

投稿類別：資訊類

篇名：

高職生對於社群網站滿意度之探討--以 Facebook 為例

作者：

林芷萍。高雄市私立樹德高級商業家事職業學校。資料處理科三年十五班

吳雅茵。高雄市私立樹德高級商業家事職業學校。資料處理科三年十五班

楊聿琳。高雄市私立樹德高級商業家事職業學校。資料處理科三年十五班

指導老師：

謝碧玉 老師

## 壹●前言

### 一、研究動機

隨著網路發達，民眾也逐漸依賴網路作為溝通的管道。不論是電子郵件、即時通訊軟體或是討論區，都成為民眾生活中不可或缺的元素。社群網站亦從此股風潮中開始盛行。

自社群網站盛行以來，登入社群網站更新自己的狀態、看看朋友們的狀態、照片等等，已經是許多人每日生活的例行公事。而且行動裝置上網逐漸普遍，更是讓網友與社群網站越來越分不開。根據近兩年創市際 ARO 資料庫的數據，社群網站的到達率不斷攀升，且社群網站瀏覽頁數佔總瀏覽頁數的比例，從 2008 年 10 月的 20% 到 2010 年 8 月的 35%，近兩年成長了 15%，顯示社群網站不光是使用者越來越多，使用的量也越來越大(創市際，2010)。

2010 年 9 月台灣社群網站到達率前 5 名分別為無名小站(82.74%)、Face book(79.76%)、痞客邦(67.54%)、MSN Live Spaces(28.24%)與噗浪(22.64%)。其中可以看到 Face book 的網友使用狀況逐漸逼近一直佔據台灣社群龍頭位置的無名小站(創市際，2010)。Face book 是目前網際網路上社交平台中，可以說是規模第二大且熱門的網路社交平台，站上有各式各樣的應用程式，例如：塗鴉牆、心理測驗、小遊戲...等，藉由平台中互動機制，讓人際的互動不僅在網路上運作，在實際生活中也逐漸發酵。

### 二、研究目的

Facebook 平台上，可以彙集共同興趣的愛好者，到此平台毫無約束的寫作，或分享自己的生活經驗，甚至有人不貢獻任何心力，也到此平台搜集自己有用的資訊，本研究主要的目的：

(一)探討高職生對社群網站的操作介面的滿意度。

(二)探討 Facebook 的各項功能的使用滿意度。

### 三、研究方法

蒐集社群網站相關的報章雜誌、書籍與網路資料等，加以閱讀整理後，

統整出 Facebook 的使用情形，並進行使用滿意度之探討分析。透過發放問卷，調查高職生對於 Facebook 使用滿意度。

#### 四、研究限制

由於使用交友社群網站的使用者眾多，而且分佈於世界各地，我們因為人力的限制而無法在全國各地甚至其他國家發放問卷。因為學生的時間無法配合與金錢上的限制，因此只做問卷進行調查。

### 貳●正文

綜觀研究文獻與今日的 Facebook 的風靡程度，時下在學學生幾乎都是此平台的熱愛者，平台由於人口眾多，很多人願意將文章與活動照片，加上多數的專家將自己妻愛的收藏，全數的分享經驗。本章以學者文獻與網路資訊，對於本研究的理論依據。

#### 一、社群網站

幾位熟悉的人，因共同興趣定時或定點的談論某件共同話題，這是經常看到的行爲，但是，自從網際網路盛行後，很多人可以定點或定時，在線上談論共同的議題，本節次對於線上的社群與此虛擬社群的定義與功能，進一步說明。社群網路為資訊的交流與分享提供了新的途徑。作為社群網路的網站一般會擁有數以百萬的登記使用者，使用該服務已成爲了使用者們每天的生活。社交網路服務網站當前在世界上有許多，知名的包括 Facebook、Myspace、Orkut、Twitter 等等。人人網、開心網、麥樂行等則在中國大陸較有名氣。

