

以體驗價值觀點探討維基百科創作者知識分享行為之研究 = A Study of Wikipedia Creators' Knowledge Sharing Behaviors from the

黃焱麟、包冬意

E-mail: 352593@mail.dyu.edu.tw

摘要

維基百科是現代社會在網路上最重要的知識分享平台。而「維基百科」，是一個由眾人集體協作(MassCollaboration)的線上百科全書，來自世界各地的創作者完全是無酬且自願的。這個平台不僅是運用個人的知識分享，對於目前企業界也開始重視維基百科這個網路平台並運用於公司內的知識管理上。因此，本研究對哪些因素會促成維基百科的使用者進行知識分享感到興趣。本研究以理性行為理論(Theory of Reasoned Action)為理論架構，導入體驗價值變數，探討在維基百科下影響創作編輯者知識分享行為之因素，以問卷調查法收集資料，並對資料進行量化統計的資料分析。研究結果顯示，工具價值、責任價值等外生變數，對知識分享忠誠度及行為有顯著影響。本研究結果可供維基百科及有運用維基平台的企業為參考。

關鍵詞：維基百科、體驗價值、知識分享

目錄

內容目錄

中文摘要	iii
英文摘要	iv
誌謝辭	v
內容目錄	vi
表目錄	viii
圖目錄	ix
第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	3
第三節 研究流程	4
第四節 論文架構	6
第二章 文獻探討	7
第一節 維基百科	7
第二節 知識分享	10
第三節 體驗價值	12
第四節 忠誠度	21
第五節 理性行為理論	23
第三章 研究方法	26
第一節 研究模型與假說	26
第二節 操作性定義	28
第三節 問卷調查對象與方式	30
第四節 問卷發展	31
第五節 統計分析方法	36
第四章 資料分析	39
第一節 樣本基本資料分析	39
第二節 信效度之檢驗	43
第三節 結構化方程模式	48
第五章 結論與建議	53
第一節 研究結論	53
第二節 ??與實務意涵	55
第三節 研究建議	57

