

建筑施工企业经营管理和市场开发面临的问题及对策

何增攀

中交第三航务工程局有限公司江苏分公司 江苏 连云港 222000

摘要: 在日益激烈的建筑市场竞争环境下, 建筑施工企业的经营管理和市场开发工作, 仍存在管理体系不科学、重点不明确、客户需求反馈不足、宣传不到位等问题。为提高企业的综合竞争力, 推动企业的健康、可持续发展, 需要直面当前的重点问题, 采取有效措施, 如完善管理体系、构建信息库、加强宣传、客户导向, 加强战略部署等方式, 以实现企业的高质量发展。

关键词: 建筑施工企业; 经营管理; 市场开发; 问题; 对策

引言

建筑施工企业运营的过程中, 经营管理和市场开发是其重要的工作内容之一, 其中经营管理主要是对自身的各项经营活动进行规划、组织、控制和管理等, 主要目的是为了实现自身的正常运营, 在满足社会以及客户需求的同时, 保障自身的生存, 并获得一定的经济效益以及社会效益。而在建筑施工企业经营管理的过程中, 企业面向的是用户和市场, 想要获得更多的经营活动项目和用户, 就需要扩大市场开发的范围和深度, 并运用有效的措施扩大企业的品牌影响力, 提升知名度, 进而推动良性项目的不断落地, 提升自身经济效益。因此, 建筑施工企业想要促进自身的发展, 实现战略发展目标, 就需要将建筑施工企业经营管理和市场开发充分重视起来, 完善自身的经营管理体系, 结合自身以及市场需求去对开展市场开发工作, 促进自身的长远发展。

1 建筑施工企业经济活动的主要内容

建筑施工企业经营管理和市场开发活动的开展要围绕企业自身的经济活动内容, 从而确保各项工作开展的过程中不会对企业的利益造成影响, 并可以实现自身经济效益的提高。^[1]建筑施工企业经济活动的内容主要包括以下几方面: 第一, 对市场发展情况的分析活动, 建筑施工企业在经营管理以及市场开展的过程中, 会对市场的形式以及当前市场环境对自身市场份额的影响进行分析, 并对新签订的合同数据以及可转换为自身受益进行分析和预测, 从而发现可能会对自身经营和发展产生影响的因素进行分析。第二, 对工程项目施工过程中涉及到的方案以及实施过程进行分析。第三, 仓库管理活动, 包含材料采购、市场价格收集、材料质量以及供应等内容的分析。第四, 企业自身近年来的经济指标变化情况, 项目收入、利润、投资预算等内容的分析和管理工作。第五, 资产质量情况分析。第六, 清收债务以及

“两金”压降情况变化情况分析。

2 建筑施工企业提高市场开发的重要性

施工企业市场经营活动中市场开发以及经营管理是主要的活动内容, 其中经营管理活动为企业各项工作的顺利开展奠定了基础, 保障了企业自身经营过程中各项工作的规范性。而市场开发对于企业发展有着几位重要的作用, 会直接影响到企业的经济效益以及生存情况。同时在对建筑施工企业的管理能力进行考察的过程中, 市场开发也是衡量其管理能力的重要指标之一。当前施工企业要结合市场经济体制去对自身的经营管理活动进行改革, 要意识到当下建筑行业市场中越发激烈的竞争, 进一步强化自身在市场上的影响力。当前还有部分建筑施工企业虽然成立了市场开发部门, 可部门的主要工作还停留在招投标工作中, 虽然在一定程度上提升了自身建筑项目承包量, 完成了招标活动, 但是实际和市场经济模式下的市场开发还存在一定出入, 现如今我国已经进入了数字经济和智能建造融合的新阶段, 建筑施工企业在市场开发的过程中也要意识到自身市场知名度和影响力扩大的重要性, 在自身施工能力、承接项目的基础上, 强化自身市场营销战略部市场, 通过新媒体、依靠在建项目进行品牌宣传, 从而强化自身在行业中以及用户中的印象和影响力, 有助于促进施工企业市场开发效果的提升, 并提高建筑施工企业的市场竞争力。

3 建筑施工企业经营管理和市场开发面临的问题

3.1 管理结构不稳定

当前, 在对建筑施工企业经营管理工作进行调查和分析的过程中可以发现, 还有部分施工企业的管理结构还不够稳定和完美, 企业的管理人员和结构相对较为单一和薄弱, 企业中还存在“一言堂”的情况, 导致在对企业未来发展战略进行制定的过程中就会出现不足以及盲目性, 会严重影响到企业各项工作的开展。这种情况

