

目錄

第一章 緒論.....	7
第一節 研究背景與動機.....	7
第二節 研究目的.....	12
第三節 章節安排.....	12
第二章 文獻探討.....	14
第一節 創新傳佈理論 (diffusion of innovation).....	14
第二節 組織決策階段採用創新技術相關文獻研究.....	20
第三節 研究假設.....	29
第三章 研究方法.....	31
第一節 資料收集與前測.....	31
第二節 問卷設計與抽樣方法.....	33
第三節 量表因素分析與信度檢驗.....	39
(一) 便利商店付費方式之科技特質因素分析.....	40
(二) 決策階段之科技導入因素分析.....	44
第四章 資料分析與研究結果.....	47
第一節 便利商店付費方式科技特質與採用與否之差異分析.....	47
(一) 相對利益.....	48
(二) 相容性.....	49
(三) 複雜度.....	49
(四) 可觀察性.....	50
第二節 決策階段科技導入因子與採用與否之差異分析.....	50
(一) 選用程度.....	51
(二) 作業程度.....	52
(三) 補償程度.....	53
第三節 科技特質因子與科技導入因子之相關分析.....	54
(一) 相對利益與選用程度.....	54

(二) 相對利益與作業程度.....	55
(三) 相容性與選用程度.....	55
(四) 相容性與作業程度.....	55
(五) 複雜性與選用程度.....	55
(六) 複雜性與作業程度.....	56
(七) 可觀察性與選用程度.....	56
(八) 可觀察性與作業程度.....	56
(九) 補償程度與相對利益、相容性、複雜度、可觀察性.....	57
第四節 組織特質與採用便利商店付費方式與否之差異分析.....	57
(一) 雜誌類型.....	58
(二) 發行週期.....	58
(三) 語文版本.....	59
(四) 訂閱金額.....	59
(五) 發行年數.....	60
(六) 訂戶數.....	61
(七) 訂戶比例.....	61
(八) 雜誌組織之其它特質.....	62
第五節 研究結果.....	64
第六節 研究討論.....	64
(一) 科技特質因子對採用新式付費方式之影響.....	71
(二) 科技導入因子對採用新式付費方式之影響.....	73
(三) 比較科技特質與科技導入交互關係之顯著性.....	74
第五章 結論、限制與未來研究建議.....	75
第一節 結論.....	75
第二節 研究限制.....	77
第三節 未來研究建議.....	78

參考文獻

附錄

圖目錄

圖一：線上交易列印代收之帳單條碼流程圖.....	11
圖二：論文章節安排.....	13
圖三：創新傳佈的 S 形曲線	14
圖四：雜誌業採用付費模式之整體研究架構.....	30
圖五：尋找適合破壞性創新之正確組織結構與歸屬.....	66

表目錄

表一：接受前測深度訪談之平面與數位雜誌業者.....	33
表二：付費模式之科技特質因素分析.....	42
表三：付費模式之科技導入因素分析.....	45
表四：雜誌對付費模式科技特質與實際採用與否的比較.....	47
表五：相對利益科技特質與實際採用與否之變異數分析.....	48
表六：相容性科技特質與實際採用與否之變異數分析.....	49
表七：複雜度科技特質與實際採用與否之變異數分析.....	49
表八：可觀察性科技特質科技特質與實際採用與否之變異數分析.....	50
表九：雜誌對付費模式科技導入評估與實際採用與否的比較.....	51
表十：科技導入因子之選用程度與實際採用與否變異數分析.....	52
表十一：科技導入因子之作業程度與實際採用與否變異數分析.....	52
表十二：科技導入因子之補償程度與實際採用與否變異數分析.....	53
表十三：科技特質因子與科技導入因子之皮爾森相關分析.....	54
表十四：不同雜誌類型與科技導入評估因子之卡方分析.....	58
表十五：不同發行週期與科技導入評估因子之卡方分析.....	58
表十六：不同語文版本與科技導入評估因子之卡方分析.....	59
表十七：不同訂閱金額與科技導入評估因子之卡方分析.....	59
表十八：不同發行年數與科技導入評估因子之卡方分析.....	60
表十九：不同訂戶數與科技導入評估因子之卡方分析.....	61
表二十：不同訂戶比例與科技導入評估因子之卡方分析.....	61
表二十一：不同雜誌類型(複選題)與科技導入最後採用差異性分析.....	62