

南華大學管理學院文化創意事業管理學系

碩士論文

Department of Cultural & Creative Enterprise Management

College of Management

Nanhua University

Master Thesis

影響消費者使用寫作軟體行為意向之初探

A Preliminary Study on Influencing Consumers'

Behavioral Intention to Use Writing Software

王仁郁

Ren-Yu Wang

指導教授：黃昱凱 博士

洪林伯 博士

Advisor: Yu-Kai Huang, Ph.D.

Lin-Bao Hung, Ph.D.

中華民國 111 年 12 月

December 2022

南華大學
文化創意事業管理學系
碩士學位論文

影響消費者使用寫作軟體行為意向之初探
A Preliminary Study on Influencing Consumers'
Behavioral Intention to Use Writing Software

研究生：王仁郁

經考試合格特此證明

口試委員：趙宗元

黃益三

黃昱凱

指導教授：黃昱凱

洪村伯

系主任(所長)：林倫全

口試日期：中華民國 111 年 12 月 11 日

中文摘要

過去圖書產業鏈是由作者、出版社、經銷商與書店所組成，但是資訊科技的進步讓行動商務成為近年來圖書產業的主要銷售模式，許多寫作軟體的 APP 也讓想要寫作的人有了一個有用的工具來嘗試寫作。而電子書的出現，更讓許多作者不需要製作紙本書也可以在電子書市場進行出版，讓更多讀者可以有更多的選擇。本文以消費者選擇寫作軟體的行為意向為分析主體，除建構寫作軟體的服務品質外，並利用服務品質與服務品質等變數來建構影響寫作軟體行為意向的結構方程模型。分析的結果顯示寫作軟體與服務品質都會對行為意向有正向影響。本文並參考主要的研究發現提出相關的管理建議。

關鍵詞：寫作軟體、服務品質、服務價值、行為意向、結構方程模型

Abstract

In the past, the book industry chain was composed of authors, publishers, distributors, and bookstores. However, the advancement of information technology has made mobile commerce the main sales model of the book industry in recent years, and many writing software apps have also allowed people who want to write. A useful tool to try writing. The emergence of e-books has allowed many authors to publish in the e-book market without making paper books, allowing more readers to have more choices. This paper takes the behavioral intention of consumers choosing writing software as the main body of analysis. In addition to constructing the service quality of writing software, it also uses variables such as service quality and service quality to construct a structural equation model that affects the behavioral intention of writing software. The results of the analysis show that both writing software and service quality have a positive impact on behavioral intentions. This paper makes relevant management recommendations with reference to the main research findings.

Keywords: writing software, service quality, service value, behavioral intention, structural equation model

目錄

中文摘要	I
Abstract	II
目錄	III
圖目錄	VI
表目錄	VII
第一章緒論	1
1.1 研究背景與動機.....	1
1.2 研究目的.....	2
1.3 研究流程.....	2
1.4 研究範圍與限制.....	3
第二章文獻探討	5
2.1 寫作軟體研究.....	5
2.2 行為意向.....	8
2.3 服務價值.....	10
2.4 服務品質.....	14
2.5 小結.....	18
第三章個案分析	19
3.1 個案一：Scrivener	19
3.2 個案二：Ulysses	21
3.3 個案三：Notion	23

3.4 個案四：Microsoft Word.....	26
3.5 個案五：Storyist.....	28
第四章 資料分析與討論.....	31
4.1 問卷設計.....	31
4.1.1 易用性構面量表.....	31
4.1.2 功能性構面量表.....	32
4.1.3 安全性構面量表.....	33
4.1.4 服務價值構面量表.....	34
4.1.5 行為意向構面量表.....	36
4.2 資料收集與樣本說明.....	37
4.3 測量模型.....	39
4.3.1 易用性量表信效度分析.....	39
4.3.2 功能性量表信效度分析.....	40
4.3.3 安全性量表信效度分析.....	41
4.3.4 服務價值量表信效度分析.....	42
4.3.5 行為意向量表信效度分析.....	43
4.4 結構模型分析.....	44
第五章 結論與建議.....	48
5.1 結論.....	48
5.2 建議.....	48
5.2.1 實務上的建議.....	48
5.2.2 學術上的建議.....	49

參考文獻..... 50



圖目錄

圖 1.1 研究流程.....	3
圖 2.1 理性行為理論架構.....	8
圖 3.1 Scrivener 操作畫面.....	19
圖 3.2 文稿各部分拆解示意圖.....	21
圖 3.3 Ulysses 操作畫面.....	22
圖 3.4 Ulysses 多視窗功能.....	22
圖 3.5 圖像預覽.....	23
圖 3.6 Notion 操作畫面.....	24
圖 3.7 Notion 自定義側邊欄.....	25
圖 3.8 Microsoft Word 使用介面.....	26
圖 3.9 Word 模板畫面.....	27
圖 3.10 Word 語法拼寫檢查.....	28
圖 3.11 Storyist 操作介面.....	29
圖 3.12 彩色索引卡.....	30
圖 3.13 Storyist 故事開發工具介面.....	30
圖 4.1 易用性之測量模型分析結果.....	40
圖 4.2 功能性之測量模型分析結果.....	41
圖 4.3 安全性構面之測量模型分析結果.....	42
圖 4.4 服務價值之測量模型分析結果.....	43
圖 4.5 行為意向之測量模型分析結果.....	44
圖 4.6 寫作軟體服務品質的二階測量模型分析結果.....	45
圖 4.7 研究模型分析結果.....	46

表目錄

表 4.1 易用性構面量表問項.....	32
表 4.2 功能性構面量表問項.....	33
表 4.3 安全性構面量表問項.....	34
表 4.4 服務價值構面量表問項	35
表 4.5 行為意向構面量表問項	36
表 4.6 年齡分析統計表.....	37
表 4.7 居住地點分析統計表.....	37
表 4.8 婚姻狀態分析統計表.....	38
表 4.9 學歷分析統計表.....	38
表 4.10 職業分析統計表.....	38
表 4.11 最常使用寫作軟體類型統計表	38
表 4.12 易用性量表之信、效度分析結果.....	39
表 4.13 功能性量表之信、效度分析結果.....	40
表 4.14 安全性量表之信、效度分析結果.....	41
表 4.15 服務價值量表之信、效度分析結果	43
表 4.16 行為意向量表之信、效度分析結果	44

第一章 緒論

本章說明本論文的研究背景、研究動機、研究目的、研究流程以及研究限制，底下說明本章各節的內容。

1.1 研究背景與動機

出版產業可以說是人類最早出現的產業之一，這包括紙張的技術印刷的技術以及流通的技術。印刷術的普及讓文字得以藉由流通的通路廣泛的傳播。人類的知識與文化也可以經由文字的傳播，而獲得保存與發揚光大近年來網際網路的技術，除了讓書店產業可以經由網路書店銷售之外，電子書產業也讓更多的人可以經由協助軟體的應用而進入圖書市場。目前已經有許多協助軟體，可以供讀者選擇，因此，讀者可以利用這些寫作軟體來進行寫作工作，並將完成的作品經由數位出版流通平台來進行發布與銷售。

寫作軟體可以說是資訊科技的一個重要應用，傳統的出版流程是由作者與經紀商或者說所謂的編輯進行共同合作。編輯需要協助作者進行排版校正的工作，有時候編輯也需要幫作者提供進度追蹤寫作大綱的擬定來配合市場的一個需求，這當中如果牽涉到圖形影片那麼編輯的工作就顯然負荷的要更多。自從寫作軟體出現之後，大大降低了編輯在這方面的一個工作壓力。最早出現的寫作軟體是文書處理器，最早出現的寫作軟體，但是隨著 App 的應用軟體的成熟，最早的寫作軟體也越來越符合專業寫做人的一個需求。這些需求包括如何去邊騎圖書的封面如何去設計你的寫作大綱如何去做版型的規劃？以及錯別字的校正等等，而數位出版造成的一個電子書產業的普及，也讓許多作者可以經由寫作軟體編輯圖書之後就可以在數位出版，尤其是電子書的平台進行上傳與銷售。雖然寫錯軟體在目前已經 10 分的普遍，但是有關協助軟體的使用行為意象等相關研究人相當的缺乏，若能夠針對消費者怎麼選擇寫作軟體的行為以及消費者關心寫作軟體的那些服品質類似這樣子的研究將有助於我們進一步去思考如何去發展更好的寫作軟體。本文利

用結構方程模型的技術經由服務品質的一個建構，並探討服品質與服務價值，將如何選擇行為影響，研究的結果將能夠提供數位出版後發展行銷策略的參考。

1.2 研究目的

本文徵求網路的讀者為分析對象，經由文獻回顧建構影響消費者使用寫作軟體的因素，並建構寫作軟體的服務品質，並經由服務品質、服務價值建構影響消費者選擇寫作軟體的行為因素及其結構關係，研究的目的條列如下：

1. 經由文獻回顧建構影響寫作軟體的服務品質模型。
2. 經由問卷設計與資料收集，以結構方程模型分析技術對本文的研究模型進行模型中的相關參數校估工作。
3. 根據 SEM 的分析結果進行分析說明結論與提出相關圖書產業的管理意涵與行銷建議。

1.3 研究流程

論文的研究流程如下，第一章說明研究背景與動機，並與指導教授討論研究方向後，開始確定研究目的，之後根據研究目的選擇研究方法；第二章文獻回顧，說明與本研究有關的相關文獻，包含寫作軟體、服務品質、服務價值、行為意向等等相關研究，經由文獻回顧與整理建構本論文的寫作軟體服務品質行為模型；第三章是個案分析，說明不同的寫作軟體與其核心服務；第四章則是資料收集與分析，包含問卷與量表構面設計、資料收集以及信度、效度分析、結構方程模型分析等；第五章則提出本論文之主要結果，並根據研究發現針對圖書產業提出相關行銷建議，圖 1.1 為本文之研究流程。

底下根據圖 1.1 所描述之研究流程，分別條列本論文各個章節所呈現之研究內涵：

1. 說明研本論文之究動機與目的，並確定研究方法。
2. 參考與本文研究內容相關的研究文獻，包含服務品質、寫作軟體、行為意

- 向、服務價值等文獻題進行分析。
3. 根據文獻建立本研究模型並進行量表設計。
 4. 進行網路問卷發放、資料處理與結構方程模型分析。
 5. 針對研究發現進行彙整並提出結論與建議。

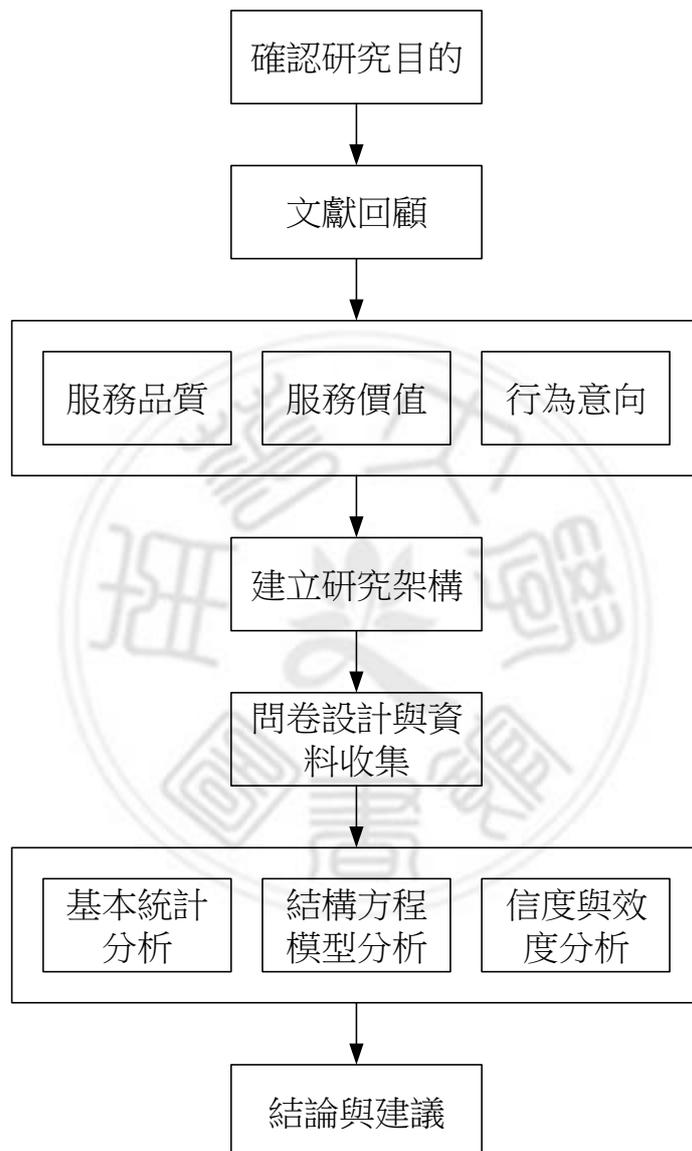


圖 1.1 研究流程

1.4 研究範圍與限制

由於研究時間或經費上的限制，因此對於研究範圍與研究樣本一定會存在部

分限制，有關本論文之相關可能限制說明如下：

1. 研究範圍

本研究選擇大學生為研究對象，因此研究發現只能解釋大學生的行為，無法推論到其他族群。

2. 研究限制

寫作軟體的相關研究仍相對缺乏，本研究所建構有關寫作軟體的二階服務品質模型仍有許多改善工作，因此後續學者可以進一步以本研究所發展的量表進行改善的工作。



第二章 文獻探討

第二章為文獻回顧，分析的內容包含寫作軟體、服務品質、服務價值與行為意向等變數的相關文獻回顧進行分析。

2.1 寫作軟體研究

寫作是人類最重要的行為之一，若沒有寫作，則許多文化、科技等將無法傳播。但是出乎意外的是，若用寫作軟體在國家圖書館碩博士論文網進行搜尋，卻發現以往有關寫作軟體的研究並沒有很多。相關寫作軟體的研究都與寫作教育有關，如游媛淇 (2011)檢驗在線總結寫作程序 WriteToLearn 對 EFL 新生在閱讀理解、詞彙知識和總結寫作方面提高的影響。該研究旨在調查 WriteToLearn 程序對兩種不同閱讀能力水平的 EFL 學習者的效果是否不同。參與者是台灣中部地區的 33 名 EFL 大一英語專業學生，被分為高水平閱讀組或低水平閱讀組。兩組均接受了為期 14 週的 WriteToLearn 總結寫作訓練。收集和分析他們的閱讀理解測試和詞彙知識測試的前測和後測分數。他們在培訓期間的總結寫作表現被記錄和評估。結果表明，在完成WriteToLearn總結寫作訓練後，低水平閱讀組的閱讀理解有顯著提高，而高水平閱讀組提高不大。兩組的詞彙知識都有顯著提高。至於總結寫作，兩組在他們的總結中都表現出較低的拼寫錯誤和重複內容的百分比。兩組都顯示出複製百分比比較低的趨勢，但他們排除不重要內容的能力在整個培訓過程中波動。該研究是有關寫作軟體中應用統計分析方法的研究之一。

由於英語已成為一種國際語言和書面交流英語在 21 世紀越來越受歡迎跨不同環境和針對不同受眾的英語已成為必不可少的世界各地的第二語言 (L2) 學習者，然而英語寫作能力往往受到有限輸入的阻礙。許多學者認為英語課堂寫作練習不足，且教師工作量大在寫作教學中。由於計算機技術的飛速發展，基於網絡的寫作程序已被開發為提高學生寫作技巧的工具，提供更多的寫作練習，減少寫作教師的工作量。這些程序配備人工智能評分引擎，可以為學生提供即時分數和對他們論文的診斷反饋。此外，這些寫作軟體也提供了方便的寫作和編輯工具，以方便學生

的寫作。。為了更深入地了解如何基於網絡的寫作程序適用於 EFL 寫作課，鄭為元 (2005)使用 MyAccess 為分析個案，探討該寫作軟體的有效性，並探討可能影響其在台灣英語寫作課中的有效性的因素。該研究以台灣南部一所科技大學的專業，數據包括學生的對研究人員製作的問卷的回覆，三個焦點小組訪談學生及其寫作樣本記錄在 MyAccess 的在線作品集中。調查結果表明，只有 55% 的學生對這個項目有中度或對他們提高寫作技巧有一定的幫助，而且學生較少評分功能比寫作/編輯功能更滿意。該研究的分析結果也說明讀者不滿寫作體在很大程度上是因為這個軟體沒有提供作者給出具體的反饋，尤其是他們作品的修辭方面。此外，該研究還發現教學法基於網絡的寫作計劃的方法、教師的熟悉程度以及他們的計算機技能、評分後反饋和諮詢以及同伴影響影響了學生對這個項目的態度。結果表明，教學法和上下文因素比程序功能的設計更重要在確定其有效性時。最後，該研究提供了以下方面的教學意義如何以更有效的方式使用這樣的寫作程序來支持教學和英語寫作的學習。

