

指導教授

黃雪玲

博士

參與學生

u890862 羅錦珊  
 u890863 許嘉儀  
 u890875 柳耀星  
 u891762 楊崇麗

## 摘 要

有鑒於全世界各地的上網人數日益增多，電子商務的發展一日千里，網站銷售也早已成為各商家銷售的必要利器之一，全球目前有逾 10% 的網友上網購物，網路購物的熱潮勢將席捲全球。但網路是有國界的。就好像任何人都可以連到世界上任一個網站，不受地理環境的限制，但是文化的差異還是最大的隔閡。而文化很多時候是因為地理環境不同而孕育出來的。就好比說：島嶼型國家跟大陸型國家的電子商務模式就可能完全不同。所以，研究網頁設計的文化差異對電子商務的進一步發展是有必要，而且非常迫切的。同時，藉由研究文化差異所造成的各國不同的偏好，而嘗試設計出一個具有吸引力，親和力和有良好操作介面，能讓各國絕大部份的人滿意的網站，也是非常值得我們探討的。

在本組的研究報告中，亞洲五個華人聚居的地區——台灣、新加坡、馬來西亞、香港和澳門的文化差異和這些地區人士對網頁設計不同的偏好，是我們這次研究的重點。我們的研究方法及步驟為，透過問卷收集及實際的訪問各地受試者，瞭解各地區消費者的需求以及他們使用網路習慣的差異。另外，我們也瀏覽了一些大型的購物網站及參考了一些相關文獻，以加強我們對購物網站的認識及

對網頁設計的要領和功能性的認知，找出各網站的共同點與不同點，受喜愛的原因及最基本的設計守則等。

我們一共發出 138 份問卷到上述五個地區的受訪者手中並百分百的回收和分析。由所回收的問卷分析出了購物網頁設計較受歡迎和吸引網路使用者的可能原因。例如網頁設計的背景顏色，網頁文字是否易讀、易於理解，網頁圖像和主題是否清楚、能吸引注意力，網站功能性與使用性設計是否人性化等都會影響使用者的喜好。

除了分析問卷結果，歸納問題點外，我們還提出了對購物網站網頁設計的一般性準則。最後，提出設計一個良好的購物網站的建議。一針對現在已有的購物網站的設計提出建議的改善方案，另一則是提供網頁的設計者如何設計一個高人氣，吸引人及成功的購物網站的一些準則和秘訣。相信這些成果會對眾多的電腦工作者及使用者帶來極大的便利和幫助。