第四節 研究限制	58
參考文獻	59
附錄 研究問卷	68

參考文獻

- 一、中文部份石佳興（2010），政府人員使用拍賣網站處分報廢公有財物行為意向之研究-以高雄市政府戀舊拍賣網系統為例，碩士?文，國立中正大學會計與資訊科技研究所。包冬意、黃焱麟（2011），以體驗價值觀點探討維基百科創作者知識分享行為之研究，台北：國立臺北商業技術學院。侯雅珮（2009），知識分享促進因素對知識分享及產品創新之影響 以金融服務產業為例，碩士?文，國立成功大學資訊管理研究所。侯昆豪（2004），?遊虛擬社群網站忠誠?之研究，碩士?文，朝陽科技大學休閒事業管?研究所。倪敏雄（2010），以Wiki概念建構某碩士班知識分享平台之研究，碩士?文，國防大學管理學院資訊管理學系。袁蕙樺（2003），體驗行銷、體驗價值與顧客滿意關係之研究，碩士論文，商業自動化與管理研究所，台北科技大學。黃俊宇（2006），維基百科知識分享現象之研究，碩士論文，國立中央大學資訊管?研究所。黃千芳（2009），影響教師專業虛擬社群知識分享因素之探究，碩士論文，國立臺灣科技大學技術及職業教育研究所。創市際調查(2010)，台灣各類網站使用時間調查[線上資料]。2011/5/6，檢自：http://www.insightxplorer.com/news/news_04_20_11.html項退結(1989)，西洋哲學辭典，台?翰?出版社。張春興、林清山(1989)，教育心理學。台北：東華。楊淑君（2007），維基百科下虛擬社群成員知識分享意願之研究，碩士論文，大葉大學資訊管理學系碩士班。維基百科首頁（2011），中文維基百科網站首頁，2011/5/6，檢自：<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/Wikipedia:%E9%A6%96%E9%A1%B5>國際網路流量查詢Alexa繁體中文網站(2011)，wikipedia.org查尋[線上資料]。2011/5/6，檢自：<http://www.alexa.com.tw/>劉智華(2006)，網站體驗與上站忠誠度之關係研究—以資訊提供型網站為例，碩士論文，中原大學資訊管理研究所。戴辰?（2009），影響數位內容網站使用者付費意願之研究 以算命網站為例，碩士論文，國立彰化師範大學資訊管理學系所。謝佳宇（2010），社群網站帶動的新工作觀：企業2.0掀起管理新革命，Ads by Google發行日期:2010/09 刊號:201009。
- 二、英文部分Ajzen, I. and Fishbein, M. (1980), Understanding Attitudes and Pre-dicting Social Behavior. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.Ancona, D. G., Okhuysen, G. A., Geraldo, A., and Perlow L. A. (2001), “ Taking Time to Integrate Temporal Research, ” Academy of Management Review (26:4), pp. 512-529.Baalen van, P., Bloemhof-Ruwaard, J., & Heck van, E. (2005). Knowledge sharing in an emerging network of practice: the role of a knowledge portal. European Management Journal, Vol. 23, No. 3, pp. 300 – 314.Babbie, E.(1992). The practice of social research (6th ed.). Belmont, CA: Wadsworth.Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equa-tion models. Journal of the Academic of Marketing Sci-ence, 16(1), 74-94.Bentler, P. M., & Bonett, D. G. (1980). Significant tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures. Psychological Bulletin, 88(3), 588-606.Bentler, P. M. (1990). Comparative fit indexes in structural models. Psychological Bulletin, 107(2), 238-246.Bock,G W.,Zmud,R.W.,Kim,Y.G.,& Lee,J.N. (2005) Behavioral in-tention formation in knowledge sh:Examining the roles of ex-trinsic motivators,social-psychological forces,and organiza-tional climate. MIS Quarterly,29(1),87-111.Brown, G.H. (1952), “ Brand Loyalty-Fact or Fiction? ” Advertising Age, 23(June), pp. 53-55.Brown, J. S. and Duguid, P. (2001), “ Knowledge and Organization: A Social-Practice Perspective, ” Organization Science, vol. 12, no. 2, pp.198-213.Browne, M. W., & Cudeck, R. (1993). Alternative ways of assessing model fit. In Bollen and Long (Eds.), Testing structural equa-tion models(pp. 136-162). Newbury Park, CA: Sage.Caru, A., & Cova, B. (2003). Revisiting consumption experience. Marketing Theory, 3(2),267-286.DeLone, W. H. & McLean, E. R. (1992). Information systems success: the quest for the dependent variable. Information Systems Re-search, 3(1), 60-95.Fishbein, M. and Ajzen, I.(1975) Beliefs, Attitude, Intentions and Behavior: An Introduction to theory and Research.Fomel.,C.,& Larcker,D.F.(1981).Evaluating strural equation models with unobservables and measurement error. Journal of Market-ing Research,18(1),39-50.Hair et al., (1992), Multivariate Data Analysis (3rd edition), New York: Macmillan Publishing Company.Hair et al. (1998) . Multivariate Data Analysis 5th Edition. Prentice Hall:New Jersey, USA.Holbrook, M. B. (1996). Customer value - A framework for analysis and research. In K. P. Corfman and J. G. Lynch, Jr. (Eds.) Advances in Consumer Research, 23 (pp.138-142). Provo, CA: Association for Consumer Research.Holbrook, M. B. (1994), “ The nature of customer value: An axiology of services in the consumption experience, ” In Rust, R. and Oliver, R. L., (Eds.), Service Quality:New Directions in Theory and Practices, Newbury Park, Sage, CA.,Hendriks, P. (1999). Why Share Knowledge? The Influence of ICT on Motivation of Knowledge Sharing. Knowledge and Process Management, 6(2), 91-100.J. C. Anderson, Gerbing, B.W.(1988), "Structural Equation Modling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach," Psychological Bulletin, vol. 103 , pp. 411-423.Joe, A. & Sherry J. F. (2003).Speaking of Art As Embodied Imagina-tion Amultisensory Approach to Understanding Aesthetic Ex-perience, Journal of Consumer Research,30,259.Jones T.O.,& Sasser, Jr.W.E., (1995). Why satisfied customers defect, Harvard Business Review, 73, 6, 88-100.Kolbitsch, J., & Maurer, H. (2005). Community Building around En-cyclopaedic Knowledge. Journal of Computing and Informa-tion Technology, 14(3), pp.175-190.Mathwick, Malhotra & Rigdon,(2001), “ Experiential Value:Conceptualization, Measurement and Application in the Cata-log and Internet Shopping Environment ” , Journal of Retailing, vol.77, 39-56.Miller, D. and Shamsie, J. (1996) “ The Resource-Based View of the Firm in Two Environments: The Hollywood Firm Studios from 1936 to 1965, ” Academy of Management Journal, vol. 39, no. 3, pp.519-543.Mulaik, S. A., James, L. R., Alstine, J. V., Bennett, N., Lind, S., & Stilwell, C. D. (1989). Evaluation of goodness-of-fit indices for structural equation models. Psychological Bulletin, 105(3), 430-445.Nonaka, I., Toyama, R. & Konno, N. (2000). SECI, Ba and Leader-ship: A Unified Modelof Dynamic Knowledge Creation. Long Range Planning, 33, 5 - 34.Parasuraman, A., & Grewal, D. (2000). The impact of technology on the quality-value-loyalty chain: a research agenda. Journal of Academy of Marketing Science. 28

