# 物业企业发展困惑解析之人才篇

来源：网络 作者：雪海孤独 更新时间：2024-07-10

*第一篇：物业企业发展困惑解析之人才篇物业企业发展困惑解析之人才篇伴随着地产快速发展格局，物业公司亦紧张的忙碌于在建楼盘的前期介入、待交付楼盘的各项准备工作。感受最大的压力还是来自于人才匮乏。故，从行业现状及长远发展角度，浅析企业人才战略。...*

**第一篇：物业企业发展困惑解析之人才篇**

物业企业发展困惑解析

之人才篇伴随着地产快速发展格局，物业公司亦紧张的忙碌于在建楼盘的前期介入、待交付楼盘的各项准备工作。感受最大的压力还是来自于人才匮乏。故，从行业现状及长远发展角度，浅析企业人才战略。

人才储备不足是目前最为突出的难点问题。

具体表现在：现有项目主要管理人员离任调整，无人可及时替代补充；新项目亟待交付，尚无合适人选到任。在这里，我们要认真反思三个问题：

一、我们的招聘机制相对滞后

缺乏预见性，这是人才招聘的最大忌讳。年度临界交付项

目的人才岗位数量年初是否已经确定？结合上年度实际，本年度需要调整优化的岗位人员名单及数量是否已经列入今年度计

划？如果一季度没有良好的预先计划，则“脚踏西瓜皮，滑到哪里算哪里”，遇有岗位需求仅能依靠应急招聘程序来解决当前急需的人才问题。招聘工作如果做得不够从容，招聘来的人才质量又如何把控呢？

二、我们的日常培训机制亟待调整

最好的人才是最适和企业发展的人才。反观目前企业培训机

制仍流于套路的常规新员工入职培训、节选的专业培训等基本流程式的初级阶段，与企业已经处于快速倍增发展的成长阶段难相

适应。借鉴比对万科、中海、绿城等同类型企业的培训科目及频次设置，我们当下的培训内容及实效性，差距何其之大？

从员工初始入职，企业就要担负起这名员工在企业的成长进步的全程指导。我们理解的试用期应该是对员工的综合素质及表现、优缺点的综合把控，在此基础上帮助员工进行职业分析，为其利于今后发展匹配事宜的岗位、职务，建立《个人职业规划》，为其打包定制培训方案，有效协助其逐步达成《个人职业规划》所列述的各项分期指标，以持续进步不断获得信心支撑，为企业发展做出更大贡献。

尊重人才才会培养人才，故，企业现行培训机制必须在容纳培训对象划分、细分的基础上，量身定做个性化培训方案。如同教学，除了公开课之外，还必须有个性化自选科目提供，唯此，才能有效提升人才的一专而多能，才能真正实现人才提升进步，才能从根本上实现人才与企业的和谐共赢。

三、我们的人才评估及后备机制尚待完善

有时候，我们的企业领导和人资部门像伯乐一样，在人海中苦苦寻觅我们心仪的“千里马”，终了，还是要面对理想与现实的无奈和差距。记得日本有位营销大师曾经说过：“我们的顾客就隐身在我们身边”。那么人才究竟在哪里呢？我们可以想到今天某经理推荐了一个同学来应聘公司某一个管理岗位，明天某工程主管推荐了一个技术管理人员，我们似乎不难想到，我们想要找的人才其实就在我们干部员工身边。有句老话：“物以群分，人以类聚”，我们何不设立一个“伯乐奖”？一则大可降低人才外部招聘成本，又基于推荐人的人情担保，被推荐人将有更好的忠诚度及业绩展示。诚然，当下有很多企业已经设立了此类机制，关键是能够长期坚持落实，努力追求实效的又有几何？

基于上述考虑，我们是否可以把“伯乐奖”进一步引申，要求中层级以上管理者每年必须引进或培养一定数量的同职级人才，以此作为个人晋升的必备条件。“只有帮助他人晋升，自己才能获得晋升”，以此促发引导人“传、帮、带”，真正彰显实效，为企业后续发展持续累积人才。

