

第六章 結論與建議

根據資策會 FIND 的研究統計資料來估算我國經常上網的人口數，至 2004 年 12 月底止，我國經常上網人口數達九百一十六萬人，網際網路連網應用普及率為 40%，與 2003 年同期相較，增加了三十三萬人，成長率為 4%¹，顯示我國上網人口已逐年攀升，網際網路的相關技術服務也越來越普及，網路科技普及與發達的結果，促使政府機關透過網站提供服務已經成為必要的趨勢。在講求服務精神與 e 化的時代，政府與民眾之間的關係已經從以往上對下的姿態，轉變成傾聽、尊重的平等位階，電子化成爲除了幫助政府改善行政效率的工具外，也成爲幫助政府更親近民眾的管道與工具，顧客關係管理的相關概念導入政府機關，促使公部門重視了解民眾需求、與民眾對話、溝通，提供良善的服務品質，以及與民眾建立長久而深厚的關係進而提昇彼此認同價值這些概念的重要性。

對於與民眾息息相關的行政機關業務網站而言，顧客關係管理提供了一套概念作爲機關網站自我檢視的方向，網站介面的可用性、網站內容的自助性、網站功能的互動性、網站使用客製化、網站交易性、網站功能支援性、網站安全與隱私性這些面向，往後都將是政府機關網站必須面臨的課題，特別是處理民眾業務的一線機關。隨著民眾對於服務品質的日漸要求，科技日新月異，民眾對於公私部門之間提供服務的落差，所能容忍的程度已逐漸降低，相同的，民眾對於政府機關網站的期待和要求，與企業網站之間差異亦逐漸縮小，因此本文希望透過這樣一個研究，能讓政府機關重視其網站的整體表現，並且能採用以民眾需求爲出發點的網站設計方式，提供民眾更方便、好用、親切、豐富且安全的機關網站，改善民眾對於公部門機關網站不良的刻板印象，提升民眾使用政府網站的滿意度。

本研究透過蒐集相關文獻，試圖建立一套以顧客關係管理概念爲出發點的政府機關網站的評估指標，並以管制性色彩較濃厚的稅務機關與服務性質較強的文化行政機關，這兩類業務機關網站作爲評估對象，希望了解它們的網站表現若從顧客關係管理的角度檢視，各自對於顧客關係管理落實的程度如何與尚需改進的地方爲何，可以採取哪些方式讓機關網站能更貼近民眾的需求，提供更完善的服務。根據本研究的評估結果，以及回收問卷所蒐集的機關意見，針對稅務機關

¹ 資策會網站 [http://www.find.org.tw/0105/howmany/howmany_disp.asp?id=107\(2005/4/30\)](http://www.find.org.tw/0105/howmany/howmany_disp.asp?id=107(2005/4/30))

與文化行政機關的網站，本研究歸納整理出以下研究結果，並從研究過程中自我反思，探討本研究未盡周全之處，以提供後續研究與改進的方向。

第一節 研究發現

本節試圖回答本研究提出的四項研究問題，同時針對稅務機關網站與文化行政機關網站，分別闡述其研究發現。

壹、研究問題與研究發現

一、整體受測機關的網站表現與排名結果

總計五十五個行政業務機關的網站整體表現與排名，根據本研究評估結果的數據顯示，管制性色彩較濃的稅務機關網站整體表現優於服務性色彩較濃的文化行政機關網站。在全體五十五個研究對象的機關網站，以台灣省南區國稅局(25分)最高，其次是高雄市國稅局、雲林縣稅捐處、台南縣稅捐處、台南市稅捐處並列第二(24分)，評估分數後兩名為連江縣政府文化局(7分)與基隆市文化局(8分)，全體機關網站評分的平均值為 17.05 分。

二、稅務機關與文化行政機關網站個別的觀察結果

若從稅務機關網站與文化行政機關網站分別觀察，稅務機關與文化行政機關的排行結果，稅務機關以台灣省南區國稅局最高(25分)，台東縣稅捐稽徵處最低(13分)，共有十四個稅務機關網站高於稅務機關網站評分平均值(20.14分)，文化行政機關裡則是行政院文化建設委員會網站最高(22分)，最低者為連江縣政府文化局(7分)，平均值為 13.62 分，較全體業務機關網站評分的平均值低。

