

电商企业“市场营销”模式的创新

田 晓

(郑州旅游职业学院 河南 郑州 450001)

[摘要] 在新“互联网+”时代,电商企业的市场营销模式应该更加强调与时俱进与锐意创新,对自身发展提出更高要求,全身心融入到日益竞争激烈的行业市场中并发挥经营优势。本文就探讨了当前电商企业“市场营销”模式的主要发展趋势,并思考提出了几条其市场营销模式的创新建设路径。

[关键词] 市场营销模式; 电商企业; “互联网+”; 发展趋势; 创新路径

电商企业要适应快节奏的线上商业活动发展节奏,结合市场发展现状争取占领更多优势位置,提高自身企业营销额度。在该过程中,电商企业必须要做到实时创新、在创新过程中完善自身电商市场营销模式,争取实现企业的可持续健康稳定发展。同时,电商企业也需要意识到市场营销环境本身是动态变化的,因此他们必须要做到时刻调整营销定位与经营战略,建立企业自身与客户都熟悉的营销模式及渠道,为企业在信息时代还能稳定发展生存创造无限契机与可能性。

一、“互联网+”电商企业市场的现实发展趋势

目前,“互联网+”时代已经正式到来,其所形成的“互联网+电商平台企业”也如雨后春笋般快速萌发发展,由此实现了当前电商企业营销模式的全面变革。在网络平台这一重要载体支撑下,电商企业的营销活动互动性更强,且具有实时性,是对传统实体营销模式规律与格局的打破,再不受时间和空间限制,所以它也被称之为“无障碍营销模式”。如果从电商企业营销模式建设的角度来看,消费者的消费需求、行为及心理变化都极大,它令消费者更加关注商品价值与自我个性化需求,且新时代中电商网络营销活动与产品真正成为核心,在电商企业的营销模式的引导下,“分众式”的营销模式就此出现,不同需求消费者群体关注不同的产品与营销活动模块,围绕这些产品所开展的营销模式、营销活动就变得更加丰富。

(一) 电商企业市场营销性质的转变

当前的电商企业市场营销模式正在发生本质性质的转变,例如从传统的同质化、规模化向异质化、分众化方向转变,这也是电商企业转型升级的大势所趋。在新网络时代,电商企业所在的市场中拥有更强大的发展潜力,其生产营销活动中所产生的商业价值与经济价值也是不可估量的。虽然说目前的电商市场并不成熟也不完善,企业缺乏专业的电商营销知识,难免陷入同质化与规模化发展特征中,但是随着消费者消费观念与个人意识的转变与增强,电商企业也必须寻求转型发展,选择更具有时代性、个性化与高需求性的产品,形成多元化的综合需求体系,保证产品市场特征的多元化发展趋势,以此满足产品品牌推广的创新要求。

总体而言,就是借助大数据背景下的搜索引擎开展一系列的信息搜索与采集工作,且做到信息采集过程中方的分众式营销优化,结合异质化操作完善商品信息读取过程,以满足消费者的多方面需求,促成新的分众式、异质化、个性化营销性质与机制。

(二) 电商企业营销模式方式的转变

当前的电商企业营销模式正在发生转变,按照营销模式的实际发展趋势,传统的低价竞争同质化营销模式将被逐渐取代,取而代之的是以消费者为主的个性化、专业化营销模式。就目前来看,电商不应该单独依靠价格获取利润,而死应该削弱价格所带来的利润空间上的认知,再契合消费者的个性化、体验式消费模式展开营销策略调整,还要以满足消费者需求为主打造感性化、体验化为主的综合性营销系统,强调电商企业与企业之间的差异化改变,保证电商企业市场环境始终呈现良性化循环发展状态,在异质化条件,电商企业在营销发展策略思想转变之余,还应该思考自身营销模式的创新发展路径^[1]。

