

使用 Kano model 探討電子商務平台之使用者意願

王致凱¹

國立中興大學 科技管理研究所 研究生

k3vin1030@gmail.com

謝昶君²

國立中興大學 科技管理研究所 教授

arborfish@dragon.nchu.edu.tw

中文摘要

有鑒近於年來電子商務平台交易模式興起，網上虛擬購物逐漸取代線下實體通路商店交易，電子商務平台如雨後春筍般成立，百家爭鳴。再者因應台灣企業電子化之需要，又因各企業所投入之資源有限，故希望可探究出實際所需之功能及服務，進而提供往後企業或研究在此方面可以更加完整全面性的方向及幫助。因此本研究主要就電子商務平台之功能及服務進行消費者使用意願之研究，採用 Kano model(Kano et al., 1984)作為理論之基礎，詳盡探究各類型之需求與其所屬之分類，研究則採用線上問卷調查方式搜集資料，並利用所收集之資料透過模型之分析方法進行資料之整理及分析，最後再依結果統整對學術及實務上之建議。

關鍵字：電子商務平台、Kano model、使用意願

Abstract

In view of the rise in recent years, e-commerce trading platform replace physical stores' trading gradually, buying goods and services in the internet is easier than before, and there was a large number about establishing this kind of companies and websites. Furthermore, the country where author lives, Taiwan, there has many companies try to develop e-business with platform. Therefore, this research is based on Kano model (Kano et al., 1984) and try to find out the real users' intention to have practical contributions in this field in the future.

Keyword: Electronic commerce platform, Kano model, User intention

壹、導論

一、研究背景與動機

在現今的時代，網路已經跟人們的生活密不可分，而在這個環境下平台競爭策略也佔有了一席之地，舉凡 Google, eBay, Alibaba, Amazon, Apple...等知名的企業，皆是使用平台競爭策略在不斷地連結各種類型的消費者及商家，進而擴大自己的生態圈，達成贏家通吃的現象。

而在作者所在的國家，台灣，中小企業佔台灣企業總數量高達 97.73%(經濟部 2016)，在這個網路充斥著人們生活的年代，台灣許多企業想要透過企業電子化的方式，在網路上架設屬於自己的平台，藉此貼近顧客的生活，但無奈在資本額有限的情況下，導致做出來的電子商務平台品質良莠不齊，因此，作者想藉由參考一些已經成熟的電子商務平台之功能或服務，並透過量化研究的方式找出消費者最重視的服務以及功能為何？

而在電子商務平台的領域的領導企業，例如：Alibaba, eBay, yahoo...等等，更是補足人類的一切生活所需，只要你想得到的商品或是服務，都可以透過網路一鍵完成，滿足人類在任何地方都可以購物、收到商品或是服務在任何你想要的地方的需求。

二、研究目的

本研究主要是探討有關電子商務平台提供的功能跟服務，再透過線上問卷的方式，詢問以前使用過該類型平台服務的使用者或是潛在的顧客，藉此得知什麼樣的功能及服務是消費者所重視的，是他們會選擇使用某個平台購物的關鍵因素。在本研究將會透過線上問卷的方式收集使用者的意見及建議，之後再通過分析及比較這些資料，得出最終結論，是有關使用者意願跟這些因素比較分類之後的結果。而本研究的預期貢獻主要分為幾個類別：1. 結果將會反映使用者對電子商務平台功能及服務的看法，因此可以參考及利用這些結果，去發展該項目對應之相關功能或是替代方案(Van Dyke et al., 1997)，以獲取更多的使用者青睞 2. 將使用者感到反感或是認為無所謂的功能或服務暫停或去除，以維護電子商務平台本身之品質及效率也藉此減免相對應之成本開銷。

