

●孟雪梅

中小企业电子商务及信息网络建设^{*}

摘 要 电子商务为中小企业的发展提供了新的发展契机。进行信息网络建设,抢占市场空间,抓住机遇,注重电子商务人才的培养是中小企业获得竞争优势的关键。参考文献 6。

关键词 中小企业 电子商务 信息网络建设

分类号 G351.1

ABSTRACT E-commerce has provided good development opportunities for medium and small sized enterprises. To gain competition advantages, they should construct information networks, occupy market space, seize opportunities and employ e-commerce specialists. 6 refs.

KEY WORDS Medium and small sized enterprises. E-commerce. Development of information networks.

CLASS NUMBER G351.1

电子商务作为一种新型的贸易方式,正在迅速改变着人们经济活动中传统的交易方式和流通技术。它突破了人们的时空界限,改变了贸易形态,极大地促进了全球经济贸易的快速发展,同时也正在改变人们的生活方式和思想观念。对规模小、雇员少、资金相对薄弱的中小企业来说,电子商务为它们提供了一个新的发展契机。

1 中小企业实施电子商务的重要意义

1.1 中小企业发展电子商务能提高我国在国际市场上的竞争能力

21 世纪,中小企业面临着国内外贸易战的激烈竞争,瞬息万变的经济形势使中小企业常常经受着危机的考验。尤其是我国加入世界贸易组织后,必将对中小企业的经营产生巨大的冲击。在世界各国大力推动电子商务的形势下,如果我国的中小企业在订单、报关、结算等方面还采用传统的操作方式,就无法与大企业竞争,也不可能在国际市场上立足。中小企业要提高国际市场竞争力,就必须发展电子商务,利用因特网迅速了解国际技术、产品发展趋势以及市场动态。

1.2 中小企业发展电子商务可加快我国经济贸易的发展

目前,我国中小企业占全国企业总数的 95% 以上,它们在促进经济发展、增加就业、扩大出口、技术

引进和创新等方面发挥了较大作用,是最活跃的经济增长点。发展电子商务,营造一个面向全国、乃至全世界的网上商贸环境,可以扩大消费市场,为中小企业发展带来新的商机,也为各地消费者购物提供便利条件。电子商务体现了科学技术进步推动社会生产力发展的趋势,从以工程(硬)技术创新为主逐步趋向以管理科学等(软)技术创新为主。对中小企业来说,一旦企业完成了从传统商务到电子商务的转换,将大幅度提高企业的生产效率和竞争能力,并促进我国经济增长方式从粗放型向集约型转变。此外,中小企业发展电子商务必将涉及到金融、商贸、信息产业等各个方面,从而使我国物流、资金流、信息流等各个流通领域环境得到改善,提高我国的整体经济实力。

1.3 中小企业发展电子商务可促进我国信息技术产业崛起

我国信息产业的发展现状不容乐观。20 年来,国内的信息产业除了在科研开发、人才培养等方面做出了一定成绩,发展较快、取得较大成功的当属 PC 和程控交换领域。但从技术角度看,PC 行业仍未掌握 CPU 等主要关键技术,以产值而言,我国电子产业头 100 家企业的总和,尚不足 IBM 的 1/10,即使全国电子行业的总产值加起来只有 300 多亿美元,还不到 IBM 的一半,同时其中还是以加工业和家电产品居多,自己真正拥有知识产权的产品微乎其微^[1]。软

^{*} 本文是国家社科基金九五规划项目“支撑中小企业的信息管理与信息网络建设研究”的成果之一。

件产业也面临着考验,随着国外的软件产品汹涌而来,国内许多软件企业产品面对着激烈的竞争垮下来。信息产业发展的至关重要的因素之一应该首推有创意有市场的新技术,电子商务软件是最具有创意和市场潜力的技术。因此,中小企业发展电子商务对我国的信息产业,特别是软件产业有直接的、强大的推动作用。

