# 如何提升“企业的核心竞争力”（含5篇）

来源：网络 作者：紫芸轻舞 更新时间：2024-07-05

*第一篇：如何提升“企业的核心竞争力”如何提升“企业的核心竞争力”企业的核心竞争力是企业在经营过程中形成的不易被竞争对手效仿的、能带来超额利润的独特的能力，即是企业独有的、别的企业无法模仿和无法超越的能力。但如何提升自己的核心竞争力呢？不同...*

**第一篇：如何提升“企业的核心竞争力”**

如何提升“企业的核心竞争力”

企业的核心竞争力是企业在经营过程中形成的不易被竞争对手效仿的、能带来超额利润的独特的能力，即是企业独有的、别的企业无法模仿和无法超越的能力。但如何提升自己的核心竞争力呢？

不同的企业有不同的竞争力，它会因企业的产业环境、自身实力不同而不同。有的企业把“优秀的团队”作为企业的核心竞争力，有的企业把“人才优势”作为企业的核心竞争力，还有的企业把“经营理念、科学决策”作为企业的核心竞争力„„。等等这些，都说明各企业的核心竞争力是由各企业在市场竞争中所处的产业环境和自身实力而决定的。

天健集团公司是一个综合实力较强的集团公司，自成立20年来，取得了长足的发展，它必定有其自己的核心竞争力。但这种核心竞争力随着时间的推移，有可能弱化，因此即使建立了核心竞争力，也需要提升、不断巩固以及更新。故如何提升公司的核心竞争力就成了公司经营管理中的重要问题。

纵观天健集团公司的方方面面，从公司所处的产业环境和公司实力业看，我认为：天健集团公司的核心竞争力是：品牌优势和人才优势。下面就如何进一步提升这两方面的优势谈点个人看法。

提升“品牌优势”

增加技术含量 增强技术优势 提升品牌优势

企业想要在激烈的市场竞争中取胜，并不断扩大市场份额，必须依靠自身的实力，要有自己的核心技术，特别是拥有专有技术和技术绝招，做到人无我有，人有我优，人优我新，技高一筹。为此，公司要重视建立自己的技术创新体系和技术研发机构，要舍得投入，搞好新技术的开发和利用，增强技术储备，抢占技术制高点，提升强盛的发展后劲和品牌优势。

建精品工程 提升品牌形象

建精品工程，必须在设计、施工、管理、技术上狠下功夫。必须奉行质量第一的理念，做到设计合理、文明安全施工、科学管理、技术上有创新。设计合理是创建精品工程的前提，文明安全施工是创建精品工程的基础，科学管理是创建精品工程的保证，技术创新是创建精品工程的关键。做到建一个工程，树一个品牌。

引进人性化管理思想 增强公司品牌的内涵

无论是做工程，还是搞房地产开发，进而进行特业管理，都应多从人性需求上考虑，多在人性化管理上作文章。在产品的功能和管理上尽可能的满足客户需求，这对增强公司的品牌内涵有百利而无一害。

增强诚信服务 树立良好口碑

业主购买公司的物业，不仅仅是公司服务的结果，而且包含了这个服务过程的全部要素。因此，公司必须实行物业服务过程的规范化、一体化，增强诚信服务，营造一个精致高雅的社区文化。

各管理处要建立以客户服务中心为前台式的新管理模式即一站式服务、全程式管理、信息流畅、集中处理、快速应答和及时反馈的管理模式，一切从业主的需要出发，业主有问题，只需打一个电话，中心工作人员通过内部规范运作程序，在较短的时间内，昝理并且完成各项服务。要定期对业主进行意见调查，根据意见进行分析和改进。结合社区实际，要开展一些强致入微的一体化服务，拉近与业主之间的联系与沟通，建立起融洽的朋友式关系，营造一个优雅、温馨的社区。

提升“人才优势”

天健集团公司现有大专学历以上近400人，本科以上学历200多人，硕士以上学历近40人，博士以上学历5人，博士后1人，在同行业中具有显著优势。现在关键是如何进一步提升“人才优势”，即做好吸引人才，用好人才，留住人才，建立健全人才绩效考核体系的问题。我认为，应重点从以下几方面入手：

健全机制 营造环境

要吸引人才、留住人才，就必须营造尊重劳动、尊重知识、尊重人才、尊重创造的环境，必须建立以制度建设为根本，积极创造有利于优秀人才脱颖而出、施展抱负、发挥才智的机制。

公司要发展，关键靠人才，谁拥有人才，谁就可以在市场竞争中抢占先机、取得优势。公司要牢固确立人才资源是公司第一资源的思想，蔡萃人才，广纳群贤，留住人才。在人才选拔上，要不拘一格，广开门路；在人才使用上，要人尽其才，发挥所长；在人才培养上，要注重能力，因人施教。特别要加大对拔尖人才的培养力度。

