



## 本書特色

本書呈現作者近十年來伴隨國際與國內電子商務發展之體驗與研究，從企業電子化的角度切入，詳盡闡述與解析電子商務之定義、範圍、重要性、使用技術、遭遇問題、可能解法與未來發展，是一本適合於大專院校與電子商務或企業電子化相關課程使用之教科書，也適合產業界人士自我進修或教育訓練使用。

### 主要特色如下：

- **內容豐富詳盡：**全書共分五篇計24章，有概念篇、行銷篇、應用篇、顧客關係管理篇與技術篇。若配合作者另著「電子商務個案集」，以關鍵成功因素解析產業電子化與電子商務個案，學習效果更佳。
- **編排精美易讀：**依據教材編撰理論，章節安排考慮橫向周延性與縱向連貫性。採用最適字體與間距，圖片皆經美編處理，提高易讀性。另外備有中英文索引，方便快速參考使用。
- **輔助學習網站：**備有輔助學習網站，提供學生或授課老師電子化管道，遠距取得學習材料，如投影片、產業e化個案、研討主題、新聞、學習報告範例、多媒體數位教材與電子商務學習網等。
- **超值套裝軟體：**本書附全功能單機體驗版電子商務軟體一套，讓讀者親身體驗快速架站的輕鬆學習經驗。
- **實務架站帳號：**本書讀者享有電子商務站台後端管理帳號，可以體驗簡易的電子商務系統管理便利性與實際操作性。