三、稅務機關網站與文化行政機關網站兩者整體表現的差異比較

透過本研究的獲致的結果，稅務機關網站與文化行政機關網站整體間的表現差異可整理出以下幾點：

1. 從網站導覽功能、普遍性設計等關於網站介面可用性的觀察，稅務機關

網站的設計比文化行政機關網站更能貼近一般使用者。

2. 稅務機關對於網站各項資訊的呈現較文化行政機關網站完備。
3. 稅務機關網站的互動性程度高於文化行政機關網站。
4. 稅務機關對於網站提供分眾導覽、非本國語網站、無障礙網頁等設計，比文化行政機關來得普遍。
5. 稅務機關網站對於資訊安全與隱私權保護政策的關注相較於文化行政機關網站為多。

四、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，以及尚需改進的地方

若從受測機關網站各面向的評分平均值與各面向總分的百分比來觀察，在「網站內容自助性」這個面向中，稅務機關網站的得分百分比達到九成，文化行政機關為七成；「網站介面可用性」裡，稅務機關網站則達到八成，文化機關網站為六成，顯示受測機關網站的功能與內容上，就電子化政府發展的階段區分，稅務機關與文化行政機關網站有逐步單純由資訊的公佈階段，開始漸漸關注到互動性的重要，朝向互動階段邁進。特別是稅務機關網站，觀察其「網站功能的互動性」中的表現，稅務機關網站符合此面向的程度達五成，高於僅達三成的文化行政機關網站，顯示稅務機關網站互動性的程度上，高於文化行政機關網站。

但是從「網站交易性」所獲得的評估結果皆為零的情況可以得知，目前所有受測機關皆不具備線上交易的功能，亦不提供線上交易的相關服務，表示受測的稅務機關網站與文化行政機關網站尚未達交易階段。至於顧客關係管理中強調的「客製化」部份，受測機關網站的評估結果明顯皆不佳，但是稅務機關網站的整體表現仍略高於文化行政機關。最後關於「網站功能支援性」、「網站安全與隱私性」這幾個部份，雖然整體上兩大類型的受測機關評估結果皆不佳，但其中又以文化行政機關網站更為明顯，二十六個受測的文化行政機關網站僅有一兩個網站具備此類的功能，顯示文化行政機關網站還有相當多的可以改善努力的空間。

貳、稅務機關網站的研究發現

根據第五章的研究發現可以得知，按本研究所歸類的七大面向來觀察，稅務機關網站普遍而言，都具有高網站介面可用性與網站內容自助性，對於網站功能的互動性層面也開始有所注重。整體而言，目前稅務機關網站呈現的特性為：

一、重視網站介面的呈現，具備較高的網路介面可用性

大部分的稅務機關目前對於網站介面的呈現已經有注意到可用性的重要，盡量採用一個友善親切的網路介面讓民眾使用機關網站，方便民眾瀏覽網站搜尋相關所需資訊。

二、網站內容提供豐富資訊，促使機關網站內容有高度自助性

稅務機關藉由網站提供各項稅務資訊，強化網站幫助民眾自助解答的功能，讓民眾能自行上網查詢個人所要的資訊，解決個人疑問，替機關成員節省回答民眾一般問題的時間與資源，發揮網站功能的效益。

三、網站功能互動性方面的功能逐漸發展中

稅務機關的網站對於與民眾互動的相關機制已逐漸發展，目前主要的功能集中在提供民眾電子信箱與信件回覆，以及線上申辦的服務，但是對於即時線上對話協助民眾，或是提供留言版、電子報等其他種類的互動機制，大部分的稅務機關的網站都尚未具備這些功能，或認為現階段因欠缺資訊專才、經費有限，故實踐這些機制有困難。

