

最新企业读后感集 企业文化读后感(优秀8篇)

“读后感”的“感”是因“读”而引起的。“读”是“感”的基础。走马观花地读，可能连原作讲的什么都没有掌握，哪能有“感”？读得肤浅，当然也感得不深。只有读得认真，才能有所感，并感得深刻。那么你会写读后感吗？知道读后感怎么写才比较好吗？以下是小编为大家搜集的读后感范文，仅供参考，一起来看看吧

企业读后感集篇一

这一类企业文化论者还是有一些真才实学的。他们注重理论与实践的结合，注重事实与逻辑的结合，注重调查与借鉴的结合，于是，他们明显比上述两类企业文化论者显得功力高深。但这功力高深，此时却害了他们。在他们的眼里，只有自己才掌握了真理，才是真正能解决问题的人。国内某著名大学一知名教授说：企业文化别人不能咨询，只有他们长期与企业家接触，加上高超的文字艺术，才能帮助企业建设企业文化。正所谓“死了张屠夫，便吃带毛猪”。祝他们万寿无疆吧。

这三类企业文化论者有一个共同的特点，那就是他们大多都没有做过企业。这样一来，企业文化真正成为虚的、形式主义的东西，也就一直浮在半空中了。要问问如何推进企业文化的建设，如何使企业文化建设落地，那就是“不知道的啦”。于是，企业文化果然“看上去很美，说起来很甜，做起来很难”。

其实，企业文化不是舶来品，国内久已有之，如“大庆精神”、“鞍钢宪法”，等等。现在，企业的管理已经逐步发展到文化管理的阶段，文化成为企业生存和发展的内在推动力，企业文化渗透并影响着企业管理、经营和人际关系等所

有层面。

企业读后感集篇二

一家企业能不能做强做大，不但要有好产品、好的人才，而且更需要有好的企业文化，没有文化的企业注定没有生命力，没有竞争力。最近，这个月读了《企业文化》之后，感触颇多！

企业文化是企业价值观的延伸；是企业生存和发展过程中自然形成的行业准则和思维习惯；是一种只可意会，不可言传的感受，只要一个人在一个地方呆得长，慢慢地就会受到这种文化的感染。然后融入这种文化。制度不是企业文化，口号不是企业文化，标语不是企业文化，凡是企业内摸得着、看得见可以复制的东西都不是企业文化。企业文化是在企业内说不清、道不明、摸不着、看不见，但是大家都能感受到的一种行为准则，思维习惯。

每位员工都渴望成为一名优秀的员工，渴望得到别人的支持和赞赏，《企业文化》为我们每一位员工指明了努力的方向。优秀员工的标准是：以更快、更好、更优为目标，以主动、责任、团队、原创为工作作风，以干事的激情、肯干事的态度、干成事的胆略为事业目标。

我想在以后的工作中我会努力做好以下几点：

第一、干工作必须有着积极、主动的态度。一个人的工作态度折射出他对人生的态度，而人生态度决定着一个人可能取得的成就，工作就是生命的投影。一个天性乐观，对工作充满热情的人，无论他眼下是在基层，还是在作为经理、老总，都会认为自己的工作是一项神圣天职，并怀着浓厚的兴趣，把自己喜欢并且乐在其中的事情当成使命来做，就能发掘出自己特有的能力。其中最重要的就是保持一种积极的心态，即使是辛苦枯燥的工作，也能从中感受到价值。

第二、无论做何工作，必须竭尽全力，这种精神的有无可以决定一个人日后事业的成功与否。如果能以火焰般的热诚充分发挥自己的特长，那么不论所做的工作怎样，都不会觉得劳苦，即使做最平凡的工作，同样也可以成为最精巧的员工。这就告诉我们，要处处以主动、努力的精神来工作，这样即使在平庸的职业中，也能干出一番伟大的事业。关注细节，每天将日常工作做到专业，在日常工作中不断的学习，遇到困难不断的创新，并持久坚持下去，孔子云：“吾一日当三省吾身。”在各自的岗位上，我们每天都应扪心自问，今天我努力工作了吗？真正做到尽职尽责了吗？公司的各项制度要求都认真贯彻执行了吗？唯有如此，我们才能不辱使命，才能敢于问责，才能不断进步，才能在推动企业又好又快的发展中体现个人价值和生命意义。

最后，谨以保尔柯察金的名言与大家共勉：人的一生应当这样度过，当回首往事时，他不会因为虚度年华而悔恨，也不会因为碌碌无为而羞愧。让我们牢记董事长的教诲和该书的精髓，勇敢地肩负起应尽的责任，把有限的生命投入到公司无限的事业中去！

