

浅析网络营销的风险及其应对策略

文/刘斌 郁阳刚

近些年来,随着我国网民人数的剧增,网络营销在市场经济中扮演着越来越重要的角色,已经成为企业扩大宣传、推广产品以及销售产品的重要渠道。但是,技术安全、信用安全、法律等因素造成的风险却制约着网络营销的发展,特别是网络市场的空前开放、竞争的日趋激烈使企业网络营销风险性也比传统营销活动大大增加,如何应对网络营销风险已经成为一个亟待解决的新课题。

一、网络营销的风险

1. 技术安全风险

近些年来,随着我国经济的快速发展,虽然网络基础设施的建设也获得了飞速发展,但是还不能完全适应网络营销快速发展的需要。网络营销的发展对安全防范的要求较高。然而,采用假冒流行在线服务站点登录页面盗取密码、身份盗取、电脑数据被盗和移动电话攻击的事件频频发生。这些技术上的安全问题,将直接影响到网络营销的顺利开展。虽然近年来上网用户急剧增长,网络营销较几年前有了很大的提高,但相对全国13亿多的国民来说,所占比例仍然太小,而且还造成网络利用率低下,致使网络资源大量闲置和浪费,投资效益低,严重制约着网络营销工作的进一步发展。

2. 信用安全风险

信用风险是网络营销发展中的主要障碍,这是因为网络营销是建立在交易双方相互信任,信守诺言的基础上的。但是目前我国信用体系还不健全,假冒伪劣商品屡禁不止,坑蒙、欺诈时有发生,消费者担心将钱款汇出后得不到应有的商品,企业担心拿到的信用卡号码被盗用,一些网站成为经济欺诈的“帮凶”,还有一些网站甚至成为骗钱的工具,信用危机与信用瑕疵成为威胁网络营销发展的天敌。中国虽然已经进入了市场经济阶段,但因为市场经济管理和法制建设的相对滞后,一直未能建立起与市场经济相适应的信用保障体系。与网络经济发展要求相比,中国的信用保障体系更处于待建阶段。

3. 法律风险

网络营销经过多年的发展,逐步走向正规化,相关的法律法规相继出台,有力地促进了网络营销的发展。然而,尽管我国对电子合同的法律效率、知识产权的保护、网上支付、电子证据等进行不断的研究,但这些法律法规的内容远远不能适应电子商务的发展,很多的商务活动还找不到现成的法律条文来保护网络交易中的交易方式,导致交易双方都存在风险。

另外由于网络营销可以在不同国家和地区的企业个人之间交叉进行,但各国的法律不同,社会文化、风俗习惯又有很大的差异,因此,很有可能一方看来正当的交易,但在另一方却是不可接受的,从而导致交易的失败或受到限制。

4. 管理风险

在网络营销活动中,交易的顺利进行、企业的生产经营都依赖于严格的管理。而人员管理制度的不健全常常是造成网络营销风险的主要因素。在我国,计算机犯罪呈现出内部犯罪的趋势,大都是由于内部工作人员职业道德修养不高、安全教育及安全防范意识欠缺、管理松散所导致的。

二、网络营销风险的应对策略

1. 加强信息安全技术研究

网络营销要适应市场全球化的新形势,信息安全至关重要。加强信息安全研究是我国发展网络营销亟待解决的关键问题。信息安全体系的突出特点之一,是必须有先进的技术系统来支持。在安全技术方面,涉及技术标准、关键技术、关键设备和管理等环节,而其核心问题有两个:一是有关的安全技术及产品必须也只能是我国自主开发的和国产化的。二是信息安全技术的开发与采用和国产信息安全产品的采购与装备,也应纳入法制的范围。

2. 建立健全信用评估体系

诚信在维持良好的市场秩序上起着重要的作用,对于传统企业来说,企业诚信已提上了企业战略日程。而对于网络营销来说,诚信更是尤为重要,建立我国完善的信用评估体系是网络营销得以迅速发展的重要组成部分。建立完善的信用评估体系要从以下几方面着手:(1)建立健全科学的信用评级体系。建立科学的信用评级体系要做到国际惯例与中国国情相结合以及传统研究方法与现代先进评级技术和互联网技术相结合。(2)建立独立、公正的评级机构。信用评级机构不能受到政府、企事业单位和被评级对象的干预。(3)政府积极支持信用评级机构开展工作。

3. 加强网络营销法制建设

保证市场秩序、维护经济运行是政府责无旁贷的任务。在极具发展潜力的网络市场中，政府首先应致力于法制建设，使企业的经营活动有序开展。在我国，应从以下几个方面加强网络营销法制建设：（1）加快建立电子签名法等法律法规，解决电子签名、电子合同、电子交易的有效性与合法性的问题。（2）研究电子商务领域适用的行政许可模式，提出切合电子商务产业发展特点、宽严适中的管理模式。（3）通过发展网上法庭、网上仲裁、网上公证、网上律师等司法辅助机制，建立灵活的法制环境，以弥补传统法律环境的灵活性不足的缺点。（4）协调管理、技术、法律、标准和商业惯例的关系，使其成为一个有机的整体，互为补充、共同发展，为电子商务的运行和发展提供全面有效的保障。

4. 强化企业制度建设

企业的制度建设是有效防范各类风险、减少风险损失的主要手段。为有效防范和控制网络营销风险，企业应着重加强以下几项制度建设：（1）人员管理制度：明确权责范围，规范员工行为，通过培训教育提高员工的风险防范意识和能力；（2）风险控制制度：为企业在风险决策、交易管理、危机应急等状况下提供规范的处理方法和操作机制；（3）监督制度：通过严格的监督监管，保证各项制度措施能够顺利实施并充分发挥效用（作者单位：南昌工程学院管理工程系）

相关链接

[浅析网络营销的风险及其应对策略](#)
[建筑行业电子商务平台架构](#)
[我国旅游电子商务网站的发展](#)
[试论电子商务对国际贸易的影响](#)
[网络营销引发的营销渠道变革问题研究](#)
[对发展我国商业银行个人理财业务的一点思考](#)
[基于SOA 网络平台在我国绿色食品产业的应用](#)

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：（010）65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心