李安妮 (2005)採用單學科設計的A-B設計方法，該研究旨在探討「Easy Writer Writing Software (EWWS)」對參與者寫作表現和態度的影響，該研究選擇六名有學習障礙的初中生作為研究對象，經桃園市特殊兒童鑑定安置諮詢委員會認定為學習障礙。通過「MS Word XP 版」和「EWWS」收集作品。作品的評分為流暢性和質量。每次寫作課後都會報告學生對寫作的態度。採用簽證分析和百分比來分析數據。該研究的主要發現如下：

1. 參與者的寫作流利度和質量受「EWWS」影響。由於個人因素和成分有限，沒有穩定的結果。
2. 參與者的寫作態度受「EWWS」影響，但效果不明顯。
3. 參加者對使用「EWWS」寫作表現出積極的態度。

技術對外語教育產生了很大的影響，尤其是在電影、計算機和互聯網開始被教師和學習者使用之後，通過自動寫作評估 (AWE) 學習寫作技巧就是這種趨勢的一個例子。AWE 的設計者聲稱可以幫助教師和學生進行寫作技巧的教學和學習。一個重要的教學問題是 AWE 是否真的能有效提高學生的寫作技巧。Warschauer

和 Grimes (2008 年) 在加利福尼亞進行的一項調查顯示，AWE 項目似乎確實為教師節省了一些批改論文的時間，但學生使用 AWE 導致他們只進行了微小的修改，因此需要在其他學校進行進一步的調查。

林黃淑化 (2009) 探討使用自動寫作評估程序與學生積累電子寫作檔案是否有利於台灣大學生在自主學習環境中學習寫作。該研究以 AWE 程序 MY Access 為分析主體，並以台灣南部一所大學的一個班級的學生為分析對象。該研究旨在觀察 58 名 4 年級英語語言專業學生在三個月內獨立使用該程序就四個不同主題（兩個敘述性，兩個說服性）撰寫論文是否有助於他們學習寫作技巧。研究期間共提交論文 200 篇，根據學生提交記錄顯示，88% 的學生通過提交至少一篇論文參與了該計劃，其中 53.3% 的學生提交了一篇以上的論文，其中大多數學生完成了一篇論文，然後轉到下一個主題。這種參與模式突出了自主學習與教師指導學習之間的差異。該研究對期末 36 名學生進行了旨在調查學生使用、自主性和動機的態度問卷，並通過隨機抽樣對 8 名學生進行了深入訪談。研究結果發現學生們普遍認為該計劃幫助他們學習更好地寫作，例如，通過使他們對拼寫錯誤更加敏感，儘管沒有發現證據表明學生的作文分數比少量的作文修改有所提高。在學生的動機和他們提交的論文數量之間觀察到一定程度的相關性，而深入訪談顯示，學生們認為使用該程序的好處大於壞處。比較 Microsoft Word、MY Access 和人工評分員的錯誤分析後，MS Word 發現每篇文章的平均錯誤率為 6.3 個錯誤，而 MY Access 在相同文章中發現的錯誤率為 13.2，而人工評分員發現的錯誤率為 18 個。研究結果表明，通過傳統方式向一個組教授寫作並使用自動寫作軟件對另一個匹配組進行寫作並比較結果的實驗將是本研究的合乎邏輯的延伸。這樣的研究可以在一個學期或一年的時間內進行，以進行公平審判。

上述有關寫作軟體的分析可以知道，目前有關寫作軟體的研究多半與教育有關，這些研究所分析的寫作軟體也是以教育相關的寫作軟體為主，並不是目前主流的寫作軟體是提供作者進行創作，包含編輯、排版、圖片邊修等功能，並可以將完成的作品上傳到電子書評台。因此，進一步以作者為核心的寫作體之相關研究就成為一個重要的研究議題。

2.2 行為意向

Fishbein and Ajzen (1975)提出理性行動理論(Theory of Reasoned Action, TRA)。理性行為理論能夠整合影響一個人做出行為之相關因素，且個人的實際行為表現是由本身的行為意向所決定的，而意向是指對行為正向或負向的評價。該理論亦指出行為意向是由該行為的態度(Attitude, AT)與本身的主觀規範(Subjective norm, SN)所決定的。不僅如此，行為的態度及主觀規範亦受行為信念與規範信念影響，其中，行為信念為個人主觀上對於從事特定行為所能產生的重要結果，而規範信念則是個人察覺到他人或團體對於此行為信念的期望。

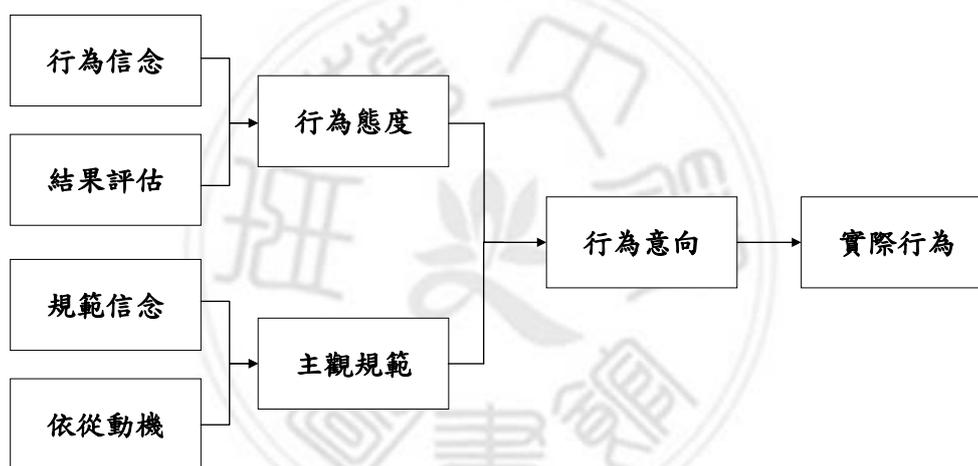


圖 2.1 理性行為理論架構(Fishbein and Ajzen, 1975)

Ajzen and Fishbein (1980) 認為主觀規範為個人所感知到是否執行該行為的社會壓力。Madrigal (2000)亦指出社會壓力與個人的群體認同之間的關聯性，該研究結果顯示社會壓力將影響個人於群體內的行為。Ajzen 於1985年將態度定義為一個人對人、事、物或行為所抱持的正面或負面評價。若個人對於該行為的態度越正面，則行為意向越高；反之，若當個人對於該行為的態度越負面，則行為意向越低。Xiao (2020)認為如果一個人做某件事可以給帶來理想的結果，則更有可能將該行為視為一種有價值的行為，並對這種行為產生積極的態度。

大量的研究指出成功預期為最能預測行為意向的指標之一，強調了成功預

期或結果預期對於行為意向的作用。研究結果表示，成功預期高的人表現出努力前進的狀態，而對未來抱持懷疑態度的人有較大的機率選擇放棄。因此，若設定的未來狀態被認為可實現時，個人可能會將其作為目標並繼續執行該行為，以完成目標(Bandura, 1977; Kruglanski et al., 2015; Scheier & Carver, 1987)。而 Youllee, Sungeun & Jiyeon (2019)亦指出可透過提供相關之成功案例，凸顯達成目標並非難事，以提高個人的成功預測並加深行為意向。

Gursoy 等人開發且憑經驗測試了人工智能設備使用接受度的理論模型，希望可以用來解釋客戶在服務遭遇中接受 AI 設備使用的意願。該研究提出的模型包括三個接受生成階段(主要評估，次要評估和結果階段)和六個先決條件(社會影響，享樂動機，擬人化，預期表現，預期工作量和情感)。研究結果表明，社會影響力和享樂動機與預期績效成正相關，而擬人化與預期工作成正相關。這項研究提供了一個概念性的 AI 設備接受框架，其他研究人員可以使用該框架更好地研究服務上下文中與 AI 相關的主題 (Gursoy et al., 2019)。

有關行為意向的研究很多，如Wang 等人 (2020)將技術接受模型與計劃行為理論相結合，並以結構方程式探討影響消費者在實體書店中使用 AI 客戶服務的行為意圖。結果顯示，影響消費者願意在實體書店當中使用智能音箱服務系統的要素是態度；此外，感知易用性和感知有用性通過態度對行為意圖具有積極和間接的影響，感知易用性比感知有用性對感知意圖的影響更大。黃昱凱等人 (2020)的研究中顯示，有 95.8%的受訪者表示 AI 客戶服務是未來的服務趨勢，更有 62.9%的受訪者表示一定會嘗試 AI 客服。

本研究開發並實證測試了一個模型來預測影響學生使用移動學習 (m-learning) 的行為意圖的因素。本研究通過應用技術接受和使用的擴展統一理論 (UTAUT) 模型，增加感知享受、移動自我效能、滿意度、信任和感知，從消費者的角度探討使用移動學習的行為意向。風險調節器。通過採用基於多種技術接受理論的研究模型進行橫斷面研究。數據來自對 1,562 名受訪者的在線調查，並使用結構方程模型進行分析。偏最小二乘 (PLS) 回歸用於模型和假設檢驗。結果表明：(1) 行為意向受到滿意度、信任、績效期望和努力期望的顯著正向影響；(2) 感知享受、績

效期望和努力期望與行為意向呈正相關；(3) 移動自我效能感對感知享受有顯著的正向影響；(4) 感知風險對績效期望與行為意向的關係具有顯著的負調節作用。我們的研究結果與 UTAUT 模型相對應，並為參與設計用於大學實施的移動學習的教育機構和決策者提供了實用參考。努力期望與行為意向呈正相關；(3) 移動自我效能感對感知享受有顯著的正向影響；(4) 感知風險對績效期望與行為意向的關係具有顯著的負調節作用。我們的研究結果與 UTAUT 模型相對應，並為參與設計用於大學實施的移動學習的教育機構和決策者提供了實用參考。努力期望與行為意向呈正相關；(3) 移動自我效能感對感知享受有顯著的正向影響；(4) 感知風險對績效期望與行為意向的關係具有顯著的負調節作用。我們的研究結果與 UTAUT 模型相對應，並為參與設計用於大學實施的移動學習的教育機構和決策者提供了實用參考。

2.3 服務價值

多層次營銷公司在世界各地都很受歡迎，因為他們的員工也是客戶。近年來，台灣的多層次營銷業呈爆發式增長，如果沒有高客戶滿意度，企業就無法持續生存，因為提高客戶滿意度保證會增加銷售額，也有助於提高員工保留率。另一方面，在知識經濟時代，為了保持主導地位，追求創新管理成為成功的關鍵，因此，本研究探討了創新服務質量和服務價值對多層次營銷公司滿意度的影響。該研究方便對 264 家多層次營銷分銷商進行抽樣調查，並進行電子問卷調查。數據分析採用描述性分析、相關分析、回歸分析、T 檢驗和單因素方差分析。考察了三個變量之間的關係：服務質量作為自變項，服務價值作為中介變項，滿意度作為依變項，結果表明，服務質量對服務價值有正向影響，服務質量通過服務價值對滿意度有顯著的間接正向影響。因此，建議多層次營銷公司在這三個方面要多下功夫。為了提升多層次營銷公司的服務價值，需要提升合作夥伴之間的合作滿意度，使其更具競爭力(黃惠元，2020)。

該研究的目的是探討服務質量和服務價值對消費者滿意度的影響。該研究以台中某醫院體檢中心的顧客為對象，採用問卷調查的方式發放問卷，採用問卷調查方

式收集統計數據，並使用SPSS統計軟件包軟件進行數據分析，然後對問卷數據進行描述性統計分析、信效度分析和相關性分析，驗證本研究各變量之間建立的研究假設是否成立，了解服務質量和服務價值對消費者的影響研究消費者滿意度之間的關係。結果發現：(1)服務質量對服務價值有顯著的正向影響；(2)服務價值對消費者滿意度有顯著的正向影響(陳秭俞，2021)。

本研究旨在探討三個變量之間的關係：服務質量、服務價值和鄉里長服務處的服務滿意度。通過在彰化縣員林市南平里里民的公開活動中發放紙本問卷，樣本由居住在該地的里民構成，採用非隨機便利抽樣方法，該研究共發放問卷330份，回收310份，剔除無效問卷(資料不全或重複)，最終有效問卷290份。結論如下：1. 里長服務處的服務質量對村民對服務價值的認知有正向影響。2、里長服務處的服務質量對服務滿意度有正向影響。3. 里長服務處的服務價值對服務滿意度有正向影響。4.服務價值在服務質量和服務滿意度之間部分起中介作用 (吳國勝，2022)。

該研究的主要目的是調查關係質量、服務價值和轉移障礙與健身房再購買意願的相關性。該研究針對台灣中部有體操習慣的市民。我們製作問卷並進行調查作為研究方法。發放問卷155份，回收有效問卷152份，基於描述性統計、回歸和路徑分析、相關分析、因素分析和單因子變異數分析等方式，得到以下結果：1.健身房會員關係質量與切換障礙呈顯著正相關。2.健身房會員關係質量與健身房會員服務價值顯著正相關。3、第三，轉換壁壘與回購意願顯著正相關。4、健身房會員的服務價值與再購意願顯著正相關。研究結果顯示，關係質量將通過轉換障礙和服務價值兩個中介因素增強健身房會員的回購意願。對於健身房行業的現狀，本研究表明，健身房會員關係的質量可以創造商業價值(曾常捷，2019)。

製鞋業是台灣製造業的重要夥伴產業之一。公司面臨由西向南的轉型，對市場價值的追求不力。該研究的目的是探索企業如何利用雙元策略(利用策略和探索策略)來發展客戶服務價值，並通過設計思維協助企業製定商業計劃，以實現可持續的商業目標。研究方法採用定量研究的問卷調查法，對鞋業企業主或中高層管理人員進行調查，並進行統計分析。研究結果將表明，當公司資源有限且市場高度不確定時，勘探策略的使用將對服務價值產生積極影響，當企業能夠掌握市場形勢並穩定

生產時，採用利用策略將對服務價值產生積極影響，投資於設計思維可以使策略的使用能夠提高效率和增加服務價值。這主要是由於以客戶為導向的觀點。研究成果將為學術理論發展和管理實踐提供參考(黃桂英，2019)。

服務經驗的增加對於企業獲得競爭優勢具有重要作用；然而，有限的研究強調了這個問題。因此，該研究試圖通過定義和調查服務體驗增加來填補研究空白，建立了一個理論框架來探索服務體驗增加(包括認知和情感體驗維度)對服務價值的影響，進而影響客戶影響行為。通過結構方程模型 (SEM) 檢查了從 348 位客戶收集的調查數據，結果顯示，認知和情感體驗對服務價值有正向影響，進而影響顧客影響行為，並討論了影響、局限性和未來的研究方向(黃唯暄，2020)。

長期以來，台灣存在銀行過度競爭的關係。近年來，由於金融環境的快速變化、銀行業務範圍的擴大、外資銀行的競爭以及網路銀行的廣泛應用，僅靠價格來保持競爭優勢和說服客戶並不容易。提供所需的服務和產品，建立客戶的幸福感和依賴關係已經成為一個重要的現實問題。過去，銀行業很少從服務價值的角度去探索如何提升客戶幸福感，進而產生品牌依戀，因此，該研究調查了與 L 銀行交易超過一年的 247 家中小企業客戶，使用結構方程模型 (SEM) 進行模型測試。研究結果發現，服務價值對顧客幸福感有正向影響，服務價值影響最大的因素是「服務公平」，其次是「產品領導力」、「感知犧牲性」、「顧客親密度」、「客戶溝通性」、「服務質量」和「運營效益」，此外，客戶幸福感對品牌依戀有積極影響。這些結果可以提供 L Bank 提升服務價值、提高客戶幸福感和品牌依戀度參考，並提供未來的服務價值研究參考(郭乃睿，2021)。

