# 加强人才队伍建设 提高企业核心竞争力

来源：网络 作者：九曲桥畔 更新时间：2025-04-25

*第一篇：加强人才队伍建设 提高企业核心竞争力加强人才队伍建设 提高企业核心竞争力21世纪是知识经济的时代，企业参与市场竞争的核心就是人才竞争，企业要抢占市场制高点，谋求稳定、快速、持续发展，就必须大力推进“人才兴企、人才强企”的战略。中国...*

**第一篇：加强人才队伍建设 提高企业核心竞争力**

加强人才队伍建设 提高企业核心竞争力

21世纪是知识经济的时代，企业参与市场竞争的核心就是人才竞争，企业要抢占市场制高点，谋求稳定、快速、持续发展，就必须大力推进“人才兴企、人才强企”的战略。中国国旅（宜昌）国际旅行社有限公司成立五年来，日渐形成了一种“快乐工作、工作快乐”的企业文化氛围。公司历经五载，在“安全是天，质量是命，管理是根，效益是本”的指导思想下，在全体员工不断奋进、努力拼搏下，凭借CITS品牌优势、资源优势、产品优势、管理优势和人才优势，深耕细作，夙夜匪懈，一步步成长为依托长江三峡、辐射渝东鄂西的杰出典范。近年来，为了抢抓鄂西生态文化旅游圈建设机遇，满足旅游行业对人才的需求，建设一支高素质、竞争力强的旅游人才队伍，中国国旅（宜昌）国际旅行社有限公司更是把“人才是第一资源”的理念做为公司长远发展的重中之重。

一、创新人才培养机制，提升用人综合素质。

根据公司整体发展目标，制定科学的人才培养方案，公司始终注重三支人才队伍培养，即：一支有战略眼光、运筹帷幄、驾驭全局的高层决策队伍；一支贯彻公司高层决策、精通企业管理、财物管理、市场营销，能把握并不断丰富企业核心竞争力的中层管理队伍；一支兢兢业业、多专业并熟练掌握各种业务操作技能的业务骨干队伍。

在人才培养上，首先针对各类人才的不同特点，进行分类指导和培养，使人才各尽其能。其次通过带薪学习深造、企业内部培训、以师带徒培养、岗位锻炼成材、个人自学提高等多种方式，加快人才培育。最后是要把高层次人才队伍培养放在重要位置，以提高创新能力和现代化经营管理水平为核心，加快培养高层次人才，有效防止高层次人才流失。在人才引进上，首先把吸引、发现和发挥人才作用作为

立足点，在公司中形成了尊重知识、尊重人才的环境和氛围。多渠道、多层次吸引各类人才加盟，特别是高层次、高技能、高素质的复合型人才的引进，为公司的持续发展奠定了坚实的人力资源基础。同时，我们建立和完善了高校毕业生引进机制。不唯学历、不唯职称、不唯资历，只要具有一定知识和技能，能够为公司建设和发展做出贡献的，我们都会努力去发现、选拔和培养。

公司成立至今，先后培养出十多位省、市级金牌导游员以及明星导游员。在历年导游业务技能大赛中，荣获各类奖项20余次。

二、实施人才竞争机制，争强企业凝聚能力。

我们建立了人才“赛马”机制。积极改革用人制度，以公开、平等、竞争、择优为导向，建立了有利于优秀人才脱颖而出的平台、充分施展才能的选人用人机制。让员工在竞争中成长，公司在员工竞争发现人才。具体做法是对公司所有岗位编写详细的《岗位职责》，进行岗位描述。根据《岗位职责》，公司招聘各级岗位的人员，并在岗位人员招聘中坚持公开、公正、公平原则，公平竞争、择优录用。通过建立人才平台，使员工有了脱颖而出的机会。公平竞争的用人环境增加了公司的凝聚力，员工努力提高综合素质，人人争取向上。

目前全公司员工共计90人，具有大专以上学历人员大约占70%，在管理层中大专以上学历的占90%。一些原在同行业的业务骨干，也纷纷加盟到我们公司。为吸引人才和留住人才，公司对高素质、能力强的中高层技术管理人才采用基础工资、岗位工资和按业绩提成以及年终奖等多种分配方式，鼓励知识、技术、管理和资本等生产要素参与收益分配，做到智力资源资本化，实现一流人才以一流业绩赢得一流报酬，为吸引人才和留住人才奠定了坚实的基础。为了用好人才，留住人才，解决人才的后顾之忧，公司努力维护员工的合法权益，严格执行国家关于职工基本养老、医疗、生育、工伤、失业以及住房公

积金等各项规定，坚持做到了在聘用人才的同时，落实好人才的各种社会保险，根据国家、省、市的有关规定给人才购买养老、工伤、医疗、生育、失业等保险，保障人才的合法待遇，解决人才的后顾之忧，使人才有归属感，增加企业的凝聚力，从而增强了企业的竞争能力。

