

僑光科技大學企業管理系（所）

碩士論文

迷信對資訊人員行為之影響

Impact of Superstitions on IT/IS Professionals' Behavior

指導教授：莊淑婷

研究生：張晏榕

中華民國一〇六年六月

僑光科大企業管理系(所)碩士班  
105學年度第2學期畢業生畢業論文

題目：迷信對資訊人員行為之影響

姓名：張晏榕 學號：10419116

主席：何豫慶

委員：何豫慶

黃淑婷

李淑芳

指導教授：黃淑婷

共同指導教授：

主任：徐孟龍

學位論文考試及格日期：

中華民國 106 年 6 月 2 日

僑光科技大學企業管理系(所)碩士班  
105 學年度第 2 學期學位論文考試修改意見表

題 目 : 迷信對資訊人員行為之影響

姓 名 : 張晏榕 學 號 : 10419116

口試委員綜合意見：

無異議通過

修正通過，授權指導教授審查

修正通過，授權 \_\_\_\_\_ 委員審查

不及格

論文已修正 王志偉 (簽章)

學位論文考試委員：

何錦雲

王志偉

李淑琴

中華民國 106 年 6 月 2 日

# 僑光科技大學

## 博碩士紙本論文著作權授權書

(提供授權人裝訂於紙本論文學位考試合格證明書之次頁)

本授權書所授權之論文為授權人於僑光科技大學 企業管理系 研究所  
105 學年度第 2 學期取得  博士  碩士 學位之論文。

論文題目：迷信對資訊人員行為之影響

指導教授：莊淑娟

本人茲將本著作，以非專屬、無償授權僑光科技大學，基於推動讀者間「資源共享、互惠合作」之理念，回饋社會與學術研究之目的，僑光科技大學圖書館得以紙本與數位格式收錄、重製與利用；於著作權法合理使用範圍內，讀者得進行閱覽或列印。

本論文為本人向經濟部智慧局申請專利(未申請者本條款請不予理會)的附件之一，申請文號為：\_\_\_\_\_，請將論文延至\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日再公開。

授權人：張曼榕

親筆簽名：張曼榕

中華民國 106 年 6 月 2 日

## 誌謝

兩年的研究所生涯，就在許多人的幫忙與協助中順利的度過了，對於一個離開職場重返學校的人來說，要感謝的太多了。

最萬分感謝的是一路上熱心指導的莊淑婷老師，對於您的用心，學生真的萬分感激，無論是論文的方向、架構與方法，您總是在最關鍵的時刻協助我找到解答，對於人生道路上的迷惘，您也總是給予適當的提點與鼓勵，在此獻上難以忘懷的感恩。

還要感謝主任提供良好的資源與時時的教誨，感謝高貌班導的肯定與給予的機會，感謝老師們的教導，對於非本科系畢業的學生發問的基礎問題，都能不厭其煩地詳細解說，也感謝同學們對於這樣的問題也都能給予熱烈的討論與解答，感謝Wendy給予學校行政事務處理的幫忙，感謝一路上的夥伴們，因為有你們，所以我們才能一起成長。

最後要感謝我的家人、我的老婆跟我的女兒們，謝謝你們在我的背後默默地支持我、當我的後盾，讓我可以無後顧之憂的努力完成我想要做的事情。

感謝曾經幫助過我的人，感恩。

張晏榕 謹致 2017年6月

## 摘要

走在時代尖端的科技人，學的是科學理論、研發生產的是高科技產品、操作的是精密儀器設備。但是，每到關鍵時刻，這些高科技產業的公司、主管、工程師，似乎都用超自然方式以綠色乖乖來祈求機器運作順暢、不要出狀況。資訊人員為何會有如此迷信的行為？就非常值得探討。

本研究提出迷信會顯著影響資訊人員行為的想法。為了瞭解影響資訊人員利用超自然方式來祈求機器運作順暢的行為。

本研究以理性行為理論模式為基礎，導入迷信與知覺有趣變數，探討迷信對資訊人員行為之影響。本研究共蒐集180份有效問卷，以結構方程模式進行假設驗證。

研究結果發現，「迷信」顯著正向影響資訊人員以超自然方式解決電腦問題的「態度」；而「態度」顯著負向影響資訊人員以超自然方式解決電腦問題的「行為意圖」；「主觀規範」顯著正向影響資訊人員以超自然方式解決電腦問題的「行為意圖」；「知覺有趣」顯著正向影響資訊人員以超自然方式解決電腦問題的「行為意圖」。

關鍵字：迷信、知覺有趣、主觀規範、態度、行為意圖。

## ABSTRACT

Walking in the era of cutting-edge technology, science is the scientific theory, research and development is the production of high-tech products, the operation is precision instruments and equipment. However, every critical moment, these high-tech industry companies, supervisors, engineers, seem to have supernatural way to green obediently to pray for the smooth operation of the machine, not out of the situation. Why is it too worthwhile for information officers to be so superstitious?

This study suggests that superstition can significantly affect the behavior of informants. In order to understand the impact of information personnel use supernatural way to pray for the smooth operation of the machine behavior.

Based on rational theory of rational behavior, this study introduces the superstition and perceived interesting variables, and explores the influence of superstition on the behavior of information workers. In this study, 180 valid questionnaires were collected and the hypothesis was verified by structural equation model.

The findings show that "superstition" has a significant positive impact on the "attitude" of informants in the supernatural way to solve computer problems, and that "attitudes" have a significant negative impact on "behavioral intentions" that information officers have to solve computer problems in a supernatural way; Which is a significant positive impact on the "behavioral intentions" of informants to solve computer problems in a supernatural way. "Awareness of interest" has a significant positive impact on the "behavioral intentions" of information personnel in a supernatural

way to solve computer problems.

Keywords: superstition, perceived playfulness, subjective norms, attitudes, behavioral intentions



## 目錄

|   |    |
|---|----|
| 第一章.前言 .....                                      | 1  |
| 第二章.文獻探討與假設推論 .....                               | 3  |
| 第一節.資訊人員 .....                                    | 3  |
| 第二節 理性行為理論 (Theory of reasoned action, TRA) ..... | 5  |
| 第三節 超自然力量 .....                                   | 6  |
| 第四節 迷信 .....                                      | 7  |
| 第五節 態度 .....                                      | 7  |
| 第六節 主觀規範 .....                                    | 9  |
| 第七節 知覺有趣 .....                                    | 10 |
| 第八節 行為意圖 .....                                    | 11 |
| 第三章.研究方法 .....                                    | 13 |
| 第一節.研究架構 .....                                    | 13 |
| 第二節.研究假設 .....                                    | 14 |
| 第三節.操作型定義 .....                                   | 14 |
| 第四節.研究設計 .....                                    | 16 |
| 1..研究對象 .....                                     | 16 |
| 2..問卷設計 .....                                     | 16 |

|                         |           |
|-------------------------|-----------|
| 3.. 樣本數量 .....          | 17        |
| 4.. 資料分析方法 .....        | 17        |
| <b>第四章. 資料分析 .....</b>  | <b>18</b> |
| 第一節 樣本基本資料分析.....       | 18        |
| 第二節 信、效度因素模式分析.....     | 19        |
| <b>第五章. 結論與建議 .....</b> | <b>26</b> |
| 第一節 研究限制.....           | 27        |
| 第二節 研究建議.....           | 27        |
| 文獻 .....                | 28        |
| 附錄 .....                | 33        |



## 表目錄

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| 表 1 資訊人員定義 .....                      | 4  |
| 表 2 研究變項之操作型定義 .....                  | 15 |
| 表 3.樣本基本資料分析 .....                    | 18 |
| 表 4.Cronbach's $\alpha$ 係數可信程度表 ..... | 20 |
| 表 5.驗證性因素分析之結果 .....                  | 22 |
| 表 6.構念信效度與平均變數抽取量 .....               | 23 |
| 表 7.模式配適度 .....                       | 24 |



## 圖目錄

|  |    |
|--|----|
| 圖 1.理性行為理論 ( Fishbein & Ajzen,1975 ) ..... | 6  |
| 圖 2 研究架構 .....                             | 14 |
| 圖 3 結構方程模型實證結果 .....                       | 25 |



