

第四章 資料分析與討論

本章首先陳述專家訪談之發現，然後針對每回問卷實施之結果進行分析討論，第一節為專家訪談之結果討論，第二節為第一回德爾菲問卷調查之統計結果與分析，第三節為第二回德爾菲問卷調查之統計結果與分析，第四節為第三回德爾菲問卷調查之統計結果與分析，第五節進行綜合討論，分述如下：

第一節 專家訪談資料分析與討論

研究者研究初期，將網路行銷主管管理能力指標分為概念性能力、人際性能力、技術性能力等三個主構面與專家進行訪談。訪談後發現部分能力項目未能準確歸納至上述任一構面中，遂參考Whetten和Cameron (2002)於「Developing management skill」一書中所提出的管理者個人能力，加以增列，歸納整理出網路行銷主管管理能力主構面為：主管個人能力、概念性能力、人際性能力、技術性能力等。研究者將專家訪談後的研究發現敘述如下：

一、概念性能力：

在分析能力方面，專家認為網路行銷主管應具備「了解公司營運目標」、「了解組織競爭環境」、「了解組織所處產業環境與任務」、「於員工執行工作時獲得回饋與修正」等能力，決策能力的部分應具備「依照既定方針進行例行決策」、「判斷力」等能力。

二、人際性能力：

在領導能力方面，專家認為網路行銷主管應具備「確立部屬在組織中努力及堅持的方向」、「鼓舞部屬士氣」等能力，在溝通能力方面，

應具備「能專心懂部屬的話」、「能具備口語肢體等清楚傳達訊息的能力」等，在衝突管理方面，應具備「解決組織之間衝突」、「解決小組之間的衝突」等能力，人際關係能力部分，應具備「具有同理心能了解他人想法」的能力。

三、技術性能力：

在市場趨勢研究能力方面，專家認為網路行銷主管應具備「與競爭對手區隔進行差異行銷」、「搜尋相關資訊」、「從現有市場發現新目標市場」等能力，在顧客服務能力方面，應具備「回應顧客需求」、「了解顧客心理」、「維護消費者線上付費安全」、「維繫舊有客戶」等能力，產品獲利能力的部分，應具備「了解公司品牌定位」、「對產品保有熱忱關心產品形象」、「能整合行銷人員及技術人員」等能力，網路專業能力方面，應具備「運用email將產品訊息及促銷活動傳至客戶端」、「數據資訊處理」、「熟悉網路工具」等能力。

四、無法歸類的的能力：

專家認為網路行銷主管還應具備「時間掌握」、「壓力管理」、「解決日常工作中的問題」、「解決突發性的問題」等能力。

整合專家訪談結果，專家提及的能力大多與文獻相符，但不若文獻來的完備，故本研究以文獻資料為主，參考專家訪談結果，增加「主管個人能力」主構面，設計第一回德爾菲專家問卷，針對其他專家進行施測。

第二節 專家問卷第一回調查資料分析與討論

壹、第一回專家問卷統計結果

本研究第一回專家問卷發放對象是經濟部金網獎中，銀質獎及優質獎的得主，願意參與研究的網路行銷主管共15位，第一回問卷統計結果有下述三種：表4-2-1 主要是針對網路行銷主管管理能力四個構面進行分析；表4-2-2 至表4-2-5 主要是針對各構面下，次構面及能力指標項目的分析；表4-2-6 則是專家建議修改的項目。

一、網路行銷主管管理能力構面分析

(一)「主管個人能力」構面

在此構面中，所有專家對此構面的五等量尺評分之平均數為4.43，標準差為0.69，程度達到「重要」以上。在專家個人填答分數部分，有一位專家填答平均分數少於4，但仍在3.5以上。

由四分位數所評定的重要程度，本構面的必要性等級為「重要」，四分位差為0.5，具有「高度共識」。

(二)「概念性能力」構面

在此構面中，所有專家對此構面的五等量尺評分之平均數為4.23，標準差為0.67，程度達到「重要」以上。在專家個人填答分數部分，有二位專家填答平均分數少於4，但仍在3.5以上。

由四分位數所評定的重要程度，本構面的必要性等級為「重要」，四分位差為0.5，具有「高度共識」。

(三)「人際性能力」構面

在此構面中，所有專家對此構面的五等量尺評分之平均數為

4.22，標準差為0.66，程度達到「重要」以上。在專家個人填答分數部分，有三位專家填答平均分數少於4，但仍在3.5以上。

由四分位數所評定的重要程度，本構面的必要性等級為「重要」，四分位差為0.5，具有「高度共識」。

(四)「技術性能力」構面

在此構面中，所有專家對此構面的五等量尺評分之平均數為4.39，標準差為0.74，程度達到「重要」以上，但比起其他構面，差異程度稍大。在專家個人填答分數部分，有二位專家填答平均分數少於4，但仍在3.5以上。

由四分位數所評定的重要程度，本構面的必要性等級為「重要」，四分位差為0.5，具有「高度共識」。詳見表4-2-1。

表 4-2-1 所有專家第一回問卷各構面填答結果統計

	個人能力		概念性能力		人際性能力		技術性能力	
	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
專家 1	4.33	0.89	4.13	0.64	3.75	0.45	3.50	0.52
專家 2	4.50	0.52	4.50	0.76	4.50	0.52	4.38	0.72
專家 3	4.25	0.75	4.50	0.53	4.50	0.52	4.56	0.63
專家 4	4.50	0.52	4.25	0.46	4.19	0.40	4.44	0.63
專家 5	4.67	0.65	3.75	0.89	3.94	0.77	4.81	0.54
專家 6	4.75	0.62	4.38	0.74	4.44	0.51	4.88	0.34
專家 7	4.67	0.49	4.00	0.53	4.00	1.03	3.94	1.00
專家 8	4.50	0.52	4.13	0.64	4.38	0.50	4.69	0.48
專家 9	4.67	0.49	4.50	0.53	4.56	0.63	3.81	0.75
專家 10	4.08	0.79	3.88	0.64	3.81	0.54	4.13	0.89
專家 11	3.67	0.65	4.38	0.74	4.13	0.62	4.56	0.63
專家 12	4.08	0.79	4.13	0.35	4.13	0.72	4.13	0.72
專家 13	4.83	0.58	4.00	1.07	4.13	0.72	4.75	0.45
專家 14	4.50	0.67	4.50	0.53	4.31	0.70	4.81	0.40
專家 15	4.42	0.67	4.50	0.53	4.56	0.51	4.44	0.63
總平均數	4.43		4.23		4.22		4.39	
標準差	0.69		0.67		0.66		0.74	
Q1	4		4		4		4	
Q3	5		5		5		5	
四分位差 Q	0.5**		0.5**		0.5**		0.5**	

(「四分位差 Q」欄中，**表高度共識，*表示中度共識)

註：專家個別填答分數，「■」為分數低於 4 分，「___」為標準差大於 1。

二、網路行銷主管管理能力指標項目分析

(一)「主管個人能力」構面

此構面共有三個次構面，分別為「自我覺察能力」、「問題解決能力」、「壓力管理能力」。在平均數及四分位數重要性評定中，此三個次構面皆在「重要」程度以上，四分位差皆為 0.5，共識程度皆為「高度共識」。

1. 自我覺察能力

在「自我覺察能力」次構面中，能力指標編號 1-1-1「能訂定個人道德判斷的標準」，其平均數 3.8，標準差 1.01，平均數評定為「重要」，四分位數評定為「未達重要」，在共識程度方面為「中度共識」，因此此項目尚需凝聚專家共識。其餘指標平均數均大於 4，標準差均小於 1，重要性評定皆在「重要」程度以上，共識程度評定皆為「高度共識」。

2. 問題解決能力

在「問題解決能力」次構面中，所有指標項目的平均數均大於 4，標準差小於 1，專家意見歧異程度較小。且重要性評定皆在「重要」程度以上，共識程度評定皆為「高度共識」。

3. 壓力管理能力

在「問題解決的能力」次構面中，所有指標項目的平均數均大於 4，標準差均小於 1，專家意見歧異程度較小。且重要性評定皆在「重要」程度以上，共識程度評定皆為「高度共識」。見表 4-2-2。

表 4-2-2 第一回問卷主管個人能力構面指標項目之統計結果

	平均數	標準差	Q1	Q3	Q
主管個人能力					
自我覺察能力	4.43	0.77	4	5	0.5**
1.能訂定個人道德判斷的標準	3.80	1.01	3	4.5	0.75*
2.具有責任感	4.80	0.41	5	5	0**
3.具備環境適應的能力	4.60	0.63	4	5	0.5**
4.能評鑑所獲取的資訊	4.53	0.52	4	5	0.5**
問題解決能力	4.52	0.62	4	5	0.5**
1.能定義問題	4.80	0.41	5	5	0**
2.能解決日常工作中的問題	4.27	0.59	4	5	0.5**
3.能解決突發性的問題	4.67	0.49	4	5	0.5**
4.具備執行問題解決方案的能力	4.33	0.82	4	5	0.5**
壓力管理能力	4.33	0.68	4	5	0.5**
1.能管理因工作過量超出掌控範圍所產生的時間壓力	4.47	0.52	4	5	0.5**
2.能管理來自於角色、議題和行為的衝突性壓力	4.47	0.74	4	5	0.5**
3.能管理因環境快速變遷產生不良工作條件的環境壓力	4.33	0.72	4	5	0.5**
4.能管理因不當的假設與恐懼所產生的預期性壓力	4.07	0.70	4	5	0.25**
(「四分位差 Q」欄中，**表高度共識，*表示中度共識)			n=15		

(二)「概念性能力」構面

此構面共有二個次構面，分別為「決策能力」、「分析能力」。在重要性評定中，此二個次構面皆在「重要」程度以上，四分位差皆為 0.5，共識程度皆為「高度共識」。

1. 決策能力

在「決策能力」次構面中，能力指標編號 2-1-1「能依照既定的方針與規則進行例行性的決策」，其平均數 3.87，標準差 0.64，分數較低，其餘指標平均數均大於 4，標準差均小於 1。在重要性評定部分所有指標皆在「重要」程度以上，在共識程度方面皆為「高度共識」。

2. 分析能力

在「分析能力」次構面中，所有能力指標項目的平均數均大於 4，標準差均小於 1，專家意見歧異程度較小。在重要性評定方面，所有指標皆在「重要」程度以上。在共識程度評定中，能力指標編號 2-2-3「能分析公司營運策略」、編號 2-2-4「能控管評鑑組織員工的績效」皆為「中度共識」，此兩能力指標尚須凝聚專家共識。見表 4-2-3。

