兩年的日子，很快的到了一個尾聲，這些日子裡幫助過我的人非常之多，真的很感激!

首要感謝的是指導教授陳木金教授，教授在百忙之中指導我論文，儘管教授非常的忙碌，教授還是不厭其煩幫助我，讓我可以順利完成論文；感謝口委歐慧敏教授、邱馨儀教授兩位教授給我的寶貴意見，讓我的論文可以更加完整；感謝碩士班的同學（林女滿、楊佩蓉、謝麗好、周逸偉、薛立農、吳美華、莊桂林、吳宜庭）陪伴我寫論文的時光；感謝大學部的學弟妹（陳馮敏、莊瑜姍、賴品蓉、施亞蕙、武辰翊）給予我論文上的協助；感謝助理曾琇玲協助我處理論文手續流程資料繳交；感謝家人在我要放棄的時候不段鼓勵我努力完成學業。

最後，感謝南華大學給我豐富的美好回憶，也感謝這一路陪伴我走過來的所有人，是大家給我勇氣面對所有難題，就算絕望也不輕言放棄，讓我能夠走到今天，如期的順利畢業，我會帶著大家給我的一切，繼續往下一個階段努力。

張維予 謹誌

中華民國一百零五年六月

嘉義地區幼兒園園長運用網路社群服務與願景管理 相關之研究

摘要

本研究旨在瞭解網路社群服務與願景管理在嘉義地區幼兒園實施相關之現況，不同背景的變項之差異情形，並探討網路社群服務與願景管理之間的關係，依研究結果提出建議。

本研究採用「幼兒園網路社群服務量表」與「幼兒園願景管理量表」作為研究工具，研究資料採量化處理，再進行統計分析，探討網路社群服務與願景管理施測之現況，以及不同變項網路社群服務與願景管理之差異相關情形網路社群服務與願景管理前後施測差異之情形，並瞭解網路社群服務與願景管理施測相關之情形。研究主要發現如下：

一、園長運用網路社群服務現況分析：

(一)嘉義地區幼兒園成員在幼兒園網路社群服務整體表現與各向度（互動分享、願景形象、人際關係、共創價值）之得分方面，皆能達到中上至良好程度。

二、幼兒園願景管理現況分析：

(一)嘉義地區幼兒園成員在幼兒園願景管理整體表現與各向度（理念認知、價值認同、實踐執行）之得分方面，絕大部分能達到中上至良好程度。

三、探討不同背景變項對幼兒園網路社群服務的差異情形發現：

(一)在不同現任職務、服務年資、規模以及地區方面：在整體表現上均未達顯著差異。

四、探討不同背景變項對幼兒園願景管理的差異情形發現：

(一)在不同現任職務、服務年資、規模以及地區方面：在整體表現上均未達顯著差異。

五、探討幼兒園網路社群服務與願景管理之相關情形發現：

嘉義地區幼兒園在「幼兒園網路社群服務」與「幼兒園願景管理」間都呈現顯著正相關。即幼兒園網路社群服務及各向度得分較高者，其幼兒園願景管理總量表的得分也較高。

六、探討幼兒園網路社群服務對願景管理之預測分析發現

(一)、幼兒園網路社群服務各向度對整體願景管理，依序以共創價值、願景形象、互動分享、人際關係對整體願景管理最具預測力。

(二)、幼兒園網路社群服務各向度對理念認知，依序以共創價值、互動分享對理念認知最具預測力。

(三)、幼兒園網路社群服務各向度對價值認同，依序以共創價值、互動分享對價值認同最具預測力。

(四)、幼兒園網路社群服務各向度對實踐執行，依序以共創價值對實踐執行最具預測力。

關鍵字：網路社群服務、願景管理

The Relationship of Internet Community Service and Vision Management for Kindergarten Principal in Chiayi

Abstract

This study aims to understand the vision of the Internet community services and management in the Chiayi area related to the status of the implementation of the kindergarten, differences situation variables of different backgrounds, and to explore the relationship between the Internet community service and vision of management between, recommendations by the findings.

In this study, "Kindergarten Community community service Scale" and "Kindergarten Vision Management Scale" as a research tool, research data mining quantization process, further statistical analysis, discussion on the status of the Internet community services and facilities management vision of the test, as well as before and after differences variables online community services and management of the relevant circumstances vision of community service and network management vision Surveying differences case, and understand the Internet community service and Vision Management Surveying the relevant circumstances. The main research findings are as follows:

A. The principal use of the Internet community service situation analysis:

1. Chiayi area Kindergarten members in kindergarten online community service and the overall performance of each dimension (interactive shared vision image, relationships and create value) of the scoring, able to reach the upper to a good extent.

B. Kindergarten Vision Management Situation analysis:

1. Chiayi area Kindergarten members in kindergarten with the vision of the overall performance management dimension (philosophy cognition, value identity, practical execution) of the scoring, the vast majority can reach up to a good extent.

C. To study the differences in background variables for the case of nursery online community service discovery:

1. Current position in different years of service, size and regional aspects: the overall

performance did not reach significant difference.

D. To study the differences in background variables for the case of nursery management vision found:

1.Current position in different years of service, size and regional aspects: the overall performance did not reach significant difference.

E. Discussion Kindergarten Internet community-related services and case management vision of the discovery:

1.Chiayi area between kindergarten "Kindergarten Community community service" and "Kindergarten Vision Management" have shown a significant positive correlation.

F. Discussion Kindergarten Internet community service for forecasting vision of management analysis

1.Kindergarten Internet community service for each dimension of the overall management vision, sequentially to create value and vision image, interactive sharing, relationship management on the overall vision of the most predictive power.

2.Kindergarten Internet community service for each dimension of the concept of cognition, sequentially to create value and share of the interactive concept of cognition most predictive power.

3.Kindergarten Internet community service for each dimension of recognition of the value sequentially to create value, recognition of the value of the most interactive sharing of predictive power.

4.Kindergarten Internet community service for each dimension of the practice performed in sequence in order to create value and perform the most predictive power of practice.

Keywords : Internet Community Service,Vision Management

目 次

第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的與待答問題.....	4
第三節 名詞解釋	5
第四節 研究範圍與限制	7
第二章 文獻探討	8
第一節 網路社群服務之理論與探討.....	8
第二節 幼兒園願景管理之理論與探討	16
第三章 研究方法	23
第一節 研究架構	23
第二節 研究對象.....	26
第三節 研究工具.....	29
第四節 實施程式	42
第五節 資料處理與分析方法.....	45
第四章 研究結果與討論	47
第一節 園長運用網路社群服務現況分析	47
第二節 幼兒園願景管理現況分析.....	53
第三節 不同背景變項在幼兒園網路社群服務之得分差異情形分析 .58	
第四節 不同背景變項在幼兒園願景管理之得分差異情形分析	66
第五節 幼兒園網路社群服務與願景管理之相關情形	74
第六節 幼兒園網路社群服務與願景管理之預測分析	76
第七節 綜合討論	81
第五章 結論與建議	87
第一節 結論	87

第二節 建議.....	89
參考文獻.....	91
一、中文部分.....	91
二、西文部分.....	94
附件.....	97
一、附件一.....	97
二、附件二.....	101



表 次

表 2-1	web1.0 與 web2.0 之比較.....	8
表 2-2	背景變項與願景管理之差異性研究發現一覽表.....	22
表 3-1	預試問卷調查的樣本回收率統計.....	26
表 3-2	預試問卷調查樣本基本資料分析表.....	27
表 3-3	正式問卷調查的樣本回收率統計.....	27
表 3-4	正式問卷調查樣本基本資料分析表.....	28
表 3-5	幼兒園網路社群服務量表一：互動分享.....	30
表 3-6	幼兒園網路社群服務量表二：願景形象.....	30
表 3-7	幼兒園網路社群服務量表三：人際關係.....	31
表 3-8	幼兒園網路社群服務量表四：共創價值.....	31
表 3-9	網路社群服務預試問卷互動分享分析表.....	32
表 3-10	網路社群服務預試問卷人際關係分析表.....	32
表 3-11	網路社群服務預試問卷願景形象分析表.....	33
表 3-12	網路社群服務預試問卷共創價值分析表.....	33
表 3-13	網路社群服務正式問卷內部一致性分析表.....	34
表 3-14	網路社群服務量表各向度與總量表之內在相關情形.....	35
表 3-15	幼兒園願景管理量表一：理念認知.....	37
表 3-16	幼兒園願景管理量表二：價值認同.....	37
表 3-17	幼兒園願景管理量表三：實踐執行.....	38
表 3-18	願景管理預試問卷理念認知分析表.....	38
表 3-19	願景管理預試問卷價值認同分析表.....	39
表 3-20	願景管理預試問卷實踐執行分析表.....	39
表 3-21	願景管理正式問卷內部一致性分析表.....	40
表 3-22	願景管理量表各向度與總量表之內在相關情形.....	41

表 4-1	成員在幼兒園網路社群服務總量表及分量表之平均數、標準差.....	47
表 4-2	幼兒園成員在「互動分享」各題平均數、標準差.....	49
表 4-3	幼兒園成員在「願景形象」各題平均數、標準差.....	50
表 4-4	幼兒園成員在「人際關係」各題平均數、標準差.....	51
表 4-5	幼兒園成員在「共創價值」各題之平均數、標準差.....	52
表 4-6	成員在幼兒園願景管理總量表及分量表之平均數、標準差.....	53
表 4-7	幼兒園成員在「理念認知」各題平均數、標準差.....	54
表 4-8	幼兒園成員在「價值認同」各題平均數、標準差.....	55
表 4-9	幼兒園成員在「實踐執行」各題平均數、標準差.....	57
表 4-10	不同擔任職務在網路社群服務總量表及分量表之事後比較摘要表.....	59
表 4-11	不同擔任職務在網路社群服務總量表及分量表之變異數分析表.....	59
表 4-12	不同服務年資在網路社群服務總量表及分量表之事後比較摘要表.....	61
表 4-13	不同服務年資在網路社群服務總量表及分量表之變異數分析表.....	61
表 4-14	不同規模在網路社群服務總量表及分量表之事後比較摘要表.....	63
表 4-15	不同規模在網路社群服務總量表及分量表之變異數分析表.....	63
表 4-16	不同位置在網路社群服務總量表及分量表之事後比較摘要表.....	65
表 4-17	不同位置在網路社群服務總量表及分量表之變異數分析表.....	65
表 4-18	不同擔任職務在願景管理總量表及分量表之事後比較摘要表.....	67
表 4-19	不同擔任職務在願景管理總量表及分量表之變異數分析表.....	67
表 4-20	不同服務年資在願景管理總量表及分量表之事後比較摘要表.....	69
表 4-21	不同服務年資在願景管理總量表及分量表之變異數分析表.....	69
表 4-22	不同規模在願景管理總量表及分量表之事後比較摘要表.....	71
表 4-23	不同規模在願景管理總量表及分量表之變異數分析表.....	71
表 4-24	不同位置在願景管理總量表及分量表之事後比較摘要表.....	73
表 4-25	不同位置在願景管理總量表及分量表之變異數分析表.....	73
表 4-26	幼兒園在網路社群服務與願景管理量表間的相關情形.....	75

表 4-27 幼兒園網路社群服務各向度對整體願景管理之逐步多元迴歸分析摘要
表..... 77

表 4-28 幼兒園網路社群服務各向度對理念認知之逐步多元迴歸分析摘要表.. 78

表 4-29 幼兒園網路社群服務各向度對價值認同之逐步多元迴歸分析摘要表.. 79

表 4-30 幼兒園網路社群服務各向度對實踐執行之逐步多元迴歸分析摘要表.. 80



圖 次

圖 2-1	幼兒園網路四大向度	14
圖 2-2	幼兒園願景之要素	19
圖 2-3	願景管理的八個基本概念.....	21
圖 3-1	研究架構.....	23
圖 3-2	幼兒園網路社群服務研究向度圖	29
圖 3-3	幼兒園願景管理研究向度圖.....	36
圖 3-4	本研究之實施步驟圖	44



第一章 緒論

本研究旨在探討幼兒園網路社群服務與願景管理相關之研究。全章共分四節：第一節研究背景與動機；第二節研究目的與待答問題；第三節重要名詞釋義；第四節研究範圍與限制。茲分述如下：

第一節 研究背景與動機

從過去傳統的傳播模式到如今科技蓬勃發展，帶給人們便利之餘，也佔據人們生活的一大部分；傳播從過去的單向的模式，因具備跨媒體的溝通能力，網路的時代更因此讓全球社會化。在 Web2.0 的崛起，網際網路的出現，大大的改變了人類生活、教育和職業發展等模式。Web2.0 時代社會網路的成形，在網路上進行各式合作和分享的行為，以成為新世代的網路活動形式，人與人之間互動不受時空限制，特別是在二十一世紀的資訊傳播科技，在微網誌(microblogging)的蓬勃發展，提供了許多服務內容，展現出網路服務的魅力，促使網路社群化和社群網路化，更吸引使用者們的注意（引自尹潔茹，2011）。

Web 2.0 除了透過不同的微網誌互相聯繫之外，其主要和 Web 1.0 不同地方在於雙向之互動交流和分享，特別是微網誌融合過去包含 MSN、E-mail、部落格以及照片分享網站，更能藉由一個開放、分享、全球合作精神，進行群體之合作 (mass collaboration)，特別是各類知識可隨著各類網路平台如: Youtube、Facebook、Twitter 等等，進行合作、分享和交流。由此可知，網路的迅速和便利所開放的交流，也逐一改變了人類傳統的消費模式，網路社群發展之影響更是為積極，不僅只擁有產品的滿足，許多時候更希望可以藉由網路發聲，將產品之使用心得與他人做分享，使消費者變得更自主，暢所欲言。因此，園長的願景管理如何在這個日新月異、變幻多端的大世道裡，集思廣益，創造新想法，網路是即時與免費的管道，透過網路社群做分享，可以有效收集到消費者，對企業的各项意見。（引自尹潔茹，2011）

如何跳脫過去傳統舊式願景想法已經變得刻不容緩，如何運使微網誌來進行願景管理的工作，更超越了過去許多使用的傳統技術，特別是在現今微網誌的數位時代來臨，幼兒園領導工作者更加需要具備創新的思維，準備迎臨微網誌數位時代所帶來的爆發力，研究如何領導幼兒園走在科技的尖端與時並進，運用這波微網誌的數位浪潮，積極推動幼兒園的願景管理，綻放幼兒園願景光明，此為本研究動機之一。

國外學者 Bill Capodagi 與 Lynn Jackson 提出願景管理(Vision Management)，一開始是以企業界管理者運用為起始，例如把動畫這門近乎苛求的藝術推展到新境界的企業 Walt Disney 雖然歷經了四分之三個世紀後仍屹立不搖，並深遠的影響了國外文化各個層面，都是從一隻老鼠開始。Walt Disney 透過信念、勇敢、夢想、實踐四個共同願景，帶給所有孩子歡樂，也實現企業公司目標（引自楊振富譯，2002）。

很多相關企業文獻也指出，「願景」確實能夠引導行銷邁向更好，更滿足行銷目標。目前國內正在努力推動教育的改革，希望借用企業經營理念，幫助教育改革發展。在一般企業的經營思考中，塑造行銷願景的前瞻性、契合性，讓「願景管理」的理念運用到幼兒園行政管理與發展上，也成為相當新穎的觀念。Senge（1990）就說過：「建立共同願景是未來組織的走向」。

國內的教育改革風起雲湧，企業管理的理念被現在教育行政體系推動著，例如：全面永續經營、目標管理、願景、品質管理等理念，都影響著教育行政管理理念的發展。然而，站在教育工作第一線的教師，行政人員與園長，對於幼兒園願景是否具有一定的認知？是否知道幼兒園願景的內容、與義涵？是否可清楚的說出幼兒園願景的實施方式？是否瞭解幼兒園願景形塑過程？是否瞭解幼兒園願景形塑過程中必須考慮的因素？

嘉義地區每學年度在開學前，各園所必須送審課程發展計畫，當中更強調各園所必須發展幼兒園願景，並據此願景與教育目標，制定當學年課程發展計畫。幼兒園願景管理已成為教育發展重點，幼兒園必須掌握經由全體師生、家長所發

展出來的幼兒園願景，達到教育發展目標。然而，這些幼兒園願景為何？其顯現現象問題為何？幼兒園成員對願景經營的認知為何？幼兒園成員是否願意投入幼兒園願景經營？這些議題都值得深入探究。因此探討嘉義地區在實施幼兒園願景管理歷程，此為研究動機之二。

總結以上理由，本研究將藉由網路社群服務與願景管理相關文獻探討，歸納網路社群服務與願景管理構面向度，進行問卷調查，藉此瞭解現今幼兒園網路社群服務與願景管理之實際內涵，探討影響兩者的因素，最後提出討論和建議。



第二節 研究目的與待答問題

壹、研究目的

基於研究動機，本研究歸納以下六個研究目的：

- 一、探討園長運用網路社群服務之意涵與現況。
- 二、探討幼兒園成員願景管理之意涵與現況。
- 三、探討不同背景變項在幼兒園網路社群服務之得分差異情形。
- 四、探討不同背景變項在幼兒園願景管理之得分差異情形。
- 五、探討幼兒園網路社群服務與願景管理之相關情形。
- 六、探討幼兒園網路社群服務對願景管理之預測分析。

貳、研究待答問題

根據研究動機與研究目的，擬定幾個待答問題進行研究：

- 一、園長運用網路社群服務之意涵與現況為何？
- 二、幼兒園願景管理之意涵與現況為何？
- 三、以不同個人背景、幼兒園環境變項為自變項，以幼兒園網路社群服務為依變項，瞭解不同個人背景、幼兒園環境變項在幼兒園網路社群服務之得分差異情形？
- 四、以不同個人背景、幼兒園環境變項為自變項，以幼兒園願景管理為依變項，瞭解不同個人背景、幼兒園環境變項在幼兒園願景管理之得分差異情形？
- 五、以幼兒園網路社群服務與願景管理之相關情形為何？
- 六、以幼兒園網路社群服務對願景管理之預測為何？

第三節 名詞解釋

壹、網路社群服務

所謂網路社群服務主要是讓一群擁有相同興趣與活動的人建立線上社群。這類服務往往是基於網際網路，為使用者提供各種聯繫、交流的互動通路，多半是通過朋友，一傳十，十傳百的將網路展延開來(Wikipedia, 2011)。

本研究所指的幼兒園願景管理是指園長使用網路平台可讓資訊透明化、信任、聯繫和分享。同時，也說明瞭網路社群平台是一個透明度很高；獲得客戶的信賴，更能促進相互的瞭解。它主要是藉由平台幫助人們理解身邊得世界，透過不同的訊息交流、意見互換、主動分享，激盪與創造出不同的概念想法。

本研究的操作型定義是指，受試者在網路平台問卷填答之向度，包括：「互動分享」、「人際關係」、「願景形象」、「共創價值」，得分越高者，代表園長運用網路平台情況越佳，反之則越低。依其層面將內容簡述如下：一、互動分享—運用網路社群平台作為與其他園長建立互動、分享與交流的管道，有助於提升資訊共用與合作學習。二、願景形象—透過運用網路社群服務平台作為幼兒園「分享式行銷」，透過社群的分享。三、人際關係—透過網路平台的無限連結，在沒有時間、空間的限制下，園長與園長之間在互信的基礎下將此朋友圈擴大。四、共創價值—透過網路平台，集合人與人之間的力量，讓幼兒園的「口碑行銷」無限延伸，豐富幼兒園的願景價值。

貳、幼兒園願景管理

「願景管理」，就是結合個人價值觀與行銷目的，透過開發願景、瞄準願景、落實願景的三部曲，建立團隊意識，邁向行銷成功，促使行銷發揮極大的力量。在願景管理的過程中，藉由有效的經營管理，增進教師專業成長、促進行銷正向發展，型塑優質路網路社群服務之歷程。

本研究的操作型定義是指，受試者在願景管理問卷填答之向度，包括：一、理念認知：指幼兒園成員對幼兒園願景管理所具備的知識與瞭解程度。二、價值

認同：指幼兒園成員對幼兒園願景管理之認同程度與價值觀，以及是否願意接受幼兒園願景管理模式，進而配合執行並內化為個人核心價值觀。三、實踐執行：指幼兒園成員是否實施願景管理，並將願景管理模式融入於幼兒園教育工作中。幼兒園成員在「幼兒園願景管理量表」之得分愈高，代表其幼兒園願景管理表現越好。



第四節 研究範圍與限制

壹、研究範圍

一、研究地區

本研究區域分別以嘉義地區幼兒園進行施測。

二、研究對象

本研究主要調查對像是以嘉義地區之現任幼兒園園長、兼任行政老師、老師進行施測。

三、研究方法

本研究是透過文獻分析與問卷調查法為主，以研究者自編「幼兒園網路社群服務量表」以及「幼兒園願景管理量表」為調查工具，進行問卷調查。

貳、研究限制

一、研究地區

本研究因人力與金錢上的限制，僅能針對嘉義地區幼兒園進行施測，無法推論到其他地區。

二、研究對象

本研究僅針對嘉義地區之現任幼兒園園長、兼任行政老師、老師進行施測，無法推論到其他其他地區幼兒園，除顧及抽樣所造成的誤差，對於研究結果仍有其限制。

三、研究方法

本研究主要採問卷調查法，為求研究結果完整與客觀，但受限於國內相關之研究資料不完善，因此仍有限制。

第二章 文獻探討

根據研究目的與問題，本章對幼兒園實施幼兒園園長運用網路社群服務與願景管理相關之研究，在研究前，先行探討相關文獻，作為學理的依據。本研究之文獻探討共分成三節，內容包括：第一節為網路社群服務之理論與探討；第二節為幼兒園願景管理之理論與探討。

第一節 網路社群服務之理論與探討

隨著網路崛起，消費者可以輕鬆結合成主題式消費社群，取得大量的資訊，生產者發現，傳統的廣告、公關活動—生產者對消費者的溝通開始失效，消費者回應的壓過企業(Brugmann & Prahalad, 2007)。

為了迎向網路服務的時代，近期許多圖書館選擇了社群網路平台作為應用工具。可見，Web1.0 和 Web 2.0 的最大不同之處在於，Web 2.0 開放了資料共用、訊息交流、共同創建、組織活動等創新概念與(Tim O'Reilly,2005)，Web 2.0 的網路其技術核心概念以「互動、分享與關係」，使平台與平台之間，暢遊無阻、暢所欲言藉由跨平台的互動交流。Web 2.0 除了透過於不同的微網誌互相聯繫以外，其主要與 Web 1.0 不同之處在於網路平台的使用模式會自動細分，進而建立屬於自己幼兒園願景的微社群，詳見表 2-1。此外，網路平台具有獨特的行銷口碑與精確的營運銷售策略，流傳互動性高，讓無形的行銷口碑創造幼兒園最大的利潤(譙璐璐，2008)。

