



探討民眾對振興三倍券之使用意願及影響因素

陳榮方 1

國立高雄科技大學 企業管理系 副教授

陳羿帆 2

國立高雄科技大學 企業管理系碩士在職專班 研究生

一、摘要

本研究主要以曾領用振興三倍券之民眾為研究範圍，針對知覺有用性、知覺易用性、知覺有趣性對使用意願與知覺價值間之影響進行探討，期望可以作為政府後續紓困方案的政策參考依據。

本論文以曾領用振興三倍券之民眾做為研究對象，共回收有效問卷 345 份。採用 SPSS21.0 統計軟體進行資料分析與假設檢定，研究結果發現：

1. 強化民眾對「振興三倍券」有用性、易用性及有趣性之認知以提升使用意願
2. 民眾對「振興三倍券」的認知在有用性、易用性與有趣性對使用意願影響上扮演干擾角色。

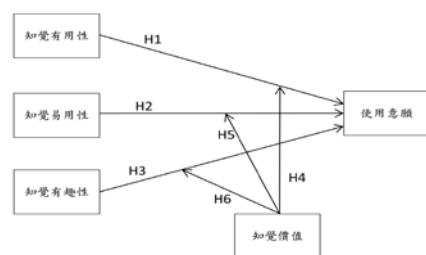
關鍵字：科技接受模式，使用意願，知覺價值

二、動機與目的

本研究欲探討之研究目的如下：1. 研究民眾的認知是否會對「振興三倍券」的使用意願產生影響效果 2. 研究知覺有用性、知覺易用性與知覺有趣性三個因素對使用意願的影響程度是否受到知覺價值的調節而產生變化。3. 研究民眾對「振興三倍券」了解程度的高低，是否會改變有用性、易用性、有趣性對使用意願的影響。

三、相關文獻與研究方法

本研究係以曾領用振興三倍券民眾之觀點為基礎，探討一般民眾對於振興三倍券之知覺有用性、易用性及有趣性的相關傾向，期望藉由本研究之相關研究結果來探討一般民眾對於「振興三倍券」的使用意願及行為意向。經由文獻探討，本研究提出研究架構如圖 1 所示。



四、研究結果與討論

(一)研究假說檢定結果

表一研究假設分析檢驗結果彙整表

研究假設	驗證結果
H1 知覺有用性對使用意願有顯著正向影響	成立
H2 知覺易用性對使用意願有顯著正向影響	成立
H3 知覺有趣性對使用意願有顯著正向影響	成立
H4 知覺價值在知覺有用性與使用意願之間具有干擾效果	不成立
H5 知覺價值在知覺易用性與使用意願之間具有干擾效果	不成立
H6 知覺價值在知覺有趣性與使用意願之間具有干擾效果	不成立

(二)研究發現

1. 本研究以曾領用「振興三倍券」之民眾為研究對象，針對知覺有用性、知覺易用性、知覺有趣性對使用意願與知覺價值間之影響進行探討，同時探討不同人口統計變數對於知覺有用性、知覺易用性、知覺有趣性與知覺價值、使用意願之差異性，並建構其關係模式。知覺有用性、知覺易用性及知覺有趣性對使用意願皆有顯著正向影響。

2. 干擾效果不顯著的原因，本研究認為，主要的原因在於政府發放「振興三倍券」的政策，目的是「勸誘」民眾願意多花錢消費，且也有使用的限制期限，故一般民眾應該都會選擇領取及使用，此一選擇就不會受到對「振興三倍券」知覺價值的高低來去影響，於是本研究的實證結果便與參考文獻不相符。

五、結論

由於恰逢政府發放「振興三倍券」的政策，且 2009 年時發放的消費券相關研究較多聚焦於總體經濟之分析，因此本研究期望藉由科技接受模式來了解一般民眾對於政府發放「振興三倍券」的政策的想法及領取使用的意願，期望可以作為政府後續紓困方案的政策參考依據及其他研究之理論基礎。