

读企业管理心得体会 企业管理读书心得(模板5篇)

从某件事情上得到收获以后，写一篇心得体会，记录下来，这么做可以让我们不断思考不断进步。我们想要好好写一篇心得体会，可是却无从下手吗？下面是小编帮大家整理的心得体会范文大全，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

读企业管理心得体会篇一

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。

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。

读企业管理心得体会篇二

现代企业管理在社会经济发展中的地位日益重要。你知道企业管理读书心得是什么吗?接下来就是本站小编为大家整理的关于企业管理读书心得，供大家阅读!

随着知识经济和科学技术的迅猛发展以及社会主义市场经济体制的建立，在企业管理方面的人才需求量，给中国企业的发展带来前所未有的挑战。我国现代化建设急需大批既拥有一定的专业技术知识基础、又懂得管理学基本原理和必要的管理技能、了解中国企业实情、具有决策能力、创新意识和开拓精神的复合型企业管理人员。而学校提供的这门课，给我们提供了系统学习现代企业管理知识的平台，优化管理知识结构，更新管理理论，开拓视野，自我超越，全面提升管理能力和管理素质。目的是让我们了解和掌握企业管理的一般原理、理论和方法，培养我们专业性的企业管理意识和企业管理思维，为我们从事具体企业管理工作奠定理论基础。

现代企业管理是一门应用性很强的学科，它直接指导企业管理的具体实践，促进企业管理水平的提高，在我国社会主义

市场经济下，努力提高管理，增强企业的竞争能力和发展能力，已成为当务之急。因此学习现代企业管理具有十分重要的理论意义和现实意义。通过学习，我们应该掌握现代企业管理基本原理和基本知识，熟悉企业管理的主要职能和一般过程，掌握现代管理的科学方法和技能，为今后工作奠定一定的理论基础。

管理”一词，包涵“管”和“理”两个意思。其实，从某种意义上讲，“理”比“管”更重要。在中国文化中，尤其重视“理”的作用，诸如梳理、调理、清理、理顺。“理”什么？诚然，理事很重要，更重要的是做好人的工作，重视人的因素，理顺人际关系。

事实上，研究人的行为是现代化工业发展的需要，工业自动化程度的提高不仅没有削弱人的因素的作用。相反，在某种意义上说，增加了人的因素的作用。因为一些技术性很强的工作，实际上是无法监督的，不靠职工的自觉性，就无法做好。西方“行为科学”企图以此为手段，缓和劳资矛盾，刺激职工的“积极性”，提高劳动生产率。

当今，国外管理领域中，流传着一种说法：人的知识不如人的智力，人的智力不如人的觉悟。美国大企业家、全美食品同业公会主席法兰西斯因袭培根指出：“你能用钱买到一个人的时间，你能用钱使一个人在一定的时间内，停留在一定的地方，你能用钱在一天或一小时内，买到别人的肌肉动作；然而，你却不能用钱买到热情、买到主动、买到忠诚，也不能买到一个人对事业的奉献”。企业管理的至高境界是企业制度完善，员工热爱企业，企业里人人是主人，人人是管理者，员工自觉性极高，自律性极强，员工的主人公意识得到了充分发挥和展示。职工的高度自我管理基本取代了企业管理。企业管理部门的职能重点由管转向理和通，主要起引导和协调的作用。企业的各种资源得到了最充分的利用，企业的管理成本也降低到了最低水平，这也是全世界企业和企业管理者不断追求的管理目标和境界。管理就是人的资源和物

