

共享经济下餐饮企业经营管理模式创新研究

邓湘婷 王兵*

长沙医学院

DOI:10.12238/ej.v5i5.1044

[摘要] 本文以共享经济背景下餐饮企业发展特征为切入点,分析基于共享经济时代下影响餐饮企业经营管理模式创新因素,结合市场发展实际情况提出创新餐饮企业经营管理模式,助力中国经济快速增长。

[关键词] 餐饮企业; 经营管理模式; 创新策略; 共享经济

中图分类号: F719.3 **文献标识码:** A

Research on Management Mode of Catering Enterprises under Sharing Economy

Xiangting Deng Bing Wang*

Changsha Medical University

[Abstract] This paper takes the development characteristics of catering enterprises under the background of sharing economy as the starting point, analyzes the innovative factors affecting the management mode of catering enterprises in the era of sharing economy, and puts forward the innovative management mode of catering enterprises based on the actual situation of market development, so as to help the rapid and stable growth of China's economy.

[Key words] catering enterprises; business management mode; innovative strategy; sharing economy

引言

共享经济是当前经济发展重要趋势,该经济发展模式强调合理配置和高效利用现有社会资源,切实提升资源利用效率,改变人们工作与生活方式,促进经济增长。共享经济发展强化社会间信任,无形中加大不同类型资源使用权流转,大幅度提升社会总体福利水平。餐饮企业是经济发展不可缺少的组成,在共享经济时代下需利用自身已有资源与社区闲置资源,并运用互联网创新经营与管理模式,最大限度发挥自身经营优势,强化风险防御,提升经济效益,在日益竞争激烈的市场中占据一席之地。

1 共享经济背景下餐饮企业发展特征

信息化是当前经济社会发展显著标识,我国经济发展模式也因信息化时代发生较大变化,从传统经济模式逐渐转至共享经济模式。很多中小餐饮企业在此经济环境下纷纷转变企业经营管理模式,旨在适应共享经济新模式。通常餐饮企业为了契合时代发展趋势,需要合理运用互联网转变新经营模式,将实体店投资转移至网店建立与宣传,扩大企业知名度,减少企业经济成本,简化交易流程,提餐饮企业经济效益。与此同时,基于互联网经营模式的餐饮企业能紧抓消费者需求与市场需求,无需花费过多时间与精力则可在第一时间掌握海量信息资源,凭借敏锐嗅觉与发展性战略生产与市场所需契合产品,满足市场消费需求,扩大市场占比。毫无疑问,在共享经济时代下,时间就是市场

与主权,互联网经济使餐饮企业将节省的时间投入生产,尤其在传统垄断经济竞争力不足的前提下,把握市场方向为企业生存奠定基础。此外,互联网发展可解决餐饮企业面临的信息非对称问题,采取新型方式连接生产者与消费者,从而在蓬勃发展的经济环境下高度关注消费者需求并在此基础上打造极具个性化与人性化产品与服务。若企业想获取稳定客户流量,需满足消费者规模经济目标,提升客户认知度与市场口碑,以此获取理想经济效益。

2 共享经济时代背景下影响餐饮企业经营管理模式创新因素

2.1 战略目标因素

餐饮企业开展任何一项工作都要做好前期规划部署工作,只有项目与企业长远利益需求相符才能说明战略目标制定、执行与餐饮企业可持续发展联系紧密。餐饮企业可通过制定战略目标规划明确长远发展目标,以理论指导企业发展。餐饮企业在实际发展中需具备积极改革创新意识,更好的符合经济发展趋势,实现企业经营效益目标。与此同时,餐饮企业在制定战略目标时需健全完善战略机制,并在战略目标的基础上改革企业管理模式,充分明确餐饮企业未来发展目标与方向,保证预期工作与计划完成效果。餐饮企业在创新管理工作时需转变员工思想观念,引领员工充分认识战略规划与执行对企业发展重要性,使

其企业与员工形成共同体, 双方协力推动其企业快速发展。餐饮企业需要每位员工参与战略目标执行, 有序落实战略目标。

2.2 员工培训因素

人才是餐饮企业发展经营中核心竞争力保障, 企业经济效益与发展高度与员工积极性与能力有着紧密联系。所以, 餐饮企业在创新经营管理模式时需凸显员工主体性, 积极健全完善员工培训工作, 不断提升员工工作实力与企业综合实力。餐饮企业在共享经济时代下应主动对员工管理模式与培训体系进行改革创新, 营造和谐、民主、愉悦工作氛围, 激发员工主观能动性, 增强员工职业幸福感与归属感, 充分发挥员工工作创造力, 提升员工工作效率和水平。

