

电子商务谈判的信息交流

□文/温清

提要 在商务领域中,电子商务正越来越多地受到人们的重视,而与之有关的电子商务谈判也成为一个新的重要话题。与传统谈判方式不同,电子商务所涉及到的谈判因为关联到网络等媒介而生出了许多新的问题,谈判中一个非常重要的因素——信息交流的方式也发生了很大的转变。本文分析了电子商务谈判中信息交流的模式及其特点,以及电子商务谈判在国际商务形势下的现状和发展趋势。

一、谈判在电子商务中的应用

作为一种新兴的商务模式,电子商务正改变着商务市场上的营销战略、消费模式,改变着经济增长方式、贸易体制。电子商务的核心还是商务,只不过是手段电子化。并且,像任何商业活动一样,电子商务也离不开谈判。企业开展电子商务的目的在于利用互联网和其他网络技术,改造传统业务流程,最大限度降低企业运营成本,提高企业运行效率和竞争力。而谈判作为一项业务,实现电子化后,能够配合电子商务的高效率,改变谈判桌旁信息交流的传统模式。从谈判的性质来看,谈判双方之间存在一个如何将本方的信息传递给对方,同时又将对方的信息接收过来的问题,如果没有双方间的信息传递和交换,也就没有所谓谈判。所以研究谈判中的信息机制,利用谈判信息达到谈判目的,提高谈判效率是企业与信息界应关注的问题。

二、电子商务谈判中信息交流的特点

首先,借助于网络这种特别的媒介,电子商务谈判的信息交流过程具有以下特点。第一,谈判中信息传递快。特别是谈判双方地理位置分布较远的情况下,传统的谈判中花费在使双方坐到一起的时间,也许在电子商务谈判中足以达成了目标,而这又特别适于国际商务谈判。第二,谈判中信息传递广。商务本身在朝着国际化、全球化发展,在网络环境下电子商务谈判真正意义上实现了“世界就是一张偌大的谈判桌”,

国纺织品生产能力,无异于杯水车薪,所以2006年的配额之争更加激烈。第二,在2005年热热闹闹的“纺织大战”中,许多出口企业抢关出口,打价格战,利润极低,有的甚至亏损。目前,已有一些银行对纺织品企业的贷款控制很紧,甚至出现不贷的现象。一些银行界人士认为,中国的纺织行业可能要垮了。其实,中国的纺织业在世界很有竞争力,应对欧盟纺织品设限,需更新改造、产业升级,而此时正是纺织品企业最需银行支持的时候。第三,欧盟会尽快修改反补贴法,使之适用于中国。相对于反倾销和保障措施,纺织品特保措施的威力更大,但纺织品特保措施的威力在2007年底将失效,威力更大的反补贴法必然为欧盟所用。欧盟现在正在考虑给予中国半市场经济地位,那样欧盟反补贴法将自动适用于中国。欧盟贸易委员曼德尔森说道,2008年欧盟市场将对中国纺织品全面开放。但这样的话你会相信吗?即使到了2008年,由25个成员国组成的欧盟的国内情况是参差不齐的,纺织业在欧盟还会有相当的份额,欧盟不会自动放弃。第四,由于中国纺织品出口欧盟前景不明朗,欧盟进口商会从印度、孟加拉等国进口,减少不必要的麻烦。

三、面临纺织品受限,我国政府和企业的应对措施

第一,对于纺织企业来说,加快技术改造,提升纺织品的品质,走“品牌”之路。在中国纺织品出口企业中,有很大一部分做的是贴牌加工。也就是说,中国纺织企业除了在销售商和原料商的夹缝中获得微薄的利润外,一无所得。产品缺乏品牌优势,利润空间非常小,一旦遇到关税提高、特保设限等政策上的变化,抵御风险的能力便很差。中国纺织企业要摆脱受制于人的被动局面,除了坚持价格优势外,更要创立自己的品牌,建立品牌优势,实现从贴牌向自有品牌过渡。

