

企业内部培训与竞争力提升之关系 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/65/2021_2022__E4_BC_81_E4_B8_9A_E5_86_85_E9_c41_65885.htm 中国于2001.11.01号正式加入世界贸易组织(WTO)以后，以渐进的方式，逐步朝向国际化，自由化，资本化的市场迈进，而依据美国商业周刊2003.元月份的统计，全世界500强的跨国企业，已经有394家在中国建立了公司或代理基地，国际金融机构，已经有297家设立办事处，世界有85家银行在中国设有代表处，已经有97个国家进入中国，由以上的数据显示，中国正逐渐成为世界经济舞台的中心，在经济供给与需求的循环交换中，企业，政府，中介机构正形成黄金三角形的高密度关联，而想要使中国真正成为一个有竞争力的世界级核心商业国家，企业的质量与能量必须优质化，必须有附加价值，同时；更必须有创新的管理概念，具体的实战经验与可操作化的素养，当政府与市场，政府与企业渐渐剥离而分开时，中介机构的角色愈发重要，他将替企业提供知识与智慧的服务，成为企业的血管，企业的竞争补给品。在探讨企业内部训练时，必须先思考两个问题，一是寻找何种的培训专业中介机构？二是何谓培训真正的内容？目前在国内，不论是企业或是社会认识，是把教育，学习与培训三者捆绑在一起，而不加以区分的，这是一个认知的误区，企业必须打破此一误区，才能真正的善用即时知识，提升企业(量身制衣)的核心竞争力。简单的说：教育就是(传道)，学习就是(授业)，培训就是(解惑)。教育-是将已经发生的事实，由学术研究形成了理论，她落后市场3-5年，是以理论为基础的，是线性的一种教育模式，

有如连续剧，需要一段时间的变化，才能产生实用并据以改良内容，她的总结是需要文凭与认证的机制，代表深远学习成果。学习-是正在发生的事实，虽未能形成理论基础，但是已经有轨迹可以遵循，她有一定的技术与法则，她可以铺陈展开，也可以适度缩小，她是传授技巧的，可以立即操作，能够产生实用价值。培训-是企业中正在发生的一种现象，她尚未形成理论，并不一定具体可行的高深技巧，她也未能如理论一般解决基础问题，它需要实战价值实用性，要求的标准是立即能够解决问题，可以灵活的操作化，她提供企业是有如特效药的功能，是(解惑)的作用，是替企业(量身制衣)的知识，是针对需要而调配的智慧，是(短，平，快)的功能。目前国内的培训中介机构，经常把此三者捆绑在一起销售，启用了大量学院派缺乏企业实战经验的资深教师授课，这些教师并非专业不足，而是无法专对发生的企业事实进行培训。这个现象将随着市场的需求，而益显重要，企业也要改变培训拿教育证书的错误误区，只有如此的互相改进，才能够真正提升企业的竞争能力。第二个问题，是企业需要何种的培训内容？以及对何种的职工进行培训？目前国内大部分的企业董事长，总经理，经理主管，或多或少都参加过许多种类的培训(教育，学习，培训捆绑式的)，这种由上而下的培训是正金字塔的培训，也就是由金领，白领，粉领，蓝领，黑领而下，上层人士接受过培训以后，发现回到企业内部，许多思想和价值观，无法和下层职工沟通，因为她们缺少现代企业的经营管理观念与概念，而企业的经营者，又不可能允许职工脱产去学习，再加上培训经费的支出太高，于是，把老师请进来，针对企业的实际需要调配课程，就变成了企

业内讯市场的发达与转向。而在此刻，倒金字塔的培训结构就此形式，也就是一种自下而上的培训结构，由第一线的职工，第一线的服务人员开始培训，整体提升企业的全般素质，加大企业经营管理的认知，上层与下层能够互相沟通，倾听，激励，了解，形成了企业的一种共同语言共同力量，建立了共同的愿景与目标，齐心协力为企业发展奉献，彼此均能获得需求与需要，这就是成企业内训的要求，也是企业内训的价值所在。到底要让职工学习什么？这是不同企业的不同需求，是企业经营管理者的智慧选择，学习的方向，必定和企业的愿景，使命，目标，策略，计划，执行有着密切的关系，除了企业自身的需求调配外，企业也可以适度的听取培训专业及顾问的咨询师的专业意见，互相研究讨论，把最好的西服穿在身上，展示企业鲜活力与力量。谈到企业究竟需要何种内部培训思绪与流程，此处以；{管理专业智慧}理论来评量：美国管理大师昆恩【James Brian Quinn】、安德森【Philip Anderson】、芬可斯坦【Sydney Finkelstein】、1996、3/4、Harvard business review)：均提到：专业智慧有四项；A、认知性的知识(cognitive knowledge)：「知道该做什么」(know-what)，意即专业人士经过广泛训练并参加检定取得认证后，精通某各领域的基本专业知识。这种知识很重要，但还不足以在商业上成功。B、先进的技能(advanced skills)：「知识如何做」(know-how)，意即将书本理论信纸化为有效实际行动，应用某项理论来解决现实中的问题，同时能够创造价值。C、对系统的了解(systems understanding)：「知道为何如此做」(know-why)，意即深入了解某种知识背后复杂交错的各种因果关系，这种知识能够解决问题并创造价值，也是

一种洞察力。 D、自发性的创意(self-motivated creativity)：「在乎为何如此做」(care-why)，意即具有包括成功的意愿、动机、和适应力、动机强烈、创意十足的团队其表现较有开资源丰富的团队还好，也是企业员工自我实现的一种表现。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com