

图书基本信息

书名：<<中小企业电子商务采纳-实施-评价影响因素及方法研究>>

13位ISBN编号：9787122135971

10位ISBN编号：7122135977

出版时间：2012-6

出版单位：化学工业出版社

作者：冯纛，梅强 著

页数：164

字数：225000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## 前言

在网络经济时代的全球化竞争中，中小企业走向电子商务是生存和发展的必然。

在当前经济全球化和激烈的市场竞争环境下，中小企业应更加重视和大力发展电子商务，围绕增强企业的核心竞争力和获利能力寻找适合的电子商务发展策略。

本书通过详细的理论分析和实证研究，探讨中小企业电子商务在采纳决策、具体实施、效果评价三个方面的影响因素、相互关系和应用方法，具有较强的理论意义和实践价值。

本书调查问卷的设计、发放与回收得到了江苏大学工商管理学院何有世教授、宋丁伟老师、胡桂兰老师、江苏大学财经学院王海军老师及MBA中心曹珊珊老师、杨生绅老师的大力支持，研究生徐占东、陈彩霞，本科生黄露娴、宋沫儒等多位同学也帮忙做了很多工作，此外，江苏大学管理学院领导和多位教授均对本书提出了指导和帮助，在此一并表示衷心的感谢！

在本书调研期间，得到了多家中小企业经理的大力支持，他们提供了大量企业电子商务发展的有用信息，使作者受益匪浅。

在此，感谢所有填写问卷并对本书的研究提供帮助和启迪的企业经理！

本著作出版由江苏大学专著出版基金及江苏省教育厅高校哲学社会科学研究基金（2011SJB630006）资助，在此表示感谢。

限于著者水平有限，书中不妥之处，敬请读者不吝指教。

著者 2012年3月

## 内容概要

本书综合运用系统科学、管理科学、计算机技术及行为科学的基本理论与研究方法,结合中小企业的实际情况,以采纳决策?成功实施?效果评价作为研究思路,构建了中小企业电子商务采纳?实施?评价影响因素的概念模型。

通过因子分析、结构方程模型等统计工具与方法,研究了中小企业电子商务发展的采纳决策因素、成功实施因素和效果评价因素及其三者之间的关系,并提出了政府、企业、技术三个层面的对策措施。

本书在理论分析与实证研究的基础上,构建了中小企业电子商务效果评价指标体系和采纳决策指标体系,提出应用灰色关联度分析及综合模糊评判两种方法分别对单企业及多企业的电子商务实施效果进行评价,提出应用EOWA/LHA算子及投影寻踪分类模型两种方法对中小企业电子商务应用进行采纳决策。

本书为中小企业提供了具体的切实可行的电子商务效果评价方法及采纳决策方法的指导。

本书可作为相关中小企业管理人员的工具书,也可作为相关电子商务从业人员及相关高校、科研院所电子商务研究人员的参考书。

书籍目录

第1章 绪论

1.1问题的提出和研究意义

1.2相关基本概念

1.2.1中小企业的界定

1.2.2 中小企业的特点

1.2.3电子商务的概念

1.2.4中小企业电子商务的主流应用模式

1.2.5中小企业电子商务的特点

1.3本书研究体系

第2章 国内外研究及相关理论

2.1国内外研究

2.1.1中小企业电子商务的采纳决策因素研究

2.1.2中小企业电子商务的成功实施因素研究

2.1.3中小企业电子商务的效果评价因素研究

2.2相关电子商务研究理论

2.2.1理性行为理论

2.2.2技术接受模型

2.2.3计划行为理论

2.2.4创新扩散理论

2.2.5技术?组织?环境框架(TOE)

