

金融危机下电子商务行业可持续发展探讨电子商务师考试

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__E9_87_91_E8_9E_8D_E5_8D_B1_E6_c40_645606.htm

从互联网的角度入手分析了金融危机对电子商务行业的影响,探讨了当前电子商务行业发展的形势以及在金融危机的特殊环境中的生存特点,提出并论述了评价电子商务实现良好可持续发展的指标体系,证明了该指标体系的可行性和可操作性,指出应当利用当前金融危机为契机来更好的实现电子商务行业的可持续发展。

1.危机中的互联网和电子商务

美国金融海啸正从金融领域向互联网新经济蔓延。继全球拍卖网站巨头ebay宣布裁员之后,另一个美国互联网巨头雅虎也宣布受国金融危机影响,今年底前全球将裁员10%。 点击科技CEO王志东在接受媒体专访时说:“金融危机对中国互联网的影响仅限于部分领域,比如电子商务行业。” 目前,伴随日益严峻的外贸形势,金融风暴所产生的影响已由电子商务厂商赖以生存的中小企业延伸到B2B电子商务网站,进而影响到整个B2B电子商务进出口贸易生态链。有些企业为了进一步节约成本,可能在电子商务方面的投入会减少。

2当前电子商务行业的发展特点及可持续发展对策

2.1电子商务行业在金融危机中的发展状况

我们从一个实际电子商务例子切入,从局部窥视宏观,简单量化金融危机对我们电子商务的实在影响。 研究对象基本信息:B2C型电子商务。 研究方法:在2008年9月至12月的4个月中,网站从百度搜索引擎来的流量变化基本不变。我们统计这部分流量每月平均转化率。对比图。 2008年9月到年底,总的衰退了39.29%。这种衰退可以映射成电子商务购买人群数、成交量。当人们还沉醉在2007年电

子商务行业发展的一波投资高潮的时候,金融危机的冰封寒冬悄然而至了。

2.2 电子商务行业在金融危机下的生存特点

(1)以更贴近用户的服务为中心。在消费需求没有足够刺激的情况下,电子商务企业更倾向于以客户为导向来带动自身的产品和技术。客户也是要求企业提供的产品、技术、解决方案,最后能解决他的问题,这是最重要的。笔者认为,在国内,一个企业的电子商务无论开展得强劲还是薄弱,都应当更贴近客户,解决客户对我们这些技术产品需求的各种问题,给客户带来价值。

(2)以更加复合型的人才为主体。电子商务是建立在传统产业基础之上的一种商业模式,在电子商务与传统产业的结合过程中,需要将传统产业中的相关内容进行升级改造,逐步实现了电子商务的产业化发展。因此,在各个层次上都需要大量既能够熟悉传统产业又能够深入理解电子商务的国际化、高素质、复合型、行业化的人才。最新的电子商务人才招聘要求调查结果显示,目前的电子商务行业确实比较缺少综合型、实践型的人才,以及在技术上有一定造诣的专业型人才。而今年年初,阿里巴巴公司提出5000人的招聘计划也在一定程度上证明了这一点。

(3)以可持续发展为导向。随着社会各个方面的发展进步,我国消费者的品味也越来越高,所购买的商品不但要追求品牌,还会追求专业或者其他,从互联网消费者的角度来讲,进行网上购物不再是追求廉价,更多的是,方便、时尚和乐趣。电子商务行业要继续发展,不仅要完善一系列的体制机制以及法律法规,还要站在消费者和行业载体的角度重新对电子商务进行定位,只有这样,才有可能在当前这样一个特殊的环境下实现电子商务行业的全面、协调和可持续的发展。

2.3 电子商务行业可持续发展的对策

(1)加深对网络市场中消费者的进一步

需求的调查和分析。随着金融危机对网络消费市场的影响日渐深入,网络消费者对于网络物品的要求会变得越来越苛刻。消费者开始制定自己的消费准则,整个市场营销再次回到了个性化的基础之上,个性化消费成为消费的主流。在消费者对自身的消费限制日益理性化的趋势下,消费者对消费的风险感随着选择的增多而上升。在许多大额或高档的消费中,消费者往往会主动通过各种可能的渠道获取与商品有关的信息并进行分析和比较。

(2)调整当前行业内人才结构的合理度。目前,电子商务行业内的人力资源分配呈现出金字塔状结构,即掌握电子和商务两项专业技能的复合型人才相对稀缺,专精于网络市场开拓的人才其次,大部分的电子商务人才都在电子商务网站、电子商务技术和电子商务细分方式营销上做文章。这样,绝大部分人把自己的精力放在了这个行业的手段上,而相对忽视了电子商务本质的商务性。要实现金融危机下电子商务行业的可持续发展,必须要调整电子商务行业中的人才的结构,使各个企业对网络交易的经营同传统交易完全接轨。首先,应当在各大高校的电子商务专业以及与电子商务专业相关的专业中进行相关网络市场开发课程的设置。只有从人才培养的这头开始建立网络市场开发体系,人才结构才能实现持续的稳定。其次,已经从事了相当一段时间电子商务的企业可考虑成立网络市场开发部门,招贤纳士,专门聘请网络市场开发人员组建团队,为企业的电子商务活动建言献策。最后,企业应当推选适当人员去各地学习先进的电子商务经验,并且,企业之间可以加强电子商务经营的交流,培养一部分电子商务的高精尖人才,丰富人才结构中“金字塔顶端”的部分。这样才能使行业内的人才结构更加合理。

(3)增加行业发展时运用战略的成熟

度。在营销观念的发展史上,曾依次出现过生产观念、产品观念、推销观念、营销观念、社会观念和大市场营销观念等观念。从总体上来说,这些观念更多地强调供应者的主动性、显性需求和信息的不对称性。从根本上看,这些观念都只是营销的手段,只是关注的重点和复杂的程度上有所不同。更主要的是,这些观念都是建立在工业经济时代的基础上的,在当前的特殊环境下已经不能完全适应网络经济时代的需要了。所以,我们需要一种全新的营销观念。这种营销观念应该能够有效的应对瞬息万变的市场,应该能够更关心顾客的内心,应该在供需双方之间搭起互动的桥梁。市场是不断向前发展的,要想在市场上占有一席之地,单靠务实是不足以拥有绝对优势的,还需要进行产品的突破和创新。俗话说“商场如战场”,许多战场上的战术、战略都在指导着商战中的实际操作。《孙子兵法

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