

学校编码: 10384
学号: 31920121152818

分类号
UDC
密级

廈門大學

硕士学位论文

打车软件司机用户持续使用行为实证研究

What Effects Drivers to Continue Use Mobile Taxi App?

An Approach from a Value Perceive Perspective

罗婷婷

指导教师姓名: 白海青 助理教授

专业名称: 传播学

论文提交日期: 2015 年 4 月

论文答辩时间: 2015 年 5 月

学位授予日期: 2015 年 6 月

答辩委员会主席:

评阅人:

2015 年 5 月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名): 罗婷婷

2015 年 5 月 27 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：罗婷婷

2015年5月27日

摘 要

2015年3月5日, 李克强总理在政府工作报告中提出制定“互联网+”行动计划, 站在一个新的战略高度, 来看待信息技术和传统产业的“生态融合”。作为“互联网+传统交通”背景下兴起的手机打车软件, 把移动互联网和传统的交通出行相结合, 改善了人们出行的方式, 增加了车辆的使用率, 推动了互联网共享经济的发展, 提高了效率、减少了排放, 对环境保护也做出了贡献。

打车软件作为一种创新的商务模型, 解决了乘客与出租车司机之间的信息不对称问题, 缓解了乘客“打车难”与出租车司机“空载率”居高不下的难题。打车软件在短短的几年中获得快速发展, 通过价格补贴大战营销积累了大量的用户, 展现了打车软件巨大的商业价值。然而随着价格补贴的减少, 已有的打车软件用户是否能转换成忠实用户, 如何提高打车软件的用户黏度, 这是一个急需解决的问题。目前学术界在打车软件领域的研究甚少, 对于打车软件用户持续使用行为的实证研究几乎是空白。

本文选取打车软件的司机用户作为研究对象, 借鉴以往学者的研究理论, 从用户感知打车软件价值的视角出发, 以顾客感知价值理论作为模型基础, 引入感知成本、感知风险作为外部变量, 构建出移动打车软件用户持续使用模型, 并提出相应的假设。然后借鉴国内外成熟的量表, 结合打车软件背景, 对模型变量进行操作化定义, 编制量表问项进行问卷调查。利用 SPSS17.0 和 AMOS17.0 软件对收集的数据进行了描述性统计、信度与效度分析。采用结构方程模型方法对研究模型进行拟合度分析、路径分析、假设检验。

研究表明比较优势、感知愉悦性正向影响司机用户的持续使用意向; 感知成本、面子形象对用户的使用意向产生负向影响; 而兼容性、激励、人际影响、感知风险对司机用户的持续使用意向影响不显著。论文最后对假设检验的结果进行了现实意义的分析, 给打车软件的营运商提出了相应的营销和管理建议, 有助于营运商制定更合理的打车软件推广战略。

关键词: 手机打车软件; 持续使用意向; 打车行业

Abstract

Prime Minister Li Keqiang develop "Internet +" action plan at a new strategic height to look at "ecological convergence" built by information technology and traditional industries in his government work report on March 5, 2015. The appearance of Mobile Taxi APP at the background has combined Internet and traditional traffic to improve the way of people travel and the utilization of the vehicle, pushing the economic development and efficiency and reducing emissions as well as contributing to environmental protection.

Mobile Taxi APP as an innovative business model solves the problem of information asymmetry between passengers and taxi drivers and eases "taxi difficult" of passengers and "empty rates" of taxi drivers. The rapid development of mobile taxi APP in recent years has accumulated a lot of users by price subsidies in marketing wars which show huge commercial value. However, with the reduction of price subsidies, whether these users can be converted into loyal customers and how to improve perceived value is an urgent problem for company. Currently seldom empirical research could be found in the field of taxi industry.

This paper selects taxi drivers as the research subject, customer perceived value theory as model foundation and introduces perceived costs and perceived risk as external variables, from the perspective of drivers' perception taxi APP value to construct continuous use model and propose research assumptions. Then learning from mature scales and taxi software characteristics to define model variables and compile questionnaire items. At last, using SPSS17.0 and AMOS17.0 software to make data descriptive statistics, reliability and validity analysis and research model fitting analysis, path analysis, hypothesis testing.