(1), 168-174. Pine II, B. J. & Gilmore, J. H. (1999) *The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage*: Boston MA: Harvard Business School Press. Polanyi, M. (1958) *Personal Knowledge*, Chicago: University of Chicago Press. Polanyi, M. (1966) . *The Tacit Dimension*. London: Routledge & Kegan Paul. Reichheld, F. F., (2000). "The Loyalty Effect-the Relationship between Loyalty and Profits," *European Business Journal*, Vol. 12, No. 3, pp. 173-179. Ruggles, R. (1998) . "The state of the Notion: Knowledge management in Practice," *California Management Review*, 40 (3) , 80-89. Scott, J. (1994). The measurement of information systems effectiveness: evaluating a measuring instrument. *Proceedings of the Fifteenth International Conference on Information Systems*. Vancouver, BC, 111-128. Senge, P. (1997). *Sharing Knowledge* "Executive Excellence, 14(11), 17-18. Sheth, J. N., Newman B. I. and Gross, B. L. (1991) "Why we buy what we buy: A theory of consumption values," *Journal of Business Research*, Vol. 22, No. 1, pp. 159-170. Solomon, M. R., Marshall, G. W. and Stuart, E. W. (2004) *Marketing*, 4th Ed., Prentice-Hall Inc., Upper Saddle River, NJ. Smith, E.R., (2001) "Seven steps to building e-loyalty," *Medical marketing and Media*, Boca Raton, 36(3), pp. 94-102. Srinivason, S. S., Anderson, R. & Ponnarolu, K. (2002). Customer loyalty in e-commerce: an exploration of its antecedents and consequences. *Journal of Retailing*. 78, 41-50. Tucker, L. R., & Lewis, C. (1973). The reliability coefficient for maximum likelihood factor analysis. *Psychometrika*, 38(1), 1-10. Venkatesh, Viswanath; Susan A. Brown; Likoebé M. Maruping; Hillol Bala, (2008) "Predicting Conceptualizations of System Use: The Competing Roles of Behavioral Intention, Facilitating Conditions, and Behavioral Expectation" , *MIS Quarterly* Vol. 32 No. 3, pp. 483-502. Wetzels et al. (2009) "Using PLS Path Modeling For Assessing Hierarchical Construct Models: Guidelines And Empirical Illustration," in: *MIS Quarterly, MIS Quarterly & The Society for Information Management*, pp. 177-195. Wijnhoven, F. (1999). *Knowledge Logistic in Business Contexts: Analyzing and Diagnosing Knowledge Sharing by Logistic Concepts*. *Knowledge and Process Management*, 5, 143-157. Zack, M.H., (1999) . "Managing Codified Knowledge," *Sloan Management Review*, 45-58.