

我國各縣市電子化政府實行顧客關係管理之研究

游佳萍 鍾岳秀

淡江大學資管系

cpyu@mail.im.tku.edu.tw ahashookimo@yahoo.com.tw

摘要

電子化政府的發展與演進正可以體現公部門的便民服務宗旨，近年來針對公部門顧客關係管理的相關研究議題，也因此受到很多重視。本研究的目的有三：第一、台灣各地方政府所提供之電子化服務發展的現況為何？第二、台灣各地方政府透過電子化的服務平台提升了哪些顧客關係管理？第三、這些電子化服務的發展與顧客關係管理的成效有哪些相關性？本研究透過內容分析的方式，描述並衡量各地方政府的電子化發展現況，並且分析各地方政府在電子化服務上所做的顧客關係管理。

我們的研究有以下的發現：第一，台灣地方政府電子化的發展以北部地區發展最為成熟，其次是南部的地方政府，再者才是中部與離島，而東部的發展則最為緩慢。第二、衡量各地方政府顧客管係管理成效，北部地區成效最為卓越，其次是東部與離島的地方政府，而南部與中部地方政府的顧客管係管理成效並不顯著。第三、由研究資料來看，地方政府電子化的發展與地方政府顧客管係管理成效並沒有絕對的關係。舉例來說，南部地區地方政府電子化的發展十分優異，但是其顧客管係管理的成效卻沒有相對的明顯成效。而東部地區與離島地區雖然電子化的發展並非十分成熟，但是其電子化政府的顧客管係管理成效卻是名列前茅。

最後本研究根據研究資料，使用了 SWOT 分析，提供各地方政府電子化政府發展的優劣分析與建議。

關鍵詞：電子化政府、顧客關係管理、電子化政府發展階段

[收稿]2009/11/12; [接受刊登] 2009/12/14

一. 導論

我國電子化政府發展計劃，至今共分為三階段。第一階段為「電子化／網路化政府中程推動計畫」(1998 年至 2000 年)。本階段重點在建構一個電子化政府發展環境，因此重視各項資訊科技基礎建設及將各項政府服務上線(行政院研考會，1997)。第二階段先後為「電子化政府推動方案」(1991 至 1994)和「e 化政府計畫」(1993 至 1997 年)。此階段特色為盡力讓各項服務可在線上申辦完成，並整合這些服務，以建立單一入口(行政院研考會，2001；行政院經建會，2005)。第三階段為「優質網路政府計畫」(1998 年至 2001 年)，此階段重點為「e 化治理」，政府主動提供民眾所需且隨手可得的服務，以及促進民眾透過電子化政府參與政府相關決策(行政院研考會，2007)。綜觀上述，我國電子化政府發展方向是從以政府組織為中心的服務方式，轉變為以顧客為中心的服務方式，亦即增加與民眾互動並整合服務流程為主。因此，如何提供民眾更好的服務為目前電子化政府施政重點之一。

此外，企業運用顧客關係管理可獲得顧客知識，並藉由此知識主動提供最適合顧客需求的服務。而政府的顧客即為民眾，其可結合顧客管理於電子化政府中以提高服務品質。

我國電子化政府發展初期(第一階段電子化政府計畫前)僅單純呈現政府資訊，進入第一階段後便陸續納入顧客關係管理。首先第一階段以「作業型顧客關係管理」(Teo et al., 2006)為主，以及建立符合各地區的基礎建設。第二階段計畫中則包含合作型(collaborative)與作業型(operational)的顧客關係管理(Teo et al., 2006)。第三階段電子化政府計畫中的每項目標皆與顧客關係管理相關。本研究將研究問題分為：一、研究我國電子化政府屬於哪一發展階段。二、研究電子化政府的顧客關係管理實施情況。三、觀察我國電子化政府發展階段與顧客關係管理的關聯。如此一來便可了解各縣市電子化政府發展情況並且加以改善檢討。

二. 文獻探討

1. 電子化政府介紹

一九九三年美國柯林頓政府在其所主持的「透過資訊科技實行政府再造工程計畫(Reengineering Through Information Technology)」中提出了電子化政府(e-government)的概念(Grönlund et al.,2004)。而後陸續有不少國家和國際組織開始對電子化政府下相關定義。本研究參考過去文獻整理出部分學者和單位對電子化政府所下的定義：

Howard 定義電子化政府為「政府應用電子商務工具和技術以提供服務與人民」(Howard (2001))；美國國會定義為「政府使用網際網路和其他科技，並結合其流程，以達到以下兩個目的：(1)改善政府對公眾、其他機構和其他政府實體所提供的服務和這些單位對政府資訊的取得。(2)改善政府的運作－包含效率、效能、服務品質和政府轉型(transformation)」(Grönlund and Horan (2004))；世界經濟合作組織定義為「使用資訊與通信科技(ICTs)－尤其是網際網路，做為工具，以成為更優良的政府(better government)」(Grönlund and Horan (2004))；行政院研考會的定義為「電子化政府係政府機關運用資訊與通信科技型成網網相連，並透過不同資訊服務設施，為企業及民眾，在其方便的時間、地點及方式，提供自動化的便利服務。」(行政院研考會(2004))；歐盟定義則為「電子化政府是政府使用資訊與通信科技，配合組織變革與新技術的使用，以達成改善公共服務和民主流程的目的」(Grönlund and Horan (2004))。而根據以上定義，本研究對電子化政府所下的定義為：電子化政府運用資訊科技，特別是資訊與通信科技(ICTs)，改善政府內部行政效率，對外則提供民眾(G2C)、組織(G2B)、其他政府機關(G2G)更優良的服務，以成為優良政府(Better Government)。

除了對電子化政府下定義外，學者也針對電子化政府的發展階段提出了幾個模式，主要模式有三種：三階段、四階段和五階段。

三階段模式的第一階段為政府將資訊公佈於網站上，互動情形為使用者單向接收電子化政府提供的訊息。第二階段為使用者可透過電子化政府網站，與政府官員互動，也可透過網站使用政府服務，但無

法在線上完成服務。第三階段為可透過電子化政府網站完成線上服務或交易。Howard(2001)的三階段模式屬於此種階段模式。四階段模式的前三階段與前述模式相同，第四階段為民眾透過單一入口完成跨部門、無接縫的整合式服務。無接縫整合式服務是透過單一登入方始，不必知道服務的負責機關為何，即可完成所需服務。Miranda(2000)、Chandler and Emanuels(2002)、Siew and Leng(2003)等的四階段模式屬於此種類型。五階段模式的第一階段為初始期，政府具有網站並提供有限和靜態的資訊。第二階段為進階期，政府網站的內容與資訊經常更新。第三階段為互動期，使用者能透過網站下載表單、連絡政府官員、預約和請求服務。第四階段為交易期，使用者可在線上付費和進行交易。第五階段為整合期，政府服務跨越組織界線，而完全整合。聯合國與美國公共行政學會(United Nations and American Society for Public Administration)的五階段模式屬於此種類型(Ronaghan, 2002)。

由上述三種模式可以看出，電子化政府發展階段越高，代表該系統越成熟、電子化政府與使用者間的互動程度越高，或者越能提供使用者整合性服務。因此透過觀察電子化政府的發展階段，可以瞭解電子化政府的成熟度，並且能夠檢討目前電子化政府的成果，以及未來發展的方向。

為了評估各國電子化政府發展狀況，國際間有專門針對電子化政府的評比制度。包括聯合國電子化政府評比(UN Global Readiness Report)、布朗大學全球電子化政府評比(Global E-Government, Brown University)、世界經濟論壇網路整備度等。本研究將國際間常用的評比整理成表 2。此外，本研究也參考這些指標作為本研究中評估電子化政府發展階段的指標。

表 2 全球電子化政府相關評比

聯合國(Global E-Government Readiness Report, 2005 & 2004)		布朗大學 (West, 2007)	世界經濟論壇(Dutta et al., 2008)	
指標	次指標	指標	指標	次指標
電子化政府整備度	人力資本	電子服務	政府使用度	政府線上服務
	網站效用程度			

