

編者的話

《資訊管理學報》係中華民國資訊管理學會出版之學術期刊，為國家科學及技術委員會 TSSCI 收錄之期刊，旨在提供資訊管理學者之學術研究論文發表與分享。

本期學報為第三十卷第三期，各篇的主題簡述如下：

許秋萍、羅婕瑀，「即時滿足還是後悔？探討社群媒體上衝動購買的前置因素與衝動購物後的感受」：此研究欲探討消費者在社群媒體上衝動購買的前置因素與結果，並提出概念性模型說明推薦人、產品相關信號與人際關係如何影響消費者在社群媒體上的瀏覽行為和衝動購買。此外，本研究亦同時探討衝動購買後消費者可能產生正向即時滿足以及負面後悔的感受。本研究利用 Smart PLS 3 進行實證分析，研究對象為曾經在社群媒體上進行衝動購物的消費者，共有 445 位受測者完成問卷調查。實證結果顯示，推薦人的相似度、喜愛度，以及推薦產品貼文的美學吸引力對消費者的瀏覽行為具有正向顯著的影響，並進而正向影響衝動購買。觀察學習對衝動購買也有正向顯著的影響。此外，衝動購買對即時滿足與後悔感受均有正向顯著的影響。

李明青、黃正魁，「遊戲化 APP 使用後意向調查：從正向驅動和負向驅動視角探討切換其他遊戲化 APP 的意向」：此研究探討在遊戲化 App 的開發與競爭中，使用者由於諸多原因轉而使用其他同質性產品。為探究影響使用者轉換行為的重要因素，本研究進行實證調查並建立一個雙驅動 SEM 模型以剖析使用者轉換遊戲化 App 意圖的原因。此研究模型是根據個人外部力量和內部力量的觀點。本研究以 142 份有效線上填答為研究樣本，採用結構方程模型(SEM)進行資料分析。研究結果顯示這些外生變數可解釋高達 46.8% 的內生變數的總變異量。此研究結果希望提供 APP 設計者、企業和管理者許多建設性的建議，避免產生沉沒成本。從設計者所重視點而言，針對切換產品的因素進行品質優化和多元化服務，提高產品的內部價值，希望在有效保留現有客戶的同時，也能成為吸引使用其他 APP 客戶切換至自家產品的競爭優勢。

游佳萍、趙慕芬、林美齡，「台灣公部門與私部門建置資訊安全策略進行變革之重要驅動力」：此研究探討組織頻頻發生資訊安全事件，會損害競爭力，因此，對資訊安全策略的重視，已經是基本工作。組織強化資安，建置或推動資安策略，實質上是在進行組織變革，促使組織脫離現狀，進行變革的力量，稱為驅動力(driving forces)。而組織進行資安強化時，有哪些重要的驅動力，為本研究探討重點。本研究採用環境掃描工具 PEST 中政治法令、經濟成本、社會文化，以及技術科技四個構面，作為分析架構。深度訪談三位資訊安全顧問，取得 15 個個案的相關資訊，利用內容分析法整理訪談資料，以了解 PEST 四個構面對資訊安全策略，所扮演的推手角色。本研究有幾個發現：第一，社會文化是影響公部門資安策略的首要構面，對於私部門而言，首要構面則是技術科技；第二，公、私部門都重視員工資訊安全認知、顧問的專業資安技術以及資訊安全投資成本等。第三，在技術科技構面中，對公部門、私部門的金融與高科技產業產生影響的指標，較為分歧。最後，從宏觀環境分析的角度來觀察，公私部門面對資訊安全議

題時，較為著重的環境因素。本研究結果可以幫助公部門與私部門制定更有效率的資安策略。

洪秀婉、李涓潔、張哲維、簡俊豪，「身歷其境的擴增實境美妝產品購買意願」：近來擴增實境的應用廣泛擴及至日常生活中，許多業者都欲藉由互動來強化消費體驗的過程，進而增進購買意願。而其中最引發注目的即是各大美妝品牌所推出的虛擬試妝服務，讓消費者有著身歷其境的感受。故本研究主要探討美妝產品的線上擴增實境虛擬試妝服務，對於購買意願之影響，運用 SOR 模型，以擴增實境特徵作為前置因素、PAD 情緒模型作為中介變項，藉以探討其對購買意願之影響。研究以 407 份有效問卷進行結構方程模式假設驗證，結果顯示在 AR 線上虛擬試妝中，擴增性與生動性對於支配情緒有正向影響，而相互關連性的支配情緒會對喚醒情緒有直接影響。本研究除彌補過去 AR 研究缺口，亦對企業提出相關操作建議。

總編輯

范錚強 客座教授

資訊管理學系

中原大學

台灣，桃園 2023 年 07 月

Editor's Introduction

Journal of Information Management is an academic journal published by Chinese Society of Information Management as a platform for information management researchers' publication and research sharing. Since the first issue published in 1994, this journal has been published over two decades, and each year has four volumes published at the first month of each quarter, namely, January, April, July, and October, respectively. The Journal of Information Management is a TSSCI journal of National Science and Technology Council. This Volume 30, No.3 contains four papers from various areas, as follows: Hsu, C.P. & Lo, C.Y. "Instant Gratification or Regret? Exploring Antecedents of Impulse Buying on Social Media and Postpurchase Feelings." Lee, M.C. & Huang, C.K. "Investigation into the Post-adoption Intentions of Gamification Apps: From the Perspective of Positive Drivers and Negative Drivers to Explore the Intention to Switch to other Gamification Apps." Yu, C. P., Chao, M. F., & Lin, M.L "The Major Driving Forces behind Taiwan's Public and Private Sectors' Information Security Strategies." Hung, S. W., Lee, C. C., Chang, C. W., & Jian J. H. "Intention to Purchase an Immersive Augmented Reality Beauty Product."

Chief Editor,
Farn, Cheng-Kiang,
Visiting Professor,
Chung Yuan Christian University,
Taiwan July, 2023