

電子商務與企業電子化

臺灣科技大學 電子商務研究中心 執行長 樂斌

帝友科技股份有限公司 eSMart 總策劃 羅凱揚

現在每天翻開報紙、打開電視、收聽廣播，有關電子商務的報導往往令人目不暇給，好像自己不懂電子商務，那就是落伍了。而且無論是產、官或是學界，一波又一波有關電子商務主題的研討會與演講不斷地召開，讓電子商務四個字成為當今最熱門的話題，這種盛況由菜市場歐巴桑都知道要買蕃薯藤股票就可得知。

的確，電子商務造就了許多青年「財」俊，這一點讓許多人非常地嚮往。許多人夢想著能夠創立公司，搭上 IPO 這班列車，晉身億萬富豪的行列。然而，到底什麼是電子商務，有多少人真的看清楚「虛擬」與「虛幻」之間的差異，又有多少人能夠真正了解到電子商務的威力，這些問題一直是許多人心中的疑問，本篇短文將就電子商務的基本定義加以闡述，讓大家知道什麼是電子商務。

壹 過去對電子商務的定義

所謂電子商務 (Electronic Commerce)，學者定義眾多紛云，其中知名學者 Kalakota & Whinston 將其定義為：藉由電腦網路，將購買與銷售、產品與服務等商業活動結合在一起，經由此方式可以滿足組織、產品與消費者的需要，進而改善產品、服務與增加傳送速度服務的品質，並達成降低成本的要求。再一步歸納幾位學者的意見可得出：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 SITE) 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。

這樣的定義對許多讀者來說相當的學術，甚至有一些模糊。所以我們以圖 1 來跟大家做一完整的介紹。

圖一左邊顯示，由「Intranet」、「Extranet」及「Internet」來切入，過去對電子商務的定義可以分為企業內部網路、商際網路及網際網路三大部分：

一、Intranet (企業內部網路)：即是將企業內部運作機制網路電子化，例如企業內部資訊流的共享與溝通，舉凡生產製造、採購後勤、研發、財會等部門之間與部門內作業的電子化皆屬於此類，而 e-Business (企業電子化) 即是此模式發展而來。而現在有很多的企業引進 ERP (企業資源規劃) 軟體 (例如 SAP、Oracle)，來解決企業資源重整與流程再造的問題，以邁向企業電子化。

二、Internet (網際網路)：企業透過 Internet 此種便利且低價的促銷管道，提供個人消費者線上訂購的機制，這也是一般我們所俗稱的 B2C (企業對個人) 電子商務模式。例如 Amazone.com 提供消費者線上搜尋書籍資訊並訂購即是一發展極早的 B2C 商業模式。而 B2C 發展至今，企業已經可以針對不同消費者，提供量身訂製的產品，達到 1 對 1 行銷的目的 (例如 BoardVision)。另外，也有許多企業開始導入

CRM(顧客關係管理)系統,透過資料倉儲(Data Warehouse)與資料挖礦(Data Mining)的技術,分析出許多有意義的市場區隔,並且針對這些市場區隔發展不同的行銷組合來滿足不同的目標客戶。

三、Extranet(商際網路):企業間透過網路資訊的共享與交流,再運用電子交易機制完成企業對企業間的商業行為,此即所謂的B2B(企業-企業)電子商務,例如:許多企業體多導入SCM(供應鏈管理)軟體(例如I2)來完成即時、最佳化的供應鏈支援,已達成983(百分之九十八的產品3天交貨)的境界。

以上的有關電子商務的說法一直被許多人所使用,但是筆者這裡卻要提出不同的意見。真正的電子商務能夠為企業提供十倍甚至百倍的利潤。而非只是單純的提昇經營績效、降低營運成本而已。我們可以由圖二來說明。

貳 電子商務公司的現金流量

根據麥肯錫顧問公司的調查,一般成功的B to C電子商務廠商大約會在第7年時損益兩平,而根據筆者多年來的觀察,B to B電子商務廠商大約會在第2年時損益兩平,如圖二所示。一般的企業在投資兩三年後會損益兩平,之後每年的收益也會成穩定但不突出的成長(例如投資報酬率為10%),但是電子商務公司不同,它在損益兩平之後,每年的收益會成巨幅成長(例如投資報酬率為2000%)。這點說明了為何電子商務公司的股價會一個比一個還高。

也因為這種夢,所以現在電子商務公司的股價很高,而當大家都對它產生了夢想,而又買不到的時候,它的股價就會比天還高,這時,就出現了泡沫。一但泡沫破滅,它的股價就會跟瀑布一樣,一洩而下。這可由之前Nasdaq網路科技股狂洩的情形得知。

參 電子商務?企業電子化

另外,如果只是將部門之間與部門內作業電子化,嚴格來說並不能算是EC(電子商務),它應該算是EB(企業電子化),因為企業電子化所獲的效益,無法像圖二中電子商務一樣,在損益兩平後可以拉出這麼漂亮的收益曲線出來。

以B to B電子商務為例,企業與企業之間需要一個平台來進行採購交易,而這樣的商業交易平台可由買方(Buyer)或賣方(Seller)甚或第三者(The third party)來建置執行。目前,全世界最著名的例子當屬Commerce one、Ariba、I2所建置的電子交易平台,其本身是一個由第三者所執行的交易平台。其中Commerce one去年在Nasdaq上市時最高漲到兩百多塊美金。

還記的圖二那個拉起來的斜率嗎?沒錯,它才是電子商務,也唯有電子商務才能夠給投資人「夢」,也因為有這個夢,所以它的股價大漲,而這正是一般企業電子化所辦不到的,所以,我們現在知道電子商務與企業電子化最大的差異所在。