

南華大學企業管理學系管理科學碩士班碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER BUSINESS ADMINISTRATION

MASTER PROGRAM IN MANAGEMENT SCIENCES

DEPARTMENT OF BUSINESS ADMINISTRATION

NANHUA UNIVERSITY

社群軟體 LINE 使用動機與工作績效關係之研究

THE RELATIONSHIPS BETWEEN USER MOTIVATIONS AND JOB
PERFORMANCE IN SOCIAL NETWORKING APPLICATION- A CASE STUDY
OF LINE

指導教授：褚麗絹 博士

ADVISOR : LI-CHUAN CHU Ph.D.

研究生：郭仁能

GRADUATE STUDENT : JEN-NENG KUO

中 華 民 國 1 0 4 年 6 月

南 華 大 學

企業管理學系管理科學碩士班

碩 士 學 位 論 文

社群軟體 LINE 使用動機與工作績效關係之研究

研究生：鄭仁龍

經考試合格特此證明

口試委員：李 瑞

高 東 昇

褚麗娟

指導教授：褚麗娟

系主任：黃國忠

口試日期：中華民國 104 年 06 月 26 日

準碩士推薦函

本校企業管理系管理科學碩(博)士班研究生 郭仁能 君在本系修業 二 年，已經完成本系碩士班規定之修業課程及論文研究之訓練。

1、在修業課程方面：郭仁能 君已修滿 33 學分，其中必修科目：研究方法、管理科學、決策專題、經營專題 等科目，成績及格(請查閱碩士班歷年成績)。

2、在論文研究方面：郭仁能 君在學期間已完成下列論文：

(1)碩士論文：社群軟體 LINE 使用動機與工作績效關係之研究

(2)學術期刊：

本人認為 郭仁能 君已完成南華大學企業管理系管理科學碩士班之碩士養成教育，符合訓練水準，並具備本校碩士學位考試之申請資格，特向碩士資格審查小組推薦其初稿，名稱：社群軟體 LINE 使用動機與工作績效關係之研究，以參加碩士論文口試。

指導教授：褚麗娟 簽章

中華民國 104 年 6 月 5 日

誌謝

這兩年與太太芷吟同進同出就讀碩專班，利用假日進修，在工作、家庭與課業之間不斷的找尋平衡點，終於在闖過層層的關卡後通過論文口試，這一刻是屬於你（芷吟）跟我的。取得碩士學位的旅程，感謝太太一路互相扶持打氣，讓我有力氣堅持到最後。除了太太的陪伴，還有要感謝的是一直支持我的家人、師長，以及眾多朋友的支持與鼓勵。

研究與論文撰寫的過程中，感謝指導教授褚麗絹老師本著嚴謹的研究態度以及豐富的學養，不斷耐心的教導與指正，使我能按部就班的完成論文。此外，也要感謝口試委員齊璘老師與郭東昇老師，在論文口試期間給予精闢且詳細的建議與修正，使得本論文內容能夠更加嚴謹與充實，謝謝您，我親愛的師長們。

進修的漫漫長路上，非常感謝父母對我的支持與照顧，時常叮嚀我不要忘了照顧自己跟家人。住在岳父母家附近的我們一家三口，幾乎天天在岳父母家吃晚餐，在每個上課的週末與趕論文的日期，幫我們照顧孩子，讓我們無後顧之憂的完成學業。爸、媽，感謝您將您的寶貝女兒交付給我這傻女婿，謝謝您們對我這個傻女婿的愛與包容，感謝您，爸、媽！

我親愛的秉宥，記得剛來南華時，你還沒上幼兒園也還不會騎腳踏車，轉瞬你即將上大班也會騎腳踏車。謝謝你這段時間對爸爸媽媽的包容，現在我們真的有更多時間可以一齊去完成屬於我們一家三口的夢想。

感謝對露營、單車、咖啡及飲食的熱愛而熟識的朋友們，因為你們豐富了我的人生，微妙的調和了我的學業與生活。

感謝一路上所有遇見與關心我的人。

郭仁能 謹誌

南華大學企業管理學系管理科學碩士專班

104.06.30

南華大學企業管理學系管理科學碩士班

103 學年度第 2 學期碩士論文摘要

論文題目：社群軟體 LINE 使用動機與工作績效關係之研究

研究生：郭仁能

指導教授：褚麗娟 博士

論文摘要內容：

本研究以 LINE 使用者為研究對象，探討 LINE 使用動機及工作績效之關連性，並探討工作態度、有用性、易用性是否於使用動機與工作績效間產生中介效果。本研究以統計軟體對調查結果進行分析，並檢驗線性結構模型之配適度。驗證結果顯示，整體模型配適度達檢定水準，表示本研究的理論模型可獲得支持。

研究結果發現，使用動機對有用性、工作態度有顯著的正向影響；工作態度、有用性與易用性對工作績效有顯著的正向影響；有用性於易用性與工作績效間具有完全中介效果；工作態度於使用動機與工作績效間具有完全中介效果；有用性於使用動機與工作績效間亦具有完全中介效果。

關鍵詞：社群軟體、使用動機、工作態度、有用性、工作績效

Title of Thesis : The Relationships between User Motivations and Job
Performance in Social Networking Application - A Case
Study of LINE

Department : Master Program in Management Sciences, Department of
Business Administration, Nanhua University

Graduate Date : June 2015 Degree Conferred : M.B.A.

Name of Student : Jen-Neng Kuo Advisor : Li-Chuan Chu Ph.D.

Abstract

This study was targeted at the user of social Application LINE. The subject of the study includes the correlation among social Application using motivation, usefulness, ease of use, work attitude and Job performance. It also explores if usefulness, ease of use, and work attitude could result in a media effect between using motivation and Job performance. This study used questionnaires and statistical analysis using SPSS and AMOS software as a tool to carry out the research hypothesis testing.

Result found that: using motivation has a significant positive effect on usefulness and work attitude; Usefulness and ease of use has a significant positive effect on Job performance. Usefulness had fully mediated between ease of use and work performance; Both Work attitude and usefulness had fully mediated between using motivation and Job performance.

Keywords : Social Application, Using Motivation, Usefulness, Work Attitude,
Job Performance

目錄

準碩士推薦函.....	i
誌謝.....	ii
中文摘要.....	iii
英文摘要.....	iv
目錄.....	v
表目錄.....	vii
圖目錄.....	ix
第一章 緒論.....	1
1.1 研究背景與動機.....	1
1.2 研究目的.....	2
1.3 研究流程.....	3
1.4 研究範圍與限制.....	4
第二章 文獻探討.....	6
2.1 使用動機.....	6
2.2 工作態度.....	9
2.3 有用性與易用性.....	13
2.4 工作績效.....	16
2.5 相關實證研究.....	19
第三章 研究方法.....	22
3.1 研究架構.....	22
3.2 研究假設.....	23
3.3 研究變項之操作型定義.....	23
3.4 問卷發放與研究對象.....	26

3.5 資料分析方法.....	50
第四章 實證結果與分析.....	55
4.1 樣本結構之敘述性分析	55
4.2 驗證性因素分析	58
4.3 整體模型配適標準	61
4.4 SEM 測量模型	63
4.5 研究假設之檢定	64
4.6 路徑分析.....	66
4.7 中介效果之驗證.....	67
第五章 結論建議.....	71
5.1 結論.....	71
5.2 建議.....	73
參考文獻.....	76
一、中文部份.....	76
二、英文部分.....	83
附錄.....	90
一、前測問卷.....	90
二、正式問卷.....	95

表目錄

表2.1 國內外研究者對使用動機之定義.....	8
表2.2 國內外研究者對工作態度之定義.....	11
表2.3 國內外研究者對有用性與易用性之定義.....	15
表2.4 國內外研究者對工作績效之定義.....	18
表3.1 LINE使用動機量表項目分析結果摘要表.....	29
表3.2 LINE使用動機量表之因素分析結果摘要表.....	31
表3.3 LINE使用動機量表之信度分析結果摘要表.....	32
表3.4 易用性量表項目分析結果摘要表.....	33
表3.5 易用性量表之因素分析結果摘要表.....	34
表3.6 易用性量表之信度分析結果摘要表.....	34
表3.7 有用性量表項目分析結果摘要表.....	35
表3.8 有用性量表之因素分析結果摘要表.....	36
表3.9 有用性量表之信度分析結果摘要表.....	37
表3.10 工作態度－工作投入項目分析結果摘要表.....	38
表3.11 工作態度－工作投入量表之因素分析結果摘要表.....	39
表3.12 工作態度－工作投入量表之信度分析結果摘要表.....	39
表3.13 工作態度－工作滿足量表項目分析結果摘要表.....	41
表3.14 工作態度－工作滿足量表之因素分析結果摘要表.....	42
表3.15 工作態度－工作滿足量表之信度分析結果摘要表.....	43
表3.16 工作態度－組織承諾量表項目分析結果摘要表.....	45
表3.17 工作態度－組織承諾量表之因素分析結果摘要表.....	46
表3.18 工作態度－組織承諾量表之信度分析結果摘要表.....	47
表3.19 工作績效量表項目分析結果摘要表.....	48

表3.20 工作績效量表之因素分析結果摘要表.....	49
表3.21 工作績效量表之信度分析結果摘要表.....	49
表4.1 敘述性統計表.....	57
表4.2 各變項之驗證性因素分析.....	60
表4.3 區別效度檢定表.....	61
表4.4 本研究整體模型配適分析結果.....	62
表4.5 路徑關係檢定表.....	65
表4.6 路徑分析彙整表.....	67
表4.7 有用性於使用動機與工作績效行為之中介效果分析.....	69
表4.8 工作態度於使用動機與工作績效之中介效果分析.....	70
表5.1 研究假設之驗證結果.....	73



圖目錄

圖1.1 研究流程圖	3
圖3.1 研究架構	22
圖4.1 SEM測量模型	64



第一章 緒論

本章主要針對本研究之背景與動機、目的及範圍等加以說明，共分為四節，第一節為研究動機，第二節為研究目的，第三節為研究流程，第四節為研究範圍與限制，分別說明如下：

1.1 研究背景與動機

傳遞即時訊息進行溝通、拍照上傳討論或是跟特定人員分享目前位置打卡，都已經是網路世代常用的通訊方式，透過社交網絡更新動態並與朋友、家人保持聯繫，社交網路的價值不斷推動著Web 2.0前進，而LINE又是其中最熱門軟體之一。國人最常用的APP前十名中，即時通訊類佔了四位，第一名是LINE、第四名是WhatsApp、第八名是Facebook Messenger與第十名的WeChat（程柏元，民 103）。LINE於2011年6月推出後，至2014年8月30日止，全球用戶數突破五億，呈現驚人的成長，因此在市場上非常具有可看性及代表性（李欣樵，民 103）。LINE (2015) 宣布，截至2015年3月的活躍用戶有2.05億，台灣則有1700萬的註冊用戶，高居世界第五名，可見LINE在台灣是非常活躍的社群軟體。

多數行動通訊App軟體限定於智慧手機上使用，然而LINE擁有跨平台功能，讓使用者不僅在手機上使用軟體，也能同時在其他平台上使用。LINE還持續擴充平台應用面，增加LINE Pay付款平台、LINE Mart市集購物平台，以及週邊遊戲與工具應用軟體，令使用者除了通訊之外有更多生活面的應用，是其他同類型社群軟體所沒有的。陳佳音（民 104）研究指出，中高齡者高度認同使用通訊軟體LINE，而且經濟狀況富裕者對使用通訊軟體LINE的「行為意向」的認同最高。因為擁有許多

即時傳遞訊息的優勢，LINE不只是用來交友聊天，不少政府機關或民間企業機構已經使用LINE來傳遞各項與工作相關的訊息，期望能第一時間掌握各項工作狀況與市場訊息，以增進工作效率或對市場快速回應。

但使用者是否真的能透過LINE提升其工作績效？是值得探討的議題。因此本研究以LINE的使用者為調查對象，分析其使用動機、有用性、工作態度與工作績效之關連性，並探討使用動機是否會透過有用性認知、工作態度的中介，進而影響工作績效。研究成果將可提供企業組織與機關團體欲使用LINE進行傳遞、溝通與分享訊息以提升使用者之工作績效時之參考。

1.2 研究目的

本研究以LINE使用者為調查對象，施以問卷調查，探討LINE使用動機、工作態度、有用性、易用性對工作績效之影響，並分析工作態度、有用性是否具有中介效果。茲將研究目的彙整如下：

1. 探討LINE使用者之使用動機對工作態度、有用性及工作績效之影響情形。
2. 探討工作態度對工作績效之影響情形。
3. 探討有用性對工作績效之影響情形。
4. 探討易用性對有用性及工作績效之影響情形。
5. 檢驗工作態度於使用動機與工作績效間是否存在中介效果。
6. 檢驗有用性於使用動機與工作績效間是否存在中介效果。

1.3 研究流程

本研究的流程如下：首先，確立研究之主題及方向，進而蒐集閱讀相關文獻及資料，繼以擬訂研究架構及研究變數，並確定研究方法及研究假設，透過文獻探討選用適當之量表，且考量研究對象後審慎設計問卷，為確保問卷之可靠性與有效性，問卷先做前測，經前測結果分析後，與指導教授討論確定之問卷內容，再寄發正式問卷予受測對象填寫；問卷回收後將所得之資料彙整，進行統計分析與驗證；最後，提出本研究之結論與建議。茲將本研究過程繪製成研究流程圖，如圖1.1所示。



圖1.1 研究流程圖

資料來源：本研究整理

1.4 研究範圍與限制

研究主要探討使用者在LINE使用動機、工作態度、有用性及易用性對工作績效之現況與相互關聯性。茲將研究範圍和研究限制說明如下：

1.4.1 研究範圍

本研究的範圍從研究對象、研究變項及內容等方面加以說明。

1. 研究對象

本研究以LINE使用者為研究對象。

2. 研究變項及內容

本研究變項包含「使用動機」、「工作態度」、「有用性」、「易用性」及「工作績效」五個變項。本研究的研究內容是以文獻探討與問卷調查所收集之資料為主，瞭解使用者「使用動機」、「工作態度」、「有用性」、「易用性」及「工作績效」關係之現況，並針對研究結果提出結論與建議。

1.4.2 研究限制

本研究的限制從研究樣本及研究方法加以說明。

1. 研究樣本的限制

本研究的調查僅限社群軟體LINE之使用者，故而未能適用於其他社群軟體之使用動機、工作態度、有用性、易用性及工作績效之現況，加上使用人口、細部功能不同等因素，本研究結果亦難以推論至其他社群軟體，若欲擴大推論到其他社群軟體，則需擴大調查範圍，再深入做更嚴謹的研究。

2. 研究方法的限制

本研究以問卷調查法進行資料蒐集，由受試者自行填答，無法兼採觀察、訪談等研究方法（受限於時間、人力、物力、經費等因素）。此外，問卷設計雖以不記名的方式進行調查，但仍無法避免受訪者可能因為題目涉及敏感問題，而有所隱瞞，導致調查結果與實際情形產生落差，此為本研究方法之限制。



第二章 文獻探討

本研究旨在探討LINE使用者之使用動機、工作態度、有用性、易用性與工作績效之關聯性，為利於分析及建立研究架構，本章先進行相關文獻探討。本章共分為六節，第一節：使用動機；第二節：工作態度；第三節：有用性、易用性；第五節：工作績效；第六節：相關實證研究。

2.1 使用動機

動機有心理層面的動機、人際關係層面的動機，以及資訊技術層面的動機等（曾麗娟，民 97）。而張春興（民 83）則認為，動機(Motive)是指個體驅使自己做某些行為或追求目標的一種狀態或情境或協助個體選擇目標，並使其行為朝向此目標的內在歷程。動機是激勵人們行動的原因，是個體基於某種慾望所引起的心理衝動（蕭銘鈞，民 87）。動機是指能引導使用者採取行為進而滿足其需求的一種驅動力，而藉由研究動機可推測人的行為模式（劉仲矩、郭斐婷，民 101；劉仲矩、謝育芬，民 101）。

2.1.1 使用動機的定義

工作動機(Work Motivation)是驅動個人選擇一個特定的工作，持續所選擇的工作並且更努力的工作；動機是基於生存的條件、文化價值及對於所擁有的事務的滿意度(Simons & Enz, 1995)。動機就是促使個人去完成特定欲達成的目標或者工作的一種歷程，也就是說當個人付出努力和精神去滿足特定的需求或者達成特定的目的之行為歷程(Herberts,

1976)。對個人而言，動機是配合那些驅使個體依著完成目標方向前進的內在壓力(Scott, 1976)。

Herzberg (1959)將激勵分為內在激勵跟外在激勵兩部分，其雙因子理論中假設有兩種激勵員工的重要因素：(1) 與工作本身有關，例如自我成長、工作樂趣跟成就感等；(2) 與工作環境有關，例如職位升遷、薪水待遇跟工作環境安全等等。Herzberg的研究顯示，唯有內在激勵可以真正激勵員工與達到員工的滿意程度；外在激勵只能避免或降低員工的不滿。

網路使用動機研究方面，Mowen and Minor (1998)認為動機(Motivation)是指導引個體從事某種特定目標導向行為的內在渴望或驅力，因此「網路使用動機」則可說是使用網路以滿足其需求之內在歷程。Hoffman and Novak (1996)針對上網行為分為以下兩個部分：(1) 目標行為導向：為網路使用者為了方便制定購物決策、取得與購物有關的資訊或服務；(2) 經驗行為導向：為使用者按照本身的興趣，上網隨處瀏覽，主要目的為的是尋求過程中的快樂歡愉氣氛，而非瀏覽結果。

許博洋(民 90)將網路內容搜尋的使用動機分為：目標導向瀏覽動機與經驗導向瀏覽動機。

蔡珮(民 84)研究電子佈告欄(BBS)的使用行為與社會臨場感，並歸納出六項主要的網路使用動機：(1) 社交因素：指利用網路結交朋友以及與友人聯絡；(2) 自我肯定因素：指於網路對眾人表達自己的意見、尋求他人對自己意見的支持、比較自己意見與他人意見的異同；(3) 消遣娛樂因素：覺得網路新奇有趣，利用網路打發時間；(4) 監督因素：於網路追求當下的流行話題與事件、立即知道最新的消息；(5) 工具性因素：使用網路傳遞訊息、搜尋資訊、代替傳統電話與郵件；(6)

匿名性因素：於網路上可以不具真實身分暢所欲言、避免面對面談話時的尷尬、可以將平時自己隱藏的另一面表現出來。

Parker and Plank (2000)研究指出，網際網路在資料的搜尋和求職工具方面的功能越趨於重要，並將網路使用動機分為以下三種：(1) 友誼和社會需求(Ccompanionship and Social Needs)：欲減少孤獨與寂寞感；(2) 學習與刺激需求(Need for Learning and Excitement)：欲搜尋資訊和發現新的事物以獲得興奮、刺激感；(3) 休息消遣需求(Relaxation Needs)：拋開現實的壓力，欲獲得放鬆。Parker and Plank (2000)研究結果發現網際網路如同其他媒體可以滿足人們資訊搜尋、休息消遣需求，而且休息消遣需求是上網最主要的動機。