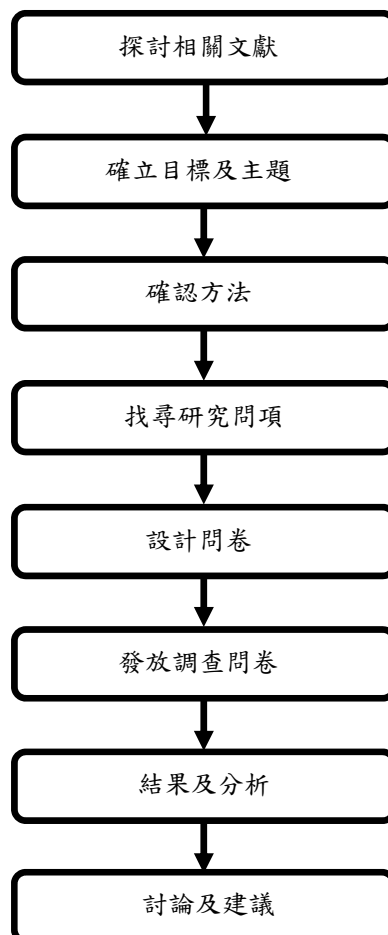
3. 本研究主要是於台灣搜集問卷資料，因此台灣之消費者之使用意願及需求皆會與其他不同之國家、網域有所不同 (Molla, A., & Licker, P. S., 2001)，因此可以提供一個方法來使用於未來之相關領域研究。

三、研究範圍

本研究所要針對的問卷調查對象，將不會特別鎖定某些族群去發放，因此問卷調查對象的性別、職業、年齡、收入…等等，將不會有很高的一致性，目的是為了使問卷的結果儘可能的貼近真實的消費者行為及商業情況。

四、研究流程

在本研究的流程中，先經過了文獻探討及確立研究的主題及目標後，再依需要探究的目標，決定了本研究的研究方法，Kano model，再來在各大電子商務平台中尋找受測的功能及服務當作影響顧客使用意願的因素，經過了前測的篩選過後，汰除及合併一些相似的項目，再依照這些因素去做問卷的設計，接著在各大社群平台上(Line, Facebook…等)發放問卷，最後再依得出之問卷結果進行 Kano model 內的分析方法，最後得出的結果再來論述往後可進行的方式及建議，流程詳如下圖一。



圖一、研究流程

五、研究大綱

本研究將會分為五個章節，第一章緒論會包含研究背景以及動機、研究目標、研究範圍、研究流程，第二章會包含電子商務平台及 Kano model 的文獻探討以及綜合文獻所要達成之目的，第三章介紹了問卷設計的方法、研究項目、公式以及表格，第四章將會論述預期結果並分析，第五章會做一個總結以及敘述研究的一些限制等等。

貳、文獻探討

在第二章節，將會介紹有關於平台及 Kano model 的一些細節，B2C, C2C 平台的一些分別及介紹，再加上 Kano model 各別代表不同需求意願，最後在敘述有關平台及 Kano model 結合分析比較之後所要得到的目的和結果。

一、電子商務平台概述

(一) B2C 電子商務平台

一般來說，B2C 電子商務平台分為兩種不同的商業模型，主要的分別在於平台展示、販售於消費者時，是以什麼方式讓消費者產生購買的行為，以及提供給商家不同的服務作為區分，第一種是以代理大型品牌商家的產品，如 Nike, LV, Gucci...等知名品牌，平台方面主要提供商家倉儲、物流相關的服務，但是是用平台本身的名義進行銷售，因此消費者將會因為平台本身的知名度、可信度、品牌形象...等原因進行購買，畢竟網路詐騙的情況屢見不鮮，所以透過較能信任的平台進行代理銷售，屏除了網路交易安全的相關風險，消費者也會較樂意以更方便或優惠的方式獲得產品，舉例來說，第一種類的 B2C 平台就是像台灣的 Pchome 線上購物、Yahoo 奇摩購物中心、中國大陸的天貓、京東商城...等等。

第二種則是以商家本身的名義進行銷售，只是透過平台整合為一個綜合性的商場，而此種類合作的商家相較於前一種是屬於中小型的店家為主，此種類的商家資本額、規模相對較小，主要的目的是希望經由平台的曝光增加自身的購買人氣，而平台所提供的服務將會著重於替商家打造屬於自己的網路商店、金流、行銷相關的服務，舉例來說，第二種類的 B2C 平台就是像台灣的 Pchome 商店街、Yahoo 奇摩購物中心...等等。

