

浅谈电子商务对企业管理的影响与创新

刘国祥

铜陵有色金属集团股份有限公司金威铜业分公司 安徽 铜陵 244000

摘要: 电子商务作为一种新兴的商务形式, 为公司管理提供了一种崭新的概念。对于全球各地的公司而言, 创造着从未有过的机会与挑战。电子商务因其高效、少本钱、快捷通信、公平竞争、全天候效劳等优势, 引起了许多公司的关注, 发展态势强劲。电子商务的运用在"全球经济一体化"发展趋势逐渐凸显的今天, 得到更大的发展, 并对公司竞争力形成了不可无视的巨大优势。同时由于市场发展条件的不断完善, 以及公司内部对运用电子商务的高度重视和电子商务模式的逐步形成, 运用电子商务对现代公司经营的变化将是重要而积极的。

关键词: 电子商务; 企业经营; 企业管理

引言

由于互联网的快速发展, 电子商务日益受到了人们的关注。所谓电子商务, 泛指利用电子商务技术手段开展商业活动和贸易。它使许多只有基础电脑知识的用户也可以便捷而廉价地在网络实现买卖。电子商务彻底改变了传统的交易方式, 对企业经营活动产生了巨大的影响。电子商务是未来经营形式发展的大趋势, 目标是实现贸易信息的网络化和电子化。它的开展, 对企业运营提出了新的挑战, 影响着现代企业的经营活动。

1 近年来电子商务的发展情况

近年来, 在新冠病毒的阴霾之中, 为了防止新冠病毒的快速传播和扩散, 人们被迫进行着自我隔离的生活, 短则数周, 长则数月。这个时候, 网络给了人们希望, 特别是我国在疫情之前, 电子商务依托着网络已然蓬勃发展了起来。在人们隔离期间, 快递小哥们通过无私的奉献, 串联起了需求与供给的纽带, 为全国人们运送着生活和工作的各种物资。在疫情期间, 电子商务面临着诸多机遇与挑战。为了尽可能的减缓病毒的肆虐。因此, 在隔离政策之下, 网上的消费需求大量出现了, 相较于传统的逛商场, 现下最好的购物体验是逛网店、看直播等线上购销模式。据我国统计局发布的2020年中国经济年报数据, 尽管年度社会消费品零售总额有所减少, 但累计网络零售额实现接近十万亿, 较上年度提高十一个百分点。

本次新冠病毒肺炎疫情对于线上企业和线下物流公司的冲击均较大, 共性问题包括用工紧张、货源管理不顺畅、物流配送困难等, 但综合来看, 针对非保供类产品的线上效果都不如线下企业。基于线上灵活性用工、无接触物流等优点, 让社群、拼团、外卖、前置仓这些新兴行业得以普及与打磨, 消费者的感受越来越好, 同

时也促使线下公司越来越关注电商服务的发展。

2 电子商务对企业管理的影响

2.1 电子商务对企业运作方式的影响

电子商务的蓬勃发展促使了电子商务在当今社会生活中占有了日益重要的作用, 在电商的带动下, 中国社会主义贸易市场的地位也正在逐步改变, 而传统的交易目前也正在逐步向无纸化的电子商务方式转变, 而这些新兴的方式也将越来越的受到大家的欢迎。电子商务在极大限度地减少了公司的各个部门相互进行信息沟通的困难, 高效的完成了营销管理的整合与实现。

2.2 电子商务对企业组织结构的影响

组织架构是公司的根本结构, 是公司经营的关键部分, 也是公司赖以生存与发展壮大的根本。随着中国经济社会的发展和信息科技的提高, 公司的组织架构也相应的发生着变化, 为了适应基于在互联网和计算机技术基础之上发展的全新的数字化业务方式, 也必将产生对公司组织结构的重构^[1]。电子商务本身就有着许多鲜明的特点, 比如全球性、平等性, 以及共享性、知识性、创造性等等。在电子商务日益发达的环境下, 公司内部的竞争对手开始走向国际统一的市场。公司为了获得竞争优势, 需要通过互联网采集加工所有对己有益的信息, 从而在比其竞争者更短的时期内作出反应, 以满足日益变化的市场需求。

2.3 电子商务对企业经营管理的影响

(1)促进中小企业降低成本, 取得价格优势:电商公司为了取得生存和发展, 其应当具备产品价格相对优势, 网上的商品和服务必须是物美价廉, 所以低造价已经成为电商公司的生存之道所以电商公司通过利用电商技术节省了大量实体店的建造和管理费用, 并利用快速的消息传输和尽可能少的仓储管理, 并进行敏捷生产, 从而