2 网络建设——中小企业实施电子商务的关键

2.1 中小企业实施电子商务模式的选择

电子商务模式是指政府、企业和个人通过电子计算机与网络技术实现商业交换和行政管理的一种固定的模式。它包括 B-C 模式,即由企业直接通过网络销售给最终消费者的电子商务模式(Business to Customer,商家对消费者);它是利用计算机网络使消费者直接参与经济活动的高级形式;C-C 模式,即由消费者通过网络与另一消费者形成的销售行为模式(Customer to Customer,消费者对消费者);C-B 模式,即由消费者主动与厂家讲价,或通过集体议价把各地有同样需求的消费者集中起来统一和厂家砍价的模式(Customer to Business,消费者对商家);B-B 模式,即指企业间贸易的业务模式(Business to Business,商家对商家);B-B-C 模式,即厂商的商品及服务通过网络中介商再销售给消费者的模式(Business to Business to Customer,厂商-网络中介商-消费者)。该模式中网络中介商直接面对客户,把订单交给厂商来执行。

对中小企业来讲,B-B 模式应作为首要选择,这种模式是企业过去商务关系和商务活动的延续,交易双方身份比较明确,而且有较强的信息基础,每一单的交易额较大,最大限度地回避了目前电子商务所面临的三大瓶颈——网上认证、网上支付和配送。而且,电子商务由 B-C 向 B-B 转型是一种全球性趋势,它为中小企业更好地开展业务提供了更为广阔的空间。根据美国《商务周刊》公布的数字,1998 年美国企业间的电子商务是 B-C 业务的 5 倍,今后这一比例仍将扩大。采用 B-B 经营模式的美国 Viador 公司在创业短短四年间总市值即达 2 亿美元^[2]。B-B 是目前互联网上令人瞩目的新的利润增长点,也是传统企业发展电子商务的突破口。

2.2 中小企业实施电子商务的方法步骤

(1) 建立企业网站。中小企业实施电子商务的第一步就是建网,首先要注册企业的域名,企业可根

据自身情况选择有偿域名申请或免费域名申请。由于免费域名安全性和稳定性差,故中小企业要长期开展电子商务应选择前一种。其次要选择网站开办地点(通过选择网络平台服务提供商实现)和方式(如采用虚拟主机方式或托管方式)。第三要招揽信息技术人才,建立起企业竞争情报战略决策的支持体系。然后,企业要进行网页的制作。企业网站上应具有用户反馈表和电子邮件等相应功能。

(2) 对网站进行宣传推广。中小企业建立了自己的网站之后,还需进行广泛的宣传推广,提高客户对网站品牌的认知度。宣传途径主要有以下几种。一是在一些知名的搜索引擎网站上登记企业网址和产品关键字,经过注册,可使人们很容易找到企业网站并进入访问,从而了解企业的概况及所拥有的产品及服务项目。为了使网站更具吸引力,企业应注意随时修改主页内容。二是通过 E-mail 将企业的上网信息发送给客户,或是与其他网站通过交换广告建立连接。三是通过与同行业的企业联合上网,使宣传的效果更突出。对中小企业来讲,先按行业标准分类,再自由组合,联合租用数据专线上网可使宣传更有针对性和实效性。

(3) 实施交易。中小企业实施电子商务的目的是完成交易,但我国的电子商务刚刚起步,所有的交易都通过网上进行还不具备条件,因此需要中小企业从实际出发,建立一个适合本企业特点的交易体系。首先,中小企业可通过建立用户网上论坛收集用户信息,为今后进行交易打下基础。其次,在现阶段网上查询、网下交易仍将是主流。由于在线支付、物流配送、交易安全等条件还不健全,网上的交易规则、制度还不完善,所以中小企业要完成交易主要是通过主页查询商品信息,或以电话、邮寄的方式辅助完成交易或交易双方直接交易。

3 影响中小企业电子商务发展的主要因素

3.1 技术环境

中小企业要想从传统的贸易方式过渡到电子商务方式,就必须具备相应的技术条件和环境。从技术上看,我国软件产业生存与发展环境并不理想,“中、小单元高技术”产业的“泛生境”存在严重不足,不利于电子商务软件产业的形成和发展。“泛生境”中高技术风险资金的匮乏,成为电子商务软件产业健康发展最严重的阻碍,众多民营小公司的电子商务软件技术胚难以真正转化为完善的产品。从环境

上看,中小企业电子商务的实施还要有一个良好的商业标准化环境,而要确保网上贸易畅通无阻,则需要银行、商家和用户三者的密切配合。同时要改造企业的内部环境,使其内部的作业流程程序化、规范化。目前,由于我国的银行电子化水平不高,技术相对落后,安全性差,银行网只能相对封闭,缺乏满足电子商务要求的交易费用支付、结算手段,而电子现金目前在技术上还不成熟。

