

## 影響虛擬社群網站滿意度之干擾因素探討－以 Facebook 臉書為例

指導老師：王崇昱老師

組 員：謝復翔、王啟龍、許金玉、林詩潔、林照焜

### 摘要

近幾年隨著網際網路蓬勃發展，已漸漸成為人類生活中獲取資訊的主要來源，且越來越多人選擇在網路上與他人互動、情感連結及意見的交流。網際網路的發展已衝擊改變人類的社會，特別是虛擬社群的出現，如近年來崛起的 Facebook，是一個具相當新鮮、有趣且富含生命力的虛擬社群網站。Facebook 是近年最具商機的虛擬社群，不僅一般大眾會使用，甚至是企業家或活動團體都會利用 Facebook 的粉絲團來打響知名度。

本研究欲瞭解虛擬社群網站使用者的使用動機（社交、娛樂、匿名及資訊）對於虛擬社群滿意度的影響，以及加入收費、版本變動、匿名與道德規範等干擾因素後，是否又會使虛擬社群網站使用者的使用動機對於虛擬社群滿意度產生影響。本研究利用 My3Q 網路問卷，共回收 245 份有效問卷，經過整理及分析結果顯示：使用動機的社交、娛樂及資訊對虛擬社群滿意度有正向的影響；而使用動機的匿名對虛擬社群滿意度有部分的正向影響。以及在加入干擾因素後，使用動機與虛擬社群滿意度會因為收費及版本變動因素而產生干擾效果，亦即，雖虛擬社群成員有各項正向的動機，然而在加入收費及版本變動因素後，會使部分虛擬社群滿意度下降。

關鍵字：使用動機、虛擬社群滿意度、干擾因素

## 第壹章 緒論

在這充滿科技的時代，網際網路是人類生活中獲取資訊不可或缺的來源之一。網際網路中有許多議題的討論，除了要吸引網際網路使用者的瀏覽與意見發表外，同樣可以傳達情感，而溝通的方式除了個人之間的溝通，也包括了集體的公共聯繫，這種新的溝通型態是網路社會之所以被稱為虛擬社區的重要原因。本研究在於探討哪些因素會影響到虛擬社群成員對虛擬社群的滿意度，希望藉由本研究的結果，能夠為以網路商機為主的企業提供一份參考。

### 第一節 研究動機

在這 Web2.0 的時代，越來越多人選擇在網路上與他人互動，透過彼此的情感連結與意見交流，虛擬社群的參與逐漸變成人們生活中的一部份。根據創市際市場研究顧問公司在 2009 年 11 月調查指出，有六成一的受訪者表示曾參與過虛擬社群。

接著詢問受訪者較常透過哪種平台參與虛擬社群的活動，「論壇」(46.4%) 最受受訪者歡迎，其次分別為「部落格」(44.5%)、「家族」(33.1%)，如圖 1-1 所示。進一步以性別、年齡與職業交叉發現，「論壇」以男性(55.1%)與學生(53.2%)受訪者比例最多，選擇「BBS」參與虛擬社群活動則以 20-24 歲(25.7%)受訪者為主。

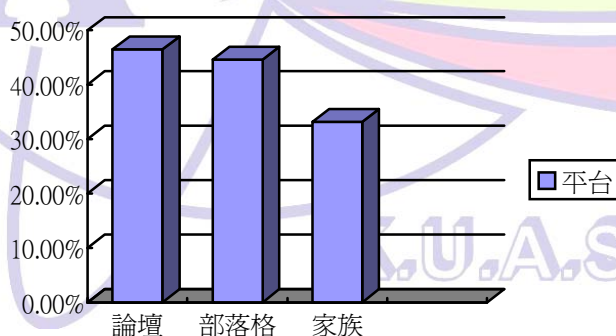


圖 1-1 社群平台使用百分比

資料來源：本研究整理

另一方面，受訪者參與虛擬社群的動機以「可與虛擬社群的同好，一同交流心得/意見」(30.4%) 比例最多，其次分別為「我於購物前，會參考虛擬社群裡的意見/蒐集資訊」(27.2%)、「打發時間」(21.4%)，其中 19 歲以下受訪者參與

