

电子商务综合辅导：增强电子商务的赢利电子商务考试 PDF
转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/517/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_517453.htm

增强企业电子商务的盈利性，要从成本、收益、风险等方面的管理入手，降低成本和风险，提高收入增加收益 通常意义上的电子商务是指在开放的国际互联网环境下通过服务器的应用实现消费者在网上购物,企业间商业交易的一种新型运营模式。纳斯达克指数的大幅下降，给网络经济迎头泼了一头冷水，风险资本对电子商务迟迟不能盈利也渐渐丧失了耐心，开始纷纷撤资。许多电子商务网站惨遭重创，大幅裁员，电子商务的发展由此进入了低迷状态。人们不禁对电子商务的发展产生了疑问：以目前的环境，在我国发展电子商务行吗？其实，电子商务作为新兴网络经济的一项具体应用，具有广阔的前景，代表了未来商务的发展趋势，电子商务的本质是利用现代信息技术进行商务活动，其核心仍然在于“商务”，而不在于“电子”，技术本身只是手段。从这个逻辑出发，只有产生实际利润才符合商业原则，才有存在的价值和发展的基础。那么我们如何以效益观念看待电子商务的发展，寻求电子商务赢利呢？影响电子商务赢利的几个因素分析 电子商务按交易主体一般分为四种：B2B、B2C、B2B2C、C2C。企业电子商务主要指前两种。按交易对象而言，B2B主要进行实物产品交易，而B2C除实物产品外还进行数字产品交易。影响电子商务赢利主要涉及三个方面：即成本收益、敏感性和风险。成本收益 成本收益也叫盈亏平衡，就是说企业建设电子商务网站所带来的成本和收益，成本主要指：设备投资所需费用：这

包括以各种方式接入因特网所必须的各种设备的费用和使用因特网时所需要的各种类型的终端、微机、工作站、服务器等的费用。通讯成本：指为传输信息所付的资费。维护费：这包括网络管理人员的工资和其他消费品的费用。收益指电子商务的实施而得到的可大致进行定量分析的开销节约。主要包括降低库存成本所获收益，对于一般商业企业，库存成本大约为销售2%，如果把原料的库存和半成品的库存加上，则可能更高达销售额的6%~30%。电子商务的解决方案可将此成本减少10%。电子商务处理单证的费用是原来书面形式的1/10。实行电子商务后，企业可以通过因特网搜集信息，进行集中采购，从而减少了管理成本，节约了差旅费。也堵塞了采购过程中的一些漏洞。有资料表明，全球EDI通常可为企业节省5%~10%的采购成本。有研究表明使用互联网做广告媒体进行网上促销活动，可增加10倍销量，而成本只有传统广告及邮寄广告的1/10。间接收益，这包括实行电子商务之后业务管理改善及更有效的为客户服务所获得的收益。敏感性因素 影响电子商务盈利的敏感性因素主要有技术、资金和管理。

- 1.技术。先进的技术是保证电子商务顺利运行的前提，网络技术的迅猛发展是导致电子商务出现的直接原因。企业建设电子商务所需的技术分为前期的技术建设和运营后随技术发展状况而做的技术革新与追加。绝大多数电子商务企业并不进行技术的先期开发，而只是对成熟技术的引进利用。这就使电子商务技术具有普及性和趋同性的特点。技术的创新能够降低成本，率先采用新技术的企业能够在短期内提高收益，但其他企业会在很短时间跟进。并且由于电子商务技术具有普及性及趋同性，因此技术对电子商务企业的盈利

敏感度不大。2.资金。投资于电子商务的资金包括先期开发资金和后期维护所需资金。电子商务企业先期投入的固定成本比较大，后期维护的费用比较小。电子商务硬件建成之后，固定成本对于其运营来讲是无关成本，只有后期的维护费用对企业的顺利运营有影响，由于这部分资金较小，电子商务企业一般都能及时支付，故资金对于电子商务企业的盈利影响也不大。3.管理。企业实行电子商务后，后期的运作是包括产、供、销、资金支付等所有方面的系统工程。盈利与否、盈利大小都与管理有直接关系。同样的基础设施与技术，同样的起点，有的企业稳健发展，有的企业却连连亏损。这里，管理是决定电子商务企业兴衰成败的决定因素。风险任何投资项目都面临着各种各样的不确定性因素，电子商务也不例外。而且电子商务的收益具有不同于一般项目的特性：估算性。即电子商务的收益一般只能通过主观分析比较得到，例如减少多少书面作业量，提高多少信息准确度，改善多少与客户的关系等，不可能计算的很清楚。即电子商务的收益只能在电子商务项目建成之后从其运作过程中所能节省的成本中体现出来。以上两个特性增加了电子商务企业收益的风险性。同时，由于网络经济的快速发展，新技术变革日新月异，使电子商务企业要获得生存发展必须在信息和技术两个方面跟上整个行业的发展，稍微落后即遭淘汰，这更增加了电子商务企业的风险性。增强赢利的关键：成本、收益、风险的管理由以上的分析可以看出，增强企业电子商务的盈利性，要从成本、收益、风险等方面的管理入手，降低成本和风险，提高收入。降低成本 严格成本控制，降低运营成本。曾经有一段时间，“先壮大，后盈利”的思想被信奉为

