

虛擬社群關鍵成功因素之個案研究

張育菘、許晉龍

E-mail: 9805920@mail.dyu.edu.tw

摘要

以虛擬社群模式進?電子商務交?漸趨成熟，此議題也受到學者重視。然而過去研究中多以?化進?實證研究，鮮少有使用質性個案研究探討以虛擬社群為基礎之成功關鍵因素。為此本研究目的主要以個案研究法探討虛擬社群關鍵成功因素。本研究整?相關文獻提出電子商務交?模式與虛擬社群收?模式架構。依據研究架構尋找出研究對象，再收集成功個案之次級資?，並以Preece(2001)所提出之社群成功因素進?資?分析。研究結果顯示??何種模式?應擁有多樣化與豐富的內容，並提供使用者自由空間與回饋的功能，以及清楚傳達之資訊內容，為使用者?身訂做適合個人習慣之網頁與專人回覆且快速?新。

關鍵詞：虛擬社群、電子商務、個案研究

目錄

中文摘要	iii
英文摘要	iv
致謝辭	v
內容目錄	vi
表目錄	viii
圖目錄	ix
第一章 緒論	1
第一節 研究背景	1
第二節 研究動機與目的	2
第三節 研究範圍	3
第四節 研究流程	4
第二章 文獻探討	6
第一節 虛擬社群	6
第二節 商業模式	15
第三節 電子商務與虛擬社群之收益模式	26
第三章 研究架構與研究方法	29
第一節 研究架構	29
第二節 研究方法	36
第四章 個案研究與分析	45
第一節 亞馬遜(Amazon)	45
第二節 雅虎(Yahoo)	62
第三節 電子灣(eBay)	73
第四節 阿里巴巴(Alibaba)	88
第五節 意得網(Priceline)	103
第六節 個案比較	116
第五章 結論與建議	120
第一節 研究結論	120
第二節 研究貢獻	122
第三節 研究限制與未來研究方向	123
參考文獻	124

參考文獻

中文部分Alexa(2008), Amazon六個月網站流量表[線上資料], 來源: http://www.alexa.com/data/details/traffic_details/Amazon.com [2008, December 27].Alexa(2008), Ebay 六個月網站流量表[線上資料], 來源: http://www.alexa.com/data/details/traffic_details/ebay.com[2008,