资源的连结,就是开发人力和物力,在这里人和人力是十分重要的因素,那么,“以人为本”便是管理思想的精髓,是新世纪管理的根本指导思想。

首先,端正对人的认识,树立平等观念

在知识经济时代,知识正成为发展经济与开竞争的原动力。而知识的载体是人,是掌握熟练业务的科技专业人才。

企业的主体不是雄厚的资金和丰厚的原材料,而是企业中的人。20世纪六、七十年代,日本经济在世界经济领域奇迹般地崛起,就非常深刻地说明了这个道理。“以人为本”的管理思想,就是要彻底纠正把人视为“活机器”的错误观念,消除广大职工心中的被雇佣思想,调动职工的生产积极性。为此,在企业内部要树立“工作上有分工,职务上有高低,人格上要平等”的观念。要求管理者要尊重职工的人格和权利,理解每个职工的具体处境和个性,承认职工的不同性格、兴趣和爱好,热情、诚恳、宽厚地对待每一位职工,最大限度地开发人的潜力,调动人的积极性,在服从企业大局的前提下,鼓励人的自我实现,公司尊重人的价值,员工也就被管的开心、乐意,从而形成上下荣辱与共的信念,企业的经济效益自然也就大大地提高。韦尔奇讲过:知道——并且——是面对——我们的员工的所思所想,是我们成功的关键因素。

其次,强化民主管理,确保职工主人翁地位。

企业职工的主人翁精神,是在企业生产经营中,职工对国家、对社会承担的使命、职责、义务反映出来的先公后私的思想意识,而职工的主人翁地位往往体现在对企业一系列重大决策的参与上,通过职工积极参与民主管理来实现的。民主管理是从内心深处来激发每个员工的内在潜力,主动性和创造性。使他们能真正做到心情舒畅,不遗余力地为企业不断开拓新的优良业绩,自觉自愿地将自己的知识,思想奉献给企

业。只有强化民主管理，才能不断增强职工的主力军意识，构建“企业的困难，职工来协助，职工的困难，企业来解决”的命运共同体，具体体现在：

(一)广开参与渠道。要通过建立健全职代会制度、管理委员会制度和积极开展经常性的合理化建议活动等，来充分调动广大职工参政、议政的积极性，把他们的智慧渗透到管理过程的各个环节。

(二)注重参与效果。注重参与的实际效果，就是说不能仅看召开了多少次职代会，通过了多少项决议，采取多少种形式，收集了多少条合理化建议，高级管理层接待了多少次职工，而是要看执行和采纳的情况如何，是否监督有效，贯彻得力，成果显著。注重参与效果是真正把民主管理落实到实处的保证。

(三)优化参与环境。这是广开参与渠道，注意参与效果的前提和基础。优化参与环境必须从两方面入手。一方面，企业职工要不断加强学习，提高自己的思想觉悟以及参政议政的水平 and 能力；另一方面，作为管理层，特别是高层管理者，要通过沟通、协商、引导、了解员工的价值观，对事业的理想，以便为之创造一个有利于调动积极性的机制和环境，使之自觉自愿地发挥和贡献他们的聪明才智，调动其主观能动性。要乐于听取不同意见，做到兼收并蓄，博采众长，努力为企业的发展创造宽松和谐的人际环境。第三，更新人才观念，健全岗位成长制度 第三，处于现代企业制度建立时期的企业，面临着市场经济条件下的激烈竞争，这种竞争是企业综合实力、整体素质的竞争，是科学文化、企业文化力的竞争，说到底还是人才的竞争。美国钢铁大王卡内基说过：“将我所有的工厂、设备、市场、资金全部夺走，但只要保留我的组织人员，四年之后，我将又是一个钢铁大王”。由此可见，人才对企业的重要性，一个企业综合竞争力的不断提高，有赖于企业更新人才观念，健全成长制度，拥有各类高素质的人才。因此，培养一流的职工队伍，造就和拥有一大批思想觉

悟高，道德修养好，本职业业务精，法制观念强，知识面广的高素质、多功能人才，对于企业的发展有着非常深远的意义。

(一)建立培养人才的社会机制。这种机制应包含下列因素：一是开辟经济建设和商品生产的主战场，让企业的优秀人才在这个主战场上有大显身手的机会；二是建立平等竞争，优胜劣汰的岗位环境和社会环境，让优秀人才脱颖而出，这能最大限度地激发人才紧迫感和创造性，除了人才向社会横向和企业内部上下流动外，还可进行岗位轮换、交叉任职；三是允许较大幅度地拉开收入差距，鼓励先进，让一部分人才通过转让自己的劳动成果致富；四是评选举荐机制，每年通过各层次各渠道评选表彰和晋升优秀人才，并大造舆论树先进，学先进。

