# 高新技术企业如何管理人才

来源：网络 作者：雨声轻语 更新时间：2024-08-14

*高新技术企业的兴旺主要是靠员工聪明才智的发挥，而员工智慧这一潜在能源的开掘与人力资源管理息息相关，这既是一门艺术，又是一种文化。管理高新技术企业人才，要突出“五个文化”，达到以文化力来开拓人的亲和力、创造力和企业的生命力。让员工“走进去”—...*

高新技术企业的兴旺主要是靠员工聪明才智的发挥，而员工智慧这一潜在能源的开掘与人力资源管理息息相关，这既是一门艺术，又是一种文化。管理高新技术企业人才，要突出“五个文化”，达到以文化力来开拓人的亲和力、创造力和企业的生命力。

让员工“走进去”——推行参与文化

针对高新技术企业员工强调自主性与希望受尊重的特点，推行企业参与文化，让每个员工都真正“走进去”，参与到企业的管理、运营与生产中，改革管理制度，建立新型的企业人际关系。长期以来，我国企业对人才的管理，把“控制”看成是管理的基本职能，下属只能听从安排，服从需要。高新技术企业员工自主性、个性化的特点决定了员工不接受独裁式的管理方式，单纯依靠严格的管理达不到预期的效果，因为即使采用了强制手段。由于无法控制其工作的强度和工作行为，其产出质量和数量必然受到影响。因此，必须实行双向沟通策略，使员工和企业共同营造沟通环境及相互尊重的文化氛围，从机制上和文化上保证对每一个员工同等重视。通过参与和沟通，一方面公司可以随时了解和关注员工中的各种问题，听取员工的意见；另一方面员工也可以与公司管理层及相关部门进行直接沟通，了解公司有关政策和生产、经营、管理、业务等状况。开放式的参与管理，便于员工直接参与生产经营活动，管理层也可根据存在的问题及时有效地处理好员工事务，创造良好的工作环境。摩托罗拉就非常重视与员工的沟通，采取开放的沟通政策，让每位员工直接参与对话，使他们有机会与公司同心同德，发挥出各自的潜能。员工还可以根据个人情况选择各种直接沟通的方式，如参加“总经理座谈会”、“恳谈会”、“业绩报告会”、“对话会”等。

“鼓励冒险，宽容失败”——培育创新文化

创新是知识经济时代的灵魂。针对高新技术企业员工想在激烈竞争中赢得优势，具有创新本领的要求，企业要培育创新的企业文化。一方面在企业内部营造崇尚创新的氛围，塑造创新的文化，让每一位员工都成为创新的源泉：另一方面对于创新中遇到的挫折和失败，应采取大度和宽容的态度。培育一种创新的文化，是高新技术企业员工不断提出科学的新设想、生产的新方案，创造出新知识、新产品，孕育出新观念、新思想的动力。对一个企业，尤其是以技术超前、知识优先的高新技术企业来说，不创新就没饭吃，就等于自取灭亡。因此必须抛弃传统呆板的管理方式，突破原有的思维方式，淡化员工与领导的距离，采用以支持和协调为主的领导方式。对员工建立在科学基础上的新颖想法，领导要积极支持，使员工在这种文化氛围中具有开阔的视野，丰富的想象力，锐意进取的雄心，使管理方式更为多元化、人性化、柔性化，以激励其主动献身与创新的精神。作为高新技术企业人才流失率最低的诺基亚公司，他们的经验就是宽容失败，鼓励冒险。诺基亚总裁曾说：“如果我的员工是生活在恐惧之中，那他就不会有创造力。”诺基亚营造了为每一个员工提供发挥创造力，将自己的想法转换为集体行动的环境。

