

The Role of Supply Chain Marketing in Enterprise Management

Xiao Qingyun

Hebei University of Technology, Tianjin

Abstract: With the continuous enhancement of China's socialist market economy, in the current market economy environment, the development of enterprises and enterprise management has a certain relationship, the management of enterprises affects the economic benefits of enterprises and the promotion of market competitiveness of enterprises. In the development of market economy, the competitiveness of enterprises and the survival and development of enterprises have a major relationship. In order to promote the development of enterprises, in the market competition, it is necessary to strengthen the management of enterprises. The development of enterprises is inseparable from the economic activities of enterprises. In the economic development of enterprises, a supply chain has been formed, which provides a very development environment for the development of enterprises. In the supply chain, marketing is an important means and way for enterprises to obtain economic benefits. Therefore, this paper analyzes and studies the enterprise management and related knowledge content from the perspective of marketing.

Key words: Marketing; Management; Supply chain

Received: 2020-06-22; Accepted: 2020-07-07; Published: 2020-07-09

供应链营销在企业管理中的作用

肖庆云

河北工业大学，天津

邮箱: qyxiao_1998@hotmail.com

摘 要: 随着我国社会主义市场经济的不断增强, 在当前的市场经济环境中, 企业的发展与企业的管理有着一定的关系, 企业的管理影响着企业的经济效益, 影响着企业市场竞争力的提升。在市场经济发展中, 企业的竞争力和企业的生存发展有着主要的关系, 为了促进企业的发展, 在市场竞争中, 需要加强企业的管理。企业的发展离不开企业的经济活动, 在企业经济发展中, 形成了一个供应链, 为企业的发展提供了非常发展环境, 在供应链中营销是企业获得经济效益的一个重要手段和途径, 为此本文针对营销视域下的企业管理, 以及相关的知识内容进行分析研究。

关键词: 营销; 管理; 供应链

收稿日期: 2020-06-22; 录用日期: 2020-07-07; 发表日期: 2020-07-09

Copyright © 2020 by author(s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



进入 21 世纪之后,市场竞争不再是企业间的竞争,而是经济市场中供应链的竞争,市场的竞争在不断的发生变化,供应链的发展,也需要不断的加强,加强企业的管理,加强供应链的管理、加强企业人员资源的管理等等,都会促进企业营销活动的进行,提升企业的经济效益,促进企业的发展。本文针对营销视域下的企业管理工作,以及相关的内容进行分析研究。

1 在营销视野下的企业供应链

在市场经济发展中,企业的发展是通过营销、合作等方式和手段实现的,在企业发展中,形成了一个供应链,从营销的视角下对企业发展中形成的供应链进行分析,在整个供应链中,有一个重要的组成部分,就是企业商品的消费者,也就是企业的顾客,将 21 世纪企业发展中的供应链竞争,看成是顾客的竞争,是企业产品消费者的竞争,加强企业消费者的管理,可以保证企业发展中供应链的质量,促进供应链的发展。

在供应链发展中,围绕着企业以及企业的经济利益,对供应链中的信息、物流、资金等进行有效的控制,完成供应链中产品的生产、加工、运输和销售,构成一个完成的产品营销网络结构模式。

从营销的视野下对市场经济发展中的供应链进行分析,在当前的市场经济环境中,如果没有一个良好的、经济实力强的企业作为核心领导,市场经济供应链也就不会形成。在供应链中的各个成员企业各自扮演着不同的角色,在供应链发展中均发挥着重要的作用。随着供应链之间的竞争不断的加剧,当前经济市场的竞争,转变为供应链最终端——顾客、消费者的竞争。

在营销视域下,供应链中有供应商、制造商、销售商、顾客等组成,在供应链中的各个成员,形成供应链是本着互惠共赢、平等互利的原则形成的 [1]。从营销视域下,对当前经济市场中的供应进行分析,可以将供应链的意义分为三种:

第一,供应链之所以可以形成,是因为其中的所有成员有着共同的顾客和消费者,各成员之间的关系不仅仅是供求和需求的关系,还是合作的关系。

第二,在供应链中不仅仅是存在着客观上的价值链,产品的供求和需求链,供应链的形成是各个成员主动、自愿形成的,这是一个目标的虚拟存在一个产

生销售组织。

第三，在供应链中，各个成员之间是平等互利的关系，所以不存在一个核心企业，对其进行领导，对供应链中的各个营销活动进行组织。

从当前市场经济发展现状，营销策略等方面进行分析，我国市场经济体制在不断地发展变化，为了促进企业的发展，需要在市场经济环境中，在营销的视域下，加强企业的管理，提升企业的市场竞争力，促进企业发展。

2 营销视域下的企业管理

从市场经济发展、企业经营发展现状进行分析，企业的发展需要加强管理，加强供应链的管理，提升企业的经济发展实力。从营销的视域下，对企业的管理工作进行分析，想要提高企业的经济发展实力，提高企业的经济效益，促进企业在激烈的市场中有效的发展，可以从以下的几个方面入手：

2.1 树立企业管理概念

在企业发展，想要提升企业的管理水平，促进企业的发展，首先需要树立企业管理概念，从企业发展成本概念入手，对企业生产经营过程中的各个要素进行管理。以企业经济发展中的自身成本理念为核心，将供应链中的各个组成部分进行优化。在企业生产发展中，对各种设备、原料的采购，所有支出的费用等有一个清晰的管理概念，在树立企业管理概念的过程中，不仅要对企业内部影响其发展的因素进行管理概念的确定，还需要对企业外部影响企业发展的因素进行管理概念的确定。

2.2 充分的利用信息技术

进入 21 世纪之后，经济、科技得到快速的发展，当前已经实现了信息化，为此在企业管理中，可以充分的利用信息技术，对企业发展中的所有资源进行优化，并提升企业发展中所有资源的利用效率。在企业发展中，为了提升企业自身的经济发展水平和经济发展实力，需要和产品供应链中其他成员搞好关系，通过信息技术，建立企业发展的信息系统，实现信息资源的共享。在企业发展中，利用网络技术、信息技术等，为产品的营销制定一个发展方向，提升企业产品

的销售量,提高企业的经济效益,提升企业在社会主义经济市场中的竞争力。

2.3 提升企业的服务水平

从营销的视域下,对企业的发展进行分析,想要提升企业产品的销售量,提升企业的市场竞争力,提升企业的客户服务水平的必要的一个途径,将企业的客户服务水平提升,企业的市场竞争力和经济效益,将会逐渐的提升,同时也会将企业的产品物流成本降低。形成一个完整的产品供应链,可以减少企业发展中的成本一支出,提升产品的流通速度,为产品的消费者,企业的顾客提供快速、高质量的服务,为企业树立一个良好的形成,在市场经济发展中,企业的发展水平会得到进一步的提升 [2]。

2.4 加强合作

企业的发展离不开合作,而企业进行的各项经济活动,不仅是提升自身的经济效率,还是为顾客提供产品服务。在企业发展的过程中,需要进行合作,也离不开合作,所以需要加强企业间的合作,为企业的发展制定营销策略,将企业发展中的供应链完善,为顾客提供更好的服务,提升企业的经济效益,促进企业在激烈的市场竞争中稳定的发展。

3 小结

市场竞争的不断加剧,使得企业间的竞争也在不断的加剧,为此促进企业在激烈的市场竞争中高效的发展,提升企业的经济效益,需要加强企业的管理。从营销的视域下,对企业的发展进行分析,需要制定相应的发展策略和管理策略,提升企业的发展效益,促进企业的健康发展。

参考文献

- [1] 邱丘. 关系营销视角下的供应链管理分析 [J]. 北京市经济管理干部学院学报, 2008 (3): 28-29.
- [2] 戴国良. 营销视野下的供应链管理 [J]. 物流工程与管理, 2009 (10): 88-89.