

## 特刊編者的話

### 2024「數位轉型教學個案」特刊

《資訊管理學報》係中華民國資訊管理學會出版之學術期刊，為國家科學及技術委員會 TSSCI 收錄之期刊，旨在提供資訊管理學者之學術研究論文發表與分享。

延續 2023 年第 30 卷第 1 期個案特刊，本期特刊再次聚焦於「數位轉型教學個案」，旨在深入剖析中小微型企業在數位化浪潮中的轉型歷程。此次特刊的推出，得益於數位發展部數位產業署的支持，由資誠企業管理顧問股份有限公司承辦「引領中小微型企業數位轉型戰略攻頂計畫」，並委託財團法人光華管理策進基金會執行「數位轉型教學個案」項目。本次特刊採三本期刊聯合徵稿，本刊與另外兩本優質期刊—管理評論(TSSCI)及管理個案評論共同承接特刊之徵稿、審查及推廣業務，此合作模式拓寬了稿源，更有助於提升教學個案的整體水準。

本次特刊共收到 14 篇投稿，涵蓋多元產業領域，經過嚴格的評審程序，最終錄用 4 篇高質量文章。每篇入選個案均經歷了至少 5 輪的審查與修改，最終的錄用率僅為 28.57%，競爭相當激烈，也充分體現了本特刊對學術品質的嚴格把關。這些精選的個案不僅呈現了中小微型企業在數位轉型過程中的真實經歷，更深入探討了他們所面臨的挑戰與突破。我們相信這些寶貴的實踐經驗將為學界、業界提供重要的參考價值，推動數位轉型理論與實務的進一步融合與發展。感謝所有參與這次特刊的作者、審稿人以及合作期刊的支持，期待這些優秀的研究成果能為資訊管理學界和業界帶來新的思考與啟示。

本期學報為第三十一卷第三期，各篇的主題簡述如下：

吳維惠、張四薰、林敬峯、林耀欽，「三泰鈹金：雲端策略選擇」：本研究探討中小型鈹金公司雲端策略轉型的關鍵問題，主要挑戰包括選擇適合的雲端策略、克服內部的數位抵抗的議題。本個案以業務流程管理三概念結合敏捷流程，作為主要理論框架，應用於解決方案，分析如何在有限資源下，透過實施敏捷 (Doing Agile) 與保持敏捷 (Being Agile) 克服數位轉型的內部抵抗，落實雲端策略實施。對於中小企業而言，數位轉型不僅僅是技術挑戰，更關乎策略方向，激勵內部員工的參與和支持。在推動敏捷實踐的同時，如何培育開放、靈活、並促進協作的組織文化，不僅影響當下的轉型成效，也決定未來的可持續發展。本研究對於中小企業如何在數位時代中找到自身的定位，以及如何促進數位轉型有重要的啟示。

李世樑、洪贊凱，「智高實業：模具很多該如何資訊化管理？」：林文彬董事長創辦了智高實業股份有限公司，隨著公司的成長累積出各式各樣的塑膠射出模具，

現階段 17 間委外製造廠商與 639 種功能積木和 701 副模具之間的交易量已經超出人工管理的負荷。模具管理人工作業流程，該如何鑲嵌於企業資源規劃(ERP)系統？本個案根據「組織資訊處理理論」(OIPT)做為實踐資訊化管理的基礎，提出一個解題模型。包括資訊化的前因(導入 ERP 前考慮的影響因素)、資訊化的調節因素(ERP 導入方式)，以及資訊化的結果(ERP 標準流程和客製化)。可應用此模型來解決企業獨特的業務流程與 ERP 系統之間存在不匹配的問題。共用模具讓生管人員有機會在加工成本和經濟產能之間做出抉擇，依照行為慣性選擇經濟產能竟導致資金周轉逐漸困難，企業需要定期檢視行為慣性對績效的影響。

楊昇翰、王耀德，「趣吧旅行社：數位行銷的選擇決策」：績效指標的選擇與績效量測為企業重要的決策問題，尤其是功能部門別的績效，必須與企業整體的績效目標一致。本研究討論趣吧旅行社股份有限公司，於電子商務網站內導入 Google Analytics 4 消費者行為追蹤資訊工具之個案，得到可以使用「行銷報酬率」做為數位行銷活動之績效評估指標的結論。行銷報酬率是指計算在行銷活動中投入的行銷成本與銷售的回報，以展示行銷活動為企業或品牌所產生的價值。採用行銷報酬率來做為績效指標，可以避免看似成功的行銷活動，在實際成本效益的部分卻是失敗的結果。本研究於解題分析後發現，採用「行銷報酬率」作為績效指標，相較於公司原本採用的銷售轉換率，更能夠反映公司的財務目標。研究的結果可作為企業在設定行銷活動績效指標時的準則，企業可以透過本個案來瞭解選擇績效指標的做法，以及如何蒐集用以評估行銷績效的必要資料，以作為未來從事行銷活動時進行改善的參考。

張培鏞、劉士豪、廖秀莉，「叡揚資訊 Vital NetZero 零碳雲：軟體即服務(SaaS)商模的建構」：叡揚資訊是一家經常採用軟體即服務(SaaS)商模營運的國內資訊廠商，叡揚經常遭遇 SaaS 商模的產品，在財務上難以為繼的窘境。本研究採財務現金流分析，從財務影響出發，探討資服業者採用 SaaS 商模的可行性及其影響因素。研究對象是叡揚推出的 Vital NetZero 零碳雲，探討商模對其營運可行性的影響。研究分析發現財務可行性是資服業者決定是否採用 SaaS 商模的關鍵。而這個決策會受到當時的市場環境、問題的特性以及這家公司所具備條件所影響。資服業者應該要設計出不同的營運支援架構，才能充分發揮該商模的最大價值，進而達成財務的可持續性。本研究的價值在於提供了一個以財務為基礎，協助資服業者進行 SaaS 商模相關決策的框架。

特刊主編

**傅振瑞 教授**

智慧商務系

國立高雄科技大學

台灣，高雄

2024 年 07 月

## **Guest Editor's Introduction**

### **2024 Special Issue: Teaching Cases on Digital Transformation**

Journal of Information Management is an academic journal published by Chinese Society of Information Management as a platform for information management researchers' publication and research sharing. Since the first issue published in 1994, this journal has been published over two decades, and each year has four volumes published at the first month of each quarter, namely, January, April, July, and October, respectively. The Journal of Information Management is a TSSCI journal of National Science and Technology Council. This Volume 31, No.3 contains four papers from various areas, as follows: Wu, W.H., Chang S.H., Lin, C.F., & Lin, Y.C. "Suntay Industrial Co., Ltd.: Cloud Strategy Selection." Lee, S.L. & Hung, T.K. "Genius Toy Taiwan Corporation: A lot of Molds and How to Manage Them with Information System?" Yang, S. H. & Wang, Y.T. "Tripbaa Inc.: The Decision Making in Digital Marketing." Chang, P.Y., Liu, S.H., & Liao, H.L., "Vital NetZero Zero Carbon Cloud of Galaxy Software Services Corporation: Business Model Construction of Software as a Service (SaaS)."

Guest Editors,

**Fu, J.R.,**

Professor,

National Kaohsiung University of Science and Technology, Taiwan

July, 2024