

浅论电子商务对我国中小企业的影晌

作者：浙江财经学院 叶康民

1、电子商务能够有效地弥补中小企业的先天不足

在工业经济时代，中小企业和大企业相比，明显存在着先天不足。比如：市场狭窄、信息不灵、人才和资金匮乏等。然而，随着电子商务的兴起，这些缺陷将在很大程度上能够得到弥补。

由于电子商务的兴起，使中小企业获得了新的商业机会。互联网延伸到哪里，市场就能扩展到那里。利用电子商务，中小企业能够摆脱原有狭小生存空间的限制，将市场扩展到过去依靠人员推销或广告推销所不能有效到达的遥远的地方，中小企业凭借便捷而廉价的网络信息服务，可以频繁地接触国内外的潜在客户，向他们介绍自己的产品、服务和企业文化，从而发现更多的潜在目标顾客群，获得新的商业机会。

2、电子商务促使中小企业的运营成本大幅下降

首先，电子商务降低了生产企业的库存成本。由于网络信息技术的使用，生产企业对于客户的订单的接收，可以直接通过网络进行。对于客户需求产品的相关信息，也可以直接传送到自动化生产线上，最大限度地满足客户的需求，从而使生产出来的产品不需要存储到仓库中而直接运达客户手中。避免了为应付用户的各种可能的需求而形成的大量产品积压，实现无库存生产。著名的戴尔电脑公司就是运用“零库存”直销模式获得巨大成功，使戴尔公司的股票价格从1988至1998年的10年中上涨了100倍，在互联网上的日销售量突破1000万美元。

其次，电子商务降低了生产企业的采购成本。在电子商务环境下，生产企业完全可以运用网络信息技术来实现信息的获取和快速传递，降低了采购过程中由于信息必须通过书面形式传递而发生的费用。而且由于各个企业都建立有自己的网站，所以生产企业在选择供应商时可以进行仔细的比较研究，寻求更理想的供应商。

再次，电子商务降低了生产企业的营销成本。在传统商务环境下，由于高昂的市场交易费用的存在，绝大多数出口型生产企业都将大部分的营销活动交给贸易中间商去完成，自己只负责新产品开发和广告等少数的营销活动。而在电子商务环境下，生产企业可以通过建立自己专业的商业网站来发布企业的各种信息；另外可以通过网站增强与大众的交流，获取他们对产品、服务的意见等。

二、电子商务对企业经营环境的改变

1、市场模式

电子商务的普遍应用，将促使经济由迂回经济向直接经济过渡。即由以依靠中间物、分离生产与消费、浪费资源为特征的工业经济向依靠网络、使生产与消费直接见面，人、资源、环境可持续发展为特征的网络经济过渡。其实质就是减少中间费用、库存和流动资金，使生产“直达”消费。如果买卖双方都上了电脑网络，那么从电脑上可以看样品、谈价格、签合同、付价款。

2、商业结构

传统商业存在的全部基础就是生产者和消费者在时间和空间的距离，商场的的作用就是充当他们中间的桥梁。商场是物质流（货物）和信息流（价格）汇聚的中枢。在工业经济中，离开了传统商业作中介，生产和消费就会既不方便又缺乏效率。但在网络经济下，商场存在的根本理由被动摇了。越来越多的厂家拥有了自己的网上主页，大量地发布产品信息和价格信息。中介业将大批消亡，新兴产业将产生和兴起。

3、行业结构

电子商务对行业结构的影响主要表现在两个方面，一是以服务为主的新行业产生。如网络交易中心、电子商场、电子商务咨询服务公司、电子商务应用软件开发公司等。他们的人员构成有几个特点：年轻化、高素质、跨学科、跨专业，且大都是工商管理、金融财经、信息管理、计算机网络专业的综合人才。二是跨国管理成为现实。由于电子商务系统的建立，使得大规模的跨国组织、跨地区的商业活动成为可能。一些著名的零售业纷纷扩大营业范围和规模，组织跨地区、跨国界的商业活动，以降低成本和抢占市场份额。一些大的连锁巨商如西尔斯、麦当劳、沃尔玛等，都在网络上创立了自己的虚拟商店，调整传统的商业结构和布局，以适应新的管理模式。

三、电子商务对企业管理的调整

电子商务对企业的经营环境产生的影响，使企业的整个生存环境产生变化，这就要求企业做出相应的整体战略和策略上的调整，以适应企业经营环境的变化。所以，电子商务对企业管理的影响是深远的。

1、组织结构

电子商务给传统的企业组织形式带来了猛烈的冲击。它打破了传统职能部门依赖于分工与协作完成整个任务的过程，而形成了并行工程的思想。在电子商务的构架里，除了市场部与销售部和客户打交道外，其他职能部门也可以通过电子商务网络与客户频繁接触。原有各工作单元之间的界限被打破，重新组合成了一个直接为客户服务的工作组。这个组直接与市场接轨，并以市场的最终效果来衡量流程的组织状况。企业间的业务单元不再是封闭似的金字塔式层次结构，而是网络状的相互沟通、相互学习的网状结构。这种结构使业务单元广开信息交流渠道，共享信息资源，增加利润，减少摩擦。

