

投稿類別:資訊類

篇名:

探討瀏覽器的差異性與接受度-以 Internet Explorer、Google Chrome 為例

作者:

王崇哲。私立樹德家商。高三 12 班

郭政燁。私立樹德家商。高三 12 班

施博騰。私立樹德家商。高三 12 班

指導老師:

吳憲欽 老師

壹●前言

一、 研究背景與動機

網頁瀏覽器是個顯示網站伺服器或檔案系統內的檔案，並讓用戶與那些檔案互動的一種應用軟體，它用來顯示在全球資訊網或區域網路等內的文字、影像及其他資訊，不同的瀏覽器有不同的功能，現在的瀏覽器和網頁有很多功能、技術是以前沒有的。市面上的瀏覽器有數十種，尤其其中這兩種特別受到大眾的喜愛，它們之所以可以得到關注原因是在性能、快速、簡易有關係，而且各個瀏覽器提供的功能性越來越多，但在這些眾多的功能當中，有著很多大家還沒有瞭解的缺點存在，所以我們想整理出一份簡易、易懂的資料，讓大眾能夠依照自身電腦配備尋求最有效率的瀏覽器。

二、 研究目的

基於上述的研究背景及動機，所提出的問題，因此本研究擬定的目的如下：

- 1.探討瀏覽器的隱私性
- 2.探討瀏覽器對於使用上的差異
- 3.探討使用瀏覽器的網路安全問題
- 4.探討瀏覽器在使用上的接受度

貳●正文

2-1 何謂瀏覽器

了解網頁瀏覽器是個顯示網站伺服器或檔案系統內的檔案，並讓用戶與這些檔案互動的一種應用軟體。它用來顯示在全球資訊網或區域網路等內的文字、影像及其他資訊。這些文字或影像，可以是連接其他網址的超連結，用戶可迅速及輕易地瀏覽各種資訊。大部分網頁為HTML格式，有些網頁需特定瀏覽器才能正確顯示。個人電腦上常見的網頁瀏覽器按照2010年1月的市場佔有率[1]依次是微軟的Internet Explorer、Mozilla的Fire fox、Google的Chrome、蘋果公司的Safari和Opera軟體公司的Opera。瀏覽器是最常用的用戶端程式。全球資訊網是全球最大的連結檔案網路文庫。

2-1-1 瀏覽器來源

網頁瀏覽器是一個顯示網站伺服器或檔案系統內的檔案，並讓用戶與這些檔案互動的一種應用軟體。它用來顯示在全球資訊網或區域網路等內的文字、影像及其他資訊。這些文字或影像，可以是連接其他網址的超連結，用戶可迅速及輕

易地瀏覽各種資訊。大部分網頁為HTML格式，有些網頁需特定瀏覽器才能正確顯示。個人電腦上常見的網頁瀏覽器按照2010年1月的市場佔有率[1]依次是微軟的Internet Explorer、Mozilla的Firefox、Google的Chrome、蘋果公司的Safari和Opera軟體公司的Opera。瀏覽器是最常用的用戶端程式。全球資訊網是全球最大的連結檔案網路文庫。

2-1-2 瀏覽器的簡史

蒂姆·伯納斯-李（Tim Berners-Lee）是第一個使用超文字來分享資訊的人。他於1990年發明了第一個網頁瀏覽器Worldwide Web。在1991年3月，他把這個發明介紹給了他在CERN工作的朋友。從那時起，瀏覽器的發展就和網路的發展聯繫在了一起。

當時，網頁瀏覽器被視為能夠處理CERN龐大電話簿的實用工具。在與用戶互動的前提下，網頁瀏覽器根據gopher和telnet協議，允許所有用戶能輕易地瀏覽別人所編寫的網站。可是，其後插入圖片到瀏覽器的舉動，使之成為了網際網路的「殺手級應用」。

NCSA Mosaic使網際網路得以迅速發展。它最初是一個只在Unix執行的圖像瀏覽器；很快便發展到在Apple Macintosh和Microsoft Windows亦能執行。1993年9月發表了1.0版本。NCSA中Mosaic項目的負責人馬克·安德生辭職並建立了網景通訊公司。

網景公司在1994年10月發佈了他們的旗艦產品網景領航員。但第二年Netscape的優勢就被削弱。錯失了網際網路浪潮的微軟在這個時候匆促的購入Spyglass公司的技術，改成Internet Explorer，掀起了軟體業巨頭微軟和網景之間的瀏覽器大戰。這同時加快了全球資訊網發展。

這場戰爭把網路帶到了千百萬一般電腦用戶面前，但同時顯露了網際網路商業化如何妨礙統一標準的制定。微軟和網景都在他們的產品中加入了許多互不相容的HTML擴充功能代碼，試圖以這些特點來取勝。1998年，網景公司承認其市場佔有率已經無法挽回，這場戰爭便隨之而結束。微軟能取勝的其中一個因素是它把瀏覽器與其作業系統一併出售（OEM，原始設備製造）；這亦使它面對反壟斷訴訟。