2.3 管理水平因素

我国餐饮企业经营及管理模式成效受管理水平制约, 导致餐饮企业经营及管理水平偏低多因管理理念落后, 也是重要制约因素。在实际经营管理活动中并未融入现代管理理念, 管理创新行为也因滞后管理理念受到制约, 也在一定程度上影响餐饮管理现代水平。除了管理理念, 餐饮企业管理智能化水平偏低也影响经营管理水平因素之一, 毫无疑问, 计算机管理普及有效提升餐饮业智能化管理水平, 计算机可强化部门间联系, 提升经济效益与服务质量, 所以, 在共享经济时代下需从多方面创新经营管理理念, 提升餐饮企业经营管理水平。

3 共享经济时代下餐饮企业经营及管理模式创新策略

3.1 开展电子商务活动

我国电子商务活动在共享经济时代实现大幅度提升, 具有相对广泛的发展渠道与辐射范围。餐饮企业在发展中需结合实际情况合理开展电子商务活动, 高效利用闲置资源的同时有效优化餐饮企业资源配置, 提升资源使用水平。餐饮企业在蓬勃发展的新时代需全面认识电子商务并合理且科学的开展相关活动。将电子商务创新性与实体产业相结合, 科学化整合餐饮企业线上线下资源, 提升企业交易效率, 降低企业经营投入成本, 实现预期经济效益目标。餐饮企业建立网站营销点或网站, 或在开展电子商务活动中适当回馈, 扩大企业知名度, 为后续经济效益提升奠定坚实基础。

随着网络信息科技与数字科技蓬勃发展, 新媒体以受众率高、传播范围广泛等优势受到广泛关注。餐饮企业在此背景下, 其经营和管理需与新时期电子商务发展趋势相融合, 吸纳新媒体优势宣传餐饮企业有利于扩大企业知名度。餐饮企业在新媒体技术支持下可借助网络电视、数字电视、手机客户端、微博、微信、抖音等载体进行宣传。尤其新媒体具有显著的信息传播速度、共享性以及互动性快与高效等显著优势, 餐饮企业可充分利用消费者好奇心理以及新媒体技术与多个平台开展促销与抽奖活动, 加深消费者对餐饮企业印象。上述方式打破传统营销模式对餐饮企业经营与发展所构成的局限, 形成多元化营销体系, 提升餐饮企业宣传成效。与此同时, 餐饮企业还可构建微博与微信公众号平台, 第一时间发布营销信息, 使消费者了解餐饮企业

产品与服务特色, 并在此基础上运用新媒体信息拓宽产品销售渠道, 广泛运用新媒体的定位技术、大数据技术以及与图文、视频信息相结合, 为消费者构建多样产品信息, 增强消费者对产品信任度, 扩大企业认知度, 为后续销售奠定基础。

3.2 充分发挥客户价值

共享经济时代下的餐饮企业创新经营管理模式的首要考虑因素即发挥客户价值。换言之, 企业需针对客户需求制定发展战略与实施, 运用先进信息技术整合各种资源, 满足客户便捷化与多样化需求, 从而在日益激烈的市场环境中占据一席之地。处于共享经济时代下的企业需借助规模经济搭建平台与闲置资源的需求者、供给者相连接, 使资源使用权得到高效流转。与此同时, 资源供求者与需求者在匹配中会产生全新需求, 研发与运用先进科学信息技术解决供需双方在匹配中存在问题, 满足客户多样化需求, 在共享经济时代下的市场竞争中抢占生存先机。例如很多餐饮企业借助互联网技术搭建平台, 高效利用社会闲置资源, 改变餐饮经营方式。然而在具体发展中也存在如恶意差评、食品安全等问题, 企业可借助信息技术解决相关问题, 为客户提供便利。

3.3 积极创新关键资源

共享经济显著特征即整合利用社会闲置资源, 企业发展在共享经济时代下需注重利用企业内外资源, 尤其创新性利用关键资源, 保证企业商业模式创新与长期稳定发展。与此同时, 企业在共享经济时代下需注重提升技术水平, 通过自主研发、运用先进技术或提升内外管理水平抵御各种风险。共享经济借助先进信息技术打造平台, 实时高效匹配资源需求者与供给者。随市场规模扩大, 市场复杂程度与较易规模也日益增加, 凸显企业提升管理水平与更新核心技术重要性, 只有掌握核心技术以及提升管理水平才能在激烈的信息竞争环境中占据核心地位。

占有固定市场份额的重要保障即拥有忠实且固定的消费群体, 先要让消费者了解和接触产品, 当消费者感受到产品价值, 自然会转化为消费群体。对此, 对外宣传是做好内部营销的前提, 在共享经济背景下可合理运用多方资源广泛宣传。宣传前期树立良好品牌意识, 其中政府部门可对餐饮企业和宣传品牌建设重要性, 引入相关案例使各方深入学习和相互讨论, 运用多方资源广泛宣传, 即在抖音、微博、论坛等社交媒体平台上进行宣传, 积极和消费者沟通交流, 展现餐饮企业优势, 激发消费者深层消费欲望。当前最常见的电子商务活动形态即短视频与直播, 正因如此为社交场景注入碎片化特征, 更能在此背景下形成全新的消费场景, 当消费者产生与众不同的消费体验且生活品质得到提升, 那么消费场景就会转化为全新的消费热点。餐饮企业运用直播平台拍摄、展示、解说产品, 并在线与消费者互动交流。或将产品短视频剪辑为多个精彩小视频上传至不同新媒体社交平台, 上述借助互联网社交形态直观显示极具特色产品并形成独特卖点, 用户会在碎片化场景中被打动, 进而激发潜在消费欲望, 实现场景化消费目标。上述也可看做共享经济时代下餐饮企业对关键资源创新与利用, 改变传统闭门经营模式, 发挥新媒体优

