

# 宗教情境下科技接受模式之實證研究－以某宗教基金會為例

## An Empirical Study of the Technology Acceptance Model in Religious Contexts - A Case Study in a Religious Foundation in Taiwan

游堯忠<sup>1</sup>劉定衢<sup>2</sup>張景淳<sup>3</sup>莊喻銅<sup>4</sup>

(Received: Oct.27, 2018 ; First Revision: Nov. 19, 2018 ; Accepted: Dec. 15, 2018)

### 摘要

過去鮮少有研究在宗教情境下，對資訊系統的接受影響進行研究，因此本研究旨在宗教情境下，探討宗教信念與主觀幸福感對科技接受模式知覺有用性與知覺易用性及行為意圖的影響效果。本研究以某宗教型非營利組織之「宗教活動經營管理系統」使用者為樣本，共發出 360 份問卷，有效回收樣本數為 258 份。後續再以 SPSS 24 與 Smart PLS 3.0 等統計工具，進行結構方程模式驗證。

研究結果發現，宗教信念對主觀幸福感有正向影響效果，且主觀幸福感對知覺易用性有正向影響效果；但對知覺有用性之影響並不顯著。本研究在宗教情境下拓展了科技接受模式的前置變項，探討宗教信念跟主觀幸福感對科技接受的影響，發現當宗教團體推展相關系統時，應提升宗教信念進而提升使用者的幸福感知，進而提升系統的接受度。

**關鍵詞：**宗教信念、主觀幸福感、科技接受模式

### Abstract

In the past, there have been few studies on the acceptance of information systems in religious situations. Therefore, the purpose of this study is to explore the effects of religious beliefs and subjective well-being on perceived usefulness, perceived ease of use and behavioral intention of Technology Acceptance Models(TAM). The study takes the “religious activities management system”, which used to use a religious non-profit organization as a sample. A total of 360 questionnaires were distributed and there are 258 valid were received. Based on the method of Partial Least Squares(PLS), the verification on Structural Equation Modeling(SEM) is carried out by using the statistical software SPSS 24 and Smart PLS 3.0 as tools for analysis.

The analysis result indicates that the subjective well-being shows statistically significant positive effect on the perceived Ease of use and the perceived ease of use has positive effect on the perceived usefulness, as well as the subjective well-being has positive effect on the perceived ease of use. And, the subjective well-being does not have obvious relatedness on the perceived usefulness. The study expands the pre-variation of the TAM in the influence of Religious. Exploring the influence of religious beliefs and subjective well-being on the acceptance of science and technology. It is found that when religious groups promote the relevant systems, religious beliefs should be promoted to enhance the user's sense of happiness, and thus improve the acceptance of the system.

**Keywords:** Religious Beliefs, Subjective Well-Being, Technology Acceptance Model(TAM)

<sup>1</sup>國防大學資訊管理學系 助理教授

<sup>2</sup>國防大學資訊管理學系 助理教授

<sup>3</sup>國防大學資訊管理學系 研究生

<sup>4</sup>國防大學資訊管理學系 研究生

## 1.前言

### 1.1 研究背景與動機

漢人在移民開發過程中，為祈求生命財產之安全，多將生活重心寄託於神祇信仰上，也促成台灣漢人社會宗教信仰之興盛(謝宗榮，2003)。2014年臺灣社會變遷基本調查宗教與文化組(第六期第五次)資料顯示，臺灣信仰民間信仰者為48.3%(中央研究院人社中心調查研究專題中心，2015)。表示大多數人都會尋找宗教信仰的寄託，在遇到挫折、壓力時，需要依靠宗教信仰的力量脫離困境，獲得壓力的釋放與紓解。

現代人因整體生活環境及社會壓力過大，宗教信仰是一種紓解壓力、改善情緒的管道，並且在學習過程中能從同儕給予的社會支持獲得安慰。因此，某宗教型非營利團體積極辦理各項社會教化活動，接引想學習佛法的民眾們親近道場，學習認識正信之佛教、人間之佛教，為社會注入關懷與安定的力量，以心靈環保的理念，提升民眾之身心靈品質。但過往在推展各項活動時，主要以紙本及人工方式作業；因無導入資訊系統，讓使用者覺得耗時又不便利，且各項資料無法有效保存，並且無法持續追蹤學員佛法修習狀況，進而達到顧客關係之管理，因此對於佛法成果推展有所窒礙。因此，經評估後決定導入資訊系統，希望在佛法的推展上有更好的成果，可更便利的隨時接觸到佛法，給予及時的解惑及心得分享，增進使用者的互動及情感，使心靈及知識層面都能相互成長學習。

因此本研究以該宗教型非營利團體為研究對象，探討該宗教型非營利團體導入資訊系統後，影響該系統使用行為之因素。林婷芳(2016)研究指出成年人之「整體宗教信仰」參與度和認同度愈高，其「整體生活壓力」程度就愈低。國外研究者 Maselko and Kubzansky(2006)發現宗教信仰與幸福感呈現正相關。劉一蓉與蘇斌光(2009)也發現「宗教動機」與「宗教傳統」會影響生活滿意度。而且過去少有研究探討在宗教情境之下之資訊系統使用行為，故本研究以宗教信念與主觀幸福感做為科技接受模式的前置變項，瞭解影響系統行為意圖之關鍵因素。

### 1.2 研究目的

根據研究背景與動機，本研究將探討宗教情境下影響資訊系統使用行為意圖之關鍵因素。本研究期望獲得目的如下：

- 一、以主觀幸福感做為新的前置影響變數，探討其對科技接受模式之影響。
- 二、瞭解宗教信念對於主觀幸福感之影響，並在主觀幸福感之趨使下，使用者對宗教活動經營管理系統之知覺有用性、知覺易用性及行為意圖是否有所影響。
- 三、進行實證研究並驗證所建立之假說，期望做為宗教組織推展資訊系統的參考。

## 2.文獻探討

### 2.1 宗教型非營利組織

宗教組織是由宗教信眾經由宗教生活並透過它進行活動的機構、團體、會社、社區或其他形式的群體。而維繫這類群體，規範宗教生活，指導宗教活動的規章、教法、體制、慣例和傳統者即為宗教制度。組織和制度自然維持密不可分的關係，組織靠制度建



