

致理技術學院

資訊網路技術系 實務專題報告

育嬰用品商務網站經營管理

指導老師：柯振根

學生：鄭哲豪 (69234112)

黃燕清 (69234116)

許語真 (69234129)

陸 宣 (69234146)

林耕宅 (69234150)

中華民國 95 年 12 月

致理技術學院

資訊網路技術系 實務專題報告

育嬰用品商務網站經營管理

指導老師：柯振根

學生：鄭哲豪 (69234112)

黃燕清 (69234116)

許語真 (69234129)

陸 宣 (69234146)

林耕宅 (69234150)

本成果報告書經審查及口試合格特此證明。

指導老師：_____ 柯振根

評審委員：_____ 柯振根

評審委員：_____ 王勝石

評審委員：_____ 林正平

中華民國 95 年 12 月

專題研究授權書

本授權書所授權之專題研究為 鄭哲豪、黃燕清、許語真、林耕宅、陸 宣。
共 5 人，在致理技術學院資訊網路技術系 95 學年度第 1 學期完成資
網實務專題。

專題名稱：育嬰用品商務網站經營管理

同意 不同意

本組同學共 5 人，皆同意著作財產權之論文全文資料，授予教育部指定送繳之圖書館及本人畢業學校圖書館，為學術研究之目的以各種方法重製，或為上述目的再授權他人以各種方法重製，

不限地域與時間，惟每人以一份為限。

上述授權內容均無須訂立讓與及授權契約書。依本授權之發行權為非專屬性發行權利。依本授權所為之收錄、重製、發行及學術研發利用均為無償。上述同意與不同意之欄位若未勾選，該組同學皆同意視同授權。

指導教授姓名：柯振根

專題生簽名：	<u>鄭哲豪</u>	學號： <u>69234112</u>
	<u>黃燕清</u>	<u>69234116</u>
	<u>許語真</u>	<u>69234129</u>
	<u>陸 宣</u>	<u>69234150</u>
	<u>林耕宅</u>	<u>69234146</u>

中華民國 96 年 1 月 17 日

誌 謝

我們從一開始對於專題沒有任何頭緒，不知道該做什麼題目才好，經由不斷地跟同學組員們互相討論，找出一個我們有興趣的題目，並且開始去實做，在這個過程中，決定了題目之後，最大的難題就是不知道一開始要從哪裡著手；什麼樣的系統架構能達成我們的目標？該用到哪些軟硬體建置環境？該如何將理想中的實做出來…等等，許多的問題曾一度讓我們專題的進度延宕了不少進度，經過老師的指引後，嚐試了不少的方法及工具，最後終於找到適合我們的專題使用的東西。而在專題的實作過程中，除了書上獲取的資訊之外，很多資訊都是從網路上來獲得，經由此過程，學到了不少從網路上獲取所需資訊的技巧，也接觸了許多新的東西和資訊，對於網頁製作及正式的論文寫作並沒有太多觀念的我們，經由老師不斷地督促、解惑，提供我們學習的方向，讓我們逐漸地了解。除此之外，有時候在程式設計的技术上，遇到了一些瓶頸，都是在老師，友人的幫助下，提供我們一些參考的資訊，讓我們突破了困難，謝謝你們！

最後，真的非常感謝我們的指導老師柯振根，體會大家平時要上班上課，特別用上課時間指導班上同學製作專題，讓大家有多餘的時間可以討論，以完成畢業專題。

摘 要

台灣的網路系統發展迅速，貨品運送的物流系統亦趨於完善，購物與電子商務的連結是目前新的消費模式，加上購物不受限於時間與空間限制，更可採用不同付款方式及寄送的方式完成交易，利用網路平台提供給一般消費者使用線上交易買賣是勢在必行。然而，現階段的電子商務網站仍有許多值得探討與改進之處。對於此種 B2C 的電子商務交易模式，本專題將由自行架構電子商務網路平台來做研究，探討如何架構網站、經營方式與運作流程，並在本研究最終做出績效評估，進而為電子商務網站整理出最有價值的資訊，來為經營者提供一個最佳的經營管理模式。

本專題主要銷售的是育嬰用品，除了提供網路購物的便利性之外，也提供了資訊交換的平台，使得本網站不光只是單純的網路交易，讓消費者可以享受到更多的服務品質。

在第一章的緒論中我們將簡單的說明本研究專題的動機與目的；第二章針對電子商務網站的運作理論以及經營管理的模式做討論；第三章則是探討商務網站系統架構的相關技術；第四章將介紹本系統的功能及操作流程；第五章則呈現本專題網站架構所達到的效能與系統畫面；第六章包含了本專題研究完成後，組員的心得與對未來的展望。

關鍵詞：電子商務 B2C、網站經營管理、網站建置、育嬰用品

目 錄

專題研究授權書	I
誌 謝	II
摘 要	III
目 錄	V
圖 目 錄	VIII
表 目 錄	XV
第壹章 緒 論.....	1
第一節 電子商務重要性與發展演進	1
第二節 研究動機與目的	5
第三節 研究範圍與專題架構	8
第貳章 電子商務之理論與技術探討.....	9
第一節 電子商務的定義	9
第二節 電子商務的特性及種類	11
第三節 電子商務的交易機制	13
第四節 電子商務的架構	18

第五節	電子商務網站建構.....	20
第六節	經營管理探討-行銷策略.....	22
第參章	系統架設軟體之技術探討	24
第一節	網站技術探討-MYSQL 及 PHPMYADMIN.....	24
第二節	網站技術探討-DREAMWEAVER	27
第三節	網站技術探討-PHP	29
第肆章	電子商務系統建置環境呈現.....	31
第一節	系統架構	31
第二節	系統運作方式.....	37
第三節	系統建置流程.....	38
第四節	系統功能簡介.....	41
第五節	系統操作流程.....	46
第伍章	系統設計實作與效能評估	51
第一節	首頁的構思	51
第二節	會員資料子系統.....	63
第三節	購物車交易系統.....	73
第四節	公告系統	107

第五節	討論區	110
第六節	查詢系統	114
第七節	系統評估	117
第陸章	結 論.....	121
第一節	心得與感謝	121
第二節	未來展望	123
參考文獻	125
網站	125
書籍	125
附錄(一)	128

圖 目 錄

圖 1 PAYMENT GATEWAY (付款轉接站)圖	15
圖 2 電子商務架構圖	18
圖 3 MYSQL 架構圖	25
圖 4 系統架構圖	31
圖 5 使用者系統架構圖	32
圖 6 管理者系統架構圖	33
圖 7 資料庫關聯圖-商品及商品分類	34
圖 8 資料庫關聯圖-顧客及購物車	35
圖 9 資料庫關聯圖-訂單資訊	36
圖 10 系統運作圖-使用者	37
圖 11 系統運作圖-管理者	38
圖 12 系統建置流程圖	40
圖 13 系統操作流程圖	46
圖 14 流程圖-產品設定管理明細	47
圖 15 流程圖-會員基本資料設定(使用者)明細	48
圖 16 流程圖-會員基本資料設定(管理者)明細	48
圖 17 流程圖-訂購商品管理明細	49

圖 18 流程圖-訂單管理明細	49
圖 19 流程圖-報表管理明細	50
圖 20 流程圖-銷售管理明細	50
圖 21 系統呈現-網站 LOGO.....	51
圖 22 系統呈現-首頁	52
圖 23 系統呈現-最新商品.....	55
圖 24 系統呈現-特價商品.....	56
圖 25 系統呈現-關於我們	57
圖 26 系統呈現-促銷活動.....	58
圖 27 系統呈現-最新消息	58
圖 28 系統呈現-產品系列.....	59
圖 29 系統呈現-產品目錄	59
圖 30 系統呈現-媽咪教室.....	60
圖 31 系統呈現-意見交流.....	60
圖 32 系統呈現-購物專區.....	61
圖 33 系統呈現-網站地圖	61
圖 34 系統呈現-聯絡我們	62
圖 35 系統呈現-關於會員.....	63

圖 36 系統呈現-加入會員	64
圖 37 系統呈現-加入會員(資料確認).....	65
圖 38 系統呈現-錯誤訊息(帳號已被使用).....	66
圖 39 錯誤訊息(資料輸入錯誤).....	66
圖 40 系統呈現-歡迎訊息	67
圖 41 系統呈現-重新登入訊息	68
圖 42 系統呈現-密碼查詢.....	68
圖 43 系統呈現-密碼查詢(資料驗證錯誤).....	69
圖 44 系統呈現-會員密碼查詢結果	70
圖 45 系統呈現-修改基本資料	71
圖 46 修改基本資料(資料驗證錯誤).....	71
圖 47 系統呈現-購物車系統首頁	73
圖 48 系統呈現-商品列表.....	74
圖 49 系統呈現-顯示商品相關資訊	75
圖 50 系統呈現-商品放大圖	75
圖 51 系統呈現-商品評論專區	76
圖 52 系統呈現-商品評論(錯誤訊息).....	77
圖 53 系統呈現-商品評論填寫表格	77

圖 54 系統呈現-順利加入商品評論	78
圖 55 系統呈現-購物車內現有的商品列表.....	79
圖 56 系統呈現-移除商品.....	80
圖 57 系統呈現-更新購物車.....	80
圖 58 系統呈現-結帳系統畫面	81
圖 59 系統呈現-送貨地址確認	82
圖 60 系統呈現-變更出貨地址	82
圖 61 系統呈現-變更出貨資訊完成	83
圖 62 系統呈現-付款資訊確認畫面	84
圖 63 系統呈現-確認訂單畫面	85
圖 64 系統呈現-訂單程序完成畫面	85
圖 65 系統呈現-購物車系統產品系列首頁.....	86
圖 66 系統呈現-貨到付款資料確認	87
圖 67 系統呈現-媽咪愛寶貝訂單通知	88
圖 68 系統呈現-後台管理系統管理者登入介面.....	89
圖 69 系統呈現-後台管理者資料驗證錯誤.....	91
圖 70 系統呈現-後台管理者登入後頁面	91
圖 71 系統呈現-管理者登入(忘記密碼).....	92

圖 72 系統呈現-身份驗證錯誤	93
圖 73 系統呈現-管理者帳號管理	93
圖 74 系統呈現-管理者密碼確認	94
圖 75 系統呈現-設定管理者資料	94
圖 76 系統呈現-密碼更新訊息	95
圖 77 系統管理-管理商品分類介面	95
圖 78 系統呈現-新增商品資料介面	96
圖 79 系統呈現-商品資料介面	96
圖 80 系統呈現-新增編輯/修改產品介面	97
圖 81 系統呈現-預覽新增編輯/修改介面	98
圖 82 系統呈現-前台訂單資訊	99
圖 83 系統呈現-管理者訂單名細	99
圖 84 系統呈現-收據列印	100
圖 85 系統呈現-更新訂單狀態	101
圖 86 系統呈現-順利更新訂單狀態	101
圖 87 系統呈現-消費者收到的訂單狀態更新	102
圖 88 系統呈現-客戶管理介面	102
圖 89 系統呈現-編輯消費者基本資料	103

圖 90 系統呈現-消費者訂單明細	103
圖 91 系統呈現-寄信給消費者	104
圖 92 系統呈現-郵件確認畫面	104
圖 93 系統呈現-消費者收到管理者寄發訊息	105
圖 94 系統呈現-點閱排行榜的商品	105
圖 95 系統呈現-查詢已賣出的商品	106
圖 96 系統呈現-客戶購物排行榜	106
圖 97 系統呈現-促銷活動	108
圖 98 系統呈現-發佈新公告系統畫面	108
圖 99 系統呈現-新增主題成功	109
圖 100 系統呈現-新增促銷活動內容成功	109
圖 101 系統呈現-發表知識專區	110
圖 102 系統呈現-新增主題成功	111
圖 103 系統呈現-成功發表知識	111
圖 104 系統呈現-知識內容	112
圖 105 系統呈現-新增知識	112
圖 106 系統呈現-回覆成功訊息	113
圖 107 系統呈現-輸入關鍵字(搜尋介面)	114

圖 108 系統呈現-符合搜尋條件商品.....	115
圖 109 系統呈現-未搜尋到符合條件訊息	116

表 目 錄

表 1 電子商務類型表	12
表 2 資料表描述-產品資料表	128
表 3 資料表描述-類別資料表	129
表 4 資料表描述-產品選項資料表	131
表 5 資料表描述-產品選項值資料表	131
表 6 資料表描述-產品描述資料表	130
表 7 資料表描述-購物車資料表	129
表 8 資料表描述-產品屬性資料表	131
表 9 資料表描述-產品選項內容對應產品選項資料表	132
表 10 資料表描述-顧客資訊資料表	130
表 11 資料表描述-類別描述資料表	132
表 12 資料表描述-產品對應類別資料表	132
表 13 資料表描述-購物車屬性資料表	133
表 14 資料表描述-顧客資料表	136
表 15 資料表描述-訂單處理進度資料表	133
表 16 資料表描述-訂單資料表	137
表 17 資料表描述-地址簿資料表	135

表 18 資料表描述-訂單產品資料表.....	134
表 22 資料表描述-首頁最新消息連結資料表.....	140
表 19 資料表描述-促消活動資料表	139
表 20 資料表描述-最新消息資料表	140
表 21 資料表描述-聯絡管理者資料表	141
表 23 資料表描述-交流專區資料表	143
表 24 線上人數程式碼.....	54
表 25 總瀏覽人數程式碼.....	54

第壹章 緒論

第一節 電子商務重要性與發展演進

根據 Kalakota & Whinston (1997) 的分析，電子商務的發展，可以分成下列五個階段：

第一階段：在 1970 年代，銀行之間引進了利用本身自有的網路，以進行電子資金轉換（Electronic Funds Transfer, EFT）的作業，改變了金融市場。電子資金轉換藉由電子的匯款資訊來提供電子付款最佳的途徑。今日，更有許多類似電子資金轉換的應用；例如銷售點系統（Points Of Sales, POS）與賒帳卡，以及員工薪資自動轉帳的方式等。每天有四兆美金以上的金額的電子資金轉換透過連接銀行、自動票據交換所與公司的電腦網路進行交換。美國財政部估計 1995 年的聯邦政府百分之五十五的款項，是透過電子資金轉換達成的。

第二階段：在 1970 年代晚期與 1980 年代初期，在企業界間大大地流行以電子訊息技術的形式表達的電子商務：如電子資料交換（Electronic Data Interchange）和電子郵件（Electronic Mail）。電子訊息的技術藉由減少紙張用量與提昇自動化，來增進公司業務程序的效率。傳統的公司業務以文件的交換為主，例如支票、訂貨單和出貨的

文件。而電子資料交換能提供公司之間以標準的電子格式來傳送文件。例如，結合即時（Just-In-Time，JIT）製造系統，可以讓供應商直接把原料零件送到工廠，而如此可以省下存貨、倉儲與處裡的成本。電子郵件也類似地在組織內和組織外，提供企業溝通的效率。Turner [1995]指出，電子郵件是網際網路所提供的各項工具之中，最被廣泛使用的一種。電子訊息的技術，在其後的幾年裡演進成好幾種其他不同的技術；例如桌上視訊會議（Desktop Video Conferencing）、文件工作流程系統（Document Workflow Systems）、以及工程上的技術資料交換（Technical Data Interchange）等等。

第三階段：在 1980 年代中期，一種完全不同於電子商務的形式，而以線上服務的形式提供消費者新的互動（如聊天室 Chat Room）與知識分享的方式（如新聞群組 News Groups 與檔案傳送程式）。如此社會的互動創造了網路世界居民產生虛擬社區（Virtual Community）的想法形成，同時也因此造就了地球村（Global Village）的觀念。

第四階段：在 1980 年代晚期與 1990 年代初期，電子訊息的技術轉化成工作流程系統或是合作電算系統（或稱群組軟體，Groupware）之一部份。最有名的就是 Lotus Notes。

第五階段：在 1990 年代出現在網際網路上的全球資訊網 (World Wide Web) 是一個重要關鍵性的突破，因其在應用程式和使用上的便利性有一大進展，而成了電子商務的轉戾點。全球資訊網讓電子商務成為比較低成本的從事比較有經濟規模的商業之方式，也造了更多種類的商業機會。它讓小公司可以以比較接近的技術立足點來與跨國企業競爭。這些新的經濟走勢會強迫傳統的公司重新改進成本結構，以有利於和其他公司競爭。

由此可知，電子商務是建立在網際網路上的一種商業應用，就像所有的產業一樣，電子商務(Electronic Commerce ; EC)有其基本的產業架構，其產業互動模式及行銷模式要大到一定程度方能被稱之為一個產業，同時由於電子商務和所有其它現有產業相關，故也改變了各企業的配銷模式，幾乎所有其它產業都要進行企業的再造以因應這項產業變革，而電子商務也充滿了遠景與商機，更重要的一點是，電子商務將徹底改變配銷通路，並加速所有科技的演進。電子商務無論從那個方面看都是廿一世紀最大的產業之一，而且我們也可以說它是未來企業競爭之所在，今日落後的企業並不代表明日不能領先。同樣的，今日領先的企業在這一波電子商務潮流中，若是不能掌握先機也有可能落於人後。歸結之，電子商務是未來的明星產業，企業必須預先做準

備以因應其來臨。此外，電子商務並不是取代現有商務而是增加營運利潤的方法之一，當然企業也可以決定完全放棄傳統的行銷模式，而全面性改用電子商務為企業行銷模式，但這畢竟是需要相當長的時間才能被消費者所接受。電子商務將使各種通訊、網路、安全支付系統等科技向前邁一大步，它所帶來的商機也絕非商務本身而已。值得一提的是，電子商務一旦能成功實施，企業利潤及貨款回收時間也會較高、較快。電子商務所帶來的衝擊是極為廣泛且影響深遠。

第二節 研究動機與目的

隨著資訊科技、網際網路以及通訊傳輸技術不斷突破與大幅度的進步，使得企業面臨非常大的競爭，傳統的企業經營模式已無法滿足市場的需求，企業對於市場的競爭必須快速、彈性的對環境不斷變化加以應對。能否可以滿足消費者的需求偏好已成為企業生存的先決條件，因此企業必須建構新的機制、經營方式以及結構組織，才能戰勝市場上的改變。

(一)研究動機：由於電子化無疑是當前最重要的課題之一，隨著網際網路商業化環境的成形，這是一項可以提昇內部營運效率、降低成本並增加競爭優勢的有利工具，利用網際網路將供應商、顧客以及企業內部結合起來，取代傳統通路與人力以達成電子商務。使用電子化經營模式可以突破時間及地理的限制，企業可以 24 小時提供產品及服務，而服務對象可以是全世界的任何一個人。

電子商務以網際網路的方式交易，降低了雙方的交易成本也加速雙方交易的速度。另一方面，電子交易則藉著買賣雙方的資訊大量集中，擴大買方與賣方的選擇空間，使得買方購買產品與服務的選擇空間增加以及賣方開發新市場與新客戶的機會增加，以達兩方的雙贏局面。

我們希望透過網路交易的企業，可以達到讓顧客的滿意度提升不外乎在於幫助顧客節省時間、金錢並提昇工作達成率等。已婚婦女們除了要照顧小孩之外，有些白天可能還有職務在身，經由網路購物可以省去很多在交通上、比價的時間。並且有貨送到府的服務，免去自行提拿貨品的困擾。

而對企業經營而言，架設電子商務可以提昇效率，進而也提升了客戶的滿意度，相對的，生存競爭力也大大的提昇。而企業要進行各項顧客關係管理，首先希望和顧客建立起良好的關係及互動，進而從顧客身上獲取更多「利顧客」、「利己」的資訊；希望利用顧客關係管理系統來節省本身經營時的成本、時間，甚至改善上、下游產業間的關係。

(二)研究目的：藉由模擬一般網路上電子商店交易的形式，來學習一般電子商務運作的模式，並從中學習架設一個網站的經驗，以及電子商店購物的方式，是現階段的目標。而如何使一個電子商務網站交易便為完善，是我們未來的目標之一。

目前的方向是以整個網站的購物運作流程是否正常為主，而當將來網站功能齊全時，我們則開始探討研究如何吸引更多的人潮來瀏覽以

及購物、並提供會員其他方面的服務，以及交易機制的改進等等。給
網友一個舒服、舒適、安全、方便的購物網站。

第三節 研究範圍與專題架構

電子交易市集是一種透過網路交易平台、提供交易服務的網路商業模式，主要分為三種形式：企業對消費者(B2C)、企業對企業(B2B)、消費者對消費者(C2C)，在本專題中主要是針對企業對消費者(B2C)來研究，將傳統的店面模式改為在網路上開店，建立所謂的網路商店購物系統。管理者把商品圖片放置網路上並附上詳細簡介，讓消費者使用親和性的介面選購他們所需的物品。

由於主要銷售的是嬰兒用品，因此我們在網站上定期提供育嬰的相關知識供媽媽們參考。另外設有討論區讓媽媽們可以互相交換育嬰心得。本網站架設的會員系統能除了幫消費者紀錄所有的購物明細之外，也可提供給企業數據來統計，以提供更完善的服務品質。

關於本研究專題在第二章將探討電子商務網站的運作理論以及架構網站使用到的相關技術，如：Apache、Dreamweaver、PHP、MySQL...等，以及探討如何能成功的經營電子商務，電子商務的經營策略；第三章則是探討商務網站系統的架構的實際操作，如何能將網頁、PHP、資料庫系統及網頁伺服器結合順利運作；而第四章將呈現本專題網站架構完成後的系統畫面結果並介紹系統整體所達到的效能；第五章則是本專題研究完成的結論。

第貳章 電子商務之理論與技術探討

第一節 電子商務的定義

廣義而言，只要是經由網際網路行為所進行的交易均可歸納於『電子商務』，如電子商店、電子購物、電子銀行、電子下單及電子證券等。有學者認為廣義電子商務係指透過任何電子媒介或載體來從事商業行為的交易模式，即便是網路購物均得屬之。

(一)Kalakota & Whinston(1997)：認為電子商務係源自於「企業和政府內必須對於計算能力以及電腦科技做更佳的利用，來改善與客戶的互動、企業流程、企業內和企業間資訊的交換」而來，又從不同的角度，對於電子商務的定義亦有所不同：

- 1.通訊角度觀之：電子商務是利用電話線、電腦網路或其他方法來傳遞資訊、產品/服務或是付款。
- 2.服務角度觀之：電子商務是解決公司、消費者與管理階層想要降低服務的成本，又要提高貨物的品質及加速服務的傳遞速度的一種工具。
- 3.企業流程的角度觀之：電子商務是商業交易以及工作流程自動化的一種技術應用。

4.上線的角度觀之：電子商務提供了在網際網路上和其他線上服務的購買與銷售產品和資訊的能力。

(二)David Kosiur(1997)則認為：「電子商務能提供公司短期與長期的利益，電子商務不只能打開新市場讓你接觸新客戶，而且更能讓你在原有的客戶基礎上更快速且便利地從事商業活動」，且提供了讓公司可以找尋新的競爭優勢的機會。

(三)Michael Bloch, Yves Pigneur & Arie Segev(1996)：電子商務是經由數位電子設備，來支援企業進行商業上之任何交易活動。

(四) Kalakot (1996) 說：電子商務是經由使用電腦網路的方式，去搜尋與取得資訊，這些資訊可以幫助個人與企業制定決策。

(五) Ted Haynes (1995) 指出：透過電腦與網路來處理企業溝通與交易的進行方式，就是電子商務。

綜觀以上幾位學者的定義得知電子商務乃是一種透過網際網路的雙向溝通方式，企業可將產品、服務及廣告等訊息，存放在企業所建置的網站(Web Sites)上，透過網際網路，提供給消費者。消費者可以由企業所建置的網站伺服器獲得所需的資訊，並且也能直接在企業的網站上訂購商品或是留置訊息。電子商務之所以能興起，網際網路著實扮演了一個重要的角色。而電子商務是否即將掌控未來的經濟命脈，將讓我們拭目以待。

第二節 電子商務的特性及種類

依據學者 Michael Bloch, Yves Pigneur & Arie Segev(1996)研究指出，對於新的顧客管理策略而言，電子商務系統具有相當重要的價值，其原因為：可直接連接購買者與販售商、買賣雙方資訊可透過數位化式進行交換、不受時間與地點之限制、具有互動性，能動態地適應顧客之行為方式、具有即時更新的功能。