(二) C2C 電子商務平台

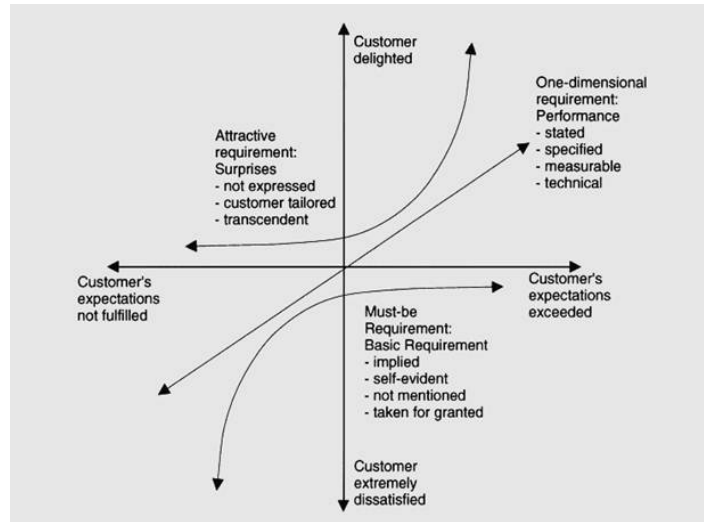
此種類型的網路電商平台最廣為人知的就是主打任何人都可以將自己用不到的東西放在網路上進行販售，而且可以透過網路競標或是直接購買的方式，購買心儀的商品，但是此類的賣家大部分來說皆是屬於個人賣家，因此，平台本身所提供的服務也會非常多元化，幾乎包括了前兩項所談論到的服務都有提供，舉例來說，C2C 平台就是像台灣的露天拍賣、Yahoo 奇摩拍賣、中國大陸的淘寶網，美國的 eBay...等等。

(三) B2B 電子商務平台

本類型的電子商務平台主要提供企業與企業間的資訊整合，以管理自動化的方式，整合整條供應鏈的運作，不僅節省以往企業間資訊流通的昂貴成本，也更有效率，舉例來說，B2B 平台就像是台灣的台灣經貿網、中國大陸的 1688、美國的 eBay business supply...等等。

二、Kano model

Kano model (Kano et al., 1984) 是於日本理工大學的教授狩野紀昭 1984 年在日本質量管理學會(JSQC) 正式發表的一個測量顧客需求及績效指標的輔助分類研究模型，如下圖二所示，此模型將會使結果會為六大類型，而此模型也定義了三個有關顧客需求的三大類別，分別為基本因素 (Must-be requirements)、績效因素 (One-dimensional requirements)、激勵因素 (Attractive requirements)，而此分別表達了三種不同的顧客觀點。過去許多有關質量管理相關方面的研究也常常使用 Kano model 分析顧客需求以及確保績效，也開發出評估網站的質量模型 (Revell, J. B., 1998)，但是使用者對需求的預期是隨著時間推移不斷地在變化的，也因為網站類型和網域的不同而改變許多 (Molla, A., & Licker, P. S., 2001)，也使本研究目標是在現今的環境下，重新探討顧客的使用意願。



圖二、Kano model (Kano et al., 1984) (Science PG, 2015)

(一) 三種要素

首先，基本因素為消費者一定需要的因素(Kano et al., 1984)，企業需要提供所有這方面的需求，若不足，消費者不會願意購買其商品或服務，舉例來說，電子商務平台必須提供功能使用正常的應用程式、運送方面的服務…等等，若沒有提供功能正常的應用程式(顯示價格、商品基本資訊、線上下訂)或運送服務(運送至家中或是附近集貨中心)，消費者將不會購買該企業的商品及服務，換句話說，此因素代表的各個需求被滿足是必要的，無法遺漏了其中所述的任何需求。第二點，績效因素為消費者認為擁有越多此類的要素，將會提高他們的滿意度，但不像前一類所述的一定需要，只是有了越多此類的因素越多越好(Kano et al., 1984)，舉例來說，電子商務平台提供了優於顧客期望的需求，像是提早將貨物運送至約定之處、意想不到的優惠價格、危機處理的態度…等等，因此消費者將會認為此類的需求是多多益善的，擁有越多項因素，顧客則越滿意。第三，激勵因素則是消費者認為不一定需要提供的需求，但如果企業提供了此類的需求，消費者將會大幅的提高滿意度，甚至是顧客忠誠度，舉例來說，電子商務平台在發現顧客有特殊的情況發生時，主動為其提供不是標準化的服務(Zhang et al., 1999, 2000)。

