

消費者需求描述與廠商產品型錄之媒合平台設計：以筆記型電腦為例

一、研究動機與目的

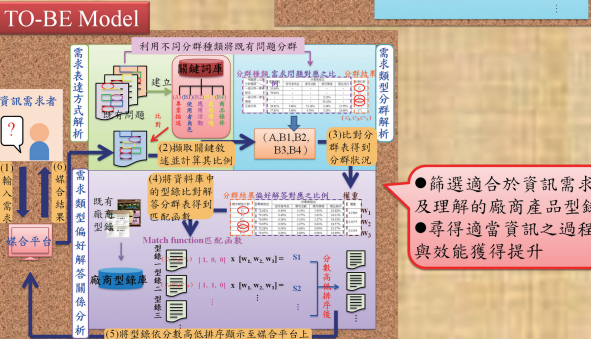
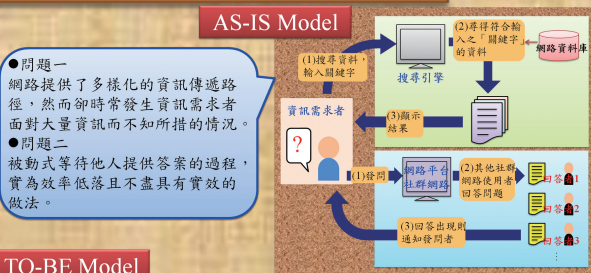
●研究動機

- ◆背景：目前網際網路提供了多樣化的資訊傳遞路徑，然而卻時常發生資訊需求者面對大量資訊而不知所措的情況。
- ◆現況：以產品而言，資訊需求者往往因專業知識有限，而無法獨自利用廠商產品的型錄決定其所需之產品或服務，轉而以網路平台提問的方式，尋求第三方（專業人士）之協助，尋得符合其需求的最佳解答。
- ◆問題：資訊需求者被動式等待他人提供答案的過程，實為效率低落且不盡具有實效的做法。

●研究目的

- ◆發展一套以需求者為導向的「資訊媒合」模式與方法。
- ◆此方法藉由需求內容與偏好資訊媒合，篩選適合於資訊需求者閱讀理解的廠商產品型錄資訊，使需求者能主動地尋得符合其需求表達形式之答案，期望使需求者尋得適當資訊之過程的效率與效能獲得提升。

二、既有模式及期望模式

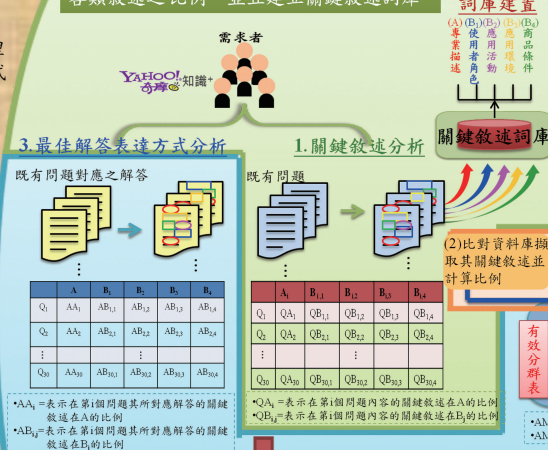


三、研究主軸與方法論

以筆記型電腦的資訊需求為例，提出一套結合「需求表達方式解析」、「需求類型分群解析」及「需求類型與偏好解答關係分析」三階段方法的模式，以進行消費者需求描述與廠商產品型錄之媒合。此方法乃根據需求者的需求表達方式，自多重表達方法的廠商產品型錄或服務說明中，篩選適合於需求者閱讀及理解的資訊表達方法。

第一階段：需求表達方式解析

（Yahoo!奇摩知識+）上的筆記型電腦需求問題擷取與選購商品相關的關鍵敘述，再將其分類並計算各類敘述之比例，並且建立關鍵敘述詞庫。

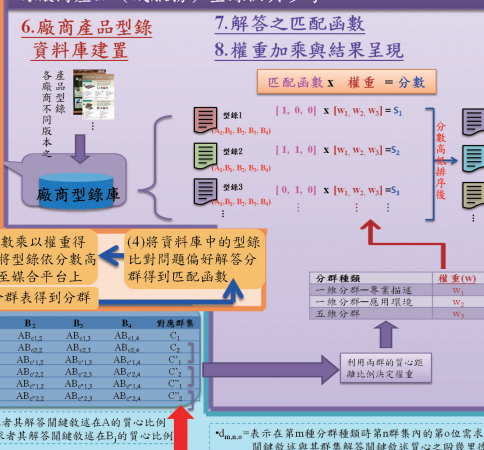


第二階段：需求類型分群解析

一需求者依問題關鍵敘述比例利用兩階段群集法進行不同維度的群集分析，並且同時計算各類不同表達方式群集之需求者所認定的最佳解答關鍵敘述的比例，以得知最佳解答各類分群中較顯著之群集特性，並進一步推論各類表達方式之需求者所偏好的解答傾向。

第三階段：需求類型與偏好解答關係分析

一將各廠商產品型錄與需求者所偏好之資訊表達方式做比對，可判定較符合需求者閱讀及理解偏好之資訊表達方法的廠商產品（或服務）型錄供其參考。



四、系統架構與開發

本研究亦針對所提出的方法發展對應之資訊需求媒合平台。使資訊需求者輸入需求問題，匯入系統後進行分析，進而篩選適合於需求者閱讀理解的廠商型錄資訊。而系統架構與介面如下：



五、結語與展望

●結語

本研究所提出之結合「需求表達方式解析」、「需求類型分群解析」及「需求類型與偏好解答關係分析」三階段方法的模式，能篩選適合於資訊需求者閱讀及理解的廠商產品型錄資訊，使資訊需求者能主動地尋得符合其需求表達形式之答案，並且需求者尋得適當資訊之過程的效率與效能確實獲得提升。

●展望

- ◆發展「以前後文意為基礎判斷之關鍵字擷取模式」，以解決現行方法單一用關鍵敘述詞庫比對而擷取少數不恰當文意之關鍵敘述。
- ◆發展「需求內容解析」並與現行方法結合可發展一「自動化選擇最適需求之解答」系統。