

价值链视角下企业经营管理优化转型及突破式提升策略研究

张海棠

湖州绿色新材股份有限公司 浙江湖州 313000

【摘要】在全球经济一体化进程不断加速的当下，市场环境正经历着深刻而复杂的变革。随着贸易壁垒的逐步降低，全球市场的边界愈发模糊，企业所面临的竞争已不再局限于区域范畴，而是在全球舞台上与来自世界各地的同行展开激烈角逐。这种激烈的竞争态势不仅体现在市场份额的争夺上，更反映在产品创新、服务质量提升以及成本控制等各个方面。因此，本文聚焦于价值链视角，深入探讨企业经营管理的优化转型及突破式提升策略。通过对价值链理论与传统企业经营管理模式的梳理，明确二者内在联系。详细剖析企业内部价值链现存问题，进而提出针对性的优化转型策略，并阐述突破式提升策略，旨在助力企业在复杂多变的市场环境中，基于价值链实现经营管理质的飞跃，增强核心竞争力。

【关键词】价值链理论；企业经营管理；优化转型

Research on the Optimization and Transformation of Enterprise Management and Breakthrough Enhancement Strategies from the Perspective of Value Chain

Zhang Haitang

Huzhou Green New Materials Co., Ltd. Zhejiang Huzhou 313000

【Abstract】With the accelerating process of global economic integration, the market environment is undergoing profound and complex changes. With the gradual reduction of trade barriers, the boundaries of the global market are becoming increasingly blurred, and the competition faced by enterprises is no longer limited to regional scope, but is fiercely competing with peers from all over the world on the global stage. This fierce competitive situation is not only reflected in the competition for market share, but also in various aspects such as product innovation, service quality improvement, and cost control. Therefore, this article focuses on the value chain perspective and explores in depth the optimization and transformation of enterprise management, as well as breakthrough improvement strategies. By combing through the value chain theory and traditional enterprise management models, clarify the inherent connection between the two. Detailed analysis of existing problems in the internal value chain of enterprises, proposing targeted optimization and transformation strategies, and elaborating on breakthrough improvement strategies, aiming to help enterprises achieve a qualitative leap in management based on the value chain in complex and changing market environments, and enhance core competitiveness.

【Key words】Value Chain Theory; Enterprise management and operation; Optimize transformation

引言

在经济全球化与市场竞争日益激烈的当下，企业经营管理面临着前所未有的挑战与机遇。传统的经营管理模式已难以满足企业持续发展的需求，寻求创新与突破成为企业的必然选择。价值链理论的引入为企业经营管理提供了全新视角，通过对企业内部及外部价值链的分析与优化，能够有效整合资源，提升企业运营效率与效益。深入研究价值链视角下企业经营管理的优化转型及突破式提升策略，对于企业实现可持续发展、在市场中占据优势地位具有极为重要的理论与现实意义。

1 相关理论概述

1.1 价值链理论

价值链理论由迈克尔·波特提出，其核心观点为企业的生产经营活动是一系列相互关联的价值创造活动的集合。这

些活动涵盖了从原材料采购、产品生产、销售到售后服务等多个环节，每个环节都对产品或服务的价值有所贡献。价值链分为基本活动和支持活动，基本活动包括内部后勤、生产作业、外部后勤、市场销售和服务；支持活动包含采购、技术开发、人力资源管理和企业基础设施。企业通过优化价值链各环节的协同运作，能够降低成本、提高产品附加值，进而增强市场竞争力。在信息技术飞速发展的今天，价值链的范围不断拓展，从企业内部延伸至企业外部，形成了产业价值链等更为复杂的价值网络结构。企业需充分认识价值链的动态性与复杂性，合理配置资源，以实现价值最大化。

1.2 传统模式的企业经营管理

传统模式的企业管理是以企业内部职能管理为出发点，以分工理论为根本，将企业运营管理职能分为不同的职能部门，生产部门负责生产，销售部门负责营销与销售，财务部门负责财务，由企业各职能部门各自独立在一个相对封闭的环境中开展经营活动，目标就是为了完成部门的目标。传统模式下，强调企业的生产效率，通过大规模的生产来降低成本，获得价格优势。但是传统管理模式也有很多问题，第一，