企业读后感集篇三

时间总是不经意的流逝，转眼之间就临近毕业，由于接到学校安排到华农恒青实训一个月，心里有点担心又有些不舍。担心的是自己一直以来学的是专业理论，没怎么接触过实践操作，不舍的是对大学时光的留恋，但这一切都在进入华农恒青的那一刻结束了。

初到南城华农恒青，刚下车的我们就看到了来接我们的哥哥—魏梓洋，“认真、负责、贴心”是给我的第一印象，一路上将我们的衣食住行安置的妥妥当当，由此可见华农恒青的企业文化是温暖的、负责任的。

开始学习的第二天，我们进行了一天的企业文化培训及安全

管理培训。对于企业文化宣讲，我还是感触比较深的，首先一点就是人性化的管理，尤其是在接待的哥哥身上就可以看到这一点。华农恒青是一个大企业，是一个大学生成长、蜕变的好平台，因为它的企业文化是真正落到实处，体现于个人的。

在翻开的第一页就能看到企业的经营管理模式——“一、三、四、六”，给我的感觉理念很新颖、很务实，我的内心产生了一种很深刻的认同感。华农恒青坚持以“良心、真心、专心”做高稳定、高性价比猪饲料，这一点和其它的饲料企业就有明显的区别，孔子云：“闻道有先后，术业有专攻”，华农恒青更是以好的产品品质和口碑证实了这一点。

华农恒青核心价值观行为准则中提出的以“共创共享”为分享机制，这一点作为一个企业，还能将股份赠给员工，这样不仅给员工带来的是收入方面的增加，更多的是促使员工会把企业当成自己的小家，把工作当成自己的事业，企业才能真正做强、做大，以企业推动员工生产力的提升，这也许就是华农恒青能在饲料行业飞速发展的原因之一吧！

“终身学习”，俗语讲“活到老、学到老”，华农恒青是一个学习型的平台，做到坚持学习，我想这应该是我在南城华农恒青一个月的实训生活当中始终坚持的行为准则之一。

不管是在投料、成品包装、中控这些岗位上的华农恒青人，他们都是认认真真、兢兢业业的工作者。在拉包上车时，身为新手的我们手脚灵活度明显低于师傅们，看似简单的上拉包也很需要技巧，而这都是师傅长期工作所总结出的经验，我认为作为实习大学生，要做的就是沉下心来学习，脚踏实地工作，边看、边学、边练，在实践中总结，在实践中成长。

通过今天的学习，我受益匪浅。希望在今后的实训生活中，能够学到更多的知识技能，通过实践将在学校中所学专业知知识融会贯通。相信自己，会从这次实训中将会变得更加充实。

更好的自己，我来了！

企业读后感集篇四

近日，我认真学习了省分行下发的《企业文化手册》，对建行、对自己的工作有了一个更加全面、清晰的认识。尤其是对于其中企业价值观中提到的“为客户创造价值、为员工创造价值、为股东创造价值、为社会创造价值”，我感受颇深。

为员工创造价值，就是要为员工的发展创造条件，为员工的生活提供保障，使企业成为员工的依托，使建行成为员工温馨的家园、成长的乐园。这是员工充分发挥主人翁意识的重要条件；是员工用心工作，快乐工作的不竭动力；更是员工提高执行力的根本原因。

执行力决定着一个企业的核心竞争力。商业界有这样一种观点：“决定企业发展的有三种力量，商业模式占百分之二十，市场机遇占百分之三十，执行力占百分之五十。”执行力不强，再好的策略也只能是一纸空文，所以，执行力在核心竞争力中占据着“核心”地位。

对于商业银行的核心竞争力，大部分人的观点集中在产品和服务两大方面，但是这只是核心竞争力的两种表现形式。产品具有同质性，服务具有模仿性，能够表现出差异的在于执行力的发挥方面，这也是决定产品和服务质量的内在因素。所以说，商业银行核心竞争力的内涵在于执行力。提高执行力是企业文化建设的重要内容，是为员工创造价值的目的之一。

通过员工价值创造体系，体现以人为本的思想，使广大员工树立主人翁意识，本着“我是建行的一员，建行发展需要我们共同努力”的心态积极主动领会方针，落实工作，营造良好的氛围。更好地为客户创造价值，为股东创造价值，为社会创造价值，实现建行价值体系的良性循环发展，最终实现

建行整体又好有快地发展。

将企业文化转化为深层次核心竞争力先进的企业文化成就了优秀企业的“神话”。每一个成功企业的背后必有其引人入胜的企业文化。企业文化在20世纪80年代由幕后走上了前台，成为全球企业家关注的话题。

