

語意分析技術對購物系統交易績效之影響

應鳴雄, 韓克圻, 葉家伶

資訊管理學系

資訊學院

mhying@chu.edu.tw

摘要

隨著網際網路的使用人口急遽增長，網路商機成為眾所矚目的焦點，其中電子商務(Electronic commerce)的發展更是讓人注目。然而目前許多網際網路上的購物網站，大多只是具備電子商品目錄，只能藉由關鍵字搜尋所需之產品，然而消費者群對單一商品可能會使用不同的詞彙，因此以關鍵字搜尋商品，未必能提供消費者所需之商品資訊，也未能在交易歷程中提供更彈性、更符合人性的交易方式。此外，消費者在交易過程若遇到想詢問的問題，通常僅能透過購物網站提供的Q&A 文字內容，自行尋求相關的答案。在此方式下，使用者耗費大量時間檢視Q&A的答案，也未必能獲得滿意的結果。詢答系統(Question Answering System)是利用語意分析的方式找尋答案，雖然語意分析過程複雜，但是卻能嘗試理解使用者實際需求，並提供較正確的資訊。本研究將利用詢答系統與中文語意分析的技術，解決電子商務的交易問題。因此本研究藉由中研院詞庫小組提供的「中文斷詞系統」將斷句完成後所斷出的詞與交易問答本體論結合，以確認使用者真正詢問的意圖，使得電腦所找出的詢答回覆能夠滿足使用者需求，減少使用者耗費龐大的時間在於搜尋不相干的資訊，進而提升線上購物的交易績效。最後再評估本研究的雛形系統與現有購物網站系統在交易過程的交易效能，並進一步探討使用者對於本研究雛形系統的系統滿意度。

關鍵字：Electronic Commerce, Ontology, Semantic Network, Question Answering System