

# 2023年企业未来发展的思考 企业文化读后感(通用10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。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

## 企业未来发展的思考篇一

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！

## **企业未来发展的思考篇二**

夏日炎炎，很容易让人产生烦躁的心理，进而导致员工低下的工作效率。如何提高工作效率？在步入公司之初，我有幸接触到了《华为企业文化》这本书。在细细阅读该书后，被作者在书中提到的改善工作效率的观点与方法深深折服。这本书以华为公司为例，从领导层面乃至员工层面多方面、分

层次地讲解了公司里每个层面的员工，为提高工作效率所应该考虑的、准备的以及警惕的事情。对于刚入职到造价部的我来说，给了我很大的提示和帮助。

首先，我们要谨慎制定计划。在公司里，我们不仅仅是作为一个员工为公司尽心尽力的工作，更重要的是作为一个管理者，合理利用好时间和身边的资源，更有效率的去完成领导者布置下来的任务。作为新入职的员工，我们千万不能遇到任务就先干起来再说，而是要在接到任务后细细思考，以高效率完成工作为基础好好地计划下一步应该做什么。做任何事都不能太匆忙，没有计划就没有一个好的结果。对于任何事情，必须有一个详尽的计划，正所谓“磨刀不误砍柴工”，最终会大幅度提高工作效率。

其次，我们要合理规划时间。时间是现代人最缺乏的资源，也是我们最不珍惜、最容易逝去的宝贵财富。在日常工作中，很多人总是抱怨时间不够，然而这些时间都是由于不在意、坏情绪、不专心以及被打扰等原因造成的，其中位于第一位的就是“被打扰”。所以，在工作中，我们尽量不要事事都去打扰别人，给别人创造一个高效率的时间段；同时，我们也要有自己的时间规划，构建自己的“时间块”，化零散为整体，设计一个高效率的时间段做最重要且最紧急的任务。并且在日常生活中，我们也要合理安排时间，为高效率地工作做好准备。

第三，充分运用80/20法则。利用20%的时间去完成工作中占有80%的无关紧要的事情，利用80%的时间去完成工作中占有20%的至关重要的事情，形成一个属于自己的并且适用于自己的工作韵律。

第四，学会倾听，及时汇报；抓住关键，常作笔记；强化沟通，无缝对接；合理协调，资源共享。

最后，我们要熟练运用方法。正如日本软银集团董事长孙正

义所说，“三流的点子加上一流的执行力，永远比一流的点子加上三流的执行力更好”。工作没方法，便没有执行力。所以，在工作中我们必须熟练运用各种方法去解决各种困难问题。第一，要把握眼前，放远未来。先用心做好力所能及的“小事”，积累经验后再去解决能力可能欠缺的“大事”。第二，专心只做一件事。工作任务是永远做不完的，那么我们在工作中，必须选取最重要且最紧急的任务为最终目标，一心一意朝着这个最终目标努力，心无旁骛，绝不好高骛远。

## 企业未来发展的思考篇三

说实在的，企业能做大做强，首先是企业的凝聚力，其次是企业领导团队及员工锐意进取地精神。

在有幸学习了海航文化后，我感慨万端。我从中印证了企业文化在企业发展中的巨大的作用。它是企业发展中一只看不见的手，在推动企业的发展。

超越超市发展起步时间几乎与海航同步，超越超市在发展初期也建立了本企业的企业文化，它虽然简单，即：本着“实实在在的质量、实实在在的价格、实实在在的服务”为宗旨，以“我们一直在超越”的精神为鼓舞，向着地区龙头连锁超市为目标努力。

但是，事与愿违，在企业发展到稍有一定规模的情况下，企业文化未能继续保存并发扬光大，而是逐步丧失。它使企业失去了快速发展的动力，人员流失加巨，门店数止步不前，销售不进而退，员工抱怨不断。

