

数字化转型下的电商企业管理挑战及对策研究

任小静 程天祥 他文书
新疆生产建设兵团兴新职业技术学院
DOI:10.12238/ej.v7i12.2157

[摘要] 文章指出,数字化转型涉及技术革新和企业全方位变革,具有数据驱动、智能化、网络化和协同化等特点。电商企业在此转型中遇到战略转型与组织变革、数据安全与隐私保护、技术更新与人才短缺等挑战。针对这些挑战,文章提出加强战略规划与组织变革、提升数据安全与隐私保护能力、强化技术更新与人才培养等对策,以确保电商企业在数字化转型中能够有效应对困难,实现可持续发展。

[关键词] 数字化转型; 电商; 企业管理; 战略转型

中图分类号: F279.23 **文献标识码:** A

Research on the management challenges and countermeasures of e-commerce enterprises under the digital transformation

Xiaojing Ren Tianxiang Cheng Wenshu Ta

Xingxin Vocational and Technical College of Xinjiang Production and Construction Corps

[Abstract] The article delineates that digital transformation entails technological innovation and comprehensive corporate reform, characterized by data-centricity, intelligence, networking, and collaboration. During this transition, e-commerce enterprises confront challenges such as strategic and organizational overhaul, data security and privacy protection, and the need for technological advancement and talent acquisition. To address these issues, the article suggests bolstering strategic and organizational planning, enhancing capabilities in data security and privacy protection, and intensifying efforts in technology renewal and staff development. These countermeasures are proposed to ensure that e-commerce enterprises can efficaciously tackle obstacles amidst digital transformation, paving the way for sustainable growth.

[Key words] Digital Transformation; E-commerce; Enterprise Management; Strategic Transition

前言

数字化转型是新时代企业发展的关键议题,尤其对于电商企业而言,这一转型过程涉及技术革新和企业全方位变革。数字化转型以数据驱动、智能化、网络化和协同化为特点,对企业的战略、组织结构、文化等多方面产生了深远影响。文章将探讨电商企业在数字化转型过程中面临的挑战,包括战略转型与组织变革、数据安全与隐私保护、技术更新与人才短缺等问题,并提出相应的对策与建议,旨在为电商企业实现可持续发展提供参考。

1 数字化转型的定义与特点

1.1 定义

数字化转型,指的是企业运用大数据、云计算、人工智能等新一代信息技术,深度改造业务、管理和决策流程,推动企业实现转型升级与可持续发展的过程^{[1][2][3]}。这一转型不仅是技术层面的革新,更涉及企业战略、组织结构、企业文化等全方位的变革^[2]。

1.2 特点

数字化转型具有多个显著特点,包括数据驱动、智能化、网络化和协同化^{[4][2][3]}。

1.2.1 数据驱动: 在数字化转型中,数据成为企业的核心资源。通过收集、分析和利用海量数据,企业能够更精准地洞察市场需求,优化产品设计和服务流程,提高决策的科学性和有效性^{[2][3]}。

1.2.2 智能化: 借助人工智能等先进技术,企业能够实现业务流程的自动化和智能化处理。这不仅提高了工作效率,降低了人力成本,还有助于减少人为错误,提升服务质量^{[4][2]}。

1.2.3 网络化: 数字化转型使得企业能够更加深入地融入互联网生态,实现与全球供应商、客户和合作伙伴的紧密连接。通过网络化运营,企业能够拓展市场渠道,增强品牌影响力,提升市场竞争力^{[5][3]}。

1.2.4 协同化: 数字化转型推动了企业内部各部门之间以及企业与外部伙伴之间的协同合作。通过信息共享和流程协同,

企业能够打破部门壁垒,实现资源的优化配置和高效利用,从而提升整体运营效率和市场响应速度^[3]。

2 数字化转型下电商企业管理面临的主要挑战

2.1 战略转型与组织变革的挑战

2.1.1 战略转型的困惑与迷失。在数字化转型的浪潮中,电商企业往往面临着战略转型的困惑。一些企业可能过于追求技术的先进性和市场的热度,而忽视了自身的核心竞争力和市场需求。这种战略上的迷失,不仅可能导致资源的错误配置,还可能使企业陷入盲目的跟风之中,失去了原有的市场地位和竞争优势。