(二) 六種顧客需求類別

Kano 評價量表中將顧客的使用需求分為六種類別，於下圖三所示，分別是 A (Attractive), M (Must-be), O (One-dimensional), R (Reverse), I (Indifferent), Q (Questionable) 六個種類，分別代表屬性 A，魅力型需求、屬性 M，基本型需求、屬性 O，期望型需求、屬性 R，代表顧客不需要這種需求，有了甚至會感到反感、屬性 I，無差別需求，有或沒有這項目都不會對消費者有太大的影響、屬性 Q，表示有問題的結果，有此種類可能代表受測者在填答時有誤解或是本題題目設計有問題導致前後回答不一致所造成之結果(Kano et al., 1984)。

CRs		DYSFUNCTIONAL				
		1. like	2. must-be	3. neutral	4. live with	5. dislike
FUNCTIONAL	1. like	Q	A	A	A	O
	2. must-be	R	I	I	I	M
	3. neutral	R	I	I	I	M
	4. live with	R	I	I	I	M
	5. dislike	R	R	R	R	Q

A = Attractive M = Must-be R = Reverse
O = One-dimensional I = Indifferent Q = Questionable

Source: Berger et al. (1993)

圖三、(Berger et al., 1993)

(三) 目標

綜上所述，將Kano model 應用在電子商務平台研究中可以得知消費者的需求心理為何(Pitt et al., 1997)，並將各項功能或服務精準的分到屬於自己的類別之中(Zhang, P., and von Dran, 1998)，再以各類別所代表的意義，去評斷何種種類的功能或服務需要多投入資源發展，哪些則需要汰除或是原持現況。

參、研究方法與設計

一、問卷設計

本問卷設計的部份分為三種方法蒐集資料，第一，參考了相關主題的文獻以及類似問卷設計作為基準去更改或是延伸；第二，於各大電子商務平台上所體驗到不同種類的功能或服務，作為各個項目的不同因素；第三，與周遭使用過或是重視使用的親朋好友們討論得出的結果，在經過了前測篩檢過後，合併了一些較為相似的項目，再將這些項目依照 Kano model 的對稱式問卷，下去修改每個問題的內容並且考量到為得出欲求證之事實做了一些語意上的修正。詳如附件 1 所示。

(一) 問卷項目

本研究問卷總共包含二十三個項目，因為使用對稱式問卷的方式，所以總共有四十六道題目，項目類別如下所述。註冊驗證步驟、綁定信用卡、實名制、個資保護、交易安全、交易紀錄、搜尋引擎、意見回饋、商家數量、商品分類、商品推薦、退換貨機制、支付方式、第三方支付、運費、合作廠商、運送進度、創新科技、服務態度、商品多樣性、品牌形象、折扣優惠、使用者介面，以上二十三項。

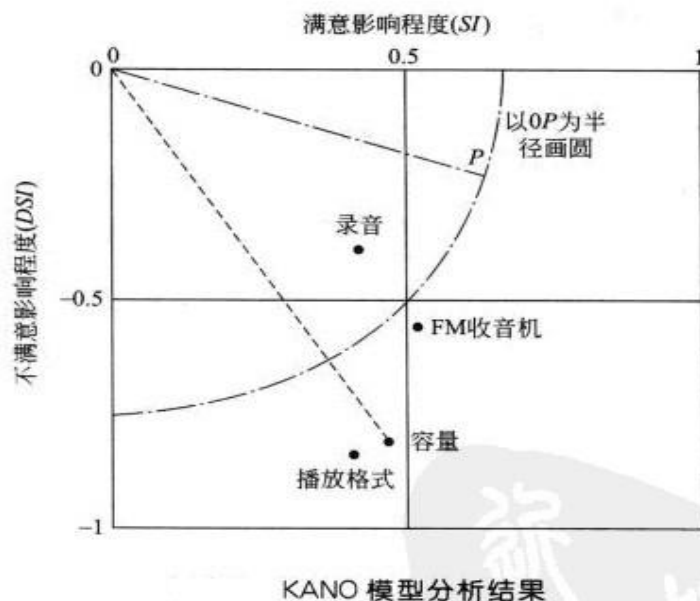
(二) 表格及公式

本節將會有兩個分別代表滿意以及不滿意的係數，SI 和 DSI，分別代表滿意及不滿意係數，滿意係數為橫軸，不滿意係數為縱軸，因本研究尚在前測之階段，故改採用下圖四、五作為範例表示。