健全用人制度 用好人才

“不求所有，但求所用”是新时期人力资源管理在用人方面的一大特点。所以在使用人才时，转变观念是首要的，要牢固树立起人才资源配置市场化的理念，实施公司各类人才的定向配置，达到优化公司人才资源结构，增强企业活力的目的。大家知道，使用人才的过程不仅是一个使人才发挥积极性和创造性的过程，同时也是一个不断满足人才需要的过程。我们通常在讲要充分调动人才的积极性和创造性，怎样才能调动这两个积极性呢？必须建立一个好的用人制度和培训制度（即分层分类实施教育和培训，针对不同层次的人员分层施教，区别教育培训的重点）。

建立健全人才绩效考核体系

公司通过建立健全绩效考核体系，使人才不仅有动力而且还有压力。绩效考核形式主要有上级评议、同级同事评议、自我鉴定等。企业进行绩效考核的目的：一是鼓励人才继续发挥和提高工作能力，丰富自己知识和技能。二是通过公司层面上的绩效考核和员与团队层面上的绩效考核来帮助人才能力的发挥，并实现优胜劣汰。三是通过考核，全面评价人才的各项工作表现，使人才了解自己的工作表现与取得报酬、待遇的关系，获得努力向上改善工作的动力，改造工作中的不足。四是根据人才当前的绩效水平和工作表现中不尽如人意之处，公司有针对性提供各类培训；同时还有必要找出根本原因，是能力有限还是工作态度不佳，或是其它客观条件导致了工作绩效不尽如人意。

**第二篇：如何提升企业核心竞争力**

如何创造并保持企业的核心竞争力？

（1）培育企业核心竞争力，要对核心竞争力有清醒的认识

核心竞争力有三个方面的要点；企业组织独有的，这种能力只能产生在既定公司文化背景下，其他企业不可能有产生的条件；存在于企业组织内部的，这种能力是根植在既定的公司内部组织结构、经营结构、管理结构之内，离开了这种结构，核心竞争能力就会发生变化；在长期的经营与管理过程中积累的多种能力的集合，不能只靠其中的某一种能力来形成，这种能力不是在短期内形成的，而是长期积累的过程。在长期的经营与管理过程中积累的多种能力的集合，不能只靠其中的某一种能力来形成，这种能力不是在短期内形成的，而是长期积累的过程。

（2）对培育和提升核心竞争力进行战略规划

核心竞争力是支撑企业长久竞争优势的基础性能力，因而也是战略性能力，它必须与企业长期战略相结合。战略定位尤其重要。企业的战略定位首先要从环境角度加以分析，企业处于复杂的商业、经济、政治、技术、文化、社会环境中，由于企业所处环境的不确定性，就要求对企业的环境性质进行最大限度的分析，找出处理各个不同的重要环境因素的最有用的方法；其次要对企业拥有的组织资源进行客观的认识，对优势与劣势的客观认识应该基于对相同和相关企业进行全方位对比的基础上，通过在不同层面的多维比较，才能确保认识的客观性；再次要对不同的利益相关者的期望进行认真的考察，企业在运作过程中，能否得到利益相关者的一定程度的理解相当重要，只有在企业的外围部分形成较明确的共同体，企业抵抗系统风险的能力才能有所提高。

（3）培育核心技术能力和创新能力

现代企业制度体现的是企业资源配置的高效性,而这种高效率能否充分发挥，主要依靠核心技术和技术创新.一个企业要在竞争市场中有立足之地，要培育和提升自己的核心竞争力,必须有自己的核心技术，可以说核心技术是核心竞争力的核心。在打造核心竞争力的过程中,首先要清楚地了解自己的核心技术是什么，即那些是自己专有的、关键的,然后再集中人力、物力、财力对其专有技术和关键技术进行研究、攻关、开发、创造。在技术创新过程中，要注意两方面的问题.一是要以市场为导向.技术创新目的是为了通过技术创新来形成自身的核心技术，创新核心产品，从而占领和创新市场.二是要以“合作“为突破口.在进行技术创新时,由于受自身条件的限制,不可能独自建立自己的研发系统，更没有能力承受研发活动的市场风险.因此,必须向外界获取新技术和能力，通过市场手段获得企业需要的核心技术源或掌握核心技术源的人才,也可以通过与拥有互补优势的另一企业建立战略联盟，或兼并收购拥有某种所需要的专长的企业，为己所用，将外来的不同知识有效地沉淀在企业内部，形成存在于企业内完整的知识体系，从而达到培育和提升核心竞争力的目的。

（4）创新管理,建立合理的治理结构

在我国,企业搞不活和竞争力不强在很大程度上受到企业制度的束缚和制约，特别是产权不明、出资不到位、治理结构不健全、管理混乱等,使得企业无暇顾及和增强自身的核心竞争力.企业必须进行科学管理，在管理上转变观念,抛弃那种经验式、粗放式、家长专断式的随意管理，要建立学习型的组织结构,建立健全企业内部的科学管理制度，辅之以科学的管理手段，不仅要发挥管理制度的作用，更要发挥管理中人的作用，完善企业中的激励和监督机制,增强员工的主人翁意识。要培育和提升企业的核心竞争力,就必须加快建立现代企业制度，提升企业的战略决策、财务管理、采购管理、营销管理、质量管理等能力,只有这样才能有效保障企业核心竞争力的提高。