# 電子商務

—企業電子化觀點—

林水順 莊英慎

RT  
490.29  
4412-3  
161212

高立  
525322

國立勤益技術學院圖書館



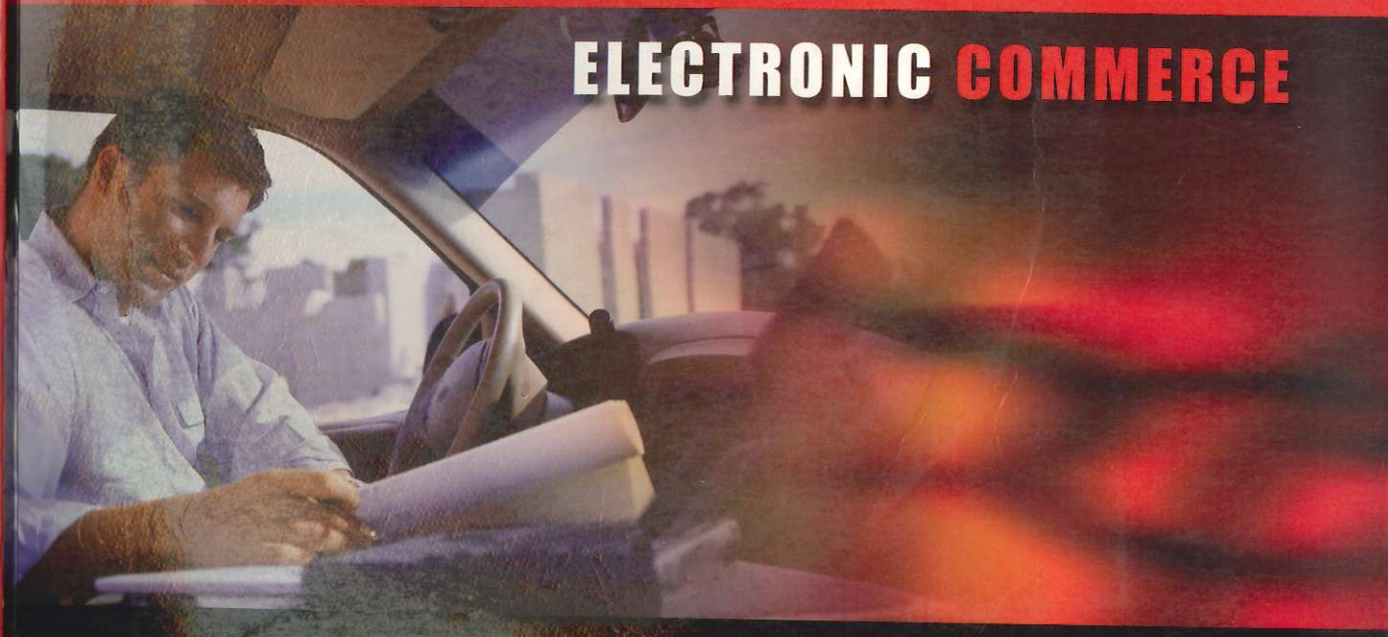
161212



—企業電子化觀點—

# 電子商務

ELECTRONIC COMMERCE



◎林水順 莊英慎 編著

高立圖書有限公司



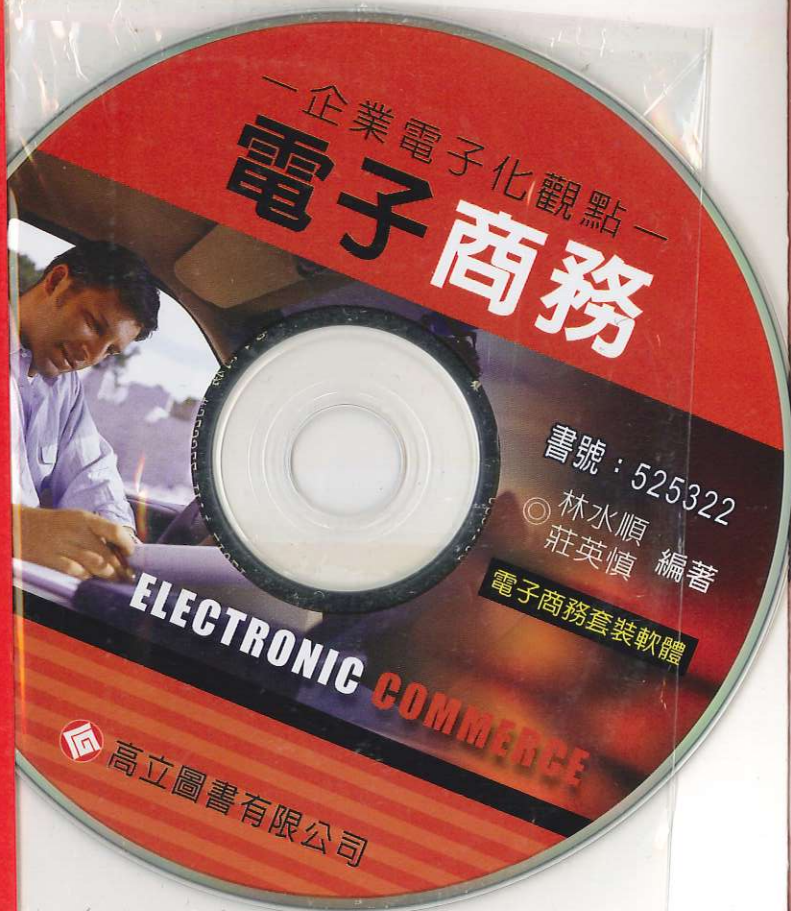




# 作者簡介

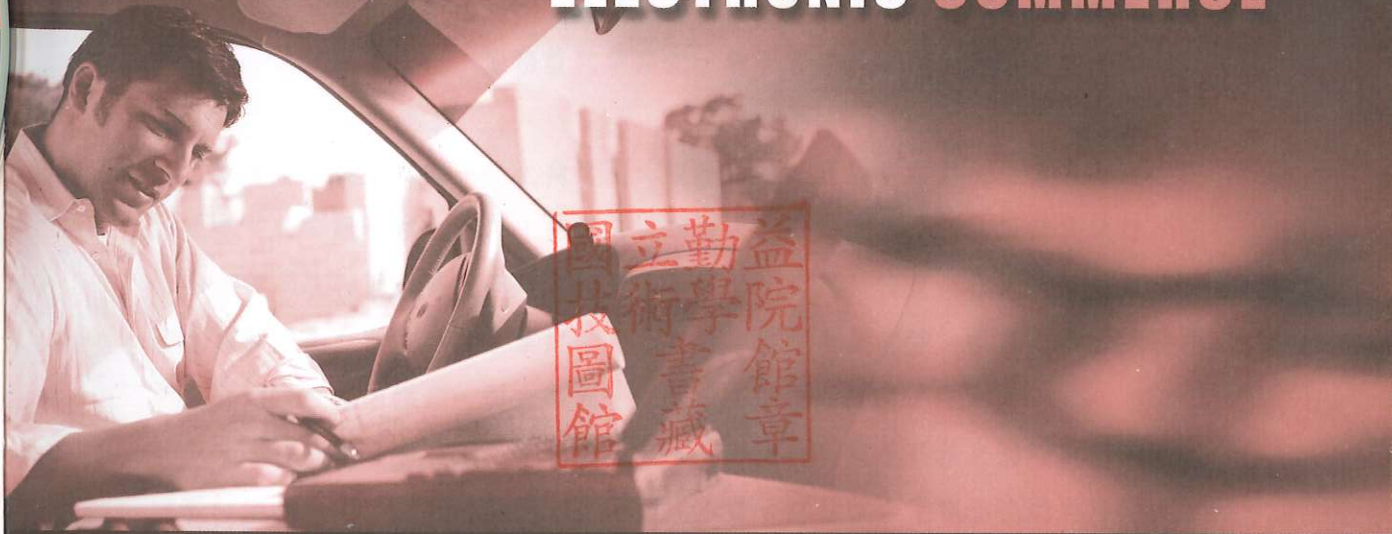
## 林水順

美國佛羅里達州立大學工業工程博士，國立勤益技術學院企業管理研究所副教授。曾任國立勤益技術學院企管科主任四年、總務長三年，現為該校電子化企業決策分析研究室主持人。近年來以電子商務、網路行銷、資訊系統應用及資料探勘為研究主題，學術論文發表於美國 Engineering Optimization, Journal of Manufacturing System, Journal of Design and Manufacturing Automation, International Journal of Electronic Business Management，以及工業工程學刊等期刊及研討會論文集，逾七十篇，參與產學合作計畫與專題研究計畫三十餘項，並獲行政院國家科學委員會甲種研究獎助。著有商業自動化概論、企業管理個案集，譯有自動化製造系統導論及工業工程與管理等書。