(二)营造一个成就事业的良好环境。大凡有作为者，无不以业为重。所以，良好的软、硬环境，是吸引人才的磁场，企业应按照自己的专业尽量对口安置，以利于发挥他们的特长。员工个人的发展规划距企业的经营目标越近，员工的工作积极性*就越高，主人翁意识就越强，自我管理水平就越高，企业资源配置就越合理，利用就越充分，企业的管理效率和经济效益也就越好。好的经济效益反过来又能增强员工对企业的信心，激发员工的工作热情，二者相辅相成。

(三)建立深厚的感情，以情争取人心。以人为本的管理首先要注重感性管理，感情投资，其直接效益是密切企业中人与人，员工与企业的关系，树立群体精神，激励和调动全体人员的积极性、主观性和创造性。先哲有言：“得人心者得天下”。“疑人不用，用人不疑”，这是我国使用人才的优良传统，信任是建立浓厚感情和友谊的最起码条件。赛格还提出了“用人之才、记人之功、容人之过、解人之难”的用人原则。只有这样，才能真正做到物尽其用，人尽其才。

企业管理者应该考虑到员工的生活需要和社会需要，并满足他们的合理要求，切实为职工着想，替他们办实事，服务育

人，调动职工的积极性，增强企业的凝聚力和职工对企业的归宿感。

(一) 直视感情投资。如：过集体生日，探望生病职工，节假日慰问间坚守工作岗位的职工等等，增进干群关系，增强企业的凝聚力。

(二) 解决职工关心的热点问题。如：解决职工住房，办好医务所、幼儿园。在人员密集的住宅区设立邮电通信、储蓄和文化教育卫生网点，开辟商业服务中心等等。

物质利益的分配，是企业员工最敏感的一件事，也是他们进行劳动的最基本的动因。在生产力较低、物质财富贫乏的社会是如此，生产资料公有制的社会也概莫能外，企业中出现许多矛盾和难题，几乎都可以追溯到利益根本这一源头。所以，既要体现多劳多得的分配原则，在公平、公正的基础上让个人的收入与创造的效益挂钩，适当拉开收入的差距，又要不忘社会上义国家最终是要消除贫富不均、走共同富裕道路的宗旨。

企业文化是企业长期生产经营中形成的管理思想、群体意识和行为规范。企业的竞争也是企业文化力的竞争，因为加强企业文化建设，有利于增强企业的内聚力和外显文化的辐射力，提高企业的整体素质和综合实力，有利于增强企业在市场经济条件下的生存竞争能力和自我发展能力，促进企业两个文明建设的发展。

企业的核心是企业精神。企业员工是企业文化的创造者，同时又是接受者和传播者。企业精神一旦确定，企业的各项活动就要予以体现，让它成为企业员工认同、接受和社会公众所能理解的企业群体意识，成为员工精神动力的源泉。靠“以人中心”的企业管理思想，日本企业实现了以“人的自动化”为特点的管理现代化，使每个人“自动”、“自觉”地去完成他所承担的工作。这种企业精神对振兴整个日

本民族的经济起了重要作用，使之一跃成为世界第三大工业国。

管理学家克拉克说过一句很深刻的话，信息革命改变着人类社会，必定要改变企业的组织和机制。一方面，随着世界经济一体化进程的加快，新知识、高科技发展异常迅猛，企业间竞争已由“大鱼吃小鱼”向“快鱼吃慢鱼”急速转变。企业直接面对更大范围、更深程度上来自国内外越来越大的竞争压力。另一方面，天下没有免费的午餐，你投入一些钱，拿到人家标准化的软硬件，依样画葫芦想大幅提升竞争力，也是不可能的事。依据当今世界各种先进管理理论，并结合已往的经验，我们应当选择以学习力为依托，以执行力为抓手，全面提升企业管理水平，推动企业健康、持续的发展。总的来讲，可归纳为几点：

