

●冷伏海 王宏义 冯璐 安新颖

## 网络环境下市场信息行为理论体系初探

**摘要** 市场信息行为是指市场主体在外部刺激下,为实现某一特定目标而从事的与市场信息相关的各种活动结合体。网络环境下的市场信息行为是指组织与个体利用网络平台进行的市场信息发布行为、市场信息查询行为以及市场信息在线分析与支持行为。构建了网络环境下市场信息行为的理论体系。研究网络环境下的市场信息行为具有重要的意义。图1。参考文献12。

**关键词** 网络环境 市场信息 市场行为 信息市场研究

**分类号** G350

**ABSTRACT** In this paper, the authors discuss the definition of market information behavior and the contents of market information behaviors in the networked environment, propose a framework for the theory of market information behaviors in the networked environment, and point out the significance of the research in this field. 1 fig. 12 refs.

**KEY WORDS** Networked environment. Market information. Market behavior. Information market research.

**CLASS NUMBER** G350

### 1 网络环境下市场信息行为的研究意义

长期以来,信息行为都是国际图书馆学情报学界所关注的热点问题。其研究可以追溯到对“信息需求与使用”课题的探讨,至今已有50多年历史。国外从早期ARIST(Annual Review of Information Science and Technology)一系列对信息需求与使用的探讨,陆续构建了许多重要的理论构架与模式,包括如Kuhlthau的信息查询过程模式(Information Search Process Model, 1991), Belkin的知识状态不规则构架(Anomalous State of Knowledge Framework), Taylor的信息使用环境(Information Use Environments, 1991), Ellis的信息寻找方式(information-seeking pattern, 1997), Dervin的意义构成模式(Sense-Making Model, 1996),以及Wilson的信息行为模式(Information Behavior Model, 1999)等<sup>[1]</sup>。

90年代以来,国内有关信息行为等问题的研究也论述颇丰,其中黄长著等人的《中国图书情报网络化研究》<sup>[2]</sup>,对网络信息用户的科技信息需求进行了调查分析。谢康的《中国企业的信息需求与信息化投资模式》<sup>[3]</sup>,对中国企业的信息需求进行了分析,并提出了信息化投资的具体模式。巢乃鹏的《国外信息查寻行为研究进展》<sup>[4]</sup>,采用实证研究的方法,构建了我国网络用户信息查询行为的模型。曹树金等的《国外网络信息查询行为研究进展》<sup>[5]</sup>,探讨了各类网络用户信息查询行为的表现、策略以及影响因素,并在原有信息查询行为理论的基础上构建专门的网络信息查询行为模式。董小英的《中国学术用户对互联网信息的利用及其评价》<sup>[6]</sup>,指出了学

术界利用互联网信息的要素,揭示概括了学术界用户的信息行为特征以及影响互联网信息资源质量的要素。冷伏海的《市场信息资源与市场信息行为》<sup>[7]</sup>,对市场信息行为的基本问题以及市场信息行为的法律规控及其机制问题进行了探讨。

目前国内对信息行为的研究要么集中在信息行为本身或信息行为的基本相关问题,要么集中在学术信息或科技信息的行为问题,很少有人研究市场信息的信息行为问题。而在市场经济发展的今天,现代商品经济活动正是以市场信息交流为前提条件的。在商品活动中,市场信息是最活跃的因素,是世界市场经济的重要资源。它在帮助企业的同时,还可以引导消费者,并协助政府。市场信息是制约市场发育和经济发展的关键因素,特别是计算机广泛普及和互联网迅速发展的21世纪,网络在市场信息服务中发挥着更为重要的作用。因此对网络环境下市场信息的研究就具有相当重要的意义。

### 2 网络环境下市场信息行为相关概念

#### 2.1 信息行为

国外学者对信息行为研究的人较多,如David W. De Long指出信息行为是个体、组织受到信息环境的刺激时所从事的一些活动,它包括信息查询、信息使用、信息评价、信息存储以及信息共享<sup>[8]</sup>,强调了个体和组织在信息环境因素的影响下所产生的一系列信息行为。Nahl对信息行为研究关注的主要是用户在何时做何种工作<sup>[9]</sup>,包括他们如何查询信息,他们犯有何种错误,对于相关性有何种考虑,他们原有的知识结构,他们会做出何种选择,会有什么样的感触。在考虑以用户为中心的

解决方案时,对于用户的主动性行为的重要性需要有了新的关注。T.D. Wilson 认为信息行为是指用户确定信息需求、搜集信息、使用信息以及传递信息所从事的一切活动<sup>[10]</sup>,从这个定义中看出他研究的信息行为是以用户为中心,从积极因素和消极因素两方面提出了用户产生信息行为的过程。

国内的研究人员也对信息行为的定义提出了自己的见解,如冷伏海指出信息行为的含义可以从行为主体、外界刺激、主体目标和主体活动等方面加以领会。从主体的活动角度看,信息行为是各种信息活动的结合体<sup>[11]</sup>。而胡昌平认为信息行为是人类特有的一种行为,系指主体为了支配某一特定的信息

