

2023年营销理论p 汽车营销与实务课程 开发评述管理论文(精选7篇)

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。相信许多人会觉得范文很难写？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

营销理论p篇一

一、汽车营销综合实训的现状和问题

(一) 校内综合实训的现状和问题

目前，大多数高职院校的汽车营销综合实训仍然是在校内实训中心完成，但学校毕竟不同于企业，仿真毕竟不同于真实情境。虽然学校在综合实训教学过程中也采用企业销售流程考核要求来对学生进行考核，一定程度上大大提高了学生的综合职业技能，但与企业实际岗位要求还有一定距离，学生在进入企业前必须要经过面试、培训、考核方能上岗，未能真正实现“零距离”就业的设定目标。目前，高职院校汽车营销综合实训其存在的问题主要体现在三个方面。

(1) 学生多老师少，实训管理难度大。高职院校一个班的学生通常有40人左右，有的班级人数更多，而实训老师最多配备2个。在对实践技能要求较高的综合实训中，师生比例明显偏低。虽然在实训过程中也会采取分组管理的措施，但对于汽车销售这种重流程、重过程的实训，在不同的场景中会出现各种不同的问题，这就要求老师在实训过程中全程跟进正在训练的学生，而无暇顾及其他的同学。其他同学虽有班组长管理或布置分组练习的任务，但由于高职学生普遍自控力差，再加上碍于同学情面，管理效果往往不理想，在实训室玩手机、聊天的现象非常普遍。这就造成虽然实训时间很长，

但学生真正练习的时间短，造成老师累学生闲的局面。

(2) 仿真与实践脱节，无法充分调动学生学习主观能动性。汽车营销综合实训要求学生通过实训能够完整完成汽车的销售流程。这里面就包括要求学生完成大量的某一汽车产品品牌、车辆参数、价格以及竞品参数的信息收集并且将其熟练记忆。记忆产品基本信息是一个销售顾问所必须掌握的基本技能。但很多同学认为该任务太过机械、简单，且校内实训与实践存在脱节可能，如果以后就业的企业不是实训车辆的品种，花那么大的精力去熟悉和了解实训室的实训车辆并无意义。这些想法使得学生在实训中对汽车产品的知识记忆处于散漫状态，无法充分调动学生学习的主观能动性，在一定程度上影响了实训的整体效果。

(3) 无法营造真实职场，职业素养养成困难。校内综合实训拥有便于学院统筹开设、方便管理等优势，能比较容易顺利完成教学任务。但是它缺乏真实职场中的新老员工关系、上下级关系、部门关系等职场关系，再加上校内实训的作息时间和企业工作的作息时间存在着很大的区别，所以校内仿真实训虽能满足学生实践技能的训练，但无法真正让学生体验到团队合作、吃苦耐劳以及与不同年龄段同事及不同级别领导和睦相处之道。从历届毕业生的跟踪情况来看，相当一部分学生在踏入社会以后频繁跳槽的原因是因为无法忍受企业的管理、或者无法融入团队而离职。

(二) “生产性”综合实训开展的难点

鉴于校内综合实训开展所面临的问题，不少学校也在探索利用校外实训基地开展“生产性”综合实训。较之仿真的校内实训，“生产性”综合实训由于其真实的工作场景、工作任务以及管理模式，虽然可以大大提高实训效果，但在实际的操作过程中，通常也会碰到一些困难。其主要原因是因为学校教学与企业经营存在矛盾。从校方的角度上来看，生产性实训无疑应该是件“双赢”的事，学校为企业提供企业所需

要的人力资源，企业为学生提供可供学生学习的条件。但我们在实践中却发现这个设想虽然美好，而在实际操作过程中却不尽人意，其原因是学校与企业是两种不同性质的单位。学校是教育的场所，“综合实训”只是专业人才培养计划里的一门课程而已，学生除了完成该门课程的学习后还有其他教学任务需要完成，不能通过课程培训而继续留下为企业服务。而企业毕竟是以达成经营目标为目的，各岗位是相对固定，各部门希望人力资源部招来的人才是没有学业负担、能够全心全意为其服务全职人员。对于学生到企业“几周游”的这种生产性实习，他们认为从这个合作中，企业除了付出并没能得到他们想得到的益处，因此，企业对这种校企合作形式的开展并不感兴趣。即使碍于情面接受，大部分企业也不愿花上时间和精力对学生进行有针对性的培训，学生更多地是见习而非实习。由于缺乏系统规范的培训，学生感觉到理想和现实的差距，积极性也不高，实习效果也并不理想。

二、基于岗位竞争的汽车营销综合实训的优势

通过对常规校内汽车营销综合实训以及常规生产性汽车营销综合实训的分析可知。要使得综合实训效果达到最佳，必须充分考虑到学生的就业需求和企业的用人需求，这样才能充分调动双方的积极性。而基于岗位竞争的汽车销售综合实训正好能满足双方的需求。基于岗位竞争的汽车销售综合实训具有以下优势。

(1) 将社会竞争引入教学，最大限度调动学生学习积极性。学生在校学习过程中，很多时候都是被动地按照老师的要求和安排来进行学习，学习目标不明确，学习的主动性和竞争意识不强。基于岗位竞争的汽车销售综合实训将工作岗位的竞争引入教学，企业通过观察学生在实训期间的表现，可以考核学生是否适合在该企业发展。实习期间表现好能够获得企业认可的学生，在学业结束后可以继续留下从而获得就业的机会。就业岗位的竞争让学生学习的目的性更明确，能够最大限度调动了学生学习的主动性。

(2) 满足企业人才选拔需求，充分利用了校外实训资源。基于岗位竞争的汽车营销综合实训与常规生产性实习最大的不同就在于企业在实训的过程中不单只承担接受学生学习的任务，而且还拥有优先选拔人才的好处。这对于人才流动性较大，人才需求较旺的汽车销售岗位来说，接受在校生的实习无疑是企业选拔人才的最佳途径。这样，在培训过程中，企业就不会将学生只当作见习生来敷衍对待，而是象对待新员工一样让他们参与企业的生产工作，同时对他们进行相应的培训和考核。基于岗位竞争的汽车营销综合实训能满足企业人才选拔需求，能充分利用校外实训基地的人力、物力资源完成实训教学，使学生通过在企业中的生产实训最大程度地做好技能和心态的准备，顺利完成由学生向企业员工身份的转变，为未来“零距离”就业打好基础。