鑒於服務價值最初被客戶低估的現象，如果製造企業對產品和服務進行整合、捆綁，客戶將不願意為混合產品買單。該過程被視為包含實物期權的多階段動態投資計劃，通過貝葉斯統計估計客戶服務價值的感知波動率，實現混合產品的多階段拆分定價。例如，驗證定價策略的可行性和有效性。研究顯示：基於客戶理解價值的定價策略使供需交易更加靈活；客戶低估服務價值的持續時間，決定了客戶購買的價值理解；當客戶低估服務價值時，混合產品的總價格大於客戶低估的服務價值時混合產品的價格(羅建強、楊軒，2021)。

隨著消費模式的變化和服務價值的展現，以往的商品主導邏輯受到了根本性的挑戰，面對外部商業環境的劇變，企業逐漸走向以服務為主導的邏輯世界觀，重新探討價值、服務和客戶的真正含義和角色定位，同時關注企業所形成的價值體系。回顧以往文獻，在現有的戰略理論中，強調如何通過利益相關者形成的價值網絡，即基於問題連接的網絡關係，來構建價值生態系統或價值生態系統。因此，接下來探索相互專業知識和貢獻的後續整合，以實現價值共同創造。然而，大部分討論仍然落在企業與供應商、客戶等社區等外部合作夥伴之間的互動和聯繫所形成的價值共創。很少討論企業自身面臨的創新過程，從過去良好的製造邏輯，引入設計思考後，到服務主導的邏輯創新過程。該研究通過定性比較案例研究法和半結構化深度訪談法，深入了解案例企業在引入設計思考過程中所面臨的組織慣性阻力。設計思考案例B公司梳理其執行實踐的語境，並根據公司自身的組織特點進行翻譯、調整適當的實踐，從而幫助組織走向以服務為中心的狀態，並將設計思考的思維紮根於企業在日常操作中。最後，該研究通過對比較案例公司的實施細節以及相關的企業文化建立和組織設計的分析 and 整理，找到有助於突破實施困境的機會和方法，在設計思考的創新過程中，可能要面對組織慣性的阻力和自我調整和解決的機會(胡存雅，2022)。

近年來，新興技術受到酒店業的高度關注。該研究旨在通過結合人工智能、RPA和智能技術，將先進的新興技術應用到酒店運營中，從而徹底改變旅行和旅遊市場的管理，以創造新的商業奇蹟。問卷將設計用於採訪受訪者以獲得准定性數據。將進行預測試過程以採訪租戶的消費者，並要求他們提供有價值和有用的信息，包括在日常酒店運營中應該使用什麼樣的新技術產品，以吸引客戶對酒店的關注，旨在修訂問卷設計。結果顯示，大部分旅遊業主認為從業人員過於保守，仍以勞動力為主要派遣方式進行日常運營。然而，台灣旅遊市場有時可能會考慮使用一種小而簡單的技術。事實上，廉價勞動力可能會阻礙新技術的採用。幾年後，這個想法可能會改變。同時，酒店業採用新技術是新趨勢(許嘉珊，2019)。

台灣7-11、全家等便利店的密度傲視全球。現在馬來西亞的朋友不用出國體驗便利店文化，它們早在1980年代就進入了馬來西亞市場。當地的7-11雖然比不上台

灣和日本，但作為全馬第一家24小時營業的便利店，也給不少人帶來了便利。myNEWS.com 是馬來西亞本土品牌。它的前身主要是賣雜誌和報紙，後來改造成多功能便利店，便利店為民生提供基本的零售商品，反映當代人們日常生活文化的寫照。當人們越來越重視服務質量時，該研究目的是通過 7-11 和 myNEWS.com 來探索馬來西亞。公眾對上述兩家便利超市服務質量的關注，上述兩家便利超市的服務質量表現，以及便利超市服務質量與滿意度的關係。本文采用問卷調查法、多元分析法和IPA重要性-績效分析法，受訪者為馬來西亞吉隆坡居民，共回收有效問卷135份。2 家便利商店的優先改善的項目皆為建議要建立產銷履歷、便利商店的服務人員必須能夠有效地為顧客解決問題、以及建立便利商店整體形象以便與消費價值相當(陳錦江，2022)。

公有市場代表了一個城市的第一印象，它影響著城市的社會、經濟和文化價值。它蘊含著濃厚的地方文化特色，對城市的可持續發展極為關鍵。然而，公有市場的服務質量一直被視為影響公有市場可持續發展的重要指標之一，如何有效提升和提高公共市場的服務質量，是一個複雜而矛盾的決策問題。因此，該研究採用多屬性決策模型來探索提高服務質量的關鍵因素。首先，在文獻回顧的基礎上，運用模糊德爾菲法，構建了評價指標框架。其次，利用基於實驗室分析網絡過程(DANP)的模糊決策試驗與評價，得到評價系統之間的影响關係和評價指標的影响權重。研究結果表明，公共市場服務質量的「保證性」是影響整個系統的根源，可視化的影響圖將幫助決策者制定改進策略。此外，影响權重有助於在資源有限的情況下合理分配資源(于莊、張志平、鄧振源，2022)。

2.4 服務品質

由於環境的變化，醫學界的競爭越來越激烈，如何提升自身品牌價值，是目前醫療機構的首要目標，管理者需要從新的角度看待醫院品牌的重要性的價值。該研究的目的是探討醫療行業的醫療服務品質、滿意度、信任以及品牌權益間之關係。使用帶有PLS程序的結構方程建模來研究包含醫療醫療服務品質、滿意度、信任以及品牌權益的模型。實證結果有力地支持了原先的假設。研究結果如下：首先，醫

療服務品質對滿意度有顯著的正向影響。其次，醫療服務品質對信任有顯著的正向影響。第三，滿意度對信任有顯著的正向影響。四、滿意度對品牌權益有顯著正向影響。最後，信任對品牌權益有顯著正向影響(張嘉雯、周麗娟，2022)。

該研究目的是了解高雄某杯路跑的發展現狀、服務品質、體驗價值和行為意向的影響，研究方法使用自編問卷作為研究工具。研究對象是參加路跑的參與者。共發放問卷400份，回收有效問卷375份。採用SPSS 22和PLS6.0統計軟件對調查結果進行統計分析。結果發現服務接觸對服務質量和體驗價值以及行為意向都有正向影響；服務質量對經驗價值有正向影響，對行為意向有負向影響；。結論認為環境質量、人員服務、道路運行信息、公共設施都不錯。該研究表明，由於體育人口逐漸老齡化，很多老年人因視力和學歷等原因無法通過問卷填寫反饋。他們可以通過面試和人力資源幫助了解老年人的動機(徐瑞良，2021)。

隨著社會的發展，很多行業都發生了變化，金融市場也不例外。以郵局為例，近年來，中華郵政不斷推出許多不同於傳統郵政服務的服務，以適應時代的演進，增加自身競爭力，但是否滿足於這些服務在大眾認知上的創新，該研究旨在探討郵局服務創新和服務質量對客戶價值和客戶滿意度的影響，從而幫助郵局了解公眾對郵局提供的服務創新的看法。該研究以郵局消費者為研究對象，採用問卷調查法回收有效問卷256份，並使用SPSS、AMOS等統計軟件作為統計分析工具。該研究將對樣本進行信度、效度、回歸和結構方程建模分析，結果發現：1.郵局消費者服務創新、服務質量、客戶價值與客戶滿意度之間存在極顯著的正相關關係。2.採用SEM分析探討郵局消費者對各個變量的影響，只有服務創新對顧客價值變量沒有顯著影響，其他變量有顯著正向影響(陳孟修、傅莉婷、張民昌、林麗芬，2021)。

近年來網上購物的快速增長，強調了送貨員提供的送貨上門服務在確保客戶滿意度方面的配套作用，準時交付、更好的服務、產生積極的客戶感知價值以及對服務提供商的信任是影響客戶滿意度的影響因素。該研究的目的是調查送貨上門人員的服務品質和感知價值對客戶滿意度的影響，其中信任發揮了干預作用。它在孟加拉的達卡進行，這是擁有一個新興但快速發展的數字部門。使用結構化問卷從 259 名接受送貨上門服務的受訪者中收集數據，利用帶有 SmartPLS 工具的偏最小二乘

結構方程建模 (PLS-SEM) 分析概念模型。研究結果顯示，服務品質、客戶感知價值和信任影響客戶滿意度；服務品質與客戶滿意度之間的關係以及客戶感知價值與滿意度之間的關係均部分地由信任中介。研究結果通過擴展 SERVQUAL 模型以將存在信任的感知價值納入信任的滿意度模型的開發和驗證，同時符合期望不確認理論(Uzir, Halbusi, Thurasamy, Hock, 2021)。

在當今競爭日益激烈的咖啡行業，經營一家好咖啡店的重點不再是簡單地經營一家咖啡和飲料店，而是專注於服務質量和顧客由此感受到的價值。以往的研究主要討論了餐廳的顧客滿意度和行為意向，而很少有研究探討連鎖咖啡店顧客滿意度和行為意向的影響因素。鑒於感知服務品質理論和 DINESERV 模型可以有效預測顧客滿意度和行為意向，本研究以中國第一家星巴克旗艦店的 385 名消費者為調查對象。SmartPLS 3.0 軟件用於探索受訪者感知服務品質、客戶感知價值、滿意度、和行為意圖。結果表明，服務質量對感知價值有部分顯著的正向影響，感知服務品質和顧客感知價值都對滿意度有顯著的正向影響，顧客滿意度對其行為意向有顯著的正向影響。這些結果顯示，企業應加強消費者與企業之間的情感紐帶，提高感知服務品質的可靠性、保證性和同理心，從而在消費者與星巴克品牌之間產生更好的情感共鳴，從而提高客戶滿意度。同時，也應該向星巴克提升中國消費者的象徵性感知價值，實現咖啡店運營和消費者回購的可持續發展。該研究擴展了非習慣性咖啡飲用國背景下咖啡連鎖企業服務品質、感知價值和行為意向的研究，並為國際餐飲連鎖企業區域文化消費習慣的運營研究提供案例支持(Ge, Yuan, Wang, Park, 2021)。

公共交通服務質量在許多國家被公認為基礎設施發展的基石。了解公共交通用戶對所提供服務質量的滿意度至關重要。然而，仍然缺乏研究來確定服務品質體驗與私家車用戶滿意度之間的具體關係。因此，該文旨在研究因COVID-19大流行而導致私家車用戶的不同滿意度屬性，並就如何適應這些改變的態度向政策制定者提出可能的建議。該論文強調，一些滿意度問題變得更加重要，而其他問題的重要性由於不尋常的情況而有所減輕。在該項研究中，應用偏最小平方結構方程模式(PLS-SEM)來檢驗提出的假設。此外，進行了偏最小平方多群組分析(PLS-MGA)，以在差距分析的基礎上調查年齡和性別群體的感知。在 COVID-19 期間，於2020年10與

11 月在匈牙利布達佩斯，利用問卷調查從 100 名PV用戶的看法中收集數據。研究結果顯示，感知的服務品質和可訪問性在PV用戶滿意度的形成中具有統計學意義，但安全性和安全性與滿意度沒有顯著相關性。此外，PLS-MGA 的結果表明，在實現與安全和安保相關的滿意度方面，性別和年齡組之間存在顯著差異(Ismael, Duleba, 2021)。

該研究的目的是研究英國景點環境中服務品質、感知價值、滿意度和行為意圖之間的關係。使用混合模式調查方法從英國中部地區的兩個旅遊景點收集數據。使用普通最小二乘法 (OLS)多元回歸分析共分析了 507 份可用問卷來檢查結構之間的關係。研究結果證實了英國旅遊景點背景下服務結構之間的認知-情感-意動順序。該項研究提高了對價值在服務體驗中的作用的理理解，特別是在吸引力環境中，提供了價值對滿意度和行為意圖產生重大影響的證據，更具體地說，情感價值比其他價值形式對滿意度和行為意圖的影響更大，管理者需要從整體上看待訪客體驗，而不是專注於一兩個服務結構(Oriade, Schofield, 2019)。

衡量移動政府的成功是當今公共部門面臨的一項重大挑戰，因為政府越來越多地使用移動技術為公民提供公共服務，而移動政府的努力往往未能發揮其潛力。為了解決這一差距，該研究借鑒了 DeLone 和 McLean (2003)更新的信息系統 (IS) 成功模型，以開發一個移動政府成功模型，該模型將服務質量理論化為包括在線和離線服務質量，並進一步使用感知價值來衡量淨收益。對中國 286 名移動政務用戶的調查結果表明，信息質量和在線服務品質(而非系統品質)與公民滿意度呈正相關，而公民滿意度又與感知價值呈正相關。結果還表明，在線服務品質與公民滿意度之間的關係受到線下服務質量的正向調節，而公民滿意度在信息質量/在線服務品質(但不是系統品質)與感知價值之間的關係中部分中介，該研究通過區分在線和離線服務品質以及引入感知價值的概念，擴展了更新後的 IS 成功模型。研究結果為研究人員和從業人員提供了關於服務品質和感知價值在衡量移動政府系統成功方面的作用的指導。而公民滿意度部分地調節了信息質量/在線服務品質(但不是系統品質)與感知價值之間的關係(Wang, Teo, 2020)。

該研究旨在檢驗服務質量、體驗價值、關係質量和行為意圖之間的關係。從文

獻綜述中確定了經過驗證的測量，該研究共收集了309名有效受訪者，測量模型和描述假設關係的概念模型是根據 309 個樣本使用驗證性因子分析和結構方程模型進行評估的。此外，該研究將收集到的數據中的概念系統化，定義並檢驗了服務品質、體驗價值、關係質量和行為意圖之間關係模型的組成尺度，有助於充分識別模型中各因素之間的關係以及影響。研究結果證實，服務質量影響體驗價值、關係質量和購買意願。服務品質、體驗價值、關係質量和行為意圖在當前的文獻中並沒有得到很好的理解，儘管對管理者、學者和消費者都有重要的影響。有助於更好地適應關係營銷模式和商業市場的管理實踐。該研究提供了有關服務品質和體驗價值的管理啟示，以便公司和行銷人員可以諮詢和應用，管理者不僅要關注服務質量的提高，還要關注整體戰略規劃。儘管對管理者、學者和消費者等具有重要意義，有助於更好地適應關係營銷模式和商業市場的管理實踐(TRAN, 2020)。

2.5 小結

根據前述的文獻回顧可以知道，目前我國有關寫作軟體的相關研究仍相對較少，因此在發展有關寫作軟體的服務品質變成為一個重要且需要的研究議題。在有關服務品質的分析方面，以往的研究常用服務品質缺口模型、PZB模型等，有些服務品質模型是一階模型，有些服務品質模型是二階因素模型。考慮到寫作軟體包含許多功能，因此本文將以二階因素分析技術來建構寫作軟體的二階寫作軟體服務品質模型。

經由相關文獻回顧的分析，本文預計建構的二階服務品質模型將包含下面三個不同服務屬性的構面：

1. 功能相關構面：包含寫作軟體的功能是否符合消費者的需求相關服務屬性，如穩定、相關寫作協助等。
2. 安全相關構面：寫作軟體的相關安全課題，如個人資料與寫作完成的作品之雲端安全等。
3. 易用相關構面：與寫作體有關的操作面向，如是否好用、是否符合消費者的穩定性需求等。

第三章 個案分析

本章為個案分析，主要是說明臺灣消費者可以經由跨境電商進行圖書購買的通路個案，包含 Scrivener、Ulysses、Notion、Microsoft Word、Storyist 等，底下分別說明這個寫作軟體。

3.1 個案一：Scrivener

Scrivener 是英國 Literature & Latte 公司針對文字工作者開發的專案管理軟體 (提供 Windows 與 MAC 以及 IOS 版本，如圖 3.1)，目前版本更新至 Scrivener 3，Scrivener 是一款為各種型別的寫作提供書寫環境和協助寫作的一款專業寫作軟體，擁有簡單而又獨特的操作介面，提供了標註、概述、收藏儲存、全螢幕編輯、快照等各種寫作輔助功能，可以對文章進行大致的勾勒或者重組，並且支援使用者使用關鍵詞跟蹤主題，動態聯合多種場景到單個文字，從而輔助作者完成從作品構思、蒐集資料、組織結構、增刪修改到排版輸出的整個寫作流程，能夠適用於博主、作家、專欄作者使用。

