

企业文化在企业发展中的作用

当今时代,企业文化对于企业发展的意义越来越为人们所认识。那么,企业文化在企业发展中的作用具体体现在哪些方面呢?

企业文化是现代企业管理的核心内容。企业管理不仅是科学,是健全的规章制度及其贯彻落实,而且是一种文化。因为企业管理的基本对象是人,而人是有思想、有感情、有个性的。怎样点燃人的激情,挖掘人的潜能,引导和规范人的行为?从根本上说,要靠企业文化。加强企业文化建设,在企业管理中注入文化因素,运用文化手段,对于提高企业管理的品位和效能,调动人的积极性、发掘人的潜能,具有根本性的作用。文化是引领性的规范,是一种软实力。一个企业如果没有文化的引导,没有自觉的文化建设,员工就很难创造性地开展工作,企业就很难

达到优秀以至卓越的境界。

企业文化是企业可持续发展的内生动力。企业文化决定着企业的战略方向、经营理念、管理水平和员工素质,因此是企业可持续发展的内生动力。当今世界经济和文化的相互交融,对企业提出了新的更高要求:产品要有丰富的文化含量,服务要有较高的文化品位,经营要有突出的文化特色,管理者要有全面的文化素质,战略规划要有深厚的文化基础。因而,企业文化在企业发展和竞争中的作用日益显性化,成为决定企业竞争力的直接因素。技术和管理制度、方法等都是可以引进的,但企业文化及其决定的经营理念、管理哲学等是难以引进的,需要企业在明确自身价值定位的基础上,结合实际创造性地凝结、锻造、提炼、升华,形成自己独特的、全体员工认同的文

化理念。

企业文化是企业品牌的内在底蕴。企业竞争在市场上直接表现为产品和服务竞争,其中价格竞争只是较低层次的竞争,因而成熟的产品和服务竞争更多地表现为品牌竞争。在成功的企业品牌当中,无不凝结着成功的企业文化。可以说,品牌是企业文化的市场表现,企业文化是品牌的内在底蕴。从市场需求方来看,现代社会的消费者越来越追求产品的文化内涵,越来越追求消费过程中的人文关怀和文化感受。有竞争力的品牌,能够适应和提升消费者的文化理念和生活方式。在形成这样的品牌的过程中,企业文化具有不可替代的作用。

企业文化是企业人力资源开发的基础环节。企业的核心竞争力在很大程度上取决于企业的创新能力,而企业的创

新能力主要取决于企业员工的文化素质。传统的企业人力资源开发主要集中在人的体能、技能和智能等方面,很少考虑文化开发。实际上,企业核心价值观的形成和贯彻、企业精神的提炼和弘扬、企业作风的锻造和发挥——这些企业文化方面的因素不仅决定人力资源体能、技能和智能开发的方向和成效,而且影响企业的社会形象和经济效益,是决定企业能否实现基业长青的关键,因而是企业人力资源开发的基础环节。发挥企业文化在人力资源开发中的作用,重点是培育企业家的文化自觉,提升其建设和应用企业文化的能力;提高企业员工的文化素质,使其对企业文化产生高度认同,并将企业文化内化为自己的文化追求。

孟凡池

企业文化重在落地

企业文化,是一个组织由其价值观、信念、仪式、符号、处事方式等组成的其特有的文化形象,是在一定的条件下,企业生产经营和管理活动中所创造的具有该企业特色的精神财富和物质形态。

企业文化是企业生产经营实践中逐步形成的,为全体员工所认同并遵守的、带有本组织特点的使命、愿景、宗旨、精神、价值观和经营理念,以及这些理念在生产经营实践、管理制度、员工行为方式与企业对外形象的体现的总和。

企业文化是企业的灵魂,是推动企业发展的不竭动力,而建设企业文化并不只是写标语、喊口号,最重要的在于落地生根。文化落地与传播的手段和工具不计其数,从实践来看,企业在文化落地阶段应该遵循“从易到难、由内而外、循序渐进”的原则开展文化落地建设。

首先,领导者要成为企业文化的倡导者、执行者和管理者。要落实好企业文化,领导者很重要。

一些企业文化的组成因素与一名奠基者或其他早期领导者相联系,他们将这些因素清楚地表达为一种公司哲学或一套组织必须遵守的原理或公司政策形式,有时文化的组成因素发源于公司的远景展望,其战略目的和战略的核心内容。

除此之外,领导是企业文化的倡导者、执行者和管理者。有什么样的将军就有什么样的士兵,领导者的作风直接影响着整个团队的作风,他们的思想意识、个人品行和道德准则、思维方式和习惯、价值观和经营哲学,直接决定着企业文化落实的实质性内容。

