

浅谈电子商务对工商管理的影响与对策

王浩源

四川航空股份有限公司 四川 成都 610000

摘要：进入信息时代后，社会发展的速度不断加快，网络在每个人的工作和生活中扮演着重要的角色，它带来的便利是显而易见的，但弊端也是显而易见的。在企业管理方面，电子商务制度的引入给企业管理带来了巨大的变化。在我国的经济结构中，企业经营是助力国民经济发展不可或缺的组成部分。专家学者对电子商务进行了深入的研究，重点研究了电子商务与工程管理的关系。为了保证电子商务与企业管理的同步发展，必须在两者之间寻求平衡，政府部门必须重视这个问题。文章着眼于电子商务的具体影响，在此基础上寻找切实可行的解决方案，使电子商务管理更加有效，保障企业的可持续发展。

关键词：电子商务；工商管理；影响；对策

引言

随着社会经济市场的发展，电子商务和企业管理在社会经济市场体系中的重要性逐渐被强调。不少政府企事业单位积极引入电子商务概念，更新业务管理模式，提升业务管理水平，但在数据采集、渠道价值预估、异常情况等方面仍存在需要改进的问题。态势感知和安全系统。因此，研究电子商务与企业管理的关系，寻找适合电子商务发展的企业管理模式，实现企业的可持续发展，稳定社会经济市场就显得尤为重要。

1 探究电子商务对工商管理的影响

1.1 电子商务对营销管理的影响

一些传统企业的营销是以产品为中心，即“以产品质量为导向”的营销模式，同时控制产品质量、产品价格、产品渠道、产品促销方式。这种传统的管理模式很难应用到目前电子商务的经济运行模式中。首先，从商品经营的角度来看，在线电子商务渠道可以满足人们日常生活的需要，根据商品的特点进行针对性的营销，让消费者能够找到和搜索到自己需要的商品，这不仅可以让节省消费者的时间，还可以让营销手段更加集中，让消费者的时间更有效率。其次，管理产品价格，在电子商务的经济运作模式下，所有产品的价格都是公开的，各个竞争对手的价格一目了然，从而导致各个企业调价。此外，竞争更加激烈，传统的价格管理难以满足电子商务的需求。此外，在营销渠道管理方面，电子商务从根本上打乱了从制造商到总经销商再到二级批发商，再到三级批发商，最后到消费者的传统模式框架。这使制造商能够实现零库存，并使消费者能够以尽可能低的价格购买产品。因此，影响的手段越来越浅，营销

渠道的管理也必须改变。最后，在促销活动的管理上，传统企业需要花费大量的时间来准备广告活动，不仅浪费了大量的人力物力，还需要经济投入。电子商务模式的推广非常方便和简单，正如我们共同介绍的那样。但是，电子商务的广告竞争也非常激烈，这给推广带来了不小的挑战。综上所述，电子商务运营的经济模式给营销管理带来了新的机遇和挑战^[1]。

1.2 对人力资源管理的影响

一个企业要达到长期发展的目的，就必须要有优秀的人才，而电子商务的发展也是这样。就我国目前的状况而言，由于电子商务刚刚兴起不久，该领域的人才数量还比较少，若不能及时改善，将难以达到提升企业员工素质的目的。首先，电商人才的竞争越来越激烈，一个企业要想维持电商的持续发展，就必须要有足够的人力物力来满足自己的需求，可是这一领域的人力资源实在是太缺乏了。其次，企业内部的组织架构将发生显著的改变，以往企业内部的组织架构具有鲜明的阶级性质，即层层递进式的组织架构，但随着电子商务的发展，企业内部的组织架构将彻底抛弃阶级性质，整体组织架构将趋于扁平。最后，单一的经营方式在实际应用中的可操作性大大下降，而在现代企业中，由于企业对企业的要求越来越高，对技术人员的要求也越来越高。如果使用常规方法来进行人才的培训，将会耗费大量的时间，因此，如何确保这些时间成本可以得到极大地降低，是至关重要的^[2]。

1.3 削弱监管工作开展力度

确保企业可以受到有效的监督，这是工商管理所要达到的目的，而要达到这一目的，需要有关人员对企业

运作和管理有实际的认识,确保企业运作不会侵犯消费者应有的合法权益。目前,互惠网技术、电子商务技术都有了比较快速的发展势头,而且其使用的规模也越来越大。随着电子商务模式越来越成熟,企业的经营模式、销售渠道也发生了显著的变化,其中,虚拟化是企业发展的重要方向。由于其虚拟特性的显著特点,使传统的商业模式很难对其进行有效的监督。电子商务与传统工程管理存在较大差异,在电子商务模式下,一些违规行为难以被及时处罚,从而影响了消费者所享有的合法利益。

