

经济结构转型发展下单位工商管理模式的对策分析

董凤娟

腾冲市发展和改革局（腾冲市经济信息服务中心），云南省保山市腾冲市，679100；

摘要：经济转型的大环境背景下，单位所处的竞争态势日趋复杂且多变，传统的工商管理模式已无法充分应对当前市场的需求。为增强市场竞争力，单位亟需主动变革工商管理模式，以灵活应对经济结构转型带来的种种新考验。本文深入剖析经济结构转型对单位工商管理产生的深远影响，针对性地提出一系列应对策略。

关键词：经济结构转型；单位工商管理；现状分析

DOI：10.69979/3029-2700.25.06.014

引言

全球经济一体化加速推行与科技迅猛发展当下，经济结构转型已成为各国经济发展的必然路径。单位所面临的竞争环境日益激烈，市场需求更是呈现出前所未有的多样化趋势。传统的工商管理模式，因其固有的局限性和对市场变化的迟缓反应，已难以充分满足当前复杂且多变的经济环境需求。因此，单位迫切需要主动变革工商管理模式，灵活应对经济结构转型所带来的新挑战，增强自身的市场竞争力，确保在持续的发展道路上稳健前行。

1 经济结构转型发展对单位工商管理的影响

1.1 经济结构转型带来的市场变化

全球经济的不断发展和消费者收入水平的持续提升，消费需求正经历着前所未有的多元化变革。现代消费者不再满足于市场上千篇一律的选择，而是渴望能够获得满足其独特品味和需求的消费体验。这种趋势要求单位在工商管理实践中必须更加重视市场调研，深入了解并分析消费者的真实需求，以便及时调整产品策略和服务模式，提供更加贴合市场需求、富有创意的产品和服务。全球化日益加深的今天，国际贸易环境变得愈发复杂多变。关税壁垒的抬高、贸易保护主义的抬头以及汇率的频繁波动等因素，都给单位的国际贸易活动带来许多不确定性。单位不仅需要密切关注国际贸易政策的变化，及时调整出口策略，还需要加强风险管理，建立健全的风险防范、应对机制，以应对复杂多变的国际贸易环境，确保单位在全球化浪潮中稳健前行，实现可持续发展。

1.2 单位工商管理面临的挑战

其一，传统管理模式的局限性。经济结构转型的大潮下单位的管理模式亟需向灵活高效转变。现实却是许多单位依然深陷传统管理模式的泥淖，面临着决策流程冗长复杂、信息传递梗阻等顽疾。这些问题不仅严重拖累管理效率，更使得单位在应对市场波动时显得迟缓，难以迅速捕捉并响应新的市场机遇。单位必须打破传统管理模式的枷锁，积极拥抱现代化管理理念和技术手段，利用优化决策流程、畅通信息传递渠道等举措，全面提升管理效能。其二，市场竞争加剧。经济结构转型深化加剧市场竞争格局。随着市场壁垒的降低和消费者需求的日益多样化，大批单位涌入市场，使得竞争态势愈发白热化。单位在工商管理实践中必须高度重视品牌建设与市场营销策略的制定与执行，以期在激烈的市场竞争中扩大市场份额增强盈利能力，确保单位的稳健发展。其三，内部管理效率提升需求。为增强市场竞争力，单位需持续优化内部管理效率。这涵盖精简组织架构、健全管理制度及强化人才培育等多个角度。通过这一系列内部管理效能的提升，单位能有效削减成本、提升生产效率，在激烈的市场竞争中赢得更有利的地位。

2 单位工商管理模式的现状分析

其一，现有工商管理模式概述。众多单位倾向于采用层级清晰的组织架构，借此明确界定各部门的权利与责任。这种结构固然能在一定程度上保证单位运营的平稳性，但也显露出决策过程冗长、信息流通受阻等弊端。一些单位在权责界定上仍存在灰色地带，这直接引发部门间的责任推诿，拖累整体的工作效率。人力资源管理领域，虽然多数单位已经建立相对完善的管理体系，涵盖招聘、培训、绩效管理等多个关键环节，为单位的稳健运行提供有力保障。伴随市场竞争的日益激烈，部分

单位在人才引进、培养及激励方面仍暴露出明显短板。这些单位往往难以吸引和留住顶尖人才，致使人才流失问题日益严重，削弱单位的创新能力和核心竞争力。如何优化人力资源管理策略，成为这些单位亟待解决的关键问题。市场营销方面，许多单位仍主要依赖传统的营销手段，如广告投放和促销活动等，这些手段虽然在一定程度上有效，但普遍缺乏足够的创新性和针对性，难以充分满足现代消费者日益多样化和个性化的需求。在财务管理模式上，单位多聚焦于成本控制、资金管理，但在风险管理、投资决策等关键领域，其能力和机制仍有待提升。