## 第一章 前言

二十一世紀，各國重要的發展重點之一，將會朝向科技發展為主。良好科學技術是一個國家邁向現代化及高科技化的重要條件之一。科技對於國家社會，最重要的是表現出國家經濟成長的提高、產業成本的降低與個人的便利。在二十一世紀，高科技產業以為增加國家競爭力的重要條件之一，而近年來，我國的產業型態已逐漸由勞力密集轉向資本及技術的高科技產業。根據經濟部工業局（2000）的統計，我國高科技產業於1999年的總產值為659億9726萬美元，較1991年增加將近1.5倍，比重上更達總出口的59.1%。高科技產業儼然成為我國最具發展性及潛力的產業，它不但加速了我國各級產業的升級，也提高了我國全球的競爭力，對臺灣成為亞太高科技製造中心的發展，提供了最佳助力。而據新竹科學工業園區半導體廠人力資源主管表示，晶圓代工廠目前的新進人員，有7成多具有碩士以上的學歷。臺灣高科技產業的員工結構，也漸漸朝向高學歷高知識來發展。

高科技業者，學的是科學理論、研發生產的是高科技產品、操作的是高科技精密儀器與機械。這些講求精準、效率的高知識份子，每當遇到問題時，解決的方法步驟與流程，往往讓一般人覺得非常的有規則效率與邏輯性，一旦問題再度發生，照著該問題的標準作業流程（SOP），問題都會迎刃而解，但是，根據本研究調查發現，不同於其他產業，臺灣的高知識份子與高科技產業，除了一般解決電腦問題的SOP外，還存在著許多不理性的迷信行為，例如，為考取台大醫學系等第一志願的考生，會專程至台大伯公亭祭拜土地公（張錦弘,2016）；交大土地公曾托夢考生愛喝仙草蜜，以至於每逢考季，就可看到考生及家長抱著一箱箱仙草蜜到此祭拜（郭芝函,2017）；高科技產業的公司、主管、工程師會在中元普渡或農曆初一十五時，在機器上放綠色乖乖，代表機器會一直乖乖的處於沒問題的綠色燈號

（尼瑪來了,2016），或伺服器上放靠得住衛生棉，意取其廣告詞「流量再大都靠得住」等等，甚至某晶圓廠還特地訂製了晶圓廠版本的乖乖（謝佳雯,2016）；為了讓民眾期待20年的台灣第一條機場捷運營運順利，桃捷公司參考工程師以及台灣民俗信仰於通車當天，全線免費發放「乖乖通車紀念限量包」（陳華興,2017）。

放眼現今的研究大多集中在探討迷信跟人格特質的議題上，但是迷信對於資訊人員行為影響之研究卻付之闕如。故本研究援引Fishbein與Ajzen（1975）的態度、主觀規範、行為意圖模式跟知覺迷信與知覺有趣為基礎架構，以瞭解知覺迷信與知覺有趣對資訊人員以超自然方式解決電腦問題行為之影響，並根據研究結果提供實務的建議

在華人文化中，潛藏濃厚的迷信行為與思想。但在學經歷普遍偏高的高科技產業資訊人員來說，迷信行為與思想似乎過於不可思議。雖然直到目前為止，迷信內容也還欠缺廣泛的科學數據支持。但不可否認的，迷信在華人的社會中，仍具有其深遠的影響。而這種影響也反映在資訊人員的行為上。因為對迷信的行為與思想，或許會造成資訊人員不良的知覺態度，進而影響其工作效率。本研究主要目的為建構一個有效的模型來衡量資訊人員對於迷信的態度，並從中探討資訊人員的態度與知覺有趣及知覺迷信因素間的關係，進而從實證結果中提供實務上的建議及操作。

## 第二章 文獻探討與假設推論

基於上述研究之目的，本研究將引用Fishbein與Ajzen（1975）所提出的理性行為理論（Theory of Reasoned Action, TRA）模式，並導入認知迷信，以瞭解資訊人員對迷信行為的影響。

### 第一節 資訊人員

在彼得·杜拉克提到的「知識工作者」的概念（Drucker, 1993），他認為在後資本主義社會中，勞力、自然資源或資本，將不再是最根本的經濟資源，而知識將會取而代之。所謂「知識工作者」，就是懂得如何運用自身的專業知識來從事生產，而這些擁有這樣的「生產工具」的人，不論移動到何處，都可以將賴以為生的「生產工具」帶走並直接進行生產。所以像是經理人、顧問、專案管理師、系統分析師、程式設計師、工程師等等的知識工作者，將會成為公司最重要的資產之一。

知識工作者的主要特性，在資訊相關產業中表露無遺。近年來，資訊相關產業的成長迅速，除了資訊硬體產業的亮眼表現之外，資訊軟體與資訊技術支援服務所佔的比例也越來越重。一些著名的軟體服務公司，都有令人稱羨的績效，如微軟、思愛普及甲骨文。而這些公司最重要的資產，就是經理人、顧問、專案管理師、系統分析師、程式設計師、工程師等等的知識工作者。雖然資訊硬體產業是以製造為主，但是，最主要的關鍵還是在於其研發的知識技術與能力，而資訊軟體產業更是以知識及技術密集為主的產業。

以資訊軟體公司來說，硬體或機器廠房等資產，並非最主要的投資，而其主要且最大的投資即為人力。而根據台北市電腦公會初步調查，國內七成以上資訊軟體業者的人事費用佔其總支出一半以上，最大部分費用是軟體技術人員薪資。再從資訊產業人力資產來看，不同

於一般服務、製造業的員工特質，資訊部門或資訊軟體服務業的員工以資訊技術為其專業領域，所以，顯示資訊業是個技術人力密集的產業。

依照中華民國統計資訊網99年5月第6次修訂版本所示，以中類代碼為25、35及74類之資訊工作相關之從業人員，為本論文主要之研究對象。其內容整理如表1。

表 1 資訊人員定義

| 分類編號 |     |     |      | 職業名稱及定義           |
|------|-----|-----|------|-------------------|
| 大類   | 中類  | 小類  | 細類   |                   |
|      | 25  |     |      | 資訊及通訊專業人員         |
|      |     | 251 |      | 軟體與應用程式開發人員及分析師   |
|      |     |     | 2511 | 系統分析及設計師          |
|      |     |     | 2512 | 軟體開發及程式設計師        |
|      |     |     | 2513 | 網站及多媒體程式開發人員      |
|      |     |     | 2519 | 其他軟體、應用程式開發人員及分析師 |
|      | 252 |     |      | 資料庫及網路專業人員        |
|      |     |     | 2521 | 資料庫設計師及管理師        |
|      |     |     | 2522 | 系統管理師             |
|      |     |     | 2523 | 電腦網路專業人員          |
|      |     |     | 2529 | 其他資料庫及網路專業人員      |
|      | 35  |     |      | 資訊及通訊傳播技術員        |
|      |     | 351 |      | 資訊及通訊技術員          |
|      |     |     | 3511 | 資訊及通訊操作技術員        |

|  |    |     |      |               |
|--|----|-----|------|---------------|
|  |    |     | 3512 | 資訊及通訊使用者支援技術員 |
|  |    |     | 3513 | 電腦網路及系統技術員    |
|  |    |     | 3514 | 網站技術員         |
|  | 74 |     |      | 電力及電子設備裝修人員   |
|  |    | 742 |      | 電子設備裝修人員      |
|  |    |     | 7421 | 資訊及通訊設備裝修人員   |
|  |    |     | 7429 | 其他電子設備裝修人員    |

資料來源：本研究整理

## 第二節 理性行為理論 (Theory of reasoned action, TRA)

肇自1950年代晚期，Fishbein 與 Ajzen (1975) 兩位學者，便開始了一連串研究人類「態度」的測量及理論。在經過長達15年的測量，並整合其態度相關研究的理論，他們提出了「理性行為理論」 (Theory of reasoned action, TRA)。內容主要是用「行為意圖 (Behavioral Intention)」來預測消費行為；「對行為的態度 (Attitude toward the Behavior)」作為預測「行為意圖」的重要變數。因此，如何形成「態度」，將有助於改變並塑造其「態度」，進而影響「行為意圖」和「行為」。

理性行為理論主張，人類的行為產生於意圖。行為意圖模式的基本前提為，人是具有理性的個體。個人意志完全控制個體的行動，行為意圖決定行為的執行，而意圖產生於兩個因素，一是反映個人的因素的「態度 (attitude)」，另一則是反映社會影響因素的「主觀規範 (subjective norm)」。Fishbein 認為態度是，個體會對於執行該行為所獲得的利益或結果產生信念，並對與各信念進行評價。換句話說，個體評估對特定行為結果的喜好與否，而對該行為產生態度。意指個

