

杭州老板厨卫公司 90 后知识型员工激励策略分析

目录

摘 要.....	1
关键词：90 后；知识型员工；激励机制	2
一、绪论.....	2
（一）研究背景	2
（二）研究意义	3
（三）研究方法及研究路径	3
二、理论基础和文献综述.....	5
（一）国内外研究现状	5
（二）相关概念	6
（三）员工激励理论	7
三、杭州老板厨卫简介与问卷调查情况.....	9
（一）杭州老板厨卫简介	9
（二）组织架构	10
（三）杭州老板厨卫 90 后知识型员工激励现状调查	10
四、杭州老板厨卫 90 后知识型员工激励机制存在的问题.....	20
（一）激励机制设计不完善	20
（二）薪酬方面的激励性不高	20
（三）个人成长方面激励不到位	21
（四）杭州老板厨卫管理方式老旧	21
五、杭州老板厨卫激励机制设计的原则及优化方案.....	22
（一）激励机制设计的原则	22
（二）激励机制优化方案	23
六、结论与展望.....	26
参考文献.....	27

摘 要

目前，90 后逐渐步入社会，在成为新的社会力量的同时，也成为我国人力资源的主力军。在企业不同岗位发挥着自己的作用，代表着公司发展的前景和希望。他们有着独特的时代印记：受教育程度高、追求自我实现、具有创新意识、流动意愿高等。这也意味着，对于他们的管理需要更具有针对性和多样性。

本文以杭州老板厨卫

为例来探究 90 后知识型员工的激励现状，针对其具有的时代印记优化激励机制。首先梳理了国内外关于激励的研究，然后对杭州老板厨卫现有对 90 后知识型员工的激励措施进行分析。结合杭州老板厨卫 90 后知识型员工激励现状和现有 90 后知识型员工的个性特征，提出优化 90 后员工的激励机制新思路和新办法。完善杭州老板厨卫对 90 后知识型员工的激励机制的同时，也能够为其他厨房产品企业中建立的 90 后知识型员工激励体系提供科学的参考。

关键词：90 后；知识型员工；激励机制

一、绪论

（一）研究背景

伴随着市场经济的不断高速发展以及大数据时代的到来，国家不断振兴与发展人才强国的战略都凸显出了人才的重要性，现阶段的企业竞争究其本质就是人才的竞争。随着 90 后大学生的不断成长，他们成为了现在人才市场的主力军。90 后知识型员工也在企业中占据比较大的份额，在创新型企业当中，其在不断创新技术与攻克技术难关的方面上始终占据着行业与市场的主体和主导位置，这些企业中所具备的知识储备与技术都是保障其处于市场中的不败之地的最核心的竞争力所在。因此，现阶段企业要想实现可持续健康发展就要保持住 90 后知识型人才的优势。

而为企业发展乃至社会发展的新生代主力军的 90 后而言，受到其个性与思想的影响所导致的极高的离职率也为企业的发展造成了不小的困扰。由于 90 后成长的环境，受到的教育的不同，在很多的方面和老一辈的员工之间存在差异。在工作中更加渴望得到认可和尊重。另外在职业发展的方面，90 后更关注企业能提供怎样的一个平台来让自己发挥，重视学习新的技能，培养自己能力的机会。而在薪资问题上，90 后会更加重视薪资制度的公平、公开、公正，对于晋升也十分的看中，他们会对自己的职业生涯做出规划。期望在一定的时间内得到职位的晋升。并且希望通过自己的努力完成自己的目标。对于传统的权威式、命令式管理会有一些排斥心理。这也给企业留住他们带来一定的挑

