

南華大學

文化創意事業管理學系碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
Department of Cultural & Creative Enterprise Management,
Nanhua University

國小高年級學童使用行動載具閱讀漫畫之行為意向

—以雲林縣北辰國小為例

Behavior Intention of Using Mobile Devices to Read Comics

in The Upper Grades of Elementary Schools

- A Case Study in Bei-Chen Elementary School of Yunlin County

指導教授：黃昱凱 博士

ADVISOR : Huang, Yu-Kai Ph.D.

研究生：胡訓祥

GRADUATE STUDENT : Hu, Hsun-Hsiang

中 華 民 國 106 年 6 月

南 華 大 學

文化創意事業管理學系文創行銷碩士班

碩 士 學 位 論 文

國小高年級學童使用行動載具閱讀漫畫之行為意向

—以雲林縣北辰國小為例

Behavior Intention of Using Mobile Devices to Read Comics in
the Upper Grades Of Elementary Schools - A Case Study in
Bei-Chen Elementary School of Yunlin County

研究生：胡訓祥

經考試合格特此證明

口試委員：

邱李奴
胡子
黃呈勳

指導教授：

黃呈勳

系主任(所長)：

程聰

口試日期：中 華 民 國 106 年 5 月 27 日

南華大學文化創意事業管理學系 105 學年度第 2 學期碩士論文摘要

論文題目：國小高年級學童使用行動載具閱讀漫畫之行為意向-以雲林縣北辰國小為例

研究生：胡訓祥

指導教授：黃昱凱 博士

論文摘要內容

隨著科技發展以及網路的普及，閱讀的方式已由紙本延伸至數位閱讀，而數位閱讀的工具也從電腦單一媒介朝向多元載具發展，如筆電、智慧型手機、平板等，都已經成為現代人生活常見的閱讀載具。

本研究整合計畫行為理論與科技接受模式建構理論模型，並加入「知覺趣味性」變數來探討影響小學生使用手機或平板進行數位閱讀的因素以及因素間的結構關係。

問卷共回收有效樣本 374 份，並以敘述性統計、皮爾森積差相關、卡方檢定、因素分析與結構方程模型進行資料分析。

研究結果發現影響國小學童使用行動載具來閱讀漫畫的最重要因素是使用態度，而影響使用態度最重要的因素為知覺有用性與知覺趣味性。最後本研究根據研究結論提出相關建議供教育相關單位、數位漫畫創作者及未來後續研究者之參考。

關鍵字：數位閱讀、科技接受模式、計畫行為理論、結構方程模型

Title of Thesis:Behavior Intention of Using Mobile Devices to Read Comics
in the Upper Grades of Elementary Schools - A Case Study
in Bei-Chen Elementary School of Yunlin County

Name of Institute:Department of Cultural & Creative Enterprise
Management, Nanhua University

Graduate date:June 2017

Degree Conferred:M.B.A.

Name of student:Hu, Hsun-Hsiang

Advisor:Huang, Yu-Kai Ph.D.

Abstract

Amid the advancement of technology and prevalence of the Internet, reading media have expanded from printed materials to digital displays, and reading devices have now incorporated multiple media, such as laptops, smart phones, and tablets, in addition to conventional desktop computers. Currently, these devices are commonly used for reading.

This study integrated the theory of planned behavior and the technology acceptance model, as well as introduced perceived playfulness as a variable, to investigate factors affecting the use of cellphones or tablets by elementary school students to conduct digital reading. In addition, the structural relationships between these factors were discussed.

A total of 374 valid copies of a questionnaire were returned, and the collected data were analyzed using descriptive statistics, Pearson production-moment correlation coefficients, chi-square tests, factor analysis, and structural equation modeling.

The results showed that use attitude was the most essential factor affecting elementary school students who use mobile devices to read comics. In addition, perceived usefulness and perceived playfulness were the most crucial factors affecting use attitude. According to the study conclusion, related suggestions were proposed for education authorities, digital comic artists, and subsequent relevant researchers.

Keywords : Digital Reading, Technology Acceptance Model, Theory of Planned Behavior, Structural Equation Modeling

目 錄

中文摘要	i
英文摘要	ii
目 錄	iii
表目錄	vii
圖目錄	ix
第一章 緒論	1
1.1 研究背景	1
1.2 研究動機	3
1.3 研究目的	4
1.4 研究範圍與限制	4
1.5 研究流程	5
第二章 文獻探討	6
2.1 漫畫	6
2.1.1 漫畫的定義	6
2.1.2 漫畫的起源與發展	7
2.2 數位漫畫	7
2.2.1 數位漫畫的定義	7
2.2.2 數位漫畫的形式	9
2.3 數位閱讀	11
2.3.1 數位閱讀的定義	11
2.3.2 數位閱讀的方式	12

2.3.3	數位閱讀的特性.....	13
2.3.4	傳統紙本閱讀與數位閱讀之差異.....	14
2.4	計畫行為理論.....	15
2.4.1	行為意圖.....	18
2.4.2	態度.....	18
2.4.3	主觀規範.....	19
2.4.4	知覺行為控制.....	19
2.4.5	計畫行為理論相關之研究.....	20
2.5	科技接受模型.....	24
2.5.1	科技接受模型之內涵.....	25
2.5.2	科技接受模型相關之研究.....	27
2.6	小結.....	35
第三章	研究方法.....	36
3.1	研究架構與假設.....	36
3.2	研究對象.....	37
3.3	問卷設計.....	37
3.3.1	知覺易用性量表設計.....	38
3.3.2	知覺有用性量表設計.....	38
3.3.3	知覺趣味性量表設計.....	39
3.3.4	主觀規範量表設計.....	39
3.3.5	使用態度量表設計.....	40
3.3.6	行為意向量表設計.....	41

3.4 研究方法.....	41
3.4.1 皮爾森卡方檢定 (Pearson's chi-squared test).....	41
3.4.2 信、效度分析.....	41
3.4.3 因素分析.....	42
3.4.4 結構方程模型.....	43
第四章 研究分析與結果.....	45
4.1 人口統計變數分析.....	45
4.1.1 性別.....	45
4.1.2 年級.....	46
4.1.3 父親教育程度.....	46
4.1.4 母親教育程度.....	46
4.1.5 父親工作職業.....	47
4.1.6 母親工作職業.....	47
4.1.7 是否使用行動載具來閱讀漫畫.....	48
4.1.8 沒有使用行動載具閱讀漫畫的理由.....	48
4.1.9 使用何種行動載具來閱讀漫畫.....	49
4.1.10 藉由何種管道來取得數位漫畫.....	49
4.1.11 使用行動載具來閱讀漫畫的經驗.....	50
4.1.12 每週使用多少時間使用行動載具來閱讀漫畫.....	50
4.1.13 使用行動載具閱讀漫畫的動機.....	51
4.2 基本統計檢定分析.....	51
4.2.1 「性別」與「使用載具閱讀漫畫等相關變數」卡方檢定..	52

4.2.2	「年級」與「使用載具閱讀漫畫等相關變數」卡方檢定..	52
4.2.3	「性別」與「是否使用行動載具來閱讀漫畫」卡方檢定..	53
4.3	驗證性因素分析.....	53
4.3.1	「知覺易用性」信效度分析.....	54
4.3.2	「知覺有用性」信效度分析.....	55
4.3.3	「知覺趣味性」信效度分析.....	56
4.3.4	「主觀規範」信效度分析.....	57
4.3.5	「使用態度」信效度分析.....	58
4.3.6	「行為意向」信效度分析.....	59
4.4	結構方程模型分析.....	60
第五章	結論與建議.....	68
5.1	研究結論.....	68
5.1.1	整體樣本結構分析.....	68
5.1.2	結構方程模型分析與驗證.....	71
5.2	研究建議與限制.....	72
	參考文獻.....	73
	附錄一.....	83

表目錄

表 2.1 將漫畫依閱讀媒介區分的類型.....	8
表 2.2 數位閱讀與紙本閱讀比較表.....	15
表 3.1 知覺易用性衡量指標.....	38
表 3.2 知覺有用性衡量指標.....	39
表 3.3 知覺趣味性衡量指標.....	39
表 3.4 主觀規範衡量指標.....	40
表 3.5 使用態度衡量指標.....	40
表 3.6 行為意向衡量指標.....	41
表 3.7 各種契合度指數的比較.....	44
表 4.1 樣本性別分佈表.....	46
表 4.2 樣本年級分佈表.....	46
表 4.3 樣本父親教育程度分佈表.....	46
表 4.4 樣本母親教育程度分佈表.....	47
表 4.5 樣本父親工作職業分佈表.....	47
表 4.6 樣本母親工作職業分佈表.....	48
表 4.7 樣本是否使用行動載具來閱讀漫畫分佈表.....	48
表 4.8 樣本沒有在行動載具上閱讀漫畫的理由分佈表.....	49
表 4.9 樣本使用何種行動載具來閱讀漫畫分佈表.....	49

表 4.10	樣本藉由何種管道來取得數位漫畫分佈表.....	50
表 4.11	樣本在使用行動載具來閱讀漫畫的經驗分佈表	50
表 4.12	樣本每週使用多少時間使用行動載具來閱讀漫畫分佈表	51
表 4.13	樣本使用行動載具閱讀漫畫的動機分佈表.....	51
表 4.14	性別與使用行動載具閱讀漫畫等相關變數卡方統計結果	52
表 4.15	年級與使用行動載具閱讀漫畫等相關變數卡方統計結果	53
表 4.16	年級與是否使用行動載具來閱讀漫畫卡方統計結果	53
表 4.17	知覺易用性量表之信、效度分析結果.....	55
表 4.18	知覺有用性量表之信、效度分析結果.....	56
表 4.19	知覺趣味性量表之信、效度分析結果.....	57
表 4.20	主觀規範量表之信、效度分析結果.....	58
表 4.21	使用態度量表之信、效度分析結果.....	59
表 4.22	行為意向量表之信、效度分析結果.....	60
表 4.23	研究模型配適度指標分析結果.....	63
表 4.24	結構方程模型直接與間接效果分析.....	66
表 5.1	假說驗證結果彙整表.....	68

圖目錄

圖 1.1 2015H1 臺灣行動族群樣貌.....	1
圖 1.2 網民曾經使用率行動上網與區域上網的歷年趨勢	2
圖 1.3 研究流程圖.....	5
圖 2.1 日本廠商 NHN PlayArt 發行的電子漫畫 APP—「comico」 ..	10
圖 2.2 韓國廠商 NAVER 於 2004 年創立 Naver Webtoon 平台	11
圖 2.3 理性行動理論架構圖.....	16
圖 2.4 計畫行為理論.....	18
圖 2.5 科技接受模式.....	25
圖 3.1 研究架構.....	36
圖 4.1 知覺易用性測量模型分析結果.....	55
圖 4.2 知覺有用性測量模型分析結果.....	56
圖 4.3 知覺趣味性測量模型分析結果.....	57
圖 4.4 主觀規範測量模型分析結果.....	58
圖 4.5 使用態度測量模型分析結果.....	59
圖 4.6 行為意向測量模型分析結果.....	60
圖 4.7 結構方程模型分析結果.....	62
圖 4.8 結構方程模型總效果分析.....	66

第一章 緒論

本研究旨在以計畫行為理論與科技接受模型探討國小高年級學童對於使用行動載具來閱讀漫畫之行為意向，本章主要分成：第一節為研究背景，第二節研究動機，第三節為研究目的，第四節為研究範圍與限制，第五節為研究流程。

1.1 研究背景

根據財團法人資訊工業策進會創新應用服務研究所 FIND 團隊結合 Mobile First 研究調查於 2015 年的報告發現，臺灣智慧型行動裝置持有入口近半年增加 170 萬人，推估全臺行動族群約有 1604 萬人，其中智慧型手機普及率約 73.4%，推估約 1525 萬用戶，平板電腦普及率約 32%，預估約有 665 萬使用人口，同時擁有兩種裝置的用戶比率則是 28.2%，如圖 1.1 所示。

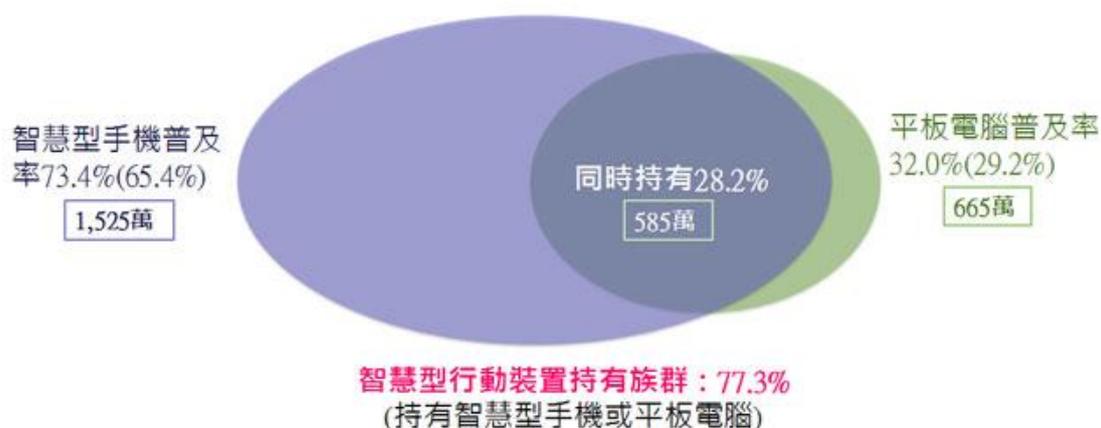


圖 1.1 2015H1 臺灣行動族群樣貌¹

財團法人台灣網路資訊中心 (Taiwan Network Information Center, TWNIC) 公布「2016 年台灣無線網路使用調查」結果顯示，國人使用行動上網比例高達 72.6%，從整體行動上網調查結果顯示，全國 12 歲以上使用行動上網比例為 72.6%，人數推估約 1,529 萬，相較 2015 年的 67.8%，增加了 4.8 個百分比，人數增加 105 萬，

¹ 資策會 FIND：行動族群半年增加逾 100 萬人、全臺滑世代破 1,432 萬，
http://www.iii.org.tw/Press/NewsDtl.aspx?fm_sqno=14&nsp_sqno=1560

顯示使用行動網路呈現持續上升趨勢，如圖 1.2 所示。

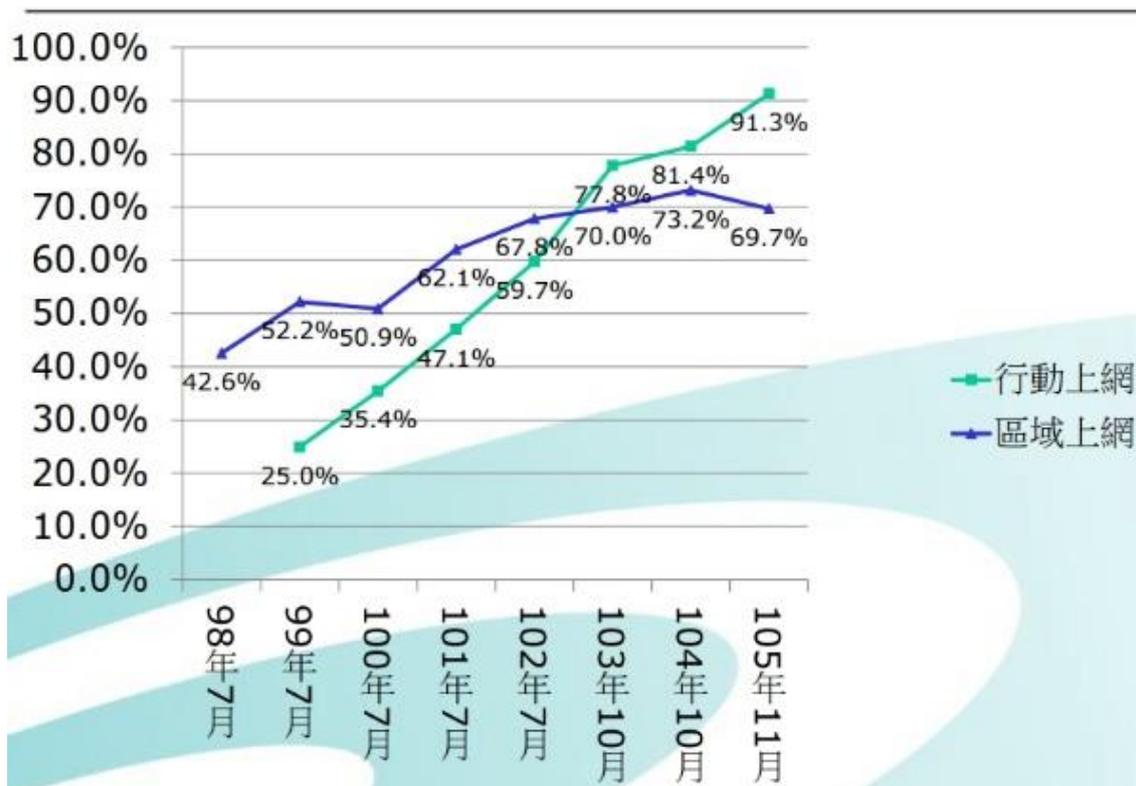


圖 1.2 網民曾經使用率行動上網與區域上網的歷年趨勢²

隨著科技發展以及網際網路的普遍，閱讀方式已由紙本閱讀延伸至數位閱讀，閱讀的載具也從電腦發展至各種的電子產品上，舉凡智慧型手機、平板等閱讀載具已是現代人生活中不可或缺的一環。(陳郁欣，2015)

在德國法蘭克福書展上，以“數位化出版”為主題的參展商達 361 家，他們展示了其帶來的電子圖書產品。今年的參展產品中，超過 30%的展品為數位化產品；而為出版界專業人士舉辦的 400 多場活動中，50%以上的活動與迎接圖書數位化潮流有關。根據保守估計，到 2018 年，全球電子圖書的市場份額將超過傳統圖書。電子出版業的繁榮發展，表明當今世界已進入了一個數位化閱讀的新時代³。

現今，國內有關數位閱讀研究報告中，大多數偏向電子書閱讀器或是中學生、

² 2016 年台灣無線網路使用調查，<http://www.twNIC.net.tw/download/200307/20160922e.pdf>

³ 數位閱讀—華人百科，

<https://www.itsfun.com.tw/%E6%95%B8%E4%BD%8D%E9%96%B1%E8%AE%80/wiki-8092536-4479316>

大學生使用電子書方面的研究，甚少針對國小學生數位閱讀行為意圖和使用行為的研究。而現在已有許多小學生使用電腦或是行動載具來進行數位閱讀。

1.2 研究動機

閱讀是獲得知識的基礎，也是認知世界的方法，透過閱讀可瞭解自我，認識所處環境的演變。現今因網路科技的發達，加上知識的普及，訊息不斷更新、汰換，使得現代人需要不斷學習。學習將不再只是限於校園之內，應該擴展至個人生活的歷程。要掌握變化快速的訊息，「閱讀」是不可或缺的能力，也是蒐集、儲存資訊最基本而踏實的方法，閱讀愈多，知識愈增加，閱讀能力也隨之提升，形成閱讀人生的良性循環，「富者愈富，貧者愈貧」，即是此理。（楊進榮，2015）

財團法人台灣網路資訊中心在 2016 年的調查報告中，台灣地區 12 歲以下學童約有 112 萬已使用過網路。顯示國內學童使用電腦與網路的環境已具備，學童透過手機、平板等各類行動載具上網搜尋資料，接收新知識，進行數位閱讀。提供不同的資訊學習管道，推展學童數位閱讀環境，引導學童成長之路，豐富其人生，透過數位的學習，將使學童隨時透過網路汲取資訊，獲取知識。

使用者的體驗乃是數位閱讀成功的重要因素。現今小學生對資訊科技接受度逐漸變高，若是能了解小學生的數位閱讀行為意圖和使用行為偏好，將有助於設計與改進當前教學數位化的品質並發展未來數位閱讀的服務模式。

近年來臺灣受到日本所流行的次文化影響甚深，加上網際網路日漸發達以及各種大眾傳播媒體的快速發展，學生對於資訊的取得愈來愈容易，其中又以漫畫為最受歡迎的文本。（劉鈺楷，2014）

因為科技的進步，手機平板等行動載具的普遍，再加上網際網路的發達，已有許多漫畫將紙本掃描後轉換為電子檔案，讀者只要透過漫畫網站或應用程式等平臺下載閱讀。數位出版的普及，漫畫市場也有所跟進，傳統租書店日漸減少，取而代之的是電子漫畫網站及電子漫畫應用程式的增加。（蔡依蓁，2015）

目前已有許多教育類書籍或是勸人向善的佛經使用漫畫的方式呈現，可以提高學童觀看的意願，亦可以達到教育的目的，因此本研究希望探討影響國小高年級

學童使用行動載具閱讀漫畫之行為意向為何？並希望透過研究結果提供教育相關單位與數位漫畫設計者一些建議。

1.3 研究目的

目前，國小與國中學生不同的地方在於升學壓力的不同，有許多家長希望孩子能有個快樂童年，所以國小學生在使用電腦、平板、手機的機會更多，在閱讀課外讀物方面，國小學生的功課壓力較小，有更多的時間可以閱讀，使用行動載具閱讀的機會也增加，再加上閱讀內容數位化，可以在網路上找到更多的數位閱讀內容，本研究針對最受小學生歡迎的閱讀內容-漫畫進行研究，探討國小高年級學生使用行動載具閱讀漫畫之行為意向為何。

根據前述之研究動機，本論文以整合科技接受模型與計畫行為理論為理論基礎，經由發展「知覺有用」、「知覺易用」、「知覺趣味」、「主觀規範」、「使用態度」等變數來探討影響國小高年級學童使用行動載具來閱讀漫畫之行為意向。

本研究目的歸納如下：

1. 了解國小高年級使用行動載具閱讀漫畫之情況與使用經驗。
2. 探討國小高年級學童使用行動載具閱讀漫畫的動機、最常使用何種行動載具閱讀、以及取得數位漫畫的管道為何。
3. 以整合科技接受模型與計畫行為理論為研究模型，探討國小高年級學童使用行動載具閱讀漫畫之因素以及因素間的結構關係。

1.4 研究範圍與限制

本研究基於資料蒐集之便利性，本研究之研究對象僅限於雲林縣某國小高年級學童，因此可能遭遇的限制如下：

1. 因為研究對象僅以雲林縣某國小高年級學生為樣本，樣本之代表性仍有侷限，研究結果不能往外推論至全縣小學生或全國其他族群。

2. 由於本研究採用問卷調查取得分析資料，無法掌握受試者於填答題目時是否受主、客觀因素（環境、認知、情緒、經驗等）影響，可能致使部分問卷調查結果產生誤差。

1.5 研究流程

本研究流程如圖 1.3 所示，依上述之研究背景與動機訂定研究主題與研究目的，根據相關文獻進行歸納與整理，建立研究架構並設計問卷，問卷回收後依據回收之問卷進行資料分析，根據統計結果，提出結論與未來之建議。

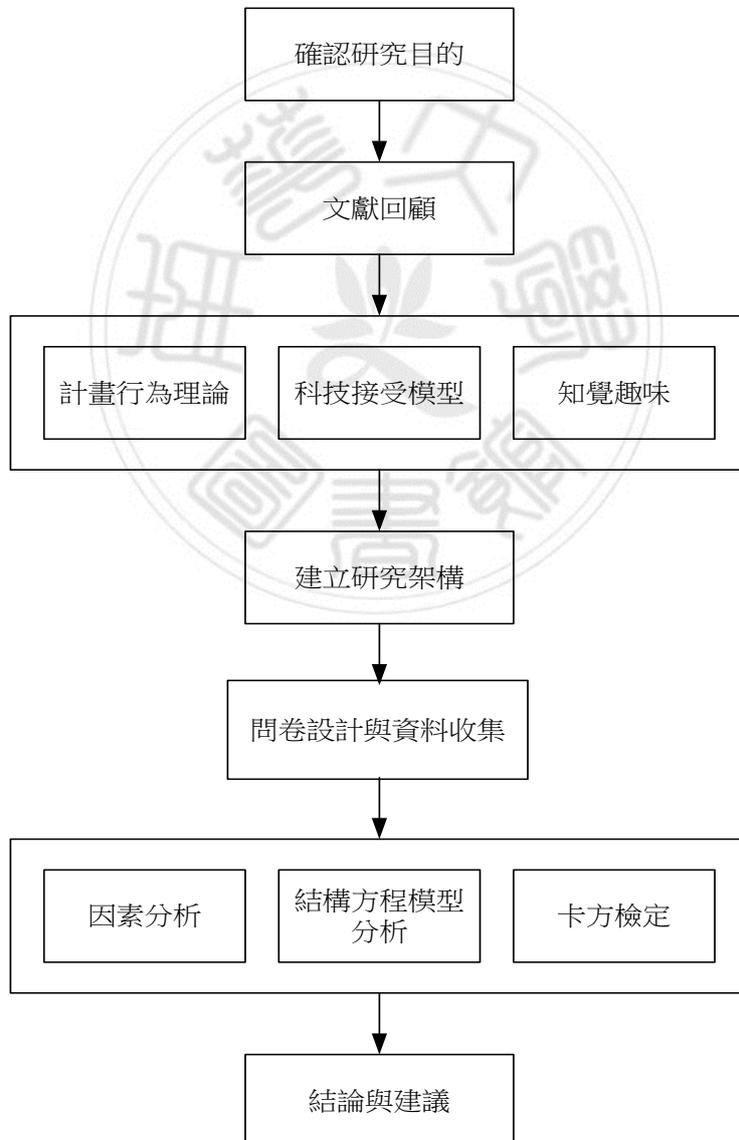


圖 1.3 研究流程圖

第二章 文獻探討

本研究以計畫行為理論與科技接受模型為基礎，主要目的在於了解影響國小高年級學童使用行動載具閱讀漫畫之行為意向，本章針對國內外文獻進行探討，利用四個部分來說明相關的文獻回顧，第一節探討漫畫，第二節探討電子漫畫，第三節探討數位閱讀，第四節探討計畫行為理論，第五節探討科技接受模型。

