# 论现代领导在人才发展战略中的地位和作用

来源：网络 作者：紫陌红尘 更新时间：2024-12-16

*第一篇：论现代领导在人才发展战略中的地位和作用论现代领导在人才发展战略中的地位和作用 本次研讨会的主题是：“现代领导与人才发展战略”，提出这样一个命题，旨意在于探讨这两者之间的内在的、本质的、必然的联系，明确各级领导在实施人才发展战略中所...*

**第一篇：论现代领导在人才发展战略中的地位和作用**

论现代领导在人才发展战略中的地位和作用 本次研讨会的主题是：“现代领导与人才发展战略”，提出这样一个命题，旨意在于探讨这两者之间的内在的、本质的、必然的联系，明确各级领导在实施人才发展战略中所应扮演的角色、所应担当的责任、所应提升的能力、所应发挥的作用，从而做到科学识才、育才、用才，从领导决策、领导组织的层面保证国家人才战略规划落到实处。

那么，现代领导在人才发展战略中应当扮演神什么样的角色？担当什么样的责任？发挥什么样的作用呢？我把它简单地概括“三个第一”：

一、必须在新的历史起点上认识人才资源是“第一资源” “从科学技术是第一生产力”到“人才资源是第一资源”，标志着我们党和政府人才观的认识的深化，是人才发展战略思想的重要飞跃。但伴随着两大转折——世界大转折、中国大转折，现代领导必须在新的历史起点上来认识人才资源是“第一资源”。至少在以下几个方面取得新的认识：

第一，经济转型实质上是人才转型。党的十七届五中全会审议和通过的“十二五”规划“建议”强调以科学发展为主题，以加快经济发展方式转变为主线，并且指出这是一场深刻的变革，要做到经济和社会的“全过程”和“各领域”，为什么提的如此之高，讲的如此尖锐？因为现状已经到了刻不容缓的程度，概括的说，存在着“六个过”：过剩——产能严重过剩；过低——行业集中度过低；过高——对外依存度过高；过弱——自主创新能力过弱；过重——发展的成本、代价过重；过大——收入差距过大。而这一重要转变，必须要有自觉地推进的人才。要有领导人才和政府的观点转型，尤其是要有领导科学发展的人才，要有创新型的人才，把“制造大国”转变为“创造大国”，把“产品大国”转变为“产权大国”。

第二，知识经济实质是人才经济。知识经济时代的竞争，实际上是人们对知识的占有、对知识的储存、对知识的生产、对知识消费、对知识的分配的能力之间的竞争。例如，一公斤原油，仅值一元多钱，用它提炼制造成塑料，就值几元钱；如果把它做成几个空的光盘，就值十几元钱；如果再把它做成专用软件的光盘，就会升值为几千元甚至上万元。但知识要靠人去创造、积累、传播、转化。归根到底，人才资源是第一资源，闻名于世的惠普公司，当初就是靠几名大学生，在一个小厂房，靠几万美元就发展起来的，就因为拥有最先进的知识技术武装起来的人才。就没有张瑞敏就没有今天的海尔；没有任正非，就可能没有今天的跨国共识华为；没有李书福就没有用18亿美元签订收购世界知名汽车企业沃尔沃。在“三多三少”的国情下，“人多地少，人多水少，人多油少”，人才资源更显得稀缺。

第三，创新战略实质上是人才战略。要强国，必须强经济；要强经济，必须强科技；要强科技，必须强人才；要强人才，必须强教育。印度的经验“未来之争在教室”，它的四种革命：绿色革命、白色革命、蓝色革命、软件革命，关键在于人才。谁拥有一流人才，谁就能有一流创新能力，就拥有核心力。“千军易得，一将难求”。当钱学森1950年争取回国时，当时美国海军次长金布尔曾说：“钱学森无论走到哪里，都抵得上5个师的兵力„„”，这位“中国航天之父”为我国导弹和航天事业的发展建立了卓著的功勋。尔钱老留下最大的遗憾，就是我国现有的教育体制难以培养创新型人才。“一流企业卖标准，二流企业卖技术，三流企业卖产品”。背后是创新型人才的匮乏。

第四，全球化竞争实质上是人才竞争。当今世界各国充满着经济力、科技力、军事力、凝聚力的竞争，但归根到底的竞争，最核心的竞争、最激烈的竞争、仍是各国人才的竞争，综合来看的竞争，人才是核心的竞争力、核心的生产力，世界大国、世界强国无一不是人才大国、人才强国。中国是13亿人口，是名符其实的“人口大国”，但还不是“人才大国”。而美国虽然只有3亿人口，但全世界自然科学领域诺贝尔奖得主40%是来自美国，超过70%的诺贝尔奖获得者被美国聘用，全世界62%顶尖科学家都在美国工作，美国是全球人才竞争中最大的“进口国”，全世界所有受过高等教育的移民50%流向了美国，四分之一的留学生是去美国深造。美国是全球第一人才大国，所以才能成为世界第一科技强国，仅“三片”:芯片、大片、薯片，就赚了我们不少钱。美国只培养了全世界40%的诺贝尔奖得主，却雇用了70%的诺贝尔奖得主为美国效劳。从1990年到2024年，10年间，美国就接受了415万人才移民，排名世界前40名大学中美国占了50%以上。美国在科技领域能够居高临下，保持“一览众山小”的绝对优势，并不是因为美国人的天赋有多么高，而是在于它能成功地吸纳全世界最多的顶尖人才。而中国是最大的“人才出口国”。截止2024年，中国送出留学人员约160万，世界之最，但归国的只有50万。“培养阶段”在中国，“产出阶段”却在外国，为“他人做嫁衣裳”。印度人形象地把这种现象比喻为“奶牛现象”：牛的嘴巴在印度，吃的是印度的草，挤奶的人却是外国人。如果人才竞争已是一场激烈的人才战争的话，中国无疑是一个大输家。目前所有国家常留在美国的博士留学生中，中国的比例为之最，达到92%、印度是82%、日本33%、韩国41%。即使不归国，也不靠人才竞争力取胜。日本、新加坡，以色列只有500万人口，弹丸之地，但能把卫星送上天的国家只有8个，其中就有小小的以色列，我们吃的小西红柿就是从以色列进口种籽的，但他不买亲本，核心技术不会给你，科技先进的背后是人才先进。中国经济发展非常之快，但我们的核心竞争力不是人才创新带来的高新产业与知识经济，而是廉价的劳动力与土地，是低端的制造业。归根到底源于我们的领导者、决策者尚未真正地树立人才资源是“第一资源”战略思想。

