

数字化转型对企业经营管理效率的提升路径

苏志明

国能神东煤炭集团有限责任公司 陕西 榆林 719300

摘要：数字化转型通过技术应用重构企业价值创造逻辑，对提升管理效率意义重大。其通过优化业务流程、提升决策水平等影响机制作用于企业管理，企业可通过建设数据采集分析能力、重构业务流程等路径实现管理效率提升，这对企业在数字经济中增强竞争力至关重要。

关键词：数字化转型；管理效率；提升路径

引言：在数字经济蓬勃发展的今天，数字化转型已成为企业适应时代变革、谋求长远发展的必然选择。这一转型浪潮正以前所未有的深度和广度重塑着企业的经营模式和价值创造方式。数字化转型的本质在于将数据这一新型生产要素置于核心地位，通过新技术的深度融合应用，从根本上革新企业的战略规划和运营管理体系。在此背景下，管理效率作为衡量企业资源配置效能和运营管理水平的关键指标，其提升路径的研究具有重要的理论价值和实践意义。深入探究数字化转型如何赋能企业管理效率提升，不仅能够为企业提供切实可行的转型路线图，更能为企业在激烈的数字化竞争中赢得持续发展优势提供理论支撑和实践指导。

1 数字化转型与企业经营管理效率的理论基础

1.1 数字化转型的核心内涵

数字化转型是企业数字技术快速发展的时代背景下，对自身战略、业务模式、组织架构以及运营流程进行全面革新的系统性变革过程。其核心并非单纯地引入数字技术，而是以数据为关键生产要素，借助云计算、大数据、人工智能、物联网等新一代信息技术，重构企业的价值创造逻辑与竞争优势。从本质上讲，数字化转型涵盖三个层面：技术层面，通过部署数字化工具实现业务流程的自动化与智能化；业务层面，基于数字技术对产品、服务和商业模式进行创新；战略层面，将数字化思维融入企业战略规划，使企业在数字经济浪潮中获得持续发展动力。在实践中，不同行业的企业数字化转型呈现出不同特点^[1]。制造业企业通过工业互联网实现生产设备的互联互通，优化生产流程，提升生产效率；零售业企业利用大数据分析消费者行为，实现精准营销和个性化服务；金融企业借助人工智能技术提升风险管控能力和服务质量。随着数字技术的不断演进，数字化转型已成为企业适应市场变化、提升竞争力的必然选择。

1.2 管理效率的内涵与评价指标

管理效率是指企业在经营管理过程中，以最少的资源投入获取最大产出的能力，体现了企业资源配置的有效性和管理活动的科学性。从内涵来看，管理效率包含两个维度：一是生产效率，即投入与产出的比例关系，反映了企业在生产经营活动中对人力、物力、财力等资源的利用效率；二是配置效率，指企业将资源合理分配到不同业务环节和部门，实现资源优化配置的能力。高效的管理效率不仅能够降低企业运营成本，还能提升企业的市场响应速度 and 创新能力。评价管理效率的指标丰富多样。财务指标方面，常见的有资产收益率、净资产收益率、成本利润率等，这些指标直观反映了企业的盈利能力和资源利用效果；运营指标包括存货周转率、应收账款周转率、生产周期等，用于衡量企业的运营效率和供应链管理水；客户指标如客户满意度、客户忠诚度等，体现了企业满足客户需求的能力；创新指标如新产品研发周期、专利数量等，则反映企业的创新活力和可持续发展能力。综合运用这些指标，能够全面、客观地评估企业的管理效率水平。

1.3 数字化转型对管理效率的作用机制

数字化转型通过多种途径作用于企业管理效率。首先，数字技术能够打破信息壁垒，实现企业内部各部门之间以及企业与外部合作伙伴之间的信息实时共享，减少信息传递的时间和误差，从而提高决策的及时性和准确性，提升管理效率。其次，借助自动化和智能化技术，企业可以将大量重复性、规律性的工作交由机器完成，降低人工操作的失误率，提高工作效率，同时释放人力资源，使其能够投入到更具创造性的工作中。再者，数字化转型促使企业对业务流程进行重新审视和优化，去除冗余环节，实现流程的标准化和规范化，缩短业务处理周期，提高资源利用效率。另外，数字化转型还能够推动企业组织架构的变革，从传统的层级式结构向扁平化、网络化结构转变，增强组织的灵活性和适应