表 2-1 web1.0 與 web2.0 之比較

Web1.0	比較	Web2.0
僅能用個人網站宣傳，無法串聯他人，形成網路。	單向 vs 雙向	由原本簡單溝通，變複雜多項。
單一管理中心，管理所有資訊，供人下載。	集中 vs 分享	資源有原本的中央變成網路分享。
內容由專家完成，一般人無法進行參與。	下載 vs 上傳	訊息由原本下載，變成可上傳。

資料來源：研究者彙整

Web2.0 改變，使知識因為有了互動變得更有價值，甚至可以締造更多的無限可能。例如，TED 創辦人克裡斯·安德森，透過網路與科技整合，讓 TED 的演講成為互聯網最受歡迎的視頻，向世界傳播各種最前沿的思想和創新成果。而他也提出「傳播一切值得傳播的思想」，也是知識分享的準則，透過網路擴散我們的思想，用思想的力量改變世界，也證明瞭 Web2.0 時代，讓群體創造知識的精神概念，運用在網路發展趨勢上，達到共同學習和共同創造知識。下面分別從社群的定義、網路社群服務與網路社群服務平台介紹，分別說明：

壹、社群的定義

全球資訊網來臨之後，世界上網人口急速攀升，網路的空間漸漸被建構僅次於實體社會之另一社群。因此，便開始出現線上社群、虛擬社群、網路學習社群等名字，但是實際上意涵是相同的。

虛擬社群名詞在 Rheingold (1993)提出，虛擬社群是新的體驗，是大家藉由電腦及網路作為媒介，彼此進一步交流。此外，Rheingold (1993)將虛擬社群定義成：藉使網路聚集體。Rheingold 這一論點引發出對虛擬社群的討論，Fernback & Thompson (1995)，提出虛擬社群就是因為相同主題的興趣，而在網路上的特定虛擬環境持續互動討論之社會關係。

網路社群的類別非常多，國外學者針對網路社群有不同的分類和詮釋，Rheingold (1993)提出，網路社群基本歸類同步和非同步這兩種類型：同步互動有如：msn、yahoo 的網路聊天系統、多人遊戲等；而非同步的有 BBS、e-mail、知識論壇等等（李佳純、鄭君良，2001）。社群之存在需具備會員需求或者某種性質作分類，也有依應用類型和功能做區分，最重要的目的，當然是建立具有特色、願景和明顯的社群目標。而 Smith & Leigh (1997)覺得，網路社群的構造是藉電訊網路傳播，再由電腦連接組成群組，來透過網路進行多方面互動。

方文智（2004）則將社群定義為由擁有共同興趣而聚集的一群人，這群人彼此之間進行知識分享與經驗交流，為組織帶來創新的活力，增進組織的效益。此

外，園長身為幼兒園的領導者，其領導的績效與能力關係著幼兒園經營的成敗，是教育改革的重要核心焦點。同時也被視為是促使教育系統層面產生改變與影響力的機制(Leithwood & Riehl,2005)。

所謂網路社群，是擁有不同興趣、嗜好、經驗的眾人，或學有專精之專業人士，藉由各種形式的電子網路，以及電子郵件、論壇或聊天室等方式組成的社群，讓參加社群的會員彼此能藉此方式，進行交流、溝通、分享訊息。藉由社群不需要特定聚會時間和實體聚會地點，而是在虛擬的環境下，因此一般稱為線上社群，或是虛擬社群（劉毓民，2000）。

綜合以上學者的定義，本研究將網路社群定義成一群有共同興趣需求，透過網際網路等電子媒體，分享彼此意見和資訊，進行互動的群體。

貳、網路社群服務平台

近這幾年來，網路上的社群媒體已經倍增成長，如像從 2003 年成立的 MySpace 到 2004 年的 Facebook、2005 年的 YouTube 到 2006 年的 Twitter 從 2007 年六月成立的 Buboo 及 11 月的 Plurk 等等。這些社群網站提供了一個私人的網站空間，也讓社交場域更加具體化，將過去如 Blog、E-mail、Youtube、微網誌和即時通訊等功能，整合起來成為多元功能性與便利性的網路社群平台，並創造一個資訊流通便利與人際溝通得新領域。

一、網路社群平台的特質與定位

Hagel & Armstrong (1997)，網路社群平台具有以下特質，如下分別詳述說明：

（一）獨特清楚明確的宗旨

獨特的宗旨，能發展出明確社群定位，而明確社群定位，又可以凝聚有相同需求目標的客群，並與其他社群競爭對手產生區分。

（二）內容整合資訊

網路社群平台提供通訊與內容，可同時存在並緊密結合交流之環境，包含討論區、電子郵件及聊天室等。有了這些通訊環境與內容的組合，會員可以閱讀以

往文章，透過張貼文章、即時線上對話或電子郵件互相交流。

（三）會員創作內容重視

藉由一群會員在平台空間進行分享和聚集經驗，創造出一套具有更豐富、更貼近顧客觀點的訊息，而會員從這裡擷取到的訊息價值，也究會超越從經營者所提供的內容。張瑞麟（2001）指出，觀察社群經營的情形，發現在各討論區所建構搜尋器，來供社群成員搜尋其所需要訊息。

二、網路社群平台的需求滿足。

網路社群聚集許多的資訊與資源提供給會員，不過重要的還是社群人員可透過網路，在不會受限於時間、地點等情況之下，連續維持互動，滿足了人們之間互動需求，並從交流互動中，創出一種互信和彼此的氣氛。依據 Hagel & Armstrong (1997)指出，人們互動的基礎模式來自於三類需求：

（一）興趣

網路社群組員因有共同興趣，而聚集在一塊，如：遊戲、運動、投資理財等，彼此圍繞某些議題與事物進行探討、交流心得與訊息共用。王孟邦（2001）提出，此社群經營雖與商業行為並沒有關聯，但由於社群內組員的喜好，往往是廠商進行行銷的最好選擇。

（二）人際關係

人們遇到不同經歷時，都會希望和他人分享心事，尤其是希望找尋和自己有類似經歷的人進行交談，但是某些境遇不是週遭朋友經歷過的，而網路社群則提供不受時間、距離受限的互動平台，滿足人尋找「志同道合」的夥伴，建立有意義的人際關係。

（三）幻想

網路世界創造了一個充滿虛幻及娛樂的世界，人們可以有無限想像空間，能夠依照自己喜好進行各種資訊搜尋及互動，體驗現實生活中無法擁有的生活。王孟邦（2001）提出，因幻想需求而聚在一起的社群，其真實的身分並不重要，其

顯現出來的「互動」才是社群的真正核心價值。

Hagel與Armstrong (1997)認為網路社群在這三種需求過程中，是不互相排斥的，大部分的社群都能滿足這三類需求，只是每位社群重視這需求的程度不相同，有些社群也許會重視某一個需求大於其他類，不然這樣的社群成功的機會相當渺小，因為網路社群所締造出的生命力，就來自於它可以滿足成員多類需求的能力；也因為網路社群能提供這麼寶貴的能力，使得網路社群有別於其他一般網站、和其他線上活動之處。而Figallo (1998)指出社群組員間，所建立的社群關係形式，是透過集中力、互動性和凝聚力三個連續性構面來分類。綜合以上分析可發現，學習組織的認知取向和文化取向隨之有重心上不一樣，但兩者之間必須透過組員對組織的意向加以互動、分享，而兩者無法互相替代而是互相補充。

歸納而言，園長可以藉社群網站作為幼兒園願景管理推動的媒介，進行個人與家長們的訊息交流、分享及發佈通路之平台，園長可隨意自主建構幼兒園公眾形象、可整合其他有關聯的使用者如：老師、家長透過網路平台瞭解幼兒園相關資訊或觀看其他人的活動與延展關係，進而打造幼兒園月警知名度與能見度，建立幼兒園良好的願景形象。

參、網路社群服務平台簡介與分析

隨著科技資訊傳播在微網誌的發展，提供多樣性的服務內容並展現網路服務的魄力，促使網路社群化與社群網路化，更吸引使用者注意，可謂企業不可或缺的行銷方法。在 Web 2.0 網站時代來臨並邁向多元，近幾年促成熱門話題及快速讓使用者接受的莫過於 Facebook、Twitter 這類網路社群服務的網站，在這新穎的互動型態，藉由網路已經成為當今現代人生活不可缺的重要管道，也掀起了人類知識傳遞理念產生重大的改變，網路虛擬世界的發展，締造出一個虛擬生活空間，漸漸改變了我們以往生活的互動模式。

近年來，社群網站的蓬勃發展。現在許多的願景藉由網路平台的互動，提升客戶對願景的忠誠度，最後，以 Appvertising 應用程式行銷活動為誘導，促使大

量擴散廣告宣傳訊息，產生願景知名度，也尋找到正確的消費族群。網路平台掀起了一股不能忽視的媒體新勢力，提供了世界個過社群網路經營的全新思維。

網路平台是一個信任、透明化、聯繫、及分享互動平台。園長可以經由網路平台這樣高透明度的世界性網路資訊平台，建立自己幼兒園的願景管理能力，讓其組織更好，提高幼兒園的知名度也會更公平 Kirkpatrick(2011)。讓幼兒園的願景管理因為知識共用而產生授權，這種現象全世界各地在建立願景過程中都會發生。

肆、幼兒園網路社群服務之測量

目前有關「幼兒園網路社群服務」議題的相關研究相當少，主要研究工具有尹潔茹（2011）「國民小學校長運用網路社群服務與品牌領導關係之研究—以 Facebook 為例」論文中所編製之「國民小學校長運用網路社群服務」。以下即列舉與本研究相關的評量工具。

一、尹潔茹的國民小學校長運用網路社群服務問卷

尹潔茹（2011）發展出「國民小學校長運用網路社群服務量表」。在問卷架構方面，尹潔茹將其問卷內涵分為網路社群服務的「互動分享」、「願景形象」、「人際關係」、「共創價值」四個向度。進行相關分析考驗各題與各向度及總量表之內在相關，得之相關均達.01 顯著水準。由此得知量表試題具有良好的建構效度。其次，各向度與總量表之Cronbach α 係數介於在0.95~0.97 之間，顯示其具有相當良好的信度。

研究者將以尹潔茹的國民小學校長運用網路社群服務問卷為主要參考依據，採用「互動分享」、「願景形象」、「人際關係」、「共創價值」四構面，進行本研究願景管理問卷之編製。其包括互動分享、人際關係、願景形象及共創價值，詳如圖 2-1 所示，以下分別加以說明：

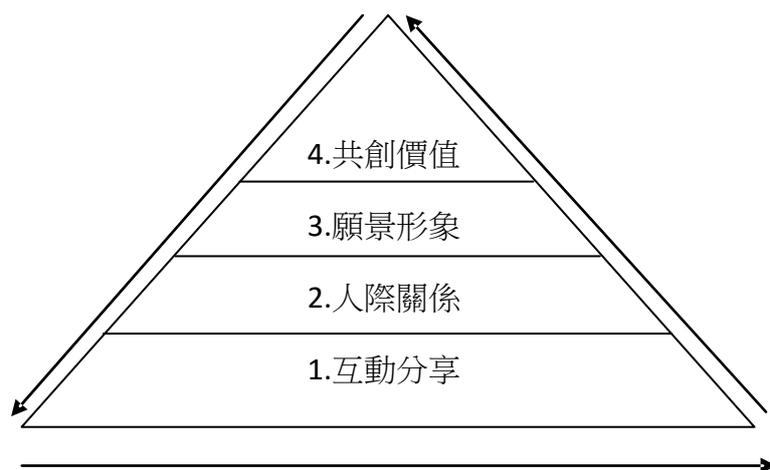


圖2-1 幼兒園網路四大向度 資料來源：尹潔茹（2011）。國民小學校長運用網路社群服務與品牌領導關係之研究。

（一）、互動分享

Steuer(1992)提出新的觀點，傳統研究對與互動的解釋有差異性新的觀點，在使用者互動中為最基本，近期研究使用者感受的互動新觀點，傳統從網站功能去衡量互動性稍顯不足，只有從使用者認知到網站互動之時，才會主動提供網站和資訊的互動。園長在建立幼兒園願景管理過程中，可藉由網路平台的即時動態，將幼兒園相關的訊息有效傳遞讓老師、家長可以方便、簡易、瞭解幼兒園的最新資訊。此外，家長對幼兒園相關事宜有任何疑問的話，園方皆可運用網路平台，給最準確的關注與回應，更能推動親師間共同合作，創造幼兒園未來願景發展。

（二）、人際關係

根據 Brown 與 Duguid (2001)指出，網路社群是經由非正式，因而產生更多的創造專業知識與資訊交流。而 Lee, Vogel, 和 Limayem, (2003)指出網路社群的重點將強調在資訊分享與知識管理方面。網路平台藉由網路的傳遞迅速將完全不熟識的人聚集起來，而幼兒園願景管理需要大量的人脈在幕後支援，網路平台由成員間，藉由資訊分享與知識貢獻，透過共同理念、大量群聚，進而建構網路社群成員間向心力與認知凝聚力，一同創造幼兒園願景管理指標。

(三)、願景形象

網路平台行銷是一種內容行銷，環繞願景的話題內容，邀請使用者進行雙向對話，進而擴展為以願景為核心的關係社群。因此，線上虛擬願景社群形成既是網路社群行銷的目標，也是行銷的手段與管道。願景社群以願景核心而形成的社群而虛擬願景社群則指以願景為核心、電腦仲介的社群關係。願景社群是一個想像社群，重要之元素包含成員擁有道德責任意識及實踐社群。願景社群是一種社會關係結構組織。除此之外，願景社群可促長資訊交流和知識分享。園長可藉由透過超連結無限串聯，使人們能夠相互溝通，而不限於只能口口遞傳的溝通時間，距離和成本的創造，為幼兒園製造話題，提高幼兒園知名度。

(四)、共創價值

依據 Wasko 與 Faraj(2000)、Constant 與 Sara(1996)與 Butler, Sproull, Kiesler, 和 Kraut, (2007)等學者提出，在維持網路社群間成員，並活絡彼此貢獻的重要因素在於抱持著幫助人的行為出發。尤其是在知識經濟的時代，知識管理對於數位時代的現今更顯重要性，而在知識管理中，不僅僅涉略到知識的擷取、儲存，還包括知識的應用與分享，因為知識被分享才能創造最高價值。因此可知，資訊網路的影響力將不可忽視，幼兒園的願景管理策略需要透過網路力量，讓願景會說話，園長需要藉由網路平台作為世界的嘴巴，將幼兒園量身訂造一個亮眼的強勢願景。而在網路社群的環境下，網路平台上所發佈著各式各樣關於幼兒園活動的話題，透過成員間互動使得資訊交換與知識分享顯得更容易。

伍、幼兒園背景變項與網路社群服務相關研究

本研究探討幼兒園網路社群服務關係之背景變項，由於國內外尚無有關幼兒園網路社群服務之背景變項資料，故本研究擬訂背景變項，包含：擔任職務、幼兒園年資、幼兒園規模、及幼兒園地區作為研究方向。

第二節 幼兒園願景管理之理論與探討

各園所紛紛提倡幼兒園願景，並依此規劃設計幼兒園課程計畫，期望透過課程的實施，創造有績效、有特色的幼兒園。以下分別從幼兒園願景之涵義、幼兒園願景管理之探討、幼兒園願景管理的理論基礎、嘉義縣、市幼兒園願景彙整加以評析。

壹、幼兒園願景之涵義

「願景」理念很多，研究人員為徹底瞭解「願景」之真實義涵，首先要從願景釐清開始講述，以瞭解幼兒園願景管理之涵義。

一、願景相關概念

(一) 願景

「願景」不單單是一個夢想，而是簡簡單單的一種設想。因此，提倡願景人對他人具有全人格的影響力。「願景」就是管理人本身的工作觀、人生觀、企業觀、世界觀之解釋。「願景」的另一個義涵就是描繪其所具之意義，和希望能以深具的價值未來其出發點，作為變革現狀之基點。他不是對應型，當然也不是只顧目前解決的問題型。有關學者從不同向度對願景的解釋：

- 1.願景是個人對未來的心智圖像（Wallace, Jr. , Engel & Mooney , 1997）。
- 2.願景是構成元素包括理念、行動規範、工作領域（朱廣興譯，1996）。
- 3.願景是綜合成員對組織的價值觀、目標，所形成採取某些明確形式陳述的共同協議（Conley , Dunlap & Goldman , 1992）。
- 4.願景是一種對組織未來想要達成的狀態，並企圖去激勵和鼓舞人員（Sagor & Barnett , 1994）。
- 5.願景是呈現一個組織欲達成的清晰光景，和一個組織成員能共用、引以為傲、作為評量工具規準的圖像（Chance , 1989）。
- 6.願景是一種基於領導者的價值觀、信念和經驗，反映其對未來組織圖像的驅力（McEwan , 1998）。

- 7.願景乃一種經簡化後對組織過去和未來狀況的心智圖像，通常以願景宣言的形式陳述，用以描繪關於組織未來欲為圖像的敘述（Kowalski，1999）。
- 8.願景在辭典的釋意為「一種想像和陳述的能力，也是瞭解有關未來事實真正意義的智慧」（Longman Group UK Limited，1988）」；或為遠見、想像未來的能力（Rideout，1996）。

二、構成幼兒園願景之要素

瞭解幼兒園願景包括哪些要素、形式和特性，有助於建立良好的幼兒園願景。

對此，提出一些具價值的看法，簡略述於下：

Chance（1989）指出願景基本上是無形的，具高度個人化（即有關個人的信念、價值觀等）的色彩，其提供幼兒園發展的方向感，可做為幼兒園人員的指引。個人願景多反映出個人的價值觀、對事務可能性的看法和專業價值觀。

Conley、Dunlap 與 Goldman（1992）研究發現許多幼兒園的願景宣言明顯地重視學習環境與幼兒園的氣氛，並特別強調對學生採取尊重與照護態度，有些重情意層面，有些則注重學生的需求，有些則源自人員經驗，形成一種適當回應每日面臨問題的範疇。

Starratt（1995）指出願景陳述形式很多樣化，如 1.講述帶點神秘或真實色彩象徵性的故事；2.呈現出一連串抽象性哲學性的宣言；3.舉列出幼兒園每日事務場景或描述二或三位的理想老師形象；4.陳述幼兒園應該建立的樣式；5.指出有關方案、組織和系統方面的術語（如合作學習、實施統整課程等）；6.敘說一些圖象和隱喻。

Sergiovanni（1995）覺得幼兒園願景應該反映出園長、老師、家長和學生的期與和夢想、價值觀和信念、興趣和需求。

Wallace（1996）認為幼兒園願景必須說明幼兒園發展的優先事項，願景宣言需要反映這些優先事項。園長在探討幼兒園利害關係人的共同價值觀時，可思考幾項和教育願景有關主題的重要性。

Mathew 認為願景可反映社群需要與目的，不僅能促使教育，也重建了幼兒園和其人員的關係（Lashway，1997）。

Wallace、Engel 與 Mooney（1997）提到幼兒園人員、家長等人士都可以發展和實行願景，願景是動態的概念，需要定期檢查，以檢測適切性，其會影響組織的決策和運作，幼兒園願景應聚焦於學生學習的成果和歷程。Kowalski（1999）舉出幼兒園願景常包含的要素為：整合許多成員的願景、整合社區和個人的需求、調合領導者的個人願景、結合現有教育的知識基礎等。上原樞夫指出構成「願景」具有下列三項要素：（朱廣興譯，1996）

（一）理念

「理念」就是使用者對自身工作單位事業觀的說明，目的在解釋其工作觀及工作單位存在之理由。優良「理念」的建立大致如下：1.必須是經由管理者自行思考；2.內容要簡潔，能直接傳達所需要的想法；3.能符合該企業本身之理念；4.符合公共性、社會性與社會貢獻性。

（二）工作領域

表明是認同工作單位的基本方法，可自行選擇自己的存在範圍，訂出方向。若可以從下列三點去思索：1.技術（原有技術、工作知識的累積）；2.貢獻（機能、目的、內容）；3.對象（誰是顧客、對誰有貢獻、有直接貢獻的對象、最終貢獻的對象）。

各個工作單位的工作領域綜合就是該事業之經營領域，也可說經營領域密切相關的是工作領域。現階段是教育重視學校得自律、自主，讓每一個幼兒園充滿生機，比過度的理論化、分析化教育來得重要。

（三）行動規範

對管理者來說，規範意義如同要營造出什麼工作環境，對於現況需要深入的觀察。同時認清：工作單位的形成並不是來自於高壓，而是員工在互相關係中建立的。因而，在「規範」的建立上，如何規劃設計「員工參與的過程」是重要的

因素。

葉連祺（1992），整合論述者的看法，願景要素包含以下幾項（如圖 2-2）：

- （一）全員個人願景統整幼兒園有關人員的個人願景，儘可能反映幼兒園老師和家長對幼兒園存在功能、教育目的、內容、價值等看法，及未來幼兒園發展預期景象的想法。
- （二）社會文化規範幼兒園願景，要符應社會文化優良價值觀與規範，如強調注重環保，不應有所悖離道德、倫理的規範。
- （三）園長經營理念幼兒園園長綜理園務，負有幼兒園經營成敗之責，故幼兒園願中應能適度反映領導者經營幼兒園時，對學生教育、教師教學、行政服務等重要理念或經營績效的奇效。
- （四）教育價值和專業願景要具有教育意義，符合幼兒園教育宗旨，顯現教育專業理念。

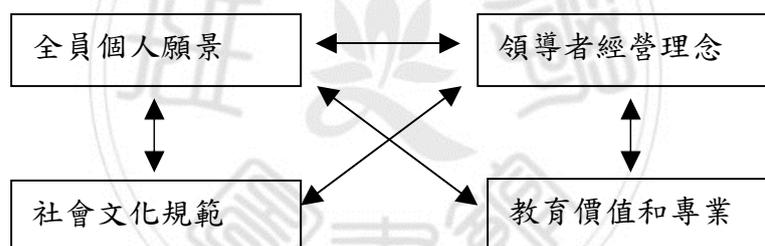


圖 2-2 幼兒園願景之要素 資料來源：葉連祺（1992）。建構國民中小學學校願景之探析。教育政策論壇第五卷第二期。

三、幼兒園願景之特性

就特性而言，有以下幾項值得重視：

- （一）價值說明幾項幼兒園發展要特別重視和強調的價值觀，如：快樂學習、團體合作、尊師重道等，這些價值觀多符合教育意義。
- （二）內容多元化強調各類發展重點，如學習環境和幼兒園氣氛、幼兒園行政制度和規範、教師與學生形象等。
- （三）形式多樣化有多種呈現和敘述的樣式，可見前述故事、短語、短句與長句