二、必须把实施人才发展战略当作现代领导的“第一责任” 虽然仍在进入“问责制”时代，各级领导面临许多的责任状，但我认为，所有的责任最终都会集中到领导者如何选人、管人、用人的问题上来，有人说，中国最大的腐败是用人腐败，中国最大的党是决策 党，这两者都关系到用人方式。为什么是“第一责任”？

第一，是有党管人才的原则决定的。党管干部、党管人才，是中国特色的体制和人才原则。权力与责任是对等的，有用人才的权力，当然有用人才的责任，我们国家的人才工作历来都是由党委部门和政府部门共同管理的，组织部、人社部是重要的管理部门，是政府行为、组织行为，有责任做好人才工作。

第二，是由现代领导的只能决定的。选人与用人是领导的基本职能。毛泽东有一句名言：领导的重要职责就是用干部。“政治路线确定之后，干部就是决定的因素”。能否科学合理地开发人才、用好人才，是衡量领导水平高低的尺度。无论是 教育界和其他组织单位，最好的领导、最高明的领导、最聪明的领导、最成功的领导，无一不是善于识才、辩才、用才、管才的领导，也是最勇于担当用人责任的领导。人才只有“用好”才能“有用”。钱学森不仅仅是科技领军人

才，更难得的是他以高度的责任感为国家培养出许多“拔尖”的科技人才，并且是“严师出高徒”。他在担任中国科技大学力学主任时，给科大首届力学系的学生开卷考试中，只出了两道题，第一道题是概念题，占30分，第二道题是考能力的，题目是：“从地球上发射一枚火箭，绕过太阳再返回到地球上来，请列出方程式求解。”考试从上午点半开始，直到中午还没有一个人交卷，中间还晕倒两个学生被抬了出去。钱老宣布说：“吃午饭吧，吃完接着考。”直到傍晚也做不出来，大家只好交卷，成绩出来竟有95%的人不及格。这次考试，让钱老作出了一个决定：力学系的毕业生延迟半年毕业，专门补习数学。在半年时间里，每个学生光数学题就做了3000多道。由于打下了坚实的数学基础，学生们受益匪浅，后来都成为同人中的拔尖人才，有的在“两弹一星”工作中担当重任，出了好几位中国科学院和中国工程院院士。

第三，是改变的人才能使命所决定的。中国是人口大国却不是人才大国。湖北省是教育大省却不是教育强省。是院士大省（有54个院士）去不是创新大省。存在着“五个不”：①不牢——“人才资源是第一资源”的理念不够牢固，“见物不见人”的倾向严重存在，尤其是企业缺乏主动开发人才培养人才的动力，湖北缺乏自己的海尔、华为，缺自己的张瑞敏，任正非；②不高——整体素质不高，同时又缺乏高层次的拔尖人才，创新创业人才，现在千军万马考公务员，4900人报考一个职位，值得深思，教育出了问题，机制导向有问题，公务员是铁饭碗，有身份，有升迁希望，又有稳定的收入，不愿创新、奋斗。所以才有“钱学森之问”——钱老晚年最关心的一个问题：“为什么我们的学校总是培养不出杰出的人才？”2024年7月29日，钱老对来看望他的温家宝总理说：“现在中国没有完全发展起来，一个重要原因是没有一所大学能够按照培养科学技术发明创造人才的模式去办学，没有自己独特的创新的东西，总是“冒”不出人才，这是解决的问题。”③不优——人才的结构不优，布局不合理。人才集中在教育、卫生、科研机构，缺乏和一线人才。现在解决看病难的问题，农村、社区最缺的是全科医生，现在医学博士做不了阑尾手术。钢铁业的博士不知钢铁是怎么炼成的，法学博士不知怎样打官司；④不大——人才发展体制机制创新力度不大，环境不优，进不来，留不住，用不好；⑤不强——人才优势没有充分转化为经济社会发展的强势，人才对经济社会的贡献率不高。而解决这些 问题靠谁？解铃还需系铃人，源于领导者、决策者的重视不够，关注不够，能力不够，在解决这些问题上，各级领导无疑有责无旁贷的使命。

三、必须把完善好人才战略当作现代领导的“第一能力” 事在人为，执政在人，为政在人，邓小平曾谆谆告诫全党：“中国的事情能不能办好社会和改革开放能不能坚持，经济能不能快一点发展起来，国家能不能长治久安，关键在人”。“治国之道，务在举贤”、“致安之本，唯在得人”。刘邦当初与项羽相比。无论实力名声都不急项羽，刘邦却谦逊，自卫“三不如”：“论理财安民，我不如萧何，论率军征战，我不如韩信，论出谋划策，我不如张良。”但刘邦有一个大本事，会用人，他把合适的人才放到合适的位置，从而实现了帅才与将才，政治人才，军事人才最合理的结构，所以刘邦能够统帅群贤、成其帝业，历史上著名的“楚汉之争”，是以刘邦的胜利，项羽的失败而告终 的。我们现在十分强调能力建设，五大能力等。但其中首要的、根本的能力应该是事实人才战略的能力。在当前，最急需提升的能力可以概括为“一二三四”：

