

第四章 資料分析

研究將以第三章之研究類目，分析天下雜誌「2004 年天下 1000 大企業調查」報告中之前一百五十大企業網站，經過統計分析得到本研究結果。本章將以研究之使用統計分析方法為順序，並同時結合所欲回答的研究問題進行分析。第一節前一百五十大企業網站現況，第二節則進行次數分配分析解釋企業網站內容和介面呈現情形，第三節將研究類目分別與產業別進行交叉分析研究，第四節應用單因子變異數分析 (One-Way ANOVA)，以及費雪 (Scheffe) 檢定來觀察產業別間的差異；第五節應用雙變數相關性檢定營收和內容、介面呈現的相關性。

第一節 前一百五十大企業設置企業網站現狀分析

針對天下雜誌「2004 年天下 1000 大企業調查」報告中之前一百五十大企業，金融業 26 家 (佔 17.3%)、傳統製造業 32 家 (佔 21.3%)、服務業 28 家 (佔 18.7%)、電子業 64 家 (佔 42.7%)。於民國 94 年 5 月 22 到 5 月 28 日，透過雅虎奇摩網站 (www.yahoo.com.tw)、Google 搜尋引擎 (www.google.com.tw)、蕃薯藤 (www.yam.com.tw) 等，再透過公開資訊觀測站 (newmops.tse.com.tw) 確定為上市上櫃的公司，進行國內營收前一百五十大上市上櫃企業網站搜尋。

透過搜尋網站關鍵字查詢輸入企業公司全名搜尋，得到企業網站網址進行連結。研究前一百五十大企業在搜尋時間內並無發生搜尋不到網址、錯誤連結與無法連結的企業網站，因此共搜尋且可連結的企業網站共計 150 個，因此前一百五十大企業設置網站比例為 100%。其中金融業 26 個網站、傳統製造業 32 個網站、服務業 28 個網站、電子業 64 個網站，設置網站比例三個產業均為 100%，無搜尋不到網址或連結不上的網站。而有報導財務資訊的任一類目的，歸於企業網站有報導財務資訊者，金融業 24 家、傳統製造業 23 家、服務業之 25 家、電

子業 53 家，得到金融業、傳統製造業、服務業、電子業有報導財務資訊比例為 92.3%、71.9%、89.3%、82.8%，前一百五十大企業有報導財務資訊的比例為 90%。詳見表 4-1。

表 4-1：前一百五十大企業網站設置與財務資訊揭露概況

	前一百五十企業各產業家數	設置網站可連結家數 (%)	設置網站有效樣本百分比	揭露財務資訊家數	揭露財務資訊的百分比
金融業	26	26 (100%)	17.3%	24	92.3%
傳統製造業	32	32 (100%)	21.3%	32	71.9%
服務業	28	28 (100%)	18.7%	25	89.3%
電子業	64	64 (100%)	42.7	53	82.8%
總合	150	150 (100%)	100%	135	90%

針對研究問題一：前一百五十大企業網站之現況為何？各產業別比例為何？揭露財務資訊的現況和各產業的比例為何？金融業、傳統製造業、服務業、電子業網站建置程度均為 100%，有效樣本的產業比例為金融業佔 17.3%、傳統製造業佔 21.3%、服務業佔 18.7%、電子業佔 42.7%；而在揭露財務訊息上，各產業的揭露比例為金融業最高 92.3%、其次為服務業 89.3%、電子業 82.8%、最後是傳統製造業 71.9%。這是以有無來做比例分析，以下章節會以「程度」來突顯其呈現的品質。

第二節 企業網站呈現內容與介面現況分析

本研究以企業公關之「資訊實用性」、「介面功能人性化」兩大面向來檢視企業網站得投資人公關效果。其中「資訊實用性」上分為基本資訊、財務資訊、股東訊等三項，共二十三個類目。「介面功能人性化」上分為「互動性介面設計」、「資訊格式多樣性」、「回饋功能」、「個人化功能」、「網站監測」、「使用者支援功能」、「指引性服務或連結」七項，共二十一一個類目。兩大面向合計共四十四個類目。

因此，本節將分成兩個部份，分別說明四十四個類目在受調查企業之企業網站呈現情形。亦即回答研究問題二：前一百五十大企業設置企業網站所呈現「資訊實用性」內容的設立現況為何？研究問題三：前一百五十大企業設置企業網站所呈現「介面功能人性化」內容的呈現現況為何？



一、企業公共關係的資訊實用性

(一) 基本資訊

由表 4-2 中有「企業簡介與歷史沿革」、「產品與服務」、「海內營業據點相關企業」、「最新消息或近期新聞報導彙總」此四項內容或項目的企業佔了大部分，有效樣本比例分別為 98.7%、96.7%、91.3%與 82%，顯示大部份的企業建立企業網站還是較重視企業產品行銷的功能；而「經營策略或理念」也有 65.3%一半以上的有效樣本有揭露；而其他內容或項目如「經營團隊之背景」、「組織架構」、「行事曆」、「研究報告」都低於 50%以下，尤其「行事曆」、「研究報告」分別只有 21 家、17 家有揭露，顯示公司幾乎皆有提供基本資料介紹，但對於其他附加資訊，則每家不一。

表 4-2：「基本資訊」次數分配表

企業簡介與歷史沿革		海內營業據點相關企業	
次數（家數）	有效百分比（%）	次數（家數）	有效百分比（%）
無	2	13	8.7
有	148	137	91.3
總合	150	150	100.0
產業前景與發展願景		經營策略或理念	
無	78	52	34.7
有	72	98	65.3
總合	150	150	100.0
經營團隊之背景		組織架構	
無	105	89	59.3
有	45	61	40.7
總合	150	150	100.0
最新消息或近期新聞報導彙總		產品與服務	
無	27	5	3.3
有	123	145	96.7
總合	150	150	100.0
行事曆		研究報告	
無	129	133	88.7
有	21	17	11.3
總合	150	150	100.0

（二）財務資訊

由表 4-3 中，在揭露財務資訊上，所有的內容和項目的揭露有效百分比都在 70%以下，揭露程度最高的是「會計師查核之財務季報」和「歷史財務資訊」的 68.7%；其次為「月營收」和「公司年報」分別是 60%和 58%；而其他更進階之財務資料如「合併財務報表」、「財務比例分析資」、「財務預測訊息」有效的揭露比例都低於 30%，其中後兩項類目有效比例只有 11.3%和 15.3%；「法人說明會報告」有 40.7%的揭露程度；而愈來愈被重視的「公司治理」觀念，強調股權結

構分散、董事會獨立性與決策制定過程、財務報表品質、投資者知情權等僅有少於 20% 的公司有揭露此內容或項目。相較於基本資訊的揭露，營收前一百五十大上市上櫃公司對於財務資訊的揭露仍有進步的空間。