虛擬社群的動機主要為「打發時間」(40%)、「喜歡到處參與虛擬社群活動」(29.6%)、「喜歡交朋友」(28.7%)，30-34 歲則以「我於購物前，會參考虛擬社群裡的意見/蒐集資訊」(57.3%) 為主。問卷中也調查受訪者通常在虛擬社群中進行哪些行為，有三成五受訪者表示為「閱讀文章(爬文)/心得」，其次為「蒐尋資訊」(28.5%) 與「與其他成員互動(聊天/回文/討論/Email)」(18.8%)。綜合以上調查所述，不同年齡層參與虛擬社群的動機不盡相同，而雖有超過六成的受訪者表示曾參與過虛擬社群，但普遍來說使用者對社群的使用時間尚低，顯示虛擬社群使用率雖高，但對使用者吸引力不足，導致其停留在虛擬社群的時間偏低，因此如何讓網友黏性更高，是各大社群網站尚需努力的目標。

網際網路的發展已衝擊人類社會，特別是虛擬社群的出現，則是一個相當新鮮、有趣、富含生命力的概念。例如「Facebook」是最近不僅青少年會使用甚至企業家都會想到利用它成為商機的虛擬社群，它的存在價值不僅在於它的資訊和資源，更重要的是它把人們生活型態緊緊結合在一起，共同分享資訊，甚至產生知識。

TechCrunch(2007) Facebook 在所有以服務於大學生為主要業務的網站中，擁有最多的用戶，85%的學生有 Facebook 檔案，所有這些加入 Facebook 的學生中 60%每天都登入 Facebook，85%至少每周登入一次，93%至少每個月一次，而且平均每天在 Facebook 上花 19 分鐘。根據學者提出的報導可知虛擬社群經營的成效，人們使用動機是非常重要的因素，會間接影響社群的滿意度。可是看似完美的 Facebook 這個虛擬社群，卻在近幾年受到國內或國外一些批評，歐盟公民事務執委 Viviane Reding (2010) 指責 Facebook 對於未成年使用者資訊保護程度做的不夠完善，雖然它的畫面情境上已做了些改變，但在資訊保護預防措施上能有漏洞。

2010 年 2 月 25 日 Facebook 官方強制關閉舊版農場，要求所有玩家一律使用新版農場，討論區網友反應激烈，認為官方無視玩家需求，流氓惡行讓人疑惑是不是製作團隊的技術退步。玩家嘲弄，舊版開心農場的連續出包率加上 Happy Farm、陽光牧場等性質相近遊戲登陸 Facebook，流失不少玩家數量，已造成每月玩家流失率 10%，這回遇上新舊版農場大戰，如何將滿意度提昇再次考驗官方



根據文獻探討本研究發現有關於虛擬社群滿意度相關研究是很少的，如吳銘弘（2007）、莊鎮嘉（2007）、王妙君（2008），本研究擬從動機的角度切入來探討其與滿意度之間的關係，且動機是影響行為的重要因素，甚至更進一步本研究發現到影響滿意度因子之干擾效果的相關研究少有人探討，如吳俊昇（2003）探討影響虛擬社群成員滿意度之因素有哪些？且以生活型態為干擾變素。如前述，Facebook 流失率高,是否是因為收費、版本變動、隱私權、道德規範等干擾因素造成？亦即在動機增加的情況下若是有干擾效果存在，消費者的滿意度使無法上升，這部分的探討是缺乏的,本將針對此部份進行研究。

## 第二節 研究目的

現今的網路虛擬社群種類繁多，本研究以使用動機來探討如何增加虛擬社群滿意度，並探究某些干擾因素是否會影響虛擬社群滿意度，根據這些影響因素，使用者是否會繼續使用虛擬社群。本研究主要目的如下：

