

中国信息经济学会电子商务专业委员会 推荐用书
全国高校电子商务专业建设协作组



高等院校
电子商务本科系列教材

电子商务管理

■总主编 李琪
■主编 王学东

Business
Commerce

重庆大学出版社

中国信息经济学会电子商务专业委员会
全国高校电子商务专业建设协作组 推荐用书



高等院校
电子商务本科系列教材

电子商务管理

主 编 王学东

重庆大学出版社

内 容 提 要

本书内容主要包括电子商务管理的对象与职能,电子商务组织与管理体制,电子商务的运营模式,企业电子商务运作流程,电子商务经营战略、资源管理、信息流管理、物流管理、资金管理,ERP系统方法、供应链管理(SCM)方法,以及客户关系管理(CRM)方法等。

本书可以作为高等院校电子商务以及相关专业的教材,也可以作为电子商务技术培训教材使用。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务管理 / 王学东主编. — 重庆:重庆大学出版社,2004.7
(高等院校电子商务本科系列教材)
ISBN 7-5624-3080-2

I. 电... II. 王... III. 电子商务—经济管理—高等学校—教材 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 040890 号

高等院校
电子商务本科系列教材
电子商务管理

主 编 王学东

责任编辑:马 宁 姚正坤 版式设计:马 宁
责任校对:任卓惠 责任印制:张立全

*

重庆大学出版社出版发行
出版人:张鸽盛
社址:重庆市沙坪坝正街174号重庆大学(A区)内
邮编:400030
电话:(023) 65102378 65105781
传真:(023) 65103686 65105565
网址:<http://www.cqup.com.cn>
邮箱:fxk@cqup.com.cn(市场营销部)
全国新华书店经销
自贡新华印刷厂印刷

*

开本:787×960 1/16 印张:23.75 字数:426千
2004年7月第1版 2004年7月第1次印刷
印数:1—4000
ISBN 7-5624-3080-2/F·329 定价:28.00元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

版权所有 翻印必究

高等院校电子商务本科系列教材编委会

顾 问

- 乌家培 国家信息中心专家委员会名誉主任, 中国数量经济学会名誉理事长, 中国信息经济学会名誉理事长, 博士生导师。
- 祝家麟 中国计算数学学会常务理事, 国家级有突出贡献的中青年专家, 重庆市工业与应用数学协会会长, 重庆大学党委书记, 教授。
- 李 琪 全国高校电子商务专业建设协作组组长, 中国信息经济学会电子商务专业委员会主任, 西安交通大学教授, 博士生导师。

常务编委 (按姓氏笔画为序)

王学东 李 琪 杨坚争 陈德人 谢 康 谢晋洋

编 委 (按姓氏笔画为序)

孔伟成 王学东 王喜成 司林胜 李陶深 李 琪 杨坚争
张志敏 张宽海 杨路明 陈德人 张耀辉 钟 诚 施敏华
党庆忠 秦成德 谢 康 廖成林 廖咸真 魏修建

总 序

从教育部2000年首次批准电子商务本科专业开始,到2003年底为止,已有近200所高校获得开办电子商务本科专业的资格,该专业全国在校学生也已达几万人。但纵观电子商务本科专业的教材建设,尚有不尽如人意之处。虽然自2000年以来,国内不少出版社已出版了单本的或系列的电子商务本科教材,但由于教学大纲不统一,编者视角各异,许多高校在电子商务教材的选用中颇感困惑,教学效果不甚令人满意。

教育部从2001年以来,先后在南京审计学院、西安交通大学、华中师范大学和浙江大学等地,召开过全国高校电子商务专业建设工作会议和联席会议,并于第一次全国高校电子商务专业建设工作会议和联席会议上,成立了全国高校电子商务专业建设协作组,旨在通过协作组实现教育部与全国高校中开办电子商务本科专业的单位的紧密联系,在专业建设、教材建设、师资培训、学生学习和实习等多方面起到组织、引导和互助的作用。教育部高教司对电子商务本科专业的师资培训、教材建设等问题给予了极大的关注和指导。2003年3月底,全国高校电子商务专业建设协作组在福建泉州的华侨大学,召开了电子商务专业本科教学大纲研讨会,集思广益,基本形成了电子商务本科教学大纲。

