

文章编号:1009-6825(2007)05-0217-02

创新企业文化 提升企业竞争力

吴 健

摘 要:介绍了企业文化的概念及其作用,从观念的更新、制度和技术的创新、企业文化内容的创新、诚信文化的建立、企业文化的执行、企业价值观的培育等方面对企业文化的创新进行了阐述,最终达到提升企业竞争力的目的。

关键词:企业文化,企业价值观,竞争力

中图分类号:TU-02

文献标识码:A

1 企业文化

企业文化是企业在长期的生产经营过程中所凝聚、积淀起来的具有本企业特色的一种文化观念、文化形式、道德规范、行为准则以及管理制度和组织机构。它是以企业管理哲学和企业精神为核心、以全体员工为对象、以企业规章制度和物质现象为载体,通过宣传教育、培训和娱乐等形式,统一员工意志、规范员工行为、凝聚员工力量,为企业总目标服务。

企业文化是企业员工在经营活动中共有的理想信念、价值观念和行为规范。企业文化越来越成为企业竞争的武器。成功的企业文化能够对企业的发展产生有利的影响,它的鼓舞作用会帮

助企业度过暂时的难关,对企业的成长壮大起到了极大的促进作用,这种作用看起来不是很直接,却在潜移默化中发挥效用,是企业发展最持久的决定因素。因为企业的核心是企业员工的思想观念,它决定着企业成员的思维方式和行为方式,所以好的企业文化能够充分挖掘出企业每一个成员的潜能,激发出他们的士气。同时,企业文化作为一种精神力量,当企业管理趋向团队化时,它就是企业内部团结的纽带、沟通的渠道,是团队内部相互默契的“共同语言”。

2 企业文化的作用

企业文化是无形的但却又是无处不在、无时不有,并时刻影响和决定着企业的兴衰发展。面对严峻的市场挑战,企业要打造

2006年年内通车的将达到80 km,新开工的长180 km,预计总投资100亿元人民币。

民航:从顺义区政府和北京空港物流基地获悉,占地面积约为5 000亩,总投资60亿元的首都机场航空货运大通关基地及保税物流中心于6月29日奠基,完全建成后将使首都机场的年货运处理能力由目前的80万t提高到500万t。2007年底,大通关基地首期设施将投入使用。

3.4 继续完善城市基础设施建设

近期,北京的基础设施建设将主要在以下几方面:奥运场馆及相关配套项目、北京中央商务区、卫生医疗设施建设、高教园区建设、国家图书馆、数字北京大厦、北京首都机场扩建工程、城市广场、博物馆、北京电视中心工程等项目上的建设和设施的完善上,还有就是郊区卫星城的建设、改造和公共服务设施的完善上等。

3.5 能源工程建设需求

根据北京电网“十一五”规划,未来五年,北京电网将新增500 kV变电站6座,新增220 kV变电站30座,新增110 kV变电站122座,并完成配电网的技术改造工作。到2010年,北京电网将形成500 kV坚强网架,并有城北、海淀、城南、朝阳等4个500 kV变电站深入城区,向负荷中心供电,形成较为坚强的受端电网。在2008年奥运会之前,国家电网公司为保证奥运会安全

可靠供电,除了在加强和完善500 kV电网,还将投资配套新建220 kV输变电工程3项、110 kV输变电工程4项、奥运中心区电力隧道和110 kV架空线入地工程、24个奥运场馆及配套设施外电源工程、奥运场馆周边59条道路和5座桥梁改扩建相关10 kV架空线入地工程等。

3.6 环境建设需求巨大

根据“十一五”规划对环境保护要求,未来5年北京环境工程建设需求将主要分布在以下方面:古都风貌保护;曹妃甸新钢厂建设;顺义冷轧薄板项目建设;城市中心区市场改造;城市绿化美化;京津风沙源治理工程;山区生态绿化工程;资源消耗型产业转移;城镇燃煤污染治理;六环以内城市河湖治理;开发区(产业基地)外的工业项目调整;固体废弃物和危险废物污染防治;重要水源涵养林保护工程;南水北调中线工程建设。

