

南 華 大 學

資訊管理學系

碩士論文

以三需求理論探究國小教師社群參與意圖

與知識分享意願之研究

A study of exploring Teacher's community
involvement and knowledge sharing willingness
on the basis of "Three Needs Theory"

研 究 生：蔡瑞銘

指 導 教 授：尤國任

中 華 民 國 一 〇 四 年 十 二 月 三 十 一 日

南 華 大 學

資訊管理學系

碩 士 學 位 論 文

以三需求理論探究國小教師社群參與意圖
與知識分享意願之研究

A study of exploring Teacher's community involvement and
knowledge sharing willingness on the basis
of "Three Needs Theory"

研究生：蔡 端 銘

經考試合格特此證明

口試委員：周志賢
連俊強
王國光

指導教授：王國光

系主任(所長)：資訊管理學系主任 王昌斌

口試日期：中華民國 104 年 12 月 31 日

南華大學資訊管理學系碩士論文著作財產權同意書

立書人：蔡瑞銘 之碩士畢業論文

中文題目：以三需求理論探究國小教師社群參與意圖與知識分享意願
之研究

英文題目：A study of exploring Teacher' s community involvement and
knowledge sharing willingness on the basis of "Three Needs
Theory"

指導教授：石鳳欣 博士

學生與指導老師就本篇論文內容及資料其著作財產權歸屬如下：

- 共同享有著作權
- 共同享有著作權，學生願「拋棄」著作財產權
- 學生獨自享有著作財產權

學生：蔡瑞銘 (請親自簽名)

指導老師：石鳳欣 (請親自簽名)

中華民國 104 年 12 月 31 月

南華大學碩士班研究生
論文指導教授推薦函

資訊管理系碩士班 蔡瑞銓君所提之論文

三需求理論探究國小教師社群參與意圖與知識分享意願之研究

係由本人指導撰述，同意提付審查。

指導教授

陳如松

104年12月31日

誌 謝

回首兩年碩士班學習生涯，伴隨工作上奔波、生活上忙碌，心中所承受的壓力真是難以言喻，但即將畢業的此時此刻，心中卻只有無盡的感激。

首先最要感謝的是指導教授尤國任博士，在指導學生論文過程，不厭其煩的引導，耐心的審視，直到最後的完稿，使我能夠順利完成碩士論文，過程中讓學生獲益良多。教授豐沛的學術知識與嚴謹的學術風範，給我很多觀念的澄清與引導，也引領我建立正向的學習精神，在此對教授致上最深之敬意。

再來要感謝求學期間所有資管系師長的指導，以及研究所同學之間不求回報的協助。還有學校同仁們在工作上的體諒，更每每在論文無進展時，總有你們溫暖的問候，謝謝你們！

最後，僅將這本論文獻給我摯愛的家人，當我遇到困難或挫折時，總會給予我溫暖的微笑，你們的體諒、包容以及陪伴，讓我充滿活力及精神去面對挑戰並順利完成學業，我愛你們!!

蔡瑞銘 謹誌

104年12月

以三需求理論探究國小教師社群參與意圖與知識分享意願之研究

學生：蔡瑞銘

指導教授：尤國任

南 華 大 學 資 訊 管 理 學 系 碩 士 班

摘 要

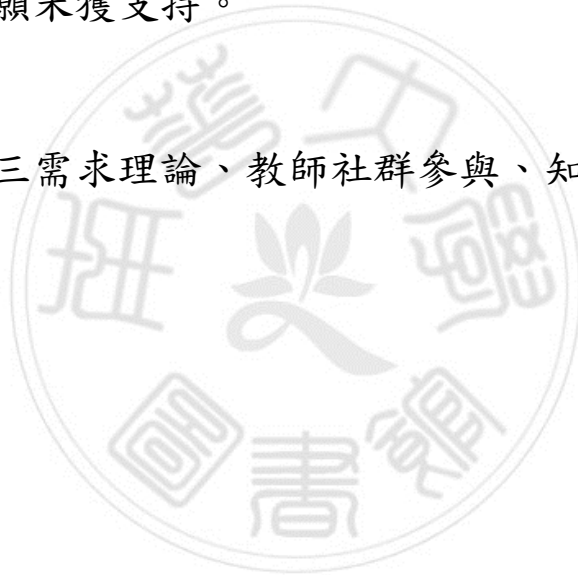
現今資訊的普及、知識的豐碩，也使得知識日新月異，令人目不暇給。過去常有人戲言：「教師是以過去的知識，教導現在的學生，去適應未來的生活。」教師們所具備的多元知識，若是只隱藏在教師個人身上，對整個學校組織的貢獻是很有限的，所以社群的發展對於學校教育的成效有著不容置疑的價值。若能透過社群發展，讓教師樂於分享個人知識，將可以使教師的知識發揮更高的應用價值。

本研究在探討三需求理論對國小教師社群參與意圖與知識分享意願三者之關係，經蒐集必要資訊，根據相關文獻探討、歸納、整理後，擬定研究架構，並依此架構構面採用問卷調查

方式，探求各變項間關係。

研究結果顯示：1. 國小教師之成就需求會正向影響其知識分享意願。2. 國小教師之權力需求會正向影響其知識分享意願。3. 國小教師之成就需求會正向影響其社群參與意圖。4. 國小教師之權力需求會正向影響其社群參與意圖。5. 國小教師之歸屬需求會正向影響其社群參與意圖。6. 國小教師社群參與意圖會正向影響其知識分享意願。7. 國小教師之歸屬需求會正向影響其知識分享意願未獲支持。

關鍵字：三需求理論、教師社群參與、知識分享意願



A study of exploring Teacher's community involvement and
knowledge sharing willingness on the basis of
“Three Needs Theory”

Student : Tsai, Jui-Min

Advisors : Dr. Yu, Graham .

Department of Information Management
The Graduated Program
Nan-Hua University

ABSTRACT

Nowadays the popularity and diversity of information not only make knowledge change with each passing day but also bring so many things to choose from . If only teachers have a variety of knowledge , it will be limited to contribute to the whole school organization . That's why the development of the community for effectiveness of school education has unquestionable value . If teachers are willing to share their own knowledge through the development of community , it will make what they know about play a greatly valuable role .

The research works on the relation between elementary school teachers and the three theories -----“Three Needs Theory “ , “Community Involvement” and “Knowledge Sharing Willingness .” Through the collection of required information and summarization and organization of the relevant documentation , the research structure can be initially drafted . Then on the basis of the structure , it takes the survey of questionnaires to explore the

relation among the variables of the three theories .

The following are the results of the study :

First , Need for Achievement of elementary school teachers positively affects their knowledge sharing willingness .

Second , Need for Power also has a great influence on teachers' knowledge sharing willingness .

Third , Need for Achievement positively has an impact on teachers' community involvement .

Fourth , Need for Power for teachers also plays an important role on their community involvement .

Fifth , Need for Affiliation for primary school teachers positively affects their community involvement .

Sixth , primary school teachers' community involvement directly affects their knowledge sharing willingness .

Seventh , it isn't supportable that Need for Affiliation positively affects their knowledge sharing willingness .

Key words: Three Needs Theory, Community Involvement ,Knowledge Sharing Willingness

目 錄

論文口試合格證明	ii
論文著作財產權同意書	iii
論文指導教授推薦函	iv
誌謝	v
中文摘要	vi
英文摘要	viii
目錄	x
表目錄	xi
圖目錄	xiii
第一章 緒論	1
第一節 研究背景	2
第二節 研究動機	2
第三節 研究目的	3
第四節 研究流程	4
第二章 文獻探討	6
第一節 知識分享意願	6
第二節 社群參與意圖	13
第三節 激勵理論	24
第三章 研究方法	37
第一節 研究架構與研究假設	37
第二節 研究工具	40
第三節 研究對象	53
第四節 資料分析方法	54
第四章 資料分析與討論	57
第一節 基本資料描述性統計分析	57
第二節 各構面量表的統計分析	64
第三節 測量模型的信度效度分析	68
第四節 驗證模型與假說	74
第五章 結論與建議	82
第一節 研究結果	83
第二節 學術與實務上的貢獻	83
第三節 研究限制	85
第四節 未來研究的建議	85
參考文獻	86
附錄一：正式問卷	96

表 目 錄

表 2-1	知識分享的定義.....	10
表 2-2	知識分享意願相關研究.....	12
表 2-3	國內外學者對實務社群的定義.....	16
表 2-4	虛擬社群的定義.....	18
表 2-5	台灣的教師社群型態.....	23
表 2-6	當代激勵理論.....	25
表 3-1	成就需求衡量問項.....	42
表 3-2	權力需求衡量問項.....	42
表 3-3	歸屬需求衡量問項.....	43
表 3-4	社群參與意圖衡量問項.....	44
表 3-5	知識分享意願衡量問項.....	46
表 3-6	各構面信效度分析表.....	48
表 3-7	刪題後各構面信效度分析表.....	51
表 4-1	樣本性別次數分配表.....	58
表 4-2	樣本年齡次數分配表.....	59
表 4-3	樣本教學年資次數分配表.....	59
表 4-4	樣本教育程度次數分配表.....	60
表 4-5	樣本擔任職務次數分配表.....	61
表 4-6	樣本兼任正式行政工作次數分配表.....	61
表 4-7	樣本學區位置次數分配表.....	62

表 4-8 樣本學校規模次數分配表.....	62
表 4-9 樣本加入教師社群次數分配表.....	64
表 4-10 成就需求量表描述性統計量.....	65
表 4-11 權力需求量表描述性統計量.....	66
表 4-12 歸屬需求量表描述性統計量.....	66
表 4-13 社群參與量表描述性統計量.....	67
表 4-14 知識分享意願量表描述性統計量.....	68
表 4-15 研究構面信效度分析表.....	70
表 4-16 研究構面區別效度分析表.....	74
表 4-17 結構模式路徑係數表.....	76
表 4-18 研究假說檢定結果.....	80
表 4-19 結構模式構面解釋力.....	80

圖 目 錄

圖 1-1	研究流程圖.....	5
圖 2-1	知識管理重要元素架構圖.....	8
圖 2-2	雙因子理論.....	30
圖 2-3	激勵內容理論之比較.....	35
圖 3-1	研究架構圖.....	37
圖 4-1	結構模式路徑分析圖.....	76



第一章 緒論

比爾·蓋茲(Gates, 1999)在《數位神經系統·Digital Nervous System》一書中說過：「未來的競爭是知識與網路的競爭」。二十一世紀是一個資訊科技的社會，也是知識經濟的時代。在知識經濟時代中，誰能掌握、活用新的知識，就能掌握財富，亦可掌握競爭的未來。

現今資訊的普及、知識的豐碩，使得知識日新月異，令人目不暇給。過去常有人戲言：「教師是以過去的知識，教導現在的學生，去適應未來的生活。」今日的教師如果仍依然如故，勢必會被社會所淘汰。戰寶華(2012)認為知識分享可以促進知識行動力與問題解決能力，若喪失持續探求新知與自我精進的機會，恐會影響教師專業能力。

吳清山(2001)指出因為資訊科技帶來的衝擊，學校面臨極大的衝擊與挑戰，屆時學校若未能有所調適，發展自身的特色，運用教師社群，提升學校經營績效，塑造學校創新文化，使學生能夠得到更多有用的知識與技能，將被時代的洪流所淘汰。

本章共分為三小節。第一節主要在探討研究背景；第二節說明研究動機；第三節提出研究目的；第四節則規劃研究流程。

第一節 研究背景

Peter Drucker (1985) 曾指出人類對應用知識於經濟活動歷程而言，分成三階段，「工業革命階段」即知識應用在工具，「生產革命階段」為知識應用在人的工作世界，「知識革命階段」是知識應用在知識本身，生產力仰賴專業知識工作者對新知識的發展、應用。

面對知識經濟時代的變化，學校本身必須不斷自我快速調適，才能克服知識經濟所出現的挑戰。透過有效的知識管理，無疑將會助長學校的組織學習與快速革新，並促成學校人員不斷的學習與專業成長（王如哲，2000）。教師們所具備的多元知識，若是只隱藏在教師個人身上，對整個學校組織的貢獻是很有限的。

事實上，學校不僅是知識傳播的場所，更是知識創造的園地，所以學校本身即具有推動知識管理的優厚條件，然而學校環境不像一般企業界那樣競爭，又受到政府較多的保障，相對削弱學校對社會變遷反應的能力與追求競爭優勢的動力（尤曉鈺，2001）。但謝琪文（2014）指出無論是教學工作或教學工具的使用等問題，都可在社群上突破距離及人際關係間的隔閡，獲得不同觀點的解決方式及教學技能。

第二節 研究動機

在教育改革浪潮高漲、知識爆發、高度科技化及少子化壓力的大環

境下，因為知識的汰舊換新迅速，所以教師知識分享的重要性與日俱增。若能透過教師個人知識的分享，將可以使教師的知識發揮更高的應用價值。隨著十二年國教的推展，對於國小教師而言，更需要透過不斷的學習，來因應社會的變遷及教育政策的改變。

學習也是一種社交行為，透過互動方式的進行，應能使學習更有效果，因此社群發展對於學校教育的成效提供不容置疑的價值。所以國小教師社群參與意圖是否影響知識分享的意願？遂成為本研究的動機之一。

影響知識分享意願的因素眾多，尚未完全被證實或釐清。要如何幫助知識管理架構下的組織成員，使之能夠自動自發的分享其所擁有的知識或資訊，來幫助工作的進行、創意的產生，最終達到知識分享的目的，成了管理者急需解答的問題。此種概念對於組織的生產力與創新能力有很大的影響，組織利用知識分享提升本身的競爭力，因此為了讓成員願意進行分享，了解成員知識分享意願的因素就變得十分重要，此為研究者的研究動機之二。

第三節 研究目的

根據上述研究動機，並回顧過去關於知識分享的相關文獻，本研究採用激勵理論中的三需求理論，從知識擁有者的角度來探討國小教師知

識分享意願的影響因素，並且針對學校教師社群深入探究，希望藉此了解國小教師社群參與的意圖，企圖找出能有效增強教師知識分享意願之激勵因子。

本研究之研究目的如下：

- 一、了解國小教師社群參與意圖與知識分享意願之現況。
- 二、了解三需求理論對教師社群參與意圖與知識分享意願之影響。
- 三、依據研究結果對國小教師社群參與與知識分享提供實務上推行的建議。

研究結果將對國小教師社群參與意圖與知識分享意願做深入探討，並對從三需求理論觀點建構出知識分享架構有所貢獻，希冀能對過去知識分享意願的研究尋找一統合性的理論觀點。此外，研究結果所探討的影響因素，也有助於提供學校在推動知識管理實務上的建議。

第四節 研究流程

本研究首先確立研究方向與研究目的，蒐集、探討相關文獻，整理歸納已有的研究結果，以了解三需求理論、國小教師社群參與意圖與知識分享意願之相關理論及研究現況，再從相關文獻中分析及推導出本研究的架構，並提出研究假設。其次，則是透過研究架構之構面，來編訂本研究所需的問卷，接著整理問卷後，再應用統計方法進行資料整理與

分析，驗證研究假設，最後依據分析結果撰寫出本研究的結論與建議，並說明未來研究的具體建議與本研究的限制。流程如下圖 1-1 所示：

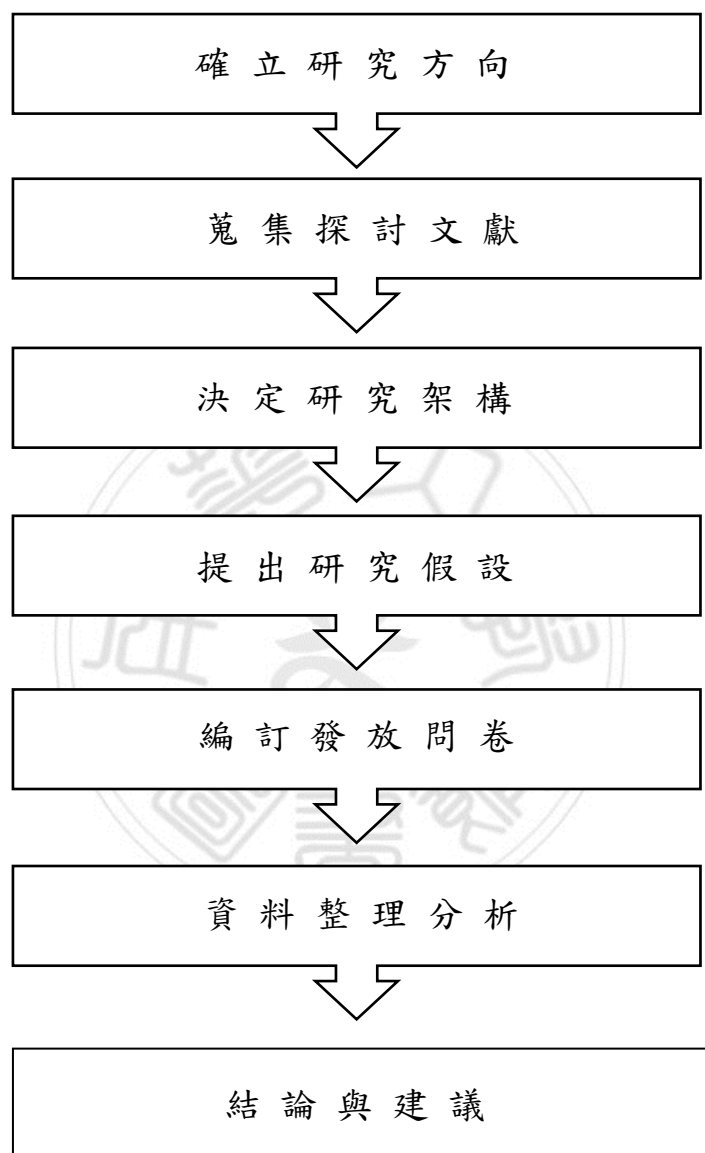


圖 1-1 研究流程圖

第二章 文獻探討

本章共分三節，分別敘述：第一節知識分享意願；第二節探討社群的定義和分類、社群參與、教師社群的意義；第三節針對激勵理論相關研究進行歸納與整理，以釐清本研究所涉及的概念，並作為本研究設計與資料蒐集之依據。

