企业文化对构建企业核心竞争力的影响分析

一、    实践调查内容  
（一）引言  
企业文化具有构建核心竞争力的功能、作用，但能否真正发挥这种作用，还要看企业文化是否正确反映企业的性质和内外环境的变化，与时俱进，不断创新。因此，企业文化的创新对于中国企业文化建设及企业核心竞争力的提升具有重要的理论意义和实践意义,发挥着独特的作用。企业文化创新是提高企业核心竞争力的源泉在全球经济一体化，跨国公司大发展的背景下，中国经济逐步融入经济全球化的潮流中，中国企业正面临着前所未有的竞争压力。面对激烈的竞争和挑战，中国企业只有培养、塑造企业核心能力，才能够保持长期的竞争优势。核心竞争力是竞争对手无法模仿的竞争能力，是相对竞争对手的竞争优势，具有独特性和不可模仿性等重要特征。能力、资源、人才、技术、知识、制度、流程无论如何先进，具有竞争优势，只是一家企业核心竞争力的反映或表现，而非核心竞争力本身和动力源。那么，驱动技术、资源、人才等的力量源泉就是企业文化的创新或优秀的灵活适应的企业文化。企业核心的竞争力是建立于企业文化创新力之上的一种“合力”。它来源于企业独有的创新力(包括:管理创新力、组织创新力、制度创新力、知识创新力、技术创新力、产品创新力、营销创新力等)。从动态的经济理论来看，在经济增长过程中，企业能够在实现利益相关者平衡发展的同时提升竞争力，其关键的解决方法是企业文化创新。企业文化创新是培育和提升企业核心竞争力的保证一个拥有优秀企业文化的企业所体现出的市场竞争力是竞争对手难以超越的。因为优秀的企业文化不但塑造和丰富了良好的品牌形象，而且还能极大地提高企业员工工作的积极性和主动性，增强员工的团队精神和企业的凝聚力，使员工的潜能得到最大限度地挖掘。一方面，在企业文化中弘扬创新精神，使全体员工在极强的创新精神的鼓舞下创造性地开展工作，就能使企业各种资源得到最佳配置、效用得到最好发挥，企业的市场竞争力自然会发挥到最强。另一方面，通过不断地学习借鉴，来改善和丰富企业文化的内容，实现企业文化的创新，使企业更具活力和竞争力  
（二）公司概况  
江苏建设装饰工程有限公司（简称江苏建设）成立于1992年12月，2003年9月经江苏省财政厅批准改制为有限责任公司。公司经建设部核准现具有建筑装饰装修工程专业承包一级，建筑装饰专项设计甲级，建筑幕墙专业承包一级，建筑幕墙专项工程设计甲级，机电设备安装专业承包一级和建筑智能化专业承包二级、钢结构，消防工程专业承包三级资质。并已通过ISO9001质量管理体系、ISO14001环境管理体系、GB/T28001职业健康安全管理体系 审核认证。现为中国建筑装饰协会理事单位，江苏省装饰装修行业协会副会长单位、常州装饰装修行业协会会长单位、常州建筑业协会副会长单位。公司现任董事长，总经理杨大伟，现为中国装饰协会会员，江苏省装饰协会副会长和常州装饰装修协会（商会）会长，常州市工商联执行委员，全国建筑装饰行业优秀企业家。  
    江苏建设自创办至今，经过长期不懈的努力，现已发展成为集设计、施工、安装、生产制作于一体，具有较强经济、技术和施工实力的装饰骨干企业。随着市场经济和装饰行业深入发展，公司奉行“创新经营机制，励精图治做强”的方针，扎扎实实走“多元经营、诚信经营、品牌经营”之路，通过不断深化企业内部管理，加大科技装备和固定资产的投入，努力培养和提高全员整体素质，促进了企业持续、稳健、和谐发展。  
   公司的经营业务和施工足迹遍布全国，走出国门，承接了一大批种类繁多，规模各异的建筑装饰、建筑幕墙等工程项目及国家、省、市重点工程项目和援藏、援外和外经工程项目，以精湛的工艺，优良的质量、合理的价格，真诚的服务赢得了社会和客户的认可和信任，在国内外创出了一批优质工程，到目前为止，先后获得一项鲁班奖、十三项全国建筑工程装饰奖、二十七项江苏省紫金杯奖，多次获得江苏省扬子杯优质工程奖、江苏省装饰优质工程银奖与紫金杯奖和多项市级优质工程奖。  