形式。

(四) 發展動態化願景內容與建構過程會受組織內外部因素之影響，如成員認知、家長和師生需求、社會文化期待等，且幼兒園願景需要時常受檢視，以判斷其績效。

(五) 個人關聯化幼兒園願景經由妥協、認同、溝通、對話、支持、共識等階段，整合相關之關係而成願景，幼兒園願景和個人的信念、價值觀等有相關關係。

貳、幼兒園願景管理之探討

運用於幼兒園教育經營管理研究目前不多，以下從願景管理的意義、願景管理的實施原則論述。

一、願景管理的意義

願景管理，就是結合個人價值觀與目的，透過瞄準願景、開發願景、落實願景三步驟，促進幼兒園成員建立經營管理團隊，邁向組織願景（張明輝，1999）。願景形成後，組織管理者要對內部成員做簡單且明確的陳述，並落實為行動方案和組織目標，具體推行。一般而言，組織願景大都具有計畫性或開創性的目標，做為組織發展的方針。在西方管理論著中，很多傑出之企業大多具有共同特點，就是強調企業願景的重要性，唯有借重願景，才可有效培育和組織內部所有人，激發潛能，激勵員工，增加組織生產力，達到顧客滿意度目標。

二、願景管理的實施原則

上原樞夫：「願景管理完完全全以企業週遭環境變化及員工價值觀的變動為背景。重新探討企業存在於社會理由，探索社會組織發展下之產物。因此，除了具體的推展方法、步驟、管理制度和構築技術外，更重要的是細心地去體驗、洞察其根本想法。」（朱廣興譯，1996）。上原樞夫：願景管理必須掌握八大原則。原則最重要是，必須在具體組織與職場實際情況，兩者關係當中予以確認，若有差異要釐清，讓它成為自己思想為止。因此，管理者觀念是否能從根本上轉換才是

成功的關鍵（朱廣興譯，1996）。這八個項目（如圖 2-3）並由下列觀念所構成的。

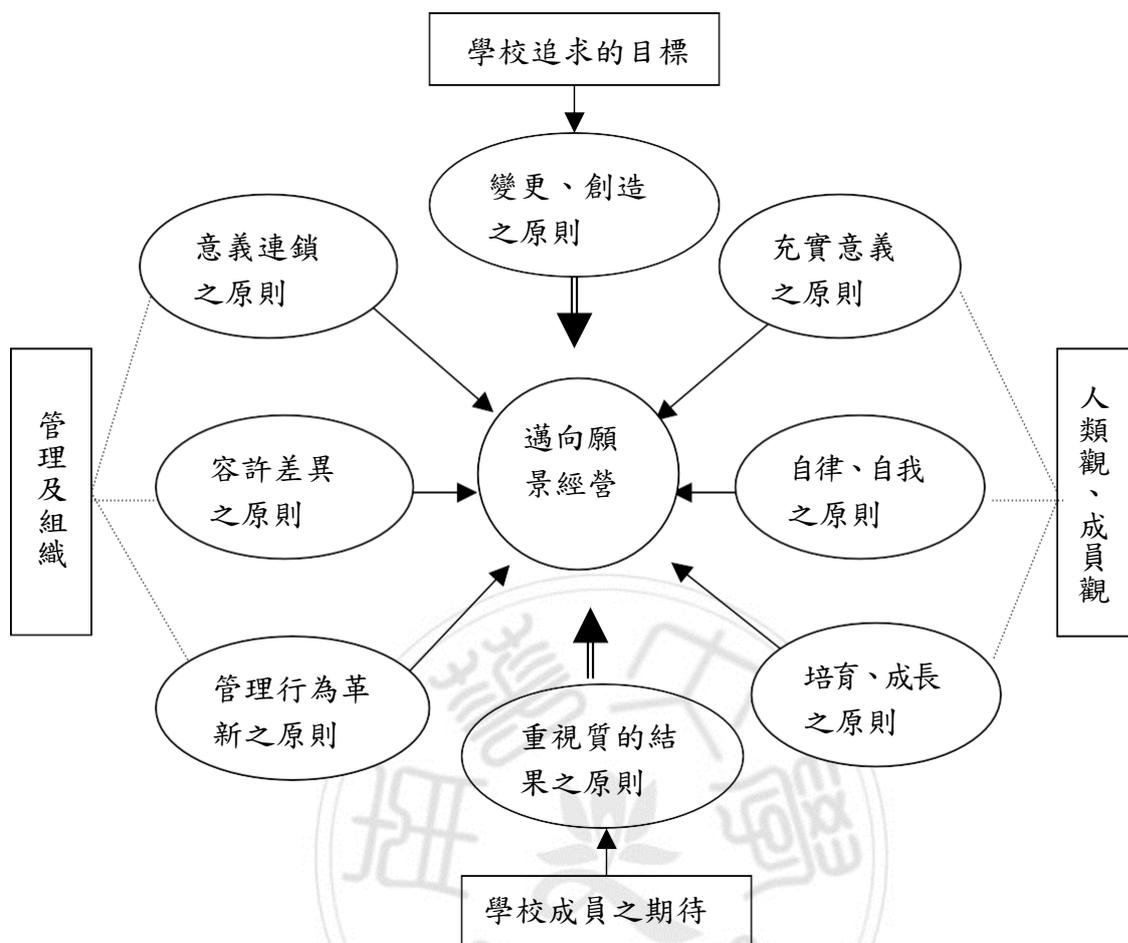


圖 2-3 願景管理的八個基本概念 資料來源：上原樞夫/著、朱廣興/譯（1996）。願景經營（p.114）

參、幼兒園願景管理之測量

目前有關「幼兒園願景管理」議題的相關研究相當少，主要研究工具有林木城（2003）於「台北縣國民小學學校願景管理與組織文化關係之研究」論文中所編製之「學校願景管理量表」。以下即列舉與本研究相關的評量工具。

一、林木城的學校願景管理問卷

林木城（2003）發展出「台北縣國民小學學校願景管理量表」。在問卷架構方面，林木城將其問卷內涵分為願景管理的「理念認知」、「價值認同」、「實踐執行」三個向度。進行相關分析考驗各題與各向度及總量表之內在相關，得之相關均達.001 顯著水準。由此得知量表試題具有良好的建構效度。其次，各向度與總量

表之Cronbach α 係數介於在0.92~0.98 之間，顯示其具有相當良好的信度。

研究者將以林木城的台北縣國民小學學校願景管理問卷為主要參考依據，採用「理念認知」、「價值認同」、「實踐執行」三構面，進行本研究願景管理問卷之編製。

肆、幼兒園背景變項與願景管理相關研究

本研究探討幼兒園願景管理關係之背景變項，本研究的幼兒園背景變項，包含：擔任職務、幼兒園年資、幼兒園規模、及幼兒園地區，共四方面進行探討與分析。茲歸納不同變項與願景管理之差異性研究發現，如表 2-2。

表 2-2 背景變項與願景管理之差異性研究發現一覽表

變項名稱	研究發現
擔任職務	研究發現，不同現任職務：在學校願景管理方面「校長組」優於「教師兼行政組」、「教師組」，「教師兼行政組」優於「教師組」（林木城，2003）。不同擔任職務之國小教育人員在整體學校願景管理層面的知覺上並無顯著差異（翁瑋杉，2006）。
服務年資	研究發現，趨向於服務年資越久之學校成員，其學校願景管理各項得分愈高（林木城，2003）。以服務年資而言，不同本校服務年資之國小教育人員在願景管理整體與各層面上並無顯著差異（翁瑋杉，2006）。
幼兒園規模	研究發現，不同學校規模：學校願景管理與組織文化均顯現「12 班（含）以下」學校得分情形優於「13-48 班」及「49 班（含）以上」學校。「13-48 班」與「49 班（含）以上」學校在整體表現上未達顯著差異（林木城，2003）。以學校規模而言，學校規模 6 班以下的國小教育人員在學校願景管理整體均顯著高於學校規模 7~12 班之國小教育人員（翁瑋杉，2006）。
幼兒園位置	研究發現，學校願景管理顯現「偏遠地區」學校得分情形優於「一般地區」、「都會地區」學校。「一般地區」與「都會地區」學校在整體表現上未達顯著差異。（林木城，2003）。以學校地區而言，不同學校地區之國小教育人員在願景管理整體與各層面上並無顯著差異（翁瑋杉，2006）。

根據目前幼兒園園長運用網路社群服務與願景管理的相關研究而言，國內外有關幼兒園園長運用網路社群服務與願景管理相關研究資料缺乏，故本研究需討論。

第三章 研究方法

本研究所用之方法以問卷調查法為主。本章共分為三節，第一節為研究架構；第二節為研究對象；第三節研究工具；第四節實施程式，分別予以說明。

第一節 研究架構

壹、研究設計

本研究根據研究動機與目的、待答問題、幼兒園網路社群服務與願景管理等相關文獻，分析整理及考量幼兒園特性，提出初步研究架構，詳見圖3-1。

初步研究架構中，包括基本資料、前因變項、結果變項三部分。基本資料包括個人背景（擔任職務、服務年資）；幼兒園環境（環境規模、幼兒園位置）。而前因變項則為幼兒園網路社群服務（包括：互動分享、人際關係、願景形象、共創價值）；結果變項則為幼兒園願景管理（包括：理念認知、價值認同、實踐執行）。

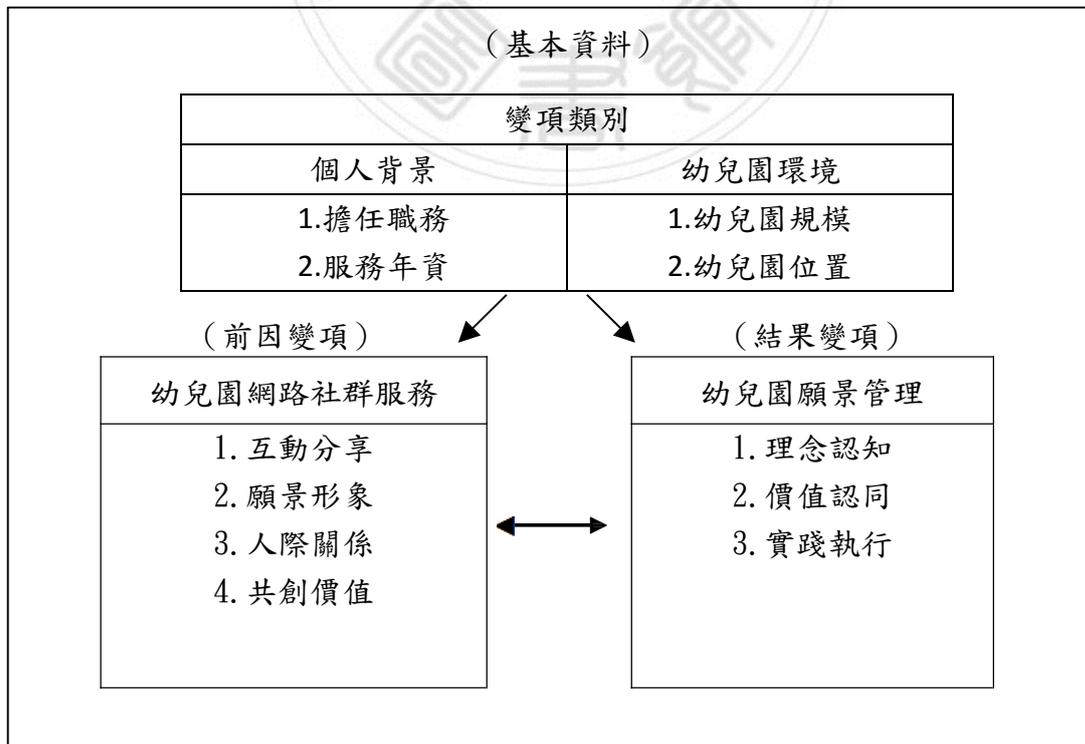


圖 3-1 研究架構

一、基本資料

基本資料的背景變項包括個人背景變項和幼兒園環境變項：

個人背景變項：本項目為填答者的個人特質，茲分述如下：

(一) 擔任職務：分為 (1) 園長；(2) 老師兼行政人員；

(3) 老師 (未兼行政) 等三類。

(二) 服務年資：分為 (1) 5 年以下；(2) 6-15 年 (3) 16-25 年；

(4) 26 年以上等四類。

二、幼兒園環境變項：本項目為填答者所在幼兒園環境，茲分述如下：

(一) 幼兒園規模：分為 (1) 3 班 (含) 以下；(2) 4-6 班；

(3) 7 班 (含) 以上 等三類。

(二) 幼兒園位置：分為 (1) 偏遠地區；(2) 一般地區；

(3) 都會地區等三類

二、調查問題

調查問題的變項包含「前因變項」和「結果變項」：

(一)、前因變項：「幼兒園網路社群服務」包含四個向度，以下分述之

1. 互動分享：運用網路社群平台作為與其他園長建立互動、分享與交流的管道，有助於提升資訊共用與合作學習。

2. 人際關係：透過網路平台的無限連結，在沒有時間、空間的限制下，園長與園長之間在互信的基礎下將此朋友圈擴大。

3. 願景形象：透過運用網路社群服務平台作為幼兒園「分享式行銷」，透過社群的分享。

4. 共創價值：透過網路平台，集合人與人之間的力量，讓幼兒園的「口碑行銷」無限延伸，豐富幼兒園的願景價值。

(二)、結果變項：「幼兒園願景管理」包含三個向度，以下分述之

- 1.理念認知：指幼兒園成員對幼兒園願景管理所具備的知識與瞭解程度。
- 2.價值認同：指幼兒園成員對幼兒園願景管理之認同程度與價值觀，以及是否願意接受幼兒園願景管理模式，進而配合執行並內化為個人核心價值觀。
- 3.實踐執行：指幼兒園成員是否實施願景管理，並將願景管理模式融入於幼兒園教育工作中。



第二節 研究對象

本研究對象以嘉義地區幼兒園園長、老師兼行政人員及老師為研究範圍。抽樣的原則採隨機抽樣方式選擇研究對象。簡單隨機抽樣方式，委請各幼兒園園長隨機抽樣若干位組長、老師作為研究樣本。

壹、預試問卷研究對象

本研究係針對嘉義地區幼兒園採隨機抽樣方式，共抽取 10 所幼兒園。研究者就所抽樣的幼兒園，除請該園所園長填寫一份問卷之外，另委託該幼兒園園長負責協助施測，以隨機抽樣方式抽取主任一位、老師（未兼行政老師）四位。此外，亦在每份研究調查問卷說明研究目的，能得到受試者的協助與合作。本預試問卷計抽取樣本 60 人，問卷回收 42 份，整理收回樣本問卷填答有效情形，合計有效樣本為 42 份，回收率為 70%，可用率為 100%，詳見表 3-1、3-2。

表 3-1 預試問卷調查的樣本回收率統計

縣市名稱	發放份數	回收份數	回收率	可用份數	可用率
嘉義市	30	18	60%	18	100%
嘉義縣	30	24	80%	24	100%

表 3-2 預試問卷調查樣本基本資料分析表

項	組別	人數	百
擔任職務	園長	7	16%
	教師兼行政	7	16%
	教師	28	38%
服務年資	5年以下	13	31%
	6-15年	20	48%
	16-25年	7	16%
	26年以上	2	5%
幼兒園規模	3班以下	0	0%
	4-6班	24	57%
	7班(含)以上	18	43%
幼兒園位置	偏遠地區	0	0%
	一般地區	42	100%
	都會地區	0	0%
合 計		42	100%

貳、正式問卷研究對象

本研究係針對嘉義地區幼兒園採隨機抽樣方式，共抽取 34 所幼兒園。研究者就所抽樣的幼兒園，除請該園所園長填寫一份問卷之外，另委託該幼兒園園長負責協助施測，以隨機抽樣方式抽取主任一位、老師（未兼行政老師）四位。此外，亦在每份研究調查問卷說明研究目的，能得到受試者的協助與合作。本正式問卷計抽取樣本 204 人，問卷回收 186 份，整理收回樣本問卷填答有效情形，合計有效樣本為 174 份，回收率為 91%，可用率為 85%，詳見表 3-3、3-4。

表 3-3 正式問卷調查的樣本回收率統計

縣市名稱	發放份數	回收份數	回收率	可用份數	可用率
嘉義市	102	90	88%	84	93%
嘉義縣	102	96	94%	90	93%

表 3-4 正式問卷調查樣本基本資料分析表

項	組別	人數	百
擔任職務	園長	23	13%
	教師兼行政	29	17%
	一般教師	122	70%
服務年資	5年以下	16	9%
	6-15年	35	20%
	16-25年	66	38%
	26年以上	57	33%
幼兒園規模	班以下	39	22%
	班	70	40%
	班(含)以上	65	38%
幼兒園位置	偏遠地區	50	29%
	一般地區	69	40%
	都會地區	55	31%
合 計		174	100%



第三節 研究工具

本研究用以蒐集資料的研究工具「幼兒園網路社群服務量表」為自編量表。另一是「幼兒園願景管理量表」，係引自尹潔茹（2011）「國民小學校長運用網路社群服務與品牌領導關係之研究—以 Facebook 為例」-「國民小學校長運用網路社群服務」改編而成。本研究首先透過文獻探討綜合而成問卷初稿。接著進行預試，進行資料處理與統計分析，以考驗研究工具的信度與效度，最後，依預試結果修定成研究正式問卷。茲將研究工具發展的過程說明如下：

壹、「幼兒園網路社群服務量表」之編製

一、量表架構

「幼兒園網路社群服務量表」參照尹潔茹（2011）「國民小學校長運用網路社群服務與品牌領導關係之研究—以 Facebook 為例」-「國民小學校長運用網路社群服務」。作為本研究量表之主要架構理論基礎，歸納其研究向度如圖 3-2。

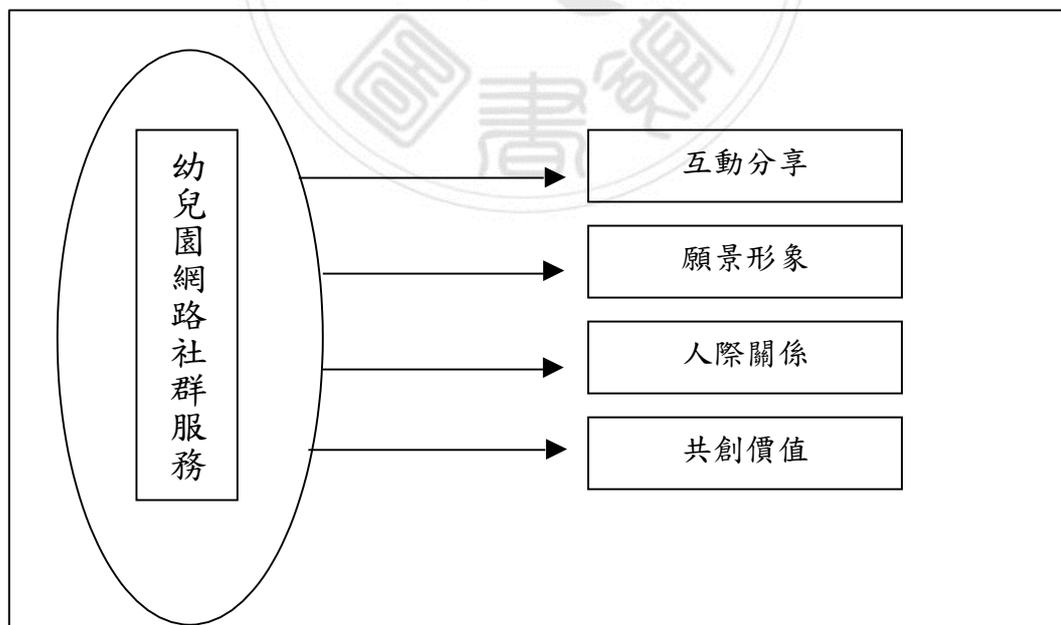


圖 3-2 幼兒園網路社群服務研究向度圖

二、編製研究問卷內容

相關研究與幼兒園的特性，並以尹潔茹（2011）「國民小學校長運用網路社群服務與品牌領導關係之研究—以 Facebook 為例」-「國民小學校長運用網路社群服務」為主要架構，修訂而成「幼兒園網路社群服務量表」研究問卷。經過研修語句、探究語意及發現相關問題，修正成「幼兒園網路社群服務量表」。包括「互動分享」6 題、「人際關係」6 題、「願景形象」6 題、「共創價值」6 題，共計24題，並以此組合，形成研究問卷。詳見表3-5、3-6、3-7、3-8。

表 3-5 幼兒園網路社群服務量表表一：互動分享

互動分享： 運用網路社群平台作為與其他園長建立互動、分享與交流的管道，有助於提升資訊共享與合作學習。
1. 園長藉由網路平台的辦活動的功能，主動發佈並分享幼兒園相關的訊息。 2. 園長藉由網路平台增加彼此交流與切磋的機會，讓教學相長。 3. 園長藉由網路平台進行資訊交換與意見回饋，產生更多的資訊交流與創造專業知。 4. 園長藉由網路平台從他人的學習活動中獲益，並成為大家共同努力的目標。 5. 園長藉由網路平台彼此分享多元的幼兒園辦學觀點與經驗，產生更寬廣的視野。 6. 園長藉由網路平台提供足夠的對話機會，激發園長校務經營的創新構想與策略。

表 3-6 幼兒園網路社群服務量表表二：願景形象

願景形象： 透過運用網路社群服務平台作為幼兒園「分享式行銷」，透過社群的分享。
1. 園長藉由網路平台推廣該園所願景之專屬網站。 2. 園長藉由網路平台匯集網路的力量建立該園所良好口碑。 3. 園長藉由網路平台加強園所對外的知名度，讓家長、老師可以對園所有更多瞭解。 4. 園長可善於利用網路平台，行銷與包裝該園所形象，達到有限資金下的傳播效益。 5. 園長藉由網路平台的動態消息發佈校園公告，讓更多人知道園所的相關資訊。 6. 園長運用網路平台，透過網路的力量，可不費分文、迅速地將該園所願景形象起來。

表 3-7 幼兒園網路社群服務量表三：人際關係

人際關係： 透過網路平台的無限連結，在沒有時間、空間的限制下，園長與園長之間在互信的基礎下將此朋友圈擴大。
<ol style="list-style-type: none">1. 園長透過網路平台，認識很多您以前可能不認識的園長。2. 園長們雖然不常連絡，但也可透過網路平台瞭解彼此的最新動態。3. 園長經由網路平台認識到很多志同道合的朋友。4. 園長藉由網路平台建立人際關係，促進相互瞭解，培養信任與獲得情境支持。5. 園長藉由網路平台建立彼此之間的凝聚力與向心力。6. 網路平台是一個容易讓人與人之間的關係容易維繫起來。