有了奋斗目标，我们必将背负起自己的使命，去创造一番辉煌。我们要将自己的使命定位在“让客户满意、为股东增值、使员工快乐、尽社会责任”。

如何为股东增值？

如何使员工快乐？

如何尽社会责任？

我们坚信，只要有坚定的信念，持之以恒，坚持不懈地去实践、去奋斗，建设国际一流商业银行的进程中必将有我们浓彩重墨的一笔！

企业读后感集篇五

我认为，首先要坚持“以人为本”，塑造学习型的企业文化。

二是要建立科学合理的激励机制。只有建立一套科学合理的激励机制，客观公正地评价员工的价值创造力，才能充分调动全员参与企业活动的积极性和创造性；三是要创建明确、具体、富有强大凝聚力的目标价值导向机制，把信合员工的意志和行为引向同一个方向和目标，使大家心往一处想，劲往一处使，力往一处用，使员工之间产生共同的语言，共同的荣辱感，共同的责任心，从而增强信用社的凝聚力和向心力，增强员工的使命感和归属感，从而不断提升信用社的经营管理水平和经济效益，打造全新的农信品牌。

其次要围绕服务和创新，强化具有自身特色的经营理念。一是优秀的企业文化必须具有鲜明的个性，如：海尔集团的服务理念是“顾客永远是对的”。也就是说，顾客的需求是没有错的，那么，企业永远都要为满足顾客的需求而不断的创新，这样才能使企业保持旺盛的生命力。

作为服务“三农”的信用社就要围绕“农”字做文章，切实要把农户利益放在首位，不断创新服务手段，继续引深“小额信用贷款”和“农户联保贷款”这些新的金融产品，来满足农户对金融服务的需求，从而培育自身的客户市场和黄金客户群；二是规范服务行为和服务质量。

我们要树立“以质量求生存，以服务求发展”的意识，对客户实行“一条龙”服务、“承诺限时”服务和“一站式”服务，不断加固和延伸服务文化半径，用微笑服务，文明服务撒播大街小巷，温暖千家万户，让农民得到实实在在的方便和实惠；三是以创建“信用户、信用村、信用乡(镇)”为载体，营造一种“讲信用光荣，不讲信用可耻”的社会氛围，进一步加深信用社与农民之间的感情，从而实现社农双赢。

最后，我们还要着眼大局，小处入手，稳健和谐地推进企业文化建设。我们加强企业文化建设的目的就是要在信用社形成以精英团队塑造企业文化，以企业文化培养优秀员工，以优秀员工创造管理品牌，以管理品牌推进规模发展，以规模发展追求企业效益，以企业效益凝聚优秀人才的良好企业文化。

但是我们信用社的企业文化建设是一个循序渐进、逐步升级的过程，只有基础做好了，才能一步步地向前推进，不能操之过急，更不能有“米不够水来凑”的想法，而应该从点滴做起，从一个亮点、一个窗口、一声问候中来致力于信用社的服务宗旨、价值观念和文化道德的弘扬，一旦孕育出真正的信合文化，我们的信合事业将乘千里风破万里浪，成为一艘能够抵抗风浪勇往直前的航船。

企业读后感集篇六

企业文化包括精神文化、制度文化和物质文化。

前不久，我在某报上读到这样一则消息：“海尔”人在接待参观者的整个过程中，主人总是坚持面朝着参观者边倒行边介绍情况，许多参观者对这种“倒行工作法”费解，时常有人问：“你们这样做是不是有点难受”但听到的回答却总是一样的“面对你们是一种尊重”。

大家知道，海尔集团是在海内外享有盛誉的大型国际化企业“海尔”之所以能快速成长为企业巨人，关键因素就是因为它锤炼形成了富有自身特色的企业文化，并且使之在职工心中深深地扎了根，不断开出芬芳的花朵，结出丰硕的果实，焕发出源源不断的生机和活力。

“海尔”现象及其培育的企业文化已成为许多专家、企业关注和研究的焦点，成为人们前进的路标和旗帜。

说到这里也许就会有人问：企业文化真的有那么神奇吗到底什么是企业文化呢专家已经给出了定义：企业文化是企业在长期的生产经营活动中创造的具有企业特色的物质财富和精神财富的总和，它对外是一面旗帜，对内是一种向心力，是企业的灵魂和持久动力。

