

连锁企业绩效考核对企业战略实现的影响

蒋小龙

广东机电职业技术学院

DOI:10.12238/ej.v6i6.1211

[摘要] 本研究旨在探讨绩效考核在连锁企业战略实施中的作用及其重要性。通过对多家连锁企业的案例分析,研究发现,一个科学、合理的绩效考核系统不仅能推动员工个人发展,还能有效地帮助企业清晰地定义战略目标、监控实施过程、并优化战略调整。文章强调了绩效考核制度在确保连锁企业战略一致性和执行力中的关键角色,并建议企业应该重视从多维度、多层面来建立和完善绩效考核机制。

[关键词] 连锁企业; 绩效考核; 企业战略; 战略实现

中图分类号: F27 **文献标识码:** A

Effect of Performance Evaluation in Chain Enterprises on the Implementation of Corporate Strategy

Xiaolong Jiang

guangdong jidian polytechnic

[Abstract] This study aims to explore the role and significance of performance evaluation in the implementation of corporate strategy within chain enterprises. Through case analyses of multiple chain businesses, the research reveals that a scientific and rational performance evaluation system can not only drive individual employee development but also effectively assist companies in defining strategic objectives, monitoring the implementation process, and optimizing strategic adjustments. The article emphasizes the critical role of performance evaluation systems in ensuring the consistency and execution of corporate strategy within chain enterprises, and suggests that businesses should prioritize the establishment and enhancement of performance evaluation mechanisms from multiple dimensions and perspectives.

[Key words] chain enterprises; performance evaluation; corporate strategy; strategic implementation

引言

在当今激烈的商业竞争环境中,连锁企业面临着复杂多变的挑战。如何制定并实施有效的企业战略成为了决定企业未来成败的关键因素。绩效考核作为企业管理的重要组成部分,对企业战略的制定和实现过程具有不可忽视的影响。它涉及到目标的设定、资源的配置、过程的监控以及反馈和战略调整等多个方面。本文将探讨绩效考核如何影响连锁企业的战略实现,并提出相应的优化建议。

1 绩效考核的理论框架和重要性

1.1 绩效考核的定义和功能

绩效考核是一种系统的评估过程,通过这一过程,企业能够衡量员工、部门或整个组织在设定期限内实现既定目标的效率和效果。它涵盖了目标的设定、员工绩效的监控、与员工的沟通以及改进和奖励系统的实施。绩效考核不仅关注结果,更注重过程和方法,它帮助企业识别成功的驱动因素,同时指出需要改进的领域,为决策提供依据,从而不断优化管理过程和业务流程。

1.2 连锁企业的特点与绩效考核的关联性

连锁企业具有其独特的运营模式,如统一的品牌形象、集中的采购系统和分散的地理位置等,这使得绩效考核在这类企业中具有特殊意义。不同于单一的商业实体,连锁企业需要一个集中而又能反映各分支机构特色的绩效考核体系,确保整个组织朝着共同的目标和标准迈进。正确的绩效考核方法可以强化企业的整体协调性和灵活性,实现资源的最优配置和风险的最小化,促进总部与分支机构间的有效沟通。

1.3 绩效考核在战略管理中的角色

在战略管理的过程中,绩效考核起着关键的桥梁作用。首先,它将企业的长期战略目标转化为短期的、可量化的、具体的操作目标,使员工清楚地知道自己的工作对企业目标的贡献。其次,通过定期的绩效评估,管理层可以及时了解战略实施的进展和员工的工作表现,发现问题,及时调整战略或行动计划。此外,绩效考核还能加强员工的目标意识,提高其工作积极性,通过奖励机制,实现员工个人目标与企业发展目标的有效对接。

总而言之,绩效考核是连锁企业战略管理不可或缺的组成部分。它关乎企业的生存和发展,直接影响企业战略目标的实现。因此,连锁企业应当重视绩效考核体系的建设,科学合理地制定考核标准和流程,确保其战略目标的顺利实现。在快速变化的市场环境中,一个有效的绩效考核系统将成为企业取得竞争优势的重要工具。

2 连锁企业绩效考核现状与问题分析

2.1 连锁企业绩效考核体系的现状

在全球化经济和数字化时代背景下,连锁企业正在经历前所未有的转型。在这种转型中,许多连锁企业已经建立了初步的绩效考核体系,但这些体系大多数还处于发展阶段。当前,这些体系主要关注财务指标如销售额、利润率和成本控制等,而非财务指标如客户满意度、品牌忠诚度和员工发展等关注不足。

此外,现行的绩效考核体系在设计 and 执行上往往缺乏灵活性,难以适应多样化的市场需求和快速变化的商业环境。同时,对于分布广泛的连锁网点,中央和地方之间的信息沟通不畅,导致绩效考核结果的准确性和时效性受到影响。