表 4-2-3 第一回問卷概念性能力構面指標項目之統計結果

	平均數	標準差	Q1	Q3	Q
概念性能力					
決策能力	4.30	0.65	4	5	0.5**
1.能依照既定的方針與規則進行例行性的決策	3.87	0.64	3.5	4	0.25**
2.能回應非例行性無法預料的機會與威脅	4.53	0.52	4	5	0.5**
3.能根據過去的經驗對當前的資訊進行良好的決策	4.40	0.51	4	5	0.5**
4.能評斷當前資訊的重要性而產生良好的意見	4.40	0.74	4	5	0.5**
分析能力	4.17	0.69	4	5	0.5**
1.能分析組織所處的產業環境與任務	4.33	0.49	4	5	0.5**
2.能分析組織目前的營運情勢	4.07	0.59	4	4	0**
3.能分析公司營運的策略	4.13	0.83	4	5	0.75*
4.能控管評鑑組織員工的績效	4.13	0.83	4	5	0.75*
(「四分位差 Q」欄中，**表高度共識，*表示中度共識)			n=15		

(三)「人際性能力」構面

此構面共有四個次構面，分別為「領導能力」、「溝通能力」、「衝突管理能力」、「人際關係能力」。在平均數及四分位數重要性評定中，此四個次構面皆在「重要」程度以上，四分位差皆為 0.5，共識程度皆為「高度共識」。

1. 領導能力

在「領導能力」次構面中，能力指標編號 3-1-2「能充分授權增

加部屬的責任義務」，其平均數 3.93，標準差 0.7，分數較低，其餘指標平均數均大於 4，標準差均小於 1。在重要性評定部分，所有指標皆在「重要」程度以上，在共識程度方面皆為「高度共識」。

2. 溝通能力

在「溝通能力」次構面中，能力指標編號 3-2-4「能具有同理心去了解他人想法」，其平均數 3.93，標準差 0.7，分數較低，其餘指標平均數均大於 4，標準差均小於 1。在重要性評定部分，所有指標皆在「重要」程度以上，在共識程度方面皆為「高度共識」。

3. 衝突管理能力

在「衝突管理能力」次構面中，所有能力指標項目的平均數均大於 4，標準差小於 1，專家意見歧異程度較小。在重要性評定中，所有指標皆在「重要」程度以上。此項次構面所有指標項目，共識程度評定皆為「高度共識」。

4. 人際關係能力

在「人際關係能力」次構面中，所有能力指標項目的平均數均大於 4，標準差小於 1，專家意見歧異程度較小。在重要性評定中，所有指標皆在「重要」程度以上。此項次構面所有指標項目，共識程度評定皆為「高度共識」。詳見表 4-2-4。

表 4-2-4 第一回問卷人際性能力構面指標項目之統計結果

	平均數	標準差	Q1	Q3	Q
人際性能力					
領導能力	4.22	0.74	4	5	0.5**
1.能鼓舞部屬士氣	4.20	0.77	4	5	0.5**
2.能充分授權增加部屬的任務責任	3.93	0.70	3.5	4	0.25**
3.能激勵部屬以確定部屬在組織中的行為方向、努力與堅持的程度	4.13	0.74	4	5	0.5**
4.能帶領部屬達成組織團隊的目標	4.60	0.63	4	5	0.5**
溝通能力	4.20	0.66	4	5	0.5**
1.能清楚傳達完整的訊息防止遺漏扭曲	4.27	0.59	4	5	0.5**
2.能注意員工所傳達的訊息	4.33	0.62	4	5	0.5**
3.能專心聆聽部屬談話眼神良好接觸抓住談話重點	4.27	0.70	4	5	0.5**
4.能具有同理心去了解他人的想法	3.93	0.70	3.5	4	0.25**
衝突管理能力	4.15	0.61	4	5	0.5**
1.能解決人際之間的衝突	4.07	0.59	4	4	0**
2.能解決小組內部的衝突	4.20	0.56	4	4.5	0.25**
3.能解決跨小組間的衝突	4.20	0.56	4	4.5	0.25**
4.能解決組織之間的衝突	4.13	0.74	4	5	0.5**
人際關係能力	4.32	0.65	4	5	0.5**
1.能與他人一起工作	4.27	0.80	4	5	0.5**
2.能了解他人	4.13	0.74	4	5	0.5**
3.能凝聚小組成員的向心力	4.60	0.51	4	5	0.5**
4.能有效管理人際的互動	4.27	0.46	4	4.5	0.25**
(「四分位差 Q」欄中，**表高度共識，*表示中度共識)			n=15		

(四)「技術性能力」構面

此構面共有四個次構面，分別為「市場趨勢研究能力」、「顧客服務能力」、「產品獲利能力」、「網路專業能力」。其中「市場趨勢研究能力」、「顧客服務能力」、「產品獲利能力」、「網路專業能力」等三個次構面皆在「重要」程度以上，四分位差皆為 0.5，共識程度皆為「高度共識」。

而「網路專業能力」在平均數重要性評定中為「重要」以上，但在四分位差重要性評定屬「未達重要」，且四分位差為 1，共識程度為「中度共識」，此能力次構面尚需凝聚專家共識。

1. 市場趨勢研究能力

在「市場趨勢研究能力」次構面中，所有能力指標項目的平均數均大於 4，標準差小於 1，專家意見歧異程度較小。且重要性評定所有指標皆在「重要」程度以上，共識程度評定皆為「高度共識」。

2. 顧客服務能力

在「顧客服務能力」次構面中，所有能力指標項目的平均數均大於 4，標準差小於 1，專家意見歧異程度較小。且重要性評定所有指標皆在「重要」程度以上，共識程度評定皆為「高度共識」。

3. 產品獲利能力

在「產品獲利能力」次構面中，所有能力指標項目的平均數均大於 4，標準差小於 1，專家意見歧異程度較小。且重要性評定所有指標皆在「重要」程度以上，共識程度評定皆為「高度共識」。

4. 網路專業能力

在「網路專業能力」次構面中，能力指標編號 4-4-2「能具備數據資訊處理能力」其平均分數為 3.87，分數稍低，標準差為 0.92，差異稍大，重要性評定部分達「重要」，但四分位數評定則「未達重要」，共識程度評定為「中度共識」。編號 4-4-3「能經由聊天區或討論區了解消費者對產品的評價」其平均分數為 3.4，分數稍低，標準差為 0.63，重要性評定平均數與四分位數則均為「未達重要」，共識程度評定為「高度共識」。此兩能力指標尚須藉由第二回問卷整合專家意見。詳見表 4-2-5。

表 4-2-5 第一回問卷技術性能力構面指標項目之統計結果

	平均數	標準差	Q1	Q3	Q
技術性能力					
市場趨勢研究能力	4.62	0.58	4	5	0.5**
1.能對市場趨勢變化做立即反應	4.60	0.51	4	5	0.5**
2.能不斷找尋新方法以維持市場領導者的地位	4.67	0.62	4.5	5	0.25**
3.能留意競爭對手活動的相關資訊與競爭對手進行區隔	4.60	0.51	4	5	0.5**
4.能從現有目標市場深耕發現新目標市場	4.60	0.74	4.5	5	0.25**
顧客服務能力	4.57	0.56	4	5	0.5**
1.能了解顧客的特性及心理需求	4.67	0.49	4	5	0.5**
2.能重視和顧客、供應商、商業夥伴的交流合作	4.40	0.63	4	5	0.5**
3.能保持對網路行銷工作的動力熱忱	4.60	0.63	4	5	0.5**
4.能保護公司及消費者的權益維持公平交易與網路付款安全性	4.60	0.51	4	5	0.5**
產品獲利能力	4.32	0.75	4	5	0.5**
1.能將創意帶到網站設計不時更新以滿足其求新求變的需求	4.27	0.80	4	5	0.5**
2.能對產品保有熱忱關心產品形象	4.47	0.74	4	5	0.5**
3.能配合定價與目標市場的消費特性進行促銷活動	4.13	0.74	4	5	0.5**
4.能吸引消費者上網並維持瀏覽的興趣	4.40	0.74	4	5	0.5**
網路專業能力	4.05	0.89	3	5	1*
1.能整合行銷人員的創意與技術人員的技術支援	4.53	0.74	4	5	0.5**
2.能具備數據資訊處理能力	3.87	0.92	3	4.5	0.75*
3.能經由聊天區或討論區了解消費者對產品的評價	3.40	0.63	3	4	0.5**
4.能運用網頁或 email 等網路工具將促銷訊息送交客戶端	4.40	0.83	4	5	0.5**
(「四分位差 Q」欄中，**表高度共識，*表示中度共識)					n=15

貳、新增狀況

在第一回問卷發放回收後，部分專家提出研究者未列入的能力指標項目，建議列入各構面中，經研究者與指導教授及專家的討論，加以新增放入第二次問卷之中。新增狀況詳見表4-2-6。

表 4-2-6 第一回問卷能力指標項目專家建議新增一覽表

能力構面	新增之能力敘述
概念性能力	
分析能力	能整合運用組織的資源
人際性能力	
溝通能力	具備跨部門溝通協調能力
技術性能力	
市場趨勢研究能力	能維繫舊有客戶增加消費頻率
顧客服務能力	面對客戶抱怨能進行危機處理
產品獲利能力	能針對產品的流通/銷售方式進行網路評估與行銷定位
網路專業能力	能與市場垂直/水平業者進行異業合作開發

第三節 專家問卷第二回調查資料分析與討論

壹、第二回專家問卷統計結果

本研究第一回專家問卷回收後，將統計資料、能力指標修改及新增項目放入第二回問卷中，並提供德爾菲專家第一回問卷填答紀錄供其參考，有一位專家因工作繁忙退出本研究，因此第二回問卷參與專家共十四位，本節統計結果有下述四種：表4-3-1 主要是針對第一回及第二回問卷四構面統計資料進行比較；表4-3-2 至表4-3-5 主要是針對各構面下，次構面及能力指標項目的分析；表4-3-6 則是能力指標編號1-1-1「能訂定個人道德判斷的標準」因有一位專家填答分數偏低，超出第一四分位數外，為恐此能力指標的必要程度有研究者及其他專家未曾顧及的層面，根據德爾菲問卷實施流程，研究者與該專家聯繫，詢問其對此能力指標的意見，經討論過後，特將此能力指標重新加以說明放至問卷中供其他專家填答參考。

