

战略管理在企业管理中的应用研究

冯文海

宁波中大力德智能传动股份有限公司, 中国·浙江 宁波 315301

【摘要】在全球化经济以及瞬息万变的市场环境下,企业所面临的挑战和机遇日益增加。如何从竞争激烈的市场中脱颖而出并保持持续竞争优势已经成为企业管理者与学者们长期以来研究的中心课题。战略管理这一系统管理方式已成为复杂环境下企业确立长期发展方向,资源优化配置,有效应对外部风险的重要工具。本研究旨在探讨战略管理在企业管理中的具体应用,分析战略管理理论的实际意义,探索战略管理在现代企业中的实际操作模式和成功实践。

【关键词】战略管理; 企业管理; 应用

引言

在市场经济不断发展、全球竞争日益激烈的今天,企业所面对的经营环境也变得更加复杂、多变。从早期以市场为导向发展到今天以创新为动力,多种战略理论层出不穷,在企业中得到了广泛运用。战略管理的源头可追溯到20世纪中叶,伴随着经济学,管理学,社会学等多门学科的相互融合,战略管理已经逐步发展成为一门独立学科。企业战略管理由原来的战略规划发展到今天的动态管理已经有了一个发展和演变的过程。特别在我国经济高速增长的大环境中,企业战略管理显得更加重要。

1 战略管理理论概述

战略管理作为企业管理的关键部分,涉及到有助于企业长期目标达成的策略的制定与执行。战略管理其核心是分析企业内外环境,选择和制定策略,有效地执行策略,并对策略进行评价与调整。从定义上看,战略管理既是一种决策过程,也是一种需要随着市场环境变化而不断调整与优化的动态持续性。战略管理理论框架由经典理论与现代理论两部分组成,经典理论有波特五力模型,SWOT分析以及波士顿矩阵,这些理论强调的是企业的竞争地位以及对资源进行有效分配。这些理论在制订战略方面给企业一个框架,有助于企业发现市场机会,分析竞争环境,评价竞争优势。现代战略管理的理论从资源的基本视角、动态能力的理论以及蓝海战略等多个维度对战略管理的定义进行了进一步的拓展,特别强调了在快速变动的市场环境中的重要性,企业在对现有资源进行优化的同时,还必须对市场变化进行创新并迅速做出反应。这些理论为企业在复

杂环境下维持竞争力提供了更灵活、更适应的战略框架。

战略管理过程主要是战略分析,战略制定,战略实施,战略评估。企业在战略分析阶段需要综合评价外部环境与内部资源,确定可能存在的机遇与威胁;战略制定阶段企业依据分析结果制定最适合自己的战略目标;在执行阶段,会将预先制定的战略实施,并在执行过程中进行持续的调整;并且在战略评估阶段企业需要依据实施效果对其进行评价,从而保证战略实施的效果和适时调整。

2 战略管理应用中的问题与挑战

2.1 我国企业在战略管理中存在的问题

我国企业在战略管理中面临的主要问题表现在多个方面。许多企业在战略规划与实施过程中缺乏系统性和前瞻性,往往依赖短期市场变化做出反应,而非根据长远目标进行布局。这种缺乏战略深度的做法导致了企业在面对激烈市场竞争时,缺乏持续性和稳定性。此外,很多企业在战略决策中忽视了数据和信息的支持,导致决策过程过于依赖经验或直觉,缺乏科学依据,容易导致决策失误。部分企业未能有效整合内外部资源,战略目标与实际执行之间存在脱节,实施过程中缺乏足够的协调和反馈机制,无法快速响应市场变化。与此同时,企业对外部环境的变化反应迟缓,特别是在全球化、技术创新和政策调整等因素影响下,许多企业未能及时调整战略方向,错失了市场机会。管理层的战略眼光和执行力不足,也是造成企业战略管理失败的重要原因之一。再者,企业内部的组织结构和文化往往与战略实施存在冲突,特别是在跨部门协调和资源配置方面,导致战略实施困难。综上所述,我国企业在