企业的不同职能的部门之间缺少沟通与协作,在此背景下,容易形成所谓的信息孤岛,结果是企业的效率低下^[1]。例如,生产部门与销售部门之间没有建立有效的沟通桥梁,生产出来的东西不是客户所需要的东西,形成库存。第二,在这种模式之下,过于强调企业自身的生产,未能意识到市场需求的流动性,不注重深入挖掘客户的价值,由此而失去对企业经营环境中市场的反应能力,在激烈的竞争环境中最终导致失败。

1.3 价值链与企业经营管理的内在联系

价值链与企业经营管理紧密关联。企业经营管理过程的根本,是对其价值链中的各环节进行计划、组织、协调和控制的过程。企业经营管理目标的完成,有赖于价值链的各环节完成良好。企业通过对企业价值链的分析,发现自身的各环节中哪些属于核心价值活动哪些是非核心价值活动,从而科学合理分配资源,将企业资源聚焦于核心价值活动,增强企业核心能力。另一方面,价值链理论为企业经营管理提供了系统分析的手段,促进企业从系统价值创造角度出发,做好各部门分工配合的关系,减少部门隔阂障碍,提升企业整体效益。在企业进行战略规划中,依据价值链分析对企业的定位,找寻企业的差异化竞争优势,对企业的长期发展进行规划。

2 企业内部价值链存在的问题

2.1 各环节协同性不足

企业内部价值链各环节之间缺乏有效的协同机制,是当前企业面临的突出问题之一。在许多企业中,部门之间各自为政,仅关注本部门的任务完成情况,忽视了与其他部门的协作配合。如研发部门在进行产品研发时,未充分考虑生产部门的实际生产能力与工艺要求,导致研发出的产品难以实现大规模生产,增加生产成本。而生产部门在生产过程中,若与销售部门沟通不畅,不能及时了解市场需求变化,会生产出不符合市场需求的产品,造成库存积压。这种各环节协同性不足的情况,严重影响了企业的运营效率与效益,阻碍了企业价值的创造与提升。

2.2 核心价值活动不明确

部分企业没有准确识别自身的主价值活动,资源配置随意性比较强。企业的经营活动中有的活动为企业价值的产生做出的贡献都是一样大的。一些企业没有准确分析自身的业务,不知道什么是主价值活动,什么是非主价值活动。资源分配平分秋色,使稀缺的资源未能投入到创造价值最大的活动领域。例如有的企业在市场拓展方面投入了大量的资源,但是却忽略了产品创新和品质控制等主要过程,其产品没有竞争力,无法在市场上站住脚跟。企业明确自身的主价值活动是企业优化自身价值链,提高经营管理水平的前提条件。

2.3 审批流程复杂

审批流程复杂也是企业内部价值链中的拦路虎之一。在企业的运营过程中,从项目立项、采购申请到费用报销等都会层层需要审批。因为审批流程的复杂,就浪费了很多时间与人力,可能会导致企业在做项目决策时出现滞后等问题。例如,在产品市场竞争激烈的环境下面,若企业不能快速响应市场变化,错失了良好的市场机会,同时,繁杂的审批流程往往让员工官僚主义行为增多,降低工作热情与效率。一

些员工为了通过审批流程,不得奔波多个部门间进行协调,导致工作不能正常开展,而审批流程繁琐,调整审批的结构方式,将审批流程简化,提升企业运营的效率^[2]。

2.4 人才发展规划滞后

企业的发展需要人才的推动,然而一些企业的相关人才规划不够科学,没有针对企业发展业务需要以及战略目标展开系统性的人才培养,以及对员工专业技能与综合能力进行有针对性的培养提升;因此在工作实施的过程中能力的发展很难跟上工作的实际发展需要。同时企业激励人才员工无法发挥真正的工作积极性和创造能力,工资福利不合理、不能进行合理的晋升机会,因此企业的高级人才严重流失;企业对外部人才无法进行有效的吸引力,导致一些行业中创新能力较强并且拥有相关丰富工作经验的高级人才难以进入企业,因此企业自身的创新发展以及竞争力得到极大的制约。