聯合國(Global E-Government Readiness Report, 2005 & 2004)		布朗大學 (West, 2007)	世界經濟論壇(Dutta et al., 2008)		
	電信基礎架構	廣告、使用者付費、加值服務費	政府準備度	政府在資訊與通信科技推廣上的成就	
電子參與	電子資訊	外語翻譯		政府線上呈現	
	電子諮詢	無障礙存取		政府對資訊與通信科技的採購	
	電子決策	隱私及安全			政府對資訊與通信科技的重視
		外部存取能力			
		政府線上資訊呈現			

資料來源：本研究整理

2. 電子化政府與顧客關係管理

顧客關係管理(Customer Relationship Management, CRM)是企業爲了留住舊顧客和創造顧客價值所採行的一種方式。其定義，可分三種層面：一、企業策略與組織面：顧客關係管理是整合了企業流程與科技，並從多重觀點了解顧客，從而提出差異化產品與服務(Tiwana, 2001)。二、顧客生命週期：顧客生命週期分別爲獲取(acquisition)、增進(enhancement)，和維持(retention)三階段，不同的生命週期階段需要配合不同的解決方案，此即爲顧客關係管理(Kalakota and Robinson, 1999)。三、產業價值：企業必須與其顧客連結，使得企業和顧客間產生結盟的關係，並透過此關係爲企業和顧客產生最大的價值(邱振儒, 1999)。無論是上述哪一種層面的定義，其主要目的都是希望在高度競爭、全球化的企業環境中，吸引新/舊顧客上門、提升顧客忠誠度、改善顧客滿意度，以及加強與維持顧客關係。

對於政府來說，民眾即爲其顧客。隨著政府受到各界要求其提供更好、更有效率的服務壓力，顧客關係管理已成爲政府內部重要議題(Kolsky and Keller, 2001)。Jupp(2003)認爲在電子化政府中實施顧客關係管理能夠(1)幫助政府部門建立整合性的顧客觀點，並使用這些資訊協調各個溝通管道，使其具有一致的服務。(2)協助政府提供多樣性

的服務並透過了解顧客資訊而獲益。(3)協助政府優化流程、改善部門間的資訊分享，及提供自助式服務予民眾。此外，King(2007)引述政府顧客關係管理先導計劃，指出電子化政府實施顧客關係管理的優點：(1)透過個人化或是量身訂做的服務，使政府的服務變成以顧客為導向的服務。(2)使各個政府部門以及其他夥伴，更容易互相合作以提供更好服務。(3)透過各部門系統整合，以達成單一窗口。(4)以更快的回應、提供更易取得的服務、更方便和更有效的服務，以改善大眾服務經驗。

綜觀上述，在電子化政府實行顧客關係管理，能夠讓政府更爲了解民眾、提供適合民眾且優良的服務、並使民眾申辦服務更爲便利，及改善政府與民眾間的關係。

3. 台灣電子化政府發展歷史

1995年，我國開始建置政府的單一窗口網站，僅提供目錄查詢的純文字「政府機關 Gopher」(蕭元哲等，2003，陳祥，2005)。民八十五年，開始建置各縣市政府的全球資訊網網站(World Wide Web)，及「政府便民服務窗口」全球資訊網網站，提供各機關網站的索引功能(蕭元哲等，2003)。而自1998年起，開始我國電子化政府發展計畫，至今爲止，分爲三階段。

第一階段電子化政府計畫爲「電子化／網路化政府中程推動計畫」，實行時間爲1998至2000年。其主要工作爲：(1)建構「電子化／網路化政府」基礎網路，提供各界便捷的資訊、通信、線上申辦及其他服務。(2)推廣網際網路的普及應用，推動政府人員上網並使用電子郵遞等基礎服務處理業務。(3)健全政府資料流通機制，便利民眾查詢利用；促進政府資料增值運用，帶動資料庫產業發展。(4)增進各機關公文處理率，推動電子交換作業，提升政府機關行政效能。(5)整合政府資訊，延伸政府服務據點，延長服務時間，提供「一處交件、全程服務」。(6)建立可信賴的資訊與通信安全環境，便利政府資訊作業順利運作，保障民眾權益(行政院研考會，1997)。此階段的實施有效建立了電子化政府的基礎建設，並將多項政府服務上網，促進跨機關整合應用。此外，在本階段的顧客關係管理實施重點爲整合顧客資

訊，以使顧客申辦服務更為簡便。

第二階段電子化政府計畫先後分為「電子化政府推動方案」和「e化政府計畫」，實行時間分別為 2001 至 2004 和 2003 至 2007 年。前者的主要工作為：(1)統籌政府骨幹網路服務，加強建設基礎環境，推動政府機關全面上網。(2)提昇資訊應用程度，支援政府決策。(3)推動標竿應用系統，帶動資訊應用普及。(4)配合政府資訊公開制度，充實政府網路服務，落實單一窗口。(5)照顧偏遠地區及資訊應用弱勢群體，縮短數位落差。(6)配合地方自治，協助地方資訊發展。(7)善用民間資源，擴大委外服務。(8)尊重人性，以人為本，加強推廣公務人員 e-learning，建立正確的資訊行為與價值觀，激發積極創新的活力行政院研考會，2001)。本階段除了繼續加強先前第一階段的相關策略外，還強調委外的重要性、提出了配合地方自治，協助地方資訊發展、縮短數位落差等工作。透過此階段的實施，不僅提升政府服務效能、辦公效率、決策品質，且因本階段更為注重資訊應用，提出了「G2G」、「G2B」、「G2C」的概念，使電子化政府能根據不同的群體提出最適合的服務。而後者的主要工作則為：(1)以提供「興利創新」的 e 化重點服務，提高行政效能，提升便民服務品質，支援政府再造，邁向知識型政府。(2)要讓政府機關、企業及社會大眾可以在任何時間、任何地點、透過多種管道很方便地得到政府的各項服務，包括查詢資訊、申辦等，並且要提供政府創新的服務，例如「免書證謄本」、「免填申請書表」、「無紙化申辦」、「單一窗口」、「多據點、多管道、24 小時服務」、「服務到家」等(行政院研考會，2005)。在此階段中除了地籍謄本減量，網路申辦服務、線上申辦項數增加，也提高了機關公文電子交換比率，及提供電子領標詢價。至於本階段顧客關係管理實施的重點則為整合不同機關系統與顧客資訊流，以增加顧客申辦服務效率。

第三階段電子化政府計畫為「優質網路政府計畫」，實行時間為 2008 至 2011 年。其主要工作為：(1)發展主動服務，創造優質生活。(2)普及資訊服務，增進社會關懷。(3)強化網路互動，擴大公民參與(行政院研考會，2007)。此階段計畫正在進行中，希望達成政府主動提

供民眾所需且隨手可得的服務，以及促進民眾透過電子化政府參與政府相關決策(行政院研考會，2007)。因此本階段顧客關係管理實施重點為，電子化政府具有充分顧客知識，了解每個顧客的不同需求，並適時主動提供顧客所需服務。

根據以上資訊，我們可以得知台灣的電子化政府已漸漸趨於成熟且漸貼近於民心。本研究亦以上述資料為基礎，針對各縣市實行電子化政府的情況作細部的探討與研究。

三. 研究方法

(一) 研究範圍與對象

本研究將樣本定為台閩地區二十五縣市政府的電子化政府網站(含北高兩市)。原因在於：一、民眾偏好使用地方政府入口網站獲取資訊，故其與民眾關係最為密切(Layne & Lee, 2001)。二、各級政府中，縣市政府屬於與民眾直接互動機關，尤其我國精省後，縣市政府承接許多過去屬省政府的工作，更提升縣市政府重要性(黃朝盟等，2001)。此外，北高兩市市民互動之政府機關為台北市與高雄市政府，故納入考量。除觀察各縣市政府入口網站，與該網站同網域的子網站外，若該縣市有將提供服務整合至某一網站，則一併調查該網站。特殊系統則不列入，如：地理資訊系統、員工系統等。因首長信箱為民眾與電子化政府互動的重要場域，且當政府欲向民眾展示重要訊息時會透過電子報公告，故本研究選擇首長信箱內容與電子報作為觀察顧客關係管理之標的。此外，對於觀察期間不具電子報的政府網站(如花蓮縣、金門縣、連江縣)，則對其公告訊息、最新消息、新聞等作內容分析。觀察樣本整理如下：