1.4 对物流管理的影响

物流管理是企业工商管理中的一个重要组成部分,在传统的企业工商管理方式中,对物流管理的关注不够,这就造成了传统的实体管理存在着效率低下、与物流脱节等问题。从企业的存货方面来说,库存容量反映了企业的资金压力。在传统的物流管理过程中,因为企业管理层忽略了对物流管理的关注,很容易造成仓库容量过大,从而提高了企业的资金压力,对企业的资金展开造成了不利的影响。在与物流脱节方面,由于在传统的物流管理方式中,缺少有效的物流反馈,造成了对物流信息的响应不够迅速,从而造成了物流与供应链之间的断裂,很难满足企业的供求两方面的需要,对企业的发展产生了不利的影响。在服务品质方面,传统的物流管理模式由于其自身的滞后,造成了与客户之间的信息不能及时地进行匹配,从而对客户优质的服务产生不利的影响^[3]。

2 发展电子商务背景下的市场营销策略

2.1 创新企业营销理念

随着电子商务的出现和发展,它突破了市场地域分割、产品流通时间、资金流、物流、处理成本、信息流传输等传统商务的制约,进而的,它让消费和生产之间的关系变得更加密切,顾客在进行商品的选择上,拥有更多的自由,消费者在进行消费的过程中,其个性化的特征也变得更加显著。在这种情况下,企业只有以顾客为中心,顾客的满意程度才是企业发展的重要标志。企业适应市场个性化需求的迅速改变,是其在快速变化、竞争激烈的市场中,得以存活和发展的关键因素。所以,电子商务既是一种新的商业模式,也是一种创新的营销观念。在进行市场营销概念的革新时,应包括:产业间的协作和全球化市场的概念。跨行业的合作,比如:航空企业从原本单纯卖机票,创新为空铁联运、机票+酒店、机票+文旅等。企业要从狭窄的地域营销、国内营销观念,转换成全球营销观念,这样才能让企业

更好的回应电子商务的变化;互动营销观念。在传统的市场营销中,只能完成一种单方面的商务信息传递,也就是从生产到消费的信息传递,在这种方式下,消费者更容易被困在一个信息不对称的困境中,而作为营销的主体,企业却固执地坚守着一种单方面的营销理念。在互联网的环境下,电子商务拥有更强烈的互动性,在交互过程中,通常不只是一种产品的单次交易,可以用良好的交互来提高顾客的粘性,比如:产品点评、预约拼单、售后回访等”;差异性和个性化的行销理念。伴随着现代信息技术和高科技的持续发展,与此同时,消费者的受教育水平也得到了提高,在他们需求上,也出现了质量化、合理化和个性化的趋势。这就需要企业树立起定制营销和异质性营销的观念。积极开拓新的市场需求观念。在传统的经济市场中,由于消息的传递范围受到了一定的局限,并且消息是单向的,并且传递的时间比较滞后,所以消息的对称程度不高。因此,企业在捕捉市场机会上有一定的困难,因此,在营销的策略及战略上,企业无法达到前瞻性的要求,因此,企业只能满足客户的需求。伴随着电子商务的发展,企业可以一对一地进行信息传播,打破了信息的空间和时间的边界,避免了信息不对称的问题,这就使得市场机会更容易获取,市场营销的策略及战略也更具有前瞻性^[4]。

2.2 发展电子商务营销模式

电子商务的销售模型是指的是电子商务与市场营销两方面的融合。随着电商平台建设的日趋完善,通过电商平台完成日常购物行为的消费者比例显著提高。所以,在进行经济市场营销的时候,必须要关注到电子商务所能给企业带来的经济效益,从而在相关的营销战略的制定中,偏向于电子商务模式,进行适合于电子商务发展模式的营销方式创新。这一新的市场营销方式对传统市场的影响比较大。尽管与传统的营销模式相比没有任何的优势,但其可以扩大企业的产品销售渠道,提高产品的知名度,从而最大程度的提升产品的品牌效益。所以,很多企业都在尝试利用电子商务的营销模式来取代传统的销售方式,来协助销售有关的产品和服务。目前,我国的有关企业在日常的产品生产和销售中,一般会选择线下售卖、网络销售和商家定制三条线路来进行,这种方式推动了产品代理业务的出现,也使得电子商务模式的交易周期显著地缩短,对企业来说,这种缩短可以在一定程度上缓解库存的压力,这既可以有助于企业保持成本的稳定,又可以有助于达到经济效益的最大化。

