中小电子商务企业经营管理研究

赵阳

阳光学院， 福建省福州市 350000

摘要：在数字经济浪潮的推动下，中小电子商务企业作为市场活力的重要组成部分，正以前所未有的速度成长与变革。这些企业不仅承载着促进就业、激发市场创新的重任，更是推动经济转型升级的关键力量。然而，面对快速变化的市场环境和技术迭代，中小电子商务企业在经营管理上面临着诸多挑战与机遇。本研究旨在深入探讨中小电子商务企业经营管理的现状、问题及发展趋势，通过研究，为企业提供可行的管理策略与优化路径，助力其在激烈的市场竞争中稳步前行，实现可持续发展。

关键词：中小电子；商务企业；经营管理

DOI:10.69979/3041-0673.24.2.045

前言：

随着互联网技术的飞速发展和普及，电子商务已成为中小企业发展的重要驱动力。传统经营模式下，中小企业面临着市场覆盖有限、运营成本高昂及信息不对称等挑战。电子商务的兴起，不仅打破了地域限制，拓宽了市场边界，还通过数字化手段提升了运营效率，降低了成本。然而，中小电子商务企业在经营管理中仍面临诸多困境，因此，深入研究中小电子商务企业的经营管理策略，探讨其如何有效利用电子商务平台和技术优势，优化资源配置，提升竞争力，对于促进中小企业健康、可持续发展具有重要意义。

1. 中小电子商务企业经营管理现状分析

随着信息技术的飞速发展与消费者行为模式的深刻变迁，购物活动已从传统的线下实体店铺逐渐转移至线上电商平台，这一转变不仅重塑了零售业格局，更为电子商务领域注入了前所未有的活力与动力。在我国，中小电子商务企业如同雨后春笋般迅速涌现，它们凭借灵活的经营模式、敏锐的市场洞察力和对消费者需求的快速响应，在激烈的市场竞争中占据了一席之地。然而，随着企业规模的快速扩张，一个不容忽视的问题逐渐显现：企业管理水平的提升速度远远滞后于企业的发展速度。这种不匹配导致了中小电子商务企业内部管理乱象频发，运营机制难以跟上企业发展的快节奏。企业领导者和管理者常常陷入两难境地，既不明确何时应给予奖励、奖励的额度应如何设定，也不清楚何时该实施处罚、处罚的力度应如何把握。由于缺乏科学的管理制度和有效的管理工具，其往往只能凭借个人经验和直觉进行决策，这无疑增加了企业的运营风险。此外，电子商务行业的特殊性也加剧了员工管理的难度。由于工作环境的高度虚拟化，员工面对的是无形的商品和远程的顾客，这种工作方式虽然便捷高效，但也容易让员工产生疏离感和不安全感，难以形成强烈的归属感和忠诚度。因此，中小电子商务企业普遍面临着员工流动性高、人才流失严重的问题。许多新员工在掌握了一定的电商技能后，便选择跳槽到薪酬更为优厚的企业，这无疑对企业的稳定发展构成了严峻挑战。

2. 中小电子商务企业经营管理面临前所未有的挑战

2.1 电子商务企业管理制度不够健全

在我国，中小电子商务企业的阵营中，民营企业占据了主导地位，其中不乏源自乡镇的创业尝试，更有不少是初出茅庐的大学生带着满腔热血与梦想创立的小型电商企业。这些企业的创业者，大多是一群满怀激情与理想的年轻人，其勇于探索，敢于创新，但在企业管理的成熟度和制度建设上，往往显得力不从心。由于资金和资源有限，加之对短期业绩的迫切追求，许多企业在制度建设上的投入显得捉襟见肘，管理者更多地依赖于个人魅力和经验进行决策，这种管理方式虽充满灵活性，却也伴随着不稳定性和风险性，难以支撑企业的长期可持续发展。此外，中小电子商务企业在市场竞争中普遍面临的一个挑战是管理水平的不足。与大型企业相比，这些企业在经营管理上往往缺乏科学性和系统性，过于依赖人际关系的协调，而忽视了标准化、规范化、制度化和程式化的管理体系建设。这种管理模式不仅限制了企业的运营效率，也削弱了其应对市场变化的能力，使得一部分中小电商企业在激烈的市场竞争中显得力

不从心。更为严重的是，由于企业内部沟通机制的不健全和管理者对员工的信任缺失，员工与企业之间的隔阂日益加深。管理者往往担心员工在工作时间内从事私人事务，这种不信任感不仅挫伤了员工的工作积极性，也削弱了企业的凝聚力和团队意识。员工在缺乏归属感和责任感的环境下工作，自然难以形成强大的团队合力，共同推动企业向前发展。

