# 浅析人力资源规划与提升企业核心竞争力

来源：网络 作者：烟雨迷离 更新时间：2024-08-27

*第一篇：浅析人力资源规划与提升企业核心竞争力人力资源战略规划课程论文题 目浅谈企业核心竞争力与战略性人力资源管理院（系）工商管理学院专业班级人力资源管理2024级1班学生姓名钟科学号2012443518指导教师万玺职称论文成绩\_\_\_论文评...*

**第一篇：浅析人力资源规划与提升企业核心竞争力**

人力资源战略规划

课程论文

题 目浅谈企业核心竞争力与战略性人力资源管理

院（系）工商管理学院专业班级人力资源管理2024级1班学生姓名钟科学号2012443518指导教师万玺职称论文成绩\_\_\_论文评语\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2024年 4 月 23 日

浅谈企业核心竞争力与战略性人力资源规划

摘要：人力资源规划是人力资源开发与管理过程的初始环节，是人力资源开发与管理各项活动的起点，是人力资源管理的重要组成部分。它主要是在企业发展战略和经营规划的指导下进行人员的供需平衡，以满足企业在不同的发展时期对人员的需求，未企业的发展提供合质合量的人力资源保证，其最终目标是为了达成企业的战略目标和长期利益。现代社会竞争日趋激烈，人力资源的供求关系在不断变化，这就要求企业对内外环境的变化及时作出预测，制定计划，采取相应的政策措施进行应对。不断提升企业的核心竞争力,是保持企业竞争优势的战略选择。人力资源作为企业最具创造性和能动性的第一资源要素,对企业核心竞争力的提升具有直接的决定性的作用。为了在激烈的竞争持续领先,企业应该必须加强和改善人力资源规划。关键词：人力资源规划人力资源管理企业核心竞争力人才配置

一、人力资源规划概述

（一）、人力资源规划的含义

人力资源规划也叫人力资源计划，是指在企业发展战略和经营规划的指导下进行人员的供需平衡，以满足企业在不同的发展时期对人员的需求，未企业的发展提供合质合量的人力资源保证，其最终目标是为了达成企业的战略目标和长期利益。简单来讲，人力资源规划就是对企业在某个时期内的人员供给和人员需求进行预测，并根据预测的结果采取相应的措施来平衡人力资源的供给。而现代人力资源管理是始终强调以“人为中心”,强调“人力发展,而非事务指导”的管理方式。

（二）、人力资源规划的内容

人力资源规划的内容，也就是它的最终结果，主要包括两方面：

1、人力资源规划总体规划（是指对计划期内人力资源规划的总体描述）

2、人力资源业务的规划（是指总体规划的分解和具体）

二、企业竞争力

（一）、现代企业的竞争

随着中国社会主义市场经济的发展，现代的企业管理理念逐步被中国企业所接

受并开始应用于企业管理实践，人力资源管理在企业存在与发展所必需的基础管理技术已经在大多数企业中得到推广与发展。从社会的发展来看,人是最基本、最重要的生产要素之一,是企业的第一资源,从某种意义上说,人力资源是生产力的代表,是第一生产力,人力资源水平是生产力水平的反映。知识经济时代,谁赢得智力谁就是胜利者,智力就是人的创造力、人的聪明才智,就是人力资源——发达国家甚至称之为“人力资本”。一个组织离开了人力资源以及对人力资源的开发、管理,一切都成为空谈。所以,现代企业的竞争,实质上是人力资源及其管理的竞争

（二）、核心竞争力的含义

核心竞争力是:“在一个组织内部经过整合了的知识和技能,尤其是关于怎样协调多种生产技能和整合不同技术的知识和技能”。核心竞争力实际上是隐含在公司核心产品或服务里面的知识和技能,或者知识和技能的集合体。

核心竞争力是一个企业能够长期获得竞争优势的能力。是企业所特有的、能够经得起时间考验的、具有延展性,并且是竞争对手难以模仿的技术或能力。而技术或者能力的载体是人力,所以,核心竞争力的实质就是人力资源的竞争能力。加强和优化人力资源规划发展、提升人力资源竞争力,才是有效的持续提升企业核心竞争力的解决方案。

因此,加强人力资源规划是提升企业核心竞争力的前提和基础。

三、人力资源需求、供给的预测和平衡

（一）、人力资源需求的预测

人力资源需求的预测就是指对企业在未来某一特定时期内所需要的人力资源的数量、质量以及结构进行估计。这里所指的需求是完全需求，是在不考虑企业现有人力资源状况和变动的情况下的需求，至于净需求，要在与预测的供给进行比较之后才能够给出。

1、人力资源需求的分析

对人力资源的需求进行预测，不同的人可能有着不同的思路，为了便于理解和操作，我们要按照对职位进行分析的思路来预测人力资源需求。

（1）、企业的发展战略和经营规划

（2）.产品和服务的需求

（3）.职位的工作量

（4）.生产效率的变化

2、人力资源需求预测的方法

（1）.主观判断法

（2）.德菲尔法

（3）．趋势预测法

（4）.回归预测法

（5）.比率预测法

（二）、人力资源规划的意义和作用

任何企业的发展都需要人力资源的充分保证，另外人力资源的成本也是必须仔细考虑的问题。应当说，人力资源规划的实施，对于企业的良性发展以及人力资源管理的有效运转具有非常重要的作用。