其次,要重视文化传播平台和渠道的建设。企业文化的实质是以人为中心,以文化为诱导,以激发企业员工行为为目的的一种管理体系,企业文化反映了一个企业独特的价值观、经营哲学、人际关系、风俗习惯以及精神风貌等,而企业宣传无疑能把企业这些精神文化通过一定的形式准确、生动、有效地传播给社会公众,从而促进企业文化和建设和发展。

企业首先要建设一个打通内外、联系上下下的传播平台。所谓打通内外就是要发挥好文化对内凝聚人心、对外传播形象的作用,既要在内部传播,更要重视对外的展示。所谓联系上下,就是要建立一套高层与员工能够平等互动的文化沟通管道。从实践来看这样几个平台是必不可少的:信息交流与沟通平台,文化案例与杰出人物代表,日常活动建设以及专题活动建设等。

第三,重视企业文化评价体系的建立。是对企业文化建设过程和结果的有效控制、评价和反馈,是贯穿于企业文化建设全过程的一项基本工作。

一般来说,构建企业文化评价体系的意義主要体现在三个方面:一是能够有效解决企业文化建设中存在的突出问题。二是有利于系统提升企业文化建设工作水平。三是有利于促进企业长远发展。构建企业文化评价体系,能够使企业对企业文化建设的內容、方法、过程等适时作出调整,使企业文化建设始终沿着正确的方向前行,促进企业长远发展。

最后,要正确处理企业文化建设和思想政治工作之间的关系,把思想政治工作和企业文化建设工作有机地融合起来,把思想政治工作寓于企业文化建设之中,把解决思想问题作为企业文化建设的主要任务,以便更好地推动企业的全面发展。

企业文化建设与思想政治工作的落脚点都在一个“人”字上,研究对象都是企业员工,以尊重人、理解人、关心人、激励人为共同出发点,强调协调内部的人际关系,重视提高员工队伍素质,树立团队意识,引导员工以主人翁的姿态投入到企业生产经营活动中,以凝聚力推动企业发展。

从工作方式方法上看,企业文化和思想政治工作都强调实效,提倡开展自我教育、树立典范、学习榜样、文体竞赛、专题培训等丰富多彩的活动,启发引导,寓教于乐。从这个角度来看,二者的工作途径相通,内容相互渗透,通俗地讲,就是“你中有我”、“我中有你”。

优秀的企业文化对一个企业的生存发展起着巨大的推动作用。它能使职工产生高昂的志气、高度的职业精神和强大的凝聚力,它充分调动职工的积极性、智慧和创造力,发挥出巨大的物质力量。它是企业制胜之道,是使企业在竞争中立于不败之地的基本条件。

唐富强



金威铜业公司板带分厂精整班坚持“追求卓越 服务真诚”的理念。金威 摄

让企业文化活起来

人活着需要一种精神,企业发展更需要一种精神,否则就会走向衰败。一个企业要成为一个伟大企业,必须塑造成熟的企业文化,要让企业文化活起来。

一、企业文化建设迫在眉睫

很多中国的成功企业都建立了成熟而又具有自身特色的企业文化。但中国的企业普遍缺乏对企业文化理解与认识。一谈到 CIS,很多人的印象就只是产品包装,员工的统一服装等。其实,这些只是 CIS 的最外围部分。整个企业员工都奉行的基本信念和共同价值观,即企业文化的深层—精神层面才是企业文化的核心和灵魂。企业文化中有没有精神层面的东西是衡量一个企业是否形成了自己的企业文化的主要标志和标准。很多企业也没有认识到企业文化与企业改革深入进行之间的关系。认为企业文化是企业改革深入进行过程中自然形成的,这就犯了一个认识上的错误,事实上,企业文化和管理体制变革之间相互作用、相互影响,是一对矛盾的统一体。一方面,企业文化可以是管理体制改革的必要铺垫,可以先行于管理体制变革,一个优秀的企业文化可以使管理体制变革进行得更容易、更彻底、更深入。另一方面,管理体制改革的深入进行也可以促进优秀企业文化的形成与发展,使整个企业勇于开拓,积极向上。当前,在现代企业制度的建立过程中往往没有同时进行企业文化方面的配套建设,导致现代企业管理制度的引进常常不够深入,效果不够理想。

可见,企业需要文化,是因为企业文化与企业的制度管理和发展战略不可分割,与企业现实运行和经营实践密切联系,是为解决企业问题、规范企业行为服务的,塑造企业文化是企业成熟的标志。企业文化不是可有可无,而是企业成功必不可少的。

