

第三章 研究設計

本研究所採用之研究方法為個案研究與問卷調查。以下說明本研究之觀念性架構、採用之個案研究方法及問卷調查方法。

第一節 觀念性架構

線上拍賣在近年來日益興盛，在過去的研究中，不乏學者指出對使用者採行適當的內部控制是必要的。在實務上，也已發展出 TRUSTe、BBB Online、eSAC、WebTrust 等評估電子商務對於隱私及安全良窳之評估標準。然而，亦有學者指出過於繁複的控制，會使得原本快速的電子商務反而變得較無效率，而取得使用者之信任，才是電子商務發展成功之重要因素。此外，網路上的匿名特性雖然保護了隱私性，但是對於交易者身份辨識不清，可能使完整性遭受侵害；而要求使用者提供個人資料以保交易安全，卻也侵害了隱私性。由此可見，這些控制之間存在著相互抵觸之處，企業要如何拿捏才可獲得使用者之信任，則又是另一重要的議題。

本研究係比較國內兩大知名拍賣網站---Yahoo! 以及 eBay，對於使用者在網路上之交易安全---資訊隱私性、交易完整性以及交易安全性，是否符合理論上以及實務上所提出之控制原則及準則。另一方面，本研究評估其所執行之控制，是否能滿足使用者以及潛在使用者之要求。因此，本研究彙整過去的文獻以及實務之評估原則及方法，擬出有關的標準，以評估兩家個案公司交易控制之相關政策。此外，彙整使用者信任文獻，輔以科技接受模型的概念，設計研究問卷發給兩拍賣網站之使用者及潛在使用者，以蒐集其對於兩拍賣網站交易控制之滿意度及看法。本研究之目的在於將個案研究以及問卷調查之結果互相比對，以期發現評估架構、實務經營以及使用者滿意度之差異，進而分析其原因，以供拍賣網站未來制定交

易控制政策時之參考。茲將本研究之觀念性架構繪示如圖 3-1。

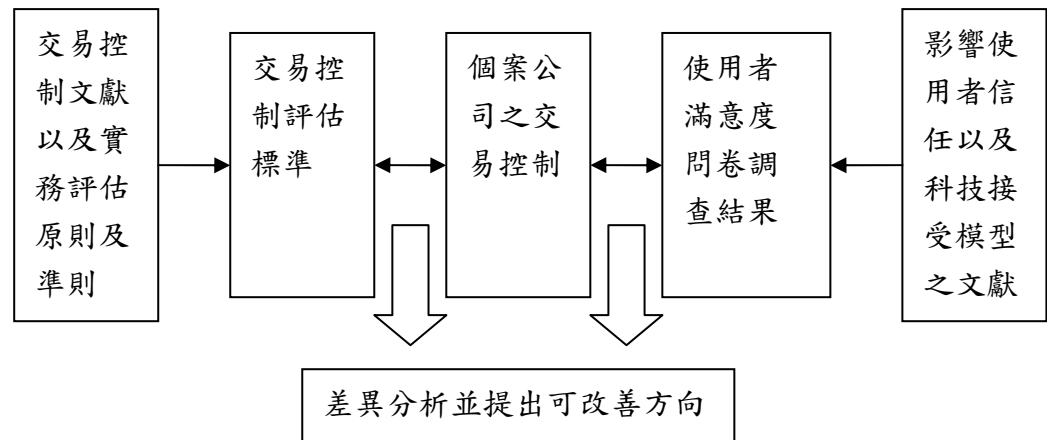


圖 3-1 本研究觀念性架構

第二節 個案研究法

本研究採用個案研究法，選擇國內兩大知名拍賣網站---Yahoo！及 eBay，瀏覽其拍賣網站，並閱讀其於 93 年 4 月底為止，公布於相關網頁上之政策及資訊，藉以瞭解及分析兩個案公司目前隱私權規範以及對於維護交易完整所提出之政策，以及維護企業系統安全性所做出之揭露性規範。

一、採用個案研究之原因

個案研究的好處在於可瞭解理論與實務界間之差異，並將研究深入實務之中，找出問題真正的原因，不但可為實務找出解決之方法，並可增加理論之深度及完整性。此外，由於產業之差異，以及科技、環境之日新月異，使用個案研究可以針對不同產業以及環境，發掘不同的價值及意義。由於拍賣網站異於一般之電子商務，而且交易控制常會因營業上發生之風險以及需求而有所改變，故本研究係以個案研究法探究個案公司目前實務上之運作，並將其與現有理論相互比對，以期發掘目前實務交易控制可能

之缺失，以及其別於一般理論之處。

二、資料蒐集

本研究之資料蒐集方式包括：相關文獻之彙整及個案公司資料之蒐集。茲將各種方法之目的、取得資訊以及與本研究之關連說明如下。

(一) 相關文獻之彙整

【目的】

- 1、對欲研究之理論作深入之瞭解。
- 2、彙整出交易控制評估方式。
- 3、歸納科技接受模型及影響使用者信任之因素。

【取得資料】

與本研究有關之文獻。

【與本研究之關連】

- 1、藉由相關理論及目前實務評估原則及準則，瞭解電子商務交易控制以及影響使用者接受電子商務及信任之因素。
- 2、藉由對交易控制評估標準之訂定，評估本研究之個案公司。
- 3、藉由充分的知識以解釋個案評估與問卷結果之差異。

(二) 個案公司資料蒐集

【目的】

- 1、對研究之對象以及產業取得初步之瞭解。
- 2、對於個案公司之交易平台及交易控制政策取得全面性之瞭解。

【取得資料】

- 1、產業目前現狀。
- 2、公司交易平台及交易控制政策現狀。

【與本研究之關連】

藉由對公司交易控制政策以及交易平台的瞭解，做為本研究所發展出之控制標準評估標的，以期發現其別於理論之處，

第三節 問卷調查法

一、問卷調查之目的

本研究採問卷調查方式，調查拍賣網站目前使用者以及潛在使用者對於兩個案公司交易控制之滿意度。藉由問卷調查，可以瞭解顧客對於資訊隱私性、交易完整性以及交易安全性的重視程度，以及對現行制度的看法。為了普遍瞭解使用者及潛在使用者之看法，本研究採用問卷蒐集相關資料。

二、問卷調查對象及方式

基於上述目的，本研究針對曾經使用過或曾經瀏覽過 Yahoo! 或 eBay 拍賣網站之使用者及潛在使用者發出該份問卷。

三、問卷內容說明

本問卷分為七部分，前六部分探討使用者選擇拍賣網站考量之因素以及對 Yahoo! 或 eBay 目前之網站平台及所實施之隱私性、完整性、安全性之控制以及拍賣網站整體經營之滿意度，第七部分則為使用者基本資料。針對前六部分的問題，本研究採李克特綜合尺度 (Likert summated scale)，以五個尺度為主要量測技術，第七部分則針對使用者交易次數、性別、上網時數、職業以及教育程度做一基本的調查。