(一)而電子商務具有以下十種特性，歸納如下：

- 1.產品促銷 (product)
- 2.新的銷售通路 (New sales channel)
- 3.節省成本 (Direct saving)
- 4.快速行銷 (Time to market)
- 5.顧客服務 (Customer service)
- 6.品牌或公司形象 (Brand or corporate image)
- 7.新技術的學習與組織實驗室 (Technology learning & organizational laboratory)
- 8.顧客關係 (Customer relationships)
- 9.新的產品創造能力 (New product capabilities)
- 10.新的商業模式 (New business models)

(二)一般而言，我們可以將電子商務分為以下幾類：

表 1 電子商務類型表

類 型	定 義	重 點
B to C (企業對個人)	企業透過 Internet 銷售產品/服務給個人消費者	服務品質 準時交貨
C to B (個人對企業)	消費者透過社群的聚集，尋找 EC 的商機	匯集需求，找到所需的商家
C to C (個人對個人)	買賣雙方透過網站，自行商量交貨及付款	資訊透明化，建立雙方信任機制。
B to B (企業對企業)	“供應鏈”及”配銷鏈”的自動化，以提昇企業之速度及效率。	企業電腦化，配合客戶要求，以服務為導向。

第三節 電子商務的交易機制

隨著網際網路日益普及，電子商務(Electronic Commerce；EC)的運用也愈顯重要，尤其是線上交易，國內外諸多商家在網路上設立線上購物網站，企圖在 Internet 市場上開拓商機，賺取更多業績，在電子商務的環境中，交易安全一直是人們所關心的重點，沒有人會希望在購買東西時，信用卡被盜用因此儘管電子交易對消費者而言相當方便，但再方便的交易方式若暴露在危險的環境下也是枉然，因此交易安全性在電子商務中扮演了一個很重要的關鍵點。

(一)SET 的定義

安全電子交易(Secure Electronic Transaction，簡稱 SET)是一個用來保護在任何網路上付款卡交易的開放式規格，SET 規格融合了從 RSA 資料安全的公開鑰匙編成密碼文件的使用，以保護任何開放性網路上個人和金融資訊的隱密性，含有規格的軟體存在於持卡人的個人電腦及連接特約商店的網路電腦。除此之外，在收單銀行會存在有能解金融資訊碼的技術，以及在認證單位發出數位認證的技術。

它是由 VISA 國際組織與 MasterCard 國際組織，於 1996 年 2 月共同宣佈制定安控規格於網際網路上的交易協定(Protocol)。隨即美國運通(AmericanExpress)，HP，Microsof，IBM，NetScape，VeriSign

等公司紛紛表示加入並支持此一標準。時至今日，SET 已成為國際上所公認在 Internet 電子商業交易的安全標準。

(二)SET 的架構

SET 的架構是由幾個成員所共同組合起來的。分別是 ElectronicWallet(電子錢包)，Merchant Server(商店端伺服器)，Payment Gateway(付款轉接站)，和 Certification Authority(認證中心)。而運用這四個元素，即可構成於 Internet 上符合 SET 標準的信用卡授權交易。其流程如下：

1.認證中心

為一公正、公開的代理組織。接受持卡人和特約商店的申請，會同發卡及收單銀行核對申請資料是否一致。並發出、管理、和取消電子證書並存證。

2.收單銀行

建立特約商店認證、註冊的各項過程。提供安全電子商業的運作規範。運用 Payment Gateway，將來自 Internet 的交易和清算，轉換成現行的信用卡授權和清算訊息。如下圖所示：

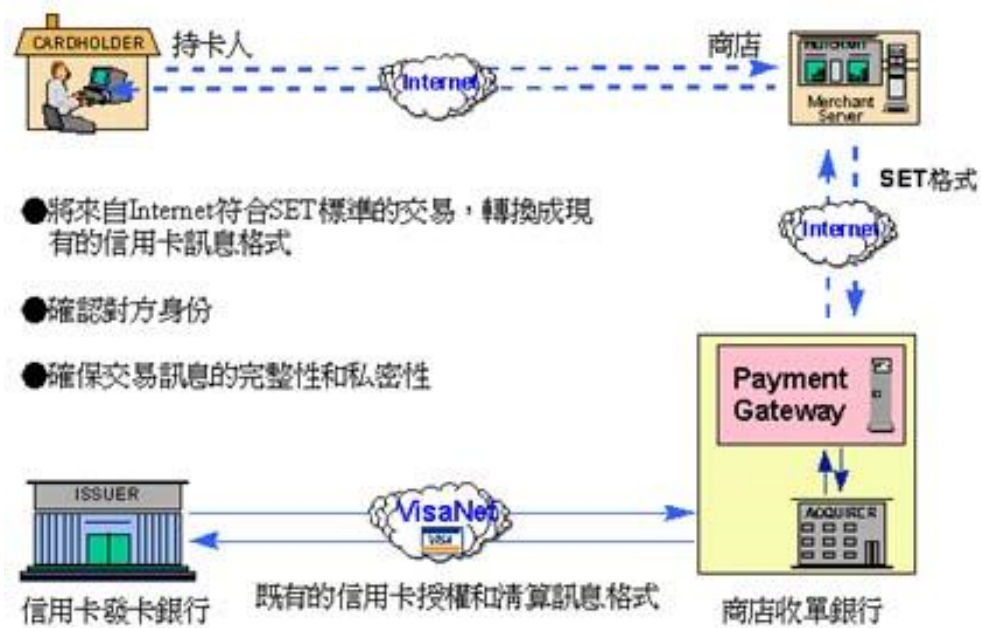


圖 1 Payment gateway (付款轉接站)圖

3.特約商店

與技術提供者合作，發展符合 SET 規格的安全電子商業的 Internet 購物網。由認證單位方面獲得電子證書。

4.發卡銀行

建立持卡人身份認證及授與證書的各項過程。提供安全電子商業的運作規範。

5.持卡人

使用個人電腦、數據機等硬體上網，並配合符合 SET 之軟體向認證中心去申請電子證書。使用電子證書上網購物或接受服務。

6.VISA 國際組織

- (1)協助各國或各區建立電子數位證書的系統。
- (2)協助各各國或各區建立支付通路服務及支援方式。
- (3)發展有關安全電子商業的基本教育及訓練素材。
- (4)協助會員銀行發展安全電子商業的網路架構及主機系統，以支援。
- (5)安全電子商業交易。
- (6)作為電子商業參與者以及 VISASET 科技小組的居中橋樑，回答任何有關 SET 規格的疑問。提供信用卡授權及清算網路系統。

7.技術提供者

- (1) 消費者軟體提供者：開發符合 SET 規格，持卡人所需之上網軟體及瀏覽目錄軟體。獲得國際認證，其認證過的軟體符合 SET 規格。
- (2) 特約商店軟體提供者：發展應用 SET 規格的特約商店軟體。獲得國際認證，其認證過的軟體符合 SET 規格。
- (3) 認證服務提供者：發展應用 SET 規格的電子證書授與及認證軟體獲得國際的認證，其認證科技應用了 SET 規格。

(三)SET 的安全特性:

- 1.私密性：確認資料輸入的私密性。
- 2.完整性：確認訂單付款資料在傳輸的過程中不至於被改。
- 3.身分確認：確認商店及持卡人雙方的身分正確性。
- 4.不可否認：確認交易雙方正確及完整性。

經由 SET 所規範的規格，在網路上交易十分的安全，消費者不必擔心自己的卡號在傳輸過程中遭人篡改，更不用擔心自己的信用卡帳號遭不肖商家惡意更改，在 SET 規格中，商家無法得知消費者信用卡號資料，因此，SET 規格的制度，可以說是保障了電子交易安全，使得消費者能在網路上無後顧之憂的消費，SET 在整個電子商務環境中，扮演了極關鍵性的角色。

第四節 電子商務的架構

架設一個電子商店，可用三種不同的角度來看一個電子商店在網路上所扮演的角色。如下圖所示：

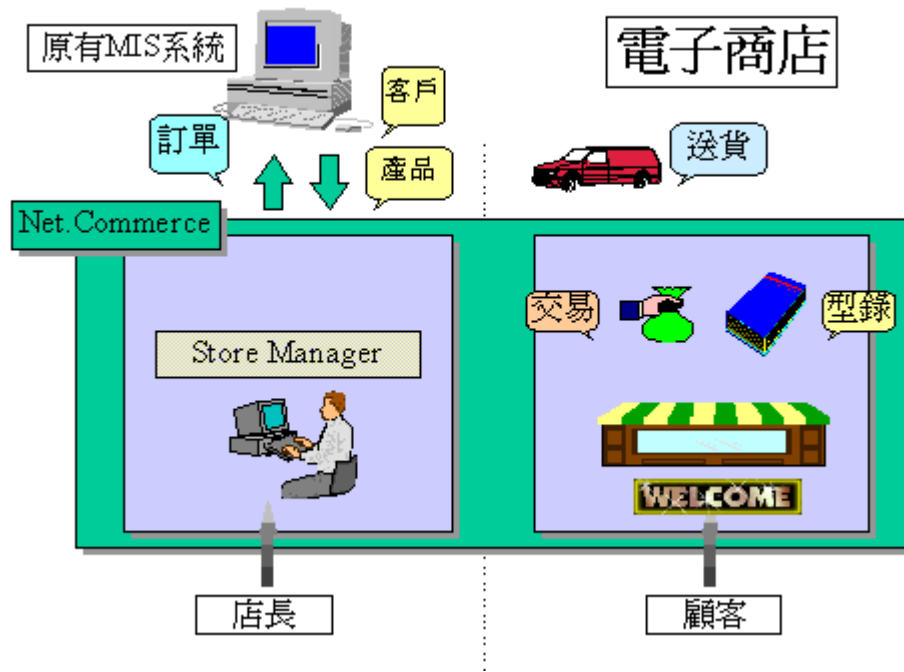


圖 2 電子商務架構圖

(一)消費者：顧客經由網路逛街，從網路上看到商家所提供的型錄及產品內容，並進行交易行為。

(二)商家：由商家在網際網路上的全球資訊網(WWW)上時，將產品及服務推銷到全世界。

(三)MIS 及物流：消費者所採購的訂單，經由電子商店轉到 MIS 及物流系統，以做資料匯整及產品送出。

一般來說，電子商務的任何一筆交易，應包含四個層面：交易的「商流」、配送的「物流」、轉帳支付的「金流」、資料加值及傳遞的「資訊流」。

(一)商流：接受訂單、購買等銷售的工作，還有支援、售後服務等。

(二)物流：指企業內部實體物品流動情形，商品的配送。必須要有快速的配送服務，產品仍可經由傳統的經銷通路；當然有些直接以網路配送，如諮詢、書籍、產業報告、有價資訊等。除產品本身外，所涵蓋包括供應商、製造工廠、配銷點、及最終消費者。在電子商務也是指實體或資訊商品的運送傳遞問題。

(三)金流：交易必牽涉到資金移轉的過程，包括付款、與金融機構連線、信用查詢等等。金流應包括資金移轉與資金移轉之相關訊息，例如付款指示明細、進帳通知明細等。

(四)資訊流(情報流)：針對企業運作流程中資料傳遞與決策控制部分，在電子商務中是核心部分，企業應注意維繫資訊暢通，以有效控管電子商務正常運作。包括商品資訊、資訊提供、促銷、行銷等。

第五節 電子商務網站建構

網際網路即是指將全世界各地電腦主機互相連結在一起的「超級網路」。在電子商務交易的型態中，都需要在網際網路上建立網站作為交易的媒介，而這些網站隨著設立者目標的不同，設計出來的內容與功能亦會隨之不同，有些網站製作的目的是做為公司的商品廣告，有些則是做為企業的資訊服務，甚至有些只是為了提高組織的知名度。不論是何種目的，在網路上架設美觀又功能強大的網站，便是達成這些目標的先決條件。

一個實務上的電子商務網站，除了要有吸引人的使用者介面外，也要提供良好的線上產品資訊檢索與搜尋的功能、便利的付款機制、以及良好的物流系統，它們之間的關係是層層相扣、缺一不可。網站會與公司內的企業資源規劃、客戶關係管理、供應鏈管理等系統串聯在一起，因此網站的設計便要將「整體資源規劃」與「跨平台」的問題考慮進去。

雖然建置一個企業的電子商務網站是如此的複雜，但企業要在網際網路上銷售產品或傳遞訊息，最基本的工作就是要將其產品訊息資料，以網頁的形式存放在一個網頁伺服器上，想要在網路上消費或查詢資訊的使用者，則會利用瀏覽器透過一個叫做 HTTP(Hyper Text

Transfer Protocol)的通訊標準來瀏覽商家的網頁內容。若是商家的產品資訊是存放在資料庫中，網頁中則需要使用到一些「動態網頁」的技術，例如 ASP(Active Server Page)、CGI(Common Gateway Interface)或 PHP(Hypertext Preprocessor)等，以取得資料庫中的資料，然後再以 HTML 標籤格式回傳給使用者的瀏覽器顯示。

以上為網站的運作流程，接著是電子商務最重要的部份「網頁設計」。撰寫與程式一樣，都需要選擇使用的編輯語言，目前最為大家熟知與普遍使用的網頁編輯語言就是 HTML (Hyper Text Markup Language)。一份 HTML 文件通常會包含「訊息內容」與「標籤」兩個部份。「訊息內容」是此網頁所要傳遞的資訊主體，「標籤」則是指這些「訊息內容」呈現的樣式。至於瀏覽器的主要工作，便是解讀這些「標籤」，並將「訊息內容」依照標籤所指示的格式，適當的呈现在瀏覽器使用者的螢幕上。

第六節 經營管理探討-行銷策略

此專題我們以零到二歲的育嬰用品為主題，而在這項商品特性中最大的瓶頸就是不具有長期購買、大量消耗的需求及特定的少數消費群，所以開發新的客戶成了很大的課題。其實這也是許多電子商務網站中能不能生存的關鍵。以下，我們將針對網路行銷策略作探討：

(一)便利、安全

與傳統的實體店面比較，在電子化的購物環境中，資訊的流通非常的快速，消費者憑藉著許多的管道可以獲得許多的產品資訊，除了對產品的掌握十分的清楚之外，比價的速度更是在短短的時間之內可以完成，同樣的商品價格較低的理所當然會被採納，所以不理智的經營者會不斷的剝削利潤、降低價格，讓消費者購買產品。但是，在將時間拉長來看，商品未獲得應有的利潤，只會加速減短網站經營的壽命。如果管理者能轉向思考，如何讓消費者有更便利、安全的購物環境，因應現代人忙碌生活的步調，這才是受消費者傾賴的長久經營之道。

(二)善用廣告-電子報、關鍵字搜尋、連結

目前網路廣告的方式中，以散發廣告信為居多，但是廣告信的方式已逐漸被大眾所排擠，大家通常開信箱的第一件事就是刪除掉所有廣告信，刪除都來不及了更何況要吸引大眾打開信箱呢？

如果能換個方式，例如訂閱電子報、購買關鍵字搜尋...等其他方法，使消費者的接受度提高，而不是一昧的濫發廣告信。

關鍵字搜尋引擎的運作方式在此做簡略的介紹；搜尋引擎靠著搜尋機器人(Search Boot)抓取全世界的網頁，再從抓取回來的網頁中繼續的抓取網頁中的連結，搜尋引擎利用網頁的 Title Tag、頁面出現關鍵字的次數及被其他網頁連結的次數及品質來計算，當出現的次數愈多，網站出現的排名也愈前面。因此，除了花錢購買之外，我們也可以善用連結並且到搜尋引擎登記註冊，增加網站曝光率。

(三)多功能性經營

在一個電子商務的網站中，我們常常看到站內有設置討論版、投票區或是部落格，這些網站所賣的不只是商品，也是一種服務。網路上著名的手機販賣網站「手機王」，就是這種類型的網站。

(四)建立自有品牌

在相同的產品中選擇購買我們的商品呢?或者是讓消費者寧可花多一點的錢也要選擇我們的商品呢?在良好的經營管理之後，電子商務最終的目的就是建立自己的品牌。留住回流的客源，並以口碑吸引新的客戶群加入。

第參章 系統架設軟體之技術探討

第一節 網站技術探討-MySQL 及 phpMyAdmin

「MySQL」的發音是「My Ess Que Ell」。約於 1990 年開始嶄露頭角，由於當初的 mSQL 功能有限且不具足夠的使用彈性，位於瑞典的 TcX 公司發展出這套系統，並開放原始碼授權，在非營利單位使用是免費的，但某些版權需要付費購買，而授權費使用於該系統的研發，使得該軟體在技術面的有很大的突破。

MySQL 是一套可應用的關聯式資料庫管理系統(Relational Database Management System, RDBMS)，所謂的關聯式資料庫，需符合下列規則：

- (一)在 Table 中的記錄為 Tuples；每筆記錄的資料必須遵守同一種格式，該群組的型態已被定義，並且不容許出現相同的 Tuples。
- (二)每筆記錄中的資料必須是 Atomic Value；意指這些資料值具有不可分割性質，或是如再行分割，則該資料不具任何意義。
- (三)Table 之間的相互參照必須完整且合理的；例如，當刪除某筆資料時，其所附屬的其他資料也必須刪除。

而 MySQL 系統為主從式(Server/Client)的架構，並以多執行緒(multithread)運作系統；當每一個與資料庫建立連結時，client 不能直

接對資料庫做存取，而是發出一個連線要求，server 端就會產生一個 thread 或是 process 來處理 client 端的請求，每一個 client 端都可以在 server 有自己的執行緒、執行空間。(見圖 3 MySQL 架構圖)

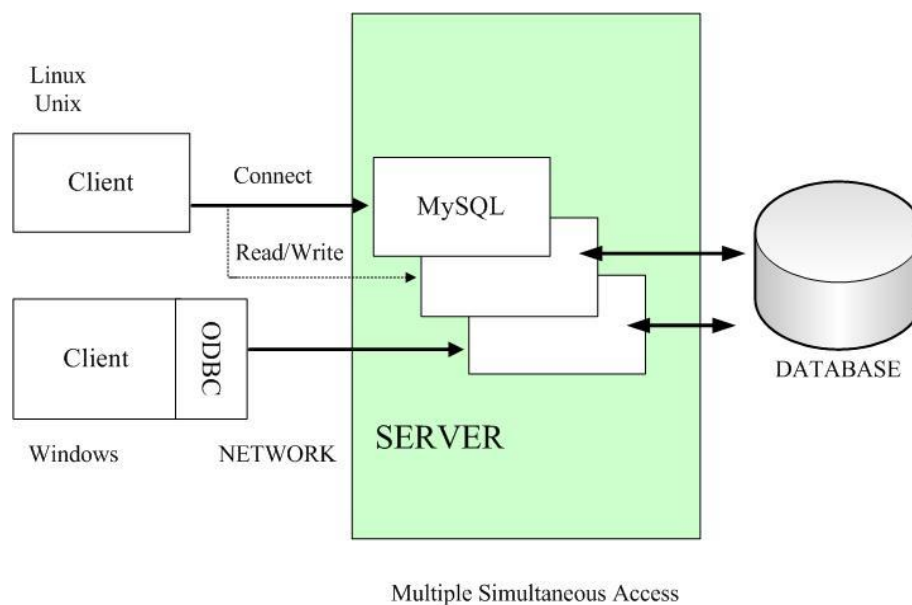


圖 3 MySQL 架構圖

MySQL 支援結構化查詢語言，其主要區分成三大部分：

- (一)資料定義語言(Data Definition Language ; DDL)：用來定義資料庫的綱要與結構。建立及定義資料表、資料欄位、及索引等。
- (二)資料處理語言(Data Manipulation Language ; DML)：用來處理資料庫的資料。提供資料的查詢、排序、及摘錄資料等功能。
- (三)資料控制語言(Data Control Language ; DCL)：用來控制資料庫的資料，提供資料的使用權限的功能。

MySQL 的功能非常強大，除了可以在多種平台上運行(Window、Solaris、Linux、FreeBSD...等)，並且可以與其他的程式語言做結合，例如：C、C++、Java、Perl、PHP 等語言。MySQL 的體積小，資料檔案容量小，且執行速度比一般的資料庫更快，發展至今，仍有些許的瓶頸需要突破：

1. 提供較佳的操作管理介面。
2. 功能上的加強，例如：排程設定、Stored procedure。
3. 提高穩定度。

本系統採用 phpMyAdmin 來管理系統中的資料庫，phpMyAdmin 是一套用 PHP 寫出來的 MySQL 管理程式，只要有支援 PHP 的網站伺服器都可以使用 phpMyAdmin。對於不熟悉 MySQL 命令列指令的人來說這是一套很好用的管理工具，其提供 web 化的管理介面，功能有：瀏覽、編修資料庫的內容、結構、也是供使用者備份及回復資料庫內容、使用者管理...等。

第二節 網站技術探討-Dreamweaver

Dreamweaver 是一套網頁編輯軟體，具有介面人性化的網頁編輯軟體及管理工具，使用者不需要了解傳統網頁程式的語法，可在模板上直接點選所需的功能按鈕。

Dreamweaver 也開發了許多不同的環境與其他軟體整合，例如：html、ASP、JSP、PHP 語言，使用者也可插入 Flash 的.swf 動畫文件和 Firework 設計的 HTML 文件，讓網頁更加活潑。

其最大的優點就是具有“設計互動式網頁”的功能；可以利用 Dreamweaver 的“圖層”(Layer)和“時間軸”(TimeLine)功能，來讓圖片或文字隨意地在網頁中自由移動。移動的方式可以是繞著所設定的路徑(path)移動，也可以是左右或直線的移動。為了讓文字及圖片可配合滑鼠的點選有更多的變化，當滑鼠經過文字或圖片，Dreamweaver 也提供設計會產生變化的動態效果。

此外，Dreamweaver 提供的“樣板”功能，只要設計一份樣板做為樣版網頁，且設定可編輯區域，然後將網頁儲存為樣版檔(副檔名為.dwt，php 網頁類型的樣版檔名為 normal.dwt.php)，所有就可以將網頁“套用”於這些樣板，再修改相關的樣板，所有套用此樣板的網頁，就可以自動更新。這項功能對於設計者更容易修改和管理維護大

型網站或多網頁的網站。

在設計網頁時，通常會為每個網頁設計專屬的樣式或格式，利用 CSS 樣式表獨立撰寫成一個檔案，往後利用外部連結的方式，套用至使用的網頁中，為每個網頁設計專屬的樣式或格式，例如字體大小、行距及間距、超連結文顯示狀態、固定網頁圖片、表格框線及顏色…等設定，利用 CSS (Cascading Style Sheets) 可以快速將所有頁面套用想要的設定，讓美化網頁的步驟更簡化。

CSS 的基本語法，舉例簡述之：

HTML 標記可為任何標記，多個 HTML 標記間以連號(,)分隔；屬性定義為大括弧部份，多個屬性定義間以分號(;)分隔。

HTML 標記{ 屬性名稱：屬性設定值 }

如：H1,H3{ font-size: 12px; line-height: 20px;color: #FF9933; }

第三節 網站技術探討-PHP

PHP 的全名是 Hypertext Preprocessor，常用於撰寫網頁程式的語言。最初是在 1994 年(PHP Tools)開始對外發表第一個版本，此時的 PHP 只能提供一些陽春的功能(留言板、計數器...等)。而在 1995 年時第二個版本發行，與 MySQL 整合，才開始在動態網頁上稍有名氣。直到 PHP3 與 Apache 網頁伺服器結合，加入了許多的新功能，才成為動態網頁程式的主流。

PHP 主要運用在下列這三個部份

(一) **伺服器端的程式語言**：PHP 大多數被使用在這個地方，要運用在這個地方你必需要有三樣東西，一個是 PHP 的剖析器(CGI 或 Server 模組)，一個是網站伺服器，還有一個則是網頁瀏覽器，如此就能透過伺服器來瀏覽 PHP 網頁。

(二) **Command line scripting**：若 PHP 在一個任何伺服器或是瀏覽器的地方執行，只需要使用到一個 PHP 剖析器即可。這種大多是使用 cron 指令(在 Unix 或 Linux 系統上)，或是使用排定的工作(Windows)來定期的執行程式，這些程式能夠運用在簡單的文字處理工作。