二、企业文化建设具有无可替代的作用

企业文化是对企业有用价值的文化。塑造企业文化不是为摆花架子,搞形式主义,它是必须付诸实践的价值理念,它注重于解决企业中存在现实问题,并用规范企业的行为和员工的行为。

企业文化具有企业灵魂的导向作用。企业倡导的价值理念,也就是要求全体员工在整个经营活动中实践所奉行的价值理念,是企业文化的灵魂,最终用来指导企业做什么、怎么做,指导员工怎么做,怎么想。

企业文化具有实现企业振兴的激励作用。一名心理学家这样描述激励的作用:人在物质激励状态下能发挥自身能力的 50%—80%;在得到适当精神激励的状态下,能将自己的能力发挥 80%—100%。物质激励到一定程度,就会出现边际递减现象;而来自精神的激励,则更持久、更强大。要建立一套人才能上能下、能进能出、待遇能升降的用人管理机制,不是真正的“千里马”,不是靠上级的主观认识来确认,而是要在企业经营的竞争赛场上脱颖而出。这种人才观是一种良好的精神激励,可以充分调动员工奋勇争先,追求卓越积极性,不断激励人们把潜在的智慧开发出来,产生一种创新的推动力。

企业文化具有团队精神建设的凝聚作用。当代企业家都希望把自己的企业建设成一个协调一致、上下同心、团结协作、单靠物质刺激和管理制度很难做到。人活着需要一种精神,企业发展更需要一种精神,否则就会走向衰败。一个企业要成为一个伟大企业,必须塑造成熟的企业文化,文化具有较强的凝聚力,是一种强力黏合剂,它可以把各个方面、各个层次的人都团结在企业周围,从而产生一种凝聚力。日本松下电器公司“工业报国、光明正大、团结一致、奋斗向上、礼貌谦让、适应形势、感恩戴德”的企业理念对员工的理想追求进行引导,并发育成长成为一种文化习俗,形成一种文化氛围,大大增强了企业的内部凝聚力。

企业文化具有行为规范的内在的约束作用。企业运营过程中,必须通过严格的管理制度对所有员工行为进行规范,这是强制性的硬约束,也是外在约束。对于人在企业运行过程中的规范,除了这种硬约束,还需要一种思想的软约束,也就是内在约束。这种内在约束就需要通过企业文化来体现。企业文化作为一种无形的、非强制性的约束力量,能够弥补规章制度的不足。

企业文化具有企业形象美化的辐射作用。我们知道,企业形象包括厂容厂貌、员工服饰、司名司徽、广告口号、商品品牌等,也是企业文化塑造的组成部分。我们常说“内强素质,外树形象”,就是指企业内在精神素质与外部形象美化是相辅相成的。企业管理者在做产品广告时,大多宣传企业文化理念。如:海尔的“真诚到永远”,澳柯玛的“没有最好,只有更好”,青岛供电公司“亮出精彩”。在确立企业美好形象的同时,也塑造了企业的产品形象,进而社会上产生一种辐射作用,形成一种形象感染力。

三、创建个性化企业文化

创建现代企业文化,应该说,中国企业有天然的文化上的优势,中国传

统文化中“和为贵”、“民生在勤”等思想都与现代管理思想不谋而合,这些思想深深根植于普通中国人的头脑中,如果能恰当地运用于企业文化的建设,将会大大增加企业的竞争优势,成为企业快速增长的强大动力。建设企业文化,认真分析个体企业产权关系、所处行业、组织特点是非常重要的。

国有大中型企业、民营企业、合资企业等,产权关系不同,管理者与员工所处的经济利益关系也都不同,企业文化的建设也必然各异。集团公司根据企业自身性质,坚持“追求卓越,服务真诚”的企业理念,以“您只需一个电话,其余的事情由我们来办”为目标,塑造了以“亮出精彩”服务品牌为核心的企业文化。发挥这种服务理念激励和约束作用,使干部职工迅速转变服务观念,急客户所急,想客户所想,用心为客户服务,赢得客户的好评。

企业文化的个性还体现在行业特点上。不同的行业,其生产经营活动差异很大,因此在长期生产经营活动中形成的组织哲学、发展战略、价值观、行为习惯也应带有鲜明的行业特点。比如海尔集团公司根据家电行业的特点,将创新作为企业的立足之本。并提出了“人人是人才”的口号。开始员工反应平淡,他们可能都在想:我又没受过高等教育,当个小工人,是什么人才?这时,海尔管理者就把由一个工人研制的一项技术革新成果以这位工人的名字命名,并且由企业文化中心把这个事件作为一个故事在企业进行传播。很快,工人中就兴起了技术革新之风,对企业的稳定发展起了十分重要的作用。

