

新形势下企业经营管理的问题与创新策略

■ 浙江宁波 / 武 越 张萱森

摘要 在新形势影响下,企业需要强化创新的自觉意识。提高创新管理水平、建立健全企业内部管理制度、增强科技创新能力,是新形势下企业创新的主要策略。

关键词 新形势 企业经营管理 问题 创新策略

科学的企业管理是保障企业经济可持续发展的重要手段和措施。管理是维系企业众多生产要素正常配置的前提,高效率的管理能够让整个企业更加充满活力。然而,在新形势下,很多企业的经营机制囿于旧的管理理念,使企业的运行系统很难跟上时代的步伐,这将会影响企业的正常发展,不利于企业从激烈的市场竞争中脱颖而出。

一、企业经营管理存在的问题

(一)创新意识淡薄

当今世界,经济形势日益加剧变化,市场环境瞬息万变。我国有些企业却急于求成,往往忽视了企业管理的创新,仍然以经济利益为最高宗旨。在这样的企业管理理念和管理机制下,企业容易淡化提高自身企业综合能力和创新能力的观念,影响企业很多管理性质活动开展,最终影响企业的可持续发展。一个组织离不开有秩序的管理,企业也是如此。管理成为企业一直在完善与发展的主题。在知识经济发展的形势下,企业应与时俱进,提高智能管理体制的应用能力。当今信息化时代,企业应开发互联网云计算的高级管理应用,在市场的终端可以利用物联网促进物流领域的智能化。然而,我国企业在管理智能化这方面仍需深入引用。

(二)企业内部管理制度不完善

企业管理制度对员工既起到约束作用也起到督促作用。传统的企业管理制度,如经验管理,在新的经济形势下不能起到很好的管理效果,有时反而会适得其反,对企业造成不良影响。

许多企业还未认识到内部人才培养的重要性。企业的发展离不开制度的创新,更离不开人才的引入和人才的培养。忽视对已有人才的培养,容易因人才断层

而出现企业人才需求的短缺。而优化企业人才管理制度则会激发员工的个人内在潜能,助力企业向前发展。例如,咖啡行业快销品的领军企业“星巴克”,在做到一切设计均为顾客着想的同时,也把员工放在第一位,尊重员工,很乐意对员工进行针对性的投资,依靠员工来宣传品牌。为了帮助员工缓解工作压力,“星巴克”为员工提供免费的缓解压力课程学习,并对高管人员实施精细化管理。倡导“伙伴文化”“赞赏文化”的“星巴克”既给顾客有宾至如归的感觉,也让员工有在家中温馨、舒适的感觉。此外,“星巴克”员工的晋升空间很大,每位员工可在不同的工作地点流动工作,而且员工提拔为公司内部管理人员的机率也大。在选择和培养人才时,“星巴克”还注重员工学习能力和自我展现能力,公司认为这类人才具有创新潜力。我国企业中真正在管事管人制度上能向“星巴克”看齐且做到的少之又少,完善经营管理制度仍然任重道远。

(三)中小企业管理模式僵化

企业经济管理不能因循守旧、抵制新事物。正如唯物辩证法所阐述的观点:新事物的产生必定会代替旧事物,而新事物取代旧事物的过程中,旧事物一般处排斥的状态。面对新的经济形势的变化,创新是推动制度创新生产力的重要力量。

我国中小企业中很大一部分是世袭制的家族企业,家族企业依托血缘纽带一代一代继承和发展,从无到有积累企业成本,因此相比于新兴企业,家族企业的起步成本是相对较低的。而在新形势下,无论是家族企业还是普通的中小型企业都面临着企业转型升级问题,企业出现“天花板效应”时,不应墨守成规而要有所创新突破,勇于向外投资和吸引投资者,广泛布局战略合作伙伴。家族企业中被市场淘汰的不胜枚举,如小肥

羊集团就是一个被美国洋快餐百盛集团收购的案例,而在此之前“汇源”也险些被百事可乐收购。基于众多民族品牌的倒台可看出市场竞争的残酷性,也可看出我国众多家族企业经营管理的問題。

