

行政院國家科學委員會專題研究計畫成果報告

台灣電子商務發展之研究 - 台灣地區電子商務發展對社會的影響 Social Impact of Electronic Commerce to the Society of Taiwan

計畫編號：NSC 87-2416-H-020-004-N6

NSC 88-2416-H-020-002-N6

執行期限：86年8月1日至88年7月31日

主持人：樊台聖 國立屏東科技大學資訊管理研究所

一、計畫報告摘要

本計畫執行重點在於瞭解台灣電子商務的推展在社會面的影響與衝擊。先由消費者的角度探討電子商務的應用對其消費模式的影響，並分析網路族群實際採行線上購物的考量因素。復就法制環境的層面切入，對電子商務環境相關之國內現行法令作一完整的整理與分析，再與電子商務環境較我國成熟且有案例可循的歐美作一比較，並提出可行建議。

調查研究採網路問卷的方式進行。經於各知名網路搜尋站台及 BBS 張貼公告進行問卷調查，共計回收 617 份有效問卷，其中男性有 410 人，佔 66.5%，女性有 207 人，佔 33.5%。在進行統計檢定及驗證後，結果顯示男性的購物意願明顯地比女性來得高，且曾實際上網購物超過一次以上的人明顯地比未曾在網上購物的人有更高的購物意願。在影響線上購物意願的因素上，多數消費者認為在網路上以信用卡購物並不安全，網路購物較無法律保障。而網路商店內就商品說明的詳細程度、手續是否便利及售後服務的提供等因素也會影響其購物意願。若網路商店能提供一般商店不易購得的商品，將有助於消費者產生較高的購物意願。

有關法制環境之分析與比較，因資料甚多，另以附件呈交。計畫執行期間總計取得相關專書 42 冊、政府機構發行之資料 7 冊、報導專文 18 件、相關學術研究論文 46 篇、剪報資料 148 份、研討會資料 12 冊、研習會資料 9 份；另計參加相關研討會八場次、座談會二場次、研習或講習會五場次，並補

助完成碩士論文一篇、論文發表一篇與受邀演講相關議題三次。另完成專文二篇，並有二篇論文正撰寫投稿中。

關鍵詞：電子商務、網路法律、線上購物

Abstract

This research is proposed to investigate the social impact of electronic commerce to the society of Taiwan.

A web-based survey was first conducted to understand changes of consuming style since electronic commerce was introduced. A complete analysis of current regulation related to electronic commerce in Taiwan was performed following the survey. The results were compared to the legislation underway or similar statutes of western countries. Feasible suggestions for current dilemma were also proposed.

A total of 617 questionnaire was collected, 410 males and 207 females. The results indicated that male subjects were higher motivated to shop on-line than their female counterparts. Subjects with much on-line shopping experiences were found to have significantly higher motivation to shop on-line than those without such experience. Security issue of using credit card for payment via Internet still is the most concern for many subjects. Provision of detail information regarding product description and procedures for making order, as well as a comprehensive after-sell service may largely encourage web users adopting on-line

shopping. Having exceptional items that could only be found on Internet-based shopping place may also attract web users to shop on-line.

A comprehensive review of related literature regarding legal issues of electronic commerce is attached with this report. Numerous journal articles, reports, governmental publications and conference proceedings were collected.

Keywords: Electronic commerce, net law, on-line shopping

二、緣由與目的

根據 NUA 整理全球各調查機構針對網際網路 (Internet) 的使用所為之調查資料加以估計, 全球的網路使用人口約有一億二千萬人, 且每個月仍以約百分之十的成長速度持續增加 (NUA, 1998)。而據 Cyber Dialogue 的統計資料顯示, 美國於 1997 年中透過網際網路的電子商務 (Electronic Commerce) 之交易金額已達 33 億美元 (Cyber Dialogue, 1998)。Input 顧問公司更大膽的預估, 公元 2000 年時美國網路商業的規模將可達 2250 億美元, 且是一個擁有 4600 萬消費者的廣大消費市場 (經濟部商業司, 1997)。根據資策會推廣服務處的統計資料顯示, 民國 87 年 3 月我國的網路用戶數已近 200 萬, 至 88 年 3 月則突破 300 萬。如此龐大的使用人口, 著實蘊藏了無限商機。有遠見的企業及個人, 或者躍躍欲試, 或早已投入市場以便在電子商務市場中搶佔先機。