表 3 本研究樣本

區域	縣市	子網站觀察單位數	首長信箱內容觀察單位數	電子報觀察單位數
北部地區	基隆市	4	4	14
	台北縣	53	9	134

	台北市	54	9	149
	桃園縣	16	9	32
	新竹縣	3	2	42
中部地區	台中市	13	4	13
	彰化縣	4	2	22
	南投縣	7	2	9
南部地區	高雄縣	24	3	4
	高雄市	45	0	19
	屏東縣	4	1	14
東部地區	花蓮縣	5	2	8
	台東縣	5	3	27
離島地區	澎湖縣	3	1	2
	金門縣	3	5	54
	連江縣	1	0	11

資料來源：本研究整理

本研究並無假設電子化政府的發展階段和顧客關係管理具有按地理區域分布的傾向，而按五個區域將各縣市組成群組的說明方式，原因有二。一、依照抽樣的方式報導資料，以簡化文章的複雜度。二、根據過去台灣電子化的發展計劃與相關研究來看，地區性的地方建設重點不同，顧分開以地區來說明結果。

(二) 研究步驟

本研究使用內容分析法(content analysis)觀察網站—包含網站功能與文宣，並透過此方法觀察網頁文件所代表的意義。內容分析方法能客觀分析網站功能，並且具有跨越時間的特性(weber, 1990)，可分析某段時間的文宣(顧客關係管理)。

本研究參考 Neuendorf(2002)的分析方式，將內容分析步驟分為以下階段：

首先是要產生研究問題。本研究中提出了三個研究問題，其分別為探討我國電子化政府屬於哪一發展階段；此問題藉由觀察縣市政府網站功能來了解縣市電子化政府的發展階段。再者為探討電子化政府的顧客關係管理之實施情況；藉由觀察電子化政府網站的文宣來了解

情況。最後則是探討電子化政府發展階段與顧客關係管理的關聯。第二部分則須定義分析對象與分析單位。本研究使用台閩地區二十三個縣市政府和兩個直轄市政府為研究對象。在電子化政府發展階段部分將分析對象為網站(web site)，範圍包含該政府入口網及與其同網域的子網站，分析單位為子網站。在顧客關係管理部分之分析對象為電子化政府網站中的文宣，範圍包含首長信箱內容與電子報，而分析單位為具獨立意義、單一訊息的句子。若該句子具有多重意義，則拆解為數個具獨立意義、單一訊息的句子。第三部分為編碼前置作業。為提升內容分析信度，編碼者彼此間的信度(Intercoder reliability)需達到 0.9 以上。本研究編碼者共有兩位，一位為本文作者，另一位為資訊管理所畢業人士。為使編碼者間的信度提高，本研究分別對網站觀察編碼者與文宣分析編碼者進行訓練。網站觀察者訓練方式為每次隨機抽取各縣市政府 20~30 個網頁(page)，根據本研究電子化政府發展階段量表(請參照 3.3)分析；文宣分析編碼者訓練方式則為每次隨機抽取各電子化政府網站的句子 15~30 句，根據本研究電子化政府之顧客關係管理量表(請參照 3.3)分析。在訓練過程中，分析結果若答案不一致則進行討論，持續訓練，且以理論基礎，修正編碼表，直到彼此間信度達 0.9 以上為止。經訓練後，在網站觀察編碼者間的信度達到 0.92，而文宣分析編碼者間的信度則為 0.91。

最後一部份將分析各縣市電子化政府之發展階段，並且分析其顧客關係管理狀況。在電子化政府項目中，每一個階段有其各自總分。觀察各縣市電子化政府的子網站中所具有的功能是否符合某階段的某細目，若符合則對該階段的該細目予以記分。將子網站在該階段的細目得分加總，即可得子網站在該階段的所得總分數。接著計算子網站於該階段的得分比率(該階段所得總分數除以該階段總分)。最後，對該縣市各子網站的得分比率取平均，即為該縣市於該階段的達成比率。此即為電子化政府發展階段的成效計算方式。舉例來說，基隆市政府的網站功能，符合第一階段的五個項目(參考表 4)，則可在第一階段獲得 5 分。顧客關係管理項目中，分析各縣市的首長信箱內容與電子報。將每個分析單位(具獨立意義、單一訊息的句子)依照顧客關係管理的編碼表給予一適當的類目，最後計算每一類目所包含的單位

數。類目給定方法為，根據訓練時的共識所修正完成的編碼表，對編碼單位，給予適當類目。在此有效編碼數目為 610 個單位，信度為 0.92。接著將統計結果依照理論進行 SWOT 分析與建議。

(三) 量表

1. 電子化政府發展階段量表

本研究綜合 Sood(2000), Baum & Di Mao(2000), Chandler and Emanuels(2002), Siew and Leng (2003)等人提出的四階段模式做為觀察的構面。下表為本研究在電子化政府發展階段所觀察的構面、評量的細項，以及相關的參考文獻。若各縣市的網站功能符合某一階段的某個項目，則可獲得 1 分。

表 4 電子化政府發展階段觀察項目

類目	說明	參考文獻
第一階段： 呈現(Presence) 1 電話 2 地址 3 該機關的簡介 4 政府的出版品或文件可供閱覽或下載 5 可連結到其他政府網站	電子化政府網站具有發佈資訊的功能，但互動方時為使用者單向接收訊息(例如政府在網站上發布公告)	Layne & Lee, 2001; Sood, 2000;
第二階段： 互動(Interaction) 1 縣/市長信箱上 2 討論區 3 提供影音多媒體的功能 4 申辦服務之表格下載 5 搜尋功能	使用者可以透過電子化政府網站與政府互動，但是無法在線上完成服務(例如從網站上下載申辦服務所需之表格)	Baum and Di Maio,2000; Hiller & Bélanger, 2001; Howard, 2001; Sood, 2000; U.N. Department of Economic and Social Affairs, Division for Public Administration and Development Management, 2005;
第三階段： 交易(Transaction) 1 提供線上繳費的功能 2 可線上申請或更新各類憑證、執照	使用者可以透過電子化政府網站在線上完成服務以及透過電子化政府線上繳費	Hiller & Blanger, 2001; Howard, 2001; Sood, 2000; Layne & Lee, 2001; U.N. Department of Economic and Social

類目	說明	參考文獻
3 可線上參與政府採購 4 在使用線上服務或交易時，網頁具有安全機制 5 其他線上服務	(例如民眾可線上申辦政府服務，並且於線上完成)	Affairs, Division for Public Administration and Development Management, 2005;
第四階段： 整合 (Integration) 1 具有單一簽入的功能：登入後即可同時申辦多項服務 2 各層級政府整合：例如在地方政府網站登入後，即可同時申辦地方政府和中央政府的服務	電子化政府的服務整合，單一簽入即可使用跨部門的服務(例如只要登入一次即可申辦政府各項服務，不必每申辦每一項服務都要登入一次)	Layne & Lee, 2001; Hiller & Bélanger, 2001

資料來源：本研究整理

2. 電子化政府之顧客關係管理量表

本研究透過觀察電子化政府網站上相關文宣中的服務品質來了解顧客關係管理實施的成效，且將探討類目定為顧客服務品質。此概念為 Parasuraman 等人於 1985 年提出，之後經 Johnston(1995)修改。Cui 等人(2004)綜合 Johnston(1995)與 Parasuraman 等人(1985)的服務品質構面作為內容分析的類目。本研究使用 Cui 等人(2004)的類目並刪除與研究無關的項目總共 14 項項目作為研究標的。下表為本研究各項類目與其定義，並根據各縣市符合此表該類目的句數數目與以給分。(詳細例句請參考附錄 1)

表 5 顧客關係管理分析類目表

類目	說明
服務可及性 (Access)	多重的溝通管道、存取管道。
服務可用性 (Availability)	顧客對服務設備和產品的可得性—是否服務能符合顧客的需求，包含服務的數量和範圍能夠符合顧客的可得性。

