

最新华为企业战略规划(优秀9篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

华为企业战略规划篇一

学习工作化，工作学习化。用在培训上面就是，培训学习是为了工作。为了解决现有的当前工作问题，纠正工作偏差，弥补工作失误，掌握正确的工作方法，工作技能和工作，提高工作效率，我们就进行培训。

跟大公司相比，中小企业的内训规划可能不用那么复杂，只需要结合培训需求分析结果，考虑公司现有资源和业务现状，做一个简单的内训规划即可，但即便这样，也得注意规划的实用性和可操作性，否则就是无意义的规划。那么，请问：

2、从客观实际的角度出发，中小企业的内训规划具体该怎么做才更好?请分享你们的实操经验和做法。

2、从客观实际的角度出发，中小企业的内训规划具体该怎么做才更好?请分享你们的实操经验和做法。

我们现在提倡一种说法：学习工作化，工作学习化。用在培训上面就是，培训学习是为了工作。为了解决现有的当前工作问题，纠正工作偏差，弥补工作失误，掌握正确的工作方法，工作技能和工作，提高工作效率，我们就进行培训!为了更好地挖掘工作潜力，发挥出员工的长处，激发出员工更强的工作积极性、主动性和创造性，我们就称之为开发。

1、中小企业的内训规划和大企业相比，是有所不同的。

1) 中小企业是小船好调头! 中小企业做内训规划不用面面俱到，有更强的针对性和可操作性。不像大企业做规划，要考虑到公司的统一性和系统性。大企业的内训规划，更强调培训的共性需求。中小企业更强调个性化需求!

2) 中小企业内训规划可能更强调当前。解决面临的实际问题，克服目前的困难。一般是现有问题，再有培训。培训与需求有些时间的滞后性!

3) 中小企业的' 培训更加激动灵活。因为人员少，部门少，业务种类少，所以更容易组织培训，培训的时间很机动，基本上可及时组织。培训的教员基本是业务骨干和主管，或者更上一级的领导!

4) 培训的内容比较简单，就是解决业务问题。

5) 培训的效果更容易体现。讲了就用，立即显现培训效果。

2、从客观实际的情况出发，我们中小企业在做内训规划时，更应该实事求是，贴近公司现状，满足实际需求，不要好高骛远，做些好听好看不中用的培训。

1) 梳理各相关部门的业务流程。找出存在的问题。或者说本身就存在各种问题，很长没有解决!

2) 与具体部门沟通交流，请其提出改善工作效率的方案，转化成培训需求! 或者根据公司领导要求，确定培训重点。

3) 寻找制作培训课程内容和教员，确定培训形式。

4) 做好培训的预算。

5) 实施培训计划

华为企业战略规划篇二

企业规划发展是指企业通过制定目标、确定策略和计划，并加以执行和监督的过程，在不断调整和优化中实现规划目标的全过程。企业规划发展的重要性不言而喻，它可以为企业提供明确的方向和目标，提高企业运行的效率和效益，帮助企业在竞争中获得优势，实现可持续发展。在我从事企业规划发展工作多年的经验中，我深切体会到了规划的必要性并总结出了一些心得体会。

第二段：制定明确的目标是规划的起点和基础

企业规划发展的第一步是制定明确的目标。目标的制定要具体、可行和有挑战性，它应该能够指导企业的各项工作和决策，并能够让员工明确工作的方向和目标。我所在的企业在制定目标时，我们始终坚持“SMART”原则，即目标要具体、可衡量、可达到、与实际工作相联系和有时间限制。这样的目标不仅有助于激发员工的积极性和工作热情，还能更加明确企业的发展方向，为后续规划的制定提供依据。

第三段：灵活的策略和计划是规划的核心内容

企业规划发展的核心内容是制定灵活的策略和计划。在制定策略和计划时，我们需要综合考虑外部环境和内部资源的因素，制定出对企业发展有利且具有可行性的策略和计划。在制定策略时，我们注重通过差异化竞争和创新引领来获得竞争优势，并努力将策略与企业的核心竞争力和长远发展目标相结合。在制定计划时，我们采用了分阶段制定、分解落实和定期评估的方式，以确保计划能够有效执行并及时调整。

第四段：执行和监督是规划的保障和实施手段

企业规划发展的落地需要有有效的执行和监督。在执行方面，我们强调将规划与组织结构和岗位职责相结合，落实责任主

体并制定明确的工作目标和绩效指标。同时，我们也注重建立和完善绩效管理和激励机制，激发员工的工作积极性和创造力，确保规划的执行能够顺利进行。在监督方面，我们建立了一套完整的监测体系，定期对规划的实施情况进行评估和反馈，并及时调整和优化规划。

