

行政院國家科學委員會專題研究計畫 成果報告

e 化架構中企業對員工(B2E)之行為分析

計畫類別：個別型計畫

計畫編號：NSC91-2416-H-009-011-

執行期間：91年08月01日至92年07月31日

執行單位：國立交通大學經營管理研究所

計畫主持人：楊千

計畫參與人員：盧文民、劉芳萍

報告類型：精簡報告

處理方式：本計畫可公開查詢

中 華 民 國 92 年 10 月 31 日

e 化架構中企業對員工(B2E)之行為分析
A Study of Behavior Model of B2E Applications

計畫類別： 個別型計畫 整合型計畫

計畫編號：NSC 91-2416-H-009-011

執行期限：91 年 08 月 01 日至 92 年 07 月 31 日

計畫主持人：楊 千 教授

共同主持人：

計畫參與人員： 博士班研究生：盧文民、劉芳萍

成果報告類型(依經費核定清單規定繳交)： 精簡報告 完整報告

本成果報告包括以下應繳交之附件：

赴國外出差或研習心得報告一份

赴大陸地區出差或研習心得報告一份

出席國際學術會議心得報告及發表之論文各一份

國際合作研究計畫國外研究報告書一份

處理方式：除產學合作研究計畫、提升產業技術及人才培育研究計畫、列管計畫及下列情形者外，得立即公開查詢

涉及專利或其他智慧財產權， 一年 二年後可公開查詢

執行單位：國立交通大學 經營管理研究所

中 華 民 國 九 十 二 年 十 月 二 十 日

行政院國家科學委員會專題研究計畫成果報告

計畫編號：NSC 91-2416-H-009-011

執行期限：91 年 08 月 01 日至 92 年 07 月 31 日

主持人：楊 千 國立交通大學 經營管理研究所

一、中文摘要

過去是以生產力的強弱來決勝負，今日則因網際網路應用的日新月異，加速企業 e 化與企業組織再造，企業 e 化的成敗關鍵取決於企業員工，因網際網路所建構出的「虛擬企業」，其間的價值鍊需員工來主導支持。本計畫著重於企業 e 化中較新的一環—B2E 中員工的行為模式來探討，並分析企業資訊入口(EIPs)平台的導入、內容異動對員工行為的影響。

本計畫嘗試以本校 EMBA 入口網站做為模擬的實驗平台，並以聯電 UMC 的員工購物系統為依據設計問卷，藉此蒐集、分析使用者上網的行為資料加以研究探討。由於使用該平台之使用者不乏是企業中的經理人與高階主管，因此，藉由本研究計畫的研究成果提出相關命題，將可助於企業資訊長、計畫主持人、資訊人員等導入 EIPs 時的參考依據。

關鍵詞：企業對員工應用模式，企業資訊入口，虛擬企業

Abstract

To investigate employees' behavior in B2E environment, this study uses two empirical settings: EMBA portal at National Chiao Tung University and UMC employee purchasing portal. Log file of EMBA portal are used to analyze the relationships between the content dynamics and visits by users, the study found that events interested triggered the traffic. Questionnaires of UMC B2E portal applications indicated seven important factors that satisfy employees' needs. Among these are convenience, delivery, varieties, accuracy, etc.

Keywords: Business-to-Employee (B2E),

Enterprise Information Portals,
employee's behavior

二、緣由與目的

企業 e 化顛覆企業交易模式與流程，反觀企業資訊入口網站(EIPs)相關服務解決方案的市場，非但沒有因網路泡沫化而緊縮，反而有明顯成長的趨勢；IDC 報告分析：EIPs 的市場從 2001 年的 5 億 5 千萬，增長至 2006 年的 30 億 [1]。由此可見企業 e 化的腳步是刻不容緩的事實，如同電話和傳真機般，資訊技術(IT)已成為企業應用的基礎，為避免企業的資訊應用系統形成「資訊孤島」，缺乏交流協調與溝通交換，以致造成資訊更新、異動不一致，進而加深各部門間的矛盾，使企業內不同部門間的人員在進行交流時帶來很多的困擾，甚至對客戶提供前後不一致的資訊，以致嚴重影響企業的形象和信譽。所以，整合企業內部相關資源服務，並能夠把資源轉化成企業生產力，單一的整合性平台(或稱 portal、pool)，是企業核心競爭力 (core competence) 之關鍵所在[2, 3, 4]。