企业文化包括精神文化、制度文化和物质文化。

其中，精神文化又称企业理念，是企业文化的精髓，处于核心地位。

那么，企业文化有多神奇呢海尔集团首席执行官张瑞敏指出，你可以毁掉海尔，但你毁不掉海尔文化。

正象一位会再哲人所言，今天你听到可口可乐被火烧尽的消息，明天就造一个新的可口可乐，因为有可口可乐的文化在。

可见，企业文化对企业以及企业员工的影响是深远的，它的魅力是无穷的。

我们信用社是经营货币的特殊企业，同样需要有自己的特色的企业文化，如果站在金融业风险和竞争的角度，我们信用社不仅需要企业文化，而且迫切需要。

如果缺乏了企业文化，我们信用社的经营管理就失去了灵魂，失去了发自内心的动力和追求，就仅仅是只具备外表，而缺乏内涵和活力，如果说有活力，也难以持久保持。

可令人遗憾的是，我们信用社的企业文化建设基本上还停留在表层和初始阶段，还停留在感性和模糊的认识上。

那什么是信用社的企业文化我们应该怎样建设这一问题我思索了很长时间，而且我相信，它同样也困扰着我们每位信合员工，更需要我们每位信合员工用自己的智慧和心血来浇铸。

那么，如何塑造我们信用社的企业文化呢？

我认为，首先要坚持“以人为本”，塑造学习型的企业文化。

一是要优化用人机制。

21世纪的竞争归根到底是人才的竞争，谁善于经营人才，谁就是最后的胜利者。

因此我们信用社必须改革用人机制，真正做到“能者上，平者让，庸者下”，建立“任人唯贤”的用人文化；二是要建立科学合理的激励机制。

只有建立一套科学合理的激励机制，客观公正地评价员工的

价值创造力，才能充分调动全员参与企业活动的积极性和创造性；三是要创建明确、具体、富有强大凝聚力的目标价值导向机制，把信合员工的意志和行为引向同一个方向和目标，使大家心往一处想，劲往一处使，力往一处用，使员工之间产生共同的语言，共同的荣辱感，共同的责任心，从而增强信用社的凝聚力和向心力，增强员工的使命感和归属感，从而不断提升信用社的经营管理水平和经济效益，打造全新的农信品牌。

其次要围绕服务和创新，强化具有自身特色的经营理念。

一是优秀的企业文化必须具有鲜明的个性，如：海尔集团的服务理念是“顾客永远是对的”。

也就是说，顾客的需求是没有错的，那么，企业永远都要为满足顾客的需求而不断的创新，这样才能使企业保持旺盛的生命力。

作为服务“三农”的信用社就要围绕“农”字做文章，切实要把农户利益放在首位，不断创新服务手段，继续引深“小额信用贷款”和“农户联保贷款”这些新的金融产品，来满足农户对金融服务的需求，从而培育自身的客户市场和黄金客户群；二是规范服务行为和服务质量。

我们要树立“以质量求生存，以服务求发展”的意识，对客户实行“一条龙”服务、“承诺限时”服务和“一站式”服务，不断加固和延伸服务文化半径，用微笑服务，文明服务撒播大街小巷，温暖千家万户，让农民得到实实在在的方便和实惠；三是以创建“信用户、信用村、信用乡(镇)”为载体，营造一种“讲信用光荣，不讲信用可耻”的社会氛围，进一步加深信用社与农民之间的感情，从而实现社农双赢。

最后，我们还要着眼大局，小处入手，稳健和谐地推进企业文化建设。

我们加强企业文化建设的目的就是要在信用社形成以精英团队塑造企业文化，以企业文化培养优秀员工，以优秀员工创造管理品牌，以管理品牌推进规模发展，以规模发展追求企业效益，以企业效益凝聚优秀人才的良好企业文化。

乘千里风破万里浪，成为一艘能够抵抗风浪勇往直前的航船。

全新的企业文化公布了，作为一名网新人，我更加清楚地了解了公司定位、目标、方向和发展思路。

一个人创造不了文化，一件事不能形成文化，网新文化关切每一个人，每一件事。

学习企业文化的同时，我对当中的管理和团队有所感触。

但是在实际工作中也有一些不符合企业文化精神的做法，在此想谈谈我的看法。

关于部门间协调工作的问题。

我们客服部经常接触运管、财务、资质组，我发现在部门协调性的工作中经常会遇到经办人态度不好、速度慢、流程复杂多变、各自为政等等情况，导致不同的部门之间有一堵无形的墙。