表 4-3：「財務資訊」次數分配表

	公司年報		合併財務報表	
	次數 (家數)	有效百分比 (%)	次數 (家數)	有效百分比 (%)
無	63	42.0	102	68.0
有	87	58.0	48	32.0
總合	150	100.0	150	100.0
	會計師查核之財務季報		月營收	
無	47	31.1	60	40.0
有	103	68.7	90	60.0
總合	150	100.0	150	100.0
	歷史財務資訊		財務比例分析資訊	
無	47	31.1	133	88.7
有	103	68.7	17	11.3
總合	150	100.0	150	100.0
	財務預測訊息		法人說明會之報告	
無	127	84.7	89	59.3
有	23	15.3	61	40.7
總合	150	100.0	150	100.0
	公司治理			
無	120	80.0		
有	30	20.0		
總合	150	100.0		

(三) 股東資訊

就股東資訊而言，由表 4-4「股價資訊」、「歷史股價資訊」、「股東會議資訊」的內容和項目的揭露皆低於 50%。股東最關心的「股利資訊」有 54% 的企業有揭露；「即時股價資訊」、「股東會議資訊」也大致在 50% 左右，而企業不重視歷

史股價的揭露只有 8%。

表 4-4：「股東資訊」次數分配表

	即時股價資訊		歷史股價資訊	
	次數（家數）	有效百分比（%）	次數（家數）	有效百分比（%）
無	77	51.3	138	92.0
有	73	48.7	12	8.0
總合	150	100.0	150	100.0
	股利資訊		股東會議資訊	
	次數（家數）	有效百分比（%）	次數（家數）	有效百分比（%）
無	69	46.0	86	57.3
有	81	54.0	64	42.7
總合	150	100.0	150	100.0

二、企業公共關係的介面功能人性化

（一）互動性介面設計



由表 4-5 顯示，在「互動性的介面設計」上，96%的企業在每層網頁設計上皆有固定框架的設計，方便使用者從回原網頁或網站；73%的企業網站「頁面層級設計精簡」，推測應是企業公開揭露的資訊多，部分資料又分屬不同的歸類下，導致在資訊的結構編排無法限制在三個層級之內；而有 62%的企業有「網站導覽」的項目和功能，顯示企業重視導航的功能，使用者能快速熟悉網頁的資訊結構；而在「介面直觀友善」中，較少的企業 38%讓使用者可以輕鬆愉悅的使用網站提供的資訊和選擇。

表 4-5：「互動性介面設計」次數分配表

	固定框架設計		頁面層級設計精簡	
	次數（家數）	有效百分比（%）	次數（家數）	有效百分比（%）
無	6	4.0	40	26.7
有	144	96.0	110	73.3
總合	150	100.0	150	100.0
	介面直觀友善		網站導覽	
無	93	62.0	57	38.0
有	57	38.0	93	62.0
總合	150	100.0	150	100.0

（二）資訊格式多樣性

在資訊格式多樣性上，如表 4-6 中，88.7%的企業提供至少兩種以上的語言選擇，顯示國內上市上櫃企業已體認到國際化趨勢的來臨，提供的資訊讓英語系統的國際投資者或是機構也能網上搜尋到他們要的資訊；但是國內一百五十家樣本中有將近 90%的企業沒有利用網路特性提供多媒體機制與投資人互動，而其中的 15%皆是利用網路直播會或是線上語音會議來呈現股東會或是法人說明會，讓網路投資人可以更具臨場感，而第四節分析資料顯示此 15%的企業大多為電子業，推測電子業為科技技術的領導產業，對於新科技的應用較有勇於嘗試的精神。

表 4-6：「資訊格式多樣性」次數分配表

	語言選擇性		多媒體形式播放	
	次數（家數）	有效百分比（%）	次數（家數）	有效百分比（%）
無	17	11.3	134	89.3
有	133	88.7	16	10.7
總合	150	100.0	150	100.0

(三) 回饋功能 (人員互動)

在「回饋功能」上，66.7%的企業是留下網路管理員的 mail address 直接開啓 outlook 信箱回答使用者的問題，37.3%以留言板方式跟使用者做互動，分析資料過程中發現，留言板可以選擇提問問題的類型機制，讓網路管理員可以更精確掌握使用者提問，比收 mail 方式更方便做整理歸納；而對於投資人的專屬提問只有 39.3%企業重視技術性與專門性的主題對談；討論區的功能僅 2 家使用，如表 4-7。

表 4-7：「回饋功能」次數分配表

	討論區、論壇		留言板	
	次數 (家數)	有效百分比 (%)	次數 (家數)	有效百分比 (%)
無	148	98.7	94	62.7
有	2	1.3	56	37.3
總合	150	100.0	150	100.0
	E-mail 信箱		IR 專家或指定人選對談	
無	50	33.3	91	60.7
有	100	66.7	59	39.3
總合	150	100.0	150	100.0

(四) 個人化功能

在「個人化的功能」上，提供資料下載列印或轉寄的功能的 63.3%和提供會計師查查之財務報表 68.7%相接近，顯示大多數的企業都應用 PDF 檔、WORD 檔 Excel 檔提供下載呈現；但是在提供投資人選擇不同瀏覽方式，只有 7.3%的企業提供；另外企業提供投資人不同資訊的主動投遞僅佔 19.3%；關鍵字查詢功能僅 28.8%，如表 4-8。

表 4-8：「個人化功能」次數分配表

	關鍵字查詢		瀏覽選擇	
	次數（家數）	有效百分比（%）	次數（家數）	有效百分比（%）
無	107	71.3	139	92.7
有	43	28.8	11	7.3
總合	150	100.0	150	100.0
	資訊訂閱		資料下載列印或轉寄	
	次數（家數）	有效百分比（%）	次數（家數）	有效百分比（%）
無	121	80.7	55	36.7
有	29	19.3	95	63.3
總合	150	100.0	150	100.0

（五）網站監測

表 4-9 顯示在「使用者註冊」上，提供註冊投資人特殊權限，並了解其需求良身訂做的企業僅 10.7%，顯見上市上櫃公司在提供投資人個人化選擇的介面設計上以及提供客製化的資訊環境，還有更多的努力空間。

表 4-9：「網站監測」次數分配表

	使用者註冊（會員登入）	
	次數（家數）	有效百分比（%）
無	134	89.3
有	16	10.7
總合	150	100.0

（六）使用者支援功能

表 4-10 中 38%的企業提供 Adobe 的「瀏覽軟體下載」，支援投資人觀看 PDF 檔的原始報表；而對於「股東的常見問題集」也僅有 24%的企業提供，顯見大部分企業在投資人支援功能上，設計可以再更貼心。

表 4-10：「使用者支援功能」次數分配表

	提供瀏覽下載軟體		股東常見問題匯集 (FAQ)	
	次數 (家數)	有效百分比 (%)	次數 (家數)	有效百分比 (%)
無	93	62.0	114	76.0
有	57	38.0	36	24.0
總合	150	100.0	150	100.0