體會評價從事該行為是好或壞；Fishbein 認為主觀規範是，個體會有重要他人預期個體會從事該行為的信念，與是否要順從重要他人預期的意願。也就是說，個體會評估重要他人認為個體應該或不應該從事特定行為。意指個體從事或不從事一項行動的社會壓力。

即理性行為理論（Theory of reasoned action, TRA）認為「行為態度」、「主觀規範」、「行為意圖」直接或間接影響個人的「實際行為」。

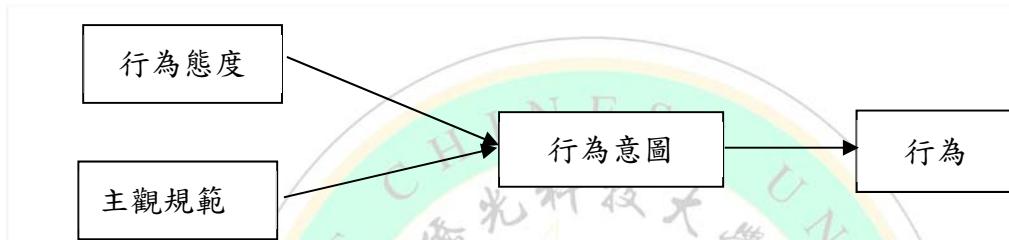


圖 1.理性行為理論 (Fishbein & Ajzen,1975)

學者 Schiffman 與 Kanuk 在 2004 年 (Schiffman and Kanuk, 2004) 提到，態度模式有三種成份，(1) 是認知成份，(2) 是情感成份及 (3) 行為意圖成份，認知與情感會影響態度；行為意圖則與購買意願有相近似之處，因其常被用來代表消費者的購買意圖，衡量消費者購買某項產品或者表現某種行為的可能性。學者榮泰生 (2005) 則認為態度是由 (1) 認知成份：評價某產品的特質；(2) 情感成份：評價後表露喜惡的情形；(3) 行動傾向成份：因喜惡採取某行動的可能性，這三部份所構成的。而學者洪順慶 (2005) 也指出一般學者認為態度包含認知、情感、行為這三個成份。

### 第三節 超自然力量

R. Murray Thomas (1997) 指出，當人們不能以環境特徵和個人屬性 (personality properties) 來說明道德事件 (moral events) 時，

人們會訴諸未確認的（unidentified）與超自然力量（supernatural forces）。而這邊所謂未確認的與超自然力量悉指天命、占星學的方位、命運、星座、時辰、靈魂、碰巧、運氣、際遇、神、鬼等。

#### 第四節 迷信

The American Heritage Dictionary (1985) 談到，迷信與大自然定律或一般社會大眾認知是不符合的，迷信可追溯至數千年前，並持續到現在（Jahoda, 1969； Vyse, 1997），迷信被廣泛運用來抵抗壞運氣，在USA Today中提到了，Michael Jordan在打完幾場比賽後，因為改變了他的球衣數字，因而改變了他的運氣（USA Today, reported in Darke and Freedman, 1997）；迷信也被運用來產生好運氣，為了確保捕魚能成功，在新幾內亞深海捕魚的漁夫會舉行難以置信的儀式（Malinowski, 1954）。

迷信也常常跟特定文化有關，舉例來說，數字8往往聯想到好運氣，因此，某銀行在8月8日88年開張，因為他認為那天是那個世紀最幸運的日子（Lip, 1992）。紅色則與繁榮有關，在中國新年期間，老一輩的長者會給晚輩紅包。但不同顏色（黑色）和不同數字（數字4）也會產生不同的結果（不幸）（Wiseman and Watt, 2004），一般華人的建築物沒有4樓（Yardley, 2006），很多華人都會在家門口放一面鏡子來避邪（Simmons and Schindler 2003）。

#### 第五節 態度

態度（attitude），指個人對標的物（objects）的整體評價。

Fishbein 與 Ajzen (1975) 認為態度是一種觀察體會產生一致性喜歡或不喜歡狀態的學習傾向。Kotler (1991) 則定義態度為個人對某些事物的觀念，存在一種長時間的喜歡或不喜歡的情緒感覺、認知評價及行為意向。Engel et al. (2000) 認為態度是個人對於人、事、物的

一種從極正面接受或極負面排斥的一致性評估。Hawkins et al. (2004) 則認為態度是人們對於周遭環境事物的思考感受或是行動方式。但此處的態度並非指個人對於一般事物的廣泛態度，而是指個人從事特定行為的感受評價，例如好、壞、快樂、痛苦、高興、不高興、有利、有害、有趣、無聊、健康、不健康。

Weber (1992) 將以往的研究進行分析，進而提出態度是對於態度評價對象的歸類，而態度評價則是由三種訊息所形成：認知訊息（對態度對象的瞭解、知識和看法）、情感訊息（對態度對象的情緒與正負評價）以及有關過去行為或行為意向的訊息（對態度對象所採取的行為反應），即對態度對象的整體評價是由認知、情感與行為三方面訊息所形成（王福生，2003），即為心理學家為了釐清態度的形成所嘗試建構的態度模式—三成份態度模式（tricomponent attitude model），此模式認為態度是由三個因素所組成，包括認知成份（cognitive component）、情感成份（affective component），以及行為意向成份（conative component）經由心理學家建構的態度模式，歸納出影響態度形成的主要影響因素，認為態度是由三因素所組成，包括認知（cognitive）、情感（affective）以及行為（behavior）三種要素（component），符合將信念予以分解（decomposition）成多構面的型態（multidimensional）能夠增強模式的解釋能力與瞭解信念與行為意向之間的特定關係的論點，另外依據Ajzen建議探討態度時，將『行為』因素加入討論的觀點，對於態度的探討加上『行為的（behavioral）』此一因素。態度會影響行為一直是許多行為研究學者一貫的立場（Robbins, 1993）。

綜合以上的推論，本研究提出以下假設：

H1：知覺「迷信」會正向影響資訊人員以超自然方式解決電腦問題的「態度」

H2：「態度」會正向影響資訊人員以超自然方式解決電腦問題的「行為意圖」

## 第六節 主觀規範

另一項影響行為意向的因素為「主觀規範」，主觀規範是指個人在採取特定行為時所受的社會壓力的情況。更明確的說就是具有影響的個人或團體，如父母、同儕、老師、宗教等是否會影響個人採取某項行為。

Fishbein (1975) 認為主觀規範意指：『個人認知到影響力群體期望他如何執行行為的整體認知。』主觀規範是指個人對其重要的他人或團體 (Salient individuals or groups) 認為個人應不應採取某一特定行為的壓力，亦即個人從事特定行為時所預期受到的社會壓力 (Ajzen & Fishbein, 1980)。

「主觀規範」本身又可分為個人規範 (personal norm)、行為規範 (behavioral norm) 及社會規範 (social norm) 三種，其中行為規範主要是由父母、同儕所形成的重要參考對象的影響；社會規範則是來自於其他重要參考對象的影響 (楊書銘, 2001)。依據Schiffman與 Kanuk (2000) 於資訊人員行為一書中所提到的，主觀規範也能藉由評估資訊人員的感覺和其他參考群體 (如家庭、同儕、工作夥伴、室友) 的關係程度來直接衡量及預測，而將影響主觀規範形成的參考群體分成「主群體」 (primary group)：可能對個人產生「行為規範」影響的參考對象，與「次群體」 (secondary group)：可能對個人產生「社會規範」影響的其他參考對象 (葉國樑, 1996)。

根據以上推論，本研究提出以下假設：

H3：「主觀規範」會正向影響資訊人員以超自然方式解決電腦問題的

「行為意圖」

## 第七節 知覺有趣

知覺有趣 (perceived playfulness) 反應出使用者育樂消費的心理感受，是一種享樂價值的動機。學者Barnett (1991) 認為，有趣有兩種定義，一是著重在有趣的特徵 (trait of playfulness) 另一是強調有趣的狀態

他認為有趣的特徵是從本身內心所發出的，與個人穩定不變的特徵有關，這些特徵較不會隨著情境而有所改變；而強調有趣的狀態則是認為有趣是個人與環境互動所產生的特徵，主要與個人在某一段時間的經歷所造成情感性或熟悉情節有關，而且會隨著時間受情境因素及個人與狀態互動的影響。

