

電子商務企業組織成員資訊使用行為之研究

An Investigation into the Information Use Behavior of the Electronic-Commerce Company's Employees

洪曉珊

臺灣大學圖書資訊學系研究所碩士

Hsiao-Shan Hung

Master of School of Library and Information Science, NTU

Email: r7126008@ms.cc.ntu.edu.tw

關鍵詞 (Keywords)：資訊資源管理(Information Resources Management , IRM)；

電子商務(Information Resources Management (IRM))；

資訊使用行為(Information Use Behavior)

【摘要】

隨著經濟時代的來臨，企業組織競爭的基礎已經朝向重視知識和其他智慧資產的管理以降低成本，因應全球化經濟的來臨以及知識本質的變革，知識領域將成為組織效能的基礎。近年來資訊與知識密集的電子商務產業快速成長，電子商務企業擁有數量與來源眾多且難以管理的各類電子形式資訊資源，因此，電子商務企業組織成員之資訊使用行為是很值得探討的研究議題。

本研究以具有相當規模且業界知名的電子商務企業為研究對象，以自然探究法為取向進行研究，兼採文獻分析法、深度訪談法、文件分析法，與問卷法等多元研究方法，蒐集民國 90 年 10 月至民國 91 年 5 月之實證研究資料，以探索電子商務企業組織成員之資訊使用行為。主要研究問題有四：(1)電子商務企業組織成員蒐集與取得的各式資訊資源類型與其特徵為何？(2)電子商務企業組織成員資訊運用的模式為何？(3)電子商務企業組織成員蒐集資訊時所面臨的困難類型為何？(4)電子商務企業組織成員評估資訊的準則為何？

本文就此研究分析歸納結果，對於電子商務企業組織成員的資訊使用行為有如下之發現：(1)電子商務企業組織成員所扮演的角色兼具資訊生產者以及資訊消費者等多重角色。電子形式的資訊資源為其組織成員最重要的資訊來源；(2)電子商務企業組織成員運用資訊的模式與用途包括意義建構、知識創造，與制訂決策等三種用途；(3)電子商務企業組織成員蒐集資訊時所面臨的困難類型包括資訊所在位置非常分散、內部資訊系統功能不足、資訊過多難以過濾、語言障礙，與無資訊來源等五種類型；(4)電子商務企業組織成員據以評估資訊價值之評估準則受到其工作任務要求之影響，首重實用性，其次為正確性、時效性、完整性、取得便利性，與其他等。本文最後就研究結果對電子商務企業資訊服務單位之資訊服務規劃提出具體建議。

【Abstract】

Along with the coming knowledge economy age, the basis of the business competition already changes to pay attention to the management of knowledge and other intellectual prop-

erties to reduce cost. Responding to the coming of global economy and the reforms of knowledge nature, knowledge and other intellectual properties have already become the main factor for an organization to keep its competition advantage. In recent years, the information-intensive and knowledge-intensive industry, E-Commerce, is getting more and more prosperous; this kind of industry own various, numerous but scatted electronic information resources, therefore, its employees' information use behavior are very worthwhile to study.

This study employed case study techniques to investigate a famous and representative EC company employees' information use behavior through multiple methods in order to propose some suggestions for those who plan providing information service in an EC company. Open-question questionnaire, document analysis, and in-depth interview followed by a semi-structured interview guide, were employed respectively. The period of data collection was from October 2001 to May 2002, and the main research topics are: 1.the types and characteristics of information resources that the EC company employees collect; 2.the model how the EC company employees make use of information; 3.the types of problems that the EC company employees confront when they gather information; 4.the evaluation criteria the EC company employees use to evaluate information.

The research results show that:

1. The EC company employees play several roles in their jobs, including information producer and information consumer. The most important information resources for those EC company employees are electronic information resources.
2. The EC company employees use information for sense-making, knowledge-creating, and decision-making.
3. The types problems that the EC company employees confront including scatted information, insufficiency of information system

functions, information overflow, language barrier, no information source etc.

4. The EC company employees' evaluation criteria include practicability, accuracy, completeness, accessibility, and other factors. They evaluate information most importantly by its usefulness for their job.

Suggestions are made for those who plan providing information service in an EC company.

