

目 錄

| | | |
|------|---------------------------|-----|
| 中文提要 | | i |
| 英文提要 | | ii |
| 誌謝 | | iii |
| 目錄 | | iv |
| 表目錄 | | vii |
| 圖目錄 | | vii |
| 第一章 | 緒論..... | 1 |
| 第一節 | 研究背景..... | 1 |
| 第二節 | 研究動機與目的..... | 6 |
| 一、 | 國內企業 ICTs 運用環境的成熟與瓶頸..... | 6 |
| 二、 | 傳統信任觀點在適用上的困難..... | 7 |
| 三、 | 以往虛擬團隊信任關係的研究有所不足..... | 9 |
| 第二章 | 文獻探討..... | 11 |
| 第一節 | 虛擬團隊..... | 11 |
| 一、 | 虛擬團隊的定義..... | 11 |
| 二、 | 虛擬團隊的特性與種類..... | 13 |
| 三、 | 虛擬團隊的相關研究..... | 18 |
| 第二節 | 信任..... | 20 |
| 一、 | 信任的意涵..... | 20 |
| 二、 | 傳統觀點下的信任構面、形成與類型..... | 23 |
| 三、 | 虛擬團隊中的信任：初始信任與後續信任..... | 30 |
| 四、 | 影響虛擬團隊信任關係形成之要素..... | 34 |
| 第三節 | 電腦中介傳播..... | 36 |
| 一、 | 組織溝通的概念..... | 36 |
| 二、 | 組織的溝通媒介..... | 38 |
| 三、 | 媒介選擇的相關理論..... | 40 |
| 四、 | 小結..... | 47 |
| 第三章 | 研究方法..... | 49 |
| 第一節 | 研究取徑與資料蒐集..... | 49 |
| 第二節 | 研究範圍與個案選擇..... | 52 |

| | | |
|------|-------------------------|----|
| 第三節 | 訪談對象與題綱設計····· | 55 |
| 第四章 | 資料分析與發現····· | 58 |
| 第一節 | 手機研發團隊的組成和運作····· | 58 |
| 第二節 | 影響初始信任形成的要素····· | 61 |
| 第三節 | 媒介運用與後續信任的形成····· | 66 |
| 一、 | 團隊成員的媒介選擇····· | 66 |
| 二、 | 虛擬團隊的溝通和信任問題····· | 68 |
| 三、 | 後續信任的形成：能力····· | 70 |
| 四、 | 後續信任的形成：能降低不確定性的媒介····· | 70 |
| 第四節 | 其他發現····· | 72 |
| 一、 | 態度亦是影響信任關係形成的要素····· | 72 |
| 二、 | 虛擬團隊實際運作模式仍待改進····· | 73 |
| 三、 | 專案負責人協調能力的重要性····· | 74 |
| 第五章 | 研究結論與建議····· | 76 |
| 第一節 | 研究結論····· | 76 |
| 一、 | 有別以往的虛擬團隊信任關係····· | 76 |
| 二、 | 多重媒介的運用以解決溝通和信任問題····· | 79 |
| 三、 | 科技脈動下「人」的主體性····· | 80 |
| 第二節 | 研究限制與建議····· | 82 |
| 參考文獻 | ····· | 83 |

表目錄

| | | |
|-------|------------------------|----|
| 表 2-1 | 虛擬團隊型態 | 14 |
| 表 2-2 | 團體和團隊虛擬化層次的分類 | 15 |
| 表 2-3 | 虛擬團隊的原則 | 19 |
| 表 2-4 | 信任構面的文獻整理 | 24 |
| 表 2-5 | 虛擬團隊日常使用的科技工具 | 40 |
| 表 2-6 | 媒介的相對特徵 | 46 |
| 表 3-1 | 個案研究的類型和本質 | 50 |
| 表 3-2 | 全球手機前十大廠商 2002 年度實際生產量 | 55 |
| 表 3-3 | 受訪者的背景資料 | 56 |
| 表 3-4 | 訪談題綱列表 | 57 |

圖目錄

| | | |
|-------|---------------------------|----|
| 圖 1-1 | 台灣經常上網人口成長情況 | 2 |
| 圖 1-2 | 台灣寬頻網路用戶數成長情況 | 3 |
| 圖 1-3 | 1999-2004 年美國透過網路進行工作的人口數 | 5 |
| 圖 1-4 | 我國企業連網普及率 | 7 |
| 圖 1-5 | 企業各項業務活動導入電子化帶來效益的比較 | 8 |
| 圖 2-1 | 虛擬團隊的分類圖 | 16 |
| 圖 2-2 | 全球虛擬團隊的定義 | 17 |
| 圖 2-3 | 組織信任的整合模型 | 25 |
| 圖 2-4 | 信任演化的階段 | 32 |
| 圖 2-5 | 媒介豐富度層級 | 42 |
| 圖 2-6 | 媒介使用的社會影響模式 | 43 |
| 圖 3-1 | 明基主要產品在全球市場的佔有率 | 54 |