第一節 知識分享意願(Knowledge Sharing Willingness)

壹、知識分享的定義與內涵

「資料-資訊-知識」的關係被視為是一種層級觀念 (Davenport & Prusak, 1999)，知識可以從資料、資訊及知識三者之間的關係看出來。通常資料與資訊是屬於靜態的，而知識卻可以付諸行動。在資料-資訊-知識逐漸轉換的過程中，人的參與和互動是非常重要的關鍵。

魏永篤 (1999) 提及，知識管理是促使組織內成員藉由獲取、應用與分享知識，來達成組織經營目標的一種組織行為規範。雖然學者們對於知識管理的定義並不一致，但都認為『人』是知識管理中重要的角色。知識管理必須由人的角度出發，藉由管理促進人與人的交流，透過科技讓人的交流具有效益，進而使知識能發揮功效。

教師為教育第一線的知識工作者，亦為典型的知識工作者，為達成教育目標，必須將個人的知識轉換為對學生、對學校有幫助。俞國華（2002）指出教師知識管理係指教師利用知識的獲得、知識的儲存、知識的內化與應用、知識的分享及知識的創新等策略，其目標除了增加教育新知識之外，更進一步希望達成教師專業成長、教學效能提升等理想。所以，教師必須不斷持續學習、創新，教師做好知識管理，亦可以提升教學效能。

勤業管理顧問公司提出知識管理重要元素架構圖（如圖 2-1 所示），包括知識運載者(P)、資訊科技(+)、知識(K)、分享(S)。由此可知，資訊科技可以協助知識管理的建構，並加速知識管理的流程，而分享更是增加此知識的價值及流動，能使知識管理產生乘數的作用。換句話說，組織內成員彼此間知識分享的意願越高，則知識管理的效益越大。

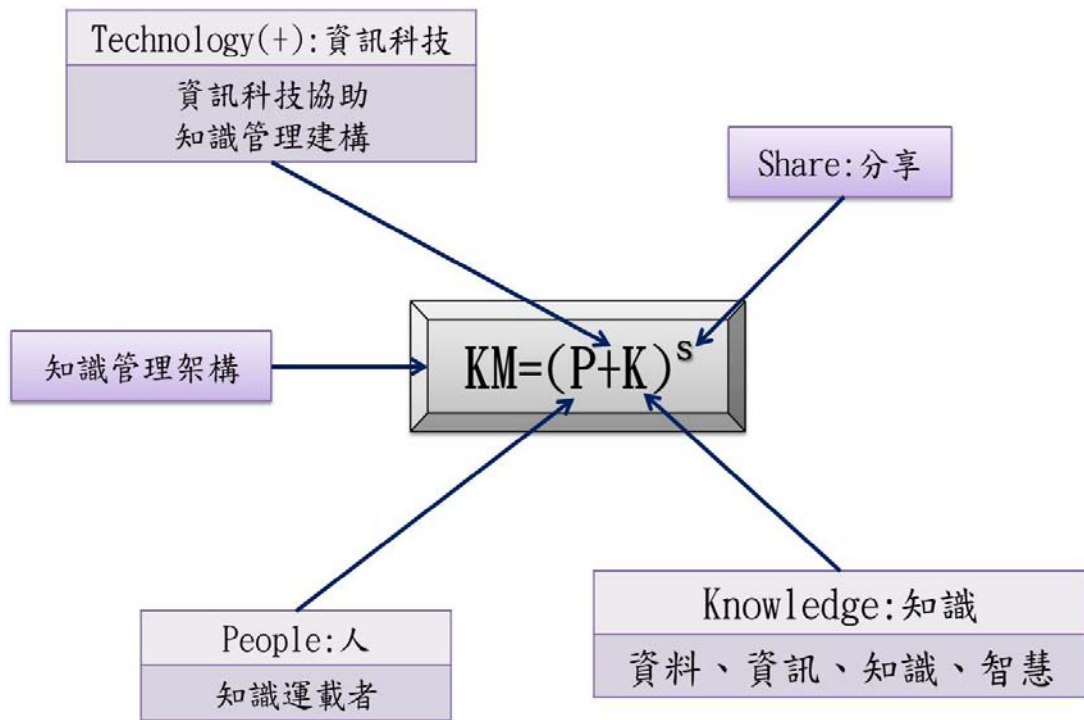


圖 2-1 知識管理重要元素架構圖

資料來源：劉京偉譯（2000）。知識管理的第一本書(頁 39)臺北：商周。

蔡蕙竹（2011）知識分享之理論基礎是源自於知識管理。知識管理的目的在於有系統的管理組織內外部，不論是個人、群組以及團體內有形的資產、無形的人才或是經驗。其意涵包括知識獲取、儲存、分享、創造及應用，透過有效的知識管理來增進組織競爭優勢，妥善運用組織內外的有形資產，開啟組織內外的無形知識，並且透過有效的分享與轉移機制，創造組織知識最大效益化。根據相關研究以及實務經驗發現，知識管理最大的難題就是知識分享。

知識本身與一般的有形資產不同，透過分享並不會有效益遞減的情

形，反而能增強知識的價值，另外因為每個個體都有其先天累積的知識經驗，透過彼此知識分享，異質性（Heterogeneous）差異愈大的知識，愈可能跳出原有的框架開創出新的知識。

Senge（1997）認為知識分享不僅是將個人知識告訴他人，且應該是協助他人去獲得自身所沒有的知識，當個人願意讓他人擁有新的行動力時，也會出現鼓勵他人學習分享的情形。故知識分享必須透過兩者間的互動，才能成功的將知識移轉給他人，形成他人的能力，同時知識也必須透過流通及分享，才能真正發揮實用性價值。

Hendrick（1999）認為知識分享是一種互相溝通的過程，當組織內成員向他人學習、吸收知識時，就是在分享他人的知識，而在向他人學習知識或分享知識時，知識接收者必須有「重建」（Reconstruction）的行為，且自身必須要先具備基礎知識，才能去學得知識、進而分享知識。

Wijnhoven（1999）認為組織能否善用知識，就要看組織能不能將知識有效的儲存且不斷的重複使用。因此，知識的分享不僅限於空間中，還需要進行不同時間的知識分享，前面的人將其自身的經驗、知識傳承給後繼者，這可以減少許多嘗試錯誤的資源（俞晨光，2014）。綜觀國內外知識分享定義，研究者彙整成表 2-1：

表 2-1 知識分享的定義

研究者	年代	知識分享的定義
Senge	1997	從學習觀點出發，認為知識分享是分享知識的一方與接收知識的一方之間的互動模式，是藉著分享知識來協助他人學習的過程，是一種雙向的學習。
Davenport & Prusak	1998	將知識分享意願定義為組織成員對知識充滿熱忱，並將影響知識分享意願的動機分為互利主義、聲譽以及利他主義。
Dixon	2000	知識分享是指願意將個人所擁有的資訊或知識傳授給他人，使對方也擁有相同的資訊或知識。
葉倩亭	2004	知識擁有者將本身知識外化、分享、最終轉移至他人的意願。
林東清	2008	所謂知識分享是指組織的成員或團隊在組織內或不同組織之間，彼此透過各樣管道(例如內部網絡、會議討論、知識庫)討論、交換知識，其目的是在透過知識的交流，擴大知識的利用並產生更大的綜效。
柯淑惠 潘姿伶	2009	知識擁有者認為在知識分享與交換中，可以得到好處下，而願意將個人的知識提供給知識需求者，以幫助他人發展新行動能力之動態過程。
林錦鈴	2015	將知識分享定義為「知識擁有者」藉由透過網路化的資訊科技工具，將本身的知識轉移給「知識需求者」，使教師間知識的流動更為全面，可以使自己及別人同時達到增能功效的過程。

資料來源：研究者自行整理

知識傳遞與分享在現代中漸顯重要，透過群體彼此的知識分享與成員互相討論、分享的過程，將會提升該群體的知識水準，且可能會不斷創造新知識。換言之，知識分享即是大家一起使用與分享知識，成員會將資訊進行處理，產生可滿足自我需求的新知識，再進而與大家分享。

貳、知識分享意願

所謂意願乃是指心理意念與行為一致的狀態，知識分享意願即為知識擁有者心理表現出行為的狀態，當組織成員具有知識分享意願時，他會將個人所知傾囊相授，甚至主動告訴別人（林東清，2003）。

Puccinelli（1998）認為培養員工具有知識分享的意願是組織知識分享的策略中最為重要可行。Holtshouse（1998）認為知識分享是知識供應者及需求者必須雙方交流，若供應者不願意或需求者無學習意願、能力時，也無法達成知識分享的目的。Dixon（2000）也認為分享就是使人「知曉」（Knowing），分享知識予他人，就像知識分送出去，進一步與他人共同擁有該知識，分享的最極至是整個組織「知曉」此知識。

本研究針對國內知識分享意願相關之研究，彙整成表 2-2：

表 2-2 知識分享意願相關研究

研究者	年代	研究觀點
張裕昌	2005	探討學校組織中，影響教師知識分享意願之因素，藉由探討其相互之間的影响性及相關性，以得出學校組織於推廣知識分享時，適合之策略及建議。
賴雅方	2007	處於知識經濟的時代，組織運用知識管理來提升效能是必然的趨勢。知識分享，可視為發生於知識市場中的一種知識交易，提昇成員的知識分享意願，有助於管理企業組織的知識市場，以提升組織效能。
張靖靄	2008	以理性行為理論為基礎，國小教師為研究對象，探討國小教師「抗拒知識分享的態度」、「抗拒知識分享的主觀規範」與「抗拒知識分享的認知行為控制」對「抗拒知識分享意圖」之影響。
曾啟旭	2009	探討不同背景變項的國民小學教師所知覺校長多元架構領導、組織正義與教師知識分享意願的差異情形，並探究三者之間的關係。
蔡蕙竹	2011	探討社會網絡、知識分享意願、工作績效之間的關係，並探討組織學習對於社會網絡與知識分享意願、知識分享意願與工作績效的關係，是否會有所影響。
林皇成	2012	主要探討員工自我導向學習傾向和知識分享意願是否會影響組織的成效，且以知識分享意願作為中介變項探究其在自我導向學習傾向與組織間的中介效果。
俞晨光	2014	以社會認知理論所提出之三個構面—環境、個人及其行為，作為探討組織成員間知識分享意願之大架構，期望建立一適於分析知識分享意願中，個人、環境與行為三構面之模式。

資料來源：研究者自行整理

叁、小結

知識分享行為的影響因素是此行為的意願，Bock 等人（2005）也提到知識分享態度對於知識分享意願有正面的影響關係，且實際的分享行為難以觀察，故本研究僅著重於教師知識分享意願，而不探討其知識分享之行為，並從知識擁有者的觀點來衡量知識分享意願（謝秉錡，2007）。

然而，知識分享意願會受到內外環境的影響，且在相同的環境與刺激下，個體的知識分享意願也不盡相同。對於不同組織、個體而言，知識的分享不僅只於影響因素之間的差異，也會有程度多寡的不同。因此，要使教師能從事知識分享，須考量教師本身特質上的差異，透過不同的增強方式，以達到知識分享之目的。

教師面對學習新教法、新科技及新議題，常充滿莫名焦慮。所以教師必須集體作戰，利用實務與虛擬的專業知識社群，彼此互通有無，所謂「經驗傳承」就是說明知識分享的重要性（林錦玲，2015）。而且教師應該清楚知識不但不會因為分享而變少，相反的，惟有透過不斷的知識分享，才可以創造出新的巧思、新的知識，精進課堂教學能力。

第二節 社群參與意圖（Community Involvement）

壹、社群的定義

社群（Community）是兩個印歐語系的字根（kom 和 moin）所組成，

kom 的意思是「每一個人」，而 moin 的意思則是「交換」，有「共同分享」的意義。所以「社群」這個字的原始意涵，並不是由明確界限來界定的區域，而是一種分享式的生活（楊振富譯，2002）。

Sergiovanni (2000) 認為社群是分享共同承諾、觀念和價值而在一起的一群人。同樣的，應奇 (1999) 認為社群的內涵是在認同、自我意識和共同利益方面具有同感的社會群體。許育彰 (2006) 以為任何社群的形成除了需有一群人匯集成一個群體外，這群人彼此之間還需要有一個為群體所遵守奉行的共同信念與規準，才可稱得上是「社群」。

日本學者藤田英典則將社群定義為一種基於興趣的緣分、強制性或拘束性的地緣關係，抑或處於組織或制度的準強制性的社會緣分基盤，基於人際關係網絡而形成，是一種表現性與共生性的志向（顏鳴辰，2013）。

方文智 (2004) 則將社群定義為「由擁有共同興趣或共享同一個環境聚合而成的一群人」，組成社群的這一群人要進行知識分享和經驗交流，以為組織帶動創新的活力，並增加組織的利益。

理想的社群特徵為：1.把團體的起源視為自己的起源；2.在社群中，我們對其他人的感情就是團結、友愛和親近；3.團結友愛已成為社群全體成員的共識；4.按需分配；5.物質、社會地位與權力的分配方面是平等的；

6.人與人相互的關係是統一，沒有特殊關係；7.社群存在於社會的各個層次（蔡進雄，2003）。

由此看來，研究者歸納出「社群」為擁有共同興趣或共享同一個環境聚合而成的一群人，藉由知識分享與經驗交流，產生互動，進而彼此認同，分享共同承諾、觀念和價值。

貳、社群的分類

本研究綜合相關學者的看法，經過歸納、整理、分析之後，將社群依存在空間、參與目的、參與者三種分類方式於以下章節分別說明：

一、社群存在空間

大體來說，社群應該包括實體與虛擬兩部份，實體社群也稱為實務社群（Communities of Practice），本研究以實務社群稱之，參考相關研究社群的文獻，分別敘述如下：

（一）、實務社群

實務社群是學校教師透過定期或不定期、正式或非正式、校內或校外的組織，來互相切磋和討論，重點在分享彼此經驗和智慧，尋求解決問題的方法，帶動學校學習風氣並達成學校教育目標（張青菁，2009）。

在學校組織中，教師都具有專業知能，透過正式或是非

正式面對面的溝通交談，讓個人和其他人互相磋商討論，是一種資訊互通、知識分享、文件交流、經驗交換的理念，社群中的每個人都是知識的接收者與授與者，藉由組織的互動逐漸形成社群的資源和經驗，並建立起資源充沛的學習社群。以下將國內外幾位學者對實務社群的定義整理如表 2-3：

表 2-3 國內外學者對實務社群的定義

研究者	年代	實務社群的定義
Stewart	1999	實務社群是一種自發形成的社群，他們必須是由某種兼具社交和專業性質的力量所牽引而聚合，從彼此身上學習。
Wenger & Snyder	2001	實務社群是一群人藉由持續互動，分享利害與共的事情、共同的問題或熱情，以獲得更深入該領域的知識和專業。實務社群由三種基本因素：領域、社群、實務所組成。
伍忠賢 王建彬	2001	實務社群理論上的重點在於透過成員的知識分享以解決工作上的問題。
廖肇弘	2002	實務社群就是討論與工作內容有關議題的非正式團體。
方文智	2004	實務社群是組織裡的一群人聚集起來，共同分享經驗，並強調知識的創造與分享。
張青菁	2009	學校實務社群是藉由教師對社群的認同，密切的互動，帶動學校學習氣氛，分享彼此經驗和智慧。
鄭傑文	2013	教師實務社群意謂著教師走出班級王國，與其他教師產生互動，相互分享、支持與鼓勵。