壹、前言

一九九六年聯合國經濟合作開發組織(OECD)發表之知識經濟報告指出,以知識為本位的經濟即將改變全球經濟發展型態,知識將成為生產力提昇與經濟成長的主要驅動力。隨著資訊通訊科技的快速發展與高度應用,世界各國的產出、就業及投資將明顯轉向知識密集型產業;建立在知識與資訊的激發、擴散和應用之上的知識經濟,其創造知識和應用知識的能力與效率,將凌駕於土地、資金等傳統生產要素之上,成為支持經濟不斷發展的動力【註1】T。

然而,儘管愈來愈多的文獻探討企業組織成員的資訊使用行為,仍舊可以明顯的發現到甚少研究之研究對象是針對產業及競爭環境變化快速的網路產業進行分析的。FIND【註2】的調查報告指出,截至2002年3月底為止,我國網際網路使用人口已達790萬人,網際網路普及率為35%;而其所公佈的2001年台灣網際網路市場調查報告【註3】亦揭露,高於三分之二的網民有三年以上的網路經驗,其中近45%的網民已有網路購物經驗,足以顯示近年來國內網際網路產業的蓬勃發展,以及電子商務產業的快速成長。如此資訊與知識密集的產業,可從其所展示的網頁文字與技術推斷背後有多少的資訊與知識在互動,該類型企業組織成員之資訊使用行為是相當值得深入探討的研究議題。

綜前所述,本文將探討電子商務企業組織成員之資訊資源類型與特徵、資訊運用的模式、蒐集資訊時所面臨的困難類型,以及其組織成員如何評估資訊的價值等資訊使用行為,進而對電子商務企業資訊服務提供者規劃資訊服務時提出實務上的具體建議。

貳、文獻分析

在文獻回顧的過程中可發現，儘管近年來電子商務的發展方興未艾，然而，探討電子商務組織成員之資訊使用行為的研究卻非常少見。因此，以下將引述相關文獻作為本研究之背景資料說明。

組織的外在環境主要由八個面向所構成，包括政治、經濟、法律、規章、科技、社會、文化與競爭狀況等。組織基本上並無法控制這些環境中的變數，卻深受這些變數的影響，因此組織必須要認知、掌握這些訊息，並調整組織來適應這些環境的影響，環境之於組織可說是組織之資訊來源、資源的來源，以及變動的來源(Choo, 1993)【註4】。

就組織所需的知識種類而言，所有組織都必須運用三種知識來經營，包括：1.戰術性知識，係指在程序或行動中，可使工作有成效者，如專業知識、啓示、直覺等；2.規則性知識，係指在公告或方案中，可促進作業效率及控制者，如例行事務、標準操作程序、工作記錄等；3.背景知識，係指在情境脈絡或語文表達中，可經由共識維繫員工向心力者，如故事、比喻、世界觀、精神意志、願景、藍圖等。

從企業運用資訊的模式來看，可分為建構意義、創造知識以及產生決策等三種模式（見表1）。意義建構論係指組織成員企圖瞭解模稜兩可或曖昧不明的環境對組織的意義，亦即組織成員回顧過去的行動及經驗，從中建立對環境的瞭解或認知；組織創造論則視組織為持續從事知識轉化的工作，組織成員的內隱知識要能轉化成組織的新知識

與新能力；決策制訂論視組織為一理性決策系統，決策行為始於對問題的認知，亦即決策者找尋各種可行方案，評估可能結果，最後根據目標及偏好，選擇一個結果可被接受的方案(Choo, 1998)【註5】。

前述三種企業資訊運用模式中以決策理論最廣泛被應用也影響最大。由於組織生活不只是有關選擇，也有關詮釋，因此，決策過程必須包含意義建構過程。企業為達到組織的目標，必須透過一連串的決策作為行動的依據；決策是企業最基本的活動，決策的良窳往往是企業成敗的關鍵，而決策品質則有賴於資訊的蒐集與運用、知識的流通與分享。

就企業組織的資訊需求而言，企業組織的資訊需求可分為系統層次、使用者族群層次，與個體認知層次等三個層次。就系統層次而言，組織是由各種活動與程序所組成的，將原料轉變為符合經濟或社會價值的商品及服務；就使用族群層次而言，企業是透過其組織成員（如工程師、管理者等）來搜尋與取得資訊的，各群體有其獨特的資訊需求、資訊尋求行為與資訊處理風格；就個體認知層次而言，資訊的取得與利用是以具有認知的個體來實現（林珊如，民88）【註7】。

在企業組織成員的資訊使用環境中，有一些雖無關資訊內容或主題卻影響該組織成員判斷所接受的資訊價值與效用的因素，包括：1.社群的特性、2.問題的結構、3.工作或社會情境，與4.問題的解答等，這些變數除影響到使用者判斷所接受的資訊價值與效用外，也同時影響到組織資訊流的流向，以及限制了各個社群蒐集與使用資訊的方式（林珊如，民88）【註8】。