2.1 漫畫

2.1.1 漫畫的定義

漫畫是指以通過虛構、誇飾、寫實、比喻、象徵、假借等不同手法，描繪圖畫來述事的一種視覺藝術形式。是靜態影像沒有聲音。可以加上文字、對白、狀聲詞等等來輔助讀者對畫的理解。沒有聲音所以不是配圖廣播劇。主要為圖畫搭配文字，而不是以文本或小說為主體，所以不是文學書籍或繪本中附的插圖。“漫”字，與漫筆、漫談的“漫”字用意相似。漫筆、漫談在文學中是隨筆、小品，而漫畫則是繪畫中的隨筆、小品¹。

漫畫成為一種受歡迎的讀物已有很長的時間，其創作形式主要分為單格、多格與連環漫畫。「單格漫畫」最早係由繪畫形式轉變而來，它將意思和主題全表達在一幅畫中，多為評論或選戰時使用；「多格漫畫」一般稱為「四格漫畫」，其中也包括「二格」、「三格」等形式，它依圖框的順序具有「起、承、轉、合」之脈絡，而圖框中的文字亦扮演著引導讀者之重要關鍵，內容多市井小民生活幽默之描寫或帶有嘲諷性質；至於「連環漫畫」則是最複雜、最常被討論的漫畫形式，其經由多格漫畫結合電影分鏡原理、劇情的編排後而成，按不同的劇情類型有各式各樣的故事內容，如體育競技、武俠功夫、浪漫愛情等，由於連環漫畫可從連載後集結成單行本，其劇情隨著連載出版來吸引著讀者主動去消費、閱讀，一般常是許多研究針對漫畫作探討時所採用之主要漫畫形式（賴來新，2016）。

¹漫畫 - 維基百科，<https://zh.wikipedia.org/zh-cn/%E6%BC%AB%E7%94%BB>

2.1.2 漫畫的起源與發展

「漫畫」(Manga)一辭的定義眾說紛紜，不同國家與不同的文化背景下，也出現各種說法不一的解釋。漫畫開始在世界各地有所發展大約都是在西元 10 世紀之後，日本在 12 世紀開始有諷刺性漫畫，中國在 15 世紀中葉起連環圖畫也逐漸蓬勃發展，西方世界則是在文藝復興之後興起諷刺性漫畫 (蔡依蓁、陳禹均，2015)。

中國開始有現代實質的漫畫出現是在清末民初時，民國初年近代的豐子愷漫畫家，以單純的線條、趣味性構圖描述各種社會現象，「漫畫」名詞才開始產生確立 (李闡，1998；蔡依蓁，2015)。現今常被耳熟能詳且隨口說出的漫畫，依其創作來源之國家，包括歐美漫畫、日本漫畫、香港漫畫及台灣本土漫畫等，各國的發展起源及發展史皆不同 (丁美瑄，2011；蔡依蓁，2015)。

目前世界各地所談的漫畫，多是以 20 世紀 1930 年代後的美國漫畫與二次戰後的日本漫畫作為代表，而臺灣也無可避免的受到美國與日本漫畫的影響 (陳仲偉，2008)。

1950 年代是台灣早期的連環漫畫發展時期，葉宏甲的諸葛四郎，劉興欽的阿三哥、大嬸婆等，至目前仍是容易找到且較為大家所熟悉的台灣早期漫畫書。台灣漫畫的發展過程深受日本影響，主要有幾個時期及因素，於 1895 年至 1945 年之間曾被日本殖民管轄期，因此受日本文學之影響，導致台灣早期的漫畫創作主要受日本漫畫之影響為主 (洪德麟，1994，2000)。台灣早期的漫畫受到打壓，國立編譯館於 1962 年公布「漫畫審查制度」，也造成漫畫創作人才的流失，直到後來民間出版社大量拷貝與盜印的日本漫畫，也使得至今台灣漫畫風格內容深受日本漫畫的影響。1992 年著作權法通過，正式發行單行本漫畫，現今在各種客觀環境的開放下，漫畫內容也擁有更大的創作空間，也成為台灣目前獨特的漫畫環境 (蕭湘文，2002)。

2.2 數位漫畫

2.2.1 數位漫畫的定義

數位漫畫又稱為電子漫畫，隨著科技的發達，電子漫畫的表現形式與傳播方式

呈現多元化趨勢，所涵括的定義與範圍也愈加廣泛。學者將電子漫畫定義為「透過電腦、手機及 PDA 等電子裝置閱讀的漫畫」（許立風，2008）。

中國大陸則將透過電腦創作，使用於電腦、平板電腦及手機上的漫畫稱為「數字漫畫」。歐美國家普遍以“digital comics”來指稱數位漫畫；日本使用「漫画」（まんが）的音譯“manga”來指稱日本漫畫，故日本的數位漫畫就稱為“digital manga”；韓國則結合中國及日本漫畫英譯“manhua”與“manga”創造出一個新詞彙“manhwa”（宋磊，2008）

根據學者劉俐華（2014）針對「新媒體漫畫內容」的內容，將漫畫依閱讀媒介分類如表 2.1。

表 2.1 將漫畫依閱讀媒介區分的類型

媒介類型	常見類型	普遍閱讀特性	形式特性
紙本漫畫	報刊漫畫	紙張翻閱，局部或整頁呈現	單幅、四格或連載式連環漫畫
	書籍漫畫	紙本翻閱，依地區不同可分為左翻及右翻模式	多為連環漫畫或單元漫畫
數位漫畫	網路漫畫	點擊翻閱、超連結翻閱、垂直或水平卷軸拖曳瀏覽	多為連環漫畫或單元漫畫
	手機漫畫	點擊、拖曳翻閱、手動縮放或自動格放	多為連環漫畫或單元漫畫
	電子書漫畫	點擊、拖曳翻閱、手動縮放或自動格放	四格或連載式連環漫畫

（資料來源：劉俐華，2014）

數位漫畫的市場因為近年來觸控式手機或平板裝置的發明開始活躍。這些裝置讓數位漫畫商店得以將漫畫在這些裝置裡用一種電子格式儲存並閱覽，就像在

電腦裡一樣，可使用的閱讀裝置包含：電腦、桌上型電腦、智慧型手機、平板電腦、電子書閱讀器等等（蔡依蓁，2015；Luke, 2009）。

2.2.2 數位漫畫的形式

數位漫畫的呈現方式，以往大多是將紙本漫畫整頁掃描成為電子檔案，再上傳到漫畫網站或應用程式等平臺供讀者下載閱讀。像是日本電子漫畫網站「電子貸本 Renta!」²（臺灣版網站名為「亂搭！」³），簡單操作界面、試讀、評論等功能，以及結合金流服務方便讀者支付租金為其主要特色。閱讀界面中包含上頁、下頁、與放大鍵，並可以使用捲軸跳至欲閱讀的頁數，與紙本漫畫同樣是以「雙面」呈現、以「頁」為單位。分格與排版上的設計亦與紙本漫畫相同。

另有一種形式，是單一畫格、下拉式線性閱讀的電子漫畫，目前有越來越多數位漫畫以這種方式呈現，以符合手機、平板電腦尺寸、閱讀便利為目的。例如，由日本手機應用程式開發廠商 NHN PlayArt 發行的電子漫畫 APP—「comico」⁴，為針對手機閱讀製作的應用程式，不同於傳統紙本漫畫的呈現方式，分鏡、排版皆針對手機畫面設計，以「直條」、「下拉式捲軸」進行閱讀。除了版面上的差異，與許多電子漫畫應用程式不同的地方是，「comico」屬於電子漫畫雜誌，連載的作品都是新興漫畫家的原創作品，並不包含在傳統漫畫雜誌中連載的作品以及已經出版成冊的漫畫。並且，不只是封面，內頁也以彩色呈現居多，如圖 2.1 所示。

² Renta! 漫画・小説 <http://renta.papy.co.jp/>

³ 亂搭！租 e 書網 <http://tw.myrenta.com/>

⁴ Comico - 維基百科，<https://zh.wikipedia.org/wiki/Comico>
Comico 全彩漫畫，台日韓新人創作，<http://www.comico.com.tw/>

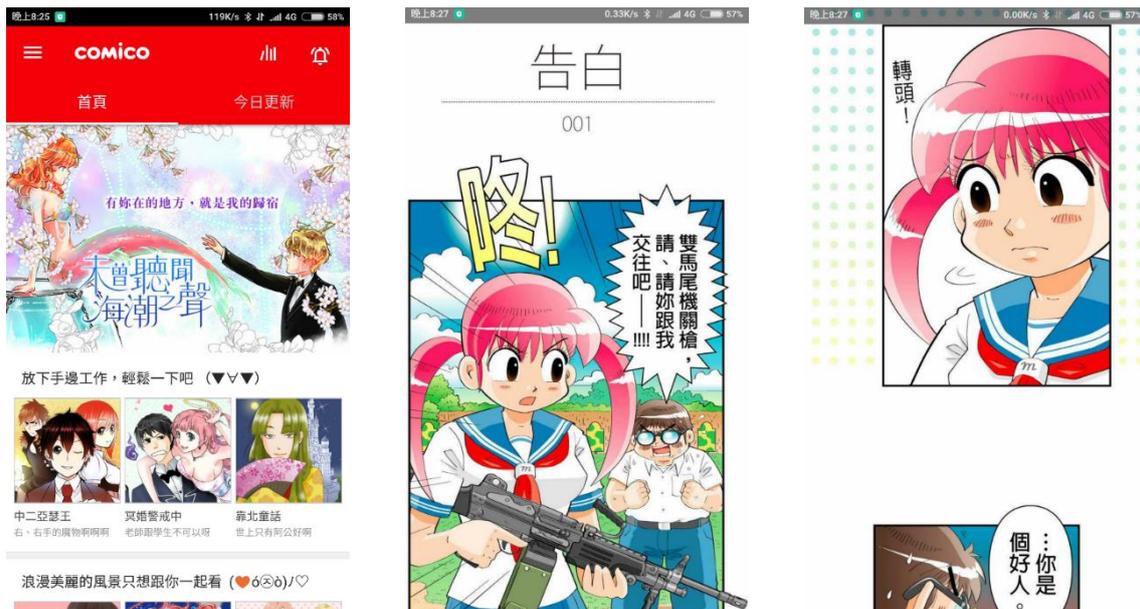


圖 2.1 日本廠商 NHN PlayArt 發行的電子漫畫 APP—「comico」

另一個例子是韓國的多音 (Daum)於 2003 年創立 Daum Webtoon 平台，隨後 NAVER 也於 2004 年創立 Naver Webtoon 平台，截至 2014 年 7 月，Daum 已發布 434 部 Webtoon，而 NAVER 已發布 520 部 Webtoon 及推出 LINE Webtoon。Daum Webtoon 及 NAVER Webtoon 均按照既定的時間表持續地發布，讓讀者每天都能免費閱讀最新及各式各樣的 Webtoon。

Webtoon 是一種始創於韓國的新概念網路漫畫，由「Web(網路)」及「Cartoon(漫畫、卡通)」組成，只需向上下滑動就能閱讀，不需翻頁，是一種專為電腦及行動裝置而設的漫畫。

韓國著名搜尋引擎 NAVER 於 2004 年推出 LINE Webtoon 服務，現時擁有韓國最大的 Webtoon 市場。根據 NAVER 官方統計，韓國每天有 620 萬人使用 LINE Webtoon 服務，振興了韓國漫畫業。這已成為一個新的文化現象，不少 NAVER Webtoon 都被改編成電影、電視劇及推出文具等各種商品。2014 年前，Webtoon 只有韓文版本，少量 Webtoon 被愛好者翻譯成中文及英文，但由於並非官方翻譯，翻譯品質良莠不齊。由於 Webtoon 在海外也開始有名氣，2014 年 7 月，NAVER 挑選了 42 部熱門 Webtoon (其中包括大貴族、高校之神及神之塔)，由其附屬公司 LINE 翻譯成中文及英文，並於 LINE Webtoon 網站發布，讓世界各地的人都能享受閱讀

Webtoon 的樂趣，並令 Webtoon 打入國際市場。由於 LINE Webtoon 服務的市場拓展至全球，令各國都出現訂閱者，Webtoon 已成為韓流的其中一環⁵，如圖 2.2 所示。



圖 2.2 韓國廠商 NAVER 於 2004 年創立 Naver Webtoon 平台

2.3 數位閱讀

2.3.1 數位閱讀的定義

國際網路與數位科技的迅速發展，改變了人們的資訊使用行為，台灣在 2009 年 8 月 31 日核定通過「數位出版產業發展策略與行動計畫」，根據經濟部數位內容產業推動辦公室定義，數位內容 (Digital Content) 是將圖片、文字、影像、語音等運用資訊科技加以數位化，並整合用之產品或服務，並將領域的不同分為以下八大類：數位遊戲、電腦動畫、數位學習、數位影音運用、行動應用服務、網路服務、內容軟體、及數位出版典藏。

近年來，由於電子書閱讀器、智慧型手機、平板電腦等行動裝置的盛行，數位閱讀媒介使用活動，愈來愈朝向個人化與行動化的模式進行。像是 Amazon 的電子書店於 2007 年推出的 Kindle 電子書閱讀器，Apple 公司於 2010 年推出的 iPad 平

⁵ Webtoon - 維基百科 <https://zh.wikipedia.org/wiki/Webtoon>
LINE WEBTOON 中文官網 <http://www.webtoons.com/zh-hant/>

板電腦，使得人們擺脫時間空間的限制，透過隨身攜帶的行動裝置，隨時隨地進行數位閱讀，使電子書數位閱讀蔚為風潮，促成數位閱讀更加普及（鄭宇君，2013）。

施典志（2007）認為廣義而言，以數位媒介的型式進行的閱讀行為，都是數位閱讀活動。也就是說只要是閱讀數位或是電子型式的內容都是屬於網路閱讀，如閱讀電子書、電子報、電子期刊、瀏覽網站、網路書店皆涵括於數位閱讀。

夏蓉（2010）則認為「數位閱讀」是透過個人電腦、筆記型電腦、智慧型手機、專屬的電子書閱讀器等載具，將內容呈現予使用者以達到閱讀、學習或工作等等的目的之閱讀行為。

Liu（2012）定義「數位閱讀」是透過個人電腦、筆記型電腦、智慧型手機、專屬的電子書閱讀器等載具，將內容呈現予使用者以達到閱讀、學習或工作等等的目的之閱讀行為。

學童使用電腦、智慧型手機等數位閱讀載具的環境已蔚成風潮，網路與資訊科技的一日千里，提供學童不同往昔的閱讀管道，數位內容有別於傳統的紙本閱讀，不僅閱讀方式更多樣化，透過網路快速檢索與超連結功能，學童不僅可以閱讀，也可以依據自己的興趣與喜好，擴大學習的範圍，有助於促進學童的閱讀學習行為。

2.3.2 數位閱讀的方式

當資訊科技與出版者相互結合，出版的內容與形式變得多彩多姿，使得出版業也逐漸走向電子化，電子出版通常以電磁或光學材料做為媒介，透過電腦，舉凡文字、圖片、聲音、影像等素材載錄其中，因而其閱讀必須藉助適合的數位閱讀載具，透過網路的無遠弗屆，無所不至，跳脫傳統平面、靜態的文字傳達。

數位出版品的主要優勢在於「虛擬、不佔空間」，但是相對的要讀者能夠隨時閱讀，就必須要有相應的載具，林巧敏（2011）提到目前較常使用的數位閱讀方式主要是以：

1. 透過播放器放映或操作：主要是透過電腦光碟機安裝，結合電視或投影機等操作使用。

2. 透過終端設備連線上網：通常透過網路連線，隨時查詢資料庫，一般而言以電子資料庫索引查詢為主。
3. 透過手機或閱讀瀏覽器下載閱讀：下載之後可以離線閱讀，也可透過儲存電腦中離線閱讀，一般以電子書或電子雜誌等為主。

2.3.3 數位閱讀的特性

數位閱讀可以包含文字、影音、動畫等多媒體，藉著超連結功能可隨意擷取資訊，並不侷限於線性紙本閱讀或純粹文字的閱讀，數位閱讀改變了學童的閱讀習慣，也提供了更多元的資訊學習。林巧敏 (2011)認為數位閱讀具有下列特點：

1. 數位閱讀可以多媒體呈現：閱讀內容可以影音多媒體互為結合，有別於紙本閱讀純粹文字為主的枯燥內容。
2. 數位閱讀提供檢索與連結功能：網際網路的設計，使得閱讀內容得以快速搜尋與連結，擴大閱讀的內涵。
3. 數位資訊可以建立個人資料庫：透過網路瀏覽、下載等功能，方便學童建立個人圖書館或資料庫，隨時可查詢翻閱，而就載體容量，比傳統紙本書容量更大，更易於攜帶。
4. 閱讀內容是跳躍式閱讀：學童可以根據喜好，選擇自己有興趣或有用的資訊快速閱讀，不必從頭讀到尾，閱讀可以更有彈性、更有效率。
5. 數位閱讀不受時空限制：隨時隨地均可閱讀，不必受圖書館開放時間的限制，尤其是在智慧型手機的發展下，隨時隨地皆可下載資料使用數位閱讀。
6. 數位閱讀符合環保趨勢：取代紙張，更符合現代節能減碳之環保議題。
7. 數位閱讀可以與作者即時互動：透過網路視訊或臉書等工具，可以與作者有更多的互動，不再只是閱讀，而是能即時討論，即時回饋。

林珊如 (2010)認為傳統紙本閱讀相對於數位閱讀，需要較長的專注力，因而數位閱讀具有以下特點：

1. 非線性：是一種跳躍式閱讀，透過超連結，隨時連結到自己有需要的地方。
2. 互動性：透過社群討論，不僅可閱讀，也可參與社群討論，結合讀與寫的模式。
3. 立即性：網路隨時更新，資訊也隨時更新，可獲得最快最新的第一手資料。
4. 匯集性：結合影音、動漫等不同形式來呈現主題，擁有更多元、活潑的閱讀內容。
5. 匿名性：由於網路匿名的因素，文章與個人觀點評論多采多姿，人人皆可表達自己與眾不同的想法，使多元觀點能被接納，取得各式各樣的資訊。

2.3.4 傳統紙本閱讀與數位閱讀之差異

傳統紙本有易讀性和隨手可得的易用性優勢，數位閱讀的內容在其多媒體整合的優勢下，能提供學童多重感官下的刺激。大量文本能夠在數位的處理下，容易匯集、檢索，也帶給學童閱讀上的方便性。傳統紙本與數位閱讀之間的差異，雖然在內容上是相同的，但是整體的閱讀模式、內容呈現的方式，則迥然不同，因為兩者有完全不同的特性而產生差異。數位閱讀與紙本閱讀之間就內容豐富性、使用方便性而言，數位閱讀較符合學童需求，並且較具有環保意識。但數位化的內容因容易被複製、傳播，因此，數位版權的問題是出版業與作者的一大隱憂。傳統的紙本閱讀其優點在於沒有數位落差或受到網路技術影響，也就是人人可以隨時隨地自在的閱讀紙本書籍。數位閱讀因為需要透過電子載具的操作，對於某些年齡層較高者或是不擅於使用科技產品的族群，則是另一阻撓數位閱讀的困境。

學者梁啟賢 (2014)認為數位閱讀與傳統閱讀約略有四方面的差異，非線性、互動性、立即性及匯集性，非線性就是超連結，讀者可以隨時點進自己感興趣的文章連結；互動性是指讀者可以在網路上即時與他人產生互動並且發表自己的意見；立即性是指在數位閱讀中資訊的產生都是立即性的；匯集性是指數位閱讀可以結合影音與文字同步閱讀。數位閱讀與紙本閱讀比較如表 2.2。

表 2.2 數位閱讀與紙本閱讀比較表

	數位閱讀	紙本閱讀
閱讀方式	數位化多媒體閱讀	文字與插畫的閱讀
檢索功能	藉由超連結功能迅速達到	只能由目錄、頁數來尋找
非線性閱讀	藉由超連結功能迅速達到	不易達到，只能依作者編輯方式線性閱讀
互動式閱讀	藉由網際網路即時傳播讀者回應	只能透過事後讀書會等活動來分享
存取方式	光碟或網路存取、不受時空限制	個人收藏或圖書室，受時空限制
存取容量	多	由藏書容量決定
書籍價格	較便宜	較昂貴
環保	符合	印刷大量紙張
讀者心態	較無實體感，沒有閱讀的感覺	較能預估閱讀的份量與時間
智慧財產權	不易保護，容易傳播	比較重視
認知負荷	設計不當會造成認知負荷	依頁數比較容易找尋
攜帶性	只要有閱讀載具即可閱讀	需攜帶大量書籍
注意力	受媒體、圖像、聲音和其他文字影響，較不容易集中，深度閱讀少	較容易集中，深度閱讀多

(資料來源：修改自陳郁欣，2015)

2.4 計畫行為理論

計畫行為理論 (Theory of Planned Behavior; TPB)是由 Ajzen (1985)所提出，是依據理性行為理論 (Theory of Reasoned Action; TRA)為參考而修正之延伸理論，且在行為層面的解釋能力有更佳表現。本節首先將介紹理性行為理論 (TRA)，接著探討計畫行為理論 (TPB)，同時並整理國內外有關計畫行為理論的研究，最後則介紹計畫行為理論之各個構面。

理性行為理論 (Theory of Reasoned Action; TRA)由 Fishbein & Ajzen (1975)所提出，該理論預測個人行為態度意圖的立論依據是從社會心理學的角度出發；該理論認為透過分析行為意圖，可合理預測出個人的行為模式，而行為意圖又受到態度 (Attitude)及行為主觀規範 (Subjective Norm)所影響，如圖 2.3。

理性行為理論的基本假設有二：(1)假定人為理性的，因此個人的行為乃出於自願；(2)個人在決定行為之前，會先考慮到該行為動作的隱含意義 (Fishbein & Ajzen, 1975)。



圖 2.3 理性行動理論架構圖

總而言之，理性行動理論假定人類的行為是經過系統性的思考，進而採取行動，因此，行為的展現可以經由行為意圖來預測結果。個人對於執行某項行為的意圖愈是強烈、擁有機會與資源的掌控程度愈高，則這樣的行為愈是容易被個人表現出來。

雖然理性行為理論可經由探討態度和主觀規範來預測行為結果，但由於個人意志的控制程度經常會受到許多內在和外因素的影響，因此大部分的行為皆存在著某種程度的不確定性，使得該理論應用於探討非意志因素所影響的行為時，理性行動理論的解釋能力會受到影響而下降，導致無法合理解釋預測結果。(陳孟纖，2016；Ajzen & Madden, 1986)。

Ajzen (1985)將影響意志控制的因素分成內在與外在兩個部份：(鄭錦倩，2016；黃其琨，2012)

1. 內在因素

- (1) 個別差異 (Individual Difference)：每個人在控制自身行為的能力上，本來就有天生的差異。
- (2) 資訊、技術、能力 (Information、Skills & Abilities)：個人若缺乏完成某項特定行為所需之資訊、技術及能力時，將無法實際從事某項行為。
- (3) 意志力 (Power of Will)：許多行為目標的達成須要相當程度的意志力，每個人對於目標達成的意志力會有所差別。
- (4) 情緒及強迫作用 (Emotions & Compulsions)：當個人處於壓力或較強烈的情緒之下，對於行為控制的能力會較差。
- (5) 遺忘 (Forgetting)：有些行為無法完成，是因為個人將其遺忘了。