表 3-8 幼兒園網路社群服務量表四：共創價值

共創價值： 透過網路平台，集合人與人之間的力量，讓幼兒園的「口碑行銷」無限延伸，豐富幼兒園的願景價值。
<ol style="list-style-type: none">1. 園長透過網路平台分享一個的想法，而聚集園長的力量，可創造出更多價值的想法。2. 園長可藉由網路平台獲得同儕給予的意見以及分享教學現場實務經驗的分享。3. 園長可透過網路平台，即時獲得教育政策上最新發佈的消息。4. 園長可藉由網路平台，作為園長在辦學過程遇到任何的困難，尋求即時獲得支援。5. 園長可透過網路平台，讓師傅園長傳經驗傳承辦校過程經驗，提供新進園長作為參考。6. 網路平台讓每位元園長，既是資訊獲取者也是內容的貢獻者；同時也可以獲得相關訊息，創造生活共同的交集處。

三、研究問卷分析

(一) 預試問卷向度分析

幼兒園網路社群服務預試問卷各提修正，項目刪除時 Cronbach's Alpha 值及各分向度 Cronbach's Alpha 值，詳見表 3-9、3-10、3-11、3-12 所示。

表 3-9 網路社群服務預試問卷互動分享分析表

向度	題號	項目刪除時 Cronbach's Alpha 值	向度 Cronbach's Alpha 值	分析結果
互動分享	1	.913	.914	保留
	2	.886		保留
	3	.887		保留
	4	.887		保留
	5	.898		保留
	6	.899		保留

表 3-10 網路社群服務預試問卷人際關係分析表

向度	題號	項目刪除時 Cronbach's Alpha 值	向度 Cronbach's Alpha 值	分析結果
人際關係	13	.918	.917	刪除
	14	.906		保留
	15	.902		保留
	16	.887		保留
	17	.894		保留
	18	.900		保留

表 3-11 網路社群服務預試問卷願景形象分析表

向度	題號	項目刪除時 Cronbach's Alpha 值	向度 Cronbach's Alpha 值	分析結果
願景形象	7	.858	.871	保留
	8	.821		保留
	9	.832		保留
	10	.833		保留
	11	.845		保留
	12	.859		保留

表 3-12 網路社群服務預試問卷共創價值分析表

向度	題號	項目刪除時 Cronbach's Alpha 值	向度 Cronbach's Alpha 值	分析結果
共創價值	19	.858	.815	刪除
	20	.799		保留
	21	.799		保留
	22	.812		保留
	23	.845		保留
	24	.834		保留

(二) 編制正式問卷

本研究樣本為園長、老師兼行政人員及老師，因而採用自編問卷「幼兒園網路社群服務量表」，總題數 24 題，經問卷預試，回收後進行內部一致性刪除係數較低之題目後總題為 22 題，隨後進行正式問卷編制。

(三) 問卷填答與計分

此量表採用 Likert 式六點量表，依據受試者的實際觀察與感受的符合程度填答，受試者從非常符合到非常不符合的 6-5-4-3-2-1 中，在適當的數字上打『○』，計分方式係按 6 分、5 分、4 分、3 分、2 分、1 分，各項分別計分，最後計算各

向度及總量表的得分，得分愈高，代表幼兒園成員對幼兒園網路社群服務方面表現愈好。

(四) 信度分析

本研究之量表採用 Cronbach α 值係數考驗網路社群服務正式問卷各向度與總量表之內部一致性信度分析。3-13 顯示，總量表之 Cronbach α 係數為.812，其餘各向 Cronbach α 係數分別是。互動分享.784；願景形象.764；人際關係.773；共創價值.785。因此，本量表之總量表及各向度內容一致性高，信度亦佳。

表 3-13 網路社群服務正式問卷內部一致性分析表

向度名稱	題數	α 係數	總量表 α 係數
互動分享	6	.784	.812
願景形象	6	.764	
人際關係	5	.773	
共創價值	5	.785	

(五) 各向度與總量表之內在相關

考驗「網路社群服務量表」之內在結構相關，發現各向度與總量表之內在相關皆達.01 之顯著水準，其相關程度分別為.842、.874、.894、.879；而各向度間之相關介於.577-.756 之間，可見本量表之內在結構良好，詳見表 3-14 所示。

表 3-14 網路社群服務量表各向度與總量表之內在相關情形

向度	互動分享	願景形象	人際關係	共創價值	總量表
互動分享	1.000				
願景形象	.577**	1.000			
人際關係	.714**	.713**	1.000		
共創價值	.649**	.756**	.678**	1.000	
總量表	.842**	.874**	.894**	.879**	1.000

** $P < .01$



貳、「幼兒園願景管理量表」之編製

一、量表架構

「幼兒園願景管理量表」架構係參考林建昌（2002）「臺北市國民小學學校願景發展」；朱廣興譯（1996）「願景經營」；謝佳慧譯（2001）「願景管理：成功企業的梦想、信念、果敢與實踐」及文獻探討等觀點為主要依據。其次參考如 Ouchi（1981）、Ott（1989）、張德銳（1994）、邱馨儀（1995）、張品芬（1995）、張慶勳（1996）、吳俊霖（1998）、徐莉惠（1999）、胡瓊文（1999）、謝念慈（2001）、林梓榮（2001）、戴聰敏（2001）、張明輝（2002）等文獻資料為主要參考依據，其內涵包括：幼兒園願景管理的理念認知、價值認同、實踐執行三個向度。研究結果作為協助園長、教師兼行政人員、教師瞭解幼兒園共同願景的意義、內涵、對幼兒園教育產生之正面效果、並願意共同推動幼兒園願景，進而能夠創造優良的幼兒園網路社群服務。因此幼兒園網路社群服務成員如果能具備高度的願景管理敏銳度，則能幫助幼兒園、自己在教育工作中依據教育原理，讓教育工作順利推動。本研究也希望藉此，讓網路社群服務成員能回顧幼兒園願景管理之認知性、價值性與可行性。歸納其研究向度如圖 3-3。

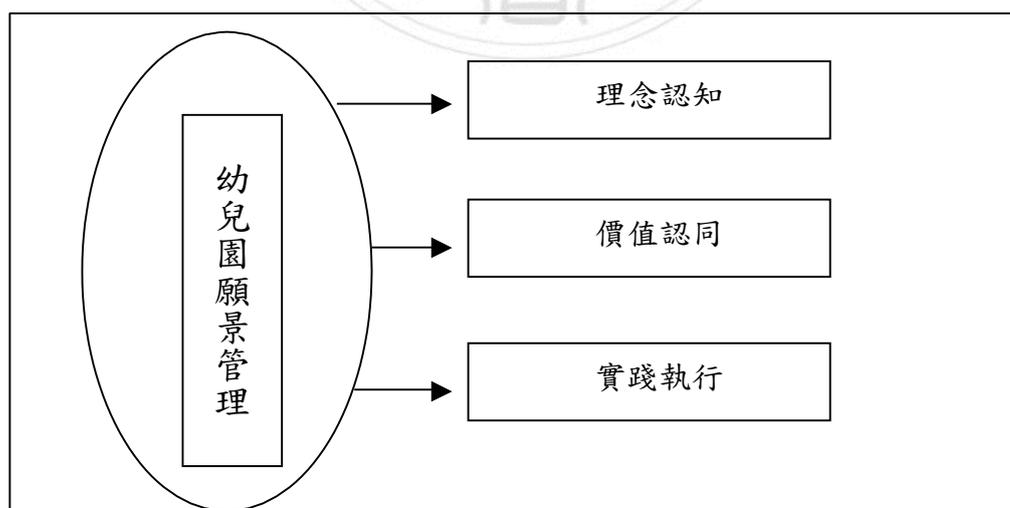


圖 3-3 幼兒園願景管理研究向度圖

二、編製研究問卷內容

參酌理論基礎、相關研究與幼兒園特性，著手編製「幼兒園願景管理量表」研究問卷。經過研修語句、探究語意及發現相關問題，修正成「幼兒園網路社群服務量表」。包括「理念認知」8題、「價值認同」6題、「實踐執行」10題，共計24題，並以此組合，形成研究問卷。詳見表3-15、3-16、3-17。

表3-15 幼兒園願景管理量表一：理念認知

幼兒園願景管理的理念認知 指幼兒園成員對幼兒園願景管理所具備的知識與瞭解程度
1. 我知道本幼兒園共同願景的內容。 2. 我瞭解本幼兒園共同願景的意義與內涵。 3. 我能清楚地說出本幼兒園共同願景的實踐方式。 4. 我瞭解本幼兒園共同願景型塑的過程。 5. 我瞭解幼兒園共同願景型塑過程中必須考慮的相關因素。 6. 我瞭解本幼兒園願景管理的實施計畫。 7. 我知道在哪裡可以看到本幼兒園共同願景。 8. 我能有效運用教學資源，達成幼兒園願景管理的目標。

表3-16 幼兒園願景管理量表二：價值認同

幼兒園願景管理的價值認同 指幼兒園成員是否願意接受幼兒園願景管理模式，進而配合執行並內化為個人核心價值觀。
1. 我願意將本幼兒園共同願景融入個人核心價值觀。 2. 我願意全力投入，參與幼兒園共同願景型塑之相關工作。 3. 我願意加入教師研究團隊，藉由共同的力量，達成本幼兒園共同願景。 4. 我願意付出更多時間與精力，努力達成本幼兒園共同願景。 5. 為了活化幼兒園共同願景、落實幼兒園願景管理，我願意參與各項研討活動。 6. 為了達到幼兒園共同願景的理想，我願意接受各項教育評鑑。

表 3-17 幼兒園願景管理量表三：實踐執行

<p>幼兒園實施願景管理的實踐執行 指幼兒園是否實施願景管理，並將願景管理模式融入於幼兒園教育工作中。</p>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. 本幼兒園有訂定幼兒園願景管理實施計畫。 2. 本幼兒園在型塑幼兒園願景的過程中，能瞭解與尊重幼兒園的傳統。 3. 本幼兒園在型塑幼兒園願景的過程中，能重視同仁的意見與想法。 4. 本幼兒園在型塑幼兒園願景的過程中，能兼顧幼兒園之 SWOT 分析。 5. 本幼兒園共同願景能兼顧成員願景與品牌願景。 6. 本幼兒園的共同願景能凝聚全體同仁的共同理念與價值觀。 7. 本幼兒園的共同願景已成為幼兒園成員追求的教育方向。 8. 本幼兒園的共同願景隨時能被看得見、聽得到。 9. 本幼兒園園長能公開表明支持幼兒園共同願景，讓組織成員瞭解和支持願景。 10. 本幼兒園確實依據幼兒園共同願景，發展幼兒園課程計畫。 	

三、研究問卷分析

(一) 預試問卷向度分析

幼兒園網路社群服務預試問卷各提修正，項目刪除時 Cronbach's Alpha 值及各分向度 Cronbach's Alpha 值，詳見表 3-18、3-19、3-20 所示。

表 3-18 願景管理預試問卷理念認知分析表

向度	題號	項目刪除時 Cronbach's Alpha 值	向度 Cronbach's Alpha 值	分析結果
理念認知	1	.932	.941	保留
	2	.937		保留
	3	.926		保留
	4	.932		保留
	5	.929		保留
	6	.931		保留
	7	.933		保留
	8	.944		刪除

表 3-19 願景管理預試問卷價值認同分析表

向度	題號	項目刪除時 Cronbach's Alpha 值	向度 Cronbach's Alpha 值	分析結果
價值認同	9	.838	.866	保留
	10	.841		保留
	11	.813		保留
	12	.827		保留
	13	.839		保留
	14	.904		刪除

表 3-20 願景管理預試問卷實踐執行分析表

向度	題號	項目刪除時 Cronbach's Alpha 值	向度 Cronbach's Alpha 值	分析結果
實踐執行	15	.949	.951	保留
	16	.947		保留
	17	.954		刪除
	18	.941		保留
	19	.947		保留
	20	.945		保留
	21	.946		保留
	22	.945		保留
	23	.944		保留
	24	.945		保留

(二) 編制正式問卷

本研究樣本為園長、老師兼行政人員及老師，因而採用自編問卷「幼兒園網路社群服務量表」，總題數 24 題，經問卷預試，回收後進行內部一致性刪除係數較低之題目後總題為 21 題，隨後進行正式問卷編制。

(三) 問卷填答與計分

此量表採用 Likert 式六點量表，依據受試者的實際觀察與感受的符合程度填答，受試者從非常符合到非常不符合的 6-5-4-3-2-1 中，在適當的數字上打『○』，計分方式係按 6 分、5 分、4 分、3 分、2 分、1 分，各項分別計分，最後計算各向度及總量表的得分，得分愈高，代表幼兒園成員對幼兒園網路社群服務方面表現愈好。

(四) 信度分析

本研究之量表採用 Cronbach α 值係數考驗網路社群服務正式問卷各向度與總量表之內部一致性信度分析。3-21 顯示，總量表之 Cronbach α 係數為.855，其餘各向 Cronbach α 係數分別是。理念認知.612；價值認同.656；實踐執行.526。因此，本量表之總量表及各向度內容一致性高，信度亦佳。

表 3-21 願景管理正式問卷內部一致性分析表

向度名稱	題數	α 係數	總量表 α 係數
理念認知	7	.612	.855
價值認同	5	.656	
實踐執行	9	.526	

(五) 各向度與總量表之內在相關

考驗「願景管理」之內在結構相關，發現各向度與總量表之內在相關皆達.01 之顯著水準，其相關程度分別為.865、.898、.929；而各向度間之相關介於.656-.820

之間，可見本量表之內在結構良好，詳見表 3-22 所示。

表 3-22 願景管理量表各向度與總量表之內在相關情形

向度	理念認知	價值認同	實踐執行	總量表
理念認知	1.000			
價值認同	.660**	1.000		
實踐執行	.656**	.820**	1.000	
總量表	.865**	.898**	.929**	1.000

** $P < .01$



第四節 實施程式

本論文的進行，大致分成準備階段、實施階段及完成階段，如圖 3-4。其具體作法分述如下：

壹、準備階段

準備階段主要的工作，包括擬定研究主題、文獻探討、建立研究架構。以下詳述之：

一、**確定論文方向並擬定研究主題**：本研究主題為「幼兒園園長運用網路社群服務與願景管理相關之研究」。

二、**文獻探討與分析**：本研究在決定主題之後，即開始廣泛蒐集網路社群服務及願景管理相關文獻，並進行整理、閱讀及分析，文獻探討主要是做為本研究立論基礎及分析依據。

三、**建立研究架構**：分析整理文獻資料，歸納網路社群服務及願景管理之向度內涵，據以建立研究架構。

貳、實施階段

實施階段主要的工作，包括發展研究工具、實施調查研究、問卷回收整理、問卷資料分析、結論與建議。以下詳述之：

一、**發展研究工具**：依據文獻所歸納的向度及研究架構，並參考網路社群服務與願景館裡效能相關問卷，編製問卷初稿。本問卷預試初稿完成後，調查問卷經施測後回收，刪除作答不完全之問卷，將剩下有效問卷編碼登錄後，採用 SPSS 統計軟體進行資料分析，再刪除不適用問題，修改完畢，編製為正式問卷。本問卷訂名為「幼兒園園長運用網路社群服務與願景管理相關之研究問卷」，同時進行訪談大綱之編擬。

二、**實施調查研究**：選定樣本進行問卷調查。針對選定的樣本，以郵寄方式寄發問卷。

三、問卷回收整理：問卷回收後，首先進行無效問卷之篩選、整理、編碼與登錄。

四、問卷資料分析：將問卷所得之量化資料以 SPSS 套裝統計軟體進行資料分析。

五、結論與建議：根據分析，提出結論與建議，以供相關單位參考。

參、完成階段

完成階段主要的工作為論文初稿之修改。以下詳述之：

一、撰寫論文初稿並進行修改：依據結論與建議，撰寫論文初稿，經由指導教授與口試委員之斧正及提供意見，進行論文修改。

二、論文完成與印製：待論文修改完成，隨即進行論文印製。



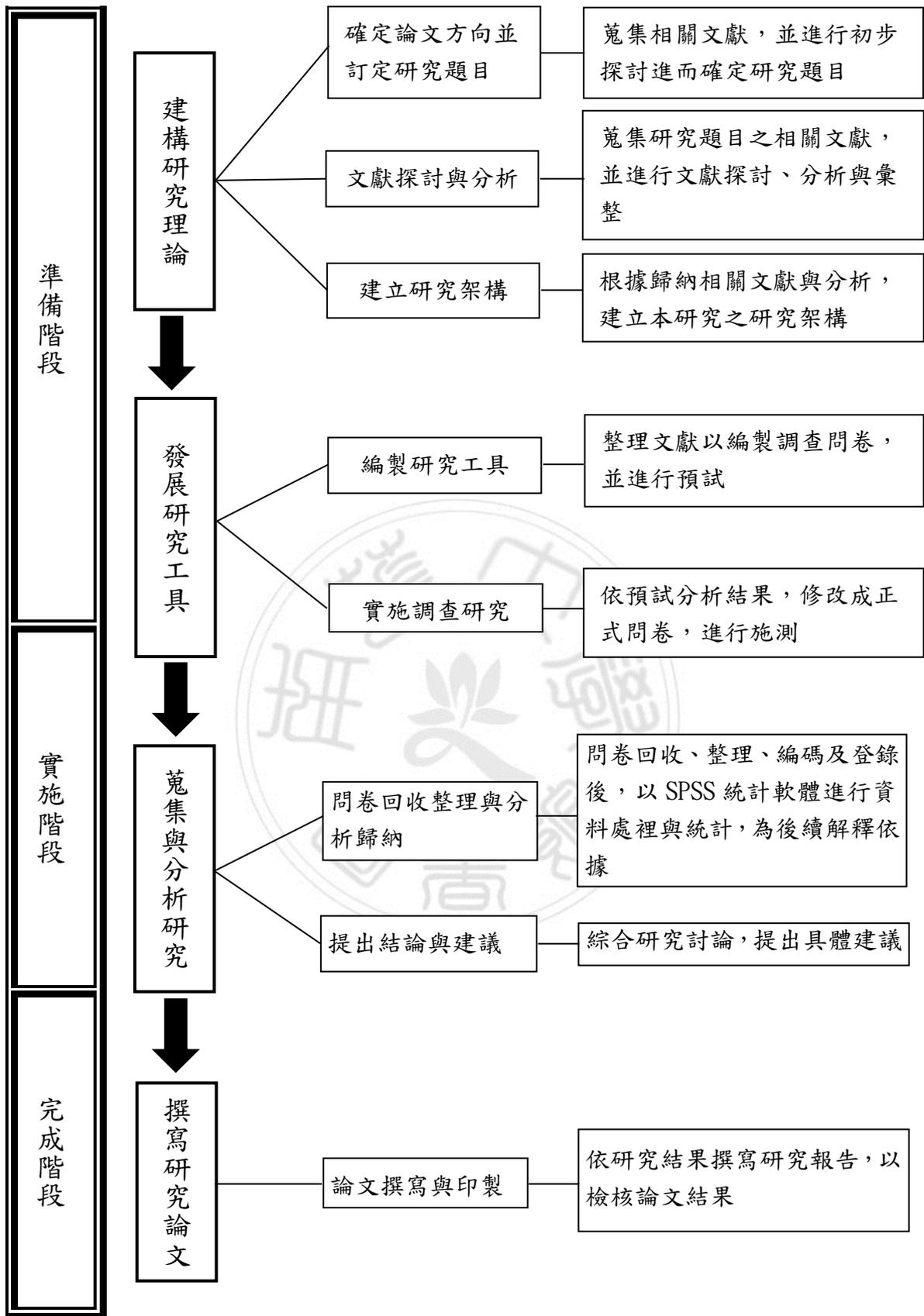


圖 3-4 本研究之實施步驟圖

第五節 資料處理與分析方法

本節針對「問卷調查」資料的處理和分析方法，進行說明。本研究之調查問卷經施測後回收，刪除作答不完全之問卷，將剩下有效問卷編碼登錄後，採用 SPSS 統計軟體進行資料分析。資料處理主要採用描述性統計、信度分析、單因數變異數分析、薛費法多重比較、皮爾森積差相關等用為資料處理的方法，並將顯著水準定為.05。

壹、描述性統計

主要目的在於計算、測量、描述與劃記等方法，將一群資料加以整理、摘要與濃縮以便容易瞭解其中所含的意義和傳遞訊息的性質。本研究所使用之描述性統計包括平均數及標準差，用於分析背景資料及描述性資料。

貳、信度分析

本研究之量表考驗「幼兒園網路社群服務量表」及「幼兒園願景管理量表」各向度及總量表之內部一致信度分析。

參、單因數變異數分析法與薛費法多重比較

以個人背景、幼兒園環境資料之「擔任職務」、「服務年資」、「幼兒園規模」、「幼兒園位置」為自變項，以「幼兒園網路社群服務量表」為依變項；以個人背景、幼兒園環境資料之「擔任職務」、「服務年資」、「幼兒園規模」、「幼兒園位置」為自變項，以「幼兒園願景管理量表」為依變項，進行單因數變異數分析，單因數變異數分析若達.05 顯著水準，則以薛費法進行事後比較，以分析不同背景變項在幼兒園網路社群服務量表各向度及總量表，以及在願景管理各向度及總量表得分之差異情形。

肆、皮爾森積差相關

以「幼兒園網路社群服務量表」為自變項，以「願景管理」為依變項，進行皮爾森積差相關分析，以探討幼兒園網路社群服務量表及其四個向度，與整體願

景管理及其三個向度之相關情形。

伍、多元逐步迴歸分析

以幼兒園網路社群服務各向度(互動分享、願景形象、人際關係、共創價值)為預測變項，願景管理各向度(理念認知、價值認同、實踐執行)為效標變項，進行多元逐步迴歸分析，分析幼兒園網路社群服務各向度對於願景管理各向度的預測力。



第四章 研究結果與討論

本章旨在根據問卷調查所得的資料進行分析。全章共分六節：第一節為園長運用網路社群服務現況分析；第二節為幼兒園成員願景管理現況分析；第三節為不同背景變項在幼兒園網路社群服務之得分差異情形分析；第四節為不同背景變項在幼兒園願景管理之得分差異情形分析；第五節為幼兒園成員網路社群服務與願景管理之積差相關情形分析；第六節為幼兒園網路社群服務在願景管理之迴歸預測分析，將上述各項予以說明如下。

第一節 園長運用網路社群服務現況分析

本節根據所建構的理論模式，探討幼兒園園長、教師兼行政人員、教師在網路社群服務總量表及四個向度（互動分享、願景形象、人際關係、共創價值）得分之現況分析。

壹、成員在幼兒園網路社群服務現況分析

幼兒園成員網路社群服務量表共分「互動分享」、「願景形象」、「人際關係」、「共創價值」四個向度，幼兒園網路社群服務量表各向度之得分情形詳見於表4-1。下列分別就四個向度之各題的得分情形加以分析與討論。