資料來源：研究者自行整理

(二)、虛擬社群

Wellman 等學者 (1996) 認為虛擬社群本質上跟實體社群一樣，能提供會員自我滿足認同、經驗分享與社會支持的需求，只是虛擬社群是以電腦為平台呈現。蔡碧素 (2008) 則將虛擬社群定義為「一群擁有共同興趣和方向的人，透過網際網路進行互動、溝通與資源分享，以及經營長期發展的人際關係」。

「虛擬社群」一詞正是從實體社群的概念演變而來。早期的虛擬社群的形式為大家所熟知的電子佈告欄 (BBS)、聊天室 (Chat Group)、討論區、MUD 等。近年來，網際網路如雨後春筍般迅速竄起，新的網路服務網站陸續出現，尤其是部落格 (Blog)、臉書 (Facebook) 等的出現，致使各式各樣的虛擬社群大幅增加，正體現 Web2.0 所強調使用者為中心的概念，透過社群成員彼此的分享與共創，使得人人皆可在網路媒體發聲 (維基百科，2013)。研究者將近年來學者對於虛擬社群的定義彙整如表 2-4：

表 2-4 虛擬社群的定義

研究者	年代	虛擬社群的定義
J.Hage	1996	虛擬社群真正的意義是把人們群聚在一起，提供一個吸引人們自由交流的生動環境，人們在這種社群互動中，產生一種互相信賴和彼此了解的氣氛。
Hagel III & Armstrong	1997	虛擬社群是由大眾經由相同興趣而聚集，所產生的「興趣社群」(community of interest)。社群成員針對某一特定的主題持續的經營，以使社群得以不斷成長擴大。
Brenner	2000	虛擬社群是藉由電腦的溝通媒介來建立社群成員彼此之間的關係，並且使用電子輔助工具(包括佈告欄、電子郵件……等)來強化社群成員之間的關係。
翟本瑞	2001	虛擬社群為一群主要藉由電腦網路彼此溝通訊息的人，群體中的人們分享著某種程度的知識和資訊，所形成的團體。
蔡碧素	2008	將虛擬社群定義為「一群擁有共同興趣和方向的人，透過網際網路進行互動、溝通與資源分享，以及經營長期發展的人際關係」。
Chung 等	2010	虛擬社群是由許多現有的網際網路所組成的，使用者可以發布消息或貼照片等，並和其他用戶交換彼此間的信息。
林錦鈴	2015	虛擬社群可視為聚結相同目標和興趣的人們，在網路平台中進行持續性的互動。

資料來源：研究者自行整理

二、社群參與目的

社群是一群專業工作者因共通的興趣或目標而結合所組成正式或是非正式的團體，目的是追求並分享共同的解決方案，透過他們的智慧、能力去創造及分享知識，並且整合彼此共同的知識，藉由與他人分享經驗來獲得成長，並且激發參與感（方文智，2004）。本研究依參與的目的將之分為下列類型：知識社群、研究社群、讀書會社群、休閒社群、運動社群等。

三、社群參與者

蔡進雄（2003）社群是一定地理區域內的人及其社會性活動及現象的總稱。這種社群的概念至少包括三個要素：1.一群人；2.一定的地理範圍；3.人的社會性，包括其社會意識、關係及活動的總稱。本研究依參與者分類，分別敘述如下（劉佩琪，2003）：

- (一)、人口結構型社群：特定的性別、年齡層或族裔為對象的社群，如青少年、單親家庭等。
- (二)、主題型社群：以興趣為中心或是關心議題為焦點的社群，如繪畫、音樂、宗教、政治等。
- (三)、垂直產業型社群：以提供專業知識為主的社群，如教師、

醫生、農民、律師網站等。

(四)、企業類別社群：成立的目的是滿足某一類公司的需求，如
加盟企業等。

叁、社群參與定義與分類

參與 (Involvement) 亦有譯作「涉入」，Sherif 與 Cantril (1947) 在社會判斷理論 (Social Judgment Theory) 提出參與的概念屬於社會科學研究，並以參與來衡量個人態度。Mittal (1989) 認為參與是關心事物或活動的心理動機狀態，顯現出對事物或活動的關注程度。吳淑鶯、陳瑞和 (2005) 認為參與其實就是個人對事物感覺攸關及重視的程度。參與程度是一抽象的中介變數，無法直接加以衡量，必須藉由其他相關變數來作間接推測 (張娟娟，2015)。

Algesheimer, Dholakia 與 Herrmann (2005) 定義社群參與為「社群成員與其他社群成員之間合作、互動的內在動機」。社群參與也表示會員們會關心並幫助其他會員，以及參與社群內發起的活動，對外能替這個社群以背書等行動來提升社群成員自己或其他社群成員的價值 (陳岱溶，2012)。

Peruzzom (1996) 將社群參與分三大類：1. 非參與 (Nonparticipation)：參與者屬於被動的、旁觀與附屬的；2. 受控的參與 (Controlled

Participation)：指參與是受限制的、容易被控制的，且參與者無法真正參與核心權力；3.強而有力的參與 (Power Participation)：可參與管理與決策核心的過程。

Bagnall(1989)以出席(Presence)、參與(Involvement)與控制(Control)

三個指標來衡量社群參與度，其內容分述如下：

一、出席：指個人出席社群內舉辦的活動，可當一位參與者或是一樣產品的消費者。

二、參與：包含個人性與社會性的參與。個人性參與是指個人對社群活動的投入，會對活動本身表示個人的意見與想法；社會性參與是指個人會與參與社群活動的其他參與者產生互動性的活動，包括團體活動行為投入與情感上的分享等。

三、控制：是指個人或團體對於社群活動的內容、行程、目標結果等的控制與操控，由參與者決定社群活動的辦理內容與方式，而不只是要求自我參與，更產生引導他人進行社群活動（陳岱溶，2012）。

肆、教師社群

學校要建立社群的五個理由（蔡進雄，2003）：1.社群可以幫助滿足教師、家長及學生必須彼此連結的需求；2.社群幫助學校裡的每個人將焦

點集中在共同的利益上；3.社群提供學生一個安全的港口，在那個地方學生可以被無條件的接受；4.社群支持學習；5.社群可以建立關係和責任。再者，教師專門知識（Teacher Expertise）的焦點已從個人專門知識及責任朝向教師專業知識及責任，亦即教師一起共同定義目標、發展課程、為學生的進步負責、定標準、選教科書、從事研究或實驗、在合作的文化中工作。

我們可以了解學校教師為了增進學科知能、教育專業知能、個人生活知能及教師專業等，而共同組成團體來進行研究與進修，並且承諾遵守團體規約，分享彼此的觀念與價值，即為學校內的教師社群。而郭木山（2004）所謂的教師社群，泛指教師依其專長和興趣或個人需求，聚集具有熱誠、意願、關注相近議題的教育同仁，藉由定期聚會和討論、分享、觀摩等策略，共同分享、支持、探究，以求教學精進和專業發展的團體。綜合言之，目前在台灣的教師社群可歸納出以下型態，如表 2-5：

表 2-5 台灣的教師社群型態

類 型	目 的	成員形成	持續時間
實務社群	發展成員能力， 創造與交流知識	成員自我選擇	團體有意願，就 一直維持
學年社群	完成學校任務	被指派	直到離職為止
休閒式社群	促進休閒生活	自願參加	團體有意願，就 一直維持
專案式社群	完成研究專案	自願參與或被指派	完成研究
課程發展委員會	完成課程發展任 務	成員互相推派及當 然代表	直到下次委員 會改選
行動研究社 群	解決教學問題	自願參與或被指派	完成研究
讀書會	分享讀書心得	自願形成	團體有意願，就 一直維持

資料來源：修改自王維國（2007）。

伍、小結

教育部（2009）在《中小學教師專業學習社群》手冊中定義學習社群係指有著共同學習興趣或學習目標的一群人所組成，成員間經由持續性分享交流、參與學習和相互激勵，以提升彼此的知識、技能與態度。

張淑珠（2008）教師社群是要打破教師傳統單打獨鬥的習性，增加與其他教師分享經驗與知識的機會，這是一種學習文化的再建構，可形塑知識共享、共同學習的文化。

歸納上述學者說法，更進一步以學校觀點而言，社群是指學校內或

學校外的正式及非正式組織，本研究綜合出目前國內之校內教師社群種類，將之分為：課程領域社群、學年社群、讀書會、休閒生活社群、行動研究社群。

第三節 激勵理論 (Motivation Theory)

壹、激勵理論內涵

關於激勵理論的發展，最早起源於科學管理之父 Taylor，他以工作標準來做為報償高效率員工與淘汰低效率員工的依據，並相信金錢是最有效的激勵工具（謝安田，1999）。爾後學者相繼提出研究與論述，例如，許濱松（1981）將 1910 至 1960 年稱為早期激勵理論，1960 年以後稱為當代激勵理論；林建煌（2001）將 1960 年以前歸納為早期激勵理論，1960 年以後稱為現代激勵理論（羅湘晴，2010）。

在當代激勵理論中，由於觀點的不同，發展出兩種不同類型的理論，第一種即認知途徑（Cognitive Approach），其中包含內容理論（Content Theory）、程序理論（Process Theory）以及第二種的行為途徑（Noncognitive Approach）兩類（Griffin, 2005）。認知途徑中第一類是在探討引起行為的內容，故又稱為內容理論，在這些激勵的內容理論中，包含需求層級理論（Hierarchy of Need Theory）、雙因子理論（Two Factors Theory）、三需求理論（Three Needs Theory）、ERG 理論（ERG Theory）、成熟理論

(Maturity Theory) 等。第二類是試圖詮釋成員如何選擇工作行為及其選擇過程，故又稱為程序理論，而在激勵程序理論中，可以了解成員為何選擇一種特殊的行為模式以達成工作目標，主要的程序理論有四種，即期望理論、公平理論、目標設定理論與差距理論（羅湘晴，2010）。

第二在行為途徑方面，認為行為的後果才是影響行為的主要原因，而不去討論個人的認知過程，所以又稱之為行為改變途徑，主要是以增強理論（Reinforcement Theory）為代表，依據上述學者資料，研究者整理當代激勵理論如表 2-6 所示：

表 2-6 當代激勵理論

類型	型態	主要理論
認知途徑	內容理論 (Content Theory)	需求層級理論 (Hierarchy of Need Theory) 雙因子理論 (Two Factors Theory) ERG 理論 (ERG Theory) 成熟理論 (Maturity Theory) 三需求理論 (Three Needs Theory)
	程序理論 (Process Theory)	期望理論 (Expectancy Theory) 公平理論 (Equity Theory) 目標設定理論 (Goal-setting Theory) 差距理論 (Discrepancy Theory)
行為途徑	行為改變途徑 (Noncognitive Approach)	增強理論 (Reinforcement Theory)

資料來源：研究者自行整理

程序理論主要在說明個體行為如何被激發、導引、維持及停滯之過程，探討如何結合多種不同變數，來影響人們所願意投入的努力程度。

程序觀點是著重於如何（How）的觀點，茲就主要程序理論概述如下：

一、期望理論：由 Vroom（1964）所提出，最大特點在強調動機與報酬之間的關係，所以組織管理者必須確保提供員工想要的報酬，故此也算是一種自利的理論，藉此每個人都追求其期望滿足的極大化。

二、公平理論：公平理論由 Adams（1963）所提出，又稱為交換理論（Exchange Theory），當人處於交換關係情況下，員工希望自己的付出和報酬與他人比較時，能達到公平合理。

三、目標設定理論：Edwin Locke（1976）認為人類行為主要是由「目標」及「企圖心」所形成。個人對目標之承諾投入將決定其努力動機，尤其設有完成期限或達成標準者，其激勵作用更大。

四、差距理論：Porter（1961）等人指出個人的工作滿意是取決於其付出與所預期應得比例之差距，所以此為個人主觀期望所決定。

在行為途徑方面，主要是以增強理論為代表。羅湘晴（2010）增強理論認為我們可以藉由操弄某一特定形式的行為所隨附的結果，而來改變該行為出現的頻率。增強理論的基本精神是藉著增強來約制行為，由

於只注意外在環境事件、刺激對行為的影響，而不需要考慮到行為者內在的認知情形，故被稱為外在途徑（External Approach）。

增強理論是由 Skinner（1953）所提出的，基本原理包括：1.正增強（Positive Reinforcement）；2.負增強（Negative Reinforcement）；3.懲罰（Punishment）；4.消弱（Extinction）。

本研究採用內容理論中的三需求理論為基礎，探討影響教師社群參與意圖與知識分享意願之關係。接下來針對當代激勵理論中的內容理論之範圍與比較作一深入探討。

貳、內容理論之範圍

黃國強（2004）當代激勵理論中的內容理論主要是在探討引起行為的「內容」。內容理論是從動機的內容來思考，從理論上來說，動機是指引起個體活動，維持已開始的活動並使其能持續朝向某一目標進行的一種內在歷程，是心理學家們對個體行為的原因及其表現方式的一種推理性解釋，也是從事某一工作的意願，其強度大小決定於該工作完成能否滿足個人需求能力（張春興，1996）。大英百科全書對動機的定義為「造成行為的原因，也就是任何可以引起個體行動的事物」（The New eEncyclopaedia Britannica，2002）。Ryan 與 Deci（2002）將動機分為內在和外在，內在動機方面強調人的心靈需求，如獲得成就感、能力表現、

自我興趣及好奇心等；外在動機方面則強調社會性，如地位提昇、建立人際關係等。

本研究在探討何種「激勵因素」會使行為者產生特定行為並且持續下去，著重於何者（What）的觀點，故舉出下面五種內容理論的代表，分述如下：

一、需求層級理論（Hierarchy of Need Theory）

需求層級理論是由心理學家 Maslow（1954）所提出來的，被視為早期激勵理論的基石。該理論認為人有五種層次的需求，分別是：

(一)、生理需求（Physiological Needs）：人的最基本需求，如飢餓、口渴、性、蔽體及身體上的需求等。

(二)、安全需求（Safety Needs）：追求安全、躲避危險的需求，亦即保障身心不受到傷害的需求。

(三)、社會需求（Social Needs）：如親情、友情、愛情、歸屬、被人接納、與人交往、友誼等需求。

(四)、自尊需求（Esteem Needs）：包括外在的尊重，如身分地位、認同、受到他人的尊重；以及內在的尊重，如自尊心、自主權、成就感等需求。

(五)、自我實現需求 (Self-Actualization Needs)：個體發揮潛力並且實現理想的需求，如發揮個人的創造力。

二、雙因子理論 (Two Factors Theory)

雙因子理論是由 Herzberg 於 1959 年所提出的，他經由研究發現，讓員工感覺工作滿足或不滿足的因素是不相同的。他進一步將相關因素區分為「激勵因素」與「保健因素」兩類。

(一)、激勵因素 (Motivating Factor)：此類因子能夠消除不滿的因素，因此不存在時會產生不滿，但存在時亦無法增加滿足感。另外，Herzberg 發現如工作上的成就感、受到賞識、肯負責任、進步、成長、升遷等，對職位本身皆有「正面效果」，因此，稱其為激勵因素，又因其能帶來職位上的滿足，亦稱為滿足因素。

(二)、保健因素 (Hygiene Factor)：此類因子能夠增加工作滿足的因素，因此存在時會增加滿足感，不存在時亦不會造成不滿。工作上有許多這樣的保健因素，如果欠缺或不滿意，將造成員工的不滿，例如金錢報酬、工作地位、工作保障、工作環境、督導方式、公司政策、人際關係等。但此類因素能防止「負激勵」的狀況發生。惟長期握有激勵

述如下：

- (一)、生存需求 (Existence Needs)：是指對物質與實體之需要，基本上，生存需求包括了馬斯洛的生理需求與安全需求。
- (二)、關係需求 (Relatedness Needs)：指的是需要與他人(包括家人、鄰居、朋友、同事、部屬、上司)建立及維持良好人際關係的需求。原則上，關係需求類似馬斯洛的社會需求。
- (三)、成長需求 (Growth Needs)：是指對具有創造力，能產生貢獻與有所用處，以及能取得個人發展機會的需求。可以說，成長需求類似馬斯洛的自尊與自我實現的需求。

四、成熟理論 (Maturity Theory)