(七) 指引性服務或聯結

最後在「指引性的服務和連結」中，77.3%的企業有設置「投資人專區」、「投資人園地」、「財務資訊揭露專區」，顯示除了法令規定強制揭露外，大部分企業已體認到網站經營投資人關係的重要性，紛紛設置專區進行資訊揭露和討論；而69.3%的企業有連結到「公開資訊觀測站」、「台灣證券交易所」指引投資人做更完整的資料蒐集；可以獲得更便捷服務和信任的「財股務機構代理的查詢」公開，只有33.3%；而在「離開網站之提醒」前往別的網站中，僅3.3%的企業有提醒。如下表 4-11。

表 4-11：「指引性服務或聯結」次數分配表

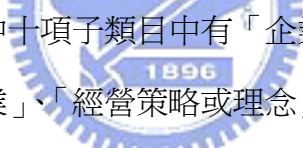
	投資人專區		股務代理機構位置查詢	
	次數 (家數)	有效百分比 (%)	次數 (家數)	有效百分比 (%)
無	34	22.7	100	66.7
有	116	77.3	50	33.3
總合	150	100.0	150	100.0
	政府機關或相關資料庫之連結		離開公司網站之提醒	
	次數 (家數)	有效百分比 (%)	次數 (家數)	有效百分比 (%)
無	46	30.7	145	96.7
有	104	69.3	5	3.3
總合	150	100.0	150	100.0

第三節 企業網站的資訊內容和介面功能與產業別交叉分析

本節旨在回答研究問題四：不同產業別中，企業網站所重視的企業公共關係「資訊實用性」和「介面功能人性化」是否有所不同？四大產業中各產業分別較為重視哪些類目項目？因此，筆者將各項類目與產業進行交叉分析，以了解本研究建構之四十四項類目在跨產業間是否有明顯差異。以下第一部份就研究中，沒有發現產業別中具有顯著差異的類目進行說明，第二部份則進一部對於跨產業間有明顯差異的類目進行說明。

一、沒有顯著差異的交叉分析表

(一) 企業公共關係的資訊實用性

- 
1. 基本資訊：其中十項子類目中有「企業簡介與歷史沿革」、「海內營業據點相關企業」、「經營策略或理念」、「經營團隊之背景」、「產品與服務」、「行事曆」、「研究報告」七項類目與產業別進行交叉分析後，P 值皆大於 0.05，未達顯著標準，顯示前述類目在跨產業間並無明顯差異。然而，「企業簡介與歷史沿革」、「海內營業據點相關企業」、「產品與服務」、「行事曆」、「研究報告」五項類目，在進行卡方分析時發現，期望值小於 5 的格子數大於 20%，因此其卡方值僅具參考價值。
 2. 財務資訊：九項子類目中「公司年報」、「合併財務報表」、「會計師查核之財務季報」、「財務比例分析資訊」、「財務預測訊息」、「財務預測訊息」六項類目與產業別進行交叉分析後，P 值皆大於 0.05，未達顯著標準，顯示前述類目在跨產業間並無明顯差異。其中「財

務比例分析資訊」、「財務預測訊息」兩項，在進行卡方分析時發現，期望值小於 5 的格子數大於 20%，因此其卡方值僅具參考價值。

3. 股東資訊：其中四項子類目「股價資訊」、「歷史股價資訊」、「股利資訊」、「股東會議資訊」全部與產業別進行交叉分析後，P 值皆大於 0.05，未達顯著標準，顯示所有子類目在跨產業間並無明顯差異。其中「歷史股價資訊」在進行卡方分析時發現，期望值小於 5 的格子數大於 20%，因此其卡方值僅具參考價值。

(二) 企業公共關係的介面功能人性化

1. 互動性介面設計：四項子類目中僅「介面友善度」與產業別進行交叉分析後，P 值大於 0.05，未達顯著標準，顯示其在跨產業間並無明顯差異。
2. 資訊格式多樣性：其中「多媒體形式播放」與產業別進行交叉分析後，P 值皆於 0.05，未達顯著標準，顯示其在跨產業間並無明顯差異。且卡方分析發現，期望值小於 5 的格子數大於 20%，因此其卡方值僅具參考價值。
3. 回饋功能：四項子類目「討論區、論壇」、「留言版」、「e-mail 信箱」、「IR 專家或指定人選對談」與產業別進行交叉分析後，P 值皆大於 0.05，未達顯著標準，顯示其在跨產業間並無明顯差異。其中「討論區、論壇」的卡方值僅具參考價值。

4. 個人化功能：四項子類目「關鍵字查詢」、「瀏覽選擇」、「資訊訂閱」、「資料下載列印或轉寄」與產業別進行交叉分析後，P 值皆大於 0.05 未達顯著標準，顯示其在跨產業間並無明顯差異。其中「瀏覽選擇」的卡方值僅具參考價值。
5. 網站監測：其類目「使用者註冊」與產業別進行交叉分析後，P 值大於 0.05 未達顯著標準，顯示其在跨產業間並無明顯差異。其卡方值分析後也僅具參考價值。
6. 使用者支援功能：兩項子類目「提供瀏覽下載軟體」、「股東常見問題匯集」與產業別進行交叉分析後，P 值皆大於 0.05 未達顯著標準，顯示其在跨產業間並無明顯差異。
7. 指引性服務或連結：四項子類目「投資人專區」、「股務代理機構位置查詢」、「政府機關或相關資料庫連結」、「離開公司網站之提醒」與產業別進行交叉分析後，P 值皆大於 0.05，未達顯著標準，顯示其在跨產業間並無明顯差異。其中「離開公司網站之提醒」的期望值小於 5 的格子數大於 20%，其卡方值僅具參考價值。

