

Why Do People Share Knowledge On Line? - Using “Yahoo!Kimo Knowledge+” As An Example.

鐘詩瑩、許晉龍

E-mail: 9507671@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

Not only pervasive worldwide in use today, but also not restricted by the space-time continuum, the internet has a far-reaching effect in our daily modern life. The essential ground for the internet to be the successful knowledge sharing platform, in particular, has piqued our great interests to probe deeply into it. However, the previous studies on the knowledge sharing were virtually lying in a somewhat limited domain, such as the knowledge management in the organization behavior, rather than in an open-structured system as the internet. This study is based on the theory of Knowledge Transaction Market and the TAM model, surveying the users of the “Yahoo! Kimo Knowledge+”. Through the questionnaire on the website, we effectively collect the data from 332 users, and literally analyze the cognitive factors that influence the willingness of people to share the knowledge on the internet by means of SPSS for Pearson’s Correlation, Multiple Regression analysis. The results of our study find that the main incentives for people to do knowledge sharing lie in both extrinsic motivators (eg. substantial rewarding, and usefulness), and intrinsic motivators (eg. practicability, altruism, mutualism, and trust). The conclusion of this paper and the purport in management should provide informative reference for further academic research and practical applications.

Keywords : the willingness of the knowledge sharing behavior ; Knowledge Transaction Market ; TAM

Table of Contents

封面內頁 簽名頁 授權書.....	iii	中文摘要.....	iv	英文摘要.....	v	誌謝.....	vi	目錄.....	viii	圖目錄.....	viii
第一章 緒論 第一節 研究背景與動機.....	1	第二節 研究目的.....	4	第三節 研究流程.....	4	第四節 研究對象.....	6				
第二章 文獻探討 第一節 知識的內涵.....	7	壹、知識的定義.....	7	貳、知識的分類.....	11	第二節 上網知識分享的內涵.....	14	壹、知識分享的涵意.....	14	貳、上網知識分享意願之相關理論.....	18
一、Davenport、Prusak的知識交易市場.....	19	二、Davis的科技接受模型.....	21	參、人們上網進行知識分享意願的影響因素.....	23	一、互利.....	23	二、聲望.....	25	三、利他.....	27
四、自我成長.....	28	五、成就感.....	29	六、信任.....	31	七、有用性與易用性.....	33	八、實質回饋.....	34	肆、內在動機與外在誘因.....	35
一、內在動機.....	36	二、外在誘因.....	38	第三節「Yahoo! 奇摩知識+」架構簡介.....	39	壹、關於「Yahoo! 奇摩知識+」.....	39	貳、服務使用規則.....	39	參、收費.....	41
肆、知識點數.....	41	伍、知識等級.....	43	第三章 研究方法 第一節 研究概念與架構.....	46	第二節 研究變數與操作型定義.....	48	第三節 研究假設.....	50	第四節 研究工具.....	51
壹、研究量表設計.....	52	貳、資料蒐集.....	53	第四章 研究結果 第一節 樣本基本資料分析.....	55	第二節 敘述統計分析.....	59	第三節 信度效度分析.....	60	壹、信度分析.....	61
貳、效度分析.....	62	第四節 相關分析.....	64	第五節 多元迴歸分析.....	65	第五章 討論與分析 第一節 研究發現.....	69	壹、「Yahoo! 奇摩知識+」使用者的參與情形.....	69	貳、影響Yahoo! 奇摩知識+「知識提供者」上網分享知識意願之相關因素.....	71
一、個人的「實質回饋」認知正向影響上網知識分享意願.....	71	二、個人的「聲望」認知正向影響上網知識分享意願.....	72	三、個人的「有用性」認知正向影響上網知識分享意願.....	73	四、個人的「易用性」認知正向影響上網知識分享意願.....	73	五、個人的「利他」認知正向影響上網知識分享意願.....	74	六、個人的「互利」認知正向影響上網知識分享意願.....	75
七、個人的「自我成長」認知正向影響上網知識分享意願.....	76	八、個人的「信任」認知正向影響上網知識分享意願.....	77	九、個人的「成就感」認知正向影響上網知識分享意願.....	77	第六章 結論與管理意涵 第一節 人們上網分享知識的動機.....	79	第二節 管理意涵.....	80	壹、實務上的管理意涵.....	81
一、網站方面.....	81	二、使用者方面.....	82	貳、學術上的管理意涵.....	82	第三節 研究限制.....	83	第四節 未來研究方向.....	84	壹、其他使用者認知因素的考量.....	85
貳、擴大研究範圍.....	85	參、考量使用者經驗的不同.....	85	參考文獻.....	86	附錄一：參考量表.....	96	附錄二：研究問卷.....	103	圖1-1 2005台灣地區上網人口數.....	1
圖1-2 研究流程.....	5	圖2-1 四種模式所創造出的知識內容.....	16	圖2-2 組織知識創造螺旋.....	16	圖2-3 理性行為理論.....	22	圖2-4 科技接受模型.....	23	圖2-5 知識分享的回饋增強流程.....	27
圖3-1 本研究之研究架構.....	47	圖3-2 本研究模型.....	51	圖4-1 研究架構與假設.....	64	圖4-2 路徑分析結果.....	68	表2-1 知識的定義之相關文獻整			

