

浅谈电力企业文化建设的现状及对策

达瓦次仁

(国网西藏电力有限公司林芝供电公司 林芝巴宜区 860100)

摘要:本文系统分析了电力企业文化建设的意义、现状和对策。现状方面,电力企业普遍存在对企业文化建设重视不足,文化融入经营管理不深入,文化建设人员专业能力有待提高,文化评价体系不健全等问题。原因在于企业战略定位不清,文化建设组织体系不健全,人才队伍建设缺乏规划,管理制度有待完善等。今后,电力企业要提高认识,把企业文化作为战略资源,健全工作机制,实施全员文化学习,构建文化服务产品,用先进文化引领高质量发展。

关键词:电力企业;文化;建设

引言:改革开放 40 多年来,中国电力企业实现了由小到大的跨越发展,为国民经济快速增长提供了重要支撑。当前,电力企业正处于转型升级的关键期,面临着多方面挑战。在新形势下要实现高质量发展,就必须把握好企业软实力这个战略支点,企业文化建设作为软实力的重要组成部分,其作用将更加凸显。本文在梳理电力企业文化建设现状的基础上,分析存在问题及成因,并提出相应对策建议,以期为电力企业文化建设提供参考借鉴。

1. 电力企业开展文化建设的意义

1.1 提升企业软实力,增强核心竞争力

电力企业文化是企业软实力的重要组成部分。电力企业通过文化建设,可以增强企业凝聚力和向心力,使员工产生强烈的认同感和归属感,提高员工的工作热情和工作效率。同时,积极的企业文化可以激发员工的创新精神和创造活力,有利于电力企业创新管理模式、改进技术流程、提升产品和服务质量,从而增强企业的核心竞争力。充满活力、凝聚力的企业文化,是电力企业在市场竞争中取胜的重要法宝。

1.2 引导员工价值观念,提升企业绩效

电力企业文化建设可以将企业的核心价值观深入员工心中,规范员工的言行举止,提高工作效率和服务质量。电力企业通过培训、表彰等手段,将“责任、创新、务实、协作”等价值理念灌输给每一位员工,引导员工树立正确的工作态度和价值取向。同时,电力企业还可以通过文化建设,营造和谐、积极的工作氛围,激发员工的工作热情,提升员工参与企业管理、投身工作的主人翁精神,从而促进企业绩效的提升。

1.3 树立企业形象,提升社会影响力

电力企业文化具有强烈的凝聚力和感染力,能够向社会公众展现企业的风貌和魅力。电力企业可以通过举办文化活动、开放文化场所等方式,搭建起企业与社会公众交流互动的桥梁,提升企业知名度和美誉度。同时,电力企业还应承担起良好的企业公民形象,积极履行社会责任,树立负责任、守法诚信的企业形象,为社会创造更大价值,从而提升企业的社会影响力。

2. 电力企业文化建设的现状

2.1 企业文化意识较弱,重视程度不够

当前,不少电力企业对企业文化建设还存在认识不足的问题,没有充分意识到其对企业发展的重要性,导

致企业文化建设的重视程度还不高。具体来看,企业往往将文化建设仅仅视为一种可选的辅助性工作,没有将其纳入到企业发展战略的整体框架当中,文化建设与生产经营等主业工作相对割裂,缺乏有效衔接。在人力、物力、财力等方面的保障力度也较为有限,文化建设部门常常缺乏专职人员,难以开展常态化、系统性的工作。同时,企业高层对文化建设重要性的认识也有待加强,没有形成自上而下推动企业文化建设的氛围,部门之间也没有建立信息沟通和协作机制,各自为政的情况较多。员工对文化建设参与度也不高,企业文化没有真正内化于员工、融入日常工作,缺乏实效性。此外,企业没有建立科学的文化评价体系,难以判断现有文化建设成效和存在的问题,后续的文化建设工作也缺乏明确改进方向。

2.2 企业文化建设人员专业能力有待提高

电力企业文化建设需要专业的人才团队加以推进和落实,但一些电力企业在企业文化建设人员的选拔培养方面存在短板,导致人员专业能力参差不齐,难以满足文化建设工作要求。具体问题主要表现在:一是企业文化建设部门仅由党政部门兼职主管,没有配置专职文化建设人员,工作力度受到影响。二是即使有专职人员,但多数也仅凭兴趣而非专业背景加入,没有经过系统培训。三是企业内部缺乏文化管理、组织行为学等专业背景的人才,难以对文化建设实施专业化指导。四是现有文化建设人员业务能力较弱,对企业文化的内涵和建设方法掌握不够,难以将文化理念转化为实际工作举措。五是队伍建设缺乏长远规划,人员流动频繁也不利于专业能力积累。六是没有建立定期培训机制,现有人员难以通过培训快速提升专业水平。因此,电力企业应高度重视文化建设队伍专业能力建设,采取有力措施提升人员专业素质。

2.3 企业文化融入日常经营管理还不深入

当前电力企业的文化建设还比较表面化,没有真正渗透、融入到企业的日常经营管理各环节之中。在员工招聘时,企业主要关注应聘者的专业技能背景,而未将企业文化价值观作为重要筛选条件。新员工培训中,企业文化仅作为选修内容被提及,而没有作为必修内容强化灌输。在员工培养、绩效考核和晋升机制上,践行企业文化理念的重要性没有被充分强调。员工的日常工作行为也缺少按照企业文化理念要求进行规范。表面上