網路商業市場雖然蘊含無限商機, 然而截至目前為止, 國內的企業投入者眾, 獲利者寡。究其個中原因, 除了因網路交易安全因素的考量, 國人對此一新興消費模式尚存觀望態度外 (經濟部商業司, 1997; 鄭力嘉、林玉惠 & 樊台聖, 1998), 商家對此交易環境的認識不足及對獲利的估計期望過高, 可能亦是重要因素 (程嘉君, 1995; IBM, 1995; Pant & Hsu, 1996)。而電子商務的導入, 不但將對企業的組織造成巨大變革

(Malone, Yates & Benjamin, 1987), 對商品或服務的行銷方式、遞送的管道或通路, 以及消費者的消費行為模式等, 亦可能產生莫大的衝擊 (Hammer & Champy, 1993; Hoffman & Novak, 1996)。因此, 有必要對上述之衝擊與影響做一完整的瞭解。

再者, 目前在投入電子商務的企業與廣大的網路族群間, 普遍存在一個誤解: 認為傳統法律不能對虛擬世界的行為加以規範 (張海濤 & 梁德昭, 1997; 陳家駿, 1997a)。唯立法的目的, 即欲以法律來規範人類的行為。某些網路上之行為的規範, 目前確實仍有現行法律適用與否的疑義, 而需擴大條文之解釋或修法以因應之。但這並不意味著其他以異於傳統型態進行的網路行為即能排除現行法律的適用, 或需另立新法加以規範。

遺憾的是, 法令的修改與制定未能迅速地跟上資訊科技發展的脚步, 致使許多網路商業行為面臨是否得以現行法令予以規範的窘境。舉其綦綦大者, 如: 網路交易行為在法律上的效力 (黃瓊瑩, 1996; Ghows, 1997; Greguras, Golobic, Mesa & Duncan, 1995); 電子文件的證據能力 (洪淑芬, 1996; 徐宏昇, 1995); 伴隨商業行為而發生之智慧財產權 (Colbourn, 1997; Samuelson, 1994a; Villella, 1997) 及個人隱私權之侵害問題 (林雲虎, 1997; Cavazos & Morin, 1994; Reidenber, 1992); 不實或誇大的網路廣告之規範 (蔡玉玲, 1997; 陳家駿, 1997b); 網路服務業者 (Internet Service Provider, ISP) 的法律責任 (蔡玉玲, 1997; Cavazos, 1996; Cavazos & Chao, 1995) 等, 均為目前電子商務環境中的熱門爭論話題。

今日資訊科技的應用, 已不再只是單純的技術問題。因此, 面對應用資訊科技所帶來的相關社會及法律問題, 企業之管理者及資訊專業人員實應對問題的諸多層面有更為廣泛及深入的認識, 對現行法規及相關之規範, 亦當有一定的素養, 方可掌握應用資訊科技所帶來的競爭契機, 又不致因對相關之議題認知不足而造成遺憾。

因此, 本計畫乃針對企業與個人間的電子商務行為對社會的不同層面可能造成

之影響進行研究。先由消費者的角度探討電子商務的應用對其消費模式的影響，並分析網路族群實際採行線上購物的考量因素，以供業者改善或擬訂其行銷策略及政府推廣電子商務輔導計畫之參考，期能有助於電子商務在我國的順利發展。再就法制環境的層面切入，對電子商務環境相關之國內現行法令作一完整的整理與分析探討，並與電子商務環境較我國成熟且有案例可循的美國作一比較，以提出可行建議，期能對我國在相關法令的修改或制定上能收『他山之石』的功効。