一、網路行銷主管管理能力構面分析

(一)「主管個人能力」構面

在此構面中，第二回問卷施測結果所有專家對此構面的五等量尺評分之平均數由4.43升至4.5，標準差由0.69降至0.57，差異性縮小。在專家個人填答分數部分，第一回有一位專家填答平均分數為3.67，此次施測結果已達4.42。

平均數評定與四分位數評定，本構面的必要性等級均為「重要」，四分位差為0.5，具有「高度共識」，與第一回施測結果一致。

(二)「概念性能力」構面

在此構面中，第二回問卷施測結果所有專家對此構面的五等量尺

評分之平均數由4.23升至4.33，標準差由0.67降至0.58，差異性縮小。在專家個人填答分數部分，第一回有二位專家填答平均分數低於4分，其中一位此次施測結果已達4.22，另一位則退出本研究。

平均數評定與四分位數評定，本構面的必要性等級均為「重要」，四分位差為0.5，具有「高度共識」，與第一回施測結果一致。

(三)「人際性能力」構面

在此構面中，第二回問卷施測結果所有專家對此構面的五等量尺評分之平均數由4.22升至4.37，標準差由0.66降至0.55，差異性縮小。在專家個人填答部份，第一回有三位專家填答平均分數低於4分，此次施測結果其中一位平均分數已達4.18，一位雖平均分數為3.82，但已比第一次3.75為高。另一位則退出本研究。

平均數評定與四分位數評定，本構面的必要性等級均為「重要」，四分位差為0.5，具有「高度共識」，與第一回施測結果一致。

(四)「技術性能力」構面

在此構面中，第二回問卷施測結果所有專家對此構面的五等量尺評分之平均數由4.39升至4.6，標準差由0.74降至0.6，差異性縮小。在專家個人填答部分，第一回有三位專家填答平均分數低於4分，此次施測結果均已達4分以上，差異性已降低。

平均數評定與四分位數評定，本構面的必要性等級均為「重要」，四分位差為0.5，具有「高度共識」，與第一回施測結果一致。詳見表4-3-1。

表 4-3-1 所有專家第一回與第二回問卷各構面填答結果統計比較

	個人能力				概念性能力			
	第一次		第二次		第一次		第二次	
	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
專家 1	4.33	0.89	4.50	0.90	4.13	0.64	4.11	0.60
專家 2	4.50	0.52	4.33	0.49	4.50	0.76	4.56	0.73
專家 3	4.25	0.75	4.42	0.51	4.50	0.53	4.33	0.50
專家 4	4.50	0.52	4.58	0.51	4.25	0.46	4.22	0.44
專家 5	4.67	0.65	4.50	0.52	3.75	0.89	4.22	0.67
專家 6	4.75	0.62	4.75	0.62	4.38	0.74	4.44	0.73
專家 7	4.67	0.49	4.33	0.49	4.00	0.53	4.00	0.00
專家 8	4.50	0.52	4.50	0.52	4.13	0.64	4.56	0.53
專家 9	4.67	0.49	4.67	0.49	4.50	0.53	4.44	0.53
專家 10	4.08	0.79	--	--	3.88	0.64	--	--
專家 11	3.67	0.65	4.42	0.51	4.38	0.74	4.44	0.53
專家 12	4.08	0.79	4.58	0.67	4.13	0.35	4.56	0.53
專家 13	4.83	0.58	4.42	0.67	4.00	1.07	4.00	0.87
專家 14	4.50	0.67	4.58	0.51	4.50	0.53	4.33	0.50
專家 15	4.42	0.67	4.42	0.51	4.50	0.53	4.33	0.50
總平均數	4.43		4.50		4.23		4.33	
標準差	0.69		0.57		0.67		0.58	
Q1	4		4		4		4	
Q3	5		5		5		5	
四分位差 Q	0.5**		0.5**		0.5**		0.5**	

(「四分位差 Q」欄中, **表高度共識, *表示中度共識)

n=14

註：專家個別填答分數，「■」為分數低於 4 分，「___」為標準差大於 1。

續表 4-3-1 所有專家第一回與第二回問卷各構面填答結果統計比較

	人際性能力				技術性能力			
	第一次		第二次		第一次		第二次	
	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
專家 1	3.75	0.45	3.82	0.64	3.50	0.52	4.10	0.64
專家 2	4.50	0.52	4.29	0.47	4.38	0.72	4.30	0.66
專家 3	4.50	0.52	4.88	0.33	4.56	0.63	4.80	0.41
專家 4	4.19	0.40	4.29	0.47	4.44	0.63	4.55	0.60
專家 5	3.94	0.77	4.18	0.53	4.81	0.54	4.75	0.55
專家 6	4.44	0.51	4.47	0.51	4.88	0.34	4.85	0.37
專家 7	4.00	1.03	4.24	0.44	3.94	1.00	4.80	0.52
專家 8	4.38	0.50	4.24	0.44	4.69	0.48	4.75	0.44
專家 9	4.56	0.63	4.65	0.49	3.81	0.75	4.00	0.65
專家 10	3.81	0.54	--	--	4.13	0.89	--	--
專家 11	4.13	0.62	4.18	0.64	4.56	0.63	4.60	0.60
專家 12	4.13	0.72	4.47	0.51	4.13	0.72	4.65	0.67
專家 13	4.13	0.72	4.53	0.51	4.75	0.45	4.80	0.41
專家 14	4.31	0.70	4.29	0.47	4.81	0.40	4.80	0.52
專家 15	4.56	0.51	4.65	0.49	4.44	0.63	4.65	0.59
總平均數	4.22		4.37		4.39		4.60	
標準差	0.66		0.55		0.74		0.60	
Q1	4		4		4		4	
Q3	5		5		5		5	
四分位差 Q	0.5**		0.5**		0.5**		0.5**	

(「四分位差 Q」欄中, **表高度共識, *表示中度共識)

n=14

註：專家個別填答分數，「■」為分數低於 4 分，「___」為標準差大於 1。

二、網路行銷主管管理能力指標項目分析

(一)「主管個人能力」構面

此構面共有三個次構面，分別為「自我覺察能力」、「問題解決能力」、「壓力管理能力」。第二回問卷施測分數統計結果，所有次構面的平均數均提高，標準差均下降。在重要性評定中，此三個次構面在平均數及四分位數的評定皆達「重要」程度以上。四分位差皆為0.5，共識程度皆為「高度共識」，與第一回施測結果一致。

1.自我覺察能力

在「自我覺察能力」次構面中，能力指標編號1-1-1「能訂定個人道德判斷的標準」，其平均數由3.8提升至3.86，標準差由1.01降至0.86，顯示專家們對這項指標意見歧異已較第一回施測時縮小。在四分位數重要性評定部分程度仍為「未達重要」，在共識程度方面提升為「高度共識」，但有一位專家填答分數偏低，超出第一四分位數外，為恐此能力指標的必要程度有研究者及其他專家未曾顧及的層面，研究者與該專家聯繫，詢問其對此能力指標的意見，經討論過後，特將此能力指標重新加以說明放至問卷中供其他專家填答參考。詳見表4-3-4。能力指標編號1-1-2「具備環境適應的能力」平均數則略有降低，但仍在4.57，且標準差縮小，其餘指標平均數均大於4，標準差均小於1，重要性評定皆為「重要」程度以上，共識程度評定皆為「高度共識」。

2.問題解決能力

在「問題解決能力」次構面中，所有指標項目的平均數均比第一回提高，標準差均比第一回降低，專家意見歧異程度更小。在重要性評定中，所有能力指標皆為「重要」以上。共識程度所有指標皆為「高度共識」。

3.壓力管理能力

在「壓力管理能力」次構面中，能力指標編號1-3-1「能管理因工作過量超出掌控範圍所產生的時間壓力」平均數略有降低，但仍在4.43。在重要性評定中，所有能力指標皆為「重要」程度以上。共識程度所有指標皆為「高度共識」。見表4-3-2。

表 4-3-2 第一、二回問卷主管個人能力構面各項指標統計結果比較表

	第一回					第二回				
	平均數	標準差	Q1	Q3	Q	平均數	標準差	Q1	Q3	Q
主管個人能力										
自我覺察能力	4.43	0.77	4	5	0.5**	4.48	0.69	4	5	0.5**
1.能訂定個人道德判斷的標準	3.80	1.01	3	4.5	0.75*	3.86	0.86	3.25	4	0.38**
2.具有責任感	4.80	0.41	5	5	0**	4.86	0.36	5	5	0**
3.具備環境適應的能力	4.60	0.63	4	5	0.5**	4.57	0.51	4	5	0.5**
4.能評鑑所獲取的資訊	4.53	0.52	4	5	0.5**	4.64	0.50	4	5	0.5**
問題解決能力	4.52	0.62	4	5	0.5**	4.61	0.49	4	5	0.5**
1.能定義問題	4.80	0.41	5	5	0**	4.50	0.52	4	5	0.5**
2.能解決日常工作中的問題	4.27	0.59	4	5	0.5**	4.29	0.47	4	4.75	0.38**
3.能解決突發性的問題	4.67	0.49	4	5	0.5**	4.86	0.36	5	5	0**
4.具備執行問題解決方案的能力	4.33	0.82	4	5	0.5**	4.79	0.43	5	5	0**
壓力管理能力	4.33	0.68	4	5	0.5**	4.41	0.50	4	5	0.5**
1.能管理因工作過量超出掌控範圍所產生的時間壓力	4.47	0.52	4	5	0.5**	4.43	0.51	4	5	0.5**
2.能管理來自於角色、議題和行為的衝突性壓力	4.47	0.74	4	5	0.5**	4.50	0.52	4	5	0.5**
3.能管理因環境快速變遷產生不良工作條件的環境壓力	4.33	0.72	4	5	0.5**	4.50	0.52	4	5	0.5**
4.能管理因不當的假設與恐懼所產生的預期性壓力	4.07	0.70	4	5	0.25**	4.21	0.43	4	4	0**
(「四分位差Q」欄中，**表高度共識，*表示中度共識)							n=14			

(二)「概念性能力」構面

此構面共有二個次構面，分別為「決策能力」、「分析能力」。第二回問卷施測分數統計結果，所有次構面的平均數均提高，標準差均下降。在重要性評定中，此二個次構面在平均數及四分位數的評定皆達「重要」程度以上。四分位差皆為0.5，共識程度皆為「高度共識」，與第一回施測結果一致。