立與維繫，制度屬於組織，兩者均為宗教不可或缺的外部形式(張麗君，2013)。而非營利組織(Non-Profit Organization, NPO)，又稱為第三部門，最早興起於美國，介於企業(第一部門)、政府(第二部門)間，彼此是合作亦是競爭關係。宗教型非營利組織為第三部門的先驅，除了符合非營利組織的盈餘不分配、民間組織與合法組織結構等要素，也具備了宗教性的共同特質，例如宗教信仰與教義弘揚、人道關懷與倫理重建、促進國際合作與和平(王允士，2008)。

綜觀臺灣的宗教型非營利組織多以魅力型領導為主，成員們因受到領導人個人特質與受組織使命的感召，進而參與組織活動。整體而言，宗教型非營利組織和其他型態非營利組織在運作上並未有明顯的差異，皆需受到主管機關管轄，並遵守相關法令規範，除了宗教信仰本身就是一個強大的內在驅動力，而成員們大多都有強烈的使命認同感，所以更願意資助或投入時間於組織團體之中。

## 2.2 宗教的意義

宗教(Religion)常被視為有系統的組織，包含信念、崇拜、傳統及神聖儀式，其源於拉丁文字根Religare，為聯結在一起或表達展現所關注之意。心理學家認為宗教具有複雜且多重面向，無法化約為簡單架構；宗教包含儀式、教義信條、情感、知識、倫理規範與社群六個基本成分(Hood, Spilka, Hunsberger & Gorsuch, 1996)。

宗教具有「撫慰與統整」及「互補與創造」的功能(歐陽教，1992)。宗教對個人和社會具有啟示性、教育性、社會性和娛樂性等正面積極的功能(李志夫，1998)。宗教對於「個人」的正面功能包括：解除對生命意義的困惑、獲得生命意義的價值、維持觀念體系的和諧、獲得心理的歸屬感、使人的心理有所慰藉、減低焦慮促進心理健康、強化自律的道德良心；而宗教對於「社會」的正面功能則包括：整合社會集體情感、安定社會民心、加深加廣文化內涵、人類所不能及的領域之補償作用、促進人際交往、調節人們的思想意志行為、促進政治經濟科學教育藝術領域的進步、有助於社會福利的推行(徐孟弘，2006)。

### 2.2.1 宗教信仰

宗教信仰(Religious Belief)是指個人對所信仰宗教之內在精神與價值觀念、進而影響外在行為準則及宗教儀式參與程度。依照各個宗教的性質、合理性及其宗教教義道德觀念來探討其中的細節(Audi, 2008)。宗教信仰的一致性，是從個人與宗教的思想、行為、態度及觀念等連接形成，於長期接觸宗教的環境之下進而影響個人思想、行為與宗教教義的融合。而宗教的內在因素就是以宗教信仰一致性來為銜接，外在因素則是參加與宗教有關活動與慶典，這些將有助於個人認識宗教的內在精神和外在行為與活動，長期參與宗教活動，將會提升個人的宗教信仰(Driskell & Lyon, 2011)。楊桂芬(2012)則指出老人在宗教信仰方面，有宗教信仰者的幸福感高於無宗教信仰者。Helliwell and Putnam(2004)研究指出人們宗教信念愈高且經常參與教堂活動與主觀幸福感有強烈的正相關。學者錢奕良(2013)指出宗教信念對於綠色產品購買意願會提高，消費者願意遵從各自宗教信仰的倡導，有著保護環境而購買綠色產品的意願。Alexander(2016)研究表示宗教信念有助



於遏止青少年吸菸。綜上可知宗教信念對於宗教團體嘗試推展之活動，具有一定的正向影響效果。

### 2.2.3 宗教行為

宗教行為(Religious Behavior)為信仰的實踐，透過一定的活動來達成信仰的目標與情感的滿足。國外相關研究(Smith & Kim, 2003)也指出宗教行為係指聚會出席、禱告、家庭內關於宗教的活動。而國外宗教行為相關研究多以基督教或天主教為主，並多以聚會或禮拜出席為主要研究內容。宗教行為的定義與內涵，因不同研究與信仰而略有差異，國內宗教行為的研究學者釋聖嚴(1982)、呂大吉(1993)、鄭志明(2001)、黃麗馨(2008)等大多認為宗教行為即為教會聚會出席、到寺廟或教會、捐獻金錢多少、一年內捐獻金錢的頻率、每個宗教特有的宗教行為等等。綜整上述，宗教行為是一種外在表現，其表現方式會因不同宗教而有所不同。

### 2.3 科技接受模式相關理論

理性行為模式(Theory of Reasoned Action, TRA)源自於社會心理學，由Fishbein and Ajzen (1975)所提出的理論，是一種社會心理學，以態度、主觀規範與行為意願解釋，認為人類通常是理性的，可以有系統的使用取得資訊，並應用於假設之上。根據此理論，人類的某些特定行為是由其行為意圖(Behavioral Intention)所決定。而行為意圖又由個人行為態度(Attitude Toward)和主觀規範(Subjective Norm)所決定。

而科技接受模式(Technology Acceptance Model, TAM)是Davis (1989)以理性行為理論(TRA)為基礎，以知覺有用性(Perceived Usefulness, PU)及知覺易用性(Perceived Ease of Use, PEOU)兩個構面，來解釋使用者願意使用特定科技的意願的一個模式。認為使用者接受新科技的外在因素，是透過知覺有用性與知覺易用性兩個關鍵中介因素，對使用者之使用行為意圖產生影響，再轉而影響實際行為，而科技接受模式理論普遍用於解釋或預測資訊科技使用的影響因素，如圖 1。