- 一、探討虛擬社群的使用動機對滿意度的影響？
- 二、探討虛擬社群的干擾因素是否會使虛擬社群的使用動機對滿意度之影響產生變化。亦即，在動機增加的情況下，若是有干擾效果存在，消費者的滿意度可能無法增加？

### 第三節 研究流程

在確認研究主題與目的後，開始收集一些資料及文獻來源，再來擬訂研究架構進行深度的研究與探討。經由設計問卷以及問卷調查，將問卷回收後加以整理並進行資料的分析，分析完後將本組所探討問題加以提出討論與建議(如圖 1-2)。



圖 1-2 研究流程圖 資料來源：本研究整理

## 參考文獻

### 中文部份：

1. 吳俊昇 (2003), 「虛擬社群成員滿意度與消費相關行為之研究」, 成功大學國際企業研究所碩士論文。
2. 江嘉軒 (2004), 「虛擬社群網站使用動機與社會臨場感研究」, 中山大學傳播研究所碩士論文。
3. 詹佳琪 (2001), 「虛擬社群成員滿意度及其相關因素之研究」, 第一科技大學資訊管理研究所碩士論文。
4. 連征忠 (2002), 「虛擬社群成員間信任關係之探討」, 大葉大學事業經營研究所碩士論文。
5. 蔡玉惠 (2009), 「探討虛擬實務社群支持續知識分享意圖」, 中央大學資訊管理研究所碩士論文。
6. 謝宗諭 (2005), 「虛擬社群知識分享行為研究—期待與價值扮演的角色」, 中央大學資管研究所碩士論文。
7. 許家豪 (2007), 「虛擬社群信任與社群滿意度對購買意向之研究」, 中正大學資訊管理研究所碩士論文。
8. 陳靖旻 (2008), 「影響虛擬社群成員知識分享因素之探討—社會資本理論觀點」, 中央大學資訊管理研究所碩士論文。
9. 蔡事恒 (2003), 「影響虛擬社群成員滿意度及忠誠度因素之研究—以拍賣網站為例」, 大葉大學資訊管理學系碩士班論文。
10. 饒光裕 (2003), 「顧客關係管理與建立虛擬社群成員忠誠度關係之研究」, 大葉大學國際企業管理學系碩士論文。

- 11.王妙君 (2008),「線上社群體驗對使用者滿意度及忠誠度之影響」,元智大學國際企業學系碩士論文。
- 12.劉佳妍 (2009),「社群網絡口碑傳播與使用者行為關聯之研究-以 Facebook 社群網路為例」,中國文化大學新聞研究所碩士論文。
- 13.蔡繼正 (2007),「社會網路服務網站的利益—以 Facebook 為例」,中央大學資訊管理研究所碩士論文。
- 14.簡士超 (2009),「成年前期男性之寂寞因應行為研究—以 Facebook 使用者為例」,世新大學公共關係暨廣告學研究所碩士論文。
- 15.彭蕙仙 (2007),「媒體編採部門與經營部門互動變化對媒體經營策略的影響--以 A 報文化新聞中心的改版為例」,政治大學經營管理研究所論文。
- 16.曾惠甄 (2006),「台灣國道電子收費系統服務品質、顧客滿意度與購後行為之研究」,中華大學經營管理研究所論文。
- 17.吳明哲 (2005),「服務品質、商品品質、商品價格與顧客滿意度關聯性之研究--以 Yahoo! 奇摩拍賣網站收費後為例」,南華大學管理學研究所論文。
- 18.黃挺洲 (2007),「整合行銷傳播在媒體行銷之應用：以《時報周刊》雜誌改版後為例」,政治大學傳播學院碩士論文。
- 19.賴美娟 (2007),「資訊系統版本更新之顧客滿意度研究」,朝陽科技大學資訊管理研究所碩士論文。
- 20.林晏妃 (2007),「回應式與預應式市場導向對新產品績效之影響-外部環境之干擾因素」,實踐大學企業管理研究所碩士論文。
- 21.李采蓉 (2006),「以 P3P 為基礎之個人化資訊隱私權協議」,臺灣大學資訊管理學研究所碩士論文。



