

协同商务推动企业管理和发展

周立力

(山东财政学院 计算机信息工程系, 山东 济南 250014)

摘要: 协同商务是一种允许企业内部、企业与其业务伙伴的参与者之间协同交互的基于Internet技术的新型商务模式。协同商务在电子商务背景下产生, 内部协同可以推动企业内部管理发展, 外部协同可以推动企业间的互利和发展。应用协同商务时应注意实现企业管理系统的集成、选择合适的协同模式、建立良好的虚拟社群, 真正实现协同商务和互动管理。

关键词: 协同商务; 企业管理; 电子商务; 信息系统; 企业资源规划系统

中图分类号: F270.7 文献标识码: B 文章编号: 1004-4620 (2004) 02-0067-03

Collaboration Business Promotes the Management and Development of Enterprise

ZHOU Li-li

(Shandong Finance Institute, Computer Information Engineering Department, Jinan 250014, China)

Abstract: Collaborative commerce is a new business model based on internet technique that enables the participants of enterprise employees and enterprise partners to cooperate each other. Collaborative commerce comes forth based on Ecommerce. The inner collaboration can enhance the internal management in the enterprise, and the exterior collaboration can promote the profit and development of the mutual enterprise. In order to be real to realize collaborative commerce and comanagement, should notice: implement integration of the enterprise management system, choice the adaptive collaborative model and set up good virtual community.

Key words: collaborative commerce; enterprise management; Ecommerce; information system; enterprise resource planning

协同商务是指企业内部人员、贯穿于贸易共同体的业务伙伴、客户之间的协作, 是电子化的业务交互过程, 是一种基于Internet技术的新型商务模式。贸易共同体可以是一个行业、行业分支、供应链或供应链的一部分。协同商务的含义非常广泛, 它包括企业内部部门与部门之间, 或是企业与外部企业之间, 供应商、合作伙伴、分销商、服务提供商、客户等的业务往来。不管任何形式的协同, 如产品设计、供应链规划、预测、物流、促销等, 都可以视为协同商务的一部分。协同商务系统将企业的所有应用和数据集成到一个信息管理平台上, 并以统一的界面提供给用户, 使企业可以快速地建立企业对企业、企业对内部雇员的信息集成系统, 并成为提高企业运作效率的重要手段。

1 协同商务的由来

2000年初美国著名的IT咨询机构Gartner Group提出了协同商务(Collaborative Commerce)的概念, 并一直成为企业与IT界关注的焦点。

协同商务使企业之间能够以信息技术为基础，建立合作、互利的关系。20世纪80年代，因为技术原因，信息连接的投资费用巨大，企业之间合作的交易成本很高，企业更愿意独自完成企业所需的一切工作。但大多数企业随着自身发展，所处理的信息量成倍增长。正如摩尔定律（Moor's Law，即每18个月科技功能会倍增、价格会减半）所说，科技正随着问题的产生而不断前进、不断解决问题。20世纪90年代企业着重内部供应链的管理和内部信息化孤岛集成，解决内部营运的整合，这个时代是企业资源规划系统（ERP Enterprise Resource Planning）的时代。ERP虽然解决了企业内部问题，但是所有的业务仍由企业自己承担。而今，市场越来越多样化，节奏越来越明快，经济发展和格局发生了改变，而企业要面对的是所有相关领域的竞争对手，这就需要改变原有的组织和流程，加快反应速度，明确自己的核心竞争力量，将核心流程外的业务外包（或与其他家企业合作开发），联合所在行业中的上下游企业，建立一条业务关系紧密、经济利益相连的供应链，使企业间形成一个优势互补、协同制造和销售的环境，共同增强市场竞争实力，经济组织由阶层式的架构渐渐转型成扁平式、网状的架构。这样，供应链也就扩展到广义的企业间的业务和服务流程。再加上因特网带来的B2C（Business-to-Customer）、B2B（Business-to-Business）电子商务大大推动了企业的成长，使企业接受且负担得起信息科技的投资，协同商务随之应运而生。