#### 二、社群網站之功能

##### (一) 交友網站

網路交友是近年來網際網路熱門的話題之一，根據美國調查機構 Nielsen NetRatings 在 2006 年二月五日所做的英國網路行爲調查統計中，會員制的社群網站每個月吸引超過一半以上的網路使用者進入瀏覽參觀，其中又以交友網站穩居首位。在 Yahoo! 奇摩搜尋引擎登錄的各類型交友網站有 3934 筆，PChome Online 網路家庭有 6541 筆，面對這麼多選擇的情況下，交友網站在交友服務市場的定位即顯得非常重要，交友網站如

何抓住目標族群並提供對應的服務，就成為交友網站經營者最為重視的議題之一，如此才能在競爭激烈的交友服務市場中佔有一席之地（紀姿吟，2006）。

(二)拍賣網站：隨拍賣物件數目、種類及拍賣的目的不同，發展出不同的拍賣程序與規則來配合。

(三)旅遊網站：網際網路時代來臨，許多產業紛紛走向數位化，旅遊產品屬於無形的體驗性服務，適合發展電子商務，於是線上旅遊網站應運而生。

(四)人力銀行網站：人力銀行網站係指提供各行各業勞資雙方在線上登錄資料的服務，以滿足雙方求職徵才需求的網站。

(五)入口網站：入口網站係指網路使用者通往網際網路的大門。

### 三、使用滿意度

雖然，時下多數人會以瀏覽 Facebook 社群網站為休閒舒壓，但是，從建立至今功能日漸增多，也吸引了來自不同層次與年齡層的電腦使用者，如此眾多的到訪者，是否對平台上的功能都滿意，或者發現某些不理想的功能。

Kotler(2000)滿意度指一個人感覺的程度高低。源自於對產品功能性的知覺與個人對產品的期望兩者比較之後所形成的。如果功能性遠超過期望者，則顧客者，則顧客有高度的滿意水準。由於滿意度來自於對產品功能特性或結果的知覺，以及與個人對產品期望兩者比較後所形成感覺愉悅或失敗的程度。

### 四、Facebook 起源概述

#### (一)Facebook 起源

Facebook 的創辦人是馬克·左克柏（Mark Zuckerberg），他是哈佛大學的學生，之前畢業於阿茲利高中。Facebook 的名字是來自傳統的紙質「花名冊」，通常美國的大學和預科學校把這種印有學校社區所有成員的「花名冊」發放給新入學或入職的學生和教職員，協助大家認識學校內其他成

員。最初，Facebook 的註冊僅限於哈佛學院的學生，在隨後的兩個月內，註冊擴展至波士頓地區的其他高校（如麻省理工學院）以及史丹福大學、紐約大學、西北大學和所有的長春藤名校。第二年，很多其他學校也被邀請加入。最終，在全球範圍內有一個大學後綴電子郵箱的人（如.edu, .ac.uk 等）都可以註冊。之後，在 Facebook 中也可以建立起高中和公司的社會化網路。而從 2006 年 9 月 11 日起，任何用戶輸入有效電子郵件位址都可申請。用戶可以選擇加入一個或以上網路，例如中學的、公司的、或地區。

## (二)Facebook 發展現況

根據 2007 年 7 月的數據，Facebook 在所有以服務大學生為主要業務的網站中，擁有最多的用戶：3400 萬活躍用戶（包括在非大學網路中的用戶）。由 2006 年 9 月至 2007 年 9 月間，該網站在全美網站中的排名由第 60 名上升至第 7 名。同時 Facebook 是美國排名第一的照片分享站點，每天上載 850 萬張照片。這甚至超過其他專門照片分享站點，如 Flickr。2010 年 3 月，Facebook 在美國的訪問人數已超越 Google，成為全美存取量最大的網站。Facebook 全球活躍用戶數預計將於 2010 年 6 月底之前突破 5 億，成為全世界最大的社群網站。

