

Стратегия управления корпоративным кризисом в информационную эпоху (Strategy of Enterprise Crisis Management in the Information Age)

Автор: Chen Hongqi

Автор перевода с англ.: Лепина Е.А

Ключевые слова: Информационный век, Управление кризисными ситуациями, Стратегия и тактика

Аннотация. С развитием уровня эры информационных технологий, предприятия сталкиваются с внешними и внутренними условиями окружающей среды, постепенно меняются. Также будет раскрыт корпоративный кризис. В этой статье, в эпоху информации, была обсуждена бизнес-стратегия управления кризисом, краткий анализ образа корпоративного кризиса, а также усиление ряда методов и мер и стремление к реальности создать прочную теоретическую реальность.

Введение

С быстрым развитием экономики и общества в Китае корпоративное управление постепенно ускоряет темпы. Важнейшей проблемой являются фактически руководители бизнес-операций с помощью эффективных стратегий по продвижению развития предприятий. В нынешних условиях постоянно обновляемая информация об уровне технологического развития, предприятия сталкиваются с внешними и внутренними условиями окружающей среды, постепенно меняются и изменениями этих факторов, компаниями, в которых существует потенциальный кризис.

Специфическая коннотация управления кризисными ситуациями в бизнесе

Концепция управления кризисными ситуациями на предприятии должна в первую очередь создать кризис в рыночной конкуренции, проанализировав причину кризиса и предприятий, что операция предприятия еще не произошла в кризисной или кризисной профилактике и обсуждении, которая уже случилось. Направлены на механизм управления корпоративным кризисом, допущены ошибки, приняты меры по исправлению ошибок. В процессе работы предприятия различные методы управления кризисом. Что касается метода управления, чтобы изучить возможность управления кризисом, как научное и разумное решение, возможно, кризисное сознание, сокращение производственных проблем предприятия, это наука. В конкретных типах корпоративных кризисов, учитывая ситуацию, с которой сталкиваются фирмы, можно разделить на разные типы, уточнение, разбивка управления корпоративным кризисом может быть до десятка и с учетом различных конкретных факторов, таких как промышленность , окружающая среда и могут быть разделены на многочисленные ссылки, эти части являются частью управления кризисом предприятия относительно свободными.

Корпоративный кризис - общие вопросы.

Все компании в кризисных проектах, некоторые из наиболее распространенных корпоративных кризисов, этот общий кризис бизнес-бизнеса - это как возвышающееся

дерево в червоточине, малейшая ошибка, легко привлечь мотыльки, поколебать фундамент предприятий.

Кризис корпоративной репутации. В конечном счете, развитие предприятий для использования прибыли для измерения продаж, разработки продукта - жизненная сила. Хороший бизнес должен иметь хороший продукт, продукт может быть признан общественностью, не может иметь хорошую репутацию, каждый бизнес-менеджер должен учитывать. Создайте репутацию в продукте, есть множество факторов, которые следует учитывать, в любое время может произойти бесчисленное множество. Кризис корпоративной репутации в основном относится к серии кризисных предприятий в период действия контракта, рекламного эффекта, репутации продукта, доверия клиентов. Например, несколько лет назад в результате инцидента «меламин» было обнаружено, что для молока из-за чрезмерного «меламина» было обнаружено сухое молоко Sanlu, поэтому продажи продукта были ниже нуля, что привело к большому кризису доверия.

Производственная сторона в первый раз не только отождествляла все партии сухого молока и объединила общественные извинения в определенной степени, чтобы восстановить репутацию продукта и бизнеса, но это все еще серьезный кризис доверия к много радиационного уважения, чтобы принести высокую потерю.

Кризис предприятия. Поставка их продуктов не только ограничивала рыночный спрос, но также влияла на окружающую среду, климат, ресурсы и другие факторы. Продукты, произведенные в процессе производства, различные проблемы, стоящие перед дизайном и разработкой, материалы, материалы. Каждая из продуктов будет гладким материалом, образующим целую производственную цепочку. После прекращения подачи материала, поэтому производство столкнется с проблемой. Чтобы обеспечить качество продуктов в рамках проблемы, можно контролировать, так что будьте на разворачивании продуктов научных предприятий. Например, компания по производству хлопчатобумажных и льняных изделий в годовых объемах продаж, тем ниже будет зарезервировано большое количество сырья, поэтому спрос и предложение в большом количестве заказов. Из-за климата в этом году значительно сократился хлопок, цены на хлопок выросли. В случае отгрузки аварии на предприятии мы получили крупный заказ из-за рубежа, но из-за нехватки сырья пришлось неохотно упустить эту возможность. В следующих бизнес-операциях также очень сложно получить такую подходящую возможность.

Бизнес-кризис. Бизнес - это бизнес-операции в самой важной части. В процессе управления продуктами, прогнозирования продукции, управления бизнесом, производства и маркетинга, рекламы и маркетинга, персонала и других аспектов процесса работы влияют на развитие предприятий. Управление производством, есть много проблем, но плохое управление, несомненно, является самым сильным кризисом. В соответствии с ограничениями внешних операционных факторов, поскольку факторы инноваций, эксплуатационных концепций и т. Д. По отношению к корпоративным вопросам

персонала, жизни и имуществу, продаже товаров, поставке сырья. Определенным влиянием, выживанием и развитием предприятий будут иметь какая-то угроза.

