

課程名稱	電子商務 Electronic Commerce	教授	蔡銘箴	學期	107 學年度第二學期
系所	管理學院碩士在職專班-資管組	學生	徐欣慧	學號	0763417
作業	第二章			頁碼	/

1. 何謂商業模式？其包含哪些要素？

1) 商業模式 (Business Model, BM)

指企業如何建立並使用資源，以提供具有價值的產品或服務給客戶，並藉此獲取利潤並創造企業價值的商業經營方法。

2) AI-Debei and Avison (2010) 針對過去許多學者對商業模式的描述與構面，提出四個完整的構面來建構商業模式。

① 價值主張

(Value Proposition)

- 目標客群
- 產品或服務
- 創造價值

③ 價值組態

(Value Configuration)

- 利害關係人網路
- 關係活動或流程
- 客戶關係管理
- 行銷通路

② 價值結構

(Value Architecture)

- 組織結構
- 組織文化
- 資訊科技
- 技術設備
- 核心資源與能力

④ 價值財務

(Value Finance)

- 成本結構
- 定價模式
- 收益結構
- 潛在獲利

課程名稱	電子商務 Electronic Commerce	教授	蔡銘箴	學期	107 學年度第二學期
系所	管理學院碩士在職專班-資管組	學生	徐欣慧	學號	0763417
作業	第二章			頁碼	2

2. 何謂電子商務？請依交易對象之分類，舉出四種電子商務的應用型態。

1) 電子商務 (Electronic Commerce, E-Commerce).

指運用資訊與通訊科技 (Information and Communication Technology, ICT) 支援買賣雙方間的資訊分享、交易執行及關係維持等商業交易活動之模式，或任何經由電子化形式所進行的商業交易活動。

2) 依交易對象：

- 企業對企業 (Business to Business, B2B)

→ 供應鏈管理 (SCM)、商業快速回應 (QR)

- 企業對消費者 (Business to Consumer, B2C)

→ 誠品網路書店

→ 包含廣告、出版、銀行、個人理財、拍賣、競標、以物易物、旅遊、電子零售、電子百貨等。

- 消費者對企業 (Consumer to Business, C2B)

→ 集體採購 (Demand Aggregators)

整合式套餐服務 (Supply Aggregators)

- 消費者對消費者 (Consumer to Consumer, C2C)

→ 網路拍賣

課程名稱	電子商務 Electronic Commerce	教授	蔡銘箴	學期	107 學年度第二學期
系所	管理學院碩士在職專班-資管組	學生	徐欣慧	學號	0763417
作業	第二章			頁碼	3

3. 何謂無所不在商務 (Ubiquitous Commerce)?

請比較其與行動商務 (Mobile Commerce) 之異同。

II) 無所不在商務 (Ubiquitous Commerce, U-Commerce)

- Xerox 實驗室的電腦科學家 Mark Weiser 於 1991 年提出無所不在運算技術 (Ubiquitous Computing, U-Computing) 概念, 強調與周遭環境融為一體的運算, 而電腦實體則從人們的視線裡消失, 電腦會被嵌入在各式各樣的設備中, 以隱藏的形式存在, 與人類的生活緊密結合在一起。
- 在這種無所不在運算技術下, 人們能夠在任何時間、任何地點、以任何方式進行資訊的獲取與處理 (Franco et al., 2011)。
- U-Commerce, 係指以無所不在運算技術為基礎, 匯集有線與無線的網路設備與資訊資源, 建立一種整合實體與虛擬的市場, 更是一種持續地無縫隙的串流, 包含通訊、內容及服務, 並在使用、企業、供應商以及系統間進行資訊、交易、娛樂及財務等商業交易活動之商務模式。
- 行動商務只有地點察覺與被動服務提供的特性, 無所不在商務更強調結合情境感知促進 (Context-Aware Facilitation) 與社會互動 (Social Interactions)。
- 主動提供使用者在「任何時間」、「任何地點」使用「任何設備」(Any Device), 進行「任何服務」(Any Service) 以及「全面安全」(All Security) 的交易, 便是

課程名稱	電子商務 Electronic Commerce	教授	蔡銘箴	學期	107 學年度第二學期
系所	管理學院碩士在職專班-資管組	學生	徐欣慧	學號	0763417
作業	第 章			頁碼	4

U-Commerce 最大的特色。

- 在 U-Commerce 環境中,商店可以透過智慧型情境察覺技術來掌握特定客戶的需求,並提供个性化的商品推薦。