

# 国有企业市场绩效激励机制的创新与实践

侯璐

成都天奥测控技术有限公司 四川 成都 611731

**摘要：**在当今全球经济形势下，国有企业面临着市场竞争加剧和转型升级的双重挑战，亟需创新其市场绩效激励机制，以提升整体竞争力与可持续发展能力。创新激励机制应强调员工的参与感，通过建立员工持股计划和参与决策机制，使员工成为企业发展的一部分，从而增强其责任感与使命感。国有企业还应转变眼界，设计多元化的激励手段，将激励机制的设定视野从经济奖励转移到重视员工职业发展上去，以满足员工的实际需求。基于此本文将对传统国有企业市场绩效激励机制进行深入分析，并提出四点绩效激励机制创新与实践措施，旨在有效提升员工的积极性和创造性，使企业在激烈的市场竞争中实现可持续发展。

**关键词：**国有企业；市场绩效；激励机制；创新与实践

在当今全球经济环境日益复杂、市场竞争愈加激烈的背景下，国有企业作为国家经济的重要支柱，面临着提升市场竞争意识的重大挑战。为了实现高质量发展，国有企业亟需在激励机制上进行创新与实践，以激发内生动力、提升市场竞争力。传统的激励机制往往侧重于短期利益，忽视了长期发展的可持续性。创新的市场绩效激励机制不仅需要关注企业自身的经济效益，还应当兼顾社会责任和环境保护，以实现经济、社会和生态的协调发展。如此国有企业才能在激烈的市场竞争中立于不败之地，为国家经济的稳健增长贡献力量。

## 1 传统国有企业市场绩效激励机制分析

### 1.1 传统激励机制的类型

传统国有企业的市场绩效激励机制主要可以分为三种类型：薪酬激励、职位晋升激励和非物质激励。薪酬激励是最为常见的激励方式。国有企业通常根据员工的岗位职责和工作表现设定基本工资和绩效奖金。基本工资相对稳定，而绩效奖金则根据个人或团队的业绩表现进行浮动。这种激励方式在一定程度上能激励员工努力工作，但其效果往往受到企业整体盈利状况的影响。其次是职位晋升激励，在传统国有企业中，职位晋升通常与工作年限、业绩评估和内部推荐相结合。通过升职来增加员工的责任和权力，激励员工提高工作绩效。但晋升的机会往往有限，这使得部分员工对未来的发展产生焦虑。最后是非物质激励，主要包括表彰、培训机会、团队建设活动等。尽管这些激励手段在增强员工的归属感和满意度方面发挥了一定作用，但由于缺乏直接的物质回报，其激励效果往往不如薪酬激励明显<sup>[1]</sup>。

### 1.2 传统激励机制的优点与不足

传统激励机制的优点具有一定的稳定性、公平性和

激励作用。传统激励机制强调相对稳定的薪酬体系，能够提供员工所需的基本经济保障，有助于维护员工的基本生活水平。在薪酬分配上，国有企业往往遵循相对透明的标准，能够在一定程度上减少员工之间的薪酬差距，从而提升团队的凝聚力。并且通过绩效奖金和晋升机会，员工在一定程度上能感受到努力工作带来的回报，从而提高工作积极性。但传统激励机制也存在些许不足，比如激励效果有限，传统激励机制往往过于依赖于物质奖励，未能充分调动员工的内在动力，导致员工的积极性和创造性不足。又比如缺乏灵活性，固定的薪酬和晋升体系难以适应快速变化的市场环境，无法有效激励应对变化的能力，导致企业在竞争中处于劣势。再比如传统激励机制只能起到短期导向作用，而忽视了长远发展的战略目标，容易导致员工在追求短期利益时忽视创新与可持续发展。

### 1.3 激励与绩效的关联性分析

有效的激励机制能够直接影响员工的工作态度、行为和绩效，进而影响整个企业的市场表现。首先激励机制能够提高员工的工作积极性。当员工在薪酬、晋升和其他激励手段中看到自己的努力能够带来实实在在的回报时，他们往往会更加努力地投入到工作中，从而提升工作效率和质量。这种积极的工作态度最终会转化为企业的市场竞争力。激励机制还能促进团队协作。在传统国有企业中，往往存在着各部门之间的壁垒，影响协同作战的效果。通过设计合理的激励机制，如团队奖金和集体业绩考核，可以促使员工更好地进行跨部门合作，共同实现企业的整体目标。并且激励机制与企业文化的建立密切相关。一个有效的激励机制不仅能吸引和留住优秀人才，还能在企业内部营造积极向上的工作氛围。

