

第四章 研究結果分析與討論

本章旨在分析及討論問卷調查之結果，共分為四節加以說明：第一節為國民中學內部行銷在教師專業成長應用現況之分析；第二節為國民中學內部行銷在教師專業成長應用困境之分析；第三節為國民中學內部行銷在教師專業成長應用因應策略之分析；第四節為綜合討論。

第一節 國民中學內部行銷在教師專業成長應用現況之分析

本節主要在分析內部行銷於教師專業成長應用之現況，首先分析全體填答者在「內部行銷在教師專業成長應用調查問卷」上之現況的填答結果，進行次數分配與描述統計分析，並以標準值 ($M=2.5$) 為作為現況符合程度的檢定值。

其次，為瞭解不同教師個人背景變項與學校背景變項，其國民中學內部行銷在教師專業成長應用現況之差異情形，在性別與學校地區部分使用獨立樣本 t 檢定，其餘變項使用單因子變異數 (ANOVA) 分析。

壹、內部行銷在教師專業成長應用之現況

一、內部行銷在教師專業成長應用整體實施現況分析

由表 4-1 可知，就整體而言，內部行銷在教師專業成長應用現況之意見平均數為 3.09，各分量表的得分平均數介於 2.90~ 3.21 之間，標準差介於 0.48~ 0.53 之間，顯示填答者認為目前國民中學內部行銷在教師專業成長應用之現況屬於「符合」之程度。

就本調查研究問卷各層面加以分析，應用現況得分最高者為激勵成長之層面 ($M=3.21$)，其次為授權賦能 ($M=3.20$)、教育訓練 ($M=3.07$) 及溝通網絡 ($M=2.90$) 等層面。

表 4-1 內部行銷在教師專業成長應用之現況表

層面	題數	人數	平均數	標準差	排序
授權賦能	5	447	3.20	0.49	2
激勵成長	5	447	3.21	0.48	1
教育訓練	5	447	3.07	0.48	3
溝通網絡	5	447	2.90	0.53	4
整體	20	447	3.09	0.44	

二、內部行銷在教師專業成長應用各層面實施現況分析

(一) 授權賦能於教師專業成長之應用

如表4-2統計結果顯示，全體填答者在「授權賦能於教師專業成長之應用」中，其得分由高至低依序為：本校各處室會主動提供教師專業成長活動之相關訊息 ($M=3.37$)、本校支持教師能自主規劃教師專業成長活動 ($M=3.22$)、本校重視教師對於教師專業成長之意見 ($M=3.20$)、本校教師在規劃教師專業成長活動時，能獲得學校充分的授權 ($M=3.14$) 和本校教師有機會參與規劃與決定教師專業成長活動 ($M=3.07$)。

由表4-2之統計結果得知，全體填答者對授權賦能於教師專業成長應用之現況，均屬「符合」程度 ($2.5 < M < 3.5$)。

表4-2 全體填答者對授權賦能於教師專業成長應用之分析表

題號	問題內容	N (%)				M	SD	排序
		4	3	2	1			
1	本校各處室會主動提供教師專業成長活動之相關訊息。	177 (39.6)	259 (57.9)	11 (2.5)	0 (0)	3.37	0.53	1
2	本校教師有機會參與規劃與決定教師專業成長活動。	96 (21.5)	289 (64.7)	60 (13.4)	2 (0.4)	3.07	0.60	5
3	本校重視教師對於教師專業成長之意見。	138 (30.9)	262 (58.6)	44 (9.8)	3 (0.7)	3.20	0.63	3
4	本校教師在規劃教師專業成長活動時，能獲得學校充分的授權。	130 (29.1)	253 (56.6)	62 (13.9)	2 (0.4)	3.14	0.65	4
5	本校支持教師能自主規劃教師專業成長活動。	159 (35.6)	230 (51.5)	56 (12.5)	2 (0.4)	3.22	0.67	2

(二) 激勵成長於教師專業成長之應用

如表4-3統計結果顯示，全體填答者在「激勵成長於教師專業成長之應用」中，其得分由高至低依序為：本校鼓勵教師參與各種教師專業成長活動 ($M=3.47$)、本校對於參加教師專業成長之教師給予行政方面之協助與支持 ($M=3.24$)、本校會依教師不同專長給予個人表現的機會 ($M=3.14$)、本校會表揚參與教師專業成長活動表現優異之教師 ($M=3.11$) 和本校鼓勵教師建構自我專業成長之願景 ($M=3.10$)。

由表4-2之統計結果得知，全體填答者對激勵成長於教師專業成長應用之現況，均屬「符合」程度 ($2.5 < M < 3.5$)。

表4-3 全體填答者對激勵成長於教師專業成長應用之分析表

題號	問題內容	N (%)				M	SD	排序
		4	3	2	1			
1	本校鼓勵教師參與各種教師專業成長活動。	220 (49.2)	219 (49.0)	8 (1.8)	0 (0)	3.47	0.54	1
2	本校對於參加教師專業成長之教師給予行政方面之協助與支持。	146 (32.7)	262 (58.6)	38 (8.5)	1 (0.2)	3.24	0.60	2
3	本校會依教師不同專長給予個人表現的機會。	112 (25.1)	269 (60.2)	63 (14.1)	3 (0.7)	3.10	0.64	5
4	本校會表揚參與教師專業成長活動表現優異之教師。	140 (31.3)	231 (51.7)	74 (16.6)	2 (0.4)	3.14	0.69	3
5	本校鼓勵教師建構自我專業成長之願景。	114 (25.5)	272 (60.9)	56 (12.5)	5 (1.1)	3.11	0.64	4

(三) 教育訓練於教師專業成長之應用

如表4-4統計結果顯示，全體填答者在「教育訓練於教師專業成長之應用」中，其得分由高至低依序為：本校鼓勵教師以專業領域的學習團隊方式進行專業成長 ($M=3.21$)、本校鼓勵教師成立讀書會或其他成長團體 ($M=3.11$)、本校會視教師需求而調整教師專業成長之研習內容與型態 ($M=3.05$)、本校不僅重視教師專業知能之研習，也重視教師生活知能之精進 ($M=2.99$) 和本校教師經由專業成長課程研習後更能勝任其工作 ($M=2.99$)。

由表4-4之統計結果得知，全體填答者對教育訓練於教師專業成長應用之現況，均屬「符合」程度 ($2.5 < M < 3.5$)。

表4-4 全體填答者對教育訓練於教師專業成長應用之分析表

題號	問題內容	N (%)				M	SD	排序
		4	3	2	1			
1	本校鼓勵教師成立讀書會或其他成長團體。	116 (26.0)	266 (59.5)	61 (13.6)	4 (0.9)	3.11	0.65	2
2	本校會視教師需求而調整教師專業成長之研習內容與型態。	104 (23.2)	263 (58.8)	78 (17.4)	2 (0.4)	3.05	0.65	3
3	本校教師經由專業成長課程研習後更能勝任其工作。	66 (14.8)	315 (70.5)	63 (13.9)	4 (0.9)	2.99	0.57	5
4	本校不僅重視教師專業知能之研習，也重視教師生活知能之精進。	89 (19.9)	268 (60.0)	86 (19.2)	4 (0.9)	2.99	0.65	4
5	本校鼓勵教師以專業領域的學習團隊方式進行專業成長。	138 (30.9)	269 (60.2)	37 (8.3)	3 (0.7)	3.21	0.61	1

(四) 溝通網絡於教師專業成長之應用

如表4-5統計結果顯示，全體填答者在「溝通網絡於教師專業成長之應用」中，其得分由高至低依序為：本校會安排正式或非正式場合，讓教師分享彼此參與專業成長活動之經驗 ($M=3.07$)、本校藉由許多溝通管道及媒體，傳達學校辦理教師專業成長之理念 ($M=3.06$)、本校在宣導或規劃教師專業成長活動時，會徵詢教師看法。 ($M=2.99$) 及本校會主動傾聽教師對於專業成長活動之看法 ($M=2.93$)、本校設有完整的教師專業成長資料庫，供教師使用 ($M=2.43$)。

由表4-5可得知，全體填答者認為除了「本校設有完整的教師專業成長資料庫，供教師使用」之作法「不符合」($1.5 < M < 2.5$) 實施現況外，其餘溝通網絡於教師專業成長應用之現況程度，均屬「符合」程度 ($2.5 < M < 3.5$)。

表4-5 全體填答者對溝通網絡於教師專業成長應用之分析表

題號	問題內容	N (%)				M	SD	排序
		4	3	2	1			
1	本校藉由許多溝通管道及媒體，傳達學校辦理教師專業成長之理念。	108 (24.2)	265 (59.3)	68 (15.2)	6 (1.3)	3.06	0.67	2
2	本校會主動傾聽教師對於專業成長活動之看法。	89 (19.9)	245 (54.8)	106 (23.7)	7 (1.6)	2.93	0.70	4
3	本校在宣導或規劃教師專業成長活動時，會徵詢教師看法。	105 (23.5)	241 (53.9)	94 (21.0)	7 (1.6)	2.99	0.71	3
4	本校會安排正式或非正式場合，讓教師分享彼此參與專業成長活動之經驗。	110 (24.6)	263 (58.8)	71 (15.9)	3 (0.7)	3.07	0.65	1
5	本校設有完整的教師專業成長資料庫，供教師使用。	18 (4.0)	177 (39.6)	231 (51.7)	1 (0.2)	2.43	0.66	5

小結

由上述統計結果得知，填答者認為目前國民中學內部行銷在教師專業成長應用之整體現況屬於「符合」之程度；「授權賦能」於教師專業成長應用之現況屬「符合」程度；「激勵成長」於教師專業成長應用之現況達到「符合」程度；「教育訓練」於教師專業成長應用之現況均屬「符合」程度；「溝通網絡」於教師專業成長應用之現況程度除了「本校設有完整的教師專業成長資料庫，供教師使用」之作法「不符合」現況之實施外，其餘均屬「符合」程度。

貳、不同背景變項之填答者對內部行銷於教師專業成長應用現況之差異分析

一、性別

就實施現況的平均數而言，男性的平均數在各層面與整體層面均高於女性，因此以獨立樣本 t 考驗分析，不同性別之填答者所知覺的內部行銷在教師專業成

長現況的部分是否不同。研究結果於表4-6顯示，不同性別之填答者，在「授權賦能」($t = 2.62, p = .005$)、「激勵成長」($t = 1.96, p = .026$)、「教育訓練」($t = 1.69, p = .046$)、「溝通網絡」($t = 2.71, p = .004$)與「整體」($t = 2.55, p = .006$)層面之現況皆有顯著差異存在。

表4-6 不同性別之填答者所知覺實施現況之獨立樣本 t 考驗摘要表

層面	性別	人數	平均數	標準差	t 值
授權賦能	男	156	3.28	0.48	2.62**
	女	291	3.16	0.49	
激勵成長	男	156	3.27	0.48	1.96*
	女	291	3.18	0.48	
教育訓練	男	156	3.12	0.46	1.69*
	女	291	3.04	0.49	
溝通網絡	男	156	2.99	0.51	2.71**
	女	291	2.84	0.54	
整體	男	156	3.17	0.42	2.55**
	女	291	3.06	0.44	

* $p < .05$; ** $p < .01$

二、服務年資

以單因子變異數分析不同服務年資之填答者，對內部行銷在教師專業成長應用現況之看法，不同服務年資的填答者在總量表及各層面上之得分平均數差異如表4-7所示。

由表4-7之資料得知，就整體層面而言，不同服務年資之填答者所知覺的內部行銷在教師專業成長應用現況，有顯著差異存在($F = 7.37, p = .000$)。再經Scheffé事後比較後，得知服務年資21年以上者($M = 3.27$)，認為現況的符合程度顯著高於服務年資5年(含)以下者($M = 2.93$)，顯示服務年資較高者，認為內部行銷在教師專業成長應用的整體現況符合程度越高。

在「授權賦能」層面，不同服務年資之填答者間的 F 值達顯著水準($F = 4.88, p = .001$)，表示授權賦能層面會因服務年資的不同而有顯著差異。再經Scheffé事後比較發現，服務年資21年以上者($M = 3.34$)認為現況的符合程度顯著高於服務年資5年(含)以下者($M = 3.04$)，顯示服務年資深者，認為授權賦能在教師專業成長應用的現況符合程度高於服務年資淺者。

在「激勵成長」層面，不同服務年資之填答者間的 F 值達顯著水準($F = 6.05, p = .000$)，表示激勵成長層面會因服務年資的不同而有顯著差異。再經Scheffé事後比較後，發現服務年資21年以上者($M = 3.38$)認為現況的符合程度顯著高於服務年資5年(含)以下者($M = 3.05$)，顯示服務年資深者，認為激勵成長在教師專業成長應用的現況符合程度高於服務年資淺者。

在「教育訓練」層面，不同服務年資之填答者間的 F 值達顯著水準($F = 7.60,$

$p=.000$)，表示教育訓練層面會因服務年資的不同而有顯著差異。經由Scheffé事後比較發現，服務年資21年以上者 ($M=3.26$) 認為教育訓練應用現況的符合程度高於年資5年(含)以下者 ($M=2.89$) 及6-10年者 ($M=3.03$)，代表服務年資較久者認為教育訓練之現況符合程度高於服務年資較短者。

在「溝通網絡」層面，不同服務年資之填答者間的 F 值達顯著水準 ($F = 5.31$ ， $p=.000$)，表示溝通網絡層面會因服務年資的不同而有顯著差異。再經Scheffé事後比較後，發現服務年資21年以上者 ($M=3.07$) 認為現況的符合程度顯著高於服務年資5年(含)以下者 ($M=2.74$)，顯示服務年資久者，認為溝通網絡在教師專業成長應用之現況符合程度高於服務年資淺者。

