

網路知識分享行爲之研究--以「Yahoo!奇摩知識+」為例

陳碩珮^{1*} 黃馨玉²

¹崑山科技大學國際貿易系 副教授

²崑山科技大學國際貿易系 學生

摘 要

由於網際網路的即時性與連結性跨越時空的限制，知識傳播的模式與人們社交的環境受到重大改變，網路上的虛擬社群已成為重要的知識分享平台，然而於網路上分享自身知識須要耗費自己的時間和精神，甚至可能會喪失自己的個人利益以及競爭力，為什麼還是有人願意繼續於網路上分享自身知識是值得探討的問題。

「Yahoo!奇摩知識+」是一個獨特的知識搜尋資料庫，使用者藉由網路互動交流特性於網路上分享其經驗與專長，本研究即是以「Yahoo!奇摩知識+」為研究對象，採用結構化封閉式的問卷，透過網路進行調查，探討網路知識分享的動機、態度及利他主義對網路知識分享行為意願的影響。結果顯示知識分享的動機可區分為實質報酬、名聲回饋及社群認同三項，其中社群認同及名聲回饋對知識分享態度有顯著正向的影響，知識分享態度及利他主義對知識分享行為意願有顯著正向的影響，至於利他主義的調節效果並不顯著。這個結果將可以提供給 Yahoo!奇摩和其他企圖進入此類平台市場的企業制定經營策略時的參考依據。

關鍵字：知識分享動機、知識分享態度、知識分享行為、利他主義。

*聯繫作者:私立崑山科技大學國際貿易系，台南縣永康市大灣路 949 號。

Tel: +886-6-2050611

Fax: +886-6-2050611

E-mail:sopei@ms28.hinet.net