

## 地方特色旅遊網站設計—以苗栗為例

### Local Character Traveling Website—Take Miao-li as the Example

吳振鋒<sup>1</sup> 羅智耀<sup>2</sup> 藍天雄<sup>3</sup> 莊漢聲<sup>4</sup>

#### 摘要

自 2001 年開始實施「週休二日」以來，國內、外的旅遊人數明顯增加，旅遊需求大幅成長，供需市場機制帶動旅遊產業的蓬勃發展。但美國在 2001 年發生 911 恐怖攻擊事件後，航空業安檢制度成本的提高，進而轉嫁至顧客的消費上，昂貴的交通費用以及各國海關通關安檢的繁雜手續，造成出國意願銳減。2008 年的原油價格狂飆，對國外旅遊無疑是雪上加霜。因此，國人旅遊由國外轉進國內旅遊市場，其中以利用網路取得目的地旅遊資訊，自行規劃旅遊行程蔚為主流。近年國內經濟景氣不佳中，國內旅遊依然逆勢成長，表示地方政府仍積極努力推動旅遊觀光，而國人亦日益重視休閒活動，使旅遊成為生活不可分割的一部分。

休閒活動在工業革命後有日益顯著的現象，在 60 年代便有大眾休閒時代將來臨的預測。近三十年的經濟發展，服務業所佔的比率已由 45.9% 提升至 53.3%，其中，成長最迅速的為觀光事業，因假期與名勝地旅館飯店住客數增加、退休年齡提前、平均壽命延長、公共建設持續發展等因素，讓觀光產業在 21 世紀成為相當重要的產業之一。

本研究經由地方特色旅遊網站，希望讓地方觀光旅遊提供新的展望，重新發掘當地居民與所處的環境、文化之間的關連，讓居民直接的感受，運用資源創造豐富的可能性，並透過網站的管理，達到更有效率的參與式經營管理模式。讓以自身環境與文化為基礎的旅遊形態，創造豐富且具吸引力的旅遊環境，進一步為地方居民帶來經濟與文化傳承上的幫助。網站將以提供服務的觀點，整體旅遊導覽的服務系統為主體，目的是提供更便利、自動化的旅遊行程規劃與旅程服務。因此，透過整體旅遊導覽服務，讓國人可將旅遊資訊、行程安排結合，建立可依個別喜好進行旅遊行程安排的雛型系統，使旅遊行程安排能夠更準確地符合個別需求。

**關鍵詞：**911 恐怖攻擊事件、休閒活動、旅遊行程規劃、旅程服務

<sup>1</sup> 育達商業科技大學資訊管理系助理教授

<sup>2</sup> 育達商業科技大學資訊管理系副教授

<sup>3</sup> 育達商業科技大學資訊管理系教授

<sup>4</sup> 育達商業科技大學資訊管理系研究生



## Abstract

Not only numbers of domestic and foreign tourist increased significantly but also the growth of tourism demand since the implementation of "The two-day weekend" in 2001. The supply and demand driven mechanism makes the tourism industry to be flourish. However, after that the United States occurred the 911 terrorist attacks in 2001, the aviation industry increase the cost of security system, and then passed it on the customer's consumption, high transport costs and the complex security procedures of customs clearance, resulting in reduced willingness to go abroad. In 2008, the crude oil prices increased significantly and willingness of traveling abroad is worse. Therefore, people travel from abroad to enter the domestic tourism market, which use the Internet to obtain travel destination information, travel itinerary planning to become the mainstream. In recent years, the poor domestic economy, the domestic tourism continues to trend growth, the local government is still active efforts to promote tourism, while the nationals is growing more and more attention to leisure activities, tourism has become an inseparable part of life.

Leisure activities after the industrial revolution in the increasingly significant phenomenon in the 60's era, there will be public leisure forecast the advent. Nearly three decades of economic development, the percentage of the service sector has been 45.9% to 53.3%, which the most rapid growth for the tourism industry, because holiday hotels and guest spots increase the retirement age ahead of schedule, with an average life increasing expectancy, the sustainable development of public construction and other factors, so that the tourism industry has become very important in the 21st century, one of the industry.

In this study, the local Tourism hope to provide a new outlook, re-discover the local residents and the environment, the connection between culture, to allow residents to direct use of resources to create a wealth of possibilities, and through the web site management, to achieve more efficient model of participatory management. So to their own environment and culture-based tourism patterns, and create a rich yet attractive tourist environment for local residents to further economic and cultural heritage assistance. Web site point of view will be the provision of services, the overall tourist guide service system as the main aim is to provide a more convenient, automated tour planning and travel services. Therefore, the overall travel through the navigation service, which will allow people to travel information, travel arrangements with the establishment of individual preferences can arrange to tour the prototype system for the travel itinerary can be more accurately meet the individual needs.

**Keywords** : 911 terrorist attacks 、leisure activities 、tourism travel planning 、travel services

## 1. 緒論

### 1.1 研究背景

自從週休二日實施後，全家攜伴出遊，遠離城市喧囂，享受鄉村生活，是許多家



庭假日休閒活動的選擇。過去因網路資訊並不普及，旅遊者大多只能在導覽手冊上選擇景點。近年國內使用網路人口逐漸增加，也對休閒旅遊日益重視，線上觀光或旅遊導覽成為網路產業中相當熱門的網站類型，不論是網站到達率或是有效瀏覽人數，皆有成長的趨勢。國人國內旅遊年總額累計達一億零六百萬人次以上，而旅遊方式，則以個別旅遊與自行規劃旅遊行程為主，約佔了 89%，且其中利用網路取得旅遊資訊有明顯增加的趨勢，約佔 13%，而針對週休二日進行的網路調查報告指出，有 79.78% 的國民會在週休二日實施後，增加假日休閒旅遊的意願。可見週休二日政策的推行，已全面帶動國內旅遊發展與國內旅遊的風氣。