究其原因，文化不能被传承和发扬，不能不断地去宣扬、教诲，相反还不断地被他人异化、歪解、曲解，嘲弄，最终趋于消亡。

在海航收购本企业后，所进行地海航文化的学习中，我深深



地被其博大精深的文化体系和运作方式所震撼，在探索着其文化脉络，逐步品味到其传承地中华文化里的一一大“家”文化之精髓。

海航正是因为有了这个“大”“家”，才有了一个大的发展，才有现在前程无限的巨型企业。

海航文化中把“爱党爱国、举业为民、感恩社会、和谐发展”做为根本宗旨，把做好、做大、做强自己的三大支柱产业，向着为中华民族的伟大复兴努力奋斗。这就是一种以国为家，以全民为家，以社会为家，以党为领导者的“大”“家”文化。

秉承了“大”“家”的文化，推动着“诚信、业绩、创新”的核心理念，倡导员工们做人“至诚、至善”，做事“至精、至美”，为社会做点事、为他人做点事，达到大众认同、大众参与、大众成就、大众分享的目的，并由此形成了海航特有的诚信文化、创新文化、奉献精神、执行文化、责任文化的文化体系。

文化体系的形成，除了文字方面，更重要的是教育，没有教育体系，所有的文化只是束缚在文件柜中。海航的企业文化教育方式着实令人耳目一新。

它设有专门的培训中心，有专门的部门做企业文化的策划和推广工作，采用多样化的企业文化学习方式，并实行全员化的企业文化培训。学习内容中，除了各类企业规章制度、员工守则外，中国传统思想文化也成为企业文化典籍中的一份。海航用这些实实在在的行动，向社会证明，企业不只是一个挣钱的机器，同样也是民族文化的受益者和传承者。一一也验证了他是中华大家中的一份子。

企业文化看不见，摸不着，但它的确是一只无形的力量，往往会不由自主地把它落实到员工的行为中，形成企业的价值

取向，形成企业的内在推动力，并成为企业经久不衰的灵魂。

## 企业未来发展的思考篇四

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。

## 企业未来发展的思考篇五

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，企业该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，只要我们有着这样一颗简单、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。

心态决定着我们的人生，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取得的成绩。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，在于你是否拥有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。

## 企业未来发展的思考篇六

在一个多月时间里，逐步读了《华为的企业文化》一书，对华为有了较以前更多的了解，下面略谈几点读后感想。

华为公司，创建于1987年，当时的注册资本只有2万元，但在2000年销售额达到159亿元，2014年销售额达到了惊人的2890亿元，利润突破340亿元。经过28年的艰苦奋斗，华为以1000多倍的速度飞速扩张，在世界五百强企业中名列第285位，成为全球通讯设备行业的鳌头。就是这16万人的团队，以敏锐执着、富有激情、卓有成效地工作，使华为成为了中

国企业实现国际化的一面标志性旗帜，华为模式的成功在很大程度上改变了世界对中国企业和中国产品的看法。

有人首先会提到“狼”性文化，有人又概括为“高工资、高压力、高效率”这九个字。这个文化特征是和华为的行业特点，以及它自身的资源劣势所决定的，但也过于笼统。华为靠的是“成就客户、艰苦奋斗、自我批判、开放进取、至诚守信、团队合作”核心价值观，这是华为文化的精髓之处和成功之要素。

在华为的文化中，结合了中西、多元、包容、和谐的内容。正如任正非所说：“人类所占有的物质资源是有限的，总有一天石油、煤炭、森林、铁矿会开采光，而唯有知识会越来越多，唯有文化才能生生不息。”华为的文化实际上就是企业沉淀的集体人格，具体体现在：

### 1. 成就客户就是成就自己。

华为以为客户服务为生存唯一理由，客户需求是华为发展的原动力，坚持以客户为中心，快速响应客户需求，持续为客户创造长期价值进而成就客户。为客户提供有效服务，是华为员工的工作方向和价值评价的标尺，在成就客户的同时，也创造了自己的价值。