上述正是信息技术应用和发展的一些情况，Gartner Group将其归纳为三个阶段：(1)1995年以前，主要为单个企业内部的应用——ERP；(2)1995年至今，信息技术的主流应用——电子商务（E-Commerce）；(3)21世纪第一个五年，发达国家的IT主流应用——协同商务。

2 协同商务的作用

协同商务包含着内部协同和外部协同两种。

2.1 推动企业内部管理发展

内部协同是指企业内部的协同，包括各部门之间的业务协同、不同的业务指标和目标之间的协同和各种资源约束的协同。

企业已采用的各种相互独立的网络系统、应用系统，如ERP等，部分提高了效率，但其相互独立性也为企业的整体管理设置了障碍，并且信息系统日积月累下来的资料，需要转换成决策信息，增加企业经营的智能。

在协同商务系统中，人力资源和 workflow 模块是强相联的，统一协同调配为企业的运作服务；各职能部门是强相关的，协同工作才能使企业顺畅运转。此时协同商务系统可以从财务、销售、采购、物流、供应链、网上销售等应用系统提取各类数据（所有的文档、客户、雇员、产品、材料、财务等内部相关联的信息），进行分析加工，将企业不同时期开发、分散在不同的软硬件平台上的信息系统整合，提供高度的信息透明度与实时性，然后根据设定的 workflow，发送给各有关部门或人员，使管理人员随时了解整个企业的运作，既可以从宏观面观察企业的运营，又可以深入细微面了解企业细节，还能够在协同商务的智能化数据分析帮助下，对企业的业务进行预测分析，给出建议，使企业紧跟、甚至超前于市场的需求变化，快速作出正确的决策，提升企业的竞争力。从而帮助企业提高组织效率，建立协调的运作管理体系，最终有效地促进企业管理的现代化、科学化，适应竞争日益激烈的市场要求。

2.2 推动企业间的互利和发展

外部协同是指在行业价值链中，上下游企业间的协同。

企业信息的提供者也是需求者（企业内部员工、客户、代理商、分销商、供应商、合作伙伴），切入角度和关注重点不同——个性化的。Internet技术的成熟，使协同商务平台能够将企业内外部各种相对分散、独立的信息及应用无缝地集成到一起，实现信息共享和直接的数据交换能力，需求者各取所需，强化了企业间的联系，形成共同发展的生存链。例如：帮助客户服务和市场销售人员更好地查看信息、管理及服务，提高整体客户满意度，从而赢得竞争优势；为需求者开设门户，根据其要求设置并提供个性化应用，以不同的级别和权限进入网络，参与到企业整个价值链的运作中。这种完全基于Web的浏览器/服务器结构，方便随时随地访问系统，整个企业可以跨地域、跨时间地在一起协同工作。使决策者及业务部门实现跨企业的联合作

战，促进企业业务、企业的视野从事务性和技术性的角度提升到了经营模式的高度。

实践证明，核心企业通过协同商务实现了企业与供应商间的双赢：提高了对市场需求的响应速度；降低了满足客户个性化需求的总成本；提高了产品质量和降低库存；减少不增值的管理成本。而处于供应链中的提供配套产品和服务的中小型企业，通过协同商务与大企业长期合作，提高管理水平并借力发展。

3 应用协同商务应注意的几个问题

3.1 集成性

协同商务是为了实现实时管理和企业业务之间的集成。企业管理系统的集成有三方面：硬件设备集成、数据集成和业务集成。前两方面是计算机技术层面的，而后一方面的业务集成是企业最为关键的，企业需要生产部门和销售部门协调一致、生产部门和采购部门协调一致、各个级别的管理者和操作者协调一致。“协调一致”不是靠简单的数据传输，一个系统（如财务系统）数据传输到另一个系统（如业务系统），而是在数据传输过程中，如何用一个业务带动另一个业务，一个系统可以实时地知道另一个系统发生的变化，企业管理者可以随时随地看到最新数据。