从一些发展较为稳定的管理结构对比中可以发现, 这些企业自身会根据企业各项工作去设置相应的部门, 并配备具有专业生产、经营和管理能力的人员, 这些人员不仅可以为企业经营管理工作提供意见, 同时可以参与到企业决策以及经营管理的过程中, 避免了企业在经营管理的过程中可能会出现失误, 从而避免企业经营管理的过程中由于决策和管理失误导致自身经济效益受到影响。^[2]

3.2 市场开发存在盲目性

建筑施工企业经营管理和市场开发过程中存在的最为显著的问题就是大多企业的市场开发还存在极大的盲目性, 在项目开发上追求数量多、规模大, 对项目的特点和自身优势的匹配, 评估不足。虽然经营管理的过程中将市场开发充分重视了起来, 但是实际的市场开发策略以及方式和企业自身的经营活动以及战略规划之间还存在差距, 这就导致即使企业市场开发投入不断增加, 但是实际上自身的经济效益以及市场开发效益却没有得到提高, 甚至在一定程度上造成了成本费用的增加。另外, 当前部分建筑施工企业在发展的过程中并没有形成适合自身战略发展目标制定以及市场开发规划的指导方案。导致在实际开展工作的过程中, 建筑施工企业出现了照搬抄袭的情况, 这种模式下在进行市场开发的过程中也会出现盲目性, 主要是制度是市场开发的过程和实际企业自身经济活动的需求以及未来发展规划存在不符, 造成企业的发展受到阻碍。

3.3 营销宣传存在不足

互联网时代下, 各种信息技术、互联网技术已经渗透到了人们生活、生产中的方方面面, 为了提升企业自身的知名度, 各大企业不仅建设自身的官方网页, 更投入了大量的资金在有关的建筑行业网站、论坛以及其他互联网平台上进行了宣传。^[3]但是当前依旧存在一些建筑施工企业没有将营销宣传充分重视起来, 虽然企业自身的专业能力以及施工的质量和标准较多, 但是时代在不断变化, 市场上的建筑施工企业也越来越多, 客户在选择的过程中也开始从网络上对施工企业进行选择, 这个过程中企业的营销和宣传效果会在一定程度上影响到客户对企业的印象以及考察情况。而出现这种情况的主要原因主要是企业的管理人员自身管理理念较为滞后, 不关注当下市场开发需求, 没有开展有效的市场营销和宣传。

3.4 忽视客户需求

客户的评价和反馈会直接影响到企业的经营管理效果, 当前还有部分建筑施工企业还存在不重视以及忽视客户需求的情况, 出现了前期承接项目会对客户的需

求和反馈进行收集, 但是一旦合作稳定滞后, 就会出现我行我素的情况, 在施工过程中出现了敷衍的情况, 即使客户提出了需求并且进行了反馈, 但是依旧有部分施工企业出现了推脱、不予答复等情况, 另外在项目开展的过程中施工企业和客户的交流和沟通也存在严重的不足, 导致在实际工作的过程中无法满足客户的需求, 不仅客户后续不会再和企业进行合作, 同时也会给企业带来负面的评价, 企业在行业中以及市场中的形象以及影响力都会受到损害, 无法留住老客户, 吸引新客户, 市场开发以及经营管理都会受到严重阻碍。^[4]

3.5 经营方向重点不明确

建筑施工企业经营管理和市场开发的过程中, 需要将市场情况以及未来发展趋势作为自身经营和市场开发的导向, 并制定战略规划目标, 促进自身经营管理效果的提升, 为企业的长远发展奠定基础。但是在实际开展工作的过程中可以发现, 企业存在经营方向重点不明确的情况, 出现这种情况的主要原因是企业的管理者没有明确的发展方向和目标, 也没有结合自身的实际情况, 制定完善的战略规划和管理体系, 导致企业内部管理层以及基层员工等, 没有工作目标, 在市场营销的过程中也出现了盲目、随意的情况, 严重影响了企业经营管理的效果, 不利于企业自身经济效益的提升以及长远发展。^[5]

4 提升建筑施工企业经营管理和市场开发效果的有效对策

4.1 完善企业经营体系

当前建筑施工企业在经营发展的过程中不仅有极大的发展前景, 同时也面临着一定的挑战, 建筑行业在不断发展过程中市场上的建筑施工企业也在不断增加, 企业面临的市场竞争压力越发激烈, 这就需要建筑施工企业自身要将经营管理转型以及市场开发充分重视起来。^[6]首先, 要转变传统的管理理念以及管理模式, 完善企业的经营管理体系, 紧跟国家有关的政策要求, 抓住市场信息和发展机遇, 对自身的管理结构进行调整, 丰富企业管理层级, 聘请专业的、有经验的管理人员, 参与到企业战略发展目标、市场开发方向制定的过程中, 从而保障经营管理过程中有关决策的正确性。另外, 要将客户关系、市场营销、品牌宣传等充分重视起来, 确保企业自身建设、发展可以满足当下社会、市场以及客户的需求。

