銘傳大學醫管系健康產業管理碩士班學位論文格式規範

管理類論文

107年05月訂

1、 計畫書編印項目及次序

1、 論文計畫書內容應具備下列章節, 各小節可以自行做整併或分別撰寫, 否則不准參加審查。

第壹章 緒論
- 第一節 研究背景與動機
- 第二節 研究目的
- 第三節 研究範圍與步驟

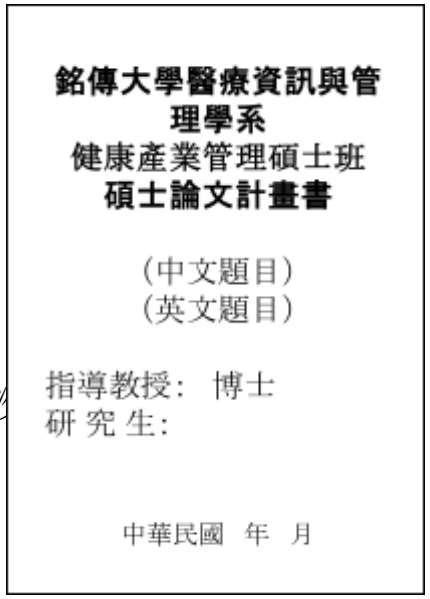
第貳章 文獻探討
- 各變數的定義與理論中變數間關聯性的探討

第參章 研究設計與方法
- 第一節 研究架構
- 第二節 研究假設
- 第三節 問卷設計
- 第四節 資料處理與方法

參考文獻

2、 論文計畫書封面之樣式如下





2、 論文編印項目及次

1. 封面
2. 論文口試委員會審定書
3. 誌謝
4. 中文摘要
5. 英文摘要
6. 目錄
7. 圖目錄
8. 表目錄
9. 論文本文
10. 參考文獻

11. 附錄

3、計畫書與論文之規格說明及撰作細則

1. 版面規格:以210mm　　* 297mm規格之A4紙張繕製，請由檔案之版面設定邊界上端2.5cm，左端3cm，右端2cm，下端2.5cm，中央請繕打頁次。
   (1)　文字規格:文章主體以中文為主，自左至右，橫式繕打編排，文句中引用之外語原文以（ ）號附註。
   (2)　頁次:目錄、圖表目錄等，以Ⅰ，Ⅱ，Ⅲ，…等大寫羅馬數字連續編頁。論文第壹章以至附錄，均以1，2，3，…等阿拉伯數字連續編頁。
   (3)　裝訂:自論文本左端裝訂，以單面印刷為原則。
2. 口試後修正審定表:於口試結束，修正完畢後，送交指導教授簽名，再送所長簽名。
3. 封面:請繕打論文中文名稱、論文英文名稱、作者姓名、指導教授姓名以及論文口試通過年度、月份。
4. 書背:書背打印畢業學年度，學位論文別，論文名稱，校、院(系、所)名，作者姓名等資料。
5. 口試委員會審定書:請繕打就讀所別、本人姓名、論文中文名稱以及論文口試通過年度、月份及日期(本件需經口試委員、指導教授及所長簽名後方可裝訂至論文內）。
6. 博碩士論文電子檔案授權書:請依規定將論文電子檔上傳，詳情請參考銘傳大學圖書館-電子資源-博碩士論文系統說明，俟完成後，列印電子檔案授權書3份並親筆簽名交回系上。
7. 誌謝:
8. 中英文摘要:內容應說明研究目的、資料來源、研究方法、發現與貢獻等，約500~1000字（並以一頁為原則），中英文各一份裝訂於論文內。
9. 目錄:按本規範所訂「論文編印項目及次序」，依次編排論文內容各項目名稱、章節編號、頁次等。
10. 圖表目錄:文內圖、表，各依應用順序，分章不分節連續編號，並表列目次。
11. 論文本文:
   (1)章節編號:中文章次之標示為第壹章，第貳章，第參章，……等，英文章次之標示為1，2，3，……等。節次之標示，英文一律以阿拉伯數字表示之，內文以12號字撰寫。如下例所示:

> 第參章 **XXXXX** (字元大小為18號/粗體字)
> 第一節**XXXXX**(字元大小為16號/粗體字)
> 一、**XXXXX**(字元大小為14號/粗體字)