拜網路科技與全球資訊網、電子商務之賜，及政府強力推行週休二日的推波助瀾下，各式的旅遊網站已如雨後春筍般林立，各類型的旅遊網站均提供為數不少的旅遊資訊及相關服務。其中，由私人成立的旅遊網站所提供的服務，一般以套裝旅遊產品為主；而政府設立旅遊網站，則是以景點介紹與路線之建議為主。不過，即便旅遊網站為數眾多且提供各種類的旅遊資訊與服務，但從針對網路使用者所做的調查中可發現，網路使用者對旅遊網站設計中，最不滿意的部分是「行程內容介紹太簡單」，而大部份的網路使用者則普遍認為「行程規劃」則是旅遊過程中最重要的核心部分。

因此在傳統靜態瀏覽網站外，本研究特別架設語音與 DIY 行程規劃部分，讓旅遊者出遊時可下載資訊到自己的手機裡，外出旅遊時能隨時收聽。根據一項調查亞太區國際網路評量機構 2001 年 5 月份研究資料顯示，台灣旅遊網頁的 e 化發展更是居於大中華區之冠，領先香港及中國大陸。由此可見，線上旅遊導覽確實是具有相當獲利潛力的經營項目。簡單的觀光類型分為三種，分別是傳統團體旅遊、半自助旅遊和自助旅遊。其中，自助旅遊者對本身行程有最大自主性，在自助旅遊的過程中，無論何時都需要有關資訊協助決定決策，故其對於資訊的需求度也是最強的。而調查網路使用者最常瀏覽的網路內容發現，電子新聞、科技資訊及休閒旅遊是最受網友青睞的項目，都有 50% 左右的網友支持率，可看出網路使用者對休閒活動等資訊維持相當的興趣，由此我們可得知一個結果，就是網際網路確已成為現代收集生活資訊的主要來源與管道。

## 1.2 研究動機

台灣城鄉有越來越多風景與藝文活動的籌辦，不僅讓國內旅遊內容更具巧思與豐富，也讓遊客與當地人民的生活能有機會連結。一個成熟的社會，在經濟活動蓬勃發展下，國際化、資訊化的腳步也漸漸開放，這樣的衝擊也開始讓居民關心自己所居住的環境，進一步愛護鄉土，對土地產生濃厚的感情，無論是自然環境、歷史發展、民情風俗，以至於產業工藝等，都蘊藏著令人驚喜的寶藏。所以在地化、本土化的社區營造及旅遊，希望從文化的角度做為發展。換句話說，以地方本身為主體思考的出發點，基於地方特色、條件、人才，甚至是地方福利做為優先考慮來發展。如此，不但能突顯地方人文、產業特色，更可帶來觀光人潮。因為本校校址位於苗栗縣，因此特選苗栗為研究主題。

經由先前的探討，可以清楚地瞭解目前國內旅遊的發展情形，及網際網路對於旅遊發展的重要性。不過，國內旅遊網站所提供的服務與網際網路發展，卻仍存在諸多的問



題，針對各網站普遍可供缺乏自助旅行者從事行前旅遊規劃的服務，還有提供客製化的旅遊資訊服務。網際網路的崛起，提供了商業應用無限可能的發展空間，而旅行社本身所擁有的資源和能力，也越來越難應付商業環境的變化，因此旅行業也開始與網路結合，使得旅遊業呈現出多樣化的特性，以及現今消費者講求客製化的需求下，網際網路可提供旅行業充分發揮的空間。

### 1.3 研究目的

對生活在繁忙社會中的人們來說，許多人在假日外出時，因為對外地的地理環境與位置的不了解，經常會導致迷路或塞車，甚至會發生找不到觀光景點的窘況。為了方便旅遊者，便設計影音導覽與自行安排行程。除了特色的景點介紹之外，還有行程安排可供使用者參考，透過動畫多媒體的製作，讓使用者可以在網路上得到較佳的旅遊導覽的服務。且提供使用者類似自動化的旅遊規劃與服務，讓使用者便利地，能以整體考量來選擇最適合的網際網路旅遊服務。本研究希望針對愛好苗栗旅遊者，提供客製化的旅遊資訊服務的整合機制，促使網路自動化服務的發展，以建立起一個資訊充份分享及知識可重覆使用的網際空間。但目前旅遊網站林立，內容不一，反而令使用者感到困擾，從台灣網路使用者調查中可以發現，網路使用者最主要的困擾除了技術（問題網路頻寬不足、電腦病毒感染和網路通訊品質不良等）外，對於網站內容品質參差不齊，像垃圾資訊太多或內容貧乏也是主要的困擾原因。是故，為達到提供高優質資訊的目的，一個優良網站應符合使用者的需求，以其顧客導向的資訊內容。

根據已知的苗栗觀光發展現況，目前與希望目標尚有差距，但可構成具有特色旅遊環境的實質條件，在苗栗鄉鎮間仍處處可見，希望可充分地利用特色景點，做為未來觀光旅遊發展的基礎，重新整合現有景點與各類旅遊服務的連接性，讓整體環境的旅遊發展趨勢結合，一方面以資源調查、遊憩據點選定、旅遊交通規劃等模式中，加上讓使用者可以自己依照喜好來安排行程，整合發展出旅遊行程規劃的推薦系統。

### 1.4 研究範圍與限制

本研究主要以地方為基礎的旅遊行程規劃服務之系統建置，是故，將苗栗特色景點將以山線、海線二分，山線代表鄉鎮為南庄、泰安、三義，海線代表鄉鎮為通霄及後龍。一般旅遊網站不外乎是介紹特色主題行程及店家、購物品、訂旅館房間、車票等有關付款機制的功能，由於研究資源有限，相關部分不再另行設計。預計本系統將提供五家特約廠商提供優惠卷予會員下載，有關網路資訊安全機制未納入本研究考量。此外，旅遊行程安排過程，有關餐飲服務或訂房服務與金流相關的機制也一並排除。

