

基于互联网时代背景下企业的创新困境与驱动研究

吴昊,桂武飞

(精工控股集团有限公司,浙江 绍兴 312000)

摘要:进入互联网时代后,传统企业在行业内的竞争越发激烈,虽然经过长久的发展,传统企业已经形成了规范的管理机制、健全的思维范式,实现了降本增效的发展目标。但是,步入互联网时代后,在社会环境不可预见性及不确定性的影响下,传统思维范式及优势、组织结构等严重阻碍了企业的创新发展。所以,为助力传统企业发展,本文将对新时期企业创新困境及驱动予以研究。

关键词:互联网时代;创新;驱动

【DOI】10.12231/j.issn.1000-8772.2021.08.296

1 引言

互联网时代的到来,不仅使企业在发展过程中遇到了困境,更为企业的发展带来了机遇。“互联网+”属于新时期企业与信息互联网融合的产物,有助于助力经济发展。所以,传统企业在互联网时代要明确创新困境,形成创新驱动力,才能在激烈竞争中维持良性发展。

2 企业在互联网时代背景下的创新困境

2.1 被传统思维范式及优势约束

工业时期取得成功的企业思维范式对当代影响深远,其以降本增效为核心,使企业发展取得了良好效果。传统思维范式以科学管理思想等为主导思想,已经不能完全适应新时期社会发展需求,对现代企业的发展产生了一定制约。一些企业管理者有时会被过往的成功蒙蔽双眼,忽略了互联网+创新方向的投入,这导致企业无法及时应对消费趋势多样化、外部环境复杂化带来的影响;同时,一旦遇到问题,内部就会相互推诿、错失改革良机。互联网下的创新行为会颠覆传统市场,产生全新需求,而优先涉足此类市场的企业必将掌握先机。不过此类突破性创新无法立即满足企业增长需求,导致企业不能投入充足资源,致使创新动力和持续性不足。

2.2 互联网+创新管理体系缺乏系统性

传统企业创新管理体系缺乏系统性是造成企业互联网化失败的重要原因。未来发展必然充斥不确定性,面对消费者需求呈现的不确定性、急剧性,会让传统企业无法有效侦测消费者的需求及市场变化。受传统企业优势地位影响,管理者缺乏创新意识,通常会通过修修补补的局部创新替代颠覆性系统创新,由此影响了企业的创新发展效果。传统企业为了保证传统优势产品、优势渠道,在渐进式和修补性创新上做的工作远远多于颠覆性的互联网化创新,在渠道、市场营销、人员考核上都抵触突破性的“互联网+”创新,以力求避免“互联网+”创新对传统的优势产业发展的影响。“互联网+”创新流程的建立投入期长、反馈慢、回收缓的特点,决定了“互联网+”创新管理体系的系统性失灵存在的可能性^[1]。

2.3 企业缺少专业的互联网+创新人才

企业在“互联网+”时代创新所急需的不再是资金、资源,而是优质的管理创新、商业模式创新等各类创新型人才。在互联网时代,一些传统企业的领导无法有效掌握知识、拓展视野、预测未来,所以对互联网环境产生了抵触心理。因此,在陌生的互联网环境中多数

传统企业管理者没有投入更多资源发展企业的勇气与信心,阻碍了企业的互联网转型工作的开展。同时,面对市场提出的创新要求,传统企业又在固定范围内选拔互联网突破性创新人才,这无法激发互联网人才兴趣,反而流失了大量创新型技术人才。因此,当外部环境突变、竞争变得激烈时,常会出现无人可用的尴尬局面,这对企业的可持续健康发展产生了不利影响。

2.4 互联网绩效评价体系导向缺失

企业组织发展时可根据绩效考核评价指标及绩效考核提供的指导开展,如绩效评价指标及绩效考核可推动企业完成组织结构调整。研究发现,传统企业互联网创新效果较差的原因是因为没有密切的关注消费者趋势改变情况、未正确判断外部形势等造成的。正是由于传统企业的发展战略忽略了互联网创新,才使得绩效考核工作的开展未能聚焦互联网指标,影响了传统企业互联网创新工作的开展^[2]。

2.5 传统企业组织结构一定程度上制约了互联网创新

互联网时代首要解决的问题即“怎样结合外部环境剧变,提高企业灵活性及调整自身的环境适应性等,并在动荡、竞争激烈的市场中维持优势地位。”互联网环境变幻莫测,传统企业只有实现颠覆性创新才能及时适应外部环境的改变,确保企业实现与时俱进、健康发展。但是,传统企业在系统性变革时,其传统科层制组织结构等产生了较大的阻力,所以传统企业急需全新的改革方式创新发展路径,才能适应全新环境。

3 互联网时代背景下企业的驱动力

3.1 摒弃传统惯性思维范式及优势

传统企业在互联网时代必将运用“互联网+”技术实现互联网化,才能满足时代发展需求。目前,若想使传统企业有效改革,其变革速度可能异常缓慢,还要付出沉重代价。但是,传统企业要想在互联网时代取得成功,就必须不断创新、摒弃传统思维方式,才能提高自身创新能力及适应性,实现可持续健康发展。

因此,传统企业需摒弃传统产业价值链,采用“企业无边界、管理无领导、价值链无尺度”对传统思维范式重新定义,忽略过往取得的成绩及掌握的资源。因为,传统企业优势拥有充足的资源、市场等,越发依赖资源,就会越通过产品折扣等传统方式在行业内竞争,这封闭了企业的创新之路。而且过于依赖传统优势,会让企业内的一些员工、管理层忽视创新改革的重要性。所以,互联网时代下企业