1.決策能力

在「決策能力」次構面中，能力指標編號2-1-1「能依照既定的方針與規則進行例行性的決策」，其平均數由3.87稍降至3.86，但標準差由0.64縮小至0.53，其餘指標平均數均提高，標準差均下降。在重要性評定部分所有能力指標皆為「重要」程度以上，在共識程度方面皆為「高度共識」。

2.分析能力

在「分析能力」次構面中，所有能力指標項目的平均數均提高，標準差均下降，專家意見歧異程度較小。重要性評定中，所有能力指標皆為「重要」程度以上。在共識程度評定中，能力指標編號 2-2-3「能分析公司營運策略」、編號 2-2-4「能控管評鑑組織員工的績效」第一回施測結果皆為「中度共識」，第二回施測後，結果已達「高度共識」。見表4-3-3。

表 4-3-3 第一、二回問卷概念性能力構面各項指標統計結果比較表

	第一回					第二回				
	平均數	標準差	Q1	Q3	Q	平均數	標準差	Q1	Q3	Q
概念性能力										
決策能力	4.30	0.65	4	5	0.5**	4.41	0.60	4	5	0.5**
1.能依照既定的方針與規則進行例行性的決策	3.87	0.64	3.5	4	0.25**	3.86	0.53	4	4	0**
2.能回應非例行性無法預料的機會與威脅	4.53	0.52	4	5	0.5**	4.86	0.36	5	5	0**
3.能根據過去的經驗對當前的資訊進行良好的決策	4.40	0.51	4	5	0.5**	4.50	0.52	4	5	0.5**
4.能評斷當前資訊的重要性而產生良好的意見	4.40	0.74	4	5	0.5**	4.43	0.51	4	5	0.5**
分析能力	4.17	0.69	4	5	0.5**	4.26	0.56	4	5	0.5**
1.能分析組織所處的產業環境與任務	4.33	0.49	4	5	0.5**	4.29	0.47	4	4.75	0.38**
2.能分析組織目前的營運情勢	4.07	0.59	4	4	0**	4.07	0.47	4	4	0**
3.能分析公司營運的策略	4.13	0.83	4	5	0.75*	4.36	0.74	4	5	0.5**
4.能控管評鑑組織員工的績效	4.13	0.83	4	5	0.75*	4.14	0.53	4	4	0**
5.能整合運用組織的資源	--	--	--	--	--	4.43	0.51	4	5	0.5**
(「四分位差Q」欄中，**表高度共識，*表示中度共識)							n=14			

(三)「人際性能力」構面

此構面共有四個次構面，分別為「領導能力」、「溝通能力」、「衝突管理能力」、「人際關係能力」。第二回問卷施測分數統計結果，所有次構面的平均數均提高，標準差均下降。在重要性評定中，此四個次構面在平均數及四分位數的評定皆達「重要」程度以上。四分位差皆為0.5，共識程度皆為「高度共識」，與第一回施測結果一致。

1.領導能力

在「領導能力」次構面中，所有指標項目的平均數均比第一次提

高，標準差均比第一次降低，專家意見歧異程度更小。在重要性評定中，所有能力指標皆為「重要」程度以上。共識程度所有指標皆為「高度共識」。

2.溝通能力

在「溝通能力」次構面中，所有指標項目的平均數均比第一次提高，標準差均比第一次降低，專家意見歧異程度更小。在重要性評定中，所有能力指標皆為「重要」以上。共識程度所有指標皆為「高度共識」。

3.衝突管理能力

在「衝突管理能力」次構面中，所有指標項目的平均數均比第一次提高，標準差均比第一次降低，專家意見歧異程度更小。在重要性評定中，所有能力指標皆為「重要」以上。共識程度所有指標皆為「高度共識」。

4.人際關係能力

在「人際關係能力」次構面中，能力指標編號3-4-2「能了解他人」，其平均數由4.13稍降至4.07，但標準差由0.74縮小至0.27，能力指標編號3-4-4「能有效管理人際的互動」，其平均數由4.27稍降至4.21，但標準差由0.46縮小至0.43，專家意見歧異程度比第一回更小。其他指標項目的平均數均比第一回提高，標準差均比第一回降低。在重要性評定中，所有能力指標皆為「重要」以上。共識程度所有指標皆為「高度共識」。見表4-3-4。

表 4-3-4 第一、二回問卷人際性能力構面各項指標統計結果比較表

	第一回					第二回				
	平均數	標準差	Q1	Q3	Q	平均數	標準差	Q1	Q3	Q
人際性能力										
領導能力	4.22	0.74	4	5	0.5**	4.46	0.50	4	5	0.5**
1.能鼓舞部屬士氣	4.20	0.77	4	5	0.5**	4.50	0.52	4	5	0.5**
2.能充分授權增加部屬的任務責任	3.93	0.70	3.5	4	0.25**	4.36	0.50	4	5	0.5**
3.能激勵部屬以確定部屬在組織中的行為方向、努力與堅持的程度	4.13	0.74	4	5	0.5**	4.21	0.43	4	4	0**
4.能帶領部屬達成組織團隊的目標	4.60	0.63	4	5	0.5**	4.79	0.43	5	5	0**
溝通能力	4.20	0.66	4	5	0.5**	4.41	0.63	4	5	0.5**
1.能清楚傳達完整的訊息防止遺漏扭曲	4.27	0.59	4	5	0.5**	4.36	0.63	4	5	0.5**
2.能注意員工所傳達的訊息	4.33	0.62	4	5	0.5**	4.50	0.65	4	5	0.5**
3.能專心聆聽部屬談話眼神良好接觸抓住談話重點	4.27	0.70	4	5	0.5**	4.36	0.63	4	5	0.5**
4.能具有同理心去了解他人的想法	3.93	0.70	3.5	4	0.25**	4.14	0.53	4	4	0**
5.具備跨部門溝通協調的能力	--	--	--	--	--	4.71	0.61	5	5	0**
衝突管理能力	4.15	0.61	4	5	0.5**	4.25	0.51	4	5	0.5**
1.能解決人際之間的衝突	4.07	0.59	4	4	0**	4.14	0.53	4	4	0**
2.能解決小組內部的衝突	4.20	0.56	4	4.5	0.25**	4.36	0.50	4	5	0.5**
3.能解決跨小組間的衝突	4.20	0.56	4	4.5	0.25**	4.21	0.43	4	4	0**
4.能解決組織之間的衝突	4.13	0.74	4	5	0.5**	4.29	0.61	4	5	0.5**
人際關係能力	4.32	0.65	4	5	0.5**	4.34	0.51	4	5	0.5**
1.能與他人一起工作	4.27	0.80	4	5	0.5**	4.43	0.65	4	5	0.5**
2.能了解他人	4.13	0.74	4	5	0.5**	4.07	0.27	4	4	0**
3.能凝聚小組成員的向心力	4.60	0.51	4	5	0.5**	4.64	0.50	4	5	0.5**
4.能有效管理人際的互動	4.27	0.46	4	4.5	0.25**	4.21	0.43	4	4	0**

(「四分位差Q」欄中，**表高度共識，*表示中度共識)

n=14

(四)「技術性能力」構面

此構面共有四個次構面，分別為「市場趨勢研究能力」、「顧客服務能力」、「產品獲利能力」、「網路專業能力」。第二回問卷施測分數統計結果，所有次構面的平均數均提高，標準差均下降，且「網路專業能力」能力次構面四分位數第二回重要程度評定已達「重要」程度，與平均數評定結果一致。其他三個次構面在平均數及四分位數的評定皆達「重要」程度以上。所有次構面共識程度皆為「高度共識」，與第一回施測結果一致。

1.市場趨勢研究能力

在「市場趨勢研究能力」次構面中，所有指標項目的平均數均比第一回提高，標準差均比第一回降低，其中能力指標編號4-1-1「能對市場趨勢的變化做立即的反應」平均數升至5分，標準差為0，是所有指標中分數最高者。在重要性評定中，所有能力指標皆為「重要」以上。共識程度所有指標皆為「高度共識」。

2.顧客服務能力

在「顧客服務能力」次構面中，所有指標項目的平均數均比第一回提高，標準差均比第一回降低，專家意見歧異程度更小。在重要性評定中，所有能力指標皆為「重要」以上。共識程度所有指標皆為「高度共識」。

3.產品獲利能力

在「產品獲利能力」次構面中，所有指標項目的平均數均比第一回提高，標準差均比第一回降低，專家意見歧異程度更小。在重要性評定中，所有能力指標皆為「重要」以上。共識程度所有指標皆為「高

度共識」。

4.網路專業能力

在「網路專業能力」次構面中，能力指標編號 4-4-2「能具備數據資訊處理能力」其平均分數由3.87升至4.07，標準差由0.92降至0.83，差異降低，但四分位數重要性評定維持為「未達重要」，共識程度評定為「中度共識」。編號 4-4-3「能經由聊天區或討論區了解消費者對產品的評價」其平均分數由3.4升至3.5，標準差由0.83降至0.51，差異降低，但四分位數重要性評定維持為「未達重要」，共識程度評定為「高度共識」。詳見表4-3-5。