RT  
490.29  
4412-3  
161212

# —企業電子化觀點— 電子商務 ELECTRONIC COMMERCE



國立勤益技術學院圖書館藏章

◎林水順 莊英慎 編著

國立勤益技術學院圖書館  
161212

高立圖書有限公司





## 授 權 書

艾肯商務科技股份有限公司研發 iSolution Bricks 電子商務系統。公司代表授權同意由林水順與莊英慎選寫並由高立圖書公司出版之「電子商務——企業電子化觀點」一書，可引用該系統之安裝與操作說明之圖文資料，以及複製單機板軟體光碟片。

此致

高立圖書公司

授權人：艾肯商務科技股份有限公司

張瀚聲



中 華 民 國 九 十 三 年 十 一 月 二 十 日

# 序

自網際網路開放商業用途後，近十年來國內或國際電子商務蓬勃發展，成為商業環境之中變化極快的一種技術與熱門領域。從近幾年來電子化技術之變革與應用軌跡，不難看出電子商務在商業環境中扮演著越來越重要的角色。電子商務的重要性也可以由各國學者與業者競相投入這個領域一窺端倪。

電子商務的應用包羅萬象，舉凡可以在網際網路或企業內部網路進行之商業活動，皆有機會藉由電子商務之規劃、設計與執行完成。其應用之產業也越來越廣，從一級產業到四級產業，皆有其應用範例，如農業生產自動化、製造營運自動化、商業買賣電子化、服務設計網路化、教育醫療遠距化，皆引用電子商務之主要概念與技術。

