行政院國家科學委員會專題研究計畫 成果報告

員工知識分享行為、信賴情感與實質互動對於台灣電子商務旅行社知識移轉之影響

計畫類別： 個別型計畫
計畫編號： **94-2415-H-126-001-SSS**
執行期間： **94** 年 **08** 月 **01** 日至 **95** 年 **07** 月 **31** 日
執行單位： 靜宜大學觀光事業學系**(**所**)**

計畫主持人： 葉源鎰

報告類型： 精簡報告

處理方式： 本計畫可公開查詢

中華民國 **95** 年 **11** 月 **5** 日

中文摘要

本研究擬以計畫行為理論為基礎，佐以組織公民行為、信賴情感與實質互動三變項，討論員工在組織內所進行之知識分享行為。透過員工本身的知識分享行為意圖與其前置變項之關係，試圖瞭解員工知識分享的形成因素，其前置變項包括態度，主觀規範以及知覺行為控制。再藉由組織公民行為、信賴情感與實質互動之整合觀點，探討影響知識分享行為的重要因素。調查對象以國內旅行社為主要範圍，採立意抽樣問卷調查，共取得 **134** 份有效樣本進行分析。研究結果發現：一、態度與知覺行為控制皆會影響行為意圖，影響力較高者為態度，其次為知覺行為控制；二、知識分享行為僅受到行為意圖之影響，驗證 **Ajzen** 計畫行為理論中行為與知覺控制變項間之虛線關係尚未明確；三、結構方程式分析發現，組織公民行為、信賴情感與知識分享行為有著顯著的線性組合關係，顯示其間確實存在影響的關連性。

【關鍵字】知識分享行為、計畫行為理論、行為意圖、組織公民行為、信賴情感、實質互動

Abstract

【Keywords】Knowledge sharing behavior, Theory of planned behavior, Behavior intention, Organizational citizenship behavior, Affect-based trust, Interaction practice

Based on theory of planned behavior and the concepts of organizational citizenship behavior, affect-based trust, and interaction practice, the purpose of this study intended to explore the knowledge sharing behavior of employees. The objectives of the study were to investigate the interrelationships among individual's attitude, subjective norm, perceived behavioral control, and behavior intention. Furthermore to examine the relationships among knowledge sharing behavior, behavior intention, organizational citizenship behavior, affect-based trust, and interaction practice. A total of one hundred and thirty four employees of travel agents in Taiwan were investigated by purposive sampling and survey data were analyzed through using linear structural relationships (LISREL). The findings of the study showed that: 1. Employees' attitude and perceived behavioral control were positively related to behavior intention, and the influence of the former was more than the latter to behavior intention. 2. Employees' behavior intention would affect knowledge sharing behavior, and prove that the relationship between perceived behavioral control and behavior in Ajzen's TPB haven't been claer. 3. There was a significant linear relationship among knowledge sharing behavior, behavior intention, organizational citizenship behavior, and affect-based trust.

壹、前言

Garcés、**Gorgemans**、**Martínez Sánchez** 及 **Pérez Pérez**（**2004**）研究中指出電子商務導入程度相對較高之旅行業者，可降低公司經營成本、定位出公司策略目標、改善管理系統、整合內部訓練機制、進而提升組織整體績效使組織獲利。根據台灣 **MIC**（資訊市場情報中心）報告指出，旅行業有高達 **1/3** 屬於電子商務的潛在市場存在，顯示台灣電子商務發展隨著網路環境日漸成熟整體趨勢從原本 **B2B** 市場轉為搶攻龐大商機的 **B2C** 市場。然而電子商務所涉及之範圍並非僅止於單純的網站架設或網頁維護，尚包含組織內部流程的改造、資訊網路化以及外部資源相互流通等問題（哈佛管理顧問公司，**1999**），企業導入電子商務的同時可能改變員工原本之工作任務與型態，若企業欲建立完整的電子商務系統，可能須員工彼此有高度的知識分享行為存在。

正如 **Hendriks**（**1999**）研究所指，員工進行知識分享的意圖通常不高，雖然組織常視知識分享為理所當然之行為，員工所擁有的知識乃其生存於此企業中價值所在，豈會將知識輕易地分享予其他成員。故企業若想培養組織內成員間彼此進行知識分享的氛圍須瞭解影響個人知識分享意圖的因素，若透過 **Ajzen** 之計畫行為模式探討促使員工進行知識分享之連續過程自員工內心信念之形成至外在行為之表現，藉此瞭解影響組織內員工知識分享行為表現之真正心理因素。雖然透過計畫行為理論可瞭解知識分享行為之形成因素，但除此之外組織內尚可能有其他因素影響知識分享行為進行，**Morrison**（**1994**）即指出組織公民行為隸屬於企業內成員活動中重要的一環員工會從事本身工作任務以外且對組織有貢獻之行為。有鑑於此，本研究除探討影響員工知識分享行為之因素外，擬整合「組織公民行為」變項檢視其與知識分享行為之關係。期望研究結果日後可供電子商務旅行社業者於管理上採取適當措施以營造組織成員彼此進行知識分享行為的文化。