当代企业之间的竞争，说到底人才的竞争，是人才的学习力的竞争。所谓学习力就是一个人、一个企业或一个组织学习的动力、毅力和能力的综合体现。学习力贯穿于企业管理的始终，是企业获得生存与发展的基本条件。我们紧紧围绕“三要素”提高学习力，针对工作的重点、难点增强创新力，实实在在从组织保证、措施落实、载体创新等方面抓好学习型企业的建设，为做大做强企业打好基础。

1、提高认识，完善激励，激活员工学习动力

我们要求把工作的压力作为学习的动力，倡导干部员工树立新的学习理念，以学习带动创新，以创新推动企业发展。通过对市场上产品竞争、价格竞争、服务竞争的宣传报道，使每个员工都认识到面对竞争日趋激烈的市场，要适应市场需要学习；学习的动力源于学习目标的确立，思想意识的提高使员工获得了不仅要个人学而且要团队学的全员动力，而内部激励机制完善更催发了个人学习内动力。一是薪酬激励。不同学历给予不同的基本薪酬制度；二是奖惩激励。对在管理创新、科技攻关、产品创新等方面做出成绩的给予及时的奖励。

三是目标激励。制定各种培训目标，明确学习的步骤与计划并量化考核。

2、确立愿景、建立组织、强化员工学习毅力

学习型企业的创建工作是一项长期的系统工程，要扎扎实实深入持久，必须保持员工的学习毅力，也就是坚持学习、学有成效。应组织创建学习型企业领导小组，提供组织保障、落实监督措施、规定目标跟踪具体办法；确立学习愿景规划，并层层制定贯彻执行办法；建立奖惩约束机制，确保员工学习的积极性。

3、扩充载体，学以致用，提高员工学习能力应根据企业中现有人员的素质状况，从实际出发，建立了适合不同层次需要和不同工作需要的各种载体，在组织形式上采用外送培养、内部培训、联合培训、定期讲座等办法，在活动形式上采用集中培训、调研、学习、经验交流、岗位目标学习等。利用比较学习，开展多次的内、外部学习交流互动，取长补短，促进先进经验的推广与利用。

共2页，当前第1页12

读企业管理心得体会篇三

责任，是一种动力，是一种觉悟，在不同的时代，赋予了责任不同的含义，如在鲁迅眼中，责任就是“我以我血荐轩辕”。白色恐怖压抑下的中国百姓麻木不仁。鲁迅看见了中国百姓的冷漠与麻木，他弃医从文，用锋利的笔尖，犀利的语言来揭露社会的黑暗，唤醒民众沉睡的心灵，为了挽救民族危亡，鲁迅把自己满腔的热情都融入了革命事业中；因为责任，孟子奔走于各国之间，游说诸侯；因为责任，钱学森放弃在美国种种优越条件，毅然回国；因为责任，徐洪刚面对闪着寒光的匕首，扑向歹徒，奋不顾身；因为责任，马克思日以继夜，病逝案头；太多的人，选择了担负起责任，担

负起众人的希望。战火纷飞的年代里，责任是昭君“一去紫台连朔漠”的牺牲，是曹植“捐躯赴国难，视死忽如归”的豪迈，是秋瑾“一腔热血勤珍重，洒去犹如化碧波”的悲壮。政治黑暗的年代里，责任是杜甫“吾庐独破受冻死亦足”的辛酸，是龚自珍“我劝天公重抖擞，不拘一格降人才”的呼唤，是谭嗣同“我自横刀向天笑，去留肝胆两昆仑”的气概。在和平年代，责任是在不同的岗位上敬业奉献，有人说，责任是风，加大力度，就能驱散满天的乌云；责任是火，增添柴薪，就能照明前进的路途；责任是花，经过孕育，就能结出诱人的果实。是的，责任是我们生存的所在，有了责任，才有奋斗。

对于企业，社会责任是企业存在的基础，大多数企业家都以责任为重，因为财富到一定的程度就是数字符号，作为企业，需要对内和对外同时承担责任，如爱浪文化产业集团董事长胡荣强：“我从小就有一个人生的理念：人的财富应该有1/3是用于扩大再生产，用于壮大自己的事业。另一个1/3，用于支持亲人、本人、家庭各方面的开销。最重要的1/3是用于慈善公益事业。”如中电电气，将责任作为企业使命，认为行业领跑者就应该承担责任，以责任为己任；如三一重工，同样因为责任而不断向前迈进和成长。对于企业的社会责任，我认为应该从以下几个层面去分析：