第二,到国外建厂,实现市场多元化是有效途径。听到美欧设限的消息,一些在海外设有生产基地的纺织企业并不紧张。在海外建厂有两种情况:一是把厂建到外国人的家门口。无论欧美设置什么样的贸易障碍都可轻松跨越。二是到原料产地或劳动力低廉的第三国投资。利用一些国家劳动力成本比我国还低、美欧设置的贸易壁垒也少的优势,发展我国纺织工业。

第三,面对复杂多变的形势,企业应加强自律,发挥纺织协会的积极作用。对于企业争相杀价,恶性竞争,最有效的当是采取行业自律的办法,所以纺织行业协会一定要有权威性,哪一个企业违背了行规,纺织行业协会就要惩罚它。同时纺织行业协会应制定具体的惩罚标准。

第四,加强政府的指导和调控作用。国家政府主管部门应当对欧盟各国纺织行业状况进行跟踪调查,定期发布国别纺织行业状况报告,使纺织企业在出口欧盟时心中有数;帮助纺织企业技术改造,开拓欧盟市场;在配额的管理上,有步骤的实行配额招标,把配额给予那些具有国际市场竞争力的企业;改变我国的出口战略,加快实现出口“规模导向型”向“效益导向型”转变,使对外贸易从数量扩张向质量提高转变;提高加工贸易料件的本地化率,以延长加工贸易在国内的价值链;注重外贸政策与外资政策、产业政策之间的相互协调。■

这使得谈判信息传递广,促进了电子商务国际化、全球化。故而再进一步促进了电子商务国际化。第三,谈判中的信息来源广、多,但杂,所需信息须经更好的研究、鉴别。

其次,电子商务谈判改造了传统的谈判模式。第一,不再需要安排时间、场地,网络突破了时空局限,电子商务谈判也不再受时空限制。一是传统谈判中因时间、地点无法确定而引起的麻烦已不再存在,双方可随时在任何地方交换意见;二是由于不安排场地,双方在网络空间中谈判,不涉及谈判主场对主方的有利因素也避免了客场对客方的不利条件,保障了谈判双方的公平性;三是由于不考虑谈判适宜的时间,不布置谈判环境,不做接待工作,双方不用到一张实物的桌子上谈判,故可以简化谈判环节,减少人、财、物的消耗。

第二,信息渠道单一。确立了谈判双方后,他们不用面对面坐到一起来,二者之间的信息渠道单一,使双方都不受复杂的人际关系的影响。谈判中“人与问题”掺杂往往使双方关系与讨论的实质问题纠缠不清。电子商务谈判使双方能将“人”与“问题”分开,将双方的关系建立在正确的认识、清晰的沟通、适当的情绪上,保障了公平竞争。第三,谈判方式由横向转向纵向发展。由于电子商务谈判是在网络上传输信息,必然有一定时滞,使人的思维有一定延迟。这种情况下,益采用纵向的谈判方式。纵向谈判方式是指将准备谈判的议题全面铺开,并在规定了每轮要讨论多少个问题之后,按规定的先后顺序一轮一轮地谈判,其特点是在规定的时间内必须讨论完一定的问题,即使对原定问题没有按时解决,也要暂时搁下来,另议时间解决。纵向谈判方式是将要谈判的问题整理成一个系列,按问题的内在逻辑依次序进行谈判,其特点是:一般每次只谈一个问题,这个问题不解决,下个问题就无从讨论。纵向方式适合对链条或复合问题的谈判,横向方式适于面对面的商谈。由于网络的交互式环境远不如人与人之间的直接交流灵活,因此为保证谈判的效率采用链条状的纵向谈判方式更适合网络谈判。第四,谈判班子的组织自由

度更大。传统谈判中由于人、财、物力因素,必须选派有限的人员组成谈判班子,还必须进行谈判前的合作训练。网络谈判不需谈判者亲自前往,因此对人员数量限制不大,并可随时调拨人员,最大限度地发挥集体智慧。