貳、研究目的

一、探討導入電子商務系統之旅行社，其內部知識分享行為之影響因素。
二、驗證計畫行為理論於分析知識分享行為之適用性。
三、探討組織公民行為、信賴情感、實質互動與知識分享之關係。
四、根據研究結果予以分析建議，供未來業者推動知識分享時做為參考之依據。

參、文獻探討

一、知識分享行為

Arthur Andersen Business Consulting 在 **1999** 年時即提出有關知識管理架構之公式內容敘述到知識分享對於組織在實施知識管理時的重要性，此架構包括人、資訊科技、知識及分享之概念。因此透過資訊科技的運用可幫助組織知識管理之建構並加速知識管理的流程，而知識分享為知識管理架構中的精華，分享程度越高則員工越容易取得所需知識其價值也就越高，足見分享對組織在實行知識管理之貢獻程度（許史金譯，**2001**）。

Nonaka 及 **Takeuchi**（**1995**）認為組織內部創造知識的過程是內隱知識與外顯知識交互作用的結果，在兩種知識互動的過程中可界定出以下四種不同的知識分享模式：

（一）從內隱知識到內隱知識，又稱為共同化**(socialization)**：

共同化是藉由分享經驗進而達到創造內隱知識的過程，如心智模式和技術性技巧的分享等即為此類。獲得內隱知識的關鍵在於經驗，缺少某種形式的共同經驗個體將很難瞭解另一個體的思考過程，因此若脫離分享經驗賴以維繫的相關情感和特殊情境，僅是資訊的傳遞將沒有多大的意義。

（二）從內隱知識到外顯知識，又稱為外化**(externalization)**：

外化是將內隱知識明白表達為外顯知識的過程而內隱知識是透過隱喻、類比、觀念、假設或模式藉以表達，當人們試圖將意象觀念化時通常會將其精髓訴諸語言。

（三）從外顯知識到外顯知識，又稱為結合**(combination)**：

結合是將觀念加以系統化而形成知識體系的過程涉及結合不同的外顯知識體系，個人透過文件、會議、言語交談或電腦化的網路溝通進行交換並結合知識經由分類、增加與結合使既有的資訊重新組合並導出新的知識。

（四）從外顯知識到內隱知識，又稱為內化**(internalization)**：

內化是將外顯知識轉化為內隱知識的過程與邊做邊學息息相關，當經驗透過共同化、外化、結合，進一步內化到個人的內隱知識基礎時即成為有價值的資產。

Wijnhoven（**1998**）則認為知識分享是一種過程大部份藉由資訊傳播媒介進行知識的流通，而知識接收者藉由本身所擁有的知識對新知識進行闡釋達成兩者彼此互動的過程。根據 **Hendriks**（**1999**）所提之知識分享模式過程包含兩個步驟：一是知識擁有者將個人知識外化**(externalization)**的行為；另一階段則是知識重建者（**knowledge reconstructor**）將所得知識加以理解、轉化的內化（**internalization**）行為。

二、計畫行為理論

計畫行為理論（**Theory of Planned Behavior, TPB**）由 **Ajzen** 於 **1985** 及 **1987** 年提出，此理論提供一個全面且廣泛性的架構用來預測個體所進行的某一行為（引自 **Ajzen & Driver, 1992**）是自理性行動論（**Theory of Reasoned Action, TRA**）模式中衍生出的理論，其中包含三個主要影響意圖的構面：個體本身對某行為喜歡與否之內在因素亦即「行為態度」（**Attitude Toward the behavior, AT**）；重要他人對個體在進行某行為支持與否之外在因素亦即「主觀規範」（**Subjective Norm, SN**）；時間與機會配合與否之因素，也就是對於個體控制本身完成某行為難易程度的因素亦即「知覺行為控制」（**Perceived Behavioral Control, PBC**）。此三構面又分別受行為信念（**behavioral beliefs, bi**）、規範信念（**normative beliefs, nb**）與控制信念（**control beliefs, cb**）所影響，行為信念能產生個體對行為的態度至於規範信念會導致個體的主觀規範而控制信念則形成個體的知覺行為控制（引自王國川，**1998**）。

從 **Ajzen** 的計畫行為理論網頁中有針對 **TPB** 模式（如圖 **1**）進行詳細的介紹與說明，敘述如下（**http://www-unix.oit.umass.edu/~aizen/tpb.diag. html**）：