（5）发挥自身优势,实施“专而精“的策略

“专而精”战略是企业培育和提升核心竞争力的基本战略选择。专注于某一两个方面的优势形成核心竞争力，做成“强”的、有竞争力的企业。企业要打破传统的思维定式，又要从竞争对手和市场空缺中寻找机会，创造“先发制人”的优势，争取成为市场的先入者。真正做到与众不同，形成特色和专业优势。具体可从以下几个方面入手：①集中企业资源从事某一领域的专业化经营，在这一过程中逐步形成自己在经营管理、技术、产品、销售、服务等诸多方面与同行的差异。②寻找自己的潜在能力，真正了解自己。③从竞争对手和市场空缺中寻找机会，建立自己的比较优势，并构建支撑这种优势的潜在核心能力。

（6）重视企业文化建设，创新企业文化

企业文化是人的价值观念,是员工对整个企业发展乃至制度的一种认可,属思想范畴.企业文化是一个企业的灵魂，是企业发展、创新、创造的源泉，企业文化是企业特有的,是企业在长期发展过程中逐步积累、提炼出来的，它具有独特性。一种开放的、尊重个人的积极向上的企业文化是现代中小企业发展最需要的，它是核心竞争里的重要因素，企业文化的高低决定了企业核心竞争力的强弱.中小企业必须抓住两点建设企业文化.一是要培育企业独特的企业精神.中小企业必须拥有自己独具特色的经营理念、价值观、道德观和精神风貌.独特的企业精神能使企业全体员工团结一致,充满凝聚力和活力,使得企业长盛不衰.二是要提高企业的学习能力,建立学习型企业和创造型企业，为培育和提升核心竞争力提供全方位服务。现代企业是一个学习型组织，企业发展的深层原因和最后决定力量来源于学习能力的提高。对于企业而言,唯一持久的竞争优势是具备比对手更快更好的能力,这样企业才能对市场变化作出快速的反映，及时调整自己,适应新的环境和市场,及时熟悉、解决新问题。因此,要创建一个学习行企业，在企业内部形成自觉学习、团队学习的氛围，不断吸收新知识、新技能，从而不断提高核心竞争力。抓好企业文化建设，尤其是建立学习型企业文化，是培育和提升企业核心竞争力的重要途径。

综上所述，打造企业核心竞争力非一日之功，其培育过程也不是一劳永逸的，随着市场边界的变化越来越快，目标开始变得飘忽不定，对目标市场的占领顶多只是暂时性的，要重视企业发展战略的正确的定位,重视企业管理系统核心竞争力的培育,重视以市场为导向的技术创新,重视企业的信息化建设和企业文化的建设、培育高素质的企业家,充分利用政府的各项优惠政策.在这些策略的实施过程中,企业应从注重外部环境的变化到注重自身资源、能力的融合积累,逐步形成自身特有的核心竞争。

**第三篇：浅谈提升企业核心竞争力**

浅谈提升企业核心竞争力

近两年，我司面对国际金融风暴的压力，公司上下一心，团结拼搏，用“敢为人先，不惧险阻，勇攀高峰”的企业精神实现了生产经营的较快增长；如今，在宏观经济环境趋紧的形势下，我司应进一步坚定发展信念，抓机遇、迎挑战，务求提高公司的核心竞争力，加大对市场的占有力度，实现公司价值。

经我所组织所内员工学习新华社的《国家脊梁 负重致远—中央企业“十一五”时期改革发展纪实》一文，就“紧抓机遇、迎挑战，提升公司核心竞争力”这一命题进行了学习和讨论，并结合公司领导提出的“以质量求生存，以创新促发展，以服务创品牌”的经营理念，总结了我所在未来发展中提高生产管理水平的几点体会。

一、加强品牌建设，坚持诚信经营。

首先，企业要牢固树立品牌意识，重视企业品牌建设。要充分认识到品牌是企业宝贵的无形资产，品牌是企业良好的社会形象，有了品牌才能赢得市场，有了品牌才能创造效益。要加强监理质量、安全等方面的管理，做大做强监理业务，树立企业的品牌。通过管理提高监理工作的质量，促进提高企业在行业内的地位，从而树立良好的社会信誉和形象。第二，要进一步提升企业诚信文化，牢固树立诚信经营的信用意识。我所树立监理企业树品牌、监理人员讲责任的信用意识，并组织对监理从业人员进行执业教育，进一步提高监理从业人员的思想素质，遵守职业道德，守法、诚信、公正、科学地开展监理工作。第三，要严格执行国家法律法规，自觉遵守行规行约，做到诚实守信、严谨务实。信誉是我司创立品牌的基础，对于监理行业而言，企业的信誉主要源于它为业主提供的监理服务水平和工程质量的高低以及监理工作中的诚信程度，有了良好的社会信誉才能创立企业品牌。也因此，我司在同行中脱颖而出，荣获中国工程监理行业“2024年先进工程监理企业”称号。