企业制定了一系列文化理念和口号,但这些并没有真正转化为员工内心的价值信念。缺乏对文化落地实施情况的监督机制,一些不符合目标要求的行为得不到及时纠正。可以说,电力企业的文化建设还停留在组织一些文化活动和宣传上,没有形成引领各项工作的价值理念体系,很难发挥其应有的作用。因此,电力企业亟需推进企业文化向经营管理各环节的纵深融合,使之成为内在化的行动指南。

2.4 企业文化评价体系不完善

电力企业普遍缺乏系统、科学的企业文化评价体系,无法对企业文化建设进行定量和定性分析,判断其效果如何。主要问题有:

一是评价指标不全面。现有评价主要停留在对员工满意度的简单问卷调查,而没有设置识别企业文化在员工行为规范、企业执行力、创新水平等方面产生影响的指标。二是评价方式单一。主要依靠问卷调查,缺乏员工访谈、专家评议等评价方式的结合运用。三是评价不持续。一次性的年度评价居多,缺乏形成常态化的跟踪评估机制。四是评价缺乏独立性。评价人员多由企业内部文化建设人员担任,容易产生结果偏差。五是评价结果运用不足。评估结果没有作为改进企业文化建设的有效依据。完善的企业文化评价体系,有利于企业客观判断文化建设效果,发现问题,总结成功经验,持续改进工作,形成闭环式管理。因此,电力企业有必要加强企业文化评价体系建设,使之成为推动文化建设的有力保障。

3. 推进电力企业文化建设的对策

3.1 加强电力企业文化建设的组织领导

电力企业要加强对企业文化建设工作的组织领导,建立健全领导机制和工作机制。企业高层需要增强推进企业文化建设的责任感和使命感,将其纳入企业发展战略规划,形成自上而下的推动体系。同时成立专门的企业文化建设领导小组,配备专职部门和人员,明确工作目标和职责分工。还要建立定期研究、部署企业文化建设工作的机制,把企业文化融入生产经营各项工作,形成全员参与的工作合力。通过强化组织领导,提供政策支持 and 资金保障,使企业文化建设得以持续开展。

3.2 打造具有电力企业特色的企业文化

电力企业要深入挖掘电力行业的文化内涵,结合自身发展历程和实际情况,打造富有特色的企业文化。既要传承发扬电力系统的工作作风、精神传统和核心价值观,又要与时俱进,不断赋予企业文化新的内容。电力企业的企业文化可以突出“责任、创新、协作、务实”的核心价值观,既体现电力行业的专业特质,又彰显激励员工持续成长的内在动力。在员工行为准则、规章制度等方面,都要融入这些核心价值观。让具有时代特色、行业特色、企业特色的文化在电力企业内生生不息。

3.3 加强电力企业文化建设队伍培训

电力企业要加强对企业文化建设队伍的专业培训,努力构建高素质的文化建设人才队伍。要建立常态化的培训机制,选派文化建设人员参加相关专业知识学习,

比如组织行为学、企业文化管理等方面的知识。还可以聘请专业文化公司或高校的专家学者针对企业实际情况提供指导性培训,提高企业文化建设的专业水平。也可以采取轮岗、挂职、访企等方式,广泛学习先进企业成功经验。只有具备专业化的人才队伍,才能推进电力企业文化建设走深走实。

3.4 将企业文化融入经营管理各环节

电力企业要把企业文化理念融入经营管理的各个环节,转化为企业发展的强大动力。一是在员工招聘时,注重测评应聘者是否符合企业文化要求。二是在新员工培训中,把企业文化作为必修内容。三是在绩效考核中,将践行企业文化作为重要评判标准之一。四是在员工激励机制上,对在企业文化建设中做出突出贡献的员工给予表彰和奖励。五是在员工职业生涯规划中,参与企业文化建设可作为晋升的加分项。六是在员工工作交流中,讨论企业文化议题,形成学习型的组织氛围。将企业文化融入各项工作,使之成为指导员工行为的内化价值准则。

3.5 建立企业文化评价体系

电力企业要建立系统、科学的企业文化评价体系,对企业文化建设进行定期评估。评价体系要设置合理的定量和定性指标,如企业文化认同度、员工满意度、员工流失率等。可以采取问卷调查、员工访谈、专家评议等多种方式开展评估工作,评估结果将为进一步完善企业文化建设提供依据。

3.6 加强企业内外部文化宣传

电力企业要采取多种渠道开展企业文化宣传,向员工及社会公众展示企业文化的独特魅力。内部要通过员工手册、内刊杂志、宣传栏、新媒体平台等对企业文化进行潜移默化的教育。外部则要善用公共关系资源,在行业会议、媒体报道中加大企业文化展示,提升企业品牌影响力。还可以举办文化开放日、行业文化论坛等活动,与社会加强文化交流。

4. 结束语

综上所述,电力企业文化建设对推动企业高质量发展具有重要意义,但当前还存在一些问题亟待解决。电力企业要提高认识,从战略高度精心规划文化建设,以充满活力、凝聚力的企业文化,激发员工动力,引领企业进步。同时,还需要持续加强顶层设计,健全工作机制,加大投入力度,强化人才队伍建设,建立科学的评价体系,以实现文化建设管用和常态化。只有不断提升企业文化软实力,电力企业才能在新时代开创更好发展。

参考文献:

- [1]李明泉.电力企业文化建设的必要性研究[J].中国电力教育,2019(24):117-118.
- [2]陈龙.电力企业文化建设策略研究[J].科技创新导报,2020(11):188-189.
- [3]王小强.新时代背景下电力企业文化建设路径研究[J].电力系统保护与控制,2021(7):58-63.

姓名:达瓦次仁(1975.12-)男 藏族 西藏拉萨人 本科政工师 党委书记、副总经理