2.2.6相关理论总结

2.2.7平衡计分卡

第3章 中小企业电子商务的现状

3.1中小企业电子商务发展的总体现状

3.1.1中小企业电子商务发展迅速

3.1.2多数中小企业具备开展电子商务的条件

3.1.3中小企业电子商务应用模式多样

3.2中小企业电子商务发展存在的问题

3.2.1我国中小企业电子商务应用尚处于初级阶段

3.2.2我国中小企业电子商务发展具有区域特征

3.2.3环境条件还有很多不成熟的地方

3.3中小企业电子商务发展的案例分析

3.3.1A科技发展有限公司情况

3.3.2B包装有限公司情况

3.3.3C环保设备有限公司情况

第4章 中小企业电子商务影响因素研究模型与理论假设

4.1中小企业电子商务的采纳?实施要素分析

4.1.1外部压力

4.1.2支撑环境

4.1.3管理者支持

4.1.4组织保障

4.1.5技术因素

4.1.6可感知的易用性

4.2中小企业电子商务的效果评价要素分析

4.2.1中小企业电子商务战略目标

- 4.2.2中小企业电子商务各个维度目标
- 4.2.3中小企业电子商务各维度的评价因素
- 4.3概念模型和研究假设
  - 4.3.1采纳决策的概念模型和研究假设
  - 4.3.2成功实施关键因素的概念模型
  - 4.3.3电子商务效果评价的概念模型
  - 4.3.4采纳决策、成功实施与效果评价因素三者的关系
  - 4.3.5变量之间的关系说明
- 第5章 中小企业电子商务影响因素实证研究
  - 5.1调研设计
    - 5.1.1实证研究的本质和方法
    - 5.1.2问卷设计过程
    - 5.1.3问卷构成
    - 5.1.4变量测量
  - 5.2数据收集和样本概况
    - 5.2.1数据收集
    - 5.2.2样本概况
  - 5.3项目分析和描述统计
    - 5.3.1项目分析
    - 5.3.2描述统计
  - 5.4探索性因子分析
    - 5.4.1探索性因子分析概述
    - 5.4.2采纳?实施因素量表中的探索性因子分析
    - 5.4.3效果评价因素量表中的探索性因子分析
  - 5.5结构方程模型概述
    - 5.5.1结构方程模型的基本概念
    - 5.5.2模型拟合度指标
    - 5.5.3验证性因子分析
    - 5.5.4高阶因子分析
  - 5.6信度和效度分析
    - 5.6.1信度和效度概述
    - 5.6.2采纳?实施因素量表的信度和效度分析
    - 5.6.3采纳程度量表的信度和效度分析
    - 5.6.4效果评价因素量表的信度和效度分析
  - 5.7数据的结构方程模式分析
    - 5.7.1成功实施因素的高阶验证性因子分析
    - 5.7.2效果评价因素的结构方程模型分析
    - 5.7.3采纳决策的结构方程模型分析
    - 5.7.4采纳决策?效果评价关系的结构方程模型分析
    - 5.7.5成功实施因素?效果评价关系的结构方程模型分析
  - 5.8结果与讨论
    - 5.8.1因子结构
    - 5.8.2结果分析
    - 5.8.3实证研究结论总结
- 第6章 中小企业电子商务采纳决策及效果评价方法研究
  - 6.1中小企业电子商务效果评价方法研究
    - 6.1.1中小企业电子商务效果评价指标体系

- 6.1.2基于综合模糊评价的单企业电子商务效果评价方法
- 6.1.3基于灰色关联度分析的多企业电子商务效果评价方法
- 6.1.4两种电子商务效果评价方法的比较
- 6.2中小企业电子商务采纳决策方法研究
- 6.2.1中小企业电子商务采纳决策指标
- 6.2.2基于EOWA/LHA算子的中小企业电子商务采纳决策方法
- 6.2.3基于投影寻踪模型的中小企业电子商务采纳决策方法