表4-7 不同服務年資之填答者所知覺實施現況之單因子變異數分析摘要表

組別	樣本數	平均數	標準差	變異數分析摘要表					Scheffé事後比較
				SV	SS	df	MS	F	
授權賦能									
(1)5年(含)以下	93	3.04	0.47	組間	4.52	4	1.13	4.88**	(5) > (1)
(2)6-10年	104	3.20	0.48	組內	102.44	442	0.23		
(3)11-15年	83	3.19	0.46	總和	106.96	446			
(4)16-20年	68	3.21	0.50						
(5)21年以上	99	3.34	0.50						
激勵成長									
(1)5年(含)以下	93	3.05	0.47	組間	5.41	4	1.35	6.05***	(5) > (1)
(2)6-10年	104	3.23	0.49	組內	98.86	442	0.22		
(3)11-15年	83	3.19	0.48	總和	104.27	446			
(4)16-20年	68	3.16	0.44						
(5)21年以上	99	3.38	0.48						
教育訓練									
(1)5年(含)以下	93	2.89	0.47	組間	6.64	4	1.66	7.60***	(5) > (1) (5) > (2)
(2)6-10年	104	3.03	0.43	組內	96.53	442	0.22		
(3)11-15年	83	3.09	0.49	總和	103.17	446			
(4)16-20年	68	3.06	0.51						
(5)21年以上	99	3.26	0.45						
溝通網絡									
(1)5年(含)以下	93	2.74	0.51	組間	5.74	4	1.43	5.31***	(5) > (1)
(2)6-10年	104	2.86	0.49	組內	119.37	442	0.27		
(3)11-15年	83	2.88	0.46	總和	125.11	446			
(4)16-20年	68	2.94	0.60						
(5)21年以上	99	3.07	0.55						

接下頁

表 4-7 (續)

整體									
(1)5年(含)以下	93	2.93	0.42	組間	5.39	4	1.35	7.37***	(5) > (1)
(2)6-10年	104	3.08	0.42	組內	80.79	442	0.18		
(3)11-15年	83	3.09	0.42	總和	86.18	446			
(4)16-20年	68	3.09	0.45						
(5)21年以上	99	3.27	0.44						

** $p < .01$; *** $p < .001$

三、現任職務

以單因子變異數分析不同職務之填答者，對內部行銷在教師專業成長應用現況之看法，不同職務的填答者在總量表及各層面上之得分平均數差異如表4-8所示。

由表4-8之資料得知，就整體層面而言，不同職務的填答者所知覺的內部行銷在教師專業成長應用現況，有顯著差異存在 ($F = 25.12, p = .000$)。在經Scheffé事後比較，得知校長 ($M = 3.50$) 與教師兼主任 ($M = 3.45$) 之填答者，認為實施現況的符合程度顯著高於教師兼組長 ($M = 3.13$) 的填答者。且擔任校長 ($M = 3.50$)、教師兼主任 ($M = 3.45$) 與教師兼組長 ($M = 3.13$) 的填答者皆認為實施現況的符合情形高於教師 (含導師及專任教師) ($M = 2.94$) 的填答者。

在「授權賦能」層面，不同職務之填答者間的 F 值達顯著水準 ($F = 25.12, p = .000$)，表示授權賦能層面會因擔任職務之不同而有顯著差異。經Scheffé事後比較，校長 ($M = 3.63$) 認為現況的符合程度顯著高於教師兼組長 ($M = 3.23$) 與教師 (含導師及專任教師) ($M = 3.05$) 的填答者。教師兼主任 ($M = 3.45$) 與教師兼組長 ($M = 3.23$) 的填答者認為實施現況的符合情形高於教師 (含導師及專任教師) ($M = 3.05$) 的填答者，並得知教師兼主任 ($M = 3.45$) 者認為實施現況之符合情形高於教師兼組長 ($M = 3.23$) 之填答者。

在「激勵成長」層面，不同職務之填答者間的 F 值達顯著水準 ($F = 21.80, p = .000$)，表示激勵成長層面會因擔任職務之不同而有顯著差異。在經Scheffé事後比較發現，校長 ($M = 3.58$) 認為現況的符合程度高於教師兼組長 ($M = 3.25$) 與教師 (含導師及專任教師) ($M = 3.06$) 的填答者。而教師兼主任 ($M = 3.45$) 與教師兼組長 ($M = 3.25$) 的填答者認為實施現況的符合情形高於教師 (含導師及專任教師) ($M = 3.06$) 的填答者，且教師兼主任 ($M = 3.45$) 者認為實施現況之符合情形又高於教師兼組長 ($M = 3.25$) 之填答者。

在「教育訓練」層面，不同職務之填答者間的 F 值達顯著水準 ($F = 17.98, p = .000$)，表示教育訓練層面會因擔任職務之不同而有顯著差異。在經Scheffé事後比較發現，擔任校長 ($M = 3.42$)、教師兼主任 ($M = 3.28$) 及教師兼組長 ($M = 3.11$) 之填答者對於現況之符合程度皆高於教師 (含導師及專任教師) ($M = 2.94$) 的填答者，且校長 ($M = 3.42$) 認為實施現況之符合程度又顯著高於教師兼組長 ($M = 3.11$) 者。

在「溝通網絡」層面，不同職務之填答者間的 F 值達顯著水準 ($F = 29.62, p$

=.000)，表示溝通網絡層面會因擔任職務之不同而有顯著差異。在經Scheffé事後比較發現，擔任校長 ($M=3.37$)、教師兼主任 ($M=3.20$) 及教師兼組長 ($M=2.94$) 之填答者認為實施現況之符合程度皆高於教師 (含導師及專任教師) ($M=2.72$) 的填答者，並發現校長 ($M=3.37$) 及教師兼主任 ($M=3.20$) 之填答者認為實施現況之符合程度高於教師兼組長 ($M=2.94$) 之填答者。

表4-8 不同職務之填答者所知覺實施現況之單因子變異數分析摘要表

組別	樣本數	平均數	標準差	變異數分析摘要表					Scheffé 事後比較
				SV	SS	df	MS	F	
授權賦能									
(1)校長	35	3.63	0.37	組間	15.55	3	5.18	25.12***	(1) > (3)
(2)教師兼主任	62	3.45	0.39	組內	91.41	443	0.21		(1) > (4)
(3)教師兼組長	123	3.23	0.43	總和	106.96	446			(2) > (3)
(4)教師 (導師及專任教師)	227	3.05	0.49						(2) > (4)
激勵成長									
(1)校長	35	3.58	0.30	組間	13.41	3	4.48	21.80***	(1) > (3)
(2)教師兼主任	62	3.45	0.37	組內	90.86	443	0.21		(1) > (4)
(3)教師兼組長	123	3.25	0.46	總和	104.27	446			(2) > (3)
(4)教師 (導師及專任教師)	227	3.06	0.49						(2) > (4)
教育訓練									
(1)校長	35	3.42	0.39	組間	11.20	3	3.73	17.98***	(1) > (3)
(2)教師兼主任	62	3.28	0.42	組內	91.97	443	0.21		(1) > (4)
(3)教師兼組長	123	3.11	0.41	總和	103.17	446			(2) > (3)
(4)教師 (導師及專任教師)	227	2.94	0.50						(3) > (4)
溝通網絡									
(1)校長	35	3.37	0.34	組間	20.91	3	6.97	29.62***	(1) > (3)
(2)教師兼主任	62	3.20	0.48	組內	104.20	443	0.24		(1) > (4)
(3)教師兼組長	123	2.94	0.48	總和	125.11	446			(2) > (3)
(4)教師 (導師及專任教師)	227	2.72	0.51						(2) > (4)
整體									
(1)校長	35	3.50	0.29	組間	15.05	3	5.02	31.24***	(1) > (3)
(2)教師兼主任	62	3.45	0.34	組內	71.13	443	0.16		(1) > (4)
(3)教師兼組長	123	3.13	0.39	總和	86.18	446			(2) > (3)
(4)教師 (導師及專任教師)	227	2.94	0.43						(2) > (4)

*** $p < .001$

四、任教領域

以單因子變異數分析不同任教領域之填答者，所知覺的內部行銷在教師專業成長應用現況是否有所不同，不同任教領域之填答者在總量表及各層面上的得分平均數差異如表4-9所示。由表4-9可知，無論在整體層面（ $F = 1.54, p = .165$ ）、授權賦能層面（ $F = 1.37, p = .225$ ）、激勵成長層面（ $F = 0.85, p = .528$ ）、教育訓練層面（ $F = 1.14, p = .338$ ）及溝通網絡層面（ $F = 1.94, p = .073$ ），不同任教領域之填答者，對內部行銷在教師專業成長應用之現況知覺情形的 F 值均未達 $p < .05$ 的顯著水準，顯示填答者對各層面現況之知覺，並不會因個人任教領域之不同而有程度上之差異。

表4-9 不同任教領域之填答者所知覺實施現況之單因子變異數分析摘要表

組別	樣本數	平均數	標準差	變異數分析摘要表				
				SV	SS	df	MS	F
授權賦能								
(1)語文領域	118	3.13	0.50	組間	1.96	6	0.33	1.37
(2)自然與生活科技領域	90	3.25	0.48	組內	105.00	440	0.24	
(3)數學領域	75	3.20	0.50	總和	106.96	446		
(4)社會領域	46	3.15	0.53					
(5)健康與體育領域	42	3.33	0.47					
(6)綜合活動領域	58	3.26	0.43					
(7)藝術與人文領域	18	3.10	0.53					
激勵成長								
(1)語文領域	118	3.18	0.49	組間	1.20	6	0.20	0.85
(2)自然與生活科技領域	90	3.23	0.52	組內	103.07	440	0.23	
(3)數學領域	75	3.18	0.50	總和	104.27	446		
(4)社會領域	46	3.22	0.51					
(5)健康與體育領域	42	3.33	0.48					
(6)綜合活動領域	58	3.23	0.38					
(7)藝術與人文領域	18	3.08	0.44					
教育訓練								
(1)語文領域	118	3.01	0.51	組間	1.58	6	0.26	1.14
(2)自然與生活科技領域	90	3.10	0.44	組內	101.59	440	0.23	
(3)數學領域	75	3.09	0.51	總和	103.17	446		
(4)社會領域	46	3.03	0.54					
(5)健康與體育領域	42	3.20	0.46					
(6)綜合活動領域	58	3.09	0.41					
(7)藝術與人文領域	18	2.93	0.36					

接下頁

表 4-9 (續)

溝通網絡								
(1)語文領域	118	2.85	0.57	組間	3.22	6	0.54	1.94
(2)自然與生活科技領域	90	2.98	0.49	組內	121.88	440	0.28	
(3)數學領域	75	2.86	0.52	總和	125.11	446		
(4)社會領域	46	2.84	0.57					
(5)健康與體育領域	42	3.07	0.48					
(6)綜合活動領域	58	2.91	0.54					
(7)藝術與人文領域	18	2.68	0.38					
整體								
(1)語文領域	118	3.04	0.46	組間	1.77	6	0.30	1.54
(2)自然與生活科技領域	90	3.14	0.43	組內	84.41	440	0.19	
(3)數學領域	75	3.08	0.44	總和	86.18	446		
(4)社會領域	46	3.06	0.49					
(5)健康與體育領域	42	3.23	0.42					
(6)綜合活動領域	58	3.12	0.38					
(7)藝術與人文領域	18	2.95	0.40					

五、學校地區

就實施現況的平均數而言，學校地區位於臺北市之平均數在各層面與整體層面均高於位於高雄市之學校。以獨立樣本 t 考驗分析，不同學校地區之填答者所知覺的內部行銷在教師專業成長應用現況之部分是否不同。研究結果於表4-10顯示，位於不同學校地區的填答者，除了在「教育訓練」($t = 1.53, p = .064$)層面之現況未達到顯著差異，在「授權賦能」($t = 1.91, p = .029$)、「激勵成長」($t = 1.68, p = .047$)、「溝通網絡」($t = 1.82, p = .035$)與「整體」($t = 1.94, p = .027$)層面之現況皆有顯著差異存在。

表4-10 不同學校地區之填答者所知覺實施現況之獨立樣本 t 考驗摘要表

層面	學校地區	人數	平均數	標準差	t 值
授權賦能	臺北市	295	3.23	0.49	1.91*
	高雄市	152	3.14	0.49	
激勵成長	臺北市	295	3.24	0.50	1.68*
	高雄市	152	3.16	0.45	
教育訓練	臺北市	295	3.09	0.48	1.53
	高雄市	152	3.02	0.49	
溝通網絡	臺北市	295	2.93	0.53	1.82*
	高雄市	152	2.83	0.53	
整體	臺北市	295	3.12	0.44	1.94*
	高雄市	152	3.04	0.43	

* $p < .05$

六、學校規模

以單因子變異數分析不同學校規模之填答者，對內部行銷在教師專業成長應用現況之看法，不同學校規模之填答者在總量表及各層面上之得分平均數差異如表4-11所示。

由表4-11之資料得知，就整體層面而言，不同學校規模的填答者所知覺的內部行銷在教師專業成長應用現況，有顯著差異存在($F = 9.69, p = .000$)。再經Scheffé事後比較結果，得知61班以上大型規模($M = 3.27$)學校認為現況的符合程度顯著高於12班以下的小型學校($M = 3.00$)、13-36班的中小型學校($M = 3.00$)及37-60班的中型學校($M = 3.10$)之填答者。

在「授權賦能」層面，不同學校規模之填答者間的 F 值達顯著水準($F = 9.10, p = .000$)，表示授權賦能層面會因填答者位於不同的學校規模而有顯著差異。經Scheffé事後比較得知，61班以上大型規模($M = 3.38$)之填答者認為現況之符合程度高於13-36班的中小型學校($M = 3.09$)之填答者。

在「激勵成長」層面，不同學校規模之填答者間的 F 值達顯著水準($F = 7.07, p = .000$)，顯示激勵成長層面會因填答者位於不同的學校規模而有顯著差異。經Scheffé事後比較發現，61班以上大型規模($M = 3.38$)之填答者知覺現況之符合程度會高於12班以下的小型學校($M = 3.07$)及13-36班的中小型學校($M = 3.14$)之填答者。

在「教育訓練」層面，不同學校規模之填答者間的 F 值達顯著水準($F = 10.14, p = .000$)，顯示教育訓練層面會因填答者位於不同的學校規模而有顯著差異。經Scheffé事後比較發現，61班以上大型規模($M = 3.27$)之填答者知覺現況之符合程度會高於13-36班的中小型學校($M = 2.97$)及37-60班的中型學校($M = 3.06$)之填答者。

在「溝通網絡」層面，不同學校規模之填答者間的 F 值達顯著水準($F = 5.16, p = .002$)，顯示溝通網絡層面會因填答者位於不同的學校規模而有所差異。經Scheffé事後比較結果得知，61班以上大型規模($M = 3.27$)之填答者所知覺現況之符合程度高於13-36班的中小型學校($M = 2.97$)之填答者。

