

企業在網際網路上對電子商務認知之研究

鄭炫明、徐悌

E-mail: 8812180@mail.dyu.edu.tw

摘要

電子商務的興起，不僅改變消費者的生活習慣，也改變了傳統的行銷方式。同時電子商務給予企業重新取得競爭優勢的機會。身處於這個高倍數的資訊時代，能快速運用資訊，掌握先機，加上正確的策略，便是日後的大贏家。『速度』雖早就是企業致勝的法寶，不過電子商務卻使其更加肯定，與加快其步伐。策略的轉變是由管理者與決策制訂者的知覺所引起的。策略的落差存在於所瞭解的情況、組織部門的能力與所希望的狀態。管理的認知和方式比有形資源較難轉變。企業瞭解本身的認知可能為企業所帶來的影響，才能提高企業制訂策略的能力。因應網際網路的出現，國際化與全球化的腳步，在深處資訊科技所帶來的動態競爭中，如何使企業從中取得競爭優勢，當從瞭解企業認知開始。本研究藉著企業對電子商務認知的瞭解，在企業建置或管理電子商務時，對企業之電子商務所應採取的態度，提供一個導引與事實。本研究的結果指出，企業對電子商務的認知，除了會影響企業對電子商務之投資策略、設站策略、網站策略；同時，企業對電子商務的認知，也會藉著網站的服務層級，透露出企業在電子商務上投資與設站的策略思維。

關鍵詞：電子商務；電子商業；認知；採用時機；企業特性；網站策略

目錄

第一章 緒論	1
第一節 未來決定企業競爭優勢的法寶-速度	1
第二節 研究動機	2
第三節 研究目的	4
第二章 文獻探討	5
第一節 電子商業與電子商務的差異	5
第二節 電子商務之認知	9
第三節 採用時機	21
第四節 服務層級	24
第五節 企業特性	27
第六節 策略因子	28
第三章 研究方法	32
第一節 研究架構	32
第二節 研究假說	33
第三節 研究對象與問卷設計	34
一、 樣本	34
二、 問卷設計	34
第四節 研究變項與操作型定義	36
一、 電子商務的認知	36
二、 企業特性	36
三、 採用時機	36
四、 策略因子	37
五、 服務層級	37
第五節 問卷預試與寄發	39
一、 問卷預試	39
二、 研究時間	39
第六節 資料分析方法	40
一、 因素分析	40
二、 集群分析	40
三、 相關分析	40
第四章 資料分析	42
第一節 內部凝聚力與信度分析	42
第二節 敘述性統計	45
一、 行銷範圍	45
二、 團隊結構	45
三、 設站經驗	46
四、 產業分類	46
五、 採用電子商務之時機	47
六、 投資策略	48
七、 設站策略	49
八、 網站策略	50
九、 服務功能	51
十、 投資策略與採用時機之交互作用	52
第三節 因素分析、集群分析	54
一、 企業認知之因素分析	54
二、 認知分群	58
第四節 相關分析	62
一、 電子商務認知與策略因子之相關性	62
二、 電子商務認知與企業採用電子商務的時機之相關性	65
三、 電子商務認知與服務層級之相關性	66
四、 電子商務認知與企業特性之相關性	67
五、 服務層級與採用時機之相關性	68
六、 服務層級與企業特性之相關性	69
七、 服務層級與策略因子之相關性	69
八、 投資策略與設站策略之相關性	71
九、 設站策略與網站策略之相關性	72
十、 投資策略與網站策略之相關性	73
第五章 討論	76
第一節 研究假設與統計結果	76
第二節 研究結果探討	77
一、 電子商務的認知與投資策略	78
二、 電子商務的認知與設站策略	79
三、 電子商務的認知與網站策略	81
四、 電子商務的認知與採用時機	82
五、 電子商務的認知與服務層級	83
六、 電子商務的認知與企業特性	85
七、 服務層級與採用時機	88
八、 服務層級與企業特性	89
九、 服務功能與服務品質	90
十、 服務層級與策略因子	91
十一、 投資策略與設站策略	92
十二、 設站策略與網站策略	94
十三、 投資策略與網站策略	96
第三節 研究結果之管理意涵	97
第六章 結論	99
第一節 相關研究	99
一、 相關文獻	99
二、 過去研究的不足	100
第二節 研究架構與樣本	100
一、 研究架構與工具	100
二、 研究對象與過程	101
第三節 統計結果	101
一、 調查結果	101
二、 相關分析	102
第四節 討論	103
一、 電子商務的認知	103
二、 服務層級、企業特性、策略因子	104
三、 策略思維	105
第五節 結論與建議	105
一、 研究的結果	105
二、 研究的限制	106
中文文獻：	107
英文文獻：	109

