管理会计方法在企业营销管理中的应用分析

企业的发展与自身的营销管理工作息息相关，可以说，企业营销管理的好坏直接关系到企业发展方向。现阶段，市场竞争的加剧，企业发展环境也发生了巨大的变化，企业营销管理工作中也暴露出了许多问题，企业营销管理难以达到预期目标和效果，在这种情况下，企业营销管理的革新迫在眉睫。管理会计方法作为企业决策信息系统的重要组成部分，是企业经营战略决策制定的重要工具，在企业营销管理中应用管理会计方法可以优化资源配置，实现营销管理的有效控制，从而提高企业营销管理效率和水平，推动企业的又好又快发展。
　　1.管理会计方法介绍
　　管理会计是一门新兴的科学，是社会快速发展、企业经营管理现代化发展的结果。管理会计就是管理与会计有机地结合起来，管理会计涉及了管理学、经济学、组织行为学等相关领域，管理会计的出现有助于企业经营决策的制定。而管理会计方法就是控制管理会计活动相关的手段和方法。管理会计方法的出现为管理会计工作的开展提供了依据，使得管理会计得到了更好的发展。
　　2.管理会计方法在企业营销管理中应用现状
　　管理会计是社会发展的产物，它的出现在现代社会里发挥着愈来愈重要的作用。现代社会里，人们对管理会计的研究越来越深入，管理会计方法也在不断完善，使得企业营销管理水平也得到了大幅度提高。管理会计方法在企业营销管理中应用在很大程度上推动了企业的发展，在管理会计的作用下，企业营销管理效率和水平得到了提高，而营销管理水平的提高，企业的营销活动自然就会获得好的效益。但是就目前来看，管理会计方法的应用还不够普遍，只是停留在部分地区的部分企业中，与管理会计应用相应的管理体系还不够健全，管理会计的作用得不到有效的发挥。因此，在未来发展道路上，要积极推进管理会计的研究，促使管理会计方法的广泛应用，从而更好地发挥管理会计的作用，为企业的发展提供保障。
　　3.管理会计方法在企业营销管理中的应用分析
　　3.1对企业营销前景进行预测
　　营销管理就是为了实现企业目标，对企业各项活动进行有效的分析、规划和控制等一系列活动。在企业营销管理中，营销前景的预测是一项重要的工作，它关系到了企业营销策略的制定方法。在企业营销前景预测中，应用管理会计方法，根据企业的发展目标以及营销战略，可以对企业内部以及外部环境进行综合分析，对企业营销成本、利润和资金变动进行有目的的预测，从而为企业营销战略的制定提供科学依据，保证企业营销战略决策的科学性。同时，企业还可以采用管理会计方法，对市场容量和结构进行深层次的分析，明确企业自身的市场地位，从而更好地参与市场竞争，规避风险。
　　3.2提高企业营销决策的科学性
　　营销决策是对产品市场经营和销售活动的目标、方针、策略等重大问题进行选择和决断的过程。在企业营销决策过程中，需要综合考虑多方面的因素，在营销决策中一旦忽略一个环节，整个营销就难以达到应有的效果。而在管理会计的作用下，采用管理会计方法，可以对企业的决策目标相关信息资源进行整合，并进行系统分析，经过系统分析形成合理的评价指标，从而不断优化企业营销决策方案，提高营销决策的科学性、合理性。
　　3.3控制企业营销管理成本
　　营销管理作为一种经济活动，在整个营销管理中需要投入大量的人力、物力、财力，而如何在有效的成本内获得最佳效益是企业营销管理工作的核心内容。以往，在企业营销管理中，营销成本这一问题很容易被忽略，企业难以控制企业营销过程中的成本，而利用管理会计方法，对企业营销管理活动相关目标进行分解，从而优化各项预算，保证企业营销所需的人力、物力、财力的合理性，有效地控制企业营销成本。同时，采用管理会计方法们可以对企业产品的生命周期进行有效的控制，为企业提供全面的计划和控制信息，预测出产品的整个生命周期内所需投入的成本以及能够获得利润，从而根据预测结果来确定产品生产数量，有效地控制成本。
　　3.4提高营销管理效率和水平
　　在企业营销管理中，管理会计方法的应用能够实现企业营销活动中事前控制和事中控制的有效结合。管理会计方法为企业营销管理工作提供了多种途径。在企业营销管理中，企业对整个营销管理活动进行有效的监督，通过收入和费用计算，使企业营销部门充分了解计划目标的实现程度，从而根据现阶段的实际情况对营销策略进行调整和改善，从而提高营销活动效益，提高营销管理水平，保证营销目标的顺利实现。另外，在企业营销管理中，管理会计方法的应用能够对各部门、各单位的责任指标执行情况进行有效的评价，分析企业营销活动存在的不足，为企业未来的营销工作提供科学的依据。
　　结语
　　综上，管理会计作为时代发展的产物，随着管理会计的发展，管理会计方法也在不断完善，在企业营销管理中发挥着重大作用。管理会计方法是企业提高营销管理水平的有效工具。企业应当认识到管理会计方法的重要性，要积极应用管理会计方法来开展营销管理工作，对企业营销管理工作进行全面的控制，从而提高企业营销策略的科学性，促进企业营销管理目标的顺利实现，推动企业的更好发展。