

壹、緒論

大專院校舉辦各式各樣的研討會，除了藉由研討會進行交流，也是學校行銷與系所行銷的有利工具。然而，研討會的相關研究甚少，少數探討管理系統的建置、使用成效及滿意度，例如：蒲盈宏（2007）建置一個「ICDDC 2007 研討會管理系統（ICMS）」，進而探討使用者對該系統「介面設計」的滿意度。其實，研討會的成功與否，宣傳扮演著重要的角色，研討會的宣傳若失敗，那麼研討會管理系統的使用者就寥寥無幾，更遑論研討會管理系統建置的成效了！

研討會舉辦的成功與否與參與人數的多寡有關，一場成功的研討會應有座無虛席的盛況。實際上，很多內容豐富的研討會卻是乏人問津，甚至要動員學校的師生來充場面，這樣的問題常出自研討會的宣傳，大專院校的研討會訊息通常都藉由海報或電子郵件的傳遞加以宣傳，尤其電子郵件有經濟、速度快與傳遞範圍大的優點，許多學校辦研討會時都喜歡採用，如果系所自己的學生收到系所舉辦研討會的電子郵件後，願意幫忙傳遞訊息，研討會的宣傳效果將更大。但是，如果學生沒有興趣而忽略它或刪除它，或是因為與系所的關係不佳而覺得無協助系所宣傳訊息的必要，如此一來，訊息的傳遞便在此中斷了。

若每位學生皆如此，那麼研討會的宣傳將非常吃力，有豐富的內容卻無法廣被他人知曉，相當可惜，由此可凸顯出學生對研討會訊息傳遞的重要性，而探討影響學生對研討會訊息傳遞意願的因素，將有助於研討會訊息成功地傳遞出去。

雖然研討會訊息傳遞是個重要的議題，然而這方面的研究非常少。綜觀訊息傳遞的相關文獻，主要聚焦於訊息內容的研究，大多集中在正、負面訊息的影響。僅張重昭、黃麗霞及周宇貞（2006）加入個人因素的部分，其認為個人經驗與人格特質對訊息傳遞行為亦是不可忽視的，研究結果亦證實此觀點。本研究探討的重點在於，在收到系所傳來的研討會訊息時，學生會受到哪些因素影響其協助系所傳遞研討會訊息的意願，由於是以「協助他人宣傳訊息」為出發點，因此除探究個人因素外，尚應考量學生與系所之間的人際網絡互動關係，才能更完整地了解學生在何種情況下會有協助系所的意願。研究目的如下：

一、探討學生過去參與研討會的經驗是否會影響其對研討會訊息的關注程度。

二、探討學生具備市場行家特質與否是否會影響其對研討會訊息的關注程度與傳遞訊息的意願。

三、探討學生與系所之間網絡連

結及相互信任與具備共同認知的程度是否會影響兩者間的關係互動程度。

四、探討訊息關注程度與關係互動程度對訊息傳遞意願的影響。

貳、文獻探討與假說推論

訊息傳遞是一種口耳相傳的行為，而口耳相傳又與口碑傳播有著密不可分的關係。練乃華（2003）認為「口碑傳播」行為就是「口耳相傳」行為，係指以人員為主的訊息傳播方式，是一種人與人之間的訊息交流或傳播，是一種人際口語上對於產品、品牌或服務非具商業性質的溝通或推薦。Brown、Barry、Dacin 和 Gunst（2005）亦指出，口碑傳播係指顧客將有關產品、服務、商店或公司等資訊傳送給另一個顧客，而研討會訊息亦屬資訊的一種，因此，探討訊息傳遞意願的影響因素可以口碑傳播行為為其立基點。

在什麼狀況下會產生口碑傳播的行為？這個問題可從口碑傳播者的身分界定談起。首先，若個體具有親身體驗過某產品或服務的經驗，那麼其對此項產品或服務的感受將會是影響其進行口碑傳播行為的原因。Knauer（1992）的研究發現，一位不滿意的顧客被預期告訴九位其他顧客自身的不滿意經驗；相反的，滿意的顧客會告訴大約五位其他顧客自身愉快的購買經驗。Hennig-Thurau、Gwinner與Gremler（2002）亦

認為正面的口碑溝通是顧客在評估一項產品或服務時，以一種「相對興奮的、活潑的、新奇的經驗，推薦給他人，甚至炫耀地展示」的資訊溝通關係。因此，當顧客對於被服務的經驗感到滿意時，會向他人傳播正面的訊息，正面口碑行為就此產生。

再者，若口碑傳播者是間接透過他人了解某項產品或服務時，在此狀況下，社會人際互動將決定個體是否會進行口碑傳播行為。Wirtz 和 Chew（2002）從社會學的角度來分析，認為口碑傳播是一種社會化行為，就社會學的觀點，人們存在著社會性歸屬與認同的需求，而口碑傳播的互動與訊息的交流即可滿足此項需求。Brown 和 Reingen（1987）指出，在口耳相傳的過程中，人際間的連帶關係是重要的影響因子。產品或服務的訊息可能來自於連帶關係（strong-tie）強的人，如親朋好友，亦可能來自連帶關係（weak-tie）弱的人，如不熟的人或陌生人，其中連帶關係強的人對於群組內的資訊流通具有較大的影響力，也較會被消費者用來做為制定決策的重要參考依據。Harrison-Walker（2001）從訊息傳遞者的角度出發，探討造成口耳相傳的原因，結果顯示高度情感投入是主要因素之一；劉莉秋（2004）以人際互動的觀點來分析散播電子郵件謠言的因素，發現傳播謠言者是為了尋求認同及情感維