

## 「完整版PPT」版權申明及使用說明

- 本PPT為《資訊管理—企業創新與價值創新》一書之「完整版PPT」（編號：978-986-457-042-3），本版之授權範圍僅限智勝文化之教師資源專區及指定用書之教師個人使用，遂不得任意將本版內容上傳非智勝文化之教師資源專區，或以任何形式重製（舉凡複製、掃描檔案等行為）、公開散佈、傳播給他人（含學生等），以免觸犯著作權法而受有刑事責任，請尊重本書作者之智慧財產權，切勿以身試法。



# 第一章 電子化時代的資訊管理

---



# 本章大綱

- 1.1 緒論
- 1.2 企業價值創造的影響因素
- 1.3 管理科技以創造企業價值
- 1.4 結論



## 1.1 緒論

- ❑ 資訊科技 (Information Technology, IT)是企業重要的策略性資源，善用資訊科技除了可以降低企業的營運成本，讓企業以較少的投入創造更多的產出外，亦可發揮改善企業績效與創造競爭優勢的效果。
- ❑ IT的應用重新定義企業流程與關係，亦改變傳統經營方式，企業可以利用IT以強化營運績效，例如提升營收、降低成本等 (Chae et al., 2017)。
- ❑ 今日，由於資通訊科技的普及應用，大部分企業的資料、資訊、知識或文件已大量的數位化，企業流程與管理營運已高度的電子化，企業與客戶、供應商或合作夥伴間的交易互動也被大幅的自動化。



## 1.2 企業價值創造的影響因素

- 本書的焦點在於探討企業的資訊科技投資對企業價值所產生的影響與貢獻，亦是所謂的資訊科技企業價值 (IT Business Value)。
- 從資訊科技企業價值之觀點，在電子化環境中，影響企業價值創造之主要因素包括：商業模式、商業科技、電子化企業創新與企業運作環境。



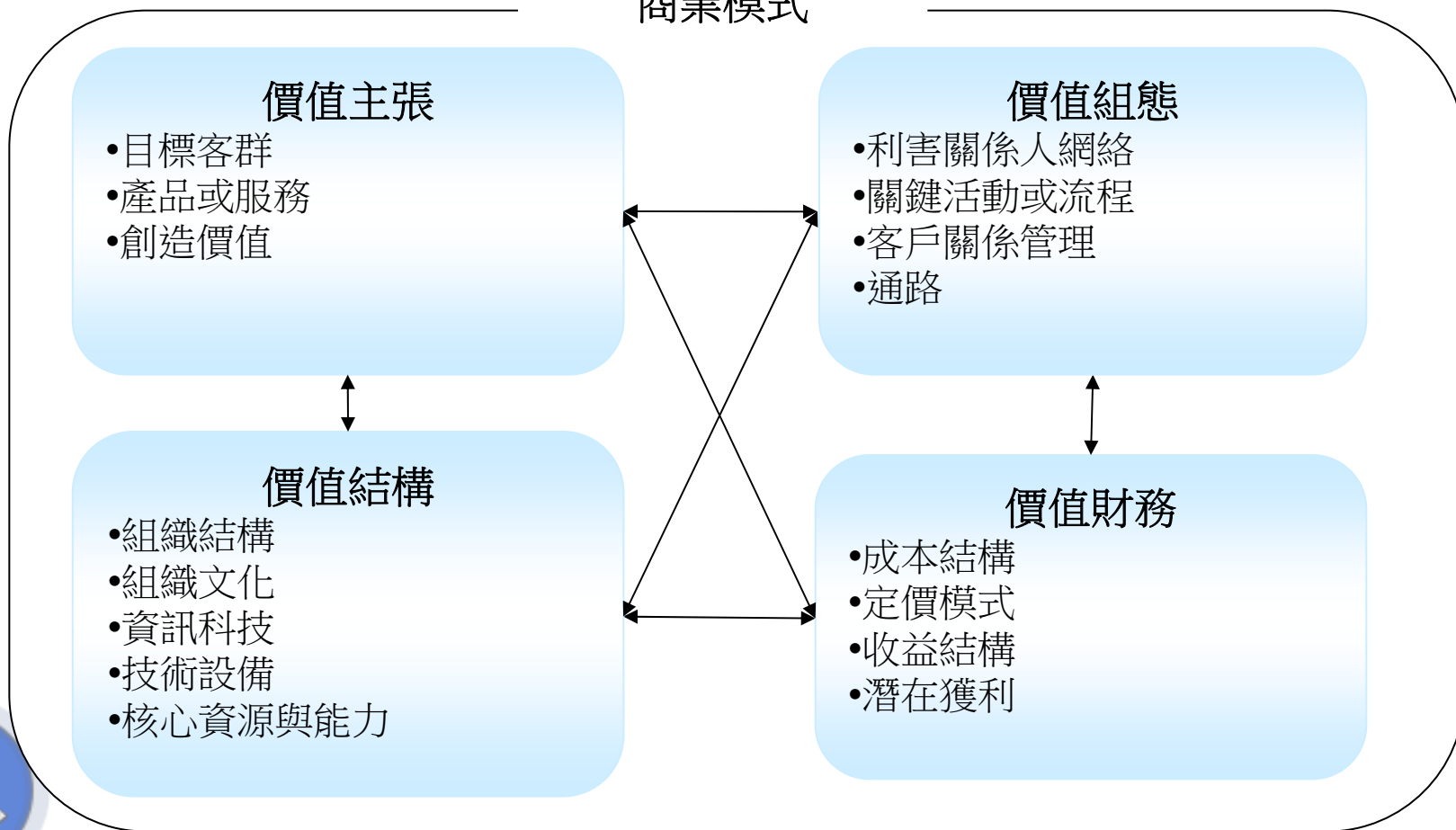
## 1.2.1 商業模式(1/4)