MP4 的 FM 收音机功能敏感性分析結果

质量特性	SI	DSI	质量特性	SI	DSI
FM 收音机	0.52	-0.56	容量	0.47	-0.81
录音	0.42	-0.39	播放格式	0.41	-0.84

圖四、係數範例 (Source by <http://wiki.mbalib.com/wiki>)



圖五、影響滿意程度表 (Source by <http://wiki.mbalib.com/wiki>)

肆、預期結果及貢獻

本研究因為尚在前測之階段，故無法提供實際研究分析過後之實驗分析資料，因此以下將論述所預期之結果及貢獻；本研究之預期結果將會將項目分為三大類的因素、六種不同類型之顧客需求(Boyatzis, Richard E. ,1998)，再依其滿意和不滿意係數繪製上述矩陣及表格，目的是為了能將實驗之結果清楚地顯示出來，而預期貢獻方面可分為兩點，第一點，現今台灣有許多的產業需要轉型，而企業電子化必然成為將來的趨勢之一，因此希望本研究之結果可以讓這些產業作為使用者意願發展之參考，第二，以電子商務平台為主要商業模式之企業，也可以再次審查自身的功能和服務是否有跟上述因素相似，以利重新分配資源分佈，更加貼近使用者需求，進而達成同邊或是跨邊效應，一舉增加自身之規模及獲利。

參考文獻

- Antony, A. S. M. P. J., & Park, S. H. Typology of Kano models: a critical review of literature and proposition of a revised model. *Management*, 30(3), 341-358.
- Basfirinci, C., & Mitra, A. (2015). A cross cultural investigation of airlines service quality through integration of Servqual and the Kano model. *Journal of Air Transport Management*, 42, 239-248.
- Boyatzis, R. E. (1998). *Transforming qualitative information: Thematic analysis and code development*. sage.
- Bovea, M. D., & Wang, B. (2007). Redesign methodology for developing environmentally conscious products. *International Journal of Production Research*, 45(18-19), 4057-4072.
- Chen, C. C., & Chuang, M. C. (2008). Integrating the Kano model into a robust design approach to enhance customer satisfaction with product design. *International Journal of Production Economics*, 114(2), 667-681.
- Kano, N., Seraku, N., Takahashi, F., & Tsuji, S. (1984). Attractive quality and must-be quality. *Mikuli*, J., & Prebeac, D. (2011). A critical review of techniques for classifying quality attributes in the Kano model. *Managing Service Quality: An International Journal*, 21(1), 46-66.
- Molla, A., & Licker, P. S. (2001). E-commerce systems success: An attempt to extend and respecify the Delone and MacLean model of IS success. *J. Electron. Commerce Res.*, 2(4), 131-141.
- Pitt, L. F., Watson, R. T., & Kavan, C. B. (1997). Measuring information systems service quality: concerns for a complete canvas. *MIS quarterly*, 209-221.
- Revell, J.B. (1998), *The QFD Handbook*. Wiley: NY
- Sauerwein, E., Bailom, F., Matzler, K., & Hinterhuber, H. H. (1996, February). The Kano model: How to delight your customers. In *International Working Seminar on Production Economics (Vol. 1, No. 4, pp. 313-327)*. Innsbruck.
- Van Dyke, T. P., Kappelman, L. A., & Prybutok, V. R. (1997). Measuring information systems service quality: concerns on the use of the SERVQUAL questionnaire. *MIS quarterly*, 195-208.
- von Dran, G., Zhang, P., & Small, R. (1999). Quality websites: An application of the Kano model to website design. *AMCIS 1999 Proceedings*, 314.
- Zhang, P., Small, R. V., von Dran, G. M., & Barcellos, S. (1999, January). Websites that satisfy users: A theoretical framework for web user interface design and evaluation. In *Systems Sciences, 1999. HICSS-32. Proceedings of the 32nd Annual Hawaii International Conference on (pp. 8-pp)*. IEEE.
- Zhang, P., Small, R. V., Von Dran, G. M., & Barcellos, S. (2000, January). A two factor theory for website design. In *System Sciences, 2000. Proceedings of the 33rd Annual Hawaii International Conference on (pp. 10-pp)*. IEEE.
- Zhang, P., & Von Dran, G. (2001, January). Expectations and rankings of Web site quality features: Results of two studies on user perceptions. In *System Sciences, 2001. Proceedings of the 34th Annual Hawaii International Conference on (pp. 10-pp)*. IEEE