三、結果與討論

本計畫之執行重點在於瞭解電子商務行為對社會的不同層面可能造成之衝擊，因而首先探討電子商務的應用對網路族群消費模式的影響，並對消費者實際採行線上購物的考量因素進行整理與分析。研究資料的收集採問卷的方式進行，以了解消費者上網購物的類型及目的，探討網路購物環境及網路商店經營方式對網路使用者之購物意願的影響，並找出影響消費者採行線上購物之其它主觀考量因素，期能有助於網路商家進行市場區隔及擬訂其網路行銷策略，並提供政府擬訂輔導計劃之參考。

因調查之對象為網路使用者，為求能有最多的有效資料，乃採網路問卷的方式進行調查。問卷內容計有網路購物環境、網路商店經營方式、線上購物經驗、不願採行線上購物的因素及受訪者背景資料等五個構面。經於各知名網路搜尋站台及 BBS 張貼公告進行問卷回收的一個月期間，共計回收 617 份有效問卷，其中男性有 410 人，佔 66.5%，女性有 207 人，佔 33.5%。在進行統計檢定及驗證後，結果顯示男性的購物意願明顯地比女性來得高 ($p < 0.01$)，且曾實際上網購物超過一次以上的人明顯地比未曾在網上購物的人有更高的購物意願 ($p < 0.001$)。在影響線上購物意願的因素上，多數消費者認為在網路上以信用卡購物並不安全 ($p < 0.05$)，網路購物較無法律保障 ($p < 0.05$)。而網路商店內就商品說明的詳細程度、手續是否便利及售後服務的提供等因素也會影響其購物意願。若網路商店

能提供一般商店不易購得的商品，將有助於消費者產生較高的購物意願 ($p < 0.001$)。

線上購物對大部份的消費者來說，誠然是一種全然不同的消費經驗。它提供了一種快速、便利、符合現代人生活格調的新消費方式。然而在網路商店上購物似乎並無法取代傳統購物所產生的社會經驗(如討價還價之社交接觸)，且國人偏向「眼見為憑」的消費習慣，再加上一般大眾對網路安全性的疑慮等因素，造成大多數民眾裹足不前。由此可見一般消費者對此種新興購物方式的接受度和信任度仍顯不足。

本研究在網路族群之人口統計特徵的發現與其他類似的調查大致相符，唯男女使用者的比例，由 11:1 (陶振超, 1996) 逐年下滑至 2:1，可見女性的網路使用者正逐年增加中。The International Marketing Supervision Network (IMSN) 於近期針對 700 多個商業網站所做的調查結果顯示，多數的商業網站並未提供消費者有關付款安全、隱私權保護及消費者權益等資訊 (Creed, 1999)。正如該研究之主持人 Manch 指出，本研究亦建議，網路商家要吸引更多的消費者上網購物，首先必須改善其服務的品質以建立消費者的信心。調查研究之原始資料及統計分析資料之說明，已隨同此結案報告呈交，提供學術調查研究資料庫之使用。計畫經費補助完成之碩士論文請參閱附件一。

資訊科技進步神速，致使法令未能配合制訂的情況，全球皆然也。因為網際網路的普遍使用，電子商務的發展對企業競爭力的重要性亦日漸突顯。加速訂定法律來規範網路商業行為，以健全電子商務的發展，實為當務之急；而合理與完善的法律規範，亦為國家資訊基礎建設 (National Information Infrastructure, NII) 是否得以成功的重要關鍵。

因此，本計畫復由法制環境的層面切入，就跨足電子商務市場所應注意的事項，以及企業與消費者間藉由網路實際進行電子交易時所產生的相關法律問題，逐一加以分析。探討的議題始自商業經營的登記及網址的選用，延續至交易過程的安全與效力等法律關係，以至發生糾紛時之司法管轄問題，整理出目前司法界所持之論點，並實務