第一，把握一个规律——即把握人才开发、使用成长的内在规律。按规律

办事，也要按规律用人才，尊重人才，尊重规律是一致的。尽管人才成长要受到多种因素影响，有许多个性化的因素，不确定的因素，但总体上是有规律可循的。如年领导人才，企业人才，拔尖创新人才等，各专业人才都有它的内在的规律，还有人才的结构、人才的流动、团队的建设都是有规律可循的。比如对拔尖创新人才而言，他们最需要的是创新环境，最重要的激励是同伴、同行公平而激烈的竞争，最重要的氛围是学术氛围，拥有宽松的环境。

第二，坚持两善——即坚持“善待人才”，“善用人才”。善待是指领导以诚待人才，宽容、包容人才，“金无赤足，人无完人”，能人并非完人，要善待有缺点的人才。“人才有用不好用，奴才好用没有用”；“善用人才”，要善于用好人才，做到扬其长，避其短。同样是科技人才，陈景润可谓科技知识，但不一定是具备科研的能力；而钱学森、钱三强

是科研团队领军人物，而华为总裁任正非，吉利公司董事长李书福，则是复合型，创新型的企业家。一个转业军人创办高技术企业，聚集了几万名研究开发人才，研究机构遍及世界，成为通讯行业世界领先的跨国公司。

第三，坚持三个解放——解放思想，解放人才，解放生产力。这三者是有内在联系的。必须解放思想，更新观念，转变观念，打破“唯上用人，关系用人，资历用人。”也就是唯上，唯亲，唯资历，打破求全责备，做到三“宽”：宽松的环境，宽厚的胸怀，宽容的境界，对待人才。钱老对温总理语重心长地说：“今天我们办事，一定要有加州理工学院的那种科技创新精神，培养会动脑筋，具有非凡创造能力的人才。我回国这么多年，文明中国还没有一所这样的学校，都是些一般的，别人说过的才说，没说过的就不敢说，这样是培养不出顶尖帅才的。我们国家应该解决这个问题。”只有解放思想，才能解放人才；只要解放人才，才能解放生产力。

第四，坚持迎造四个环境——即为人才成长，人才发挥作用创造社会环境，制度环境，政策环境，生活环境。有水才有鱼，从一定意义上说，环境出人才。我们常事业留人，感情留人，待遇留人，不能否认待遇留人的不定性因素，目前，省属高校“三无”：无院士，无国家重点学科，无国家重点实验室。

第五，实现五个更加——①“人才资源第一资源”的理念更牢固；②人才总量增加更快；③领军人才，顶尖人才引进选拔更多，实现院士的突破；④人才结构调整更优，各类人才，各层次人才，各年龄的人才都该有。⑤人才机制更加灵活，要有不求所有，但求所用，要有柔的用人机制，资源共享。

**第二篇：现代领导在人才发展战略中的地位和作用**

浅谈现代领导在人才发展战略中的地位和作用

【内容提要】现代领导与人才发展战略两者之间有着必然的联系，只有充分认识到现代领导在人才发展战略中应扮演的角色、应担当的责任、应发挥的作用，才能保证国家人才战略规划落到实处。现代领导必须在新的历史起点上认识人才资源是“第一资源”，把实施人才发展战略当作“第一责任”，把提升实施发展人才战略作为领导“第一能力”。

【关键词】现代领导 人才发展战略 作用

现代领导与人才发展战略两者之间有着内在的、本质的、必然的联系。现代领导是人才发展战略的谋划者、决策者、组织者，只有明确各级领导在实施人才发展战略中应扮演的角色、应担当的责任、应提升的能力、应发挥的作用，做到科学识才、育才、用才，才能从领导决策、领导组织的层面保证国家人才战略规划落到实处。

一、必须在新的历史起点上认识人才资源是“第一资源”

第一，经济转型实质上是人才转型。当前，我国经济发展方式存在着“六个过”：过剩——产能严重过剩；过低——行业集中度过低；过高——对外依存度过高；过弱——自主创新能力过弱；过重——发展的成本、代价过重；过大——收入差距过大。而这一切要转变，必须有强有力的人才发展战略，尤其要有领导人才和政府官员的转型，要有能够领导科学发展的人才和创新型人才，使中国从“制造大国”转变为“创造大国”，从“产品大国”转变为“产权大国”。

第二，知识经济实质是人才经济。知识经济时代的竞争，实际上是人们对知识的占有、对知识的储存、对知识的生产、对知识的消费、对知识的分配的能力之间的竞争。知识要靠人去创造、积累、传播、转化，因此，归根到底，人才资源是第一资源。从一定意义上可以说，没有张瑞敏就没有今天的海尔；没有任正非，就没有今天的华为；没有李书福，就没有今天的吉利。

第三，创新战略实质上是人才战略。要强国，必须强经济；要强经济，必须强科技；要强科技，必须强人才；要强人才，必须强教育。谁拥有一流人才，谁就拥有一流的创新能力，就拥有核心竞争力。钱学森1950年争取回国时，当时的美国海军次长金布尔说：“钱学森无

论走到哪里，都抵得上5个师的兵力„„”这位“中国航天之父”为我国导弹和航天事业的发展建立了卓着的功勋。而钱老留下的最大遗憾，就是我国现有的教育体制难以培养创新型人才。

第四，全球化竞争实质上是人才竞争。人才是核心的竞争力、核心的生产力，世界大国、世界强国无一不是人才大国、人才强国。中国有13亿人口，是名副其实的“人口大国”，但还不是“人才大国”。而美国虽然只有3亿人口，但全世界自然科学领域诺贝尔奖得主有40%来自美国，超过70%的诺贝尔奖获得者被美国聘用，全世界62%的顶尖科学家都在美国工作，美国是全球人才竞争中最大的“进口国”，全世界所有受过高等教育的移民有50%流向了美国，1／4的留学生是去美国深造。美国是全球第一人才大国，所以才能成为世界第一科技强国，仅“三片”：即电脑芯片、电影大片、肯德基麦当劳薯片，就赚了我们不少钱。中国经济发展非常之快，但我们的核心竞争力主要不是人才创新带来的高新产业与知识经济，而是廉价的劳动力与土地，是低端的制造业，这种现状与我们的领导者、决策者尚未真正地树立人才资源是“第一资源”的战略思想有着密切的关系。