表 4-1 成員在幼兒園網路社群服務總量表及分量表之平均數、標準差

編號	向度名稱	人數	平均數	標準差
1	互動分享	174	28.67	4.25
2	願景形象	174	28.06	5.92
3	人際關係	174	23.79	3.83
4	共創價值	174	23.46	3.51
	總量表	174	104.00	14.32

一、互動分享的現況分析幼兒園成員在「互動分享」各細目的得分現況：

第一題「園長藉由網路平台的辦活動的功能，主動發佈並分享幼兒園相關的訊息。」(M=4.88, SD=0.93)；第二題「園長藉由網路平台增加彼此交流與切磋的機會，讓教學相長。」(M=4.72, SD=0.90)；第三題「園長藉由網路平台進行資訊交換與意見回饋，產生更多的資訊交流與創造專業知。」(M=4.75, SD=0.89)；第四題「園長藉由網路平台從他人的學習活動中獲益，並成為大家共同努力的目標。」(M=4.77, SD=0.82)；第五題「園長藉由網路平台彼此分享多元的幼兒園辦學觀點與經驗，產生更寬廣的視野。」(M=4.78, SD=0.81)；第六題「園長藉由網路平台提供足夠的對話機會，激發園長校務經營的創新構想與策略。」(M=4.74, SD=0.78)。詳見於表 4-2。

本調查研究結果顯示：幼兒園成員在「互動分享」網路社群服務中，以「園長藉由網路平台的辦活動的功能，主動發佈並分享幼兒園相關的訊息。」得分最高，顯示其受到肯定支持的程度最高；其次是「園長藉由網路平台增加彼此交流與切磋的機會，讓教學相長。」、「園長藉由網路平台進行資訊交換與意見回饋，產生更多的資訊交流與創造專業知。」、「園長藉由網路平台從他人的學習活動中獲益，並成為大家共同努力的目標。」、「園長藉由網路平台彼此分享多元的幼兒園辦學觀點與經驗，產生更寬廣的視野。」；得分最低為「園長藉由網路平台提供足夠的對話機會，激發園長經營的創新構想與策略。」各題平均數、標準差彙整如下：

表 4-2 幼兒園成員在「互動分享」各題平均數、標準差

排序	題次內容	人數	平均數	標準差
1	園長藉由網路平台的辦活動的功能，主動發佈並分享幼兒園相關的訊息。	174	4.88	0.93
6	園長藉由網路平台增加彼此交流與切磋的機會，讓教學相長。	174	4.72	0.90
4	園長藉由網路平台進行資訊交換與意見回饋，產生更多的資訊交流與創造專業知。	174	4.75	0.89
3	園長藉由網路平台從他人的學習活動中獲益，並成為大家共同努力的目標。	174	4.77	0.82
2	園長藉由網路平台彼此分享多元的幼兒園辦學觀點與經驗，產生更寬廣的視野。	174	4.78	0.81
5	園長藉由網路平台提供足夠的對話機會，激發園長校務經營的創新構想與策略。	174	4.74	0.78

二、願景形象的現況分析幼兒園成員在「願景形象」各細目的得分現況：

第一題「園長藉由網路平台匯集網路的力量建立該園所良好口碑。」(M=4.54, SD=1.00)；第二題「園長藉由網路平台加強園所對外的知名度，讓家長、老師可以對園所有更多瞭解。」(M=4.90, SD=3.85)；第三題「園長可善於利用網路平台，行銷與包裝該園所形象，達到有限資金下的傳播效益。」(M=4.63, SD=0.93)；第四題「園長藉由網路平台的動態消息發佈校園公告，讓更多人知道園所的相關資訊。」(M=4.72, SD=0.68)；第五題「園長運用網路平台，透過網路的力量，可不費分文、迅速地將該園所願景形象起來。」(M=4.62, SD=0.87)。詳見於表 4-3。

本調查研究結果顯示：幼兒園成員在「願景形象」網路社群服務中，以「園長藉由網路平台加強園所對外的知名度，讓家長、老師可以對園所有更多瞭解。」得分最高，顯示其受到肯定支持的程度最高；其次是「園長藉由網路平台的動態消息發佈校園公告，讓更多人知道園所的相關資訊。」、「園長可善於利用網路平台，行銷與包裝該園所形象，達到有限資金下的傳播效益。」、「園長藉由網路平台匯集網路的力量建立該園所良好口碑。」；得分最低為「園長運用網路平台，

透過網路的力量，可不費分文、迅速地將該園所願景形象起來。」各題平均數、標準差彙整如下：

表 4-3 幼兒園成員在「願景形象」各題平均數、標準差

排序	題次內容	人數	平均數	標準差
5	園長藉由網路平台匯集網路的力量建立該園所良好口碑。	174	4.54	1.00
1	園長藉由網路平台加強園所對外的知名度，讓家長、老師可以對園所有更多瞭解。	174	4.90	3.85
3	園長可善於利用網路平台，行銷與包裝該園所形象，達到有限資金下的傳播效益。	174	4.63	0.93
2	園長藉由網路平台的動態消息發佈校園公告，讓更多人知道園所的相關資訊。	174	4.72	0.86
4	園長運用網路平台，透過網路的力量，可不費分文、迅速地將該園所願景形象起來。	174	4.62	0.87

三、人際關係的現況分析幼兒園成員在「人際關係」各細目的得分現況：

第一題「園長透過網路平台，認識很多您以前可能不認識的園長。」($M=4.62$ ， $SD=0.91$)；第二題「園長們雖然不常連絡，但也可透過網路平台瞭解彼此的最新動態。」($M=4.64$ ， $SD=0.87$)；第三題「園長經由網路平台認識到很多志同道合的朋友。」($M=4.79$ ， $SD=0.86$)；第四題「園長藉由網路平台建立人際關係，促進相互瞭解，培養信任與獲得情境支持。」($M=4.81$ ， $SD=0.91$)；第五題「園長藉由網路平台建立彼此之間的凝聚力與向心力。」($M=4.83$ ， $SD=0.88$)；第六題「網路平台是一個容易讓人與人之間的關係容易維繫起來。」($M=4.70$ ， $SD=0.89$)。詳見於表 4-4。

本調查研究結果顯示：幼兒園成員在「人際關係」網路社群服務中，以「園長藉由網路平台建立彼此之間的凝聚力與向心力。」得分最高，顯示其受到肯定支持的程度最高；其次是「園長藉由網路平台建立人際關係，促進相互瞭解，培養信任與獲得情境支持。」、「園長經由網路平台認識到很多志同道合的朋友。」、「網路平台是一個容易讓人與人之間的關係容易維繫起來。」、「園長們雖然不常

連絡，但也可透過網路平台瞭解彼此的最新動態。」；得分最低為「園長透過網路平台，認識很多您以前可能不認識的園長。」各題平均數、標準差彙整如下：

表 4-4 幼兒園成員在「人際關係」各題平均數、標準差

排序	題次內容	人數	平均數	標準差
6	園長透過網路平台，認識很多您以前可能不認識的園長。	174	4.62	0.92
5	園長們雖然不常連絡，但也可透過網路平台瞭解彼此的最新動態。	174	4.64	0.87
3	園長經由網路平台認識到很多志同道合的朋友。	174	4.79	0.86
2	園長藉由網路平台建立人際關係，促進相互瞭解，培養信任與獲得情境支持。	174	4.81	0.91
1	園長藉由網路平台建立彼此之間的凝聚力與向心力。	174	4.83	0.88
4	網路平台是一個容易讓人與人之間的關係容易維繫起來。	174	4.70	0.89

四、共創價值的現況分析幼兒園成員在「共創價值」各細目的得分現況：

第一題「園長可藉由網路平台獲得同儕給予的意見以及分享教學現場實務經驗的分享。」(M=4.67, SD=0.88)；第二題「園長可透過網路平台，即時獲得教育政策上最新發佈的消息。」(M=4.75, SD=0.86)；第三題「園長可藉由網路平台，作為園長在辦學過程遇到任何的困難，尋求即時獲得支援。」(M=4.56, SD=0.90)；第四題「園長可透過網路平台，讓師傅園長傳經驗傳承辦校過程經驗，提供新進園長作為參考。」(M=4.72, SD=0.82)；第五題「網路平台讓每位園長，既是資訊獲取者也是內容的貢獻者；同時也可以獲得相關訊息，創造生活共同的交集處。」(M=4.74, SD=0.79)。詳見於表 4-5。

本調查研究結果顯示：幼兒園成員在「共創價值」網路社群服務中，以「園長可透過網路平台，即時獲得教育政策上最新發佈的消息。」得分最高，顯示其受到肯定支持的程度最高；其次是「網路平台讓每位園長，既是資訊獲取者也是內容的貢獻者；同時也可以獲得相關訊息，創造生活共同的交集處。」、「園長可透過網路平台，讓師傅園長傳經驗傳承辦校過程經驗，提供新進園長作為參考。」

「園長可藉由網路平台獲得同儕給予的意見以及分享教學現場實務經驗的分享。」；得分最低為「園長可藉由網路平台，作為園長在辦學過程遇到任何的困難，尋求即時獲得支援。」各題之平均數、標準差彙整如下：

表 4-5 幼兒園成員在「共創價值」各題之平均數、標準差

排序	題次內容	人數	平均數	標準差
4	園長可藉由網路平台獲得同儕給予的意見以及分享教學現場實務經驗的分享。	174	4.67	0.88
1	園長可透過網路平台，即時獲得教育政策上最新發佈的消息。	174	4.75	0.86
5	園長可藉由網路平台，作為園長在辦學過程遇到任何的困難，尋求即時獲得支援。	174	4.56	0.90
3	園長可透過網路平台，讓師傅園長傳經驗傳承辦校過程經驗，提供新進園長作為參考。	174	4.72	0.82
2	網路平台讓每位園長，既是資訊獲取者也是內容的貢獻者；同時也可以獲得相關訊息，創造生活共同的交集處。	174	4.74	0.79

第二節 幼兒園願景管理現況分析

本節根據所建構的理論模式，探討幼兒園園長、教師兼行政人員、教師在願景管理總量表及三個向度（理念認知、價值認同、實踐執行）得分的現況分析。

壹、成員在幼兒園願景管理現況分析

幼兒園成員願景管理量表共分「理念認知」、「價值認同」、「實踐執行」三個向度，幼兒園願景管理量表各向度之得分情形詳見於表 4-6。下列分別就三個向度之各題的得分情形加以分析與討論。

表 4-6 成員在幼兒園願景管理總量表及分量表之平均數、標準差

編號	向度名稱	人數	平均數	標準差
1	理念認知	174	33.36	4.93
2	價值認同	174	24.65	3.24
3	實踐執行	174	42.97	6.33
	總量表	174	171.63	20.14

一、理念認知的現況分析幼兒園成員在「理念認知」各細目的得分現況：

第一題「我知道本幼兒園共同願景的內容。」(M=4.83, SD=0.78)；第二題「我瞭解本幼兒園共同願景的意義與內涵。」(M=4.82, SD=0.75)；第三題「我能清楚地說出本幼兒園共同願景的實踐方式。」(M=4.74, SD=0.85)；第四題「我瞭解本幼兒園共同願景型塑的過程。」(M=4.69, SD=0.85)；第五題「我瞭解幼兒園共同願景型塑過程中必須考慮的相關因素。」(M=4.82, SD=0.84)；第六題「我瞭解本幼兒園願景管理的實施計畫。」(M=4.76, SD=0.85)；第七題「我知道在哪裡可以看到本幼兒園共同願景。」(M=4.68, SD=0.90)，詳見於表 4-7。

本調查研究結果顯示：幼兒園成員在「理念認知」願景管理中，以「我知道本幼兒園共同願景的內容。」得分最高，顯示其受到肯定支持的程度最高；其次是「我瞭解本幼兒園共同願景的意義與內涵。」、「我瞭解幼兒園共同願景型塑過程中必須考慮的相關因素。」、「我瞭解本幼兒園願景管理的實施計畫。」、「我能

清楚地說出本幼兒園共同願景的實踐方式。」、「我瞭解本幼兒園共同願景型塑的過程。」；得分最低為「我知道在哪裡可以看到本幼兒園共同願景。」各題平均數、標準差彙整如下：

表 4-7 幼兒園成員在「理念認知」各題平均數、標準差

排序	題次內容	人數	平均數	標準差
1	我知道本幼兒園共同願景的內容。	174	4.83	0.78
2	我瞭解本幼兒園共同願景的意義與內涵。	174	4.82	0.75
4	我能清楚地說出本幼兒園共同願景的實踐方式。	174	4.74	0.85
5	我瞭解本幼兒園共同願景型塑的過程。	174	4.69	0.85
2	我瞭解幼兒園共同願景型塑過程中必須考慮的相關因素。	174	4.82	0.84
3	我瞭解本幼兒園願景管理的實施計畫。	174	4.76	0.85
6	我知道在哪裡可以看到本幼兒園共同願景。	174	4.68	0.90

二、價值認同的現況分析幼兒園成員在「價值認同」各細目的得分現況：

第一題「我願意將本幼兒園共同願景融入個人核心價值觀。」(M=4.85, SD=0.72)；第二題「我願意全力投入，參與幼兒園共同願景型塑之相關工作。」(M=4.91, SD=0.69)；第三題「我願意加入教師研究團隊，藉由共同的力量，達成本幼兒園共同願景。」(M=4.96, SD=0.80)；第四題「我願意付出更多時間與精力，努力達成本幼兒園共同願景。」(M=4.94, SD=0.82)；第五題「為了活化幼兒園共同願景、落實幼兒園願景管理，我願意參與各項研討活動。」(M=4.97, SD=0.79)。詳見於表 4-8。

本調查研究結果顯示：幼兒園成員在「價值認同」願景管理中，以「為了活

化幼兒園共同願景、落實幼兒園願景管理，我願意參與各項研討活動。」得分最高，顯示其受到肯定支持的程度最高；其次是「我願意加入教師研究團隊，藉由共同的力量，達成本幼兒園共同願景。」、「我願意付出更多時間與精力，努力達成本幼兒園共同願景。」、「我願意全力投入，參與幼兒園共同願景型塑之相關工作。」；得分最低為「我願意將本幼兒園共同願景融入個人核心價值觀。」各題平均數、標準差彙整如下：

表 4-8 幼兒園成員在「價值認同」各題平均數、標準差

排序	題次內容	人數	平均數	標準差
5	我願意將本幼兒園共同願景融入個人核心價值觀。	174	4.85	0.72
4	我願意全力投入，參與幼兒園共同願景型塑之相關工作。	174	4.91	0.69
2	我願意加入教師研究團隊，藉由共同的力量，達成本幼兒園共同願景。	174	4.96	0.80
3	我願意付出更多時間與精力，努力達成本幼兒園共同願景。	174	4.94	0.82
1	為了活化幼兒園共同願景、落實幼兒園願景管理，我願意參與各項研討活動。	174	4.97	0.79

三、實踐執行的現況分析幼兒園成員在「實踐執行」各細目的得分現況：

第一題「本幼兒園有訂定幼兒園願景管理實施計畫。」(M=4.64, SD=0.91)；第二題「本幼兒園在型塑幼兒園願景的過程中，能瞭解與尊重幼兒園的傳統。」(M=4.85, SD=0.81)；第三題「本幼兒園在型塑幼兒園願景的過程中，能兼顧幼兒園之 SWOT 分析。」(M=4.76, SD=0.84)；第四題「本幼兒園共同願景能兼顧成員願景與品牌願景。」(M=4.75, SD=0.85)；第五題「本幼兒園的共同願景能凝聚全體同仁的共同理念與價值觀。」(M=4.77, SD=0.83)；第六題「本幼兒園的共同願景已成為幼兒園成員追求的教育方向。」(M=4.75, SD=0.78)；第七題「本幼兒園園長能公開表明支持幼兒園共同願景，讓組織成員瞭解和支持願景。」

($M=4.78$, $SD=0.85$)；第八題「本幼兒園園長能公開表明支持幼兒園共同願景，讓組織成員瞭解和支持願景。」($M=4.78$, $SD=0.78$)；第九題「本幼兒園確實依據幼兒園共同願景，發展幼兒園課程計畫。」($M=4.84$, $SD=0.82$)。詳見於表 4-9。

本調查研究結果顯示：幼兒園成員在「實踐執行」願景管理中，以「本幼兒園在型塑幼兒園願景的過程中，能瞭解與尊重幼兒園的傳統。」得分最高，顯示其受到肯定支持的程度最高；其次是「本幼兒園確實依據幼兒園共同願景，發展幼兒園課程計畫。」、「本幼兒園園長能公開表明支持幼兒園共同願景，讓組織成員瞭解和支持願景。」、「本幼兒園的共同願景隨時能被看得見、聽得到。」、「本幼兒園的共同願景能凝聚全體同仁的共同理念與價值觀。」、「本幼兒園在型塑幼兒園願景的過程中，能兼顧幼兒園之 SWOT 分析。」、「本幼兒園共同願景能兼顧成員願景與品牌願景。」、「本幼兒園的共同願景已成為幼兒園成員追求的教育方向。」；得分最低為「本幼兒園有訂定幼兒園願景管理實施計畫。」各題平均數、標準差彙整如下：

表 4-9 幼兒園成員在「實踐執行」各題平均數、標準差

排序	題次內容	人數	平均數	標準差
7	本幼兒園有訂定幼兒園願景管理實施計畫。	174	4.64	0.391
1	本幼兒園在型塑幼兒園願景的過程中，能瞭解與尊重幼兒園的傳統。	174	4.85	0.81
5	本幼兒園在型塑幼兒園願景的過程中，能兼顧幼兒園之 SWOT 分析。	174	4.76	0.84
6	本幼兒園共同願景能兼顧成員願景與品牌願景。	174	4.75	0.85
4	本幼兒園的共同願景能凝聚全體同仁的共同理念與價值觀。	174	4.77	0.83
6	本幼兒園的共同願景已成為幼兒園成員追求的教育方向。	174	4.75	0.78
3	本幼兒園的共同願景隨時能被看得見、聽得到。	174	4.78	0.85
3	本幼兒園園長能公開表明支持幼兒園共同願景，讓組織成員瞭解和支持願景。	174	4.78	0.78
2	本幼兒園確實依據幼兒園共同願景，發展幼兒園課程計畫。	174	4.84	0.82

第三節 不同背景變項在幼兒園網路社群服務之得分差異情形分析

本節旨在探討不同背景變項在幼兒園網路社群服務上得分的差異情形。背景變項包括受試者擔任職務、服務年資、幼兒園規模、幼兒園位置等，分析說明如下。

壹、不同擔任職務在幼兒園網路社群服務上的差異分析

為了解不同職務的幼兒園成員在幼兒園網路社群服務得分的差異情形，乃進行變異數分析。所得結果如後所示：

一、不同擔任職務成員在整體幼兒園網路社群服務上得分的差異分析

由表 4-11 可知，不同現任職務的幼兒園成員在幼兒園網路社群服務之變異數分析 F 值為 1.168，未達.05 顯著水準。

二、不同擔任職務幼兒園成員在幼兒園網路社群服務各向度上得分的差異分析

首先計算「園長組」、「教師兼行政組」、「教師組」等三組幼兒園成員在幼兒園網路社群服務各向度在「互動分享」、「願景形象」、「人際關係」、「共創價值」的平均數與標準差，如表 4-10 所示。

為了解不同擔任職務幼兒園成員在幼兒園網路社群服務各向度的差異，乃進行變異數分析，並歸納各向度 F 考驗分析發現：在「互動分享」(F=1.823)；「願景形象」(F=0.122)；「人際關係」(F=1.466)；「共創價值」(F=0.904)，明顯的看到不同「擔任職務」之幼兒園成員在「互動分享」、「願景形象」、「人際關係」、「共創價值」上均無顯著差異，如表 4-11 所示。

表 4-10 不同擔任職務在網路社群服務總量表及分量表之事後比較摘要表

向度	樣本	人數	平均數	標準差
向度一 互動分享	(1) 園長	23	29.91	4.32
	(2) 教師兼行政	29	27.65	4.55
	(3) 教師	122	28.68	4.14
向度二 願景形象	(1) 園長	23	28.60	4.53
	(2) 教師兼行政	29	27.82	4.65
	(3) 教師	122	28.02	6.43
向度三 人際關係	(1) 園長	23	25.04	3.37
	(2) 教師兼行政	29	23.37	4.14
	(3) 教師	122	23.66	3.82
向度四 共創價值	(1) 園長	23	24.21	3.16
	(2) 教師兼行政	29	22.89	3.46
	(3) 教師	122	23.45	3.59
整體幼兒園網路社群服務	(1) 園長	23	107.78	12.59
	(2) 教師兼行政	29	101.75	15.56
	(3) 教師	122	103.82	14.30

表 4-11 不同擔任職務在網路社群服務總量表及分量表之變異數分析表

項度	變異來源	df	SS	MS	F 值
互動分享	組間	2	65.417	32.708	
	組內	171	3068.911	17.947	1.823
	全體	173	3134.328		
願景形象	組間	2	8.630	4.315	
	組內	171	6060.542	35.442	0.122
	全體	173	6069.172		
人際關係	組間	2	42.954	21.477	
	組內	171	2505.005	14.649	1.466
	全體	173	2547.960		
共創價值	組間	2	22.395	11.198	
	組內	171	2118.898	12.391	0.904
	全體	173	2141.293		
網路社群服務	組間	2	478.386	239.193	1.168
	組內	171	35026.609	204.834	
	全體	173	35504.994		

貳、不同服務年資在幼兒園網路社群服務上的差異分析

為了解不同年資的幼兒園成員在幼兒園網路社群服務得分的差異情形，乃進行變異數分析。所得結果如後所示：

一、不同服務年資成員在整體幼兒園網路社群服務上得分的差異分析

由表 4-13 可知，不同服務年資的幼兒園成員在幼兒園網路社群服務之變異數分析 F 值為 1.149，未達.05 顯著水準。

二、不同服務年資幼兒園成員在幼兒園網路社群服務各向度上得分的差異分析

首先計算「5 年以下組」、「6-15 年組」、「16-25 組」、「26 年以上組」等四組幼兒園成員在幼兒園網路社群服務各向度在「互動分享」、「願景形象」、「人際關係」、「共創價值」的平均數與標準差，如表 4-12 所示。

為了解不同服務年資之幼兒園成員在幼兒園網路社群服務各向度的差異，乃進行變異數分析，並歸納各向度 F 考驗分析發現：在「互動分享」(F=0.288)；「願景形象」(F=1.341)；「人際關係」(F=1.169)；「共創價值」(F=0.758)，明顯的看到不同「服務年資」之幼兒園成員在「互動分享」、「願景形象」、「人際關係」、「共創價值」上均無顯著差異，如表 4-13 所示。