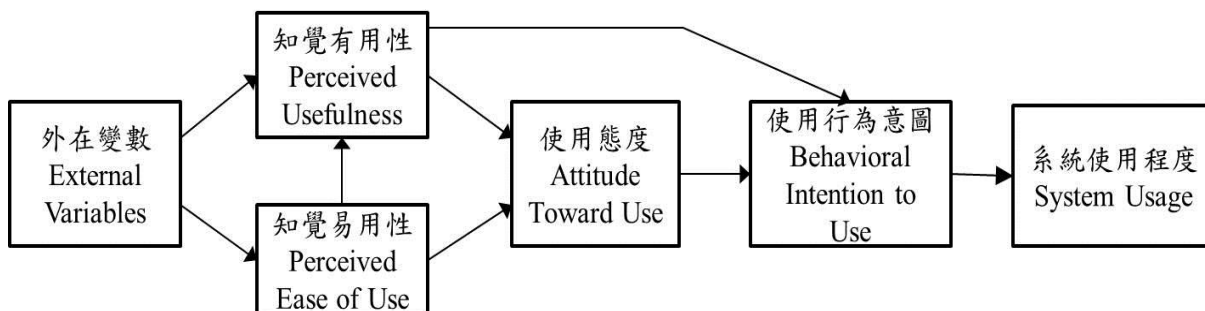


圖 1 TAM理論模型

雖然TAM模型兼具理論性與簡單性，又著重在資訊系統的使用上，以解釋個人對於新科技的接受程度，但是Venkatesh and Davis(2000)發現在許多的研究中，TAM在使用意圖與使用行為上不能完全表達其含義，解釋能力受限，因此進而提出了修正的科技接受模式(Extension of the Technology Acceptance Model, TAM2)，以社會影響過程(Social



Influence Processes)和認知輔助過程(Cognitive Instrumental Processes)來解釋知覺有用性及行為意圖，進而改變了TAM中知覺有用性的外部變數及知覺易用性的模型。而社會影響過程包含主觀規範(Subjective Norm)、自願性(Voluntariness)、形象(Image)、經驗(Experience)等四個構面。輔助認知過程中包含工作關聯性(Job Relevance)、輸出品質(Output quality)、結果明確性(Result Demonstrability)以及認知易用性(Perceived Ease of Use)等四個構面。

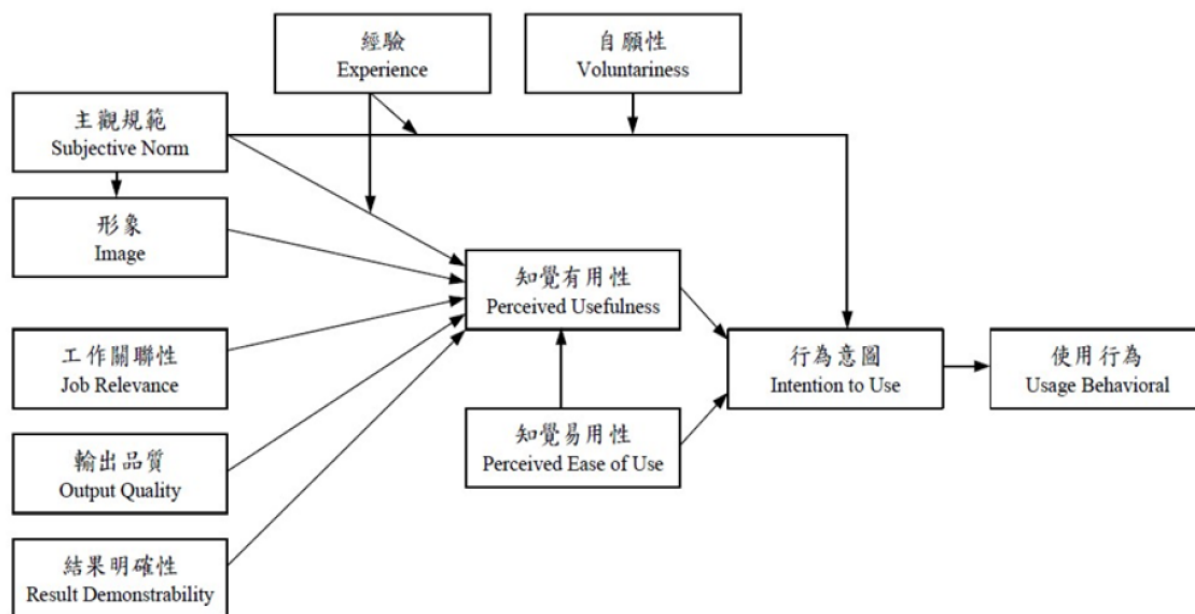


圖 2 TAM2 理論模型

## 2.4 主觀幸福感

Diener(2000)提出，一個人認為自己生活過得很好，就是構成美好生活的要素，這種界定美好生活的取向，被稱為主觀幸福感(Subjective Well-being)，俗稱之為快樂(Happiness)。主觀幸福感是以主觀的反應評價來界定美好的生活，其內涵包括情意與認知兩個部分。在情意方面又可分成兩種概念，其一是正向情意(Positive Affect)，其二是負向情意(Negative Affect)。對主觀幸福感而言，正向情意是指體驗到大量愉快的情緒；負向情意則是指體驗到不愉快的情緒。

此外，在認知部分，主觀幸福感的內涵還包括生活滿意(Life Satisfaction)，意指對整體生活和各領域生活(例如工作領域、愛情領域)的滿意評價。當一個人有正向的情意平衡(Affect Balance)，意即體驗大量愉快情緒、極少不愉快或痛苦情緒，並且滿意自己的生活，即可說是富有主觀幸福感的人。另薛寶綸(1995)、陳毓茹(2004)與林淑惠(2008)等學者，研究認為宗教信仰是人們精神生活中最重要的一部份，能安定人心，提升對幸福的感受力，擁有較高的整體幸福感。李育憲(2011)研究指出具有宗教信仰的人，其擁有幸福感較高。蔡進雄(2013)研究國民中小學校長在生活滿意度及正向情緒方面，有宗教信仰之校長的平均數得分高於無宗教信仰之校長。另也有學者提出有關情緒對於資訊系統中使用者的行為意圖之影響，以及與科技接受模式的結合，盧婷妤(2017)研究指出宗



教參與次數對其主觀幸福感有顯著的正向影響。Cenfetelli(2004)及黃英瑛(2012)的研究中，顯示使用者對於系統操作有正向情緒時，會有較高的知覺易用性。Saadé and Kira(2006)研究發現情緒會透過知覺有用性與知覺易用性間接影響行為意圖。