其二，现有模式存在的问题。部分单位的管理理念仿佛被时间遗忘，依然固守着传统的框架，未能与时俱进地融入现代商业环境的快速变迁之中。这种滞后不仅体现在对市场趋势的敏锐捕捉上，更在于缺乏一种灵活应变、主动适应市场波动的机制。当新的市场挑战如浪潮般涌来时，这些单位通常显得力不从心，难以在第一时间调整战略航向，错失许多宝贵的发展契机，让单位在激烈的市场竞争中步步维艰。组织架构的僵化和权责界限的模糊，阻碍部门间的顺畅协作。各部门各自为政，缺乏有效的信息共享和协同作战，这不仅致使资源的极大浪费，如重复劳动、资金错配等，还严重削弱单位的整体运营效率。在这样的环境下，即便是再优秀的个体也难以发挥出应有的价值，团队的力量更是无从谈起。这个日新月异的时代，创新能力已成为衡量单位竞争力的一把重要标尺。部分单位在研发创新、产品设计以及市场营销策略上显得捉襟见肘，缺乏足够的创意和突破。这不仅使得它们的产品和服务趋于同质化，难以在消费者心中留下深刻印象，更在无形中削弱单位的品牌影响力和市场份额，让单位在市场洪流中逐渐失去了自身声音和位置。

3 对策研究

其一，更新工商管理理念。单位应紧跟时代快速发展的步伐，积极拥抱变革，将现代化管理知识融入日常运营之中。敏捷管理助力单位灵活应对市场变动，快速调整战略，加快市场响应速度，确保在竞争激烈的市场环境中占据有利地位。单位需牢固树立市场导向意识，将市场作为经营决策的出发点和落脚点。通过密切关注市场动态，深入研究消费者需求的变化趋势，单位能够及时调整经营策略，确保产品和服务始终与市场需求保

持高度契合，满足消费者的多元化、个性化需求。单位文化层面，单位应积极营造开放、包容、鼓励创新的良好氛围。这不仅有助于激发员工的创新潜能，还能推动单位在研发、产品设计、市场营销等多个领域不断取得新的突破。经过鼓励员工敢于创新，单位能够不断推出具有竞争力的新产品和服务，提升品牌影响力，为单位的持续发展注入源源不断的动力。例如，本市凭借独特的自然景观与深厚的民族文化底蕴，吸引众多游客纷至沓来，使得旅游服务业跃升为该地经济的关键支撑。为此，需精准定位目标客户群，精心塑造蕴含地方特色的旅游品牌形象，以此提升知名度并赢得良好口碑。加大对员工的培训力度，强化其服务意识与专业能力，力求为游客带来愉悦且难忘的旅行体验。

其二，优化组织架构与权责划分。为提升单位的整体效能，推行扁平化管理显得尤为重要。通过减少管理层级，不仅可以缩短决策链条，加快决策速度，还能确保决策更加贴近市场和一线实际，提高决策效率。这种管理模式有助于打破传统层级壁垒，使信息在单位内部实现快速流通，增强单位的市场敏感度和应变能力，确保单位能够迅速捕捉市场机遇并有效应对各种挑战。扁平化管理框架下，明确各部门的职责和权限至关重要。这不仅能够避免工作重叠和责任不清的情况，还能促使部门间的协作与沟通，形成合力。为实现这一目标，单位需要建立一套有效的沟通机制，确保信息在各部门间畅通无阻。这不仅能够提升工作效率，还能避免资源浪费和效率低下的问题，为单位创造更大的价值。建立灵活高效的运营机制也是单位适应市场变化和发展的关键，包含不断优化业务流程，提高生产效率，加强供应链管理等方面。经过持续改良和创新，单位能够保持竞争优势，实现可持续发展。例如，本市小微单位遍布各行各业，构成当地经济重要一环。它们能够依据市场需求灵活调整运营方针，迅速适应市场波动。

其三，加强人力资源管理。为构建一支高素质、专业化的人才队伍，单位必须制定并实施科学的人才引进与培养计划。在人才引进方面，单位应采取多元化的招聘渠道，如校园招聘和社会招聘，以吸引那些具备专业技能和创新精神的人才加入。通过严格筛选和面试流程，确保引进的人才不仅符合岗位要求，还能为单位带来新的思维和活力。在人才培养方面，单位应加强内部培训，为员工提供系统的专业知识和技能培训，以及领导力、团队协作等软技能培训，以提升员工的专业素养和综合