性,使企业能够更快地响应市场变化,进一步提升管理效率。

2 数字化转型对企业经营管理效率的影响机制

2.1 优化业务流程

数字化转型为企业业务流程优化提供了强大动力。在采购环节,通过建立数字化采购平台,企业能够实时掌握供应商信息,实现采购需求与供应商供应能力的精准匹配,缩短采购周期,降低采购成本。生产环节中,物联网技术的应用使生产设备能够实现互联互通,实时采集生产数据,企业可据此对生产计划、设备调度进行动态调整,提高生产的连续性和稳定性,减少生产浪费。销售环节,数字化营销工具能够帮助企业精准定位目标客户,通过个性化的营销内容和渠道,提高销售转化率^[2]。在售后服务方面,利用大数据分析客户反馈,企业可以提前发现产品潜在问题,主动提供解决方案,提升客户满意度。总之,数字化转型通过对业务流程的全面数字化改造,实现了流程的优化和再造,显著提升了企业的运营效率。

2.2 提升决策水平

数据是数字化转型的核心资产,企业通过收集、整合和分析海量的内外部数据,能够洞察市场趋势、客户需求 and 竞争态势,为决策提供有力支持。在战略决策层面,大数据分析可以帮助企业识别市场机会和潜在风险,制定更加科学合理的战略规划。在运营决策方面,实时的生产数据、销售数据和财务数据能够让管理者及时了解企业运营状况,发现问题并迅速采取措施加以解决。人工智能技术的应用进一步提升了决策的智能化水平。例如,通过机器学习算法对历史销售数据进行分析,能够准确预测未来销售趋势,为企业制定生产计划和库存管理策略提供依据;利用自然语言处理技术对客户反馈进行分析,可快速识别客户的关键需求和意见,为产品改进和服务优化提供方向。数字化转型使企业决策从经验驱动向数据驱动转变,大幅提高了决策的准确性和有效性。

2.3 加强组织协同

在传统企业的科层制组织架构下,部门间的“信息孤岛”与“职责藩篱”普遍存在,导致跨部门沟通成本高昂、协同效率低下。以某制造企业为例,市场部与生产部因信息传递滞后,曾出现市场需求激增但产能调配不及时的情况,最终错失销售良机。数字化转型通过搭建统一的数字化协同平台,打破了这种部门壁垒。在项目管理场景中,基于云平台的协作系统允许团队成员实时更新项目进度、在线编辑共享文档,利用即时通讯与

视频会议功能快速沟通问题,如某建筑企业借助协同平台将项目例会周期从每周一次缩短为按需召开,紧急问题响应时间缩短70%。与此同时,数字化转型推动组织文化从封闭管控向开放协作转变。企业通过建立知识共享社区、创新协作平台,鼓励员工跨部门组队解决问题。例如,某零售企业设立数字化创新社群,员工自发组建的跨部门小组一年内提出120项流程优化方案。数字化工具还能通过行为数据采集,客观评估员工协作贡献,某科技公司利用智能绩效系统将团队协作指标纳入考核,使跨部门项目完成率提升35%,全面激活组织效能。

2.4 创新商业模式

数字化转型为企业商业模式创新提供了广阔空间。一方面,企业可以利用数字技术开发新的产品和服务,满足客户日益多样化的需求。例如,互联网企业通过开发在线教育、远程医疗等服务,拓展了业务领域;制造业企业借助智能制造技术,实现了从单纯销售产品向提供产品全生命周期服务的转变^[3]。另一方面,数字化转型促使企业探索新的盈利模式。平台经济模式下,企业通过搭建数字化平台,整合产业链上下游资源,实现多方共赢;订阅经济模式中,企业通过为客户提供持续的产品和服务,获得稳定的收入来源。商业模式的创新不仅为企业开辟了新的利润增长点,还提升企业在市场中的竞争力和影响力,进一步提高企业的经营管理效率。

3 数字化转型驱动管理效率提升的关键路径

3.1 数据采集与分析能力建设

数据作为数字化转型的根基,其采集与分析能力的强化是提升企业管理效率的核心引擎。在数据采集环节,企业需构建多层次、全方位的数据采集网络。于生产场景中,借助工业传感器实时监测设备运行参数、能耗数据与产品质量指标;在销售端,通过电商平台、线下门店POS系统采集客户交易数据、浏览行为数据;财务部门则利用ERP系统集成收支流水、成本核算等数据。同时,搭建数据质量管理体系至关重要,运用数据清洗算法剔除重复、错误数据,通过校验规则确保数据格式统一,采用分布式存储技术保障数据安全与可扩展性。在数据分析领域,企业应积极引入前沿技术工具。部署大数据分析平台实现PB级数据的高效处理,运用机器学习算法构建客户细分模型、销售预测模型。以某家电企业为例,通过分析百万级用户的售后维修数据,精准定位产品设计缺陷,推动研发环节优化。企业还需注重数据人才梯队建设,通过内部培训、外部引进等方式,打造兼具业务理解与数据分析能力的复合型团队。持续完善数据采集与分析体系,助力企业精准把握市场脉搏,