Экономический кризис предприятия. В ходе хозяйственной операции важную роль играет финансовая деятельность предприятия по контролю за расходами. С увеличением операционных ресурсов преимущества и функционирование финансовых активов являются основной частью экономики бизнеса. Согласно статистическим данным, в экономическом кризисе предприятия экономический кризис является более общим финансированием бизнеса. Многие МСП, вероятно, будут финансировать недостатки экономического кризиса. Корпоративная операционная прибыль снизилась, финансовая ситуация была нечеткой, промедление кредитов и т. Д. Существует множество рисков. В сегодняшнем корпоративном финансовом риске в финансовом секторе индустрия недвижимости, вероятно, попадет в ловушку экономического кризиса предприятия. Например, в ряде объектов недвижимости, из-за индустрии недвижимости, инвесторов вслепую и других причин, есть потенциал для бизнеса в сфере недвижимости, вымывающий средства и т. Д., Поэтому многие объекты недвижимости стали «по графику» », в результате чего человеческие, материальные и экономические ресурсы стали большой тратой. Такие предприятия, сталкивающиеся с кризисом, практикующие должны стремиться своевременно избегать инноваций и прорывов в трудностях.

Кризис безопасности предприятия. Кризис корпоративной безопасности - обеспечить, чтобы компании «здоровые и устойчивые, зеленые» являлись основным фактором развития. Кризис безопасности предприятия включает непредвиденные факторы, факторы оборудования, человеческие факторы, экономические и политические факторы и так далее. Невидимые факторы обычно относятся к развитию предприятий, внезапно сталкивающимися со стихийными бедствиями, такими как землетрясения, наводнения, пожары, ветер, молния, оползни, оползни и другие. Эти проблемы являются непреодолимыми, что приводит к небольшой вероятности, но наносит большой и сильный урон. Фактор оборудования относится к материальному имуществу бизнеса, машинам и оборудованию, общей структуре аппаратной части. Человеческие факторы включают фактор - это персонал по конкретным действиям, например, ненадлежащая операция, кража, мошенничество и т. Д. Политические и экономические факторы относятся к законам и правилам в тот же период факторов поддержки политики.

Ряд мер по укреплению бизнес-операции в области информации.

В рамках интегрированного предприятия, за пределами бизнес-ресурсов. ИТ-бизнес кризисного управления является наиболее эффективной частью. Чтобы активно справиться с кризисом, компаниям необходимо использовать современные информационные технологии, такие как: компьютерная технология, технология поисковых систем, технология искусственного интеллекта и т. Д. Для обработки и классификации информации а также использование передовых статистических данных и других удачных данных, извлечение информации о корпоративном продукте на высоком уровне, предотвращение кредитного кризиса, кризисного управления и продукта кризиса.

Индукция путем извлечения информации может быть в первый раз количеством продаж продукта, региональной, автоматической автоматической индукции и обработки, сбора корпоративных политических, рыночных, клиентов в данных, насколько это возможно, чтобы максимально использовать эту стратегию сравнительного укрепления данных. А для управления корпоративными данными предприятие защищает от возможных кризисов, даже перед лицом многих кризисов, но и для того, чтобы получить лучший бизнес-кризис.

Укрепление авторитета научного управления. Репутация очень важна для развития предприятий. В ответ на продукт кредитного кризиса предприятия предприятия должны в основном колебаться полный рабочий день, это профилактика. Настройте собственный веб-портал предприятия, например, через сетевую платформу, получите информацию о обратной связи с клиентом и в соответствии с веб-сайтом для регулярного сбора. Будет собирать информацию обратной связи на заводе, своевременно корректировать данные. Или создание компании, СМИ, интернет-телефонная платформа для звонков, по праву в первую очередь решит все сомнения, убедитесь, что когда кризис будет поддерживать репутацию и имидж компании.

Создание комплексной системы предупреждения о рисках. Является ли экономический кризис, кризис управления частью управления безопасностью управления предприятием. Чтобы создать комплексную систему предупреждения о рисках, руководители предприятий должны защищать риск коммерческого мошенничества, предотвращать управление кризисом продуктов, использовать преимущества технологии интеллектуального анализа данных «человеческого плоти», анализ корпоративных транзакций, которые могут существовать в процессе лазейки и анализировать возможные проблемы и оценку, а также возможность контролировать серьезность кризиса корпоративного мошенничества с целью анализа кредитного риска и лечения клиента, с тем чтобы создать комплексную систему предупреждения о рисках. Через кризисную стратегическую мысль, усилить осведомленность об управлении кризисом предприятия, постоянно через комплексное раннее предупреждение о рисках.

Заключение

Подводя итог, корпоративный кризис - это потенциальные риски развития предпринимательства, а также то, что предприятие сталкивается с возможностями и проблемами. Чтобы предприятие адаптировалось к развитию общества, связанное с менеджерами предприятия, чтобы построить уровень развития науки информатизации корпоративного кризиса, используя технологии и компьютерные технологии, выдвинули меры для эффективного реагирования на кризис предприятия. В реальную ситуацию, улучшить комплексный уровень развития предприятия, а также изложить на модели кризиса предприятий единую информационную технологию для измерения метода управления развитием предприятия.

ИСТОЧНИК (АНГЛ.): International Conference on Management Science, Education Technology, Arts, Social Science and Economics (MSETASSE 2015)