### 2. 唯有艰苦奋斗才能赢得客户的尊重与信赖。

华为深知没有任何稀缺的资源可以依赖，把奋斗体现在为客户创造价值的任何微小活动中，以及在劳动的准备过程中为充、实提高自己而做的努力，坚持以奋斗者为本，并使奋斗者得到合理的回报。如华为的“毯子文化”，就是一例。

### 3. 善于总结，批判自己，不断改进，不断进步。

华为提倡的自我批判的目的不是自我否定，是倾听、扬弃和

持续超越，使得更容易尊重他人和与他人合作，实现客户、公司、团队和个人的共同发展。自我批判能力，实质上也是一个人自我领导、自我管理的理智力、自律力和内控力的表现。自我批判与思想品德、领导能力构成了一个华为优秀员工的三要素。

#### 4. 以客户需求为导向，围绕客户需求持续创新。

为商业价值。华为视人力资源为最宝贵的财富，在员工努力创造这一价值的同时，为优秀员工提供充足的发展空间和足额的回报。

#### 5. 以诚致信，赢得客户。

华为承诺对客户诚信，对社会诚信，对政府诚信，对利益相关者诚信，对员工诚信。要求每一位领导都应是华为诚信文化建设的倡导者和身体力行的模范，每一位员工都应是诚信文化的承传者和实践者。这一价值观和践行为企业的高速发展打下了扎实的根基。

#### 6. 胜则举杯相庆，败则拼死相救。

以丰富人们的沟通和生活为愿景，在为客户服务是华为存在的唯一理由的目标下，大力提倡勇于拼搏、团结奋进的狼性文化，努力使团队合作不仅是跨文化的群体协作精神，也成为打破部门墙、提升流程效率的有力保障。

总之IT行业绝对是适者生存的写照，特别是华为所处的细分行业更加是一个高利润行业。因此它一开始进入市场，就已经和国际顶尖的跨国公司同台竞争，而华为创业时又恰恰是最没有背景和实力的一家民营企业，这就决定了要生存下来需要有自己的文化基础。也就是概括起来的狼性文法，为达目的，不择手段，听起来好像是贬义，但其实是褒义。一家没有任何背景的企业，能够在国际一流企业必争之地生存

并形成对它们的威胁，这就是它让人骄傲之处，也是它让人非常值得学习之处。

## 企业未来发展的思考篇七

当我读完《企业文化宣言手册》时，首先让我心里为之一震！这个举措代表着公司做大做强理念。企业文化是企业的灵魂，是企业生存的根本，是企业立足之道，更是企业赖以生存发展的竞争力；它是展示给外界的形象，也体现企业凝聚力，可持续发展能力，以及对社会的责任等。建设企业文化是一项长期的战略任务，也是全体员工义不容辞的责任。

当我接收到《企业文化手册》的刹那间，内心非常喜悦，翻阅手册内容，看到公司发展现状，标识的诠释，名称由来，明识公司发展规划，以及公司企业文化核心的内容等。从中让我知道公司发展史及现状，并了解到企业领导人在过去岁月中的奋斗历程，他以聪明才智克服艰难，以坚持理念突破困境，以责任心担负起社会家庭责任，以感恩的回报国家社会，更以坚定意志和自信取得工作上的荣誉及成就，其奋斗拼搏精神值得我学习仿效。

同时，在企业文化核心内容里，让我看到公司对社会、员工所负的责任，以德治企的管理哲学，以人为本的服务奉献之精神，以共创共赢共享的核心价值观，来实现创造客户价值，促进员工发展，推动社会和谐进步。

并以团结的的拼搏，坚忍不拔求实创新，勇于争先的企业精神，勉励我们做好企业发展规划工作，完成企业改革发展之目标；同时，以稳健务实，诚信共赢的经营理念，打造公司品牌形象，更以公平，公正的社会道德来凝聚人、尊重人、发展人。