四、對於網站使用客製化、網站功能支援性與網站隱私與安全性這幾個面向的概念稅務機關尚在發展中

目前大多數的稅務機關對於網站的客製化、功能的支援性、隱私與安全性這方面的概念與相關技術的了解尚待加強，但是相對於其他稅務機關網站，獲得較高總分的稅務機關網站對於這幾個面向指標提及的網站功能與內容已經有所關注，例如建置無障礙網頁或通過無障礙網頁等級認證、提供分眾導覽設計、建置非本國語言網站、舉辦線上調查、網頁設置隱私權政策或資訊安全政策的相關說

明等等，由此可見稅務機關網站未來各項功能的強化，是可以朝這幾個面向來努力，全面提升稅務機關網站的服務功能與內容，並建構更具系統化的網站整體經營機制，同時強化網路隱私與安全性的保護。

不過，根據各機關回覆問卷意見上的反應，人力不足、欠缺資訊專業人才、經費有限、不具備相關的網站經營技術是這幾大面向，在實際執行上面臨的最大幾項難處，因此，如何解決這些既存的現實問題，成為影響稅務機關網站的整體表現能否更進一步的關鍵。

五、目前稅務機關大多認為沒有建立線上交易功能的需要

雖然透過電子化政府發展的階段論來觀察，隨著政府在網站上提供的服務越來越多，線上交易的功能成為未來電子化政府的趨勢，但是目前稅務機關普遍認為，業務上沒有建立線上交易功能的需要，主要是因為機關目前提供的服務較少需要收費，即使是需要收費的服務也需要相關紙本文件的證明，再者，納稅的相關業務也由中央的財政部統一規劃網路報稅納稅的機制，因此不認為目前的網站功能需要建置線上交易的項目。面對這樣的現況，如何強化稅務機關對於建立線上交易的認同感，並解決現行業務上稅務機關引進線上交易功能可能面臨的問題，成為未來關於稅務機關網站針對線上交易方面的課題，必須首先關注的焦點。

總括來說，稅務機關本身乃是管制性色彩較為濃厚的行政業務機關，換言之這類機關往往會利用公權力來要求民眾配合政府機構執行相關政策，因此，稅務機關對於民眾的權利與義務資訊的告知就顯得更為重要，再者由於稅務機關的業務與民眾生活息息相關，因此更須強化與民眾的互動關係的維護，而在為民提供服務的同時，也必須屏除機關本位主義，進一步了解民眾的需求為何以提供適切的服務項目。網路化的時代，網路安全與隱私權的保護也是目前經營網站的重要課題，稅務機關網站也需強化這方面的認知與建立相關具體保護措施。

就目前階段而言，依據顧客關係管理的角度分析，稅務機關網的網站雖然已經提供相當的資訊並力求提升網站介面的可用性，但是網站與民眾之間的互動程度仍有待加強。關於稅務機關網站對客製化、建構會員登入機制、線上調查的功能，以及網站隱私與安全性的維護這方面的實踐上，除了現實資源的缺乏與技術上的困難外，根據研究結果發現，機關本身也對於這些評估面向與指標的內容與概念，並不熟悉，因此對於顧客關係管理的相關概念與技術，稅務機關應開始加

以重視並吸收，方能逐步將這些概念落實在稅務機關網站的經營管理層面，讓機關網站整體更為完備且貼進且符合民眾需求。

參、文化行政機關網站的研究發現

根據之前的研究發現，整體而言文化行政機關網站的表現相對弱於稅務機關網站，按本研究所歸類的七大面向來觀察，文化行政機關網站普遍而言，對於網站介面可用性與網站內容自助性都有所關注，但是對於其他面向所提及的內容與功能則普遍欠缺。目前就觀察的結果而言，文化行政機關網站具備下列特點：

一、網站介面的呈現已開始注意普遍化的設計以及能否讓使用者迅速查詢到所需的資料，但仍有進步空間

大部分的文化行政機關目前對於網站介面的呈現已開始注意到可用性的重要，儘量採用普遍且友善的網路介面以方便民眾使瀏覽機關網站。但是網站導覽相關機制的建立尚不及稅務機關網站普及，網站資料的更新速度也不及稅務機關迅速。換言之，文化行政機關網站就網站介面可用性的強化上仍有進步空間。