二、“互联网+”电商企业市场的营销模式创新路径分析

“互联网+”背景下,电商企业市场的营销模式急需创新,结合新理念、新战略、新渠道做到全面综合化发展。为此本文也提出了当前电商企业市场的营销模式创新路径。

(一) 更新营销理念、培养企业良性创新意识

要时刻更新电商企业的营销理念,顺应时代发展趋势利用好互联网技术,打造相对优质且高效的电商市场营销模式,逐渐摒弃传统中单纯谋求价格、利润与高效率的守旧电商市场营销模式,争取市场中营销理念的全面更新与适配,探索出更加适合于消费者的营销模式。具体来讲,差异化服务是电商企业必须具备的,针对不同客户、不同消费人群提供不同的营销平台,建立个性化定制服务体系是有必要的。以国内目前比较火热的“盒马生鲜”为例,他们作为电商企业的线下模式依然不舍弃电商营销理念,利用数字化高效统筹零售流程中的消费者、货物、物流以及超市卖场等各个元素,希望以此提升零售整体运营效率,在线上也保证对流通损耗关键节点的减少。另外,“盒马生鲜”也融入了其他全新理念,例如线上APP配合线下门店进行支付款、电商商城小程序以及邮件EDM等等,真正将线上线下零售重点环节全部打通,为消费者带来了全新的线下消费体验。

(二) 实施社会化与移动化全面兼容互补的营销战略

对于电商企业而言,新媒体的逐步延伸可实现人与人之间的相互互动与沟通,而利用新媒体实施电商平台的社会化与移动化全面营销策略更新发展则是利用到了它的沟通即时性与互动性,从本质上改变人们的消费兴趣取向与消费行为。就目前来看,借助手机移动APP以及各种数字平台的新媒体互动交流活跃了电商企业的营销模式,使社会化营销应用能够大行其道,且它对营销成本的降低与对电商营销影响力的提升效果都不言而喻。例如目前许多电商企业都会利用大数据技术、云计算技术配合新媒体平台对消费者群体进行精准化定位,深入研究不同受众群体的基本特性,并定制专属的营销手段,发布各类具有互动性的营销话题。目前的微信公众平台就是如此,它能够利用自身新媒体平台特征全面分析消费者客户需求,再结合大数据平台与微信新媒体平台加强自身与消费者之间亲密度,建设长期有效的电商企业营销关系^[2]。

总结

在全新的“互联网+”电商市场环境中,目前电商企业市场结合多元化营销模式打造多渠道、综合性营销体系是不遗余力的,他们对消费者客户精准的定位与线上线下双重营销模式也基本颠覆了消费者的传统消费行为思路与模式,其多种营销模块可供消费者个性化选择,这种人性化、自由化创新在将来将会为更多人所接受和应用,为电商企业谋求更长远发展道路。

参考文献

- [1] 李国凤. 电商企业“市场营销”模式的创新[J]. 中国商论, 2018(17): 58-59.
- [2] 王婷. 电商企业管理变革与创新比较分析[J]. 中国商论, 2016(8): 92-94.

电力企业内部审计存在的风险和对策

楚爱香

(国网河南省电力公司三门峡市陕州供电公司 河南 三门峡 472100)

[摘要] 人们生活水平的不断提高,带动了用电需求量的不断增多,电力企业内部审计在电力企业发展中发挥着越来越重要的作用。但是就目前的情况来看,电力企业内部审计中还存在很多问题,因此在时间应用中需要采取有效的措施进行优化,不断提高审计质量,最大程度降低企业各种内外部风险带来的损失,更的提高整体管理水平,促进电力企业的建设发展。本文浅析电力企业内部审计存在的风险和对策。

