

疫情促进管理认知大跃进

文 | 刘朝清

企业希望配合时代演进大幅提升经营管理效率与效益多年，但困于管理学上的成功经验迷思，经营者难放弃对于事务的既有认知，所以少有真正突破奏效的。新冠疫情已肆虐全球一年多，使得隔离成为常态，人们不得已要运用各网络信息设备于工作与生活。生活与工作方式已与过往大不同，对于很多事物的认知也改变了。我们认为疫情正是改变企业对于时间与空间的认知，促使组织管理方式调整，实践全新产品与服务，将企业管理提升至量子科学、数字技术、连网产品的新世代管理方式的最佳契机。

前两天于周间的上班时，接获一位好友来电闲话家常，这位好友事业横跨各洲，过去总是不停往来各国；看管其在全球的产业，几十年第一次在上班

时间打电话来聊天，让我十分惊讶的问，今天怎么有空呢？他回答说，因疫情的关系，已经一年半没有出国了，只能借由视讯及管理信息系统，以远程控制全球事业。刚开始时十分担心这么多海外资产的经营绩效，后来发现对海外各公司的管理，反而更加的有效率化与效益。只要在中国台湾家里，就可以实时得到

各公司的经营信息，并运用管理系统深入掌握各问题的细节，立即与不同的经理人进行视频会议讨论，让他可以处理的事情变多更深，与经理人的沟通也更实时与细致。且过去其在台时间，还要逐一约我们这些朋友去打球、聊天，现球场暂停营业，只好改以电视游戏机方式打打高尔夫，再逐一与我们这些朋友





聊聊天，发现连休闲娱乐的也更有效率与效益化了！时间变空很多！

空间不需特别建立，却无处不在

隔离是控制疫情最直接、有效方式，也大大改变我们对于空间的认知。过往我们以机能别区分出如：办公、制造、居家、娱乐……等等不同空间，这次的疫情隔离把人们局限在一固定空间中执行所有机能。空间的概念被重新定义，不再是需亲自抵达；执行特定机能的所在，而是可透过任何方式监看、管理、感受的地方。过去远距管理与联系被视为经营管理的辅助工具，目前却是各大企业的经理人操控全球事业的领域；跟厂商及客户会谈的接待所。以与相关人事物的连结度，重新定义事业范围空间。空间不需特别建立，却无处不在，对于

距离的定义，已由实际物理距离演化成从科技产品运用的技术距离，空间的定义已经从实体的物理空间进展到虚拟的科技空间。最近因为欧美各国逐渐解封，各大企业开始要求员工不可再在居家上班，企图恢复过去集中式办公方式，遭受新一代的工作者严重反弹，正是因为新旧工作者对于上述的空间认知差距所在。

时间管理强调单点横向扩大

我们对时间的认知也将不同，过去在管理各项项目时，希望强调尽量把一件事情做得更快，期待每件事情都有一定百分比的效率提升。但因为疫情与隔离使得空间整合运用，可以在同一时间处理的事情变多了。过去对于时间管理的多强调在于时间轴上纵向的研究与强

化，现在转变成需于时间轴上每一个单点的横向管理，如何在一个时间内同时处理更多的事，成为重点所在。时间的管理从不再是单一事件加快效率，转化为在单一时间更有效益。可以发现新一代的工作者，总是开启多项电子设施，同时进行许多事务。一次专心做好一件事的工作要求，也不再合乎当今环境了！

在地实时决策，区块链式治理

因对时空认知改变，企业管理也将有所不同。虽管理已可更实时与多元，但目前科技可掌控事项较偏向于数字性的理性信息。对于过去属于经营者领域的质化信息；感性领导管理，还是会因实际空间区隔与时间不足，暂无法取得深切且完整感受，必须仰赖当地管理者去执行。如此将颠覆过去借由部门别经理人整理各项理性信息，提供与高阶经理人汇整、了解与体悟，融合理性与感性的考虑，做出最直效且圆融决策的管理决策流程。新的时空环境下，高阶经营者对于质化感性信息接收将不及部门别经理人，所以授权范围必须放宽，企业组织结构将从传统的金字塔形，改变为分散的区块链型。每个区块就是组织中的一个部门，都拥有自行决策的权力，各经理人的决策信息，再经由区块链形式的管理信息系统实时传与经营者、其他经理人知悉与监控，更有效的达成公司治理。为落实此「在地实时决策、区块链式治理」的组织管理新架构。企业中的经营者与主要经理人都需再进行新职能的教育训练，让部门主管养成决策领导力，经营者拥有理性分析治理力，



就能真正落实管理学倡议许久的赋能授权。

引领深度体验，厂商与客户共创产品

因对时空的认知改变，也将影响对实体的产品需求。因为疫情无法打高尔夫球一段时间了，却发现手机游戏与电视游乐机不仅可取而代之，更可在一点、短时间悠游在世界各国的不同球场，虽少了实际握杆与徜徉在青天绿地的感觉，但因电子器材的分析与信息，产生在实际球场无法体会；对自己的挥杆过程与问题处理的回馈感受。客户对于产品与服务的认知，快速地改变，进入一个全新的自我深度体验境界。过去讨论虚拟与真实产品整合时，着重在相互辅助，现在起的产品思维，需由虚拟的带

领，深入连结使用者的感受与分析，共同创造出全新的价值所在。如目前全国学校都改为在线课程，课程的内容也必须做大幅的改变，学生都已全员上线，老师无法纯粹讲授，应转化为引导者，让整个网络信息成为教材所在，每个学生是接收站也是发射站，主动搜集信息、发送分享，老师实时回馈共调整课程内容。如同过去在研发管理常提到与客户共创产品的想法，落实践行之。

掌握契机，企业管理进入新纪元

时代的改变，多源于科学突破，促进技术发展，引发全新产品，最后才是管理革新。在上一个世纪，科学已由传统讲究实体与数字明确的牛顿力学；演进至质能互换与不确定性的量子力学，带动动力机械技术进入了数字信息技

术，让各式数字连网商品发展至日常生活。但在企业管理领域，还停留在过去空间功能区隔、时间纵向强化、组织上下划分、产品物性定义的传统思维，要触发企业管理的革新，必须要有强制的压力，让既有经营者放弃过去成功思维。这次的疫情虽造成全球的重创，但是危机也正好是转机，强迫大家隔离，让这些企业经营者对于时空的认知移转，进而改变经营管理方式，更重要可因此创造全新产品感受，带动企业管理朝向新世代迈进。MFC