2.2 有效的科学发展战略非常缺乏

在中小电子商务企业的日常运营中，经营者们往往过于聚焦于战术层面的细节，将大量精力倾注于商品的视觉呈现上，认为精美的图片是吸引消费者的不二法门。其精心策划每一场视觉盛宴，从商品拍摄到后期处理，无不力求完美，力求将网店装扮得豪华而诱人。同时，为了在众多竞争者中脱颖而出，其不惜重金投入平台推广，力求在消费者打开网页的第一时间便能捕捉到自家商品的身影。此外，雇佣团队专门负责提升网店流量、刷取好评等短期行为，也成了其常用的战术手段。然而，这种过分强调战术而忽视战略的经营模式，使得中小电子商务企业在追求短期利益的同时，忽略了企业的长远发展。其缺乏明确的企业战略和长期规划，往往被市场的短期波动所左右，难以形成持续的核心竞争力。更为严重的是，一些经营者为了眼前的蝇头小利，不惜牺牲企业的声誉和消费者的信任，采用虚假宣传、以次充好等手段，严重损害了电子商务行业的整体形象。当顾客满怀期待地收到商品，却发现实物与图片大相径庭，质量远未达到预期时，失望与愤怒可想而知。而面对顾客的投诉与不满，部分商家非但不积极解决，反而采取骚扰、恐吓等极端手段，进一步加剧了消费者与企业之间的对立情绪。这种短视的经营行为，不仅损害了消费者的合法权益，也为企业自身埋下了深重的隐患。

2.3 专业人才和资金支撑得不到保证

在信息化时代，市场的竞争核心已悄然转变为人才的竞争。然而，对于大多数尚处于发展初级阶段的中小电子商务企业而言，这一转变尤为严峻。由于企业在社会认知度、工作待遇及职业发展路径上存在的局限性，往往难以吸引并留住那些具备高素质、高技能的专业人才。即便偶尔能引进科班出身、技能卓越的电子商务精英，也常因企业内部福利待遇不足、激励机制缺失而难以长期留任，导致企业难以构建稳固的人才梯队和核心竞争力。人才短缺的困境，直接制约了中小电子商务企业在技术创新、产品开发、经营管理等方面的进步。缺乏核心竞争力和专业技术能力，使得企业在面对市场变化时显得尤为脆弱，难以持续推出具有独特竞争力的产品或服务，更难以在经营管理上实现突破与创新。此外，中小电子商务企业在融资方面也面临重重困难。受限于企业规模、资金积累及信用担保能力，它们往往难以通过传统金融机构贷款或证券市场融资，这进一步限制了其在市场扩张、品牌形象塑造等方面的投入与努力。因此，在市场占有率上，中小电子商务企业往往处于劣势，不得不采取跟随市场策略，聚焦于小众细分市场，以补缺者的姿态寻求生存与发展。

3. 中小电子商务企业经营管理水平的提升策略

3.1 中小电子商务企业应加速技术进步和结构调整

在推动中小电子商务企业向人力资源型、技术密集型产业转型的过程中，地方政府的角色至关重要。为了增强这些企业的整体竞争力，政府应采取一系列积极措施，不仅要在政策层面给予扶持，还要在资源配置、环境营造等方面发挥引导作用。政府应鼓励中小电子商务企业积极参与行业标准的制定，这不仅能提升企业在行业内的话语权和影响力，还能促进整个行业的规范化、标准化发展。同时，政府应大力倡导技术创新，为具有专业技术优势的企业搭建展示平台，通过政策激励和市场引导，激发企业的创新活力。金融机构作为经济发展的重要支撑，也应积极参与到中小电子商务企业的技术创新中来。通过提供专项贷款、风险投资等金融支持，帮助这些企业克服资金瓶颈，加速科技成果的转化和应用。此外，金融机构还可以与风险投资机构合作，共同挖掘具有潜力的创新项目，为中小电商企业的成长注入强劲动力。为了营造更加良好的技术创新环境，地方政府需从多方面入手。一方面，要引导企业树立技术创新的主体意识，鼓励企业加大研发投入，建立完善的创新机制；另一方面，要完善财政、税收、金融等配套政策，为企业的技术创新提供全方位的支持。此外，政府还应加强公共技术服务平台的建设，特别是在产业集群和具有产业优势的地区，通过建设设计、信息、研发、实验、检测、咨询、培训等多元化服务平台，促进产学研深度融合，加速科技成果的转化和应用。值得注意的是，中小电子商务企业在追求技术创新的同时，还需密切关注经济形势的发展变化。面对复杂多变的市场环境，企业需加强市场调研和预测分析，灵活调整产品结构和竞争战略，以适应市场需求的变化。同时，企业还应注重开发高附加值产品，提升产品的核心竞争力和市场占有率。