一是对谁承担责任。企业在发展过程中，需要对内、对外都要承担责任，如对于有对员工的安全负责、对股东的回报负责、对产品的质量负责等等，对外需要对国家负责、对大众和消费者负责、对环境负责、对可持续发展和资源的利用负责等等。二是负什么样的责任。企业的社会责任有许多方面，首先是经济责任，有效率地提供合格产品；其次是法律责任，必须合法经营，遵纪守法；再次是道德责任，企业每一个成员有义务公平、公正地行事；最后才是慈善责任，企业通过社会公益成为良好的企业公民。在当前大多数企业连经济责任和法律责任等企业须履行的基本责任都还做不到位的情况下，不恰当地强调企业要为慈善捐款，否则就不是一个好的

企业公民，将会使企业片面地理解社会责任，从而衍生出许多不应该有的问题。一个企业，如果它能够健康发展，为社会创造出更多的财富，为人们提供更多的就业机会，为员工和股东做出更多的回报，它就是一个好的企业，就尽了企业应该尽的社会责任。我们当然希望所有的企业都能像那些伟大的企业一样成为一个企业公民，但就中国现阶段来说，还是要强调企业应该先把自己的基础责任做好，为相关利益者创造更多的价值，至于慈善，它不是企业履行社会责任的. 惟一的或首要的方式。

中国移动的社会责任管理经验能够被国资委选定为中央企业对标学习典型之一，可见社会责任管理与实践成效获得了认可。

中国移动从20xx年开始，以编制发布企业第一本社会责任报告为起点，通过六年的管理实践，逐步构建了包括策略管理、执行管理、绩效管理、沟通管理四大模块的战略性企业社会责任管理的完整体系，创新开发了企业社会责任风险管理、可持续发展指标体系等一系列管理工具，建立了行之有效的企业社会责任管理长效机制，有效确保了履行社会责任的战略性、系统性和实效性。

通过全面组织、系统推进，中国移动企业社会责任实践持续取得良好进展：中国移动“村村通工程”为数以万计的边远村庄新开通移动电话，并出色完成了多次大型活动和突发自然灾害的通信保障任务。通过新能源基站、小型化sim卡、推广电子渠道等手段持续推进运营节能减排，单位业务量能耗逐年降低。大力推进物联网和“无线城市”的发展布局，充分发挥信息化优势服务生产、生活。持续开展多项公益项目支持中西部地区教育发展、帮扶艾滋病致孤儿童、贫困先天性心脏病儿童等弱势群体，连续四年获得中国公益慈善领域最高政府奖项“中华慈善奖”。中国移动社会责任绩效也赢得了国际权威认可□20xx年，中国移动上市公司连续四年作为中国大陆唯一企业入选道·琼斯可持续发展指数，可持续发

展绩效表现跻身全球同行业最优的前10%。

总之，责任是一种动力，是一种使命，是个人和企业发展的驱动器，个人因责任而生活更加精彩，企业因承担社会责任而发展和成长更快。

读企业管理心得体会篇四

今天我参加了公司组织的培训课程，听了张永久老师激情生动的讲解，内心深受震撼，对企业文化、企业管理和企业发展有了更加深刻、更高层次的认识，结合8年来的工作实际，我深有感触，体会总结如下：

一、商道即人道，学好经商要先学会做人。

世界观决定方法论，对商道的认识，是一个企业、一个人对商业行为的根本看法，一个企业或个人持什么样的商道观念，也就决定了他在商场上的商业行为。“商道即人道”是中国著名红顶商人胡雪岩的经商之名言，是谓从商首先是人与人打交道，从商先做人，做人先讲诚与信，讲诚信才可以从商立事，所谓和气生财、诚信经营既是人性也是商道，以做人的方式做生意，是一种信念，一种责任，互为因果。一个企业要在现如今激烈竞争的环境中得以长久的生存，必须要恪守商道，以人为本、诚信经商，做生意不仅仅是为了赚钱，更重要的是为了获得人心，一个企业、一个商场能够获得大众的认可，自然也不愁利润，如此就良性循环，持续发展；如若一心只为赚钱，丧失人性、丢掉人心，最终是无钱可赚，无疾而终。

