

企业工商管理创新策略探微

● 龚兴星



[摘要] 随着市场竞争的加剧和全球化进程的不断推进,企业面临着更多的挑战和机遇。因此,越来越多的企业开始重视工商管理创新,以提升竞争力、适应变革,以及实现长期可持续发展为目的,不断探索,引入先进的管理思想和方法,培育创新的企业文化,不断提升管理水平和效率,从而在市场竞争中立于不败之地。综上所述,本文将讨论企业工商管理创新策略,希望加快创新速度,提高企业工商管理水平。

[关键词] 企业;工商管理;创新策略

Q 企业工商管理常见模式

(1)家长管理模式。家长式管理模式是较为传统的一种管理方式,这一模式中,企业管理者像家长一样掌握着大部分的管理决策权,所以决策过程较为迅速。家长型管理者通常会对员工进行较为严格的管控,而这种模式适用于正在创业期且规模较小的公司,或者那些需要迅速决策的环境中。在团队较为稳定,且对立即响应市场变化有着紧迫需求时,家长式管理能够确保企业快速有效地运行。

(2)放任式管理模式。在当前现代社会背景下,市场呈现出更加多样化和个性化的需求,家长式管理的局限性开始显现。因此,部分企业转而采取放任式管理模式,减少对员工的日常监督,给予团队和个人更高的自主决策权。在放任式管理模式下,管理者对员工采取非干预态度,鼓励员工自主创新和独立解决问题,这种模式可以激发员工的积极性和创造力。在需要高度创新以及员工能力较为均衡的公司中,放任式管理能够提供一个自由的环境,让员工自我驱动,最大化地挖掘每个人的潜力。

(3)参与式管理模式。这种模式下,企业管理者倾向于共同商议决策,并在企业运营中鼓励员工提出意见和建议。这种开放式的沟通制度有助于集思广益,以便取得更好的效果。摒弃顶层决策时可能出现的盲目性,使得决策更加符合企业利益。参与式管理模式在现代企业中尤其常见,特别是在那些注重员工满意度、希望通过团队协作来提升效能与创新力的企业中,这种模式表现出了极大的优势。

(4)专业化管理模式。专业化管理模式则是当前开始流行的一种管理方式,其注重借助外部专业人士或建立内部专业团队来进行管理。由于现代企业面临的问题日益复杂,这就要求管理者必须具有专业的知识和能力,这样才能作出

合理决策并相应给出应对方式。因此,专业化管理不断在企业中得到推崇。专业化管理通过引入专业意见和方法,不断优化企业的管理流程和结构,增强企业对市场变化的响应能力和竞争力。

企业管理如果想要获得成功,往往需要多种管理模式的灵活运用。在不同发展阶段和面临不同市场环境时,各种管理模式需要进行搭配使用。例如,一家初创企业可能在创业初期采用家长式管理,快速决策,以赢得市场先机;随着企业规模的扩大和市场环境的变化,适时地引入放任式管理,激励员工发挥主观能动性,并推进企业的创新;参与式管理能够增强内部凝聚力,鼓励开放沟通,提升决策质量;而在企业的专业化水平需要提升时,转向专业化管理模式,以此则有助于提升企业核心竞争力。

Q 企业工商管理存在的问题

(1)管理者缺乏管理理念。企业管理中,管理者的管理理念至关重要。随着市场环境的复杂多变,传统的管理模式已难以适应新的发展需求。部分企业管理者缺乏前瞻性和创新精神,仍沿用老旧的管理思想和方法。例如,部分企业管理者仍然坚持通过强制执行和层级指令来管理团队,这种自上而下的管理方式忽视了员工的创造性和参与性。在全球化和互联网经济的新环境下,这样的管理理念阻碍了企业的灵活性与创新能力,导致企业在市场竞争中处于劣势。

(2)缺乏管理人才。人才是企业最宝贵的资产,优秀的管理人才对于企业的发展具有不可替代的作用。然而,许多企业在人才培养和引进方面存在短视和被动。部分企业对于人才需求的判断不够准确,缺乏系统的人才培养和激励

制度。同时,在招聘和选拔管理人才时,忽视了人才的综合能力和潜在价值,过于注重短期业绩,没有为企业长远发展培育合适的人才。此外,对于管理人才的培训和职业发展规划也不够重视,导致人才流动频繁,无法形成稳固的管理团队,对企业的持续成长构成了一定影响。

