

大数据时代企业管理模式创新分析

——基于企业价值生态系统视角

杨春丽

(石家庄经济职业学院, 石家庄 050000)

[摘要] 在信息化飞速发展的今天, 企业要想充分增强自身的发展能力, 就必须改革现行的管理方式。在大数据背景下, 企业价值生态化是一种新兴的管理思想, 是推动企业管理模式变革、提升企业市场竞争能力的关键。文章剖析了价值生态系统视角下企业管理方式创新的重要性, 并提出了建立企业管理环境的策略与优化途径, 以期为我国企业实现高质量发展打下坚实的理论基础。

[关键词] 大数据时代; 企业管理; 模式创新

引言

随着大数据的来临, 企业逐渐走向数字化、网络化和智慧化, 而企业的管理也正朝着数字化、网络化和智慧化的方向发展。这种微观上的改变, 也对世界科技创新模式 and 经济发展模式产生了深刻的影响。在这种情况下, 企业管理模式的创新是提高企业治理能力、推动企业高质量发展的关键。

一、价值生态系统视角下企业管理模式创新的重要性

(一) 改善管理组织结构

随着互联网的飞速发展 with 普及, 越来越多的企业将大数据应用于企业管理中。大数据不但可以助力企业的创新与发展, 还可以使企业对市场未来的发展方向有一个更加清晰与深入的理解。基于此, 在大数据时代下, 企业应该要重视企业管理方式与架构的调整和改善。

企业管理者要具备一定的市场敏锐度, 要留意当前市场的发展形势, 通过管理策略使企业的发展步伐与市场发展相一致。为了满足市场日新月异的发展需求, 企业需要不断提高核心竞争力, 不仅能使企业稳稳地占据一定的市场份额, 也能让企业自如地面对不同的市场挑战, 获得更长久的发展。比如, 企业可以通过运用大数据来检验现有的治理架构和制度, 发现问题后持续改进。这不但可以提升整体经营的品质, 而且可以提升经营的效能, 使目前的经济组织架构与模式持续健全。

(二) 促进企业不断发展

随着信息化进程的加快, 企业要利用大数据的优势, 有计划地搜集、整理各种类型的数据。通过运用大数据技术, 采集员工的基础数据, 并将其进行系统性的集成, 从而使企业的总体经营效能得到全方位的提升。此外, 大数据技

术还有助于企业耗费最少的资源获得最佳的收益。企业管理者可通过大数据技术, 对不同种类的信息数据进行采集分析, 从而深入认识企业的现实运营情况。在充分了解企业现实状况的基础上, 他们可以制定明确的发展方向和战略, 以更有针对性地推动企业的增长和进步, 从而实现公司长期、平稳地发展。通过对已有经营决策的改进与优化, 确保企业可以制定出一套更具科学性 with 完整性的策略, 发挥企业核心竞争力, 打造独特的品牌效应。

(三) 改善管理决策模式

在当前大数据时代, 企业必须充分认识到管理工作的关键性, 并不断进行改进 and 优化。通过对管理决策的不断提升, 企业可以确保制定科学合理的发展策略, 从而获得更大的竞争优势, 助力企业在不断的发展中取得更出色的成绩。管理者要具有全局眼光, 从整体上对企业发展的情况进行把控, 构建具有企业特点的品牌。在企业品牌构建的过程中, 可运用大数据功能实时传输不同类型的信息, 在这个过程中, 可以对传输的速度及传输品质的影响或者传输过程中出现的各类问题进行分析, 这样企业可以基于此资料细致地观察与分析当前的市场发展情况, 对市场未来的变动有初步的判断, 进而可以做出符合市场发展需求的管理决定。也只有这样, 管理者才能对市场经济的发展形势有更加深入 with 立体的认识与理解, 以明确企业以后的发展道路。基于此, 以沟通联系不同部门, 保证各部门之间以信息传达的畅通性为中心, 管理需要合理科学地运用大数据技术保障各部门间信息的交流, 为企业在日益变化的市场经济中奠定基础, 保证企业的可持续发展。运用大数据技术, 在对数据进行加工时, 要注重对数据的发掘工作, 发掘各个层面的优点与发展状况。要给公司的财务管

管理工作提供一些基本保证,把公司的市场和管理工作做好,把各个部门的关系都强化起来,让企业拥有更多对未来发展有益的资料。因此,将大数据技术运用于企业管理,对于企业管理者的科学决策及促进企业的可持续发展具有重要作用。在应用大数据功能时,一方面要注意对数据进行集中处理,另一方面也尤其要重视对数据进行深入挖掘,这样能更加清晰并深入剖析企业的管理问题,也能清晰地认识到市场经济的变化路径,从而多方位地认识企业不同部门的管理情况,切实地为企业的领导者提供宝贵的资料与数据,从而更好地为企业的领导者做好决策和管理工作。