Moon 和Kim (2001) 將知覺有趣定義成三個構面，專注、好奇和愉快

專注 (concentration)：與網際網路互動時，使用者所認知到的專注程度。

好奇 (curiosity)：對與網際網路互動的好奇感。

愉快 (enjoyment)：是否能找出互動中的樂趣和愉悅。

Ahn, Ryu 和Han (2007) 認為電腦的使用者，工作與育樂有越來越無法區分的趨勢，在娛樂的同時也可以增加工作 生產力。最近的幾項研究報告也都證實了有趣在解釋資訊人員採用新技術上扮演關鍵性的角色 (Davis, Bagozzi and Warshaw,1992； Hong and Tam,2006 )，且有趣在發展新系統的使用態度及意圖上扮演重要的角色 (Agarwal and Karahanna,2000； Moon and Kim,2001； Zhang and

Mao,2008）。換言之，近年來行銷學者們已經證明產品本身所帶來的愉快感覺，在購買決策中扮演很重要的角色（Holbrook and Hirschman, 1982； Hartman, Shim, Barber, and O' Brien, 2006），即使是高科技產品，娛樂性對購買決策亦有很強的影響力（Childers et al.,2001），Moon 和Kim （2001）認為過去在科技接受使用的研究中，多重視使用者本身外在動機的行為，因此特別增加知覺有趣的內在動機因素，結果顯示知覺有用、知覺易用及知覺有趣會對使用者的態度有影響，而知覺有趣比知覺有用對使用態度及意圖有更顯著的影響效果；van der Heijden （2003）以入口網站認知視覺吸引力為外部變數，發現知覺有用及知覺有趣會影響使用者態度；Bruner和Kumar （2005）証實「有趣」對掌上型網路裝置的使用有直接的正向影響；Ahn, Ryu 和Han （2007）在研究網路零售業時亦證實知覺有用性及知覺有趣同樣會影響使用者態度，而知覺易用會分別透過知覺有用及知覺有趣影響使用者態度；Oh, Kim, Lee, Shim, Park和Jung （2009）在研究虛擬商店時，在TAM 中加入有趣及信任兩個變項，亦發現有趣能正向影響使用者的態度。根據以上文獻，因此本研究提出假說4：

H4：「知覺有趣」會正向影響資訊人員以超自然方式解決電腦問題的「行為意圖」

## 第八節 行為意圖

行為意圖的定義為『從事特定行為的自發性計畫強度』（Harrison et al.,1997；李志宏，1999），亦可稱為『個人想要從事某特定行為的主觀機率』（Fishbein & Ajzen,1975）。個人從事特定行為的意圖越強，則越有可能去從事該行為。在理論架構方面，態度、主觀規範、行為意圖與行為呈現正相關，行為會受到行為意圖的影響，行為意圖受到態度與主觀規範的影響，藉由分別透過情感態度與主觀規

