

Globethics Repository



企业文化的目标模式研究[target model of corporate culture]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository.
More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

Item Type	Article
Authors	李, 柯
Publisher	新东方杂志社
Rights	With permission of the license/copyright holder
Download date	2026-09-10 16:59:14
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/181958

李珂：企业文化的目标模式研究

李珂

企业文化建设的目标是以企业经营目标形式表达的一种企业观念形态的文化，具有经营目标数量化、全部内容集中化、战略指向成果化、发展指标观念化的特点，能最大限度地激发企业文化建设体现企业价值和生命力的内在冲动，是企业文化建设的重要向导。塑造独具特色及竞争力的卓越文化常是企业设定文化建设的总体目标。要使这一目标顺利实现，尚需进行更加细致的工作和努力，完成一系列阶段性目标。当前我国众多企业其文化体系尚处于调整和充实之中，企业文化的目标模式需要在原有基础上不断创新，注入新的内涵。

一 完善企业的基本制度和政策

进一步实现企业民主管理目标。完善职代会制度，使职工参与企业管理、参与企业重大问题决策的渠道畅通，效果明显；贯彻落实厂务公开制度，做到公开内容落实，公开程序规范，自觉接受群众监督；健全领导干部民主评议监督制度，定期评议领导干部，并把群众评议结果作为选拔聘用干部的重要依据；改进企业领导接待日制度，企业领导及每个职能部门应设有电子信箱，接受每个人的投诉、建议；认真解决职工的合理要求，强调企业的柔性化管理，倡导人性尊重，尊重人的独立人格，挖掘人的智慧和潜能，使企业管理刚柔相济，更加科学、实用、灵活、高效。实现企业民主管理目标是现代企业管理发展的必然趋势，也是企业文化目标实现的制度保证。从根本上说，企业文化是一种管理科学，是一种以人为中心的管理模式，它强调在企业生产经营活动中充分重视职工的民主权利，尊重人、信任人、满足员工参与的精神需要。把人的因素放在中心位置，企业即人、企业为人、企业靠人，企业无人则止。办企业必须依靠全体员工的智慧和力量，让员工参与管理，参与决策，充分发挥劳动者这种最活跃的生产力要素的潜能。

完善企业制度目标。按照分工协作的要求，建立一整套新的管理约束机制和激励考核制度。在管理约束机制方面要做到有完整的企业制度，包括岗位规范、工作标准、规章制度等，做到企业管理和职工行为都有章可循；激励考核制度方面要改变奖励结构，将奖励的重点放在具有新文化意识的部门或个人身上，促进企业文化的转变。把内部提拔看作加强文化特征的一条途径，提拔一批与新文化相符的人员；建立良好的用人机制，突破原有的封闭、无序、感性的人才管理观念，形成开放、系统、理性化的人才观。重视人才培训和人力资源开发。企业制度目标是企业价值观具体化的外在表现，管理约束机制使企业制度有较强的科学性、规范性和实效性，而激励考核制度在很大程度上体现了管理者对员工的重视程度及期望程度。办企业是为了满足人类不断增长的物质与文化需求，提高员工的工作质量和生活质量，因此，制订规章制度的理念不应建立在操纵员工的基础之上，而要建立在互惠基础之上的相互责任，使制度符合人性行为的基本要求，保证企业推行规章制度取得令人满意的效果。

二、明确企业的共同行为准则、规范企业员工行为

要对员工的日常工作和行为进行规范教育，在纷杂的价值观中，引导员工树立正确的世界观、价值观与责任感，认清正确的价值观应该是追求人的自由、幸福、全面发展；创造一种良好的人际关系和激励环境，保障每一位员工都享有平等竞争和提高的机会，实现系统最优化；把实现个人职业生涯规划与企业总体目标统一起来，在人力资源开发和员工培训中帮助员工确定自我规划的年龄跨度，设定个人方向、明确职业目标，并对社会环境、企业环境、人际关系环境进行分析，进行目标设计，以新的能动和人性观点，推动企业的发展、促进员工全面发展通过有效的渠道传播积极的人格规范。

企业的总体目标是要依靠全体员工协同一致的努力才能实现，维系企业最根本的任务是培育共有文化，为企业创造宽松环境和生存发展的机遇。因此，明确企业的共同行为准则，规范企业员工行为过程本身就是一个转变观念、作风、形成集体意识和全体准则的过程，即

通过以价值观为核心的文化观念，说服感染、约束企业成员，从根本上挖掘员工的积极性和创造性，提高企业的核心竞争力，使企业内部形成一种约定俗成的行为规则和普遍的自觉。

三、塑造企业形象，整合企业无形资产

塑造良好的环境形象，建设优美的工作环境，使企业的整体容貌美观整洁，环保指标达到国家标准并符合绿色企业文化对劳动环境的要求，以满足员工的心理和生理需求，促进劳动者身心的全面发展；构造充满活力与弹性的心理环境，进行有效的员工沟通，形成团结鼓劲的企业氛围、积极向上的精神风貌以及“人和万事兴”的文化氛围；营造良好的生活和学习环境。加大文化教育及娱乐设施投入，为员工八小时之外的学习生活娱乐提供好的去处。