二、網站內容已提供各項基本訊息，但網站資訊的豐富程度與網站使用自助性仍須再強化

文化行政機關的網站內容多以提供藝文消息為主，雖然已逐漸發揮將網站作為公佈機關資訊的平台，但是對於機關本身、首長的介紹、提供工作消息方面的資訊仍不若稅務機關網站豐富，而且欠缺常見問答集、站內搜尋引擎這方面的功能，降低了民眾可利用網站自助解答的程度。

三、網站功能互動性機制還需再發展

文化行政機關網站目前對於與民眾互動的相關機制以電子信箱的設置與回覆為主，亦有機關已開始透過電子報的方式，來加強機關與民眾之間的訊息交流，但尚未普遍。但是對於提供線上申辦的服務，即時線上對話協助民眾，或是提供留言版、等其他種類的互動機制，目前的文化行政機關的網站都相當缺乏。

四、欠缺網站使用客製化、網站功能支援性與網站隱私與安全性這方面的功能

目前文化行政機關網站的功能多半停留在公佈資訊的階段，作為類似布告欄的用途，故就網站設計的概念上，較少考量到客製化、系統支援性，以及網站隱私與安全性這方面的功能與內容。但特別的是，文化行政機關網站已有半數提供非本國語的網站，顯示文化行政機關已逐漸發覺提供外國語版本網站的重要性，考量到外國民眾瀏覽網站的需求。

五、目前文化行政機關大多認為沒有建立線上交易功能的需要

如同稅務機關網站一般，目前文化行政機關網站都欠缺線上交易的功能，理由多半都是基於機關認為沒有業務上的需求，或是欠缺資訊專業人才。由於文化行政機關網站目前多只是純粹提供民眾藝文活動的資訊，即使是可能牽涉到交易性質的業務，例如各項藝文活動的收費，目前也多由民間網路售票系統來負責，故機關認為不需建立網站線上交易的功能。

文化行政機關本身的業務性質，與稅務機關相比，傾向於提供一般性服務，管制性色彩較不濃厚，但因為都是處理與民眾相關的業務，本著為民服務的精神，目前網站作為提供民眾服務的窗口之一，網站的內容與設計上就應考量到與顧客關係管理這方面的概念。但是經過本研究觀察結果，發現文化行政機關的網站普遍而言，網站的性質與功能多半停留在作為機關公佈資訊的平台，而且民眾除了透過網站上提供的電子信箱與機關網站溝通外，網站上很少具備有其他可讓民眾與機關互動交流的機制，至於其他客製化、線上交易、網站支援性、網站隱私與安全性等功能，除了設置非本國語網站這方面的功能有較多的文化行政機關網站具備，其他的功能大多處於欠缺的狀態。

針對目前現況，文化行政機關網站還有相當多改進的空間。根據本研究觀察結果，現階段文化行政機關網站應改善網站功能的互動性，讓民眾能在網站上有更多管道能與機關溝通交流，並且繼續強化網站內容與使用者介面的可用性。未來，透過對顧客關係管理相關概念的進一步了解與認識，並試圖解決人力不足、經費不足、技術欠缺等問題，再逐步強化其他面向的功能，以提升整體文化行政機關網站的表現。

第二節 對業務機關網站的建議

政府單位中的行政業務機關，往往處理與民眾息息相關的業務，因此對於顧客關係管理概念的認識、理解、並且導入，是必要且需要的。根據之前文獻歸納的結果，從 CRM 的角度來看，業務機關網站應具備三項功能，才能讓網站發揮顧客中心、為民服務的效益，並且作為機關導入 CRM 系統流程的前置作業，三項功能分別是：

- 一、服務窗口、與客戶或民眾的接觸媒介
- 二、資訊提供平台，方便自助式服務的產生
- 三、接收客戶或民眾個人資料，建立資料庫用以提供客製化服務

但是根據本研究觀察的結果，針對稅務機關與文化行政機關目前的網站經營情況，這兩類機關的網站其功能多以提供資訊為主，其他方面的功能相對而言比較欠缺，不過與民眾互動交流的功能上，稅務機關網站的互動程度較文化行政機關網站來的高。但是若這兩類機關要導入顧客關係管理的系統，就目前這兩類機關的網站的現況而言，導入 CRM 是有困難的。面對這樣的情況，本研究以下將分別針對稅務機關網站與文化行政機關網站可以改善的部份給予建議。