有關使用動機的定義，國內、國外學者所持定義各有不同，以下是本研究針對使用動機定義所作歸納整理，如表2.1所示。

表2.1 國內外研究者對使用動機之定義

研究者	年代	定義
蕭銘鈞	民 87	使用網路以滿足其內在的心理、社會需求之動力。
黃妙如	民 91	是指引起個人行為，維持該行為，並將其導向某一目標一個人需要的滿足一的過程，也就是推動一個人進行活動的內部原動力。
魏麗香	民 91	滿足青少年心理、安全、社會、自尊與自我實現的需求動機。
曾麗娟	民 97	使用網路以滿足其需求之內在歷程。
林佩瑩	民 99	利用網路來滿足其個體需求的內在歷程。

資料來源：本研究整理

因此歸納上述相關研究後，本研究將社群軟體LINE的使用動機定義為，使用LINE以滿足內在心理、社會需求之動力。

2.1.2 使用動機的分類

Korgaonkar and Wolin (1999)於網路使用者使用網路時之考量與理由的研究報告中，指出使用網路的理由不再限於教育資訊搜尋，其將網路流覽動機歸納為：(1) 社會逃避動機(Social Escapism Motivation)；(2) 資訊動機(Information Motivation)；(3) 互動控制動機(Interactivecontrol Motivation)；(4) 社會化動機(Socialization Motivation)及(5) 經濟動機(Economic Motivation)。

王嵩音(民 96)歸納研究發現，網路使用動機大致可以分類為：(1) 工具性動機：使用者可以不受到時空限制，隨時查詢或下載所需要的資訊；(2) 娛樂性動機：使用網路可以滿足娛樂或打發時間的需求；(3) 社交性動機：網路擴展人際關係範圍，不僅維繫舊情誼，還可結交新友。

本研究根據網路使用動機相關研究之論點，並參考王嵩音(民 96)的觀點，將使用動機分為三個構面：(1) 工具性動機：使用者可以不受到時空限制，隨時查詢或下載所需要的資訊；(2) 娛樂性動機：使用網路可以滿足娛樂或打發時間的需求；(3) 社交性動機：網路擴展人際關係範圍，不僅維繫舊情誼還可結交新友。

2.2 工作態度

態度(Attitude)是指對於某些情境或事情所形成的一群相關和持續的系統，使個人偏向於某種行為的反應(Rokeach, 1968)。員工態度被視為影響工作行為與組織互動的重要因素之一(Silverman, 1968)。工作態度

(Work Attitude)，員工的態度也是態度的一種，形成主要受到內部組織文化和外在社會規範所影響（林文廣，民 101）。Robbins (1993)認為態度會影響員工的工作行為，因此員工的態度很重要，並認為員工工作態度包含工作滿意度、工作投入及組織承諾三個構面。組織績效的提升主要取決於個人對於組織高低、個人與組織之間是否能夠凝聚，以及組織與個人對組織內的運作方式感到滿意。

2.2.1 工作態度的定義

林宜怡（民 90）認為組織透過有效的企業生涯發展，可以提升員工工作滿足感。陳珮君（民 90）研究整理過去文獻後，認為員工工作態度在工作環境中遭遇改變時，可能使員工工作績效退步，員工可能會有怠惰的現象，影響到國民生產毛額。榮泰生（民 87）也認為在組織行為中，與工作態度有關的，包含了工作滿足(Job Satisfaction)、工作投入(Job Involvement)及組織承諾(Organization Commitment)。黃建達（民 89）則認為在組織行為研究的領域中，工作態度探討研究最多的部分主要有下列三項：(1) 工作滿足；(2) 工作投入以及(3) 組織承諾。

有關工作態度的定義，國內、國外學者所持定義各有不同，以下是本研究針對使用動機定義所作歸納整理，如表2.2所示。

表2.2 國內外研究者對工作態度之定義

研究者	年代	定義
楊國樞	民 73	將工作及工作環境視為特定態度目標，此時，組織中員工對其工作環境及工作的知識、感受及反應傾向等，便構成了員工對其工作及工作環境的態度，亦即工作態度。
Robbins	2003	以員工特質作為衡量員工對於工作是否有良好態度，為一種「質化」的工作績效。
劉芳君	民 92	認為工作態度是指員工對於組織和工作本身所持有的心態和想法。
李順能	民 94	工作態度即是將工作及工作環境視為特定態度目標。
褚麗絹、許秀琴、陳淑慧	民 94	工作態度係指當工作時，所表現出來的行為傾向。
姚裕錡	民 95	工作態度係指個人對執行某一目標行為時所抱持著正面或負面的感覺。
許順旺、葉欣婷	民 99	將工作態度視為員工對工作所抱持的態度及想法。
葉志華	民 101	將工作態度定義為個人專注於現職、積極認真，知覺該工作機效對自我需求的滿足程度。
劉修憲	民 101	是對工作所持有的評價與行為傾向，包括工作的認真度、責任度、努力程度等。
李世昌	民 102	可解釋為個體對工作所持有的評價。

資料來源：本研究整理

2.2.2 工作態度的分類

Lawler and Hall (1970)認為工作滿足、工作投入及內生激勵三者應該要各自獨立，方能釐清三者之間的關係。Robbins (2005)指出，工作態度會表現出：(1) 組織承諾；(2) 工作投入；(3) 工作滿足。林文廣（民 101）認為組織承諾可視為一項重要的競爭性優勢。工作態度是員工個人認同組織與組織之目標，希望繼續成為組織一份子的程度(Mayer & Schoorman, 1998)。工作投入係指個人心理上對工作的認同度，以及認

為工作績效對其自我價值的重要程度(Robbins & Coulter, 2005)。Hoppock (1935)在其著作中，提出「工作滿足」的概念，是最早提出此觀點的學者，認為工作滿足是工作者生理及心理層面對於環境因素的滿意感受。Locke (1976)將工作滿足定義為個人評價其工作或工作經驗而產生的正向或踰越的情緒狀態。張春興(民 78)認為，工作滿足係指個人或多數工作者對其所任職之工作感到滿意的程度。一旦滿足員工的需求，即可改變員工的行為，影響其績效(盧榮俊，民 92)。楊建昌等人(民 93)的研究亦證實員工感受工作滿足知覺程度愈高，其服務之客戶對其所提供的服務態度之滿意度亦相對提高。

McGregor (1960)指出工作投入是個人受到組織情境影響所產生對工作上的態度與反應；Robbins (1998)則認為工作投入是個人認同工作的重要性並積極參與的程度。Robinowitz and Hall (1977)、Abboushi (1990)、謝文亮(民 91)、鄭善明及芭姐嘎芙(民 98)的研究發現，性別、年齡、教育程度或工作年資等因素，都會影響個人工作投入的程度。

組織承諾是指個人對同一組織認同與投入態度的程度，也是將個人與組織連接在一起的態度或導向，或個人目標與組織目標越趨一致的過程；換言之，組織承諾被視為是個人為組織奉獻心力及對組織盡忠的意願(Porter, 1974)。

歸納上述研究後，本研究將工作態度分為三個構面：(1) 組織承諾：員工對整個組織的態度，包括管理政策、工作本身、薪資制度及工作環境等因素。(2) 工作投入：認為個人心理層面認同工作，對工作投入、樂在工作、願意投入更多努力、和別人分享工作上之經驗以及能憑藉個人顯著的需求，所產生的積極工作行為。(3) 工作滿足：屬於工作狀態滿意程度之觀念，指個人對於目前工作升遷機會、工作所得報酬與

口頭讚賞等方式所感覺滿意的程度。

2.3 有用性與易用性

Davis (1989)在科技接受模式(Technology Acceptance Model, TAM)中提出認知有用性與認知易用性，其功用在於解釋使用者對於創新資訊科技接受程度的決定性因素，以理論驗證與說明大多數的科技使用行為，其理論基礎為了解外部因素對使用者內部的信念(Beliefs)、態度(Attitude)與意圖(Intention)的影響，以及這些內部因素進一步影響科技使用的情形。Davis (1989)研究證明認為影響使用者對於某一科技的接受與否的認知，歸納為認知有用性(Perceived Usefulness, PU)和認知易用性(Perceived Ease of Use, PEOU)兩種認知。陳彥龍(民 95)亦認為使用者接受資訊科技的意願主要是受到「認知有用性」及「認知易用性」的影響。

2.3.1 有用性與易用性的定義

Davis (1989)指出，認知有用性這項因素，是個人接受並使用新資訊科技的主要決定因素之一。郭彥谷、蔡茗涵(民 104)認為，有用性為「個人認為使用某科技可以帶來績效的程度」，認知程度愈高，對於系統的使用意願也就愈高。換句話說，就是使用者主觀地認為使用此科技對於本身的工作表現及其未來是有所助益的。因此，一個系統被使用者認為是有用的，使用者相信正向的系統使用有助於工作表現的關係存在，進而強化其對系統使用結果的正面評價。

此一理論基於人類通常是理性的，並且能夠有系統使用所得資訊的假設上。根據此理論，個人的某些特定行為表現是由其行為意向(Behavioral Intention)所決定，而行為意向又由個人的態度和主觀規範

(Subjective Norm)所共同決定。Bhattacharjee (2001)認為在使用過資訊系統之後，會有持續使用意圖是受到知覺有用性與使用滿意的影響，Huang, Hsu and Yen (2008)以專業虛擬社群為例，亦實證指出知覺有用性是影響滿意與持續使用意圖的重要前因。

Davis (1989)定義為「個人相信使用特定系統可以不需身體或心智努力的程度」，並發現認知易用性透過有用性來影響系統的使用，也是使用態度的重要決定因素。認知易用性是指使用者相信使用新的資訊設備技術的容易程度(周家慧、張善斌、范垂仁、顧為元，民 93；余泰魁、楊斐淑，民 94)，若新的科技資訊設備越容易使用，使用者越不需要花太多的時間來學習如何使用。

有關有用性與易用性的定義，國內、國外學者所持定義各有不同，以下是本研究針對使用動機定義所作歸納整理，如表2.3所示。

表2.3 國內外研究者對有用性與易用性之定義

研究者	年代	定義
Davis	1989	影響使用者對於某一科技的接受與否的認知，歸納為認知有用性和認知易用性兩種認知。
Davis	1989	對有用性的定義為使用者相信使用特定系統可以增進其工作績效的程度。
Davis	1989	對易用性的定義為使用者相信使用特定系統可以不需耗費其身體或心智努力的程度。
吳俊毅	民 89	知覺有用性：意指使用者主觀的認為使用此科技對於工作表現及未來的助益。 知覺易用性：意指使用者所認知到科技容易使用的程度。
李志成、姜齊	民 95	認知有用性跟認知易用性越正向，則態度就越高；反過來，認知有用性與認知易用性愈負向，則態度就愈低。
陳彥龍	民 95	認知易用性具有強化使用者對資訊科技的認知有用性功能。
鄭淑禎	民 102	認知有用性：有用性會間接的透過態度或直接影響使用者對資訊系統的接受度。 認知易用性：易用性是對於使用者相信使用該系統或是新科技時，使用者能夠在短時間學會操作，或是使用與否的認知程度。

資料來源：本研究整理

2.3.2 有用性與易用性的分類

認知有用性指的是說一個人相信使用新的資訊科技將會有效提高工作表現的程度，所以，當使用者覺得這個新資訊科技有用時，會抱持正面的態度（李婉怡、趙珮如，民 93）。

蔡博元、林佩靜、呂瑞琪（民 98）根據以上敘述，將知覺有用性分解為以下兩項目：(1) 工作有用性：指某種功能方案能夠帶來效用、績效利益或價值，或是功能性價值，例如網站是否能夠協助產生有價值的資訊或知識，是否能夠有助於情報交換，或是可以藉由分享的行為獲得

好處等；(2) 社交有用性：社交有用性所知覺的利益是來自於一個或多個社交群體，由於群體中的個人行為受到群體關係的影響(Bhattacharjee, 2001)。因此，社交有用性影響個人態度的形成(Gupta & Kim, 2004)。

認知易用性(Perceived ease of used)指的是使用者相信使用新的資訊科技的容易程度(余泰魁、楊斐淑，民 94)。新的資訊科技若是容易使用，個人便不需要花太多的時間來學習；也就是說，越低的學習門檻，越有可能被使用者所接受(Davis, 1989)。例如：系統愈容易使用，使用者對於自我表現會更具信心，進而樂意接受使用該系統；若系統愈難於操作、過於複雜或需要花費許多時間和精神來學習該系統，對使用者會造成心理負擔或產生不良負面情緒，進而排斥使用該系統。(楊雅婷，民 98)

歸納上述綜合研究後，本研究首先將有用性分為二個構面：(1) 社交性：LINE對使用者產生的社交功能，進而聯繫親友感情與結識新朋友；(2) 工作性：使用者使用LINE，對其工作產生實質的助益。另外，本研究透過上述研究歸納，將認知易用性為二個構面：(1) 便利性；(2) 工作性。

2.4 工作績效

Schermerhorn (1999)認為工作績效(Job Performance)是「個人或團體在工作中所表現之任務達成的值與量」。Gatewood and Field (1998)將工作績效的衡量指標分成四種：(1) 生產性資料，例如產出數量或品質等；(2) 人力資源方面的資料，例如員工的離職狀況及出席率等；(3) 訓練有效性的資料，係指利用模擬情境或測驗的方式，來測定接受訓練之後的員工績效是否提升；(4) 績效衡量指標則是判斷性指標，是指主管

或同儕對某位員工的績效表現提出判斷性的評估。

2.4.1 工作績效的定義

蘇義祥（民 88）的研究指出，工作績效是指一個人的工作貢獻之價值、工作之品質或數量，亦即是員工的生產力，當員工之生產力高時，亦表示組織之整體經營績效較高，長久以來，工作績效一直是組織行為的重要依變數，不管是領導行為、組織設計、流程改造或員工激勵，其最終目的都是對於績效的追求。所以工作績效乃指部屬或群體達成目標的效益項目，如：生產力、營收成長率、利率成長率、提昇服務品質、降低成本及顧客滿意度（余慶華，民 90）。

所以，績效一直是研究組織行為的重要依據，不管是領導行為、員工激勵或工作設計，最終目的都是要提升組織績效。換句話說，不論組織內員工的聘僱的型態，管理者最終目的仍是要達到所有的員工都能表現正面的工作態度與工作行為。

有關工作績效的定義，國內、國外學者所持定義各有不同，以下是本研究針對使用動機定義所作歸納整理，如表2.4所示。

表2.4 國內外研究者對工作績效之定義

研究者	年代	定義
Campbell	1990	工作績效為員工在工作中所從事的行為，並對組織目標有所貢獻
張火燦	民 81	在某一時段內對於員工的工作表現結果予以衡量評價，藉以作為薪資敘獎、任免、晉升、職務調整、工作輔導改進、決定訓練需求、員工生涯規劃等之參考依據，以提供員工工作回饋以及協助主管瞭解部屬改進其工作行為。
Borman & Motowidlo	1993	按照組織目標有關的行為，針對個體對組織目標貢獻程度高低予以測量。
曹國雄	民 86	工作績效是員工在工作上的表現。
Jex	1998	工作中所從事的所有行為：個人在工作中所取得的成績、價值與成就，等同個人的生產力。
Schermerhorn	1999	工作績效就是「工作中的個人或團體所表現之任務達成的「質與量」。
蘇義祥	民 88	工作績效是指一個人的工作貢獻之價值、工作之品質或數組織之整體經營績效較高。
林澄貴	民 90	工作績效是指員工在特定時間內，執行工作時所達成結果的紀錄或達到目標的效益
Brouthers	2002	工作績效是個人對其職務上的各項工作目標達成程度，員工的工作任務實現程度與工作實現需求程度。
Robbins	2003	工作成果為量化的工作績效，而以員工特質作為衡量員工對於工作是否有良好態度，為一種「質化」的工作績效。
張淼江	民 92	工作績效是員工對組織貢獻的一種衡量。
Jamal	2007	工作績效代表的是個人在正規限制以及可用資源中的成功表現。

資料來源：本研究整理

2.4.2 工作績效的分類

工作績效則是指個人身為一個組織成員，完成組織所期望、規定或正式角色需求時，所表現之行為(Campbell, 1990)。個人對人際網路資訊的知覺與人際技巧的學習確能提昇工作績效（陳玉樹、謝宜梅，民 97）。Borman and Motowidlo (1997)認為工作績效是具行為性、可評價性、事件性及多面性的，是指員工在一標準時間內於組織中不連續行為事件的總值，是被用來驅動預設變數發展及有效的動力。蘇義祥（民 88）的研究指出，工作績效是指一個人的工作貢獻價值、工作品質或數量，代表員工的生產力，當員工之生產力高時，表示組織之整體經營績效高。Cascio (2006)提出，管理者必須對績效有明確的定義，讓團隊或員工能了解組織的期望，以期達成組織目標。換言之，管理者必須設定明確的目標，隨時追蹤目標實現的程度，以及評估團隊或員工的績效。員工績效結果的評估與應用成為高績效組織最需要關切的首要課題（蔡秀涓，民 96）。Byars and Rue (2000)認為，績效是員工工作中任務的完成程度，將工作績效定義為員工將能力與角色（任務）或認知予以修正的努力淨效果，可視為努力、能力及角色認知間相互關係的結果。

歸納上述綜合研究後，本研究將工作績效設為單一構面。

2.5 相關實證研究

孫淑芬（民 89）研究結果顯示，工作動機愈高，組織承諾愈高。因此，組織若能依員工的工作動機傾向給予適當的激勵，提升員工的工作動機，將有助於組織承諾的提升。另外，在甄選新進員工時，可以透過量表或結構式面談來了解應徵者的工作動機，並將高工作動機列為甄選因素的考量之一。許多相關研究亦指出工作動機與組織承諾之間的關

係，Mowday, Porter and Steers (1982)所提出的組織承諾前因後果模式中，個人特質中的「成就動機」亦為影響組織承諾的因素之一。Lillian, Freeman, Rush and Lanc (1999)的研究指出，內在工作動機是工作特性和工作態度之間的中介變數，其中工作態度包括組織承諾及工作滿足。Raymond, John, Barry and Patrick (1999)認為，組織承諾較低者經常在等待離職、跳槽的機會，換言之，他們有強烈的意願離開組織，因此較難激勵。Morris and Sherman (1981)以五百零六位志願者為樣本，進行組織承諾前因變項的探討，以迴歸分析之結果顯示，成就動機中的「競爭感」是組織承諾之顯著預測變項。

李順能（民 94）針對組織變革認知對工作態度與工作績效的影響進行研究，結果顯示員工的工作態度與工作績效有顯著的正相關。黃新福、胡偉琦（民 96）針對銀行行員的研究結果顯示，銀行行員的工作投入對績效有顯著的正向關聯。王滢婷、李美惠（民 93）針對績效評估公平性對組織承諾與工作績效的影響進行研究，發現組織承諾與工作績效呈現正相關。蔡智勇、薛義誠（民 96）的研究結果顯示，在非營利組織中，當組織成員的承諾感越高，組織績效也越好。