(3) 充分发挥指导老师导向作用，帮助学生实现向员工身份的平稳过渡。以往学生通常要等到毕业实习才有机会进入企业，而且该实习多是由学生自谋职位独立完成，老师参与的少，学生在实习过程中遇到问题得不到很好的解决很轻易就选择了离职，导致就业不稳定，企业满意度低。基于岗位竞争的生产性“汽车销售综合实训”是在专任教师的引导下，由企业配合共同完成的一个实训。“汽车销售综合实训”由于课程考核保证学生不会轻易离职，加强了学生的就业稳定性。指导老师在整个实训过程中虽然不直接参与教学，但是通过组织面试、定期组织学生集中交流实训心得，能及时发现学生在初入职场中所碰到的问题或疑惑，通过和学生一起共同探讨分析来进行工作指导和心理疏导，帮助学生实现向员工身份的平稳过渡。

三、基于企业岗位竞争的“汽车营销综合实训”的实践

为了为改变“汽车营销综合实训”单纯实习的现状，让企业乐于接收学生实习，充分调动学生学习的积极性，提高“汽车营销综合实训”的效果，使教学能够更好地为就业服务。笔者结合自身的教学实践，就基于企业岗位竞争的“汽车营

销综合实训”进行了研究和实践。

（一）调整专业人才培养计划

（1）以往“汽车营销综合实训”仅作为“汽车营销实务”课程的后继实训课程来开展，没能和就业紧密联系起来。学生在完成该门课程的学习后仅获得学校给予的成绩或学分，并未获得用人单位的认可，在毕业实习时还需通过递简历、面试等选拔环节才能进入企业，到了企业后，还需重新按照企业的培训标准进行重新培训和考核，学生培训周期长，效率低。将“汽车营销综合实训”与毕业实习连在一起以后，在综合实训课的开展过程中即可以直接利用企业的岗位的培训标准和考核制度来考核学生，学生通过考核的若双方愿意继续合作，在接下来的毕业实习环节中即可省掉原来重复的培训和考核环节，大大提高人才的培养周期，实现课程与就业的对接。（2）调整“汽车营销实务”课程教学计划，提高在校学生实操技能。基于岗位竞争的“汽车营销综合实训”要求学生在企业学习之前必须具备一定的职业技能，这就必须对前期的“汽车营销实务”课程进行改革，适当加大实训比例，增加学生的实操练习机会，重视实操考核，通过理论与实践一体化教学提高学生在校实操技能，从而保证学生在企业参与生产性综合实训的效果。

（二）基于企业岗位竞争的“汽车营销综合实训”的实践

1. 遴选实训合作企业

合作企业的选择是保证“汽车销售综合实训”顺利开展的关键因素。我们必须根据学生的差别选择不同市场定位的企业以满足学生和企业的不同需求。考虑到与企业长久合作关系的建立，我们在选择企业的同时必须兼顾考虑企业的文化、环境、管理是否适合学生的学习及成长。根据企业的用人需求，以及学生的个体差异，我们选择了几家比较典型的品牌作为我们的合作企业，它们分别是：长城（国产品牌）、长

安铃木（日系品牌）、北京现代（韩系品牌）、东风标致（欧系品牌□□jeep□美系品牌）。

2. 组织面试

学生在进入企业实训之前，首先要经过面试的选拔，这实际上就是一次竞争。在面试之前，我们将谈妥的几家企业告之学生，让学生结合自己的品牌偏好以及自身条件进行初步选择。老师对学生的报名情况进行了解和协调，尽量使学生报名不出现扎堆的情况。在面试这个阶段，指导老师的协调起着很重要的作用。在这个环节，指导老师一方面要对学生做面试的基本指导工作，包括简历的审核、服务礼仪的培训以及面试技巧的培训；另一方面，指导老师还要想办法尽量将各单位面试时间错开安排，让前面没通过面试的同学有机会参与下一轮的面试。在每一轮面试结束时，指导老师通过与面试学生交流了解面试情况，为落选学生分析落选的原因，总结经验。将以前单调的课堂教学变为应聘实战，通过学生自身的经历、总结、反思来完成此任务，给学生上一堂生动的面试课。

3. 实训的监管

学生外出参加企业生产性实训，如何保证学生的安全与教学质量，将风险控制在最小化，保证学生能够顺利完成生产性实训一直是我们必须关注的问题。我们专门针对生产性实训可能面临的问题做了研究，并在学生实训前召开了实训动员大会，对学生在将要参加的顶岗生产实训做了以下要求。

（1）加强安全意识，尤其要注意上下班道路安全以及工作安全。学生在实训前必须抄写安全责任书，购买意外保险。

（2）学生在实训期间应严格遵守企业管理制度，按照企业的作息时间表进行考勤。在实训前，学生们应做好吃苦的准备，由于企业作息时间与在校不同，学生按照企业的作息时间来

安排工作与休息刚开始会不适应，感觉非常辛苦，若擅自离开或表现不好被企业中途退回，本门课程将无法通过，以此来约束学生在企业中的行为。

(3) 努力和企业员工融为一体，积极参与企业的培训和学习，认真完成工作任务。对于实训报告，要保证一日一记，每日交师傅检查签字确认，指导老师要不定期抽查。

(4) 实行分组分级管理制度。每个实训小分队设组长一名，在企业中如有任何问题，需报告小组长，然后报指导老师，由指导老师出面协调解决，严禁擅自与企业进行交涉。

(5) 设定校内交流时间，方便学生与学生之间、学生与老师之间的交流。

(6) 实训成绩由企业考评、实训报告、实训总结综合评定。

4. 实训的安排及考核

(1) 短训活动安排我们通过和企业共同协商，针对学生的学习特点和学习目标制定了生产性实训的活动安排表。长安铃木恒晟店制定的学生短训活动安排（见1表）。对学生进行培训。以长安铃木恒晟店为例，他们除了安排学生参加企业的日常工作外，还为学生安排了七个专题讲座，课程安排表如表2所示。学生通过在企业参加生产性的综合实训，不仅强化了岗位职业技能，通过这种新员工培训，使他们对汽车4s店的其他岗位也有了了解，这对他们日后工作来说无疑是受益匪浅。

(2) 考核企业考核分为专业技能考核和综合测评。以销售岗位为例，通常专业技能考核会分为三个层次，分别为七日考核、半月考核和三周考核。七日考核要求学生必须熟知企业品牌文化及车辆基本知识，并且考核成绩达90分以上才算合格。半月考核则要求学生必须熟知车型参数以及价格，并且