表4-11 不同學校規模之填答者所知覺實施現況之單因子變異數分析摘要表

組別	樣本數	平均數	標準差	變異數分析摘要表					Scheffé 事後比較
				SV	SS	df	MS	F	
授權賦能									
(1) 12 班以下	30	3.12	0.51	組間	6.21	3	2.07	9.10***	(4) > (2)
(2) 13-36 班	195	3.09	0.43	組內	100.75	443	0.23		
(3) 37-60 班	108	3.24	0.51	總和	106.96	446			
(4) 61班以上	114	3.38	0.51						
激勵成長									
(1) 12 班以下	30	3.07	0.45	組間	4.76	3	1.59	7.07***	(4) > (1)
(2) 13-36 班	195	3.14	0.48	組內	99.50	443	0.23		(4) > (2)
(3) 37-60 班	108	3.21	0.50	總和	104.27	446			
(4) 61班以上	114	3.38	0.44						
教育訓練									
(1) 12 班以下	30	3.03	0.52	組間	6.63	3	2.21	10.14***	(4) > (2)
(2) 13-36 班	195	2.97	0.48	組內	96.54	443	0.22		(4) > (3)
(3) 37-60 班	108	3.06	0.48	總和	103.17	446			
(4) 61班以上	114	3.27	0.42						
溝通網絡									
(1) 12 班以下	30	2.79	0.50	組間	4.23	3	1.41	5.16**	(4) > (2)
(2) 13-36 班	195	2.82	0.51	組內	120.88	443	0.27		
(3) 37-60 班	108	2.90	0.53	總和	125.11	446			
(4) 61班以上	114	3.05	0.54						
整體									
(1) 12 班以下	30	3.00	0.44	組間	5.30	3	1.77	9.69***	(4) > (1)
(2) 13-36 班	195	3.00	0.42	組內	80.87	443	0.18		(4) > (2)
(3) 37-60 班	108	3.10	0.45	總和	86.18	446			(4) > (3)
(4) 61班以上	114	3.27	0.40						

** $p < .01$; *** $p < .001$

本節小結

由上述統計資料得知內部行銷在教師專業成長應用現況，瞭解不同「性別」之填答者所知覺的內部行銷在教師專業成長現況有差異存在，且男性知覺高於女性；不同「服務年資」之填答者所知覺的內部行銷在教師專業成長應用現況有顯著差異存在，且服務年資較高者知覺高於服務年資淺者；不同「職務」之填答者所知覺的內部行銷在教師專業成長應用現況有顯著差異存在，且擔任校長與教師兼行政職之填答者認為實施現況的符合程度顯著高於導師及專任教師之填答者；

不同「任教領域」之填答者所知覺的內部行銷在教師專業成長現況並無顯著差異；不同「學校地區」之填答者所知覺的內部行銷在教師專業成長應用現況，除了在「教育訓練」層面未有差異存在，其餘層面之現況皆有顯著差異存在且臺北市之填答者之知覺高於高雄市之填答者；不同「學校規模」的填答者所知覺的內部行銷在教師專業成長應用現況有顯著差異存在，且大型規模學校之填答者認為現況的符合程度顯著高於小型學校、中小型學校及中型學校之填答者。

第二節 國民中學內部行銷在教師專業成長應用困境之分析

本節主要在分析內部行銷於教師專業成長應用之困境，由全體填答者在「內部行銷在教師專業成長應用調查問卷」上第二部分第一至第三題之調查結果，並由校內宣導、行政運作及教師等三方面來瞭解北高兩市國民中學內部行銷在教師專業成長應用之困境與其相關意見，此三題均為複選題，分析方式是依據每題填答者所勾選之次數分配及百分比，以瞭解填答者的勾選情形，茲分析如下：

壹、全體填答者對內部行銷於教師專業成長應用困境之意見分析

分別全體填答者對內部行銷在教師專業成長應用「校內宣傳」、「行政運作」及「教師」等三方面所遭遇困境之意見，進行分析。茲述如下：

一、校內宣傳方面

由表4-12之統計結果得知，北高兩市教師認為目前國民中學內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面所面臨之困境，以「教師同仁參與教師專業成長相關活動之動機不足」比例為最高，勾選比例為33.9%，其次為「限於經費而無法大力推展」，勾選比例為22%，茲將國民中學內部行銷在教師專業成長校內宣傳方面之困境依序排列如下：

- (一) 教師同仁參與教師專業成長相關活動之動機不足。(33.9%)
- (二) 限於經費而無法大力推展。(22.0%)
- (三) 由上而下的執行方式，缺乏與教師同仁雙向溝通管道。(18.1%)
- (四) 無法正確了解本校教師對於教師專業成長之需求。(17.4%)
- (五) 無法掌握教師專業成長之精神與內涵。(7.3%)
- (六) 其他。(1.3%)

有上述結果顯示，國民中學內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面之困境，比例最高的「教師同仁參與教師專業成長相關活動之動機不足」已達三成，且「限於經費而無法大力推展」、「由上而下的執行方式，缺乏與教師同仁雙向溝通管道」、「無法正確了解本校教師對於教師專業成長之需求」皆已達一成以上。

表4-12 全體填答者對校內宣傳方面困境之意見分析表

題項	校內宣傳方面之困境	次數	百分比	排序
1	無法正確了解本校教師對於教師專業成長之需求。	170	17.4	4
2	無法掌握教師專業成長之精神與內涵。	71	7.3	5
3	教師同仁參與教師專業成長相關活動之動機不足。	331	33.9	1
4	由上而下的執行方式，缺乏與教師同仁雙向溝通管道。	177	18.1	3
5	限於經費而無法大力推展。	215	22.0	2
6	其他	13	1.3	6
合計		977	100	

二、行政運作方面

由表4-13之統計結果顯示，北高兩市教師認為目前國民中學內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面所面臨之困境，以「行政同仁業務繁重，無暇從事教師專業成長之推展工作」比例為最高，勾選比例為20.5%，其次為「學校無法提供教師參與教師專業成長之誘因」，勾選比例為18.7%，茲將國民中學內部行銷在教師專業成長於行政運作方面之困境依序排列如下：

- (一) 行政同仁業務繁重，無暇從事教師專業成長之推展工作。(20.5%)
- (二) 學校無法提供教師參與教師專業成長之誘因。(18.7%)
- (三) 學校相關經費與硬體設施不足。(15.0%)
- (四) 學校人力不足，無法有效規劃教師專業成長之活動。(12.3%)
- (五) 學校缺乏與教師進行有關教師專業成長對話之溝通平台。(9.5%)
- (六) 社會資源不足，不易安排或聘請富有經驗之學者教師，為同仁進行專業成長活動。(9.2%)
- (七) 對於教師專業成長之相關管道瞭解有限。(7.3%)
- (八) 行政主管缺乏內部行銷之專業知能。(5.1%)
- (九) 缺乏校長的領導與支持。(1.8%)
- (十) 其他。(0.6%)

有上述結果得知，國民中學內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面之困境，比例最高的「行政同仁業務繁重，無暇從事教師專業成長之推展工作」已達二成，「學校無法提供教師參與教師專業成長之誘因」、「學校相關經費與硬體設施不足」、「學校人力不足，無法有效規劃教師專業成長之活動」皆已達一成以上。

表4-13 全體填答者填答者對行政運作方面困境之意見分析表

題項	行政運作方面之困境	次數	百分比	排序
1	行政主管缺乏內部行銷之專業知能。	65	5.1	8
2	行政同仁業務繁重，無暇從事教師專業成長之推展工作。	262	20.5	1
3	缺乏校長的領導與支持。	23	1.8	9
4	學校無法提供教師參與教師專業成長之誘因。	239	18.7	2
5	學校人力不足，無法有效規劃教師專業成長之活動。	157	12.3	4
6	學校相關經費與硬體設施不足。	192	15.0	3
7	學校缺乏與教師進行有關教師專業成長對話之溝通平台。	121	9.5	5
8	對於教師專業成長之相關管道瞭解有限。	93	7.3	7
9	社會資源不足，不易安排或聘請富有經驗之學者教師，為同仁進行專業成長活動。	118	9.2	6
10	其他	7	0.6	10
合計		1,277	100	

三、教師方面

由表4-14顯示，北高兩市教師認為目前國民中學內部行銷在教師專業成長應用於教師方面所面臨之困境，以「教師沒有足夠時間參與各項專業成長活動」比例為最高，勾選比例為34.7%，其次為「教師欠缺主動規劃教師專業成長之熱忱」，勾選比例為21.8%，茲將國民中學內部行銷在教師專業成長於教師方面之困境依序排列如下：

- (一) 教師沒有足夠時間參與各項專業成長活動。(34.7%)
- (二) 教師欠缺主動規劃教師專業成長之熱忱。(21.8%)
- (三) 教師被動得知教師專業成長之相關資訊。(17.6%)
- (四) 教師之間缺乏溝通、合作及分享之平台。(12.5%)
- (五) 教師欠缺主動規劃教師專業成長之能力。(8.6%)
- (六) 教師參與教師專業成長活動無法獲得行政人員之支持。(4.1%)
- (七) 其他。(0.7%)

有上述結果得知，國民中學內部行銷在教師專業成長應用於教師方面之困境，比例最高的「教師沒有足夠時間參與各項專業成長活動」高達三成，而「教師欠缺主動規劃教師專業成長之熱忱」、「教師被動得知教師專業成長之相關資訊」、「教師之間缺乏溝通、合作及分享之平台」皆有一成以上。

表4-14 全體填答者填答者對教師方面困境之意見分析表

題項	教師方面之困境	次數	百分比	排序
1	教師沒有足夠時間參與各項專業成長活動。	363	34.7	1
2	教師欠缺主動規劃教師專業成長之熱忱。	228	21.8	2
3	教師欠缺主動規劃教師專業成長之能力。	90	8.6	5
4	教師之間缺乏溝通、合作及分享之平台。	131	12.5	4
5	教師被動得知教師專業成長之相關資訊。	184	17.6	3
6	教師參與教師專業成長活動無法獲得行政人員之支持。	43	4.1	6
7	其他。	8	0.7	7
合計		1,047	100	

貳、填答者對內部行銷在教師專業成長應用困境與相關問題之意見分析

旨在探討不同背景變項之填答者對於內部行銷在教師專業成長應用於「校內宣傳」、「行政運作」及「教師」等三方面困境之知覺情形，茲分別詳細說明之：

一、校內宣傳方面

(一) 不同服務年資之填答者對內部行銷在教師專業成長校內宣傳上困境之分析

由表4-15統計結果顯示，不同服務年資之填答者所知覺內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面之困境，其意見如下：

1. 服務年資5年（含）以下者

服務年資於5年（含）以下之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面最主要之困境為「教師同仁參與教師專業成長相關活動之動機不足」（71.0%）及「由上而下的執行方式，缺乏與教師同仁雙向溝通管道」（48.4%）。

2. 服務年資6至10年者

服務年資6至10年之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面最主要之困境為「教師同仁參與教師專業成長相關活動之動機不足」（70.2%）及「限於經費而無法大力推展」（49.0%）。

3. 服務年資11至15年者

服務年資11至15年之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面最主要之困境為「教師同仁參與教師專業成長相關活動之動機不足」（81.9%）及「由上而下的執行方式，缺乏與教師同仁雙向溝通管道」（43.4%）。

4. 服務年資16至20年者

服務年資16至20年之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面最主要之困境為「教師同仁參與教師專業成長相關活動之動機不足」（73.5%）及「限於經費而無法大力推展」（51.5%）。

5.服務年資21年以上者

服務年資21年以上之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面最主要之困境為「教師同仁參與教師專業成長相關活動之動機不足」(74.7%)及「限於經費而無法大力推展」(58.6%)。

表4-15 不同服務年資之填答者在校內宣傳方面之困境意見分析表

題項	校內宣傳方面之困境	5年(含)以下		6-10年		11-15年		16-20年		21年以上	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	無法正確了解本校教師對於教師專業成長之需求。	38	40.9	44	42.3	27	32.5	29	42.6	32	32.3
2	無法掌握教師專業成長之精神與內涵。	15	16.1	14	13.5	13	15.7	15	22.1	14	14.1
3	教師同仁參與教師專業成長相關活動之動機不足。	66	71.0	73	70.2	68	81.9	50	73.5	74	74.7
4	由上而下的執行方式，缺乏與教師同仁雙向溝通管道。	45	48.4	46	44.2	36	43.4	24	35.3	26	26.3
5	限於經費而無法大力推展。	36	38.7	51	49.0	35	42.2	35	51.5	58	58.6
6	其他。	0	0	0	0	1	1.2	2	2.9	10	10.1
合計		93	20.8	104	23.3	83	18.6	68	15.2	99	22.1

(二) 不同職務之填答者對內部行銷在教師專業成長校內宣傳上困境之分析

由表4-16統計結果顯示，擔任不同職務之填答者所知覺內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面之困境，其意見如下：

1. 擔任校長者

職務為校長之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面最主要之困境為「教師同仁參與教師專業成長相關活動之動機不足」(74.3%)及「限於經費而無法大力推展」(57.1%)。

2. 擔任教師兼主任者

職務為教師兼主任之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面最主要之困境為「教師同仁參與教師專業成長相關活動之動機不足」(82.3%)及「限於經費而無法大力推展」(54.8%)。

3. 擔任教師兼組長

職務為教師兼組長之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面最主要之困境為「教師同仁參與教師專業成長相關活動之動機不足」(80.5%)、「限於經費而無法大力推展」(53.7%)及「由上而下的執行方式，缺乏與教師同仁雙向溝通管道」(39.0%)。

4. 擔任教師(含導師及專任教師)者

職務為教師(含導師及專任教師)之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面最主要之困境為「教師同仁參與教師專業成長相關活動之動機

不足」(68.3%)、「由上而下的執行方式，缺乏與教師同仁雙向溝通管道」(49.3%)及「限於經費而無法大力推展」(41.9%)。

表4-16 不同職務之填答者在校內宣傳方面之困境意見分析表

題項	校內宣傳方面之困境	校長		教師兼主任		教師兼組長		教師(導師及專任教師)	
		N	%	N	%	N	%	N	%
1	無法正確了解本校教師對於教師專業成長之需求。	8	22.9	22	35.5	45	36.6	95	41.9
2	無法掌握教師專業成長之精神與內涵。	2	5.7	11	17.7	13	10.6	45	19.8
3	教師同仁參與教師專業成長相關活動之動機不足。	26	74.3	51	82.3	99	80.5	155	68.3
4	由上而下的執行方式，缺乏與教師同仁雙向溝通管道。	6	17.1	11	17.7	48	39.0	112	49.3
5	限於經費而無法大力推展。	20	57.1	34	54.8	66	53.7	95	41.9
6	其他。	3	8.6	6	9.7	0	0	4	1.8
合計		65	6.7	135	13.8	271	27.8	506	51.8

(三) 不同學校地區之填答者對內部行銷在教師專業成長校內宣傳上困境之分析

由表4-17統計結果顯示，不同學校地區之填答者所知覺內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面上之困境，其意見如下：

