

# 大数据背景下电子商务企业管理模式优化研究

■ 卢帅

(赤峰工业职业技术学院, 内蒙古 赤峰, 024000)

## 一、引言

近年来,随着科学技术的不断进步和发展,我国出现了很多跨境电子商务企业,跨境电子商务的发展也取得了一定的进步和成就。跨境电子商务主要是指不同国家和地区的电子商务主体通过互联网技术平台实现交流沟通、在线交易及支付账目等环节。在大数据的时代背景下,深入分析和研究跨境电子商务企业管理模式,不仅有助于提升跨境企业内部商品的核心竞争力,提高跨境电子商务企业的社会效益及经济效益,还有助于跨境电子商务企业的管理人员预测和决策未来的行业发展趋势。但是,由于大数据信息时代的发展具有双面性,当前我国还有很多跨境电子商务企业在管理过程中仍然面临着较多的困难和阻碍,具有较大的提升空间,需要企业在内部管理方面做出更多努力,有效促进跨境电子商务企业未来的可持续发展。

## 二、大数据技术的基本特点

大数据技术是一项特殊的网络技术,能够在短时间内快速搜集大量的数据信息,并同时进行处理、数据挖掘、分布式数据库等信息管理工作,形成具有大量的网络资源、快速的数据流转、多样的数据类型等特点的大数据技术。除此之外,大数据还具有可变性和复杂性等特点。其中,容量是指无论数据大小都能决定数据的价值性和真实性;速度是指大数据技术获取信息的速度;可变性是指在大数据进行信息处理的过程中,存在妨碍信息管理的因素;复杂性是指数据库信息的资源量巨大,信息来源渠道比较复杂;价值性是指运用大数据技术,以最低的成本创造最高的产业价值;真实性是指大数据内的庞大数据都是真实存在的,随时随地可供查阅,能够保证数据的可靠性。电子商务企业的管理模式结合大数据技术,能够有效获取客户的消费信息,构建合理的企业管理模式,扩大企业的发展规模,有效促进企业的可持续发展。

## 三、电子商务对于企业管理创新的重要作用

在电子商务模式的影响下,网络店铺不再受时空的限制,能够在一家店铺当中呈现更为丰富多样的商品,为消费者带来了更多的选择,在促进消费的

同时,也加快了商品的流动速度。但也正因如此,导致很多商品出现了质量下降或同质化问题,对市场的健康发展造成了不利影响。

居中

## 四、大数据视角下电子商务企业管理模式中存在的问题

### (一)大数据平台和网络建设投资不足,技术发展水平低

大数据平台是电商企业财务管理信息化建设的基础,建设大数据平台需要投入大量的资金,而且对技术要求高、研发风险大。但是我国目前在大数据平台建设方面的投入力度较小,且应用不足,这严重阻碍了大数据平台在电商企业财务管理信息化中的应用。此外,大数据平台在网络传输方面存在一定的局限性,限制了企业财务管理的信息化发展。

从我国电商企业的财务管理工作来看,虽然很多电商企业已经认识到大数据应用的重要性,而且也开始积极探索大数据在财务企业管理信息化建设中应用的具体对策,但由于各项技术尚不成熟,财务企业管理信息化建设水平整体偏低。与此同时,受到资金与技术的限制,大数据的服务范围较小。近年来,我国科学信息技术得到了快速的发展,大数据技术作为一种新型的网络技术进入到大众的视野中,多数电商企业的管理者对大数据的认知比较有限,因此,他们在选择大数据服务供应商时存在一定的盲目性,难以正确辨认大数据服务供应商的优劣。很多电商企业管理者错误地认为,使用人数最多的大数据服务供应商即为最好的。除此之外,大数据还处于发展阶段,仍需要进一步的开发,而这一过程中必须投入大量的成本,这在一定程度上会限制大数据的发展,同时增加了大数据发展所面临的风险。

### (二)交易及支付存在安全隐患,通关手续复杂

当前,我国众多的跨境电子商务企业内部在进行交易支付的过程中,经常使用信用卡和银行卡直接转账及第三方支付手段,其中第三方支付手段虽然能够在一定程度上提高交易支付的公开透明度,但是,由于第三方支付手段往往借助互联网信息平