壹、稅務機關網站方面

經歸納研究結果了解目前稅務機關網站的特性後，根據觀察所得的結論，稅務機關網站就本研究所分類觀察的七大面向來分析，各面向中可以加強的部份分別為：

一、就網站介面可用性

稅務機關網站可以提高網站資訊更新的速度，以確保網站提供的資訊皆為最新且最正確的資料。

二、網站內容自助性

首先稅務機關網站可以增加網站搜尋引擎，方便民眾搜尋站內各項所需資

訊。再者針對機關本身介紹的部份，有些稅務機關網站並沒有提供機關首長相關介紹，以致於民眾對機關資訊了解不夠完整，因此可以針對這個部份再加以改進。

三、網站功能互動性

目前稅務機關網站普遍都設有電子信箱作為與民眾交流的管道，但是許多機關網站上設置的電子信箱，並沒有設計電子郵件自動回覆的機制，以致於民眾不見得知道自己寄出的信件機關是否已經收到，因此建議機關網站設置信件自動回覆的機制，讓民眾明確了解自己寄出的信件機關已收到並開始處理。再者，本研究也建議機關網站設置留言版或民意論壇、增加電子報訂閱服務，以擴大機關透過網站與民眾互動機交流的管道與空間，提升機關網站的互動性。

至於機關成員透過網站提供民眾線上服務的機制，機關反應目前礙於技術和法規因此實踐上有困難，但是提供即時的線上服務已成為未來的趨勢之一，因此機關網站目前可以針對這類的功能加以考量，作為未來改善網站功能的方向。

四、網站使用客製化

針對這個面向，本研究建議機關網站應增設身心障礙者網站連結管道，提供無障礙網頁瀏覽服務，以符合身心障礙人士的需求，此外網站上也建議採用分眾導覽設計，按使用者身份進行網站導覽，讓網站能按照不同身分的民眾，提供個人化的服務。

至於網站記錄使用者瀏覽網站的偏好或是提供由使用者自行調整或設計網站內容編排的功能，由於目前受到的人力、技術與經費的限制較高，因此本研究建議可做為未來機關網站進行更進階的客製化服務時，可以考慮增設的功能，目前這項技術以亞馬遜網路書店網站表現最為突出，可以作為機關網站未來學習的對象。

五、網站交易性

目前稅務機關網站都未設有網站線上交易的功能，原因主要是機關認為沒有業務上的需要，但是隨著技術進步與電子交易的需求成長，未來機關勢必得面臨到如何克服線上交易的技術問題，以逐步因應線上交易的需求，因此本研究建議機關應逐漸改善作業流程，考量線上交易的可能性，並且嘗試提供多種付款管道以方便民眾選擇。

六、網站功能支援性

目前稅務機關有定期舉辦線上調查，以了解民眾對於機關服務的觀感，但是為了能讓機關透過線上調查的方式更了解民眾的需求，蒐集民眾資料，本研究建議機關網站可以增設不同的議題來舉辦線上調查，讓線上調查的內容可以更多元，調查的結果也可用來分析與了解民眾的需求與態度為何。

而會員登入機制這方面的功能，主要是用來辨識民眾的身分，以利後續可針對不同民眾的需求提供個人化的支援性服務，但是有機關認為提供會員登入機制有違機關提供民眾平等相同的服務精神，但是事實上，本研究認為會員登入機制並不違反普遍平等服務的精神，因為機關網站仍可提供給民眾一般性服務，並不是只有成為會員的民眾才享有機關網站的服務，但是透過增設會員登入的機制，可以讓機關透過民眾登入的會員資料，進行資料分析以及後續的資料採礦的動作，以利機關提供進一步的服務，因此本研究仍建議機關網站可以增設此項功能。