溝通 (Communication)	具有能讓客戶瞭解的溝通能力，包括能提供清楚、完整，和精確的資訊給客戶，以及具有傾聽和了解客戶的能力。
專業能力 (Competence)	具備執行服務所需的技能和專業，包括服務人員所展示出的專業知識的深度與廣度，以及提供良好建議的能力。
便利(Convenience)	無論此服務的程序繁雜與否，此服務皆能讓顧客易於使用。顧客能以更為方便的方式使用服務。
慇勤、有禮 (Courtesy)	服務人員提供服務時，所表現出的禮貌、耐心、親切、和尊敬的態度，包括是務人員是否以顧客的最高利益為中心。
彈性(Flexibility)	參考某某的意見而改進服務、施政等。
可靠性(Reliability)	服務能夠精確且可靠的被執行，包括準確的服務傳遞和對顧客承諾的達成。
回應 (Responsiveness)	樂意幫助顧客和提供快速的服務，包含回應顧客請求的能力、快速的以口頭和文字資訊給予顧客忠告和指引。
資訊安全(Security)	在整個服務的過程中，顧客安全和財產獲得保護，包括機密資料的維護。
有形的服務、看的見的服務 (Tangibles)	有形的、具體的、可見的、可以實際感受到的服務(例如實體的設備、服務的工具等)。
及時性(Timeliness)	快速、及時地服務遞送，包含快速的產出以及最小的等待和排隊時間。
可信賴 (Trustworthiness)	服務提供者是否值得信賴。
關係(Relationship)	服務提供者是否和顧客建立密切的關係。

資料來源：Cui et al.(2004)

四.研究發現

(一) 各縣市電子化政府發展階段

在觀察各縣市電子化政府的子網站後，經過研究步驟中的第四步驟，算出各縣市電子化政府發展階段成效的結果，本研究整理成下表：

表 6 各縣市電子化政府發展階段成效結果

區域	縣市	第一階段	第二階段	第三階段	第四階段
----	----	------	------	------	------

北部地區	基隆市	95.00 %	55.00 %	15.00 %	0.00 %
	台北縣	92.08 %	56.98 %	22.64 %	17.92 %
	台北市	91.85 %	55.19 %	29.63 %	15.74 %
	桃園縣	87.50 %	48.75 %	13.75 %	6.25 %
	新竹縣	100.00 %	66.67 %	6.67 %	0.00 %
中部地區	台中市	80.00 %	52.31 %	9.23 %	0.00 %
	彰化縣	100.00 %	75.00 %	0.00 %	0.00 %
	南投縣	80.00 %	40.00 %	5.71 %	0.00 %
南部地區	高雄縣	93.33 %	43.33 %	5.00 %	0.00 %
	高雄市	94.67 %	48.44 %	11.11 %	0.00 %
	屏東縣	100.00 %	60.00 %	0.00 %	0.00 %
東部地區	花蓮縣	80.00 %	48.00 %	4.00 %	0.00 %
	台東縣	88.00 %	36.00 %	0.00 %	0.00 %
離島地區	澎湖縣	80.00 %	80.00 %	13.33 %	0.00 %
	金門縣	100.00 %	66.67 %	0.00 %	0.00 %
	連江縣	100.00 %	40.00 %	0.00 %	0.00 %

資料來源：本研究整理

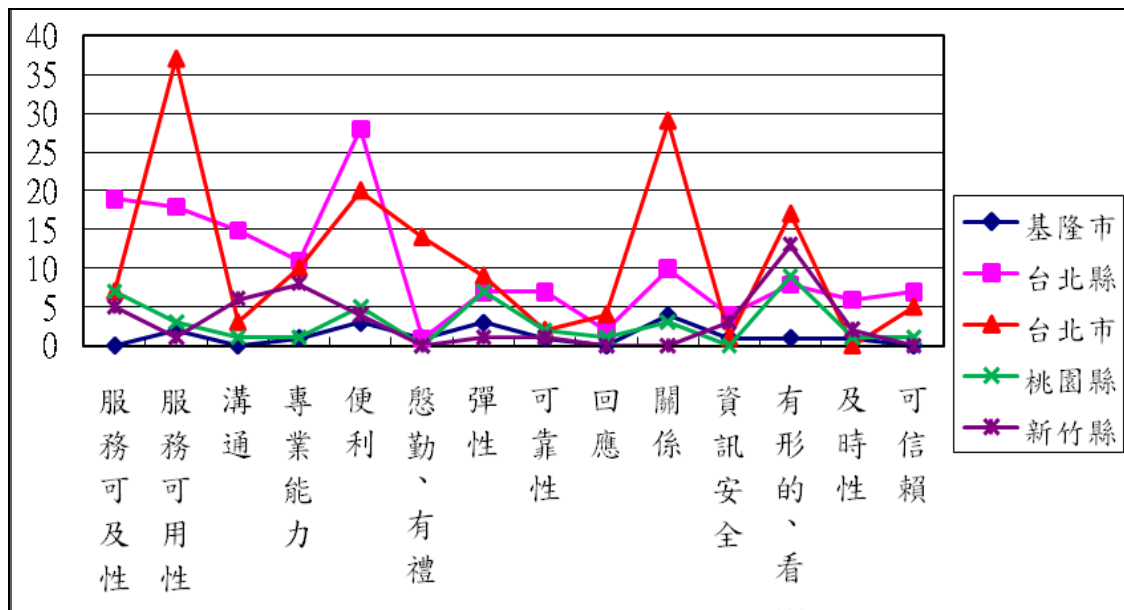
由此表可得知北部地區的電子化政府發展為全國第一，其次為南部與中部地區，東部與外島發展較為落後。整體而言，各縣市電子化政府的發展都至少達到第二階段，亦即民眾可透過電子化政府網站與政府互動。就地區來看，北部地區皆至少達到第三階段，代表北部地區的電子化政府皆具備線上申辦服務的能力。而台北縣市是全國唯一達到第四階段的縣市，代表其具有單一簽入即可申辦多項服務的能力。南部地區的高雄縣市皆達到第三階段，屏東縣達到第二階段。中部地區的電子化政府，台中市有達到第三階段，另外兩縣市（彰化縣與南投縣）則達到第二階段。東部地區的電子化政府皆只達到第二階段，亦即東部地區的電子化政府網站具備基本的互動能力。離島地區的電子化政府皆只有達到第二階段。

(二) 各縣市電子化政府之顧客關係管理

透過分析各縣市電子化政府的首長信箱內容與電子報的文字，計算出各縣市的顧客關係管理分數表後，本研究將各縣市電子化政府實施顧客關係管理的成果，依照北部、中部、南部、東部和離島分為五