Ong, Lai and Wang (2004)指出認知有用性是個人使用特定的系統將提高個人工作表現的程度。Bhattacharjee (2001)將認知有用性定義為：使用者對於使用系統而帶來好處的感覺。Davis (1989)認為認知有用性是：使用者本身發自內心相信這項新科技會幫助他將工作執行得更好；認為認知易用性則為使用者內心以為使用某一特定系統的方便程度，當使用者知覺系統易於使用時，則會促進使用者以等同原來的努力程度完成更多的工作，進而提升工作績效。因此，認知易用性會直接影響認知有用性，同時影響使用者行為意願和系統品質的認知。Davis (1989)所指

出的認知有用性和認知易用性兩項因素，是個人接受並使用新資訊科技的主要決定因素，也證明科技接受模型具有良好的解釋能力（楊雅婷，民 98；李綜霖，民 101；柯孫超，民 98）。

Biswas (2011)針對印度二十個組織，共四百名員工的研究結果也指出，組織承諾、工作投入、工作滿意與員工工作績效等均有顯著正相關。Rich, Lepine and Crawford (2010)針對兩百四十五個消防專員的研究結果顯示，工作投入與任務績效、組織公民行為等均有顯著正相關。

探討上述之研究得知，使用動機會影響工作態度、有用性；有用性、易用性及工作態度對工作績效有影響。因此，本研究希望瞭解LINE的使用者之使用動機、工作態度、知覺易用性及有用性對工作績效的影響程度，透過實證研究與分析，作為企業組織與機關團體欲使用LINE進行傳遞、溝通與分享訊息以提升使用者之工作績效時之參考。

第三章 研究方法

本章依前二章內容擬定研究方法，共分為五節，第一節：研究架構，第二節：研究假設，第三節：研究變項之操作型定義，第四節：問卷發放與研究對象，及第五節：資料分析方法，作為本研究之進行方法。

3.1 研究架構

本研究目的在探討社群軟體LINE使用動機、工作態度、有用性、易用性與工作績效等之相關性。依本研究的動機及目的，經由相關文獻探討及分析，繪成研究架構，其中以社群軟體LINE「使用動機」、「易用性」為自變項，「工作態度」與「有用性」為中介變項，「工作績效」為依變項，探討社群軟體LINE使用動機對有用性及工作態度之影響，易用性對有用性與工作績效之影響，以及有用性與工作態度對工作績效之影響情形，並且探討有用性、工作態度於使用動機與工作績效的中介效果，如圖3.1所示。

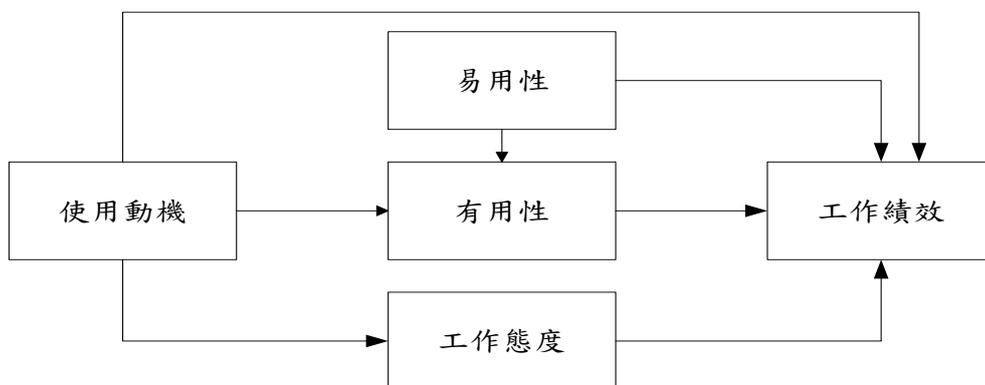


圖3.1 研究架構

資料來源：本研究整理

3.2 研究假設

此節根據本研究架構及文獻資料探討，提出檢驗之研究假設，本研究之假設如下：

- H1：使用動機對有用性有顯著的正向影響。
- H2：使用動機對工作態度有顯著的正向影響。
- H3：使用動機對工作績效有顯著的正向影響。
- H4：易用性對有用性有顯著的正向影響。
- H5：易用性對工作績效有顯著的正向影響。
- H6：有用性對工作績效有顯著的正向影響。
- H7：工作態度對工作績效有顯著的正向影響。
- H8：有用性於使用動機與工作績效間具有中介效果。
- H9：工作態度於使用動機與工作績效間具有中介效果。

3.3 研究變項之操作型定義

本研究針對前述研究架構中各研究變項進行操作型定義。茲將各研究變項之操作型定義分述如下：

3.3.1 使用動機之操作型定義

本研究參考蕭銘鈞（民 87）的論點，將社群軟體LINE使用動機定義為：使用者使用LINE以滿足內在的心理、社會需求之動力。量表引用學者王嵩音（民 96）所建構的網路動機量表為基礎修訂而成，使用動機包含三構面：工具性動機、娛樂性動機及社交性動機。

1. 工具性動機：使用者可以不受到時空限制，隨時在LINE諮詢或查詢所需要的資訊。

2. 娛樂性動機：使用LINE可以滿足娛樂或打發時間的需求。
3. 社交性動機：LINE可以擴展人際關係範圍，不僅維繫親友感情還可結交新朋友。

3.3.2 易用性之操作型定義

本研究參考Davis (1989) 的論點，將易用性定義為：個人對於使用社群軟體LINE，知覺越容易使用，則個人便不需要花太多的時間來學習，而越有可能使用LINE。量表引用學者Davis (1989)所建構的科技接受理論(TAM)之問卷為基礎修訂而成，易用性包含兩個構面：便利性、容易性。

1. 便利性：包括對LINE的下載、安裝及學習使用的便利。
2. 容易性：包括使用者對LINE的容易使用與方便分享檔案。

3.3.3 有用性之操作型定義

本研究參考Davis (1989)的論點，將有用性定義為：個人對於使用社群軟體LINE，知覺對自己的生活與工作獲得實質的助益。量表引用學者Davis (1989)所建構的科技接受理論量表(TAM)為基礎修訂而成，有用性包含二構面：社交性及工作性。

1. 社交有用性：LINE對使用者產生的社交功能，進而聯繫親友感情與結識新朋友。
2. 工作有用性：使用者使用LINE，對其工作產生實質的助益。

3.3.4 工作態度－工作投入之操作型定義

本研究參考Kahn (1990)的論點，將工作投入定義為：認為個人心理層面認同工作，樂在工作、願意投入更多努力、和別人分享工作上之經驗，以及能憑藉個人顯著的需求，所產生的積極工作行為。

量表引用Kanungo (1982)所建構的工作投入量表為基礎修訂而成，工作投入包含二構面：興趣投入及價值投入。

1. 興趣投入：工作與興趣結合，基於對興趣的熱情，在工作上積極投入。
2. 價值投入：人生的目標與工作結合，工作是生活價值之一。

3.3.5 工作態度－工作滿足之操作型定義

本研究參考Robinowita and Hall (1977)及Reitz and Jewell (1979)的觀點，將工作滿足定義為：個人對於目前工作升遷機會、工作所得報酬與口頭讚賞等方式所感覺滿意的程度。量表摘取自Weiss, Dawis, England and Lofguist (1967)所編製的短式明尼蘇達滿意問卷(Minnesoa Satisfaction Questionnaire, MSQ)，以此為基礎修訂而成，工作滿足包含四構面：待遇升遷、工作成就、穩定性、以及工作環境。

1. 待遇升遷：因為工作所帶來的薪資待遇、職務升遷等的滿意程度。
2. 工作成就：因為工作，得到成就、自我實現。
3. 穩定性：工作、薪資穩定等。
4. 工作環境：場所舒適適合工作及同事相處融洽等。

3.3.6 工作態度－組織承諾之操作型定義

本研究參考Griffin and Bateman (1986)的觀點，將組織承諾定義為：員工對整個組織的態度，包括管理政策、工作本身、薪資制度及工作環境等因素。量表採用Porter, Steers, Mowday and Boulian (1979)編製之OCQ量表，以製造業、服務業及公營企業員工為對象，而發展建構出的「組織承諾量表」(Organizational Commitment Inventory, OCI)。該量表將組織承諾分為三構面：價值承諾、努力承諾及留職承諾。

1. 價值承諾：係指深信並接受組織目標及價值。
2. 努力承諾：係指願意為組織投注高度的努力。
3. 留職承諾：係指具強烈的慾望維持組織成員身份。

3.3.7 工作績效之操作型定義

本研究參考Schermehorn (1999)的觀點，將工作績效定義為：工作中的個人或團體所表現之任務達成的值與量。量表採用Chao, O'Leary-Kelley, Wolf, Klein and Gardner (1994)建構社會化因素之工作績效問卷。

3.4 問卷發放與研究對象

本研究採用之問卷內容係參考相關文獻之量表，並與論文指導教授討論，為避免題意不清，受測者不能完全理解問卷之內容，在正式施測之前，進行前測，有效問卷四十份，用以瞭解問卷設計之可靠性，並藉由前測結果分析問卷題項是否有刪減之必要性，以提高各變項及構面之信效度，有利後續之分析。本研究問卷量表計分方式採用Likert五點尺度衡量法為基準，由受訪者從「非常同意」、「同意」、「普通」、「不同意」、「非常不同意」等五個選項中勾選，計分方式由5、4、3、2、1分依序計分，反向題則反向計分，分數愈高代表受試者於各題

項感受程度愈高，分數愈低則反之。

本研究於前測問卷回收後，針對有效問卷進行項目分析(Project Analysis)、因素分析(Factor Analysis)、信度分析(Reliability Analysis)，經分析發現部分題項未達顯著標準予以刪除，最後修訂製成正式問卷。

考慮社群軟體LINE使用者的個人隱私，而無法向官方或非官方相關論壇之管理者取得社群軟體LINE使用者的通訊資料，另外也限於研究之成本、時間與人力等因素，因此採非隨機抽樣方法中之便利抽樣與滾雪球法進行正式問卷發放。本研究透過以下幾種管道進行問卷發放：

1. 便利抽樣

由於LINE使用者最基本的條件便是透過網際網路進行互動，基於此條件，本研究將問卷製成網路問卷，以下列方式進行問卷發放：

- (1) 徵求相關論壇與社群粉絲頁管理者同意後，在該討論頁面發表網路問卷連結，請論壇成員與社群粉絲協助填寫。
- (2) 若該論壇與社群粉絲頁有提供會員列表的檢索功能且能發送短訊給會員，研究者即針對曾於該網站上發表文章與進行互動的成員，發送線上短訊邀請其上網填答問卷。

2. 滾雪球法

請有使用社群軟體LINE的朋友填答問卷，並委託代為發放，以接觸更多社群軟體LINE的使用者。

正式問卷發放以有下載使用LINE社群軟體的成人為對象，共發放問卷四百五十份，實際回收共計四百零八份，回收率為90%，其中有效問卷共計三百九十二份，有效問卷回收率為87%。

3.4.1 使用動機量表

本研究之LINE使用動機量表，係引用王嵩音（民 96）所建構的網路動機量表為基礎修訂而成，分為「工具性」、「娛樂性」與「社交性」等三個構面，共計十五題。本研究針對量表題項進行項目分析、因素分析及信度分析，以確認正式施測的問卷題項。

1. 項目分析

本問卷之預試之項目分析採用相關分析(Correlation Analysis)及刪題後信度(Reliability after Projects Deleted)來了解題目之一致性和鑑別度，並作為是否刪題之依據。

相關分析為計算各題與該構面總分的積差相關值，代表該題項得分與此構面總分間的一致程度。一般選擇題目的標準是項目與總分的相關至少0.30以上，且達顯著水準者($p < 0.05$)方可採用（邱皓政，民 97）。

刪題後信度為剔除某題項後，量表的信度係數。輔助判斷刪除與否的邏輯為：將各題項「項目刪除後之Cronbach's α 值」欄位內的值和原量表比較，若該欄位值大於分量表信度，則刪除該題（陳寬裕、王正華，民 100）。

根據上述標準，本研究量表經項目分析後，相關分析或刪題後信度達刪題標準，即刪除該題項。

社群軟體LINE使用動機量表經項目分析後，發現「a12」、「a13」、「a14」刪題後可使量表的信度提升；「a12」、「a13」與總分相關未達顯著，故刪除此三題，其餘題項保留以進行因素分析，如表3.1所示。

表3.1 LINE使用動機量表項目分析結果摘要表

題項	與總分相關	刪題後信度	量表信度	是否刪題
a1	0.628**	0.885		--
a2	0.559**	0.888		--
a3	0.704**	0.882		--
a4	0.780**	0.878		--
a5	0.641**	0.886		--
a6	0.780**	0.879		--
a7	0.769**	0.879		--
a8	0.696**	0.882	0.892	--
a9	0.789**	0.877		--
a10	0.826**	0.874		--
a11	0.612**	0.886		--
a12	0.317	0.895		刪題
a13	0.323	0.902		刪題
a14	0.402*	0.894		刪題
a15	0.736**	0.881		--

註：*表 $p < 0.05$ ，**表 $p < 0.01$

資料來源：本研究整理

2. 因素分析

本研究先進行KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)取樣適當性檢定及Bartlett的球形檢定與共同性指數之檢驗，以判斷是否適合進行因素分析。學者Kaiser (1974)提出，當KMO值小於0.5時，較不適宜進行因素分析；當KMO值愈大時，表示變項間的共同因素愈多，愈適合進行因素分析。使用動機量表之KMO值為0.785；且Bartlett球形檢定結果，其近似卡方分配值為249.650，達顯著水準，表示其適合進行因素分析。

本研究之因素分析是以主成分分析法(Principal Component Analysis)萃取特徵值大於1的因素，再以最大變異法(Varimax Method)進行直交轉軸(Orthogonal Rotation)，以獲得轉軸後之因素負荷量，根據Hair, Anderson, Tatham and Black (1998)及吳萬益(民 100)研究指出，因素負荷量0.50以上可視為非常重要的變數，故本研究以0.50作為各因素是否刪題的標準。而累積解釋變異量主要是說明因素分析所萃取的因素，能夠解釋整體變項的能力。社群軟體LINE使用動機量表共計十二題，進行因素分析後萃取出三個因素，分別命名為「工具性」、「娛樂性」及「社交性」，其累積解釋變異量為76.405%，具有良好之建構效度，如表3.2所示。



表3.2 LINE使用動機量表之因素分析結果摘要表

構面	題項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量	累積解釋變異量
社交性	我使用Line是為了想要在網路上交朋友	0.873	3.261	27.176	27.176
	我使用Line是為了想了解別人對事物的看法	0.721			
	我使用Line是為了想找有用的資訊	0.732			
	我使用Line是為了想要學習新事物	0.776			
工具性	我使用Line是為了參與工作討論	0.868	3.154	26.286	53.462
	我使用Line是為了想幫助同事解決問題	0.813			
	我使用Line是為了想要了解公司內外大事	0.700			
娛樂性	我使用Line是為了想要表達自己的意見	0.882	2.753	22.943	76.405
	我使用Line是為了想要說平時不敢說的話	0.721			
	我使用Line是為了想要扮演與現實生活中不同的身分	0.679			
	我使用Line是為了逃避現實	0.518			
KMO值			0.785		
近似卡方分配			249.650		
自由度			66		
顯著性			0.000***		

資料來源：本研究整理

3. 信度分析

信度被使用來瞭解各量表的可信程度，也就是量表的一致性或穩定性。本研究係以Cronbach's α 值進行問卷信度之量測， α 值大於0.7者為高信度，表示該量表的內部一致性和同質性相當良好， α 在0.60至0.70之間，還可以接受使用（吳明隆，民 88；榮泰生，民 88）。由分析結果得知總量表的Cronbach's α 係數為0.916，各構面的內部一致性係數均達0.7以上，表示量表具有良好的信度，詳如表3.3所示。

表3.3 LINE使用動機量表之信度分析結果摘要表

變項	構面	構面信度	量表信度
LINE使用動機	社交性	0.895	0.916
	工具性	0.813	
	娛樂性	0.839	

資料來源：本研究整理

3.4.2 易用性量表

本研究之易用性量表為引用自學者Davis (1989)所建構的易用性量表為基礎修訂而成，易用性包含二個構面：便利性、容易性，共計八題。本研究針對量表題項進行項目分析、因素分析及信度分析，以確認正式施測的問卷題項。

1. 項目分析

易用性量表經項目分析後，發現「b3」、「b5」刪題後可使量表的信度提升，故刪除此兩題，其餘題項保留以進行因素分析，如表3.4所示。

表3.4 易用性量表項目分析結果摘要表

題項	與總分相關	刪題後信度	分量表信度	是否刪題
b1	0.824**	0.653		--
b2	0.795**	0.649		--
b3	0.381**	0.744		刪題
b4	0.596**	0.706		--
b5	0.449**	0.760	0.730	刪題
b6	0.634**	0.696		--
b7	0.780**	0.650		--
b8	0.396**	0.730		--

註：*表 $p < 0.05$ ，**表 $p < 0.01$

資料來源：本研究整理

2. 因素分析

易用性量表之KMO值為0.758；且Bartlett球形檢定結果，其近似卡方分配值為111.039，達顯著水準，表示其適合進行因素分析。刪題後之易用性量表共計六題，經因素分析後發現各題項之因素負荷量均高於0.5，未達刪題標準，累積解釋變異量為71.395%，具有良好之建構效度，如表3.4所示。

表3.5 易用性量表之因素分析結果摘要表

構面	題項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量	累積解釋變異量
便利性	我認為LINE與我目前使用電腦的操作方式是相近的，這讓我可以直覺的去操作它	0.809	3.180	53.002	53.002
	我認為將LINE推薦給他人使用是很便利的	0.753			
	我認為使用LINE來分享檔案跟圖片是很便利的	0.755			
容易性	我認為LINE是容易學習使用的	0.832	1.104	18.393	71.395
	我認為LINE功能是清楚明瞭且易於使用的	0.697			
	我認為下載安裝LINE是很容易的	0.882			
KMO值			0.758		
近似卡方分配			111.039		
自由度			15		
顯著性			0.000***		

資料來源：本研究整理

3. 信度分析

易用性量表之信度分析結果得知，總量表的Cronbach's α 係數為0.780，各構面的內部一致性係數達0.7以上，表示量表具有良好的信度，詳如表3.6所示。

表3.6 易用性量表之信度分析結果摘要表

變項	構面	構面信度	量表信度
易用性	便利性	0.704	0.780
	容易性	0.824	

資料來源：本研究整理

3.4.3 有用性量表

本研究之有用性量表，引用自學者Davis (1989)所建構的科技接受理論量表(TAM)為基礎修訂而成，共八題。本研究針對量表題項進行項目分析、因素分析及信度分析，以確認正式施測的問卷題項。