人才稳定是关键。

人才不属于某一家企业，而属于市场。这就对企业提出了挑战，否则你今天辛辛苦苦培养出来的人才，将成为熟知你企业内在运作规则的有力竞争对手。那么如何留住人才，这里有几点心得，与诸公探讨。

一、企业注重承诺，以信留人。

企业要注重人才初始入职沟通时期的关乎薪资、职务等承

诺，确保人才一入职即感受到企业的规范和诚信。很多物业企业文化中已经较好的蕴涵阐述了诚信乃立业之本的人文精神。但作为快速发展的企业，更应该着力于不断检省执行情况，确保好经好用，确保企业良好的企业文化氛围更多的被干部员工广为知晓和遵从运用，唯此，处处涌现企业人文典范，人人皆为企业人文

名片。没有践行承诺的企业，就不会有忠诚于企业发展的员工。

二、关注人才成长，以心留人。

真正的人才是希望获得与企业共同成长，实现合作共赢。人才的着眼点也将放逐于自身能力在企业是否可以获得渐进式提升，而企业从发展角度，也要求人才不断提升能力，为企业发展做出更多更大贡献，故，曲径通幽目标一致。不断为人才输入培训资源及条件，满足人才成长需求，会较好积累人才忠诚度，企业再为已经成长提升的人才匹配新的更适宜的发展平台，从而达到以心留人目的。按照智联招聘对应聘者的调查结果显示，人才关注的主要因素中，培训资源排位第二，仅次于薪资待遇。诚然，人才流失在所难免，但企业唯有对人才尽心，才能置换人才的安心和感恩，从而有效确保核心人才队伍的相对稳定，维持企业的健康稳定发展。

三、企业人文营建，以文留人。

中国的物业企业承载了儒家文化脉络，人文积淀厚重。一个企业的文化形成，有一个漫长持续积累和凝聚过程，是企业之魂。其力量，足可感召企业员工同心同德、携手拼搏共赴企业发展之目标。企业文化的最终成效简而言之，就是企业员工能够实现高度认同的核心价值观念和行为准则。

我有幸感受与所在企业文化的包容、平易和务实，也积极引导我的同仁，尽快融入这份博广与责任，在物欲横流的今天，真

心希望所有人才，尤其是自诩为专业人才的同仁们，去勇敢的选择做正确的事，而不是做有利于自己的事。企业和行业未来发展要做到什么程度，因眼界格局高度所限我不敢妄言，但人才如此之巨的第一生产力资源，如善加整合及运营，一定可见证未来无可限量的成果。

我们来看万科，万科的两次扩展。第一次是在92—93年，房地产业务快速扩展到十几个城市，结果铩羽折戟、困顿不堪。原因是什么？不是没有好项目，不是没有市场，而是管理人才资源跟不上。对此，网上有篇文章说得好：“一个企业的运作依赖于个人素质而不是企业整体素质时，它就缺失一种发展的基础。市场告诉万科，为了发展，必须突破专业化这个瓶颈。”于是引发了万科对“新动力”的思索，于是从95年到05年万科完成了以搭建专业管理平台为核心的第一次专业化。因此，在第二次扩张中，万科的全国市场占有率顺利提升：2024年为0.94%、2024年为1.25%、2024年为2.07%、2024年为2.34%。万科也从当年为几个项目招聘人才发愁，逐步发展到今天100多个项目的运营下，人才仍绰绰有余。

我们来看海尔，没有神话，没有传奇，海尔只是把简单的事认真干了20年。什么叫不简单，能够把大家都公认的非常简单的事，千百遍的做对就是不简单；什么叫不容易，能够把容易的事情认真做好，就是不容易。海尔把“认真”坚持了20年。很多人学海尔，为什么海尔的管理模式搬不走？它太枯燥太认真、太辛苦，于是学的人很快就偃旗息鼓了。海尔从名不见经传的青岛冰箱厂起家，从沿海起航，历经27年风雨兼程，而今海尔系的中国家电制造已然遍布全球，当初市场一叶小舟已然嬗变成全球家电航母。这份成功，可以认同为海尔“人人是人才，赛马不相马”的人才战略的成功。所以，企业发掘、欣赏、培养并尊重人才，帮助人才具备适应市场价值需求的商业伦理和职业能力，持续推进“人人都是自己的CEO”的价值观念升华，以此感召人才拼搏进取，为企业定制明天的成功而全力以赴！

