

初级经济基础辅导：企业经营观念的发展经济师考试 PDF 转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/538/2021_2022__E5_88_9D_E7_BA_A7_E7_BB_8F_E6_c49_538878.htm

1.理解企业经营观念的发展沿革及其在企业开展市场营销活动中的作用；企业经营观念是企业制定各项经营决策时所遵循的基本思想和观念，它随着社会经济的发展而不断发展。影响因素：（1）社会经济水平（2）市场经营环境（3）企业资源状况2.掌握生产观念、产品观念、推销观念、营销观念、社会营销观念和关系营销观念的主要内容，熟悉各种观念兴起的原因及适用的条件。归纳起来，曾经产生和流行过六种主要的经营观念：

（1）生产观念。生产观念认为，企业应通过大规模生产和大规模分销来降低成本，扩展市场。生产观念有明显的历史局限性。生产观念产生于产品供不应求的市场环境，兴起的原因是当时众多的企业面临的主要经营问题是生产效率低下、生产成本低。（2）产品观念。产品观念认为，“酒香不怕巷子深”，只要是质量高、花色多、功能强、款式好、有特色的产品就会得到顾客的青睐。当市场转变为买方市场时，产品观念会禁锢企业的发展。产品观念产生于产品供求关系缓和甚至趋于平衡的市场环境，兴起的原因是市场上出现品牌的竞争。产品观念可能会导致“市场近视症”。（3）推销观念。推销观念的假设是，顾客在购买时是消极和被动的，如果听凭自然的话，他们通常不会足量购买。因此，企业必须通过一定的技术大力促销其产品；只有这样做了，顾客才有可能对他们的产品产生兴趣和购买的欲望。当企业经营那些顾客一般不会主动购买的“非寻求商品”，或是处理过剩产

品时，推销观念往往能够发挥积极的作用。推销观念产生于激烈的市场竞争中，产生的原因是市场的繁荣和买方市场的逐渐形成，企业经营观念逐步转变。（4）营销观念。营销观念认为，为了达成企业的经营目标，不能仅仅“推销已经生产出来的产品”，而必须努力发现需求并设法向市场提供能够满足某种需求的产品。企业的经营活动是一个始终以顾客需要和欲望为导向不断满足市场需求的过程。营销观念产生于竞争激励、需求多元化的市场环境中。营销观念的核心思想体现在三个方面。（5）社会营销观念。社会营销观念认为，企业不仅要通过满足个体消费者的需要和欲望来获得利益，而且还要符合整个社会的长远利益，即要正确处理企业、顾客和全社会三方面的关系，统筹兼顾，求得它们之间的和谐与平衡。（6）关系营销观念。关系营销是企业通过识别、建立、保持和加强与顾客和其他利益相关者的关系，履行承诺和实现交换，使各方互惠互利，实现各自目标。相比营销观念，关系营销观念的营销目标大大扩展，它不仅要通过满足需要使企业盈利，而且要为包括顾客、供应商、中间商等所有利益相关者贡献价值，进而实行本企业的价值。

3.掌握传统的以产定销型的经营观念与以营销观念为代表的以销定产型的经营观念之间的区别。

传统的以产定销型的经营思想不能适应竞争激烈、需求多元化的市场趋势，开始关注顾客的需求和购买行为，营销观念应运而生。营销观念是一种以销定产型的经营哲学，它取代了以推销观念为代表的传统导向，是企业经营思想上的一次革命。结合教材上的图示，分别从出发点、焦点、手段、目标四方面来讨论这两种观念的区别。营销观念的核心思想体现在以下三个方面：（1）市场

导向（2）长期利益原则（3）整合营销思想4.理解营销管理的实质就是需求管理。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com