成熟理論由 Argyris (1957) 所提出，他認為人由不成熟狀態到成熟狀態有七種變化，即 1.由被動性到主動性；2.由依賴性至獨立性；3.由少樣行為至多樣行為；4.由短暫而淺嚐的興趣至持續而強烈興趣；5.由視界短見至視界遠大；6.由附屬他人至凌駕他人；7.由缺乏自我至認識自我、控制自我 (黃國強，2004)。

五、三需求理論 (Three Needs Theory)

羅湘晴 (2010) 三需求理論由 Atkinson 與 McClelland 等學者 (1953; 1961) 所提出，強調三種學習所獲之動機或需求，又

可稱為「學習需要理論」(Learned Need Theory)，也稱「三種需要理論」(Three Needs Theory)、「成就需要理論」(Achievement Need Theory)，分別為成就需求、權力需求及歸屬需求，其內容如下：

(一)、成就需求 (Need for Achievement)：

係指完成某項任務、目標或超越別人的企圖心與驅動力；相當於需求層級理論之「自我實現」。成就需求也可以表示內心渴望想要超越別人，想要成就自我某種目標及追求成功的欲望。

具有成就需求的人，對工作的勝任感和成功有強烈的要求，同樣也擔心失敗；他們樂意，甚至熱衷於接受挑戰，往往為自己樹立有一定難度而又不是高不可攀的目標；他們敢於冒風險，又能以顯示的態度對待冒險，絕不會以迷信和僥倖心理對待未來，而是要通過認真的分析和估計；他們願意承擔所做的工作的個人責任，並希望得到所從事工作的明確而又迅速的反饋(MBA lib 智庫百科)。

(二)、權力需求 (Need for Power)：

指擁有控制他人，影響他人的需求與企圖心，希望能

夠影響別人使其順從自己意志的願望；相當於需求層級理論之「尊重需求」。重視權力需求的人喜歡發號司令、影響別人，喜歡具有競爭性及階級區別的場合，而且對於是否能握有影響力及地位的重視程度，遠高於自我表現的要求。

McClelland 還將組織中管理者的權力分為兩種(MBA lib 智庫百科)：一是個人權力，追求個人權力的人表現出來的特徵是圍繞個人需求行使權力，在工作中需要及時的反饋和傾向於自己親自操作。麥克利蘭提出，一個管理者若把他的權力形式建立在個人需求的基礎上，不利於他人來續位。二是職位性權力，職位性權力要求管理者與組織共同發展，自覺的接受約束，從體驗行使權力的過程中得到一種滿足。

(三)、歸屬需求 (Need for Affiliation)：

指追求和諧的人際關係與友誼的欲望，希望與別人建立和諧且親密的人際關係之欲望；相當於需求層級理論之「社會需求」。高歸屬需求者追求友誼，喜歡合作融洽的氣氛，不喜競爭，並且希望維持與人相互了解的人際關

係。與他人的關係會因此變得更緊密、更個人化，變得重視友誼和伴侶關係。McClelland 指出，注重歸屬需求的管理者容易因為講究交情和義氣而違背或不重視管理原則，從而導致組織效率下降（MBA lib 智庫百科）。

McClelland 認為每個人都有這三種需求，但是強度因人而異，所以對於不同需求面向與強度的人，應找出其最適宜的工作性質與要求，較易達成組織的目標與個體的滿足。除此之外，也可以藉由訓練的方式，增加其需求的強度，使得人原本就具有的需求能得到更大的發揮（Robbins，1996）。

三需求理論與需求層級理論之間或有相似之處，但兩者最大不同之處，在於需求層級理論強調先後順序，而三需求理論強調比例問題（Atkinson, McClelland, Clark, & Lowell, 1953;1961）。

叁、激勵內容理論之比較

內容理論均是由需求層級理論衍伸而來，各理論之間彼此有一定的關聯性，其關聯性如圖 2-3 所示。

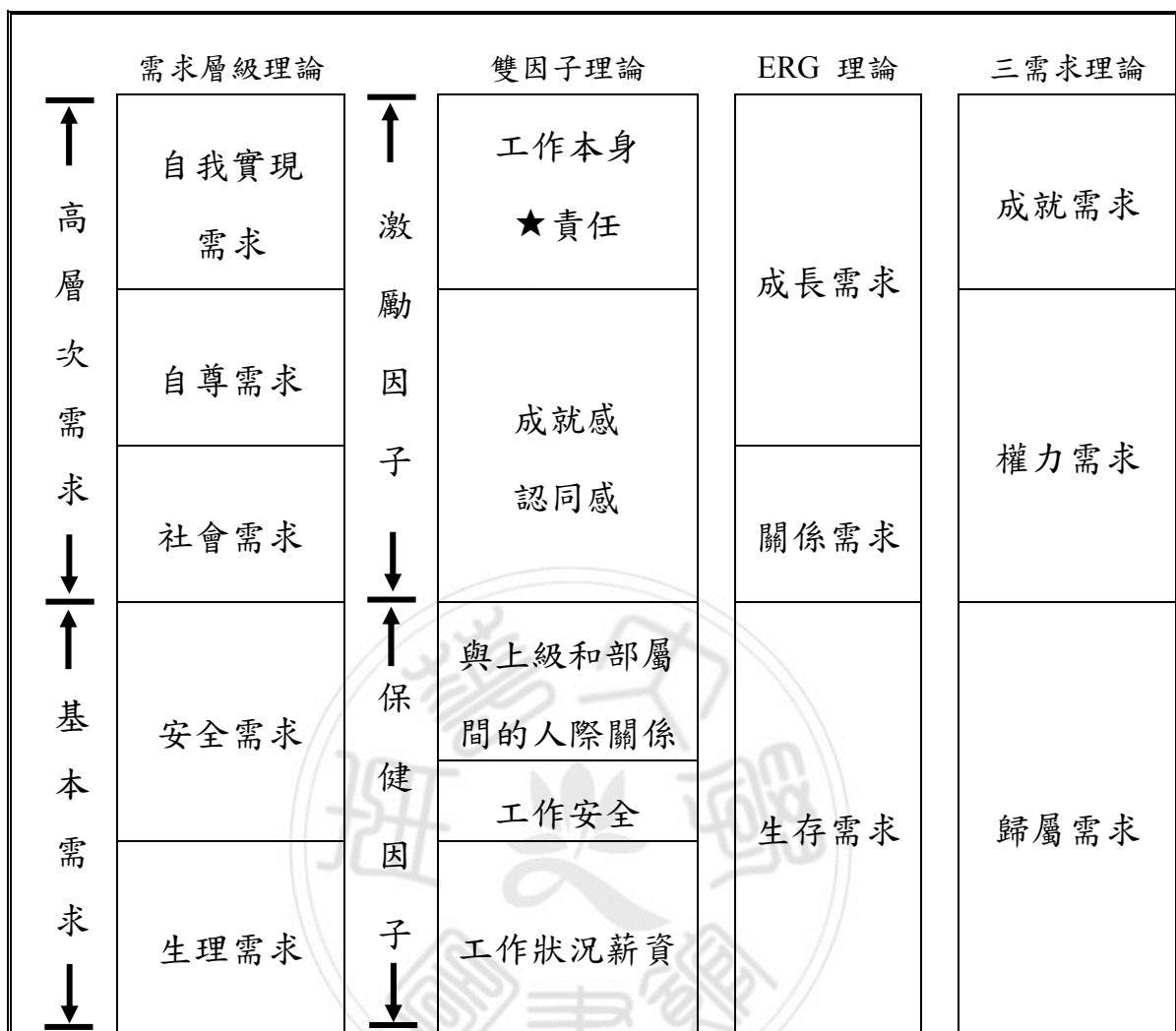


圖 2-3 激勵內容理論之比較

資料來源：Ivancevich, J.M. & Matteson, M.T (2002) ,
Organization Behavior and Management, New York, McGraw-Hill.

肆、小結

楊淑美（2009）強調參與動機就是使人們產生某些特定行為的原動力，並引導其朝向目標進行的內在行為展現，為需求刺激與內在歷程自我決定的交互作用，區分為推力因素與拉力因素，兩種因素激勵人們為滿足需求而採取行動。

張治文（2006）個體之參與行為的意念，發自於自我內在之驅力，促使個體所有行動皆依據自己之自由意識抉擇，不受任何外在力量指使，親自參加其選擇之各項活動。

由於人們各自追求的目標不同，為了滿足慾求或怨恨，人常常會自找麻煩或是製造麻煩，不同的人會因不同的原因而有不同需求及行為表現。根據不同需求，必須有因時、因地制宜，並且考量到個別差異的機制。

以上所述內容理論，雖然都希望以不同的觀點來解釋個體的行為，但由於影響知識分享意願的因素眾多，本研究因主、客觀條件之限制，故認為採取內容理論中的三需求理論之觀點，將有助於了解影響國小教師社群參與意圖與知識分享意願之因素。

第三章 研究方法

本研究在探討三需求理論對國小教師社群參與意圖與知識分享意願三者之關係，根據相關文獻探討、歸納、整理後，擬定研究架構，並採用問卷調查方式，探求各變項間關係。本章包含第一節說明研究架構與研究假設、第二節研究工具、第三節研究對象、第四節資料分析方法，茲分述如下：

第一節 研究架構與研究假設

壹、研究架構：根據以上所述，本研究之架構如圖 3-1 所示：

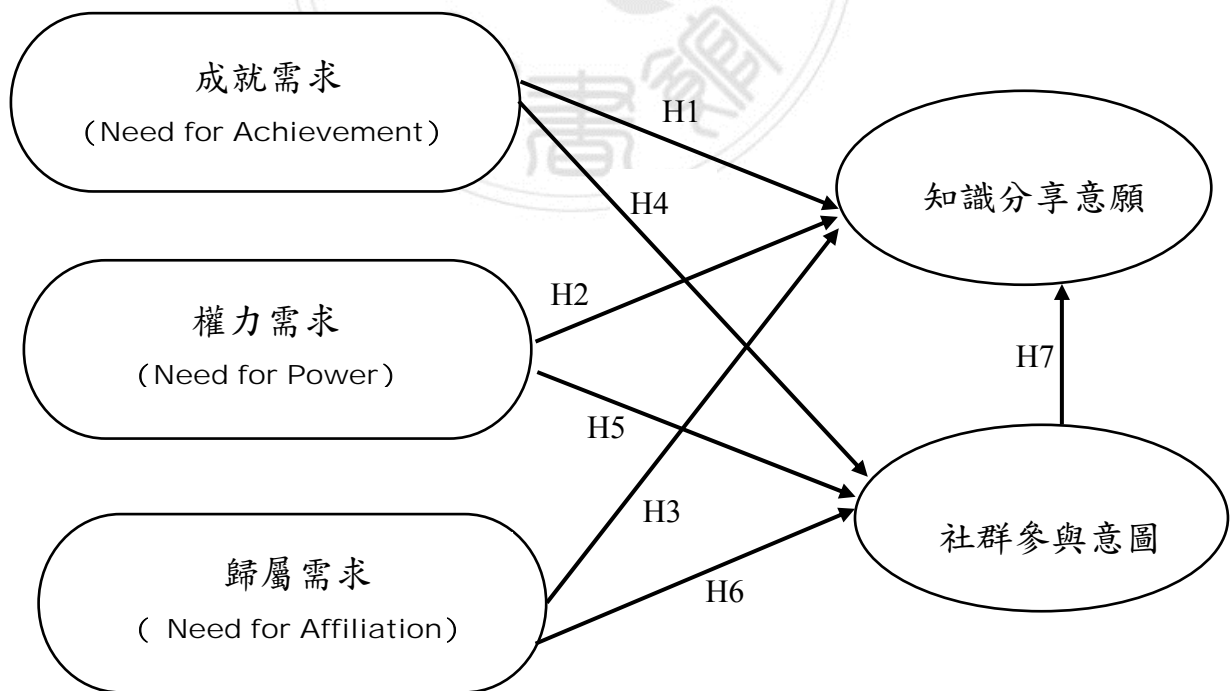


圖 3-1 研究架構圖

貳、研究假設

依據研究目的與研究問題之探討，以及根據第二章之文獻探討與相關研究結果，本研究提出欲驗證之「研究假設」彙整如下：

成就需求就是一種追求卓越的欲望，知識工作者一般來說具有層次較高的自尊需求、偏好專業發展與成長、具有榮譽感、成就欲望強等特質，當個人從分享知識的過程中可以得到成就感時，其分享的動機也越強（王文彥，2002）。因此，本研究提出假設如下：

H1：國小教師之成就需求會正向影響其知識分享意願。

知識可以讓人產生權力，大多數的人也認為知識可以成為權力的來源（王文彥，2002），分享專業知識後，個人權力或社會地位也會受到威脅。French 與 Raven（1959）指出權力是一方可以影響另一方的能力，如果將知識分享出去，則每個人都知道其中的知識，自然不能產生權力，所以權力也可能是影響知識分享意願的重要因素。因此，本研究提出假設如下：

H2：國小教師之權力需求會正向影響其知識分享意願。

Stott and Walker（1995）指出：知識工作者不願意為了金錢的關係而分享知識，但是成員會為了努力去獲取友誼以及維持良好人際關係，所以願意在組織中持續的與人互動，其知識分享的動機主要來自歸屬感等較高的需求層級。在組織中分享價值與願景是不可或缺的過程，分享願

景不僅是要去認同好的意見，更是要反應參與者對於個人或是組織而言，什麼是重要的（張青菁，2009）。因此，本研究提出假設如下：

H3：國小教師之歸屬需求會正向影響其知識分享意願。

方文智（2004）學校中的教師，不單只是「教學者」，而是「學習者」，藉由相同的領域或興趣組成社群，透過多元化的社群活動進行互動、分享、探索與反思以產出新知識，達到提升教師專業成長，進而改善學生學習成效的社群目標，同時也滿足個人的成就感。因此，本研究提出假設如下：

H4：國小教師之成就需求會正向影響其社群參與意圖。

領導者影響一個學校是否能夠有所變革，只有領導者願意與全體人員加入同一個社群內才容易使學校產生轉變，發生動力（李佩玲，2002）。同樣的，當社群中所有人為同一個目標努力不懈時，一個好社群就產生了。社群的目的是分享教學經驗和研究心得成果，解決學校教學或是行政問題，透過社群成員的智慧來共同成長（方文智，2004）。因此，本研究提出假設如下：

H5：國小教師之權力需求會正向影響其社群參與意圖。

高凝聚力的團體成員對團體的滿意度（Satisfaction）高於低凝聚力的團體，團體成員的滿意度增加，會連帶使得團體的凝聚力進一步提昇，

會遵守共同的規範、相互分享、相互依賴並形成認同感(李佩玲,2002)。所以社群應消除工作階層和部門地域的差異性,透過人與人間的交流互動,促進人員間的情感交流,社群成員之間往往會經由互動,產生對社群的歸屬感與認同進而培養達成目標的高度承諾,才會對社群有承諾感及責任。因此,本研究提出假設如下:

H6: 國小教師之歸屬需求會正向影響其社群參與意圖。

當個人被團體吸引時,會順著團體成員的共同願望,也會表現出較正向的反應與行為。現今社會變遷劇烈,教師不能再像過去一樣單打獨鬥,彼此之間應重視團隊合作關係,成立教師學習社群,才有助於提升教師的專業知識與技能。伍忠賢、王建彬(2001)談到社群理論上的重點在於透過成員的知識分享以解決工作上的問題。在社群中彼此分享的訊息越多,進而社群參與跟互動程度也會越高,亦代表著分享意願越高。因此,本研究提出假設如下:

H7: 國小教師社群參與意圖會正向影響其知識分享意願。

第二節 研究工具

參考過去相關研究問卷問項,修改成符合本研究主題之定義與問項,內容說明如下:

壹、三需求理論

McClelland (1975) 提出三需求理論，認為所有人的需求結構有下列三種：1.成就需求；2.權力需求；3.歸屬需求。McClelland 認為每個人都有這三種需求，但是強度因人而異，所以對於不同需求面向與強度的人，應找出其最適宜的工作性質與要求，較易達成組織的目標與個體的滿足。

本研究參考 Mancuso (1979) 所發展之量表，以學者謝秉錡 (2007) 提出修改之量表為主，依本研究需求調整，作為本研究的問項。

其中「成就需求」部份主要在衡量個人想要完成某種任務、目標或超越別人的企圖心與驅動力之程度；「權力需求」部份主要在衡量個人內心渴望擁有控制他人，影響他人的需求與企圖心之程度；「歸屬需求」部份主要在衡量個人追求和諧的人際關係與友誼的欲望，希望與別人建立和諧且親密的人際關係之欲望程度。衡量問項分別依成就需求、權力需求以及歸屬需求，列於下列三個表：