表 4-3-5 第一、二回問卷技術性能力構面各項指標統計結果比較表

	第一回					第二回				
	平均數	標準差	Q1	Q3	Q	平均數	標準差	Q1	Q3	Q
技術性能力										
市場趨勢研究能力	4.62	0.58	4	5	0.5**	4.91	0.28	5	5	0**
1.能對市場趨勢變化做立即反應	4.60	0.51	4	5	0.5**	5.00	0.00	5	5	0**
2.能不斷找尋新方法以維持市場領導者的地位	4.67	0.62	4.5	5	0.25**	4.93	0.27	5	5	0**
3.能留意競爭對手活動的相關資訊與競爭對手進行區隔	4.60	0.51	4	5	0.5**	4.93	0.27	5	5	0**
4.能從現有目標市場深耕發現新目標市場	4.60	0.74	4.5	5	0.25**	4.93	0.27	5	5	0**
5.能維繫舊有客戶增加消費頻率	--	--	--	--	--	4.79	0.43	5	5	0**
顧客服務能力	4.57	0.56	4	5	0.5**	4.70	0.49	4	5	0.5**
1.能了解顧客的特性及心理需求	4.67	0.49	4	5	0.5**	4.86	0.36	5	5	0**
2.能重視和顧客、供應商、商業夥伴的交流合作	4.40	0.63	4	5	0.5**	4.57	0.65	4	5	0.5**
3.能保持對網路行銷工作的動力熱忱	4.60	0.63	4	5	0.5**	4.71	0.47	4.25	5	0.38**
4.能保護公司及消費者權益維持公平交易與網路付款安全性	4.60	0.51	4	5	0.5**	4.71	0.47	4.25	5	0.38**
5.面對客戶抱怨能進行危機處理	--	--	--	--	--	4.64	0.50	4	5	0.5**
產品獲利能力	4.32	0.75	4	5	0.5**	4.54	0.61	4	5	0.5**
1.能將創意帶到網站設計不時更新以滿足其求新求變的需求	4.27	0.80	4	5	0.5**	4.50	0.65	4	5	0.5**
2.能對產品保有熱忱關心產品形象	4.47	0.74	4	5	0.5**	4.71	0.61	5	5	0**
3.能配合定價與目標市場的消費特性進行促銷活動	4.13	0.74	4	5	0.5**	4.43	0.65	4	5	0.5**
4.能吸引消費者上網並維持瀏覽的興趣	4.40	0.74	4	5	0.5**	4.57	0.65	4	5	0.5**
5.能針對產品的流通/銷售方式進行網路評估與行銷定位	--	--	--	--	--	4.50	0.52	4	5	0.5**
網路專業能力	4.05	0.89	3	5	1*	4.24	0.73	4	5	0.5*
1.能整合行銷人員的創意與技術人員的技術支援	4.53	0.74	4	5	0.5**	4.57	0.65	4	5	0.5**
2.能具備數據資訊處理能力	3.87	0.92	3	4.5	0.75*	4.07	0.83	3.25	5	0.88*
3.能經由聊天區或討論區了解消費者對產品的評價	3.40	0.63	3	4	0.5**	3.50	0.52	3	4	0.5**
4.能運用網頁或 email 等網路工具將促銷訊息送交客戶端	4.40	0.83	4	5	0.5**	4.57	0.51	4	5	0.5**
5.能與市場垂直/水平業者進行異業合作開發	--	--	--	--	--	4.50	0.52	4	5	0.5**

(「四分位差 Q」欄中，**表高度共識，*表示中度共識)

n=14

貳、修訂狀況

「主管個人能力」構面下，「自我覺察能力指標」編號1-1-1「能訂定個人道德判斷的標準」，有一位專家填答分數偏低，超出第一四分位數外，為離群值。為恐此能力指標的必要程度有研究者及其他專家未曾顧及的層面，根據德爾菲問卷實施流程，研究者主動與該專家聯繫，詢問其對此能力指標的意見。

此位專家認為，這項能力指標是爭議性較大的指標，雖然它或許是教科書或是企業高階主管一再宣示的企業精神一部分。但在實際的企業運作下，尤其是在內部績效的激烈競爭的情形下，其實並不是非常關鍵的因素，唯有企業在進行對外溝通時才會發生效用。

文獻對此項能力的定義是指主管知道道德的標準為何、能自行決定標準高低、並能夠自行進行道德判斷，經與專家討論過後，特將此能力指標重新加以說明放至問卷中供其他專家填答參考。題項說明詳見表4-3-7。

另在共識程度部分，除了能力指標編號4-4-2「能具備數據資訊處理能力」為「中度共識」，其餘指標均為「高度共識」，故在第三回問卷發放時，仍將統計結果及專家上次填答選項列在問卷中，並在能力敘述後方放置「調整分數欄」，請其直接就欲調整的指標項目進行修改。

表 4-3-6 能力指標「能訂定個人道德判斷的標準」第三回問卷修正說明

題號	原能力敘述	修改後能力敘述
1-1-1	能訂定個人道德判斷的標準	能訂定自我道德判斷的標準
		<p>說明：此題是指主管人員能訂定自我道德標準，並進行道德判斷。對公司外部時因企業肩負著社會責任，所以須有較高的道德標準，對內則為了維持部門競爭力，需要稍微降低標準，此能力項目是指主管有自我訂定道德標準並決定標準高低的能力。請您熟讀說明後再次評分。</p>

第四節 專家問卷第三回調查資料分析與討論

壹、第三回專家問卷統計結果

本研究第三回問卷參與專家維持為十四位，本節統計結果有下述四種：表4-4-1 至表4-4-4 主要是針對網路行銷主管管理能力四個構面進行分析；表4-4-5 主要是針對各構面下，次構面及能力指標項目的分析。

一、網路行銷主管管理能力構面分析

此次作答，有部分專家已未再修改答案，包括專家2、專家3、專家6專家8、專家9、專家12、專家13，將第三回問卷回收分析後與前二回資料比較如下：

(一)「主管個人能力」構面

在此構面中，所有專家的五等量尺評分之平均數逐次增加，由4.43至4.5再至4.51，標準差逐次降低，由0.69至0.57再至0.52，顯現專家意見漸趨一致。

在由四分位數所評定的重要程度中，本構面的必要性等級一直都在「重要」程度以上，四分位差為0.5，具有「高度共識」。詳見表4-4-1。

表 4-4-1 「主管個人能力」構面三回問卷統計結果比較表

	個人能力					
	第一回		第二回		第三回	
	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
專家 1	4.33	0.89	4.50	0.90	4.58	0.67
專家 2	4.50	0.52	4.33	0.49	4.33	0.49
專家 3	4.25	0.75	4.42	0.51	4.42	0.51
專家 4	4.50	0.52	4.58	0.51	4.67	0.49
專家 5	4.67	0.65	4.50	0.52	4.50	0.52
專家 6	4.75	0.62	4.75	0.62	4.83	0.39
專家 7	4.67	0.49	4.33	0.49	4.33	0.49
專家 8	4.50	0.52	4.50	0.52	4.50	0.52
專家 9	4.67	0.49	4.67	0.49	4.67	0.49
專家 10	4.08	0.79	--	--	--	--
專家 11	3.67	0.65	4.42	0.51	4.42	0.51
專家 12	4.08	0.79	4.58	0.67	4.58	0.67
專家 13	4.83	0.58	4.42	0.67	4.50	0.52
專家 14	4.50	0.67	4.58	0.51	4.33	0.49
專家 15	4.42	0.67	4.42	0.51	4.42	0.51
總平均數	4.43		4.50		4.51	
標準差	0.69		0.57		0.52	
Q1	4		4		4	
Q3	5		5		5	
四分位差 Q	0.5**		0.5**		0.5**	

(「四分位差 Q」欄中，**表高度共識，*表示中度共識) n=14

註：專家個別填答分數，「」為分數低於 4 分，「 」為標準差大於 1。

(二)「概念性能力」構面

在此構面中，所有專家的五等量尺評分之平均數由4.23至4.33再至4.32，標準差逐次降低，由0.69至0.57再至0.52，顯現專家意見漸趨一致。

在由四分位數所評定的重要程度中，本構面的必要性等級一直都在「重要」程度以上，四分位差為0.5，具有「高度共識」。詳見表4-4-2。

表 4-4-2 「概念性能力」構面三回問卷統計結果比較表

	概念性能力					
	第一回		第二回		第三回	
	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
專家 1	4.13	0.64	4.11	0.60	4.11	0.60
專家 2	4.50	0.76	4.56	0.73	4.56	0.73
專家 3	4.50	0.53	4.33	0.50	4.33	0.50
專家 4	4.25	0.46	4.22	0.44	4.22	0.44
專家 5	3.75	0.89	4.22	0.67	4.22	0.67
專家 6	4.38	0.74	4.44	0.73	4.44	0.53
專家 7	4.00	0.53	4.00	0.00	4.00	0.00
專家 8	4.13	0.64	4.56	0.53	4.56	0.53
專家 9	4.50	0.53	4.44	0.53	4.44	0.53
專家 10	3.88	0.64	--	--	--	--
專家 11	4.38	0.74	4.44	0.53	4.44	0.53
專家 12	4.13	0.35	4.56	0.53	4.56	0.53
專家 13	4.00	1.07	4.00	0.87	4.00	0.87
專家 14	4.50	0.53	4.33	0.50	4.22	0.44
專家 15	4.50	0.53	4.33	0.50	4.33	0.50
總平均數	4.23		4.33		4.32	
標準差	0.67		0.58		0.56	
Q1	4		4		4	
Q3	5		5		5	
四分位差 Q	0.5**		0.5**		0.5**	

(「四分位差 Q」欄中，**表高度共識，*表示中度共識) n=14

註：專家個別填答分數，「█」為分數低於 4 分，「___」為標準差大於 1。

(三)「人際性能力」構面

在此構面中，所有專家的五等量尺評分之平均數逐次增加，由4.43至4.5再至4.51，標準差逐次降低，由0.69至0.57再至0.52，顯現專家意見漸趨一致。

在由四分位數所評定的重要程度中，本構面的必要性等級一直都在「重要」程度以上，四分位差為0.5，具有「高度共識」。詳見表4-4-3。

表 4-4-3 「人際性能力」構面三回問卷統計結果比較表

	人際性能力					
	第一回		第二回		第三回	
	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
專家 1	3.75	0.45	3.82	0.64	3.88	0.60
專家 2	4.50	0.52	4.29	0.47	4.29	0.47
專家 3	4.50	0.52	4.88	0.33	4.88	0.33
專家 4	4.19	0.40	4.29	0.47	4.35	0.49
專家 5	3.94	0.77	4.18	0.53	4.18	0.53
專家 6	4.44	0.51	4.47	0.51	4.47	0.51
專家 7	4.00	1.03	4.24	0.44	4.24	0.44
專家 8	4.38	0.50	4.24	0.44	4.24	0.44
專家 9	4.56	0.63	4.65	0.49	4.65	0.49
專家 10	3.81	0.54	--	--	--	--
專家 11	4.13	0.62	4.18	0.64	4.18	0.64
專家 12	4.13	0.72	4.47	0.51	4.47	0.51
專家 13	4.13	0.72	4.53	0.51	4.53	0.51
專家 14	4.31	0.70	4.29	0.47	4.18	0.39
專家 15	4.56	0.51	4.65	0.49	4.65	0.49
總平均數	4.22		4.37		4.37	
標準差	0.66		0.55		0.54	
Q1	4		4		4	
Q3	5		5		5	
四分位差 Q	0.5**		0.5**		0.5**	