七、網站安全與隱私性

電子化的時代來臨，網站安全與隱私權的保護成為目前非常受到關注的面向，因此機關網站也不能忽視這個層面，目前稅務機關網站有一半以上的機關都設有隱私權政策或資訊安全政策說明，但是仍有一些稅務機關網站沒有這方面的說明，因此本研究建議尚未設置這項說明的機關網站須儘速補上這項說明，並且實際提升網站安全與隱私權保護的相關技術，目前已有機關對於民眾索取牽涉個人隱私的資料時，需透過自然人憑證的認證機制來加以保護。同時若未來採行進行線上交易的機制也需設置加密機制，強化線上交易的安全性。

貳、文化行政機關網站方面

根據本研究的觀察，目前文化行政機關網站整體而言，就顧客關係管理的角度來分析，相對於稅務機關網站是比較需要改進加強的，各面向須改善的部份有：

一、網站介面可用性

文化行政機關網站對於網站導覽功能的設置不如稅務機關網站普遍，欠缺網站導覽的機制容易造成初次到訪網站的民眾瀏覽上的困難，故本研究建議加強網

站導覽的機制。此外也建議提升機關網站資料更新的速度以確保網站資訊的正確性。

二、網站內容自助性

此面向中，文化行政機關整體得分的表現遜於稅務機關，從各項指標來觀察，本研究建議機關網站可以增設常見問答集、站內搜尋引擎，以利強化網站自助性功能，幫助民眾透過網站尋得個人所需資料。此外針對機關本身資訊也建議增設行政機關首長相關介紹，以及機關本身的工作訊息，強化網站資訊的豐富性。

三、網站功能互動性

目前文化行政機關網站普遍都設有電子信箱作為與民眾交流的管道，但是如同稅務機關網站一般，許多文化行政機關網站上設置的電子信箱，並沒有設計電子郵件自動回覆的機制，為了確保民眾的電子信件能得到機關的回覆並處理，故建議網站設置信件自動回覆的機制。本研究也同樣建議文化行政機關網站設置留言版或民意論壇，提升機關網站的互動性。

本研究亦建議文化行政機關改變傳統作業流程，逐步開放提供網站線上申辦業務的服務，提供民眾多元便利的服務管道，等到相關技術成熟，更可考慮進一步提供即時的線上協助，解答民眾疑問。

四、網站使用客製化

針對這個面向，本研究建議機關網站應普遍增設非本國語言的網站版本，以利文化行政機關本身業務的推廣，同時作為向國外宣傳我國各地方文化歷史的管道，並且提供無障礙網頁瀏覽服務，以符合身心障礙人士的需求。

此外網站上也同樣建議採用分眾導覽設計，按使用者身份進行網站導，以進一步提供個人化的服務。至於網站記錄使用者瀏覽網站的偏好或是提供由使用者自行調整或設計網站內容編排的功能，由於機關反應客觀資源、技術上的缺乏，因此研究建議這幾項功能可作為未來機關網站，進行更進階的客製化服務時考慮增設的功能。

五、網站交易性

目前文化行政機關與稅務機關一般，針對網站交易性這個面向，都是抱持業務上沒有需要的態度，正如之前所提，隨著技術進步與電子交易的需求成長，未來不同的業務機關勢必都得面臨到如何克服線上交易的技術問題，以逐步因應線上交易的需求，因此本研究建議文化行政機關不應忽視網站提供線上交易的可能性，反而應採開放的態度來思考這個層面的問題。

六、網站功能支援性、網站安全與隱私性

文化行政機關網站目前在這兩個面向的各項功能普遍都是欠缺的情況，因此本研究建議機關可以增設線上調查的功能，評估設置會員登入機制的可行性，以強化機關網站用以作為支援機關進一步分析、了解民眾需求的功能。同時提升機關網站對於安全與隱私的重視，增設隱私權政策或資訊安全政策說明，以及增設各項資訊安全維護的配套措施，改善現階段機關網站在這兩大面向的弱勢。

第三節 研究啟示與後續研究建議

顧客關係管理為貫穿本研究的基礎理論，認為了解民眾需求、依據民眾的需要建構親切的政府網站介面，強調政府網站與民眾互動性的重要，這些都是政府網站必須關注的重點。因此依據研究目的，本研究試圖透過顧客關係管理相關理論，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能，並嘗試建構出一套用來評估與民眾切身相關的政府業務機關網站的指標，用以了解目前政府機關網站的現狀。

