

电子商务视角下企业经济管理研究

梁雨晴

成都艺术职业大学

DOI:10.12238/ej.v5i4.1026

[摘要] 随着经济全球的发展以及现代计算机、互联网和智能化的飞速发展,人们的生活理念、生活方式以及消费方式及理念的转变,进入了新时期的电子商务时代,网络科技的力量发挥着举足轻重的作用,随之而来的企业的经营理念、方式也做出了相应的改变。许多传统的企业经营管理模式已经不能适应新时代企业的发展要求,转变企业的经营、销售方式已成为迫在眉睫的事情。

[关键词] 电子商务; 企业; 经济管理

中图分类号: F20 **文献标识码:** A

Research on Enterprise Economic Management from the View of E-commerce

Yuqing Liang

Chengdu Vocational University of Art

[Abstract] With the development of the global economy and the rapid development of modern computers, the Internet and intelligence, people's life concepts, lifestyles, and consumption patterns and concepts have changed, and we have entered a new era of e-commerce. The power of network technology plays a pivotal role. As a result, the company's business philosophy and methods have also changed accordingly. Many traditional business management models have been unable to meet the development requirements of enterprises in the new era, and it has become an urgent matter to change the business and sales methods of enterprises.

[Key words] e-commerce; enterprise; economic management

电子商务在经济交易活动中扮演着十分重要的角色,尤其是近些年以来,我们的网络技术及电子计算机技术已经在各个领域得到了广泛的推广和使用,社会的发展也越来越依赖于网络技术。我国拥有世界上最多的网民数量,这是一个很客观的数据,在这种大数据的驱使下,企业积极运用先进的科学技术来发展电子商务是最明智的做法,利用好电子商务这个大平台符合当前社会经济发展的潮流。

1 电子商务发展现状与趋势

1.1 电子商务的现状分析

1.1.1 电子商务发展迅速

从全球领域来看,由于互联网技术的不断发展,在全国各地,电子商务都发挥着不容忽视的作用,电子商务促进了区域间的经济交流,同时也在潜移默化的促进着国际间的文化、消费理念的改变,不论你身处哪里,都能感受到电子商务的发展速度,虽然我国的电子商务发展速度没有国外的快,但是这完全不会影响我国的电子商务的发展环境,因为我国拥有最庞大人口数量,这个可观的数据为我国电子商务的发展提供了强大的动力支撑。据相关数据显示,我国互联网的用户数量很大,移动互联网的发展促进了我国电子商务的发展速度,电子商务的交易额也

显现出惊人的增长量,电子商务的发展前景非常可观,许多的企业投资商看到了这个优势,也纷纷的参与到电子商务中,使得电子商务的竞争变得越来越激烈。

1.1.2 企业电子商务系统和内部资源有机整合

近年来,我国的电子商务发展速度迅猛,也有越来越多的企业开始把目光放在发展电子商务上,对电子商务的发展越来越关注,但是传统的市场经营模式已在人们的生活意识中存在较长的时间,还是有部分人仍然处于传统的理念和方式中,这就导致企业的经营目标不敢全部集中到电子商务中,也有很多企业虽然也跟随潮流加入到电子商务中,也开发了自己的电子商务平台,但是对于电子商务的知识与营销理念了解的太少,所以在对产品营销的策划上还是存在着诸多的问题和瑕疵,这样的问题相反却导致了企业的生产成本的增加,无形中消耗了劳力和物力的投入。当然另外还有一些企业,把这项工作交给了专业的来做,就是专门从事电子商务销售的团队,但是由于这种团队对于本企业的产品性能以及企业的发展理念等掌握的不全,加之对于一些企业内部的信息存在一定的漏洞,所以企业的电子商务销售平台还是需要专门的企业内部人员来完成,并且企业内部的人员要对电子商务充分的了解,建立稳定清晰的内部管理平台。

1.1.3 网络安全管理机制的缺失

因为电子商务就是借助互联网平台来发展的电子商务网站, 互联网的最大缺点就是对于网络安全性的保证, 所以电子商务网络交易的安全性也是一个急需解决的棘手问题, 只有不断的改进网络安全性, 才能保证电子商务交易的安全, 才能赢得更多客户的选择。在互联网的交易模式下, 实现交易平台上的商品的买卖交换, 网站用户数量多导致网站的安全不能得到很好的保障, 但是对于企业来说安全又是非常重要的, 要确保网站的安全性企业负担这个责任的话, 就会导致企业的成本增加, 反而达不到企业的提高经济利益的目的, 一些企业为了安全起见, 在客户下订单后, 采用传统的物流方式产品和收取货款, 这样反而增加了企业的人工成本和经济成本。大多是网站都没有一套安全可靠的加密系统来保证网站交易的安全性, 这就阻碍了电子商务发展的步伐, 许多黑客通过不正当的手段或发布虚假恶性的链接网站, 在网站里盗取用户的信息和资料, 泄露客户的个人信息来谋取暴利, 一旦造成这样的后果, 将严重影响企业的企业形象, 客户的满意度降低, 造成企业的经济利润的损失。