表 4-12：沒有顯著差異的類目與產業交叉分析表

變項			產業別				共計	卡方 值	顯著 度
			金融業	傳統製 造業	服務業	電子業			
企業簡 介與歷 史沿革	無	計數	0	0	1	1	2	★ 1.875	.599
		調整後殘差值	-0.7	-0.7	1.1	0.2			
	有	計數	26	32	27	63	148		
		調整後殘差值	0.7	0.7	-1.1	-0.2			
共計	計數		26	32	28	64	150		
海內營 業據點 相關企 業	無	計數	2	4	2	5	13	★ 0.766	.857
		調整後殘差值	-0.2	0.9	-0.3	-0.3			
	有	計數	24	28	26	59	137		
		調整後殘差值	0.2	-0.9	0.3	0.3			
共計	計數		26	32	28	64	150		
經營策 略或理 念	無	計數	9	15	5	23	52	5.645	.130
		調整後殘差值	0.0	1.6	-2.1	0.3			
	有	計數	17	17	23	41	98		
		調整後殘差值	0.0	-1.6	2.1	-0.3			
共計	計數		26	32	28	64	150		
經營團 隊之背 景	無	計數	14	26	21	44	105	5.540	.136
		調整後殘差值	-2.0	1.6	0.6	-0.3			
	有	計數	12	6	7	20	45		
		調整後殘差值	2.0	-1.6	-0.6	0.3			
共計	計數		26	32	28	64	150		
產品與 服務	無	計數	1	1	1	2	5	★0.39	.998
		調整後殘差值	0.2	-0.1	0.1	-0.1			
	有	計數	25	31	27	62	145		
		調整後殘差值	-0.2	0.1	-0.1	0.1			
共計	計數		26	32	28	64	150		
行事曆	無	計數	24	28	24	53	129	★ 1.461	.691
		調整後殘差值	1.0	0.3	0.0	-0.1			
	有	計數	2	3	4	11	21		
		調整後殘差值	-1.0	-0.3	0.0	1.0			
共計	計數		26	32	28	64	150		
研究報 告	無	計數	23	28	25	57	133	★0.65	.996
		調整後殘差值	0.0	-0.2	0.1	0.1			

	有	計數	3	4	3	7	17		
		調整後殘差值	0.0	0.2	-0.1	-0.1			
共計		計數	26	32	28	64	150		
公司年報	無	計數	7	15	13	28	28	3.044	.385
		調整後殘差值	-1.7	0.6	0.5	0.4			
	有	計數	19	17	15	36	36		
		調整後殘差值	1.7	-0.6	-0.05	-0.4			
共計		計數	26	32	28	64	150		
合併財務報表	無	計數	16	25	20	41	102	2.614	.455
		調整後殘差值	-0.8	1.4	0.4	-0.9			
	有	計數	10	7	23	23	48		
		調整後殘差值	0.8	-1.4	-0.4	0.9			
共計		計數	26	32	28	64	150		
會計師查核之財務季報	無	計數	4	12	10	21	47	3.954	.266
		調整後殘差值	-1.9	0.8	0.6	0.3			
	有	計數	22	20	18	43	103		
		調整後殘差值	1.9	-0.8	-0.6	-0.3			
共計		計數	26	32	28	64	150		
財務比例分析資訊	無	計數	23	29	27	54	133	★ 2.975	.396
		調整後殘差值	0.0	0.4	1.4	-1.4			
	有	計數	3	3	1	10	17		
		調整後殘差值	0.0	-0.4	-1.4	1.4			
共計		計數	26	32	28	64	150		
財務預測訊息	無	計數	21	29	21	56	127	★ 3.590	.309
		調整後殘差值	-0.6	1.1	-1.6	0.6			
	有	計數	5	3	7	8	23		
		調整後殘差值	0.6	-1.1	1.6	-0.8			
共計		計數	26	32	28	64	150		
法人說明會之報告	無	計數	13	20	18	38	89	1.356	.716
		調整後殘差值	-1.1	0.4	0.6	0.0			
	有	計數	13	12	10	26	61		
		調整後殘差值	1.1	-0.4	-0.6	0.0			
共計		計數	26	32	28	64	150		
股價資訊	無	計數	13	17	14	33	77	0.081	.994
		調整後殘差值	-0.1	0.2	-0.2	0.0			
	有	計數	13	15	14	31	73		
		調整後殘差值	0.1	-0.2	0.2	0.0			

共計		計數	26	32	28	64	150		
歷史股價資訊	無	計數	23	30	25	60	138	★ 1.122	.772
		調整後殘差值	-0.7	0.4	-0.6	0.7			
	有	計數	3	2	3	4	12		
		調整後殘差值	0.7	-0.4	0.6	-0.7			
共計		計數	26	32	28	64	150		
股利資訊	無	計數	10	15	13	31	69	0.760	.859
		調整後殘差值	-0.8	0.1	0.1	0.5			
	有	計數	16	17	15	33	81		
		調整後殘差值	0.8	-0.1	-0.1	-0.5			
共計		計數	26	32	28	64	150		
股東會議資訊	無	計數	15	22	16	33	86	2.578	.416
		調整後殘差值	0.0	1.5	0.0	-1.2			
	有	計數	11	10	12	31	64		
		調整後殘差值	0.0	-1.5	0.0	1.2			
共計		計數	26	32	28	64	150		
介面友善度	無	計數	16	26	17	34	93	7.195	.066
		調整後殘差值	-0.1	2.5	-0.2	-1.9			
	有	計數	10	6	11	30	57		
		調整後殘差值	0.1	-2.5	0.2	1.9			
共計		計數	26	32	28	64	150		
多媒體形式播放	無	計數	25	28	25	56	134	★ 1.608	.658
		調整後殘差值	1.2	-0.4	0.0	-0.6			
	有	計數	1	4	3	8	16		
		調整後殘差值	-1.2	0.4	0.0	0.6			
共計		計數	26	32	28	64	150		
討論區、論壇	無	計數	26	31	28	63	148	★ 1.536	.674
		調整後殘差值	0.7	-1.0	0.7	-0.2			
	有	計數	0	1	0	1	2		
		調整後殘差值	-0.7	1.0	-0.7	0.2			
共計		計數	26	32	28	64	150		
留言版	無	計數	13	17	18	46	94	5.379	.146
		調整後殘差值	-1.5	-1.3	0.2	2.0			
		計數	13	15	10	18	56		
		調整後殘差值	1.5	1.3	-0.2	-2.0			
共計		計數	26	32	28	64	150		
e-mail 信	無	計數	13	10	10	17	50	4.704	.195

箱		調整後殘差值	2.0	-0.3	0.3	-1.5			
	有	計數	13	22	18	47	100		
		調整後殘差值	-2.0	0.3	-0.3	1.5			
共計		計數	26	32	28	64	150		
IR 專家 或指定 人選對 談	無	計數	14	25	17	35	91	5.553	.135
		調整後殘差值	-0.8	2.3	0.0	-1.3			
	有	計數	12	7	11	29	59		
		調整後殘差值	0.8	-2.3	0.0	1.3			
共計		計數	26	32	28	64	150		
關鍵字 查詢	無	計數	22	22	18	45	107	3.060	.382
		調整後殘差值	1.6	-0.4	-0.9	-0.2			
	有	計數	4	10	10	19	43		
		調整後殘差值	-1.6	0.4	0.9	0.2			
共計		計數	26	32	28	64	150		
瀏覽選 擇	無	計數	24	31	26	58	139	★ 1.233	.745
		調整後殘差值	-0.1	1.0	0.0	-0.8			
	有	計數	2	1	2	6	11		
		調整後殘差值	0.1	-1.0	0.0	0.8			
共計		計數	26	32	28	64	150		
資訊訂 閱	無	計數	23	28	21	49	121	3.239	.356
		調整後殘差值	1.1	1.1	-0.8	-1.1			
	有	計數	3	4	7	15	29		
		調整後殘差值	-1.1	-1.1	0.8	1.1			
共計		計數	26	32	28	64	150		
資料下 載列印 或轉寄	無	計數	10	13	10	22	55	0.408	.939
		調整後殘差值	0.6	0.5	-0.1	-0.5			
	有	計數	16	19	18	42	95		
		調整後殘差值	-0.6	-0.5	0.1	0.5			
共計		計數	26	32	28	64	150		
使用者 註冊	無	計數	25	30	24	55	134	★ 3.084	.379
		調整後殘差值	1.2	0.9	-0.7	-1.2			
	有	計數	1	2	4	9	16		
		調整後殘差值	-1.2	-0.9	0.7	1.2			
共計		計數	26	32	28	64	150		
提供瀏 覽下載 軟體	無	計數	12	23	17	41	93	4.231	.238
		調整後殘差值	-1.8	1.3	-0.2	0.4			
	有	計數	14	9	11	23	57		