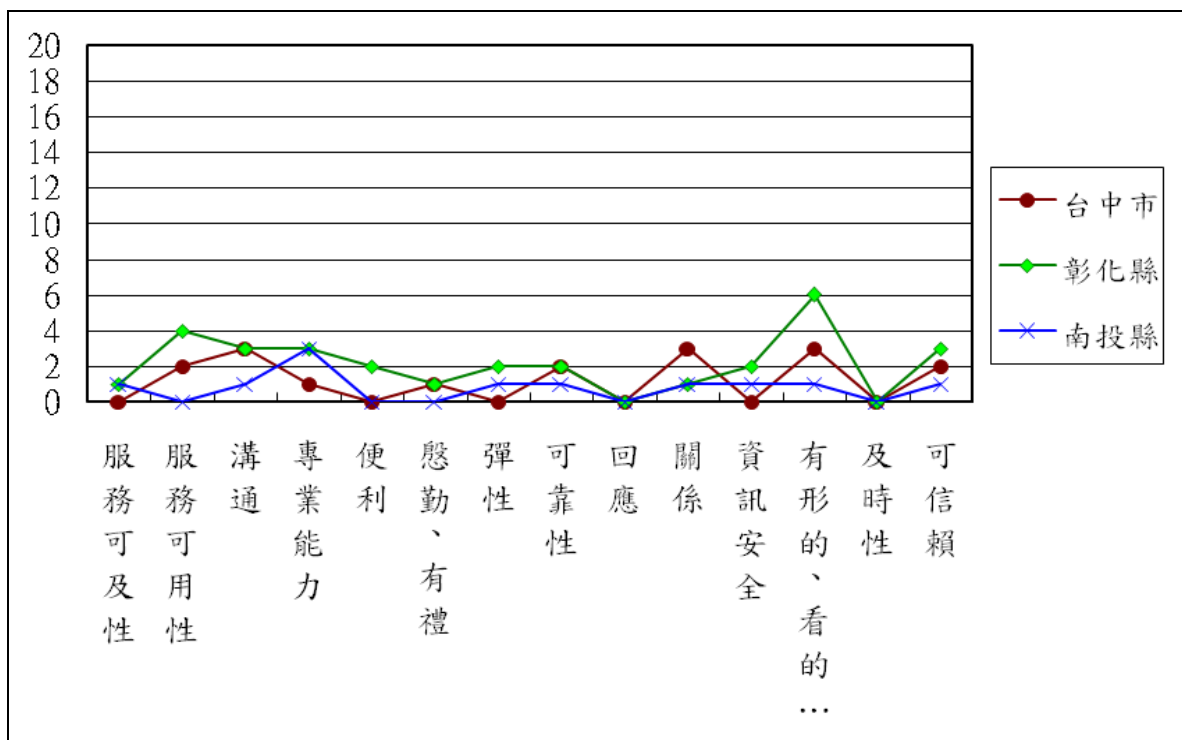
個區域，整理成圖，以下五張圖即為各地區的顧客關係管理結果：

圖 1 北部地區顧客關係管理結果



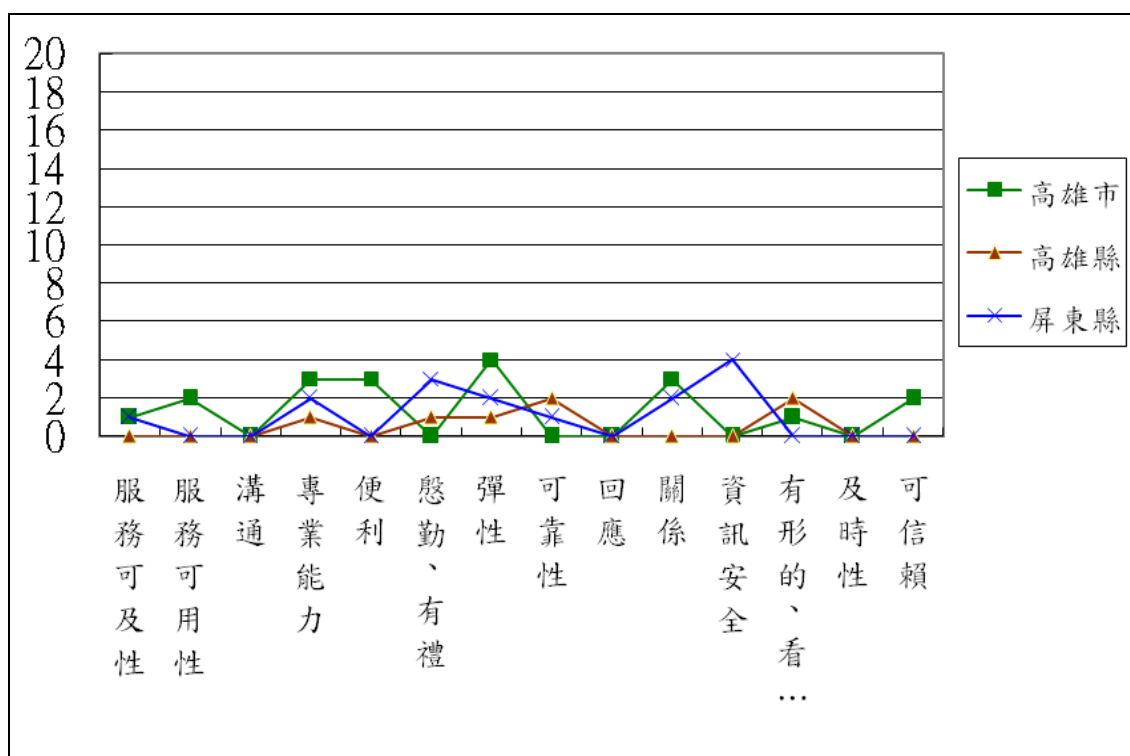
由圖 1 可看出，北部地區的顧客關係管理情況為全國之首。其中台北縣市表現最佳，且具有良好的資訊基礎建設；唯其各細項分數差異很大，表示發展的不均衡。

圖 2 中部地區顧客關係管理結果



由圖 2 可看出，中部地區顧客關係管理情況以彰化縣為首，南投縣墊底。而最佳項目為彰化縣的「有形的、看的見的服務」，代表電子化政府能提供有形的、具體的、可見的、可以實際感受到的服務。

圖 3 南部地區顧客關係管理結果



由圖 3 可看出，南部地區的顧客關係管理為全國最差；僅屏東縣的「資訊安全」項目較佳。代表屏東縣的電子化政府重視在服務的過程中，交易的安全和顧客的隱私能夠獲得有效的保護。

由圖 4 可看出，東部地區與離島相似；其優於中南部，差與北部地區。台東縣的顧客關係管理表現最好的為「專業能力」，代表電子化政府具備執行服務所需的技能和專業，包展示出的專業知識的深度與廣度，以及提供良好建議的能力。

由圖 5 可看出，離島地區的澎湖縣為各縣市最低，僅具「溝通」、「有形的、看的見的服務」與「及時性」三個項目中的分數。金門縣之成效為該區域最佳，其中「慇勤、有禮」獲得 19 分，代表電子化政府提供給民眾貼心與友善的服務。

圖 4 東部地區顧客關係管理結果

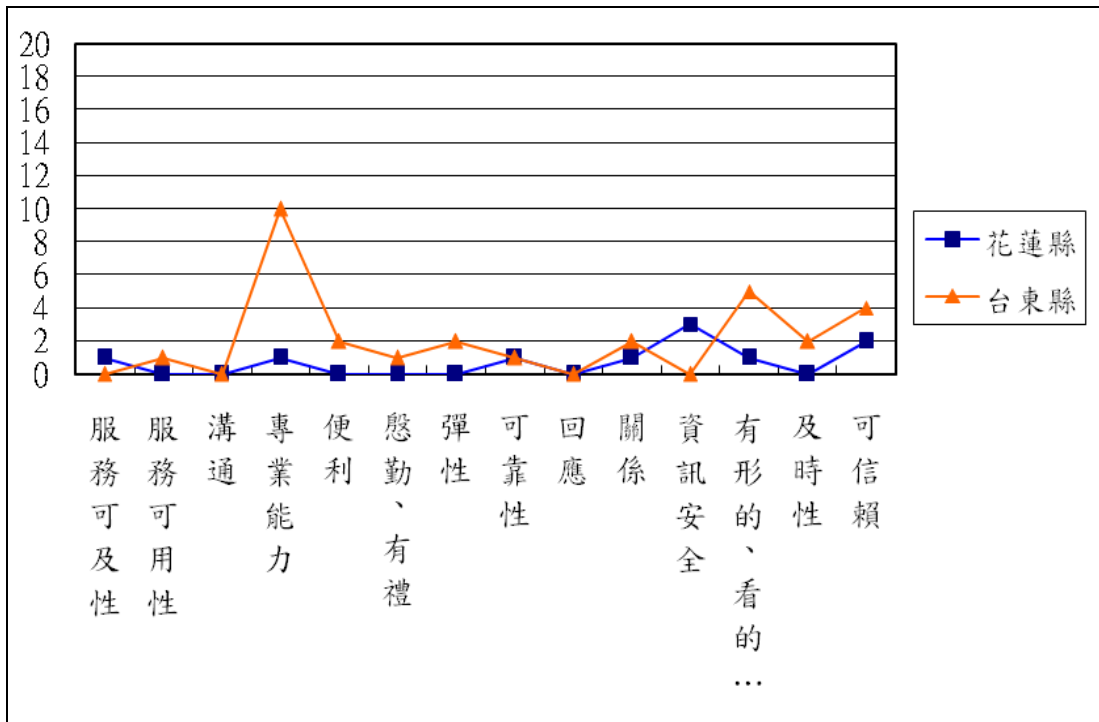
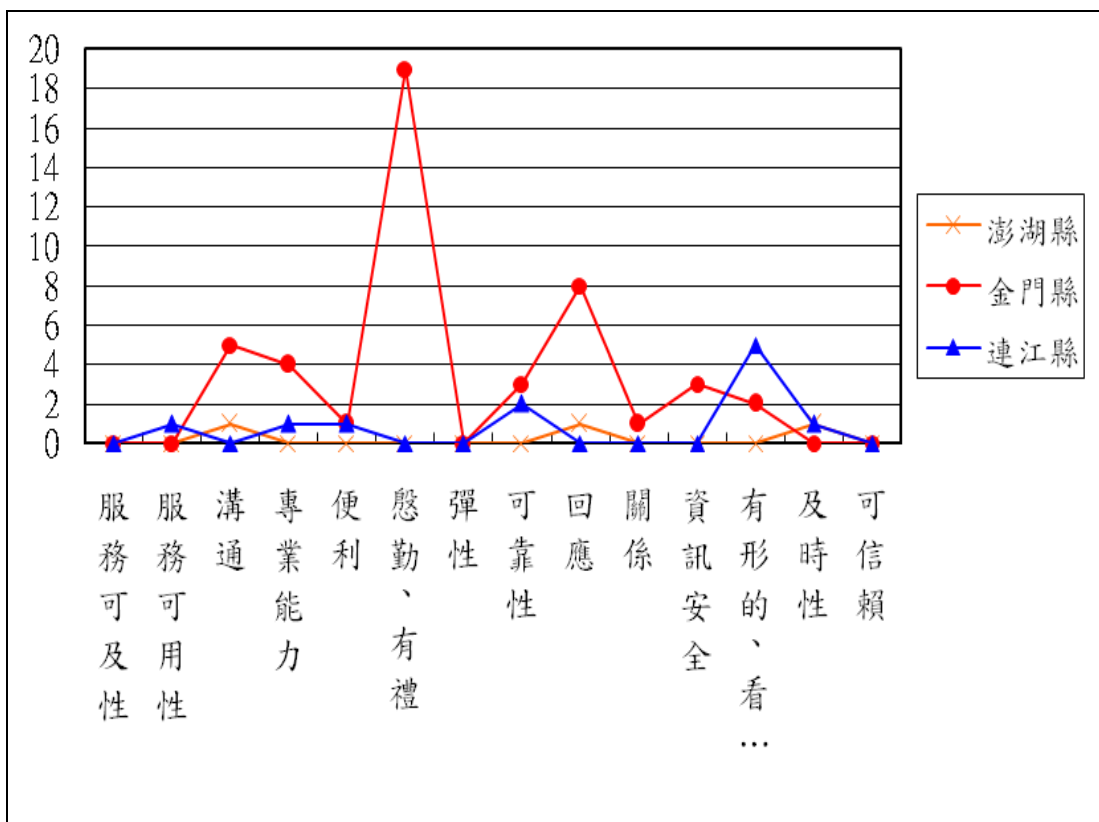