2. 外在因素

- (1) 時間與機會 (Time & Opportunity)：若缺乏充分的時間與機會，個人將無法完成某項行為。
- (2) 依靠他人 (Dependence on others)：若完成某項行為需要依靠與他人的合作時，個人將無法完全控制，因為他人的行為並非個人所能掌握。

Ajzen (1985)為了修正理性行為理論所對於非意志因素的控制，將理性行為理論 (Theory of Reasoned Action; TRA)加以延伸修改為計畫行為理論 (Theory of Planned Behavior; TPB)，TPB 模型與 TRA 模型兩者的差別在於，TPB 模型加入了知覺行為控制 (Perceived Behavioral Control; PBC)：個人採取行為時對所需要機會與資源的控制能力，將知覺行為控制作為預測行為意圖的決定因素之一，提升實際行為的預測能力，計畫行為理論之架構如圖 2.4 所示。

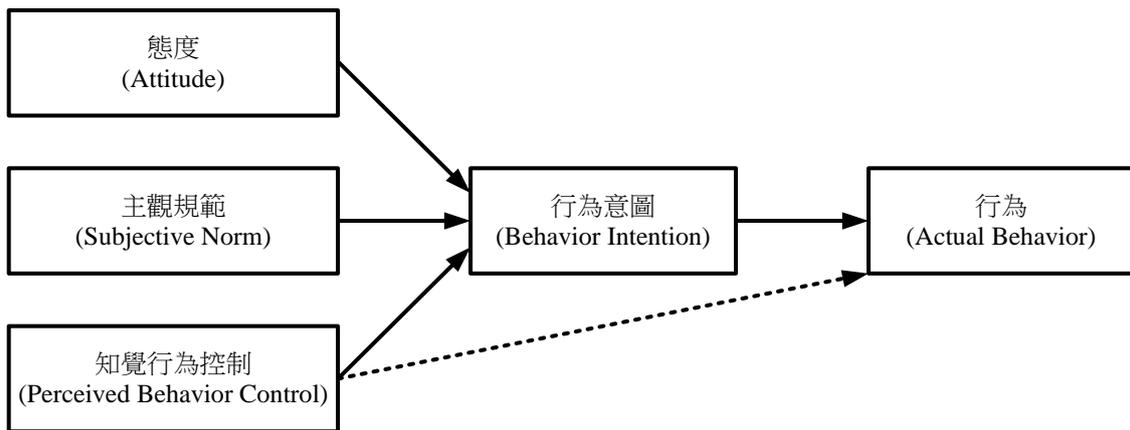


圖 2.4 計畫行為理論

2.4.1 行為意圖

行為意圖 (Behavior Intention)的定義是指個人從事某特定行為的意圖強弱強度，又可稱作是個人欲從事某特定行為的主觀機率 (Fishbein & Ajzen, 1975)。行為意圖與實際行為之間的關係相當密切，若要預測個人實際採取某項行為的可能性，則可透過行為意圖的構面進行量測而得知採取該行為的原因，個人從事該特定行為意圖愈強，則愈有可能去從事該行為。而由於行為意圖與實際行為有非常強的直接關係，所以此變數常被用來預測或解釋實際行為的表現，故要預測個體是否會執行某一特定行為，就必須了解其對該特定行為的意圖 (謝蕙后, 2016; 鍾蕙如, 2008)。

計畫行為理論的架構將態度、行為主觀規範及知覺行為控制這三個構面相互獨立，而行為意圖是最直接影響實際行為的因素，且其可能影響實際行為的態度與主觀規範，則是透過行為意圖間接影響實際行為。

2.4.2 態度

態度 (Attitude)是指個人對特定行為所抱持的正面或負面的評價，可視為個人對特定行為的評價在經過概念化後所形成的，通常態度與實際行為間具有高度的一致性。當個人對於某項行為的態度愈是積極，則執行某項行為的意願愈高；反之，當個人對某項行為的態度愈消極，則執行某項行為的意願愈低。

Ajzen & Fishbein (1980)提出態度的期望模式 (Expectancy-value model)能衡量

個人對於某特定行為的態度，該模式是藉由「行為信念」(Behavioral Beliefs)及「結果評價」(Outcome Evaluation)的函數作用結果來評估某特定行為所產生的結果對於個人的重要程度，「行為信念」是指個人對從事某特定行為所可能導致結果的信念，「評估結果」是指個人對某特定行為結果的正負評價。

2.4.3 主觀規範

行為主觀規範 (Subjective Norm)是指：「個人知覺到參考群體期望他如何執行行為的整體性認知」。(Fishbein & Ajzen, 1975)，也就是說個人所感受到重要他人或團體 (家人、朋友、團體等)對其行為的認同程度或感受到社會壓力會成為影響其決定執行某行為的因素，因此，在預測他人行為時，必須將具有影響個人行為之重要他人或群體列入考慮之中。

主觀規範是由「規範信念」(Normative Beliefs)與「順從意願」(Motivation to Comply)的的函數作用結果所構成，「規範信念」是指個人知覺到重要他人或團體認為其是否應該採取某項特定行為之壓力，「順從意願」是指個人在決定是否採取某項特定行為時，對於這些重要他人或團體對其所抱有期望之順從意願。

2.4.4 知覺行為控制

知覺行為控制 (Perceived Behavioral Control)是指個人完成某特定行為所需要擁有的機會或資源，以及個人掌握並完成某特定行為的能力，因此，個人會以過去的經驗來預測進行某項特定行為時可產生的阻礙，於是知覺到完成某項特定行為是容易的或是困難的。當個人評估自身擁有較多的資源和機會、可能遭遇的阻礙程度較低時，對行為的知覺控制愈高，則個人較容易執行該特定行為；相反的，當個人評估自身擁有較少資源和機會、可能遭遇的阻礙程度較高時，對行為的知覺控制愈低，則個人較不容易執行該特定行為。

知覺行為控制是由「控制信念」(Control Beliefs)與「知覺強度」(Perceived Power)的函數作用結果所構成，「控制信念」是指個人從事特定行為，對其所需資源、機會或阻礙多寡的掌控程度，「知覺強度」是指個人在從事某特定行為時，認為所需資源、機會或阻礙的重要程度。

2.4.5 計畫行為理論相關之研究

計畫行為理論已廣泛運用於行為研究，範圍涵蓋層面廣泛，包含員工態度、飲食意願、數位學習、閱讀意願、運動行為、選擇行為……等。以下將計畫行為理論相關研究整理如下：

卓詩鎔 (2014)在「以計畫行為理論分析影響消費者使用旅館環保服務之行為意向」研究中，研究希望能探討影響教師族群選擇旅遊網站的因素以及環保旅館住宿的選擇意向，藉由計畫行為理論，發展「態度」、「主觀規範」以及「知覺行為控制」等變數來探討上述課題，研究結果顯示多項假說驗證結果皆成立，即「安全隱私性」會正向影響旅遊網站的服務品質、「便利性」會正向影響旅遊網站的服務品質、「個人化」會正向影響旅遊網站的服務品質、「網站設計」會正向影響旅遊網站的服務品質、「可靠性」會正向影響旅遊網站的服務品質。「態度」會正向影響受測者行為意向、「主觀規範」會正向影響受測者行為意向、「知覺行為控制」與受測者的行為意向呈現負相關。

研究之第一部份旅遊網站服務品質其五項假說驗證結果皆成立，即若旅遊網站所提供的安全隱私性、便利性、個人化、網站設計、可靠性越佳，則消費者對於其服務品質會越滿意，便會產生正面的評價、願意推薦他人或保持其忠誠度；在旅遊網站服務品質的重要程度上，以「安全隱私性」為最重要之構面，其次為「可靠性」、「網站設計」、「便利性」及「個人化」，在此部分所有題項中選擇非常不重要及不重要的比例非常低，顯示出多數消費者皆認為此五個構面實屬重要，但還是有程度上的差異，因此若旅遊網站越能滿足消費者越重視的項目，則消費者對於旅遊網站的服務品質評估則越佳。

第二部份在環保意識的同意程度上，以「我意識到環保對地球的重要性」為教師最同意之題項，其次為「購買綠色商品或服務是解決環保問題的方法之一」，在此部分所有題項中平均值均在 4.5 以下，九成以上的消費者的同意程度介於 3 至 5 分之間，顯示出消費者的環保意識程度偏高，大部分皆落於「同意」的選項，也願意選擇環保活動來支持環保議題，如選擇發票行為上，以「選擇電子發票」為多及

是否會因在旅遊網站購買機票的每筆消費捐款一百元支持環保活動而選擇上，以「會選擇」為多；且研究結果也顯示認為自己的環保意識較高的佔多數，而對旅館的活動滿意度介於尚可及高度滿意之間，選擇其環保活動的行為也偏向願意選擇；而當旅館的環保促銷活動優惠更多時，便會吸引更多的消費者選擇其環保活動。若消費者的環保意識越高，則有較大的機會選擇具有環保優惠的商品，也較有機會主動追求環保服務，為解決環保問題盡心力。

第三部分旅館環保優惠之選擇意向部份，除假說八呈現負相關外，其餘皆呈現正相關。即消費者在選擇旅館環保優惠時，會正向受到態度及主觀規範的影響，知覺行為控制則是負向影響其行為意圖。在環保優惠活動的同意程度上，可發現教師在此四個構面中，認為「態度」構面的題項是較令人同意的，其次為「行為意圖」、「主觀規範」、及「知覺行為控制」。因此可發現，若自身對於環保優惠活動的態度越正向，越會影響到自己選擇環保優惠活動的意圖，但是否真正會選擇環保優惠活動卻易受到知覺行為控制的影響，亦即會有其他事項牽連著消費者是否願意選擇環保優惠活動。

左耀南 (2014)在「結合計畫行為理論探討組織變革不確定感對員工的反應行為」研究中，研究主要為探索員工因應組織變革的態度傾向，以及接受變革後的反應行為，基於計畫行為理論的探討，試圖了解變革過程中員工心理上的不確定感對於態度的影響，同時釐清計畫行為理論中「態度」、「主觀規範」及「知覺行為控制」等因素與員工反應之間關係。研究主要是基於計畫行為理論，試圖探討變革過程中員工心理上的不確定感對於態度的影響，並且去釐清計畫行為理論中「態度」、「主觀規範」及「知覺行為控制」等因素與員工反應之間關係；研究結果顯示，提出的八個假設中，三項假設不成立，即「不確定感」對「組織承諾」呈現正向顯著，與原假設負向關係不符；「工作滿足」對「離職傾向」及「知覺行為控制」對「離職傾向」不顯著，其餘有五個假設均達到顯著水準；由於計畫行為理論中兩種態度構面「工作滿足」與「組織承諾」因為具高度的相關性，研究分析結果，工作滿足單方面的努力對降低離職傾向並無統計上的顯著影響，員工唯有對組織有了先期的承諾之後，工作滿足才可藉承諾態度，進而降低離職傾向，這可能是管理者需特別

留心之事；另外從「主觀規範」對「離職傾向」呈現正向顯著關係顯示，員工若越易受上級及同事影響，個性上應屬於比較容易受人干擾而產生從眾行為的個體，會具有比較高的離職傾向。

楊進榮 (2015)在「雲林縣國小高年級學童數位閱讀意向與行為研究-以北辰國小為例」研究中，研究目的在瞭解雲林縣國小高年級學童數位閱讀現況、數位閱讀行為與意向，分析不同人口背景變項學童在數位閱讀動機與閱讀行為的差異，探討學童數位閱讀行為與閱讀意向的相關情形。研究結果發現數位閱讀動機與數位閱讀使用態度、主觀規範、認知行為控制、行為意向呈現正面相關；數位閱讀使用態度與數位閱讀行為意向呈現正面相關；數位閱讀主觀規範與數位閱讀行為意向呈現正面相關；數位閱讀認知行為控制與數位閱讀行為意向呈現正面相關。

蘇崑銘 (2015)在「以計畫行為理論探討餐旅背景學生對綠色餐飲之從事意願之研究」研究中，除了探討餐旅背景的學生們在學習時期對於「綠色環保」的認知與概念外，也希望能透過計畫行為理論 (Ajzen, 1985)分析且探討他們對於未來在綠色餐飲之行為意圖是否會受到其他因素影響。研究欲探討餐旅相關科系的學生對於綠色餐飲的基本認知與態度，透過 Ajzen 的計畫行為理論 (Theory of Planned Behavior, TPB) 以國立高雄餐旅大學學生為例，探討影響學生從事綠色餐飲行為意圖之可能因素。研究經由統計軟體分析後可得知「相容性」及「社會相對利益」對於「態度」有正向顯著性的影響，亦即綠色餐飲若較符合個人原先的認知及價值觀時，或認為綠色餐飲可以為整個地球、社會或人類生存環境有貢獻利益的同學們在綠色餐飲方面的持有態度會較正面。然而「組織規範信念」與「社會規範信念」對於「主觀規範」有正向顯著性的影響，這則說明了對個體而言的重要親友、師長、團體或他人是否贊同綠色餐飲的實踐，將會影響個體對於綠色餐飲的接受程度及評價高低。而「態度」、「主觀規範」、「知覺行為控制」對於產生的「行為意圖」亦有正向顯著性的影響，這結果則可解釋為個人對於綠色餐飲的看法或喜愛程度的評價高低、周遭人們是否支持或認同綠色餐飲的運作及自我在綠色餐飲上的執行、規劃等掌控程度，將會影響最後個體是否會真正去落實綠色餐飲的行為。

謝蕙后 (2016)在「以計畫行為理論探討消費者選擇單品咖啡之行為意圖」研

究中，以計畫行為理論為研究架構，探討影響消費者選擇單品咖啡行為意圖之因素與因素間的結構關係，並以彰化縣國小教師為對象，共收集 307 份有效問卷。研究結果顯示如下：

1. 在「態度」與「主觀規範」兩構面對於選擇單品咖啡之行為意圖獲得顯著的影響。「態度」構面對於選擇單品咖啡之行為意圖最有影響，消費者對單品咖啡的態度愈正向，選擇單品咖啡的可能性愈高，而兩個態度的子構面中又以「感官價值」的解釋能力最高，我們可以從量化分析中得知，「喝單品咖啡是有益健康的」及「喝單品咖啡能紓解壓力」此兩個變項對消費者來說是較重要的因素。在「主觀規範」構面中，本研究探討研究對象依從重要他人或參考團體的強弱程度，包括家人、男女朋友、同事或朋友，研究發現受訪者確實受依從重要他人或參考團體的知覺影響，進而影響選擇單品咖啡之行為意圖，並且主觀規範中以「同事或朋友」的建議對消費者選擇單品咖啡的影響力最大，依從男女朋友意見的程度次之，最後為依從家人意見的程度。
2. 「知覺行為控制」構面對於選擇單品咖啡之行為意圖則沒有顯著的影響。當個體在執行某一特定行為時，所擁有的機會和資源愈多，表示個體對行為的知覺行為控制愈強，就愈有可能執行某一特定行為。然而研果結果顯示，「知覺行為控制」對消費者是否會選擇單品咖啡的行為意圖則呈現負向之影響，意即對消費者而言，單品咖啡不易購得、購得的距離較遠、價格較高、要多花時間等待、販賣時間欠缺便利性、沒有齊全的沖煮器材以及沒有專業的沖煮手法等因素並不會直接影響其選擇單品咖啡的行為意圖。

林錦郎 (2016)在「從計畫行為理論探討數位學習平台知識分享行為」研究中，主要探討大學生使用數位學習平台進行知識分享行為之現況，研究其中影響知識分享態度、知識分享行為意圖與滿意度的關鍵因素與問題，並針對問題提出解決建議，期能提供大學生使用數位學習平台之參考，增進其數位學習之成效。研究以計畫行為理論 (Theory of planned behavior, TPB)為基礎，加入知覺有用性、知覺易用

性與滿意度，成為研究理論模式探討架構。經對研究假設進行驗證，研究結果發現：知覺有用、知覺易用、滿意度與知覺行為控制對知識分享態度均達顯著的正向影響關係；知覺行為控制、主觀規範與知識分享態度對知識分享行為意圖亦達顯著的正向影響關係。

鄭錦倩 (2016)在「以計畫行為理論探討國小學童閱讀行為意圖－以嘉義市國小中、高年級學童為例」論文研究中，主要研究目的以計畫行為理論為基礎，探討影響國小中、高年級學童閱讀行為意圖的因素，並分析學童閱讀的態度、主觀規範、知覺行為控制與閱讀行為意圖間之關聯性。由研究結果可知，影響嘉義市國小學童閱讀行為意圖的主要因素是學童對閱讀的知覺行為控制，次要因素為學童對閱讀的態度持正向想法，再來是學童的閱讀主觀規範。藉由研究結果我們知道了哪些因素會對學童的閱讀意向產生較大影響，兒童的閱讀力攸關其未來學習力與競爭力，相關單位與人員都可再琢磨思考如何提高孩子閱讀動機，以促使其主動閱讀並持續閱讀習慣。

李明恭 (2017)在「以計畫行為理論探討青少年參與壁球運動行為意向之研究」論文研究中，以計畫行為理論探討青少年參與壁球運動的行為意向，以瞭解青少年參與壁球運動時，態度、主觀規範、行為控制知覺、行為意向等構面的現況，以及不同背景的青少年對參與壁球運動的行為意向之差異情形。研究結果顯示：

1. 以描述性統計的平均數及標準差了解青少年參與壁球運動的行為意向並不高，主觀規範、行為控制知覺、行為意向等三個構面之行為意向皆不高。
2. 不同背景的青少年對參與壁球運動的行為意向之差異性方面，以單因子變異數分析結果顯示，於性別、學制、年級、每週運動頻率等構面上，均無顯著差異性。

2.5 科技接受模型

科技接受模型已被廣泛應用於各種研究上，本節將分別說明科技接受模型的內涵及其相關研究。

2.5.1 科技接受模型之內涵

科技接受模式 (Technology Acceptance Model; TAM)是以 [Fishbein & Ajzen](#) (1975)的理性行動理論 (Theory of Reasoned Action; TRA)作為基礎而發展出來的行為理論，最早由 Davis 於 1986 年提出。科技接受模式係將使用系統視為一個行為，將理性行為理論放入資訊系統接受度的分析架構中，進一步發展得出，其理論架構如圖 2.5 所示。

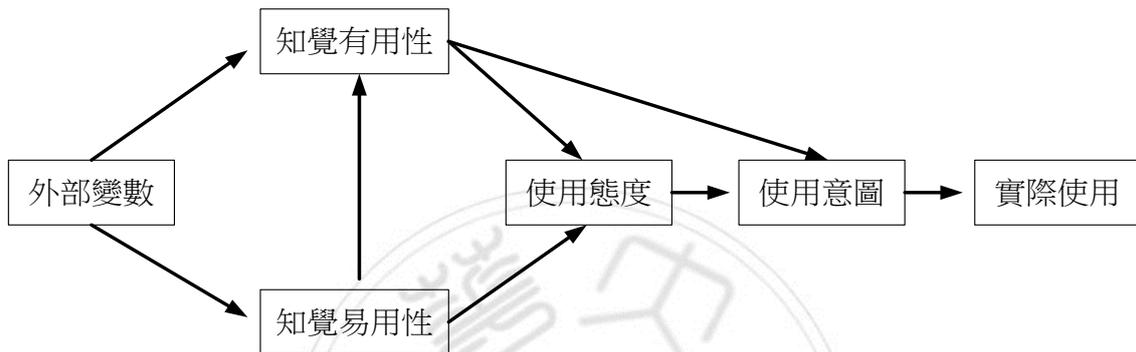


圖 2.5 科技接受模式

科技接受模式於理論架構上有兩個重要的修正：第一、將主觀規範排除在系統之外；第二、以個人信念來決定使用者對特定行為的態度；同時提出兩個重要構面：「知覺有用性」 (Perceived Usefulness)與「知覺易用性」 (Perceived Usefulness)，並透過這兩個構面來預測使用者對於使用系統的態度。換句話說，科技接受模式是以「知覺有用性」及「知覺易用性」來作為判斷個人接受科技程度的主要因素，也就是使用者對新科技所抱持的態度 (Attitude toward Using; ATU)，而態度會進而影響行為意圖 (Behavioral Intention to Use; BI)；此外，「知覺有用性」也會對實際使用 (Actual System Use; ASU)造成直接影響。其各個構念簡述如下：

1. 知覺易用性 (Perceived Ease of Use; PEOU)：

知覺易用性是指使用者感覺科技容易使用的程度。當科技愈易於使用時，使用者對於自我效能以及自我控制將更具信心，並以更積極的態度面對該科技；而知覺易用性主要是受外部變數 (External Variables)所影響。

2. 知覺有用性 (Perceived Usefulness; PU)：

知覺有用性是指使用者主觀地認為，使用此科技會對於工作表現及未來發展將有所助益。科技接受模式假設當使用者感覺該科技容易被使用時，會讓使用者在同等努力的前提下，有更強烈的動機去完成更多的工作，進而提昇工作績效。知覺有用性會同時受到知覺易用性與外部變數的影響。

3. 使用態度 (Attitude Toward Using; ATU) :

使用態度為使用者對於科技所抱持的態度，同時受到知覺有用性及知覺易用性的影響，其迴歸方程式可以表示為： $ATU=PU+PEOU$ 。當使用者察覺到系統有用性愈高，則對使用系統所持的態度會趨向正面。

4. 行為意圖 (Behavior Intention; BI) :

科技接受模式假設資訊系統的使用決定於行為意圖，行為意圖同時受個人對使用系統的態度 (ATU)與知覺有用性 (PU)所影響，其迴歸關係式可表示為： $BI=ATU+PU$ 。

另外，由本文前述內容可知，理性行為理論強調態度和主觀規範兩者都會影響個人意願，而個人意願會進而影響個體的行為；然而，Davis 等人卻主張由於「主觀規範」的理論不確定性及心理測量的困難，因此將之排除在外 (Davis, Bagozzi & Warshaw, 1989)。換言之，科技接受模式主要是探討認知、情感因子與科技使用等三者間的關係，常被用來預測使用者對於資訊新科技的接受度與解釋其使用行為，是目前最常用來分析使用者對於科技接受程度的理論模型；許多研究均顯示科技接受模式理論架構之完整性，可適用於各種不同的資訊科技、不同程度使用者及不同的國家文化。

科技接受模式提供了一個理論基礎，有助於瞭解外部變數 (External Variables) 對於使用者內部的信念 (Beliefs)、態度 (Attitudes)與意圖 (Intentions)的影響使用者的科技使用行為，可從其行為意圖作合理推測；而使用者對新科技的行為意圖，又會受到其使用態度的影響。也就是說，當一個人對科技的使用態度越正向，想要使用新科技的行為意圖就越強烈，而其對新科技接受度也就越高。另一方面，行為意圖除了受到態度的影響之外，行為意圖又被知覺有用性直接影響。例如在工作場

合，新科技即使是操作困難的，甚至使用者採取負向的態度，但因新科技有利於工作，所以使用者對於該系統仍有較高的使用行為意圖。上述的「態度」因子，為受到「知覺有用性」與「知覺易用性」等兩個信念所影響，「知覺有用性」又會受「知覺易用性」所影響，而兩者並同時受到「外部因素」所影響。

5. 知覺趣味性 (Perceived Playfulness; PP) :

認知趣味性 (perceived playfulness)係指當一個人在參與一個活動或採用一個系統時感受到愉悅的程度 (Barnett, 1990)。根據 Csikszentmihalyi (1975)的觀點，如果一個人在與環境互動時產生了愉悅的感覺，這愉悅的感覺會使個人產生認知有趣性，也因此人們將會對該環境產生一種正向的態度。再者，根據 Barua & Whinston (1996)的觀點，他們指出認知有趣性會提高個人活動的效率，也就是說當個人在參與活動時感受到愈高的趣味性時，則愈容易提高個人的認知有用性。亦即，認知趣味性會影響認知有用性。

在另一個研究中，Moon & Kim (2001)也指出當個人在試用一個新的系統時，如果對該系統產生較高的興趣，則會願意花費更多的時間使用該系統。如此的話，就會提高個人對系統效率的正向知覺，進而使個人認知系統具有更高的價值，也就是提高了個人對系統之認知有用性。

在實證方面，Cheng (2006)等人在一個探討台灣消費者是否接受網路為配送管道的研究中，成功檢驗了認知有趣性會影響認知有用性。在另一個研究中，Agarwal 及 Karahanna (2000)也驗證了認知有趣性是認知有用性之前因變數，因此本研究將此變數「知覺趣味性」加入探討。(夏榕文，民 99)

2.5.2 科技接受模型相關之研究

科技接受模型已廣泛運用於行為研究，範圍涵蓋層面廣泛，包含網路學習行為、健康照護、系統滿意度、教學媒體使用、使用新科技意願、電子教科書之接受度……等。以下將科技接受模型相關研究整理如下：

