

# 商業自動化推廣應用之調查-以流通業電子資料交換(edi)為例

張基峰、張顯洋、紀文章

E-mail: 8407552@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

從以往透過製造、批發、倉儲、零售的行銷通路，已逐漸簡化由製造經批發配送中心，再至各零售點的行銷作業方式。「商業自動化」中，電子資料交換（Electronic Data Interchange；簡稱EDI）提供串聯市場通路上下游標準資訊化的重要工具。本研究為一探索性的調查研究，先試圖建立一個衡量流通業EDI推廣與應用的模式，包含環境、技術、管理、影響四大層面。並分別對目前國內商業EDI的專家進行群體評鑑，得出商業EDI推廣的廣度；並且對目前商業EDI的使用者作個案調查，測得商業EDI應用的深度。研究結果顯示國內流通業在相關EDI法律認知、網路可利用資源、相關元件特性等發展程度，目前仍嫌不足；目前企業使用EDI並非是全面性交易連線，以致業者無意願作深入應用；相關的影響調查結果也因為組織的特性不同而有所差異。整體而言，國內商業EDI在廣度的推廣與深度的應用仍須加強，以即早迎接商務電子化時代的來臨。

關鍵詞：行銷通路；商業自動化；電子資料交換；流通業；電子商務。

## 目錄

0

參考文獻

0