三、营造快乐工作氛围，大力发展企业文化。

“快乐工作，工作快乐”是公司对工作环境、工作氛围的认识和理解。我们以“精细化、人性化管理”为内容，从加强宣传引导、改善工作生活环境、建立健全岗位培训制度等方面入手，努力为员工营造整洁、安全、舒适、快乐的工作和生活环境，使员工在工作中享受快乐，在快乐中收获成功。

“快乐工作，工作快乐”同时也是我们企业文化的延伸。在此基础上，推动企业文化建设，实施“人才兴企、人才强企”战略，有利于营造尊重劳动、尊重知识、尊重人才、尊重创造的氛围，充分发挥企业文化的导向、凝聚、规范、激励和辐射作用，增强人才对企业的情感归属和成就依托，从根本上提高企业人才的吸引力、凝聚力。企业文化建设也是一项长期系统的工作，重在推广和落实。我们不仅要从制度上对职工个人利益予以充分保障。通过工资集体协商，做好薪酬分配工作，建立合理的激励机制，努力使企业利益与个人利益紧密联系起来。而且更要营造适宜的工作环境和公平竞争的机会来调动职工的创造力，鼓励职工勤奋学习，不断创新，使职工能够施展才能，实现自身价值。

中国国旅（宜昌）国际旅行社历经五载，所取得的辉煌成绩归根结底都是因为拥有大批优秀人才做为公司坚实的后盾支撑。在今后发展中，我们将一如既往的大力实施人才强企战略，不断探索创新人才队伍建设的有效办法，科学合理地解决人才队伍建设中存在的问题，全面提高员工综合素质，使企业的核心竞争力实现新的跨越和提升。

**第二篇：如何提高企业核心竞争力**

如何提高企业的核心竞争力

在经济全球化的时代，民营企业在经济发展中发挥了极其重要的作用。然而，有的企业能够发展壮大、长盛不衰，而有些企业经营困难，甚至生存不下去。企业想在激烈的市场竞争中赢得自己的一片立足之地，就应该反思到底“危”在哪里，“机”在何处，化“危”为“机”，尽快适应环境的变化，培育核心竞争力。因此，核心竞争力又是企业持续竞争优势的基础，对于企业的发展有着不同寻常的战略意义。

一、深刻理解企业核心竞争力

核心竞争力指企业长期发展中形成的,能够创造经济效益并难以被竞争对手模仿的独特能力,它是企业建立和保持优势的必要条件，是企业发展的根本保证，是企业从技术到产品，从管理到战略综合素质的核心体现。它是关系到企业生死存亡的大事，拥有核心竞争力,就会使企业在市场竞争中立于不败之地。

二、培育企业核心竞争力的重要性

（一）是企业成功占领市场的基础

市场就是企业的命根，占领市场，企业就有了前途和希望；而失掉市场，企业则会面临衰落与失望。企业要想做大做强，在市场竞争中不被吞掉，就必须想方设法占领市场，而要占领市场，企业就必须拥有其独特的核心竞争力，核心竞争力是企业成功占领市场的基础。

（二）是企业可持续发展的动力源泉

竞争成功的关键在于企业是否拥有不断开发新产品和开拓市场的特殊竞争能力。一方面，它是企业的一笔无形资产，难以被竞争者也难以复制和模仿，使得企业拥有别人无法比拟的、独特的核心竞争优势；另一方面，经过市场的长期检验，企业的核心竞争力易为被客户所接受，并受到认可，从而长期占领市场，推动企业可持续发展。

（三）是企业保持长期竞争优势和获得高利润的法宝

在市场经济体制日益完善的今天，产品往往供过于求,产品已逐步从卖方市场转向买方市场。而且随着科学技术的进步，企业无论在资金、规模、人力上都不具有优势。因此，要想在诸多大中型企业夹缝中生存发展的话，企业必须具有更卓越的生产经营能力和难题解决能力，并能长期保持而不被超越。而企业产品既是生产经营的结果，也是企业竞争的载体。竞争成功不再是产品开发和市场战略的最终结果，而是通过开发、利用其产品的核心技术能力，创造出更多的高技术产品，扩大市场份额，使企业获得更多利润。

三、企业核心竞争力存在的问题

企业在发展中有其自身的优势，但也面临着一些亟待解决的问题。当前企业普遍存在的一个问题就是缺乏核心竞争力，影响企业核心竞争力的因素主要表现在以下几个方面：

（一）战略规划缺乏正确的认识和定位

企业战略的制定往往能够决定一家企业的命运，它是企业生死攸关的重大决策。但绝大部分企业没有明确的战略规划，普遍依赖经验决策的思维定式，从而导致了其经营的盲目性、投机性和随意性。企业的经营管理理念及发展方向,很大程度上取决于企业具有战略性、前瞻性的发展规划。如果忽视了对核心竞争力的培养，就会出现“其兴也勃焉，其亡也忽焉”的局面。