   (2)章節名稱及段落層次:
   ①章次、章名稱位於打字版面頂端中央處。
   ②節次、段次均自版面左端排起，各空一、二格後，繕排名稱。
   ③小段以下等號次及名稱，均以行首空數格間距表明層次。
   (3)行距:採1.5倍行高，章名下方空一行，段落採與前、後段距離各0.5 列，某一段文中若因數學式導致行高不足，則該段可自行調整。每一段落起始，請空二個字元。
   (4)字距：標準字距。
   (5)對齊:請左右對齊。
   (6)字型:中文字型為標楷體，英文與阿拉伯數字的字型為Times New Roman。
   (7)文句內數字運用：
   ①描敘性、非運算之簡單數字及分數數字，以中文數字表示。
   例：一百五十人，三萬二仟元，六十分之十七等。
   ②繁長者視情況使用中文或阿拉伯數字，以簡明為宜。
   例：美金三十三億元（不用3,300,000,000元）。
   $ 15,349（不用一萬五千三百四十九美元）。

(8)數學公式：文中各數式, 依出現次序連續編式號, 並加（ ）號標明於文中或數式後。

例:

$$\partial C/\partial(RPP) = \mathrm{H} - \left[\sum_{D=RPP/S}^{\infty} f(D)\right] bA/Q \tag{35}$$

$$\partial C/\partial Q = H/2 - \sigma S\, A/Q - \left[\sum_{D=RPP/S}^{\infty} (SD - RPP) f(D)\right] bA/Q^2 \tag{36}$$

令(35)式及(36)式為0, 得到最適條件:

(9)註腳:①特殊事項論點等, 可使用註腳(Footnote)說明。

②註腳依應用順序編號, 編號標於相關文右上角以備參閱。各章內編號連續, 各章之間不相接續。

③註腳號碼及內容繕於同頁底端版面內, 與正文之間以橫線區隔, 頁面不足可延用次頁底端版面。

④晚近在管理領域, 非必要以不使用註腳為原則。

例:For other problems, which are apparently even more difficult,...

NP - complete [2]

[2]The authors are grateful to M.L. Fisher and B.J. Lageweg for their useful comments.

(10)文獻引述

①論文中如有參考文獻部份, 請以括號( )表之, 中文文獻在括號內寫明文獻之作者、逗號、年代;英文文獻在括號內寫明文獻之姓 、逗號、年代。

例1:何祖平(2016)曾提到. . . 。

例2:這顯示組織文化與組織再造之關係(Hopping, 2015)。

②當文獻有二位作者時, 中文請用「與」字將兩位作者姓名連接, 英文請用「and」或「&」符號將兩位作者之姓氏(last name)連接起來。

例1:陳秀里與閔辰華(2005)認為顧客滿意度. . . 。

例2:過去之研究均支持此一論點(Hwang & Fang, 2000)。

③當文獻有三位或三位以上之作者時, 中文請用第一位作者姓名加上「等」字, 英文請用第一位作者之姓加上「et al.」。

例1:胡秀華等(2011)曾提到. . . 。

例2:此問題先前被討論過(Lin et al.,2005)。

④多位學者並列時, 可按下面例子寫成:

例1:王小明(2000);李大同(2003);陳忠棟(1999)曾提到. . . 。

說明:請依學者發表論文之首位作者中文姓氏筆劃由小到大排列, 各文獻之間並用全形分號「;」分開, 「()」使用半形。

例2:過去之研究均支持此一論點(Chang,2010; Hu et al.,2009; Wang and Chen,2014)。

說明:請依外國學者發表論文之首位作者英文姓氏字首順序排列, 各文獻之間並用半形分號「;」, 後空一格加以分開, 「()」使用半形。

例3:過去之研究均支持此一論點(孫梅瑞, 2015;Doggins,1982;Engel et al., 1983;Wang and Chen,2014)。

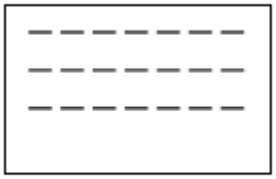
說明:請依中文文獻在前, 外文文獻在後順序, 同時分別依照首位作者中文姓氏筆劃由小到大排列, 或首位作者英文姓氏字首順序排列, 各文獻之間並用全形分號「;」分開, 「()」使用半形。

(11)圖表編排

①表號及表名列於表上方中央，圖號及圖名置於圖下方中央。資料來源及說明，一律置於表圖下方。

②圖表內文數字應予打字或以工程字書寫。

表2 ×××



資料來源：××××

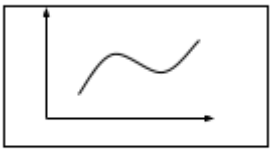


圖 3 ××××

資料來源：××××

12. 參考文獻：所有參考文獻資料，均置於論文本文之後，獨立另起一頁，中文在前（按筆劃排序），英文在後（按姓氏英文字母排序），所有參考文獻以阿拉伯數字予以排序，頁次仍與本文接續，參考文獻以12號字撰寫。
13. 附錄及問卷等資料：凡屬大量數據、推導、註釋有關或其他冗長備參之資料、圖表，均可分別另起一頁，編為各附錄。
14. 符號說明：各章節內所使用之數學及特殊符號，均集中表列說明，以便參閱，表內各符號不須編號。

