

企業採用電子商店決策因素與實施現況之研究

賴文樹、紀文章

E-mail: 8701192@mail.dyu.edu.tw

摘要

隨著Internet在商業應用上的蓬勃發展，目前它在國際上早已是炙手可熱。近幾年來，利用Internet來進行的電子商務活動普遍受到學術界與企業界的重視，很多企業都急於利用Internet上的電子商務來打開新的行銷通路。面對Internet這股無國界的浪潮，我國企業也紛紛加入這個不可限量的網路空間。因此，本論文針對台灣地區企業作實證性研究，實際瞭解目前國內企業採用電子商店後，所遭遇到的障礙與所獲得的效益為何？並找出影響其採用電子商店的決策因素。研究結果顯示企業採用電子商店決策因素排名前三名依序為「網站的建置、管理與維護成本」、「高階主管的參與與支持程度」、「高階主管對電子商店利益的認知程度」；採用電子商店後所獲得效益排名前三名依序為「提高公司知名度或改善公司形象」、「拓展新興通路、擴展銷售範圍」、「24小時全天候行銷」；採用電子商店後所遭遇到障礙排名前三名依序為「消費者的消費習慣尚未改變」、「缺乏交易糾紛發生時的仲裁單位」、「電子文件的認證與法律效力尚未成熟」。本研究同時也對這些調查的結果加以推論，以供企業界、網路供應商及政府，在採用電子商店與推廣電子商店時的參考。

關鍵詞：電子商務；決策因素；電子商店；網路行銷

目錄

0

參考文獻

0