本書主要從企業電子化之角度闡述電子商務之理論與實務。企業電子化之觀點主要在於資訊科技之應用：企業經過縝密之系統規劃、分析、設計與執行，藉由電子化系統輔助企業更有效率與效能之經營。資訊科技包括軟硬體設施，其中對反應商業劇烈競爭，使企業經營更順暢者，首推商業智慧。換言之，資訊科技是實現商業智慧之媒介，而企業電子化是達成電子商務的手段。

有幸伴隨電子商務近十年來的發展，作者遂將對電子商務之體驗與研究，依據教材編撰理論，以有組織的方式編撰成本書，試圖從企業電子化的角度切入，詳盡闡述與解析電子商務之定義、範圍、重要性、使用技術、遭遇問題、可能解法與未來發展。這是一本適合於大專院校與電子商務或企業電子化相關課程使用之教科書，也適合產業界人士自我進修或教育訓練使用。本書主要特色如下：

1. 內容豐富詳盡：全書共分五篇計 24 章，有概念篇、行銷篇、應用篇、顧客關係管理篇與技術篇。各篇內容請參考目錄條列。
2. 編排精美易讀：本書之章節安排考慮橫向周延性與縱向連貫性。文字與圖片皆經專業編輯處理、提高易讀性。另外備有中英文索引，方便快速參考使用。



3. **輔助學習網站**：本書備有輔助學習網站，位於 <http://da.idv.tw>，提供學生或授課老師電子化管道，遠距取得學習材料，如投影片、產業 e 化個案、研討主題、新聞、學期報告範例、多媒體數位教材與電子商務學習網等。
4. **超值套裝軟體**：本書附全功能單機體驗版電子商務軟體一套，該套系統之網路版市價近十萬元，讓讀者親身體驗快速架站的輕鬆學習經驗。
5. **實務架站帳號**：本書讀者享有電子商務站台後端管理帳號，前台位於 <http://yes.da.idv.tw>，後端管理位於 <http://yes.da.idv.tw/admin/index.jsp>，可以體驗簡易的電子商務系統管理便利性與實際操作性，對電子商務之實務學習極有幫助。

除參考國內外相關資料外，我們也把近幾年來對於電子商務與企業電子化之研究成果編寫入本書各章節之中，相關研究成果之完整資料，如期刊論文、研討會論文或產業電子化輔導成果，請參考作者主持之「電子化企業決策分析研究室」網站 (<http://ecatt.badger.ncit.edu.tw>)。歡迎各界賢達與我們共同努力，一起來灌溉這一領域，使產學合作成長茁壯，創造更多對社會的貢獻。

本書列為電子化企業決策分析研究室序列叢書之一。在編撰三年來，特別感謝參與本專題計畫的歷屆同學，他們協助收集資料、編排校稿，並設計教學網站雛型。也感謝艾肯商務科技公司同意授權提供電子商務單機體驗版軟體。對於中華大學莊英慎老師之整體建議並積極參與寫作計畫，一併致謝。謹將本書獻給對電子商務有興趣的夥伴與關愛作者的家人。

林水順、莊英慎 謹識



# 目錄

CONTENTS



## 概念篇

<b>第一章 概 論</b>	<b>3</b>
1-1 電子商務之意義	3
1-2 電子商務之種類	7
1-3 電子商務的架構	10
1-4 本書架構	13
<b>第二章 電子商務概念</b>	<b>15</b>
2-1 全球資訊網與電子商務	15
2-2 電子商務之特色	16
2-3 電子商務所帶來的優勢與利基	17
2-4 電子商務對全球產業影響	19
2-5 商業交易流程和電子支付系統	24
2-6 網路安全認證體系	24
2-7 電子商務未來展望	29
<b>第三章 網際網路環境</b>	<b>31</b>
3-1 Internet 的由來	31
3-2 Internet 的服務與應用	32
3-3 網際網路的特色	36
3-4 台灣的 Internet 現況	37
3-5 WWW 的深入介紹	39
3-6 連接網路所需軟硬體	41