1、人力资源规划有助于企业的发展战略的制定

2、人力资源规划有助于企业保持人员状况的稳定

3、人力资源规划有助于企业降低人工成本的开支

4、人力资源规划还对人力资源管理的其他职能具有指导意义

（三）、改善人力资源规划，提升企业核心竞争力

企业要发展，要提升自身的核心竞争力首先要改善人力资源规划，因此要做到：

1、加强人力资源的战略地位,提升人力资源管理的战略作用。

完善公司组织架构,设置专职的人力资源部门； 明确人力资源管理部门的职责和功能。发挥人力资源管理的计划、组织、监督、激励、协调和控制等职能； 完善人力资源的相关控制流程,实现人力资源综合协调职能； 加强人力资源规划工作。根据企业的实际情况,建立、完善现代的人力资源管理技术系统,增加人力资源管理的技术武器和分析工具,提高人力资源管理的技术装备和水平。

2、制定人力资源规划技术以及考评技术。考评技术设计的关键在于标准的确定,要根据企业自身的特点,设计出适合本企业实际的考评指标实施考评。同时,将考评结果与使用结合起来,有效地提高绩效水平,激发员工的积极性。

当前,很多企业的、人才配置效果不佳,很重要的一点就是各级经理、主管缺

乏现代人力资源意识,普遍认为人事管理仅是人力资源部门的事情,所以执行起人事管理工作就思想松懈,目标不明,责任不清,力度不高。同时,他们也缺乏必要的现代人力资源管理知识和技巧。因此,要打造一支既懂专业业务,又懂人力资源管理的团队,才能根本的提高整体管理水平,提升企业核心竞争力。

3、重点向部门经理和主管灌输现代人力资源意识,使他们明确:绩效考评、人员配置、教育培养造就员工等等人力资源相关责任,不单纯是人力资源部门的职责,同时也是他们的义务和责任,关系到组织整体的管理水平和绩效水平,影响到公司整体战略的实现。提高他们执行人事职责的自觉性和责任心。

4、加强人力资源管理基础工作,重点加强岗位分析和人才测评工作。

要实现组织的员工与岗位的合理匹配或人力资源的合理配置,说到底就是人——岗的匹配问题,要真正做到这一点,前提是必须对人和岗位这两方面的要素都进行全面而彻底的了解。对于岗位的了解可以通过岗位分析这种方法,而对于人的把握,则主要可以通过人力资源测评这种手段。

运用科学合理的人力资源专业技术进行岗位分析和人力资源测评,是人力资源管理工作的前提和基础。因此,必须扎扎实实加强岗位分析和人力资源测评这两项基础工作。

四、论文总结

综上所述,企业只要加强人力资源管理的战略地位和作用,建立和完善的现代人力资源技术系统,培养、造就高水平的“准人力资源经理”管理团队,奠定坚实的人力资源工作基础,加大人力资源的培训与开发力度,则整个企业的综合管理水平和人力资源竞争力就会不断提升,从而不断提升企业的核心竞争力。

参考文献

[1]董克用.人力资源管理概论.中国人民大学出版社.2024

[2]颜爱民.人力资源管理经济分析．北京大学出版社，2024

[3]杨河清.人力资源管理＝Human resource management．东北财经大学出版社，2024

[4] 陈立新.物流市场营销[M].人民交通出版社，2024.[5] 胡继承.市场营销与策划[M].北京：科学出版社，2024.

**第二篇：如何提升企业核心竞争力**

如何创造并保持企业的核心竞争力？

（1）培育企业核心竞争力，要对核心竞争力有清醒的认识

核心竞争力有三个方面的要点；企业组织独有的，这种能力只能产生在既定公司文化背景下，其他企业不可能有产生的条件；存在于企业组织内部的，这种能力是根植在既定的公司内部组织结构、经营结构、管理结构之内，离开了这种结构，核心竞争能力就会发生变化；在长期的经营与管理过程中积累的多种能力的集合，不能只靠其中的某一种能力来形成，这种能力不是在短期内形成的，而是长期积累的过程。在长期的经营与管理过程中积累的多种能力的集合，不能只靠其中的某一种能力来形成，这种能力不是在短期内形成的，而是长期积累的过程。

（2）对培育和提升核心竞争力进行战略规划

核心竞争力是支撑企业长久竞争优势的基础性能力，因而也是战略性能力，它必须与企业长期战略相结合。战略定位尤其重要。企业的战略定位首先要从环境角度加以分析，企业处于复杂的商业、经济、政治、技术、文化、社会环境中，由于企业所处环境的不确定性，就要求对企业的环境性质进行最大限度的分析，找出处理各个不同的重要环境因素的最有用的方法；其次要对企业拥有的组织资源进行客观的认识，对优势与劣势的客观认识应该基于对相同和相关企业进行全方位对比的基础上，通过在不同层面的多维比较，才能确保认识的客观性；再次要对不同的利益相关者的期望进行认真的考察，企业在运作过程中，能否得到利益相关者的一定程度的理解相当重要，只有在企业的外围部分形成较明确的共同体，企业抵抗系统风险的能力才能有所提高。

（3）培育核心技术能力和创新能力

现代企业制度体现的是企业资源配置的高效性,而这种高效率能否充分发挥，主要依靠核心技术和技术创新.一个企业要在竞争市场中有立足之地，要培育和提升自己的核心竞争力,必须有自己的核心技术，可以说核心技术是核心竞争力的核心。在打造核心竞争力的过程中,首先要清楚地了解自己的核心技术是什么，即那些是自己专有的、关键的,然后再集中人力、物力、财力对其专有技术和关键技术进行研究、攻关、开发、创造。在技术创新过程中，要注意两方面的问题.一是要以市场为导向.技术创新目的是为了通过技术创新来形成自身的核心技术，创新核心产品，从而占领和创新市场.二是要以“合作“为突破口.在进行技术创新时,由于受自身条件的限制,不可能独自建立自己的研发系统，更没有能力承受研发活动的市场风险.因此,必须向外界获取新技术和能力，通过市场手段获得企业需要的核心技术源或掌握核心技术源的人才,也可以通过与拥有互补优势的另一企业建立战略联盟，或兼并收购拥有某种所需要的专长的企业，为己所用，将外来的不同知识有效地沉淀在企业内部，形成存在于企业内完整的知识体系，从而达到培育和提升核心竞争力的目的。