1.2 电子商务的发展趋势

1.2.1 区域融合化具有显著的优势

电子商务平台是依托现代信息技术进行的新型商务活动, 电子商务就是突破地理区域的限制来完成交易的, 区域性的电子商务能降低交易的成本、减少积压的库存、增加商业机会, 并且在用户的体验感和需求的把握上能做到更加的精准。能够精准的锁定客户群体, 提供区域性的特色服务, 使得客户的粘性更大。电子商务有着跨时空和全球性的特点, 打破了国家和地区之间的障碍, 拓宽了交易的渠道, 借助互联网, 电子商务成为中小企业开拓国际市场的重要手段之一。

1.2.2 依托互联网平台

目前, 互联网平台的发展也是相当的迅速, 目前国内的互联网网站阿里巴巴已经被很多的企业和个人用户进行使用和推广, 这个互联网平台使得许多的中小企业在开发国内市场的同时, 也积极对国际市场进行开拓, 许多企业也通过互联网平台来进行交易, [同时还进行相应的销售, 因为互联网平台能充分发挥电子商务的各项优势, 并且为企业带来了许多的利益, 所以未来还会有更多的企业利用这个互联网平台来进行电子商务活动的销售, 来为自己的企业节省更多的成本, 为更多的企业带来福音。

1.2.3 电子商务的内容会更加多样化

现在, 许多的人对于电子商务的理解, 仅仅局限于网上购物的单一形式, 电子商务就是实现物品销售的一个交易过程, 企业将电子商务与网络购物相联系在一起是毋庸置疑的, 电子商务的广泛推广和运用, 促使人们利用网络平台购物的人越来越多, 那么由此衍生出来的其他的人的需求就会随之而来, 人们消费方式、消费行为的改变往往能带动一个相关的新的产业的发展, 这是消费的反作用。为了满足消费者的需求, 电子商务平台也将越来越重视分工的细致和功能的不断完善, 这样电子商务的内

容就会变得更加的多元化。电子商务的服务业也将衍生发展成我国经济领域的重要部分, 今后电子商务服务将更多的满足于人们的需求, 成为电子商务发展的新的经济增长点。

2 企业发展电子商务的优势

2.1 电子商务的运用激活市场竞争力

现在的互联网技术的应用已处于发展的时期, 每个行业和领域都随处可见的数字信息化, 电子商务也不可避免的成为了企业竞争力的一大优势, 成为企业管理的有效手段之一, 它融合现代社会的信息化销售模式的新特征, 应用的范围广泛, 如果能借助或者搭载上这个平台, 就会为企业的发展带来新的发展契机和活力, 在企业的经营管理模式中, 电子商务也能发挥相应的作用, 为企业节约经济和劳动成本, 让企业在竞争中获得竞争优势。

2.2 有效拓展企业的发展空间, 增加了企业的经营利润

电子商务模式在应用的过程中能够有效拓展企业的发展空间。电子商务模式具有开放性和拓展性的特点, 并且在应用的过程中并不受地域和空间的限制, 对市场经济发展具有较强的突破性, 所以在企业不断发展的过程中, 通过依靠电子商务模式能够在较大的程度上提高企业的占有率, 增加企业的经营利润。同时一些规模较大的企业利用电子商务模式能够较好地处理客户和服务商之间的关系, 这对企业自身发展具有较大的作用。

2.3 提高了企业的经营效率减少了企业的经营成本

电子商务模式的应用在一定程度上改变了企业的经营管理模式。通过利用电子信息技术快速传达各项数据, 能够有效提升企业的经营管理效率, 在一定程度上减少了企业的经营管理成本。虽然在上世纪90年代初期公司为了适应市场竞争的需要, 确保公司的生存发展, 调整了管控架构。但是这传统的经营采购方式, 以卖方实地考察为主要标准, 然后再进行原材料采购, 此模式在应用的过程中大大提高了企业的经营成本。但通过利用电子商务模式为企业管理者全面了解材料采购情况提供了方便, 从而最大限度地提高了企业的经营效率。

2.4 创新营销管理方式, 有效提升了企业的经济效益

电子商务管理模式的应用能够对企业经营发展的成本信息和销售信息进行综合性处理, 这有利于企业管理者更加全面地了解企业的发展情况。然而在企业经营发展的过程中传统的管理方法是成本信息和营销信息独立存在的。传统的管理方法在我国企业经营管理中应用非常普遍, 成本信息部门属于采购部门而销售信息则属于营销部门。从企业经营发展管理的角度分析, 传统的管理方法在应用的过程中存在着较为严重的问题。

