

南華大學國際事務與企業學系亞太研究碩士班
碩士論文

電子商務經營者之生涯自我效能敘說研究
—以美安獨立超連鎖店主為例

A Narrative Research on Career Self-Efficacy
Developing Process of E-commerce Operators:
A Case of UnFranchise Owners

指導教授 邱琬雯 博士

研究生 徐有涵 撰

中華民國一零六年六月二十七日

南 華 大 學

國際事務與企業學系亞太研究碩士班

碩 士 學 位 論 文

電子商務經營者之生涯自我效能敘說研究
—以美安獨立超連鎖店主為例

A Narrative Research on Career Self-Efficacy
Developing Process of E-commerce Operators:
A Case of UnFranchise Owners

研究生：徐有涵

經考試合格特此證明

口試委員：

邱淑雯
紀潔芳
釋永有

指導教授：

邱淑雯

系主任(所長)：

張心怡

口試日期：中華民國 106 年 6 月 27 日

電子商務經營者之生涯自我效能敘說研究

—以美安獨立超連鎖店主為例

摘要

本研究旨在瞭解電子商務經營者建構生涯自我效能訊息之歷程，以及生涯自我效能個別差異之發展。

本研究採用敘說研究，從美安獨立超連鎖店主敘說的角度來分析，透過資料類比歸納，將訪談之現場文本建構為研究文本，重述故事與詮釋意義。研究發現有四：

- 一、電子商務經營者選擇加入美安 SHOP.COM 主要原因有：嘗試新的學習機會、實踐生涯想法、提高生活品質、實踐時間與經濟自由、跳脫傳統價值與期待，以及尋找等值付出與收穫的機會。
- 二、「成功經驗」與「重要他人」為電子商務經營者生涯自我效能整合訊息之主要來源。
- 三、美安電子商務經營者之生涯自我效能，能促進其生涯「積極信念」與「正向行為選擇」。
- 四、美安電子商務經營者之生涯自我效能類化作用有兩種不同程度之情境，分別為「領域特定」以及「無特定情境」。
- 五、利他行為有助於生涯自我效能的發展

關鍵詞：電子商務經營者、生涯自我效能、敘說研究

A Narrative Research on Career Self-Efficacy Developing Process of E-commerce Operators: A Case of UnFranchise Owners

ABSTRACT

This research aims to understand the process of integrating and constructing career self-efficacy messages for E-commerce operators as well as to explore the development of their individual differences in the process.

The study applies narrative analysis of qualitative research, with in-depth interviews with E-commerce operators. Telling from the subjective view of E-commerce operators, the researcher intends to gradually construct the literature by analogizing, generalizing, analyzing, and synthesizing the materials, so that the stories can be retold and significance reinterpreted.

The findings include:

1. The interviewed E-commerce operators chose to become UnFranchise owners because of: an attempt to obtain new learning opportunities, the practice of their career ideas, the improvement of life quality, the realization of time and economic freedom, to step out of the comfort zone of traditional values and expectations, and to seek opportunities where efforts meet results.
2. “Performance Accomplishment” and “Significant Others” are two major sources of the career self-efficacy messages of UnFranchise owners;
3. The career self-efficacy of UnFranchise owners boosts their “positive career beliefs” and “positive career behaviors;”
4. In terms of their career self-efficacy, UnFranchise owners demonstrate two levels of analogical scenarios—“domain-specific” and “general situations.”
5. Altruistic behavior can help the development of career self-efficacy.

Key words: E-commerce operators, career self-efficacy, narrative analysis

目錄

中文摘要.....	I
英文摘要.....	II
目錄.....	III
表目錄.....	V
圖目錄.....	VI
第一章 緒論.....	1
第一節 研究動機與目的.....	1
第二節 名詞釋義.....	4
第三節 研究範圍與限制.....	6
第二章 文獻探討.....	7
第一節 生涯自我效能理論及相關研究.....	7
第二節 電子商務相關研究.....	14
第三節 美安 SHOP.COM 簡介.....	19
第三章 研究方法.....	22
第一節 研究架構.....	22
第二節 研究對象.....	25
第三節 研究工具.....	26
第四節 信賴度之建立.....	29
第四章 敘說的開展.....	32
第一節 資料分析與方法.....	32
第二節 大衛哥的敘事.....	34
第三節 瑪麗安的敘事.....	45
第四節 小娜的敘事.....	55
第五節 敘說文本分析.....	65
第五章 結論.....	73
第一節 研究發現.....	73
第二節 未來研究之建議.....	76
第三節 研究反思.....	77
參考文獻.....	79

附錄一 訪談同意書..... 85

附錄二 電子商務經營者生涯自我效能發展歷程訪問大綱..... 86



表目錄

表 一生涯自我效能意涵彙整.....	8
表 二生涯自我效能相關研究彙整	9
表 三生涯自我效能量表相關研究彙整	13
表 四電子商務意涵彙整.....	15
表 五電子商務相關研究彙整.....	17
表 六美安 SHOP.COM 發展歷史.....	19
表 七受訪者基本資料.....	26
表 八反思日記.....	28
表 九受訪者回饋.....	30
表 十大衛哥敘事的理解.....	44
表 十一瑪麗安敘事的理解.....	54
表 十二小娜敘事的理解.....	64
表 十三加入美安 SHOP.COM 的初衷	65
表 十四自我效能的主觀建構來源	66
表 十五生涯自我效能類化情境.....	68
表 十六生涯自我效能轉變.....	69

圖目錄

圖 一自我效能決策模式.....	11
圖 二自我效能基本概念模式.....	23
圖 三研究架構圖	24
圖 四電子商務經營者自我效能發展圖示	72



第一章 緒論

本章緒論分為第一節研究動機與目的，第二節名詞釋義，第三節研究範圍與限制。

第一節 研究動機與目的

本研究主要探討電子商務經營者的生涯自我效能發展歷程。研究動機，主要源於網路時代的來臨以及生涯實踐者的工作省思。分述如下：

壹、網路時代的來臨

自 1995 年網路開放於商業運用(施依萍，1996)，人們生活對其的依賴越益明顯，短短十幾年的光景，網路已成為生活中不可或缺的一部分，讓人們之間的聯繫頻繁，同時超越了時空的限制。

網路購物對消費者而言，多了時間與空間的自主性，可以隨時隨地隨心意挑選與滿足購物需求。而對經營者而言，產業網際網路減少了人力成本以及店面地段的差異性，同時改造了內部的生產流程以提高生產率並轉型成為現代化的企業形態，如：阿里巴巴、Amazon、SHOP.COM 皆是典型服務於中小型企業的電子商務 B2B 模式，在互利影響之下帶動產業轉型，宅經濟成為不景氣中少數快速成長的新興產業。

2016 IRCE 展會重點在於善加掌握千禧世代與 Z 世代消費主力族群的購物需求模式，其中千禧世代 (millennials) 是指出生於 1981 年至 1995 年 (現為 21 歲至 35 歲) 的消費者，而 Z 世代 (generation Z) 則是指

1996 年之後出生的消費者（現為 20 歲以下）。千禧世代生活在網路科技起飛的時代，Z 世代更是出生在網路科技發展成熟的環境中，喜愛科技產品，對於網路工具也相當熟稔。經營者在掌握千禧世代的需求，同時著眼於 Z 世代在未來十年之內進入職場，將成為新一波消費主力族群，透過行動裝置與社群媒體，多元管道的消費資訊將會成為企業主能否興盛的主要關鍵。再加上目前經濟型態中，亞太地區不僅是全球第一大電商市場，也是全球最大跨境電商市場（《經濟日報》8 月 A12 版，2016）。是故面對這樣的浪潮，對身處與此時代中的我們，不管是以消費者的角色亦或經營者的視框，都該以更正視的態度瞭解此趨勢型態帶來的生活影響，進而探究此經濟型態可能造成對個別化生涯信念的影響與改變。

網路的興起打破了許多原本視為傳統與規範的框架，透過網路，我們可以學習任何我們想要的知識；透過網路，我們可以打破時間與空間的限制，更甚透過網路，越來越多網路經營者如雨後春筍般興起，不論是消費或是經營，價值觀或是訊息傳播速度，都遠超乎於我的想像，那麼，我不會有一天也被網路所取代？

貳、生涯實踐者的工作省思

生涯發展意涵著每個人年齡增長的過程中，透過學習、探索及工作以增進自我認識、營造生活型態、累積生命經驗（田秀蘭，1997）。研究顯示人生的快樂如同笑臉般的 U 型曲線，30-45 歲為「哀樂中年」的生涯階段（Landeghem，2011），在家庭、工作等責任負擔的現實壓力下，許多人對未來的希望和夢想投入的勇氣也相對保守，轉而聚焦於生活中的小確幸。

《垂死者的五大人生憾事》一書中透過一位照顧垂死病患的資深護理師魏爾 (Bronnie, 2012)，在長年觀察與整理後發現，沒有勇氣追夢為最多人一生的憾事。在追夢過程中的自我效能影響著能否繼續與堅持的關鍵：我有能力成功達成目標嗎？我有能力面對追夢過程中的挫折嗎？我有能力為理想人生做好準備嗎？自我效能預期的「難度、強度、推論性」這三向度的信念問題，是邁入「哀樂中年」的我縈繞心頭的問句。

研究者本身是一名基層教育的教育工作者，今年已邁入職涯的第十年。從進入職場到目前覺得社會變動遠比課文修訂來的快得多。早年剛開始深信傳道授業解惑也乃是教師天職，但隨著網路發達，現階段的學生知識來源早就不是課本而是網路了，有問題也是上網查詢，甚至人際互動間也開始透過社群媒體取代傳統互動。那研究者身為一名教育工作者，又能帶給學生們什麼樣的知識呢？尤其是自我效能的發展是段連續且動態的歷程，和家庭、學校、朋友、社會各環節有著密切的關係。面對每一階段的挑戰，不斷修正與調整自我效能知覺，透過各情境中的訊息與回饋，更確定的判斷出自我能力與限制，以建立穩定的自我效能感 (廖克玲, 1982)。

因為面臨著網路時代的到來以及教育工作者與時俱進的擔憂這兩個疑惑，加上大型商業模式的轉變，因此引發了研究者對於研究電子商務的興趣。為什麼越來越多的企業主搶食網路商機，甚至越來越多網路加盟，電子商務經營者的嶄新身份，或順勢而為，或逆勢而為，皆開創了自我人生的理想版圖，在認識參與超連鎖事業體的經營者朋友之中，研究者確實看到了這樣的難能可貴，故期以透過訪談法認識電子商務的經營模式，經敘說文本找出效能訊息來源的整合與應用，詮釋電子商務經營者生涯自我效能發展之個別差異，期以帶給生涯實踐者一些嶄新的思維脈絡，更甚可

以幫助自己，成為與時俱進，互聯網資訊爆炸時代下不可取代的一份子，帶給教育工作者的自己能有新的啟發與省思。

因此研究者此篇論文的研究目的如下：

- 一、 針對美安獨立超連鎖店主訪談文本進行分析，尋找其整合與建構生涯自我效能之訊息線索。
- 二、 瞭解美安獨立超連鎖店主，其生涯自我效能個別差異之發展以呈現獨一無二之敘說故事。

第二節 名詞釋義

壹、電子商務

電子商務(Electronic Commerce)簡稱 EC。廣義而言，凡透過網際網絡以電子化形式所進行之各種商業活動皆為電子商務，其包含了企業間電子資料的交換，以及商品的研發行銷廣告與售後服務(經濟部商業司，2002)。本研究所定義之電子商務為根據經濟合作暨發展組織(OECD)於 1997 年之定義，聚焦在透過開放的網路銷售及訂貨的商業行為，電子商務主要分為三種不同之商業模式應用，分別為企業對企業間 B2B 模式(Business to Business)；企業對消費者 B2C 模式(Business to Consumer)；以及消費者對消費者間 C2C 模式(Consumer to Consumer)(洪秀婉、林美惠、王安邦，2008)。

貳、美安獨立超連鎖店主

美安獨立超連鎖店主(Independent UnFranchise Owner) 意指填交申請同意書並登記在美安台灣公司電腦資料庫內的人。

參、生涯自我效能

生涯自我效能是指人在面臨與選擇生涯相關議題時，自我評估對於目標所持的能力信念。透過研究分析，中介變相中的生涯自我效能較高的個體相較於生涯自我效能低的個體，較能主動面對生涯相關問題(Hackett & Betz, 1981; Lent & Hackett, 1987; 楊錦登, 2007)。

本研究探討之生涯自我效能主要針對的對象為美安獨立超連鎖店主，面對生涯目標時，對自我各項能力所持有的信念與態度。

肆、敘說研究

敘說研究是一種取向亦是一種研究方法，研究者在時間、空間、情境脈絡三向度的研究架構下搜集資料，以第一人稱方式呈現內部人(insider)的觀點，將研究者個人經驗和研究與書寫融為一體，並將自我放置社會脈絡中，透過書寫與後設立場，形成一種經驗、詮釋、敘說與書寫的模式(何粵東, 2005)。本研究採取此研究方法以呈現美安獨立超連鎖店主所呈現之生涯故事。研究者透過訪談逐字稿的解構與重構，以時間軸方式呈現受訪者的視框故事，段落之後加以研究者的後設立場詮釋脈絡理解，。

第三節 研究範圍與限制

壹、研究範圍

本研究僅以美安台灣為研究對象區域，且針對經理級以上之超連鎖店主進行討論。經理級超連鎖店主是電子商務領域中擁有多次成功挑戰經驗累積的經營者，在研究結果上難以代表或推論至所有電子商務經營者。

貳、研究限制

本研究選擇質性訪談法，研究者本身為研究工具，帶著本身成長背景之潛在主觀性進行詮釋與理解訪談內容。本文以瞭解美安台灣超連鎖店主生涯自我效能發展為目的，並無推論至其他現象之意圖。

第二章 文獻探討

第一節針對生涯自我效能理論及相關研究進行探究，以瞭解影響職涯歷程之相關因素。第二節電子商務相關研究，以瞭解電子商務的趨勢與商業角色，第三節美安 SHOP.COM 簡介，以瞭解美安電子商務的相關發展。分述如下。

第一節 生涯自我效能理論及相關研究

Bandura(1977)的社會學習論(Social Cognitive Theory, SCT)首次提出「自我效能」的概念，主要意涵為個人對特定行為能否達成特定結果的「結果預期」以及個人評估自己是否有能力成功執行該任務的「效能預期」，意指個體根據過去在某特定事物上的學習或處理經驗，預期及判斷自我能否勝任該項工作的效能感(張春興, 1991)。Hackett 和 Betz 於 1981 年首先將 Bandura(1977)社會認知理論中自我效能的概念應用在生涯發展議題上，進而提出生涯自我效能理論。

生涯自我效能 (career self-efficacy)，針對個體從事與生涯選擇和生涯適應相關行為的自我效能 (Lent & Hackett, 1987)，意旨個人對解決未來生涯議題或從事特定工作與面臨抉擇時，所需能力的信心程度。因自我效能是針對特定領域或行為的效能信念，而不是一般性的泛自我評價 (Lent & Hackett, 1987、Taylor & Betz, 2003)。生涯自我效能被認為是能夠影響個體生涯決定過程中的態度與行為，關於學者對於生涯自我效能之定義整理，詳見下表。

表 一生涯自我效能意涵彙整

學者/年代	主要意涵
Betz & Hackett (1981)	是個體在生涯發展過程中，對自己能成功完成一項任務的看法、信念和期望。
陳金定 (1987)	係指學生個人評估自己在面對生涯議題時，所需應對能力的信心程度。
謝宏惠 (1990)	係指學生個體在面對生涯決策問題時(如學業或未來職業選擇)，對於自己本身是否能成功表現該解決行為的預期作用，以及信心程度。
許淑穗、張德榮 (1999)	是個體對本身生涯能力的自我評估，經由個體自我效能覺察而來，評估的重點包括了與生涯相關的作業、行為決定與適應，它意味著個體對於自身生涯相關行為的信心程度。
楊錦登 (2007)	為個體面對生涯問題與生涯抉擇時，對自我行為所持之信念。此信念將會決定其生涯選擇的範圍與面對問題之態度。
Betz (2007)	為個體自我所持信念影響其面對生涯議題時選擇或逃避的態度、表現程度以及堅持度的維持的外顯行為，內容主要包含生涯探索、做決定以及完成任務的成就感。
許雅嵐 (2008)	是個體在生涯發展過程中，自己認為本身有多少能力或信心程度來解決所遭遇的問題。

資料來源：研究者自行整理

綜合以上學者所述之意涵，生涯自我效能為個體面臨生涯歷程中的抉擇、適應、挑戰與困境時，對其行為表現與能力限度的自我評估，以及對於生涯任務成功獲致的信心程度。另外，根據上述學者之研究顯示可發現，生涯自我效能信念是預測個體生涯進路行為的重要指標。生涯自我效能愈高的，愈可能排除生涯發展歷程中所遭遇的阻礙，在面對生涯問題時，也較能以積極正向的態度處理，亦有助於調整自我之生涯決定行為(陳金定，1987；許淑穗、張德榮，1999；許雅嵐，2008；Betz,2007)。

此外，生涯自我效能理論的相關研究亦廣泛運用於性別、文化、職涯等各項議題進一步探究。以下為研究者針對生涯自我效能相關研究之整理，詳見下表二：

表 二生涯自我效能相關研究彙整

學者/年代	研究主題與發現
Turner & Lapan (2005)	青少年可透過電腦課程以及探索活動促進其在非傳統職涯上的興趣與自我效能。
李藹慈、聶子敬 (2009)	探究創意生涯規劃課程對大學生生涯決策之自我效能的相關影響。結果發現藉由創意教學設計，學生修課後生涯決策自我效能、人際關係、溝通技巧、時間管理、簡報技巧上皆有所提升。
胡湘萍 (2009)	探討大學生依附關係、生涯自我效能對生涯決定之影響。研究結果亦顯示不同性別、年級之大學生在依附關係、生涯自我效能與生涯決定上呈現之差異情形。

<p>廖懿萱 (2012)</p>	<p>探究創業者情緒本身對於創業意圖的影響。研究發現，當創業者相信自己具備專業技能能力以及可成功完成創業之自我效能信念，有助於個人承擔風險。</p>
<p>楊淑涵、田秀蘭、 吳欣倫、朱惠瓊 (2015)</p>	<p>建立並驗證職場工作者生涯自我效能、工作適應與生涯調適力之相關因素因果模式以探討不同背景工作者在模式中所呈現之差異情形。</p>
<p>江依韓 (2016)</p>	<p>探討壽險人員自我效能對組織認同的影響，進而探討其離職傾向的選擇。研究結果發現年齡、背景以及經營時間長短為影響自我效能與組織認同的重要因素。</p>
<p>張遠萍 (2016)</p>	<p>針對單一半導體封測公司之行政人員，探討組織衝突類型與衝突管理方式對工作滿意度的影響，並加入自我效能與工作壓力為調節變項，欲探究其關聯性。研究發現自我效能的能力知覺愈高，能弱化任務衝突與關係衝突對外在工作滿意度的負面影響。</p>
<p>周志儒 (2017)</p>	<p>探究企業創辦人自我效能與決斷力的認知與行動變遷脈絡發展。透過觀察創業家在行為變遷過程中，其認知發展和決斷力的養成方法，並進一步發展成為自我哲學的過程。此外，亦根據結果推導出理論模型。</p>
<p>毛菁華 (2015)</p>	<p>探究大學生生涯自我效能在父/母支持、父母期待與發展未定向、焦慮未定向間的中介效果。研究發現，生涯自我效能是情境脈絡因素與定向選擇間的重要中介變項，且與發展、焦慮未定向都有顯著相關性。其中，</p>

東西方研究結果的對照，似乎反映台灣大學生的發展及焦慮未定向現狀或形成原因可能與西方有差異。

資料來源：研究者自行整理

綜合以上學者研究可知，生涯自我效能對於個人生涯目標的選擇與行為表現的影響，是要經過連續且動態的認知過程，透過環境、重要他人影響所產生自我效能感受，評估自己的能力，特別是在面對與既有信念與過去經驗相反的任務時。因此，要改善一個人力自我效能是一連串自我說服的複雜過程(郭玟嫻, 2003)。依據Bandura (1977)自我效能來源影響圖示，楊錦登(2007)整理如圖三，透過「表現成就」、「替代學習」、「語言說服」及「情緒激發」四種不同來源訊息影響個體的生涯自我效能，形成個別差異之「自我效能覺知」，導致個體在生涯歷程中「抉擇」、「表現」，以及「生涯持續」三方面有不同的行為表現結果。

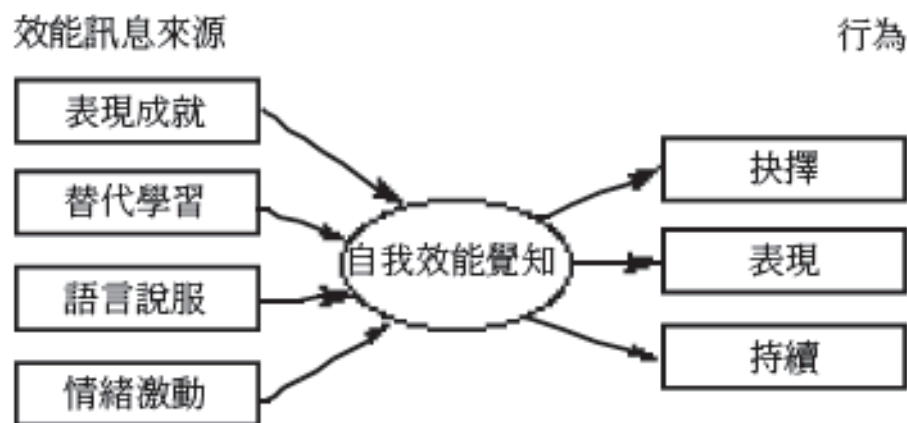


圖 一自我效能決策模式

資料來源：楊錦登 (2007)，47 頁。

由上圖所示，生涯自我效能的訊息來源主要有四種「表現成就」、「替代學習」、「語言說服」及「情緒激發」，分述如下：

壹、 成就表現:過去的經驗是自我效能的形成原因之一，經由個體直接經歷、不斷地累積成功經驗以提升自我效能。

貳、 替代學習:意即向成功的人學習，透過模仿與自己背景相似或能力相當的人，將他人經驗與自我經驗的結合，進而發展出自我效能。

參、 語言說服:意即個體透過重要他人與良師益友的影響，尤其當遭遇困難或面對陌生的事物時，如有身旁的支持與鼓勵，並不斷地給予肯定。此種說服過程 將會將使強化自我效能信念。

肆、 情緒激發:情緒是一個人心理的感受，透過正向的支持鼓勵改變個體在面對壓力時所產生的負面情緒，也將影響個人自我效能。

Bandura 自我效能意涵中，個體經由四種不同訊息來源所產生之自我效能覺知，進而影響個體面對事物時所表現出三種層面外顯行為：(1)選擇或逃避面對的態度，(2)行為表現的程度，以及(3)堅持度的維持。透過自我效能概念之訊息來源、向度進而對個體面對生涯相關議題所產生之影響，是 Bandura 自我效能理論於生涯議題實務上的具體運用(郭本禹、姜飛月，2008)。生涯自我效能對個體之影響主要包含自我生涯探索、做決定的歷程以及完成任務時成就感 (Betz，2007)。關於自我效能的相關研究，Taylor 與 Betz (1983)的生涯決策自我效能量表是最常被使用之測驗工具，針對成人與大學生為研究對象，Betz, Borgen & Harmon(1996)編制「生涯自我效能量表」，而田秀蘭、郭乃文(2000)以認知取向為主，發展適合

台灣地區一般成人在求職、轉職或工作過程中職業行為之「成人生涯認知量表」，全量表四部分中即包含自我效能量表。以下呈現研究者整理相關生涯自我效能量表之研究：

表 三生涯自我效能量表相關研究彙整

學者/年代	生涯決策自我效能量表運用
李藹慈、聶子敬 (2009)	採質量併陳之研究設計，旨在探究學生接受創意生涯規劃課程，對其生涯決策之自我效能發展情形。採用謝宏惠（1990）參考 Taylor 和 Betz（1983）所編製的「生涯決策自我效能量表」加以修訂，作為五點量表工具。
胡湘萍 (2009)	使用「親子依附關係量表」、「生涯自我效能量表」與「生涯決定量表」進行問卷調查法。其中生涯自我效能量表即是參考學者修訂 Taylor 和 Betz（1983）所編製的「生涯決策自我效能量表」。
楊淑涵、田秀蘭、 吳欣倫、朱惠瓊 (2015)	使用「生涯適應力量表」、「生涯自我效能量表」與「工作適應量表」進行量化研究以建立其中相關因素因果模式。其中生涯自我效能量表即是田秀蘭、郭乃文（2000）之「成人生涯認知量表」。
毛菁華 (2015)	探究大學生生涯自我效能在父/母支持、父母期待與發展未定向、焦慮未定向間的中介效果。採用「大學生知覺父母支持量表」、「達成父母期待量表」、「生涯自我效能量表」、「發展未定向量表」及「焦慮未定向量

表」測量工具。其中，「生涯自我效能量表」即為翻譯 Betz 等學者所編制之簡短版量表。

資料來源：研究者自行整理

由以上相關研究整理可知，生涯自我效能在過去研究中，亦多以中介變項的角色呈現，以探討自變項與依變項間關聯程度，鮮少透過經營者主觀敘說的角度，著重參與電子商務至超連鎖店主整段心理歷程轉變的敘述。研究者認為透過質性研究更能深入了解經營者生涯自我效能動態模式的發展歷程、經營者對於加入超連鎖店主前後自我效能轉變的情形，以及該項轉變對其生涯發展信念之詮釋。是故，本研究選擇以現象學的觀點，透過訪談進入超連鎖店主主觀敘說中，探究自我建構其加入電子商務至超連鎖店主過程中，生涯自我效能發展歷程的轉變成長。

第二節 電子商務相關研究

電子商務(Electronic Commerce)簡稱 EC，透過數位化的方式，經由網路傳達產品資訊，讓買賣雙方達成交易的模式。經濟部商業司（2002）提出，凡透過網際網絡以電子化形式所進行之各種商業活動皆為電子商務，其中包含了企業間電子資料的交換，以及商品的研發行銷廣告與售後服務。此外，國內外學者亦針對電子商務進行研究與探討，對於電子商務之意涵詳見如下表。

表 四 電子商務意涵彙整

學者/年代	主要意涵
Zwass (1996)	以網際網路的方式分享企業資訊、維護企業關係進行交易。
Kalakota & Whinston (1997)。	指使用網際網路進行販售產品或購買產品又或者取得服務之活動。
朱海成 (2004)	一切藉由 Internet 及 WWW 所進行的商業交易活動。
中華民國電子商 務年鑑 (2013)	運用先進的科技技術，提升企業作業效率，以手機、平板電腦等手持行動裝置，透過網路進行買賣交易或相關活動皆稱為電子商務。

資料來源：研究者自行整理

由以上文獻可知，電子商務是透過網際網路進行之商務活動。擁有傳統商業模式的基礎架構，透過網際網路的科技技術更添加了遠端服務、降低企業成本與提高作業效率，在現今商業型態中逐漸成為消費者的購物選擇、經營者的管理模式而蔚為商業趨勢。

電子商務最常見的四種不同之商業模式應用，陳佳隆(2016)以交易對象分類整理如下：

壹、 企業對企業間的電子商務(B2B)： B2B 電子商務係指企業之間藉由電子商務進行支援交易與溝通。傳統企業需要透過電話或傳真以完成資訊交流。然而，透過網際網路，將企業間、企業與供應商、經銷

商、消費者等資訊連結以自動化管理供應鏈與配銷鏈，促使企業成本降低而提高效率。

貳、 企業對消費者的電子商務(B2C)： B2C 電子商務係指企業藉由電子商務連接顧客的銷售產品與服務，利用不受空間、時間等市場因素影響之便利性以及豐富的網路資訊吸引消費者。

參、 消費者對企業的電子商務(C2B)： C2B 電子商務係指將商品主導權交還給消費者，匯聚消費者力量以集體議價或相關服務，由企業接受或拒絕。

肆、 消費者對消費者的電子商務(C2C)：C2C 電子商務係指出清自己所持有的物品，而非整批出售，因此需要一個交易平台，扮演市場促進的角色，協助市場資訊匯集與交流，及建立信用評等制度，由買賣雙方自行商量交貨、付款方式。

本研究之美安超連鎖店主主要在交易型態上所扮演的角色為第二種企業對消費者(B2C)電子商務，超連鎖店主運用平台資訊與經營權，扮演媒合需求的橋梁角色，在企業與消費者之間提供服務與諮詢。隨著商業模式的轉變，電子商務的興起與發展，國內外對此領域的研究也相當多元且豐富。方文昌、汪志堅、蘇永盛(2003)年針對台灣地區有關電子商務 278 篇研究論文，進行整理並加以探討其內容據以分類，結果發現在電子商務研究中，多以應用與技術議題之研究主題篇幅。無論是西元 2000 年之前電子商務研究主題以介紹/基礎，組織間系統，安全為眾；或在此之後的研究主題多以教育訓練及行銷與廣告主題為主，皆多從企業主的角色探究商業模式的發展與經濟效益的評估。爾後，國內外學者研究中，以消費者

角度探究電子商務的相關議題研究也不少，顧客忠誠度、團購行為、知覺風險，為多數研究者所關心探究的議題。以下為研究者整理電子商務相關研究，詳見如下表。

表 五 電子商務相關研究彙整

學者/年代	研究結果
王翎嫻 (2006)	探究 B2C 電子商務網站成功因素。研究結果顯示網站設計、服務品質、信任程度、認知品牌為影響網站成功的重要影響因素。
黃培倫 (2015)	探討網路開店的關鍵成功因素，鎖定食品類店家進行探討，研究發現維持產品或品牌熱度、會員是購物網站的生命、差異化行銷手法、網頁設計專業度，為四個成功經營的關鍵重點。
沈國賢 (2015)	探討電子商務在網路行銷對服務品質滿意度之探討。研究發現：傳統家電模式在轉型加入電子商務型態的過程中，服務品質的滿意度對顧客再次購買意願有關鍵性影響。
黃凱鈿 (2016)	探討網路團購的群體效應，進而分析團購意願的關鍵因素，以及討論團購消費者行為。研究發現，團購平台整體性、貨物品質、及交易安全對顧客忠誠度 有顯著正向影響。
陳佳隆 (2016)	探討延伸電子商務的特色進而探討攤商採用電子商務經營模式之影響因素。研究發現對於追求創新的攤販

而言，電子商務是未來的趨勢；然而無暇顧及實體跟
虛擬通路，將會是阻礙發展與選擇的原因。

資料來源：研究者自行整理

由以上研究可知，電子商務商業型態中經營者與消費者間如何創造雙贏局面是廣泛被著重與探討的議題。結合電子商務經營者與線上消費者兩種運作模式的研究探討中，社群商務(social commerce)是近年來受到相當關注的一種電子商務型態。利用社群網站的成立，成員聚集與互動的過程中產生與分享有關商品或服務的消費。藉由線上消費社群跨越實體界限所建構出的人際關係，不但能取得彼此間的相互信任感以及對社群的認同感，更可透過長期互動所累積的知識分享以提供廠商進行一對一行銷的客製化設計，提高成員的消費滿意度。這樣電子商務經營模式不但能夠加速企業營運成長、降低市場風險，更能提高消費者忠誠度。曾繁絹(2016)研究中提出，當社群商務成員認為自己具有參與知識分享所應具備相關能力的信心程度越高時，期待在線上消費社群分享消費資訊所能帶來的成果也越強，亦代表消費社群的興起將使廠商失去對消費者的主控性，在強調消費者價值的社群商務中，消費者不再只是單純的買方而已，也可以擔任生產者、設計者或雇用者，積極參與行銷策略。社群商務提昇了電子商務平台的層次，透過社群成員的聚集、互動，不是商務經營者主導，而是消費者自發性形成和運用的社群力量以助於集體消費行為的產生，創造更大的消費利基。

本研究所針對之電子商務經營者在美安 SHOP.COM 企業與消費者之間，擔任媒合的橋梁角色，超連鎖店主憑藉著自我經營風格，亦或成立社群網

站分享資訊與知識；亦或強調一對一客制化服務以提高顧客忠誠度，在降低成本與提高經濟效益的追求中找尋平衡與立足點。

第三節 美安 SHOP.COM 簡介

美安公司 1992 年成立於美國，是一家美商公司。在經營模式上為加盟連鎖的通路型結構，故在美國被定義為商品代理與網路行銷公司。據點遍及美國、加拿大、澳洲、台灣、香港、菲律賓以及新加坡、馬來西亞等地區，積極拓展國際事業。2001 年跨足電子商務領域，為每一位加盟經銷商提供專屬的購物平台，並在經濟上彼此相連。美安公司提供系統化、標準化的事業模式，併提供支援、培訓、技術、產品的模式系統。2005 年 8 月 29 日台灣分公司成立，正式跨足台灣市場。台灣美安公司資本額約 4,800 萬，初期夥伴商店 2 家，至今已經累積了 3000 多家包含網路與實體店面之夥伴商店。2009 年 12 月首度推出 Cashback（現金回饋計畫），並在 2011 年併購全球排名第四大網路購物公司 SHOP.COM。這項併購結合了 SHOP.COM 科技與推銷規劃產品的優勢，亦保有美安公司原有的事業模式，提供客戶人性化的高科技購物體驗與業界獨家無上限的現金回饋優惠，邁向更豐富完整的網路市場(美安台灣，2016)。關於美安 SHOP.COM 的發展歷史整理如表七。

表 六美安 SHOP.COM 發展歷史

時間	發展
1992 年	總部成立於美國
2001 年	跨入電子商務領域

2005 年	美安成立台灣分公司，簡稱美安台灣，資本額 4,800 萬
2009 年	推出現金回饋計劃(Cashback)
2011 年	併購全球排名第四大網路購物公司 SHOP.COM