參考文獻

1. 中文文獻: 1. "電子商業座談會", 資訊與電腦出版社, 1996.5月號, pp. 132-135 2. Hamel G.、Prahalad C. K. , "競爭大未來", pp. 33-60 3. Porter M. E. , 周旭華譯, "競爭優勢", pp. 50-66 4. Atkinson R. L.等註, 鄭柏堦等編譯, "心理學", pp. 9-11,353-355, 545-549 5. 王瑞之, "電子商務幾問(上)", 資訊與電腦出版社, 1996.12月號, pp. 9-11 6. 余孟聰, 民國86年, "企業規模及往來廠商權力相依關係對跨組織資訊系統運用整合之影響", 中央大學碩士論文 7. 李銘章, 民國84年, "銀行業服務品質、顧客滿意與獲利能力因果性關係之研究", 雲林科技大學碩士論文 8. 周繼文, 民國84年, "服務品質量表發展方法與程序之研究", 交通大學碩士論文 9. 果芸, "對美國『全球電子商業綱要』應有的認識", 資訊與電腦出版社, 1997.9月號, pp. 22-25 10. 林昱仁等, "電子商場大師", 電腦與通訊, 1997.12.5, pp. 65-75 11. 林錫金, 民國86年, "電子商務業者之資源優勢、策略優勢、績效優勢關係之研究", 台灣大學碩士論文 12. 張裕安, 民國87年, "台灣地區電子商店業者網路行銷決策因素之研究", 政治大學碩士論文 13. 黃俊英, "多變量分析", pp. 207-235 14. 黃建修, 民

國84年, "台灣廠商ISO 9000品質經營策略之實證研究", 大葉大學碩士論文 15. 劉昌龍, "電子商場", 電腦與通訊, 1996.12.5, pp. 3-8