二、敢于创新，勇于创新，提升企业核心竞争力

创新是企业的活力之源，创新是企业发展的动力，创新是企业发展战略的核心。也正如《国家脊梁》一文所述，“自主创新是企业进步的灵魂。5年来中央企业创新能力显著提高，取得一批重大科技成果。。”。纵观世界500 强企业，它们保持长期持续发展、保持长久竞争优势的共同点，就是这些企业都非常重视从技术、营销、管理等多方面进行全面创新。因此，不断创新是企业赖以生存与持续发展的最重要的保证之一。要想在日趋激烈的市场竞争中占有一席之地，必须从知识经济的要求出发，从市场环境的变化出发，不断进行观念、技术、质量、管理、服务、制度等诸多方面的创新。

观念创新

思想观念是行动的先导。没有观念创新就不可能有创新的实践。企业要牢固树立创新是企业获得持续竞争力的源泉，坚持用创新思想指导企业实践。要研究社会经济的现状和发展趋势，研究技术与市场结合的思路，掌握最新的市场信息进行创新活动。

技术创新

技术创新是指企业应用创新的知识和新技术、新工艺、采用新的生产方式和经营管理模式，提高产品质量，开发生产新的产品，提供新的服务，占据市场并实现市场价值。企业是创新的主体。技术创新是发展高科技、实现产业化的重要前提。要从体制改革入手。激活现有科技资源，加强面向市场的研究开发。大力推广、应用高新技术和适用技术，使科技成果迅速而有效地转化为富有市场竞争力的商品。企业不断进行技术创新并形成技术领先优势，就可以大大提高企业的品牌竞争力，加强品牌的自我保护。在技术创新过程中，企业要勇于突破，不断否定自己，不断超越自己，才能取得技术进步的领先地位，提升企业核心竞争力。质量创新

质量不是一个静止的概念，而是一个动态的概念。

必须根据科学技术的进步和市场的需求，不断提高质量的科技含量和市场需求含量，使质量创新永远满足建设单位和业主的需要。

管理创新

在加强基础管理的同时，要根据新的情况不断引进新的管理观念、管理制度和方法，要通过企业管理实践，创造出新的管理模式，推动企业管理水平的提高。

服务创新

服务是永无止境的，企业要在为业主和施工单位提供监理服务的过程中，不断创新服务内容、服务项目、服务方法，提高服务水平和服务效果，让业主和施工单位感受最良好、最满意的服务。

制度创新

现代企业制度体现的是企业资源配置的高效性，制度创新是核心竞争力的保证：企业竞争力不强在很大程度上受到企业制度的束缚和制约，公司必须不断学习和运用现代企业制度并根据现代企业制度要求，改造和改革现有和现存的企业制度，使之更科学、更合理、更规范、更现代化，为核心竞争力的培育和提升提供制度保证。

此外，创新还应包括经营创新、组织创新、知识创新、文化创新等等。只有全方位、全面地进行创新，监理企业才会获得无穷的生命力和永不枯竭的内在动力，从而在市场竞争中保持强大的竞争力，推动企业不断发展壮大。

江泽民同志曾讲过“创新是一个民族进步的灵魂，是国家兴旺发达的不竭动力。”企业管理大师德鲁克先生也指出“每个企业都必须具备的核心素质是创新。” 我国优秀的企业海尔集团的掌门人张瑞敏也认为：“海尔的核心竞争力是创新”。由此可见创新能力的培养，是提高企业核心竞争力的重要资源。创新是企业在市场竞争中立于不败之地的根本保证，创新是企业实现跨越式发展的根本途径，企业必须持续创新，才能提高核心竞争力。

三、加强企业文化建设，培养企业核心价值观

学者们认为企业一般拥有两个核心：一个是核心竞争力，一个是核心价值观。核心价值观是支撑一个企业长久发展的思想观念，核心竞争力是企业生存与发展的持久动力。因此，以企业文化作为核心竞争力，实际上是把企业的两个核心有机结合起来，形成企业长远发展的坚实基础与持久动力。

现代监理企业的竞争，归根到底是企业文化的竞争。企业文化是一个企业的灵魂，是企业发展、创新的源泉，是企业经济基础和上层建筑的摇篮。一个拥有核心竞争力的企业也肯定是拥有优秀企业文化的企业。公路交通监理企业在发展过程中，必须要拥有自己的经营理念和价值观，建立起自己的一套独具特色的企业文化。因此，加强企业文化建设，培育和提升核心竞争力是企业制胜的法宝。

结语

综上所述，我国公路监理企业的核心竞争力的提升，对于我国监理企业在参与国际化市场竞争、提高目前我国公路监理企业的管理水平以及实现与国际接轨都有非常重要的战略意义。自1988 年我国监理制度的试行以来，我国监理制度的实施时间还不算很长，经验还不丰富，目前我国的监理行业还存在诸多的不足之处，而且还面临新的严峻的形势，特别是我国进入W TO 以后，面临国外监理咨询企业国际市场竞争的形势。在此条件下，如何提高我国公路监理企业的核心竞争力，有着重要的现实意义。这不仅需要监理企业要着重加强自身核心竞争力的建设，还需要政府政策的灵活性以及各级行业协会的普遍关注，才能为我国培养一批在国内外有公信力的名牌监理企业。