（二）管理制度不够健全

管理是企业在竞争中获胜不可缺少的要素，但不少企业缺乏完善的管理体系、措施，导致企业的发展战略往往是“虎头蛇尾”，无法落实。组织内部缺少详细的职务分工，员工对自己的责、权、利经常搞不清楚。我国企业的管理还相对滞后，尤其是在企业的战略管理、成本管理、质量管理、人力资源管理、营销管理等方面，很难适应激烈的市场竞争。企业组织结构不合理，经营机制不灵活，是影响企业竞争力的根本原因。管理思想落后，管理模式无法适应复杂多变的市场，是当前企业普遍存在的一个问题。管理思想仍然是传统的以生产为中心，市场开发不能创新，管理模式无法适应复杂多变的市场，对员工管理手段简单粗放，缺乏知识性和企业文化内涵性的引导。

（三）缺乏人才，员工素质普遍不高

员工素质是企业核心竞争力的核心因素，有很多企业可能起初是靠着胆量和机遇发展起来的，但企业进入成长、成熟期后，就特别需要依靠懂管理的人来从事企业战略目标管理。企业职工素质相对较低，优秀员工流动性大、专业人才不够，使得企业核心竞争力的形成缺乏相应的人力资源支持。人在企业的发展和壮大中发挥着很大的作用。但是绝大多数企业对人力资源管理认识不够，人员流失严重等。只管使用人才，不管人才的培养。很多企业的老板实施“不用不招、现用现招、不行再招、只用不养”的功利措施。结果是人才或不进不出或大进大出；原有的上不去被“炒”掉，新招的又大多不适应、力不从心辞退或被“炒”等，队伍不稳思想涣散，员工缺乏积极性、主动性和创造性。企业不注重发挥员工的潜力，怎能会拥有一只高素质的团队，又怎能会在激烈的竞争中争得自己的立足之地？

（四）产品科技含量低，创新能力差

多数企业经营仍然具有“粗放型”的特点,表现为生产设备落后,劳动生产率不高,高素质的管理技术人才少,技术落后,技术开发、市场开发能力薄弱,企业自身经营管理水平较低,这些因素造成企业活力不足,经济效益低下,缺乏市场竞争。劳动生产率普遍较低，生产成本高。许多企业还是靠模仿别人产品技术而生存，没有自己的研发部门，产品技术都是靠模仿别人比较成熟成型的东西，因此在市场上缺乏竞争力。在市场经济体制逐步形成的今天，企业在激烈的市场竞争中往往处于不利地位，是竞争中的弱者。

三、提升企业核心竞争力的措施

企业核心竞争力的培育和提升是一项复杂的系统工程,受自身发展水平和各种环

境因素的制约。我认为，企业应结合企业的实际，从以下几方面来培育和提升核心竞争力。

（一）科学制定战略规划，培育企业核心技术

核心竞争力是支撑企业长久竞争优势的基础性能力，也是战略性能力，它的培育必须依赖于企业长远的战略发展规划。因此企业要培育和提升自身的核心竞争力,就必须进行战略定位和规划，这是取胜的前提。企业在培育核心竞争力时,必须直面不断变化的市场环境,对可能发生和出现的重要事件、机遇和威胁、优势和劣势应及时做出灵敏的反应,准确预测和把握本行业产品、技术的变化方向及趋势,适时调整企业的战略发展方向,预先转换核心技术、市场策略及管理方法，以适应市场的变化。只有这样,才能把自身的核心竞争力转变为竞争优势，企业才能得到长足的发展。

企业在技术创新过程中要把握好以下几方面：一是要注意以市场为导向，形成自身的核心技术，创造核心产品，从而占领和开发市场；二是要注重相互合作，通过市场手段获得企业需要的核心技术和专业人才，建立企业战略联盟，克服企业在技术创新中实力不足的局限，将外来知识有效地沉淀在企业内部，形成自己的品牌特色，达到培育核心技术和提升核心竞争力的目的。科学地制定培育和发展核心竞争力的战略规划

（二）以核心技术创新为突破口，实施专而精的策略

坚实的竞争力来自执著的专业化。在一个领域拥有专有技术、形成专利产品，占领一个稳定的市场，形成专业化优势而提高效率，降低成本，使竞争对手望而却步，这就是自己的核心竞争力。另外，“专而精”战略也是企业培育和提升核心竞争力的基本战略选择。企业要发挥其“小”的特长，专注于某一两个方面的优势形成核心竞争力,做成“强”的企业，有竞争力的企业。企业要打破传统的思维定式,避免与大企业直接进行量的竞争，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。企业要彻底摒弃“小而全”的经营思想，逐步由“小而全”企业向“