培育一种创新的文化，是高新技术企业员工不断提出科学的新没想，生产的新方案，创造出出新知识，新产品，孕育出新观念，新思想的动力。

“活到老，学到老”——提倡学习文化

《第五项修炼》的作者彼得·圣吉有一句名言：“未来唯一持久的优势，是谁有能力比你的竞争对象学习得更快。”知识经济时代是知识爆炸的时代，随着知识经济的兴起，知识产业的迅速发展，人类拥有的知识总量将进一步迅速膨胀。新知识大量涌现，知识更新的周期越来越短；同时，知识的拥有量和合理的知识结构将成为决定人们活动能量的大小和拥有财富的多少。因此，一个人要想立足知识经济时代，学习与教育将贯穿其一生，“活到老，学到老”已经成为人们一种基本的生活习惯，持续学习能力将变得日益重要；培育学习氛围，树立学习型价值观也成为高新技术企业文化的重要组成部分。对此，高新技术企业要形成这样的学习氛围，做到三个方面：一是要快速获取信息与知识能力；二是熟练运用知识、配置知识的能力；三是创造知识的能力。在这一点上，浪潮公司做得比较好。在介入卫星网络领域时，浪潮公司是一窍不通的。他们决定从头学起，“公司的一个主要理念就是学习创新，不懂就学，边学边做。”在以后的时间里，浪潮员工不断地跑北京向有关专家虚心学习，找厂商讨论技术问题……。这种虚心学习的态度，使浪潮从介入卫星网络通信领域到夺标山东卫星网，前后只有数月的时间。只有不断学习才能不断创新，这一理念也已成为浪潮企业文化的一个组成部分。“让培训成为诱人的待遇”——实施培训文化

针对高新技术企业员工流动性强的特点，我们要用“培训”的方式来留住员工，让培训成为诱人的待遇。因为高新技术企业是智力密集型企业，在各个环节中都需要思维、创作，需要智力的开发，它的业务流程是智力的流程。所以高新技术企业要对员工的专业知识和技能有更高的要求。因此，高新技术企业必须对员工进行不间断的培训。让员工接受更广泛、更新颖、更科学、更全面的专业基础知识，领略技术前沿要素，跟上知识更新换代的步伐，才能留住员工的心。要提倡多渠道的企业培训，将企业文化的要求贯穿于企业培训之中。这种培训既包括企业职业培训，也包括非职业培训。尤其是非职业培训，要改变以往的生搬硬套的模式，而应采取一些较灵活的方式，如非正式活动、非正式团体活动、管理游戏、管理竞赛等方式，将企业价值观念在这些活动中不经意地传达给员工，并潜移默化地影响员工的行为。摩托罗拉认为，教育培训是公司的责任。该公司承诺支持员工在技术和能力方面寻求发展，提供多种类型的职业培训并鼓励员工参加。每一个新员工必须接受入职教育培训，培训课程包括摩托罗拉发展史、企业文化、员工教育与发展计划、公司人力资源部的相关政策、公司的规章制度及奖惩条例。公司每年为每个员工提供各种层次的在职培训，在美国，公司与菲尼克斯大学合作为员工提供在职培训。公司在教育培训方面的持续投入，使员工在技术、知识和能力上不断提高。因此，摩托罗拉在同业竞争中一直保持领先的地位。

“绝不抄袭他人”——塑造个性文化

要培育个性化的企业价值观。针对高新技术企业员工追求个性、独立性的特点，在高新技术企业文化的构建上。无论是对内的文化管理、价值引导。还是对外的理念识别、形象塑造，必须具有鲜明的个性特色和独特的识别性。对于员工。更不能片面遏制其个性。因为企业员工的独创性在高新技术企业中很重要。企业文化要与自己企业的历史传统、管理体制和生产经营特点相适应，才能真正发挥其在企业管理中的核心作用。诸如美国的IBM公司的“IBM就是最佳服务的象征”。具有鲜明个性色彩的价值观。实际上，企业的经营管理，最重要的是确立适合自身特点和需要的各个层次的价值观体系，并一一坚持下去。逐步形成自己的个性和特色。这种个性和特色使企业很快从众多企业中识别出来。日本索尼电器公司积极追求公司文化的个性色彩，在人才管理上也标新立异，突出特色。领导人将公司的精神形象比喻为“土拨鼠精神”，意味着公司要像土拨鼠那样，永远挖掘新技术，开扩新品种，追求个性色彩，把索尼办成“不靠模仿他人而成长的公司”。为此，索尼公司严正声明“绝不抄袭仿造，要选择他人不易搞成的产品”。鼓励员工创新，尊重员工的个性。给员工一个充分发挥创造的空间。激励员工把自己的新思想新想法变成实践。正是在这种精神的鼓舞下。索尼公司不断追踪新技术、新产品。领导电子工业产品的新潮流。从40多年前仅有500美元资金和20余名职工的小企业发展成拥有多家跨国公司的索尼王国。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找