2-1-3 接受度

顧客的滿意感受是未來採購的基礎，McLaughlin(1993)的研究指出，提供消費者購買時感到滿意的服務後，保有客戶的再購率從37%提昇為45%；當消費者接受服務而產生正面評價後，再購率提昇到79%；當消費者對此兩者均有正面反應時，則再購率將大幅提昇為91%。這種持續購買的行動，不僅是忠誠顧客的特質之一，也是顧客滿意經營的長期觀點。

若要顧客願意上門，就不能只關心自己的利益，要擴大公司的價值，先要把

顧客當作公司最重要的資產，找出最有利可圖的顧客，全力爭取、培養和維持長期的關係，甚至這種方案還要擴及顧客的顧客。今日的顧客並不代表永遠的顧客，滿意的顧客更不等於永不變心的顧客，所以企業應要超越傳統的滿意指標，追求更具野心的目標—走在顧客思想與意識的前端，成為真正顧客導向的組織。

2-1-4 隱私權

隱私權的問題無所不在，諸如媽媽看女兒的信、攝影記者千方百計拍些名人的照片等都牽涉到隱私權的爭議。不論身處何處，每個人的隱私權都不可能得到百分之百的保障，而且每個人對隱私權的定義和侵犯的感覺也不盡相同。但是網路上卻充滿了各種關於隱私權的是與非，這是為什麼呢？網路上傳遞的無非是資訊，不論您今天是上網聊天也好、購物也罷、或到某個搜尋引擎站查資料，在彈指之間，您的點點滴滴都可以被記錄下來。

在網路上，一個人可產生的訊息大致有兩類：

一、自己的行為：

觀看一個網站、搜尋資料、用信用卡買一本書、爲了獎品在某網站留下自己的姓名等個人資料…等。

二、自己公諸於大眾的資訊：

如在電子佈告欄發表意見、寫電子郵件給幾個朋友、或是成立自己的網站…等。

隱私權之尊重難在並不是要所有的個人資料都成為祕密，而是限制個人資料之濫用。進入電子化的二十一世紀，人們即使面對面的機會減少，網路相遇的機會增多，人和人之間的互信仍不可少，而個人資料之流通與個人資料之使用更是需要互相尊重與信賴。

2-1-5 網路安全

網路安全包含網路裝置安全、網路資訊保安、網路軟體安全。駭客透過基於網路的入侵來達到竊取敏感訊息的目的，也有人以基於網路的攻擊見長，被人收買透過網路來攻擊商業競爭對手企業，造成網路企業無法正常運營，網路安全就是爲了防範這種訊息盜竊和商業競爭攻擊所採取的措施。

2-2 瀏覽器比較

Internet Explorer	
優點	缺點

安全性	瀏覽網頁速度太慢
隱私性	經常當機
加速器	很吃資源
增加的插件	/
增強的網路釣魚過濾	
自動崩毀回復	
相溶性高	
Google Chrome	
優點	缺點
瀏覽速度非常快	功能不好找
跟firefox的體驗相近	記憶體消耗
獨特的標籤頁	介面切換的延遲
留出最大瀏覽空間	用戶隱私權
跟google家族完全整合	歷史功能不足

2-2-1 兩大瀏覽器 SWOT 分析

Internet Explorer:

Internet Explorer SWOT 分析			
優勢 (Strengths)	由於 IE 面世最遠久，所以可以說最為大眾化和相容性強，幾乎所有網站和網頁都有支援 IE 瀏覽器。	機會 (Opportunities)	IE 必須支持插件和擴展，通過不同的插件，用戶的瀏覽體驗大幅提高。
劣勢 (Weaknesses)	IE 瀏覽器現有的功能開始無法滿足於那些進階的使用者，進而造成使用者開始轉換尋找擁有更多功能的瀏覽器。	威脅(Threats)	<ol style="list-style-type: none"> 1.擴展很重要 2.Chrome 和火狐為開源軟體 3.Chrome 和火狐注重各國用戶具體需求 4.外觀設計很重要 安全因素

(資料來源：整理自 IE瀏覽器與Google瀏覽器，2012)

表格 1 Internet Explorer SWOT

Google Chrome:

Google Chrome SWOT 分析			
優勢 (Strengths)	功能多且豐富，對於已經熟悉電腦操作的進階使用者，功能豐富而且完整，還能夠依照自己的需要來搭配功能，再加上和 Google 本身的網頁整合，整體適用上更方便更快速。	機會 (Opportunities)	以 Google 的開發能力，在瀏覽器這部分應該很有機會，只不過還要給他一點時間，不管漏洞的問題和相容性、操作性，這都需要改進的。
劣勢 (Weaknesses)	1.相容性差 2.資源佔用率高 3.收藏夾功能弱	威脅(Threats)	沒有 IE 共享代理設置，瀏覽不同的站點有可能需要不同的代理伺服器；今天能用的代理明天可能就無法用了。