李育華 (2007) 在「探討影響消費者採用數位閱讀服務關鍵因素之研究」論文研究中，以數位閱讀使用者為對象，主要目的在了解影響消費者採用數位閱讀的

主要因素，並了解對數位閱讀使用意向與實際使用的解釋能力。研究使用 TAM 模型、任務與科技的配適模型及創新擴散理論進行驗證。透過網路線上問卷調查方式，以立意抽樣收集了 203 份有效問卷進行量化統計分析。根據理論架構，研究問題在探討「察覺有用性」、「察覺易用性」、「察覺愉悅性」、「相容程度」、「任務／科技配適度」、「相對利益」、「複雜性」以及「可試用性」八個構面是否影響「數位閱讀使用意願」。研究結果發現，「察覺有用性」、「察覺易用性」、「察覺愉悅性」以及「相容程度」四者透過「態度」間接而顯著的影響「數位閱讀使用意願」，研究指出科技產品本身的易用性和有用性為消費者是否接受此科技模式的關鍵因素，數位閱讀載具是科技化的產品之一，故其本身的易用性、有用性視為消費者採用數位閱讀載具時的關鍵因素。建議各家數位閱讀系統商，可針對使用者提供更寬的頻寬，增加下載速率，傳輸速度越高、服務品質越好時，用戶使用數位閱讀之意願越高。除了在認知有用性的功能上多增加互動功能外，能降低使用費率，價格越低時，用戶使用之意願越高，並設計出容易操作及愉悅性高的數位內容，會相對提高使用意願及使用率。在「創新擴散」中，具有正向顯著影響的程度為「相對利益」、「複雜性」以及「可試用性」，由此結果顯示出當數位閱讀的相對利益越高，將勝過於使用傳統紙張閱讀；增加搜尋的功能易於找到所需閱讀資料；可先試用其功能體驗都能快速擴散對數位閱讀的使用意願。

郭仲樺（2009）在「使用手機為載具閱讀數位內容意願研究—以科技接受模型為例」論文研究中，研究藉由探討過去相關研究，整理出手機閱讀數位內容的特徵以及生活型態變數等構面，藉由統計分析，探討其於使用意願的關係，並探討不同生活型態是否會對手機閱讀數位內容之特性有不同認知。研究結果顯示，在科技接受模型中，認知易用性與認知有用性皆會對使用意願造成正向影響，而認知有用性亦會對認知有用性有正面影響；而手機閱讀數位內容之特性亦會影響使用意願，而不同使用意願集群中對『電信服務與數位閱讀』此一特性平均值高於『載具功能與數位轉換』；不同生活型態對使用意願以及手機閱讀數位內容之特性亦有顯著差異，生活型態中「資訊娛樂家」集群之平均值皆大於「工作職人」以及「戀家一族」兩集群。

王秀文（2013）在「以科技接受模式來探討學務管理系統之使用影響因素－雲林縣國小為例」論文研究中，研究期望透過文獻探討及使用問卷調查方式來進行實證研究，冀望能找出影響使用者採用或不採用學務管理系統的因素，由實證結果推論學務管理系統之實施是否有需要改進加強之處，並提出相關問題之建議以供教育當局、學校主管及系統開發人員參考。研究依據科技接受模式之理論架構，以知覺有用和知覺易用做為近因變項，並設計了知覺障礙做為中介變項，以探討影響教師使用此系統意願的可能因素。本研究採用問卷調查與統計分析進行，研究對象為雲林縣使用學務管理系統之國小教師。研究結果發現，影響使用行為意願的最重要因素是知覺有用性，其次是知覺易用性，而系統特質則是影響使用者知覺有用性和知覺易用性的重要外部變項。研究所設計的知覺障礙構面，正如預期的受到電腦自我效能和系統特質的負向影響，並且反向而顯著的影響知覺有用性和知覺易用性，值得注意的是，知覺障礙會正向而顯著的影響著持續使用行為意願，可能的形成背景和相關問題將會加以討論。

劉承鋒（2014）在「以科技接受模式探討國中教師使用品德教育數位媒體輔助教材之行為研究」論文研究中，研究藉由整理文獻與訪問國中教師，以訪談調查法探討目前品德教育在國中實施的狀況，同時探討教師在教育政策、行政支援、教材等外部變數影響下，以科技接受模式（Technology Acceptance Model，TAM）為理論背景，研究目的如下：

1. 蒐集並整理各縣市品德教育的核心價值項目，並探討教師心目中最重要之品德教育核心價值，整理教師對品德教育融入實際實施的觀察。
2. 探討不同背景之教師對數位教材使用行為意圖之差異。
3. 探討教師觀看數位教材前後使用行為之差異。
4. 探討外部變數、教師對使用數位教材之知覺有用性、知覺易用性與使用行為意圖關係。

研究結果發現，教育政策、行政支援、教材取得等因素會顯著影響教師應用數位媒體輔助教材融入品德教育之使用意圖；對數位教材知覺易用下，亦會促使教育

政策、行政支援、教材取得等因素顯著影響教師應用數位媒體輔助教材融入品德教育之使用意圖；受訪教師也認為數位媒體輔助教材易用與有用會直接顯著讓其有意願使用。因此在強調品德教育政策下，行政支援、教材取得之方式，且對於目前數位品德教材易用性推廣下，將會促使老師應用數位媒體輔助教材融入輔導使用意圖提升。

黃喜美（2015）在「以科技接受模式探討臺南市國小教師對於行動學習之使用意願與現況調查研究」論文研究中，研究旨在了解臺南市國小教師對於行動學習的使用意願與現況，以科技接受模式為理論依據，探討影響教師對於行動學習的使用意願之外部變項以及其對於行動學習之使用意願、認知有用性與認知易用性之差異情形。研究之主要研究目的分述如下：

1. 探討臺南市國小教師使用行動學習之現況。
2. 探討臺南市國小教師對於行動學習之「認知有用性」、「認知易用性」與「使用意願」的知覺情形。
3. 探討臺南市不同個人相關變項及環境與技術支援變項之國小教師在行動學習之「認知有用性」、「認知易用性」與「使用意願」之差異情形。
4. 探討臺南市國小教師採用行動學習之「認知有用性」、「認知易用性」與「使用意願」之相關情形。

經由問卷分析結果，歸納出以下幾項研究發現與結論，分別說明如下：

1. 國小教師在行動學習的使用現況：以職務言參與者教師兼行政與導師幾乎佔八成六；就科目的運用以國語、自然與生活科技為較常採用；使用時間有六成八三已經經歷一個學期；每週有三成一七的教師使用超過三節課，用超過半節課的有三成以上；使用方式大多數依照教學內容搭配現成教材與學生進行互動教學，有五成的教師會當作學生評量的工具，有三成七的教師運用在補救教學上。知覺學校有提供相關措施的不到四成；後勤支援管理問項則有近七成的國小教師認為學校設有專人負責。

2. 臺南市國小有參與的教師對行動學習的內在認知、使用意願上持正面、積極的看法。
3. 國小教師的性別、年齡、教育背景、教學年資以及是否受過相關教育訓練等外部變項，在行動學習的科技接受度上無顯著差異；學校規模變項則有顯著差異；知覺系統品質對使用意願和認知有用性有顯著差異；使用行動載具自我效能於使用意願及認知易用性有顯著差異。
4. 國小教師在行動學習的使用意願、認知有用性與認知易用性三者間存有中度正相關。

施宏明（2015）在「以科技接受模式探討國小教師使用智慧型行動裝置教學之意願」論文研究中，研究目的在於了解國民小學教師對於使用智慧型行動裝置教學之意願。因此本研究採用科技接受模式作為研究基本模型，探討知覺易用性、知覺有用性、知覺移動性和知覺趣味性四個要素對教師使用智慧型行動裝置教學之使用意願之影響。研究結果顯示：(1)國民小學教師對使用智慧型行動裝置教學之意願都抱持正面之態度，研究所以上學歷之教師使用意願高於一般大學學歷之教師；(2)教師使用智慧型行動裝置教學之知覺趣味性、知覺移動性對知覺易用性有正向顯著影響；(3)教師使用智慧型行動裝置教學之知覺易用性和知覺移動性對知覺有用性有正向顯著影響；(4)教師使用智慧型行動裝置教學之知覺趣味性和知覺有用性對使用意願有正向顯著影響。

鄭如辰（2015）在「銀髮族雲端健康照護之採用因素-修正科技接受模式」論文研究中，研究主要目的在於探討高齡族群對健康科技雲端照護服務的接受程度，以新竹市衛生局推廣的遠距照護服務，以遠距照護設備「BabyBot 寶貝機」使用者為探討對象，以科技接受模式，加入遠距照護服務因子、銀髮族接受雲端科技可能因子及創新擴散理論因子，建構出整合型的科技接受模式。研究針對新竹市推出健康雲端照護服務「寶貝機」個案，提出修正科技接受模式的模型，加入創新擴散模式特徵：相對優勢、可觀察性，以及安全性與主觀規範等，並提出八項假設，結論僅假設 7 不成立，其餘皆呈現顯著效果，因此研究認為此模型能夠提供遠距照護

服務相關研究參考，過去許多相關研究僅利用 Davis 提出的科技接受模式來進行研究，結果亦呈現顯著，但解釋力稍嫌不足，因此在修正模式中加入創新擴散因素和主觀規範因素後，整體對採用科技產品或服務的解釋力上升。其中假設 7 安全性因素並不會影響採用意圖，推測原因有二：首先在過去文獻使用安全性作為衡量因素時，通常主題涉及網路銀行以及網購等，因此研究推測使用者對一項科技接受的因素中，若涉及到金錢的交換行為時，使用者才會對安全性、個資問題感到關心，進而影響到使用意圖，研究個案為政府提供社區關懷據點之服務，並沒有金錢上的來往與消費行為的發生，推測為假設不成立之原因。另一推測原因為研究在發放問卷時的觀察，在口頭詢問問題時，發現長者們並不太在意雲端服務的安全性議題，有許多長者們回答時會解釋，採用服務是並不在意資料是否會外洩，或另有用途，且認為主要為社區志工們協助他們操作，長者們相信社區志工的認可，因此他們也願意使用寶貝機。

顏冠明（2016）在「以科技接受模式與心流理論探討均一教育平台網路學習行為之研究」論文研究中，主要為了解均一教育平台學習者的網路學習行為，並以科技接受模式與沉浸理論為研究理論，探討影響學習者在使用均一教育平台進行自主學習時的因素為何？以供現場教學實務參考與系統發展之相關解決策略，藉以提升學習者對均一教育平台網路學習的意願，符合新一代的學習趨勢。研究目的有三：

1. 以科技接受模式了解均一教育平台網路學習者之網路學習行為意圖。
2. 以心流理論探討學習者使用均一教育平台網路學習時所產生的內在體驗。
3. 以調查結果，了解均一教育平台在學習者進行網路學習時影響行為意圖的外部因素及內在體驗。

經由問卷分析結果，歸納出以下幾項研究發現與結論，分別說明如下：

1. 均一教育平台的網路學習行為，會因學習者個人背景變項，如：年級、就讀區域、每日接觸平台時數、每週接觸平台天數、使用平台情境不同而有所差異。

2. 使用均一教育平台的行為意圖，會因學習者個人知覺有用性認知、使用態度、知覺易用性認知、挑戰與技巧平衡、行動目標與意識融合、全神貫注與掌握、時間感改變的不同而有所差異。
3. 均一教育平台的科技接受模式與心流理論各層面與網路學習行為意圖，皆具有顯著正相關。其中，知覺有用性認知、使用態度、挑戰與技巧平衡、行動目標與意識融合、全神貫注與掌握對網路平台學習行為意圖具有顯著預測力。

劉德劭（2016）在「以科技接受模式探討國小行政人員對雲端公文系統滿意度之研究：以嘉義縣市為例」論文研究中，針對目前嘉義縣市國小雲端公文系統使用情形，透過「知覺有用性」、「知覺易用性」與「系統品質」、「資訊品質」、「服務品質」等面向，來探討推行公文全面電子化之滿意度及持續使用意願。研究之研究目的主要如下：

1. 不同的個人特質，對雲端公文系統的知覺有用性與知覺易用性，是否有顯著差異存在。
2. 不同的個人特質，對雲端公文系統的使用者滿意度，是否有顯著差異存在。
3. 知覺有用性與知覺易用性對持續使用意願是否有正向的顯著影響。
4. 使用者滿意度對持續使用意願是否有正向的顯著影響。

經由問卷分析結果，歸納出以下幾項研究發現與結論，分別說明如下：

1. 嘉義縣市國小行政人員對雲端公文系統知覺態度方面，認同雲端公文系統有助於提升公文處理的效率，做好公文管理的工作，但也認為使用者對系統的各項功能操作介面熟悉度仍有待加強。
2. 嘉義縣市國小行政人員對雲端公文系統的使用者滿意度方面，以資訊品質較受滿意，而系統品質的滿意度是相對較低的。
3. 國小行政人員對雲端公文系統的持續使用意願頗高，但在提高使用率上卻有所保留，顯見系統本身仍有進步改善的空間。

4. 在不同個人變項中，行政職務、教育程度與學校規模等，在知覺態度與使用者滿意度方面，均存在著顯著性差異；教育程度與學校規模，在持續使用意願方面存在著顯著差異。
5. 國小行政人員在雲端公文系統的知覺態度與使用者滿意度與持續使用意願有顯著正相關。

吳碧真（2016）在「以科技接受模式探討臺南市國小教師電子教科書之接受度與使用現況」論文研究中，研究旨在瞭解臺南市國小教師對於運用電子教科書教學之接受度與使用現況，以科技接受模式為理論基礎，探討影響國小教師電子教科書使用意願的個人背景變項以及其對於電子教科書之認知有用性、認知易用性與使用意願之差異情形。研究之目的分述如下：

1. 瞭解臺南市國小教師電子教科書之使用現況。
2. 探討臺南市國小教師對於電子教科書的「使用意願」、「認知有用性」與「認知易用性」的知覺情形。
3. 探討不同個人背景變項之臺南市國小教師對於電子教科書之「認知有用性」、「認知易用性」與「使用意願」的差異情形。
4. 探討臺南市國小教師電子教科書之「認知有用性」、「認知易用性」與「使用意願」三者之間的相關情形。
5. 探討臺南市國小教師電子教科書之「認知有用性」與「認知易用性」對於電子教科書的「使用意願」之預測情形。

經由問卷分析結果，歸納出以下幾項研究發現與結論，分別說明如下：

1. 在使用現況方面，九成以上教師使用超過一年，六成以上教師每週使用超過三節，有七成五的教師每節課使用超過 10 分鐘；使用的科目以國語、數學最多，使用年段以高年級最多；使用方式上，九成五以上的教師會依教學內容來決定是否需要使用，五成以上的教師將之作為展示課程及與學生互動的工具，使用在評量學生學習成果及進行補救教學方面的教師

比例偏低，半數的教師並不認同直接採用電子教科書中現成的教材進行教學，而不另外設計教材。

2. 國小教師對電子教科書的認知有用性、認知易用性與使用意願均持正面積極的看法。
3. 國小教師的教學年資對於電子教科書的認知有用性與使用意願有顯著差異，學校規模對於電子教科書的認知易用性有顯著差異；其餘性別、年齡、教育背景及現任職務等個人背景變項則無顯著差異。
4. 國小教師電子教科書之認知有用性、認知易用性與使用意願三者間存有正相關，其中認知有用性與使用意願達到高度相關，而認知有用性與認知易用性、認知易用性與使用意願達到中度相關。
5. 電子教科書的認知有用性與認知易用性可有效預測其使用意願，聯合預測力達 67%。

2.6 小結

基於前述文獻的分析，本研究的理論模型是以「科技接受模型」為基礎，並加上「計畫行為理論」的構面，所建構影響使用行動載具閱讀漫畫的因素有「主觀規範」、「使用態度」、「知覺有用性」、「知覺易用性」以及「行為意向」等五個變數，另外有相關文獻有提到「知覺趣味性」亦會影響「知覺有用性」，所以加入一併討論。

第三章 研究方法

本研究係根據第二章文獻探討中的理論基礎建立本研究架構，提出研究假設和操作型定義，以問卷作為研究工具，再針對問卷結果進行統計分析，透過統計分析結果驗證本研究之假設。本章分為三小節，其中第一節說明研究架構與假設；第二節說明研究對象；第三節說明問卷設計；第四節說明研究方法。

3.1 研究架構與假設

本篇研究的架構是參考學者 Davis (1989)提出的科技接受模式理論 (TAM)與學者 Ajzen (1985)提出的計畫行為理論 (TPB)，結合兩種理論內涵，針對知覺易用、知覺有用、知覺趣味、使用態度、主觀規範與行為意向等構面來探討雲林縣國小高年級學童使用行動載具閱讀漫畫的行為意向。由此發展本研究架構圖如下：

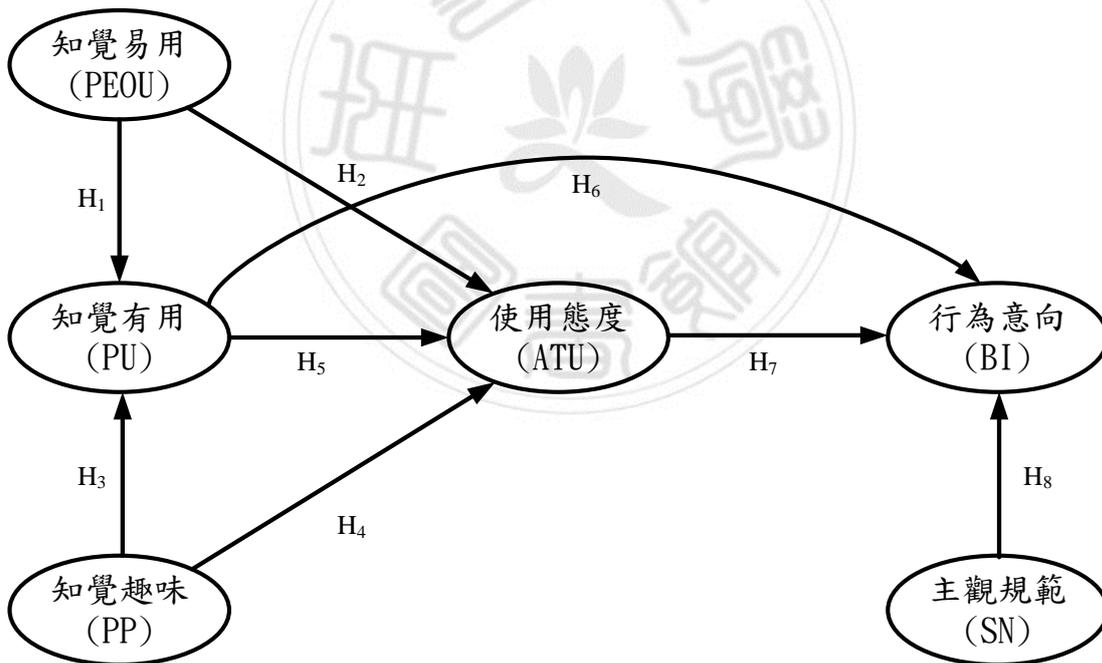


圖 3.1 研究架構

根據圖 3.1 的研究架構，提出下列的研究假設，茲分述說明如下：

H₁：使用行動載具閱讀漫畫的知覺易用性會正向影響知覺有用性

H₂：使用行動載具閱讀漫畫的知覺易用性會正向影響使用態度

H₃：使用行動載具閱讀漫畫的知覺趣味性會正向影響知覺有用性

H₄：使用行動載具閱讀漫畫的知覺趣味性會正向影響使用態度

H₅：使用行動載具閱讀漫畫的知覺有用性會正向影響使用態度

H₆：使用行動載具閱讀漫畫的知覺有用性會正向影響行為意向

H₇：使用行動載具閱讀漫畫的使用態度會正向影響行為意向

H₈：使用行動載具閱讀漫畫的主觀規範會正向影響行為意向

3.2 研究對象

本研究的主要目的是在探討雲林縣國小高年級學童使用行動載具閱讀漫畫之行為意向，以北辰國小高年級學童為研究母群體。北辰國小位於雲林縣北港鎮內，是一所城鎮型小學，現有三十七個班級，學生總數約一千人，其中五年級、六年級都有七個班級，學生數約三百八十人。問卷設計完成後將問卷以線上問卷的形式進行發放，由於網路問卷的設計機制是需要讓受訪者需要填答全部問題才可以送出問卷，因此填答不全者無法送出問卷結果，也就是說所有回收樣本均沒有漏填答之類的無效樣本，最後回收 374 份樣本，總有效問卷比率为 100%。

3.3 問卷設計

本研究的問卷設計分為三個部分，底下分別針對問卷各部分的内容，說明如下：

第一部份 (人口統計變數)：性別、年級、父母親教育程度、父母親職業。

第二部份 (使用經驗)：包含「是否使用過行動載具來閱讀漫畫？」、「沒有在行動載具上閱讀漫畫的理由為何？(複選題)」、「使用何種行動載具來閱讀漫畫？(複選題)」、「藉由何種管道下載漫畫到行動載具的？」、「使用行動載具來閱讀漫畫的經驗是？」、「每週花費多少時間使用行動載具來閱讀漫畫？」、「使用行動載具閱讀漫畫的動機為何？(複選題)」等不同種類型的問項。

第三部份 (研究變數)：包含知覺易用性、知覺有用性、知覺趣味性、主觀規範、使用態度與行為意向等六項構面的衡量指標。

根據前節有關研究架構的說明，可以知道本文包含六項變數，分別是知覺易用性、知覺有用性、知覺趣味性、主觀規範、使用態度與行為意向等變數，這些變數都屬於抽象的概念。由於概念本身並不是存在於真實世界，所以並不能被直接的測量，因此我們所測量是概念所概括的事物。任何的測量都需要考慮信度和效度，信度意指根據相同的測量步驟重複測量同一個現象時，會得到與先前測量相同的結果的可能性；效度是指測量所得資料與一般所接受的概念意義之間的相關程度。

3.3.1 知覺易用性量表設計

本研究根據相關文獻探討，參考 Davis (1989)、郭仲樺 (2009)、李耀宗 (2011)、陳郁欣 (2014) 等人之研究問卷，定義出「知覺易用性」構面的操作型定義，最後發展成本研究的易用性變數量表，此量表採用 Likert 七點尺度量表格式，並以「非常同意」(7)、「很同意」(6)、「同意」(5)、「沒意見」(4)、「不同意」(3)、「很不同意」(2)、「非常不同意」(1) 七個尺度，分別給予等距分數加以測量，變數整理如表 3.1。

表 3.1 知覺易用性衡量指標

變數名稱	代號	衡量指標	參考文獻
知覺易用性	PEOU ₁	我覺得在任何時候 (等車或等人時)，使用行動載具閱讀漫畫，是非常方便的	Davis (1989) 郭仲樺 (2009) 李耀宗 (2011) 陳郁欣 (2014)
	PEOU ₂	我覺得在任何地點 (公園或公車上時)，使用行動載具閱讀漫畫，是非常方便的	
	PEOU ₃	我覺得我可以很容易使用行動載具找到想要閱讀的漫畫	
	PEOU ₄	我認為學習使用行動載具下載與閱讀漫畫是容易的	
	PEOU ₅	我相信很快就能熟練地操作行動載具閱讀漫畫	
	PEOU ₆	整體而言，我覺得行動載具閱讀漫畫是容易使用的	

3.3.2 知覺有用性量表設計

本研究根據相關文獻探討，參考 Davis (1989)、郭仲樺 (2009)、陳郁欣 (2014) 等人之研究問卷，定義出「知覺有用性」構面的操作型定義，最後發展成本研究的

有用性變數量表，此量表採用 Likert 七點尺度量表格式，並以「非常同意」(7)、「很同意」(6)、「同意」(5)、「沒意見」(4)、「不同意」(3)、「很不同意」(2)、「非常不同意」(1)七個尺度，分別給予等距分數加以測量，變數整理如表 3.2。

表 3.2 知覺有用性衡量指標

變數名稱	代號	衡量指標	參考文獻
知覺有用性	PU ₁	我覺得使用行動載具閱讀可以提高閱讀漫畫的效率	Davis (1989) 郭仲樞 (2009) 陳郁欣 (2014)
	PU ₂	我認為使用行動載具可以更快速找到想要閱讀的漫畫	
	PU ₃	我感覺使用行動載具可以在網路上找到更多我有興趣的漫畫	
	PU ₄	整體而言，使用行動載具閱讀漫畫比起傳統閱讀紙本漫畫是更有用的	