(三) **撰寫用戶端 GUI 應用程式**：PHP 也許不是個用來撰寫視窗應用程式最好的語言，但如果相當的了解 PHP，可以使用 PHP 最新的特

色，使用 PHP-GTK 來撰寫用戶端的應用程式，PHP-GTK 也可以撰寫出跨平台的應用程式。

在動態網頁上，PHP 的功用不單只是輸出 HTML 文件而已，還包括了輸出圖形、PDF 檔、及 Flash 檔。或者是輸出一些文字(XHTML 及任何其它的 XML 檔)，PHP 可以產生出以上這些檔案，並且將它們儲存在伺服器上。PHP 也提供了相當多的協定，像是 LDAP、IMAP、SNMP、NNTP、POP3、HTTP、COM 等等，還有其它相當多的擴充模組可以使用。

PHP 能使用在大多數的作業系統，像是 Linux、HP-UX、Solaris、Open BSD、Microsoft Windows、Mac OSX、RISC OS... 等等都能使用。並且可以在大多數的網站伺服器上執行，像是 Apache、Microsoft Internet Information Server、Personal WebServer、Netscape and Planet servers、Oreilly Website Proserver、Caudium、Xitami、Omni HTTPd。在大多數的伺服器中，PHP 被編譯其中的一個模組，但 PHP 也能編譯成 CGI 模式，使 PHP 成為一個 CGI 處理程序。

第肆章 電子商務系統建置環境呈現

第一節 系統架構

本系統建置於開放式的網路環境中，其架構主要切割三個部分；前台使用者操作系統、後台管理系統及資料庫系統，以下我們將對這三部分做詳細的介紹：

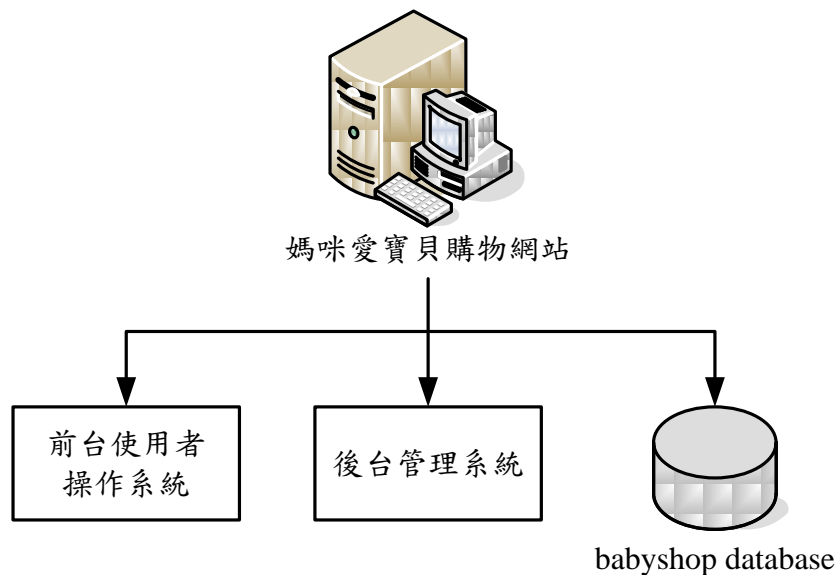


圖 4 系統架構圖

(一)使用者系統架構

此系統主要的目的是讓使用者介由 web 畫面登入，使用本系統所提供的各項服務，此網頁採用樹狀結構，主頁為 index.html，根據其不同的服務連結至 aboutup.php、mommynews.php、products.php、information.php、member.php 及 shopping.php 頁面。

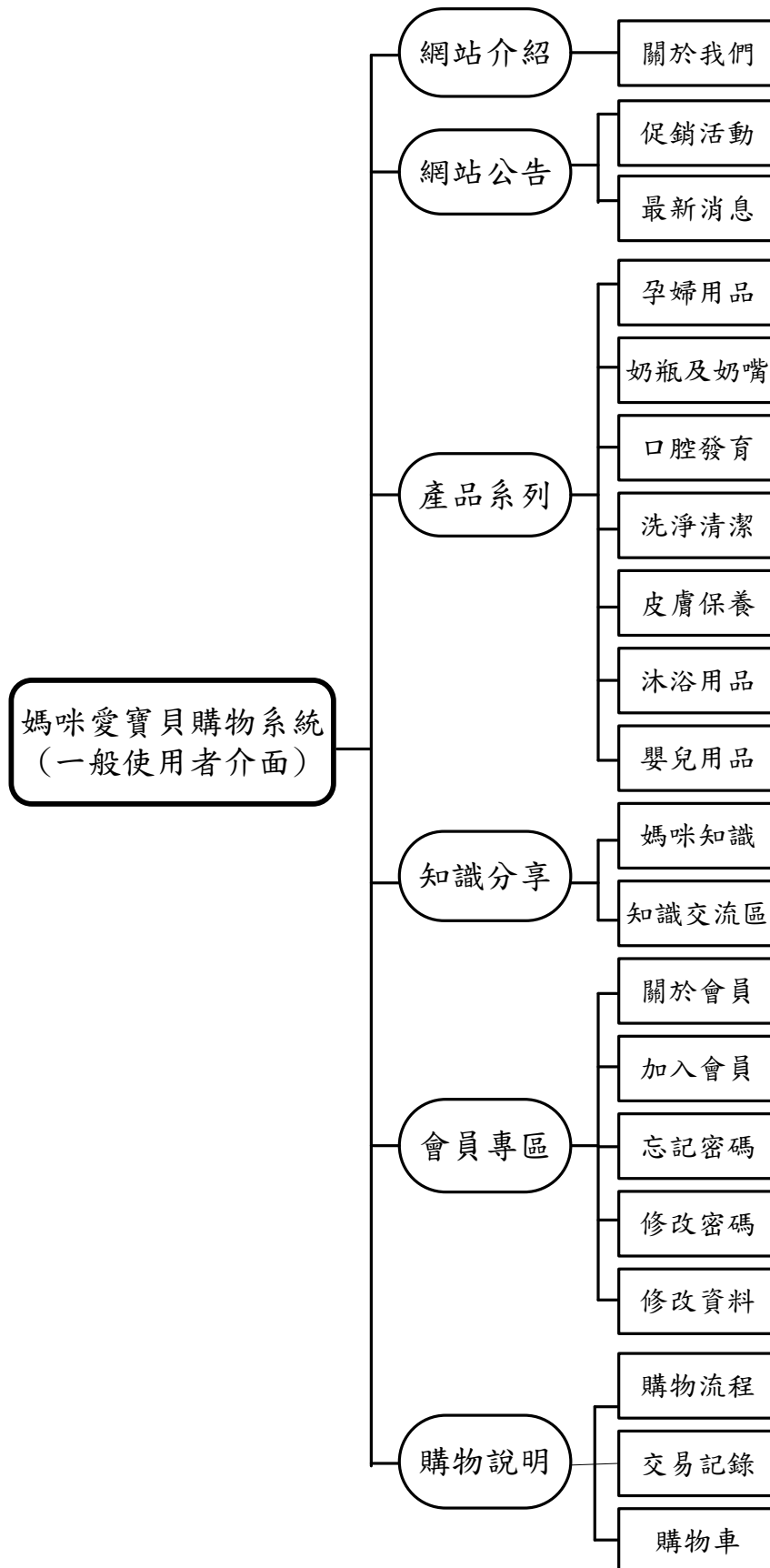


圖 5 使用者系統架構圖

此系統採用樹狀結構，主要針對商品目錄、客戶訂單、各類報表及系統工具(廣告類、mail、電子報) 之管理服務，需經身分驗證後方可登入使用。

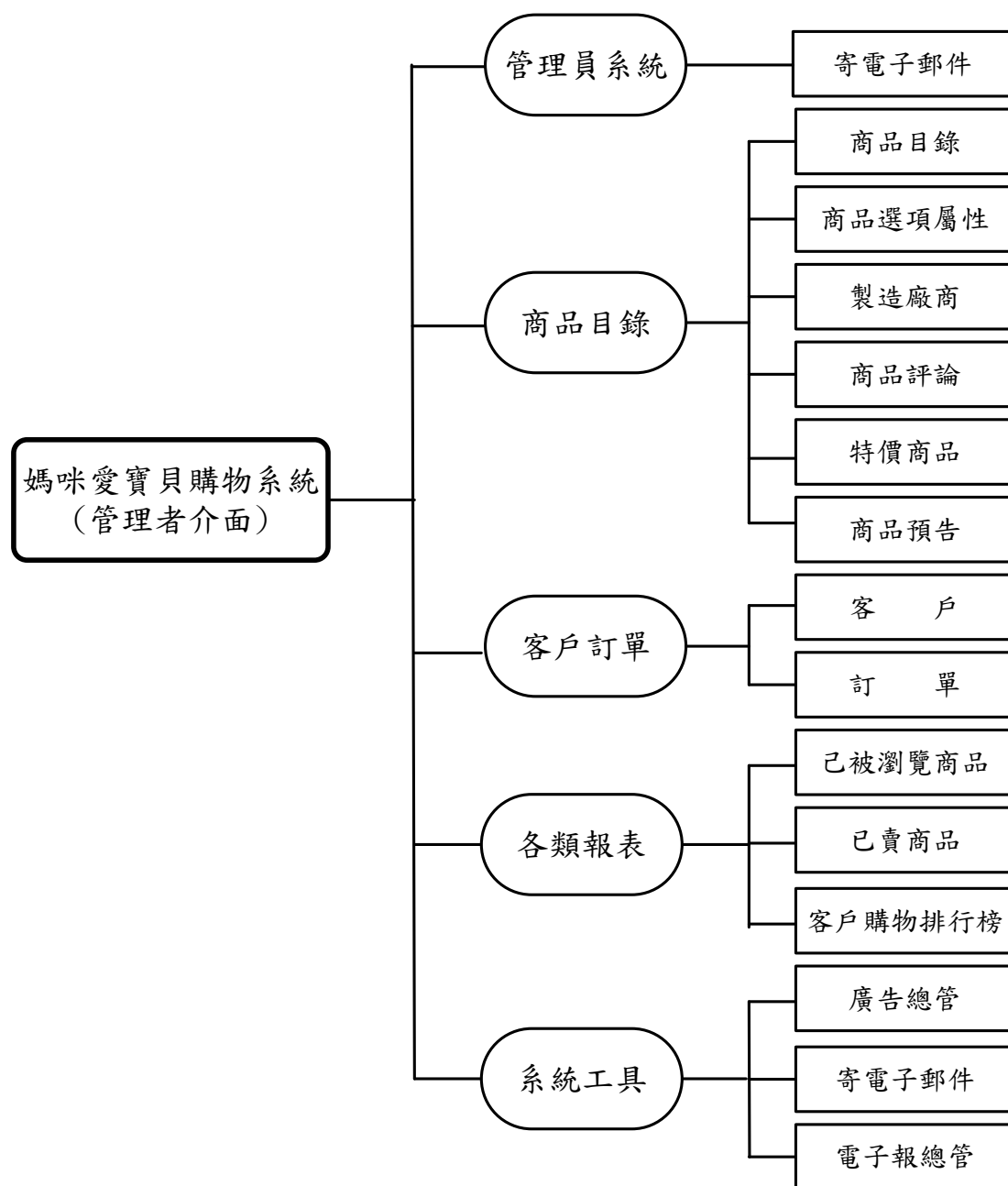


圖 6 管理者系統架構圖

(二) 資料庫系統

本資料庫採用標準的關聯式資料庫，在每張資料表中均設有一個主鍵(Primary key)做為識別欄位。在資料庫中並沒有建立實質性的關聯，而是在撰寫程式時依需求賦與關聯，以下為本系統資料表關聯圖及其檔案描述。

➤ 關聯圖-商品資料表及商品分類資料表

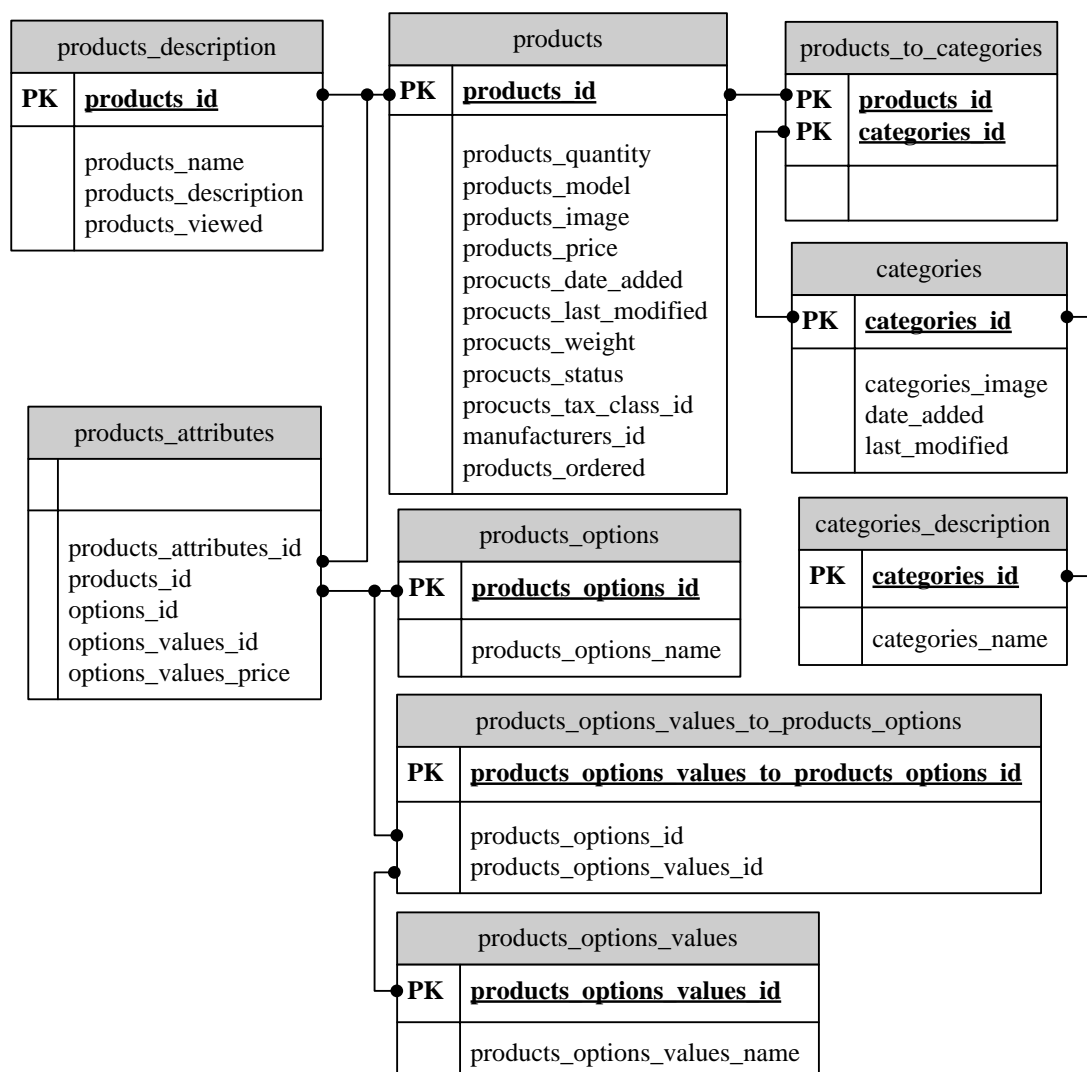


圖 7 資料庫關聯圖-商品及商品分類

➤ 會員資料表及購物車資料

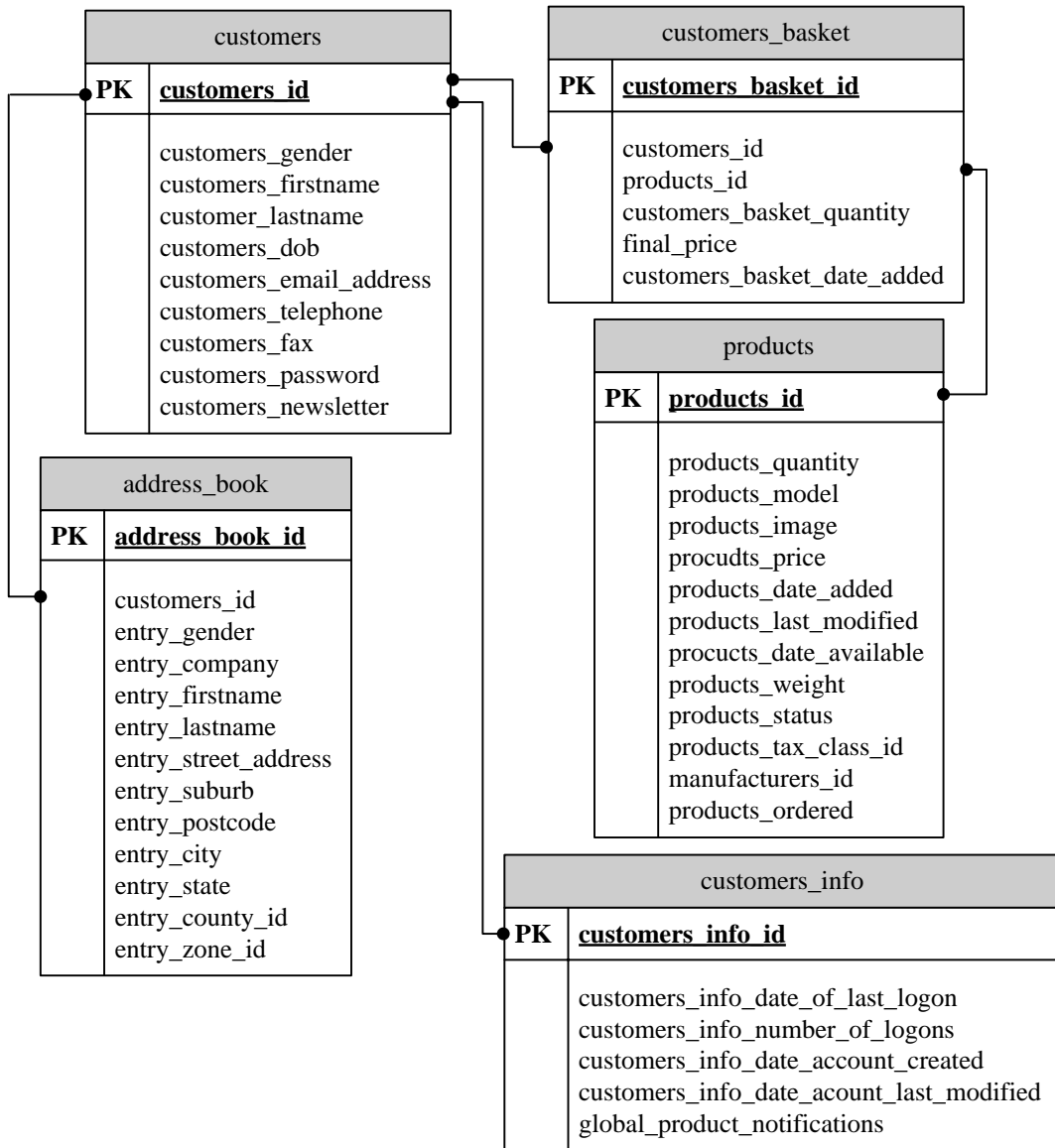


圖 8 資料庫關聯圖-顧客及購物車

➤ 訂單資料表

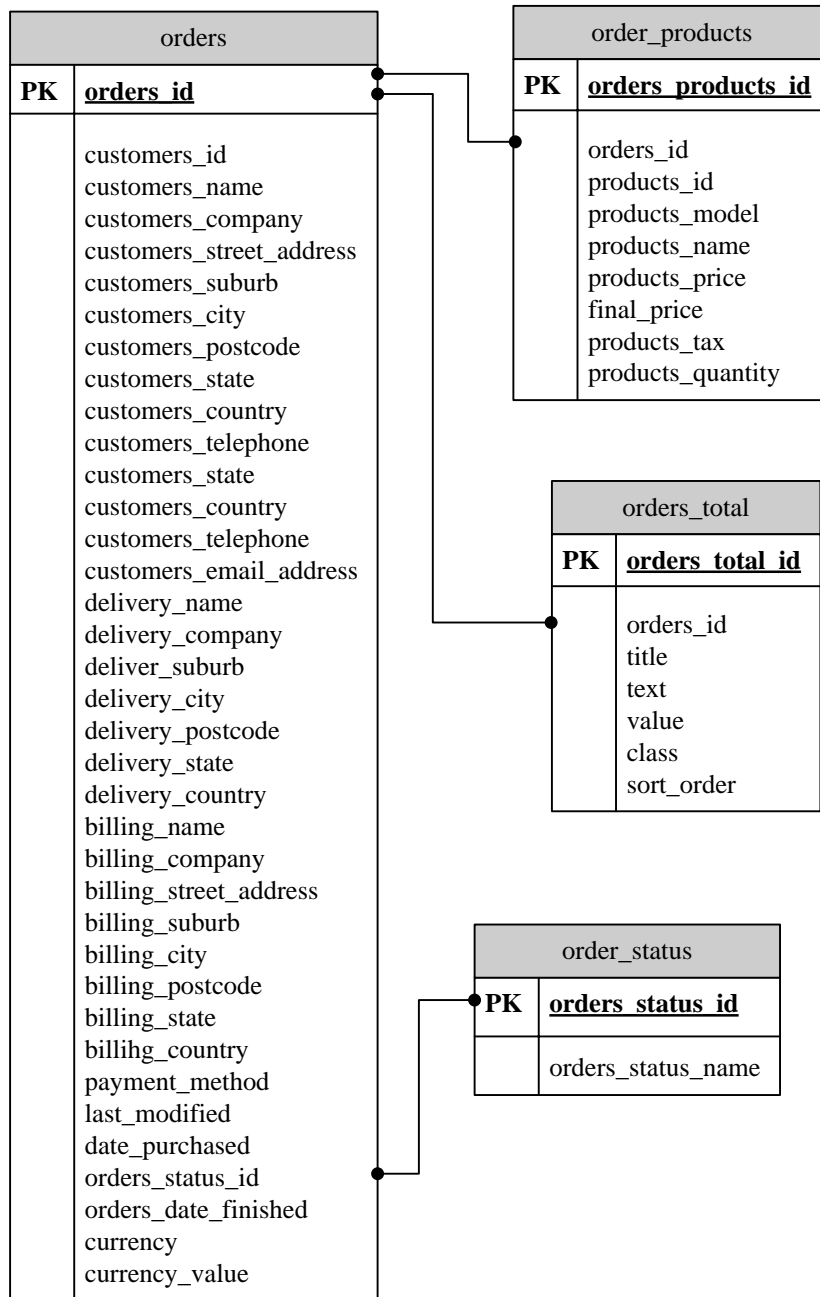


圖 9 資料庫關聯圖-訂單資訊

➤ 資料表描述：(見附錄一)

第二節 系統運作方式

(一) 使用者

使用者可藉由網際網路連線到媽咪與寶貝的網頁伺服器，存取相關的網頁，當網頁伺服器收到使用者的要求時，會將要求的內容轉給 PHP 引擎處理，PHP 引擎處理時會根據內容存取資料庫或是檔案系統搭配使用。然後將處理過後的資料再回傳給網頁伺服器，透過網際網路送回給使用者。