对于一个商场而言，面对硝烟弥漫的商战场面，要想取得胜出，首先要做好商道，端正做生意的态度，以人为本、诚信为本、文明经商，以真诚的心态获取人心，这样才能够得以生存。在商场内部管理中要以人为本，关心员工的生活和工作，在管理环节中处处体现企业对员工的关怀，发挥每一个

人的力量，形成一个有凝聚力、向心力、自豪感的集体，共同的为企业的发展贡献力量。在对外经商中，要诚信为本，以人为本，真正的将每一位顾客当做上帝，提高产品质量，提升服务态度和服务质量，获取人心，从顾客的角度出发，为每个人服务以至满意，让商场的品牌深入人心，让顾客信任商场、选择商场、推荐商场，这样不愁业务的增加，不愁利润的增长。

二、品质即价值，抓住利润先抓住品质。

商品的品质是指商品的内在素质和外在形态的综合，前者包括商品的物理性能，机械性能，化学成分和生物的物性等自然属性，后者包括商品的外形，色泽，款式或者透明度等。提高商品的品质具有十分重要的意义，因为品质的优劣直接影响商品的使用价值和价值，它是决定商品使用效能和影响商品价格的重要因素，在当前国际竞争空前激烈的条件下许多国家都把提高商品的品质，力争以质取胜，作为非价格竞争的一个主要组成部分，决定了生产者和商家在竞争中的地位，也是营销的重要手段。

对于商业企业来说，我们关注的品质不仅仅是商品本身的质量，更多的是对服务质量、消费环境的要求，产品质量能够带来高价格，服务质量也能够带来高价格，有时甚至比产品本身更重要。消费者都期望在消费过程中能得到热情对待，期望任何地方都有令人舒适的消费环境。服务热情，环境洁净，诚信无欺，是消费过程中应尽的责任，同时也是一个企业核心竞争力的重要组成部分，只有不断的提高商场的产品质量、服务质量才能够将消费者留下，才能够让消费者再次光临。商场在不断提高服务品质的同时，还需要不断的创新品牌，将现有品牌做大做强的同时，不断的研究新问题，捕捉新趋势，引进新产品，始终站在高品质、新品种的前沿，才能够创造新的价值，才能够提高利润，才不会被市场所淘汰。

三、文化促发展，谋求发展先建设文化。

一个企业的文化是企业的灵魂，一个企业只要一天存在，企业文化就一定同时存在。因为企业文化就是企业所有人员得思想、行为和行动的总和。企业文化的功能是鼓舞士气，陶冶情操，培育奉献精神，为提高基层的凝聚力，战斗力提供强大的精神动力和智力支持。而要实现这一功能，就必须不断增强企业文化的吸引力和感召力。这是因为，文化的功能是否能发挥的程序最好，最终取决于文化是否能够吸引人和感召人，能否为广大职工所接受并转化为强大的精神动力，企业形成了优秀的企业文化，也就为企业打造了高素质的员工队伍，而这支优秀企业文化武装起来的员工才是企业真正的核心竞争力。

增强企业文化的吸引力和感召力，必须解决好文化建设以人为本、为职工服务的问题，企业文化建设，只有紧紧围绕广大职工的精神文化生活需要，才能真正把他们凝聚到先进文化建设上来，企业的经营，最终经营的是人的思想，最终的落脚点是武装人，塑造人，鼓舞人，实现企业和谐，促进企业发展，一个正气的、团结的、向上的企业文化也是一个企业软实力的代表，它能够凝聚全体员工为了企业的发展，同生共死。所以一个企业要想长久的生存和发展，必须建设一个先进的、积极的企业文化。

