

高雄市高英高級工商職業學校
Kao Ying Industrial Commercial Vocational High School

專題製作報告



三地門旅遊業發展電子商務之成功因素分析

指導教授：_____ 李賢達 _____ 博士

指導老師：_____ 余秋鴻 _____ 老師

科別班級：_____ 資料處理 _____ 科 _____ 3 _____ 年 _____ 1 _____ 班

座 號：_____ 07、12、15 _____

姓 名：_____ 游舒婷、李柏漢、謝懷德 _____

中 華 民 國 105 年 12 月

目錄

三地門民宿與旅遊電子商務結合.....	1
壹、前言.....	1
一、研究背景與動機.....	1
二、研究目的.....	1
三、研究流程.....	2
四、研究限制.....	2
貳、文獻探討.....	3
一、三地門.....	3
二、旅遊電子商務.....	5
參、資料分析與說明.....	6
一、研究方法與對象.....	6
二、研究工具.....	6
肆、研究結果分析.....	7
伍、結論與建議.....	9
參考文獻.....	10

三地門民宿與旅遊電子商務結合

摘要

本研究旨在探討電子商務影響三地們的觀光業之調查，本研究目的，透過問卷調查以及文獻探討，了解人們對於三地們地地了解跟看法並想要從中發現電子商務現況及三地門發展未來發展趨勢。

關鍵字： 三地門、電子商務

壹、前言

一、研究背景與動機

近年來隨著交通逐漸發達、地區環境的改造逐一成形，使得國民旅遊意願提高，造就了旅遊業蓬勃發展。旅行業為使營運成本減少、及簡化消費者選購行程之流程等因素，紛紛運用電子商務的經營模式，此經營方式可使旅遊業者提高獲利空間、及提升消費者認購行程的效率。此經營模式以套裝行程及客製化行程作為主要商品，以多元付款方式使消費者以各自偏好進行付款。三地門是非常美麗的一個地方，但大部分的遊客都只會去琉璃吊橋，或者原住民文化園區，所以停留的時間並不多，根本不會在此停留過夜，因此遊客會錯過很多美麗的景點，因此本組希望藉由電子商務結合屏東三地門地區民宿的研究提供當地民宿業者意見。

二、研究目的

依據上述研究背景與動機，本組提出以下之研究目的：

- (一) 調查客人對於民宿的消費習慣與滿意度
- (二) 探討三地門民宿結合旅遊電子商務的優缺點
- (三) 調查並分析不同年齡層的消費者有不同行程的選擇

三、研究流程



圖 1 研究流程

四、研究限制

由於無法到實際當地探訪，所以只能上網收尋許多三地門當地資訊，做統整根分析。

貳、文獻探討

一、三地門

(一) 三地門簡介

總人口 7655 人，其中 7300 人是原住民，比例高達 95%，原住民人口主要由排灣及魯凱族兩大族群所構成，當地原住民傳統文化保留相當完整、及擁有良好自然景觀等因素，近年來以觀光產業為主要產業發展方向，隨著旅遊人次逐年增加，已有許多餐廳及民宿業者在當地設點，也為當地創造許多就業機會。

(二) 旅遊資源

1. 三地門工藝步道:

進入三地村的棋盤巷弄裡，在民國 91 年，全村居民共同創作全長 453 米的工藝之道。用現代工藝創造的生活之道，融合傳統思維，在步道上呈現出三地門的工藝。1212 塊瑰麗的陶板是由部落裡的老人和小孩共同繪製。行走在工藝步道上，等於巡禮串連部落的工藝坊。由「峨格工作室」為起點，峨格本人喜歡把想法作立體的表現。參訪完峨格工作坊之後，再前往可到「沙滔舞琉璃工作坊」。沙滔舞琉璃工作坊的老闆用他自己的琉璃版畫。可以帶著小孩 DIY 燒製一個屬於自己、代表你自己的琉璃珠，並且聆聽解說員對你解說這顆琉璃珠背後的傳奇故事。