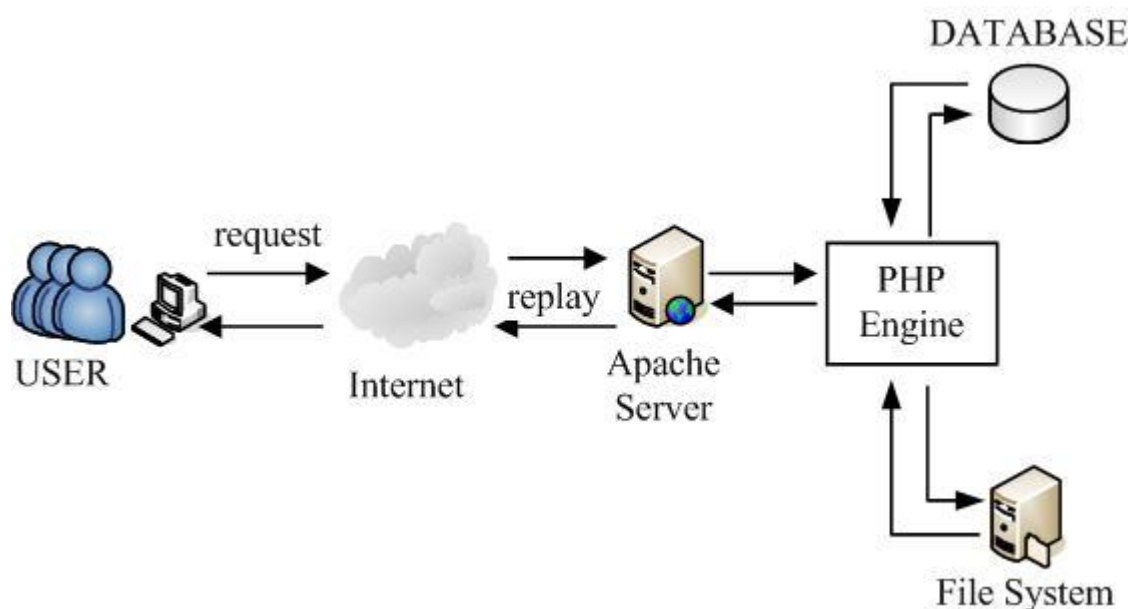


圖 10 系統運作圖-使用者

(二) 管理者

管理者可透過網際網路(remote)或是本地(localhot)連線到網頁伺服器、資料庫、檔案伺服器做管理。

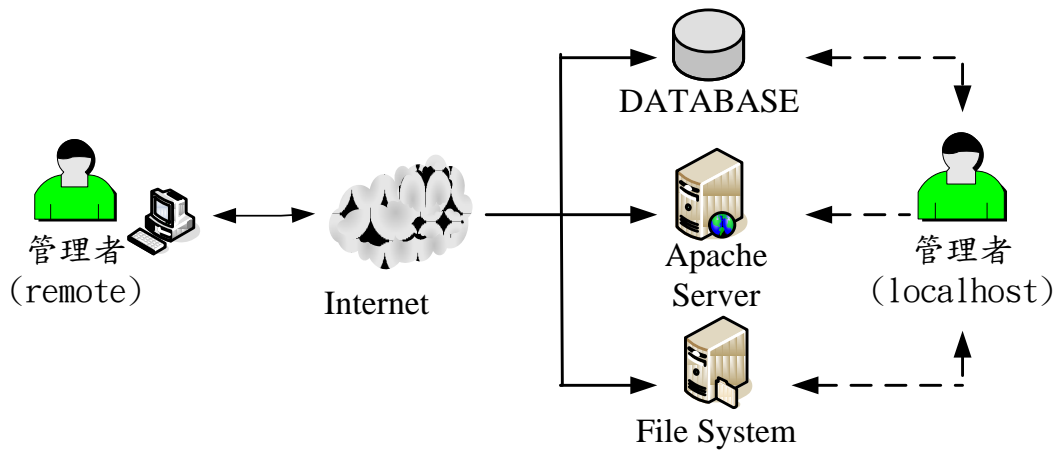


圖 11 系統運作圖-管理者

第三節 系統建置流程

系統分析與設計是一系列有組織之處理程序，目的是將需求轉換成有組織的使用者介面、問題處理與知識等元件。常用的分析與設計技術可分為兩種：結構化技術與物件導向技術。

結構化技術：主要用於系統開發過程之分析與設計階段，以結構化塑模為工具幫助系統分析師進行資訊系統之描述與驗證。結構化技術流程與資料分開處理。

物件導向技術：以統一塑模語言(Unified Modeling Language, UML)為工具，進行資訊系統之描述與驗證。物件導向技術將流程與資料合併處理，並將之封裝成物件。物件導向之另一特徵是繼承的概念，也就是當物件類別之層級結構被建立後，低層物件可繼承上層物件之性質，以減少因需求改變而造成相關程式之修改等。

(一) 本系統之分析方法

我們是採用結構化分析的技術規劃系統分析，利用系統開發生命週期(SDLC-system Development Life Cycle)的階段架構，來進行規劃、分析、設計、製作以及支援一個資訊系統，我們之所以選用結構化分析來開發系統，是因為此技術容易了解，能夠從圖形迅速的看出工作流程以及資料流程，可以幫助我們設計的時候能循序漸進，不易混淆產生錯誤，並且讓我們知道哪些地方需要再作加強修改。

(二) 系統架構規劃

在系統分析與規劃的過程中，除了資料流程圖之外，通常需要建立一個明確的系統架構說明，以方便管理者能夠容易了解各個系統的主要功能，藉由分析其主要功能項目來提供一個具體的輸出輸入描述。

(三) 本系統分析流程簡述如下：

- 1.調查-定義本系統所要達成的目標及系統限制、風險，並訂定系統執行的方案。
- 2.需求分析-針對功能、人機界面、軟硬需求、系統配置做分析。
- 3.系統設計-評估各個系統的功能，經過討論予以修改，確認各個子系統需求。本專題將整個系統分為：會員操作使用系統、購物車系統、後台管理系統、資料庫系統。
- 4.實作系統-將上述分析之系統實作於建構的環境，包括環境建

置、網頁建置、資料庫建置、程式碼撰寫。

5.測試-對於實作之系統進行一連串驗證檢查之工作，找出錯誤的地方加以修正，避免系統出錯。

6.維護-系統建置完成後，經實際上线運作後所發現之錯誤加以改正。(見圖12 系統建置流程圖)

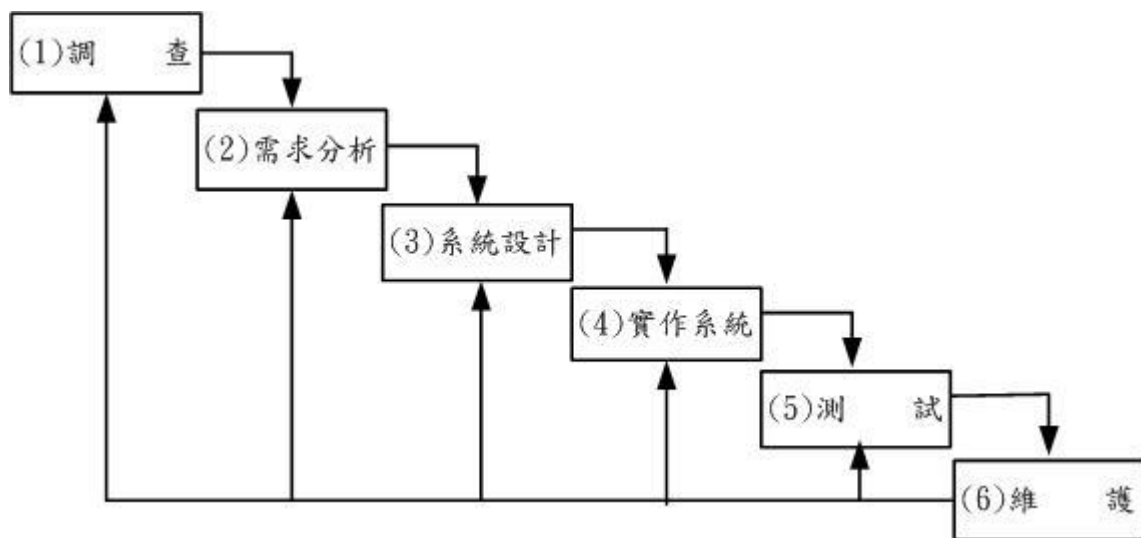


圖 12 系統建置流程圖

第四節 系統功能簡介

(一) 使用者介面 - 功能簡介

(1) 關於我們

此區是介紹網站的成立宗旨、緣由，以及服務相關內容、聯絡方式…等等。

(2) 媽咪新知

- 促銷活動：使用者可以瀏覽到目前最促銷的產品以及最新的活動訊息。
- 最新消息：使用者可以瀏覽目前最新的消息或是過去的舊有公告。

(3) 產品系列

本系統將產品分為孕婦用品、奶瓶及奶嘴、口腔發育、洗淨清潔、皮膚保養、沐浴入浴、嬰兒玩具…等七大類別，用者可明確的按照需求選購商品，選購時使用者可將商品加入至購物車內，直到選購完畢再做結帳。在本專區使用者只要輸入要查詢的產品或關鍵字，系統會自動搜尋網頁上的資料，然後把查詢到的資訊快速的展示出來。

(4) 媽咪教室

- 媽咪知識：不定時提供育兒相關知識以供使用者閱覽。
- 交流專區：讓會員可以在此互相討論有關育兒知識相關的想法以及相關事物。

(5) 會員專區

- 關於會員：介紹如何加入會員，以及成為本網站的會員的權利及優惠。
- 加入會員：此為加入會員之入口介面，使用者填入相關資料，經本網站查核成功後即可成為本網站會員。使用者透過註冊成為網站的會員，會員之帳號密碼需經由管理者授權核發才能生效。
- 忘記密碼：當使用者忘記密碼時，可用登記之 email 進行查詢，本系統接獲查詢之要求後，會將密號密碼寄至該信箱。
- 修改密碼：會員經驗證後可修改登記之密碼。
- 修改資料：會員經驗證後可修改登記之基本資料。

(6) 購物說明

此為系統為整體網站所強調的功能，也是中心主題之一。使用線上交易系統前，必需請先完成線上交易開戶，並且閱讀線上交易相關的注意事項，為了讓消費者的交易安全考量，登入後如逾時

過久未執行任何動作,本系統將視為作業逾時,密碼重新登入。

- 購物流程：詳細列出訂購產品的方式、付款方式、運送方式、運費計算、出貨收貨、注意事項、退換貨方式…等等。
- 購物車：讓每位消費者擁有一個專屬的購物車空間，消費者可先將喜歡的商品，先置入購物車，並且可進行增加產品及刪除的功能。不必立刻結帳，系統會保留購物車的清單，直到您下一次的登入，產品清單仍會存在著。
- 交易記錄：使用者登入後，可由此查詢歷史購物資料，以及訂單處理進度。

(二) 管理者介面 - 功能簡介

(1) 管理員系統

- 管理員群組：新增、刪除、修改管理者名單，基於安全考量，針對不同的管理者給與不同的使用權限。admin@localhost 為最高權限管理員。

(2) 系統設定

- 我的商店：設定系統執行之參數值。

(3) 商品目錄

- 商目目錄：針對不同類別的商品進行管理，管理者可由此將商品上架、下架、修改商品之狀態。
- 商品評論：管理使用者上傳分享之使用心得。
- 特價商品：商品上架之後，使用者可在此針對特定的商品推出特價，或是新上架特價商品。
- 商品預告：此項功能主要是針對尚未上架之商品作廣告的動作，管理者可先藉由預告的方式推銷商品。

(4) 客戶/訂單

- 客戶：管理已註冊會員之資料
- 訂單：管理訂單資料，可針對訂單內容編修，並且列印收據、列印訂單之單據及訂單處理進度之管理。

(5) 各類報表

使用者選購商品時，系統會將點閱率、購買數量記錄成表，以供管理決策者針對特定商品進行行銷管理。

- 已被瀏覽商品：商品點閱率之統計。
- 已賣商品：商品銷售成績之統計
- 客戶購物排行榜：客戶購物金額之統計。

(6) 系統工具

- 寄電子郵件：管理者可在此編修電子郵件至客戶信箱
- 電子報總管：管理者可在此編修電子報，並藉由此介面將電子報發至特定客戶信箱。
- 線上客戶：管理者可由此得知線上的會員資訊。