資料來源：研究者自行整理

2005 年美安臺灣公司成立，在商業模式定位為產品代理公司。公司透過通路平台，以代理方式找出符合市場需求產品，取代自家廠房製造產品。此運作模式不但可以免除製造產品的負擔風險外，更能隨時掌握市場脈動。此外，美安 SHOP.COM 在代理商品模式中，並非倚靠單一產品或服務的銷售，反之，超連鎖店主在美安臺灣公司和美國總公司的系統架構下，透過結合臺灣的成功製造商和供應商，進而合作組成美安臺灣公司的無牆百貨商場的營銷系統。這些合作的製造商及銷售商都是擁有多年的商業歷史以及廣大的產品開發的豐富資源。通過經銷合同，入股參與和合資經營等方式，這些公司與美安臺灣公司密切合作下，提供電子商務和購物網站數百項獨家商品與服務，帶領創業家進入數十億商機的市場。

美安臺灣公司提供了一個活潑獨特的一對一行銷模式和網際網路 (Internet) 行銷方式，銷售和分享產品的資訊與服務，也就是「無牆百貨商場」的觀念。美安在與時俱進的電子商務領域中，即扮演著中間平衡者的多種角色，是企業創業家、社群商務的經營者與消費者等。美安制度採取雙軌制，分成優惠顧客(即消費者)、超連鎖店主(經營者)。透過業績紅利計畫、現金回饋、購物入口網站，創造四贏局面，在這商業模式中各取所需(林伶瑛，2012)。就獲利模式言之，超連鎖店主可透過美安電子商務平台，引導會員顧客到夥伴商店消費，夥伴商店提供現金回饋於經營者

及消費者，此部分的收入主要結合永豐銀行發行美安聯名卡，消費者使用聯名卡消費獨家商品、網路夥伴商店、實體夥伴商店皆可獲得 2~33%不等的現金回饋，而經營者賺取業績獎勵點數及現金回饋。美安的「購物獎勵」、「邀請獎勵」(Paid to Invite)、和 IBV 的管理業績紅利計畫和永續收入等制度，將社交購物轉變成現金收入(美安台灣，2016)。以夥伴商店快 3 網路商城為例，實體店面為燦坤電子賣場。快 3 網路商城提供現金回饋 2%給美安的優惠顧客，同樣也提供 2%給美安公司經營者，這是超連鎖店主在電子商務平台中所購取之收入，這仲介收入只是美安獲利模式其中一項。此外，美安從直銷商轉型成電子零售商，保留直銷商的組織獎金架構，這部份是美安另一項收入來源。

綜合以上，美安 SHOP.COM 以改變人們購物的方式和經濟的型態為背景與目的。期待每個人都可以透過打造自己的經濟達到財務獨立。美安 SHOP.COM 超連鎖店主在電子商務領域中，擁有自主性，可依照個人對商業模式的想像與把握，選擇角色定位。超連鎖店主可以是單純的企業主以銷售模式發展，亦可以搭上近來商業趨勢，以社群商務為背景，同時是分享資訊的消費者，也是提供一對一客制化服務的經營者。在如此多元的面貌下，超連鎖店主自我概念對經營態度有著如何重要的影響力，將是本研究所與探究的議題。研究者針對生涯自我效能的自我調節為主，透過質性訪談以瞭解在這樣日新月易的商業潮流下，是如何讓超連鎖店主能化阻力為助力，成為潮流下的引領者。

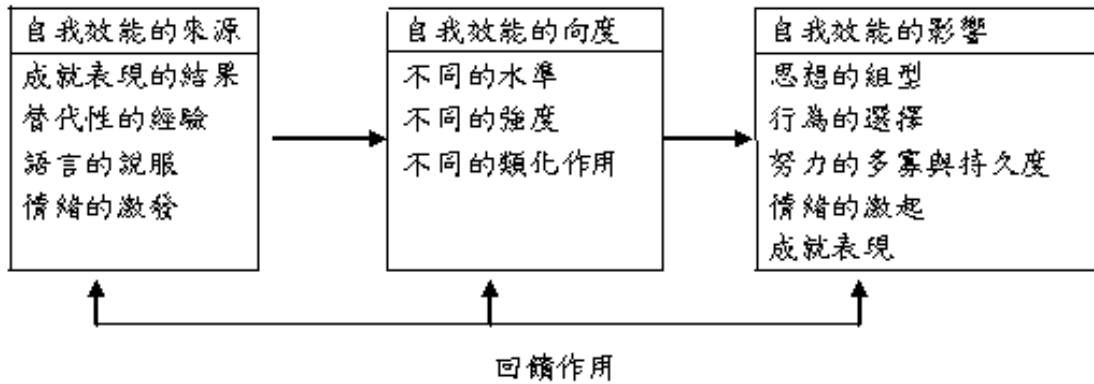
第三章 研究方法

本研究主要透過與美安 SHOP.COM 超連鎖店主進行深度訪談，經由文本分析，探討超連鎖店主對生涯的意義詮釋，瞭解其如何看待自己的生涯故事，以及如何建構其生涯自我效能感。以下就研究架構、研究對象、研究工具，以及研究信賴度之建立等進行討論，共分四節依序說明之。

第一節 研究架構

Bandura(1982)提出自我效能概念模式中，認為有四種資訊來源主要影響自我效能，分別為(1)自我經驗中成功或失敗經驗的累積所造就之成就表現的結果、(2)透過觀察學習以產生之自我信念的替代性經驗、(3)語言的說服以強化或減弱面對任務目標時的自我效能感以及(4)透過情緒的激發進而判斷自我能力與信念的效能感受。孫志麟(1991a)根據 Bandura 的理論架構將此四種主要來源所呈現程度差異的不同水準、強度以及類化情境三向度，以及對個體面對未來時反應在思想組型、行為選擇、努力的多寡與持久度、情緒的激起以及成就表現各方面的影響改變，進而繪製成自我效能基本概念模式。在此自我效能基本概念模式中，進一步探究來源、向度與作用影響三者之間的交互關係，如下圖一所示，意指該模式透過個體經驗到的情緒與成就、觀察或感受到的替代學習，以及在環境中他人言語或行為對個體的影響與改變，所歸類整理四種不同的效能來源類型，對個體在面對目標任務時所產生的心理變化歷程以及行為導向選擇。其中，此模式強調自我效能之動態歷程，在來源、向度與作用間，相互影響與回

饋。



圖二自我效能基本概念模式

資料來源：孫志麟（1991a），51 頁。

本研究所採用之生涯自我效能理論架構即是參閱孫志麟(1991a)自我效能基本概念模式，再依據本研究的目的與方向，整理出下方之研究架構(圖二)。將現場文本解構，根據研究脈絡從加入的初衷到經營過程中生涯自我效能的動態調整與轉變的呈現，而完成符合本研究架構之研究文本。

加入的初衷

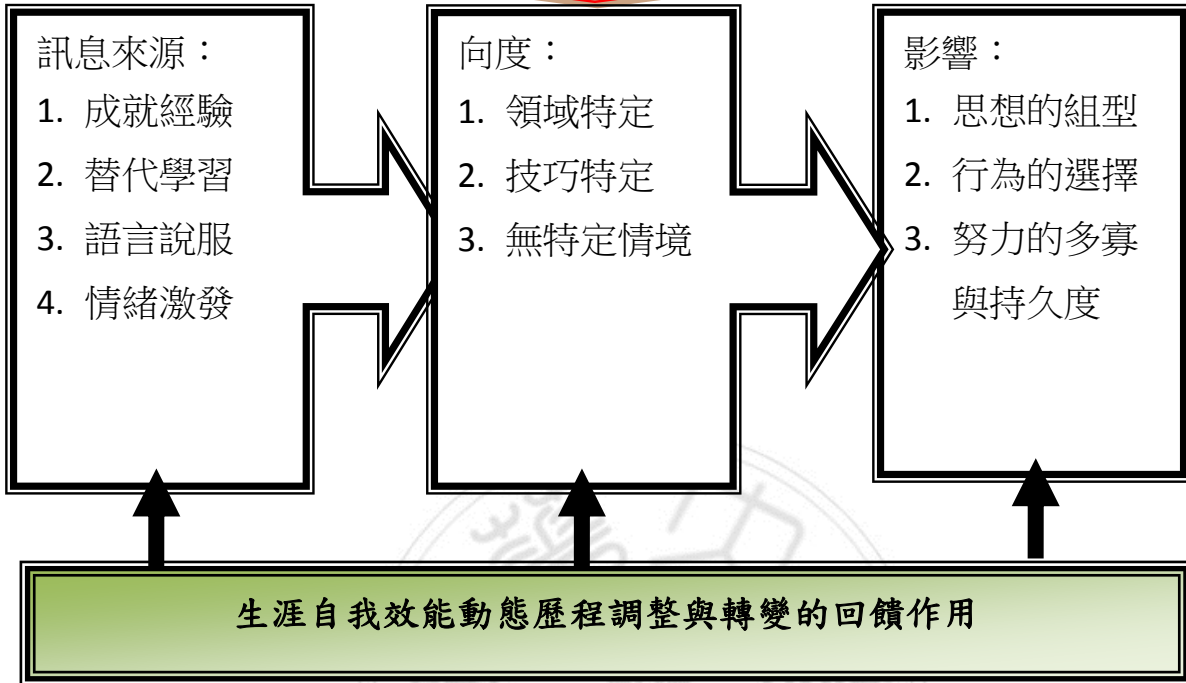


圖 三研究架構圖

資料來源：研究者自行整理。

第二節 研究對象

就現象學的觀點中，欲探究個體生命經驗的價值意義，研究者需透過進入其概念世界，瞭解人們行為的主觀意義（蔡錚雲，2005）。其中，人們的行為主動創造自我主觀世界，藉由與他人的互動以解釋經驗，並建構其經驗的意義（黃瑞琴，2003）。是故，本研究選擇深度訪談方式，以蒐集訪者為中心之詳細訊息，瞭解對個人有意義之詮釋（范麗娟，2004）。將研究焦點關注於受訪者的四面向，亦即向內和向外，向後和向前。向內而言，將聚焦於受訪者的情感、希望等內在狀態。就向外而言，亦即對於受訪者外在環境實際存在的瞭解。至於向前與向後，則是時間面向的關注與掌握，對於受訪者過去、現在以及未來層面的理解。

依據以上研究概念，研究者欲針對符合研究條件之對象進行單次之深度訪談，輔以訪談大綱協助研究進行，訪談問題隨訪談者進行調整與修正。所有過程皆在訪談者同意下進行錄音與記錄。透過超連鎖店主敘說歷程，將敘說故事裡的意義性，透過詮釋與分析以建構本研究之價值。

本研究範圍以美安 SHOP.COM 超連鎖店主為主，研究對象採用目的性抽樣原則以及滾雪球擴大樣本方式，尋找適切的樣本資料。

壹、選擇受訪者的原則：

- 一、對於電子商務有興趣進而接觸經營者。
- 二、美安 SHOP.COM 超連鎖店主中聘階以經理級以上為優先。
- 三、經營美安 SHOP.COM 電子商務兩年以上經驗。

貳、受訪者的來源：

受訪者主要透過研究者身旁朋友中曾經接觸或本身符合受訪特質之超連鎖店主，或經由電子商務經營者朋友的介紹，提供符合條件之受訪者

名單，詢問其接受訪談意願，並說明研究主題，邀請其參與研究。

叁、受訪者資料介紹：

表 七受訪者基本資料

化名	超連鎖店主 聘階	經營 時程	學歷	經歷	訪談時間	訪談地點
大衛	資深主管經 理	3 年	大學	科技業	2017.1.06 (3 小時)	簡餐店
瑪麗安	顧問經理	3.5 年	碩士	外語教師	2017.1.25 (4 小時)	簡餐店
小娜	經理	2 年	大學	健身房 業務	2017.3.11 (4 小時)	咖啡廳

資料來源：研究者自行整理

第三節 研究工具

研究工具有四項：研究者本身、同意書、訪談大綱以及反思日記，分述如下：

壹、研究者本身

研究者為質性研究之重要工具，其無法超脫所置身之文化背景脈絡與研究傳統訓練，以及個人對自我和對他人的概念想法(甄曉蘭，1996)。因此，針對研究者相關背景進行說明：

- 一、 研究者於 2005 年畢業於彰化師範大學輔導與諮商學系，之後即進入學校單位任職服務，現為南華大學亞太研究所二年級學生。教育實務工作中參與金融理財種子教師的培訓，故對商業型態、經濟模式的轉型有一定程度的瞭解與興趣。
- 二、 研究者在彰化師大學習期間，修習與接受生涯諮商輔導、社會科學研究法以及諮商實務技巧之訓練，這些諮商專業之培養能夠幫助訪談過程中運用同理、聚焦、澄清、具體化等談話技巧以利與訪談進展與目標達成。
- 三、 在一次畢業學生回國中母校探訪的機會中，學生主動與當時任職於該校的研究者分享其經營美安過程中的生活與想法。當時，身為老師的研究者看著這位曾經在台下認真卻害羞的小女生，如今卻已是位台風穩健、自信自在，甚或出現在大學演講舞台上，分享自我生涯故事的年輕創業家。那次聚會的驚艷與感動，也留下了深刻印象。在研究者進入研究所的學習中，那次聚會的畫面始終保留在腦海中，在決定研究方向時更是觸動了研究者對於電子商務的興趣也開展了本研究的序幕。

貳、同意書

在與每一位受訪者第一次接觸時，提供訪談同意書(附錄一)並說明本研究之目的與想法及其參與對本研究之重要性。其他相關注意事項如：協調受訪者需要配合訪談的次數與時間、原始訪談紀錄與錄音之保密性、資料的運用與呈現、受訪者的權利、退出本研究之自由等，並感謝其協助與參與。當受訪者充分瞭解並同意且簽名後，開始進入正式訪談。

參、訪談大綱

本研究主要採用半結構式深度訪談，透過相關實證研究、文獻探討，擬定訪談大綱(附錄二)。訪談大綱主要採取時間軸的脈絡概念進行設計，從訪談者加入經營的初衷、經營歷程中成功與挫敗經驗以及對未來生涯目標的信念與想法態度進行提問，在提問過程中，孫志麟(1991a)所提出的自我效能基本概念模式脈絡為研究者所具備之關鍵先備知識，亦是訪談走向與關注的焦點所在。透過自我效能的影響來源、向度以及影響作用的分析方向，進一步設計更深入與細節之提問以瞭解訪談者生涯自我效能的動態歷程轉變。

肆、反思日記

為了確保訪談資料的完整性與真實性，除了透過研究者的現場筆記之記錄外，在受訪者同意下，輔以錄音動作。協助研究者事後進行資料分析時，透過筆記與錄音回憶當時訪談歷程，再次進入受訪者之脈絡情境。此外，反思日記是研究者記錄自我與研究歷程中的省思與檢視，有助於日後資料的分析與解釋，如表七。

表 八 反思日記

受訪者	研究者自我省思
大衛哥 2017/01/06	大衛哥自在又自信的怡然態度，亦師亦友的角色與氛圍油然而生。在他的生命故事中，彷彿看到彼此身上有著類似的人生態度與理念，也從中獲得了研究之外的人生體悟。這樣的研究者與受訪者、人生階段的前輩與後進多種角色的交錯與相互影響，筆觸難免加入了研究者主觀的個人情緒，卻也因此更顯得格外真實。
瑪麗安 2017/01/25	瑪麗安亮眼的自信風采卻真誠而直接的對談，果決的言詞中充滿著自我省思的反芻。她的美安故事，令人信服、充滿好奇，

	訪談過程中因為受訪者的幽默與談笑，整段過程充滿歡樂與研究之外的生涯啟發，這是研究中意外的收穫，如此自然卻得來不易。
小娜 2017/03/11	小娜時而稚氣撒嬌，時而懂事成熟，反差的角色卻自然融合在這小女孩身上，令人真心的喜歡也真誠的進入了她的視框。在她的生命故事中，輕易看到跳脫年齡的限制與潛力的可能性，也從中獲得了研究之外的見證與震撼。這樣的研究者與受訪者、不同世代的代間交流與相互影響，筆觸難免自然添色了研究者主觀的個人感受，卻也因此更顯得格外真實。

資料來源：研究者自行整理

第四節 信賴度之建立

本研究在建立信賴度上透過偵探法(audit trail)、反饋法(peer review)、參與者檢驗法(member check)以及蒐集豐富的原始資料，建立本研究信賴度(Merriam,2002)。以下依序說明之：

壹、偵探法

研究者依據研究問題的性質、目的和所所持之理論背景以循序漸進的方式，持續對所研究資料呈現之各個層面和環節進行搜索與檢視，排除不合理或過度推論之疑慮。如同訪談指引的呈現，訪談問題的設計與脈絡呈現是根據事先所安排之研究架構進行。問題脈絡從加入的初衷、尋找經營過程中生涯自我效能的相關訊息來源，進而引導訪談者進入未來行為與思想組型的敘說。此脈絡皆依循孫志麟（1991a）依據 Bandura 自我效能理論以發展之自我效能概念模式。