3.3.3 知覺趣味性量表設計

本研究根據相關文獻探討，參考 Davis et al. (1992)、Moon & Kim (2001)、施宏明 (2015) 等人之研究問卷，定義出「知覺趣味性」構面的操作型定義，最後發展成本研究的趣味性變數量表，此量表採用 Likert 七點尺度量表格式，並以「非常同意」(7)、「很同意」(6)、「同意」(5)、「沒意見」(4)、「不同意」(3)、「很不同意」(2)、「非常不同意」(1)七個尺度，分別給予等距分數加以測量，變數整理如表 3.3。

表 3.3 知覺趣味性衡量指標

變數名稱	代號	衡量指標	參考文獻
知覺趣味性	PP ₁	我感覺使用行動載具閱讀漫畫可以為我帶來樂趣	Davis et al. (1992) Moon & Kim (2001) 施宏明 (2015)
	PP ₂	我感覺使用行動載具閱讀漫畫能引起我的好奇心	
	PP ₃	使用行動載具閱讀漫畫能激發我的想像力	
	PP ₄	我覺得使用行動載具閱讀漫畫是有趣的	

3.3.4 主觀規範量表設計

本研究根據相關文獻探討，參考 Ajzen (1985)、黃其琨 (2012)、楊進榮 (2014) 等人之研究問卷，定義出「主觀規範」構面的操作型定義，最後發展成本研究的主

觀規範變數量表，此量表採用 Likert 七點尺度量表格式，並以「非常同意」(7)、「很同意」(6)、「同意」(5)、「沒意見」(4)、「不同意」(3)、「很不同意」(2)、「非常不同意」(1)七個尺度，分別給予等距分數加以測量，變數整理如表 3.4。

表 3.4 主觀規範衡量指標

變數名稱	代號	衡量指標	參考文獻
主觀規範	SN ₁	在合理的範圍內，我的家人會認為我應該使用行動載具閱讀漫畫	Ajzen (1985) 黃其琨 (2012) 楊進榮 (2014)
	SN ₂	家人的支持會影響我使用行動載具閱讀漫畫的意願	
	SN ₃	在合理的範圍內，我的同學與朋友會認為我應該使用行動載具閱讀漫畫	
	SN ₄	同學與朋友的支持會影響我使用行動載具閱讀漫畫的意願	
	SN ₅	在合理的範圍內，我的長輩會認為我應該使用行動載具閱讀漫畫	
	SN ₆	長輩的支持會影響我使用行動載具閱讀漫畫的意願	

3.3.5 使用態度量表設計

本研究根據相關文獻探討，參考 Davis (1989)、郭仲樺 (2009)、陳郁欣 (2014) 等人之研究問卷，定義出「使用態度」構面的操作型定義，最後發展成本研究的使用態度變數量表，此量表採用 Likert 七點尺度量表格式，並以「非常同意」(7)、「很同意」(6)、「同意」(5)、「沒意見」(4)、「不同意」(3)、「很不同意」(2)、「非常不同意」(1)七個尺度，分別給予等距分數加以測量，變數整理如表 3.5。

表 3.5 使用態度衡量指標

變數名稱	代號	衡量指標	參考文獻
使用態度	ATU ₁	我覺得使用行動載具可以讓我隨時享受閱讀漫畫的樂趣	Davis (1989) 郭仲樺 (2009) 陳郁欣 (2014)
	ATU ₂	我對使用行動載具閱讀漫畫持正面肯定的看法	
	ATU ₃	相較於利用傳統閱讀紙本漫畫的方式，我會對於使用行動載具來閱讀漫畫感到興趣	

3.3.6 行為意向量表設計

本研究根據相關文獻探討，參考 Davis (1989)、郭仲樺 (2009) 等人之研究問卷，定義出「行為意向」構面的操作型定義，最後發展成本研究的行為意向變數量表，此量表採用 Likert 七點尺度量表格式，並以「非常同意」(7)、「很同意」(6)、「同意」(5)、「沒意見」(4)、「不同意」(3)、「很不同意」(2)、「非常不同意」(1)七個尺度，分別給予等距分數加以測量，變數整理如表 3.6。

表 3.6 行為意向衡量指標

變數名稱	代號	衡量指標	參考文獻
行為意向	BI ₁	如果有機會，我會推薦使用行動載具閱讀漫畫的方式給同學一起來使用	Davis (1989) 郭仲樺 (2009)
	BI ₂	整體而言，我覺得使用行動載具閱讀漫畫的機率會增加	
	BI ₃	整體而言，我覺得我會一直持續使用行動載具來閱讀漫畫	

3.4 研究方法

本研究將會使用到敘述性統計分析、卡方檢定、因素分析、信度與效度分析、結構方程模型分析等量化統計分析技術，因此會利用不同的統計分析軟體進行統計分析的工作。在敘述性統計分析、卡方檢定、因素分析、信效度分析方面，將會使用 SPSS 統計分析軟體，而在效度分析以及結構方程模型分析部分，則會使用 LISREL 分析軟體。根據不同屬性的變數組合，本文會使用到不同的統計檢定分析技術，茲說明如下。

3.4.1 皮爾森卡方檢定 (Pearson's chi-squared test)

適用類別變數的檢定，驗證從兩個變數抽出的配對觀察值組是否互相獨立。皮爾森卡方檢定 (Pearson's chi-squared test) 是最有名卡方檢定之一（「皮爾森卡方檢定」最早由卡爾·皮爾森在 1900 年發表，用於類別變數的檢定。）科學文獻中，當提及卡方檢定而沒有特別指明類型時，通常即指皮爾森卡方檢定。

3.4.2 信、效度分析

資料分析包括三部分：樣本代表性分析、測量工具信度與效度分析、研究理論

與變項分析。

信度是指測量的可靠程度 (trustworthiness)，即反應測量結果的一致性 (consistency) 或穩定性 (stability)，目的是衡量受訪者對於測量工具的反應是否具有 consistency。信度類型有外在 (再測) 信度、內在信度 (Cronbach α)、複本信度、綜合信度、觀察者信度、評分者信度、內容分析信度。信度的高低，主要取決於測量誤差的大小，並非全有或全無的概念，所反應的是測量工具或程序的可靠程度之高低強弱。本研究以 Cronbach's α 係數來檢定問卷中各因素之衡量變項的內部一致性，Gilford (1954) 認為 Cronbach's α 係數高於 0.70 屬於高信度；Cronbach's α 係數介於 0.35 至 0.70 則信度尚可接受；若 Cronbach's α 係數低於 0.35 則屬於低信度。

效度類型包含內容效度、效標關聯效度、構念效度 (含輻合效度、辨別效度)、表面效度、內在效度、外在效度、診斷工具效度、因素效度 (驗證式因素分析, CFA)。本研究之效度分析除了內容效度與專家效度外，也會利用驗證式因素分析說明本研究量表的相關效度。

3.4.3 因素分析

因素分析中之「因素 factor」，指存在而看不見、無法用物理方式觀察、測量出來的變項，如動機、創新等。因素分析所歸納、萃取之「因素 factor」即為理論建構中之潛在變項 Latent Variable 或構念 Construct。利用探索性因素分析法雖然可釐清指標變項與構面間的相對應關係，但是並無法獲得有效的統計檢定量，如：因素負荷量的顯著性、整體模式的配適能力等。此外，探索性因素分析亦無法提供效度的檢測。因此，須以探索性因素模式的結果為基礎，再運用較嚴謹且較具彈性的計量模式稱為驗證性因素分析法來做更深入的探討。驗證性因素分析法乃利用可直接觀測到的變項來反映出潛在、不易直接觀測到的抽象概念，此一觀點與探索性因素分析法極為相似。兩者間最大的差異在於探索性因素分析是藉由資料本身的特性來描述行為，驗證性因素分析則是利用資料來檢驗理論架構的適切性。

驗證性因素分析法主要用於研究者依據先驗理論架構出指標變數與構面間的關係後，透過資料的蒐集來檢驗其與理論模式間的適合度，經由適當的模式修正，

最後說明理論模式能否被樣本資料所支持。驗證性因素分析法中所應用的模式稱為測量模型。

3.4.4 結構方程模型

結構方程模型 (Structural equation modeling; SEM) 是一種融合了因素分析和路徑分析的多元統計技術。在近三十年內，SEM 大量的應用於社會科學及行為科學的領域里，並在近幾年開始逐漸應用於市場研究中，它的優勢在於對多變數間交互關係的定量研究。在結構模型中包括兩類變數：一類為觀測變數，是可以通過訪談或其他方式調查得到的，用長方形表示；一類為結構變數，是無法直接觀察的變數，又稱為潛在變數，用橢圓形表示。各變數之間均存在一定的關係，這種關係是可以計算的。計算出來的值就叫參數，參數值的大小，意味著該指標對滿意度的影響的大小，都是直接決定顧客購買與否的重要因素。如果能科學地計算出參數值，就可以找出影響顧客滿意度的關鍵績效因素，引導企業進行完善或者改進，達到快速提升顧客滿意度的目的。一般來說，結構方程模型的分析技術具有下面的特點：

1. 它可以立體、多層次的展現驅動力分析。這種多層次的因果關係更加符合真實的人類思維形式，而這是傳統回歸分析無法做到的。SEM 根據不同屬性的抽象程度將屬性分成多層進行分析。
2. SEM 分析可以將無法直接測量的屬性納入分析，比方說消費者忠誠度。這樣就可以將數據分析的範圍加大，尤其適合一些比較抽象的歸納性的屬性。
3. SEM 分析可以將各屬性之間的因果關係量化，使它們能在同一層面進行對比，同時也可以使用同一模型對各細分市場或各競爭對手進行比較。

SEM 以研究因果關係為背景，是一種包羅萬象的量化和理論檢驗的工具。在市場研究可應用於多種研究，如：滿意度研究、品牌研究、產品研究等。因此對品牌管理具有很好的幫助作用。從巨集觀角度出發，SEM 構建的模型有助於對品牌的巨集觀掌控。一般線性模式乃是假定每一對變數間存在者線性關係，並且兩者間的關係可以直線方程式來表示，而結構方程模式則是基於線性關係的假設來建構

變數間的結構關係。結構方程模式結合了多元回歸與因素分析，可以同時分析一堆互為關連之依變數間的關係。SEM 模型一般都比較簡潔，著重於巨集觀的、歸納性的目的，模型結構在較長的時間里不會發生變化在結構方程模式假設中的每一個參數被估計後，即可進行整體模型的評估，透過不同的統計程序或契合度指標 (goodness-of-fit index) 的計算，來判斷假設模型與實際觀察資料的契合情形。以下簡述常見的模式配適度指標，並將相關指標如表 3.7。

表 3.7 各種契合度指數的比較

指標	範圍	判斷值	適用情形
χ^2	大於 0	$P > 0.05$	理論模型與觀察模型之差異程度，說明模型解釋力
χ^2 / df	大於 0	< 5	不受模式複雜度影響
GFI	0~1	> 0.90	假設模型可以解釋觀察資料的變異數與共變數的比例，藉此來說明模型解釋力
AGFI	0~1	> 0.90	考慮模式複雜度後的 GFI
NFI	0~1	> 0.90	比較假設模型與虛無模型之卡方值差異量，用來說明假設模型較虛無模型的改善程度
NNFI	0~1	> 0.90	考慮自由度，比較不會受到模式複雜度影響
CFI	0~1	> 0.95	說明模型較虛無模型的改善程度，當研究的樣本較小時，CFI 是一個比較適合的指標
RMR	0~1	< 0.05	協助研究者進一步瞭解殘差特性
SRMR	0~1	< 0.05	協助研究者進一步瞭解殘差特性

(資料來源：邱皓政，2006)

第四章 研究分析與結果

本章節主要針對問卷調查所得到的資料進行統計分析，研究問卷共回收有效問卷 374 份。此章內容主要分作四小節討論，第一節為人口統計變數分析，主要是分析學生各項背景資料與使用經驗，第二節為基本統計檢定分析，第三節為驗證性因素分析，第四節為結構方程模型分析，各節內容與分析統計結果如下。

4.1 人口統計變數分析

本研究的目標是針對雲林縣北辰國小高年級學童對於使用行動載具來閱讀漫畫的因素以及因素間的結構關係，屬於量化研究，研究的方法是檢定分析、因素分析以及結構方程模型等，各變數的資料是經由問卷收集而得。問卷設計完成後將問卷以線上問卷的形式進行發放，並請雲林縣北辰國小高年級的小朋友分批到電腦教室進行填答。本研究問卷發放期間為 2016 年 10 月 11 號到 10 月 21 號，為期兩週，由於網路問卷的設計機制是需要讓受訪者需要填答全部問題才可以送出問卷，因此填答不全者無法送出問卷結果，也就是說所有回收樣本均沒有漏填答之類的無效樣本，最後回收 374 份樣本。本問卷回收後將有效問卷資料編碼後，採用 SPSS 統計分析軟體，運用敘述性統計分析對受測學童資料進行分析，其中人口統計的項目包含性別、年級、父母教育程度、父母工作職業、是否使用行動載具來閱讀漫畫、沒使用行動載具來閱讀漫畫的理由、使用何種載具進行閱讀、是藉由何種管道下載漫畫到行動載具的、數位閱讀的使用經驗、每週使用數位閱讀的時間以及使用行動載具閱讀漫畫的動機。

4.1.1 性別

依據回收之有效問卷 374 份，進行受測樣本背景資料的敘述性統計分析，其中男性的樣本數 201 位，佔全體 53.7%；女性的樣本數有 173 位，佔全體 46.3%；整體而言男性比女性多 28 位，男女比例還算平均。性別分佈表如表 4.1 所示。

表 4.1 樣本性別分佈表

	樣本數	百分比 (%)	累積百分比 (%)
男性	201	53.7	53.7
女性	173	46.3	100.0
總計	374	100.0	

4.1.2 年級

樣本就讀年級中，五年級的樣本數有 188 位，佔全體的 50.3%；六年級的樣本數有 186 位，佔全體的 49.7%；整體而言五年級比六年級多 2 位，年級比例相當平均。年級分佈表如表 4.2 所示。

表 4.2 樣本年級分佈表

	樣本數	百分比 (%)	累積百分比 (%)
五年級	188	50.3	50.3
六年級	186	49.7	100.0
總計	374	100.0	

4.1.3 父親教育程度

樣本父親的教育程度中，其中國小程度的樣本數有 25 位，佔全體的 6.7%；國中程度的樣本數有 60 位，佔全體的 16%；高中 (職)的樣本數有 142 位，佔全體的 38%；大學 (專)的樣本數有 110 位，佔全體的 29.4%；研究所 (以上)的樣本數有 37 位，佔全體的 9.9%；整體而言，父親教育程度中以高中 (職)所佔比例最高。父親教育程度分佈表如表 4.3 所示。

表 4.3 樣本父親教育程度分佈表

	樣本數	百分比 (%)	累積百分比 (%)
國小	25	6.7	6.7
國中	60	16.0	22.7
高中 (職)	142	38.0	60.7
大學 (專)	110	29.4	90.1
研究所 (以上)	37	9.9	100.0
總計	374	100.0	

4.1.4 母親教育程度

樣本母親的教育程度中，其中國小程度的樣本數有 37 位，佔全體的 9.9%；國

中程度的樣本數有 42 位，佔全體的 11.2%；高中 (職)的樣本數有 158 位，佔全體的 42.2%；大學 (專)的樣本數有 110 位，佔全體的 29.4%；研究所 (以上)有 27 位，佔全體的 7.2%；整體而言，樣本母親教育程度中以高中(職)所佔比例居高。母親教育程度分佈表如表 4.4 所示。

表 4.4 樣本母親教育程度分佈表

	樣本數	百分比 (%)	累積百分比 (%)
國小	37	9.9	9.9
國中	42	11.2	21.1
高中 (職)	158	42.2	63.4
大學 (專)	110	29.4	92.8
研究所 (以上)	27	7.2	100.0
總計	374	100.0	

4.1.5 父親工作職業

樣本父親的工作職業中，其中公的樣本數有 57 位，佔全體的 15.2%；商的樣本數 78 位，佔全體的 20.9%；工的樣本數有 123 位，佔全體的 32.9%；農的樣本數有 19 位，佔全體的 5.1%；軍的樣本數有 5 位，佔全體的 1.3%；教的樣本數有 12 位，佔全體的 3.2%；其他方面的樣本數有 80 位，佔全體 21.4%；整體而言，樣本在父親的工作職業中以工所佔比例居高。父親工作職業分佈表如表 4.5 所示。

表 4.5 樣本父親工作職業分佈表

	樣本數	百分比 (%)	累積百分比 (%)
公	57	15.2	15.2
商	78	20.9	36.1
工	123	32.9	69.0
農	19	5.1	74.1
軍	5	1.3	75.4
教	12	3.2	78.6
其他	80	21.4	100.0
總計	374	100.0	

4.1.6 母親工作職業

樣本母親的工作職業中，其中公的樣本數有 59 位，佔全體的 15.8%；商的樣本數 77 位，佔全體的 20.6%；工的樣本數有 54 位，佔全體的 14.4%；農的樣本數

有 12 位，佔全體的 3.2%；軍的樣本數有 2 位，佔全體的 0.5%；教的樣本數有 20 位，佔全體的 5.3%；其他方面的樣本數有 150 位，佔全體 40.1%；整體而言，樣本在母親的工作職業中以其他所佔比例居高。母親工作職業分佈表如表 4.6 所示。

表 4.6 樣本母親工作職業分佈表

	樣本數	百分比 (%)	累積百分比 (%)
公	59	15.8	15.8
商	77	20.6	36.4
工	54	14.4	50.8
農	12	3.2	54.0
軍	2	.5	54.5
教	20	5.3	59.9
服務	150	40.1	100.0
總計	374	100.0	

4.1.7 是否使用行動載具來閱讀漫畫

樣本在是否使用行動載具閱讀漫畫方面，有使用過的樣本數是 115 位，佔整體的 30.7%；沒有使用過的樣本數是 259 位，佔整體的 69.3%；樣本是否使用行動載具來閱讀漫畫分佈表如表 4.7 所示。

表 4.7 樣本是否使用行動載具來閱讀漫畫分佈表

	樣本數	百分比 (%)	累積百分比 (%)
有	115	30.7	30.7
沒有	259	69.3	100.0
總和	374	100.0	

4.1.8 沒有使用行動載具閱讀漫畫的理由

樣本在沒有使用行動載具閱讀漫畫的理由方面，「不知道有此項產品」的樣本數是 77 位，佔觀察值百分比的 29.8%；「沒興趣」的樣本數是 167 位，佔觀察值百分比的 64.7%；「價格太貴」的樣本數是 37 位，佔觀察值百分比的 14.3%；「操作複雜」的樣本數是 30 位，佔觀察值百分比的 11.6%；「沒有方便獲得的管道」的樣本數是 28 位，佔觀察值百分比的 10.9%；整體而言，樣本在沒有在行動載具上閱讀漫畫的理由方面，「沒興趣」的樣本數比例佔最高。樣本沒有在行動載具上閱讀漫畫的理由分佈表如表 4.8 所示。

表 4.8 樣本沒有在行動載具上閱讀漫畫的理由分佈表

	樣本數	觀察值百分比 (%)
不知道有此項產品	77	29.8
沒興趣	167	64.7
價格太貴	37	14.3
操作複雜	30	11.6
沒有方便獲得的管道	28	10.9

4.1.9 使用何種行動載具來閱讀漫畫

樣本在使用何種行動載具來閱讀漫畫方面，選擇「智慧型手機」的樣本數最多，有 167 位，佔觀察值百分比的 49.3%；選擇「平板電腦」的樣本數是 37 位，佔觀察值百分比的 10.9%；選擇「筆記型電腦」的樣本數是 30 位，佔觀察值百分比的 8.8%；選擇「電子書閱讀器」的樣本數是 28 位，佔觀察值百分比的 8.3%；整體而言，樣本在使用何種行動載具來閱讀漫畫方面，以「智慧型手機」的樣本數比例佔最高。樣本在使用何種行動載具來閱讀漫畫分佈表如表 4.9 所示。

表 4.9 樣本使用何種行動載具來閱讀漫畫分佈表

	樣本數	觀察值百分比 (%)
智慧型手機	167	49.3
平板電腦	37	10.9
筆記型電腦	30	8.8
電子書閱讀器	28	8.3

4.1.10 藉由何種管道來取得數位漫畫

樣本在藉由何種管道來取得數位漫畫方面，「藉由行動載具上的 Play 商店搜尋漫畫 APP，並下載至行動載具上來觀看」的樣本數是 73 位，佔有效百分比 63.5%；「透過行動載具上網的功能，使用行動載具上的瀏覽器直接在線上觀看」的樣本數是 36 位，佔有效百分比 31.3%；「藉由電腦上的漫畫下載軟體搜尋及下載內容，再由電腦傳至指定的行動載具上來觀看」的樣本數是 6 位，佔有效百分比 5.2%；整體而言，樣本在藉由何種管道來取得數位漫畫方面，「藉由行動載具上的 Play 商店

搜尋漫畫 APP，並下載至行動載具上來觀看」的樣本數比例佔最高。樣本在藉由何種管道來取得數位漫畫分佈表如表 4.10 所示。

表 4.10 樣本藉由何種管道來取得數位漫畫分佈表

	樣本數	有效百分比 (%)	累積百分比 (%)
載具 APP 下載	73	63.5	63.5
載具線上觀看	36	31.3	94.8
電腦下載後再傳至載具上觀看	6	5.2	100.0
總和	115	100	

4.1.11 使用行動載具來閱讀漫畫的經驗

樣本在使用行動載具來閱讀漫畫的經驗方面，「1 年以下」的樣本數最多，有 54 位，佔有效百分比 47%；「1 年至 2 年」的樣本數是 29 位，佔有效百分比 25.2%；「2 年以上」的樣本數是 32 位，佔有效百分比 27.8%；整體而言，樣本在使用行動載具來閱讀漫畫的經驗方面以「1 年以下」的樣本數佔比例最高。樣本在使用行動載具來閱讀漫畫的經驗方面分佈表如表 4.11 所示。

表 4.11 樣本在使用行動載具來閱讀漫畫的經驗分佈表

	樣本數	有效百分比 (%)	累積百分比 (%)
1 年以下	54	47.0	47.0
1 年至 2 年	29	25.2	72.2
2 年以上	32	27.8	100.0
總和	115	100	

4.1.12 每週使用多少時間使用行動載具來閱讀漫畫

樣本在每週使用多少時間使用行動載具來閱讀漫畫方面，「3 小時以下」的樣本數最多，有 81 位，佔有效百分比 70.4%；「3 小時以上」的樣本數是 34 位，佔有效百分比 29.6%；樣本在每週使用多少時間使用行動載具來閱讀漫畫方面分佈表如表 4.12 所示。

表 4.12 樣本每週使用多少時間使用行動載具來閱讀漫畫分佈表

	樣本數	有效百分比 (%)	累積百分比 (%)
3 小時以下	81	70.4	70.4
3 小時以上	34	29.6	100.0
總和	115	100.0	

4.1.13 使用行動載具閱讀漫畫的動機

樣本在使用行動載具閱讀漫畫的動機方面，覺得動機是「新奇有趣」的樣本數是 78 位，佔所有觀察值比例最高，佔百分比 67.8%；覺得動機是「學習新知」的樣本數是 49 位，佔觀察值百分比 42.6%；覺得動機是「廣告吸引」的樣本數是 25 位，佔觀察值百分比 21.7%；覺得動機是「朋友影響」的樣本數是 36 位，佔觀察值百分比 31.3%；覺得動機是「實用性」的樣本數是 39 位，佔觀察值百分比 33.9%；覺得動機是「時髦流行」的樣本數是 21 位，佔觀察值百分比 18.3%；覺得動機是「即時性」的樣本數是 31 位，佔有效百分比 27%；樣本在使用行動載具閱讀漫畫的動機方面分佈表如表 4.13 所示。

表 4.13 樣本使用行動載具閱讀漫畫的動機分佈表

	樣本數	觀察值百分比 (%)
新奇有趣	78	67.8
學習新知	49	42.6
廣告吸引	25	21.7
朋友影響	36	31.3
實用性	39	33.9
時髦流行	21	18.3
即時性	31	27.0

4.2 基本統計檢定分析

本節針對人口統計變數與使用行動載具閱讀漫畫行為意向相關變數進行統計檢定分析，根據變數組合的不同，可以分為卡方檢定、因素分析等。由於本節針對人口統計變數（名目尺度或順序尺度）與使用行動載具閱讀漫畫等相關變數（名目