(資料來源:整理自 IE瀏覽器與Google瀏覽器，2012)

表格 2 Google Chrome SWOT

2-2-2兩大瀏覽器4P分析

Internet Explorer 與 Google Chrome 4P 比較		
名稱	IE 瀏覽器	Google 瀏覽器
4P		
Product(產品)	IE 瀏覽器	Google 瀏覽器
Price(價格)	免費	免費
Promotion(促銷)	微軟內建 OS 中	Google 網站宣傳
Place(通路)	隨作業系統附加、下載	下載

(資料來源:本研究自行整理)

表格 3 Internet Explorer 與 Google Chrome 4P

2-2-3兩大瀏覽器7C分析

Internet Explorer 與 Google Chrome 7C 比較		
名稱	IE 瀏覽器	Google 瀏覽器
7C		
Context(情境)	功能列顯而易懂	美化版面、較大的瀏覽空間
Content(內容)	1. 網頁快訊功能 2. 立即搜尋方塊 3. 專利的延展元件	1. 內建獨立的 JavaScript 2. HTML 排版引擎 3. 書籤管理員 4. 動態分頁切換
Community(社群)	無	互相分享個人書籤
Customization(客製化)	大多數功能無法自行更動	可自行編排需要的功能
Communication(溝通)	自動回傳使用者的使用習慣	移除時詢問原由，自動回報做為參考意見
Connection(連結)	我的最愛中預設有微軟相關網站	Google 瀏覽器預設連結 Google 的引擎搜尋
Commerce(商務)	使使用者可預覽網際網路	

(資料來源:本研究自行整理)

表格 4 Internet Explorer 與 Google Chrome 7C

參●結論

高職生每日平均每日使用電腦時間為四~五個小時，家中網路大多為20m,大多數喜歡用網路聽音樂。取得瀏覽器資訊大多來自書籍,使用者在選擇瀏覽器時會比較: 1.瀏覽器的處理速度 2.資料搜尋 3.瀏覽器安全性 4.瀏覽器公司所提供的問題解決服務

我覺得瀏覽器因該要保持不斷新鮮感，這樣才能滿足使用者的好奇心。提高隱私性各資法上路顯示大眾對網路隱私性的注重，下次研究時可以多多朝網路隱私、瀏覽器無痕視窗這些來進行研究和探索。

肆●引註資料

一、 書籍

鄭美雲(2009)，細說網路概論與Internet：Web2.0關鍵技術應用。台北市：上奇科技股份有限公司

藍道.史卓思(2009)，Google衝擊。台北市：國家圖書館出版

陳琇玲(2006)，The Search搜尋未來。台北市；商周出版

二、 網路

1. 維基百科－網頁瀏覽器，索引|日期：2012/10/8

<http://translate.google.com/translate?hl=zh-TW&sl=en&tl=zh-TW&u=http%3A%2F%2Fzh.wikipedia.org%2Fwiki%2F%25E7%25BD%2591%25E9%25A1%25B5%25E6%25B5%258F%25E8%25A7%2588%25E5%2599%25A8>

2. 軟件世界網，索引|日期：2012/10/8 <http://www.sjsjw.com/article.asp?id=11>

2. 維基百科，索引|日期：2012/10/12

<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%80%8F%E8%A6%BD%E5%99%A8#.E5.85.A8.E7.90.83.E8.B3.87.E8.A8.8A.E7.B6.B2.E5.92.8C.E7.B6.B2.E9.A0.81.E7.80.8F.E8.A6.BD.E5.99.A8.E7.9A.84.E5.8A.9F.E8.83.BD>

3. 奇摩知識家，索引|日期：2012/11/26

<http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1206100807823> 2012/10/22

4. 行政院勞委會，索引|日期：2012/11/27

http://www.cla.gov.tw/cgi-bin/SM_theme?page=41bea8f8

5. 維基百科，索引|日期：2012/10/27

<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%BD%91%E7%BB%9C%E5%AE%89%E5%85%A8>
2012/11/26

7. Wondows，索引|日期：2012/11/26

<http://windows.microsoft.com/zh-TW/windows-8/internet-explorer>

8.梅問題教學網，索引|日期：2012/11/26

<http://www.minwt.com/pc/6123.html>

9.維基百科，索引|日期:2012/10/28

<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E7%B6%B2%E7%B5%A1%E5%AE%89%E5%85%A8>

10.IE瀏覽器與Google瀏覽器

http://eshare.stut.edu.tw/EshareFile/2011_6/2011_6_51bcd787.ppt