## 2 文獻探討

### 2.1 旅遊相關研究

有關旅遊業的相關議題橫跨許多學門，無論從心理學角度的解釋、社會學現象的



觀察，或以行銷學市場的區隔進行產品的多元化發展策略等，其研究目的都在於滿足旅遊者的需求，文獻中將先介紹旅遊者的分類，探討旅遊動機與旅遊形式，以旅遊業與相關研究有概括性的認識，在最後整理出一套旅遊資訊系統的相關研究。

首先要能瞭解旅遊業的主題-旅遊者，針對其所需要才能延伸議題。目前最被廣泛接受的分類，是根據 1963 年在羅馬所召開的聯合國國際旅遊及觀光會議中，以當事人所停留的方式、天數作為判斷標準的旅遊分類。雖然旅遊主要目的是相同的，即為滿足人們的各種需要，可能是休閒、運動、也可能是自我肯定。但觀光旅遊的形式仍可依旅遊者的天數、目的、年齡等形成差異。因此，觀光現象可劃分成下列幾種形式：

1. 依旅客人數：個人觀光、團體觀光
2. 依照旅行目的：娛樂觀光或休閒觀光、文化觀光、修養觀光、運動觀光、會議觀光、社交觀光、商業觀光、政治觀光。
3. 依交通工具：地面觀光(巴士、自用車、鐵路)、海上及河上觀光、空中觀光。
4. 依地理位置：國內觀光(國民旅遊)，代表本國人民或居住國內之外籍人士在其國人之觀光活動。區域觀光，即一觀光區域內各國家間之觀光活動，如西歐國家之觀光活動。國際觀光，包括世界上不同國家之間的觀光活動。
5. 依年齡(年齡影響到需要和習慣)：青少年觀光、成年人觀光。
6. 依性別：男性觀光、女性觀光。
7. 依價格及社會階層：豪華觀光、中產階級觀光、大眾觀光。
8. 依遊客的來源。
9. 依其對於貿易平衡的效果。
10. 依臨時居留的期間長短。
11. 依自由行動的限度。

針對國內三家推動自助旅遊社團會員發送問卷進行抽樣研究，結果顯示自助旅遊者以女性(70%)、未婚(72%)、年齡在 20-39 歲(83%)、具專科以上教育程度(86%)、所得在二萬元至四萬元之上班族為最大多數，大多數的受訪者心中都先有幾個目的地，在作決定時會受到目的地印象而有所影響。對旅遊者來說，旅行不但將自己當作是體驗當地生活的管道，藉由事前的資訊收集、實地的比較、以及與當地人的文化交流達到此目的，且多數的旅遊者即使是抱持著利用旅行的機會積極吸收有關的文化、知識等。事實上，不管旅遊者所選擇的旅遊方式為何，都需要相當的資訊協助他們做出決策，例如目的地的選擇。尤其是對自助旅遊有興趣者，所有的景點規劃，更是需要大量資訊，以協助旅遊者更能完善地進行本身的旅遊。在旅遊系統觀念分法中，旅遊資訊來源的範圍分述如下：

1. 源於『旅遊客體』的相關資訊：
  - (1) 天然環境之資訊：如氣候、地形及景觀、森林、動植物及特殊的自然礦泉、溫泉等。
  - (2) 歷史宗教、文化與傳統的人文資訊：如歷史古蹟、文化場所、傳統習俗、教堂建築等。



- (3) 基本公共設施：指目的地對外通訊聯絡及日常生活所需的公共設施，包括公路、鐵路、機場、碼頭、水電、治安、醫療等設施或服務。
- (4) 上層設施：指針對旅客所需、彌補基本公共設施不足之設備和服務，如住宿、餐飲、娛樂等。
- (5) 當地人民之對旅客之態度與生活方式：如期態度是否友善、生活方式能否吸引遊客等等。

2. 源於「旅遊媒體」的相關資訊：

- (1) 交通運輸工具之相關資訊：如交通工具之出發班次、價格、種類等。
- (2) 旅行業相關資訊：如提供之服務與經營方式、相關合作對象（飯店、當地旅行社等）。

3. 影響「旅遊主體」與「旅遊行銷」的相關資訊：

透過「旅遊行銷」的推廣，使「旅遊主體」能藉著廣告、公共報導、旅遊指南、宣傳單等獲得正確資訊，使旅客參與旅遊活動，為旅遊系統中的重要資訊。

4. 影響「旅遊主體」決策之資訊：

「旅遊決定因素」為「能解決旅遊活動是否產生的重要因素」，分述如下：

- (1) 一般的決定因素：分為自然狀況(如地理位置條件與天候狀況)與經濟及政治狀態。
- (2) 特殊決定因素；如當地節慶、會議等，或是旅遊宣傳因素(如政策宣導、廣告等)。
- (3) 季節的決定因素。
- (4) 其他的決定因素：如個人的決定因素。

以上所提及是旅遊資訊所涉及的範圍。而根據網路使用者所調查顯示，百分之七十以上的網友會在網站上搜尋旅遊資訊，顯示在台灣上網人口的比例不斷增加中，利用網路查詢旅遊資訊的比例也隨之提升。

## 2.2 網際網路概述

隨著網際網路的快速發展，網際網路已從學術性及研究性的使用擴展至商業性的使用，在商業性的應用上，更從通訊應用層面進展到了行銷應用層面，且網際網路的特性有無地域、時差的限制，傳播資訊的速度快，且可形成多媒體的環境，在擁有互動式媒體、超連結功能的優勢下，使得資料訊息可以即時更新，並可永久保留及自由存取，所以具有方便性、多媒體形成與互動性，並兼具大眾化及個人化，在資料方面也可以即時更新並永久保存。網際網路的特性還有連結性強、互動性高，及因資訊內容與通訊環境的結合使得其蒐集與計算處理的能力高。

在先前學者的研究中可發現，網際網路有幾項重要特性是許多學者都有提及的，整理後有下列數點：網路資訊功能、顧客化服務、連結性高、整合內容及溝通能力高、低成本。現今有許多公司採用網際網路來進行與顧客之間的溝通聯繫、開發新客戶、散播資訊、進行行銷推廣活動、以及作為行銷研究的工具；並指出藉由網際網路這項新興通路，可更完整的運用在企業的行銷、推廣、研發、客服以及人力管理上。而有



