

中石油销售企业管理创新思考研究

孟平¹,曾宇¹,全鹏洋²

(1.中国石油四川销售分公司,四川 成都 610000;2.四川广播电视台,四川 成都 610041)

摘要:石油产业是我国重要的能源产业,关系到国家能源发展安全,影响国家经济发展水平。中石油由中央直接管理的特大型国企,主要负责油气、工程技术、石油工程等内容,肩负重要的社会责任,并要在国际国内市场中应对各种风险,保障企业运行安全。销售企业是将产品投向市场的重要企业,关系到企业经济效益。随着国际市场能源产业竞争日益激烈、国际形势日趋复杂,中石油销售企业应该加强内部管理,通过不断创新管理方式,以便能够应对国内与国际竞争,促使企业稳定发展,提高市场占有率。故此,文章将从中石油销售企业管理创新必要性、主要影响因素、管理现状、管理措施四个方面入手,提高中石油销售企业管理水平,提高其内部效能,以便能够更好地迎接市场挑战。

关键词:中石油销售企业;管理创新;内部效能;影响因素

【DOI】10.12231/j.issn.1000-8772.2022.05.133

中石油(中国石油天然气集团有限公司)成立于1998年,属于综合性国际能源供应公司,位于世界500强第四位,为世界第一流的能源供应公司,为我国油气供应提供主要能源^[1]。中石油销售企业是中石油的重要组成部分,主要负责市场拓展与油气销售。在中石油销售企业发展过程中受到外界因素与内部因素的多重影响,尤其在复杂市场环境下,做好中石油销售企业内部管理工作,才能够有效抵御各种市场风险,保障销售业绩^[2]。中石油销售企业传统管理方法是在适应当时市场需求、内部需求的基础上总结的管理经验,但随着外部与内部需求变化,相关管理方法也应该及时变革与创新,以适应新的时期需求。由此可见,研究中石油销售企业管理是十分必要的。

1 中石油销售企业管理创新必要性

中石油销售企业管理创新不仅仅是因为领导人的决定,而是客观环境、市场变化、时代要求、企业发展多方面共同作用下而促使的,了解中石油销售企业管理创新开展必要性,才坚定地开展管理创新工作。

1.1 市场经济形势

当前,欧美市场与亚非市场竞争激烈,因此,中国中石油销售企业面临的压力不断加大^[3]。面对复杂的市场经济形势与国际政策,中石油销售企业如果仍然采用老办法进行管理,很难赋予企业新的管理活力,以新思维应对新的国际、国内市场,随时有淘汰风险。因此中石油销售企业在面对复杂的市场经济形势,更应该积极创新管理方法,通过创新获得市场优势。

1.2 时代快速发展

现代社会是科技社会、信息社会,中石油销售企业作为综合性能源企业,在国际上占有重要地位,其本身有非常高的科技含量,但同时面临着来在于各方的激烈挑战。因此企业在发展过程中对于时代发展更为敏感,因此企业进行创新,是顺应时代发展的必然选择。

1.3 企业内驱需求

企业本身是一个结构完整的动态组织,在发展过程中要不断谋取最大利益,获得最大市场经济效益,所以决定了企业会通过一系列活动集合实现目标,而活动集合也就是企业的管理措施。中石油销售企业在发展过程中原有管理措施无法帮助更好地适应市场需求、满足市场发展,就会开始创新管理模式,通过新方法、新理念、新举措达成目的。所以从客观角度看,企业内驱需求决定了中石油销售企业管理要不断创新,实现企业经营目的。

2 中石油销售企业管理创新主要影响因素

企业创新管理工作不是一蹴而就,并且受到多方面因素影响。中石油销售企业合理把控管理创新中的各项要素,知晓影响因素与管理创新之间的关系,才能够合理开展创新工作。

2.1 管理制度

管理制度是将管理措施模式化、具体化、规范化的管理条例,也是中石油销售企业管理中依赖的主要因素。中石油销售企业管理创新过程中,管理制度是其创新骨架,如果制度不创新,企业所采取的措施只能是“小打小闹”,作用十分有限。因此在管理创新过程中,要想真正有所作为,改变企业滞后的管理制度,创新管理方法,才能够实现相关目标^[4]。

2.2 科技水平

管理创新工作并不是几次大会就能够实现的目标,其中蕴含了科技元素,需要管理人员运用科学思维开展相关工作,合理整合各项资源,才能够实现创新目标,避免因为创新显著增加企业的管理风险,为企业创新设置了安全红线。

2.3 组织结构

管理创新工作是在企业支持下开展,依托组织结构实现。中石油销售企业管理创新工作开展过程中也会对组织

进行优化,将人事物方面的要素重新配置、整合,并运用技术进行调整,由此实现创新管理目标^[5]。

2.4 经营理念

经营理念是中石油销售企业的核心,也是其内在灵魂。中石油销售企业属于国有大型企业,其经营理念上也存在国有企业中普遍存在的问题,残留传统的管理思想,显然不利于中石油销售企业应对现代化市场问题。所以中石油销售企业在管理创新过程中应该先从理念上进行突破,改变原有的管理思想,通过理念创新影响管理创新,从而形成现代化管理理念,帮助中石油销售企业在市场竞争中取得最大经济效益。