尺度或順序尺度)進行統計檢定，經過 SPSS 軟體將各構面因子維度縮減，並使用轉軸法將各構面因子轉換成順序尺度，因此僅需要用到卡方檢定¹即可。皮爾森卡方檢定 (Pearson's chi-squared test)是最有名卡方檢定之一，「皮爾森卡方檢定」可用於兩種情境的變項比較：適配度檢定和獨立性檢定。「適配度檢定」驗證一組觀察值的次數分配是否異於理論上的分配，而「獨立性檢定」驗證從兩個變數抽出的配對觀察值組是否互相獨立 (例如：每次都從 A 國和 B 國各抽一個人，看他們的反應是否與國籍無關)。底下本文分別以「知覺易用」、「知覺有用」、「知覺趣味」、「主觀規範」、「使用態度」、「行為意向」等變數，分別與人口統計變數「性別」、「年級」進行卡方統計檢定分析，相關統計分析結果說明如下：

4.2.1 「性別」與「使用載具閱讀漫畫等相關變數」卡方檢定

在「性別」與「使用行動載具閱讀漫畫等相關變數」卡方檢定方面，統計檢定的結果發現「性別」與使用行動載具閱讀漫畫等相關變數中的「知覺易用」、「知覺有用」、「知覺趣味」、「主觀規範」、「使用態度」以及「行為意向」等變數無關，其 Pearson 卡方值分別是 0.516、0.692、0.946、0.120、0.468 與 0.149，如表 4.14 所示。

表 4.14 性別與使用行動載具閱讀漫畫等相關變數卡方統計結果

變項		知覺易用		知覺有用		知覺趣味		主觀規範		使用態度		行為意向	
		低	高	低	高	低	高	低	高	低	高	低	高
性別	男生	52.0%	55.3%	52.6%	54.7%	53.9%	53.6%	49.7%	57.8%	55.7%	52.0%	50.0%	57.4%
	女生	48.0%	44.7%	47.4%	45.3%	46.1%	46.4%	50.3%	42.2%	44.3%	48.0%	50.0%	42.6%
Pearson 卡方		0.516		0.692		0.946		0.120		0.468		0.149	

4.2.2 「年級」與「使用載具閱讀漫畫等相關變數」卡方檢定

在「年級」與「使用行動載具閱讀漫畫等相關變數」卡方檢定方面，統計檢定的結果發現「年級」與使用行動載具閱讀漫畫等相關變數中的「知覺易用」、「知覺有用」、「知覺趣味」、「主觀規範」、「使用態度」以及「行為意向」等變數無關，其 Pearson 卡方值分別是 0.099、0.149、0.825、1、0.761 與 0.469，如表 4.15 所示。

¹ 它們的統計值之機率分配都近似於卡方分配，故稱卡方檢定

表 4.15 年級與使用行動載具閱讀漫畫等相關變數卡方統計結果

變項		知覺易用		知覺有用		知覺趣味		主觀規範		使用態度		行為意向	
程度		低	高	低	高	低	高	低	高	低	高	低	高
年級	五	45.8%	54.3%	46.2%	53.7%	50.9%	49.8%	50.3%	50.3%	49.4%	51.0%	48.4%	52.1%
	六	54.2%	45.7%	53.8%	46.3%	49.1%	50.2%	49.7%	49.7%	50.6%	49.0%	51.6%	47.9%
Pearson 卡方		0.099		0.149		0.825		1		0.761		0.469	

4.2.3 「性別」與「是否使用行動載具來閱讀漫畫」卡方檢定

在「性別」與「是否使用行動載具來閱讀漫畫」卡方檢定方面，統計檢定的結果發現「性別」與「是否使用行動載具來閱讀漫畫」呈現顯著，其 Pearson 卡方值是 0.004，如表 4.16 所示，表示女生會使用行動載具來閱讀漫畫比例高於男生。

表 4.16 年級與是否使用行動載具來閱讀漫畫卡方統計結果

變項		是否使用使用行動載具來閱讀漫畫			
		是		否	
		個數	百分比	個數	百分比
性別	男生	49	42.60%	152	58.70%
	女生	66	57.40%	107	41.3%
合計		115	100%	259	100%
Pearson 卡方=0.004					

4.3 驗證性因素分析

本文所建構的理論模型是以科技接受模型為核心架構，並加上計畫行為理論的「主觀規範」的變數，因此本文所建構影響使用行動載具閱讀漫畫的因素有「主觀規範」、「使用態度」、「知覺有用性」、「知覺易用性」以及「行為意向」等五個變數，另外有相關文獻有提到「知覺趣味性」亦會影響「知覺有用性」，所以加入一併討論。由於各變數屬於抽象的潛在構面，無法直接測量，因此必須發展量表進行各變數的量測工作，並以信度分析與效度分析來說明量表的測量可信與有效。

利用探索性因素分析法雖然可釐清指標變項與構面間的相對應關係，但是並無法獲得有效的統計檢定量，如：因素負荷量的顯著性、整體模式的配適能力等。此外，探索性因素分析亦無法提供效度的檢測。因此，須以探索性因素模式的結果

為基礎，再運用較嚴謹且較具彈性的計量模式稱為驗證性因素分析法來作更深入的探討。驗證性因素分析法乃利用可直接觀測到的變項來反映出潛在、不易直接觀測到的抽象概念，此一觀點與探索性因素分析法極為相似。兩者間最大的差異在於探索性因素分析是藉由資料本身的特性來描述行為，驗證性因素分析則是利用資料來檢驗理論架構的適切性。

驗證性因素分析法主要用於研究者依據先驗理論架構出指標變數與構面間的關係後，透過資料的蒐集來檢驗其與理論模式間的適合度，經由適當的模式修正，最後說明理論模式能否被樣本資料所支持。驗證性因素分析法中所應用的模式稱為測量模型。

在以結構方程模型進行研究架構各項參數的校估工作前，本節先針對模型中各潛在構面的量表，以驗證性因素分析技術進行信度與效度的分析。在信度分析方面是以 Cronbach's α 在為分析信度的工作，至於在效度分析方面，各構面的測量指標均根據相關文獻的參考建議而得，因此符合內容效度，此外，本文亦計算潛在變數的複合信度 (Composite Reliability) 與平均變異萃取量 (Average Variance Extracted)，分別用來反映構面內的指標是否具有內部一致性以及總變異被潛在構面解釋的部分，來當作信效度的分析工具。

4.3.1 「知覺易用性」信效度分析

首先說明本節說明「知覺易用性」量表之信效度分析，根據第三章說明，本論文所建構之「知覺易用性」量表共有三個指標，分別是「我覺得在任何時候（等車或等人時），使用行動載具來閱讀漫畫，是非常方便的 (PEOU₁)」、「我覺得在任何地點（公園或公車上時），使用行動載具來閱讀漫畫，是非常方便的 (PEOU₂)」、「我覺得我可以很容易使用行動載具來找尋想要閱讀的漫畫 (PEOU₃)」、「我認為學習使用行動載具下載與閱讀漫畫是容易的 (PEOU₄)」、「我相信很快就能熟練地操作行動載具來閱讀漫畫 (PEOU₅)」以及「整體而言，我覺得行動載具來閱讀漫畫是容易使用的 (PEOU₆)」，這些量表是參考 Davis (1989)、郭仲樺 (2009)、李耀宗 (2011)、陳郁欣 (2014) 等人的研究並經與指導教授與相關專家的確認後而得，因此量表內

容符合內容效度要求。表 4.17 與圖 4.1 分別說明本論文「知覺易用性」量表之信、效度分析結果，由分析結果可以知道這六個指標的因素負荷量分別是 0.81、0.75、0.82、0.75、0.77 與 0.77。

由表 4.17 可以知道「知覺易用性」量表的測量模型的 t-value 均大於 1.96，表示各構面衡量指標均達到統計水準，其建構信度、平均變異萃取量以及 Cronbach's α 分別是 0.902、0.606、0.901，各指標的 SMC 都大於 0.5，均有達到文獻上建議的標準，說明本文之「知覺易用性」量表具有良好的信度與效度。

表 4.17 知覺易用性量表之信、效度分析結果

變項	因素負荷量	測量誤差	t-value	SMC	建構信度	平均變異萃取量	Cronbach's α
PEOU ₁	0.81	0.35	18.24	0.656	0.902	0.606	0.901
PEOU ₂	0.75	0.44	16.44	0.563			
PEOU ₃	0.82	0.32	18.79	0.672			
PEOU ₄	0.75	0.44	16.46	0.563			
PEOU ₅	0.77	0.41	16.90	0.593			
PEOU ₆	0.77	0.41	17.01	0.593			

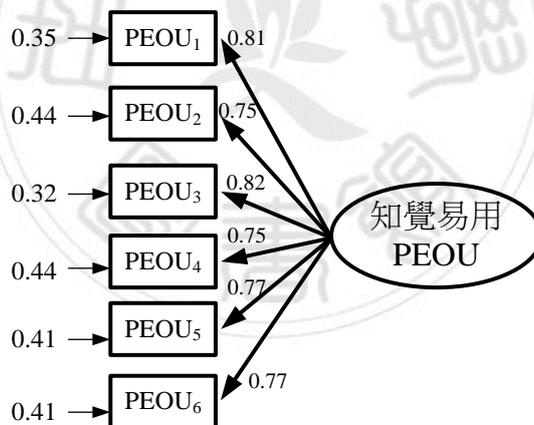


圖 4.1 知覺易用性測量模型分析結果

4.3.2 「知覺有用性」信效度分析

接著說明「知覺有用性」量表之信效度，本文所建構之「知覺有用性」量表共有四個指標，分別是「我覺得使用行動載具可以提高閱讀漫畫的效率 (PU1)」、「我認為使用行動載具可以更快速找到想要閱讀的漫畫 (PU2)」、「我感覺使用行動載具可以在網路上找到更多我有興趣的漫畫 (PU3)」以及「整體而言，使用行動載具閱讀比起傳統閱讀紙本漫畫是更有用的 (PU4)」，這些量表是參考 Davis (1989)、郭

仲樺 (2009)、陳郁欣 (2014)等人的研究並經與指導教授與相關專家的確認後而得，因此量表內容符合內容效度的要求，表 4.18 與圖 4.2 分別說明本論文「知覺有用性」量表之信、效度分析結果，由分析結果可以知道「知覺有用性」量表四個指標的因素負荷量分別是 0.79、0.88、0.85 與 0.61。

由表 4.18 可以知道「知覺有用性」量表的測量模型的 t-value 均大於 1.96，表示各構面衡量指標均達到統計水準，其建構信度、平均變異萃取量以及 Cronbach's α 分別是 0.866、0.623、0.861，除了 PU₄ 各指標的 SMC 都大於 0.5，均有達到文獻上建議的標準，說明本文之「知覺有用性」量表具有良好的信度與效度。

表 4.18 知覺有用性量表之信、效度分析結果

變項	因素負荷量	測量誤差	t-value	SMC	建構信度	平均變異萃取量	Cronbach's α
PU ₁	0.79	0.38	17.44	0.624	0.866	0.623	0.861
PU ₂	0.88	0.23	20.35	0.774			
PU ₃	0.85	0.28	19.44	0.723			
PU ₄	0.61	0.62	12.50	0.372			

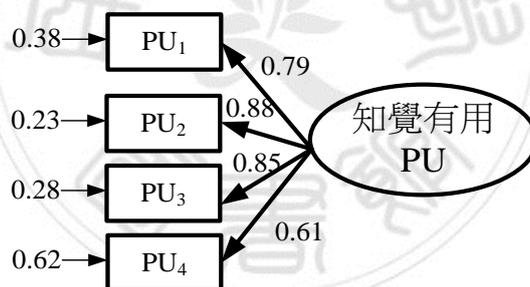


圖 4.2 知覺有用性測量模型分析結果

4.3.3 「知覺趣味性」信效度分析

底下說明「知覺趣味性」量表之信效度，本文所建構之「知覺趣味性」量表共有四個指標，分別是「我感覺使用行動載具來閱讀漫畫可以為我帶來樂趣 (PP₁)」、「我感覺使用行動載具來閱讀漫畫能引起我的好奇心 (PP₂)」、「我感覺使用行動載具來閱讀漫畫能激發我的想像力 (PP₃)」以及「我覺得使用行動載具來閱讀漫畫是有趣的 (PP₄)」，這些量表是參考 Davis et al. (1992)、Moon & Kim (2001)、施宏明 (2015) 等人的研究並經與指導教授與相關專家的確認後而得，因此量表內容符合內容效

度的要求，表 4.19 與圖 4.3 分別說明本論文「知覺趣味性」量表之信、效度分析結果，由分析結果可以知道「知覺趣味性」量表四個指標的因素負荷量分別是 0.86、0.91、0.79 與 0.86。

由表 4.19 可以知道「知覺趣味性」量表的測量模型的 t-value 均大於 1.96，表示各構面衡量指標均達到統計水準，其建構信度、平均變異萃取量以及 Cronbach's α 分別是 0.915、0.731、0.915，各指標的 SMC 都大於 0.5，均有達到文獻上建議的標準，說明本文之「知覺易用性」量表具有良好的信度與效度。

表 4.19 知覺趣味性量表之信、效度分析結果

變項	因素負荷量	測量誤差	t-value	SMC	建構信度	平均變異萃取量	Cronbach's α
PP ₁	0.86	0.26	20.43	0.740	0.915	0.731	0.915
PP ₂	0.91	0.18	22.15	0.828			
PP ₃	0.79	0.37	17.99	0.624			
PP ₄	0.86	0.27	20.21	0.740			

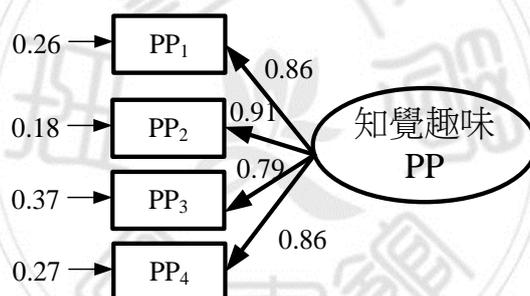


圖 4.3 知覺趣味性測量模型分析結果

4.3.4 「主觀規範」信效度分析

底下說明「主觀規範」量表之信效度，本文所建構之「主觀規範」量表共有六個指標，分別是「在合理的範圍內，我的家人會認為我應該使用行動載具來閱讀漫畫 (SN₁)」、「家人的支持會影響我使用行動載具來閱讀漫畫的意願 (SN₂)」、「在合理的範圍內，我的同學與朋友會認為我應該使用行動載具來閱讀漫畫 (SN₃)」、「同學與朋友的支持會影響我使用行動載具來閱讀漫畫的意願 (SN₄)」、「在合理的範圍內，我的長輩會認為我應該使用行動載具來閱讀漫畫 (SN₅)」以及「長輩的支持會影響我使用行動載具來閱讀漫畫的意願 (SN₆)」，這些量表是參考 Ajzen (1985)、黃其琨 (2012)、楊進榮 (2014) 等人的研究並經與指導教授與相關專家的確認後而得，

因此量表內容符合內容效度的要求，表 4.20 與圖 4.4 分別說明本論文「主觀規範」量表之信、效度分析結果，由分析結果可以知道「主觀規範」量表六個指標的因素負荷量分別是 0.79、0.81、0.76、0.77、0.77 與 0.81。

由表 4.20 可以知道「主觀規範」量表的測量模型的 t-value 均大於 1.96，表示各構面衡量指標均達到統計水準，其建構信度、平均變異萃取量以及 Cronbach's α 分別是 0.906、0.618、0.906，各指標的 SMC 都大於 0.5，均有達到文獻上建議的標準，說明本文之「主觀規範」量表具有良好的信度與效度。

表 4.20 主觀規範量表之信、效度分析結果

變項	因素負荷量	測量誤差	t-value	SMC	建構信度	平均變異萃取量	Cronbach's α
SN ₁	0.79	0.38	17.65	0.624	0.906	0.618	0.906
SN ₂	0.81	0.34	18.46	0.656			
SN ₃	0.76	0.42	16.80	0.578			
SN ₄	0.77	0.40	17.16	0.593			
SN ₅	0.77	0.41	16.94	0.593			
SN ₆	0.81	0.34	18.52	0.656			

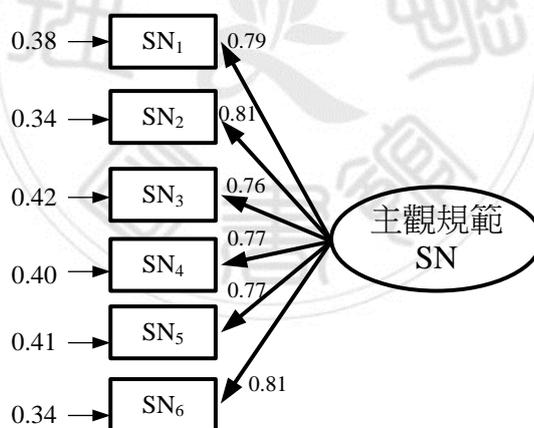


圖 4.4 主觀規範測量模型分析結果

4.3.5 「使用態度」信效度分析

底下說明「使用態度」量表之信效度，本文所建構之「使用態度」量表共有三個指標，分別是「我覺得使用行動載具可以讓我隨時享受閱讀漫畫的樂趣 (ATU₁)」、「我對使用行動載具閱讀漫畫持正面肯定的看法 (ATU₂)」、「相較於利用傳統閱讀紙本漫畫的方式，我會對於使用行動載具來閱讀漫畫感到興趣 (ATU₃)」，這些量表

是參考 Davis (1989)、郭仲樺 (2009)、陳郁欣 (2014)等人的研究並經與指導教授與相關專家的確認後而得，因此量表內容符合內容效度的要求，表 4.21 與圖 4.5 分別說明本論文「使用態度」量表之信、效度分析結果，由分析結果可以知道「使用態度」量表三個指標的因素負荷量分別是 0.79、0.78 與 0.78。

由表 4.21 可以知道「使用態度」量表的測量模型的 t-value 均大於 1.96，表示各構面衡量指標均達到統計水準，其建構信度、平均變異萃取量以及 Cronbach's α 分別是 0.825、0.611、0.823，各指標的 SMC 都大於 0.5，均有達到文獻上建議的標準，說明本文之「使用態度」量表具有良好的信度與效度。

表 4.21 使用態度量表之信、效度分析結果

變項	因素負荷量	測量誤差	t-value	SMC	建構信度	平均變異萃取量	Cronbach's α
ATU ₁	0.79	0.38	16.26	0.624	0.825	0.611	0.823
ATU ₂	0.78	0.40	15.95	0.608			
ATU ₃	0.78	0.39	16.08	0.608			

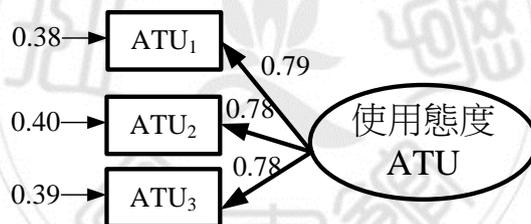


圖 4.5 使用態度測量模型分析結果

4.3.6 「行為意向」信效度分析

底下說明「行為意向」量表之信效度，本文所建構之「行為意向」量表共有三個指標，分別是「如果有機會，我會推薦使用行動載具來閱讀漫畫的方式給同學一起來使用 (BI₁)」、「整體而言，我覺得使用行動載具來閱讀漫畫的機率會增加 (BI₂)」、「整體而言，我覺得我會一直持續使用行動載具來閱讀漫畫 (BI₃)」，這些量表是參考 Davis (1989)、郭仲樺 (2009)等人的研究並經與指導教授與相關專家的確認後而得，因此量表內容符合內容效度的要求，表 4.22 與圖 4.6 分別說明本論文「行為意向」量表之信、效度分析結果，由分析結果可以知道「行為意向」量表三個指標的因素負荷量分別是 0.82、0.85 與 0.91。

由表 4.22 可以知道「行為意向」量表的測量模型的 t-value 均大於 1.96，表示各構面衡量指標均達到統計水準，其建構信度、平均變異萃取量以及 Cronbach's α 分別是 0.895、0.740、0.893，各指標的 SMC 都大於 0.5，均有達到文獻上建議的標準，說明本文之「行為意向」量表具有良好的信度與效度。

表 4.22 行為意向量表之信、效度分析結果

變項	因素負荷量	測量誤差	t-value	SMC	建構信度	平均變異萃取量	Cronbach's α
BI ₁	0.82	0.33	18.47	0.672	0.895	0.740	0.893
BI ₂	0.85	0.27	19.63	0.723			
BI ₃	0.91	0.18	21.41	0.828			

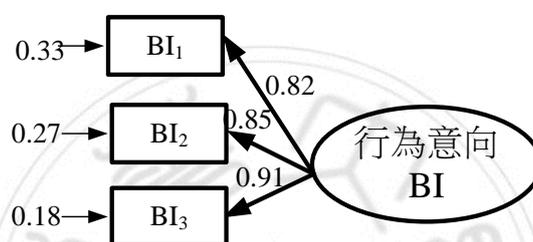


圖 4.6 行為意向測量模型分析結果

本研究的測量模型根據上述文獻的建議，不論是因素負荷量、組成信度、構面信度、平均變異抽取量均達到文獻建議的標準，因此本研究所建構的國小學童使用行動載具閱讀漫畫行為意向之「知覺有用性」、「知覺易用性」、「知覺趣味性」、「使用態度」、「主觀規範」以及「行為意向」等構面，其信度與效度均達到文獻建議的信效度標準。

4.4 結構方程模型分析

第一階段將檢驗測量模型，藉以檢驗資料對測量模型的配適程度，亦即檢驗外顯觀察變數是否能充分的衡量潛在變數，並可透過不適用的衡量題目來改善模式的配適度。測量模型經由驗證性因素分析的結果可以檢驗外顯觀察變數是否能充分的衡量潛在變數，此部分的工作已經在前一節中完成。

第二階段則針對研究模型進行路徑分析 (Path Analysis)，亦即探討潛在變數間之因果關係，希望透過分析結果來瞭解本研究所構建之因果關係模式，並驗證本研

究提出之假設。當所要分析的結構方程模式校估完成後，LISREL 軟體會提供許多配適度指標以供研究者判斷模式的優劣並進行後續的修正，其中較重要的評估指標包括：卡方值 (chi-square)、配適度指標 (goodness of fit index, GFI)、調整後配適度指標 (adjusted goodness of fit index, AGFI)、基準配適指標 (normed fit index, NFI)、非基準配適指標 (non-normed fit index, NNFI)、比較配適指標 (comparative fit index, CFI)、漸進均方根誤差 (root mean square error of approximation, RMSEA)等。

在判斷模式配適度時，首先要先對整個模式作配適度的判斷，接者在做衡量模式與結構模式的配適度判斷，LISREL 軟體在整體模式方面提供了一些模型評鑑指標，這些指標可分為三種型態：絕對擬合指標、增量擬合指標與精簡擬合指標。絕對擬合指標只評估整體模式但不對過程擬合作修正；增量擬合指標是以提出模式與研究者指定的對比模式做比較；精簡擬合指標則是對自由度作調整。由於沒有一個或一組指標是完美無暇的，所以文獻建議可以針對這三種類型各選一個或兩個作為指標。