表1 企業運用資訊的三種模式

資料來源：Choo(1998), 林珊如 (1999)【註6】

	基本觀念	結果	主要概念
意義建構	建置性環境：環境變化，透過各種闡釋以解讀模稜兩可或曖昧不明的資料。必須「詮釋」資訊。	產生建構意義的共識與各種環境	建置、挑選、保留
知識創造	學習性組織：既有知識，透過知識的轉化與分享以產生新的知識。必須「轉化」資訊。	產生過程所沒有的外顯知識與內隱知識，以便創新	外顯知識、內隱知識、知識轉換
決策制訂	理性組織：問題發生，根據預測的結果與偏好，搜尋及選擇各種可行方案。必須「分析」資訊。	產生可以引導出理性且目標導向的行為之決策	有限理性、決策前提、規則與例行程序

表 2 科學家、工程師與經理人資訊相關行為之比較

資料來源：林珊如(1999)【註 12】

	科學家	工程師	經理人/主管人員
1.目標是生產	文件/文獻	產品或可用的系統/設備	做出短、中、長期的決策
2.工作的本質	研究	焦點性的問題思考	監控企業組織內在與外在的環境
	經過較長一段時間慢慢累積及進展	必須在有限的時間內做出成品	主觀的判斷在決策上扮演著重要的角色
3.資訊管道	依賴正式系統(如圖書館、書目資料庫等)	偏向非正式的來源(如同事交談、討論)	喜歡口語的媒介(如電話、開會)
4.所需資訊	理論	可靠的解答	選擇方案及替代方案
	依賴第一手資料(如實驗數據)及文獻	重視各種「標準」及「操作手冊」	依賴評估過的統合性資料；外在資訊相當重要但常無法預知
5.對資訊的態度	要廣泛地涵蓋完整性	不求最大的利益、只求最小的損失(即能解決問題即可，不必是最佳解答)	需在完整資訊未取得或尚未掌握時，即做出決定或開始手邊工作
	書目資料有幫助		完整而過時的資訊不如正確、即時卻不完整的資訊

就企業組織而言，管理者扮演組織中非常重要的資訊角色(Mintzberg, 1973；謝寶媛，1999)【註 9】，意指管理者比組織中其他人有更多的資訊管道，從更多的資訊來源，接收更多的訊息(林珊如，民 88)【註 10】。管理者面臨問題時的決策過程包括定義問題與解決問題等兩大步驟(洪明洲，民 86)【註 11】，因此，管理者為制訂決策需要資訊以決定問題的狀況、釐清各種規定及例行事務是否合宜，也需要各種選擇方案、可能的結果以及決策偏好等相關資訊，以降低對環境的不確定感。

從管理者資訊使用環境來看，其主要特徵包括：1.行動導向，意指管理者所偏好的資訊是務實而非抽象的；2.管理者工作單位的內在與外在環境都是相當複雜且充滿動態的；3.管理者必須要在許多曖昧不明的情況下採取行動，因此，其所需的資訊是以能夠協助其對特定情況有所感受體會之「個案」及「範例」這種形式呈現的資訊。

綜前所述，管理者的資訊需求必須是功能或任務導向的，其資訊使用的目的是為了分析情況、預測或制訂決策，而其所需的資訊類別，則以顧客、供應商、競爭者等與市場相關的資訊最為重要，其次為社會、經濟、科技、政府相關的資訊(Choo, 1993)【註 13】。此外，管理者所運用的資訊管道包括內在與外在的資訊資源，並且

比較偏好透過口頭溝通的管道，例如電話、開會等人際性的媒介來獲取情報，而其資訊選擇的標準，則是首重新穎性，完整性往往不如及時性來的重要(見表 2)。

參、研究方法

為探索電子商務企業組織成員之資訊使用行為，筆者參考文獻中組織資訊使用環境相關理論，配合電子商務企業特性，以具有相當規模且業界知名的電子商務企業為個案研究的對象，採用自然探究法的取向進行研究，同時使用深度訪談法、文件分析法與問卷法進行資料蒐集。本研究藉由深度訪談瞭解個案公司主任級以上管理者的資訊來源與管道，透過文件分析法分析個案公司管理者的電子郵件往來信件，以蒐集個案公司管理者資訊接收與資訊傳遞的特徵，並使用問卷法蒐集個案公司全體同仁資訊資源管道的普遍現象。透過上述研究方法所蒐集的資料，進行主題分析與內容分析以歸納整理成本文之研究成果。

一、深度訪談

為深入瞭解個案公司組織成員之資訊使用行為，筆者參考Rosenbaum(1996)【註 14】與Choo(1993)【註 15】等人之研究，設計半結構式訪談大綱，分成「背景資訊」、「典