实现资源的高效配置与管理效率的跃升。

3.2 业务流程数字化重构

业务流程数字化重构是企业实现数字化转型的关键突破口。企业首先要对现有业务流程进行全景扫描,运用流程挖掘技术绘制业务流程图,识别审批环节冗长、信息传递滞后等效率瓶颈。在重构过程中,需始终以客户价值创造为核心,利用低代码开发平台快速搭建自动化流程,将重复性人工操作转化为系统自动处理。例如,某制造企业通过引入RPA机器人处理订单录入工作,使订单处理时间从2天缩短至2小时,错误率下降90%。ERP系统与SCM系统的深度应用是流程重构的重要抓手。ERP系统整合企业财务、采购、生产等模块,实现数据的实时共享与业务联动;SCM系统则打通供应商、制造商、分销商之间的信息壁垒,通过智能排产算法优化库存管理与物流配送。以汽车制造企业为例,借助SCM系统实现零部件供应商的JIT供货,降低库存成本30%。企业还需建立流程持续优化机制,通过数据分析评估流程绩效,动态调整流程节点,确保数字化技术与业务流程深度融合,全方位提升企业运营效率。

3.3 组织架构与文化变革

数字化转型对企业组织架构与文化提出了颠覆性变革要求。在组织架构层面,传统金字塔型结构已难以适应快速变化的市场环境,企业需向扁平化、敏捷化方向转型。某互联网企业通过推行“小前台+大中台”架构,将业务决策权下放至项目团队,使产品迭代周期从6个月缩短至2周。跨部门协作机制的建立也至关重要,企业可组建以项目为中心的虚拟团队,利用协同办公平台打破部门边界,实现信息实时共享与高效协作。组织文化重塑是数字化转型的深层动力,企业需营造开放包容的创新文化,设立创新实验室鼓励员工尝试新技术、新模式。某零售企业通过开展“数字化创新大赛”,激发员工提出300余项流程优化方案。建立数字化培训体系,帮助员工掌握数据分析、人工智能等新技能。通过设立

OKR目标管理体系,将数字化转型目标分解到个人,建立与创新成果挂钩的激励机制。

3.4 客户体验数字化升级

在数字化浪潮下,客户体验已成为企业竞争的决胜关键。企业需构建全渠道客户体验管理体系,通过CRM系统整合线上线下客户数据,运用AI算法分析客户偏好,实现个性化产品推荐。某美妆品牌通过分析客户的肤质数据、购买历史,推送定制化护肤方案,使客户复购率提升40%。社交媒体与移动应用的运用为实时互动创造条件,企业可通过社群运营收集客户反馈,利用聊天机器人提供7×24小时在线服务。沉浸式技术的应用为客户体验升级注入新动能^[4]。房地产企业利用VR技术打造虚拟样板间,客户可在线自由切换装修风格;文旅企业通过AR技术在景区设置互动导览,增强游览趣味性

结束语

数字化转型是企业提升管理效率的核心路径。企业需强化数据采集与分析能力建设,进一步优化业务流程数字化重构,实现组织架构与文化变革双突破,全力推进客户体验数字化转型升级,构建相互支撑、协同推进的企业数字化转型闭环体系。通过充分释放云计算、大数据、人工智能等数字技术的潜力,优化资源配置、降低运营成本,提升市场响应速度,增强创新能力,从而在激烈的市场竞争中占据优势地位,进一步实现企业管理效率提升与可持续发展。

参考文献

- [1]王春英,陈宏民.数字经济背景下企业数字化转型的问题研究[J].管理现代化,2021(2):78-80.
- [2]刘明月.国企数字化转型的难点及建议[J].企业管理,2021(05):115-117.
- [3]于朝晖.数字经济时代企业数字化转型未来可期[J].网信军民融合,2020(5):52-55.
- [4]闫小飞.互联网思维下企业经营的数字化转型[J].企业科技与发展,2022,(02):147-149.