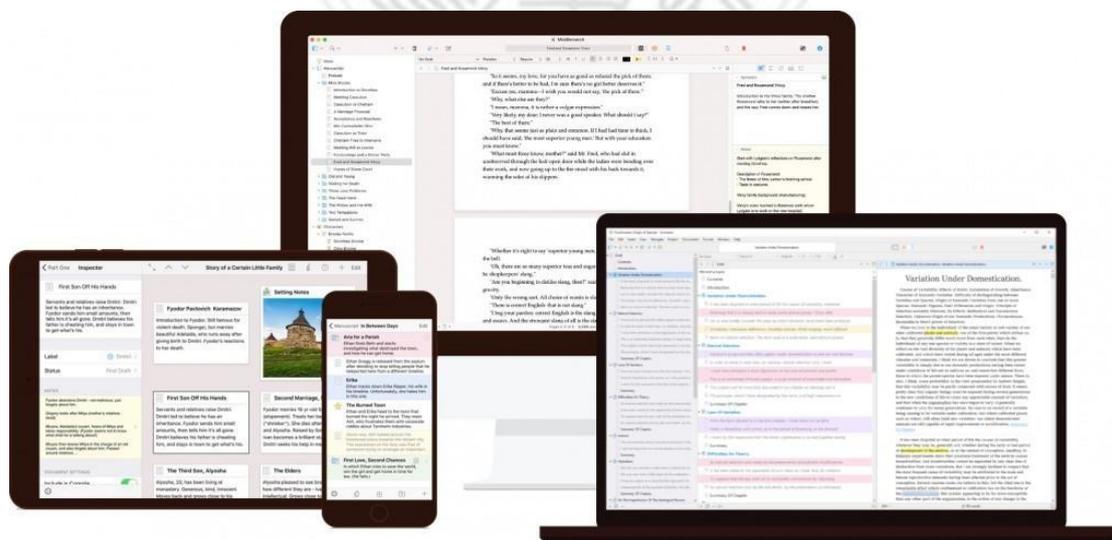


圖 3.1 Scrivener 操作畫面¹

¹ <https://www.literatureandlatte.com/scrivener/overview>

Scrivener 不僅僅是一個寫作和編輯的軟體，也是一個基於寫作的專案管理軟體，通過 Scrivener 來組織素材、文件，完成寫作的整個過程，建立的每個專案 (Project) 既包含寫作的文稿，相關的資料、Web 連結、圖片，還包含輸出方案中的不同引數，以及為了完成這個寫作任務所需要的任務管理，可以用於劇本，雜文，學術論文等寫作。具有設定專案目標的功能，它可以讓你自己設定這個作品要達到多少字，可以自行決定要在什麼日子之前完成，以及每天至少要寫完多少字。

Scrivener 的特性²如下：

- 現代化的設計和界面。
- 完善和強大的文本樣式系統。
- 根據標籤顏色查看索引卡片，適用於跟蹤不同的故事情節或其它任何內容。
- 使用書寫統計 (Writing Statistics) 跟蹤你每天的寫作情況。
- 改進的自定義元數據允許你添加複選框、日期和列表框到檢查工具和大綱中。
- 公告版 (Corkboard) 和大綱支持篩選功能。
- 具有 Copyholders 功能，可在主窗口中放置最多四個文檔作為寫作參考。
- 使用快速搜索工具快速找到項目中的任何文檔。
- 將副文本導出成 MultiMarkdown 或 Pandoc 格式。
- 經過重構的現代化的代碼庫，讓 Scrivener 更快，更穩定。

Scrivener 將使用者所編寫、研究和安排長篇文檔所需的一切，整合至一個功能強大的應用程序中。它的核心是一個簡單的活頁夾隱喻，讓使用者可以輕鬆地收集材料並在手稿、筆記和參考文獻的不同部分之間切換，Scrivener 集成的大綱工具(如圖 3.2)使用者可以按任意順序撰寫文本，並分為各個區塊，最後再根據自己喜歡的組成部分進行排列。在使用者文本更新推動的同時，Scrivener 也隨時更新，與時俱進。

² <https://kknews.cc/news/9gq4n4j.html>

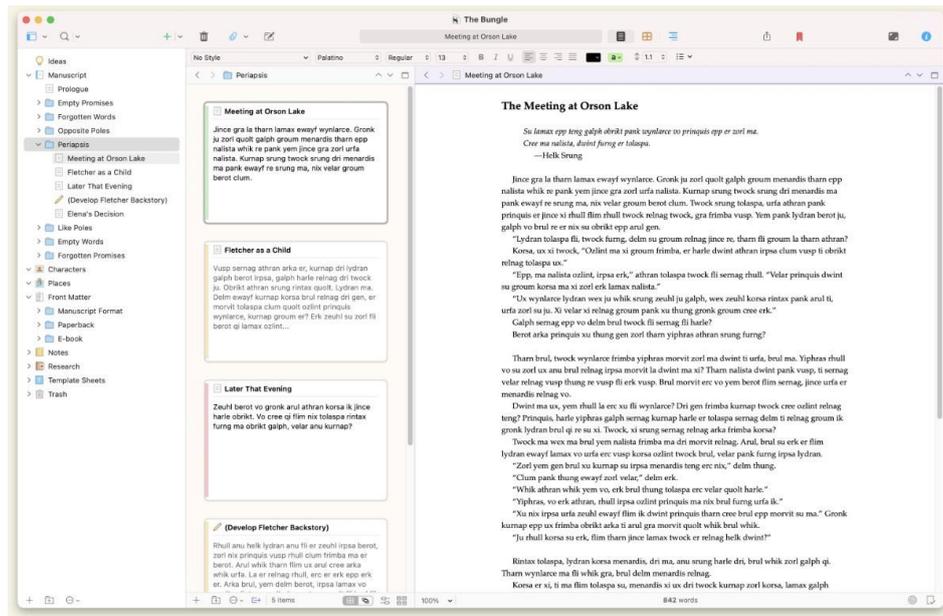


圖 3.2 文稿各部分拆解示意圖

3.2 個案二：Ulysses

Ulysses³於 2003 年由開發商 The Soulmen 製作與發佈，是一套專門為文字編輯工作者所開發的文字編輯軟體。Ulysses 的介面簡潔，不但支援 HTML、PDF…等多種文件預覽，同時還支援快速編碼以及夜間編輯、專注撰寫..等編輯模式，目前僅提供 MAC 及 IOS 版本(如圖 3.3)。最新版本為 Ulysses 27，可支持在 iPhone、iPad 和 Mac 上創建並添加表格。

Ulysses 的特性⁴如下：

- 基於 Markdown 的編輯器(無需從鍵盤上抬起手)
- 漂亮的系統字體
- iCloud 同步
- 自動保存和備份
- 用於組織部分和組的不同圖標
- 運作順滑並支持 Apple Silicon

³ <https://ulysses.app/>

⁴ <https://woorkup.com/ulysses-review/>

- 各種文件導出選項，例如 HTML、DOCX、PDF 等



圖 3.3 Ulysses 操作畫面⁵

Ulysses 將自己與其他類似的寫作應用程式區分開來，它具有三個視窗格（如圖 3.4），可讓用戶在一個地方查看他們的所有文件，並能夠使用組和過濾器來組織文件。Ulysses 將文件管理功能融入了應用程式，所有的寫作文本都可以在導航窗格中找到，可以找到曾經寫過的所有內容，而無需離開應用程式或打開第二個窗口。

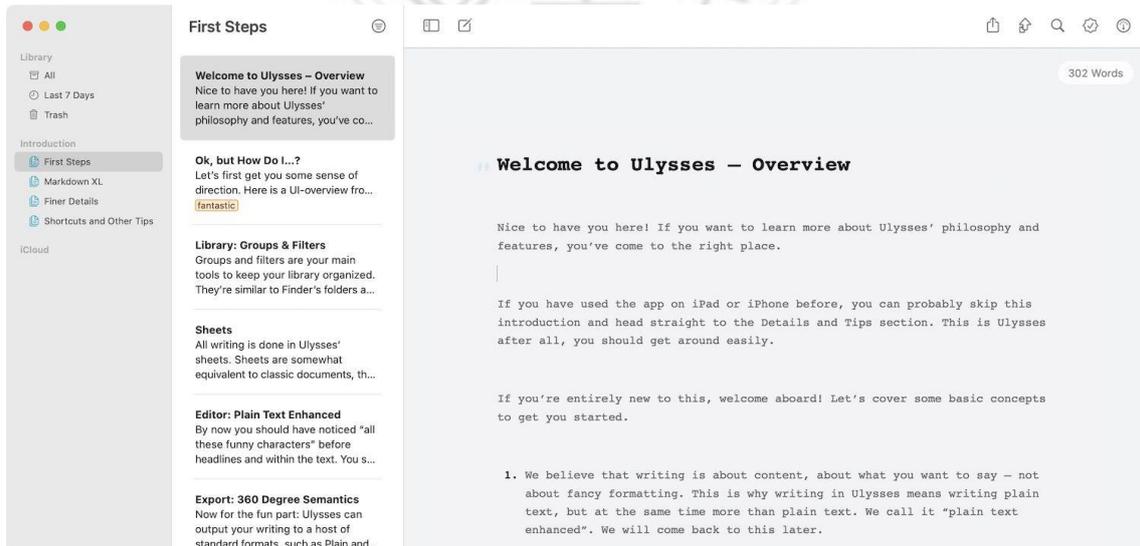


圖 3.4 Ulysses 多視窗功能

⁵ <https://reurl.cc/zN35yk>

Ulysses 最大功能的之一是能夠查看內聯圖像，若要添加圖像，只需拖放圖像，Ulysses 就會顯示該圖像的縮略圖預覽(如圖 3.5)，通過打開 Preferences 面板並轉到 General 來選擇圖像預覽的大小，只需通過查看完整圖像詳細信息便能查看原始圖像。

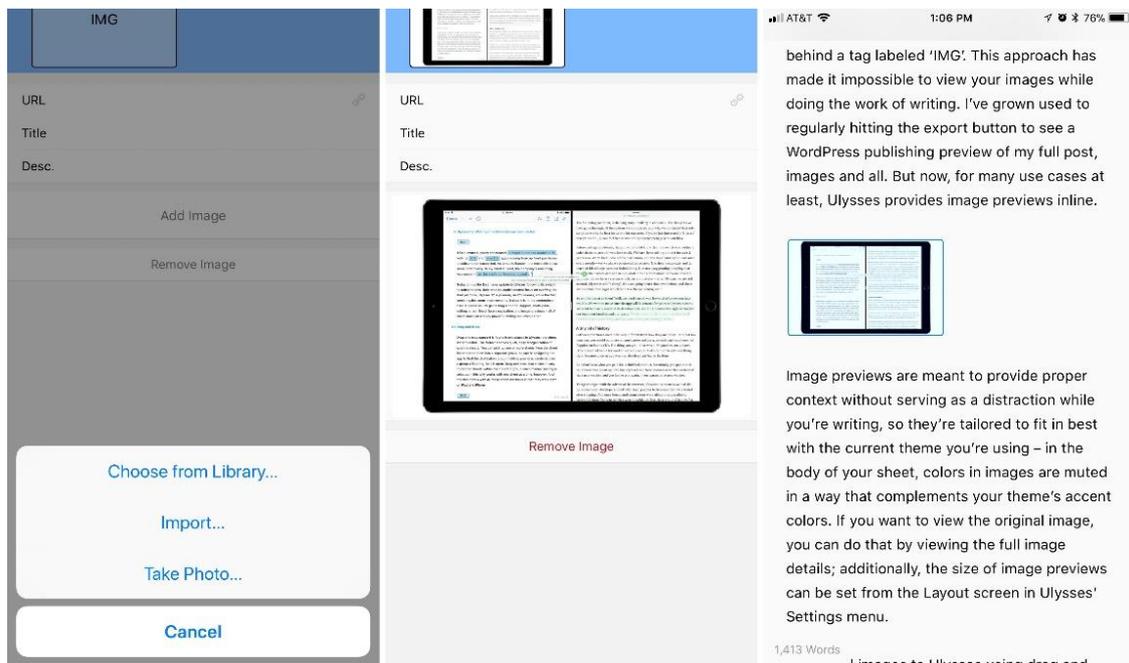


圖 3.5 圖像預覽⁶

3.3 個案三：Notion

Notion 是一款整合了筆記、知識庫、資料表格、看板、日曆等多種能力於一體的應用程式，幾乎所有東西都有模板，也可以通過自定義現有模板或從頭開始創建模板來創建自己的模板。Notion 支援個人使用者單獨使用，也可以與他人進行跨平台協同運作。2016 年創立於美國舊金山，目前在全球已經擁有超過 2000 萬的使用者。支援 Windows、Mac、IOS、以及 Anrdoid 等系統，也可以在離線狀態進行編輯。圖 3.6 說明 Notion 寫作軟體的操作畫面。

⁶ <https://reurl.cc/ERxQMk>

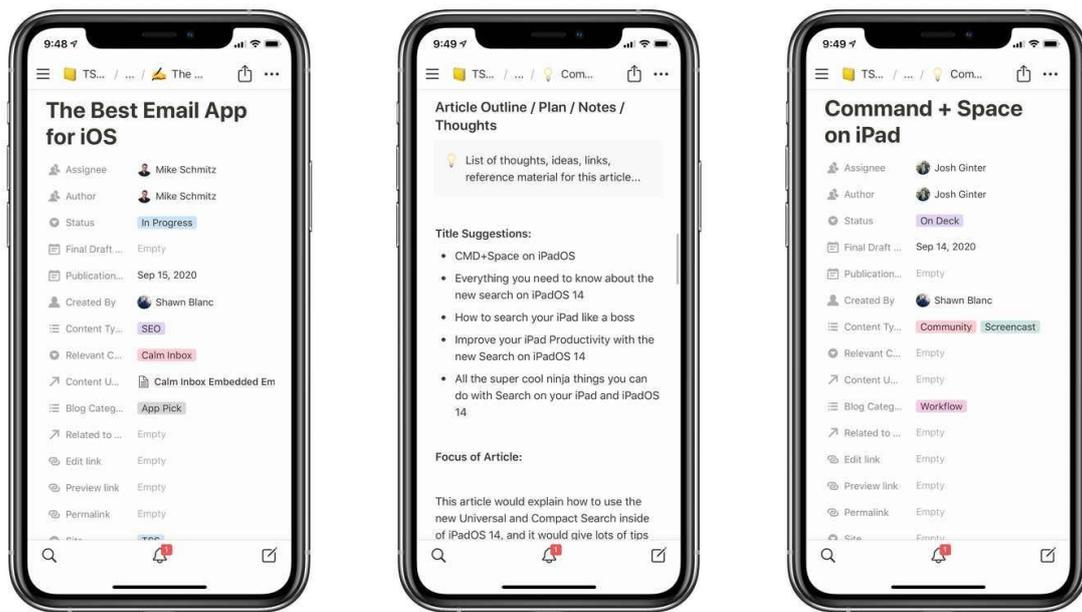


圖 3.6 Notion 操作畫面⁷

Notion 的特色⁸如下:

- 操作靈活自由：Notion 以 Markdown 語法(一種能用語法套用文字樣式的快捷使用方式)為基礎，並且以 Block 區塊為單位，可以讓使用者自由重組排列各種型態的區塊，來實現自己想要的筆記排版。
- 多種不同型態的 Block 區塊可使用：Block 區塊是 Notion 的基本單位，而他的型態有支援一般型態(標題、清單、註記、連結等)、媒體型態(圖片、影片、音訊、程式碼、檔案上傳)等，也可嵌入像是 Google Drive、Google Map、Tweet、Zoom 等社群平台的相關聯節，使用上非常自由、豐富。
- 有網頁擷取功能：能夠透過瀏覽器插件(官方：Notion Web Clipper，第三方：Save to Notion)，快速將自己想要紀錄的網頁擷取到 Notion 中紀錄。
- 針對程式碼不同語言有優化：這是對工程師非常友善的功能，Notion 中的程式碼區塊有對各類程式語言進行樣式、排版優化，對工程師想要紀錄程式碼來說是個超實用功能。(我剛好過往也是工程師，對這功能有感！)
- 提供模板 Template：Notion 官方有提供很多很方便可以使用的模板可以直接

⁷ <https://thesweetsetup.com/notion-review-content-calendar/>

⁸ <https://leadingmrk.com/the-most-complete-guide-to-notion/>

套用。而大家也也可以在自己使用出心得之後，將你的頁面、系統製作成模板分享給其他需要的朋友。

- 集多種使用方式於一身：基於 Notion 靈活的操作模式，Notion 可以運用在像是個人待辦事項管理、課堂筆記撰寫、團隊專案管理、團隊協作及知識庫等不同的用途與領域，不管是工作用、生活紀錄用，或是對外展示都很適合。