型問題」、「資訊行爲」，與「電子郵件使用行爲」等四個部份。在正式進行深度訪談前，筆者先進行兩次前置研究以修訂訪談大綱，待訪談大綱確認後，再邀請個案公司主任級以上且服務年資滿一年之 12 位管理者進行約一個半小時至三個小時不等的深度訪談，所有訪談資料皆全程錄音，並逐字謄錄成電子檔。

二、文件分析法

探討電子郵件於企業組織之運用與溝通功能之相關文獻指出，使用電子郵件被歸類為組織內部工作相關之溝通現象（林水祺，民 85）【註 16】。組織內的成員會使用電子郵件來處理工作性的任務，包括：公告訊息（公文電子化）、決策、接受或指派任務、報告或追蹤工作進度、同仁間的協調以化解工作上的歧見和衝突、提供或尋求工作上的資訊、安排開會、發送記錄等。此外，電子郵件亦會應用於非工作性用途，包括：與人相約下班後的社交活動、和同事維繫感情、和別人討論無關緊要的事情和閱讀與工作無關的電子佈告欄訊息等（齊立平，民 85；余美貞，民 88）【註 17】，充分說明電子郵件作為溝通工具之於企業組織所扮演的重要角色。

就本研究之個案公司而言，電子郵件為其組織成員間彼此傳遞訊息的最主要工具，該組織內 95% 以上的訊息與資訊均是透過電子郵件傳遞。筆者因無法完整蒐集個案公司內種類與數量眾多卻散落在各個組織成員中之各式電子文件，因此選擇個案公司中兩位服務年資滿三年之管理者，就其任職於個案公司數年來所接收到並留存之所有往來電子郵件約 6,000 封，進行主題分析與內容分析。

三、問卷法

除透過深度訪談法與文件分析法蒐集研究資料外，本研究同時採用問卷調查的方式以廣泛蒐集與瞭解個案公司組織成員的資訊資源管道。筆者參考 Rosenbaum(1996)【註 18】與 Choo(1993)【註 19】等人之研究工具，設計開放式的資訊資源管道調查問卷，包括「受訪者平常工作上所需要或所取得的資料/資訊情況」、「受訪者所尋找或所取得的資料/資訊與找尋方式，以及資料/資訊的評估與使用方式」、「受訪者所取得資料/資訊的來源與管道」、「受訪者所製作、使用、保管公司的文件與檔案的狀況」、「受訪者的個人基本資料」等五大部份，並於問卷正式發放前進行兩次前置研究以修訂問卷

內容。問卷發放對象設定為個案公司服務年資滿半年以上之組織成員，共發出 42 份問卷，回收 40 份問卷，回收率為 95%。

資料蒐集完成後，筆者再將透過問卷法、深度訪談法以及文件分析法等研究方法所蒐集到的研究資料，全部謄錄建檔輸入電腦，分別以內容分析法與主題分析法分析歸納其結果，分述如下：

透過深度訪談所蒐集到的資料，分析每個訪談結果中的基本主題。其次，由資料中辨識出顯著的面向，包括各種活動、資訊資源、資訊管道、工作角色，並根據各面向間之關連及其所展現的資訊行為特徵建立類別架構。最後，再探討這些工作角色、資訊行為與資訊資源之關連。訪談內容之著錄體例，如 A：111-112，其中 A 為受訪者代號，111-112 為訪談資料出處之文件行號。

透過文件分析電子郵件所蒐集到的資料，分析每封信件之基本主題。其次，由資料中辨識出顯著的面向，包括信件來源、發送頻率、傳遞對象、信件內容訊息，並依據各面向間之關連及其所展現之資訊內容與資訊傳遞特徵建立類別架構。電子郵件文件分析之分析元件，包括信件類型、信件主旨、寄件者、收件人、發送頻率、轉寄來源分析與研究者備註等，分析歸納其結果。

透過問卷所蒐集到的資料編碼彙整成工作表，分析每份回收問卷之基本主題。問卷內容之分析元件體例，條列受訪者代號、工作角色、情境(活動)、資訊資源類型、評估準則、時間分配比例等，分析歸納其結果，問卷填答者代號則加上 Q 作為與訪談受訪者辨識之用，如 QA。

肆、研究結果

本研究資料蒐集時間為七個月，共回收 12 份深度訪談資料、40 份問卷，以及 6,000 封電子郵件。根據蒐集到之研究資料所進行之主題分析與內容分析，所得出之研究結果如下所述。

一、電子商務企業成員所接觸之資訊資源類型

根據研究資料發現，個案公司成員所接觸的各式資訊資源類型可依資訊的產生來自組織內部或組織外部，區分成外部資源與內部資源兩種；而內部資源與外部資源可再依資訊的載體，區分成人際資源與非人際資源兩種。分述如下：