### 3.研究方法

#### 3.1 研究架構

本研究以Davis科技接受模式為基礎，探討民眾在使用非營利組織所建置之宗教活動管理系統時，其宗教信念、主觀幸福感對於知覺易用性與知覺有用性之影響，進而探討使用者之使用行為意圖，如圖 3。亦即使用者在宗教信念、幸福感之前因影響下，覺得活動經營管理系統容易使用且有幫助的，便能提升使用系統之行為意圖強度。

宗教信念係指依照宗教性質、合理性和其宗教教義觀念來探討使用者的宗教傾向。主觀幸福感係指從樂觀、生活滿意度、積極的感受來探討使用者的主觀幸福感。知覺有用性為使用者認為使用活動經營管理系統是對自己有帮助、更有效率的主觀認知。知覺易用性為使用活動經營管理系統，不需耗費學習操作或努力程度之主觀認。行為意圖係指使用者未來願意繼續使用宗教活動經營管理系統之主觀意願。

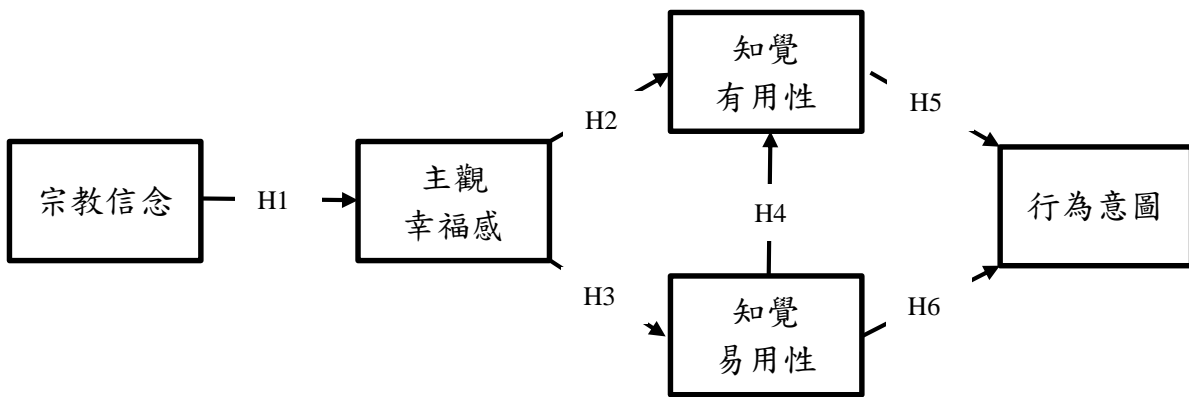


圖 3 研究假說圖

#### 3.2 研究假說

##### 3.2.1 宗教信念與主觀幸福感

行政院主計總處在「國民幸福指數」(2015)中指出，居住條件、感情關係、社會聯繫、健康狀況、就業與收入、教育與技能、環境品質、人身安全、公民參與及政府治理、宗教信仰等，都能直接或間接地提升主觀幸福感。薛寶綸(1995)、陳毓茹(2004)與林淑惠(2008)等學者，研究認為宗教信仰是人們精神生活中最重要的一部份，能安定人心，提升對幸福的感受力，擁有較高的整體幸福感。而盧婷妤(2017)研究指出宗教參與次數對其主觀幸福感有顯著的正向影響。國內學者黃韜臻與林淑惠(2008)、楊桂芬(2012)、李育憲(2011)等研究指出宗教信仰與幸福感之間皆有顯著正向相關。另國外學者 Maselko and Kubzansky(2006), Helliwell and Putnam(2004)研究結果也顯示宗教信仰與幸福感呈現正相關。綜合上述觀點，本研究提出下列假說：

H1：宗教信念對主觀幸福感有正向影響。



### 3.2.2 知覺有用性、知覺易用性與主觀幸福感

從情緒與科技接受模式之關聯研究，王淑娟與方國定(2010)在其研究顯示正向情緒對知覺易用性及知覺有用性具有正向關聯，而在 Cenfetelli(2004)的研究中，顯示使用者對於系統操作有正向情緒時，會有較高的知覺易用性。Saadé and Kira(2006)的研究發現情緒會透過知覺有用性與知覺易用性間接影響行為意圖。另黃英瑛(2012)研究顯示讓使用者保持享受、高興、快樂、放鬆的心情也能提高使用者的知覺易用性，並進而讓使用者擁有正面的系統使用態度，以及想要使用該系統的行為意圖。陳科文(2016)研究亦指出在使用系統時，不同的情緒也會影響到使用者對此系統的評價，正面情緒使用者會比負面情緒使用者有更高的滿意度，故本研究提出下列假說：

H2：主觀幸福感對使用者操作宗教活動經營管理系統的知覺有用性有正向影響。

H3：主觀幸福感對使用者操作宗教活動經營管理系統的知覺易用性有正向影響。

### 3.2.3 知覺有用性、知覺易用性與行為意圖

從科技接受模式可知知覺易用性會影響知覺有用性(Davis et al., 1989; Venkatesh et al., 2000)。邱郁文(2005)探討網路使用者的行為，研究發現若網站經常更新有用的資訊會增加使用網站的意願。在其他相關研究之結論也有顯著影響(Chan & Lu, 2004; Bueno & Salmeron, 2008; Hossain & Silva, 2009; Taylor & Todd, 1995a)。由此可知，若使用者認為使用資訊系統可減少報名作業所需耗費之心力與時間，則愈會增加系統的使用意願。鍾欣倫(2011)研究顯示知覺有用性與知覺易用性對行動上網使用意願皆有正向影響。此外，知覺易用性與行為意圖的關係在許多研究中，亦有顯著影響(Moon & Kim, 2001; Saadé & Bahli, 2005; Taylor & Todd, 1995b)。

Venkatesh and Davis(1996)衡量對系統使用行為結果顯示，知覺有用性對於行為意圖有顯著影響力，而知覺易用性對行為意圖影響雖小，卻是很重要，但影響會隨著時間逐漸消失，故知覺有用性及知覺易用性對於行為意圖都有直接的影響，假設其他條件不變，愈容易使用的資訊系統，其效益越佳。因此活動經營管理系統愈簡單容易操作，則愈能增加其使用意願。因此，本研究提出下列假說：