能够完成六方位绕车介绍，考核成绩90分以上为合格。三周考核要求学生能够熟练完成销售流程，能挖掘客户的需求，有针对性地推介商品，并且对客户提出的异议能够进行合理的处理。综合测评则内容包括工作态度、职业道德、职业素养等方面，各部门主管和行政部主管会适时与学生进行交流，帮助他们进行职业规划和指导。实训结束，企业将对每一个参与实训的学生撰写表现评语，作为考核学生完成实训情况的重要指标之一。基于岗位竞争的“汽车营销综合实训”是完全围绕企业岗位需求考核而开展的综合实训，它能解决校内实训以及一般顶岗实习所面临的问题，能充分调动学生学习的积极性，大大提高学生的职业技能和职业素养；在充分利用企业资源完成培训考核的同时也解决了企业的用人需求，深得企业、学生的好评，真正实现学校、企业、学生满意的办学宗旨。

营销理论p篇二

汽车营销课程是汽车技术服务与营销专业最重要的一门专业核心课程，通过本课程的学习，使学生了解汽车产业布局，树立现代市场营销观念，全面掌握汽车技术服务于营销的基本理论和营销技巧，培养学生应用营销学只是来分析和解决现实中汽车营销问题的能力，使学生毕业后能很快适应汽车市场营销策划和汽车销售等岗位。但是，长期以来，由于受到教学资源 and 条件的制约，汽车营销课程一直采取比较单一的课堂讲授方式，教师和学生的创新潜力都不能得到充分的发挥。如何提高学生的实践能力，给学生一个创造的平台？面对这样的问题，我们应根据高职教育的特点，结合专业和地域的具体情况，采取灵活的教学手段，把理论教学与实践教学有机地结合起来，突现实践性教学的意义。

一、实践性教学的意义

(一) 实践性教学是社会发展的需要。

随着社会的发展和科技的进步，社会各行各业对人才的衡量标准和人才价值观念也发生着变化。科学技术的进步及商品生产的现代化，对现实劳动力的动手能力和综合素质都提出了更高更新的要求。用人单位对劳动力的选择，不再仅凭一张文凭，而要看他是否具有实际操作能力，是否能把所学知识运用到实际工作中。

(二) 实践性教学是衡量高职教育质量的重要指标之一。

高职教育质量高不高，有没有自己的特色，关键要看实践性教学搞得好不好。这也是高职教育区别于普通高等教育的重要标志。高职教育实践性教学的重要性是由它的职业性决定的，实践性教学有其独特的功能与价值，从这个意义上看，它的重要性超过了理论教学。为符合高职教育培养实用型、复合型人才的要求，适应社会需求和形成课程特色，我们应加强实践性教学环节，培养学生创新意识和创新能力。

二、《汽车营销》课程实践性教学特色

为了给学生提供更好的实践平台，加深他们对理论知识的理解，在教学过程中应坚持以职业素质的养成和职业能力的培养为出发点，重视学生在校学习与实际工作的一致性，有针对性地采取工学交替、任务驱动、项目导向、课堂与实习地点一体化等行动导向的教学模式，并且坚持“以激发学生的个体内在潜能”为教育目标。在《汽车营销》的授课过程中，紧密结合培养目标及层次要求，立足于实践技能的掌握，形成了自己的特色。

(一) “三讲”

对汽车营销专业的学生，做到精讲、讲透和讲实。讲精是指针对理论学时的压缩，实践学时增加的情况下，在有限的理论教学学时中，将讲授重点放在本课程最重要和最关键的思想、远离和方法方面，特别是经典理论远离和发展趋势，使

学生明确和真正掌握本专业精髓所在;讲透就是对汽车营销学中那些经常需要实际使用的知识和技能,通过各种方法,使学生能够正确的理解和掌握;讲实就是将汽车营销学的理论及案例与企业联系起来讲授,提高教学效果。

(二) “三合”

一是理论与实践并合,重视理论、突出实践。把课程学习内容联系实际工作,综合其他学科的知识,提出各种问题并形成主体任务,进行任务驱动式教学;将学生置于发现问题、提出问题、思考问题、探究问题、解决问题的动态过程中学习;强调理论教学与实践教学并重,重视在实践教学中培养学生的实践能力和创新能力。

二是课堂教学与社会调研相结合,注重继承、突出创新。

(三) 校企合作。

一是依托校外紧密型产学合作实习基地,采用工学交替教学模式。学生在企业顶岗实习期间,由学校教师、企业兼职教师、学生三方面共同确定项目学习任务,学生在企业兼职教师的指导下,根据4s店面临的实际问题,运用所学知识制定解决问题的方案。

在学生自我评价的基础上,企业兼职教师、学校教师和学生共同对学后各方面表现进行评论。在培养了学生过硬专业技能的同时,也培养了学生良好的职业道德素质。使学生在企业不仅能够较快的适应工作环境,也能表现出了脚踏实地的工作作风,体现擅于合作的团队精神,实现“出得去,用得上,留得住,干得好”的培养目标。

二是课外模拟时间活动。结合本课程的教学内容及进程,通过举办汽车营销知识竞赛、汽车模特大赛、汽车营销技能比赛等多种形式的实践使学生对汽车营销有更深入体验,激发

他们的学习热情和兴趣。

三、教学方法中突出实践性教学的监视

(一)打破教室概念，以工学结合的“大课堂”代替固定的教室。

所谓“大课堂”，即将教室、实训室、实习基地有机结合。围绕工学结合人才培养需要，在具体教学过程中以自主创业中各项知识及技能的要求为主线进行教学与实践，突出职业核心能力训练，采取以工学交替为特色的教学组织形式，按照完成工作任务过程中“实践——理论——再实践”的分段式教学或完全以实训替代理论教学。学生除了在课堂学习掌握本专业基础知识及汽车销售流程等基本销售技能之外，安排一定时间去实习基地进行认识社会、适应社会的认知实习以强化职业能力为目的的顶岗实习，以实习基地为课堂，在教师和企业专家的双重指导下，通过产学结合，最大程度地位学生个性发展提供空间，有利于学生综合素质的养成。

(二)打破讲课的概念。

课堂教学过程中努力贯彻启发教学原则，充分发挥学生在学习中的主体作用和老师的主导作用。

(三)打破考试观念，以多元化和多样化的教学评价形式代替单一的卷面考试。

为了充分发挥考核手段在学生在学习过程中的鉴定、引导和激励功能，首先彻底摒弃以往唯卷面定分数这种传统考核方式，实现考试方式的多元化和多样化，以便更全面、准确地评价学生已掌握知识的应用能力，提高学生学习的主动性，有利于学生解决实际问题能力、综合素质的培养和创新精神的形成，鼓励学生在学习中提出独特见解，“标新立异”，允许学生的多种答案并存，保持学生思维的活跃性，对培养学生

