

# 国有企业文化建设中存在的问题与对策

息惠丽

(陕煤集团西安重装西安煤矿机械有限公司 陕西 西安 710200)

**【摘要】**从二十世纪八十年代企业文化理论传入中国以来,得到了理论界和企业界的高度重视。企业文化作为企业能否实现可持续发展的关键因素之一,也受到了国有企业的重视。国有企业纷纷邀请专家讲课,制定企业文化战略,一些企业取得了明显的效果。但在企业文化建设的实践中,还存在着一些误区和问题。本文通过对国有企业文化建设的现状分析,找到国有企业文化建设过程中存在的问题,并针对性地提出对策。

**【关键词】**国有企业;企业文化;问题;对策

党的十八届三中全会,作出了全面深化改革的总部署,发出全面深化改革的总动员。随着全面深化改革的不断深入,国有企业生存和发展环境发生了极大的变化,国有企业正面临着日趋严峻的市场竞争。如何在竞争中增强实力、取得成功,这就要求其必须加快自身改革步伐,紧跟时代步伐。因此,建设优秀的企业文化是提升其企业管理的重要一环,本文就针对此现象进行分析。

## 一、国有企业文化建设现状

国有企业文化是企业文化范畴的一个分支,它具有企业文化的一些共性,又具有鲜明的特点。目前,在众多国企中,企业文化的战略地位得以确立,许多企业把企业文化纳入发展规划,成为总体发展战略重要组成部分和重点工作之一。大多数企业建立了企业文化组织体系,落实了工作责任,从企业领导到普通员工对企业文化的认识和工作自觉性、主动性普遍提高。许多企业通过深入调研、学习交流、开展课题研讨等方式,开展企业文化建设理论研讨和实践探索,从物质、精神、制度和行为等各个层面全部启动,提炼形成了企业精神、价值观念、经营管理理念,树立了良好的企业形象,营造了良好的企业文化氛围。涌现出了堪称国企文化典范的鞍钢宪法、孟泰精神、三老四严、铁人精神等。但在企业文化建设中,还存在着:不重视企业文化建设、没有合理的企业发展规划、企业文化浮于“水面”等现象,因此,国有企业文化建设仍需加大投入。

## 二、国有企业文化建设中存在的问题

### 2.1 对企业文化建设的认识上存在偏差

国有企业文化建设,是指国有企业在长期的生产、经营管理活动中,逐渐形成的具有本企业特色的群体意识,以及整个群体意识中产生的观念形态、文化形式、思维方式、价值体系等的总和。但不少国有企业对企业文化建设的重要性认识不够深入,或在理解上有偏差,认为企业文化建设就是做一些宣传,开展一些文体活动和社会公益活动。也有一些企业对企业文化的内涵缺乏明确的认知,粗浅地认为企业文化就是包装,忽视了企业文化建设中最本质的部分,使企业文化建设陷入了形式化、肤浅化的误区。

### 2.2 缺乏特色,企业文化建设变成“口号建设”

企业文化能够产生凝聚力的重要原因之一是它的独特性。很多企业都拟定了非常宏观的建设方案、框架,但绝大多数企业都在生搬硬套,造成企业文化建设出现千篇一律的现象,很多企业的价值观、愿景、使命、企业精神等大多雷同,企业制度、行为规范等如出一辙,无法引起员工的共鸣,最终成了“口号建设”。

### 2.3 企业文化建设与企业出现“两张皮”现象

建立优秀的企业文化离不开企业领导这一主体和核心力量,但有些企业主要领导一旦发生变更,企业文化要素就发生变化,使得企业文化建设不能落在实处。企业的管理层对企业文化的重视不够,没有把企业文化建设作为企业发展战略的重要组成部分来看待。由于缺乏系统规划和行之有效的制度保障,使得企业文化建设不能融入日常管理,导致了企业文化建设和企业发展出现“两张皮”。

## 三、加强国有企业文化建设的对策

### 3.1 正确把握内涵,科学设定企业文化建设目标

企业文化是企业管理思想、管理科学、管理艺术,价值观是它的核心,以该价值观为核心的理念、标识、策略、制度和流程等是它的表象和支撑,以该价值观为核心的企业行为是它的具体体现。企业文化建设不能与思想政治工作、精神文明建设混

淆、相等同,也不能与经营管理相脱节。要把国有企业文化建设上升到企业发展战略的高度来统筹考虑,制定中长期规划,使企业文化建设保持连贯性、统一性。企业文化建设的目标必须明确,要制定年度工作计划,使企业文化建设具有目的性、可操作性。

### 3.2 加强宣传教育,筑牢核心价值观

员工是企业的主体,也是企业文化的践行者。要以文化人,加强理念宣贯和价值渗透。充分借助报刊、网站、企业文化理念手册等文化传媒开展文化理念的宣传,在潜移默化中加强员工对企业文化的认知。也可通过开展征文、文化建设“大家谈”等主题活动,增进员工与员工、员工与管理层之间对文化理念内涵的沟通与理解,从而达到各个层面的文化认同和共识,统一全员工作目标和方向,为企业发展提供源源不断的精神动力。通过开展文化理念培训等,将企业文化和核心价值观转化为员工的理想追求和行为习惯,切实让企业文化理念深植员工心中,从而外践于行。

### 3.3 不断融合创新,打造特色企业文化

文化的精髓在于创新,任何企业的文化都不是一成不变的,企业文化也必须在企业发展的过程中得到不断丰富和发展,根据新的形式和任务要求,不断改进和丰富企业文化的内容、制度、精神内涵,使其始终引领和适应企业发展的需要。要以党的十八届三中全会精神为指针,和本企业中心工作、思想政治工作及精神文明建设紧密结合,不断总结和提炼企业文化的内涵,不断建立完善企业发展理念和核心价值体系,以文化创新带动观念转变,在全体员工中形成热爱学习、积极上进、岗位建功、奉献企业的良好风气。

### 3.4 拓展载体途径,推进团队文化建设

企业的和谐,很大程度上却取决于企业与员工、员工与员工之间的和谐。团队精神是通过对群体意识的培养,用员工长期实践中形成的习惯、信仰、兴趣、动机等文化心理来沟通人们的思想,引导人们产生共同的使命感、归属感和认同感,进而作用于团队精神。要在推进企业向整体目标靠近的同时,不断实现员工个人愿景的良性循环机制,形成企业员工齐心协力拧成一股绳,与企业命运共同体意识,同心同德谋发展良好局面。

### 3.5 融入经营管理,用科学手段将企业文化落到实处

企业文化建设的目的是服务于企业的经营活动,促进企业生产、经营和管理,推动企业快速发展是企业文化建设的落脚点。要将企业相关的管理制度与文化理念相融合,从最基本的礼仪规范、岗位行为规范、工作纪律等细节入手,使有形的制度变成无形的文化,使有形的行为集聚成一股无形的强大力量,推动企业可持续、快速发展。要通过培训、竞赛等多种形式,持续不断地对全体干部职工进行教育熏陶,进一步实现制度约束和文化默化的有机结合,促进无形的文化和有形的制度协调发展,以软实力给力企业发展。

## 结论

企业文化建设是一项长期的系统工程,不可能一蹴而就,需要认真规划,有目的、有步骤地不断推进。国有企业文化建设在国有企业发展中起到了重要的作用,只有把企业文化建设融入到企业经营之中,才能发挥其作用,成为推动企业发展的动力源泉。

## 参考文献

- [1] 崔华阳,论企业文化建设,中国经济出版社,1995.1
- [2] 颜世文,以和谐理念统领煤炭营销企业文化建设,思想政治研究工作杂志社(第345期),2012.12