本計畫主要利用交通大學 EMBA 入口網站及聯電 UMC 的員工購物系統問卷做資料搜集分析之平台，在交通大學 EMBA 入口網站部分係以 EIPs 的觀念建構[5, 6, 7]，後端除以資料庫管理資料外，在資料擷取與搜尋部份則透過使用者所給的關鍵字串為條件，利用網路挖掘(Web Mining)的技術，搜尋挖掘出相關的資源，並做分類和相關性比對的處理後，呈現給使用者更為高度相關與需要的網頁文件資料；進一步的是能將網頁內容中的重要特徵粹取出來，重新整理成文件方體(Document Cube)的雛形[8]，自動發佈至需要此一資訊的相關人員，並成為資料倉儲的資料來源，將有價值的網頁內容經

過適當的格式轉換後放入企業資料倉儲中儲存，以供未來分析之用[9, 10,11, 12]。而聯電 UMC 的員工購物系統則以問卷型式調查上網使用該系統之員工，找出影響員工使用 B2E 系統的重要因素，同時進行各項因素分析，最終的目的是提供企業組織在建置 e 化架構與流程時的可行方案。

三、結果與討論

(一)、交通大學 EMBA 入口網站

整合現存的資訊系統，是企業流程 e 化最有時效的方法。本研究計畫係以本校 EMBA 網站取得實際數據與 Log 檔，參與分析對象人數為 208 人，其中針對不同學歷、職位階級、性別及年齡對 EMBA 入口平台的使用者作行為分析；另外，我們對事件發佈公告或內容更新時，分析探討使用者的行為反應與影響。

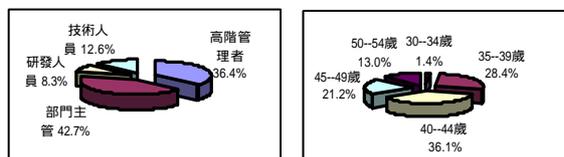
本數據取得來源是伺服器端每日所產生的 Log 檔與入口平台中的計數器所計數的資料，並已事先記錄每個 IP 所對應的使用者資料。以下各圖表是 EMBA 入口平台使用者的(學歷、性別、職位及年齡)資料比例分配圖，總人數共有 208 人：

• 學歷及性別分配比例



圖一、使用者學歷及性別分配比例

• 職位階級及年齡分配比例



圖二、使用者職位階級與年齡分配比例

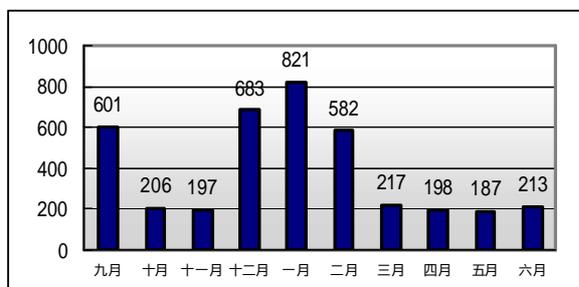
探討不同屬性使用者對網站發佈新聞事件與事件觸發時反應的情形，以下是我們分析的匯整表：

表一、EMBA 網站使用匯整表

資料屬性	資料類別	樣本數	百分比	平台使用比例
學歷	博士	21	10%	47.4%
	碩士	40	19.2%	69.4%
	大學	120	57.7%	82.1%
	專科	27	13.0%	66.5%
性別	男	193	92.8%	78.1%
	女	15	7.2%	76.9%
職位	高階主管	76	36.4%	29.9%
	部門主管	89	42.7%	43.5%
	研發人員	17	8.3%	68.4%
	技術人員	26	12.6%	92%
年齡	30—34 歲	3	1.4%	98.9%
	35--39 歲	59	28.4%	87.4%
	40--44 歲	75	36.1%	65.1%
	45--49 歲	44	21.2%	34.9%
	50--54 歲	27	13.0%	12.2%