台,加上互联网技术自身存在着一定的安全隐患,可能会出现交易信息丢失及泄露的情况,使得交易周期延长,加大交易支付平台的管理压力,可能对跨境电子商务企业及用户群体带来较大的经济损失。另外,由于较多海关并没有构建科学合理的通关制度体系,也没有积极完善和补充跨境电子商务管理机制,使得较多跨境电子商务企业投机取巧,不遵守海关制度体系的有关规定,加大了产品海关的输出率,使得跨境企业内部产品海关申报不合格,导致产品被滞留,消费者用户群体不能及时收到货物,加大了企业及消费者双方的负担和压力。

## 五、大数据背景下电子商务企业管理工作的具体措施

### (一)电子商务企业市场营销管理模式

在电子商务企业的发展过程中,市场营销部门的工作是整个企业的核心,支撑着企业发展,因此,需要合理规划市场营销模式,改革营销管理模式,企业应具体做到以下几点:第一,电子商务企业要运用大数据技术搜集客户的消费数据,分析客户的消费需求和消费爱好,确定客户的消费标签,通过不同的客户需求设置不同的消费标签,并针对客户的特点构建营销方案,为消费者提供良好的消费服务。第二,企业要帮助消费者确定消费方向和消费目标。基于网络技术的发展,电子商务企业的发展有效解决了消费者难以确定消费目标的问题,通过关键词搜索,可以让消费者随时随地、快速查找消费目标,企业可以结合大数据技术提供个性化服务。第三,电子商务企业应对客户消费情况进行追踪和分析,为消费者提供产品信息服务、售后服务及物流信息跟踪服务等,最终提升电子商务企业的市场营销水平。

### (二)提升大数据服务的安全性

财务信息的安全性对电商企业的发展有着直接影响。对此,电商企业必须高度重视财务信息的处理与储存问题。在电商企业财务管理信息化建设过程中,尤其需要注重大数据服务的安全性,具体可以从以下几个方面入手。第一,提高技术水平,加强对各种安全技术的灵活应用,保证在技术层面上提升大数据的可靠性与安全性,解决数据的储存问题。例如,电商企业可以研发各种防护软件,保证会计数据信息的安全性,设计相关的使用协议,确保各类会计信息数据得到更加全面的保护,避免黑客与病毒对数据安全造成威胁。第二,在挑选大数据服务商的过程中,企业要充分考虑自己的需求,

尽可能选择信誉优质的供应商,为电商企业财务管理信息化建设提供更加有力的安全保障。第三,从法律层面上,保护大数据服务。现阶段,我国在大数据技术方面的法律条例尚不完善,国家需要出台相应的政策措施,进一步规范大数据服务市场的秩序,营造良好的环境氛围,确保电商企业财务信息的安全性。

### (三)应用电子商务对企业管理进行创新的基础条件

随着网络信息技术的普及与应用,网络安全问题变得日渐严峻,相关数据被篡改、窃取、删除等问题非常普遍,甚至经常出现整个网络系统陷入瘫痪的情况,而这些问题都会为相关企业带来一定的损失。即便是设防严密的银行部门也曾发生过黑客入侵等问题,这种网络安全问题造成的危害,并非局限于受侵害过程中带来的资金损失,更多的是侵害之后的过程追溯及优化升级产生的额外成本。对电子商务企业来说,相关活动的顺利开展离不开安全的网络支持。虽然在科技不断发展的过程中,电子商务领域获得了更高的安全性保障,但仍有很多用户会在输入银行账号时会产生不同程度的担忧,甚至犹豫不决。由此可见,网络安全问题是决定电子商务交易能否顺利进行的前提条件。当前,很大一部分中小企业对于电子商务都有较大的兴趣,希望能够获得专业的技术与服务支持,构建安全的电商环境,对此,中小企业在选择合作方的过程中,除了要求合作方提供相应的网络容量,还应要求合作方具备较强的专业技术,以此确保电子商务的集成度与安全性。

## 六、结束语

大数据时代的来临对电商企业来说,一方面加速了自身的发展,另一方面也切实对电商企业的工作内容提出了新的要求和意见,带来了新的发展挑战。现如今的大环境、大趋势是迎接新时代来临的必要条件,也是历史发展至今的必然结果。因此,电商企业应该做到顺应新时代、新趋势,对发展的市场环境做出考察,同时结合电商企业自身的问题和具备的优点,洞悉发展趋势,有效运用大数据带来的优势,尽力规避风险,为加强企业管理做出贡献。

【作者简介】卢帅(1991—),女,内蒙古赤峰人,硕士研究生,讲师,赤峰工业职业技术学院,研究方向为企业管理。