範，認知態度與認知規範會影響行為意圖，故認知態度與認知規範會直接或間接影響行為意圖。在影響程度，態度與主觀規範對行為意圖的影響強度並不一致。

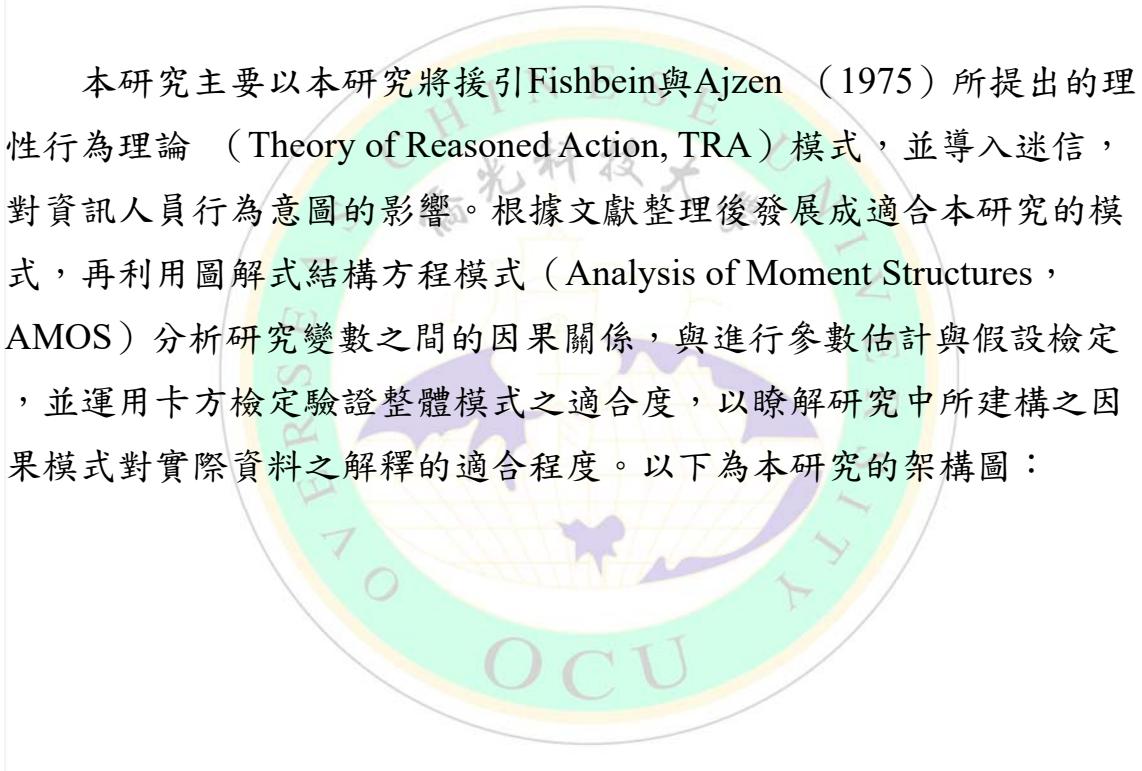


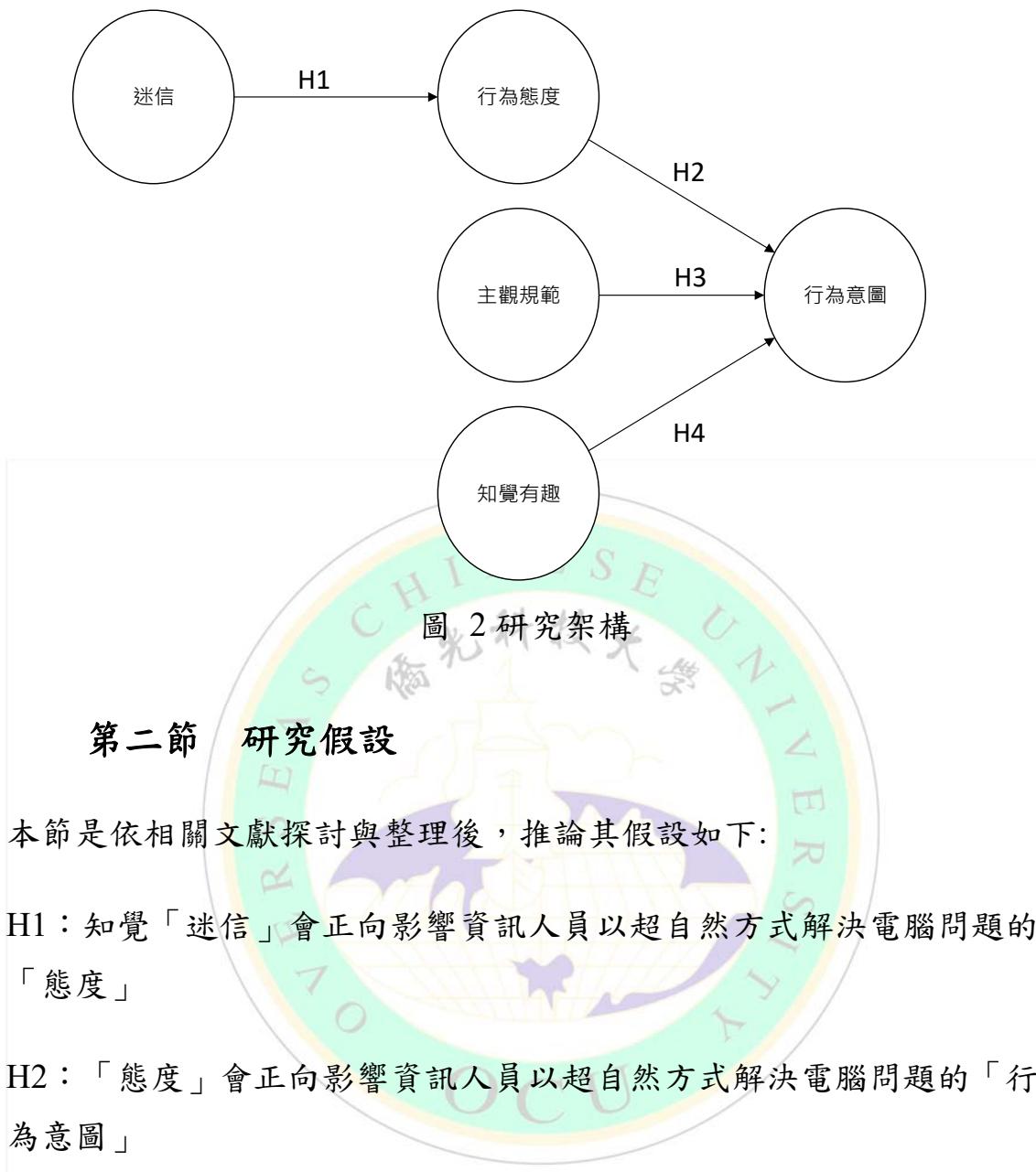
## 第三章 研究方法

本章節將推論出研究架構、研究假說、操作性定義、問卷設計與資料收集的方式等，共分為四節，第一節主要說明本研究提出之研究架構；第二節則依據相關文獻的探討與整理，進行研究假說的推論；第三節為說明本研究的設計方式，包括問卷設計、研究對象、研究工具以及採用的資料分析方法。

### 第一節 研究架構

本研究主要以本研究將援引Fishbein與Ajzen (1975) 所提出的理性行為理論 (Theory of Reasoned Action, TRA) 模式，並導入迷信，對資訊人員行為意圖的影響。根據文獻整理後發展成適合本研究的模式，再利用圖解式結構方程模式 (Analysis of Moment Structures, AMOS) 分析研究變數之間的因果關係，與進行參數估計與假設檢定，並運用卡方檢定驗證整體模式之適合度，以瞭解研究中所建構之因果模式對實際資料之解釋的適合程度。以下為本研究的架構圖：





## 第二節 研究假設

本節是依相關文獻探討與整理後，推論其假設如下：

H1：知覺「迷信」會正向影響資訊人員以超自然方式解決電腦問題的「態度」

H2：「態度」會正向影響資訊人員以超自然方式解決電腦問題的「行為意圖」

H3：「主觀規範」會正向影響資訊人員以超自然方式解決電腦問題的「行為意圖」

H4：「知覺有趣」會正向影響資訊人員以超自然方式解決電腦問題的「行為意圖」

## 第三節 操作型定義

本研究變項的操作型定義如表2。各研究變項的問卷量表皆採用

Likert 五點尺度衡量，並以「非常同意」、「同意」、「普通」、「不同意」及「非常不同意」五個尺度，分別給予等距分數（5,4,3,2,1）。

表 2 研究變項之操作型定義

◎迷信

1. 我相信數字 4 帶有不吉利的意涵。
2. 我相信外在的風水環境具有影響個人命運的可能性。
3. 我相信透過某些儀式和咒語可以影響他人。

Tobacyk, J. J.  
(2004)

◎知覺有趣

1. 我認為使用超自然方式來解決電腦問題可以為使用者帶來許多樂趣。
2. 我認為使用超自然方式來解決電腦問題容易激發人們的好奇心。
3. 我認為使用超自然方式來解決電腦問題可使人想繼續嘗試其他相關的超自然方式來解決電腦問題。

Hsu, C. L., &  
Lin, J. C. C.  
(2008)

◎主觀規範

1. 我的同儕支持我使用超自然方式來解決電腦問題。
2. 我的家人支持我使用超自然方式來解決電腦問題。
3. 我的工作夥伴支持我使用超自然方式來解決電腦問題。

Hsu, C. L., &  
Lu, H. P.  
(2004)

Lin, H. F.  
(2006)

◎使用態度

1. 我覺得尋求超自然方式來解決電腦問題，會是一個不錯的想法。

---

2. 我覺得尋求超自然方式來解決電腦問題，會很有趣且值得嘗試。

3. 我覺得尋求超自然方式，會提昇解決電腦問題的可能性。

#### ◎行為意圖

1. 當我為了解決電腦問題時，我會尋求超自然方式來解決。

2. 當我為了解決電腦問題時，我經常使用超自然方式來解決電腦問題。

3. 我會推薦他人使用超自然方式來解決電腦問題。

---

資料來源：本研究整理

### 第四節 研究設計

#### 1. 研究對象

本研究主要目的是在資訊人員對於迷信行為的研究，以迷信、知覺有趣、主觀規範、使用態度、行為意圖之關係探討，為了探討資訊人員會因受哪些因素來影響資訊人員的迷信行為，所以選擇的對象主要是針對資訊人員族群進行調查。

#### 2. 問卷設計

本研究所測量的各個變項的構面因素，將採用先前學者文獻來作為問卷設計之理論架構基礎。本研究問卷分成二大部份，第一部份為衡量受訪者對於迷信行為的情形，第二部份為受訪者的基本資料。

本研究的超自然力量係指擺放乖乖、帶避邪招運之物、拜拜、念經做法或改變風水等等行為。

### 3. 樣本數量

本研究採取便利抽樣方法，以資訊人員為調查對象。正式問卷於民國105年7月1日至105年10月31日，共為期三個月，發放問卷的方式是以網路問卷來收集樣本資料，共發放188分，扣除無效問卷8份，獲得有效問卷共180份，有效問卷率達95.74%。

### 4. 資料分析方法

本研究問卷回收後，先經由人工檢查，將資料予以編碼登錄。其採用統計套裝軟體SPSS 22.0來進行問卷資料的基本分析，再以AMOS 20.0對研究模式中各構面關係進行實證分析。



## 第四章 資料分析

本章主要針對資料分析結果做說明，第一節是樣本基本資料描述，描述回收樣本的人口特徵，包括性別、年齡、學歷、職業、月收入等。第二節是進行測量之工具，即問卷的信、效度檢測。

### 第一節 樣本基本資料分析

樣本基本資料分析主要採以SPSS22.0.0分析工具來進行相關分析。刪除無效問卷後，有效問卷為180份。樣本基本資料分析結果如表3所示。

表 3.樣本基本資料分析

| 樣本特性 |       | 人數(人) | 百分比(%) |
|------|-------|-------|--------|
| 性別   | 男     | 170   | 94.7   |
|      | 女     | 10    | 5.3    |
| 年齡   | 19-25 | 1     | 0.5    |
|      | 26-30 | 56    | 29.8   |
|      | 31-35 | 57    | 30.3   |
|      | 36-40 | 65    | 34.6   |
|      | 41-45 | 9     | 4.8    |
| 學歷   | 高中職   | 15    | 8.0    |
|      | 專科/大學 | 96    | 51.1   |
|      | 碩士    | 70    | 37.2   |
|      | 博士    | 7     | 3.7    |
| 宗教信仰 | 民間信仰  | 2     | 1.1    |
|      | 佛教    | 59    | 31.4   |
|      | 道教    | 76    | 40.4   |

|       |                |     |      |
|-------|----------------|-----|------|
|       | 基督教            | 39  | 20.7 |
|       | 天主教            | 8   | 4.3  |
|       | 其他宗教           | 4   | 2.1  |
| 產業別   | 公              | 2   | 1.1  |
|       | 教              | 7   | 3.7  |
|       | 製造業            | 171 | 91.0 |
|       | 服務業            | 5   | 2.7  |
|       | 自由業            | 2   | 1.1  |
|       | 其他             | 1   | 0.5  |
| 平均月收入 | 25,001-40,000  | 65  | 34.6 |
|       | 40,001-60,000  | 86  | 45.7 |
|       | 60,001-80,000  | 30  | 16.0 |
|       | 80,001-100,000 | 4   | 2.1  |
|       | 100,000以上      | 3   | 1.6  |

資料來源：本研究整理

在有效的樣本中，於性別方面男性受測者所占的比例94.7%，女性受測者所占的比例5.3%；在年齡方面，以36-40歲的人為最多數，比例為34.6%；在學歷方面，以專科/大學占最多數，比例為51.1%；在宗教信仰方面，以道教人數最多，比例為40.4%；在職業方面，以製造業占多數，比例為91.0%；在平均月年收入方面，以4萬零1元至6萬元占多數，比例為45.7%。

## 第二節 信、效度因素模式分析

為確保問卷的可靠性，故對本研究的各構面進行信度分析。以 Cronbach' s  $\alpha$  係數來檢定問卷之信度。學者Devellis (1991) 提出  $\alpha$  係數值介於0.70~0.80之信度是相當良好， $\alpha$  係數值介於0.80~0.90之

間為非常好；倘若  $\alpha$  係數值介於0.60~0.65之間則最好重新制定量表。對於內部一致性的衡量，本研究各構面  $\alpha$  係數值都0.5以上，表示其信賴程度是很可信的。

表 4.Cronbach' s  $\alpha$  係數可信程度表

|   |          |
|---|----------|
| Cronbach's $\alpha$ 係數 $\leq 0.3$                     | 不可信      |
| $0.3 < \text{Cronbach's } \alpha \text{ 係數} \leq 0.4$ | 勉強可信     |
| $0.4 < \text{Cronbach's } \alpha \text{ 係數} \leq 0.5$ | 可信       |
| $0.5 < \text{Cronbach's } \alpha \text{ 係數} \leq 0.7$ | 很可信（最常見） |
| $0.7 < \text{Cronbach's } \alpha \text{ 係數} \leq 0.9$ | 很可信（次常見） |
| $0.9 < \text{Cronbach's } \alpha \text{ 係數}$          | 十分可信     |

根據學者Kaiser (1974) 指出，若KMO值大於0.5時，則表示變項間的共同因素，適合做因素分析。此外KMO值越大即表示越適合進行因素分析。本研究因素分析及KMO之對應問項如表4所示

本研究以AMOS 20.0軟體進行資料分析進行驗證工作，而評價模式擬合度有GFI、RMSEA、 $\chi^2$ 等絕對擬合指數，也有CFI等相對擬合指數。已有的研究發現， $\chi^2$  和GFI 常受樣本大小的影響，而RMSEA和CFI 受N 的影響相對較小，是受推薦的驗證指標（侯傑泰、溫忠麟、成子娟，2004）。以下分述各具指標性的配適標準值加以說明：

(1) 卡方值 (Chi-Square) 與NCI (Normed Chi-Square Index)

:

卡方值是用來檢定研究者所提的結構模式與觀察模式之資料的適合度，卡方值越小代表模式的共變異數矩陣與樣本的共變異數矩陣越接近。但是卡方值對樣本數極為敏感，容易隨著樣本數的大小而波動，所以卡方值並不適宜作為配適度指標。因此有學著建議以NCI (即卡方

值除以自由度， $\chi^2/df$ ）作為配適度的判斷指標，而NCI比值愈小愈好，學者Schumacker and Lomax, (2004)建議以不大於5為標準，才表示模式配度是可以接受的。

(2) 近似誤差均方根 (Root Mean Square Error of Approximation ; RMSEA) :

計算觀察與估算間之差異，學者Schumacker and Lomax (2004)提出，RESEA小於0.6表示模式配適度情形是可以接受的。

(4) 基準配適度指標 (Formed Fit Index ; NFI) :

NFI是以虛無模式作為基準所推導出的指標，學者Segars & Grover (1993)認為其適配值須大於0.8方可接受。

(5) 比較配適度指標 (Comparative Fit Index ; CFI)

CFI將NFI加以修改，具備了更穩定的特性，其配適值須大於0.8 ( Segars & Grover,1993 ) 。

(6) 調整後適合度指數 (Adjusted Goodness-of- Fit Index ; AGFI) :

將GFI (結構模式資料與觀察模式資料共變矩陣間的變異與共變量之值) 指標以模式自由度及其相對的變項個數比值加以調整，其值越接近1，表示此模式的解釋能力越高，配適度越佳。

收斂效度是評估測量變項對該潛在變項的因素負荷量 (factor loading)，以及每個因素負荷量是否具有統計顯著性。除了以因素負荷量說明收斂效度外，另外也從平均變異抽取量 (average variance extracted, AVE) 來進行收斂效度的檢驗，若潛在變項之平均變異抽取量越高，則表示潛在變項有愈高的收斂效度及區別效度，Fornell 與

Larcker (1981) 建議其標準值須大於0.5。由表4顯示，在所有構念的平均變異抽取量之平方根中部分未大於相關係數的絕對值0.5，因此本研究變項部分不具有足夠的區別效度。

表 5.驗證性因素分析之結果

| 構面   | 對應模型變項                         | 標準化<br>因素負<br>荷量 |
|------|--------------------------------|------------------|
| 迷信   | 我相信數字4帶有不吉利的意涵。                | 0.705            |
|      | 我相信外在的風水環境具有影響個人命運的可能性。        | 0.731            |
|      | 我相信透過某些儀式和咒語可以影響他人。            | 0.831            |
| 行為態度 | 我覺得尋求超自然方式來解決電腦問題，會是一個不錯的想法。   | 0.29             |
|      | 我覺得尋求超自然方式來解決電腦問題，會很有趣且值得嘗試。   | 0.27             |
|      | 我覺得尋求超自然方式，會提升解決電腦問題的可能性。      | 0.13             |
| 主觀規範 | 我的同儕支持我使用超自然方式來解決電腦問題。         | 0.848            |
|      | 我的家人支持我使用超自然方式來解決電腦問題。         | 0.974            |
|      | 我的工作夥伴支援我使用超自然方式來解決電腦問題。       | 0.544            |
| 知覺有趣 | 我認為使用超自然方式來解決電腦問題可以為使用者帶來許多樂趣。 | 0.689            |

|      |   |       |
|------|---|-------|
| 行為意圖 | 我認為使用超自然方式來解決電腦問題容易激發人們的好奇心。                | 0.181 |
|      | 我認為使用超自然方式來解決電腦問題可使人想繼續嘗試其他相關的超自然方式來解決電腦問題。 | 0.790 |
|      | 當我為了解決電腦問題時，我會尋求超自然方式來解決。                   | 0.808 |
|      | 當我為了解決電腦問題時，我經常使用超自然方式來解決電腦問題。              | 0.751 |
|      | 我會推薦他人使用超自然方式來解決電腦問題。                       | 0.792 |

資料來源：本研究整理

表 6.構念信效度與平均變數抽取量

| 構面   | 平均數    | 標準差   | Cronbach<br>ALPHA | AVE   | CR    |
|------|--------|-------|-------------------|-------|-------|
| 迷信   | 3.2677 | 0.781 | 0.798             | 0.576 | 0.803 |
| 行為態度 | 2.3511 | 0.482 | 0.913             | 0.781 | 0.914 |
| 主觀規範 | 3.4894 | 0.730 | 0.818             | 0.658 | 0.845 |
| 知覺有趣 | 2.8936 | 0.952 | 0.537             | 0.378 | 0.595 |
| 行為意圖 | 2.4628 | 0.730 | 0.825             | 0.625 | 0.833 |

資料來源：本研究整理

CR：組成信度=  $(\sum \text{標準化因素負荷量})^2 / (\sum \text{標準化因素負荷量})^2 + (\sum \text{各測量變項的測量誤差})$

AVE：平均變異抽取量=  $\sum (\text{因素負荷量})^2 / (\sum \text{因素負荷量}^2) +$

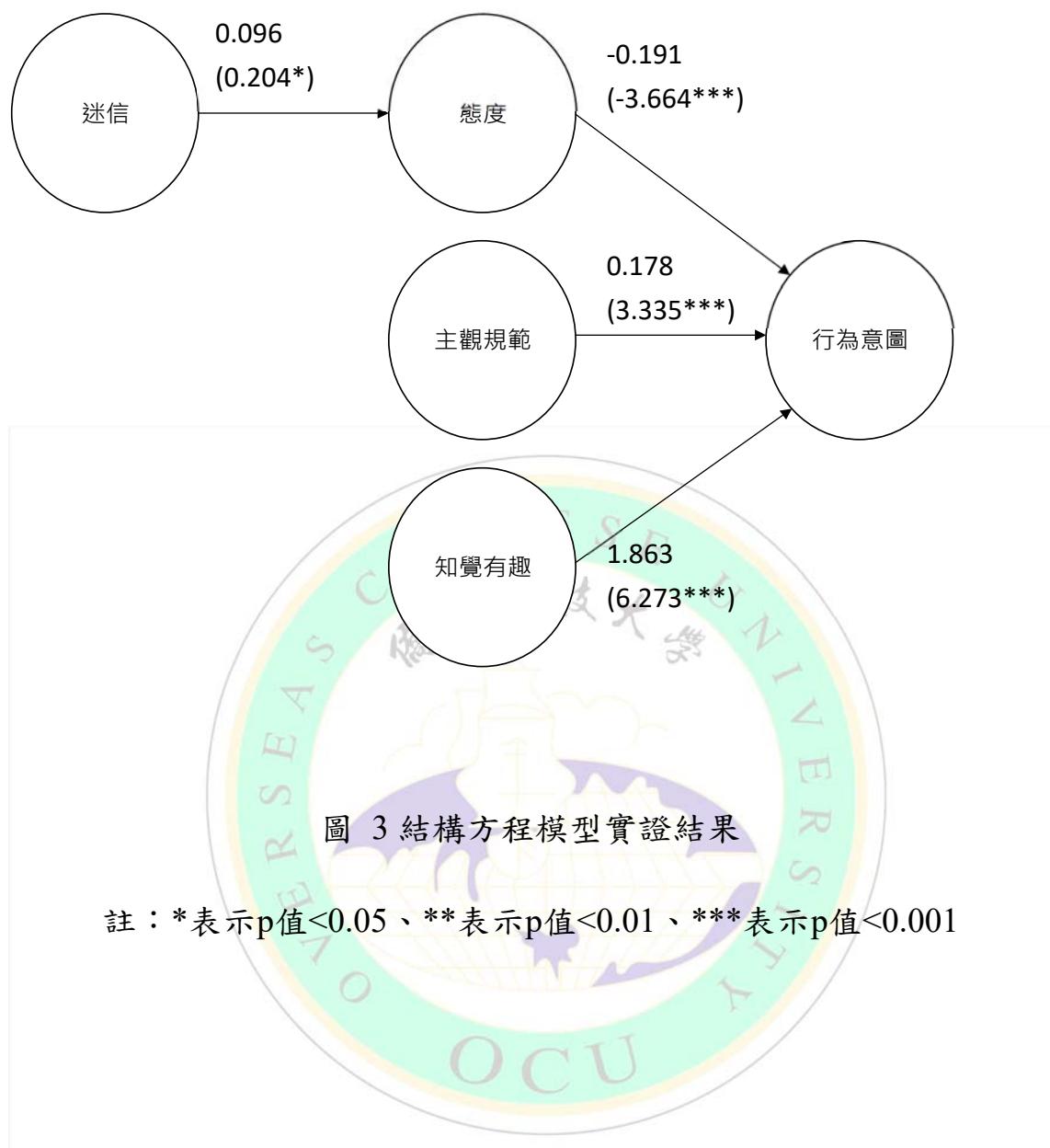
$\Sigma \text{var}$  (各測量變項的測量誤差)

表 7. 模式配適度

| 指標                            | 本測量模型<br>值 | 建議值  | 建議來源                         |
|-------------------------------|------------|------|------------------------------|
| CFI                           | 0.869      | >0.8 | Segars & Grover (1993)       |
| GFI                           | 0.852      | >0.8 | Jöreskog and Sörbom (1993)   |
| NFI                           | 0.817      | >0.8 | Segars & Grover (1993)       |
| RMSEA                         | 0.103      | <0.6 | Schumacker and Lomax (2004)  |
| 標準卡方檢定 ( $\chi^2/\text{df}$ ) | 2.989      | <5   | Schumacker and Lomax, (2004) |

資料來源：本研究整理

由結構方程模型實證結果得知，知覺迷信對行為態度為正向影響，表示資訊人員有迷信行為傾向。行為態度對行為意圖為負向影響，意指即使資訊人員知道資訊設備發生問題會造成心理上的壓力，也不願意使用超自然力量來解決電腦問題。知覺有趣對行為意圖為正向影響，意指，資訊人員認為在使用超自然力量可以提升其享樂價值時，資訊人員就會願意使用超自然力量來解決電腦問題。主觀規範對行為意圖為正向影響，也就是指當社會壓力或參考群體支持使用超自然力量來解決電腦問題時，則資訊人員就會使用超自然力量來解決電腦問題。



## 第五章 結論與建議

近年迷信因素逐漸被重視，但是回顧資訊人員與迷信的相關文獻，學術界對資訊人員與迷信之研究極少僅部分新聞報導。希望藉由本研究有更深入的探討，進而解釋資訊人員在進行迷信行為時，知覺迷信、主觀規範與知覺有趣對資訊人員的影響程度。

本研究主旨旨在探討知覺迷信、主觀規範與知覺有趣對迷信行為的影響，並文獻探討建構本研究之研究架構，且利用amos理論架構分析理論架構，其因素包括：認知知覺迷信、知覺有趣、主觀規範三個外生變數對行為態度、行為意圖二者之間的影響關係。

回顧研究流程，本研究之理論模式，驗證發現，資訊人員有「迷信」行為時，會正向影響資訊人員在使用超自然力量解決資訊設備發生問題時的「態度」，而在全球化經營的趨向下，經理人在他們想要經營的國家了解迷信的原因，可以幫助團隊好好發揮運作（Tsang,2004），例如不吃麥當勞或其他M開頭的餐飲公司來避免MO（Miss Operation，作業疏失）等；而資訊人員的「主觀規範」會正向影響資訊人員在使用超自然力量解決資訊設備發生問題時的行為意圖，進而影響資訊人員在使用超自然力量解決資訊設備發生問題的意願，尤以在這種高技術及經驗導向的資訊行業下，師徒制與學長姐經驗傳承會正向且直接影響資訊人員在使用超自然力量解決資訊設備發生問題時的行為，對此，經理人可以試著從第一線人員的角度去瞭解探討公司制度與實際操作上的迥異，例如「在關於乖乖大神的真人真事... (hayate43,2008) 一文中提到，由於新進員工不知道業界的禁忌而遭受主管與資深員工的譴責，演變至今，這些禁忌幾乎成了資訊業界不成文的「行規」；「知覺有趣」會正向影響資訊人員在使用超自然力量解決資訊設備發生問題的行為意圖，進而影響影響資訊人員在使用超自然力量解決資訊設備發生問題的意願，以「報稅系統一再出

包 網友說財政部買錯乖乖口味了」（聯合新聞網,2017）中提到，許多工程師都習慣放乖乖在機台上面，取其諧音乖乖，讓機器運作一切順利之意，更指定要「綠色包裝」的乖乖，又因為機台燈號通常正常運作為綠色，而研究顯示電腦使用者，在娛樂的同時也可以增加工作的生產力（Ahn, Ryu 和Han,2007），經理人或可以輕鬆看待這無傷大雅的有趣行為，一方面可以調劑資訊人員的身心，一方面也能增進資訊人員的產能；然而資訊人員的「態度」會負向影響資訊人員在使用超自然力量解決資訊設備發生問題的「行為意圖」，在實事求是的資訊產業裡，標準作業流程會是奉行的寶典與準則，面對使用不確定的超自然力量來解決資訊設備發生的問題似乎是非常的不切實際，經理人可試著建立起標準作業流程的方式來對於資訊人員的態度與行為意圖加以掌控。

## 第一節 研究限制

在本研究時間、學識上的限制，雖然力求研究周延，但是仍有研究限制，因此在本研究不足之處，礙於時間及受測者的問題無法對所有資訊人員進行調查，若將再深入研究資訊人員迷信行為探討將使本研究更完整。在加上本研究樣本數有限，故無法直接推論全國的現狀。

## 第二節 研究建議

在本文之前的文獻回顧中談到在相關文獻中甚少有人做過此主題，故本文可提供後續研究者研究時之參考，也望有拋磚引玉之效，由於本文有區域性的限制，無法作為全國性的討論，此乃缺憾之處。另在本文主要目的在於釐清資訊人員面對資訊設備產生問題時的看法、觀念與見解，並真實的反映現階段資訊人員的認知，在企業方面可讓業者參酌本研究之結果，以供其在人力資源運用上能特別注意。

## 文獻

王福生（2003），出版事業從業人員休閒態度與休閒活動參與關係之研究。朝陽科技大學休閒事業管理系，碩士論文。

尼瑪來了（2016），聯合新聞網。不能吃，但一定要擺！台灣工程師的「乖乖傳奇」。from

<https://oops.udn.com/oops/story/6681/1646538>。

李志宏（1999），組織公民行為意圖影響因素研究：以兩岸資訊人員為例。國立中央大學資訊管理研究所，博士論文，未出版。

張錦弘（2016-01-04），聯合報。學測開跑求考運 大學土地公別拜錯。from <http://a.udn.com/focus/2016/01/04/16567/index.html>。

陳華興（2017-03-02），台灣好新聞。希望機場捷運乖乖的？桃捷通車送6萬包「乖乖」。from <http://www.taiwanhot.net/?p=427092>。

郭芝函（20170326），中時電子報。土地公版泰山仙草蜜 在交大誕生了。from <http://www.chinatimes.com/realtimenews/20170326002810-260405>。

楊書銘（2001），強制垃圾分類政策對民眾資源回收行為之影響評估。國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文。

葉國樑（1996），臺北市國中學生垃圾分類行為意圖研究。衛生教育雜誌，16，1-19。

謝佳雯（2016-06-04），聯合財經網/產業/產業焦點。台積訂製乖乖要機台乖乖。from <https://money.udn.com/money/story/5612/1740260>。

Engel, J. R., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2001). Consumer

behavior. Orlando Florida: Harcourt Inc.

