

# 行動簡訊廣告使用者接受度之研究

朱信樺、許晉龍

E-mail: 9805919@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

本研究欲探討行動簡訊廣告使用者之接受度。在全球各地，行動裝置的普遍性已有相當程度之發展，但在行動廣告服務這塊市場始終沒有得到預期的成效，台灣亦然。若能探究出影響使用者接收行動簡訊廣告之影響因素，勢必能幫助相關業者設計出更符合使用者需求之行動簡訊廣告及更能有效投入這塊市場，進而提升使用者接收行動簡訊廣告之意圖。

因此，本研究以科技接受模式理論為基礎，並結合廣告價值構面，探討使用者接受行動簡訊廣告之程度，並以認知資訊超載及認知許可式行銷為干擾變數，調查使用者是否會對其接受行動簡訊廣告的過程中產生干擾作用，透過網路問卷調查方式有效收集224份使用者資料，並以Chin (1997)所發展出的 PLS-Graph 3.0為工具，驗證行動簡訊廣告使用者接受度之模型，研究結果發現廣告價值及態度正向影響使用者的意願，解釋能力為76.2%，而不同資訊超載及許可式行銷情境的使用者，其廣告價值至態度及意圖間的影響亦有顯著差異。期望本研究結論可給予相關業者及未來相關研究參考。

關鍵詞：資訊超載、廣告價值、許可式行銷

## 目錄

中文摘要	iii
英文摘要	iv
誌謝辭	v
內容目錄	vi
表目錄	viii
圖目錄	ix
第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	5
第三節 研究範圍	6
第四節 研究流程	6
第二章 文獻探討	8
第一節 行動廣告介紹	8
第二節 廣告價值	9
第三節 資訊超載	14
第四節 科技接受模式	14
第三章 研究模型與假說	17
第一節 研究模型	17
第二節 研究假說	20
第四章 研究方法	23
第一節 問卷蒐集	23
第二節 問卷設計	24
第三節 研究分析方法	26
第五章 資料分析與結果	28
第一節 樣本基本資料分析	28
第二節 測量模型之檢定結果	31
第三節 結構模型與研究假說之檢定	35
第六章 研究結論與建議	47
第一節 研究結果與討論	47
第二節 管理意涵	49
第三節 研究限制	52
第四節 未來研究	53