15. 送繳:口試通過、論文審定後, 請依所上規定繳交論文精裝本數, 以便彙總送各口試委員、本校研教組、本校圖書館及所上陳列參考。(詳細送繳本數請參考碩士班應屆畢業生離校注意事項)

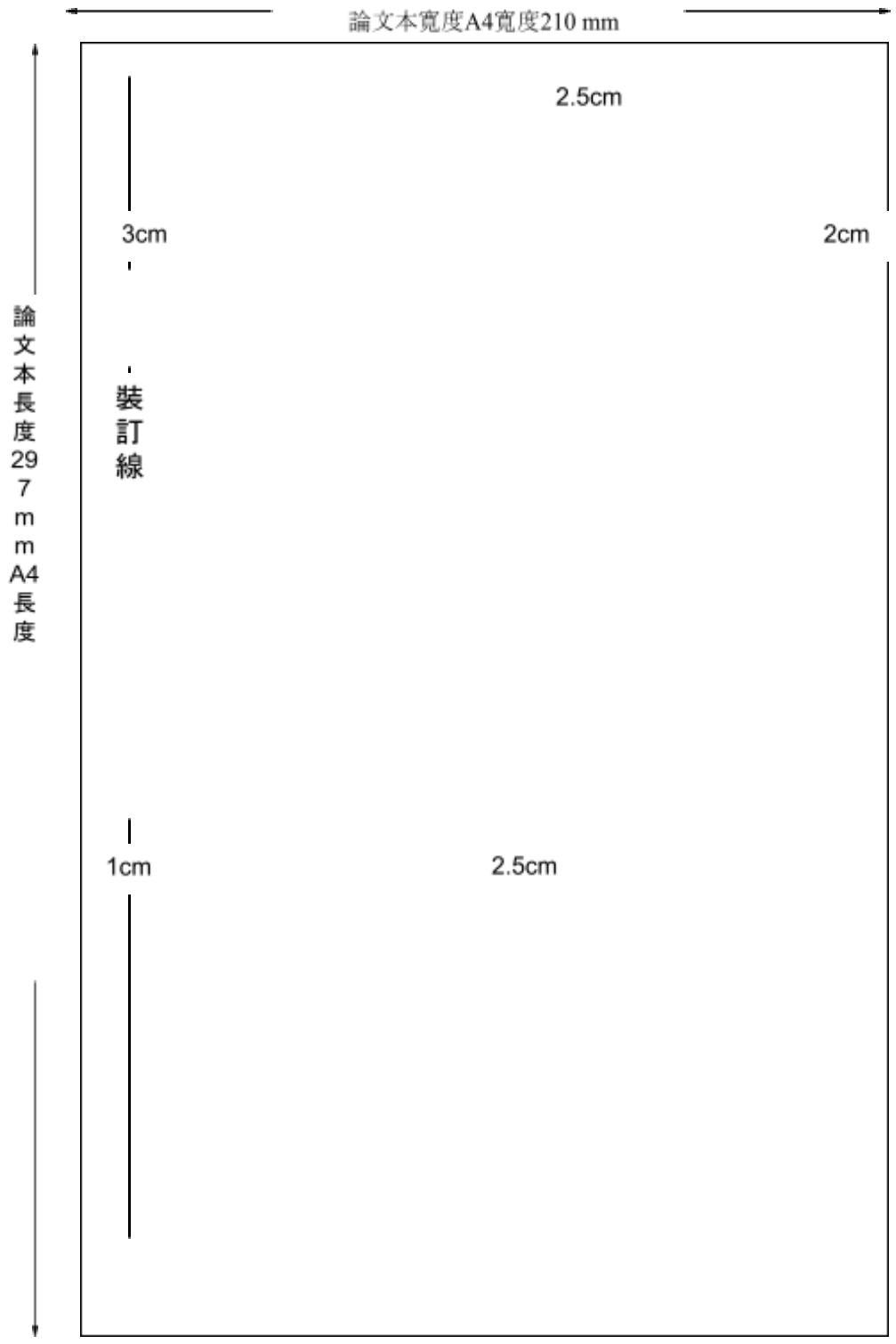


圖1 論文尺寸及打字版面規格範例

附件二 論文封面

銘傳大學醫療資訊與管理學系
健康產業管理碩士班
碩士論文

題目題目題目題目題目題目題目題目題目題目題目
題目題目題目題目題目題目題目

Title Title Title Title Title Title Title Title Title Title Title Title Title Title Title Title Title