学习了企业文化手册后，让我明白企业文化是企业自身发展过程中形成的价值观为核心的独特的文化，它是靠文化的

力量，凝聚人心来实现员工自我价值，激发员工积极性和自我驱动力，明确自己的发展目标，增强自我管理责任意识，只有员工走得远，企业才能走得更远。

提升企业竞争力的无形力量。而公司文化核心理念的主要内容包括企业理念、企业愿景、企业精神、企业道德、价值观和经营理念和宗旨以及企业员工共同遵守的道德行为规范等。

这是一个系统管理工程，绝不是一个标语或一个口号，而是一个实践与认同过程。所以，企业要以深入人心的企业精神，共同的价值观和先进的企业文化来引领团队，凝聚员工，形成员工与企业共荣辱，同前进的和谐气氛，我想这应是公司精神文明建设的根本目的。

公司文化核心理念是企业文化的灵魂，是公司生存和发展的动力源泉。它已明确宣布公司的奋斗目标与方向，重要责任，存在价值和文化建设，表明对社会的服务精神及责任感，我们必须将企业文化核心理念和承担的责任综合起来，并将此价值理念传达给公司的全体员工。

成为员工在工作中必须遵循的准则。所以我们必须遵循公司的企业文化核心理念，并将公司的企业文化贯穿融入于我们的日常工作中，塑造企业品牌，提高企业软实力，核心竞争力和社会影响力，为加快企业发展做出贡献。

## 企业未来发展的思考篇八

《企业文化》读后感 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！

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！

## 企业未来发展的思考篇九

绿城人，是理想主义的实践者，我们身在绿城，理当遵守并且去实践它。我们追求的是真诚、善意、精致、完美，这一直是我自己所认同的理念，只有为人真诚，与人善意，不断追求精致方能达到完美的境界。

绿城，秉持着以人为本的优秀精神，生产传承人类文明的产品，顺应人文主义，为人而服务。这是一个在行业内一直被我敬仰的企业，很荣幸能加入到这个团队当中来，虽然我刚刚入职，但是“真诚、善意、精致、完美”的核心价值观已经深深的在我心中扎根了，并且我也会去恪守。

我有以下几点启发或者说是启示，第一，公司的企业文化告诉我们，做好绿城人，我们既是房地产行业的理想主义者，同时也是现实主义者，但是理想主义色彩一直会是我们的导向。理想是我们希望达到的人生目标和追求向往的奋斗前景，我会把我的理想投入到工作当中去，做一个敬岗爱岗的绿城人，与企业荣辱共存，多多的创造美好的自由的家园。

第二，公司将我们划入了最重要的企业产品，而只将公司的其他物质产品归为副产品，由此可见，公司在生产和管理过程中都是倡导“以人为本”，带动我们员工和公司共同成长，让我们成为公司发展以及享受劳动果实的受益者，甚至将培养员工放到很高的一个高度上，与之将企业的存亡联系在一起，这让我们更应该把所有的工作都努力的做到最好！另一方面，绿城文化的“以人为本”是人文主义的，现在房地产行业正处于文化与市场的转型时期，市场经济已经发展到了买方市场的到来，社会只承认优秀精致的产品，那么企业唯一的出路就是用功，生产出高品质的精致产品，传承人类精



神、传承人类文化，把我们的每一个产品都作为精神文明的积淀来做，这样的价值观才是我们的发展方向。

第三，房地产行业是一个非常古老的行业，是一个生机勃勃的行业，是一个辛苦和劳心的行业，也是一个共荣的行业，更是一个需要我们一个个绿城人奉献自我去创造价值的行业。为此，我们需要努力，需要有强烈的责任感与深切的人文关怀，我们需要不停努力，不停进步，把灵魂与结晶放进一个个的房屋里，使之变成永恒的元素。第四，我们要在产业不断进步的时下，追求并且注重产品的质量。古人说：一个牢固的房屋必定有一个牢固的地基，一架牢固的大桥必定有很多牢固的筑基。作为一个绿城人，我们不单单要认真踏实的工作，并且要把工作看成一项艺术，顺应现在的工匠精神，追求品质的升华，要正确的看待本职工作，神圣的对待自己的工作，工作就是我们的生命。作为刚刚入职的绿城人员，我不仅仅要虚心的学习，学习，再学习！在工作中不断培养自信，尊重自己，奉献绿城。

第五，有人说，不想当将军的兵不是好兵，做好自己本职工作的同事，我们也要不断学习进步，为以后做准备，要努力的工作，做一直蜗牛，一步步稳稳的向上爬，不刻意追求业绩，而是要追求长久的进步与优秀，要保持住，不能懈怠。古语说，三人行，必有我师焉。

要积极的向同事们学习，不断的吸取知识，取长补短，多为客户考虑，从客户中来到客户中去，时刻听取客户的宝贵建议与意见，不断完善改进，请客户监督，共同进步。

最后，“真诚、善意、精致、完美”是绿城人的核心价值观，它所提倡的是：“与人为善，仁爱求真；追求认真，追求精致，同道共识，方谓同仁。”正是绿城的这种核心价值理念，公司出品了一个又一个深受消费者喜爱的优秀精致的项目，培养出了一批又一批的工作认真，追求理想，追求完美，精心细致的优秀员工。精致的产品必是出自认真工作的优秀

员工之手，而认真又是绿城人、绿城产品与绿城服务所特有的鲜明特征。绿城人都是认真的在工作着的，对公司，对客户，对社会我们都是以自己的一种真诚，一种善意在努力回报着。市场经济发展日益繁荣，社会需要更精致的产品，企业需要更认真工作的员工，于是我们每一个绿城人都在更努力的追求精致完美！

在绿城这个大家庭中，身为绿城人，今后我还有很长的一段路要走，严格秉承公司的企业文化，时刻牢记在心，并且多多诵读企业文化读本，多升华自我的精神世界，让自己辛勤的汗水在这片热土地上肆意挥洒，把自己奉献给绿城集团，一起努力，共同进步！

## 企业未来发展的思考篇十

企业文化是一种无形资产，而且是最重要的无形资产，它比有形资产或者品牌等无形资产还要重要。企业文化是一种投资，而且是一种重要的长期投资，是一种回报巨大的投资。但是，如果运用不好、建设不当，则资产将变成负债，投资将变成成本，企业就在这负债和成本的压迫下，苟延残喘，甚至败落破产。太阳神落下了，巨人倒下了，三株凋谢了……林林总总的从无名到著名再消失的案例，无时无刻不在诉说着这样的故事。

在很多关于企业文化的文章和书籍中，经常可以同时看到什么是企业文化之根，什么是企业文化之魂、之本、之核心，等等，让人如坠云里雾中；其他诸如“企业文化就是企业家（老板）文化”、“创新就是模仿”、“企业文化不能建设”以及“硬汉型”、“体制型”的企业文化分类，等等，不一而足，让人叹为观止。之所以出现企业文化方面的诸多问题，除了企业本身的原因外，很大的“功劳”要归功于理论界对企业文化的千奇百怪的认识和倡导，要归功于那些企业文化建设的高参们的“真知灼见”。

长期以来，国内“研究”企业文化的人大多是没做过企业的，看了一些书，到几家企业调研过，堆砌一些杂乱无章的理论，将企业精神、企业道德、企业哲学、企业宗旨以及几乎无所不包的理念全部囊括，就成为企业文化专家了？摊开市面上有关企业文化的书籍，内容上千书一样：你的和我的一样，当前的与十年前的一样。对于这种现象，我将其概括为“读后感式”的企业文化和“观后感式”的企业文化，另外还有一种“全凭自我感觉式”的企业文化。现在，让我们来看看它们的面目。