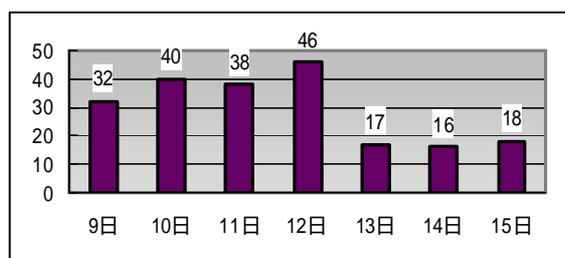
- 學歷愈高者，對入口平台內容的反應、每次連結使用平台的時間，比學歷較低者低。當平台新增加功能時，則發現學歷較低者有顯著對新功能使用有抗拒情形與較長的學習時間。
- 對性別而言，我們分析發現性別對入口平台使用較無顯著的差異。
- 職務愈高的使用者，對平台使用率顯著的比職務較低者低。
- 以年齡屬性言，年齡較小者比年齡較大者較能接受資訊技術平台的使用，對新的資訊技術也較能接受與嚐試，這種結果顯示，當企業進行資訊系統導入時，可見何種年齡層對教育訓練實施有較高的需求。

另外本計劃研究也以新聞事件的異動、發佈，進行 10 個月的使用者行為紀錄蒐集，分析、統計後，得到以下的長條圖，期間為民國 91 年 9 月至民國 92 年 6 月共 10 個月，統計每月瀏覽該網站的總人次數據。X 軸表示月份，Y 軸表示上站人數。



圖三、EMBA 入口平台上站人數統計圖

從統計圖中可以發現，分別在九月、十二月、一月及二月的瀏覽人次有相當顯著的增多。其原因是這幾個月份都是有重大事件發生，如九月開學選課，一月為招生期程，二月為放榜時間，其他的月份都維持在 200 人次上下，少有顯著的異動。經過更深一層分析，於每日瀏覽人次中可以發現，當該入口網站有新的公告事項或新聞發佈後，則會持續五到六天網站瀏覽人次明顯增多的情形，之後，又回覆到每日平均 26 人次左右的數量。



圖四、一月九日至一月十五日入口平台上站人數統計

一月是入口平台使用的高峰期，原因在於一月是 EMBA 的招生期程，其中一月二日至十五日為網路報名時間，上圖就一個星期的期間，所表示出來入口平台上站人次，其中 10 日、11 日及 12 日有顯著上站人次，其原因為接近週末假日的時間，使用者較有意願瀏覽網站。

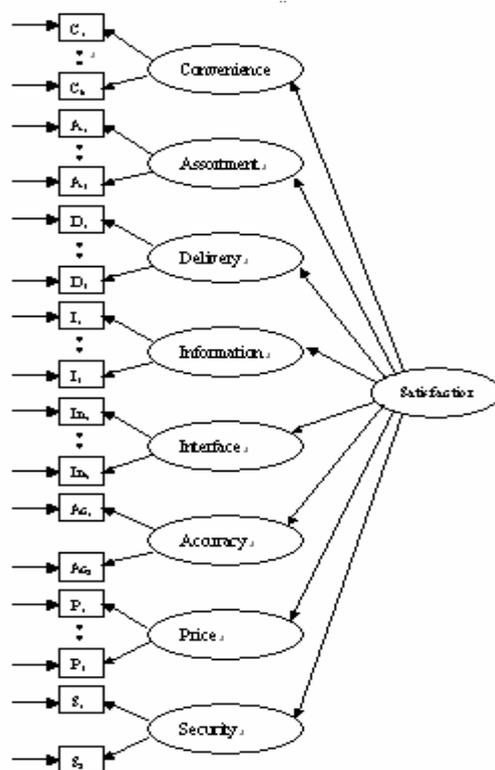
另外，本研究發現，在沒有特定事件公告之際，瀏覽人次不會有太大的變動，只有在公告事項後，透過使用者之間的訊息傳遞，才使得網站的瀏覽人次明顯增多，特別是在遇到招生、開學等大事件觸發時，更可以很明顯的看到瀏覽人次的增多。