- 22.陳淑娟 (2007),「大學圖書館個人化服務之隱私權問題探討」,臺灣師範大學社會教育學系在職進修碩士論文。
- 23.劉碩強 (2007),「網站可靠度與隱私權影響使用者交付個人資料意向之研究」,中正大學資訊管理研究所碩士論文。
- 24.羅亦斯 (2001),「網路環境與網路使用者的身份對個人隱私權動機的影響性之研究」,中正大學資訊管理研究所碩士論文。
- 25.沈經宏 (2007),「學生部落格虛擬社群使用動機與行為研究」,世新大學新聞學研究所碩士論文。
- 26.詹子瑩 (1999),「推行網路住宅社區課題之研究」,未出版之碩士論文,國立中山大學資訊管理研究所。
- 27.楊晴晴 (2005),「結合公平理論、滿意度與虛擬社群知識分享行為之研究」,國立高雄第一科技大學資訊管理所碩士論文。
- 28.吳淑如 (1997),「電腦中介傳播系統使用與組織溝通滿足之關連性研究—以軍事院校學生使用校內電子佈告欄系統為例」,政治作戰學校新聞學系研究所碩士論文。
- 29.池熙璿 (1998),「原住民網路新聞討論群之研究—以 tw.bbs.soc.tyyal 為例」,淡江大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 30.林信恆 (2002),「服飾虛擬社群網路外部性探討之研究」,輔仁大學織品服裝學系研究所碩士論文。
- 31.梁仁傑 (2004),「虛擬社群知識分享持續意圖之探討—公平與知識品質所扮演的角色」,國立中央大學資訊管理研究所碩士論文。
- 32.吳銘弘 (2007),「線上遊戲之資訊系統成功模式」,國立屏東商業技術學院行



銷與流通管理所碩士論文。

- 33.莊鎮嘉 (2007),「即時通訊軟體採用認知因素與使用者滿意度之關係研究」, 國立雲林科技大學資訊管理碩士論文。
- 34.謝逸璇 (2009),「華人文化特質對管理者不道德行為之影響」, 國立東華大學國際企業學系碩士班。
- 35.黃照貴、陳慶文、陳怡君 (2009), 以資源基礎論探討專業虛擬社群支持續參與意圖。中華民國資訊管理學會編, 第二十屆國際資訊管理學術研討會論文集 (頁 2654-2663)
- 36.陳智先 (2008),「線上遊戲社交性研究:玩家社交活動與第三場域的觀點」, 國立交通大學傳播研究所碩士論文。
- 37.柯美君 (2007),「網站社交性對消費者行為的影響」, 國立中央大學資訊管理研究所碩士論文。
- 38.吳敏菲 (2008),「虛擬社群會員對站上廣告之態度」, 國立交通大學管理科學系所碩士論文。
- 39.吳冠緯 (2008),「社交網路服務的顧客價值、滿意度與口碑傳播之關聯探討」, 國立中山大學企業管理學系研究所碩士論文。
- 40.林艷萍 (2007),「青少年部落格使用者之自我揭露與自我呈現意願調查」, 國立交通大學理學院碩士在職專班網路學習學程碩士論文。
- 41.劉明祥 (2007),「知識型社群網站使用動機與滿意度之研究—以「Yahoo!奇摩知識+」為例」, 中國文化大學資訊傳播研究所碩士論文。
- 42.黃百立 (2004),「資訊服務系統使用效益與成功模式之研究」, 東吳大學資訊科學系碩士論文。
- 43.陳文彥 (2007), 探討網站持續使用意願之影響因素-以網路資訊搜尋活動為例, 東吳大學資訊科學系碩士論文。

