

企业年终总结心得体会 运输企业年终总结系列(模板5篇)

心得体会是我们在经历一些事情后所得到的一种感悟和领悟。那么心得体会怎么写才恰当呢？下面是小编帮大家整理的优秀心得体会范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

企业年终总结心得体会篇一

20xx年，我局全面贯彻落实《中华人民共和国政府信息公开条例》和□xx省政府信息公开暂行办法》，在县电子政务办公室的大力支持和指导下，不断推进政府信息公开工作，同时做好政府信息公开平台的更新，及时回复群众留言、来信，认真开展政府信息公开日常基础性工作，将政府信息公开工作不断规范化、制度化、常态化。现将我局20xx年度政府信息公开工作信息报告如下：

为了切实开展好我局的政府信息公开工作□20xx年我局即成立了以局长任组长，办公室主任为副组长，各科室负责人为成员的政府信息公开工作领导小组。办公室具体负责，安排部署政府信息公开工作，做到了及时公开，专人负责，专人管理，保证了我局政府信息公开工作有序展开、稳步推进、扎实有效。

为加强政府信息公开工作，建立健全政府信息公开的长效机制，我局把政府信息公开工作列入了重要议事日程，及时传达贯彻县一系列关于做好政府信息公开工作的文件精神，切实推动政府信息公开工作深入开展。

进一步完善政府信息公开工作机制，确保各类信息公开按规定程序，及时公开；对涉及交通业务的规章及规范性文件进行了全面收集、整理。严格遵循政府信息公开的基本原则，

应当公开的必须主动公开，不宜主动公开的要注明依申请公开，涉及国家机密、商业秘密和个人隐私等各类信息要严格保守秘密。

截止目前，我局主动公开信息条数累计达到719条□20xx年新增机构信息类3条，部门文件33条，工作信息110条，财政信息2条，人事信息5条，重点项目事项8条。认真组织开展行政权力清单的梳理，其中行政许可13项，行政处罚213项，行政强制13项，行政征收1项，行政确认6项，行政奖励2项，其他行政权力63项。及时报道依法行政考核情况以及各地各部门在依法行政方面好的做法和经验，凡需主动公开的文件和信息均在第一时间内公布在政府信息公开平台上。到目前为止，尚未收到依申请公开的事项，未发生因政府信息公开申请行政复议、提起行政诉讼情况，我局没有进行过政府信息公开方面的收费。

20xx年，我局共办理“领导信箱”14件，其中“县长信箱”12件，“部门信箱”2件。针对网民的咨询留言，在报请分管领导和主要领导批示后，均给予认真、细致地回复，无不回复的现象。

1、加大政务信息公开的宣传力度，让群众知晓信息查询的渠道。继续强化专人负责信息公开工作，明确工作职责，以服务群众为目的，进一步加强政府信息公开通过多种渠道进行宣传，以提高群众对政府信息公开的知晓率和参与度。在规定的政府信息公开范围内，及时发布和更新依法应主动公开的政府信息，适时梳理信息公开内容，修正、更新行政服务指南，研究制定完善有关制度，扎实推进政府信息公开各项工作。

2、进一步丰富政务公开方式。以社会需求为导向，在不断深化政府信息公开内容的同时，努力做到公开方式的灵活多样。加强政务公开的基础设施建设，通过多种便于公众知晓的方式进行公开，更好地为经济社会发展和人民群众服务。

3、进一步明确目标任务。政府信息公开工作是法治政府建设的基本要求，是公众了解、参与和监督政府事务的重要途径，必须长期坚持。20xx年，我们将深入贯彻落实《中华人民共和国政府信息公开条例》，加强制度机制建设，积极回应公众期盼和社会关切，重点公开公共服务和监管信息、行政审批和处罚信息、财政预决算和“三公”经费信息、工程建设项目信息等，确保政府权力在群众的监督下运行。