二、必须把实施人才发展战略当作现代领导的“第一责任”

第一，这是由党管人才的原则决定的。党管干部、党管人才，是中国特色的管理体制和人才原则。权力与责任是对等的，有用人的权力，当然有用人的责任。我国的人才工作历来都是由党委部门和政府部门共同管理的，是政府行为、组织行为，组织部、人事部门是重要的管理部门，有责任做好人才工作。

第二，这是由现代领导的职能决定的。选人与用人是领导的基本职能。能否科学合理地开发人才、用好人才，是衡量领导水平高低的尺度。无论党政机关，还是企业界、教育界和其他组织单位，最好的领导、最高明的领导、最聪明的领导、最成功的领导，无一不是善于识才、第三，这是改变令人担忧的人才现状使命所决定的。中国是人口大国却不是人才大国，存在着“五个不”：不牢——“人才资源是第一资源”的理念不够牢固，“见物不见人”的倾向严重存在，尤其是企业缺乏主动开发人才、培养人才的动力；不高——整体素质不高，同时又缺乏高层次的拔尖人才、创新人才；不优——人才的结构不优，布局不合理，人才集中在教

育、卫生、科研机构，缺乏基层和一线人才；不大——人才发展体制机制创新力度不大，环境不优，进不来，留不住，用不好；不强——人才优势没有充分转化为经济社会发展的强势，人才对经济社会的贡献率不高。而在解决这些问题上，各级领导无疑是责无旁贷的。

三、必须把实施好人才战略当作现代领导的“第一能力”

我们现在十分强调领导能力建设，但其中首要的、根本的能力应该是制订和实施人才战略的能力。在当前，最急需提升的能力可以概括为“一二三四五”：

第一，把握一个规律，即把握人才开发、选拔、任用及成长的内在规律。按规律办事，也要按规律用人才。尊重人才与尊重规律是一致的。尽管人才成长要受到多种因素影响，有许多个性化和不确定的因素，但总体上是有规律可循的。如中青年领导人才、企业人才、拔尖创新人才等各类人才，都有它内在的规律。此外，人才的结构、人才的流动、团队的建设也都是有规律可循的。如对拔尖创新人才而言，他们最需要的是创新环境，最重要的激励是同伴、同行之间公平而激烈的竞争，最重要的氛围是宽松的学术氛围。而中青年领导干部，他们的特点是年龄轻、学历高、知识新、思想活，最希望的是上级领导对他们信任，对他们能放权、放心、放手。但由于从政经验、实践阅历、基层锻炼的短板，他们处理复杂事物的能力显得不够，因而，尤其需要放到基层或一线岗位磨炼。

第二，坚持“两善”，即坚持善待人才、善用人才。善待，是指领导者能以诚相待人才，宽容、包容人才。善用，是要善于用好人才，做到扬其长，避其短。同样是科技人才，陈景润可谓科学大师，但不一定具备科研组织能力；而钱学森、钱三强、邓稼先，他们既是科学家，又是科技领军人，具有科研战略谋划能力和高超的科研组织能力，是科研团队的领军人物；而华为总裁任正非，吉利公司董事长李书福，则是复合型、创新型的企业家。

第三，坚持“三个解放”，即解放思想、解放人才、解放生产力。这三者是有内在联系的。必须解放思想，更新观念，打破“唯上用人，关系用人，资历用人”，也就是破除唯上、唯亲、唯资历的思维方式，打破求全责备，做到三“宽”：以宽松的环境、宽厚的胸怀、宽容的境界对待人才。只有解放思想，才能解放人才；只有解放人才，才能解放生产力。

第四，坚持营造“四个环境”，即为人才成长、人才发挥作用营造社会环境、制度环境、政策环境、生活环境。有水才有鱼。从一定意义上说，环境出人才。我们常说要事业留人、感情留人、待遇留人，其中待遇留人具有硬性约束。投入不够，待遇不优，我们往往输在制度、政策缺乏吸引力上。

第五，坚持实现“五个更加”。即“人才资源是第一资源”的理念更加牢固；人才总量增加更加快速；领军、顶尖人才引进选拔更加增多；人才结构调整更加优化，各类人才、各层次人才、各年龄的人才都该有，包括大学生创业人才的培养；人才机制要更加灵活，要有开明开放的人才眼光，不求所有，但求所用，要有柔性的用人机制，实现资源共享。辨才、用才、管才的领导，也是最勇于担当用人责任的领导。

**第三篇：论企业文化在现代企业中的地位和作用**

论企业文化在现代企业中的地位和作用

摘要：企业文化是企业发展的原动力,企业文化体现企业的核心竞争力,企业文化具有很强的渗透力,企业文化能提高企业制度的生命力。

关键词：企业文化;企业发展;企业管理

企业文化是指一个企业长期形成的一种稳定的文化传统,它是企业员工共同的价值观、思想信念、行为准则、道德规范的总和。它的实质是企业员工的经营理念、价值观和企业精神。

现代社会已进入“文化制度”的时代。当今世界,文化与经济和政治相互交融,在综合国力竞争中的地位和作用越来越突出。文化的力量,深深熔铸在企业的生命力、创造力和凝聚力之中。现代市场竞争已越来越表现为企业文化的竞争,竞争的结果是拥有先进文化的企业得到生存和发展,拥有落后文化的企业被淘汰出局。用先进文化全面提升企业核心竞争力,引领企业在新型工业化道路上持续健康发展,这是新时期企业文化建设的方向。

一、企业文化对企业发展的重大现实意义

1.企业文化能形成先进企业理念。先进企业文化在提炼核心价值观时,应该以企业发展的现实阶段为背景,以企业发展的目标为根据,努力使企业的价值观切合企业实际,显现企业个性,反映企业特色。在此基础上提炼出来的核心价值观,对一个企业来说是它的灵魂,是一种理念力。这种力量直接决定着企业的经营管理成败,关系到企业发展战略目标的实现,决定着企业的品位、品格和文明程度。

