

網路電話使用行為初探—創新特質、使用動機與滿足程度之研究

研究生：賴英豪

指導教授：楊台恩 博士

國立交通大學傳播研究所

中文摘要

本研究由使用者的角度來探討網路電話的使用情形，希望描繪出現階段網路電話使用者形貌，檢驗網路電話的使用行為有何差異，以及什麼因素會影響到使用行為。本研究納入使用與滿足理論，以及創新傳佈觀點，試圖了解使用者認知的網路電話特質、使用動機以及滿足程度。

研究發現，現階段的網路使用者具有高個人創新性，以男性、年紀較輕、高教育程度、收入較優渥者和學生居多，整體來看，年齡、月收入、個人創新性越高，則網路電話的使用頻率和使用时數也越高。

對於網路電話特質的認知上，使用者認為網路電話具備「易用性」、「相對利益」、「可觀察性」、「可試用性」四項媒介創新特質，但在「相容性」上的評價不佳。使用頻率、時數和使用者所認知的網路電話「易用性」、「相對利益」、「可觀察性」創新特質，呈現顯著正相關。繼續使用網路電話以及高使用頻率、時數者，對網路電話的創新特質有更正向的評價。

在使用動機和滿足程度上，本研究發現「實用／利益性」、「休閒／娛樂性」、「時髦／心理性」、「社交／情感性」和「工具性」五個相對應的動機與滿足因素。其中在使用動機上，「實用／利益性」動機具有最強的解釋力。當個人創新性程度越高，對網路電話創新特質有越正面的評價，則使用網路電話動機越強。研究結果亦顯示，在使用網路電話動機上，女性傾向於「社交／情感性」的使用；年輕學生族群在「休閒／娛樂性」、「時髦／心理性」較強烈；而「實用／利益性」、「社交／情感性」、「工具性」越強，則會越頻繁且長時間的使用網路電話。

在滿足程度上，「休閒／娛樂性」和「實用／利益性」方面是令使用者最感到滿意的因素。滿足因素中的「實用／利益性」、「時髦／心理性」、「工具性」滿足和使用頻率、使用时數均呈現的顯著正相關。從迴歸分析發現，使用動機是最能解釋滿足程度的變項，動機越強的因素則對應的滿足因素也越高。

致謝

終於結束了 謝謝大家 @_@"



目錄

中文摘要.....	i
致謝.....	ii
目錄.....	iii
圖目錄.....	v
表目錄.....	vi
第壹章 緒論	1
第一節 研究背景.....	1
第二節 研究動機.....	6
第三節 研究目的.....	8
第貳章 文獻探討	9
第一節 網路電話.....	9
第二節 使用與滿足研究.....	16
第三節 創新傳佈.....	32
第四節 研究架構與研究問題.....	39
第參章 研究方法	43
第一節 研究構面.....	43
第二節 研究設計.....	46
第三節 問卷設計.....	49
第四節 抽樣與問卷蒐集方式.....	54
第五節 資料分析方法.....	56
第肆章 研究發現	57
第一節 使用者人口背景特質與使用現況.....	57
第二節 量表檢驗.....	62
第三節 不同背景使用者在網路電話使用各層面上的差異.....	72
第四節 不同使用行為在網路電話各使用層面上的差異.....	86
第五節 網路電話使用動機與使用行為之相關分析.....	97
第六節 使用行為、人口背景特質、網路電話媒介創新特質、以及使用動機對滿足程度之預測分析.....	101

第五章 結論與討論.....	107
第一節 研究結論.....	107
第二節 綜合討論.....	115
第三節 研究貢獻.....	119
第四節 研究限制.....	121
第五節 研究建議.....	123
參考書目.....	125
附錄一 訪談問卷.....	133
附錄二 訪談整理結果.....	134
附錄三 正式問卷.....	140



圖目錄

圖 2-1	各種通訊型態之發展過程.....	10
圖 2-2	使用與滿足研究模式.....	21
圖 2-3	媒介滿足模式.....	23
圖 2-4	新事物採用比較 S 曲線圖.....	36
圖 2-5	創新傳佈期程之採用率.....	37
圖 3-1	本研究架構.....	40