人針對網路資源與顧客需求之間的關係，提出了三個決定性的關鍵點：行銷、銷售以及支援；而在對 WWW 的內容調查方面，將網際網路上的商業活動分為三種導向：溝通導向的服務、商品導向的服務、資訊導向的服務，並進一步的實質運用在企業經營方面。

根據許多學者的研究顯示，在企業經營上採用網際網路有許多的優勢，不外乎有以下數點：

1. 無店鋪行銷、沒有地域、空間、時間限制。
2. 雙向互動，線上訂單，供需雙方皆可降低交易的成本。
3. 多媒體形式的展現方式立即呈現在顧客面前。
4. 具有長效性與機動性，顧客可隨時一再重複地上線去查明或瀏覽各種資訊，同時，網頁維護人可隨時輕易且迅速地更新資料，達到及時的效果。
5. 將各種行銷活動結合，已達成行銷組合所追求的績效。
6. 可提供豐富的產品選擇。
7. 滿足顧客的需求與個人化服務。
8. 減少交易中的成本。
9. 可由消費者主導。
10. 輕易地蒐集使用者資訊。

### 2.3 旅遊業與網際網路

科技的快速發展，已經超越了人類原本的想像，以往認為不可思議之事逐漸在實現當中，破除空間的隔閡之外，通訊技術和設備的更新，在過去因時空限制下不能達到的目標，現在幾乎彈指間即可解決。而且網際網路上，影像、聲音、圖文隨著網路四處散發，省時便捷、省成本、提昇效率等，資訊的流通效率是以往的上百倍。在網際網路盛行的現代，資訊的特性也被視為網際網路的特性之一，由於網際網路的商業行為也包括以資訊作為交易標的，使得資訊特性格外受到重視。在網際網路應用在資訊服務上，主要的特性包括：

1. 互動性的溝通：買賣雙方資訊可透過數位化方式進行交換，動態地適應顧客之行為方式。
2. 資料動態更新：透過對資料庫所在的伺服器的即時更新，能幫企業達到快速反應市場的時效性。
3. 超文件性：使用 HTML 整合多媒體文件，讓使用者操作方便容易。
4. 超連結性：採用開放的標準架構，全球性的連結打破地理區隔，不受時間與空間的限制。
5. 網路外部性：通訊網路的價值會隨著使用網路通訊服務的人增多而增加。
6. 顧客化服務：電子商務透過建立線上知識庫與發展解決顧客問題之資訊系統，來解決顧客問題，增進雙方關係，提高顧客的服務品質。電子商務有搜集顧客需求與行為型態的資訊能力，能與顧客建立更多的個人化關係。
7. 搜尋機制：透過搜尋引擎，進行關鍵字的搜尋，有助於顧客的經驗提升。



8. 低成本：可直接連接購買者與販賣商，減少生產、傳送資訊與提供服務的時間，達成快速行銷。
9. 數位化：運用數位程序，提供可透過網路試用、試閱、試聽的產品。
10. 有使用者特性：網路族群為年輕、中上所得階層、受過良好教育。消費者可主動上網搜尋商品或服務資訊，主導行銷方式。網路上的交易主動權操之在客戶，對於個人化的服務類產品較有興趣。
11. 整合內容及溝通：創造溝通、內容與社會的需求。
12. 達到使用者產生資料內容：透過聊天室、BBS 貼版的功能，可提供消費者之間的互動連結。
13. 地理/時間效用：購物不必排隊或等待，而且可以指定送貨地點。

這種網路革命的影響力也襲及旅遊業，因為旅遊業所提供的服務基本上就是「資訊的流通與處理」，所以旅遊業和網路結合連用上所牽涉到的絕大部分是「資訊流通」的問題。而最佳的佐證便是以發展旅遊電子商務或提供旅遊資訊相關內容為主的各種類型的網站紛紛成立，成為 Internet 上快速擴張的行業別之一。

以近兩年台灣的旅遊網站發展趨勢，參考較具規模的旅遊網站，可分類如下：

1. 電子商務導向的旅遊網站
  - (1) 旅遊業者的網站
  - (2) 網路科技公司成立的旅遊網站
  - (3) 入口網站的旅遊頻道
  - (4) 集團合資成立的旅遊網站
2. 內容供應型網站
  - (1) 媒體轉型的旅遊網站
  - (2) 以旅遊內容出發的旅遊網站
3. 社群旅遊網站

近年來國內有關於旅遊網站經營的相關研究日益豐富，探究其在網際網路時代，所要具備的應變能力，進而利用網際網路的特性開拓旅行社的另一管道。由經營網站的角度出發，希望瞭解消費者對於現在旅遊網站的需求，忠誠度及滿意度等選項的認知，但為現在狀況的改良建議，僅能就目前的旅遊網站已具備的項目提出看法。以內容來探討現階段發展之異同。針對在網路上旅遊業的經營型態進行研究，先結合旅遊與網際網路的特性，進而分析旅遊的動機與消費行為的改變，並運用市場區隔，建議旅遊網站應以單一地理區域及自助旅行做為進入策略。更具體而言，旅遊網站的經營，應著重在資訊品質與服務品質，結合資訊與消費二大平台，並透過互動化服務、顧客化服務與資料庫管理，進行關係行銷。使用者角度，將旅遊網站線上功能做有系統的整理與歸納，找出旅遊網站建置過程中各項功能的重要程度。使用者認為旅遊網站功能的重要程度分別為會員與交易功能、產能功能、價格功能等；而旅遊網站最受到消費者重視的線上功能分別為提供該網站各營業單位連絡資料、地點的資訊、提供線上購買旅遊相關產品的功能、提供客戶會員特惠價的最新資訊等；至於消費者最滿意的線