据了解,2006年北京市将启动六个“城中村”的改造工程,预计投入资金8个亿。项目分别是景山西街改造项目、北二环南侧、教场口周边、人定湖北巷、新明胡同、161中学周边。由此可见,未来北京环境工程建设的需求不但面广而且任务重。对建设工程企业而言,北京近期环境工程建设的需求十分巨大。

参考文献:

- [1]何大强,谈我国建筑业在市场全球化条件下的发展战略[J].山西建筑,2005,31(1):123-125.

Forecast of construction industry's recent development in Beijing

CONG Xiao-da WANG Zhen-yong

Abstract: Started with the general situation of Beijing economic development of the early half year and the analysis of its developing trend, it analyses the forecast of focus in Beijing construction market in order to promote the development of Beijing constructing industry.

Key words: construction industry, economic development, forecast, environmental construction

收稿日期:2006-08-23

作者简介:吴 健(1966-),女,工程师,中铁十二局集团第三工程有限公司,山西太原 030024

和提升核心竞争力,必须重视企业文化,发挥企业文化独特性资源的作用,提升企业的整体管理水平,才能赢得优势,才能全面提升企业素质,增强企业核心竞争力,实现企业长期稳定发展的目标。企业文化是一个企业的灵魂,优秀的企业文化能够推动竞争,提高工作效率,带来正确的企业行为。企业形成了优秀的企业文化,也就为企业打造了一支高素质的员工队伍,而这支用优秀企业文化武装起来的员工队伍才是企业真正的核心竞争力。

企业文化是保证企业可持续发展的恒久的支持力量。企业文化对于企业发展强大的内在驱动作用,日益明显地在企业发展进程中体现出来。有文化的企业和重视文化的企业,都是有持久力的企业。

3 创新企业文化

3.1 更新观念

观念决定着人们对事物的看法和思想意识,是人们认识事物、指导实践的先导。要搞好企业文化建设,首先是思想观念更新。树立“以人为本”的观念。这对企业文化建设创新很重要,因为企业文化,是一种以人为中心的企业管理理论。从企业的发展看,企业的发展有赖于旺盛的企业活力,企业活力有赖于严密的企业管理,而企业管理取决于科学的企业文化,企业文化的核心又在于人。企业应创建“以人为本”的企业文化。要尊重和培养员工主人翁精神,培养和激发员工热爱企业的团队精神,在企业内部营造和谐的团队环境,构筑一个凝聚人心、施展才能的平台,唤起广大员工对企业文化价值观的认同,将员工的文化价值观转化为创造力和现实生产力,使员工自觉朝着企业制定的目标迈进。另一方面,在企业外部建立融洽的社会关系,积极拓宽企业的市场,为企业的可持续发展创造良好的社会环境。惟有如此,企业文化才有优势和生命力。

3.2 创新制度和技术

制度创新,就是建立的规章制度要适应企业发展要求。制度创新是企业各项创新的前提,同时也是实现一个企业不断创新的保障。没有不断创新的企业制度,企业的创新活动就不能保持持久和长期有效。“适者生存”,有的企业逐渐走入困境,而有的则越做越强,走入困境的企业管理机构僵化,缺乏与市场需求相适应的管理模式。

技术创新,是企业创新的核心,没有技术创新,就没有产品的更新。企业只有在技术创新中占有一席之地,才能在市场竞争中分得一杯羹。要借鉴、模仿、学习成熟的技术和工艺,掌握已有的成果,在高起点上创新,聘请专家指导,攻克技术难关,不断提高技术力量和技术成果。企业要不断促进技术创新,形成核心竞争力,才能在市场竞争中立于不败之地。