1. 學校地區位於臺北市之填答者

位於台北市國民中學之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面最主要之困境為「教師同仁參與教師專業成長相關活動之動機不足」(75.9%)及「限於經費而無法大力推展」(52.5%)。

2. 學校地區位於高雄市之填答者

位於高雄市國民中學之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面最主要之困境為「教師同仁參與教師專業成長相關活動之動機不足」(70.4%)、「限於經費而無法大力推展」(39.5%)及「由上而下的執行方式，缺乏與教師同仁雙向溝通管道」(39.5%)

表4-17 不同學校地區之填答者在校內宣傳方面上之困境意見分析表

題項	校內宣傳方面之困境	臺北市		高雄市	
		N	%	N	%
1	無法正確了解本校教師對於教師專業成長之需求。	116	39.3	54	35.5
2	無法掌握教師專業成長之精神與內涵。	49	16.6	22	14.5
3	教師同仁參與教師專業成長相關活動之動機不足。	224	75.9	107	70.4
4	由上而下的執行方式，缺乏與教師同仁雙向溝通管道。	117	39.7	60	39.5
5	限於經費而無法大力推展。	155	52.5	60	39.5
6	其他。	11	3.7	2	1.3
合計		672	68.8	305	31.2

(四) 不同學校規模之填答者對內部行銷在教師專業成長校內宣傳上困境之分析

由表4-18統計結果顯示，不同學校規模之填答者所知覺內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳上之困境，其意見如下：

1. 規模為12班以下者

學校規模為12班以下之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面最主要之困境為「限於經費而無法大力推展」(53.3%)及「教師同仁參與教師專業成長相關活動之動機不足」(46.7%)。

2. 規模為13-36班者

學校規模為13-36班之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面最主要之困境為「教師同仁參與教師專業成長相關活動之動機不足」(80.0%)及「由上而下的執行方式，缺乏與教師同仁雙向溝通管道」(45.1%)。

3. 規模為37-60班者

學校規模為37-60班之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面最主要之困境為「教師同仁參與教師專業成長相關活動之動機不足」(75.9%)及「限於經費而無法大力推展」(50.0%)。

4. 規模為61班以上者

學校規模為61班以上之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面最主要之困境為「教師同仁參與教師專業成長相關活動之動機不足」(69.3%)及「限於經費而無法大力推展」(61.4%)。

表4-18 不同學校規模之填答者在校內宣傳方面之困境意見分析表

題項	校內宣傳方面之困境	12班以下		13-36班		37-60班		61班以上	
		N	%	N	%	N	%	N	%
1	無法正確了解本校教師對於教師專業成長之需求。	14	16.7	78	40.0	42	38.9	36	31.6
2	無法掌握教師專業成長之精神與內涵。	9	30.0	31	15.9	21	19.4	10	8.8
3	教師同仁參與教師專業成長相關活動之動機不足。	14	46.7	156	80.0	82	75.9	79	69.3
4	由上而下的執行方式，缺乏與教師同仁雙向溝通管道。	12	40.0	88	45.1	41	38.0	36	31.6
5	限於經費而無法大力推展。	16	53.3	75	38.5	54	50.0	70	61.4
6	其他。	0	0	8	4.1	1	0.9	4	3.5
合計		65	6.7	436	44.6	241	24.7	235	24.1

二、行政運作方面

(一) 不同服務年資之填答者對內部行銷在教師專業成長行政運作上困境之分析

由表4-19統計結果顯示，擔任不同服務年資之填答者所知覺內部行銷在教師專業成長應用於行政運作上之困境，其意見如下：

1. 服務年資5年（含）以下者

服務年資於5年（含）以下之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面最主要之困境為「行政同仁業務繁重，無暇從事教師專業成長之推展工作」（60.2%）及「學校無法提供教師參與教師專業成長之誘因」（47.3%）。

2. 服務年資6至10年者

服務年資6至10年之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面最主要之困境為「行政同仁業務繁重，無暇從事教師專業成長之推展工作」（56.7%）及「學校無法提供教師參與教師專業成長之誘因」（51.0%）。

3. 服務年資11至15年者

服務年資11至15年之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面最主要之困境為「學校無法提供教師參與教師專業成長之誘因」（65.1%）及「行政同仁業務繁重，無暇從事教師專業成長之推展工作」（60.2%）。

4. 服務年資16至20年者

服務年資16至20年之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面最主要之困境為「行政同仁業務繁重，無暇從事教師專業成長之推展工作」（50.0%）及「學校無法提供教師參與教師專業成長之誘因」（48.5%）。

5. 服務年資21年以上者

服務年資21年以上之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面最主要之困境為「行政同仁業務繁重，無暇從事教師專業成長之推展工作」

(63.6%) 及「學校無法提供教師參與教師專業成長之誘因」(55.6%)。

表4-19 不同服務年資之填答者在行政運作方面之困境意見分析表

題項	行政運作方面之困境	5年(含)以下		6-10年		11-15年		16-20年		21年以上	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	行政主管缺乏內部行銷之專業知能。	11	11.8	17	16.3	12	14.5	11	16.2	14	14.1
2	行政同仁業務繁重，無暇從事教師專業成長之推展工作。	56	60.2	59	56.7	50	60.2	34	50.0	63	63.6
3	缺乏校長的領導與支持。	6	6.5	7	6.7	3	3.6	3	4.4	4	4.0
4	學校無法提供教師參與教師專業成長之誘因。	44	47.3	53	51.0	54	65.1	33	48.5	55	55.6
5	學校人力不足，無法有效規劃教師專業成長之活動。	40	43.0	42	40.4	25	30.1	19	27.9	31	31.3
6	學校相關經費與硬體設施不足。	37	39.8	48	46.2	33	39.8	31	45.6	43	43.4
7	學校缺乏與教師進行有關教師專業成長對話之溝通平台。	35	37.6	28	26.9	25	30.1	17	25.0	16	16.2
8	對於教師專業成長之相關管道瞭解有限。	22	23.7	26	25.0	17	20.5	12	17.6	16	16.2
9	社會資源不足，不易安排或聘請富有經驗之學者教師，為同仁進行專業成長活動。	19	20.4	26	25.0	25	30.1	22	32.4	26	26.3
10	其他。	0	0	0	0	1	1.2	1	1.5	5	5.1
合計		270	21.1	306	24.0	245	19.2	183	14.3	273	21.4

(二) 不同職務之填答者對內部行銷在教師專業成長行政運作上困境之分析

由表4-20統計結果顯示，擔任不同職務之填答者所知覺內部行銷在教師專業成長應用於行政運作上之困境，其意見如下：

1. 擔任校長者

職務為校長之填答者認為內部行銷在教師專業成長行政運作方面最主要之困境為「學校無法提供教師參與教師專業成長之誘因」(65.7%)及「行政同仁業務繁重，無暇從事教師專業成長之推展工作」(54.3%)。

2. 擔任教師兼主任者

教師兼主任之填答者認為內部行銷在教師專業成長行政運作上最主要之困境為「學校無法提供教師參與教師專業成長之誘因」(58.1%)、「行政同仁業務繁重，無暇從事教師專業成長之推展工作」(58.1%)及「學校相關經費與硬體設施不足」(43.5%)。

3. 擔任教師兼組長

教師兼組長之填答者認為內部行銷在教師專業成長行政運作方面最主要之困境為「行政同仁業務繁重，無暇從事教師專業成長之推展工作」(63.4%)及「學

校無法提供教師參與教師專業成長之誘因」(52.8%)。

4. 擔任教師(含導師及專任教師)者

職務為教師(含導師及專任教師)之填答者認為內部行銷在教師專業成長行政運作方面最主要之困境為「行政同仁業務繁重，無暇從事教師專業成長之推展工作」(56.8%)及「學校無法提供教師參與教師專業成長之誘因」(50.7%)。

表4-20 不同職務之填答者在行政運作方面之困境意見分析表

題項	行政運作方面之困境	校長		教師兼主任		教師兼組長		教師(導師及專任教師)	
		N	%	N	%	N	%	N	%
1	行政主管缺乏內部行銷之專業知能。	3	8.6	9	14.5	20	16.3	33	14.5
2	行政同仁業務繁重，無暇從事教師專業成長之推展工作。	19	54.3	36	58.1	78	63.4	129	56.8
3	缺乏校長的領導與支持。	0	0	2	3.2	9	7.3	12	5.3
4	學校無法提供教師參與教師專業成長之誘因。	23	65.7	36	58.1	65	52.8	115	50.7
5	學校人力不足，無法有效規劃教師專業成長之活動。	8	22.9	18	29.0	49	39.8	82	36.1
6	學校相關經費與硬體設施不足。	14	40.0	27	43.5	52	42.3	99	43.6
7	學校缺乏與教師進行有關教師專業成長對話之溝通平台。	6	17.1	8	12.9	32	26.0	75	33.0
8	對於教師專業成長之相關管道瞭解有限。	5	14.3	12	19.4	26	21.1	50	22.0
9	社會資源不足，不易安排或聘請富有經驗之學者教師，為同仁進行專業成長活動。	8	22.9	17	27.4	29	23.6	64	28.2
10	其他。	2	5.7	3	4.8	0	0	2	0.9
合計		88	6.9	168	13.2	360	28.2	661	51.8

(三) 不同學校地區之填答者對內部行銷在教師專業成長行政運作上困境之分析

由表4-21統計結果顯示，不同學校地區之填答者所知覺內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面之困境，其意見如下：

1. 學校地區位於臺北市之填答者

位於台北市國民中學之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面最主要之困境為「行政同仁業務繁重，無暇從事教師專業成長之推展工作」(57.6%)及「學校無法提供教師參與教師專業成長之誘因」(54.2%)。

2. 學校地區位於高雄市之填答者

位於高雄市國民中學之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面最主要之困境為「行政同仁業務繁重，無暇從事教師專業成長之推展工作」

(60.5%) 及「學校無法提供教師參與教師專業成長之誘因」(52.0%)

表4-21 不同學校地區之填答者在行政運作方面之困境意見分析表

題項	行政運作方面之困境	臺北市		高雄市	
		N	%	N	%
1	行政主管缺乏內部行銷之專業知能。	46	15.6	19	12.5
2	行政同仁業務繁重，無暇從事教師專業成長之推展工作。	170	57.6	92	60.5
3	缺乏校長的領導與支持。	17	5.8	6	3.9
4	學校無法提供教師參與教師專業成長之誘因。	160	54.2	79	52.0
5	學校人力不足，無法有效規劃教師專業成長之活動。	110	37.3	47	30.9
6	學校相關經費與硬體設施不足。	138	46.8	54	35.5
7	學校缺乏與教師進行有關教師專業成長對話之溝通平台。	79	26.8	42	27.6
8	對於教師專業成長之相關管道瞭解有限。	57	19.3	36	23.7
9	社會資源不足，不易安排或聘請富有經驗之學者教師，為同仁進行專業成長活動。	81	27.5	37	24.3
10	其他。	6	2.0	1	0.7
合計		864	67.7	413	32.3

(四) 不同學校規模之填答者對內部行銷在教師專業成長行政運作上困境之分析

由表4-22統計結果顯示，不同學校規模之填答者所知覺內部行銷在教師專業成長應用於行政運作上之困境，其意見如下：

1. 規模為12班以下者

學校規模為12班以下之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面最主要之困境為「學校人力不足，無法有效規劃教師專業成長之活動」(76.7%) 及「學校相關經費與硬體設施不足」(60.0%)。

2. 規模為13-36班者

學校規模為13-36班之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面最主要之困境為「行政同仁業務繁重，無暇從事教師專業成長之推展工作」(58.5%) 及「學校無法提供教師參與教師專業成長之誘因」(57.4%)。

3. 規模為37-60班者

學校規模為37-60班之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面最主要之困境為「行政同仁業務繁重，無暇從事教師專業成長之推展工作」(57.4%) 及「學校無法提供教師參與教師專業成長之誘因」(53.7%)。

4. 規模為61班以上者

學校規模為61班以上之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於行政運

作方面最主要之困境為「行政同仁業務繁重，無暇從事教師專業成長之推展工作」（60.5%）及「學校相關經費與硬體設施不足」（50.9%）。

表4-22 不同學校規模之填答者在行政運作方面之困境意見分析表

題項	行政運作方面之困境	12班以下		13-36班		37-60班		61班以上	
		N	%	N	%	N	%	N	%
1	行政主管缺乏內部行銷之專業知能。	4	13.3	37	19.0	14	13.0	10	8.8
2	行政同仁業務繁重，無暇從事教師專業成長之推展工作。	17	56.7	114	58.5	62	57.4	69	60.5
3	缺乏校長的領導與支持。	2	6.7	16	8.2	4	3.7	1	0.9
4	學校無法提供教師參與教師專業成長之誘因。	12	40.0	112	57.4	58	53.7	57	50.0
5	學校人力不足，無法有效規劃教師專業成長之活動。	23	76.7	76	39.0	30	27.8	28	24.6
6	學校相關經費與硬體設施不足。	18	60.0	69	35.4	47	43.5	58	50.9
7	學校缺乏與教師進行有關教師專業成長對話之溝通平台。	7	23.3	67	34.4	28	25.9	19	16.7
8	對於教師專業成長之相關管道瞭解有限。	5	16.7	37	19.0	23	21.3	28	24.6
9	社會資源不足，不易安排或聘請富有經驗之學者教師，為同仁進行專業成長活動。	5	16.7	43	22.1	34	31.5	36	31.6
10	其他。	1	3.3	5	2.6	1	0.9	0	0
合計		94	7.4	576	45.1	301	23.6	306	24.0

三、教師方面

（一）不同服務年資之填答者對內部行銷在教師專業成長教師上困境之分析

由表4-23統計結果顯示，擔任不同服務年資之填答者所知覺內部行銷在教師專業成長應用於教師方面之困境，其意見如下：

1. 服務年資5年（含）以下者

服務年資於5年（含）以下之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於教師方面最主要之困境為「教師沒有足夠時間參與各項專業成長活動」（81.7%）、「教師欠缺主動規劃教師專業成長之熱忱」（41.9%）及「教師被動得知教師專業成長之相關資訊」（41.9%）。

2. 服務年資6至10年者

服務年資6至10年之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於教師方面最主要之困境為「教師沒有足夠時間參與各項專業成長活動」（79.8%）及「教師欠缺主動規劃教師專業成長之熱忱」（52.9%）。

