A Study of Yahoo!Kimo Knowledge Creators' Loyalty of Knowledge Sharing from the Perspective of Experiential Value / 王雅

王雅芬、包冬意

E-mail: 352592@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT
In this era of knowledge economy make the best use of knowledge will bring individuals and organizations a competitive advantage. (Teece, 2000) Trend in the interaction WEB2.0, Yahoo! Knowledge+ is very important on the modern social networking platform for knowledge sharing. Yahoo! Knowledge+ by an interactive question and answer free way to make the experience to solve personal problems is copied, the application, or even a cross-regional, cross-cultural question and answer site. Therefore, this study which factors will contribute to knowledge of family Yahoo! users interested in sharing knowledge. Based on the Theory of Satisfaction, this research introduces experiential value as the affecting variables and investigates which variables affect Kimo Knowledge writers' knowledge sharing behaviors in our country. Survey research is conducted and statistical data analysis is done on the data collected by using questionnaires. The results of this research are as follows: in the four variables of experiential value, obligation value positively affect loyalty while utilitarian value, hedonic value and status value do not; satisfaction positively affect loyalty. These results and managerial implications are given to people and managers of all businesses in our country for references.

Keywords: Kimo Knowledge+, Experiential Value, Knowledge Sharing
一、中文資料
2. iSURVEY 東方線上-專業生活型態與消費市場研究顧問 http://www.isurvey.com.tw/
5. 王志嘉(2007), 以關係模式理論探討知識分享行為: 實體企業與奇摩知識+之知識分享行為比較研究, 國立高雄大學經濟管理研究所碩士論文。
6. 申震雄(2006), 遊憩吸引力、服務品質與遊客滿意度之研究-以通霄西濱海洋生態教育園區為例, 朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。
7. 朱文禎、陳哲賢(2007), 探討虛擬社群之知識分享行為: 以線上遊戲為例。電子商務研究, 5(1), 55-80。
8. 江素貞(2004), 体验价值对顾客满意度及忠诚度之研究, 义守大学管理科学研究所硕士论文。
9. 吴淑铃(2001), 企业特性、人力资本管理与知识导引文化关系之研究, 国立中山大学研究所硕士论文。
10. 汪美香、葉桂珍(2003), 年轻网络族对网站特性之认知与网络购物意念之关連性研究, 朝陽科技大 学休閒事業管理系碩士論文。
11. 林俊役(1998), WWW 使用者網路購物因素之研究, 政治大學企業管理研究所碩士論文。
12. 林詠助(2003), 服务行銷。台北市: 新陸書局。
13. 侯錦雄、姚靜婉(1997), 市民休閒生活态度与公园使用满意度之相关研究。戶外遊憩研究, 10(3):1-17。
14. 袁薏樺(2003), 体验行銷、体验价值与顾客满意度关系之研究。未出版硕士論文, 國立台北科技大學商業自動化与管理研究所, 台北。
15. 陳薇娟(2004), 人際網絡與知識分享行為: 知識分享動機調節效果之研究。電子商務研究, 5(1), 55-80。
16. 项退結(1989), 西洋哲學辭典, 台北, 華香園出版社。
17. 黃映瑀(2005), 体验行銷、体验价值、顾客满意度、品牌形象与忠诚度关系之研究, 大葉大學事業經營研究所硕士论文。
18. 黃錦照(2001), 田中森林公園遊客旅遊動機與滿意度之研究, 南華大學旅遊事業管理研究所硕士论文。
19. 柯淑芳(2002), 值得信赖、信任、价值、满意度与忠诚度关系之研究, 国立台北科技大学企业管理系博士论文, 台北市。
20. 喬素貞(2004), 体验行銷、体验价值与顾客满意關係之研究。未出版硕士論文, 國立台北科技大学商业自動化与管理研究所, 台北。
21. 赖思融(2008), 以整合性科技接受模式探討知識分享平台接受度之研究-以Yahoo!奇摩知識+為例, 國立彰化師範大學資訊管理學系所碩士論文。