(四) 确立企业管理目标

基于目前我国市场经济不断发展的形势,我国经济的发展模式正处于革新的阶段,使企业拥有更大机会的同时,也对企业的发展提出了更高要求。随着市场竞争的日益激烈,企业一定要制定明确的发展目标与发展计划,以剖析未知的发展形势,保证企业能够健康可持续发展。因此,应用大数据具有重要意义,借助大数据功能深挖企业有关信息,对相关资料与数据进行梳理链接,形成一个有价值的整体,管理者由此能够对企业的经营情况有一个清晰的、全方位的了解,进而明确发展目标与计划。在企业发展的过程中,长期目标与短期目标的设置是同时进行的。短期目标变化不大,但长期目标需要紧跟市场的变化而持续调整与优化。在大数据的时代背景下,企业相关部门需要借助大数据功能的优点,将对企业发展有益的资料与数据进行整理、链接,确保企业与市场协调发展。此外,还需要测算市场所能达到的最大值,以填补市场发展缺陷。因此,在企业的发展过程中,企业需要明确自身的发展方向与目标,对将要面临的问题有一定的认识与分析,从而保证企业在日益激烈的市场竞争环境中能实现可持续发展^[1]。

随着社会的飞速发展及“大数据”的来临,一些企业开始认识到企业管理体制的变革与创新的必要性。从目前的发展状况来看,一些企业在进行管理体制的变革与创新,但是还没有认识到管理方式的革新。在企业的管理与计划中,有些管理者缺少长期的认识,没有从长期着眼,只注重当前的收益;另外,有些公司的规模不大,对企业转型和市场转型带来的后果认识不足,一些管理者在进行管理工作时仍然采用传统的、保守的管理方式,缺少思想上的创新,并且有些管理者对新事物抱有疑虑,他们的思想比较保守,觉得现代化的新事物和新技术不可能在短期内得到很好的发展,因此在实践中,有关人员出于安全考虑,还是会采用一些比较传统的方式。有关部门要对原有的管

理方式做出适当的调整与优化,要在经营体制与经营方式上进行根本性的变革。在这个过程中,相关的管理人员和负责人员要根据公司的发展状况,持续改进现有的管理方式,要符合目前大数据时代的发展潮流,为公司的发展提供一个明确的方向。

二、构建和改善企业价值生态系统的途径

(一) 企业价值生态系统的属性

第一,企业价值生态系统的每一个阶段都没有明确的边界。比如,从公司价值生态系统的演变历程来看,它经历了婴儿期、成长期和成熟期三个阶段,但随着时间的推移,它对资金等传统因素的依赖性越来越小,每一个阶段的进化都是一个阶段的爆发性发展,所以每个阶段的边界并不十分清晰。此外,企业价值生态系统所具备的可持续发展特性使得它能够继续产生新的子系统,所以它的衰退期并非不可避免。

第二,拥有生态系统的各种特点。企业价值生态系统具备了所有的生态特性,包括稳定性和系统性。企业价值生态系统可以通过自身的反馈做出适当的调整,从而对外界环境带来的变化做出更好的反应。同时,企业的价值生态系统还可以通过信息、资本和技术等信息的交互作用,实现价值的生成和流转。另外,企业价值生成系统的系统特性表现为其等级特性,即企业价值生态系统中的每一个生态位都有对应的价值群体,并构成不同的等级。

第三,系统边界不明确。企业价值生态系统是一种具有创造性的产业组织形式,它使产业边界、企业边界和顾客边界都变得模糊不清。根据行业界限的模糊性,多数行业可以在企业价值系统中进行整合。从企业的模糊界限出发可以看出,一个具有高开放度的价值生态系统可以适应不同种类、不同数目的生物。基于企业-客户的模糊界限,核心企业打破了与客户间的隔阂,实现了企业与消费者的共生。

(二) 企业价值生态系统的联动机制和建设过程

1. 协同机制

第一,收益共享机制。在企业价值生态系统中,各主体间都有一个利益共享的进程,一个科学、合理的收益分配机制可以产生更强的凝聚力。所以,要想让企业的价值生命体系运作起来,就必须要建立一套科学、合理、公正的利润共享机制,从而让企业的价值体系更好地发挥作用。第二,信息协同机制。在信息环境下,企业能否建立起价值生态圈,进而实现其功能,很大程度上取决于对市场信

息的掌握。所以，要建立一套高效的信息协同机制，将各类信息进行分类并传递给各个环节，突破信息屏障，充分提高企业价值生态圈的效能。第三，激励制度。要使企业价值生态圈良性运转，就必须建立一整套严密的奖励和惩罚制度，以防止“搭便车”等现象影响到整体运作的有效性，保证企业价值生态圈的持续、平稳运转。

