

激励理论在现代企业管理中的运用分析

谢斌

东北大学 辽宁沈阳

【摘要】在二十一世纪，人才的重要性更加凸显，成为决定工作成败的决定性因素。但是要想真正发挥出员工的能力，还需要在企业管理中引入激励理论，以此激发员工的工作热情和工作积极性，促使其爆发出更大的潜力，为企业发展作出更大的贡献。在这篇文章中，将会以激励理论为核心出发点，在充分考虑管理实际和时代背景的前提下，系统性阐述激励理论的重要意义，深入探究我国现阶段企业管理中激励理论应用的不足之处，并在此基础上提出切实可行的优化改进措施。

【关键词】激励理论；企业；管理

Analysis on the Application of Incentive Theory in Modern Enterprise Management

Bin Xie

Northeastern University, Shenyang, Liaoning

【Abstract】In the 21st century, the importance of talents has become more prominent and has become a decisive factor in determining the success or failure of work. However, if you want to truly give full play to the abilities of employees, it is necessary to introduce motivational theory into enterprise management, so as to stimulate employees' enthusiasm and enthusiasm for work, so that they can burst into greater potential and make greater contributions to the development of the enterprise. In this article, we will take the motivation theory as the core starting point, and under the premise of fully considering management reality and the background of the times, we will systematically explain the importance of motivation theory, and explore the shortcomings of the application of motivation theory in the current stage of business management in our country. And put forward practical and feasible optimization and improvement measures on this basis.

【Keywords】Incentive Theory; Enterprise; Management

前言

归根结底，企业是由无数员工组成的经济实体，企业的发展壮大也离不开每一个员工的共同努力。唯有充分发挥出每一个员工的内在潜能，才能够最大程度上挖掘企业潜在能力，并将其转化为实实在在的核心竞争力。但遗憾的是，由于种种现实因素的制约，部分企业对于激励理论的理解还不够透彻，在应用过程中也存在一些瑕疵与不足之处，导致企业管理效果并不理想，还有较大的上升空间。唯有进一步优化激励理论，改进激励手段，才能够有效调动员工工作的主观能动性。

1 激励理论在企业管理中应用的重要意义

1.1 有助于激发员工工作热情

借助于激励理论，一方面可以通过奖励措施，满足员工的物质需求和精神需求，并在此基础上调动员工的工作积极性，促使其更加积极主动地参与到工作活动中去，从而不断突破自身能力的上限，为企业创造更多的经济效益；另一方面也可以通过惩戒措施，为员工设立一般工作标准，以此消除员工的懈怠情绪，避免员工消极对待工作任务^[1]。

1.2 有助于构建企业与员工“共赢”的和谐局面

在传统企业管理模式中，缺乏激励理论的指导，员工与企业之间被割裂开来，不仅员工认为工作好坏只关乎企业效益，企业也错误地认为要想进一步提高经济效益，压缩工资成本是一种不错的方法措

施。在此情况下，员工缺乏对企业的认同感和归属感，对待工作消极懈怠，工作效率自然也就大打折扣。而在激励理论应用之后，在一定程度上实现了员工利益与企业利益的统一，使得员工也可以享受到企业发展的红利，员工自然会迸发出更高的工作热情。

2 我国现阶段企业管理中激励理论应用的不足之处

2.1 激励手段过于单一，不能够满足员工的多元需求

在信息化时代，由于受到互联网多元环境的影响，员工价值观念向着更加多元、更加复杂的方向发展，并因此衍生了多种多样的激励需求。但是在部分企业看来，员工工作的唯一目的就是获取金钱，将工资待遇当做唯一激励手段，忽略了员工的其他需求。在此情况下，激励效果必然不甚理想，员工的需求没有得到最大化满足，所受到的鼓舞作用较为有限^[2]。

2.2 侧重短期激励，缺乏长期激励手段

在我国中小企业之中，由于受到刻板思维的影响，部分管理人员对股权看待得过重，轻易不愿意分出去一丝一毫，只愿意根据周期表现给予资金奖励。在此情况下，激励措施更偏向于短期激励，缺乏行之有效的长期激励手段，一方面只能起到短期激励效果，待激励效果过去之后，出于补偿心理，员工的懈怠情绪会更加严重，会进一步折损工作效率；另一方面无法有效提高员工与企业之间的黏度，导致员工缺乏企业归属感，使得人才流失问题突出。