Fishbein, M. and I. Ajzen ( 1975 ) . Belief, Attitude, Intention and Behavior : An Introduction to Theory and Research : Reading, MA: Addison-Wesley.

Fishbein, M. and I. Ajzen ( 1975 ) . Belief, Attitude, Intention and Behavior : An Introduction to Theory and Research : Reading, MA: Addison-Wesley.

Harrison, David A. Peter P Jr. and Riemenschneider Cynthia K.1997,"Executive Decisions about Adoption of Information Technology in Small Business : Theory and Empirical Test" Information System Research ,Vol.8 ,Issue 2, pp.171-195.

Hartman, J. B., Shim, S. Barber, B., and O' Brien, M., (2006) , "Adolescents' utilitarian and hedonic web-consumption behavior: Hierarchical influence of personal values and innovativeness," Psychology and Marketing, 23, 813-839.

Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004) . Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the internet? Journal of Interactive Marketing, 18 (1) , 38-53.

Holbrook, M. B., and Hirschman, E. C. ( 1982 ) , "The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun," Journal of Consumer Research, 9, 132-140.

Hsu, C. L., & Lin, J. C. C. ( 2008 ) . Acceptance of blog usage: The roles

of technology acceptance, social influence and knowledge sharing motivation. *Information & Management*, 45 (1), 65-74.

Hsu, C. L., & Lu, H. P. (2004). Why do people play on-line games? An extended TAM with social influences and flow experience. *Information & Management*, 41 (4), 853-868.

Jahoda, G. (1969), *The psychology of Superstition*. New York: Penguin.

Kotler, Philip J., (1991), *Marketing Management*, Seventh Edition, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Lin, H. F. (2006). Understanding Behavioral Intention to Participate in Virtual Communities. *Cyber Psychology & Behavior*, 9 (5), 540-547.

Lip,E. (1992), "Chinese Numbers: Significance, Symbolism, and Traditions," Times Books International, Singapore.

Malinowski, B. (1954), *Magic, science, and religion*. New York: Doubleday.

Moon, J. W. and Y. G. Kim (2001), "Extending the TAM for a World-Wide-Web Context," *Information and Management*, 38 (4), 217-230.

Moon, J. W., and Kim, Y. G., "Extending the TAM for World-Wide-Web Context," *Information and Management*, Vol.38, pp.217-230, 2001.

Oh S.H., KimY.M., Lee C.W., Shim G.Y. , Park M.S. and Jung H.S. (2009), "Consumer Adoption of Virtual Stores in Korea: Focusing on the Role of Trust and Playfulness," *Psychology & Marketing*, 26 (7),

652 – 668.

Robbins, S. P., ( 1993 ) , Organizational Behavior, N.J. Prentice-Hall Inc, pp.670-673

Schiffman, L .G. and L. L. Kanuk, 2000. Consumer Behavior, Upper Saddle River, N.J: Prentice Hall.

Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk, ( 2004 ) , Consumer Behavior, 8th Edition, Pearson Education Inc., Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall.

Simmons, L. C. & Schindler, R. M. 2003. Cultural superstitions and the price endings used in Chinese advertising. *Journal of International Marketing*. 11 ( 2 ) : 101-111.

Thomas' R. Murray. ( 1997 ) Moral development theories- secular and religious. Westport, CT: Greenwood Press.

Tobacyk, J. J. ( 2004 ) , “A Revised Paranormal Belief Scale.” *The International Journal of Transpersonal Studies*, vol.23

Van der Heijden, H ( 2003 ) , “Factors influencing the usage of websites: The case of a generic portal in the Netherlands,” *Information and Management*, 40 ( 6 ) , 541-549.

Vyse, S. A. ( 1997 ) , Believing in Magic: The Psychology of Superstition. US: Oxford University Press.

Weber, A. L. ( 1992 ) . Social psychology. NY: Harper Collins Publishers.

Wiseman, R. and Watt, C. ( 2004 ) , “Measuring superstitious belief:

why lucky charms matter.” Personality and Individual Differences, vol.37, no.8, p.1533-1541.

Zhang, J., and Mao, E. (2008) , “Understanding the acceptance of mobile SMS advertising among young Chinese consumers,” Psychology and Marketing, 25 (8) , 787 - 805



## 附錄

親愛的先生、女士您好：

這是一份學術性研究的問卷，目的在於了解「資訊從業人員迷信行為之研究」，請您依據個人的真實想法，詳細填寫這份問卷的每一個問題。本問卷結果僅供學術研究之用，資料內容絕不對外洩漏，敬請安心作答。您的熱心參與將有助於本研究的順利完成，懇請您務必回覆，在此向您獻上衷心的感謝。

敬請鈞安

僑光科技大學企業管理系  
指導教授：莊淑婷博士  
學 生：張晏榕

填卷說明：

請您仔細閱讀下列敘述並指出您同意/不同意的程度：

|       |     |    |    |      |
|-------|-----|----|----|------|
| 非常不同意 | 不同意 | 普通 | 同意 | 非常同意 |
| 1     | 2   | 3  | 4  | 5    |

### ◎迷信

1. 我相信數字4帶有不吉利的意涵。  
2. 我相信外在的風水環境具有影響個人命運的可能性。  
3. 我相信透過某些儀式和咒語可以影響他人。

此處的超自然方式係指擺放乖乖、帶避邪招運之物、拜拜、念經做法或改變風水等等行

### ◎知覺有趣

1. 我認為使用超自然方式來解決電腦問題可以為使用者帶來許多樂趣。  
2. 我認為使用超自然方式來解決電腦問題容易激發人們的好奇心。  
3. 我認為使用超自然方式來解決電腦問題可使人想繼續嘗試其他相關的超自然方式來解決電腦問題。

### ◎主觀規範

1. 我的同儕支持我使用超自然方式來解決電腦問題。  
2. 我的家人支持我使用超自然方式來解決電腦問題。  
3. 我的工作夥伴支持我使用超自然方式來解決電腦問題。

|   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

### ◎使用態度

1. 我覺得尋求超自然方式來解決電腦問題，會是一個不錯的想法。  
2. 我覺得尋求超自然方式來解決電腦問題，會很有趣且值得嘗試。  
3. 我覺得尋求超自然方式，會提昇解決電腦問題的可能性。

|   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

### ◎行為意圖

1. 當我的電腦發生問題時，我會尋求超自然方式來解決。  
2. 當我的電腦發生問題時，我經常使用超自然方式來解決電腦問題。

|   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

|       |     |    |    |      |
|-------|-----|----|----|------|
| 非常不同意 | 不同意 | 普通 | 同意 | 非常同意 |
|-------|-----|----|----|------|

3. 我會推薦他人使用**超自然方式**來解決電腦問題。

|                          |                          |                          |                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|

◎個人基本資料

請教您一些個人基本資料，這些只是作為統計分析用，絕不對外公開，請放心填答。

1. 您的性別： 1男 2女
2. 您的年齡： 118歲以下 219-25歲 326-30歲 431-35歲 536-40歲  
641-45歲 746-50歲 851-55歲 956-60歲 1060歲以上
3. 教育程度： 1國中以下 2國中 3高中職 4專科／大學 5碩士 6博士
4. 宗教信仰： 1民間信仰 2佛教 3道教 4基督教 5天主教 6其他宗教
5. 產業別： 1公 2教 3製造業 4服務業 5自由業 6其他
6. 平均月收入： 110,000元以下 210,001-25,000元 325,001-40,000元  
440,001-60,000元 560,001-80,000元 680,001-100,000元 7  
100,000以上

【問卷到此全部結束，感謝您熱心的協助，謝謝！】