指導教授: **OOO** 博士
研 究 生: 王小名

附件三 書背

九年七月

銘傳大學醫管系

附件四 口試審定書

碩士班

碩士論文

題目題目題目題目題目題目題目題目題目題目題目題目題目題目題目題目題目題目

王小名撰

108學年度

銘傳大學醫療資訊與管理學系
健康產業管理碩士班
論文口試委員會審定書

本校 醫管系健康產業管理碩士班 王小名 君

所提論文 題目

合於碩士資格水準，業經本委員會評審認可。

口試委員：

(召集人)

指導教授：

所　長：

中華民國年月日

附件五　誌謝

誌 謝

首先誠摯的感謝我的指導教授XXX博士，悉心教導使我了解論文學術領域的深奧，並且時不時的與我討論並指點出正確的撰寫方向。當我在學習生活上迷惘的時候，也會適時地給予我有用的意見與協助，使我在碩士生涯這兩年中獲益匪淺。胡老師對於學問的嚴謹態度更是值得我學習的典範。

另外，本篇論文得以順利完成，亦得感謝我的口試委員XXX老師以及XXX老師，老師們在口試的時候給了我諸多寶貴意見，有了這些學術方面的專業建議，才能使我的碩士論文修改得更為完善。

當然，在撰寫論文的過程中，也要感謝與我一起共患難的同組夥伴們，有你們的陪伴與支持，才能讓我克服瓶頸，是值得我學習的對象，充滿動力繼續寫下去。

碩士生活兩年的日子中，與同學們在研究室裡共同的生活點滴，課業方面的討論、趕報告的革命情感、言不及義的閒聊、壓力底下的瘋狂，還有令人又愛又恨的宵夜，感謝我的學長姐、同學、學弟妹的共同勉勵與陪伴，你們的存在讓我這兩年的研究所生活變得多采多姿，絕不無聊，與大家的共同回憶讓我銘記在心，永不忘懷。

最後，謹以此文獻給我摯愛的雙親，感謝父母親對於我碩士學習的精神支持，因為有你們對我的包容，才能成就今日的我，對你們的感謝盡在不言之中。

王小名　謹識

于銘傳大學醫管系健康產業管理碩士班

民國一○九年七月

附件六 中文摘要

題目題目題目題目題目題目題目題目題目題目題目題目題目題目題目題目題目題目

研究生:XXX　　指導教授: XXX 博士

摘 要

迄今, 電子商務在全球已成為一個充滿獲利的繁榮產業。然而, 網路商家的不道德行為亦隨之漸增並且帶給消費者線上購物的高度風險。為規避此種風險, 消費者知覺網路零售商道德〈CPEOR〉已成為認知網路零售商道德行為的一項重要指標。因此, 本研究參考並引用Román (2007)所發展出的CPEOR量表, 其包含的四個構面分別為隱私、安全、不欺騙以及可靠性/承諾, 以探討CPEOR對於消費者行為─網路忠誠度與網路口碑的影響。此外, 本研究亦以網路零售商的折扣/善因促銷作為影響CPEOR與消費者行為之間的調節變數, 並加入消費者性別當作影響網路零售商促銷調節效果的另一項調節變數, 探討其之間的關聯。

本研究目的包含了驗證CPEOR對於消費者行為〈網路忠誠度及正面網路口碑〉的影響, 並檢驗網路零售商線上促銷活動對於CPEOR與消費者行為之間的調節效果, 最後亦深入探討消費者性別的調節角色, 其對於其促銷活動之調節效果的影響。

本研究使用之方法為情境實驗設計, 並選擇2 × 2受試者間設計作為研究方法以檢驗CPEOR對於消費者網路忠誠度以及對於消費者網路口碑的影響, 另外也驗證網路零售商折扣/善因促銷的調節效果。全體有效樣本包含491份有效問卷, 其來自台灣某所大專院校的大學生及研究生。

本研究實證結果顯示 (1) CPEOR以及其四個構面皆正向影響消費者的網路忠誠度以及網路口碑 (2) 網路零售商的折扣/善因促銷可以正向調節CPEOR與消費者行為之間的關係 (3) 消費者性別可以調節網路零售商折扣/善因促銷的調節效果, 並且女性消費者可以正向強化折扣/善因促銷的調節效果。

關鍵詞:電子商務、消費者知覺網路零售商道德、網路忠誠度、網路口碑、線上促銷、折扣促銷、善因促銷

附件七 英文摘要

Title Title Title Title Title Title Title Title Title Title Title Title Title Title Title Title Title Title

Student：XX, XX-XX　　Advisor：Dr. XXXXX

ABSTRACT

Nowadays, e-commerce has become a prosperous industry for creating increasing profit in the world. However, online retailers' unethical behaviors are also increasing that bring consumers high-level risks for e-shopping. To avoid this kind of risks, consumers' perceptions regarding the ethics of online retailers (CPEOR) has become an important index to recognize online retailers' ethical practices. Thus, this study referred to Román's (2007) developed scale of CPEOR containing privacy, security, non-deception and reliability/fulfillment to explore CPEOR's affection on consumers' behaviors including e-loyalty and e-word of mouth (e-WOM).