44. 闕克儒 (2003), 「網路匿名性、企業形象與關係品質對網路口碑影響之研究—以線上遊戲為例」, 國立中興大學企業管理學系研究所碩士論文。
45. 李蕙如 (2008), 「匿名性、訊息屬性對網路訊息傳遞意願之影響—以五大人格為干擾變數」, 靜宜大學國際企業研究所碩士論文。
46. 吳萬益(2000), 「企業研究方法」, 華泰書局。
47. 創市際市場研究顧問—虛擬社群網站 使用率突破六成  
<http://blog.insightexplorer.com/2010/02/04/ix-survey-%E8%99%9B%E6%93%AC%E7%A4%BE%E7%BE%A4%E7%B6%B2%E7%AB%99%E2%94%80%E4%BD%BF%E7%94%A8%E7%8E%87%E7%AA%81%E7%A0%B4%E5%85%AD%E6%88%90/>
48. 維基百科—facebook <http://zh.wikipedia.org/wiki/Facebook>
49. 明報專訊—Facebook「開心農場」偷菜 台政府「不鼓勵」 提出「偷」改「租」 免混淆價值觀 <http://hk.news.yahoo.com/article/091019/4/erg4.html>
50. 全球中央雜誌—懂得自我規範 網路世界不會亂  
<http://newsworld.cna.com.tw/?tag=/facebook>
51. 數網 GetJetso.com - <http://www.getjetso.com>
52. 新浪新聞網 (2009) —Facebook 被指存個人資料外洩及隱藏收費陷阱  
<http://news.sina.com.tw/article/20091120/2416020.html>
53. 搜狐 IT (2008) —Facebook 改版引發不滿 數百萬用戶欲抵制  
<http://it.sohu.com/20081001/n259826803.shtml>
54. 香港高登 <http://forum2.hkgolden.com/view.aspx?message=1646338>
55. 自由電子時報 (2009) —Facebook 改版 遭檢舉侵犯會員隱私  
<http://iservice.libertytimes.com.tw/liveNews/news.php?no=309115&type=%E5%9C%8B%E9%9A%9B>

56. Cipper Tech (2009) – Facebook 挑起隱私權大戰

<http://tech.cipper.com/index.php/archives/457>

57. 全球中央雜誌 (2009) – 社交網站新領域 有待政府介入

<http://newsworld.cna.com.tw/post/e7a4bee4baa4e7b6b2e7ab99e696b0e9a098e59f9f-e69c89e5be85e694bfe5ba9ce4bb8be585a5.aspx>

58. 中時電子報報導 (2009) – 網友反彈 Facebook 條款暫回原狀

<http://blog.chinatimes.com/blognews/archive/2009/02/19/377035.html>

英文部分：

- 1 .Alder,R.P. and Christopher,A.J., (1998), "Internet community primer overview and business opportunities".
- 2 .Bruce,H. (1998), "User Satisfaction with Information Seeking on the Internet", Journal of the American Society for Information Science, Vol.49, pp541-556.
- 3 .Barab, S. A., Makinster, J. G., Moore, J. A. Cunningham, D. J., & The ILF DesignTeam (2001). Designing and building an on-line community: The struggle to support sociability in the inquiry learning forum. ETR&D, 49 (4) . 71-96.
- 4 .Chung-Yu Wang, Li-Wei Wu, Tsung-Chi Liu.(2010), "Moderators of the Negativity Effect: Commitment, Identification, and Consumer Sensitivity to Corporate Social Performance, pp.64.
- 5 .Chiu, C.M.,Hsu,M.H.,and Wang, Eric T.G.. (2006) .Understanding Knowledge Sharing in Virtual Communities: An Integration of Social Capital and Social Cognitive Theories.Decision Support Systems,42 (3) ,1872-1888.
- 6 .DeLone, W.H. and McLean, E. R., 1992, "Information Systems Success: The Quest for the Dependent Variable", Information Systems Research, Vol6, No.2,

pp252-263.