战。

杭州老板厨卫是一家传统的厨房产品行业的代表性企业。90 后知识型员工则是现代社会企业的核心资源，企业在为他们创造发展环境的同时，企业的目标也将得以实现。随着老板厨卫公司得不断壮大，90 后知识型员工的不断涌入，老板厨卫企业的发展空间将无线大。但是随着竞争对手的不断增多，厨房产品行业市场竞争日益激烈，如何发挥利用好现有的 90 后知识型员工就成了很大的一个问题。要想做好这一点，老板厨卫厨房产品公司就必须加强对于 90 知识型员工的管理。通过改善老板厨卫公司现有的薪酬结构、晋升通道和企业制度，建立一套可以激发老板厨卫员工工作积极性的，适合 90 后知识型员工的激励体系。

（二）研究意义

第一，帮助杭州老板厨卫的管理者正确的认识我国的 90 后员工，对他们的工作需求进行深入的了解，制定相应的激励机制。90 后作为当代企业发展的主力军，他们在人才市场占据着大多数的份额，做好他们的管理工作对于老板厨卫企业来说具有重大的意义。由于 90 后受到其成长的环境的影响，体现出了更加鲜明的工作与个性特点，这也给老板厨卫企业的管理带来了挑战，在面对 90 后知识型员工时，企业不可以引用原有的那一套僵化死板的管理体系套用到对他们的管理上来，而是老板厨卫公司需要充分掌握其个性特点以及实际的需求情况，有针对性的采取措施，确定激励点。在满足他们需求的情况下制定激励策略，具有现实意义。

第二，在查阅大量的相关文献资料后，笔者发现现阶段关于 90 后知识型员工的激励体制构建方面的研究成果很少，还没有形成较为完善的全面的系统理论。本文的研究，选取了杭州老板厨卫为研究对象，引用相关的激励理论，对杭州老板厨卫的员工激励体制的建设问题进行细致的研究和分析。能够对已有的关于 90 后激励体系建设相关理论进行丰富和扩充，提高该体系的适用性，并在老板厨卫企业中进行普及推广，具有理论意义。

（三）研究方法 & 研究路径

1. 研究方法

本文的研究对象是杭州老板厨卫 90 后知识型员工，研究的问题是杭州老板厨卫激励机制实行的效果及存在的问题。运用的方法如下：

（1）文献法

在本文的设计之初，笔者通过的相关网站检索关键词搜索出相关的文献资料，并对所收集到的文献资料进行归纳和整理，以此作为本论文的理论依据，并运用自己所学知识进行综合研究分析。

（2）访谈法

选取一些在老板厨卫公司不同岗位的 90 后知识型员工进行访谈。从不同的角度来掌握老板厨卫企业现阶段对于员工的激励情况，以获取更加全面多样的信息，以期为研究过程中针对老板厨卫企业现阶段对于员工的激励情况的研究以及未来发展过程中的健全与完善提供更为科学的理论支撑。

（3）问卷调查法

通过问卷得出可量化的数据，从多个方面来了解员工对于老板厨卫公司各项措施的态度。为杭州老板厨卫的激励现状分析提供依据。

2、研究路线

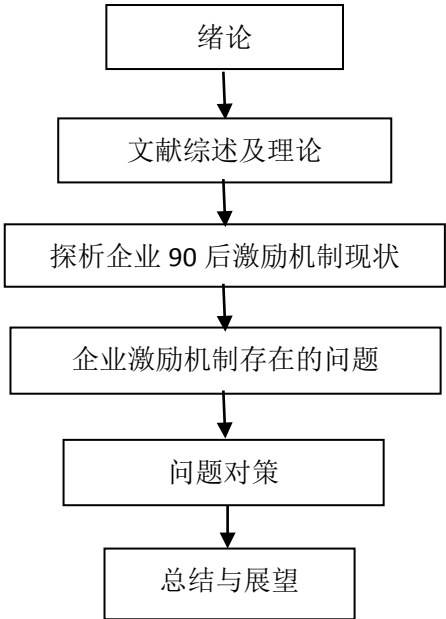


图 1-1 研究线路图

二、理论基础和文献综述

（一）国内外研究现状

1. 国内研究现状

国内针对于企业内部对知识型员工的激励机制等相关方面的研究起步较晚，但是随着 90 后知识型员工逐渐成为推动企业发展的主体，在最近几年针对这一方面的研究引起了很多国内学者的注意。

