

以科技接受模式探討社群媒體-以 Dcard 為例

專題學生：張詠貽 蘇雁楨 呂政庭 張廖文馨
指導教授：陳榮方 教授

一、摘要

本研究針對 Dcard 之使用者進行研究，並分析最終會影響使用者使用 Dcard 的行為意圖之因素。本研究結果發現，知覺有用性、知覺有趣性會對使用態度有顯著正向影響，而透過使用態度會間接增加影響使用者使用 Dcard 的行為意圖，由此可見，知覺有用性、知覺有趣性、使用態度是提升使用者願意使用 Dcard 的重要考量。

關鍵字：科技接受模式、知覺有用性、知覺易用性、知覺有趣性、使用態度、行為意圖

二、動機與目的

隨著網路迅速發展，臺灣上網人口超過千萬人，而在自由言論的年代，大家喜歡透過網路表達自身看法，但顯示姓名、道德壓力等，會害怕暴露身分，因此大家追求匿名的身份暢所欲言，Dcard 就滿足了這樣的需求。因此本研究針對 Dcard 之使用者進行研究，並分析影響 Dcard 最終使用意願之因素，以知覺有用性、知覺易用性、知覺有趣性、使用態度，是否會影響使用者使用 Dcard 之行為意圖。

三、相關文獻、研究方法與架構

知覺有用性意指在使用系統或網站時，能感覺提高工作效率或表現，會使我們認為其是好用的。知覺易用性指系統或網站容易使用的程度。知覺有趣性為個人在採取特定行為或執行特定活動時主觀感受到的樂趣。使用態度是使用者對於使用此科技正面或負面的感覺。行為意圖指在主觀意識下，趨使個人在未來使用某資訊系統科技的意願程度。

本研究採網路發放問卷，並使用 SPSS 統計軟體針對回收之 195 份有效問卷進行分析，以驗證各變數間的影響關係。

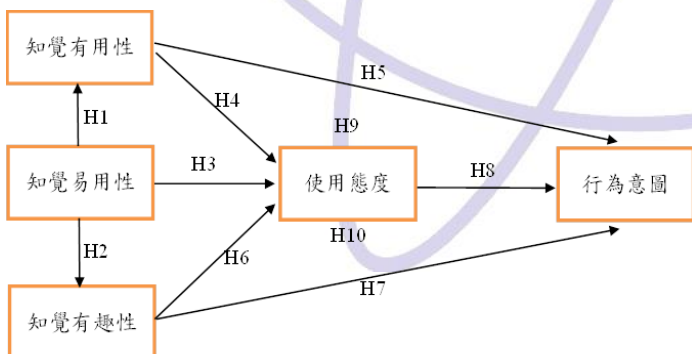


圖 1 本研究架構

四、研究結果與討論

(一) 研究假說檢定結果

表 1 研究假說驗證表

研究假設	驗證結果
H1：知覺易用性對知覺有用性有顯著正向關係	成立
H2：知覺易用性對知覺有趣性有顯著正向關係	成立
H3：知覺易用性對使用態度有顯著正向關係	不成立
H4：知覺有用性對使用態度有顯著正向關係	成立
H5：知覺有用性對行為意圖有顯著正向關係	成立
H6：知覺有趣性對使用態度有顯著正向關係	成立
H7：知覺有趣性對行為意圖有顯著正向關係	成立
H8：使用態度對行為意圖有顯著正向關係	成立
H9：使用態度在知覺有用性與行為意圖之間具有中介效果	成立
H10：使用態度在知覺有趣性與行為意圖之間具有中介效果	成立

資料來源：本研究整理

(二) 研究發現

1. 知覺易用性對知覺有用性及知覺有趣性之相關性。

知覺易用性可正向影響知覺有用性及知覺有趣性，即使用者感覺此科技容易使用之程度會正向影響其知覺的有用性及有趣性。

2. 本研究以科技接受模式探討 Dcard 之行為意圖作為研究架構，以使用 Dcard 問卷發現，根據迴歸分析顯示知覺有用性、知覺有趣性與使用態度對 Dcard 之行為意圖有顯著正向影響。

使用者使用 Dcard 後，覺得越有用及感到有趣時，會增加其使用 Dcard 的意願程度。而知覺有用性與知覺有趣性可透過使用態度加強對行為意圖之影響。

從以上幾點來看，提高知覺易用性可使知覺有用性及知覺有趣性愈正向，且知覺有用性、知覺有趣性會因為使用態度的加成效果提高使用者持續使用 Dcard 的意願。

五、結論

知覺有用性、知覺有趣性與使用態度是提升使用者 Dcard 之行為意圖的重要考量，本研究將可提供後續研究做為參考。

知覺有用性及知覺有趣性透過使用態度的間接效果，皆能對行為意圖產生更大的正向影響。因此，提高 Dcard 實用程度及有趣程度能改善使用者或潛在使用者的使用態度，進而提高使用者對使用 Dcard 的意願程度。