2. 三地門文化館:

翻開歷史的扉頁，在林木茂盛的中山公園裡，傳來陣陣的祝禱聲，那是日據時代的忠烈祠，遠在十九世紀間，饒富著神秘與肅穆的神社所在。此刻，撫索著六十四塊故事牆，想像傳中的神話故事與傳統排灣生活，一處充滿藝術與人文的文化聖地，隨即映入眼簾，這是三地門文化館，一處守護排灣文化的聖地，一處值得您佇足的文化之旅。午后，坐在陽傘下，接受陽光與微微涼風的洗禮，或是倚靠「觀景台」的欄杆眺望山景，細細品味沁心透涼的檸檬愛玉以及石板烤肉、還有奇拿富、伊拿筆浪、金瓜糕…等數十種傳統風味美食，以滿足每一張挑剔的嘴；這間與舞台相對望的部落廚房，就像媽媽般為我們準備各種貼心的美食傳統的味道，就這麼緊緊抓住每一個人的胃。

3. 大津瀑布

大津瀑布，當地人稱它為「大烏瀑布」或「尾寮瀑布」，也有人叫它「新豐瀑布」，目前已建置有完善的步道，而濃密樹蔭有如天然的陽傘，讓這裡顯得清涼幽靜，常吸引許多遊客。瀑布高約 20 公尺，呈現 90 度，如白綢般從山崖垂掛而下，水量雖不大，但也別有一番娟秀的味道；溪谷腹地不大，然而樹蔭茂密，倘遊其間更覺水聲氣氛磅礴，十分冰涼，是消暑的聖地。登上涼亭遠眺屏東綠野，更是遊客不容錯過的美景。

4.茂林風景區

茂林風景轄區，一句口訣「一屋、二山、三谷、四世（世界唯二的越冬型蝴蝶谷）」，便能把整個茂林區的風景區完整地介紹完畢。「一屋」指的是多納石板屋（石板屋為多納部落族人居住屋，遊客不便進屋內參觀）；「二山」為此地二大名山：百步蛇頭山、龍頭山；「三谷」分別指的是情人谷、茂林谷及老鷹谷。「四世」係指世界唯二的越冬型蝴蝶谷，每年 11 月到 3 月紫斑蝶自東北部群體飛往溫暖的茂林風景區過冬。以上四大項類別，即為代表茂林風景區最為典型的特色觀光風景點。

5.大社瀑布

位於屏東縣三地門鄉，大社村（達瓦蘭）稍下方的～大社溪（達瓦蘭溪）上游，約莫 2 公里處的左岸支流上，距已毀損的（大社吊橋）遺址，稍上游約 30 公尺處，大社瀑布（彩虹瀑布）高約 20 米，其溪左一旁山澗，還有一道 30 米的支流飛瀑涓涓落下，形成雙瀑輝乘的景觀。

6.琉璃吊橋

於 2015 年 12 月 26 日正式啟用，橫跨隘寮溪、坐落於屏東三地門鄉三地村與瑪家鄉北葉村之間，全長約 262 公尺、離地高度約 45 公尺，啟用後目前為台灣最長的吊床式吊橋，瑪家端進出口位在台灣原住民文化園區、三地門端進出口毗鄰富谷灣餐廳。

橋梁設計由原住民藝術大師撒古流·巴瓦瓦隆設計，採用排灣族與魯凱族的琉璃珠為發想，以琉璃珠鑲嵌在橋梁兩側、夜間搭配光雕造景，並在吊橋引道上規劃原住民文化的 32 面故事牌；橋梁兩端各設有一座大型巨石裝置，以番薯芋頭象徵族群融合，另有三地門地磨兒國小與瑪家北葉國小學生的馬賽克藝術創作。