上功能即是為提供客戶所選定或感興趣商品之其他同類型旅遊商品相關資訊、提供客戶會員特惠價的最新資訊、提供各項旅遊資訊與產品諮詢服務等。而在現在旅遊網站數量多如繁星之際，網站首頁的內容規劃方面應真正貼近不同網路使用者的需求才能脫穎而出，使網路使用者感受不同的資訊搜尋與瀏覽體驗，網站才能持續吸引網路使用者的造訪。並就網路使用者對於旅遊專業網站提供內容的需要程度加以研究，依照需求的重要性，在網站首頁的版面上進行規劃配置。以網路使用者的觀點來做為旅遊專業網站首頁規劃的基礎，以分別滿足各類型網路使用者的需求。

在以往旅遊網站所設計的系統，大部份多集中於旅遊業產業特性、消費者行為、旅行社網站線上功能等領域之探討，但在眾多繁雜資料、管道之中、其數量令人眼花撩亂，又到底哪些資訊才是旅遊者最迫切需要或最主要的旅遊資訊？旅遊者又是如何去看待所收集到的資訊？旅遊網站的氾濫，內容多元化，但到底哪些才是實際使用的旅遊者所期盼獲得的東西，現在的旅遊網站是否已達到協助旅遊者的目的，就是我們需要研究的問題。

### 3. 系統設計

#### 3.1 系統架構

首先對系統使用者與系統管理者分成系統前端與系統後端。前端部份再分為一般使用者與會員使用者。加入會員可較一般使用者瀏覽更多內容；後端部分是管理者使用介面，讓管理者方便的控管理網站。

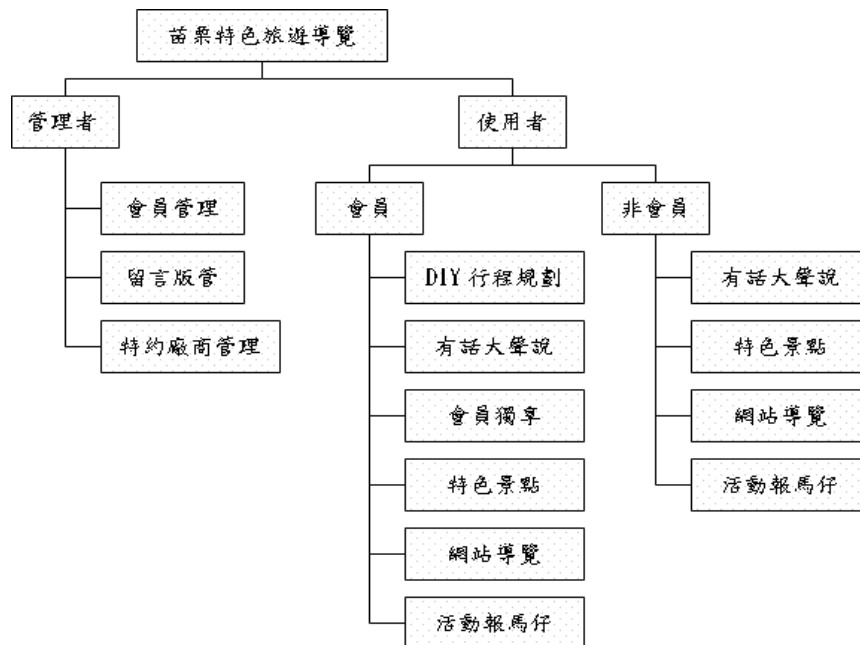


圖 1 系統架構圖

#### 3.2 系統功能規劃

資料流程圖是結構化資訊系統分析的主要工具，以一些容易了解的圖形符號將複雜的系統、製程、以關聯的方式發達出來，透過資料流程圖，可以了解各項資料實體



流通，還可以知道哪些資料可用來儲存，以利資訊的利用。系統 DFD 全景圖是由三個外部實體所組成，分為會員、一般使用者、還有管理者。會員在輸入帳號密碼後，會顯示登入成功，而開始使用本網站。一般使用者可以申請會員，如果輸入資料都正確，就可順利的註冊成功。而管理者可以新增、刪除、修改等網頁上任何的資訊。