理.....9 表2-2 知識的分類之相關文獻整理.....12 表2-3 知識分享之相關文獻整理.....17 表2-4 知識交易市場之組成份子.....19 表2-5 知識市場報酬三要素.....21 表2-6 知識點數表.....41 表2-7 知識等級表.....43 表3-1 本研究操作型定義.....49 表3-2 本研究問卷之參考量表.....52 表4-1 樣本基本資料調查結果.....56 表4-2 研究變數敘述統計分析結果.....60 表4-3 Alpha信度係數.....61 表4-4 KMO與Bartlett檢定.....62 表4-5 轉軸後成份矩陣.....63 表4-6 相關矩陣表.....65 表4-7 多元迴歸分析表.....66 表5-1 研究假設驗證結果表.....70

REFERENCES

- < 網路資料 > 【01】2005台灣網路使用調查:網路使用行為與網路廣告行為 (2006)
<http://survey.yam.com/survey2005/chart/a.php?fid=17> 【02】Yahoo!奇摩知識 + 心得報告 (2006)
http://tw.knowledge.yahoo.com/plus/1m/1m_report_01.html 【03】Yahoo!奇摩知識 + 服務說明 (2006)
<http://tw.help.yahoo.com/know.html> 【04】Yahoo!奇摩知識 + 使用規範 (2006) <http://tw.knowledge.yahoo.com/info/tos.html> 【05】Yahoo!奇摩科技新聞:網路連結跨越時空, 形成銳不可當經濟勢力(2005.06.12) <http://tw.news.yahoo.com/more.php?newsclass=technology> 【06】Yahoo!奇摩簡介 (2006) <http://tw.promo.yahoo.com/aboutcompany/> 【07】韋伯線上字典,
<http://www.m-w.com/dictionary/knowledge> 【08】財團法人台灣網路資訊中心:2005台灣地區上網人口數 (2006)
<http://www.twinc.net.tw/download/200307/0308b.doc> 【09】2005年我國家庭寬頻、行動與無線應用現況與需求調查
<http://www.find.org.tw/find/home.aspx?page=many&id=126#註> < 中文資料 > 【01】牛貞淑 (2002), 「虛擬社群知識分享之研究」, 高雄第一科技大學資訊管理研究所碩士論文。【02】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」, 中央大學人力資源管理研究所碩士論文。【03】王如哲著 (2002), 「知識經濟與教育」, 五南。【04】王聰哲 (2004), 「虛擬團隊中成員特徵、團隊特徵、信任對知識分享的影響」, 清華大學科技管理研究所碩士論文。【05】呂惠甄 (2002), 「影響教育人員知識分享因素之探究 - 以思摩特網路社群為例」, 國立中正大學教育研究所碩士論文。【06】吳有順 (2000), 「網路社群知識分享過程之研究 - 以企業管理教常網站為例」, 政治大學企業管理研究所碩士論文。【07】吳佩芳、林文政 (1999), 「管理才能與工作動機對工作績效之影響 - 以K公司為例」, 第五屆企業人力資源管理診斷專案研究成果研討會論文集。【08】吳明隆 (2003), 「SPSS統計應用學習實務」, 初版, 知城數位科技。【09】吳俊毅 (2000), 「科技接受模型之實徵研究 - 從動機角度」, 國立中央大學資訊管理研究所碩士論文。【10】周千智 (2003), 「軍事教育體系教學知識分享之研究 - 以空軍軍事院校為例」, 義守大學工業工程與管理學系研究所碩士論文。【11】周恆甫 (2004), 「臺灣地區網路媒體Blog發展與應用之初探研究 - 以『交通大學無名小站』為例」, 國立臺灣藝術大學應用媒體藝術研究所碩士論文。