2.3 “重激励，轻反馈”的尴尬局面

因为激励理论在我国企业管理中应用时间较短，部分企业管理人员对其还比较陌生，片面地认为激励理论中最重要的就是“激励”本身，其他事物都是可有可无的事情。在此思想的指导下，部分企业可以按时发放激励奖金，但却忽视了激励反馈工作，没有告知员工是因何获得激励奖励的，导致员工不清楚努力的方向，在下一阶段难以展现出更加昂扬的奋斗姿态^[3]。

2 激励理论在企业管理中应用的有效途径

2.1 立足员工需求，丰富激励手段

首先，企业管理人员应当深入到员工群体中去，了解员工的真实需求，然后在此基础上制定出最为

完善的激励机制，达成最好的激励效果；其次，应当意识到人作为一种社会生物，不仅有着物质需求，也存在着精神需求，在制定激励计划的过程中，必须要充分考虑员工的精神需求，可以在企业内部评选“最佳员工”“先进标兵”；最后，应当认识到员工的个体差异性，每一个员工都有着不同的激励需求，不能够采取“一刀切”的统一化激励模式，必须要构建“个性化”激励新模式，以此保障激励内容与员工需求相匹配^[4]。

2.2 构建长期激励机制，增强企业向心力

对于高素质人才来说，相比较于一时的工资待遇，更加看重未来的发展前景和晋升空间。故而，可以将激励理论运用到晋升机制上去，将评价结果当做员工晋升的重要参考，一方面可以让有能力的员工迈入更高的岗位，为企业发展作出更大的贡献，另一方面也有利于拉近员工和企业之间的距离，提高员工对企业的认同感和责任意识。并且，可以将股权作为最重要的激励，实现员工身份由“打工仔”向“合伙人”的转变，能够进一步加深员工和企业之间的联系，甚至在某种程度上融为一体，促使员工愿意为企业发展作出更大的贡献。

2.3 立足公平公正立场上，健全激励反馈机制

要想取得良好的激励效果，必须要立足在公平公正的基础上。否则，不仅无法形成有效的激励效果，反而会造成十分严重的负面影响，容易滋生员工内心的不平衡心理，并对企业的各项制度产生失望情绪，工作积极性自然大幅度降低。故而，必须要将激励机制的规则公之于众，使得每一个员工都可以充分肯定自身以及他人的工作成果。同时，也有助于树立工作先进榜样，号召全体员工向榜样学习，充分发挥出榜样带头作用。另外，在评价员工工作成果的过程中，要尽量避免掺杂评价人员的主观判断，多采用客观数据作为评价标准^[5]。

3 结语

总的来说，激励理论在企业管理中的应用，既是经济时代的大势所趋，也是企业效益增强的内在诉求。对于一家激励理论来说，有无高素质、高水平的员工决定了企业发展的“上限”，而激励理论应用程度的高低，则显示了一家企业转化能力的强弱，激励理论应用越成熟，越能够将员工能力转化为企业发展潜能，反之亦然。故而，企业管理过程

中必须要对激励理论表达出足够的重视程度，并且需要管理人员不断学习先进的激励理论，然后在实践中不断总结经验教训，最终构建出高效管理新模式。

参考文献

- [1] 张彬杨.探析激励理论在企业管理工作中的整合运用研究[J].大陆桥视野, 2020,{4}(09):63-64.
- [2] 高志芬.激励理论在企业管理中的价值及实践[J].企业改革与管理, 2019,{4}(21):10-11.
- [3] 何阳, 张海涛.激励理论在国有企业管理中的应用——以马斯洛需要层次理论与赫茨伯格双因素理论为例[J].管理观察, 2019,{4}(27):11-14.
- [4] 陶雪, 郑志发.激励理论在现代企业管理中存在的问题及对策研究[J].广西质量监督导报, 2019,{4}(08):38-39.

- [5] 陈素琴.西方管理激励理论在中国企业管理中的实践[J].中国商贸, 2018,{4}(36):81-82.

收稿日期: 2021年6月23日

出刊日期: 2021年7月29日

引用本文: 谢斌, 激励理论在现代企业管理中的运用分析[J]. 现代工商管理, 2021, 1(1):4-6
DOI: 10.12208/j.jmba. 20210002

检索信息: RCCSE 权威核心学术期刊数据库、中国知网 (CNKI Scholar)、万方数据 (WANFANG DATA)、Google Scholar 等数据库收录期刊

版权声明: ©2021 作者与开放获取期刊研究中心 (OAJRC) 所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS