

## 第八節 電子商務的應用

電子商務(Electronic Commerce)一般是指：「利用 Internet 所進行的商業活動，包括商品交易、廣告、服務、資訊提供、金融匯兌、市場情報、與育樂節目販售等。」我們可將電子商務大致分為二大類：企業對企業(Business-to-Business; B2B)及企業對一般消費者(Business-to-Consumer; B2C)。

B2B 主要是指企業間的整合運作，如電子訂單採購、投標下單、客戶服務、技術支援等。B2C 是指企業透過網際網路對消費者所提供的商業行為或服務，包括線上購物、證券下單、線上資料庫等應用。

根據資策會民國 90 年 9 月的調查報告，我國網際網路用戶數已突破 750 萬人，佔台灣人口之 34%以上(資料來源：FIND)，顯示我國網路應用層次愈來愈高，電子商務環境已相當成熟。

國內電子商務在政府積極推廣及國內網際網路人口持續增加下，Internet 已經成為商家的另一銷售的管道。並且 Internet 的使用者多受過高等教育，年輕、喜歡新奇的東西、有相當不錯的消費能力，這個網路族群所帶來的商機更是吸引商家踴躍上網開店的一大誘因。

### 一、旅遊業對電子商務的需求

面臨外在環境強大的競爭壓力，台灣旅遊業為提升競爭力，必須減少後端人力成本、前端行銷成本，增加營業收入與做好顧客關係管理。而這些可以透過電子商務來達成下面的目標：

1. 完整的後台支援系統，減少人力成本：  
簡單的 Browser Based 商品上架系統、價格管理系統、訂單查詢系統等，可節省人工重複輸入與體系成員資源的重複投資，將有助於人力成本的降低。
2. 高流量的網站前台，降低推廣行銷成本與資訊流成本：  
過去旅遊業者多透過電話、傳真、平面媒體與消費者溝通，成本極高。透過電子商務，將可利用網際網路做直效行銷，對顧客服務、品牌形象、忠誠度的培養都有很大的幫助，且成本極低。
3. 彈性運用價格策略與顧客關係管理、增加營業收入：  
電子商務彈性而即時的定價系統，與顧客資料分析報表，可協助旅遊業者做好顧客關係管理，以增加營業收入。
4. 降低庫存成本：  
電子商務可提供最及時、最快速的訂單反應系統，縮短訊息傳遞時間，將可有效降低商品庫存安全量，並可透過彈性的價格運用，將庫存出清。

## 二、旅行業如何透過電子商務強化核心競爭力

依據資策會 MIC 之調查，2001 年台灣 B2C 電子商務交易額為新台幣 89.8 億元與 2000 年網路購物金額相較，成長約 1.3 倍，可見台灣網路購物市場開始進入高成長期。MIC 並將 2001 年台灣網路購物市場分成三大區塊，分別是旅遊、票務及 3C 產品，旅遊電子商務已被公認為明星產業，但導入旅遊業電子商務仍有待加強。透過以下各點電子商務特性將可達到強化旅行業核心競爭力之攻效：

### 1. 全球化市場：

透過 WWW 機制及網路通訊技術，可以迅速且容易地擴大市場通路及供應鏈到涵蓋全世界的上下游潛在客戶與供應商。

### 2. 虛擬化組織：

透過伺服器、網路通訊及工作流程機制，可以建立並運作虛擬公司、虛擬商場或虛擬價值鏈等。

### 3. 低障礙環境：

透過方便的網路應用技術及較低的網站建置成本，可使中小企業與大企業具有相近的市場進入能力。

### 4. 24 小時營運：

透過 www 伺服器的無休運作，可以減少時間及空間因素的影響，而提供幾近每週七天、每天 24 小時的全年性、全時性服務。

### 5. 快速有效回應：

具線上即時處理及回應、過程及進度查詢、問題詢答等功能，可以縮短整體商業交易的作業流程及時間。

### 6. 競爭性價格：

透過銷售通路的縮短、營運成本的降低或經濟規模的達成，商品銷售者可以提供較具競爭性的價格給客戶。另一方面，購買者可以透過產品的搜尋及比價，選取最吸引人的價格及銷售者。促成買賣雙方交易效率的提升。

### 7. 安全性交易：

透過資料 SSL 加密法、數位簽章等安全防護技術及數位憑證認證機構服務體制等，可促使交易的安全性較有保障。

8. 多媒體資訊：  
透過多媒體技術，可使商品型錄、電子商品、及交易資訊等其有更豐富的內容及展現格式。
  
9. 個人化需求：  
可根據使用的偏好檔案或訂製規格，產生符合或滿足使用去個人化需求的資訊、產品及服務等。

### 三、旅行業架設網站應備之基本條件：

#### (一) 硬體方面

1. 資料庫伺服器
2. 網頁伺服器
3. 頻寬設置

以上設備可依公司設立的網站規模調整其容量速度等需求。

#### (二) 人力資源方面

1. 旅遊產品操作及行程研發人員
2. 網頁程式設計人員
3. 資料庫程式設計人員
4. 網站管理人員
5. 網路行銷人員

#### (三) 目前旅遊網站之經營方式

1. 直接與入口網站合作經營
2. 採策略聯盟方式與各大網站合作
3. 附設於大型旅遊網站下，代銷其旅遊產品
4. 於各大入口網站刊登促銷廣告