



國立高雄科技大學  
企業管理系碩士班  
碩士論文

以 SOR 理論探討社群平台中的興趣電商模式—以  
Instagram 為例

Interest-based E-commerce and User Purchase Intention On  
Social Platforms

研究生：謝欣蓉  
指導教授：李杭 博士

中華民國 112 年 06 月

**以 SOR 理論探討社群平台中的興趣電商模式—以  
Instagram 為例**

**Interest-based E-commerce and User Purchase  
Intention On Social Platforms**

研 究 生：謝欣蓉

指 導 教 授：李杭 博士

國立高雄科技大學

企業管理系碩士班

碩士論文

**A Thesis  
Submitted to  
Department of Business Administration  
National Kaohsiung University of Science and Technology  
In Partial Fulfillment of Requirements  
For the Degree of Master of Business Administration**

**June 2023  
Kaohsiung, Taiwan, Republic of China**

**中華民國 112 年 06 月**

國立高雄科技大學 (燕巢校區) 研究所學位論文考試審定書

企業管理系 碩士班

研究生

謝欣蓉

所提之論文

論文名稱(中文): 以 SOR 理論探討社群平台中的興趣電商模式—以 Instagram 為例

論文名稱(英/日/德文): Interest-based E-commerce and User Purchase Intention On Social Platforms

經本委員會評審，符合碩士學位論文標準。

學位考試委員會

召集人

陳國樑

簽章

委員

林珮姬

李杭

陳國樑

指導教授

李杭

簽章

系所主管

王崇昱

簽章

中華民國

112 年

月

日

保存期限：永久

# 國立高雄科技大學學位論文著作權歸屬協議書

論文名稱：以 SOR 理論探討社群平台中的興趣電商模式—以 Instagram 為例  
Interest-based E-commerce and User Purchase Intention On Social Platforms

研究生：謝欣蓉

論文種類：碩士論文

系所名稱：企業管理系

指導教授：李杭

茲為保障著作人著作權益，並就論文著作權之歸屬及事後權利行使方式，包括論文應如何公開發表、發表時應如何標示著作人姓名、論文事後可作何種修改以及未來應如何授權他人利用等事項，碩、博士生與指導（含共同指導）教授依下列原則達成協議：

- 一、碩、博士生所撰寫之論文，如指導（或共同指導）教授僅為觀念之指導，並未參與內容表達之撰寫，依著作權法規定，學生為該論文之著作人，並於論文完成時，即享有該論文之著作權，指導教授無法於事後主張為共同著作人，亦不得共同掛名為著作人。（著作權法第10條之1）
- 二、如指導（或共同指導）教授不僅為觀念的指導，且參與內容之表達而與學生共同完成論文，且各人之創作，不能分離利用者，則為共同著作，學生與指導教授為論文的共同著作人並共同享有著作權，此等共同著作著作權（包括著作財產權及著作人格權）的行使，即應取得碩、博士生與指導（或共同指導）教授之共同同意後，始得為之。（著作權法第8條、著作權法第40條之1第1項）
- 三、依上述原則，本論文之著作權歸屬：

- 研究生單獨擁有。
- 研究生與指導教授共同擁有。
- 研究生、指導教授及共同指導教授共同擁有。

研究生：

謝欣蓉

日期：112 年 8 月 1 日

指導教授：

李杭

日期：112 年 8 月 1 日

以 SOR 理論探討社群平台中的興趣電商模式—以

Instagram 為例

學生：謝欣蓉

指導教授：李杭 博士

國立高雄科技大學

國立高雄科技大學

企業管理系碩士班

企業管理系 助理教授

國立高雄科技大學企業管理系碩士班

## 摘要

在資訊豐富的電子商務平台中，消費者必須花費大量的時間尋找自己喜愛的商品。「興趣電商」是社群平台中一種新穎的策略型電子商務模式，其採用推薦系統，根據消費者過去的購買行為和偏好建立模型，進而推薦內容，提升消費者樂趣挖掘潛在需求。然而在複雜的社群平台環境中，會影響消費者在此模式下的購買意願之因素仍有待釐清，因此本研究選擇最受 Z 世代年輕人歡迎的 Instagram 為例，根據刺激-有機體-反應(SOR)環境理論為基礎，探討在社群平台的環境中推薦系統下購買意願之影響因素。實證設計係根據問卷調查的資料，透過 SPSS 27.0 來檢視社群平台環境的影響效果。實證結果顯示：使用者與使用者的互動、使用者與名人的互動以及視覺吸引力三者外在刺激，皆會通過使用者內在之知覺享受形成購買意願之最終反應，因此反映出，當系統推薦出使用者感興趣的商品時，社群平台的環境會提升其購買意願，亦代表社群平台之外部環境刺激有助於「興趣電商」模式之發展，根據以上實證結果，本研究依此提出實務之意涵。

**關鍵詞：**SOR 理論、推薦系統、興趣電商、社群媒體之互動性、視覺吸引力、知覺享受、自我放縱、購買意願

# Interest-based E-commerce and User Purchase Intention On Social Platforms

Student : Hsin-jung Hsieh

Advisors : Dr.Hang Lee

Department of Business Administration  
National Kaohsiung University of Science and Technology

## ABSTRACT

On an e-commerce platform with abundant information, customers must spend a lot of time finding a product. Interest-based e-commerce, a new strategic e-commerce model on social platforms, which applies recommendation system to recommend content based on consumers' past viewing behaviors and preferences to promote certain items. However, under a complex social platform environment, the factors that affect consumers' purchase intention in this model are still unclear. Therefore, this study takes Instagram as an example, which is the most popular among the young generation Z, to investigate the factors that affect purchase intention in a social platform environment based on the stimulus-organism-response (SOR) environment theory. The empirical design was based on the data from the questionnaire, and the effect of the social platform environment was examined using SPSS 27. The results show that three external stimulus of user-user interaction, user-celebrity interaction and visual appeal all cause purchase intention through user's internal perceived enjoyment. When the system recommends products of interest to users, the environment of social platform will enhance their purchase intention. Thus, external environment of social platform stimulates the development of Interest-based e-commerce. Based on the above empirical findings, this study proposes practical implications.

Key Words : SOR Theory, Recommendation System, Interactivity of Social Platform,  
Visual Appeal, Perceived Enjoyment, Self-Indulgence, Purchase Intention