

电子商务时代的企业网络研究电子商务考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/515/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_515843.htm

[摘要] 电子商务的发展改变了企业的竞争方式，由多个企业组成的企业网络成为参与竞争的主体之一。本文研究了企业网络及其形成原因，探讨了电子商务对企业网络的影响以及电子商务时代的企业网络模式，并对思科公司的企业网络在电子商务上的运作进行了详细的案例分析。 [关键词] 企业网络；电子商务；

模式 一、企业网络及其形成原因 企业网络是介于公平市场交易与层级制之间的一种组织形式，是为了特定的目标或项目，由自由人、团队、组织构成的超组织结构，其构成会随着企业网络运作进程、目标完成情况或项目进展而进行增减和调整。企业网络也被认为是“一种企业间的长期合作关系，而这种关系是建立在对产品、服务或技术的交易、分享或共同开发的基础上”。在信息技术和新经济飞速发展的今天，企业网络淡化了成员间的产权关系，更强调成员间的资源互补和总体的整合能力，以降低成本和风险并达到技术上的关联。许多学者对企业网络的形成原因进行了研究。Prefer & Nowar (1986) 从资源的相互依赖性角度来解释企业组织的网络化，认为随着企业日趋专业化，企业在市场竞争中面临的不确定性或风险也会随之加大，企业通过与资源相互依赖性较强的企业建立长期合作关系以规避市场风险

。Andrews (1998) 从竞争角度来研究企业网络，认为企业间的网络化发展应被理解为是面临新的市场行为时各企业间相互竞争的结果，只有在竞争中获胜的企业才能获得其他企业

的信任，才能获得建立长期合作关系的机会。Williamson (1976) 从交易成本的角度来分析企业网络的成因，认为企业网络可以使企业减少与合作企业间的讨价还价成本，降低合作企业采取机会主义行为的动机，从而最大限度地降低交易成本。Kougut (1990) 总结和发展了以上的观点，认为企业组织网络化发展的首要因素是可以带来交易成本的下降，其次可以使企业得到其他厂商的策略行为支持，最后可以使企业得到其他企业的关键知识，同时又不至于付出失去独立管理权的代价。

二、电子商务对企业网络的影响

根据世界电子商务会议 (1997) 的定义，电子商务是指交易各方以电子交易方式而不通过当面交换或直接面谈方式进行的任何形式的商业交易。基于互联网的电子商务促进了企业网络的形成和发展，并使企业网络的运作具有比较强的可操作性。

1. 电子商务促进了企业网络的形成和发展

电子商务的出现对企业产生了巨大的影响，改善了企业之间、企业与消费者之间的沟通效率，导致企业边界收缩，同时电子商务系统和信息技术的应用使企业的竞争日趋激烈，企业迫切需要和其他互补性企业形成联盟关系，利用资源共享效应尽可能将研究开发、生产和服务的周期压缩到最低限度，从而取得竞争优势。企业网络是新技术、新竞争和专业分工的结果，电子商务作为信息技术的集大成者会促进企业网络的形成和进一步发展，并使企业网络的速度经济性和网络经济性的效果更加显著。

2. 电子商务使企业网络更具可操作性

电子商务所采用的信息技术和各种物理网络使企业网络的构建和运作更具可操作性，并由于其协议的全球通用性和可扩展性，成为企业间联合的媒介和实现场所，实际上构建在电子商务上的企业网络

的运作本身就是企业与企业之间的电子商务（B2B）。在电子商务时代的企业网络中，企业网络中的其他成员，包括企业的供应商、分销商等重要合作伙伴均能通过企业外联网进行合作。外联网是企业内联网的延伸和扩展，被视为企业信息系统的一种新的应用形态，是网络内企业之间为了满足安全通信、合作和商业需要而对互联网技术的使用，外联网使企业可将企业网络内的其他企业和客户纳入到企业电子商务系统中，使企业网络中的其他成员能获得企业内联网上的一些重要信息，在通过“防火墙”等技术保证企业内联网核心数据安全的同时，扩大了对网络访问的范围。