需求(如科研、生产、管理等活动中的信息需求),在外部作用刺激下表现出来的获取、查询、交流、传播、吸收、加工和利用信息的行为<sup>[12]</sup>。

## 2.2 网络环境下的市场信息行为

网络环境下的市场信息行为是在对市场信息资源理解的基础上产生的。狭义的市场信息资源是指市场信息本身,在市场活动中作为一种资源被投入其中并发生效益的信息。广义的是指市场信息及其发挥效益的技术、设备、资金、人员、机构等要素的总和。

结合国内外学者对信息行为的研究,并结合市场信息的定义,我们对市场信息行为进行定义。

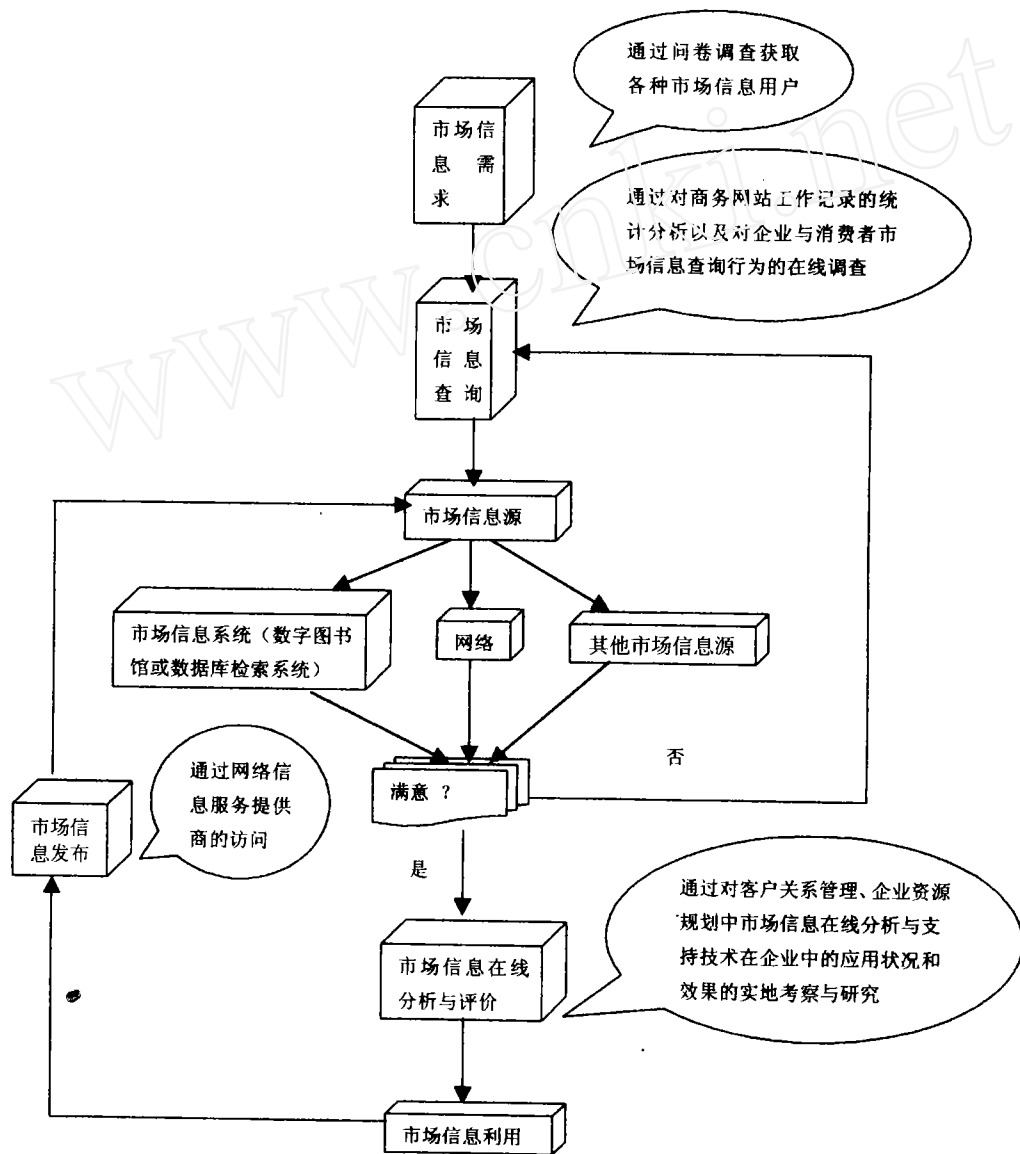


图1 市场信息行为理论框架及研究方法

市场信息行为是人们从事市场活动所特有的一种行为。市场信息行为是指市场主体(组织与个体)在外部刺激下,为实现某一特定目标而从事的与市场信息相关的各种活动结合体。它包括市场信息的需求、查询、发布、评价、加工、使用等活动。