第五段：总结与展望

通过多年的实践和经验积累，我深切体会到企业规划发展的重要性和必要性。规划的制定不仅是为了明确企业的方向，更是为了激发员工的工作热情和潜力，提高企业的竞争力和盈利能力。我相信，在未来的发展中，随着市场的变化和竞争的加剧，企业规划发展将变得更加重要和关键。我们将进一步改进和优化规划的制定和执行机制，加强与外部环境的对接，增强企业的创新能力和适应能力，为企业的健康发展提供更强有力的支持和保障。

华为企业战略规划篇三

企业规划发展是企业战略中的一个重要环节。企业规划发展的核心是为实现企业战略目标提供方向和指引，同时也是企业实现长期发展的基础。在日益激烈的市场竞争中，仔细规划和管理企业的发展是至关重要的。本文将分享我的心得体会，探讨企业规划发展的一些关键因素。

第二段：选定明确的目标

确定清晰的企业目标是企业规划发展的第一步。想要取得积极的商业成果，企业需要定义具体、具有可行性、明确的目标。对于企业而言，目标的设定不仅应该是一个具体的数字，还应该包括各种衡量标准，以便企业的工作成果可以被评估。我们的企业目标不仅要转化为可量化的结果，还需要考虑我们的资源、专业知识，以及我们实际的投资和预算。

第三段：充分发挥管理团队的作用

企业规划发展需要协同多部门的合作。这要求企业的管理团队充分发挥其作用。综合不同领域专业人员的知识和技能将帮助你获得更多的灵感，以及各种技术和计划的支持。确保管理团队对负责的领域做好跟进和协助，保证企业规划的成功和发展。管理团队还需要密切关注市场的变化，定期更新企业计划，以确保企业的成功和发展。

第四段：尽力避免常见的错误

企业规划发展并非是一条平坦的道路。各种挑战和障碍可能会影响你的进度和成功。因此，企业需要小心谨慎，尽力避免常见的错误。有时候企业目标过高，时间表过于紧凑，或者计划不够详细，这些都会影响企业发展的效果。企业必须保持灵活，及时对企业规划进行调整和改进。

第五段：结论

企业规划发展是企业成功的关键之一。明确的目标是实现企业规划的前提，强大的管理团队和处理突发情况的能力是企业规划的保障，尽力避免常见错误的存在是保障企业规划发展的关键之一。企业还需要按照市场的需求调整企业规划，以确保企业发展和成功。在不断变化的商业环境中，成功的企业规划能够为企业带来长期的效益和财务成功。

华为企业战略规划篇四

随着市场竞争的日益激烈，企业规划编制变得越来越重要。作为一名企业规划编制者，我有幸参与了公司最近一次规划编制工作。在这个过程中，我积累了一些宝贵的心得体会，可以与大家分享。本文将分为五个段落，依次介绍规划编制的目标设定、数据收集、目标分析、方案制定和评估反馈等方面的心得体会。

第一段，目标设定

在规划编制的初期，明确目标是非常重要的。目标设定需要具体、可行并且与企业当前状态相符。我们公司在设定目标时，首先考虑到了市场的趋势和竞争对手的情况，然后再结合公司自身的实际情况确定目标。此外，在设定目标时，需要注意将长期目标和短期目标相结合，合理安排目标的时间节点。这样既有利于激励团队，也有利于公司整体发展。

第二段，数据收集

数据收集是规划编制的基础工作之一。准确的数据可以为规划编制提供有效的支持和参考。在数据收集过程中，我们尽可能地收集各种相关数据，包括市场调研数据、行业分析数据和企业内部数据等。同时，我们也要注意数据的真实性和准确性，避免偏差和误导。数据收集是枯燥而繁琐的工作，但它对于规划编制的成功非常关键。

第三段，目标分析

目标分析是规划编制的核心环节，需要对收集到的数据进行深入研究和分析。在目标分析过程中，我们要从市场趋势、竞争态势和内部优势等多个维度进行全面分析。通过分析，我们可以了解到企业目前所处的位置，确定容易实现的目标和面临的困难，从而为进一步的规划制定提供依据。目标分析需要经验丰富的团队成员共同协作完成，确保分析结果的准确性和可行性。

第四段，方案制定

在目标分析的基础上，我们可以开始制定规划方案。制定方案需要全面考虑目标实现的可行性和可行性，结合市场情况和竞争态势，提出有效的策略和措施。在方案制定过程中，我们要注重团队的合作与沟通，拓宽思维，不断追求创新。

