

企業導入電子商務經營策略之研究

粘俊生、鍾翼能

E-mail: 9121412@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

隨著網路科技的蓬勃發展，帶動了全新的企業商機，改變了過去傳統經濟體系中的市場需求、市場結構及交易方式。近年來，網際網路所產生的電子商務為企業帶來幾項競爭優勢，降低了通貨膨脹、增加行銷優勢、縮短進入市場的時間、促進聯盟關係等等。因此，可以預期網際網路的商業應用將把企業帶進全球化的競爭、互動式的行銷、組織間的合作、甚至形成虛擬企業、網路式的經濟體系。面對數位經濟時代的來臨，電子商務將是企業經營不可或缺的利器，有關企業電子商務經營策略之建構具有高度的複雜性與挑戰性，讓許多企業不知如何評估及著手。本研究之目的，即希望經由對國內、外學者就企業導入電子商務經營的發展遠景、可能瓶頸及因應對策等相關文獻之探討，以提供最新的知識與訊息，協助企業建構成功的經營模式，並作為國內企業欲導入電子商務之參考方案。

Keywords : 電子商務 ; 經營策略 ; 經營模式

Table of Contents

封面內頁 簽名頁 授權書	iii 中文摘要
iv 英文摘要	v 誌謝
vi 目錄	vii 圖目錄
ix 表目錄	x 第一章 緒論 1.1 研究背景
1 1.2 研究動機	3 1.3 研究目的
5 第二章 文獻探討 2.1 電子商務的定義與種類	5 1.4 研究架構
19 2.3 企業間的電子商務	7 2.2 影響企業導入電子商務的因素
25 第三章 研究方法 3.1 企業導入電子商務的步驟	22 2.3.1 企業應用電子商務概況..... 23 2.3.2 電子市集之內涵..... 25 3.1.1 企業e化的成功要素..... 30 3.1.2 導入電子商務的發展過程..... 32 3.2 企業導入電子商務的策略
30 3.1.2 導入電子商務的發展過程..... 32 3.2 企業導入電子商務的策略	30 3.1.1 企業e化的成功要素..... 30 3.2.1 電子商務應用策略..... 36 3.2.2 電子商務的策略核心..... 42 3.3 電子商務未來發展趨勢
44 第四章 資料分析 4.1 導入電子商務與經營績效之關係	48 4.2 電子商務與行銷策略之關聯
44 4.2.1 網路化的行銷活動..... 53 4.2.2 網路行銷策略..... 55 4.3 導入電子商務模式之探討	48 4.2 電子商務與行銷策略之關聯
58 第五章 結論與建議 5.1 研究結論	53 4.3 導入電子商務模式之探討
65 參考文獻	64 5.2 研究建議
	67

REFERENCES

1. 劉祖亮、連麗真、林幸華與梁智璇，企業導入電子商務的第e步，漢智電子商務出版，65-72頁，2001.3。
2. 陳雪美，電子商務管理概論，跨世紀電子商務出版社，292-300頁，1999.6。
3. 李浩正，企業進入全球B2B電子商務更easy，通訊雜誌，50-51頁，2001.1。
4. 謝懷德，電子商務，仕耕文化有限公司，2-10頁，2000.8。
5. 潛龍，企業如何e經營運籌，松崗電腦圖書資料股份有限公司2000.10。
6. 陳慧玲，「國內企業導入電子商務之應用環境與實施策略之研究」，輔仁大學資訊管理研究所碩士論文，1999。
7. 黃雅君，「資訊電子產業導入企業間電子商務之成功關鍵因素」，雲林科技大學工業工程與管理研究所碩士論文，2000。
8. 盧建男，「國內企業導入電子商務之因素與其績效之研究」，中國文化大學經濟學研究所碩士論文，2000。
9. 吳慧珠，「企業網路行銷策略之探討」，清雲學報，第二一卷，第一期，167-175頁，2001.6。
10. 林耀欽，「電子商務對中小企業之影響與因應對策」，中小企業經營環境之研究研討會，1999.6。
11. 林志彥，「企業發展電子商務之潛力、策略與效益之研究」，雲林科技大學資訊管理研究所碩士論文，1999。
12. 劉坤堂，我國電子商務發展現況，研考雙月刊，2001.2。
13. 網際網路資訊情報中心，[<http://www.find.org.tw>]。
14. CNT台灣國際電子商務中心，[<http://www.nii.org.tw/cnt/>]。
15. 網際網路商業應用計劃，[<http://www.ec.org.tw/>]。
16. 電子商務時報，[<http://www.ectimes.org.tw/>]。
17. 財團法人資訊工業策進會，[<http://www.iii.org.tw/>]。
18. 電子商務資訊網，[<http://www.e21times.com/>]。
19. 經濟部商業司電子商業答客問(FAQ)手冊 - 電子商業常見問題及解答。
20. 陳玉研，「網際網路經營策略之研究」，東海大學企業管理研究所碩士論文，1996。
21. 章寶鸞，「透過B-to-B電子商務的推展，建構企業價值鍊」，能力雜誌，1999。
22. 蕭瑞麟，如何以電子商務創造企業價值，管理雜誌第319期。
23. 黃雲暉，「國內企業間電子商務推動現況」，資訊工業透析，1999。
24. 林如雪，電子商務現況分析，國立台灣大學經濟研究所，2000。
25. 黃敏祐，「企業特質與網際網路應用狀況之關聯」，政治大學資訊管理研究所碩士論文，1998。
26. 張力仁，「影響中小企業管理者導入電子商務因素之研究」，東華大學國際企業管理研究所未出版

