

[DOI]10.12315/j.issn.1673-8160.2021.26.007

# 浅析电子商务环境下中小企业竞争力的提升策略

陶珏琳

(江宁高等职业技术学校,江苏 南京 211100)

**摘要:**进入21世纪以后,伴随着信息技术的不断发展,电子商务以网络经济的主流商务方式,对传统企业的经营环境带来了极大的冲击。中小企业是市场经济的重要主体,在长期的市场竞争中一直处于劣势地位,而电子商务的产生,为其市场竞争水平的提高提供了良好契机。在电子商务环境下,中小企业如何利用电商的优势提高自身市场竞争力,满足自身发展,是每一个中小企业需要思考的重要问题,本文将对此进行分析。

**关键词:**电子商务;中小企业;竞争力;提升

在电子商务环境下,中小企业的交易方式发生了极大改变,不仅扩大了中小企业的市场覆盖范围,同时也降低了企业的生产成本,为企业的良好发展提供了良好的机会。由于中小企业在实施电子商务时,也面临着各种风险,如果操作不当,就会影响到中小企业的生存,所以在这种情况下,必须客观的探索适合中小企业发展的电子商务策略,从而全面加强中小企业的市场竞争力,保证中小企业可以健康、持续、快速的发展,发挥其在经济舞台上的作用。

## 一、电子商务对中小企业市场竞争力的影响

### (一)缩短与大企业的差距

在电子商务下,中小企业可以将自己的业务推广到整个中国市场,乃至世界,能与大企业在同等环境下竞争,极大地缩短了与大企业之间的差距。电子商务环境下,行业传统的“大鱼吃小鱼”竞争模式转变成了“快鱼吃慢鱼”竞争方式,也就是说企业要想在市场中具有良好的竞争力,就需要为消费者提供“零等待时间”的商务环境,要时刻更新自己的网站内容,要以秒来衡量自身的信息上传速度,一旦获得信息优势,就能比竞争对手更快的做出决策。企业在获得订单后,就可以做出快速反应,迅速以低成本采购原材料,完成产品生产、加工、仓储、配置,并及时将产品交给客户。<sup>[1]</sup>

### (二)降低企业经营成本

对于中小企业,由于其经营规模比较小,无法与大企业一样拥有充足的资金,从而制约了其发展壮大。在电子商务环境下,中小企业可以充分利用网络的优势,在虚拟空间进行生产运营,直接跳过了漫长时间积累资本的过程,极大地提高了资金利用效率。其关键点在于经营成本、采购成本得到了有效地降低,如中小企业能利用网络与客户进行直接联系,洽谈、协商相关业务,减少了中间的各项联系费用,同时也节省了中间各个环节,中小企业能直接面对原材料供应商、客户,减少了采购成本、营销成本。在企业生产经营活动中,“零库存”是企业最高的经营境界,在过去中小企业要想实现“零库存”几乎很难,而电子商务为其提供了良好的契机。在电子商务下,中小企业能根据客户订单进行原材料采购、产品生产、营销,不再需要提前购买原材料,节省了大量材料费用、管理费用,加快了资金流动,也为中小企业的快速发展提供了良好保障。<sup>[2]</sup>

### (三)扩大市场占有率

在电子商务环境下,中小企业可以随时随地的了解客户的需求,根据客户实际情况进行经营战略调整,并为客户提供

个性化、差异化的产品服务,形成自身独特的产品、服务,竞争对手难以替代自身的产品和服务,这就为中小企业的市场竞争带来极大帮助。同时电子商务可以为客户全天候地提供服务,企业能及时地与客户进行互动、交流,解决客户存在的疑问。此外,中小企业还可以利用电子商务与上下游企业进行贸易交流、业务沟通,能保证信息的及时共享,减少了中间环节,削弱了信息障碍,通过一条龙服务,让客户的消费行为变成一种娱乐、享受,这个过程都十分轻松,为客户提供了方便,也为企业自身的发展提供了新的渠道。

## 二、中小企业发展电子商务化面临的影响因素

对中小企业来说,在发展电子商务时,面临的最大影响因素在于:

(1)市场竞争带来的挑战。电子商务虽然能为中小企业提供一个以世界市场为目标的发展环境,但是这一个市场是虚拟存在的,同时其竞争远远比真实的市场竞争更加激烈,在真实的市场中,竞争对手只有国内企业,而在虚拟的市场环境下,竞争对手是整个世界的厂商,竞争程度可想而知。电子商务环境具有成本低、效率高、互联网全天性等特点,这也导致电子商务中的不正当竞争行为危害更大,如经营垄断、假冒产品、虚假宣传等。电子商务环境中的独特不正当竞争,如假冒他人注册商标,利用网络技术及他人的商业优势,来提高自身虚假产品的知名度,不仅扰乱了市场秩序,同时也对消费者、经营者的合法权益造成了侵害,这对于中小企业来说,无疑是极大的挑战。<sup>[3]</sup>

(2)缺乏专业人才。对于中小企业,在发展电子商务过程中,其最大的制约因素就是缺乏专业的人才,在我国电子商务的发展时间还比较短,从事于电子商务活动的人才还比较少,加上中小企业在薪资待遇、社会福利等方面无法与大型企业对比,很多专业的电子商务人才更加倾向于大型企业,不愿意到中小企业就业,即便是在中小企业就业,也会出现工作没多长时间就跳槽离职的情况,这就极大地限制了中小企业电商发展。

## 三、中小企业利用电子商务提升竞争力的策略

### (一)积极转变观念

在势不可挡的电子商务发展潮流面前,企业要想进一步占据市场,提高自身市场竞争力,就需要树立良好的电子商务观念。因此,在实际中,中小企业必须更新自身的观念,提高对电子商务的认识程度,要意识到电子商务在树立自身品牌形象,展示自身产品,提高自身产品知名度方面的作用。要

明白电子商务不仅仅是一种技术,还是企业寻找新的合作伙伴,拓展市场的重要途径,对于电子商务,不仅包含了网络交易,同时也关系到“供、需”等整个环节。此外,中小企业也应该意识到,电子商务的发展并非是越早越好,它与企业自身的发展需求、员工素质、企业投资能力等有很大关联,不能盲目求成,也不能错失良机。由于企业的经营者的综合素质会对电子商务的开展情况带来直接影响,所以企业经营者需要积极地参与电子商务相关培训,提高对电子商务的了解,并充分意识到电子商务对自身企业发展的优势,在实际实施过程中,要注重对企业中层管理人员进行培训,使其能准确、科学的利用电子商务开展各项活动,保证中小企业电子商务系统的良好运作,为企业市场竞争水平的提高打下基础。<sup>[4]</sup>

#### (二)加强网站建设

良好的企业对外网站可以有效提高企业的对外形象,提高企业产品知名度,有利于企业市场竞争力的提升,因此,在实际中,中小企业还应该加强自身网站的建设。首先,中小企业应该进一步加强自身的信息化建设水平,实现企业业务流程的电子化、网络化,利用企业内部信息化系统实现企业管理的自动化、现代化。其次,中小企业可以加强与大型网站的联盟、合作,利用大型网站的客户群优势,开辟本企业的网上专卖店,获得“借鸡生蛋”的效果。就目前而言,我国电子商务联盟可以分成纵向联盟、横向联盟两种情况,考虑到中小企业的实际情况,可以选择横向联盟方式,也就是将不同对手的电子商务平台整合成一个大的平台,减少同种资源在不同环节的重复分配,为各个联盟新成员提供新的采购、生产、决策指引。这种模式有利于中小企业针对性的制定生产经营方案,能提高产品的个性化,促进了市场竞争力的提升。<sup>[5]</sup>

#### (三)加大人才培养力度

从中小企业的当前情况看,为了进一步提高自身的市场竞争水平,需要全面加大电子商务人才的培养力度。从岗位情况看,电子商务人才必须是国际型、综合型、高素质型复合人才;在知识结构上,不仅要具有专业的知识,还需要紧跟时代步伐,具有全新的知识视野,同时要具有良好的效益观念、创新精神,要做到一专多能。在日常生产活动中,中小企业需要注重对电商人员进行培训,提高其电子商务知识,加深其对电子商务、计算机、网络等的认识,并结合当前电子商务人员的实际情况,加强与外界培训机构合作,借用外界培训机构的力量,进行本企业人才培养。此外,中小企业还可以加强与高校的合作,借用高校的知识库,为企业员工培训提供相应的理论指导,同时也可以让高校的学生到本企业进行岗位实习,并鼓励学生留在本企业进行发展,这样能快速提高中小企业的电子商务人员综合素质水平,有利于企业市场竞争水平的提高。<sup>[6]</sup>

