

行政院國家科學委員會補助專題研究計畫 成果報告
 期中進度報告

旅遊網站服務品質評估量表建構之研究

計畫類別： 個別型計畫 整合型計畫
計畫編號：NSC91-2415-H-324-004-SSS
執行期間：2002年8月1日至2003年7月31日

計畫主持人：何昶駕

計畫參與人員：李遠平、廖宏梅、廖珮莉、林家敏、薛宛君

成果報告類型(依經費核定清單規定繳交)： 精簡報告 完整報告

本成果報告包括以下應繳交之附件：

- 赴國外出差或研習心得報告一份
- 赴大陸地區出差或研習心得報告一份
- 出席國際學術會議心得報告及發表之論文各一份
- 國際合作研究計畫國外研究報告書一份

處理方式：除產學合作研究計畫、提升產業技術及人才培育研究計畫、
列管計畫及下列情形者外，得立即公開查詢

涉及專利或其他智慧財產權， 一年 二年後可公開查詢

執行單位：朝陽科技大學 休閒事業管理系

中華民國九十二年十月三十一日

摘要

有鑒於旅遊網站數目與其消費人口迅速成長，網站之服務品質評估成為值得重視與探討的議題。以舊有之消費環境所發展之評估量表 (SERVQUAL) 加以改良、擴充而應用於網際網路線上服務之方式，其適用性或量表構面是否產生結構性變化均待深入研究。由於目前尚缺乏一套具系統性、穩固性，以及涵蓋旅遊網站資訊提供、設群經營與電子商務服務類項之服務品質評估量表，因此，本研究乃嘗試發展此一量表。參考過去相關文獻，融合質化與量化方法，本研究建構四階段之量表發展程序，包括：量表初步設計與精簡、應用質化方法修飾第一階段所發展之量表、以及第二次問卷調查與量表再次精簡。根據此一多階段之程序，本研究應用多種統計分析方法，包括：探索性因素分析、驗證性因素分析、以及 Cronbach α 係數，使評估量表之效度與信度獲得充分地檢驗並揭露其因素結構。研究結果除了確切掌握網路使用者對旅遊網站服務品質之重視屬性與因素構面，亦提供網站業者評估其服務品質或擬訂未來經營方向的依據。

關鍵字：服務品質、旅遊網站、評估量表。

ABSTRACT

With a tremendous increasing of e-travelers, the recognition of significance of service quality in travel web sites has been motivated. Since the service quality dimensions change in virtual marketplace, the approach for modifying or expanding the best-known SERVQUAL model may not be appropriate. Quite a few measurement scales with robustness have been developed which cover e-service contexts (Content, Communities, and Commerce) of travel web sites. This study attempts to formulate such scale and its items for evaluating the on-line service quality. The development of scale is followed by a four-stage process, including (1) Identification of the scale items and purification the scale; (2) Focus group discussion of the scale identified in the first stage; (3) Test of the scale identified in the first stage and the second purification of the scale. In order to examine the rigour of the scale, several statistical techniques (including: exploratory factor analyses, confirmatory factor analyses and Cronbach α coefficients) have been utilized to analyze the scale's validity, reliability and constructs. The research results offer the guidelines for the on-line travel service providers to develop the managerial and operational strategies.

Keywords: Service quality, Travel web sites, Scale.

研究背景與目的

在網際網路如野火燎原般普及下，對於商業活動帶來的變革與影響亦十分深遠。服務提供者以虛擬商店或電子商店型態，透過網路銷售商品或提供服務，與消費者進行交易，以此作為主要收入來源。電子商務已成為目前與未來主要的商業活動。而電子商務所營造的商業價值亦相當可觀，各行業之中，以旅遊業最受矚目，發展前景亦受看好。以國內情況為例：2000年台灣網路購物市場規模約為新台幣 39.52 億元，與 1999 年之 16.3 億元相

較，成長約 1.5 倍；購物網站之中以旅遊票務佔最高市場總產值，約 52%（資策會，2001）。2001 年蕃薯藤入口網站之調查亦顯示：休閒類型網站之網友造訪率居電子商務網站第三名，其中以旅遊觀光類最多，計有 18 個網站。由此可見，旅遊網站蘊藏無限的商機，對於休閒、遊憩、觀光產業具有重要的價值。