## (三)Facebook 網站功能介紹

透過 Face book，使用者加入會員之後，可建立個人檔案、上傳照片、寫日記、玩小遊戲與使用朋友名單的連結，以擴大社交範圍。除了可透過搜尋功能找到失聯已久的朋友，還可隨時被告知朋友的動向（會員可選擇開放這個功能與否），加入各種有興趣的社群團體，及使用佈告欄，用文字、照片、影片或音樂與朋友分享自己的心情或生活（傅沁怡，2008）。有：網路平台、社交網站、網誌社群、塗鴉牆（The Wall）、戳（Pokes）、市場（Marketplace）、粉絲團、即時通知及聊天室等。

## (四)Facebook 的影響力

Facebook 是從一個熱門的遊戲開心農場開始。這股熱潮讓許多上班族們，無不利用工作空檔的休息時間，上去體驗當農夫的感覺，種種菜、採採成熟的果實。因而使政府機關下公告禁止上班時間「種菜」。Face Book 網路遊戲身受國內使用者之喜愛，因此，「根據八月份的 Google Trends for Websites 流量趨勢報告指出，Face book 在台灣的流量已逼近每日四十萬人次」。社群網站「Face book」引發熱潮，影響力廣受討論，附屬的互動遊戲「開心

農場」有鼓勵行竊、使人沉迷等負面評價，但善加利用，也有正面影響。

### 三、研究設計

#### (一)研究變數

- 1.天氣預報、彩妝美容：提供警、特報等天氣資訊；集合美妝、保養，樂活的美麗分享 CLUB。
- 2.粉絲團、遊戲：公眾人物粉絲團；開心農場，開心水族箱，動物樂園。
- 3.社團、活動：以文化、學術或公益性為主的非政府組織；完成某一獨特的產品或服務所做的一次性努力。
- 4.塗鴉牆、狀態：用戶檔案頁上的留言板；讓用戶向他的朋友在 Facebook 顯示他們現在在哪裡、做甚麼。
- 5.網誌、相簿：通常由個人管理，不定期張貼新的文章、圖片或影片的網頁；為執行、儲存以及翻閱、分享於網際網路的相簿。
- 6.視訊：泛指將一系列的靜態影像以電信號方式加以捕捉、紀錄、處理、儲存、傳送與重現的各種技術。
- 7.滿意度：社會學者將滿意度量化的方法，以方便研究人員對滿意度的統計，分析或比較。

