

企业文化建设存在问题及建设路径

◆马旭光

(宁波职业技术学院 浙江宁波 315800)

摘要:十九大报告指出,“文化是一个国家、一个民族的灵魂。文化兴国运兴,文化强民族强”。企业文化是企业的灵魂,是企业凝聚力之所在。在推动企业发展过程中,具有非常重要的作用。改革开放以来,企业文化在我国迅猛发展。但是众多企业对企业文化内涵的曲解、对其重要性认识不足,还有习惯性的参照和模仿等原因,导致了企业文化建设中的种种错误和问题。建设企业文化必须树立正确的企业价值观、塑造企业品牌,打造企业的核心竞争力、树立“以人为本”的管理理念、建立完善的制度,强化企业的文化执行力,同时,还要坚持长期建设,不断创新。

关键词:企业文化;现状;问题;建设

一、企业文化的现状及存在问题

企业文化的提出起源于日本,孕育于20世纪70年代,创立于80年代初,实践来源于日美之间的经济竞争。80年代中期传入中国,在我国的传播媒介上也陆续出现各种介绍、研究企业文化作品。

企业文化,亦称组织文化,是一个组织由其价值观、信念、仪式、符号、处事方式等组成的文化形象,它不仅是指企业长期形成的并为全体员工认同的价值信念、行为规范以及行为方式;同样是指企业在发展过程中形成的价值观念、目标、方针、经营理念、社会责任、企业形象等的总和,企业文化是企业信奉并付诸于实践的价值理念。

(一)企业文化的现状

改革开放以来,随着我国整体经济的迅猛发展,以及我国加入WTO后逐年加剧的国内及国际竞争,我国企业在加速现代企业制度和公司治理结构改善等方面都投入了大量心血,在综合管理、人力资源开发和培养、企业文化建设等方面也花费了较大的精力,整体竞争实力明显增强。但是,我国现代企业成长的历史仍然很短,从计划经济到市场经济的转变也才初见成效,我国企业的活力真正释放也就十几年的时间,而大多数现代企业制度建立的时间也就这短短的十多年,甚至有些企业还不足十年。总体来看,我国企业文化的现状主要表现为:第一、企业员工甚至高层管理人员对企业文化的认识仍不充分。认为企业文化只是一种宣传手段,是面子功夫,喊一些口号,组织一些公益活动、游玩活动给外人看;或者名义上也搞企业文化建设,但实际上并不重视,形成“说起来重要,干起来次要,忙起来不要”的局面;第二、忽视了创造性和个性。不同的企业存在着差异性,但是其企业精神常在团结、求实、开拓、进取、拼搏、创新、奉献等几个词语中排列组合,或者只是照搬人家的企业文化,没有本企业的个性特点;

第三、缺乏坚实的群众基础。企业文化建设的核心是认同和共享。没有认同的文化就没有价值,而认同的关键是参与和共享。有的企业把企业文化变成了少数几个领导概括出来的文字口号,使企业文化变成了“企业家文化”而没有“深植力”,某些企业文化建设成了文化征集、文化策划、文化泛政治化、文字游戏、文化评奖等泛滥的形式主义而没有融入员工内心;

第四、“以人为本”的情感管理有待加强。企业虽然始终坚持“以人为本”的管理理念,重视为员工办实事、办好事,但在以价值观引导员工、以激励机制和情感管理激发员工潜能、激发员工凝聚力、主动性和创造性方面仍需加强和改进。

(二)企业文化建设存在的主要问题

1、认识上存的误区

第一、目标定位上的误区:企业文化作为经济和文化有机结合的产物,应是企业所要达到的目标与实现目标手段的统一体。有的企业把建设企业文化的目标定位在塑造员工,包括按领导者

和组织的意图改变员工的观念、习惯和行为方式等。第二、主体关系上的误区:有人认为企业文化是领导者所倡导的,是自上而下的,企业文化建设中员工只是被动的接受者,而不是主动的参与者和创造者。而事实上,企业文化应是一个企业全部或大多数成员所共有的信念和期望的模式。领导者的文化素养、对企业文化建设的认知度,对企业核心文化的构架起着重要作用,但企业文化不等于“企业家文化”,应该让全体员工参与企业文化建设,因为员工才是主体。

2、企业文化建设缺乏个性和创造力

企业文化应该是本企业独有的,具有该企业自身的特色,是企业在长期的生产经营和实践中所形成的独特文化。而现今的中国企业文化建设多模仿、复制。有很多的企业文化理念的形成是模仿或者复制其他企业的结果。而且许多企业在建设企业文化时,喜欢寻找参照物,尤其是喜欢参照一些成功的企业文化建设的经验,而不是对本企业在生产经营中累积起来文化观念升华的产物。其实,企业文化建设并没有固定的模式,每一家企业都可以根据企业自身的实际情况,构建适合自己的文化理念和模式。

创新是发展的本质特征,这也体现在企业文化发展建设中。中国企业的生产经营者习惯了计划经济思维,不少企业领导缺乏创新意识。虽然近年来这种现象有所改善,但缺乏创新,强调稳步前进仍然是许多企业文化的一大特点。

