

# 迎接網路經濟時代的來臨

網際網路(Internet)源自於冷戰時期，美國爲了國防的需要所建購的內部通訊網路。然而，Internet所具有的方便性、低成本和無遠弗屆的連結性，卻賦予網際網路無窮的商業用途。網際網路的興起是近年的事，其快速的發展卻已對企業經營、市場競爭以及產業結構產生革命性的衝擊。因此，無論是個別企業或是國家經濟，誰能以最快的速度進行調適，誰能充分利用網際網路的無限潛力，誰就是未來網路經濟世界的勝利者。

就企業經營者而言，網際網路是企業最好的朋友，也是最大的敵人。網際網路的應用使得廠商可以更有效率地進行內部資訊流的管理和外部資訊流的整合，因而可以在採購、存貨、管理銷售和行銷方面大幅降低成本。譬如，廠商透過網路可以取得價格更便宜的供應商；網路訂貨使得交貨更快、更準時，廠商的存貨水準因而可以大幅減少；透過網路行銷，不但可以擴大市場範圍，費用更是比傳統的行銷方式節省許多。事實上，由於網路無距離、無時間限制的特性，網路行銷的費用可以固定成本視之。總而言之，網際網路的應用，使得企業的經營效率可以不斷地改善，其所節省的人力，可以被用在對公司更有生產力的事務上，使得生產力更爲提高。美國企業近年來在資訊相關設備的投資以及大量使用Internet，一般認爲是使得美國經濟能夠持續強勁成長的主要原因之一。

但從另一角度來看，網路的應用使得市場的更接近於完全競爭的狀態，因爲在網路的世界

裡，市場資訊可以充分流通，廠商可以直接和顧客”面對面”地溝通，使得傳統交易過程中所產生的交易成本大幅降低，資源的使用效率因而相對提高許多。但是，也因爲電子商務(E-Commerce)的興起，顧客可以直接上網「貨比三家」，企業所面對的競爭壓力較以往大很多，使得其利潤愈來愈接近完全競爭市場的正常利潤。如亞馬遜網路書店的創始人就指出，儘管消費者對亞馬遜所提供的書訊服務相當滿意，其利潤可能比傳統書店百分之三至百分之五的利潤還要低。

目前，在政府的大力推廣下，國內上網人口已突破三百萬人。然而，真正利用網路在企業經營上以及利用網路進行電子交易的情形，仍不多見。這種情形若不能迅速改善，對我國整體經濟競爭力的提升，是相當不利的。因此，行政院決定成立電子商務推動小組，並以資訊產業做爲示範產業，積極推動在該產業內之上、中、下游供應鏈之間建立網路架構，以更近一步提升這個產業的國際競爭力。過去十年來，國內的資訊產業靠著完整且有效率的產業網路，成爲美國資訊大廠的重要供應來源。然而，面對新興開發中國家如東南亞、中國大陸廠商愈來愈激烈的競爭，再加上PC相關產品價格不斷下滑，使得國內廠商的生存空間受到嚴重擠壓。網際網路的興起可以說爲國內企業開了一扇門，重要的是，國內廠商要能掌握這個機會，充分利用網路的資源，才能有效提升競爭力。

除了企業對企業的交易可以透過網路來完成

外，電子商務的另一重要影響，就是企業對消費者的交易行爲也可以透過網路來完成。以往消費者受限於時間、活動性的限制，往往僅能在有限的商品範圍內進行選擇，譬如在埔里的某甲，就不會跑到台北或高雄去買一支更符合自己需求或更便宜的行動電話；而正在家裡看電視的某乙，也不可能享受到Sogo百貨公司的某一限時採購的優惠。而這些消費者的「損失」，在網路經濟社會裡，都不再會發生，因爲透過網路，消費者可以搜尋到最符合需求的商品，也可以即時掌握各種促銷活動的機會。當然，以上所描述的情形，在美國已相當普遍，如Dell電腦公司有一半的電腦是在網路上交易完成的，但在台灣仍不多見。主要是因爲我國在電子商務的環境（包括供給面和需求面）仍不健全，譬如相關領域的法令仍不完備，造成交易行爲的安全性未能受到保障，使得消費者沒有意願上網進行交易，業者也覺得建構這樣的網路不值得投資；其次，是我國通訊網路的建設不夠快，不但上網經常塞車，速度不夠快，且費用偏高，以致成爲發展電子商務的障礙；最後，網際網路的潛力主要是建立在軟體的應用層面上，以往國內的產業發展偏重在硬體，疏忽了軟體而造成電子商務所需的軟體開發能力不足。

綜上所述，網際網路對企業的衝擊，美國微軟公司總裁Bill Gates有最佳的見解，他在「數位神經系統」書中一再強調的，「企業經營的成敗關鍵在於其內部組織體系及資訊流的管理架構有能力針對市場的變化快速反應，並做出

正確的決策」。網際網路的應用可以使得企業快速地取得市場變化的資訊，並透過內部網路的快速交流，最後反映在產品研發、生產、行銷和存貨等方面。因此，國內業界本身應對網路經濟時代的到來，有正確的認知，並快速地進行調適，以迎接二十一世紀的挑戰。而就政府應扮演的角色，除了以實際行動將政府的服務電子化外，更重要的工作是排除網路交易的環境限制與障礙，並對企業界建立資訊網路所需的跨領域人才供應進行規劃、培訓，使得電子商務可以在國內早日發展起來。■