#### (二)研究架構

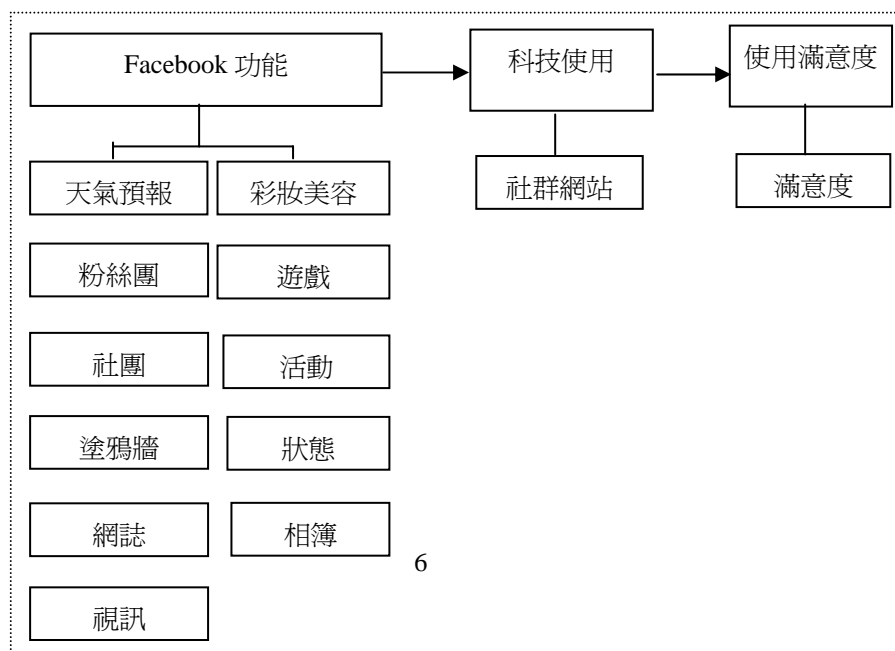


圖 1. 研究架構圖

### (三)問卷設計

依據研究變數進行設計，每個 Facebook 研究變數皆有題項，先與同學檢視問卷內容的正確性，再給老師檢視問卷初稿，修改後再發放進行問卷調查。

研究對象為本校學生，採比例隨機發放，顧及問卷回收率，採一對一的發收方式，過濾問卷填答的有效性，將 1 份沒有完整填答與無心填答的問答視為無效問卷，回收率為 99%。將 99 份填答資料輸入，進而以電腦軟體進行彙整與統計分析，利用統計圖表分析各個研究因素之間的影響。

## 四、問卷結果與統計分析

### (一)樣本分析

有效樣本中，受測者的性別比例為男性佔 45%，女性佔 55%。顯示受測者為平均調查。以高三學生佔最大多數，共 74%，其次為一、二年級，佔 11%和 15%，只佔了全體的 26%。

### (二)Facebook 提供功能滿意度分析

將 Facebook 功能依操作介面、符合需求的滿意度分析，分別瞭解高職生對於社群網站的操作介面的滿意度與各功能的滿意度。整理如下：

#### 1. Facebook 操作介面的滿意度

在問卷題項 1、題項 6、題項 8、題項 12、題項 14、題項 16 與題項 18，對於介面操作的滿意度分別為天氣預報 84%、遊戲 94%、社團 90%、塗鴨牆 93%、狀態 93%、網誌 92%與相簿 93%。

其中，受訪者對於介面容易操作非常不滿意，遊戲、社團及網誌僅 2%，如：圖 2～圖 4 所示；塗鴉牆、狀態及相簿 3%。

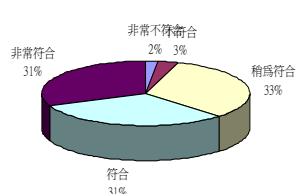


圖 2 遊戲容易操作比例圖

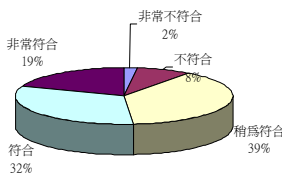


圖 3 社團容易操作比例圖

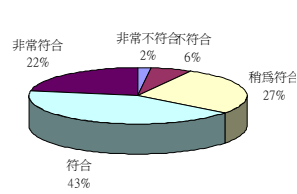


圖 4 網誌容易操作比例圖

## 2. Facebook 各項功能的滿意度

在問卷題項 2、題項 3、題項 4、題項 7、題項 10 與題項 20，對於介面操作的滿意度分別為彩妝美容 77%、粉絲團 90%、遊戲 92%、社團 87%、活動 93% 與視訊 71%。

其中，受訪者認為功能符合需求非常不滿意，活動 1%、社團 3% 及粉絲團 4%，如：圖 5～圖 7 所示；遊戲、彩妝美容 5%。

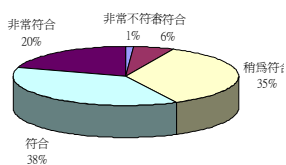


圖 5 活動符合需求比例圖

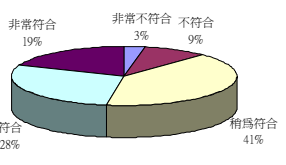


圖 6 社團符合需求比例圖

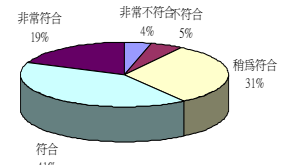


圖 7 粉絲團符合需求比例圖

## 3. 介面操作、符合需求外的滿意度

### (1) 認為遊戲是美觀、喜歡參與活動及利用塗鴉牆與好友交流資訊

經過分析調查結果，發現分別為：遊戲是美觀 90%、喜歡參與活動 90% 及利用塗鴉牆與好友交流 93%。受訪者認為不滿意為遊戲是美觀 2%、活動參與 3% 及塗鴉牆 1%。