**第四章 電子商務的種類 43**

- 4-1 個人對企業 43
- 4-2 個人對個人 45
- 4-3 企業對個人 48
- 4-4 企業對企業 56



**行銷篇**

**第五章 網路行銷概論 63**

- 5-1 網路行銷的意義 63
- 5-2 行銷觀念 64
- 5-3 網路行銷觀念 65
- 5-4 行銷重心的演變 67
- 5-5 行銷的趨勢 68

**第六章 網路行銷服務 71**

- 6-1 網路行銷的特色 71
- 6-2 網路行銷型態 77
- 6-3 網路行銷的階段 78
- 6-4 適合網路行銷的產品 80
- 6-5 網路行銷實例 82

**第七章 網路行銷研究 85**

- 7-1 網路行銷研究的重要性 85
- 7-2 網路行銷研究的定義與目的 86
- 7-3 網路行銷研究的性質 87
- 7-4 網路行銷研究的步驟 87
- 7-5 網路行銷研究的優點 89
- 7-6 網路行銷研究在實務上常見的問題 90

**第八章 網路廣告 91**

- 8-1 網路廣告市場的成長 92
- 8-2 網路廣告的類型與呈現方式 93
- 8-3 網路廣告的特性與優點 102
- 8-4 網路廣告的計價方式 106

**第九章 網路消費行為 111**

- 9-1 消費者購買行為模式 111
- 9-2 網路消費行為調查報告 113
- 9-3 線上購物的優勢 113
- 9-4 線上購物的疑慮 116
- 9-5 分析網路消費行為的理由 117
- 9-6 影響購買者決策的因素 117
- 9-7 國內線上購物市場發展的障礙 125
- 9-8 國內線上購物市場發展障礙的解決方向 128



**應用篇**

**第十章 電子商務應用 135**

- 10-1 電子商務的運作模式 135
- 10-2 電子商務與顧客需求 137
- 10-3 網路行銷與交易型態 141
- 10-4 電子商店經營現況 145

**第十一章 企業資源規劃 147**

- 11-1 企業資源規劃的意涵 147
- 11-2 企業資源規劃的特徵與目標 153
- 11-3 企業資源規劃實施的關鍵成功因素 155
- 11-4 實施企業資源規劃的益處 159
- 11-5 採購 ERP 前的考量因素 159
- 11-6 全球 ERP 概況 160

**第十二章 供應鏈管理 163**

- 12-1 供應鏈管理概論 163
- 12-2 運籌管理 165
- 12-3 生產運籌管理 168
- 12-4 運籌管理系統 170
- 12-5 採購運籌管理 171



**第十三章 協同產品商務 175**

- |      |                   |     |
|------|-------------------|-----|
| 13-1 | 協同產品商務發展背景        | 175 |
| 13-2 | 協同產品商務定義          | 176 |
| 13-3 | 協同產品商務之目的         | 176 |
| 13-4 | 協同產品商務應用          | 177 |
| 13-5 | PDM 及 CPC 的典型應用領域 | 179 |
| 13-6 | 協同產品商務對企業開發的影響    | 182 |
| 13-7 | 協同產品商務趨勢          | 183 |
| 13-8 | 商業快速回應系統          | 185 |

**顧客關係管理篇****第十四章 顧客關係管理概論 191**

- |      |            |     |
|------|------------|-----|
| 14-1 | 顧客關係管理的定義  | 191 |
| 14-2 | 顧客關係管理的範圍  | 193 |
| 14-3 | 顧客關係管理的重要性 | 194 |
| 14-4 | 顧客關係管理的架構  | 196 |
| 14-5 | 管理顧客關係運用技術 | 197 |
| 14-6 | 顧客關係管理應用實例 | 199 |

