

混合所有制企业文化建设初探

王二彩

山西长晋高速公路有限责任公司

[摘要]2020年是我企业混合所有制改革的开拓创新之年,中央层面在企业混合所有制改革和科技型企业深化市场化改革方面陆陆续续出台了30多项政策,涵盖内容广泛。回顾企业混合所有制改革历程,总结企业混改所采取的不同方式,综合分析目前混改取得的成就及尚存无法克服的问题,结合实际探索企业混合所有制改革与企业发展的未来道路,对于聚焦全面深化改革,放大改革的质量效益,提升企业自身活力具有重要意义。基于此,本篇文章对混合所有制企业文化建设进行研究,以供参考。

[关键词]混合所有制企业;企业混改;文化建设

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.09.1897

引言

随着我国市场化政策的推进,企业也在不断经历着社会变革,大量混合所有制企业应运而生,随之而来的产生了企业文化的冲突、交流和融合,企业混合所有制进程越快,企业的新旧文化交流也会越激烈。文化建设作为企业团结凝聚之根本,代表着企业的战略方针和前瞻性认知,是一个长期的系统性工程,是决定混合所有制企业能否健康快速发展的关键,而混合所有制企业的改革方式也将企业的文化建设推向了发展的高潮。因此,要解决好企业新旧文化之间的冲突,按部就班做好企业的文化建设,将文化建设作为推进企业长久发展的重要战略。

1 相关概述

1.1 混合所有制企业工会工作的重要性

在我国的百年奋斗历程中,始终重视加强对工人运动的领导,始终贯彻全心全意依靠工人阶级的方针,始终注重发挥工人阶级的主力军作用,强调企业也要高度重视工人阶级和工会的工作,加强和改进新形势下工会工作的重要性。混合所有制企业产权结构多元、经济功能强化、资本与人员等要素流动加快、市场竞争意识增强,原有的体制机制都要逐步进行调整和改革。在调整和改革过程中,精简机构、裁撤冗员、用人改革、薪酬改革等不可避免,这些必然成为企业与职工产生分歧和矛盾的焦点。工会组织上承企业,下启职工,是联系企业和职工的枢纽,既代表着职工群众的合法权益,也是保障企业实现民主化管理的重要途径。加强混合所有制企业的工会工作,充分发挥其密切联系职工群众和服务中心工作的职能作用,有利于畅通劳资沟通渠道,实现劳资双方动态平衡;有利于构建企业与职工“命运共同体”,促进企业的改革和健康发展;有利于融洽企业和职工关系,增强企业市场竞争力、提高劳动效率和经济效益。

1.2 企业文化的内涵

按照埃德加·沙因的企业文化三层次理论,可将企业文化划分为三个层次:(1)人工饰物层。是指组织的表层文化,也是组织外显的文化产品,主要包括组织的产品、标识、办公场所、制服以及使用的语言、情绪表达、办事风格等。人工饰物文化通常代表组织的外在形象,是可以观察到

的管理制度和 workflows (2) 价值观念层。是指组织的中层文化,也是体现企业理念的价值观,这些价值观往往决定和营造出了一个组织当前外显的表层文化,主要内容包括企业的发展战略、目标、质量意识、经营哲学等,具有导向和约束功能。(3) 深层假设层。是指组织的深层文化,也是组织内的领导者与全体成员在长期探索实践中逐步形成的一种共识与理念,并逐渐成为全体人员的共同信念和价值观,直至深入人心成为一种思维方式。通常包括组织的核心价值观与共同愿景等,是一个组织内员工的价值观念和行为的根源,也是潜意识的一些知觉、思想、感觉、信仰等,具有整合和凝聚的功能。“文化融合”是指文化调整的一种方式,企业重组后,假定是两个企业重组,双方各自文化在新的企业中,相互补充、渗透、融合并不断优化提升,最终实现文化融合的过程。通常,参与并购的企业通过对相互之间文化的识别、吸纳、补充完善、求同存异等过程,形成新的共识并构建符合双方共同认可的新的企业文化体系。

1.3 混合所有制企业文化建设的特点

混合所有制企业处于产权多元化、投资主体多元化、文化组成多元化的新变革之中,企业内部的关系以及企业外部的关系也更加复杂,以上因素对混合制所有企业的文化建设进程都有一定程度的影响。在企业文化建设的过程中,我们需要重点关注民族文化,在原国有企业文化的基础上,借鉴国外的优秀企业文化,汲取其中的有益部分和先进部分,摒弃其中的落后和不符合我国国情与企业实际情况的部分,与民族文化相融合形成自己鲜明独特的、具有代表性的文化建设框架,丰富文化底蕴,从而提升企业的文化建设水平。

2 当前混合所有制企业在文化建设工作中存在的现实问题

2.1 企业领导人对文化建设工作不够重视

在当前混合所有制企业的发展过程当中,该种混合所有制的模式主要为了发展经济而诞生,由此企业在发展过程当中会更加注重将盈利作为其发展的主要目的。仅能够重视经济发展,却刻意忽视文化建设工作,即便企业在发展过程当中能够拥有文化建设工作相应的职工,但由于企业重视程度较低,在各项文化建设工作执行过程当中,各项工作无法得到综合性的落实。此外,文化建设工作在发展过程当中拥有