(一)內部非人際資源

分析研究資料發現，個案公司組織成員所接觸到之內部非人際資源可依資訊呈現形式區分成數字性資訊與文字性資訊兩種類型，而兩種不同形式的資訊可依內容性質再加以細分：數字性資訊可區分成「經營管理指標」與「作業品質管控性資訊」；文字性資訊則可區分成「訊息通告」、「操作文件」、「產品資訊」、「產業環境資訊」、「競爭者資訊」、「廠商資訊」，以及「社交娛樂資訊」等七類資訊。

(二)外部非人際資源

就個案公司組織成員所接觸到的各式外部非人際資源而言，可依資訊資源的載體區分成電子形式、印刷形式、視聽形式與實體形式等四種類型。電子形式的資訊資源包括網站與電子報；印刷形式的資訊資源則包括一般圖書、報章雜誌、參考工具書、研究報告等；視聽形式的資訊資源則包括錄音帶、錄影帶與廣播電視等媒體；而實體形式的資訊資源則可分成門市/通路、記者會/專題研討會，以及各式活動等。

再就個案公司組織成員使用上述外部非人際資源的目的來看，比較特殊的發現是，個案公司組織成員使用非電子形式的資訊資源之目的多不與其工作任務相關。傳統在組織資訊資源管理或者圖書資訊學領域中均認為報章雜誌、書籍（含參考工具書）或視聽資料等類型資料對於企業組織而言是非常重要的且必要徵集，並被廣泛討論的資訊資源類型，然而，就個案公司組織成員使用此類資訊資源的目的而言，多是屬於比較個人、非工作任務相關的個人因素，例如問卷填答者 QB 提到其在懷孕期間經常閱讀育兒雜誌，而當其有購屋需求之際，便於該段時間常閱讀裝潢相關雜誌。

相較於其他形式的資訊資源而言，個案公司對於資訊系統所提供的電子形式資訊的依賴程度深切許多。從問卷中所整理之個案公司組織成員使用各種資源的頻率，發現到個案公司組織成員均習於透過網際網路尋求資訊，每位組織成員無論是因為工作相關的因素或者個人的因素，均有每天必造訪的網站與必閱讀的電子報，與其他形式的資源使用頻率形成非常明顯的對比，顯示個案公司就其為電子商務企業的特質，組織成員們均偏好使用電子形式的資訊資源，而這也是此類企業組織與其他類型企業組織所呈現的顯著差異所在。

(三)內部人際資源

研究者透過分析問卷問題中，填答者回答其負責製作、保管與維護，以及常使用公司的何種文件和檔案，歸納整理出個案公司不同工作角色所能提供的不同資訊類型，即個案公司組織成員就其本身為資訊生產者所生產與提供的資訊類型；此外，個案公司組織成員所擁有的資訊資源除了本身所製作者外，亦可能透過其他資源所取得，顯示個案公司組織成員所扮演的角色不僅是資訊生產者，亦是資訊消費者。

就個案公司而言，其內部各式人際資訊資源可依不同工作任務角色所提供之資訊區分成不同的內部人際資訊資源類型，包括：商品企畫/編輯/行銷公關人員、客服人員、財會管理人員、網站設計與技術人員，以及商品採購人員等五種類型。

商品企畫/編輯/行銷公關人員所提供之資訊，依資訊內容之性質可再分成商品訊息、市場調查、競爭者訊息、產業動態、公司對外行銷狀況、經營績效等類型；客服人員所提供之資訊，則可再分成客戶資料與管理資料兩類型資訊；財務會計管理人員所提供之資訊，則可再分成法規制度、經營績效與公司規範等三類型資訊；網站設計/網站技術人員所提供之資訊，則可再分成程式/系統使用手冊、技術通報、技術趨勢發展，與產品訊息等四類型資訊；商品採購人員所提供之資訊，則可再分成供應商訊息、產品訊息、競爭者資訊、產業動態，以及管理資訊等五類型資訊。

(四)外部人際資源

最後，就個案公司組織成員所接觸到之外部人際資訊資源而言，則可依資訊提供者的不同而區分成廠商/供應商、策略聯盟伙伴、家人/朋友、客戶，以及顧問等五種外部人際資訊資源。

二、電子商務企業組織成員運用資訊的模式

根據研究資料發現，個案公司組織成員運用資訊的模式與用途可以歸納成：1.意義建構、2.知識創造，與 3.決策制訂等三種用途。

就意義建構部分之範例，如：填答者 QL 提到其經常於網站上蒐集資訊後，實際下載使用或列印後，加以保存並研讀，透過理解、詮釋所蒐集之資訊以滿足其資訊需求；填答者 QS 亦於問卷中說明其經常利用個案公司之內部資訊系統蒐集各式數字性資訊，然後加以拼湊與重新組合，並與其他同仁所產生之資料進行分析比較，