宋王安石 《诸葛武侯》中有诗言：“区区庸蜀支全魏，不是虚心岂得贤。”以此诗共勉，盼以此文引发更多探讨和创新，让人才在新时代下灼灼光辉，成就企业和行业更加美好的未来。

**第二篇：解析企业管理之如何运用人才**

解析企业管理之如何运用人才？

企业业绩主要是靠员工聪明才智的发挥来实现，而员工智慧这一潜在能源的开掘与人力资源管理水平息息相关，这既是一门艺术，又是一种文化。企业对人才的认识，从管理层面升华到经营层面，目的就是加强对人才的了解，建立从人才引进到人才开发一系列的规范，从而提升人才对企业的贡献。马斯洛理论告诉我们，人才的需求是渐进的，他们需要的最终目的就是受到尊重与自我价值的实现。经营人才，说通俗一点就是经营人才的需求。企业如何运用人才，李江涛教授认为“以德选才、以能用才、以绩论才、以诚留才”才是根本。选才是企业经营人才的开始。无容置疑，德为先。举个例子：就好比我们去商场购物，在忽略环境、价位等一系列外界因素影响外，最重要的应该是产品的质量，产品的质量我们当然不能够现场辨认，但与质量息息相关的应该是品牌的认知度，从一定意义上讲，商品的品牌认知度同其产品质量应该有一定的正比联系的。我的观点就是：人才的品德就雷同于商品的品牌。我们可以通过其个人简历、工作背景，特别是上任单位同事或同学的认可来判断其品德。没有品德的人，若是碌碌无为也就罢了，若是能力比较强，对企业来说，应该是个不小的灾难，所以选才应该从其品德开始。

结合上面的例子，人才的能力就类同于产品的质量。企业应该结合相关人才的工作经历、技能体现及规范的岗位说明书要求，因才定岗、以岗定薪。将合适的人放在合适的岗位上，才能够最大程度的发挥人才的潜能。

现在很多企业都在做绩效考核，不论是KPI还是360，形式都很复杂，效果不甚明显。其实，我们退一步讲：企业的目标就是在实现企业愿景的过程中追求业绩最大化，企业的业绩就是员工的业绩累积而成的。所以，我认识：在选好人、用好人的基础上，对人才的评定用其业绩来说话，其所在的团队对其业绩（对团队的贡献）有绝对发言权。在一个时间段内，只有

真正的将业绩作为考核人才的唯一标准，才能够真正的促使人才力争上游！

好的人才，对企业是种财富，所以从一个层面上讲当前企业的竞争就是人才争夺的竞争。在薪酬、待遇达到一定水平以后，物质的刺激已经不能够真正的吸引人才，企业必须以诚待人，及时兑现承诺，才能够稳定人才队伍，降低人才流失率。因此，企业要及时建立完善的职业规划体系；建立带薪休假、带薪旅游、节假日关怀等一系列的人文化服务制度；搭建梯队化的沟通平台，并逐步的对人才进行承诺与兑现，最终要落实到尊重人才，并在实现企业愿景的过程中，协助他们实现自我价值。因此，人才是种财富，而且是可以创造业绩的财富。企业必须真真正正的做到“以德选才、以能用才、以绩论才、以诚留才”，才能够建立一支卓越有效的人才队伍。

**第三篇：企业发展的困惑**

一：我们成长慢的原因在哪里？

据有关统计，60%的中小企业的生命周期不超过5年。成长慢、集聚抗风险能力弱是许多民企难以通过生命高危期的主要原因。而经营管理上的短板和经营理念上的短视又是民企成长慢的根源所在。