參考文獻 . . . . .	54
附錄 問卷內容 . . . . .	60

## 參考文獻

- 一、中文部份陳建文(2003),無線廣告呈現方式與無線網站型態對廣告效果之影響,國立交通大學傳播所未出版之碩士論文。余心馨(2006),多媒體?動廣告價值之研究,國?高雄第一科技大學資管所未出版之碩士論文。楊忠川、陳建儒、林福榮、林佳蓉、林美峰(2000),台灣網路族群對網路廣告態度之研究,國立高雄第一科技大學行銷與流通管理系未出版之碩士論文。張嘉彬(2004),從資訊超載現象探討圖書館員所應扮演之角色,國立臺灣大學圖書資訊學系會報,中國圖書館學會會報第72期(2004),頁53-67。劉芳怡(2004),網路廣告價值與態度之關連性研究,國立高雄第一科技大學行銷與流通管理系未出版之碩士論文。邱郁文(2005),整合知覺玩興構面擴充資訊科技接受模式 以入口網站為例,雲林科技大學管理系博士論文。陳怡辰(2007),以計畫行為理論和科技接受模式探討知識分享,國立成功大學企研所未出版之碩士論文。陳亭羽、陳美慧、朱雅筠(2006),多媒體簡訊特性對廣告價值與廣告效果之影響研究,長庚大學工商管理學系暨長庚大學企業管理研究所,行銷評論,2006年秋季第3卷,第3期,頁279-310。金業珍(2006),行動通訊服務接受度之研究,大葉大學資訊管理學系未出版之碩士論文。許晉龍(2004),線上遊戲使用者行為研究,國立台灣科技大學資訊管理系之博士論文。高震宇(2004),認知資訊超載對消費者線上購物決策之影響,東吳大學企業管理系未出版之碩士論文。維基百科(2007),互動性[線上資料]。來源:  
<http://zh.wikipedia.org/w/index.php?title=%E4%BA%92%E5%8B%95%E5%BC%8F%E5%A4%9A%E5%AA%92%E9%AB%94&variant=h-tw> [2007 March 14]資策會(2008),行動數據服務調查[線上資料]。來源: <http://www.find.org.tw/find/home.aspx?page=many&id=202> [2008 October 1]資策會(2006),行動廣告商機[線上資料]。來源: <http://www.find.org.tw/find/home.aspx?page=news&id=4598> [2006 December 7]資策會(2008),日本行動廣告量[線上資料]。來源: <http://www.find.org.tw/find/home.aspx?page=news&id=5202> [2008 July 18]ABI Research。來源: [http://www.abiresearch.com/home.jspPricewaterhouseCoopers\(PwC\)](http://www.abiresearch.com/home.jspPricewaterhouseCoopers(PwC))。來源: <http://www.pwc.com/Journal of Interactive Advertising>。來源: <http://www.jiad.org/PLS-Graph3.0>。來源: <http://www.plsgraph.com/>
- 二、英文部份Brackett, L. K., and Carr, B. N. (2001). Cyberspace Advertising vs. Other Media: Consumer vs. Mature Student Attitudes. *Journal of Advertising Research*, Vol. 41, No.5, 2001, 23-32. Ducoffe, R. H. (1996). Advertising Value and Advertising on the Web. *Journal of Advertising Research*, vol. 36, no. 5, 21-35. Ducoffe, R. H. and Curlo, E. (2000). Advertising value and Advertising processing. *Journal of Marketing Communications*, vol. 6, nol. 4, 247-262. Tsang, M. M., Ho, S. C., and Liang, T. P. (2004). Consumer attitudes toward mobile advertising: An empirical study. *International Journal of Electronic Commerce*, vol 8, no. 3, 65-78. Elliot, M.T. & Speck, P. S. (1998). Consumer perceptions of advertising clutter and its impact across various media. *Journal of Advertising Research*, 38(1), 29-41. Ducoffe, R. H. (1995). How Consumers Assess the Value of Advertising. *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, vol. 17, 1-18. Haghirian, P., Madlberger, M., Tanuskova, A. (2005). Increasing Advertising Value of Mobile Marketing - An Empirical Study of Antecedents. *International Conference on System Sciences*. Kavassalis, P. Spyropoulou, N., Drossos D., Mitrokostas E., Gikas G., and Hatzistamatiou A. (2003). Mobile Permission Marketing: Framing the Market Inquiry. *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 8, No. 1: 55-79, 2003. Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quart.* 13(3) 319 – 340. Barwise, P. and C. Strong (2002). Permission-Based Mobile Advertising. *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 16, No. 1: 14-24, 2002. Eighthmey, John. (1997). Profiling user responses to commercial Web sites. *Journal of Advertising Research Res.* 37(3) 59 – 66. Davis, Fred, R.P. Bagozzi, and P.R. Warshaw (1989). User Acceptance of Computer Technology: a Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, Vol. 35, No. 8, 982-1003. Wetzels, M., Odekerken-Schröder, G., & van Oppen, C. (2009, March). USING PLS PATH MODELING FOR ASSESSING HIERARCHICAL CONSTRUCT MODELS: GUIDELINES AND EMPIRICAL ILLUSTRATION. *MIS Quarterly*, 33(1), 177-195. Namkee Park, Raul Roman, Seungyoon Lee & Jae Eun Chung(2008). User acceptance of a digital library system in developing countries: An application of the Technology Acceptance Model. *International Journal of Information Management* Volume 29, Issue 3, June 2009, 196-209. Ming-Chi Lee(2008). Factors influencing the adoption of internet banking: An integration of TAM and TPB with perceived risk and perceived benefit. *Electronic Commerce Research and Applications* Volume 8, Issue 3, May-June 2009, 130-141. Chin-Lung Hsu, His-Peng Lu(2004). Why do people play on-line games? An extended TAM with social influences and flow experience. *Information & Management* 41, 853-868. Ji-Won Moon, Young-Gul Kim(2001). Extending the TAM for a World-Wide-Web context. *Information & Management*, 38, 217-230. Jen-Her Wu, Shu-Ching Wang(2005). What drives mobile commerce? An empirical evaluation of the revised technology acceptance model. *Information & Management*, 42(5), 719-729. 石川(1995). Social Validation of Social Skills Training with Chronic Schizophrenic Inpatients. *Human and Socio-Environment Studies*, 97-103. Malhotra, N. K. (1984). Reflection on the Information Overload Paradigm in Consumer Decision Making. *Journal of Consumer Research*, 10(4), 436-440. Streufert et al., (1967). Perceived Success and Competence of the Opponent, or the Laboratory Dien Bien Phu. *Journal of Applied Social Psychology* Volume 3 Issue 1, 84 – 93. Korte Charles, Ypma Aldo and Toppen Anneke (1975). “ Helpfulness in Dutch society as a function of urbanization and environmental input level ”, *Journal of Personality and Social Psychology* 32: 996 – 1003. Stewart, T.J. (1992) A critical survey on the status of multiple criteria decision making: theory and practice. *Omega, International Journal of Management Science*, 20, 569 – 586.