[关键词] 电力企业; 内部审计; 风险; 对策

1 内部审计工作的重要意义

企业内部审计工作是指企业的管理人员通过科学、系统的方法评价企业的风险管理、控制及治理的程序,以提高企业的管理效率,保证企业在经营过程中能够在完全遵守相关法律法规的前提下,以最快速度实现企业的经营管理目标,为企业的发展奠定坚实的基础。目前来说我国的经济增长已进入低速增长时期,受到经济环境影响,电力需求总量的增长速率也在逐渐变缓。风力发电、太阳能光伏发电等新兴发电方式的推广也加快了电源结构的调整,电力市场趋于多元化发展,给电力企业带来了更大的竞争压力。电力企业在经营管理过程中必须要重视内部审计工作,才能够降低风险,更好地促进企业的稳定发展。企业有效地开展内部审计工作,可以实时的监督及控制企业现状,推动企业的生产经营规范化管理。通过不断完善企业的内部审计工作,可以及时发现当前企业内部所存在的各种问题,通过有效的方式,快速解决问题,则对于企业经营活动的开展起到实质性的推动作用。

2 电力企业内部审计存在的风险

2.1 缺乏内控意识, 制度不完善

就目前的情况来看,很多电力企业内部意识还需要进一步提高,从而才能够更好的满足市场发展需求。但是一部分企业决策者对于企业的内部控制仅仅局限于财务部门对施工费用支出的控制,没有充分的考虑到资金方面。一些负责人觉得内部控制没有效果,或者只是针对部分人员进行。这些都固有成见,会使得内容控制形同虚设,或者建立了内控制度没有严格的进行落实,从而会直接影响到电力企业的经营,进一步增加了电力企业的经营风险,对此需要重点加强研究。

2.2 审计部门独立性不强

在如今大部分已经设立内部审计机构的电力企业中,内部审计机构只是作为企业管理的一个部门。内部审计部门常常从属于企业最高管理层,甚至从属于财务部门;作为对企业全局把控的内部审计部门一旦成为部门的从属部门,其行为必然受到制约,从业人员不能专注于自己的工作,审计部门无法独立的采取有力措施,审计工作无法获得显著结果。从属部门的级别限制导致各职能部门因为担心审计工作会对自己的工作和个人前途造成不利影响,甚至会人

为设置障碍不配合审计工作。在这样的环境中，审计工作从业人员很难严格、规范的执行审计工作，更无法得到公正、合理的审计结果，从而使审计工作陷入恶性循环的圈子。

3 电力企业内部审计的优化对策

3.1 创新并完善内部控制制度

随着社会的不断发展，电力企业建设越来越受到重视，暴露出现来越多的问题，尤其是内部制度不健全，例如项目建设资金监控难度大、岗位控制程序滞后、财务信息化面临的数据风险等。对此在时间应用中电力企业管理者需要树立一定的竞争意识，必须要把实际情况进行多方面优化，包括经营方向、目标和管理方法，不断的进行内部控制系统的完善，引进先进的管理方法，从企业的规模、人员素质以及管理等方面进行，建立一套属于自己的内部控制制度，从而能够更好的满足发展需求。

3.2 提高重视、强化审计部门的独立性

企业经营管理者要大力支持内部审计工作推进，尽可能为审计工作提供支持，以保证审计工作顺利进行，促进电力企业的持续发展。在实际工作中审计部门工作者应调整工作重心，重视对工作质量的控制，加强对整个电力企业体制结构的审计，保证审计部门的职能独立性以及权威性。企业管理模块中，保证审计部门与企业内部其他的生产管理部门互相独立，审计部门直接受企业高层董事会的领导，不受其他管理部门的限制。企业应赋予审计部门特定权限，能够调取其他部门的相关资料，以便于审计部门更准确的进行审计工作。打铁还需自身硬，审计部门在具体的工作过程中必须制定完善的工作程序，严格按照相

关制度开展工作，做到依法办事，公平公正，确保自身的权威性。

3.3 创新内部审计程序和方法

加强电力企业信息系统审计力量目前，大多数企业在内部审计时都是不通过信息系统的。因为集成化系统，使原始凭证大量减少、数据之间直接对应关系不清晰、财务处理与业务处理高度集成，会导致系统中输出数据与存储数据不一致。例如，一些企业人员通过在系统中嵌入非法程序模块转移或更改数据，使其提供给审计人员的都是些虚假数据，这是增加审计风险的危险行为。为了使内部审计人员能够了解系统提供的数据的可信程度，必须审计系统自身数据，这也要作为内部审计的重要环节之一。