以產生新的詮釋意義，讓其與其他同仁能夠更瞭解特定數字性資訊所代表的實際意涵。

就知識創造之範例，如：填答者 QB 提到，當其透過各式資訊資源蒐集到特定資訊時，會經過其過濾與詮釋說明該資訊之意涵，然後轉給其他部門參考或檢討；填答者 QJ 亦提及其會定期蒐集競爭者相關資訊，包括競爭者相關報導或網站更新訊息，加以彙整後，並以電子郵件傳送給相關同事。此等訊息經由公司成員的加值，創造了組織的新知識，並經由傳遞分享成為未來行動的共識。就決策制訂的部份之範例，如：填答者 QP 提到，因其經常需要向廠商簡報，以及需要規畫各式活動，因此經常利用所蒐集到的資訊，作為簡報的參考或者活動企畫的參考；填答者 QC 亦提到，因其扮演商品採購者的角色，因此常利用所蒐集到的資訊，維護商品資料的正確性，判斷行銷活動的可行性，以及作為與供應商談判的背景資料之決策參考。

本研究發現個案公司運用資訊的模式與Choo(1998)【註 20】所提到之三種企業運用資訊的模式雷同，其比較分析如表 3 所述。

三、電子商務組織成員蒐集資訊時所遭遇到的困難類型

根據研究發現，個案公司組織成員透過各式資訊資源蒐集資料時所面臨的困難類型主要可以分為五種類型，包括：1.資訊所在位置非常分散、2.內部資訊系統功能不足、3.資訊過多難以過濾、4.語言障礙，與 5.無資訊來源等。

就資訊所在位置非常分散之範例，如：受訪者 F 提到若需特定數字執行專案時，必須從公司內部不同的資訊系統拼湊數字，甚至必須透過其他外部資訊資源蒐集；填答者 QF 提到系統介面不夠整合、不夠穩定，導致資訊非常不完整且零碎。

內部資訊系統功能不足亦是個案公司組織成員於蒐集資訊時所常面臨的問題，如：填答者 QH 提到其蒐集資訊時最常面臨的問題是，公司內部系統所能提供分析數據不足；填答者 QI 亦提到因系統功能不夠完整，需花許多人工處理資料的時間，且需要工程師代為處理等。

資訊過多難以過濾則特指透過網際網路這個資訊資源蒐集資訊時，常因關鍵詞不夠精確或者檢索出過多資訊而產生資訊萃取的困擾。如：填答者 QF1 於問卷中提到其蒐集資訊時最常遇到的困難是輸入關鍵字時，系統資訊或網路資料無法完全吻合；受訪者 G 提到其最常使用網際網路蒐集資訊，然而遇到的困難即是蒐集的資料之完整性及重點無法掌控，有些資料太多，無法消化及擷取重點，有些則是因資訊不完全無法瞭解全貌。

語言障礙亦是個案公司成員透過網際網路蒐集資料時，常遇到的困難，如：填答者 QLi 提到其瀏覽網站時，常發生瀏覽網頁時會因英語、日語網頁而有所阻礙；填答者 QHo 亦提到瀏覽網頁時會有語言障礙。

除了前述四個因資訊系統問題導致個案公司組織成員蒐集資訊的困難因素外，無資訊來源亦是個案公司成員所常遭遇的困難，如：填答者 QM 提到其蒐集資訊時，常不知道那裡找得到，且蒐集資訊太花時間，無法證實其正確性，無法充分利用所蒐集到的資訊或甚至內化成自我知識等；填答者 QD 亦提到，因無適當專業人員可提供意見及指導，常造成其蒐集資訊上的困難；填答者 QJa 提到有些資料網路上並沒有公開流通，一些實體資料如期刊論文等取得非常不方便。

上述五種個案公司組織成員所提到其於蒐集資訊時所常遭遇的困難類型，除第五種「無資訊來源」外，該組織之成員發生蒐集資訊的困難均是因使用資訊系統所造成的。其中，資訊系統又可區分而外部資訊系統(特

表 3 電子商務企業組織成員運用資訊的模式

	基本觀念	個案公司運用資訊範例
意義建構	建置性環境：環境變化，透過各種闡釋以解讀模稜兩可或曖昧不明的資料。必須「詮釋」資訊。	實際下載使用或列印資料，保存並研讀 (QL) 拼湊、重新組合所蒐集到的數字，加以比較分析，產生新的詮釋意義 (QS)
知識創造	學習性組織：既有知識，透過知識的轉化與分享以產生新的知識。必須「轉化」資訊。	將蒐集到的資訊轉給相關部門參考或檢討 (QB) 競爭者相關報導或網站更新訊息，彙整後以電子郵件傳送給相關同事 (QJ)
決策制訂	理性組織：問題發生，根據預測的結果與偏好，搜尋及選擇各種可行方案。必須「分析」資訊。	簡報參考、活動企畫參考 (QP) 維護商品正確性，判斷行銷活動的可行性，作為與供應商談判之決策參考 (QC)