表目錄

表 3-1	受訪者基本資料.....	47
表 4-1-1	網路電話使用者人口背景.....	57
表 4-1-2	個人創新性特質摘要表.....	59
表 4-1-3	網路電話使用情形摘要表.....	60
表 4-1-4	路電話使用活動摘要表.....	61
表 4-2-1	路電話創新特質量表之項目分析摘要.....	62
表 4-2-2	網路電話媒介創新特質量表之因素分析.....	63
表 4-2-3	網路電話使用動機量表之項目分析摘要.....	65
表 4-2-4	網路電話使用動機量表之因素分析.....	66
表 4-2-5	網路電話滿足程度量表之項目分析摘要.....	67
表 4-2-6	網路電話滿足程度量表之因素分析.....	68
表 4-2-7	使用者創新性量表之項目分析摘要.....	71
表 4-2-8	使用者創新性量表之因素分析.....	71
表 4-3-1	性別與每月使用頻率、使用時數之單因子變異數分析.....	72
表 4-3-2	性別與網路電話媒介創新特質之單因子變異數分析.....	73
表 4-3-3	性別與網路電話使用動機之單因子變異數分析.....	73
表 4-3-4	性別與網路電話滿足程度之單因子變異數分析.....	74
表 4-3-5	年齡與網路電話媒介創新特質之單因子變異數分析.....	75
表 4-3-6	年齡與網路電話使用動機之單因子變異數分析.....	76
表 4-3-7	年齡與網路電話滿足程度之單因子變異數分析.....	77
表 4-3-8	教育程度對每月使用頻率之單因子變異數分析.....	78
表 4-3-9	教育程度與網路電話媒介創新特質之單因子變異數分析.....	79
表 4-3-10	教育程度與網路電話使用動機之單因子變異數分析.....	80
表 4-3-11	教育程度與網路電話滿足程度之單因子變異數分析.....	81
表 4-3-12	月收入程度對每月使用頻率之單因子變異數分析.....	83
表 4-3-13	月收入程度與網路電話媒介創新特質之單因子變異數分析.....	83
表 4-3-14	月收入程度與網路電話使用動機之單因子變異數分析.....	84
表 4-3-15	月收入程度與網路電話滿足程度之單因子變異數分析.....	85
表 4-4-1	使用頻率上是否繼續使用與個人創新性之單因子變異數分析.....	86
表 4-4-2	使用頻率上是否繼續使用與網路電話媒介特質之單因子變異數分析.....	87
表 4-4-3	使用頻率上是否繼續使用與網路電話使用動機之單因子變異數分析.....	87
表 4-4-4	使用頻率上是否繼續使用與網路電話滿足程度之單因子變異數分析.....	88
表 4-4-5	使用頻率程度與個人創新性之單因子變異數分析.....	88
表 4-4-6	使用頻率程度與網路電話媒介特質之單因子變異數分析.....	89
表 4-4-7	使用頻率程度與網路電話使用動機之單因子變異數分析.....	90

表 4-4-8	使用頻率程度與網路電話滿足程度之單因子變異數分析.....	90
表 4-4-9	使用時數上是否繼續使用與個人創新性之單因子變異數分析.....	91
表 4-4-10	使用時數上是否繼續使用與網路電話媒介特質之單因子變異數分析.....	92
表 4-4-11	使用時數上是否繼續使用與網路電話使用動機之單因子變異數分析.....	92
表 4-4-12	使用時數上是否繼續使用與網路電話滿足程度之單因子變異數分析.....	93
表 4-4-13	使用時數程度與個人創新性之單因子變異數分析.....	94
表 4-4-14	使用時數程度與網路電話媒介特質之單因子變異數分析.....	94
表 4-4-15	使用時數程度與網路電話使用動機之單因子變異數分析.....	95
表 4-4-16	使用時數程度與網路電話滿足程度之單因子變異數分析.....	96
表 4-5-1	使用動機與人口背景特質之相關分析摘要表.....	97
表 4-5-2	使用動機與網路電話媒介創新特質之相關分析摘要表.....	98
表 4-5-3	使用行為與人口背景特質之相關分析摘要表.....	99
表 4-5-4	使用行為與網路電話媒介創新特質之相關分析摘要表.....	99
表 4-5-5	使用行為與使用動機之相關分析摘要表.....	100
表 4-5-6	使用行為與滿足程度之相關分析摘要表.....	100
表 4-6-1	休閒／娛樂性滿足之逐步多元迴歸分析摘要表.....	102
表 4-6-2	實用／利益性滿足之逐步多元迴歸分析摘要表.....	103
表 4-6-3	時髦／心理性滿足之逐步多元迴歸分析摘要表.....	104
表 4-6-4	社交／情感性滿足之逐步多元迴歸分析摘要表.....	105
表 4-6-5	工具性滿足之逐步多元迴歸分析摘要表.....	106

