

七、附錄

附件一 電子商務設計因素編碼表格

網站編號：_____

編碼員代號：_____

資訊階段 (information phase)			
因素構面	元素構成(元素構成之操作型定義)	功能線索	編碼
I1 使用者介面	<ul style="list-style-type: none"> ● 網站介面有熟悉感,符合一般網頁框架呈現 ● 網站流程容易操作,瀏覽到下單可以直接完成 ● 產品資訊呈現一致性(所有產品圖片一致性且編排方式皆相同) ● 所有按鈕與指標圖示在每個分類都一致 ● 網站互動性高,有即時回饋,都無空連結 ● 網站下載速度快,無錯誤回報 	<ul style="list-style-type: none"> ● 1 介面可親 ● 2 流程順暢 ● 3 產品資訊一致 ● 4 圖片介面一致 ● 5 無空連結 ● 6 瀏覽流暢 	
I2 資訊結構	<ul style="list-style-type: none"> ● 網頁架構安排良好,瀏覽過程順暢(產品的數量與類目合理,數量落差在50%以內) ● 產品分類清楚,類別可以清楚對應產品 ● 有產品的搜尋模式,可以以關鍵字搜尋到產品 ● 提供產品多種的瀏覽模式 ● 提供資訊所在類別位置,有針對首頁的路徑超連結 	<ul style="list-style-type: none"> ● 7 架構完整 ● 8 產品歸類清楚 ● 9 搜尋模式 ● 10 產品展示方式多元 ● 11 有註解說明現存位置 	
I3 資訊質與量	<ul style="list-style-type: none"> ● 公司介紹陳述完整 ● 產品有完整陳述,針對內容物做詳盡說明 ● 清楚說明服務範圍 ● 產品種類多元且產品內容豐富 ● 產品相關訊息的呈現有多種方式(多媒體、純文字敘述)提供產品動態的呈現 ● 產品介紹完整(有品牌、名稱與價格) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 12 完整公司內容 ● 13 產品陳述詳盡 ● 14 服務規範清楚 ● 15 產品數量豐富 ● 16 產品呈現多元 ● 17 產品細節仔細 	
I4 異業結盟	<ul style="list-style-type: none"> ● 與其他網站做連結 	<ul style="list-style-type: none"> ● 18 友站連結 	
I5 網站資訊可接近性	<ul style="list-style-type: none"> ● 網頁提供多種語言服務 ● 網頁的網域好記 	<ul style="list-style-type: none"> ● 19 網頁多語系 ● 20 網址中英文對照相同 	
協定階段 (agreement phase)			
設計因素	元素構成(元素構成之操作型定義)	功能線索	編碼
A1	<ul style="list-style-type: none"> ● 針對其選擇的商品,提供相關類似的產品購 	<ul style="list-style-type: none"> ● 21 推介服務 	

客製化服務	<p>買建議</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 購物車中的產品資訊仔細 ● 提供相關的客製化的訂購方式 	<ul style="list-style-type: none"> ● 22 購物車中資訊詳盡 ● 23 客製化購物服務 	
A2 公開規則	<ul style="list-style-type: none"> ● 提供完善的交易規則：完整的契約規範 ● 提供完善的交易規則：完善的退換貨保證 ● 提供網路商店公司經營理念說明 ● 提供網路商店公司實體地址 	<ul style="list-style-type: none"> ● 24 契約規範 ● 25 退換貨 ● 26 經營理念陳述 ● 27 實體地址 	
A3 完整的隱私保護	<ul style="list-style-type: none"> ● 線上金融交易時，有可信賴的安全特徵保障消費者：如 SLL 或數位簽章 ● 針對消費者，有隱私權聲明 	<ul style="list-style-type: none"> ● 28 消費信賴標章 ● 29 隱私權 	
A4 聯繫管道通暢	<ul style="list-style-type: none"> ● 網站上提供 FAQs 功能 ● 提供聯絡專線，有專人接聽服務 ● 有與商家聯絡的電子郵件信箱 ● 標示公司非客服電話 	<ul style="list-style-type: none"> ● 30 有 FAQs ● 31 客服電話 ● 32 電子信箱 ● 33 實體電話 	
轉讓階段 (settlement phase)			
設計因素	元素構成		
S1 使用者的選擇性	<ul style="list-style-type: none"> ● 自由度較高，可以選擇各種付款類別 ● 可選擇各種物流處理方式（宅配、郵寄等或超商取貨） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 34 付款類別 ● 35 物流處理 	
S2 完善的整合	<ul style="list-style-type: none"> ● 將購物歷程整合在一起，使用者最後做產品的確認（數量、尺寸、顏色的選擇） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 36 購物車內有選擇性 	
S3 貨物歷程追蹤	<ul style="list-style-type: none"> ● 使用者可以追蹤購物清單與購物歷程 	<ul style="list-style-type: none"> ● 37 追蹤購物清單 	
社群階段 (community phase)			
設計因素	元素構成	功能線索	
C1 會員機制	<ul style="list-style-type: none"> ● 有會員機制，透過提供個人資料取得會員資格 	<ul style="list-style-type: none"> ● 38 會員資料 	
C2 會員專殊性	<ul style="list-style-type: none"> ● 透過加入會員，可以獲得某些加值的服務（例如會員特惠價） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 39 會員優惠 	
C3 使用者匿名性	<ul style="list-style-type: none"> ● 使用者的在網路上的行為，可以選擇匿名，隱私受到保障 	<ul style="list-style-type: none"> ● 40 可以不使用會員機制 	
C4 網站主動性	<ul style="list-style-type: none"> ● 透過電子報訂閱，了解網站新進產品 ● 有電子郵件針對消費者定貨的確認說明 	<ul style="list-style-type: none"> ● 41 電子報 ● 42 電子郵件確認 	
C5 社群經營	<ul style="list-style-type: none"> ● 網站提供給使用者一個可以互相溝通的管道 	<ul style="list-style-type: none"> ● 43 有社群建置 	