3.2 协同商务不仅是提供工具平台

“协同”概念正与电子商务联系起来，协同商务的目的是促进企业的业务。电子商务解决方案是一个工具（更着重在安装软件、导入系统、整合科技），而协同商务解决方案则是在工具基础上给企业一套协同商务模式（里面有很多企业与供应商、客户、合作伙伴以及企业与员工之间协调工作的业务模式，要选择最合适企业营运本质的协同模式）。在实施协同商务之前必须注意到：如果实施不当，很容易变成B2N（business to nobody）。所以，企业应先考虑清楚自身业务与用户和业务伙伴等协同工作的特性，再进入协同商务。

3.3 虚拟社群

企业与供应商、客户、合作伙伴以及企业内部通过网络联系在一起，形成一个没有地域、但有内涵之分的“虚拟社群”，企业间的合作是一个虚拟社群建立的过程。社群建立之后，才是合作成败的开始。社群牵涉到合作模式的选择、风险的管理、无间合作的维持。协同商务更重要的是延续在线社群的合作关系，知道导入协同商务科技后的冲突，如何建立社群间信任的关系和预防风险。特别是信任，当企业全面虚拟化后，如果缺乏信任，虚拟的合作也只能成为虚影了。

4 协同商务的发展前景

协同商务成为新经济的发展重点，它是企业界和IT界已寻求到的比B2B更好的运作模式。虽然导入协同商务仍有一定难度，但对于那些采用了协同商务模型和解决方案的企业，其协同业务将为它们带来高营业额和高利润的回报，潜力巨大。协同业务的发展将会在整个供应链甚至在全球网络供应链上全面拓展，并将造就高度灵活、快速反映的虚拟企业，亦将在全球范围内对原材料的生产和开采、加工、产品设计、生产制造、分销、运输、配送、零售、市场及服务商务模型和商务运作带来变革。Aberdeen Group预测，到2005年，协同商务市场将达到200亿美元。根据Gartner Group的调查研究，到2005年拥有协同商务能力的供应商和客户，与没有协同商务能力的企业竞争时将能够赢得超过8成的商机。

经济市场呈多样化趋势，经济国际化、地域经济全球化、业务控制数字化、消费需求个性化、市场信息瞬息万变等等。而协同商务通过电子化，使企业能够内部协同和外部协同，将所有利益相关者、企业部门、不同应用系统的信息整和到统一的渠道，实现跨企业、跨地域、跨时间的联合协同作战，实现业务处理和信息获取与共享的一体化，为用户提供个性化的信息获取服务，整合商务流程，缩短执行时间，提高整个商业价值链的整体运作效率。显然，协同商务符合经济发展趋势的要求，而且也正是在这种要求下应运而生的。加上，各软件厂商根据时代的需求，在计算机技术不断发展并能胜任的情况下，不断开发、优化协同商务系统。关注近期的IT，可以看到“IBM投入100亿美元的新战略——EBOD(随取随用的电子商务E-business

Ondemand)”，其战略之一是企业进行水平整合，将分布在行业内部、合作伙伴、供应商及客户之间的大量数据、现有系统以及常规业务，应用软件结合起来。这正是协同商务急需的技术支持。这使得协同商务不是纸上谈兵，而是逐渐成为实用的系统，推动并将支持商务应用系统的下一轮发展。

企业间的竞争已逐渐转化为以品牌企业为核心，以客户、供应商和合作伙伴为联盟伙伴的经济资源联盟体之间的竞争，如何通过国际领先的管理思想和国际化的企业管理解决方案来完善企业管理，提升联盟体的综合竞争力，已成为21世纪中国企业参与国际竞争的重要手段。企业应充分利用电子商务平台，帮助联盟体完善管理，真正实现协同商务和互动管理。

[返回上页](#)