界與學者針對尚未明確規範之事項所給予的建議。

由於電子商務所牽涉到的法律議題極為繁雜，欲於計畫成果報告中詳細論述各相關議題，確有實際安排上的困難。因此，隨同此份計畫成果報告，另以附件的型式將我國 Internet 法制之現況作較為詳細的呈現(參附件二)。

據行政院 NII 法制推動小組的工作報告指出，我國目前為因應國家資訊基礎建設的推行而修正或研擬新訂的法規計有十四項之多。其中與電子商務直接相關者即有數位簽章法、資訊公開法、網址登記規範等十項之多，許多亦已完成草案之擬定，並已進入審議階段，足見政府對電子化政府與電子商務之推展的決心與努力(洪麗玲, 1999a)。綜觀我國為解決因推行電子商務而面臨的法律問題所為之努力，欠缺對網路特性之考量、未做整體規劃而為學者專家所質疑與批評之法規，並不在少數。

慶幸的是，目前針對國家資訊基礎建設的法律議題，行政院設有一個跨部會但權責專一的單位負責相關法制的推動；復有資策會科技法律中心專職且專業的研究人員協助擬訂法案；而在立法技術及其前置作業上所做的努力(例如舉辦公聽會以瞭解實際問題並廣徵建議、公佈草案之同時即進行蒐集更新的資料以為擬訂修正案之參考等)，相信對將來法案品質的提昇，有極為正面的助益。

四、計畫成果自評

本計畫執行重點在於瞭解電子商務的推展在社會面的影響與衝擊。計畫執行期間總計取得相關專書 42 冊、政府機構發行之資料 7 冊、報導專文 18 件、相關學術研究論文 46 篇、剪報資料 148 份、研討會資料 12 冊、研習會資料 9 份；另計參加相關研討會八場次、座談會二場次、研習或講習會五場次並補助完成碩士論文一篇、論文發表一篇與受邀演講相關議題三次。另完成專文二篇，並有二篇論文正撰寫投稿中。

本計畫先由消費者的角度探討電子商務的應用對其消費模式的影響，並分析網路

族群實際採行線上購物的考量因素，復就法制環境的層面切入，對電子商務環境相關之國內現行法令作一完整的整理與分析，再與電子商務環境較我國成熟且有案例可循的歐美作一比較，並提出可行建議。對照起初提出計畫申請時之目標說明加以審酌，本計畫之執行成果應可算為已順利達成預期目標。

五、參考文獻

- 毛穎崙 (1997) 網路行銷停、看、聽，*軟體產業通訊*，第 11 期，
<http://www.ab.net.tw/~fetag/TechDoc/tech-8.htm>
- 王志仁 (1997a) 網際網路 - 台灣的機會或威脅，*天下雜誌*，第 188 期，24-34。
- 王志仁 (1997b) 網路大調查，*天下雜誌*，第 198 期，124-129
- 王鴻薇 (1998) 跨國網路購物 — 非數據化商品要課稅，*聯合報* 87.9.11，六版。
- 石依華 (1998) 用戶與 ISP 之間應訂立明確契約以保障收信權益，*PChome 電腦報* 1998/03/25，
<http://www.pchome.com.tw/news/870325/0325-3.shtml>
- 吳瑞明 (1996) 數位簽字與 CA 在電子商務上的應用，*資訊法務透析*，1996-1，26-29。
- 呂明光 (1996) 網路行銷系統之規劃，*全球網際網路雜誌*，第 3 期，
<http://www.grandsoft.com/gim/003/dnm31.htm>
- 谷雅慧 (1996) 資訊呈現方式對網路行銷廣告效果之研究—以實驗法探討 WWW 網路購物情境，碩士論文，國立中央大學資訊管理研究所，中壢。
- 官振華 (1996) WWW 使用者運用電子購物意願之研究—以人格特質、購買涉入與網路使用行為探討，碩士論文，國立中央大學資訊管理研究所，中壢。
- 林立人 (1997) 迎接電子商業時代的來臨，
<http://www.ec.org.tw/info/others/lin60408.htm>
- 林挺生、王嘉佩 & 陳年興 (1997) 電子商務之網路商店功能需求與設計，*第八屆國際資管研討會論文集(二)*，699-704。