之碩士論文，2000。 27.羅家德，電子商務入門，跨世紀電子商務出版社，1999。 28.果芸，「電子商務帶來的機會與挑戰」，資訊與電腦，1998.2。 29.莊沛洋，企業運用電子商店之決策因素與經營模式研究，國立交通大學管理科學研究所碩士論文，1997。 30.經濟部商業司，商業增值網路應用推廣計畫成果彙編，2000。 31.郭晉彰，電子商務是未來企業成敗關鍵，工商時報，1999.11。 32.林國平，電子商務應用策略，華彩軟體股份有限公司，2000.10。 33.李漢超，建構e化企業的4個路程，資訊與電腦，第244期p77~83。 34.丁玲虹，國內電子商務的問題與機會點，通訊雜誌，50-53頁2001.5。 35.陳志賢，國內B2B電子商務之個案研究，黎明學報，第十三卷，第二期，105-112頁，2001.3。 36.魏志強，B2B電子商務新經營模式現況剖析，資訊工業策進，2000.6。 37.盧希鵬，主管應該知道的九種電子商務策略，資訊與電腦，56-59頁，2001.6。 38.中原大學資訊管理學系，第一屆網站經營學術暨實務研討會，中原大學網站經營研究中心，2000.5。 39.陳志賢，本土性企業間電子商務研究，泰山職訓學報，第四期，88-102頁，2001。 40.鄭玄宜，電子商務實務應用，第三波資訊股份有限公司，5-17 頁，2000.3。 41.王本正，應用電子商務於科技產業之趨勢分析，東海大學企管研究所所長，2000。 42.葉新興，電子商務的發展對中小企業的影響，經濟部中小企業處，2000.3。 43.郭和杰，B2B發展策略，中國生產力中心，2001.10。 44.吳琮璠、謝清佳，資訊管理理論與實務，智勝文化事業，第四版，2000。 45.劉淑真，我國電子商務商業應用市場分析，資訊工業策進會2001.12。 46.William Stallings, " Cryptography And Network Security:Principles and Practice," Prentice Hall International, 6-10,1999。 47.Nabil, R.A. and Y. Yelena, " Electronic Commerce:Current Research Issues and Applications ", Springer, 1995。 48.Kosiur, D. Understanding Electronic Commerce, Microsoft Press , 1997。 49.Weller, T., "B to B eCommerce:The rise of eMarketplace," Legg Mason Equity Research, Spring 2000。 50.Larry, G., " Service Evolve E-business toward Enterprise Integration ", Midrange Systems, Vol. 12, May 1999。 51.Kalakota, R. and A. B. Winston, Frontiers of Electronic Commerce, Addison —Wesley, 1996。 52.Timers, P., "Business models for electronic markets," Electronic Markets, Vol.8, No.2, 1998。 53.Ravi Kalakota and Andrew B. Whinston, "Electronic Commerce -A Manager's Guide", Addison- Wesley Longman, 1997。 54.NIST(Nation Institute of Standards and Technology) E-Commerce : The Future is Now, March 20, 1999。 55.David Kosiur , Understanding Electronic Commerce 1999。 56.Mohr, S., " Beyond Consumers, Companies Pursue Business- to-Business Net Commerce " , New York Times, April 28, 1997。