四、创新促管理，加强管理先注重创新

这里的创新指的不是产品创新，而是在管理中的理念创新，以新的管理理念来管理企业，提高管理水平，提高管理效率。任何组织的管理者都是充满了责任和挑战的经营群体，他们承上启下、协调资源，为组织的长久发展而尽职尽责，管理者需要能准确的理解上层领导的计划意图，并运用各种素质确保下属和自己共同完成任务的管理人员。作为管理者，既要严格贯彻组织高层的战略意图，又需要结合本部门具体状况合理配置资源，充分调动下属积极性，发挥团队的合作能

力与创造能力，坚定地执行计划，进行具体的操作运营。管理是一门艺术，要结合不同的管理对象，管理目标，采取不同的管理方式，而一个新的管理理念将会带来不一样的管理效果。

老师用水性来隐喻领导，是一种全新的管理理念，是新的管理方式的探索，是一种新的对生命意义的探索。将水性应用到管理中，就是要在管理中提升管理的领导弹性，帮助其创造出一个高效率的团队。老子说“大道无形，大道似水”，懂得了水性，才能把握住为人处世的原则，作为一个领导者只有不断的提高自身修养，从人性出发，因人而异的处理各项事务，但同时又带领大家达到奋斗的目标，这就需要领导者要像水一样灵活，无论高山还是平原都无法阻挡前进的进步。

通过学习，使我对企业管理和企业发展有了新的认识，在今后的工作中我要再接再厉，加强学习，将理论落实到实际工作中，不断提高自己的认识水平和工作能力，为商场的发展贡献自己的力量。

培训课程该如何选择？

一、看专业优势

二、师资是否实战、知名

三、看机构实力开班经验

四、看平台价值，增值服务

文档为doc格式

读企业管理心得体会篇五

创新工作方式。思想工作是我们党的“传家宝”，长期以来有一套传统的办法和形式，搞企业改制有的可以直接借鉴，但更多的需要与时俱进，改革创新。一是变“磨嘴皮”为“办实事”。做思想工作，人们容易片面理解成“空头说教”。企业改制非同寻常，直接涉及员工切身利益，单靠“嘴皮功”是很难奏效。而为员工办实事，用事实讲话，比磨破嘴皮、开若干会议更管用。二是变“上对下”为“面对面”。企业改制政策性、业务性很强。资产变现、员工安置等方面的政策有上百条。如何把这些政策灌输给员工，使他们的看法和想法符合政策要求，常规的办法是开大会动员，办培训班讲解，或通过电视、广播宣传，这些形式也是需要的。但更应提倡领导坐下来与职工面对面进行思想交流，员工有什么问题，可以当场提出，当场解答。要深入现场，有针对性地做好一人一事的思想政治工作。坚持面向基层，重心下移的方向，加大现场宣传工作力度，努力把宣传思想工作向改制工作的一线延伸。要紧密结合企业实际，因人制宜、因地制宜地开展工作。坚持正面宣传与耐心说服教育相结合；坚持广泛发动与过细的思想工作相结合；坚持一人一事的思想工作与解决员工的具体困难相结合。要结合企业改制工作的实际，积极开展“民主对话”、“交心谈心”等面对面的现场宣传教育活动，通过召开座谈会、对话会和家访等多种途径，因势利导做好改制过程中的思想工作，并将思想工作做到员工的家中。三是变“硬处置”为“软着陆”，改制过程难免出现难以预料的矛盾，此时如果采取强制措施，往往适得其反，更需要的是讲究思想工作方法。

运用多种载体。各级领导要充分利用各种会议搞好思想发动，并通过企业局域网、板报、宣传栏等宣传载体做好宣传工作，充分利用两级公司局域网传播信息速度快、辐射面广的优势，积极开展“网上沟通”活动，把“三讲清”（讲清改制形势、讲清企业实情、讲清改制政策）贯穿企业改制工作的全过程，引导员工理解企业改制政策，有利于促进企业资产结构、组

织结构的调整优化，有利于企业转换经营机制，增强企业凝聚力，促进企业发展，并通过过细的思想政治工作，使企业改制尽可能得到更多员工的理解和支持，以确保企业改制工作顺利推进。