3. 服務年資11至15年者

服務年資11至15年之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於教師方面最主要之困境為「教師沒有足夠時間參與各項專業成長活動」（81.9%）及「教師被動得知教師專業成長之相關資訊」（54.2%）。

4. 服務年資16至20年者

服務年資16至20年之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於教師方面最主要之困境為「教師沒有足夠時間參與各項專業成長活動」（88.2%）及「教師欠缺主動規劃教師專業成長之熱忱」（45.6%）。

5. 服務年資21年以上者

服務年資21年以上之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於教師方面最主要之困境為「教師沒有足夠時間參與各項專業成長活動」（76.8%）及「教師欠缺主動規劃教師專業成長之熱忱」（60.8%）。

表4-23 不同服務年資之填答者在教師方面困境之意見分析表

題項	教師方面之困境	5年（含）以下		6-10年		11-15年		16-20年		21年以上	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	教師沒有足夠時間參與各項專業成長活動。	76	81.7	83	79.8	68	81.9	60	88.2	76	76.8
2	教師欠缺主動規劃教師專業成長之熱忱。	39	41.9	55	52.9	43	51.8	31	45.6	60	60.8
3	教師欠缺主動規劃教師專業成長之能力。	15	16.1	17	16.3	18	21.7	17	25.0	23	23.2
4	教師之間缺乏溝通、合作及分享之平台。	28	30.1	27	26.0	30	36.1	23	33.8	23	23.2
5	教師被動得知教師專業成長之相關資訊。	39	41.9	40	38.5	45	54.2	26	38.2	34	34.3
6	教師參與教師專業成長活動無法獲得行政人員之支持。	9	9.7	8	7.7	14	16.9	7	10.3	5	5.1
7	其他。	2	2.2	1	1.0	1	1.2	1	1.5	3	3.0
合計		199	19.2	231	22.3	219	21.1	165	15.9	224	21.6

（二）不同職務之填答者對內部行銷在教師專業成長教師上困境之分析

由表4-24統計結果顯示，擔任不同職務之填答者所知覺內部行銷在教師專業成長應用於教師方面之困境，其意見如下：

1. 擔任校長者

職務為校長之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於教師方面最主要之困境為「教師沒有足夠時間參與各項專業成長活動」（77.1%）及「教師欠缺主動規劃教師專業成長之熱忱」（71.4%）。

2. 擔任教師兼主任者

教師兼主任之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於教師方面最主要之困境為「教師沒有足夠時間參與各項專業成長活動」（83.9%）及「教師欠缺主動規劃教師專業成長之熱忱」（64.5%）。

3. 擔任教師兼組長

教師兼組長之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於教師方面最主要之困境為「教師沒有足夠時間參與各項專業成長活動」（74.0%）及「教師欠缺主動規劃教師專業成長之熱忱」（56.1%）。

4. 擔任教師（含導師及專任教師）者

職務為教師（含導師及專任教師）之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於教師方面最主要之困境為「教師沒有足夠時間參與各項專業成長活動」（85.0%）、「教師欠缺主動規劃教師專業成長之熱忱」（41.4%）及「教師被動得知教師專業成長之相關資訊」（41.4%）。

表4-24 不同職務之填答者在教師方面之困境意見分析表

題項	教師方面之困境	校長		教師兼主任		教師兼組長		教師（導師及專任教師）	
		N	%	N	%	N	%	N	%
1	教師沒有足夠時間參與各項專業成長活動。	27	77.1	52	83.9	91	74.0	193	85.0
2	教師欠缺主動規劃教師專業成長之熱忱。	25	71.4	40	64.5	69	56.1	94	41.4
3	教師欠缺主動規劃教師專業成長之能力。	7	20.0	17	27.4	20	16.3	46	20.3
4	教師之間缺乏溝通、合作及分享之平台。	6	17.1	20	32.3	38	30.9	67	29.5
5	教師被動得知教師專業成長之相關資訊。	14	40.0	20	32.3	56	45.5	94	41.4
6	教師參與教師專業成長活動無法獲得行政人員之支持。	1	2.9	3	4.8	8	6.5	31	13.7
7	其他。	1	2.9	2	3.2	0	0	5	2.2
合計		81	7.7	154	14.7	282	27.0	530	50.6

（三）不同學校地區之填答者對內部行銷在教師專業成長教師上困境之分析

由表4-25統計結果顯示，不同學校地區之填答者所知覺內部行銷在教師專業成長應用於教師方面之困境，其意見如下：

1. 學校地區位於臺北市之填答者

位於台北市國民中學之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於教師方面最主要之困境為「教師沒有足夠時間參與各項專業成長活動」（84.1%）及「教師欠缺主動規劃教師專業成長之熱忱」（56.6%）。

2. 學校地區位於高雄市之填答者

位於高雄市國民中學之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於教師方面最主要之困境為「教師沒有足夠時間參與各項專業成長活動」（75.7%）及「教師被動得知教師專業成長之相關資訊」（44.1%）。

表4-25 不同學校地區之填答者在教師方面之困境意見分析表

題項	教師方面之困境	臺北市		高雄市	
		N	%	N	%
1	教師沒有足夠時間參與各項專業成長活動。	248	84.1	115	75.7
2	教師欠缺主動規劃教師專業成長之熱忱。	167	56.6	61	40.1
3	教師欠缺主動規劃教師專業成長之能力。	56	19.0	34	22.4
4	教師之間缺乏溝通、合作及分享之平台。	96	32.5	35	23.0
5	教師被動得知教師專業成長之相關資訊。	117	39.7	67	44.1
6	教師參與教師專業成長活動無法獲得行政人員之支持。	29	9.8	14	9.2
7	其他。	5	1.7	3	2.0
合計		718	68.6	329	31.4

(四) 不同學校規模之填答者對內部行銷在教師專業成長教師上困境之分析

由表4-26統計結果顯示，不同學校規模之填答者所知覺內部行銷在教師專業成長應用於教師上之困境，其意見如下：

1. 規模為12班以下者

學校規模為12班以下之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於教師方面最主要之困境為「教師沒有足夠時間參與各項專業成長活動」（96.7%）及「教師被動得知教師專業成長之相關資訊」（43.3%）。

2. 規模為13-36班者

學校規模為13-36班之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於教師方面最主要之困境為「教師沒有足夠時間參與各項專業成長活動」（76.4%）及「教師欠缺主動規劃教師專業成長之熱忱」（54.4%）。

3. 規模為37-60班者

學校規模為37-60班之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於教師方面最主要之困境為「教師沒有足夠時間參與各項專業成長活動」（87.0%）及「教師欠缺主動規劃教師專業成長之熱忱」（47.2%）。

4. 規模為61班以上者

學校規模為61班以上之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於教師方面最主要之困境為「教師沒有足夠時間參與各項專業成長活動」（79.8%）及「教師欠缺主動規劃教師專業成長之熱忱」（54.4%）。

表4-26 不同學校規模之填答者在教師方面之困境意見分析表

題項	教師方面之困境	12班以下		13-36班		37-60班		61班以上	
		N	%	N	%	N	%	N	%
1	教師沒有足夠時間參與各項專業成長活動。	29	96.7	149	76.4	94	87.0	91	79.8
2	教師欠缺主動規劃教師專業成長之熱忱。	9	30.3	106	54.4	51	47.2	62	54.4
3	教師欠缺主動規劃教師專業成長之能力。	4	13.3	48	24.6	19	17.6	19	16.7
4	教師之間缺乏溝通、合作及分享之平台。	8	26.7	60	30.8	35	32.4	28	24.6
5	教師被動得知教師專業成長之相關資訊。	13	43.3	82	42.1	48	44.4	41	36.0
6	教師參與教師專業成長活動無法獲得行政人員之支持。	4	13.3	21	10.8	7	6.5	11	9.6
7	其他。	0	0	5	2.6	1	0.9	2	1.8
合計		67	6.4	471	45.0	255	24.4	254	24.3

本節小結

由上述統計結果得知，內部行銷在教師專業成長應用遭遇困境中，就校內宣傳方面，不論在不同服務年資、職務、學校地區及學校規模之填答者，皆認為內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面最主要之面臨困境為「教師同仁參與教師專業成長相關活動之動機不足」、「限於經費而無法大力推展」及「由上而下的執行方式，缺乏與教師同仁雙向溝通管道」。

就行政運作方面，不論在不同服務年資、職務、學校地區及學校規模之填答者，皆認為內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面最主要之面臨困境為「學校無法提供教師參與教師專業成長之誘因」及「行政同仁業務繁重，無暇從事教師專業成長之推展工作」。

就教師方面，不論在不同服務年資、職務、學校地區及學校規模之填答者，皆認為內部行銷在教師專業成長應用於教師方面最主要之面臨困境為「教師沒有足夠時間參與各項專業成長活動」、「教師欠缺主動規劃教師專業成長之熱忱」及「教師被動得知教師專業成長之相關資訊」。

第三節 國民中學內部行銷在教師專業成長應用因應策略之分析

本節主要在分析內部行銷於教師專業成長應用之因應策略，由全體填答者在「內部行銷在教師專業成長應用調查問卷」上第三部分第一題至第三題之調查結果，並從校內宣導、行政運作及教師等三方面來瞭解北高兩市國民中學內部行銷在教師專業成長應用之因應策略與相關意見，此三題均為複選題，分析方式是依

據每題填答者所勾選之次數分配及百分比，以瞭解填答者的勾選情形，茲析述如下：

壹、全體填答者對內部行銷於教師專業成長應用因應策略之意見分析

分別由全體填答者對內部行銷在教師專業成長應用「校內宣傳」、「行政運作」及「教師」等三方面遭遇困境的因應策略之意見，進行分析。分述如下：

一、校內宣傳方面

由表4-27之統計結果顯示，北高兩市教師認為目前國民中學內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面之因應策略，以「因應教師的不同需求，規劃不同的專業成長內容與方式」比例為最高，勾選比例為21.3%，其次為「聽取教師意見，瞭解教師所面臨的教學困境及其需求為何」，勾選比例為20.6%，茲將國民中學內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面之因應策略依序排列如下：

1. 因應教師的不同需求，規劃不同的專業成長內容與方式。(21.3%)
2. 聽取教師意見，瞭解教師所面臨的教學困境及其需求為何。(20.6%)
3. 因應教師專業成長趨勢，建立教師專業成長資料庫。(17.4%)
4. 加強學校教師與行政人員之間正式或非正式的溝通管道。(15.8%)
5. 鼓勵教師與行政人員共同規劃教師專業成長活動。(14.1%)
6. 定期對教師專業成長之活動進行檢核，維持教師專業成長之水準(10.4%)
7. 其他。(0.4%)

有上述結果得知，國民中學內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面之因應策略，「教師同仁參與教師專業成長相關活動之動機不足」與「聽取教師意見，瞭解教師所面臨的教學困境及其需求為何」已達二成，其餘皆達一成以上。

表4-27 全體填答者對校內宣傳方面因應策略之意見分析表

題項	校內宣傳方面之因應策略	次數	百分比	排序
1	加強學校教師與行政人員之間正式或非正式的溝通管道。	207	15.8	4
2	聽取教師意見，瞭解教師所面臨的教學困境及其需求為何。	268	20.6	2
3	因應教師的不同需求，規劃不同的專業成長內容與方式。	277	21.3	1
4	鼓勵教師與行政人員共同規劃教師專業成長活動。	184	14.1	5
5	因應教師專業成長趨勢，建立教師專業成長資料庫。	226	17.4	3
6	定期對教師專業成長之活動進行檢核，維持教師專業成長之水準。	135	10.4	6
7	其他。	5	0.4	7
合計		1,302	100	

二、行政運作方面

由表4-28之統計結果顯示，北高兩市教師認為目前國民中學內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面所面臨之因應策略，以「建立回饋機制，隨時瞭解教師對於成長活動之滿意情形」比例為最高，勾選比例為14.2%，其次為「建立參與專業成長表現優良之教師的獎勵機制」，勾選比例為14.1%，茲將國民中學內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面之因應策略依序排列如下：

1. 建立回饋機制，隨時瞭解教師對於成長活動之滿意情形。(14.2%)
2. 建立參與專業成長表現優良之教師的獎勵機制。(14.1%)
3. 建立全校教師參與規劃教師專業成長之機制。(13.2%)
4. 與他校或民間策略聯盟，相互吸取經驗。(12.9%)
5. 建立推展教師專業成長績效優良行政人員的獎勵機制。(11.2%)
6. 舉辦專業成長講座，增進全校教育人員的專業成長知能。(10.8%)
7. 拓展公共關係，爭取家長及社區資源的支持(助)。(8.8%)
8. 設置教師專業成長專責人員(團隊)以負責內部行銷事宜。(7.8%)
9. 聘請專家學者組成教師專業成長之諮詢小組。(6.8%)
10. 其他。(0.2%)

有上述結果得知，國民中學內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面之可行因應策略，「建立回饋機制，隨時瞭解教師對於成長活動之滿意情形」、「建立參與專業成長表現優良之教師的獎勵機制」、「建立全校教師參與規劃教師專業成長之機制」、「與他校或民間策略聯盟，相互吸取經驗」、「建立推展教師專業成長績效優良行政人員的獎勵機制」與「舉辦專業成長講座，增進全校教育人員的專業成長知能」皆達一成以上。

表4-28 全體填答者對行政運作方面因應策略之意見分析表

題項	行政運作方面之因應策略	次數	百分比	排序
1	建立全校教師參與規劃教師專業成長之機制。	206	13.2	3
2	建立回饋機制，隨時瞭解教師對於成長活動之滿意情形。	222	14.2	1
3	與他校或民間策略聯盟，相互吸取經驗。	201	12.9	4
4	建立推展教師專業成長績效優良行政人員的獎勵機制。	175	11.2	5
5	建立參與專業成長表現優良之教師的獎勵機制。	220	14.1	2
6	舉辦專業成長講座，增進全校教育人員的專業成長知能。	169	10.8	6
7	聘請專家學者組成教師專業成長之諮詢小組。	106	6.8	9
8	拓展公共關係，爭取家長及社區資源的支持(助)。	138	8.8	7
9	設置教師專業成長專責人員(團隊)以負責內部行銷事宜。	123	7.8	8
10	其他。	3	0.2	10
合計		1,563	100	

三、教師方面

由表4-29統計結果顯示，北高兩市教師認為目前國民中學內部行銷在教師專業成長應用於教師方面之因應策略，以「鼓勵教師以小組團隊方式進行教師專業成長」比例為最高，勾選比例為21.4%，其次為「安排各領域教師進行專業學科知能的對話與分享」，勾選比例為19.5%，茲將國民中學內部行銷在教師專業成長應用於教師方面之因應策略依序排列如下：