當消費者透過網際網路購買旅遊商品（或服務）的人數日益增加，旅遊網站之服務品質愈顯得重要。Kaynama 與 Black (2000) 亦採取應用 SERVQUAL 量表加以改良或擴充之研究策略，而進行旅遊網站服務品質衡量的探索性研究：以消費者的角度，考量電子商務的特殊屬性，將量表加以修正、擴大而成 E-QUAL，將網路服務的一些特性，例如：可及性（Access）、導覽（Navigation）、個人化與顧客化（Personalization and Customization）納入評估。雖然如此，但截至今日尚未見其他類似相關研究進行，以複驗（Replicate）其研究結果。已有研究者質疑 SERVQUAL 適用於網際網路相關產業之服務品質衡量，以及其因素構面產生根本性變化（廖瑞榮，1999）。

以台灣較具規模的數個旅遊網站為例，其提供之服務內容可約略分為三大類項：旅遊資訊（Content）、網路社群（Community）、以及電子商務（Commerce）；亦即所謂之 3C。因此，服務品質之評估工作亦應本此 3C 服務類項進行，方能建立具有代表性之量表。並且量表通常應經過多次重複研究的考驗，方能建立其穩固性（Robustness）。尤其是旅遊網站內容因應網友需求時常更新或增減服務項目，若能將網站服務品質評估量表內容之因素結構揭露，則有助於後續研究沿用與更新（Renew）量表。

研究目的

基於上述有關旅遊網站服務品質衡量所存在的研究議題，乃形成本研究之研究背景與動機說明，亦彰顯發展旅遊網站服務品質評估量表的重要性與必要性。本研究之研究目的如下：

- （一）建構一個具有穩固性、系統化，涵蓋旅遊資訊、網路社群、以及電子商務三大服務類項之旅遊網站服務品質評估量表。
- （二）確認此一旅遊網站服務品質評估量表的信度、效度與因素結構。
- （三）所發展之旅遊網站服務品質評估量表，提供主管機關或業者作為評估網友服務品質之參考依據。同時，以使網站業者針對未來線上旅遊服務之發展，研擬競爭策略之用。

研究方法

本研究以多階段程序，建立旅遊網站服務品質評估構面，相關之程序步驟簡略說明如下：

第一階段：量表初步設計與精簡

步驟一：相關文獻資料蒐集與研讀。

步驟二：訪談旅遊網站經理人。

步驟三：設計題項。本研究根據旅遊網站之服務內容，規劃服務品質之評估項目，並依照其代表的意義發展題項；題項文句設計為詢問受訪者對於旅遊網站之各項服務品質屬性重要程度之認知。除了這些題項，另外加上 7 個有關網友社經背景與瀏覽網站行為之問項（擷取自蕃薯藤入口網站之網路問卷），成為試測問卷，並進行小樣本的試測；試測結果刪除或修改部分問項，以成為正式問卷。

步驟四：正式問卷調查。本研究將正式問卷以 Dreamweaver 軟體製成網路問卷，並編寫成 HTML 格式之網頁；再將網頁透過 <http://gais.cs.ccu.edu.tw> 網站連結，進行調查。而後於各大旅遊網站、大學院校 BBS 站招募受訪者。並將網路問卷設計為受訪者之填答結果以電子郵件回傳至指定之郵件帳號。

步驟五：建立評估構面。本研究對於所獲得之調查資料，進行探索性因素分析 (Exploratory Factor Analysis)，以獲得旅遊網站服務品質之評估構面。

第二階段：修飾 (Refine) 第一階段所發展之量表

本研究第一階段所發展之量表評估構面之建立係採用統計分析方法完成；所獲得之因素構面與題項雖具有統計上的顯著結果，但亦可能刪除一些重要題項。因此，本研究邀請 10 位參與第一次網路問卷調查之受訪者焦點團體針對精簡後之量表與題項加以檢討，以獲取研究結果之回饋 (Feedback)。在歸納相關資料後，據以刪除、修正、或合併不適當的題項，並進一步檢驗是否遺漏其他重要題項而予以增補；而後重新編排量表。