2.2 存在问题的诊断与分析

尽管连锁企业在绩效考核体系上投入了大量资源,但在实践中仍然存在一些共性问题。首先,绩效考核标准的单一化和短期化。过分强调财务指标和短期业绩,忽视了员工的个人成长和长期价值创造,这可能导致员工的应付心态和内部竞争。

其次,缺乏定制化和差异化的考核方法。当前的绩效考核体系往往忽略了不同区域、不同规模网点的差异性,应用一致的标准,未能充分考虑各网点的实际运营情况和市场环境,导致考核结果的不公平性。

最后,反馈机制不完善。在许多情况下,绩效考核更多是形式化的程序,缺乏及时、有效的反馈过程。员工往往对自己的考核结果感到困惑或不满,而管理层则缺乏对考核结果的深入分析和后续行动计划。

2.3 影响企业战略实现的关键因素

绩效考核中出现的问题,直接影响了连锁企业战略目标的实现。在高度竞争的市场中,企业需要迅速适应变化,这就要求绩效考核体系能够准确反映企业运营状况,指导资源的合理配置。但由于考核标准的不合理和执行过程的缺陷,使得企业无法准确识别优势和劣势,影响了战略决策的制定。

同时,员工作为企业战略实施的关键,其积极性和创造性直接影响战略目标的达成。然而,当前的绩效考核体系往往忽视人的因素,无法激发员工的内在动力,甚至产生负面效应。

总体而言,要实现企业战略目标,就必须解决绩效考核中存在的问题,构建一个公平、科学、全面的考核体系,以支持企业战略的有效实施。

3 绩效考核对连锁企业战略实现的影响

3.1 绩效考核在战略实现中的作用

绩效考核系统是实现企业战略目标的重要桥梁,特别是在当前竞争激烈、快速变化的商业环境中。对于连锁企业而言,

绩效考核不仅仅是一种管理工具,更是将组织战略与员工个人目标紧密结合的有效方式。通过这一系统,抽象的战略目标被转化为员工可以理解、执行的具体任务,为员工的行为和发展方向提供明确指引。

首先,绩效考核通过明确的目标设定激发员工积极性和创造性,增强其工作的目的性和紧迫感。当员工清楚地知道他们的工作与企业的整体目标是如何相联系的,他们就更能主动承担责任,积极寻求达成这些目标的方法。

其次,绩效考核在战略实施过程中起到关键的反馈和调整作用。通过系统的、定期的绩效评价,管理者可以及时了解战略执行的情况,监控与预期目标之间的偏差。这种实时的进度了解使得企业能够迅速做出反应,调整不适当的战略或行动,从而确保战略的成功实施,并减少资源的浪费。

此外,良好的绩效考核系统还能促进内部的沟通和协作。通过目标的明确和绩效的透明,员工与管理者之间、部门与部门之间可以更加有效地协调工作,解决潜在的矛盾和冲突,共同推进企业战略的实现。

总体来说,绩效考核是连接企业战略与日常操作的纽带,它确保战略目标的明确传达和有效执行,并通过持续的监控和反馈,帮助企业灵活地适应市场的变化和挑战。在这个过程中,企业的组织结构、文化和员工能力都得到了加强和提升,为企业的长期发展和成功奠定了坚实基础。

3.2 绩效考核对企业内部管理的影响

绩效考核在连锁企业内部管理中不仅推动了高效的工作表现和积极的企业文化,同时也为管理层的决策提供了关键依据,深刻影响着资源配置、人员培训和组织发展等多个层面。

在企业文化构建方面,绩效考核强化了基于成果的工作环境。员工和团队被激励去设定、追求并完成具体目标,这种以目标为导向的工作方式有效提升了整体的工作效率和质量。同时,这种文化促进了公平竞争和内部合作,员工在追求个人成就的同时也更加重视团队合作。

对于组织内部资源的优化配置,绩效考核提供了量化的数据支持。管理者可以根据考核结果,明确了解哪些部门、团队或项目表现优异,哪些需要改进。这不仅有助于合理分配公司资源,如资金、人员和时间,还能确保企业能在最需要的地方得到投资和支持,进一步推动企业的战略目标实现。

此外,绩效考核还促进了人力资源的高效管理。通过识别表现低下的员工或团队,管理层能够及时进行干预,安排必要的培训或辅导,帮助他们提升工作技能,实现绩效的改善。这种及时的支持不仅有助于提高员工的工作满意度和忠诚度,也有助于减少人员流动率,为企业节省了大量的招聘和培训成本。

总之,绩效考核是内部管理的重要工具,它通过明确的评估标准、激励机制和反馈过程,提高了企业的运营效率,加强了团队协作,并确保资源得到最有效的利用。在竞争日益激烈的市场环境中,一个科学、合理的绩效考核系统是企业持续发展的关键支撑。