- 7 .Ducheneaut, N., & Moore, R. J. (2004) . The social side of gaming: A study of interaction patterns in a massively multiplayer online game. Paper presented at the 2004 ACM conference on Computer Supported Cooperative Work (pp. 360-369) . New York: ACM press.
- 8 .Etzioni,A. and Etzioni,O. "Face-to-Face and Computer-Mediated Communities, A Comparative Analysis,"*The Information Society* ( 15:4 ) ,1999,pp.241-248.
- 9 .Grijpink, J. and C. Prins, (2001) . "Digital anonymity on the Internet,"*Computer Law and Security Report* 17 ( 6 ) , pp.379-389.
- 10.Hair, J.F., Anderson,R.E., Tatham,R.L.,&Black, W.C.1998.*Multivariate Data Analysis with Reading*. 5th ed. Upper Saddle River, Nj: Prentice Hall.
- 11.Hagel III, J., and Armstrong, A. The Real Value of On-Line Communities *Harvard Business Review*, May-June 1996, pp.134-141.
- 12.Ives, B., Olson.M.&Baroudi, J. (1983) , "The Measurement of User Information Satisfaction", *Communications of the ACM*, pp.785-793
- 13.Johnson, D., 2000, "Anonymity and the Internet," *The Futurist* 34( 4 ), Jul/Aug, pp, 12.
- 14.Kotler,P. (2000) . *Marketing Management* 10<sup>th</sup> (Ed.) . Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- 15.Muller,W. (1991) , "Gaining Competitive Advantage Through Customer Satisfaction", *European Management Journal*, p.201-221
- 16.Mcleod, J. M.,& Becker, L. B.(1981).The uses and gratification approach. In D.D.



- Nimmo & K.R. Sanders (eds.) Handbooks of political communication. Beverly Hills, CA: Sage.
17. Morahan-Martin, J. and P. Schumacher, 2003, "Loneliness and social users of the Internet," *Computers in Human Behavior* 19, pp.659-671.
18. Nissenbaum, H. (1999). "The Meaning of Anonymity in an Information Age," *Information Society* (15:2), pp.141-144.
19. Preece, J., & Maloney-Krichmar, D. (2003). Online communities: Focusing on sociability and usability. In J. A. Jacko & A. Sears (Eds.), *The Human-Computer Interaction Handbook* (pp. 596-620). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
20. Hoffman and Novak (1996), "Marketing in hypermedia computer-mediated environments: conceptual foundations", *Journal of Marketing*, 60, p.50-68
21. Rheingold, H. (1993). *The virtual community: homesteading on the electronic frontier*. New York: HarperPerennial.
22. Reid and Elizabeth, 1995, "Virtual Worlds: Culture and Imagination" In Steven G. Jones (Ed.), *Cybersociety: Computer-Mediated Communication and Community*, pp.164-183.
23. Romm, C., Pliskin, N. and Clarke, R., 1997, "Virtual Communities and Society: Toward and Integrative three phase model", *International Journal of Information Management*, Vol.17, No.4, pp.261-270.
24. Ryan, J. (1995), "A uses and gratification study of the Internet social interaction site LambdaMOO: Talking with DINOS", *Ball State University*
25. Simmel, G. (1949). *The sociology of sociability*. *American Journal of Sociology*,.

26. Tan, B. w., Lo, T.W. (1990) "Validation of User Satisfaction Instrument for Office Automation Success", *Information & Management*, 18 (4) ,203-208.

Wellman, B., Salaff, J., & Dimitrova, D. (1996) .Computer networks as social networks: collaborative work, telework, and virtual community. *Annual Review of sociology*, 22, 213-238

27. Wenger, E.C., McDermott, R. and Snyder, W.M. (2002) .Cultivating communities of practice: A guide to managing knowledge. Boston: Harvard Business Publishing.

28. Wallace, K. A. (1999) . "Anonymity", *Ethics and Information Technology*, 1 (1) , pp.23-35.