4.2 构建企业信息库

企业自身经营管理体系完善后, 企业要构建内部信息库, 为战略目标制定以及市场开发提供基础数据支

撑。在对信息库构建的过程中可以从以下几方面开展：第一，企业要构建自身的内部信息库，内部信息库主要是对建筑施工企业内部的信息进行收集，并为各部门工作开展提供数据支撑。一方面是内部企业信息库要和各部门进行对接，并形成内部信息小循环。另一方面内部信息库要对自身的客户信息进行收集，并对客户的反馈和需求进行跟进，避免出现忽视客户的情况，同时也可以实现新老客户的维护，有助于促进企业自身经营管理质量和效果的提升。第二，还要建立外部信息库，主要目的是对市场中有企业经营和市场开发的信息进行收集和分析，然后结合市场情况去对自身的经营管理进行优化。第三，内部信息库和外部信息库之间要实现融合管理，从而保障自身战略发展目标目标。经营管理方向以及市场开发具有明确的方向。

4.3 通过新媒体、依靠在建项目进行品牌宣传

时代的不断发展，新媒体已然成为了信息传播的主要渠道，而建筑施工企业在开展经营管理以及市场开发的过程中也要做到与时俱进，敢于创新。要将新媒体在企业宣传中的价值充分的重视起来，结合自身在建项目以及优势，找到运用新媒体进行品牌宣传的契合点，强化企业宣传和新媒体的融合度，在经营管理的过程中对自身的重大决策、优秀成绩、施工现状等进行宣传，从而让建筑施工企业出现在市场和大众的事业中，有助于企业良好形象树立，扩大了企业品牌的知名度，为企业发展奠定了基础。

4.4 针对客户需求，提供量身定制服务

建筑施工企业经营管理与市场开发的过程中要始终意识到，客户的满意度是企业自身信誉度以及发展的重要基础，针对这一要求，在开展经营管理的过程中，企业就需要建立和客户沟通的渠道，客户可以在有关的渠道平台中去反馈自身的需求以及对施工的需求。而企业要配备专业的客户需求和反馈处理部门，并安排工作人员去收集客户的需求，并解决客户存在的问题，必要的客户反馈可以进行部门工单派送，在项目承接的全过程

中结合客户需求去为其量身定制服务，从而提升客户的满意度。

4.5 强化市场营销战略部署

建筑施工企业经营管理与市场开发的根本目的是为了保障企业的正常运转，并获取到更多的战略合作伙伴以及业务，因此企业管理人员要对自身传统的管理理念和管理思想进行改革，要在经营管理的过程中重视各项项目的质量，确保客户可以满足项目，实现自身品牌效应和企业形象的提升。^[9]另外，要结合自身经济活动结果以及市场情况，明确经营方向重点，然后制定企业营销战略。营销战略部署可以从产品营销、渠道营销、招标采购策略三个方面进行考虑，确保营销策略和企业发展相适应，并通过多渠道实现自身营销效果的提升，提升企业的关注度，促进企业竞争力的提升。

结束语

建筑施工企业想要提升自身的市场竞争力，并或得经济效益，就要结合当下自身经营以及战略发展需求，对市场情况以及客户需求进行分析，对经营管理体系进行优化，并加大市场营销和宣传力度，提升企业自身的管理效果，提升市场开发的有效性，为企业健康、可持续发展奠定基础。

参考文献

- [1]王锋. 建筑施工企业经营管理与市场开发的关联性探究[J]. 中国科技纵横, 2021, 000(004):76-77.
- [2]杨彩明. 建筑施工企业经营管理及经济效益探究[J]. 建筑与装饰, 2019(6):2.
- [3]王巍. 建筑施工企业经营管理与市场开发面临的问题及对策[J]. 大众标准化, 2022(11):112-114.
- [4]张浩. 建筑施工企业经营管理与市场开发的思考[J]. 中文科技期刊数据库(全文版)经济管理, 2022(8):3.
- [5]张辉. 新时期国企建筑施工企业的市场经营管理研究[J]. 乡镇企业导报, 2022(1):0235-0237.
- [6]孙莉龙. 建筑企业经营与市场开发面临的问题及对策[J]. 四川建材, 2022, 48(10):209-210.