- ❑ 商業模式 (Business Model, BM)係指企業用來建立並使用資源，以提供有價值的產品或服務給客戶，並藉此獲取利潤與創造企業價值的商業經營方法。
- ❑ 商業模式描述一個企業如何為客戶創造 (Create)、傳遞 (Deliver)與獲得 (Capture)價值之原理 (Rationale)。
- ❑ Al-Debei and Avison (2010)提出以價值主張、價值組態、價值結構及價值財務等四個構面來來詮釋商業模式。



## 1.2.1 商業模式(2/4)

### 商業模式



## 1.2.1 商業模式(3/4)

- 價值主張 (Value Proposition)，係指針對目標客戶群提供具有一定品質之產品或服務，以滿足其需求或解決其問題，並讓其感受到符合預期的價值。[CS+VP]
- 價值組態 (Value Configuration)，係指企業為達成其提出的價值主張，整合企業內外部資源所設計的一系列營運活動或作業流程(價值創造邏輯(Value Creation Logic))，並透過跨組織或經營夥伴間的協同合作，以達成其價值主張。[CR+CH+KA+KP]





## 1.2.1 商業模式(4/4)

- ❑ 價值結構(Value Architecture)，針對企業提出的價值主張與價值組態後，其組織運作、管理所需的基礎建設與具備的資源和能力，並且做出最有效的資源配置。 [KR]
- ❑ 價值財務(Value Finance)，描述企業為了達成上述三項價值，所需投入的管理成本和獲利方式、訂定產品和服務之定價模式與收入結構等。 [CS+RS]



## 1.2.2 商業科技管理

- ❑ 企業資源規劃與增值系統，包含能夠整合企業各部門資源與作業流程的企業資源規劃系統，以及供應鏈管理、客戶關係管理與電子商務等系統，此外還包括能即時提供管理者控管資訊與商業智慧，以供經營決策的各類型資訊系統
- ❑ 資訊內容，係指透過網路所傳送的數位化產品、服務、交易或資訊。在電子化企業環境中，數位內容的管理包含三個重要活動：建立、包裝、傳遞。
- ❑ 服務，係指上、下游進行交易流程的線上服務或機制。交易流程通常包括下列活動：需求描述、資訊搜尋、評估、採購、售後服務，而機制包括資訊安全、隱私、倫理與治理 (Governance)等。



