

# 企业在网络新媒体时代的经营与管理现状及解决路径

牛帅

(菲律宾巴利瓦格大学 河北衡水 053000)

**摘要:**网络新媒体时代,改变商品市场环境,并为企业的发展带来新的生存空间。面对创新发展的机遇和挑战,企业需要转变经营管理理念,更新企业管理策略,推动企业在新时代的潮流中可持续的发展。为达成企业创新发展这一目标,本文具体分析企业在网络新媒体时代经营与管理现状,针对主要存在的不足,积极态度解决的措施,并提出具体的创新办法,以及为企业经营与管理有关人员提供参考。

**关键词:**企业;网络新媒体时代;经营与管理

## 引言

企业经营与管理作为保障企业稳定运行的核心,在新媒体时代背景下,利用新的技术手段,优化企业经营管理环境,探索适应企业自身发展的运行模式,能够提升企业竞争实力,促进企业在新媒体主流趋势下的稳步运行与发展。但是,很多企业面对全新的发展机遇,将更多的资金投入生产活动中,忽视经营与管理创新,造成企业经营与管理工作面对新的挑战,不能快速的转变管理思想,为企业的运行和发展带来一定的风险。对此,有必要分析企业经营与管理现状,并探索解决的路径,促进企业在全新的市场环境中稳定发展。

### 一、企业在网络新媒体时代的经营与管理现状

(一)网络经济体制下,全新的管理理念为企业经营管理带来冲击

网络时代背景下,电子商务的快速发展,使各类产品信息快速共享传递,消费者能够在同一平台上,实现跨地区跨品类的购买产品,并能够轻而易举地进行货品对比,以更低的价格买到性价比更高的产品。与此同时,消费者可根据自己的意愿,向企业提出定制化的需求。这种全新的消费方式,使企业与消费者之间的关系,从以往的“一对多”,转变为“一对一”的关系。消费者掌握主动权,对企业产品质量、性能、价格等提出更高的要求。面对新的变化,企业只有进行个性化的生产,并积极转变经营理念,才能参与的网络营销中,获得竞争优势,得到消费者的认可。但是目前,很多企业面对创新变化,将更多的重心投入到产品营销上,通过快速占领市场,从而获得更大的经济效益。而在此过程中,企业忽视对市场的细分,不能了解消费者的需求,造成产品的生产、设计、销售,还停留在流水线生产阶段,不能实现柔性化的管理,无法挖掘市场潜能,也难以满足消费者多元化的需求。具体而言,在产品设计与生产阶段,很多企业只能生产同一类型的产品,不能根据市场需求变化,快速改变产品规格和型号,使产品生产存在较大的盲目性。而在产品销售环节,企业不能扩展产品销售渠道,更多的依靠实体销售,而开展的网络营销活动,停留在用户消费前端,忽视售后管理、客户维护、客户开发,造成网络营销效果不佳,难以获得消费者的认可。

(二)企业对新媒体技术应用不足,增加企业运营管理的成本

市场经济体制下,企业所处管理环境发生较大的变化。特别是网络新媒体平台建设,增加企业管理压力,使企业在经营发展中遇到的问题

更为复杂,企业运行发展中的竞争力随之增加。

面对新的挑战,企业经营与管理工作需要适应新的变化,依托企业全新的管理平台,完成对各类业务活动的快速处理,并分析市场环境,制定管理战略,保障企业在新媒体时代下稳定可持续发展。但是现实问题是,很多企业对新媒体的概念理解不足,在企业经营管理中不能合理的应用新的媒体技术,造成企业经营与管理工作落后于时代,出现管理问题和风险。而分析问题产生原因,一是企业信息化建设的力度不足。很多企业面对新的发展机遇,将更多的成本投入到生产销售上,忽视技术改造的重要意义。很多企业没有更新管理软件,使很多工作仍然依靠人工的处理,不但降低经营管控效率,也无法制定个性化的管理服务,从而弱化管理的成效。二是媒体人才较为匮乏。新时代背景下,我国出现企业所需人才供不应求的现象,很多经营管理人才不能满足企业的需求,造成企业内部管理人才队伍不完善,新型管理人才较为匮乏。而在技术改造背景下,企业缺少经营管理人才,使企业经营管理信息化水平不高,制约着企业进一步的创新发展。三是缺少配套的服务。很多企业在新媒体时代背景下搭建网络营销平台,但是没有配套的服务。面对越来越高的消费需求,很多企业通过增加运营成本,满足客户日益增长的需求。这种经营模式反映出企业信息化水平不高,对新的变化难以适应,自身的控制能力不足,影响企业在新媒体时代下的长久发展。