小而精”、“小而专”、“小而高”的专业化方向发展,把自己业务做到足够专业，真正做到与众不同,形成特色和专业优势。为企业赢得超额利润，从而培育企业核心竞争力。

在提高企业自主创新能力方面，一是企业领导要有强烈的创新精神和进取精神，有敏锐的市场洞察力，能够及早地预见市场和技术的变化；二是企业对自身的研发要有高投入和高保证，并注重技术基础设施建设和人才培养；三是企业主动与高校、科研机构“联姻”，借助“外脑”来加速技术进步，提高资源利用效率，降低创新成本；四是建立企业创新评估体系，建立客户信息反馈机制，把握市场需求变化，引导新产品开发和创新的发展方向；五是借鉴领先企业的创新之道，把握最新科技动态，及时获得相关的创新信息，不断提升自主创新能力。

（三）实施先进人才战略，增强企业核心竞争力

人才优势是企业建立核心技术的根本，企业必须制定科学的人才战略，创新用人机制，让优秀人才脱颖而出。提高人才待遇，充分发挥各级人才的社会作用。用好本地人，吸纳外地人；用好现有的，培养未来的；用感情留住人才，用事业留住人才，用优厚的待遇留住人才。可以肯定，谁拥有人才，谁就拥有核心技术，谁就有了竞争优势。具体而言，一是加强人才的培养和选拔。建立一套选人、用人机制，为人才成长创造一个良好的环境，建立一套有利于人才成长和核心能力形成的机制，尽可能地发挥人才的创造性。二是安排布置收集核心能力的研发任务。三是建立核心能力研发的激励机制，对企业内抓住商机的研发人员，适当进行精神和物质奖励，调动大家的积极性。通过人才优势的培养，增强企业的核心竞争力。及时对组织结构进行调整，建立有效的管理机制

企业多数采用的是传统的组织结构形式。随着技术的飞跃发展，市场需求变化迅速及市场竞争程度加剧，这种组织形式已难以适应现代经济、社会和技术的变化。这种治理结构不健全、管理混乱等现象,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、营销管理等能力,只有这样才能有效保障企业核心竞争力的提高。

（四）创新企业内部管理，加强企业文化建设

企业活力不足，竞争力不强，在很大程度上是因为企业制度的束缚和制约，使得企业无力增强自身的核心竞争力。因此，企业必须按照现代企业制度的要求，改革企业制度，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。营造一种尊重职工、积极向上的企业文化是企业走向成功的重要因素。企业在文化建设中要注意培育独特的企业精神，形成自己独具特色的经营理念、价值观、道德观和精神风貌，促使企业全体员工团结一致，充满凝聚力和活力。企业要注意提高自身的学习能力，建立学习型企业和创造型企业。企业只有具备比对手更快更好的学习能力，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，才能对市场变化做出快速的反应，从而不断提高核心竞争力。3.4改善和提高全员素质，组建一支具有团队精神的队伍

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、营销管理等能力,只有这样才能有效保障企业核心竞争力有卓越的能力。3.5培育和提高企业的创新能力

首先，要以核心技术创新为突破口，培育企业核心竞争力。企业在构建企业核心

竞争力的过程中，技术创新是至关重要的，没有技术上突破性的创新，所构建的核心竞争力的价值也将是有限和不稳固的。企业要选择适合本企业核心技术开发应用的道路,如加大科技开发资金的投入,调动科研、工程技术人员的积极性和创造性，积极引进科技人才和专利技术，开展产学研结合，积极吸收高校,科研机构的成果,同时加强对知识产权的保护和管理工作。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，企业的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，企业在进行技术创新时,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,企业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。

其次，就是要进行管理上的创新。当前，大多数企业效益低，活力不足，除了有产品结构单一，技术含量低的原因外，管理也是一个主要的原因，过去那种固定的封闭的以生产为中心的管理思想和管理模式已无法适应复杂多变的市场，企业管理必须向以人为本管理为中心的创新管理，知识管理转变，这是提高企业效益，增强企业竞争能力的必由之路。

**第三篇：浅析如何提高企业核心竞争力（模版）**

浅析如何提高企业核心竞争力

【摘要】创新作为21世纪共同的话题，是市场经济中企业竞争力提升的重要制约因素，也是企业有无竞争力和竞争力大小的一个重要标志和因素。现阶段，企业之间的竞争，已经发展到了创新能力竞争，价格竞争仍然普遍存在，但开始让位于创新能力竞争的阶段。对于任何企业而言，它是否能适应未来市场竞争的需要，并在激烈的市场竞争中生存与发展，关键取决于企业的竞争力。提升企业竞争力成为当前摆在每位企业家面前的一个亟待解决的问题。

