中小企業導入電子商務關鍵因素之個案研究：以某小型行銷公司為例

電子商務儼然已成為現代企業經營之必要策略，然中小企業資源缺乏，雖具有高度彈性與應變力，但導入電子商務過程中難免面對各種阻礙及困境，進而影響其效益。由於中小企業投資者通常即為經營者，其人格特質或形成之組織文化直接間接影響電子商務之導入決策或成效。因此，本研究透過文獻探討建立研究觀念性架構，採用個案研究法分析我國某小型行銷公司之企業特質、創業者特質及資源特質對導入電子商務之影響。經過長達一年的觀察及與創業者深入晤談後發現，電子商務的確可為個案公司帶來競爭優勢，可被視為競爭性資源之一。其經營彈性化、高階管理者支持、建設性組織文化、良好資訊技術架構（網路架構、供應鏈管理、資料庫、網路安全機制等），則為導入電子商務成功之關鍵。