组织特点的差异是建设个性化企业文化的第三个原因,每个组织在规模大小、技术优劣、历史长短、声誉好坏、效益高低上差别很大,因此在生产经营活动中所遇到的问题和困难也各不相同。组织文化作为组织全体员工共同信奉的价值观念,不应面面俱到,而应抓住本组织的主要矛盾,具有鲜明的针对性。或者针对本组织的特殊困难,或者针对本组织全体员工的共同弱点,以图收“牵牛鼻子”的效果。骄傲自满的心态是妨碍企业进一步发展的心理障碍,骄兵必败。

企业文化就好比是一个企业的灵魂,优秀的企业文化可以大大增强企业的凝聚力、员工的创造力。中国具有传统文化的天赋优势,又有日、美的先进企业文化作为借鉴,应当认真分析自己企业的所有制状况、所在行业特点以及组织的特点,抓紧进行企业文化的个性化建设,深化管理体制的改革,推动企业持续健康快速发展。

康健

企业安全文化是企业安全生产的灵魂,构建企业安全文化,说到底就是全面提高员工的安全素质。

一、从内容上看企业安全文化建设

企业安全文化,从广义上说是企业在社会发展过程中,为维护安全而创造的各类形态产品及形成的意识形态领域的总和;是企业在生产活动中创造的安全生产、安全生活的精神、观念、行为与物态的总和;是安全价值观和安全行为标准的总和;是一种保护人的身心健康、尊重人的价值的文化。就行业而言,是对从事公交管理多年来,积累的安全管理经验和形成的管理制度共同作用在公交管理者和驾驶员身上,反映在安全管理工作中的言行。

1、安全理念文化建设。安全理念是一种精神理念,主要指积淀于企业和员工心理的安全意识形态。从我们的“优质服务,优美环境,优先安全,优化管理,建设绿色公交”的管理方针中可以知道,安全是优先的,也就是要引导全体员工树立“安全第一,预防为主”的思想。

2、安全行为文化建设。安全行为文化是指企业员工对安全问题的个人响应与情感认同,包括安全行为准则、作业标准、队伍素质、精神面貌等等。一是提高全体员工安全自控能力和良好的安全习惯养成。二是加强安全培训,提高全体员工的安全操作技能和安全管理素质。

3、安全制度文化建设。安全制度文化是指企业的管理体制,包括企业内部组织机构、管理网络、部门分工以及安全生产制度建设。一是要不断完善公司安全管理机制,以适应不断变化的外部市场形势和安全生产的需要;二是从实践中不断总结和提炼成功的经验和做法,对安全生产规章制度进行整合和完善,建立全体员工能够接受、自觉遵循的行为规范,健全适应企业持续发展的安全目标和规章制度。

以人为本建制度,围绕安全树理念。在制度文化的建设上,应遵循以人为本的原则,明确责任,落实职责,全员树立“安全第一、预防为主、综合治理”的指导思想,不断强化安全管理基础工作。公司一级,注重安全规章制度的制定,加强制度建设,颁布修订和完善一系列安全管理办法和条例;部门一级,注重安全管理办法的细化,根据公司的总体部署安排,结合各专业生产实际,对各项管理规定进行进一步细化,把安全措施落实到每一个步骤、细化到每一道工序、分解到每一个动作,确保

每名职工能理解;基层单位一级,注重各项规章制度落实,线路、总站等实际情况的变化,都要组织安管人员现场调查,分析查找危险点源,多方共同努力,牢固树立“安全第一,预防为主”的安全理念,构筑安全生产的精神防线。

4、安全环境文化建设。安全环境文化包括硬环境和软环境,即安全管理和监控系统开发、利用和维护,生产条件和员工工作环境的改善以及员工精神需求和企业形象等。一是引进和开发安全管理系统和监控系统,比如 GPS、视频监控等系统的应用和拓展,紧密结合公司安全管理体系,积极探索现代安全管理手段,应用各种新技术。二是重视员工的精神需求,鼓励员工参与各种业务培训,激发员工的自豪感和凝聚力。三是提高服务和质量,打造企业品牌,积极宣扬企业安全管理特点的独特风格,扩大企业的社会影响。