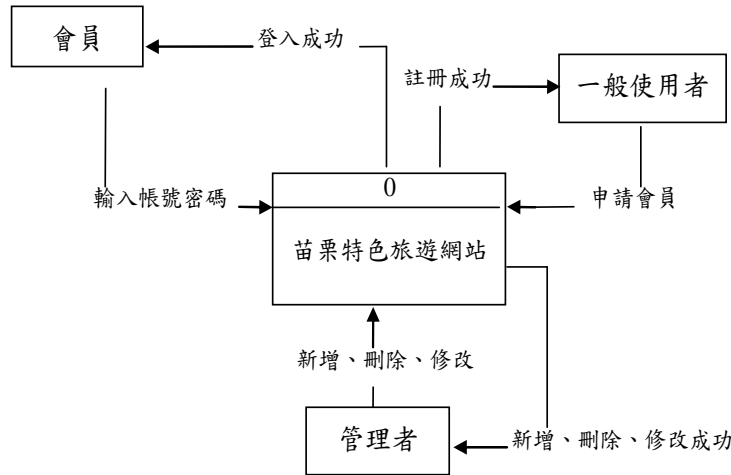


圖 2 DFD 全景圖

在主要系統功能方面，以圖 3 說明之。

會員註冊：一般使用者若想使用留言板或使用者欲自行安排行程，需加入會員。

特色景點：介紹五個鄉鎮地區各具代表的特色景點

有話大聲說：一般使用者僅可瀏覽，而會員可使用留言的功能。

DIY 行程規劃：有旅遊天數、地點的查詢，讓會員自行選擇景點。

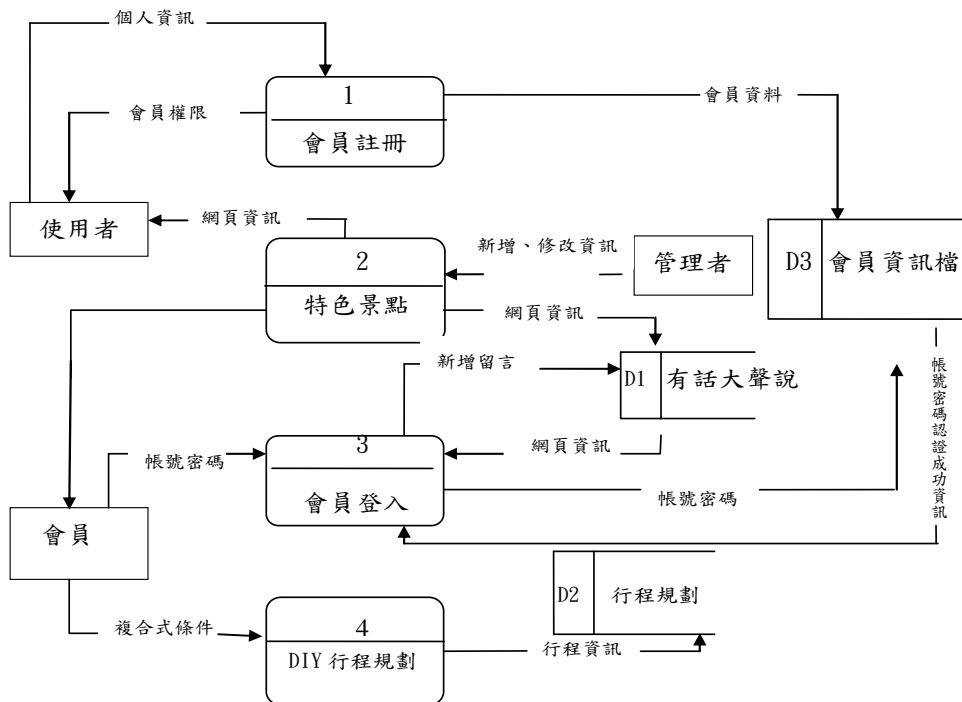


圖 3 DFD 主要功能流程圖



## 4 系統設計

### 4.1 功能流程

此節介紹網站網頁所使用的功能，分別畫出每一個功能的流程圖。

#### 4.1.1 申請會員

使用者進入本網站首頁，滑鼠點選會員獨享，填寫個人資料加入本站會員，經過系統驗證資料，如果成功，網頁會顯示申請成功，如果資料輸入錯誤，則需重新輸入。

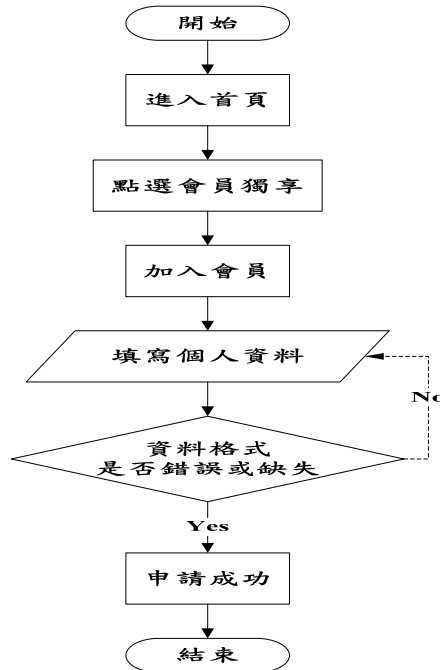


圖 4 使用者申請會員流程圖

#### 4.1.2 新聞公告

使用者能在網站首頁瀏覽最新消息，網站管理者可從後端登入管理。

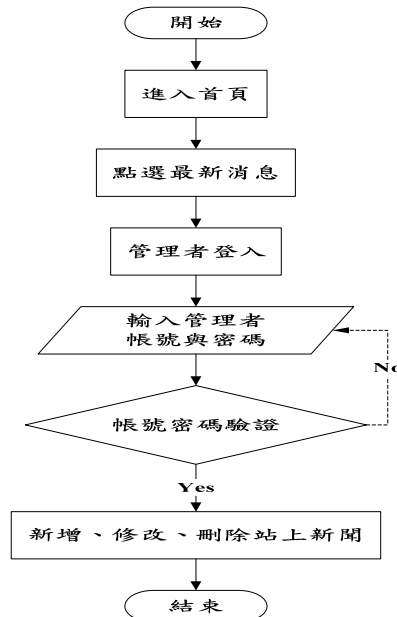


圖 5 新聞公告流程圖



### 4.1.3 有話大聲說

一般使用者先點選有話大聲說選項，但只能瀏覽。如果需要留言，需先登入會員。管理者可以從後端登入，進行管理。

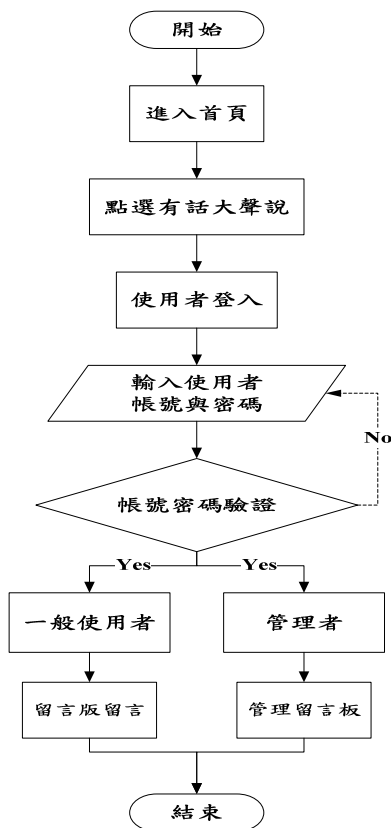


圖 6 有話大聲說流程圖

### 4.1.4 合作商家管理

管理者輸入帳號密碼登入，經資料驗證後，如果失敗則需重新輸入，如果成功登入即可新增、刪除、修改商家資訊。

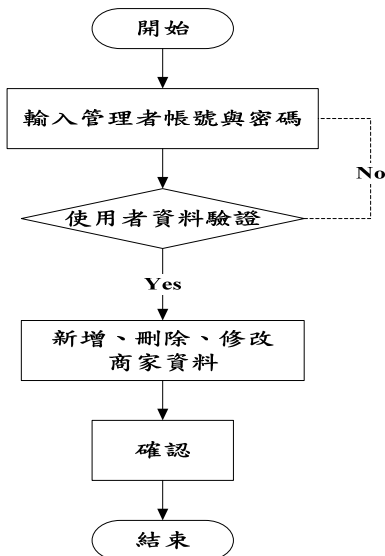


圖 7 合作商家管理流程圖



### 4.1.5 DIY 路線與景點管理

管理者輸入帳號密碼登入，經資料驗證後，如果失敗則需重新輸入，如果成功登入即可新增、刪除、修改 DIY 路線與景點。

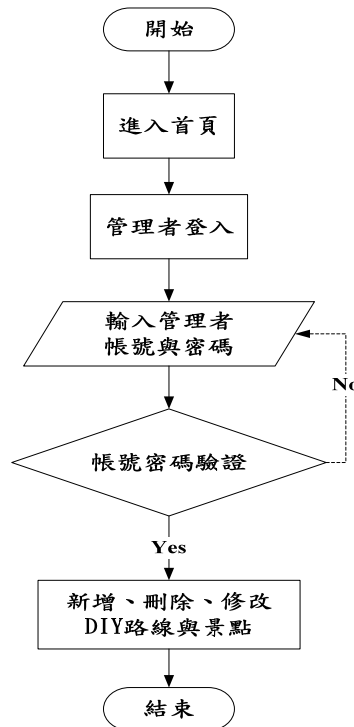


圖 8 DIY 路線、景點管理流程圖

## 4.2 系統開發工具

在本研究中，開發系統所用的軟體，將在此節做簡介。首先是網頁製作的 Dreamweaver，在使用者瀏覽網站所看到的網頁，都是使用 Dreamweaver 製作的，接著 ASP (Active Server Pages)，網站上留言板、會員登入、活動報馬仔都是利用 ASP 建構而成的，最後介紹 ACCESS，網頁裡所需要存取的資料，都是放在 ACCESS 資料庫裡。

### 4.2.1 Dreamweaver

使用 Dreamweaver 來設計網頁的最大好處就是我們不需要懂得 CSS 樣式表的內容與撰寫方式就可輕易獲得 CSS 樣式表所帶來的網頁豐富性、美觀性。在以下的內容將介紹如果在 Dreamweaver 網頁編輯器中使用 CSS 樣式設定。

何謂 CSS 樣式表？CSS 的全名是「Cascading Style Sheets」，以字面上來解釋就是「連接樣式表」。簡單的說，就是網頁的格式設定。當我們將滑鼠指標移至網頁中的「超連結」上時，超連結會產生變化，例如：字體顏色改變或字體大小粗細變動等，就是使用「CSS 虛擬類別」。

