

电子商务对企业竞争优势影响探析电子商务师考试 PDF转换
可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_645189.htm

电子商务的产生为企业开辟了一个崭新的市场竞争空间。与传统企业相比，电子商务企业具有众多的竞争优势。在介绍了电子商务的概念之后，分析了电子商务对企业经营的影响，并借用波特的企业竞争优势理论来探讨电子商务给企业带来的竞争优势。当今的每个企业组织都在两个不同的世界中进行竞争：一个是管理人员看得见、摸得着的有形世界，通常称之为市场场所(marketplace)。另一个是他们看不见但实际上已经存在的无形世界，称之为市场空间(marketspace)。在市场场所中，企业间争夺的对象是资源，即物资和能源；而在市场空间中，它们争夺的对象则是信息。工业革命使人类在开发、利用物资和能源两种资源上取得了巨大的成功，其结果是创造了工业时代。随着以计算机技术、通信技术和网络技术为代表的现代信息技术的飞速发展，人类社会正从工业时代阔步迈向信息时代。一个明显的标志是，信息资源所创造的价值在国民生产总值中的比例逐步上升直至占主导地位。如今，人们越来越重视信息技术对传统产业的改造以及对信息资源的开发和利用。在这一过程中，各国政府和企业界都大力推行电子商务，以便使本国或本企业赢得先机。例如，亚洲的新兴工业化国家日本和韩国在推广和运用电子商务方面，已经走在了世界前列。然而，我国政府也不甘示弱，在“十一五”规划纲要中，明确提出了要“积极推进信息化”。并且，为了加快利用信息对传统工业进行改造，在刚刚结束的十一届全国人大一次会议上，国务院果

断决定新成立工业和信息化部。 一、电子商务的概念 电子商务最初起源于电子数据交换(EDI)，而真正应用于商务活动的电子商务诞生于20世纪90年代，那时的英特网已经由军用转为民用而对公众开放，一些行业的创新者创造性地将英特网应用于传统的商务活动。然而，电子商务这一概念自产生起，就没有一个统一的定义，不同研究者、不同组织从各自的角度提出了对电子商务的认识。传统的电子商务教科书都会列举一些常见的电子商务的定义，并在最后给出教科书作者对电子商务的理解，以便界定研究的范围，给读者一个清晰的概念。不失一般性，作者在此给出本论文对电子商务的理解，即电子商务是在利用现代电子工具(包括现代通讯工具和计算机网)的基础上进行企业的经营管理和市场贸易等现代商务活动。根据这一定义，电子商务不仅包括在英特网组成部分之一的环球网上进行购物，而且还包括企业通过网络技术(主要是Internet、Intranet和Extranet)用于支持企业内部的购买、销售、人员招聘、计划等业务流程的活动。事实上，它是企业业务流程、运用系统和组织结构的高效整合。它通过电子的方式来完成整个企业的活动以便提高企业的运行的效果。 二、电子商务对企业经营的影响 电子商务的出现，正在很大程度上改变着企业经营的诸多当方面。首先，电子商务促进了企业经营理念的变革。企业信息化中的许多成熟的软件，如ERP(企业资源计划)、SCM(供应链管理)、MIS(管理信息系统)、DSS(决策支持系统)等，不仅是一种先进的管理程序 and 手段，实际上也体现了当代最先进的管理思想和管理理念，是许许多多优秀企业管理经验的结晶。其次，电子商务要求企业对传统管理模式实施流程再造。电子商务的基础是信息

化和网络化，它要求企业管理实现由内而外的扩张。传统企业对内外部资源的管理采取不同的策略，而电子商务企业则把内部资源的管理纳入到整个供应链管理体系之中，在企业原本泾渭分明的内外资源流之间搭建通畅的电子商务平台，以网络为基础，把ERP系统、前端客户关系管理系统和后端供应链系统有机地结合起来，从而以订单流带动物流、资金流，实施流程再造，建立适应市场竞争要求的供应链。再次，电子商务使企业经营管理的过程变成了高度透明的系统。传统企业存在诸多“暗箱操作”和“跑冒漏滴”等问题，主要原因是其经营管理过程不透明所致。然而，电子商务可以使企业的财务流程、前端销售环节和后端的采购环节高度透明，因为，企业发生的每一笔业务和开支都以标准的流程进行操作并被记录在案。