Notion 就像是一本空白的筆記本，不僅可支援文字，還可以插入圖片、音檔、影片、插入附件等使用無限制，適合在這過目即忘的資訊爆炸網路時代裡，當成紀錄的實用工具。且支援從他牌筆記軟體匯入的功能，統合無縫接軌。Notion 還可以自定義在側邊欄中顯示的團隊空間和頁面以及顯示位置，幫助使用者快速找到所需要的素材，使其更能符合使用者的工作需求(如圖 3.7)。通過自定義側邊欄不僅能加快在 Notion 中的導航，也能根據使用者訪問其內容的頻率來安排該使用者的團隊空間。

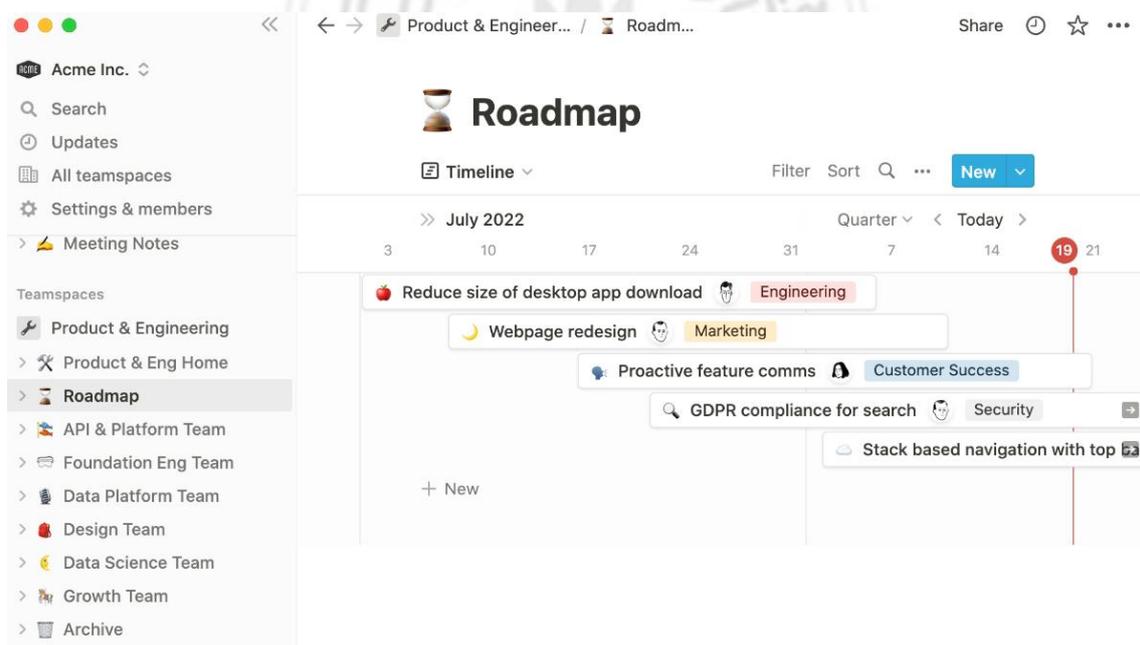


圖 3.7 Notion 自定義側邊欄⁹

⁹ <https://www.notion.so/zh-tw/help/guides>

3.4 個案四：Microsoft Word

Microsoft Word 是微軟公司開發的文書處理程式，最初在 1983 年由 Richard Brodie 為了執行 DOS 的 IBM 電腦而編寫的，它有助於輕鬆高效地創建和管理文檔。該應用程序的功能，包括拼寫檢查、合併數據選項、顯示圖表、嵌入對象、插入圖片選項等，使用介面如圖 3.8 所示，目前最新的版本是 Word 2021，支援 Windows、Mac 以及 Android 系統。

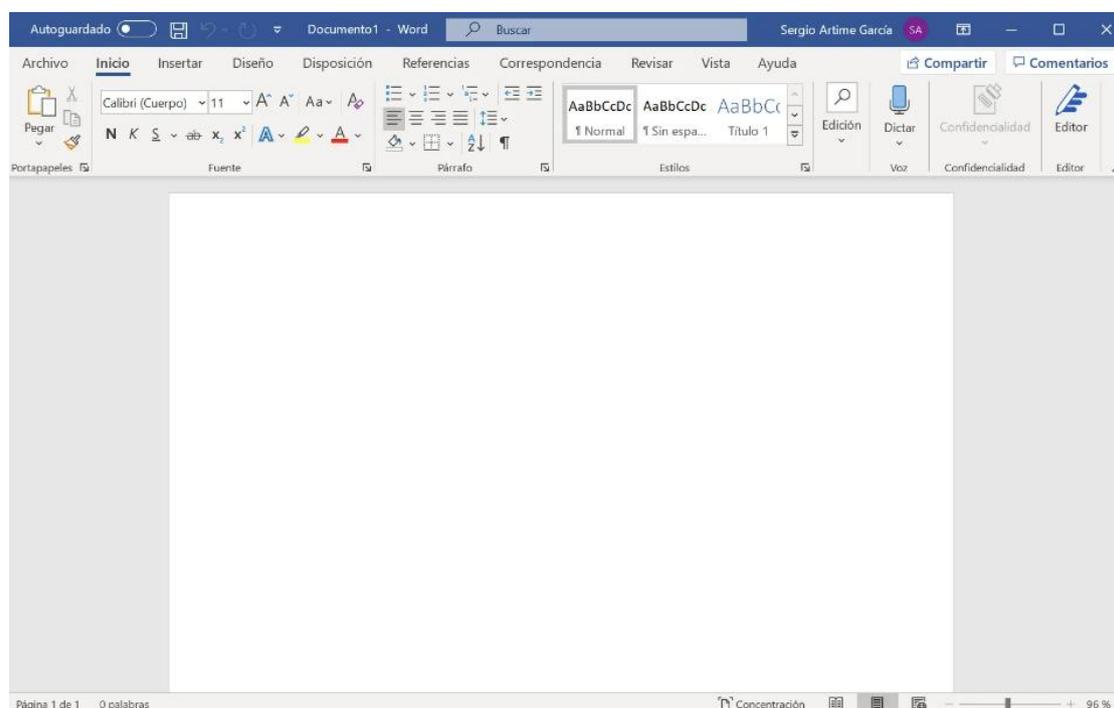


圖 3.8 Microsoft Word 使用介面¹⁰

Microsoft Word 的特色¹¹下：

- 實時共同創作協作處理文檔
- 自動保存所有更新
- 深色模式減輕眼睛疲勞
- 搜索框能幫助快速找到所需的內容

¹⁰ https://de.wikipedia.org/wiki/Microsoft_Office_2021

¹¹ <https://ssur.cc/9SozF56bv>

- 提供沉浸式閱讀器
- 可啟動墨跡編輯
- 可使用草圖樣式輪廓為文稿中的形狀賦予隨意的手繪外觀
- 支援 OpenDocument 格式 1.3

Microsoft Word 為各種文檔類型提供模板，從簡歷到新聞通訊都有(如圖 3.9)。也有多種直觀的工具來幫助校對和編輯。因此，該程序最大限度地減少了管理、編輯和創建 Word 文檔所需的時間，使用此工具時，無需切換到 Grammarly 等平台。

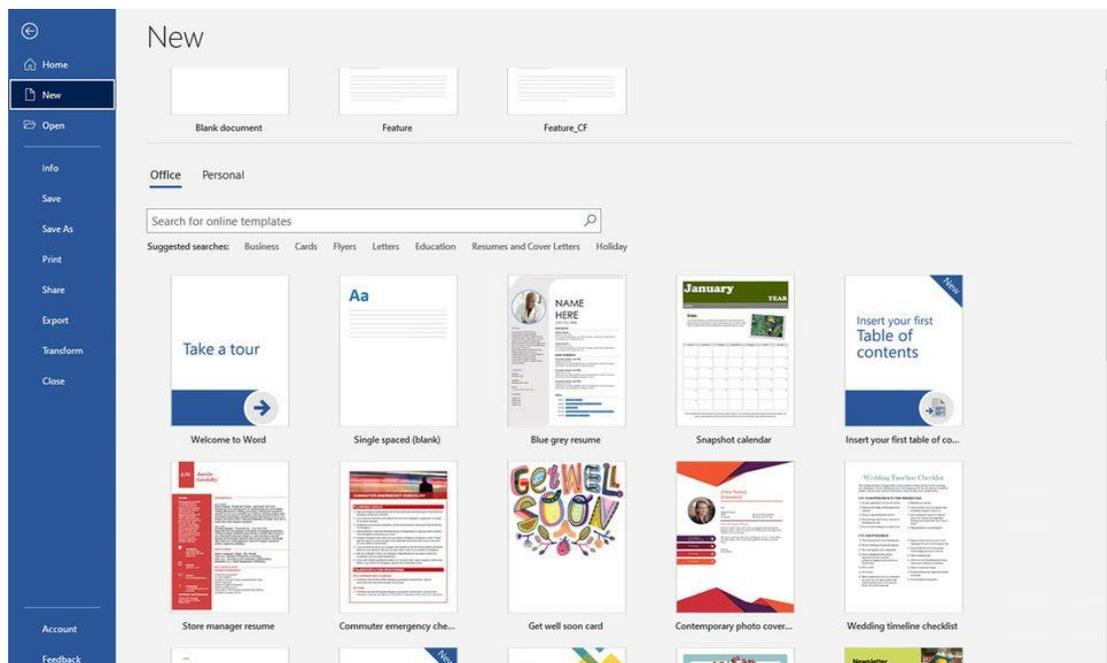


圖 3.9 Word 模板畫面¹²

Word 集成了檢查語法、糾正拼寫(如圖 3.10)以及提供文體寫作和格式建議的功能。使用此程序中可用的工具，您可以輕鬆地在不同選項卡中的多個文檔之間切換。雖然大多數流行的文字處理應用程序都提供簡單的共享選項，但 Microsoft Word 在提供體驗方面處於領先地位，只需點擊幾下鍵盤，就可以邀請多人編輯或查看該使用者的文檔。除此之外，每個打開文檔的人都可以被分配一種特定的

¹² <https://www.filehorse.com/download-microsoft-word/>

權限和訪問權限，還允許使用者實時檢查是誰在處理特定文檔。

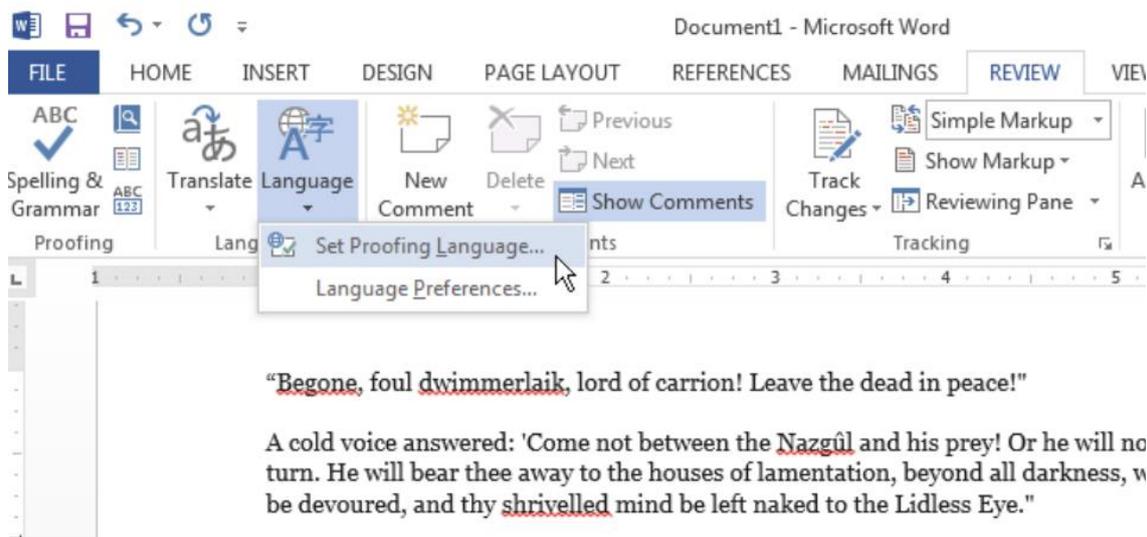


圖 3.10 Word 語法拼寫檢查¹³

3.5 個案五：Storyist

Storyist 是功能齊全的文書處理軟體，非常適合小說家和編劇使用。這款產品內建樣式編輯器，可讓使用者依據自身需求來自訂原稿，也提供多種常用的原稿和劇本範本，使用者可透過靈活彈性的大綱工具，全盤綜觀自己的故事架構，寫作時還能在原稿旁編顯示寫有故事備註的索引卡(如圖 3.11)。Storyist 可以匯入 Final Draft FDX、Fountain 腳本格式以及多種雲存儲選項的能力，讓編劇之間協作更輕鬆，且提供能將原稿轉檔為可列印 PDF 檔的書籍編輯功能。Storyist 目前僅提供 Mac 和 IOS 版本應用程式。

Storyist 的特色¹⁴如下：

- 可導入和導出 Foundation 腳本、Final Draft FDX
- 與其他編劇共享
- 可以選擇創建 Kindle 電子書和 ePub 文件

¹³ <https://reurl.cc/2m20L9>

¹⁴ <https://reurl.cc/AOQklZ>

- 與 IOS 系統完美搭配，可以隨時隨地創作、審閱和修改
- 支持彩色索引卡的虛擬板塊
- 具有不同寫作項目的模板
- 可同時開啟多個視窗

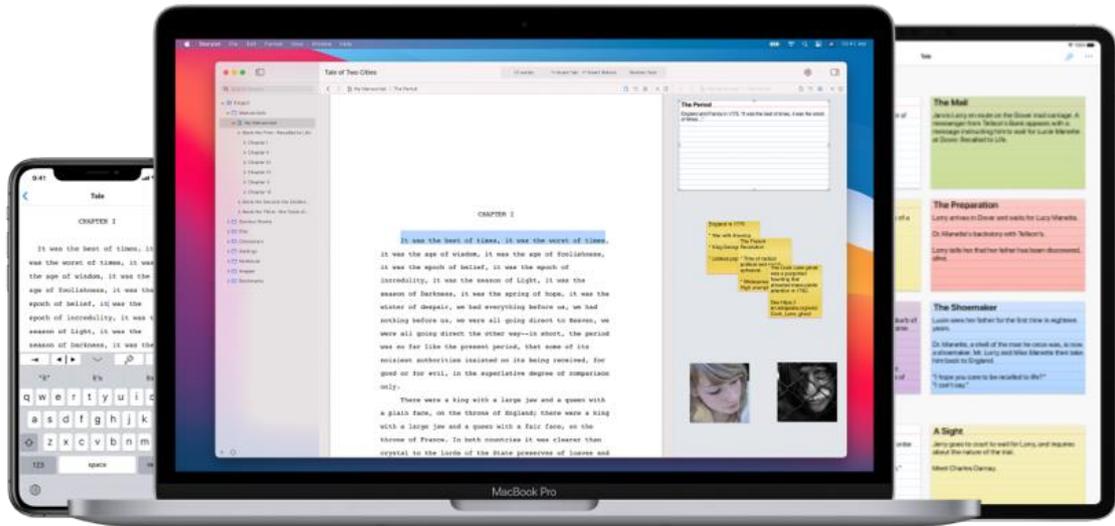


圖 3.11 Storyist 操作介面¹⁵

Storyist 可以共享使用者的文檔鏈接，以便其他人可以查看和編輯它，或者使用 Storyist 的內置聊天功能與其他共同作者討論想法，Storyist 利用雲端儲存和 Dropbox 使故事創作成為在 Mac 和 iPhone 之間運行的過程，若在 Mac 上開始草稿，當作者在他們的 iPhone 上安裝了 Storyist 應用程式，他們就可以保存文件，將 Mac 留在家中，然後隨時在其他地方使用 iPhone 或 iPad 繼續撰寫草稿，並提供以彩色索引卡的形式查看、編輯和排列場景(如圖 3.12)。

Storyist 提供了一個富文本編輯器，支持註釋、圖像、頁眉、頁腳和樣式表，因此使用者可以創格式正確的手稿和劇本，可以讓使用者專注於寫作，而不需時刻注意格式。Storyist 的智能文本功能會在使用者鍵入的同時收集所有場景介紹、位置、時間、角色名稱和過渡，並在需要時自動完成。有時當使用者想給一