The purpose of this study is to investigate the impact of CPEOR on consumer behaviors including their e-loyalty and positive e-WOM, the moderating effect of online retailers' promotions on the relationship between CPEOR and consumers' behaviors as well as the moderating role of consumers' gender differences.

This study used a scenario experiment approach and 2 × 2 between-subject factorial as a method to examine the effect of CPEOR on consumers' e-loyalty and e-WOM, and online promotion's moderating effect as well. The total sample size was 491 valid questionnaires from undergraduate and postgraduate students in Taiwan.

The empirical results indicated that (1) CPEOR, including its 4 facets, has positive effect on consumers' e-loyalty and e-WOM; (2) online retailers' sales/CRM promotion can moderate the relationship between CPEOR and consumers' behaviors; (3) consumers' gender can be a moderator on sales/CRM promotion's moderating effect such that female consumers can strengthen sales/CRM promotion's moderating role positively.

Keywords : E-commerce, Consumers' perceptions regarding the ethics of online retailers (CPEOR), E-loyalty, E-word of mouth (WOM), Online promotion

附件八 目錄

目 錄

頁次

目錄 Ⅰ
圖目錄 Ⅱ
表目錄 Ⅴ
第壹章 緒論
第一節 研究背景與動機……1
一、…… 1
(一) …… 2
1. …… 3
(1). …… 4
第二節 研究目的 …… 5
第三節 研究範圍與步驟……6
第貳章 文獻探討
第一節 ……
一、 ……
第二節 ……
一、 ……
第三節 ……
第參章 研究設計與方法 ……
第一節、研究架構 ……
第二節、研究假設 ……
第三節、問卷設計 ……
第四節、資料處理與方法 ……
第肆章 資料分析與研究結果 ……
第一節、 ……
第二節、
第伍章 結論與建議
第一節、研究結論 ……
第二節、研究建議 ……
參考文獻 ……
附錄:研究問卷 ……

附件九 圖目錄

圖 目 錄

圖2-1
圖2-2
圖2-3
圖3-1
圖3-2
圖4-1
圖4-2
圖4-3
圖4-4

附件十 表目錄

表 目 錄

表2-1
表2-2
表2-3
表2-4
表2-5
表2-6
表2-7
表2-8
表2-9
表3-1
表3-2
表3-3
表4-1
表4-2
表4-3
表4-4
表6-1
表6-2

附件十一 論文本文

第壹章 緒論

第一節 研究背景與動機

本研究期望以既有理論為基礎，以實証的角度，來探討電子化供應鏈管理下，特別是在電子採購之作業系統，資訊科技的運用和業務流程的整合下，國內主要廠商及其所合作之供應商，他們彼此之間電子化的具體做法，並進一步探討對組織間關係的影響。研究之個案以國內執行經濟部推動資訊業電子化計畫之B計畫廠商神達、英業達及其供應商為對象，探討其電子化採購的執行狀況

第二節 研究目的

附件十二 參考文獻

參考文獻排版方式

一、參考文獻格式規範如下:

1.參考文獻類別僅分中文文獻與英文文獻二類，無須再細分其他類別，中文文獻在前, 英文文獻在後。

2.中文文獻請按第一位作者之姓氏筆劃排序, 同一位作者有多筆參考資料時，請用年份排序。例如:

吳宗祐、鄭伯壎，2002。由情緒智力到情緒才能-一個整合性的模式, 國立台灣科技大學企管系***2002***年管理新思維學術研討會論文集, 1-30。

吳宗祐，2003。工作中的情緒勞動:概念發展、相關變相分析、心理歷程議題探討, 國立台灣大學心理研究所博士論文。

3.英文文獻請按第一位作者的姓按字母順序排序，同一位作者有多筆參考資料時，請用年份排序。例如:

Bass, B. M., 1990. From Transactional to Transformational Leadership: Learning to Share the Vision, ***Organizational Dynamics***, 18(3), 19-31

Bass, B. M., Avolio, B. J., Jung, D. I., and Berson, Y., 2003. Predicting Unit Performance by Assessing Transformational and Transactional Leadership, ***Journal of Psychology***, 88(2), 207-218.