指網際網路)與內部資訊系統兩種:外部資訊系統常遭遇的問題是資訊過多難以過濾,以及因其無國界限制的優點,而產生的語言障礙問題;內部資訊系統所常遭遇的問題則是資訊所在位置過於分散,以及系統功能不足等問題。

四、電子商務企業組織成員評估資訊的準則

本研究發現,個案公司組織成員蒐集到其所需資訊時,會根據特定的評估準則以判斷其所蒐集到的資訊之價值,繼而決定其是否需要再尋求其他資訊資源以滿足其需求。依據問卷分析結果發現,個案公司組織成員認為一項好的資料或資訊應具有的特性是:1.正確性(75%)、2.實用性(65%)、3.完整性(52.5%)、4.時效性(37.5%)、5.取得便利性(12.5%),與6.其他,包括如易於理解、經過整理、合理性、邏輯性、權威性等。然而,個案公司組織成員實際評估資訊優先次序的準則卻依序是:1.實用性(47.5%)、2.正確性(37.5%)、3.時效性(17.5%)、4.完整性(12.5%)、5.取得便利性(7.5%),與6.其他(合理性/保存性/邏輯性/權威性)等。

比較上述資料顯見個案公司組織成員為求快速而有效率地完成工作任務,評估資訊的價值準則首重資訊的實用性,其次才是正確性、時效性、完整性,與取得便利性;相較於其認為好的資訊所具備的特性,個案公司組織成員將因受到工作任務的影響,而使其在看重資訊價值的先後順序上有些不同。

伍、結論與建議

隨著經濟時代的來臨,企業組織競爭的基礎已經朝向重視知識和其他智慧資產的管理以降低成本,因應全球化經濟的來臨以及知識本質的變革,知識與快速學習已是個人與組織長程成功之主要因素,知識與組織智慧是代表組織維持競爭優勢的資產,知識已成為組織生存與個人發展最重要的無形資產。

由於台灣電子商務的發展正方興未艾,瞭解此類企業組織成員之資訊使用行為將是規畫此類企業資訊服務的關鍵要素。以下將就本研究之成果對電子商務企業資訊服務提供者提出規畫電子商務企業資訊服務之具體實務建議。

一、重視電子形式資訊資源的管理與規畫

依據本研究的發現,電子商務企業組織成員所使用的各式資訊資源與文獻上所論及的各式企業組織資訊資

源大致吻合。然而,值得注意的是,電子商務企業對於電子形式的資訊資源之使用程度相較於其他類型的資訊資源來得深切許多,與其他傳統產業運用各式資訊資源的狀況有顯著差異。

儘管本研究結果指出,個案公司組織成員仍舊會使用非電子形式的資訊資源(包括紙本式的資訊如書籍、視聽式的資訊如錄影帶、實體式的資訊如記者會等),然而,對該公司組織成員而言,最重要的資訊來源仍舊是以電子形式文件呈現的內部資訊系統、網際網路與電子郵件;而這些非以電子形式文件呈現的資訊資源對於個案公司組織成員而言,通常是用來補充電子形式資訊的不足或者為其個人休閒與嗜好所用。傳統在組織資訊資源管理或者圖書資訊學領域中所認為非常重要且必要徵集,並被廣泛討論的報章雜誌、書籍,或視聽資料等類型資料,個案公司組織成員使用此類資訊資源的原因多屬於比較個人、非工作任務相關的個人因素,這也是個案公司就其為電子商務企業的特性所呈現的顯著資訊使用特徵。

因此,規畫電子商務企業之資訊服務時,需特別著重考量如何組織與整理其組織成員所接觸到的各式電子形式資訊資源,特別是以本研究之個案公司為例,95%以上的資訊均是透過電子郵件傳遞,如何有效的管理電子郵件是此類企業資訊服務提供者的首要挑戰。

二、強化內部資訊系統功能,建構一個資訊共享與共存的互動園地與空間

根據本研究的發現,電子商務企業組織成員因浸淫在資訊系統設備良好的環境日久,因此相較於其他產業的組織成員而言,對於資訊系統的使用與依賴度遠高過其他產業的組織成員,相對而言,對於其他資訊來源的利用也就比較少。