H4：知覺易用性對使用者操作宗教活動經營管理系統的知覺有用性有正向影響。

H5：知覺有用性對使用者操作宗教活動經營管理系統的行為意圖有正向影響。

H6：知覺易用性對使用者操作宗教活動經營管理系統的行為意圖有正向影響。

### 3.3 樣本資料蒐集

本研究參考 Davis (1989)、Venkatesh and Davis (1996)、Gorsuch and McPherson(1989)及 Diener(2000)之操作型定義發展出量表。再以某宗教型非營利團體所開發之宗教活動經營管理系統之使用者為研究母體(Population)。

該宗教型非營利團體積極辦理各項社會教化活動，期能改善社會風氣，促進社會祥和，推動世界淨化。因此舉辦各項佛學活動，讓參與者學習認識正信之佛教、人間之佛教，為社會注入關懷與安定的力量，以心靈環保的理念，提升民眾之身心靈品質。為了便於參與者參與活動，故自行開發「宗教活動經營管理系統」，供參與者使用。



樣本範圍主要在大臺北地區參與禪修活動及佛學課程之使用者的 14 個分支道場及辦事處，採便利抽樣(Convenience Sampling)禪修活動或佛學課程班級，共發放 360 份紙本問卷。問卷回收 334 份，扣除填答不完整之無效問卷 53 份，依問卷反向驗證題目刪除填答不一致之問卷 23 份，總計有效問卷共 258 份，有效問卷樣本數佔總回收樣本數 84%。

#### 4.資料分析與結果

在後續資料分析部分，本研究採用 SPSS 24 及 SmartPLS 3.0 軟體進行分析工具，對蒐集到的問卷進行統計分析，包含受測者基本資料之敘述性統計、信度與效度及結構模型分析。

##### 4.1 敘述性統計分析

以下分別針對性別、婚姻狀態、年齡、教育程度、職業、月收入、宗教信仰、是否皈依、最近一次使用本系統時間及操作本系統最常使用之設備」等進行敘述性統計分析(如表 1)。

表 1 敘述性統計分析表

資料特性	資料類別	樣本數	樣本比例
1.性別	男性	48	18.6%
	女性	210	81.4%
2.婚姻狀態	已婚	148	57.4%
	未婚	101	39.1%
	其他	9	3.5%
3.年齡	25 歲以下	3	1.2%
	26 歲~35 歲	20	7.8%
	36 歲~45 歲	55	21.3%
	46 歲~55 歲	82	31.8%
	56 歲~65 歲	78	30.2%
	66 歲以上	20	7.8%
4.教育程度	國中(含)以下	7	2.7%
	高中職	33	12.8%
	大學(專科)	158	61.2%
	碩／博士	60	23.3%





表 1 敘述性統計分析表(續)

資料特性	資料類別	樣本數	樣本比例
5.職業	軍警公教	38	14.7%
	服務業	41	15.9%
	醫療保健	4	1.6%
	金融保險	14	5.4%
	資訊及科技	25	9.7%
	退休／家管	76	29.5%
	學生	3	1.2%
	其他	57	22.1%
6.月收入	20,000 元以下	47	18.2%
	20,001~40,000 元	81	31.4%
	40,001~60,000 元	66	25.6%
	60,001~80,000 元	41	15.9%
	80,000 元以上	23	8.9%
7.宗教信仰	無	29	11.2%
	佛教	223	86.4%
	道教	5	1.9%
	其他	1	0.4%
8.是否皈依	否	64	24.8%
	是—於研究案例皈依	169	65.5%
	是—於其他道場皈依	25	9.7%
9.最近一次使用本系統 時間	1 個月內	107	42.1%
	1~2 個月	59	23.2%
	3~4 個月	35	13.8%
	5~6 個月	19	7.5%
	6 個月以上	34	13.4%
10.操作系統最常使用之設備	電腦／筆電	186	72.1%
	手機	59	22.9%
	平板	13	5.0%

資料來源：本研究整理

#### 4.2 信效度分析

本研究模型共有 5 個構面及 33 個衡量題項，先依據是否達到應有信效度標準來進行模型修正。Hair, Black, Babin, Anderson and Tatham, (1998)提出必須考量個別項目的信度(Individual Item Reliability)因素負荷量值應大於 0.5、潛在變項組成信度(Composite Reliability, CR)值應大於 0.6 與潛在變項的平均變異萃取(Average Variance Extracted, AVE)值應大於 0.5 等三個指標，若皆符合標準，則表示研究確實具有可接受的收斂效度。



本研究為求嚴謹採用(Barclay, Higgins & Thompson, 1995)以因素負荷量 0.7 為門檻值，本研究之信效度分析結果如表 2，個別項目的信度(Individual Item Reliability)皆高於 0.7，表示本研究的測量指標具有良好信度。評估收斂效度(Convergent Validity)皆高於 0.7，表示本研究構面具有良好內部一致性。平均變異萃取量(Average Variance Extracted, AVE)皆超過 0.5，表示本研究潛在變項具有良好收斂效度。

表2 潛在變項信效度分析表

潛在變項	量測變項	因素負荷量	CR	AVE	Cronbach's Alpha
宗教信念 (RF)	RF1	0.807	0.862	0.611	0.787
	RF2	0.860			
	RF3	0.729			
	RF4	0.723			
主觀幸福感 (SW)	SW1	0.804	0.920	0.656	0.895
	SW2	0.813			
	SW3	0.764			
	SW4	0.863			
	SW5	0.784			
	SW6	0.828			
知覺易用性 (EU)	EU1	0.825	0.948	0.754	0.935
	EU2	0.845			
	EU3	0.861			
	EU4	0.896			
	EU5	0.884			
	EU6	0.898			
知覺有用性 (UF)	UF1	0.807	0.947	0.750	0.933
	UF2	0.847			
	UF3	0.870			
	UF4	0.885			
	UF5	0.907			
	UF6	0.877			
行為意圖 (IN)	IN1	0.925	0.927	0.863	0.842
	IN2	0.933			