二、推进精细化管理是建立安全文化的前提

精细化是“精细”的系统化,众所周知的丰田集团,之所以能成为世界优秀的品牌之一,其根源就是丰田公司的精细化管理。50 年代,丰田公司提出管理要从生产线开始的想法,那些世界汽车巨头对丰田的想法根本不屑一顾。结果丰田公司经过 30 年的不懈努力,终于在质量上把欧美汽车抛在了后面。这充分说明了只有在每一个精细上做足功夫,建立“精细优势”,才能真正保证企业基业长青、安全发展。

齐安全

加强安全环保文化建设工作心得

加强安全环保文化建设,实现以人为本促进安全生产,靠文化的力量走安全长治久安之路,体现科学发展观的内在要求,是确保安全生产稳步发展的重要举措。在安全生产过程中,人是最关键的因素,形成浓厚的安全环保氛围,具备相应的安全技能,是减少各类事故的关键和基础保障。

加强安全环保文化建设的重要性,树立安全发展理念,高度重视安全生产工作,狠抓机构、制度建设,全面落实安全环保生产责任制,深入开展专项治理整顿。提高职工的安全素质,理解和认识安全生产的价值和意义,正确处理安全与生产、安全与效益、安全与效率的关系。加强安全环保文化建设,提高职工安全意识和安全素质,是遏制伤亡事故,促进安全文明生产,保护劳动者的安全和健康,保护公共安全,高效地从事一切的有效途径,也是构建和谐社会的必由之路。

加强安全环保文化建设,建立健全安全环保生产长效机制,形成“关爱生命,关注安全”的强大舆论氛围,使“安全第一,预防为主,综合治理”、“安全环保生产重于泰山”、“抓经济发展是政绩,抓安全环保生产也是政绩”等观念深入人心。切实加强安全环保生产宣传工作的领导,形成党政工群齐抓共管的安全环保宣传教育体系。

同时,充分发挥报纸、电视、广播、网络等媒体作用,加强安全环保新闻宣传,及时曝光安全事故和各种安全违法违规行。大力开展安全环保文化示范点创建工作,构筑安全环保文化建设示范平台。制定安全环保教育的政策,鼓励发展安全环保教育,建设多渠道的安全环保文化传播平台。将安全环保文化建设纳入创建企业文化的各项工作中,与创建企业文化工作统筹安排。加大对安全环保基金的投入力度,解决安全环保文化建设中的基础设施问题。积极引导企业参与安全环保文化建设,拓宽安全环保文化建设渠道。

加强安全环保文化建设,开展

“安全环保生产论坛”、全体职工安全环保公约活动。组织各单位制定“行业安全环保公约”和“企业安全环保公约”。制定《企业安全环保文化建设标准》、编写《安全环保小知识手册》《外出务工人员安全知识手册》等,倡导和鼓励创作以安全环保内容为主题的诗歌、散文、戏剧等题材的安全环保文学作品;倡导和鼓励群众利用快板、说书、剪纸等民间文艺形式,创作民间安全环保文艺作品。组织开展安全环保文艺巡演、安全环保文艺汇演、安全环保文艺展播、安全环保文艺评比等活动,大力弘扬安全环保文化。在报纸、广播、电视等媒体开辟安全环保专栏,大力宣传安全环保生产领域各种非法、违法行为,及时曝光重特大事故和安全隐患。深入开展安全环保文化创建活动,做到每个车间都有安全环保宣讲员,负责安全环保文化的宣传工作,每个单位要有安全环保文化管理员,负责安全环保文化的管理工作;依托文化宣传建立安全环保文化角,设立安全环保文化专栏;通过安全环保知识手册、安全环保宣传贴画、安全环保宣传传单、单位安全环保文化公约等手段,将安全环保知识送进千家万户;在醒目的地方书写安全环保标语,提醒公众注意安全;逢集会,广泛宣传出行安全、防火安全、防中毒安全和安全避险等安全常识;建立外出务工人员安全教育室,对外出务工人员进行务工安全教育。在企业开展“一封信、一本书、一份卷、一堂课、一次会”的“五个一”活动,围绕触电抢救、溺水救生、防火防爆展开安全事故应急演练,围绕洪水、滑坡、雷暴天气等灾害开展自然灾害逃生避险演练。

企业要向职工讲解分析安全环保方面存在的问题和注意事项,落实厂级领导的安全环保教育责任;通过办黑板报、安全环保文艺宣传、安全环保温馨提示、职工安全环保格言、安全环保知识竞赛等活动,丰富职工的安全环保文化生活。开展“青年安全环保示范岗”、“温馨安全环保家庭”等群众性活动,打造一批富有吸引力和感染力的安全环保文化品牌,促进安全环保文化进企业、进矿区、进车间、进班组、进家庭。

文 泽