3、企业文化建设缺乏执行力

现今社会,虽然许多企业经营者已经认识到了企业文化建设的重要性,但在实际执行上还存在着巨大差异,譬如对企业文化创新认识的不够,没有完善的企业文化发展规划等等,尤其在企业中表现比较多的言行不一现象,主要有:第一、对外国成功的企业文化津津乐道,对国内优秀企业的文化推崇备至,但对本企业的文化建设不加重视;第二、企业说的多,做的少,或者干脆说归说,做归做,往往导致事倍功半,效果不明显,时间一长,企业就怠于执行,又恢复到原来的状态。而为了使企业文化显示出效果够显著,很多企业热衷于作表面文章,譬如,把企业文化等同于企业文化活动或企业形象设计,或者干脆认为企业文化建设就是搞形象包装。这类企业在文化建设中形式上热热闹闹,实际上却缺乏内容,企业文化建设流于形式。

4、企业文化建设缺乏实效性

很多企业把企业文化等同于企业精神,总结了大量的理念纲领,看上去给人一种该企业确实拥有优秀企业文化的感觉,但等到真正深入了解后会发现,公司的制度、员工的行为等方面与这些理念纲领相去甚远。企业的精神理念并没有被企业家和员工所信奉和实践,也没有在制度中得以实现和保证。

二、企业文化建设路径

(一)树立正确的企业价值观。文化是民族的血脉,是人民的精神家园。选择正确的价值观是塑造企业文化的首要战略目标,也是关系到企业生存发展的大事。在正确的价值观的选择中,应该充分考虑到自己企业的性质,不同的行业都有其不同的企业文化特点,企业经营者要选择与本企业相适应的企业文化理念,并积极向员工宣传也起的价值观。在选择中还应考虑到不同类型的人对企业文化形成的影响。个人价值观与企业的核心价值观是否相融互补,还是互相排斥,这将直接影响到企业的价值观能否被员工所接受。

(二)塑造企业品牌,打造企业的核心竞争力。企业的品牌是企业最大的资产,是企业整体素质的体现。它可以通过多种渠道和方式,将企业宗旨、职工素质、产品质量、经营规模、服务特色等传播给社会群体。品牌不仅指的是商标,更是商标背后支撑这个企业品牌的核心竞争力和企业文化。因此,树立企业品牌意识,实施企业品牌战略,是我国企业面向市场,开拓市场的前提条件。

(三)树立“以人为本”的管理理念。一个企业的企业文化能否发挥其作用,关键在于它有没有得到全体员工的认同。每个员工都应该是企业文化的创造者、完善者和体现者,而不是一个被动的承受者。一个企业要更好地发展离不开人,企业文化建设更要依靠人、尊重人、培养人、关心人,为全体员工提供表现自我,施展才华的舞台;尊重员工的人格,尊重员工的主人翁地位,尊重员工的民主权益和创新意识;企业更要有自己的人才发展计划,通过创造和谐的生产、生活环境,抓住员工的心。

(四)建立完善的制度,强化企业的文化执行力。在建设企业文化时,应奖惩并施,相辅相成。经过提炼完善的企业文化模式一定要用对应的制度作保障,这样才能使企业文化得以巩固,变成全体员工的具体行动,使企业文化建设取得最终成功。

(五)坚持长期建设,不断创新。企业文化建设是一个需要长期建设沉淀的结果,它伴随着企业建设和发展的全过程。因此在众多企业经营者、领导层、员工的不断营造、培养和发展中,需要不断创新以保持它的活力。企业应具有全球视野,立足国情,在开发、竞争的市场环境下,不断地思考企业文化的发展变化问题,使企业文化与企业提升相促进,与企业发展战略相适应,与企业生产经营相融合。

一年企业靠运气,十年企业靠经营,百年企业靠文化。企业持续发展的动力源在于制度和企业文化。企业文化是企业的灵魂,是企业凝聚力之所在。文化与经济的融合已经日益成为当今社会发展的一个趋势,随着市场竞争的日趋激烈,企业文化与企业的生存和发展息息相关。企业的发展离不开全体员工的共同努力,更离不开能使员工为之自觉奋斗和奉献的企业文化。

参考文献:

- [1]《党的十九大报告辅导读本》(M)人民出版社 2017 年版
- [2]尹国民、王晓彦.在回顾与展望中坚定开启企业文化新时代的伟大信念——中外企业文化 2018 深圳峰会综述[J],企业文明,2018 年(12)
- [3]王森.国有企业文化建设研究[J],北京交通大学学报,2018(2)
- [4]谭兴钢.让企业文化“有形化”[J],科技风,2018(34)
- [5]邓建英.加强企业文化建设推动国企持续发展[N],湖南日报,2018-11-27
- [6]赵宁宁.企业文化对培育和提升核心竞争力的重要性[J],经贸实践,2018(11)
- [7]朱俊峰.企业文化:虚功还须实做[J],人力资源,2017(1)
- [8]栾强.我国企业文化建设亟待解决的问题及对策[J],山东社会科学,2017(1)
- [9]崔蓉.新形势下加强国有企业文化建设的思考[J],中外企业家,2016(1)

作者简介:马旭光,性别:男,出生年月:1964 年 12 月,籍贯:浙江诸暨人,民族:汉,所在单位及职务职称:宁波职业技术学院讲师,学位:学士,主要研究方向:马克思主义政治理论。