資料來源：本研究整理

#### 4.3 假說檢定與實證

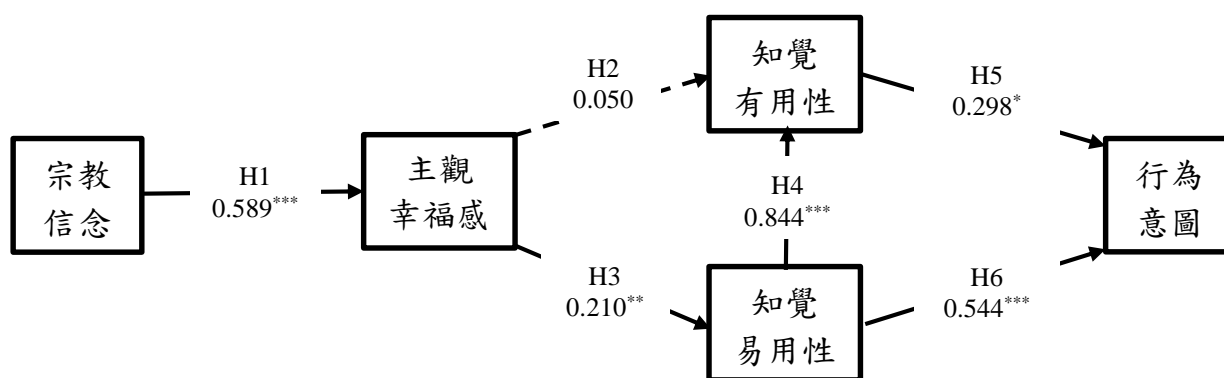
本研究各構面關係間之路徑係數(Path Coefficient)與 p 值如圖 4 及表 3 所示，除了 H2「主觀幸福感」對於「知覺有用性」之路徑係數不顯著( $p > 0.05$ )外，其餘路徑係數皆具顯著性( $p < 0.05$ )。



表 3 路徑係數與 p 值

假說	路徑	路徑係數	p值	假說檢定
H1	宗教信念→主觀幸福感	0.589	<0.001	支持
H2	主觀幸福感→知覺有用性	0.050	0.148	不支持
H3	主觀幸福感→知覺易用性	0.210	0.001	支持
H4	知覺易用性→知覺有用性	0.844	<0.001	支持
H5	知覺有用性→行為意圖	0.298	0.012	支持
H6	知覺易用性→行為意圖	0.544	<0.001	支持

資料來源：本研究整理



$p < 0.05$  \*,  $p < 0.01$  \*\*,  $p < 0.001$  \*\*\*

圖 4 研究架構路徑圖

## 5. 結論與建議

### 5.1 研究結論

近來雖有部分研究探討正負向情緒及人格特質等影響使用者本身行為之因素，造成對系統之不同接受度，或是宗教信仰是否會影響正負向情緒或與行為相關，卻鮮少有在宗教情境下，探討以宗教信仰為前因影響主觀幸福感，及主觀幸福感對科技接受模式之各個構念影響之研究。本研究以曾使用宗教活動經營管理系統之某宗教基金會使用者為研究樣本，探討宗教信念、主觀幸福感、知覺有用性、知覺易用性與行為意圖之間的關係。

經由實證研究，可得知宗教信念對於主觀幸福感有正向影響，且使用者主觀幸福感較高時，知覺易用性在管理系統易於操作的情況下，會提升使用者對系統的易用感知，證實王淑娟(2010)研究正向情緒對知覺易用性及知覺有用性具有正向關聯。黃英瑛(2012)的研究認為保持良好的心情能提高使用者的知覺易用性。陳科文(2016)亦指正面情緒使用者會比負面情緒使用者對於系統評價有更高的滿意度。可得知正向情緒會讓使用者在系統的操作上，會覺得更加容易使用，使用者在情緒良好狀況下，會更有耐心去摸索系統，並依照系統指示完成操作。但對於主觀幸福感較高時，知覺有用性並無明顯關聯，推判本次問卷對象在年齡 35 歲以下，較能接收新資訊科技的年輕族群只占了 9%，而 56 歲以上年齡占了 38%，可能為本研究中主觀幸福感對知覺有用性並無正向影響



另一原因，另過去有研究證實使用者的年齡會對系統的使用程度與接受度造成影響(Wang, Wu & Wang, 2009)，使得本研究結果偏向於高齡族群使用新資訊系統習慣之可能性，或為系統的設計，部分功能僅能滿足使用者需求，導致對於系統可用度降低，後續可將系統功能面納入研究，探討是否影響知覺有用性的因素。

而資訊系統的導入，有效解決使用者對活動資訊不清楚、報名繁瑣及無法掌握學員學習狀況及進度，以致無法持續傳遞佛法的善念之狀況，並藉由本研究之驗證及了解，資訊系統的導入，對於佛法的推廣更加便利，可即時傳遞各項訊息，針對使用者的需求給予及時解答，並且增進了使用者的互動，活絡團體氣氛，幫助新進人員更快了解團體的各項事物。

近年宗教活動已從傳統管理模式轉為資訊化管理，尤其現今身處資訊時代，人員的行為模式亦已有所改變，凡事講求便利及效率，可透由簡單流程，完成活動報名或調查等資訊，減少使用者不必要的時間浪費或等待，尤其以香火鼎盛的廟宇，其四面八方的信徒更是絡繹不絕，使用者可隨時藉由管理系統獲得資訊及回饋，隨時掌握最新資訊。因此當推動資訊系統時，應以便利性為主，容易操作，打造個人專屬的小幫手，針對各行程的提醒及關心，對於系統的操作或心情抒發，有專人線上的即時解答或教學，可以有效提升使用者的幸福感知，進而讓系統能順利推展。

## 5.2 學術貢獻

本研究將宗教信念、主觀幸福感與科技接受模式結合，補強單一模型之不足，有關宗教信念、主觀幸福感影響科技系統使用之相關研究文獻甚少，相關參考文獻多為宗教與幸福感關聯之研究，對於結合正負情緒與知覺易用性、知覺有用性及使用意圖之文獻亦為少數，表示在科技接受模式相關研究中，並未對此面向多所著力。而本研究則補強了此一研究缺口，驗證了使用者在操作資訊系統時，過程所感受到的情緒及使用者本身的人格特質，會影響後續之使用意圖。

