

网络经济下的电子商务成本分析电子商务师考试 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_BD_91_E7_BB_9C_E7_BB_8F_E6_c40_645673.htm 电子商务是21世纪新的经济增长点，代表着未来经济的发展方向，而目前电子商务的亏损使得人们对电子商务的成本进行分析和探讨。电子商务使交易形式由实体市场转为虚拟市场，这就可能导致交易成本的变化。B2B模式分析了电子商务的成本构成及电子商务下的企业交易成本的变化，探讨了B2B电子商务模式对交易成本的影响。随着Internet的迅猛发展，电子商务的发展渐趋成熟。电子商务的交易形式主要有B2B和B2C两种形式，在这两种形式中，B2B的电子商务市场要远大于B2C的电子商务市场，由于电子商务的交易过程与实体市场的交易过程是不一样的。所以，对于每个交易而言，是选择网上交易还是实体交易取决于这两种交易方式的交易成本。

1 电子商务的成本构成

1.1 技术成本

电子商务的技术成本包括软硬件成本、学习成本和维护成本。电子商务是各种技术结合的产物，昂贵的投资，复杂的管理和高昂的维护费用使得一些系统、技术和人才匮乏的企业望而却步。面对客户无力应付复杂的技术平台和高昂的软硬件配置的实际问题，ASP这个行业便产生了，但是这种租赁式服务的价格和质量能否为企业所接受，能在多大程度上降低电子商务的技术成本，还有待于实践的验证。

1.2 安全成本

在任何情况下，交易的安全总是人们关心的首要问题，如何在网上保证交易的公正性和安全性、保证交易双方身份的真实性、保证传递信息的完整性以及交易的不可抵赖性，成为推广电子商务的关键所在。而上述交易的一

系列安全要素，必须要有一系列的技术措施来保证。目前，安全标准的制定。安全产品的研制以及安全技术的发展为网上交易的安全起到了推动作用。而这些用于交易安全的协议、规章、软件、硬件、技术的安装和使用以及学习和操作定会加大电子商务的运营成本。

1.3 物流成本

在电子商务中最难解决的就是物流配送。物流配送是电子商务环节的重要和最后的环节，是电子商务的目标和核心，也好似衡量电子商务成功与否的一个重要尺度。物流配送需要有商品的存放网点，需要增加运输配送人员的开支，由此增加的成本也应该经过仔细核算。有人认为，企业要增加的仅仅是配送成本，而节省的是库存成本和店面成本。试想，店面成本虽然节省了，但是存放网点的增加和配送所需的其他开支能在多大幅度上降低总成本，这仍需要在实践中摸索，而且，库存仍然是必需的。

1.4 客户成本

电子商务的客户成本，指的是顾客用于网上交易所花费的上网、咨询、支付直到最后商品到位所花费的费用总和，这是一种完全依赖于网络的服务，只要消费者一开始享受这样的服务，就要承担每小时数元钱的最低成本，还不包括添置相应的硬件设备和学习使用的费用。这种费用虽然不列入商家的运营成本，但是作为用户成本、却是影响电子商务发展的重要因素。如果用户用于网上浏览、查询、挑选、支付所花费的费用超过实体交易的费用，用户便会放弃网上购物的方式。电子商务虽然孕育着巨大的商机，但是利润的真正实现，需要经过详细的论证。

2 企业电子商务中交易成本分析

2.1 交易成本的经济理论依据

科斯在1937年发表的著名论文《企业的性质》(The Nature of The Firm)认为，交易成本是获得准确的市场信息所需要付出的费用，以

及谈判和经常性的契约费用。狭义的交易成本即市场交易费用，市场中平等法人之间谈判所需的费用。即寻找交易对象的费用，交易对象之间谈判的费用，交易实现的费用等。奥利弗威廉姆森认为，交易成本分为两部分：一是事先的交易成本，即为签订契约、规定交易双方的权利、责任等所花费的费用；二是签订契约之后，为解决契约本身所存在的问题，从改变条款到退出契约所花费的费用。交易成本经济学认为：交易活动是稀缺的，交易成本不为零。企业的存在是为了节约交易成本。交易成本是由协调成本和激励成本构成。协调成本是指同以下三个方面的需要相联系的成本：定价和交易及其他细节；发现买主和卖主以及他们的地址；将买主和卖主集中进行交易。激励成本也分为两类：一类是同信息不完全和非对称相联系的交易成本，另一类是由于责任不完善导致的交易成本。