（一）行為信念（**Behavioral Beliefs**）

行為信念連繫著個體預期其所關切的行為產生之結果，亦即行為信念是個體所關切之行為可能導致某種結果的主觀機率。

（二）行為態度（**Attitude Toward the behavior, AT**）

行為態度是個體對某一行為的表現所抱持正面或負面評價之程度根據期望價值理論（**expectancy-value theory**），「行為態度」的衡量可由「行為信念」（**behavioral belief**）與「結果評價」（**evaluation**）之乘積和所構成。

（三）規範信念（**Normative beliefs**）

規範信念涉及重要參考依據個人或團體對個體採取某一行為之期待，換言之個體在採取某行為時體認其重要參考依據個人或團體期望本身應進行此行為與否之看法。

（四）主觀規範（**Subjective Norm, SN**）

主觀規範是個體採取某行為時本身所知覺到應從事與否之社會壓力根據期望價值理論，「主觀規範」的衡量可由「規範信念」（**normative belief**）與「依從動機」（**motivation to comply**）之乘積和所構成。

（五）控制信念（**Control beliefs**）

控制信念主要研究的範圍在於察覺某些可能促進亦或阻礙個體採取某行為之存在因素，換言之個體在採取某行為時本身所能察覺某些可促進或阻礙行為表現之因素的程度。

（六）知覺行為控制（**Perceived Behavioral Control, PBC**）

知覺行為控制是個體所知覺本身能完成某一行為之能力亦即個體在採取某一行為時本身能掌握及控制將此行為完成的程度根據期望價值理論，「知覺行為控制」的衡量可由「控制信念」（**control belief**）與「控制力量」（**control power**）之乘積和所構成

（七）行為意圖（**Behavioral Intention**）

行為意圖是個體在準備就緒後欲完成某一行為之指標，亦即個體想要從事某行動的傾向程度，可從個人是否願意努力去嘗試、願意付出多少心力去實現該行為來測知。計畫行為理論認為個體對某行為所持之態度愈為正面的評價、且主觀規範愈支持個體從事此行為、對該行為的知覺行為控制能力愈強則個體從事該行為的意圖會愈強。

（八）行為（**Behavior**）

在計畫行為理論中行為是意圖與知覺行為控制並立的函數，理論上知覺行為控制被預期用來減緩意圖對行為的影響當個體的知覺行為控制程度很高時可直接影響行為，實際上意圖與知覺行為控制經常被發現對行為有主要效果之存在但交互作用沒有顯著的影響。

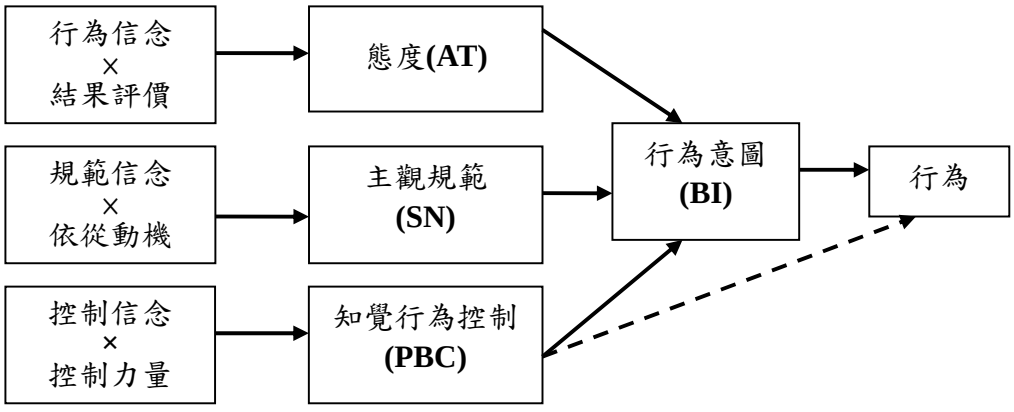


圖 **1** 計畫行為理論模式圖

三、組織公民行為

（一）組織公民行為的定義

Bateman 及 **Organ** 於 **1983** 年提出「公民行為」一詞組織公民行為才開始受到重視並將其定義為有利於組織的行為與態度，並非因為組織規定或是經由契約約束，因此組織公民行為是在不考慮組織認可或正式獎勵前提下成員可自我決定此非正式的貢獻。**Morrison**

（**1994**）亦指出組織公民行為屬於企業內成員的活動員工會從事本身工作任務以外且對組織有貢獻之行為；**Robinson** 及 **Morrison**（**1995**）則從心理契約的角度（**Psychological Contracts**）指出組織公民行為是超越員工與雇主契約協議的所有行為；**Organ**（**1997**）甚至認為雖然組織公民行為在組織內沒有直接或明確承認之報酬系統無法像具體的高效能生產力或開發創新技術等行為在組織內擁有正式的酬償制度不過這種屬於組織內個體無條件進行之行為對組織成效有仍某種程度的貢獻。

（二）組織公民行為構面

組織公民行為具多面向概念然而各學者皆希望盡可能地詮釋它，因此發展了許多不同的構面但當中仍有大同小異之處，本研究在整理過去學者所提出之組織公民行為構面，大都以 **1988** 年 **Organ** 最早完整提出之五大構面為主體，其後所提之學者大多以此五大構面為基本概念允以修改而成，**Organ** 所提之五大構面分別詳述於下（引自許道然，**2002**）：

1.利他助人（**altruism**）

此一構面強調自動自發地協助組織其他成員（包括上司及同事）份內工作任務相關的事情。

2.恪守本分（**conscientiousness**）

組織成員所呈現的某些角色行為超過組織所要求的最低標準限度。此構面和利他主義的差異在於前者缺乏被協助的標的對象行為者所呈現的行為通常是「合乎標準」的內角色行為而後者則有被協助的特定對象。

3.預先知會（**courtesy**）

指員工能夠主動通知其他成員以避免許多工作上可能發生的問題，包括預先通知、提醒、傳遞一些訊息給某個同事或單位；或提供諮商、簡報或建議，這些行為可以協助他人事先預防某些問題。

4.耐煩負重（**sportsmanship**）

指員工能夠對於組織中不理想的情境加以容忍且不抱怨，此構面可提昇組織整體耐力組織成員不需再花時間、精力去處理那些抱怨，自然就可以把資源用在更具生產力的事務上。

5.公民美德（**civic virtue**）

指員工主動關心、投入與負責任地參加組織的政治生活，有這種行為的員工會負責及有建設性地投入和參與團體或組織所面臨的議題。

然而依許道然（**2002**）針對 **Organ** 於 **1988** 年所提五構面之闡釋發現，也許是文化上的差異導致某些構面不一定能在我國文化中找到相互對應的概念，若是以英文字面意思直接翻譯可能會誤解原意。因此林淑姬（**1992**）為確實反映文化差異現象及正確衡量國人的組織公民行為，乃嘗試自行發展適合國內企業之組織公民行為量表，參考學者 **1988** 年 **Organ** 組織公民行為之構面與 **Podsakoff** 等人於 **1990** 年所建構之問卷，最後歸納出六個構面，詳述如下：

1.認同組織：指員工會為了維護公司形象而努力、且積極參與公司有關之活動及會議、亦會主動提出具建設性之改善方案等，及進行對公司整體有利的行為。

2.協助同事：指員工在公司內樂意協助同事、且主動與同事進行協調溝通等行為。

3.不生事爭利：指員工不會為謀取自身利益，因而從事可能破壞公司和諧之政治行為。

4.公私分明：指員工不會私自利用上班時間或公司資源處理個人事務之行為。

5.敬業守法：指員工工作認真，出勤表現良好、恪守公司規定等，甚至超越組織基本

要求標準之行為亦會盡力遵守。

6.自我充實：指員工為提升工作品質，而主動自我充實之行為。

四、信賴情感與實質互動

（一）信賴情感

Nelson 及 **Cooprider** 在 **1996** 年即認為影響知識分享的因素為信任與相互影響，**Senge** 於 **1997** 年也指出為達到知識的分享，人們必須要互相信任，**1998** 年 **Jones** 及 **George** 亦指出一但人們產生無條件的信任時，就會自願分享想知識及資訊，**Davenport** 及 **Prusak** 於 **1998** 年甚至認為信任是提升知識市場運作效率的重要因素，可促進知識的傳遞，因為在組織中交換或分享知識，取決於知識買方是否值得信任，信任將是知識交流的核心，**1999** 年 **Ojala** 更認為若雙方缺乏信任，則會彼此隱藏資訊或知識，那麼分享則會成為幻影，**Nonaka** 等人於 **2000** 年更進一步指出組織成員間要分享彼此的知識，必須彼此間充滿強烈的愛、關懷、信任與承諾，如此才會誘發組織成員分享知識的行為（引自吳盛，**2003**）。

雖然信任的定義相當廣泛，然而，**MaAllister**（**1995**）認為組織同事間會有兩種不同型態之信任存在，分別為認知型信任（**cognition-based trust**）與信賴情感（**affect-based trust**），後者於過去研究中被驗證與組織員工之公民行為有正向之關係，此種信任可誘發個人進行超越本身角色外之行為，但前者就無此關係存在，因此本研究以信賴情感為知識分享行為之影響因素之一。