3.2 安全隐患

电子商务系统的安全直接关系到电子交易各方的利益,其安全技术主要包括:数据的安全保证(数据加密)、交易的安全保证和支付的安全保证。我国的信息安全保密体制尚不健全,计算机专家在网上银行的安全问题上虽然采用了多种措施,但仍无法阻止网络黑客的攻击。由于种种风险的存在,使各方当事人对因特网上从事电子交易疑虑难消。尤其是我国电子商务刚刚起步,中小型电子商务网站存在的安全隐患最大,它们大都没有自己的独立服务器,一般是与别人共享互联网服务器,由此就需要别人为其提供硬件存储的支持。由于电子商务对技术的依赖性很强,所以对“黑客”攻击以及国外利用技术手段侵入应有所防备。

3.3 消费习惯

我国居民的消费正逐步呈现个性化倾向,电子商务为消费者和商家提供了多种选择机会。但消费者、商家的消费观念和消费习惯阻碍了“网络经济”的迅速形成和发展,影响了中小企业电子商务的效益。目前我国仍处于“大众消费时代”,“一手交钱,一手交货”的传统交易方式仍然盛行。尤其是消费者在购买高价商品时,更要眼观为实。这种传统的购物心理很大程度上妨碍了网络上经营高价商品,使中小企业电子商务的应用及电子商务软件市场受到限制。

3.4 企业信息化

我国企业信息化程度和网络普及率较低,企业用于信息技术和设备投资累计仅占总资产的 0.3%,与发达国家大企业 8%~10%的水平相距甚远^[3]。在 15000 家国有大中型企业中,大约只有 10%左右的企业基本上实现了信息化或运用信息手段较好^[4]。小型企业的信息化或是得不到应有的重视,或是因资金、人才等因素而无法开展,其信息化比率较大中型企业更低。而美国在过去两年中,中小企业上网比例已由 19.7%猛增到 41.2%。2001 年全美 30%的中小企业设立自己的网页,36%的企业将开展网上销售业

务^[5]。我国现在许多中小企业上网积极性不高,不重视信息化建设,导致在竞争中失利。

4 中小企业电子商务发展应注意的问题

4.1 商业信用问题

中小企业要想发展电子商务,就必须注意商业信用问题,尤其是在我国商业信用机制还不完善的情况下,应注意规避风险。欧美发达国家买卖交易完全围绕着“第三方”商业银行这个中心运作,而在我国,买卖的过程基本上是买卖双方的事情。虽然我国要求企业之间交易一定要通过银行转账或电汇的方式进行,但是这种做法的主要目的是加强国家对工商业的监督作用,商业银行对于双方的交易不承担任何责任和风险,也就是说对于双方的利益并没有任何形式的保护。所以,在交易中先付款,还是先交货,中小企业要根据交易对象的商业信用程度和具体情况来定。

4.2 投资收益率问题

电子商务在给人们提供机会的同时也可能会带来新的风险,中小企业对此应有充分认识,要关注投资效率。目前,我国的网上用户数量并不多,上网销售的产品有一定的局限性,企业站点被用户在漫游中发现偶然性较大,这些都会影响企业的投资收益率。据有关人士分析,在我国,电子商务理应节省 76.59%的交易费用,但实际上只节省了 11.61%,这说明我国电子商务的效益潜力只发挥了 15.16%^[6]。因此,中小企业开展电子商务,一方面注意多采用 B-B 模式进行业务交易,这样不仅可明确交易方的身份,减少风险,而且每一单的交易额较大,投资效率也较高;另一方面可发挥自身的灵活优势,有针对性地开展电子商务。

4.3 法律问题

中小企业在开展电子商务活动时还必须考虑到电子商务法律法规问题。对于因特网电子商务,目前除美国制定了较相应的法律法规,其他国家在这方面进展较慢,相应的法律法规极不健全,特别是在国际贸易方面问题就更多,主要集中在电子支付问题、电子交易的伪造、变造、更改与涂销问题、电子支付权利问题等方面。中小企业要健康快速发展电子商务,就必须熟悉了解国内外的电子商务法律法规。

4.4 货币及支付方式问题

货币及支付方式问题是中小企业实施电子商务的关键,尤其是在跨国电子交易中,要(下转第 51 页)

