

南華大學第二屆資管專題實務發表論文集

線上交易系統設計—以網路唱片行為例

張明傑、張博欽、李易書、謝岳勳、吳宗翰

南華大學資訊管理系 蔡德謙教授

dtsaih@mail.nhu.edu.tw

摘要

近年來由於電子及資訊科技的發達普及，「電子商務」及「網路行銷」等新名詞快速湧現在各文獻及報導中，因此稱之為「數位時代」實不為過。隨著數位時代的來臨，資訊科技對個人及企業組織均已造成極大的影響。根據《e天下》剛出爐的「2003年中小企業e化大調查」顯示，台灣中小企業8成以上都有公司網頁，有將近6成受訪者表達自己的公司確實有電子商務的需求。

隨著電子商務的趨勢化，傳統銷售模式將逐漸延伸至網路上，以唱片行為例，實體店面的販售CD將付出龐大的經營成本，如能改變其經營模式，以網路唱片行的方式來銷售CD，透過網路的便捷，相信可改善成本的支出，並以消費者的消費模式得到最佳的方法來吸引消費者，促進唱片的銷售。但現行音樂網站眾多，少有結合MP3、CD的網站，消費者無法尋找所需求的音樂，因此創立此網站，結合二手CD交換、MP3歌曲寄送功能，幫助消費者找尋音樂資訊。

關鍵詞：電子商務、網路行銷、B2C