（4）创新管理,建立合理的治理结构

在我国,企业搞不活和竞争力不强在很大程度上受到企业制度的束缚和制约，特别是产权不明、出资不到位、治理结构不健全、管理混乱等,使得企业无暇顾及和增强自身的核心竞争力.企业必须进行科学管理，在管理上转变观念,抛弃那种经验式、粗放式、家长专断式的随意管理，要建立学习型的组织结构,建立健全企业内部的科学管理制度，辅之以科学的管理手段，不仅要发挥管理制度的作用，更要发挥管理中人的作用，完善企业中的激励和监督机制,增强员工的主人翁意识。要培育和提升企业的核心竞争力,就必须加快建立现代企业制度，提升企业的战略决策、财务管理、采购管理、营销管理、质量管理等能力,只有这样才能有效保障企业核心竞争力的提高。

（5）发挥自身优势,实施“专而精“的策略

“专而精”战略是企业培育和提升核心竞争力的基本战略选择。专注于某一两个方面的优势形成核心竞争力，做成“强”的、有竞争力的企业。企业要打破传统的思维定式，又要从竞争对手和市场空缺中寻找机会，创造“先发制人”的优势，争取成为市场的先入者。真正做到与众不同，形成特色和专业优势。具体可从以下几个方面入手：①集中企业资源从事某一领域的专业化经营，在这一过程中逐步形成自己在经营管理、技术、产品、销售、服务等诸多方面与同行的差异。②寻找自己的潜在能力，真正了解自己。③从竞争对手和市场空缺中寻找机会，建立自己的比较优势，并构建支撑这种优势的潜在核心能力。

（6）重视企业文化建设，创新企业文化

企业文化是人的价值观念,是员工对整个企业发展乃至制度的一种认可,属思想范畴.企业文化是一个企业的灵魂，是企业发展、创新、创造的源泉，企业文化是企业特有的,是企业在长期发展过程中逐步积累、提炼出来的，它具有独特性。一种开放的、尊重个人的积极向上的企业文化是现代中小企业发展最需要的，它是核心竞争里的重要因素，企业文化的高低决定了企业核心竞争力的强弱.中小企业必须抓住两点建设企业文化.一是要培育企业独特的企业精神.中小企业必须拥有自己独具特色的经营理念、价值观、道德观和精神风貌.独特的企业精神能使企业全体员工团结一致,充满凝聚力和活力,使得企业长盛不衰.二是要提高企业的学习能力,建立学习型企业和创造型企业，为培育和提升核心竞争力提供全方位服务。现代企业是一个学习型组织，企业发展的深层原因和最后决定力量来源于学习能力的提高。对于企业而言,唯一持久的竞争优势是具备比对手更快更好的能力,这样企业才能对市场变化作出快速的反映，及时调整自己,适应新的环境和市场,及时熟悉、解决新问题。因此,要创建一个学习行企业，在企业内部形成自觉学习、团队学习的氛围，不断吸收新知识、新技能，从而不断提高核心竞争力。抓好企业文化建设，尤其是建立学习型企业文化，是培育和提升企业核心竞争力的重要途径。

综上所述，打造企业核心竞争力非一日之功，其培育过程也不是一劳永逸的，随着市场边界的变化越来越快，目标开始变得飘忽不定，对目标市场的占领顶多只是暂时性的，要重视企业发展战略的正确的定位,重视企业管理系统核心竞争力的培育,重视以市场为导向的技术创新,重视企业的信息化建设和企业文化的建设、培育高素质的企业家,充分利用政府的各项优惠政策.在这些策略的实施过程中,企业应从注重外部环境的变化到注重自身资源、能力的融合积累,逐步形成自身特有的核心竞争。

**第三篇：浅谈提升企业核心竞争力**

浅谈提升企业核心竞争力

近两年，我司面对国际金融风暴的压力，公司上下一心，团结拼搏，用“敢为人先，不惧险阻，勇攀高峰”的企业精神实现了生产经营的较快增长；如今，在宏观经济环境趋紧的形势下，我司应进一步坚定发展信念，抓机遇、迎挑战，务求提高公司的核心竞争力，加大对市场的占有力度，实现公司价值。

经我所组织所内员工学习新华社的《国家脊梁 负重致远—中央企业“十一五”时期改革发展纪实》一文，就“紧抓机遇、迎挑战，提升公司核心竞争力”这一命题进行了学习和讨论，并结合公司领导提出的“以质量求生存，以创新促发展，以服务创品牌”的经营理念，总结了我所在未来发展中提高生产管理水平的几点体会。

一、加强品牌建设，坚持诚信经营。

首先，企业要牢固树立品牌意识，重视企业品牌建设。要充分认识到品牌是企业宝贵的无形资产，品牌是企业良好的社会形象，有了品牌才能赢得市场，有了品牌才能创造效益。要加强监理质量、安全等方面的管理，做大做强监理业务，树立企业的品牌。通过管理提高监理工作的质量，促进提高企业在行业内的地位，从而树立良好的社会信誉和形象。第二，要进一步提升企业诚信文化，牢固树立诚信经营的信用意识。我所树立监理企业树品牌、监理人员讲责任的信用意识，并组织对监理从业人员进行执业教育，进一步提高监理从业人员的思想素质，遵守职业道德，守法、诚信、公正、科学地开展监理工作。第三，要严格执行国家法律法规，自觉遵守行规行约，做到诚实守信、严谨务实。信誉是我司创立品牌的基础，对于监理行业而言，企业的信誉主要源于它为业主提供的监理服务水平和工程质量的高低以及监理工作中的诚信程度，有了良好的社会信誉才能创立企业品牌。也因此，我司在同行中脱颖而出，荣获中国工程监理行业“2024年先进工程监理企业”称号。