二、新形势下企业经营管理创新策略

(一)提高创新管理意识

新形势下企业管理要实现新的突破,就需创新管理新模式,在把握新形势下市场环境变化的一般规律时,抓住当前形势的主要特征。例如,当下是“互联网+”的大数据时代,企业应在管理上走在时代前沿,实现智能化的管理,将大数据引入管理体制中,如智能手机 app 考勤、手机客户端直接发放薪资等;也可通过大数据分析企业产品或服务在市场上的销售情况和使用情况,便于企业后期的市场勘测和调研。企业为应对新形势,应把创新作为驱动力,引入创新元素,增加企业运行机制的新动力,突破传统管理观念实现新发展。实现管理的突破就需要改革管理体制,改革管理制度可创造崭新的发展空间,激发企业的潜在能力,让企业迸发出新的生命力。

(二)建立健全企业内部管理制度

企业应将产权多元化的股份制体系纳入管理办法中,提高员工的薪资水平和工作积极性,为企业开拓出一条新的管理途径。

企业在内部管理体制中引入股份制,实质上是让所盈利的不动产变成企业的流动资产,通过加速流动资产的流通以实现管理体制的升级。中小型企业应打破独立经营的格局,不应与同类企业切除一切的对外联系,而是要积极合作,实行股份制,让股份制成为新形势下主要的经济管理模式。这种模式在遵循市场经济法则的同时,也利于企业建立健全系统性的法人治理机构。

新形势下人们进入全民网络化时代,无线网络的覆盖区域无处不在,人们的生活、学习和工作与互联网紧密地联系在一起,移动客户端成为人们信息交流的重要载体。数字化时代同样是人性化的时代,服务至上的理念逐步深入企业的管理要求之中,因此企业文化成为提升企业形象和凝聚力的重要部分。如果说科学技术是硬实力,那么品牌文化和企业文化无疑就是企业的软实力。企业在内部打造企业精神,在外部提升形象,让内部管理秩序井然,成员有着凝聚力和向上的动力,创造一个外圆内方的市场环境,这样企业才能在市场翻涌巨浪中不被淹没,而又快又好地发展。

企业的管理制度是用来管理员工的,而员工在市场上要依法办事的同时在企业也要依制度办事,遵循

企业制定的规章制度。制定的管理制度有人维护和遵守,企业会越来越强大。

(三)增强科技创新能力

科学技术是推动生产的强劲动力,而企业是科学技术应用的重要领域。在新中国成立初期,科学技术应用的领域大多为重工业领域,应用的主体是以政府为主导的国有企业,科技应用的企业被称之为科研单位。而今企业才是将科学技术直接转换为科研成果的主体,企业也是科技力和文化软实力集中的载体。

新形势下企业迫在眉睫的就是实现科技创新,形成独有的科技竞争力以捍卫企业在市场上不可动摇的地位。因此,企业要倾注于构建内部的科研团队,积极研发专利,塑造有企业文化特色的品牌,另外,企业内部可形成创新科技一体化的协同发展模式,在企业内部培养专业领域的科技人才,实现产学研一体化,壮大企业的科技实力。

三、新形势下企业经营管理创新策略分析

——以耐克公司为例

(一)专注品牌文化打造

品牌是企业的“名片”,是企业产品或服务美誉度和知名度的集中体现。从根本上说,企业的品牌代表的是产品在市场的知名度,也预示着市场主体对该品牌产品的认可。然而,打造好品牌不是一蹴而就的,品牌在市场上美誉度和可信度都赫赫有名,品牌价值也是不可小觑的,而这样的企业面对市场高效益回报,也会相应的付出高成本来塑造品牌文化,提升品牌价值。

新形势下塑造企业良好的品牌形象不易。从奥格威提出的品牌形象理论可知,品牌的形象塑造离不开广告提升知名度的作用力,离不开企业长期的广告投入,离不开企业锲而不舍地满足消费者的心理需求。例如,著名运动品牌“耐克”之所以在市场上经久不衰且历久弥新,就在于“耐克”一直得益于灵活的市场应变能力。