#### (四)实施差异化战略

对于差异化战略,主要是指在进行企业生产经营活动时,为客户提供一种客户认为很重要,同时又是其他竞争对手无法代替的产品、服务,是一种有效避开竞争对手的发展战略,对于中小企业的发展有很大的帮助。中小企业在实施差异化战略时,需要时刻掌握全局动态发展情况,要结合市场动态,谨慎的做出反应,同时要做到以最小的投入获取最大报酬。在新时期下,伴随着社会经济的快速发展,越来越多的竞争对手加入电子商务中,以往靠成本领先获取竞争优势的中小企业已经迎来了新的挑战,新技术、新产品的出现,不仅加剧了

市场竞争激烈程度,同时也使得中小企业很难依靠成本领先来维持自身的市场地位。在这种情况下,中小企业就需要静下心来对消费者的需求特点进行全面分析,实施差异化战略,为消费者提供更多差异化、个性化的产品服务,这样才能吻合消费者多样化、个性化的消费欲望,才能进一步促进中小企业市场竞争水平的提高。<sup>[7]</sup>

#### (五)提高顾客满意度

在激烈的市场竞争环境下,顾客满意度无疑是提高企业市场竞争水平的重要指标,因此,在实际中,中小企业应该充分利用电子商务的优势,及时将自身产品、技术、订货等相关信息公布在企业网站上,让顾客可以随时随地地根据自己需求了解企业信息,企业本身可以有更多充足的时间处理复杂问题,维持与客户的关系,同时也能针对客户提出的疑问进行高效率回答,提高了客户的满意度。同时,对于不同的客户,其对产品服务的需求是存在一定差异的,所以,企业还应该充分利用电子商务平台,对客户群体进行分类,分析其消费需求,了解其消费心理,针对性提供服务,提高客户的忠诚度。此外,中小企业还可以为客户提供会员服务,建立相应的会员环境,积极主动的与客户进行联系,如提供免费的信息提醒、自动发送最新研究产品,还可以将客户的生日、重要日期记录在企业客户数据库中,定期为客户提供礼品服务,提高客户的忠诚度、满意度,为企业今后的健康发展打下良好基础。<sup>[8]</sup>

#### 四、结语

伴随着互联网技术的发展,国家对电子商务的支持力度也越来越高,电子商务对中小企业的发展有十分深远的影响。在今后的商务活动中,要么电子商务,要么无商可务,中小企业需要充分意识到这一点,充分利用电子商务的优势,选择正确的合作伙伴,创新电商营销活动,从而为企业带来更多的经济效益,满足中小企业的发展需求。

#### 参考文献

- [1]钱翩翩,南楠.电子商务对中小企业的影响力问题研究[J].福建质量管理,2019(19).
- [2]李瑛.基于跨境电子商务的中小企业竞争力研究[J].品牌研究,2020(05).
- [3]赵鹏凯.电子商务对中小企业发展的影响分析[J].商情,2020(01).
- [4]伍颖超.互联网时代背景下中小企业电子商务的发展策略研究[J].商讯,2019(04).
- [5]朱传洁.跨境电商背景下我国中小企业如何提升外贸竞争优势[J].西部皮革,2020(08).
- [6]李美娟.跨境电商时代中小企业核心竞争力的提升措施[J].投资与合作,2020(06).
- [7]韩佩芸,魏周思宇,李明芳.中小企业电子商务发展存在的问题[J].现代经济信息,2019(04).
- [8]程开雨.跨境电商背景下中小企业的核心竞争力研究[J].科技经济导刊,2019(19).

作者简介:陶珏琳(1986-),江苏人,硕士研究生,助理讲师,研究方向:工商管理。