电子商务的经营哲学，为赢得顾客，网站花费巨额资金在电视台的黄金时间播放广告，赞助大型音乐会，提高知名度。这时成本控制的思想已被狂热的电子商务追求者们远远抛在脑后，以致成本过高，导致回收期过长，据IDG调查结果显示，美国很多新电子商务网络获得一个网上购物顾客成本为80美元，而大多数电子商务网站毛利只有5%左右，这就意味着一个顾客要买1600美元商品才能持平营销成本，更要用3~4年时间才能把投向该顾客的成本收回来。在来自投资人的盈利压力越来越大的情况下，紧缩开支，控制成本是电子商务网站走出死亡阴影的必由之路。对企业的内外部资源进行优化组合，将摩擦成本降到最低。企业开展电子商务并不是一个孤立的环节，要达到降低成本的目的，前提条件是要保证上游企业和下游企业在信息化方面的跟进，从而形成一个良好的循环链，达到节省大量中间成本，提高工作效率的目的。

(1)就企业内部而言，应加强企业资源计划(ERP)系统的实施，借助计算机集成系统(CIMS)和计算机辅助设计(CAD)连接研发、生产、供应、营销、服务等环节，实现对人力、财力、物力和技术等内部资源的优化组合。

(2)就企业外部而言，应加强企业间的供应链管理，密切企业与供应商、销售商的联系，跟踪技术、客户、市场，确保对市场变化的及时了解 and 迅速反应。具体来讲，生产实物产品的电子商务企业可以采用商务运营部门与销售部门相脱离的双链运筹策略：销售部门专心做销售，而商务运营部门不仅要负责定单处理、产品储运等物流供货任务，同时将生产计划、物资采购等供货的前提环节也合并进来，使商务运营中心能够按照市场需求及供求情况去安排生产、采购配件、合理安排库存，最

终实现及时供货，提升销售渠道和客户对企业的满意度。改善企业组织结构，降低管理成本。传统的组织结构主要有U型和M型，现实的组织实践中绝大多数企业采用的就是这两类组织结构形式。这两种不同的组织结构中有一个共同的特点，即在决策层与作业层间存在中间管理层。但网络技术的普及和发展使企业组织机构的存在基础发生巨大的变化，电子商务技术的发展使信息处理效率大幅提高，企业网络内每一终端都可以同时获得全面的数据与信息，各种计算机辅助手段的应用使中层管理人员的作用日见势微，网络技术使企业高层管理人员通过网络系统，低成本的及时过滤各个基层机构形成的原始信息。因此企业应及时调整其组织结构，采用扁平化的组织结构方式来适应新兴电子商务经营方式，以减少中层管理人员，提高效率，降低企业内部管理成本。

来源于百考试题 提高收入增加收益 经营数字产品的电子商务企业应采用差别价格的定价方式充分挖掘电子商务的优势，提高收益。传统产品由于大规模生产具有趋同的特性，且无法获得不同消费者的偏好，只能对产品实行统一定价方式，或针对不同阶层、地区采用有限差别价格定价模式。网络技术的发展，数字产品可大规模量身定制的特性使完全差别价格定价模式的两个基本条件得以实现，即实现了产品差异化，同时也满足了能获得不同消费者的偏好。这就使电子商务企业可依据消费者的个人喜好对产品收取最高价格，获取统一定价模式下所不能获得的“消费者剩余”收益。积极建立网上销售渠道，强化网络宣传，树立企业自身品牌形象，扩大销售量。经营数字产品的电子商务企业还可以采用捆绑式销售方法(捆绑式销售是指将两件或更多的产品按固定的比例包

装在一起销售)提高销售量。减少风险 大企业和小企业在发展电子商务中所面临的风险是不同的，所以企业是否发展电子商务要根据自身情况而定，决不能随波逐流，一哄而上。从目前情况来看，大企业发展电子商务更具优势，这是因为：大型企业一般经过多年发展，具备了成熟的管理体系，主要的业务流程比较规范。大型企业具备完善的销售渠道。大型企业具备品牌优势比较容易吸引顾客。对这些企业来讲，导入电子商务只是将原来的资源统一整合配置到新的主业上的过程。海尔集团从2000年4月18日电子商务平台开始运行以来，到9月份止，其B2B就已实现了12亿元人民币的交易额，业绩不俗。从近两年电子商务的发展速度来推测，海尔在2001年电子商务的交易额还会有一大幅度增长。中小企业无上述优势，抵抗风险的能力也较差，建设电子商务的前期应进行严格的财务评价，以盈利为投资取舍的基准，应从自身现实出发，积极与大企业开展生产、经营、资本、技术等多方面的协作，加入到电子商务所形成的大规模供应链中去，融入到商务发展的潮流中去，从中汲取经验。内部购买力低，而无必要上电子商务的小型企业可以考虑从一家ASP供应商那里租赁网络平台，既满足自身需要，又可节省费用。 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