三、企业竞争优势概述

所谓企业竞争优势是指企业超越其竞争对手的能力，这种能力有助于实现企业的主要经营目标盈利与市场占有率的提高。一个企业，如果没有自己的特长，没有形成独具特色的、别人难以在短期内模仿或赶上的比较优势，就不可能拥有高人一筹的竞争能力，就不可能在激烈的市场竞争中稳操胜券，脱颖而出。近年来，由于企业间竞争的加剧，企业竞争优势的研究已成为学术界的一大研究热点，学者们从不同的角度提出了各自的观点。具有代表性的理论有传统贸易理论和新贸易理论、跨国投资理论、迈克尔波特的企业竞争优势理论、企业能力理论、企业资源理论、学习型组织理论等。以下对波特的企业竞争优势理论和学习型组织理论进行简单的介绍。美国战略学家迈克尔波特认为，企业在行业中的定位决定了它的盈利能力是高于还是低于行业的平均水平，而长时间维持优于平

均水平的经营业绩，其根本基础是持久性的竞争优势。企业可以拥有的两种基本竞争优势为：低成本优势和差异化优势。企业竞争优势的两种基本形式与企业寻求获取这种优势的活动范围相结合，可产生在企业所在行业中获得竞争优势的三个基本竞争战略：成本领先、差异化、目标聚集。他还曾经对一些企业进行了实证分析，证明了一个成功的企业可以通过这三种中的任何一种或它们的组合而获得竞争优势。而学习型组织理论认为，传统的组织通常是通过财务、营销和技术能力来获得竞争优势。但是在竞争焦点由机器、资本转向头脑、知识的信息时代中，企业的竞争优势更多地来源于学习的能力。杰出的学习能力不仅使组织和每个人能够做以前不能做的事情，还能将财务、营销和技术能力推向更高的水平。也就是说，财务、营销和技术能力都可以通过提升组织的学习能力来获得，组织的学习能力居于组织各种能力的核心。

四、电子商务的企业竞争优势

以下讨论电子商务给企业带来竞争优势时，主要建立在迈克尔波特的企业竞争优势理论基础之上。首先，电子商务能够增强企业成本竞争优势。对于企业而言，千方百计地降低成本是提高自己竞争力的重要策略，电子商务对于企业降低成本是行之有效的途径。具体来讲，电子商务能够在以下方面降低企业的成本。

- (1)降低企业的采购成本。EDI的出现，为企业在网上从事采购活动成为可能，从而可以有效地较少采购过程中的劳动力、印刷和邮寄所需的费用。据统计，利用EDI的企业一般可以节省5%~10%的采购费用。
- (2)电子商务可以实现无库存生产。企业的各种成本中，库存成本占据不容忽视的比例。在某些行业，甚至占据企业总体成本的大部分。因此，减少库存以至实

现无库存是企业降低成本必不可少的措施，是企业管理中的重要目标。在电子商务环境下，企业可以通过原材料无库存和产成品无库存的生产方式，从而可以有效的降低企业的运营成本。(3)电子商务可以大大地降低企业的营销成本和管理费用。通过网络，企业可以一年365天，一天24小时地为顾客提供服务，并且不受地域的限制；此外，网络广告和网络营销调研也比传统的广告和调研方式费用低，从而可以为企业节省大量的营销费用。管理费用方面主要表现在，利用互联网可以降低企业的交通和通讯费用、人工费用、财务费用和办公室租金等。其次，电子商务能够增强企业差别化的竞争优势。所谓差别化是指通过为产品融入顾客需要的独特个性而使产品在顾客心目中升值，赢得顾客的消费偏好，从而以较高的产品价格占领市场，赢得超过产业水平的收益。借助网络，企业可以方便地与顾客进行双向的沟通，从而及时准确地掌握顾客的个性化需求，并为顾客定制产品或服务，实行一对一的关系营销。传统的营销大多是大众化营销，难以满足顾客个性化的需求，也不能为企业带来明显而持久的差异化竞争优势。再次，电子商务能够增强企业集中一点的竞争优势。所谓集中一点是指，企业选择产业内一种或一组细分市场，并量体裁衣使其战略为它们服务而不是为其他细分市场服务，从而在产业内赢得竞争优势。传统企业在制定市场营销战略时，首先要进行市场调研，以便掌握市场的总体规模，然后按照一定的标准对市场进行划分，之后结合企业自身的资源及其利用资源的能力选择某一类或某几类市场来提供产品或服务。由于受到成本的限制，企业在选择目标市场时，必须要考虑企业服务范围的市场规模。跟电子商务企

业相比，传统企业的服务范围总是会受到地域的限制，这样其市场规模必然相对较小。然而，借助于网络，企业可以在极短的时间内成为一个全球性的企业而服务于全球的市场，从而可以为传统企业无法服务的极其狭小的市场提供产品或服务。 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