   公司自1996年以来，连续被评为江苏省建筑装饰优秀企业，连续多年被江苏省人民政府命名为AAA级重合同、守信用企业。被常州工商局命名为免检企业。先后多次被评为常州市优秀施工企业、常州市优秀建筑装饰企业、常州市建设系统安全生产管理先进单位、建筑工程质量管理先进单位和常州市文明单位以及常州市建设系统文明单位。2008年-2010年，公司连续三年被评为中国建筑装饰行业百强企业。并被中国建筑装饰协会评为2005-2009、2006-2010全国建筑装饰明星企业。  
    江苏建设在十多年的创业发展中，培养造就了一支经过专业培训、理念先进，素质优良，技术精湛，经验丰富的设计、施工与管理团队，拥有多支专业化程度较高的施工队伍并在北京、西安、南京、苏州、无锡、新疆、山东、安徽，东北等地区和海外设有分公司或办事处做为对开拓的窗口。  
   二公司的企业文化  
企业文化具有构建核心竞争力的功能、作用，但能否真正发挥这种作用，还要看企业文化是否正确反映企业的性质和内外环境的变化，与时俱进，不断创新。因此，企业文化的创新对于中国企业文化建设及企业核心竞争力的提升具有重要的理论意义和实践意义,发挥着独特的作用。  
    企业文化创新是提高企业核心竞争力的源泉  
在全球经济一体化，跨国公司大发展的背景下，中国经济逐步融入经济全球化的潮流中，中国企业正面临着前所未有的竞争压力。面对激烈的竞争和挑战，中国企业只有培养、塑造企业核心能力，才能够保持长期的竞争优势。核心竞争力是竞争对手无法模仿的竞争能力，是相对竞争对手的竞争优势，具有独特性和不可模仿性等重要特征。能力、资源、人才、技术、知识、制度、流程无论如何先进，具有竞争优势，只是一家企业核心竞争力的反映或表现，而非核心竞争力本身和动力源。那么，驱动技术、资源、人才等的力量源泉就是企业文化的创新或优秀的灵活适应的企业文化。  
企业核心的竞争力是建立于企业文化创新力之上的一种“合力”。它来源于企业独有的创新力(包括:管理创新力、组织创新力、制度创新力、知识创新力、技术创新力、产品创新力、营销创新力等)。  
从动态的经济理论来看，在经济增长过程中，企业能够在实现利益相关者平衡发展的同时提升竞争力，其关键的解决方法是企业文化创新。  
    企业文化创新是培育和提升企业核心竞争力的保证  
一个拥有优秀企业文化的企业所体现出的市场竞争力是竞争对手难以超越的。因为优秀的企业文化不但塑造和丰富了良好的品牌形象，而且还能极大地提高企业员工工作的积极性和主动性，增强员工的团队精神和企业的凝聚力，使员工的潜能得到最大限度地挖掘。一方面，在企业文化中弘扬创新精神，使全体员工在极强的创新精神的鼓舞下创造性地开展工作，就能使企业各种资源得到最佳配置、效用得到最好发挥，企业的市场竞争力自然会发挥到最强。另一方面，通过不断地学习借鉴，来改善和丰富企业文化的内容，实现企业文化的创新，使企业更具活力和竞争力企业管理理论有三座里程碑式的理论：科学管理、行为管理和现代管理科学。企业文化理论是企业管理理论的第四座里程碑，它标志着企业管理理论发展的新层次。企业文化理论的产生是人们自觉地研究企业文化现象和企业文化管理方式的本质、特征以及运行规律的结果，它所实现的由自发到自觉、由实践到理论的飞跃，标志着管理上的一场革命。以研究企业文化的产生、发展规律为对象的企业文化理论不仅是企业管理理论的重要组成部分，并且也是企业管理理论的一座新的里程碑，标志着企业管理理论发展的新层次。企业文化理论的核心是：以人为中心，尊重人，信任人，把人放在企业管理的主体地位上，强调文化认同和群体意识的作用，反对单纯的强调管理，注重在汲取传统文化精华和先进管理思想的基础上，为企业建立明确的价值体系和行为规范，以此实现企业目标和个人目标的有机结合，实现企业内部物质、精神、制度的最佳结合和动态平衡。   
　　一、企业文化是构成企业核心竞争力的基础   