企业文化的建设与激励机制相辅相成，良好的企业文化可以增强激励效果，使员工在追求个人发展与企业利益之间找到平衡<sup>[2]</sup>。

## 2 国有企业市场绩效激励机制的创新与实践

### 2.1 基于长期关系的激励机制

国有企业在激励机制创新中，需要更加注重基于长期关系的激励模式。这种模式强调员工与企业之间的长期合作关系，目的是增强员工的忠诚度和归属感，激励其为企业的可持续发展贡献力量。所谓长期关系的激励机制给予社会交换理论，其理论认为员工与企业之间的关系是相互依赖的，良好的工作关系能够提升员工的满意度和忠诚度，从而提高整体绩效。在实际工作中，国有企业可以实施“员工持股计划”，允许员工购买单位股票，成为企业股东。如此一来在员工的意识中，企业便成为了自己的“事业”，企业的经营成果和收益高低都与自身利益息息相关。这样的机制不仅能够增强员工的责任感和参与感，还能促进员工对公司长期发展的关注。通过此等方式，员工的工作积极性和创造性能得到显著提升，这对国有企业在竞争激烈的市场中保持稳定的发展势头有着好的积极影响。

### 2.2 差异化的激励策略

在国有企业中，不同员工的能力、价值观和职业期望各有不同，采取差异化激励策略旨在根据员工的特性和需求，为员工提供个性化的激励方案，以最大限度上激发员工的工作潜力。差异化激励策略源于激励理论中的个性化激励理念，强调根据个体差异设计适宜的激励措施，以提高员工的满意度和绩效。在实际工作中，管理者可以根据部门职能的不同分别采取不同的激励策略。比如在销售部门，销售部门是企业的“先锋”，能够在短期内看到此类部门的工作效果，因此在制定激励策略时可以将销售任务与与绩效挂钩，重点强调此类部门的业绩，从而调动员工的工作积极性；再比如研发部门，研发新产品是一个艰难且漫长的过程，需要研发人员持续不断地付出努力，同样也需要管理者赋予耐心。因此可采取长期项目激励机制，给予团队更多的研发资金和资源支持，并在出现研发成果后按照团队人员工作的重要性给予奖金或荣誉奖励。此种差异化的激励策略可以使不同领域的员工都能在各自岗位上充分发挥优势，从而促进企业整体创新能力和市场竞争力。

### 2.3 创新激励工具的应用

在激励机制的创新过程中，应用新型激励工具是提升市场绩效的重要手段。创新激励工具可以提高激励的灵活性和有效性，使得员工在不同情境下都能获得适宜

的激励。创新激励工具的应用基于行为经济学理论，认为人们的决策受多种因素影响，适宜的激励工具可以有效引导员工的行为，提升绩效。国有企业可以在传统薪酬激励的基础上，引入“新项目奖励机制”。该机制鼓励员工根据自己的专业特长，对现有项目提出改进意见或创新思路。员工需要将自己的想法凝练成项目书，由国有企业内部相关部门专家进行评审，最终通过审核的项目可获得资金支持和额外奖金。这一机制不仅可以鼓励员工参与到企业项目的管理中，还能提高项目的成功率和实施效果，成功缩短项目周期，节省运营成本。此外，国有企业还可以实施“积分制激励”。所谓积分制激励就是将员工在企业中的一切行为都“积分化”，比如降低成本，积5分；完成普通工作，积3分；完成困难工作积6分；提出创新建议积4分等等。而随着积分的累计，员工可以用其兑换实际奖励或发展机会。如此做法最大限度的调动了员工的积极性，并且员工还能在工作的过程中体会到游戏的乐趣。