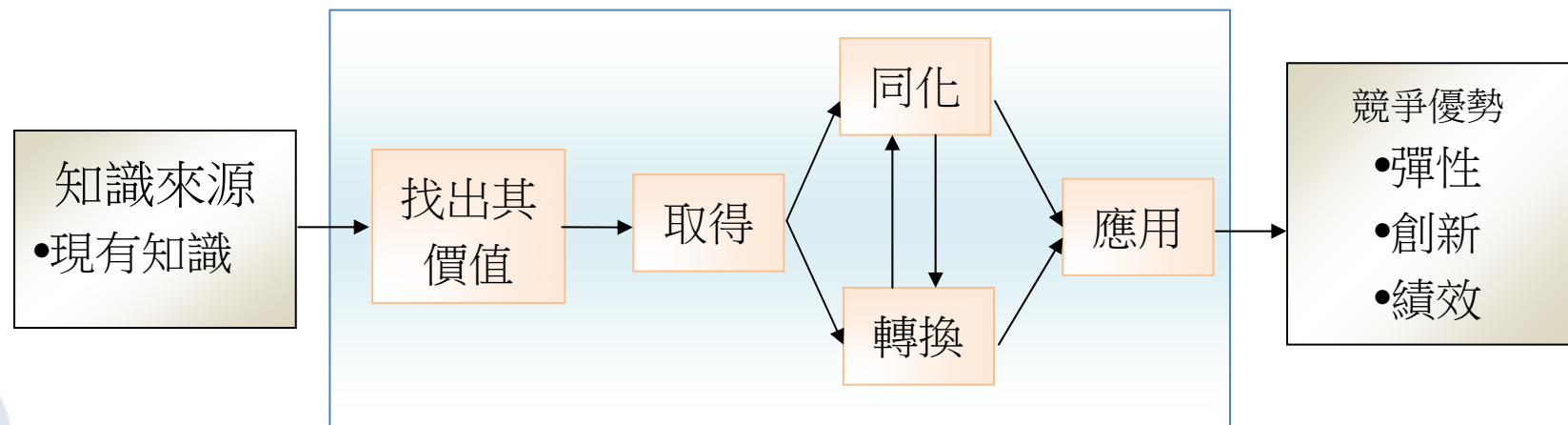
## 1.2.3 電子化企業創新(1/5)

- ❑ 在現今資訊科技與企業營運關係密不可分的經營環境中，企業電子化強調商業模式與資訊科技無縫隙地融合，兩者已合而為一，創造出新的電子化商業模式。
- ❑ 電子化企業創新可能來自於競爭者、供應商、客戶、環境或企業本身的需求，而該創新可能由企業策略、商業模式或商業科技等創新來呈現。
- ❑ 有人用新潮、客製化、方便性、品牌、減少風險、可近性、績效、降低成本、解決問題、設計、價格等來衡量價值 (Osterwalder and Pigneur, 2010)。



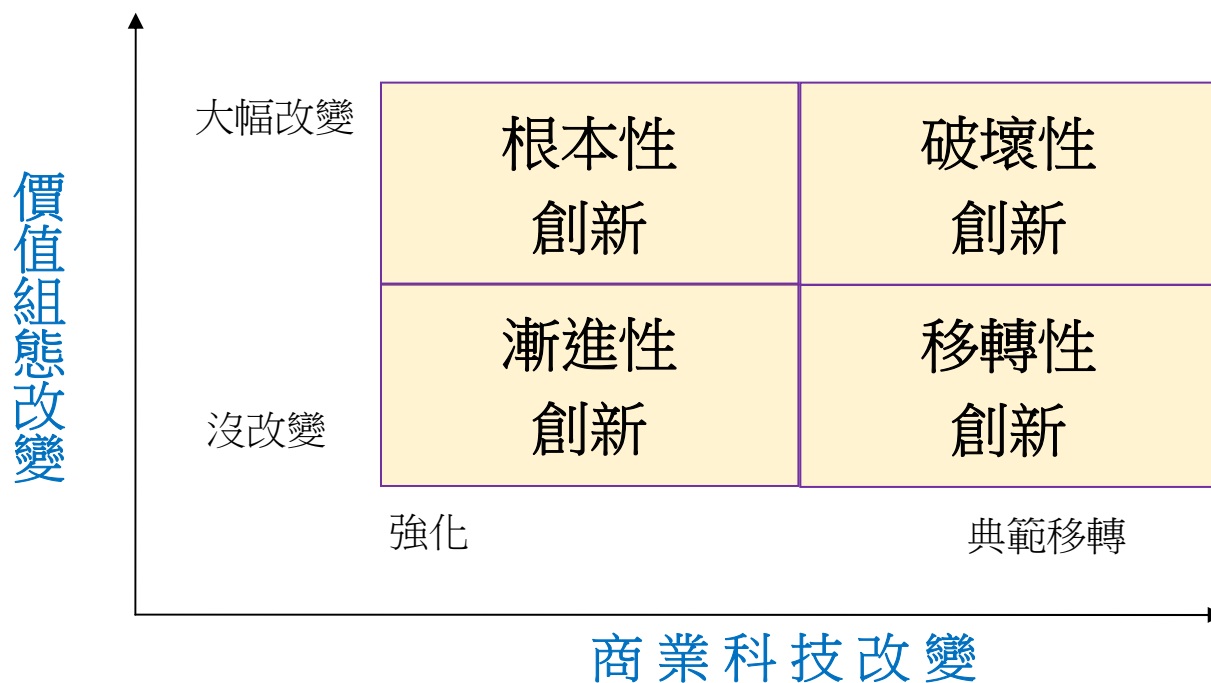
## 1.2.3 電子化企業創新(2/5)