同时，我们也要考虑到各个层面的目标，确保方案的协调性和一致性。

第五段，评估反馈

规划的最后一个环节是评估反馈。通过对规划方案的评估和反馈，可以发现其中的不足之处，进行必要的调整和改进。在评估反馈过程中，我们要充分听取各个相关方的意见和建议，及时处理问题，确保规划的实施和执行效果。评估反馈是规划的闭环环节，成功的规划需要不断循环迭代，不断优化完善。

通过参与规划编制工作，我深刻认识到规划对于企业发展的重要性。企业规划编制需要全体员工的共同努力和团队的协作，需要不断学习和总结。只有合理制定规划，才能够引领企业的方向，推动企业健康稳定发展。希望我的心得体会能够为其他企业规划编制者提供一些启发和帮助。

华为企业战略规划篇五

众所周知，adidas发家于德国，这是一个欧洲的贵族品牌，因此在初期，阿迪达斯的市場主要集中于欧洲大陆，旗下的品牌也仅限于运动传统系列。随着nike的崛起，adidas开始进驻北美市场，进而推出了运动表现系列，专门为运动员及运动会提供专业的运动器械和装备。

随着运动市场的做大做强，adidas显然已不能满足于现有的市场份额，一直在寻求突破，开始转战时尚舞台，与一些著名的时尚服装设计师合作，推出一些深受年轻人喜爱的或街头或简约的时装。阿迪达斯现在将主要的人力和财力集中在运动表现系列上，仍然匀出一部分开发不同于运动风格的服饰和配饰。

(一)产业环境分析

波特在其经典著作《竞争战略》中，提出了行业结构分析模型，即所谓的“5力模型”，他认为：行业现有的竞争状况、供应商的议价能力、客户的议价能力、替代产品或服务的威胁、新进入者的威胁这5大竞争驱动力，决定了企业的盈利能力。

对比这5种力量的作用，来分析一下全球运动用品企业的竞争状态。

首先，这个领域存在较高的进入壁垒。全球运动用品产业由“不用工厂生产”的品牌型公司组成，大公司在广告、产品开发以及销售网络、出口方面都更有成本优势。

其次品牌个性与消费者忠诚度都给潜在的进入者设置了无形的屏障。

第三，运动鞋的终端消费者在意价格，同时对时尚潮流更加敏感，但是对于公司的利润率并没有极为负面的影响。因为如果存在利润的减少，那么这将通过降低在发展中国家的生产来弥补。此外，大多数品牌在产品差异化方面很成功，这阻止了购买者将品牌同不断转换的品牌形象联系起来。

第四，因为其他鞋类都不适宜运动，所以现在还没有运动鞋类的完全替代产品。

第五，美国运动鞋市场被看作具有挑战性并已饱和，充满激烈的竞争且增长缓慢，因此对于新进入者只有很小的空间。耐克、阿迪达斯和锐步，这些主要品牌抢占了超过一半的市场份额并保持相对稳定。

通过分析我们可以看到，一方面，这是一个令人垂涎的市场，不过壁垒高筑，有较低的供应商议价能力，适度的购买者议价能力并且没有知名品牌的替代产品，很难挤出利润。另一方面，当除了高度市场集中但没有任何垄断力量时，区域里

的对抗十分激烈。因此，在这个竞争环境中，独立公司的超常利润的持续性在很大程度上依靠他们的策略。

(二)efe模型

在本次的企业外部量化分析中，选择了以下几个标准作为量化企业运营环境的因素，以及这些因素所占的权重：

1. 消费者可支配收入10%

2. 技术发展20%

3. 消费者价值观15%

4. 成本结构15%

5. 产品差异性10%

6. 竞争实力水平10%

7. 资本市场(股票)5%

8. 环保意识5%

9. 人口与教育水平5%

10. 政治环境5%

根据以上的分析我们可以看出，在外部环境中，同行业内其他企业相比，阿迪达斯占有绝对的市场机会，关键是要降低产品的成本从而降低价格来提高市场份额。而在威胁方面，阿迪达斯的主要或者说关键的竞争对手不是puma[]李宁等，而是nike[]只有通过产品的差异化和营销策略使消费者建立起品牌忠诚度，并且从心底认同阿迪达斯的价值观。

文档为doc格式

华为企业战略规划篇六

段一：介绍企业规划编制的重要性（200字）

企业规划编制是企业管理中至关重要的一环。通过规划编制，企业能够明确自己的目标和发展方向，合理安排资源，提前预判风险和机遇，为企业的长期发展提供战略指导。在我参与企业规划编制的过程中，深刻体会到规划编制的重要性及其对企业发展的积极影响。