第五節 系統操作流程

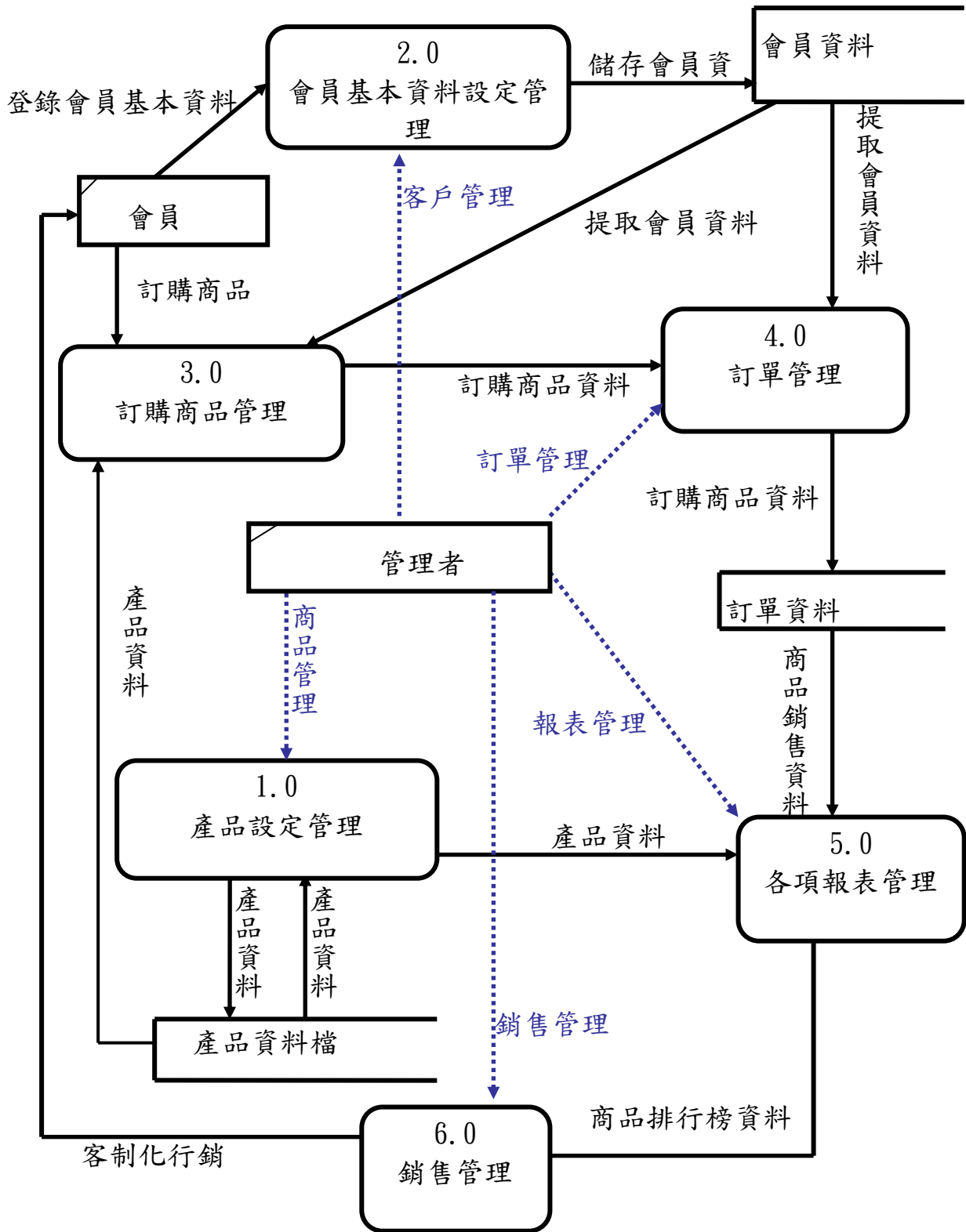


圖 13 系統操作流程圖

1.0 產品設定管理

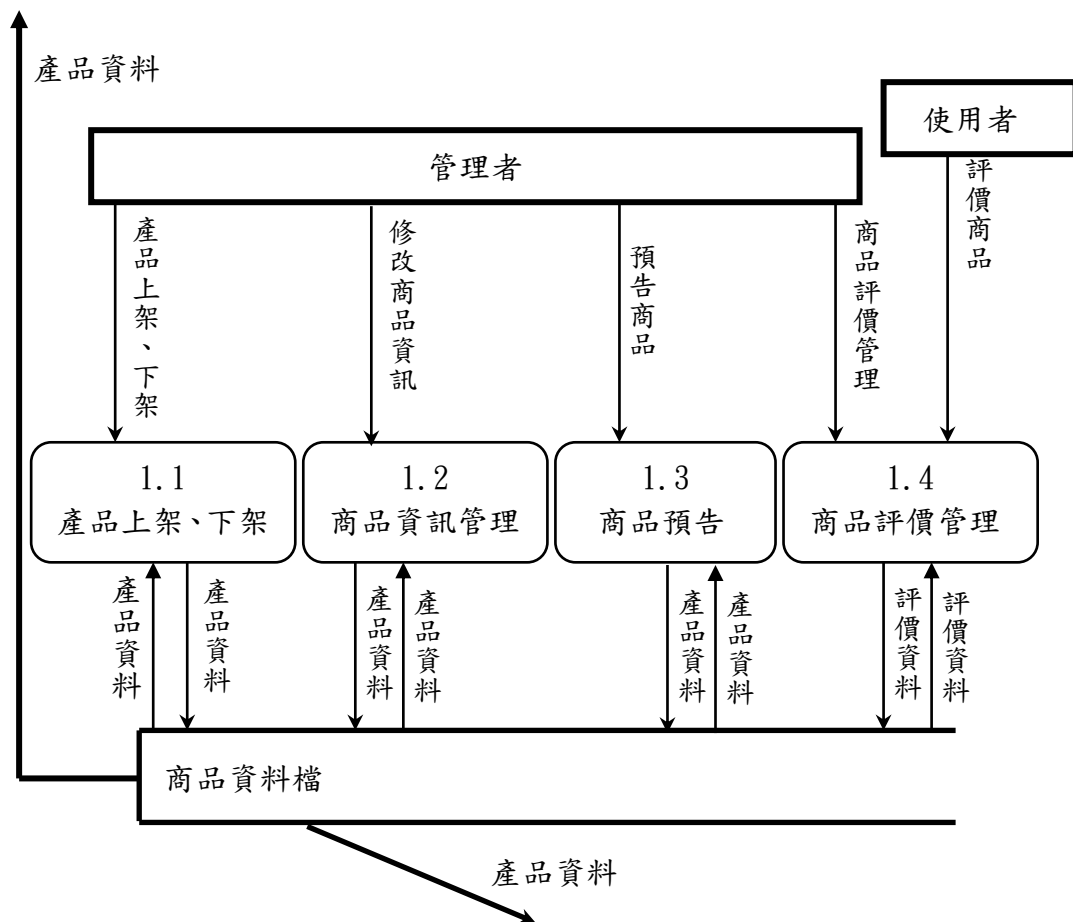


圖 14 流程圖-產品設定管理明細

2.0 會員基本資料設定管理：

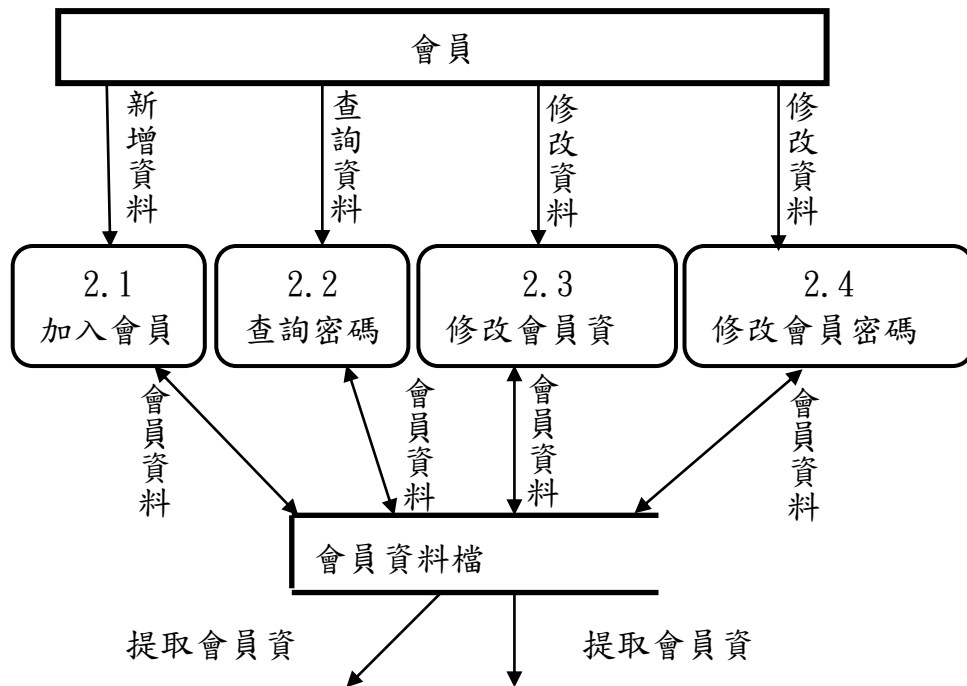


圖 15 流程圖-會員基本資料設定(使用者)明細

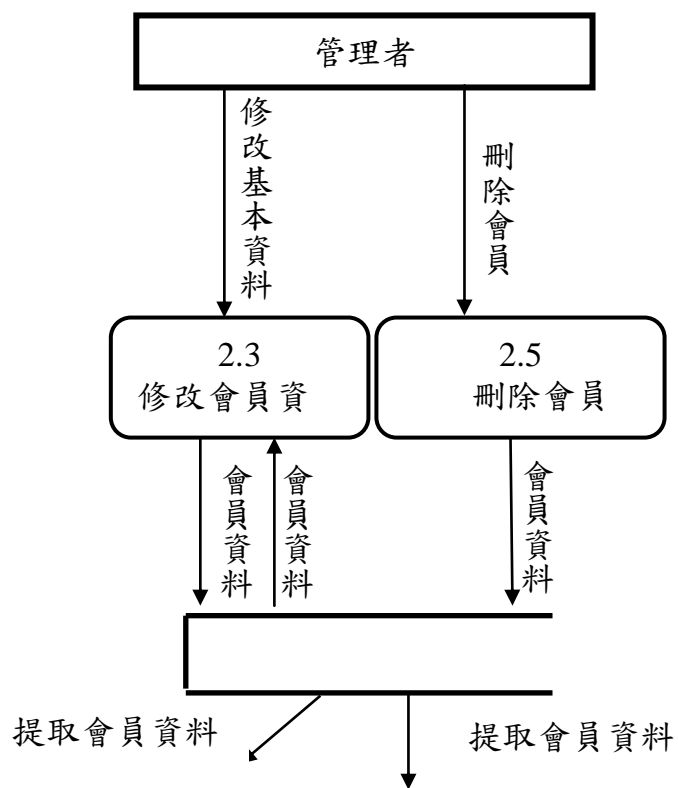


圖 16 流程圖-會員基本資料設定(管理者)明細

3.0 訂購商品管理

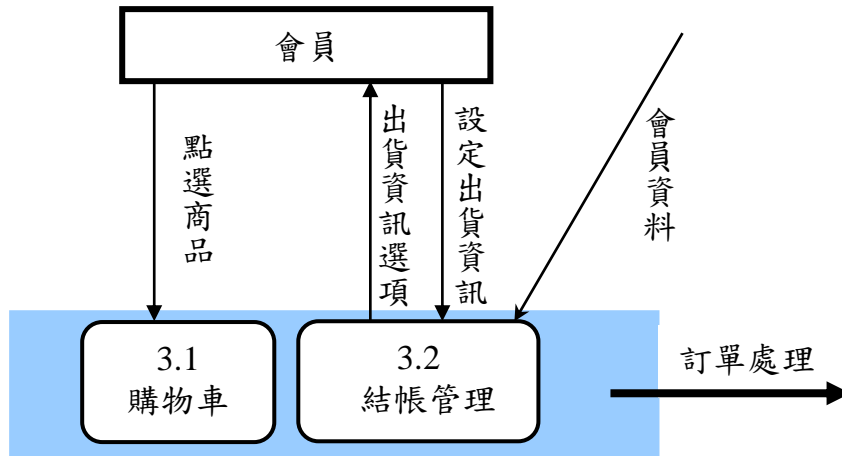


圖 17 流程圖-訂購商品管理明細

4.0 訂單管理

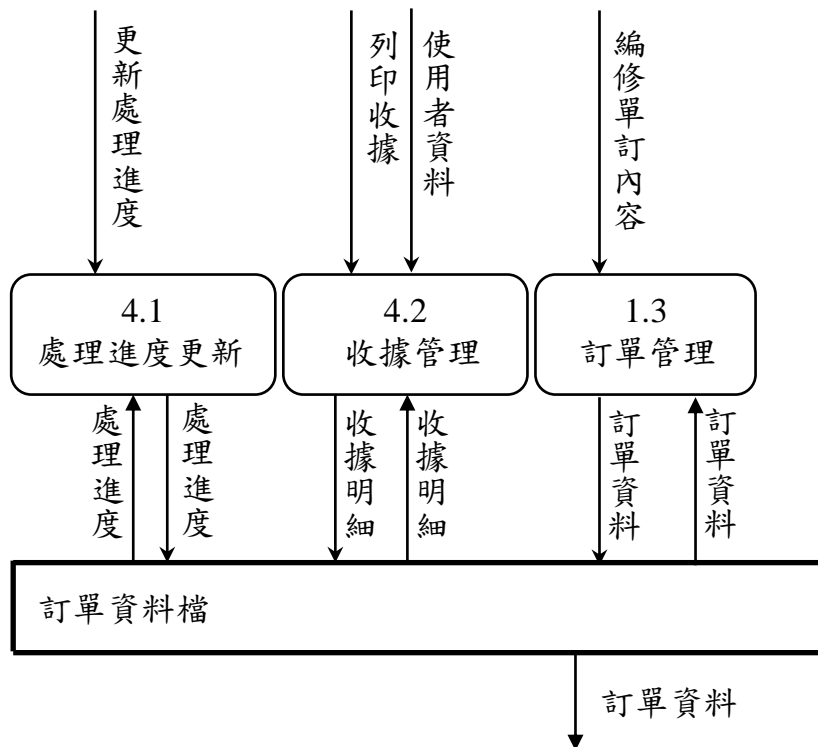


圖 18 流程圖-訂單管理明細

5.0 報表管理

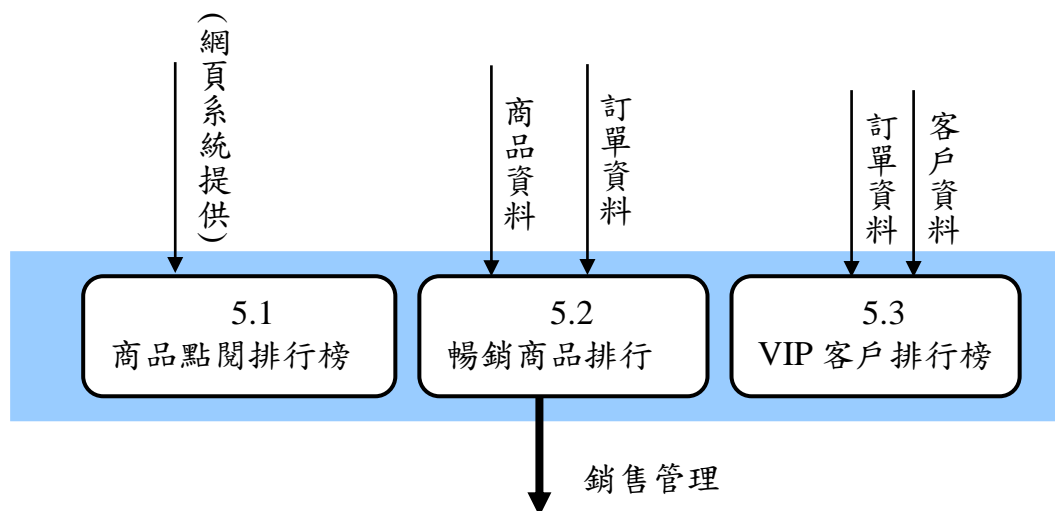


圖 19 流程圖-報表管理明細

6.0 銷售管理

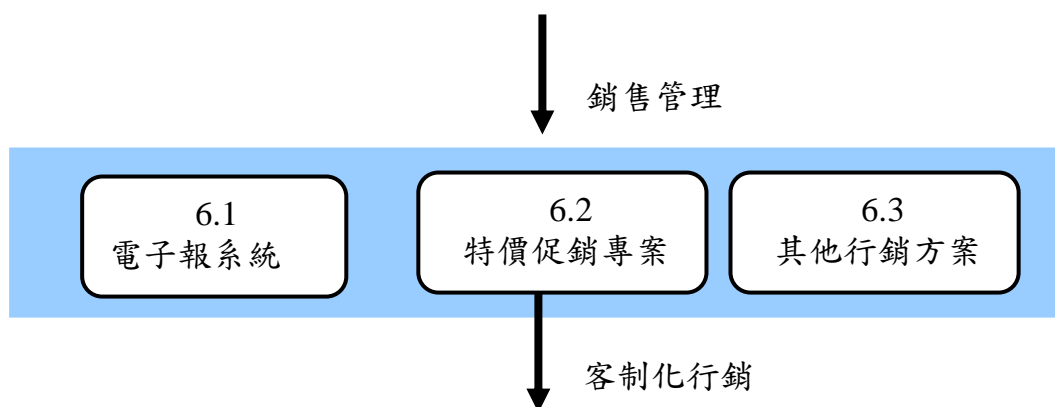


圖 20 流程圖-銷售管理明細

第五章 系統設計實作與效能評估

第一節 首頁的構思

在所有的網頁設計中，首頁的展示往往是吸引消費者能再度上網的主要因素。而我們所實做的媽咪愛寶貝的網路商店中，也為媽咪愛寶貝購物網設計了一個專屬於本電子商店的Logo。



圖 21 系統呈現-網站 Logo

本組希望媽咪愛寶貝電子購物網能表現出簡單明瞭的畫面，並且提供多樣化的商品及服務等等，基於這個因素，在設計的過程中，我們脫離傳統頁框的呈現方式，整體設計採用網頁版面切割的方式，及套用自己設計的模版來製作媽咪愛寶貝購物網站，並依照本系統分析所應具備之功能加以編排位置及美工設計之後再一一建立連結檔的雛形。

在(圖22)中，首頁共包含了5大部份，包含：(1)會員登錄專區。(2)流量統計專區。(3) 推薦商品專區、最新商品排行專區。(4) 最新消息及媽咪知識精選專區。(5)主功能選單。



圖 22 系統呈現-首頁

(一)會員登錄專區：消費者可在本購物系統中的首頁登入會員。

(二)流量統計系統：流量統計針對本系統也是相當重要的功能，可以清楚知道網站線上人數及網頁點閱率，管理者便能更有效的管理並且可知道每個時段的連線流量。程式碼如表 19、表 20。

```
$ip=$_SERVER["REMOTE_ADDR"];
    $time=time();
    $minutes=0.5;
    $found=0;
    $users=0;
    $user="";
    if(!is_file("online.txt"))
        {
            $s=fopen("online.txt","w");
            fclose($s);
        }
    $f=fopen("online.txt","r+");
    flock($f,2);
    while(!feof($f))
        {
            $user[]=chop(fgets($f,65536));
        }
    fseek($f,0,SEEK_SET);
    ftruncate($f,0);
    foreach($user as $line)
        {
            @list($savedip,$savedtime)=split("\|",$line);
            if ($savedip == $ip){
                $savedtime = $time;
                $found = 1;
            }
            if ($time < $savedtime + ($minutes * 60))
```

```

        {
        fputs($f,"$savedip|$savedtime\n");
        $users = $users + 1;
        }
    }
    if($found == 0)
    {
        fputs($f,"$ip|$time\n");
        $users=$users + 1;
    }
    fclose ($f);

echo $users;

```

表 2 線上人數程式碼

```

$count="count.txt";
$fp=fopen($count,"a+");
$paleo=fread($fp,filesize($count));
fclose($fp);
$new=$paleo+1;
$fp=fopen($count,"w");
fputs($fp,$new);
fclose($fp);
echo "$new ";

```

表 3 總瀏覽人數程式碼

(三)推薦商品專區、最新商品排行專區：

- 1.將推薦商品及最新商品排行獨立在首頁，以便消費者能更快速瀏覽得知最新的訊息。點選[more]選項將會連結到更多的推薦商品(圖 23)及最新商品排行專區(圖 24)。



圖 23 系統呈現-最新商品

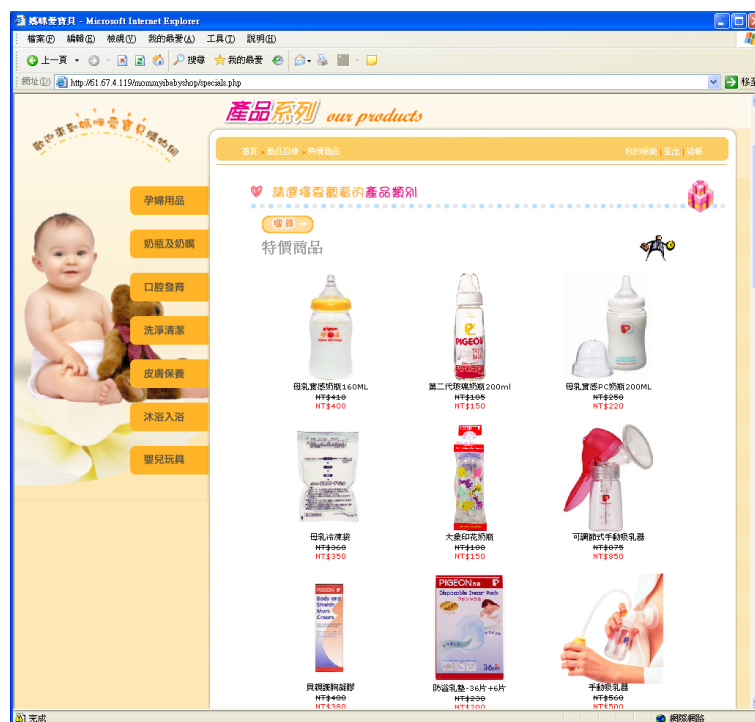


圖 24 系統呈現-特價商品

(四) 最新消息及媽咪知識精選專區。

- 執行指令：將精選的媽咪知識及最新消息獨立在首頁上，以便消費者能更快速瀏覽得知最新的訊息與知識。點選[more]選項將會連結到更多的資訊。

(五)導覽列專區：共分為【關於我們】、【媽咪新知】→[最新消息]/[促銷活動]、【產品系列】→[孕婦用品]/[奶瓶及奶嘴]/[口腔發育]/[洗淨清潔]/[皮膚保養]/[沐浴入浴]/[嬰兒玩具]、【媽咪教室】→[媽咪知識]/[意見交流]、【會員專區】→[關於會員]/[加入會員]/[忘記密碼]/[修改密碼]/[修改資料]、【購物專區】→[購物流程]/[購物車]/[交易紀錄]、【網站

地圖】、【聯絡我們】。會員管理系統、購物車系統、公告系統、留言板等，在後面小節將有更詳細的介紹，各功能連結頁面如下：



圖 25 系統呈現-關於我們



圖 26 系統呈現-促銷活動



圖 27 系統呈現-最新消息

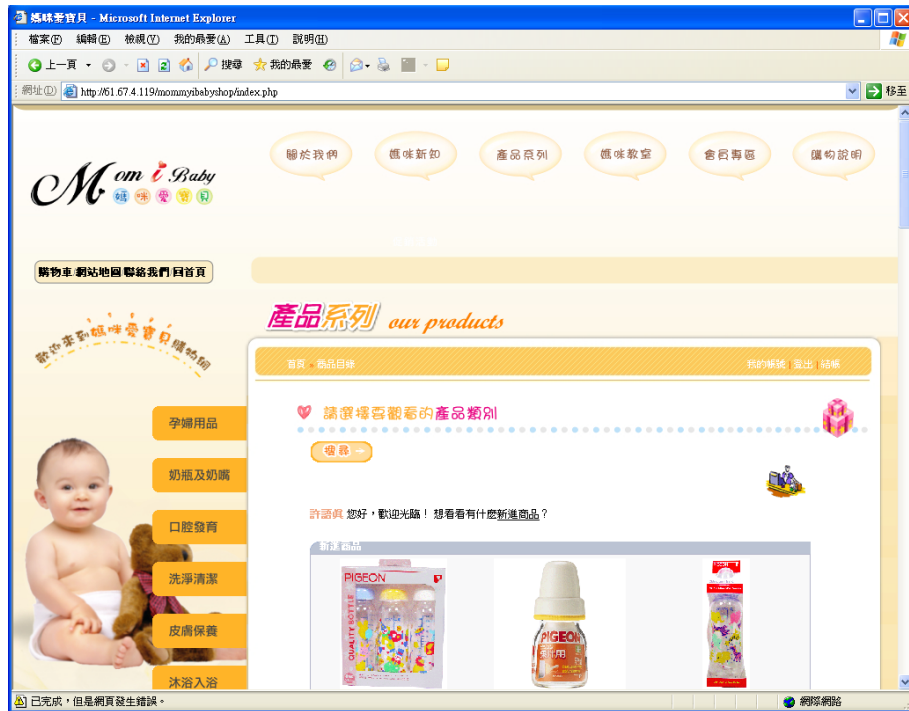


圖 28 系統呈現-產品系列

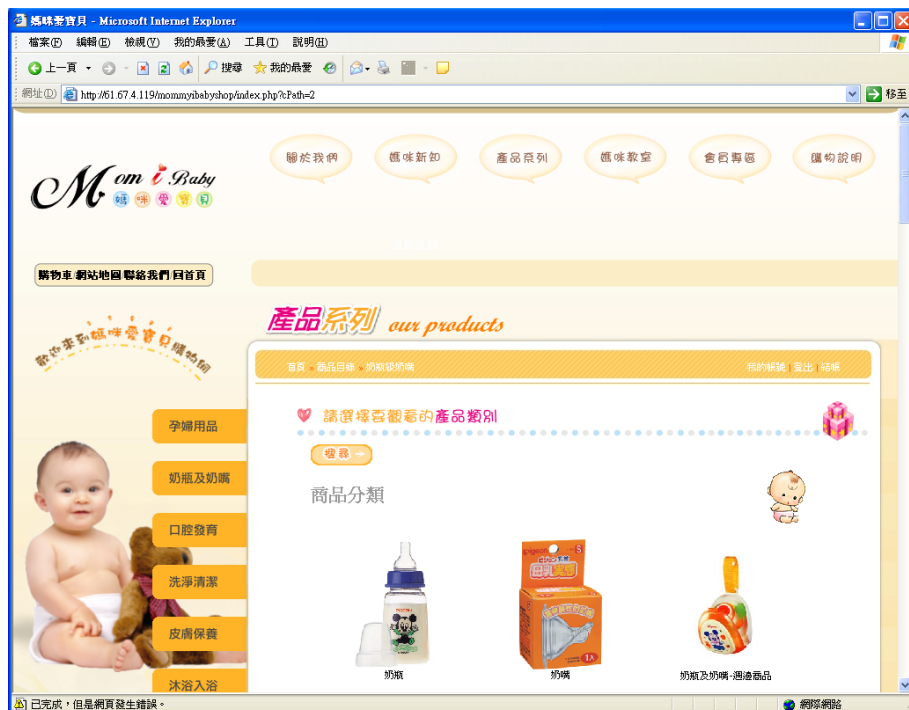


圖 29 系統呈現-產品目錄



圖 30 系統呈現-媽咪教室



圖 31 系統呈現-意見交流



圖 32 系統呈現-購物專區



圖 33 系統呈現-網站地圖



圖 34 系統呈現-聯絡我們

第二節 會員資料子系統

本系統共有 5 項功能，分別有關於本站加入會員簡介、加入會員、忘記密碼、修改密碼、修改會員基本資料的功能。

(一)關於會員(圖 35)：



圖 35 系統呈現-關於會員

(一) 加入會員：

1. 基本資料輸入畫面(圖 36)：



圖 36 系統呈現-加入會員

(2)演算法：

Key In 會員基本資料

Click 確定送出{

If(True) Then

Display會員註冊結果{

Click 確認資料無誤{

Insert Into 會員資料表

}

} Else Display 錯誤訊息

}

(3)輸出畫面

資料驗證通過後，會再出現一次資料確認的動作。資料正確無誤即可順利的加入會員，即會出現資料確認畫面(圖 37)，如資料欄位輸入錯誤或是帳號已被使用，則會出現錯誤訊息(圖 38、圖 39)



圖 37 系統呈現-加入會員(資料確認)



圖 38 系統呈現-錯誤訊息(帳號已被使用)



圖 39 錯誤訊息(資料輸入錯誤)

(二) 會員登錄專區：

1.輸入畫面：消費者可在本購物系統中的首頁登入會員，成功登入後會在此區塊顯示 [歡迎光臨！！]，代表已順利加入會員 (圖 40)，如輸入帳號密碼錯誤即出現錯誤訊息。(圖 41)

2.演算法：

Key In 帳號、密碼

Click 登入{

 Check 帳號、密碼{

 If(True) Then

 Session(customer_id)=帳號

 Session(customer_password)=密碼

 End If

 }

}



圖 40 系統呈現-歡迎訊息

♥ 請輸入您的ID帳號：



圖 41 系統呈現-重新登入訊息

(三) 忘記密碼查詢功能

1.忘記密碼輸入畫面 (圖 42)：使用者只要在欄位輸入 ID 帳號按[送出查詢]功能鍵，如輸入錯誤即出現錯誤訊(圖 43)即可由系統發送 E-mail 補發新密碼給使用者(圖 44)。按[取消查詢]即可回到首頁。

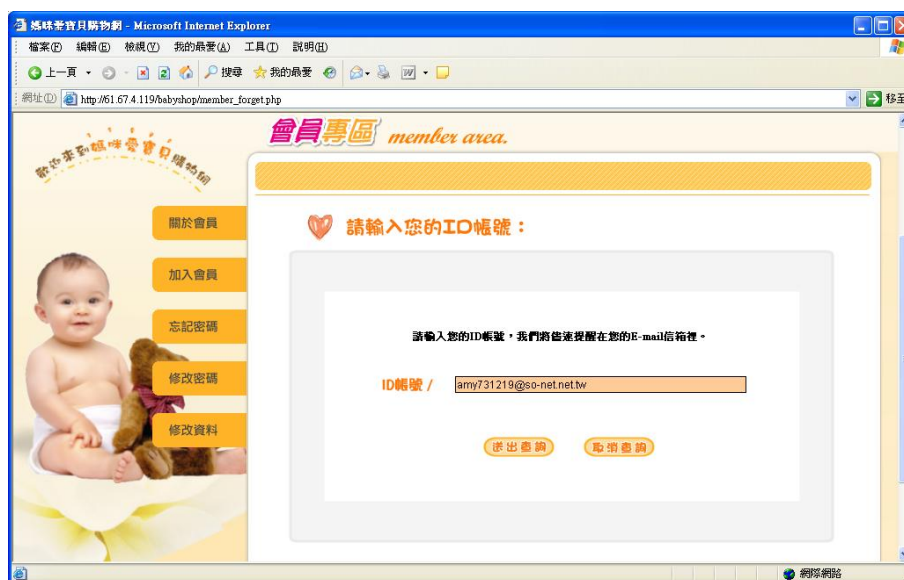


圖 42 系統呈現-密碼查詢

2.演算法：

Key In 帳號

Click 送出查詢{

 Check 是否有此帳號{

 If(True) Then

 Session(customer_id)=帳號{

 Display 寄送新密碼至e-mail信箱

 }

 Else

 Display 錯誤訊息

 }

Click 取消查詢{

 Display 回到首頁

}

3.輸出畫面

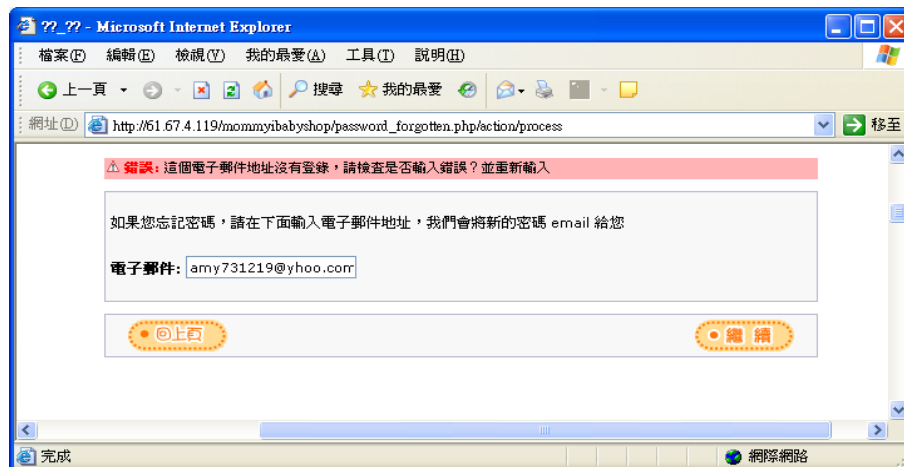


圖 43 系統呈現-密碼查詢(資料驗證錯誤)



圖 44 系統呈現-會員密碼查詢結果

(五) 修改會員基本資料：

1.這裡會先判斷使用者是否已登入會員，如已登入點選[修改資料]即可順利秀出修改會員基本資料的輸入畫面(圖 45)，如未登入會員點選[修改資料]則會出現錯誤訊息(圖 46)。



圖 45 系統呈現-修改基本資料



圖 46 修改基本資料(資料驗證錯誤)

2.演算法：

Click 修改資料{

 Check 是否登入會員{

 If(True) Then

 Key In 修改會員基本資料

 Click 確定送出{

 Display 更新會員資料{

 Update 會員資料表

 }

 }

 Else

 Display 錯誤訊息

 }

第三節 購物車交易系統

媽咪愛寶貝購物網中購物車交易系統為本專題最主要的功能，在此將商品依照不同種類分類，以便利消費者能快速的搜尋及瀏覽要購買之商品。



圖 47 系統呈現-購物車系統首頁

以下分別介紹本系統 (1)消費者使用系統步驟。(2)商店管理操作系統步驟。

(一)消費者(一般使用者)操作系統步驟：

消費者選購介面包含：線上瀏覽商品展示、購物車、結帳功能，產品搜尋、商品說明、商品評論...等功能。詳細的操作功能如下：

(1)選擇商品的分類項目→選擇要瀏覽的商品。

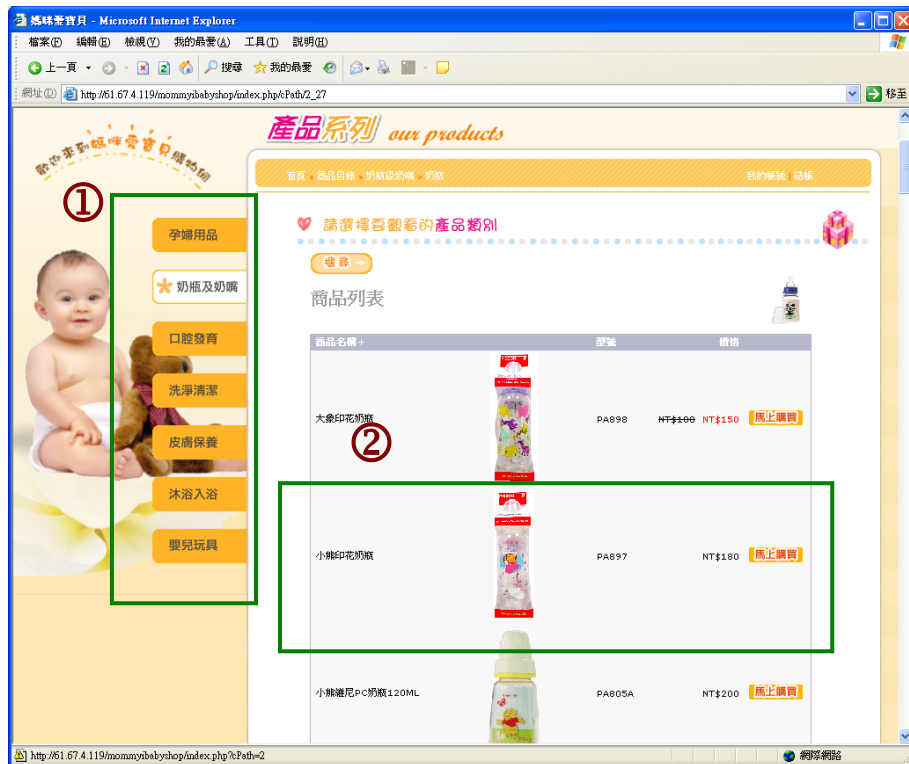


圖 48 系統呈現-商品列表

(2) 顯示商品的相關資訊→點選[商品圖]會秀出商品的放大圖→消費者可選擇[加入購物車]或[商品評論]



圖 49 系統呈現-顯示商品相關資訊



圖 50 系統呈現-商品放大圖

1. 商品評論專區：選點[寫一寫評論]，並且需加入會員才可使用此功能，如未加入會員則會出現會員登入的畫面，如已登入會員即可順利進入填寫商品評論功能頁面。(圖51)

商品評論必需輸入滿25字以上，並且需給這個商品一個評等，如未達到這2項要求，即會出現錯誤訊息(圖52)