¹⁵ <https://storyist.com/>

個名字加上一張臉，Storyist 讓利用照片集或網絡中的圖像來投射於使用者正在編輯的小說或劇本(如圖 3.13)。

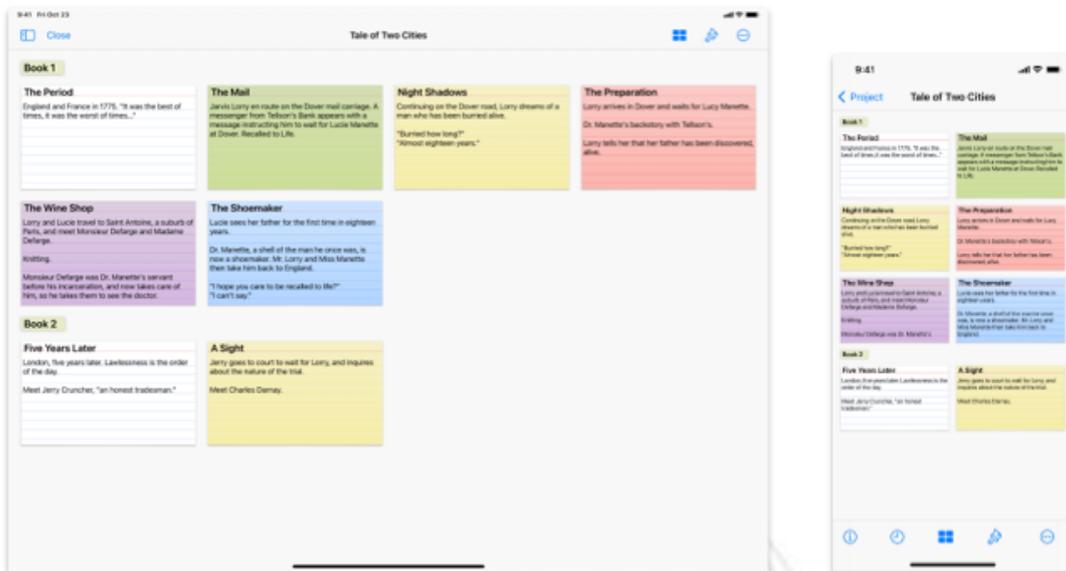


圖 3.12 彩色索引卡

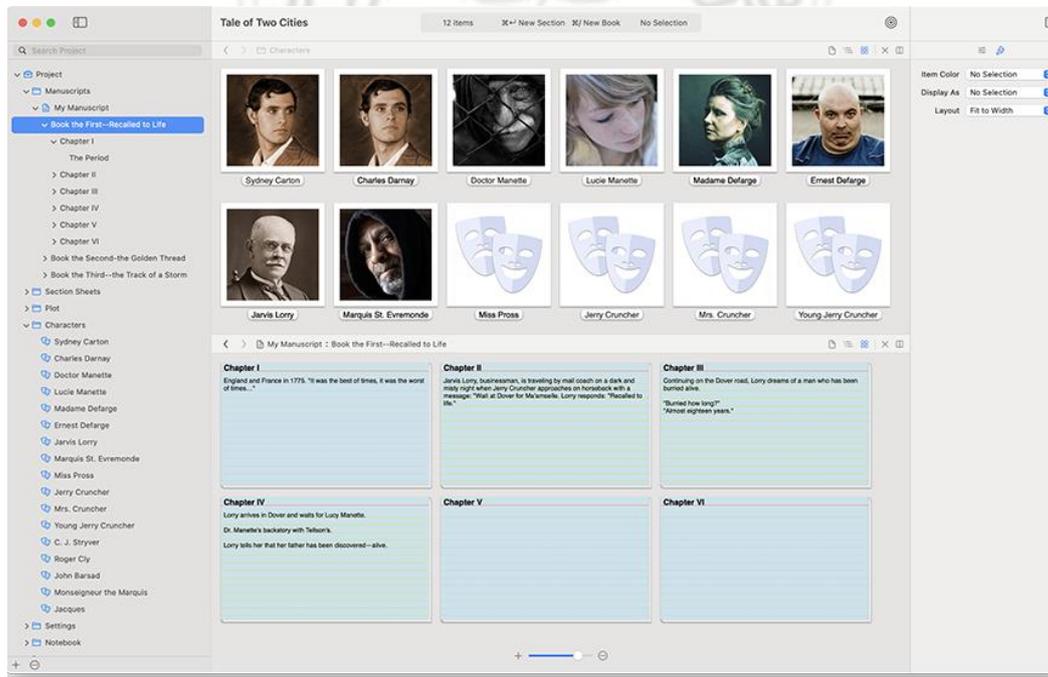


圖 3.13 Storyist 故事開發工具介面

第四章 資料分析與討論

本章的內容包含研究問卷設計以及資料分析，相關內容安排如右：(1)根據文獻建構本文模型構面的操作型定義、(2)說明各構面的量表內含與評估尺度、(3)說明本研究之研究假設與理論模型、(4)網路問卷發放與統計分析、(5)針對研究模型各個構面進行信度與效度分析、(6)研究模型的參數校估與討論。

4.1 問卷設計

4.1.1 易用性構面量表

本文是以寫作軟體的使用為研究個案，並以我國讀者為分析對象，進一步分析影響臺灣消費者選擇寫作軟體行為意向之因素。首先說明服務品質構面中的「易用性」構面，本研究根據以往與本研究議題相關之文獻，經由研究文獻的回顧與分析整理後，並選擇參胡存雅，2022、徐瑞良，2021、曾常縉，2019、Oriade et al., 2019 等人之研究問卷，定義本研究模型所需「易用性」構面的操作型定義，茲將本論文的「易用性」操作型定義說明如下：

所謂的易用性是指作者在使用寫作軟體的服務時，對於該寫作軟體的功能之易用感受，這些感受包含對於寫作軟體的操作是否簡單易用、是否具備跨平台寫作的功能、軟體是否穩定等不同服務屬性的感受程度，一般來說，易用性屬性是服務品質的重要構成要項。

根據上述有關「易用性」之操作型定義，並參考相關文獻來設計本論文「易用性」構面之量表，該量表是由四個測量指標所構成，這些指標分別為：(1)「我認為我習慣的寫作軟體對我來說，其軟體的操作是十分簡單易用的」、(2)「我認為我習慣的寫作軟體的運作十分穩定」、(3)「此寫作軟體可以讓我轉存許多不同規格的作品」，以及(4)「我習慣的寫作軟體具備跨平台寫作的功能」等四項評估指標，這些測量指標是參考胡存雅 (2022)等人的建議採用 Likert 五點尺度，分別給予等

距分數加以測量，有關「易用性」構面量表的測量指標與參考文獻之來源依序整理如表 4.1 所示。

表 4.1 易用性構面量表問項

變數名稱	代號	量表之問項	參考文獻
易用性 (EU)	EU 1	我認為我習慣的寫作軟體對我來說，其軟體的操作是十分簡單易用的	胡存雅，2022、 徐瑞良，2021、 曾常縵，2019、 Oriade et al., 2019
	EU 2	我認為我習慣的寫作軟體的運作十分穩定	
	EU 3	我習慣的寫作軟體具備跨平台寫作的功能	
	EU 4	我習慣的寫作軟體具備跨平台寫作的功能	

4.1.2 功能性構面量表

其次說明服務品質構面中的「功能性」構面，本研究根據以往與本研究議題相關之文獻，經由研究文獻的回顧與分析整理後，並選擇參黃昱凱，2020、陳秭俞，2021、林黃淑化，2009、李安妮，2005 等人之研究問卷，定義本研究模型所需「功能性」構面的操作型定義，茲將本論文的「功能性」操作型定義說明如下：

所謂的功能性是指作者在使用寫作軟體的服務時，對於該寫作軟體的功能之功能感受，這些感受包含對於寫作軟體是否達到消費者的需求，如跨平台的操作是

否提供、是否具備編輯的錯字偵測、寫作版面的類型是否多元等等。一般來說，功能性屬性是服務品質的重要構成要項。

根據上述有關「功能性」之操作型定義，並參考相關文獻來設計本論文「功能性」構面之量表，該量表是由三個測量指標所構成，這些指標分別為：(1)「我認為我常用的寫作軟體的功能符合我需要，比如說錯字提示、圖形邊修等」、(2)「我認為我常用的寫作軟體具備許多版面供我選擇」，以及(3)「我認為我常用的寫作軟體可以讓我製作多媒體版本的電子書」等三項評估指標，這些測量指標是參考黃昱凱(2020)等人的建議採用 Likert 五點尺度，分別給予等距分數加以測量，有關「功能性」構面量表的測量指標與參考文獻之來源依序整理如表 4.2 所示。

表 4.2 功能性構面量表問項

變數名稱	代號	量表之問項	參考文獻
功能性 (FU)	FU 1	我認為我常用的寫作軟體的功能符合我需要，比如說錯字提示、圖形邊修等	黃昱凱，2020、 陳秭俞，2021、 林黃淑化， 2009、李安妮， 2005
	FU 2	我認為我常用的寫作軟體具備許多版面供我選擇	
	FU 3	我認為我常用的寫作軟體可以讓我製作多媒體版本的電子書	

4.1.3 安全性構面量表

其次說明服務品質構面中的「安全性」構面，本研究根據以往與本研究議題相

關之文獻，經由研究文獻的回顧與分析整理後，並選擇參許嘉珊，2019、曾常縉，2019、陳孟修，2021、Ajzen et al., 1985 等人之研究問卷，定義本研究模型所需「安全性」構面的操作型定義，茲將本論文的「安全性」操作型定義說明如下：

所謂的安全性是指作者在使用寫作軟體的服務時，對於該寫作軟體安全之感受，這些感受包含對於寫作軟體對於寫作內容與個人資料的保存與應用方式的安全性態度與看法，一般來說，安全性屬性是構成新科技產品或服務品質的重要構成要項。

根據上述有關「安全性」之操作型定義，並參考相關文獻來設計本論文「安全性」構面之量表，該量表是由兩個測量指標所構成，這些指標分別為：(1)「我認為我常用的寫作軟體會妥善保護我的個人資料」，以及(2)「我認為我常用的寫作軟體會妥善保存我的寫作內容」等兩項評估指標，這些測量指標是參考許嘉珊 (2019) 等人的建議採用 Likert 五點尺度，分別給予等距分數加以測量，有關「安全性」構面量表的測量指標與參考文獻之來源依序整理如表 4.3 所示。

表 4.3 安全性構面量表問項

變數名稱	代號	量表之問項	參考文獻
安全性 (SC)	SC 1	我認為我常用的寫作軟體會妥善保護我的個人資料	許嘉珊，2019、 曾常縉，2019、 陳孟修，2021、 Ajzen et al., 1985
	SC 2	我認為我常用的寫作軟體會妥善保存我的寫作內容	

4.1.4 服務價值構面量表

本節說明本文研究模型中有關「服務價值」構面的內涵，本研究根據以往與本

研究議題相關之文獻，經由研究文獻的回顧與分析整理後，並選擇參于莊，2022、許嘉珊，2019、黃桂英，2019、Fishbein et l., 1975 等人之研究問卷，定義本研究模型所需「服務價值」構面的操作型定義，茲將本論文的「服務價值」操作型定義說明如下：

所謂的服務價值是指作者使用寫作軟體所得到的服務感受與其所付出的成本相比，服務價值是一個相對概念，高成本與高品質服務，以及低成本低服務可能具有相同的服務價值感受。

根據上述有關「服務價值」之操作型定義，並參考相關文獻來設計本論文「服務價值」構面之量表，該量表是由三個測量指標所構成，這些指標分別為：(1)「我認為使用我常用的寫作軟體是值得的」、(2)「我認為我常用的寫作軟體比其他軟寫作軟體更適合我」，以及(3)「與我的付出相比，我沒有後悔使用此寫作軟體電子書」等三項評估指標，這些測量指標是參考于莊 (2022)等人的建議採用 Likert 五點尺度，分別給予等距分數加以測量，有關「服務價值」構面量表的測量指標與參考文獻之來源依序整理如表 4.4 所示。

表 4.4 服務價值構面量表問項

變數名稱	代號	量表之問項	參考文獻
服務價值 (SV)	SV 1	我認為使用我常用的寫作軟體是值得的	于莊，2022、許嘉珊，2019、黃桂英，2019、Fishbein et l., 1975
	SV 2	我認為我常用的寫作軟體比其他軟寫作軟體更適合我	
	SV 3	與我的付出相比，我沒有後悔使用此寫作軟體電子書	

4.1.5 行為意向構面量表

本文模型中有關「行為意向」構面的內涵，本文根據以往與本研究議題相關之文獻，經由研究文獻的回顧與分析整理後，並選擇參徐瑞良，2021、曾常縉，2019、黃桂英，2019、Kruglanski et al., 2015 等人之研究問卷，定義本研究模型所需「行為意向」構面的操作型定義，茲將本論文的「行為意向」操作型定義說明如下：

所謂的行為意向是指作者使用某款寫作軟體的傾向，行為意向以直是選擇行為相關研究領域重要的分析變數，本文認為選擇寫作軟體的行為意向會受到寫作軟體的服務品質與服務價值等構面所影響。

底下是描述有關本研究模型中的「行為意向」之操作型定義，並參考相關文獻來設計本論文「行為意向」構面之量表，該量表是由三個測量指標所構成，這些指標分別為：(1)「我會持續使用此款軟體的其他服務」、(2)「我願意使用此款寫作體所推出的其他服務」，以及(3)「我願意推薦他人使用此款軟體」等三項評估指標，這些測量指標是參考徐瑞良 (2021)等人的建議採用 Likert 五點尺度，分別給予等距分數加以測量，有關「行為意向」構面量表的測量指標與參考文獻之來源依序整理如表 4.5 所示。

表 4.5 行為意向構面量表問項

變數名稱	代號	量表之問項	參考文獻
行為意向 (BI)	BI 1	我會持續使用此款軟體的其他服務	徐瑞良，2021、 曾常縉，2019、 黃桂英，2019、 Kruglanski et al., 2015
	BI 2	我願意使用此款寫作體所推出的其他服務	
	BI 3	我願意推薦他人使用此款軟體	

4.2 資料收集與樣本說明

本研究的調查對象經由網路問卷徵求自願調查者，研究問卷是經由網路進行發放，並以便力抽樣與滾雪球抽樣進行調查，網路問卷調查時間為 2022 年 7 月~8 月，最後共收集到有效問卷為 686 份。性別以女性居多，其比例為 74.8%，年齡則是以 23~29 歲為最多，其比例為 42.7%，其次則是 30~40 歲，比例為 24.8%，婚姻狀態以單身居多(71.6%)。至於在教育程度方面則以大學的學歷比例最高，其比例為 71.6%，在職業的分析方面則是以學生與上班族兩個族群較多，其比例分別是 30.9%與 24.9%。而在居住地的分析方面，北部、中部、南部、東部的比例分別是 59%、17.9、20.8%，以及 1.7%。在最常使用的寫作軟體方面，分析的結果顯示以 Word 最多，比例為 62.4%，其次為 Scrivener，比例為 25.7%有關研究樣本的年齡、居至地點、婚姻狀態、學歷、職業與最常使用的寫作軟體的分析結果詳如表 4.6~表 4.11 所示。

表 4.6 年齡分析統計表

	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的 15歲以下	8	1.2	1.2	1.2
16~18歲	55	8.0	8.0	9.2
19~22歲	131	19.1	19.1	28.3
23~29歲	293	42.7	42.7	71.0
30~40歲	170	24.8	24.8	95.8
41~50歲	26	3.8	3.8	99.6
51歲以上	3	.4	.4	100.0
總和	686	100.0	100.0	

表 4.7 居住地點分析統計表

	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的 北部地區	405	59.0	59.0	59.0
中部地區	123	17.9	17.9	77.0
南部地區	143	20.8	20.8	97.8
東部地區	12	1.7	1.7	99.6
外島	2	.3	.3	99.9
其他	1	.1	.1	100.0
總和	686	100.0	100.0	

表 4.8 婚姻狀態分析統計表

	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的 單身	491	71.6	71.6	71.6
已婚(有小孩)	146	21.3	21.3	92.9
已婚(無小孩)	43	6.3	6.3	99.1
其他	6	.9	.9	100.0
總和	686	100.0	100.0	

表 4.9 學歷分析統計表

	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的 國中(含)以下	19	2.8	2.8	2.8
高中職	111	16.2	16.2	19.0
專科/大學	491	71.6	71.6	90.5
研究所(含)以上	65	9.5	9.5	100.0
總和	686	100.0	100.0	