监理企业要充分把握当前国家加大交通基础设施建设投资的有利时机，为迎接交通建设的第二个春天，适应交通建设又快又好的发展，认真学习“深入贯彻落实科学发展观，继续解放思想，坚持改革开放，推动科学发展，促进社会和谐”的指导思想。积极响应“监理企业树品牌、监理人员讲责任”行业新风建设活动，促进我国公路交通监理企业可持续发展，把监理企业做强、做大。

**第四篇：加强企业文化建设 提升核心竞争力**

加强企业文化建设 提升核心竞争力

姓名：雷小辉 单位：平煤股份天力公司 班级：2024经济管理本科

摘 要：通过对企业文化的内涵、基本特征、功能及与企业核心竞争力关系的分析，论述了企业文化在提升企业核心竞争力中的巨大作用，并进一步阐述了构建优秀的企业文化的基本思路。

关键词：企业文化 核心竞争力 信息化

企业在自然资源、规模经济、资金、技术等传统上具有的战略优势很难保持长久。因此，如何有效地提高和保持企业的核心竞争力，使企业能够在激烈的竞争中生存发展，越来越成为所有企业都必须正视的重大课题。本文将通过对企业文化内涵、特征和功能及与企业核心竞争力关系的分析，来论述了企业文化在提升企业核心竞争力中的巨大作用。

一、企业文化的内涵及基本特征

1．企业文化的内涵

企业文化作为一种理论提出，是本世纪70年代末80年代初的事情。企业文化是企业在生产经营实践中，逐步形成的，为全体员工所认同并遵守的、带有本组织特点的价值观、信念和行为方式。这个定义实际上包含三个层次：价值观、信念和行为方式。首先，价值观是企业文化的本质体现，是企业文化中相对稳定的要素，比如企业提倡“诚信、团队、合作、创新”，都是企业的一种价值观念，也就是企业发展的最高指导原则，长期应该保持不变，除非企业经历了转型、重组等大的变革；其次信念是支撑企业价值观的各种信条、观念，比 如人才观，发展观、竞争观、营销观等，必须结合企业的行业特点、市场情况、竞争对手等来动态调整，是企业发展与竞争策略的指导思想；最后，行为方式是企业文化中最真实、最直接和最重要的部分，一个企业的真正的文化是企业员工的行为方式。

2．企业文化的基本特征

企业文化作为一种文化，他具有以下几个基本特征：

第一，独特性。企业文化产生于不同企业，每个企业有他独特的文化氛围，企业精神，经营理念，有企业里形成的价值观，因此所形成的企业文化也是各不相同的，有其特点。

第二，难交易性。企业文化是为该企业内部成员所认同的并用来教育新成员的一套价值体系（包括共同意识、价值观念、职业道德、行为规范和准则等。）甲企业优秀的企业文化，是能被甲企业成员认同的一套价值体系，能极大的促进甲企业的发展，但他出自甲企业，不一定能被乙企业成员认同，也不一定适合乙企业，对乙企业未必能起到促进作用。

第三，难模仿性。技术创新可以模仿，但企业文化不能模仿。企业文化有其独特性，是一套非常复杂的价值体系。

3.企业文化的内容

企业文化是以企业在长期生产经营过程中逐步形成与发展的、带有本企业特征的企业经营哲学，即价值观念和思维方式为核心所生成外化的企业行为规范、道德准则、风俗习惯和传统的有机统一。它可以分为企业精神文化、企业制度行为文化和企业形象物质文化三大层次。企业文化的内涵核心是企业精神文化即它的价值观念、思维方式。第一 物质文化

这是企业文化的表层部分，是形成企业文化精神层和制度层的条件，能折射出企业的经营思想、管理哲学、工作作风和审美意识，包括企业生产经营的物质基础，具有物质特性，构成所谓“企业硬文化”或外显文化，是企业精神文化的物质体现或外在表现。它主要包括企业名称、标志、外貌、产品的特色、外观、文化体育生活设施、企业造型和纪念性建筑等，通过展现，都能使人对企业留下深刻的印象。

第二精神文化

主要包括指导企业开展生产经营活动的各种行为规范、价值观念和群体意识等，是构成企业的“软文化”或内隐文化，但它是企业总体文化的内核，是最重要的组成部分，它具有根本性和长效性。其中，企业哲学、企业价值观和企业精神是企业文化的核心，是企业的精神支柱和动力。企业哲学反映了企业在生产经营活动中独特的精神境界和理想追求，企业精神是得到员工认同并为社会公众所理解的一种群体意识。企业的精神，一方面体现在企业的价值观里，就是在市场经济中追求长期利益的最大化，但这不是最终目的，尤为重要的是通过打造精神，激发斗志，锐意开拓，创造效益，练就超越，最终实现企业与社会的紧密交融，并为社会的进步与发展做出应有的贡献。正是这种强大的企业精神推动着企业在市场竞争中不断地做大做强，使企业员工有勇气面对和接受更加严峻的挑战，有勇气战胜困难，成就并超越自我。第三 制度文化