16. 賴杉柱, "運用NII提昇產業效益, 建立支援亞太營運中心的電子商業環境", 商業現代化, 1996.11月號, pp. 1-4 17. 鍾瑞芳, "台灣電子商業計畫之推動", 資訊與電腦出版社, 1997.12月號, pp. 66-68 18. 鐘貴平, 民國82年, "服務品質量表發展方法與程序之研究", 台灣大學碩士論文 二、英文文獻: 1. "Building Electronic Customer Relationships", Bank Systems+Technology, June 1996, pp. 29-31. 2. "EC Will Change Business Processes", Managing Office Technology, September 1997, p12. 3. "Electronic Commerce is Going Online", Managing Office Technology, June 1998, pp. 20-23. 4. "So Where Are All The Bargains? ", Business Week, June 22, 1998, p162. 5. Anderson J. C., Narus J. A., "Business Marketing Understand What Customers Value", Harvard Business Review, November-December 1998, pp. 53-65. 6. Anderson M. D., Choobineh J., "Marketing On The Internet", Information Strategy: The Executive's Journal, Summer 1996, pp. 22-29. 7. Angelides M. C., "Implementing The Internet for Business: A Global Marketing Opportunity", International Journal of Information Management, 1997, Vol. 17, No. 6, PP. 405-419. 8. Arnold D. J., Quelch J. A., "New Strategies in Emerging Markets", Sloan Management Review, Fall 1998, pp. 7-20. 9. Atkin D. J., Jeffres L. W., Neuendorf K. A., "Understanding Internet adoption as telecommunications behavior", Journal of Broadcasting & Electronic Media, Vol. 42, Issue: 4, Fall 1998, pp. 475-490. 10. Baker J. M., "Internet Application Development: A New Opportunity to Build Your Brand", Marketing Review, June-July 1998, pp. 25-28. 11. Bakos J. Y., Treacy M. E., "Information Technology And Corporate Strategy: A Research Perspective", MIS Quarterly, June 1986, pp. 107-119. 12. Bakos Y., "The Emerging Role of Electronic Marketplaces On The Internet", Communications of The ACM, August 1998, Vol. 41, No. 8, pp. 35-41. 13. Barney J. B., "Looking Inside For Competitive Advantage", Academy of Management Executive, 1995, Vol. 9, No. 4, pp. 13-29. 14. Bernstein P. L., "Are Networks Driving The New Economy?", Harvard Business Review, November-December 1998, pp. 159-166. 15. Betsy Morris, "IBM Really Wants E-Business", Fortune, November 10, 1997, pp. 24-28 16. Blake P., "Looking Back to Extranets for solutions", Information Today, Vol. 15, Issue: 7, July-August, 1998, pp. 15-54. 17. Brockmann E. N., Simmonds P. G., "Strategic Decision Making: The Influence Of CEO Experience And Use Of Tacit Knowledge", Journal Of Managerial Issues, Winter 1997, Vol. 4, No. 4, pp. 454-467. 18. Burke R. G., "Be Innovative, Yet Wary With Online Partnerships", Bank Management, January-February, 1996, p2. 19. Cappel J. J., Myerscough M. A., "Using the World Wide Web to Gain a Competitive Advantage", Information Strategy: The Executive's Journal, Spring 1997, pp. 6-13. 20. Carlson J., "Adding the Internet to your marketing strategy", MM&M, June 1996, pp. 44-50. 21. Chase L., "Your Company's Image and the Internet: Migrating Your Current Company's Image Online", Marketing Review, June-July, 1998, pp. 9-12. 22. Chimala S., "Enterprise Solutions Forum", 1998/11/3 23. Coyne K. P., Dye R., "The Competitive Dynamics of Network-Based Businesses", Harvard Business Review, January-February, 1998, pp. 99-109. 24. David L., "Eyeing e-markets", Infoworld, July 13, 1998, p46. 25. Dwyer A. F., CMC F. H., "Using Ideas to Increase the Marketability of Your Firm", Journal of Management Consulting, Vol. 9, No. 2, November 1996, pp. 56-61. 26. Evans P. B., Thomas S. Whomas, "Strategy And The New Economics of Information", Harvard Business Review, September-October, 1997, pp. 71-82. 27. Franklin P., "Competitive Advantage and Core Competences", Strategic Change, November 1997, Vol. 6, pp. 371-375. 28. Ghosh S., "Making Business Sense of The Internet", Harvard Business Review, March-April, 1998, pp. 126-135. 29. Gore A., "A Framework For Global Electronic Commerce", July 1, 1997. 30. Griffin J., "The Internet's Expanding Role in Building Customer Loyalty", Direct Marketing, November 1996, pp. 50-53. 31. Hair J. F., Anderson R. E., Tathan R. L., Black W. C., "Multivariate Data Analysis Fifth Edition", Prentice-Hall International, Inc 32. Hames M., "Balance Your Innovation Strategy", Electronic Business, May 1998, p8. 33. Hammersley J. S., Kadous K., Magro A. M., "Cognitive and Strategic Components of the Explanation Effect", Organizational Behavior And Human Decision Processes, 1997, Vol. 70, No. 2, May, pp. 149-158. 34. Harbert T., "Here Comes The Electronic Economy", Electronic Business, June 1998, p26. 35. Hays R. D., "Building an Information Technology Service Culture", Information Strategy: The Executive's Journal, Fall 1997, pp. 19-23. 36. Hof R. D., "The Click Here Economy", Business Week, June 22, 1998, pp. 62-68. 37. Johnson D. E.L., "Internet Will Promote Collaboration", Health Care Strategic Management, December 1996, pp. 2-3. 38. Kalakota R., Whinston A. B., "Electronic Commerce: A manager's guide", Addison Wesley Longman, Inc. 39. Keen P. G.W., Balance C., "EC-Less Will Mean Business-less", Chief Executive Asia, September 1998, pp. 42-44. 40. Kesner R. M., "Building An Internet Commerce Capability: A Case Study", Information Strategy: The Executive's Journal, Winter 1998, pp. 27-36. 41. Klepper R., "The World Wide Web as Mass Medium", Management Corner, Fall 1997, pp. 24-31. 42. Lamous B., "Computer power no match for brain power", Marketing News, February 26, 1996, pp. 10-11. 43. Leon H., "IT Survey: New Emphasis On Service Changing Marketing Strategy", Business Marketing, June 1997, p3. 44. Luehrman T. A., "Strategy as a Portfolio of Real Options", Harvard Business Review, September-October, 1998, pp. 89-99. 45. Magretta J., "The Power of Virtual Integration: An Interview With DELL Computer's Michael Dell", Harvard Business Review, March-April, 1998, pp. 73-84. 46. Messmer E., "EC pioneers get glory and the arrows", Network World, May 4, 1998, p130. 47. Porter M. E., "Clusters And The New Economics of Competition", Harvard Business Review, November-December, 1998, pp. 77-90. 48. Powell T. C., Dent-Micalff A., "Information Technology As Competitive Advantage: The Role Of Human, Business, And Technology Resources", Strategic Management Journal, 1997, Vol. 18:5, pp. 375-405. 49. Quelch J. A., Klein L. R., "The Internet and International Marketing", Sloan Management Review, Spring 1996, pp. 60-75. 50. Rick Tetzeli, "Getting Your Company's Internet Strategy", Fortune, March 18, 1996, pp. 48-51. 51. Sanchez R., Heene A., "Managing for an Uncertain Future", Int. Studies of Mgt. & Org., Vol. 27, No. 2, Summer 1997, pp. 21-42. 52. Stabell C. B., Fjeldstad O. D., "Configuring Value For Competitive Advantage: On Chains, Shops, And Networks", Strategic Management Journal, 1998, Vol. 19, pp. 413-437. 53. Telego D. J., "A Growing Role: Environmental Risk Management in 1998", Risk Management, March 1998, pp. 19-21. 54. Thong JYL, Yap CS, "CEO Characteristics, Organizational Characteristics and Information Technology Adoption in Small Business", Omega, Int. J. Mgmt Sci., 1995, Vol. 23, No. 4, pp. 429-442. 55. Venkatraman N.,

Henderson J. C., "Real Strategies for Virtual Organizing", Sloan Management Review, Fall 1998, pp. 33-48. 56. Zaheer A., Zaheer S., "Catching the Wave: Alertness, Responsiveness, and Market Influence in Global Electronic Networks", Management Science, 1997, Vol. 43, No. 11, November, pp. 1493-1509.