4、完善长效工作机制。建立和完善信息公开审查制度，确保政府信息公开工作制度化、规范化发展，深入、持续、高效地开展政府信息公开工作。

企业年终总结心得体会篇二

屈指算来，到公司已近半年的时间，经过领导关心、同事们的帮助和自己的努力和调整，现在已基本融入了公司这个大家庭。同时对公司的组织结构，工作流程等各个方面都有了一些初步了解。同时也有一些心得体会与想法，借此机会谈谈：

在从来到公司到现在的时间里，先后参与了临沧市烟草公司收储填报系统、曲靖市烟草公司代收代储信息管理系统和现在正在参与的储备项目：云南省烟叶仓储管理信息系统。

1、由于对业务不是很熟悉，所以在开发的过程中多次出现因为业务的原因，而返工的情况，但是通过这半年多的了解和学习，对相关的流程有了越来越深的认识。

2、在开发中，用到很多新的技术，由于开发时间紧促，发现的问题不能马上解决，但是开发的过程，同时也是学习的过程，通过不断的学习和总结，遇到的问题都得到了很好的解决。

3、在工作初期，对工作认识不够，缺乏全局观念，对烟草行

业缺少了解和分析，对工作定位认识不足。从而对工作的流程认识不够，逻辑能力欠缺，结构性思维缺乏。不过我相信，在以后的工作中，我会不断的学习和思考，从而加强对工作的认知能力从而做出工作的流程。

1、在这半年的工作实践中，我参与了许多集体完成的工作，和同事的相处非常紧密和睦，在这个过程中我强化了最珍贵也是最重要的团队意识。在信任自己和他人的基础上，思想统一，行动一致，这样的团队一定会攻无不克、战无不胜。

上半年工作中，很多工作是一起完成的，在这个工程中，大家互相提醒和补充，大大提高了工作效率，所有的工作中沟通是最重要的，一定要把信息处理的及时、有效和清晰。

2、工作的每一步都要精准细致，力求精细化，在这种心态的指导下，我在平时工作中取得了令自己满意的成绩。能够积极主动的行动起来是这半年我在心态方面的进步。

现在的我经常冷静的分析自己，认清自己的位置，问问自己付出了多少。时刻记得工作内容要精细化精确化，个人得失要模糊计算。遇到风险要及时规避，出了问题要勇于担当。

3、在半年的工作中，经过实际的教训，深刻理解了工程上每次变更、每次时间的滞延都是对公司很大的伤害，这就需要我们在具体开发之前，一定要对业务流程很了解，在开发之前，多辛苦一下，减少因为自己对业务的不熟悉或者甲方对工作的流程不能很好的表达的原因，而重新返工的痛苦。

在半年的工作中，我学到了很多技术上和业务上的知识，也强化了工程的质量、成本、进度意识。与身边同事的合作更加的默契，都是我的师傅，从他们身上学到了很多知识技能和做人的道理，也非常庆幸在刚上路的时候能有他们在身边。我一定会和他们凝聚成一个优秀的团队，做出更好的成绩。

经过半年年的工作学习，我也发现了自己离一个职业化的人才还有差距，主要体现在工作技能、工作习惯和工作思维的不成熟，也是我以后要在工作中不断磨练和提高自己的地方。仔细总结一下，自己在半年的工作中主要有以下方面做得不够好：

1、工作的条理性不够清晰，要分清主次和轻重缓急。在开发时间很仓促的情况下，事情多了，就一定要有详实而主次分明的计划，哪些需要立即完成，哪些可以缓缓加班完成，今年在计划上自己进步很大，但在这方面还有很大的优化空间。

3、工作不够精细化。平时的工作距离精细化工作缺少一个随时反省随时更新修改的过程，虽然工作也经常回头看、做总结，但缺少规律性，比如功能修改等随时有更新的内容就可能导致其他的地方出现错误。以后个人工作中要专门留一个时间去总结和反思，这样才能实现精细化。