段二：规划编制的关键要素（200字）

规划编制的关键要素包括战略分析、目标制定、资源安排和执行监控等。首先，战略分析是规划编制的前提，它需要对企业内外部环境进行全面分析、评估和预测，明确企业的竞争优势、市场定位和发展机会。然后，通过目标制定，将宏观的战略目标转化为具体可操作的中、短期目标，为企业规划提供明确的方向。资源安排是有效实施规划的关键，它需要合理分配企业的人力、物力和财力资源，确保规划的可行性。最后，执行监控是规划实施的保障，它需要将规划落实到具体工作计划中，并及时跟踪、评估和调整执行过程，确保规划达成预期目标。

段三：规划编制的经验与教训（300字）

在实际规划编制的过程中，我们发现了一些经验和教训。首先，规划编制要充分考虑企业的实际情况和资源状况，不能盲目追求高瞻远瞩的目标，要符合企业的能力和市场需求。其次，规划编制需要广泛调研和参与，充分听取各方意见和建议，避免主观臆断和盲目决策。再次，规划编制要有灵活性和包容性，能够根据环境变化和新情况及时调整和修正，以适应企业发展的需要。最后，规划编制要实现与执行相结

合，不能仅停留在纸面上，要付诸实践并不断监控和评估，确保规划的有效实施。

段四：规划编制带来的益处（300字）

规划编制带来的益处是显而易见的。首先，规划编制使企业有了明确的目标和发展方向，有助于提高决策的科学性和准确性，避免盲目行动。其次，规划编制帮助企业合理安排资源，提高资源利用效率，避免资源浪费和重复投入。再次，规划编制帮助企业预测和应对风险和机遇，提高应变能力和竞争力。最后，规划编制能够促进企业内外部的沟通和协调，形成团队合作的氛围，推动企业整体发展。

段五：对规划编制的展望（200字）

面对日新月异的市场和环境变化，规划编制将更加重要和复杂。未来，企业需要加强对数据的收集和分析能力，借助大数据和人工智能等技术手段，提高规划编制的精准度和效率。同时，企业还需要不断拓展视野，加强与其他企业和行业的合作与交流，共同应对挑战和变革。只有这样，企业才能不断提高自身的竞争力和适应力，实现可持续发展。

总结：企业规划编制是企业管理中不可或缺的重要环节。通过规划编制，企业能够明确目标、合理安排资源、预判风险和机遇，为企业的长期发展提供战略指导。在实际操作中，我们需要充分考虑企业的实际情况和资源状况，广泛调研和参与，并实现规划与执行的一体化。规划编制能够带来明确的目标和发展方向、资源的合理利用、风险的预测与应对以及团队的协调合作。未来，企业需要加强数据分析能力，并与其他企业和行业共同合作，以适应市场变化和实现可持续发展。

华为企业战略规划篇七

结合全省全省水利工作会议、全国水利规划计划工作座谈会精神，针对新形势下水利规划计划财务工作，个人对水利规划队伍能力建设提出以下几点建议：

一、培养思维活跃、富有激情、创新意识强的新型专业队伍人才

水利工作功在当代，利在千秋，水利规划计划队伍承担的使命和责任重大，因此，对于水利规划队伍而言，必须要在队伍学习上取得新突破，这样才能推动水利规划计划工作的健康快速发展，具体而言，对水利规划计划干部的政治修养、理论素养、领导能力和知识储备提出了更新、更高的要求。水利规划计划干部不仅要业务素质强，更要面对新的形势和任务时，思维活跃、富有激情、创新意识强，因此，水利规划计划队伍建设要结合实际，突出重点，笃学党的基本理论，深学本职业务，先学急需知识，常学自身修为，要注重在钻研理论上下功夫，始终保持政治上的清醒与坚定；注重在更新知识上下功夫，更好地掌握业务知识和技能；注重在解放思想上下功夫，不断增强创新意识，提高创新能力，力求在学习上不断取得新的进步。

二、重视调研掌握实情，提高水利规划计划干部吃苦耐劳品质的历练

事业是干出来的，人才是在实干中锻炼出来的。加强水利规划计划队伍建设，就要坚持在队伍建设过程中，注重实际、注重实干、注重实效。一是坚持一切从实际出发，实事求是，掌握实情，要立足水利新形势，不断加强队伍能力建设实际调研，这样才能发现队伍建设过程中存在的问题；二是队伍建设要注重实效。要鼓励广大水利干部在本职岗位、在艰苦和复杂环境中磨练自己，努力干出成绩。