3 价值链视角下企业经营管理优化转型策略

3.1 强化内部协同机制

针对企业内部价值链中各环节之间缺乏协同运作的问题,企业需要加强内部协同管理。一是为企业内部不同部门之间的沟通和协调搭建平台,企业内部各部门间存在信息壁垒,在运作过程中会降低不同部门之间的沟通效率,难以适应市场发展需求。因此,企业应设立不同部门之间的交流平台,定期举办不同部门之间的会议活动,使用信息化工具对企业各部门之间信息进行共享,使不同部门之间能够进行信息和意见的交流和沟通。例如,企业研发部门与生产部门可以共同参与产品设计评审会议,以确保产品设计工作不仅能够满足市场需求,还能够符合产品生产要求。二是建立不同部门之间的协同运作程序和规范,明确企业各部门之间的职责范围以及不同业务环节过程中各部门的业务权限,从而有效避免因不明确职责范围所产生的互相推脱的问题,导致企业各项业务的开展受到影响。三是设立以团队为单位的协同绩效管理制度,以内部部门之间的协作效果作为绩效考核的综合标准,从而激励企业内部员工之间开展不同的协作活动,提升企业整体协作管理水平。

3.2 明确核心价值活动

想要对价值链进行优化,企业首先就要掌握自身的核心价值活动。第一,进行全面价值链分析,对于企业每一项经营活动的投入与产出和企业经营活动的核心竞争力有所贡献的情况展开深入分析,根据分析结果,判定哪些经营活动是能够为企业带来价值的独特价值活动。第二,根据对核心价值活动判定的结果,实施对于企业资源配置策略的转变,把人力、物力、财力等资源向核心价值活动集中。例如加大对于企业核心产品的研发、关键技术的创新等核心价值活动的投入,强化企业对这些价值活动的竞争力。第三,对于非核心价值活动企业可以采取外包的方式,借助外界的专业性资源,降低企业的运营成本,增强企业的运营效率。

3.3 优化业务流程

优化业务流程是提升企业经营管理水平的又一举措。第一,对企业当前的业务流程进行系统整理,找出流程中的复杂环节以及浪费环节。比如说,对一些多余的审批环节进行

精简,杜绝做无用功的现象。第二,充分利用当前先进的信息技术,在业务流程中引入相关技术^[1]。比如说,可以引入企业资源计划系统、客户关系管理等相关业务流程,实现流程的自动化以及信息化管理。这样可以提高流程的处理速度和精确性。第三,构建企业业务流程不断的优化机制,定期检查业务流程,确保企业业务流程能够与时俱进适应市场变化以及企业自身经营发展的需要。

3.4 优化人才结构

第三,关于人力资源规划滞后。首先,应提升人才队伍建设,要制订合理的人才培养方案,依据自身的企业战略规划与业务开展要求,合理设计出适合各个岗位员工的不同职业能力培养培训课程体系,确保自身的各层次员工能力有相应的提升;其次,应提升人才队伍建设,要制订出合理的薪酬管理体系,要科学设置自身的薪酬结构,将员工的薪酬分配与自身的绩效工资、创新的劳动成果等联系起来,可极大增强员工的工作主观能动性创新能力。此外,针对员工的内部调动晋升层次可进一步扩大,对人才有特殊能力的,要及时给予适当的提拔使用;再次,应提升自身的人才建设,要宣传和建立良好的自身企业品牌,要大力加强自身积极向上的企业文化、完善的福利制度等吸引外部高端人才,确保自身的员工队伍更加优良,具备较强的发展优势,从而为企业的发展提供重要的人才保证。