(3)缺乏完善管理制度。管理制度是企业有效运营的框架,其中包括规定工作流程、决策制度以及权限与责任的分配。在当前大环境下,企业需要更加灵活高效的管理来应对市场变化。但是当前部分企业的管理制度过于僵化,没有随着外部环境变化而做出及时调整。例如,对于市场机会的响应缓慢,决策流程冗长,不利于企业快速做出反应,捕捉市场机遇。同时,一些企业内部的监督管理制度和激励制度尚不完善,导致员工积极性不高,内部管理效率低下。

(4)管理方式落后。市场环境变化快速,信息技术发展日新月异。传统的管理模式已难以适应现代企业运营的需求。例如,过去那种以指令和控制为核心的管理风格,在现今高度依赖创意和创新的商业环境中显得不再适用。企业需要快速响应市场变化,而这这就要求管理层能够做出敏捷决策,并在组织内部营造一种鼓励创新和自主的文化。此外,许多企业依然依赖于纸质记录和手工处理数据,这种方式不仅效率低下,还容易出现错误,与现下数字化时代的需求格格不入。

Q 企业工商管理创新策略

(一)创新管理理念

传统的管理理念在经济高速增长时期或许能满足企业的需求,但在当前这个增长放缓、结构优化、动力转换的背景下,这样的管理理念显然已不再适用。企业需要构建以市场为导向、以客户为中心的新型管理理念,需要强化创新意识,通过创新来寻求差异化的竞争优势和市场地位。例如,企业可以在产品设计、服务流程、营销模式等方面进行突破性创新,不断满足消费者的需求。除创新产品和服务,创新管理的过程还包括对企业内部管理模式和制度的创新。企业内部管理要摒弃过往那种依靠经验做决策的模式,应通过数据分析、市场研究来支撑决策,而这需要搭建科学严谨的内部管理系统。同时,企业应该建立更加灵活有效的组织结构,构建有利于员工发挥创造力的内部环境。例如,通过平台化管理、去层级化布局,使信息在组织内部流通更加顺畅,决策更加迅速并且能快速响应市场变化。

(二)积极建设管理人才队伍

在人才兴起的今天,管理创新的核心离不开一支高素质的管理人才团队。企业应当重视人才的引进与培育,打造一支既懂业务又懂管理的复合型人才队伍。管理人才不仅

需要具备专业知识,更应具有前瞻性的视角、创新性的思维和灵活性的行动能力。因此,企业在人才培养过程中需要注重实践与理论相结合,鼓励员工持续学习,并在实际工作中不断提升自身的管理能力和业务水平。人才发展策略还需要关注企业文化的构建,企业文化不仅能够塑造企业形象,还能够促进员工的身份认同和归属感,从而提高工作效率和团队协作作战能力。企业应通过不断更新企业文化活动,如内部讲堂、创新工作坊等,激励员工的创造潜能,培养团队合作精神,造就具有创新精神的企业氛围。在此基础上,企业还需要建立持续的人才激励和绩效考核制度,将管理创新的成果与员工的个人发展密切结合起来。激励制度不仅要能给予物质上的酬劳,更要能针对员工个性化需求提供职业规划和成长路径。同时,绩效考核要能够全面反映员工的工作表现和贡献程度,以此为基础公平公正地进行奖惩,确保员工的高效率工作和创新能力得到企业的认可和奖励。

(三)创新工商管理制度

制度创新包含多个方面,如优化企业的组织结构、提升决策流程的灵活性、改进人才培养与激励制度、以及强化技术和管理相互融合。在实施制度创新时,企业需要保证其符合公司自身的特点,以及目前所处的市场环境,从而确保制度创新能给公司实际带来效能的提升。组织结构上,企业可以考虑摒弃传统的层级式组织,改为扁平化的管理体系,这样一来,决策能更快速地传达至实施层面,同时也增强了员工的参与感和创新动力。决策流程的优化应以提高响应速度和加强市场敏感性为目标,比如引入敏捷管理方法,快速反应市场变化,使得企业能够快速调整策略。此外,科技创新是企业持续发展的重要引擎,企业应将技术创新与管理创新紧密结合起来。运用信息技术提升企业管理的自动化、数据化水平,应用大数据分析辅助决策,搭建电子商务平台拓展市场等,都是技术与管理相结合的体现。

