

企业电子商务的应用层次 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/62/2021\\_2022\\_\\_E4\\_BC\\_81\\_E4\\_B8\\_9A\\_E7\\_94\\_B5\\_E5\\_c40\\_62164.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/62/2021_2022__E4_BC_81_E4_B8_9A_E7_94_B5_E5_c40_62164.htm) 企业电子商务的应用主要

主要是指传统企业(这里区分于新型的网络型企业)如何利用电子商务实现企业经营管理和商务活动的数字化。电子商务作为信息技术发展的产物，它在企业的应用是需要分阶段进行和实施的。从企业经营活动的范围来看，可以将企业电子商务的应用分为两个层次，即企业内部的电子商务应用和企业外部的电子商务应用。

1.企业内部电子商务应用层次企业内部的电子商务活动，也就是企业内部如何利用电子商务技术实现企业内部交易的数字化，同时更好保证企业外部电子商务的实施。企业内部电子商务的运用主要是帮助企业降低成本，提高企业内部运营效率和效用。

2.企业外部电子商务应用层次企业外部的电子商务活动，是指企业通过市场提供产品服务，实现企业的。与市场交易的主体性质划分，可以将市场交易主体划分为组织和个人(用D表示)；对于组织根据其商业性质可以划分为营利组织和非营利组织(用C表示)；对于营利经济组织根据生产与销售功能可以划分为具有全部功能的生产企业(用A表示)和只具有销售功能的中间商(用B表示)。根据参与交易的购买方是否是组织机构(包括企业与政府等)，可以将电子虚拟市场分为组织市场(Business to Business，简称为B-B)和消费者市场(Business TO Consumer，简称为B-C)。其中组织市场包括上述市场网络中的 、 、 、 、 ；消费者市场包括上述市场网络中的 、 。企业外部电子商务的主要作用是扩大企业收入来源，同时帮助降低

企业的外部经营管理成本。在传统市场交易中供方企业处于主导地位，交易时一般处于控制地位，顾客特别是消费者只有选择权。而在网络时代，顾客(个人、组织或企业)的地位上升，交易时顾客处于主导地位，顾客不但有选择权，还有直接参与产品或服务的设计、生产、定价和销售等方面的决策权。对于企业外部电子商务活动，可以根据交易双方的地位，将现有的传统市场上交易模式称为供方主导型，将正在发展的以顾客为主导交易模式称为顾客主导型。供方主导型交易模式，并不是说供方企业的经营管理不是市场导向的，只是供方企业通过主动了解市场需求，然后制定策略来满足市场需求，在交易过程当中顾客只是通过选择来对供方企业经营进行引导，是一种间接影响。顾客主导型强调的是顾客直接提出需求，供方根据顾客直接需求，结合企业自身的实力有选择性地提供产品和服务，来满足顾客部分需求，从而实现供方的经营管理目标。上述两种模式都是市场导向，只是体现“顾客是上帝”的方式有很大差别。一般将B-B和B-C称为供方主导型电子商务；将C-C和C-B称为顾客主导型电子商务。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)