		調整後殘差值	1.8	-1.3	0.2	-0.4		
共計		計數	26	32	28	64	150	
股東常見問題匯集(FAQ)	無	計數	22	26	20	46	114	2.459
		調整後殘差值	1.1	0.8	-0.6	-1.0		
	有	計數	4	6	8	18	36	
		調整後殘差值	-1.1	-0.8	0.6	1.0		
共計		計數	26	32	28	64	150	
投資人專區	無	計數	6	11	6	11	34	3.626
		調整後殘差值	0.1	1.8	-0.2	-1.4		
	有	計數	20	21	22	53	116	
		調整後殘差值	-0.1	-1.8	0.2	1.4		
共計		計數	26	32	28	64	150	
股務代理機構位置查詢	無	計數	19	26	18	37	100	5.873
		調整後殘差值	0.8	2.0	-0.3	-2.0		
	有	計數	7	6	10	27	50	
		調整後殘差值	-0.8	-2.0	0.3	2.0		
共計		計數	26	32	28	64	150	
政府機關或相關資料庫連結	無	計數	8	12	10	16	46	2.005
		調整後殘差值	0.0	0.9	0.6	-1.3		
	有	計數	18	20	18	48	104	
		調整後殘差值	0.0	-0.9	-0.6	1.3		
共計		計數	26	32	28	64	150	
離開公司網站之提醒	無	計數	25	32	27	61	145	★ 1.494
		調整後殘差值	-0.2	1.2	-0.1	-0.8		
	有	計數	1	0	1	3	5	
		調整後殘差值	0.2	-1.2	0.1	0.8		
共計		計數	26	32	28	64	150	

註 1：p* $<$ 0.05，p** $<$ 0.01，p*** $<$ 0.001

註 2：★表示該類日期望值小於 5 的格子數大於 20%，故卡方值僅供參考

二、有顯著差異的交叉分析表

表 4-13 和表 4-14 為本研究類目與產業之差異分析表，顯示該十項類目與「產業別」交叉分析後有顯著差異。表格中列出調整後殘差值，分析時以是否大於 1.96 與小於-1.96 來判斷四大產業中，何者在該類目中表現顯著偏高或偏低，以下分述各項在產業別有明顯差異的類目。

(一) 企業公共關係的資訊實用性

1. 基本資訊：其中「產業前景與發展願景」、「組織架構」、「最新消息近期新聞報導彙總」P 值已達顯著水準，表示四產業在三項子類目中的表現上，的確有顯著差異。其中在「產業前景與發展願景」中，電子業經卡分分析後其調整後殘差值為 2.1，大於 1.96，表示電子業企業網站有「產業前景與發展願景」的企業數顯著偏高；相對而言，金融業企業網站有「產業前景與發展願景」的家數顯著偏低，其調整後殘差值為-2.8，小於-1.97，也已達顯著水準。「組織架構」中金融業調整後殘差值為 3.3，大於 1.96，表示金融業企業網站有「組織架構」的企業數顯著偏高；相對而言，電子業企業網站有「組織架構」的家數顯著偏低，其調整後殘差值為-3.0，小於-1.97。「最新消息近期新聞報導彙總」中傳統製造業調整後殘差值為-3.8，大於-1.96，表示傳統製造業企業網站有「最新消息近期新聞報導彙總」的企業數顯著偏低。
2. 財務資訊：「月營收」、「歷史財務報告」、「公司治理」P 值已達顯著水準，表示四產業在此三項子類目中的表現上，的確有顯著差異。

其中，在「月營收」上，電子業經卡分分析後其調整後殘差值為 3.2，大於 1.96，表示電子業企業網站有「月營收」的企業數顯著偏高；相對而言，金融業企業網站有「月營收」的家數顯著偏低，其調整後殘差值為-3.3，小於-1.97，也已達顯著水準。「歷史財務報告」和「公司治理」中傳統製造業調整後殘差值為-2.1 和-2.7，皆大於 -1.96，表示傳統製造業企業網站有「歷史財務報告」和「公司治理」的企業數顯著偏低。

表 4-13：有顯著差異的資訊實用性類目與產業交叉分析表

變項			產業別				共計	卡方值	顯著度
			金融業	傳統製造業	服務業	電子業			
產業前景與發展願景	無	計數	20	17	14	27	78	9.000	.029*
		調整後殘差值	2.8	0.1	-0.2	-2.1			
	有	計數	6	15	14	37	72		
		調整後殘差值	-2.8	-0.1	0.2	2.1			
共計	計數		26	32	28	64	150		
組織架構	無	計數	8	19	15	47	89	14.453	.002**
		調整後殘差值	-3.3	0.0	-0.7	3.0			
	有	計數	18	13	13	17	61		
		調整後殘差值	3.3	0.0	0.7	-3.0			
共計	計數		26	32	28	64	150		
最新消息近期新聞報導彙總	無	計數	2	13	2	10	27	15.450	.001**
		調整後殘差值	-1.5	3.8	-1.7	-0.7			
	有	計數	24	19	26	54	123		
		調整後殘差值	1.6	-3.8	1.7	0.7			
共計	計數		26	32	28	64	150		
月營收	無	計數	18	16	10	16	60	16.804	.001**
		調整後殘差值	3.3	1.3	-0.5	-3.2			
	有	計數	8	16	18	48	90		
		調整後殘差值	-3.3	-1.3	0.5	3.2			
共計	計數		26	32	28	64	150		
歷史財	無	計數	4	15	12	16	16	9.588	.022*

務資訊		調整後殘差值	-1.9	2.1	1.5	-1.4			
	有	計數	22	17	16	48	48		
		調整後殘差值	1.9	-2.1	-1.5	1.4			
共計		計數	26	32	28	64	150		
公司治 理	無	計數	18	31	21	50	120	8.158	.045*
		調整後殘差值	-1.5	2.7	-0.7	-0.5			
	有	計數	8	1	7	14	30		
		調整後殘差值	1.5	-2.7	-0.7	0.5			
共計		計數	26	32	28	64	150		