二、敢于创新，勇于创新，提升企业核心竞争力

创新是企业的活力之源，创新是企业发展的动力，创新是企业发展战略的核心。也正如《国家脊梁》一文所述，“自主创新是企业进步的灵魂。5年来中央企业创新能力显著提高，取得一批重大科技成果。。”。纵观世界500 强企业，它们保持长期持续发展、保持长久竞争优势的共同点，就是这些企业都非常重视从技术、营销、管理等多方面进行全面创新。因此，不断创新是企业赖以生存与持续发展的最重要的保证之一。要想在日趋激烈的市场竞争中占有一席之地，必须从知识经济的要求出发，从市场环境的变化出发，不断进行观念、技术、质量、管理、服务、制度等诸多方面的创新。

观念创新

思想观念是行动的先导。没有观念创新就不可能有创新的实践。企业要牢固树立创新是企业获得持续竞争力的源泉，坚持用创新思想指导企业实践。要研究社会经济的现状和发展趋势，研究技术与市场结合的思路，掌握最新的市场信息进行创新活动。

技术创新

技术创新是指企业应用创新的知识和新技术、新工艺、采用新的生产方式和经营管理模式，提高产品质量，开发生产新的产品，提供新的服务，占据市场并实现市场价值。企业是创新的主体。技术创新是发展高科技、实现产业化的重要前提。要从体制改革入手。激活现有科技资源，加强面向市场的研究开发。大力推广、应用高新技术和适用技术，使科技成果迅速而有效地转化为富有市场竞争力的商品。企业不断进行技术创新并形成技术领先优势，就可以大大提高企业的品牌竞争力，加强品牌的自我保护。在技术创新过程中，企业要勇于突破，不断否定自己，不断超越自己，才能取得技术进步的领先地位，提升企业核心竞争力。质量创新

质量不是一个静止的概念，而是一个动态的概念。

必须根据科学技术的进步和市场的需求，不断提高质量的科技含量和市场需求含量，使质量创新永远满足建设单位和业主的需要。

管理创新

在加强基础管理的同时，要根据新的情况不断引进新的管理观念、管理制度和方法，要通过企业管理实践，创造出新的管理模式，推动企业管理水平的提高。

服务创新

服务是永无止境的，企业要在为业主和施工单位提供监理服务的过程中，不断创新服务内容、服务项目、服务方法，提高服务水平和服务效果，让业主和施工单位感受最良好、最满意的服务。

制度创新

现代企业制度体现的是企业资源配置的高效性，制度创新是核心竞争力的保证：企业竞争力不强在很大程度上受到企业制度的束缚和制约，公司必须不断学习和运用现代企业制度并根据现代企业制度要求，改造和改革现有和现存的企业制度，使之更科学、更合理、更规范、更现代化，为核心竞争力的培育和提升提供制度保证。

此外，创新还应包括经营创新、组织创新、知识创新、文化创新等等。只有全方位、全面地进行创新，监理企业才会获得无穷的生命力和永不枯竭的内在动力，从而在市场竞争中保持强大的竞争力，推动企业不断发展壮大。

江泽民同志曾讲过“创新是一个民族进步的灵魂，是国家兴旺发达的不竭动力。”企业管理大师德鲁克先生也指出“每个企业都必须具备的核心素质是创新。” 我国优秀的企业海尔集团的掌门人张瑞敏也认为：“海尔的核心竞争力是创新”。由此可见创新能力的培养，是提高企业核心竞争力的重要资源。创新是企业在市场竞争中立于不败之地的根本保证，创新是企业实现跨越式发展的根本途径，企业必须持续创新，才能提高核心竞争力。

三、加强企业文化建设，培养企业核心价值观

学者们认为企业一般拥有两个核心：一个是核心竞争力，一个是核心价值观。核心价值观是支撑一个企业长久发展的思想观念，核心竞争力是企业生存与发展的持久动力。因此，以企业文化作为核心竞争力，实际上是把企业的两个核心有机结合起来，形成企业长远发展的坚实基础与持久动力。

现代监理企业的竞争，归根到底是企业文化的竞争。企业文化是一个企业的灵魂，是企业发展、创新的源泉，是企业经济基础和上层建筑的摇篮。一个拥有核心竞争力的企业也肯定是拥有优秀企业文化的企业。公路交通监理企业在发展过程中，必须要拥有自己的经营理念和价值观，建立起自己的一套独具特色的企业文化。因此，加强企业文化建设，培育和提升核心竞争力是企业制胜的法宝。

结语

综上所述，我国公路监理企业的核心竞争力的提升，对于我国监理企业在参与国际化市场竞争、提高目前我国公路监理企业的管理水平以及实现与国际接轨都有非常重要的战略意义。自1988 年我国监理制度的试行以来，我国监理制度的实施时间还不算很长，经验还不丰富，目前我国的监理行业还存在诸多的不足之处，而且还面临新的严峻的形势，特别是我国进入W TO 以后，面临国外监理咨询企业国际市场竞争的形势。在此条件下，如何提高我国公路监理企业的核心竞争力，有着重要的现实意义。这不仅需要监理企业要着重加强自身核心竞争力的建设，还需要政府政策的灵活性以及各级行业协会的普遍关注，才能为我国培养一批在国内外有公信力的名牌监理企业。