可以降低生产成本,取得价格竞争优势。(2)促进企业减少中间渠道,增进公司和消费者的交流:电商的诞生,促进公司从传统的四P销售理论向四C理论过渡,因此销售渠道转变是电商时代的突出特征,网上直销、网上订购等新型观念,促使品牌厂商可以打破传统的流通渠道进行面对消费者的直接营销,同时网上支付、互联网和物流配送科技的迅速发展,也促使这种直销方式显得更加迅速和简单,电子商务与电子商务技术已经变成企业直接面对客户,加强与客户沟通的重要方式^[2]。

3 电子商务环境下企业创新管理策略

3.1 创新企业信息管理模式,增加企业市场竞争力

在公司业务发展过程中,电子商务所占的比例愈来愈大,公司在这个过程中必须针对电商发展规模和特征对当前的公司管理做出改变,通过这种方式让企业信息管理与市场结合在一起,达到以市场为中心的明确的目标和方针,以人为中心的价值观和企业文化,以效率和效益为中心不断变化的制度和程序,让企业的市场嗅觉更加灵敏,产品质量得到提升,成本进一步降低的同时提供更加优质的服务,而这些目标实现的最为需要的就是信息,企业发展需要通过这些关键性信息为其提供发展方向。在企业信息管理过程中,需要充分利用互联网的优势,加快信息流通的同时完成信息管理。

3.2 变革传统经营方式,加快产品创新

电子商务销售模式的出现,彻底打破了传统经营理念和经营模式。传统的中小企业经营活动中,为了追求更大的经济利益,通常需要企业自行承担从产品生产到销售等中间一系列的环节,只有通过这样的方式才能在保证商品质量的情况下有效降低价格,缩减中间环节的成本投入^[3]。而电子商务将销售与生产环节完全分割开来,采用了委托制造的经营模式将整个制造流程直接承包给自己的合作伙伴企业,由公司只承担产品设计和生产营销,从而打破了传统的交易模式和市场限制,有效降低生产链的经营维护成本,同时让企业能够将更多的资金投入到了广告宣传和设计过程当中,有效降低企业进入市场的门槛,避免了维持生产线带来的人力和物力的投入,有效降低经营风险,增加企业收入。

3.3 创新企业物流管理机制,实现规范化管理

电子商务时代降低了生产投入的同时,增加了物流管理环节,因此在电子商务时代物流管理是企业的重要组成部分之一。在企业的经营管理过程中,为了让消费者拥有更加良好的服务体验,享受更加优质的物流运输服务,企业需要对物流运输管理体系不断进行创新,建立一个更加健全的物流管理体系和风险应对机

制,以此落实规范化管理原则。在电子商务发展的过程中,企业自身可以根据自身经营方式或是发展方向决定是自营物流系统还是与现有的物流系统进行合作,借助他人的物流系统完成整个销售流程。

在物流管理机制运行过程中,首先需要对物流系统的各部分功能结构进行整合,完成信息化管理,从车辆、网点、运输人员、商品库房等多方面内容进行统一规划和整理,保证每一部分的内容清晰明确,在管理方面由于任何一个环节出现问题都会对消费者收到的商品产生影响,因此在运输过程中除了要对物流运输时间进行严格把控,明确商品在哪一环节出现问题以及出现问题的原因,并积极组织进行赔付,实行权责一体化。

3.4 加强企业之间的合作,实现动态联盟

除了上述内容中提到的生产分包之外,电子商务的发展促进企业在生产和发展过程中更加精细化,走上高精尖道路,保留自身核心业务的同时,与其他企业展开合作,在合作过程中彼此相互结合,共同组成原本的产业链条,分工合作完成生产到销售的所有环节,降低管理投入的同时,将其他资金用于核心业务的经营,确保企业在市场竞争中的优势地位,加快科技创新^[4]。同时,在发展过程中需要加强企业法务部门的建设,以便应对在合作过程中可能出现的法律纠纷和诉讼问题,在合作过程中做好保险机构、金融机构、客户与电子商务平台之间的整合,打通网上交易环节,确保交易安全性的同时避免网络经济安全风险,让多个不同类型的企业参与到交易环节当中,实现市场资源的整合,实现共同发展。