3.2 中小电子商务企业应全面实现经营管理规划建设

在当前快速变化的市场环境中，中小电子商务企业若想实现可持续发展，必须深刻认识到管理制度与企业文化优化的紧迫性，以及与大企业协同共进、强化诚信建设的重要性。企业文化作为企业的灵魂，其内涵应涵盖核心价值观、企业精神、经营理念及持续的创新意识。企业应致力于构建一种积极向上的文化氛围，让员工在认同与归属中激发工作热情与创造力。这要求企业不仅要在战略层面高瞻远瞩，更要在管理制度、组织结构及品牌建设等方面下足功夫，确保每一项决策都能体现企业的独特理念与愿景。尤为关键的是，企业管理层需以身作则，成为制度执行的典范，确保制度面前人人平等，树立公平公正的企业形象。中小电子商务企业应积极寻求与大型企业的合作机遇，通过资源共享、优势互补，实现共赢发展。与淘宝、京东等大型电商平台合作，可以借助其庞大的用户基础和成熟的运营体系，快速提升品牌知名度和市场占有率。同时，与大型传统生产企业的紧密合作，则能确保商品质量稳定、供应链可靠，为企业的长远发展奠定坚实基础。此外，诚信建设是中小电子商务企业不可忽视的基石。在法治社会背景下，企业应严格遵守法律法规，坚持合法经营，积极履行社会责任。通过加强内部管理，提升信用意识，中小电子商务企业能够增强自身在金融市场中的信誉度，吸引更多投资与合作机会。更重要的是，诚信经营是企业赢得客户信任、建立长期合作关系的关键，是企业在激烈的市场竞争中立于不败之地的根本。

3.3 中小电子商务企业应实现信息化战略

在复杂多变的市场环境中，中小电子商务企业若要稳健前行，制定并执行一套清晰、前瞻的发展战略显得尤为重要。这一战略不仅是企业航行的灯塔，更是引领其在波涛汹涌的商海中破浪前行的指南针。对于广泛分布于工厂周边、城市及偏远郊区的这类企业而言，它们往往以专精特新的姿态，深耕于某一技术领域或产品类别，展现出卓越的产业水平和行业领先地位。这些企业在产品设计、生产工艺、质量保证及生产效率等方面精益求精，力求达到最佳状态，从而在行业内树立了标杆。在此背景下，战略管理成为中小电子商务企业生存与发展的关键驱动力。它们需充分利用自身在某一领域的专长，依托信息共享与信息化优势，构建独特的竞争优势。这要求企业不仅要关注眼前的市场动态，更要具备洞察未来的战略眼光，灵活调整策略以适应外部环境的变化。为在激烈的市场竞争中脱颖而出，中小电子商务企业必须主动拥抱变化，明确战略发展方向，强化人力资源管理，特别是针对高技能电子商务人才的培养与引进。通过构建完善的培训体系、激励机制和晋升通道，吸引并留住优秀人才，为企业的长远发展奠定坚实的人才基础。同时，企业还应注重提升核心竞争力，不断创新产品和服务，以满足消费者日益多样化的需求，从而在市场中占据一席之地。

结束语

综上所述，在探讨中小电子商务企业经营管理的研究之旅中，我们深刻认识到，面对日新月异的市场环境与消费者需求的多元化，这些企业不仅需要具备敏锐的市场洞察力，更需构建起以技术创新为核心，人力资源为支撑的可持续发展模式。通过优化内部管理结构，强化企业文化与品牌建设，中小电商企业能够逐步提升自身竞争力，在激烈的市场竞争中占据一席之地。随着数字化转型的深入与全球经济的进一步融合，中小电子商务企业将面临更多机遇与挑战。我们期待这些企业能够继续秉持创新精神，勇于探索未知领域，不断提升经营管理水平，实现跨越式发展。同时，政府、金融机构及社会各界也应持续给予关注与支持，共同为中小电子商务企业的繁荣发展营造良好的外部环境。

参考文献

[1]陈剑.创业型中小电子商务企业的经营管理策略研究[J].企业改革与管理，2023(10):91-93.

[2]张德顺.我国中小企业经营问题及对策研究[J].内蒙古煤炭经济，2018(1):2.DOI:CNKI:SUN:LMMT.0.2018-01-037.

[3]蔡苹.对我国中小电子商务企业经营管理的相关探究[J].企业改革与管理，2016(8X):1.DOI:10.13768/j.cnki.cn11-3793/f.2016.3031.

[4]杨兴.我国中小电子商务企业经营管理研究[J].东方企业文化，2014(8S):2.DOI:CNKI:SUN:DFQY.0.2014-15-158.

[5]万云星.基于电子商务的企业经营管理及其创新探究[J].现代商业，2018(15):2.DOI:CNKI:SUN:XDBY.0.2018-15-067.