三、电子商务时代的企业网络模式

在电子商务时代，按照企业网络中的核心企业，可将企业网络分为以下3类：

1. 卖方控制型企业网络
它是指由单一卖方建立一个电子商务企业网络，以寻求或连接众多的买者，其目的是建立或维持其在交易中的市场势力，主要包括两种形式：一是企业把原有的代理商或特许经营商用外联网连接起来，组成以企业为中心的网络平台，由代理商或特许经营商来面对消费者进行线下或线上销售；二是企业和企业的大客户用互联网连接起来，这种模式最早见于美国20世纪六七十年代制造企业采用EDI协议用专用增值网组成的企业网络。
2. 买方控制型企业网络
它是由一个或多个购买者建立，吸引众多供应商参与的电子商务企业网络。买方在网络上发行有关技术合作、商品需求等招标信息，根据招标情况和供应商确定各种合作关系。若一些行业或相关行业中的企业集中在一起，建立一个专门为他们服务的“协同交易平台”，则这种企业网络称为策略联盟。策略联盟内的企业所在行业大多是产品构成复杂和供应链较长及零部件比较

标准化的行业，企业在购买上存在共同利益，集中采购可降低成本，并可在更广的范围内选择自己的合作伙伴。

3. 中介控制型交易平台 它是由买卖双方之外的第三方建立，以便匹配买卖双方的供需与价格的电子市场。中介控制型企业网络和买（卖）方控制型企业网络并不是互斥的，行业产品链环节不同，厂商的规模各异，导致特定行业可能会同时出现这两种企业网络。另外，跨行业的企业联盟也是企业网络的重要形式，主要集中在通用零配件的采购上以及替代产品的销售渠道或产品研发上。

四、思科公司的企业网络在电子商务上的运作 思科公司成立于1984年，总部设在美国加利福尼亚州的圣何塞，主要生产网络联结用的相关设备和软件，一直以年增长率50%左右的速度持续发展，目前全球互联网骨干网络中80%以上的交换器和路由器是思科的产品。思科公司领导了一个以其为核心企业的企业网络，思科公司主体本身仅包括研发和市场营销两大功能，它有第一级组装商40个，下面还有1000多个OEM零配件供应商，其中真正属于思科的工厂只有两个。思科的供应商、合作伙伴的内联网通过互联网与思科的内联网相连，组成了一个实时动态的企业网络系统（外联网），同时无数的客户通过各种方式接入互联网，再与思科的网站挂接。因此思科公司所有的运作都是基于电子商务的，思科的电子商务解决方案横跨供应链的研发、生产、市场、销售和售后服务各大环节。思科成功地利用所提倡的网络信息技术建立了一整套电子商务系统，把它和许多厂商连接起来，创立了一个完善的企业网络，从而创造了其独特的企业运营模式。思科公司的电子商务系统使企业能够快速灵活地反应，使所有的客户、商业伙伴、供应商和零售

商都能通过网络技术创造价值。思科公司的电子商务系统分为3层：第一层是电子交易、员工自服务和客户服务支持，即思科在线解决方案（CCO），能够实现多样化的产品并定制个性化服务；第二层是虚拟生产和结账，即公司的生产在线解决方案（MCO）；第三层是电子学习，即员工在线解决方案（CEC）。与此相对应的是思科的价值链系统：（一）思科在线（CCO）目前，思科运行着世界上最大的商务网站，交互式的电子商务解决方案使思科与企业网络内的供货商、顾客、合作伙伴和员工的联系更有效率，减少了用于生产、配送、销售、客户服务等环节的费用。考\$试\$大\$收集整理 思科在线包括5个组成部分：一是虚拟市场，这实际上是一个虚拟的购物中心，客户可以通过网络购买诸如网络产品、软件和培训材料等产品。二是技术支持、软件图书馆和公开论坛，可为客户提供技术上的支持。三是客户服务机制，以自助的方式向客户提供非技术帮助，包括产品状态、价目表、最新消息和订单服务等。四是互联网产品中心，被授权的客户可以通过密码直接向思科公司了解价格，发送和提交订单。五是状态服务代理，为思科公司的销售人员、客户和商业伙伴提供直接、迅速的客户订单所处状态的信息，并负责管理订单的预期运输日期，为思科公司的所有订单提供积压报告等。思科在线提供完备的网上订货系统，客户在网上可以查看到交易规则、即时报价、产品规格、型号、配置等各种准确而完整的信息。根据思科公司的统计数据表明，思科98%以上的网上订单是正确的，而在过去未进行网上订货时，大约40%的订单存在报价或配置方面的错误，给公司和客户带来了损失。网上订货不仅节省了人力，而且大大减少