完善外部形象建设，设计与制作形象独特、个性鲜明、有时代精神和感召力的企业标识，突出企业整体形象。

塑造富有人格魅力和优良素质的企业家形象。企业领导者政治素质高、思想作风硬、业务能力强，团结务实，艰苦朴素，办事公正，作风民主，联系群众，大胆创新，以自身的模范行动和人格魅力处处为职工做出表率；通过优化企业领导人的行为模式和管理模式，使领导者成为企业价值观和企业形象建设的倡导者和实践者；领导者要视员工为企业最宝贵的资源，在重视技术、设备、规章等“硬件”的同时，高度重视职工的思想观念、职业道德、心理情感等“软件”，强调文化氛围和文化环境在调动人的积极性和创造性中的作用；在抓质量、效益、完成生产任务的同时，注意满足员工的自尊和成就需要，支持并引导员工逐步实现自己的具体理想和目标，使企业形象建设与职工的内在要求有机结合起来；树立高远的企业家精神，深入思考企业存在的终极价值和经营企业应有的人文关怀。

塑造文明向上、作风顽强、技术过硬、勇于进取的员工队伍形象。员工把企业的目标当作实现自我价值的必由途径，视企业形象为企业发展和自身成长的内在需要。树立模范人物是企业文化的一种象征，是他人的榜样和敬重的对象，他们的一言一行都体现了企业的价值观念。企业如果没有树立模范人物，企业文化就会因缺乏凝聚力而被肢解，企业模范人物要成为员工自发效仿的楷模。

企业形象是企业文化的外在表现。它既是企业一切有形资产的总和，又是全部无形资产的凝结。以上企业形象目标的融合与统一，是企业文化建设的有效载体及切入点。好的企业形象一旦形成，就会成为企业的无价之宝，不仅会产生巨大的社会效益，还会产生巨大的经济效益。

四、建立学习型企业

通过营造弥漫于整个企业的学习气氛，充分发挥员工的创造性思维能力，建立一种以信息和知识为基础、有机的、高度柔性并能持续发展的企业。

21世纪是知识经济的时代，知识型企业、高科技企业日益成为经济的主导力量。为培养员工的职业技能，实现企业目标，在企业中再造执着学习、终生学习的文化氛围对企业的发展尤为重要。建立学习型组织是对企业全面深刻的变革，是一种持续的战略性的运用过程。这一过程不仅导致企业的知识、信息、行动的变化，更重要的是增强企业整体的革新能力和成长动力，使企业具有持续学习的能力，具有高于个人绩效总和的综合绩效，信息流自上而下顺畅流动，每个人和每个部门都必须为他们的目标、任务和联系沟通承担起责任，从而促进成员的自我学习和自我发展。在这样的企业中，能培养人们的远大目标及充分信心、勇于竞争、好学不倦、锲而不舍的精神，形成企业应对变化、创造未来的唯一持久的竞争优势。

五、实现文化管理

将文化观念、文化手段融入企业管理之中，靠以企业价值观支持的团队精神管理企业，

提高员工在管理中的主体性，在尊重人、爱护人的前提下推行各种管理制度，以最大限度地调动员工的积极性和创造性，在企业内部形成一种良好的文化氛围。

文化管理与传统企业管理中偏重于人治或法治管理的差异就在于价值观念和企业文化氛围的差异。人治型企业更多的是体现企业领导人的智慧和意志，员工更容易受到大众文化的影响。大众文化对现代化进程有积极作用，但负面影响也是显而易见的，其非理性特点往往使普通民众精神品质弱化，审美水平降低，人生观、价值观渐渐变异；法治型企业以社会主导文化为导向引导员工树立正确的人生观和价值观。但长期以来“左”的倾向及其余毒使员工对主导文化形成了一种淡漠、疏远甚至逆反的心理定势。因此，仅靠法治型企业很难形成深入人心的精神文化的支持。当今企业正向国际化趋势发展，它日益需要同步发展全球竞争力、跨国经营能力和全球化学习能力。企业也从依赖于正式的信息和战略策划系统转变为基于人际交往和关系的更加不正式、更具柔性的体系。企业文化管理适应了形势发展的需要，努力矫正市场经济给企业和员工造成的重物质、轻精神的单维性，激发员工献身于事业的高尚情怀。

人类创造的最新文明成果，应首先体现在以文化管理为主的知识型企业文化中。在知识经济条件下，知识管理是企业面临的新课题。随着科技和经济的发展，员工素质不断提高，知识型新员工大量增加。在这种情况下，企业文化建设无论是在引导员工树立正确的企业价值观，还是在培育优秀的企业精神方面，都应在已有基础上加以改进，运用社会学、心理学等基本原理掌握员工的心理变化和价值追求，在企业中营造有本企业特色、又符合员工心理要求，能充分发挥聪明才智的文化氛围。企业主管应当是知识型主管，是战略家，懂得利用知识管理来改造企业组织，即使不是技术专家，起码必须了解哪些技术能够有助于知识的获得、存储、探索和共享，善于创造适合知识在企业落户的环境，经常倾听他人的意见或建议，注重改进绩效衡量和评估体系，鼓励人们共同开发知识，不断创新发展，为知识型人才提供支点和发展空间。现代企业能否强大，从根本上来讲，不是靠资产规模，也不是靠员工数量，而是靠企业内在的文化和理念。

注 释：

刘伟、梁钧平：《冲突与和谐的集合》，北京教育出版社 1999年版，第164页。

沈峥嵘：《增加企业文化建设的科技含量》，载《中外企业文化》，2002年第10期。

原文发表于《新东方》2006年 1期

作者简介：李珂，任教海口市行政学院，副高职称，电话：13178919306，电子邮箱：likered@sohu.com

/