

面向中小企业电子商务网站的模式探讨

每一个中小企业建立自己的电子商务网站在我国是不可行的,应该建立联合电子商务网站,走适合我国实际情况的电子商务发展道路。本文对建立联合电子商务网站的必要性以及这种网站的功能模式进行了探讨。

天津大学管理学院 高宏
天津城建学院 刘克海

概述

随着Internet的普及,电子商务在我国逐渐兴起,出现了许多面向电子商务的服务站点,如电子商场、电子广告、企业站点等等。企业试图通过Internet寻找新的机遇,信息服务商也希望通过电子商务开拓新型的服务领域。然而,是照搬国外的电子商务模式,还是发展适合中国国情的新兴电子商务模式,仍然是需要探索的课题。目前我国各种电子商务站点虽然都各具特色,但大都没有达到维持自我运营,收回投资的效果。所以说,有必要对中国的电子商务发展策略进行探讨。

建立联合电子商务网站的必要性

在企业对个人的贸易上,消费者往往不是其所购产品方面的专家,对产品的有关知识和消息很少,从而出现两种情况:

一是消费者和经销商之间存在的信息不平衡现象,会让经销商对消费者采用价格歧视的策略,这会增加消费者对所购商品的疑虑,减少成交机会。一旦消费者以高价购得商品,往往会影响到消费者对生产厂家的信任程度,从宏观上的表现是该厂家的产品需求量下降。

另一种情况是,消费者往往会在广告的诱导下选择购买自己并不真正了解的商品,商品的销售量往往和广告攻势和广告创意有关。大型企业由于资金雄厚,可以使用广告策略使中小企业处于不利的竞争地位上。

在企业与企业之间的贸易中,一般企业都存在相对稳定的供应商和客户,而且订货呈批量状态。但往往企业和客户需要了解产品的市场情况,以不断调整和贸易伙伴之间的关系,并且每个企业都希望在未来的经营中扩大自己的贸易伙伴队伍。因此,售前的服务和宣传对企业间贸

易同样重要。当企业开发新的项目,或者调整产品结构与成本时,寻找新的贸易伙伴就变得相当重要。

中小企业在传统媒体上的广告同大型企业相比已经处于不利境地,但可以通过Internet寻求自己的机遇。

Internet上宣传自己的产品和服务有三种形式:

(1) 在一些站点的网页上贴自己的广告,拓于我国计算机的普及水平,上网的人员不是消费的主体,而且正好被有购买欲望的人访问到带有相关广告的网页的几率也很低。这样的广告方式具备传统媒体上广告的缺陷,优势又弱于传统广告。

(2) 建立自己的宣传网站。建立自己的网站可以将企业各种信息以个性化的方式展现给访问者,但需要较高的费用。而网站的建设要求具备一般中小企业很难拥有的技术水平,所以中小企业建立网站只能委托给他人,这会使网页上的信息更换不及时,用户失去访问兴趣。吸引访问的方法可以在传统媒体上宣传自己的网址和将域名连接到门户网站上两种方法。由于中小企业知名度较低,而域名对一般消费者来讲很难记,效果不会理想。连接到门户网站后,访问者通过门户网站的搜索引擎可以访问到企业的网页。但由于搜索引擎的限制,以及门户网站的特点,访问者会在搜索引擎的帮助下得到很大数量的域名列表,这其中包含一定数量的无效地址,访问者需要逐个点击列表项打开连接网页,麻烦费时,并且有打不开网页,或所打开的网页与访问者感兴趣的内容大相径庭的时候,使访问者产生强烈的受挫感,直至放弃这种访问方法。每个企业建立的网站风格各异,也不利于访问者的下载和汇总分析。

(3) 建立面向中小企业的联合性网站。组建联合网站,企业客户可以通过网站查寻自己希望购买的产品以及有关信息,从而减少消费者与经销商之间的信息不平衡

性,降低经销商对消费者采取价格歧视的机会。这样消费者会减少购货过程中的疑虑,选购真正合适自己的产品,使同类企业处于公平竞争的环境之下。

在贸易伙伴的关系管理与信息联系上,每一个企业开发自己的电子商务软件,会面临以下几个问题:

①中小企业缺乏开发和维护电子商务系统的专业技术人员,委托他人开发,又会使软件出现维护不及时,或者适用性与可靠性不强的弱点。

②从整个社会角度,开发面向每个具体中小企业的电子商务软件是对社会财富的浪费。而且中小企业的财力有限,难以得到功能完备的独立电子商务系统。

③多种电子商务软件的出现,带来由外部信息向系统内部信息的转换问题,不利于贸易伙伴间的信息交流和关系管理。

④我国中小企业的数量太多,大家都建电子商务网站,每个网站上的信息结构又各有不同,这会出现一个电子商务的海洋,增加客户查找信息和分析信息的难度。

联合电子商务网站可以提供统一的贸易伙伴关系管理方式,以及统一的信息交流模式。企业只要交纳一定的运行费用,培训必要的操作人员,就能够进入电子商务领域,减低了企业在资金、人力和设备上的压力,还能促进中小企业实施现代管理模式,提高管理水平。

除少部分著名企业的电子商务网站之外,普通企业的独立电子商务网站都存在着如何获得客户信任的问题。联合电子商务网站可以采用会员制方式,对加入网站的企业进行信用确定和管理,利用网站自身的信用为客户提供信用保证。

发展联合电子商务网站的原则

(1)以推行先进的电子商务思想为目的:网站只有包含先进的电子商务思想才会有生命力,如果只是迁就目前企业的一些需要,企业不会发现网站的特色,也不能真正为企业解决实质问题。网站的功能应该具备诱导性,使企业逐步走到正确的电子商务的轨道上来。

(2)逐步发展、逐步完善:从技术水平考虑,一次实现网站设定的所有功能,会将开发周期拖得很长,而且电子商务所需要的电子认证、电子货币和物流配送系统在我国还处于起步时期,所有电子商务功能的实现要冒很高的技术风险。我国的电子商务仍处于探索阶段,不确定因素很多,一次性投资过大,会增加投资风险,因此必须本着对投资者负责的态度,逐渐扩大网站规模。从竞争角

度,网站创意逐渐加入,使网站在建站初期规模竞争对手的过分关注,当积累一定实力后,将创意逐步实现,使网站特色独具,保持领先。从用户角度,一次将创意实现,会和企业目前的应用产生较大差异,企业因不了解或不习惯或对网站的疑虑而对加入网站不热心。

(3)为企业提供优质服务的原则:联合电子商务网站以追求为企业提供切实的服务。网站的服务应该能够为企业带来实际的好处,在使用上要充分考虑到一般中小企业的计算机水平,做到操作简单,速度快。

(4)适合中国国情的原则:由于实现完全的电子商务,无论是从基础设施、配套行业、计算机普及程度、交易方式上都和发达国家存在着较大差距。网站提供的服务要适合中国目前的实际情况,并随着条件的改善而逐步发展。

(5)用户驱动的原则:网站上的信息要由用户自己提供,保证网上信息都是第一手信息,同时还可减少网站工作人员的压力,提高信息发布的效率。网站上的信息可以由用户自己进行设定和管理,这样才能做到网站功能贴近用户需求。

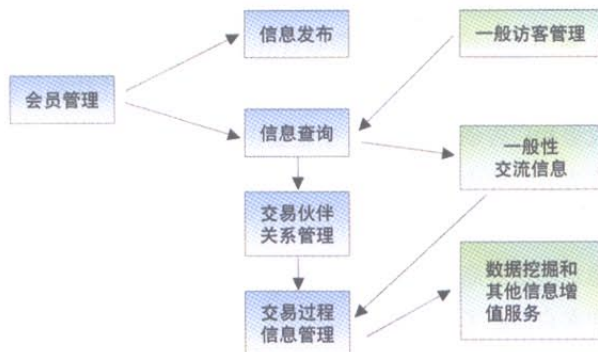
(6)动态性原则:网上信息要求是动态的,应采用强制性手段,使企业提供及时有效的信息,保持网站的活力。

(7)结构化原则:网站上的信息具备严格的组织规定,有利于对网站信息的自动化分析和处理。

联合电子商务网站的功能模式

联合电子商务网站和其他电子商务网站一样,也应该对贸易过程中的信息流、资金流和物流进行全面管理。由于篇幅所限,以及前文所述原因,本节只介绍联合电子商务网站中具有一定特色的信息流管理。