三、注重价值取向新境界，实现业务成绩新超越

对水利规划计划干部来说，所追求的目标决定着他的发展方向和前进动力，关乎着他的成长和前途。一要志存高远，心胸宽广，志存高远，虚怀若谷，博采众长。如果胸无大志、目光短浅，就不可能有什么作为，也就不可能有多大的进步。因此，队伍建设，要积极帮助广大水利规划计划干部牢固树立正确的世界观、人生观和价值观，把个人追求融入推动水利规划计划事业发展过程中；二要筑牢根基。作为水利规划计划干部要想加速自身的成长进程，首先就要着眼于筑牢根基，要帮助水利规划计划干部克服切忌浮躁心态和肤浅思想，克服急功近利的倾向，要着眼于长远发展，多做打基础、强根基的事情，切实练就本领、筑牢根基。三要淡泊名利。要树立正确的`名利观，淡泊功名利禄，摆正自己同国家、事业之间的关系，时刻把水利事业的和群众的期望放在第一位。作为水利规划计划干部一定要视事业重如山，看名利淡如水，要始终保持健康平稳的心态，客观地认识自己，正确地估量自己，从严要求自己，不断完善自己，努力在本职岗位上取得新的成绩，实现新的超越。

四、思想品质上下功夫，不断加强队伍的综合素质

常言道，“谦受益、满招损”。帮助水利干部养成谦虚谨慎、戒骄戒躁的思想作风是水利规划计划队伍能力建设的重要组成部分和内容，因此，个人认为在实践过程中，要加强队伍的综合素质，尤其是干部素养方面的建设，不断提升水利规划计划队伍的品质素养和思想道德素养，尤其是在新形势下，要不断提高水利规划计划队伍抵制各种诱惑的能力建设。

综上所述，个人认为水利规划计划队伍建设是一个长期的过程，更是一项系统性的工程，它不仅涉及到干部的能力建设，作风建设，思想价值建设，还涉及到诸多方方面面的问题，是点和面构成系统性的问题，因此，面对新形势，水利规划计划队伍建设必须要得到各级的共同关注和支持，同时，也

要不断的加强队伍建设过程中的制约体系建设，通过多措并举，多管齐下的方式，这样才能提高水利规划队伍的整体建设效果，才能更好培养出一批能够真正为水利规划事业服务，促进水利事业健康科学发展的新时期水利规划计划专业人才。

华为企业战略规划篇八

第一段：引言（200字）

企业规划是企业发展的基石，规划的重要性不言而喻。在过去的几年里，我一直担任公司规划部门的主管，负责编制和执行公司的战略规划。通过这些年的工作，我积累了许多宝贵的经验和体会，今天我将和大家分享我在企业规划编制中的心得体会。

第二段：明确目标和愿景（200字）

企业规划的第一步是明确目标和愿景。一家企业没有明确的目标和愿景，就像一艘没有航向的船，只会浑浑噩噩地漂流。在编制企业规划时，我们首先必须明确公司的长期目标和愿景。这些目标和愿景应该具有挑战性和前瞻性，并且与公司的核心业务和价值观相一致。只有明确了公司的目标和愿景，我们才能有针对性地制定相应的战略和行动计划。

第三段：制定具体的战略（200字）

明确目标和愿景之后，我们需要制定具体的战略。战略是指在实现公司目标和愿景的过程中所采取的长期行动计划。在编制战略时，我们首先要对外部环境进行全面的分析，包括市场状况、竞争对手、政府政策等。同时，还需要对内部资源进行评估，包括人力资本、财务状况、技术能力等。通过分析外部环境和内部资源，我们可以找到公司的优势和劣势，为制定战略提供依据。

第四段：具体行动计划的制定和实施（300字）

战略制定之后，我们需要制定具体的行动计划，并落实到每个具体的部门和个人。行动计划的制定需要考虑时间、资源和风险等因素。我们应该将行动计划划分为短期、中期和长期目标，以确保战略的顺利实施。在制定行动计划时，我们还应该注重沟通和协调，确保各个部门之间的合作和协同。同时，我们还应该设定明确的绩效指标和评估体系，及时对行动计划进行监控和调整。

第五段：总结与展望（300字）

总结和展望是企业规划编制的重要环节。在实施行动计划的过程中，我们应该及时总结经验和教训，并根据实际情况进行调整。同时，我们还应该展望未来，对公司的战略取向和规划进行动态调整。企业的环境和竞争状况会随着时间的推移而变化，我们必须密切关注市场和行业的变化，及时调整战略和行动计划，以保持公司的竞争力和创新力。