这是企业文化的内涵thldl.org.cn的中间层次，包括企业领导体制、人际关系及其为开展正常生产经营活动所制定的各项规章制度，是企业物质文化和精神文化的中介。这是指对企业组织和企业员工的行为产生规范性、约束性影响的部分，它集中体现了企业文化的物质层和精神层对员工和企业组织行为的要求。制度层规定了企业成员在共同的生产经营活动中应当遵守的行为准则，包括企业领导体制、人际关系以及为开展生产经营活动所制订的各种规章制度。综观国内大型企业，其获得成功的一个共同的重要特点，就是有一个高效运转的组织机构和一套被全体员工自觉遵守的规章制度。有效的管理方法会使企业每一个职工都可以充分地发挥自己的聪明才智，自主、自觉地把工作干得更好。它的目标就是要求全员自觉自主地融入管理体系，都把自己视为企业的一个细胞，大家共同构成一个有机的整体，共同工作，共建和谐。

二、企业文化与核心竞争力的关系分析

企业文化是全体员工衷心认同和共有的企业核心价值理念，它表现为人们的基本思维模式和行为模式，或者说是习以为常的一种不需要思考就能够表现出来的东西，而且，这些思维模式和行为模式还应该在新老员工的交替过程中具有延续性和保持性。一个优秀的企业，就是要创造一种全体员工衷心认同的核心价值观念和使命感、一个能够促进员工奋发向上的心理环境、一个能够确保企业经营业绩不断提高、一个能够积极地推动组织变革和发展的企业文化。优秀的企业文化对企业的长期发展具有导向作用、约束作用、凝聚作用、激励作用和辐射作用。1．核心竞争力的界定

国际著名的兰德公司经过长期研究发现，企业的竞争力可分为三个层面：第一层面是产品层，包括企业产品生产及质量控制能力、企业的服务、成本控制、营销、研发能力；第二层面是制度层，包括各经营管理要素组成的结构平台、企业内外环境、资源关系、企业运行机制、企业规模、品牌、企业产权制度；第三层面是核心层，包括以企业理念、企业价值观为核心的企业文化、内外一致的企业形象、企业创新能力、差异化个性化的企业特色、稳健的财务、拥有卓越的远见和长远的全球化发展目标。第一层面是表层的竞争力；第二层面是支持平台的竞争力；第三层面是最核心的竞争力。因此，我们可以界定：核心竞争力是以企业核心价值观为主导的不断创造新产品和提供新服务以适应市场的能力，不断创新管理的能力，不断创新营销手段的能力。

随着网络发展和信息的畅通化，企业间相互模仿和借鉴的速度越来越快，企业在第一层面和第二层面上具有的战略优势很难保持长久，而企业文化的独特性、难交易性、难模仿性使得企业文化成为有效地提高和保持企业的核心竞争力的源泉成为可能。

2．企业文化对增强企业核心竞争力的作用

企业文化对增强企业竞争力的作用具体体现为其所具有的四大功能： 第一，凝聚功能。企业文化是企业的粘合剂，可以把员工紧紧地粘合、团结在一起，使他们目的明确、协调一致。企业员工队伍凝聚力的基础是企业的根本目标。企业的根本目标选择正确，就能够把企业的利益和绝大多数员工的利益统一起来，是一个集体与个人双赢的目标。在此基础上企业就能够形成强大的凝聚力。否则的话，企业凝聚力的形成只能是一种幻想。

第二，导向功能。导向包括价值导向与行为导向。企业价值观与企业精神，能够为企业提供具有长远意义的、更大范围的正确方向，为企业在市场竞争中基本竞争战略和政策的制定提供依据。企业文化创新尤其是观念创新对企业的持续发展而言是首要的。

第三，激励功能。激励是一种精神力量和状态。企业文化所形成的企业内部的文化氛围和价值导向能够起到精神激励的作用，将职工的积极性、主动性和创造性调动与激发出来，把人们的潜在智慧诱发出来，使员工的能力得到充分发挥，提高各部门和员工的自主管理能力和自主经营能力。

第四，约束功能。企业文化、企业精神为企业确立了正确的方向，对那些不利于企业长远发展的不该做、不能做的行为，常常发挥一种“软约束”的作用，为企业提供“免疫”功能。约束功能能够提高员工的自觉性、积极性、主动性和自我约束，使员工明确工作意义和方法，提高员工的责任感和使命感。

三、构建优秀的企业文化提升企业核心竞争力

优秀的企业文化通过影响员工的理想、信念、目标、追求和价值观念，使员工同心同德，共谋企业的发展，对企业产生很强的凝聚力，从而使企业发挥出巨大的整体优势，呈现出强劲的发展活力。从职工的切身利益来看也是一样。只有每一个员工真正理解了“企业兴，我才荣，企业衰，我就辱”的道理，大家才能上下拧成一股绳，以一个团队的力量面对竞争和挑战，以一个团队的优势克服并战胜一切困难。

企业文化的内涵的力量渗透于企业的生命力、创造力和凝聚力。不同的企业因其工作性质、社会环境以及发展地位不同，具有各自特点和相应的企业文化，其形成的企业文化的内涵，对于满足员工的精神需求，增强凝聚力，提高整体素质发挥着重要作用，推动着企业精神文明建设，促进着企业健康发展。

