

企业电子商务中的信息需求与信息服务电子商务考试 PDF 转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/539/2021\\_2022\\_\\_E4\\_BC\\_81\\_E4\\_B8\\_9A\\_E7\\_94\\_B5\\_E5\\_c40\\_539973.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/539/2021_2022__E4_BC_81_E4_B8_9A_E7_94_B5_E5_c40_539973.htm) 本文从用户的信息需求出发，分析了电子商务活动中信息服务的各个层面，认为信息服务既是电子商务的基本内容，又是其核心功能；同时，提出了我国企业介入电子商务的一种较为合适的方案。电子商务活动中的信息需求所谓信息需求简单地讲是对信息客体的需求，包括获取与利用信息的需求以及向外发布和传递信息的需求，其基点是实现对外的信息沟通与交流，达到社会职业活动和社会生活中的某种目标。在商务活动中，信息需求存在于各个环节、各个部门以及各种层面上，有的在获取信息的同时又在向外发布信息，只是特点各不相同。在电子商务的环境下，由于信息的电子化和网络化，信息传递速度快、数量大、准确率高，且无时空的限制，这时的信息需求又呈现出新特点，主要反映在产品生产、销售与服务的个性化及业务流程的重组、管理功能的拓展上。首先，我们分析产品的生产、销售及服务上的信息需求。/百考试题/收集/伴随网络的普及，信息处理速度的加快，顾客对购买产品的要求也越来越高。具体表现为：在使用功能上，要求具有个性化特征，能符合消费者的个人嗜好。在交易时，要求得到更多的有关产品的质量、功能及价格方面的信息，以便尽量减少信息不对称的状况。在产品的使用过程中，需要得到进一步的技术支持等。与此同时，生产厂家在这一过程中可以获得顾客的许多信息，如对产品的偏好、功能的要求及产品的缺陷等信息。尽管业务流程重组在电子商务之前已经存在

，但随着电子商务的进一步发展，旧的业务流程已经不能适应新的形势，企业的业务流程重组变得非常迫切。按流程的规模与范围，佩帕德和罗兰将流程划分为三类：战略流程，包括战略规划、产品/服务研发、新流程开发等；经营流程，包括满足顾客、顾客支持、收付款等；保障流程，包括人力资源管理、会计统计、财务管理等。这三类流程既可分开重组也可统一规划，无论如何重组，其基础是信息技术，业务核心是顾客满意。因此，重组后的流程有两个重要特征：一是要面向顾客，包括组织内、外的顾客；二是要跨越各个职能部门的边界。在每个流程的两个端点，都包含着信息需求，而这些需求的实现，一方面依靠信息技术的支持，另一方面依靠流程的设计。其次，分析再造后的流程中的信息需求。/百考试题/收集/它与传统业务流程中的信息需求有着明显的不同。传统的业务是面向部门，如果我们仅仅是根据一个部门的信息需求来改造该部门，将是徒劳的。在电子商务环境下，信息需求不仅仅是信息的传递与接受，它要求更快、更准以及更加智能化。这时，再造的业务应该面向流程，使企业的各环节能直接地及时获取真实的反馈意见与新的需求信息，准确预测市场变化，及时调整经营决策，提高顾客的满意度。例如，福特汽车公司在对应收账款部的采购业务的流程重组中，采用数据库技术，将订单收货资料（品种、数量、供应商代码）由计算机进行电子数据匹配，匹配正确后自动按时付款。它消除了传统模式下信息传递的中间环节、协调及控制所带来的成本与风险，降低了人为因素的影响，除节约75%的人力资源外，还简化了物料管理工作，使财务信息更加准确，客户更加满意。总之，业务流程重组将导致