2.1.2 组织架构的调整与优化。随着数字化转型的深入,电商企业的组织架构也需要进行相应的调整和优化。传统的组织架构往往以职能或部门为中心,而这种模式在数字化转型中可能显得过于僵化,无法快速响应市场的变化和客户的需求。

2.1.3 文化转型的阵痛与机遇。数字化转型不仅涉及到技术和业务的变革,更是一场深刻的文化转型。在这个过程中,电商企业可能会遭遇到新旧文化的冲突和碰撞。旧有的企业文化可能强调稳定、规范和传统,而数字化转型则要求企业具备创新、开放和协作的文化氛围。这种文化的转变对于企业来说无疑是一次阵痛,但同时也是一次难得的机遇。通过文化的转型,电商企业可以吸引更多具有创新精神的人才,激发员工的创造力和积极性,从而推动企业的持续发展。

2.2 数据安全与隐私保护的挑战

2.2.1 数据安全管理的复杂性。在数字化转型的背景下,电商企业的数据规模不断扩大,数据类型也日益多样化,包括用户个人信息、交易数据、物流信息等。这些数据的安全管理变得异常复杂,需要企业投入大量的人力、物力和财力进行保障。同时,数据的存储、传输和处理环节也面临着诸多安全风险,如黑客攻击、内部泄露等,一旦数据被非法获取或篡改,将对企业的声誉和客户的信任造成严重影响。

2.2.2 隐私保护与用户体验的平衡。电商企业在提供个性化服务和推荐时,往往需要收集和分析用户的个人信息和行为数据。然而,过度收集用户数据或未经用户同意就使用其数据,将引发用户对隐私保护的担忧和不满。因此,电商企业需要在隐私保护和用户体验之间找到平衡点,既要确保用户的隐私权益得到充分保障,又要提供精准、个性化的服务以满足用户需求。

2.2.3 跨境数据流动与合规性风险。随着电商业务的全球化发展,跨境数据流动日益频繁。然而,不同国家和地区的数据保护法规存在差异,跨境数据流动可能面临合规性风险。电商企业需要了解并遵守各个国家和地区的数据保护法规,确保数据的合法跨境传输和使用。同时,企业还需要与合作伙伴、供应商等建立数据共享和使用的合规机制,以降低合规性风险。

2.2.4 技术防护手段的局限性。尽管电商企业已经采取了多种技术手段来保护数据安全和用户隐私,如数据加密、访问控制、安全审计等,但这些手段仍然存在一定的局限性。例如,数据加密可能无法完全防止数据被非法获取后的解密行为;访问

控制可能无法完全杜绝内部人员的违规操作;安全审计可能无法及时发现和应对所有的安全风险。

2.2.5 员工安全意识与培训的重要性。员工是企业数据安全和隐私保护的第一道防线。然而,部分电商企业的员工可能缺乏足够的安全意识,导致在日常工作中无意泄露敏感信息或违规操作。因此,电商企业需要加强对员工的安全意识培训和教育,提高员工对数据安全和隐私保护的认知和重视程度。同时,企业还需要建立完善的安全管理制度和操作流程,规范员工的行为并确保其能够正确应对各种安全风险。

2.3 技术更新与人才短缺的挑战

2.3.1 技术迭代速度快。在数字化时代,信息技术的更新速度日新月异,新的技术不断涌现,而旧的技术则很快被淘汰。对于电商企业而言,这意味着必须时刻保持对新技术敏锐的洞察力,及时跟进并更新自身的技术体系。否则,一旦落后于技术更新的步伐,就可能使企业在市场竞争中处于不利地位。