表 4-12 不同服務年資在網路社群服務總量表及分量表之事後比較摘要表

向度	樣本	人數	平均數	標準差
向度一 互動分享	(1) 5 年以下	57	28.54	4.04
	(2) 6-15 年	66	28.98	40.07
	(3) 16-25 年	35	28.20	4.93
	(4) 26 年以上	16	28.87	4.25
向度二 願景形象	(1) 5 年以下	57	27.14	4.91
	(2) 6-15 年	66	28.95	7.39
	(3) 16-25 年	35	27.37	4.73
	(4) 26 年以上	16	29.25	4.17
向度三 人際關係	(1) 5 年以下	57	23.24	4.11
	(2) 6-15 年	66	24.10	3.06
	(3) 16-25 年	35	23.54	4.13
	(4) 26 年以上	16	25.06	2.81
向度四 共創價值	(1) 5 年以下	57	23.35	3.75
	(2) 6-15 年	66	23.68	3.08
	(3) 16-25 年	35	22.85	4.04
	(4) 26 年以上	16	24.31	3.15
整體幼兒園網路社群服務	(1) 5 年以下	57	102.28	15.08
	(2) 6-15 年	66	105.72	13.07
	(3) 16-25 年	35	101.97	15.71
	(4) 26 年以上	16	107.50	13.04

表 4-13 不同服務年資在網路社群服務總量表及分量表之變異數分析表

項度	變異來源	df	SS	MS	F 值
互動分享	組間	3	15.852	5.284	
	組內	170	3118.475	18.344	0.288
	全體	173	3134.328		
願景形象	組間	3	140.260	46.753	
	組內	170	5928.912	34.876	1.341
	全體	173	6069.172		
人際關係	組間	3	51.518	17.173	
	組內	170	2496.422	14.685	1.169
	全體	173	2547.960		
共創價值	組間	3	28.269	9.423	
	組內	170	2113.024	12.430	0.758
	全體	173	2141.293		
網路社群服務	組間	3	705.423	235.141	
	組內	170	34799.571	204.703	1.149
	全體	173	35504.994		

參、不同幼兒園規模在幼兒園網路社群服務上的差異分析

為了解不同規模的幼兒園成員在幼兒園網路社群服務得分的差異情形，乃進行變異數分析。所得結果如後所示：

一、不同規模成員在整體幼兒園網路社群服務上得分的差異分析

由表 4-15 可知，不同規模的幼兒園成員在幼兒園網路社群服務之變異數分析 F 值為 0.535，未達.05 顯著水準。

二、不同規模幼兒園成員在幼兒園網路社群服務各向度上得分的差異分析

首先計算「三班(含)以下組」、「4-6 班組」、「7 班(含)以上組」等三組幼兒園成員在幼兒園網路社群服務各向度在「互動分享」、「願景形象」、「人際關係」、「共創價值」的平均數與標準差，如表 4-14 所示。

為了解不同規模幼兒園成員在幼兒園網路社群服務各向度的差異，乃進行變異數分析，並歸納各向度 F 考驗分析發現：在「互動分享」(F=0.416)；「願景形象」(F=0.919)；「人際關係」(F= 0.593)；「共創價值」(F=0.851)，明顯的看到不同「規模」之幼兒園成員在「互動分享」、「願景形象」、「人際關係」、「共創價值」上均無顯著差異，如表 4-15 所示。

表 4-14 不同規模在網路社群服務總量表及分量表之事後比較摘要表

向度	樣本	人數	平均數	標準差
向度一 互動分享	(1) 三班(含)以下	39	28.84	3.46
	(2) 4-6 班	70	28.92	4.41
	(3) 7 班(含)以上	65	28.29	4.54
向度二 願景形象	(1) 三班(含)以下	39	26.77	5.17
	(2) 4-6 班組	70	28.55	4.19
	(3) 7 班(含)以上	65	28.20	7.67
向度三 人際關係	(1) 三班(含)以下	39	23.69	4.31
	(2) 4-6 班	70	24.17	7.00
	(3) 7 班(含)以上	65	23.46	3.70
向度四 共創價值	(1) 三班(含)以下	39	23.76	3.73
	(2) 4-6 班	70	23.71	3.34
	(3) 7 班(含)以上	65	23.04	3.57
整體幼兒 園網路社 群服務	(1) 三班(含)以下	39	103.28	14.41
	(2) 4-6 班	70	105.37	13.92
	(3) 7 班(含)以上	65	102.96	14.78

表 4-15 不同規模在網路社群服務總量表及分量表之變異數分析表

項度	變異來源	df	SS	MS	F 值
互動分享	組間	2	15.162	7.581	
	組內	171	3119.166	18.241	0.416
	全體	173	3134.328		
願景形象	組間	2	64.527	32.263	
	組內	171	6004.646	35.115	0.919
	全體	173	6069.172		
人際關係	組間	2	17.555	8.778	
	組內	171	2530.404	14.798	0.593
	全體	173	2547.960		
共創價值	組間	2	21.100	10.550	
	組內	171	2120.193	12.399	0.851
	全體	173	2141.293		
網路社群服務	組間	2	200.815	110.408	
	組內	171	35284.179	206.340	0.535
	全體	173	35504.994		

肆、不同幼兒園位置在幼兒園網路社群服務上的差異分析

為了解不同位置的幼兒園成員在幼兒園網路社群服務得分的差異情形，乃進行變異數分析。所得結果如後所示：

一、不同「位置」成員在整體幼兒園網路社群服務上得分的差異分析

由表 4-17 可知，不同現任職務的幼兒園成員在幼兒園網路社群服務之變異數分析 F 值為 1.757，未達.05 顯著水準。

二、不同位置幼兒園成員在幼兒園網路社群服務各向度上得分的差異分析

首先計算「偏遠地區」、「一般地區」、「都會地區」等三區幼兒園成員在幼兒園網路社群服務各向度在「互動分享」、「願景形象」、「人際關係」、「共創價值」的平均數與標準差，如表 4-16 所示。

為了解不同位置幼兒園成員在幼兒園網路社群服務各向度的差異，乃進行變異數分析，並歸納各向度 F 考驗分析發現：在「互動分享」(F=1.301)；「願景形象」(F=1.527)；「人際關係」(F=2.333)；「共創價值」(F=0.386)，明顯的看到不同「位置」之幼兒園成員在「互動分享」、「願景形象」、「人際關係」、「共創價值」上均無顯著差異，如表 4-17 所示。

表 4-16 不同位置在網路社群服務總量表及分量表之事後比較摘要表

向度	樣本	人數	平均數	標準差
向度一 互動分享	(1) 偏遠地區	50	28.34	4.70
	(2) 一般地區	69	28.30	3.95
	(3) 都會地區	55	29.43	4.16
向度二 願景形象	(1) 偏遠地區	50	27.22	4.43
	(2) 一般地區	69	27.81	5.00
	(3) 都會地區	55	29.16	7.81
向度三 人際關係	(1) 偏遠地區	50	23.18	4.00
	(2) 一般地區	69	23.53	4.24
	(3) 都會地區	55	24.69	2.955
向度四 共創價值	(1) 偏遠地區	50	23.10	3.68
	(2) 一般地區	69	23.65	3.83
	(3) 都會地區	55	23.56	2.94
整體幼兒 園網路社 群服務	(1) 偏遠地區	50	101.84	15.21
	(2) 一般地區	69	103.304	15.45
	(3) 都會地區	55	106.85	11.54

表 4-17 不同位置在網路社群服務總量表及分量表之變異數分析表

項度	變異來源	df	SS	MS	F 值
互動分享	組間	2	46.972	23.486	
	組內	171	3087.356	18.055	1.301
	全體	173	3134.328		
願景形象	組間	2	106.514	53.257	
	組內	171	5962.658	34.869	1.527
	全體	173	6069.172		
人際關係	組間	2	67.675	33.837	
	組內	171	2480.285	14.505	2.333
	全體	173	2547.960		
共創價值	組間	2	9.614	4.807	
	組內	171	2131.679	12.466	0.386
	全體	173	2141.293		
網路社群服務	組間	2	714.829	357.415	
	組內	171	34790.165	203.451	1.757
	全體	173	35504.994		

第四節 不同背景變項在幼兒園願景管理之得分差異情形 分析

本節旨在探討不同背景變項在幼兒園願景管理上得分的差異情形。背景變項包括受試者擔任職務、服務年資、幼兒園規模、幼兒園位置等，分析說明如下。

壹、不同擔任職務在幼兒園願景管理上的差異分析

為了解不同職務的幼兒園成員在幼兒園願景管理得分的差異情形，乃進行變異數分析。所得結果如後所示：

一、不同擔任職務成員在整體幼兒園願景管理上得分的差異分析

由表 4-19 可知，不同現任職務的幼兒園成員在幼兒園願景管理之變異數分析 F 值為 1.102，未達 .05 顯著水準。

二、不同擔任職務幼兒園成員在幼兒園願景管理各向度上得分的差異分析

首先計算「園長組」、「教師兼行政組」、「教師組」等三組幼兒園成員在幼兒園願景管理各向度在「理念認知」、「價值認同」、「實踐執行」的平均數與標準差，如表 4-18 所示。

為了解不同擔任職務幼兒園成員在幼兒園願景管理各向度的差異，乃進行變異數分析，並歸納各向度 F 考驗分析發現：在「理念認知」(F=1.148)；「價值認同」(F=0.604)；「實踐執行」(F=0.276)，明顯的看到不同「現任職務」之幼兒園成員在「理念認知」、「價值認同」、「實踐執行」上均無顯著差異，如表 4-19 所示。

表 4-18 不同擔任職務在願景管理總量表及分量表之事後比較摘要表

向度	樣本	人數	平均數	標準差
向度一 理念認知	(1) 園長組	23	34.86	4.47
	(2) 教師兼行政組	29	33.65	4.95
	(3) 教師組	122	33.00	4.98
向度二 價值認同	(1) 園長組	23	25.34	3.02
	(2) 教師兼行政組	29	24.51	3.50
	(3) 教師組	122	24.55	3.22
向度三 實踐執行	(1) 園長組	23	43.82	5.27
	(2) 教師兼行政組	29	42.55	7.46
	(3) 教師組	122	42.90	6.26
整體幼兒 園願景管 理	(1) 園長組	23	176.95	18.19
	(2) 教師兼行政組	29	168.82	22.64
	(3) 教師組	122	171.29	19.85

表 4-19 不同擔任職務在願景管理總量表及分量表之變異數分析表

項度	變異來源	df	SS	MS	F 值
理念認知	組間	2	70.037	35.019	
	組內	171	4136.152	24.188	1.448
	全體	173	4206.190		
價值認同	組間	2	12.753	6.377	
	組內	171	1806.557	10.565	0.604
	全體	173	1819.310		
實踐執行	組間	2	23.371	11.186	
	組內	171	6920.485	40.471	0.276
	全體	173	6942.856		
願景管理	組間	2	893.988	446.994	
	組內	171	69330.472	405.441	1.102
	全體	173	70224.460		

貳、不同服務年資在幼兒園願景管理上的差異分析

為了解不同年資的幼兒園成員在幼兒園願景管理得分的差異情形，乃進行變異數分析。所得結果如後所示：

一、不同「服務年資」成員在整體幼兒園願景管理上得分的差異分析

由表 4-21 可知，不同服務年資的幼兒園成員在幼兒園願景管理之變異數分析 F 值為 0.801，未達.05 顯著水準。

二、不同服務年資幼兒園成員在幼兒園願景管理各向度上得分的差異分析

首先計算「5 年以下組」、「6-15 年組」、「16-25 組」、「26 年以上組」等四組幼兒園成員在幼兒園願景管理各向度在「理念認知」、「價值認同」、「實踐執行」的平均數與標準差，如表 4-20 所示。

為了解不同服務年資幼兒園成員在幼兒園願景管理各向度的差異，乃進行變異數分析，並歸納各向度 F 考驗分析發現：在「理念認知」(F=0.800)；「價值認同」(F=0.619)；「實踐執行」(F=0.201)，明顯的看到不同「服務年資」之幼兒園成員在「理念認知」、「價值認同」、「實踐執行」上均無顯著差異，如表 4-21 所示。

表 4-20 不同服務年資幼在願景管理總量表及分量表之事後比較摘要表

向度	樣本	人數	平均數	標準差
向度一 理念認知	(1) 5 年以下	57	33.33	4.17
	(2) 6-15 年	66	32.89	5.09
	(3) 16-25 年	35	33.54	5.94
	(4) 26 年以上	16	35.00	4.35
向度二 價值認同	(1) 5 年以下	57	24.19	3.50
	(2) 6-15 年	66	24.87	2.47
	(3) 16-25 年	35	25.00	3.79
	(4) 26 年以上	16	24.62	3.87
向度三 實踐執行	(1) 5 年以下	57	42.49	6.55
	(2) 6-15 年	66	43.30	6.22
	(3) 16-25 年	35	43.25	6.45
	(4) 26 年以上	16	42.68	6.19
整體幼兒 園願景管 理	(1) 5 年以下	57	168.96	21.40
	(2) 6-15 年	66	173.90	17.88
	(3) 16-25 年	35	170.22	21.80
	(4) 26 年以上	16	174.81	21.02

表 4-21 不同服務年資在願景管理總量表及分量表之變異數分析表

項度	變異來源	df	SS	MS	F 值
理念認知	組間	3	58.580	19.527	
	組內	170	4147.610	24.398	0.800
	全體	193	4206.190		
價值認同	組間	3	19.653	6.551	
	組內	170	1799.657	10.586	0.619
	全體	193	1819.310		
實踐執行	組間	3	24.548	8.183	
	組內	170	6918.308	40.696	0.201
	全體	193	6942.856		
願景管理	組間	3	978.466	326.155	
	組內	170	69245.993	407.329	0.801
	全體	193	70224.460		

參、不同幼兒園規模在幼兒園願景管理上的差異分析

為了解不同規模的幼兒園成員在幼兒園願景管理得分的差異情形，乃進行變異數分析。所得結果如後所示：

一、不同「規模」成員在整體幼兒園願景管理上得分的差異分析

由表 4-23 可知，不同現任職務的幼兒園成員在幼兒園願景管理之變異數分析 F 值為 0.471，未達.05 顯著水準。

二、不同規模幼兒園成員在幼兒園願景管理各向度上得分的差異分析

首先計算「三班(含)以下組」、「4-6 班組」、「7 班(含)以上組」等三組幼兒園成員在幼兒園願景管理各向度在「理念認知」、「價值認同」、「實踐執行」的平均數與標準差，如表 4-22 所示。

為了解不同規模幼兒園成員在幼兒園願景管理各向度的差異，乃進行變異數分析，並歸納各向度 F 考驗分析發現：在「理念認知」(F=1.203)；「價值認同」(F=1.101)；「實踐執行」(F= 0.245)，明顯的看到不同「規模」之幼兒園成員在「理念認知」、「價值認同」、「實踐執行」上均無顯著差異，如表 4-23 所示。

表 4-22 不同規模在願景管理總量表及分量表之事後比較摘要表

向度	樣本	人數	平均數	標準差
向度一 理念認知	(1) 三班(含)以下	39	34.12	5.24
	(2) 4-6 班	70	34.21	4.37
	(3) 7 班(含)以上	65	31.98	5.06
向度二 價值認同	(1) 三班(含)以下	39	3.09	3.09
	(2) 4-6 班組	70	3.35	3.35
	(3) 7 班(含)以上	65	3.19	3.19
向度三 實踐執行	(1) 三班(含)以下	39	7.53	7.53
	(2) 4-6 班	70	6.06	6.06
	(3) 7 班(含)以上	65	5.89	5.89
整體幼兒 園願景管 理	(1) 三班(含)以下	39	19.82	19.82
	(2) 4-6 班	70	19.74	19.74
	(3) 7 班(含)以上	65	20.915	20.91

表 4-23 不同規模在願景管理總量表及分量表之變異數分析表

項度	變異來源	df	SS	MS	F 值
理念認知	組間	2	197.060	98.530	
	組內	171	4009.129	23.445	1.203
	全體	173	426.190		
價值認同	組間	2	23.133	11.567	
	組內	171	1796.177	10.504	1.101
	全體	173	1819.310		
實踐執行	組間	2	19.842	9.921	
	組內	171	6923.014	40.485	0.245
	全體	173	6942.856		
願景管理	組間	2	384.891	192.445	
	組內	171	69839.569	408.419	0.471
	全體	173	70224.460		

肆、不同幼兒園位置在幼兒園願景管理上的差異分析

為了解不同位置的幼兒園成員在幼兒園願景管理得分的差異情形，乃進行變異數分析。所得結果如後所示：

一、不同「位置」成員在整體幼兒園願景管理上得分的差異分析

由表 4-25 可知，不同位置的幼兒園成員在幼兒園願景管理之變異數分析 F 值為 2.061，未達.05 顯著水準。

二、不同位置幼兒園成員在幼兒園願景管理各向度上得分的差異分析

首先計算「偏遠地區」、「一般地區」、「都會地區」等三區幼兒園成員在幼兒園願景管理各向度在「理念認知」、「價值認同」、「實踐執行」的平均數與標準差，如表 4-24 所示。

為了解不同位置幼兒園成員在幼兒園願景管理各向度的差異，乃進行變異數分析，並歸納各向度 F 考驗分析發現：在「理念認知」(F=0.069)；「價值認同」(F=0.973)；「實踐執行」(F= 1.308)，明顯的看到不同「位置」之幼兒園成員在「理念認知」、「價值認同」、「實踐執行」上均無顯著差異，如表 4-25 所示。

表 4-24 不同位置在願景管理總量表及分量表之事後比較摘要表

向度	樣本	人數	平均數	標準差
向度一 理念認知	(1) 偏遠地區	50	33.54	4.65
	(2) 一般地區	69	33.20	5.06
	(3) 都會地區	55	33.40	5.08
向度二 價值認同	(1) 偏遠地區	50	24.14	3.47
	(2) 一般地區	69	24.75	3.15
	(3) 都會地區	55	25.00	3.13
向度三 實踐執行	(1) 偏遠地區	50	41.8	6.43
	(2) 一般地區	69	43.04	7.01
	(3) 都會地區	55	43.87	5.19
整體幼兒 園願景管 理	(1) 偏遠地區	50	167.86	22.40
	(2) 一般地區	69	171.10	21.69
	(3) 都會地區	55	175.72	14.88

表 4-25 不同位置在願景管理總量表及分量表之變異數分析表

項度	變異來源	df	SS	MS	F 值
理念認知	組間	2	3.410	1.705	
	組內	171	4202.779	24.578	0.069
	全體	173	4206.190		
價值認同	組間	2	20.479	10.239	
	組內	171	1798.832	10.519	0.973
	全體	173	1819.310		
實踐執行	組間	2	104.598	52.299	
	組內	171	6838.259	39.990	1.038
	全體	173	6942.856		
願景管理	組間	2	1653.241	826.620	
	組內	171	68571.219	401.001	2.061
	全體	173	70224.460		

第五節 幼兒園網路社群服務與願景管理之相關情形

本節根據研究所建構的理論模式，探討幼兒園網路社群服務總量表及四個向度（互動分享、願景形象、人際關係、共創價值）與幼兒園願景管理（理念認知、價值認同、實踐執行）得分的相關情形。

壹、幼兒園之網路社群服務與願景管理的相關分析

根據研究所建構的理論模式，探討幼兒園在網路社群服務總量表及四個向度（互動分享、願景形象、人際關係、共創價值）與願景管理（理念認知、價值認同、實踐執行）得分的相關情形。其關係詳如表 4-26 所述：

一、網路社群服務與願景管理的關係

（一）就整體而言，幼兒園在網路社群服務與願景管理間呈顯著正相關($r=.916$, $P<.01$)，即幼兒園得分較高者，其幼兒園量表得分也較高，換言之，其幼兒園表現情形也較好。

（二）就網路社群服務與願景管理各向度而言，各向度皆與願景管理呈顯著正相關，相關係數 r 分別為 (.414、.405、.445)，即是網路社群服務得分較高在願景管理量表(理念認知、價值認同、實踐執行)的得分也較高，其願景管理表現情形也較好。

二、網路社群服務各向度與願景管理的關係

（一）就整體而言，網路社群服務的四向度（互動分享、願景形象、人際關係、共創價值）與願景管理總量表皆呈現顯著的正相關，相關係數 r 分別為 (.736、.693、.798、.804)，即幼兒園在網路社群服務各向度得分較高者，其願景管理總量表的得分也較高。

（二）就網路社群服務各向度與願景管理各向度而言，以下分項加以敘述：

1. 互動分享與願景管理各向度的關係
網路社群服務互動分享與願景管理各向度的相關皆達顯著正相關，相關係數分別為(.419、.390、.375)，即是網路社群服務互

動分享得分高的幼兒園在願景管理各向度的得分情形也較高。

2.願景形象與願景管理各向度的關係網路社群服務願景形象與願景管理各向度的相關皆達顯著正相關，相關係數分別為(.548、.494、.252)，即是網路社群服務願景形象得分高的幼兒園在願景管理各向度的得分情形也較高。

3.人際關係與願景管理各向度的關係網路社群服務人際關係與願景管理各向度的相關皆達顯著正相關，相關係數分別為(.304、.350、.387)，即是網路社群服務人際關係得分高的幼兒園在願景管理各向度的得分情形也較高。

4.共創價值與願景管理各向度的關係網路社群服務人際關係與願景管理各向度的相關皆達顯著正相關，相關係數分別為(.423、.409、.447)，即是網路社群服務共創價值得分高的幼兒園在願景管理各向度的得分情形也較高。

表 4-26 幼兒園在網路社群服務與願景管理量表間的相關情形

向度別	理念認知	價值認同	實踐執行	願景管理
互動分享	.419**	.390**	.375**	.736**
願景形象	.548**	.494**	.252**	.693**
人際關係	.304**	.350**	.387**	.798**
共創價值	.423**	.409**	.447**	.804**
網路社群服務	.414**	.405**	.445**	.916**

** $P < .01$

第六節 幼兒園網路社群服務對願景管理之預測分析

本節旨在以多元逐步迴歸分析，探討幼兒園網路社群服務對願景管理的預測情形，幼兒園網路社群服務包括互動分享、願景形象、人際關係、共創價值等四個向度；願景管理包括理念認知、價值認同、實踐執行等三個向度。

以幼兒園網路社群服務各向度為預測變項，願景管理各向度及總量表為效標變項，進行逐步多元迴歸分析，以考驗幼兒園網路社群服務對願景管理的預測力。在本研究中，解釋力高低劃分之級距如下：.000~未滿.160 為低解釋力，.160~未滿.490 為中解釋力，.490~未滿 1.000 為高解釋力。以下分別探討各向度間之預測情形。