面向中小企业的联合电子商务网站信息流管理功能的模式如下:



1. 会员管理

会员管理的要点是确保联合网站提供的是真实有效的信息,这是联合网站生存的根本。联合网站首先要确保参加网站的会员都应该是合法企业,在此基础上确保企业所提供的信息都是真实可靠的。在会员管理功能中,希望参加联合网站的用户将自己的基本信息填入会员申请表,提交到网站服务器中,网站离线核实申请者提交的信息。信息确定后为通过申请的企业发放用户名和初始密码。网站按行业特征将会员纳于一个分类树下,会员可以为自己的各个部门建立子用户,形成从整个行业到企业内部的层次化用户结构。网站要定期审查会员的资质,并且对在网站上有欺诈行为的会员提出公告和惩罚。获得用户名称的企业及其部门,可以登录到网站上来,使用网站提供的全部功能。

2. 信息发布与信息查询

信息发布和信息查询功能保证会员和临时访问者能够找到行业经营情况、自己感兴趣的产品服务信息以及贸易伙伴。各会员企业发布统一格式的信息,包括企业概况、企业资质、产品服务的技术指标、价格信息、售后服务信息等等。使信息搜寻者可以以更有效的查询条件查找自己感兴趣的信息,缩小首次信息搜寻的范围,提高搜寻的效率。信息搜寻者还可以提出搜到信息的排序标准,使搜索信息更有效。产品服务信息和企业一般信息间可实现网状连接,使信息搜寻者能够获得有关的完整信息。同类信息可划分简要信息,中等信息及详细信息三个层次,适应用户不同层次上的信息搜索。由于网上信息具有统一格式,信息搜寻者可以在搜索到的信息集合上进行分类、统计以及其他高级信息处理的功能。当网站会员企业利用信息搜寻功能找到感兴趣的企业后,可以把该企业纳入到贸易伙伴关系管理,通过伙伴间的信息交流管理与其进行联系和贸易。

3. 贸易伙伴关系管理

用户可以把自己的贸易伙伴或通过信息查询以及信息交流找到的潜在贸易伙伴以分类树的形式进行管理,分类树的分类标准可由用户自己制定,并提供信誉程度评价标准,根据和贸易伙伴间的交易情况,为贸易伙伴分级。用户可以针对不同类型、不同级别的贸易伙伴制定不同的贸易政策,调整和管理与贸易伙伴间的关系。

4. 交易过程中的信息管理

贸易伙伴间除进行一般性的信息交流外,联合网站还可以提供不同交易环节上的标准信息格式,实现以

WEB为平台的EDI。网站确保每个会员企业只能看到和自己企业有关的信息,保证会员企业的业务秘密不被泄露。通过信息交流管理,企业可以方便地得到与特定伙伴间的全部或某一类信息交流情况,便于确定交易政策。会员也可以对自己的交易信息进行统计分析和数据挖掘,又可以打破企业内部的信息壁垒,实现企业内部不同部门的信息共享,提高各部门之间工作的协调性。

5. 一般到访者的信息服务功能

一般到访者可以是非会员企业,也可以是政府或消费者。他们可以查询企业发布的一般性信息,并利用网站提供的统一格式的信息交互功能与会员企业联系,利用联合网站与会员企业进行贸易。非会员企业还能够通过对联合网站的使用对网站提供的功能产生兴趣,从而达到扩大会员队伍的目的。

结论

中小企业联合起来,建立联合电子商务网站,实现贸易信息的结构化管理,实现基于WEB的EDI和贸易伙伴关系管理,是广大中小企业进入电子商务领域,利用Internet技术和联合优势在竞争中获得优势的一条捷径。■

参考文献

- 1 李刚, 关于构建中国电子商务的几点思考, 计算机系统应用, 北京, 1999, 9
- 2 姜旭平, 电子商贸与网络营销, 清华大学出版社, 1998
- 3 高宏, 张慧颖, 行业信息系统发展研究, 中南工业大学学报, 1999, 专辑 3