2.3.2 人才储备不足。数字化转型对电商企业的人才需求提出了更高的要求。然而,目前电商企业在人才储备方面普遍不足,尤其缺乏具备数字化技能、创新思维和跨界融合能力的高素质人才。这种人才短缺的状况严重制约了电商企业的数字化转型进程。

2.3.3 培训与发展滞后。部分电商企业在员工培训和发展方面存在滞后现象,导致员工的技能水平和综合素质无法满足企业快速发展的需要。这种滞后不仅会影响企业的业务拓展和创新能力,还可能导致人才流失和竞争力下降。

3 数字化转型下电商企业管理的对策与建议

3.1 加强战略规划与组织变革

3.1.1 明确战略定位。电商企业在数字化转型的浪潮中,必须首先明确自身的战略定位和发展方向。这需要市场环境、竞争格局、消费者需求等进行深入分析,同时结合企业自身的资源禀赋和核心能力,制定出符合实际且具有前瞻性的战略规划。战略定位的明确有助于企业集中资源,发挥优势,从而在激烈的市场竞争中脱颖而出。

3.1.2 优化组织架构。随着数字化转型的深入推进,电商企业传统的组织架构已经难以适应新的发展需求。为了提高决策效率和管理效能,电商企业必须推动组织架构向扁平化、柔性化方向发展。扁平化的组织架构有助于减少决策层级,加快信息传递速度,提高企业对市场变化的响应能力。而柔性化的组织架构则能够使企业更加灵活地调整资源配置和业务策略,以适应不断变化的市场环境。

3.1.3 促进文化融合与创新。数字化转型不仅改变了电商企业的业务模式和运营方式,也对企业文化带来了新的挑战 and 机遇。在这个过程中,加强企业文化建设,促进新旧文化之间的融合与创新显得尤为重要。一方面,企业需要积极倡导和培育与数字化转型相适应的新文化理念,如开放、协作、创新等;另一方面,也要注重传承和发扬企业原有的优秀文化传统,以实现文化的平稳过渡和持续发展。

3.2 提升数据安全与隐私保护能力

3.2.1 加强数据安全。在数字化转型的过程中, 电商企业必须高度重视数据安全。这包括建立完善的数据安全管理制度, 明确数据的收集、存储、处理和使用规范, 确保数据的合法性和合规性。同时, 采用先进的技术手段, 如加密技术、防火墙技术、入侵检测系统等, 来保障数据的安全性。通过定期的数据备份和恢复演练, 确保在面临数据丢失或损坏等突发情况时, 能够迅速恢复数据, 保障业务的正常运行。

3.2.2 增强隐私保护意识。随着消费者对隐私保护意识的日益增强, 电商企业必须增强隐私保护意识, 尊重并保护用户的隐私权益。首先, 电商企业应明确告知用户其数据收集的目的、方式和范围, 并征得用户的明确同意。在收集和使用用户数据时, 应遵循最小必要原则, 即只收集实现特定目的所必需的最少数据, 并尽可能采取匿名化、去标识化等技术手段来保护用户隐私。

电商企业应建立完善的隐私保护政策, 明确隐私保护的措施和责任。通过加强内部监管和审计, 确保隐私保护措施的有效执行。同时, 积极响应用户的隐私诉求, 及时处理用户的隐私投诉和纠纷, 维护用户的合法权益。

3.2.3 遵守法规要求。在数字化转型的过程中, 电商企业必须严格遵守相关的数据保护和隐私保护法规。这包括密切关注国内外数据保护法规的动态变化, 及时了解和掌握法规的最新要求。同时, 结合企业自身的实际情况, 调整和完善合规管理体系, 确保企业的业务运营符合法规要求。

3.3 强化技术更新与人才培养

3.3.1 加大技术研发投入。在数字化转型的浪潮中, 技术的先进性和创新性是电商企业保持竞争优势的关键。因此, 电商企业应持续加大技术研发投入, 不断引进和消化吸收先进技术, 以提升企业的核心竞争力。具体而言, 企业可以通过与高校、科研机构等建立产学研合作关系, 共同开展技术研发和创新活动; 同时, 积极参与行业技术交流和分享, 及时了解和掌握行业最新技术动态和趋势。