(「四分位差 Q」欄中，**表高度共識，*表示中度共識)

n=14

(四)「技術性能力」構面

在此構面中，所有專家的五等量尺評分之平均數逐次增加，由4.43至4.5再至4.51，標準差逐次降低，由0.69至0.57再至0.52，顯現專家意見漸趨一致。

在由四分位數所評定的重要程度中，本構面的必要性等級一直都在「重要」程度以上，四分位差為0.5，具有「高度共識」。詳見表4-4-4。

表 4-4-4 「技術性能力」構面三回問卷統計結果比較表

	技術性能力					
	第一回		第二回		第三回	
	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
專家 1	3.50	0.52	4.10	0.64	4.15	0.59
專家 2	4.38	0.72	4.30	0.66	4.30	0.66
專家 3	4.56	0.63	4.80	0.41	4.80	0.41
專家 4	4.44	0.63	4.55	0.60	4.80	0.41
專家 5	4.81	0.54	4.75	0.55	4.75	0.55
專家 6	4.88	0.34	4.85	0.37	4.85	0.37
專家 7	3.94	1.00	4.80	0.52	4.80	0.52
專家 8	4.69	0.48	4.75	0.44	4.75	0.44
專家 9	3.81	0.75	4.00	0.65	4.35	0.49
專家 10	4.13	0.89	--	--	--	--
專家 11	4.56	0.63	4.60	0.60	4.60	0.60
專家 12	4.13	0.72	4.65	0.67	4.65	0.67
專家 13	4.75	0.45	4.80	0.41	4.80	0.41
專家 14	4.81	0.40	4.80	0.52	4.85	0.37
專家 15	4.44	0.63	4.65	0.59	4.65	0.59
總平均數	4.39		4.60		4.65	
標準差	0.74		0.60		0.55	
Q1	4		4		4	
Q3	5		5		5	
四分位差 Q	0.5**		0.5**		0.5**	

(「四分位差 Q」欄中，**表高度共識，*表示中度共識) n=14

註：專家個別填答分數，「█」為分數低於4分，「___」為標準差大於1。

二、網路行銷主管管理能力指標項目分析

(一)「主管個人能力」構面

此構面共有三個次構面，分別為「自我覺察能力」、「問題解決能力」、「壓力管理能力」。經三回問卷施測後，所有次構面的平均數均已提高，標準差均已下降。在重要性評定中，此三個次構面在平均數及四分位數的評定皆達「重要」程度以上。四分位差皆為0.5，共識程度皆為「高度共識」。

1. 自我覺察能力

在「自我覺察能力」次構面中，能力指標編號1-1-1「能訂定個人道德判斷的標準」，第二回問卷填答分數偏低的專家及其他部分專家已將分數稍做修正，平均數及四分位數重要性評定皆已達「重要」程度，其他能力指標也都在「重要」程度以上，在共識程度方面所有指標皆為「高度共識」。

2. 問題解決能力

在「問題解決能力」次構面中，所有指標項目的標準差均已降低。在平均數及四分位數重要性評定中，所有能力指標皆為「重要」程度以上。共識程度所有指標皆為「高度共識」。

3. 壓力管理能力

在「壓力管理能力」次構面中，所有指標項目的標準差均已降低。在平均數及四分位數重要性評定中，所有能力指標皆為「重要」程度以上。共識程度所有指標皆為「高度共識」。詳見表4-4-5。

表 4-4-5 「主管個人能力」構面統計資料表

	平均數			標準差			第三回四分位數資料		
	第一回	第二回	第三回	第一回	第二回	第三回	Q1	Q3	Q
個人能力									
自我覺察能力	4.43	4.48	4.48	0.77	0.69	0.57	4	5	0.5**
1.能訂定自我道德判斷的標準	3.80	3.86	4.00	1.01	0.86	0.55	4	4	0**
2.具有責任感	4.80	4.86	4.86	0.41	0.36	0.36	5	5	0**
3.具備環境適應的能力	4.60	4.57	4.50	0.63	0.51	0.52	4	5	0.5**
4.能評鑑所獲取的資訊	4.53	4.64	4.57	0.52	0.50	0.51	4	5	0.5**
問題解決能力	4.52	4.61	4.63	0.62	0.49	0.49	4	5	0.5**
1.能定義問題	4.80	4.50	4.57	0.41	0.52	0.51	4	5	0.5**
2.能解決日常工作中的問題	4.27	4.29	4.29	0.59	0.47	0.47	4	4.75	0.375**
3.能解決突發性的問題	4.67	4.86	4.86	0.49	0.36	0.36	5	5	0**
4.具備執行問題解決方案的能力	4.33	4.79	4.79	0.82	0.43	0.43	5	5	0**
壓力管理能力	4.33	4.41	4.41	0.68	0.50	0.50	4	5	0.5**
1.能管理因工作過量超出掌控範圍所產生的時間壓力	4.47	4.43	4.36	0.52	0.51	0.50	4	5	0.5**
2.能管理來自於角色、議題和行為的衝突性壓力	4.47	4.50	4.57	0.74	0.52	0.51	4	5	0.5**
3.能管理因環境快速變遷產生不良工作條件的環境壓力	4.33	4.50	4.50	0.72	0.52	0.52	4	5	0.5**
4.能管理因不當的假設與恐懼所產生的預期性壓力	4.07	4.21	4.21	0.70	0.43	0.43	4	4	0**

(「四分位差 Q」欄中，**表高度共識)

(二)「概念性能力」構面

此構面共有二個次構面，分別為「決策能力」、「分析能力」。經三回問卷施測後，所有次構面的平均數均已提高，標準差均已下降。在重要性評定中，此二個次構面在平均數及四分位數的評定皆達「重要」程度以上。四分位差皆為 0.5，共識程度皆為「高度共識」。

1. 決策能力

在「決策能力」次構面中，所有指標項目的標準差均已降低。在平均數及四分位數重要性評定中，所有能力指標皆為「重要」程度以上。共識程度所有指標皆為「高度共識」。

2. 分析能力

在「分析能力」次構面中，所有指標項目的標準差均已降低。在平均數及四分位數重要性評定中，所有能力指標皆為「重要」程度以上。共識程度所有指標皆為「高度共識」。詳見表 4-4-6。

表 4-4-6 「概念性能力」構面統計資料表

	平均數			標準差			第三回四分位數料		
	第一回	第二回	第三回	第一回	第二回	第三回	Q1	Q3	Q
概念性能力									
決策能力	4.30	4.41	4.41	0.65	0.60	0.56	4	5	0.5**
1.能依照既定的方針與規則進行例行性的決策	3.87	3.86	3.93	0.64	0.53	0.47	4	4	0**
2.能回應非例行性無法預料的機會與威脅	4.53	4.86	4.86	0.52	0.36	0.36	5	5	0**
3.能根據過去的經驗對當前的資訊進行良好的決策	4.40	4.50	4.50	0.51	0.52	0.52	4	5	0.5**
4.能評斷當前資訊的重要性而產生良好的意見	4.40	4.43	4.36	0.74	0.51	0.50	4	5	0.5**
分析能力	4.17	4.26	4.24	0.69	0.56	0.55	4	5	0.5**
1.能分析組織所處的產業環境與任務	4.33	4.29	4.21	0.49	0.47	0.43	4	4	0**
2.能分析組織目前的營運情勢	4.07	4.07	4.07	0.59	0.47	0.47	4	4	0**
3.能分析公司營運的策略	4.13	4.36	4.36	0.83	0.74	0.74	4	5	0.5**
4.能控管評鑑組織員工的績效	4.13	4.14	4.14	0.83	0.53	0.53	4	4	0**
5.能整合運用組織的資源	--	4.43	4.43	--	0.51	0.51	4	5	0.5**

(「四分位差 Q」欄中，**表高度共識)

(三)「人際性能力」構面

此構面共有四個次構面，分別為「領導能力」、「溝通能力」、「衝突管理能力」、「人際關係能力」。經三回問卷施測後，所有次構面的平均數均已提高，標準差均已下降。在重要性評定中，此四個次構面在平均數及四分位數的評定皆達「重要」程度以上。四分位差皆為 0.5，共識程度皆為「高度共識」。

1.領導能力

在「領導能力」次構面中，所有指標項目的標準差均已降低。在平均數及四分位數重要性評定中，所有能力指標皆為「重要」程度以

上。共識程度所有指標皆為「高度共識」。

2. 溝通能力

在「溝通能力」次構面中，所有指標項目的標準差均已降低。在平均數及四分位數重要性評定中，所有能力指標皆為「重要」程度以上。共識程度所有指標皆為「高度共識」。

3. 衝突管理能力

在「衝突管理能力」次構面中，所有指標項目的標準差均已降低。在平均數及四分位數重要性評定中，所有能力指標皆為「重要」程度以上。共識程度所有指標皆為「高度共識」。

4. 人際關係能力

在「人際關係能力」次構面中，所有指標項目的標準差均已降低。在平均數及四分位數重要性評定中，所有能力指標皆為「重要」程度以上。共識程度所有指標皆為「高度共識」。詳見表 4-4-7。

表 4-4-7 「人際性能力」構面統計資料表

	平均數			標準差			第三回四分位數料		
	第一回	第二回	第三回	第一回	第二回	第三回	Q1	Q3	Q
人際性能力									
領導能力	4.22	4.46	4.46	0.74	0.50	0.50	4	5	0.5**
1.能鼓舞部屬士氣	4.20	4.50	4.50	0.77	0.52	0.52	4	5	0.5**
2.能充分授權增加部屬的任務責任	3.93	4.36	4.36	0.70	0.50	0.50	4	5	0.5**
3.能激勵部屬以確定部屬在組織中的行為方向、努力與堅持的程度	4.13	4.21	4.21	0.74	0.43	0.43	4	4	0**
4.能帶領部屬達成組織團隊的目標	4.60	4.79	4.79	0.63	0.43	0.43	5	5	0**
溝通能力	4.20	4.41	4.41	0.66	0.63	0.60	4	5	0.5**
1.能清楚傳達完整的訊息防止遺漏扭曲	4.27	4.36	4.36	0.59	0.63	0.63	4	5	0.5**
2.能注意員工所傳達的訊息	4.33	4.50	4.50	0.62	0.65	0.65	4	5	0.5**
3.能專心聆聽部屬談話眼神良好接觸抓住談話重點	4.27	4.36	4.36	0.70	0.63	0.63	4	5	0.5**
4.能具有同理心去了解他人的想法	3.93	4.14	4.14	0.70	0.53	0.53	4	4	0**
5.具備跨部門溝通協調的能力	--	4.71	4.71	--	0.61	0.47	4.25	5	0.375**
衝突管理能力	4.15	4.25	4.25	0.61	0.51	0.51	4	5	0.5**
1.能解決人際之間的衝突	4.07	4.14	4.14	0.59	0.53	0.53	4	4	0**
2.能解決小組內部的衝突	4.20	4.36	4.36	0.56	0.50	0.50	4	5	0.5**
3.能解決跨小組間的衝突	4.20	4.21	4.21	0.56	0.43	0.43	4	4	0**
4.能解決組織之間的衝突	4.13	4.29	4.29	0.74	0.61	0.61	4	5	0.5**
人際關係能力	4.32	4.34	4.34	0.65	0.51	0.51	4	5	0.5**
1.能與他人一起工作	4.27	4.43	4.36	0.80	0.65	0.63	4	5	0.5**
2.能了解他人	4.13	4.07	4.07	0.74	0.27	0.27	4	4	0**
3.能凝聚小組成員的向心力	4.60	4.64	4.71	0.51	0.50	0.47	4.25	5	0.375**
4.能有效管理人際的互動	4.27	4.21	4.21	0.46	0.43	0.43	4	4	0**

