

50大旅遊局網站內容評估之研究

莊子毅、包冬意

E-mail: 321447@mail.dyu.edu.tw

摘要

網際網路在全球使用率不斷攀升，根據網路世界統計，截至2009年9月全球上網人口達17.3億，任何公開資料都能透過網路查詢。未來在世界各國竭力提升資訊普及程度的情況下，上網人口將呈現更快速的成長，而網路將扮演消費者與企業互動的關鍵角色。根據研究調查，民眾對於各項線上公共服務的使用程度，在觀光旅遊資訊需求面佔有極高比例，而國家旅遊局網站就是各國最主要的旅遊入口網站。本研究透過文獻探討，整理出各種網站評估模型，並結合實際旅遊局網站功能，發展一套適合旅遊局網站之評估模型。以此評估模型針對全球50大旅遊局進行網站評估，比較各區域網站功能之建置差異。研究結果顯示：各區域在e化功能構面建置比例都未達20%，可能的原因是有更為專業的網站去進行線上交易等功能，因此e化功能構面就被各區域網站簡化，甚至省略不用。未來網站建置情形可能由包羅萬象的功能轉變為單一專精化，例如：訂購機票與線上租車會透過超連結，將瀏覽者轉移到專門的網站去進行，而不會在旅遊局網站內進行付費等線上交易。

關鍵詞：國家旅遊局網站、網站評估模型、內容分析法

目錄

中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭		v 內容目錄	
vi 表目錄		viii 圖目錄	
ix 第一章 緒論	1	第一節 研究背景	1
1 第二節 研究動機	3	第三節 研究目的	3
4 第二章 文獻探討	6	第一節 旅遊業在電子商務上的發展	6
6 第二節 網站效益分析研究	7	第三節 網站評估模型	7
9 第三章 研究方法	13	第一節 研究流程	13
13 第二節 確定分析樣本	14	第三節 網站構面及功能	14
17 第四節 內容分析及編碼	21	第五節 信度檢驗	21
22 第四章 資料分析	24	第一節 全球六大區域旅遊局網站功能建置情形	24
30 第二節 全球六大區域旅遊局網站功能廣泛程度	30	第二節 全球六大區域旅遊局網站發展階段	31
34 第三節 全球六大區域旅遊局網站發展階段	34	第四節 對應分析	34
40 第五節 討論	36	第五章 結論與建議	40
41 第一節 結論	40	第二節 建議	40
42 第三節 研究限制	42	參考文獻	42
43 附錄A Rachman and Buchanan(1999)之59項功能指標	48	附錄B 網站編碼表	50

參考文獻

- 一、中文部份 王石番(1989)，傳播內容分析法 理論與實證，台北：幼獅書局。吳金龍(2009)，旅館網站設計之探討 以國內外五星級飯店為例，私立世新大學資訊傳播學系研究所未出版之碩士論文。紀文章(1997)，網際網路科技在商業現代化中的策略性應用，大葉學報，6(1)，1-13。張佳樺(2006)，旅遊網站評估 全球與台灣之比較，國立嘉義大學管理研究所未出版之碩士論文。黃瑩潔(2009)，我國地方政府觀光旅遊網推動地方觀光行銷之研究 以台中縣市為例，私立東海大學行政管理暨政策學系研究所未出版之碩士論文。資策會FIND網站(2009)，全球寬頻技術用戶成長趨勢[線上資料]，來源：<http://www.find.org.tw/find/home.aspx?page=news&id=5639> [2009, October 22]。二、英文部份 Alford, E. (1998). Air Transport and travel on the Internet: Flying and shipping in the computer age. *Business America*, Jan, 25-26. Baloglu, S., & Pekcan, Y. A. (2006). The website design and Internet site marketing practices of upscale and luxury hotels in Turkey. *Tourism Management*, 27(1), 171-176. Cai, L., Card, J. A., & Cole, S. T. (2004). Content delivery performance of world wide web sites of US tour operators focusing on destinations in China. *Tourism Management*, 25(2), 219-227. Claria Corporation(2005). [Online]. Available: <http://investing.businessweek.com/research/stocks/private/snapshot.asp?privcapId=99312> [2009, April 5]. Clemons, E. K., & Hann, I. H. (1999). Rosenbluth international: Strategic transformation of a successful enterprise. *Journal of Management Information Systems*, 16(2), 9-27. Doolin, B., Burgess, L., & Cooper, J. (2002). Evaluating the use of the web for tourism marketing: A case study from New Zealand.