1.经营管理上的短板。调研中发现，民企在经营管理的主要环节上都不同程度地存在短板现象。

生产管理上的短板。多数生产型民企，在生产组织、流程设计、岗位职能、评价体系等生产管理环节上，理念落后，水平低下，不仅与现代企业的管理要求有巨大差距，甚至落后于泰罗时代科学管理“从每一个工人抓起，从每一件工具、每一道工序抓起，在科学实验的基础上，设计出最佳的工位设置、最合理的劳动定额、标准化的操作方法、最适合的劳动工具”的要求。泰罗在其所著《工厂管理》一书中说过：“管理技术的定义是‘确切知道要别人干什么，并注意他们用最好最经济方法去干’”。我们许多民企生产管理上的短板，带来劳动生产率的低下，效率与效益在生产环节就遭到阻截。

营销管理上的短板。营销管理是经营者引导产品和服务从生产者流转到消费者或用户所进行的全部管理活动。把产品和服务从生产者有效地流转到消费者是一门艺术，必须是以科学的态度、正确的方法，在实践探索中获得。多数民企并未掌握这门艺术，营销管理的短板，一是“短”在“卖给谁”上，对消费群体缺乏数量测算、层次划分、购买意愿调查，往往是面对消费者，却非购买者。二是“短”在“怎么卖”上，自营？委托？批发？零售？不同的选择、不同的组合就会有不同的机会生成，有不同的风险生成，有不同的成本模式，有不同的盈利模式。在这种复杂的营销“八阵图”前，许多经营者往往迷失方向。三是“短”在“何时卖”上，营销的活的灵魂就是把握时机，是“具体地分析具体的情况”。春秋时代的谋士计然深谙商业之道，提出“旱则资舟，水则资车”著名的经商理念。但我们许多民企不善于捕捉“活的灵魂”，不善于“具体地分析具体的情况”。营销管理的短板，使企业的经营绩效严重流失。

员工管理上的短板。有些民企经营者自以为能给员工开工资，就可以以救世主自居了，人文情怀淡薄，管理方法简单，短板现象突出。对员工管理的缺陷为人力资源的开发与利用增添了诸多难以逾越的障碍。首先是难以克服员工的埋怨情绪。亚伯拉罕·马斯洛时代就告诫人们，人人都有自尊的需要，给员工开高工资，却不给予员工应有的尊重，那么，员工的埋怨情绪会伴随工资增长而增长。其次是难以激活员工的敬业精神。考核、奖惩、晋升、培训等标准不公正、机会不平等，无法培育和激活员工的工作热情和敬业精神。第三是难以凝聚团队意识。看人、用人总有亲疏之分、内外之别，只会使圈子文化盛行，非正式组织林立，而难以形成以向心力、凝聚力为主要特征的团队合力。第四是难以规避道德风险。没有向上的企业精神支撑，失去健康的主流文化引导，极易诱发个人主义思潮泛滥，寻租行为、“胳膊拐向外拐”现象很难避免。员工管理的短板，给企业带来的危害极具毁灭性。

2.经营理念上的短视。管理上短板现象严重，抑制了成长能力，加大了生存压力，这反过来又约束和降低了经营者的眼光和境界。为了能在盈利能力不足的局面下维持企业生存，各种短视行为充斥于民企的经营活动之中。常见的短视行为有：一是从环保偷排中节省一点；二是从税收偷漏中节省一点；三是从原材料以次充好上省一点；四是从克扣员工福利待遇上省一点；五是从生产现场因陋就简上省一点。这五个节省一点，为企业取得了眼下的蝇头小利，延续了企业的经营寿命，表面上看是一些聪明之举。但一经剖析，即会感叹这是糊涂至极。因为，每完成一次“节省一点”，就是对企业生命机体的一次重创，同时也是对社会秩序、社会和谐的一次危害。“节省一点”的行为，是饮鸩止渴的行为，不仅救助不了企业自身，而且还会给社会留下无穷祸害。