监理企业要充分把握当前国家加大交通基础设施建设投资的有利时机，为迎接交通建设的第二个春天，适应交通建设又快又好的发展，认真学习“深入贯彻落实科学发展观，继续解放思想，坚持改革开放，推动科学发展，促进社会和谐”的指导思想。积极响应“监理企业树品牌、监理人员讲责任”行业新风建设活动，促进我国公路交通监理企业可持续发展，把监理企业做强、做大。

**第四篇：制造业如何降低人力资源成本提升企业核心竞争力**

制造业如何降低人力资源成本提升企业核心竞争力

发表时间：2024-11-06 10:45:53.0作者：CBISMB编辑来源:中小企业IT采购

制造业产品成本中有一个重要组成部分就是人力资源成本，如何降低人力资源成本将通过以下几个方面来进行讨论分析：

一、建立精干有效的组织体系

很多企业，尤其是国企，存在人浮于事的情况，组织臃肿事情却没人去做，因为职责没有明确或界定，一件事情既可以张三去做，也可以李四去做，如果张三责任心强，那么张三就去做了，否则就有可能两个人互相推诿，工作被拖沓延误。这种情况所产生的后果可大可小，如果整个企业都是这种气氛，问题就很大了。

这样的企业执行力很差，也缺乏市场竞争力，企业能否永续经营恐怕也没有什么把握；对内来说，这么多的无效率的人，侵蚀了大量的公司资金，公司要为其付工资，买福利和支付各种费用。所以定岗定职对企业来说特别重要。另外，在每个岗位都必须建立其后备人员，在辅导企业的时候，经常会遇到企业因为某个人很重要、无可替代而影响到工作的正常进行。更有甚者，这种人员以此作为筹码来要挟公司，提出各种要求，不满足就一走了之。这种企业是最大的问题在于没有建立好人才梯队，没有后备人员可以利用。在我看到的一些企业，如台资企业，在这方面就做得很好，在其组织结构表中，我们就可以明确看到每个岗位的负责人员和后备人员，所以企业不会担心员工因为离职或其他原因出现工作没人做的情况，而且如此一来，企业的工资体系也非常好建立，因为不存在特殊员工，员工的升迁加薪都是循既定体系去走，没有人感觉到不公平，也不会有人觉得自己无可替代。在这种企业中，薪资成本相对较低，人力资源成本也更加低，而且风险也小。那么组织体系怎样才算是精干有效呢？首先是要在分析各部门工作的基础上建立合理的组织结构；其次是在该结构的基础上将职责明确界定；再次是建立企业的培训体系，确保组织体系中的角色都是可以担当自己的岗位，并且培养备用人才，保持企业人才的可持续性。

二、建立激励导向的考核体系

组织虽然建立了，但如何保证组织的执行力呢？目前在很多企业存在这样的一个问题，企业存在一些老员工，位高权重、但不思进取，很多事情上面都成了企业绊脚石，如果把这些人请走，老板又觉得不忍心，毕竟跟自己奋斗这么多年，没有功劳也有苦劳，而这些人在位一天就又确实会影响到企业的运作，很多制度无法顺利推行下去。

产生以上这些问题最重要的原因就是企业没有建立绩效考核体系，所以干得好和干的差一个样，员工没有压力也就没有动力。如果能够按每个岗位的职责去建立一个标准的绩效考核标准，并对员工进行考核，这样就可以避免很多混水摸鱼的人出现，因为这种人如果继续

下去，很可能就被淘ì了。当然，绩效考核也给了员工工作的目标和动力，因为员工知道了做好工作的标准是怎样了，别人都在往这方面努力，他就会受到影响，往更高的层面去说就是企业文化，一个企业只要形成一种气氛，比如学习、积极工作等，其他后进的人员自然而然的融入这种气氛中，这也就形成了企业的一种天然的文化。另外，通常很多企业的考核制度偏向于问责惩罚，这种考核制度往往并不太受欢迎，因为每个人都不愿意受约束，不愿意被罚，看到有关自己的考核标准中有很多惩罚条目时，自然会产生逆反心理；所以在建立绩效考核体系的时候，既要有惩，更需要有奖励，而且这种奖励大多是通过努力可以拿到的。绩效考核的项目也需要思考其导向性，建议在主要工作的基础上，更多的考虑为公司带来价值的项目，这样来激发员工的热情和创造力，可以为企业创造更多的价值。

三、生产及生产管理人员成本控制

生产管理人员的成本控制主要集中在数量和质量上，很多公司在规划人力资源的时候，通常有这么几个依据：

1、车间主管的要求；

2、车间历史最大生产量；

3、车间预测最大生产量；

4、人力资源部门规划车间员工数。前三点基本上属于车间比较强势，或者说老板比较强势，人力资源部门比较弱势，后一点属于人力资源部门统筹规划。所有的规划都是站在局部或短期的立场上去考虑的，车间主管为了扩充势力或者为了使自己的生产任务能达到比较高的完成率，就找理由扩充队伍，往往这个时候申请老板是会同意的，因为为完成生产任务，理由即充分又正当，而且如果老板不同意招人，车间主管就可以说不能完成任务别怪我，这样一来老板只能同意了。这样做最后的结果就有可能是各部门人满为患，人浮于事，人多了问题也就多了，不遵守公司规定的、打架斗殴的等等，成本也会随此一路上升。所以在规划人力资源时，必须由人力资源部门去统筹规划，在规划的时候应当考虑到以下因素：