（二）實質互動

Argyle（**1978**）指出氣氛融洽的互動可促進人與人相互的瞭解，可助彼此建立良好品質的關係，若是人們在彼此相互瞭解、熟悉與友善且關係良好的團隊工作，成員即會主動地互相幫忙。而且 **Davenport** 及 **Prusak** 於 **1998** 年亦建議組織應設立茶水間與討論室方便員工互動，甚至可以安排工作後的活動，給予更多的時間使員工彼此擁有透徹且實質的互動，幫助員工尋求工作所遭遇之問題的解答，員工亦可學習其他成員所分享的經驗或知識（胡瑋珊譯，**1999**）。

雖然文獻上不斷有新的團隊互動或溝通協調模式之研究發表，但這些文獻主要仍立基於早期對組織或團隊互動三導向（人際、任務與自我）之見解，比如 **Benne** 與 **Sheats** 於 **1948** 年所提出之任務（達成目標）、關係（支持、鼓勵）、以及自我（自我中心）三類團隊成員之角色導向。若再加入 **1976** 年 **Van de Ven**、**Delbecq** 及 **Koenig** 對協調模式之定義，則可發現「人際導向」應包括相互信任、尊重與關懷、建立友誼、尊敬及溫情關係、與分享資源等以「個人協調模式」為主之導向；以及互相幫助、溝通協調、相互支援、與強調合作等以「群體協調模式」為主之導向。至於「任務導向」主要是強調工作技術面的問題，包括建立明確的工作程序、方法、與標準，或者尊重專業等，以達成專案目標；而「自我導向」則是以自己為中心，較少與人溝通協調，或是只管自己份內的工作，或是堅持自己的意見等（引自汪美香及葉桂珍，**2003**）。

肆、研究方法

一、研究架構

本研究主旨在於探討旅行社員工進行知識分享行為之影響因素，藉由計畫行為理論中之前置因素：態度、主觀規範、知覺行為控制瞭解其如何影響行為意圖，進而影響組織成員的知識分享行為，建構出知識分享的行為模式，再透過信賴情感、實質互動與組織公民行

