

# 第一章 緒論

本章簡述論文的研究動機與目的，並概述所採行之研究方法，以及本文整體的研究架構，作為本研究內容之概述。

## 第一節 研究背景

隨著資訊科技的蓬勃發展，政府透過網站提供服務已經成爲一項趨勢，這亦是電子化政府簡要的核心之一，根據我國行政院研究發展考核委員會針對電子化政府此項政策所制定的總體目標，電子化政府是要將政府資訊及服務全面上網，建立政府網網相連以及資訊流通的環境，提供國民「資訊服務網路化」、「服務申辦自動化」、「資訊應用全民化」的創新服務，進而促使政府達到「服務現代化」、「管理知識化」<sup>1</sup>。如此一來政府機關的網站設置成爲政府服務遞送的關鍵平台，因此政府網站設計與內容的評估也逐漸受到學界與實務界的重視，各項國際間電子化政府的相關評估也漸漸建立出評估的指標<sup>2</sup>，就公共行政領域的研究而言，針對電子化政府與政府網站設計與滿意度評比的研究也相當豐富。從這些指標中不難發現，政府網站未來的設計勢必考量到更多層面，來因應使用者逐漸提升的需求和期望，除了讓政府機關的網站成爲資訊、政策公佈的平台，更需要注重網站本身功能的提供、線上服務品質的維護。

事實上，特別是直接處理民眾業務的一線行政機關網站，更需要注重與民眾的互動關係。以我國電子化政府現況爲例，行政院研考會陸續結合各政府機關共同推動電子化政府網路申辦服務，並於我國電子化政府入口網站提供「表單下載」及「網路申辦」等服務，希望能逐漸落實服務e化的目標，然而因各服務項目均以個別機關角度爲主，導致民眾需配合機關現有作業方式，且機關後端流程多未e化，服務程度以單向式資訊提供及表單下載爲主，較缺乏互動交易層次的服務項目。故行政院研考會以「民眾需求爲導向」、「可在安全及可信賴的電子交

---

<sup>1</sup> 參見行政院研究發展考核委員會網站，[http://www.rdec.gov.tw/\(2005/4/17\)](http://www.rdec.gov.tw/(2005/4/17)) 電子化政府類別。

<sup>2</sup> 可參考 <http://www.rdec.gov.tw/mis/eg/e-taiwan/e-service/交付項目/SSF-12> 電子化政府服務衡量指標研究 報告.doc (2005/4/15)

易環境下提供服務」、「可展現電子化政府主動性、加值性、便利性與簡易使用等特色」三項原則，規劃三十六項創新 e 化整合服務<sup>3</sup>，其中希望政府的線上服務能具有辦理或交易性質，讓民眾或企業能在線上從政府機關得到更多更完整的互動及服務，例如線上填寫各項申請資料後直接在線上進行申請或交易。當我國希望電子化政府能順利推動，促進政府在線上與民眾的互動關係時，政府機關的網站作為聯絡介面，更應朝向民眾需求導向、強化網站與民眾的互動程度目標邁進，而民眾需求導向的概念，與目前受到密切關注的「顧客關係管理」這套理論有相當的關連。

顧客關係管理(Customer Relationship Management，本文簡稱CRM)是當前企業界相當熱門討論的議題，所謂的CRM其精神就是以顧客為中心，重視顧客需求，強調企業與顧客的互動、溝通與對話，進而改變企業的組織流程，並以產品或服務的客製化來留住舊客戶、吸引新客戶，這些概念與政府治理近年來強調公民參與、回應性、重視民眾需求的議題相符。在政府越來越注意顧客導向、CRM的風潮中，國內外已有不少公私部門領域的學者，試圖以顧客關係管理系統流程導入行政作業上民眾業務的處理，以政府機構或公營事業單位的經營管理作為研究範疇，讓行政機關的運作能以更貼近民眾需求的角度出發，經營管理地更有效率。