的创新能力大有好处。

营销理论p篇三

一、汽车零配件管理课程的教学模式改革

汽车零配件管理课程由于它本身专业的特殊性，因此，在学生的培养过程中，主要是采用了两种主要的教学模式，相互结合，互为补充。

1.1校内教学模式

在校内教学模式中，老师根据教学任务，把行业的发展需求、本校的教学资源和学生的实际情况紧密结合，确定汽车零配件管理课程的教学目标，制定本课程的实施方案。主要是对学生进行理论知识的教育，让学生真正了解和熟悉本行业的发展需求和趋势，掌握基本的行业知识。老师在教学过程中，还对学生布置一些教学任务，教学任务的选择要以“真实业务”为基本的原则。这样就可以让学生在实践过程中，既能强化基础知识的学习，又能得到锻炼，提高自己的实战能力。比如：老师可以根据真实的业务，给学生设计“某品牌销售店的汽车零配件采购业务”，让学生根据自己所学的知识对此项目进行模拟，锻炼学生的实际操作能力。

1.2企业教学模式

企业教学模式是校内教学模式的重要补充，校内教学模式是以学习基础知识为主，而企业教学模式是以培养学生的职业素质、增强学生的实战能力为主。在企业教学模式的实施过程中，加强校企合作，充分发挥校企合作的优势，为学生建立实训基地，有计划的开展实训项目。在企业见习的过程中，企业的指导老师依托企业的`场地、设备等教学资源，给学生创造一个真实的工作环境，对学生进行汽车配件仓储管理、订货管理等内容的教育，让学生在实践过程中掌握基本的实

际操作能力。

二、教学方法的改革

2.1 “3梯2步”教学方法的创新

“3梯2步”的教学方法是指三个教学梯度和两个教学步骤，具体说来就是学生在学习过程中先“学”，教师后“验”；学生先“疑”，教师后“释”；学生先“生”，教师后“成”。在次教学过程中，老师更注重的是教学的流程，注重学生知识的传承，培养学生的能力。教学流程的设置往往遵循了一定的教学规律，每一环节都是下一环节的基础和前提，各环节之间紧密相连，环环相扣，层层跃升。

2.2 情境教学法的创新

学生在学习过程中，是以学为主，但是不能忽视老师的指导作用。老师在教学过程中，应当对学生的学进行指导，答疑解惑。情景教学法的开展要和“3梯2步”的教学方法相融合，这样做是为了调动学生的积极性，培养学生的综合能力。在具体的学习过程中，学生要转变自己的角色，充当汽车配件管理中的真正管理者，然后学生根据自己所学的知识，亲身体会。这样做可以避免出现理论和实际脱节的现象，培养学生学以致用的思想。增强学生的实际操作能力和临场应变能力。

三、“3校2企”式的服务模式

在这种“3校2企”式的服务模式中，企业为学生提供实训基地、实习岗位，为学生提供充足的实习机会，并为学生的实习提供有丰富经验的工作人员作为学生的指导老师，对学生的实习过程进行全程指导。对那些实习非常优秀的学生，企业也可以适当放宽条件，为学生的就业开启便捷通道。在这种校企合作的模式中，企业为学生提供了实训基地、各种实

训设备和指导老师等，为学生的实习提供了充足的机会。对此，学校也应当对企业予以回报。比如：学校可以作为企业的新人入职培训和老员工再培训基地，为企业的工作人员进行培训，培训的内容主要是与汽车零配件管理有关的课程，增加企业工作人员的理论知识储备。此外，学校还可以对行业的资格认证进行相关的行业认证式教学。通过这样的合作模式，学校和企业相互合作，互为补充，达到双赢的效果。

四、结语

汽车零配件管理课程是一门和生活实际紧密相关的专业课程，具有很强的实践性和实用性。对于这门应用性非常强的学科来说，传统的教学方法已经无法适应教学的需求，必须在当前的教育模式下对汽车配件管理课程进行改革，致力于培养优秀的应用型人才。因此，在具体的教学过程中，要从本课程的教学方法、教学模式和内容等方面进行创新改革，致力于培养学生的应用技能、管理方法和服务意识。

营销理论p篇四

摘要：众所周知，人力资源属于重要资源之一，同样也是企业获取成功的最基础资源。在新时代背景下，人力资源的宗旨就是要充分展现以人为本，并且对其进行全面管理与开发。现阶段，全球经济呈现出一体化的发展趋势，而知识则成为企业竞争方面的重要资本，人力资源也是企业自身实力的真实象征，进而为企业后期的竞争提供一定的平台。为此，在企业生产方面，人力资源的作用十分重要，并且对其未来的发展具有极大影响。为此，文章针对企业人力资源管理与开发问题展开了详细地讨论，旨在提高企业对人力资源的重视程度。

关键词：企业；人力资源；开发；管理；策略

现阶段，在国际化进程不断加快的背景下，我国同国际之间

的联系更加紧密，所以，必须要强化国家综合国力才能够更好地在新时期背景下立足。然而，在国际范围内的经济竞争从本质上来讲就是人才竞争。其中，在国家经济与企业发展过程中，人才的素养与创造性对于企业创造财富的能力具有决定性作用，所以，人力资源的开发与利用在经济发展方面也发挥着关键作用。

一、企业人力资源开发与管理的重要作用

因为人力资源开发与管理的对于企业的发展具有重要的作用与意义，而对于企业的工作人员来讲，通过开展定期培训来不断完善其自身的知识技能与生产技巧，使得工作效率得以提升，增强产品生产效率与质量，使企业自身经济效益也随之提高，不断增强企业竞争实力。而企业实力提升对于社会经济发展具有正面的影响，能够带动社会经济实力的提高，并且推动各领域发展。在社会经济发展的背景下，必将为企业发展提供有利的环境，为企业未来的发展提供所需的资源。在企业和社会的相互作用之下，两者共同进步，而人力资源开发与管理所形成的社会效益也是无穷无尽的。经济全球化是我国经济发展的重要方向，所以，要想不断强化国家经济实力，最关键的就是要重视人力资源的开发与管理。通过人力资源开发与管理的，使得企业能够与世界相互接轨，而通过人才对于世界经济和技术的分析，也能够确保企业与世界变化的形式相吻合，利用现代化管理技术，实现企业生产效率的提升。通过对生产技术的创新，企业也逐渐形成自主品牌，其科技含量也随之提高，使企业在市场中的竞争力也不断提高，确保企业得到稳定可持续发展。

