

2023年金融方面的开题报告(大全6篇)

报告是一种常见的书面形式，用于传达信息、分析问题和提出建议。它在各个领域都有广泛的应用，包括学术研究、商业管理、政府机构等。那么报告应该怎么制定才合适呢？下面是小编帮大家整理的最新报告范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

金融方面的开题报告篇一

1. 选题的背景和意义

随着市场经济建设的逐步建立和完善，我国许多企业的薪酬管理都已经获得了很大的进步，但是目前我国企业大多是在其创立初期就开始制定了薪酬体系，并一直沿用下来。目前，许多企业已经意识到以上问题，正逐步建立激励型、符合企业发展方向的薪酬文化。本文的选题背景是有感于目前企业如何处理好个人与企业之间的关系，企业文化与员工的薪酬之间的关系！在企业内部各岗位间薪酬的简单横向对比与各自的能力水平与自己对企业的贡献之间的关系。一方面企业的文化需要员工的认同，使员工有归属感；另一方面企业的薪酬是否能让员工感到满足，本文针对企业这一现象进行探讨，对于企业文化与薪酬中存在的问题，提出解决办法。这将有助于企业领导改善企业的管理，提高企业的用人效率。

2. 研究的基本内容论文提纲：

总述：

在进行薪酬管理时，改变传统的薪酬理念，建立起灵活的奖励和福利制度，建构一套新的有效的绩效薪酬制度，使企业的薪酬管理与企业战略目标紧密相连。有许多构筑成功的薪酬管理体系与企业文化和谐发展的措施，包括搭建企业与员

工的双向沟通渠道、提高学习培训机会等非经济性报酬等等，总的说来，一个好的并具有导向性的薪酬制度应当与企业发展战略和企业文化相适应，并支持企业战略目标的实现以及企业文化的变革。

正文：

绪论：

高绩效的企业文化让“加薪非必然”成为现实。干得好加薪是必然的——企业文化与薪酬制度之间的关系已经改变了以往的以严格的等级官僚制度内部公平性以及低风险性为特征的企业薪酬管理制度了，新的薪酬管理制度在不断地更新！

一. 企业中一般加薪的条件以及大家普遍认同的加薪原因。

a. 企业中一般加薪的条件

b. 大家普遍认同的加薪原因

c. 企业的薪酬制度。

二. 企业文化与薪酬之间的关系

a. 什么是企业文化。

b. 企业文化与薪酬制度的一致性

c. 薪酬制度是企业文化的一部分。

三. 对于企业文化与薪酬中存在的问题，提出解决办法。

a. 对于企业文化与薪酬中存在的问题

b.解决办法:

(1)渠道的薪酬攀升通道,形成企业与员工和谐发展的企业文化。

(2)键绩效指标体系,发挥企业战略导向对员工的牵引作用。

c.其他的解决方法。

四.小结。

3.研究的重点和难点

对于企业文化与薪酬中存在的问题,提出解决办法是研究的重点和难点。

4.拟解决的关键问题

对于企业文化与薪酬中存在的问题,提出解决办法。

5.预期研究成果

为公司提供好的管理意见,进一步完善公司的管理制度。

6.参考文献:

[1]、《塑造企业文化的12大方略》常智山编著

[2]、《企业文化:胜敌于无形》李宗红、朱洙编著

[3]、《企业文化与ci策划》张德、吴剑平著

[4]、《企业文化生存指南》埃德加h.沙因(美)著郝继涛译

[5]、《企业文化与经营业绩》约翰.p.科特、詹姆斯.l.赫斯克

特著李晓涛译

[6]、《企业文化建设100问》黎群编著

[7]、《成功企业薪酬设计与年金管理制度典范》

[8]、《薪酬制度的建立与完善》徐沁著

[9]、《薪酬制度设计原则及思路》

[10]、《人事制度管理》

金融方面的开题报告篇二

一、课题来源及研究的目的和意义

课题来源

企业文化做为一门新兴的科学，其传入我国不过30多年。3月16日，国务院国有资产监督管理委员会提出了“关于加强中央企业企业文化建设的指导意见”，我国企业特别是国有企业的企业文化建设得到前所未有的发展，关于企业文化建设的各种理论方兴未艾。然而，到目前为止，这些理论均是仁者见仁，智者见智，没有一个统一的、权威性的企业文化理论能成为主流。

我在党群部门就工作了10多年，近几年开始参与本企业企业文化建设的工作，具有一定的实践经验。经过这一年多对企业文化、企业文化建设等方面理论和文献的研读，加之实际工作中的切身体会，感觉到目前一些企业对企业文化的认识和企业文化建设中存在一些误区。所以，将自己的论文确立为“国有企业企业文化建设困境与路径探索”。

研究目的

本课题研究拟从目前国有企业企业文化存在的企业文化表面化、标签化的认识误区和在企业文化建设中重视程度不够、需求欲望不强烈、具体措施可操作性不强等问题入手，提出在企业文化建设中应采取适合国有企业特点的主要方法，将思想政治工作、精神文明建设与企业文化建设相融合，确保企业文化的方向性和长期建设的有效性；各级管理人员的管理方法、管理制度的制定和实施，秉承本企业企业文化的精髓，才能保证企业文化对企业发展的推动力，才能使企业文化发挥聚集一个志同道合团队的作用，进而提高企业的核心竞争力。

研究意义

目前国内在企业文化研究方面，阐述概念的多，实证研究的少，系统性、层次性、可操作性不强。本课题研究通过对国有企业企业文化建设现状的分析，结合国有企业的特点，讨论国有企业企业文化应有的内容，着重讨论了企业文化建设过程中的具体方法，对国有企业的企业文化建设具有借鉴意义，丰富了企业文化研究理论。

二、国内外研究现状、主要研究内容、研究方法和研究思路(3000字左右)

国内研究现状

国内的企业文化研究则主要是以介绍和探讨企业文化的意义及企业文化与社会文化、与企业创新等的辩证关系为主，真正有理论根据的定性研究和规范的实证研究为数甚少，这也与当前我国企业对企业文化的认识乃至建设方法有很大关系。在没有实践做基础的研究，自然难以产生对企业发展有推动力的科学理论，更谈不上有实践指导意义。

国外研究现状

从企业文化研究三十年的迅猛发展来看，尤其是国外的学者，他们走的是一条理论研究与应用研究相结合，定性研究与定量研究相结合的道路。

八十年代中期，在对企业文化的概念和结构进行探讨之后，国外学者便马上转入对企业文化产生作用的内在机制，以及企业文化与企业领导、组织气氛、人力资源、企业环境、企业策略等企业管理过程的关系的研究，进而对企业文化与企业经营业绩的关系进行量化的追踪研究。定量化研究是在企业文化理论研究的基础上，提出用于企业文化测量、诊断和评估的模型，进而开发出一系列量表，对企业文化进行可操作化的、量化的深入研究。

九十年代，西方企业面临着更为激烈的竞争和挑战，因此，企业文化的理论研究从对企业文化的概念和结构的探讨发展到企业对文化在管理过程中发生作用的内在机制的研究。本杰明斯耐得出版了他的专著《组织气氛与文化》，其中提出了一个关于社会文化、组织文化、组织气氛与管理过程、员工的工作态度、工作行为和组织效益的关系的模型。在这个模型中，组织文化通过影响人力资源的管理实践、影响组织气氛，进而影响员工的工作态度、工作行为以及对组织的奉献精神，最终影响组织的生产效益。

企业文化作为一种较高级的文化管理模式，它需要企业发展到一定规模和一定阶段，才能将原有的价值、理念整合成独具特色的管理模式和经营方式。很难想象小作坊和路边快餐店能塑造出整合程度高、有特色的企业文化，事实上，也没有必要。许多优秀的企业文化都出现在有一定实力的大集团、大企业中，因为这些企业都发展到了一定的规模，需要用文化价值来进行整合。而且，这些企业有高素质的管理层，有明确的发展方向，有充裕的资金投入，所以有能力塑造自己独特的企业文化，这样的企业文化也才能够对企业发展产生推动作用。能符合这些条件的企业无疑在中国目前来说，主要还是国有企业特别是国有大中型企业。

主要研究内容

一. 国有企业文化概述

(一) 企业文化的内涵

1. 企业文化的基本概念
2. 企业文化的基本结构
3. 企业文化的作用

(二) 国有企业文化的特征

1. 中国传统文化的影响：重人情、轻制度
2. 国有企业发展历程的影响：重精神、轻管理
3. 市场经济的冲击：重短期效益、轻长远发展

(三) 国有企业文化建设的重要意义

1. 国有企业持续发展的精神支柱和动力源泉
2. 国有企业打造民族品牌和自主品牌的需要
3. 国有企业承担经济责任、政治责任、社会责任的使命

二. 国有企业文化建设现状与存在问题

(一) 国有企业文化建设现状

1. 企业精神积淀深厚
2. 主人翁意识强烈

(二) 国有企业文化建设面临的新挑战

1. 经济全球化的挑战
2. 文化信息化的发展
3. 市场经济的影响

(三) 国有企业文化建设存在的突出问题

1. 企业文化建设有待深入
2. 各部门缺乏沟通协作
3. 企业文化建设不够系统

三. 国有企业企业文化建设困境的原因分析

(一) 企业文化建设的认知偏差

1. 对企业文化的需求不强
2. 对企业文化的理解不准
3. 对企业文化建设的困难准备不足

(二) 企业文化建设受重视程度不够

1. 企业文化建设的机构不健全
2. 企业文化内容更换频繁
3. 企业文化建设方法简单

(三) 企业文化的理论研究对企业实践指导作用不强

1. 国内企业文化的研究还只是理论阶段
2. 国有企业文化建设的研究不够深入
3. 国有企业文化的理论研究与实践没有形成良性互动

四. 国有企业文化建设路径探索

(一) 以社会主义核心价值观为基础，树立企业精神

1. 回顾历史，凝炼企业精神
2. 到群众中去，增加时代元素
3. 从群众中来，确立企业精神

(二) 用以人为本的理念，建设国有企业文化框架

1. 上行下效，规范企业行为
2. 言传身教，完善企业制度
3. 以德为先，树立企业正气

(三) 以企业活动为载体，传播企业文化

1. 利用传播媒介，让企业文化入眼
2. 通过日常活动，让企业文化入心
3. 选树典型人物，让企业文化入行

(四) 以企业管理机制为保障，建立企业文化建设体系

1. 领导挂帅，组建企业文化建设核心层

2. 率先垂范，形成企业文化建设执行层
3. 纵横连通，形成全员参与的企业文化建设队伍

研究方法

本文采用文献法、中外比较研究法、综合梳理法等方法完成了本课题的研究。

研究思路

本研究共分四个部分，第一部分从企业文化的基本概念起论，介绍企业文化的由来、企业基本结构及所涵盖的内容。简述了企业文化作用，提出要想建“百年名企”必须有企业文化做为支撑。既然关乎国计民生的国有企业经济责任、政治责任和社会责任于一身，必然要有长远发展的战略和需要，自然要以先进的企业文化引领企业发展。同时列举了国有企业的特征，并与市场经济条件下参与国际竞争所应具有的企业文化特征相比较，找出差距。进而得出结论，国有企业文化不是建设与否的问题，而是必须要建设好，即国有企业文化建设的迫切性和重要意义。第二部分从目前国有企业文化建设的现状展开，讨论在认识上、建设上的误区和存在问题，列举了简单模仿、照抄照搬甚至企业文化“无用论”等错误认识和其危害性，认为国有企业文化建设还不能适应企业发展，没能发挥企业文化推动企业发展的作用。第三部分详细分析了国有企业文化建设过程中产生上述问题的原因，从企业对企业文化认知、重视程度、企业文化建设资源配备和企业文化建设的具体方法，以及“研、产、学”脱节等方面的剖析，认为国有企业文化建设还只是在起步阶段，不得其法。第四部分重点探讨了国有企业文化建设应遵循的原则、具备的基本内容，以及在建设中应采取的以适合国企特点的主要方法，将思想政治工作、精神文明建设与企业文化建设相融合，各级管理人员的管理方法、管理制度的制定和实施，要秉承本企业企业文化的精髓，才能保证企业文化建设的有

效性，才能使企业文化发挥聚集一个志同道合团队的作用。孟子说，天时不如地利，地利不如人和。一个志同道合的团队，它的凝聚力、执行力、工作效率、创新能力才是企业的核心竞争力。

三、经费来源及概算

四、主要设备、仪器及材料，实验地点或协作单位

五、阅读的主要参考文献综述

从企业文化研究三十年的迅猛发展来看，尤其是国外的学者，他们走的是一条理论研究与应用研究相结合，定性研究与定量研究相结合的道路。

有人对企业文化的定义作过统计，共有180多种，几乎每一个管理学家和企业文化学家都有自己的定义，主要有：

企业文化是指一个企业中各个部门，至少是企业高层管理者们所共同拥有的那些企业价值观念和经营实践。是指企业中一个分部的各个职能部门或地处不同地理环境的部门所拥有的那种共通的文化现象。(约翰科特和詹母斯核斯克特)

员工做出不同凡响的贡献，从而也就产生有高度价值的目标感，这种目标感来自对生产、产品的热爱，提高质量、服务的愿望和鼓励革新，以及对每个人的贡献给予承认和荣誉，这就是企业文化(彼德斯.沃特曼)。

企业文化是经济意义和文化意义的混合，即指在企业界形成的价值观念、行为准则在人群中和社会上发生了文化的影响。它不是指知识修养，而是指人们对知识的态度；不是利润，而是对利润的心理；不是人际关系，而是人际关系所体现的处世为人的哲学。企业文化是一种渗透在企业的一切活动之中的东西，它是企业的美德所在(许宏)。

企业文化是在一定的社会历史条件下，企业生产经营和管理活动中所创造的具有本企业特色的精神财富和物质形态。它包括文化观念、价值观念、企业精神、道德规范、行为准则、历史传统、企业制度、文化环境、企业产品等。其中价值观是企业文化的核心(潘肖珏、苏勇)。

企业文化结构可以分为四层。第一层是表层的物质文化;第二层是幔层的(或称浅层的)行为文化;第三层是中层的制度文化;第四层是核心层的精神文化。

金融方面的开题报告篇三

姓名:

学号□xx03030331

指导教师:

班级: 服设

所在院系: 设计xxx

报告内容

课题的目的及意义

目的:

视觉营销的根本目的在于争取目标顾客、扩大市场影响和突出品牌形象，因此，绝不能只满足于热热闹闹的促销宣传和心血来潮的煽情手段，论文开题报告格式及如何写论文开题报告。同企业的所有经营活动一样，视觉营销也必须坚持既定的理念和一贯的策略，并且在设计上予以充分体现。

意义：

视觉营销并不是新的“武器”，而是一门被我们遗忘了的“武器”。作为一种直观的营销手段，它其实一直默默“呆”在每个终端的幕后台角，人们对它的作用了解甚少，如同一个被“雪藏”的歌手，开题报告《论文开题报告格式及如何写论文开题报告》。近几年当我们重新审视和了解它的作用后，“视觉营销”就开始从幕后走到了前台。而其更大的意义是：商家们已经开始将作为一门独立的学科，发掘它的潜在威力，同时在终端中进行系统的运用。

课题的主要任务；研究可能遇到的问题以及解决的方法和措施

研究主要任务：

1. 论述服装视觉营销的含义和范畴。
2. 针对一个服装店而言，在色彩、造型、声音这些相关的影响视觉注意力方面进行分析
3. 服装视觉营销塑造消费者心中的形象。
4. 整合视觉营销，提升销售业绩。

可能遇到的问题：

1. 现有资料和信息不足；
2. 对现在服装卖场中的视觉营销的应用与服装本身认识不足。
3. 视觉营销的应用于卖场销售是否成功。

解决方法及措施：

积极到阅览室，图书馆等有价值的位置查阅；学习研究，向指导老师请教；从自己实习单位的情况为起点，然后再到各中小型服装卖场中更好的了解服装视觉营销对服装服装卖场的影响状态，从实际出发，慢慢学习服装视觉营销在卖场中的作用的认知和了解，逐渐完善课题。

论文

大纲

摘要

众所周知，人们所感受的外部信息有83%是通过视觉传达到人们心智的。也就是说，视觉使人们接受外部信息的最重要和最主要的通道。现代营销知识告诉我们，视觉营销是作好营销必不可少的营销手段之一。

本文旨在从服装卖场角度来阐述服装视觉营销的作用和影响。

金融方面的开题报告篇四

随着市场经济建设的逐步建立和完善，我国许多企业的薪酬管理都已经获得了很大的进步，但是目前我国企业大多是在其创立初期就开始制定了薪酬体系，并一直沿用下来。目前，许多企业已经意识到以上问题，正逐步建立激励型、符合企业发展方向的薪酬文化。本文的选题背景是有感于目前企业如何处理好个人与企业之间的关系，企业文化与员工的薪酬之间的关系！在企业内部各岗位间薪酬的简单横向对比与各自的能力水平与自己对企业的贡献之间的关系。一方面企业的文化需要员工的认同，使员工有归属感；另一方面企业的薪酬是否能让员工感到满足，本文针对企业这一现象进行探讨，对于企业文化与薪酬中存在的问题，提出解决办法。这将有助于企业领导改善企业的管理，提高企业的用人效率。

2. 研究的基本内容论文提纲:

总述:

在进行薪酬管理时，改变传统的薪酬理念，建立起灵活的奖励和福利制度，建构一套新的有效的绩效薪酬制度，使企业的薪酬管理与企业战略目标紧密相连。有许多构筑成功的薪酬管理体系与企业文化和谐发展的措施，包括搭建企业与员工的双向沟通渠道、提高学习培训机会等非经济性报酬等等，总的说来，一个好的并具有导向性的薪酬制度应当与企业发展战略和企业文化相适应，并支持企业战略目标的实现以及企业文化的变革。

正文：-----

绪论：-----

高绩效的企业文化让“加薪非必然”成为现实。干得好加薪是必然的——企业文化与薪酬制度之间的关系已经改变了以往的以严格的等级官僚制度内部公平性以及低风险性为特征的企业薪酬管理制度了，新的薪酬管理制度在不断地更新！

一. 企业中一般加薪的条件以及大家普遍认同的加薪原因

a. 企业中一般加薪的条件

b. 大家普遍认同的加薪原因

c. 企业的薪酬制度

二. 企业文化与薪酬之间的关系

a. 什么是企业文化

b.企业文化与薪酬制度的一致性

c.薪酬制度是企业文化的一部分

三. 对于企业文化与薪酬中存在的问题，提出解决办法

a.对于企业文化与薪酬中存在的问题

b.解决办法：

(1)渠道的薪酬攀升通道，形成企业与员工和谐发展的企业文化。

(2)键绩效指标体系，发挥企业战略导向对员工的牵引作用。

c.其他的解决方法

四. 小结

3. 研究的重点和难点

对于企业文化与薪酬中存在的问题，提出解决办法是研究的重点和难点。

4. 拟解决的关键问题

对于企业文化与薪酬中存在的问题，提出解决办法。

5. 预期研究成果

为公司提供好的管理意见，进一步完善公司的管理制度。

6. 参考文献：

[2]李光. 企业战略性薪酬管理的策略研究[d].山西大学, .

[3]陈兰芬. 基于企业文化的员工薪酬制度设计[d].武汉科技大学, .

[6]王泼. 民营企业薪酬管理模式及其文化基础研究[d].暨南大学, 2006.

[8]马丽敏, 何锐鹰. 企业薪酬管理与员工满意度问题分析[j].价值工程, , (04):4-6.

1. 企业文化论文开题报告

金融方面的开题报告篇五

30余年的市场化进程，金融的开放发展与经济增长相得益彰，良性循环，特别是城市金融发展更是日新月异。

农业，作为国民经济的基础，一直是我们关注的焦点，而作为农村经济的血液——农村金融却始终是金融发展中最薄弱的环节，其发展遇到了瓶颈；特别是近几年来，城乡收入差距逐步扩大，贫富问题日趋严重，这无疑对社会安定和谐埋下了隐患。增强农村金融发展，通过金融的辐射及信用融通作用，将有助于我国农村经济的发展，形成农村经济与农村金融的良性循环，以促进社会的均衡发展。

本文通过对农村金融市场的定性及定量分析，借助相关金融指标，比较不同区域农村金融的发展状况，通过相关文献、数据的分析，并采取一定程度的实地调研，分析得出农村金融发展差异的成因；在此基础上，比较不同区域农村金融的优势，结合本区域实际情况，使区域农村经济相互借鉴，形成优势互补，促进农村经济与农村金融良性循环。

主要研究内容：首先，对研究区域进行界定，以明确研究区

域的地理环境及人文背景;其次,对区域农村金融(以环渤海及长三角地区为例)发展状况的进行分析,比较其差异;再次,立足于本区域的传统与现实情况,分析形成差异的成因;最后,通过对两区域农村金融发展状况的分析,形成各自的优势资源,借此为农村金融发展提供政策建议。

第一部分:区域界定。改革开放以来,珠三角、长三角及环渤海地区一直是经济增长的发动机,随着技术的革新,地理区域变得越来越模糊;区域的分割,使不同地区界定完善。鉴于不同地区金融统计方法及统计口径不同,金融统计资料完备情况各异,本文将选择有代表性的地区作为区域的代表,以完成对本课题的研究。

第二部分:区域农村金融的现状差异。市场经济的效率原则,允许一部分人一部分地区先富起来,通过示范效应,进而带动另外一部分人和地区富起来。不同地区的金融发展也表现出千差万别。在农村资本市场,农村信贷市场,农村保险市场的差异尤为突出;农村金融市场的效率差异也通过农村经济的差异表现明显;农村金融的服务体系,监管体系及生态环境的现状,也说明解决农村金融问题的复杂性与长期性,同时说明政策的力度和效果还有待进一步加大与提高。

第三部分:现状差异的成因分析。地域的差异,历史文化成为人们金融思想开放的束缚,导致不同地区的金融人格差异;政治经济体制的制约,区域利益化滋生,金融效率低下;农业生产的长周期,高风险,制约了金融机构的向导;诸多因素的综合结构,表现出不同地区的农村金融差异。

金融方面的开题报告篇六

人力资源作为现代企业的战略性资源,是企业发展的最关键的因素之一。激励是人力资源的重要内容,它运用各种有效的方法来调动员工的积极性和创造性,使员工努力去完成组

织的任务，实现组织的目标。激励机制可以说在一定程度上决定企业的兴衰。而当许多企业对现有人才资源的开发利用不够重视，致使企业中相当一部分宝贵的人才资源被埋没，对企业的正常运作和长远发展造成十分不利的影响。因此，如何运用好激励机制吸引、开发、留住人才成为各个企业亟待解决的问题。

1、企业建立激励机制的必要性

在当今知识经济时代，人力资源是第一资源，知识资本成为企业创造财富的推动力，企业离开人才将寸步难行。激励是人力资源开发和管理的重要手段，企业引入激励机制是企业实现现代化管理的重要表现，同时它将对企业的发展产生深远的影响。

1.1激励是企业实现目标的推动力。企业是从事生产、流通、服务等经济活动，以生产或服务满足社会需要，实行自主经营、独立核算、依法设立的一种盈利性的经济组织。企业是以盈利为目的的，企业有了好的绩效才能够生存，而绩效的产生是员工来实现的，这不仅包括员工的素质和工作能力，还与激励水平和企业环境有着很大关系。如果员工的素质再高，能力再强，而缺乏工作积极性，那么员工应有的价值无法正常发挥，最终难以实现企业目标。因此，采用激励机制，形成良好的企业环境，提高员工工作积极性，是实现企业目标的推动力。

1.2激励可以提升员工素质，提高员工工作效率。提升员工素质，需要企业组织培训，具有健全的人才培养方案，同时还要有完善的评价机制。对于学习进步积极上进的员工要及时给予表扬，从物质待遇和晋升方面都应参与到考评体系中，这样有利于形成良好的学习风气，在这种环境的影响下，员工必然会主动学习业务，钻研技巧，激发员工的工作积极性和创新精神，从而提高个人工作效率，实现企业效益。

2、激励的主要方式

2.1物质激励。其主要形式包括奖金、津贴等。在报酬形式上，可采用奖金、股票期权、利润分成等多种形式。

2.2目标激励。企业管理者通过将组织的总目标按阶段分解成若干子目标，以此达到调动员工工作积极性的目的。

2.3言语行为激励。管理者对员工工作的肯定评价、期待的目光，信任的话语或是真诚的帮助，都能使员工自信起来，用管理者的信任、鼓励、尊重、支持等情感对激励对象进行激励的一种模式，唤起员工对企业的忠诚度和创新动力。

2.4奖罚激励。奖罚激励是企业管理活动中一种常用的激励方法，比如表扬、赞赏、晋级和批评、处分、开除等都分别是奖励和惩罚的一些常见形式。但如果奖罚不当，会引起员工的不满和怨恨，以及行为上的消极对抗。

2.5竞争激励。竞争激励是企业选拔人才优胜劣汰的一种有效途径。有研究表明，人具有成就需要，当企业在工作中实现个人工作价值，满足个人对胜任和成功的强烈情感体验，将会让具有成就需要的人，全身心投入工作，有利于企业的发展。

3、实施激励机制过程中存在的问题及发展建议

3.1激励管理不重视，认识上存在误区。许多企业，特别是小企业，对人才管理不重视，忽视激励的作用。这些企业需要转变观念，重视人才，把人才作为企业的一个重要战略资源，提高管理者素质，要把激励机制落实到行动上。还有些人认为，激励就是奖励，这是在激励认识上一个常见的误区。激励的手段有很多，但他不单一就是奖励。

3.2缺乏科学的评价体系。许多企业缺乏一个明确的奖惩评价

标准，奖惩存在很大的随意性，管理者仅凭个人的好恶和伦理道德对员工进行奖惩。企业要建立完善激励机制，创造一个宽松的环境和倡导自由探索的氛围；建立正确的评价和激励机制，完善企业内的竞争机制，这既需要通过对薪酬制度、培训体系、情感培养、企业文化影响等方面进行全面的统筹，又要根据因人而异、奖惩适度和公平性的原则，建立起完善的激励机制，保证企业各层次人员的需求得到满足。

3.3激励方式单一。当前许多企业基本上采取单一的物质激励，激励方式上只注重物质激励，强调奖金和红利的重要性，激励手段过于单一，而不注重对员工的非物质性激励，忽视了物质激励与精神激励的有机结合。企业的管理者要重视塑造企业文化，让企业文化融入到员工的价值观并成为奋斗目标，在此基础上成立职工组织，让职工拥有权利，使员工拥有归属感，凝聚员工主人翁意识，在这种组织下的激励，要比单纯的物质奖励效果好的许多。激励的方式有多种多样，要根据企业文化背景，结合企业实际，制定出相应的制度，这样综合运用不同种类的激励方式，就一定可以激发出员工的积极性和创造性，使企业产出更多的经济效益。