4、工作方式不够灵活。在开发的过程中，周围能利用资源的就要充分利用，该让其他部门或者人员支持的就要求支持，不要把事情捂在自己手上，一是影响进度，二是不能保证质量。做事分清主次，抓主要矛盾，划清界限，哪些是本职工作，哪些是提供的帮助，哪些是自己必须要做的，都要想清楚。怎么和其他部门进行沟通，怎么和本部门人员进行沟通，怎么和客户沟通，怎么才能提供高质量的服务又不会多做职责外事情，以后是需要重点沟通学习的地方。

5、缺乏工作经验，尤其是现场经验。今年的现场经验有了很大的提高，对整个项目开始分析到开发有了认识，但在一些细节上还缺乏认知，具体的做法还缺乏了解，需要在以后的工作中加强学习力度。

6、缺少平时工作的知识总结。这半年在工作总结上有了进步，但仍不够，如果每天、每周、每月都回过头来思考一下自己

工作的是与非、得与失，会更快的成长。在以后的工作中，此项也作为重点来提升自己。

7、做事不够果断，拘泥细节，有拖沓现象。拖沓现象是我很大的一个缺点，凡事总要拖到后面，如果工作更积极主动一些，更雷厉风行一些，会避免工作上的很多不必要的错误。其实有时候，不一定要把工作做到细才是的。进度、质量、成本综合考虑，抓主要矛盾，解决主要问题，随时修正。事事做细往往会把自己拘泥于细枝末节中，学会不完美也是工作中的一个进步，也是对精细化工作的一个要求。

在以后的工作中，我一定时时刻刻注意修正自己不足的地方，一定会养成良好的工作习惯，成长为一名公司优秀的职业化人才。

明年，公司要开拓新的烟草公司软件使用领域，工作压力会比较大，要吃苦耐劳，勤勤恳恳，踏踏实实地做好每一项工作，处理好每一个细节，努力提高自己的专业技能和执行力，尽快的成长和进步。

其中，以下几点是我下年重点要提高的地方：

- 1、要提高工作的主动性，做事干脆果断，不拖泥带水。
- 2、工作要注重实效、注重结果，一切工作围绕着目标的完成。
- 3、要提高大局观，是否能让其他人的工作更顺畅作为衡量工作的标尺。
- 4、把握一切机会提高专业能力，加强平时知识总结工作。
- 5、精细化工作方式的思考和实践。

企业年终总结心得体会篇三

20xx年，这是我工作初始的一年。在这一年里，我完成了一个由高校毕业生到企业员工角色的转变。回顾这段时间的成长，收获颇多，自己的心态不断调整、成熟，为人处事的能力，各方面都在不断的成长变强。

记得刚进公司的那会，不知道自己该干什么，师父交代的活儿干完了就不知道干啥了，脑子一片空白。每天下线、压端子、分线，原来这就是工作。心里很不是滋味，学校学的知识一点都不能学以致用，很迷茫。随着时间的推移，我发现下线布线虽然看起来枯燥、平淡，把工作完成是极容易的事儿，但要做的快，做的好，且不出项点，却是件非常不容易的事。

于是，我慢慢的调整好自己的心态去重新审视这个小集体，也渐渐的明白，其实各个岗位都有发展才能、增长见识的机会，只要我们满怀着一颗热忱的心，最平凡的岗位也可以做出最不平凡的业绩。

我将这一年的工作收获总结如下：

无规矩不成方圆。工作中，我严格遵守公司班组的各项规章制度，不迟到、早退，不懂就问，把自己本职工作内的事情做到最好。即使是最基础的工作，也不断地创新求进。

职业生涯是学生生涯的一种延续。进入社会的这个大集体后，我仍发现自己在许多方面的知识缺乏。三人行则必有我师，原来社会这个大集体是如此的粉彩多呈，没有什么知识是学的完的。