表 3-1 成就需求衡量問項

構面 名稱	衡 量 問 項	參考文獻
成 就 需 求	成就 1.當我在參加一個競賽時，我除了關心輸贏之外，也同時關心我在其中的表現	Mancuso (1979)
	成就 2.當我訂定了一個目標，就算是很困難，我仍然是有機會達成它	謝 秉 錡 (2007)
	成就 3.我會思考我今天所做的事，如何對我未來五年的發展產生影響	
	成就 4.我喜歡給自己訂定指標衡量我進步了多少	
	成就 5.我非常關心我的工作效率和品質	
	成就 6.人生重要的目標之一，就是去做別人沒有做過的事情	

資料來源：參考自謝秉錡（2007）

表 3-2 權力需求衡量問項

構面 名稱	衡 量 問 項	參考文獻
權 力 需 求	權力 1.在大部分的情況下，認清掌權者是重要的事	Mancuso
	權力 2.我認為受到他人尊重在社群中是重要的事	(1979)
	權力 3.擁有一些使他人尊重我的條件，是很重要的	謝 秉 錡
	權力 4.就算是必須施加一些壓力，我都堅持新進教師應該對我尊重	(2007)
	權力 5.很多人需要忠告和幫助，不管他們是否想要，都該有人提供給他們	

資料來源：參考自謝秉錡（2007）

表 3-3 歸屬需求衡量問項

構面 名稱	衡 量 問 項	參考文獻
歸 屬 需 求	歸屬 1.失去一位朋友會令我非常沮喪，所以我常常 努力與失去的朋友重修舊好	Mancuso (1979)
	歸屬 2.我需要從其他人那邊得到溫暖，同時我也會 有所回報	謝 秉 錡 (2007)
	歸屬 3.我享受社交活動，並會設法撥出時間去參加	
	歸屬 4.我需要受到他人喜愛	
	歸屬 5.我與朋友間的私人情誼對我很重要	
	歸屬 6.生活的真正的意義在於我們所打造的人際關 係	

資料來源：參考自謝秉錡（2007）

貳、社群參與意圖

張淑珠（2008）教師社群是要打破教師傳統單打獨鬥的習性，增加與其他教師分享經驗與知識的機會。為了了解學校教師增進學科知能、教育專業知能、個人生活知能及教師專業成長的參與程度，本研究採用 Zaichkowsky（1985）個人參與量表（Personal Involvement Inventory, PII）與學者張娟娟（2015）修改之量表，此量表廣泛的應用於各種領域。

Zaichkowsky 首先根據其完整的參與建構觀念模型發展，再經過一連串的篩檢與檢定後，將其縮減為 20 個項目，以衡量受測者對事物參與的程度，此 20 個語意差異題目的參與量表稱之為「個人參與量表」。

而後， Zaichkowsky (1994) 再將個人參與量表中的項目縮為 10 項，稱為 RPII (Revised Personal Involvement Inventory)。經過此次的修正之後，整份量表信度及效度仍維持在相當高的水準，因此仍具有極高的效率 (許宏淦，2001)。衡量問項列於下列表 3-4：

表 3-4 社群參與意圖衡量問項

構面名稱	衡 量 問 項	參考文獻
社群參與意圖	參與 1.參加教師社群對我而言是重要的	Zaichkowsky (1994) 張娟娟(2015)
	參與 2.我現在的教學與教師社群是緊密相關	
	參與 3.我會被教師社群所吸引	
	參與 4.我持續關心教師社群相關訊息	
	參與 5.我認為參與教師社群是有價值的	
	參與 6.我認為在教學上需要參加教師社群	
	參與 7.我想進一步了解教師社群的內容	
	參與 8.參加教師社群對我而言是特別有意義的	
	參與 9.參加教師社群對我而言是有趣的	
	參與 10.當提到教師社群時，我會想發表對它的看法	

資料來源：修改自張娟娟 (2015)

叁、知識分享意願

知識本身與一般的有形資產不同，透過分享並不會有效益遞減的情形，反而能增強知識的價值，因此知識傳遞與分享變得越來越重要。在群體中互相的知識分享及在成員分享的討論過程當中，會提升該群體的

知識水準，且可能會不斷創造新知識。

由於知識分享意願會受到內外環境的影響，要使教師能從事知識分享，須考量教師本身特質上的差異，透過不同的增強方式，以達到知識分享之目的。本研究將以參考 Nelson & Coopride(1996)、Senge (1997) 的知識分享意願量表，後以俞晨光 (2014)、葉倩亨 (2004)、郭小真 (2008)、許玉靜 (2009) 等學者所提出修改之知識分享意願量表為主，衡量教師之知識分享意願。衡量問項列於下列表 3-5。



表 3-5 知識分享意願衡量問項

構面 名稱	衡 量 問 項	參考文獻
知識 分 享 意 願	分享 1.同事願意透過非正式的交談、會議、活動 (ex：讀書會、社團)來分享知識	Nelson & Coopride
	分享 2.我願意讓同事觀摩我做事或處理問題的方法	(1996)
	分享 3.我願意提供自己工作訣竅的經驗及心得給同 事	俞 晨 光
	分享 4.我願意示範不容易說明的專業知識或技巧給 同事	(2014)
	分享 5.當同事有需求，我無法幫助他(她)時，我願 意提供「從何」或「從誰」可解決問題的管 道	
	分享 6.我會願意將教育訓練、或進修課程習得的技 能或知識分享給同事	
	分享 7.我會願意將取得的專業知識資料、文件或手 冊與同事分享	
	分享 8.我會願意將所得到的網路資源與同事分享	
	分享 9.我會願意將相關的專業知識上傳到網站，供 同事下載或參考	
	分享 10.我會願意將自己彙整的工作資料給同事參 考	

資料來源：參考自俞晨光（2014）

肆、預試問卷的實施與信效度分析

透過文獻探討，並經專家審核修訂，完成預試問卷，進行預試是為

了了解本研究工具之適切性需要。調查問卷分成四大部分，第一部分為個人基本資料；第二部分為三需求理論構面之問項，包括成就需求、權力需求、歸屬需求；第三部分為社群參與意圖構面之問項；第四部分為知識分享意願構面之問項。

本研究將上述三需求理論、社群參與意圖與知識分享意願以李克特量表 7 點量表施測 (1=非常不同意；2=不同意；3=稍微不同意；4=普通；5=稍微同意；6=同意；7=非常同意)，分數越高表示符合程度越高。

預試對象為嘉義縣國小教師，採便利性抽樣，施測時間為 10 月 5 日到 10 月 9 日。總共發出 30 份，回收 30 份，回收率為 100%，有效問卷共計 30 份，有效回收率為 100%。前測問卷回收後，以 SPSS22 統計軟體進行前測信效度分析。信度分析是在測量問卷內各量表中的衡量問項內部一致性的程度，Cronbach's α 被認為是較好之內部一致性的信度衡量方法 (Bollen, 1989)。而效度分析則是在測量問卷內量表的正確性。各構面信效度分析如下表 3-6：

表3-6各構面信效度分析表

	更正後項目 總數相關	Cronbach's α 值 (項目已刪除)	Cronbach's α 值	因素負荷量
成就1	-0.155	0.839		-0.160
成就2	0.692	0.680		0.825
成就3	0.716	0.658	0.761	0.890
成就4	0.862	0.603		0.906
成就5	0.524	0.737		0.587
成就6	0.449	0.745		0.683
權力1	0.533	0.408		0.708
權力2	0.344	0.501		0.918
權力3	0.186	0.569	0.562	0.869
權力4	0.174	0.632		-0.136
權力5	0.492	0.386		0.231

了了解本研究工具之適切性需要。調查問卷分成四大部分，第一部分為個人基本資料；第二部分為三需求理論構面之問項，包括成就需求、權力需求、歸屬需求；第三部分為社群參與意圖構面之問項；第四部分為知識分享意願構面之問項。

本研究將上述三需求理論、社群參與意圖與知識分享意願以李克特量表 7 點量表施測 (1=非常不同意；2=不同意；3=稍微不同意；4=普通；5=稍微同意；6=同意；7=非常同意)，分數越高表示符合程度越高。

預試對象為嘉義縣國小教師，採便利性抽樣，施測時間為 10 月 5 日到 10 月 9 日。總共發出 30 份，回收 30 份，回收率為 100%，有效問卷共計 30 份，有效回收率為 100%。前測問卷回收後，以 SPSS22 統計軟體進行前測信效度分析。信度分析是在測量問卷內各量表中的衡量問項內部一致性的程度，Cronbach's α 被認為是較好之內部一致性的信度衡量方法 (Bollen, 1989)。而效度分析則是在測量問卷內量表的正確性。各構面信效度分析如下表 3-6：

表 3-6 各構面信效度分析表(續)

	更正後項目 總數相關	Cronbach's α 值(項 目已刪除)	Cronbach's α 值	因素負荷量
分享 1	0.617	0.866	0.868	0.706
分享 2	0.755	0.840		0.805
分享 3	0.634	0.855		0.722
分享 4	0.297	0.876		0.396
分享 5	0.542	0.859		0.626
分享 6	0.538	0.859		0.603
分享 7	0.652	0.853		0.743
分享 8	0.506	0.862		0.611
分享 9	0.797	0.836		0.873
分享 10	0.740	0.845		0.828

從表 3-6 中可以發現問項成就 1 Cronbach's α 值為負數、權力 4、權力 5 Cronbach's α 值未達標準 0.7、分享 4 因素負荷量未達 0.5，所以進行刪題。刪題後各構面信效度分析結果如表 3-7：

表3-7刪題後各構面信效度分析表

	更正後項目 總數相關	Cronbach's α 值 (項目已刪除)	Cronbach's α 值	因素負荷量
成就2	0.688	0.798		0.831
成就3	0.785	0.763		0.879
成就4	0.840	0.743	0.839	0.913
成就5	0.446	0.856		0.618
成就6	0.537	0.840		0.659
權力1	0.452	0.882		0.693
權力2	0.769	0.531	0.782	0.927
權力3	0.664	0.657		0.881
歸屬1	0.463	0.775		0.633
歸屬2	0.675	0.725		0.811
歸屬3	0.647	0.723		0.803
歸屬4	0.580	0.747	0.785	0.745
歸屬5	0.361	0.788		0.498
歸屬6	0.570	0.750		0.715

表3-7刪題後各構面信效度分析表(續)

	更正後項目 總數相關	Cronbach's α 值 (項目已刪除)	Cronbach's α 值	因素負荷量
社群1	0.858	0.964		0.881
社群2	0.854	0.964		0.882
社群3	0.912	0.962		0.929
社群4	0.920	0.962		0.935
社群5	0.780	0.967		0.825
社群6	0.782	0.967	0.968	0.828
社群7	0.844	0.965		0.880
社群8	0.944	0.961		0.958
社群9	0.909	0.962		0.928
社群10	0.731	0.969		0.775

表3-7刪題後各構面信效度分析表(續)

	更正後項目 總數相關	Cronbach's α 值 (項目已刪除)	Cronbach's α 值	因素負荷量
分享 1	0.617	0.866		0.726
分享 2	0.755	0.840		0.803
分享 3	0.634	0.855		0.721
分享 5	0.542	0.859		0.636
分享 6	0.538	0.859	0.868	0.585
分享 7	0.652	0.853		0.747
分享 8	0.506	0.862		0.612
分享 9	0.797	0.836		0.880
分享 10	0.740	0.845		0.823

從表 3-7 中可以發現刪題後，各構面信度 Cronbach's α 值皆大於 0.7，表示具有良好信度；因素負荷量皆達 0.5 之標準，因此保留各問項，不再進行刪題。

第三節 研究對象

本研究主要目的是在探討三需求理論對國小教師社群參與意圖與知識分享意願三者之關係，選擇對象則是以嘉義縣國小教師做為研究對象。

根據第二章相關文獻探討、歸納、整理後，擬定研究架構並設計相關的問卷量表。對選定之研究對象實際施以問卷調查，其中問卷調查採便利抽樣法。本研究之研究對象為嘉義縣國小教師，共發放問卷 330 份，回收 312 份，剔除填答不完全之無效問卷 39 份，最後有效問卷 273 份，有效回收率 87.5%。

第四節 資料分析方法

本研究於問卷回收後，剔除填答不完全之無效問卷，將資料進行編碼，採用 SPSS22 以及 SmartPLS 2.0 進行資料分析。

資料分析的項目包括描述性統計分析、信度分析、效度分析及結構方程模型分析。以上述資料分析結果，驗證本研究之假說，茲將各項分析之方式說明如下：

一、描述性統計分析

將回收之問卷經過編碼及資料輸入後，採用 SPSS22 統計軟體對回收問卷的基本資料進行描述性的統計分析，以次數、百分比等統計量來探討受訪者相關背景資料，如性別、年齡、教學年資、教育程度、擔任職務、是否兼任正式行政職務、學區位置、學校規模和學校內教師社群等。

二、信度分析與效度分析

信度分析是在衡量問卷中問項內部一致性的程度，通常以 Cronbach's α 來衡量。當 Cronbach's α 值越大，代表同一構面各問項的一致性越高，問項間的相關性也越大，亦即表示信度越高。Cronbach's α 值在操作上最好大於 0.7（蕭文龍，2013），所以本研究採用 Cronbach's α 值來檢驗問卷的信度。效度分析則是在衡量問卷想要衡量問題的程度，效度愈高，測量的結果愈能顯現測量對象的特徵。效度分析有三個指標可以使用（蕭文龍，2013）。

- (一)、內容效度：問卷的問項和數量要足以代表問卷的概念。
- (二)、收斂效度：問卷相同構面問項間的相關性要高。
- (三)、區別效度：問卷不同構面問項間的相關性要低。

使用因素分析可以用來檢驗問卷是否具有效度，所有問項對應各個構面之因素負荷量大於 0.5 且累積解釋量大於 50%時，就表示問卷具有建構效度，也顯示出此問卷具有良好的效度（鍾玉科、戴軒廷、馬恆、張紹勳，2004；林偉玲，2014）。

三、結構方程模型分析

本研究採用 PLS2.0 統計分析技術進行結構模型分析，用以測量各構面之因果關係。PLS 具有下列優點（何雍慶、蔡青姿，2008）：1.能處理多個依變數與多個自變數；2.能克服多變量共線性的問題；3.強健地處理干擾資料及遺失值；4.投入反應變項對潛在變項有很強的預測能力；5.可以同時處理反應性指標和形成性指標；6.適用於小樣本；7.不受資料分配的限制。因此本研究採用 SmartPLS 2.0 軟體進行結構方程模型的分析（廖技勇，2015）。

第四章 資料分析與討論

本章資料分析與討論將針對回收之問卷進行結果統計與分析，共分成四小節，第一節基本資料描述性統計分析，說明樣本基本資料分布狀況；第二節各構面量表的統計分析，以了解受訪者對各構面所持態度；第三節測量模型的信度、效度分析；第四節驗證模型與假說。

第一節 基本資料描述性統計分析

本研究之研究對象為嘉義縣教師，主要目的在探討三需求理論對國小教師社群參與意圖與知識分享意願三者之關係，共發放問卷 330 份，回收 312 份，回收率為 94.5%。其中再剔除填答不完全之無效問卷 39 份，最後有效問卷 273 份，有效回收率 87.5%。

針對研究樣本教師之基本資料，本研究採用「次數分配」與「百分比」，進行描述性統計分析，以了解樣本的分配狀況。茲將分析結果整理如下面各表所示：

一、性別：

在性別方面，以「女性」教師 171 人居多，佔 62.6%，「男性」教師 102 人，佔 37.4%，顯示嘉義縣教師以女性教師居多。

表 4-1 樣本性別次數分配表

問 項	次 數	百 分 比 (%)
性別	男	102 37.4
	女	171 62.6
	總計	273 100.0

二、年齡：

在年齡方面，「30 歲以下」教師有 12 人，佔 4.4%；「31～35 歲」教師有 44 人，佔 16.1%；「36～40 歲」教師有 46 人，佔 16.8%；「41～45 歲」教師有 94 人，佔 34.4%；「46～50 歲」教師有 55 人，佔 20.1%；「51 歲以上」教師有 22 人，佔 8.1%。由統計資料可以發現教師年齡層集中在 36～50 歲之間，佔 71.3%。應該跟少子化趨勢有關係，導致新進年輕教師較少，而 50 歲以上教師則因社會環境氛圍，大多數選擇提前退休。

表4-2樣本年齡次數分配表

問 項	次 數	百 分 比(%)	
年 齡	30歲以下	12	4.4
	31-35歲	44	16.1
	36-40歲	46	16.8
	41-45歲	94	34.4
	46-50歲	55	20.1
	51歲以上	22	8.1
	總計	273	100.0