1. 項目分析

有用性量表經項目分析後，發現刪題後信度並未高於量表信度，因此保留所有題項以進行因素分析，如表3.7所示。

表3.7 有用性量表項目分析結果摘要表

題項	與總分相關	刪題後信度	分量表信度	是否刪題
c1	0.524**	0.817	0.821	--
c2	0.714**	0.791		--
c3	0.743**	0.787		--
c4	0.715**	0.793		--
c5	0.796**	0.780		--
c6	0.672**	0.803		--
c7	0.608**	0.808		--
c8	0.522**	0.816		--

註：*表 $p < 0.05$ ，**表 $p < 0.01$ ，***表 $p < 0.001$

資料來源：本研究整理

2. 因素分析

有用性量表之KMO值為0.614；且Bartlett球形檢定結果，其近似卡方分配值為71.679，達顯著水準，表示其適合進行因素分析。有用性量表共計八題，經因素分析萃取出兩個構面分別命名為「社交有用性」及

「工作有用性」，各題項因素負荷量均超過0.5，累積解釋變異量為60.347%，具有良好之建構效度，如表3.8所示。

表3.8 有用性量表之因素分析結果摘要表

構面	題項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量	累積解釋變異量
社交有用性	我認為使用LINE可以增加生活的便利性	0.892	2.695	33.685	33.685
	我認為使用LINE可以滿足我的社交需求	0.688			
	我認為使用LINE可以使我的生活充滿娛樂性	0.575			
	我認為使用LINE可以讓我即時知道朋友動態	0.643			
	我認為使用LINE可以幫助我即時地將資訊傳遞給周遭的人	0.5627			
工作有用性	我認為使用LINE可以幫助我迅速地完成工作	0.562	2.140	26.752	60.437
	我認為使用LINE可以提升我的工作表現	0.726			
	我認為使用LINE可以方便的同時與多個人溝通事情	0.829			
KMO值			0.614		
近似卡方分配			71.679		
自由度			28		
顯著性			0.000***		

資料來源：本研究整理

3. 信度分析

由有用性量表之信度分析結果得知，總量表的Cronbach's α 係數為0.821，構面的內部一致性係數皆在0.6以上，表示量表具有相當程度的信度，詳如表3.9所示。

表3.9 有用性量表之信度分析結果摘要表

變項	構面	構面信度	量表信度
有用性	社交有用性	0.765	0.821
	工作有用性	0.686	

資料來源：本研究整理

3.4.4 工作態度－工作投入量表

本研究之工作態度-工作投入量表，引用學者Kanungo (1982)所建構的工作投入量表為基礎修訂而成，包含二個構面：興趣投入、價值投入，共計十題。本研究針對量表題項進行項目分析、因素分析及信度分析，以確認正式施測的問卷題項。

1. 項目分析

工作態度－工作投入量表經項目分析後，發現「d1」、「d2」、「d7」、刪題後可使量表的信度提升，且「d2」、「d7」與總分相關未達顯著，故刪除此三題，其餘題項保留以進行因素分析，如表3.10所示。

表3.10 工作態度－工作投入項目分析結果摘要表

題項	與總分相關	刪題後信度	量表信度	是否刪題
d1	0.493*	0.816		刪題
d2	0.204	0.838		刪題
d3	0.676**	0.793		--
d4	0.663*	0.790		--
d5	0.827*	0.765		--
d6	0.792**	0.768	0.815	--
d7	0.240	0.848		刪題
d8	0.672**	0.790		--
d9	0.788**	0.773		--
d10	0.688**	0.786		--

註：*表 $p<0.05$ ，**表 $p<0.01$ ，***表 $p<0.001$

資料來源：本研究整理

2. 因素分析

工作態度－工作投入量表之KMO值為0.842；且Bartlett球形檢定結果，其近似卡方分配值為90.883，達顯著水準，表示其適合進行因素分析。因素分析之後萃取出兩個因素，命名為「興趣投入」、「價值投入」，累積解釋變異量為75.931%，具有良好之建構效度，如表3.11所示。

表3.11 工作態度－工作投入量表之因素分析結果摘要表

構面	題項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量	累積解釋變異量
興趣投入	我對工作會非常投入	0.886	3.079	43.986	43.986
	工作是我不可或缺的，如同吃喝及呼吸一樣	0.863			
	我大部份的興趣都圍繞在工作上	0.664			
	我對我的工作有很強烈的連結，難以切斷	0.803			
價值投入	我人生的目標大多是工作導向的	0.870	2.236	31.946	75.931
	我認為工作是我存在的生活價值	0.548			
	我喜歡把大多數的時間投入我的工作	0.895			
KMO值			0.842		
近似卡方分配			90.883		
自由度			21		
顯著性			0.000***		

資料來源：本研究整理

3. 信度分析

工作態度－工作投入量表之信度分析結果得知，總量表的Cronbach's α 係數為0.884。各構面的內部一致性係數均達0.7以上，表示量表具有良好的信度，詳如表3.12所示。

表3.12 工作態度－工作投入量表之信度分析結果摘要表

變項	構面	構面信度	量表信度
工作態度－工作投入	興趣投入	0.858	0.884
	價值投入	0.803	

資料來源：本研究整理

3.4.5 工作態度－工作滿足量表

本研究之工作態度－工作滿足量表，摘取自 Weiss, Dawis, England and Lofguist (1967)所編製的短式明尼蘇達滿意問卷為基礎修訂而成，共十九題。包含四構面：待遇升遷、工作成就、穩定性、以及工作環境。本研究針對量表題項進行項目分析、因素分析及信度分析，以確認正式施測的問卷題項。

1. 項目分析

工作態度－工作滿足量表經項目分析後，發現「e1」及「e6」刪題後可使量表的信度提升，且與總分相關未達顯著，故刪除此兩題，其餘題項保留以進行因素分析，如表3.13所示。



表3.13 工作態度－工作滿足量表項目分析結果摘要表

題項	與總分相關	刪題後信度	分量表信度	是否刪題
e1	0.381	0.907		刪題
e2	0.516**	0.902		--
e3	0.560**	0.903		--
e4	0.734**	0.897		--
e5	0.663**	0.901		--
e6	0.342	0.907		刪題
e7	0.461*	0.904		--
e8	0.646**	0.899		--
e9	0.646**	0.899		--
e10	0.442**	0.904	0.906	--
e11	0.767**	0.896		--
e12	0.558**	0.904		--
e13	0.683**	0.899		--
e14	0.649**	0.899		--
e15	0.719**	0.896		--
e16	0.554**	0.900		--
e17	0.531**	0.903		--
e18	0.738**	0.899		--
e19	0.561**	0.901		--

註：*表 $p < 0.05$ ，**表 $p < 0.01$ ，***表 $p < 0.001$

資料來源：本研究整理

2. 因素分析

工作態度－工作滿足量表之KMO值為0.604；且Bartlett球形檢定結果，其近似卡方分配值為354.313，達顯著水準，表示其適合進行因素分析。刪題後之工作態度－工作滿足量表共計十七題，因素分析發現各題項之因素負荷量均高於0.5，未達刪題標準。萃取出四個因素，命名為待

遇升遷、工作成就、穩定性以及工作環境，累積解釋變異量為79.555%，具有良好之建構效度，如表3.14所示。

表3.14 工作態度－工作滿足量表之因素分析結果摘要表

構面	題項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量	累積解釋變異量
待遇升遷	對於主管對待部屬的方式，我感到滿意	0.783	3.745	22.032	22.032
	對於主管做決策的能力，我感到滿意	0.819			
	就所做工作量與我所能得到的薪資，我感到滿意	0.849			
	對工作中所給予的陞遷機會，我感到滿意	0.876			
工作成就	對於工作讓我有單獨發揮的機會，我感到滿意	0.645	3.675	21.513	43.546
	對於工作會使同仁與朋友對我有特殊的肯定，我感到滿意	0.932			
	目前的工作有發揮自己能力的機會，我感到滿意	0.839			
	工作中能自由運用自己的判斷力，我感到滿意	0.722			
	工作中能嘗試自己的方法處理事情，我感到滿意	0.547			
穩定性	對目前工作的穩定性，我感到滿意	0.885	3.299	19.406	62.952
	在工作中有為別人服務的機會，我感到滿意	0.776			
	在工作中能有協助別人做事的機會，我感到滿意	0.802			
	我的團隊執行公司政策的方式，我感到滿意	0.548			

表3.14工作態度－工作滿足量表之因素分析結果摘要表(續)

構面	題項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量	累積解釋變異量
工作環境	對工作環境，我感到滿意	0.559			
	與同事相處的情形，我感到滿意	0.700			
	在工作上表現良好所得到的讚美，我感到滿意	0.700	2.569	15.111	78.063
	從工作中獲得的成就感，我感到滿意	0.825			
KMO值			0.604		
近似卡方分配			354.113		
自由度			136		
顯著性			0.000***		

資料來源：本研究整理

3. 信度分析

工作態度－工作滿足量表之信度分析結果得知，總量表的Cronbach's α 係數為0.908，各構面的內部一致性係數均達0.7以上，表示量表具有良好的信度，詳如表3.15所示。

表3.15 工作態度－工作滿足量表之信度分析結果摘要表

變項	構面	構面信度	量表信度
工作態度－工作滿足	待遇升遷	0.893	0.908
	工作成就	0.860	
	穩定性	0.851	
	工作環境	0.829	

資料來源：本研究整理

3.4.6 工作態度－組織承諾量表

本研究之工作態度－組織承諾量表，摘取Porter et al. (1979)編製之OCQ量表，以製造業、服務業及公營企業員工為對象，而發展建構出的組織承諾量表，以此為基礎修訂而成，共二十題。包含三構面：「價值承諾」、「努力承諾」及「留職承諾」。本研究針對量表題項進行項目分析、因素分析及信度分析，以確認正式施測的問卷題項。

1. 項目分析

工作態度－組織承諾量表經項目分析後，發現「f3」及「f19」刪題後可使量表的信度提升，故刪除此兩題，其餘題項保留以進行因素分析，如表3.16所示。



表3.16 工作態度－組織承諾量表項目分析結果摘要表

題項	與總分相關	刪題後信度	分量表信度	是否刪題
f1	0.411*	0.945		--
f2	0.706**	0.943		--
f3	0.435**	0.949		刪題
f4	0.794**	0.941		--
f5	0.816**	0.940		--
f6	0.790**	0.941		--
f7	0.701**	0.944		--
f8	0.714**	0.944		--
f9	0.630**	0.944		--
f10	0.519**	0.943	0.946	--
f11	0.403*	0.946		--
f12	0.637**	0.943		--
f13	0.806**	0.942		--
f14	0.623**	0.945		--
f15	0.799**	0.941		--
f16	0.817**	0.941		--
f17	0.763**	0.942		--
f18	0.687**	0.943		--
f19	0.507**	0.948		刪題
f20	0.612**	0.944		--

註：*表 $p < 0.05$ ，**表 $p < 0.01$ ，***表 $p < 0.001$

資料來源：本研究整理

2. 因素分析

工作態度－組織承諾量表之KMO值為0.657；且Bartlett球形檢定結果，其近似卡方分配值為395.673，達顯著水準，表示其適合進行因素分析。刪題後之工作態度－組織承諾量表共計十八題，因素分析發現「f11」之因素負荷量未達0.5，故刪除此題項。最後萃取出三個因素，命名為「價值承諾」、「努力承諾」及「留職承諾」，累積解釋變異量為74.722%，具有良好之建構效度，如表3.17所示。

表3.17 工作態度－組織承諾量表之因素分析結果摘要表

構面	題項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量	累積解釋變異量
價值承諾	我很慶幸可以在我的工作團隊服務	0.838	4.662	27.432	27.432
	我以身為工作團隊的一份子為榮	0.718			
	我願意付出額外的努力，以達成工作目標	0.699			
	我發現我個人的價值觀和公司的價值觀非常接近	0.623			
	在我可能選擇服務的工作團隊中，我的團隊有非常理想的工作環境	0.775			
	在本團隊努力工作能使我得到滿足	0.643			
	即使未來公司改變工作條件，我仍願意留在本團隊服務	0.710			
努力承諾	在本團隊服務，我能充分發揮自己的能力	0.619	4.556	26.798	54.221
	在本團隊服務對我個人的工作成就與生涯發展來說，意義非常重要	0.573			
	我覺得我有責任為本團隊賣力工作	0.913			
	為了繼續留在本團隊服務，我願意接受任何的職務指派	0.834			
	我會盡我所能，克服工作上的困難	0.634			
	我會主動幫忙同事解決工作上的問題	0.605			
	我會主動收集工作所需之資訊或學習工作技能	0.818			

表3.17 工作態度－組織承諾量表之因素分析結果摘要表(續)

構面	題項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量	累積解釋變異量
留職承諾	公司其他營運處有更好的機會，我也不會考慮離開本團隊	0.780			
	我覺得繼續留在本團隊服務，是一件正確的事情	0.857	3.485	20.501	74.722
	就目前各項環境及制度條件，我樂於繼續在本團隊工作	0.785			
KMO值			0.657		
近似卡方分配			395.673		
自由度			136		
顯著性			0.000***		

資料來源：本研究整理

3. 信度分析

工作態度－組織承諾量表之信度分析結果得知，總量表的Cronbach's α 係數為0.951，各構面的內部一致性係數均達0.7以上，表示量表具有良好的信度，詳如表3.18所示。

表3.18 工作態度－組織承諾量表之信度分析結果摘要表

變項	構面	構面信度	量表信度
工作態度－組織承諾	價值承諾	0.922	0.951
	努力承諾	0.923	
	留職承諾	0.839	

資料來源：本研究整理

3.4.7 工作績效量表

本研究之工作績效量表，摘取Chao et al. (1994)建構社會化因素之工作績效問卷為基礎修訂而成，共五題。本研究針對量表題項進行項目分析、因素分析及信度分析，以確認正式施測的問卷題項。

1. 項目分析

工作績效量表經項目分析後，發現各題項刪題後信度均未高於量表信度，故保留所有題項以進行因素分析，如表3.19所示。

表3.19 工作績效量表項目分析結果摘要表

題項	與總分相關	刪題後信度	分量表信度	是否刪題
g1	0.815**	0.897	0.902	--
g2	0.875**	0.871		--
g3	0.853**	0.879		--
g4	0.855**	0.877		--
g5	0.857**	0.879		--

註：*表 $p < 0.05$ ，**表 $p < 0.01$ ，***表 $p < 0.001$

資料來源：本研究整理

2. 因素分析

工作績效量表之KMO值為0.862，且Bartlett球形檢定結果，其近似卡方分配值為71.574，達顯著水準，表示其適合進行因素分析。工作績效量表共計五題，因素分析發現各題項之因素負荷量均高於0.5，未達刪題標準。全數落在同一因素，累積解釋變異量為72.567%，具有良好之建構效度，如表3.20所示。

表3.20 工作績效量表之因素分析結果摘要表

構面	題項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量	累積解釋變異量
工作績效	我已經學會關於我工作上的一些專業技術	0.880			
	我已經學會使用一個有效的方式，來讓我的工作更順利地完成	0.866			
	我可以掌握我工作上的任務需求	0.857	3.628	72.567	72.567
	我可以發展適當的技術及能力，來讓我的工作更順利的完成	0.855			
	我清楚了解我工作的責任義務為何	0.799			
KMO值			0.862		
近似卡方分配			71.574		
自由度			10		
顯著性			0.000***		

資料來源：本研究整理

3. 信度分析

工作績效量表之信度分析結果得知，總量表的Cronbach's α 係數為0.902，內部一致性係數均達0.7以上，表示量表具有良好的信度，詳如表3.21所示。

表3.21 工作績效量表之信度分析結果摘要表

變項	構面	構面信度	量表信度
工作績效	工作績效	0.902	0.902

資料來源：本研究整理

3.5 資料分析方法

本研究以SPSS統計軟體進行樣本結構之描述性分析，即以次數分配(Frequency Distribution)瞭解樣本的分佈情形，並採用結構方程模型統計軟體AMOS，以驗證性因素分析進行問卷個別構面信度、變項組合信度及平均變異抽取量之建構效度分析，再依本研究觀念性架構所建立之各觀察測量變項，進行研究假設之檢定分析。

根據Anderson and Gerbing (1988)及Williams and Hazer (1986)等學者的建議，進行結構方程模型分析時應分兩階段：

1. 先針對各研究構面及其衡量題項進行分析，瞭解個別構面之信度、收斂效度及區別效度。
2. 再將多個衡量題項縮減為少數衡量指標，然後運用線性結構關係發展模型加以分析，以驗證研究中的各項假設檢定。

分析測量模型主要可分為四個步驟：

(1) 敘述性統計分析

敘述性統計分析(Descriptive Statistics Analysis)係將使用者基本資料，有關性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、行業、職位以及月收入，運用SPSS統計軟體進行分析，針對研究各構面進行次數分配與百分比分析，有助樣本資料結構之瞭解，即樣本呈現在各構面變項間分佈之情形。

(2) 驗證性因素分析

驗證性因素分析(Confirmatory Factor Analysis, CFA)是對潛在變數與觀察變數間的關係做出合理的假設，並對假設進行統計檢驗之統計方法。在本研究中，以測量模型進行適合度檢定，以檢定各構面是否具有足夠的收斂效度和區別效度。收斂效度和區別效度合稱建構效度，是衡

量模型內在品質重要指標。收斂效度可測試以一個變數發展出的多題問項，最後是否會收斂於一個構面中。

收斂效度必須同時滿足下列準則：

- a. 題項的因素負荷量必須超過0.5，且於t檢定時顯著。
- b. 組合信度必須大於0.6 (Fornell & Larcker, 1981; Bagozzi & Yi, 1988)。組合信度或稱建構信度，為潛在構面的信度指標，衡量潛在變數之指標項目一致性，信度愈高，表示指標項目一致性愈高。一般學者建議個別潛在變數的組合信度宜大於0.6 (Bagozzi & Yi, 1988)。
- c. 每個潛在變數的平均變異抽取量必須大於0.5 (Fornell & Larcker, 1981)。

區別效度是指對兩個不同的構面進行測量，若此兩個構面經相關分析後，其相關程度很低，則表示兩個構面具有區別效度(Churchill, 1979; Anderson & Gerbing, 1988)。

(3) 結構模型分析

運用AMOS統計軟體建立結構方程模型(Structural Equation Model, SEM)之結構關係模式，來探討構面間、變項間之因果關係，這種分析方法結合因素分析與路徑分析，對結構模型進行分析驗證並討論結果。

(4) 檢驗模型配適度

測量模型(Measurement Model)必須由蒐集的資料驗證其配適度。評鑑模型優劣與否，是驗證性因素分析的重要內容。配適度衡量有許多類，Hairs, Anderson, Tatham and Black (1995)將其分為三種類型：絕對配適檢定(Absolute Fit Measures)、增量配適檢定(Incremental Fit Measures)及精簡配適檢定(Parsimonious Fit Measures)等。茲將此三種類型分述如下：

a. 絕對配適度指標

絕對配適度指標是用來確認整體模型可以預測共變項或相關矩陣的程度，衡量指標如卡方值(χ^2)、殘差均方根(RMR)、近似誤差平方根(RMSEA)、配適度指標(GFI)、調整後的配適度指標(AGFI)，茲將衡量指標說明如下：