“创业２５年了，我感觉，今年的经营形势是有始以来最艰难的。”６月３日，在与中国经济时报记者的交谈中，浙江丰业集团有限公司董事长李松林做出这样的判断。他向本报记者细数了当前面临的各种困难：亏损、融资难、用工成本高、税费压力重……“现在的小微企业成了弱势群体，有人问我是否考虑让小孩接班？我说自己都苦死了，谁还想让孩子接班受苦？”

在中国经济时报的本次调查中，李松林的判断与困惑并不鲜见。数量众多、业态多样的小微企业在国内外经济形势严峻的２０１２年，面临着共同的难题：成本上升、用工难、融资不易且贵、市场竞争激烈、政策玻璃门等等。

采访中，大多数小微企业对当前的处境判断是“艰难”的，甚至超过２００８年金融危机爆发时，“那时候的企业是一下子倒掉，现在是在慢慢煎熬”，中国经济时报此次当面采访的１１３家小微企业主中，有相当多的人有这样的感受。但是，有不少企业主同时表示“日子还能过”，而且，有些过得还不错，尤其是那些有独家产品或产品技术含量高的小微企业。

虽然有抱怨，也有人喊着“干不了了”，但他们仍然有期待，大多数小微企业都在坚持，哪怕是苦苦支撑。为的是“稳市场，保客户”。这是本次调查发现的一个值得回味的现象。

拿李松林来说，他对本报记者说，为应对艰难处境，他做出了不少改变：开始重视建立销售队伍，提高企业的技术创新能力，更加注重提升品牌，尽力保证内控制度更健全，投资也更谨慎。

销售：整体持平略有下降明显向减少方向倾斜

５月２８日，接受本报记者采访时，广州昊宇服装纺织品有限公司总经理张文杰说，自己企业目前的销售状况与去年基本持平。这是因为欧盟市场不行的时候，他开拓了俄罗斯市场。而他的那些将产品出口到欧洲、中东的同行则处境不妙。因为销售情况不佳，张文杰的一位同行朋友最近几个月一直没有开工，工厂将放假到７月份。

这与中国经济时报采访组调查的１１３家小微企业主调查问卷分析报告相一致。问卷分析显示，今年１—５月，小微企业同比销售情况是：整体在基本持平的基础上略有下降，销售减少者多于增长者，高增长所占比例最小。从销售情况看，小微企业今年１—５月份生存状况有一定难度，销售基本持平的比例最高，占３２．７％，销售减少１０％—３０％的比例为２６．７％，仅次于基本持平的比例３２．７％，减少３０％以上的所占比例高于增长３０％以上的比例，销售状况明显向减少方向倾斜。

分行业来看，机械制造业超五成的企业销售减少１０％—３０％；纺织、服装行业近五成企业销售减少１０％—３０％；医药行业有四成企业销售减少１０％—３０％。

从地区来看，抽样表明，广东企业销售情况不佳，近七成（６６．７％）的企业销售订单出现不同程度的减少；浙江四成企业销售减少，两成企业销售增加，其余持平；四川企业近四成（３８．５％）销售增长，三成企业销售持平，三成企业销售减少；辽宁近三成（２８．６％）企业销售减少，近五成（４７．６％）销售增加；山东企业近五成（４６．２％）销售减少，近１５．４％的企业销售增加；湖南企业销售情况良好，近四成（３６．４％）呈现增长。

本报调查组发现，销售渠道不畅通、销售环节监管不力、销售人员素质等方面都会影响销售业绩。另外，销售情况与成本上涨、企业利润率的下降、资金紧张以及宏观经济形势也有密不可分的联系。

利润：增长空间有限发展动力不足

中国经济时报本次调查结果显示，总体看，目前，小微企业利润率整体维持在较低水平。

本次１１３家的抽样调查分析显示，约一半企业的利润处于５％—９％范围内，仅有不到２０％的企业有１０％以上利润率，利润率很低、不盈利、亏损的企业所占比例加起来已经超过３０％。分行业看，纺织、服装行业，化工行业和服务业的利润率维持在一般水平，农产品加工和电子行业的利润率偏高，机械、建材的利润率较低。