壹、幼兒園網路社群服務各向度對整體願景管理預測分析

以逐步多元迴歸進行分析幼兒園網路社群服務各向度對整體願景管理的預測情形，統計結果摘要如表 4-27。由該表可知，其投入順序為共創價值、願景形象、互動分享、人際關係，其多元相關係數 R 為.919，R²為.845 (F=229.857，***p<0.01)，表示共創價值、願景形象、互動分享、人際關係等變項共可解釋整體願景管理向度 84.5%的變異量，亦即具有高度的解釋力；其中共創價值可解釋整體願景管理的變異量為 64.7%，其次為願景形象可增加解釋整體願景管理的變異量為 11.5%；互動分享可增加解釋整體願景管理的變異量為 6.9%；人際關係可增加解釋整體願景管理的變異量為 1.4%。合計上述四個向度對整體願景管理具有 84.5%的高度解釋力，其中又以共創價值最有解釋力。

進一步檢視各預測變項之標準化迴歸係數，分別是共創價值為.280、願景形象為.125、互動分享為.196、人際關係為.269，另外，本研究根據多元迴歸分析結果建立的原始迴歸方程式為：

$$\text{整體願景管理} = 4.651 + .280 \times \text{共創價值} + .125 \times \text{願景形象} + .196 \times \text{互動分享} + .269 \times \text{人際關係}$$

由於四個預測變項之標準化迴歸係數皆為正數，代表共創價值、願景形象、互動分享、人際關係的得分程度愈高，其整體願景管理向度得分愈高。

表 4-27 幼兒園網路社群服務各向度對整體願景管理之逐步多元迴歸分析摘要表

模式	投入預測變項順序	原始迴歸係數	標準化迴歸係數	R	R ² 累積解釋量	R ² 增加解釋量	F 值
1	(常數) 共創價值	6.160 .206	.804	.804	.647	-	314.568***
2	(常數) 共創價值 願景形象	5.221 .246 .146	.611 .391	.873	.762	.115	273.723***
3	(常數) 共創價值 願景形象 互動分享	4.838 .250 .124 .194	.409 .363 .340	.911	.831	.069	277.819***
4	(常數) 共創價值 願景形象 互動分享 人際關係	4.651 .280 .125 .196 .269	.310 .320 .289 .201	.919	.845	.014	229.857***

*** $P < .001$

貳、幼兒園網路社群服務各向度對理念認知預測分析

以逐步多元迴歸進行分析幼兒園網路社群服務各向度對理念認知的預測情形，統計結果摘要如表 4-28。由該表可知，其投入順序為共創價值、互動分享，其多元相關係數 R 為.466，R²為.271(F=23.705，*** $p < 0.01$)，表示共創價值、願景形象等變項共可解釋理念認知向度 27.1%的變異量，亦即具有中度的解釋力；其中共創價值可解釋理念認知的變異量為 17.9%，其次為願景形象可增加解釋理念認知的變異量為 3.8%。合計上述兩個向度對理念認知具有 27.1%的中度解釋力，其中又以共創價值最有解釋力。

進一步檢視各預測變項之標準化迴歸係數，分別是共創價值為.123、互動分享

為.101，另外，本研究根據多元迴歸分析結果建立的原始迴歸方程式為：

$$\text{理念認知} = 2.497 + .123 \times \text{共創價值} + .101 \times \text{互動分享}$$

由於兩個預測變項之標準化迴歸係數皆為正數，代表共創價值、互動分享的得分程度愈高，其理念認知向度得分愈高。

表 4-28 幼兒園網路社群服務各向度對理念認知之逐步多元迴歸分析摘要表

模式	投入預測變項順序	原始迴歸係數	標準化迴歸係數	R	R ² 累積解釋量	R ² 增加解釋量	F 值
1	(常數)	2.297					
	共創價值	.097	.423	.423	.179	-	37.569***
2	(常數)	2.497					
	共創價值	.123	.264	.466	.271	.038	23.705***
	互動分享	.101	.251				

*** $P < .001$

參、幼兒園網路社群服務各向度對價值認同預測分析

以逐步多元迴歸進行分析幼兒園網路社群服務各向度對價值認同的預測情形，統計結果摘要如表 4-29。由該表可知，其投入順序為共創價值、互動分享，其多元相關係數 R 為.442，R²為.196 (F=20.787，*** $p < 0.01$)，表示共創價值、互動分享變項共可解釋價值認同向度 19.6%的變異量，亦即具有中度的解釋力；其中共創價值可解釋價值認同的變異量為 16.7%，其次為互動分享可增加解釋價值認同的變異量為 2.8%。合計上述兩個向度對價值認同具有 19.6%的中度解釋力，其中又以共創價值最有解釋力。

進一步檢視各預測變項之標準化迴歸係數，分別是共創價值為.082、互動分享為.068，另外，本研究根據多元迴歸分析結果建立的原始迴歸方程式為：

$$\text{價值認同} = 1.664 + .082 \times \text{共創價值} + .068 \times \text{互動分享}$$

由於兩個預測變項之標準化迴歸係數皆為正數，代表共創價值、互動分享的

得分程度愈高，其價值認同向度得分愈高。

表 4-29 幼兒園網路社群服務各向度對價值認同之逐步多元迴歸分析摘要表

模式	投入預測 變項順序	原始 迴歸係數	標準化 迴歸係數	R	R ² 累積 解釋量	R ² 增加 解釋量	F 值
1	(常數) 共創價值	1.522 .064	.409	.409	.167	-	34.518***
2	(常數) 共創價值 互動分享	1.664 .082 .068	.271 .218	.442	.196	.028	20.787***

*** $P < .001$

肆、幼兒園網路社群服務各向度對實踐執行預測分析

以逐步多元迴歸進行分析幼兒園網路社群服務各向度對實踐執行的預測情形，統計結果摘要如表 4-30。由該表可知，其投入順序為共創價值，其多元相關係數 R 為.447，R²為.200 (F=42.875，*** $p < 0.01$)，表示共創價值等變項共可解釋實踐執行向度 20.0%的變異量，亦即具有中度的解釋力；其中共創價值可解釋整體願景管理的變異量為 20.0%。合計上述向度對整體願景管理具有 20.0%的中度解釋力。

進一步檢視各預測變項之標準化迴歸係數，分別是共創價值為.123，另外，本研究根據多元迴歸分析結果建立的原始迴歸方程式為：

$$\text{實踐執行} = 2.915 + .123 \times \text{共創價值}$$

由於預測變項之標準化迴歸係數皆為正數，代表共創價值的得分程度愈高，其整體願景管理向度得分愈高。

表 4-30 幼兒園網路社群服務各向度對實踐執行之逐步多元迴歸分析摘要表

模式	投入預測 變項順序	原始 迴歸係數	標準化 迴歸係數	R	R ² 累積 解釋量	R ² 增加 解釋量	F 值
1	(常數) 共創價值	2.915 .123	.447	.447	.200	-	42.875***

*** $P < .001$



第七節 綜合討論

本節依前述六節研究結果資料，做進一步分析與討論。茲將本章綜合討論如下：

壹、園長運用網路社群服務現況分析

一、互動分享之現況討論

幼兒園成員在「互動分享」網路社群服務中，以「園長藉由網路平台的辦活動的功能，主動發佈並分享幼兒園相關的訊息。」得分最高，顯示其受到肯定支持的程度最高；其次是「園長藉由網路平台增加彼此交流與切磋的機會，讓教學相長。」、「園長藉由網路平台進行資訊交換與意見回饋，產生更多的資訊交流與創造專業知。」、「園長藉由網路平台從他人的學習活動中獲益，並成為大家共同努力的目標。」、「園長藉由網路平台彼此分享多元的幼兒園辦學觀點與經驗，產生更寬廣的視野。」；得分最低為「園長藉由網路平台提供足夠的對話機會，激發園長經營的創新構想與策略。」顯示幼兒園在推動網路社群服務過程中尚需加強計畫之宣導。以上在六點量表上 得分介於 4.72 分至 4.88 分之間，皆屬中上至良好程度。

二、願景形象之現況討論

幼兒園成員在「願景形象」網路社群服務中，以「園長藉由網路平台加強園所對外的知名度，讓家長、老師可以對園所有更多瞭解。」得分最高，顯示其受到肯定支持的程度最高；其次是「園長藉由網路平台的動態消息發佈校園公告，讓更多人知道園所的相關資訊。」、「園長可善於利用網路平台，行銷與包裝該園所形象，達到有限資金下的傳播效益。」、「園長藉由網路平台匯集網路的力量建立該園所良好口碑。」；得分最低為「園長運用網路平台，透過網路的力量，可不費分文、迅速地將該園所願景形象起來。」顯示幼兒園在推動網路社群服務過程中尚需加強計畫之宣導。以上在六點量表上得分介於 4.54 分至 4.90 分之間，皆屬中上至良好程度。

三、人際關係之現況討論

幼兒園成員在「人際關係」網路社群服務中，以「園長藉由網路平台建立彼此之間的凝聚力與向心力。」得分最高，顯示其受到肯定支持的程度最高；其次是「園長藉由網路平台建立人際關係，促進相互瞭解，培養信任與獲得情境支持。」、「園長經由網路平台認識到很多志同道合的朋友。」、「網路平台是一個容易讓人與人之間的關係容易維繫起來。」、「園長們雖然不常連絡，但也可透過網路平台瞭解彼此的最新動態。」；得分最低為「園長透過網路平台，認識很多您以前可能不認識的園長。」顯示幼兒園在推動網路社群服務過程中尚需加強計畫之宣導。以上在六點量表上得分介於 4.62 分至 4.83 分之間，皆屬中上至良好程度。

四、共創價值之現況討論

幼兒園成員在「共創價值」網路社群服務中，以「園長可透過網路平台，即時獲得教育政策上最新發佈的消息。」得分最高，顯示其受到肯定支持的程度最高；其次是「網路平台讓每位園長，既是資訊獲取者也是內容的貢獻者；同時也可以獲得相關訊息，創造生活共同的交集處。」、「園長可透過網路平台，讓師傅園長傳經驗傳承辦校過程經驗，提供新進園長作為參考。」、「園長可藉由網路平台獲得同儕給予的意見以及分享教學現場實務經驗的分享。」；得分最低為「園長可藉由網路平台，作為園長在辦學過程遇到任何的困難，尋求即時獲得支援。」顯示幼兒園在推動網路社群服務過程中尚需加強計畫之宣導。以上在六點量表上得分介於 4.56 分至 4.75 分之間，皆屬中上至良好程度。

貳、幼兒園願景管理現況分析

一、理念認知之現況討論

幼兒園成員在「理念認知」願景管理中，以「我知道本幼兒園共同願景的內容。」得分最高，顯示其受到肯定支持的程度最高；其次是「我瞭解本幼兒園共同願景的意義與內涵。」、「我瞭解幼兒園共同願景型塑過程中必須考慮的相關

因素。」、「我瞭解本幼兒園願景管理的實施計畫。」、「我能清楚地說出本幼兒園共同願景的實踐方式。」、「我瞭解本幼兒園共同願景型塑的過程。」；得分最低為「我知道在哪裡可以看到本幼兒園共同願景。」顯示幼兒園在推動願景管理過程中尚需加強計畫之宣導。以上在六點量表上 得分介於 4.68 分至 4.83 分之間，皆屬中上至良好程度。

二、價值認同之現況討論

幼兒園成員在「價值認同」願景管理中，以「為了活化幼兒園共同願景、落實幼兒園願景管理，我願意參與各項研討活動。」得分最高，顯示其受到肯定支持的程度最高；其次是「我願意加入教師研究團隊，藉由共同的力量，達成本幼兒園共同願景。」、「我願意付出更多時間與精力，努力達成本幼兒園共同願景。」、「我願意全力投入，參與幼兒園共同願景型塑之相關工作。」；得分最低為「我願意將本幼兒園共同願景融入個人核心價值觀。」顯示幼兒園在推動願景管理過程中尚需加強計畫之宣導。以上在六點量表上 得分介於 4.85 分至 4.97 分之間，皆屬中上至良好程度。

三、實踐執行之現況討論

幼兒園成員在「實踐執行」願景管理中，以「本幼兒園在型塑幼兒園願景的過程中，能瞭解與尊重幼兒園的傳統。」得分最高，顯示其受到肯定支持的程度最高；其次是「本幼兒園確實依據幼兒園共同願景，發展幼兒園課程計畫。」、「本幼兒園園長能公開表明支持幼兒園共同願景，讓組織成員瞭解和支持願景。」、「本幼兒園的共同願景隨時能被看得見、聽得到。」、「本幼兒園的共同願景能凝聚全體同仁的共同理念與價值觀。」、「本幼兒園在型塑幼兒園願景的過程中，能兼顧幼兒園之 SWOT 分析。」、「本幼兒園共同願景能兼顧成員願景與品牌願景。」、「本幼兒園的共同願景已成為幼兒園成員追求的教育方向。」顯示幼兒園在推動願景管理過程中尚需加強計畫之宣導。以上在六點量表上 得分介於 4.64 分至 4.85 分之間，皆屬中上至良好程度。

參、不同背景變項在幼兒園網路社群服務之得分差異情形分析

一、擔任職務、服務年資、規模、位置在幼兒園網路社群服務得分上情形的差異分析討論

不同擔任職務、服務年資、規模、位置成員在網路社群服務及各向度的問卷得分上，均無顯著差異。推究其原因及受試者講述，目前大部分公、私立幼兒園運用網路社群服務發展尚未完整化。

肆、不同背景變項在幼兒園願景管理之得分差異情形分析

一、擔任職務、服務年資、規模、位置在幼兒園願景管理得分上情形的差異分析討論

不同擔任職務、服務年資、規模、位置成員在願景管理及各向度的問卷得分上，均無顯著差異。推究其原因及受試者講述，目前大部分公、私立幼兒園還未發現能有效測量幼兒園願景管理的指標。

伍、幼兒園網路社群服務與願景管理之相關情形

一、網路社群服務與願景管理的關係討論

根據本研究結果分析，就網路社群服務整體表現而言，幼兒園網路社群服務與幼兒園願景管理都呈顯著正相關，即幼兒園網路社群服務得分較高者，其幼兒園願景管理量表的得分也較高，換言之，其幼兒園願景管理表現情形也較好。

就幼兒園網路社群服務與幼兒園願景管理各向度而言，各向度皆與幼兒園願景管理呈顯著正相關，即是幼兒園網路社群服務得分較高者在幼兒園願景管理量表(理念認知、價值認同、實踐執行)的得分也較高，換言之，其幼兒園願景管理表現情形也較好。

二、網路社群服務各向度與願景管理的關係討論

(一) 就網路社群服務各向度整體表現而言，幼兒園網路社群服務的四向度(互動分享、願景形象、人際關係、共創價值)與幼兒園願景管理總量表皆呈現顯著的正相關，即幼兒園網路社群服務各向度得分較高者，其幼兒園願景管理總量表

的得分也較高。

(二)就幼兒園網路社群服務各向度與幼兒園願景管理各向度而言，以下分項加以敘述：

1. 互動分享與幼兒園願景管理各向度的關係

網路社群服務互動分享與幼兒園願景管理各向度的相關皆達顯著正相關，即是幼兒園網路社群服務互動分享得分高者，在幼兒園願景管理各向度的得分情形也較高。

2. 願景形象與幼兒園願景管理各向度的關係

網路社群服務願景形象與幼兒園願景管理各向度的相關皆達顯著正相關，即是幼兒園網路社群服務願景形象得分高者，在幼兒園願景管理各向度的得分情形也較高。

3. 人際關係與幼兒園願景管理各向度的關係

網路社群服務人際關係與幼兒園願景管理各向度的相關皆達顯著正相關，即是幼兒園網路社群服務人際關係得分高者，在幼兒園願景管理各向度的得分情形也較高。

4. 共創價值與幼兒園願景管理各向度的關係

網路社群服務共創價值與幼兒園願景管理各向度的相關皆達顯著正相關，即是幼兒園網路社群服務共創價值得分高者，在幼兒園願景管理各向度的得分情形也較高。

陸、幼兒園網路社群服務對願景管理之預測分析

一、幼兒園網路社群服務各向度對整體願景管理預測分析討論

將幼兒園網路社群服務四個預測變項對整體願景管理進行多元逐步迴歸分析發現，在四個預測變項中，以共創價值、願景形象、互動分享、人際關係對整體願景管理預測力最佳。其中，共創價值最具預測力，其次分別為願景形象、互動分享、人際關係，即幼兒園網路社群服務對於願景管理具有正向的預測作用，

換言之，為提高幼兒園願景，幼兒園在運用網路社群服務時，要多注重共創價值、願景形象、互動分享、人際關係。

二、幼兒園各變項對願景管理各向度預測分析討論

將幼兒園網路社群服務四個預測變項對願景管理各向度進行多元逐步迴歸分析發現，在四個預測變項中，對願景管理「理念認知」的預測情形，以共創價值及互動分享為主要預測變項，其中以共創價值的預測力最佳，可見在幼兒園網路社群服務向度中，共創價值是理念認知重要關鍵預測因素；其次，對願景管理「價值認同」的預測情形，以共創價值及互動分享為主要預測變項，其中以共創價值的預測力最佳，可見在幼兒園網路社群服務向度中，共創價值是價值認同重要關鍵預測因素；另外，對願景管理「實踐執行」的預測情形，以共創價值為主要預測變項，其中以共創價值的預測力最佳，可見在幼兒園網路社群服務向度中，共創價值是實踐執行重要關鍵預測因素。

綜合上述討論結果，幼兒園在運用網路社群服務作為提升願景管理過程中，應該多注重共創價值、互動分享、理念認知；如要提升理念認知、價值認同、實踐執行等願景，共創價值是最關鍵因素。

第五章 結論與建議

本研究首先蒐集、閱讀、整理、歸納有關幼兒園社群網路、幼兒園願景管理之相關研究，透過文獻探討等方法，對研究主題進行探究。其次，提出研究架構、編製問卷、進行預試、正式問卷調查、回收資料、進行統計，然後呈現研究結果，並加以分析，形成結論提出建議，以提供幼兒園所、園長、教師，未來相關研究之參考。

第一節 結論

壹、園長運用網路社群服務現況分析

一、嘉義地區幼兒園成員（園長、教師兼行政人員、教師）在幼兒園網路社群服務整體表現與各向度（互動分享、願景形象、人際關係、共創價值）之得分方面，皆能達到中上至良好程度。

貳、幼兒園願景管理現況分析

一、嘉義地區幼兒園成員（園長、教師兼行政人員、教師）在幼兒園願景管理整體表現與各向度（理念認知、價值認同、實踐執行）之得分方面，絕大部分能達到中上至良好程度。

參、探討不同背景變項對幼兒園網路社群服務的差異情形發現

- 一、不同現任職務方面：在整體表現上均未達顯著差異。
- 二、不同服務年資方面：在整體表現上均未達顯著差異。
- 三、不同規模方面：在整體表現上均未達顯著差異。
- 四、不同地區方面：在整體表現上均未達顯著差異。

肆、探討不同背景變項對幼兒園願景管理的差異情形發現

- 一、不同現任職務方面：在整體表現上均未達顯著差異。
- 二、不同服務年資方面：在整體表現上均未達顯著差異。
- 三、不同規模方面：在整體表現上均未達顯著差異。
- 四、不同地區方面：在整體表現上均未達顯著差異。

伍、探討幼兒園網路社群服務與願景管理之相關情形發現

嘉義地區幼兒園在「幼兒園網路社群服務」與「幼兒園願景管理」間都呈現顯著正相關。即幼兒園網路社群服務及各向度得分較高者，其幼兒園願景管理總量表的得分也較高。

陸、探討幼兒園網路社群服務對願景管理之預測分析發現

- 一、幼兒園網路社群服務各向度對整體願景管理，依序以共創價值、願景形象、互動分享、人際關係對整體願景管理最具預測力。
- 二、幼兒園網路社群服務各向度對理念認知，依序以共創價值、互動分享對理念認知最具預測力。
- 三、幼兒園網路社群服務各向度對價值認同，依序以共創價值、互動分享對價值認同最具預測力。
- 四、幼兒園網路社群服務各向度對實踐執行，依序以共創價值對實踐執行最具預測力。

第二節 建議

研究者依據研究結論，對幼兒園成員及後續研究者，提出以下數個建議，供未來相關研究之參考。

壹、對幼兒園的建議

一、積極推動幼兒園 e 化管理，整合資訊科技融入幼兒園願景管理

隨著科技日新月異，要迎接成功的未來，教育人員更需要與時俱進，培養資訊科技專業知能。然而，園長在變革過程中扮演著重要的角色，並需要熟悉與瞭解科技運用對幼兒園管理的重要性，有效的發揮與運用在幼兒園願景管理上。

本研究發現，幼兒園網路社群服務與幼兒園願景管理有顯著正相關，由此可以看出幼兒園網路社群服務對幼兒園願景管理提昇影響力很大，因此，園長應積極使用網路社群服務，投入幼兒園願景管理知能提昇與實踐，有利於塑造優質幼兒園。

貳、對未來研究之建議

一、增加不同背景變項因素之探討

本研究從不同背景變項(擔任職務、服務年資、幼兒園位置、幼兒園規模)探討網路社群服務與願景管理，均無相關，可能有其他因素影響網路社群服務與願景管理，未來可用不同研究方式施測或加入其他背景變項來進行探究。

二、在研究架構方面

國內外有關幼兒園園長運用網路社群服務與願景管理相關研究之論述仍不多見。本研究僅限於用量的方法，探討網路社群服務的前因變項（互動分享、願景形象、人際關係、共創價值）與願景管理的前因變項（理念認知、價值認同、實踐執行）作預測性之研究。如能以質的研究，深入探討幼兒園網路社群服務與願景管理前因後果進行探討與分析，必能更了解網路社群服務與願景管理相關之問題。

三、在研究對象方面

本研究對象以嘉義地區公私立幼兒園園長、教師兼行政人員及教師為對象，研究結果無法推論至其他地區。未來若能進一步增加取樣其它地區樣本為研究對象，研究結果更能具有推論性。

四、在研究方法方面

本研究以問卷調查做資料分析蒐集，受試者在填寫問卷時、是否有受其他因素干擾，而影響填答的狀況，這是必須思考的點。若後續研究者能在使用其他研究方式，例如現場訪談等，讓研究資料更加完整，也許可以更符合研究結果。