### 二、企业在网络新媒体时代的经营与管理优化路径

(一)借助网络新媒体技术搭建智能化平台,推进企业智能化发展

在网络新媒体时代发展下,为更好地推进企业经营与管理改革创新,应积极把握新时代发展新机遇,充分应用网络与新媒体相关技术手段,利用人工智能化技术,搭建企业经营管理智能平台与系统,不断提高企业经营管理效率。有效解决传统人工经营管理实效差、差错率高等问题,助推企业长久可持续发展。第一,紧密结合企业具体经营管理内容、目标和需求,利用网络与新媒体技术手段,对企业经营管理模式进行优化和创新。其中,可通过积极搭建智能化经营管理平台,将该平台与企业内部各个部门后台系统紧密对接,提升多部门信息互相程度。有利于多部门实时交流、互动、信息共享,提升管理效率。第二,以IT技术相连接,打破企业经营管理中的有形界限,以实现资源共享、优势互补、风险共担经营管理模式为目的,由若干独立企业组成动态联合体,

构建虚拟企业。在高需求变化、高不确定性以及高风险的市场环境中,按照现代经营管理理念,开设虚拟经营、虚拟管理模式,为用户提供虚拟商店、虚拟市场管理、虚拟产品设计、虚拟经营销售等服务,提升企业经营服务水平。第三,充分利用各种新媒体平台,如微博、微信公众号、抖音、快手等平台,拓宽企业经营管理渠道,加大对企业品牌文化、品牌诚信、经营模式、政策理念的宣传和推广力度,不断宣扬企业魅力,增强用户粘性,促进企业营业额增长。第四,将网络新媒体工作与企业生产经营相融合,加强新媒体与相关部门之间的配合,围绕中心工作形成合力,成为企业上下层之间的传话筒。借助新媒体平台将领导集体决策传递到基层员工群体当中,增强信息传递时效性;将员工生产状况、意见反馈及时传递给领导,加强领导与基层员工之间的交流沟通,努力解决生产经营中的现存问题,助推企业可持续发展。

#### (二) 结合时代特点及时更新财务管理策略,优化企业的资本结构

若想在竞争激烈的经济市场环境下脱颖而出,除了要加强企业基础管理、经营管理与内部结构管理,还需高度重视财务管理在企业发展中的重要作用,加强内部财务管理力度,来不断提高企业经营效率和经济效益,优化企业资本结构,实现企业健康发展。基于此,相关企业应善于利用先进的网络新媒体技术手段,结合时代特点及时更新财务管理策略,搭建全新财务管理体系,创新财务管理模式和手段,为实现企业安全、合理使用资金,优化企业资本结构提供重要保障。首先,企业应基于网络新媒体时代下的新型技术手段,积极搭建财务共享管理平台,深入分析、挖掘、整合市场中的财务数据信息,全方位采集相同类型企业市场资本结构信息。并通过利用大数据技术深入分析、发掘企业在市场中的经营与财务风险,结合实际制定对应解决措施,优化设置资金管理策略。能够切实提高企业整体经营管理水平的同时,有效节约资源成本。其次,利用新媒体技术动态监测市场资本流动趋势,明确当前时代市场发展方向,为自身产品研发、项目定位、营销战略制定以及管理策略制定提供重要参考依据。