- 林雲虎 (1997) *電腦處理個人資料保護法之探討*, Internet 法律與應用國際研討會, 台北, 中華民國。
- 洪俊龍 (1997) *網路行銷*, <http://www.nitk.edu.tw/~u8532342/work.htm>
- 洪淑芬 (1996) *數位簽字—公開金鑰認證機構介紹*, *資訊法務透析*, 1996-11, 14-19。
- 洪淑芬 (1997) *從美國猶他州數位簽字法談電子商務引發的數位簽字與認證機構問題*, Internet 法律與應用國際研討會, 台北, 中華民國。
- 洪麗玲 (1999a) *我國 Internet 法制推動現況*, *網路 vs. 法律*, 初版, 台北: 資策會科技法律中心, 40-48。
- 洪麗玲 (1999b) *數位交易時代網路消費者保護問題*, *網路 vs. 法律*, 初版, 台北: 資策會科技法律中心, 136-144。
- 洪麗玲、戴豪君、常天榮 & 張雅雯 (1999) *美國 Internet 大憲章—全球電子商務綱要*, *網路 vs. 法律*, 初版, 台北: 資策會科技法律中心, 2-38。
- 徐宏昇 (1995) *電子存證與電子認證*, *資訊傳真*, 173 期, 9。
- 常天榮 (1999a) *超鏈結 (Hyperlink) 技術引發的著作權法爭議與因應*, *網路 vs. 法律*, 初版, 台北: 資策會科技法律中心, 84-92。
- 常天榮 (1999b) *網域名稱引發法律新論戰*, *網路 vs. 法律*, 初版, 台北: 資策會科技法律中心, 94-101。
- 張海濤 & 梁德昭 (1997) *網際網路電子商務所引發的法規問題—以台灣法規環境為研究主題*, *第三屆國際資訊管理研究暨實務研討會論文集*, 162-169。
- 張紹勳 & 曾淑峰 (1997) *網路郵購與傳統郵購之實証研究*, *第三屆國際資訊管理研究暨實務研討會論文集*, 250-256。
- 張雅雯 (1997) *網路商家與 ISP 刊登網路不實廣告的法律責任*, <http://stlc.iii.org.tw/netlaw/paper/9711c.htm>
- 張瑞星 (1997) *Internet 法律問題上線*, 初版, 台北: 永然文化。
- 陳家駿 (1995) *談資訊高速公路與著作權基本原則*, *電工資訊*, 50 期, 72-76。
- 陳家駿 (1997a) *網路科技與法律*, 網路與法律研討會, 台北, 中華民國。
- 陳家駿 (1997b) *網路傳播媒體適用現行法律規範之探討*, Internet 法律與應用國際研討會, 台北, 中華民國。
- 陶振超 (1996) *台灣地區全球資訊網 (WWW) 使用者調查*, 碩士論文, 國立交通大學傳播研究所, 新竹。
- 程嘉君 (1995) *建立我國商用 Internet*, *資訊與電腦*, 第 182 期, 30-33。
- 馮震宇 (1997a) *從雅虎網址名稱案件論網址名稱之爭議與未來發展(上)*, *資訊法務透析*, 1997-4, 25-30。
- 馮震宇 (1997b) *從雅虎網址名稱案件論網址名稱之爭議與未來發展(下)*, *資訊法務透析*, 1997-5, 19-25。
- 馮震宇 (1997c) *論網路商業化所面臨的管轄權問題(上)*, *資訊法務透析*, 1997-9, 18-34。
- 馮震宇 (1997d) *論網路商業化所面臨的管轄權問題(下)*, *資訊法務透析*, 1997-10, 11-21。
- 黃瓊瑩 (1996) *電子文件保護技術與法律效力探*, *IPAA*, September, 44-51。
- 楊佳政 (1997) *網路交易法律問題探討*, <http://stlc.iii.org.tw/netlaw/paper/8610andy.htm>
- 楊佳政 (1998a) *電子交易中數位簽章與電子文件之法律效力淺析*, *資訊法務透析*, 1998-2, 12-23。
- 楊佳政 (1998b) *認證中心法律責任研究*, *資訊法務透析*, 1998-6, 27-41。
- 楊俊軒 (1997) *網際網路消費行為之研究*, 碩士論文, 國立政治大學資訊管理研究所, 台北。
- 經濟部商業司 (1997) *Internet 商業應用計劃*, <http://www.ec.org.tw/info/opportunity/ectrend.htm>
- 葉茂林 (1996) *資訊法律: 著作權法與消費者保護法*, 初版, 台北: 書泉。
- 葉茂林 (1997) *資訊法律(二): Internet, 多媒體, 藝術品與著作權法*, 初版, 台北: 書泉。
- 資策會 (1997) *電子商店經營管理指引*, 初版, 台北: 經濟部商業司。
- 資策會 (1997) *市場情報中心*,