二、现阶段企业人力资源开发与管理的现状分析

（一）企业员工的主观能动性发挥效果不佳

以往企业的人事管理工作通常是利用组织招工的方式，必须要服从命令来完成生产任务，进而获取福利与酬劳，享受到

养老与医疗保障的服务。因为企业员工自身的主观能动性以及创新与竞争的意识都相对薄弱，且工作环境对于其工作积极性的提高存在负面影响。另外，因为激励制度不合理，仅仅凭借个人资历与关系得以晋升。而企业人才素质并不高，且管理人员始终遵循原有的管理方式来决策，对于现代管理思想的认识并不全面。在此基础上，具有丰富经验的工作人员缺乏创新能力，无法合理创新知识与理论，而年轻的工作人员则基础技术不牢固，所以，很难强化个人的知识。目前阶段，企业劳动力结构中，高素质高技能的人才不多见，而中低档重复性员工却很多。对于高素质复合型的人才来讲则十分缺乏，基础工人的数量偏多。

（二）人才开发与配备机制不完善

当前，企业内部的主要领导配置始终听命主管部门，而对于中层领导干部而言，竞争方式始终不完善，而选择的标准也存在诸多不科学之处，很容易因为个人行为而对决策带来不利的影响。另外，地方与企业间的交流与沟通不顺畅，且人才档案并不健全，而地区人才规划与企业自身现状并不吻合，没有采取相应的人才规划与保证措施，在开发并引进人才方面的制度管理工作不完善。

（三）对人力资源开发和利用的投入不足

受传统观念的影响，企业对于人力资源的开发与利用并不重视，而且人力资源教育培训严重不足，在中后期的追加投资不多，导致企业出现亏损，难以开发并利用人力资源，使得优秀的专业人才不多。这样一来，企业工作人员的整体素质就会逐渐下降，所以，要想实现密集生产存在极大难度，导致企业面临严峻挑战。

三、新时期背景下做好企业人力资源开发与管理的策略

（一）重视人本管理思想

在市场经济与科学技术快速发展的背景下，经济体制不断完善，而且经济实现了增长，企业制度也随之更加成熟，而这也使企业不得不对人力资源开发与利用提高重视程度。在企业内部，人是核心组成，所以，人力资源也是现代企业经营管理的重点，也是企业其他基础工作开展的关键所在。

（二）合理配置人力资源

对于企业人力资源配置工作来讲，应当重视培育，而将引进这一方式作为辅助手段。根据目前我国实际情况分析，企业人力资源配置始终都是将内部培育作为主要的方式，而把引进外部员工当作辅助方式。站在长期发展角度思考问题，应当重视企业内部的人才培养工作，确保企业在发展规划与人力资源开发方面可以互相促进，根据不同的类别与层次来开展培训工作。在企业内部，应当重视人才的培养，突出员工主体性地位，推动企业员工队伍的全面建设，进而构建人力资本。

（三）重视企业员工能本管理

所谓的能本具体指的就是根据能力与业绩的表现对企业员工进行考核，并不完全根据经验或者是学历等方面内容评价。而企业管理层实施能本管理，可以使很多没有工作经验的管理工作人员产生危机感。在科研部门开展能本管理工作，能够使有职称的工作人员提高警惕感，使具有实干性的工作人员不断提升自身的工作积极性，根据个人水平获得认可。

（四）建立健全人才评估与奖励制度

工作的主要目的就是通过个人劳动与智慧创造财富并获取经济利益，完善个人的生活质量。为此，企业要想留住人才，最重要的就是要对表现优秀且对企业做出贡献的员工进行奖励，使其工作的积极性得以提升，全面推动企业的发展。而在企业内部，应当将工资标准划分成相应的等级，以劳动为

主的工作人员或者是生产车间管理工作人员和技术创新人员，应当在确保其基本工资的同时根据贡献大小来给予相应的奖励，针对贡献突出的工作人员则应当给予额外的奖励。企业对员工价值进行评估，而后给予奖励，使其感受劳动有所价值。当明确划分员工贡献标准以后，应当增加工资弹性，使得工资和企业经济效益之间实现紧密联系，一旦企业效益不理想，也应当在员工工资方面体现出来，而企业效益理想的时候，也需要让员工切身感受到。企业奖励制度需要始终遵循公平透明原则，而这也是确保企业人才评估与奖励制度顺利开展的重要前提。其中，在确定员工贡献的时候，一定要进行严格地核实，并经过高层管理工作人员的认可，确保奖励具有一定的真实性且效果显著。若评估价值不公平，很容易引起员工议论，对员工工作产生不利影响，为此，一定要遵守公平原则。

四、结语

综上所述，因为企业本身就是一个经济集体，所以，企业员工工作效果与企业自身获取的利益具有直接关系，为此，企业需要对人力资源开发与利用给予高度重视，针对其中存在的问题予以及时解决。与此同时，应当不断完善制度内容，保证所有员工利益得以保障，有效地激发工作人员积极性。而企业员工也应当将公司利益放在首位，获取个人利益，以集体主义的思想开展工作，能够保证工作人员在实际工作中获取一定的幸福感与成绩感。文章通过对新时代背景下企业人力资源开发与管理的分析问题，希望能够提供宝贵的意见。

参考文献：

[1]张琼. 简析当前企业人力资源管理现状及存在问题[j].科学与财富, , 8(1):112.

[4]何俊. 知识经济环境下企业人力资源管理问题的探讨[j].现代经济信息, (10):20.