二、旅遊電子商務

(一)、旅遊電子商務

網際網路的發達，促成電子商務的發展，旅遊電子商務，係指將消費者認購行程及經由電子化的處理，來完成交易，是旅遊業另類的行程銷售通路，此通路可節省消費者及工作人員處理時間，由於便利性極高可間接增加消費者再次消費的機率，也可使交易透明化、及交易自主化，主要銷售商品為套裝行程、及客製化行程。(MBA 智庫百科)

(二)、電子商務的重要性

台灣電子商務規模持續成長，根據資策會產支處的調查，2015 年台灣電子商務市場產值約 1 兆零 69 億元，其中，B2C（企業對消費者）的電子商務市場為 6,138 億元。C2C（消費者對消費者）的市場規模為 3,931 億元（2015 何英煒）。預估 2020 年電子商務市場規模將達 2.1 兆，市場規模成長驚人，因此近年來有許多企業紛紛結合電子商務的營運方式，以增加產品的銷售通路及發掘潛在消費者。（中國時報）

(三)、旅遊電子商務常見之交易模式

類型	交易對象	說明
B2B (business-to-business)	企業對企業	旅遊業之間的产品代理，例如旅行社向飯店訂房。
B2 (Business-to-Enterprise)	企業對機構	旅遊企業對非旅遊類型企業之交易，透過出差、及獎勵等資格，依照需求的不同與專業旅遊企業合作並相關安排旅遊行程。
B2C (Business-to-Consumer)	企業對客戶	是旅遊電子商務中較常見的交易模式，其模式與一般電子商務並無太大差異。
C2B (Consumer to Business)	消費者對企業	由需求者向企業提出需求，再透過需求者個人喜好及習慣，選擇適合之方案。

表 2 常見之交易模式

參、資料分析與說明

一、研究方法與對象

(一)研究方法

- 1.問卷調查法：消費者對於旅遊的的偏好與滿意度，利用 Google Forms 擬定問卷，並收回有效問卷 80 份。
- 2.文獻分析法：本研究利用文獻分析蒐集。主要目的是基於蒐集相關文獻，找出對於此研究相關資訊加以分析。
- 3.訪談法：透過實際面對面的溝通，來取得更詳細的資料。

