

中小企业开展电子商务的理论探悉与实践电子商务考试 PDF
转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/515/2021_2022__E4_B8_AD_E5_B0_8F_E4_BC_81_E4_c40_515841.htm

电子商务是运用现代通信技术、计算机和网络技术进行的一种社会经济形态，其目的是通过降低社会经营成本、提高社会生产效率、优化社会资源配置，从而实现社会财富的最大化利用。电子商务以低廉的交易成本、简化的贸易流程、超越时空限制的经营方式和由此带来的巨大利润，正成为传统企业，特别是中小企业追逐的热点，显示出了极强的生命力。

一、电子商务对中小企业发展的作用

在现代信息社会中，电子商务可以使掌握信息技术和商务规则的企业和个人系统地利用各种电子工具和网络，高效率、低成本地从事各种以电子方式实现的商业贸易活动。从应用和功能方面来看，中小企业电子商务分为三个层次或3S，即SHOW、SALE、SERVE。SHOW(展示)就是提供电子商情，中小企业以网页方式在网上发布商品及其他信息，和在网上做广告等，通过SHOW，中小企业可以树立自己的企业形象，扩大企业的知名度，宣传自己的产品的服务，寻找新的贸易合作伙伴，为中小企业提供大量新的市场机会。SALE(交易)即将传统形式的交易活动的全过程在网络上以电子方式来实现，如网上购物等。中小企业通过SALE可以完成交易的全过程，扩大交易的范围，提高工作的效率，降低交易的成本：从而获取经济和社会效益。SERVE(服务"旨企业通过网络开展的与商务活动有关的各种售前和售后的服务，通过这种网上的SERVE，中小企业可以完善自己的电子商务系统，巩固原有的客户，吸引新的客户，从而扩大

企业的经营业务，获得更大的经济效益和社会效益。中小企业通过电子商务网络可以加强企业同供应商、客户的联系，收集商品供求信息，提高企业的反应能力，利用信息优势来加速企业内部的商品、资金循环。尤其在信息技术广泛普及、行业管理日臻完善、技术成果转让加快的情况下，中小企业得以比大企业更快地将新产品投放市场。电子商务促使中小企业更好地适应市场变化。现代计算机网络在企业生产中的应用与制造活动相结合，使之更贴近市场的需求，有助于提高企业生产的敏捷性和适应性，使高质量、低成本的产品与及时供货和周到的服务相结合，把时间和服务同质量和成本并列为企业生产的要求。电子商务还改变了企业竞争态势，使实力较差的中小企业也能在大范围内发挥其灵活机动的竞争优势。一个小企业虽然势小力微，但通过电子商务，其影响力和营销力也会大大提高，更容易适应市场的变化，有利于中小企业开拓国际市场。

二、我国中小企业开展电子商务的现状与问题

中小企业电子商务取得了长足发展，

《2005-2006年中国中小企业电子商务应用研究年度报告》报告显示：中国中小企业数量众多，适应性强，2005年中小企业电子商务交易额达到2766亿元，同比增长56.7%，已经占据中国电子商务市场交易额的38%左右。但仍然存在很多问题：

- 1、竞争意识不强，思想认识模糊。绝大多数企业还把竞争焦点定位于实体市场，没有充分认识到知识经济时代抢占网络信息虚拟市场的必要性和紧迫性。即使已经进行电子商务的中小企业，也并未真正认识电子商务；
- 2、上网企业数量少，分布不均匀。全国560万家企业(合乡镇企业)中。上网企业所占比例不足1.5%，并且集中分布在北京、广州、上海等几

个大城市。中小企业上网少，浏览客户就少，网络给企业创造的效益就减缓，从而形成恶性循环。

3、企业本身信息化建设力不从心。大多数中小企业计算机和网络基础设施薄弱，没有自己的相关专业人才，一些中小型企业根本无力自行开发电子商务系统，单纯依靠专业网络公司，所以企业当前的信息化程度还处在一个高期望，低水平的状态，多数中小企业尚未认识到电子商务能给他们带来比大企业更为有利的机遇。

4、政策法规不够完善。电子商务是一项复杂的系统工程。它不仅涉及参加交易的双方，而且涉及不同地区及不同国家的工商管理、海关、保险、税收、银行等部门。这就需要有统一的法律和政策框架以及强有力的跨地区、跨部门的综合协调机构。虽然，近年来我国已经出台了一些有关法规，但总体来看，还是很不健全的，尤其是在跨国家，跨地区、跨部门协调方面存在不少问题。以上这些不利因素，不容忽视。克服不利因素，发展优势，是我国目前电子商务上规模、求发展的唯一途径。