三、教學年資

在教學年資方面，服務「5年以下(含)」之教師有15人，佔5.5%，「6~10年」之教師有26人，佔9.5%，「11~15年」之教師有92人，佔33.7%，「16~20年」之教師有69人，佔25.3%，「21年以上(含)」之教師有71人，佔26.0%。

表4-3樣本教學年資次數分配表

問 項	次 數	百 分 比(%)	
教 學 年 資	5年以下	15	5.5
	6-10年	26	9.5
	11-15年	92	33.7
	16-20年	69	25.3
	21年以上	71	26.0
	總計	273	100.0

四、教育程度

在教育程度方面，專科畢業之教師有 1 人，佔總樣本數的 0.4%，大學畢業之教師有 142 人，佔 52.0%，碩士畢業之教師有 128 人，佔 46.9%，博士畢業之教師有 2 人，佔 0.7%。碩士以上學歷畢業的老師比例有增加的趨勢，應該與近幾年來教育政策鼓勵教師進修有關。

表4-4樣本教育程度次數分配表

問 項	次 數	百 分 比(%)	
教育程度	專科	1	0.4
	大學	142	52.0
	碩士	128	46.9
	博士	2	0.7
	總計	273	100.0

五、擔任職務

在教學職務方面，擔任「級任教師」工作之教師有 160 人，佔總樣本數的 58.6%，擔任「科任教師」工作之教師有 95 人，佔 34.8%，擔任「代理教師」工作之教師有 11 人，佔 4.0%，擔任「代課教師」工作之教師有 7 人，佔 2.6%。

表4-5 樣本擔任職務次數分配表

問 項	次 數	百分比(%)	
擔任職務	級任教師	160	58.6
	科任教師	95	34.8
	代理教師	11	4.0
	代課教師	7	2.6
	總計	273	100.0

六、兼任正式行政工作

擔任「教師兼正式行政工作」之教師有 80 人，佔 29.3%，
「未兼正式行政工作」之教師有 193 人，佔 70.7%。

表 4-6 樣本兼任正式行政工作次數分配表

問 項	次 數	百分比(%)	
兼任正式 行政工作	是	80	29.3
	否	193	70.7
	總計	273	100.0

七、學區位置

在學區位置方面，服務於「一般地區」學校之教師有 152 人，佔 55.7%，服務於「偏遠地區」學校之教師有 100 人，佔 36.6%，服務於「特偏地區」學校之教師有 21 人，佔 7.7%。

表4-7樣本學區位置次數分配表

問 項	次 數	百 分 比(%)	
學區位置	一般地區	152	55.7
	偏遠地區	100	36.6
	特偏地區	21	7.7
	總計	273	100.0

八、學校規模

在學校規模方面，服務學校屬於「6 班以下(含)」之教師有 99 人，佔 36.3%，「7~12 班」之教師有 59 人，佔 21.6%，「13~24 班」之教師有 54 人，佔 19.8%，「24 班以上」之教師有 61 人，佔 22.3%。

表4-8樣本學校規模次數分配表

問 項	次 數	百 分 比(%)	
學校規模	6 班以下	99	36.3
	7-12 班	59	21.6
	13-24 班	54	19.8
	24 班以上	61	22.3
	總計	273	100.0

九、是否有加入校內所成立的教師社群

在加入教師社群方面，加入課程領域社群之教師有 203 人，佔總樣本數 74.4%，加入學年課群之教師有 87 人，佔總樣本數 31.9%，加入讀書會社群之教師有 28 人，佔總樣本數 10.3%，加入休閒生活社群之教師有 26 人，佔總樣本數 9.5%，加入行動研究社群之教師有 18 人，佔總樣本數 6.6%，加入其他社群之教師有 27 人，佔總樣本數 9.9%。仍有少數教師參與其他教師社群，如閱讀社群、教專社群……等。



表4-9 樣本加入教師社群次數分配表

問 項		次 數	百分比(%)	
課程領域社群	無	70	25.6	
	有	203	74.4	
	總計	273	100.0	
學年課群	無	186	68.1	
	有	87	31.9	
	總計	273	100.0	
教師社群	讀書會	無	245	89.7
		有	28	10.3
		總計	273	100.0
休閒生活社群	無	247	90.5	
	有	26	9.5	
	總計	273	100.0	
行動研究社群	無	255	93.4	
	有	18	6.6	
	總計	273	100.0	

第二節 各構面量表的統計分析

這一節將就問卷中各個構面的問項進行描述性統計分析，以了解受訪者對各構面所持態度。本研究採用「平均數」與「標準差」進行描述性統計分析，分析結果如下：

一、成就需求

成就需求量表平均數為 5.12，各題項平均數落在 4.44~5.76 之間。茲將成就需求量表之統計資料整理於表 4-10 中。由表中可以看出受訪的教師，普遍對成就需求的重視程度，其中以題項「我非常關心我的工作效率和品質」平均數最高。而題項「人生重要的目標之一，就是去做別人沒有做過的事情」平均數最低，顯示受訪教師並不完全認為去做別人沒有做過的事情，是一件很必要的事。

表 4-10 成就需求量表描述性統計量

構面	問項	平均數	標準差
成就需求	成就1	5.61	0.868
	成就2	4.95	1.156
	成就3	4.86	1.131
	成就4	5.76	0.862
	成就5	4.44	1.294
	問項平均數	5.12	

二、權力需求

權力需求量表平均數為 5.59，各題項平均數落在 5.37~5.72 之間。茲將權力需求量表之統計資料整理於表 4-11 中。由表中可以看出受訪的教師，對權力需求的重視程度，其中以題項「我

認為受到他人尊重在社群中是重要的事」平均數最高。

表 4-11 權力需求量表描述性統計量

構面	問項	平均數	標準差
權力需求	權力 1	5.37	1.010
	權力 2	5.72	0.898
	權力 3	5.68	0.881
問項平均數		5.59	

三、歸屬需求

歸屬需求量表平均數為 5.14，各題項平均數落在 4.75~5.51 之間。茲將歸屬需求量表之統計資料整理於表 4-12 中。由表中可以看出受訪的教師，普遍對歸屬需求的重視程度，其中以題項「我與朋友間的私人情誼對我很重要」平均數最高。

表4-12歸屬需求量表描述性統計量

構面	問項	平均數	標準差
歸屬需求	歸屬 1	4.75	1.210
	歸屬 2	5.16	1.125
	歸屬 3	5.12	1.013
	歸屬 4	5.07	1.086
	歸屬 5	5.51	0.928
	歸屬 6	5.21	1.076
問項平均數		5.14	

四、社群參與意圖

社群參與量表平均數為 4.93，各題項平均數落在 4.64~5.23 之間。茲將教師社群參與量表之統計資料整理於表 4-13 中。由表中可以看出受訪的教師，普遍對教師社群參與的重視程度，其中以題項「我認為參與教師社群是有價值的」平均數最高。而題項「我會被教師社群所吸引」平均數最低，顯示受訪教師雖然認為參與教師社群是有價值的，但未必會主動參與教師社群。

表 4-13 社群參與量表描述性統計量

構面	問項	平均數	標準差
社群參與意圖	社群1	4.98	0.966
	社群2	4.68	1.131
	社群3	4.64	1.093
	社群4	4.85	1.056
	社群5	5.23	0.955
	社群6	5.22	0.967
	社群7	5.07	0.954
	社群8	4.95	0.984
	社群9	5.00	1.020
	社群10	4.71	1.106
	問項平均數	4.93	

五、知識分享意願

知識分享意願量表平均數為 5.74，各題項平均數落在 4.64～5.23 之間。茲將教師知識分享意願量表之統計資料整理於表 4-14 中。由表中可以看出受訪的教師，普遍對教師知識分享意願的重視程度，其中以題項「我會願意將所得到的網路資源與同事分享」平均數最高。

表4-14知識分享意願量表描述性統計量

構面	問項	平均數	標準差
知識分享意願	分享1	5.63	0.822
	分享2	5.29	1.026
	分享3	5.74	0.816
	分享4	5.81	0.766
	分享5	5.87	0.746
	分享6	5.91	0.739
	分享7	5.96	0.739
	分享8	5.63	0.946
	分享9	5.79	0.835
	問項平均數	5.74	

第三節 測量模型的信度效度分析

本研究之各構面量表是引用其他學者，透過具體的量表各個問項（觀察變數）來反映各個構面（潛在變項），因此本研究之理論模式的分析

與驗證工具採用偏最小平方法的 SmartPLS 2.0 統計軟體來進行分析。採用 PLS 的分析主要透過兩個步驟，第一個步驟在檢驗測量模型的信度和效度，第二個步驟則是在檢測模型各路徑係數的顯著性與預測能力（何雍慶、蔡青姿，2009）。

一、繪製測量模型圖

本研究問卷回收後，剔除無效問卷，建立 273 筆有效正式問卷樣本，採用 SmartPLS 2.0 進行正式問卷的分析，然後繪製完成本研究架構之路徑測量模式圖。圖中涵蓋 5 個構面（成就需求、權力需求、歸屬需求、社群參與意圖和知識分享意願）以及 33 個問項（成就 1~成就 5、權力 1~權力 3、歸屬 1~歸屬 6、社群 1~社群 10、分享 1~分享 9），透過這些構面與問項組成本研究之研究架構。

二、信度分析

PLS 在測量模型分析方面有幾個原則：1.個別因素負荷量（Factor Loading）必須大於 0.5；2.組成信度（Composite Reliability, CR）與 Cronbach's α 必須大於 0.7，以確保內部一致性的程度；3.平均變異萃取（Average Variance Extracted, AVE）必須大於 0.5。因此本研究將從組成信度與 Cronbach's α 來進行

問卷信度分析（蕭文龍，2013），本研究問卷各構面及問項信度分析整理如表 4-15：

表 4-15 研究構面信效度分析表

構面	問項	因素負荷量	t 值	Cronbach's α	CR	AVE
成就需求	成就 1	0.578	8.654	0.738	0.828	0.504
	成就 2	0.777	18.440			
	成就 3	0.791	26.688			
	成就 4	0.686	15.612			
	成就 5	0.661	14.637			
權力需求	權力 1	0.699	13.607	0.753	0.860	0.675
	權力 2	0.872	41.623			
	權力 3	0.879	41.057			
歸屬需求	歸屬 1	0.682	17.066	0.846	0.887	0.567
	歸屬 2	0.776	27.186			
	歸屬 3	0.715	17.655			
	歸屬 4	0.785	27.779			
	歸屬 5	0.775	23.695			
	歸屬 6	0.780	25.958			

表 4-15 研究構面信效度分析表(續)

構面	問項	因素負荷量	t 值	Cronbach's α	CR	AVE
社群參與意圖	社群 1	0.751	24.654	0.935	0.944	0.630
	社群 2	0.745	24.047			
	社群 3	0.768	29.684			
	社群 4	0.799	34.524			
	社群 5	0.812	37.669			
	社群 6	0.812	34.378			
	社群 7	0.803	29.199			
	社群 8	0.792	47.056			
	社群 9	0.839	27.837			
	社群 10	0.812	21.060			
知識分享意願	分享 1	0.595	11.809	0.897	0.916	0.549
	分享 2	0.670	19.463			
	分享 3	0.826	43.648			
	分享 4	0.738	23.245			
	分享 5	0.786	24.614			
	分享 6	0.782	24.809			
	分享 7	0.769	22.038			
	分享 8	0.699	18.241			
	分享 9	0.775	25.313			

從表 4-15 中可以發現，在組成信度與 Cronbach's α 部分，成就需求的 CR 值 0.828 與 Cronbach's α 值 0.738、權力需求的 CR 值 0.860 與 Cronbach's α 值 0.753、歸屬需求的 CR 值 0.887

與 Cronbach's α 值 0.846、社群參與意圖的 CR 值 0.944 與 Cronbach's α 值 0.935、知識分享意願的 CR 值 0.916 與 Cronbach's α 值 0.897，各構面問項的 CR 值與 Cronbach's α 均達到大於 0.7 的標準，顯示本研究各個構面問項具有良好穩定度及內部一致性信度。

三、效度分析

效度一般用在測量問卷的正確性，通常由內容效度、收斂效度和區別效度三個指標來呈現。

內容效度指測量工具內容的適切性，如果測量的內容能夠涵蓋研究中所探討的架構與內容，就具有優良的內容效度 (Babbie, 1992)。本研究問卷之問項以三需求理論為基礎，參考國外學者及國內研究者使用之問卷加以修改，並經專家學者及學校教師、指導教授討論審視，故可以認定本研究之問卷具備相當之內容效度。

在收斂效度方面，Hair 等人 (1998) 提出由個別項目的因素負荷量、潛在變項組成信度與潛在變項的平均變異萃取等三項指標來檢驗證收斂效度，如果三項指標均符合，則表示本研究符合收斂效度。從表 4-15 中來看，在收斂效度的個別項目的因

素負荷量部分，每個問項的因素負荷量都大於 0.5 以上。潛在變項組成信度 (CR) 部分，成就需求、權力需求、歸屬需求、社群參與意圖和知識分享意願等五個構面的 CR 值，也都高於標準的 0.7，顯示本研究量表的各個構面均具備內部一致性。平均變異萃取 (AVE) 部分，標準值是 0.5，從表 4-15 中可以看出，成就需求、權力需求、歸屬需求、社群參與意圖和知識分享意願等五個構面，都大於 0.5 的標準。綜合上面收斂效度的三個指標，無論因素負荷量、CR 值、AVE 值均高於標準值，顯示本研究構面具有收斂效度。

區別效度也是由平均變異萃取 (AVE) 來檢測，當潛在變數的 AVE 開根號值大於各構面間的相關係數，就代表該潛在變數具備區別效度。在區別效度方面，從表 4-16 區別效度分析表分析顯示，各構面 AVE 值無論是水平列或是垂直欄皆大於各構面間的相關係數，顯示本研究之構面皆具備區別效度。

表 4-16 研究構面區別效度分析表

潛在變項	成就需求	權力需求	歸屬需求	社群參與意圖	知識分享意願
成就需求	0.706				
權力需求	0.330	0.822			
歸屬需求	0.330	0.404	0.753		
社群參與意圖	0.485	0.389	0.273	0.794	
知識分享意願	0.410	0.337	0.527	0.423	0.741

註：對角線部分是 AVE 開根號值，非對角線是各構面間的相關係數。

此值若大於水平列或垂直欄的相關係數值，則代表具備區別效度。

綜合以上的分析結果顯示，本研究同時具備收斂效度與區別效度，因此本研究之構面具有良好的建構效度。

第四節 驗證模型與假說

偏最小平方法 PLS 模型分析的第二個步驟則是在檢測模型各路徑係數的顯著性與預測能力（何雍慶、蔡青姿，2009）。在進行驗證結構模型分析時，將呈現三個部分：路徑係數（Path Coefficients）及路徑係數的

顯著水準 (Significance of Path Coefficients)、總效果 (Total Effects) 和 R-Square 解釋力。

在 SmartPLS 2.0 中提供 PLS Algorithm (PLS 演算法)、FIMIX-PLS、Bootstrapping、Blindfolding 四種演算法，一般最常用到的是 PLS Algorithm (PLS 演算法) 和 Bootstrapping (重複抽樣估算法)。採用 Bootstrapping 演算法可以得到 t 值，而 PLS Algorithm 演算法可以得到路徑係數和 R-square 解釋力 (蕭文龍，2013)。