优质文化建设工作能力的复合型人才相对较少，大部分人才在工作中往往愿意在经济建设中贡献力量，对于进行各项文化建设工作的人员，往往仅为被动性地接受相应的文化建设工作任务，无法主动地对文化建设工作所具有的责任进行承担。另外，在混合所有制企业的构建过程当中，其工会组织会存在一定程度的零散特性，会存在无法对专门组织予以构建，无法进行更具专门性与针对性的文化建设活动的问题。

2.2 文化建设工作机制完善度有待提升

由于混合所有制企业在发展过程当中，无法对文化建设工作予以充分的重视，文化建设工作在具体开展过程当中存在可依照性的规章制度相对较少的现实问题。企业在发展过程当中，相应的工会组织无法对自身的功能予以充分的明确，存在部分文化建设工作人员在日常工作中推卸逃避责任的问题。部分企业在发展中，虽然能够依照混合所有制企业所制定的各项规章制度进行相应的文化建设工作，但就整体而言，存在形同摆设、形式化严重等诸多问题，无法充分地对文化建设工作进行有效的指导，致使文化建设工作所具有的综合质量大幅度下降。

3 混合所有制企业文化建设初探

3.1 发挥带头执行作用不松动

一是积极发挥工会的领导作用。领导作用的提出与之前“双核心”作用（即领导核心作用和政治核心作用）的提法既一脉相承又有所创新。一脉相承之处在于不管是领导作用还是“双核心”作用都强调了工会在企业中的领导地位，都必须在企业中把文化建设坚定不移地搞好。创新之处在于领导的范畴比“双核心”的范畴更广，在混合所有制企业中发挥工会的领导作用，最根本的遵循还是要按照有关文件和会议精神的要求，把方向、管大局、保落实，依照规定讨论和决定企业重大事项”，把工会在混合所有制企业中的领导作用集中体现在把方向、管大局、保落实上。只有如此，才能始终确保混合所有制企业改革的正确政治方向，才能始终确保国有资本牢固不流失。二是积极发挥基层工会的战斗堡垒作用。没有基层工会组织，就难以把基层职工干部动员起来、作用体现出来。所以要进一步夯实基层工会组织的组织基础，激发基层工会组织的活力，充分发挥基层工会组织的战斗堡垒作用。一方面，要立足于企业发展实际，优化混合所有制企业基层工会组织的组织设置与制度安排，把工会组织真正建立并运转起来；另一方面，要完善工会组织发挥作用的体制机制，使工会组织能够有效有序、持续不断地开展工作、发挥作用。除此之外，由于基层工会组织处于企业基层和生产一线，能够遇到很多攻坚克难的实际问题，所以要善于创新工作思路来推进基层工会组织工作，注重发挥基层职工和领导的聪明才智，努力解决混合所有制企业改革发展中的难点、痛点问题。

3.2 注重权力制约

为切实注重企业经营风险的防控，将文化建设直达基层，还要引导基层人员加强对风险防控知识的学习，在学习中对照经典案例，进行自我对照和反思，坚决守好一切风险防线。这就需要混合所有制企业始终注重权力运行的监督与制约，并在基层单位的管理末端确保监督得到落地落实，在强化制约的同时实现精准监督，使得企业风险得到有效降低。尤其是针对小微权力岗位应加大调研力度，将岗位作为“点”，将流程作为“线”，对每个领域中的小微权力存在的风险进行全面排查，对每个岗位的业务流程与容易发生风险的环节进行逐一梳理，在排查多个风险点的同时制定科学的防控措施，使得监管重点更加明确。

3.3 分类进行思想引导

混改后公司环境的变化，难免会使部分职工产生抵触情绪。工会组织要积极引导职工的思想认识，帮助混改后的职工从适应新的工作机制到完全胜任新工作的渐进过渡，助力企业顺利整合资源、推进改革。积极引导参加混改的非公企业正确认识利益追求与集体利益的关系，时刻以国家利益、集体利益为重。

结束语

目前，我混合所有制企业正处于不断改革的重要时期，而混合所有制改革是新时期混合所有制企业寻求更为优质化发展的重要方法，企业在发展过程当中需要将工会组织的核心领导作用予以体现，充分将企业文化建设工作作为指导，使企业能够有效地开展更加优质的文化建设工作。企业领导者需要重视文化建设工作中所存在的各类问题，并积极解决各项问题，使企业在发展中不断提升其完善性。

参考文献

- [1] 李兴仁. 加强国有企业企业文化建设方式的探讨[J]. 企业文化(下旬刊), 2018, (4): 12.
- [2] 沈明达. 国企股份制改革与企业文化整合[J]. 冶金企业文化. 2005, (3): 16-17.
- [3] 李永新. 全球化背景下企业文化的建设与发展——鹤煤集团企业文化建设实践[J]. 理论视野, 2007, 88(6): 36-39.
- [4] 苗小玲. 混合所有制企业党的建设融入公司治理管理的途径分析[C]//. 中混合所有制企业改革发展优秀成果2018(第二届)下卷., 2018: 690-698.
- [5] 陈芳. 国有企业转型发展期企业文化建设实践探索[J]. 企业文化(中旬刊), 2019, (5): 10.
- [6] 韩建峰. 浅谈混合所有制企业文化建设[J]. 商品与质量, 2020, (21): 244.
- [7] 苏立岭. 混合所有制经济背景下的企业文化整合[J]. 山东社会科学. 2015, (1): 160-163
- [8] 张杰, 赵文君, 徐兵. 民营企业并购重组国有企业后的整合问题研究[J]. 金融理论与教学. 2011, (1): 60-62.