Tourism Management, 23(5), 557-561. Esrock, S. L., & Leichty, G. B. (2000). Organization of corporate web pages: Publics and functions. *Public Relations Review*, 26(3), 327-344. Ho, J. (1997). Evaluating the world wide web: A global study of commercial sites. *Journal of Computer Mediated Communication*, 3(1), June, Retrieved from world wide web on March 22, 2009 at <http://jcmc.indiana.edu/vol2003/issue2001/ho.html> [2010, April 5]. Huizingh, E. K. R. E. (2000). The content and design of web sites: An empirical study. *Information & Management*, 37(3), 123-134. Internet World Stats (2008). Usage and population statistics [Online]. Available: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>[2008]。 Liu, C., & Arnett, K. P. (2000). Exploring the factors associated with web site success in the context of electronic commerce. *Information & Management*, 38(1), 23-33. Lim, C. (1999). A meta-analytic review of international tourism demand. *Journal of Travel Research*, 37(3), 273-284. Liao, C., To, P., & Shin, M. L. (2006). Website practices: A comparison between the top 1000 companies in the U.S and Taiwan. *International Journal of Information Management*, 26(3), 196-211. Oppermann, M. (1999). Databased marketing by travel agencies. *Journal of Travel Research*, 37(3), 231-237. Rowley, J. (1996). Retailing and shopping on the internet. *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, 6(1), 81-91. Rachman, Z. M., & Buchanan, J. T. (1999). Effective tourism web sites, part 1: Literature review and features survey. Research Report Series 99-12, Department of Management Systems, University of Waikato, Hamilton, New Zealand, Retrieved from World Wide Web on March 22, 2006 [Online]. Available: <http://www.mngt.waikato.ac.nz/depts/mnss/john/1999-12TourismWeb.pdf>. [2009, April 5] Rachman, Z. M., & Buchanan, J. T. (1999). Effective tourism web sites, part 2: Expectation versus delivery of tourism web sites. Department of Management Systems, University of Waikato, Hamilton, New Zealand, Retrieved from World Wide Web on March 22, 2006 [Online]. Available: <http://www.mngt.waikato.ac.nz/depts/mnss/john/1999-13TourismWeb.pdf>. [2009, April 5] Rachman, Z. M., & Richins, H. (1997). The status of New Zealand tour operator web sites. *Journal of Tourism Studies*, 8(2), 62-77. Bacchus, R. L., & Molina, A. (2001). Internet-based tourism services: Business issues and trends. *Futures*, 33(7), 589-605. Robbins, S. S., & Stylianou, A. C. (2003). Global corporate web sites: An empirical investigation of content and design. *Information & Management*, 40(3), 205-212. Tsai, H. T., Huang, L., & Lin, C. G. (2003). Emerging e-commerce development model for Taiwanese travel agencies. *Tourism Management*, 26(5), 787-796. UNWTO(2009). Tourism Highlights [Online]. Available: <http://www.unwto.org/> [2009, April 5]. Vrontis, D., Ktoridou, D., & Melanthiou, Y. (2006). Website design and development as an effective and efficient promotional tool: A case study in the hotel industry in Cyprus, 2(3/4), 125-139. Walle, A. H. (1996). Tourism and the internet: Opportunities for direct marketing. *Journal of Travel Research*, 35(1), 72-77. Wan, C. S. (2002). The web sites of international tourist hotels and tour wholesalers in Taiwan. *Tourism Management*, 23(2), 155-160. Ozturan, M., & Roney, S. A. (2004). Internet use among travel agencies in Turkey: An exploratory study. *Tourism Management*, 25(2), 259-266.