圖 5 離島地區顧客關係管理結果



由上述五張圖中可以看出以下結果：

整體而言，以北部最具成效，特別是台北縣市。其次為東部與離島地區，而中南部則墊底。在各地區的顧客關係管理中，台北縣市有最佳的顧客關係管理，且具有良好的資訊資源。不過其各細項分數差異很大，也代表了發展的不均衡。其他地區發展平均，但仍有少數突出的表現。例如：例如東部地區以台東縣的顧客關係管理表現最佳，其「專業能力」為東部地區最佳的項目，代表電子化政府具備執行服務所需的技能和專業能力。離島地區又以金門縣的「懇勤、有禮」成效最佳，代表金門縣能夠提供給民眾貼心與友善的服務。中部地區則以彰化縣的「有形的、看的見的服務」，代表電子化政府能提供有形的、具體的、可見的、可以實際感受到的服務。南部地區為屏東縣的「資訊安全」項目為全國最高分，代表屏東縣的電子化政府重視在服務的過程中，交易的安全和顧客的隱私能夠獲得有效的保護。

(三) 各縣市電子化政府 SWOT 分析

(1) 北部地區

北部地區之優勢為其電子化政府發展階段與其顧客關係管理成效皆為各縣市之冠。如此一來可提高民眾與政府之間的互動能力，並且節省彼此的時間與成本。除此之外，逐漸趨近於客製化的親民服務，可大量提高民眾滿意度。劣勢方面以其顧客關係管理細項發展的不均衡為主，這也代表了其僅注重某些特定服務。然而好的越好，差的越差之情況將會導致各項服務間的差距越來越大，終將需要更多的時間與成本來平衡各項服務的發展。機會方面，各縣市之首的北部地區可獲得更多的資源與教學，可更加提升電子化政府的品質。威脅方面，由於北部地區的發展超越其他地區許多，若無法以其經驗與其他縣市作交流將導致其他地區民眾心理的不平衡；且資訊落差容易造成新政策或策略實施上的困難。

(2) 中部地區

中部地區之優勢為其大部分縣市具有提供線上服務的能力，可提高民眾滿意度與方便性。彰化地區雖未跟進，但在第二階段以奠定好基礎；且在顧客關係管理中「有形的、看的見的服務」的項目極佳，

表示電子化政府能提供有形的、具體的、可見的、可以實際感受到的服務。當民眾能具體感受到電子化政府服務時，將提高民眾使用率；原本已使用電子化政府的民眾亦會繼續使用，如此可讓電子化政府的推廣範圍加大，使得電子化政府更為普及。電子化政府普及，除了為更多民眾帶來方便，也使得電子化政府可透過更多使用者意見，改善其服務，以滿足更多人的需求。劣勢方面，顧客關係管理的表現不佳代表了在電子化政府的發展上偏離民眾的需求，造成資源的浪費。機會方面，大多地區以達到第三階段，也代表了其具有良好的基礎建設；因此若能配合改善其顧客關係管理，將能提升整體品質。威脅方面，未深得民心在未來的發展上難以有突破性的發展。

(3) 南部地區

南部地區之優勢為其電子化政府發展大多達到第三階段，代表民眾可利用電子化政府來達到許多需求；且屏東縣在資訊安全上有卓越的表現，可讓民眾安心使用並提高民眾的使用率。劣勢方面，其顧客關係管理的成效不彰容易造成資源的浪費。機會方面，因其具有良好的資訊基礎建設可加速其在電子化政府之發展階段。威脅方面，雖然具有不錯的資訊基礎，但顧客關係管理的不佳容易造成兩者無法相互配合，民眾亦會降低其使用率。

(4) 東部地區

東部地區之優勢為其顧客關係管理表現不錯，民眾也能感受到政府的用心。且台東縣在顧客關係管理中「專業能力」表現突出，代表電子化政府具備執行服務所需的技能與專業，並且可促進民眾使用電子化政府。劣勢方面，電子化政府發展落後，民眾也無法與政府有積極的互動，因而使得電子化政府發展有所堪慮。機會方面，若能繼續將其良好的顧客關係管理加以提升，並且藉由顧客關係管理來提高民眾對電子化政府的使用與期待，將能提升其電子化政府的發展速度。劣勢方面為該地區的資訊落差，此狀況若無法改善將造成其電子化政府與其他地區的相差越來越大。

(5) 離島地區

離島地區之優勢為其顧客關係管理部分項目發展不錯，代表在服務民眾部分可讓民眾感受到貼心與友善的服務，將有助於民眾使用電子化政府，並促進其發展。劣勢方面，無論是在電子化政府或顧客關係管理上的表現都有待改進，且民眾是否了解或願意使用電子化政府也是問題之一。機會方面，本區中的金門縣可為此地區之學習對象，可加以模仿與參考提升該區的服務。威脅方面，由於外島地區資源需求成本高且資源缺乏率也高，容易造成發展上的停滯。若政府無法積極爭取資源或像其他地區學習，此地區的電子化政府能繼續與否都是很大的問題。

五. 結論與建議

本研究於導論中提出三個研究問題，經過觀察各縣市電子化政府發展階段、分析各縣市電子化政府的顧客關係管理，以及進行 SWOT 的分析後，針對此三個研究問題，整理出以下結論：

首先在我國電子化政府發展階段來看，我們可以得知北部地區的發展最為成熟，其次為南部地區與中部地區，而東部與離島地區為居最後。北部地區各縣市至少達到第三階段，台北縣市更是達到第四階段。中南部地區則至少達到了第二階段，雖有部份達到第三階段，但仍有改進的空間。東部與離島地區大多於第二階段，也有少數達到第三階段初期。針對此部分，本研究建議，電子化政府發展較佳的地區應該對發展較差的地區予以協助及經驗與資源的分享；尤其是北部地區，更應該扮演領導者的角色提攜其他縣市發展其電子化政府。