1、现有的人员的数量和质量；

2、工厂的产能，不是最高产量也不是最低产量，而是由工厂瓶颈资源决定的产能，目的是保证生产的平稳；

3、未来半年的订单预测情况，预测的订单数可以作为产能规划的依据，包括对设备是否扩充等等；

4、各生产线之间人员的调配，当生产无法做到完全平稳或者有接一些半成品的订单的时候，可能会导致有些部门产能负荷无法满足生产需要，而有些部门却有人员空闲，所以必须考虑各线之间人员的调配和统筹。在考虑以上因素作为主要条件的前提下，将员工的熟练程度再纳入到其中去考虑，在招人的时候能够作为标准，而且在规划人数的时候，对同一条生产线，熟练工人跟非熟练工人所需要的人数是不一样的，当然其成本也会不一样，所以得根据工种的要求来设计和衡量。

在确定各车间人员的数量和质量要求后，还有一个非常重要的就是培训和考核。据权威机构调查发现，重视员工培训的企业和没有员工培训的企业，在生产成本中的人力成本和材料损失成本上相差非常大，远远超过培训所需要花费的成本。在知名的大中型企业中，没有一个企业是不重视培训的，以上讲的是基础技能的培训，实际上，企业需要培训的内容很多，比如企业精神、企业目标和宗旨等等，这些培训将会把企业的经营思想、目标灌输到员工脑海中，在员工产生凝聚力，这样所产生的价值是无法估量的。最好的一个例子是海尔，海尔在收购其他几十家的企业的过程中，首先输入的不是资金或技术，而是企业文化。在海尔收购第一家企业青岛红星电器厂的时候，采用的策略是用文化、用管理激活来红星电器厂，使其很快扭亏为盈，并实现两年内做到洗衣机行业龙头老大的地位。

四、间接管理人员成本控制

间接部门人员主要指非生产人员，比如PMC部门、财务部门、设计开发部门等等的人

员。间接部门的人员成本控制主要是在人员数量和工资体系上，因为这些人员跟车间生产人员不太一样，车间生产人员的工资可以按计时或计件来计算，计算上是很清晰的，而且人员素质层次也不一样，间接部门人员的学历层次相对来说要高很多，更加突出的是一些关键岗位的关键人员，由于其掌握了公司需要的一些特殊的技能，在价值和价格上往往很难平衡。有些企业的工资非常的不平衡，间接部门员工的工资占了公司总工资的60%以上，如果是研发型企业这样做也许合理，但做为生产型企业明显不太合理。而且这类公司如果要控制人力成本的时候，通常第一想到的就是压缩员工工资和人数，间接部门的人却感觉每个人都很重要，不可或缺。还有一个现象就是，企业中的某个人因为自己的特长或技能，动不动就要加工资否则就要罢工。在老板被迫答应了这个人的要求结果导致其他人感觉不公平，引来新的情绪和不满，然后又只有去满足，最后形成恶性循环。这部分的解决方案还是在前面部分讲的建立工资体系、考核激励体系和人才后备机制。

**第五篇：加强企业文化建设 提升核心竞争力**

加强企业文化建设 提升核心竞争力

姓名：雷小辉 单位：平煤股份天力公司 班级：2024经济管理本科

摘 要：通过对企业文化的内涵、基本特征、功能及与企业核心竞争力关系的分析，论述了企业文化在提升企业核心竞争力中的巨大作用，并进一步阐述了构建优秀的企业文化的基本思路。

关键词：企业文化 核心竞争力 信息化

企业在自然资源、规模经济、资金、技术等传统上具有的战略优势很难保持长久。因此，如何有效地提高和保持企业的核心竞争力，使企业能够在激烈的竞争中生存发展，越来越成为所有企业都必须正视的重大课题。本文将通过对企业文化内涵、特征和功能及与企业核心竞争力关系的分析，来论述了企业文化在提升企业核心竞争力中的巨大作用。

一、企业文化的内涵及基本特征

1．企业文化的内涵

企业文化作为一种理论提出，是本世纪70年代末80年代初的事情。企业文化是企业在生产经营实践中，逐步形成的，为全体员工所认同并遵守的、带有本组织特点的价值观、信念和行为方式。这个定义实际上包含三个层次：价值观、信念和行为方式。首先，价值观是企业文化的本质体现，是企业文化中相对稳定的要素，比如企业提倡“诚信、团队、合作、创新”，都是企业的一种价值观念，也就是企业发展的最高指导原则，长期应该保持不变，除非企业经历了转型、重组等大的变革；其次信念是支撑企业价值观的各种信条、观念，比 如人才观，发展观、竞争观、营销观等，必须结合企业的行业特点、市场情况、竞争对手等来动态调整，是企业发展与竞争策略的指导思想；最后，行为方式是企业文化中最真实、最直接和最重要的部分，一个企业的真正的文化是企业员工的行为方式。

2．企业文化的基本特征

企业文化作为一种文化，他具有以下几个基本特征：

第一，独特性。企业文化产生于不同企业，每个企业有他独特的文化氛围，企业精神，经营理念，有企业里形成的价值观，因此所形成的企业文化也是各不相同的，有其特点。

第二，难交易性。企业文化是为该企业内部成员所认同的并用来教育新成员的一套价值体系（包括共同意识、价值观念、职业道德、行为规范和准则等。）甲企业优秀的企业文化，是能被甲企业成员认同的一套价值体系，能极大的促进甲企业的发展，但他出自甲企业，不一定能被乙企业成员认同，也不一定适合乙企业，对乙企业未必能起到促进作用。

第三，难模仿性。技术创新可以模仿，但企业文化不能模仿。企业文化有其独特性，是一套非常复杂的价值体系。

3.企业文化的内容

企业文化是以企业在长期生产经营过程中逐步形成与发展的、带有本企业特征的企业经营哲学，即价值观念和思维方式为核心所生成外化的企业行为规范、道德准则、风俗习惯和传统的有机统一。它可以分为企业精神文化、企业制度行为文化和企业形象物质文化三大层次。企业文化的内涵核心是企业精神文化即它的价值观念、思维方式。第一 物质文化