- <http://www.psd.iii.org.tw/inews/focus.htm>
- 資策會科技法律中心 (1997) *美國全球電子商業網要與我國因應之道*,
<http://stlc.iii.org.tw/netlaw/paper/860927t.htm>
- 熊愛卿 (1997) *安全電子商務的法制基礎探討 — 從資訊安全宏觀角度談我國數位簽章立法方向與原則*, 網路與法律研討會, 台北, 中華民國。
- 劉江彬 (1988) *資訊法論：電腦與法律問題之探討*, 二版, 台北：國立台灣大學法學叢書編輯委員。
- 滕儒恩 (1996) *企業網路商業化安全守則*, *網路通訊*, 63 期, 54-59。
- 蔡玉玲 (1997) *網路服務業之責任與消費者權益之保護*, Internet 法律與應用國際研討會, 台北, 中華民國。
- 蔡明誠 (1997) *網際網路智慧財產權問題*, 網路與法律研討會, 台北, 中華民國。
- 鄭力嘉、林玉惠 & 樊台聖 (1998) *影響網路使用者採行線上購物因素之研究 — 以網路購物環境及網路商店經營方式探討*, 第九屆國際資訊管理學術研討會論文集 ICIM088, 內壢：元智大學。
- 鄭力嘉 (1998). *影響網路使用者採行線上購物因素之研究*, 碩士論文, 國立屏東科技大學資訊管理研究所, 屏東。
- 戴豪君 & 常天榮 (1998) 聯合國國際貿易法委員會電子商業模範法淺析, *資訊法務透析*, 1998-1, 12-26。
- 戴豪君 (1997) *正視電子商業免徵關稅對我國的影響與省思*,
<http://stlc.iii.org.tw/netlaw/paper/861120t.htm>
- 戴豪君 (1999a) *企業上網開店面對之法律問題*, *網路 vs. 法律*, 初版, 台北：資策會科技法律中心, 112-119。
- 戴豪君 (1999b) *電子商務運用線上契約法律解析*, *網路 vs. 法律*, 初版, 台北：資策會科技法律中心, 128-134。
- 戴豪君 (1999c) *企業經營電子商務處理客戶資料的法律須知*, *網路 vs. 法律*, 初版, 台北：資策會科技法律中心, 146-154。
- 羅澤生 (1995) *面對 2000 年電子化商務的因應策略*, *資訊工業透析 - 軟體與應用*, 資訊工業策進會資訊市場情報中心, 1995 年 12 月, http://mic.iii.org.tw/dbs/db_software.html
- Barua, A., Ravindran, S., & Whinston, A. B. (1994). *Supplier selection strategies for smart Internet shopper*. Austin, TX: University of Texas at Austin Press.
- Benjamin, R. I., & Wigand, R. (1995). Electronic markets and virtual value chains on the Information Superhighway. *Sloan Management Review*, Winter, 62-73.
- Bhimani, A. (1996). Securing the commercial Internet. *Communications of the ACM*, 39(6), 29-35.
- Borenstein, N. S. (1996). Perils & pitfall of practical cybercommerce. *Communications of the ACM*, 39(6), 36-44.
- Cavazos, E. A. & Chao, G. C. (1995). System operator liability for a user's copyright infringement. *Texas Intellectual Property Law Journal*, 4, 13.
- Cavazos, E. A. & Morin, G. (1994). *Cyberspace and the law: your rights and duties in the On-Line world*. MIT press, Cambridge, Mass.
- Cavazos, E. A. (1996). The legal risks of setting up shop in cyberspace. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, 6(1), 51-60.
- Colbourn, V. (1997). *Intellectual property rights in cyberspace: myths and realities*. Paper presented at the meeting of International Seminars of Legal Issues and Applications on the Internet. Taipei, Taiwan.
- Cyber Dialogue (1998). *Market research in cyberspace*.
<http://www.cyberdialogue.com/marketing/articles/marketingcyberspace.html>
- Creed, A. (1999). Shopping websites lacking consumer information. Newsbytes, Oct. 12. <http://www.newsbytes.com/pubNews/99/137697.html>
- Davidson, S. (1998). Legal liability of information service provider. Internet Commerce EXPO' 98. Taipei, Taiwan.
- Davis, G. G. (1998). *Trademark and domain names issues*. Internet Commerce EXPO' 98. Taipei, Taiwan.