圖 51 系統呈現-商品評論專區

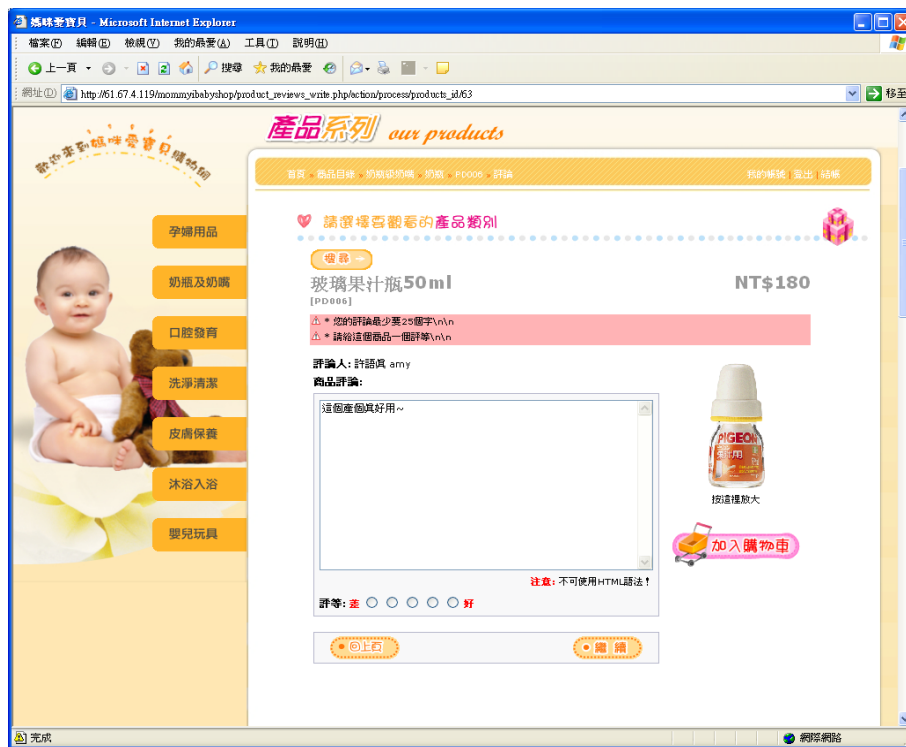


圖 52 系統呈現-商品評論(錯誤訊息)



圖 53 系統呈現-商品評論填寫表格



圖 54 系統呈現-順利加入商品評論

2.購物車專區：此功能不需先加入會員即可使用，點選[加入購物車]即可把消費者想購買的商品列到購物清單裡，可隨意增加或減少購買商品的數量，購物車內現有的商品也可做移除的動作或是選擇繼續購物。(圖55)



圖 55 系統呈現-購物車內現有的商品列表

- a. 如要刪除商品只要在核取方塊打勾，再按下[更新購物車]，即可移除商品，增加商品的數量只要在數量的文字方塊裡輸入你所需要的數量即可。(圖56、圖57)



圖 56 系統呈現-移除商品



圖 57 系統呈現-更新購物車

b.如還想再購買其他產品，只需要按下[繼續購物]即可回到購買商品的相關資訊專區。

c.等待消費者要結帳時，點選[結帳]即會出現會員登入畫面。

(3)結帳系統：

本系統結帳程序可分為四大程序，即[出貨資訊]→[付款資訊]→[確認訂單]→[完成訂單]。詳細操作步驟如下：



圖 58 系統呈現-結帳系統畫面

1. 出貨資訊：共有3個確認欄位，送貨地址、送貨方式、意見欄。

a. 送貨地址：選擇送貨地址的[變更出貨地址]，即可修改出貨的資訊，最多只可新增5個不同的出貨地址。

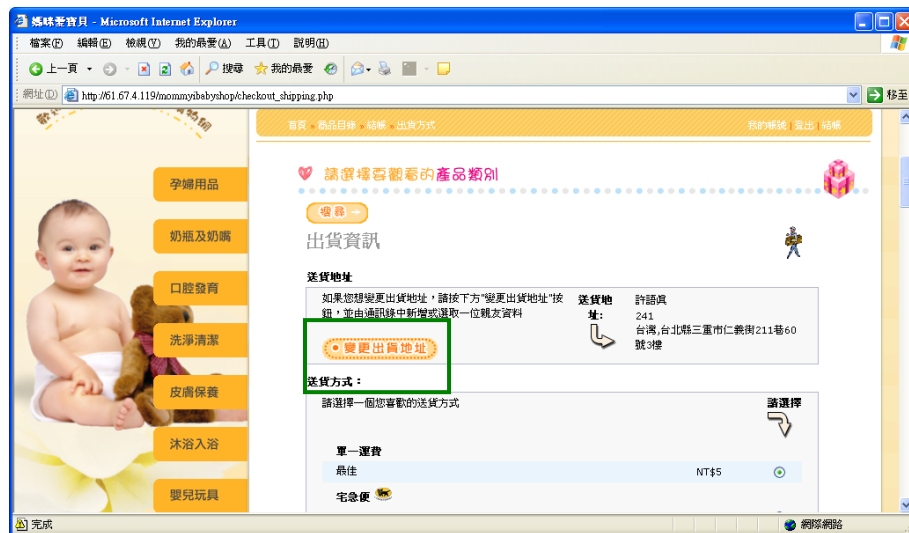


圖 59 系統呈現-送貨地址確認

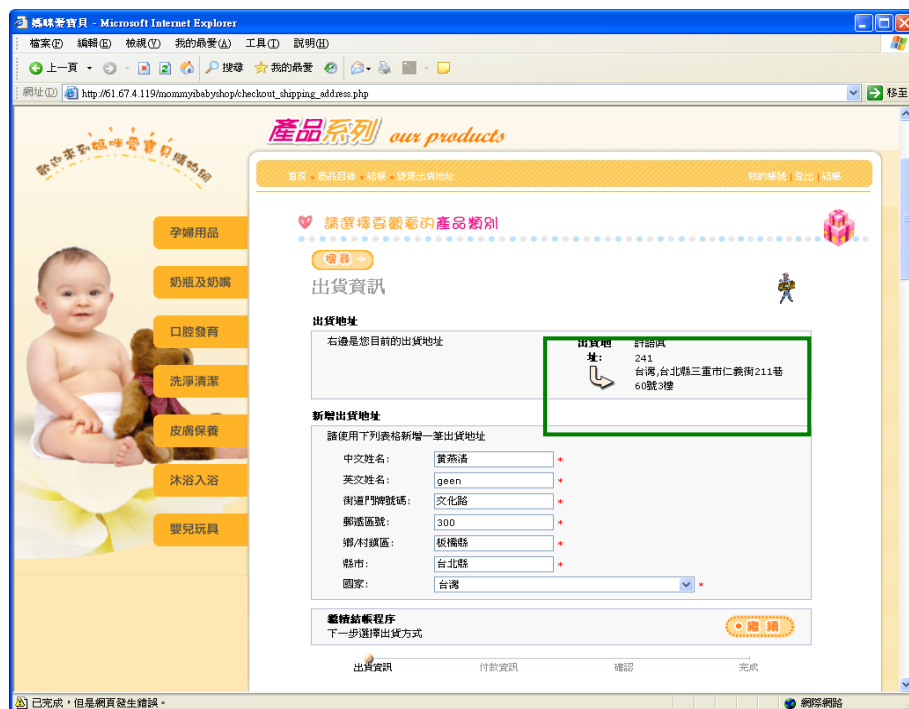


圖 60 系統呈現-變更出貨地址

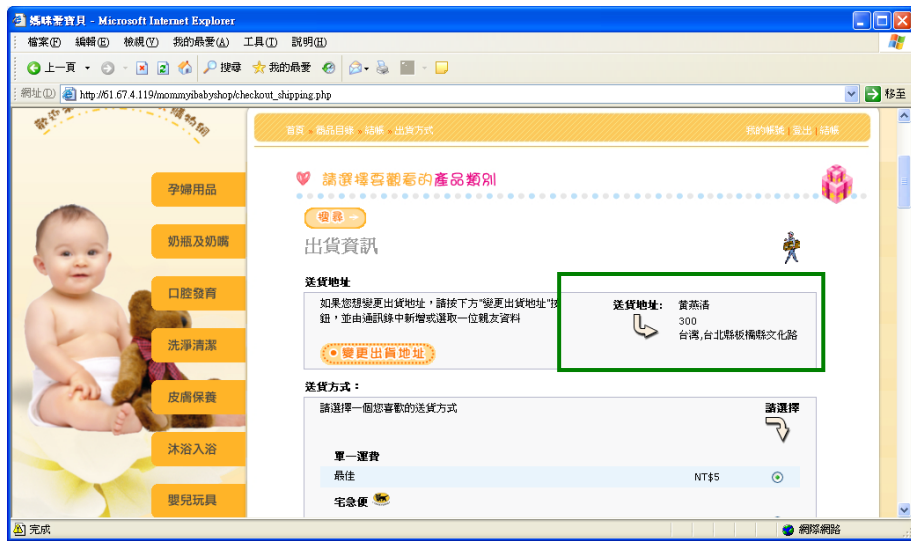


圖 61 系統呈現-變更出貨資訊完成

- b. 送貨方式：[單一運費]及[宅急便]可選擇。
 - c. 意見欄：消費者可輸入對產品的意見。
 - d. 選擇[繼續]鈕，即可進入下一個畫面，確認付款方式。
- 2.付款方式：本系統中的結帳功能可分為[ATM自動櫃員機轉帳]及[貨到收款]2項付款機制的功能。



圖 62 系統呈現-付款資訊確認畫面

a. ATM自動櫃員機轉帳：選則付款方式[ATM自動櫃員機轉帳]→[繼續]，秀出訂單確認畫面，分別有[出貨地址確認]、[商品清單確認]、[帳單資訊]、[付款資訊]、[訂單意見欄]等5大項資料確認畫面，如需要更改資料按下[編輯]鈕，即可修正要修改的資料，如資料正確無誤，按下[確認訂單]鈕，即秀出訂單完成的畫面→在點選[繼續]鈕，即可回到購物車系統的產品系列首頁畫面。



圖 63 系統呈現-確認訂單畫面



圖 64 系統呈現-訂單程序完成畫面

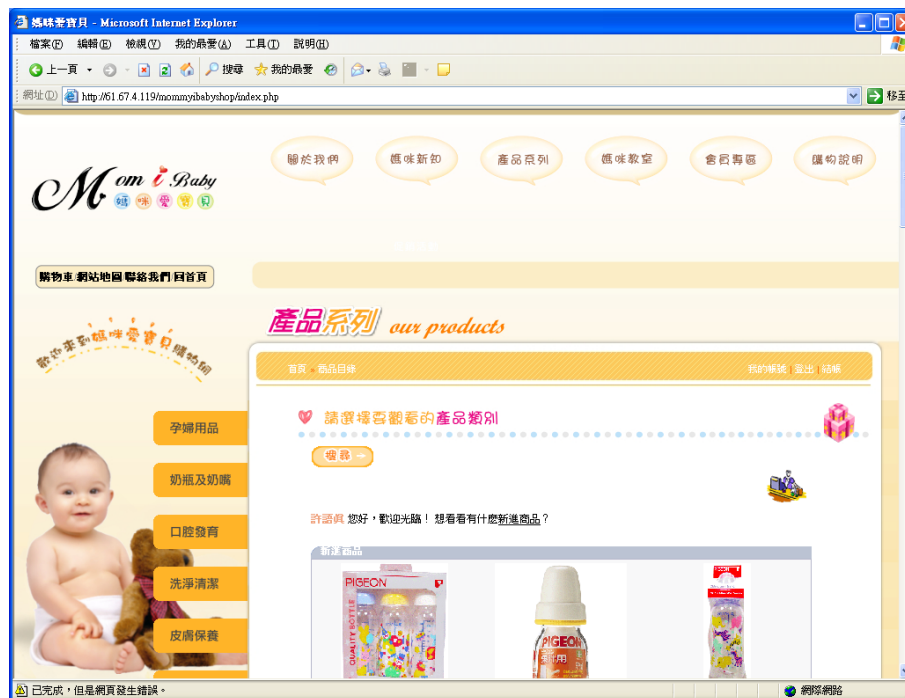


圖 65 系統呈現-購物車系統產品系列首頁

b.貨到收款：選則付款方式[貨到收款]→[繼續]，秀出確認交易資料畫面，分別有[出貨地址確認]、[商品清單確認]、[帳單資訊]、[付款資訊]、[訂單意見欄]等5大項資料確認畫面，如需要更改資料按下[編輯]鈕，即可修正要修改的資料，如資料正確無誤，按下[確認訂單]鈕，即秀出訂單完成的畫面。



圖 66 系統呈現-貨到付款資料確認

- c. 完成訂購後點選[繼續],媽咪愛寶貝購物系統會自動寄出訂單通知明細給消費者。



圖 67 系統呈現-媽咪愛寶貝訂單通知

(二)商店管理操作系統步驟：

商店管理的部份，包含新增/編輯/刪除系統主管管理員是唯一的，權限為最高，他的主要工作為任命行銷管理員和庫存管理員和會員管理的權限。

(1)登入主管管理員權限功能

1.輸入畫面



圖 68 系統呈現-後台管理系統管理者登入介面

2.演算法：

Key In 管理者帳號、密碼

Click 登入{

 Check 使用者權限{

 If (管理者) Then

 Display 登入畫面

 End If

 }

Else

 Display 錯誤訊息

}

3.輸出畫面：



圖 69 系統呈現-後台管理者資料驗證錯誤



圖 70 系統呈現-後台管理者登入後頁面

(2)忘記密碼：只要輸入的英文姓名及登入使用的 E-mail 帳號正確，系統便會自動將管理者的密碼寄到管理者使用的 E-mail 信箱。

1.演算法：

Key In 帳號(電子郵件)、密碼

Click 確認{

 Check 是否有此帳號{

 If(True) Then

 Session(customer_id)=帳號{

 Display 寄送密碼至e-mail信箱

 }

 Else

 Display 錯誤訊息

 }

Click 回上一頁{

 Display 登入畫面

 }

2. 輸出畫面：



忘記密碼：

英文姓名：

電子郵件：

回上頁 確認

圖 71 系統呈現-管理者登入(忘記密碼)



圖 72 系統呈現-身份驗證錯誤

(3)管理帳號的設定：

a. 登入管理頁面，接著選擇[我的帳號]→然後選擇[編輯]鈕



圖 73 系統呈現-管理者帳號管理

b. 出現密碼確認訊息後，輸入登入時使用的密碼(舊密碼)→接著選擇[確認]鈕。



圖 74 系統呈現-管理者密碼確認

b. 出現編輯帳號的畫面後，設定管理者的姓名、帳號(E-mail)及密碼 (新密碼)→接著選擇[存檔]鈕。修改完管理員的帳號、密碼後，系統會自動寄一封E-mail給管理者，由於是管理者自行設定的密碼，因此密碼會隱藏不顯示。



圖 75 系統呈現-設定管理者資料



圖 76 系統呈現-密碼更新訊息

(4) 管理商品資料

- 1.編輯商品分類：在管理頁面選擇[商品目錄]的[商品目錄]→在此頁面管理者可[新增商品分類]、[新增商品]、[編輯]、[刪除]功能。



圖 77 系統管理-管理商品分類介面

2.新增商品資料：在管理頁面選擇[商品目錄]→[商品目錄]→[分類項目]→在此頁面管理者可[新增商品分類]、[新增商品]、[編輯]、[刪除]功能。



圖 78 系統呈現-新增商品資料介面

3. 商品資料的修改／新增／編輯：

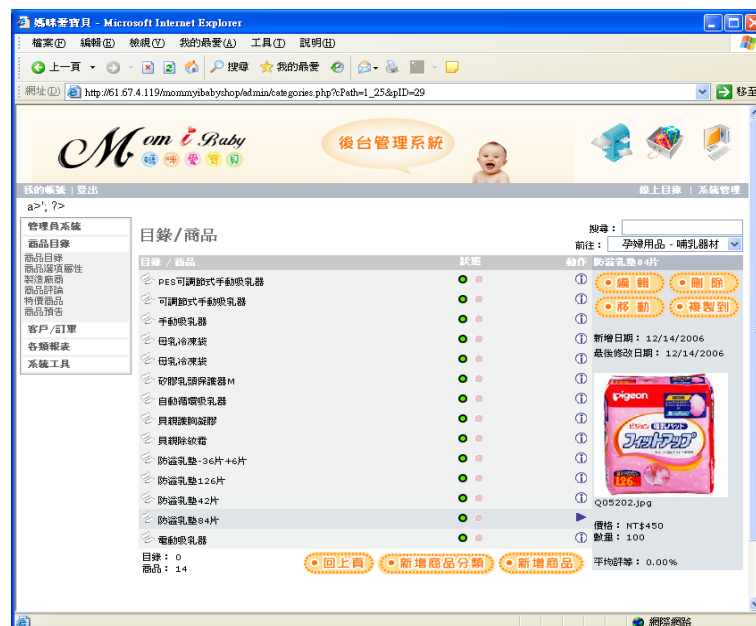


圖 79 系統呈現-商品資料介面

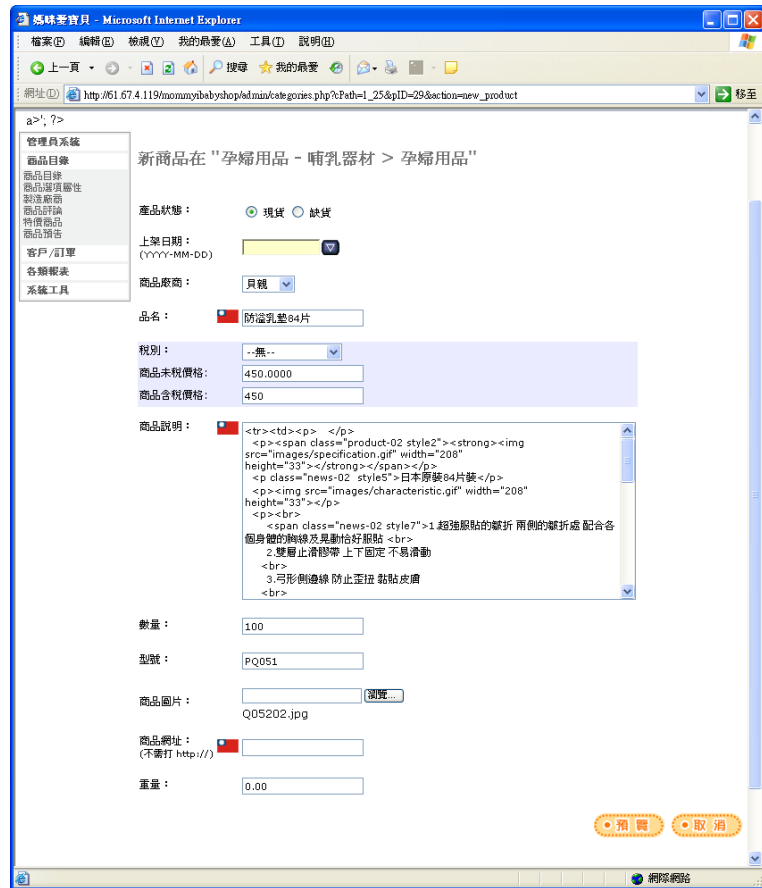


圖 80 系統呈現-新增編輯/修改產品介面



圖 81 系統呈現-預覽新增編輯/修改介面

(4) 訂單與客戶管理

定期的與客戶保持聯繫，並儘速處理客戶的訂單，是留住客源的重要原因之一，所以如何有效管理這些訂單資料，是本電子商務管理系統最主要的課題。

1. 訂單管理：消費者在前台訂購商品後，訂單明細會被寫入資料庫中，管理者可在後台管理系統檢視到消費者送出的訂單內容。

♥ 請選擇要觀看的产品類別 

搜尋

訂單資訊

訂單序號 # 18 (等待處理...)

訂單日期: 2006年%8月18日%A 訂單總計: NT\$1,765

送貨地址	商品	價格
許語真 amy 241 台灣,台北縣三重市仁義街211巷60號3樓	1 x 可調節式手動吸乳器	NT\$850
	1 x 母乳實感奶瓶240ML	NT\$460
	1 x 迪士尼PC奶瓶240ml	NT\$450
送貨方式		
單一運費 (最佳)		

帳單資訊

帳單地址	金額
黃燕清 geen 300 台灣,台北縣板橋縣文化路	小計: NT\$1,760
	單一運費 (最佳): NT\$5
	總計: NT\$1,765
付款方式	
ATM 自動櫃員機轉帳	

訂單狀態紀錄

12/18/2006 等待處理... 請盡快出貨~



圖 82 系統呈現-前台訂單資訊

管理員系統

商品目錄

客戶/訂單

客戶

訂單

各類報表

系統工具

訂單

客戶: 許語真 amy
地址: 241 台灣,台北縣三重市仁義街211巷60號3樓
電話號碼: 29875596
電子郵件: amy731219@yahoo.com.tw

出貨地: 許語真 amy
地址: 241 台灣,台北縣三重市仁義街211巷60號3樓

帳單地: 黃燕清 geen
地址: 300 台灣,台北縣板橋縣文化路

付款方式: ATM 自動櫃員機轉帳

品名	型號	稅	價格(未稅)	價格(含稅)	總計(未稅)	總計(含稅)
1 x 可調節式手動吸乳器	PA614	0.00%	NT\$850	NT\$850	NT\$850	NT\$850
1 x 母乳實感奶瓶240ML	PA066	0.00%	NT\$460	NT\$460	NT\$460	NT\$460
1 x 迪士尼PC奶瓶240ml	PA960	0.00%	NT\$450	NT\$450	NT\$450	NT\$450
						小計: NT\$1,760
						單一運費 (最佳): NT\$5
						總計: NT\$1,765

新增日期	通知客戶	狀態	意見欄
2006/12/18 02:04:15	<input checked="" type="checkbox"/>	等待處理...	請盡快出貨~

意見欄

狀態: 等待處理... 

