

企业经济管理与市场营销辩证关系研究

■ 王 颖

(河钢集团唐钢公司, 河北 唐山, 063000)

一、引言

在新一轮的社会主义市场经济环境中, 市场的激烈竞争已经趋于白热化阶段, 这给各大企业带来了重大的挑战和考验。企业要想更好地迎接挑战, 就要不断优化业务发展和企业的战略制定等工作, 保证发展方向和发展战略更能适应企业的实际情况。同时, 企业通过制定多项战略还能够提升核心竞争力。经济全球化和世界格局一体化不断深入, 给企业带来了更多发展机遇。因此, 企业要加强市场营销和经济管理工作, 并在未来的发展中深入探讨二者之间的关系, 进而为企业的发展打下坚实基础, 提高企业的生产水平和运营管理水平。

二、基于市场营销的企业经济管理的重要性

(一) 提高企业社会经济效益

企业经营发展需要以科学的目标制定为导向, 而制定企业发展目标的根本目的在于提升企业可获得的经济效益。可观的经济效益向来是推动企业生产发展的前提, 有助于推动企业更好地实现深化改革, 因此, 企业应有意识地奠定良好的经济基础。在企业内部管理中, 管理人员应将经济管理视为核心, 其对企业经济活动管控发挥着至关重要的作用。因此, 优化企业经济管理模式有助于提升企业经济效益, 以市场营销模式为导向的企业经济管理具有更强的针对性。

(二) 满足社会生产需求

在新时代发展形势下, 我国应对经济管理工作中存在的问题给予足够的重视, 并要求上级管理部门积极参与到各项经济管理工作中, 同时制订科学可行的管理措施, 针对现有的工作体制进行优化与改革。只有切实提高企业经济管理效率, 才能促使企业在市场中保持较强的核心竞争力, 才能在为企业带来更高的经济效益的同时, 带来源源不断的驱动力。这需要企业结合我国国情, 科学分配现有资源, 更好地维持企业市场运行的秩序。站在宏观角度分析, 高效的经济管理有助于实现社会经济资源的合理配置, 能够将市场规模效应的优势全面体现出来, 进而在提高企业生产效率的基础上, 确保各项资源的价值能充分满足社会生产需求。

(三) 增强市场核心竞争力

在现代企业高速发展的新形势背景下, 企业若想保证自身发展的稳定性和持续性, 就必须结合自身在市场中的定位及市场经济发展规律, 有针对性地制订经济发展策略, 以此帮助企业在市场竞争中获得更好的发展机遇。企业在经济管理中把控市场发展规律时, 应积极借鉴与学习发达国家的市场营销模式和营销方法, 深入研究当前的市场需求和市场价格变动, 为企业经济发展方向提供科学可行的指导。这种方式不但能大幅提高企业可获得的经济效益, 还能确保企业在市场中体现出更强的综合竞争力, 从而将企业市场竞争的优势全面体现出来。

三、企业经济管理和市场营销之间存在的问题

(一) 部分企业没有转变传统的营销观念

当前部分企业在生产经营过程中, 将目光聚焦在短期经营收益上, 对企业后期的发展管理及市场营销理念重视程度不足。虽然很多企业将市场营销作为独立部门加以管控, 但这样的重视程度存在很多局限性及不确定性。企业经营管理受传统理念影响, 导致各项市场营销战略在实际环节中出现诸多纰漏, 加之企业管理层的决策实施迟缓, 并不能根据市场变化及时调整企业生产经营方针, 最终导致很多企业的生产业绩不理想, 也影响了职工生产工作的积极性。另外, 部分企业在市场经营环节缺少主体方针政策, 可能还会出现盲目指挥的情况, 这些都是导致企业市场营销难以推动企业持续发展的重要因素。

(二) 组织管理和人力资源相对薄弱

市场经济发展进程在不断加快, 而企业的组织管理架构却相对来说较为单一。受我国传统管理经验影响, 部分企业依旧沿用线性管理模式指导企业各项生产经营活动, 在现行业务架构上存在很多不合理状况, 导致企业运转模式很难在发展过程中与市场经济发展相匹配。这种落后的组织管理模式制约了企业的下一步发展。另外, 在人力资源管理方面, 进入大数据时代后, 企业之间的竞争已经从生产经营竞争转化为人才科技竞争, 高尖端技术人才成为推动企业发展的重要因素。当前部分企业在人