貳、反饋法

在研究歷程中，研究者將架構想法或初步結論，透過課程、電子郵件往來與指導教授以及相關研究背景之同儕進行專業討論，交換意見、聽取多方看法並加以調整修正。省思日記為研究者與參與者多次討論所紀錄之觀察想法，以反省與檢視研究歷程之邏輯性與確保資料分析之真實性。

參、參與者檢驗法

將研究初步分析結果反饋至受訪者，經由受訪者的反應與回饋以提升資料分析之真實性，表八呈現受訪者閱讀完研究文本後的回饋。

表 九 受訪者回饋

化名	回饋內容
大衛哥 2017/ 4/5	第一次的接受這樣的訪談，感覺新奇與有趣。在創業過程中我比較理性，分析目標與行為，也喜歡掌握自己未來的確定感。或許這一部分就像研究者所說的「陀螺戰士」。面對忙碌的生活步調，很慶幸我是知道方向與實踐力的勇敢戰士。
瑪麗安 2017/ 4/28	透過這一次的訪談，看到了很多自己較少碰觸的情感層面。在創業過程中，一直以為獨來獨往的勇敢能一直被堅持與複製，在閱讀資料時，才發現自己對團隊的重要性，也才更知道團隊的意義。很喜歡研究者用茉莉公主與阿拉丁神燈的結合來詮釋我的故事。感謝這一次的訪談，讓我知道自己是有能力成為那盞照亮他人夢想的目標神燈。
小娜	非常感謝這一次的訪談，也很快的回想這將近兩年來的創業歷

2017/ 5/20	<p>程。在創業過程中要不斷往前，很難得有這樣的機會回想到過去的努力以及心境上層次的變化也更提醒我，在這過程中，常常提醒自己的貴人是誰，一起努力的人事物也才發現原來自己的信念是這麼的飛成功不可，最根本的動力永遠是家人，才是如此堅定的原因。這一切都比結果更難得可貴。感謝這一次用心的訪談，讓自己更知道創業的原因，也更有目標繼續前進。</p>
---------------	---

資料來源：研究者自行整理



第四章 敘說的開展

這章所開展的是三位敘說者的生命經驗。透過「踏入美安 SHOP.COM 的初衷」、「經營過程中的調整」以及「生涯目標的展望」，三個脈絡鋪陳描述，之後交代研究者是如何看待這段敘事。

第一節 資料分析與方法

依照 Miles 和 Huberman (1994)及孫志麟 (1991a) 提出之自我效能基本概念模式以完成本研究之架構圖二。

壹、原始資料閱讀

將訪談錄音檔內容轉騰為文字稿，運用敘說與詮釋進行分析資料。首先，將原始資料解構為意義單位，在研究者不斷反覆閱讀逐字稿與實地筆記過程中，瞭解訪談對象之真實感受和資料中所蘊含意義的覺察，並透過開放式編碼，將資料進行初步比較與類比歸納。研究者針對原始資料的編碼方式為如下：

A、B、C 分別為三位敘說者之代號碼；1、2 分別為第一次與第二次之訪談時間；0001~即為受訪者談話字句段落的次序。舉例如下：

「未來在我的人生當中又有機會遇到其他任何的機會那我其實都可以去把握而且我會知道該怎麼做(A10079)」。

A10079 意即為第一位受訪者，以 A 表示；在第一次訪談，以 1 表示；第 79 句話，以 0079 表示。

貳、核心概念或主題

將意涵類似之相關意義字句段落群聚歸類，在不破壞受訪者原意下具體摘要其敘述句，研究者詮釋句中重要之核心概念，並賦予代表性之主題命名。就下列分析文本之呈現，研究者將編碼後的訪談文句解構與重組，將皆能表達訪談者成就經驗的的相關意義群聚歸類，並賦予「成就表現」主題命名。

「成就表現的結果一」：最開心，最有成就感的是當我看到自己有成長(A10020) 就是大家感情都很好，所以當我們看到彼此慢慢達到自己的目標，然後離自己的夢想也越來越近，一起努力，一起有所收穫的感覺，那種感動讓人非常開心(A10024)。

參、資料濃縮與展示

研究者透過資料類比歸納、分析和綜合等過程中，將訪談之「現場文本」閱讀，逐漸建構「研究文本」，並透過研究文本重述故事與詮釋意義。現場文本是一種紀錄的性質，而研究文本則是研究者不斷地詢問關於意義與重要性的問題中衍生而出（蔡敏玲、余曉雯，2003）。在資料的分析型態上，敘說研究分為以下：(1)整體—內容分析：聚焦在個體完整生命故事內容的呈現；(2)整體—形式分析：關注於個體完整生命故事的情節或架構，並適切的詮釋與表達；(3)類別—內容分析：從敘說文本中摘取符合事先架構類別之片段，歸類加以形成研究文本；(4)類別—形式分析：聚焦在文體或敘事內容中的明確語言特徵，如敘說者使用的隱喻類型或敘說者表達頻率的積極與消極（Lieblich, Tuval-Mashiach, & Zilber, 1998；吳寶嘉，2004）。

本研究採取「類別—內容」分析之策略進行文本分析，主要原因為研究者透過孫志麟（1991a）依據 Bandura 自我效能理論以發展之自我效能概念事先架構類別，再摘取符合的逐字敘說文本片段，歸類加以形成研究文本。故在第四章敘說的開展篇幅中，生涯自我效能之「訊息來源」、「向度」、「影響」的研究架構決定著研究文本所呈現的脈絡分析，進而在三位研究文本中，依循此脈絡架構整理其中共相與殊相的討論與呈現。

此外，本研究不採取其他三種分析策略進行文本分析的原因是，雖然研究者關注每一位受訪者的生命故事，亦針對現場文本進行詮釋與表達，但由於訪談內容在時間軸的向度上僅針對受訪者近三年來的生涯歷程，並著重在此歷程中相關生涯自我效能的想法與態度；再加上本研究重要目的在詮釋美安超連鎖店主獨一無二的生涯自我效能之敘說故事外，更致力於建立研究文本之生涯自我效能動態之發展模式圖。故在資料分析的型態中，研究者採用「類別—內容」分析而非其他三種分析策略進行文本分析。

第二節 大衛哥的敘事

大衛哥是這群參與美安 SHOP.COM 電子商務中平凡卻又不平凡的經營者之一，從兼職起步至轉職成為電子商務，在十年科技業的職場體悟中對於自己的未來規劃有明確概念與方向。大衛哥的敘說中，「調整自我」與「執行力」對他轉變的重要性重複被提及，如同陀螺在對的施力點與完美角度下的不停旋轉，而掌握的關鍵即是這不斷精進實力的勇敢戰士。

忙盲茫的陀螺人生

其實我本身是工程師背景，我前後在這一個職場前後大約待了十年。其實我大約是待了四年半的時間之後就在考慮這樣的生活並不是我想走一輩子的(A10001)，因為非常的辛苦，然後賺到的錢其實說多不多，說少不少，就是滿足生活還 ok，但是沒有辦法改善或過我真正想要的生活(A10002)。那就是很辛苦又沒有自己的時間(A10003)。那時候只是覺得說我不想要這樣一輩子，但是不知道該怎麼辦，找不到一個解決的方法(A10004)。工作幾年後只要觀察你所待的公司也好職業也好，你只要觀察其中生態你就會知道是不是你要的(A10016)，比如說我那時候如果我在這家公司繼續待下去的生活就是慢慢慢慢往上爬，從低階主管一直累進(A10017)，所以我如果要知道我未來的生活很簡單，就是看我現在的這些主管的生活樣態，那我就發現這樣子的未來並不是我想要的(A10018)，因為我發現即使位階很高的主管，生活可能每天還是要到 11,12 點，或假日加班，都做到這麼高層，生活還是無法有品質，假日無法陪家人，我會覺得這樣的意義何在，我就發現這不是我想要的(A10019) 如果是在我工作的時候問我的夢想，我那時八成是環遊世界，但我那時候我連出國一次都沒有(A10057) 工作十年卻一次都沒有出國過(A10058)，不單是錢的問題，部分是個性問題(A10060)，因為我從小家境不是很好，所以我一直是節省的人(A10061)，所以在我畢業之後其實我在出來工作我家是負債的，所以在我前面幾年的工作都是在還這個貸款的部分(A10062)，你看我工作這十年下來，除了還

債，買了一台車、一棟房子、結了婚，然後就什麼都沒有了(A10063)，十年的時間我就是得到這些東西，所以雖然我的夢想一直是環遊世界，但那樣的我是無法允許自己出國去的(A10064)，因為對我來說出國一趟花的十幾萬塊是一個我不願意花的錢(A10065)，即使是我的夢想我也花不下去的錢，那是我的個性問題，因為我不知道我戶頭理的錢需要為未來準備哪些東西(A10066)。

工作與家庭生活，對大衛哥而言，在初踏入社會的黃金十年中是忙碌且償還的狀態。在工作未能兼顧生活品質，經濟得不到滿足，自己對未來生涯的想望不被期待與允許，自由時間亦得不到掌控與悠閒。研究顯示，正向且愉悅的情緒，有助於個體生涯自我效能的發展（Boehm, & Lyubomirsky, 2008）。在自我信念薄弱的情形中，內在自我效能難以發揮，進而影響對生涯目標的想法與行為表現。

「被動收入」、「實踐生涯想法」以及「提高生活品質」是大衛哥加入美安 SHOP.COM 的主要原因。透過電子商務的經營模式，由兼職起步進而建立起生涯規劃中理想的經濟運轉，一方面能試探自我潛能，透過一系列的研討會課程，更加確定生涯方向；另一方面，也期待能在重新整合的經濟模式中，找到大衛哥渴望的時間自由與金錢安全感。

戰士的奮力一搏

科技業的四年職場生態的體悟，對於大衛哥而言，是自我關鍵的『轉變期』，如同旋轉的陀螺，渴望獲得一個明確的方向。而面對兼轉職的美安起步提供一個機會，彷彿戰士手中握有了改變的細線，透過力尋找適合

的時機改變方向。「教育訓練」是促使大衛哥轉變的關鍵因素，看著、聽著、參與著其中的經營模式與帶領方式，大衛哥更加確立自己的目標，奮力經營起不同於以往的舒適圈生活，心情、生涯選擇上也出現了關鍵性的轉捩點：

「成就表現的結果一」：最開心，最有成就感的是當我看到自己有成長(A10020) 就是大家感情都很好，所以當我們看到彼此慢慢達到自己的目標，然後離自己的夢想也越來越近，一起努力，一起有所收穫的感覺，那種感動讓人非常開心(A10024)。

「成就表現的結果二」：雖然也不是說只要幾個月或半年就能有好的成績(A10039)，而是透過前面的累積或變成後面源源不絕地收入(A10040)，所以咬牙撐過這兩到三年之後，就會慢慢看到成果(A10041)。

「成就表現的結果三」：努力做出成績來，當成績做出來之後，開始真的有收入之後，時間開始是自己可以掌握的時候後，家人的問題就解決了(A10043)。

「替代性的經驗一」：覺得 Eddy 是比較可以溝通的對象，Eddy 在溝通這件事上是比較理性與有條理的，也比較不會讓人覺得說不能接受。我覺得在溝通這部分在這邊學習蠻多的(A10044)

「替代性的經驗二」：我在小安身上學到了對於目標的執著與執行力這部分，小安真的是一個對於自己想要的就會相當積極往前衝的一個人，讓我看到熱情，也會讓我知道自己可以更好的調整(A10045)

「替代性的經驗三」：桃子在整個經營裡面是對我幫助非常非常大的夥伴，桃子的建議可以用非常有邏輯性的理性分析讓我知道可以怎麼做，怎麼調整，雖然非常的年輕，但在這邊的經驗和邏輯性，讓我在找方法的過程有更多的方式可以借力(A10046)。

「語言的說服一」：桃子說成功的定義不是說贏過多少人而是幫助了多少人(A10049)。我一直記得這句話，也一直提醒自己在這邊要成功並不是一直盯著自己看，而是達到自己個人的目標之外，其實要協助別人，幫到他們獲得他們要的，那我們就自然成功了(A10050)

「語言的說服二」：一本書是窮爸爸富爸爸，它裡面有談到被動收入的概念，我在看完這本書瞭解這概念後，感覺找到了方向，開始了這方面的資訊(A10005)

「語言的說服三」：公司的教育訓練中的英文課，認識了英文老師，透過他的關係認識了 SHOP.COM 這一個生意(A10011)，因為英文老師的邀約與提合作的可能，因為那時的我本來就在找機會，所以就比較 open mind，想說不管機會是怎樣的，就先瞭解再說(A10012)，瞭解後回家思考，我就發現這事業符合我想要的，因為它的風險低，是我做得到的事情，是一個適合普通人經營的事業(A10013)

「情緒的激發一」：那時的我感覺自己的方向很清楚，找到瞭解決方向但沒有實際的工具(A10006)，那時還不知道做什麼可以有被動收入，所以就不斷的去尋找機會，或如何去創造被動收入(A10007)，我未來若擁有被動收入，我需要學習那些技能或知識(A10008)？

「情緒的激發二」：感覺是符合我的需求，於是那時就以兼職的方式開始(A10014)，因為我想要的被動收入在這裡是有一個機會是可以實踐它的，所以就這樣開始了(A10015)

「情緒的激發三」：研討會影片或夥伴分享夢想板時，或許是一個故事，或許說到堅持這件事，會看到這些人的堅持，會覺得如果是我不可能支撐下去，但看到了這樣的一個精神就會讓我非常感動，情緒上的激動(A10053)。

對於大衛哥的生涯自我效能來源而言，依據研究架構圖(圖二)所呈現的四面向進行擷取與分析。其中，「重要他人」對大衛哥生涯自我效能發展佔有相當程度的影響，「榜樣」與「夥伴」對大衛哥自我效能的建構來源中，「情緒激發」與「替代學習」所產生的正向經驗，有助於大衛哥提升對自我的信心與肯定。團隊夥伴所扮演著見賢思齊與共時成長的角色，指引大衛哥不斷調整自我與精進外，更培養了自行尋找資源與機會的技巧與執行力。

Maslow (1970) 需求層次論而言，滿足愛與歸屬需求後，個體追求更高層次的需求，包含自我概念的自尊、求知求美，進而追求自我實現的高峰經驗。在大衛哥的敘說中可知，團體夥伴的歸屬感與認同對於自我成長與精進而言相當重要。透過美安經營的陪訓過程，獲得夥伴們面對相同目標一起努力之歸屬感，並在成就表現的成功經驗中增加信心，進而促進生涯行為之自我效能感。

變身

變身的過程即代表著生涯歷程進入了下一階段的體驗與轉變。戰士必須依靠自己的力量控制旋轉的陀螺，讓彼此達到完美的平衡畫面。不假外力的自己需靠從前累積，進行反思與反芻的考驗。變身是為了凝聚與醞釀更大的能量，等待適當的時機一展所長。這樣一段心理歷程的轉變進而影響外顯行為的表現：

ESBI 的四象限中，象限 B 有提到一個系統與公司的運作模式達到相當程度時，錢就會進來，如果我要成為 B 那我需要具備什麼條件呢(A10009)？類似這樣多方涉獵，有怎樣的機會，因為有在尋找，就會發現雖然被動收入的概念很好，但是適合像我這樣一般人可以嘗試的機會並不多，一般都會有門檻，可能是資金的門檻或能力的門檻(A10010)。

我覺得是家人的溝通，像我們自己會有自己理念，當我們越來越瞭解自己要的是什麼東西，越來越瞭解系統的運作以及自己該做的事情之後，我們可以很明確的知道自己該做什麼事情(A10025)，但是當家人在不瞭解的狀況之下，並不瞭解我們為什麼要做這些事情(A10026)，為什麼要花這麼多的時間在這件事上(A10027)，尤其我又是以兼職起步的方式，兼職起步要花上班之外的業餘時間去做學習去做執行(A10028)，當然原本的生活中又多了這一塊努力，勢必就會犧牲掉一些時間(A10029)，我們自己就會在這些時間上做一些取捨(A10030)，我們自己知道自己的幹嘛，在這一段努力的期間中，陪伴家人的時間是我們必須要取捨的(A10031)，但家人不見得會體

諒(A10032)，尤其當他不瞭解為什麼要這麼做的時候，會有來自於家人不那麼直接的反對(A10033)，但是當知道家人的怨言與不滿時，那時候會比較難過的(A10034)，因為其實不管做什麼行業只要能獲得家人的支持，那會是一個非常大的力量(A10035)，反之，因家人的不瞭解又沒有溝通清楚時，就會覺得這時期不但沒有幫助到還是個阻礙時，這會讓我比較沮喪(A10036)。但我知道，遇到沮喪的事情時就只能往前進(A10037)。努力做出成績來，當成績做出來之後，開始真的有收入之後，時間開始是自己可以掌握的時候後，家人的問題就解決了(A10043)。

