

企业知识管理与电子商务的协调发展电子商务师考试 PDF 转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/619/2021\\_2022\\_\\_E4\\_BC\\_81\\_E4\\_B8\\_9A\\_E7\\_9F\\_A5\\_E8\\_c40\\_619280.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/619/2021_2022__E4_BC_81_E4_B8_9A_E7_9F_A5_E8_c40_619280.htm) 在知识经济时代，网络化的快速发展，促使企业组织从基于信息的竞争优势向基于知识创造的竞争优势转移。企业知识管理的兴起，正在引发商务环境的变化和商务模式的变革。过去人们一般认为，信息技术会给企业带来竞争优势，于是近年来出现了电子商务，电子政府等“e”化的趋势。但据有关资料显示，20多年来，美国在信息技术方面的投资并未能明显改善知识工作者的效率和效益。这是由于经济的性质已经发生了变化，在企业信息化的基础上出现了知识化的趋势，知识已成为企业生产投入更关键的要素。这一发展趋势促使企业由信息管理模式发展到知识管理模式(即第五代管理模式)。经济和管理模式的转变要求企业电子商务活动的观念和策略必须作出相应的调整和转变，以推动电子商务与知识管理的交叉、渗透发展和相互协调促进。基于知识管理的企业电子商务活动，要求建立在一个能支持沟通、建立人际网络、在工作中学习等知识管理内容的系统环境之上，以提高组织的适应能力和反映速度，获取更高的商务效率和经济效益。本文针对企业电子商务中的知识管理需求，提出了基于知识管理的电子商务概念，并探讨了企业电子商务的知识管理策略。电子商务与知识管理的涵义所谓电子商务是指企业的“商务整合”。即将IT技术策略与企业商务策略整合起来，形成企业全新的组织架构、商业模式和业务流程。它的运作基础是万维网和信息技术，它结合了网络的标准性、简洁性和连通性的特点，

形成企业业务的核心流程。电子商务可以理解为一种在互联网上展开的相互关联的动态商务活动，有广义和狭义之分。狭义的电子商务称作电子交易，主要是指利用Web提供的通信手段在网上进行的交易。而广义的电子商务则是指包括电子交易在内的，利用Web进行的全面商业活动，如市场调查、财务核算、生产计划安排、客户联系、物资调配等商务活动。关于知识管理的概念也同样有狭义和广义角度的理解。狭义上理解为对知识本身的管理，包括对知识的创造、获取、加工、存储、传播和应用的管理；而广义上的理解还包括对与知识有关的各种资源和无形资产的管理，涉及知识组织、知识设施、知识资产、知识活动、知识人员的全方位和全过程的管理。知识管理是创造、使用、保存、提升并转让知识和智力的一种全新管理模式，是市场经济发展到一个崭新阶段的产物。知识管理把体现人的素质和智力的人力资源的主要环节，即信息技术、市场预测、经营策略和经营战略等，敏捷、快速和高效地统起来，为企业在瞬息万变、强手如林、竞争激烈的环境中保持和发展优势服务。企业电子商务和知识管理的关系 在网络经济模式下，商务实体之间发生各种各样的关联，产生价值链和供应链。而企业电子商务是信息技术和网络应用的完美结合，要求建立具有较强应变能力的知识管理系统。它的核心是建立一套具有自我调节能力的快速反应机制，使企业决策和运行从传统的以预测为主导转变为以快速反应为主导，能够迅速把握市场的导向。很显然，企业实施电子商务可使信息不对称和信息滞后状况得到明显改善，通过信息的有效传递、处理和反馈使在线决策成为可能，从而提高了企业积累和运用知识的能力。另一方面，

企业知识管理的应用对电子商务的发展也将产生巨大的推动作用。知识管理是以知识这种无形资产为核心的新一代管理观念，这与电子商务从传统商务的有形资产管理向无形资产管理的观念相吻合；知识管理重视从现有的数据中挖掘出有价值的知识，这将大大增强企业的商务智能；企业知识共享环境的建立有利于商务活动的优化和商务效率的提升；尊重员工的知识贡献，增加企业的知识储备，有利于实现企业电子商务的可持续发展和创新；基于知识管理的企业文化，有助于企业洞悉并抓住市场机遇和挑战，及时调整发展战略，引领市场潮流，提高商务活动的应变能力。由此可见，电子商务与知识管理是相互促进，交叉发展的，企业开展基于知识管理的电子商务，将实现二者关系的协调，使企业真正如虎添翼，而不是此消彼长。知识管理必须借助信息技术平台，才能全面完整地开发知识资源，发挥知识的力量。而企业发展电子商务，必须率先着眼于内部知识管理，只有在其相关的诸多环节都上升到必要的知识管理层次，才能促进企业经营的良性运作。企业电子商务的知识管理策略在互联网时代，真正稀缺的资源不是信息，而是人的注意力和对业务规则的理解与创造。对企业而言，开展电子商务的瓶颈不在技术，而关键在于对客户需求的理解、对技术的合理利用和提供市场需要的产品与服务。因此，企业电子商务只有通过实施知识管理策略，才更有利于把握商务的本质规律。

(一)构建知识管理型组织结构 为了适应知识管理的需要，企业需要构建新型的组织结构，其特点是：有利于员工之间的交流、沟通与知识共享；有利于企业的知识更新和深化；有助于增强企业的团队精神。知识管理型的组织是一种学习

型组织，而不仅仅是一个生产、经营性组织。企业必须设立知识主管(CKO)，建立专门的知识管理系统，并强调企业知识管理系统与企业业务系统之间的相互关系，以及商务管理技术创新与知识管理活动的有机结合。

(二)发挥知识流在企业价值流服务中的巨大作用 企业的价值流动主要是由人流、物流、资金流、事务流和信息流等5部分构成的，而知识流的价值则是通过价值流为顾客提供服务的。因此必须了解电子商务企业的基本业务流程和关键业务流程所涉及的相关知识，明确企业在一定时期内所需要的知识，以及这些知识如何收集、存储、共享和利用，发挥知识流在企业价值流服务中的巨大作用。

(三)深化企业对客户知识的挖掘和理解 在全球经济一体化的趋势下，客户需求却更多地表现为个性化特征。过去那种依靠大批量生产单一产品实现规模效益的方式已经行不通了，企业生存与获利能力将更多地取决于对客户需求的挖掘与理解。企业在开展电子商务活动过程中，需要利用网络实现与客户的交流，了解客户对产品和服务的意见，计算出用户对产品变化的需求模式。企业要应用知识管理将企业知识有效地传播到客户中，形成购买意向，将企业产品升级为备选方案，以更好地为消费者服务。

(四)应用知识管理强化内部和外部适应性 利用知识管理，可在一定程度上将个人隐性知识显性化，转化为组织知识，存入企业知识库实现共享。知识共享环境的形成，可提高员工对市场环境的应变能力和反应速度。企业合作伙伴也是企业知识的重要来源之一，应强调与供应商和销售商网络的紧密集成，通过战略合作来实现产品知识的交流反馈，开拓新市场。知识管理可帮助企业吸纳市场信息，获取合作伙伴的相关知识，并

整合利用已有知识进行创新、把知识成功应用到具有市场的产品和服务中去，提高企业在非连续变化环境中的生存能力、适应性和竞争能力。企业开展电子商务的关键，在于对客户需求的充分理解和对技术的合理利用，从而快速地提供市场需要的产品和服务。基于互联网的电子商务应建立在广泛快速的信息交流和知识创新的基础之上，通过实施知识管理可更好地把握电子商务的本质规律，使电子商务与知识管理能够相互促进和交叉协调发展。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)