(二)研究對象

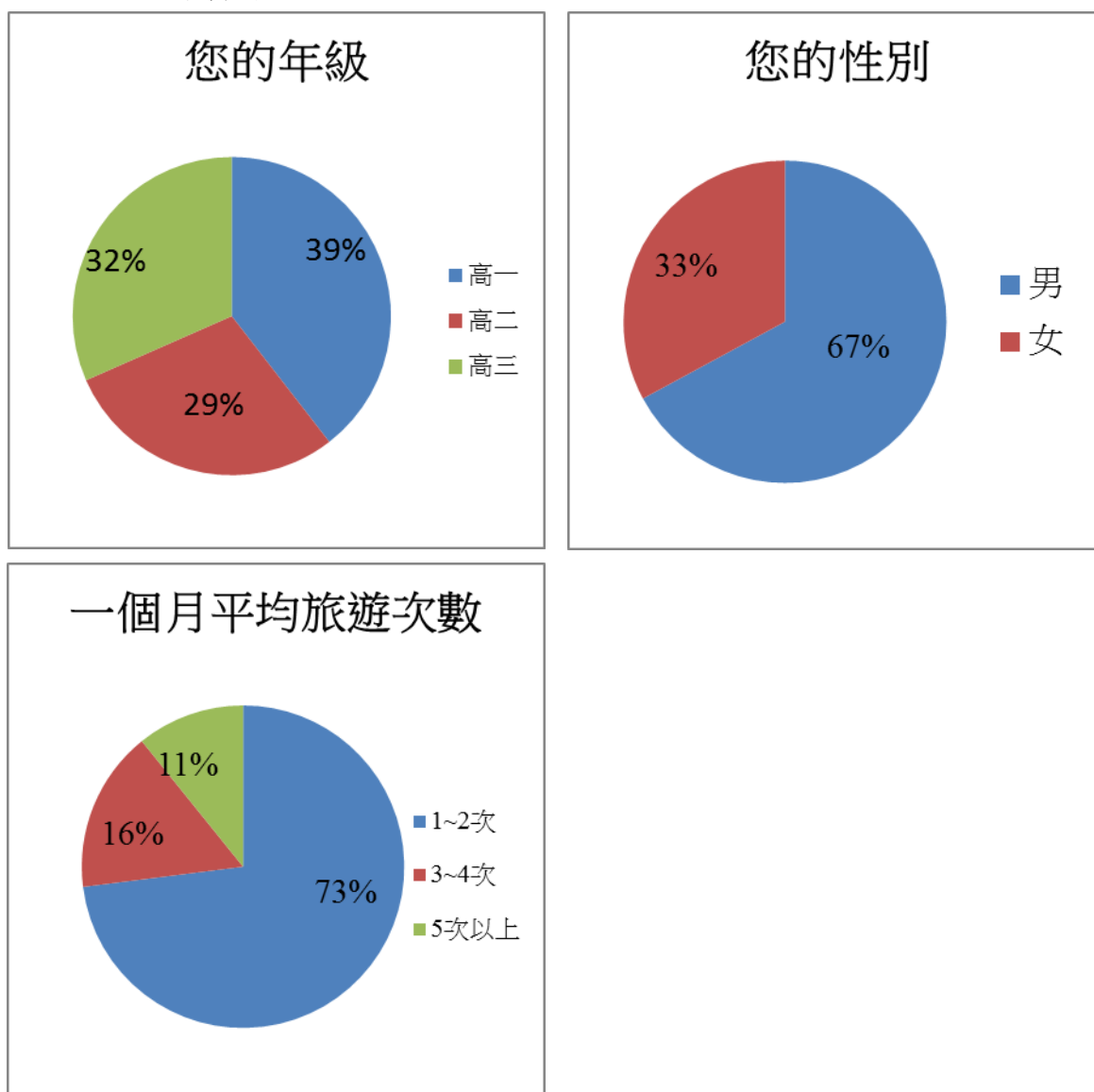
本研究以屏東地區作為調查地區，調查對象為高中職具旅遊習慣之族群，對於旅遊電子商務的付款方式之意見、及旅遊相關偏好以了解旅遊族群的旅遊行為。