【12】林東清 (2003), 「知識管理」, 初版, 智勝文化。【13】林東清、許孟祥 (1997), 「資訊管理調查研究方法探討」, 資訊管理學報, 第四卷, 第一期。【14】林頂翔 (2004), 「知識管理系統創新擴散之研究 - 整合階段與因素之分析」, 中正大學資訊管理研究所碩士論文。【15】邱皓政 (2002), 「量化研究與統計分析」, 二版, 五南。【16】胡瑋珊譯 (1999), 戴文坡 (Davenport, T.H.)、普賽克 (Prusak, L.) 著, 「知識管理:企業組織如何有效運用知識」, 初版, 中國生產力。【17】夏侯欣鵬 (2000), 「信任與權力對組織內知識分享意願影響之研究 - 以銀行放款部門主管為例」, 國立政治大學企業管理研究所碩士論文。【18】高得祐 (2002), 「知識分享之研究 - 以交易成本為觀點」, 義守大學管理研究所碩士論文。【19】徐暄洵 (2004), 「以信任度、回饋度與知識性質探究知識分享程度關聯性之研究 - 以高科技知識群聚工作者為例」, 大葉大學資訊管理研究所碩士論文。【20】徐楊順 (2001), 「知識分享意願、組織公平與信任關係之研究」, 朝陽科技大學企業管理研究所碩士論文。【21】時蓉華 (1996), 「社會心理學」, 東華書局。【22】連征忠 (2002), 「虛擬社群成員間信任關係之探討」, 大葉大學事業經營研究所碩士論文。【23】許裴墩 (2004), 「網際虛擬學習環境中科技創新傾向與知識分享模式的關聯性研究」, 國立高雄第一科技大學資訊管理研究所碩士論文。【24】湯令儀 (1999), 「知識分享網路之研究」, 政治大學企業管理研究所碩士論文。【25】張春興、林清山 (1989), 「教育心理學」, 二十二版, 臺灣東華。【26】張浩文 (2003), 「知識管理在九年一貫課程教學上之研究 - 以國小為例」, 大葉大學資訊管理研究所碩士論文。【27】張嘉琪 (2003), 「以認知、自我效能及學習型組織理論探討知識創新之研究」, 大葉大學資訊管理研究所碩士論文。【28】張顯榮 (2003), 「臺北市國小校長知識分享意願與行為之研究」, 臺北市立師範學院國民教育研究所碩士論文。【29】郭峰淵、蔣佩真 (2002), 「虛擬社群的知識分享:認知與行為間的關係」, 第十三屆國際資訊管理學術研討會論文集, 439-446。【30】黃銘廷 (2001), 「公務人員知識分享意願、組織信任與組織文化之關係研究」, 國立台灣科技大學技術及職業教育研究所碩士論文。【31】黃勢民 (2003), 「國民小學教師知識分享及其影響因素之研究」, 臺北師範學院教育政策與管理研究所碩士論文。【32】楊子江、王美音譯 (1997), Ikujiro Nonaka、Hirotaka Takeuchi 著, 「創新求勝:智價企業論」, 初版, 遠流。【33】蔡立旭 (1999), 「組織氣候、組織學習與自我效能之關係」, 大葉大學事業經營研究所碩士論文。【34】劉清華 (2002), 「台中市國際觀光旅館業員工知識分享意願之研究」, 朝陽科技大學休閒管理學系研究所碩士論文。【35】盧希鵬、葉乃菁、許晉龍 (2002), 「探討網路使用者參與虛擬社群意願之影響因素」, 台灣科技大學資訊管理研究所, 第十三屆國際資訊管理學術研討會論文集。【36】羅育如 (2000), 「以知識市場效率性觀點探討組織內部知識創造績效」, 義守大學管理科學研究所碩士論文。【37】譚智文 (2003), 「國際企業子公司組織學習過程、知識流出及其促動要素之研究 - 台商大陸子公司實證調查」, 義守大學管理科學研究所碩士論文。【38】饒光裕 (2004), 「顧客關係管理與建立虛擬社群成員忠誠度關係之研究」, 大葉大學國際企業管理研究所碩士論文。【39】蘇柏州 (2001), 「企業員工知識分享意願因素之研究」, 長榮管理學院經營管理研究所碩士論文。 < 英文資料 > 【01】Amidon, D. M. (1997), "Innovation strategy for the knowledge economy: the ken