关键字：创新、管理、技术、市场、生态、文化

提升企业竞争力的途径有很多，创新是提升企业竞争力的有效途径。企业可以从以下几个方面入手，增强企业的竞争力。

一、管理创新。管理创新是指企业采用新的更有效的方法和途径来进行计划、组织、激励、协调、控制，从而不断提高企业经营管理效率，以适应市场变化，满足市场需求，达到企业效益和社会效益的目标有机统一的过程。企业管理创新的主要内容有经营管理思路、组织结构、管理方式方法、管理模式以及管理制度的创新。在现代企业中，任何一种创新，都必须通过企业管理职能来实施，都需经过企业管理各个层次具体执行来实现。因此，管理创新是企业各种创新的综合体，也是实现企业全面创新的基本保障。我们知道，经理人强调的是职业化，他需要出色的经营管理能力，有为投资者服务的观念，高度的敬业精神、专业的管理水平、良好的职业操守，善于把资源进行优化配置，维护良好的企业运作方式。某种意义上讲，企业间的竞争就是企业家之间、经理人之间的竞争。那么一个成功的职业经理人是如何炼成的呢？他既需要在实践中提高管理水平，还得有多种社交技能

二、技术创新。技术创新是指企业以新技术的开发、生产及与首次商业化应用有关的经济技术活动。技术创新主要包括产品创新和工艺创新两种形式。企业技术创新是以开拓市场为宗旨，用技术杠杆，通过提高竞争程度、企业规模及垄断力量，推出新产品去赢得尽可能多的经济效益，并获得最大的企业利润。一个好的企业需要有很强的技术水平作为后盾，不然一切都是空谈。就像当年上广电风靡一时，但后来它就没法再和长虹、TCL抗衡。原因也无非是上广电的技术与规模越来越不如长虹、TCL，后两者凭借其规模与技术优势所向披靡。

三、产品创新。产品创新不仅是指企业生产出新产品的技术创新活动，而且还包括技术上有变化的产品的商业化。企业中的各种创新活动都是围绕企业产品创新这个核心进行的。因为企业的各种创新最终都是要以产品创新为载体进入市场，接受检验。随着信息化进程的加快和经济市场的不断变化，给企业的产品、服务和管理都带来了崭新的变化。在这种情况下，企业要摒弃固步自封的保守观念，调整企业的内部流程，对固有的落后管理思想和方式进行革新，以最大限度发挥企业的资源和技术优势。营销创新要从4PS向4CS和4RS转变，即由产品价格、渠道、促销向需求、成本、便利、沟通和建立顾客关联、提高市场反应速度、关系营销越加重要、回报是营销的源泉观念转变，不断提高综合运用营销理论组合的能力，拓展经营空间，以提高对市场的反映的速度。要用多向思维的方法来重新设计企业流程，从而找到最佳线路，促进企业竞争力的不断提升。

四、市场创新。市场创新是指企业采用新方法、新手段、新途径，把潜在市场变成现实的市场，在提高其产品市场占有率的同时，不断开拓，占领新的市场；与此同时形成适应市场变化的机制，保证满足新的市场需求。针对如何把潜在市场变成现实的市场提几点建议：

(1)针对消费者的因素：①定位自己的独特卖点。（消费者购买你的产品和服务的理由，我们必须通过差异化体现出自己的优点。）②凝聚你的经营焦点。（体现自己的核心竞争优势和你的特长。）③全方位营销你的卖点和焦点。④努力开发更多的更忠诚的稳定客户群。客户群越多，客户的忠诚度越高，企业核心竞争力就越强大，就越能经久不衰。因此，我们的企业都应重视自己的客户群。从产品、价格、渠道、促销到公关宣传等营销的各个方面着手，努力培育自己的客户群，以增强自己的核心竞争力。⑤建立公司自己的品牌，打造品牌效应。⑥其实产业决定未来，面对现在日益激烈的竞争，我们公司应该向多元化的方向去发展。建立公司自己的终端产品，其实现在加工型的产业利润是非常低的，我们必须去发展新的产品，可以直接面对客户的终端产品。

(2)把握好企业所处竞争的位置：比较自己与竞争对手的实力，从企业所处的市场位置来分析，看自己是属于在位企业还是挑战企业，还是企业的领导者还是追随者。根据所处位置，制定合适的发展规划。①根据自己实力选择，与竞争对手对立竞争，联合，合并，并购等一系列措施进行市场的瓜分。（屈臣氏的发展并购就是其主要方式之一）②根据自己所处市场及自身特点，对市场进行细分，使自己在所处行业中具有特殊性。针对目标客户群进行深层次的挖掘。

五、生态创新。生态创新是指企业生产经营管理的全过程生态化，即现代企业的生态革命；也指对企业绿色产品和绿色产业的开发、生产、经营及首次商业化应用的有关的生态经济的创新活动。企业的竞争能力，来自于企业经济的可持续发展、企业经济可持续发展必然要求企业在其经营活动中，谋求消费者利益、企业利益与环境利益的协调，既要充分满足消费者的需求，实现企业利润目标，也要充分注意自然生态平衡。