二、研究工具

Google Forms 的網路問卷
文獻調查法

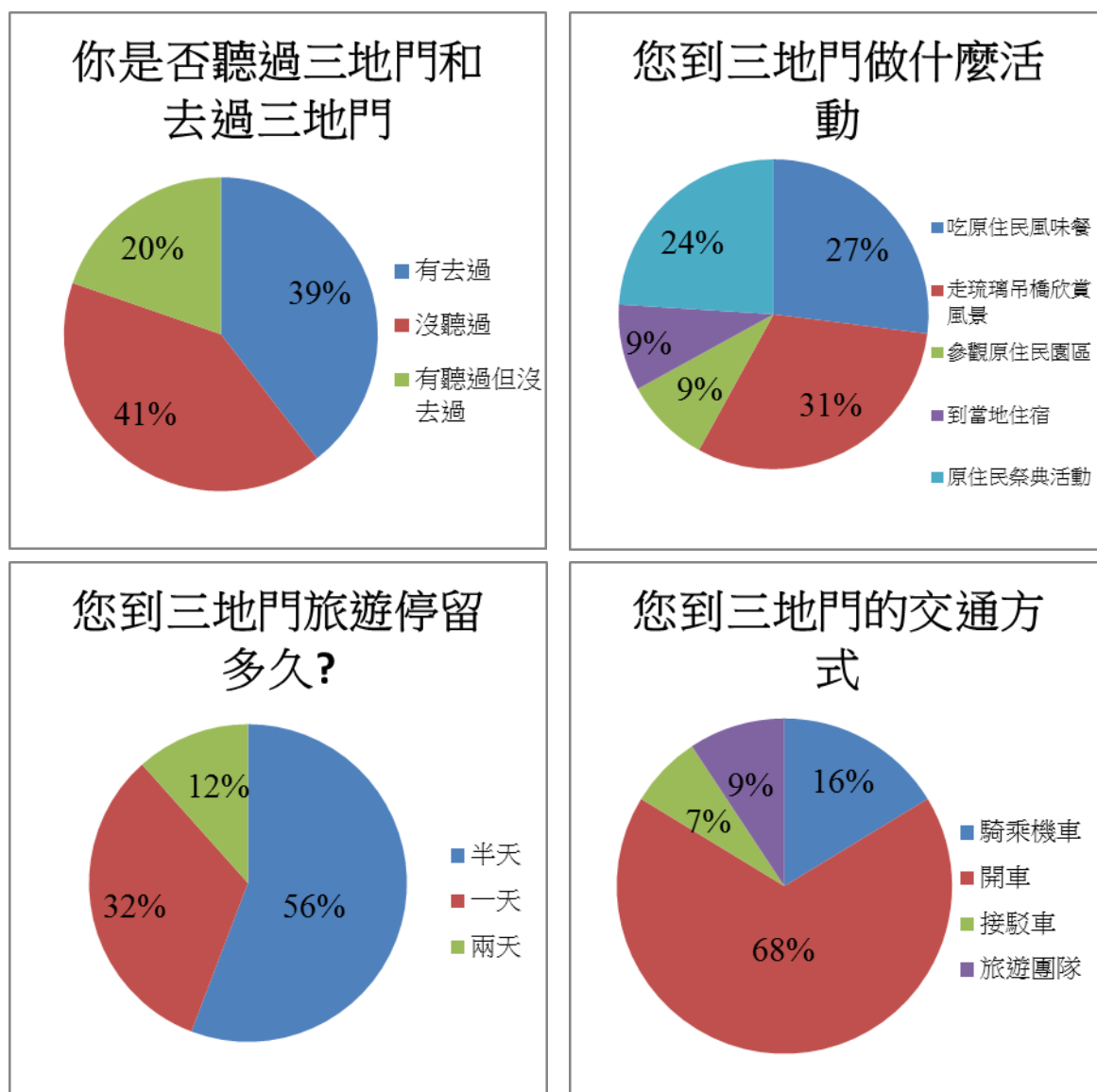
肆、研究結果分析

4.1 受訪者基本資料



我們回收問卷資料顯示，本次研究所幫我們填寫問卷的以男生偏多，而年齡層則是降在高一的學生為居多，而平均旅遊次數偏低。

4.2 關於三地門問題



由分析各種比例圖中，我們發現本次研究有一半的人都知道三地門這個地方，但也有一半的人不太知道，也許是我們的研究對象是以學生為準，大部分都是跟著家人一起開車遊玩才知道這個地方，因為目前新蓋的琉璃吊橋非常美麗，所以大部分都是去此地走吊橋順便去吃餐點，停留時間並不多。

伍、結論與建議

經過本研究問卷調查法、文獻分析法，資料分析後提出幾項建議，希望對未來研究方向可以提供參考。

本研究乃探討人們對於三地門的了解與活動，研究採用量化研究問卷調查法。未來研究可選擇使用實地研究來做進一步探討。探討喜歡旅遊人們對於旅遊偏好取向。對喜歡旅遊的滿意度作為研究對象，未來可針對此研究加以修正，提供更完善的電子商務資料讓人們更加了解。目前電子商務平台非常多元，未來將可以使用不同電子商務平台特性。研究是否有不一樣的科技接受模式。

參考文獻

資策會：電子商務產值將破兆

<http://www.chinatimes.com/newspapers/20150303000216-260210>

屏東縣內埔戶政事務所

http://www.pthg.gov.tw/neipu-house/News_Content.aspx?n=63B33E4B48F21B4E&ms=26D45FB4F4CA2B0A&s=1B2E9FEA19EA6B99