4.中英文參考文獻之年份一律使用西元年份標示。

5.**文獻資料的年份、書刊名稱(請用斜體粗黑)，刊登的卷數與期數及該文獻刊登的起末頁數(如1-20)**，均須審慎查明標示。

6.英文論文的標題請用Times New Roman字體以政體繕打，除介係詞(e.g., in, at)、連接詞(e.g., and, the)外，第一個字母需大寫;句首第一個字母則一律以大寫繕打。

二、參考文獻格式舉例說明如下:

(一)中文文獻:

1.書籍－含政府單位出版品、翻譯書(年代為中譯本的年代)及編輯書文集

(1) 賴士葆，1995。生產／作業管理－理論與實務(3版), 台北:華泰文化事業有限公司。

(2) 教育部，2000。中華民國教育統計(編號:0061548901 70), 台北:三民書局。

(3) 漢聲雜誌社譯，李察. 普雷特著，1993。不可思議的剖面, 台北:英文漢聲雜誌社。

(4) 鍾才元，2001。生涯規劃:新手老師的就業準備與須知, 收錄於學為良師－在教育實習中成長，黃正傑、張芬芬(編), 台北:師大書苑，425-457。

2.期刊

(1) 林明杰、彭凌峰，2000。不同情境下創新專案關鍵成功因素間關係之研究, 管理學報, 第十七卷第四期, 625-642。

3.專題研討會

(1) 張芬芬，1995。教師社會化的過程, 師資培育專業化研討會論文集, 台北市立師範學院。

4. 學位論文

(1) 周淑貞，1997。管理當局盈餘預測與盈餘管理關係之實證研究, 國立政治大學會計研究所碩士論文。

5.報告

(1) 黃政傑、李春芳、周愚文、潘慧玲，1992。大陸小學教育政策與教育內容之研究總結報告(編號:F0033518)，台北市:教育部。

(2) 楊仁壽，1997。動態決策理論之研究(I):長短期與特定模糊標的設定的效果, 國科會補助研究報告NSC 86-2417-H-224-001。

6.報紙

(1) 鍾張涵，2013。第三方支付平台 催熟電子商務，聯合晚報, 12月27日，A2版。

7.網頁－除完整書目資訊外, 須註明網頁日期與URL

(1) 內政部，2004。低收入戶生活狀況調查摘要分析, 2006年7月17日, 取自內政統計資訊服務網:http://sowf.moi.gov.tw/stat/Survey/93low- income-family.htm

(二)英文文獻:

1.書籍－含政府單位出版品、書文集

(1) Aaker, D. A., 1991. ***Managing Brand Equity***, New York: The Free Press.

(2) Australian Bureau of Statistics., 1991. ***Estimated Resident Population by Age and Sex in Statistical Local Areas, New South Wales, June 1990*** (No. 3209.1). Canberra, Australian Capital Territory: Author.

(3) Bjork, R. A., 1989. Retrieval Inhibition as An Adaptive Mechanism in Human Memory. In H. L. Roediger III & F. I. M. Craik (Eds.), ***Varieties of Memory & Consciousness:*** 309-330. NJ: Lawrence Erlbaum Assoc Inc.

(4) Davis, S. M., and Dunn, M., 2002. ***Building the Brand-driven Business: Operationalize Your Brand to Drive Profitable Growth***, New York: The Free Press.

(5) Engel, J. F., Blockwell, R. D., and Miniard, P. W., 1990. ***Consumer Behavior*** (14th ed.), Orlando: Dryden Press.

2.期刊－含已獲同意刊登但尚未出版

(1) Auckerman, M., and Kieffer, S. C., in press. Race Differences in Face-ism, ***Journal of Personality and Social Psychology***.

(2) Holbrook, M. B. and Schindler, R. M., 1989. Some Exploratory Findings on the Development of Musical Tastes, ***Journal of Consumer Research***, 16(3), 19-24.

3.專題研討會

(1) Cook, S. A., 1971. The Complexity of Theorem Proving Procedures, ***Proceedings of the Third Annual ACM Symposium on Theory of Computing***, 151-158.

(2) Lichstein, K. L., Johnson, R. S., Womack, T. D., Dean, J. E., and Childers, C. K., 1990. Relaxation Therapy for Poly-pharmacy Use in Elderly Insomniacs and Noninsomniacs, In T. L. Rosenthal (Chair), ***Reducing Medication in Geriatric Populations***, Symposium Conducted at the Meeting of the First International Congress of Behavioral Medicine, Uppsala, Sweden.

4.學位論文

(1) Chen, Y. K., 1976. ***A Network Approach to the Capacitated Lot-Siz Problem***, Unpublished manuscript, The Wharton School, University of Pennsylvania, Philadelphia, 1-10.

(2) Hungerford, N. L., 1986. ***Factors Perceived by Teachers and Administrators as Simulative and Supportive of Professional Growth***, Unpublished doctoral dissertation, State University of Michigan, East Lansing, Michigan.