战略管理中面临的挑战主要来自于战略思维的局限性、决策机制的缺乏科学性以及执行力的不足，这些问题制约了企业在激烈市场竞争中的表现和长远发展。

2.2 企业面临的外部挑战

企业实施战略管理所遇到的外部挑战日趋复杂，这些挑战主要来自于市场竞争、政策变动、技术进步和全球化等因素所导致的不确定性。在全球市场进一步开放的今天，企业除了需要应对国内竞争外，更需要面临全球市场所带来的各种压力，因此如何保证国际化语境中的竞争力就成了企业迫切需要解决的课题。市场需求瞬息万变以及消费者偏好多样化决定了企业必须要有更强的市场适应能力与创新能力，不然就易被市场所淘汰。同时国家政策及宏观经济环境的改变也给企业战略决策带来了不可忽视的影响。政策的不确定性及经济波动加大了企业长期战略制定的困难程度，特别是对于政策调整比较频繁的产业，需要企业始终保持对政策变化敏感的态度，适时进行战略调整。科技不断地进步与革新也给企业带来极大地挑战，数字化转型与新技术运用，使部分传统企业有被淘汰之虞，为迎接新兴行业竞争压力，需要加快技术革新与业务模式转变。另外，全球化所引发的跨国竞争，文化差异以及地缘政治风险等问题也使企业在国际市场上面临许多错综复杂的难题。在这复杂多变的外部环境中，企业战略管理要想有效地应对上述挑战并保持长久的竞争优势，就必须要有高度灵活性与前瞻性。

2.3 战略管理中的风险管理

在业务环境不断发生变化的情况下，企业所面临风险的类型与程度与日俱增，主要有市场风险，操作风险，财务风险与法律合规风险。所以建立一套有效的风险管理机制具有重要意义。企业在实际运作时，首先要确定可能存在的风险源并通过经常性的环境扫描及内部审计等手段搜集有关资料，以评价风险类型，可能性以及对企业战略产生的影响。然后，企业须分析所辨识的风险，决定风险的优先级及拟定相关的应对策略。这些策略可包括规避，减少，转嫁或接纳风险。比如，针对市场需求不确定的情况，公司可采取多元化产品线或者进军新市场等方式分散风险。企业在进行风险管理时，需

要构建一套完整的监控系统来快速响应风险事件并降低潜在损失。另外，组织文化还对风险管理起着至关重要的作用，激励开放沟通与信息共享可以提升全员风险意识，从而加强企业总体风险防范。

3 战略管理在企业管理中的应用

3.1 战略管理的实践意义

战略管理具有的现实意义是有利于企业确定发展方向，优化资源配置以及增强整体竞争力。企业通过制定科学战略规划可以在识别和捕捉市场机会的前提下，有效地规避可能出现的各种风险。战略管理既要注重企业短期目标的实现，又要保证企业能在多变的市场环境下持续发展。促使企业制定策略时要对内外部环境进行深入的分析，考察自己的长处和短处，以形成可行的发展道路。战略管理也可以促进企业资源优化配置，保证企业把有限的资源用于最具潜力的方面，实现自身核心竞争力的最大化和资源浪费。实施高效的战略管理能够让企业在激烈的市场竞争中永远处于领先地位，从而避免盲目决策带来的失误。另外，战略管理还给企业一个清晰的战略目标与实施路线，使各个部门在一个统一的目标之下协调一致地开展工作并提高执行力，以保证战略有效地落地。战略管理也有助于企业在动态变化环境下灵活地进行战略调整，对外部环境变化做出及时反应，从而确保企业能不断创新并适应市场变化并维持竞争优势。

3.2 战略规划在企业中的应用

战略规划运用于企业是非常关键的，有助于企业明确未来发展方向、明确发展目标、制定目标达成的具体办法。企业通过战略规划可以对内外部环境进行系统的评价，对市场趋势，竞争态势及自身资源进行分析，然后制定与自身优势及市场需求相匹配的战略目标。在实际工作中，战略规划既是静态的计划过程，也是动态的调整过程。市场在变，企业在发展阶段也在变，战略规划也要不断地进行修改优化才能保证企业时刻保持与外部环境相匹配。企业在进行有效战略规划时，能够合理地分配资源，避免资源浪费并保证有限资源在有潜力、有收益的区域内进行投资。与此同时，战略规划还制定了明确的企业行动框架，使得各个部门可以围绕着共同战略目标协调一致地进行合作，从而提升企业的整体