　　企业文化具有异质性和难以模仿性，具体表现在：首先，是在发展中形成的。存在决定意识，企业的核心价值观就是在企业图生存、求发展的环境中逐步形成的。其次，发端于少数人的倡导与示范。文化总是先有少数人提出反映客观需要的文化主张，倡导改变旧的观念及行为方式，成为企业文化的先驱者。少数领袖人物和先进分子的示范，启发和带动了企业的其他人，形成了企业新的文化模式。三是坚持规范管理的结果，企业文化实质上是一个以新的思想观念及行为方式战胜旧的思想观念及行为方式的过程，因此，新的思想观念必须经过广泛宣传、反复灌输才能逐步被员工所接受。因此，不同企业由于其面临的经营环境、所处行业、发展历史等因素的差异，其企业文化必然不同。作为一种行为规范和精神力量，企业文化是影响着企业核心竞争力消长的长期性、基础性和战略性要素，是企业管理的一面镜子。核心竞争力是在独特的企业文化基础之上形成和累积起来的，人才、文化和过程是其载体。通过长期学习培育积累企业文化才会与产品、品牌、专利等一起逐渐形成，并演化为企业核心竞争力的基础和有机构成部分。企业文化与核心竞争力是相互促进、相得益彰的关系。缺乏优良文化的企业不会铸造出持久一流的核心竞争能力，反过来，企业一流竞争力的拥有和维系往往根植于优秀的企业文化。核心竞争力是企业文化成功的最高、最集中体现。同时，建立在优秀文化基础上的核心竞争力的形成和发挥作用为企业文化的培养和弘扬提供扎实而充沛的物质保证。   
　　二、企业文化是提升企业核心竞争力的途径   
　　1.提炼企业精神。优秀的精神文化是企业文化体系的核心，企业只有根据自己的特点，提炼出本企业的优秀理念，然后才能从核心上体现出企业的个性。因此要培育和创造一种符合企业实际、催人向上、开拓创新、勇争一流的企业精神。企业精神指的是一个企业在长期的生产经营实践中逐步生长培育起来的，并成为全体职工的一种群体意识。树立强大的精神支柱，统一员工的要求，激发员工的创业热情，形成企业自身特色的企业精神，才能为企业的发展指明方向，并以一种无形的方式沉淀下来形成企业的一种行为规范。   
　　2.企业思想政治工作和精神文明建设是确保企业文化建设的重要载体。在企业文化建设中，要充分发挥思想政治工作的优势，深入开展精神文明建设活动，通过开展形式多样的贴近实际、贴近生活、贴近群众的文化活动，陶冶员工的思想情操，鼓舞员工士气，集中全体员工的集体智慧，形成全体员工积极参与的良好氛围，提升企业文化建设的主体力量，增强团队的生机和活力。   
　　3.构建制度文化。企业文化的建设一定要有制度保证，而在这种制度保证中要做到制度文化的创新，企业要根据自己的理念，不断推出适应新的竞争形势的管理制度，例如成本管理的模式、学习型组织的创建和流程再造等等，用优秀的制度来保证文化建设的实施。   
　　4.倡导行为文化。在企业文化建设中，企业家要积极倡导优秀的行为文化，并且身体力行。行为文化的倡导可以分为两个层次：企业家要有全新的管理行为，在自己的管理行为中处处体现出本企业的文化特点，体现出企业的文化品位；而员工要有全新的工作行为，要用爱岗敬业、勤奋工作、遵章守纪、诚实守信、勇于创新、不断进取、甘于奉献的行为，来具体实践企业的文化，使社会公众通过企业员工的行为，更好地认识该企业的文化内涵。企业的物质形态，往往也反映出一个企业的文化特点。这种物质形态表现在整洁的厂容厂貌、现代化的工作设施和环境、具有先进理念的办公环境和优质的产品等等，在企业的“硬件”中反映出企业的文化追求，使员工处于良好的文化氛围之中。   