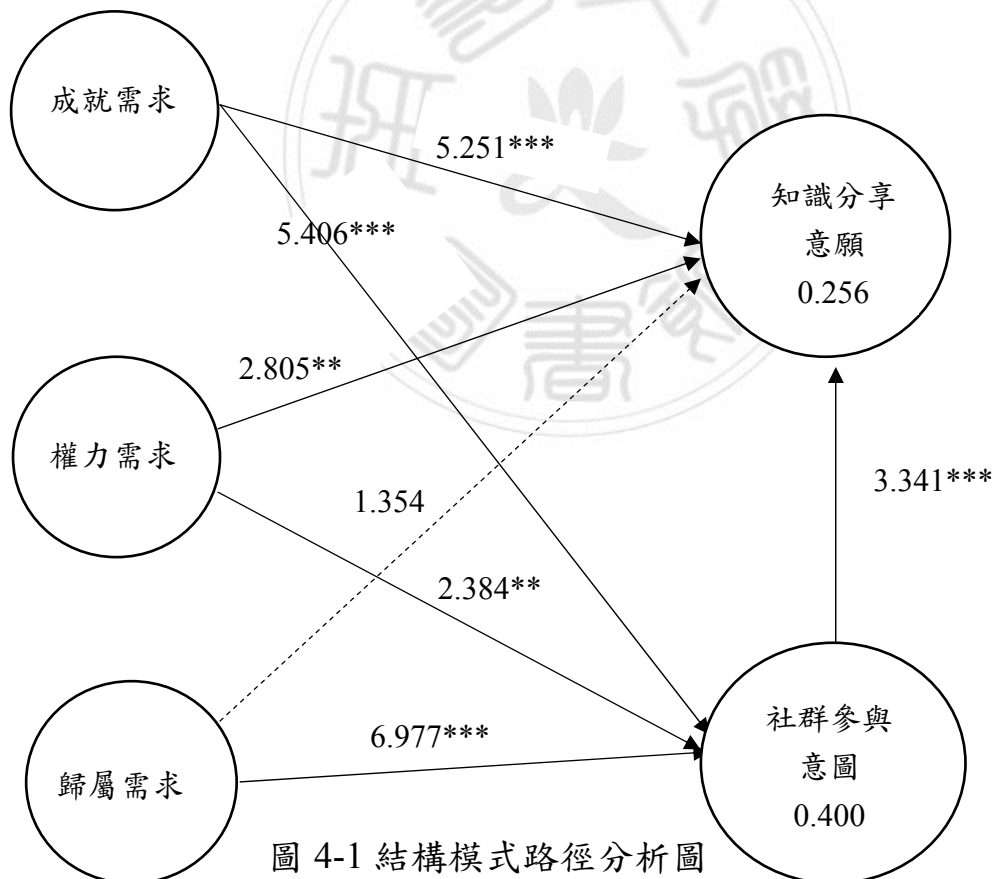
本研究假說方向性非常清楚，因此採單尾 t 檢定，當 t 值大於 1.645，表示已達到 p 值為 0.05 的顯著水準，會以*表示；當 t 值大於 2.326，表示已達到 p 值為 0.01 的顯著水準，會以**表示；當 t 值大於 3.090，表示已達到 p 值為 0.001 的顯著水準，會以***表示。

因此在本研究中，先進行 Bootstrapping 重複抽樣估算法，重複抽取 500 個樣本來取得 t 值，來檢驗模型的信效度，然後再進行 PLS Algorithm 演算法，以取得路徑係數和 R-Square 解釋力，來檢驗模型的顯著性與預測力，研究結果整理成表 4-17、表 4-18、表 4-19 以及圖 4-1。

表 4-17 結構模式路徑係數表

	路徑係數	t 值
成就需求→知識分享意願	0.238	5.251***
權力需求→知識分享意願	0.163	2.805**
歸屬需求→知識分享意願	-0.000	1.354
成就需求→社群參與意圖	0.318	5.406***
權力需求→社群參與意圖	0.136	2.384**
歸屬需求→社群參與意圖	0.349	6.977***
社群參與意圖→知識分享意願	0.366	3.341***

$t > 1.645$, $*p < 0.05$; $t > 2.326$, $**p < 0.01$; $t > 3.090$, $***p < 0.001$



註 1.實線代表具有顯著水準。

註 2.虛線代表不具顯著水準。

研究結果顯示：

一、H1：國小教師之成就需求會正向影響其知識分享意願。

分析結果顯示 $\beta=0.238$ ， $t=5.251>3.090$ ，達到 $p<0.001$ 的顯著水準，表示「成就需求」對「知識分享意願」有正向顯著影響，其結果支持 H1 假說成立。研究結果與王文彥（2002）等研究者所提到的，當個人從分享知識的過程中可以得到成就感時，其分享的動機也越強的結果相同。

二、H2：國小教師之權力需求會正向影響其知識分享意願。

分析結果顯示 $\beta=0.163$ ， $t=2.805>2.326$ ，達到 $p<0.01$ 的顯著水準，表示「權力需求」對「知識分享意願」有正向顯著影響，其結果支持 H2 假說成立。研究結果與 French 與 Raven（1959）等研究者所提到的，權力是一方可以影響另一方的能力，如果將知識分享出去則每個人都知道其中的知識，自然不能產生權力，所以權力也可能是影響知識分享意願的重要因素的結果相同。

三、H3：國小教師之歸屬需求會正向影響其知識分享意願。

分析結果顯示 $\beta= -0.000$ ， $t=1.354<1.645$ ， $p>0.05$ 未達顯著水準，表示「歸屬需求」對「知識分享意願」沒有正向顯著影

響，H3 假說不成立，研究結果歸屬需求並無正向顯著影響教師知識分享意願。雖然研究者 Stott and Walker (1995) 指出，知識工作者不願意為了金錢的關係而分享知識。教師雖然會為了去獲取友誼以及維持良好人際關係而努力，但研究結果顯示，並不會因此而影響教師知識分享的意願。

四、H4：國小教師之成就需求會正向影響其社群參與意圖。

分析結果顯示 $\beta=0.318$ ， $t=5.406>3.090$ ，達到 $p<0.001$ 的顯著水準，表示「成就需求」對「教師社群參與意圖」有正向顯著影響，其結果支持 H4 假說成立。研究結果與方文智 (2004) 學校中的教師，藉由相同的領域或興趣組成社群，透過多元化的社群活動進行互動、分享、探索與反思以產出新知識，達到提升教師專業成長，同時也滿足個人成就感的結果相同。

五、H5：國小教師之權力需求會正向影響其社群參與意圖。

分析結果顯示 $\beta=0.136$ ， $t=2.384>2.326$ ，達到 $p<0.01$ 的顯著水準，表示「權力需求」對「社群參與意圖」有正向顯著影響，其結果支持 H5 假說成立。研究結果與李佩玲 (2002) 領導者影響一個學校是否能夠有所變革，只有領導者願意與全體人員加入同一個社群內才容易使學校產生轉變，發生動力。同樣的，

當社群中所有人為同一個目標努力不懈時，一個好社群就產生
了的結果相同。

六、H6：國小教師之歸屬需求會正向影響其社群參與意圖。

分析結果顯示 $\beta = 0.349$ ， $t = 6.977 > 3.090$ ，達到 $p < 0.001$ 的顯著水準，表示「歸屬需求」對「社群參與意圖」有正向顯著影響，其結果支持 H6 假說成立。研究結果與李佩玲（2002）高凝聚力的團體成員對團體的滿意度高於低凝聚力的團體，團體成員的滿意度增加，會連帶使得團體的凝聚力進一步提昇，會遵守共同的規範、相互分享、相互依賴並形成認同感的結果相同。

七、H7：國小教師社群參與意圖會正向影響其知識分享意願。

分析結果顯示 $\beta = 0.365$ ， $t = 3.341 > 3.090$ ，達到 $p < 0.001$ 的顯著水準，表示「社群參與意圖」對「知識分享意願」有正向顯著影響，其結果支持 H7 假說成立。研究結果與伍忠賢、王建彬（2001）談到社群理論上的重點在於透過成員的知識分享以解決工作上的問題，社群中彼此分享的訊息越多，進而社群參與跟互動程度也會越高，亦代表著分享意願越高的結果相同。

表 4-18 研究假說檢定結果

研 究 假 說	驗 證 結 果
H1：國小教師之成就需求會正向影響其知識分享意願	支持
H2：國小教師之權力需求會正向影響其知識分享意願	支持
H3：國小教師之歸屬需求會正向影響其知識分享意願	不支持
H4：國小教師之成就需求會正向影響其社群參與意圖	支持
H5：國小教師之權力需求會正向影響其社群參與意圖	支持
H6：國小教師之歸屬需求會正向影響其社群參與意圖	支持
H7：國小教師社群參與意圖會正向影響其知識分享意願	支持

表 4-19 結構模式構面解釋力

構 面	R Square
社群參與意圖	0.400
知識分享意願	0.256

研究結果顯示「成就需求」、「權力需求」、「歸屬需求」、「社群參與意圖」對「知識分享意願」的整體解釋力 R² 僅達到 25.6%，表示本研究模型解釋力並不如預期，顯示除了三需求理論外，仍有其他影響變數可能影響教師知識分享意願。

王文彥（2002）根據 Tampoe（1993）的研究發現，知識工作者將需求依照個人的重要優先順序排列如下：第一是個人的成長，其次為作業的自主性，再來是任務的成就感，最後為金錢財富。由此可知，知識工作者普遍具有較高的自尊需求、偏好尋求職涯發展與成長、具有專業榮譽感、要求工作的自主性與自我管理、成就欲望強等特質，其所重視的是個人發展以及對專業的尊重。換句話說，知識工作者的需求優先順序與一般員工的差異處在於格外重視 Maslow 的第三、四、五層需求。

此外在 Davenport 與 Prusak（1998）所提及的互利主義、聲譽與利他主義三個知識分享的報酬中，關於利他主義（Altruism）的部分提到：有一些人天生是大好人，願意與他人分享知識，除了謝謝之外別無他求。也有可能是因為他對所擁有的知識具有極高的熱情，因此不論有沒有機會，他都樂於與他人分享，所以知識的利他主義是有可能的，同時也是可以激發出來的。

與該論點相關的是 Hoffman（1975）認為同理心（Empathy）也會影響個人知識分享的意願，所謂同理心是指設身處地的感受他人當前情緒的一種反應，當個人可以用同理心體會他人因不了解而產生的痛苦時，個人會傾向分享知識（王文彥，2002）。

第五章 結論與建議

在教育改革的大環境下，因為知識的汰舊換新迅速，以致於教師知識分享的重要性與日俱增。若能透過教師個人知識的分享，將可以使教師的知識發揮更高的應用價值。隨著十二年國教的推展，對於國小教師而言，教師需要透過不斷的學習來因應改變。相對的，學習也是一種社交行為，透過互動方式的進行能使學習更有效果，為了讓成員願意進行分享，社群的發展便更形重要。因此，要使教師能從事知識分享，須考量教師本身特質上的差異，透過不同的增強方式，以達到知識分享之目的。

本研究從三需求理論來探究國小教師社群參與意圖與知識分享意願三者之關係，經過研究驗證後，表示本研究所建構之模式能有效解釋教師知識分享意願之因素。本章針對研究所獲得的發現做一總結，提出實務上的建議以及研究的限制，作為後續研究者與學校推動教師知識分享之參考。

本章共分成四個小節，第一節研究結果，第二節學術與實務上的貢獻，第三節研究限制，第四節未來研究的建議。

第一節 研究結果

本研究以嘉義縣國小教師為研究對象，主要目的在探討三需求理論對國小教師社群參與意圖與知識分享意願三者之關係，得到下面結果：

- 一、國小教師之成就需求會正向影響其知識分享意願。
- 二、國小教師之權力需求會正向影響其知識分享意願。
- 三、國小教師之成就需求會正向影響其社群參與意圖。
- 四、國小教師之權力需求會正向影響其社群參與意圖。
- 五、國小教師之歸屬需求會正向影響其社群參與意圖。
- 六、國小教師社群參與意圖會正向影響其知識分享意願。
- 七、國小教師之歸屬需求會正向影響其知識分享意願未獲支持。

第二節 學術與實務上的貢獻

知識的分享是相當重要的課題，然而，知識分享意願會受到內外環境的影響，且在相同的環境與刺激下，個體的知識分享意願也不盡相同。所以到底何種原因能讓人有意願主動分享自身的知識，是一個值得探究的問題。因此本研究之研究結果在學術上具有下列貢獻：

- 一、本研究經由文獻探討及針對研究對象進行問卷調查及統計之實證研究結果，了解到國小教師知識分享意願確實受到國小教師社群參與意圖正向顯著影響。

二、本研究模型經研究驗證，顯示本研究之模型能有效解釋激勵理論中的三需求理論對國小教師社群參與意圖與知識分享意願有正向顯著影響。

三需求理論對國小教師知識分享意願之影響關係，在過去教育相關之文獻顯少對此著墨，因此本研究試圖經由相關文獻探討並推論出之間的影响性，且研究結果也得到證實，一方面可以補足這方面研究文獻的不足，另一方面亦可提供給日後的研究者參考。

依據前述結果發現，提供下列實務建議以供參考：

- 一、本研究結果了解國小教師社群參與與知識分享之現況。
- 二、有助於教師對三需求理論、社群參與意圖、知識分享意願具深刻了解。
- 三、在學校方面，可以在推動知識分享實務上，倡導與獎勵教師主動成立教師社群，分享彼此教學技巧，以提升國小教師知識分享之意願。
- 四、在教育相關主管方面，可依研究結果擬定相關計畫，激發國小教師之成就感，並輔以權力的使用，相信在推動教師知識分享過程中，教師會是「助力」而不是「阻力」，以收事半功倍之效。

第三節 研究限制

本研究各階段流程雖力求客觀嚴謹，但受限於空間與時間等因素之影響，研究結果仍有某些限制與不足之處，茲說明如下：

- 一、在蒐集資料的過程中，本研究採用便利抽樣方式，抽樣調查對象為嘉義縣國小教師，有其地域上的特殊性，此研究樣本對象之代表性可能會造成偏誤，亦有可能造成推論上的限制。
- 二、本研究僅就國小教師之成就需求、權力需求、歸屬需求對其社群參與意圖與知識分享意願進行研究，未能涵蓋其他可能影響知識分享意願之因素，所以在推論上有其限制。

第四節 未來研究的建議

本研究對於未來可行之研究議題與方向，提出下列之建議，以供後續研究者參考之用，分別說明如下：

- 一、為擴充研究模型之推論範圍，建議針對全國學校之教師進行問卷調查，提高研究之樣本數，以利於分析比較。
- 二、本研究針對資料分析之結果顯示，三需求理論對國小教師社群參與意圖與知識分享意願有正向顯著影響，建議後續研究者仍可加入探討其他影響變數，如自尊需求（Esteem Needs）、利他主義（Altruism）與同理心（Empathy）等變項。

參 考 文 獻

一、中文部份

1. 王如哲(2000)。知識管理的理論與應用以教育領域及其革新為例。台北：五南。
2. 王文彥(2002)。知識分享內外動機與知識分享行為之研究以 A 公司為例，國立中央大學人力資源管理研究所碩士論文。
3. 王維國(2007)。從實務社群談課程發展與教師專業發展，課程研究，2(2)，41-63。
4. 尤曉鈺(2001)。國民小學知識管理現況之調查研究：以台北市和嘉義縣市為例，國立中正大學教育研究所碩士論文。
5. 方文智(2004)。國民小學知識社群之研究—以嘉義縣為例。國立中正大學教育研究所碩士論文，未出版。
6. 白美玲(2012)。內外動機對知識分享意願與行為之研究，崑山科技大學企業管理系碩士論文。
7. 伍忠賢 王建彬(2001)。知識管理：策略實務。台北，聯經出版社。
8. 林東清(2007)。知識管理。台北：智勝。
9. 林建煌(2001)。管理學，台北：智勝文化有限公司。
10. 林錦鈴(2015)。國小教師利用虛擬社群進行知識分享對創意教學行為與教學效能之研究，南華大學資訊管理學系研究所碩士論文。

- 11.林皇成(2012)。自我導向學習、知識分享意願與組織學習成效之關係 -以高雄一百貨業者為例，國立中正大學企業管理研究所碩士論文。
- 12.江美欣(2001)。影響知識管理策略及其效益之因素研究，國立成功大學國際企業研究所碩士論文。
- 13.何雍慶、蔡青姿(2009)。運用 PLS 方法探討價值創新導入新產品開發之調節角色，中華管理評論國際學報，第 12 卷第 2 期 p1-24。
- 14.吳清山(2001)。知識管理與學校效能。臺北市立師範學院學報，32，1-16。
- 15.吳淑鶯、陳瑞和(2005)。網路涉入影響因素、涉入程度與上網態度及行為之研究-以台灣大專學生為例。中華管理評論國際學報，8 (4)，取自 <http://cmr.ba.ouhk.edu.hk/cmr/pass2005.htm>
- 16.李爭宜(2014)。國民小學教師領導、教師專業學習社群參與與教師專業發展之關係研究，國立屏東教育大學進修暨研究院教育視導與評鑑碩士學位班論文。
- 17.李佩玲 (2002)。教師分級制對教師專業發展的影響-專業學習社群教師的觀點。國立花蓮師範學院國民教育研究所碩士論文，未出版，花蓮縣。
- 18.柯淑惠 (2009)。臺北市國民中學組織文化與教師知識分享意願關係之研究 -以自然與生活科技領域教師為例。國立臺灣師範大學教育學系碩士論文，未出版，台北市。
- 19.俞國華 (2002)。國民小學教師知識管理與專業成長之研究。國立台中師範學院國民教育研究所碩士論文，未出版，台中市。
- 20.俞晨光(2014)。以社會認知理論觀點探討人力資源管理、組織氣候對知識分享意願之影響，國立成功大學工程管理碩士在職專班碩士論文。

