

电子商务与管理新概念 PDF转换可能丢失图片或格式，建议
阅读原文

[https://www.100test.com/kao_ti2020/65/2021_2022__E7_94_B5_E5](https://www.100test.com/kao_ti2020/65/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_65014.htm)

[_AD_90_E5_95_86_E5_c40_65014.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/65/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_65014.htm) 互联网正以其蓬勃的发展速度席卷全球，它的虚拟商业行为改变着我们的生活方式，以及世界经济与社会秩序，它也在极短的时间里造就了如“雅虎”、“Dell电脑”、“思科公司”等网络新贵。我国的企业在新世纪来临之际及中国加入WTO以后将面临新的市场竞争规则的挑战，要及时赶上潮流，运用电子商务这一新世纪的竞争新利器，将其作为一种企业能力，提升自己的竞争优势。我们企业决策者面对网络经济的到来，将有何作为？管理理念将会发生何种变化？如何调整？1999年上海“财富论坛”给我们的启示之一即是网络改变了竞争，改变了企业的经营模式和管理理念。基于互联网的电子商务（Electronic Commerce，EC），简单地说，就是通过网络来做生意，是使用电子科技的方式来实现商业目标的方法。它包括信息交换，电子货币传送，网上信息存取，网络服务器存取技术与设计，信息分级服务，信息目录存取，网上购物，及电视与网络的互动技术等。电子商务总体可以分为两大部分：第一种，是企业与企业间的电子商务（Business to Business），也可说是企业上下游供应链之间的关系，利用电子商务连接供销双方，使合作更加紧密；另一种是企业与顾客间的电子商务（Business to Customer），顾客可由网上充分了解产品的相关信息，用信用卡购物，再由配送系统负责送货，甚至以网络来运送信息产品或服务。可以说电子商务将彻底改善交易的选择性及服务。电子商务的特点是：可以为顾客提供更多的

信息，比如美国联邦快递公司（FedEx）藉由他们的网站来回
答用户的查询，并且使顾客可以在任何时候轻易地透过它的
网站，精确地追踪自己包裹的所在位置，这样的流程不只比
以前更有效率，成本更低，更让顾客能独立完成一些原本靠
员工来协助完成的工作。减少了在人员服务上的开支，精简
流程后，同样能应付繁忙的业务，在公司业务量繁重时，只
需增加网络的频宽，加快电脑的处理速度以及储存空间即可
，所以，企业经营管理的重心是将钱投入到更多的高科技产
品的开发上。电子商务使消费者和企业透过互动的过程，使
消费者能主动决定产品规格、品质与价格。美国“Dell电脑公
司”的网上商店,打破了自80年代个人电脑产业诞生以来所有
的营销手段、流通模式与既定的观念，当传统的电脑营销通
路均墨守成规遵循着制造、流通、经销分层负责的同时
，DELL电脑彻底将此定律脱胎换骨，重新打造了一个成功的
商业模式，其独特风格在于完全透过网络邮购及电话中心来
进行订单及生产的工作，也即所谓接单后生产模式（Build to
Order,BTO），有效地去除流通领域的中间利润，使得DELL
的库存成本，即使控制在接近零的水平，依然能保持高效率
的运作。企业将此新的营销方式引入，实际上是一种运作流
程再造。电子商务可以更快更准确地捕捉顾客光临网站的各
项数据信息，以此来了解顾客的偏好，预期新产品概念和广
告效果，最终使顾客参与到产品的设计中来，电子商务使得
高质量的、个性化量身定做的产品不再是富有人专利。电
子商务不受时空限制，全球化、全天候的服务使交易更加便
利，同时对于运用电子商务的公司来说，它的最佳效果是强
化了与客户间的关系，建立了一对一客户服务。对企业来说

，电子商务不只是一种营销通路和方法，而是进入了一种新商业模式，一种新兴市场，大家正目睹许多创新的虚拟企业，虚拟市场和虚拟贸易团体的出现。对大企业来说，它使企业拥有更有效的方式来面对竞争的市场；对中小企业而言，排除了许多进入新领域的障碍，得以迅速成长，美国硅谷中许多中小企业利用电子商务创业成功即是明证。所以，企业决策者应顺应潮流尽早制定适应网络经济的公司战略，同时，我们注意到网络经济使管理理念也发生了很大转变。

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