The result shows that comparative advantage and perceived pleasantness positive effect drivers continuous use intent while perceived costs and image are negative impact. Compatibility, motivation, interpersonal influence and perceived risk didn't show significant effect on drivers' continuous use intention. Finally, this paper analyze realistic meanings based on hypothesis test results and propose corresponding advice towards marketing and management to help operators to develop more rational promotion strategies.

Keywords: Mobile Taxi APP; Continuous Use Intention; Taxi Industry

目 录

第一章 引言	1
1.1 研究背景	1
1.1.1 打车软件兴起的背景.....	1
1.1.2 打车行业的发展状况.....	2
1.1.3 打车软件的兴起和发展.....	3
1.2 研究目的和意义	6
1.2.1 研究目的.....	6
1.2.2 研究意义.....	7
1.3 本文创新点	8
1.4 研究内容和方法	8
第二章 文献综述	10
2.1 顾客感知价值理论	10
2.2 期望理论	12
2.3 理性行为理论	13
2.4 创新扩散理论	14
2.5 社会认同理论	16
2.6 信息系统持续使用模型	16
2.7 研究总结	18
第三章 模型构建与研究假设	20
3.1 模型构建	20
3.1.1 模型的整合与拓展.....	20
3.2 模型假设和变量定义	24
第四章 问卷设计与分析	26
4.1 问卷设计	26
4.1.1 研究变量的衡量.....	26
4.1.2 预测试.....	29
4.2 问卷信度与效度分析	30

4.2.1 信度分析.....	30
4.2.2 效度分析.....	32
4.2.3 相关性分析.....	36
4.3 样本情况	37
4.3.1 样本收集.....	37
4.3.2 样本情况统计.....	37
4.3.3 样本情况分析.....	38
第五章 模型评估与假设验证.....	42
5.1 拟合度分析	42
5.2 路径分析与假设检验	44
5.3 研究结果分析	48
5.4 运营和管理建议	52
5.4.1 构建用车一体化的平台服务，不断提升打车软件的功能价值.....	52
5.4.2 寻找相关平台渗透自有业务，保证打车软件的用户体验.....	53
5.4.3 完善风险控制体系，提升打车软件社会价值.....	54
第六章 总结与展望	56
6.1 研究结论	56
6.2 研究局限与展望	57
6.2.1 关于变量测量方面.....	57
6.2.2 关于研究样本的广泛性.....	57
6.2.3 关于研究的视角和研究对象.....	57
参考文献	58
附录一 调查问卷	64
附录二 攻读学位期间发表的学术论文	67
致谢.....	68

Contents

Chapter I Introduction	1
1.1 Research Background	1
1.1.1 The background of Taxi APP rise	1
1.1.2 The development of Taxi Industry	2
1.1.3 The rise and development of Taxi APP.....	3
1.2 Research Purposes and Significance	6
1.2.1 Research Purposes	6
1.2.2 Research Significance	7
1.3 Innovation Point	8
1.4 Research Contents and Methods	8
Chapter II Literature Review	10
2.1 Customer Perceived Value Theory	10
2.2 Expectation Theory	12
2.3 Theory of Reasoned Action	13
2.4 Innovation Diffusion Theory	14
2.5 Social Identity Theory	16
2.6 Expectance Confirmation Model-IS	16
2.7 Summary	18
Chapter III Model Construction and Research Hypothesis	20
3.1 Model Construction	20
3.1.1 Model Integration and Extension.....	20
3.2 Model Hypothesis and Variable Definition	24
Chapter IV The Questionnaire Design and Analysis	26
4.1 Questionnaire Survey Design	26
4.1.1 Measurement of Variables.....	26
4.1.2 Pretest Analysis.....	29
4.2 Reliability and Validity Analysis	30

4.2.1 Reliability Analysis	30
4.2.2 Validity Analysis	32
4.2.3 Correlation Analysis.....	36
4.3 Sampling	37
4.3.1 Sample Statistics	37
4.3.2 Sample Analysis.....	38
Chapter V Model Evaluation and Hypothesis Validation.....	42
5.1 Model Fitting Analysis.....	42
5.2 Model Path Analysis and Hypothesis Validation	44
5.3 Results Analysis.....	48
5.4 Operations and Management Proposal	52
5.4.1 Build Integration Platform and Promote Function Value.....	52
5.4.2 Penetration Own Business and Ensure User Experience.....	53
5.4.3 Perfect Risk Control System and Promote Social Value.....	54
Chapter VI Summary and Future Study.....	56
6.1 Research Summary	56
6.2 Weaknesses and Enlightenments	57
6.2.1 About Variances Measurement Aspect.....	57
6.2.2 About Sample Universality Aspect	57
6.2.3 About Research Perspective and Objects Aspect.....	57
References.....	58
Appendix 1.....	64
Appendix 2.....	67
Thanks.....	68