了传统的交货时间。客户的订单下达到思科网站，思科的网络就会自动把订单传送到思科公司相应的直接链接协议供货商或分销商中，全球82%的客户订单、80%的采购、85%的客户支持都可以即时处理，在24小时内就可做出财务结算。基于这种生产方式，思科不需要在生产上进行大规模的投资，就能轻松应付迅速增长的市场需求。（二）生产在线

（MCO）MCO是将思科公司与其企业网络内的协议生产商、供货商、分销商等完美结合在一起的供应链。MCO可以帮助用户实现产品生产、情况汇报、工具等相关信息。MCO的建立使思科公司大大提高了供货商的生产质量和效率。公司能够及时得到供应信息，在订单执行过程中降低了商业投入，在购买过程中提高了员工的生产率，订单完成时间不断减少。更重要的是，MCO赋予了思科公司识别和开发新的商业机会的可能，使公司能获得更大的商业利益。思科公司的供应链自动化由3个部分组成：一是独立企业理念。该理念的建立使思科公司能将其对客户的服务通过电子商务系统分散给其他企业网络成员。二是动态补偿和直接完成系统。动态补偿系统允许供货商及时、直接地获取未经改动的市场需求信息，并在需要思科公司对供货商进行补偿时，允许供货商查询实际的补偿水平；直接完成系统是指思科的绝大多数供货商都能将货物直接发给顾客，可以在短时间内完成货物的运输工作。三是新产品测试自动化机制。思科公司的生产全部分散到供货商处，为了解决产品测试问题，思科公司采取了3个措施。首先，在供货商的网络上建立了标准的测试程序单元；其次，确保测试单元在接到命令后自动设定测试程序；最后，与供货商建立良好的商业伙伴关系，使供货商对大部

分测试的质量负责。这样测试程序便形成了一种惯例并被制定成了特定的标准程序软件，测试工作可以全部由供货商承担，而思科公司则负责监控测试的质量。（三）员工在线

（CEC）CEC是为了向思科公司的员工提供服务和信息而建立的。通过运用网络合作平台，思科员工在线为员工带来了许多便利：首先，CEC为员工提供了便利的联系方式，通过网络，来自世界各地的思科员工被紧密地联系起来。其次，CEC使商务过程采用流水作业，花费在重复工作上的时间大大降低。最后，CEC带来了统一的商务系统，思科员工可以通过网上平面图来预订或查找会议室，收集最新的产品推广信息等。CEC系统优化了思科公司的员工队伍及工作能力，节约了成本。更重要的是，CEC使员工能够便捷地与公司和同事进行交流，使公司在不必大幅度扩大员工队伍的前提下，不断扩大基础设施建设，从而使员工更好地为客户解决问题，公司更好地为客户服务；同时信息交流渠道的不断畅通，使思科公司的生产率也不断得到提高。

五、总结与启示

思科公司运用电子商务和许多独立厂商连接起来，成为运用电子商务运作企业网络的典范。电子商务的应用对整个企业网络的运营成本、反映速度和企业绩效都带来了极大的影响。思科公司专注于技术研发和营销渠道建设，其他功能则由供应商或合作伙伴完成。思科公司之所以能取得成功，除了思科公司在产品技术上的领先优势外，另一个重要原因是整个企业网络内部的合作、信任机制为企业网络的运作创造了极为有利的环境。思科的供应商和合作伙伴愿意加入到思科公司的企业网络中来，主要是因为它们能够从整个网络的运作过程中获取许多利益：一是思科公司给予它们相当大的权

限，让它们直接参与整个网络的管理和运作，例如供应商可以直接在思科在线上获取思科公司客户的订单然后加以处理；二是思科公司给予它们比较大的利润空间。思科公司诞生于互联网时代，从其成立开始就有意识地把电子商务和网络运用于其与供应商、合作伙伴之间及其企业内部。思科公司的成功经验对于我国成长于互联网时代的新兴公司具有良好的启示作用。目前，我国有一些企业也开始了向互联网运作的转变。例如，联想神州数码公司从成立开始就把思科公司作为其学习的榜样，将自己定位于连接生产厂商和代理商之间的桥梁，建立起基于电子商务的企业网络，利用其作为中介的力量实现厂商和代理商之间的快速交易。对于我国传统的生产制造企业，也可以借鉴思科公司的经验，对传统的生产制造领域和分销零售行业进行电子商务的改造，如通过电子商务和供应商、分销商或其他企业结成企业网络，或者在企业内部进行电子商务的网络化变革，从而降低成本，提高竞争能力。F8F8" 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com