2.企业文化能体现企业核心竞争力。俗话说“一年企业靠产品,十年企业靠人才,百年企业靠文化”。一个企业独特而先进的文化,是其核心竞争力的体现。有人把市场竞争力强的企业概括为七大要素:真实稳健的财务状况,内外一致的企业形象,真实诚信的服务态度,团结协作的团队精神,以客户为中心的经营理念,公平、公正善待员工,激励员工开拓创新,这七大要素无一不与先进的企业文化直接相关。

3.企业文化具有更强的渗透力。先进的企业文化强调把文化渗透到企业各个环节,把先进理念渗透到制度文化、物质文化和行为文化之中,渗透到企业管理体制、激励机制和经营策略之中,渗透到企业经营管理的每一个环节和整个过程之中,企业文化“力”的作用才会真正显现出来。

4.企业文化能提高企业制度的生命力。企业文化建设离不开企业制度建设,企业精神的提炼、培育乃至倡导、发扬,需要企业制度的全面支持。在企业精神与价值观的熏陶下,通过树立典型人物与先进事迹,使企业具有了生命力。所以,在企业文化建设中,要围绕企业目标建立健全乃至创新各项规章制度,形成严密的制度体系,使员工的各种活动、相互关系的协调以及行为效果的评价等都有章可循。

二、企业文化是企业发展的内在驱动力量

优秀的企业文化对企业发挥着重要作用。首先,企业文化具有凝聚作用。企业文化是一种“粘合剂”,可以把广大员工紧紧地粘合、团结在一起,使员工明确目的、步调一致。从根本上来说,企业员工队伍凝聚力的基础是企业的事业目标。企业文化的凝聚力来自于企业根本目标的正确选择,如果企业的事业目标既符合企业的利益,又符合绝大多数员工个人的利益,即是一个集体与个人双赢的目标,那么说明这个企业凝聚力产生的利益基础就具备了;否则,无论采取哪种策略,企业凝聚力的形成都只能是一种幻想。其次,企业文化具有导向作用。导向作用包括价值导向与行为导向。

企业核心价值观与企业精神发挥着无形的导向功能,能够为企业提供具有长远意义的、更大范围的正确方向与重要方法,从而把企业与个人的意志统一起来,使企业更快、更好、更稳定地生存与发展。第三,企业文化具有激励作用。激励是一种精神力量或状态。企业文化所形成的文化氛围和价值导向是一种精神激励,能够调动与激发员工的积极性、主动性和创造性,把人们的潜在智慧诱发出来,使员工的能力得到全面发展,并提高下属机构和员工的自主管理能力、自主经营能力及活力,增强企业的整体执行力。第四,企业文化具有约束作用。企业文化包含规范管理的相关内容,而且管理本身也体现着企业文化。在企业行为中哪些不该做、不能做,正是企业文化、企业精神发挥的“软”约束作用的结果,是一种免疫功能。约束力能够提高员工的自觉性、积极性、主动性和自我约束,使员工明确工作意义和工作方法,从而提高员工的责任感和使命感。

加强企业文化建设提高核心竞争力是企业在市场竞争取胜的关键性要素,而在企业实际运作中,文化纽带、精神纽带、道德纽带、产权纽带、物质纽带、利益纽带则对形成核心竞争力起着重要作用。建设优秀的企业文化提高核心竞争力无疑是企业制胜的法宝。[ ]

三、按照现代企业要求建设企业文化

1.营造“以人为本”的文化氛围。泰勒管理模式的特点是“物本管理”,即把企业看作是一个大机器,企业员工则是这一机器中的零部件,把人当成物来管理。自20 世纪80 年代以来,企业管理理论出现了“人本管理”思想,认为人不单纯是创造财富的工具,人是企业最大的资本、资源和财富。这对于确立以人为本的企业文化管理思想,开发人力资源和人力价值,起到了重要作用。当今,确立员工的主体地位,发挥员工的创造力,成为企业的首要工作。重视员工再教育,加大提升人的能力方面的投入,重视人的资源性管理,解放被管理者,是营造“人本管理”的文化与环境氛围的必然要求。

2.创新知本经营文化。知识经济时代,知识资本成为企业成长的关键性资源,企业文化作为企业的核心竞争力的根基将受到前所未有的重视。事实证明,企业只有形成了优秀的企业文化,才能打造出一支用知识武装起来的战无不胜的员工队伍。企业要生存与发展,提高企业的核心竞争力,就必须强化知识管理,充分发挥企业员工个体与团队的整体效应,通过持续不断地学习来掌握新科技、适应新变化,加强跨文化管理,促进跨国家、跨地区以及跨行业企业文化的融合和重塑,从根本上提高企业的综合素质,是迎接知识经济挑战的积极战略。

3.着力营造百年企业文化。随着经济全球化与知识经济的进一步发展,企业间的竞争将是学习力的竞争,或者说企业间的竞争是人才的竞争,实际上应该是学习能力的竞争。如果说企业文化是核心竞争力,那么,其中的关键是企业的学习能力。建立学习型组织,是当今最前沿的管理理念。世界500 强企业发展的历程表明,思想比资本更重要,领先时代的经营思想是企业繁荣的先决条件,而思想来自于实践,来自于学习。知识经济时代,知识资本将成为企业成长的关键性资源,企业文化作为企业的核心竞争力的根基将受到前所未有的重视。成功的企业将是学习型组织,学习越来越成为企业生命的源泉。学习不仅要掌握知识,而且要善于开发智力、开发智慧。比竞争对手学得快的能力,也许是唯一能保持的企业竞争优势。这正成为人们的共识,作为学习型组织的企业文化塑造将越来越受到人们的关注。企业要生存与发展,提高企业的核心竞争力,就必须强化知识管理,更好地开发、利用和共享知识,从根本上提高企业综合素质。建立学习型组织,充分发挥企业员工个体与团队的整体效应,通过持续不断地学习来掌握新科技、适应新变化,加强跨文化管理,促进跨国家、跨地区以及跨行业企业文化的融合和重塑,是迎接知识经济挑战的积极战略。在知识更新周期越来越短、科学技术发展越来越快的时代,只有通过培育整个企业的学习能力,在学习中不断实现企业的变革,开发新的企业资源和市场,才能应对经济全球化的挑战。