电子书,及时组织应用培训班,使读者认识到它的优越性和发展趋势,消除畏惧感和陌生感,让读者在实际使用中得到切实的好处,从而改变固有的观念。

参考文献

- 1 缪其浩.电子书之父谈电子图书和人类阅读方式变革.文汇报,2000-10-14(10)
- 2 孙晓梅.论电子出版物对图书馆的影响.信息管理导刊,2001,14(2)
- 3 赵培云.我国数字图书馆建设面临的法律问题及对策.图书情报知识,2001(1)
- 4 管计锁.论传统图书馆向数字图书馆过渡时期的资源建

设.中国图书馆学报,2001(2)

- 5 Technology: Readyng readers for the ebook. Asiaweek, 1998, vol. 24, no. 44, pp. 58
- 6 Terry, Ana Arias. Demystifying the Ebook: What is it, where will it lead us, and who's in the game. Against the grain, 1999, vol. 11, no. 5, pp. 18

肖沪卫 上海图书馆、上海科技情报研究所信息咨询与研究中心副主任,高级工程师。通讯地址:上海淮海中路1555号。邮编 200031。

潘洁毅 上海图书馆、上海科技情报研究所教育培训中心工程师。通讯地址同上。(来稿时间:2002-04-01)

(上接第 46 页)了解交易方国家的货币体系。由于不同货币间的汇率在不断变化,所以中小企业在网上购货交易时,应了解对方国家的销售者的产品报价折合本国货币是多少,这个问题不能忽视,它直接影响企业的收益。此外,在电子支付中存在若干种支付方式,中小企业应根据具体情况来选择。

5 中小企业电子商务发展的对策

5.1 加快中小企业信息化建设

信息化建设是中小企业电子商务发展的必要条件,是提高企业劳动生产率的重要手段。中小企业领导应高度重视信息化建设并积极参与。在建设可根据中小企业的实际情况按轻重缓急程度,分期分批实施,要立足于企业长远发展,避免盲目。中小企业信息化建设是一种长期行为,如果操之过急,短期投入过大,势必造成中小企业经营困难。从国际中小企业发展形势上看,开展电子商务,逐步推进信息化,加快向无纸贸易进军的步伐,是中小企业摆脱困境的惟一出路。

5.2 重视企业经济安全

IBM 负责电子商务的主管曾说:“现在谁也不说不清进入电子商务是否正确,但有一点是肯定的,不搞电子商务肯定是不正确的。”这句话在指明中小企业电子商务和信息网络建设发展方向的同时,也提醒人们不能忽略网络安全。来自信息系统内部、外部的非法入侵都将更加隐蔽,如果商业机密被盗取,信息系统被破坏,大批数据丢失,都将对中小企业的生存带来严峻考验,使之在竞争中处于不利地位。因特网电子商务的安全性问题目前已成为大家关注的焦点,如何保证商业秘密不被泄露、电子签名的准确

性、数据库的保密性以及网络交易系统的健康有序地运行等都是不容忽视的关键所在。

5.3 注重电子商务人才的培养

我国中小企业电子商务发展的一个很大障碍就是人才。由于传统的就业观念和工资待遇等因素的影响,许多大学生和技术人才不愿意到中小企业工作,致使中小企业人员素质较低,对信息技术领悟和掌握程度差,没有或少有专业的信息技术人才,这是造成中小企业电子商务实施和信息网络建设困难的症结所在。我国加入 WTO 后,面对外国企业和国内大型企业资金和发展优势,中小企业的电子商务人才缺乏问题更加突出。中小企业不能坐等观望,要加快培养现有人员,提高信息技术水平,或引进信息技术人才,为企业电子商务实施提供人才和技术保障。

参考文献

- 1 马庆国等.电子商务技术及其在我国的发展战略探讨.科研管理,1999(4)
- 2 李振东.探索电子商务模式.云南经济管理干部学院学报,2000(3)
- 3 陈伯华. WTO 条件下我国发展电子商务的对策.云南财贸学院报,2001(1)
- 4 范智华.现阶段发展电子商务需解决的几个问题.经济师,1999(11)
- 5 杨路明.中国加入 WTO 的电子商务发展对策.思想战线,2001(4)
- 6 王爱华.走进 WTO 的中国互联网业.东北亚论坛,2001(1)

孟雪梅 黑龙江大学信息管理学院副教授,图书馆学系主任。通讯地址:哈尔滨市南岗区学府路 74 号。邮编 150080。(来稿时间:2002-06-19)