規畫電子商務企業的資訊服務應將此類獨特的資訊使用行為列入考量,整個發展重點應著重於思考規畫良好的內部資訊系統功能。在建構內部資訊系統的同時,應該考量到組織成員對於企業組織內非人際資訊的各種需求,盡量能夠使資訊易於查檢而非零散的存放在系統各處。

在規畫企業內部資訊系統時,除了考量如何組織資訊、儲存資訊與提供資訊檢索服務外,同時必須顧及到組織成員對於資訊互享與人際互動的需求。研究者就研究結果發現,個案公司因資訊系統相當發達,反而使其組織成員對於人際資源的掌握較差,因此當問題發生時,無法得知什麼樣的問題可以找誰協助處理,或者可

以找誰討論，反而造成其在尋求資訊時的挫折與困難。因此，規畫企業內部資訊系統時，建立人才資源庫以作為一種可供組織成員查檢的資訊資源，亦應劃歸於電子商務企業規畫資訊服務時之規畫範疇。

由於電子商務企業組織成員非常仰賴資訊系統，檢索技巧的良窳將深深影響到其組織成員資訊找尋的能力與尋得資訊的品質。因此，此類企業之資訊服務提供者除了思考組織資訊資源的整理與組織外，同時應該提供一些資訊檢索利用、網路資源等書目利用指導課程，無論是對於尋求資訊的組織成員或者組織本身而言都將發揮更大的效益。

此外，因個案公司技術部門經常推出新的內部資訊系統功能，但許多組織成員常因資訊系統更新頻繁而導致並不完全瞭解該系統之功能與操作方式，因而無法發揮該資訊系統的預期效益。因此，此類企業中之資訊服務提供者應持續針對新系統功能提供新系統上線與操作之教育訓練課程，如此將可提升電子商務企業組織成員使用內部資訊系統的能力，進而提升企業競爭力。

綜上所述，電子商務企業資訊服務提供者應針對電子商務企業組織成員所偏好的各式電子形式之資訊資源進行整理與統籌，並且提供一個共存共享與良好互動的空間，即可滿足該企業組織內絕大多數的組織成員之需求，同時也可以透過節省該組織成員花在找資訊的時間，進而協助組織更快達成經營效益。

致謝

本研究感謝論文指導教授林珊如老師，以及論文口試委員黃慕萱老師、陳雪華老師、張淳淳老師的指導，並感謝所有撥冗參與本研究之個案公司受訪者。

註釋

註 1 行政院經濟建設委員會，「知識經濟發展方案」。World Wide Web: <http://www.cedi.cepd.gov.tw/kbe/>

註 2 FIND，「NetValue 2002 年四月份台灣網際網路研究報告」。World Wide Web: http://www.find.org.tw/0105/cooperate/cooperate_disp.asp?id=78#subtitle2

註 3 FIND，「2001 年台灣網際網路市場調查報告」。World Wide Web: http://www.find.org.tw/0105/news/0105_news_disp.asp?news_id=1907

註 4 Chun Wei Choo, Environmental scanning: acquisition and use of information by chief executive officers in the Canadian Telecommunications Industry. Unpublished doctoral dissertation, Library and Information Science University of Toronto, 1993.

註 5 Chun Wei Choo, The knowing organization: how organizations use information to construct meaning, create knowledge, and make decisions. (New York: Oxford University Press, 1998)

註 6 陳昭珍、林珊如、蘇媛、林麗娟等編著，資訊資源管理。(臺北市：空中大學，民國 88 年)。

註 7 同註 6。

註 8 同註 6。

註 9 謝寶媛，「管理學」。World Wide Web:

<http://ceiba.cc.ntu.edu.tw/management/content/chapt1.htm>

註 10 同註 6。

註 11 洪明洲著，管理：個案·理論·辨證。(臺北市：科技圖書，民國 86 年)。

註 12 同註 6。

註 13 同註 4。

註 14 Howard Rosenbaum. Managers and information in organizations: toward a structural concept of the information use environment of managers. Unpublished doctoral dissertation, M.L.S., Syracuse University, 1996.

註 15 同註 4。

註 16 林水祺，「組織成員利用電子郵件系統蒐集組織社會化資訊之研究」，長庚醫學暨工程學院管理科學系未出版碩士論文，民國 85 年 6 年。

註 17 陳麗蘭，「電子郵件的運用與組織溝通之研究」，國立東華大學國際企業管理研究所未出版碩士論文，民國 89 年 6 月。

註 18 同註 14。

註 19 同註 4。

註 20 同註 5。

î Á€€GÁ Á•ã[Ë@) Á~} * ĚV@Á [|\&Áa^}•^áÁ} á^!

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/> (the License).

Notwithstanding the ProQuest Terms and conditions, you may use this content in accordance with the terms of the License.