六、企业文化创新。企业文化创新是指企业摆脱单一文化的束缚，把各种因素引入企业文化体系和生产经营系统，并使文化转化成为企业经济发展的内在因素，极大提高企业经济发展的文化含量，创造出适应知识经济与可持续发展经济的企业文化。一个企业的生存与发展，受制于企业的文化。企业文化中的创新价值观和团队精神的培养是提升企业竞争力中不可忽视的一环，它处于核心地位，是现代企业生存与发展的巨大资本。

七、研究开发能力的创新。研究开发能力是企业竞争力的重要组成部分，也是企业获得核心竞争力和长期利润的源泉。研究开发能力可由企业研究人员的数量和素质、研发投入资金总额及研发资金占企业销售收入的比例、企业拥有的核心技术等指标来表示。企业要想获得持久的科研开发能力，就必须要做好科研开发工作的三大基础，即人才和资金及技术。

综上所述，企业只有创新才能生存，只有创新才能发展，创新是企业未来经济的不竭动力和源泉。

浅 析 提 高 企 业 核 心 竞 争 力

经济班陆文辉

**第四篇：浅谈提高企业核心竞争力**

文章标题：浅谈提高企业核心竞争力

在日益开放和更加激烈的市场竞争中，有的企业如昙花一现，悄然逝去；有的却硬如磐石，坚不可摧。出现这种现象的原因固然很多，但最关键的还是归结为企业有无核心竞争力。所谓核心竞争力是指蕴涵于企业内质中的，支撑企业过去、现在和未来竞争优势的，并使企业长时间内能取得主动的核心能力。电力行业作为关系

国计民生的重要基础性行业和知识、技术密集型行业，要想顺利实现建设“一强三优”现代公司的发展目标，就必须不断提高企业的核心竞争力。下面，我就新形势下电力企业如何提高企业的核心竞争力作一探讨。

一、企业文化是提高企业核心竞争力的灵魂

一个民族的发展需要一种民族精神作为支撑，一个企业同样需要一种精神和经营理念来指导自己的经营活动，进而明确企业的发展方向和短期、长期发展目标，给企业以准确的市场“定位”，有效规避行业和市场风险。如果没有了经营理念的支撑，那么企业的一切经营活动就等于没有了“灵魂”，就失去了方向，更谈不上发展。在市场经济条件下，企业文化实质上是竞争文化，它是以现代文化理论为指导，以企业在竞争国际化的环境中取得优势为鲜明目标，改造、扬弃企业现存的文化，建设与新的客观环境相适应、为企业生存发展的目标服务、具有强大的驱动力、凝聚力和感召力的竞争文化。企业要提高核心竞争力，就要注重发挥企业文化在这方面的积极作用。

我局以科学的态度从整体上认真设计和精心塑造自己的企业形象，在建设一流县供电企业的同时，提出了“用服务赢得客户、用管理获得高效、用真诚建立凝聚、用业绩树立形象”的企业精神。首先是塑造好产品形象,努力提高电力生产经营的质量和水平,向社会提供安全、稳定、质优、价廉的电力产品；其次改善服务形象,改善服务态度和服务设施,提高服务水平,变电力用户为客户,追求客户的最大满意度；第三加强职工职业道德、技术业务、文化修养、行为规范的教育和培训,不断提高全体职工的综合素质；第四要树立企业良好的环保形象,保护和美化环境,公司从机关到站所整洁优美、富有文化气息；第五精心设计运用好企业的标识形象,如图案、服装、旗帜、歌曲、印刷品等。独特的博电企业文化已深深扎根于企业的各个方面，成为企业核心竞争力中的牵引力。

二、管理创新是提高企业核心竞争力的根本

“十一五”规划的提出，为供电企业的改革与发展提供了新的机遇，供电企业要想把握好历史机遇，提高企业的核心竞争力，就必须从创新管理上下功夫，只有这样，企业才能走上快速、健康、和谐的可持续发展之路。推进管理创新，就是要按照建立现代企业制度的要求，进一步规范公司制企业运作方式，形成既有激励、又有约束，既能适应市场要求、又有内在活力的组织管理体系；按照管理有效的原则，积极调整组织结构，大力精简管理层次，形成权力、决策、监督、执行机构分工明确、各负其责、协调运转、有效制衡的机制。具体来讲要做好以下三个方面的工作：一是要推进企业管理制度创新。坚持依法治企，规范经营，变粗放型管理为精细化管理；强化企业基础管理，做好企业安全生产和经济经营工作，为企业改革与发展创造良好环境。二是要完善竞争激励机制创新。打破分配上的平均主义、大锅饭局面，形成“干部能上能下，待遇能高能低，收入能增能减，岗位能进能出”的风气，在企业内部真正建立重实绩、重贡献的分配激励机制，充分调动职工积极性，鼓励员工以献身的精神、创造的热情和细致入微的态度去从事自己的工作。三是要实施文化环境的创新。文化环境与管理工作的联系非常密切，与经济环境、政治环境相比，文化环境对管理工作的影响更为直接。管理工作既要善于利用文化环境，寓管理教育于文化活动、精神生活之中，又要通过先进的管理理念和方法改造落后的文化现象，为企业健康、快速、高效运转提供正确的导向和不竭的动力。要激发和培养员工的创新意识，同时为其提供创新的外部环境，大力推进企业的经营理念创新、管理创新、技术创新和产品创新。要注意发现、总结、提升独具特色的创新内核，让每一位员工都有创新的欲望和动力，并始终与企业的发展目标保持一致。