在電子化政府的顧客關係管理實施情況方面，北部地區之成效位居全國之冠，其次為東部與離島地區，而南部地區墊底。不過從北部地區的整體績效來看，可以發現其顧客關係管理的細項服務部分發展並不平均，容易造成民眾對政府的服務觀感不一。而中南部的顧客關係管理雖然都有待加強，但在某些項目卻有不錯的表現。例如：屏東縣的「資訊安全」項目為全國最佳。最後，東部和離島地區的顧客關

係管理成效，整體上優於中南部地區，但若分細來看各縣市的話，可以發現其顧客關係管理仍有待加強。針對此部分，本研究建議北部地區應該平衡各服務項目，以免造成日後時間跟成本的增加。中部與南部地區應加強其顧客關係管理，避免其電子化政府與顧客關係管理有所落差以導致民眾使用意願的降低。東部與離島地區顧客關係管理成效雖不錯，但成效較佳的地區應該要多協助成效較低的地區以提升整體的水準。

在電子化政府發展階段與顧客關係管理的關聯上，本研究觀察我國的電子化政府，是否當其有較高的成長階段時，必定會伴隨著較高成效的顧客關係管理，或是當其顧客關係管理的成效較佳時，是否其成長階段必定較高。根據研究發現，本研究的結論為：我國電子化政府的成長階段與顧客關係管理的實施情況，並不一定會有正向的關聯。因為有部分縣市的電子化政府發展階段與顧客關係管理的成效並不一致。例如彰化縣為中部地區電子化政府發展階段成效較為不佳的縣市，但是它的顧客關係管理卻是中部地區最佳的。而高雄縣的發展階段達到第三階段，但是顧客關係管理的成效卻是全國倒數第二，只優於澎湖縣。金門縣的電子化政府發展階段為第二階段，但是顧客關係管理的成效卻排名第3。這些電子化政府發展階段高，但是顧客關係管理成效低，或是發展階段低，但是顧客關係管理成效高的縣市，其成因值得探討。

除了上述結論之外，縣市之間可以採用「互助合作」的方式，以自身優勢協助另一方較弱的部分，協助彼此發展電子化政府和提升顧客關係管理。尤其是當電子化政府發展階段與顧客關係管理發展情況不一致時，例如電子化政府發展階段高，但是顧客關係管理成效低，或是相反的情況。這種類型的縣市，可以相互合作，如此可促進縣市間共同提升其電子化政府的發展與顧客關係管理。

<<本研究承國家科學委員會提供研究經費補助

(計畫編號：NSC 97-2410-H-032-034) 特此致謝>>

六. 參考文獻

中文文獻

- 行政院研究發展考核委員會(2004)。《電子化政府報告書(92年度)》。
台北：行政院研究發展考核委員會。
- 行政院研究發展考核委員會(2005)。《電子化政府報告書(93-94年度)》。台北：行政院研究發展考核委員會。
- 行政院研究發展考核委員會(1997)。《電子化／網路化政府中程(八十七至八十九年度)推動計畫》。網址：
<http://www.rdec.gov.tw/public/Attachment/731215263971.doc>。
- 行政院研究發展考核委員會(2001)。《電子化政府推動方案》。網址：
<http://www.rdec.gov.tw/public/Attachment/711616423771.pdf>。
- 行政院研究發展考核委員會(2007)。《優質網路政府計畫》。網址：
<http://www.rdec.gov.tw/public/Data/7531115871.doc>。
- 邱振儒(1999)。《客戶關係管理－創造企業與客戶重複互動的客戶聯結技術》。台北：商業周刊。
- 陳祥(2005)。〈電子化政府成長與演化－以我國「我的E政府」入口網站為例〉。《研考雙月刊》，29(4)，76-91。
- 黃朝盟、李仲彬(2001)。〈電子化政府的網站設計：臺灣省二十一縣市政府 WWW 網站內容評估〉。《中國行政》，69：47-74。
- 蕭元哲、葉上葆(2003)。〈電子化政府之使用行為分析－檔案分析法〉。《電子商務研究》，1(2)：207-224。

英文文獻

- Baum, C., & Di Maio, A. (2000). Gartner's Four Phases of E-government Mode. Retrieved from Gartner web site:
http://aln.hha.dk/IFI/Hdi/2001/ITstrat/Download/Gartner_eGovernment.pdf.
- Chandler, S., & Emanuels, S. (2002). Transformation Not Automation. *Proceedings of 2nd European Conference on E-Government* (pp. 91-102). UK: St Catherine's College Oxford.
- Cui, C.C., Lewis, B.R., & Dong, X. (2004). Employee and Customer Perceptions of Service Quality: Match or Mismatch? A Study of Chinese Retail Banking. *Journal of Asia Pacific Marketing*, 3(1), 24-42.
- Doll, W.J., & Torkzadeh, G. (1988). The Measurement of End-User

- Computing Satisfaction. *MIS Quarterly*, 12(2), 259-274.
- Dutta, S., & Mia, I. (2008). The Global Information Technology Report 2007-2008. Retrieved from *World Economic Forum* web site: <http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/Global%20Information%20Technology%20Report/index.htm>
- Grönlund, Å., & Horan, T.A. (2004). Introducing e-Gov: History, Definitions, and Issues. *Communications of the Association for Information Systems* (15), 713-729.
- Hiller, J.S., & Bélanger, F. (2001). Privacy Strategies for electronic Government. *E-government series*. Arlington, VA: The PricewaterhouseCoopers Endowment for The Business of Government.
- Howard, M. (2001). E-Government Across the Globe: How Will “e” Change Government. *Government Finance Review* 17 (4), 6-9.
- Johnston, R. (1995). The Determinants of Service Quality: Satisfiers and Dissatisfiers. *International Journal of Service International Journal of Service Industry Management* 6 (5), 53-71.
- Johnston, R.(1997). Identifying the critical determinants of service quality in retail banking: importance and effect. *International Journal of Bank Marketing* 15 (4), 111-116.
- Jupp, V. (2003). Ranking the World’s Leading Countries-Realizing the Vision of eGovernment. in Curtin, G.G., Sommer, M.H., & Vis-Sommer, V. (Ed.), *The World of E-Government* (pp.129-143). The Haworth Press.
- Kalakota, R. & Robinson. M. (1999). *e-Business Roadmap for Success*, Addison Wesley Longman.
- Kolsky, E. & Keller, B. (2001). E-Government and CRM: Slowly Moving Forward. Retrieved from *Gartner Group* Web site: <http://www.gartner.com>, Resource ID: 340550.
- King, S.F. (2007). Citizens as customers: Exploring the Future of CRM in UK Local Government. *Government Information Quarterly* (24), 47-63.
- Layne, K. and Lee, J. (2001). Developing fully functional Egovernment: A four stage model. *Government Information Quarterly*(18) ,

122-136

- Miranda, R. (2000). The building blocks of a digital government strategy. *Government Finance Review* 16 (5), 9-13.
- Neuendorf, K.A. (2002). *The content analysis guidebook*. California: Sage Publications.
- Parasuraman, A. (Fall 1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing* 49(4), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (Spring 1988). Servqual: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing* 64(1), 12-40
- Ronaghan, S.A. (2002). Benchmarking E-Government: A Global Perspective – Assessing the Progress of UN Member States. New York: United Nations Division for Public Economics and Public Administration Report.
- Siew, S.L. & Leng, L.Y.(2003). E-government in Action: Singapore Case Study. in Curtin, G.G. Sommer, M.H., & Vis-Sommer, V. (Eds), *The World of E-Government*, The Haworth Press.
- Sood, R.(2000). The Four Phases of E-Government in the Public Sector Market. Retrieved from *Gartner Group* Web site: <http://www.gartner.com>, Resource ID: 308459.
- Teo, T.S.H., Devadoss, P., & Pan, S.L.(2006). Towards a Holistic Perspective of Customer Relationship Management (CRM) Implementation: A case Study of the Housing and Development Board, Singapore. *Decision Support Systems* (42) , 1613-1627.
- Tiwana, A.(2001). *The Essential Guide to Knowledge Management*. NJ: Prentice Hall PTR, Upper Saddle River.
- UN Department of Economic and Social Affairs and the Civic Resource Group (n. d.)(2003). *UN Global E-Government Survey 2003*. New York: United Nations. Retrieved from <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un/unpan016066.pdf>.
- U.N. Department of Economic and Social Affairs, Division for Public Administration and Development Management. (2004). *UN Global*

E-government Readiness Report 2004 Towards Access For Opportunity. New York: United Nations. Retrieved from <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/UN/UNPAN019207.pdf>

U.N. Department of Economic and Social Affairs, Division for Public Administration and Development Management (2005). *UN Global E-government Readiness Report 2005 From E-government to E-inclusion*. New York: United Nations. Retrieved from <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un/unpan021888.pdf>.