### 2.4 数据驱动的激励机制

随着信息技术的发展，数据驱动的激励机制逐渐成为国有企业激励创新的重要方向。数据驱动的激励机制建立在大数据和人工智能技术基础之上，强调通过数据收集和分析，对员工的行为进行实时监测，以便更好地优化激励措施。通过数据分析，企业可以更加精准地了解员工的表现和需求，从而制定更为科学的激励方案。国有企业可以引入数据分析平台，该平台有储存数据，综合分析的功能，企业可以借助该平台对员工的工作绩效、培训情况以及职业发展路径进行全面评估。借助信息技术的智能性，企业能够精准识别高绩效员工，关注高绩效员工的成长路线和对企业的贡献数值，以便企业及时调整激励措施。比如为优秀员工提供更多的进修机会和升职机会等。此举不仅帮助企业更好的挖掘内部的有才之士，还能让员工觉得自己被企业重视，从而产生工作成就感。通过此等方式，国有企业内部会形成良好的竞争氛围，进而推动整体市场绩效的提升<sup>[3]</sup>。

## 3 创新激励机制实施中的挑战与解决方案

### 3.1 激励公平性问题

在创新激励机制实施过程中，激励公平性是一个关键问题。员工普遍关注激励分配的公平性，若认为激励机制不公，可能会导致士气低落和员工流失。当下国有企业激励公平性存在着一定挑战。在国有企业中由于传统文化和管理习惯，激励的标准往往不够透明，导致员工对绩效考核结果的不满。这种不透明性直接影响员工的积极性，进而降低整体工作效率。为解决激励公平性

问题,企业应建立透明、公正的激励机制。企业应明确绩效考核指标,并定期进行培训,确保所有员工理解激励的标准与依据。其次企业可以引入第三方评审机制,确保绩效评估过程的客观性和公正性。此外定期收集员工的反馈意见,并根据反馈及时调整激励措施,也能够进一步增强员工的信任感和满意度。

### 3.2 激励过度导致的负面效应

虽然激励机制的实施能够激发员工的积极性,但激励过度也可能导致负面效应,甚至损害企业文化和员工的内在动力。激励过度的主要表现为员工将过多注意力集中在获取激励上,忽视了工作的本质。甚至有可能员工为了获取奖金而采取短视行为,如追求短期业绩,影响企业的高质量发展。这种现象不仅影响了企业的发展,还可能导致企业的声誉受损。为避免激励过度带来的负面效应,企业应将激励机制与企业文化相结合,强调长期价值与团队合作。企业应在激励体系中加入非物质激励,如认可和职业发展机会,以促进员工的内在动力。其次企业应设定合理的激励目标,避免过于追求短期利益,确保激励措施与企业的长期战略目标相一致<sup>[4]</sup>。

### 结束语

综上所述,加强对国有企业传统绩效激励机制的反思,有助于管理者发现其在灵活性、公平性和长期导向等方面的不足,从而为激励机制的创新提供坚实理论依据。国有企业应使用基于长期关系的激励机制、差异化

的激励策略、新型激励工具的应用以及数据驱动的激励体系等策略,增强员工对企业的归属感和工作积极性,并在企业内部营造良好的竞争氛围,推动国有企业顺利完成市场转型,最终推动企业长远发展与社会价值的实现。随着市场经济的不断发展,国有企业在实施激励机制创新时,需不断适应市场环境的变化,关注员工需求的多样性。同时应加强对激励效果的跟踪与评估,确保激励机制与企业战略目标的有效对接。此外国有企业还应重视企业文化的建设,营造开放、信任的氛围,这将有助于激励机制的长期成功实施。管理者需要知道的是国有企业的市场绩效激励机制创新与实践是一个动态的过程,需要持续探索与调整。只有在理论与实践的结合中,国有企业才能够有效提升其市场竞争力,推动经济的高质量发展,为社会创造更大的价值。

### 参考文献

- [1]贾佳,李锦刚.事业单位人力资源管理绩效考核现状与激励机制改革分析[J].今日财富,2024,(28):110-112.
- [2]高敏.国有企业绩效评价中的员工自评与他评权衡研究[J].今日财富,2024,(27):59-61.
- [3]李萌.种业企业创新人才激励机制研究[J].分子植物育种,2024,22(20):6885-6891.
- [4]崔莉荣.事业单位人员管理中的绩效考核与激励机制研究[J].活力,2024,(16):28-30.