组织结构、管理决策等多方面的变革，而新的组织结构、管理决策引发新的信息需求。在电子商务环境下，组织结构形式发生较大的变化，由以前的金字塔型逐渐向扁平化演变。扁平化的结构倡导团队合作和以人为本的精神，它改变了企业内各种岗位的权利授予与制衡关系，也改变了组织内、外的信息需求格局。以信息管理为基础的虚拟组织的出现，在更大程度上冲击传统的管理模式，为电子商务提供了新的研究课题。电子商务活动中的信息服务用户的信息需求导致用户的信息服务需求。电子商务活动中的信息服务主要包括以下内容：（1）企业内部及企业间共享的信息服务。企业内部共享的信息服务对象主要是各相关部门或机构。服务内容依不同的级别和岗位而定，如销售统计信息可由营销人员、财务人员、研发人员及有关负责人共享，而银行信贷余额只能由财务人员及有关负责人共享，等等。企业间共享的信息服务对象为供应商，它们是战略合作伙伴关系，应该分享有关企业产品开发、生产计划、质量要求及销售等信息。所有这些服务应由企业管理层授权，通过网络实现共享。（2）企业和其他组织机构对外发布的公开信息服务。公开信息在国民经济及人们日常生活中占有很重要的位置。这些公开信息包括政府机构定期或不定期向外发布的信息，如政策法规、政府采购、招标、配额指标、国民经济景气指数、经济统计数据等等；此外，还包括企业对外发布的信息，/百考试题/收集/如企业的宣传资料、产品介绍、需求信息、上市公司按规定向外发布的信息等等。这类信息在电子商务信息服务中应占主要部分，服务对象不受限制，任何单位和个人都应该方便地免费获得。网络上公开信息的多少是电子商务走

向普及的标志。只有当网络上拥有很多有价值的公开信息时，无论是信息的提供者还是接收者，才会对其产生依赖并形成习惯，这时的电子商务才会有坚实的群众基础。（3）信息中介机构提供的增值服务。网络上公开信息的增多（往往是指数增长），一方面给使用者提供大量的信息资源，另一方面又给使用者寻找对自己有用的信息带来困难。在这种情况下，需要一种信息中介服务机构为用户提供增值信息服务。增值信息包括信息的搜寻、分析及预测，如商品的价格与性能、股市行情分析、国民经济的发展趋势等。这类服务由于有一定的经济价值，使用者就应给付一定的费用，如forrester research, inc.提供的分析报告就属此类。在信息技术飞速发展的今天，企业单靠自己的能力是不够的。目前流行的大脑外包能很好地解决这一问题。在电子商务环境下，大脑外包不一定是包给管理咨询公司，还需包给信息咨询公司，以帮助企业减少信息收集成本、加强信息管理、提高经济效益。企业应从信息服务开始着手发展电子商务。有学者认为，电子商务的发展将经历三个阶段：初始阶段，成熟阶段，普及阶段。在初始阶段，企业的主要任务是建立网站，制作网页，对外发布广告消息。到了成熟阶段，由于电子结算的大量应用，可进行网上交易。这时，信息安全、个人隐私及知识产权保护等问题有了较大改善，人们已熟悉和接受了这种形式，交易量可大幅度提高，交易成本则大幅下降，效益显著。发展到普及阶段，当电子商务成为企业提升竞争力的强有力手段时，所有企业，不管愿意还是不愿意，都必须加入到电子商务的行列中来，最终形成包括采购、销售、结算、税收等所有商务活动（实物运动除外）的网络和电子

