

# 行動應用程式策略對雲端服務之價格競爭與社會福利分析

李玫郁, 李堯賢, 孔秀琴

財務管理學系

管理學院

hsien@chu.edu.tw

## 摘要

雲端服務是近年來熱門的議題。目前雲端服務商的定價模式可分為兩類，第一類是使用者開啟網頁使用服務，並且依使用者付費原則付費；第二類是使用者取得行動應用程式後使用服務，並且依據使用者付費原則付費。然而雲端服務商並非皆有推出行動應用程式，此外，行動應用程式亦可分為體驗版與付費版，因此，雲端服務商便可將行動應用程式視為經營策略，對市場競爭與社會福利同時會產生影響。本研究建構兩階段賽局理論模型，探討當雲端服務商選擇行動應用程式策略對雲端服務價格之競爭影響，以及對整體社會福利之影響。本研究發現雲端服務商之行動app 差異化效果在廠商之間會產生不同的影響作用，而且消費者對愉悅價值的評價愈分歧，廠商的利潤就會愈高。但是消費者的平均愉悅價值對廠商利潤的影響效果，則視廠商所選擇的類型而定。此外，廠商實施差異化的行動app 行銷策略可以提高消費者剩餘與社會福利水準。

關鍵字：雲端服務、行動應用程式策略