第一章 引言

1.1 研究背景

1.1.1 打车软件兴起的背景

近几年，特别是随着移动互联网的加速发展，PC 互联网时代升级到移动互联网时代，云计算、大数据、物联网等新技术更快融入到传统产业、包括金融理财、家电、打车等民生领域，互联网技术与经济化、现代化的融合变得更紧密了。2015 年 3 月 5 日，李克强总理在第十二届全国人民代表大会第三次会议政府工作报告中提出制定“互联网+”行动计划。此次总理政府工作报告提出“互联网+”的概念，正是站在一个新的战略高度，来看待信息技术和传统产业的“生态融合”的全新定位。

“互联网+”战略是指互联网的平台和信息通信技术，把互联网和传统行业结合起来，在新的领域创造一种新的生态现象。我们可以看到许多“互联网+”融合产生的新鲜例子，如“互联网+传统集市”有了淘宝，“互联网+传统百货卖场”有了京东，“互联网+传统银行”有了支付宝，“互联网+传统的红娘”有了世纪佳缘，“互联网+传统交通”有了滴滴打车和快的打车……

“互联网+”模式不是对传统产业的颠覆，而是换代升级。在交通领域，过去没有移动互联网，车辆运输、运营市场不敢完全放开，有了移动互联网以后，过去的交通监管方法受到很大的挑战。从国外的 Uber、Lyft 到国内的滴滴打车、快的打车兴起，移动互联网催生了一批打车、拼车、专车软件，虽然它们在全世界不同的地方仍存在不同的争议，但它们通过把移动互联网和传统的交通出行相结合，改善了人们出行的方式，增加了车辆的使用率，推动了互联网共享经济的发展，提高了效率、减少了排放，对环境保护也做出了贡献^[1]。

打车软件的兴起得益于互联网的普及、无线网络的发展和智能手机的流行，这使得手机网民的规模越来越大，手机作为第一大上网终端的地位进一步巩固。2015 年 2 月 3 日中国互联网络信息中心 (CNNIC) 在京发布的第 35 次《中国互联网络发展状况统计报告》数据显示，截止 2014 年 12 月，我国网民规模已达 6.49 亿，互联网普及率为 47.9%。其中，手机网民规模有 5.57 亿，比 2013 年底的统计增加了 5672 万人，手机网民占比由 2013 年 81.0%的提升到了 85.8%^[2]（如图 1-1 所示）。

图 1-1 中国手机网民占网民规模比例图



（图片来源：中国互联网络信息中心，2014）

手机网民规模的增长，用户需求也随着激增，这为移动互联网企业注入了源源不断的发展动力，促使手机应用的发展创新呈现爆发期。如今手机移动端应用几乎覆盖了生活的各个方面，娱乐餐饮、生活缴费、大众理财、交通出行，手机 APP 与社会服务广泛融合，给人民生活带来极大的便利，同时也带动移动电子商务的高速发展。

1.1.2 打车行业的发展状况

随着我国城市机动车拥有量的快速增长，机动车排放造成的空气污染比例越来越高，城市交通拥堵状况也不断加剧。而缓解交通拥堵的主要办法是要大力发展城市公共交通，建立大众的绿色的可持续发展的交通系统，以最低的能源消耗和最小的环境污染来保障交通出行服务。出租车作为城市公共交通系统的一个重要分支，对城市交通起到重要作用。未来交通行业将向电子化、智能化、网络化、节能环保等方向发展^[3]。

在我国，出租车是城市客运交通的重要组成部分。然而在我国一二线大城市中，“打车难”一直是困扰着乘客的一大问题，也是历年来备受关注的热门话题。乘客打不到车、司机空载，一定程度上造成了资源浪费和环境污染。这种现象之所以会出现，是因为：(1) 出租车市场供求失衡。经济的快速发展和人口的增长，使得城市的打车需求进一步增加。许多城市政府考虑到交通拥挤、环境污染等问题，对出租车数量和市场进入进行严格的控制。出租车数量的增长赶不上需求的

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

廈門大學博碩士論文摘要庫