awakening butterworth-heinemann, " MA:Butterworth-Heinemann. 【02】 Amabile,T.M.,Hill,K.G.,Hennessey,B.A., & Tighe,E.M. (1994) , " The Work Preference Inventory:Assessing Intrinsic and Extrinsic Motivational Orientations, " *Journal of Personality and Social Psychology*,66(5),950-967. 【03】 Arthur Andersen Business Consulting (1999) , " Zukai Knowledge Management, " Tokyo:Toyo Keizai. 【04】 Badaracco, J. (1991) , " The Knowledge Link, " Harvard Business School Press. 【05】 Barak,M., & Rafaeli,S. (2004) , " On-line question-posing and peer-assessment as means for web-based knowledge sharing in learning, " *Int. J. Human-Computer Studies*,61,84-103. 【06】 Bock,G.W., & Kim,Y. (2002) , " Breaking the Myths of Rewards:An Exploratory Study of Attitudes About Knowledge Sharing, " *Information Resources Management Journal*,Apr-June,14-21. 【07】 Bock,G.W.,Zmud,R.W.,Kim,Y.G., & Lee,J.N. (2005) , " Behavioral Intention Formation in knowledge sharing:Examining the roles of extrinsic motivators,social-psychological forces,and organizational climate, " *MIS Quarterly*,29(1),87-111. 【08】 Brief,A.P., & Aldag,R.J. (1977) , " The Intrinsic Extrinsic Dichotomy Toward Conceptual Clarity, " *Academy of Management Review*,2(3),496-500. 【09】 Bruner,J.S. (1966) , " Toward a theory of instruction, " Cambridge,MA:Belknap Press. 【10】 Davenport,T.H., & Prusak,L. (1998) , " Working Knowledge:How Organizations Manage What They Know, " Harvard Business School Press. 【11】 Davis,F.D. (1989) , " Perceived Usefulness,Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology, " *MIS Quarterly*,13(3), 319-340. 【12】 Deci,E., & Ryan,R. (1985) , " Intrinsic Motivation and Self-determination in Human Behavior, " N.Y.:Plenum Press. 【13】 Devellis,R.F. (1991) , " Scale Development Theory and Applications, " London:SAGE. 【14】 Drucker,P. (1988) , " Management and the world's work, " *Harvard Business Review*, 66,65-76. 【15】 Fishbein.M., & Ajzen, I. (1975) , " Belief, Attitude, Intention, and behavior, " Addison-Wesley, Reading, MA. 【16】 Garvin,D.A. (1993) , " Building A Learning Organization, " *Harvard Business Review*,71(4),78-91. 【17】 Gladstone,B. (2000) , " From Know-How to Knowledge:The Essential GT Understanding, " Spiro Press. 【18】 Gruber,T.R. (1995) , " Toward Principles for the Design of Ontologies Used for Knowledge Sharing, " *International Journal of Human Computer Studies*, 907-928. 【19】 Hars A., & Ou S. (2002) , " Working for Free? Motivations for Participating in Open-Source Projects, " *International Journal of Electronic Commerce*,Spring,6(3),25-39. 【20】 Hendriks, P. (1999) , " Why share knowledge? The influence of ICT on the motivation for knowledge sharing, " *Knowledge and Process Management*,7(1),55-59. 