- ❑ 商業模式的創新有賴於管理者具備洞察環境的變化、因應威脅、靈活應變、領先其競爭者啟動企業創新與變革，以持續創造優勢的能力，這些持續發展的能力稱之為動態能力 (Dynamic Capability)。
- ❑ 吸收能力 (Absorptive Capacity)



## 1.2.3 電子化企業創新(3/5)

- 電子化企業創新對企業產生的變革影響，視該創新對商業模式的價值組態與商業科技的衝擊程度而定，依型態與程度不同，可被分成四類：



## 1.2.3 電子化企業創新(4/5)

- 漸進性創新 (Incremental Innovation)係指在不改變商業模式之價值組態的狀態下，強化商業科技方面。例如近年來Sony公司針對手機鏡頭的CMOS元件(Complementary Metal-Oxide-Semiconductor)強化；例如Microsoft在Windows作業系統上的版本更新。
- 根本性創新 (Radical Innovation)係指大幅改變商業模式之價值組態，並且強化現有的商業科技。例如Uber的App推行與共乘叫車服務，其客製化、便利性、虛擬整合的價值組態創新是根本性創新的典範。



## 1.2.3 電子化企業創新(5/5)

- 移轉性創新 (Transitional Innovation)係指在不改變商業模式之價值組態的狀態下，進行商業科技的典範轉移。例如早期高速公路以實體收費轉變為電子收費系統 (ETC)，在商業科技方面是一種典範轉移，而零售業巨頭Walmart使用QR Code取代過去產品代碼之應用也是移轉性創新的一種。
- 破壞性創新 (Disruptive Innovation)係指商業模式之價值組態和商業科技皆大幅變革，這些創新可能對現有企業的產品、服務、技術、知識或能力等產生創造性破壞 (Creative Destruction)。例如網路影音串流媒體 (Stream Media)服務取代以前租借DVD的方式(Netflix取代百視達)
  - 創造性破壞：柯達公司



## 1.2.4 企業運作之環境

- ❑ 企業身處於競爭的環境中，除了面對著多元環境的競爭者外，競爭者之競爭能力的強弱與數量的多寡，會對企業的競爭優勢與獲利空間產生重大影響。
- ❑ 因此，企業除了注意競爭者動向外，亦應考慮進入障礙的高低、潛在競爭者的威脅、替代品的多寡，以及資訊科技基礎建設的創新。





## 1.4 結論

- ❑ 企業創新與價值創造是企業生存之道，商業科技在企業電子化之商業模式創新上，扮演著關鍵性的角色。同樣的，資訊科技基礎建設對電子化企業創新，也扮演著重要的角色。
- ❑ 在企業電子化已是必然的趨勢下，如何應用科技，掌握商業機會並進行企業創新與電子化，以創造企業新價值，是今日企業面對的重要議題。



# 附錄1A

## 科技賦能農村發展—沙集模式之價值共創生態系

- 請參閱課本內容



## 附錄1B

# 太陽花學運——科技奇幻之旅

---

- 請參閱課本內容