2024年，为了巩固一流县供电企业建设成果,在管理上与国内外先进企业接轨，时刻关注客户满意度、关注质量、关爱职工健康与安全，使企业经营管理活动科学化、标准化、法律化，保证企业效益的最大化。我们按照ISO9001：2024质量管理体系和OHSAS18000职业健康安全管理体系标准，建立起符合公司实际的质量管理体系和职业健康安全管理体系，并于2024年9月获得质量管理和职业健康安全管理体系认证。通过规范化管理，公司达到了提高质量、安全生产、杜绝浪费、降低成本、提高经济效益的目的。因此，贯彻标准体系的过程，就是企业管理系统变革的过程，由人治走向法制，全面提高企业核心竞争力的过程。

三

**第五篇：如何提高企业核心竞争力**

如何提高企业核心竞争力

核心竞争力是一个企业保持持续竞争优势的源泉，是企业生存和发展的关键，核心竞争力的培育、维护和提升是一个循环往复的重复过程，一个企业要想在市场竞争中保持持续的优势，就要不断审视自己和竞争对手，不断学习和创新，不断培育、维护和提升自己的核心竞争力。

一、企业核心竞争力及其特点

企业核心竞争力是企业在长期发展中形成的，难以被其它企业模仿和替代，使企业在市场竞争中保持竞争优势并取得主动的核心能力。它一般以企业核心技术能力为基础，通过企业战略、生产、营销、信息、人力资源和财务的交互作用而获得。

综合国内外企业的研究成果，企业核心竞争力主要有四个特点：

（一）超常性。与一般企业相比，拥有核心竞争力的企业能以更低的成本和更高的劳动生产率为消费者带来更好的价值和服务，从而为企业赢得更好的经济效益。例如，本田公司的发动机及传动系统方面的能力是其核心竞争力，因为它给顾客带来了高价值利益：耗油少、速度快、易加速、噪音低、振动小。

（二）独特性。企业核心竞争力是企业独有的，是其它企业无法代替的，并有高级与低级之分。高级核心竞争力来源于研发和营销环节，不容易被对手模仿，因而能为企业赢得较长时期的竞争优势；低级核心竞争力来源于生产环节，容易被竞争对手模仿，只能为企业赢得短期竞争优势。

（三）动态性。核心竞争力是通过学习不断积累，以便适应外界环境的不断变化。因此，企业核心竞争力随着时间的推移而呈现出不断变化的特点。而且，这种动态转移，一般都具有以生产为起点向研发和营销两头延伸的特征。例如耐克公司，利用自己的营销优势，自己研究设计品牌，通过OEM的方式在发展中国家组织生产。

（四）系统性。以系统的眼光来看，企业核心竞争力只是企业系统竞争力的一部分，它不能脱离这个大系统而孤立存在。如果一味强调核心竞争力而忽视企业一般竞争力，那么核心竞争力也就会丧失必要的基础。因此，企业在培育、优化、提升核心竞争力的同时，也应照顾到一般竞争力。

二、企业核心竞争力的表现形式

一般地，企业核心竞争力的表现形式有以下八种：

（一）核心技术能力。技术是产品的灵魂，企业只有拥有了核心技术，才可能生产出核心产品，为企业赢得超额利润。由于科技日益发展，技术寿命有不断缩短的趋势。企业要想获得持续核心技术能力，必须重视企业的研发能力，加大投入，进行技术创新，生产出企业所需要的核心技术。

（二）核心营销能力。在市场经济体制中，“皇帝的女儿也愁嫁”的现象并不为奇，究其原因之一，营销是其薄弱环节。现在的市场大多是买方市场，为争夺顾客，企业竞争激烈，在技术差异化日益缩小的今天，这种竞争往往表现为营销能力的竞争。通过营销，企业创立核心品牌，甚至名牌，从而为企业赢得竞争优势。

（三）核心生产能力。企业核心能力的水平要通过产品来展现，而生产能力则是将技术变成产品的中介，它部分地决定了产品的质量优势和成本优势。由于在大部分领域，生产能力都是属于低级核心竞争力，因此，企业必须逐步将这种核心竞争力向高级核心竞争力过渡。