1. 鼓勵教師以小組團隊方式進行教師專業成長。(21.4%)
2. 安排各領域教師進行專業學科知能的對話與分享。(19.5%)
3. 加強校際之間聯合辦理教師專業成長活動。(15.4%)
4. 藉由專業成長課程，激發教師自我專業成長之規劃能力。(15.3%)
5. 利用電子郵件或電子報提供教師各項研習資訊。(14.6%)
6. 定期舉辦教師專業成長之成果展，並將成果彙整至教師專業成長資料庫與同仁分享。(13.6%)
7. 其他。(0.2%)

有上述統計結果得知，國民中學內部行銷在教師專業成長應用於教師方面之因應策略，「教師同仁參與教師專業成長相關活動之動機不足」與「聽取教師意見，瞭解教師所面臨的教學困境及其需求為何」已達二成，其餘皆達一成以上。

表4-29 全體填答者對教師方面因應策略之意見分析表

題項	教師方面之因應策略	次數	百分比	排序
1	鼓勵教師以小組團隊方式進行教師專業成長。	276	21.4	1
2	安排各領域教師進行專業學科知能的對話與分享。	251	19.5	2
3	加強校際之間聯合辦理教師專業成長活動。	199	15.4	3
4	藉由專業成長課程，激發教師自我專業成長之規劃能力。	197	15.3	4
5	利用電子郵件或電子報提供教師各項研習資訊。	188	14.6	5
6	定期舉辦教師專業成長之成果展，並將成果彙整至教師專業成長資料庫與同仁分享。	176	13.6	6
7	其他。	3	0.2	7
合計		1,290	100	

貳、填答者對內部行銷在教師專業成長應用因應策略與相關問題之意見分析

旨在探討不同背景變項之填答者對於內部行銷在教師專業成長應用於「校內宣傳」、「行政運作」及「教師」等三方面因應策略之知覺情形，茲分別詳細說明之：

一、校內宣傳方面

(一) 不同服務年資之填答者對內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面因應策略之分析

由表4-30統計結果顯示，不同服務年資之填答者所知覺內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面之因應策略，其意見如下：

1. 服務年資5年（含）以下者

服務年資於5年（含）以下之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面最主要之因應策略為「聽取教師意見，瞭解教師所面臨的教學困境及其需求為何」（57.0%）及「因應教師的不同需求，規劃不同的專業成長內容與方式」（55.9%）。

2. 服務年資6至10年者

服務年資6至10年之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面最主要之因應策略為「因應教師的不同需求，規劃不同的專業成長內容與方式」（69.2%）及「聽取教師意見，瞭解教師所面臨的教學困境及其需求為何」（60.6%）。

3. 服務年資11至15年者

服務年資11至15年之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面最主要之因應策略為「聽取教師意見，瞭解教師所面臨的教學困境及其需求為何」（74.7%）及「因應教師的不同需求，規劃不同的專業成長內容與方式」（71.1%）。

4. 服務年資16至20年者

服務年資16至20年之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面最主要之因應策略為「因應教師的不同需求，規劃不同的專業成長內容與方式」（63.2%）及「聽取教師意見，瞭解教師所面臨的教學困境及其需求為何」（54.4%）。

5. 服務年資21年以上者

服務年資21年以上之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面最主要之因應策略為「因應教師專業成長趨勢，建立教師專業成長資料庫」（59.6%）及「聽取教師意見，瞭解教師所面臨的教學困境及其需求為何」（53.5%）。

表4-30 不同服務年資之填答者在校內宣傳方面之因應策略意見分析表

題項	校內宣傳方面之因應策略	5年(含)以下		6-10年		11-15年		16-20年		21年以上	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	加強學校教師與行政人員之間正式或非正式的溝通管道。	49	52.7	48	46.2	35	42.2	25	36.8	50	50.5
2	聽取教師意見，瞭解教師所面臨的教學困境及其需求為何。	53	57.0	63	60.6	62	74.7	37	54.4	53	53.5
3	因應教師的不同需求，規劃不同的專業成長內容與方式。	52	55.9	72	69.2	59	71.1	43	63.2	51	51.5
4	鼓勵教師與行政人員共同規劃教師專業成長活動。	38	40.9	43	41.3	33	39.8	27	39.7	43	43.4
5	因應教師專業成長趨勢，建立教師專業成長資料庫。	39	41.9	46	44.2	50	60.2	32	47.1	59	59.6
6	定期對教師專業成長之活動進行檢核，維持教師專業成長之水準。	19	20.4	23	22.1	26	31.3	22	32.4	45	45.5
7	其他。	0	0	1	1.0	0	0	0	0	4	4.0
合計		250	19.2	296	22.7	265	20.4	186	14.3	305	23.4

(二) 不同職務之填答者對內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面因應策略之分析

由表4-31統計結果顯示，擔任不同職務之填答者所知覺內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面之因應策略，其意見如下：

1. 擔任校長者

職務為校長之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面最主要之因應策略為「因應教師專業成長趨勢，建立教師專業成長資料庫」(71.4%)及「定期對教師專業成長之活動進行檢核，維持教師專業成長之水準」(62.9%)。

2. 擔任教師兼主任者

教師兼主任之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面最主要之因應策略為「因應教師的不同需求，規劃不同的專業成長內容與方式」(62.9%)及「因應教師專業成長趨勢，建立教師專業成長資料庫」(58.1%)。

3. 擔任教師兼組長

教師兼組長之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面最主要之因應策略為「聽取教師意見，瞭解教師所面臨的教學困境及其需求為何」(61.8%)及「因應教師的不同需求，規劃不同的專業成長內容與方式」(61.0%)。

4. 擔任教師(含導師及專任教師)者

職務為教師(含導師及專任教師)之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面最主要之因應策略為「因應教師的不同需求，規劃不同的專業成長內容與方式」(64.8%)及「聽取教師意見，瞭解教師所面臨的教學困境及其需求為何」(62.6%)。

表4-31 不同職務之填答者在校內宣傳方面之因應策略意見分析表

題項	校內宣傳方面之因應策略	校長		教師兼主任		教師兼組長		教師(導師及專任教師)	
		N	%	N	%	N	%	N	%
1	加強學校教師與行政人員之間正式或非正式的溝通管道。	15	42.9	31	50.0	53	43.1	108	47.6
2	聽取教師意見，瞭解教師所面臨的教學困境及其需求為何。	18	51.4	32	51.6	76	61.8	142	62.6
3	因應教師的不同需求，規劃不同的專業成長內容與方式。	16	45.7	39	62.9	75	61.0	147	64.8
4	鼓勵教師與行政人員共同規劃教師專業成長活動。	17	48.6	29	46.8	63	51.2	75	33.0
5	因應教師專業成長趨勢，建立教師專業成長資料庫。	25	71.4	36	58.1	62	50.4	103	45.4
6	定期對教師專業成長之活動進行檢核，維持教師專業成長之水準。	22	62.9	32	51.6	39	31.7	42	18.5
7	其他。	1	2.9	1	1.6	1	0.8	2	0.9
合計									

(三) 不同學校地區之填答者對內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面因應策略之分析

由表4-32統計結果顯示，不同學校地區之填答者所知覺內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面之因應策略，其意見如下：

1. 學校地區位於臺北市之填答者

位於台北市國民中學之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面最主要之因應策略為「因應教師的不同需求，規劃不同的專業成長內容與方式」(61.7%)及「聽取教師意見，瞭解教師所面臨的教學困境及其需求為何」(60.7%)。

2. 學校地區位於高雄市之填答者

位於高雄市國民中學之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面最主要之因應策略為「因應教師的不同需求，規劃不同的專業成長內容與方式」(62.5%)及「聽取教師意見，瞭解教師所面臨的教學困境及其需求為何」(58.6%)。

表4-32 不同學校地區之填答者在校內宣傳方面之因應策略意見分析表

題項	校內宣傳方面之因應策略	臺北市		高雄市	
		N	%	N	%
1	加強學校教師與行政人員之間正式或非正式的溝通管道。	134	45.4	73	48.0
2	聽取教師意見，瞭解教師所面臨的教學困境及其需求為何。	179	60.7	89	58.6
3	因應教師的不同需求，規劃不同的專業成長內容與方式。	182	61.7	95	62.5
4	鼓勵教師與行政人員共同規劃教師專業成長活動。	128	43.4	56	36.8
5	因應教師專業成長趨勢，建立教師專業成長資料庫。	155	52.5	71	46.7
6	定期對教師專業成長之活動進行檢核，維持教師專業成長之水準。	98	33.2	37	24.3
7	其他。	2	0.7	3	2.0
合計		878	67.4	424	32.6

(四) 不同學校規模之填答者對內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面因應策略之分析

由表4-33統計結果顯示，不同學校規模之填答者所知覺內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面之因應策略，其意見如下：

1. 規模為12班以下者

學校規模為12班以下之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面最主要之因應策略為「聽取教師意見，瞭解教師所面臨的教學困境及其需求為何」(60.0%)及「因應教師的不同需求，規劃不同的專業成長內容與方式」(56.7%)。

2. 規模為13-36班者

學校規模為13-36班之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面最主要之因應策略為「因應教師的不同需求，規劃不同的專業成長內容與方式」(64.1%)及「聽取教師意見，瞭解教師所面臨的教學困境及其需求為何」(63.1%)。

3. 規模為37-60班者

學校規模為37-60班之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面最主要之因應策略為「因應教師的不同需求，規劃不同的專業成長內容與方式」(61.1%)及「聽取教師意見，瞭解教師所面臨的教學困境及其需求為何」(56.5%)。

4. 規模為61班以上者

學校規模為61班以上之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面最主要之因應策略為「因應教師的不同需求，規劃不同的專業成長內容與方式」(60.5%)及「聽取教師意見，瞭解教師所面臨的教學困境及其需求為何」(57.9%)。

表4-33 不同學校規模之填答者在校內宣傳方面之因應策略意見分析表

題項	校內宣傳方面之因應策略	12班以下		13-36班		37-60班		61班以上	
		N	%	N	%	N	%	N	%
1	加強學校教師與行政人員之間正式或非正式的溝通管道。	14	46.7	96	49.2	52	48.1	45	39.5
2	聽取教師意見,瞭解教師所面臨的教學困境及其需求為何。	18	60.0	123	63.1	61	56.5	66	57.9
3	因應教師的不同需求,規劃不同的專業成長內容與方式。	17	56.7	125	64.1	66	61.1	69	60.5
4	鼓勵教師與行政人員共同規劃教師專業成長活動。	12	40.0	87	44.6	39	36.1	46	40.4
5	因應教師專業成長趨勢,建立教師專業成長資料庫。	16	53.3	87	44.6	57	52.8	66	57.9
6	定期對教師專業成長之活動進行檢核,維持教師專業成長之水準。	5	16.7	54	27.7	37	34.3	39	34.2
7	其他。	0	0	2	1.0	0	0	3	2.6
合計		82	6.3	574	44.1	312	24.0	334	25.6

二、行政運作方面

(一) 不同服務年資之填答者對內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面因應策略之分析

由表4-34統計結果顯示,不同服務年資之填答者所知覺內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面之因應策略,其意見如下:

1. 服務年資5年(含)以下者

服務年資於5年(含)以下之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面最主要之因應策略為「建立參與專業成長表現優良之教師的獎勵機制」(49.5%)及「建立回饋機制,隨時瞭解教師對於成長活動之滿意情形」(45.2%)。

2. 服務年資6至10年者

服務年資6至10年之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面最主要之因應策略為「建立回饋機制,隨時瞭解教師對於成長活動之滿意情形」(45.2%)、「建立參與專業成長表現優良之教師的獎勵機制」(45.2%)及「建立全校教師參與規劃教師專業成長之機制」(44.2%)。

3. 服務年資11至15年者

服務年資11至15年之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面最主要之因應策略為「建立參與專業成長表現優良之教師的獎勵機制」(62.7%)及「建立全校教師參與規劃教師專業成長之機制」(53.0%)。

4. 服務年資16至20年者

服務年資16至20年之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面最主要之因應策略為「與他校或民間策略聯盟,相互吸取經驗」(50.0%)及「建立全校教師參與規劃教師專業成長之機制」(47.1%)。

5.服務年資21年以上者

服務年資21年以上之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面最主要之因應策略為「建立回饋機制，隨時瞭解教師對於成長活動之滿意情形」（59.6%）及「建立全校教師參與規劃教師專業成長之機制」（48.5%）。

表4-34 不同服務年資之填答者在行政運作方面之因應策略意見分析表

題項	行政運作方面之因應策略	5年(含)以下		6-10年		11-15年		16-20年		21年以上	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	建立全校教師參與規劃教師專業成長之機制。	36	38.7	46	44.2	44	53.0	32	47.1	48	48.5
2	建立回饋機制，隨時瞭解教師對於成長活動之滿意情形。	42	45.2	47	45.2	43	51.8	31	45.6	59	59.6
3	與他校或民間策略聯盟，相互吸取經驗。	38	40.9	44	42.3	38	45.8	34	50.0	47	47.5
4	建立推展教師專業成長績效優良行政人員的獎勵機制。	38	40.9	41	39.4	36	43.4	21	30.9	39	39.4
5	建立參與專業成長表現優良之教師的獎勵機制。	46	49.5	47	45.2	52	62.7	31	45.6	44	44.4
6	舉辦專業成長講座，增進全校教育人員的專業成長知能。	35	37.6	40	38.5	31	37.3	29	42.6	34	34.3
7	聘請專家學者組成教師專業成長之諮詢小組。	27	29.0	19	18.3	17	20.5	15	22.1	28	28.3
8	拓展公共關係，爭取家長及社區資源的支持(助)。	22	23.7	33	31.7	27	32.5	23	33.8	33	33.3
9	設置教師專業成長專責人員(團隊)以負責內部行銷事宜。	21	22.6	28	26.9	28	33.7	17	25.0	29	29.3
10	其他。	0	0	1	1.0	1	1.2	0	0	1	1.0
合計		305	19.5	346	22.1	317	20.3	233	14.9	362	23.2

(二) 不同職務之填答者對內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面因應策略之分析

由表4-35統計結果顯示，擔任不同職務之填答者所知覺內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面之因應策略，其意見如下：

1. 擔任校長者

職務為校長之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面最主要之因應策略為「建立參與專業成長表現優良之教師的獎勵機制」（62.9%）及「建立回饋機制，隨時瞭解教師對於成長活動之滿意情形」（51.4%）。