2.2 网络经济下的交易成本理论

一般认为，在网络经济条件下，交易成本一般很低。这是因为一方面由于网络技术的发展极大的突破了现实世界的时空限制，信息在网上的传送十分迅速、便捷，缩短了时空差距，进而降低了时空成本。在传统经济条件下，由于信息交流的困难，企业要在大范围采集客户数据并对其进行分析，“交易成本”很高，这样就很难针对个别用户的需要提供个性化的服务，很难面对不同市场、不同消费者实施针对性的营销策略。在网络经济条件下，企业可以在网上交流信息，而且信息传递和复制的成本很低，信息传播的范围又很广，不会产生由于信息传递成本所造成的重大影响，因此，企业可以广泛采集客户数据，可以制定并实施针对性的营销策略，提供个性化的服务，另一方面，网络可以减少交易双方之间信息不对

称程度，提高社会资源的配置效率。减少信息不对称意味着用于搜寻信息的实践、精力和财力的减少，即搜寻成本的降低，也意味着社会运行成本的降低和社会净剩余的增加。

2.3 电子商务下企业交易成本的变化

电子商务下企业交易成本构成并没有与传统交易有本质的区别，仍然包括度量、界定和保证产权。即提供交易条件的费用，发现交易对象和交易价格的费用，讨价还价的费用，订立交易合约的费用，执行交易的费用，监管违约行为并对之制裁的费用，维护交易秩序的费用等。电子商务下的企业仍然是为了节约交易成本而存在，但是电子商务本身具有的有别于传统交易的不同特点，使企业的交易成本有很多独特之处。下面按交易过程对电子商务下交易成本的不同点进行分析。

交易前的成本。

交易之前，交易双方都需要进行信息的搜索，以找到合适的交易对象。在传统交易中，交易双方的沟通需要经过许多不同的媒介，进行协调很困难。但是在电子商务条件下，网络作为众多企业和客户进行交易的虚拟市场，任何企业和客户都可以使用一些专门的网络搜索引擎，方便快捷地收集到很多对方的信息，然后从中选择合适的进行交易。交易双方可以在网络中直接相互接触，相互选择，显著地降低了搜寻成本，缩短了搜寻的时间，促进了交易的达成。

交易过程中的成本。

完成信息的搜寻之后，交易双方开始接触，就交易的条款进行协商，最终达成合同。达成合同后，交易双方必须履行各自的责任，提供商品和服务。传统交易条件下，当企业和客户之间期望建立一种交易关系后，复杂的交易过程不仅加大了签约过程中的成本，而且延长了交易的时间。而在电子商务条件下，交易双方可以通过网上协商各种条款，直接在网

上签订合同，减少成本的支出。交易后的成本。交易双方在交易完毕之后，并不是银货两讫，两不相干了，企业还应对商品使用或者接受服务过程中出现的问题加以解决。在这些问题上，一些小的问题会经常出现，这些问题在技术人员的指导下客户完全有能力解决。解决这些问题的费用是企业交易成本的另一个重要构成部分。

2.4 B2B电子商务模式对交易成本的影响

交易成本经济学认为，交易成本分为协调成本和激励成本。在电子商务活动中，主要的模式是B2B电子商务模式。在这里，一方面，B2B电子商务模式能减少协调成本，首先，Internet减少了买主搜寻供应商的成本，这是因为在Internet中，寻找产品和比较价格比看产品目录和电话寻访要相对便宜。同样，卖主能以较低的价格找到更多的潜在顾客，而买主将找到他们原本找不到的卖主。其次，Internet为买主提供了关于产品属性更好的信息如价格和耐用性，也提供了关于卖主和买主的详细信息。但另一方面，由于在网上进行交易使买主不能实地考察交易的物品，当买主要求对交易物品的一些特征进行实地考察又会使交易成本提高。例如，在二手车市场上，某一特定地点的汽车商出手汽车给那些低收入的、年老的消费者，他们对自己的汽车很小心；而另一地方的汽车商面对的对象是那些高收入者并且很随意的顾客。假设所有可见的汽车特征是一样的，第一个地方的汽车商将寻找各方面条件都比较好的汽车；而另一个地方的汽车商将寻找性能差但能修复的汽车。我们知道，汽车的性能不通过马达的声音和实地考察是难以了解的，那么在网上竞卖的那些汽车是难以区分的。其结果是汽车同买主的搭配可能会恶化。在这里汽车供应的组成部分并没有发生变化，也就

是说没有逆向选择，或者说没有事先的信息不对称，这对我们的分析是非常重要的。交易成本的激励成本分为两类：一类是同信息不完全和非对称相联系的交易成本，另一类是由于责任不完善引起的交易成本。当交易的各方并不都具有决定是否接受交易协议的能力，以及这些协议是否真的能被实行的相关信息时，就导致了第一类的激励成本。在某种程度上对于买主来说，为了评估卖主的商品特性而实地考察商品是值得的，这是因为在网上进行交易有些信息会遗漏。

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