(二)、聯電(UMC)企業對員工(B2E)系統之行為分析

本計劃另一驗證環境是聯電 UMC 的

B2E 採購系統，同時針對使用該系統之員工滿意度進行實證分析。

聯電晶圓廠服務員工人數超過 9000 人，依據政府法令，必須提撥一定比例(2%)之回饋金提供員工福利使用，這筆款項交由福利委員會執行並做為運作之基金。福委會利用大量採購之模式向相關廠商議得較低折扣價格，並透過公司內部網路建構一套系統供員工上線購物，而所有採購的品項完全由福委會基金所分給員工之配額中扣除(超出部分則轉由員工薪資中扣款)。這套系統為聯電在 e 化環境中發展企業對員工(B2E)架構的代表性系統，值得針對員工使用的行為深入分析。本研究首先採用焦點團體訪談(group focus interview)之方式找出影響 B2E 系統滿意度主要因素，並依據這些因素建立分析模式(詳如圖五)。



圖五、影響 B2E 系統滿意度主要因素

研究發現，有 8 項評量 B2E 系統滿意度的因素，其中包括便利(Convenience)、產品多樣性(Product assortment)、遞送(Delivery)、產品資訊(Product information)、使用介面(Interface)、價格(Price)、正確性(Accuracy)及安全性(Security)。每一項因素下含有若干個評估準則。

便利性指的是不限時間、不限地點的上線購物；產品多樣性係為滿足員工購物的需求；遞送速度為依照員工要求的時間遞送所訂購的貨品；產品資訊的多寡會影響員工購物的選擇性；使用介面是否容易操作會影響使用的意願；價格為 B2E 系統購物中最重要因素，因為員工透過集體且大量的採購，可以用低價獲得所需的商品；正確性強調 B2E 內容真實而沒有錯誤；安全性則代表個人資料的保護。

本研究設計了一份滿意度調查的問卷，總計回收樣本數 266 份，其中有效樣本為 234 份，然後針對有效樣本進行深入分析。

依據使用者背景顯示，約 60% 的員工在過去一個月內有在 B2E 系統中購物的經驗，男女比例各佔一半，超過 85% 的員工年齡介於 26 到 40 歲之間，大約 50% 的員工職務為工程師，以及超過 60% 為大學學歷以上（詳如表 1）。

表 2、B2E 系統使用者背景分析

	Frequency	Percent
網際網路購物經驗(不包括公司內部網路)		
平均每月至少一次至網際網路購物	27	11.5
平均每月少於一次至網際網路購物	119	50.9
未曾於網際網路購物	88	37.6
公司內部網路系統購物經驗		
過去一個月曾在公司內部網路系統購物超過兩次(含)以上	33	14.1
過去一個月曾在公司內部網路系統購物至少一次	107	45.7
僅有瀏覽公司內部網路購物系統，但沒有採購任何物品	94	40.2
性別		
男	109	47.0
女	123	53.0
年齡		
16-25	25	10.8
26-30	95	40.9
31-40	105	45.3
41-50	6	2.6
50以上	1	.4
職務類別		
工程師	113	50.7
高層管理者	59	26.2
中階主管	20	8.9
技術人員	32	14.2
教育程度		
高中	31	13.4
社區學院	56	24.1
大學	68	29.3
研究所(含)以上	77	33.2

問卷結果獲得後，首先進行問卷內容的信度分析（詳如表 2），各項因素之信度結果均大於 0.7，顯示這些指標符合內部資料的一致性（Nunnally,1978）。

本研究採用因素分析法(factor analysis)來找出重要的因素指標。研究結果詳如表 3，發現這 8 個重要因素具有 78% 的解釋能力，顯示 B2E 系統使用這些因素來分析使用者滿意度是恰當的。