- (a) χ^2 值：卡方值(χ^2)愈小表示整體模型之因果路徑圖與實際資料愈適配；一個不顯著($p>0.05$)的卡方值，則表示模型與實際資料相適配。Hair et al. (1998)認為以 χ^2 (Chi-square)檢定會因樣本數過大而低估檢定力，因而改以 χ^2/df 值為模型配適度(Goodness of Fit)的主要評估指標。Bagozzi and Yi (1988)則認為，卡方值與自由度之比值宜介於1 - 5之間，最好是小於3；另外Schumacker and Lomax (1996)則認為，卡方值與自由度之比值小於5即可接受該模型之研究。
- (b) 近似誤差平方根(Root Mean Square Error of Approximation, RMSEA)或稱平均概似平方誤根係數：通常被視為是最重要適配指標訊息，數值愈大，代表模型愈不理想；數值愈小，代表模型契合度愈理想。RMSEA<0.05時，表示模型配適度佳；RMSEA>0.1時，表示模型配適度差；0.05<RMSEA<0.08時，表示模型配適度良好，0.08<RMSEA<0.1，表示模型處於灰色模糊地帶，不滿意但可接受。
- (c) 配適度指標(Goodness of Fit Index, GFI)：是假設模式共變異數可以解釋觀察資料共變異數的程度，GFI指標亦是計算理論與觀察資料共變結構中之變異與共變量，GFI值愈接近1，表示模型配適度愈佳，而理想的GFI值應大於0.9，表示模型與實際資料有良好的適配度。本研究以GFI做為檢驗量表是否具有建構效度之標準。

(d) 調整後的配適度指標(Adjust Goodness of Fit Index, AGFI)：將GFI指標以根據自由度加以調整，所得較為穩定的AGFI指標，數值介於0至1之間。其值愈小，表示模型的契合度愈差；其值須大於0.9，表示模型與實際資料有良好的適配度。

b. 增量配適度指標

使用此種指標的基準線模型(Baseline Model)，是假設所有觀察變項間彼此相互獨立，完全沒有相關（變項間的共變數假設為0）。衡量指標如規範配適度指標(NFI)、相對配適度指標(RFI)、比較配適度指標(CFI)，茲將衡量指標說明如下：

(a) 規範配適度指標(Normed Fit Index, NFI)：以虛無模型(Null Model)作基準所推導出的指標，為基準配適度指標，即比較假設模型與獨立模型之卡方值差異；NFI值會介於0與1之間，NFI值愈大，表示模型與資料的配適度愈佳。

(b) 增值配適度指標(Incremental Fit Index, IFI)：IFI的值在0與1之間，通常採IFI>0.9為門檻值。

(c) 比較配適度指標(Comparative Fit Index, CFI)：反應了預設模型與無任何共變關係之獨立模型的差異程度，也考慮到預設模型與中央卡方分配的離散性，CFI值在0與1之間，當資料完全配適模型時，CFI=1，通常採CFI>0.9為門檻值。

c. 精簡配適度指標

本研究整體理論模型的精簡配適度指標包含簡要的基準適合指標與簡要的適合度指標，此二種指標考慮了模型當中估計參數的多寡，可以用來反應SEM假設模型的簡約程度(Degree of Parsimony)。衡量指標如簡要的基準適合指標(PGFI)、簡要的適合度指標(PNFI)，茲將衡量指標說

明如下：

- (a) 簡要的基準適合指標(Parsimony Goodness of Fit Index, PGFI)：數值介於0至1之間。其值愈接近1，表示模型適配度愈佳，模型愈簡約，判別標準為0.5以上。
- (b) 簡要的適合度指標(Parsimony-adjusted Normed Fit Index, PNFI)：其值愈大，表示模型愈簡約，判別標準為0.5以上。



第四章 實證結果與分析

本章針對社群軟體LINE使用動機、易用性、有用性、工作態度與工作績效知覺情形進行調查，並將有效樣本資料輸入SPSS及AMOS for Windows版統計軟體中，使用適當的統計方法進行資料分析，並針對分析結果加以解釋與討論，以驗證第三章之研究架構與假設。

4.1 樣本結構之敘述性分析

本研究回收有效問卷共三百九十二份，為瞭解本研究樣本結構，茲將回收樣本之基本資料分佈情形統計如表4.1所示。

1. 性別：男性一百八十五人(47.1%)，女性兩百零七人(52.7%)，男女比例接近。
2. 年齡：二十五歲以下八十四人(21.4%)，二十六至三十五歲有一百八十七人(47.6%)，三十六至四十五有九十九人(25.4%)，四十六至五十五歲有十七人(4.2%)，五十六歲以上有五人(1.4%)，與台灣區上網人口年齡分佈比例相近。
3. 婚姻狀況：已婚一百三十七人(34.7%)，未婚兩百五十五人(65.0%)，以未婚者居多。
4. 教育程度：高中(職)含以下一百一十五人(29.1%)，專科四十七人(12.1%)，大學一百五十九人(40.6%)，研究所及以上七十一人(17.9%)，以大學者居多。
5. 從事行業：軍、警、公、教人員八十五人(21.6%)，商業從業人員（含服務業）一百四十七人(37.5%)，工業從業人員八十二人(20.9%)，自業（律師、會計師、醫師及專業技師）三十三人(8.4%)，農林漁牧從

業人員六人(1.5%)，家庭管理六人(1.5%)，學生三十三人(8.4%)，退休或無職業者五人(1.2%)，以商業從業人員（含服務業）居多。

6. 職位：職員兩百九十五人(75.2%)，主管五十九人(15%)，負責人三十八人(9.8%)，以職員居多。

7. 月收入：一萬五千元以下者三十四人(8.6%)，一萬五千零壹元至三萬元者一百四十一人(36.1%)，三萬零壹元至四萬五千元者八十三人(21.2%)，四萬五千零壹元至六萬元者六十一人(15.6%)，六萬零壹元至七萬五千元者五十二人(13.3%)，七萬五千零壹元以上者二十一人(5.6%)，以一萬五千零壹元至三萬元者最多。

綜上所述，本研究採用之樣本結構與母體類似，適合作為本研究之實證分析。



表4.1 敘述性統計表

個人變項	類別	人數	百分比
性別	(1) 男	185	47.1
	(2) 女	207	52.7
年齡	(1) 25歲以下	84	21.4
	(2) 26 - 35歲	187	47.6
	(3) 36 - 45	99	25.4
	(4) 46 - 55	17	4.2
	(5) 56歲以上	5	1.4
婚姻狀況	(1) 已婚	137	34.7
	(2) 未婚	255	65.0
教育程度	(1) 高中(職)含以下	115	29.1
	(2) 專科	47	12.1
	(3) 大學	159	40.6
	(4) 研究所及以上	71	17.9
從事行業	(1) 軍、警、公、教人員	85	21.6
	(2) 商業從業人員 (含服務業)	147	37.5
	(3) 工業從業人員	82	20.9
	(4) 自由業 (律師、會計師、醫師及專業技師)	33	8.4
	(5) 農林漁牧從業人員	6	1.5
	(6) 家庭管理	6	1.5
	(7) 學生	33	8.4
	(8) 退休或無職業	5	1.2
職位	(1) 職員	295	75.2
	(2) 主管	59	15
	(3) 負責人	38	9.8
月收入	(1) 1,5000元以下	34	8.6
	(2) 1,5001 - 30,000元	141	36.1
	(3) 30,001 - 45,000元	83	21.2
	(4) 45,001 - 60,000	61	15.6
	(5) 60,001- -75,000	52	13.3
	(6) 75,001元以上	21	5.6

資料來源：本研究整理

4.2 驗證性因素分析

為了檢驗研究對象認知的使用動機、易用性、有用性、工作態度及工績效是否為不同的潛在構念，並確認觀察變數能否精確的衡量潛在變數，本研究以驗證性因素分析進行衡量，本文的研究模型包含五個潛在變數與九個觀察變數，其中五個潛在變數分別為使用動機、易用性、有用性、工作態度與工作績效，分析結果如表4.2所示。

在檢驗程序方面，本研究參考Bagozzi and Yi (1988)之研究，驗證觀察變數之因素負荷量是否高於0.5。其檢驗結果分別如下：(1) 使用動機的工具性、社交性及娛樂性等三個構面因素負荷量分別為：0.94、0.815、0.501；(2) 易用性的容易性、便利性兩個構面，因素負荷量分別為：0.83、0.931；(3) 有用性的社交有用性、工作有用性兩個構面，因素負荷量分別為：0.947、0.769；(4) 工作態度的工作投入、工作滿足、組織承諾等三個構面因素負荷量分別為：0.852、0.949、0.941；(5) 工作績效是單一構面，因此使用個別題項WP2、WP3、WP4作為觀察變數進行檢驗，其因素負荷量分別為：0.878、0.882、0.892。其各構面之標準因素負荷量除使用動機之娛樂性外，均大於0.5以上，t值均達顯著水準 $P < 0.05$ ，顯示具有建構效度。

另依據Hair et al. (1998)的建議值，若個別變項信度的因素負荷量達0.5以上，且達統計顯著水準($t > 1.96$, $P < 0.05$)，則符合理想的模型內部適配度。其檢驗結果如下：(1) 使用動機的工具性、社交性及娛樂性等三個構面的個別變項信度分別為：0.874、0.873；(2) 易用性的容易性、便利性兩個構面的個別變項信度分別為：0.527、0.730、0.772；(3) 有用性的社交有用性、工作有用性兩個構面的個別變項信度分別為：0.898、0.773；(4) 工作態度的工作投入、工作滿足、組織承諾等三個構面的個

別變項信度分別為：0.928、0.947、0.940；(5) 工作績效的個別題項 WP2、WP3、WP4的個別變項信度分別為：0.808、0.829、0.845。所有個別變項信度值都大於0.5以上，表示模型的內在品質檢定良好。

使用動機、有用性、易用性、工作態度與工作績效之組合信度分別為0.848、0.939、0.896、0.928、0.935，均大於0.6以上，表示指標的內部一致性均為可接受。收斂效度係確定每個衡量的變數是否收斂於所欲衡量的潛在變數，以平均變異抽取量 (Average Variances Extracted, AVE) 計算各觀察變數對該潛在變數的平均解釋能力，依據Fornell and Larcker (1981)之研究，如果平均變異抽取量達到0.5以上，即具有收斂效度；其各變項平均變異抽取量分別為0.665、0.886、0.813、0.811、0.827，均大於0.5以上，因此具有收斂效度。

表4.2 各變項之驗證性因素分析

變項	標準因素 負荷量	個別變項 信度	組合 信度	平均變異 抽取量	AVE的 平方根
使用動機					
工具性	0.940**	0.804		0.665	0.816
社交性	0.815***	0.763	0.848		
娛樂性	0.501***	0.672			
易用性					
容易性	0.883***	0.874	0.939	0.886	0.941
便利性	0.931*	0.873			
有用性					
社交有用性	0.947***	0.898	0.896	0.813	0.901
工作有用性	0.769*	0.773			
工作態度					
工作投入	0.852***	0.928		0.811	0.900
工作滿意	0.949*	0.947	0.928		
組織承諾	0.941*	0.940			
工作績效					
WP2	0.878***	0.808		0.827	0.909
WP3	0.882**	0.829	0.935		
WP4	0.892***	0.845			

註：***表 $p < 0.001$ ，**表 $p < 0.01$ ，*表 $p < 0.05$

資料來源：本研究整理

檢驗區別效度為每一構面的AVE平方根值，應超過它與所有其他構面間相關值。使用動機、有用性、易用性、工作態度與工作績效之AVE平方根值分別為0.816、0.941、0.901、0.900、0.909，均大於各構面間的相關係數，此分析結果顯示，各構面AVE平方根皆滿足判斷準則，顯示量表具有區別效度。因此，再次證明測量模型的內在品質頗佳。檢驗結果如表4.3所示。

綜合上述統計檢定指標分析的結果，顯示測量模型有良好的信度、收斂效度和區別效度，測量模型的內在品質頗佳。

表4.3 區別效度檢定表

構面	相關係數				
	使用動機	易用性	有用性	工作態度	工作績效
使用動機	0.816				
易用性	0.338	0.941			
有用性	0.544	0.685	0.901		
工作態度	0.384	0.477	0.474	0.919	
工作績效	0.179	0.510	0.369	0.670	0.909

註：對角線之值為AVE平方根，應大於非對角線之值相關係數。
資料來源：本研究整理

4.3 整體模型配適標準

模型適配度主要是在評量模型與觀察資料的適配程度，可說是模型的外在品質。本研究除了採納學者Hu and Bentler (1995)、Mueller (1996)及Wan (2002)建議之指標，包含卡方檢定、CFI、GFI及RMSEA外，另

外在增加AGFI、NFI等指標作為整體模型之驗證，應更能展現其配適之理想性(Hair et al., 1998)。

整體衡量模型之外在品質指標評鑑結果如表4.4， χ^2 值889.345、 χ^2/df 值3.721、GFI值為0.847、AGFI值為0.808、RMSEA值為0.080、CFI值為0.910、NFI值為0.910，各項指標均達到標準，顯示結構衡量模型之適配度為可接受水準。模型外在品質分析結果，如表4.4所示。

表4.4 本研究整體模型配適分析結果

配適度指標	檢定結果 數據	適配 標準	建議來源	適配 判斷
絕對配適度指標				
χ^2	889.345	-	-	-
χ^2/df	3.721	<5	Schumacker & Lomax (1996)	符合
RMSEA	0.080	<0.08 良好	Browne & Cudeck (1993)	符合
GFI	0.847	>0.9良好 >0.8可接受	Bagozzi & Yi (1988) MacCaquillan & Hong (1997)	符合
AGFI	0.808	>0.9良好 >0.8可接受	Bagozzi & Yi (1988) MacCaquillan & Hong (1997)	符合
增量配適度指標				
NFI	0.881	>0.8	Hair et al. (1998)	符合
IFI	0.910	>0.9	Bagozzi & Yi (1988)	符合
CFI	0.910	>0.9	Browne & Cudeck (1993)	符合
精簡配適度指標				
PGFI	0.675	>0.5	Hair et al. (1998)	符合
PNFI	0.763	>0.5	Hair et al. (1998)	符合

資料來源：本研究整理

4.4 SEM測量模型

在模型分析方面，本研究採用AMOS統計軟體進行結構方程模型之分析，模型內在結構配適度主要在評量模型內估計參數的顯著程度、各指標及潛在變項的信度等，乃是分析模型之內在品質。評估模型的適合度之前，必須先行檢定各項變項與構面的信度與效度，在收斂效度方面，Hair et al. (1998)提出必須考量個別項目信度、潛在變項組成信度與潛在變項的平均變異萃取等三項指標，若此三項指標均符合，即表示具有收斂效度，由前述表4.1之結果顯示，本研究之測量模型個別項目信度均大於0.5以上，潛在變數的組合信度均大於0.6以上，各變數之平均變異數均大於0.5以上，皆符合三個指標之要求，顯示本研究的測量模型具有良好的收斂效度，內在品質良好。本研究之測量模型彙整如圖4.1所示。

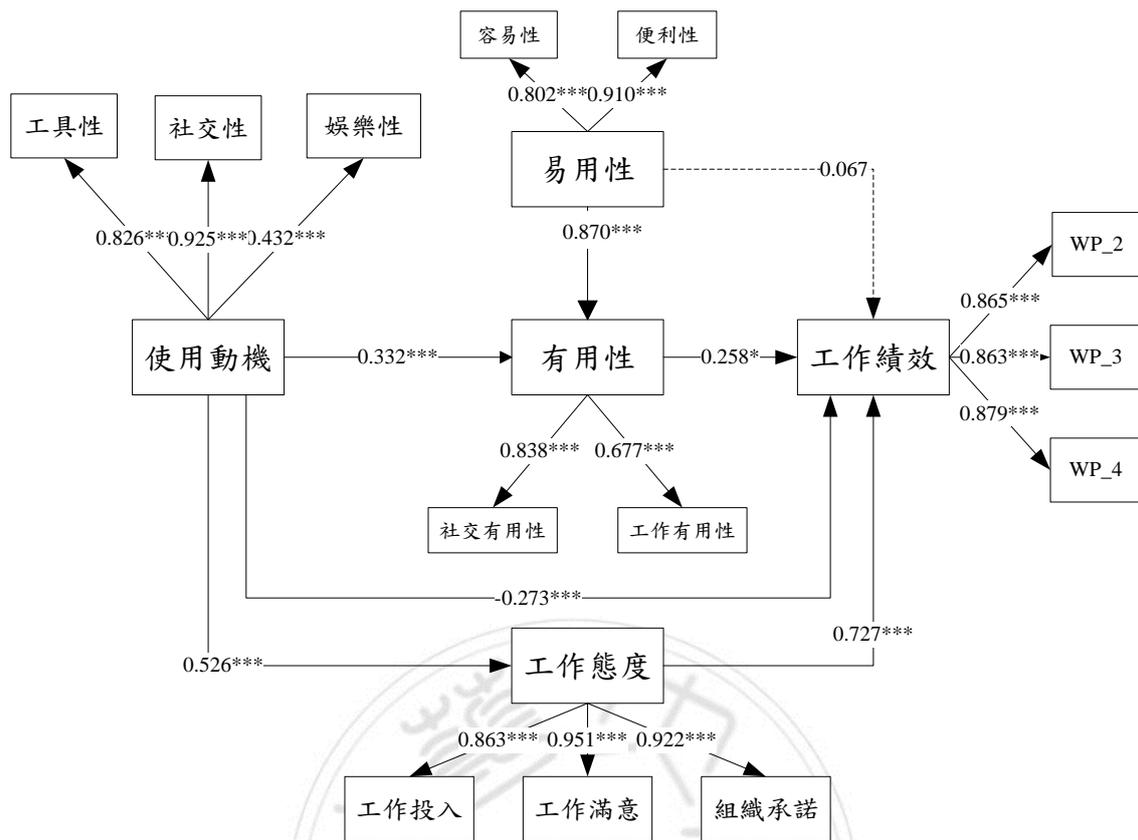


圖4.1 SEM測量模型

註：*表 $p < 0.05$ ，***表 $p < 0.001$

資料來源：本研究整理

4.5 研究假設之檢定

在模型內在品質達理想水準及模型配適度皆符合所建議的標準之後，針對研究假設H1~H7進行檢驗。

本研究假設之檢定結果假設結果如下：

1. H1：使用動機至有用性之路徑係數為0.332*** ($P < 0.001$)達顯著水準，顯示使用動機對有用性有顯著的正向影響，因此H1獲得支持。
2. H2：使用動機至工作態度之路徑係數為0.526*** ($P < 0.001$)達顯著水準，顯示使用動機對有工作態度顯著的正向影響，因此H2獲得支持。
3. H3：使用動機至工作績效之路徑係數為0.273*** ($P < 0.001$)，達顯著水準，顯示使用動機對工作績效有顯著的正向影響，因此H3獲得支持。