3.3绩效考核对企业外部竞争力的影响

从更广阔的商业环境来看，绩效考核体系在增强连锁企业外部竞争力方面起着决定性作用。科学和全面的绩效管理不仅优化了企业内部资源的配置和员工的工作效率，也加强了企业对市场变动的敏感度和应对能力。通过对关键绩效指标的持续监控，企业能够迅速捕捉市场趋势的变化，对消费者需求做出即时响应，从而在产品开发、市场推广或客户服务等方面做出精准决策。

更进一步，绩效考核通过奖励高效绩效的员工，营造了一个正向激励的工作环境，这不仅提升了员工的工作满意度和忠诚度，也有助于吸引行业内的顶尖人才。在当前商业竞争激烈，人才资源变得尤为宝贵的市场环境下，拥有一支积极主动、技能精湛的团队是企业成功的关键。

因此，绩效考核的重要性不仅局限于提升内部管理效率，它在塑造企业品牌、提升客户满意度以及构建企业核心竞争力等方面也发挥着不可或缺的作用。不过，要注意的是，创建和维护一个与企业战略目标相符、并能促进员工个人成长的绩效考核系统需要管理者具备深刻的洞察力和持续的投入。这包括了解企业的战略需求，设立合理而有挑战性的目标，以及实施公正、透明的评估和奖励机制。通过这样一个综合性和动态的过程，绩效考核将成为推动企业向前发展的强大引擎。

4 战略导向的绩效考核系统设计原则

设计战略导向的绩效考核系统时，需遵循一系列关键原则以确保与企业战略保持一致、激发员工积极性并提高整体绩效。

首先，对齐企业战略。考核系统的目标应直接反映和支持企业战略，确保员工的绩效目标与企业长期目标一致。这种对齐性有助于确保员工的行为与组织战略一致，推动战略实现。

其次，设立挑战性但实现可行的目标。绩效目标应具有一定挑战性，激发员工追求卓越表现，但也必须是合理可达，以避免员工感到沮丧。清晰、具体和可衡量的目标有助于员工理解期望，集中精力追求这些目标。

第三，全面评价绩效。考核系统不仅应关注财务绩效，还应考虑非财务因素，如客户满意度、员工发展和创新能力。全面评价有助于确保企业在多个方面都取得长期成功。

第四，强调员工发展和学习。绩效考核系统不仅限于对过去绩效的评估，还应关注员工个人成长。设立培训和发展目标，通过及时的反馈和指导，帮助员工不断提升技能，以更好地支持战

略目标的实现。

第五，确保公正和透明。考核系统应公正透明，员工应清晰了解评估标准和过程。采用客观、可量化的标准，避免主观偏见，建立员工对考核系统的信任。

最后，持续改进和调整。绩效考核系统应灵活，能够适应变化的商业环境和战略调整。定期评估系统效果，收集反馈，进行必要的调整和改进，以保持与企业战略的一致性。

这些原则共同构建了一个有力的绩效考核系统，使其成为推动组织朝着战略目标努力的关键工具，提高企业整体绩效水平。

5 结论

绩效考核在连锁企业的战略管理中占有至关重要的位置。通过本研究，我们认识到，只有建立一个全面、科学的绩效考核体系，企业才能确保战略目标的顺利实现。当前，许多连锁企业在绩效考核方面存在的问题已成为制约其战略实现的瓶颈。因此，连锁企业需要对现有的绩效考核体系进行深入分析和必要的调整，确保其符合企业的长远发展战略。同时，绩效考核不应只是形式，而应深入到企业的各个运营环节，有效激励员工，提升工作效率，从而在激烈的市场竞争中脱颖而出。

[基金项目]

广东省高等职业教育商贸类专业教学指导委员会2022年度教育教学改革类项目重点课题《产教融合背景下商贸专业人才培养模式创新研究与实践—依托产业学院创新人才培养新模式》。

[参考文献]

- [1]杨靖.浅析海洋石油企业员工绩效考核实施中存在问题及绩效关键点探讨[J].石化技术,2022,29(06):171-173.
- [2]刘景东.从惯例复制到企业创新：连锁企业的拓展模式研究[J].外国经济与管理,2022,44(01):137-152.
- [3]金鑫.浅析企业管理中的绩效考核现状及未来发展目标[J].商讯,2020,(30):112-113.
- [4]陈云.大型连锁饭店的绩效考评问题研究——以“傣妹火锅”为例[J].商场现代化,2022,(08):124-126.

作者简介：

蒋小龙(1981--),男,汉族,四川南充人,硕士研究生,副教授,研究方向：工商管理。