这是企业文化的表层部分，是形成企业文化精神层和制度层的条件，能折射出企业的经营思想、管理哲学、工作作风和审美意识，包括企业生产经营的物质基础，具有物质特性，构成所谓“企业硬文化”或外显文化，是企业精神文化的物质体现或外在表现。它主要包括企业名称、标志、外貌、产品的特色、外观、文化体育生活设施、企业造型和纪念性建筑等，通过展现，都能使人对企业留下深刻的印象。

第二精神文化

主要包括指导企业开展生产经营活动的各种行为规范、价值观念和群体意识等，是构成企业的“软文化”或内隐文化，但它是企业总体文化的内核，是最重要的组成部分，它具有根本性和长效性。其中，企业哲学、企业价值观和企业精神是企业文化的核心，是企业的精神支柱和动力。企业哲学反映了企业在生产经营活动中独特的精神境界和理想追求，企业精神是得到员工认同并为社会公众所理解的一种群体意识。企业的精神，一方面体现在企业的价值观里，就是在市场经济中追求长期利益的最大化，但这不是最终目的，尤为重要的是通过打造精神，激发斗志，锐意开拓，创造效益，练就超越，最终实现企业与社会的紧密交融，并为社会的进步与发展做出应有的贡献。正是这种强大的企业精神推动着企业在市场竞争中不断地做大做强，使企业员工有勇气面对和接受更加严峻的挑战，有勇气战胜困难，成就并超越自我。第三 制度文化

这是企业文化的内涵thldl.org.cn的中间层次，包括企业领导体制、人际关系及其为开展正常生产经营活动所制定的各项规章制度，是企业物质文化和精神文化的中介。这是指对企业组织和企业员工的行为产生规范性、约束性影响的部分，它集中体现了企业文化的物质层和精神层对员工和企业组织行为的要求。制度层规定了企业成员在共同的生产经营活动中应当遵守的行为准则，包括企业领导体制、人际关系以及为开展生产经营活动所制订的各种规章制度。综观国内大型企业，其获得成功的一个共同的重要特点，就是有一个高效运转的组织机构和一套被全体员工自觉遵守的规章制度。有效的管理方法会使企业每一个职工都可以充分地发挥自己的聪明才智，自主、自觉地把工作干得更好。它的目标就是要求全员自觉自主地融入管理体系，都把自己视为企业的一个细胞，大家共同构成一个有机的整体，共同工作，共建和谐。

二、企业文化与核心竞争力的关系分析

企业文化是全体员工衷心认同和共有的企业核心价值理念，它表现为人们的基本思维模式和行为模式，或者说是习以为常的一种不需要思考就能够表现出来的东西，而且，这些思维模式和行为模式还应该在新老员工的交替过程中具有延续性和保持性。一个优秀的企业，就是要创造一种全体员工衷心认同的核心价值观念和使命感、一个能够促进员工奋发向上的心理环境、一个能够确保企业经营业绩不断提高、一个能够积极地推动组织变革和发展的企业文化。优秀的企业文化对企业的长期发展具有导向作用、约束作用、凝聚作用、激励作用和辐射作用。1．核心竞争力的界定

国际著名的兰德公司经过长期研究发现，企业的竞争力可分为三个层面：第一层面是产品层，包括企业产品生产及质量控制能力、企业的服务、成本控制、营销、研发能力；第二层面是制度层，包括各经营管理要素组成的结构平台、企业内外环境、资源关系、企业运行机制、企业规模、品牌、企业产权制度；第三层面是核心层，包括以企业理念、企业价值观为核心的企业文化、内外一致的企业形象、企业创新能力、差异化个性化的企业特色、稳健的财务、拥有卓越的远见和长远的全球化发展目标。第一层面是表层的竞争力；第二层面是支持平台的竞争力；第三层面是最核心的竞争力。因此，我们可以界定：核心竞争力是以企业核心价值观为主导的不断创造新产品和提供新服务以适应市场的能力，不断创新管理的能力，不断创新营销手段的能力。

随着网络发展和信息的畅通化，企业间相互模仿和借鉴的速度越来越快，企业在第一层面和第二层面上具有的战略优势很难保持长久，而企业文化的独特性、难交易性、难模仿性使得企业文化成为有效地提高和保持企业的核心竞争力的源泉成为可能。

2．企业文化对增强企业核心竞争力的作用

企业文化对增强企业竞争力的作用具体体现为其所具有的四大功能： 第一，凝聚功能。企业文化是企业的粘合剂，可以把员工紧紧地粘合、团结在一起，使他们目的明确、协调一致。企业员工队伍凝聚力的基础是企业的根本目标。企业的根本目标选择正确，就能够把企业的利益和绝大多数员工的利益统一起来，是一个集体与个人双赢的目标。在此基础上企业就能够形成强大的凝聚力。否则的话，企业凝聚力的形成只能是一种幻想。

第二，导向功能。导向包括价值导向与行为导向。企业价值观与企业精神，能够为企业提供具有长远意义的、更大范围的正确方向，为企业在市场竞争中基本竞争战略和政策的制定提供依据。企业文化创新尤其是观念创新对企业的持续发展而言是首要的。

第三，激励功能。激励是一种精神力量和状态。企业文化所形成的企业内部的文化氛围和价值导向能够起到精神激励的作用，将职工的积极性、主动性和创造性调动与激发出来，把人们的潜在智慧诱发出来，使员工的能力得到充分发挥，提高各部门和员工的自主管理能力和自主经营能力。