结语

随着电力企业经营业务规模的发展，企业内部环境也发生重大变化，审计风险已经成为了当前电力企业内部审计中的突出问题，如何加强风险意识，控制审计风险，提高审计质量，已经被提上了议事日程。电力企业应切实加强内部审计，发挥内部审计免疫系统作用，最大限度地减少企业各种内外部风险带来的损失，从而有助于提高电力企业管理水平，确保电力企业在未来竞争中能够立于不败之地。

参考文献

[1] 赵聪. 对电力企业内部审计存在的风险及控制措施的探讨[J]. 经营管理者, 2015(25): 189.

[2] 李乐. 国有企业基层党组织的工作创新及思索[J]. 企业改革与管理, 2018(03): 166-167.

事业单位公开招聘面试工作存在的问题与对策研究

董赵芳

(运城市盐湖区人事考试培训中心 山西 运城 044001)

[摘要] 随着事业单位改革的深入，公开招聘成为事业单位补充新人的重要途径。如今事业单位公开招聘的规模正在持续扩大，因此便需要提高对于面试环节的重视程度，理应提升测评制度的规范性。本篇文章将阐述面试的主要特点，探讨我国事业单位公开招聘面试存在的主要问题，并对于解决的对策方面提出一些合理的见解。

[关键词] 事业单位；公开招聘；面试；问题；对策

引言

从现阶段发展而言，面试已经成为了公开招聘中应用率最高的一种人才测评形式，并逐步形成了独有的体系，并取得了良好的成效。但是，早期的面试方式存在诸多缺陷，缺乏可信度。为此，便需要应用具有较强科学性的体系，以此对其内容进行规范。

一、面试的主要特点

(一) 多样性特点

一般而言，面试活动基本上都以谈话和观察为主，主要包含“问”、“听”、“察”、“析”以及“判”的综合性特色。面试者通过贯彻应试者个人的语言行为以及非语言行为，从而对其个人能力以及个性品质展开推测。同时在通过对其当时个人表现的行为对其未来可能做出的行为展开判断。通常来说，针对非语言行为的观察，主要包括面部表情的观察以及身体语言的观察^[1]。

(二) 以素质考察作为目的

笔试的形式基本上都以答案作为评定应试者成绩的主要依据，但凡应试者提供的答案和标准答案完全一样，不需要考虑其是否做到了充分理解，也不需要考虑应试者的回答方式是否足够熟练，都需要算其得分。而面试则是根据应试者在面试现场的实际表现，以此对其综合素质展开详细评定。一方面其可以对应试者的个人回答展开分析，判断其是否正确，另一方面也能判断应试者问题回答的灵活性、逻辑性以及应变性水平。

(三) 灵活性特点

一般来说，在面试环节中使用的实体，其有着非常多的变化，基本上没有完全一样的题目，在实际面试的时候，由于测评的对象、录用的单位以及时代的特征等因素均完全不一样，造成选用的题目自然也不会一成不变。不仅如此，面试的要素也有着很强的不确定性特点。有工作岗位以及工作内容有所区别，其职责范围以及资格条件都完全不一样。

二、我国事业单位公开招聘面试存在的主要问题

近些年来，事业单位的面试工作已经取得了长足的进步。但是由于不同单位的实际情况存在差异，招聘组织方并没有对岗位的个性化特点进行区别对待，而是盲目进行“照搬照抄”，导致其面试工作的质量不高，未能将人才选拔的目的充分体现出来。一般来说，主要包括4方面问题。

(一) 面试内容缺乏针对性

一些事业单位在设定面试内容的时候，未能结合单位自身的实际情况以及岗位类型等要素，而是在面对所有应试者的时候，直接采用相同的试题。这种方式缺乏针对性特点，无法充分了解应试者的综合水平，因此难以达到选拔合适人才的目的^[2]。