必须扔掉“传统优势”这根拐杖,摒弃传统管理经验及思维范式,大胆实施创新变革,才有助于适应时代发展现状^[9]。

3.2 塑造全新的互联网+创新管理体系

在互联网时代,传统企业要想塑造全新的“互联网+”创新管理体系,就必须重塑企业文化、强化创新能力等,利用企业文化为互联网+创新管理体系提供支撑,才能实现创新发展目标。企业经过长久的发展,在内部融合及协调外部环境问题时会逐渐形成一套基本假设,其随着企业发展而完善。企业具备的独有基本假设是在经营发展经验中获得的,彰显了企业及企业管理者对企业组织内部结构、员工管理等海量问题的认知及判断,且企业组织及组织成员的行为深受该假设影响。若企业在“互联网+”创新中纳入了文化价值观,将有助于为企业在“互联网+”创新的开展中提供强大驱动力。

要想塑造全新的互联网化创新管理体系驱动,可从两方面入手,即“形成创新动机及能力”,这两个因素不可或缺。只有传统企业同时掌握了互联网化创新动机及能力时,才能推动企业实现互联网化创新。同时,只有企业具备了相关资源、实现了组织结构优化、完成了企业文化的互联网化转型等,才能掌握互联网化能力。

所谓流程,即“投入资源将其转变成有价值产品过程产生的互动、决策等行为的模式。”因此,在处理“互联网+”、互联网化业务时,要积极探索、严谨验证,获得答案后才能引入市场,绝不可依赖传统流程及体系。同时,要利用互联网技术设计帮助消费者解决问题、提供价值导向服务的流程,才可以确保互联网+创新管理流程运行的稳定性。

3.3 培育优质互联网+创新人才队伍

传统企业要想在互联网时代实现互联网化创新转型,就必须依赖优质的创新人才。研究发现,我国尚缺少足够的互联网专业优质人才,未来几年互联网人才缺口会突破 1000 万。受此影响,必须结合互联网+时代特点,打造全新的业态及商业模式,积极培养互联网+专业领域创新型优质人才。所以,国内高校及相关部门、企业,要联手承担“互联网+”创新人才培养的重任,要将互联网技术融入教育,优化、升级教育过程,做好高校及企业资源的整合利用等,才能培养出优质的“互联网+”创新人才,满足企业发展需求。

3.4 形成基于“互联网+”的绩效导向驱动

企业内常说的绩效,即“规定时间内个人及组织在完成指定工作、任务及目标实现期间的行为、结果,由组织层面绩效与个人绩效组成;同时,个人行为及方式获得的最终结果与在企业生产经营时个人产生的贡献等构成了个人绩效。”因此,企业互联网+绩效导向的评价指标、依据应建立在互联网化的基础上。所以,企业的管理及领导层对绩效管理指标及考核体系设计期间,必须要充分的考虑到企业自身的绩效应用方向,要以“互联网+”为核心和重点,将绩效考核指标体系、KBI、KPI、360 度考核等绩效管理工具有机结合起来,,构建一套全新的“互联网+”系统化绩效管理体系,以实现“互联网+”为绩效目标,提高企业的管理水平,改善员工的绩效成果,从而能够促进企业“互联网+”战略转型,并推动企业的产品和市场趋向创新化和现代化^[10]。

3.5 为适应互联网+创新,应推动组织结构改革

纵观管理发展历史,人与科技这两个重要的因素能够为组织变革、转型提供强大的驱动力。虽然企业组织及组织转型均受到了互联网较大的影响,不过借助互联网技术重塑管理模式,推动组织转型的过程却是被动的过程。其次,当管理者主动发起改革时,可推动企业组织结构实施变革、创新,这样做有助于提高企业在快速变化的环境中的适应能力或基于预测环境变化的基础上进行的主动变革。现如今,传统企业如果转型不及时,不久就会被挤出市场或被其它企业兼并。当前,互联网时代下企业的组织管理创新在主体参与的自主选择方面得到了彰显,同时,企业在新时期的组织外在形态呈虚拟化状态,员工不再依赖组织,所以,积极打造具备虚拟性、快捷性、互联网化特点的,且能够适应互联网+的组织结构才能为传统企业转型提供驱动力。

4 结束语

总之,传统企业在互联网时代发展中时,要想突破困境,就必须发掘、运用驱动创新因素。因此,传统企业应摒弃传统思维范式、改革组织结构等,才能形成驱动力,实现创新发展。

参考文献

- [1]苏新威.互联网企业如何走出创新困境[J].互联网经济,2017(04):28-33.
- [2]王靖伟.互联网+时代下企业财务管理困境与创新分析[J].现代营销(信息版),2019(04):25.
- [3]杨婧瑶,张帅,博董影.互联网时代下中小企业技术创新模式识别与选择[J].中国中小企业,2021(01):146-147.
- [4]陆朝杰.“互联网+”时代背景下的企业管理创新探析[J].中小企业管理与科技(中旬刊),2021(05):54-55.

作者简介:吴昊(1972,11-),男,汉,安徽合肥人,本科,经济师,研究方向:企业经营管理、人力资源管理;桂武飞(1979,2-),男,汉,江西九江人,硕士研究生,经济师,研究方向:人力资源。