化。当前，电子商务已经历了初始阶段，成熟时期还未到来，在这两个阶段的交接时期，企业应从信息服务开始着手电子商务。按keen和ballance的观点，现在电子商务系统分为明显不同的两类：主要提供信息处理服务的系统和提供交易处理的系统。无论在哪里，当一个电子商务应用中只包括几乎不加处理的信息运动时，其技术风险就大了。这说明，当前电子商务中的实时在线交易处理（如自动取款机网络、信用卡确认、股票交易等）存在一定困难和风险，而对实效要求不高的信息（静态）处理（包括资金转账）则有相当的可行性。现在许多研究人员认为应优先发展b2b的电子商务，道理就在此。在信息服务方面，许多国外公司已建立了“三层信息结构”。它们将信息分为三类：最里层的公司的核心信息，由公司内少数人员掌握；其次是涉及到新开发产品信息、中间产品质量要求、生产计划以及r&amp;d信息，可与战略供应商、分销商共享；最外层是产品信息、需求信息及动态的合同执行信息等，主要服务对象是顾客及潜在的商业伙伴。这种结构由intranet、extranet及internet支撑，形成一个多层次、全方位的信息处理系统。/百考试题/收集/它一方面加强了与供应商、分销商及其他组织的战略伙伴关系，另一方面又可与外界取得广泛的联系，扩大企业的知名度，寻找潜在的贸易伙伴。这种模式既避开了在线交易、物流配送的风险，又将电子商务向纵深推进了一步，可作为我国开展电子商务活动的借鉴。依照上述思想，根据我国实际情况，笔者认为，我国企业在开展电子商务活动时既不要贪大求全，一步到位，也不能置之不理。一步到位，实现电子商务的各项功能是不现实的，特别是目前在线支付、货物配送体系还不完善

的情况下，达到完全的电子商务还需要一段较长的时间。而置之不理将会使企业落后于时代，失去竞争力。因此，笔者建议按以下步骤对企业进行改造，逐步向电子商务过渡。

（1）在互联网（internet）上建立网站，制作网页，将有关企业信息向外发布，主要目的是通过互联网与外界进行信息沟通，实现电子商务的初步功能。目前，这一步骤我国大中型企业已经完成，不足之处是有些网页的更新较慢，信息量较小，信息的发布没有针对性。对于中小型企业来说，网站建设和网页制作可以外包给网络服务提供商（asp），但在内容的设置上一定要体现自己的信息需求，不能盲目模仿他人。

（2）建立健全企业内部网（intranet），实现信息处理电子化、信息传递网络化及信息管理智能化。系统的建设要留有余地，为以后的扩展预留空间。这一步所要达到的目的是：完成信息技术的基础设施建设（计算机、数据库、内部网络），适应信息管理电子化与网络化，提高对其重要性的认识，同时提高办公效率和经济效益。此举是加强电子商务的后台建设，可逐步安装erp系统、crm系统等，在一步到位的条件还不成熟的情况下，应在最能发挥经济效益的领域进行，以期获得良好的效果。同时，要强调企业内部部分层次的信息共享，对业务流程进行必要的改进，适当调整组织结构，探索新环境下的经营模式。（3）与相关企业的内部网进行互联（ex-tranet），完成产品供应链管理的自动化和网络化，实现战略伙伴间的信息共享。这时，必须对企业业务流程进行改造，以适应新环境下的管理需要。以上三个步骤的侧重点都是信息处理和信息服务（对内、对外）。在网络时代，是信息需求的电子化和网络化才导致电子商务的出现和发展，不

能简单地认为只有发生交易行为才算是电子商务。如果不顾事物发展的客观规律，在环境条件不成熟的情况下，好高骛远，追求一种完全的电子商务是不正确的。另外，企业业务流程再造是发展电子商务过程中不可逾越的一步。当三种形式的网络形成以后，企业的业务流程就会发生重大改变，因而按照传统环境条件所设计的流程已完全不能适应新形势的需要。新的流程设计必须依靠网络环境下信息需求的特点进行，用信息流替代实物流，全面集成企业信息，实现信息共享。（4）在信息安全、在线支付及货物配送等环境条件有了较大改善后，可将系统进一步扩充，以实现电子商务的实时交易功能。无论在哪个阶段，对信息的处理都是关键。在电子商务活动中，要充分认识到网络信息的特点，它已不再只是纸质信息或其他媒体上的模拟信号，数字化及虚拟化将完全改变人们的传统思维模式和习惯，也改变了信息需求及信息服务的方式和性质，快速高效及信息共享将成为其重要特征。只有抓住电子商务中信息服务的本质化特征，并以此为中心提升企业的竞争力，才能使企业在新的形势下立于不败之地。总之，从信息服务的角度出发，突破电子商务的某些现实束缚，是实现我国电子商务发展的重要途径。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](http://www.100test.com)