December 27].Alexa(2008), Priceline 六個月網站流量表[線上資料], 來源: http://www.alex.com/data/details/traffic_details/priceline.com [2008, December 27].Alexa(2008), Yahoo六個月網站流量表[線上資料], 來源: http://www.alex.com/data/details/traffic_details/yahoo.com[2008, December 27].Alexa(2008), 阿里巴巴 六個月網站流量表[線上資料], 來源: http://www.alex.com/data/details/traffic_details/alibaba.com [2008, December 27].Allan, Afuah, Christopher, & L. Tucci(2001), 電子化策略與經營模式(呂執中譯), 台北:美商麥格羅 希爾國際股份有限公司台灣分公司(原文於2001年出版)。Dennis, L. Prince(2005), eBay網路拍賣實作手冊(洪慧芳譯), 台北:美商麥格羅 希爾國際股份有限公司台灣分公司(原文於2005年出版)。Jeffrey, F. Rayport & Bernard, J. Jaworski(2006), 電子商務概論(黃士銘、洪育忠與傅新彬譯), 台北:美商麥格羅 希爾國際股份有限公司台灣分公司(原文於2005年出版)。John Hager III & Arthur G. Armstrong(1998), 網路商機(朱道凱譯), 台北:麥田出版:城邦文化發行(原文於1998年出版)。Joseph, T. Sinclair(2000), eBay:網路拍賣的飛天法寶(鄭新加予陳守煒譯), 台北:聯經出版事業公司(原文於2000年出版)。MIS團隊(2006), 亞馬遜書店的行銷方式[線上資料], 來源: <http://www.whymis.com/cht/v02/opportunity/opmain.php>. [2008, December 11]Paul Timmers(2000), 企業對企業電子商務(高秀美譯), 台北:漢智電子商務(原文於2000年出版)。Priceline(2005), Priceline榮獲「無障礙優異網站」金獎殊榮[線上資料], 來源: <http://www.irasia.com/listco/hk/hutchison/newsflash/cn051025.htm>[2009, April 23]Ravi Kalakota & Andrew B. Whinston(1997), 電子交易技術實務篇(陳雪每、吳采菽與連麗真譯), 台北:翔威國際有限公司(原文於1997年出版)。Robert Spector(2000), 亞馬遜AMAZON.COM傑夫 貝佐斯和他的天下第一店(劉孟華譯), 台北市:遠流(原文於2000年出版)。Yahoo!(2009), 「傾聽」使用者心聲, 貼心網頁設計不可少[線上資料], 來源: http://tw.emarketing.yahoo.com/ems2/trend/news/news01_012.php?menu_tree=A&menu_sub_tree=g[2009, April 12].中央社(2008), 亞馬遜網路服務公司推出自助式即用即付內容傳遞服務Amazon CloudFront[線上資料], 來源: <http://www.cna.com.tw/postwrite/cvpread.aspx?ID=21641>[2008, December 20].李繼聖(2002), Amazon.com[線上資料], 來源: <http://www.im.usc.edu.tw/chianson/2ec/M9093051-f.doc>[2008, November 21].林子勝、黃雲暉(2004), 電子商店經營典範-Amazon[線上資料], 台北市:財團法人資訊工業策進會資訊市場情報中心 MIC, 來源: http://wis.mic.com.tw/document/mic_digi/MIC/Reports/eBusinessSoftware&Services/200406/CDOC20040611004.pdf[2008, December 1].洪嘉培、袁心玫(2001), 虛擬社群經營模式之探討-以優仕網為例, 私立南華大學傳播管理研究所未出版之碩士論文。科技日報(2008), 阿里巴巴採用Blue Coat建置安全網路[線上資料], 來源: <http://www.ctimes.com.tw/News/ShowNews.asp?O=200804161019241637>[2009, March 22].胡幼慧(1996), 質性研究-理論、方法及本土女性研究實例, 台北:巨流圖書有限公司。梁定澎(2002), 電子商務理論與實務, 台北:華泰書局。陳萬淇(1992), 個案研究法, 台北:華泰書局。陳歷鋒(2000), 網際網路拍賣機制之初探研究, 國立台灣大學商學研究所未出版之碩士論文。程書博(2006), 網路贏家ebay, 台北:海洋文化事業有限公司。葉重新(2001), 教育研究法。台北:心理出版社。資策會(2005), 亞太地區零售夜電子商務市場將成為明日之星[線上資料], 來源: <http://www.find.org.tw/find/home.aspx?page=news&id=3774>[2008, December 10].資策會(2007), 網路大廠 – Yahoo!發展模式分析[線上資料], 來源: [http://www.find.org.tw/find/home.aspx?page=many&id=198](http://mic.iii.org.tw/intelligence/reports/pop_Docfull.asp?func=&sesd=787231522&docid=CDOC20070912004&cate=&querytext=8(yahoo)&countrypno=[2009, April 22].資策會(2008), 2008年3月底紙台灣上網人口[線上資料], 來源: <a href=) [2008, December 10].網路行銷(2008), 阿里巴巴網頁設計佈局分析[線上資料], 來源: <http://www.songyan.com.tw/200805034805/index.html>[2009, March 18].維基百科(2008), 亞馬遜公司[線上資料], 來源: <http://zh.wikipedia.org/wiki/%E4%BA%9E%E9%A6%AC%E9%81%9C%E5%85%AC%E5%8F%B8>[2008, December 10].維基百科(2008), 電子商務經營模式[線上資料], 來源: <http://zh.wikipedia.org/w/index.php?title=%E9%9B%BB%E5%AD%90%E5%95%86%E5%8B%99%E7%B6%93%E7%87%9F%E6%A8%A1%E5%BC%8F&variant=zh-tw>[2008, July 10].維基百科(2009), 阿里巴巴公司[線上資料], 來源: <http://zh.wikipedia.org/w/index.php?title=%E9%98%BF%E9%87%8C%E5%B7%B4%E5%B7%B4%E5%85%AC%E5%8F%B8&variant=zh-tw>[2009, March 10].維基百科(2009), 雅虎公司[線上資料], 來源: <http://zh.wikipedia.org/w/index.php?title=Yahoo&variant=zh-tw>[2009, March 23].維基百科(2009), 電子灣公司[線上資料], 來源: <http://zh.wikipedia.org/w/index.php?title=EBay&variant=zh-tw>[2009, April 15].劉文良(2007), 電子商務與網路行銷, 台北市:碁峰資訊股份有限公司。劉威麟(2006), Yahoo!奇摩如何獨霸台灣網界? [線上資料], 來源: <http://mr6.cc/?p=406>[2009, April 25].數位時代(2000), 阿里巴巴挑戰 B2B世界盃[線上資料], 來源: http://www.bnext.com.tw/LocalityView_5973[2009, March 9].數位時代(2005), Amazon.com的分享哲學[線上資料], 來源: http://mag.udn.com/mag/digital/storypage.jsp?f_ART_ID=89042[2008, December 9].數位時代(2008), 企業最好學會使用阿里巴巴平台[線上資料], 來源: http://www.bnext.com.tw/NotablesView_266[2009, March 9].羅耀宗(2004), 第二波網路創業家, 台北:梅霖文化事業有限公司。英文部分:Alibaba.com (2009). Alibaba.com. [Online]. Available: <http://www.alibaba.com/>[2009, May 1]Amazon.com (2008). Amazon.com. [Online]. Available: <http://www.amazon.com/> [2008, December 24].Anita L. Blanchard, PH. D., (2007). Developing a sense of virtual community measure. CyberPsychology Behavior, 10(6), 827-831.Applegate, L M. (2000). Ebusiness models: Making sense of the internet business landscape. Information Technology and the Future Enterprise, New Models for Managers. New Jersey: Prentice-Hall.Bill Clinton (1997). A framework for global electronic commerce , D.C.: The White House.Boczkowsk, P. J. (1999). Mutual shaping of users and technologies in a national virtual community. Journal of Communication, 49(2), 86-108.Cerulo, K. A., Ruane, J. M., & Chayko, M. (1992). Technological ties that bind: media generated primary groups, Communication Research, 19(1), 109-129.Chen, Q., & Wells, W. D. (1999). Attitude toward the site, Journal of Advertising Research, 39 (5), 27-37.Ebay.com (2009). eBay.com.