第四，约束功能。企业文化、企业精神为企业确立了正确的方向，对那些不利于企业长远发展的不该做、不能做的行为，常常发挥一种“软约束”的作用，为企业提供“免疫”功能。约束功能能够提高员工的自觉性、积极性、主动性和自我约束，使员工明确工作意义和方法，提高员工的责任感和使命感。

三、构建优秀的企业文化提升企业核心竞争力

优秀的企业文化通过影响员工的理想、信念、目标、追求和价值观念，使员工同心同德，共谋企业的发展，对企业产生很强的凝聚力，从而使企业发挥出巨大的整体优势，呈现出强劲的发展活力。从职工的切身利益来看也是一样。只有每一个员工真正理解了“企业兴，我才荣，企业衰，我就辱”的道理，大家才能上下拧成一股绳，以一个团队的力量面对竞争和挑战，以一个团队的优势克服并战胜一切困难。

企业文化的内涵的力量渗透于企业的生命力、创造力和凝聚力。不同的企业因其工作性质、社会环境以及发展地位不同，具有各自特点和相应的企业文化，其形成的企业文化的内涵，对于满足员工的精神需求，增强凝聚力，提高整体素质发挥着重要作用，推动着企业精神文明建设，促进着企业健康发展。

1．优秀企业文化的标准

任何优秀的企业文化必须满足4个标准：基于个性、基于战略、基于最根本的商业准则、基于人性。

首先，优秀的企业文化必须是基于个性的，个性是企业文化的生命。这里所说的个性包括两个层面的含义：一个是企业家精神个性，即企业领导者的追求、思想和理念；另一个是企业组织个性，即企业独特的经营理念、制度和行为方式等，这两种个性就构成了企业文化的整体个性。如果一个企业的文化不能充分体现这两种个性，那么，这种文化就很难说是优秀的。

其次，优秀的企业文化必须是基于企业战略的。更准确一点说，优秀的企业文化必须充分体现对战略的全面支持功能。一个企业的文化只有充分体现对其战略的全面支持功能，才能确保企业文化对企业绩效的提升功能。

再次，优秀的企业文化必须是基于商业准则的。基本商业准则，是指企业在市场竞争中的基本游戏规则，例如诚信、公平竞争、双赢或多赢、职业化等。企业一旦违背这些游戏规则，就会受到市场的抛弃。我们很难想象，一个不讲诚信的企业或没有职业化精神的企业，怎么能获得顾客的忠诚、投资者和供应商的信任、社会公众的认同和尊敬，而这样的企业又怎能成功和持续发展？

最后，优秀的企业文化必须是基于人性的。换言之，优秀的企业文化必须尊重人性。一个企业的文化只有基于人性本原，才具有无限的包容性，并获得终极性的认同和尊重，进而才会具有凝聚人心的作用。任何一个企业的文化如果背离了人性，那么，这种文化就是一种扭曲的文化，一种缺乏包容性的文化，一种不可能被员工、被消费者、被社会公众所认同的文化。

2．构建优秀的企业文化

构建优秀的企业文化就是要将企业在长期的生产经营实践中所创造和形成的具有本企业特色的精神观念提炼出来，并且把这种精神观念具体地体现和落实在企业经营管理的制度、行为、物质和企业形象建设等各个层面之中。

第一，提炼“精神文化”。精神文化是企业特有的理念，体现企业的个性。例如海尔集团的理念是“真诚到永远”；诺基亚公司的理念是“科技以人为本”；飞利浦公司的理念是“让我们做得更好”。这种理念，是根据形势和本单位特色提出来的，简明生动，成为本企业员工共同的精神追求。

第二，创新“制度文化”。每个企业都有一套规章制度，它也是一种文化。例如上海宝钢等企业，针对各种岗位的员工，制订了必要的简明的“员工行为规范”，让大家遵守执行，保证企业有序运作。现在，形势发展较快，一些新的人本管理模式和学习型组织，都需要新的规章制度，这就需要创新。

第三，倡导“行为文化”。企业精神不能“说在嘴上，写在纸上，挂在墙上”，应当落实到企业的生产、经营、管理的各个方面，要落实到企业员工爱岗敬业、诚实守信的行为上去。要树立企业的模范榜样，使员工行为更加优秀。另外，还可以通过晨会、升旗、唱企业歌曲等等仪式和活动，让企业员工经常感受企业精神，增强企业的凝聚力。

第四，完善“物质文化”。企业的物质形态也能反映企业特点和企业形象。因此，要营造绿化的环境、整洁的厂容厂貌，现代化的设施和先进的办公条件等等。不要追求豪华，而要讲究先进。例如敞开式的大空间办公格局，更有利于营造员工努力工作，遵守纪律、互相竞争、互相沟通的氛围，比封闭的办公条件更加先进，所以为越来越多的企业所采用。

总之，加强优秀企业文化建设，已是一项重要而紧迫的任务，这会有利于塑造企业的良好形象，提升企业的知名度和美誉度，提升企业的核心竞争力，切不可等闲视之。

论 文 提 纲

姓名：雷小辉 单位：平煤股份天力公司 班级：2024经济管理本科

一、论文标题：加强企业文化建设 提升核心竞争力

二、论文摘要：通过对企业文化的内涵、基本特征、功能及与企业核心竞争力关系的分析，论述了企业文化在提升企业核心竞争力中的巨大作用，并进一步阐述了构建优秀的企业文化的基本思路。

三、论文内容：

1、企业文化的内涵及基本特征

2、企业文化与核心竞争力的关系分析

3、构建优秀的企业文化提升企业核心竞争力

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找