**第十五章 網路時代的顧客關係管理 201**

- |      |                  |     |
|------|------------------|-----|
| 15-1 | 網際網路時代           | 201 |
| 15-2 | 網際網路時代顧客特性       | 203 |
| 15-3 | 顧客關係管理所使用的技術     | 207 |
| 15-4 | 網際網路時代顧客關係管理致勝關鍵 | 211 |

**第十六章 顧客終生價值 213**

- |      |           |     |
|------|-----------|-----|
| 16-1 | 顧客終生價值的意涵 | 213 |
| 16-2 | 顧客溝通的種類   | 216 |
| 16-3 | 顧客區隔      | 218 |
| 16-4 | 管理顧客終生價值  | 222 |

**第十七章 顧客服務中心 225**

- |      |          |     |
|------|----------|-----|
| 17-1 | 電話客服中心   | 225 |
| 17-2 | 客服中心發展現況 | 227 |
| 17-3 | 規劃與建置    | 228 |
| 17-4 | 顧客服務委外   | 231 |
| 17-5 | 延伸客服中心   | 232 |
| 17-6 | 客服中心趨勢   | 233 |

**第十八章 顧客關係管理應用技術 237**

- |      |          |     |
|------|----------|-----|
| 18-1 | 管理資訊系統種類 | 237 |
| 18-2 | 資料庫與資料倉儲 | 242 |
| 18-3 | 資料採礦     | 244 |

**第十九章 顧客關係管理未來發展 249**

- |      |           |     |
|------|-----------|-----|
| 19-1 | 動態的顧客關係管理 | 249 |
| 19-2 | 與 ERP 結合  | 251 |
| 19-3 | 未來發展      | 253 |

**技術篇****第二十章 電子商務安全技術 261**

- |      |              |     |
|------|--------------|-----|
| 20-1 | 網路交易風險       | 261 |
| 20-2 | 網路安全可能面臨的威脅  | 263 |
| 20-3 | 網路安全需求及防護技術  | 264 |
| 20-4 | SET 電子安全交易標準 | 271 |
| 20-5 | SSL 安全傳輸協定   | 274 |
| 20-6 | 網路安全規劃       | 276 |
| 20-7 | 網路安全措施       | 277 |

**第二十一章 行銷資訊系統 281**

- |      |             |     |
|------|-------------|-----|
| 21-1 | 行銷資訊系統的意義   | 282 |
| 21-2 | 行銷資訊系統的內容   | 285 |
| 21-3 | 行銷資訊系統的觀念架構 | 289 |
| 21-4 | 建立行銷資訊系統    | 292 |
| 21-5 | 未來發展方向      | 295 |



<b>第二十二章 資料庫行銷</b>	<b>299</b>
22-1 資料庫概念	300
22-2 資料庫行銷的意義	302
22-3 資料庫行銷的過程	305
22-4 資料庫行銷的工具	307
22-5 動態資料庫行銷	309
22-6 未來展望	310
<b>第二十三章 電子支付系統</b>	<b>313</b>
23-1 電子支付系統概述	313
23-2 電子銀行系統功能	314
23-3 磁卡	316
23-4 智慧卡	317
23-5 電子支票	320
23-6 電子現金	323
<b>第二十四章 資料倉儲與資料採礦</b>	
24-1 資料庫與資料管理系統	327
24-2 資料倉儲	328
24-4 資料倉儲與資料採礦	332
24-5 資料採礦的應用	333
<b>附錄 A 單機體驗版安裝說明</b>	<b>337</b>
<b>附錄 B 單機體驗版操作說明</b>	<b>351</b>
<b>附錄 C 實務架站帳號</b>	<b>395</b>
<b>英中文索引</b>	<b>397</b>

# 概念篇

- 第一章 概論
- 第二章 電子商務概念
- 第三章 網際網路環境
- 第四章 電子商務種類