3.3.2 加强人才储备与培养。数字化转型对电商企业的人才结构提出了新的要求。为了适应这一变化, 电商企业应建立完善的人才储备和培养机制, 吸引和留住优秀的人才资源。首先, 企业可以通过校园招聘、社会招聘等多种渠道广泛吸纳各类优秀人才, 特别是具备数字化技能和跨界融合能力的人才。其次, 建立健全的人才培养体系, 包括新员工入职培训、在职员工技能提升培训、领导力发展培训等, 以满足企业不同阶段和不同层次的人才需求。

3.3.3 推动员工发展与创新。在数字化转型过程中, 电商企业应鼓励员工积极参与技术创新和业务实践, 提高员工的综合素质和创新能力。为此, 企业可以设立创新基金或创新奖励机制,

对在技术创新和业务实践中做出突出贡献的员工给予物质和精神上的双重奖励。同时, 搭建员工创新平台或创新实验室等创新实践基地, 为员工提供充足的创新资源和实践机会。

4 结论

数字化转型通过技术革新和全方位变革, 使企业更加依赖数据驱动、智能化、网络化和协同化。然而, 这一过程也使得电商企业面临战略转型与组织变革的困惑、数据安全与隐私保护的复杂性、技术更新与人才短缺等问题。为了应对这些挑战, 文章强调电商企业需要加强战略规划与组织变革, 提升数据安全与隐私保护能力, 并强化技术更新与人才培养。通过这些措施, 企业可以在数字化转型中有效应对困难, 实现可持续发展。

未来, 电商企业在数字化转型的道路上需要不断适应新的变化和挑战。企业应持续关注数字化技术的最新发展, 如人工智能、大数据、云计算等, 并探索如何将这些技术更有效地融入业务和管理过程中。同时, 企业需要建立更加灵活的组织架构和文化, 以适应快速变化的市场需求和技术进步。在数据安全和隐私保护方面, 电商企业必须不断更新安全策略和技术手段, 以应对日益复杂的安全威胁, 并确保符合全球不同地区的数据保护法规。此外, 电商企业还需要重视人才培养和发展, 通过建立完善的人才培养体系和激励机制, 吸引和保留具备数字化技能和创新能力的人才, 以推动企业的持续创新和竞争力提升。展望未来, 电商企业的数字化转型将是一个持续的、多维度的进程, 需要企业不断地学习、适应和创新。

参考文献

- [1] 颜诗琪, 李雪曼, 邹思敏. 数字化转型、融资约束缓解与电商企业高质量发展[J]. 中小企业管理与科技, 2023, (20): 31-33.
- [2] ZHANG Zhengang; Z Zhang. A Study on the Impact of Enterprise Digital Transformation on Business Model Innovation. *Frontiers of Business Research in China*. 2023, 17(4): 498-519.
- [3] 李卉. 数字化赋能传统电商转型的路径与对策研究[J]. 投资与创业, 2022, 33(24): 40-42.
- [4] 王一鸣. 突破中小企业数字化转型的难点[J]. 中国国情国力, 2022, (06): 1.
- [5] 蒋屏. RCEP背景下跨境电商助推中小企业数字化转型[J]. 经济导刊, 2024, (06): 82-88.

作者简介:

任小静(1985--), 女, 汉族, 河南人, 研究生, 新疆生产建设兵团兴新职业技术学院教师, 中级, 研究方向: 管理学。

程天祥(1993--), 男, 汉族, 甘肃人, 本科, 新疆生产建设兵团兴新职业技术学院教师, 助讲, 研究方向: 电子商务。

他文书(1997--), 男, 汉族, 云南人, 本科, 新疆生产建设兵团兴新职业技术学院教师, 助讲, 研究方向: 电子商务。