4.要与中华民族优秀的传统文化相承接。任何一个企业的文化底蕴来自本民族的传统文化。以儒家思想为主的中国传统文化着眼于以规范引导人们的日常行为,其精髓是“诚为本,和为贵,信为先”。这种文化的包容性和开放性,使中国的民族文化具有与时俱进和兼容并蓄的特征,这在经济全球化和市场经济条件下同样有着现实指导意义,能够为先进企业文化建设提供肥沃的土壤。因此,培育先进企业文化必须弘扬中华民族的优秀传统文化,并根植其中,吸取其精华。我们应该学习和借鉴一切有益的先进经验,不能生搬硬套,还应该学习和借鉴一切先进的文化,创造出适合我们国情、具有中国特色和力争世界领先的企业文化。

5.要与市场经济和现代企业制度相适应。在市场经济条件下,锤炼企业的根本在市场,打造企业的关键则在体制创新。在发展市场经济、建设现代企业制度的过程中,必然会伴随企业文化的提升和转型,培育先进企业文化必须与市场经济和现代企业制度相适应,用这种文化确立公平竞争原则,把握迅速变化的市场需求,构建企业技术、管理和体制创新的机制。

6.要与经济全球化和社会信息化趋势相融合。经济全球化、社会信息化是一个不可逆转的趋势,是当今时代的主要特征。在这种背景下,不同企业文化的碰撞和交融越来越频繁,成为决定企业发展命运的无形之手。所以,培育先进企业文化必须融入经济一体化潮流,了解国外企业的运作方式,特别是要注重吸收国外优秀企业的先进文化,取长补短,扬优避劣,构建有中国特色的企业文化。

四、要围绕市场竞争抓好企业文化建设的着力点

1.企业文化的核心是企业价值观和企业精神。企业精神是企业价值观、经营哲学、员工思想道德、心理状态等各方面的有机结合。一种价值观被企业的全体员工所接受,并转变为促进企业发展的内在驱动力,就成为企业精神的重要构成。这样的价值观和企业精神,在增强企业内部凝聚力、竞争力和开拓力方面,起着至关重要的作用。

2.塑造创新理念增强应变能力和创新能力。企业文化建设重在创新。由于企业文化的独特性将越来越表现为企业差别化战略和企业的核心竞争力,创新变成了企业的生命源泉。创新是知识和经济发展的第一推动力,是企业文化经营活动中的主导文化。

3.把企业培养成学习型组织。成功的企业将是学习型组织,学习越来越成为企业生命的源泉。学习不仅要掌握知识,而且要善于开发智力、开发智慧。比竞争对手学得快的能力,也许是唯一能保持的企业竞争优势,这正成为人们的共识,作为学习型组织的企业文化塑造将越来越受到人们的关注。现代企业必须是一个不断学习的组织,才能“善于创造、寻求及转换知识,同时能根据新的知识与领悟而调整行为”。而且,传承与创新一个都不能少,创新应该植根于传承,以传承和创新把企业文化带到未来。创新的起点在于学习,环境的适应依赖学习,应变的能力来自学习,这就需要一种重视学习、善于学习的文化氛围,因而企业是一个“终身学习的组织”。

4.实施文化制胜战略。文化制胜,已经成为新世纪企业管理变革的新趋势。必须坚持以人为本的价值观,这是企业文化的灵魂。文化制胜还必须有效地同企业管理创新、体制创新、科技创新结合起来,切实提高员工队伍整体素质,迎接日趋激烈的市场竞争挑战。企业文化建设是创新的重要内容,也是企业持续、健康发展的重要保证。随着知识经济的到来,企业竞争范围不断扩展,必然会推进企业应变能力逐步提高和升级,这对企业制度创新提出了更高要求。同时,经营理念影响企业管理和规章制度,企业文化的构建,不仅与企业制度和管理构成一个互补的整体,而且独创了一种管理意境,以一种柔性管理的文化形态,构筑了个性约束与柔性导向相结合的管理机制,从而使企业在未来激烈的市场竞争中获得主动。

企业文化促进企业精神发扬光大,为引导人们树立正确的世界观、人生观、价值观发挥了重要作用。文化建设实践中不断提高对企业文化建设的认识,要将企业文化建设与思想政治工作有机结合与有效融合,构建一个相互促进机制。推动以社会主义核心价值体系为根本的和谐文化建设与水利施工行业核心价值体系向实践转化,把构建价值理念体系作为文化融合的过程;健全行为规范体系,完善各项制度;丰富载体,推动水利企业文化建设有声有色地开展。

企业文化在企业发展中的地位和作用

有这样一个故事,说两个好朋友同时创业,几年后其中一个人的公司已经小有名气,而另外一家则还是举步维艰。于是后面这家公司的老板就问他的朋友:“我们是同时创业,条件和机会差不多,为什么你发展得那么快,我到现在却还是那么艰难呢?”他的朋友并没有正面回答他,反而问了他三个问题:“你的企业有没有足以令员工激动并愿意与你共进退的发展目标?你有没有将你的思路与价值观与你的员工分享?你有没有经常刻意去创造一种让员工充满激情的工作氛围?”听完朋友的问题,这个老板陷入沉思之中。

