

探討影響使用者使用行動部落格意圖因素之研究

吳嘉中、許晉龍

E-mail: 9706965@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

本研究欲探討之行動部落格(Moblog)現象為部落格的相關應用發展之一，其結合一般常見的行動通訊裝置，如手機、PDA、筆記型電腦等，讓使用者可以隨時隨地透過行動通訊裝置即時更新部落格內容，行動部落格至今於中、韓及歐美地區皆已有相當程度的發展，但在台灣尚屬萌芽階段，若能探究出使用者採用行動部落格之影響因素，勢必能幫助相關業者研發出更符合使用者需求之行動部落格服務，進而提升使用者採用行動部落格之意圖。因此，本研究以計畫行為理論為基礎，探討影響使用者使用行動部落格之影響因素為何？並以使用者的情緒狀態為干擾變數，調查使用者的情緒狀態是否會對其使用行為的認知過程中產生干擾作用，研究收集139份有效問卷，以Chin(1997)所發展出的PLS-Graph 3.0為工具，驗證行動部落格行為意圖之模型，研究結果發現認知有用性及相容性正向影響使用者的態度，解釋能力為44.1%，而使用者的行為意圖則受到態度、主觀規範及認知行為控制的影響，解釋力為71%，而不同情緒狀態的使用者，其認知至態度及意圖間的影響亦有顯著差異。期望本研究結論可給予相關業者及未來相關研究參考。

Keywords : 行動部落格;計畫行為理論;情緒

Table of Contents

中文摘要	i	英文摘要	i
ii 致謝辭		iii 內容目錄	
iv 表目錄		vi 圖目錄	
vii 第一章 緒論	1	第一節 研究背景	1
1 第二節 研究動機	4	第三節 研究目的	4
6 第四節 研究流程	7	第二章 文獻探討	7
9 第一節 部落格	9	第二節 行動部落格	9
13 第三節 理性行動理論	16	第四節 科技接受模式	16
18 第五節 計畫行為理論	23	第六節 創新擴散理論	23
30 第七節 情緒理論	33	第三章 研究模型與假說	33
39 第一節 研究架構	39	第二節 研究假說	39
43 第四章 研究方法	49	第一節 研究程序	49
49 第二節 問卷收集	49	第二節 問卷設計	49
50 第三節 資料分析與結果	54	第三節 問卷設計	50
54 第一節 測量模型之信效度檢定	56	第四節 資料分析與結果	54
56 第二節 結構模型與研究假說之檢定	59	第一節 測量模型之信效度檢定	56
64 第六章 研究結論與建議	64	第二節 結構模型與研究假說之檢定	59
64 第一節 研究結論	64	第三節 研究結論與建議	64
67 第二節 管理意涵	67	第一節 研究結論	64
68 第三節 研究限制	69	第二節 管理意涵	67
69 第四節 未來研究	69	第三節 研究限制	69
70 參考文獻	70	第四節 未來研究	69
70 附錄 問卷	79	參考文獻	70
		附錄 問卷	79

REFERENCES

- 一、中文部份 Hoyer, W. D., & D. J. MacInnis (2004). 消費者行為, 台北縣:高立圖書。李昆諭(2005), 部落格網站使用行為之研究, 中原大學資訊管理研究所未出版之碩士論文。林克寰(2004), Jedi 's BLOG, 妳不能不知道的部落格[線上資料], 來源:
<http://jedi.org/blog/archives/003856.html#entry> [2006, August, 15] 林家旭(1996), 企業資源規劃系統之導入研究-從創新擴散的觀點分析, 國立中央大學資訊管理研究所未出版之碩士論文。周立軒(2004), 網誌的使用者與使用行為之研究, 元智大學資訊傳播學系碩士班 網路傳播組未出版之碩士論文。郭鑑德(2003), 科技接受模式在行動上網市場之實證研究 - 以大台北地區為例, 銘傳大學管理學院高階經理碩士學程未出版之碩士論文。創市際市場研究顧問(2006), 部落格使用意見調查研究報告(一) [線上資料], 來源:
http://www.insightxplorer.com/specialtopic/blog_0725_05.html [2006, September, 20] 黃千子(1997), 以資源基礎論與社會資本論探索專業虛擬社群之知識資產, 國立高雄第一科技大學資訊管理研究所未出版之碩士論文。黃彥達(2005), udn 數位文化誌[線上資料], 來源:

http://mag.udn.com/mag/dc/storypage.jsp?f_ART_ID=9659 [2006, October, 10] 黃智強(1999), 影響採用網路購物因素之研究 - 以網路書店為例, 國立中央大學資訊管理研究所未出版之碩士論文。彭虹綾(1996), 科技中介合作學習-社會認知觀點之初探, 國立東華大學企業管理學系碩士班未出版之碩士論文。張家璋(2006), 以TPB觀點探究影響消費者行動部落格採用態度因素之研究, 元智大學企業管理研究所未出版之碩士論文。資策會Find網站, 網路脈動[線上資料], 來源: <http://www.find.org.tw/find/home.aspx> [2006, October, 20] 葉美春(2006), 使用者採用知識管理系統之影響因素研究 - 理論模型的比較取向, 世新大學資訊傳播學研究所未出版之碩士論文。蔣孟潔(2006), 行動部落格採用意圖之初探, 國立高雄應用科技大學資訊管理研究所未出版之碩士論文。廖御超(2005), 影響採用創新產品之相關因素探討 - 以3G手機為例, 國立東華大學企業管理研究所未出版之碩士論文。維基百科(2008), 網誌[線上資料], 來源: <http://wikipedia.tw/> [2006, December, 13] 蔡秀媛(2005), 行動通訊加值服務使用者滿意度、購買意向與品牌忠誠行為關係之研究 - 整合科技接受模型與計畫行為理論, 東吳大學國際貿易研究所未出版之碩士論文。二、英文部份 Ajzen, I., & Fishbein, M. (1985). Understanding attitudes and predicting social behavior. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, Nj. Ajzen, I, & Thomas J. M. (1985). Prediction of Goal-Directed behavior: attitudes, intentions, and perceived behavioral control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22, 453-474. Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. Anol Bhattacharjee (2002). Acceptance of E-Commerce Services: The case of electronic brokerages, *Systems and Humans*, 30(4), 411-420. Baker, J. and J. M. Levy (1992). An experiemental approach to making retail store environment decisions. *Journal of Retailing*, 68(Winter), 455-461. Bamford, W., Coulton, P., & Edwards, R. (2006). Location-based Mobile Blogging. *Proceedings of the International Conference on Information & Communication Technologies: From Theory to Applications* (Dam ascus, Syria, April 24-28), IEEE. Basaran, M. (2003). Mobile Blogging. [On-line]. Available: http://www-i4.informatik.rwth-aachen.de/content/teaching/seminars/sub/2003_2004_ws_docs/moblogging.pdf [2007, March, 20] Chin-Lung Hsu, Hsi-Peng Lu(2004). Why do people play on-line games? An extended TAM with social influences and flow experience. *Information & Management* 41, 853-868 Chang, I. C. Li, Y. C. Hung, W. F., & Hwang, H.G. (2005). An empirical study on the impact of quality antecedents on tax payers ' acceptance of Internet tax-filing systems. *Government Information Quarterly* 22, 389-410. Chin, W. W. (1998). Issues and opinion on structural equation modeling. *MIS Quarterly*, 22(1), 7-16. Chin, W. W., & Marcolin, B. L., & Newsted, P. R. (2003). A partial least squares latent variable modeling approach for measuring interaction effects: Results from a Monte Carlo Simulation Study and an Electronic-mail Emotion/Adoption Study. *Information Systems Research*, 14(2), 189-217. Davis, F. D (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3),319-339. Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: Acomparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982-1003. Dianne Cyr, Milena Head , Alex Ivanov(2006). Design aesthetics leading to m-loyalty in mobile commerce. *Information & Management*, 43,950-963. Donovan, Robert J. and John R. Rossiter (1982), Store atmosphere: an environmental psychology approach, *Journal of Retailing*, 58 (1),34-58. Doring, N., & Gundolf, A. (2006). Your life in snapshots: Mobile Weblogs. *Knowledge, Technology, & Policy* 19(1), 80-90. Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. Gordon C. Bruner, Anand Kumar(2005). Explaining consumer acceptance of handheld Internet devices. *Journal of Business Research*, 58, 553-558. Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. *Multivariate Data Analysis* (5th ed.), Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ, 1998. Imsook Ha , Youngseog Yoon, Munkee Choi(2007). Determinants of adoption of mobile games under mobile broadband wireless access environment. *Information & Management* 44, 276-286. Izard, C. E. (1972). An empirical analysis of anxiety in terms of discrete emotion. In *patterns of emotions: A new analysis of anxiety and depression*, 126. New York: Academic Press. Isen, A. (1987). Some ways in which affect influences cognitive process: Implications for advertising and consumer behavior, in *cognitive and affective responses to advertising*. Cafferata, P. and Tybout, A. M., eds., Lexington Books, MA, 3-37. Isen, A. M. and B. Means (1983).The influence of positive affect on Decision Making Strategies. *Social Cognition*, 2, 18-31. Jen-Ruei Fu , Cheng-Kiang Farn, Wen-Pin Chao(2006).Acceptance of electronic tax filing:A study of taxpayer intentions.*Information & Management*, 43, 109-126. Ji-Won Moon, Young-Gul Kim(2001).Extending the TAM for a World-Wide-Web context. *Information & Management*, 38, 217-230. Jen-Ruei Fu, Cheng-Kiang Farn, Wen-Pin Chao(2006). Acceptance of electronic tax filing:A study of taxpayer intentions. *Information & Management*, 43, 109-126. Jen-Her Wu, Shu-Ching Wang(2005). What drives mobile commerce?An empirical evaluation of the revised technology acceptance model. *Information & Management*, 42, 719-729. Judy Chuan-Chuan Lin, Hsipeng Lu (2000), Towards an understanding of the behavioural intention to use a web site, *International Journal of Information Management*, 20(3), 197-208. Liao, S., Shao Y. P., Wang, H., & Chen A. (1999). The adoption of virtual banking: an empirical study. *International Journal of Information Management*, 19(1), 63-74 Mielo, G. (2005).The medium is the moblog. *ETC: A Review of General Semantics*, 62(1), 28-35. Moore, G. C., & Benbasat, I. (1991). Development of an instrument to measure the perception of adopting an information technology innovation. *Information Systems Research*, 2(3), 192-222. Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). *Approach to Environmen tpsychology*. Cambridge: The MIT Press. Matthew K.O. Lee, Christy M.K. Cheung, Zhaohui Chen(2005). Acceptance of Internet-based learning medium:the role of extrinsic and intrinsic motivation. *Information & Management*, 42, 1095-1104. Nunnally, J. (1978). *Psychometric Theory*. New York: McGraw-Hill. Pin Luarn , Hsin-Hui Lin(2005). Toward an under standing of the behavioral intention to use mobile banking. *Computers in Human Behavior*, 21, 873-891. Rogers, E. M. & Allbritton, M. M. (1995). Interactive communication technologies in business organizations. *Journal of Business Communication* 32, 175-195. Russel, J. A. (1980). A circumplex model of affect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(6), 1161-1178. Richins, M. L. (1997). Measuring emotions in the consumption experience. *Journal of Consumer Research*, 24(4), 127-146. Shwu-Ing Wu(2006). A comparison of the behavior of different customer clusters towards Internet bookstores. *Information & Management*, 43, 986-1001. Shih, Y. h., & Fang, K. (2004).

The use of a Decomposed Theory of Planned Behavior to study internet banking in Taiwan. *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, 213-223. Sherman, E., A. Mathur, and R. B. Smith, (1997), Store environment and consumer purchase behavior: Mediating role of consumer emotions, *Psychology and Marketing*, 14(4), 361-378. Taylor, S., & Todd, P. A. (1995). Understanding information technology usage: a test of competing models. *Information Systems Research*, 144-176. T.S.H. Teo, Siau Heong Pok(2003). Adoption of WAP-enabled mobile phones among Internet users. *Omega* 31, 483-498. Technorati(2006), State of the Blogosphere [Online]. Available: <http://technorati.com/weblog/2006/11/161.html>