重庆大学出版社在2002年的首届电子商务联席会议上,就与



协作组常务理事联系,提出要组织力量编写一套电子商务本科专业的教材。到2003年3月,经协商决定:由全国高校电子商务专业建设协作组、中国信息经济学会电子商务专业委员会和重庆大学出版社三家,联合组织编写以讨论后的本科电子商务教学大纲为基础的电子商务本科专业系列教材。

从2003年3月到2004年4月,在重庆大学出版社、全国高校电子商务专业建设协作组和中国信息经济学会电子商务专业委员会的共同努力下,成立了电子商务本科系列教材编写委员会,继而从众多自愿报名和编委会推荐的学校和教师中,选出主编,采取主编负责制,召开写作大纲研讨会,反复征求各方面意见,群策群力,逐步编写出本套电子商务专业系列教材。

该系列教材有如下几点特色:

1. 在专家、学者对教学大纲进行研讨的基础上,吸收了众多学者和学校的意见,使系列教材具有较强的普遍适用性。

2. 集中了协作组和专业委员会内外在电子商务专业教学方面有丰富经验的许多教师、研究人员的宝贵意见,使系列教材有较好的系统性、科学性和实用性。

3. 从教学大纲研讨到编写大纲的讨论,再到按主编负责制进行的编写、审核等,经过一系列较为严格的过程约束,使整套教材趋向严谨和规范。

4. 注重电子商务的理论与实践相结合,教学与科研相结合,课堂教学与实验、实习相结合,把最新的科研成果、实务发展同教学内容有机地结合起来,以促进教学水平的提高。

5. 较全面地包含了我国电子商务教学中的各种课程。不仅把电子商务教学大纲中的各门必修专业课纳入了编写计划,而且还把一些选修课程也纳入了编写计划,从而使开设电子商务本科专业的学校具有更多的选择余地。

应当承认,在全国范围组织编写电子商务新学科的系列教材,碰到的各种困难确实不少。在各方的共同努力下,有些主要困难已被克服,作为系列教材的丛书即将面世,但仍有待于逐步完善。我



们相信各教学单位和教师们,在具体授课过程中是会根据教学大纲更好地把握教学内容的。当然,大家希望本套系列教材的出版,能给开办电子商务本科专业的学校提供尽可能好的教学用书,但这有个过程,还需得到用书单位的宝贵意见,使编者们与时俱进,不断修改和完善这套系列教材。

· 乌家培

2004年3月5日于北京

目 录

第1编 电子商务管理原理编	1
第1章 电子商务管理的对象与职能	2
1.1 电子商务管理的构成与定义	2
1.2 电子商务管理的对象与范围	5
1.3 电子商务活动组织	11
1.4 电子商务管理的职能	24
本章小结	27
思考题	28
第2章 电子商务组织与管理体制	29
2.1 电子商务组织与管理体制概述	30
2.2 电子商务组织结构	33
2.3 电子商务组织的管理机制	44
2.4 电子商务组织的管理制度	48
本章小结	56
思考题	57
第3章 电子商务的运营模式	58
3.1 电子商务系统	58
3.2 电子商务系统内部运营模式	63



3.3 电子商务系统外部运营模式	71
3.4 Microsoft 公司电子商务解决方案	76
本章小结	80
思考题	80
第4章 企业电子商务运作流程	81
4.1 企业电子商务运行平台	82
4.2 企业电子商务网络运作模型	89
4.3 企业流程再造	94
本章小结	113
思考题	114
第2编 电子商务管理内容编	115
第5章 电子商务经营战略	116
5.1 经营战略及其影响因素	116
5.2 战略环境分析	120
5.3 电子商务经营战略实务	124
5.4 经营战略与风险管理	136
本章小结	144
思考题	145
第6章 电子商务资源管理	146
6.1 电子商务资源	146
6.2 电子商务人力资源管理	150
6.3 电子商务无形资产管理	157
6.4 电子商务运营资本管理	163
本章小结	172
思考题	173