(二)与时俱进运用优势资源

“耐克”一直将体育作为自身的优势资源,奋力争取大型国际体育赛事的举办权、冠名权、广告发布权。“耐克”一度拿下赛事的运营资源、球员运营资源、场馆运营资源等。大型体育赛事是举世瞩目的,在国际大舞台上打广告如同包揽热点赛事的最高

上。此外,耐克公司为了满足不同领域消费者的心里和生活需求,研发了 zoom、AirJordan 等多个系列的运动鞋。“AirJordan”是以 NBA 史上最著名的的球星迈克尔·乔丹命名。1984 年,耐克公司与乔丹签约后推出同名系列篮球鞋,耐克公司的销售额高速增长,乔丹和“耐克”品牌的国际知名度不断上升,在公众心中成功打造品牌形象。与此同时,耐克公司针对短跑、长跑、足球、篮球等体育领域研发运动鞋、运动服及相关配饰。纵观耐克公司的发展史,以跑步运动品起家,通过与其他龙头企业进行品牌并购,提高自身的知名度和市场占有率。例如,“耐克”与 Canstar Sports 合作实现了冰球运动产品的优势互补。紧接着在 2003 年收购匡威企业,势在休闲鞋领域分得一杯羹。果然,耐克公司把匡威帆布鞋老品牌推向热销前端,而耐克公司收购并运营成功离不开它善于保留产品各自的特点,通过在保持优质的基础上创新运动产品款式,实现 1+1>2 的效果。据统计,2004—2014 年“耐克”品牌在市场上占据了半壁江山。

(三)注重科技元素的投入与结合

在新形势下,随着信息化体育概念深入人心,“耐克”也与知名的科技企业强强合作。例如,耐克公司与苹果公司在合作期间,双方将各自优势运用得炉火纯青。耐克公司将运动器材与苹果公司的音频播放器相结合,推出数字化体育概念已深入人心。

早在 2007 年,耐克公司就与科技巨头苹果公司联

手推出“Nike+iPod”运动鞋,研发这种功能的运动鞋初衷是为了消除“耐克”的客户在跑步中的寂寞,让跑步与音乐完美融合,更加奇特美妙,让运动鞋变的更会思考。贴心的设计让那些热爱运动的消费者爱不释手。

近些年,健身运动越来越受到国人的推崇,人们越来越注重身体素质和生活质量,而这款将运动量计测与音乐播放功能合二为一的运动鞋,不仅穿着舒适、符合人体工学、便于运动,而且还可以实时记录运动者消耗的卡路里、运动时长、运动距离等一系列数据,这类数字化概念的体育运动产品还有健身腕带、蓝牙耳机等。耐克公司独立开发智能产品不仅引领运动潮流,同时也顺应新的时代形势。

四、结论

在经济全球化的环境中,企业的经营管理是决定企业成败的关键。在当今激烈的市场竞争环境,国企和民营企业都接受着严峻的市场考验,传统的企业经营管理模式已不能适应瞬息万变的社会发展需求。

新形势下,企业应加快经济体制改革步伐,在经营管理的模式中注入新的时代内涵,研究经营管理的创新策略需要顺应时下社会经济潮流的发展,突破旧的经营管理体制的壁垒,利用互联网技术促进经营管理模式的升级和转型,将知识经济的内涵深入到企业的管理中,提升市场竞争力,为企业实现可持续健康发展铺平道路。■

参考文献:

- [1]杨志学.新形势下企业经济管理的创新策略[J].现代营销(下旬刊) 2015(9):26—27.
- [2]李宁.新形势下我国企业经济管理创新策略研究[J].知识经济 2016(1):148—149.
- [3]张坡.新形势下企业经济管理模式的创新策略[J].中国高新技术企业 2016(11):152—153.
- [4]何慧娟.试论新形势下企业经济管理的创新策略[J].中国集体经济 2014(24):51—52.
- [5]汪雨妍.新形势下企业经济管理的创新策略[J].现代商业 2018(2):169—170.

作者简介:武越、张萱淼 浙江万里学院。

编辑 贾树海