网络环境下的市场信息行为是指组织与个体利用网络平台进行的市场信息发布行为、市场信息查询行为以及市场信息在线分析与支持行为。

### 3 网络环境下市场信息行为理论体系构建

这一个过程是由市场信息需求的产生至市场信息需求的满足所产生的一系列活动。从图1中看出,市场信息用户由于在外界刺激下产生了一定的信息需求,于是产生对市场信息的查询行为。网络环境下市场信息查询主要是通过网络上的各种市场信息资源如数据库等开展市场信息的查询行为,用户获得市场信息经用户判断后如果不满足用户的信息需求则重新开始市场信息的查询行为,否则通过在线分析处理(OLAP)等将市场信息进行评价及分析。然后将市场信息查询内容应用到实践中,从而产生一定“增殖”的市场信息,最后实施市场信息发布行为,将这种“增殖”的市场信息作为供其他用户查询的市场信息资源。

#### 3.1 网络环境下市场信息行为理论研究内容

网络环境下市场信息行为理论研究内容包括:(1)市场信息行为基本问题研究,主要包含市场信息行为含义及其内容、模式以及研究意义。(2)市场信息发布行为模式,主要内容为市场信息发布行为的含义、类型、模式以及各种模式的研究效果。其中电子商务、网络广告等为主要形式。(3)市场信息用户的研究,包括市场信息用户的类型,组织的市场信息需求内容、特征以及心理研究,个体的市场信息需求内容、特征以及心理研究,市场信息用户的信息能力研究(加工、评价、获取能力)。(4)市场信息查询行为研究包括市场信息查询行为的含义和模式,组织和个体的市场信息查询行为。(5)市场信息在线分析与支持包括市场信息在线分析与支持的含义与方法,客户关系管理与营销信息分析,企业资源规划与市场信息在线支持,网络营销与市场信息在线分析,在线分析与市场战略信息查询。(6)市场信息行为的政策管理与法律规制,包括市场信息发布行为的政策管理与法律规制,市场信息查询行为的政策管理与法律规制,电子商务中的市场信息行为的政策管理与法律规制。

#### 3.2 网络环境下市场信息行为的研究方法

笔者在构建网络环境下市场信息行为的理论体系的同时,提出对应于这些研究应使用的方法。具体包括:(1)通过文献调查与分析,全面掌握国内外有关网络环境下信息行为与市场信息行为的理论成果,形

成对网络环境下市场信息行为的含义、模式和特征的系统认识。(2)通过网络信息服务提供商的访问,结合相关的理论成果,研究并建立科学的网络环境下市场信息发布行为的方法和评价指标体系。借此,对网络广告、数据库营销和电子商务中的网络市场信息发布行为进行准确的描述和评价,总结出网络环境下市场信息发布行为的规律。(3)通过问卷调查,获取各种市场信息用户的需求信息,总结各种市场信息的需求内容、特征以及心理,提出提高信息能力的对策。(4)通过对商务网站工作记录的统计分析以及对企业与消费者市场信息查询行为的在线调查,归纳出市场信息查询行为的模式。(5)通过对客户关系管理、企业资源规划中市场信息在线分析与支持技术在企业中的应用状况和效果的实地考察与研究,在掌握第一手资料的基础上,分析市场信息在线分析与支持的类型、特征和应用效果。(6)通过对网络环境下现有政策和法规的研究,对比本研究中发现的市場信息行为需要规范的问题,为网络环境下市场信息行为的政策和法规的完善提供建设性的意见。

#### 参考文献

- 1,8 冷伏海. 黑龙江省社会科学基本项目申报书. 2001
- 2 黄长著等. 中国图书情报网络化研究. 北京:北京图书馆出版社, 2002
- 3 谢康. 中国企业的信息需求与信息化投资模式. 管理世界, 2000(3)
- 4 巢乃鹏等. 国外信息查寻行为研究进展. 见: 张力治. 情报学进展: 2000-2001 年度评论, 第四卷. 北京: 国防工业出版社, 2001
- 5 曹树金, 胡岷. 国外网络信息查寻行为研究进展. 国家图书馆学刊, 2002(2)
- 6 董小英. 中国学术界用户对互联网信息的利用及其评价. 图书情报工作, 2002(10)
- 7, 11 冷伏海. 市场信息资源与市场信息行为. 北京: 北京图书馆出版社, 2000
- 9 Diane Nahl. An integrated theory of information behavior: taxonomic, psychodynamic, ethnomethodological. URL: <http://www2.Hawaii.edu>
- 10 Wilson T D. Human information behavior. Information Science Research, 2000
- 12 胡昌平, 乔欢. 信息服务与用户. 武汉: 武汉大学出版社, 2001

冷伏海 黑龙江大学信息管理学院, 教授, 博士, 院长兼书记. 通讯地址: 哈尔滨市. 邮编 150080.

王宏义 黑龙江大学信息管理学院, 讲师. 通讯地址同上.

冯璐 安新颖 黑龙江大学信息管理学院, 情报学硕士研究生. 通讯地址同上. (来稿时间: 2003-01-20)