註 1：p* $<$ 0.05，p** $<$ 0.01，p*** $<$ 0.001

註 2：■表示該類目調整後殘差值 $>$ 1.96 或 $<$ -1.96，有明顯偏高或偏低傾向。

(二) 企業公共關係的介面功能人性化

1. 互動性介面設計：其中「固定框架設計」、「頁面層級設計精簡」、「網站導覽」中的 P 值皆達顯著水準，表示四產業在此三項子類目中的表現上，的確有顯著差異。其中在「固定框架設計」中，電子業經卡分分析後其調整後殘差值為 2.2，大於 1.96，表示電子業企業網站有「固定框架設計」的企業數顯著偏高，相對而言，傳統製造業企業網站有「固定框架設計」的家數顯著偏低，其調整後殘差值為-2.8，小於-1.97，也已達顯著水準。「頁面層級設計精簡」中電子業調整後殘差值為 3.0，大於 1.96，表示電子業企業網站「頁面層級設計精簡」的企業數顯著偏高；「網站導覽」中，服務業調整後殘差值為 2.4，大於 1.96，表示服務業企業網站有「網站導覽」的企業數顯著偏高。傳統製造業其調整後殘差值為-2.4，大於-1.96，表示傳統製造業企業網站有「網站導覽」的企業數顯著偏低。
2. 資訊格式多樣性：其中「語言選擇性」P=0.43 已達顯著水準，表示四產業在「語言選擇性」類目中的表現上，的確有顯著差異。且經

卡分析後其調整後殘差值為 2.7，大於 1.96，表示電子業企業網站有「語言選擇性」的企業數顯著偏高。

表 4-14：有顯著差異的介面功能人性化類目與產業交叉分析表

變項			產業別				共計	卡方值	顯著度
			金融業	傳統製造業	服務業	電子業			
固定框架設計	無	計數	1	4	1	0	6	★ 8.702	.034*
		調整後殘差值	0.0	2.8	-0.1	-2.2			
	有	計數	25	28	27	64	144		
		調整後殘差值	0.0	-2.8	0.1	2.2			
共計	計數		26	32	28	64	150		
頁面層級設計精簡	無	計數	8	12	11	9	40	9.623	.022*
		調整後殘差值	0.5	1.6	1.7	-3.0			
	有	計數	18	20	17	55	110		
		調整後殘差值	-0.5	-1.6	-1.7	3.0			
共計	計數		26	32	28	64	150		
網站導覽	無	計數	11	18	5	23	57	9.666	.022*
		調整後殘差值	0.5	2.4	-2.4	-0.4			
	有	計數	15	14	43	41	150		
		調整後殘差值	-0.5	-2.4	2.4	0.4			
共計	計數		26	32	28	64	150		
語言選擇性	無	計數	4	5	6	2	17	★ 8.142	.043*
		調整後殘差值	0.7	0.9	1.9	-2.7			
	有	計數	22	27	22	62	133		
		調整後殘差值	-0.7	-0.9	-1.9	2.7			
共計	計數		26	32	28	64	150		

註 1：p* $<$ 0.05，p** $<$ 0.01，p*** $<$ 0.001

註 2：■表示該類目調整後殘差值 $>$ 1.96 或 $<$ -1.96，有明顯偏高或偏低傾向。

註 3：★表示該類日期望值小於 5 的格子數大於 20%，故卡方值僅供參考

第四節 單因子變異數分析 (One-Way ANOVA 分析)

本研究以企業公共關係之「資訊實用性」和「介面功能人性化」兩大面向來檢視企業網站對投資人的公關效果。其中，「資訊實用性」內容上將資訊分為「基本資訊」、「財務資訊」和「股東資訊」等三項，共計二十三個類目；「介面功能人性化」呈現上分為「互動性介面設計」、「資訊格式多樣性」、「回饋功能」、「個人化功能」、「網站監測」、「使用者支援功能」、「指引性服務或連結」七項，共二十一項類目。兩大面向合計共四十四個類目。為了進一步解釋研究問題四：不同產業別中，企業網站所重視的企業公共關係「資訊實用性」和「介面功能人性化」是否有所不同？四大產業中各產業分別較為重視哪些類目項目？

本節首先將「資訊實用性」中三項類目內容，和「介面功能人性化」中七項類目內容，共十項大類目分別為：基本資訊、財務資訊、股東資訊；互動性介面設計、資訊格式多樣性、回饋功能、個人化功能、網站監測、使用者支援功能、指引性服務或連結，以變異數分析產業間差異；再則對「資訊實用性」、「介面功能人性化」、和由資訊實用性和介面功能人性化結合的「投資人關係經營網站效果」三項指標做分析，將原本的類別資料轉為數字資料來進行比較，至於如何轉換資料，則將詳述於下。

一、產業別對企業網站內容重視之影響

本研究再進行企業網站內容分析時，以該類目之「有」與「無」進行編碼，因此編碼所得皆為類別資料，為了進一步了解各類目在企業網站的分布狀況與產業別對類目造成的影響，因此進一步將類目的「有」與「無」賦與數值，編碼為「有」者則得 1 分、「無」者則得 0 分，再將十項類目中的子類目得分相加，其中「基本資訊」得分介於 0 至 10 分之間、「財務資訊」得分介於 0 至 9 分之間、

「股東資訊」得分介於 0 至 4 分之間；「互動性介面設計」得分介於 0 至 4 分之間、「資訊格式多樣性」得分介於 0 至 2 分之間、「回饋功能」得分介於 0 至 4 分之間、「個人化功能」得分介於 0 至 4 分之間、「網站監測」得分介於 0 至 1 分之間、「使用者支援功能」得分介於 0 至 2 分之間、「指引性服務或連結」得分介於 0 至 4 分之間，表 4-15 為十項類目之敘述統計資料分析。

表 4-15：十項類目敘述統計資料

	數量	最小值	最大值	平均數	標準差
基本資訊	150	3	9	5.7800	1.2417
財務資訊	150	0	8	3.7465	2.3465
股東資訊	150	0	4	1.5333	1.2077
互動性介面設計	150	1	4	2.6933	0.9480
資訊格式多樣性	150	0	2	0.9933	0.4561
回饋功能	150	0	3	1.4467	0.7285
個人化功能	150	0	3	1.1867	0.8777
網站監測	150	0	1	0.1067	0.3097
使用者支援功能	150	0	2	0.62	0.6416
指引性服務或連結	150	0	4	1.8333	1.0454