當自我效能的來源因素達到相當程度的水準以及強度時，才能影響個體行為的改變。此外，行為改變能否類化至其他情境更是透過個體主觀且具個別差異的心理歷程而為之。大衛哥在經營電子商務的歷程中，最大的心理改變在於證明自我實現的信念與堅決。調整與精進的想法始終縈繞心中，差別在於「執行力」的外顯行為。而決定其外顯行為的關鍵因素即是大衛哥對於自我表現之自我效能。

陀螺戰士的誕生

堅決且使力抽繩的那一瞬間，彷彿宣示陀螺戰士的誕生，亦象徵著下一個生涯階段的開端，平穩而扎實旋轉著的陀螺，代表著更有動力的能量，堅決而安心地迎向未來的每一個挑戰。兼職、轉職到專職生活的展開，大衛哥對於自我生涯規劃的想法與行為多了自我期許與具體目標：

「思想的組型」~累積目標，成就夢想：

今年度的目標是完成一家店，顧問經理級，2017 的目標(A10054)

我的夢想源自於財務自由與時間的自由(A10055)，然後我就可以去做真正想做的事情，以我來說，我喜歡去國外體驗生活，不侷限在單一國家(A10056)，在我的未來裡我很想要的旅遊方式是這樣子，所以當我的被動收入能達到我在一個國家生活的經濟開銷，我才能真正的擁有這份安全感過這樣的生活方式(A10068)。

「行為的選擇」~按部就班，穩扎穩打：

其實所謂具體的行為就是不斷執行系統裡面的運作，做我們該做的事情，讓自己習慣跟朋友有建立好關係，多認識新朋友，有機會去展示生意，不斷曝光，有機會滿足朋友的需求，不斷執行這些事情，成果就會來(A10076)，事前基本功學習好之後就是不斷的學習與執行，過程中的調整，跟夥伴討論與精進(A10077)

「努力的多寡與持久度」~把握機會，展現實力

未來在我的人生當中又有機會遇到其他任何的機會那我其實都可以去把握而且我會知道該怎麼做(A10079)

未來我的人生還有一段路要走，在這一段路程中當我再遇到任何機

會，我都有能力去把握(A10080)，那當然我要完成的夢想除了SHOP.COM可以帶給我，我還會有更多更多的一些機會的狀況之下，當然是非常有信心都是可以做得到的(A10081)

職涯承諾提供更廣泛、更開闊的視野(Unsworth & Clegg, 2010)，讓個體在工作或生活上遇到各種情況時可視為成長的契機，提升其規劃未來與執行目標之能力亦能促成其從事更高層次的生涯行為。(2016, 黃正義)。

從大衛哥敘說中發現，他對於自我生涯目標規劃與夢想藍圖，具體且實際評估能力與行動力，且具有長程與短程的階段性任務行為。在穩扎穩打邁進今年目標的任務下，累積更多的財富與能力準備。相較於科技業的職場人生階段，現在的大衛哥更多了實現自我與肯定自我的效能態度。

表 十大衛哥敘事的理解

進入美安 SHOP.COM 初衷	一、實踐時間與經濟自由的生涯想法。 二、接觸新的環境與機會，再次尋覓自我實現的可能。 三、提高生活品質。
成就經驗	自我成功經驗的嘗試與累積： 一、生活品質的改善與自我成長。 二、協助夥伴成功達成目標。
自我效能建構	替代學習 透過觀察 SHOP.COM 其他夥伴的表現進而產生的調整。
來源	語言說服 一、夥伴的建議與鼓勵。 二、書籍內容的震撼與認同。
情緒精發	夥伴生涯夢想版的感動與啟發。
生涯自我效能轉變	一、生涯進路從消極面對到積極主動。 二、從找尋機會到創造機會。

資料來源：研究者自行整理

第三節 瑪麗安的敘事

瑪麗安是這群參與美安 SHOP.COM 電子商務中充滿個人魅力的經營者之一，內外兼具的大美女，擁有著亮眼的學歷與順遂的成長背景，留英碩士、受學生歡迎的英文老師，卻不安於傳統安穩的生活而尋求新的挑戰與機會，進而轉職成為電子商務的經營者。在個人能力的展現到團隊協助者的角色調整中，圓融了個性中的稜角，也不斷地自我成長與精進。瑪麗安的敘說中，「不服輸」與「證明自我」對他轉變的重要性重複被提及，好似天方夜譚中那位有點叛逆卻勇敢負責的茉莉公主，在遇見阿拉丁與神燈的過程中找到自我，而掌握的關鍵即是能屈能伸的不服輸個性與夢想背後的溫暖堅持。

不妥協的茉莉公主

因為那時候覺得不可以一直靠著跑課的方式過生活然後看著算著每個月收入有時候很多有時候很少，感覺很不踏實(B10001)。然後那時剛好就是像現在這季節就是快過年了，覺得自己好像已經工作一陣子了卻拿不出像樣的紅包給家人(B10002)，家人對我的期許其實蠻大的，我的家人一直希望我考老師，然後我就跟他說我不想要但我又不知道有什麼方法除了跑課外能增加其他收入(B10003)，我不知道我能做些什麼(B10004)。

家人對我的期待就是可以當一位好老師，考上公立學校，最後嫁給醫生或老師之類的(B10024)，他們知道我很有自己的想法是不太容易受他們影響的(B10051)，在他們眼中我是比較叛逆的(B10052)，

他們愈拒絕我就愈要做(B10053)，我們家都是以我為主(B10054)，不過反正因為他們說什麼我也沒什麼在聽所以就做我自己該做的事(B10026)。

我沒有非常瞭解的情況下加入(B10007)因為我覺得成本不高又給自己一個機會所以我就加入了(B10008)。最主要想給自己一個機會，再加上我又蠻喜歡小玲這個人，覺得跟他一起合作好像沒有什麼不好(B10009)家人不同意也沒有殺傷力(B10049)，他們不同意我還是照做(B10050)，那因為我會這麼努力就是因為我不想當老師(B10056)，而唯一能說服他們的方式就是我的收入要高過於他們(B10057)。

教育世家成長環境所帶來責任與枷鎖，對瑪麗安而言，像是雙面刃。相對於教學上的成就與歸屬，同時卻也承受了外界所認定的「理想人生」，對生涯的方向究竟該依循父母期待的安穩追尋？還是該順著心底那份蠢蠢欲動的證明？相悖的思緒縈繞心頭久久無法交代，時間卻不等人殘酷地提醒著心中的不滿足。研究顯示，正向且愉悅的情緒，有助於個體生涯自我效能的發展(Boehm, & Lyubomirsky, 2008)。在自我信念薄弱的情形中，內在自我效能難以發揮，進而影響對生涯目標的想法與行為表現。

「跳脫傳統價值」、「實踐生涯想法」以及「提高生活品質」是瑪麗安加入美安 SHOP.COM 的主要原因。透過電子商務的經營模式，證明自我能力的不同領域展現，亦從中獲得理想的經濟運轉。發揮個人的能力與影響力，以自我為中心劃出理想經濟人脈，更在過程中找回互助互利的同理態

度。在遇到瓶頸與挑戰時，透過一系列的研討會課程，調整態度與觀念；一步步在重新整合的經濟模式中，找到瑪麗安回饋的能力與心中最單純美好的助人夢想。

茉莉公主、阿拉丁與神燈

天方夜譚中的茉莉公主聰明卻叛逆、勇敢卻孤獨，為了心中的真愛而離家追尋，就好似瑪麗安為了證明自我而脫離舒適圈。然而，不同於童話故事的王子解救公主戲碼，瑪麗安靠自己的力量化身為阿拉丁，為實現心中夢想運轉著手中的那盞神燈。父母、團隊，對於瑪麗安而言，即是神燈中那股帶動自我成長與改變的力量。面對從強調個人能力的展現到團隊協助者的角色調整中，美安提供一個學習環境與挑戰，彷彿提醒著、教導著阿拉丁如何有意義的發揮神燈的價值，化阻力為助力。「教育訓練」與「培訓」是帶給瑪麗安知識力量與調整自我的關鍵因素，看著、聽著、實踐著其中的所學到的管理模式與態度觀念，瑪麗安逐漸找到圓融的自己，每一階段的調整帶來更豐碩的團隊成果，堅持且企圖地經營屬於自己的團隊與夢想藍圖，心情、生涯選擇上也出現了關鍵性的轉捩點：

「成就表現的結果一」：快滿四年的經營中，很多事情讓我覺得開心與有成就感(B10014)。去年我被選為 2016 年年度最佳購物顧問，讓我知道瞭什麼叫做舞台，終於可以踏上大會的舞台，感覺很棒(B10015)，雖然上台說不到 10 分鐘的話就下台了卻是我重要的里程碑，除了聘階收入外，這算是很大的肯定，也是我對這份生意中自我努力與自我能力的肯定(B10016)。

「成就表現的結果二」：在跑課的過程中累積很多美安的能見度(B10022)，會在一些課堂上遇到很多我不認識的人跑來跟我打招呼或是問我一些問題，然後會覺得自己原來可以因為美安而回饋某些人，這也是我比較開心的事(B10023)

「成就表現的結果三」：七個星期的時間我讓我的名字很快出現在公司的雜誌上面(B10027)，每出現一次我就會給家人看一次，讓他們知道我不斷的進步，主要是以我爸為主(B10028)

「替代性的經驗一」：Jeo 是我遇到聽話照做，給他的協助他會全盤接收願意討論主動回報所有事情的合作夥伴(B10017)，而 Jeo 複製出來的每一個夥伴都能這樣，這點我學到很多(B10018)。

「替代性的經驗二」：後來最主要關鍵是去上了 UFO 班，它裡面是很多團隊在運作(B10082)，所以當課程結束之後會看著其他人的團隊一圈一圈會後會，就會問自己的團隊發生甚麼事情(B10083)。然後就是 UFO 班每個禮拜都有不同的課題，不同的講師，會去分享很多的經驗(B10084)。

「替代性的經驗三」：我們 UFO 班的 Judy 影響我非常大(B10087)，我跟 Judy 共事非常多屆，所以我會一直看著 Judy，聽 Judy 的課和錄音檔(B10097)，真的覺得他是用智慧帶團隊，每天跟進夥伴(B10098)，看著他讓我覺得自己做得太少，也覺得自己把生意想得太簡單了(B10099)，需要靠團隊才能達到長期滾動(B10100)。

「語言的說服一」：Judy 說的這段話影響很大就是做美安不用太厲害

只是要做人成功，這是他從夥伴身上觀察，那我也很認同(B10104)

「語言的說服二」：小凡，我覺得她說話的方式跟個性跟我非常像(B10110)，他說的一些過程讓我覺得很有同感(B10111)，因為我們是同類型的人會很難理解為何夥伴會看不見我們的好(B10112)，覺得其實初衷都是為了團隊好，可能是因為自己的方式覺得自己是不被團隊認同那是很痛的(B10113)，聽完後很療癒，因為我們經歷過一樣的事情，會覺得原來不是只有我遇到這樣的問題(B10114)，小凡也經歷了而他成功了，所以我相信我也一定能度過在進入下一階段(B10115)。美安最困擾的是人而能賺錢的也是人(B10116)

「情緒的激發一」：自從經營美安到現在，我覺得我爸媽看到最多的就是我的努力跟成長(B10123)，也懂得感恩團隊(B10124)，得到的成績不會只是自己得到而會把我爸媽的夢想放進我的夢想中(B10125)，就是我的出發點不再是為了滿足我個人的物慾，而是我可以帶給他們一些什麼(B10126)，

「情緒的激發二」：我爸其實對於我的成就是非常開心，雖然他不可能會當面跟我說(B10140)，從小到大我爸不曾當面跟我說過我超棒之類的讚美。但這件事讓我很感動會覺得其實我爸也覺得我蠻厲害(B10141)只是不當面說要繞一圈這樣(B10142)。

「情緒的激發三」：我記得有一次剛經營時，我爸朋友來我們家，看到我們家有美安的東西就問我爸，我爸都沒說話，我猜他那時應該覺得我去做美安很丟臉吧(B10152)，我就直接回答說是我的，結果

我一轉身卻聽到那位客人對我爸說我現在是一隻大老鼠，我當時的反應是回到他面前說你是說我是米老鼠嗎？(B10153)不過這位朋友現在是我的忠實顧客之一(B10154)，因為我永遠記得他說我是大老鼠，所以我一定要賣他東西，證明自己(B10155)。

對於瑪麗安的生涯自我效能來源而言，依據研究架構圖(圖二)所呈現的四面向進行擷取與分析。其中，「重要他人」所扮演的榜樣楷模與「成功經驗」的累積實踐對瑪麗安生涯自我效能發展產生的正向信念，有助於瑪麗安提升對自我能力的肯定。先進夥伴所扮演著引領角色，協助瑪麗安不斷調整自我與精進外，更讓光環亮眼的自己多了溫暖照耀他人的能量。

神燈的發揮與掌握

阿拉丁的神燈住著一位可以為主人實現任何慾望的精靈，只要這願望不會因此犧牲別人或剝削他人。瑪麗安的神燈雖然沒有力大無窮的精靈，卻充滿著自我的能力累積、信念價值、家人陪伴以及團隊力量。而瑪麗安的摩拳擦掌，一次次經驗的累積、調整精進，才能喚醒神燈中的能量，實踐心中願望。相較於阿拉丁單純不犧牲他人的願望模式，瑪麗安則是需要更高層次的協助他人成功，才更能將神燈效能發揮得淋漓盡致。

第一年很少去上課，我都是用個人能力與個人魅力在做(B10060)，我覺得說我寫篇文章就很多人跟我買東西，然後就覺得自己很厲害(B10061)。太急著想要發展所以就會覺得做美安就是一定要按照我這方式去做(B10059)，所以我那時就用我自己原本的能力方式帶夥

伴，所以他們追不上我的進度，久了就會有挫敗與壓力，再加上我又一直指責，就容易覺得自己混不下去，所以很快就離開(B10033)那時的自己很沒血沒淚，覺得離開就離開，再找下一個(B10034)，我以前非常不會溝通(B10031)，因為我很強勢，認為自己一個人完成反而覺得別人會拖垮我(B10032)，所以當團隊已經發展到一個瓶頸沒有辦法再擴充了反而開始萎縮，那是件非常可怕的事情(B10069)。

然後我是在第二年開始回去大量的上課，發現自己有很多需要調整的地方(B10065)，很多資深夥伴可以幫我調整跟人說話的方式(B10066)。我從全職之後才開始跑團隊，才有時間有能力去協助北中南的夥伴(B10167)，那我自己是覺得我自從全職之後，我的能力才完整(B10168)，主要是帶團隊的能力變好了，懂得什麼叫做運作團隊(B10169)，也才更知道照顧團隊的夥伴是這麼重要且有意義的事情(B10170)。我是全職之後做了很大的調整，基本上是全部改掉帶領團隊的模式與方法(B10171)。

我很堅定在美安這條路上是因為我很快就賺到錢所以我不可能會離開(B10105)，我最早的初衷就是不想當老師想賺很多錢(B10108)，但後來在過程中找到自己想做的事情就是想開寵物餐廳，那沒有資金無法開店(B10109)

當自我效能的來源因素達到相當程度的水準以及強度時，才能影響個體行為的改變。此外，行為改變能否類化至其他情境更是透過個體主觀且具個別差異的心理歷程而為之。瑪麗安在經營電子商務的歷程中，最大的心理改變在於證明自我能力外，更能協助與回饋他人。超越與不服輸的想法具體實踐在生活大小事。而維持著實踐能力的外顯行為即是瑪麗安對於自我效能具體表現。

茉莉公主的微笑

跳脫皇室枷鎖勇敢追求真愛的茉莉公主，在童話故事中，冒險犯難，時而曲折緊張，時而有趣驚喜。現實生活中的瑪麗安亦勇敢堅決的離開累積多年的沉澱成本，重新建立起屬於自己的童話故事。當強調自我的叛逆小公主學會感恩與回饋時，亦象徵著下一個生涯階段的開端，透過美安帶來的成果，堅決而自信地迎向未來的每一個挑戰。自我能力、協助夥伴到寵物餐廳實踐互助互利的精進，瑪麗安對於自我生涯規劃的想法與行為多了自我期許與具體目標：

「思想的組型」~累積實力，自信成就：

我有自信就算團隊全垮了，我還是可以把團隊重新找回，即便從零開始，因為我有完整的能力，我也不怕了(B10195)。

「行為的選擇」~按部就班，協助他人：

協助夥伴達成他們的目標，那在協助的過程中，我重整團隊的能力也會變調整得更完整，因為我的方法和資源都非常多，所以就是做去執行就對了。(B10187)

寵物餐廳主要是站在協助流浪狗這部分，再加上我自己的興趣是做吃的可以跟全新生活概念結合，又可以提供我以前一些較弱勢學生就業機會，所以這間寵物餐廳其實並沒有以賺錢為目的，是想要完成很多人的理念，而美安就是資金的來源提供支持這樣