在电子商务的模式下，企业的经营活动打破了时间和空间的限制，出现了一种类似于无边界的新型企业——虚拟企业。它打破了企业之间、产业之间、地域之间的一切界限，把现有资源组合成为一种超越时空、利用电子手段传输信息的经营实体。虚拟企业可以是企业内部几个要素的组合，也可以是不同企业之间的要素组合。其管理由原来的相互控制转向相互支持，由监视转向激励，由命令转向指导。

2、管理模式

在电子商务架构下，企业组织信息传递的方式由单向的“一对多”到双向的“多对多”转换，信息无需经过中间环节就可以到达沟通的双方，工作效率明显提高。这种组织结构的管理模式叫“第五代模式”，这是 21 世纪的管理模式——信息模式。信息模式下的企业管理有三个主要特点：

(1) 企业内部构造了内部网 (intranet)、数据库。所有的业务单元可以通过内部网快捷地交流，管理人员之间沟通的机会大大增加，组织结构分布化和网络化。

(2) 中间管理人员获得更多直接信息，他们在企业管理决策中发挥的作用更大，使整个组织架构趋向扁平化。

(3) 企业管理由集权制向分权制转换。电子商务的推行，使企业过去高度集中的决策中心组织改变为分散的多中心决策组织。单一决策下的许多缺点（官僚主义、低效率、结构僵化、沟通壁垒），都在多中心的组织模式下消失了。企业决策由跨部门、跨职能的多功能型的组织单元来制定。这种多组织单元共同参与、共担责任、共享利益的决策过程，增强了员工的参与感和决策能力，调动了员工的积极性，提高了企业决策的科学水平。

四、中小企业利用电子商务进行国际贸易的对策

1、转变观念，积极投身电子商务发展大潮

据 iResearch 统计发现，到 2004 年底全球电子商务交易总额已经达到了 2.7 万亿美元，而由于亚太地区的经济高速增长，以及政府对电子商务市场的重视，全球的经济环境的好转，

全球电子商务市场将迎来高速发展的局面，iResearch 预计到 2007 年全球电子商务总额将会达到 8.8 万亿美元。面对如此巨大的商机，面对如此好的机遇，我国的中小企业，要尽快抛弃电子商务可有可无，无关紧要，发展电子商务的时机还不成熟等错误认识。立即转变观念，加快电子商务的发展步伐，尽早在国际市场赢得新的竞争优势。

2、积极打造电子商务环境

真正的电子商务绝对不仅仅是企业前台的商务电子化，更加重要的是包括后台在内的整体运作体系的全面信息化、建立电子商务高效运作所必须的、高效率的、信息化的管理体系，这有大量的前期工程要做，包括组织体系、业务流程、工作制度、协作环境等等的重组优化，经营理念的根本转变和网络文化建设等。

3、着力塑造网络品牌

在日益激烈的国际市场竞争中，品牌的作用已显得十分突出，品牌知名度的高低和影响力的大小，直接影响进出口商品的档次与售价。网络品牌的作用是直接指引客户进入企业的网站，是吸引访问者注意力的重要武器。因为，因特网上的各种商务信息是“海量”的，无论是商家选择贸易伙伴还是消费者选择满意的商品，很大程度上是依靠网络品牌来进行选择的。因此，着力塑造有影响力的网络品牌是进出口企业成功实施电子商务战略的关键。

4、重视客户关系管理，及时为客户提供全方位服务

客户关系管理在国际贸易活动中占据重要地位，因为进出口企业的每一笔业务，都是建立在良好的客户关系基础之上的。好的客户关系管理能帮助进出口企业把握市场机会，不仅有助于现有产品的贸易，而且还能够根据客户特定的需求为他们量身定做，最大限度地满足客户的需要，从而赢得客户的忠诚。

位于美国波士顿的市场研究机构 ARM 的数据显示，2005 年我国中小企业客户关系管理（CRM）市场逐渐成熟，并呈现快速增长态势。我国中小企业高达 1200 万户，而中小企业 CRM 的普及率却低于 20%。目前，越来越多的企业已经开始意识到 CRM 对于赢得更多的客户并且提高客户的忠诚度、挖掘客户潜在价值以及降低销售和管理成本方面所具有的重要意义。

CRM 系统的建立可以规范企业的管理，提高企业的工作效率，有效降低成本；可以使企业真正掌握员工的特点、了解员工的特长和业绩，塑造员工以客户为中心的工作理念。CRM 系统还将先进的思想与最佳的实践具体化，通过数据库挖掘功能，对客户信息进行深入分析和挖掘，帮助战略分析人员研究市场和产品战略；帮助市场人员策划市场活动；帮助企业管理层评价销售、市场和服务业务的效率。

参考文献：

[1]张继业(电子商务在国际贸易中的应用[J],天津成人高等学校联合学报, 2005(9)

[2]何一鸣(全球电子商务的兴起对国际贸易的影响及我国的对策[J],中国海洋大学, 2004(5)