2.5 管理方式

管理方式是管理理念的行动反馈,并折射出管理人的主观意识。国企管理方式开展过程中仍然存在一定问题,如管理层级多、透明度差、管理刻板等问题,缺乏足够的稳定,缺乏人性化管理元素。因此在企业创新过程中,需要对管理方式进行变革,才能够让中石油销售企业管理创新有路径可依。

3 中石油销售企业管理现状

中石油是行业领头企业,在数十年的发展中获得了大量成果,其经营模式也得到多方肯定。但在近年来国际经济环境不佳的背景下,中石油企业面临的国内与国际竞争愈加激烈。销售企业作为中石油内部的先锋阵地,对外界经济环境敏感度高,更应该加强销售企业管理工作,积极应对各项挑战。我国中石油销售企业管理过程中,存在着国有企业共用的管理问题,如机制较为落后、结构复杂、人力资源不足、管理观念传统化等多方面问题,已经不符合当下的社会发展需求,不利于中石油销售企业管理工作开展。

3.1 制度有待完善

中石油销售企业管理创新背景是原有管理制度已经无法满足新的时期需求,所以其制度必然存在滞后、不完善等问题,不仅无法发挥其原有工作指导作用,甚至对相关工作开展产生了限制效果。基于石油销售企业的管理现状,必须首先完善管理制度,才能为相关创新工作开展提供必要的可能性。

3.2 机制问题

中石油销售企业机制是其企业内部管理“软实力”表现,也是企业能否顺利开展的核心关键,可以看到中石油销售企业管理机制相对落后,主要表现为人性化机制缺失、激励机制缺失^[6]。中石油销售企业内部管理制度虽多,但无法产生有效的机制效应,反而增加了管理的繁琐性,能够真正有效落实的较少,甚至阻碍了各个部门之间的信息沟通。因此中石油销售企业应该加强机制管理创新,尤其潜能开发、人性化管理方面,让管理机制更加完善。

3.3 组织问题

中石油销售企业组织结构整体呈现出“金字塔型”,基

层工作人员很难与高层领导接触,多层级的管理增加了管理复杂性,并且不利于信息的上通下达。通过分析我国当前的主要大型企业,可以发现网格化、扁平化是其主要发展趋势,因此中石油销售企业现有的管理组织结构显然无法满足创新管理需求。

3.4 人力资源

中石油销售企业创新管理过程中需要人才的支持与配合,相关问题突出将影响管理创新工作开展。目前,人力资源管理问题主要表现在以下几个方面:(1)现有的职工结构不合理;(2)职工思想觉悟不高,受到多种外界思想影响;(3)缺乏管理创新配合积极性。需要注意,既往中石油销售企业过程中面临人才不足问题,多采用从外部引进人才的方式优化队伍,极大地增加了人力资源建设成本,占用了大量的管理资源,并且引进人才出现不匹配现象,并没有真正解决团队建设问题。

3.5 观念较为落后

创新的对应面就是守旧,中石油销售企业管理创新工作不畅,主要是因为管理观念守旧所致。一些管理人员认为创新就是改变,改变就会带来风险,面对复杂的市场环境更不应该改变。实则不然,创新虽然会带来风险,但守旧也不一定会带来安全,创新被提出时则表明部分企业内部面临的问题已经无法用传统管理方式解决,需要通过创新方法寻求新的出路。“创新是发展的动力”,中石油销售企业坚持管理创新,才能够变中求发展。

4 中石油销售企业管理措施

中石油销售企业创新管理工作过程中,管理人员应该正确认识到企业内部的管理现状,精准把握中的不足,并针对性开展创新管理措施,才能够科学创新、高效创新,将创新转变成企业的真正内在发展动力,并且降低中石油企业在创新管理中的运行风险,帮助企业在市场竞争中获得最大经济效益,从而有利于中石油集团整体发展。

4.1 机构创新

中石油销售企业管理工作需要机构作为构架,因此在管理创新背景下应该重新审核机构的合理性,增加人性化服务机构、执行机构,减少不必要、冗余的管理机构,降低企业管理组织的复杂度,让高层管理人员能够与基层职员更好地进行信息交流,避免上层组织过分集权,整合企业内部新的组织结构关系,从而降低管理成本。机构创新不仅能够实现管理创新目的,并且可以让企业降低管理成本,减少管理过程中的内部耗能,提升管理机构的内部效能。

4.2 观念创新

企业理念决定企业行为,中石油销售企业管理创新则要进行观念创新,当然这种观念创新不是盲目的,而是以提高中石油销售企业的市场竞争力为主要目标,引入现代化管理理念,让高层领导视野向基层扁平化拓展,让基层职工拓宽视野,具备一定的市场洞察能力,具备一定的管

理意识,通过自我管理提升企业的整体管理水平,更加积极主动发挥职业价值^[7]。

4.3 技术创新

中石油销售企业有着雄厚的技术支撑,因此管理创新要以技术为基础,不仅在形态上进行简单创新,而是真正从销售方法、销售理念、销售活动等多个方面开展,利用大数据技术对市场动态变化情况进行分析,并用科技影响决策,提升管理创新工作的客观性、合理性,最大化降低管理风险。