执行力。企业在运用过程中也需重视战略执行反馈机制的作用,通过对执行效果的持续监测与评价,发现偏差及时做出调整。另外,战略规划对企业创新与突破也有引领作用,有助于企业面对复杂、多变的市场环境找到切入点,采取切实有效的对策。从整体上看,战略规划是公司在激烈的市场竞争中走向成功的依据,它可以给公司提供清晰的行动指南和增强整体竞争力。

3.3 战略实施与执行

战略实施和落实是战略管理进程中的关键环节,它直接决定着战略目标能否实现。制定策略固然重要,但是没有有效地实施就很难把策略变为现实。战略实施并不是简单地把规划落到实处,而是包括资源的分配,组织结构的重组以及对员工进行协调和激励几个层次。在企业的实际运营过程中,必须依据战略目标来调整组织架构和优化业务流程,以确保各个部门能够在执行任务时形成协同效应,从而避免执行过程中出现偏差。比如,某些公司在推行全球化战略过程中,有必要对跨国经营组织架构进行调整,并建立国际化管理团队以保证不同区域市场需求能得到有效应对与满足。管理层领导力与决策能力对战略执行过程非常关键。领导者要具有明确的战略愿景同时又能激发员工为了一个共同的目标奋斗。有效的沟通机制对战略执行的成败同样具有重要意义,管理层和员工需保持通畅的沟通渠道以保证信息及时地传递与反馈。另外,战略实施需要有与之相匹配的绩效管理体系予以监督与考核。通过构建一套科学的绩效评估体系能够使企业在实施过程中发现问题、及时调整,从而避免策略偏离预设方向。如企业在创新战略实施过程中,可建立专门创新团队,通过定期考核奖励机制来激励员工创新,保证战略实施成效。战略执行成功与否也需考虑文化因素,构建企业文化有助于员工对战略的深入了解与认可,进而提升战略执行内在动力。所以,战略实施和落实并不只是把计划变成行动,而是涉及到组织管理、文化建设、资源配置以及绩效管理等等诸多内容的一个复杂的过程。

3.4 战略评估与调整

战略评估和调整是保证战略管理顺利实施的关键一环,有助于企业及时发现实施中存在的问题,并对其进行必要

修改。战略评估并不是简单地评价战略执行的结果,而是一个通过不断监测市场环境、竞争态势和企业内部运营来进行反馈的动态过程,保证战略目标实现符合外部环境变化。在企业的实际运营过程中,通过建立关键绩效指标(KPI)来衡量战略实施的成效,这些指标可能包括财务表现和市场份额、客户满意度等等,定期追踪这些指标,企业就能很快地发现战略执行过程中存在的偏差并结合实际情况作出相应调整。比如,某公司在执行扩张战略的过程中,由于市场需求预测的偏差而可能出现销售目标没有实现的情况,那么评估的结果会很快暴露问题,由此推动管理层对市场定位进行调整或者对产品组合进行优化。战略调整不是一个单纯的修改,它需要结合外部环境变化以及内部资源状况进行深刻反思。在激烈的市场竞争,政策变化或者技术革新中,企业常常要对战略方向进行调整,对资源进行再分配,甚至是对核心业务进行变革。比如,一些传统制造企业面对数字化浪潮不能满足市场需求的情况下,通常需要对产品创新,生产方式以及组织结构等各方面做出调整。在进行战略调整时,领导的决策非常关键,既要有敏锐的市场洞察力又要有果断的执行力才能适时地进行有效地战略调整。另外,在进行战略评估与调整时,也要考虑到企业文化所带来的冲击,以保证战略调整能获得所有员工的谅解与支持,以免因为战略改变而造成员工斗志降低或者执行力降低。通过对战略进行科学评估和调整,可以保证企业在复杂和多变环境下不断优化战略、提高竞争力。

参考文献:

- [1] 段宇鑫. 战略管理在企业管理中的应用研究[J]. 老字号品牌营销, 2024 (5): 121-123.
- [2] 何为. 战略管理会计在企业管理中的应用研究[J]. 小企业管理与科技, 2022 (16): 98-100.
- [3] 彭谦益. 战略性人力资源管理在建筑企业的应用研究[J]. 建筑经济, 2023, 44 (S01): 419-422.
- [4] 刘思雨. 财务战略管理在企业管理中的应用研究[J]. 商情, 2017, 000 (041): 18.
- [5] 王子豪. 战略管理在企业发展中的重要性及应用探讨[J]. 2024.