4. H4：易用性至有用性之直接路徑係數為0.870*** (P<0.001)，達顯著水準，顯示易用性對有用性有顯著的正向影響，因此H4獲得支持。
5. H5：易用性至工作績效之直接路徑係數為0.067 (P=0.457)，未達顯著水準，顯示易用性對工作績效沒有顯著的正向影響，因此H5未獲得支持。
6. H6：有用性至工作績效之直接路徑係數為0.258 (P<0.05)，達顯著水準，顯示有用性對工作績效有顯著的正向影響，因此H6獲得支持。
7. H7：工作態度至工作績效之直接路徑係數為0.727 (P<0.001)，達顯著水準，顯示工作態度對工作績效有顯著的正向影響，因此H7獲得支持。

本研究假設之檢定結果，H5「易用性」對「工作績效」有正向影響之假設未獲得支持，其他假設皆成立，路徑關係檢定如表4.5所示。

表4.5 路徑關係檢定表

結構關係	路徑係數	P值	對應假設	檢定結果
使用動機→有用性	0.332	***	H1	獲得支持
使用動機→工作態度	0.526	***	H2	獲得支持
使用動機→工作績效	0.273	***	H3	獲得支持
易用性→有用性	0.870	***	H4	獲得支持
易用性→工作績效	0.067	0.457	H5	未得支持
有用性→工作績效	0.258	*	H6	獲得支持
工作態度→工作績效	0.727	***	H7	獲得支持

註：*P<0.05，***P<0.001

資料來源：本研究整理

4.6 路徑分析

為瞭解各變項之因果關係，本研究採取路徑分析(Path Analysis)以探究各變項與工作績效的因果關係。本研究在潛在變數的影響效果分析，可區分成直接效果、間接效果及整體效果三個方面，而整體效果等於直接效果加上間接效果（林震岩，民 95），其中直接效果已在上述假設驗證中加以說明。在表4.9中，說明直接效果、間接效果與整體效果方面之結果。

1. 使用動機至有用性之直接效果為0.332，間接效果為0，總效果為0.332 ($0.332+0=0.332$)。
2. 使用動機至工作態度之直接效果係數為0.526，間接效果為0，總效果為0.526 ($0.526+0=0.526$)。
3. 使用動機至工作績效之直接效果係數為0.273，另由使用動機→有用性→工作績效之間接效果為0.086 ($0.332\times 0.258=0.086$)；使用動機→工作態度→工作績效之間接效果為0.382 ($0.526\times 0.727=0.382$)，整體效果為0.741 ($0.273+0.086+0.382=0.741$)。
4. 易用性至有用性之直接效果係數為0.870，間接效果為0，整體效果為0.870 ($0.870+0=0.870$)。
5. 易用性至工作績效之直接效果係數為0，另由易用性→有用性→工作績效之間接效果為0.224 ($0.870\times 0.258=0.224$)，整體效果為0.224 ($0+0.224=0.224$)。
6. 有用性至工作績效之直接效果係數為0.258，間接效果為0，整體效果為0.258 ($0.258+0=0.258$)。

本研究路徑效果分析顯示，使用動機經有用性及工作態度至工作績效的總效果為0.741 ($0.273+0.086+0.382=0.741$)，所以使用動機透過有用

性認知的提昇及工作態度的改善，能提高工作績效。由此可知，有用性與工作態度的重要性，本研究路徑分析結果彙整如表4.6所示。

表4.6 路徑分析彙整表

路徑	直接效果	間接效果	整體效果
使用動機→有用性	0.332	--	0.332
使用動機→工作態度	0.526	--	0.526
使用動機→工作績效	0.273	0.332×0.258=0.086 (使用動機→有用性→工作績效) 0.526×0.727=0.382 (使用動機→工作態度→工作績效)	0.741
易用性→有用性	0.870	--	0.870
易用性→工作績效	--	0.870×0.258=0.224 (易用性→有用性→工作績效)	0.224
有用性→工作績效	0.258	--	0.258

資料來源：本研究整理

4.7 中介效果之驗證

根據Baron and Kenny (1986)的論點，中介效果的檢驗方法包括三個步驟：第一步驟，自變項對中介變項之迴歸分析，但不包括依變項；第二步驟，自變項對依變項之迴歸分析，中介變項對依變項之迴歸分析；第三步驟，自變項與中介變項同時對依變項之迴歸分析。當上述條件均成立時，將會符合以下情況：(1) 自變項必定會影響中介變項；(2) 自變項一定會影響依變項；(3) 中介變項必定影響依變項；(4) 自變項加入中介變項後對於依變項之影響性，會小於單獨對依變項之影響性；(5) 假若中介變項加入後僅使自變項與依變項之間的關係顯著性降低，或迴歸

係數 β 值之絕對值降低，則為部分中介(Partial Mediation)；若自變項與依變項之間原本顯著的關係轉為不顯著，則為完全中介(Full Mediation)。

4.7.1 有用性於使用動機與工作績效之中介效果

本研究針對有用性於使用動機與工作績效間是否存在中介效果之檢驗，如表4.7所示。

模式一分析結果顯示，使用動機對有用性之迴歸係數 $\beta=0.544^{***}$ ($P<0.001$)，調整後 R^2 值為0.295，表示使用動機對有用性有顯著的正向影響。

模式二分析結果顯示，使用動機對工作績效之迴歸係數 $\beta=0.179^{***}$ ($P<0.001$)，調整後 R^2 值為0.030，表示使用動機對工作績效有顯著的正向影響；有用性對工作績效之迴歸係數 $\beta=0.424^{***}$ ($P<0.001$)，調整後 R^2 值為0.178，表示有用性對工作績效亦有顯著的正向影響。

模式三分析結果顯示，使用動機與有用性對工作績效為迴歸分析後，其迴歸係數 β 值分別為-0.074及0.464^{***}，其F值49.917^{***}達顯著水準；使用動機對工作績效沒有顯著的正向影響，自變項使用動機與依變項工作績效之關係，因中介變項有用性的加入，迴歸係數 β 值由0.544^{***}降低至-0.074，未達顯著，因此本研究之有用性於使用動機與工作績效間具有完全中介效果，即使用動機必須透過有用性才能對工作績效產生影響，本研究假設H8成立。

表4.7 有用性於使用動機與工作績效行為之中介效果分析

依變數 \ 自變數	模式一	模式二		模式三
	有用性	工作績效	工作績效	工作績效
使用動機	0.384***	0.179***	--	-0.092
工作態度	--	--	0.670***	0.705***
R ² 值	0.148	0.032	0.449	0.456
調整後R ² 值	0.146	0.030	0.447	0.453
F值	73.953***	14.120***	347.351***	178.389***

註：***表 $p < 0.001$

資料來源：本研究整理

4.7.2 工作態度於使用動機與工作績效之中介效果

本研究針對工作態度於使用動機與工作績效間是否存在中介效果之檢驗，如表4.8所示。

模式一分析結果顯示，使用動機對工作態度之迴歸係數 $\beta = 0.384^{***}$ ($P < 0.001$)，調整後R²值為0.146，表示使用動機對工作態度有顯著的正向影響。

模式二分析結果顯示，使用動機對工作績效之迴歸係數 $\beta = 0.179^{***}$ ($P < 0.001$)，調整後R²值為0.030，表示使用動機對工作績效有顯著的正向影響；工作態度對工作績效之迴歸係數 $\beta = 0.670^{***}$ ($P < 0.001$)，調整後R²值為0.447，表示工作態度對工作績效亦有顯著的正向影響。

模式三分析結果顯示，使用動機與工作態度對工作績效迴歸分析後，其迴歸係數 β 值分別為-0.092及0.705^{***}，其F值178.389^{***}達顯著水準；使用動機對工作績效沒有顯著的正向影響，自變項使用動機與依變項工作績效之關係，因中介變項工作態度的加入，其迴歸係數 β 值由0.705^{***}降低至-0.092，呈現不顯著，所以本研究之工作態度於使用動機與工作績效間具有完全中介效果，即使用動機必須透過工作態度對工作

績效產生影響，本研究假設H9成立。

表4.8 工作態度於使用動機與工作績效之中介效果分析

依變數 自變數	模式一	模式二		模式三
	工作態度	工作績效	工作績效	工作績效
使用動機	0.384***	0.179***	--	-0.092
工作態度	--	--	0.670***	0.705***
R ² 值	0.148	0.032	0.449	0.456
調整後R ² 值	0.146	0.030	0.447	0.453
F值	73.953***	14.120***	347.351***	178.389***

註：***表p<0.001

資料來源：本研究整理

本研究檢驗有用性及工作態度於使用動機與工作績效之中介效果。分析結果顯示，有用性及工作態度於使用動機與工作績效間具有中介效果。即是使用動機雖然會直接影響LINE使用者的工作績效，但是透過有用性與工作態度的中介影響，可能部份取代使用動機對工作績效的影響。此結果表示，LINE使用者對LINE認知有用性愈高及其本身工作態度愈佳，將愈有助於提升其工作績效。更加說明，有用性與工作態度在使用動機與工作績效間扮演著相當重要的中介效果。

第五章 結論建議

本章將本研究的統計分析結果加以整理，對實證結果做成結論，以說明社群軟體LINE使用者知覺使用動機、易用性、有用性、工作態度與工作績效之影響情形，並進一步提出建議供企業組織與機關團體欲使用社群軟體LINE傳遞或分享訊息以提昇使用者之工作績效時之參考。

5.1 結論

本研究以社群軟體LINE使用者為例，採用線性結構模式證實使用動機、有用性、工作態度、易用性與工作績效等研究變數之間的因果關係，且進一步判斷測量模式的配適度。在模式中的九條路徑假設中，有八條達顯著水準；由分析結果可推估出，本次模式是一個整體配適度佳的測量模型；另外，本研結果顯示，除了易用性對工作績效的直接影響效果不顯著以外，使用動機、有用性、工作態度皆對工作績效皆有正向顯著的影響；易用性對有用性具有顯著的正向影響效果；有用性於使用動機與工作績效間具完全中介效果；工作態度於使用動機與工作績效間具完全中介效果，驗證結果彙整如表5.1所示。

1. 使用動機對有用性、工作態度之影響情形

根據研究結果顯示LINE使用者的使用動機對有用性與工作態度有顯著的正向影響。這說明了正確的使用動機能正向的提高使用者對LINE的認知有用與改善其工作態度。

2. 有用性、工作態度對工作績效之影響情形

根據研究結果顯示LINE使用者對LINE的認知有用與其本身的工作態度對工作績效有顯著的正向影響。此結果說明，使用者對LINE的認知

有用性愈高與本身有較佳的工作績效，便愈能提升其工作績效。

3. 使用動機對工作績效之影響情形及有用性、工作態度於使用動機於工作績效的中介效果

本研究結果顯示，有用性及工作態度於使用動機與工作績效間具有中介效果。即便使用動機雖然會直接影響LINE使用者的工作績效，但是同時透過有用性與工作態度的中介影響，部份取代了使用動機對工作績效的影響。此結果表示，LINE使用者對LINE認知有用性愈高及其本身工作態度愈佳，將愈有助於提升其工作績效。更加說明，有用性與工作態度在使用動機與工作績效間扮演著相當重要的中介效果。

4. 易用性對有用性之影響情形

研究結果顯示，易用性對有用性有顯著的正向影響。此結果說明，使用者對LINE認知的易用性越高，則使用者對LINE的認知有用性也會相對跟著提高。研究假設之驗證結果如表5.1。

表5.1 研究假設之驗證結果

研究假設內容	驗證結果
H1：使用動機對有用性呈現正向顯著影響。	成立
H2：使用動機對工作態度呈現正向顯著影響。	成立
H3：使用動機對工作績效呈現正向顯著影響。	成立
H4：易用性對有用性呈現正向顯著影響。	成立
H5：易用性對工作績效呈現正向顯著影響。	不成立
H6：有用性對工作績效呈現正向顯著影響。	成立
H7：工作態度對工作績效呈現正向顯著影響。	成立
H8：有用性於使用動機與工作績效具有中介效果呈現正向顯著影響。	成立 (完全中介)
H9：工作態度於使用動機與工作績效具有中介效果呈現正向顯著影響。	成立 (完全中介)

資料來源：本研究整理。

5.2 建議

本節依據研究結論，針對社群軟體LINE使用動機、易用性、有用性、工作態度與工作績效之影響情形，提出建議供企業組織與機關團體欲使用社群軟體LINE傳遞或分享訊息以提昇使用者之工作績效時之參考。

5.2.1 給機關的建議

1. 善用社群軟體的即時通訊溝通能力

根據本研究結果顯示，使用者透過LINE獲取與工作相關訊息的使用動機對有用性、工作態度與工作績效均有顯著影響。也就是說，透過LINE獲取與工作相關訊息的使用動機越高的使用者，工作績效也就越高。因此公司主管與行政主管應針對此現象，透過LINE進行：(1) LINE工作群組：工作相關的組織成員應該以此進行工作群組或者專案小組編組，並進行工作資訊分享，這樣的群組應該是要打破傳統上對下的編制，才能讓訊息自由的傳遞。(2) 以LINE建置各種通報系統：例如緊急防災、重大事件宣告等等，進而提高使用者之工作績效。

2. 改善員工的工作態度

根據本研究結果顯示，使用動機透過工作態度提高工作績效，因此公司主管與行政主管應著手：(1) 改善內部管理水準：提供合理的管理準則，消除不公平與不友善的管理手段，進而激發員工的組織認同感，促使其對工作的投入；(2) 提高與員工工作內容相對應的合理薪酬：減少其不滿意度，並願意持續為工作投入。藉由上述兩點，以期提升員工或組織成員的工作績效。

3. 建置適合LINE的使用環境

雖然社群軟體LINE有易於使用的特性，若缺乏必備的條件—無線網路，則毫無用武之地。因此，因地制宜的架設無線網路環境與實質的鼓勵員工與組織成員改用行動裝置寬頻上網（3G以上），方能將LINE的即時網路傳遞訊息功效發揮出來。

5.2.2 給後續研究的建議

本研究因時間與資源的限制，問卷發放對象以社群軟體LINE之使用者為對象，因此本研究之結果與推論，僅及於社群軟體LINE。建議後續研究可擴大範圍發放問卷，比較不同社群軟體之間的差異。

在研究方法上，本研究僅以問卷調查法來進行研究，建議未來研究者能輔以質性研究、實地觀察、訪談等方法，讓研究內容更為廣泛，了解使用者心理層面的感受，以及外在需求是什麼，使研究結果更有參考價值。



參考文獻

一、中文部份

1. 王嵩音（民 96），網路使用之態度、動機與影響，資訊社會研究，第十二期，57-87頁。
2. 王滢婷、李美惠（民 95），績效評估公平性對組織承諾與工作績效的影響，空大商學學報，第十二期，1-34頁。
3. 余泰魁、楊斐淑（民 94），線上學習系統使用意象之模式建構與比較分析研究，台灣管理學刊，第五卷第二期，311-337頁。
4. 吳明隆（民 98），SPSS操作與運用：問卷統計分析實務，臺北：五南。
5. 吳俊毅（民 89），科技接受模型之實徵研究—從動機角度，國立中央大學資訊管理研究所碩士論文，未出版，桃園市。
6. 吳萬益（民 100），企業研究方法（第四版），臺北：華泰。
7. 李世昌（民 102），中部地區消防局中高齡主管在工作價值、工作態度與服務品質之研究，南開科技大學福祉科技與服務管理系碩士論文，未出版，南投縣。
8. 李志成、姜齊（民 95），電子書使用意願模型之建構與實證—科技接受模型之運用，創新與科技管理研討會論文集，工研院。
9. 李欣樵（民 103），以使用者觀點探討行動通訊軟體LINE虛擬經驗對忠誠度關聯性之影響—以關係品質為中介變項，國立臺灣藝術大學廣播電視學系應用媒體藝術碩士班碩士論文，未出版，新北市。
10. 李順能（民 94），組織變革下員工之變革認知、工作態度與工作績效之相關研究—以A軍用航空發動機修護工廠為例，樹德科技大學經營管理研究所碩士論文，未出版，高雄市。

- 11.李婉怡、趙珮如（民 93），醫療產業員工對電子病歷之科技接受模式探討—以中南部地區為例，醫務管理期刊，第五卷第二期，243-269頁。
- 12.李綜霖（民 101），使用智慧型手持裝置觀賞運動賽事意願之研究，臺灣體育運動大學運動管理學系碩士班碩士論文，未出版，台中市。
- 13.余泰魁、楊淑斐（民 94），線上學習系統使用意向之模式建構與比較分析研究，台灣管理學刊，第五卷第二期，頁311-337。
- 14.余慶華（民 90），消費金融從業人員之工作投入、工作滿足、薪酬福利與工作績效之相關研究—以高雄地區銀行為例，國立中山大學人力資源管理研究所碩士論文，未出版，高雄市。
- 15.周家慧、張善斌、范垂仁、顧為元（民 93），綜合所得稅網路結算申請系統的接受度之研究，電子商務研究，第二卷第四期，359-380頁。
- 16.林文廣（民 101），員工職能程度對工作態度的影響—以雲林郵局為例，國立中正大學勞工關係學系暨研究所碩士論文，未出版，嘉義縣。
- 17.林宜怡（民 90），組織生涯發展之程度對工作態度影響之探討，國立中央大學人力資源管理研究所碩士論文，未出版，桃園市。
- 18.林佩瑩（民 99），臺北縣高職生網路使用情形、網路使用動機與網路成癮之調查研究，國立臺灣師範大學工業教育學系碩士論文，未出版，臺北市。
- 19.林澄貴（民 90），知識管理、工程專業人員核心能力與工作績效關係之研究以中鋼公司為例，國立中山大學人力資源管理研究所碩士論文，未出版，高雄市。

- 20.林震岩（民 95），多變量分析：SPSS的操作與運用，臺北：智勝。
- 21.姚裕錡(民 95)，人格特質、工作態度與工作績效關聯性之研究—以台中地區文理補習班員工為例，朝陽科技大學工業工程與管理系碩士論文，未出版，台中市。
- 22.邱皓政（民 97），量化研究與統計分析—SPSS中文視窗版資料分析範例解析（第三版），臺北：五南。
- 23.柯孫超（民 98），整合TAM與TRA理論探討消費者對綠建築接受態度之研究，國立成功大學高階管理碩士在職專班碩士論文，未出版，台南市。
- 24.孫淑芬（民 89），個人特徵、工作動機與組織承諾關係之探討—以N公司為例，國立中央大學人力資源管理研究所碩士論文，未出版，桃園市。
- 25.張火燦（民 81），薪酬的相關理論及其模式，人事管理，第三十三卷第二期，19-30頁。
- 26.張春興（民 78），心理學，台北：東華。
- 27.張春興（民 83），現代心理學，台北：東華。
- 28.張焱江(民 92)，兩岸員工工作價值觀、工作滿意與工作績效關係之研究—以定期貨櫃運送業為例，國立成功大學交通管理科學研究所碩士論文，未出版，台南市。
- 29.許順旺、葉欣婷(民 99)，國際觀光旅館員工工作價值觀、工作態度與工作績效之相關研究—以主管領導風格為干擾變項，企業管理學報，第八十七期，77-110頁。
- 30.許博洋（民 90），使用動機與呈現方式對橫幅廣告效果影響之研究，國立中正大學企業管理研究所碩士論文，未出版，嘉義縣。