(「四分位差 Q」欄中，**表高度共識)

(四)「技術性能力」構面

此構面共有四個次構面，分別為「市場趨勢研究能力」、「顧客服務能力」、「產品獲利能力」、「網路專業能力」。經三回問卷施測後，所有次構面的平均數均已提高，標準差均已下降。在重要性評定中，此三個次構面在平均數及四分位數的評定皆達「重要」程度以上。四分位差皆為 0.5，共識程度皆為「高度共識」。

1. 市場趨勢研究能力

在「市場趨勢研究能力」次構面中，所有指標項目的標準差均已降低。在平均數及四分位數重要性評定中，所有能力指標皆為「重要」程度以上。共識程度所有指標皆為「高度共識」。

2. 顧客服務能力

在「顧客服務能力」次構面中，所有指標項目的標準差均已降低。在平均數及四分位數重要性評定中，所有能力指標皆為「重要」程度以上。共識程度所有指標皆為「高度共識」。

3. 產品獲利能力

在「產品獲利能力」次構面中，所有指標項目的標準差均已降低。在平均數及四分位數重要性評定中，所有能力指標皆為「重要」程度以上。共識程度所有指標皆為「高度共識」。

4. 網路專業能力

在「網路專業能力」次構面中，能力指標編號 4-4-2「能具備數據資訊處理能力」其平均數與四分位數重要性評定均已達「重要」程度，共識程度評定也已升為「高度共識」。編號 4-4-3「能經由聊天

區或討論區了解消費者對產品的評價」其平均分數逐次由 3.4 升至 3.5 再至 3.57，標準差已逐次降低，但四分位數重要性評定維持為「未達重要」，共識程度評定為「高度共識」。詳見表 4-4-8。

經過三次德爾菲專家問卷發放施測後，所有五十七項能力指標，包括剔除的能力指標一項，其平均數與四分位數的重要性評分均達「重要」程度以上，標準差均逐次遞減，表示專家意見已趨於一致。在四分位差共識程度判斷部分，所有能力指標皆獲得所有專家的高度共識，故本研究停止德爾菲專家問卷的發放。

表 4-4-8 「技術性能力」構面統計資料表

	平均數			標準差			第三回四分位數料		
	第一回	第二回	第三回	第一回	第二回	第三回	Q1	Q3	Q
技術性能力									
市場趨勢研究能力	4.62	4.91	4.91	0.58	0.28	0.28	5	5	0**
1.能對市場趨勢變化做立即反應	4.60	5.00	5.00	0.51	0.00	0.00	5	5	0**
2.能不斷找尋新方法以維持市場領導者的地位	4.67	4.93	4.93	0.62	0.27	0.27	5	5	0**
3.能留意競爭對手活動的相關資訊與競爭對手進行區隔	4.60	4.93	4.93	0.51	0.27	0.27	5	5	0**
4.能從現有目標市場深耕發現新目標市場	4.60	4.93	4.93	0.74	0.27	0.27	5	5	0**
5.能維繫舊有客增加消費頻率	--	4.79	4.79	--	0.43	0.43	5	5	0**
顧客服務能力	4.57	4.70	4.74	0.56	0.49	0.44	4.25	5	0.38**
1.能了解顧客的特性及心理需求	4.67	4.86	4.86	0.49	0.36	0.36	5	5	0**
2.能重視和顧客、供應商、商業夥伴的交流合作	4.40	4.57	4.79	0.63	0.65	0.43	5	5	0
3.能保持對網路行銷工作的動力熱忱	4.60	4.71	4.71	0.63	0.47	0.47	4.25	5	0.38**
4.能保護公司及消費者權益維持公平交易與網路付款安全性	4.60	4.71	4.71	0.51	0.47	0.47	4.25	5	0.38**
5.面對客戶抱怨能進行危機處理	--	4.64	4.64	--	0.50	0.50	4	5	0.5**
產品獲利能力	4.32	4.54	4.61	0.75	0.61	0.55	4	5	0.5**
1.能將創意帶到網站設計不時更新以滿足其求新求變的需求	4.27	4.50	4.57	0.80	0.65	0.65	4	5	0.5**
2.能對產品保有熱忱關心產品形象	4.47	4.71	4.79	0.74	0.61	0.43	5	5	0**
3.能配合定價與目標市場的消費特性進行促銷活動	4.13	4.43	4.43	0.74	0.65	0.65	4	5	0.5**
4.能吸引消費者上網並維持瀏覽的興趣	4.40	4.57	4.79	0.74	0.65	0.43	5	5	0**
5.能針對產品的流通/銷售方式進行網路評估與行銷定位	--	4.50	4.50	--	0.52	0.52	4	5	0.5**
網路專業能力	4.05	4.24	4.33	0.89	0.73	0.68	4	5	0.5**
1.能整合行銷人員的創意與技術人員的技術支援	4.53	4.57	4.79	0.74	0.65	0.43	5	5	0**
2.能具備數據資訊處理能力	3.87	4.07	4.21	0.92	0.83	0.70	4	5	0.5**
3.能經由聊天區或討論區了解消費者對產品的評價	3.40	3.50	3.57	0.63	0.52	0.51	3	4	0.5**
4.能運用網頁或 email 等網路工具將促銷訊息送交客戶端	4.40	4.57	4.57	0.83	0.51	0.51	4	5	0.5**
5.能與市場垂直/水平業者進行異業合作開發	--	4.50	4.50	--	0.52	0.52	4	5	0.5**

(「四分位差 Q」欄中，**表高度共識)

第五節 綜合討論

壹、網路行銷主管管理能力構面

一、主構面之敘述

在網路行銷主管管理能力四個主要構面下，以平均分數來評定其重要程度高低，以參照值 4.5 來看，技術性能力與主管個人能力兩個主構面均為「非常重要」。

網路行銷主管的技術性能力是市場趨勢研究能力、顧客服務能力、產品獲利能力、網路專業能力等網路行銷功能的能力，這與 Spencer and Spencer (1993) 提出行銷主管的能力多與執行行銷工作相關的能力為主的觀念相符，在「Competence at work」一書中提到，雖然行銷主管也有「主管」經理的頭銜，底下也有員工，但是他們的工作重心多半是行銷功能的商業過程，而不是管理部屬。因此網路行銷主管這個構面的能力非常重要。

平均分數次高是主管個人能力，包括自我察覺的能力、問題解決的能力、壓力管理能力，這與研究者於研究初期與金網獎金質獎得主訪談，獲得的結果一致。原本研究者參考 Katz (1955) 提出的概念性、人際性、技術性等三項主管能力構面，設計成半結構式訪談問卷，訪談後發現專家所提的部分能力無法歸納至這三個架構之中，便參考 Whetten 和 Cameron (2002) 於「developing management skill」一書中所提出的管理者個人能力，加至網路行銷主管管理能力的構面。經德爾菲專家問卷施測後，此構面分數較概念性、人際性等構面分數為高。各構面分數詳見表 4-5-1。

表 4-5-1 網路行銷主管管理能力主構面統計資料表

	總平均數	標準差	Q1	Q3	四分位差 Q	重要次序
個人能力	4.51	0.52	4	5	0.5	2
概念性能力	4.32	0.56	4	5	0.5	4
人際性能力	4.37	0.54	4	5	0.5	3
技術性能力	4.71	0.49	4	5	0.5	1

註：「技術性能力」主構面不包含能力指標 4-4-3「能經由聊天區或討論區了解消費者對產品的評價」(未達重要)之統計資料

二、次構面之敘述

在網路行銷主管的次構面中，共有自我覺察能力、問題解決能力、壓力管理能力、決策能力、分析能力、領導能力、溝通能力、衝突管理能力、人際關係能力、市場趨勢研究能力、顧客服務能力、產品獲利能力、網路專業能力等十三項，經過三次德爾菲問卷施測之後，其重要性評定皆達「重要」程度以上。

若以平均數評定及四分位數評定共同參照，「市場趨勢研究能力」及「顧客服務能力」次構面更達「非常重要」程度。

且在專家共識程度部份所有次構面皆為「高度共識」，詳見 4-5-2。

表 4-5-2 網路行銷主管管理能力次構面統計資料表

	平均數	標準差	Q1	Q3	Q	重要程度	共識性
個人能力							
自我覺察能力	4.48	0.57	4	5	0.5	重要	高度共識
問題解決能力	4.63	0.49	4	5	0.5	重要	高度共識
壓力管理能力	4.41	0.50	4	5	0.5	重要	高度共識
概念性能力							
決策能力	4.41	0.56	4	5	0.5	重要	高度共識
分析能力	4.24	0.55	4	5	0.5	重要	高度共識
人際性能力							
領導能力	4.46	0.50	4	5	0.5	重要	高度共識
溝通能力	4.41	0.60	4	5	0.5	重要	高度共識
衝突管理能力	4.25	0.51	4	5	0.5	重要	高度共識
人際關係能力	4.34	0.51	4	5	0.5	重要	高度共識
技術性能力							
市場趨勢研究能力	4.91	0.28	5	5	0	非常重要	高度共識
顧客服務能力	4.74	0.44	4.25	5	0.375	非常重要	高度共識
產品獲利能力	4.61	0.55	4	5	0.5	重要	高度共識
網路專業能力	4.52	0.57	4	5	0.5	重要	高度共識

