

现代企业文化管理方式创新研究

何楠

(国网河南省电力公司超高压公司,河南 郑州 450000)

摘要:当今市场经济发展迅速,企业发展面临着许多考验。而我国企业在市场中展现出了强劲的生命力和发展潜力,其背后是企业文化对企业的滋养。本文从企业文化的基本概念入手,分析了企业文化的特点和重要性,结合企业管理的各方面对现代企业文化管理方式的创新进行研究,为当代企业的文化建设提供借鉴。

关键词:企业管理;企业文化;宣传手段;以人为本

【DOI】10.12231/j.issn.1000-8772.2023.11.163

1 引言

当前市场经济飞速发展,市场竞争日益激烈,大批新生代员工进入职场,职场风气和企业管理模式都带来了一定的挑战。在这种情况下,企业文化的内容和表现形式也要根据现实情况进行改变,才能适应日益复杂的市场环境对企业提出的要求,进而抓住机遇,稳步迈进。

2 概况

2.1 含义

企业文化是指一个企业在日常运营过程中由世界观、价值观、信念感、处事方式等结合而成的特有的文化形象,在企业经营行为的各个方面都能反映出来,向外界展示着企业形象。包含企业发展规划、价值观念、道德标准、精神品质、行为准则、历史传承、公司制度、文化环境、企业产品等,而价值理念是企业文化的重要部分。

企业文化不仅体现在员工素质、行为准则、价值观念、群体意识等精神层面上,它在公司规章制度、领导层管理机制等制度层面也有表现,在企业产品造型、外观、功能、质量、售货服务等环节也能侧面反映出。

2.2 特点

企业文化具有鲜明的特色,具有相对独立性,不同企业之间不会存在一模一样的企业文化,每个企业独特的发展过程和经历,使企业产生了与众不同的文化沉淀,也由于管理机制、经营理念、员工素养等因素的不同而产生差别,这导致了企业文化具有独特性。

企业在一定的经济、物质、人文条件下产生,经过最初的萌芽状态,逐渐发展到成熟期。企业在不断地进步,企业文化也会一同提升。企业文化会吸收企业在经营发展过程中的经验教训,也会继承中华优秀传统文化和其他企业的精华成果,在企业员工、管理层的更换中一代代传承下去,这是企业文化的传承性。

企业文化具有相融性,可以和时代精神、民族精神、优秀传统文化、企业所处的人文环境相协调和适应。

企业文化以人为本,具有人本性,强调人在企业日常经营管理中发挥的核心作用,重视理解、尊重、关心员工,

注重人的全面发展。

企业文化由整个公司的思想意识凝结而成,是一个有机整体,不可分割剥离,与员工和企业的发展紧密相连,具有一致性。

2.3 重要性

企业文化为企业的发展运营战略规划指引了方向,把握着企业经营哲学和价值观念的正确方向。将员工与企业凝聚起来,在向心力和凝聚力的驱使下,企业上下拧成一股绳,共同为企业的发展建设添砖加瓦。在内部形成利于工作进行的友好和睦氛围,激励员工勤奋工作,锐意进取。

除了在企业内部发挥作用,企业文化还可以树立企业在公众心中的形象,为企业增加品牌信誉度,创造有利于企业长远发展的良好舆论环境,优秀的企业文化会助力企业更好发展。

3 企业文化管理方式

3.1 以人为本

人是企业文化建设的起点与终点,是企业文化形成发展过程中不可或缺的行为主体。一定要坚持“以人为本”的理念,突出强调人的重要性。

3.1.1 加强员工素质

定期开展培训,在提升员工业务水平和管理层决策水平的同时,将企业文化渗透到管理方法、工作行动和物质基础上,随着员工素质的不断提高和工作的进一步深入开展,员工可以更加深刻地理解和领会到企业文化,内化于心,外化于行,养成良好的行为习惯和品德修养,并反过来对企业文化进行补充和完善。

在人事部门进行招聘活动时,除了关注应聘者的工作经历和个人能力之外,还要观察判断其道德修养、个人素质、为人处世的行事风格和性格特点与公司的企业文化是否契合,能不能为企业文化的建设作出贡献。

3.1.2 建设团队文化

在企业文化建设过程中,要重视高质量发展,在企业范围内形成独特的精神世界,构建员工的精神家园。让企

业文化接地气、有人情,员工有勇气、长志气。在工作之外的文化建设方面,高度重视相关文体活动的展开,建立企业日报、电视、广播、报刊、网站、微信公众号、微博等多个平台的交流互动,进行文化观念的输出和传播,方便员工获取企业相关信息,丰富员工的精神生活。

给予员工丰厚的福利待遇,不断提高员工的工资水平和物质保障水平,改善工作环境和条件,让员工对企业产生归属感、幸福感、存在感、获得感和成就感,让员工在为公司获得经济效益和价值的时候,能够产生满足感和自豪感,可以共享劳动成果,使员工与企业共同成长进步。