2.3 进行必要的企业重建

从一个传统企业到一个电子商务，这是一件很不简单的事情，甚至可以说是一场革命。因此，许多企业都必须重建自己的组织架构，才能更好地适应电子商务的发展。重构就是对企业经营目的、经营业务流程、企业内部结构等进行复审。比如，企业要改变原有的“以产品为导向”的市场理念，向“顾客为导向”的市场理念转型。基于顾客导向的电子商务经营模式具有以下优点：第一，传统市场的顾客受到时空的制约，具有显著的地域局限；第二，就是缩短了中间环节，缩短了生产周期，让产品的价格变得更高，让顾客得到了最大的实惠，同时还能让企业的存货，降到最低，从而降低了企业的生产成本。第三，能够和顾客进行面对面的交流，能够更好地理解顾客的需要，从而使企业能够在最短的时间内做出相应的技术革新。以顾客为中心，让企业在竞争中生存和发展^[5]。

2.4 重视市场拓展，开拓全球战略

目前，在当前的电子商务发展中，最主要的一个发展方向就是国际化。利用网络的平台和信息技术，越来越多的企业可以将自己的业务范围扩展到全国，甚至是全世界。因此，如果只是将注意力集中在原来的市场环境上，很难满足企业在电子商务时代的发展需要。为了追求更好的发展，企业必须与时俱进，不断提高自己的能力，提高自己的层次，注重对顾客的有效开发，扩大市场。而要想扩大市场，就必须持续地提升自己的水平，这包括了企业的产品研发水平、市场营销水平、客户服务水平等多个方面的能力。此外，企业应该对产品的品质有更高的要求，持续地增加投入，增强研发水平，优化资源配置。在改进顾客服务工作中，要加强对顾客的服务队伍的培养，建立一支优秀的专业化的顾客服务队伍，以对企业产品的深入理解为基础，采取有针对性的服务措施，以达到顾客和顾客的个人需要。此外，在电子商务运作中，要强化对在线市场的开拓，在持续扩大国内外市场的过程中，还要保证现有的市场稳定，从而为企业的持续发展提供更多的保证。

2.5 做好消费者权益的维护工作

随着电子商务的不断发展，企业的经营对象已不再

是单纯的顾客。在企业发展的进程中，要将对客户的保护工作做好，将客户的合法利益保护好，这样就可以保证企业能够长期、平稳地发展。面对日益复杂的市场，企业要进行有效的营销，必须以顾客为导向，以顾客为导向。目前，为顾客提供有针对性的、有针对性的、有针对性的服务，以达到顾客的要求。在进行市场营销时，要利用网络来对顾客的信息和物流信息进行收集，并将电子商务和它的产业链进行主动地应用，从而提高自己的服务水平，为顾客提供更好的服务。随着市场的发展，顾客的需要也在发生着变化，因此，企业需要对顾客的需要进行及时的理解，并以此来对自己的营销策略做出相应的调整。企业可以以电子商务平台为基础，为消费者提供售后服务，构建健全的回访系统，对消费者的需求进行全面的理解，并在企业内部构建出一套科学的网络营销机制，从而推动企业的市场营销可以更好地与电子商务环境相适应^[6]。

3 结束语

总结来说，要想与电子商务的快速发展相匹配，就一定要改进企业的经营方式与方式，适时地对企业的服务方针做出相应的调整，也正由于工程管理机构的特殊性，要尽可能地防止电子商务给企业经营带来的冲击，从而让企业的发展达到一个良好的状态。

参考文献

- [1]裴国栋.探究工商企业经济管理信息化发展策略[J].老字号品牌营销,2022(06):144-146.
- [2]董昊.工商管理电子商务与市场营销分析[J].科技经济市场,2021(10):152-153.
- [3]蒋兆年.工商管理中的电子商务与市场营销研究[J].中国市场, 2020(15):129, 144.
- [4]王京文.工商管理中的电子商务与市场营销策略研究[J].营销界, 2020(20):57-58.
- [5]黄漫宇,李纪桦.电子商务对城乡商贸流通一体化的影响效应研究——基于中国省级面板数据的分析[J].宏观经济研究,2019(2):92-102.
- [6]潘功成.工商管理与市场经济之间的关系分析[J].智富时代,2019(3):50-51.