然而在建構指標的過程裡，本研究透過蒐集文獻的方式，從目前顧客關係管理以及對政府網站評估的相關研究中，嘗試初步建構從顧客關係管理的角度來衡量政府業務機關網站的指標，雖然建構的指標力求客觀，並參酌相關文獻、學者的意見，然而指標建構的過程，卻缺少真正由民眾參與、反映意見的這個部份，但事實上顧客關係管理對於政府網站評估指標的建構，可能還是需要回歸到民眾的意見上；此外，確立研究對象後，進一步進行政府機關網站的評比時，亦由研究者本身進行衡量，雖然研究指標有進行測量評估者間的信度檢測，但仍非由民眾進行實際評估，因此有可能促使整個研究指標的建構、以及對政府機關網站的衡量，在研究結果與得分上，其呈現的結果，不見得能確實反映或代表民眾的意

見與看法，除了成爲本研究的研究限制，亦是整個研究設計需要自我反思與檢討之處。

再者，依據研究發現觀察的結果，以及回收問卷時統整各地區機關對於其網站經營現實情況的意見反應，可以發現，不同類型的業務機關，以及不同地區的業務機關，其網站評比的結果，在各面向的表現皆有所差異。以網站交易性此面向爲例，根據機關回覆問卷結果，大部分稅務與文化行政機關都認爲目前尚未需要有網站交易性這項功能，這可能意味著不同的業務性質，可能會影響本研究提出的七個面向，各機關得分的強弱，但是這本研究在設計研究指標的過程中較爲忽略的一環。此外，亦有偏遠地區的機關在其問卷回覆的內容中反應，由於當地居民對於網站使用較不普遍或尚未養成習慣，因此機關對於網站的建置與設計上，並沒有投入太多人力物力，由於本研究只評估各機關網站整體表現出來的內容和功能，並無針對機關本身的資源、背景作進一步的了解與分析，也欠缺對於當地民眾對機關網站需求的了解，因此可能加深指標評估所獲得的結果與現實情況的落差。

透過上述提出的研究啓示與反思，可以了解，若要避免類似情況再度發生，本文建議，未來的相關研究建構機關網站的衡量指標時，在指標的設計上，除了應採納民眾意見，爲了能讓評估指標更具深度廣度，更應考慮到指標設計上的因地制宜性，因不同類型的業務單位、不同地區的民眾需求，都可能影響當地機關網站建構的內容與方向，因此在衡量政府機關網站時，亦需應考量這些因素對機關網站的影響，才能讓評估結果更客觀且具代表性，同時反映民眾需求，以呼應顧客關係管理的強調重視需求、客製化服務的核心精神，此爲後續研究方向之一。

此外，本研究除了依據政府網站評比，與顧客關係管理相關理論的文獻設計評估表，並針對稅務機關網站與文化行政機關網站進行評估外，也根據評估結果設計問卷，針對本研究提供的分析面向，試圖了解各機關其經營網站在實際的操作上面臨哪些困境。機關回覆的意見中，多半與人力不足、經費不足、資訊專業不足、或是業務上沒有急迫的必須性有關，本研究雖然觀察到這些情況，但研究範圍並沒有論及如何針對這些困境，給予實際的解決辦法，也尚未依據這些回覆意見進行研究假設的驗證，澄清這些因素是否真與機關網站表現的好壞有關，因此關於這個層面，此爲後續研究的方向之二。

再者，由於時間與成本上的考量，管制型業務機關與服務型業務機關本研究只各擇一進行觀察評比，分別爲稅務機關與文化行政機關進，未觀察其他業務機

關網站目前的現況，因此研究結果觀察的現況無法推論至其他業務機關網站，故本文建議可繼續針對不同業務機關網站進行評估觀察，以進一步了解其他業務機關網站的現況與本文觀察的所得的情況差異為何，分析構成這些差異的成因，以獲得更完整的研究結果，此為後續研究的方向之三。