营销理论p篇五

摘要：随着生活水平的提高，人们对电力系统提出了更高的要求，不仅要确保电力的供应量，也应确保电力的安全运行。本文针对电力企业应急预案、增强电力应急管理等方面展开论述，提出电力企业应急管理工作开展的重大意义。

关键字：电力；应急管理；应急预案

当前电力供需仍然存在不确定的因素、自然灾害和外力破坏威胁始终存在、设备隐患排查治理长效机制尚不完善等，这都将对电力安全构成威胁，就需要全员统一思想，提高认识，不断学习和运用现代安全管理知识，加强对事故的分析预测，提高事前预防，掌握安全生产的主动权，切实做到安全工作真抓实干，让安全推动企业的深化改革和保证经济的腾飞。

1. 电力企业安全问题

目前，各电力生产企业大部分都已制定了一系列安全生产的制度，也明确了安全生产职责，但也有一些单位对安全生产责任落实不到位。分管生产的领导忙于事务性工作，没有深入地开展调查研究，很少分析本单位安全生产工作存在的主要问题，或没有制定相应的整改措施；对一些事故通报内容不详，语言含糊，没有把事故的直接原因和深层次的根源及事故责任、需要吸取的教训等介绍清楚；一些基层农村供电所或供电营业所的登高作业器具和小型起重器材等安全器具的质量合格率不高。同时，对安全器具的定期检测意识淡薄，报废管理流于形式。许多已明显损坏的工器具仍在超期使用。该淘汰的没有被淘汰。近几年发生的事故，多数是在进行小型、分教作业时发生的。产生这一问题的原因，主要是部分领导仍然习惯下靠搞运动的形式抓经济建设，抓企业管理，不注重研究事物的客观规律，不注意通过规章制度管理，不注重通过抓事前控制来预防事故。同时，设备的检修记录、试验报告、设备档案记录也不及时、不准确、不规范。保管不

认真。

2. 电力生产中的应急管理工作

电力企业的安全运行中，做好应急管理工作是非常重要的。为了确保应急管理工作顺利进行，就需要根据电力系统的实际运行情况建立起应急管理系统，其中的应急预案是开展应急管理工作的基本内容，也成为了电力企业组织体系中应急管理工作的主要依据。在电力企业的应急预案体系中，应急处置方案是基础。由于电力企业之间的生产规模、组织体系以及管理模式有所不同，那么所需要承担的风险系数也会各异。那么在建立应急预案体系的过程中，要将关乎到电力企业风险的各项因素都考虑在内，其中涉及到电力企业的各个部门和相关的岗位，从公司到班组，以至于岗位职能，都要将与之相适应的应急预案制定出来，建立起内在的逻辑关系，形成规范化动态运作的系统。由于电力企业的应急管理体系需要与相关政府部门建立起衔接，因此，在具体执行应急措施的过程中，要坚持统一领导、分级负责的原则，做到属地为主，条块相结合的原则。为了提升电力企业的综合应急能力，要实施必要的培训工作。首先是应急基础教育，建立应急处置方案，将需要应急处理的事故的类型明确，将所要带来的危害程度做出判断，并制定有效的应对措施。在进行应急组织管理中，要对于每一位人员的管理责任加以明确，并落实到位。所谓的应急管理，就是对于电力企业中所出现的安全事故，要迅速地制定解决方案，并做到措施准确到位。

3. 电力应急管理技术措施

3.1 建立健全管理体制

要解决我国电力应急管理存在的各种问题，首先就要从管理体系出发，完善管理体系，对现有的管理体系进行分析，在此基础上做进一步的改进。完善电力系统管理体系，要以安全管理为中心，并采用科学技术来进行救援工作，将新技术

用于在救援工作中，可加快救援速度，在短时间里完成救援工作，降低经济损失。另外，完善管理体系还要求做好电子预案、演练评估以及资源、信息管理等方面的工作，保证应急管理系统可以顺利运行，相关的部门可以积极配合各项工作。完善管理体系，要求对现有的管理体系进行改进，并做好救援准备工作，确保救援工作可快速展开，从而降低经济财产损失。

3.2 做大做强通信建设

在电力应急管理中，通讯是提高管理水平的关键，现如今，我国大部分电力企业都已经采用了新的通信系统，并且有些条件较好的电力企业，还建立了微波通信系统，当出现电力事故时，可采用语音电话来传达应急事件，指挥救援工作。现在，通信卫星公司也参与到电力企业应急管理中，为其开设了卫星信道，急救工作便可通过卫星系统进行。另外，还可采用视频通信功能来掌握急救情况，指导急救工作，将整个急救情况通过视频或是图片的方式，传输给相关部门。加大通信建设，主要目的就是为了使急救工作在第一时间里可通过通信向相关部门传输急救信息，使相关部门及时、有效开展应急抢救工作，降低损失率。

3.3 提高系统灾害水平

在电力应急管理中，对应急救援工作起着决定性作用的是预测预警系统，该系统可有效降低事故损失。所谓的预测预警，指的就是对电力事故的时间、地点以及受难人数进行预测，然后结合灾害的与预报情况，及所采集的当地的各种信息，进行事故预测工作。在实际生活中，当电力设备损坏时，电力系统就不可进行灾害等各项工作的模拟，为了解决这一问题，电力企业相关部门要进行紧急预案，并且为救援人员开展演练培训，让救援人员参与到模拟故障当中，从而提高电力系统的灾害实验水平。电力故障进行预测，并且提高电力系统的灾害实验水平，让救援人员参与到模拟实验中，是提

高救援人员救援技能，降低灾害最有效的途径。

4. 结束语

本文简要分析了电力企业安全同应急管理的关系，并论述了当前电力企业在安全生产中的应急管理工作，提出相应的处理措施，目的在于进一步提高电力企业安全管理的水平，做好风险应急管理，以确保民众的生命、财产安全。

参考文献：

[1]石斌. 简论变电检修中断路器的维护[j].科技与企业，

[2]朱文武. 变电检修及维护措施分析[j].科技创业家，

营销理论p篇六

一、宏观经济形势与政策促进了货币市场基金的产生。我国宏观政策趋紧、股市持续低迷，银行储蓄又征收20%利息税。证券投资基金在股市低迷的情况下收益受到严重影响，急需一种新的投资品种使其基金保值增值，同时社会上也有大量的闲散资金需要一种流动性好收益又比较好的投资品种。在国外货币市场基金良好的运行态势示范下，基金公司经过研究设计，我国的货币市场基金在这种宏观经济形势下诞生的。

二、良好的业绩和其优势特性是其迅速发展的重要原因。货币市场基金稳定且抢眼的整体收益水平是吸引投资者的一个重要因素。与股票型、债券型基金较大的业绩波动相比，货币市场基金的整体收益比较稳定。并且其流动性好，管理费用低，这也是吸引投资者的重要原因。

三、利率上升增加了获利空间。从国外的经验看，货币市场基金在加息周期中往往有良好表现，会给持有人带来较高回报。从理论讲，利率上升，债市下跌。但货币市场基金则是获利者，