Accenture公司曾透過二十三個不同國家的研究人員，包含澳大利亞、比利時、巴西、加拿大、丹麥、芬蘭、法國、德國、香港、愛爾蘭、義大利、日本、馬來西亞、墨西哥、荷蘭、紐西蘭、挪威、葡萄牙、新加坡、南非、西班牙、英國和美國，在網際網路上搜尋傳統由官方提供的服務項目，檢視是否能夠符合個人需求。同時也連結當地政府官方網站，評估網站的製作單位，審核服務品質和成熟度，以及企業能夠與政府進行線上溝通的程度。此項研究採用兩項主要的衡量標準，用以評斷各國電子化政府的領先程度，分別為服務成熟度和顧客關係管理，經過綜合兩項衡量標準進而計算每個國家的整體成熟度。其中顧客關係管理便是用以作為服務提供完善程度的衡量標準，藉由與政府的線上互動、辦理線上手續幫助民眾和企業，得到最高的價值。顧客關係管理可以協助政府落實民眾導

---

<sup>3</sup> 所謂「創新 e 化整合服務」意指民眾或企業的角度思考，透過橫向合理化各機關服務流程，進而整體性 規劃跨機關 e 化一路通流程，以取代各機關現有的分段流程，規劃符合民眾及企業需求之政府服務項目。詳細內容可參考行政院研考會網站 [http://www.rdec.gov.tw/\(2005/4/17\)](http://www.rdec.gov.tw/(2005/4/17))，關於創新 e 化整合服務之介紹。

向的目標，重新整合政府的服務能力，進而顯著改善政府與民眾之間的互動關係，此項的服務評估標準分為五個層級：洞察能力、互動行為、組織功能、顧客需求提供和關係網路<sup>4</sup>。

雖然顧客關係管理這套理論的成熟，開始影響政府部門對於經營與民眾互動關係的模式，然而對公部門而言，把民眾視為「顧客」這樣的概念，一直受到學者批評與挑戰，認為「顧客關係」並不足以在廣闊公共服務的範疇中，詮釋人民與政府之間的關係，但是本文認為，將顧客關係管理的概念導入政府部門，並非是希望要將政府與人民之間複雜的權利義務關係，單由「顧客」這樣的概念去詮釋，而是希望能透過顧客關係的導入去提升行政機關的服務品質，使其了解民眾的需求，因此民眾可以是公共領域、政治領域中的公民，享有公民的權利義務，但同時也可可是經濟領域的顧客，要求得到合適的服務，兩者之間可以不衝突而採互補的關係(陳怡君，1998)。在這樣的觀點下，研究者關切到顧客關係管理對於政府部門的重要性，而在強調電子化政府的時代，政府機關的網站設計、功能的提供能否從民眾觀點出發，能否符合顧客關係管理的觀點，成為本研究想要探討的核心。

## 第二節 研究動機與目的

在前述的研究背景下，研究者發現儘管目前顧客關係管理與政府網站這兩項議題都到實務上的關注，學者們也都各自投入相當多的研究，但是鮮少研究直接將這兩項議題連結，但是網站的設計與建置的內容卻往往是顧客關係管理系統能否順利導入組織的關鍵前提，因為顧客關係管理是一個流程的概念，需要從前端、系統、到後端三者緊密連結方能成功，而網站已成為顧客關係管理下一個重要的前端之一，網站必須根據系統後續的需求做妥善的建置和設計，方能讓整個系統導入成功。雖然顧客關係管理導入公部門的研究日漸受到重視，但是多半是從資訊管理、資料探勘或是流程面的探討出發，較少直接從顧客關係管理理論的觀點去分析政府機關網站的內容，進而引發研究者的研究興趣，想透過研究，了解政府機關網站如果從顧客關係管理的角度出發，應具備怎樣的網站內容與功

---

<sup>4</sup> 詳文可參考資策會 FIND 網站 <http://www.rdec.gov.tw/mis/eg/e-taiwan/e-service/> 交付項目/SSF-02%20 全球電子化政府評比報告.doc (2005/4/1)

能，又目前政府機關網站的現狀為何，兩者間是否存在差異。

根據上述的研究動機，因考慮到行政機關具有各項不同的類型，針對顧客關係管理強調「顧客服務」的特性，使得與民眾直接接觸的業務類型的行政機關網站成為最合適的研究對象，因此本研究希望對於直接與民眾接觸的行政業務機關網站，從顧客關係管理的角度歸納重點面向並建構細部衡量指標，予以計分，了解目前行政業務機關網站，在達成顧客關係管理經營理念的程度，在功能、內容的建置上是否符合顧客關係管理的建置需求，如果不足那尚須改進的部份為何，並作為如果事後行政業務機關欲導入顧客關係管理系統的前置研究。但因研究時間與成本上的限制，無法針對所有的行政業務機關進行研究分析，因此論文僅挑選具有管制性濃厚色彩的稅務機關，以及服務性色彩較高的文化行政機關，兩大不同類型的業務機關網站作為最後的研究對象，希望能透夠本研究了解其網站內容與功能的現況，觀察其中的異同。

具體而言，本研究的研究問題有四：

- 一、整體而言，總計五十五個行政業務機關的網站整體表現如何？總排名如何？總得分平均為何？各面向得分平均如何？哪個面向表現最佳、最需改進的面向又是哪些？
- 二、若從稅務機關網站與文化行政機關網站分別觀察，其符合顧客關係管理經營理念的各自總得分如何？各重點面向的得分如何？總排名如何？前二名的網站與後二名網站各面向的表現如何？
- 三、根據所得評估的數據，比較稅務機關網站與文化行政機關網站兩者之間整體表現的差異，以及各個面向表現的差異為何？
- 四、根據評估結果觀察，瞭解稅務機關網站與文化行政機關網站，各自對於顧客關係管理落實的程度尚需改進的地方為何？對於直接接觸民眾業務的行政機關的網站設計，就顧客關係管理的角度而言，可歸納出怎樣的結論並提出建議。

### 第三節 研究方法

本研究主要採用的研究方法有二：分別是文獻分析法、網站內容分析法與問卷調查法，分述如下。本文首先採用文獻分析的方式，參照有關政府網站評估，以及顧客關係管理的相關理論，蒐集國內外的書籍、期刊與論文研究，試圖建構出在顧客關係管理經營理念下，面對處理民眾的業務，用以評比行政機關網站的重要面向以及面向內的細部指標。

再者，研究對象以直接面對民眾，負責辦理民眾業務的行政機關網站為主，並將其分類成將管制型與服務型兩大類別的行政業務機關網站進行評估，對於公部門的業務機關的類型，乃依據政大公共行政系學施能傑教授的建議分類成管制型與服務型兩大類別。由於機關數目眾多，考量到時間成本的問題，本文擇以高度行使公權力的全國稅務機關的網站作為管制型業務機關網站的代表，並且以低度行使公權力的全國文化行政機關作為服務型業務機關的代表，共有五十五個行政機關網站，根據文獻分析所歸納而得的評估面向，分別設計指標以構成網站評估表，試圖了解我國稅務機關與文化行政機關網站目前的現況。且為降低評估者主觀認定上的差異，增加研究評估結果的信度，在指標的設計上，採用「是」與「否」的題目設計，「是」計分為「1」，「否」計分為「0」，來觀察研究網站內容是否符合題目的敘述，但不進一步深究符合的程度。對於獲致的評分結果，進一步採用簡單的敘述統計加以分析，了解各網站得分與排名情況，以及各個評估面向的表現。

最後，為彌補研究設計上可能的不足，在經過指標評估獲得評分結果後，針對評估的結果，設計半開放的問卷，針對網站表現可能較不佳的部份，讓受評的機關看完評估結果後，填答問卷陳述其背後經營網站上可能遇到的不利因素，同時也讓整體表現較為優異與較需改善的機關陳述個人意見與相關建議，以進一步讓本研究貼近現況，有利最後做出較為完善的研究分析與結論和建議。