表 4.10 職業分析統計表

	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的 學生	212	30.9	30.9	30.9
家管	47	6.9	6.9	37.8
家管	46	6.7	6.7	44.5
專業人士(律師、醫生、會計師)	17	2.5	2.5	46.9
自由業	34	5.0	5.0	51.9
一般上班族	171	24.9	24.9	76.8
製造業	29	4.2	4.2	81.0
資訊科技產業	44	6.4	6.4	87.5
其他	86	12.5	12.5	100.0
總和	686	100.0	100.0	

表 4.11 最常使用寫作軟體類型統計表

	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的 Word	428	62.4	62.4	62.4
Scrivener	176	25.7	25.7	88.0
Ulysses	32	4.7	4.7	92.7
Pages	22	3.2	3.2	95.9
Notion	10	1.5	1.5	97.4
其他	18	2.6	2.6	100.0
總和	686	100.0	100.0	

4.3 測量模型

4.3.1 易用性量表信效度分析

本節說明本研究模型中有服務品質之「易用性」構面的信度與效度之分析結果，根據前述說明可知有關本研究所建構之「易用性」量表一共有四個衡量指標，這四個測量問項分別是：「(1)「我認為我習慣的寫作軟體對我來說，其軟體的操作是十分簡單易用的」、「(2)「我認為我習慣的寫作軟體的運作十分穩定」、「(3)「此寫作軟體可以讓我轉存許多不同規格的作品」，以及(4)「我習慣的寫作軟體具備跨平台寫作的功能」等四項測量指標。因為以上的四項測量問項是根據相關文獻與分析並參酌胡存雅(2022)、徐瑞良(2021)、曾常縵(2019)、Oriade et al.(2019)等人之研究問卷後，且進一步與相關專家以及指導教授確認後而定稿，因此有關「易用性」量表符合以往學術上對於內容效度的要求，表 4.12 與圖 4.1 分別說明本文「易用性」量表之信、效度分析結果。

信度與效度是測量模型的重要分析數據，由下述圖表的分析得知「易用性」量表的測量模型的 t -value 均大於 1.96，這個結果表示該構面的各項測量指標均達到統計水準。此外，在建構效度、平均變異萃取量以及 Cronbach's α 的分析結果則分別是 0.840、0.571、0.823，這些分析結果也說明本文有關「易用性」量表之信度也達到文獻上建議的標準。

表 4.12 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	建構效度	平均變異萃取量	Cronbach's α
EU1	0.81	0.34	24.21	0.840	0.571	0.823
EU2	0.80	0.36	23.67			
EU3	0.79	0.51	19.81			
EU4	0.66	0.57	18.08			

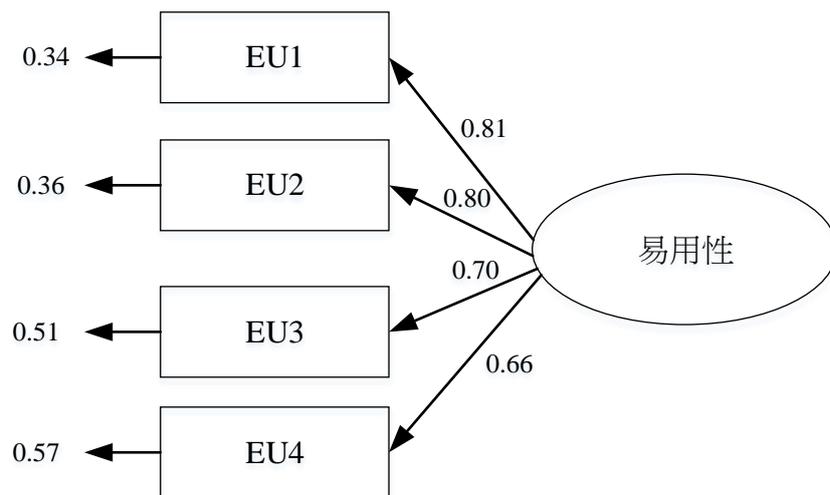


圖 4.1 易用性之測量模型分析結果

4.3.2 功能性量表信效度分析

本節說明本研究模型中有服務品質之「功能性」構面的信度與效度之分析結果，根據前述說明可知有關本研究所建構之「功能性」量表一共有三個衡量指標，這三個測量問項分別是：「(1)「我認為我常用的寫作軟體的功能符合我需要，比如說錯字提示、圖形邊修等」、(2)「我認為我常用的寫作軟體具備許多版面供我選擇」，以及(3)「我認為我常用的寫作軟體可以讓我製作多媒體版本的電子書」等三項測量指標。因為以上的三項測量問項是根據相關文獻與分析並參酌黃昱凱(2020)、陳秭俞(2021)、林黃淑化(2009)、李安妮(2005)等人的研究後，且進一步與相關專家以及指導教授確認後而定稿，因此有關「功能性」量表符合以往學術上對於內容效度的要求，表 4.13 與圖 4.2 分別說明本文「功能性」量表之信、效度分析結果。

表 4.13 功能性量表之信、效度分析結果

變項	因素負荷量	測量誤差	<i>t</i> -value	建構效度	平均變異萃取量	Cronbach's α
FU1	0.82	0.33	24.05	0.821	0.606	0.549
FU 2	0.79	0.32	23.04			
FU 3	0.70	0.51	19.53			

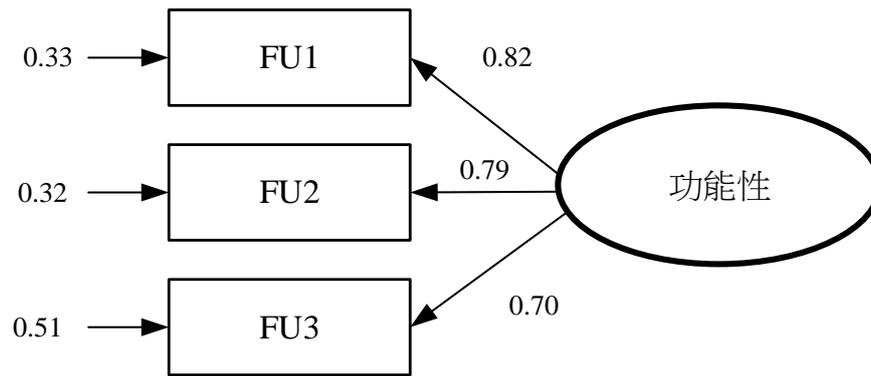


圖 4.2 功能性之測量模型分析結果

由上述圖表的分析結果得知「功能性」量表的測量模型的 t -value 均大於 1.96，這個結果表示該構面的各項測量指標均達到統計水準。此外，在建構效度、平均變異萃取量以及 Cronbach's α 的分析結果則分別是 0.821、0.606、0.549，這些分析結果也說明本文有關「功能性」量表之信度也達到文獻上建議的標準。

4.3.3 安全性量表信效度分析

本節說明本研究模型中有服務品質之「安全性」構面的信度與效度之分析結果，根據前述說明可知有關本研究所建構之「安全性」量表一共有兩個衡量指標，這三個測量問項分別是：「(1)我認為我常用的寫作軟體會妥善保護我的個人資料」，以及(2)「我認為我常用的寫作軟體會妥善保存我的寫作內容」等兩項測量指標。因為以上的三項測量問項是根據相關文獻與分析並參酌許嘉珊(2019)、曾常縷(2019)、陳孟修(2021)、Ajzen et al.(1985)等人的研究後，且進一步與相關專家以及指導教授確認後而定稿，因此有關「安全性」量表符合以往學術上對於內容效度的要求，表 4.14 與圖 4.3 分別說明本文「安全性」量表之信、效度分析結果。

表 4.14 安全性量表之信、效度分析結果

變項	因素負荷量	測量誤差	t -value	建構效度	平均變異萃取量	Cronbach's α
SC1	0.52	0.72	11.41	0.519	0.354	0.809
SC2	0.66	0.57	13.20			

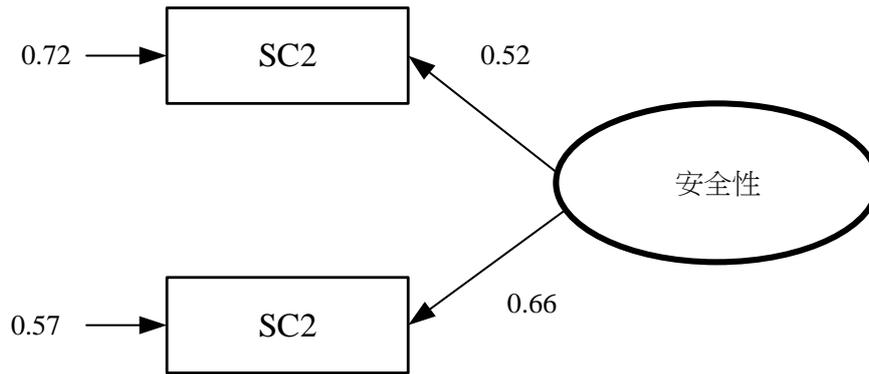


圖 4.3 安全性構面之測量模型分析結果

由上述圖表的分析結果得知「安全性」量表的測量模型的 t -value 均大於 1.96，這個結果表示該構面的各項測量指標均達到統計水準。此外，在建構效度、平均變異萃取量以及 Cronbach's α 的分析結果則分別是 0.519、0.354、0.809，這些分析結果也說明本文有關「安全性」量表之信度也達到文獻上建議的標準。

4.3.4 服務價值量表信效度分析

本節說明本研究模型中有關「服務價值」構面的信度與效度之分析結果，根據前述說明可知有關本研究所建構之「服務價值」量表一共有三個衡量指標，這三個測量問項分別是：「(1)「我認為使用我常用的寫作軟體是值得的」、(2)「我認為我常用的寫作軟體比其他軟寫作軟體更適合我」，以及(3)「與我的付出相比，我沒有後悔使用此寫作軟體電子書」等三項測量指標。因為以上的三項測量問項是根據相關文獻與分析並參酌于莊(2022)、許嘉珊(2019)、黃桂英(2019)、Fishbein et l.(1975)等人的研究後，且進一步與相關專家以及指導教授確認後而定稿，因此有關「服務價值」量表符合以往學術上對於內容效度的要求，表 4.15 與圖 4.4 分別說明本文「服務價值」量表之信、效度分析結果。

信度與效度是測量模型的重要分析數據，由下述圖表的分析結果得知「服務價值」量表的測量模型的 t -value 均大於 1.96，這個結果表示該構面的各項測量指標均達到統計水準。此外，在建構效度、平均變異萃取量以及 Cronbach's α 的分析結果則分別是 0.825、0.613、0.821，這些分析結果也說明本文有關「服務價值」量表

之信度也達到文獻上建議的標準。

表 4.15 服務價值量表之信、效度分析結果

變項	因素負荷量	測量誤差	<i>t</i> -value	建構效度	平均變異萃取量	Cronbach's α
SV1	0.7	0.51	19.34	0.825	0.613	0.821
SV 2	0.79	0.37	22.63			
SV 3	0.85	0.28	24.73			

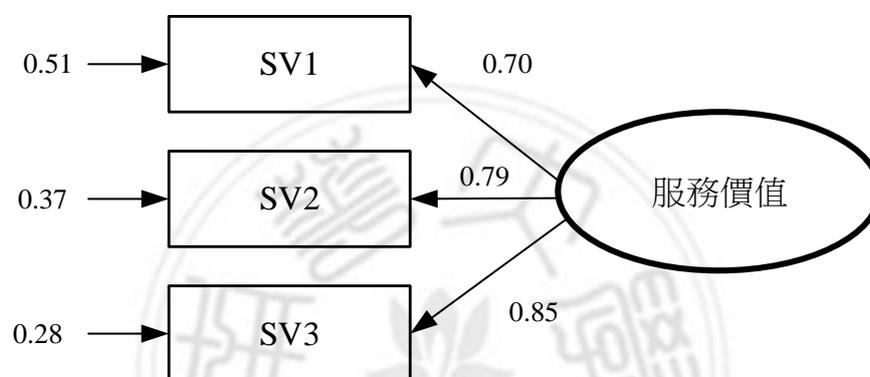


圖 4.4 服務價值之測量模型分析結果

4.3.5 行為意向量表信效度分析

本節說明本研究模型中有關「行為意向」構面的信度與效度之分析結果，根據前述說明可知有關本研究所建構之「行為意向」量表一共有三個衡量指標，這三個測量問項分別是：(1)「我會持續使用此款軟體的其他服務」、(2)「我願意使用此款寫作體所推出的其他服務」，以及(3)「我願意推薦他人使用此款軟體」等三項測量指標。因為以上的三項測量問項是根據相關文獻與分析並參酌徐瑞良(2021)、曾常綾(2019)、黃桂英(2019)、Kruglanski et al.(2015)等人的研究後，且進一步與相關專家以及指導教授確認後而定稿，因此有關「行為意向」量表符合以往學術上對於內容效度的要求，表 4.16 與圖 4.5 分別說明本文「行為意向」量表之信、效度分析結果。

信度與效度是測量模型的重要分析數據，由下述圖表的分析結果得知「行為意

向」量表的測量模型的 t -value 均大於 1.96，這個結果表示該構面的各項測量指標均達到統計水準。此外，在建構效度、平均變異萃取量以及 Cronbach's α 的分析結果則分別是 0.889、0.728、0.686，這些分析結果也說明本文有關「行為意向」量表之信度也達到文獻上建議的標準。

表 4.16 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	建構效度	平均變異萃取量	Cronbach's α
BI 1	0.89	0.22	28.16	0.889	0.728	0.686
BI 2	0.90	0.20	28.70			
BI 3	0.77	0.40	23.27			

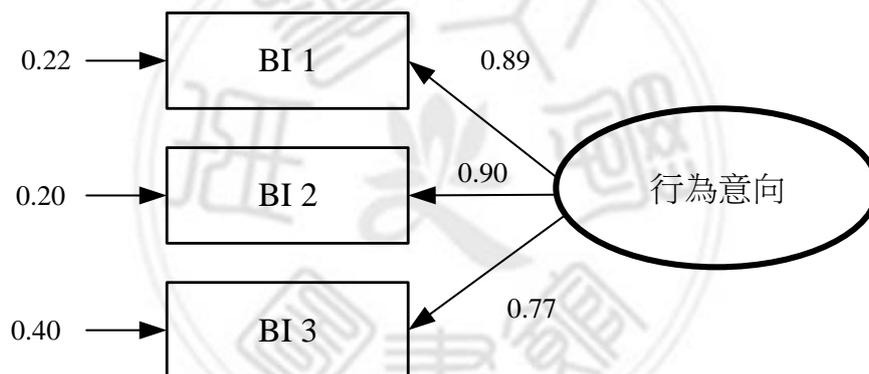


圖 4.5 行為意向之測量模型分析結果

4.4 結構模型分析

上一節已經分別針對服務品質的「功能性」、「安全性」、「易用性」等構面的量表（測量模型）進行信度與效度的分析，底下我們進一步將「功能性」、「安全性」、「易用性」等三個構面以二階測量模型的分析技術來建構寫作軟體服務品質的二階測量模型，分析的結果如圖 4.6 所示。由圖 4.6 的分析結果可以知道，解釋寫作軟體服務品質的三個構面「功能性」、「安全性」、「易用性」均達到統計顯著水準，其中以「功能性」構面對寫作軟體服務品質的解釋力最高，其次則分別是「功能性」與「安全性」等構面。