- 31.郭彥谷、蔡茗涵（民 104），終身學習課程之學習需求、知覺有用性、知覺易用性與學習轉移行為之關聯性研究—以台北市高齡族群為例，家庭教育雙月刊，第五十四期，6-17頁。
- 32.陳玉樹、謝宜梅（民 97），師徒功能對工作績效的影響：以職場個人學習為中介效果，中正教育研究，第七卷第二期，65-96頁。
- 33.陳佳音（民 104），中高齡者使用通訊軟體 LINE 行為意向之探究，南開科技大學福祉科技與服務管理所碩士論文，未出版，南投縣。
- 34.陳珮君（民 90），獎勵旅遊對工作態度影響之研究—以壽險業為，世新大學觀光學系碩士論文，未出版，臺北市。
- 35.陳彥龍（民 95），以科技接受模式探討使用者對網路通訊服務的採用態度、意願及行為，實踐大學企業管理研究所碩士論文，未出版，台北市。
- 36.陳寬裕、王正華（民 100），論文統計分析實務：SPSS與AMOS的運用，臺北：五南。
- 37.曾麗娟（民 96），高中職學生網路使用動機、使用行為與同儕關係之研究—以宜蘭縣為例，佛光大學管理學研究所碩士論文，未出版，宜蘭縣。
- 38.黃妙如（民 91），網路使用者之媒體使用習慣與網路使用動機對網路廣告效果之影響研究，國立交通大學管理科學系碩士論文，未出版，新竹市。
- 39.黃建達（民 89），主管與部屬人際交換關係之決定要素及其對部屬工作態度影響之研究，國立中央大學人力資源管理研究所碩士論文，未出版，桃園市。
- 40.黃新福、胡偉琦（民 96），衝突對員工態度與績效之影響研究，經

- 營管理論叢特刊，第二期，21-48頁。
- 41.程柏元（民 103），行動即時通訊軟體行銷策略之研究—以LINE為例，政治大學廣告學研究所碩士論文，未出版，台北市。
- 42.褚麗絹、許秀琴、陳淑慧（民 94），司法矯正人員角色衝突、工作態度、工作壓力與離職傾向關係之研究，經營管理論叢，第一卷第一期，35-46頁。
- 43.楊建昌、彭依雯、賴靜莉、陳世欣、楊紅玉、趙婉青（民 93），工作滿足對組織承諾與病人滿意度之相關性探討—以台北某區域教學醫院護理人員為例，醫務管理期刊，第五卷第二期，152-170頁。
- 44.楊國樞（民 73），青年的人際關係：了解人生的第二次獨立運動，中國論壇，第十七卷第十二期，11-17頁。
- 45.楊雅婷（民 98），以理性行為理論和科技接受模型來探討消費者對創新科技智慧型手的購買意願行為之研究，南華大學企業管理系管理科學碩士論文，未出版，嘉義縣。
- 46.葉志華（民 101），桃園縣國民中學教師知覺校長真誠領導、教師工作態度及其兼任行政職務意願相關之研究，新竹教育大學教育行政碩士專班碩士論文，未出版，新竹市。
- 47.榮泰生（民 98），SPSS與研究方法，臺北：五南。
- 48.榮泰生（民 87），組織行為學，臺北：五南。
- 49.劉仲矩、郭斐婷（民 101），使用者人格特質與網路書店類型偏好關聯之探索：使用動機的干擾效果，東吳經濟商學學報，第七十七期，23-52頁。
- 50.劉仲矩、謝育芬（民 101），手機使用者人格特質與品牌忠誠度關聯之研究，第18屆海峽兩岸資訊管理發展與策略學術研討會論文集，台

- 北大學。
51. 劉芳君 (民 92)，組織人力精簡對留任員工之態度和行為及組織績效關係之研究，中山大學人力資源管理研究所碩士論文，未出版，高雄市。
 52. 劉修憲 (民 101)，員工工作價值觀、工作態度對樂活生活型態相關研究—以台灣地區當舖業為例，雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文，未出版，雲林縣。
 53. 蔡秀涓 (民 96)，員工績效結果策略應用：高績效政府組織觀點，研考雙月刊，第三十一卷第二期，40-54頁。
 54. 蔡珮 (民 84)，電子佈告欄使用行為與社會臨場感研究—以台大計中BBS站為例，國立交通大學傳播科技研究所碩士論文，未出版，新竹市。
 55. 蔡博元、林佩靜、呂瑞琪 (民 98)，以知覺有用性探討持續使用部落格之意圖的實證研究，國科會大專學生參與專題研究計畫 (報告編號：NSC98-2815-C-156-004-H)，未出版。
 56. 蔡智勇、薛義誠 (民 96)，溝通滿足對組織承諾與組織績效關係之研究，中華管理學報，第八卷第三期，23-42頁。
 57. 鄭淑禎 (民 102)，博物館APP導覽系統之系統品質覺知及體驗價值與使用意圖相關研究，臺灣師範大學工業教育學系在職進修碩士班碩士論文，未出版，台北市。
 58. 鄭善明、芭妲嘎芙·瑪迪林 (民 98)，醫院志工激勵與工作投入之研究—以屏東縣三家醫院為例，社區發展季刊，第一百二十四期，239-256頁。
 59. 盧榮俊 (民 92)，公務機關員工之薪資制度、福利制度及升遷制度

- 之知覺與其工作態度關聯性之研究—以中山科學研究院為例，中原大學企業管理研究所碩士論文，未出版，桃園市。
- 60.謝文亮（民 91），志工教育訓練與工作投入關係之研究，國立中山大學人力資源管理研究所碩士論文，高雄市。
- 61.魏麗香（民 91），青少年沉迷網咖之經驗及其影響之研究：一位學校老師對學生網咖經驗之初探，國立中正大學犯罪防治研究所碩士論文，未出版，嘉義縣。
- 62.蕭銘鈞（民 87），台灣大學生網路使用行為、使用動機、滿足程度與網路成癮現象之初探，國立交通大學傳播研究所碩士論文，未出版，新竹市。
- 63.蘇義祥（民 88），中華電信專戶服務部門領導型態與工作績效關係之研究：服務人員特質及成熟度的調節作用，中山大學企業管理研究所碩士論文，未出版，高雄市。

二、英文部分

1. Abboushi, S. (1990), Impact of Individual Variables on the Work Values of Palestinian Arabs, International Studies of Management and Organization, Vol. 20, No. 3, pp. 53-68.
2. Anderson, J. C. & Gerbing, D. W. (1988), Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach, Psychological Bulletin, Vol. 103, No. 3, pp. 411-423.
3. Bagozzi, R. P. & Yi, Y. (1988), On the Valuation of Structure Equation Models, Academic of Marketing Science, Vol. 16, pp. 74-94.
4. Baron, R. M. & Kenny, D. A. (1986), The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic and Statistical Considerations, Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 51, No. 6, pp. 1173-1182.
5. Bhattacharjee, A. (2001), Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-Confirmation Model, MIS Quarterly, Vol. 25, No. 3, pp. 351-370.
6. Biswas, S. (2011), Commitment, Involvement, and Satisfaction as Predictors of Employee Performance, South Asian Journal of Management, Vol. 18, No. 2, pp. 92-107.
7. Borman, W. C. & Motowidlo, S. J. (1993), Expanding the Criterion Domain to Include Elements of Context Performance, In N. Schmitt & W. C. Borman (Eds.), Personnel Selection in Organization, San Francisco: Jossey Bass.
8. Borman, W. C. & Motowidlo, S. J. (1997), Task Performance and Contextual Performance: The Meaning for Personnel Selection Research, Human Performance, Vol. 10, No. 2, pp. 99-109.
9. Brouthers, K. D. (2002), Institutional, Cultural and Transaction Cost

- Influences on Entry Mode Choice and Performance, Journal of International Business Studies, Vol. 33, No. 2, pp. 203-221.
10. Browne, M. W. & Cudeck, R. (1993), Alternative Ways of Assessing Model Fit, Testing Structural Equation Models, Beverly Hills, CA: Sage.
 11. Byars, L. L. & Rue, L. W. (2000), Human Resource Management, New York: McGraw-Hill.
 12. Campbell, J. (1990), Modeling the Performance Prediction Problem in Industrial and Organizational Psychology, Chicago: Consulting Psychologists Press.
 13. Cascio, W. F. (2006), Managing Human Resources: Productivity, Quality of Work Life, Profits, New York: McGraw-Hill.
 14. Chao, G. T., O'Leary-Kelley, A. M., Wolf, S., Klein, H. J. & Gardner, P. D. (1994), Organizational Socialization: Its Content and Consequences, Journal of Applied Psychology, Vol. 79, No. 5, pp. 730-743.
 15. Churchill, G. A. Jr. (1979), A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Constructs, Journal of Marketing Research, Vol. 16, pp. 64-73.
 16. Davis, F. D. (1989), Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology, MIS Quarterly, Vol. 13, No. 3, pp. 318-340.
 17. Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981), Evaluating Structural Equation Models with Unobservables and Measurement Error, Journal of Marketing Research, Vol. 18, No. 1, pp. 39-50.
 18. Gatewood, R. D. & Field, H. S. (1998), Human Resource Selection(4th ed.), Forth Worth, TX: The Dryden Press.
 19. Griffin, R. W. & Bateman, T. S. (1986), Job Satisfaction and Organizational Commitment, International Review of Industrial and Organizational Psychology, Vol. 8, pp. 157-188.

20. Gupta, S. & Kim, H. W. (2004), Enhancing the Commitment to Virtual Community: A Belief and Feeling Based Approach, Proceedings of the Twenty-Fifth International Conference on Information Systems, Washington, DC.
21. Hair, J. F. Jr., Anderson, R. E., Tatham, R. L. & Black, W. C. (1998), Multivariate Data Analysis with Readings(5th ed.), Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
22. Herbert, T. T. (1976), Dimensions of Organizational Behavior, New York: Collier Macmillan.
23. Herzberg, F., Mausner, B. & Snyderman, B. (1959), The Motivation to Work, New York: John Wiley and Sons.
24. Hoffman, D. L. & Novak, T. P. (1996), Marketing in Hypermedia Computer-mediated Environments: Conceptual Foundations, Journal of Marketing, Vol. 60, pp. 50-68.
25. Hoppock, R. (1935), Job Satisfaction. NY: Harper & Brothers Publishers.
26. Hu, L.T. & Bentler, P. (1995), Evaluating Model Fit, Structural Equation Modeling Concepts, Issues, and Applications, London: Sage, pp.76-99.
27. Huang, E., Hsu, M. H. & Yen, Y. R. (2008), Understanding Participant Loyalty Intentions in Virtual Communities, WSEAS Transactions on Information Science & Applications, Vol. 4, No. 5, pp. 497-511.
28. Jamal, M. (2007), Job Stress and Job Performance Controversy Revisited: An Empirical Examination in Two Countries, International Journal of Stress Management, Vol. 14, No. 2, pp. 175-187.
29. Jex, S. M. (1998), Stress and Job Performance: Theory, Research, and Implications for Managerial Practice, CA: Sage.
30. Kahn, W. A. (1990), Psychological Conditions of Personal Engagement and Disengagement at Work, Academy of Management Journal, Vol. 33, pp. 692-724.

31. Kaiser, H. F. (1974), An Index of Factorial Simplicity, Psychometrika, Vol. 39, No. 1, pp. 31-36.
32. Kanungo, R. N. (1982), Measurement of Job and Work Involvement, Journal of Applied Psychology, Vol. 67, No. 3, pp. 341-349.
33. Kline, R. B. (2004), Principles and Practice of Structural Equation Modeling(2th ed.), New York: Guilford Press.
34. Korgaonkar, P. K. & Wolin, L.D. (1999), A Multivariate Analysis of Web Usage, Journal of Advertising Research, Vol. 39, No. 2, pp. 53-68.
35. Lawler, E. F. & Hall, D. T. (1970), Relationship of Job Characteristics to Job Involvement, Satisfaction and Intrinsic Motivation, Journal of Applied Psychology, Vol. 54, pp. 305-312.
36. Lillian, T. E., Freeman, D. M., Rush, M. C. & Lanc, C. E. (1999), Motivational Bases of Affective Organizational Commitment: A Partial Test of an Integrative Theoretical Model, Journal of Occupational and Organizational Psychology, Vol. 72, pp. 463-483.
37. LINE (2015), LINE Corporation Announces 2015 Q1 Earnings, Retrieved May 5, 2015, from <http://linecorp.com/en/pr/news/en/2015/988>.
38. Locke, E. A. (1976), The Nature of Causes of Job Satisfaction, In M. D. Dunnette (Ed.), Handbook of Industrial and Organizational Psychology, Chicago: Rand McNally.
39. MacCallum, R. C. & Hong, S. (1997), Power Analysis in Covariance Structure Modeling Using GFI and AGFI, Multivariate Behavioral Research, Vol. 32, No. 2, pp. 193-210.
40. Mayer, R. C. & Schoorman, F. D. (1998), Differentiating Antecedents of Organizational Commitment: A Test of March and Simon's Model, Journal of Organizational Behavior, Vol. 19, pp. 15-28.
41. McGregor, D. M. (1960), The Human Side of Enterprise, New York:

McGraw Hill.

42. Morris, J. H. & Sherman, J. D. (1981), Generalizability of an Organizational Commitment Model, Academy of Management Journal, Vol. 24, pp.521-526.
43. Mowday, R. T., Porter L. M. & Dubin, R. (1974), Unit Performance, Situation Factors and Employee Attitudes in Spatially Separated Work Units, Organizational Behavior and Human Performance, Vol. 12, pp. 21-248.
44. Mowen, J. & Minor, M. (1998), Consumer Behavior, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
45. Mueller, R. O. (1996), Basic Principles of Structural Equation Modeling: An Introduction to LISREL and EQS, New York: Springer-Verlag.
46. Ong, C. S., Lai, J. Y. & Wang, Y. S. (2004), Factors Affecting Engineers' Acceptance of Asynchronous e-Learning Systems in High-Tech Companies, Information & Management, Vol. 41, pp. 795-804.
47. Parker, B. J. & Plank, R. E. (2000), A Use and Gratifications Perspective on the Internet as a New Information Source, American Business Review, Vol. 18, No. 2, pp. 43-49.
48. Porter, L. W., Steers, R. M., Mowday, R. T. & Boulian, P. V. (1974), Organizational Commitment, Job Satisfaction and Turnover among Psychiatric Technicians, Journal of Applied Psychology, Vol. 59, No. 5, pp. 603-609.
49. Porter, L.W., Steers, R. M. & Mowday, R. T. (1979), The Measurement of Organizational Commitment, Journal of Vocational Behavior, Vol. 14, pp. 224-227.
50. Raymond, A. N., John, R. H., Barry, G. & Patrick, M.W. (1999), Human Resource Management: Gaining a Competitive Advantage, New York: McGraw-Hill.

51. Reitz, A. J. & Jewell, L. N. (1979), Sex, Locus of Control and Job Involvement, Academy of Management Journal, Vol. 22, pp. 72-80.
52. Rich, B. L., Lepine, J. A. & Crawford, E. R. (2010), Job Engagement: Antecedents and Effects on Job Performance, Academy of Management Journal, Vol. 53, No. 3, pp. 617-635.
53. Robinowitz, S. & Hall, D. T. (1977), Organizational Research on Job Involvement, Psychological Bulletin, Vol. 84, No. 2, pp.265-288.
54. Robbins, S. P. (1993), Organizational Behavior, NJ: Prentice-Hall.
55. Robbins, S. P. (1998), Organizational Behavior(8th ed.), New Jersey: Prentice Hall.
56. Robbins, S. P. (2003), Organizational Behavior(10th ed.), New Jersey: Prentice-Hall
57. Robbins, S. P. (2005), Organizational Behavior, NJ: Prentice-Hall.
58. Robbins, S. & Coulter, M. (2005), Management(8th ed.), NJ: Prentice-Hall Press.
59. Robinowitz, S. & Hall, D. T. (1977), Organizational Research on Job Involvement, Psychological Bulletin, Vol. 84, pp. 265-288.
60. Rokeach, M. (1968), Beliefs, Attitudes, and Values: A Theory of Organization and Change, San Francisco: Jossey-Bass.
61. Schermerhorn, J. R. (1999), Management(6th ed.), New York: John Wiley & Sons.
62. Schermerhorn, J. R. (1999), Experience in Management and Organizational Behavior, The Academy of Management Review, Vol. 1, pp. 138-142.
63. Schumacker, R. E. & Lomax, R. G. (1996), A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling, NJ: Lawrence Erlbaum.
64. Scott, W. G. & Mitchell, T. R. (1976), Organization Theory: A Structural and Behavioral Analysis, New York: Irwin.

65. Silverman, D. (1968), Formal Organizational or Industrial Sociology: Toward a Social Action Analysis of Organization, Sociology, Vol. 2, No. 2, pp. 221-223.
66. Simons, T. & Enz, C. (1995), Motivating Hotel Employees, Cornell hotel and Restaurant Administration Quarterly, Vol. 36, No. 1, pp. 20-27.
67. Wan, T. T. H. (2002), Evidence-Based Health Care Management: Multivariate Modeling Approaches(1th ed.), Norwell, MA: Kluwer Academic.
68. Weiss, D. J., Dawis, R. V., England, G. W. & Lofquist, L. H. (1967), Manual for the Minnesota Satisfaction Questionnaire, Minnesota Studies in Vocational Rehabilitation, No. 22, pp. 1-119. Minneapolis: University of Minnesota, Industrial Relations Center.
69. Williams, L. J. & Hazer, J. T. (1986), Antecedents and Consequences of Satisfaction and Commitment in Turnover Models: A Re-analysis Using Latent Variable Structural Equation Methods, Journal of Applied Psychology, Vol. 72, No. 1, pp. 21-31.