資料編碼流程

一、依據上述編碼表格，未統計便利編碼員評估結果為「是」則轉換為「1」；結果是「否」則轉換為「0」

二、編碼員相互同意度

(1) 以兩人為單位，對編碼員的編碼資料進行兩兩比對，當兩位編碼員答案一致時，則登錄「1」（如：兩者皆為「0」或皆為「1」），否則登錄「0」（如：編碼員1 答「1」，而編碼員2 答「0」），然後將所有的「1」進行加總，所得之分數即為此兩位編碼員之相互同意度。

(2) 依據上述步驟，計算編碼員1&3、編碼員2&3 之相互同意數目。

三、根據上述編碼員之完全同意數目，據以計算相互同意度及信度係數



附件三 實驗手冊

實驗手冊



首先感謝您參予這份有關於電子商務之研究，本研究大約費時 15 分鐘，其中所有您所填寫的資料僅做為學術研究之用，將不會有外洩轉賣之慮，請放心。

第一階段：瀏覽網站

請先瀏覽指定的網站，並了解其所販售的商品內容後，
請依您的感覺，填寫該網站主要販售的品項為_____

假設您決定在該網站購物，請查詢有哪幾種購物的付款
方式。 有_____種



假設您已完成訂購服務，但卻又後悔，想要退貨放棄購
買。 查詢是否有退換貨原則：有_____ 無_____

請找尋該網站是否有社群之建置：有_____ 無_____

請找尋該網站是否對其會員制度：有_____ 無_____

進入下一階段

第二階段：購物階段

測試帳號:test

測試密碼:4321

電子郵件：xxxx.ct91@nctu.edu.tw

任務執行

請選擇該網路商店內您喜歡的產品，並另外尋找 XXXX

，完成這兩樣的購買任務



進入下一階段

第二階段：評估階段

您好，這是關於電子商務網站研究，在您進行實驗時，請配合施測人員，輕鬆作答、平常心完成即可，本問卷內容主要是想要了解使用者對網站的意見，做為改進網站的依據，請您根據實際使用經驗回答，本研究結果只會運用於學術探討不會外流，再次感謝您的參與！！

研究生：交大傳播所 黃宇辰

指導老師：交大傳播所 李峻德老師

一、網站信任感評估

作答方式請以圈選作答，請依您是否同意左方的敘述句，勾選符合的數字例如：相當同意以下的問句請勾選5；反之相當不同意則勾選1。

請以直覺對您剛剛交易的網站做以下的評估：

問卷正式開始：

網站正直性：	不同意	←—————→				同意
對於該網站所提供的承諾，是令人值得信賴的	1	2	3	4	5	
我認為該網站提供的內容是正確的	1	2	3	4	5	
我認為該網路商店能遵守他們所設立的規則	1	2	3	4	5	

網站關懷性：	不同意	←—————→				同意
我認為該網站對客戶是充滿正面的意圖	1	2	3	4	5	
我預期該網站的動機都是善意的	1	2	3	4	5	

網站能力性：	不同意	←—————→				同意
我認為該網站相當了解他們所販售的產品	1	2	3	4	5	
我覺得該網站相當了解他們的市場與其競爭對手	1	2	3	4	5	
該網站在我看來他們知道該如何提供最卓越的服務給消費者	1	2	3	4	5	

二、網路使用行為

作答方式請以請在每題的您所屬的空格內打「√」。

1. 擁有自己的個人電腦與否？ 有 無
2. 您正式接觸網路的時間有_____年
3. 您平均每天使用網路的時間為1~4 小時 5~8 小時 9~12 小時
12 小時以上

三、網路購物行為

1. 使用過網路購物與否？ 有 無（若無則結束問卷）
2. 請問你大約多久一次網路購物：一星期一個月半年
3. 您偏好使用網路購買何種產品：3C 產品 生活用品 旅遊票卷 其他_____
4. 您可以接受網路購物的金額為：1000 元以下 1000 元~4999 元
5000 元~9999 元 10000 元以上