学如逆水行舟，不进则退。为了让自己的知识底蕴更上一个台阶，也为了职业生涯能有更好的发展，我激励自己自考学习，用更强的知识来武装自己。

象牙塔中的生活，我们天真的活在一种自以为的骄傲中，以为自己已经无与伦比。

工作后才真正明白，如果只是一个人，永远都成全不了最优秀的团队。谁都不可能建座孤岛，一个人要取得成功，必须与他人一道工作并得到别人的合作。

这个过程，除了技术，便是处事为人的能力，不是狡诈，是尊重聆听，真心换真心的过程。我们的集体和谐融洽，我们的工作氛围轻松，大家都毫不吝啬的交流传授经验，我们的团队凝聚力强了，我们的工作效率便越来越好。

今年，是我职业生涯的第一个丰收之年，无论是在行为、思维上都切身感受到了提升和进步，更加清楚的知道自己的优势与不足，也下定决心去学习职业生涯中必备的更多的能力和技巧，我会在此基础上不断的调整学习。

结束，意味着新的开始，我已准备好了全身心的热忱，让新的一年，新的学习过程，早些开始吧！

企业年终总结心得体会篇四

时光荏苒，20__年很快就要过去了，回首过去的一年，内心不禁感慨万千……时间如梭，转眼间又将跨过一个年度之坎，回首望，虽没有轰轰烈烈的战果，但也算经历了一段不平凡的考验和磨砺。

作为__集团子企业的__企业，财务部是__企业的关键部门之一，对内财务管理水平的要求应不断提升，对外要应对税务、审计及财政等机关的各项检查、掌握税收政策及合理应用。在这一年里全体财务部员工任劳任怨、齐心协力把各项工作都扛下来了。财务部的综合工作能力相比20__年又迈进了一步。回顾即将过去的这一年，在企业领导及部门经理的正确领导下，我们的工作着重于企业的经营方针、宗旨和效益目

标上，紧紧围绕重点展开工作，紧跟企业各项工作部署。在核算、管理方面做了应尽的责任。为了总结经验，发扬成绩，克服不足，现将20__年的工作做如下简要回顾和总结。今年的工作可以分以下三个方面：

1、作为基层管理者，我充分认识到自己既是一个管理者，更是一个执行者。要想带好一个团队，除了熟悉业务外，还需要负责具体的工作及业务，首先要以身作则，这样才能保证在人员偏紧的情况下，大家都能够主动承担工作。

2、按企业要求对分企业以及营业点的收入、成本进行监督、审核，制定相应的财务制度。统一核算口径，日常工作中，及时沟通、密切联系并注意对他们的工作提出些指导性的意见，与各分企业、营业点的核算部门建立了良好的合作关系。

3、正确计算营业税款及个人所得税，及时、足额地缴纳税款，积极配合税务部门使用新的税收申报软件，及时发现违背税务法规的问题并予以改正，保持与税务部门的沟通与联系，取得他们的支持与指导。

4、在紧张的工作之余，加强团队建设，打造一个业务全面，工作热情高涨的团队。作为一个管理者，对下属充分做到“察人之长、用人之长、聚人之长、展人之长“，充分发挥他们的主观能动性及工作积极性。提高团队的整体素质，树立起开拓创新、务实高效的部门新形象。

1、在原来的基础上细划了成本费用的管理，加强了运输费用的项目管理，分门别类的计算每辆车实际消耗的费用项目，真实反映每一辆车当期的运输成本。为运输车辆的绩效管理提供参考依据。

2、规范了库存材料的核算管理，严格控制材料库存的合理储备，减少资金占用。建立了材料领用制度，改变了原来不论是否需要、不论那个部门使用、也不论购进的数量多少，都

在购进之日起一次摊销到某一个部门来核算的模糊成本。

1、按规定时间编制本企业及集团企业需要的各种类型的财务报表，及时申报各项税金。在集团企业的年中审计、年终预审及财政税务的检查中，积极配合相关人员工作。

2、认真执行《会计法》，进一步对财务人员加强财务基础工作的指导，规范记账凭证的编制，严格对原始凭证的合理性进行审核，强化会计档案的管理等。对所有成本费用按部门、项目进行归集分类，月底将共同费用进行分摊结转体现部门效益。