**第四篇：人才战略引领企业发展**

人才战略引领企业发展

众所周知，人是企业管理之本，制度是企业管理之法，创新是企业管理之魂。无论是制度的执行，还是创新的实现，都离不开人的参与。近年来，许多企业家在谈论成功的秘诀时，无不把管理好企业人才放在第一位，也就是充分利用企业人才，笼络优秀人才和开发潜力人才。

总结2024年我市科技局的人才工作，其重点是围绕着“引进高层次人才，促进企业跨越发展的”的主题。切实根据我市产业需求，按照分工要求做好国家千人、省双创、企业博士集聚计划等人才项目的申报工作。对我市高层次人才领衔的科技创新项目，给予重点支持，并积极推荐申报国家、省科技计划项目，争取更大扶持。今年申报省级以上人才项目35项，获批国家“千人计划”2项，省“双创”7项，省“博士集聚计划”5项，获得省科技创新团队2项。

综观我市科技局人才工作的结果，再比较各个企业的发展现状，不难发现出一些因果联系来。以江苏和成显示科技股份公司为例。2024年该公司的陈昭远博士入选了“千人计划”，他的项目“3D显示材料及TFT液晶材料研发”入选了省“双创”人才计划。另一名引进博士黄达则入选了省“博士集聚计划”。而在2024年该公司的陆建刚分别入选省“博士集聚计划”和扬中市331计划。王洪福被评为“扬中市优秀专业技术人才”。可以看出，江苏和成显示科技股份公司在近年来，紧抓机遇，适应挑战，积极引进人才，使人才与市场对接，努力实施人才强企战略。这一举措显然使该公司收获颇丰，数位专家

人才的引进，带来了适应企业适应市场的技术。企业积极为这些专家、项目申报人才项目，获得国家资金支持，这些资金又能反过来更好的促进项目在企业的实施发展及产业化，从而为企业和个人都产生了双赢的局面。企业发展步入了快车道，技术不断更新，企业综合素质全面提高。近年来，江苏和成显示材料科技股份有限公司被评为高新技术企业，2024年“3D用HTD型混合液晶材料”和“STN用HSG型混合液晶材料”均被认定为省高新技术产品。其在新材料领域的显示材料上技术已达先进水平，据悉，该公司还在积极的申报2024省科技成果转化项目。

公司能得到如此好的发展，在很大程度上也是和人才战略引领企业创新发展是分不开的。国以才而立，企以才而兴。没有优秀人才的脱颖而出，就没有企业的跨越式发展。从企业自身出发，实施“以人为本”的人才战略，一方面要引进具有高精尖技术的专业性人才，带来当下的先进技术，实施企业创新发展；另一方面也要提高全员的整体素质，使各个岗位上的员工都能人尽其才，各尽其用。具体可以从以下几个方面着手。

不拘一格用人才。管理之道，惟在用人。人才是事业的根本。杰出的领导者应善于识别和运用人才。只有做到唯贤是举，唯才是用，才能在激烈的社会竞争中战无不胜。

多方面培育人才。针对企业发展的需要，一方面在企业内部开展群众性的知识培训，了解和掌握新形势下企业管理的基本知识和运作知识；另一方面多与一些专家交流，学习预测企业的发展方向，及时

做好应变的工作。人才开发与培育是企业长期发展的关键。只有要求全员参与，终身培训，才能学习强素质，创新促发展。

稳住关键人才。市场经济体制下的人才竞争，利益驱动是一个不可忽视的重要因素，避免人才的过分流动，才能实现企业的长久发展。对企业而言可以开展了“优化环境服务人才”的爱才实践活动，施展才华提供舞台，创造条件。优化为各类人才服务的工作环境、生活环境，才能让他们在良好的环境中，为企业发展作贡献，创新制度管理人才。管理创新是企业发展的不竭动力。企业管理主要是通过制度来实现的。所以，着力于制度创新，坚持“以人为本，以人定制，以制理事，以制管理”是企业人才管理的关键。