【21】 Hsu,C.L. & Lu,H.P. (2004) , " Why do people play on-line games? An extended TAM with social influences and flow experience, " *Information & Management*,41(7),853-868. 【22】 Jonassen,D.,Peck,K., & Wilson,B. (1999) , " Learning with technology-A constructivist perspective, " Upper Saddle River,NJ:Prentice Hall,Inc. 【23】 Joseph, L., & Badaracco, Jr. (1991) , " The knowledge link:how firms compete through strategic alliances, " Harvard Business School Press. 【24】 Leonard-Barton,D. (1995) , " Wellsprings of Knowledge:Building and Sustaining the Sources of Innovation, " Harvard Business School Press. 【25】 Luo,w & Strong,D (2000) , " Perceived critical mass effect on groupware acceptance, " *European Journal of Information Systems*,9(2),91-103. 【26】 Madhok, A. (1994) , " Revisiting multinational firms ' tolerance for joint ventures:A trust-based approach, " *Journal of International Business Studies*,26,117-137. 【27】 Maslow,A.H. (1954) , " Motivation and personality, " New York:Harper and Row. 【28】 Morita,M. & Takanashi,T. (1999) , " Nyuumon Knowledge Management Kihon to Jitsurei, " Kanki Publishing INC.:Japan. 【29】 Nonaka,I. (1991) , " The knowledge-creating company, " *Harvard Business Review*,November-December,96-104. 【30】 Nonaka,I. & Takeuchi,H., (1995) , " The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation, " New York:Oxford University Press. 【31】 Nunnally,J.C. (1978) , " Psychometric Theory, " New york:McGraw-Hill. 【32】 Organization of Economic Cooperation and Development (1996) , " The Knowledge-Based Economy, " Paris:OECD. 【33】 Quinn,J.B.,Anderson,P., & Finkelstein,S. (1996) , " Managing professional intellect:making the most of the best, " *Harvard Business Review*, Mar-Apr,71-80. 【34】 Robbins,S.P. (1992) , " Organizational Behavior 6th, " Prentice Hall In. 【35】 Ryu,S.,Ho,S.H., & Han,I. (2003) , " Knowledge sharing behavior of physicians in hospitals, " *Expert System with Applications*,25,113-122. 【36】 Senge,P. (1990) , " The fifth Discipline:The Art and Practice of the Learning Organization, " New York:Currency Doubleday. 【37】 Senge,P. (1997) , " Sharing knowledge, " *Excellence*, 15(6),11-12. 【38】 Stewart,T.A. (1997) , " Intellectual Capital:The New Wealth of Organizations, " New York:Bantam Doubleday Dell Publishing Group Inc. 【39】 Tampoe,M. (1993) , " Motivating knowledge workers-The challenge for the 1990s, " *Long Range Planning*,26(3),49-55. 【40】 Teece,D.J. (1988) , " Technological Change and the Nature of the Firm, " *Technical Change and Economic Theory*,New York:Pinter Publishers,256-281.