## 5.3 實務貢獻

- 一、資訊系統的導入，便利宗教團體各項活動資訊的傳遞，加速各項作業流程及資料保存，而佛法的傳遞更加多元及迅速，掌握使用者各項資訊，隨時掌握追蹤學員佛法修習狀況及進度，利用系統給予及時的解惑，佛法修習即時的心得分享，提供學習佛法的另一管道。
- 二、使用者在操作系統過程中，主觀幸福感會影響知覺易用性，卻無法影響知覺有用性，表示系統所提供之功能並未能讓使用者覺得有所幫助，本研究認為或許與使用者年齡有關，建議應考量老年使用者實際需求，改善或增加系統功能，以提升使用者之使用意圖。
- 三、本次問卷統計得知多數使用者年齡層偏高且操作系統設備包含電腦、手機、平板等多種設備，未來可思考設計響應式網頁設計(Responsive Web Design, RWD)，讓系統能跨平台使用，另輔以友善地圖像化輔助使用者操作介面(Graphical User Interface, GUI)，以圖像或符號式的按鈕設計、介面階層數不超過三階、字體放大等，降低中



高齡者在學習新系統操作之抗拒感，進而增加使用者之知覺易用性、知覺有用性與使用意圖。

## 參考文獻

1. 王允士(2008)，「我國宗教型非營利組織募款策略之研究」，東海大學行政管理暨政策研究所碩士論文。
2. 王立文，謝登旺(1998)，「宗教(佛教)教育與情緒智能的關係」，通識教育，第五卷第一期，41-51 頁。
3. 王淑娟，方國定(2010)，「整合失驗典範、情緒模式及 TAM 建構入口網站持續採用意圖模式」，顧客滿意學刊，第六卷第一期，33-56 頁。
4. 呂大吉(1993)，「宗教學通論」，台北：博遠出版有限公司。
5. 李志夫(1998)，「論宗教在新世紀所應扮演的角色」，宗教哲學，第十五期，1-8 頁。
6. 李育憲(2011)，「國小教師宗教信仰與幸福感關係之研究—以南投縣為例」，南華大學碩士論文。
7. 林婷芳(2016)，「臺北地區成年人宗教信仰與生活壓力之研究」，中國文化大學生活應用科學系碩士論文。
8. 邱郁文、周雅燕、楊文惠(2005)，「網路購物的顧客忠誠度模式建構與實證」，第六屆網際網路應用與發展學術研討會，38-48 頁。
9. 徐孟弘(2006)，「宗教信仰影響教師生活的敘述研究」，國立臺南大學教育經營與管理研究所博士論文。
10. 徐嘉禧(1991)，「台灣宗教信仰的認同與身分：一個初探」，東海大學社會學研究所碩士論文。
11. 張添群(2011)，「宗教型非營利組織經營管理與社會資本之關係—以新埔義民廟為例」，國立暨南國際大學公共行政與政策學系碩士論文。
12. 張麗君(2013)，「法鼓山與慈濟社會福利思想實踐的比較：非營利組織的觀點」，中國文化大學中山與中國大陸研究所博士論文。
13. 陳科文(2016)，「探討使用者情緒的不同對於推薦系統滿意度之影響」，國立彰化師範大學資訊管理學系所碩士論文。
14. 陳毓如(2004)，「高雄縣市成人宗教態度、家庭支持與幸福感之關係研究」，國立高雄師範大學成人教育研究所碩士論文。
15. 黃英瑛(2012)，「情緒對科技接受模式影響之研究」，國立臺灣大學資訊管理學研究所碩士論文。
16. 黃韞臻，林淑惠(2008)，「大學生幸福感之組成與比較」，國立臺中技術學院學報，第九卷第二期，19-31 頁。
17. 黃麗馨(2008)，「臺灣宗教政策與法制之評估研究」，國立臺灣大學政治學研究所學



位論文。

18. 楊桂芬(2012),「社區老人日常生活活動、生活品質與幸福感相關研究」,中臺科技大學健康產業管理研究所學位論文。
19. 輔仁大學宗教學系(2013),「宗教學概論」,台北:台灣五南圖書出版股份有限公司。
20. 劉一蓉、蘇斌光(2009),「內發與外誘宗教動機與生活滿意度的關係—以台灣四個不同宗教傳統的老人與大學生為樣本的試驗性研究」,安寧療護雜誌,第十四卷第三期,254-274頁。
21. 歐陽教(1992),「宗教與教育的關係」,國立台灣師範大學教育研究所集刊,第三十四期,33-42頁。
22. 鄭志明(2001),「臺灣民眾宗教信仰的生死關懷與靈驗性格」,輔仁宗教研究,第三期,1-53頁。
23. 錢奕良(2013),「宗教信念與綠色產品購買意願」,逢甲大學國際貿易學系碩士論文。
24. 盧亭妤(2017),「臺灣不同年齡層居民主觀幸福感之研析」,國立高雄大學運動健康與休閒學系碩士論文。
25. 薛寶綸(1995),「人與人生」,國立編譯館主編。
26. 鍾欣倫(2011),「以科技接受模式探討影響使用行動上網之行為意願」,國立東華大學高階經營管理碩士在職專班碩士論文。
27. 謝宗榮(2003),「台灣傳統宗教文化」,台中:晨星出版社。
28. 釋聖嚴(1982),「宗教行為與宗教現象(上)」,中國佛教,第二十六期,3-10頁。
29. 中央研究院人社中心調查研究專題中心,「臺灣社會變遷基本調查計畫」,第六期第五次,宗教文化組,參見 <https://srda.sinica.edu.tw/news/news/1370> [visited in 2016/07/05]。
30. 行政院主計總處,「國民幸福指數調查暨主觀幸福感研究期末報告」,參見 <https://www.dgbas.gov.tw/ct.asp?xItem=39104&ctNode=2005&mp=1> [visited in 2016/09/15]。
31. Ajzen, I. (1985), "From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior," In *Action Control*, pp. 11-39.
32. Audi, R. (2008), "Belief, Faith, and Acceptance," *Ethics of Belief: Essays in Tribute to DZ Phillips*, 63, pp. 87-102.
33. Adam C. Alexander, Leslie A. Robinson, Kenneth D. Ward (2016), "Religious Beliefs Against Smoking Among Black and White Urban Youth," *Journal of Religion and Health*, 55(6), pp. 1907-1916.
34. Barclay, D., Higgins, C. & Thompson, R. (1995), "The Partial Least Squares (PLS) Approach to Causal Modeling: Personal Computer Adoption and Use as an Illustration," *Technology Studies*, 2(2), pp. 285-309.