1．优秀企业文化的标准

任何优秀的企业文化必须满足4个标准：基于个性、基于战略、基于最根本的商业准则、基于人性。

首先，优秀的企业文化必须是基于个性的，个性是企业文化的生命。这里所说的个性包括两个层面的含义：一个是企业家精神个性，即企业领导者的追求、思想和理念；另一个是企业组织个性，即企业独特的经营理念、制度和行为方式等，这两种个性就构成了企业文化的整体个性。如果一个企业的文化不能充分体现这两种个性，那么，这种文化就很难说是优秀的。

其次，优秀的企业文化必须是基于企业战略的。更准确一点说，优秀的企业文化必须充分体现对战略的全面支持功能。一个企业的文化只有充分体现对其战略的全面支持功能，才能确保企业文化对企业绩效的提升功能。

再次，优秀的企业文化必须是基于商业准则的。基本商业准则，是指企业在市场竞争中的基本游戏规则，例如诚信、公平竞争、双赢或多赢、职业化等。企业一旦违背这些游戏规则，就会受到市场的抛弃。我们很难想象，一个不讲诚信的企业或没有职业化精神的企业，怎么能获得顾客的忠诚、投资者和供应商的信任、社会公众的认同和尊敬，而这样的企业又怎能成功和持续发展？

最后，优秀的企业文化必须是基于人性的。换言之，优秀的企业文化必须尊重人性。一个企业的文化只有基于人性本原，才具有无限的包容性，并获得终极性的认同和尊重，进而才会具有凝聚人心的作用。任何一个企业的文化如果背离了人性，那么，这种文化就是一种扭曲的文化，一种缺乏包容性的文化，一种不可能被员工、被消费者、被社会公众所认同的文化。

2．构建优秀的企业文化

构建优秀的企业文化就是要将企业在长期的生产经营实践中所创造和形成的具有本企业特色的精神观念提炼出来，并且把这种精神观念具体地体现和落实在企业经营管理的制度、行为、物质和企业形象建设等各个层面之中。

第一，提炼“精神文化”。精神文化是企业特有的理念，体现企业的个性。例如海尔集团的理念是“真诚到永远”；诺基亚公司的理念是“科技以人为本”；飞利浦公司的理念是“让我们做得更好”。这种理念，是根据形势和本单位特色提出来的，简明生动，成为本企业员工共同的精神追求。

第二，创新“制度文化”。每个企业都有一套规章制度，它也是一种文化。例如上海宝钢等企业，针对各种岗位的员工，制订了必要的简明的“员工行为规范”，让大家遵守执行，保证企业有序运作。现在，形势发展较快，一些新的人本管理模式和学习型组织，都需要新的规章制度，这就需要创新。

第三，倡导“行为文化”。企业精神不能“说在嘴上，写在纸上，挂在墙上”，应当落实到企业的生产、经营、管理的各个方面，要落实到企业员工爱岗敬业、诚实守信的行为上去。要树立企业的模范榜样，使员工行为更加优秀。另外，还可以通过晨会、升旗、唱企业歌曲等等仪式和活动，让企业员工经常感受企业精神，增强企业的凝聚力。

第四，完善“物质文化”。企业的物质形态也能反映企业特点和企业形象。因此，要营造绿化的环境、整洁的厂容厂貌，现代化的设施和先进的办公条件等等。不要追求豪华，而要讲究先进。例如敞开式的大空间办公格局，更有利于营造员工努力工作，遵守纪律、互相竞争、互相沟通的氛围，比封闭的办公条件更加先进，所以为越来越多的企业所采用。

总之，加强优秀企业文化建设，已是一项重要而紧迫的任务，这会有利于塑造企业的良好形象，提升企业的知名度和美誉度，提升企业的核心竞争力，切不可等闲视之。

论 文 提 纲

姓名：雷小辉 单位：平煤股份天力公司 班级：2024经济管理本科

一、论文标题：加强企业文化建设 提升核心竞争力

二、论文摘要：通过对企业文化的内涵、基本特征、功能及与企业核心竞争力关系的分析，论述了企业文化在提升企业核心竞争力中的巨大作用，并进一步阐述了构建优秀的企业文化的基本思路。

三、论文内容：

1、企业文化的内涵及基本特征

2、企业文化与核心竞争力的关系分析

3、构建优秀的企业文化提升企业核心竞争力

**第五篇：提升企业核心竞争力措施**

提升企业核心竞争力措施

摘 要：中国加入世贸以后,世界经济格局又有了新的发展和变化。在经济全球一体化的今天,中国企业面临着严峻的挑战,提升企业核心竞争力是企业获取持续竞争优势的来源和基础。企业竞争力理论是近十年来出现在战略管理领域的新兴企业管理,提示了影响及决定企业竞争优势的关键因素。

核心竞争力是指一个企业适应市场,开发潜在市场或战胜竞争对手、占领市场、发展自己的能力。它不是单一的营销能力,而是反映一个企业在经营管理方面综合的整体水平和能力。

加入世贸组织,意味着我国企业与国外企业在世界经济舞台上将处于同一起跑线上进行平等竞争,企业在世界经济的大舞台上能否得以更大的发展,在激烈的国际竞争中能否立于不败之地,根本上取决于企业的综合素质和核心竞争能力。最终的结果却会使中国脱颖而出,成为21世纪全球商品、服务、资金、人才等的最主要竞争者。