附件一

親愛的受訪者您好：

電子商務係指運用電腦、行動裝置(智慧型手機、平板等電子產品)進行買賣交易商品或是服務的過程。而平台企業則是提供了網站或是應用程式讓使用者可以透過網路購買一切所需。

本研究調查目的在於找出電子商務平台的使用者需求以及使用意願。

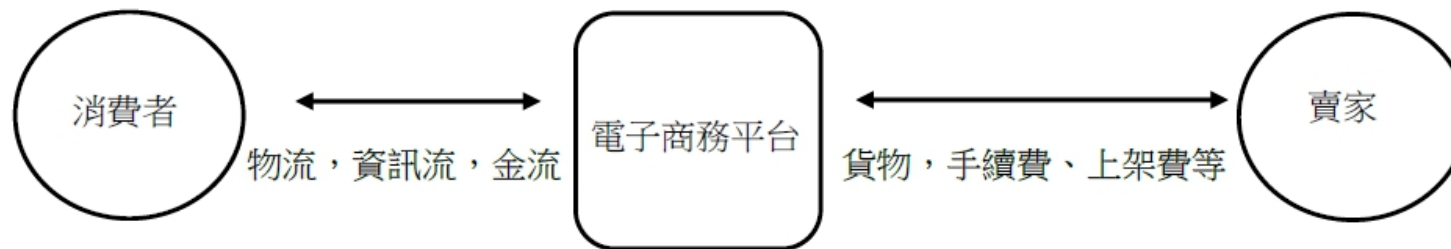
本項研究的主要目的是希望您個人對一些問題的看法。希望您能撥冗給予寶貴之意見。

本問卷純屬學術研究性質，有關問卷的內容必定嚴格保密，絕不個別披露發表或作其他用途，敬請放心填答。懇請您能撥冗詳閱每一道題目並正確作答。

敬祝 平安健康

國立中興大學 科技管理研究所
指導教授：謝昺君 博士
碩士研究生：王致凱 敬上

電子商務平台示意圖



電商平台舉例

台灣：Pchome 商店街、線上購物，露天拍賣，Yahoo 超級商城、購物中心、拍賣，蝦皮拍賣，旋轉拍賣

中國大陸：淘寶網、天貓網，京東商城

美國：eBay

※第一部分：對稱式問卷資料※

請您針對上述所提在各個服務的認同程度為何，並請根據您自己的感受的同意水準填答。從「非常不喜歡」到「非常喜歡」共有五個等級，請在適當的同意水準打V，回答下列問題時，完全以您的主觀判斷為準，不必考慮他人想法。		不 喜 歡	可 以 忍 受	無 所 謂	非 常 必 要	很 喜 歡	請您針對上述所提在各個服務的認同程度為何，並請根據您自己的感受的同意水準填答。從「非常不喜歡」到「非常喜歡」共有五個等級，請在適當的同意水準打V，回答下列問題時，完全以您的主觀判斷為準，不必考慮他人想法。		不 喜 歡	可 以 忍 受	無 所 謂	非 常 必 要	很 喜 歡
註冊方便性						註冊方便性							
1	如果電子商務平台的註冊步驟 簡單方便快速 ，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	如果電子商務平台的註冊步驟 複雜耗時 ，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	如果電子商務平台 不須 綁定信用卡、現金卡等，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2	如果電子商務平台 必須 綁定信用卡、現金卡等，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	如果電子商務平台 不須 實名制，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3	如果電子商務平台 必須 實名制，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
系統安全性						系統安全性							
4	如果電子商務平台 提供 良好的個資保護，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4	如果電子商務平台 未能 提供良好的個資保護，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	如果電子商務平台 提供 確保交易安全步驟(例如:輸入密碼、指紋辨識、書寫辨識等)，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5	如果電子商務平台 未能 提供確保交易安全步驟(例如:輸入密碼、指紋辨識、書寫辨識等)，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	如果電子商務平台 提供 詳細個人交易紀錄，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6	如果電子商務平台 沒有 提供詳細個人交易紀錄，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