## 第四節 研究流程

本研究自緒論簡述研究動機與目的、研究方法與流程，作為本研究內容之概述，第二章起試圖整理政府網站的相關研究，並針對文獻中對於政府網站評估指標的研究資料做一彙整，以了解政府網站內容評估研究的趨勢和方向，和網站的評估指標其發展的面向和考慮的重點有哪些。第三章將以顧客關係管理理論出發，統整相關文獻，試圖歸納出符合顧客關係管理理論的網站評估面向，用以作為本研究用來評估政府網站的核心指標。第四章則根據第三章所發展出的政府網站評估面向，參考文獻列出評估指標的詳細內容，選取全國稅務機關與文化行政機關共五十五個行政業務機關網站作為研究對象，並歸納本文研究限制。第五章實際進行業務機關網站的評比，記錄研究過程與結果，並進一步依據評估獲得的網站評比結果，設計簡單的半開放問卷，郵寄到受評機關，讓受評機關了解受評結果後，填寫網站經營上遭受的困難有哪些，以及網站表現較優異或需改進其背後的有利與不利的因素為何，填寫完後回寄給研究者，以幫助研究者更能實際了解這些網站經營的情況與背後的因素，以補研究設計可能產生的不足。第六章為本研究的結論與建議，研究流程參見圖 1-1。

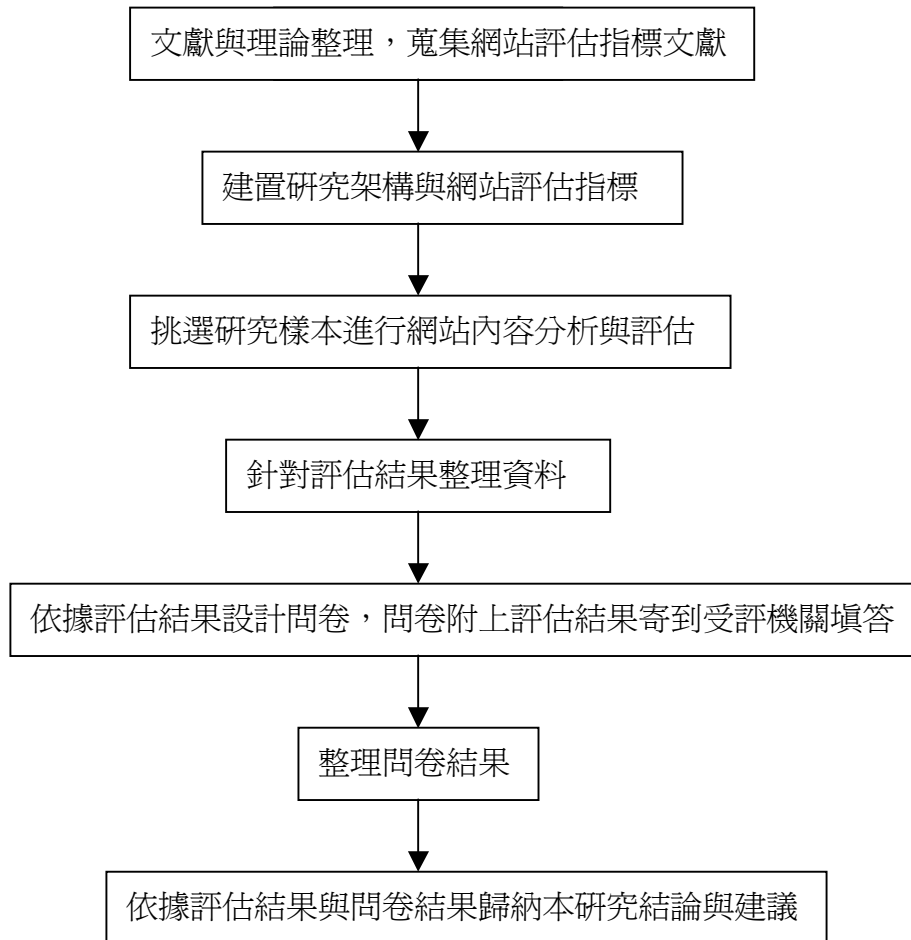


圖 1-1 研究流程