其中这应该是所有的企业家都要回答的三个问题,体现了企业文化在企业发展中的重要性。每一个企业在发展过程中,不管规模大小,都有其独特的文化意识,这些意识刚开始可能是来自企业家的某种直觉,它是用来指导和约束员工的各种条例和规范,并有意识或无意识地对企业员工进行灌输,使之融入员工的潜意识中,自觉自愿地遵守所形成的约束激励机制。久而久之,就逐渐形成了企业自己独特的价值观、道德观,从而形成一种企业凝聚力,使之推动企业高速发展,成为企业文化。所以,企业文化是企业在工作过程中形成的一种共同的行为方式和价值观,无论企业规模的大小,凡是企业都有企业文化。如通用电气推崇的三个传统“坚持诚信,注重业绩,渴望变革”,沃尔玛的基本信仰“尊重每位员工,服务每位顾客,每天追求卓越”,诺基亚的价值观“科技以人为本”,英特尔精神“只有偏执狂才能生存”等等,他们不断发展的动力就在于他们具有不可替代的优秀企业文化,他们独到的经营哲学,共同的价值观念和规范的行为准则,使企业与员工休戚相关,荣辱与共。一切目光短浅,不能正确定位并具备战略管理能力的企业,在现代市场经济条件下,就像一艘没有舵手的船一样,不可能如期到达胜利的彼岸,更不可能成长为绿树常青的优秀企业。改革开放二十多年发展起来的私企,平均寿命不到3年,就是一个最好的证明。海尔集团的张瑞敏认为自己在企业里的主要工作之一是做一个“布道者”。海尔是最早设置“企业文化中心”这一专门机构的企业,“海尔报”不像有些企业的报纸,主要是给外面看的,“海尔报”揭露问题、批评起人来毫不留情。海尔“吃休克鱼”兼并红星电器的案例,成为知名的企业管理案例之一。该案例展示海尔的兼并是以文化为先导的,海尔正是通过这种以无形资产盘活有形资产的方式,将企业文化转化成一种生产力资源。联想的领导人柳传志有两个著名的比喻,一个是“房屋图”,柳传志认为如果把企业比作一栋房屋,那么地基是企业文化与企业制度,房体是资金流、信息流、物流等,屋顶是各种技术性的职能管理;另一个比喻是发动机,公司提倡每个员工都成为“发动机”,而不是“螺丝

钉”。TCL集团从1997年开始全面推进企业文化建设,提炼出了适合TCL发展的核心价值观、企业经营目标和企业精神,形成了以“合金文化”、“创新文化”和“危机文化”为特色的TCL文化,提出“文化是明日经济”的时代命题,大力推行李东生总裁提出的“变革创新

自从哈佛商学院终身教授麦克尔·波特提出“thinkdifferent”———差异化竞争的口号，很多企业也都在提倡这一点。究竟应该如何运用差异化战略？对这种战略是一拥而

上，还是结合自身思考再三？

从苹果公司实施差异化战略的成功和IT零售企业采用“渠道扁平化”的差异化战略失败的案例中，我们可以窥见“差异化”一词的精彩和沉重。我们需要用差异化来使我们变得不同。但同时也要警惕踏入差异化的误区。

与众不同的思考苹果起死回生

如何让差异化战略得到最好的实施？无他，唯有让创意倍增，那就势必得打造创意空间。“在„差异化‟战略上，最经典的实施差异化战略取得成功的案例就是苹果公司。”曾供职于国际品牌调研机构的陈先生对苹果公司有过多年的跟踪研究，他认为，差异化战略是苹果公司能够起死回生的重要原因。

进入20世纪90年代，由于一连串判断错误和内部组织问题，苹果像是无法抗拒地心吸引力直线下坠。1997年初，苹果计算机的PC占有率仅剩3%，曾经是众人崇拜的偶像品牌，沦为挣扎求生的局面，格外令人唏嘘惋惜，美国《商业周刊》封面直接宣告：“一个„美国象征‟的殒落”。但这个“美国象征”在史蒂文·乔布斯重回苹果后，再次闪耀着光芒。重回PC领域1997年，具有传奇色彩的乔布斯重新执掌危机四伏的苹果后，实行了大刀阔斧的改革。为了彻底改变苹果公司以往的不良形象，乔布斯决定加大公司的广告投入。1998年公司的广告预算提高到1亿美元。而“ThinkDiffer－ent”（不同凡想）的概念也在这时正式被提出。“ThinkDifferent”（不同凡想）系列广告的问世，将乔布斯对于苹果公司走差异化战略的思想表现得淋漓尽致。

该方案是由广告人克劳构思，将“与众不同的思考”（ThinkDif－ferent）的标语，结合许多在不同领域的“创意天才”，包括爱因斯坦、甘地、拳王阿里、理查·布兰森、约翰·蓝侬和大野洋子等人的黑白照片。在各种大型的广告路牌、墙体广告和公交车的车身等随处可见该方案的平面广告。当这个广告刺激消费者去思考苹果计算机的与众不同时，也同时促使人们思考自己的与众不同，以及通过使用苹果电脑，而使得他们成为创意天

才。

乔伯斯说：“与众不同的思考代表着苹果品牌的精神，因为充满热情创意的人们可以让这个世界变得更美好。苹果决定为处处可见的创意人，制造世界上最好的工具。”

1998年，乔伯斯差异化战略的秘密武器iMac尚未正式推出之前便接到15万份订单，沉寂了多年的“苹果”重放异彩。其后多种新颜色及加强功能的ｉＭａｃ陆续推出，使原本对“苹果”彻底失望的用户们又回来了，“苹果”再次成为ＩＴ界的焦点。而这款i计算机上市仅六个星期，就销售了27.8万台，以至《商业周刊》把iMac评为1998年的最佳产品。

iMac的“姿色”让所有的电脑迷眼前一亮：它的外壳是半透明的塑料，有蓝绿橙红紫五种颜色；机身是弧线造型，显得胖嘟嘟的，十分可爱。外型是乔布斯让iMac人性化的第一步，为了让外型更加别致，设计人员特地请教了糖果公司的包装专家，这种设计

在当时引起设计界一阵塑料狂热。

在个人计算机的杀戮战场上，苹果计算机始终是个异数，虽然市场占有率小，但却是近年除了戴尔与索尼外，唯一能成长的品

牌。每一代新产品的推出，都有PC厂商争相仿效，苹果其实是靠着“设计创新”，保留着这产业中纯真的工程师性格，以及人小声大的发言位置……乔布斯在接受《时代》杂志采访时特别提到：“设计一台与众不同的计算机很简单，难的是如何让使用者感到贴心好用。”这正是一窝蜂跟进的PC大厂，无法参详之处，学了半天还是不伦不类。