表 3、問卷資料的信度分析

項目	a (Alpha) 係數
便利性	.8620
* 1. B2E系統能節省我的購物時間	
2. B2E系統能避免交通壅塞及停車的困擾	
* 3. 任何時間均能連結B2E系統是非常便利的	
4. 我能在B2E系統中輕易的找到我要的東西	
5. B2E系統中的採購流程非常方便	
6. 在B2E系統中購物非常有效率	
產品多樣性	.8410
7. B2E系統提供令人滿意的多樣產品	
8. 每一個產品目錄都提供很多的選擇	
9. B2E系統提供的產品都適合我的需求	
遞送	.8663
10. B2E系統中訂購的產品均能在我要求的時間送達	
* 11. B2E系統提供的遞送時間都不長	
* 12. B2E系統中訂購的產品可以很方便的取得	
產品資訊	.8646
13. B2E系統提供足夠的產品資訊	
14. B2E系統提供正確的產品資訊	
15. B2E系統所提供的產品資訊是我所需要的	
使用介面	.8735
* 16. B2E系統的網頁設計非常好	
* 17. B2E系統的網頁設計風格可以吸引我購物	
18. T B2E系統的網頁可以清楚的呈現產品資訊	
19. B2E系統是容易使用的	
20. B2E 系統的網頁可以快速的連結	
正確性	.8340
* 21. B2E系統的紀錄與流程資料是正確的	
* 22. 我滿意B2E系統的正確性	
價格	.7768
* 23. B2E系統中的產品價格是低的	
* 24. 我到商店購物前會先至B2E系統採購優惠卷	
25. 低價產品是B2E系統所提供的最重要價值	
安全性	.8233
* 26. 在B2E系統中購物並進行交易讓我感到安全	
* 27. 在B2E系統中購物的安全性高於網際網路	

表 4、問卷資料因素分析結果

	便利性	遞送	多樣性	產品資訊
節省時間	0.777			
停車問題	0.822			
隨時隨地上網	0.811			
容易找到	0.740			
有效的	0.531			
許多商品			0.774	
具選擇性			0.776	
符合需要			0.656	
遞送準時		0.824		
遞送時間		0.853		
產品拿取方便		0.620		
足夠的資訊				0.686
正確的資訊				0.676
需要的資訊				0.797
好的設計				
吸引人的設計				
清楚的設計				
正確性				
對正確性的滿意				
價格很低				
優惠卷				
重要價值				
感到安全				
較網際網路安全				
特徵值	3.262	2.654	2.318	2.312
(Eigenvalues)				
解釋變數(% of Variance Explained)	14%	11%	10%	10%

表 4、問卷資料因素分析結果(續)

	使用介面	價格	正確性	安全性
節省時間				
停車問題				
隨時隨地上網				
容易找到				
有效的				
許多商品				
具選擇性				
符合需要				
遞送準時				
遞送時間				
產品拿取方便				
足夠的資訊				
正確的資訊				
需要的資訊				
好的設計	0.749			
吸引人的設計	0.755			
清楚的設計	0.621			
正確性			0.816	
對正確性的滿意			0.738	
價格很低		0.674		
優惠卷		0.698		
重要價值		0.809		
感到安全				0.778
較網際網路安全				0.833
特徵值 (Eigenvalues)	2.265	2.187	1.874	1.768
解釋變數(% of Variance Explained)	9%	9%	8%	7%

成果小結：研究顯示，一套 B2E 系統的使用者行為可以透過不同的構面來進行分析，本研究係以「滿意度」來做為分析之構面，同時經過信度分析及因素分析後，得出影響 B2E 系統滿意度的 8 項重要因素：便利、產品多樣性、遞送、產品資訊、使用介面、價格、正確性及安全性。

總結本研究計畫可以得到，組織型態不同，影響使用者行為有著顯著的不同，營利組織內的使用者較能主動與系統互動，且對新的資訊系統或資訊較有意願學習與嚐試，同樣的，較學習時間言，營利組織人員較非營利組織人員中短。研究發現，非營利組織內成員需要透過主動通知機制，如 e-mail、電話告知有新訊息已上網公告發佈，瀏覽人次才會有明顯的增加。且非營利組織內成員，往往對資訊系統導入有較高排擠現象。

四、計劃成果自評

本計畫分別以二類迥然不同組織類型：營利組織(UMC)與非營利組織(交大EMBA)，來探討 B2E 上使用者行為分析，目的是為得到比較客觀的成果，不僅有理論作為基礎也兼顧實作的經驗，與原計畫所提

出的內容相符合，部份成果並發表於 SSCI 期刊，對於各項理論學習及企業 e 化流程之導入有很大的幫助。

五、參考文獻

- [1] IDC Continuum Survey, “企業入口網站 (enterprise portal) 對企業的價值及市場趨勢”, http://www.idc.com.tw/Column/03_0804.htm, Dec 02
- [2] M. M. Davydov, “Corporate Portals and e-Business Integration”, McGraw-Hill, New York, 2001
- [3] Plumtree Software White Paper, “Corporate Portals: A Simple View of a Complex World”, http://img.plumtree.com/pdf/Corporate_Portal_White_Paper.pdf, 1998
- [4] C. C. Shilakes and J. Tylman, “Enterprise Information Portals”, Merrill Lynch, New York, 1998
- [5] H. Collins, “Corporate Portals: Revolutionizing Information Access to Increase Productivity and Drive the Bottom Line”, AMACOM, New York, 2001
- [6] J. M. Firestone, “Defining the Enterprise Information Portal”, <http://www.dkms.com/EIPDEF.html>, 1999
- [7] R. Chartier, “Application Architecture: An N-Tier Approach - Part 2”, <http://www.15seconds.com/issue/011219.htm>, 2001
- [8] W. A. Ruh, F. X. Maginnis, W. J. Brown, “Enterprise Application Integration”, John Wiley & Sons, New York, 2001
- [9] Anindya Datta and Helen Thomas, “The cube data model: a conceptual model and algebra for online analytical processing in data warehouses”, *Decision Support Systems*, Vol.27, pp 289-301, 1999.
- [10] C. Dias, “Corporate Portals: a literature review of a new concept in Information Management”, *International Journal of Information Management*, 21, 2001
- [11] Inmon, W.H., *Building the Data Warehouse*, John Wiley & Sons, Inc., 1993.
- [12] Inmon, W.H., Imhoof, C. and Battas, G., *Building the Operational Data Store*, John Wiley & Sons, Inc., 1996.
- [13] S. Lawrence and L. Giles, “Accessibility and distribution of information on the web”, *Nature*, 400, July 1999.
- [14] D. Green, “The Evolution of Web Searching”, *Online Information Review*, volume 24, number 2, 2000.
- [15] J. Yi and N. Sundaresan, “Metadata Based Web Mining for Relevance”, *IEEE* 2000.
- [16] S. Lawrence and C.L. Giles, “Accessibility of Information on the Web”, *Nature*, 8 July 1999.
- [17] David Green, “Search Insider”, *Information World Review*, 1999 February.
- [18] Pattie Maes, “Agents that Reduce Work and Information Overload”, *Communications of the ACM*, Vol.37, No.7, pp. 31- 40, 146 ACM Press,

July 1994.

- [19] Etzioni, O., and Weld, D. S., "Intelligent Agents on the Internet: Fact, Fiction, and Forecast," *IEEE Expert*, August 1995, pp.44-49.
- [20] San, M., "Intelligent agents on the Internet and Web," *TENCON '98. IEEE Region 10 International Conference on Global Connectivity in Energy, Computer, Communication and Control, Vol.1*, pp.97-102.
- [21] J. Y. Nic and M. Briscobois, "On Chinese Text Retrieval", *Proceeding of SIGIR*, 1996.
- [22] G. C. Li, K. Y. Liu and Y. K. Zhang, "Identifying Chinese Word and Processing Different Meaning Structures", *Journal of Chinese Information Processing*, Vol. 2, pp. 45-53, 1988.
- [23] G. G. Chowdhury, *Introduction to Modern Information Retrieval*, Library Association Publishing, London, 1999.
- [24] R. Baeza-Yates and B. Ribeiro-Neto, *Modern Information Retrieval*, Addison Wesley, 1999.
- [25] F. W. Lancaster, *Information Retrieval Systems: characteristics, testing, and evaluation*, 2nd edition, New York, John Wiley, 1979.
- [26] Dan Sullivan, *Document Warehousing and Text Mining*, John Wiley, 2001.
- [27] I. M. Kwon, C. O. Kim, J. Jun, and S. S. Kim, "Building Generic Data Interface through a Data Object Generalization Pattern", *Journal of Object-Oriented Programming*, 13(6), pp6-10.
- [28] S. Bergamaschi, A. Garuti, C. Sartori, and A. Venuta(1997), "Object Wrapper: an Object-Oriented Interface for Relational Databases," *Proceedings of the 23rd EUROMICRO Conference, Budapest*, pp41-46.
- [29] A. M. Keller, R. Jensen, and S. Agarwal, "Persistence Software: Bridging Object-Oriented Programming and Relational Databases," *ACM SIGMOD Record*, 22(2), pp523-528.
- [30] R.R. Ling, D.C. Yen, and D.C. Chou(2000), "From Database to Web Browser: The Solutions to Data Access," *Journal of Computer Information System*, Winter 2000-2001, pp58-63.
- [31] Mohamed E. Fayad(2000), "Object-Oriented Application Frameworks," *ACM Computing Surveys*, 32(1), pp1-9.
- [32] C. S. Peng, S. K. Chen, J. Y. Chung, A. R. Chowdhury, and V. Srinivasan (1998), "Accessing existing business data from the World Wide Web", *IBM System Journal*, 37(1), pp115-132.
- [33] Vitria, *Vitria Company Profile*, Sunnyvale, August 11 2003

可供推廣之研發成果資料表

可申請專利

可技術移轉

92年10月30日

<p>國科會 補助計畫</p>	<p>計畫名稱：e 化架構中企業對員工(B2E)之行為分析 計畫主持人：楊 千 教授 計畫編號：NSC 91-2416-H-009-011 學門領域：管理二（資管）</p>
<p>技術/創作名稱</p>	
<p>發明人/創作人</p>	
<p>技術說明</p>	<p>中文： 企業 e 化目的，是想藉由資訊技術提供快速反應市場的機制與彈性調整能力，以提供 CEO 作出完善決策。本研究計畫平台技術部份前端是提供單一整合性的 B2E 平台，用以整合企業內部資源的分享，後端則利用 Web-mining 技術，搜尋挖掘出相關的資源，並做分類和相關性比對的處理後，呈現給使用者更為高度相關與需要的網頁文件資料。實作環境則是透過交通大學 EMBA 入口網站與聯電 UMC 的員工購物系統問卷做資料搜集分析之平台，試著找出影響員工使用 B2E 系統的重要因素，同時進行各項因素分析，最終的目的是提供企業組織在建置 e 化架構與流程時的可行方案。</p> <p>英文： Effective e-Business goal is to enable the IT function as a flexible capability for making good decisions and carrying on day-to-day business activities. This research's front-end provides single point of access through a B2E. This research had divided into two parts about the design of platform. The front-end provided an integration platform of B2E for the sharing of enterprise resources, and the back-end presented relative and necessary information of web page to users with web-mining technology that utilized searching and classification methods. This research was verified by two experiments of the platform. The first was the EMBA portal of National Chiao Tung University. The second was the investigation of behavior for B2E system of UMC. These implementations tried to analyze various factors about employee behavior on B2E system.</p>
<p>可利用之產業 及 可開發之產品</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 可作為台灣中小企業導入 e 化流程之參考 • 可於開發組織 Portal 或 B2E 平台之參考 • 對於 Web-based 相關環境開發有所助益
<p>技術特點</p>	<p>前端是提供單一整合性的 B2E 平台，用以整合企業內部資源的分享，後端則利用 Web-mining 技術，搜尋挖掘出相關的資源，並做分類和相關性比對的處理後，呈現給使用者更為高度相關與需要的網頁文件資料</p>
<p>推廣及運用的價值</p>	<p>顯見組織型態不同，影響使用者行為顯著的不同，營利組織內的使用者較能主動與系統互動，且對新的資訊系統或資訊較有意願學習與嚐試，同樣的，較學習時間言，營利組織人員較非營利組織人員中短。研究發現，非營利組織內成員需要透過主動通知機制，如</p>

e-mail、電話告知有新訊息已上網公告發佈，瀏覽人次才會有明顯的增加。且非營利組織內成員，往往對資訊系統導入有較高排擠現象。

1. 每項研發成果請填寫一式二份，一份隨成果報告送繳本會，一份送 貴單位研發成果推廣單位（如技術移轉中心）。
2. 本項研發成果若尚未申請專利，請勿揭露可申請專利之主要內容。
3. 本表若不敷使用，請自行影印使用。