　　5.坚持“以人为本”。企业是一个“以人为本”的经济组织，人是企业发展的根本。一个企业的命运最终肯定是由作为生产力要素中最具活力的人的因素来决定的。作为企业主体的广大职工群众，不仅仅是企业物质文化的创造者，也是企业精神的创造者，能否最大限度地发挥广大员工在企业中的主体作用，直接关系到企业文化建设的成败。企业文化建设必须树立以人为本的管理思想，把人作为管理的主要对象，充分地尊重人、理解人、关心人，满足员工要求，发挥每个员工的积极因素，以求得企业和个人的共同发展。要使员工利益与企业利益保持一致性。员工的切身利益能否得到保证，是员工主体利益能否得以实现的重要标志。市场经济是人才的经济，实践证明，谁拥有足够的优秀人才，谁就拥有竞争的决定性优势。“以人为本”重在提高人的素质，重在尊重人，要尊重人的尊严、尊重人的劳动，要满足人的生存欲望，满足人的发展欲望。   
　　6.塑造良好的企业形象。一方面要通过管理模式建立包括识别、规划、培育、部署和维护在内的企业形象管理维护体系，便于员工公众对企业形象、独特文化了解和认同。另一方面要考虑到自己的社会责任，注重用企业的良好行为来净化社会风气，推进社会伦理的建设，促进社会健康、平衡的发展。企业要注重自己的社会形象，实际上是一种企业和社会双赢的行为，是企业运用自己的优秀文化来提升企业竞争力的有效途径。最后要注重品牌效应。   
　　三、充分发挥企业文化对提升企业竞争力的作用   
　　1.企业文化建设对提升企业市场竞争力具有凝聚作用。企业文化建设注重的是人的因素，它的重要功能是把每位员工的个人目标统一到企业的整体目标上来。企业文化建设为员工创造了最适宜的发展条件，为员工的自我发展提供了一个宽阔的舞台，使员工产生稳定的归属感，它像一根纽带把员工个人利益追求与企业利益紧紧联系在一起，使员工认识到，只有企业的不断发展壮大，才有个人目标和经济利益的实现。用共同的目标把员工紧紧团结在一起，为企业实现总体目标凝聚最大的动力。企业文化的这种凝聚作用，是企业长期发展的巨大动力，是企业提升市场竞争力的基础。   
　　2.企业文化建设对提升企业市场竞争力具有激励作用。企业文化建设要“以人为本”，就是要强调尊重人、关心人、激发人。通过企业文化建设，鼓励员工发挥内在动力，朝着预期目标采取积极的行动，发挥最大的潜力已达到个人心理需求的更高层次。企业内先进的评比、技术职称的晋升、各种竞赛活动、技术比武、[演讲](http://www.5ykj.com/Article/)比赛活动的开展等等，以有效的精神和物质激励的方式，为实现个人价值提供良好的条件和环境，最大限度地调动员工的积极性和创造性。同时要把企业建设成学习型组织得依靠企业文化建设，通过企业内外的专业学习和业务培训，激励员工不断学习新知识、新技术，提高创新能力，以提高员工的个人素质，不断提升企业的总体水平，从而不断提升企业的市场竞争力。   
　　3.企业文化建设对提升企业市场竞争力具有规范作用。规范化操作是制约企业兴衰的一种非技术因素。企业文化对企业员工的行为具有有形和无形的约束力，这不仅来源于企业内一整套先进的科学的管理制度，还来自于经过潜移默化形成的一种企业群体道德意识、思想准则和行为规范。   
　　4.企业文化建设对提升企业市场竞争力具有协调作用。为使企业建设达到更高的目标，必须通过企业文化建设来塑造企业员工的团队意识。俗话说：“管理管理：一要理顺程序，二要理顺心态。”如在每年的职代会前后发动员工积极参加“我为企业献计献策”提合理化建议活动，让员工在企业发展、企业建设等问题上提出有益的建议，使企业[领导](http://www.5ykj.com/Article/)和员工获得认识上的认同感。企业文化建设还要求企业管理者必须关心人，爱护人，尊重员工的劳动成果，使每位员工在团队内心情舒畅，从而在行动上更加协调。   
　　综上所述，企业文化是一个由企业精心设计、管理层积极推进、全体员工广泛认知认同并成为自觉行为的过程，是一个循序渐进培养和实践的过程，必须坚持[领导](http://www.5ykj.com/Article/)倡导、全员参与、持之以恒推进；必须坚持与时俱进统筹兼顾，并根据实际情况进行适当的调整完善。以企业文化作为一种推动企业发展、提升企业形象、提高企业品牌知名度和社会认知度的载体是推动企业发展、提升企业竞争力的主要因素之一。