例如又一次在客户临时要办理续费，我去财务开发票，但是开票的前提是订单已审，客户总公司的财务一个月来报一次推广费用，错过了就要到下个月。

在hi上沟通无效的情况下我就去运管部说明情况，但是他们讲我每次都上去催订单，很不理解。

建议建立一套应急机制，将此类情况列入应急流程，保障客户利益。

跨部门工作是正常的事情，如果不打破交流障碍会影响整个公司工作效率和运营速度。

关于岗位职责范围界定的问题。

上次公司客户答谢会，我有客户同意会场续费领礼品，当时签了续费合同。

我把合同拿给财务，申请拿礼品，但是财务坚持认为我的合同金额是自己临时写上去的，不像真的。

拒绝给我礼品，导致我的工作很被动，后来花了一番周折才解决了。

我认为财务的工作职责是看到合同当即确认，如果合同是假，导致的后果应该是我来承担。

如果我交了合同他不给确认，那是他没有搞清自己的工作职责。

建议公司明确各个岗位的职责范围，在岗人员应当十分清楚自己该做什么，不能以自己的主观判断影响各个部门的正常工作。

关于公司政策的连续性和稳定性问题。

公司续费的礼品政策经常无故中断，或者变更礼品档次。

礼品作为我们客服做好客户关系的有效方法，有的客户很看重。

经常我们与客户是在续费前就与客户确认好礼品事宜，但是客户打完款后政策又变了，我们不好跟客户交代。

一方面影响客服在客户心中的形象，另外也阻碍我们的工作

进度。

建议增强公司政策的稳定性和连续性，充分论证。

朝令夕改，使一线人员无法正确理解贯彻。

既不能达到既定目标，还会影响公司对外形象。

全新的企业文化已经出炉，需要公司全体员工深入学习、深刻理解，在日常工作中践行企业文化的各项要求。

蓝图已经绘就，号角已经吹响，我将在公司新的发展大潮中提升贡献更多的力量！

企业读后感集篇七

根据公司下半年读书活动的要求，我学习了《企业管理》一书。这本书，让我学到了很多企业管理知识，受益匪浅。我深刻体会到，作为一名合格的企业管理者，应该如何驾驭整个企业的运作机智，以管理促创新，以创新促效益，从而促使企业稳步健康发展。目前，社会经济在飞速发展，企业如何在激烈的市场竞争中获得市场份额，在管理中实现经济效益、社会效益的双丰收，是一个值得研究和探讨的课题。通过这次学习，我个人认为，企业要想实现大发展，必须做好以下几点工作。

首先，要毫不动摇的狠抓人力资源管理。一个企业的发展，归根结底，在于人才，在于充分挖掘人才的潜力，使其为企业服务。企业的管理者不在于他像关羽一样“千军万马中，取上将首级”，也不在于他像张良一样“运筹帷幄，决胜千里之外”，重要的是他能否找到和使用好这样的人，即识人用人决定了一个企业的发展远景。古往今来，这样的例子有

很多。刘邦用萧何、张良、韩信，建立汉朝后曾说过，我管理不如萧何，计谋不如张良，领兵打仗不如韩信，但是我成功了，因为我很好地使用他们，大家都成就了一番丰功伟绩。经营企业必须实施两手抓、两手都要强的职工队伍建设。一方面要继续面向社会，广开才路，大力引进高素质人才；同时对在职职工要积极培养和关心，实现“三留人”，即情感留人，待遇留人，事业留人。另一方面，对现有职工进行强化培训，达到巩固提高的目的，不断挖掘其潜力，适应市场经济的发展。信任是基础，事业是平台，利益是杠杆，感情做纽带，一个企业管理者，尤其是高级管理者，牢记这个用人方略，就一定能充分调动员工积极性，使其竭尽全力为企业发展做贡献。

其次，始终如一的开拓、经营市场，培养核心竞争力求生存。市场，是一个企业发展的命脉所在，占领多大的市场份额，开拓多大的领域，从一定程度上说，证实着一个企业发展的实力。所以，如何开拓市场、经营市场显得尤为重要。开拓市场也必须依据行业特点逐步实施。所谓核心竞争能力，是一个企业赖以生存和发展的关键要素。它不仅指某种独特的产品或技术，还包括销售渠道、顾客服务、顾客群、品牌、资金以及研发能力。

一个企业不可能拥有所有这些能力，但它必须发展一种不同寻常的能力，才能成为一个拥有核心竞争能力的企业；核心竞争能力是企业战略的焦点，它必须形成理念，并体现在核心产品上，获取高于竞争对手的质量水平，并能移植到各分支机构中。具体到企业要如何培养自己的核(快乐的元旦作文)心竞争能力，首先应如前所述的分析我们的生存环境、竞争优势、竞争弱势，然后扬长避短，定位自己赖以生存的市场，建立围绕该市场运作的机制，该机制能够激励全体员工围绕股东财富最大化进行运作，并且能够适应市场的变化。这种以市场为导向，以股东财富最大化为目标的运作机制自然会形成企业的核心竞争力。定位、开拓市场，培养核心竞争力是企业的生存之本。具有核心竞争力的企业才能在市场经济