再次,获取隐含信息更困难。电子商务谈判是在网络上进行的,因此谈判人员不必在一定的场所会面。在传统谈判中除了从语言中获取信息外,从谈判现场还可以获取其他隐含信息来辅助决策:从人的仪态、举止、目光、面部表情获取无声语言信息;从人所用的道具、动作中获取更多信息。而在电子商务谈判中,双方谈判代表无法接受到这种肢体语言所传达的信息,谈判的气氛控制也与传统谈判有很大的不同。

三、电子商务谈判中的信息问题

1、信息的安全性。任何谈判都必须保护企业的商业秘密,避免在谈判中泄露。

在开放的网络环境中,尤其要重视做好商业信息的保密工作。在谈判中预防非法的信息存取,提防信息在传输过程中被非法窃取。企业要加强保密技术、强化安全管理,保障信息的安全。

2、信息的可靠性。电子商务谈判是建立在信息流的运动之上的,只有信息流动畅通才能使谈判继续下去。因此,谈判双方都必须提供准确可靠的信息,为此要解决由于平台不一致,软、硬件不一致所带来的信息交流障碍,还要有效清除网络故障、操作错误、应用程序错误、硬件故障、系统软件故障及人为破坏产生的不可靠的信息。

3、信息的一致、完整性。由于谈判双方在信息传输时的意外差错或欺诈行为,可能导致信息的丢失、信息重复或信息传递的次序差异,也会导致谈判各方获取信息不同。而信息的完整性将影响到谈判方式、策略。保持信息的一致、完整性是电子商务谈判应用的基础。因此要预防对信息的随意生成、修改和删除,同时要防止数据传送过程中信息的丢失和重复,并保证信息传送次序的统一。

4、信息环境问题。电子商务谈判是源于电子商务的,如缺乏电子商务发展的环

境,就谈不上谈判的问题了。而电子商务的应用发展是与互联网的普及程度、企业的介入程度、网民的数量、购买力、购买趋向息息相关的。目前企业的网络化程度、普及率不高,现有的1000多万的网络人口中真正具有消费实力并能形成购买力的群体远不足与现实生活中的传统商务模式相匹配,中国网络发展的规模决定了市场容量和商业机会的有限,这一切都使得我国的电子商务谈判所必需的信息环境还不甚成熟,有待于随着整个网络环境和电子商务环境的完善而不断改善。

5、电子商务谈判后签订合同的问题。电子商务环境下,网上谈判取代了传统谈判,纸质合同也将被电子合同所取代。那么电子合同签订的方式及技术如何?同时保证这种电子形式的贸易信息(电子合同)的有效性是开展电子商务的前提,必须给它提供可靠的标识。

四、电子商务谈判在国际商务中的发展

随着信息技术的普及,跨国经济活动的空前繁荣,电子商务对经济运行的影响力势必会超出一国的范围,进入国际层面,从而对国际贸易流转产生巨大的影响。尽管世界贸易组织WTO成立以来,直接针对电子商务所采取的动议未能取得实际的成果,但乌拉圭回合的最后文件以及以后达成的其他协议中已经包含了大量调整和促进全球电子商务的规则。在WTO相关规则的限制下,电子商务活动中的谈判也有相当大的发展空间。

电子商务作为一种以网上电子交换形式为基础的商业机制,必须以因特网为依托,以电讯系统为其信息交流的渠道。但是电讯服务,因特网接入服务一般在大多数国是由垄断机构控制着市场,属于各国不轻易开放的领域。即使有国家承诺开放市场,如果不能建立非歧视性,透明的国内管制机制,市场开放的承诺依然是一纸空文。因此,在电讯、因特网接入服务领域建立起良好竞争机制对电子商务的发展至关重要。对于进行商务活动的公司,面对国外电讯及因特网接入存在一定问题的情况,可以多方面开展网上谈判、网上签约、网上下单、网上支付等功能。■