3 电子商务视角下加强企业经济管理的方法和手段

3.1 制定科学合理的经营战略目标

在新形势驱动下, 对于处在电子商务环境下的企业来说, 确定一个合理的经营管理目标, 是企业实现提供商业利润的最好的策略, 对企业的发展也起到了事半功倍的效果, 因此, 制定企业发展的战略目标就要综合企业各方面的基本实情以及当前的发展现状, 在考虑到企业的经济利润的同时也要保证企业的可

持续发展活力,经营战略目标的制定这就要求企业董事会发挥股东决策的重要作用,既要有前瞻性,也要考虑整体利益及目标的达成,也要有团队和集体意识,不能因为一味的追求经济利益而忽视企业员工的切身利益。

3.2 企业引进先进的网络系统技术

要实现企业符合时代特征的长足发展目标,就要求企业要在经营成本上下功夫,电子商务时代,企业的与时俱进需要先进科学技术的支撑,购进完备的网络系统,提升企业经营管理的效率和水平,不甘落后的态势必定能抢占先机,采用先进的网络设备系统,并把它贯穿到企业的每个生产环节,实现网络的一体化,利用现代智能技术优化企业的传统设备和企业老员工的传统思想,同时也要注意企业信息的管理系统,处于大数据时代,大到社会,小到企业,信息数据的管理都是十分重要的,客户的数据以及调研分析的数据信息都是一种无形的财富,在数据隐藏的背后是很大的经济价值体现。

3.3 培养一批具有创新思维的企业人才

企业要想长久的发展,除了依靠品牌的影响力,最重要的就是企业员工的凝聚力,拥有一批新思维,新理念的企业员工,是企业的一笔重大的财富,是创造企业利润的重要载体,企业人才的培养是企业未来的发展做好一个很好的铺垫。所以,电子商务视角下的企业要不断创造条件,形成有效激励人才的新机制,吸引和留住优秀人才,结合企业的实际需求,特别是在市场经济突飞猛进的今天,企业参与市场竞争的关键性因素越来越体现在人才竞争上,需要改善人才培养的环境,以适应电子商务视角下的企业市场化发展需要。加之经济全球化的影响越来越明显所以,国际化高素质人才的培养更具有竞争优势,采用科学的财务管理模式,对企业的发展规划和内部管控进行合理的策划和分析,让企业在激烈的竞争中脱颖而出。

3.4 建立完善的安全管理机制

企业要顺利的完成生产销售的任务,稳定的安全的信息系统是最好的助手,对于电子商务系统的操作人员,企业要经常性的加强对他们的培训,加强他们的责任意识,确保电子商务平台的网络安全性,设置相应的密码来对访问电子商务平台的权限

进行安全验证,利用身份证或者电话号码等方式来实现身份的验证,避免其他人非法占用本人的账户和密码,企业的安全管理人员也要形成常态化的监控管理机制,随时记录网站的安全数据信息,以防后期出现问题时,能立刻找到出现安全性问题的原因,做到对症下药,减少处理问题的盲目性,并形成对潜在的安全风险问题的防范和预警机制,以便更高质量的为客户服务,提升客户服务的满意度。对较为重要的数据还应该单独放置防止其被破坏。

3.5 企业要创新营销发展模式

在电子商务时代,企业要转变传统的营销模式,培养新时代具有新思维的营销推广人员,充分利用电子商务的新模式,利用互联网经济的新契机,发展短视频推广及现在流行的直播带货的营销推广模式,采用网上营销的方式,既可以大大的提高工作效率,降低交易成本,也可以实现产品与客户之间的跨地区交流,还能促进快递行业的发展,企业也可以通过网络营销的方式,选择更多的优质客户,赢得客户的信任,省却了企业对于客户信息调研,信息收集的劳动力成本。

4 结语

总体来说,电子商务时代为企业的经济发展迎来了一个全新的时代,企业也要做到与时俱进,顺应社会潮流的发展趋势,企业就要相应的引入电子商务的营销理念,利用网络先进技术来提高企业经营利润,电子商务时代的新思维、新模式、新理念使企业能够不断发展壮大,扩大企业的生产规模,提升企业的经济利益。

[参考文献]

- [1]周勇,王丽琼.论电子商务环境下的企业经济管理[J].城市建设理论研究(电子版),2014(022):1474.
- [2]胡征.基于电子商务的企业经营管理及其创新研究[J].中国商贸,2015(10):5.
- [3]万云星.基于电子商务的企业经营管理及其创新探究[J].现代商业,2018(15):2.
- [4]吴鸭珠.电子商务环境下有效实施客户关系管理的对策[J].电子商务,2011(06):12-13.