本研究以 LISREL 統計分析軟體進行研究模型的結構方方程模型參數校估，整體路徑分析的結果詳如圖 4.7 所示。

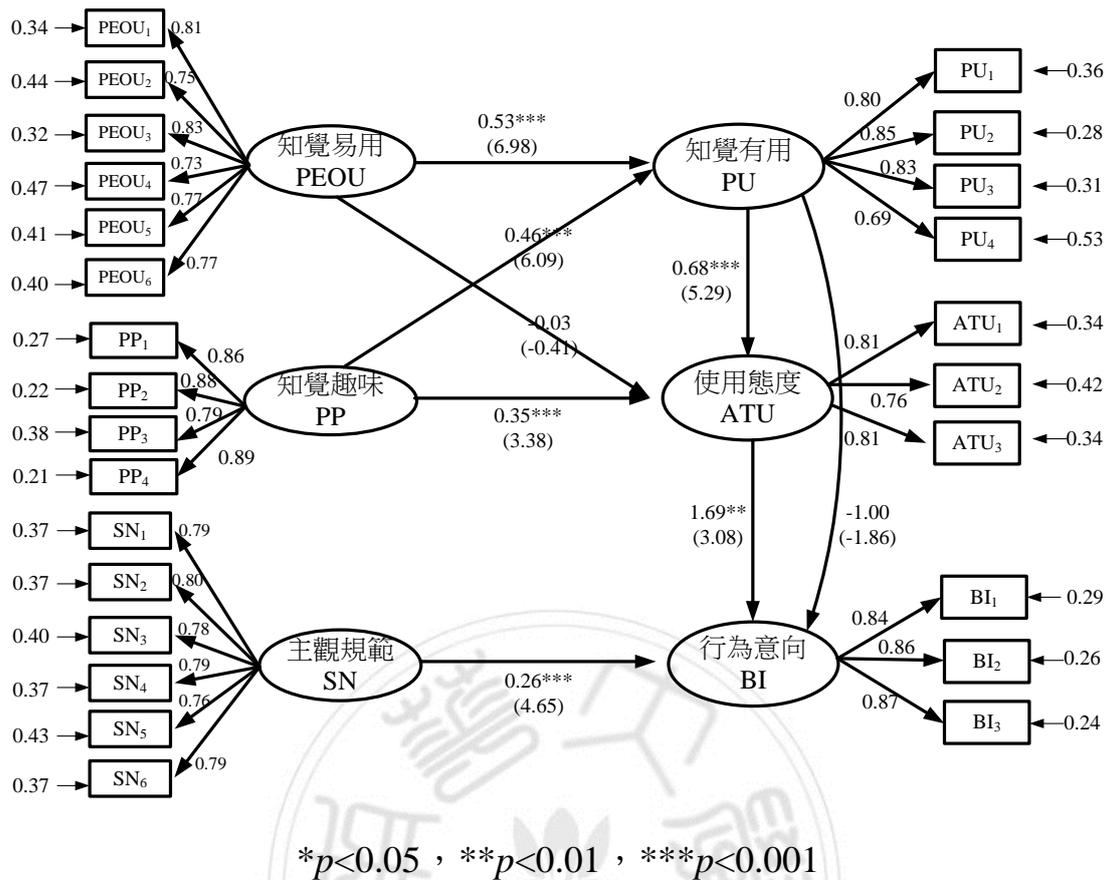


圖 4.7 結構方程模型分析結果

由圖 4.7 可以知道各變數間的假設關係均獲得證實，所有變數之間的因果關係皆顯著的存在，因素負荷量的 t 檢定可檢視潛伏變數能否充分表現顯現變數所要傳達的概念，潛在變數間的相關係數亦可透過 t 檢定來判斷其是否明顯存在關聯性。由圖 4.7 得知各變數間關係的 t 檢定，除了 PEOU→ATU 與 PU →BI 兩個變數間的關係不顯著外，其他數值均大於 1.96，表示變數間的關係大部分達到統計水準。

模式校估的配適度指標如 Degrees of Freedom = 288，Minimum Fit Function Chi-Square = 932.02 ($p = 0.0$)，其他配適度指標整理如表 4.23。由分析結果與表 4.23 可以知道 χ^2 值為 932.02、自由度為 288、 χ^2/df 值為 8.73、NFI²值為 0.89、NNFI 值

² NFI 指標的原理是計算假設模型的卡方值與虛無假設的卡方值的差異量，可視為是某個假設模型與最差模型之改善情形。通常採用 NFI > 0.9。

為 0.91、CFI³值為 0.92、GFI⁴值為 0.83、RMR⁵值為 0.19、SRMR 值為 0.044，這些配適度指標均大致符合文獻上的一般要求標準水準。

表 4.23 研究模型配適度指標分析結果

配適度指標	數值	建議數值	結果
Normed Fit Index (NFI)	0.89	> 0.90	未達建議水準
Non-Normed Fit Index (NNFI)	0.91	> 0.90	達到建議水準
Comparative Fit Index (CFI)	0.92	> 0.90	達到建議水準
Incremental Fit Index (IFI)	0.92	> 0.90	達到建議水準
Relative Fit Index (RFI)	0.88	> 0.90	未達建議水準
Root Mean Square Residual (RMR)	0.19	< 0.08	未達建議水準
Standardized RMR	0.044	< 0.05	達到建議水準
Goodness of Fit Index (GFI)	0.83	> 0.90	未達建議水準

根據結構方程分析的結果進一步可以知道，本研究所建構使用行動載具閱讀漫畫的行為意向模型，若只考慮直接效果，除了知覺易用性影響使用態度不顯著外，其他各變數間的關係均成立，茲整理這些變數間的關係如下：

1. 使用行動載具閱讀漫畫的知覺易用性會正向影響知覺有用性
2. 使用行動載具閱讀漫畫的知覺易用性影響使用態度不顯著
3. 使用行動載具閱讀漫畫的知覺趣味性會正向影響知覺有用性
4. 使用行動載具閱讀漫畫的知覺趣味性會正向影響使用態度
5. 使用行動載具閱讀漫畫的知覺有用性會正向影響使用態度

³ CFI 可反映出假設模型與無任何共變關係的獨立模型之差異程度，同時亦考慮到被檢驗模型與中央卡方分配的離散性。CFI 指數越接近 1 代表模型契合度越理想，表示能夠有效改善中央性的程度。通常採用 CFI > 0.9。

⁴ GFI 類似迴歸分析中的可解釋變異量 (R^2)，其表示假設模型可解釋觀察變數資料之變異數與共變數的比例。GFI 值越接近 1，表示模式配適度越高；反之，則表示模式配適度越低。通常採用 GFI > 0.9。

⁵ 係用來反應理論假設模型的整體殘差，當 RMR < 0.05 表示模型配適度佳。

6. 使用行動載具閱讀漫畫的知覺有用性會正向影響行為意向
7. 使用行動載具閱讀漫畫的使用態度會正向影響行為意向
8. 使用行動載具閱讀漫畫的主觀規範會正向影響行為意向

結構方程模型各變數間的關係，變數間除了上述的直接相關外，也會有間接影響的型態，這些變數間間接影響，也就是所謂的間接效果。也就是說在結構方程模型中，每個變數受其他變數影響的總效果是「直接效果」+「間接效果」的總和。

底下整理本研究模型中，各種間接效果影響行為意向的路徑型態：

1. 使用行動載具閱讀漫畫的知覺有用性會藉由使用態度間接正向影響行為意向
2. 使用行動載具閱讀漫畫的知覺趣味性會藉由知覺有用性與使用態度間接正向影響行為意向
3. 使用行動載具閱讀漫畫的知覺易用性會藉由知覺有用性與使用態度間接正向影響行為意向
4. 使用行動載具閱讀漫畫的知覺趣味性會藉由知覺有用性間接正向影響使用態度
5. 使用行動載具閱讀漫畫的知覺易用性會藉由知覺有用性間接正向影響使用態度

表 4.24 說明以結構方程模型中各變數對行為意向的直接與間接效果分析結果，對於國小高年級學童使用行動載具閱讀漫畫的行為意向會有直接影響的變數有兩個，分別是使用態度以及主觀規範，影響行為意向直接效果係數最高的是使用態度，其因素負荷量為 1.69，其次則是主觀規範，其因素負荷量為 0.26。

由直接效果的分析可以知道，使用態度可以說是影響行為意向最直接的變數，但是影響行為意向的變數不是只有直接效果，有些變數對於行為意向不會有直接的影響，但是會經由其他變數對行為意向有間接的影響，如知覺有用性、知覺趣味性與知覺易用性。知覺有用性會經由使用態度對行為意向有間接的影響，其影響係

數的計算是將知覺有用性對於使用態度的影響係數 (0.68) 乘上使用態度對行為意向的影響係數 (1.69)，因此知覺有用性經由使用態度對行為意向的間接影響的間接效果的係數是 1.15。

表 4.24 整理了結構方程模型中，各變數影響行為意向的直接效果、間接效果以及總效果的分析結果。根據表 4.24 可以知道，影響使用態度的因素有知覺有用性、知覺趣味性與知覺易用性，其中，知覺有用性對於使用態度只有直接效果（影響係數為 0.68）；而知覺易用性對於使用態度也會經由知覺有用性對於使用態度有間接效果（影響係數為 $0.53 \times 0.68 = 0.36$ ），因此知覺易用性對於使用態度的總效果就是 0.36；而知覺趣味性對於使用態度除了直接效果外（影響係數為 0.35），也會經由知覺有用性對於使用態度有間接效果（影響係數為 $0.46 \times 0.68 = 0.31$ ），因此知覺趣味性對於使用態度的總效果就是 0.66 (0.35+0.31)；由此可知，影響行為意向最重要的直接因素為使用態度(影響係數為 1.69)，而影響使用態度最重要的因素為知覺有用性 (影響係數為 0.68)。

知覺易用性與知覺趣味性對行為意向的間接影響是所有變數中組合最多的一個變數，底下來以表 4.24 的分析結果，進一步針對影響行為意向的間接因素各種不同路徑說明如下：

1. 知覺易用性→知覺有用性→使用態度→行為意向（此路徑間接效果為 0.61）
2. 知覺趣味性→態度→行為意向（此路徑間接效果為 0.59）
3. 知覺趣味性→知覺有用性→使用態度→行為意向（此路徑間接效果為 0.53）

根據上面分析的結果可以發現，知覺趣味性雖然在本研究模型中，沒有對行為意向有直接影響的變數，但是透過知覺有用性對於使用態度以及行為意向的間接影響，其總效果為 1.12，是影響行為意向變數中重要的一個變數，也就是說，若要增加學生使用行動載具閱讀漫畫的行為意向，進一步將資源放在增加趣味性將會是很重要的策略。

表 4.24 結構方程模型直接與間接效果分析

變數 X	變數 Y	直接效果	間接效果	總效果
使用態度	行為意向	1.69	-	1.69
主觀規範	行為意向	0.26	-	0.26
知覺有用性	行為意向	-	1.15 (0.68×1.69)	1.15
知覺趣味性	行為意向	-	0.59 (0.35×1.69) 0.53 (0.46×0.68×1.69)	1.12
知覺易用性	行為意向	-	0.61 (0.53×0.68×1.69)	0.61
知覺有用性	使用態度	0.68	-	0.68
知覺易用性	使用態度	-	0.36 (0.53×0.68)	0.36
知覺趣味性	使用態度	0.35	0.31 (0.46×0.68)	0.66

由表 4.24 與圖 4.8 的分析結果可以知道，考慮到直接效果與間接效果後（也就是總效果），影響行為意向最高的變數分別是使用態度、知覺有用性、知覺趣味性、知覺易用性以及主觀規範，其總效果分別是 1.69、1.15、1.12、0.61 以及 0.26，其中主觀規範與使用態度對於行為意向只有直接效果，而知覺有用性、知覺易用性與知覺趣味性則僅有間接效果。

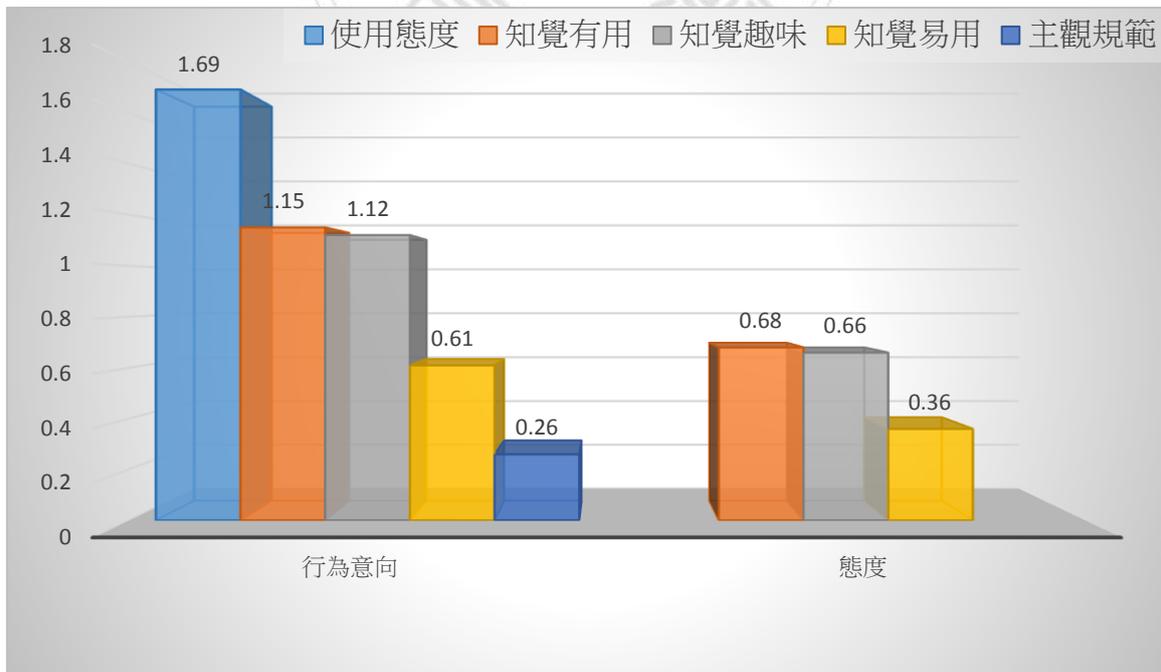


圖 4.8 結構方程模型總效果分析

由於使用態度是影響行為意向最為主要的因素，因此探討哪些變數會影響使用態度也就十分重要，在結構方程模型的分析結果可以知道使用態度會受到知覺趣味性、知覺有用性以及知覺易用性等三個變數所影響，與影響行為意向因素相同的是有些變數對於使用態度有直接效果，有些則會具有間接效果。對於使用態度具有直接效果的變數是知覺有用性、知覺趣味性，其影響係數分別是 0.68 以及 0.35，因此想要影響消費者對使用態度最有效的直接變數便是知覺有用性。另外，知覺趣味性會藉由知覺有用性對於使用態度有間接效果，其間接效果的影響係數為 0.31，總效果為 0.66。雖然考慮到間接效果與直接效果後，但影響使用態度最主要的變數仍然是知覺有用性。

考慮到直接效果與間接效果後，影響國小學童使用行動載具來閱讀漫畫的最重要因素是使用態度，而影響使用態度最重要的因素為知覺有用性與知覺趣味性，而根據知覺有用性測量模型的衡量指標可以知道，用來測量知覺有用的量表是指標分別是「我覺得使用行動載具可以提高閱讀漫畫的效率」、「我認為使用行動載具可以更快速找到想要閱讀的漫畫」、「我感覺使用行動載具可以在網路上找到更多我有興趣的漫畫」以及「整體而言，使用行動載具閱讀比起傳統閱讀紙本漫畫是更有用的」，根據圖 4.7 可以知道其因素負荷量分別是 0.79、0.88、0.85 以及 0.61，因此可知「我感覺使用行動載具可以在網路上找到更多我有興趣的漫畫」是解釋「知覺有用性」最高的衡量指標，也就是說提供使用者能使用行動載具在網路上找到更多的電子漫畫，將會是提高知覺有用性的重要方向；而根據知覺趣味性測量模型的衡量指標可以知道，用來測量知覺趣味性的量表是指標分別是「我感覺使用行動載具來閱讀漫畫可以為我帶來樂趣」、「我感覺使用行動載具來閱讀漫畫能引起我的好奇心」、「我感覺使用行動載具來閱讀漫畫能激發我的想像力」以及「我覺得使用行動載具來閱讀漫畫是有趣的」，根據圖 4.7 可以知道其因素負荷量分別是 0.86、0.91、0.79 以及 0.86，因此可知「我感覺使用行動載具來閱讀漫畫能引起我的好奇心」是解釋「知覺趣味性」最高的衡量指標，也就是說盡量讓電子漫畫的行動載具 APP 設計能更引起學童的好奇心，將會是提高知覺趣味性的方向。

第五章 結論與建議

本章節主要以文獻探討與第四章之分析結果，針對本研究之研究目的，歸納出以下結論與後續研究建議。本研究僅針對雲林縣某國小之高年級學生為研究對象，其結果僅適用於國小高年級學生，並不適合擴大解釋。本研究之目的主要探討國小高年級學童使用行動載具閱讀漫畫之行為意向，藉此了解國小高年級學童使用行動載具閱讀的情形，並了解選擇意向為何。下表 5.1 為本研究所設定之假說及其驗證結果，並將所得到的結論與後續研究建議分別說明如下。

表 5.1 假說驗證結果彙整表

項目	研究假設	結果
H1	使用行動載具閱讀漫畫的知覺易用性會正向影響知覺有用性	成立
H2	使用行動載具閱讀漫畫的知覺易用性會正向影響使用態度	成立
H3	使用行動載具閱讀漫畫的知覺趣味性會正向影響知覺有用性	成立
H4	使用行動載具閱讀漫畫的知覺趣味性會正向影響使用態度	成立
H5	使用行動載具閱讀漫畫的知覺有用性會正向影響使用態度	成立
H6	使用行動載具閱讀漫畫的知覺有用性會正向影響行為意向	成立
H7	使用行動載具閱讀漫畫的使用態度會正向影響行為意向	成立
H8	使用行動載具閱讀漫畫的主觀規範會正向影響行為意向	成立

5.1 研究結論

本節將分別針對本研究之整體樣本結構分析、結構方程模型分析與驗證所得之結論分述如下，其中整體樣本結構分析包含背景資料概況、使用行動載具閱讀漫畫的經驗、沒使用的原因、每週使用的時間與使用動機的部分。

5.1.1 整體樣本結構分析

本研究以雲林縣國小高年級學童為研究對象，總有效樣本共 374 份，藉由整體樣本結構分析有以下之發現：

1. 背景資料概況

受訪者為國小高年級學童，男性受訪者佔樣本數的 53.7%，女性受訪者則佔 46.3%；五年級受訪者佔樣本數的 50.3%，六年級受訪者則佔 49.7%；

父親的教育程度，以高中（職）所佔比例最高，佔樣本數的 38%；母親的教育程度以高中（職）所佔比例最高，佔樣本數的 42.2%；父親的工作職業以工所佔比例最高，佔樣本數的 32.9%；母親的工作職業以服務業所佔比例最高，佔樣本數的 40.1%。

2. 使用行動載具閱讀漫畫之行為現況

- (1) 學童在是否使用行動載具閱讀漫畫方面，「有使用過」的佔整體的 30.7%；「沒有使用過」的佔整體的 69.3%。
- (2) 在沒有使用行動載具閱讀漫畫的理由方面，百分比 29.8%的樣本表示「不知道有此項產品」，百分比 64.7%的樣本覺得「沒興趣」，百分比 14.3%的樣本覺得「價格太貴」，百分比 11.6%的樣本覺得「操作複雜」，百分比 10.9%的樣本表示「沒有方便獲得的管道」；整體而言，沒興趣的樣本數比例佔最高。
- (3) 在使用何種行動載具來閱讀漫畫方面，選擇智慧型手機的佔觀察值百分比的 49.3%，選擇平板電腦的佔觀察值百分比的 10.9%，選擇筆記型電腦的佔觀察值百分比的 8.8%，擇電子書閱讀器的佔觀察值百分比的 8.3%；整體而言，選擇智慧型手機的樣本數比例佔最高。
- (4) 在藉由何種管道來取得數位漫畫方面，「藉由行動載具上的 Play 商店搜尋漫畫 APP，並下載至行動載具上來觀看」的樣本數佔有效百分比 63.5%，「透過行動載具上網的功能，使用行動載具上的瀏覽器直接在線上觀看」的樣本數佔有效百分比 31.3%，「藉由電腦上的漫畫下載軟體搜尋及下載內容，再由電腦傳至指定的行動載具上來觀看」的樣本數佔有效百分比 5.2%；整體而言，「藉由行動載具上的 Play 商店搜尋漫畫 APP，並下載至行動載具上來觀看」的樣本數比例佔最高。
- (5) 在使用行動載具來閱讀漫畫的經驗方面，「1 年以下」的樣本數佔有效百分比 47%，「1 年至 2 年」的樣本數佔有效百分比 25.2%，「2 年以

上」的樣本數佔有效百分比 27.8%；整體而言，以「1 年以下」的樣本數佔比例最高。

(6) 在每週使用多少時間使用行動載具來閱讀漫畫方面，「3 小時以下」的樣本數佔有效百分比 70.4%，「3 小時以上」的樣本數佔有效百分比 29.6%。

(7) 在使用行動載具閱讀漫畫的動機方面，覺得動機是「新奇有趣」的樣本數佔觀察值百分比 67.8%，覺得動機是「學習新知」的樣本數佔觀察值百分比 42.6%，覺得動機是「廣告吸引」的樣本數佔觀察值百分比 21.7%，覺得動機是「朋友影響」的樣本數佔觀察值百分比 31.3%，覺得動機是「實用性」的樣本數佔觀察值百分比 33.9%，覺得動機是「時髦流行」的樣本數佔觀察值百分比 18.3%，覺得動機是「即時性」的樣本數佔觀察值百分比 27%；整體而言，以「新奇有趣」的樣本數佔比例最高。

3. 對於國小高年級學童使用行動載具閱讀漫畫之研究中，影響行為意向最高的變數是使用態度，而影響使用態度最重要的因素為知覺有用性與知覺趣味性，而根據知覺有用性和知覺趣味性測量模型的衡量指標與因素負荷量可以歸納出下列重點：

(1) 在知覺有用性的衡量指標中，「我感覺使用行動載具可以在網路上找到更多我有興趣的漫畫」的因素負荷量最高，是解釋「知覺有用性」的最高衡量指標，也就是說使用行動載具來閱讀漫畫，相較於傳統的紙本漫畫，可以找到更多令讀者有興趣的漫畫，甚至是一些新興漫畫家剛剛出爐的漫畫作品，都可以從行動載具上下載閱讀。

(2) 在知覺趣味性的衡量指標中，「我感覺使用行動載具來閱讀漫畫能引起我的好奇心」的因素負荷量最高，是解釋「知覺趣味性」的最高衡量指標，也就是說使用行動載具來閱讀漫畫的方式，有別於傳統紙本漫畫，更能引起學童的好奇心。

5.1.2 結構方程模型分析與驗證

本研究為了瞭解國小高年級學童使用行動載具閱讀漫畫之行為意向，透過 LISREL 針對研究架構之模式進行驗證性因素分析與路徑分析，根據整體路徑分析驗證結果顯示，各變數的假設關係均成立，本研究之具體結果可歸納如下：

1. 在國小高年級學童使用行動載具閱讀漫畫之行為意向，八個研究假設均成立：
 - (1) 國小高年級學童使用行動載具閱讀漫畫的「知覺易用性」對於「知覺有用性」具有正向的影響效果，支持本研究之假說一(H1)。
 - (2) 國小高年級學童使用行動載具閱讀漫畫的「知覺易用性」對於「使用態度」具有正向的影響效果，支持本研究之假說一(H2)。
 - (3) 國小高年級學童使用行動載具閱讀漫畫的「知覺趣味性」對於「知覺有用性」具有正向的影響效果，支持本研究之假說一(H3)。
 - (4) 國小高年級學童使用行動載具閱讀漫畫的「知覺趣味性」對於「使用態度」具有正向的影響效果，支持本研究之假說一(H4)。
 - (5) 國小高年級學童使用行動載具閱讀漫畫的「知覺有用性」對於「使用態度」具有正向的影響效果，支持本研究之假說一(H5)。
 - (6) 國小高年級學童使用行動載具閱讀漫畫的「知覺有用性」對於「行為意向」具有正向的影響效果，支持本研究之假說一(H6)。
 - (7) 國小高年級學童使用行動載具閱讀漫畫的「態度」對於「行為意向」具有正向的影響效果，支持本研究之假說一(H7)。
 - (8) 國小高年級學童使用行動載具閱讀漫畫的「主觀規範」對於「行為意向」具有正向的影響效果，支持本研究之假說一(H8)。
2. 結構方程模型各變數間的關係，變數間除了直接相關外，也會有間接影響的型態，這些變數間間接影響，也就是所謂間接效果。也就是說在結構方程模型中，每個變數受其他變數影響的總效果是「直接效果」+「間

接效果」的總和。考慮到直接效果與間接效果後（也就是總效果），影響行為意向最高的變數是使用態度，而影響使用態度最重要的因素為知覺有用性與知覺趣味性。

3. 對於國小高年級學童使用行動載具閱讀漫畫之研究中，影響行為意向最高的變數是使用態度，總效果為 1.69，而影響使用態度最重要的因素為知覺有用性與知覺趣味性，其總效果為 0.68 與 0.66。

5.2 研究建議與限制

本研究經由文獻探討及問卷資料統計分析所獲得之結果，提出幾點建議：

1. 本研究僅以雲林縣某國小高年級學童為研究對象，其結果僅適用於國小高年級學童，並不適合擴大解釋。未來研究者若能將研究對象擴大或針對不同族群進行分析，其研究之結果將會更廣泛。
2. 本研究以科技接受模型及計畫行為理論為基礎，另外加入知覺趣味性，建構出本研究之研究模型，但在知覺趣味性的衡量指標未盡理想，建議未來研究者進行修改，可以針對數位漫畫 APP 或行動載具數位閱讀的操作介面進行進一步的設計與研究。
3. 在模型的選擇上，可以考慮加入其他亦會影響行為意向的構面，例如本研究之計畫行為理論只選用與態度與主觀規範，並沒有將知覺行為控制納入研究範疇，因為國小學生對於知覺行為控制的能力尚未成熟，若是研究對象是大學生或成人，則可以考慮將知覺行為控制納入研究。
4. 供教育相關單位、數位漫畫創作者及未來後續研究者之參考。