## 第7章 中小企业发展电子商务的对策研究

- 7.1政府层面的对策措施
- 7.1.1政府对中小企业发展电子商务的扶持
- 7.1.2建立健全的法律体系
- 7.1.3完善信用体系
- 7.1.4建立交易安全体系
- 7.1.5加强网络基础设施建设
- 7.2企业层面的对策措施
- 7.2.1战略规划
- 7.2.2管理者支持
- 7.2.3人员匹配
- 7.2.4制定适合企业的具体策略
- 7.2.5企业电子商务安全管理
- 7.3技术层面的对策措施
- 7.3.1信息化基础设施的构建
- 7.3.2B2B电子商务平台的选择
- 7.3.3网站构建模式的选择
- 7.3.4常用的安全技术手段
- 7.4中小企业电子商务发展路径
- 7.4.1信息展示阶段
- 7.4.2网上交互阶段
- 7.4.3网上交易阶段
- 7.4.4信息集成阶段
- 7.4.5修正的中小企业电子商务发展阶段
- 7.5中小企业电子商务的发展前景
- 7.5.1“十二五”电子商务发展规划
- 7.5.2多种电子商务模式的融合
- 7.5.3平台化——未来电子商务的趋势
- 7.5.4开拓移动商务应用思路及模式
- 7.5.5云服务平台的运用
- 7.5.6物联网相关技术在电子商务中的应用
- 附录A关于中小企业标准的解释
- 附录B预调研企业名单
- 附录C中小企业电子商务发展调查问卷
- 附录D中小企业电子商务采纳决策的投影寻踪模型的目标函数
- myfun1.m
- 参考文献

章节摘录

版权页：插图：第1章 绪论 1.1 问题的提出和研究意义 改革开放三十年以来，随着我国社会主义市场经济的发展和完善，我国中小企业（Small and Middle Sized Enterprises, SMEs）迅速发展壮大。到2006年底，在各级工商部门注册的中小企业达430多万户，包括个体工商户，我国中小企业总数已达到4200多万户，占企业总数的99%以上。

随着市场竞争的加剧及2008年底开始的金融危机的巨大影响，有的中小企业面临发展壮大的机遇，而也有不少中小企业面临生存的困境。

在此背景下，我国应大力发展电子商务（Electronic Commerce, EC），运用其开放性和全球性特点，为企业创造更多贸易机会。

电子商务的发展必将对传统企业的组织结构产生巨大影响，并引起企业管理方式的变革。

在这样一个巨大的潮流和机遇面前，美、德、日等发达国家已经站立潮头，我国的大型企业也开始奋起直追，中小企业也同样如此。

电子商务对中小企业发展的积极意义是十分显著的，开展电子商务活动已经成为中小企业的迫切需要。

国内多位学者的研究表明，中小企业发展电子商务具有机遇和优势。

电子商务有利于中小企业扩大商机，发现更多的市场机会。

中小企业以网页方式在网上发布商品及其他信息、在网上做广告等，可以树立自己的企业形象，扩大企业的知名度，宣传自己的产品和服务，寻找新的贸易合作伙伴。

中小企业应用电子商务可以缩小与大企业的差距。

电子商务突破时间和地域的限制，为中小企业和大企业在一个平等的条件下竞争创造了良好的条件。

尤其在信息技术广泛普及、技术成果转让加快的情况下，中小企业借助电子商务可以比大企业更快地将新产品投放市场。

电子商务有利于提高中小企业经济效益。

电子商务通过使中小企业更快地掌握市场与顾客需求、降低业务处理差错、缩短业务运转时间、降低贸易管理成本、改善顾客服务质量、降低库存成本、加快资金流动等方式，使企业成本降低，明显提高企业的经济效益。

学者冯华从结构学派和能力学派两个视角分析中小企业发展电子商务是重要的竞争战略。

他认为发展电子商务可以提高中小企业的竞争优势，是中小企业的成本领先战略，能为中小企业节省成本开创新的途径，同时发展电子商务可以提高中小企业的核心竞争力。

电子商务有利于中小企业提高信息化水平。

中小企业不一定是有了信息化基础才能发展电子商务；相反，部分企业是由于应用了电子商务而带动了企业内部信息化。

编辑推荐



版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>