总结：

通过这几年的工作经验，我深刻认识到企业规划对企业的发展至关重要。明确目标和愿景、制定具体的战略、制定和执行具体的行动计划、总结与展望，这些是企业规划编制的核心要素。在规划的过程中，我们还应该注重沟通和协调，建立绩效评估体系，以保证规划的顺利实施。

企业规划编制不仅仅是一项工作，更是一种思维方式和管理方式。只有不断学习和改进，才能适应不断变化的市场环境和激烈的竞争状况。我相信，只要我们坚持规划编制的原则和方法，始终保持敏锐的市场洞察力和创新意识，我们一定能够在激烈的市场竞争中取得成功。

华为企业战略规划篇九

论文摘要：我国的民营企业是在特定的历史条件下产生发展起来的，其企业文化存在众多不足之处，企业文化上的不足严重制约了民营企业的发展。本文重点针对民营企业文化建设中存在的问题，提出对民营企业文化建设采取确实有效的措施、策略，使民营企业文化建设走上健康的轨道。具体分析，民营企业可以在以下方面加强建设：提高企业家素质，发挥核心作用；更新观念，注重企业灵魂的塑造；提高员工的素质；建设独具特色的企业文化。

论文关键词：民营企业发展研究对策

引言

改革开放以来，民营经济得到了大力发展，在国民经济发展中起到越来越重要的作用。但是目前，我国民营企业平均寿命只有2.9年。甚至有人预测中国民营企业有60%在五年内破产，有85%将在10年内消失。而大量的调查和事实表明，导致民营企业迅速消亡的最重要的原因就是企业文化的缺失。事实证明只有优秀的企业文化才能创造企业发展的良好环境，只有在良好的环境中才能打造出企业的核心竞争力。目前我国民营企业文化建设还处于较低的层次。而民营企业进行文化管理能够使企业达到管理的较高境界。企业文化的建立和发展，使企业全体员工有了凝聚力和向心力，有了共同的理想和追求，使每位员工把自己当做一项事业来经营。因此，急需采取相关措施来进一步加强企业文化建设以配合企业自身的发展[1]。

1企业文化的内涵

企业文化是形成和提升企业核心竞争力的根本力量，是企业持续发展的精神支柱和动力源泉，是企业生存、竞争、发展的灵魂。企业的核心是价值观，其外在表现就是行为方

式，即企业的凝聚力、员工对企业的忠诚度、责任感、自豪感、精神面貌和职业化行为规范等，文化的改变会带来行为方式的改变[2]。

2企业文化的作用

2.1企业文化能有效地激励员工，增强团队的凝聚力。

因为企业的核心是企业成员的思想观念，它决定着企业成员的思维方式和行为方式，所以好的企业文化能够充分发掘出企业中每一个成员的潜能，激发出他们的士气。同时，企业文化作为一种精神力量，是企业无形的约束与支柱，当企业管理趋向团队化时，它就是企业内部团结的纽带、沟通的渠道，是团队之内或团队之间相互默契的“共同语言”。因此，一个好的企业文化氛围确立后，它所带来的是群体的智慧，协作的精神，新鲜的活力，这就相当于在企业的深层结构中“装”上了一台马力十足的发动机，源源不断地提供给企业创新、进步的精神动力。

2.2企业文化有利于树立良好的企业形象

中小民营企业由于生存条件的限制，加上自身利润导向的经营观念，造成假冒伪劣产品横行，给私营企业形象造成难以消除的影响。当年温州的假冒伪劣商品全国闻名，给民营企业形象造成的影响至今难以消除就是一个血的教训。企业形象是企业文化的外在表现，良好的企业文化可以使企业迅速获得声誉。因此只有民营企业靠自身的企业文化塑造才能摆脱恶名，塑造品牌，改善企业形象从而有利于民营企业的做大、做强，有利于提高企业整体素质[3]。

企业文化一旦形成且被大多数员工所接受，企业必然营造出一种积极向上的文化氛围，员工就会开拓进取，奋发向上，呈现出良好的精神面貌，提供给消费者高质量的产品和优良的售后服务。实践证明，企业文化深厚的企业，企业的知名

度越高，企业形象越好。

2.3企业文化能促进企业管理的现代化，给企业的创新提供动力

企业文化作为一种软性管理，是硬性规章制度的必要补充，但软硬管理不是独立的，硬性规章体现着软的人性管理，符合人的本能需求，而软性管理却也内含铁的纪律和约束力量，两者优势互补，是科学管理发展的必然趋势和要求，有利于管理水平的提高[4]。