(二) 面试内容缺乏有效性

现阶段普遍事业单位主要采用结构化面试方式，虽然其程序具有较高的规范性，但是其每一个环节基本上都是“规定动作”，形式单一化。导致评委很难对应试者自身的真实水平展开准确判断。

(三) 面试内容缺乏规范性

一方面，在进行面试试题设计的时候，命题者的水平参差不齐，导致题目本身缺乏均衡性，而且没有体现出开放性特点，使得其质量无法保证。另一方面，在实际面试的时候，通常都以语言交流为主，具有很强的主观性，衡量尺度较差。

(四) 面试内容缺乏严密性

一些事业单位在进行招聘面试的时候，其程序十分复杂，部分环节缺乏研

究性，导致面试的效用未能发挥出来。诸如一些面试测评人员由于工作时间过程出现倦怠心，导致评分出现差异，最终造成面试工作缺乏公平性^[3]。

三、我国事业单位公开招聘面试问题解决的对策

(一) 面试内容要体现出个性化特色

在进行面试的时候，其内容一定不能千篇一律，需要体现出个性化特点。根据单位原有的性质以及工作内容，设置多种不同类型的面试内容，从而能够有效了解面试者自身的素质和综合水平。面试试题本身的科学性基本上直接源自于实际岗位工作的需求，同时又超过现实。所以在进行试题编制的时候，事业单位需要提前设置命题方向，以此与招考单位展开合作，确保其内容能够将岗位性质、素质要求以及层次分类方面的特征结合起来，从而确保其设计的原则能够充分贯彻“以人为本”的重要精神。

(二) 创新面试方法

在早期的面试工作中，基本上都是以“一问一答”的形式展开。而在进入新时代之后，理应对面试思路进行创新，确保其具有多种不同的形式。一方面，事业单位需要对国外人才测评工作的新成果予以借鉴，并结合事业单位本身的情况对其进行应用。另一方面，还要进行技术方法创新，确保面试工作能够体现出综合性特点。为此，事业单位需要临时组建专业小组，针对面试方面的问题进行讨论，以确保面试的方法能够体现出综合性特点。

(三) 制定科学的评测标准

面试本身的目的便是对应试者自身的综合水平展开考察，为此，必须确保评测标准具有足够的科学性特点。

首先，结合职位本身的需求，对各项分支进行合理分配，促使其灵活性得到提高，以此能够有效了解应试者的综合素养。

其次，评分参考还需要具备开放性特点。由于面试通常是以交谈为主，但是每个人对同一个问题的看法完全不一样，为了解思维的深度，理应确保试题具有足够的包容性，甚至是一题多解。

再者，测评任务的执行不能过于机械化，应当将重心更多放在应试者的内在逻辑思考水平层面，以此促使面试工作更具科学性。

(四) 完善面试程序

在进行面试设计的时候，应当对各个部门工作人员进行业务培训，对工作人员自身的岗位职责进行明确，并将权力和责任结合在一起，通过协同配合，促使面试任务更具科学性和合理性。

首先需要设立面试监督机构，创设监督体系。其成员需要来自于各个不同的部门；其次在面试过程中严格按照工作规程进行，严格履行岗位职责；最后在面试过程中遇到突发情况，要遵守工作要求，逐级请示，及时处置，避免转化成考试事故。如此一来，监督渠道和面试程序将会得到进一步拓展，最大限度地降低面试过程中人为因素的发生范围，防止出现不公平的情况。

四、结束语

综上所述，目前我国国家事业单位在进行招聘面试的时候仍然存在诸多问题，导致其人才选拔的作用没有完全展现出来。为此，相关人员必须对此提高重视，通过应用多种不同的手段进行处理，进而提升面试的实际效果。

参考文献

[1] 盛杰, 张长伍. 事业单位公开招聘面试工作存在的问题与对策研究[J]. 连云港职业技术学院学报, 2016, 29(2): 79-82.

[2] 茹春亚. 事业单位招聘面试中公平与科学双赢问题的探讨[J]. 杭州: 生活品质版, 2015(22): 124-125.