设置榜样评比模式,树立典型,发挥榜样模范的先锋模范作用,优化评比标准,公开、公正、公开进行评选活动,激励员工不断奋发向上,端正思想态度,为企业文化的建设注入源源不断的活力。

3.1.3 采取差异化管理方式

随着思想的交流与融合,当代员工群体差异性日益明显,其不同年代的员工对工作的认识和生活要求并不相同,这就意味着他们在工作过程中会呈现出的状态,如工作理念、行事风格、价值追求和对企业的需求和期望也都不尽相同。新生代员工冲劲十足,工作积极性较高,热情高涨,但难以忍受死板严苛的管理制度,追求上下级之间的平等交流和沟通互动。老一辈职工服从性高,经验丰富,在工作过程中不易出现差错,但创新意识较差,思维僵化,往往不能提出符合时代要求、有新意的工作建议。在工作中两个群体之间很容易因为意见不合发生碰撞,增加了管理难度,不利于企业文化的推行与传播。员工是企业文化的践行者,只有处理好员工内部的矛盾,才能让员工作为企业文化的受众对企业文化进行宣传建设^[1]。

3.2 加强宣传工作

企业文化的宣传和建设过程中要关注职工的地位和重要性,始终心系员工,让员工感受到企业的关怀和体贴,拉近员工和企业之间的关系。先要满足员工合理诉求,解决员工在家庭、生活等方面的后顾之忧,使之可以全身心地投入到企业工作中来,为员工营造家庭式的友爱氛围,坚持“员工身上无小事”的理念,通过完善线下信箱、线上企业微信公众号、公司内部网站等平台收集广大员工的意见和建议,对其中切实可行、科学合理、对企业长久发展有益处的想法进行采纳并落实在行动上。其次要健全职工关怀机制,为职工送温暖,关心困难群体,为困难职工做好事、办实事,采取有针对性的帮扶措施,让员工成为企业文化的受益者,并进行传承和发扬^[2]。

在向外界进行企业文化的宣传工作时,要将负责企业文化的专业人员组建成专门负责宣传工作的部门,向企业员工和社会大众传输企业文化,耐心解答有关企业文化的各方面问题。除了目前已经投入使用的宣传手段,还应该打开思路,全方位、立体式通过多种渠道进行企业

文化的宣传工作,只有不断扩大企业文化的宣传范围和内容,才能保证企业有着蓬勃向上的生命力和活力。除口头讲解外,还可以印制宣传册加以辅助介绍,向群众免费发放,扩大宣传范围。也可以与政府机关进行合作,借用官方媒体的宣传途径和影响力为企业文化宣传工作添砖加瓦。利用互联网大数据平台等新媒体技术手段进行宣传工作,如在电视、广播、微信、微博、抖音等热门平台投放广告和宣传片。作为当下受众较多的新闻媒介,不仅可以吸引相关人员观看,也可以在社会层面打开知名度,为企业的后续发展提供动力,在宣传工作中往往能够取得出人意料的宣传效果。

3.3 创新建设方式

创新是企业得以永续发展的动力与源泉,能够引领企业更好更快发展,使企业在复杂多变的市场环境中得以屹立不倒,掌握主动权。

在企业文化的内涵方面进行创新工作。随着时代的发展与进步,企业文化也要与时俱进,结合企业自身的发展战略和特点,根据时代发展和现实要求进行调整,对现在正在实行的管理机制、规章制度、理念体系、文化建设等各方面进行创新。站在历史高度和时代发展的风口浪尖上,企业要结合自身目前已有的建设情况,把握企业文化后续发展的思想特征和方向。

企业文化与管理制度相辅相成,推进企业管理制度的创新,可以为企业文化的发展完善提供制度保障,企业文化反过来可以为制度提供价值指导,二者相辅相成,缺一不可。企业文化的一部分会转化成企业的经营战略目标,并体现在管理制度上,在企业的运营过程中潜移默化影响着员工,向员工传达企业的价值观和经营理念。企业文化的创新与变化会直接影响到企业的方针政策,并通过各级管理层的决策表现出来。此外,企业管理制度的变化也会对企业文化的构成造成影响。管理制度层面的每一次创新与尝试都是在向陈旧、传统、保守的企业文化糟粕发出的挑战,如果企业文化中死板的部分比较多,管理机制创新的推进过程就会相对缓慢和艰难。因此推动企业管理机制的创新改革和企业文化的发展进步两者应当协同发展,共同进步,齐头并进,最终实现企业的可持续发展^[3]。

3.4 健全各项制度

企业文化的建设与推广离不开配套的制度建设,要将抽象的企业文化精神转化为企业生产力,将思维应用到经营实践,从虚无缥缈的口号转变为脚踏实地的行动,这都需要管理系统发挥作用,贯彻落实。