3.5 建立数据系统辅助管理,实现高效管理

在企业管理运营过程中,不可避免的会涉及到信息资源的处理,企业在发展过程中可以从员工信息库、客户信息记录系统这两个方面对相关信息进行整理,促进企业管理效率提升。企业要经营,要发展,就需要不断的选用人才,实现新旧人员的变动。通过信息系统建立员工信息库,对员工的个人状况和工作状况进行详细了解,通过合适这种方式帮助公司海选合适的人才,避免人才被埋没,在人事管理上为他们的升降职和发展规划安排起到良好的促进作用。通过建立企业顾客信息系统,直接记录顾客的有关资料,小到客户的喜好,大到客户在商品选择上的倾向性,都有可能未来的商业活动中起到重要作用,让他们在商业活动和商业目标制定的过程中更有把握,为他们提供更为完善周到的服务内容,给他们带来更加全面周到的业务内容,为获取顾客的选择与信赖,打造良好的商业品牌提供重要优势。

3.6 提高企业对市场的灵敏度,完成数据整合

电子商务的发展增加了消费者的选择，他们的选择也更容易收到外在因素的影响。除了质量和价格外，企业在经营发展过程中也需要了解消费者其他的需求，尽可能占据市场份额。因此公司一定要在不断壮大的过程中构建起与外部环境变化迅速相应的管理架构^[5]。这一结构主要应由三个部分组成，一部分是信息收集功能，一部分是信息分析功能，一部分是信息审核反馈功能。信息收集功能建立互联网发展的基础上，在形式上可以是线上产品售后反馈问卷、企业官网、企业电子邮件等，在这部分功能中设计相应的交流沟通模块，在与客户沟通的过程中了解他们的使用体验；在信息收集完成后由专门人员对信息进行整理和拣选，区分信息的有效性，并利用软件进行筛选分类；最后由专业审核反馈人员对信息内容进行横向对比，并整理成报表和趋势走向图，将信息中的内容提取出来，供给企业管理人员进行参考决策，再以此来对服务和产品进行改良，使其更加符合客户的喜好，满足使用需求，增强产品的市场竞争力。

3.7 改革传统营销方式，创新营销手段

产品营销是销售环节的重要组成部分，传统的销售手段无法彻底被新型的营销模式取代，但我们需要注意的是新兴的成功的营销活动可以在短时间内快速拉动销售额的增长，扩大产品知名度，为后续的一系列营销活动展开起到促进作用^[1]。例如当下流行的直播带货，气氛营造、现场演示、名人保证、高额折扣等等众多要素综合在一起，在短时间内提升产品名气完成大批量销售，有效清理库存的同时增加产品知名度，除此之外其他的网络营销模式也有很多，包括现下流行的天猫购物狂欢节、双十一等都属于网络营销模式的一种，从这些营销活动中可以看到网络营销具有成本低、效果好、时效性短的特点，因此在企业管理创新过程中应积极吸收网络营销的多种优势，在现有的多种营销形式上不断进行改革，在不放弃传统营销方式的同时积极增加宣传渠道，做到短期效应与长期效应并重，发挥综合优势。

3.8 企业管理向并行化方向转变，实现各部门协作

在企业中的公司运作管理流程中，因为各单位本身的业务功能彼此独立，因此在管理过程中通常是将各个部门的工作内容切分开来进行单一管理。而现代企业在发展过程中由于彼此之间的工序相互关联，各个部门的任务彼此之间相互关联，因此在工作期间一旦出现问题就容易出现相互指责、推诿责任的情况。在现代企业的经营发展过程中应可以将任务项目各个流程展示出来，并确定各部门项目接口人，接口人负责某一环节的具体工作同时负责与其他环节的负责人进行沟通，应用信息技术进行沟通方便相关文件的传递以及内容的了解，增进不同部门之间的沟通效率，让各个环节可以相互协调开展工作，有效完成团队协作。

结束语

综上所述，电商公司要想突破传统的电商销售模式，就一定要大胆尝试，大胆研发出新的电子商务网络营销方向、销售模式，既要有针对性，也要系统化的加以改革，将制造、经营、销售和物流的各个环节相互牢固的连接起来。要启用创新性人才，以全新的观念来看待电商这个领域。在行业层面，需要政府部门的支持，政府部门更需要培养企业能力，增强对电商发展的引导能力，注重与中小企业的协作，共创双赢。

参考文献

- [1]倪亮亮.产品多元化程度和开发速度对电子商务企业绩效的影响研究[D]. 南京:南京大学, 2020.
- [2]杨修.我国电子商务企业财务管理模式形成机理研究[D]. 长春:吉林大学, 2018.
- [3]胡征.基于电子商务的企业经营管理及其创新研究[D]. 中国商论, 2019(10):24-27, 30.
- [4]刘修征.网上零售类电子商务示范企业经营效率评价研究[D]. 西安:西安邮电大学, 2018.
- [5]魏子群.我国B2C电子商务企业国际化经营的模式研究[D]. 青岛:中国海洋大学, 2018.