因为货币市场基金投资的主要品种是一年期以内的证券,其价格下跌幅度有限,到期后,便可购买更高收益的证券。

四、货币市场基金作为低风险金融产品易吸引散户投资。在中国金融资产里面,低风险产品稀缺,这是货币市场基金受欢迎的重要原因之一。通过对包括储蓄存款、国债、基金等在内的中国金融资产结构进行深入分析调查发现,居民60%的收入是银行存款,18%在股票,而投入基金的只占1%。货币市场基金和活期储蓄存款相比,在收益和信用风险中,具有明显优势。货币市场基金的投资对象使基金投资的信用风险极小,几乎不会损失本金。因此人们将更倾向于投资货币市场基金以代替储蓄存款,既保证了高收益,又保证了低风险性。

五、货币市场基金购买成本低。货币市场基金其申购、赎回费率均为零,只从基金资产中提取0.25%的销售费用,而且资金划入、划出方便快捷,赢得了企业青睐。

我国货币市场基金的发展前景及建议

货币市场基金在中国发展的有利条件多于不利条件,它必将拥有良好的发展前景。首先,货币市场发展状况作为货币市场基金发展的基础条件在不断改善。当前,随着中央银行在货币市场上进行越来越频繁的公开市场操作,商业银行和其他金融机构利用货币市场管理流动性、进行短期投融资越来越成熟,货币市场规模实现了跨越式扩张,市场影响力显著增强,各项功能得到了较好发挥。货币市场的健康发展,包括市场基础设施建设的完善,将能够满足货币市场基金的运作需求。

其次,居民财富增长很快,需要低风险的储蓄替代型证券投资工具。改革开放使得个人财富实现了快速增长,在满足了各类消费需求后,居民手中的金融资产,主要是储蓄资产,已经超过10万亿元,如何增加居民的投资渠道、实现资产的保值增值、缓解银行的经营压力,成为一个重要问题。货币市场基金作为良好的储蓄替代品,符合当前低风险产品市场的需求,因此,它

可以得到较迅速的发展。

再次,基金业在发展过程中,需要完善自身的产业链,以满足不同风险、收益、流动性偏好的投资者需求。股票型基金、平衡型基金、债券型基金,都代表了一定的风险收益偏好,货币市场基金作为基金产品链中的一环,风险最低、收益最低、成本最低(无申购、赎回手续费),它的出现,使得基金产品链更加完整。

最后,当前出现的通货膨胀预期,使得储蓄产品的吸引力大大降低,这为包括货币市场基金在内的其他投资品种大发展提供了良机。

建议

(1) 发展完善货币市场。丰富货币市场工具。应允许商业银行对大公司或机构投资者发行一部分大额可转让存单,其利率由市场决定,并切实使其可以转让交易起来;财政部应尽快实现国债余额管理,以便可以连续、大量发行短期国;应允许资产质量较高、信誉良好的集团公司通过商业银行或财务公司定期批量发行短期的商业本票;继续发展银行承兑汇票市场,发挥其支付结算和短期融资的双重功能;允许有实力的地方政府发行市政债券,并由地方政府对其实行差异化的税收安排。完善货币市场利率结构,促进合理利率水平生成。研究清算制度,加强货币市场支付清算系统的建设。通过逐步完善货币市场,为货币市场基金发展奠定基础。

(2) 适度突破分业经营的限制,允许商业银行发起成立真正意义上的货币市场基金。根据世界各国的一般经验,银行主导型发展模式将更加适合中国现在的金融结构模式,更有利于资源的优化配置,充分发挥银行在中国金融体系中的主导作用。由于中国居民的金融资产结构单一及对低风险资产格外偏好、居民储蓄余额居高不下,因此低风险的货币市场基金需求巨大,银行大力发展货币市场基金无疑前景广阔。

(3) 制定有关货币市场基金的管理法规, 防范其运作风险。当前, 由于实行的是分业监管、机构监管, 针对不同机构制定统一的法规, 难度较大。建议中央银行协调其他监管机构, 制定出各类别金融机构发起管理货币市场基金的、较为统一的管理办法, 填补法规盲点。

(4) 在发展货币市场基金的基础上, 促进基金产品链的进一步丰富多样。当前, 我国基金产品创新力度很大, 基金按投资对象的不同, 划分越来越细化, 如基础设施建设行业基金、服务行业基金等等(当然这些基本上是偏股型基金)。货币市场基金也应象其他类型基金一样, 进行产品细化。将来应该在增加货币型基金投资品种的基础上, 鼓励其进行产品细分, 更好地满足不同偏好的投资者的需求。

(5) 充分发挥货币市场基金的特性。货币市场基金功能类似于银行活期存款和支票存款账户, 持有者可以依据其持有的价值签发支票和消费, 但基金收益远高于银行存款。随着金融创新工具的开发, 货币市场基金这些投资优势将进一步得到体现, 提高资本的效率, 使投资最大限度地保值增值。

(6) 构建合理的协同监管体制。目前我国货币市场基金管理公司发行和管理, 同时主要在银行间市场上投资和经营, 而投资者包括个人和机构两类, 这样就使得对货币市场基金的监管需要涉及多个方面。在我国目前分业监管体制下, 货币市场由中央银行监管, 存款、保险公司等机构投资行为由银监会和保监会监管, 基金机构又由证监会监管, 这样监管工作需要兼顾多个部门, 较为复杂, 不易管理。因而将人民银行、证监会、保监会多方结合起来, 构建科学合理的协同监管体制是货币市场基金发展所提出的新要求。

(7) 考虑货币市场基金对货币政策有效性所产生的消极影响, 我国政府应当努力避免对货币市场基金进行过多直接干预, 致力于解决基金发展的外部制度因素, 排除一切阻碍其发展的因素, 为基金的发展营造一个适度的发展空间。要大力借

鉴美国基金的先进投资策略和管理经验，从国情出发，着力培养一批信誉资产都过硬的银行基金管理公司，帮助他们做大做强，同时鼓励商业银行积极参与到货币市场基金的运行中，通过他们来带动整个货币基金市场的快速健康发展。

营销理论p篇七

经济的发展使我国的市场逐渐趋于完善，传统的垄断体制已经被国情淘汰。当前我国的电力企业初步呈现出适应市场的能力，解决了一部分的问题，但是这种模式都是较为浅薄的，若想真正增加企业的管理水平，就需要对流动资金进行风险管理，帮助电力企业更好地发展。笔者将从电力企业流动资金管理现状及电力企业风险管理下的流动资金管理对策为切入点进行重点描述。