第7章 电子商务信息流管理	174
7.1 企业信息化	174
7.2 企业信息资源	183
7.3 电子商务信息流	189
7.4 电子商务信息流管理系统	197
本章小结	205
思考题	206
第8章 电子商务物流管理	207
8.1 电子商务物流概述	208
8.2 电子商务物流方案	219
8.3 电子商务物流运作	232
8.4 电子商务物流配送	241
本章小结	247
思考题	248
第9章 电子商务资金流管理	249
9.1 资金流概述	249
9.2 资金流管理	251
9.3 资金流管理系统	256
9.4 资金流控制	268
9.5 电子商务网上支付系统	269
本章小结	274
思考题	274
第3编 电子商务管理方法编	277
第10章 ERP系统方法	278
10.1 ERP的形成与发展	279
10.2 ERP软件的功能模块	292
10.3 ERP的发展趋势	303



本章小结	306
思考题	307
第 11 章 供应链管理(SCM)方法	308
11.1 供应链管理方法基础	309
11.2 供应链管理的支撑技术与系统结构	320
本章小结	326
思考题	327
第 12 章 客户关系管理(CRM)方法	328
12.1 客户关系管理基础	328
12.2 客户关系管理应用系统	343
12.3 客户关系管理与电子商务	355
本章小结	357
思考题	358
参考文献	359

第1编

电子商务管理 原理编

第 1 章

电子商务管理的对象与职能

本章要点

本章主要介绍了电子商务管理的构成与定义,电子商务活动组织形态,并从电子商务活动的内容和电子商务活动的领域这两个方面来研究电子商务管理的对象及其管理的职能。

在本章的学习中,最好采用理论学习与讨论相结合的方法。通过学习和分析,深刻理解电子商务管理的对象及职能。

电子商务是在计算机技术、网络技术、通讯技术的互动发展中逐步产生和不断完善的,是以互联网为依托,并随着互联网的广泛应用而迅速发展起来的。它已经使人类的经济生活发生了巨大的变革。

1.1 电子商务管理的构成与定义

1.1.1 电子商务管理构成

电子商务管理是一种活动,一个过程,因此它的构成主要是两个方面或两部分:一是管理者,即管理主体;二是被管理者,即管理客体。

(1) 管理主体与管理客体

管理主体即管理者,是指具有管理科学知识和技能,并拥有相应权力、从事电子商务管理活动的人。其主要包括主管机构、管理人员。



管理客体即被管理者,是指进入管理主体活动领域的人、财、物。其主要包括人、物资、资金、业务技术、时间、信息、环境、过程及各种现象。

在管理客体系统中,人是惟一能动的、活的因素,财和物是受人管理的,是被动的因素。因此,管理主要是对人的管理,对财和物的管理可以通过对人的管理来实现。由此可见,管理主体是人,管理客体也主要是人。一个人是管理主体还是管理客体,则由他在管理活动中所处的地位和所起的作用决定。

(2) 管理主体和管理客体的关系

管理主体和管理客体作为管理活动的两极,不是各自独立、彼此隔绝的,而是不可分割地联系在一起。

首先,管理主、客体相互依存。管理主体和管理客体是在管理活动中形成的。离开管理活动,就无所谓管理主体和管理客体。管理主体拥有权力,处于管理、领导的地位,他以自己的聪明才智去指挥、影响下属,但这必须以管理客体的追随、服从为条件。