通知客戶: 信件內含意見欄:

圖 83 系統呈現-管理者訂單名細

a.管理訂單資料處理：在管理頁面選擇[客戶]→[訂單]→[訂單]，管理者可選擇要查詢的訂單→選擇[編輯]鈕，即可出現該訂單的詳細資料，可選擇→[收據列印]或[分裝列印]鈕，將訂單列印出來，再統一處理訂購商品，如想通知消費者，告知訂單的處理狀態，可以在[狀態]欄選擇處理狀態→分別有[等待處理]、[確認訂單中]、[出貨中]選項，管理者也可填寫[意見欄]的內容，選擇[更新]鈕，系統就會自動寄出通知郵件給客戶。

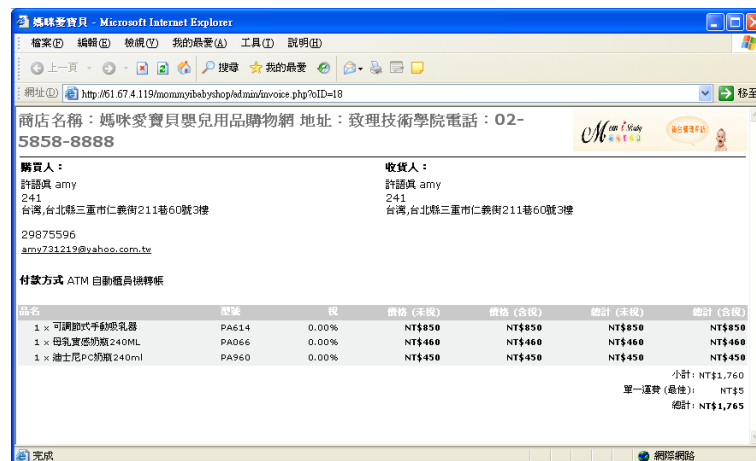


圖 84 系統呈現-收據列印



圖 85 系統呈現-更新訂單狀態

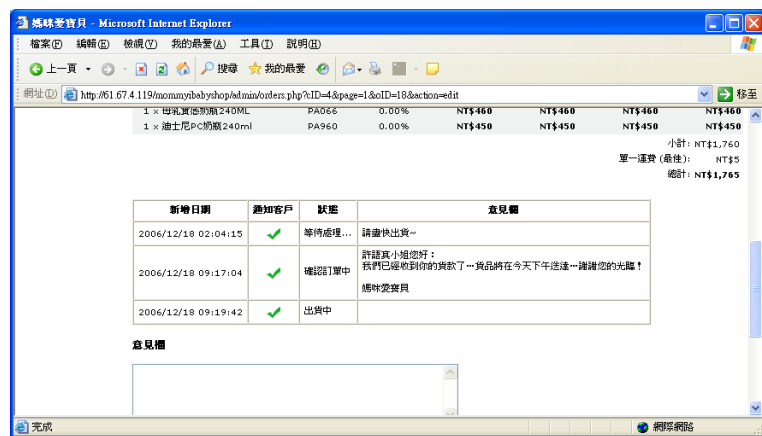


圖 86 系統呈現-順利更新訂單狀態



圖 87 系統呈現-消費者收到的訂單狀態更新

b. 客戶管理: 在管理者頁面選擇[客戶]→[訂單]→[客戶]→選擇想要管理的客戶, 然後在右區塊選擇要執行的動作, 選擇[編輯]鈕, 可以編輯或刪除客戶資料, 選擇[電子郵件]鈕, 可寄送電子郵件給客戶, 選擇[訂單]鈕, 可檢視查詢消費者的訂單狀況。

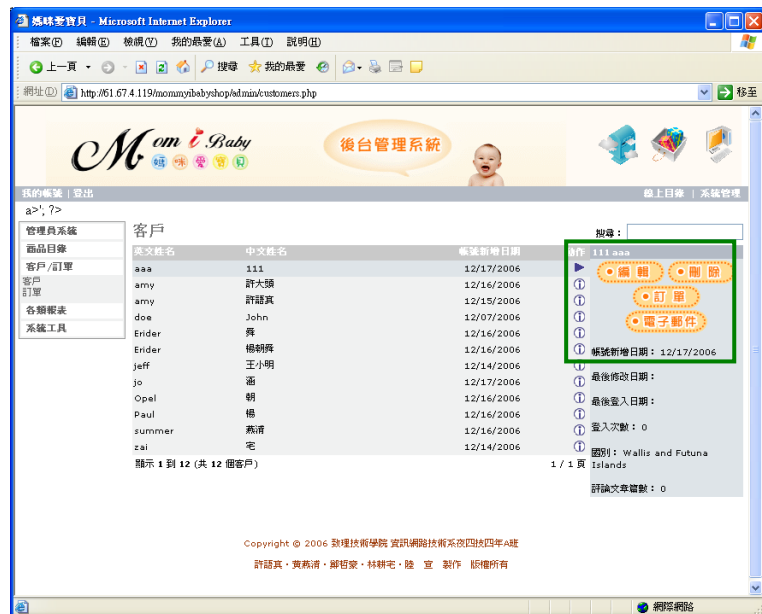


圖 88 系統呈現-客戶管理介面

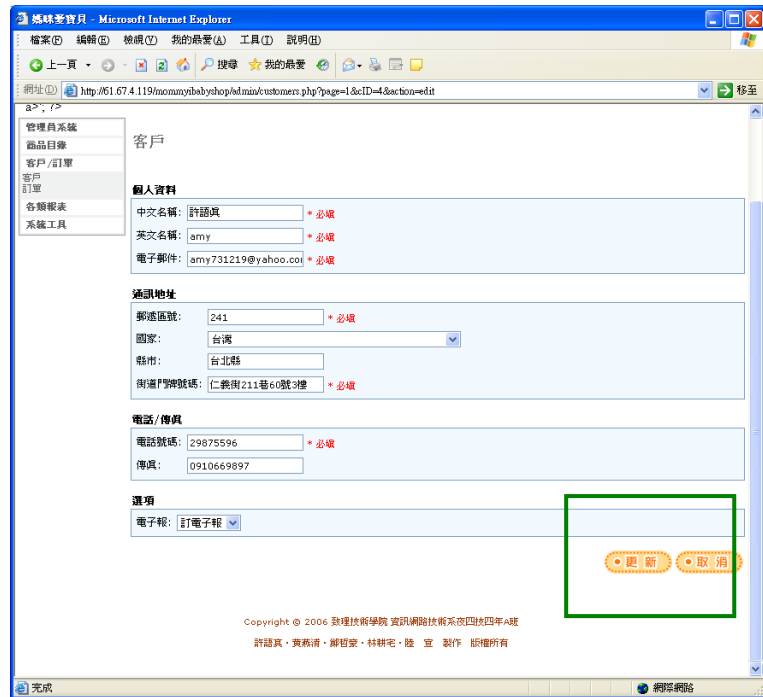


圖 89 系統呈現-編輯消費者基本資料

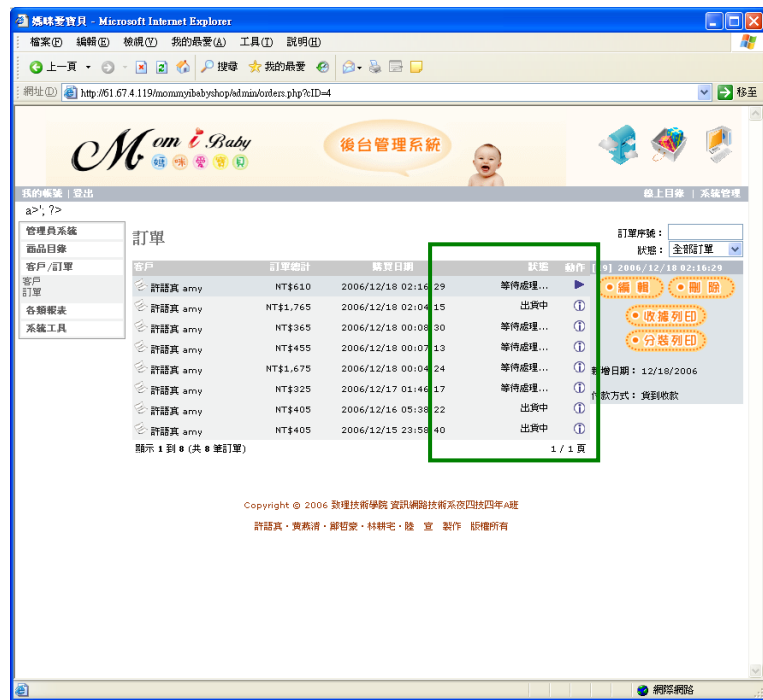


圖 90 系統呈現-消費者訂單明細

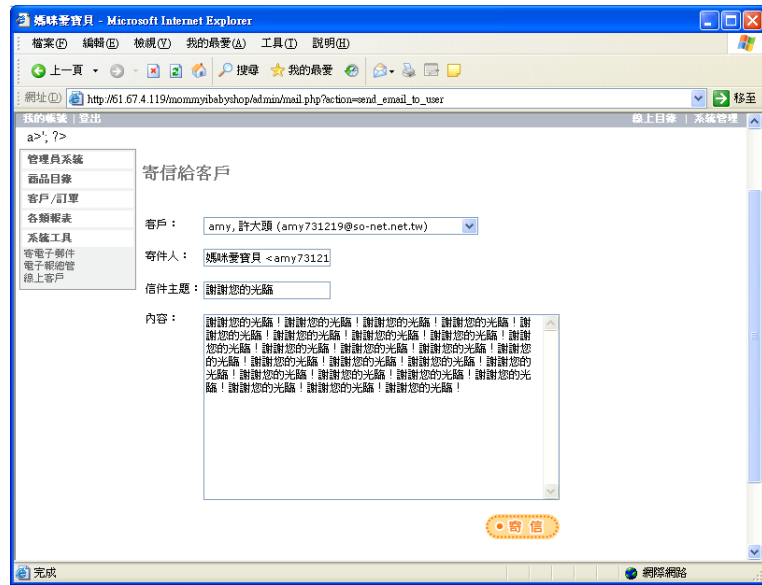


圖 91 系統呈現-寄信給消費者

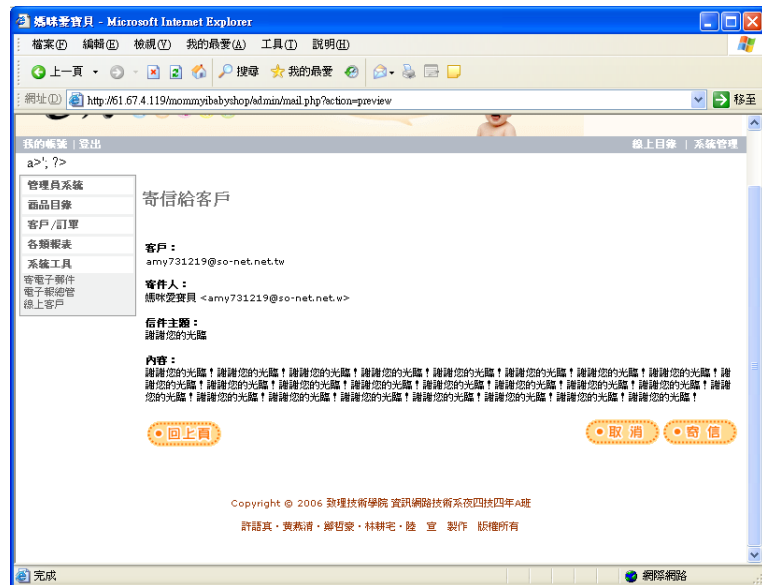


圖 92 系統呈現-郵件確認畫面

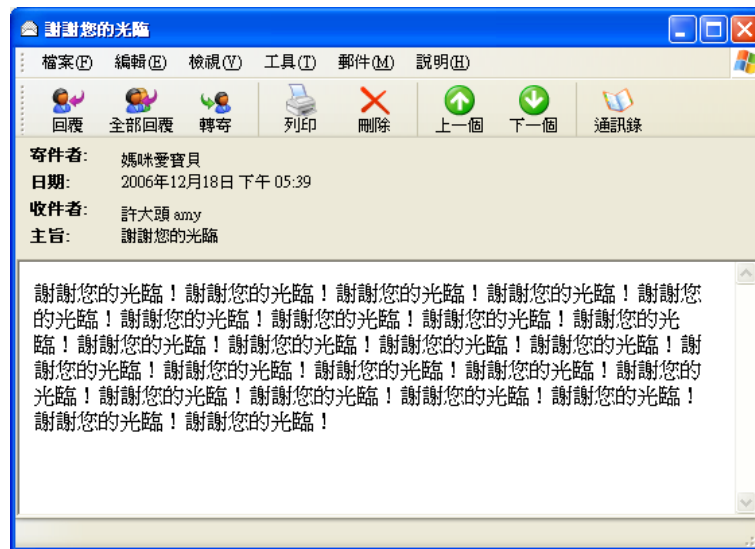


圖 93 系統呈現-消費者收到管理者寄發訊息

(5)各類報表查詢：如要查詢[已被瀏覽商品]、[已賣出商品]、[消費者購物排行榜]，只要在管理頁面選擇[各類報表]，然後選擇想要瀏覽的項目，即可檢視查相關的報告。

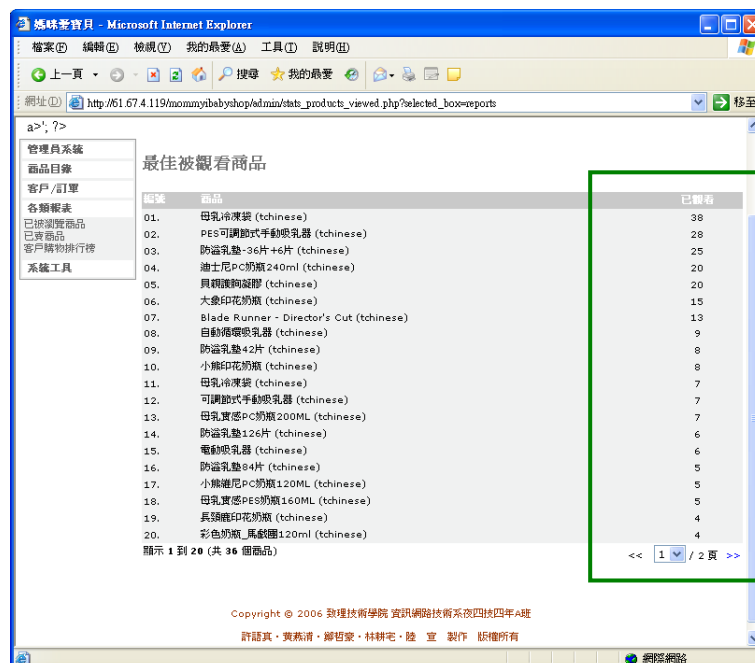


圖 94 系統呈現-點閱排行榜的商品

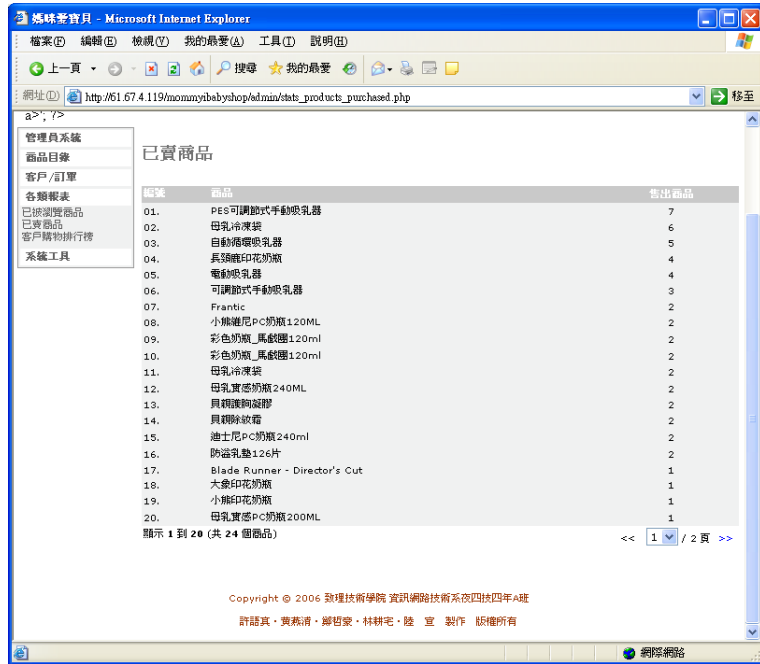


圖 95 系統呈現-查詢已賣出的商品



圖 96 系統呈現-客戶購物排行榜

第四節 公告系統

本公告系分為促銷活動及最新消息2項功能，理想是分成三種權限的使用者來說明，包含了一般使用者，各部門管理者，和系統管理者，其中系統管理者能管理各部門管理者，各部門管理者只能管理本身部門的公告系統，不能異動到其他部門的公告資料；而一般使用者只有瀏覽公告的功能可使用。但是因為時間跟能力上的限制，我們只做出公告系統管理者的新增資料的介面模式及使用者瀏覽公告的功能。系統管理者主要的工作為發布最新消息及發布最新產品促銷活動。本系統中當天最新加入的資料會在主題後方出現 **NEW** 的icon，點閱數如超過5次以上則會自動產生 **HOT** 的icon，此作法會更吸引使用者去點選(圖97)。促銷活動和最新消息的功能相似，在此只介紹其中一項功能。



圖 97 系統呈現-促銷活動

1.演算法：

Key In 公告系統的公告資料

Click 確定新增{

Insert Into 公告資料表

}

Click 重新填寫{

Delete 欄位資料

}

2.輸出畫面：

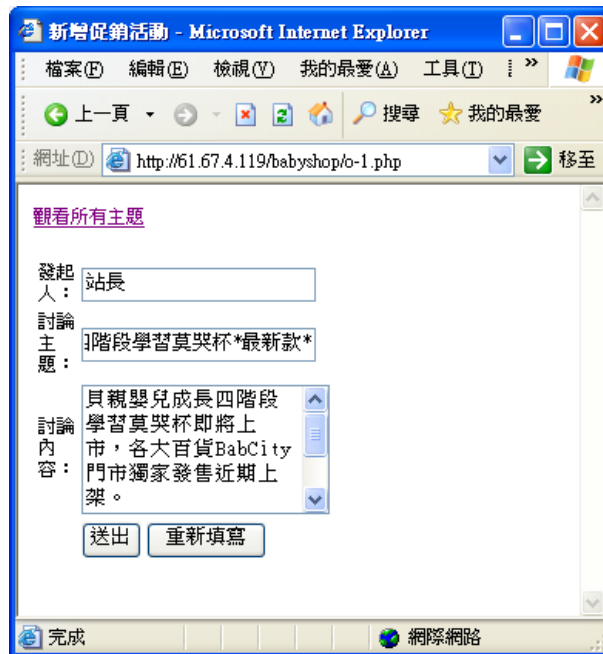


圖 98 系統呈現-發佈新公告系統畫面

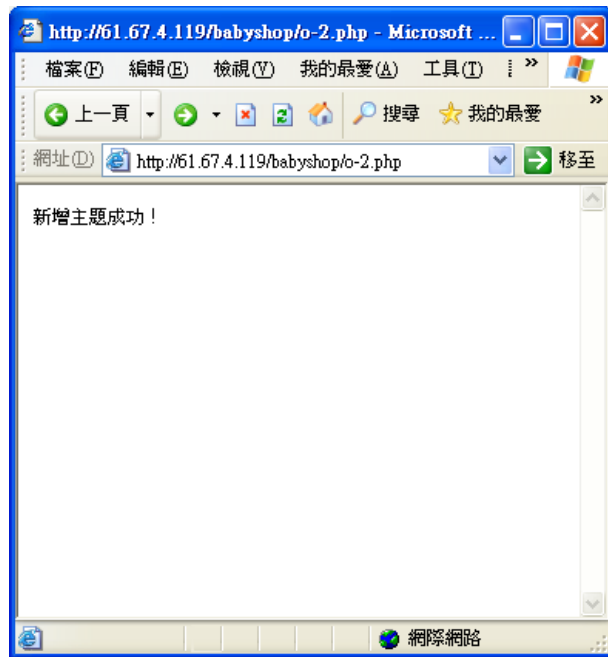


圖 99 系統呈現-新增主題成功

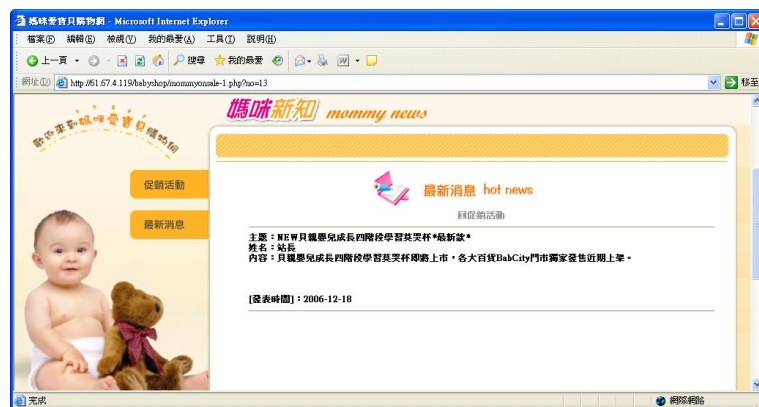


圖 100 系統呈現-新增促銷活動內容成功

第五節 討論區

這裡的本討論區分為媽咪知識及意見交流 2 項功能可以提供使用者線上留言及發表育嬰的一些相關知識，由於功大同小異，因此只介紹其中一項功能。

(一)輸入畫面：點選[發表新話題]鈕，即可進入發表知識表格，填寫完表格後，如需要重新填寫，則按下[重新填寫]表格內的文字將全部 delete 掉，如已填寫完成，按下[送出]鈕，將出現新增主題成功畫面，等待 3 秒後會自動回到媽咪知識專區，這時剛送出的主題會直接新增到媽咪知識的表格裡，如使用者想要回覆知識，只要點選[回覆主題]連結，填寫完表格，點選[送出]，就可完成回覆的動作。



圖 101 系統呈現-發表知識專區

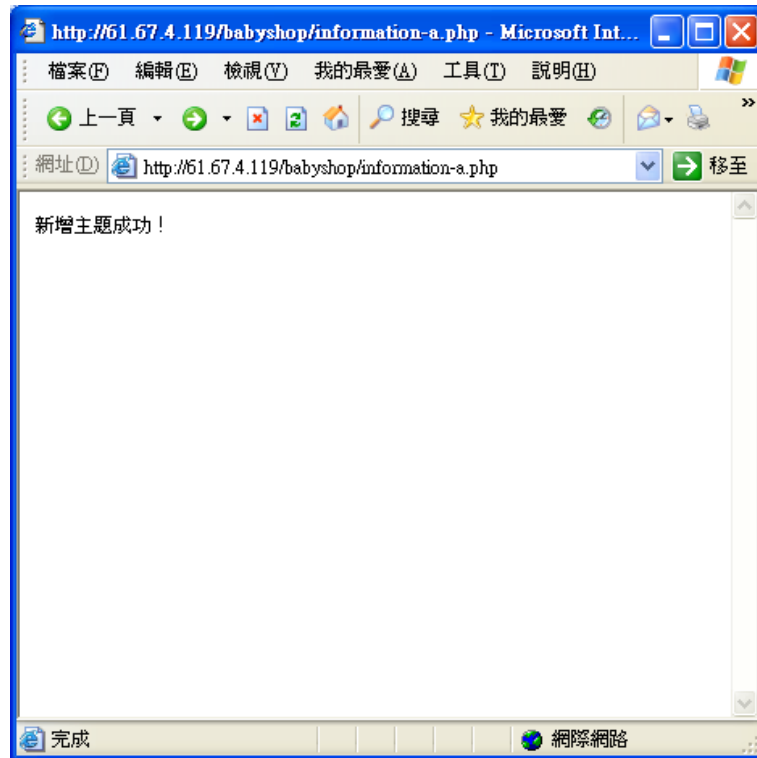


圖 102 系統呈現-新增主題成功



圖 103 系統呈現-成功發表知識



圖 104 系統呈現-知識內容



圖 105 系統呈現-新增知識

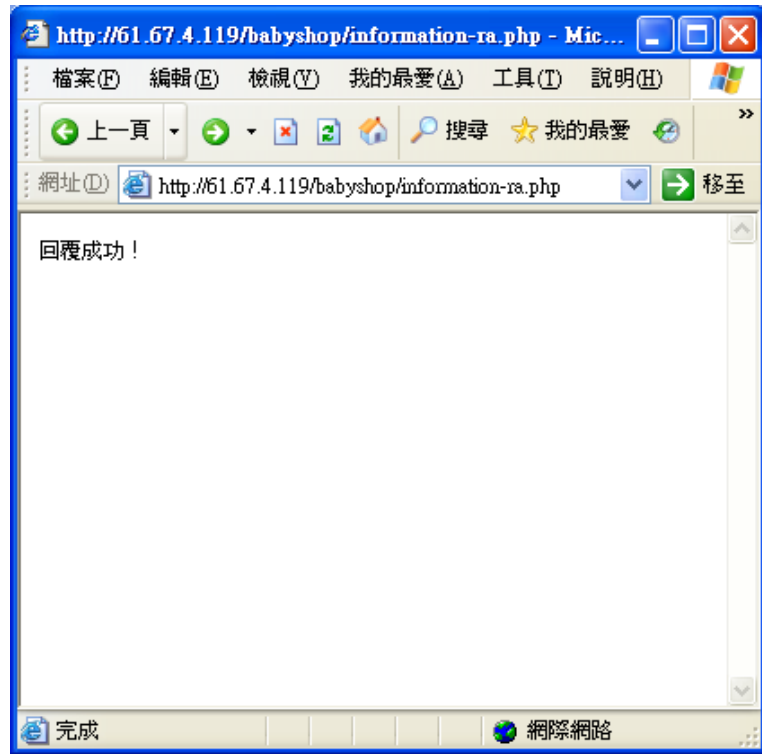


圖 106 系統呈現-回覆成功訊息

第六節 查詢系統

可讓使用者設定搜尋關鍵字，來搜尋產品，藉此方式來瀏覽所需要閱覽的產品資訊。

(一)輸入畫面

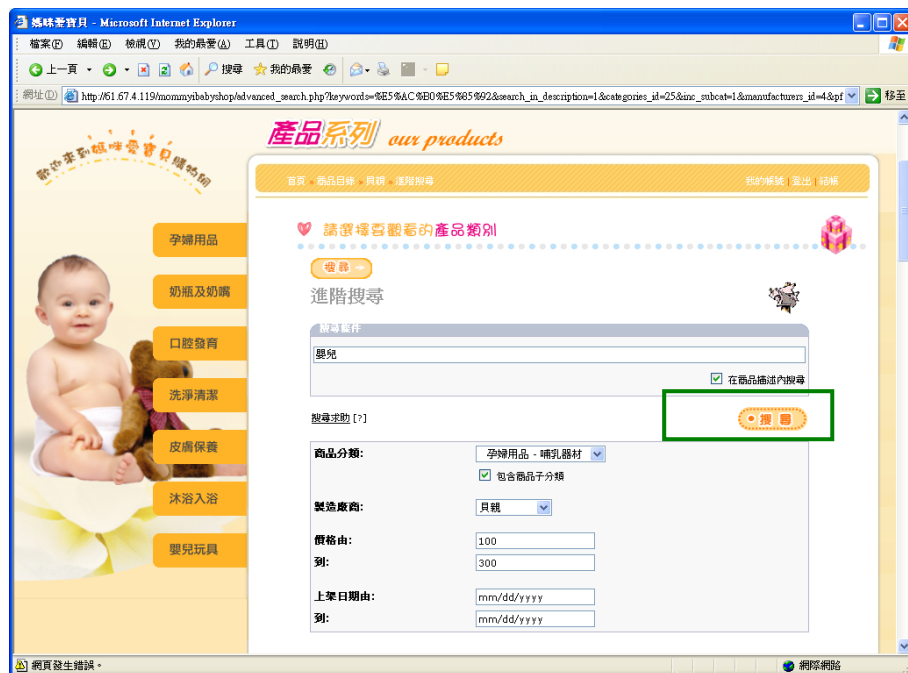


圖 107 系統呈現-輸入關鍵字(搜尋介面)

