

目 錄

第一章、緒論	1
第一節、研究背景與動機.....	1
第二節、研究目的與問題.....	4
第三節、研究方法.....	6
第四節、研究架構.....	6
第二章、文獻探討	10
第一節、Podcasting 介紹.....	10
一、Podcasting 的定義與特性.....	10
二、Podcasting 的發展.....	13
三、Podcasting 的應用.....	17
四、小結.....	23
第二節、科技採用行為之理論與研究.....	23
第三節、科技接受與使用整合模型.....	35
一、UTAUT 模型介紹.....	35
二、UTAUT 模型之國內外相關研究.....	40
第四節、Blog 使用行為相關研究.....	43
第五節、個人創新特性.....	44
第六節、文獻探討心得.....	48
第三章、研究方法	51
第一節、前測—焦點訪談與深度訪談.....	51
第二節、研究對象與抽樣方法.....	56
第三節、研究架構.....	57
第四節、研究假設.....	60
第五節、研究變數操作行定義與衡量.....	61
第六節、問卷設計.....	68
第七節、資料分析方法.....	81
第八節、深度訪談.....	89
第四章、資料分析與結果	91
第一節、敘述性統計分析.....	91
一、樣本特徵.....	91
二、使用行為描述性分析.....	95
第二節、測量模型分析.....	99

第三節、結構方程模型分析.....	104
一、模型整體適配度評鑑.....	106
二、模型內在適配度評鑑.....	109
三、結構模型的檢定與假設驗證.....	111
(一)、路徑分析.....	112
(二)、調節效果分析.....	113
第四節、訪談資料分析.....	122
第五章、結論與建議.....	131
第一節、使用者輪廓與特質.....	131
第二節、Podcasting 使用行為.....	132
一、收聽行為.....	132
二、製作行為.....	133
第三節、研究結果與討論.....	134
一、影響使用者「使用意向」之因素.....	134
二、影響使用者「實際使用行為」之因素.....	138
三、模型比較嘗試.....	139
第四節、研究結果與討論現有發展條件與未來發展之方向.....	144
第五節、研究貢獻.....	151
第六節、研究限制與建議.....	152
附錄.....	157
參考文獻.....	158

表目錄

表 2.1: UTAUT 模型的構面來源整理.....	39-40
表 2.2: UTAUT 各構面在不同分類下之影響力.....	43
表 2.3: Goldsmith 個人創新性量表.....	46
表 3.1: 受訪者資料表.....	52
表 3.2: 「績效期望」衡量問項.....	62
表 3.3: 「努力期望」測量問項.....	63
表 3.4: 「社會影響」測量問項.....	63-64
表 3.5: 「有利條件」測量問項.....	64
表 3.6: 「認知有趣性」測量問項.....	65
表 3.7: 「PIIT」測量問項.....	65-66
表 3.8: 「使用意向」測量問項.....	66
表 3.9: 「實際使用行為」測量問項.....	67
表 3.10: 「調節變數」測量問項.....	68
表 3.11: 前測項目分析之綜合結果.....	70-71
表 3.12: 「有利條件」、「認知有趣性」項目分析結果.....	73
表 3.13: 潛在變項與測量變項對應表.....	79
表 3.14: Lisrel 分析矩陣概念表.....	85
表 3.15: 整體適配度指標比較表.....	86-88
表 4.1: 樣本性別次數表.....	93
表 4.2: 樣本年齡層次數表.....	93
表 4.3: 樣本教育程度次數表.....	94
表 4.4: 樣本職業次數表.....	94-95
表 4.5: 收聽 Podcast 之使用行為次數分配表.....	96-97
表 4.6: 製作 Podcast 之使用行為次數分配表.....	97-99
表 4.7: 正式問卷項目分析之綜合結果.....	99-101
表 4.8: 影響 Podcasting 採用因素之因素轉軸後成分矩陣.....	102
表 4.9: 修正之因素轉軸後成分矩陣.....	103
表 4.10: 測量變項之態勢與峰度分配.....	104
表 4.11: 整體模型評鑑分析表.....	108
表 4.12: 測量模型評鑑分析表.....	109-110
表 4.13: 各構面間之相關係數矩陣.....	111
表 4.14: 潛在變項之解釋量.....	111
表 4.15: 「性別」之結構模型路徑分析.....	114
表 4.16: 「性別」差異檢定結果.....	116
表 4.17: 「使用經驗」調節效果之檢定.....	118

表 4.18:「使用經驗」之結構模型路徑分析.....	119
表 4.19:本研究假設驗證結果.....	120-122
表 4.20:受訪者基本資料表(其中受訪者代號以其暱稱首個字母為代表)....	123
表 5.1:各模型整體適配度比較結果.....	140-141

圖目錄

圖 1.1 研究架構圖.....	9
圖 2.1 美國 Podcasting 2006、2008、2010 聽眾人數估計圖.....	13
圖 2.2 美國消費者使用 Podcasting 成長估計圖.....	14
圖 2.3:TRA 理性行為理論模型.....	25
圖 2.4:TPB 計畫行為理論模型.....	26
圖 2.5:TAM 科技接受模型.....	27
圖 2.6:Combined-TAM-TPB 模型.....	28
圖 2.7:Decomposed TPB 分解的計畫行為理論模型.....	29
圖 2.8:TAM2 科技接受模型.....	31
圖 2.9:UTAUT 科技接受與使用整合模型.....	36
圖 3.1:研究架構圖.....	59
圖 3.2:正式問卷研究架構圖.....	80
圖 3.3:典型 SEM 模型圖示.....	82
圖 3.4:結構方程模式的基本程序.....	84
圖 3.5:Lisrel 模型矩陣概念圖.....	85
圖 4.1:樣本性別比例圖.....	92
圖 4.2:結構模型之路徑分析結果.....	112
圖 5.1:模型 1 結構模型之路徑分析結果.....	143
圖 5.2:模型 2 結構模型之路徑分析結果.....	144
圖 5.3:模型 3 結構模型之路徑分析結果.....	144