「努力的多寡與持久度」~把握機會，展現實力

全職就應該要有時間做更多以前兼職不能做的事情，主要是要到台灣各地去協助夥伴們的發展。(B10177) 知道自己的夢想在哪就有辦法施力，有自己的方向跟著系統走就會走得長遠有動力(B10189)。現在生活得滿意度是 6 分，因為還有很多的不足，希望團隊能更穩定(B10192)，可以更多的時間留給自己，也希望有時間能談戀愛(B10193)。所以我給自己一年的時間讓團隊夥伴能獨立運作，這樣我得滿意度就可以往上加分到 10 分了(B10194)。

從瑪麗安敘說中發現，他對於自我生涯目標規劃與夢想藍圖，具體且同步進行中。一方面穩扎穩打邁進今年目標任務，透過美安累積更多的穩定資金與能力準備。另一方面，以身作則且無私付出中，透過互助互利完成寵物餐廳的夢想目標。職涯承諾提供更廣泛、更開闊的視野(Unsworth & Clegg, 2010)，讓個體在工作或生活上遇到各種情況時可視為成長的契機，提升其規劃未來與執行目標之能力亦能促成其從事更高層次的生涯行為。

(2016, 黃正義)。此外, 研究亦顯示利他精神具有正向加強自我效能與團隊互動的作用, 且自我效能愈高, 團隊互動愈良好(許庭銓, 2010)。從瑪麗安敘說中清楚呈現, 相較於過去講究個人能力與發展, 現在的瑪麗安更多利他的視框與效能態度。

表 十一 瑪麗安敘事的理解

<p>進入美安 SHOP.COM 初衷</p>	<p>一、跳脫傳統價值與期待。 二、接觸新的環境與機會, 再次尋覓自我實現的可能。 三、提高生活品質。</p>
<p>自我效能建構 成就經驗</p>	<p>自我成功經驗的嘗試與累積： 一、自我能力的展現。 二、協助夥伴成功達成目標。</p>
<p>替代學習</p>	<p>過觀察 SHOP.COM 其他夥伴的表現進而產生的調整。</p>
<p>來源 語言說服</p>	<p>一、夥伴的建議與鼓勵。 二、課程的震撼與認同。</p>
<p>情緒精發</p>	<p>一、爸爸輾轉讚美的感動。 二、夥伴間的良好競爭。</p>
<p>生涯自我效能轉變</p>	<p>一、從強調自我能力發展到利他行為。 二、從找尋機會到創造機會。</p>

資料來源：研究者自行整理

第四節 小娜的敘事

小娜是這群參與美安 SHOP.COM 電子商務中年紀輕卻志氣高的經營者之一，是位受歡迎的健身房業務，擁有著相當亮眼的成績與表現，卻毅然決然辭職而轉職成為電子商務的經營者，在頂尖業務員到創業經營者的角色體悟中讚嘆著自我的成長與進步。小娜的敘說中，「調整自我」與「執行量」對他轉變的重要性重複被提及，如同向日葵在陽光與水的滋潤中成長茁壯，而掌握的關鍵即是積極朝向陽面不退縮而迎接挑戰的堅毅信念。

豐碩亮眼的被採收人生

我其實在還沒有畢業之前，我就進入健身房確定有這樣的一個工作(C10002)，對一個剛畢業的人來說一個月有 13 萬的收入，我相信是一件非常難得的一件事情(C10003)。這樣的收入很非凡但過著很不一樣的生活(C10066)，我每天從早上八點到凌晨 2.3 點是在公司的時間，工時長(C10067)，月休一個月一天(C10071)，此外壓力也是相當大(C10068)，那對我來說錢來的快也花得快(C10013)。我賺得這 13 萬的過程其實是我創造了 140 萬的業績，最後我只拿到 13 萬，(C10056)，而當業績生不出來時都會直接被主管用髒話罵(C10069)，我 13 萬的收入是一直維持每個月第一名的狀態，所以給自己的競爭壓力很大，也一直努力的撐住這樣的成績(C10070)，這樣的工時與環境我相信不是一般的小女生可以負荷的壓力(C10072)，我真的值得就這樣把我的青春都貢獻在這邊，讓自己這麼累然後又爆肥身體狀況出問題(C10073)，我就一直在思考我要這

樣為工作而工作嗎？(C10074) 一直到我在健身房工作非常疲乏(C10007)，雖然收入很高，但我開始去思考一直到我三十歲，四十歲，五十歲，我還能賺有這樣的收入嗎？(C10008)以及我真的能在這環境這麼久嗎？(C10009)我的工作不是應該要能更好地陪伴家人與擁有更好的生活嗎？(C10075)我卻讓他們都看不到我，所以當下我覺得會讓我離開的原因，(C10076)因為這樣的想法所以我非常堅定我要回高雄創業(C10010)，因為我已經拿過這樣的高收入，我知道我很難再回到 2.3 萬這樣的收入，所以我決定要自己當老闆(C10011)。我想了非常多的方法要怎麼賺錢(C10012)，連雞蛋糕的推車也都想過，一直到最後想不到方法才想到說我有這一個網路生意(C10014)，那我覺得這方式可行，適合我這樣一個年輕人的就去試試看，就一直到現在這樣可能小有一個成績。(C10015)

工作新鮮人的生活，對小娜而言，是賺得多卻也花得多，沒日沒夜的幫人賣命。在犧牲健康與家庭生活，自己對生涯的方向摸不著頭緒亦沒有未來性，自由時間亦得不到掌控與休息。研究顯示，正向且愉悅的情緒，有助於個體生涯自我效能的發展 (Boehm, & Lyubomirsky, 2008)。在自我信念薄弱的情形中，內在自我效能難以發揮，進而影響對生涯目標的想法與行為表現。

「等值的付出與收穫」、「實踐生涯想法」以及「提高生活品質」是小娜加入美安 SHOP.COM 的主要原因。透過電子商務的經營模式，重新建立起生涯規劃中理想的經濟運轉，發揮過去超級業務員的銷售魅力，做中學過程中建立創業者的態度，挑戰自我潛能，透過一系列的研討會課程，調

整自我能力；一步步在重新整合的經濟模式中，找到小娜為自我工作的等值付出與兼顧生活品質與家人相處的時間自由。

陽光與水的滋潤

家庭、團隊，對於小娜而言，是自我成長與改變的動力與支持，如同陽光與水對向日葵的重要性，吸收養分而獲得茁壯的可能性。面對從員工到自行創業的過程中，美安提供一個學習環境與挑戰，彷彿永遠向陽的花朵，迎接每一個適合的時機充分吸收。「教育訓練」與「培訓」是帶給小娜知識力量與調整自我的關鍵因素，看著、聽著、參與著其中的經營模式與帶領方式，小娜更加確立自己的目標，每一階段的任務成功以更加肯定了自我能力與選擇，堅持且盡心經營屬於自己的生意與團隊，心情、生涯選擇上也出現了關鍵性的轉捩點：

「成就表現的結果一」：當我在協助夥伴拓展分店的時候是我最開心的時候(C10018)，看著夥伴賺錢的時候真的是我最開心的時候，也讓我很有成就感(C10019) 在協助夥伴的過程中，我自己的收入也確實比過去多了一倍，每一年達到目標的時間都能縮短一倍以上，一年到半年到兩個月一次達到目標(C10065)。

「成就表現的結果二」：我覺得解開別人的心魔讓他真的有成績這件事(C10020)，因為我覺得能幫一個是一個(C10021)，也許我在講這些話的過程中，不會有一個立即的效益因為這效益還是取決於他是否願意把話聽進去並做一個調整改變(C10022)，那我盡力去做若能協助一個人成功的話，我覺得格外地有意義。(C10023)

「成就表現的結果三」：信念支持著我的執行量，而執行量的承現也一步步確定了我的方向是正確的(C10120)，這樣的過程中能讓我每一步每一階段都能達到我要的目標(C10121)，其實在健身房是我第一個工作，而導致我之後覺得自己沒有理由退步也就造就了這樣得一個習慣，維持這樣的習慣發現都能達到自己想要的我覺得很棒呀，收入也到了，目標也到了，我想要的生活也慢慢到了，所以信念也一直存在著(C10123)，

「替代性的經驗一」：當我不知道自己能不能做到時我就去上課(C10169)，去看跟我年紀差不多，或講話風格類似的講師，他們是如何經營這份生意，我就去實踐他們的方法套用在自己身上而去執行有成績就突破了(C10170)，堅持下去這階段就過去了而提升到下一個層次(C10171)

「替代性的經驗二」：看著資深夥伴他們經營的過程跟我遇到的情況很類似，所以照著他們的步調經營與持續著，我也可以達到像他們現在一樣的生活(C10139)

「替代性的經驗三」：每一週的培訓與 UFO，我看了很多成功的人士，我知道他們的特質是什麼，就照著他們的方法走(C10060) 那我知道我只要照著這模式繼續走的話，我就可以跟他們一樣，甚至比他們更好(C10058)，因為我們可以去蕪存菁的捨棄他們過去失敗的方法，我相信我可以更快(C10059)，

「語言的說服一」：雖然小亨說話不動聽，但卻是讓我能快速成長的

衝擊(C10108)，他能直接看出與說出我現在最需要調整什麼的人(C10109)，這些事情是其他夥伴較難做到或不敢直接跟我說的事(C10110)，能讓我信服也讓我了解自己的盲點(C10111)

「語言的說服二」：小亨跟我說不是在等待別人給你好團隊，而是將自己是為領導者去創造屬於自己的團隊(C10126)

「語言的說服三」：我在他們身上學到最多的就是你做就有的態度(C10146)，與其在那抱怨生活哭哭叫叫不如思考如何改變生活(C10147)，我覺得小亨真的是影響我最多的人(C10148)，小亨最常提醒我看看團隊的其他夥伴，想想自己能為團隊做什麼貢獻(C10149)

「情緒的激發一」：阿毅一開始甚至我非常害怕他會退出，會覺得說若他能堅持下來真的非常難得(C10024)，到他現在的成長以及自信度，我覺得是帶給我跟非常多夥伴有自信的例子。(C10029)甚至他在這邊還沒賺到任何一毛錢，他就願意一起去美國了，這是我覺得非常難得的一件事(C10025)。

「情緒的激發二」：記得有一次在團隊分享夢想版，我就約我媽咪他們來讓他們知道我努力最主要的目的是什麼(C10086)，因為我爸是我的繼父，我覺得連他都有感動到(C10087)，我爸媽不會在我面前說什麼，但他們會趁我不在家時跟親戚朋友說我很認真的想要讓他們過很好的生活，(C10172)也會聽親戚說其實我媽媽非常引我為傲(C10173)，而這會讓我更堅定我現在所做得一切(C10174)

「情緒的激發三」：大家給我的感覺是他們覺得我一定會成功，所以我就更不可能會失敗，因為大家都在幫我也都在看我(C10138)

對於小娜的生涯自我效能來源而言，依據研究架構圖(圖二)所呈現的四面向進行擷取與分析。其中，「重要他人」所扮演的榜樣楷模與「成功經驗」的累積實踐對小娜生涯自我效能發展產生的正向信念，有助於小娜提升對自我能力的肯定。團隊夥伴所扮演著引領角色，協助小娜不斷調整自我與精進外，更培養了以身作則進而效法的執行量。

綻放的朝陽花

向日葵的花語是信念，是勇敢地去追求自己想要的幸福，是明朗而快樂。成長中的向日葵會每天追隨著太陽，就好比把握每一次挑戰的小娜，無論成功或挫折，天黑後轉回面向東邊，等待日出。綻放的過程即代表著生涯歷程進入了下一階段的體驗與轉變。積極樂觀的小娜靠著一次次的挑戰，進行反思與調整，好似向日葵凝聚與醞釀更大的能量，等待成熟的那天「安定」下來，堅定而持續面朝東邊，綻放美麗。這樣一段心理歷程的轉變進而影響外顯行為的表現：

在我自己的身上，我知道我自己該調整的真的非常多(C10030)，因為我一開始還是用非常業務而非創業家的態度去經營這份生意(C10031)，進人快，零售快，但並不表示這跟永續收入有關(C10032)，所以我花很多力氣去學習我把人招募進來後，我該用什麼樣的方式

讓他學習用自己的方式去拓展生意(C10033) 我覺得是信念，以及這樣一個制度讓我知道我做的每一件事情都是為了我自己，(C10055) 雖然這信念是無形的，但是每一次的培訓中陶子跟瑪麗安跟我們分享的經歷，讓我知道他們跟我們是非常接近的人，所以這件事是可以被發生的(C10057) 這過程中雖然沒有立即的拿到這個收入，可是我知道每一步每一步我都是在進步的，我就知道我離成功越來越近(C10061)，以及招募的過程中我就會給自己很多的信心(C10062)，如果我們在 ABC 的過程中能讓非常多人覺得這是很棒的生意，我就知道這只是時間的問題而已(C10063)以及在 ABC 的過程中，我每次都會再被自己招募一次生意上我是很果決的(C10127)，遇到問題就解決它，因為我知道這是我的生意，不像之前在健身房那樣我是別人的員工，會覺得遇到問題能拖就拖(C10128)，但現在我知道我是為自己在經營，(C10129)也想像著未來的收入能用新台幣來貼我過程中的傷口(C10130)，因為這生意讓我可以相信這兩到三年的努力可以帶給我的收入(C10131)能為我家人買一棟房子，讓我弟能讀他想讀的大學，我想要過什麼生活就過什麼生活，我想要愛什麼人就愛什麼人，只要想到這些，尤其是我的爸媽就覺得沒有過不去的委屈，就趕快收拾情緒繼續做事，因為沒有人可以等我這麼久(C10132)。

當自我效能的來源因素達到相當程度的水準以及強度時，才能影響個體行為的改變。此外，行為改變能否類化至其他情境更是透過個體主觀且具個別差異的心理歷程而為之。小娜在經營電子商務的歷程中，透過一次

次的目標達成帶來對自我信心的一次次肯定，其中最大的心理改變在於證明自我實現的信念與堅決。調整與精進的想法始終縈繞心中，不服輸的個性顯現於「執行量」的外顯行為。而決定其外顯行為的關鍵因素即是小娜對於自我表現之自我效能。

向日葵的回報與價值

向日葵是太陽的化身，全身上下皆有價值與意義。每一個環節的重視與巧妙運用是小娜對自我的期許與展望。稱職員工、奮鬥創業到位團隊付出的領導生活，小娜對於自我生涯每一階段的想法與行為多了更寬廣的眼界與更深度的層次：

「思想的組型」~堅定信念，積極正向：

我覺得我不是因為加入美安而改變很多，我覺得是我在美安的學習與獲得達到下一階段與層次時，我改變了很多(C10161) 看著自己所訂下的目標，就像我說的當拿不到時才會是最該哭的時候，那麼過程的挫折算什麼呢(C10165)只要你的初衷夠強烈這些都是很直的被實現的(C10166)，而實現這些事情是來自於你自己的執行量與信念(C10167)，而這信念是相信身邊的每一個機會(C10168)

「行為的選擇」~按部就班，以身作則：

帶領著這些人讓他們能有自己的小團隊，而當他們達到時，自然而

然我的收入就能達到我所想要的數目了(C10154)

跟進讓每個人知道今天該做的事情以及今天做的事情有沒有效益，
而我相信這樣的動作也是可以讓我自己達到我所設定的目標
(C10153)

「努力的多寡與持久度」~感恩付出，兌現夢想

我也很感恩自己的努力(C10143)，因為我覺得越努力的人就會越幸運，不努力的人就遇不到所謂的幸福的成分(C10144) 有問題就解決，也才真正重視自己的經營與每一個選擇。(C10133)我以前是很感性的人，在說夢想時總會哭，但現在心境不同了，會覺得說做不到時才更該哭，(C10134)所以我已經讓爸媽知道我的夢想了，所以我一定要努力做到，若我無法兌現才是該哭的時候(C10135)。

研究顯示利他精神具有正向加強自我效能與團隊互動的作用，且自我效能愈高，團隊互動愈良好(許庭銓，2010)。從小娜敘說中發現，他對於自我生涯目標規劃與夢想藍圖，具體且利他。無論是長程或短程的階段性任務目標皆有自我成就與利他行為。在以身作則且無私付出下，累積更多的財富與能力準備。相較於過去講究個人風采的業務人生階段，現在的小娜更多了展現自我與協助團隊的效能態度。

表 十二小娜敘事的理解

進入美安 SHOP.COM 初衷	一、尋找等值付出與收穫的機會。 二、實踐生涯想法，挑戰自我實現的可能。 三、提高生活品質。
自我效能建構 來源	自我成功經驗的嘗試與累積： 成就經驗 一、目標挑戰的一次次成功。 二、協助夥伴成功達成目標。 替代學習 透過觀察 SHOP.COM 其他夥伴的表現進而產生的調整。 語言說服 一、夥伴的建議與鼓勵。 二、課程的學習與省思。 情緒精發 家人聆聽夢想版時的感動與表現。
生涯自我效能轉變	一、從為他人工作的生涯到經營自我人生。 二、從自我成就到協助他人成就。