附錄

一、前測問卷

親愛的先生/小姐您好：

非常感謝您撥冗填寫此問卷，這是一份學術性研究問卷，主要目的在探討個人使用社群軟體(LINE)的使用意圖與工作績效關係之研究。此問卷非常需要您的支持與協助，研究結果僅供學術研究用，希望借重您的經驗與寶貴的意見作答，絕不對外公開，敬請安心填答，再次誠摯地謝謝您的協助與合作。

敬祝 事事順心，身體健康

南華大學企業管理學系管理科學碩士班
指導教授：褚麗絹 博士
研究生：郭仁能 敬上

第一部分：使用動機

※請您依據下列的敘述，將適合的答案在右邊的空格打勾

問項	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
01. 我使用Line是為了想要表達自己的意見	<input type="checkbox"/>				
02. 我使用Line是為了參與工作討論	<input type="checkbox"/>				
03. 我使用Line是為了想要說平時不敢說的話	<input type="checkbox"/>				
04. 我使用Line是為了想要扮演與現實生活中不同的身分	<input type="checkbox"/>				
05. 我使用Line是為了想要多結交朋友	<input type="checkbox"/>				
06. 我使用Line是為了想了解別人對事物的看法	<input type="checkbox"/>				
07. 我使用Line是為了想幫助同事解決問題	<input type="checkbox"/>				
08. 我使用Line是為了尋求工作方面的協助	<input type="checkbox"/>				
09. 我使用Line是為了想找有用的資訊	<input type="checkbox"/>				
10. 我使用Line是為了想要學習新事物	<input type="checkbox"/>				
11. 我使用Line是為了想要了解公司內外大事	<input type="checkbox"/>				
12. 我使用Line是為了聯絡感情	<input type="checkbox"/>				
13. 我使用Line是為了打發時間	<input type="checkbox"/>				
14. 我使用Line是為了獲得娛樂	<input type="checkbox"/>				
15. 我使用Line是為了逃避現實	<input type="checkbox"/>				

第二部分：易用性

※請您依據下列的敘述，將適合的答案在右邊的空格打勾

問項	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
01. 我認為LINE是容易學習使用的	<input type="checkbox"/>				
02. 我認為LINE功能是清楚明瞭且易於使用的	<input type="checkbox"/>				
03. 我認為LINE的使用界面是友善的	<input type="checkbox"/>				
04. 我認為LINE與我目前使用電腦的操作方式是相近的，這讓我可以直覺的去操作它	<input type="checkbox"/>				
05. 對我來說，LINE相較於其他程式沒有太大的差異	<input type="checkbox"/>				
06. 我認為下載安裝LINE是很容易的	<input type="checkbox"/>				
07. 我認為將LINE推薦給他人使用是很便利的	<input type="checkbox"/>				
08. 我認為使用LINE來分享檔案跟圖片是很便利的	<input type="checkbox"/>				

第三部分：有用性

※請您依據下列的敘述，將適合的答案在右邊的空格打勾

問項	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
01. 我認為使用LINE可以增加生活的便利性	<input type="checkbox"/>				
02. 我認為使用LINE可以滿足我的社交需求	<input type="checkbox"/>				
03. 我認為使用LINE可以使我的生活充滿娛樂性	<input type="checkbox"/>				
04. 我認為使用LINE可以讓我即時知道朋友動態	<input type="checkbox"/>				
05. 我認為使用LINE可以幫助我迅速地完成工作	<input type="checkbox"/>				
06. 我認為使用LINE可以提升我的工作表現	<input type="checkbox"/>				
07. 我認為使用LINE可以幫助我即時地將資訊傳遞給周遭的人	<input type="checkbox"/>				
08. 我認為使用LINE可以方便的同時與多個人溝通事情	<input type="checkbox"/>				

第四部分：工作態度—工作投入

※請您依據下列的敘述，將適合的答案在右邊的空格打勾

問項	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
01. 發生在我身上最重要的事，常來自我的工作	<input type="checkbox"/>				
02. 對我而言工作只是我的一小部分	<input type="checkbox"/>				
03. 我對工作會非常投入	<input type="checkbox"/>				
04. 工作是我不可或缺的，如同吃喝及呼吸一樣	<input type="checkbox"/>				
05. 我大部份的興趣都圍繞在工作上	<input type="checkbox"/>				
06. 我對我的工作有很強烈的連結，難以切斷	<input type="checkbox"/>				
07. 我常常很想離開這份工作	<input type="checkbox"/>				
08. 我人生的目標大多是工作導向的	<input type="checkbox"/>				
09. 我認為工作是我存在的生活價值	<input type="checkbox"/>				
10. 我喜歡把大多數的時間投入我的工作	<input type="checkbox"/>				

第五部分：工作態度—工作滿足

※請您依據下列的敘述，將適合的答案在右邊的空格打勾

問項	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
01. 對於目前的工作忙碌程度，我感到滿意	<input type="checkbox"/>				
02. 對於工作讓我有單獨發揮的機會，我感到滿意	<input type="checkbox"/>				
03. 對於工作會使同仁與朋友對我有特殊的肯定，我感到滿意	<input type="checkbox"/>				
04. 對於主管對待部屬的方式，我感到滿意	<input type="checkbox"/>				
05. 對於主管做決策的能力，我感到滿意	<input type="checkbox"/>				
06. 對於目前工作不會讓我做出違背道德的事情，我感到滿意	<input type="checkbox"/>				
07. 對目前工作的穩定性，我感到滿意	<input type="checkbox"/>				
08. 在工作中有為別人服務的機會，我感到滿意	<input type="checkbox"/>				
09. 在工作中能有協助別人做事的機會，我感到滿意	<input type="checkbox"/>				
10. 目前的工作有發揮自己能力的機會，我感到滿意	<input type="checkbox"/>				
11. 我的團隊執行公司政策的方式，我感到滿意	<input type="checkbox"/>				
12. 就所做工作量與我所能得到的薪資，我感到滿意	<input type="checkbox"/>				
13. 對工作中所給予的陞遷機會，我感到滿意	<input type="checkbox"/>				
14. 工作中能自由運用自己的判斷力，我感到滿意	<input type="checkbox"/>				
15. 工作中能嘗試自己的方法處理事情，我感到滿意	<input type="checkbox"/>				
16. 對工作環境，我感到滿意	<input type="checkbox"/>				
17. 與同事相處的情形，我感到滿意	<input type="checkbox"/>				
18. 在工作上表現良好所得到的讚美，我感到滿意	<input type="checkbox"/>				
19. 從工作中獲得的成就感，我感到滿意	<input type="checkbox"/>				

第六部分：工作態度—組織承諾

※請您依據下列的敘述，將適合的答案在右邊的空格打勾

問項	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
01. 我很慶幸可以在我的工作團隊服務	<input type="checkbox"/>				
02. 我以身為工作團隊的一份子為榮	<input type="checkbox"/>				
03. 我時常關心工作團隊的未來發展	<input type="checkbox"/>				
04. 在本團隊服務，我能充分發揮自己的能力	<input type="checkbox"/>				
05. 我願意付出額外的努力，以達成工作目標	<input type="checkbox"/>				
06. 在本團隊服務對我個人的工作成就與生涯發展來說，意義非常重要	<input type="checkbox"/>				
07. 我覺得我有責任為本團隊賣力工作	<input type="checkbox"/>				
08. 為了繼續留在本團隊服務，我願意接受任何的職務指派	<input type="checkbox"/>				
09. 我會盡我所能，克服工作上的困難	<input type="checkbox"/>				
10. 我會主動幫忙同事解決工作上的問題	<input type="checkbox"/>				
11. 我願意將我的經驗傳授給新進的同事	<input type="checkbox"/>				
12. 我會主動收集工作所需之資訊或學習工作技能	<input type="checkbox"/>				
13. 我發現我個人的價值觀和公司的價值觀非常接近	<input type="checkbox"/>				
14. 在我可能選擇服務的工作團隊中，我的團隊有非常理想的工作環境	<input type="checkbox"/>				
15. 在本團隊努力工作能使我得到滿足	<input type="checkbox"/>				
16. 即使未來公司改變工作條件，我仍願意留在本團隊服務	<input type="checkbox"/>				
17. 公司其他營運處有更好的機會，我也不會考慮離開本團隊	<input type="checkbox"/>				
18. 我覺得繼續留在本團隊服務，是一件正確的事情	<input type="checkbox"/>				
19. 我很希望在本團隊一直工作到退休	<input type="checkbox"/>				
20. 就目前各項環境及制度條件，我樂於繼續在本團隊工作	<input type="checkbox"/>				

第七部分：工作績效

※請您依據下列的敘述，將適合的答案在右邊的空格打勾

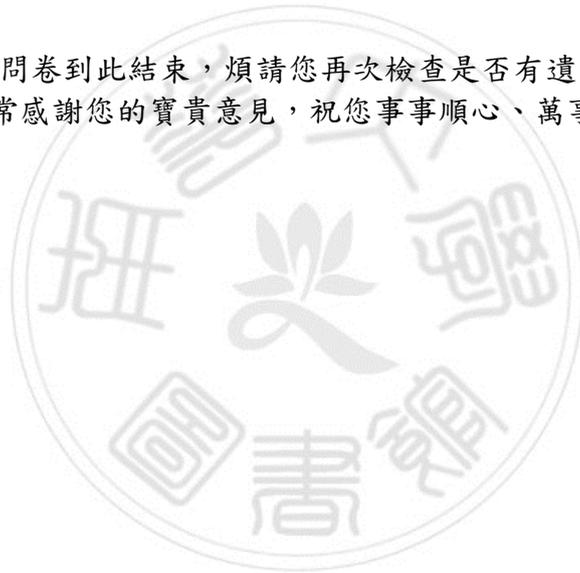
問項	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
01. 我已經學會關於我工作上的一些專業技術	<input type="checkbox"/>				
02. 我已經學會使用一個有效的方式，來讓我的工作更順利地完成	<input type="checkbox"/>				
03. 我可以掌握我工作上的任務需求	<input type="checkbox"/>				
04. 我可以發展適當的技術及能力，來讓我的工作更順利的完成	<input type="checkbox"/>				
05. 我清楚了解我工作的責任義務為何	<input type="checkbox"/>				

第八部分(基本資料)

本問卷所有資料內容僅供學術之用，絕不對外公開，敬請放心填寫。

- 1.您的性別：(1)男 (2)女
- 2.您的年齡：(1)25歲以下 (2)26-35歲 (3)36-45歲 (4)46-55歲 (5)56歲以上
- 3.您的婚姻狀況：(1)已婚 (2)未婚
- 4.您的教育程度：(1)高中(職)含以下 (2)專科 (3)大學 (4)研究所及以上
- 5.您從事的行業：(1)軍、警、公、教人員 (2)商業從業人員(含服務業) (3)工業從業人員
(4)自由業(律師、會計師、醫師及專業技師) (5)農林漁牧從業人員
(6)家庭管理(7)學生(8)退休/無職業者
- 6.您的職位：(1)職員 (2)主管 (3)負責人
- 7.您的月收入：(1)15,000(含)元以下 (2)15,001元~30,000元 (3)30,001元~45,000元
(4)45,001元~60,000元(5)60,001元~75,000元(6)75,001元以上

本問卷到此結束，煩請您再次檢查是否有遺漏之處
非常感謝您的寶貴意見，祝您事事順心、萬事如意!!



二、正式問卷

親愛的先生/小姐您好：

非常感謝您撥冗填寫此問卷，這是一份學術性研究問卷，主要目的在探討個人使用社群軟體(LINE)的使用意圖與工作績效關係之研究。此問卷非常需要您的支持與協助，研究結果僅供學術研究用，希望借重您的經驗與寶貴的意見作答，絕不對外公開，敬請安心填答，再次誠摯地謝謝您的協助與合作。

敬祝 事事順心，身體健康

南華大學企業管理系管理科學碩士班
指導教授：褚麗絹 博士
研究生：郭仁能 敬上

第一部分：使用動機

※請您依據下列的敘述，將適合的答案在右邊的空格打勾

問項	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
16. 我使用Line是為了想要表達自己的意見	<input type="checkbox"/>				
17. 我使用Line是為了參與工作討論	<input type="checkbox"/>				
18. 我使用Line是為了想要說平時不敢說的話	<input type="checkbox"/>				
19. 我使用Line是為了想要扮演與現實生活中不同的身分	<input type="checkbox"/>				
20. 我使用Line是為了想要多結交朋友	<input type="checkbox"/>				
21. 我使用Line是為了想了解別人對事物的看法	<input type="checkbox"/>				
22. 我使用Line是為了想幫助同事解決問題	<input type="checkbox"/>				
23. 我使用Line是為了尋求工作方面的協助	<input type="checkbox"/>				
24. 我使用Line是為了想找有用的資訊	<input type="checkbox"/>				
25. 我使用Line是為了想要學習新事物	<input type="checkbox"/>				
26. 我使用Line是為了想要了解公司內外大事	<input type="checkbox"/>				
27. 我使用Line是為了逃避現實	<input type="checkbox"/>				

第二部分：易用性

※請您依據下列的敘述，將適合的答案在右邊的空格打勾

問項	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
09. 我認為LINE是容易學習使用的	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
10. 我認為LINE功能是清楚明瞭且易於使用的	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
11. 我認為LINE與我目前使用電腦的操作方式是相近的，這讓我可以直覺的去操作它	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
12. 我認為下載安裝LINE是很容易的	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
13. 我認為將LINE推薦給他人使用是很便利的	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
14. 我認為使用LINE來分享檔案跟圖片是很便利的	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1

第三部分：有用性

※請您依據下列的敘述，將適合的答案在右邊的空格打勾

問項	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
09. 我認為使用LINE可以增加生活的便利性	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
10. 我認為使用LINE可以滿足我的社交需求	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
11. 我認為使用LINE可以使我的生活充滿娛樂性	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
12. 我認為使用LINE可以讓我即時知道朋友動態	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
13. 我認為使用LINE可以幫助我迅速地完成工作	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
14. 我認為使用LINE可以提升我的工作表現	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
15. 我認為使用LINE可以幫助我即時地將資訊傳遞給周遭的人	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
16. 我認為使用LINE可以方便的同時與多個人溝通事情	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1

第四部分：工作態度—工作投入

※請您依據下列的敘述，將適合的答案在右邊的空格打勾

問項	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
11. 我對工作會非常投入	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
12. 工作是我不可或缺的，如同吃喝及呼吸一樣	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
13. 我大部份的興趣都圍繞在工作上	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
14. 我對我的工作有很強烈的連結，難以切斷	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
15. 我人生的目標大多是工作導向的	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
16. 我認為工作是我存在的生活價值	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
17. 我喜歡把大多數的時間投入我的工作	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1

第五部分：工作態度—工作滿足

※請您依據下列的敘述，將適合的答案在右邊的空格打勾

問項	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
20. 對於工作讓我有單獨發揮的機會，我感到滿意	5	4	3	2	1
21. 對於工作會使同仁與朋友對我有特殊的肯定，我感到滿意	5	4	3	2	1
22. 對於主管對待部屬的方式，我感到滿意	5	4	3	2	1
23. 對於主管做決策的能力，我感到滿意	5	4	3	2	1
24. 對目前工作的穩定性，我感到滿意	5	4	3	2	1
25. 在工作中有為別人服務的機會，我感到滿意	5	4	3	2	1
26. 在工作中能有協助別人做事的機會，我感到滿意	5	4	3	2	1
27. 目前的工作有發揮自己能力的機會，我感到滿意	5	4	3	2	1
28. 我的團隊執行公司政策的方式，我感到滿意	5	4	3	2	1
29. 就所做工作量與我所能得到的薪資，我感到滿意	5	4	3	2	1
30. 對工作中所給予的陞遷機會，我感到滿意	5	4	3	2	1
31. 工作中能自由運用自己的判斷力，我感到滿意	5	4	3	2	1
32. 工作中能嘗試自己的方法處理事情，我感到滿意	5	4	3	2	1
33. 對工作環境，我感到滿意	5	4	3	2	1
34. 與同事相處的情形，我感到滿意	5	4	3	2	1
35. 在工作上表現良好所得到的讚美，我感到滿意	5	4	3	2	1
36. 從工作中獲得的成就感，我感到滿意	5	4	3	2	1

第六部分：工作態度—組織承諾

※請您依據下列的敘述，將適合的答案在右邊的空格打勾

問項	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
21. 我很慶幸可以在我的工作團隊服務	5	4	3	2	1
22. 我以身為工作團隊的一份子為榮	5	4	3	2	1
23. 在本團隊服務，我能充分發揮自己的能力	5	4	3	2	1
24. 我願意付出額外的努力，以達成工作目標	5	4	3	2	1
25. 在本團隊服務對我個人的工作成就與生涯發展來說，意義非常重要	5	4	3	2	1
26. 我覺得我有責任為本團隊賣力工作	5	4	3	2	1
27. 為了繼續留在本團隊服務，我願意接受任何的職務指派	5	4	3	2	1
28. 我會盡我所能，克服工作上的困難	5	4	3	2	1
29. 我會主動幫忙同事解決工作上的問題	5	4	3	2	1
30. 我會主動收集工作所需之資訊或學習工作技能	5	4	3	2	1
31. 我發現我個人的價值觀和公司的價值觀非常接近	5	4	3	2	1
32. 在我可能選擇服務的工作團隊中，我的團隊有非常理想的工作環境	5	4	3	2	1
33. 在本團隊努力工作能使我得到滿足	5	4	3	2	1
34. 即使未來公司改變工作條件，我仍願意留在本團隊服務	5	4	3	2	1

問項	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
35. 公司其他營運處有更好的機會，我也不會考慮離開本團隊	5	4	3	2	1
36. 我覺得繼續留在本團隊服務，是一件正確的事情	5	4	3	2	1
37. 就目前各項環境及制度條件，我樂於繼續在本團隊工作	5	4	3	2	1

第七部分：工作績效

※請您依據下列的敘述，將適合的答案在右邊的空格打勾

問項	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
06. 我已經學會關於我工作上的一些專業技術	5	4	3	2	1
07. 我已經學會使用一個有效的方式，來讓我的工作更順利地完成	5	4	3	2	1
08. 我可以掌握我工作上的任務需求	5	4	3	2	1
09. 我可以發展適當的技術及能力，來讓我的工作更順利的完成	5	4	3	2	1
10. 我清楚了解我工作的責任義務為何	5	4	3	2	1

第八部分(基本資料)

本問卷所有資料內容僅供學術之用，絕不對外公開，敬請放心填寫。

1.您的性別：(1)男 (2)女

2.您的年齡：(1)25歲以下 (2)26-35歲 (3)36-45歲 (4)46-55歲 (5)56歲以上

3.您的婚姻狀況：(1)已婚 (2)未婚

4.您的教育程度：(1)高中(職)含以下 (2)專科 (3)大學 (4)研究所及以上

5.您從事的行業：(1)軍、警、公、教人員 (2)商業從業人員(含服務業) (3)工業從業人員

(4)自由業(律師、會計師、醫師及專業技師) (5)農林漁牧從業人員

(6)家庭管理 (7)學生 (8)退休/無職業者

6.您的職位：(1)職員 (2)主管 (3)負責人

7.您的月收入：(1)15,000(含)元以下 (2)15,001元~30,000元 (3)30,001元~45,000元

(4)45,001元~60,000元 (5)60,001元~75,000元 (6)75,001元以上

本問卷到此結束，煩請您再次檢查是否有遺漏之處
非常感謝您的寶貴意見，祝您事事順心、萬事如意!!