- Engel, J.F., Blackwell, R.D., & Miniard P.W. (1995). *Consumer Behavior*, 8th edition, Forth Worth, Texas: Dryden Press
- Forrester Research Inc. (1998). *Emerging digital economy*.
<http://www.forrester.com/commerce.htm>
- Fram, & Grady. (1995). Internet Buyers: Will Surfers Become Buyers. *Direct Marketing, October*, 63-65
- Gates, B., Rinearson, P., & Myhrvold, N. (1996). *The Road Ahead*, William H. Gates III.
- Ghows, B. (1997). *Legal issues arising from Internet commerce*. Paper presented at the meeting of International Seminars of Legal Issues and Applications on the Internet. Taipei, Taiwan.
- Graham, J. R., & Steven J.B. (1996). *Magnet Marketing :The Ultimate Strategy for Attracting and Holding Customers*, New York, NY: Wiley
- Greguras, F. M., Golobic, T. A., Mesa, R. A. & Duncan, R. (1995). *Electronic Commerce: on-line contract issues*. A presentation made at the Law Seminars International, Sept. 12.
- GVU. (1997). *The Gvu Center's WWW User Survey*.
http://www.cc.gatech.edu/gvu/user_survey
- Hammer, M., & Champy, J. (1993). Reengineering the Corporation – A Manifesto for Business Revolution. New York, NY: Harper Collins.
- Hoffman, D., & Novak, T. (1996). Marketing in Hypermedia Computer-Mediated Environments: Conceptual Foundations. *Journal of Marketing, July*, 50-68
- Howard, J. A., & Sheth J. N. (1969). *The Theory of Buyer Behavior*, New York, NY: Wiley
- IBM. (1995). Electronic Purchasing. IBM Electronic Commerce Service. <http://www1.ibm.com>
- Johanson, D. R. and Post, D. G. (1996). Law and borders—the rise of law in cyberspace, *Stanford Law Review*, 48, 1367.
- Kalakota, R. and Whinston, A. B. (1997). *Electronic Commerce: A Manager's Guide*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Kolter, P. (1994). *Marketing Management -- Analysis, Planning Implementaton, and Control*, 8th edition, London: Prentice-Hall International.
- Malone, T. W., Yates, J., & Benjamin, R. I. (1987). Electronic Markets and Electronic Hierarchies. *Communications of ACM*, 30(6), 484-497.
- McCarthy, E., & William, D. (1993). *Basic marketing : a global-managerial approach*, 11th edition, Homewood, IL: Irwin.
- Neumann, P. G. (1994). Technology, laws and society. *Communications of the ACM*, 37(3), 138.
- Nicosia, F. M. (1966). *Consumer Decision Processes*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Nimmer, R. T. (1998). *Development of U.S. and international rules of commerce for the Internet*. Internet Commerce EXPO' 98. Taipei, Taiwan.
- Nouwens, J., & Bouwman, H. (1995). Living Apart Together in Electronic Commerce: The Use of Information and Communication Technology to Create Network Organization. *JCMC*, 1(3), <http://jcmc.huji.ac.il/vol1/issue3/nouwens.html>
- NUA (1998). *NUA Internet Survey*.
<http://www.nua.ie/surveys>
- Nunnally, J. C. (1996). *Psychometric Theory*, New York, NY: McGraw-Hill.
- Pant, S., & Hsu C. (1996). *Business on the Web: Strategies and Economics*. Fifth International WWW Conference, May, 6-10.
- Panurach, P. (1996). Money in electronic commerce: digital cash, electronic fund transfer, and E-cash. *Communications of the ACM*, 39(6), 45-50.
- Perrit, Jr., H. H. (1993). Dispute resolution in electronic network communities. *Vill. Law Review*, 38, 349.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (1987). *Consumer Behavior: Marketing Strategy Perspectives*, Homewood, IL: Irwin.
- Pitkow, J.E., & Recker, M. M. (1995). Using the Web as a survey tools : results from the second WWW user survey. *Computer Networks and Systems*, 27(6), 809-822.
- Rayport, J.F., & Sviokla, J. J. (1995). Exploiting the Virtual Value Chain. *Harvard Business Review*, November/December, 75-80