- 21.施宏明(2015)。以科技接受模式探討國小教師使用智慧型行動裝置教學之意願，南華大學資訊管理學系碩士論文。
- 22.張裕昌(2005)。組織信任、行政領導與團隊機制對教師知識分享意願影響之研究—以桃園縣某國小為例，元智大學管理研究所碩士論文。
- 23.張青菁(2009)。台中縣國小教師社群滿意度與教師專業發展之研究，明道大學教學藝術研究所碩士論文。
- 24.張春興(1996)。教育心理學。臺北市：東華書局。
- 25.張淑珠(2008)。輔導員學習社群專業發展之研究—以彰化縣九年一貫課程與教學輔導團為例（未出版之碩士論文）。私立東海大學，臺中市。
- 26.張治文(2006)。冒險性休閒活動參與動機及休閒效益之研究-以六龜鄉荖濃溪泛舟為例(未出版之碩士論文)。國立臺灣師範大學，臺北市。
- 27.張靖靄(2008)。以理性行為理論探討國小教師抗拒知識分享意願之研究，國立中山大學人力資源管理研究所碩士論文。
- 28.曾啟旭(2009)。國民小學校長多元架構領導、組織正義與教師知識分享意願關係之研究，國立屏東教育大學教育行政研究所碩士論文。
- 29.許濱松(1981)。論激勵管理與人力資源管理的有效運用，台北：七友出版社。
- 30.許育彰(2006)。透過網路平台行成教師創意教學社群之研究。臺北市：師大書苑。
- 31.許宏渝(2001)。網際網路涉入與網路招募內容需求關係之研究。國立台灣科技大學企業管理系研究所碩士論文。
- 32.廖技勇(2015)。長期照顧服務管理系統使用滿意度之研究，南華大學資訊管

理學系碩士論文。

- 33.郭木山(2004)。國民小學學校本位教師專業發展之個案研究-以一個教師社群協同反省的行動研究為例。國立台中師範學院國民教育研究所碩士論文，未出版，台中市。
- 34.陳岱溶(2012)。社群參與動機、社會網路連結關係、社群參與度、認知互動與社群忠誠度之關係探討—以 Facebook 為例，屏東科技大學資訊管理系所碩士學位論文。
- 35.黃清瑩(2010)。同儕競合與知識分享意願關係之研究，國立臺灣師範大學科技應用與人力資源發展學系碩士論文。
- 36.黃國強(2004)。運用激勵理論探討提升員工工作績效之研究—以軍備局第四〇一廠為例，逢甲大學經營管理碩士在職專班碩士論文。
- 37.楊振富譯(2002)。學習型學校：第五項修練教育篇。(譯自 Senge.P，2001 原著)。台北：天下遠見。
- 38.楊淑美(2009)。遊客對慢遊之參與動機、遊憩體驗與忠誠度之研究~以台鐵郵輪式列車為例(未出版之碩士論文)。國立高雄應用科技大學，高雄市。
- 39.葉倩亨 (2004)。國民中學教師人情特質、人際情感、組織文化與知識分享關係之研究。國立政治大學教育研究所博士論文，未出版，台北市。
- 40.翟本瑞(2001)。網路文化，揚智出版社，台北。
- 41.鄭傑文(2013)。教師學習社群與教師專業發展相關性研究—以基隆市精進教學計畫學校教師社群成員為例，國立臺灣海洋大學教育研究所碩士論文。
- 42.廖肇弘(2002)。電子商務善用知識社群加速企業創新。管理雜誌 328 期。

- 43.蔡進雄(2003)。學校領導的新思維：建立教師學習社群。技術及職業教育，78，42-46。
- 44.蔡蕙竹(2011)。社會網絡、知識分享意願與工作績效關係之研究—以組織學習為調和作用，國立屏東教育大學教育行政研究所碩士論文。
- 45.蔡碧素(2008)。虛擬社群績效預測模式之研究，國立屏東科技大學資訊管理研究所碩士論文。
- 46.劉京偉譯（2000）。知識管理的第一本書（頁39）臺北：商周。
- 47.賴雅方(2007)。探討組織承諾及人際信任對知識分享意願影響之研究，屏東科技大學企業管理系所碩士論文。
- 48.謝安田(1999)。人力資源管理，台北：筆者發行。
- 49.謝秉錡(2007)。從激勵理論探討員工知識分享意圖之研究，銘傳大學資訊管理學系碩士班碩士論文。
- 50.蕭文龍(2013)。統計分析入門與應用—SPSS 中文版+PLS-SEM(SPLS)，台北市：碁峯。
- 51.鍾玉科,戴軒廷,馬恆,張紹勳(2004)。公部門組織績效衡量指標之建構-平衡計分卡之應用，中華管理評論國際學報，第7卷第1期，p66-83。
- 52.謝琪文(2014)。以整合性科技接受模式探討教師利用網路社群進行教師專業發展之研究，臺北市立大學數學系數學資訊教育教學碩士學位班。
- 53.戰寶華(2011)。風災高危險區學校之行政管理決策力探討。教育行政研究，2(1)，203-241 頁。
- 54.應 奇(1999)。社群主義。台北：揚智。

- 55.魏永篤(1999)。「知識世紀與終身學習之未來趨勢」，知識世紀與終身學習研討會，經濟部中小企業處。
- 56.顏鳴辰(2013)。高雄市國民中學教師參與專業學習社群與專業發展關係之研究。國立屏東教育大學教育行政研究所碩士論文。
- 57.羅湘晴(2010)。激勵理論應用的探討，實踐大學企業管理學系碩士班碩士學位論文。
- 58.比爾·蓋茲 (Gates,1999) 數位神經系統· Digital Nervous System。
- 59.Hegal III, John and Arthur G. Armstrong 著，朱道凱譯，網路商機—如何經營虛擬社群，麥田出版社，台北(1988)。
- 60.MBA lib 智庫百科 <http://wiki.mbalib.com/zh-tw/>

二、西文部份

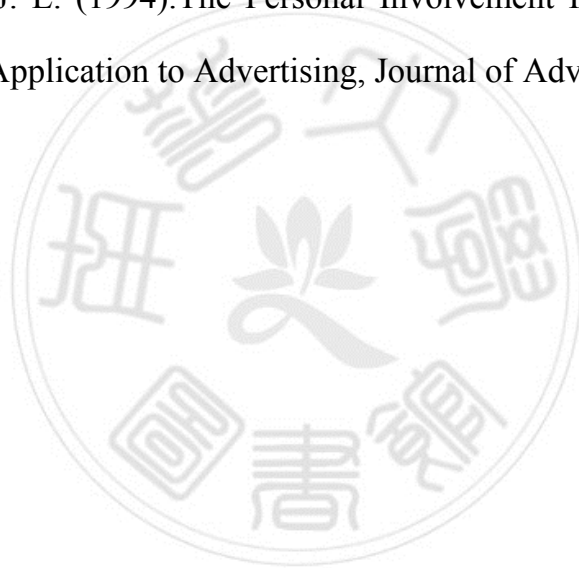
1. Argyris, C. (1957), *Personality and Organization*, New York : Harper and Row.
2. Atkinson, J. W. (1957), Motivation determinants of risk-taking behavior, *Psychological Review*, 64, pp. 359-372.
3. Alderfer, C.P. (1969) ,“An Empirical Test of a New Theory of HumanNeeds”, *Organizational Behavior and Human Performance*, 4,p.142-175.
4. Algesheimer, R., Dholakia, U. M., & Herrmann, A. (2005). The Social Influence of Brand Community : Evidence from European Car Clubs. *Journal of Marketing*,69, 19-34.

5. Bagnall R. G.(1989). Researching Participation in Adult Education : A Case of Quantified Distortion. *International Journal of Lifelong Education*, 8(3), 251-260.
6. Brenner, E. (2000), Virtual communities in the business world. *Information Today*,11(17), 1-8.
7. Bock, G.-W., et al. (2005),” Behavioral intention formation in knowledge sharing : Examining the roles of extrinsic motivators, social-psychological forces, and organizational climate," *MIS quarterly*,pp.87-111.
8. Bollen, K.(1989), *Structural equations with latent variables*. New York : JohnWiley.
9. Chung, J.E., Park, N., Wang, H., Fulk, J., & McLaughlin, M., (2010),Age differences in perceptions of online community participation among non-users : an extension of the Technology Acceptance Model. *Computers in Human Behavior*, 26, 1674–1684.
10. Davenport, T.H., Prusak, L. (1998) *Working knowledge : how organizations managewhat they know*. Harvard Business School Press, Boston.
11. Dixon, N. (2000). *Common Knowledge : how Company Thrive by Shrive by Sharing What They Know*. Boston : Harvard Business Shool Press.
12. French, J. R. P. & Raven, B. H., The bases of social power. In D. Cartwright (1959), *Studies in social power*. Ann Arbor, MI : Institute for Social Research, , pp.150-167.

13. Griffin, R. (2005), *Fundamentals of Management*, Boston : Houghton Mifflin.
14. Herzberg, F., B. Maunsner, & Snyderman B.(1959), *The Motivation to Work*, New York : John Wiley & Son.
15. Hagel, John.(1996). *The real value of on-line communities*, Harvard Business Review, 1996 ◦
16. Holthouse, D. (1998). *Knowledge research issues*. California Management Review, 43(3), 277-280.
17. Hendriks, P. (1999). *Why share knowledge? the Influence of ICT on motivation of knowledge sharing*. Knowledge and Process Management, 6(2), 91-100.
18. Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998), *Multivariate data analysis (5th ed.)*. New York : Macmillan.
19. Ivancevich, J.M. & Matteson, M.T(2002), *Organization Behavior and Management*, New York, McGraw-Hill.
20. Maslow, A. H. (1954) , *Motivation and Personality*, New York, Harper & Row Publishers.
21. McClelland, D. C. (1955), *Studies in Motivation*, New York : Appleton-Century-Crofts.
22. McClelland, D. C. (1961), *The Achieving Society*, New York : Van Nostrand.
23. Mittal, M.(1989). *Measuring Purchase-Decision Involvement Profiles*. Psychology and Marketing, 6(2), 147-162.

24. Peruzzom, C.M.K.(1996). Participatory in Communication. In Servaes, J., Jacobson, T. L. & White, S. A. (eds) Participatory Communication for Social Change. Sage Production.
25. Puccinelli, B. (1998). Strategies for Sharing Knowledge. Inform, 12(9), 40-41.
26. Robbins S. P.(1996) Organizational Behavior, Englewood Cliffs, New Jersey Prentice-Hall International Inc.
27. Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2002). Overview of self-determination theory : An organismic dialectical perspective. In E. L. Deci & R. M. Ryan (Eds.), Handbook of self-determination research (pp.3-33). Rochester, NY : University of Rochester Press.
28. Stoot, K. and Walker, A. (1995), Teams, Teamwork & Teambuilding : The manager's complete guide to teams in organizations (New York, Prentice Hall).
29. Senge, P. (1997). Sharing knowledge. Executive Excellence, 14(11), 17-18.
30. Stewart, G. L., Manz, C. C., & Sims, H. P. (1998). Team work and group dynamics. NY : John and Sons.
31. Sergiovanni, T. J. (2002). Leadership : What's in it for school? New York : Routledge.
32. Sherif, M., & Cantril, H. (1947). The Psychology of Ego-Involvement. System Success, Information & Management, 9(5), 261-268.

33. Wijnhoven, F. (1998). Knowledge logistic in business contexts : Analyzing and diagnosing knowledge sharing by logistics concepts. *Knowledge and Process Management*, 5, 142-157.
34. Wenger, E. (2001) .Organically grown. *ProQuest Education Journal*,55(6), 40-42.
35. Zaichkowsky, Judith Lynne. (1985). Measuring the Involvement Construct. *Journal of Consumer Research*, 12, 341-352.
36. Zaichkowsky, J. L. (1994).The Personal Involvement Inventory : Reduction, Revision, and Application to Advertising, *Journal of Advertising*, 23(4), 59-70.



附 錄 一

正式問卷

親愛的教育先進您好：

我是南華大學資訊管理在職專班研究生，百忙之中打擾您，這份問卷純屬學術研究之性質，論文題目為「以三需求理論探究教師社群參與意圖與教師知識分享意願之研究」；本問卷採不記名方式，絕不單獨對外公開，敬請放心進行填答。您的協助與答案，將會是本研究的重大參考依據，期盼您的合作及支持，謹致上最誠摯的謝意與感激！

敬祝

健康愉快 萬事如意

南華大學資管所碩士在職專班

指導教授： 尤國任 博士

研究生： 蔡瑞銘 敬上

中華民國 104 年 10 月

第一部分：【基本資料】（請您依照自己的情況在適當的□中打勾）

1.性 別： 男 女

2.年 齡： 30歲(含)以下 31-35歲 36-40歲 41-45歲
 46-50歲 51歲以上

3.教學年資： 5年以下 6-10年 11-15年 16-20年 21年以上

4.教育程度： 專科 大學 碩士 博士

5.擔任職務： 級任教師 科任教師 代理教師 代課教師

6.是否兼任正式行政職務： 是 否

7.服務學校的學區位置：

一般地區 偏遠地區 特偏地區

8.學校規模： 6班以下(含) 7-12班 13-24班 24班以上

9.貴校校內有哪些教師社群： 課程領域社群 學年社群 讀書會

休閒生活社群 行動研究社群 其他_____（請說明）

第二部分：請您依照您同意的程度作答。

【成就需求】：這一部分在了解您對於三需求理論中的成就需求的重視程度。

	非 常 不 同 意	不 同 意	稍 不 同 意	普 通	稍 微 同 意	同 意	非 常 同 意
--	-----------------------	-------------	------------------	--------	------------------	--------	------------------

- | | | | | | | | |
|-------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1.當我訂定了一個目標，就算是很困難，我仍然是有機會達成它 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2.我會思考我今天所做的事，如何對我未來五年的發展產生影響 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.我喜歡給自己訂定指標來衡量我進步了多少 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4.我非常關心我的工作效率和品質 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5.人生重要的目標之一，就是去做別人沒有做過的事情 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

【歸屬需求】：這一部分在了解您對於三需求理論中的歸屬需求的重視程度

	非 常 不 同 意	不 同 意	稍 不 同 意	普 通	稍 微 同 意	同 意	非 常 同 意
--	-----------------------	-------------	------------------	--------	------------------	--------	------------------

- | | | | | | | | |
|-----------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1.失去一位朋友會令我非常沮喪，所以我常常努力與失去的朋友重修舊好 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2.我需要從其他人那邊得到溫暖，同時我也會有所回報 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.我享受社交活動，並會設法撥出時間去參加 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4.我需要受到他人喜愛 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5.我與朋友間的私人情誼對我很重要 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6.生活的真正的意義在於我們所打造的人際關係 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

【權力需求】：這一部分在了解您對於三需求理論中權力需求的重視程度。

	非常不同意	不同意	稍不同意	普通	稍微同意	同意	非常同意
1.在大部分的情況下，認清誰是掌權者是重要的事	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.我認為受到他人尊重在社群中是重要的事	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.擁有一些能使他人尊重我的條件，是很重要的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第三部分：請您依照您同意的程度作答。

【教師社群參與】：這一部分針對教師社群參與之經驗，所提出之問題，

	非常不同意	不同意	稍不同意	普通	稍微同意	同意	非常同意
1.參加教師社群對我而言是重要的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.我現在的教學與教師社群是緊密相關	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.我會被教師社群所吸引	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.我持續關心教師社群相關訊息	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.我認為參與教師社群是有價值的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.我認為在教學上需要參加教師社群	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.我想進一步了解教師社群的內容	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.參加教師社群對我而言是特別有意義	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.參加教師社群對我而言是有趣的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.當提到教師社群時，我會想發表對它的看法	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第四部分：請您依照您同意的程度作答。

	非 常	不 同 意	不 同 意	不 同 意	普 通	稍 微 同 意	稍 微 同 意	非 常 同 意
【知識分享意願】：這一部分針對個人知識分享之經驗，所提出之問題。								
1.同事願意透過非正式的交談、會議、活動(ex：讀書會、社團)來分享知識	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.我願意讓同事觀摩我做事或處理問題的方法	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.我願意提供自己工作訣竅的經驗及心得給同事	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.當同事有需求，我卻無法幫助他(她)時，我願意提供「從何」或「從誰」可解決問題的管道	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.我會願意將教育訓練、或進修課程習得的技能或知識分享給同事	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.我會願意將取得的專業知識資料、文件或手冊與同事分享	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.我會願意將所得到的網路資源與同事分享	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.我會願意將相關的專業知識上傳到網站，供同事下載或參考	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.我會願意將自己彙整的工作資料給同事參考	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

~~~~問卷填答完畢 謝謝您的合作~~~~