的环境中生存。针对企业内部市场越来越小的生存环境，必须加大外部市场的开拓力度，采用多种方式扩大市场占有率，例如市场开拓、企业收购、兼并或联合开拓等形式。积极增加企业对外创收。抓紧研究并制定企业发展战略，加快多种经营发展步伐。在比较短的时间内完成市场的重新定位，资源的优化配置，调整产业结构。

建立现代企业制度，真正做到以市场为导向，主动面向市场，认真调查研究市场，积极开拓市场，打开新天地。企业光守是没有出路的，必须不断在市场中发展壮大自己，把握市场的脉搏，建立与市场合拍的核心竞争能力，企业才能在市场变化中谋得自己的一席之地。

前不久公司给每个员工发了一本叫《责任胜于能力》的书，让每个员工不但要认真阅读，而且要写好读后感。起初并没有在意这件事，还有点怨声载道的样子，搞什么不好呢？何必多此一举，这不是浪费时间吗？大家都在忙忙碌碌干自己的事情，哪有时间看闲书。直至真正静下心来看了以后，方知领导的用心良苦。这是一本非常有实用价值的教科书，运用形象生动的案例及通俗易懂的语言，深入浅出的阐释了责任是一种与生俱来的使命。无论什么人，只要来到这个世界，都要肩负起自己的使命，这个使命就是我们常说的责任。不仅要对社会负责，还要对家庭，对工作，对单位，对领导负责，更要对自己负责，这是责无旁贷的历史责任。天生我材必有用就形象地说明了每个人，无论在什么岗位都有自己的责任。一个没有责任感的人，就是一个不完美的人，就是一个醉生梦死，游戏人生的人，就是一个碌碌无为，胸无大志的人，是一个彻头彻尾自私的人。由于社会分工的不同，每个人的责任也不同，在什么岗位承担什么责任。一个普普通通的员工，所要承担的责任就是兢兢业业，任劳任怨，尽心尽力，不折不扣地完成领导交给自己的每项工作任务。

一个中层干部的责任就是承上启下，充当领导与员工间的桥梁与纽带，既要领导负责，又要对下级负责，同时要对自己负责。对领导负责，就是要原原本本地把领导的决策与意图，传输给

每个员工,让员工时时刻刻听到领导的心声,明明白白自己充当的角色与任务,带领员工保质保量完成领导交给的各项工作任务,对于发生在自己管辖范围内的事情,要积极主动地处理好,不要什么事都推给领导去处理,把矛盾上交,自己充当好人,这是典型的不负责任的表现. 对下级负责,就是要想方设法把员工团结在一起,形成强大才凝聚力和合力,依靠自己的影响力带动员工,完成好本职工作,关心下属的生活起居,设身处地为职工谋利益,使职工善始善终与领导保持高度一致,同舟共济,同生共死,把自己的企业搞好.

对自己负责就是要时时刻刻保持洁身自好,以身作则,为人表率,率先垂范,尽职尽责带好自己的团队,在确保完成本职工作的同时,加强对职工的职业操守教育,提升职工的综合业务素质,为企业培养后备力量,如果一个经理或者部门负责人,在自己执政的期间,不能很好地培养有效的接班人,仿佛这个地方离开自己就是什么都不行,那他就不上一个称职的中层干部. 责任是能力的表现,一个人有多大的能力,就能承担多大的责任,责任与能力是成正比的. 但责任与能力是不断变化的,不是一成不变的,随着工作经验的丰富,社会阅历的增长,劳动技能的提高,领导艺术的升华,能力会越来越强大,承担的责任就越来越大,那么他对社会的贡献就越大,这是不争的事实.

“责任比能力更重要”,在能力相同或大致略同的情况下,责任心对工作的结果往往能够起到决定性的作用. 责任能够令一个人具有最佳的精神状态,精力充沛地投入到工作中去,并能最大限度地发挥自己的潜能. 如果一个自命不凡的人,虽然具备了得天独厚的条件,但他不愿意付出努力,也不会为企业创造价值. 而一个能力有限,但愿意为企业全身心付出的员工,不但能够出色地完成企业交付的任务,而且,会给企业创造意想不到的价值,重在自身. 总之,通过学习《责任胜于能力》这本书,使自己明白了一个道理,那就是不管做什么工作,在什么岗位,都要尽职尽责,一丝不苟. 工作无小事,责任无大小,只要勇于承担责任,即使能力有限,也能创造出惊天动地的业绩来,如果没有责任心,就是能力再大,也都无济于事,不会有所作为.