為六構面：認同組織、協助同事、不生事爭利、公私分明、敬業守法以及自我充實，探討其與知識分享行為間之關係。本研究之研究架構如圖 **2** 所示：

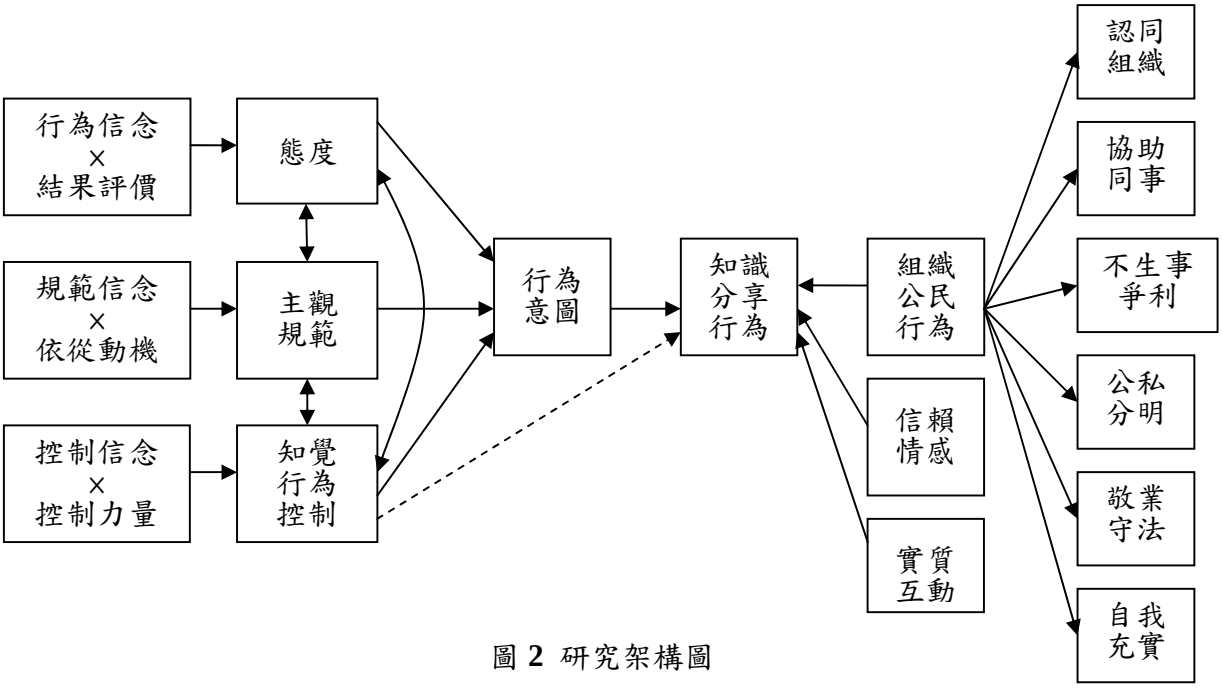


圖 **2** 研究架構圖

二、抽樣設計與測量工具

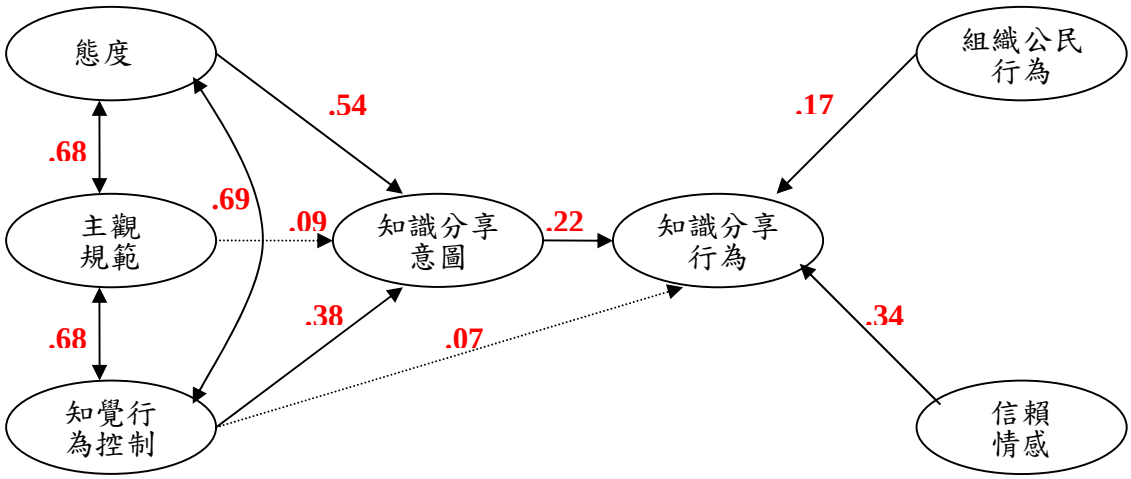
本研究以國內甲種、乙種及綜合旅行社之組織成員為受測樣本，調查對象旅行社之選取，會藉由 **ARO** 網路測量研究中心所發展之 **ARO** 指標界定旅遊類型網站服務整體表現良好以及旅遊市場佔有率與交易金額較佳之旅行社，在依旅行社之規模以分層比例原則決定各旅行社之員工受測人數，採取立意取樣的方式進行調查，共計發放 **200** 份問卷，經刪除無效問卷後，實得有效問卷 **134** 份，有效問卷回收率為 **67%** 。

三、測量工具與資料分析

本研究測量工具為結構式問卷，問卷設計共分成五部分：第一部分為依據計畫行為理論所設計之知識分享行為意圖量表，第二部分為組織公民行為強度之調查，第三部分為成員間情感信賴與實質互動之調查，第四部份為成員落實知識分享行為程度之調查，第五部份為公司背景與受測者個人基本資料（包括成立年數、公司人數、資本額、登記類別、性別、婚姻狀況、年齡、教育程度、工作年資、職務、工作內容）。在第一部份之問卷採用兩極化七點語意差異量表，第二、第三及第四部分問卷項目則採用李克特五點尺度量表，問卷初稿完成後會與資深旅行社高階主管進行討論，提供對該問卷之修改意見，藉以發展適合衡量旅行社員工之結構式問卷。回收之後，本研究擬採用套裝統計軟體 **SPSS** 與 **LISREL8.54** 為分析工具，以結構方程式驗證研究架構的合理性，並觀察各變項間之影響關係。