3、国家财政部门对__企业的财务等级评定还是第一次。我们在无任何前期准备的前提下，突然接受检查，但__区财政局还是对__企业财务基础管理工作给予了肯定。给__企业的财务等级分数也是评定组有史以来，评给分的一家企业。

财务工作二十余年，也写了近二十份的年终总结，按说，我们每个追求进步的人，免不了会在年终岁首对自己进行一番盘点。这也是对自己的一种鞭策吧。

新的一年意味着新的起点、新的机遇、新的挑战，我们决心再接再厉，更上一层楼。20__年我们将向财务精细化管理进军，精细化财务管理需要“确保营运资金流转顺畅”、“确保投资效益”、“优化财务管理手段”等，这样，就足以对企业的财务管理做精做细。要以“细”为起点，做到细致入微，对每一岗位、部门的每一项具体的业务，都建立起一套相应的成本归集。并将财务管理的触角延伸到企业的各个经营领域，通过行使财务监督职能，拓展财务管理与服务职能，实现财务管理“零”死角，挖掘财务活动的潜在价值。虽然，精细化财务管理是件极为复杂的事情，其实正所谓“天下难事始于易，天下大事始于细”。

财务工作人员在企业里也算不错的职位了，因为企业立足

的根本还是财务，我知道了我自己的事情，我也知道了在以后的工作中，我还是会做好这一项工作的。企业的财务工作做好了，那么其他的事情就不是难题了，只有财务部门出现了问题，那么企业的发展就会出现更大的问题了，我知道这样，我才会做好这一个属于我的平凡而又重要的岗位的！

企业年终总结心得体会篇五

有人说，这个世界上最难的事情有两件：一是把自己的思想装进别人的脑袋；二是把别人的金钱装进自己的口袋。从这个角度来看，广告这个行业的确让人疯狂，因为他们在做着这个世界上最难的两件事。

中国加入wto组织已三年有余，“过渡期”已经结束，诸如零售等行业都已经逐渐全面放开，而广告业也位列其中。面对进入中国的国际广告巨头，本土的广告公司应该如何应对——探讨、争执、实践——你方唱罢我登场。

在中，我们试图总结本土广告公司在困惑中的思索、在迷途中的探索、在现实中的摸索，分成四个篇章分别论述：本土广告的困境、本土广告的理论探索总结、本土广告的经典发展案例和本土广告的未来发展模式。期望能够从中得出某些有益的线索和角度，起到抛砖引玉的作用。

中国的广告经过了青涩和逐步发展阶段，目前已经进入了快速发展期，从广告额度的快速增长和中央电视台广告招标的火热就可见端倪。

但是，宏观上来讲：来自国际4a媒体、专业化的执行公司等压力，已经使本土广告公司的发展腹背受敌；同时，中国的几个广告快速发展的城市，如上海、北京和广州等地，广告已经接近饱和，而广告公司、广告人才和资本却都积聚在这几个地方，因此具有很大的投资风险；另外，国家经济大环境的政策影响，也使本土广告的发展变得扑朔迷离。

而且，进一步分析本土广告公司在微观上的现实困境，可以总结为以下七个方面

1、广告公司竞争中受到来自广告主和媒体的双重压力。

本土广告公司日益面临边缘化的处境，受到来自广告主和媒介的双重压力。由于广告主自身广告意识的觉醒，以及自身执行力的增强，对广告公司的要求也就越加苛刻。在从创意到制作、到执行、到发表，再到最后的效果评估，广告主会盯住整个流程，在广告公司制作的专业性、执行的科学性以及评估的收效性等方面提出更高要求。

另外，由于门槛较低，一些广告公司的发展还处于低水平扩张阶段，无论在社会地位、人才素质和资源整合利用方面，与部分“越俎代庖”的媒介相比都处于劣势。尤其是一些中小广告公司，由于资金较少、媒体代理总量较小等原因，在与媒体合作过程常常遇到各种问题，例如，没有足够周转资金为客户垫付广告费用，由于媒体购买总量较小而不能获得较好的价格政策。种种情况导致这些广告公司在竞争中处于劣势。