责任重于泰山,在今后的工作中,一定要尽自己最大的努力,做好本职工作,做一个让领导放心的好员工.

如今生活在这样一个高速的社会,随着一切一切都在提速,所以经济也在不断的加快,我国的经济gdp总值今年超过日本成为第二经济实力大国,这与二十年前的环境相比,我们的生活水平大大提高了,物质生活也丰富了许多,二十年前的平平矮矮的房子,如今逐渐在被高耸的楼盘所取代着,有人说看一个地区的经济发展水平就要看它的“交通”设施,交通是经济发展的重要体现,古代的“丝绸之路”带来了大量的财富,如今的高速公路,各种高架桥,高铁:最近我国又研制出新型的时速达到的486.1公里高铁,可见一切的一切都跟“高速”这个词分不开,我们加快了生活质量的进步却往往忽视了我们内心世界心灵的发展,为何物质世界的满足却加重了心灵世界的空虚。

最近看了本关于企业管理的书籍,是由日本人稻盛和夫所着,其名为《活法》说是管理类的书籍,但我看来倒不如说人生哲学类的更为恰当,他让无数在迷茫时代的我们找到了人生的方向。

“此刻的我们处于一个‘不安的时代’,极度混沌,看不清未来。理应丰富的心灵,却怎么也得不到满足。衣食无虞却少了些礼节,看似自由却常感觉到窒息。”的确我们每年有近百天的休假期,我们可以背上行囊踏上地理上的任一寸土地,却找不到心灵上的那片田园;我们成为了行动上的强者,却变为了思想上的弱者。曾经儿少时的梦想就像是否真的已经变成了“梦想”。

这样的一本书的确给我了一些人生的启示,在这复杂的社会群体,因为各自的利益关系,人与人的情感变得更加冷漠,各自为利益而活的人是否真找到人生的意义。我们追逐着各自的利益,却忽略了我们那种人性最高尚最单纯的本质,孔夫子曾经说过“人之初,性本善”,我们单纯、善良、为他

人的一面如果都融入到社会之中这又将是一个怎样和谐美好的世界呢。其实我们都生活在一个社会的环境中，但是人们的心态却各不相同，有人看到美好，有人看到压抑，有人看到灰暗，这是因为人们各自生活在自己所创建下的拟态环境中，何为拟态环境？就是自己脑海中构造的一种现实生活状态，社会是客观存在的，主观不同在与我们所建造的拟态环境接收后所转化的信息的不同。何谓成功人士，大家往往会认为，政坛要人，演艺明星，集团老板等地位显赫那就是成功。但我现在并不这样看，做自己，努力，善待他人，做有益他人之事，永远怀着一颗感恩之心这也未尝不是一种成功。当然我并不是圣人，我只是做好我自己正直、诚实的一面。中国是一个无信仰的人口众多的国家，但我们有儒家思想的指引，我们崇尚以礼待人，对父母孝顺，对国家忠诚。这些品质是我们所不应该随着经济的高速发展而逐渐消亡的。

稻盛哲学告诉我，每一个渺小事物都有其存在价值，即使我们身处恶劣的环境只要我们有着一颗坚韧的信念，看待事物的美好心态，其实这一切是在对我们人生的一种磨砺，只有经历过磨砺的人们，才会找到人生的价值。我们之所以茫然，是因为我们不知道我们的人生到底是为什么而活。日本这样的一个小岛国竟然称为世纪经济大国，他的成长离不开他背后的一种企业文化的支撑，其实企业文化，我觉得更像是对人性的感悟。其实在这样一个商业纵横的时代，“利他即利己”这样的一个理念可能多数人会认为这太过空想，其实不然，这个世界是公平的，你能切身为他人着想，他人也会被你的心所感动，力的作用是相互的，只要我们有着一颗简单、谦虚、善良的心态服务大众，我相信我们获得的不仅仅是物质上的利益，更是心灵上的一种添补。

心态决定着我们的生活，有着良好的心态，不知可以带动自己的人生轨迹，更能带动家人、朋友，人生短短几十年，既然都是活着为什么我们要以一种沮丧，怨恨的视角看待一些发生在我们身上的经历呢，如果换种心态磨砺未尝不是一种收获，那让我们更加珍惜我们所辛苦获得的成绩。简单、快

乐、做利他人之事，这不只是管理经营之道，更是人生之道，所以希望大家都能拥有健康快乐的心态去生活，生活其实很美好，在于你是否那双善于发现的眼睛，这双“眼睛”其实就是我们的心灵吧！