2. 擔任教師兼主任者

教師兼主任之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面最主要之因應策略為「建立全校教師參與規劃教師專業成長之機制」（59.7%）、「建立參與專業成長表現優良之教師的獎勵機制」（59.7%）及「建立回饋機制，隨時瞭解教師對於成長活動之滿意情形」（54.8%）。

3. 擔任教師兼組長

教師兼組長之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面最主要之因應策略為「建立回饋機制，隨時瞭解教師對於成長活動之滿意情形」（51.2%）及「建立全校教師參與規劃教師專業成長之機制」（50.4%）。

4. 擔任教師（含導師及專任教師）者

職務為教師（含導師及專任教師）之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面最主要之因應策略為「建立回饋機制，隨時瞭解教師對於成長活動之滿意情形」（47.1%）及「建立參與專業成長表現優良之教師的獎勵機制」（44.5%）。

表4-35 不同職務之填答者在行政運作方面之因應策略意見分析表

題項	行政運作方面之因應策略	校長		教師兼主任		教師兼組長		教師（導師及專任教師）	
		N	%	N	%	N	%	N	%
1	建立全校教師參與規劃教師專業成長之機制。	17	48.6	37	59.7	62	50.4	90	39.6
2	建立回饋機制，隨時瞭解教師對於成長活動之滿意情形。	18	51.4	34	54.8	63	51.2	107	47.1
3	與他校或民間策略聯盟，相互吸取經驗。	12	34.3	32	51.6	57	46.3	100	44.1
4	建立推展教師專業成長績效優良行政人員的獎勵機制。	16	45.7	26	41.9	56	45.5	77	33.9
5	建立參與專業成長表現優良之教師的獎勵機制。	22	62.9	37	59.7	60	48.8	101	44.5
6	舉辦專業成長講座，增進全校教育人員的專業成長知能。	13	37.1	24	38.7	53	43.1	79	34.8
7	聘請專家學者組成教師專業成長之諮詢小組。	12	34.3	9	14.5	29	23.6	56	24.7
8	拓展公共關係，爭取家長及社區資源的支持（助）。	9	25.7	22	35.5	40	32.5	67	29.5
9	設置教師專業成長專責人員（團隊）以負責內部行銷事宜。	12	34.3	18	29.0	37	30	56	24.7
10	其他。	0	0	0	0	0	0	3	1.3
合計		131	8.4	239	15.3	457	29.2	736	47.1

（三）不同學校地區之填答者對內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面因應策略之分析

由表4-36統計結果顯示，不同學校地區之填答者所知覺內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面之因應策略，其意見如下：

1. 學校地區位於臺北市之填答者

位於台北市國民中學之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於行政運作

方面最主要之因應策略為「建立參與專業成長表現優良之教師的獎勵機制」(51.5%)及「建立回饋機制，隨時瞭解教師對於成長活動之滿意情形」(49.5%)。

2. 學校地區位於高雄市之填答者

位於高雄市國民中學之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面最主要之因應策略為「建立回饋機制，隨時瞭解教師對於成長活動之滿意情形」(50.0%)及「與他校或民間策略聯盟，相互吸取經驗」(47.4%)

表4-36 不同學校地區之填答者在行政運作方面之因應策略意見分析表

題項	行政運作方面之因應策略	臺北市		高雄市	
		N	%	N	%
1	建立全校教師參與規劃教師專業成長之機制。	145	49.2	61	40.1
2	建立回饋機制，隨時瞭解教師對於成長活動之滿意情形。	146	49.5	76	50.0
3	與他校或民間策略聯盟，相互吸取經驗。	129	43.7	72	47.4
4	建立推展教師專業成長績效優良行政人員的獎勵機制。	123	41.7	52	34.2
5	建立參與專業成長表現優良之教師的獎勵機制。	152	51.5	68	44.7
6	舉辦專業成長講座，增進全校教育人員的專業成長知能。	119	40.3	50	32.9
7	聘請專家學者組成教師專業成長之諮詢小組。	73	24.7	33	21.7
8	拓展公共關係，爭取家長及社區資源的支持(助)。	102	34.6	36	23.7
9	設置教師專業成長專責人員(團隊)以負責內部行銷事宜。	82	27.8	41	27.0
10	其他。	2	0.7	1	0.7
合計		1073	68.7	490	31.3

(四) 不同學校規模之填答者對內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面因應策略之分析

由表4-37統計結果顯示，不同學校規模之填答者所知覺內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面之因應策略，其意見如下：

1. 規模為12班以下者

學校規模為12班以下之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面最主要之因應策略為「建立全校教師參與規劃教師專業成長之機制」(46.7%)、「建立回饋機制，隨時瞭解教師對於成長活動之滿意情形」(46.7%)及「建立參與專業成長表現優良之教師的獎勵機制」(46.7%)。

2. 規模為13-36班者

學校規模為13-36班之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面最主要之因應策略為「建立參與專業成長表現優良之教師的獎勵機制」(54.9%)及「與他校或民間策略聯盟，相互吸取經驗」(48.7%)。

3. 規模為37-60班者

學校規模為37-60班之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面最主要之因應策略為「建立全校教師參與規劃教師專業成長之機制」(54.6%)及「建立回饋機制，隨時瞭解教師對於成長活動之滿意情形」(50.0%)。

4. 規模為61班以上者

學校規模為61班以上之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面最主要之因應策略為「建立回饋機制，隨時瞭解教師對於成長活動之滿意情形」(52.6%)及「建立推展教師專業成長績效優良行政人員的獎勵機制」(46.5%)。

表4-37 不同學校規模之填答者在行政運作方面之因應策略意見分析表

題項	行政運作方面之因應策略	12班以下		13-36班		37-60班		61班以上	
		N	%	N	%	N	%	N	%
1	建立全校教師參與規劃教師專業成長之機制。	14	46.7	81	41.5	59	54.6	52	45.6
2	建立回饋機制，隨時瞭解教師對於成長活動之滿意情形。	14	46.7	94	48.2	54	50.0	60	52.6
3	與他校或民間策略聯盟，相互吸取經驗。	11	36.7	95	48.7	45	41.7	50	43.9
4	建立推展教師專業成長績效優良行政人員的獎勵機制。	9	30.0	76	39.0	37	34.3	53	46.5
5	建立參與專業成長表現優良之教師的獎勵機制。	14	46.7	107	54.9	49	45.4	50	43.9
6	舉辦專業成長講座，增進全校教育人員的專業成長知能。	13	43.3	67	34.4	41	38.0	48	42.1
7	聘請專家學者組成教師專業成長之諮詢小組。	7	23.3	52	26.7	24	22.2	23	20.2
8	拓展公共關係，爭取家長及社區資源的支持(助)。	11	36.7	57	29.2	34	31.5	36	31.6
9	設置教師專業成長專責人員(團隊)以負責內部行銷事宜。	7	23.3	43	22.1	37	34.3	36	31.6
10	其他。	0	0	1	0.5	1	0.9	1	0.9
合計		100	6.4	673	43.1	381	24.3	409	26.2

三、教師方面

(一) 不同服務年資之填答者對內部行銷在教師專業成長應用於教師方面因應策略之分析

由表4-38統計結果顯示，不同服務年資之填答者所知覺內部行銷在教師專業成長應用於教師方面之因應策略，其意見如下：

1. 服務年資5年(含)以下者

服務年資於5年(含)以下之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於教師方面最主要之因應策略為「鼓勵教師以小組團隊方式進行教師專業成長」(58.1%)及「安排各領域教師進行專業學科知能的對話與分享」(50.5%)。

2. 服務年資6至10年者

服務年資6至10年之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於教師方面最主要之因應策略為「鼓勵教師以小組團隊方式進行教師專業成長」(54.8%)及「安排各領域教師進行專業學科知能的對話與分享」(53.8%)。

3. 服務年資11至15年者

服務年資11至15年之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於教師方面最主要之因應策略為「鼓勵教師以小組團隊方式進行教師專業成長」(62.7%)、「安排各領域教師進行專業學科知能的對話與分享」(62.7%)及「藉由專業成長課程，激發教師自我專業成長之規劃能力」(56.6%)。

4. 服務年資16至20年者

服務年資16至20年之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於教師方面最主要之因應策略為「鼓勵教師以小組團隊方式進行教師專業成長」(69.1%)及「安排各領域教師進行專業學科知能的對話與分享」(58.8%)。

5. 服務年資21年以上者

服務年資21年以上之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於教師方面最主要之因應策略為「鼓勵教師以小組團隊方式進行教師專業成」(66.7%)及「安排各領域教師進行專業學科知能的對話與分享」(56.6%)。

表4-38 不同服務年資之填答者在教師方面之因應策略意見分析表

題項	教師方面之因應策略	5年(含)以下		6-10年		11-15年		16-20年		21年以上	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	鼓勵教師以小組團隊方式進行教師專業成長。	54	58.1	57	54.8	52	62.7	47	69.1	66	66.7
2	安排各領域教師進行專業學科知能的對話與分享。	47	50.5	56	53.8	52	62.7	40	58.8	56	56.6
3	加強校際之間聯合辦理教師專業成長活動。	40	43.0	41	39.4	37	44.6	32	47.1	49	49.5
4	藉由專業成長課程，激發教師自我專業成長之規劃能力。	34	36.6	38	36.5	47	56.6	35	51.5	43	43.4
5	利用電子郵件或電子報提供教師各項研習資訊。	46	49.5	48	46.2	37	44.6	20	29.4	37	37.4
6	定期舉辦教師專業成長之成果展，並將成果彙整至教師專業成長資料庫與同仁分享。	33	35.5	34	32.7	33	39.8	25	36.8	51	51.5
7	其他。	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3.0
合計		254	19.7	274	21.3	258	20.0	199	15.4	305	23.6

(二) 不同職務之填答者對內部行銷在教師專業成長應用於教師方面因應策略之分析

由表4-39統計結果顯示，擔任不同職務之填答者所知覺內部行銷在教師專業成長應用於教師方面之因應策略，其意見如下：

1. 擔任校長者

職務為校長之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於教師方面最主要之因應策略為「鼓勵教師以小組團隊方式進行教師專業成長」(71.4%)及「定期舉辦教師專業成長之成果展，並將成果彙整至教師專業成長資料庫與同仁分享」(57.1%)。

2. 擔任教師兼主任者

教師兼主任之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於教師方面最主要之因應策略為「鼓勵教師以小組團隊方式進行教師專業成長」(71.0%)及「安排各領域教師進行專業學科知能的對話與分享」(67.7%)。

3. 擔任教師兼組長

教師兼組長之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於教師方面最主要之因應策略為「鼓勵教師以小組團隊方式進行教師專業成長」(61.0%)及「安排各領域教師進行專業學科知能的對話與分享」(52.0%)。

4. 擔任教師(含導師及專任教師)者

職務為教師(含導師及專任教師)之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於教師方面最主要之因應策略為「鼓勵教師以小組團隊方式進行教師專業成長」(58.1%)及「安排各領域教師進行專業學科知能的對話與分享」(55.5%)。

表4-39 不同職務之填答者在教師方面之因應策略意見分析表

題項	教師方面之因應策略	校長		教師兼主任		教師兼組長		教師(導師及專任教師)	
		N	%	N	%	N	%	N	%
1	鼓勵教師以小組團隊方式進行教師專業成長。	25	71.4	44	71.0	75	61.0	132	58.1
2	安排各領域教師進行專業學科知能的對話與分享。	19	54.3	42	67.7	64	52.0	126	55.5
3	加強校際之間聯合辦理教師專業成長活動。	19	54.3	27	43.5	57	46.3	96	42.3
4	藉由專業成長課程，激發教師自我專業成長之規劃能力。	15	42.9	31	50.0	58	47.2	93	41.0
5	利用電子郵件或電子報提供教師各項研習資訊。	10	28.6	23	37.1	57	46.3	98	43.2
6	定期舉辦教師專業成長之成果展，並將成果彙整至教師專業成長資料庫與同仁分享。	20	57.1	27	43.5	45	36.6	84	37.0
7	其他。	0	0	1	1.6	0	0	2	0.9
合計		108	8.4	195	15.1	356	27.6	631	48.9

(三) 不同學校地區之填答者對內部行銷在教師專業成長應用於教師方面因應策略之分析

由表4-40統計結果顯示，不同學校地區之填答者所知覺內部行銷在教師專業成長應用於教師方面之因應策略，其意見如下：

1. 學校地區位於臺北市之填答者

位於台北市國民中學之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於教師方面最主要之因應策略為「鼓勵教師以小組團隊方式進行教師專業成長」(63.4%)及「安排各領域教師進行專業學科知能的對話與分享」(56.9%)。

2. 學校地區位於高雄市之填答者

位於高雄市國民中學之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於教師方面最主要之因應策略為「鼓勵教師以小組團隊方式進行教師專業成長」(58.6%)及「安排各領域教師進行專業學科知能的對話與分享」(54.6%)

表4-40 不同學校地區之填答者在教師方面之因應策略意見分析表

題項	教師方面之因應策略	臺北市		高雄市	
		N	%	N	%
1	鼓勵教師以小組團隊方式進行教師專業成長。	187	63.4	89	58.6
2	安排各領域教師進行專業學科知能的對話與分享。	168	56.9	83	54.6
3	加強校際之間聯合辦理教師專業成長活動。	139	47.1	60	39.5
4	藉由專業成長課程，激發教師自我專業成長之規劃能力。	136	46.1	61	40.1
5	利用電子郵件或電子報提供教師各項研習資訊。	123	41.7	65	42.8
6	定期舉辦教師專業成長之成果展，並將成果彙整至教師專業成長資料庫與同仁分享。	122	41.4	54	35.5
7	其他。	1	0.3	2	1.3
合計		876	67.9	414	32.1

(四) 不同學校規模之填答者對內部行銷在教師專業成長應用於教師方面因應策略之分析

由表4-41統計結果顯示，不同學校規模之填答者所知覺內部行銷在教師專業成長應用於教師方面之因應策略，其意見如下：

1. 規模為12班以下者

學校規模為12班以下之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於教師方面最主要之因應策略為「安排各領域教師進行專業學科知能的對話與分享」(53.3%)、「藉由專業成長課程，激發教師自我專業成長之規劃能力」(53.3%)

及「利用電子郵件或電子報提供教師各項研習資訊」（50.0%）。

2. 規模為13-36班者

學校規模為13-36班之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於教師方面最主要之因應策略為「鼓勵教師以小組團隊方式進行教師專業成長」（62.1%）及「安排各領域教師進行專業學科知能的對話與分享」（59.0%）。