接下來，筆者將十項類目數字指標對「產業別」做變異數分析。先以 Levene 檢定網站表現上各組因素之變異數是否具有同質性 ($p>0.05$)，發現僅其中九組「基本資訊」、「財務資訊」、「股東資訊」、「互動性介面設計」、「資訊格式多樣性」、「回饋功能」、「個人化功能」、「使用者支援功能」、「指引性服務或連結」通過檢定，故九組因素皆可進行分析。

經單因子變異數分析後，不同產業在「基本資訊」、「財務資訊」、「股東資訊」、「互動性介面設計」、「資訊格式多樣性」、「回饋功能」、「個人化功能」、「使用者支援功能」、「指引性服務或連結」上的分析結果如表所示，不同產業別在網站表現的「基本資訊」($p=0.048$)、「財務資訊」($p=0.154$)、「股東資訊」($p=0.842$)、「互

動性介面設計」($p=0.000$)、「資訊格式多樣性」($p=0.109$)、「回饋功能」($p=0.935$)、「個人化功能」($p=0.291$)、「使用者支援功能」($p=0.496$)、「指引性服務或連結」($p=0.04$) <表 4-16> 不同的產業僅在「基本資訊」、「互動性介面設計」、「指引性服務或連結」上有顯著差異。經 Scheffe 法進行事後比較得知，分述如下：

(一) 基本資訊：組間均方和為 4.031，F 值為 2.704，顯著度為 0.048，表示不同的產業對於基本資訊的影響，差別是顯著的。但經 Scheffe 事後比較無法表現出各產業間的顯著差異情況。

(二) 互動性介面設計：組間均方和為 5.196，F 值為 6.412，顯著度為 0.000，表示不同的產業對於基本資訊的影響，差別是顯著的。經 Scheffe 事後比較發現，電子業在互動性介面設計上，得分表現高於傳統製造業；服務業在互動性介面設計上，得分表現高於傳統製造業。

(三) 指引性服務或連結：組間均方和為 2.428，F 值為 2.279，顯著度為 0.04，表示不同的產業對於基本資訊的影響，差別是顯著的。經 Scheffe 事後比較發現，電子業在指引性服務或連結上，得分表現高於傳統製造業。

表 4-16 產業別與網站表現之單因子變異數分析

網站表現	企業別	平均數	標準差	組間均方和	F 值	顯著度	事後比較
基本資訊	金融業	6.0385	0.9992	4.031	2.704	.048*	—
	傳統製業	5.2813	1.3733				
	服務業	6.0714	1.3032				
	電子業	5.7869	1.1843				
財務資訊	金融業	4.2308	1.9861	9.634	1.777	.154	
	傳統製業	3.0000	2.3555				
	服務業	3.5714	2.4859				
	電子業	4.0000	2.3705				
股東資訊	金融業	1.6538	1.2944	0.411	0.277	.842	
	傳統製業	1.3750	1.1288				
	服務業	1.5714	1.4254				
	電子業	1.5469	1.1259				
互動性 介面設計	金融業	2.6154	0.8979	5.196	6.412	.000*	電子業>傳統製業， 服務業>傳統製業
	傳統製業	2.1250	0.8707				
	服務業	2.7857	0.9947				
	電子業	2.9688	0.8723				
資訊格式 多樣性	金融業	0.8846	0.4315	0.418	2.053	.109	
	傳統製業	0.9688	0.4741				
	服務業	0.8929	0.5669				
	電子業	1.0938	0.3870				
回饋功能	金融業	1.4615	0.7060	0.0767	0.142	.935	
	傳統製業	1.4063	0.7976				
	服務業	1.3929	0.7860				
	電子業	1.4844	0.6899				
個人化 功能	金融業	0.9615	0.7736	0.964	1.258	.291	
	傳統製業	1.0625	0.8400				
	服務業	1.3214	0.7724				
	電子業	1.2813	0.9672				
使用者 支援功能	金融業	0.6923	0.5491	0.330	0.799	.496	
	傳統製業	0.4688	0.6214				
	服務業	0.6786	0.6696				
	電子業	0.6406	0.6754				
指引性	金融業	1.7692	0.9511	2.428	2.279	.04*	電子業>傳

服務或 連結	傳統製業	1.4688	0.9832				統製造業
	服務業	1.8214	1.0560				
	電子業	2.0469	1.0754				

$p^* < 0.05$, $p^{**} < 0.01$, $p^{***} < 0.001$

二、產業別對公共關係指標「資訊實用性」、「介面功能人性化」、「投資人關係經營網站效果」之影響

延續前述方法，將類目的「有」與「無」賦與數值，編碼為「有」者則得 1 分、「無」者則得 0 分，依據本研究題旨，將屬於「資訊實用性」、「介面功能人性化」、「投資人關係經營網站效果」的類目相加，公共關係「資訊實用性」得分介於 0 至 23 分之間、「介面功能人性化」得分介於 0 至 21 分之間、「投資人關係經營網站效果」得分介於 0 至 44 分之間。表 4-17 為三項指標之敘述統計資料分析。

表 4-17：三項指標之敘述統計資料

		數量	最小值	最大值	平均數	標準差
資訊實用性	金融業	26	5	17	11.9231	3.4977
	傳統製業	32	3	16	9.6562	4.1083
	服務業	28	5	19	11.2143	4.0948
	電子業	64	3	19	11.3438	3.8472
	共計	150	3	19	11.060	3.9310
介面功能人性化	金融業	26	2	12	8.4231	2.6709
	傳統製業	32	2	14	7.5625	2.8277
	服務業	28	2	15	9.0357	3.2601
	電子業	64	3	17	9.6562	3.2816
	共計	150	2	17	8.8800	3.1642
投資人關係經營 網站效果	金融業	26	10	29	20.3462	5.6352
	傳統製業	32	6	28	17.2187	6.3181
	服務業	28	8	34	20.2500	7.0323
	電子業	64	8	36	21.0000	6.7532
	共計	150	6	36	19.9400	6.6335

再將公共關係「資訊實用性」、「介面功能人性化」、「投資人關係經營網站效果」三項數字指標對「產業別」做變異數分析後，不同產業在上的分析結果如〈表 4-18〉所示，不同產業別在網站表現的「資訊實用性」($p=0.126$)、「介面功能人性化」($p=0.017$)、「投資人關係經營網站效果」($p=0.045$)。不同的產業在「介面功能人性化」和「投資人關係經營網站效果」上有顯著差異。經 Scheffe 法進行事後比較得知，分述如下：詳見表 4-18。

(一) 介面功能人性化：組間均方和為 33.406，F 值為 3.505，顯著度為 0.017，表示不同的產業對於介面功能人性化的影響，差別是顯著的。經 Scheffe 事後比較僅發現，「介面功能人性化」上面，電子業的得分表現高於製造業的得分表現。

(二) 投資人關係經營網站效果：組間均方和為 105.286，F 值為 3.505，顯著度為 0.045，表示不同的產業對於介面功能人性化的影響，差別是顯著的。經 Scheffe 事後比較僅發現，「投資人關係經營網站效果」上面，電子業的得分表現高於製造業的得分表現。