近期读了周三多和陈传明和撰的《管理型——原理和方法》，对于企业管理中的创新讲述的鞭辟入里，遂颇有感慨的写下了读后感。

企业管理书籍读后感3篇企业管理书籍读后感3篇创新是以新思维、新发明和新描述为特征的一种概念化过程。起源于拉丁语，它原意有三层含义，第一，更新；第二，创造新的东西；第三，改变。创新是人类特有的认识能力和实践能力，是人类主观能动性的高级表现形式，是推动民族进步和社会发展的不竭动力。一个民族要想走在时代前列，就一刻也不能停止创新。一个企业要想在激烈的竞争中立于不败之地，就必须坚持把创新作为管理的核心职能，甚至把创新视作管理的灵魂。

创新，在企业的管理中有着不容小觑的作用。由于知识经济的发展，信息技术的广泛运用，极大地加速了知识的生成与发展过程，从而引导着企业组织的创新，影响着企业组织的变革。

一、企业管理创新

创新首先是一种思想及在这种思想指导下的实践，是一种原则以及在这种原则指导下的具体活动，是管理的一种基本职能。企业系统在运行中的创新要涉及许多方面：目标创新、技术创新、制度创新、组织机构和结构的创新以及环境创新。要有效地组织系统的创新活动，就必须研究和揭示创新的规律。创新是对旧事物的否定，是对新事物的探索。总结众多成功企业的经验，成功的创新要经历“寻找机会、提出构思、迅速行动、忍耐坚持”这样几个阶段的努力。

企业系统的管理者不仅要根据创新的规律和特点的要求，对自己的工作进行创新，而且更主要的是组织下属的创新。首先，要正确理解和扮演“管理者”的角色；其次，要创造促进创新的组织氛围；再者，需要制定有弹性的计划，并且正确地对待失败；最后，需要建立起合理的奖酬制度。

二、企业技术创新

与企业生产制造有关的技术创新，其内容也是非常丰富的，从生产过程的角度分析，可分为：要素创新、产品创新、要素组合方法的创新。但是无论是何种内容的技术创新，最终都会在一定程度上促进产品竞争力的提高。

创新源于企业内部外部的一系列不同的机会。美国学者德鲁克把诱发企业创新的所有不同因素归纳成七种不同的创新来源：意外的成功或失败、企业内外的不协调、工艺过程的需要、产业和市场的改变、人口结构的变化、人们观念的改变以及新知识的产生等。

任何企业都在执行一套符合自己特点的技术创新战略，而在无意识中形成的技术创新战略是一系列选择的综合结果。这些选择一般涉及创新的基础、对象、水平、方式以及创新实现的实际等多个方面。

三、企业组织创新

企业是人的集合体，企业绩效取决于其成员的努力。这些成员是在企业活动的不同时空提供这些努力的，要使这些努力转变为对企业有效的贡献，必须对他们在企业活动中的行为进行引导和整合。

企业组织创新包括了企业制度创新、企业层级结构创新以及企业文化创新。

总之，没有创新的企业注定是落后的，没有创新的企业注定是没有希望的，我们要顺应发展趋势，鼓励创新，支持创新，在企业或组织形成创新的良好氛围，促进利润增长，推进企业发展。

通过对该书的研习，我对企业管理有了初步的涉猎，对于我今后的学习和生活必然将产生潜移默化的影响。

企业读后感集篇八

由于农行是老单位，企业职工来自四面八方，思想意识和个人素质不尽一致，如何统一思想，营造一个团结和谐的大家庭并发挥每个人的聪明才干，这是摆在我们面前的一个新问题。

我们在创建企业文化过程中，始终贯穿着“以人为本”的理念，尊重职工的创新精神，关心职工群众冷暖。

促进目标实现要调动员工的积极性、主动性和创造性，要增强企业凝聚力，就要培育出一种既适应时代要求，又适合本企业特点的企业精神，使之成为企业全员的群体意识和群体精神，成为企业发展的强大动力。

责任与每一个人的工作、生活都不可分离，与每一个单位的生存、发展都密切相关。

一个时代有一个时代的使命，一代人有一代人的责任。历史的接力棒已传到我们手中。建设和谐企业，这是一个光辉的奋斗目标，也是一个艰辛的历史进程。实现这个目标，推进这一进程，就是我们在自己的岗位上忠实履行责任的奋斗过程。

让我们甄别消极混乱的意识，摒弃损公害己的行为；让我们

深入解放思想，切实转变观念；让我们听从责任的召唤。