近年来我国企业综合实力和竞争能力有了明显的提高,但与发达国家相比,还存在着较大差距,特别是国有企业还普遍存在着人多、债多、社会负担重、经营机制不活、技术创新能力弱、产业结构层次低、支柱产业优势特色不明显等问题。

为适应全球化的激烈国际竞争,我国的政府职能、产业政策、经济体制、企业体制都应迅速进行一系列战略转变,按国际通行的规范化现代企业制度加快企业改革;以信息化推动产业结构升级;以优势上市公司为核心、以现代经营理念作指导、以国内外先进企业为样板,推行标杆管理和追赶战略,追求管理创新,改善管理适应发展的新环境,加强企业文化建设培养核心专长,建设学习型企业,迅速提升我国企业管理水平提升企业的核心竞争力。

关键词：核心竞争力 核心专长 学习型企业

1.加速技术转化。

1.1在新世纪开始这际,发达国家加快了技术递进步伐,旨在以更新的姿态竞争国际市场,主宰世界是经济。

目前我国已加入世贸组织,正加紧向包括中国在内的亚洲和其他地区转让被替代产品。我们在现有的基础上,把技术的转化率提高到20%以上的水平,我国的企业技术进步将向前推进一大步,可以达到发达国家20世纪80年代的水平,技术经济差距至少可以缩短5至7年。

1.2齐头并进,促进技术转化。

首先应有国家权威的产业和技术部牵头,制定一个能够指导未来5)))10年技术转化工作的专项规划,以与国家10年发展规划相配套。其次,应制定有利于

促进产业技术转化的政策措施。同时,开展多层次的联合协作,促进产业技术更快转化。

1.3因地制宜,推动技术转化。

毫无疑问,加快技术转化,推动技术进步是促进经济发展的重要动力。其次才是铺新摊子,投入新的项目。这既是避免现在与过去项目的重复建设,造成不必要浪费的有效手段,也是充分利用原有基础,多快好省地发展我国技术产业化的必由之路。

2.改善管理适应发展的新环境。

企业的经营管理在于企业各个职能模块的运作的协调与齐头并进,决定企业经营成绩的往往在于企业管理的薄弱环节和优势环节,要适应未来多变的竞争环境,我们就要全面系统地考虑企业未来发展趋势,加强企业的战略管理,研究如何进行战略投资,进而达到获利的战略目标。

3.加强培训提高企业员工的素质。

企业人力资源受到以下几个方面的影响:第一、劳动力需求的变化;第二、人力资本增值成为员工职业发展的主题;第三、国家竞争力的概念被劳动力的竞争所代替。目前,中国企业主观上重视人力资源开发和管理,但不知道应如何重视,只简单停留在人是最重要的生产要素上是不够的。我国的人力资源开发管理的培训和教育的规模水平亟待加强。应增设人力资源管理专业硕士学位,提升人才培养层次。

4.培养核心专长。核心专长是指企业的核心竞争力。

核心专长最重要的载体是人+知识观念+科技/技术+组织架构+管理制度+网络+流程+企业文化=综合能力+资源。有了核心专长才能开发出有竞争力的产品和服务,才能创造竞争优势。核心专长的发展有三个阶段:一是找到企业的核心专长,通过分析企业的现状,结合社会大环境、大气候的发展变化,通过运用企业的创新精神和创新能力,独具慧眼地识别本企业核心竞争力的发展方向。二是深化和改造核心专长,充分发挥志长的作用,体现其价值。三是发挥和保卫核心专长。企业竞争力资产的创新,能否成功地维持己有竞争优势,在很大程度上取决于那些竞争力资产的可垄断性,包括是否容

易获得、复制、模仿以及替代。企业竞争力管理的首要任务就是对己有竞争力资源、能力的竞争优势不断加固,防止由于竞争对手的复制、模仿而使自身优势减弱,使企业竞争力不至于下滑,从而保持已有的竞争地位;同时,还要尽可能追赶行业领先者,进一步提高竞争优势的程度;此外,对存在的劣势则要以后进学先进的方式尽可能地加以追赶,减轻劣势程度,使整体竞争力水平提升。

5.建设学习型企业。

在今日国际化的企业经营环境中,建立组织学习能力对企业的重要性与日俱

增。许多公司希望能突破生产瓶颈,减少运转时间,提升顾客服务品质,创新技术,却无法找出实际有效的管理方式。其实,解决问题的关键不仅是承诺价值,最重要的是实际行动。目前全球已迈入以知识为基础的新经济时代,经济增长已从昔日的资源消耗型转为知识与技术型,越来越多的经济附加价值是由脑力而非劳力所创造。无论是传统产业或高科技产业、公民营企业,都属于自己的核心专长,注意创意与全球化,让企业成为有效的学习型组织。总之,欲建立学习型组织必须先塑造学习的环境、打破各部门的界线、增进沟通才能奏效。另外,组织必须具备正确的基本理念、排除障碍才能真正的学习、提升整体绩效,提升企业核心竞争力。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！