### (2) 觀看好友狀態分享心情、利用網誌分享心情及使用相簿分享生活照

經過分析調查結果，發現分別為：觀看好友狀態分享心情 94%、利



用網誌分享心情 85%及使用相簿分享生活照 91%。受訪者認為不滿意為觀看好友狀態分享心情 1%、利用網誌分享心情 3%及使用相簿分享生活照 3%。

### (3)利用視訊與好友交流

經過分析調查結果，發現有 73%的受訪者認為 Facebook 所提供的視訊，用來與好友交流是滿意，僅 7%受訪者認為所提供的的視訊，在與好友交流是非常不滿意，由此可見，受訪者喜愛利用視訊與好友進行交流。

## 參●結論與建議

### 一、結論

本研究主要目的在探討高職學生對 Facebook 社群網站所提供功能的滿意度，主要是透過文獻探討法與問卷調查法。

根據本研究統計結果，首先，本研究發現高職學生對 Facebook 社群網站所提供的功能，平均的滿意程度為 88%，平均不滿意為 12%，顯示所提供的功能具高的滿意程度。其次，如圖 5-1 所示，在塗鴉牆、狀態及遊戲受訪者，有非常高的滿意度，顯示高職學生喜愛在 Facebook 網站上，所提供的遊戲種類，如開心農場、水族箱等遊戲皆是高職學生所喜愛。高職生在塗鴉牆、狀態 94%的滿意度，學生可以隨時在留言板留言及觀看好友的狀態。

最後，發現 Facebook 網站功能中，彩妝美容資訊與視訊功能，高職學生認為是較低的滿意度，可由受訪者比為各半，可能男女生對彩妝功能的使用次數的差異所造成；而在視訊功能上，可由迄今盛行的即時通訊軟體種類較多，使用的喜好因人而異。

### 二、建議

(一)Facebook 的功能高職學生具較高的滿意程度，可見學生在 Facebook 社群網站上著力不少，顯示學生可藉由此網站與好友交流，人際關係可以擴展為對高職學生是一種不錯的管道，但是，在時間管理上是否得宜，值得自我約束。

(二)Facebook 的功能遊戲、視訊、網誌等，家長應注意孩子是否交友異常，或

沉浸於網站上而無法正常求學的狀況。

(三)Facebook 盛行於高職學生的生活中，對於呈現負面影響層面的，仍有待政府單位控管不正當社群網站，以防範影響學生身心健康。

#### 肆●引註資料

- 1、王祖健(2002)，網站技術、服務品質及購買成本對於網路商店顧客滿意度與忠誠度之影響，國立成功大學國際企業研究所碩士論文。
- 2、林鴻智(2010)，高中生寂寞感對社群網站使用意願之影響—以高雄市高中生為例，國立中山大學傳播管理研究所碩士論文。
- 3、紀姿吟、李世華、皮世明等(2006)：“交友網站經營模式之研究”。台灣商管與資訊研討會。TBI2006。2006年11月1日
- 4、許孟祥、詹佳琪(2002)：“虛擬社群之知識分享、知識品質及夥伴關係品質對網路社群成員滿意度之影響”。資訊管理學報。(TSSCI) (9:1)。2002。pp. 1-20。
- 5、創市際市場研究顧問電子報(2010)：社群網站。2010/12/25。  
取自：<http://news.ixresearch.com/>
- 6、黃啓瑞、蔡建雄、許育群(2009)：“服務品質、顧客滿意度與品牌經營—以台灣訊聯臍帶血銀行為例”中小企業發展季刊。第十五期。pp. 111-129。
- 7、電子商務時報(2010)：男女大不同 社群網站玩不同。2010/09/27。  
取自：<http://www.ectimes.org.tw>
- 8、維基百科(2010/11/28)：人際關係理論。2010/12/02。取自：<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/>
- 9、維基百科(2010/12/20)：Facebook。2010/11/25。取自：<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/>
- 10、維基百科(2010/12/25)：社交網路服務。2010/11/25。取自：<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/>