- Reidenber, J. L. (1992). Privacy in the information economy: a fortress or frontier for individual rights? *Federal Communication Law Journal*, 44, 195.
- Richmond, A. (1996). Enticing Online Shoppers to Buy: A Human Behavior Study. *Computer Network and ISDN System*, 28, 1469-1480
- Runyon, K.E., & Stewart, D.W. (1987). *Consumer Behavior and The Practice of Marketing*. 3rd edition, Columbus, Ohio: Merrill Pub. Co.
- Samuelson, P. (1994a). Copyright's fair use doctrine and digital data. *Communications of the ACM*, 37(1), 21-27.
- Samuelson, P. (1994b). The NII intellectual property report. *Communications of the ACM*, 37(12), 21-27.
- Schiffman, L. G. (1993). *Consumer Behavior*, 5th edition, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall
- Smedinghoff, T. J. (1996). *Online law: the SPA's legal guide to doing business on the Internet*. T. J. Smedinghoff (Ed.), Reading, MA: Addison-Wesley.
- Survey Net. (1996). *Internet Shopping Survey*.
<http://www.survey.net/shopr.html>
- Villella, J. F. (1997). *Intellectual property and other legal issues on the Internet*. Paper presented at the meeting of International Seminars of Legal Issues and Applications of the Internet. Taipei, Taiwan.
- Weiswasser, G. (1997). Domain names, the Internet and trademark: infringement in cyberspace. *Santa Clara Computer and High Technology Law Journal*, 13(1),137.
- Westermeier, J. T. (1998). *Personal jurisdiction based on Internet and web site activities*. Internet Commerce EXPO' 98. Taipei, Taiwan.
- William, F. S. (1993). *Marketing Essentials*, 1st edition, Boston, MA: Allen & Bacon.
- Yahoo. (1998). *E-commerce Reshapes U.S. Retail Landscape*.
http://www.yahoo.com/text/headlines/980204/tech/stories/retail_1.html