資料來源：研究者自行整理

第五節 敘說文本分析

本研究旨在理解美安 SHOP.COM 電子商務經營者的「生涯自我效能的建構歷程」以及「其生涯自我效能的轉變」，故此節將聚焦討論三位電子商務經營者的生涯適應與轉變歷程脈絡，且依照時間序呈現三位受訪者「踏入美安 SHOP.COM 的初衷」、「自我效能的主觀建構」、「自我效能類化情境」、以及「生涯自我效能轉變」等四大主題，系統化分析其中的共相和殊相。

壹、踏入美安 SHOP.COM

表 十三加入美安 SHOP.COM 的初衷

加入美安 SHOP.COM 初衷	大衛哥	瑪麗安	小娜
嘗試新的機會	*	*	*
實踐生涯想法	*	*	*
提高生活品質	*	*	*
實踐時間與經濟自由	*		*
跳脫傳統價值與期待		*	
尋找等值付出與收穫的機會			*

資料來源：研究者自行整理

綜合三位訪談者分享當初加入美安 SHOP.COM 的選擇脈絡可知，影響工作者兼職或轉職的主要因為「嘗試新的機會」、「實踐生涯想法」、「提高生活品質」。由於職場環境的缺少未來性，為自己工作以經營生活的渴望，以致於當身旁出現不同於傳統職場機會選擇時，或許是透過網路資訊得知消息、或過去師長的鼓勵與支持、亦或是朋友邀約激發動力，進而促

進選擇踏入美安 SHOP.COM 電子商務領域的行為。然而，透過更深入的探究，即可發現三位主體在為提升自我生活品質中，亦希望能透過電子商務的經營，而獲致生涯想法的實踐機會。此外，對瑪麗安和小娜來說，「跳脫傳統的價值與期待」以及「尋找等值付出與收穫的機會」為加入的重要原因。即使在眾多人眼中，他們原有的生活呈現是理想且亮眼的；即便與家人期待不符合，仍藉由美安提供的基會跳脫所謂的「舒適圈」；在未感受到滿足與自我實現的心理狀態，期待透過新的機會、新的領域，再次挑戰自我。

貳、自我效能的主觀建構

表 十四 自我效能的主觀建構來源

自我效能的主觀建構	夥伴	家人	課程	自我
成就經驗				*
替代學習	*		*	
語言說服	*	*	*	
情緒激發	*	*	*	*

資料來源：研究者自行整理

本研究主要參考孫志麟（1991a）提出之自我效能基本概念圖示，進行文本分析。「成就經驗」、「替代學習」、「語言說服」以及「情緒激發」為建構自我效能的主要來源，以下茲整理文本資料，進行較綜合性的分析與討論。

一、成就經驗：參與美安 SHOP.COM 的歷程中，收入的立即回饋、公司挑戰的任務取得、協助團隊夥伴的優異表現。這些成功經驗的累積，以及對自我行為的信心強化，為三位主體在面對更多更複雜的生涯行為

時，自我信念想法有更多的成功預期與積極態度。

二、替代學習：「夥伴」和「課程內容」在建構三位主體自我效能中，佔有重要影響關鍵。訪談者學習歷程中，透過觀察學習他人行為表現、瞭解其生涯理想經驗的點滴，產生所謂的心理認同與楷模學習。所謂「三人行，必有我師焉」、「見賢思齊、見不賢而內自省」的論語語錄，在社會學習論中亦提及類似的概念想法。個體不須經由自身體驗，在透過前人經驗傳承或觀察瞭解中，即習得學習相關之想法與態度。

三、語言說服：「夥伴」、「家人」在學習歷程中所扮演較為引導性的角色，對於三位主體在生涯行為上的鼓勵與建議，具有關鍵性的影響。行為表現的堅持、生涯選擇的決定、自我肯定的增強，在自我效能的建構來源中，讓三位主體有較為明確、受支持的方向，進而努力之。

四、情緒激發：重要他人對三位受訪者的鼓勵、評價所引發之情緒起伏，是自我效能建構的主要來源。重要他人對三位受訪者行為表現的反應是正向支持也好，負向刺激也罷，對經營態度所產生的正向積極動力是敘說文本中的呈現。而正向情緒的激發與維持，有助於個體在生涯行為上的積極與堅持。

參、自我效能類化情境

表 十五生涯自我效能類化情境

生涯自我效能類化情境	大衛哥	瑪麗安	小娜
領域特定			*
無特定情境	*	*	

資料來源：研究者自行整理

Bandura 自我效能理論中，提及效能預期有不同程度之水準、強度、以及類化作用。其中，對個體來說，成功經驗具有不同程度的類化作用。有些成功經驗只能在特定的情境中，產生有限的成功預期，有些則可擴展至不同的情境中。以下就針對三位敘說文本進行分析與呈現：

一、領域特定：對三位受訪者而言，電子商務經營的歷程中所獲致的成功經驗，使他們分別對於「銷售」與「商業團隊管理」的技能領域中，肯定自我能力，也有較高的自我效能。然而，在小娜分享之生命經驗中發現，目前生活重心與專注焦點皆停留在電子商務領域中精益求精，較少提及其自我效能所產生的成功預期類推至其他情境的經驗與想法。

二、無特定情境：在大衛哥和瑪麗安的生命經驗中可知，電子商務的成功經驗所引發「挑戰、堅持帶來成果」的生涯信念，類推至生涯領域的所有情境。是故，對於經營過程中所帶來的實質收入也好，能力態度的調整也好，對於生涯階段的下一目標具體計畫並執行，在面對全新且跨領域的挑戰行為，仍充滿信心與期待，瑪麗安甚而將夢想目標設

定以協助流浪狗與背景弱勢的社會新鮮人，提供機會給予突破。憑藉強度、水準皆達一定程度的自我效能，在面對較艱難、更寬廣的任務目標，仍勇往直前、堅持而堅定。

肆、生涯自我效能轉變

表 十六生涯自我效能轉變

生涯自我效能轉變	大衛哥	瑪麗安	小娜
生涯進路從消極面對到積極主動	*	*	*
從找尋機會到創造機會	*	*	
從強調自我能力發展到利他行為		*	*
從為他人工作的生涯到經營自我人生	*	*	*

資料來源：研究者自行整理

本研究目的之一為探討參與者在踏入電子商務前後，生涯自我效能的轉變歷程。自我效能為個體主觀建構，且具有階段性的發展與變動歷程。電子商務經營者在經營的過程中，成功經驗的累積、自我肯定信念的增加、以及透過觀察與建議所獲得更多的生涯想法。面對為來生涯的信念、想法，由下列描述可知：

- 一、 生涯進路從消極面對到積極主動：由敘說文本可發現，三位主體在參與美安 SHOP.COM 前後，面對生涯態度最大的差別在於『信念轉變』。從「完成上級交代」、「上班族」的日復一日被動角色，到現在思索「生意經營模式」、「目標行為計畫」的精益求精的自動自發。不同與以往的消極、迷網，現在多了更多的確定感與具體的行為與決策。

是故，大衛哥對時間與經濟自主的重新拾回；瑪麗安證明了自我選擇亦以行動說服傳統期待的父母；小娜則是成為自己的老闆，清楚且扎實經營著自我人生。

- 二、 從找尋機會到創造機會：關於三位受訪者轉職前的生涯相關訊息，對既有的工作環境雖可接受但卻無法滿足與實現自我的企圖心。是故，對於身旁相關職涯訊息會不由自主的吸引目光與注意。然而經營美安 SHOP.COM 後，尤以大衛哥、瑪麗安的生命經驗最顯而易見，以往廣泛接收訊息、機會的被動角色，轉換為主動瞭解與掌握相關的生涯目標設定與執行，是故透過成長茁壯的穩定收入、自我能力的成熟完整，進而進入人生下一階段計畫，出國生活也好，開設寵物餐廳也好，皆是豐富生命競爭力，實踐心中追求更卓越的自己。
- 三、 從強調自我能力發展到利他行為：三位受訪者在參與美安 SHOP.COM 前後，面對團體的概念有了相當不同的解讀與態度。在過去的工作環境，大衛哥與瑪麗安屬於獨立運作的個體，各憑本事完成任務。而小娜除各自努力外，與同事之間更添增了業績壓力下的競爭氛圍。是故，過往工作經驗的強調自我能力發展模式與習慣，較少體會到利他行為的互助互利加成效果。然而，在經營美安的過程中，協助夥伴的意義不斷被提及與印證，也讓三位更能感受到團體力量的共時共感。
- 四、 從為他人工作的生涯到經營自我人生： 在多數的職場環境中，付出與收穫是否等值？職場生涯的工作累積能否足夠為未來退休生活提供保障？被動等待老闆加薪外，能否有主動決定的權利？這些縈繞心頭的問題也常出現在三位受訪者的腦海。尤以大衛哥缺少期待的

未來升職預見；小娜創造百萬業績卻實拿比例不平的薪資獎金等等的過往職場生活，體會感觸更加深刻。然而經營自己的電子商務生意後，每一筆努力是為了累積自己的收入成果；每一個時間的運用與分配，來自自主的掌握與決定。姑且不論效益成果，但從三位分享中，足夠顯示了時間的自主後帶來的生活滿意度與生涯自信感。

根據本研究「踏入美安 SHOP.COM」的初衷、「自我效能的主觀建構」、「自我效能類化情境」和「生涯自我效能轉變」四大主題，研究者進行分析後，繪製「電子商務經營者自我效能發展圖示」。透過圖四，協助瞭解三位受訪者，加入美安 SHOP.COM 以來的生涯信念轉變與生涯行為選擇的脈絡呈現。



踏入美安 SHOP.COM 的初衷

- ◎嘗試新的機會
- ◎提高生活品質
- ◎實踐生涯想法
- ◎實踐時間與經濟自由

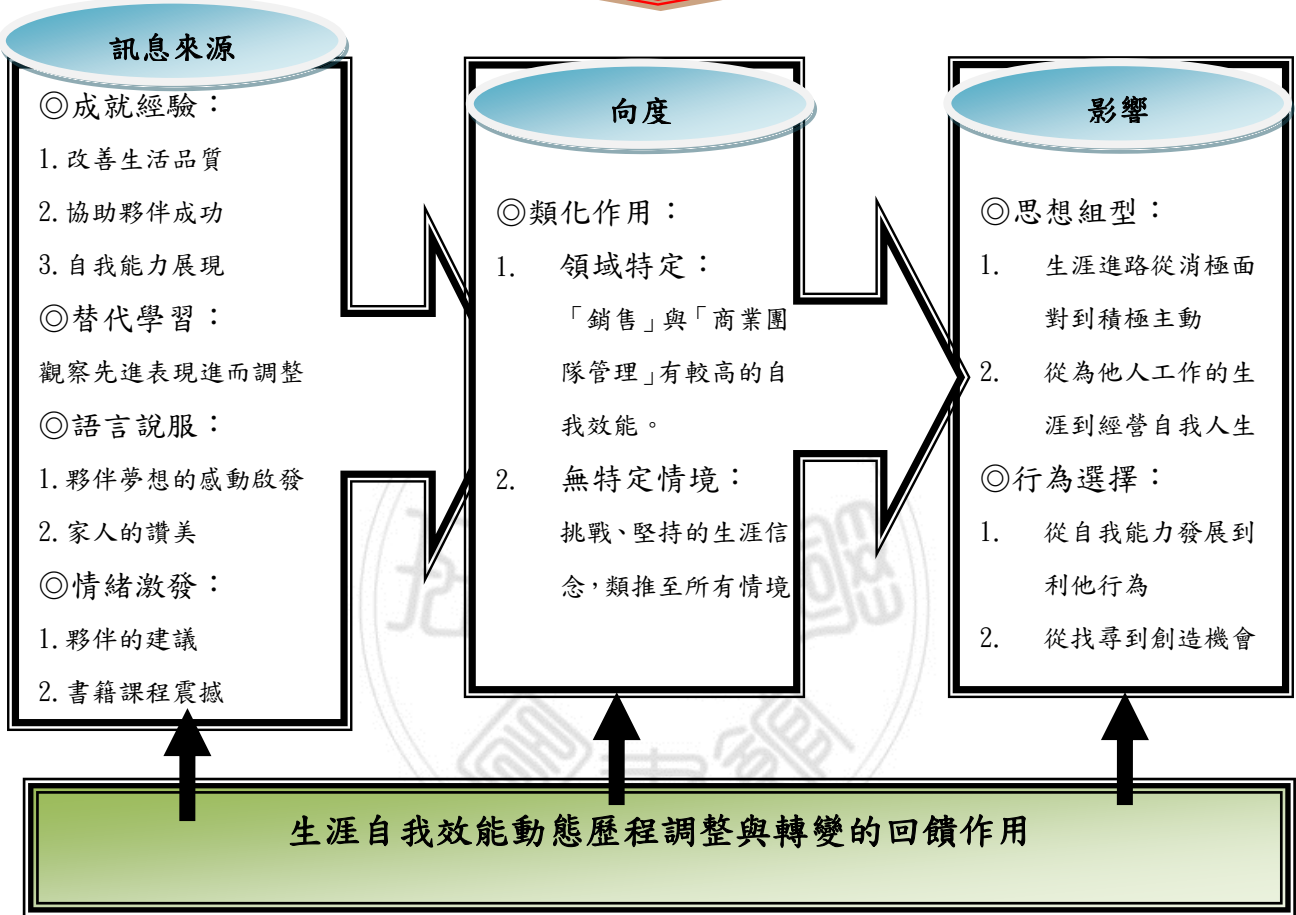


圖 四電子商務經營者自我效能發展圖示

第五章 結論

本章為結論，分成第一節研究發現，第二節未來研究建議，第三節研究反思，分述如下。

第一節 研究發現

壹、「成功經驗」與「重要他人」為電子商務經營者生涯自我效能整合訊息之來源。

透過敘說文本可知，經營者主要基於下列幾項原因：(1)嘗試新的機會，(2)實踐生涯想法，(3)提高生活品質，(4)實踐時間與經濟自由，(5)跳脫傳統價值與期待，以及(6)尋找等值付出與收穫的機會，而選擇轉職經營電子商務。在經營美安的歷程中，自我成功經驗的累積、先進夥伴的指引所產生之替代學習、言語鼓勵的激發，以及家人支持和認同所引發的正向信念與情緒感動，皆成為三位敘說者主觀建構自我效能信念。

Bandura 自我效能理論中提及個體成功經驗的累積有助於自我成功的預期心理，因此，使個體獲得成功的生涯成就表現是提升其自我效能的一大關鍵（楊錦登，2007）。美安電子商務的經營模式、培訓課程的引導與修正，讓三位敘說者能在直接與立即的回饋中，掌握自我表現與夥伴反應。本研究對象是在美安體制中有優異表現的經營者，電子商務經營的好表現、任務目標的取得、以及實質上獲得穩定得主被動收入與經濟運轉。由此可知，透過完整而有規模的教育訓練在職

場上所扮演的重要角色，提供先進的成功經驗分享平台，使經營者得以有學校以外的終身學習機會，肯定與表現自我。此外，文獻亦提及重要他人對個體在不同學習階段與不同領域之自我效能感皆具有關鍵性的影響力(洪素蘋，2004；席榮維，2007；蕭宗璿，2015)。研究發現，經營美安的過程中，重要他人言行與態度的外顯行為，透過個體觀察習得類似行為、認同產生相同價值想法、或內化而引發情緒感受，成為建構自我效能的主觀知覺來源，進而影響生涯信念與行為。

貳、 美安電子商務經營者之生涯自我效能，能促進其生涯「積極信念」與「正向行為選擇」。

透過有計畫性的學習，能促進生涯自我效能的提升 (Song, Wanberg, Niu, & Xie, 2006；李藹慈、聶子敬，2009)。研究發現，美安電子商務經營者雖然來自不同的成長背景與價值觀念，然而透過歷程中的培訓課程與夥伴間相互影響，其面對未來生涯目標所呈現之內在態度想法皆偏向「積極而正向」、外顯行為亦呈現「主動而堅持」。Betz (2007)提出個體自我效能影響其面對事物時所表現「選擇或逃避面對的態度」、「行為表現的程度」以及「堅持度的維持」三種層面外顯行為。由敘說文本中發現，「生涯進路從消極面對到積極主動」、「從為他人工作的生涯到經營自我人生」，為三位受訪者生涯信念最大的轉變。其中，「從強調自我能力發展到利他行為」是文本中的特殊發現，兩位訪談者皆多次提及利他行為的意義與重要性，而研究顯示利他精神具有正向加強自我效能與團隊互動的作用，且自我效能愈高，團隊互動愈良好(許庭銓，2010)。

參、 生涯自我效能在類化情境上呈現個別差異。

Bandura(1997)自我效能理論中，提及效能預期有不同程度之水準、強度、以及類化作用。對個體來說，成功經驗具有不同程度類化作用之個別差異。有些成功經驗只能在特定的情境中，產生有限的成功預期，有些則可擴展至不同的情境中。研究發現，生涯自我效能的類化作用分別描述如下：

- 一、**領域特定**：透過美安經營過程中的成功經驗，使個體對此領域之能力展現有較高的興趣與自我效能。如：發展團隊更深入管理運作，以及精益求精的態度。
- 二、**無特定情境**：透過經營美安歷程的成功經驗，對自我能力與行為信心度的增加與肯定。如：人生階段不同領域新目標的計劃與執行。