所以建立现代企业制度实现现代化的管理是民营企业持续、健康、快速发展的必然要求，但多数民营企业在发展过程中暴露出了诸如没有健全的管理制度、缺乏合理的用人机制、决策缺乏民主意识等问题，因此为适应未来的发展，通过文化建设，可以促使整个企业主动充电，推进民营企业管理现代化，从而在未来市场上激烈的竞争中占有一席之地[5]。

3民营企业文化建设中存在的问题

从总体来说，我国民营企业文化建设还处于初级阶段，这主要表现在：一是我国民营企业家很多从简单的作坊做起，处于产业链的中下游，企业家文化程度普遍偏低，个人素质和管理水平也亟待提高。二是民营企业对企业文化的战略地位和企业文化建设重要意义尚缺乏足够的认识。因而没有真正把企业文化建设提到足够竞争力等缺乏清醒的认识，也没有真正把企业文化建设提到足够重要的地位上来，没有把其作为企业发展中极其重要的工作之一来抓紧落实到实处。三是民营企业的实际情况来看，尤其是劳动密集型的制造企业，大部分员工的素质都不高，对于企业的核心价值观和行为规范的理理解以及对现代管理思想和方法的认识不清楚，这是企业持续发展和企业文化建设的危机。四是民营企业文化往往带有浓厚的经验色彩，零碎而不稳定。企业精神既没有突出本企业鲜明的文化个性，也没有与众不同的特色，这种缺乏

个性和特色的企业文化自然很难对企业的可持续发展产生深远影响。

4促进民营企业文化建设的对策

4.1提高企业家素质,发挥核心作用

由于民营企业家在企业中所处的特殊地位,对企业的发展起着举足轻重的作用,因而他们的率先垂范和倡导对企业文化的构建,对企业价值观念和企业精神的培育和形成起着决定的作用。但中国的民营企业家整体素质不高,“土老板”数量很多,这制约了企业的发展。而知识经济、信息时代,企业家的知识、智力、现代化文化程度决定了企业竞争力和发展程度。日本人说,代表日本左右脸的是本田和松下,因为本田的汽车生产革命和松下品牌与两位企业家的智慧是分不开的。所以要搞好企业文化,提高企业家素质是必不可少的一步[6]。

因此在构建企业文化、实施文化战略过程中,民营企业家不仅要跟上时代的步伐,重塑高层次的核心价值观和形成崇高的品格,也要从多方面吸收知识营养,善于总结经验,不断学习,适应未来发展的需要。民营企业家要树立正确的核心价值观,自觉地开展理念革命,在思想层面上重视“企业文化”,而且要努力学习企业管理相关知识,提高自身综合素质把自己塑造成为具有渊博知识、才思敏捷、较强洞察力的企业家。当前,不少民企老板已开始觉醒,纷纷参加mba等各种专业培训班学习,希望通过自身素质的提高来寻找企业发展的方向和出路。同时企业家作为企业的缔造者不仅应该积极加强对自身素质的培养,要善于学习,特别是要学习成功的企业;更要善于合作,与优秀的企业合作,与成功的企业合作,能提高自己的操作水平和思维能力;善于利用,要让优秀的企业家、优秀的人才为你所用,企业要发展,一定要注重人才的培养,人才利用很关键[7]。

4.2更新观念，注重企业灵魂的塑造

企业文化是将企业在创业和发展过程中的基本价值观灌输给全体员工，通过教育、整合而形成的一套独特的价值体系。但是通过对年产值几百万到近两亿的多民营企业文化调查中发现，许多民营企业在文化建设中往往注重于做表面的文章，而忽略企业文化内涵，缺乏正确的理解与认识。

有的企业非常注重厂容厂貌、员工言行举止，注重会议、内部报刊等，但可能企业员工并没有从内心真正的认同企业文化，却将表层看作是摆设和负担。而有的企业则认为，企业文化建设就是一种思想灌输、说服教育，是宣传部门、工会的事情有的企业认为企业文化就是制定和执行企业的规章制度，只要制定出企业的规章制度，组织员工学习、了解并严格实施，企业的文化建设就可大功告成，企业精神也就可以培育起来了，把企业文化看成一旦形成就长此永久不变的信条。这些观点都是错误的，企业文化建设重在实质。没有健康的企业文化，没有规范的企业管理机制，一旦遇到危机，表面上再规范的企业也都会很快陷入困境。这种只注重表层的形式而忽视内在价值与理念的“企业文化”，只能导致企业老板对企业文化情有独钟，而员工对企业文化的认识模糊肤浅、相对冷漠，这样的企业文化是没有意义的，不能形成企业文化的强大推动力[8]。