伍、結果與討論

本研究採用 **SEM** 進行資料分析，藉以驗證本研究所建構之知識分享行為模式中各研究變項的因果關係，而在進行分析前需判斷整體模型的配適度，即為理論架構與觀察資料的配適程度，透過驗證性因素分析調整不適配之觀察變項與潛在變項，使整體模型達到良好適配，進而檢視各變項與知識分享行為之關係。結構模式分析結果顯示受測者的知識分享行為結構模式在可接受之適合度指標標準值範圍內（χ^2 **(p** 值 **< .0005)**，**PNFI = 0.64**，**GFI = 0.774**，**AGFI = 0.88**，**CFI = 0.846**，**IFI = 0.848**，**TLI = 0.808**，卡方自由度比 **= 3.493**），即結構模式與觀察資料間之配適度尚可接受，亦即此模式可以解釋或反應所蒐集的資料。就參與問卷調查之旅行社成員而言，對知識分享的主觀規範與知識分享意圖間之正向線性關係不成立（β **= 0.09, p > 0.05**），而對知識分享的態度與（β **= 0.54, p < 0.05**）以及知覺知識分享行為控制（β **= 0.38, p < 0.05**）兩者與知識分享意圖間之正向線性關係成立，僅知識分享意圖（β **= 0.22, p < 0.1**）與知識分享實際行為間之正向線性關係成立，至於 **Ajzen** 於計畫行為理論中假設之虛線部份，亦即知覺知識分享行為控制（β **= 0.07, p > 0.05**）於本研究中尚未被證實，組織公民行為（β **= 0.17, p < 0.1**）以及信賴情感（β **= 0.34, p < 0.05**）會顯著的影響知識分享行為，至於實質互動會影響模式之適配情形，且此變項與組織公民行為變項其間之關聯性已達統計分析上之顯著程度，因此擬將此變項於本研究架構中移除，由於本研究所牽涉架構過於廣泛，再透過驗證性因素分析，將未達標準因素負荷值即表示這些問項會同時與其他因素產生相關而無法正確地測量其所對應的潛在構念，因此這些潛在變項所形成之測量模式仍有修正空間，本研究在刪除相關性過高因素負荷質較低之問項後，所得之修正後測量模式與觀察資料間雖有改善其配適程度，卻尚未到達標準範圍，因此，本研究再透過一階驗證性因素分析中所得之模式將其觀察變項加總平均，使其達簡化原則，因此原一階驗證性因素分析潛在變項最變項簡化之關係，在本研究視為觀察變項進行分析。而模型亦因此之故，於適配程度上大多數指標達可接受之範圍。



根據本研究分析結果，整體而言，旅行社成員對於知識分享的行為會受到個體本身的「知識分享意圖」之直接影響，意即旅行社成員若有較高的意願來分享知識，便會有較高的機率產生實際的分享行為，而知識分享行為不會直接受知覺行為控制變項影響之原因，可能由於受訪者所體認到的知識偏向較易移動之屬性例如經驗之傳承、資訊之告知等，此類屬性的知識在分享過程中較無重大因素之阻礙，且本身亦較易掌控分享的程序，因此較不易有知覺行為控制變項上之體認；在知識分享意圖方面，乃受到「知識分享的態度」與「知覺知識分享行為控制」的直接影響，相較於主觀規範與知覺行為控制的影響，知識分

享的態度是影響知識分享意圖較主要之因素，意即旅行社成員認為分享知識給其他同事對本身而言內心感受若是愉悅且有價值的，個體便會產生較高的分享意願，若本身同時具有較高的分享信心與控制力的話，對於分享的意願具備加分的功效，至於「主觀規範」對於意圖的影響貢獻不及於態度與知覺行為控制，探究原因可能在於知識屬於資源的一種且深植於人們心智內，若非個體本身自願從事，則無法透徹執行知識分享行為，應該採用引導的方式勝過重要關係團體帶有強力主導的方式，在知識分享計畫行為理論部份，僅對知識分享的主觀規範構面之研究結果不支持 **Ajzen** 所提之計畫行為理論，其他構面之研究結果與 **Ajzen** 的研究發現是一致的。

就組織公民行為以及信賴情感此兩構面與知識分享行為之分析結果，表示旅行社內組織公民行為程度越高，成員彼此皆有互相信任之情感存在員工彼此便會較有實際的知識分享行為出現，意義在於組織公民行為理論中之社會交換關係在知識分享行為上是可被呈現出來的，透過組織內社會交換關係之培養使旅行社內擁有喜換幫助他人的特質存在，組織便可提高員工的知識分享行為，當旅行社成員對於同事彼此投入的情感信任很深入組織便會產生融洽友善的文化，因此愈會彼此鼓勵分享互助的行為。最後歸納上述說明顯示，知識分享行為意圖對於實際知識分享行為還是有一定程度的解釋能力；知識分享的態度對於知識分享意圖具有主導關係的角色；至於知識分享的主觀規範可能需視為計畫行為理論模式的外部變數非主要影響因子；而個體的知覺知識分享行為控制在本研究模式內對於影響知識分享行為意圖亦有舉足輕重的角色；除此之外組織內的氛圍也很重要，因此旅行社在徵選新進人員時可依據組織公民行為六大構面特質招募組織成員，強化良好的文化使每位員工之間的信任情感愈加穩定，以便旅行社成員彼此互相進行知識分享行為。

陸、計畫成果自評

一、本研究假設知識分享行為是一種計畫性行為，是經過思考推理後的計畫行為，在此假設下，部份臨時起意的行為就無法使用此研究模式來解釋。

二、由於本研究模式所需估計的參數相對較多，但回收樣本卻是有限，因此，在進行 **SEM** 分析時，並無法以完整資訊估計的方式來進行，所以僅能使用有限資訊方式進行模式檢驗，雖為變通方式之一，但所得之模式估計值將會較無效率，建議將來能進一步有效擴展施測對象，使檢驗結果較為完整。