Weber, R.P. (1990). *Basic Content Analysis*(2nd ed). CA: Sage.

West, D.M. (2007). *Global E-Government, 2007*. Retrieved from <http://www.OutsidePolitics.org/egovtdata.html>.

附錄 1：顧客關係管理編碼表

1. Access(服務可及性)

意義：多重的溝通管道、存取管道

例句：朱縣長表示，今後縣民只要透過網路、手機、電話語音、社區站牌或候車亭 LED 智慧型站牌等，即可隨時隨地查詢與掌握公車資訊，讓搭乘公車更為便利，再也不必受等車之苦

Keywords：當出現不同的溝通管道時—例如市長信箱的說明中，提供了電話、實體信箱的溝通管道、文宣中說明了各式的存取方式或溝通管道。

2. Availability(服務可用性)

意義：顧客對服務設備和產品的可得性—是否服務能符合顧客的需求，包含服務的數量和範圍能夠符合顧客的可得性。

例句：快來待業轉行族主題網逛逛吧！它整合了豐富的相關資訊，讓您解決一切的疑惑

Keywords：可透過某某網站查詢所需的資訊

3. Communication(溝通)

意義：具有能讓客戶瞭解的溝通能力，包括能提供清楚、完整，和精確的資訊給客戶，以及具有傾聽和了解客戶的能力。

例句：注意事項：『*』符號的欄位資料務必輸入。若建議內容較長，您可利用文書編輯軟體(如 WORDPAD、WORD)打好後，再用附件夾檔的方式處理。

調整[檢視][編碼]中之語系為[繁體意義(Big5)]並且不勾選[自動選取]即可避免信件變成亂碼而無法處理。

例句：如果您一直無法收到確認信函，可能是您的回信電子信箱地址寫錯，請填寫正確的電子信箱

keywords：1. 清楚的說明該如何使用服務，以及說明服務無法達成的可能原因。2. 各功能、各部門的詳細說明

4. Competence(專業能力)

意義：具備執行服務所需的技能和專業，包括服務人員所展示出的專業知識的深度與廣度，以及提供良好建議的能力

例句：為提升本府市長信箱的處理品質，本府已研訂新的不滿意案件列管方式，現在將我們改善列管的方式簡述如下

Keywords:能處理某事、專業、為了提升某某品質，而...、具有能力處理某事

5. Convenience(便利)

意義：無論此服務的程序繁雜與否，此服務皆能讓顧客易於使用。顧客能以更為方便的方式使用服務。(例如實體的服務搬到網路上)

例句：戶籍謄本若至戶政機關申請，需繳交規費，若以網路代替馬路，多多利用自然人憑證申請電子戶籍謄本，不但省時便利，還可不用付費，真的是一舉兩得。

Keywords: 可使用網路取代原本實體的服務

6. Courtesy(慇勤、有禮)

意義：服務人員提供服務時，所表現出的禮貌、耐心、親切、和尊敬的態度，包括是務人員是否以顧客的最高利益為中心。

例句：親愛的網路朋友您好

Keywords: 親愛的、您好、謝謝

7. Flexibility(彈性)

意義：服務提供者樂意且有能力的修正或修改服務產品以使其符合顧客的需求

例句：期望透過「縣長信箱」指正各項施政缺失

例句：本府管考單位對人民陳情案件，於年度終了時，就陳情案件數量及所涉問題之性質、類別及處理結果，與以分類統計分析，提供機關首長及有關單位施政參考。

Keywords: 參考某某的意見而改進服務、施政等

8. Reliability(可靠性)

意義：服務能夠精確且可靠的被執行，包括準確的服務傳遞和對顧客承諾的達成。

例句：您也可以隨時上網查詢案件處理情形

例句：並由管考單位負責列管至單位回覆為止

Keywords: 查詢處理情形、直到回覆為止

9. Responsiveness(回應)

意義：樂意幫助顧客和提供快速的服務，包含回應顧客請求的能力、快速的以口頭和文字資訊給予顧客忠告和指引。

例句：市長信箱於收取民眾來信後，將立即初步回信予當事者

例句：本府相關單位將於三日內（例假日除外）作適當且快速的答覆

Keywords: 處理 XX 的請求.....而回應.....

10. Security(資訊安全)

意義：在整個服務的過程中，顧客安全和財產獲得保護，包括機密資料的維護

例句：檢舉郵件之檢舉人基本資料將採保密方式處理

Keywords: 資料保密、身分保密、基本資料依隱私權相關法令保障、資料不做商業用途

11. Tangibles(有形的服務、看的見的服務)

意義：有形的、具體的、可見的、可以實際感受到的服務(例如實

體的設備、服務的工具等)。

Keywords: 允許附件上傳、檔案上傳等(一些幫助使用者的功能)

例句: 可上傳附件

例句: 本府權責單位可視案情需要, 約請陳情人面談、派員實地查證, 以協助解決。

12. Timeliness(及時性)

意義: 快速、及時地服務遞送, 包含快速的產出以及最小的等待和排隊時間。

(和 responsiveness 相比, timeliness 著重”處理時間”, responsiveness 注重”回覆”)

例句: 以加速案件處理速度

例句: 若您的來信或留言案情單純且屬 相關單位專業領域, 建議您點選「單位信箱」, 以縮短處理時限

Keywords: 用 XX 方法、希望您如何如何, 以加速處理速度、盡快處理您的案件。

13. Trustworthiness(可信賴)

意義: 服務提供者是否值得信賴, 例如他們的名聲, 或是資本額的數量

例句: 符合某項標準、某項程序

Keywords: 使用上的保證

14. Relationship(關係)

意義: 員工是否和顧客建立密切的關係, 例如員工可以記得顧客的姓名

例句: 請您在決定送出信件時一併提供聯絡電話

例句: 可加入網路市民, 提供個人化服務

Keywords: 蒐集基本資料、提供個人化服務、對特殊族群提出幫助(例如弱勢族群)

The Customer Relationship Management in Taiwan's Local e-Governments

Chia-ping Yu Yueh-hsiu Chung

Department of Information Management

Tamkang University Undergraduate student

Abstract

The growth of e-governments and their states of development are reflected in the convenience of web services. Recent research has found that custom relationship management (CRM) brings out better services for the public. The present research tries to answer the following questions: (1) at what developmental stages are the e-governments of each city and prefecture government in Taiwan? (2) How is the performance of e-government CRM of each city and prefecture government? (3) What is the correlation between developmental stages of e-government and their CRM? Through the method of content analysis, this research evaluates each e-government's stage of development by outlining the features of e-government webs of each city and prefecture government, and also articulates the state of CRM of each local e-government by analyzing the announcements of e-government webs.

The conclusions of this research are as follows: (1) the stages of e-government development in Taiwan are most advanced in its northern local governments, e-governments of the southern region are the second, the central region e-governments rank the third, the surrounding islands rank the fourth, and the eastern region ranks the fifth. (2) The performance of CRM of the northern region's e-governments is the best. Those of the eastern region and the surrounding islands both rank the second. The CRM performances of the southern and the central regions' e-governments rank the third and the fourth respectively. (3) The

performance of CRM does not necessarily correlate with higher e-government development. For example, the development of e-governments in the southern region ranks the second overall in the nation, but the performance of their CRM is worse than expected. Additionally, while the stages of development of the eastern region and surrounding islands' e-government are not impressive, the efficacy of their CRM ranks the second, only behind those of the northern e-governments. Finally, this research conducts the SWOT analyses for e-government of each city and prefecture government, and makes suggestions for their improvement.

Keywords: e-government, custom relationship management (CRM), stages of e-government development