[Online]. Available: <http://www.ebay.com/> [2009, May 1]. Economist (2005). How to obey on eBay. *Economist*, 8430(375), 66-66.

[Online]. Available: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=17320307&lang=zh-tw&site=ehost-live>">How to obey on eBay[2009, March 21]. *Economist* (2006). China's pied piper. *Economist*, 8496(380), 78-78.

[Online]. Available: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=22469365&lang=zh-tw&site=ehost-live>">China's pied piper[2009, January 25]. *Economist* (2007). Magic-carpet ride. *Economist*, 8552(385), 75-75.

[Online]. Available: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=27238535&lang=zh-tw&site=ehost-live>">Magic-carpet ride[2009, February 20]. Eisenmann, T., & Jon, K. R. (2000). Priceline webhouse club. *Journal of Interactive Marketing*, 14(4), 47-72. Fang Wang & Milena M. Head (2001). A model for web-based information systems in e-retailing. *Electronic Networking Applications and Policy*, 11(4), 310-321. Fernback, Jan & Brad Thompson. (1995). Virtual communities: Abort, Retry, Failure? [Online]. Available : <http://www.well.com/user/hir/texts/VCCivil.html>[2008, July 25]. Figallo, C. (1998). Hosting web communities: Building relationships, increasing customer loyalty, And Maintaining A Competitive Edge, John Wiley & Sons. Fion, S. L. L., Douglas R. V., & Moez L. (2002). Adoption of informatics to support virtual communities. *Hawaii International Conference on System Sciences*, Hawaii. G. Duffy & Dale B.G. (2002). E-commerce processes: A study of criticality. *Industrial Management & Data Systems*, 102(8), 432-441. Hagel, J., & Armstrong, A. G. (1997). Net gain: Expanding markets through virtual communities. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press. Hargadon, A., & Sutton, R. I. (1997). Technology brokering and innovation in a product development firm. *Administrative Science Quarterly*, 42(4), 716-749. Hiltz, S. R., & Wellman, B. (1997). Asynchronous learning networks as a virtual classroom. *Communications of the ACM*, 40(9), 44-49. Howard, T. W., (1997). A rhetoric of electronic community. Greenwich, Connecticut: Ablex. Hsiu-Fen Lin, & PH. D. (2006). Understanding behavioral intention to participate in virtual communities. *CyberPsychology & Behavior*, 9(5), 540-548. Hsiu-Fen Lin, Gwo-Guang Lee & Jung-Chi Pai, (2008). Determinants of strategic planning effectiveness for information systems in SMEs. *International Journal of Management & Enterprise Development*, 5(6), 739-758. IDC, (2008). IDC Finds More of the World ' s Population Connecting to the Internet in New ways and Embracing Web 2.0 Activities.

[Online]. Available: <http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS21303808>[2008, December 30]. Jacques Bughin & John Hagel III, (2000). The Operational Performance of Virtual - Towards a Successful Business Model? *Communities and Platforms*, 10(4), 237-243. Kannan, P. K., & Kopalle, P. K. (2001). Dynamic pricing on the internet: Importance and implications for consumer behavior. *Intermtioml Journal of Electronic Commerce*, 5(3), 66-83. Kathy, W. (2002). TOM D'ANGELO priceline.com's mr. inside. *Strategic Finance*, 84(1), 22-67.