其次,管理主、客体可相互转化。管理主、客体的相互转化主要表现为社会角色的变换。这种角色变换主要有两种情况:一种是不同级别之间的变换。各级领导都对下一级进行管理,成为管理主体;同时又受到上级的管理,成为管理客体。领导干部,要想管理好下属,做一个有效的管理者,首先必须服从上级的管理,对上级负责。但服从是为了管理。服从上级的管理,领会上级的精神、意图,其目的是将上级的精神变为自己的管理指令向下级发出,进而实现管理职能。在社会管理中,这种集管理和服从两种职能于一身的情况,是管理主客体角色变换的表现。另一种是同一级别之间的变换。在同一级别、层次的不同管理关系中,往往也会发生角色变换。如作为管理者的总经理,要受公司内部的股东代表大会、监事会等的监督和管理;总经理以个人身份参加其他组织,也要受该组织的管理等等。

最后,管理主体的自我管理。管理主体的自我管理,就是把自己当作管理客体加以对待,对自己的思想、举止行为进行管理。一位管理者,只有严格要求自己,自觉地调整自己的思想和行为,加强自我修养,提高自己的威信,才能有效地进行管理活动。也就是说,只有先管好自己,才能管好别人。



1.1.2 电子商务管理的定义

(1) 管理的定义

管理定义自古即有,但什么是“管理”,从不同的角度出发,可以有不同的理解。从字面上看,管理有“管辖”、“处理”、“管人”、“理事”等意,即对一定范围的人员及事务进行安排和处理。但是这种字面的解释是不可能严格地表达出“管理”本身所具有的完整含义。

关于管理的定义,至今仍未得到公认和统一。长期以来,许多中外学者从不同的角度出发,对管理的定义做出了不同的解释,其中较有代表性的有:管理学家赫伯特·A·西蒙(Herbert A Simon)认为“管理就是决策”。当前,美国、日本以及欧洲各国的一些管理学著作或管理教材中,也对管理有不同的定义,如:“管理就是由一个或者更多的人来协调他人的活动,以便收到个人单独活动所不能收到的效果而进行的活动”;“管理就是计划、组织、控制等活动的过程”;“管理是筹划、组织和控制一个组织或一组人的工作”;“给管理下一个广义而又切实可行的定义,可把它看成是这样的一种活动,即它发挥某些职能,以便有效地获取、分配和利用人的努力和物质资源,来实现某个目标”;“管理就是通过其他人来完成工作”等等。

上述定义可以说是从不同的侧面和不同的角度揭示了管理的含义,或者是揭示管理某一方面的属性。但可以对“管理”做如下定义能够全面概括管理这个概念的内涵和外延,即:管理是指一定组织中的管理者,通过实施计划、组织、人员配备、指导与领导、控制等职能来协调他人的活动,使别人同自己一起实现既定目标的活动过程。

(2) 电子商务管理的定义

1) 电子商务的含义。1997年11月6日至7日在法国首都巴黎,国际商会举行了世界电子商务会议(the world business agenda for electronic commerce)。全世界商业、信息技术、法律等领域的专家和政府部门的代表,共同探讨了电子商务的概念问题。会议根据目前电子商务的发展现状,对电子商务的概念做了比较权威的界定,认为电子商务是指对整个贸易活动实现电子化。从涵盖范围方面可以定义为:交易各方以电子交易方式而不是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。从技术方面可以定义为:电子商务是一种多技术的集合体,包括交换数据(如电子数据交换、电子邮件)、获得数据(共享数据库、电子公告牌)以及自动捕捉数据(条形码)等。



2) 电子商务管理的定义。企业管理是指企业为了有效地实现预期的目标,遵循一定的原则,运用一定的方法,对企业生产经营活动中产、供、销各个环节,人、财、物各种要素进行计划、组织、指挥、协调、控制,以取得最佳经济效益的一系列活动的总称。

对当今企业而言,电子商务管理则主要是利用计算机技术、网络技术、通信技术和计划、组织、领导、控制等基本功能,针对企业电子商务活动组织中的财务、营销、人事、生产物料、机器设备及技术等有限资源做妥善的安排,使企业得到更有效率的产出。