三、中小企业如何开展电子商务

中小企业一般主要经营消费品，规模较小，产品品种多样，符合网络营销的特点；同时，中小企业由于在人员管理上要比大企业简单得多，便于调整、管理，便于较快贯彻新的营销观念而不受原有的企业文化束缚，可以较快地以更新的经营观念适应时代的潮流；再加上电子商务的技术基础。现实基础以及其巨大的经济效益。因此，许多中小企业都跃跃欲试或者已经开始尝试。在中小企业2005年实现的交易额中，藉由第三方平台实现的交易额达到2300亿，同比2004年增长58.6%，占中小企业电子商务交易总额的83.2%；相对而言，行业和地区电子商务平台以及中小企业自建电子商务平台交易额较

少。百考试题收集整理 中小企业电子商务的开展需循序渐进地进行，要在对市场的充分认识、对同行业竞争要素的充分分析。对企业自身现状的充分了解和明确规划下，结合企业自身特点、行业特点以及区域经济特点的情况下稳步进行。同时，要对电子商务应用的投资回报评价标准、回报率和回报期有科学的认识。根据电子商务的功能和企业开展电子商务的自然发展过程两个纬度，我们可以对中小企业电子商务应用阶段做如下划分：尝试阶段也可称起步阶段，这个阶段既有企业因业务拓展而产生的主动应用，也有在大量第三方电子商务服务机构的营销作用下而产生的被动应用。二者的共性是通过各类免费平台或收费平台发布供求信息，但由于这种意识层的应用并没有纳入到企业的宏观战略和绩效考评。因此，缺乏对发布信息的及时更新和有效跟踪，电子商务的效能没有完全得到发挥。整合阶段，这个阶段是在企业初步尝到了电子商务的甜头后，开始把电子商务与企业的各个业务环节整合企业应用，逐步渗透到企业的情报挖掘、信息发布、客户资源管理、营销等领域。这个阶段往往容易出现企业缺乏电子商务整体战略规划，而导致各个单项应用出现信息孤岛，协作性差，整体效能不明显，还容易出现企业的业务流程和管理流程出现不协调。战略阶段：这是企业电子商务应用的最高阶段。也是一个理想阶段。企业把业务与电子商务应用战略整合。通过科学的流程再造后，使企业的传统业务与电子业务能够完美配合，提升企业整体竞争能力。总而言之，中小企业电子商务应用是一个很值得研究的课题。中小企业应该关注自身业务特点，在电子商务应用的尝试阶段，可采用服务好、功能全、便于跟踪的第

三方平台开展电子商务活动。另外，中小企业预想在电子商务方面取得一定成果，还必须注意以下几个方面：1、消除观念误区。一方面，中小企业不应把电子商务看成神秘的高新技术过程，不能把它当作纯粹的技术解决方案，更不要等到单证传递与电子支付的安全性得到保证、所有的标准已经统一以后，才考虑到本企业的发展战略，那样将远远落后于先行者，可能失去大好机遇。另一方面，中小企业发展电子商务的时机也并非越早越好，它取决于企业的业务需求、人员素质、投资能力以及技术市场状况等诸多因素。既不能观望等待，坐失良机，又不能急于求成，盲目投入。

2、做好目标市场定位，把握最佳时机，目标市场就是企业要服务的顾客群。只有确定了服务对象和服务的区域范围，企业才能决定要生产销售何种产品，以何种手段进行促销及网页设计要突出那些特点等。网络销售和单向营销的传统模式不同，它是双向的营销方式，所以定位目标市场必须了解自己的产品是否适应上网用户的各种情况。从交易额所占比例来看，第三方电子商务平台已经成为中小企业实施电子商务应用的最主要途径，但从发展趋势来看，自建平台的站点设计和其他业务的整合将更加紧密、更具个性化、更有助于业务持续性运作、更适应商业的快速变化和业务多元化，并加强在线零售的供给。而第三方平台对业务的细分将更加明确、更具国际性和区域性并向融合化发展。

3、建立高效信息收集系统，优化资源配置。信息网络时代，谁最先获得信息，谁就获得市场，获得财富。中小企业要成功地实行电子商务，一定要建立一个高效的信息收集系统，加强网战的设计与推广，建立良好的企业形象。通过网站的设计，建立一个良好的数据库

，收集信息，分析信息，了解市场的需求动向及企业自身的经营情况，企业的产品在网上受欢迎的程度等。从而优化自身的资源配置，最大地降低成本，提高经营效益。4.提供优质服务系统，建立稳定的顾客群。现代顾客需要的是个性化服务，网络服务系统为顾客提供了全新的工具：全天候、即时、互动、了解信息、释疑解难等。这些性质迎合了现代顾客个性化的需求特征。所以，越来越多的企业把电子商务整合到的营销计划中，使顾客服务成为电子商务必不可少的环节之一。电子商务的发展前景深远，人类将进入更加完善的信息网络时代。虚拟空间、虚拟社会已在建立，随着新一代的成长，网络消费观念将会成为一种必然。电子商务是一个全新的不断变化的领域，随着新技术的飞跃发展，企业应该不断制定相应的战略、策略，以适应形势发展。F8F8" 100Test

下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问

www.100test.com