第三階段：第二次問卷調查與量表再次精簡

步驟一：第二次問卷調查。本研究以第二階段所產生之題項為基礎，編製成網路問卷，並進行第二次問卷調查。本研究透過國內某入口網站之會員資料庫發佈電子郵件，邀請曾經在旅遊網站購買商品或具有旅遊網站瀏覽經驗之網友參與此次調查，並可由電子郵件直接連結網路問卷之網頁，填答結果則已事先設計之程式轉化為資料庫型式儲存。問卷調查於 2002 年 10 月 1 日至 10 月 14 日期間進行，總計獲得 6,952 個有效樣本。

步驟二：建立評估構面。本研究以調查資料進行探索性因素分析，獲得三個旅遊網站服務品質之評估構面。初步獲得之精簡題項（僅刪除 3 個題項）皆具有相當大之因素負荷量，然而構面之間重疊並具有高度相關性。為了進一步探討評估構面其因素結構與內涵，本研究進行一階與二階驗證性因素分析。分析結果顯示二階結構模式之適配度衡量指標，均達到可接受範圍之內，並具有相當大之因素負荷量；顯示模式之 3 個因素構面在二階因素結構之下穩定，具有高建構效度，並意味著本研究所發展的量表能夠代表一個整體性的旅遊網站服務品質概念並具有穩固性。

步驟三：量表信度評估。以 Cronbach α 係數進行信度分析，以瞭解量表之內部一致性。所獲得之 Cronbach α 不論是單一構面或整體量表方面均高達 0.9 以上。

研究結果

本研究經過三階段程序所獲得之量表與相關題項，有關網友購買旅遊商品前所重視之服務品質評估構面分別為：資訊品質、網站系統功能性，以及線上社群溝通，共計 24 個題項；有關網友購買旅遊商品後所重視之服務品質評估構面則為服務人員反應性與網站系統安全性，共計 9 個題項。所獲得之量表題項可作為初步旅遊網站服務品質評估之雛形架構與未來後續研究之基礎。

計劃成果自評

本研究之研究內容與計劃書大致相符，亦達預期目標。目前國內僅作者從事相關之研究，第一階段之研究結果已陸續發表於國內二個學術研討會，並已彙整成為論文獲刊登於最新一期出刊之國內學術期刊—觀光研究學報。第三階段之研究結果已陸續發表於國內外學術研討會，並已彙整成為論文投稿於國外學術期刊 *Tourism Management*，克正接受審查之中。

參考文獻

- 何昶駕，(2002a)，旅遊網站服務品質潛在結構之初探，電子商務經營管理研討會 2002，台中：逢甲大學。
- 何昶駕，(2002b)，旅遊網站服務品質評估量表之建構—第一階段之研究成果，第四屆休閒、遊憩、觀光學術研討會論文集—休閒產業與網路行銷篇，(pp. 73-84)，台北：戶外遊憩學會與世新大學觀光學系。
- 何昶駕，(2003)，旅遊網站服務品質評估構面之建立，觀光研究學報，9 (1)，19-38。
- Ho, C. (2003). Exploring dimensions and factor structure of service quality for travel websites: From viewpoints of Internet users prior to purchasing. 第五屆休閒、遊憩、觀光學術研討會論文集—休閒遊憩行銷篇，(pp. 195-206)，台中：戶外遊憩學會與中興大學園藝學系。
- Ho, C. & Yang, T. (2003). Evaluation factors of service quality for travel websites: From Internet users' perspectives. *Second Asia Pacific Forum for Graduate Students Research in Tourism*.
- 廖瑞榮，(1998)，提升企業網際網路線上服務服務品質之研究—以證券經紀業為例，碩士論文，台灣大學資訊管理研究所，台北。
- 財團法人資訊工業策進會（資策會）<http://www.psd.iii.org.tw/inews/usrall/htm>
- 蕃薯藤網站<http://survey.yam.com.tw>