3. 規模為37-60班者

學校規模為37-60班之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於教師方面最主要之因應策略為「鼓勵教師以小組團隊方式進行教師專業成長」（63.9%）及「安排各領域教師進行專業學科知能的對話與分享」（52.8%）。

4. 規模為61班以上者

學校規模為61班以上之填答者認為內部行銷在教師專業成長應用於教師方面最主要之因應策略為「鼓勵教師以小組團隊方式進行教師專業成長」（69.4%）及「安排各領域教師進行專業學科知能的對話與分享」（55.3%）。

表4-41 不同學校規模之填答者在教師方面之因應策略意見分析表

題項	教師方面之因應策略	12班以下		13-36班		37-60班		61班以上	
		N	%	N	%	N	%	N	%
1	鼓勵教師以小組團隊方式進行教師專業成長。	12	40.0	121	62.1	69	63.9	74	64.9
2	安排各領域教師進行專業學科知能的對話與分享。	16	53.3	115	59.0	57	52.8	63	55.3
3	加強校際之間聯合辦理教師專業成長活動。	14	46.7	98	50.3	43	39.8	44	38.6
4	藉由專業成長課程，激發教師自我專業成長之規劃能力。	16	53.3	86	44.1	46	42.6	49	43.0
5	利用電子郵件或電子報提供教師各項研習資訊。	15	50.0	77	39.5	49	45.4	47	41.2
6	定期舉辦教師專業成長之成果展，並將成果彙整至教師專業成長資料庫與同仁分享。	10	33.3	70	35.9	38	35.2	58	50.9
7	其他。	0	0	2	1.0	0	0	1	0.9
合計		83	6.4	569	44.1	302	23.4	336	26.1

本節小結

由上述統計結果得知，內部行銷在教師專業成長應用因應策略中，就校內宣傳方面，不論在不同服務年資、職務、學校地區及學校規模之填答者，皆認為內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面最主要之因應策略為「聽取教師意見，瞭解教師所面臨的教學困境及其需求為何」、「因應教師的不同需求，規劃不同的專業成長內容與方式」及「因應教師專業成長趨勢，建立教師專業成長資料庫」。

就行政運作方面，不論在不同服務年資、職務、學校地區及學校規模之填答者，皆認為內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面最主要之因應策略為「建

立回饋機制，隨時瞭解教師對於成長活動之滿意情形」、「建立參與專業成長表現優良之教師的獎勵機制」及「建立全校教師參與規劃教師專業成長之機制」。

就教師方面，不論在不同服務年資、職務、學校地區及學校規模之填答者，皆認為內部行銷在教師專業成長應用於教師方面最主要之因應策略為「鼓勵教師以小組團隊方式進行教師專業成長」及「安排各領域教師進行專業學科知能的對話與分享」。

第四節 綜合討論

本節依據第一節至第三節問卷調查結果之分析並參照相關文獻，針對內部行銷在教師專業成長應用的現況、遭遇困境與因應策略等，進一步討論如下：

壹、內部行銷在教師專業成長應用之現況

綜合本研究之調查結果，有下列各項主要研究發現：

一、授權賦能方面

從上述內部行銷之授權賦能在教師專業成長應用現況之統計結果歸納發現，國民中學教師對授權賦能現況之知覺皆屬符合程度。意謂著授權賦能在北高兩市國民中學教師專業成長應用之實施現況尚稱良好，此與吳培瑜（2000）、廖俊芳（2001）、郭振生（2003）、陳岳男（2006）及鄭淑麗（2006）等研究看法等相接近。不同性別及學校地區之教師對於授權賦能在教師專業成長應用現況有差異存在，且服務年資深者、兼任行政職之教師對於現況符合知覺程度會高於擔任導師及專任教師，其中行政職位越高者知覺程度會越高，此與尤玲妙（2003）之研究結果相近。

二、激勵成長方面

從上述內部行銷之激勵成長在教師專業成長應用現況之統計結果歸納發現，國民中學教師對激勵成長現況之知覺皆屬符合程度，且在內部行銷各層面中，應用現況得分最高者。意謂著激勵成長在教師專業成長應用之現況良好，此與韓建玲（1998）、康譽瓊（2001）、郭振生（2003）、安豐銘（譯）（2004）及曾朝楊（2006）等研究結果與看法相類似。不同性別及學校地區之教師對於激勵成長在教師專業成長應用現況有所差異，大型規模學校、服務年資深者、兼行政職之教師對於現況符合知覺程度會高於擔任導師及專任教師，其中行政職位越高者知覺程度會越高。

三、教育訓練方面

從上述內部行銷之教育訓練在教師專業成長應用現況之統計結果歸納發現，國民中學教師對教育訓練現況之知覺皆屬符合程度。意謂著教育訓練在教師專業成長應用之現況良好，與巫喜瑞（譯）（2001）、王翠品（2002）、郭振生（2003）、王志民（2005）及黃俊傑（2005）等研究結果與看法相近。不同性別及學校地區之教師對於教育訓練在教師專業成長應用現況有所差異，大型規模學校、服務年資長者、兼行政職之教師對於現況符合知覺程度會高於擔任導師及專任教師。

四、溝通網絡方面

從上述內部行銷之溝通網絡在教師專業成長應用現況之統計結果歸納發現，國民中學教師對溝通網絡現況之知覺除了「本校設有完整的教師專業成長資料庫」之作法屬不符合程度，其餘皆屬符合程度。這意謂著溝通網絡在教師專業成長應用之現況仍有需要改進之處，尤其在教師專業成長資料庫設立機制方面。而不同性別及學校地區之教師對於溝通網絡在教師專業成長應用現況有所差異，大型規模學校、服務年資長者、兼行政職之教師對於現況符合知覺程度會高於擔任導師及專任教師，此與王翠品（2002）、王志民（2005）、曾朝揚（2006）之研究看法相近。

總而言之，就整體內部行銷各層面而言，值得注意的是，不同服務年資之國民中學教師在內部行銷各層面之現況調查結果，皆顯示服務年資越資深者對於現況之符合程度越高；不同職務之國民中學教師在內部行銷各層面之現況調查結果，皆顯示兼行政職者對於現況之符合程度高於導師及專任教師，且調查結果發現行政職等越高者知覺程度會越高；不同學校規模之國民中學教師在內部行銷各層面之現況調查結果，得知學校規模越大著符合程度會越高，即表示內部行銷在教師專業成長的實施現況表現越好。

綜上所述，可得知處於大型學校、服務年資深且兼任行政職之教師，長時間接受或參與學校行銷學校願景、變革理念及作法，對學校產生向心力、願意接受並達到自身專業成長及校內內部行銷之目標，且大型規模學校各方面資源較為充足，教師溝通管道及領域研習時間之安排較為健全（黃權松，2002；陳香，2003；蔡永祥，2003），故教師在內部行銷於教師專業成長之現況應用情形較好。

貳、內部行銷在教師專業成長應用之困境

綜合本研究之調查結果，有下列各項主要研究發現：

一、校內宣傳方面

由上述內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳之困境的統計分析結果歸納發現，無論在不同服務年資、職務及學校規模之學校教師對於校內宣傳方面之困境皆存在顯著差異。其中「教師同仁參與教師專業成長相關活動之動機不足」、

「限於經費而無法大力推展」及「由上而下的執行方式，缺乏與教師同仁雙向溝通管道」為內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面最主要之面臨困境，此與黃杏文（1998）、吳志淵（1999）、彭麗琦（2000）、楊志甫（2002）與葉吉欽（2003）的研究發現相類似。

而在不同背景填答者之意見上，值得注意的是，在「由上而下的執行方式，缺乏與教師同仁雙向溝通管道」之困境選項中，服務年資淺者勾選次數平均多於高於服務年資深者者，擔任導師及專任教師之填答者勾選次數平均多於教師兼行政職者，意謂著學校在辦理教師專業成長活動時，需在加強對於新進教師及一般教師之宣導及溝通管道，透過公開的意見徵詢管道，重視教師自主的學習與需求，讓多數教師有表達意見的機會，而不為少數人的權力與意見所壟斷。其次，13-36班中小型學校規模之教師勾選「教師同仁參與教師專業成長相關活動之動機不足」之困境選項多於其他規模學校，意謂著學校在推行教師專業成長活動時，除了廣泛徵詢教師之意見並擴大教師參與層面，更應加強全校教師對於專業成長活動觀念的宣導。

二、行政運作方面

由上述內部行銷在教師專業成長應用於行政運作之困境的統計分析結果歸納發現，無論在不同服務年資、職務及學校規模之學校教師對於行政運作之困境皆存在顯著差異。其中「學校無法提供教師參與教師專業成長之誘因」及「行政同仁業務繁重，無暇從事教師專業成長之推展工作」為內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面最主要之面臨困境，此與吳明清（1997）、蕭富峰（1998）、蕭靜宜（1999）、黃坤錦（2003）與施琬琳（2006）的看法與研究相近。

而在不同背景填答者之意見上，值得注意的是，在「學校缺乏與教師進行有關教師專業成長對話之溝通平台」與「對於教師專業成長之相關管道瞭解有限」的選項勾選次數中，服務年資淺者勾選次數平均多於高於服務年資深者者，此意謂著溝通分享管道之缺乏或不通暢，使主辦行政單位與參與教師無法相互得知活動之成效及參與教師的感受，易導致學校雖進行教師專業成長之安排規劃，但效果大打折扣或流於形式，此也與黃杏文（1998）和楊志甫（2002）的研究發現認為內部溝通平台，多未運用於與成員溝通與理念宣導上的論點相互輝映。

且在不同的學校規模中，在「學校人力不足，無法有效規劃教師專業成長之活動的困境選項皆發現，小型或中小型之學校規模的教師平均勾選次數高於中型或大型規模學校，此意謂著由於目前北高兩市中型或大型規模學校不論在人力、經費或設備方面皆較為充足，因此在運作上也比小型或中小型學校更利於推行。

三、教師方面

由上述內部行銷在教師專業成長應用於教師之困境的統計分析結果歸納發現，無論在不同服務年資、職務及學校規模之學校教師對於教師之困境皆存在顯著差異。其中「教師沒有足夠時間參與各項專業成長活動」、「教師欠缺主動規

劃教師專業成長之熱忱」及「教師被動得知教師專業成長之相關資訊」為內部行銷在教師專業成長應用於教師方面最主要之面臨困境，此與蕭靜宜（1999）、彭麗琦（2000）、林建志（2003）、林加淇（2006）、吳皇輝（2006）與施琬琳（2006）之看法與研究發現相近。

而在不同背景填答者之意見上，值得注意的是，在「教師欠缺主動規劃教師專業成長之熱忱」之困境上，擔任教師兼行政者之勾選次數平均多於校長及教師（含導師及專任教師）者，意謂著各處室的主任及組長平時較常因學校事務而易接觸或共商討論教師專業成長活動相關事宜，因此在困境方面較有強烈之感觸，故應加強導正一般教師參與教師專業成長活動之正確態度及提供教師自我規劃的機會，以免影響教師參與教師專業成長之意願，或使得教師專業成長之辦理目的無法有效彰顯。

參、內部行銷在教師專業成長應用之因應策略

綜合本研究之調查結果，有下列各項主要研究發現：

一、校內宣傳方面

從上述內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳之因應策略的統計分析結果歸納發現，在不同服務年資及職務之教師對於校內宣傳之因應策略皆存在顯著差異，此與黃權松（2002）、陳玉美（2004）及盧香如（2006）之研究發現相似。其中「聽取教師意見，瞭解教師所面臨的教學困境及其需求為何」、「因應教師的不同需求，規劃不同的專業成長內容與方式」及「因應教師專業成長趨勢，建立教師專業成長資料庫」為內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳方面之可行因應策略，此研究結果與上述內部行銷在教師專業成長應用於校內宣傳之困境相呼應。

值得注意的是，擔任不同職務之教師，在「定期對教師專業成長之活動進行檢核，維持教師專業成長之水準」及「鼓勵教師與行政人員共同規劃教師專業成長活動」等因應策略的選項勾選方面，兼任行政職教師的勾選次數平均多於一般教師，此意謂著學校的行政主管希望藉由評鑑機制及共同商討來提升學校教師專業之知能，達到專業成長之目標，而在不同服務年資的結果也可與上述結果相互印證。

此外，在「因應教師的不同需求，規劃不同的專業成長內容與方式」之選項勾選方面，高雄市之學校成員平均勾選次數高於台北市之學校成員，顯示高雄市之教師認為更適性化、多元化的專業成長內容能強化教師參與動機及效能。

二、行政運作方面

從上述內部行銷在教師專業成長應用於行政運作之因應策略的統計分析結果歸納發現，「建立回饋機制，隨時瞭解教師對於成長活動之滿意情形」、「建立

參與專業成長表現優良之教師的獎勵機制」及「建立全校教師參與規劃教師專業成長之機制」為內部行銷在教師專業成長應用於行政運作方面之可行因應策略。其中在「建立全校教師參與規劃教師專業成長之機制」之因應策略中，擔任教師兼主任或組長者的勾選次數平均多於教師（含導師及專任教師），此意謂學校教師兼行政主管者平時負責辦理校內教師專業成長之事宜並易與聽取教師之想法，故教師兼行政主管者更能知覺建立全校教師參與規劃之機制之迫切，來真正規劃出反應教師需求的專業成長活動，此與王麗雲（2004）和李慶齡（2004）之研究發現相類似。

此外，在「拓展公共關係，爭取家長及社區資源的支持（助）」之因應策略中，臺北市之學校成員平均勾選次數略高於高雄市教師，此意謂著無論北高兩市之教師皆認同教師專業成長擴及至教師自身之終身學習，並與家長、社區大眾結合，將專業意涵的範圍延伸，減低教師對於專業成長課程硬梆梆、無趣的刻板印象，提昇學校整體對專業成長的興趣。

三、教師方面

從上述統計分析結果歸納發現，內部行銷在教師專業成長應用於教師方面之因應策略的平均勾選次數在不同的服務年資、職務、學校地區及學校規模，表示學校教師對內部行銷在教師專業成長應用於教師方面之因應策略的看法普遍持同意的態度。而內部行銷在教師專業成長應用於教師方面之可行因應策略為「鼓勵教師以小組團隊方式進行教師專業成長」及「安排各領域教師進行專業學科知能的對話與分享」，由上述之因應策略可得知，無論是學校教師兼行政或是一般教師本身其平日已忙碌於教學或是學校事務，對於教師專業成長之規劃或是活動是心有餘而力不足，因此會希望學校能提供團體合作方式的教育訓練，使教師更有心力於學校教師專業成長，激發教師最大之潛能，此與李慶齡（2004）之研究發現相類似。

