

創造價值



GRACE S. RUAN

「價值」是一種主觀且抽象的觀感，卻往往成為人們評斷事情的標準。雖說價值很難去量化，卻可以被創造出來，例如針對不同目標市場與客戶提供最佳品質的產品、最完善的服務以及令人滿意的價格，如此便能為產品與企業身創造出價值。不可諱言，企業的主要價值來自員工的創造力以及客戶的信賴與滿意。

品牌可說是企業很重要的價值，因為品牌對企業的發展與獲利深具影響力，品牌資產並非一蹴可幾，而是必須透過長期的投資與用心經營，才能擁有成效。品牌可不是大企業的專利，小企業一樣有其發展自有品牌的利基，只要勇於投資、用對策略、懂得堅持，自家的品牌終會有出頭天的一日。

人力資源也企業的核心價值，最近刊登輪彥電子報企業徵才廣告的廠商有增多的趨勢，不知是景氣好轉還是人員流動率大增的影響，但可以確定的一點是，面對全球化競爭，企業需要的是人才，而不是人手，唯有適才適所才能為企業開創美好的未來。舉才用人的策略每家企業都不同，有的企業精選人才，唯才適用、庸才不留，但這畢竟是少數；不少企業總是一味因為人手不足而希望在最短的時間內補足空缺，加上現在年輕的一代很多都缺乏耐性、吃不了苦且常常換工作，使得企業必須面臨一年到頭常常需要徵才的困擾。

我曾聽到業者抱怨公司內人才沒幾

個，庸才一大堆，實在很可悲，事實上，只要能為企業締造業績、創造價值、並完成企業目標的員工，都是企業必須珍惜的人才。有的公司可能因為企業的制度、福利或工作環境不佳、公司知名度不高，以至於招募不到優秀的人才。其實，企業忽略了人才也可以透過企業本身的教育訓練、雕琢與培養而成，且必須懂得給於好的人才才有發揮的舞台。工廠製造的雖是產品，但企業銷售的卻是商品價值與服務，一家成功的企業除了要用對人、擺對位置、知人善任，最重要的是還要有能力將庸才訓練改造成有用之才，並給與真正的專業人才有充分發揮專長的空間，這樣才能真正創造出企業的價值與競爭力。

面對知識經濟的時代，評估企業價值是以「企業能創造多少滿足市場與消費者需求的產品與服務」為衡量標準。企業經營的目的在利用有限的資源、結合專業技術與人才、運用經營管理的策略，力求不斷創造業績、爭取最大利潤、達到企業永續經營的願景。因此，提昇企業價值、獲取利潤，是每一位經營者必須努力達成的目標。企業的無形價值包括企業的商譽、品牌與形象、創新研發和專業技術、專利權、充沛的人力資源、優質的企業文化以及忠誠的顧客群。每家企業都有存在的價值，你的價值在哪裡？你必須自己去找出來並且用心深耕。

阮素琴