（四）核心管理能力。企业核心管理能力包括企业获得内外部信息能力、决策能力和执行能力。一个企业不论形成多少核心资源，如没有对自身进行SWOT分析，并在此基础上进行正确决策，将整个企业大系统快速高效运行，那么这些资源都不能给企业带来竞争优势。

（五）权变能力。现代社会是一个到处充满变数的社会，企业要想生存，必须对外界事件做出有效的反应，以保持竞争优势。商界大量事实表明，得以生存的不一定是那些最强大的企业，而是那些最能适应变化的企业。

（六）信息化能力。在现代社会，信息就是财富。企业如何获得所需要的各种信息直接影响到企业的决策。企业只有实现信息采集、加工和管理的系统化、网络化、集成化、信息流通的高效化和实时化，最终实现全面供应链管理和电子商务，才能形成企业核心竞争力，促进企业发展。

（七）核心员工能力。人力资源是企业的第一资源，它对企业的发展具有决定作用。作为其中的重要一环，核心员工能为企业创造巨大的价值。有资料表明，企业中80%的业务是由20%的员工完成的，这20%的员工就是企业核心员工的一部分。企业应通过制定人力资源战略来为核心员工创造好的环境，使他们更好地为企业服务。

（八）经营企业文化能力。从二战后美国与日本经济发展速度的比较中我们可以得出结论：日本的成功不仅仅在于管理，还在于企业文化。由于企业文化覆盖企业的方方面面，加之它具有的独特作用，所以企业若经营好自己的企业文化，就会使它成为战胜竞争对手的法宝之一。

当然企业核心竞争力的表现形式不止这八种，这仅是其中最重要的部分。而且，企业在不同发展阶段会有不同的核心竞争力，这也说明了企业不可能同时具备所有的核心竞争力。当然，企业具备的核心竞争力越多，将对企业越有利。

三、企业如何提高自己的核心竞争力

（一）技术创新，提高产品附加值。提升企业创新能力，激发内在生机和活力，是增强企业核心竞争力的保证。企业作为以盈利为目标的经济组织，要在高强度竞争的环境中生存和发展，就必须不断进行技术创新和产品创新，适时调整企业的生产经营布局，满足市场的现实和潜在的需求，提高市场竞争力。

技术创新靠什么？加强研发，加大研发投入。企业的研发主要有两方面投入：一是人力投入；二是资金投入。企业研发的人力投入最终以人力成本体现，落实在资金上。因此，研发投入从根本上说是资金的投入。

（三）质量创新，提高产品与服务质量。要与国际上的品质标准、环保标准接轨，优良的品质是一个企业的生命，以用户为中心，提高用户的满意度，使用户信赖于自身企业的产品与服务，培养客户的忠诚度。当今很多企业的成功，就是通过不断从提高产品质量与提供优质的售后服务做起的。质量过硬，服务到位，赢得客户的信任，进而提高了客户对相关企业的满意程度，对企业的发展与扩大再生产有不容忽视的作用。

（四）管理创新，提高企业综合素质。加强企业管理制度建设，全方位建章立制，用制度规范决策层、管理层和操作层的行为，实现企业规范运作，提高企业整体素质，提升企业核心竞争力。企业的生产管理，其核心在于最大限度地降低浪费，建立于三个简单原则的基础上：及时生产；每个人对质量负责，一旦发现任何质量缺陷应尽快纠正；“价值流”，强调不要把企业看作是一系列互不相关的产品和过程，应看作是一个连续的统一整体，一个包括了供应商和顾客的“流”。

企业是经济社会的微观基础，是国民经济的细胞。对企业来讲，要不断增强自身的竞争实力，就必须积极借鉴世界上先进的管理理念和管理方法，并结合自身特点消化吸收，为我所用。

（五）营销创新，提升企业的市场竞争力。在市场经济体制中，“皇帝的女儿也愁嫁”的现象并不为奇，究其原因之一，营销是其薄弱环节。现在的市场大多是买方市场，为争夺顾客，企业竞争激烈，在技术差异化日益缩小的今天，这种竞争往往表现为营销能力的竞争。通过营销，企业创立核心品牌，甚至名牌，从而为企业赢得竞争优势。

（六）企业文化创新。核心竞争力是与企业整体紧密相连的，它离不开企业自身的独特文化。实际上，我们与外资企业较量的东西并不多，技术、薪水、福利、配套设施等都不具备优势，但我们有为民族产业奋斗之决心，有上下五千年的优秀文化，这些才是我们的优势。中国企业应充分利用这些优势，同时吸收国外的先进文化，营造自己的企业文化，以应对全球化。

企业核心竞争力是企业发展壮大的基石，是企业实现可持续发展的动力，是由企业长期培育和积淀而成的。增强企业核心竞争力是一项长期复杂的系统工程，需要长期不懈努力。立足国际国内竞争，突出企业优势，打造一流品牌和服务，就能锻造出具有强大生命力的核心竞争力，实现跨越式发展。

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！