

生鮮鴨蛋之消費者認知與行銷的研究

資料使用說明

一、計畫簡介

計畫主持人	林榮新
共同主持人	杜素豪
計畫執行單位	行政院農業委員會畜產試驗所宜蘭分所
經費補助單位	行政院農業委員會
計畫執行期間	2005.01.01-2005.12.31
調查執行期間	2005.08.01-2005.08.26

二、釋出檔案說明

1. 資料使用說明

資料使用說明.doc

含計畫簡介、檔案說明、資料整理內容及使用注意事項等

2. 問卷

ques.pdf

實際執行訪問之問卷檔案

3. 資料檔

data.sav

SPSS 資料檔(SPSS 21.0)

data.dta

STATA 資料檔(STATA 8.0)

4. 過錄編碼簿

codebook.doc

所有變項之過錄編碼簿

三、資料整理內容及使用注意事項

1. 中央研究院人文社會科學研究中心調查研究專題中心所進行的資料整理方式，包括不合理值及邏輯檢核。

四、資料引用說明

由於各期刊或論文要求的參考文獻格式不同，可視需求自行修正。

1. 中文參考文獻格式

林榮新（2012）。生鮮鴨蛋之消費者認知與行銷的研究（C00275）【原始數據】。取自中央研究院人文社會科學研究中心調查研究專題中心學術調查研究資料庫 <https://srda.sinica.edu.tw>。doi:10.6141/TW-SRDA-C00275-1

2. 英文參考文獻格式

Zon-shin Lin. (2012). Study on the Consumer's Cognition and Marketing of Fresh Duck Eggs (C00275) [Data file]. Available from Survey Research Data

Archive, Center for Survey Research, Research Center for Humanities and
Social Sciences, Academia Sinica Web site: [https:// srda.sinica.edu.tw](https://srda.sinica.edu.tw).
doi:10.6141/TW-SRDA- C00275-1

五、聯絡方式

資料釋出單位	中央研究院人文社會科學研究中心調查研究專題中心 「學術調查研究資料庫」
E-mail	srda@gate.sinica.edu.tw

上述內容由中央研究院人文社會科學研究中心調查研究專題中心「學術調查研究
資料庫」製作；尊重學術倫理，本資料僅供資料申請者使用，勿擅自拷貝或轉贈
他人使用。