註：「網路專業能力」次構面不包含能力指標 4-4-3「能經由聊天區或討論區了解消費者對產品的評價」(未達重要)之統計資料

三、能力指標之敘述

在網路行銷主管的能力指標部份共計有五十八項，經過三次德爾菲問卷施測之後，能力指標編號 4-4-3「能經由聊天區或討論區了解消費者對產品的評價」平均數為 3.57，但 Q1 值為 3，Q3 值為 4，若以平均數及四分位數共同參照評定其重要性為「未達重要」，且與其他能力指標分數有明顯落差，經過專家「高度共識」，故予以捨棄，篩選後剩下五十七項能力指標，其中十九項非常重要，其重要性獲得專家一致高度共識。

而第一回專家施測後，專家所建議增列的能力指標項目包括「能整合運用組織的資源」、「具備跨部門溝通協調的能力」、「能維繫就有顧客增加消費頻率」、「面對客戶抱怨能進行危機處理」、「能針對產品的流通/銷售方式進行網路評估與行銷定位」、「能與市場垂直/水平業者進行異業合作開發」等六項，經第二回與第三回的問卷施測之後，專家一致認為此六項建議增列的指標是網路行銷主管的重要能力指標。

依網路行銷主管管理能力次構面來探討，在自我覺察能力中，最重要的是「具有責任感」。在問題解決能力中，「能解決突發性的問題」、「具備問題解決方案的能力」等二項指標非常重要。

決策能力中，最重要的是「能回應非例行性無法預料的機會與威脅」。

領導能力中，最重要的是「能帶領部屬達成組織團隊的目標」。溝通能力中，最重要的是「具備跨部門溝通協調的能力」。人際關係能力中，最重要的是「能凝聚小組成員向心力」。

在市場趨勢研究能力中，所有的能力指標均非常重要，包括「能對市場趨勢變化做立即反應」、「能不斷找尋新方法以維持市場領導者

的地位」,「能經常留意尋找與競爭對手活動相關的資訊與競爭對手進行區隔」,「能從現有目標市場深耕發現新目標市場」,「能維繫舊有客戶增加消費頻率」等。在顧客服務能力中,「能了解顧客的特性及心理需求」,「能重視和顧客、供應商、商業夥伴的交流合作」,「能保持對網路行銷工作的動力熱忱」,「能保護公司及消費者權益維持公平交易與網路付款安全性」等四項能力指標非常重要。在產品獲利能力中,「能對產品保有熱忱關心產品形象」,「能吸引消費者上網並維持瀏覽的興趣」等二項能力指標非常重要。在網路專業能力中,最重要的是「能整合行銷人員的創意與技術人員的技術支援」。詳見 4-5-3。

表 4-5-3 網路行銷主管管理能力指標統計資料表

	平均數	標準差	Q1	Q3	重要程度	Q	共識程度
個人能力							
自我覺察能力	4.48	0.57	4	5	重要	0.5	高度共識
1.能訂定自我道德判斷的標準	4.00	0.55	4	4	重要	0	高度共識
2.具有責任感	4.86	0.36	5	5	非常重要	0	高度共識
3.具備環境適應的能力	4.50	0.52	4	5	重要	0.5	高度共識
4.能評鑑所獲取的資訊	4.57	0.51	4	5	重要	0.5	高度共識
問題解決能力	4.63	0.49	4	5	重要	0.5	高度共識
1.能定義問題	4.57	0.51	4	5	重要	0.5	高度共識
2.能解決日常工作中的問題	4.29	0.47	4	4.75	重要	0.375	高度共識
3.能解決突發性的問題	4.86	0.36	5	5	非常重要	0	高度共識
4.具備執行問題解決方案的能力	4.79	0.43	5	5	非常重要	0	高度共識
壓力管理能力	4.41	0.50	4	5	重要	0.5	高度共識
1.能管理因工作過量超出掌控範圍所產生的時間壓力	4.36	0.50	4	5	重要	0.5	高度共識
2.能管理來自於角色、議題和行為的衝突性壓力	4.57	0.51	4	5	重要	0.5	高度共識
3.能管理因環境快速變遷產生不良工作條件的環境壓力	4.50	0.52	4	5	重要	0.5	高度共識
4.能管理因不當的假設與恐懼所產生的預期性壓力	4.21	0.43	4	4	重要	0	高度共識

續表 4-5-3 網路行銷主管管理能力指標統計資料表

	平均數	標準差	Q1	Q3	重要程度	Q	共識程度
概念性能力							
決策能力	4.41	0.56	4	5	重要	0.5	高度共識
1.能依照既定的方針與規則進行例行性的決策	3.93	0.47	4	4	重要	0	高度共識
2.能回應非例行性無法預料的機會與威脅	4.86	0.36	5	5	非常重要	0	高度共識
3.能根據過去的經驗對當前的資訊進行良好的決策	4.50	0.52	4	5	重要	0.5	高度共識
4.能評斷當前資訊的重要性而產生良好的意見	4.36	0.50	4	5	重要	0.5	高度共識
分析能力	4.24	0.55	4	5	重要	0.5	高度共識
1.能分析組織所處的產業環境與任務	4.21	0.43	4	4	重要	0	高度共識
2.能分析組織目前的營運情勢	4.07	0.47	4	4	重要	0	高度共識
3.能分析公司營運的策略	4.36	0.74	4	5	重要	0.5	高度共識
4.能控管評鑑組織員工的績效	4.14	0.53	4	4	重要	0	高度共識
5.能整合運用組織的資源	4.43	0.51	4	5	重要	0.5	高度共識

續表 4-5-3 網路行銷主管管理能力指標統計資料表

	平均數	標準差	Q1	Q3	重要程度	Q	共識程度
人際性能力							
領導能力	4.46	0.50	4	5	重要	0.5	高度共識
1.能鼓舞部屬士氣	4.50	0.52	4	5	重要	0.5	高度共識
2.能充分授權增加部屬的任務責任	4.36	0.50	4	5	重要	0.5	高度共識
3.能激勵部屬以確定部屬在組織中的行為方向、努力與堅持的程度	4.21	0.43	4	4	重要	0	高度共識
4.能帶領部屬達成組織團隊的目標	4.79	0.43	5	5	非常重要	0	高度共識
溝通能力	4.41	0.60	4	5	重要	0.5	高度共識
1.能清楚傳達完整的訊息防止遺漏扭曲	4.36	0.63	4	5	重要	0.5	高度共識
2.能注意員工所傳達的訊息	4.50	0.65	4	5	重要	0.5	高度共識
3.能專心聆聽部屬談話眼神良好接觸抓住談話重點	4.36	0.63	4	5	重要	0.5	高度共識
4.能具有同理心去了解他人的想法	4.14	0.53	4	4	重要	0	高度共識
5.具備跨部門溝通協調的能力	4.71	0.47	4.25	5	非常重要	0.375	高度共識
衝突管理能力	4.25	0.51	4	5	重要	0.5	高度共識
1.能解決人際之間的衝突	4.14	0.53	4	4	重要	0	高度共識
2.能解決小組內部的衝突	4.36	0.50	4	5	重要	0.5	高度共識
3.能解決跨小組間的衝突	4.21	0.43	4	4	重要	0	高度共識
4.能解決組織之間的衝突	4.29	0.61	4	5	重要	0.5	高度共識
人際關係能力	4.34	0.51	4	5	重要	0.5	高度共識
1.能與他人一起工作	4.36	0.63	4	5	重要	0.5	高度共識
2.能了解他人	4.07	0.27	4	4	重要	0	高度共識
3.能凝聚小組成員的向心力	4.71	0.47	4.25	5	非常重要	0.375	高度共識
4.能有效管理人際的互動	4.21	0.43	4	4	重要	0	高度共識

續表 4-5-3 網路行銷主管管理能力指標統計資料表

	平均數	標準差	Q1	Q3	重要程度	Q	共識程度
技術性能力							
市場趨勢研究能力	4.91	0.28	5	5	非常重要	0	高度共識
1.能對市場趨勢變化做立即反應	5.00	0.00	5	5	非常重要	0	高度共識
2.能不斷找尋新方法以維持市場領導者的地位	4.93	0.27	5	5	非常重要	0	高度共識
3.能留意競爭對手活動的相關資訊與競爭對手進行區隔	4.93	0.27	5	5	非常重要	0	高度共識
4.能從現有目標市場深耕發現新目標市場	4.93	0.27	5	5	非常重要	0	高度共識
5.能維繫舊有客戶增加消費頻率	4.79	0.43	5	5	非常重要	0	高度共識
顧客服務能力	4.74	0.44	4.25	5	非常重要	0.38	高度共識
1.能了解顧客的特性及心理需求	4.86	0.36	5	5	非常重要	0	高度共識
2.能重視和顧客、供應商、商業夥伴的交流合作	4.79	0.43	5	5	非常重要	0	高度共識
3.能保持對網路行銷工作的動力熱忱	4.71	0.47	4.25	5	非常重要	0.375	高度共識
4.能保護公司及消費者權益維持公平交易與網路付款安全性	4.71	0.47	4.25	5	非常重要	0.375	高度共識
5.面對客戶抱怨能進行危機處理	4.64	0.50	4	5	重要	0.5	高度共識
產品獲利能力	4.61	0.55	4	5	重要	0.5	高度共識
1.能將創意帶到網站設計不時更新以滿足其求新求變的需求	4.57	0.65	4	5	重要	0.5	高度共識
2.能對產品保有熱忱關心產品形象	4.79	0.43	5	5	非常重要	0	高度共識
3.能配合定價與目標市場的消費特性進行促銷活動	4.43	0.65	4	5	重要	0.5	高度共識
4.能吸引消費者上網並維持瀏覽的興趣	4.79	0.43	5	5	非常重要	0	高度共識
5.能針對產品的流通/銷售方式進行網路評估與行銷定位	4.50	0.52	4	5	重要	0.5	高度共識
網路專業能力	4.52	0.57	4	5	重要	0.5	高度共識
1.能整合行銷人員的創意與技術人員的技術支援	4.79	0.43	5	5	非常重要	0	高度共識
2.能具備數據資訊處理能力	4.21	0.70	4	5	重要	0.5	高度共識
3.能經由聊天區或討論區了解消費者對產品的評價	3.57	0.51	3	4	未達重要*	0.5	高度共識
4.能運用網頁或 email 等網路工具將促銷訊息送交客戶端	4.57	0.51	4	5	重要	0.5	高度共識
5.能與市場垂直/水平業者進行異業合作開發	4.50	0.52	4	5	重要	0.5	高度共識

註：「網路專業能力」次構面不包含能力指標 4-4-3「能經由聊天區或討論區了解消費者對產品的評價」(未達重要)之統計資料