

06辅导我国企业电子商务经营战略的探析— PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/64/2021_2022_06_E8_BE_85_E5_AF_BC_E6_88_c40_64817.htm

对于一个企业来说，电子商务是一种新的经营手段。随着网络和电子商务的发展，越来越多的企业开始以电子商务的方式实现管理和营销的时候，便形成了一个电子商务的经营和市场环境，这是一个全新的竞争激烈的国际化市场。为适应这种新的经营环境，应对来自全球竞争者的挑战，我国的电子商务企业和开展或即将开展电子商务的传统企业，除要选择适合自身发展的商业模式外，更重要的是要制定一个行之有效的经营战略，以提高企业的竞争力。本文围绕这方面的问题进行一些初步探讨。

一、两种企业经营战略的机理与比较

1. 多元化经营战略的机理

多元化战略是指企业同时经营两个以上行业，提供多种基本经济用途不同的产品或服务进入不同市场的企业经营战略，它是企业发展到一定阶段，为寻求长远发展而采取的一种扩张行为。多元化战略的优势是：可使企业获得更多的市场机会，充分运用企业各种资源实现多种业务整合，充实系列产品结构或丰富产品组合结构；多元化经营比较灵活，能迅速地从不良业务中退出，从而有效地规避、分散或减少"过度专业化"风险；此外，实施多元化战略的企业能充分利用品牌效应、员工潜能、营销渠道，以及管理经验和物质资源，为市场提供多样化的产品或服务。简言之，多元化经营战略在增强企业实力、分散经营风险、发挥资源潜力、树立企业形象等方面具有十分重要的作用。在国外，美国的杜邦、通用电器、菲利普·莫里斯、日本的三菱、韩国的LG等一批企业通过

实施多元化战略取得了较大的经营业绩。近年来，我国的海尔、康佳、春兰、红塔等企业在开展多元化经营方面也获得了一定的成功。多元化战略的弊端也是显而易见的，主要有以下三点：一是管理难度增大，尤其是当企业进入到与原来业务相关度不高的新领域时，企业原有的管理理念、模式和经验可能难以凑效，使协调各种关系的成本提高，并可能造成组织结构不稳定，增大经营失控的风险；二是资源分散，企业资源与资金被分摊到多项业务中，这一方面可能会导致原有核心竞争力的丧失而其它核心竞争力难以培育起来，另一方面可能陷入资源短缺、周转不灵、不得不收缩或破产的境地。韩国大宇、日本索尼、我国的巨人集团、春都企业都是因此而出问题；三是影响CIS策略的有效实施，实施多元化经营的企业多是其主业业绩好的知名企业，多元化经营后，多产品对企业原有品牌价值的分享可能会影响企业主业所创立的品牌基础。

2. 专业化经营战略的机理

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