手调配方面出现滞后状态,根本原因是企业在人力资源管理方面并没有建立健全相关机制,导致所有的人手调配都依据生产经营活动来进行,缺乏对整个组织架构的全盘考虑。从企业长期发展来看,这样的人力资源管理模式必将打压员工的积极性和主动性,落后的人力资源管理方式必将成为阻碍企业发展的重要因素。

(三) 缺少管理机制

在企业生产经营过程中,很多经营管理制度问题只存在于表面,若是企业缺乏长期生产经营制度,就会在市场竞争中逐步失去先机。造成这一现象的主要原因是企业管理层在发展过程中,只重视短期经济效益,缺乏前瞻性和战略性眼光,导致企业生产经营活动与市场长期发展不匹配。另外,在企业的生产经营制度及监督机制的建立健全上,很多企业出现了打擦边球现象,让企业的经济管理存在潜在风险。

四、企业经济管理与市场营销之间的关系探讨

近几年,根据企业的生产经营情况来看,企业在发展过程中,经济管理水平与市场营销效果是相辅相成的,二者是互相促进的关系。首先,企业经济管理水平的提升定然可以优化内部经营管理水平。企业可以通过各类技术研发手段提升企业产品竞争力,从而提高最终产品附加值,这既满足了市场消费者的需求也让企业产品更具市场竞争力。其次,生产经营类企业可以借助营销平台顺利开展各类产品更新活动,为企业的改革创新注入新的活力。在现行的改革过程中,企业要深化各项经营业务,提升整体经济管理水平。企业经济管理与市场营销之间的关系主要体现在以下三个方面。

(一) 经济管理理念优化与市场营销扩展

越来越多的企业加入了市场经济经营体系,并努力在激烈的市场竞争中站稳脚跟。为了能够让企业与市场体系相匹配,很多企业转变传统经营理念,改革创新,完善各类相关制度。在实际过程中,很多企业已经意识到发展的创新需要转变原有的管理思想,只有正确的生产经营理念,才能指引企业不断向前。企业为了更有效地转变观念,需要在内部通过各种活动方式来营造良好氛围,并以此为基础推动企业各项改革工作的顺利进行。生产企业在转变原有管理观念的同时,也应采取各项改革措施,让企业的生产工作更为合理科学,还应优化现有人力资源匹配结构体系,提高企业最终销售产品的终端质量,提升企业市场的核心竞争力,为企业的市场营销奠定坚实基础。同时,在企业发展过程

中,管理人员要做好市场调研工作,应用各种营销手段扩宽发展空间,赢得更多的经济效益,为企业的改革创新提供物质保障。

(二) 经济管理客观分析给市场营销奠定基础

企业在进行营销过程中,要采取科学的营销策略,保证企业的产品能够满足市场客户需求,同时,在生产经营的过程中要做好前期调研工作,并针对本企业生产的产品做好后期服务优化工作,让产品的服务更能满足市场及消费者的需求。企业管理人员应采取联合管理策略,从市场发展的长远角度出发,让企业更好地服务于各类生产经营活动,为企业的后期产品的营销创造更大的空间。目前,大部分生产经营企业在经营管理决策下达之前,都会深入挖掘市场信息,结合自身生产经营情况对企业的未来发展做出正确评估,并以此为基础制订相关的经营目标,调动企业各项生产经营活动,从长远策略发展角度为企业的后期生产经营及各项活动开展奠定坚实的基础。

(三) 经济管理理念与市场营销

在新的时代背景下,企业在发展过程当中所涉及的业务体现出了强烈的多元化特点,经济活动也变得更加频繁。因此,企业加强经济管理工作迫在眉睫。同时,企业管理层也要重视市场营销工作的开展,真正提高企业的市场竞争力,巩固企业的市场地位。企业管理层需要认识到,无论是市场营销还是财务管理,对企业的发展都起到了关键作用,但是在以往的一段时间中,二者之间的关系是比较矛盾、紧张的,在某些程度上直接影响了企业的长远发展。企业在发展中,需要注重生产经营理念与市场营销工作的同步创新,推动二者的共同发展。对于新时期的生产经营企业而言,创新的经营理念也应始终建立在企业利润及社会评价等各方基础上,在满足市场消费的同时,把市场营销作为一个整体的系统化工程,从客户角度出发实现企业最终战略目标,并以此制订出各类短期经营计划,让企业的市场占有率、短期经营利润等都符合企业发展要求。企业管理层应将所有短期经营计划结合起来,制订长效的企业发展方针,不断提升企业内部人员专业素养及技术水平,通过整体提升企业工作效率让员工认识到自身岗位的重要性,使员工在每一个岗位上都能发挥自身价值,从而推动企业实现可持续良性发展。