能力。单位应为员工提供多样化的培训资源和机会，像在线课程、外部培训、内部研讨会等，以满足员工不同阶段的成长需求。为确保人才培养的效果，单位需要完善绩效考核体系，确保考核结果的公正性和准确性。通过定期的绩效评估，单位可以及时了解员工的工作表现和发展需求，为制定个性化的培训计划提供依据。单位还应优化激励机制，通过物质奖励、精神激励相结合的方式，激起员工的工作积极性和创造力，促进员工的个人成长和单位的持续发展。为员工规划清晰的职业发展路径，帮助员工实现个人价值和单位发展的双赢，增强员工的归属感和忠诚度。

其四，创新市场营销策略。竞争激烈的市场环境中，开展市场细分并明确目标客户群体是单位成功的关键。通过深入研究市场趋势和消费者行为，单位能够识别出具有相似需求和偏好的目标客户群体，实行精准定位。这要求单位不仅要深入了解目标客户的购买习惯、生活方式和价值观，还要确保提供的产品和服务能够精准满足他们的需求和期望，从而建立稳固的客户关系。加强品牌建设是提升市场竞争力的核心。单位应注重品牌故事的讲述和品牌形象的塑造，确保品牌信息与目标客户群体的价值观相契合。在营销策略上，单位应注重创新紧跟时代潮流。数字化营销和社交媒体营销等新兴方式，能够为单位提供更为广泛、精准的营销渠道，帮助单位扩大品牌影响力和市场份额。单位还应拓展多元化的销售渠道，像线上销售平台、线下体验店等，以满足不同客户群体的购买需求和消费体验。在销售渠道的管理和优化上，单位应注重提高销售效率和客户满意度，确保销售渠道的顺畅和客户服务的优质。

其五，完善财务管理体系。在复杂多变的市场环境中，加强财务风险管理对于单位的稳健发展很重要。单位应建立健全风险预警和应对机制，通过风险识别、评估和控制等一系列手段，及时发现并有效应对潜在的财务风险，从而降低这些风险对单位运营和战略实施的影响。优化资金运作效率是提高单位竞争力的关键一环。单位应通过合理安排资金结构，确保资金在不同业务和投资项目中的合理分配，以实现资金的最大化利用。加强资金监管，建立健全的资金管理制度，能够确保单位资金的安全和稳定，防止因资金流失或滥用而引发的财

务风险。财务管理制度建设方面，单位应注重提升财务透明度与合规性。经过定期审计，单位能够及时发现并纠正财务管理中存在的问题，确保财务数据的真实性和准确性。增强信息披露，及时向投资者和公众公布单位的财务状况和经营成果，能够增强投资者对单位的信心，提升单位的市场声誉和品牌价值。这些措施共同构成单位财务风险管理的重要组成部分，促成单位的可持续发展。

4 结语

综上所述，经济结构转型发展下单位工商管理模式的对策分析不仅是一个繁杂的系统工程，更是一次深刻的变革之旅。单位需要从战略规划、组织架构、人才培养、技术创新、信息化建设、市场拓展等多个角度出发，全面而深入的剖析与优化。在这个过程中，单位还应树立前瞻性的市场观念，紧跟时代步伐，灵活应对市场变化，不断提升自身的核心竞争力。单位需加强内部管控，优化资源调配，提升运作效能，确保在激烈的市场竞争中保持稳健的发展态势。单位才能在经济结构转型的大潮中乘风破浪，实现持续稳健的发展，为未来的长远发展打下坚实基础。

参考文献

- [1] 吕娜. 经济结构转型发展下工商管理模式改革研究[J]. 中国会展(中国会议), 2024(24): 127-129.
- [2] 张安顺. 经济结构转型发展下企业工商管理模式的对策[J]. 商场现代化, 2025(02): 111-113.
- [3] 张雨晗. 经济结构转型发展下企业工商管理研究[J]. 中国科技投资, 2024(28): 119-121.
- [4] 艾明皓, 罗伟林. 经济结构转型发展下企业工商管理模式的优化策略分析[J]. 老字号品牌营销, 2024(14): 57-59.
- [5] 牛蕊. 经济结构转型发展下企业工商管理模式的优化策略分析[J]. 产业创新研究, 2024(10): 166-168.
- [6] 赵雪莹. 经济结构转型发展下企业工商管理模式的对策[J]. 商场现代化, 2024(11): 93-96.
- [7] 窦元玖. 经济结构转型发展下企业工商管理模式的优化策略研究[J]. 广东经济, 2024(04): 37-39.