团队精神凝聚人才。团队作为一个集体，是一个企业发展和竞争的核心力量，企业与企业之间的竞争，关键是团队与团队之间的竞争。是否有一个有特色、有活力的团队，是一个企业能否长久发展的一个关键。一个优秀的团队，如果团员能够懂得互补，逐渐磨合，形成优势互补，取长补短，相互克服，相互激发的局面，最终实现最高的工作效率。

**第五篇：企业发展 人才先行**

人才队伍的管理与机制的创新

“事业呼唤人才，人才促进事业”。目前集团公司上下正以积极昂扬的姿态投身于跨越式发展的宏伟事业中，为实现义煤“跨越发展，十年百亿”的战略目标，人才队伍的管理与机制的创新有着重要的现实意义和深远的历史意义。

一、对于人才队伍的管理，首先要从思想上更新观念。

具体说来就是要牢固树立六种观念。一是人才先行的观念。矿区各级党组织都要切实增强人才危机意识和人才忧患意识，克服“见物不见人”的现象，超前储备好人才，使人才工作始终处于“领跑”状态。二是人人都能成才的大人才观念。在竞争日益激烈的环境里，不论是谁，既使有再高的学历和职称，只要停止了学习和创新，哪怕是放慢了提高自己的脚步，都会被时代所淘汰。鼓励人人都做贡献，人人都能成才，促使矿区劳动力资源向人才资源转化。三是以人为本的观念。按照各类人才的成长规律和不同特点去认识和使用人才，一视同仁地为各类人才提供服务，积极营造有利于各类人才脱颖而出和充分发挥作用的良好环境。四是人才资源整体开发的观念。要以人才资源能力建设为核心，统筹老矿与新矿的人才资源、现有人才资源和潜在人才资源、存量人才和增量人才、专业技术人才和技能人才，以及各类人才队伍的整体开发，全面优化矿区人才资源的配置。五是区别激励的观念。对为企业做出突出贡献的一流人才给予一流的回报、一流的褒扬，对不思进取、无所作为的，要增强“负激励”。六是人才工作全面发展的观念。紧紧抓住培养、吸引、使用三个关键环节，使人才工作的各个方面相辅相成、齐头并进。

1把各类人才的积极性、主动性和创造性最广泛、最充分地调动起来、发挥出来。

二、努力营造有利于优秀人才健康成长的良好环境。

各级党组织都要以强烈的人才意识，把人才环境建设作为实施人才强企和科技兴企战略的最基础的工作来抓，各级领导干部都要以爱才之心、识才之志、容才之量，用才之艺，做到知人善任、广纳群贤，在全矿区形成尊重劳动、尊重知识、尊重人才、尊重创造的良好风尚，充分尊重人才的创造价值，使一切有利于事业进步的创造愿望得到尊重、创造活动得到支持、创造才能得到发挥、创造成果得到肯定。通过改革、完善专业技术人员的工资分配制度、增加对各类专业人才的津（补）贴、改善专业人才的住房条件等手段加强激励机制，改善人才的工作与生活环境，稳定和吸引优秀人才。营造科研有条件、创业有保障、干事有舞台的工作创业环境，身心健康、安居乐业、相互交流的生活学习环境，彼此尊重、和谐融洽、倡导争鸣、鼓励创新的人际环境和科技创新环境。通过富有成效的环境建设使矿区成为优秀人才建功立业的基地，成长进步的广阔天地，让志存高远的各类人才有用武之地而无后顾之忧。

三、切实加强对人才工作的组织领导。

各级党组织要正确处理好“第一资源”、“第一生产力”和“第一要务”的关系，坚持把促进发展作为人才工作的根本出发点，建立统分结合、齐抓共管的格局，形成抓人才工作的强大合力。切实做到谋划发展同时考虑人才保证，制定计划同时考虑人才需求，研究政策同时考虑人才导向，部署工作