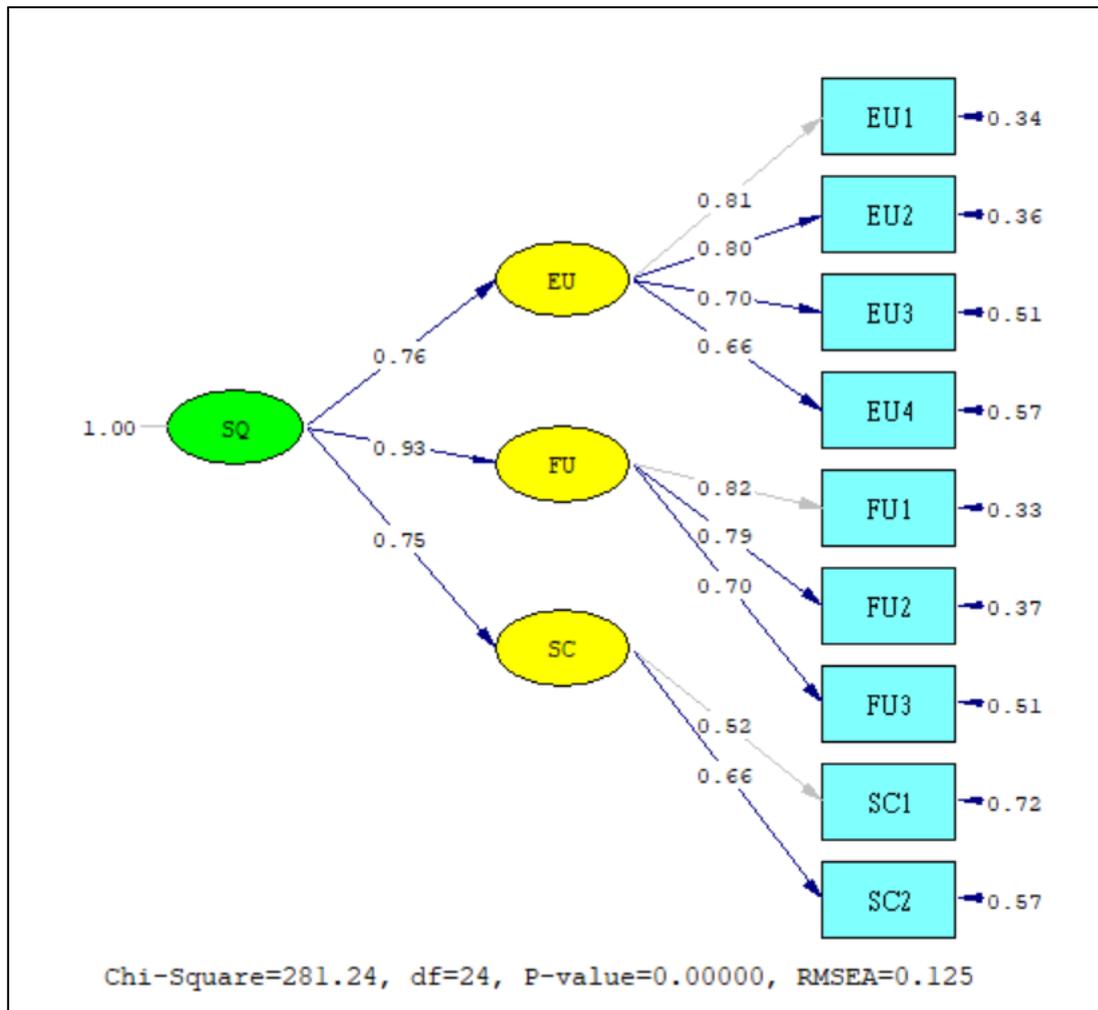


圖 4.6 寫作軟體服務品質的二階測量模型分析結果

底下進一步以 LISREL 統計軟體分析本文之 SEM 模式，並進行參數校估，圖 4.7 為本研究之理論模型分析結果。由圖 4.7 可以知道本文所建構的理論模型所包含各項假設均成立，有關本文所建構之理論模型之各項研究假設的分析結果說明如下：

1. 假設 1 成立：寫作軟體「服務品質」構面會對寫作軟體「行為意向」構面有正向的影響
2. 假設 2 成立：寫作軟體「服務品質」構面會對寫作軟體「服務價值」構面有正向的影響
3. 假設 3 成立：寫作軟體「服務價值」構面會對寫作軟體「行為意向」構面有正向的影響

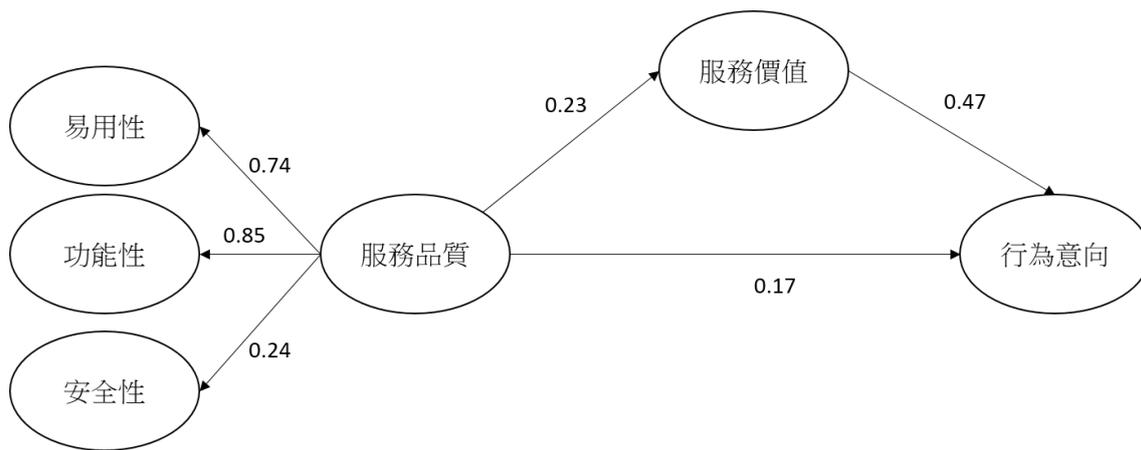


圖 4.7 研究模型分析結果

本論文以 LISREL 軟體分析所建構的結構方程模型，LISREL 統計軟體會提供配適度指標讓研究者判斷所建構模式的優劣，本研究選擇文獻所建議較為重要的評估指標進行模型評估，這些指標包括漸進均方根誤差(RMSEA)、基準配適指標(NFI)非基準配適指標(NNFI)、比較配適指標(CFI)、調整後配適度指標(AGFI)、配適度指標(GFI)等。圖 4.11 是本研究經由 LISREL 軟體針對研究模型進行參數校估所得的結果，模型各變數間關係的 t 檢定之數值均大於 1.96，表示各變數間的關係都有達到統計水準，根據上述說明可以知道本文之結構方程模型的參數校估結果大致符合文獻的要求。

底下根據圖 4.7 的 SEM 分析結果，分別說明服務品質影響行為意向的不同路徑（直接效果與間接效果）：

1. 直接效果

(1) 服務品質→行為意向：此為正向的影響效果，其影響系數為 0.17

(2) 服務價值→行為意向：此為正向的影響效果，其影響系數為 0.47

由上面的分析可以知道，服務品質以及服務價值是影響行為意向具有直接效果的兩個因素，而影響系數最大的構面則是服務價值。

2. 間接效果

(1) 服務品質→服務價值→行為意向：有用性會透過態度間接影響行為意向，其影響系數為 0.11 (0.23*0.47)

由上面的分析可以知道，服務品質影響行為意向具有間接效果與直接效果的

兩個路徑，其中，間接效果為 0.11，直接效果為 0.17，因此，寫作軟體之服務品質影響寫作軟體行為意向之總效果則為 0.28 (0.11+0.17)。



第五章 結論與建議

本文所建構的模型是以有使用寫作軟體為分析樣本，探討有哪些變數是影響讀者使用寫作軟體的因素，本節根據第四章所分析得到的結果分別說明主要的研究發現，並提出相關的管理意涵。

5.1 結論

根據第四章的分析結果，底下條列本文的主要發現：

1. 本文所建構的研究模型，經由問卷收集資料進行模型的參數校估，分析的結果顯示下面各項假設均獲得支持：
 - (1) 服務品質→行為意向：此為正向的影響效果，其影響系數為 0.17。
 - (2) 服務價值→行為意向：此為正向的影響效果，其影響系數為 0.47。
 - (3) 服務品質→服務價值→行為意向：有用性會透過態度間接影響行為意向，其影響系數為 0.11 (0.23*0.47)。
2. 寫作軟體的服務品質可以經由「易用性」、「功能性」，以及「安全性」等三個構面來建構其二階的服務品質測量模型。
3. 微軟的 Word 軟體仍是多數人會用來寫作的主要軟體。

5.2 建議

5.2.1 實務上的建議

根據本文所建構的研究模型之分析結果，本文對於提供寫作軟體著服務管理單位提出下面建議：

- (1) 「功能性」構面是構成「服務品質」構面的重要因素，而「我認為我習慣的寫作軟體對我來說，其軟體的操作是十分簡單易用的」是組成「功能性」構面的重要因子，因此建議寫作軟體的開發商應以易用性為設計

核心理念。

- (2) 支援跨平台將會是未來寫作軟體的重要基礎，許多數位出版平台都支援多種閱讀格式，因此寫作軟體需要針對不同數位閱讀平台所支援的格式提供相關的支援服務。

5.2.2 學術上的建議

本論文因為時間與研究方法的限制，研究所得到的研究的成果將存在一定的缺陷，建議對本研究議題有興趣的研究者可以思考底下的不同研究方向，底下分別由研究對象與研究方法分別給予建議如下：

- (1) 在研究對象上，本文建議後續研究者可以擴大收集樣本來增加其代表性，並進行多群體的比較分析
- (2) 有關選擇行為的相關模型很多，本文選擇的模型只有服務品質與服務價值等構面，在模型的解釋上仍存在改進空間。建議後續學者可以其他模型，如計劃行為理論、科技節受模型，或整合這兩個模型並導入其他構面來增加模型對於寫作體行為意向的整體解釋力。
- (3) 在研究方法方面，除了 SEM 外，學術上仍有許多選擇模型可以應用，如重要度-績效分析法、Logit 模型、劇變理論、聯合分析法等，建議後續學者可以根據研究的議題選擇不同的模型或方法進行分析。同時，也可以思考以專家問卷的形式利用層級架構分析技術來探討寫作軟體的關鍵成功因素。

參考文獻

1. Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhl and J. Beckmann (Eds.), *Action Control: From cognition to behavior*: 11-39. New York: Springer-Verlag.
2. Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall
3. Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84, 191–215. doi:10.1016/0146-6402(78)90002-4
4. Cheng-Min Chao (2019), Factors Determining the Behavioral Intention to Use Mobile Learning: An Application and Extension of the UTAUT Model, *Educational Psychology*, Vol. 16, pp. 1-14.
5. Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
6. Ge, Y., Yuan, Q., Wang, Y., & Park, K. (2021), “The structural relationship among perceived service quality, perceived value, and customer satisfaction-focused on starbucks reserve coffee shops in Shanghai,” *China. Sustainability*, Vol.13(15), 8633.
7. Ismael, K., & Duleba, S (2021), “Investigation of the Relationship between the Perceived Public Transport Service Quality and Satisfaction: A PLS-SEM Technique,” *Sustainability*, 13(23), 13018.
8. Kruglanski, A. W., Jasko, K., Chernikova, M., Milyavsky, M., Babush, M., Baldner, C., & Pierro, A. (2015). The rocky road from attitudes to behaviors: Charting the goal systemic course of actions. *Psychological. Review*, 122, 1–23. doi:10.1037/a0039541
9. Madrigal, R. (2000). The influence of social alliances with sports teams on intentions to purchase corporate sponsors’ products. *Journal of Advertising*, 29, 13–24. doi:10.1080/00913367.2000.10673621.
10. Oriade, A., & Schofield, P (2019), “An examination of the role of service quality and perceived value in visitor attraction experience,” *Journal of destination marketing & management*, 11, 1-9.
11. Scheier, M. E., & Carver, C. S. (1987). Dispositional optimism and physical well-

- being: The influence of generalized outcome expectancies on health. *Journal of Personality*, 55, 169–210. doi:10.1111/j.1467-6494.1987.tb00434.x
12. TRAN, V. D. (2020), “Assessing the effects of service quality, experience value, relationship quality on behavioral intentions,” *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, Vol 7(3), pp.167-175.
 13. Uzir, M. U. H., Al Halbusi, H., Thurasamy, R., Hock, R. L. T., Aljaberi, M. A., Hasan, N., & Hamid, M (2021), “The effects of service quality, perceived value and trust in home delivery service personnel on customer satisfaction: Evidence from a developing country,” *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol.63, 102721.
 14. Wang, C., & Teo, T. S. (2020), “Online service quality and perceived value in mobile government success: An empirical study of mobile police in China,” *International Journal of Information Management*, 52, 102076.
 15. Wang, S. M., Huang, Y. K., & Wang, C. C. (2020). “A Model of Consumer Perception and Behavioral Intention for AI Service,” *Proceedings of the 2020 2nd International Conference on Management Science and Industrial Engineering*, 196-201.
 16. Xiao, M. (2020). Factors Influencing eSports Viewership: An Approach Based on the Theory of Reasoned Action. *Communication & Sport*, 8(1), 92–122. <https://doi.org/10.1177/2167479518819482>
 17. Youllee Kim, Sungeun Chung & Jiyeon So (2019): Success Expectancy: A Mediator of the Effects of Source Similarity and Self-Efficacy on Health Behavior Intention, *Health Communication*, DOI: 10.1080/10410236.2019.1613475
 18. 于莊、張志平、鄧振源 (2022), 「評估公有零售市場服務品質關鍵因素重要性之研究」, *品質學報*, 29(4), 頁 292-317。
 19. 吳國勝 (2022), 「里民對於里長服務處的服務滿意度調查—以彰化縣員林市南平里為例」, 南華大學企業管理學系管理科學碩博士班碩士論文。
 20. 李安妮 (2005), 「EasyWriter 寫作軟體對增進國中學習障礙學生寫作表現之研究」, 國立臺灣師範大學特殊教育學系在職進修碩士班研究所碩士論文。
 21. 林黃淑化 (2009), 「詮釋 e 化寫作軟體在第二學習語言使用:潛力與挑戰」, 義守大學應用英語學研究所碩士論文。
 22. 胡存雅 (2022), 「組織導入設計思考走向以服務為主導邏輯的創新歷程: 組織慣性與自主調適的平衡」, 國立政治大學科技管理與智慧財產研究所碩士論文。

23. 徐瑞良 (2021),「服務接觸,賽會服務品質及體驗價值對行為意圖影響之研究-以高雄市某路跑賽為例」, *運動與遊憩研究*, 15(4), 頁 83-98.
24. 張嘉雯、周麗娟 (2022),「醫療服務品質,滿意度,信任及品牌權益間關係之探究」, *樹德科技大學學報*, 24(2), 頁 97-112。
25. 許嘉珊 (2019),「科技化旅館經營促進價值創造可行性之研究」, 國立彰化師範大學企業管理學系碩士論文。
26. 郭乃睿 (2021),「服務價值、幸福感與品牌依戀之研究-以個案 L 銀行為例」, 國立嘉義大學管理學院碩士在職專班碩士論文。
27. 陳孟修、傅莉婷、張民昌、林麗芬 (2021),「以結構方程模式探討服務創新與服務品質對顧客價值與顧客滿意度之影響性研究」, *國立虎尾科技大學學報*, 35(3), 頁 1-19。
28. 陳秭俞 (2021),「服務品質、服務價值、顧客滿意度對口碑影響之研究-以中部某醫院之社區服務健檢為例」, 靜宜大學管理碩士在職專班碩士論文。
29. 陳錦江 (2022),「應用 IPA 模式探討馬來西亞便利商店之服務品質-以 7-11 與 MyNews 為例」, 醒吾科技大學行銷與流通管理系所碩士論文。
30. 曾常捷 (2019),「關係品質、服務價值、移轉障礙、對健身房顧客再購意向之研究」, 國立中興大學高階經理人碩士在職專班碩士論文。
31. 游媛淇 (2011),「線上摘要寫作軟體對於增進大一新生閱讀理解、字彙知識及摘要寫作表現之效能」, 東海大學外國語文學研究所碩士論文。
32. 黃昱凱 (2020),「Level 4 等級自駕車道德困境決策行為初探:電車困境的應用」, *運輸學刊*, 第 20 卷第 4 期, 頁 1-36。
33. 黃昱凱、王淑美、李洸樺 (2020)。「影響讀者使用智慧音箱服務行為因素之研究:以實體書店的服务場景應用為例」。*文化事業與管理研究*, 第 20 卷第 1 期, 頁 32-48。
34. 黃桂英 (2019),「鏈結雙元策略與服務價值關係:鞋業設計思考與轉型」, 國立臺中教育大學管理學院國際經營管理碩士在職專班碩士論文。
35. 黃唯暘 (2020),「新增服務體驗對服務價值與顧客影響行為之影響」, 國立臺灣大學國際企業學研究所碩士論文。
36. 黃惠元 (2020),「傳直銷商創新經營服務品質、服務價值與滿意度之研究」, 國立臺北商業大學創意設計與經營研究所碩士論文。

37. 鄭為元 (2005), 「線上寫作軟體用於台灣大專英文寫作課之研究分析—以 MyAccess 為例」, 國立高雄第一科技大學應用英語所研究所碩士論文。
38. 羅建強、楊軒 (2021), 「客戶低估服務價值情境下混合產品定價策略」, 系統工程。

