

台灣消費者網路線上訂房系統行為之研究

葉鳴朗, 賴郁婷

企業管理學系

管理學院

mlyeh@chu.edu.tw

摘要

摘要 (Abstract)

本研究對即將推出的新型網路社交訂房系統進行市場潛力的調查及分析，了解消費者對網路訂房行為的接受及排斥度的範圍和各種選擇性之偏好及滿意度，及網路訂房創新社交功能的接受度。由於網路普及化，消費者訂房方式以線上訂房居多，提供集中式訂房服務是創新行動服務中有高度潛力的新興領域市場。

本研究以國際青年之家為研究對象，問卷調查採用問卷發放來進行，第一次預試問卷修改後，再發放第二次有效問卷，將回收150份。透過樣本結構分析、信度分析、卡方檢定等，結果為消費者線上訂房之原因有三個：1. 具便利性；2. 價格便宜；3. 可利用網路多家比較等三項。同時，透過對民眾的期望服務項目調查中，確認消費者採用線上訂房的主要因素排名的優先順序及未曾透過網路訂房之原因為何。

關鍵字：線上訂房、網路社交、訂房系統