伍、在研究內容方面

現況文獻當中，還未發現能有效測量幼兒園願景管理的指標，因此建構一套檢測幼兒園願景管理的過程及其成效的評量指標，未來也是可探究之題材。



參考文獻

一、中文文獻

- 尹潔茹（2011）。國民小學校長運用網路社群服務與品牌領導關係之研究——以 Facebook 為例。未出版，國立政治大學教育研究所。
- 方文智（2004）。國民小學知識社群之研究——以嘉義縣為例。未出版，國立中正大學教育研究所，嘉義縣。
- 王孟邦（2001）。虛擬社群管理、社群績效、與獲利模式關係之探討。國立政治大學資訊管理研究所碩士論文，未出版，臺北市。
- 李佳純、鄭君良（2001）。虛擬社區介紹，《南華大學社會所電子期刊》（卷第十二期）。
- 朱廣興（譯）（1996）。願景經營（原作者：上原樞夫）。臺北：旭昇圖書有限公司。
- 邱馨儀（1995）。國民小學學校組織文化與教師組織承諾關係之研究。臺北：台北市立師範學院碩士論文（未出版）。
- 林梓榮（2001）。組織願景、組織文化與員工生涯發展對組織承諾之關係研究——以某國軍醫院之軍職醫師為例。國立中山大學高階經營碩士班碩士論文〈未出版〉。
- 林建昌（2001）。臺北市國民小學學校願景發展之研究。國立中山大學高階經營碩士班碩士論文〈未出版〉。
- 林建昌（2002）。臺北市國民小學學校願景發展。國立臺北師範學院國民教育研究所（未出版）。
- 林木城（2003）。台北縣國民小學學校願景管理與組織文化之關係研究。臺北市立師範學院國民教育研究所。
- 吳俊霖（1998）。從組織文化途徑建構企業型政府之研究：以我國政府再造為例。私立東海大學公共行政研究所碩士論文〈未出版〉。

- 胡瓊文（1999）。學校組織成員屬性、組織文化與組織變革支持度之研究。臺北市立師範學院國民教育研究所碩士論文〈未出版〉。
- 徐莉惠（1999）。國民小學實施教師聘任制度的影響內涵與學校文化之關聯研究。臺北市立師範學院國民教育研究所碩士論文（未出版）。
- 張品芬（1995）。高雄地區國民小學教師組織文化知覺、學校環境特性與教師組織承諾程度關係之研究。國立台南師範學院初等教育研究所 碩士論文〈未出版〉。
- 張明輝（1999）。營造學習型學校。教育資料與研究，第 27 期，頁 1-8。
- 張明輝（2002）。企業管理理論在學校經營的應用及省思。92 年 10 月 5 日，取自：[http://web.ed.ntnu.edu.tw/~minfei/artical/artical\(schooladmin\)-20.doc](http://web.ed.ntnu.edu.tw/~minfei/artical/artical(schooladmin)-20.doc)
- 張德銳（1994）。教育行政研究研究。臺北市：五南。
- 張瑞麟（2001）。虛擬社群強化社群成員歸屬感之研究。國立雲林科技大學。
- 張慶勳（1996）。國小校長轉化、互易領導影響學校組織文化特性與組織效能之研究。國立雄師範大學教育研究所博士論文〈未出版〉。
- 劉毓民（2000）。善用網路資訊科技提供消費者一對一的客製化服務。臺北市：ARC 遠擎管理顧問公司企業智慧部。
- 譙璐璐（2008）。下一個網絡霸主-FACEBOOK。商場現代化，25，65-66。
- 葉連祺（1992）。建構國民中小學學校願景之探析。教育政策論壇，第五卷第二期。南投：國立暨南國際大學教育政策與行政研究所。
- 謝念慈（2001）。綜合高中發展願景之研究-以臺北市立成淵高中為例。國立政治大學教育研究所碩士論文〈未出版〉。
- 謝佳慧（譯）（2001）。願景管理（原作者：比爾•凱坡達利/琳恩•傑克 森）。台北：美商麥格羅•希爾國際股份有限公司台灣分公司。
- 翁瑋杉（2006）。澎湖縣國民小學學校願景管理與教師組織承諾關係之研究。國立臺南大學教育經營與管理研究所。
- 楊振富（譯）（2002）。P. Senge 等著。學習型學校。臺北市：天下文化。

戴聰敏（2001）。台東縣國民小學教育人員對學校願景認同度之研究。國立臺東師範學院教育研究所碩士論文〈未出版〉。



二、西文文獻

- Brown, J.S.& Duguid, P. (2001). *Structure and spontaneity: Knowledge and Organization*. London: Sage.
- Brugmann, J. & Prahalad, C. K. (2007). Cocreating business's new social compact. *Harvard Business Review*, 85(2), 80.
- Butler, B., Sproull, L., Kiesler, S& Kraut, R.et al. (2007). Community effort in online groups: Who does the work and why?. *Human-Computer Interaction Institute*,(11),90.
- Chance, E. W.(1989). *Developing administrative vision*. (ERIC Document Reproduction Service No. ED315221)
- Constant, D., Lee, S., and Sara, K. (1996).The kindness of strangers: The usefulness of electronic weak ties for technical advice. *Organization Science*, 135.
- Conley, D. T., Dunlap, D. M., & Goldman, P.(1992). *The “vision thing” and school restructuring*. *OSSC Report*, 32(2), 1-8. (ERIC Document Reproduction Service No. ED343246)
- Fernback, J. & Thompson, B. (1995). *Virtual Communities: Abort, Retry, Failure?* Paper presented at the Annual Meeting of the International Communication Association, Albuquerque: New Mexico.
- Figallo, C. (1998). *Hosting web communities: building relationships, increasing customer loyalty, and maintaining a competitive edge*. Chicester, UK: Wiley.
- Hagel, J. & Armstrong, A. (1997). *Net gain: Expanding markets through virtual communities*.
- Kirkpatrick, D. (2011). *The Facebook effect: The inside story of the company that is connecting the world*: Simon and Schuster.
- Kowalski, T. J. (1999). *The school superintendent: Theory, practice, and cases*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall, Inc.
- Lashway, L. (1997). *Visionary leadership*. *ERIC Digest*, 110. (ERIC Document Reproduction Service No. ED402643)
- Lee, F. S., Vogel, D. & Limayem, M. (2003). Virtual community informatics: A review and research agenda. *Journal of Information Technology Theory and Application*, 5(1), 47-61.
- Leithwood, K. A. & Riehl, C.(2005). What do we already know about educational leadership. *A new agenda for research in educational leadership*,12-27.

- Longman Group UK Limited. (1988). *Longman English-Chinese dictionary of contemporary English*. Hong Kong: Longman Asia Limited.
- McEwan, E. K. (1998). *Seven steps to effective instructional leadership*. Thousand Oaks, CA: Corwin Press, Inc.
- Ott, J.S. (1989). *The organizational culture perspective*. California: Brooks/Cole publishing company.
- Ouchi, W.G. (1981). *Theory Z: how American business can meet the Japanese Challenge*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Rheingold, H. (1993). *The virtual community: Finding connection in a computerized world*. Boston, USA: Addison-Wesley Longman.
- Rideout, P. M. (Ed.) (1996). *The Newbury House dictionary of American English: An essential reference for learners of American English and culture*. Boston, MA: Monroe Allen Publishers, Inc.
- Sagor, R., & Barnett, B. G. (1994). *The TQE principal: a transformed leader*. Thousand Oaks, CA: Corwin Press, Inc.
- Senge, P. (1990). *The fifth discipline*. New York: Doubleday.
- Sergiovanni, T. J. (1995). *The Principalship: A reflective practice perspective*. Needham Heights, MA: Allyn and Bacon.
- Smith, M. A. & Leigh, B. (1997). Virtual subjects: Using the internet as an alternative source of subjects and research environment. *Behavior Research Methods*, 29(4), 496-505.
- Steuer, J. (1992). Defining virtual reality: Dimensions determining telepresence. *Journal of Communication*. 42 (4), 73-93.
- Starratt, R. J. (1995). *Leaders with vision: The quest for school renewal*. Thousand Oaks, CA: Corwin Press, Inc.
- Tim O'Reilly (2005). *Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. Retrieved October 10, 2010, from [http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-2.0.h](http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-2.0.html)
- Wallace, Jr., R. C. (1996). *From vision to practice: The art of educational leadership*. Thousand Oaks, CA: Corwin Press, Inc.

- Wallace, Jr., R. C., Engel, D. E., & Mooney, J. E. (1997). *The learning school: A guide to vision-based leadership*. Thousand Oaks, CA: Corwin Press, Inc.
- Wasko, M. M. & Faraj, S. (2000). It is What One Does: Why people participate and help others in electronic communities of practice. *Journal of Strategic Information Systems*, 9, 155-173.
- Wenger, E.C. and Snyder,
- Wikipedia.(2011). *Social network service*. Retrieved January 7, 2011, from http://en.wikipedia.org/wiki/Social_network_service.



附件

附件一

『嘉義地區幼兒園園長運用網路群服務與願景管理之 關係研究預試問卷』

敬愛的園長、老師，您好：

感謝您撥冗填寫本問卷，這是一份學術問卷，目的在瞭解目前幼兒園園長運用網路社群服務願景管理之關係。本調查結果僅供學術研究之用，您的填答資料將會予以保密，絕不對外公開，請您放心填答。您的意見相當寶貴，懇請您能撥空填答，請根據您的感受及實際狀況逐題填寫，萬分感謝！

敬祝

健康快樂

南華大學 幼兒教育學系研究所
指導教授 陳木金 博士
研究生 張維予 敬上

一、基本資料：請在適當方格內打「V」。

1. 擔任職務： (1) 園長 (2) 主任或組長
 (3) 教師（未兼行政職務者）
2. 服務年資： (1) 5 年以下 (2) 6-15 年
 (3) 16-25 年 (4) 26 年以上
3. 幼兒園規模： (1) 3 班（含）以下 (2) 4-6 班
 (3) 7 班（含）以上
4. 幼兒園位置： (1) 偏遠地區 (2) 一般地區
 (3) 都會地區

【第一部份】：園長運用網路社群服務量表(例如Facebook)

【填答說明】

本問卷宗旨對於下列有關園長運用網路社群服務之相關陳述，針對您目前服務幼兒園現況符合程度，請在6-5-4-3-2-1 的適當數字上打「○」，得分愈高分代表愈符合。

	非常不同意	不同意	普通	稍微同意	同意	非常同意
1. 園長藉由網路平台的辦活動的功能，主動發佈並分享幼兒園相關的訊息。	1	2	3	4	5	6
2. 園長藉由網路平台增加彼此交流與切磋的機會，讓教學相長。	1	2	3	4	5	6
3. 園長藉由網路平台進行資訊交換與意見回饋，產生更多的資訊交流與創造專業知。	1	2	3	4	5	6
4. 園長藉由網路平台從他人的學習活動中獲益，並成為大家共同努力的目標。	1	2	3	4	5	6
5. 園長藉由網路平台彼此分享多元的幼兒園辦學觀點與經驗，產生更寬廣的視野。	1	2	3	4	5	6
6. 園長藉由網路平台提供足夠的對話機會，激發園長校務經營的創新構想與策略。	1	2	3	4	5	6
7. 園長藉由網路平台推廣該園所品牌之專屬網站。	1	2	3	4	5	6
8. 園長藉由網路平台匯集網路的力量建立該園所良好口碑。	1	2	3	4	5	6
9. 園長藉由網路平台加強園所對外的知名度，讓家長、老師可以對園所有更多瞭解。	1	2	3	4	5	6
10. 園長可善於利用網路平台，行銷與包裝該園所形象，達到有限資金下的傳播效益。	1	2	3	4	5	6
11. 園長藉由網路平台的動態消息發佈校園公告，讓更多人知道園所的相關資訊。	1	2	3	4	5	6
12. 園長運用網路平台，透過網路的力量，可不費分文、迅速地將該校願景形象起來。	1	2	3	4	5	6
13. 園長透過網路平台，認識很多您以前可能不認識的園長。	1	2	3	4	5	6
14. 園長們雖然不常連絡，但也可透過網路平台瞭解彼此的最新動態。	1	2	3	4	5	6
15. 園長經由網路平台認識到很多志同道合的朋友。	1	2	3	4	5	6
16. 園長藉由網路平台建立人際關係，促進相互瞭解，培養信任與獲得情境支持。	1	2	3	4	5	6
17. 園長藉由網路平台建立彼此之間的凝聚力與向心力。	1	2	3	4	5	6
18. 網路平台是一個容易讓人與人之間的關係容易維繫起來。	1	2	3	4	5	6

- | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 19. 園長透過網路平台分享一個的想法，而聚集園長的力量，可創造出更多價值的想法。 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 20. 園長可藉由網路平台獲得同儕給予的意見以及分享教學現場實務經驗的分享。 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 21. 園長可透過網路平台，即時獲得教育政策上最新發佈的消息。 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 22. 園長可藉由網路平台，作為園長在辦學過程遇到任何的困難，尋求即時獲得支援。 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 23. 園長可透過網路平台，讓師傅園長傳經驗傳承辦校過程經驗，提供新進園長作為參考。 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 24. 網路平台讓每位園長，既是資訊獲取者也是內容的貢獻者；同時也可以獲得相關訊息，創造生活共同的交集處。 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |



【第二部份】：您對幼兒園願景管理的知覺

【填答說明】

請根據您的知覺，對於下列有關幼兒園願景管理之相關陳述，針對您目前服務幼兒園現況符合程度，在 6-5-4-3-2-1 的適當數字上打「○」，得分愈高分代表愈符合。

	非常不同意	不同意	普通	稍微同意	同意	非常同意
1. 我知道本幼兒園共同願景的內容。	1	2	3	4	5	6
2. 我瞭解本幼兒園共同願景的意義與內涵。	1	2	3	4	5	6
3. 我能清楚地說出本幼兒園共同願景的實踐方式。	1	2	3	4	5	6
4. 我瞭解本幼兒園共同願景型塑的過程。	1	2	3	4	5	6
5. 我瞭解幼兒園共同願景型塑過程中必須考慮的相關因素。	1	2	3	4	5	6
6. 我瞭解本幼兒園願景管理的實施計畫。	1	2	3	4	5	6
7. 我知道在哪裡可以看到本幼兒園共同願景。	1	2	3	4	5	6
8. 我能有效運用教學資源，達成幼兒園願景管理的目標。	1	2	3	4	5	6
9. 我願意將本幼兒園共同願景融入個人核心價值觀。	1	2	3	4	5	6
10. 我願意全力投入，參與幼兒園共同願景型塑之相關工作。	1	2	3	4	5	6
11. 我願意加入教師研究團隊，藉由共同的力量，達成本幼兒園共同願景。	1	2	3	4	5	6
12. 我願意付出更多時間與精力，努力達成本幼兒園共同願景。	1	2	3	4	5	6
13. 為了活化幼兒園共同願景、落實幼兒園願景管理，我願意參與各項研討活動。	1	2	3	4	5	6
14. 為了達到幼兒園共同願景的理想，我願意接受各項教育評鑑。	1	2	3	4	5	6
15. 本幼兒園有訂定幼兒園願景管理實施計畫。	1	2	3	4	5	6
16. 本幼兒園在型塑幼兒園願景的過程中，能瞭解與尊重幼兒園的傳統。	1	2	3	4	5	6
17. 本幼兒園在型塑幼兒園願景的過程中，能重視同仁的意見與想法。	1	2	3	4	5	6
18. 本幼兒園在型塑幼兒園願景的過程中，能兼顧幼兒園之 SWOT 分析。	1	2	3	4	5	6
19. 本幼兒園共同願景能兼顧成員願景與品牌願景。	1	2	3	4	5	6
20. 本幼兒園的共同願景能凝聚全體同仁的共同理念與價值觀。	1	2	3	4	5	6
21. 本幼兒園的共同願景已成為幼兒園成員追求的教育方向。	1	2	3	4	5	6
22. 本幼兒園的共同願景隨時能被看得見、聽得到。	1	2	3	4	5	6
23. 本幼兒園園長能公開表明支持幼兒園共同願景，讓組織成員瞭解和支持願景。	1	2	3	4	5	6
24. 本幼兒園確實依據幼兒園共同願景，發展幼兒園課程計畫。	1	2	3	4	5	6

附件二

『嘉義地區幼兒園園長運用網路群服務與願景管理之
關係研究正式問卷』

敬愛的園長、老師，您好：

感謝您撥冗填寫本問卷，這是一份學術問卷，目的在瞭解目前幼兒園園長運用網路社群服務願景管理之關係。本調查結果僅供學術研究之用，您的填答資料將會予以保密，絕不對外公開，請您放心填答。您的意見相當寶貴，懇請您能撥空填答，請根據您的感受及實際狀況逐題填寫，萬分感謝！

敬祝

健康快樂

南華大學 幼兒教育學系研究所
指導教授 陳木金 博士
研究生 張維予 敬上

二、基本資料：請在適當方格內打「V」。

1. 擔任職務： (1) 園長 (2) 主任或組長
 (3) 教師（未兼行政職務者）
2. 服務年資： (1) 5 年以下 (2) 6-15 年
 (3) 16-25 年 (4) 26 年以上
3. 幼兒園規模： (1) 3 班（含）以下 (2) 4-6 班
 (3) 7 班（含）以上
4. 幼兒園位置： (1) 偏遠地區 (2) 一般地區
 (3) 都會地區

【第一部份】：園長運用網路社群服務量表(例如Facebook)

【填答說明】

本問卷宗旨對於下列有關園長運用網路社群服務之相關陳述，針對您目前服務幼兒園現況符合程度，請在6-5-4-3-2-1 的適當數字上打「○」，得分愈高分代表愈符合。

	非常不同意	不同意	普通	稍微同意	同意	非常同意
1. 園長藉由網路平台的辦活動的功能，主動發佈並分享幼兒園相關的訊息。	1	2	3	4	5	6
2. 園長藉由網路平台增加彼此交流與切磋的機會，讓教學相長。	1	2	3	4	5	6
3. 園長藉由網路平台進行資訊交換與意見回饋，產生更多的資訊交流與創造專台知。	1	2	3	4	5	6
4. 園長藉由網路平台從他人的學習活動中獲益，並成為大家共同努力的目標。	1	2	3	4	5	6
5. 園長藉由網路平台彼此分享多元的幼兒園辦學觀點與經驗，產生更寬廣的視野。	1	2	3	4	5	6
6. 園長藉由網路平台提供足夠的對話機會，激發園長校務經營的創新構想與策略。	1	2	3	4	5	6
7. 園長藉由網路平台匯集網路的力量建立該園所良好口碑。	1	2	3	4	5	6
8. 園長藉由網路平台加強園所對外的知名度，讓家長、老師可以對園所有更多瞭解。	1	2	3	4	5	6
9. 園長可善於利用網路平台，行銷與包裝該園所形象，達到有限資金下的傳播效益。	1	2	3	4	5	6
10. 園長藉由網路平台的動態消息發佈校園公告，讓更多人知道園所的相關資訊。	1	2	3	4	5	6
11. 園長運用網路平台，透過網路的力量，可不費分文、迅速地將該園所願景形象起來。	1	2	3	4	5	6
12. 園長透過網路平台，認識很多您以前可能不認識的園長。	1	2	3	4	5	6
13. 園長們雖然不常連絡，但也可透過網路平台瞭解彼此的最新動態。	1	2	3	4	5	6
14. 園長經由網路平台認識到很多志同道合的朋友。	1	2	3	4	5	6
15. 園長藉由網路平台建立人際關係，促進相互瞭解，培養信任與獲得情境支持。	1	2	3	4	5	6
16. 園長藉由網路平台建立彼此之間的凝聚力與向心力。	1	2	3	4	5	6
17. 網路平台是一個容易讓人與人之間的關係容易維繫起來。	1	2	3	4	5	6

- | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 18. 園長可藉由網路平台獲得同儕給予的意見以及分享教學現場實務經驗的分享。 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 19. 園長可透過網路平台，即時獲得教育政策上最新發佈的消息。 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 20. 園長可藉由網路平台，作為園長在辦學過程遇到任何的困難，尋求即時獲得支援。 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 21. 園長可透過網路平台，讓師傅園長傳經驗傳承辦校過程經驗，提供新進園長作為參考。 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 22. 網路平台讓每位園長，既是資訊獲取者也是內容的貢獻者；同時也可以獲得相關訊息，創造生活共同的交集處。 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |



【第二部份】：您對幼兒園願景管理的知覺

【填答說明】

請根據您的知覺，對於下列有關幼兒園願景管理之相關陳述，針對您目前服務幼兒園現況符合程度，在 6-5-4-3-2-1 的適當數字上打「○」，得分愈高分代表愈符合。

	非常不同意	不同意	普通	稍微同意	同意	非常同意
1. 我知道本幼兒園共同願景的內容。	1	2	3	4	5	6
2. 我瞭解本幼兒園共同願景的意義與內涵。	1	2	3	4	5	6
3. 我能清楚地說出本幼兒園共同願景的實踐方式。	1	2	3	4	5	6
4. 我瞭解本幼兒園共同願景型塑的過程。	1	2	3	4	5	6
5. 我瞭解幼兒園共同願景型塑過程中必須考慮的相關因素。	1	2	3	4	5	6
6. 我瞭解本幼兒園願景管理的實施計畫。	1	2	3	4	5	6
7. 我知道在哪裡可以看到幼兒園共同願景。	1	2	3	4	5	6
8. 我願意將本幼兒園共同願景融入個人核心價值觀。	1	2	3	4	5	6
9. 我願意全力投入，參與幼兒園共同願景型塑之相關工作。	1	2	3	4	5	6
10. 我願意加入教師研究團隊，藉由共同的力量，達成本幼兒園共同願景。	1	2	3	4	5	6
11. 我願意付出更多時間與精力，努力達成本幼兒園共同願景。	1	2	3	4	5	6
12. 為了活化幼兒園共同願景、落實幼兒園願景管理，我願意參與各項研討活動。	1	2	3	4	5	6
13. 本幼兒園有訂定幼兒園願景管理實施計畫。	1	2	3	4	5	6
14. 本幼兒園在型塑幼兒園願景的過程中，能瞭解與尊重幼兒園的傳統。	1	2	3	4	5	6
15. 本幼兒園在型塑幼兒園願景的過程中，能兼顧幼兒園之 SWOT 分析。	1	2	3	4	5	6
16. 本幼兒園共同願景能兼顧成員願景與品牌願景。	1	2	3	4	5	6
17. 本幼兒園的共同願景能凝聚全體同仁的共同理念與價值觀。	1	2	3	4	5	6
18. 本幼兒園的共同願景已成為幼兒園成員追求的教育方向。	1	2	3	4	5	6
19. 本幼兒園的共同願景隨時能被看得見、聽得到。	1	2	3	4	5	6
20. 本幼兒園園長能公開表明支持幼兒園共同願景，讓組織成員瞭解和支持願景。	1	2	3	4	5	6
21. 本幼兒園確實依據幼兒園共同願景，發展幼兒園課程計畫。	1	2	3	4	5	6