(四)创新营销理念与营销模式

在消费者行为不断变化的形势下,企业需深究和精准把握消费者的需求和喜好。而这这就要求企业使用大数据和人工智能等科技手段来分析消费者数据,以发现潜在的市场机会。通过这些技术对于消费者的在线行为、购买习惯、社交网络交互等数据进行分析,企业可以更加精准地定位目标客户群,设计和提供更符合其需求的产品与服务。随着互联网和移动通信的广泛应用,数字营销已成为企业触及潜在客户的重要渠道。企业需要利用搜索引擎优化(SEO)、内容营销、电子邮件营销、电子商务等手段提升品牌的在线可见度。通过建立线上商店和优化用户体验,企业可以直接在线上抓住客户,并利用大数据分析消费者偏好,实现个性化推荐,提高转化率。

现代消费者期待的是可以感受到个性化和差异化的产品与服务。因此,企业必须从传统的标准化生产转变为灵活多变、高度定制化的生产方式。利用客户关系管理(CRM)系统工具,可以帮助企业更精细化地管理客户信息,并根据这些信息提供定制化的服务和沟通策略。个性化服务不仅能够提升客户满意度和忠诚度,而且还可以在竞争中凸显企业的独特价值。此外,社交媒体的运用也成为现代经济社会下企业不可忽视的营销方式。社交媒体平台如微博、微信、Facebook、Instagram等,已成为品牌与消费者互动和传播品牌信息的重要场所。企业可以通过这些平台与消费者建立更直接的联系,为消费者提供及时的服务和反馈,同时也可以利用社交媒体进行有效的口碑营销。

企业在探索创新营销理念和模式的过程中,还需要关注企业文化和内部管理的协同。企业文化是企业对外营销的内在支撑,一个积极向上、创新开放的企业文化,可以激发员工的创意,将内部创意转化为对外营销的有力武器。企业同样也需要对内部管理进行创新,优化流程,减少冗余,以提高响应市场变化的速度。全球化的大背景下,企业还应该瞄准国际市场,调整营销策略以符合不同文化背景下消费者的特殊需求。而这不仅包括产品本身的文化适应性,还包括营销宣传材料的语言和风格选择。为了更好地拓展国际市场,企业应考虑运用跨文化沟通的策略,建立具有全球视野的营销团队。创新营销模式的演进中,企业还需重视可持续发展和社会责任。消费者尤其是年轻一代,越来越重视企业的社会责任感和环保意识。因此,企业在营销活动中宣传自身的绿色生产过程,社会公益活动等,能够增加品牌的吸引力,并且与消费者建立深厚的情感联系。

(五)加大内部风险防控力度

随着市场变动波动,风险种类和程度也在不断上升。企业应建立一套完善的风险管理体系,通过风险评估、风险识别和风险应对等环节,及早预防并有效管理风险。风险评估是风险管理的起点,企业通过对各种可能出现的内外部风险进行细致评估,判断其发生的可能性以及潜在的影响程度。这一过程往往需要借助金融模型、市场研究以及历史

数据等工具。风险识别环节,企业应当设立专门的风险管理小组,定期检查各业务部门可能存在的风险点,并持续跟踪外部环境的变化。同时,企业应建立员工报告风险的通道和文化,鼓励员工参与风险管理,从而形成齐心协力的防范制度。风险应对则更多侧重于制定实务操作上的对策和计划,企业需要设计灵活多样的策略,包括风险转移、风险规避以及风险分散等,针对不同类型的风险采取相应的管理手段。例如,在财务管理上可以通过衍生工具对冲部分市场风险,在供应链管理上通过多元采购策略降低供应风险。通过这些策略的实施,可以有效降低因市场波动、政策变动或运营失误等因素引起的不确定性,保障企业的稳定发展。

Q 结束语

企业如想在激烈的市场竞争中稳步前行并获得发展,就必须不断地创新管理理念,并通过建设一支高素质的管理人才团队来实现这一创新。企业应寻求外部和内部的结合点,在外部市场上开拓新的产品与服务,在内部管理上倡导数据支撑决策与组织结构优化。与此同时,企业需注重人才的培养和企业文化建设,保持人才的活力和创新热情。以此,企业能在当前经济环境下更好地把握市场脉搏,实现可持续且健康的发展。

参考文献

- [1]白雪娇.互联网背景下工商管理模式的创新发展研究策略[J].现代经济信息,2021(04):66-67.
- [2]李霞.中小企业品牌管理创新的重要性和策略研究[J].中小企业管理与科技(下旬刊),2018(27):23-24.
- [3]韦晓英.开放式创新下的企业人力资源管理变革策略研究——基于海尔实践的案例分析[J].管理现代化,2019,39(06):87-92.

作者简介:

龚兴星(1993—),女,汉族,四川凉山人,硕士,讲师,德阳农业科技职业学院,研究方向:工商管理。