肆、 利他行為有助於生涯自我效能的發展

在美安 SHOP.COM 系統中強調，協助他人成功才會帶來真正的成功。此信念在三為受訪者經營過程中，重複提及且印證。如同研究顯示利他精神具有正向加強自我效能與團隊互動的作用(許庭銓，2010)。此外，在經營過程中的信念，即相信系統；相信自己，意涵即是生涯自我效能中所強調的自我評估的能力信念。從三位受訪者的分享中，團隊的重要性與幫助亦是無可取代的關鍵，此部分亦可帶給美安 SHOP.COM 的後輩新進，在加入此微型創業領域後，對於團隊互動與系統文化的投入與學習，相信對於生涯發展的效能信念或堅持度的維持都能有所助益。

第二節 未來研究之建議

本研究採用敘說的質性研究方法，探究電子商務經營者，生涯自我效能的發展歷程。本節欲針對研究歷程中所發現之限制與缺失，提供未來研究參考與討論：

壹、美安 SHOP.COM 角色定位的分析與比較：在研究過程中，透過資料蒐集、受訪者對美安的主觀認定或一般大眾的認知瞭解，發現不同的觀點對於美安在商業模式上的角色定位有不同的解讀。本研究主要採用三位敘說者的觀點，將此定位為電子商務微型創業的經營者，然而日後研究可朝此方向進行探究，更深入瞭解美安 SHOP.COM 的商業模式與運轉型態，以提供社會新鮮人在生涯進路選擇上能有更明確且清晰的認識與選擇考量。

貳、生涯自我效能持續研究：生涯自我效能是連續而變動的發展歷程，在每一階段的生涯規劃中，不同年齡、不同生命經驗的累積，其自我效能的轉變亦可能有所變動。本研究針對的三位經營者從加入美安至今，職涯最多不超過四年且持續進行中，若能將本研究時程延續，以縱貫性研究探討美安電子商務經營者從加入至聘階保障穩定的被動收入後，其生涯自我效能的轉變歷程，似乎更能完整呈現生涯自我效能個別差異之發展歷程。

第三節 研究反思

因緣際會下認識了一群電子商務經營者的微型創業家，每一次聚會的過程總是充滿歡笑與震撼，亦是研究者對於這篇研究論文的小小夢想。透過美安 SHOP.COM 進行電子商務生意的經營者，不同於我以及大多數的單純上班族。他們界於員工與老闆、傳統與創新兼具的商業模式，曾經轉職過成的衝擊挑戰而徬徨無助，也曾因為培訓課程學習管理能力的興趣，甚因為目標任務達成的成就與希望感對生涯選擇有了不同於以往的想法與決定。生命的樂章，起、承、轉、合，因為一個機會而展開，編織著動人而獨特的生命交響曲。

每一次的邀約訪談因為時間的難以配合而顯得格外珍貴與有意義。研究者積極把握難得的訪談機會，每一次訪談前反覆修改大綱的流暢與問題內容、過程中全神專注與融入其中、之後逐字稿的反覆聆聽和閱讀，每個細節皆是期待能更完整與貼近地呈現三位靈魂主角的生命經驗。然而對研究者而言，在詮釋主體經驗中還是難以確切的接壤，尤其面對全然不同領域的生命想像，是過程中最有趣卻也花最多心思揣摩與確認的所在。

此外，在解構與重新架構敘事的歷程中，透過研究者的視框，受訪者所分享的經驗與想法，仍不免被截取。訪談過程中的歡笑、感動、顧忌考量而拒絕錄音收入的部份，亦在文本裡隱沒，每一位受訪者與研究者的互動中自然而然的投射詮釋，皆會有著過度主觀的擔憂。

面對大衛哥生命故事時，一再看到彼此類似的人生態度與理念，卻也擔心著研究者與受訪者、人生階段的前輩與後進多種角色的交錯與相互影響，筆觸難免會加入主觀的個人情緒。而瑪麗安的幽默談笑讓整段訪談過程充滿歡樂，卻也面對些許時段研究者失去主導的訪談節奏，以及訪談過

程中研究者脈絡失焦的情形。與小娜的互動訪談則是直接面對到不同世代的代間交流與衝擊，研究者能否確切觸動新世代年輕人的視框亦是一大挑戰。

從現場文本到研究文本的建構是充滿冒險的旅程，研究者順勢依循每一個受訪者生命故事的引領，有計畫的呈現本研究的探究意圖，依照時間序呈現三位受訪者「踏入美安 SHOP.COM 的初衷」、「自我效能的主觀建構」、「自我效能類化情境」、以及「生涯自我效能轉變」四大主題，系統化分析其中的共相和殊相，亦描繪每一位受訪者獨一無二的生涯故事。



參考文獻

中文文獻

- 方文昌、汪志堅、蘇永盛(2003)。電子商務的研究主題分類：以台灣地區的研究論文所進行之內容分析。電子商務研究(1卷1期)，3-24。
- 毛菁華(2015)。大學生父母支持、父母期待對生涯未定向的影響暨生涯自我效能的中介效果。交通大學教育研究所博士論文，未出版，新竹市。
- 王翎幗(2006)。B2C電子商務網站成功之預測模式。台灣科技大學資訊管理系碩士論文，未出版，台北市。
- 田秀蘭(1997)。各級學校的生涯輔導，載於林幸台、田秀蘭、張小鳳、張德聰編著：生涯輔導。台北：國立空中大學。
- 何粵東(2005)。敘說研究方法論初探。應用心理學，25，55-72。
- 吳寶嘉(2004)。萬紅叢中幾許綠：男性諮商員專業發展之性別經驗分析。國立彰化師範大學輔導與諮商研究所碩士論文，未出版，彰化市。
- 李詠秋(2001)。原住民大學生生涯發展狀況、生涯自我效能與其生涯阻礙因素之關係研究。新竹師範學院國民教育研究所碩士論文，未出版，新竹市。
- 李藹慈、聶子敬(2009)。創意生涯規劃課程對大學生生涯決策自我效能之影響。課程與教學季刊(13卷1期)，141-172。
- 沈國賢(2015)。電子商務在網路行銷對服務品質滿意度探討—以雲嘉地區為例。南華大學資訊管理學系碩士論文，未出版，嘉義縣。
- 林伶英(2004)。電子商務之團購獲利模式探討-以美安台灣為例。逢甲大學

- 電子商務碩士在職專班 碩士論文，未出版，台中市。
- 金樹人(1997)。生涯諮商與輔導。台北：東華。
- 施依萍(1996)：〈台灣網路的發展歷程與環境的互動：系統生態學的觀點〉，中央研究院社會學研究所編《資訊科技與社會轉型研討會論文集》，65-87。
- 洪秀婉、林美惠、王安邦(2008)。全球網路零售公司經營績效之研究。電子商務學報(10卷2期)，19。
- 洪素蘋(2004)。重要他人回饋、創意自我效能、內、外在動機對創意行為的影響：社會認知理論為基礎的結構方程模式檢驗。國立交通大學教育研究所 碩士論文，未出版，新竹市。
- 胡幼慧(2006)。質性研究：理論、方法及本土女性研究實例。台北：巨流。
- 美安台灣(2016)。專業手冊。台北：美安 台灣。
- 孫志麟(1991a)。自我效能的基本概念及其在教育上的應用。教育研究，22，47-54。
- 孫志麟(1991b)。國民小學教師自我效能及其相關因素之研究。國立政治大學教育研究所碩士論文，未出版，台北市。
- 席榮維(2007)國民中小學校長工作價值觀、重要他人支持、自我效能感對其工作選擇的影響研究。國立政治大學教育研究所，未出版，台北市。
- 張筱祺(2016)。零售業拚轉骨 迎戰四新時代 新客群 35歲以下消費者躍居購買主力 新裝置。經濟日報。
- 許雅嵐(2008)。技職校院應外系學生工作價值觀、生涯自我效能與生涯定向相關研究。雲林科技大學技術及職業教育研究所碩士論文，未出版，雲林縣。

- 許慧香(2007)。大專應屆畢業生生涯自我效能與討業服務需求關係之研究-以雲嘉南地區為例。高雄師範大學成人教育研究所碩士論文，未出版，高雄市。
- 郭本禹、姜飛月(2008)。自我效能理論及其應用。上海：上海教育出版社。
- 陳向明(2007)。社會科學質的研究。台北：五南。
- 陳佳隆(2016)。探究攤商導入電子商務之因素。逢甲大學科技管理研究所碩士論文，，未出版，台中市。
- 郭玟嫻(2003)。科技大學學生生涯決策自我效能、工作價值觀與未來進路調查之研究。高雄師範大學教育研究所碩士論文，未出版，高雄市。
- 陳婉蓉(2013)。管理教練技能對員工職涯自我管理之影響-以生涯自我效能為中介變項。中央大學人力資源管理究所在職專班碩士論文，未出版，桃園市。
- 曾繁絹(2016)。自我調節歷程與社群商務知識分享之關聯性研究。電子商務研究(14卷3期)，335-364。
- 黃正義(2016)。主動積極行為、職涯承諾和員工創造力關係之研究。國立交通大學管理學院(經營管理學程)研究所碩士論文，未出版，新竹市。
- 黃培倫(2015)。台灣電子商務之關鍵成功因素-以開店式平台食品類店家為例。逢甲大學電子商務碩士在職專班碩士論文，未出版，台中市。
- 黃凱鈿(2016)。電子商務 B2C 之研究-以台灣網路團購行為為例。高雄應用科技大學工業工程與管理系碩士論文，未出版，高雄市。
- 黃瑞琴(2003)。質的教育研究方法。台北：心理。
- 楊錦登(2007)。生涯自我效能之探究。諮商與輔導，264，44-48。
- 廖克玲(1982)。社會學習論巨匠-班度拉。台北：允晨。

蔡敏玲，余曉雯(譯) (2003)。敘說探究：質性研究中的經驗與故事。台北：心理。

蔡錚雲(譯) (2005)。德穆·莫倫：《現象學導論》，台北縣：桂冠。

蕭宗璿(2015)。應用健康信念模式探討高科技業工作者運動行為之影響因素。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文，未出版，台中市。

英文文獻

Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215.

Bandura, A. (1977a). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York : Freeman.

Betz, N. E. (2007). Career self-efficacy: Exemplary recent research and emerging directions. *Journal of Career Assessment*, 15, 403-422.

Betz, N. E. Borgen, F. H., & Harmon, L. W. (1996). *Manual for the Skills Confidence Inventory*. Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press.

Betz, N. E., & Hackett, G. (1981). The relationship of career-related self-efficacy expectations to perceived career options in college women and men. *Journal of Counseling Psychology of Psychology*, 28, 399-410

Boehm, J. K., & Lyubomirsky, S. (2008). Does happiness promote career

- success?. *Journal of Career Assessment*, 16, 101–116.
- Bronnie, Ware.(2012). *The Top Five Regrets of the Dying: A life Transformed by Dearly Departing*. Hay House Inc.
- Hackett, G., & Betz, N. E. (1981). A self-efficacy approach to the career
- Kalakota, R. & Whinston, A. B. (1997), "*Electronic Commerce- A Manager's Guide*", MA: Addison-Wesley.
- Landeghem, Bertvan (2011).Happiness is U-shaped: Why we have to 'wait until 45' to become less grumpy. The Royal Economic Society Daily mail reporter.
- Lent, R. W.,& Hackett, G. (1987). Career self-efficacy: Empirical status and future directions. *Journal of Vocational Behavior*, 30(3), 347-382 .
- Raabe, B., Frese, M.,& Beehr, T. A. (2007).Action regulation theory and career self-management. *Journal of Vocational Behavior*, 70, 297-311.
- Sherri, L. Turner., and Richard T. Lapan (2005), "Evaluation of an intervention to increase non-traditional career interests and career-related self-efficacy among middle-school adolescents" *Journal of Vocational Behavior*,66: 516-531.
- Song, Z., Wanberg, C., Niu, X., & Xie, Y. (2006). Action-state orientation and the theory of planned behavior: A study of job search in China. *Journal of Vocational Behavior*, 68, 490-503.
- Taylor, K. M.& Betz, N. E. (1983). Application of self-efficacy theory to the understanding and treatment of career indecision. *Journal of Vocational Behavior*, 22, 63-81

Unsworth, K. L., and Clegg, C. W. (2010), "Why do employees undertake creative action?" *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 83: 77-99.

Zwass, V. (1996) "Electronic commerce: Structures and issues," *International Journal of Electronic Commerce*, 1(1): 3-23.



附錄一 訪談同意書

您好：

我是南華大學亞太研究所學生徐有涵，現正從事『電子商務經營者生涯自我效能歷程探究』。本研究主要目的於瞭解超連鎖店主生涯自我效能之構念發展，期待透過與您面對面的訪談找出電子商務經營者效能訊息來源的整合與應用，以及生涯自我效能發展之個別差異性。您的參與將有助於研究者更探究此議題。

本研究的進行因為您提供對此議題的看法與心得，能更臻至完整。預計訪談次數約一至二次，視資料搜集的完整程度，決定是否增減訪談的次數，而在訪談過程中，將錄音與研究者實地筆記的方式詳細紀錄訪談內容。在訪談過程中，您所提供的資料，一律採取匿名或化名方式在論文中呈現。除了本研究相關人士外，所有資料皆為保密方式處理與收藏，倘若您對研究過程、資料運用及相關事項有任何疑問，您可要求研究者詳盡說明，若在研究過程您不願意繼續參與，亦可隨時退出。

您的參與將是完成本研究的關鍵因素，如果您同意本研究目的、進行方式、和與您有關的權益，請於文末簽署您的大名，同意加入本研究，並允許在研究報告中引用您所提供的資料。

感謝您

敬祝

身體健康 心想事成

南華大學亞太研究所研究生 徐有涵 敬上

茲同意參與本研究，並享有以上權益之保護

參與者簽名_____ 日期_____

研究者簽名_____ 日期_____

南華大學亞太研究所研究生 徐有涵

指導教授 南華大學亞太研究所 邱珣雯 教授

住址：嘉義縣大林鎮南華路1段55號南華大學亞太研究所

附錄二 電子商務經營者生涯自我效能發展歷程訪問大綱

您好：

很高興與您見面，謝謝您的參與和接受訪問！

為了瞭解電子商務經營者生涯自我效能發展歷程，特別進行這次的訪問。

這次訪問的原始記錄與錄音絕不對外發表，僅供學術研究之用。您的分享非常寶貴，對瞭解電子商務經營者的生涯發展歷程現況貢獻甚大，再度感謝您的協助！

南華大學亞太研究所 研究生 徐有涵
中華民國 106 年

-
- 一、請分享加入的初衷為何？
 - 二、請分享在經營的過程中，最高興或最有成就感的事情有哪些？
 - 三、請試著回想，在您經營過程中，最不如意或最挫折的事情有哪些？
 - 四、請說說看，有哪些人事物或經驗，讓您對於自己未來或就業經營更有信心？
 - 五、請將剛才想到「讓你對未來更有信心的經驗」簡單說明一下。

(訪問者宜注意下列事項：

- 1.就「成功經驗、替代學習、口語刺激、情緒激發等，四種生涯自我效能訊息來源」分類速記，再針對四種訊息來源，逐一深入與被訪問者討論。
 - 2.下列五、六、七等三個題目可依被訪問者所說明內容調整順序，先討論被訪問者陳述較多的題目。
 - 3.若被訪問者未述及某一題目，可引導其思索此一訊息來源的相關經驗。
 - 4.若被訪問者陳述內容超出此四種訊息來源，則引導被訪問者回答第五至七題後，再回答第八題。)
- 六、您剛才所說的「成功經驗」等方面經驗與感受，例如.....(訪問者就被訪問者說明內容舉出實際例子)，請您再深入說明看看：
- 1.整個事件的歷程？
 - 2.您感到成就感的原因？
 - 3.您原本抱持著什麼想法？
 - 4.這件事情對您日後學習造成的影響？
- (訪問者鼓勵被訪問者盡量說明上面四個問題。)

七、您剛才所說的「替代學習」等方面經驗與感受，例如.....(訪問者就被訪問者說明內容舉出實際例子)，請您再深入說明看看：

(同第五題的四個問題)

(訪問者鼓勵被訪問者盡量說明。)

八、您剛才所說的「口語刺激」等方面經驗與感受，例如.....(訪問者就被訪問者說明內容舉出實際例子)，請您再深入說明看看：

(同第五題的四個問題)

(訪問者鼓勵被訪問者盡量說明。)

九、您剛才所說的「情緒引發」等方面經驗與感受，例如.....(訪問者就被訪問者說明內容舉出實際例子)，請您再深入說明看看：

十、您剛才所說的.....信心來源(內容超出四種生涯自我效能訊息來源的具體經驗)，我感到非常有興趣。能不能請您再深入說明看看：

(同第五題的四個問題)

(訪問者鼓勵被訪問者盡量說明。)

註：訪問者評估被訪問者的受訪態度：

1.極佳。 2.佳。 3.尚佳。 4.欠佳。