首先改变重形式、轻内涵的有害理念，注重企业灵魂的塑造，突出个性特点。民营企业在构建企业文化中，一定真刀真枪，超越形式主义，以企业经营灵魂塑造为中枢，培育适应市场经济的集体价值观，培育反映企业集体个性的集体行为。其次中小民营企业一定要保持制度制定与文化理念的一致性，将本企业的价值观念渗透到各项制度之中，通过制度的严肃性和强制性来保证企业价值取向的实现；通过制度的稳定性与长期性来实现企业文化在员工心中的内化；通过企业制度的相关控制体系调控企业文化发展的基本走向，及时纠正偏差，并根据现实情况对企业文化建设提出前瞻性建议，推动

企业文化理念的更新与发展。编辑。

4.3提高员工的素质

企业员工是企业文化的创造者，在企业文化的实践中又不断的推陈出新、发展企业的文化，企业员工的素质高低决定着企业的生存和发展，是企业优势竞争力的重要标志。我国民营企业可以采取诸如与晋级、评优挂钩等激励方法，鼓励文化水平低的员工循序渐进、努力学习文化知识，学习的好和坏与绩效考核紧密地结合在一起。还可以从员工中选拔出不同岗位的骨干，送到高校系统学习，或者到优秀的企业去实践和培训，或者由企业自行组织到企业外部学习可专心学习，水平比较高，但是要离开工作岗位，而企业自行组织，可以不脱离岗位业余或半业余学习，批量大，成本低。

4.4建设独具特色的企业文化

企业文化是指企业在某一特定文化背景下产生的独具特色的经营理念和行为哲学，是企业的个性化表现。企业文化必须与企业实际相结合，形成自己的特色，才具有生命力。但是目前我国不少民营企业文化建设奉行“拿来主义”，一味模仿国内外其他企业的做法，这使许多民营企业的文化带有雷同性，没有突出本企业鲜明的文化个性[10]。

比如在有关企业的价值观和企业精神的描述中很多企业都用了相同的语言和号。诸如，“质量就是生命”，“顾客是上帝”，“团结、高效、求实、进取”等。雷同化的企业精神既没有突出本企业鲜明的文化个性，也没有与众不同的特色，这种急于求成、千篇律的企业文化自然很难对企业的可持续发展产生深远影响。还有的企业从创建之日起，就采取一成不变的企业文化，忽视了根据企业所处的宏观环境和微观环境的变化及时对企业文化进行创新，从而使原本对企业发展起积极作用的文化变成了企业发展的障碍。对一个企业而言，僵化的企业文化不利于企业决策模式、管理模式创新，将

使企业在激烈的市场竞争固步自封，最终被市场所淘汰。曾经风光无限的苹果公司在与微软及ibm的较量中屡屡失败的原因就在于因循守旧，不思进取。

准确定位自身的企业文化，建立起适合自身发展的企业文化，并将这种文化灌输和渗透到企业员工中去，形成自己个性色彩鲜明的企业文化。只有特色鲜明的企业文化才能引起员工的认同与共鸣，从而产生巨大的向心力和凝聚力，使企业立于不败之地。

我国的民营企业应结合当前我国正在建立的社会主义市场经济客观条件，继承我国的传统文化，建设有中国特色的民营企业文化。其中智力资源是企业竞争力的体现，我们必须利用各种信息，把人才作为发展的中心，以提高人的素质为基本途径，以培养企业理念和塑造良好形象为手段，充分调动员工的积极性，创新企业文化。同时一方面，民营企业要敢于打破传统观念的束缚，发挥自身适应性强、经营灵活等优势，学习古今中外优秀的管理思想和文化传统；另一方面，民营企业要了解自身所处的宏观微观环境并把握其本质，提高创新思维，建立创新文化，努力使企业向学习型组织、知识型企业发展。

5. 结束语

综上所述，在知识经济已初露端倪的今天，在中国加入wto已成事实的经济背景下，民营企业要生存要发展，必须走加强企业文化建设之路，要认识到企业文化作为新型资源对现代企业的重要性。国内外成功企业的经验已证明了这一选择的正确性。因此，培育和增强核心竞争力是我国民营企业的当务之急，而企业文化作为核心竞争力的重要组成部分，在民营企业发展中起着至关重要的作用。因此，建设企业文化对民营企业的持续发展起了决定性的作用，是具有很强的现实意义。

参考文献：

文档为doc格式