5.報告

(1) National Institute of Mental Health, 1990. ***Clinical Training in Serious Mental Illness*** (DHHS Publication No. ADM 901679). Washington, DC: U.S. Government Printing Office.

(2) Simpson, B. H., 1975. ***Improving the Measurement of Chassis Dynamometer Fuel Economy***. Society of Automotive Engineers Technical Paper Series 750002.

6.報紙

(1) Clayton, N., 2012. Online Store Creator Tictail Raises $1.6Million (October 23), ***The Wall Street Journal (italic)***, A6.

7.網頁－須註明網頁日期與URL

(1) Emmons, G., 2005. Turning On the Tap: Is Water the Next Oil? HBS Working Knowledge, retrieved October 18, from http://hbswk.hbs.edu/item.jhtml?id=5049ett=globalization.

附件十三 附錄

附 錄 一

敬愛的小姐先生, 您好！

這是一份關於珠寶消費者行為研究的學術問卷, 目的在探討珠寶消費者之購買行為特性。本問卷採不記名之作答方式, 所有資料僅供學術分析之用, 絕不對外公開個別資料, 請您安心填寫。您的寶貴意見對本研究極有助益, 感謝您於百忙之中填此問卷。如果您對此項研究有興趣, 請以下列電子郵件地址聯絡, 迨研究完成, 本小組將寄送給您一份研究報告。再次謝謝您的協助！

謹此　敬祝
健康快樂

中華民國範例範例學會
範例就醫行為研究小組

說明:

本處所指的「珠寶」, 係指「使用貴重金屬或其合金, 並結合貴重或有色寶石鑲造而成的珠寶」, 如天然的鑽石、紅藍寶、祖母綠、各色水晶、翡翠、珍珠或其他有色寶石等, 與鉑金、黃金、**K**金或其它合金製作成戒指、項鍊、手鐲、手鍊等首飾。

第一部份

1、 請問您在最近三年內有無購買珠寶的經驗:□ 有　□無

2、 請問您過去三年來(民國90年元月至今)購買珠寶的次數？
□一次　□兩次　□三次　□四次　□五次(含)以上

3、 請問您最近一次購買珠寶, 係在何處購買？
□名牌珠寶店(例如Tiffany、Cartier…)　□珠寶設計師工作室
□高級珠寶店(例如斐儷、米蘭、嘉記、和記…) □百貨公司專櫃
□傳統珠寶銀樓店　□電視購物頻道　□網路　□其他_____

四、請問您最近一次購買珠寶, 平均而言大約花費是:
□1萬元以下　□1萬~2萬元　□2萬~5萬元
□5萬~10萬元　□10萬~20萬元　□20萬~30萬元
□30萬~50萬元　□50萬~100萬元　□100萬元以上

五、請問您最近一次購買珠寶, 同行的有哪些人？
□配偶　□男/女朋友　□父母　□子女　□兄弟姊妹
□同事　□普通朋友　□無, 自己一人 □其他

六、請問您最近一次購買珠寶, 珠寶的費用由誰付錢？
□自己　□配偶　□男/女朋友　□父母
□子女　□兄弟姊妹　□普通朋友　□其他

7、 在最近一次選購珠寶時, 最主要的資訊來源？
□珠寶展覽會場 □同事、親友介紹 □店家宣傳品

□報章雜誌廣告 □網際網路資訊 □電台廣播
□電視廣告 □其他(請說明) _____

8、 整體而言, 您對最近一次購買珠寶的滿意度如何？
□很不滿意 □不滿意 □滿意 □很滿意

9、 請問您在選購珠寶時所考量的各項動機的重要程度如何:(請在適當"□"打"v")

	很不重要	不重要	普通	重要	很重要
	1	2	3	4	5
1.為了取悅自己	□	□	□	□	□
2.為了享受購買時的樂趣	□	□	□	□	□
3.為了能滿足自己的收藏興趣	□	□	□	□	□
4.珠寶是一種很好的投資工具	□	□	□	□	□
5.珠寶可以保值	□	□	□	□	□
6.珠寶可以當作傳家之寶	□	□	□	□	□
7.為了向他人炫耀	□	□	□	□	□
8.為了取悅另一半或異性朋友的歡心	□	□	□	□	□
9.為了結婚嫁娶的需要	□	□	□	□	□
10.為了紀念日(結婚、生日)或其他特殊節日	□	□	□	□	□
11.為了增加和別人互動的機會	□	□	□	□	□
12.為了在親朋好友中擁有歸屬感	□	□	□	□	□
13.為了增加珠寶的專業知識	□	□	□	□	□
14.為了學習一技之長	□	□	□	□	□
15.為了提昇鑑賞珠寶的素養	□	□	□	□	□
16.為了滿足好奇心	□	□	□	□	□
17.為了表彰自己的身份或地位	□	□	□	□	□
18.為了犒賞自己	□	□	□	□	□
19.希望與眾不同	□	□	□	□	□