#### (三) 加强网络新媒体人才队伍建设,有效提升企业创新发展能力

网络新媒体时代的到来,传统人才队伍结构、人才工作模式和能力体系,已无法满足企业经营与管理创新发展需求,甚至在一定程度上存在限制性因素,难以真正发挥人才队伍建设作用。因此,必须要顺应时代发展趋势,紧密结合企业经营与管理改革发展需求、目标和要求,创新组建一支专业性、复合型、高精尖网络新媒体工作队伍,包括策划、创作、制作、审核与推广等等。使网络新媒体工作队伍能够善于利用先进信息技术手段,借助各大媒体平台,创新开展经营与管理工作,更好地服务于企业发展,真正发挥自身价值作用。首先,明确要求网络新媒体工作者除了要具备良好的职业素养、专业知识和经营管理能力,还需具备图片处理、视频剪辑、设计排版审美、多种多媒体技术软件应用能力。能够善于利用PS、AI、PR、AE等平面设计和视频软件,针对企业网络经营发展需求,开展一系列新媒体运营工作,保证企业能够在网络新媒体环境下,实现高效化经营发展目标。其次,建立长效化培训机制,

紧跟国内外市场发展方向、时代发展趋势和企业创新发展要求,积极开展常态化的业务技能脱产培训。保证工作人员能够及时掌握行业最前沿的职业技能,多方面提高工作人员自身工作能力,确保其工作理念始终处于最新状态,以更好地服务于企业经营和管理发展。再次,针对新老员工、不同岗位制定针对性培训计划,在培训中减少纯理论传授,配以直观的现场训练和案例剖析,让员工能够在更先进的培训中学习经验、提升能力,以利于自身和企业的发展。最后,企业还可借助网络新媒体平台,拓宽人才引进渠道,招聘全国各地经营管理人才,定期邀请专家整合企业内部、外部人才资源,引进优秀人才的同时,合理实施经营管理人员分配、流动战略。使员工能够在流动学习中不断提升自身综合实力,为企业稳定运营奠定优质人才基础。

#### 结语

总而言之,企业经营与管理工作作为企业战略核心内容,影响企业的运行和发展。在市场经济体制改革下,企业所处外部环境发展较大的改变,需要企业快速调整管理战略,结合新的变化,搭建全新的经营与管理模式。特别是新媒体平台的建设,需要企业扩展销售渠道,挖掘产品的潜能,通过提供个性化的服务,满足用户日益增长的需求。但是,在落实创新战略的过程中,很多企业缺少对全新发展理念的认识,忽视经营与管理创新,造成企业落后于时代,难以实现健康长久的发展。对此,需要企业立足新媒体时代背景下,结合时代特征,更新经营与管理策略,不断优化企业资本结构。同时搭建全新的智慧化管理平台,促进经营与管理活动智能化的实施,从而提升企业管理效能,推动企业创新发展。

#### 参考文献:

- [1]秦秦.融媒体环境下党媒广告经营创新策略探析——以焦作日报社地产类商业广告为例[J].中国地市报人,2023(03):79-80.DOI:10.16763/j.cnki.1007-4643.2023.03.027.
  - [2]李杨.浅析如何打造具有项目管理特色的私域流量群——以《项目管理技术》杂志为例[J].中国传媒科技,2023(03):38-40+45.DOI:10.19483/j.cnki.11-4653/n.2023.03.007.
  - [3]黄诗媛,蒋晶.乡村振兴背景下农村新媒体运营多元协同育人机制研究——以广东工贸职业技术学院新媒体运营职业培训为例[J].农村经济与科技,2022,33(24):263-267.
  - [4]丁剑.传媒企业人力资源管理现状及改革措施探讨——以A传媒集团媒体融合改革为例[J].企业改革与管理,2022(21):68-70.DOI:10.13768/j.cnki.cn11-3793/f.2022.1157.
  - [5]龙梅兰,尹剑峰.微媒体在我国企业经营管理中的应用研究[C]//北京中外软信息技术研究院.第三届世纪之星创新教育论坛论文集.第三届世纪之星创新教育论坛论文集,2016:1007.
- 牛帅,女,汉族,1987-5,河北衡水人,菲律宾巴利瓦格大学博士在读,研究生学历,硕士学位,研究方向:主要从事人力资源管理和企业管理研究。