2. 建设步骤

建立一个有价值的生态体系有以下四个主要阶段：第一个阶段，企业必须在原有的价值链框架下进行模块化制造，然后对其进行模块化设计，将其与企业的价值链进行模块化重组，以嵌入性和融合性的方法构造出一个微型的平台网络。第二个阶段，交换与聚合不同规模的网络平台，构成四个网络平台，即帮助生产者经营的业务平台、沟通生产者与用户的用户平台、联系科技与生产者的创新平台、立足于环境保护的环保平台。第三个阶段，对企业的网络式平台进行开放与自由的传输，并对其进行集成后，将其上载至企业创新平台的研究发展中心，从而为新产品的生产提供更加科学的解决方法。然后，所有的产品计划都会被导入各个商业平台，从而构成一个企业的整体价值体系。第四个阶段，对横向建构与纵向建构的路径架构进行梳理，使之成为一个开放式、无约束的有机整体。

（三）确保企业建立价值生态系统的措施

第一，建立企业价值生态系统中各主体之间的互动机制。通过建立企业价值生态体系的各个主体之间的互动机理，将企业的价值观进行整合，从而能够适应目前的市场环境，建立一个以顾客为核心的价值观，并在这个价值观的指引下，对用户的个性化服务进行运行与维护，从而增强各个部门之间的信息交换和市场信任的流动性。

第二，组织管理模式向倒三角形式转变。在企业价值生态体系的建设和运营中，企业必须积极适应内外部的各种变化，以不断提高竞争力和适应市场需求的变化。这需要公司采取一系列战略性举措，其中之一是推进管理方式的扁平化。传统上，企业管理通常采用正三角结构，高级管理人员位于顶层，底层员工处于底端。这种结构在信息流和决策制定中存在较大的层级差距，导致信息传递滞后，难以灵活应对市场变化。为了更好地适应市场，企业正在逐渐将这一结构转化为倒三角，使基层员工更多地参与决策和信息共享，促进信息的快速传递，从而更灵活地满足客户需求。此外，企业还可以构建用户互动定制平台，通过这一平台，员工可以更紧密地与客户互动，了解其需求

和反馈。这不仅使公司员工更接近顾客，还可以帮助他们随时掌握市场情况，以更快速、精确地做出决策。这一创新还有助于实现“人单合一”的管理方式，即将员工的个人发展和公司目标有机结合，使员工体会到更多的责任感和归属感，从而提高工作效率和创造力^[2]。

第三，建立智能化的产前销售业务模式。智能的“先销售后生产”商业模型在现代商业环境中变得越发重要。这一模型的核心思想是在销售之前不大规模地生产产品，而是根据客户的需求和订单进行定制生产。这种方式不仅有助于降低库存风险，还可以提高商业运作的效率，减少资源浪费。在这种模型下，企业可以更好地满足客户的需求，减少过剩库存，提高库存周转率，从而降低成本。建立智能的“先销售后生产”商业模型有助于构建一个更加智能化的价值生态平台。这一平台可以让企业的不同环节更好地协同工作，实现生产链条与价值链条之间的最佳匹配。通过信息技术和数据分析，企业可以更好地了解客户需求，及时调整生产计划，降低废品率，并提供更好的客户体验。这一商业模型还有助于提高企业的灵活性，使其更容易适应市场的快速变化。当市场需求变化时，企业可以迅速调整生产计划，以满足新的需求，而不需要处理大量积压的库存。

第四，建立开放性技术创新平台。科技创新是保证价值生态系统顺利运行，促进企业发展的必备手段，需在各个管理阶段与业务环节中不断推进；此外，还需要对各部门的资料与信息收集处理，这样才能构建起一个包容性、开放性的技术创新平台，以推进企业管理向数字化、智能化与模块化管理转变，达到科学管理企业的最终目的。

结 语

在目前的大数据环境下，国内企业必须持续革新现行的管理方式和管理架构，了解目前的社会发展需要，为公司的发展提供新的机会。企业在发展的同时，也要更加重视科技，要主动推动各类管理方式的创新，将大数据技术的功能充分发挥出来，通过大数据的手段，为企业提供一个明确的发展目标与发展方向。要全方位提升公司发展的经济效益，使公司可以持续稳健地发展。

参考文献：

- [1] 宇文昊，王晓楠. 基于大数据环境的企业管理模式创新思路研究[J]. 企业改革与管理，2020（02）：10-11.
- [2] 资武成. “大数据”时代企业生态系统的演化与建构[J]. 社会科学，2013（12）：55-62.