一、电力企业流动资金管理情况分析

经过笔者的研究和探讨发现我国目前流动资金管理的问题是资金分散，使用效率低下、企业理财管理的不到位以及企业收账清账方面的混乱等，笔者将简述这几方面存在的问题。

1. 资金分散，使用效率低下。企业集团资金集中管理的需要与内部资金分散的现实矛盾已成电力企业财务资金管理中最突出的问题，首先，分公司开立新的银行账户，随意性大，无审批和监管流程，尤其是电费资金账户，分公司的各供电分局或者营业所开立银行账户的现象比较普遍，电费资金不能实时归集，资金管理严重失控。其次，以前年度工程资金拨付随意性大，无需提供合同和发票复印件，只是按照分公司工程管理人员填报的资金申请表和工程投资计划拨付资金，工程尾款更是一次性拨付，工程户资金沉淀严重，占用不尽合理，而总公司货款拖欠居高不下，流动资金占用有增无减，周转缓慢，企业信用和盈利能力下降。最后，预算管理形同虚设，各分公司财务费用入账进度极不均衡，企业预算执行与资金流严重脱节、资金的收支缺乏统一的筹划和控制，随

意性大，使用混乱，资金使用效率低下。

2. 企业内部财务管理不到位。现在很多电力企业在内部的资金管理方面存在很多问题，事实上流动资金的使用是为了帮助企业解决燃眉之急，降低企业出现风险率。但是部分供电企业对于资金内部管控不到位，银行账户开立随意性，资金支付流程存在漏洞，资金申报过程中佐证材料不全，以上这些问题造成企业资金内部管理不到位。3. 账目清理收取不及时。企业若想获得长远发展，必须要确保流动资金的储备。应收款是一种重要的流动资金，在企业的发展里起到了非常重要的作用。目前部分供电企业应收、预收账款未进行区分，对账结果营销部门显示存在欠费情况，而财务账面显示不存在欠费情况，反而全部为预收，存在预收账款情况掩盖应收账款情况，影响财务账面数据的真实，准确，进而直接影响资金的回流速度，在负债的较高的情况下容易造成财务风险。

二、电力企业风险管理下的流动资金管理方式

笔者对电力企业流动资金的管理内容进行了分析，本着提高企业自身的竞争力、加大流动资金的管理力度的目的，对于投资的项目进行严格控制，加强企业内部管理的力度，进一步完善企业的流动资金集中管理机制，采取加强收账管理的落实、建立财务信息的平台等措施。

1. 严格对投资规模进行控制。输配电价改革后，电力企业盈利模式从依靠买电、卖电获取购销差价收入变为收取过网费，总收益将被固定，成本费用结构受到影响，与输配电业务相关的人工成本，固定资产折旧费用，检修运行费用等占比增加，并会成为成本管理的重点。国家将增强输配电价的透明度，提高监管力度。在保证电网建设适度超前的前提下，电力企业必须重视投资的合理性，避免盲目投资、过度投资、无效投资。减少由于过度投资造成的企业流动资金紧缺，防范企业经营风险。

2. 企业内部控制管理的增强。内部控制指的是在某种环境下企业为提高自身经营的效益使用的各项资源、各种制约及调节方式，其目的性在于为企业的发展带来先机，以实现企业自身价值。电力企业应加强会计基础管理，充分发挥财务对经济业务的延伸管理，加强对存货、土地、工程以及电费银行账户的管控力度，坚决杜绝账外资产和账外资金的产生。开展内部控制体系建设，全面铺开财务内控的梳理和诊断工作，找出问题，完善流程，不断规范财务管理。强化资金统一调度，严格资金预算管理，开展资金集中支付，通过管控系统资金平台，实现企业账户资金运动的实时监控，确保资金安全。

3. 全面完善企业流动资金集中管理机制。为确保企业流动资金管理的效率性，电力企业需要对流动资金的'集中管理机制进行完善，提高企业资金使用效率，在集团企业内部成立财务公司，进行统一结算、筹措、管理、规划以及调控资金。其直接目的是提高集团资金使用效益，降低资金运作成本，内部资金结算中心集银行金融管理和企业资金管理于一身，强化管理、调度和服务企业发展的功能，通过“结算管理”和“信贷管理”做好企业资金的调剂工作，并及时把企业高层的经营意图贯彻于企业的财务部门、集团内各分、子公司，为企业的正常运营提供资金保障。财务公司要提升资金运作收益，以“提高资金使用效率，实现资金收益最大化”为原则，按周取得各银行实际执行利率，充分调动各银行积极性，及时掌握市场价格变化情况，拟定资金集中运作计划，通过询价、竞争等模式开展资金运作，实现资金净收益的增加，提高企业资金使用效率。

4. 企业收账管控加强。电力企业需要对应收款进行基本的管控，在实际的工作中可以针对应收和预收的原因使用不同的收款方式，以便收款工作有较好的成果。业务经办人员对其经办的应收账款全程负责，并对客户的经营情况、偿付能力进行追踪分析，及时了解客户资金持有量与调剂程度，保证应收账款的回收；业务部门应建立应收账款催收档案，编制应收账款催收通知书，交业务人员进行账款催收，并且至少于债权形成之日起的两年内发出律师函，确保未丧失胜诉权；财

务部门应审查客户的信用条件、营销部门的信用调查报告，最终审定客户信用额度；对于信用等级较差的用户，应采用预收电费方式；对于一些恶意拖欠的欠费者的行为，应先经过律师对钱款进行催收，在对方不听劝告的情况下，就需要选择代表性的客户对法院提起诉讼，申请法院进行强制性执行。经过上述的工作将有利于企业缩短应收款的收账期，加快应收账款的周转率，同时，这也是提高企业应收账款管理的必要手段。

5. 建立财务信息平台。推行资金管理模块上线运行，实现企业各类支付业务的资金线上支付，实现在财务信息化系统中对银行账户实行全过程管理，从银行账户的开立、撤销、变更过程全部实现线上审批，确保资金流向清晰，加强银行存款对账管理，充分利用信息管理手段，将对账情况纳入常态化管理，及时清理未达账项。全面推进电费资金实时归集的账户管理体系建设，不断提高资金运作效率与效益，研究资金分析方法，提高对资金的实时在线与综合分析能力，加强资金运营监督，保障资金使用安全，有效避免各种财务风险，使企业的资金周转速度和效率得到积极地提升，最终提升企业资金使用效率。

三、结语

笔者对于电力企业流动资金的管理进行分析，并依据这些问题提出应对决策，我国经济模式的不断进步，对电力企业有了更多的需求，电力企业的管理变得愈加重要，电力企业要满足企业自身管理的需求，同时也要服务于大众。为促进企业的流动资金管理的有效率进行，需要加强资金的管理，为企业的进步和发展打下坚实的基础。

参考文献：