在企业文化的建设过程中,如果缺失配套的文化建设体系,会导致企业内部各部门的经营理念不合,在工作中产生流程脱节、操作不规范、不科学的情况,严重影响企业的正常运营和发展前景。因此要完善企业文化建设制度,使之与人力资源管理、行政管理等制度相配合,共

同组成企业发展繁荣的制度框架和理论体系^[4]。

在社会进步与发展的新时期,传统的信息获得渠道已经不能满足企业员工学习企业文化的需求,容易产生企业文化和公司员工脱节的情况。新媒体技术的出现与发展很好地弥补了传统媒体在这一方面的空缺和不足,丰富了企业文化和学习渠道。企业可以根据员工学习情况、企业运营发展状态、员工对学习方式和想法,结合员工的工作时间、学习需求、日常体验,组织专门的技术人员进行平台开发,网站、应用商店软件、微信公众号等都是很便利的手段,员工可以利用手机、电脑、平板等多种移动设备在线进行企业文化的学习,通过员工提供更加便捷的学习方法和途径,提高员工学习的积极性^[5]。

3.5 重视企业家形象

企业文化在某种程度上和企业家形象相关联,比如:珠海格力电器股份有限公司董事长董明珠、小米创始人雷军、香奈儿创始人嘉伯丽尔·香奈儿等,提到品牌形象时,人们不由自主就会想起企业内知名度较高的企业家。企业家的思想和精神在一定程度上影响着企业文化的内容构成,其思想境界、为人处世、文化修养、知识水平、语言谈吐、道德情操直接决定着企业文化的形成及传承,影响着社会大众对企业的第一印象和形象感知。

如果企业家不具备道德底线和品德修养,是难以将企业做大做强、带领企业健康持续发展的,其企业也不会形成优秀的企业文化。企业家的负面新闻会影响消费者对企业的印象,降低好感,消费者在面对身背负面新闻的企业家所控股的企业时,会选择寻找该企业所生产商品的替代产品进行购买,客观上降低了企业的经济效益,影响企业正常运营。

3.6 塑造良好企业形象

企业是一个综合体,包含着运营过程中的方方面面。企业形象来自企业主动发布的信息、官方发言风格、新闻媒体对企业的报道和评价、产品质量、企业自身特征等多方面。这些信息结合起来构成了消费者和其他受众眼中的企业形象。除此之外,员工和管理层的个人素质和公司环境也会对企业形象造成影响。企业文化外化形成了大众心中主观的企业形象,严肃、内敛的企业文化不会向外界呈现出一个活泼灵动的企业形象,在某种程度上,企业文化与企业形象是一个有机的统一整体。企业形象的塑造要根据企业文化的内核来确定,还需要通过收集外界对企业的评价,将二者进行综合考虑,在权衡和对比之下,逐渐向外界展露企业形象。这一过程需要数字技术和新媒体平台的支持,利用现代技术收集数据,广泛调查,并对收集到的线索和信息进行整理,厘清规律,分析趋势,形成一套针对企业形象和企业文化建设管理行之有效的执行办法,实现企业文化的核心理念与企业外化形象的和谐统一,促进企业平稳、健康发展^[6]。

3.7 结合实际确立内核

时代在不停发展,思想意识也在不断更新转变,对企业提出的要求与标准也在随之调整,这就要求企业根据自身的发展状况和战略经营目标,及时对企业文化的核心内核进行优化和改进,建立符合时代特色、顺应当今社会发展趋势、具有特色的企业文化内核。抓住企业战略升级转型的关键机会,制定科学的管理规划和体系,找准企业文化和建设之间的融合点,使企业文化符合企业发展计划,为企业的后续发展提供精神支持和动力。

4 结束语

在企业文化的建设和管理中,要注重“以人为本”的理念和态度,以员工为主体开展相关工作。健全公司管理的各项制度,为企业文化管理提供保障,创新企业文化的建设和管理方式,在企业内外部同时加大宣传力度,扩大企业文化的影响力,结合实际确立企业文化内核,通过树立良好的企业家和企业形象侧面展现出企业文化,做好企业文化的管理工作。

参考文献

- [1]华锐.2022:高质量发展下企业文化建设的展望与思考[J].中外企业文化,2022(03):30-32.
- [2]刘佳欢.企业文化在企业管理中的作用探讨[J].中外企业文化,2022(03):67-68.
- [3]林心童.市场回暖下企业文化创新发展的方向[J].现代企业,2022(07):158-160.
- [4]李凡凡.当前经济形势下企业文化建设与企业管理及经济效益的关系[J].商展经济,2022(07):137-139.
- [5]韩杰.新媒体在国有企业文化建设中的运用研究[J].农场经济管理,2022(01):61-62.
- [6]刘建国.数字技术推进企业文化管理方法探析[J].科技资讯,2022,20(07):242-244.

作者简介:何楠(1989-),女,回族,山东曹县人,硕士研究生,经济师、工程师,研究方向:企业管理、思想文化。