35. Bueno, S. & Salmeron, J. L. (2008), "TAM-based Success Modeling in ERP," *Interacting with Computers*, 20(6), pp. 515-523.
36. Cenfetelli, R. T. (2004), "Getting in Touch with Our Feelings Towards Technology," *Academy of Management Proceedings*, pp. 1-6.
37. Chan, S. C. & Lu, M. T. (2004), "Understanding Internet Banking Adoption and Use Behavior: A Hong Kong Perspective," *Journal of Global Information Management*, 12(3), pp. 21-43.
38. Davis, F. D. (1989), "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly*, 13(3), pp. 319-340.
39. Davis, F. D., Bagozzi, R. P. & Warshaw, P. R. (1989), "User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models," *Management Science*, 35(8), pp. 982-1003.
40. Diener, E. (2000), "Subjective Well-Being: The Science of Happiness and Proposal for a National Index," *American Psychologist*, 55(1), pp. 34-43.
41. Diener, E. & Suh, E. M. (2000), "Culture and Subjective Well-Being," MIT press, Cambridge MA.
42. Driskell, R. L., Driskel, R. L. & Lyon, L. (2011), "Assessing the Role of Religious Beliefs on Secular and Spiritual Behaviors," *Review of Religious Research*, 52(4), pp. 386-404.
43. Fishbein, M. & I. Ajzen. (1975), *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, MA: Addison-Wesley.
44. Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981), "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error," *Journal of Marketing Research*, 18(1), pp. 39-50.
45. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. & Tatham, R. L. (1998), *Multivariate Data Analysis*, New Jersey: Prentice-Hall.
46. Helliwell, J. F. & Putnam, R. D. (2004), "The Social Context of Well-Being," *Philosophical Transactions-Royal Society of London Series B Biological Sciences*, 359(1449)pp. 1435-1446.
47. Hood, R.W., Spilka, B., Hunsberger, B. & Gorsuch, R. L. (1996), *The Psychology of Religion: An Empirical Approach*, 2nd Edit., New York: Guilford.
48. Hossain, L. & De Silva, A. (2009), "Exploring User Acceptance of Technology Using Social Networks," *The Journal of High Technology Management Research*, 20(1), pp. 1-18.
49. Kramer, R. M. (1993), "Cooperation and Organizational Identification," *In Social Psychology in Organizations: Advances in Theory and Research*, New Jersey: Prentice



Hall.

50. Maselko, J. & Kubzansky, L. D. (2006), "Gender Difference in Religious Practices, Spiritual Experiences and Health: Results from the US General Social Survey," *Social Science & Medicine*, 62(11), pp. 2848-2860.
51. Moon, J. W. & Kim, Y. G. (2001), "Extending the TAM for a World-Wide-Web Context," *Information and Management*, 38(4), pp. 217-230.
52. Saadé, R. & Bahli, B. (2005), "The Impact of Cognitive Absorption on Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use in On-Line Learning: an Extension of the Technology Acceptance Model," *Information and Management*, 42(2), pp. 317-327.
53. Saadé, R. G. & Kira, D. (2006), "The Emotional State of Technology Acceptance," *Informing Science and Information Technology*, 3, pp. 529-539.
54. Smith, C. & Kim, P. (2003), "Family Religious Involvement and the Quality of Family Relationships for Early Adolescents," *National Study of Youth and Religion*, 4, pp. 1-38.
55. Taylor, S. & P. A. Todd (1995), "Understanding Information Technology Usage: A Test of Competing Models," *Information Systems Research*, 6(2), pp. 144-176.
56. Taylor, S. & P. A. Todd (1995), "Assessing IT Usage: The Role of Prior Experience," *MIS Quarterly*, 19(2), pp. 561-570.
57. Venkatesh, V. & Davis, F. D. (1996), "A Model of the Antecedents of Perceived Ease of Use: Development and Test," *Decision sciences*, 27(3), pp. 451-481.
58. Venkatesh, Viswanath, David, Fred D. (2000), "A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies," *Management Science*, 46, pp. 186-204.
59. Wang, Y. S., Wu, M. C. & Wang, H. Y. (2009), "Investigating the Determinants and Age and Gender Differences in the Acceptance of Mobile Learning," *British Journal of Educational Technology*, 40(1), pp. 92-118.





附錄：本研究問卷

問卷題目	非常不同意	不同意	部份不同意	無意見	部份同意	同意	非常同意
01.大部份時間，我覺得很正面積極。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
02.使用本系統，可以協助我更快速完成活動報名。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
03.學習操作本系統，對我而言是簡單的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
04.我樂於使用本系統。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
05.我喜歡閱讀禪修或佛法相關之書籍。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
06.我對我的未來感到樂觀。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
07.大部份時間，我感覺很快樂。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
08.使用本系統，可以改善活動報名效能。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
09.我可以很容易在本系統找到要操作的選項。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.未來我願意繼續使用本系統。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.對我來說，把時間使用在禪修或佛學課程是很重要的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.我對生活有積極的看法。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.使用本系統，可以提升活動報名績效。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.本系統在使用上是清楚且容易瞭解的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.我比較喜歡使用人工／紙本報名。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16.在生活中我會運用禪修或佛法的觀念及方法。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.我期望在我的生活中有更好的東西。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.使用本系統，可以增加活動報名效率。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



問卷題目	非常不同意	不同意	部份不同意	無意見	部份同意	同意	非常同意
19.本系統對我而言是靈活好運用的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20.我參與禪修或佛學課程是爲了減輕壓力及獲得平靜。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21.在大多數的情況下，我的生活接近我的理想。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22.使用本系統，在操作上更容易完成活動報名。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23.我可以很熟練地操作本系統。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24.我會因為親友是否參與禪修或佛學課程，而影響我的參與意願。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.我對我的生活很滿意。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.使用本系統，對活動報名是有幫助的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27.本系統是簡單好操作的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28.禪修或佛法能在我遇到困難及悲傷時給我力量。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29.我的生活很順利。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30.大部份時間，我覺得很糟糕。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