五、基于市场营销的企业经济管理模式创新策略

(一) 制订完善的企业市场营销管理制度

在新时代背景下,企业管理层应结合实际情况

况,有计划、有目的地推动经济管理改革,及时改进传统经济管理工作中存在的问题,利用科学的经济管理制度约束员工在日常工作中的行为,促使员工自觉遵守企业制定的规章制度,使之在工作岗位上发挥出应有的价值,使企业在提高经济效益的同时朝着更高层次的方向发展。在此基础上,管理人员还应将制定的市场营销管理制度进行常态化发展,在做好创新工作的同时将其涉及的实施细则落实到位。企业管理人员还应站在市场营销的角度推动企业实现经济管理深化改革,促使企业更好地适应新时期市场发展变化,真正为企业注入全新的生命力,并将企业在市场竞争中的优势全面体现出来。

在当前的发展形势下,企业管理层还应保证经济管理制度的先进性,有针对性地提高企业现有的工作标准,进一步细化企业分工,确保各项经济管理工作的职责能落实到个人,并通过细节处理约束和规范员工的行为举止,真正为企业经济管理效率的提高提供制度层面的保障。

(二) 建立科学可行的激励机制

在经济管理模式的创新过程中,企业还应建立配套的激励机制,充分发挥其对经济管理效果的重要作用。这需要企业将以人为本的管理理念与激励机制结合起来,在实现人力资源合理化配置的同时,充分发挥激励机制的作用,有效调动员工自觉投入本职工作的积极性,为各项经济活动的顺利开展提供人力方面的保障。在新时期市场竞争愈发激烈的背景下,各大企业均迎来了全新的危机与挑战,但这种市场竞争本质上属于服务竞争,也就是人才竞争,因此,建立完善的激励机制具有重要的现实意义。站在市场营销的角度分析,企业应充分发挥市场需求的导向作用,以客户与企业员工的实际需求为着眼点有针对性地构建激励机制,同时营造健康积极的企业工作氛围,为企业员工提供强大的内在动力,使其更好地为客户提供服务,切实提高客户对企业的满意度。

(三) 加强企业内部监督管理机制建设

保证企业内部监管机制的规范性有助于提升企业各项经济活动的科学合理性,能够推动企业科学实施各项经济管理工作。基于此,在经济管理模式创新过程中,企业管理层应事先制订完善的内部监督管理机制,结合企业经济管理现状和外部环境完善具体的实施细则,第一时间改善传统企业内部监督机制中存在的不足,在加大市场营销监管力度的

同时,为企业内部监管工作的顺利开展创造良好的先决条件。企业管理层应利用规范的内部监管措施提高企业经济管理水平,促使员工充分发挥自身应履行的经济管理职能,真正为企业经济管理活动的高效开展奠定良好基础,最大限度地降低企业在可持续发展中可能面临的投资经营风险。这需要企业从思想层面上意识到建立风险管理机制的重要性,从多个角度考虑企业在经济管理中可能面临的风险因素,并建立相应的风险预警机制,从源头上减少投资风险可能对企业造成的经济损失。

(四) 组建一支专业的经济管理人才队伍

企业经济管理工作需要以高素质人才为支撑,这需要企业充分利用现有资源组建一支专业的经济管理人才队伍,并对现有人员培训机制进行创新与优化,大力培养熟练掌握各项基本技能的经济管理人员,从整体上提高企业实施经济管理工作的综合水平。而企业管理者和人力资源主管部门则需要高度重视人员培训机制的创新,定期组织现有员工参与经济管理方面的培训活动,要求其熟练掌握各项基础理论知识,同时不断提高自身经济管理能力。此外,企业还应提高员工的营销服务意识,鼓励现有员工积极学习全新的营销方法和理念,并在人员培训活动中尝试引进新媒体营销等手段。

六、结语

当前,企业在市场营销与经济管理当中仍然存在很多需要解决的问题。这就要求企业在新时代下的经营发展中,应该深刻认识到经济管理和市场营销二者之间存在的关联,以及逐渐暴露出的问题,以此来找到行之有效的策略,让二者扬长避短,起到互补作用。

【作者简介】王颖(1984—),女,河北任丘人,本科,经济师,河钢集团唐钢公司,研究方向为工商管理。