同时考虑人才措施。本着“立足当前、目标长远、积极筹划、超前打算”的原则，着眼于人才总量的增长和素质结构的优化，创新人才工作的机制，建立科学的人才评价体系，加大人才培养使用的力度，建立完善的激励约束机制，切实强化人才市场功能。突出抓好专业技术人才、管理人才、技能人才队伍建设，全面加快各类人才队伍建设。注重从各类人才中发展党员和培养干部，把更多的人才集聚到各级党组织中来，集聚到集团公司改革发展事业中来。

四、加强继续教育，促进知识更新，重点做好现有人才的使用和培养工作。

“事业永无止境，奋斗未有穷期。” 加强继续教育，促进知识更新，是加强人才管理的不容忽视的重头戏。我们的企业员工必须养成终身学习的良好习惯，我们的企业必须形成学习型企业。这就要求集团公司为人才的继续教育提供良好的发展空间，提供经费和政策上的支持，并着眼于全面提高人才的素质，从不同类型、不同层次人才的实际和需要出发，有针对性地进行培养。对党政领导人才，重点加强理论培训和实践锻炼，提高思想政治素质和领导能力；对企业经营管理人才，加强市场经济和现代管理知识的培训，提高驾驭市场、参与竞争的能力；对专业技术人才，加强继续教育，促进知识更新，提高科技创新、赶超一流的能力。领导人才的培训是人才培养的重点，要继续以实施干部教育培训“十大工程”为重点，切实抓好干部教育培训。总之，要拓宽培养和使用途径，加快各类人才各方面能力的提高。要把优秀中青年人才推向经济建设和煤矿发展的主战场，在使用中培养和发现高级人才。努力提高现有人才的使用效益，发挥现有人才的作用，是当前义煤

整体性人才资源开发带有现实意义的紧迫性工作。做好现有人才的“挖潜”和“盘活”工作，就能实现人才资源开发低投入、高回报、速见效。所以我们要进一步有效调动现有人才的工作积极性。大力营造“尊重劳动、尊重知识、尊重人才、尊重创造”的社会氛围，为我公司现有人才提供更多的个人发展机遇和选择空间，使他们的聪明才智得到充分发挥，把蕴藏在现有人才中的巨大能量真正转化为现实的生产力，实现人才开发低成本、人才效益最大化。

五、不断提高人才管理水平，创新人才管理机制。

首先，要加快培育和发展人才市场体系，按市场经济规律为人才队伍建设服务。其次是加强信息化建设，实行人才网络化管理。建立集团公司人才网站，组建人才信息网络，同时建立各级各类人才库，与国内外广泛交流集团公司人才和技术需求信息，通过信息网实行人才间交流、人才与项目对接、吸引国内外优秀人才，为公司经济发展提供智力服务。第三是齐抓共管，形成整体合力。专业技术人才资源开发是一项社会系统工程，各级人才管理部门要制定符合本部门、本行业实际的人才资源开发规划和政策，搞好制度方面的配套建设，使各部门、各行业和各单位都能够重视抓好整体性人才资源开发工作，形成整体合力，把工作落到实处，抓出实效。第四是加强人才管理队伍建设。要在人才管理上发生七个转变：一是选拔上由“伯乐型”向“竞争型”转变；二是开发上由“就业型”向“创业型”转变；三是使用上由“传统型”向“效益型”转变；四是流动上由“计划型”向“市场型”转变；五是培养上由“封闭型”向“开放型”转变；六是服务上由“单一型”向“综合型”转变；七是管理上由“档案型”向“动态型”转变。要学习人才理论，掌握人才成长规律与特点，善于发现人才、培养人才、不断完善和创新人才管理机制。第五是深化人才管理体制改革，重点在于完善人才公平竞争机制，推行人才资源共享制度，加快专业技术职务评聘制度改革。

总之，加强人才队伍的管理与机制的创新，实施好人才强企战略，需要集团公司上上下下各部门、各方面共同努力，共同落实。我们要解放思想、更新观念、坚定决心、开拓创新，结合我们义煤的实际，制定和完善人才工作的具体规划；建立统分结合、协调高效的工作机制，形成人才工作的新格局；加强宣传思想工作，努力营造有利于各类优秀人才脱颖而出的社会环境。

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！