10、您在進行選購買珠寶時, 下列因素的評估對您而言, 重要程度如何？(請在適當"□"打"v")

	很不重要	不重要	普通	重要	很重要
	1	2	3	4	5
1.價格合理	□	□	□	□	□
2.品牌形象良好	□	□	□	□	□
3.銷售人員的服務	□	□	□	□	□
4.售後服務的完善	□	□	□	□	□

5.珠寶款式……...…… □ □ □ □ □
6.購買地點的便利性..…… □ □ □ □ □
7.珠寶店的信譽(包括金、鑽石、寶石等品質)… □ □ □ □ □

第二部分

一、此部份問題在了解您對日常生活的看法, 請根據您對下列問題的同意程度加以選擇, 答題沒有對錯, 請您依自己的感覺在適當"□"打"v"

	很不同意	不同意	無意見	同意	很同意
	1	2	3	4	5
1.買東西時, 我通常貨比三家, 以免吃虧…..……..	□	□	□	□	□
2.珠寶店贈送額外贈品, 會提升我的購買意願……	□	□	□	□	□
3.我喜歡參加社交活動……	□	□	□	□	□
4.我喜歡和朋友約會聊天……	□	□	□	□	□
5.我會注意報章雜誌或電視上的珠寶廣告……	□	□	□	□	□
6.為了購買好的商品, 我會到處蒐集有關的資訊……	□	□	□	□	□
7.我覺得我的辦事能力很強……	□	□	□	□	□
8.我做事很有主見, 不在乎別人的看法……	□	□	□	□	□
9.我喜歡郊遊或露營以享受大自然……	□	□	□	□	□
10. 我覺得使用名牌產品可以提高一個人的身份地位……..□	□	□	□	□	
11. 我喜歡新奇、時髦、流行的東西……..□	□	□	□	□	
12. 選購珠寶時, 我會接受或聽取家人或朋友的意見……..□	□	□	□	□	
13. 我看到別人買了某項商品, 我也想跟著買……..□	□	□	□	□	
14. 逛街購物可以讓我感到滿足與快樂……..□	□	□	□	□	
15. 我覺得別人會用我擁有的東西來評價我……..□	□	□	□	□	
16. 我對消費者報導或消費新聞很感興趣……..□	□	□	□	□	
17. 拍賣或打折活動會更吸引我去花錢購物……..□	□	□	□	□	
18. 我時常沒有計劃的就買一些我在店裡看到的東西……..□	□	□	□	□	
19. 我覺得在買東西上面精打細算, 仔細挑選是很重要的..□	□	□	□	□	
20. 選購珠寶前, 我會事先收集他人對各品牌的意見……..□	□	□	□	□	
21. 我知道很多珠寶品牌及其特色……..□	□	□	□	□	
22. 我經常參加藝文活動……..□	□	□	□	□	

二、下列9個項目是一些人們在生活中所重視的項目。請依您重視的程度在適當的"□"打"v"

	很不重視	不重視	普通	重視	很重視
	1	2	3	4	5
1.自我尊重……...…….	□	□	□	□	□
2.自我實現……...…….	□	□	□	□	□
3.成就感……...…….	□	□	□	□	□
4.被人尊重……...…….	□	□	□	□	□
5.生活中的樂趣……...…….	□	□	□	□	□
6.追求刺激……...…….	□	□	□	□	□
7.良好的人際關係……...…….	□	□	□	□	□

8.安全感……..…….□ □ □ □ □
9.歸屬感……...…….□ □ □ □ □

第三部份 個人背景資料
以下基本資料, 僅作為統計分析之用, 絕不對外發表, 請您安心填寫。
1. 您的性別:□男 □女
2. 您的年齡:□20~25歲 □26~30歲 □31~35歲 □36~40歲 □41~45歲
□46~50歲 □51~55歲 □56~60歲 □61~65歲 □66歲以上
3. 您的學歷:□小學(含以下) □國中(或初中) □高中/職 □專科 □大學
□碩士以上
4. 您的職業:□軍公教人員 □家庭主婦 □製造業 □商業
□農漁林牧礦 □服務業 □自由業 □學生
□公司負責人 □退休人員 □無 □其他_____
5. 您的婚姻狀況:□未婚 □已婚
6. 您的每月平均所得:
□2萬元以下 □2萬~3萬元 □3萬~4萬元
□4萬~6萬元 □6萬~8萬元 □8萬~10萬元
□10萬以上

『本問卷到此結束, 請您確定有無遺漏之處, 再次謝謝您的耐心填答合作, 更感謝您對學術研究的支持。』