參考文獻

壹、中文部分

1. 丁美瑄 (民 100), 國民小學設置漫畫圖書館 (區)之需求研究, 國立臺灣師範大學圖書資訊學研究所碩士論文。
2. 尤沛涵 (民 101), 國小高年級兒童對漫畫內容中暴力情節的解讀, 實踐大學家庭研究與兒童發展學系碩士論文。
3. 方宣懿 (民 101), 國小六年級學童數位閱讀行為與閱讀理解能力之研究, 國立台中教育大學區域與社會發展學系碩士論文。
4. 王秀文 (民 102), 以科技接受模式來探討學務管理系統之使用影響因素－雲林縣國小為例, 南華大學資訊管理學系碩士論文。
5. 左耀南 (民 103), 結合計畫行為理論探討組織變革不確定感對員工的反應行為, 僑光科技大學國際貿易碩士在職專班碩士論文。
6. 吳碧真 (民 105), 以科技接受模式探討臺南市國小教師電子教科書之接受度與使用現況, 國立臺南大學數位學習科技學系碩士論文。
7. 宋磊 (民 97), 漫畫在不同國家的稱謂研究, 藝術探索, 22(1), 85-87 頁。
8. 李育華 (民 96), 探討影響消費者採用數位閱讀服務關鍵因素之研究, 華梵大學資訊管理學系碩士學位論文。
9. 李明恭 (民 106), 以計畫行為理論探討青少年參與壁球運動行為意向之研究, 國立高雄師範大學體育學系碩士論文。
10. 李耀宗 (民 100), 使用行動載具閱讀電子書偏好之研究, 國立高雄應用科技大學資訊管理系碩士在職專班碩士論文。
11. 李闡 (民 87), 中國漫畫史, 台北市: 世系出版社
12. 杜峻偉 (民 101), 數位閱讀教學對國小四年級學生閱讀理解與閱讀態度影響之行動研究, 國立臺南大學教育學系課程與教學學系碩士論文。

13. 卓詩鎔 (民 103), 以計畫行為理論分析影響消費者使用旅館環保服務之行為意向, 南華大學文化創意事業管理學系碩士論文。
14. 岳修平 (民 101), 電子書漫畫之閱讀歷程與行為初探, 教學科技與媒體, 95 期, 69-78 頁。
15. 林巧敏 (民 100), 臺灣國小學童數位閱讀興趣與行為之調查分析, 國家圖書館管刊, 一百年第二期, 30~59 頁。
16. 林巧敏 (民 98), 推動國中小學童數位閱讀計劃之探討, 臺灣圖書館管理季刊, 第五卷第二期, 49~67 頁。
17. 林佩璇 (民 104), 成年人漫畫迷閱讀漫畫動機與偏好之研究, 國立新竹教育大學藝術教育與創作學系碩士論文。
18. 林建勳 (民 101), 文化產業泛流模式之探討：以漫畫產業為例, 國立東華大學社會暨公共行政學系社會學學系碩士論文。
19. 林恆毅 (民 100), 臺灣國小學童數位閱讀興趣與行為之調查分析, 國家圖書館館刊, 第二期, 30-59 頁。
20. 林恆毅 (民 105), 數位閱讀載具的螢幕尺寸、字體大小、與字體型式對國小學童閱讀績效與理解度的研究, 設計學研究, 第十九卷, 第一期, 25-40 頁。
21. 林珊如 (民 99), 數位時代的閱讀：青少年網路閱讀的爭議與未來, 圖書資訊學刊, 第 8 卷第 2 期, 29~53 頁。
22. 林茂欽 (民 103), 國小高年級學童數位閱讀素養與學習調整策略之相關研究, 國立屏東教育大學進修暨研究學院教育視導與評鑑碩士學位學程班碩士論文。
23. 林修慶 (民 102), 探討中學生對於數位閱讀意圖及行為的差異, 義守大學資訊管理學系碩士論文。
24. 林錦郎 (民 105), 從計畫行為理論探討數位學習平台知識分享行為, 全球商業經營管理學報, 第八期, 43-55 頁。

25. 施宏明 (民 104), 以科技接受模式探討國小教師使用智慧型行動裝置教學之意願, 南華大學資訊管理學系碩士論文。
26. 施典志 (民 96), 你想要什麼樣的數位閱讀? Download 網路學習雜誌, 79 期, 108-109 頁。
27. 洪秋連 (民 103), 漫畫閱讀之影響研究, 義守大學管理學院管理碩士在職專班碩士論文。
28. 洪德麟 (民 83), 臺灣漫畫四十年初探, 臺北:時報文化。
29. 洪德麟 (民 89), 傑出漫畫家.亞洲篇, 臺北市:雄獅。
30. 夏榕文 (民 99), 大學生認知易用性、認知有用性、認知有趣性對數位學習意願之影響—以中華大學為研究對象, 績效與策略研究, 第七卷第二期, 35-48 頁。
31. 夏蓉 (民 99), 數位閱讀服務體驗—以電子書閱讀器、智慧型手機、平板電腦三種裝置探討使用者採用之意願與偏好, 臺灣大學資訊管理學碩士論文。
32. 徐佳馨 (民 90), 漫步圖框世界:解讀日本漫畫的文化意涵, 輔仁大學大眾傳播學碩士論文。
33. 梁啟賢 (民 103), 青少年的數位閱讀與閱讀理解。教師天地, 第 193 期, 頁 77-78。
34. 許立風 (民 98), 互動式有聲漫畫之創作研究, 國立臺灣師範大學美術學系碩士論文。
35. 許齡尹 (民 100), 手機電子書使用者介面設計研究, 世新大學圖文傳播暨數位出版學系碩士論文。
36. 郭仲樺 (民 98), 使用手機為載具閱讀數位內容意願研究—以科技接受模型為例, 南華大學出版與文化事業管理學系碩士論文。

37. 陳仲偉 (民 100), 論文化產業的社會基礎及需求：台日漫畫產業之比較，庶民文化研究，第 3 期，1-39 頁。
38. 陳佩宜 (民 105), 應用整合科技接受模式探討數位閱讀之研究－以桃園地區民眾為例，蘭陽學報，15 期，12 - 22 頁。
39. 陳孟纖 (民 104), 整合計畫行為理論與科技接受模式分析國中生使用 LINE 貼圖之行為意圖，南華大學文化創意事業管理學系碩士論文。
40. 陳郁欣 (民 104), 整合科技接受模型與計劃行為理論分析影響數位閱讀行為意向之因素，南華大學文化創意事業管理學系文創行銷碩士論文。
41. 陳偉愷 (民 105), 熊熊「礙」到你-三隻熊情感漫畫創作研究，高雄師範大學視覺設計學系碩士論文。
42. 陳德駿 (民 102), 台灣文化創意產業競爭力分析－以動漫畫為例，佛光大學應用經濟學系碩士班經貿組碩士論文。
43. 曾偲齊 (民 103), 漫畫迷與動畫迷之審美經驗探究：以航海王 ONE PIECE 為例，元智大學資訊傳播學系碩士論文。
44. 湯明祥 (民 101), 大學生的數位閱讀動機與數位閱讀策略相關研究，南華大學出版與文化事業管理學系碩士論文。
45. 黃文信 (民 101), 電子漫畫易辨性與易讀性之研究，國立臺灣藝術大學圖文傳播藝術學系碩士論文。
46. 黃其琨 (民 101), 以計畫行為理論探討來台觀光客對台灣小吃行為意圖之研究，東海大學餐旅管理學系碩士論文。
47. 黃美利 (民 103), 應用科技接受與使用整合模式研究中學生之數位閱讀行為意圖和使用行為，高雄師大學報，36 期，15-33 頁。
48. 黃珞文 (民 102), 單格漫畫加入中譯注對讀者閱讀的影響——以 The New Yorker 為例，國立嘉義大學教育學系碩士論文。

49. 黃喜美 (民 104), 以科技接受模式探討臺南市國小教師對於行動學習之使用意願與現況調查研究, 國立臺南大學教育學系科技發展與傳播學系碩士論文。
50. 黃煥青 (民 103), 數位內容產業可著作性之研究—以 3D 動漫畫技術報告之分析為中心, 國立雲林科技大學科技法律學系碩士論文。
51. 楊進榮 (民 104), 雲林縣國小高年級學童數位閱讀意向與行為研究 —以北辰國小為例, 南華大學文化創意事業管理學系碩士論文。
52. 溫禹登 (民 99), 電子閱讀器對行動學習者接受程度影響之研究—以電子閱讀器內容介面使用接受度為例, 國立嘉義大學管理學院碩士在職專班碩士論文。
53. 葉思岑 (民 101), 探討電子漫畫版面形式對閱讀理解與閱讀態度之影響, 國立臺灣大學圖書資訊學系碩士論文。
54. 劉宜其 (民 104), 從 Taiwan Comix 看臺灣「獨立漫畫」之發展, 國立臺灣師範大學設計學系碩士論文。
55. 劉承鋒 (民 103), 以科技接受模式探討國中教師使用品德教育數位媒體輔助教材之行為研究, 南華大學資訊管理學系碩士論文。
56. 劉俐華 (民 100), 國際數位漫畫出版及應用發展趨勢之探討, 商業設計學報, 15 期, 21-40 頁。
57. 劉俐華 (民 103), 數位漫畫跨媒介敘事特質與表現形式創作研究—以觸控式互動漫畫「擇」電子書為例, 國立臺灣師範大學美術學系博士論文。
58. 劉鈺楷 (民 103), 以 ADDIE 模式發展漫畫識讀教學方案之研究, 國立臺北教育大學國民教育學系碩士論文。
59. 劉德劭 (民 105), 以科技接受模式探討國小行政人員對雲端公文系統滿意度之研究：以嘉義縣市為例, 南華大學資訊管理學系碩士論文。
60. 蔡依蓁 (民 104), 畫格式電子漫畫之讀者接受度, 國立臺灣藝術大學圖文傳播藝術學報, 211-222 頁。

61. 蔡明珊 (民 105), 澎湖縣國小五年級學童數位閱讀動機、策略與理解能力之相關性研究, 國立屏東大學生態休閒教育教學碩士學位學程班碩士論文。
62. 蔣念儒 (民 104), 台灣本土漫畫發展之研究——以《挑戰者月刊》(2004~2008)為探討中心, 國立高雄應用科技大學文化創意產業所碩士論文。
63. 鄧宗聖 (民 99), 當代漫畫研究思潮的過去與現在: 評四本當代漫畫研究書, 傳播與管理研究, 第十卷第一期, 111-118 頁。
64. 鄭如辰 (民 104), 銀髮族雲端健康照護之採用因素——修正科技接受模式, 國立清華大學科技管理學系碩士論文。
65. 鄭宇君 (民 102), 從數位學習到新素養: 電子書閱讀器對高中生社群的可能影響, 新聞學研究, 第一一四期, 128~163 頁。
66. 鄭維勛 (民 105), 國小高年級學童自我調整學習與數位閱讀素養之相關研究, 國立屏東大學華語文教學碩士學位學程班碩士論文。
67. 鄭錦倩 (民 105), 以計畫行為理論探討國小學童閱讀行為意圖——以嘉義市國小中、高年級學童為例, 南華大學文化創意事業管理學系休閒產業碩士班碩士論文。
68. 蕭湘文 (民 91), 漫畫研究: 傳播觀點的檢視(初版)。台北市: 五南圖書。
69. 賴佳微 (民 103), 台灣漫畫家發展研究——以漫畫競賽與數位創作平台為例, 明星科技大學視覺傳達設計系碩士論文。
70. 賴來新 (民 105), 休閒行為研究論文內容評析——以國內漫畫閱讀行為為例, 運動與遊憩研究, 第十一卷, 第二期, 31-44 頁。
71. 謝蕙后 (民 105), 以計畫行為理論探討消費者選擇單品咖啡之行為意圖, 南華大學文化創意事業管理學系碩士論文。
72. 鍾蕙如 (民 97), 國中生對於網路遊戲行為意圖與實際行為之探討——以屏東縣國民中學為例, 國立屏東教育大學教育科技研究所碩士論文。

73. 豐子愷 (民 102), 豐子愷漫畫精品集：全新修訂版。北京：中國青年出版社
74. 顏冠明 (民 105), 以科技接受模式與心流理論探討均一教育平台網路學習行為之研究，國立臺東大學教育學系教學科技學系碩士論文。
75. 蘇崑銘 (民 104), 以計畫行為理論探討餐旅背景學生對綠色餐飲之從事意願之研究，國立高雄餐旅大學台灣飲食文化產業學系碩士論文。

貳、英文部分

1. Ajzen & Madden(1986). Prediction of goal-directed behavior : Attitudes, intentions, and perceived behavioral control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22, pp.453-474.
2. Ajzen (1985), *Theory of Planned Behavior*, TPB.
3. Ajzen, I (2002), Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior, *Journal of Applied Social Psychology*, 32, pp.665-683.
4. Ajzen, I. (1991), The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), pp.179-211.
5. Ajzen, I. , & Fishbein, M. (1973), Attitudinal and normative variables as predictors of specific behavior, *Journal of Personality and Social Psychology*, 27(1), pp.41-57.
6. Ajzen, I., & Fishbein, M (1980), *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*, New Jersey., Prentice-Hall, 1977.
7. Ajzen,I.(2005).*Attitudes, personality and behavior*.Open University Press.
8. Barnett, L. A. (1990), Playfulness: definition, design, and measurement, *Play and Culture*, 3 (4), pp.319-336.

9. Barua, A. C., and Whinston, A. B., 1996. 'Creating a collaboratory in cyberspace: theoretical foundation and an implementation'. *Journal of Organizational Computing*, 5(4), pp.417-442.
10. Cameron, A. F. and Webster, J. (2005), "Unintended consequences of emerging communication technologies: Instant messaging in the workplace," *Computers in Human Behavior*, Vol. 21, No. 1, pp.85-103.
11. Cheng, J. M. S., Sheen, G. J., and Lou, G. C., 2006. 'Consumer acceptance of the internet as a channel of distribution in Taiwan – a channel function perspective'. *Technovation*, 26, pp.856-864.
12. Csikszentmihalyi, Mihaly (1975). *Beyond Boredom and Anxiety: Experiencing Flow in Work and Play*, San Francisco: Jossey-Bass.
13. Davis et al., (1989); Venkatesh and Davis,(2000) as theorized in TAM, perceived ease of use is expected to have both a direct effect and an indirect effect via perceived usefulness on continued IT usage intention.
14. Davis et al., (1992) perceived enjoyment can be described as an intrinsic motivation.
15. Davis, F.D (1989), Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology, *MIS Quarterly*, 13(3), pp.318-340.
16. Davis, F.D. (1986), *A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information System: Theory and Results*, doctoral dissertation, MIT Sloan School of Management, Cambridge, MA.
17. Davis, F.D.(1993), *User Acceptance of Information Technology: System Characteristics User Perceptions and Behavioral Impacts*. *International Journal of Man Machine Studies*, 38(3), pp.475-487.

18. Fishbein, M. , & Ajzen, I. (1975), *Belief, attitude, intention, and behavior : An introduction to theory and research*, Reading, Mass. ; Don Mills, Ontario: Addison-Wesley Pub. Co.
19. Gambrell, L. B. (2011). Seven rules of engagement: What's most important to know about motivation to read. *The Reading Teacher*,65(3),172-178.
20. J.P.Gilford. (1954), *Psychometric Methods*, 2nd ed.
21. Liu, Z. (2003). Trends in transforming scholarly communication and their implications. *Information Processing & Management*, 39(6), pp.889-898.
22. Luke Arnott (2009). What Are Digital Comics? Retrieved from <https://suite.io/luke-arnott/2btp20r>
23. Rosenblatt, L. M. (1982). The literary transaction: Evocation and response. *Theory into Practice*, 21, pp.268-277.
24. Marie Helene De Canniere & Patrick De Pelsmacker & Maggie Geuens(2009),*Relationship quality and the theory of planned behavior*
25. Models of behavioral intentions and purchase behavior. *Journal of Business Research*,62,82-92.
26. Moon, J., Kim, Y. (2001), Extending the TAM for a world-wide-web context. *Information & Management*, 38(4), pp.217-230.
27. Paul A. M. Van Lange , Arie W. Kruglanski , E. Tory Higgins(2012).*Handbook of Theories of Social Psychology:Volume One*(p.438-459). SAGE Publications Ltd.
28. Robert Arnott (2009). Bonds:Why Bother? *Journal of Index* May/June 2009, pp.10-17.
29. Schifter, D. E. and I. Ajzen (1985). Intention, perceived control, and weight loss: an application of the theory of planned behavior. *Journal of personality and social psychology* 49(3): 843.

29. Shang, J., Basil, D. Z., & Wymer, W. P. (2010). Using social marketing to enhance hotel reuse programs. *Journal of Business Research*, 63, 166-172.
30. Thapa, B.(2010) The mediation effect of outdoor recreation Participation on environmental attitude-behavior correspondence. *The Journal of Environmental Education*, 41(3), 133 -150.



附錄一

雲林縣國小學童使用行動載具來閱讀漫畫的行為意象之研究問卷

各位同學大家好：

這是一份了解學童使用行動載具來閱讀漫畫的行為意象所作的調查問卷，目的是希望瞭解目前國小學童對於使用行動載具來閱讀漫畫的行為意象。本問卷採不記名的方式填答，請依照您實際的感受情形來填寫即可。

問卷內容只做綜合分析，不做個別意見的探討，結果僅供學術研究，請您據實回答。您的意見非常寶貴，請先詳閱填答說明再逐題作答，謝謝您的支持與合作！僅此敬祝 身體健康 事事順心

南華大學文化創意事業管理研究所

指導教授 黃昱凱博士

研究生 胡訓祥敬上

中華民國 105 年 10 月

第一部份：個人資料填寫

1. 請問您的性別是：①男 ②女
2. 請問您就讀的年級是：①五年級 ②六年級
3. 請問您父親的教育程度是？
①國小 ②國中 ③高中（職） ④大學（專） ⑤研究所（以上）
4. 請問您母親的教育程度是？
①國小 ②國中 ③高中（職） ④大學（專） ⑤研究所（以上）
5. 請問您父親的工作職業是？
①公 ②商 ③工 ④農 ⑤軍 ⑥教 ⑦其他：()
6. 請問您母親的工作職業是？
①公 ②商 ③工 ④農 ⑤軍 ⑥教 ⑦其他：()

第二部份：下面問題是有關使用行動載具閱讀漫畫之經驗，請在打✓

7. 請問您是否使用過行動載具來閱讀漫畫？
①有（請跳到第 9 題，接下來依序回答題目）
②沒有（請接著回答第 8 題後，再至第三部分依序回答題目）
8. 請問您沒有在行動載具上閱讀漫畫的理由為何？
①不知道有此項產品 ②沒興趣 ③價格太貴 ④操作複雜 ⑤沒有方便獲

得的管道 ⑥其他_____

9. 請問您使用何種行動載具來閱讀漫畫？（複選題）

①智慧型手機 ②平板電腦 ③筆記型電腦 ④電子書閱讀器

10. 請問您是藉由何種管道下載漫畫到行動載具的？

① 藉由行動載具上的 Play 商店搜尋漫畫 APP，並下載至行動載具上來觀看

②透過行動載具上網的功能，使用行動載具上的瀏覽器直接在線上觀看

③藉由電腦上的漫畫下載軟體搜尋及下載內容，再由電腦傳至指定的行動載具上來觀看

11. 請問您使用行動載具來閱讀漫畫的經驗是？

①1 年以下 ②1 年至 2 年 ③2 年至 3 年 ④3 年至 4 年 ⑤4 年至 5 年 ⑥5 年以上

12. 請問您每週花費多少時間使用行動載具來閱讀漫畫？

①3 小時以下 ②4~6 小時 ③7~9 小時 ④10~12 小時 ⑤12 小時以上

13. 請問您使用行動載具閱讀漫畫的動機為何？（複選題）

①新奇有趣 ②學習新知 ③廣告吸引 ④朋友影響 ⑤實用性 ⑥時髦流行 ⑦即時性 ⑧其他

14. 第三部份：【知覺易用性】

這一部分在了解您對於使用行動載具閱讀漫畫感覺容易的程度，請您依照您同意的程度作答。如果您非常同意，請勾選 7；如果您非常不同意，請您勾選 1。	非常不同意 <-> 非常同意 1 2 3 4 5 6 7
01. 我覺得在任何時候（等車或等人時），使用行動載具閱讀漫畫，是非常方便的	<input type="checkbox"/>
02. 我覺得在任何地點（公園或公車上時），使用行動載具閱讀漫畫，是非常方便的	<input type="checkbox"/>
03. 我覺得我可以很容易使用行動載具找到想要閱讀的漫畫	<input type="checkbox"/>
04. 我認為學習使用行動載具下載與閱讀漫畫是容易的	<input type="checkbox"/>
05. 我相信很快就能熟練地操作行動載具閱讀漫畫	<input type="checkbox"/>
06. 整體而言，我覺得行動載具來閱讀漫畫是容易使用的	<input type="checkbox"/>

15. 第四部份：【知覺有用性】

<p>這一部分在了解您對於使用行動載具閱讀漫畫感覺有用的程度，請您依照您同意的程度作答。如果您非常同意，請勾選 7；如果您非常不同意，請您勾選 1。</p>	<p>非常不同意 <-> 非常同意 1 2 3 4 5 6 7</p>
<p>07. 我覺得使用行動載具可以提高閱讀漫畫的效率</p> <p>08. 我認為使用行動載具可以更快速找到想要閱讀的漫畫</p> <p>09. 我感覺使用行動載具可以在網路上找到更多我有興趣的漫畫</p> <p>10. 整體而言，使用行動載具閱讀比起傳統閱讀紙本漫畫是更有用的</p>	<p><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>

16. 第五部份：【知覺趣味性】

<p>這一部分在了解您對於使用行動載具閱讀漫畫感覺趣味的程度，請您依照您同意的程度作答。如果您非常同意，請勾選 7；如果您非常不同意，請您勾選 1。</p>	<p>非常不同意 <-> 非常同意 1 2 3 4 5 6 7</p>
<p>11. 我感覺使用行動載具閱讀漫畫可以為我帶來樂趣</p> <p>12. 我感覺使用行動載具閱讀漫畫能引起我的好奇心</p> <p>13. 我感覺使用行動載具閱讀漫畫能激發我的想像力</p> <p>14. 我覺得使用行動載具閱讀漫畫是有趣的</p>	<p><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>

17. 第六部份：【主觀規範】

這一部分在了解您對於使用行動載具閱讀漫畫主觀規範的程度，請您依照您同意的程度作答。如果您非常同意，請勾選 7；如果您非常不同意，請您勾選 1。	非常不同意 <-> 非常同意 1 2 3 4 5 6 7
15. 在合理的範圍內，我的家人會認為我應該使用行動載具閱讀漫畫	<input type="checkbox"/>
16. 家人的支持會影響我使用行動載具閱讀漫畫的意願	<input type="checkbox"/>
17. 在合理的範圍內，我的同學與朋友會認為我應該使用行動載具閱讀漫畫	<input type="checkbox"/>
18. 同學與朋友的支持會影響我使用行動載具閱讀漫畫的意願	<input type="checkbox"/>
19. 在合理的範圍內，我的長輩會認為我應該使用行動載具閱讀漫畫	<input type="checkbox"/>
20. 長輩的支持會影響我使用行動載具閱讀漫畫的意願	<input type="checkbox"/>

18. 第七部份：【使用態度】

這一部分在了解您對於使用行動載具閱讀漫畫有意願的程度，請您依照您同意的程度作答。如果您非常同意，請勾選 7；如果您非常不同意，請您勾選 1。	非常不同意 <-> 非常同意 1 2 3 4 5 6 7
21. 我覺得使用行動載具可以讓我隨時享受閱讀漫畫的樂趣	<input type="checkbox"/>
22. 我對使用行動載具閱讀漫畫持正面肯定的看法	<input type="checkbox"/>
23. 相較於利用傳統閱讀紙本漫畫的方式，我會對於使用行動載具來閱讀漫畫感到興趣	<input type="checkbox"/>

19. 第七部份：【行為意向】

這一部分在了解您對於使用行動載具閱讀漫畫有意願的程度，請您依照您同意的程度作答。如果您非常同意，請勾選 7；如果您非常不同意，請您勾選 1。	非常不同意 <-> 非常同意 1 2 3 4 5 6 7
24. 如果有機會，我會推薦使用行動載具閱讀漫畫的方式給同學一起來使用	<input type="checkbox"/>
25. 整體而言，我覺得使用行動載具閱讀漫畫的機率會增加	<input type="checkbox"/>
26. 整體而言，我覺得我會一直持續使用行動載具閱讀漫畫	<input type="checkbox"/>