所謂的虛擬類別就是讓我們可以很輕易的控制被包括在與連結標籤中的文字連



結字串的變化中的 CSS 標準性質。包括了：尚未瀏覽過的連結字串顏色、正要開始瀏覽的連結字串顏色、已經瀏覽過的連結字串顏色及滑鼠指標移至連結字串時所顯現的文字外觀顏色等四種。

#### 4.2.2 ASP

Active Server Pages：「動態伺服器頁」，一般簡稱「ASP」，ASP 之所以受到大家的重視與使用的原因，主要在於所產生的執行結果都是標準的 HTML 格式，而且程式是在網路伺服器端中執行，使用一般瀏覽器皆可以正確的獲得 ASP 的「執行」結果，並且這 ASP 執行的結果直接在瀏覽器「瀏覽」，不像 VB Script 或 JavaScript 是在使用者客戶端 (Client) 端的瀏覽器上執行，若使用 VB Script 來設計程式，客戶端 (Client) 在 IE 瀏覽器中可以顯示程式執行的結果，可是客戶端 (Client) 若使用 Netscape 瀏覽器就無顯示 VBScript 的執行結果。

ASP 的特點是任何開發工具皆可發展 ASP，只要使用一般文書編輯程式，如 windows 記事本就可編輯。由於 ASP 程式是在網路伺服器端中執行，執行結果所產生的 HTML 文件適用於不同的瀏覽器。ASP 與所有的 ActiveX Script 語言都相容，除了可結合 HTML、VB Script、JavaScript、Active X 伺服器元件來設計外，並可經由「Plug-In」(外掛元件模組) 的方式，使用其他廠商所提供的語言。

如果在瀏覽器中直接查看網頁的原始碼，只能看見 HTML 文件，原始的 ASP 程式碼是無法看見的。這是因為 ASP 程式先於網站伺服器 (Web Server) 端執行後，將結果轉換成標準 HTML 法，在傳送到客戶端 (Client) 的瀏覽器上，因此，辛苦撰寫的 ASP 程式並不會輕易的被看見而被盜用。

ASP 可輕易的透過 ODBC (Open Database Connectivity) 驅動程式連結各種不同的資料庫，例如：Access、FoxPro、dBase 等。另外 ASP 亦可將文字檔或 Excel 文件檔案當成資料庫使用。ASP 還具備有物件導向 (Object-Oriented) 功能，學習容易，ASP 提供了五種方便且能力強大的內建物件：Request、Response、Server、Application 以及 Session，同時若使用 ASP 內建的「Application」或「Session」物件所撰寫出來的 ASP 程式，可以在多個網頁之間暫時保存必要的資訊，例如，使用者名稱及密碼。

#### 4.2.3 Microsoft ACCESS 2003

ACCESS 將資料庫帶入一個全新的領域、它使得建置並管理專業品質的資料庫不再是技術人員的專利，即使不會撰寫程式，也能輕鬆管理複雜且龐大的資料。為了讓更多人能夠使用 ACCESS 並使其滿足更多領域使用者的需求，Access 2003 從善如流的接受許多來自使用者的建議，除了據以改良並擴充諸多現有功能外，並加入許多膾炙人口的新功能，舉凡是更完善的 XML 功能、強化的安全性、智慧標籤整合、檢視物件相依性、以及與 Windows SharePoint Services 的整合等等。