[Online]. Available : <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=6911200&lang=zh-tw&site=ehost-live>">TOM D'ANGELO priceline.com's mr. inside[2009, May 25]. Kesthong, Wei, Liu, & Kai (2005). Development of E-Business Solutions in the Internet Retail Industry. *Edsig*, 22, 1-15. Kim, H. S., Park, J. Y., & Jin, B. (2008). Examination of online communities hosted by companies in Korea. Dimensions fo online community attributes.

[Online]. Available : <http://www.emeraldinsight.com/Insight/viewPDF.jsp?contentType=Article&Filename=html/Output/Published/EmeraldFullTextArticle/Pdf/0890361004.pdf>[2008, December 15]. Kuo, Y. F., (2003). A study on service quality of virtual community websites. *Total Quality Management*, 14(4), 461-473. Leonard-Barton, D. (1990). A dual methodology for case studies: Synergistic use of a longitudinal single site with replicated multiple sites. *Organization Science*, 1(1), 248-266. Lin H., Fan W., Wallace L., and Zhang Z. (2007). An empirical study of web-Based knowledge community success. *Proceedings of the 40th Hawaii International Conference on System Sciences*.

[Online]. Available : <http://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?arnumber=04076736>[2008, December 15]. Lin, H. F., and Lee, G. G. (2006). Determinants of success for online communities: An empirical study. *Behaviour & Information Technology*, 25(6), 479-488. Linder, J. C., Cantrell S. (2000). Changing business models: Surveying the landscape. Institute for Strategic Change, Accenture. Magretta, J. (2002). Why business models matter. *Harvard Business Review*, 86-92. Margaret Wertheim. (1999). *The Pearly Gates of Cyberspace*. Virago. Mike, B. (2006). *PRICELINE 2.0*. *Brandweek*, 10(47), 24-28.

[Online]. Available : <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=20230807&lang=zh-tw&site=ehost-live>">PRICELINE 2.0[2009, March 27]. Peter, E. (1999). The hype is big, really big, at priceline. *Fortune*, 5(140), 193-202.

[Online]. Available : <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=2182014&lang=zh-tw&site=ehost-live>">The Hype Is Big, Really Big, At Priceline[2009, April 22]. Preece, J. (2001). Sociability and usability in online communities: Determining and measuring success. *Behaviour & Information Technology*, 20(5), 347-356. Priceline.com. (2009). Priceline.com.

[Online]. Available : <http://www.priceline.com/> [2009, May 1]. Rappa M. (2008). Business models on the web.

[Online]. Available: http://ecommerce.ncsu.edu/business_models.html[2008, September 30]. Reid, E. (1995). Virtual worlds: Culture and imagination. In Steven G. Jones(Ed.), *Cybersociety: Computer-mediated communication and community*, London: Sage Pulication, Inc, 164-183. Rheingold, H. (1993). *The virtual community*. New York: Addison-Wesley Press. Romm, C., and Clarke, R. (1995). Virtual communities research themes: a preliminary draft for a comprehensive model. Romm, C., Pliskin, N., & Clarke, R. (1997). Virtual communities and society: Toward and integrative three phase model. *International Journal of Informatiion Management*, 17(4), 261-270. Rosemary, S., & Kathryn, T. (2008). The role of sociability in developing online health communities for people with diabetes. *Health Care and Informatics Review Online*.

[Online]. Available :

<http://www.hinz.org.nz/journal/2008/06/-The-role-of-sociability-in-developing-online-health-communities-for-people-with-diabetes-/988>[2008, December 15]. Sandel, M. (1982). *Liberalism and the Limits of Justice*. Cambridge University Press, Cambridge. Schafer, J. B., Konstan, J., & Riedl, J. (2001). E-Commerce recommendation applications. *Data Mining and Knowledge Discovery*, 5, 11-32. Sunanda Sangwan. (2005). Virtual community success: A uses and gratifications perspective. *Proceedings of the 38th Hawaii International Conference on System Sciences*. [Online]. Available : <http://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?arnumber=01385631>[2008, December 15]. Suresh Kotha, (1998). Competing on the internet: The case of Amazon.com. *European Management Journal*, 16(2), 212-222. Timmers, P. (1998). Business models for electronic markets. *Journal of Electronic Markets*, 8(2), 3-8. Warner, F. (2007). @ Alibaba.com's Helm. *Forbes Asia*, 20(3), 22-24. [Online]. Available : [\[2009, March 11\]. Weill P, Vitale M. R. \(2001\). *Place to space: Migrating to eBusiness models*. Harvard Business School Press. Yahoo.com \(2009\). Yahoo.com. \[Online\]. Available : <http://www.yahoo.com/> \[2009, May 1\]. Yin, R. K. \(1994\). *Case study research: Design and methods*. SAGE publications.](http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=27726586&lang=zh-tw&site=ehost-live)