4 价值链视角下企业经营管理突破式提升策略

4.1 数字化赋能价值链

企业在数字化环境中通过数字化赋能价值链的途径实现企业质的飞跃,首先要借助大数据技术对企业内外部数据进行采集、分析、挖掘为企业经营决策服务,通过对市场数据、客户数据的采集分析帮助企业更好的把握市场需求,改进产品研发、市场营销的策略。其次,借助人工智能的技术实现生产、客户服务的智能化控制等。例如通过人工智能算法实现生产调度的优化,提升企业生产效率和质量^[4]。最后,借助物联网技术实现对企业设备、产品、供应链的互通互联,对企业的运转状态实时监控,优化供应链管理,控制企业运营成本,提升企业运营的整体竞争力。

4.2 创新驱动价值创造

企业创新是企业突破式发展的引擎。企业必须将创新渗透于价值链各环节,加强产品研究开发、技术创新工作,在产品开发阶段加大技术投入,倡导创新理念,研发出差异化、个性化的具有创新性和独特性的产品,以满足多元化市场需

求。在生产、销售阶段,采用新的生产方式、加工工艺,提升生产效率、产品品质,以及营销推广,创新营销、新媒体营销、社交网络营销手段,提升企业营销水平、拓宽企业的市场。另外企业还需要提供营造创新企业文化的环境氛围,设立创新激励机制、推动员工积极参与创新活动,从而赋予了企业在追求企业价值创造过程中的新活力。

4.3 拓展外部合作价值链

拓展外部合作价值链是企业实现突破式提升的重要途径。企业应积极与供应商、客户、合作伙伴等建立战略合作伙伴关系,实现资源共享、优势互补。一方面,与供应商建立长期稳定的合作关系,共同开展技术研发、成本控制等活动,优化供应链管理,提高企业原材料供应的稳定性与质量。另一方面,加强与客户的沟通与合作,深入了解客户需求,为客户提供个性化的产品与服务,提升客户满意度与忠诚度。此外,企业还可与同行业公司、科研机构等开展合作,共同开展技术创新、市场拓展等活动,实现互利共赢,拓展企业的价值创造空间。

4.4 强化客户导向文化

强化客户导向文化是企业实现突破式提升的关键。企业应将客户需求作为一切经营活动的出发点与落脚点^[5]。首先,树立以客户为中心的经营理念,让全体员工深刻认识到客户价值的重要性。其次,建立客户反馈机制,及时收集客户意见与建议,对产品与服务进行持续改进。如通过客户满意度调查、在线客服等方式收集客户反馈。最后,优化客户服务流程,提高客户服务质量与效率,为客户提供全方位、个性化的优质服务,提升客户体验,增强企业的市场竞争力。

5 结论

综上所述,价值链视角为企业经营管理提供了全新的思路与方法。通过对价值链理论的深入理解,以及对传统企业经营管理模式反思,明确了二者的内在联系。针对企业内部价值链存在的各环节协同性不足、核心价值活动不明确、审批流程复杂、人才发展规划滞后等问题,提出了强化内部协同机制、明确核心价值活动、优化业务流程、优化人才结构等优化转型策略。同时,为实现企业经营管理的突破式提升,从数字化赋能价值链、创新驱动价值创造、拓展外部合作价值链、强化客户导向文化等方面提出了相应策略。在未来的发展中,企业应积极运用价值链理论,不断优化经营管理,提升核心竞争力,实现可持续发展。

参考文献

- [1]史斌斌.浅谈企业经营管理效能的提升措施[J].销售与管理, 2024, (31): 60-62.
- [2]马晨.经营管理视角下企业数字化转型探究[J].现代商业研究, 2024, (13): 161-163.
- [3]林俊杰.信息化背景下的企业品牌管理提升策略研究[J].中国品牌与防伪, 2023, (09): 21-23.
- [4]夏艳.提升企业经营管理能力的策略[J].现代企业文化, 2023, (07): 49-51.
- [5]吴奇翰.提升企业经营管理能力的措施分析[J].产品可靠性报告, 2022, (10): 71-74.

作者简介: 张海荣, 出生年: 1979.8, 女, 民族: 汉, 籍贯: 浙江湖州, 职务: 副总经理, 学历: 本科, 研究方向: 企业经营管理, 研发中心管理。