表 4-18：產業別與網站表現之單因子變異數分析

網站表現	企業別	平均數	標準差	組間均方和	F 值	顯著度	事後比較
資訊實用性	金融業	11.9231	3.4977	29.414	1.940	.126	
	傳統製業	9.6563	4.1083				
	服務業	11.2143	4.0948				
	電子業	11.3438	3.8472				
介面功能人性化	金融業	8.4231	2.6709	33.406	3.505	.017*	電子業>傳統製造業
	傳統製業	7.5625	2.8277				
	服務業	9.0357	3.2601				
	電子業	9.6563	3.2816				
投資人關係經營網站效果	金融業	20.3462	5.6352	105.286	2.463	.045*	電子業>傳統製造業
	傳統製業	17.2188	6.3181				
	服務業	20.2500	7.0323				
	電子業	21.0000	6.7542				

p* <0.05 , p** <0.01 , p*** <0.001




第五節 相關係數分析

本研究以企業公共關係之「資訊實用性」和「介面功能人性化」兩大面向來檢視企業網站對投資人的公關效果，即「投資人關係經營網站效果」為「資訊實用性」與「介面功能人性化」的總體表現。為了進一步解釋研究問題五：企業網站在「資訊實用性」、「介面功能人性化」和「投資人關係經營網站效果」的表現，是否和企業的組織因素，營業收入，有正向相關性？

本節將「資訊實用性」中的三項檢視內容獨立為三項類目，分別為「基本資訊」、「財務資訊」和「股東資訊」；「介面功能人性化」中的七項檢視內容獨立為七項類目，共計十項類目，採用 Pearson 相關係數法來計算。

一、營收與企業網站內容之相關性



進行企業網站內容分析時，以該類目之「有」與「無」進行編碼，因此編碼所得皆為類別資料，進一步將類目的「有」與「無」賦與數值，編碼為「有」者則得 1 分、「無」者則得 0 分，其中「基本資訊」得分介於 0 至 10 分之間、「財務資訊」得分介於 0 至 9 分之間、「股東資訊」得分介於 0 至 4 分之間；「互動性介面設計」得分介於 0 至 4 分之間、「資訊格式多樣性」得分介於 0 至 2 分之間、「回饋功能」得分介於 0 至 4 分之間、「個人化功能」得分介於 0 至 4 分之間、「網站監測」得分介於 0 至 1 分之間、「使用者支援功能」得分介於 0 至 2 分之間、「指引性服務或連結」得分介於 0 至 4 分之間。與產業營收之相關性列表如表 4-19 分述如下：

- (一) 基本資訊：「企業營收」和「基本資訊」有明顯相關性，並呈現正相關。(r=.282, p=.000)

(三) 財務資訊：「企業營收」和「財務資訊」有明顯相關性，並呈現正相關。 $(r=.251, p=.002)$

(四) 股東資訊：「企業營收」和「股東資訊」有明顯相關性，並呈現正相關。 $(r=.161, p=.048)$

(五) 互動性介面設計：「企業營收」和「互動性介面設計」有明顯相關性，並呈現正相關。 $(r=.236, p=.004)$

(六) 資訊格式多樣性：「企業營收」和「資訊格式多樣性」有明顯相關性，並呈現正相關。 $(r=.186, p=.023)$

(七) 回饋功能：「企業營收」和「回饋功能」並無顯著相關性。 $(r=.002, p=.976)$

(八) 個人化功能：「企業營收」和「個人化功能」有明顯相關性，並呈現正相關。 $(r=.181, p=.026)$

(九) 網站監測：「企業營收」和「網站監測」有明顯相關性，並呈現正相關。 $(r=.209, p=.010)$

(十) 使用者支援功能：「企業營收」和「使用者支援功能」有明顯相關性，並呈現正相關。 $(r=.253, p=.002)$

(十一) 指引性服務或連結：「企業營收」和「指引性服務或連結」有

明顯相關性，並呈現正相關。(r=.189，p=.020)

表 4-19：企業營收和預測變相的相關分析表

關係變項	預測變項	P 值	r 值
企業營收	基本資訊	.000**	.282
	財務資訊	.002**	.251
	股東資訊	.048**	.161
	互動性介面設計	.004**	.236
	資訊格式多樣性	.023*	.186
	回饋功能	.976	.002
	個人化功能	.026*	.181
	網站監測	.010*	.209
	使用者支援功能	.002**	.253
	指引性服務或連結	.020*	.189

** 在顯著水準為 0.01 時 (雙尾)，相關顯著。

* 在顯著水準為 0.05 時 (雙尾)，相關顯著。



二、產業別與公共關係指標「資訊實用性」、「介面功能人性化」、「投資人關係經營網站效果」之相關性

延續前述方法，將類目的「有」與「無」賦與數值，編碼為「有」者則得 1 分、「無」者則得 0 分，依據本研究題旨，將屬於「資訊實用性」、「介面功能人性化」、「投資人關係經營網站效果」的類目相加，公共關係「資訊實用性」得分介於 0 至 23 分之間、「介面功能人性化」得分介於 0 至 21 分之間、「投資人關係經營網站效果」得分介於 0 至 44 分之間。〈表 4-20〉為三項指標與企業營收之相關性列表。

(一) 資訊實用性：「企業營收」和「資訊實用性」有明顯相關性，並呈現正相關。(r=.288，p=.000)

(二) 介面功能人性化：「企業營收」和「介面功能人性化」有明顯相關性，並呈現正相關。(r=.283，p=.000)

(三) 投資人關係經營網站效果：「企業營收」和「投資人關係經營網站效果」有明顯相關性，並呈現正相關。(r=.306，p=.000)

表 4-20：企業營收和預測變相的相關分析表

關係變項	預測變項	P 值	r 值
企業營收	基本資訊	.000**	.282
	財務資訊	.002**	.251
	股東資訊	.048**	.161
	資訊實用性	.000**	.288
	介面功能人性化	.000**	.283
	投資人關係經營網站效果 (資訊實用性+介面功能人性化)	.000**	.306

** 在顯著水準為 0.01 時 (雙尾)，相關顯著。

* 在顯著水準為 0.05 時 (雙尾)，相關顯著。

結果顯示企業的營收較高時，企業網站內容「基本資訊」、「財務資訊」、「股東資訊」、「互動性介面設計」、「資訊格式多樣性」、「個人化功能」、「網站監測」、「使用者支援功能」以及「指引性服務或連結」的得分表現相對較高，「回饋功能」則不相關；而在公共關係指標上，企業的營收較高時，「資訊實用性」、「介面功能人性化」和「投資人關係經營網站效果」的表現皆會較好，推測應是當企業營收好時，會在網站建置與維護上花費較多的成本，因此網站的表現相對較好。