(二)演算法

Click Search 搜尋按鈕{

Key In 欲查詢的關鍵字

Click 查詢{

If (SearchKey==" products_name")

Then 列出所有符合關鍵字的產品清單

Else

Display 未搜尋到關鍵字的產品訊息

}
End If

}

(三)輸出畫面

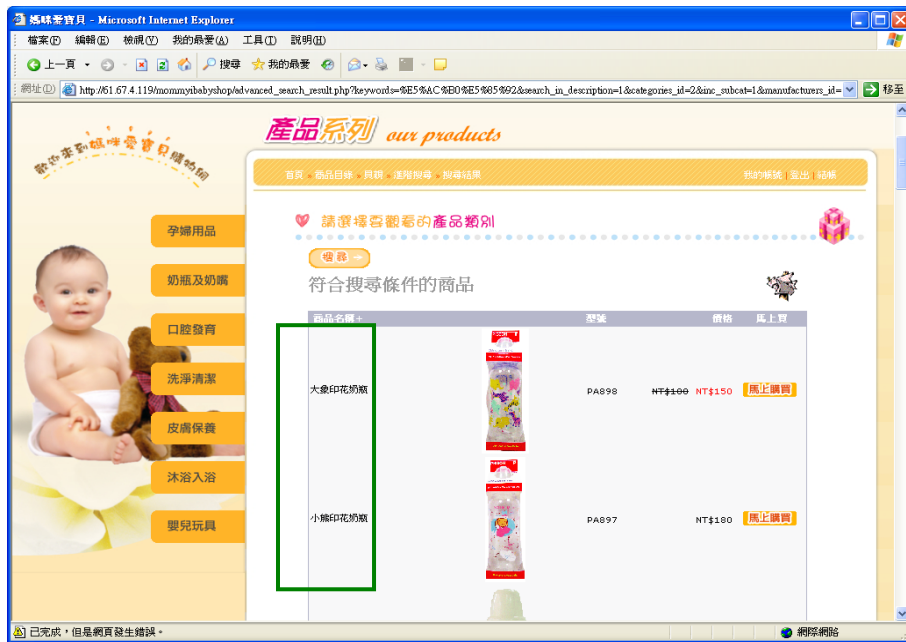


圖 108 系統呈現-符合搜尋條件商品

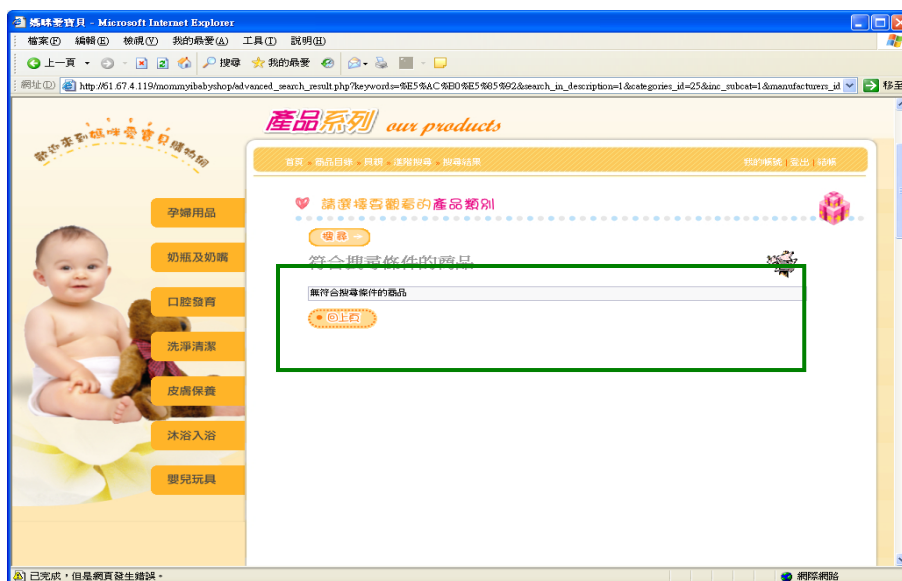


圖 109 系統呈現-未搜尋到符合條件訊息

第七節 系統評估

評估的方法主要是針對系統的功能方面，如瀏覽介面是否能讓消費者能得心應手以及資料的處理是否有利於使用者掌握重要的資訊。此外對於是否能夠輔助公司達成營運，盡可能的分析所得的資訊，也是本次系統評估的內容之一。

(一)會員管理系統

管理者方面主要工作是管理每個會員訂單狀況，如果會員有不良的行為，例如隨意訂購貨品不取貨，或是發表不雅言論，則管理員有權限將使會員帳號刪除。

優點：

- 1.嚴格的資料驗證，讓日後會員在訂購貨品時不需在填寫繁瑣的資料。
- 2.提供給會員個人化介面，使用者能隨時修改自己的資料及檢視自己的購物車商品內容、查詢訂單狀況；
- 3.管理者方面也能順利寄發郵件及電子報給會員。

缺點：

- 1.關於使用者查詢密碼方面，目前用採用寄發E-Mail重新送出新密碼，可能會讓使用者覺得麻煩，所以日後採用輸入身分證字號、帳

號、E-mail的方式直接取得舊密碼。

2.由系統發出的信件，有時候會產生亂碼，必須把語系轉成utf8，才能順利讀取。

3.因為本系統網站除了購物車系統外，大部分的服務都是不需會員的登入權限才能進行使用，所以在管理上比較沒有制度。

(二)購物車系統

為本專體研究系統最主要的研究部份，功能上主要讓消費者在介面上的使用操作方便簡單，以及讓消費者感到舒適的版面，瀏覽網頁者能有較大的興趣。

消費者不需先加入會員，即可將商品加入購物車，等消費者確定要購買，只需登入會員即可結帳，也能查詢訂單狀態，算是滿人性化設計，這樣的作法能創造更大商機。

優點：

(1) 方便性

此系統提供WEB 線上訂購系統的建置，提供完整的商品資料庫系統及搜尋引擎，使線上客戶得以直接且方便的下單訂購，滿足了網站資訊流、金流和物流的需求。透過整合作業機制，可快速有效的將任何商品經由網路便可達到完整的交易。

(2) 結合通訊與生活

在這通訊與生活相結合的時代，網路已成為多數人不可缺少的，相信本系統網路購物的出現，能讓消費者在電腦前輕鬆購物，便可經由我們的網站，擷取到更多更新的育嬰相關資訊。

(3) 完整的機制

此系統提供給消費者最完善的機制，在【購物區】主要目的不僅在於能提供消費者更多、更好、更完善的產品選擇及相關資訊，更進一步的意義在於突破了業界現有機制，本系統也建構了完整的電子商務空間，目前已經能上線購物。

(4) 簡單性

因為系統的操作簡單，所以每個使用者都能快速的上手，了解內部的選單功能。

系統缺點：

(1) 瀏覽頁面

此購物車系統語系是採用UTF-8，但目前的IE瀏覽系統預設都是Big-5，所以消費者剛進入或許會產生一些亂碼，寄出去的信件也出現亂碼，必需把語系調整到utf8才能把亂碼的錯誤排除，本組目前還沒有能力排除這個難題。

(2) 功能性

可能會消費者填入的資料因為亂碼而造成系統整個癱瘓，必需把系統關閉再重新開啟，方能解除這個問題。

第陸章 結 論

第一節 心得與感謝

從當初開始找指導老師，然後選擇專題的題目，到現在已經有一段時間了，現在即將要發表專題了，在這期間曾經想過要更換使用新的工具和方法，雖然我們順利的完成了專題，但是由於我們對於 PHP 結和MYSQL 的使用都不太了解，一切幾乎從頭開始到處找書籍參考，漸漸地才了解到如何運用，曾導致專題的進度一拖再拖，在這作專題的期間真是讓我們吃盡了不少的苦頭。除此之外，在這專題期間讓我體會到組員之間的配合與溝通是相當重要的，因為彼此有不同的想法，可以說出來討論好好地溝通，一個團隊的分工合作是大家彼此互相配合的，彼此的工作都環環相扣，彼此的監督便變得粉重要，不過在監督方面我們還是必須加強的，所以大家的工作才會一拖再拖，但是這次的專題讓我們從無到有，學到了不少的東西，對我們來是一個寶貴的經驗，對於往後出社會應該會有蠻大助益。

另外在這是專題的過程中，除了學到一些專題製作的技術外，最重要的就是學到了如何去找尋有用資料的方法，面對問題的正確態度，同儕之間的分工合作。指導老師—柯振根，常和我們說理論方面的內

容也是很重要的，我們可以做出成品，也要解釋這些東西的由來，好讓閱讀者能夠順利的理解這些流程，成品的理念和建構過程。

第五節 而我們也知道，最新的知識永遠不會在書上出現，最新的訊息都在網路上，要試著去從無垠網海上去學習，找尋資訊，這樣才會具有競爭力。經過這次的專題，也嚐試了學習不少新的東西，漸漸了解該如何去互相學習砥礪，討論及分工合作，好來達成這個我們大學生涯中重要的目標。

第二節 未來展望

做完系統評估之後，讓我們覺得系統並非相當的完善，與在網路上看到的大網站相比，在一些功能的方面是我們仍必須改進的地方，希望在日後有機會能夠改進，加強各個子系統的功能，讓這個系統能夠更好上手，接下來我們會以一些在網路上看到的大網站為目標，希望我們能夠作的跟他們一樣好或者甚至超越。

在討論以及撰寫這份專題的時候，往往會因為知道的更多，探討的更深入，而發現一些更好的方法、主意甚至於更好更快的工具可以利用於我們的專題上，可能因為其牽扯到核心架構，必須做大幅的換置，又可能只是一個突發的構想，沒有實際運作過而且專題已經接近結尾時，不敢貿然套用，因此，以下是我們對於專題目前可以改進的地方以及未來希望達到的功能

- 更安全更快的購物車機制

所有利用網路方式的交易，第一重要的，當然是安全性，沒有消費者希望自己的資料被別人任意的取得，有了安全性之後速度就變成使用者最在意的事，而我們購物網站建構所花費最多時間的地方，就是在購物車調整的時間，如何在簡便操作中又有絕佳的安全性，使其達到

平衡，是我們需要努力的部份。

- Server功能的加強

就我們目前Server的功能，有許多可以加強的地方，未來希望可以對於使用者作進一步的管哩，並且增加各種統計的功能。

- 介面的改良

購物網站的介面，我們希望可以多增加Flash的表現方式，使網頁更有變化且具吸引力，當初本來就是有計畫要增加這樣的語法，但因為技術上的困難，所以先以Dreamweaver做網頁編寫的動作，而沒有做到介面改良這部份。

參考文獻

網站

KalakotaR.,andWhinstonA.B.,1997,ElectronicCommerce:AManager'sGuide,Addison-Wesley.fromtheWorldWideWeb:<http://www.cis.scu.edu.tw/~kuo/e-business/History.html>

資訊專家顧問中心，<http://www.blueshop.com.tw/>

數位之牆，<http://www.digitalwall.com/>

竹貓星球，<http://www.phpbb-tw.net/>

網路甘仔店 KMD&OSC，<http://osc.kmd.com.tw/index.php>

OsCOMMERCE 官方網站，<http://www.oscommerce.com/>

貝親嬰兒網，<http://www.oscommerce.com/>

Adobe 官方網站，<http://www.adobe.com/tw/>

PHP5 網管實驗室，<http://www.php5.idv.tw/>

藍色小舖，<http://www.blueshop.com.tw/>

書籍

王緒溢、徐蕙君，2006。Dreamweaver8與PHP網頁設計實務(初版)。台北市：網奕資訊。

松橋工作室主編，2002。FlashMX完美的演繹(初版)。台北市：知城數

位科技。

吳佳諺，2001。PHP&MySQL商業網站架設實務。台北市：學貫行銷出版社。

趙啟志，2000。PHP4+MySQL完整自學方案。臺北縣汐止市：博碩文化出版社。

王仲麒，2005。HP5&MySQL4資料庫網站輕鬆架。台北市：碁峰資訊。

施威銘研究室，2001。SQLServer2000設計實務。台北市：旗標出版社。

蕭凱若(譯)，2003。MySQL 資料庫教學手冊。台北市：碁峰資訊股份有限公司(吳健斌)。

李啟宏，2006。Dreamweaver 8 網頁設計整合進階技巧。台北市：文魁資訊。

小正正/戴自葦，2005。網路商店人氣王。台北市：上奇科技

施威銘研究室，2005。Dreamweaver MX 2004 魔法書。台北市：旗標出版股份有限公司。

龐涵怡/吳怡君，2004。Dreamweaver 網頁設計魔法 500 招。台北市電腦人文化事業出版。

小正正，2002，Dreamweaver MX & PHP 整合應用經典，第一版，上奇科技。

王振民，2004，徹底剖析 PHP & MySQL，第一版，文魁資訊。

吳權威，2005，PHP 5 與 MySQL 動態網頁實務，第一版，網奕資訊

盧長青，2004，精通 PHP 5 & MySQL 程式設計，第一版，金禾資訊。

附錄(一)

- babyshop database 之資料表描述：

表 4 資料表描述-產品(products)資料表

欄位名稱	型 態	說 明
products_id	int(11)	產品編號，PK 值不可重覆。
product_quantity	int(4)	產品數量
products_image	varchar(64)	產品圖片
products_price	decimal(15,4)	產品價格，
products_date_added	datetime	上架日期
products_last_modifeed	datetime	最後一次編修日期
products_date_available	datetime	有效期限
products_weight	decimal(5,2)	商品重量
products_status	tinyint(1)	商品狀態
products_tax_class_id	int(11)	稅金
manufacturers_id	int(11)	製造商編號
product_ordered	int(11)	已訂購數量

表 5 資料表描述-類別(categories)資料表

欄位名稱	型態	說明
categories_id	int(11)	類別編號，PK 值不可重覆。
categories_image	varchar(64)	類別圖片
date_added	datetime	新增日期
last_modified	datetime	最後編修日期

表 6 資料表描述-購物車(customers_basket)資料表

欄位名稱	型態	說明
customers_basket_id	int(11)	購物車編號，PK 值不可重覆。
customers_id	int(11)	顧客編號
products_id	tinytext	產品編號
customers_basket_quantity	Int(2)	購物車數量
final_price	Decimal(15,4)	總金額
customers_basket_date_added	varchar(8)	購物車建立日期

表 7 資料表描述-產品描述(products_description)資料表

欄位名稱	型態	說明
products_id	int(11)	產品編號，PK 值不可重覆。
products_name	varchar(64)	產品名稱
product_description	mediumtext	產品描述
products_viewed	int(5)	產品被點閱次數

表 8 資料表描述-顧客資訊(customers_info)資料表

欄位名稱	型態	說明
customers_info_id	int(11)	客戶資訊編號，PK 值不可重覆。
customers_info_date_of_last_logon	datetime	最後登入日期
customers_info_member_of_logons	int(5)	登入次數
Customers_info_date_account_created	datetime	帳號新增日期
Customers_info_date_account_last_modified	datetime	最後修改日期
Global_product_notifications	int(1)	評論文章篇數

表 9 資料表描述-產品屬性(products_attributes)資料表

欄位名稱	型態	說明
products_attributes_id	int(11)	產品編號，PK 值不可重覆。
products_id	int(11)	產品編號
options_id	int(11)	選項編號
options_values_id	int(11)	產品描述
options_values_price	Decimal(15,4)	產品被點閱次數

表 10 資料表描述-產品選項(products_options)資料表

欄位名稱	型態	說明
Products_options_id	int(11)	產品選項編號，PK 值不可重覆。
product_options_name	int(4)	產品選項名稱

表 11 資料表描述-產品選項值(products_options_values)資料表

欄位名稱	型態	說明
products_options_valuesid_id	int(11)	產品選項值編號
products_options_values_id	varchar(64)	產品選項值名稱

表 12 資料表描述-產品選項內容對應產品選項

(products_options_values_to_products_options)資料表

欄位名稱	型態	說明
products_options_values_to_products_options_id	int(11)	產品選項內容對應產品選項資料表之編號,PK 值不可重覆。
products_options_id	int(11)	產品選項編號
Products_options_values_id	int(11)	產品選項內容編號

表 13 資料表描述-類別(categories_description)描述資料表

欄位名稱	型態	說明
categories_id	int(11)	類別編號
categories_name	varchar(32)	類別名稱

表 14 資料表描述-產品對應(products_to_categories)類別資料表

欄位名稱	型態	說明
product_id	int(11)	類別編號,PK 值不可重覆
categories_id	int(11)	類別編號

表 15 資料表描述-購物車屬性(customers_basket_attributes)資料表

欄位名稱	型 態	說 明
customers_basket_attributes_id	int(11)	購物車屬性編號，PK 值不可重覆
customers_id	int(11)	顧客編號
products_id	tinytext	產品編號
products_options_id	int(11)	產品選項編號
products_options_value_id	int(11)	產品選項編號值

表 16 資料表描述-訂單處理進度(order_status)資料表

欄位名稱	型 態	說 明
order_status_id	int(11)	訂處理進度編號，PK 值不可重覆
order_status_name	int(11)	訂單處理進度選項

表 17 資料表描述-訂單產品(order_products)資料表

欄位名稱	型態	說明
order_products_id	int(11)	訂單產品編號，PK 值不可重覆
order_id	int(11)	訂單編號
products_id	int(11)	產品編號
products_model	varchar(12)	產品型號
products_name	varchar(64)	產品名稱
products_price	decimal(15,4)	產品價格
final_price	decimal(15,4)	總計金額
products_tax	decimal(7,4)	稅金
products_quantity	int(2)	郵遞區號

表 18 資料表描述-地址簿(address_book)資料表

欄位名稱	型態	說明
address_book_id	int(11)	地址簿編號，PK 值不可重覆。
entry_gender	int(11)	性別
entry_company	char(1)	公司名稱
entry_firstname	varchar(32)	顧客名字
entry_lastname	varchar(32)	顧客姓氏
entry_street_address	varchar(64)	地址-路/街，門牌號碼
entry_postcode	varchar(10)	郵遞區號
entry_city	varchar(32)	城市
entry_state	varchar(32)	國家
entry_suburb	varchar(32)	地址-村/鎮

表 19 資料表描述-顧客(customers)資料表

欄位名稱	型 態	說 明
customers_id	int(11)	顧客編號，PK 值不可重覆。
customers_gender	char(1)	性別
customers_firstname	varchar(32)	顧客名字
customers_lastname	varchar(32)	顧客姓氏
customers_dob	datetime	顧客生日
customers_email_address	varchar(96)	電子郵件
customers_telephone	varchar(32)	聯絡電話
customers_fax	varchar(32)	傳真
customers_password	varchar(40)	密碼
customers_newsletter	char(1)	是否定訂電子報

表 20 資料表描述-訂單(orders)資料表

欄位名稱	型態	說明
order_id	int(11)	訂單編號，PK 值不可重覆。
customers_id	int(11)	顧客編號
customers_name	varchar(64)	顧客姓名
customers_company	varchar(32)	公司名稱
customers_street_address	varchar(64)	街道門牌號碼
customers_city	varchar(32)	鄉/村鎮區
customers_postcode	varchar(10)	郵遞區號
customers_state	varchar(32)	縣市
customers_country	varchar(32)	國家
customers_telephone	varchar(32)	聯絡電話
customers_email_address	varchar(96)	電子郵件
delivery_name	varchar(64)	寄貨收件人
delivery_company	varchar(32)	收件公司名稱
delivery_street_address	varchar(64)	街道門牌號碼
delivery_city	varchar(10)	鄉/村鎮區
delivery_postcode	varchar(32)	郵遞區號

delivery_state	varchar(32)	縣市
delivery_country	varchar(32)	國家
billing_name	varchar(64)	帳單簽收人
billing_company	varchar(32)	帳單簽收-公司名稱
billing_street_address	varchar(64)	街道門牌號碼
billing_city	varchar(10)	鄉/村鎮區
billing_postocde	varchar(32)	郵遞區號
billing_state	varchar(32)	縣市
billing_country	varchar(32)	國家
payment_method	varchar(32)	寄送方式
last_modified	datetime	最後修改日期
date_purchased	datetime	購買日期
orders_status_id	int(11)	訂單處理進度
orders_date_finished	datetime	訂單處理完畢日期
currency	char(3)	貨幣類型
currency_value	decimal(14,6)	匯率

表 21 資料表描述-促銷活動(onsale)資料表

欄位名稱	型態	說明
no	tinyint(4)	促銷活動消息編號，PK 值不可重覆
name	varchar(10)	發表人
mail	Varchar(30)	發表人之 mail
subject	varchar(30)	主題
content	mediumtext	活動內容
re	int(2)	回覆篇數
which_no	int(5)	回應編號
putdate	date	張貼時間
hits	int(4)	點閱率

表 22 資料表描述-最新消息(news)資料表

欄位名稱	型態	說明
no	tinyint(4)	最新消息編號，PK 值不可重覆
name	varchar(10)	發表人
mail	Varchar(30)	發表人之 mail
subject	varchar(30)	主題
content	mediumtext	活動內容
re	int(2)	回覆篇數
which_no	int(5)	回應文章編號
putdate	date	張貼時間
hits	int(4)	點閱率

表 23 資料表描述-首頁最新消息連結(pmd)資料表

欄位名稱	型態	說明
ADID	Int(20)	促消活動消息編號，PK 值不可重覆
ADlink	varchar(50)	主題連結
ADTitle	text	消息主題

表 24 資料表描述-聯絡管理者(contact)資料表

欄位名稱	型態	說明
no	tinyint(4)	聯絡我們文章編號,PK 值不可重覆
nickname	varchar(20)	文章發表人
mail	varchar(50)	發表人之電子信箱
sex	varchar(10)	性別
deucation	varchar(20)	教育程度
job	varchar(30)	工作
byear	int(10)	生日-年
bmonth	int(10)	生日-月
bday	int(10)	生日-日
code	int(10)	郵遞區號
city	varchar(20)	縣市
Address	varchar(50)	地址
Tel	int(15)	聯絡電話
phone	int(15)	行動電話
contact	mediumtext	留言內容
level	tinyint(1)	使用者層級

表 25 資料表描述-媽咪知識(information)資料表

欄位名稱	型態	說明
no	tinyint(4)	媽咪新知文章編號，PK 值不可重覆
name	varchar(10)	發表人
mail	Varchar(30)	發表人之 mail
subject	varchar(30)	主題
content	mediumtext	活動內容
re	int(2)	回覆篇數
which_no	int(5)	回應編號
putdate	date	張貼時間
hits	int(4)	點閱率

表 26 資料表描述-交流專區(bbs)資料表

欄位名稱	型態	說明
no	tinyint(4)	促消活動消息編號，PK 值不可重覆
name	varchar(10)	發表人
mail	Varchar(30)	發表人之 mail
subject	varchar(30)	主題
content	mediumtext	活動內容
re	int(2)	回覆篇數
which_no	int(5)	回應編號
putdate	date	張貼時間
hits	int(4)	點閱率