势作用, 打造全新餐椅企业经营格局, 提升经营与管理水平。

3.4 经营盈利模式创新

餐饮企业在共享经济时代下需注重创新盈利模式, 健康盈利模式是企业可持续发展关键所在, 企业在所在行业盈利模式共享经济中也会发生重大变化。与传统商业模式相比, 共享经济优势即运用互联网等信息技术搭建平台连接众多闲置资源的需求者与供给者, 形成规模优势与网络效应, 为长尾用户提供高效服务。企业盈利模式与投资者、客户、供应商以及行业竞争者等众多利益相关者联系紧密, 在创新盈利模式时需统筹各利益相关者诉求, 探索相关盈利模式, 形成稳定用户群后则可逐渐盈利, 实现预期经济效益目标。

毫无疑问, 日益成熟的现代运营模式与互联网+会改善餐饮企业所面临的信息渠道单一和整体经营模式建设缺乏健全完善现状, 同时还能缓解只能就近或当地销售产品以及打造餐饮品牌现状。在销售过程中发挥共享经济以及新媒体技术强大的传播力量与价值, 为餐饮企业经营管理与发展注入移动社交媒体流量, 有效提升餐饮企业产品销售和品牌推广能力, 还能在此基础上帮助餐饮企业结合当前市场和消费者需求开发极具特色的产品, 打造餐饮企业一体化运营模式, 实现预期盈利目标。尤其对于小型餐饮企业而言, 借助互联网可直接省去中间部分环节直接与大型餐饮企业对接, 建立快速且价格体系合理的产品与服务推广模式, 形成多元化经营体系。餐饮企业在共享经济时代其需重视营销推广作用, 传统营销视域下的广播、标牌广告、墙体广告等方式存在暴露低效率、经济成本高等问题, 再加上餐饮行业不同于其他企业, 涉及食品安全问题, 对储存、流通、销售等一系列环节有着较高要求和标准, 故而提升营销推广水平。餐饮企业在推广品牌时借助新媒体平台会获得显著成效, 以当前受众率较高地微博平台为例, 餐饮企业建立微博账号, 定时发送产品信息, 或定期在微博举办抽奖等吸引消费者活动, 长期以往有利于建立稳定的消费群体。新媒体具有多种品牌运营方式, 例如精准营销、节日营销、事件营销等。以事件营销为例, 运用

精心策划与组织展现新闻价值以及营销良好社会舆论氛围, 吸引媒体与消费者关注, 提升餐饮企业品牌知名度与美誉度。

4 结语

总之, 蓬勃发展的共享经济有效推动我国供给侧结构性改革, 也对不同行业企业经营管理模式产生重要影响。有效且合理的创新管理模式下可保障处于共享经济时代下的餐饮企业长远稳定发展, 达到预期经济效益目标。餐饮企业在未来发展中需充分了解共享经济背景下形势变化, 结合行业发展趋势与要求落实管理模式创新途径, 满足餐饮企业快速稳定发展需求。

[基金项目]

湖南省大学生创新创业训练计划项目, 项目编号: 湘教通〔2021〕197号-3922。

[参考文献]

- [1]刘永健.新发展理念视域下共享经济发展现状、问题及对策研究[J].新乡学院学报,2021,38(07):14-19.
- [2]石雨,陈黎琴.共享经济理念下饲料企业管理模式创新研究[J].中国饲料,2020,(21):101-104.
- [3]李炳炎,刘恒.从分享到共享的演变:中国特色社会主义共享经济的形成[J].南京理工大学学报(社会科学版),2020,33(05):48-56.
- [4]王艳齐.基于新业态共享经济的企业人力资源管理模式研究[J].商展经济,2020,(06):113-116.
- [5]沈翀.“互联网+”时代如何提升企业的管理水平[J].经济师,2020,(07):269-271.
- [6]王仕萍,王新创.共享经济视域下企业发展的困境与治理思考[J].经济研究导刊,2021,(31):10-12.
- [7]姜文文.共享经济企业商业模式创新的资源拼凑路径[J].黑河学院学报,2021,12(10):61-63.
- [8]王佳佳.浅谈共享经济发展现状存在的问题及解决措施[J].内蒙古煤炭经济,2020,(21):90-91.