平台功能性					平台功能性							
7	如果電子商務平台 提供 良好的站內搜尋引擎，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	7	如果電子商務平台 沒有提供 良好的站內搜尋引擎，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	如果電子商務平台 提供 發表意見回饋、評比賣家功能，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	8	如果電子商務平台 沒有提供 發表意見回饋、評比賣家功能，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	如果電子商務平台 提供 大量的商家數量，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	9	如果電子商務平台 未提供 大量的商家數量，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	如果電子商務平台 提供 清楚完整的商品分類，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	10	如果電子商務平台 未提供 清楚完整的商品分類，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	如果電子商務平台 提供 商品推薦、優惠推薦，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	11	如果電子商務平台 未提供 商品推薦、優惠推薦，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	如果電子商務平台 提供 完整的退換貨功能，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	12	如果電子商務平台 未提供 完整的退換貨功能功能，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
支付方式					支付方式							
13	如果電子商務平台 提供 多元化的支付方式，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	13	如果電子商務平台 未提供 多元化的支付方式，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	如果電子商務平台 提供 相較於以往安全有保障的支付方式（第三方支付等），您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	14	如果電子商務平台 未提供 相較於以往安全有保障的支付方式（第三方支付等），您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

運送						運送					
1 5	如果電子商務平台 提供 知名物流公司配送貨品，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1 5	如果電子商務平台 未提供 知名物流公司配送貨品，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1 6	如果電子商務平台 提供 即時查詢貨物運送進度，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1 6	如果電子商務平台 未提供 即時查詢貨物運送進度，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1 7	如果電子商務平台 提供 免運費或是運費折扣，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1 7	如果電子商務平台 未提供 免運費或是運費折扣，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
平台功能性						平台功能性					
1 8	如果電子商務平台 提供 創新科技方式（結合VR等）增進消費體驗，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1 8	如果電子商務平台 未提供 創新科技方式（結合VR等）增進消費體驗，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1 9	如果電子商務平台 提供 良好的服務態度，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1 9	如果電子商務平台 未提供 良好的服務態度，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 0	如果電子商務平台 提供 豐富的商品多樣性，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2 0	如果電子商務平台 未提供 豐富的商品多樣性，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 1	如果電子商務平台 擁有 良好的品牌形象，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2 1	如果電子商務平台 未擁有 良好的品牌形象，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 2	如果電子商務平台 提供 多元的折扣優惠（會員紅利打折等），您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2 2	如果電子商務平台 未提供 多元的折扣優惠（會員紅利打折等），您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 3	如果電子商務平台 提供 舒服、時髦、特別的使用者介面，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2 3	如果電子商務平台 未提供 舒服、時髦、特別的使用者介面，您會覺得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

※第一部份：基本資料※

1. 性別：男 女
2. 年齡：18歲--25歲 26歲--35歲 36歲--45歲 46歲--55歲 56歲--65歲 66歲以上
3. 教育程度：高中 大學/五專 碩士 博士 其他
4. 職業：學生 金融業 服務業 製造業 科技業 公職 家管 自由業 其他
5. 每月可支配所得(新台幣)：1萬元以下 10001元-25000元 25001元-35000元 35001元-50000元 50001-99999元 10萬元以上
6. 每月平均手機費率(新台幣)：500元以下 501元-1000元 1001元-2000元 2001元以上
7. 是否使用過第三方行動支付：是 否

問卷到此結束，感謝您的協助。