Access 2003 中的 XML 支援涵蓋許多引人注目的特性，包括能夠匯出相關聯的資料表、匯入或匯出所發佈的 XSD 命名空間，將 XSLT 套用於匯入與匯出之上、匯出外觀展示的 XSL、並將諸多強化套用於物件模型。從 Microsoft Office XP 開始，資訊工



作者已經能夠藉由使用 Access 專案來直接連結至 SharePoint Team Service 1.0 清單。然而此方案僅適用於報表，而無法進行資料輸入。在某些情況下，當更改 SharePoint Team Service 清單的資料類型別時，Access 專案是能夠將資料移入與移出 SharePoint Team Service 的唯一途徑。

首見 Office XP，智慧標籤開啟了文件與工作表中的資料動態識別功能、當資料被辨識後，資訊工作者便能夠從智慧標籤清單中所列的各項操作中選取所欲執行的作業。在 Access 2003 中，這樣的動作包括插入相關的資料，連結至一個 Web 網頁、搜尋資料、轉換資料以及諸如此類者。在 Access 2003 中，可以檢視資料庫物件之間的相依性資訊。比方說，可以檢視特定的資料表查詢、表單、或報表所使用，亦或是可以檢視特定的表單使用了哪些檢視資料庫物件的相依性資訊非常有助於資料庫維護作業。

Access 2003 可以指定清單方塊與下拉式方塊之清單中的排序方式，也能設巨集安全性層級能夠防止電腦遭受具有潛在危險性之 Visual Basic for Applications (VBA) 程式碼的攻擊。而且在對於目前料庫或專案進行較大的變動之前，可以先將它備份起來，備分資料會存到預設備份位置或目前的資料夾內。

## 5. 系統實做

### 1. 首頁



圖 9 首頁

### 2. 特色景點



圖 10 特色景點



3. 特色景點-住



圖 11 特色景點-住

4. 地圖導覽



圖 12 地圖導覽

5. 地圖導覽-三義



圖 13 地圖導覽-三義





6. 地圖導覽-龍騰斷橋



圖 14 地圖導覽-三義龍騰斷橋

7. DIY 行程規劃 (登入後)



圖 15 DIY 行程規劃 (登入後)

8. DIY 行程規劃-一天、南庄



圖 16 DIY 行程規劃-一天、南庄





事，即便不必實地走訪，也能知道當地的新聞或消息。透過網際網路，人們可以搜尋所需的資訊，帶給人們充分的便利性。現今社會下，人們越來越懂得如何去享受自己的生活，旅遊也變成人們放鬆心情的熱門話題。旅遊業也較以前蓬勃發展，形形色色的廣告及簡介充斥著各個版面，旅遊網頁在網路上越來越多，其中的內容也越見繁雜，但許多的網頁也因為過多的資訊或複雜的介面，使得人們在瀏覽時會有不知如何取捨的感覺，本系統為了不讓人們在瀏覽網頁時造成此種問題，所以操作容易，網頁以素雅的方式來呈現，但不失內容的完整性，讓瀏覽網頁的人可以輕鬆的得到想瞭解的資訊。

在未來的研究，希望能夠建立更完整的旅遊領域，因為目前本系統所建構的旅遊領域是自行蒐集旅遊相關資訊如景點、地點、食宿等資訊。但因旅遊業者通常擁有較完整的旅遊專業知識，包括住宿、交通等資訊，日後若能與旅遊業者合作，對旅遊領域的知識背景將會更加完整。

由於考慮系統建置時間限制，本系統主要目的是在建立旅遊導覽網站為基礎，因此，對於細部的時間排程問題，如景點的開放與結束時間並未考慮在內，對爾後的研究而言，若是能將景點時間限制的問題併入研究範疇，對行程安排的正確度將大為提高。更細部的旅遊行程規劃，不僅是旅遊景點和旅館需要規劃，食的部分也是旅遊者關心的重點。另外，由於本系統目前僅以自行開車的旅遊行程規劃為主。若是能夠提供更充份的公車、計程車與鐵路等各種交通工具的資訊以供選擇，而不僅限於自行開車而已，將使得旅遊者在旅遊安排及實際旅遊過程更為便利。

## 致謝

本研究承蒙 97 年度教育部推動技專校院與產業園區產學合作計畫（計畫編號 F-34-003）經費贊助，在此特予致謝。



## 參考文獻

1. 林明昌(2003),「觀光立縣之行銷策略—以宜蘭縣為例」,台北大學企業管理學系碩士論文。
2. 周義隆(1993),「國人出國自助旅行目的選擇行為之研究」,中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。
3. 蔡琬瑛(2005),「台灣地區社會指標建構之研究」,國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文。
4. 文淵閣工作室(2004),「由 Dreamweaver MX 2004 學 ASP」,初版,臺北市:文魁資訊。
5. 洪錦魁(2001),「Windows XP Professional 中文版使用手冊」,第八版,臺北市:文魁資訊。
6. 陳會安(2004),「ASP 3.0 網頁設計範例教本」,第二版,臺北市,學貫行銷。
7. 陳會安(2000),「ASP 3.0 與 IIS 4/5 網站架設徹底研究」,初版,臺北市:旗標。
8. 張靜怡(2003),「CorelDRAW 11 中文版入門與實作」,初版,臺北市:文魁資訊。
9. 游欣璇、林建光(2006),「多媒體網頁設計三合一 PhotoImpact 10. DreamWeaver MX 2004. Flash MX 2004」,初版,臺北市:碁峰資訊。
10. 參山國家風景區, <http://www.trimt-nsa.gov.tw/chinese/10travel/08festival.asp>。
11. 苗栗縣觀光旅遊網, <http://travel.miaoli.gov.tw/>。