4.4 管理创新

在中石油销售企业管理创新过程中,领导人不仅仅是“领导”,基层职工不仅仅是“执行”,每个人都有着多重、复杂的身份。因此企业在管理过程中要采用多种管理理念,以适应新的管理需求,如竞争观念、市场观念、战略观念、影响管理等,用管理观念为管理创新提供必要的思想基础^[8]。

4.5 人才支持

中石油销售企业管理工作开展离不开人才,更需要人才作为支持。因此管理创新不能够只是从制度、理念、方法等方面开展相关工作,更要培养创新人才,才能够真正落实相关工作。中石油销售企业管理过程中,要积极鼓励职工创新,设置专项的奖励制度,引导职工创新意识,让其从创新被动配合者转变为主动参与者,从而真正落实创新目标。此外,考虑到中石油销售企业管理人力资源现状,在引进专业人才的基础之上还需要对现有人才队伍进行创新培养,促使其专业知识结构性转变,既降低了人力资源管理成本,也能够满足创新管理的人力资源支持需求。

4.6 创新文化

管理创新工作不是一阵风管理理念,而是让企业长远发展的必然战略^[9]。因此中石油销售企业管理创新过程中应该构建创新文化,让其融入企业发展灵魂中,才能够让中石油销售企业在市场竞争中出奇制胜。

5 中石油销售企业高质量发展

在石油销售企业高质量发展的过程中要始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为核心,深入落实十九大相关精神和发展理念,真正确保石油销售企业高质量发展目标科学高效^[10]。石油销售企业的经营管理必须要有明确的战略规划部署,根据市场发展的趋势制定短期目标和长期目标,确保发展目标保持协调一致^[11]。在高质量发展的过程中要始终坚持业务驱动,把握和处理好基本关系,确保战略的稳定性。首先,要确保油品业务的高质量发展,只有坚定不移地增强石油销售企业的市场竞争力,才能够对石油销售企业销售与经营提供进一步的保障。其次,在石油业务不断发展的过程中要以气代油、油气融合发展,加强对清洁能源的开发,促进石油销售企业的转型升级。对于非油业务要实现跨越式发展创新发展模式和机制,制定高质量高标准的发展管理思路。最后,树立经营销

售为中心的管理理念,一切工作都围绕着业务发展,坚持管理创新、夯实根基、依法合规,坚持销售底线。最后,在瞬息万变的市场环境中,要根据市场发展变化需求进行全面深入的分析,加强市场发展管理的整体效果^[12]。始终坚持问题导向和市场导向,深入探究市场发展规律,做好精准营销。

6 结束语

管理创新是中石油销售企业发展的核心动力之一,也是企业不断提升自我管理水平的的主要途径。文章中从多个方面对中石油销售企业管理创新进行了分析,可以发现管理创新工作离不开多方面因素配合,更是需要企业自上而下的落实创新管理。中石油销售企业作为中石油的重要组成部分,关系到产品的销售,影响集团的经济效益,更应该在激烈市场竞争下主动寻求管理之道,提升销售额度。文章中笔者结合个人经验简单略谈了中石油销售企业管理创新观点,受限于个人学识以及经验限制仍然有所不足,其他人员在借鉴相关观点时仍然要结合企业实际情况优化相关内容。

参考文献

- [1]李显俊.浅析信息化建设在石油企业经营管理中的作用与对策[J].时代商家,2021(24):71-72.
- [2]于乐方.大数据时代企业财务管理工作转型的思考与实践[J].现代营销,2021(6):1-3.
- [3]王国庆.成品油销售企业阿米巴经营模式应用思考[J].市场周刊,2021(4):53-54.
- [4]阮晓刚.新时代销售企业特色党建创新探索与实践[J].北京石油管理干部学院学报,2021,28(1):47-52.
- [5]王静.石油企业人事档案管理工作现状及其创新思考[J].企业文化(下旬刊),2020(10):97-98.
- [6]张维中.国有石油销售企业“互联网+党建”工作创新[J].企业文化(下旬刊),2020(10):45-46.
- [7]周存仓.新能源时代天然气销售企业管理变革的几点思考[J].理财(财经版),2020(5):92-94.
- [8]王晓明.关于新时代成品油销售企业机关干部员工综合素质思考[J].北京石油管理干部学院学报,2020,27(4):52-56.
- [9]张东旭.高质量发展时期国有企业经营管理战略思考[J].中国市场,2020(23):97-98.
- [10]方红,于楠,孙仁金.中国成品油销售环境演变及营销模式创新[J].国际石油经济,2019,27(12):90-95.
- [11]刘倩.企业工商管理的未来发展方向与管理模式探讨[J].消费导刊,2019(42):147.
- [12]王宏伟.浅谈石油企业在新能源环境下的管理创新[J].科学与财富,2018(36):157.

作者简介:孟平(1990,1-),女,汉,四川成都人,本科,目前职称:中级政工师,研究方向:人才强企。