三、本研究之對象為旅行社成員，因此研究結論可能無法推論應用到其他不同產業類型組織上，未來可嘗試以不同企業之所屬成員為研究範圍，以助結論可更廣泛的概念化以及提高理論模式的穩定性。

四、衡量受測者感受旅行社內之組織公民行為、信賴情感以及實質互動的程度屬於個人主觀評估，個人恐受公司壓力所致讓資料相對較為不客觀，可能發生研究精確度失準的問題。

五、本研究使用問卷調查法，只在某一時點進行調查屬於橫斷面方式來觀察個體的知識分享行為，因此可能無法明確界定受測者有無實際執行知識分享行為，亦無法確定模式內因素是如何影響個體行為，將來若須要實際地瞭解知識分享行為產生的整個過程，可能須使用縱貫面方式來進行觀察。

柒、參考文獻

中文部份

1. 王國川（**1998**）。計畫行為理論各成份量表之設計、發展與建立－以青少年無照騎車行為之研究為例。**師大學報**，**43**（**2**），**67-91**。
2. 汪美香、葉桂珍（**2004**）。資訊系統專案團隊成員互動型態之探索。**臺大管理論叢**，**14**（**2**），**79-108**。
3. 吳盛（**2003**）。以計劃行為理論探討資訊人員的知識分享行為。國立中山大學資訊管理研究所博士論文。**全國博碩士論文資訊網**，**091NSYS5396033**。
4. 林淑姬（**1992**）。薪酬公平、程序公正與組織承諾、組織公民行為關係之研究。國立政治大學企業管理研究所博士論文。**全國博碩士論文資訊網**，**080NCCU2121009**。
5. 哈佛管理顧問公司（**1999**），「電子商務競爭新策略」，管理雜誌，**Vol.302**。
6. 胡瑋珊（譯）（**1999**）。**T. H. Davenport, & L. Prusak** 著。**知識管理：有效運用知識創造競爭優勢(Working Knowledge)**。台北市：中國生產力中心。
7. 國內電子商務經營現況及發展趨勢介紹（**2005**）。**2006** 年 **1** 月 **20** 日，取自 **http://www.ec.org.tw/knowledge/notes/notes_detail.asp?SemiID=98&SubRegionID**
8. 許史金（譯）（**2001**）。**Arthur Andersen Business Consulting** 著。**知識管理推行實務**。台北市：商周文化。
9. 許道然（**2002**）。公部門組織信任與組織公民行為關係之研究。國立政治大學公共行政研究所博士論文。**全國博碩士論文資訊網**，**090NCCU0055006**。

英文部分

1. **Ajzen, I. & Driver, B.L. (1992). Application of the Theory of Planned Behavior to Leisure Choice. *Journal of Leisure Research, 24*(3), 207-224.**
2. **Ajzen, I. (2002). Constructing a TPB Qyestionnaire: Conceptual and Methodological Considerations. Retrieved January 12, 2006, from the World Wide Web: *http://www-unix.oit.umass.edu/~aizen/index.html***
3. **Argyle, M. (1978). *Social interaction*, London: Tavistock Publications.**
4. **Bateman, T.S., & Organ, D.W.(1983), Job satisfaction and the good soldier : The relationship between affect and employee "Citizenship". *Academy of Management Journal, 26*(4), 587-595.**
5. **Garcés, S. A., Gorgemans, S., Martínez Sánchez, A., & Pérez Pérez, M. (2004). Implications of the Internet—an analysis of the Aragonese hospitality industry. *Tourism Management, 25*(5), 603-613.**
6. **Hendriks, P. (1999). Why share knowledge? The influence of ICT on the motivation for knowledge sharing. *Knowledge and Process Management, 6*(2), 91-100.**
7. **McAllister D. J.(1995). Affect- and cognition-based trust as foundations for interpersonal cooperation in organizations. *Academy of Management Journal, 38*(1), 24-59.**
8. **Morrison, E. W. (1994). Role definitions and organizational citizenship behavior: The importance of the employee's perspective. *Academy of Management Journal, 37*(6), 1543-1567.**
9. **Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. NY: Oxford University Press.**
10. **Organ, D. W. (1997). Organizational Citizenship Behavior: it's construct clean-up time. *Human Performance, 10*(2), 85-97.**

11. Robinson, S. L. & Morrison, E. W. (1995). Psychological Contracts and OCB：The Effect of Unfulfilled Obligations on Civil Virtue Behavior. *Journal of Organizational,*16, 289-298.