2、服务理念和服务水平亟待提升，服务内容有待深化。

随着广告主营销广告活动的运作逐渐走向了专业化、理性化和规范化的良性循环，广告主对广告公司的服务效率也提出更高要求，要求广告公司提供专业化的贴身服务。使得广告公司的服务理念、专业素质、资源掌控等多个方面面临新的挑战。

这是时代发展的一个必然趋势。广告公司的贴身服务会有效地增加客户对广告公司的信任和亲切感，有助于在感情上消除双方的隔膜，建立超越简单工作联系的长期合作。其次，成功的个性化服务将构成广告公司的核心竞争力，使得竞争对手难以模仿，客户也很难再去选择其他的广告公司。

而纵观目前国内的广告公司，能真正拥有核心竞争力——我认为——即掌握并能把持住主要大客户、提供跟进式服务、时时与客户胡同信息的寥寥无几。广告公司在服务理念上的不足，成了制约本土广告公司壮大的一个主要绊脚石。在提供的服务的深度上，也有待进一步加强。不是草草制作了某个路牌、发起了某场运动就完事，要时时跟踪客户的走向，使着在整体品牌的规划、前期市调以及后期的消费者反馈等方面下功夫。

3、跨国广告公司的竞争压力。

随着加入世贸组织，我国广告市场完全向外资开放，跨国广告公司一方面占据独特的地理资源优势、庞大的国际客户，一方面自20____年以来，跨国广告公司已经逐渐不满足于只据守在京、沪、穗三地，开始通过与本土广告公司进行区域结盟或者直接并购的方式，积极向二线城市渗透，开发新的客户源。如此“洪水猛兽”虎视眈眈地盯向大陆这个巨大的广告市场，在政府公共、社区公关等方面丝毫不逊色于本土广告公司，给本来就在风雨中飘摇的本土广告公司经营起来更是难上加难。

而本土广告公司不能坐以待毙，应主动采取对策。通过区域化经营拓展客户结构，比如一些本来据守北京、上海或者广州一个城市的公司开始逐渐向其他两个城市扩张，在当地建立分公司或办事处；而一些二线比较有实力的本土广告公司则根据业务的发展，向离他们最近的京、沪、穗三地扩张，努力抓住位于产业链下线的客户群，丰富自己的羽毛，时刻等待__的机会。

4、客户结构单一，难以跨越地域的局限。

本土广告公司有很多都是靠代理某一产品起家的，之后就很长时间在单一客户所在的行业转圈。广告公司应该根据不同行业、规模、地域等方面的客户分布，进一步优化客户结构，

减轻其对大客户的依赖度，从而分散经营风险。

近年来一些发展中的省份和地区随着经济的不断发展，为了更好地拓展客户构成、构建健康的盈利模式，广告公司如何打破地域限制，通过设立异地分公司、并购或是联盟的方式，整合客户资源，成了摆在本土广告公司面前的一个槛。

5、与广告主合作关系不稳定，合作年限不能持久。

合作时间较短、合作关系不稳定是目前广告公司与广告主合作的主要问题之一。20xx年广告公司生态研究调查显示，将近70%的被访广告公司与广告主的平均合作时间在两年到五年之间。其中，合作时间在2~3年区间内的广告公司有35.4%，3~5年的有32.3%，而2年以下或5年以上的比例都较低。自称为扛起中国本土广告公司的广东省广，与客户合作的期限长的，也一般在5年左右。

这也反映了一定问题。在消费者行为学的研究中有70：30这个定律，即说吸引一个新的消费者的花费是保持一个已有消费者的4-6倍。这个事实在广告公司与广告主合作的过程中同样合适。合作关系不能长久，使得广告公司工作效率不高，并且在不断寻求客户的过程中浪费大量的时间，这些时间本来可以带来更大的实际收益。