李静（2016）在对企业内部进行激励体制改革问题的研究过程中提出企业要利用完善有效的激励机制将员工的个人发展与企业的长远发展有机结合在一起的结论，当员工个人发展能够与企业的长远发展具有高度的一致性时不但能够使员工的自我价值更好的发挥出来，还能够推动企业的发展，向着企业的发展目标稳步前进。在这一过程中可以通过基于企业员工一部分股权的方式来激发员工的工作热情，实现长期激励的目的^[1]。

钟丽贞（2017）指出，知识型员工在选择合适的企业就业时，所考虑的并不仅仅是企业能够为其提供的薪资以及各种福利待遇，而是更加看重厨房产品企业的发展前景以及自己在企业中能否更好的发展，如果一个厨房产品企业在能够为其提供十分丰厚的薪资待遇的同时还兼顾对员工的培养，使员工在企业中能够更好的发展，在工作中不断完善自身，或者是能够提供良好和谐的工作氛围，那么一定会大大增强员工的工作积极性，这对于推动企业的发展具有十分重要的影响意义^[2]。

梁景鑫、赵德志（2017）指出，现如今绝大多数的知识型人才都更加希望其所在的企业能为其提供一个更加轻松愉悦的工作环境，并且从事自己感兴趣的职业，可以在自己的专业领域内不断接受挑战，并在一次次的挑战中得到成长，取得更好的突破。同时知识型人才也更加希望自己能够在工作中得到更多的尊重和赞赏，相较于物质层面的奖励而言，其更注重的是精神层面的满足与发展^[3]。

2. 国外研究现状

Esenberger(2012)指出,现阶段大多数企业在制定知识型员工的激励机制时应该根据各项综合性的原理来镜像激励,在构建激励体系时不能只注重薪资方面的激励,而是应该全面综合的考虑问题,不仅要在薪资酬劳方面有所激励,更要注重对员工精神层面的实际需求的满足^[4]。

Edna(2012)在研究过程中主要将博弈理论中的相关内容作为研究的理论基础,对知识型员工的激励方面的相关问题做出深入细致的解读和剖析。最终指出,厨房产品企业在对员工进行激励时不但要重视对员工薪资的提高以及职位的变动,更要重视实现员工的个人价值,将提高厨房产品公司员工的个人能力始终作为发展的重点。员工个人价值的实现以及个人能力的提高同样也能够使企业的自身价值产生质的转变^[5]。

(二) 相关概念

1. 90 后知识型员工界定

90 后指得是出生在 20 世纪 90 年代的人,他们成长在我国经济高速发展的时期,这也导致了他们接受的教育会受到时代环境的影响,他们会具有一些特有的特质^[5]。管理学家彼得·德鲁克最早提出了“知识型员工”这一学术概念,主要指的是“那些能够充分掌握并运用符号与概念或者是运用知识和信息进行工作的群体”,这一概念的提出同时也为后续相关方面的研究与概念的扩展奠定了坚实的理论基础^[6]。我国对于知识型员工的界定主要侧重于职位,学历和能力三方面来定义^[7]。

本文以学历为出发点,讲本科及以上学历的高校毕业的 90 后学生,通过脑力活动来为企业创造价值的 90 后员工。

本文总结了 90 后知识型员工具有以下特点:

第一,他们接受了良好的教育,拥有较高的素质,可以用具有创新性的眼光了看待问题,具有求知的欲望,对于世界充满得到好奇心。该类型的员工绝大多数都接受过高等教育,具备高学历或是在专业领域具备较强的能力,并且对社会、经济、文化等方面的知识也会去了解。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/056003120121010144>