3.3 创新内容

企业文化建设是一项长期的、复杂的系统工程,需要一个逐步形成与发展的过程,企业文化内容的创新也是无止境的,企业必须善于研究生产经营和新形势,以及企业员工的思想状况,从企业的实际出发,结合自己的特点,借鉴和吸收其他优秀企业文化的精华和成果,继承企业自身优良传统,制定出与企业发展相

适应的企业文化,不断提高整个企业的创新能力和学习能力。

3.4 建立诚信文化

市场经济是信用经济,需要建立诚信文化。因此,要把诚信文化作为企业文化的重要组成部分,作为企业持久生存和发展的根本。追求企业诚信文化,就是讲求以诚信之风来处理和对企业内外各个层面的关系,是内部诚信和外部诚信的统一。对于内部诚信,是企业内部事务关系处理过程中所体现出来的一种准则;对于外部诚信,要做到以契约为基础的诚信,信守承诺;要追求信息不对称条件下的诚信,即使在对方对有关信息缺乏了解的情况下,仍坚持诚信处事。信用累积与升华形成的商誉是企业宝贵的无形资产。将诚实守信深入到企业文化的核心层,将会大大加快企业文化建设的步伐。

3.5 加强执行文化

执行是完成任务的过程,执行的主体是人,人的思想决定行动。而只有文化才能改变人的思想,因此,执行力离不开优秀的执行文化。执行文化是企业文化的重要组成部分,是广大员工在执行过程中创造出来的执行价值观、执行理念、执行制度、道德规范、执行作风等精神财富的总称。企业需要那些“没有任何借口”“把信送给加西亚”的人。当麦肯利总统把信交给罗文时,罗文并没有问加西亚是谁,也没有问通过什么途径才能找到他,他只是接受了这个使命,并最终完成了这个使命。将企业的每一位员工都培训成罗文,是执行力文化建设的最高要求。

3.6 培育企业价值观

未来企业的竞争归根到底是文化的竞争,是实现企业良性循环和现代化建设的必然要求,深层意义上的企业文化建设是基于员工价值共识基础上的行为规范和责任体现,在企业内部培育一种共同信守的价值观及企业精神并凝聚为具有企业自身鲜明个性的企业文化,逐步形成具有“独特性资源”的核心竞争力,使企业得以持续发展和有序经营并最终实现企业“做大、做强、做精、做优”的目标。

企业价值观要提炼好。有的企业在进行文化建设时,忽视了共同价值观的提炼和共享,而是提出一串辞藻华丽的口号大加宣扬,往往没有找到文化基因,未体现生产经营特点和员工内心的企盼,未反映企业传统和文化底蕴,表面上看轰轰烈烈,实际上流于形式,最终半途而废,不了了之。企业价值观更要贯彻好。安然公司曾被誉为美国新经济的楷模,制定了核心价值观:“沟通、尊重、诚信、卓越”,而且常常炫耀自己的企业文化,但实际情况是“神”“形”不和,采取欺诈手段谋取暴利,最终破产。

企业文化是企业多年沉淀积累、提炼升华的精华,传播这些精华,是塑造企业形象的最佳途径。企业文化贫乏,企业形象就会空洞无物;企业文化丰富,企业形象就会生动;企业文化优秀,企业形象就会出类拔萃。企业文化是企业安身立命的根本,是把企业做大、做长的根基。企业文化的特征,决定了它是企业管理中最持久的驱动力,最长久的约束力,最强劲的凝聚剂。

企业竞争力的核心最根本的就是体现在企业文化竞争,谁拥有文化优势,谁就拥有竞争优势、效益优势和发展优势。

Corporate culture innovation to promoting competition power of company

WU Jian

Abstract: Concept and actions of corporation culture are introduced. From renew ideas, technological and systemic innovation, establishment of credit culture and other aspects innovation of corporation culture is elaborated in order to upgrade enterprise' competition power.

Key words: corporate culture, value concept of enterprises, competition power