1.2 电子商务管理的对象与范围

电子商务是以信息技术为基础的商务活动,它包括生产、流通、分配、交换和消费等环节中连接生产和消费的所有活动的电子信息化处理。电子商务是网络经济时代兴起的一种新的商务活动形式,代表了商务运作发展的主流方向,它使传统的商务活动的内容也发生了根本性的改变。那么,电子商务管理的对象是什么呢?它的管理范围又是怎样的呢?这就是本节将要讲述的内容。

1.2.1 电子商务管理的对象

电子商务管理的对象,就是电子商务的内容,它揭示了电子商务的本质。电子商务是传统商务活动的电子化、网络化,是以传统商务活动为基础的,电子商务既继承了传统的商务活动,又发展了传统的商务活动——在网上进行的电子商务活动,这种电子商务活动是其他活动无法替代的。因此,我们认为电子商务管理的对象就是电子商务活动。

(1) 电子商务活动的内容

电子商务起源于20年前的专用增值网络和EDI的应用,它在Internet的商用推动下得到迅速发展,而且表现出一些与Internet相关的特点:信息化、虚拟性、全球性、社会性。什么是电子商务?以西安交通大学电子商务研究所所长李琪教授为代表的中国电子商务专家分析认为,电子商务是指在技术、经济高度发达的现代社会里,掌握信息技术和商务规则的人,系统化运用电子工具,高效率、低成本地从事以商品交换为中心的各种活动的过程。



从电子商务的组织形态中可以看出,无论是虚拟企业、电子商务企业、还是企业电子商务都是从事电子商务活动。那么,可以从横向和纵向两个方面来探讨电子商务活动的内容。

1) 横向。从横向来看,电子商务活动的内容主要是体现在企业与企业之间、企业与市场(消费者)之间、企业与政府之间、企业内部之间的电子商务。

①企业对企业的电子商务。它是指企业可以使用互联网或各种商务网络向供应商定货、接收发票和付款结算。BtoB 的商业模式直接关系到国民经济的发展,且由于企业与企业之间有现成的庞大的交易,通过电子商务可以大大加快这种交易的速度,使企业迅速见效,因此,企业纷纷开展电子商务,企业的改造和管理的提升也明显地向电子商务型企业发展和转移。电子商务的核心是信息流更加有效的管理。企业的电子商务活动主要有三个方面:即企业本身、供应商和客户。企业通过应用电子商务,对内能够提高内部管理过程的效率,对外能够有效地定位市场、扩展市场、提供个性化服务以赢得客户满意度,并加强与供应商合作,使业务流程科学化。企业-企业方面,公司可以使用网络向供应商订货、接收发票和付款。电子商务在这方面的应用已经有很多年的历史,而且使用得也很好,特别是通过专用网络或增值网络实施的电子数据交换。

②企业对消费者的电子商务。它主要通过网上商品浏览、挑选以及在线支付、配送等环节完成。网上零售已无可争议地成为典型的网上电子商务活动。企业通过网络向消费者推销产品,其中又可为企业自己销售自己的产品和网站企业提供一个平台,让其他企业向消费者推销产品。企业——消费者方面基本等同于电子化的零售,它主要随着 WWW 网的出现而迅速地发展起来。目前,在 Internet 上遍布着各种类型的商业中心,出售从鲜花、书籍到计算机、汽车等的各种消费商品以及提供各式各样的服务。

③政府对企业的电子商务。它指企业与政府部门的电子商务。政府部门上网后,在通过政府服务网(GSN)提供各种行政应用和便民服务的同时,也直接参加电子商务活动,实施政府网上采购工程。它包括信息发布、数据利用、政府采购等等。企业将针对不同的问题访问有关的网站并可以迅速有效地得到问题的详尽解答。企业-政府方面,包括公司与政府组织间的各项事务。例如在美国,政府采购清单可以通过 Internet 发布,公司可以以电子化的方式回应。尽管目前在这方面应用还很少,但随着政府利用自己的行为去促进电子商务的发展,这方面的应用一定会迅速增长。美国政府已经宣布从 1997 年 1 月起将通过 EDI 完成政府年度采购任务,并于 1999 年最终取消纸面单据。