个性化公司

“事实上，苹果真正成为电脑尖端人物的首选是在20世纪90年代末期，独立的macintosh操作系统和先进的工业设计理念使苹果真正奠定了自己的地位。”陈先生表示。乔布斯深知只有创新才能让苹果充满活力，于是集中技术力量开发新产品，在不到3年时间内继“i－Mac”台式电脑外，“iBook”笔记本电脑和“PowerG4”台式电脑纷纷问世，试图夺回被PC占据的市场。iMac网络电脑只是乔布斯战略变革的开始，即：不把苹果电脑当做一个纯粹的PC制造商，而是瞄准个性化追求。此后，乔布斯开始超越计算机领域，向着音乐和电影两大市场迈进。1999年，苹果推出iMovie，这种Mac机上使用的视频编辑程序为大众带来了专业化数字编辑平台；2024年1月，苹果又推出视频编辑软件iTunes；十个月后，再推出它的首款iPod；2024年，苹果还就势推出了

Windows版iPod。

毫无疑问，苹果的战略在改变，而这种偏重于“个性化”的战略柔性使乔布斯尝到了甜头。作为一个卓越的实战派领导者，乔布斯渐渐坚定他对苹果公司的战略变革：不再把苹果塑造成一个纯粹的PC制造商，而正在把它打造成一个高端消费电子与服务公司。自1998年推出iMac以来，苹果每一次发表新产品都像是高磅数的火药，把大家炸得天翻地覆，乔布斯似乎也乐在其中，接受群众一次又一次的惊叹欢呼。

渠道扁平化IT零售败走京城

以连锁直营为标志的一群IT零售新兴力量早在2024年开始就冲击着以中关村以及华东的传统电子卖场，要在IT领域掀起扁平化风潮的口号曾被众多新兴模式的尝试者

们频频喊起。

但这股强调差异化的新兴模式并没有取得预想的成绩。时至今日，领军者们的命运都十分不堪。北京赛博彻底失败，外地经营店亦连连告急；华人数码门槛冷落，无奈转型做回物流；鸿利多的尝试更是昙花一现，甚至没有多少人记住这个名字；而灿坤3C店也经历了黯然关门的惨败……，以至诸多传统卖场经营者们在多种场合均不约而同地表示：“所谓扁平化的直营新模式在短期内绝对难以真正见效。”

然而，当市场竞争越来越激烈，客户需求日益多元化，整个外部环境越来越复杂，原本处于IT供应链各个环节的厂商们，终于开始试图在摸索的过程中寻找自己全新的角色定位与核心价值，并由此产生出诸多新思路、新做法的相互碰撞与融合。“扁平化”

成了差异化竞争的核心词语。

“台湾和大陆的3C商业环境差距很大，以前灿坤全盘照搬在台湾的商业模式，比如商品按类型而不是品牌来陈列、不设导购员等，结果与大陆消费者的购物习惯产生了落差。”上海一位不愿透露姓名的家电卖场负责人认为，“另一方面，大陆消费者一般对价格很敏感，而灿坤则注重会员这样的长期客户培养。虽然强调会员制，但是打折幅度一般都不大，很少有10%以上的折扣，和国美、苏宁以及当地百货大楼动辄高折扣、抽巨奖的刺激形式比起来，显然对消费者难以形成吸引力。”

“地区性的差异很重要。在台湾，由于地域限制，制造商一般不需要经过中间环节就能直达销售终端，以家电制造起家的灿坤反客为主并开设灿

坤3C通路就是典型案例。在这样的上游渠道习惯下，灿坤进入大陆市场时忽略了作为中间商的利润点，这也吃亏不少。”赛迪顾问的分析师李磊说。

渠道扁平化的差异化很先进，传统的家电卖场取得了不错的业绩，即使是涉足数码产品，家电卖场也有不错的表现。元旦三天，以连锁直营为特色的IT新兴卖场们赚了个“盆满钵满”。位于中关村的国美，凭借扁平化渠道大幅度降低采购和营业成本，通信数码产品销量较去年同期增长158%，其总量由去年的20%上升到目前的28%。苏宁大量采购索尼、佳能、奥林巴斯、三星等著名品牌的数码产品，充足的货源确保了元旦期间的销售业绩迅速提升，同比增长超过200%。

为什么家电卖场能够取得不错的成绩，而采用同种方式的真正意义上的IT零售企

业却举步维艰？

“仔细观察家电卖场和IT零售企业的不同，会发现在产品类型上还是有很大的差别”，李磊表示，“家电卖场主要是卖数码产品，而IT零售企业主要是卖电子元器件、IT

设备，虽然也有不少数码产品。”

“虽然这种渠道扁平的差异化很先进，但由于对消费者购买习惯不适应，在短期内仍然难以为继。但对于IT这个领域，由于长期以来形成的消费环境与别的品类不同，所以即使很好的差异化理论，都不足以支持企业盈利。中关村这些地方是卖电子元器件、IT设备为主的。因为专业人士去买，或者年轻人买，对关系、产品的专业性比较看重，他们懂得去淘，懂得去熟悉的店家、懂得长期合作。”而现代渠道的强项，是把客户当作“傻子”、用导购、用舒适的环境、用产品多样性来取得成功，这种强项在中关村这个IT产品聚集散地失去了它的作用。

宣称去年销售额达到50亿元的鼎好营销总监李忠晋的话，对李磊的分析做了最好的总结：“消费者来中关村购买IT数码商品的固有消费习惯和观念很难被谁迅速打破，因此无论新兴力量怎样努力，中关村作为中国北方地区IT产品重要集散中心的地位，在短期内是不可撼动的、知行合一”的理念。TCL进行了大规模、高强度的企业文化创新,并将企业文化建设工

作纳入干部考核指针之中。

一个好的良性企业文化建设,要树立社会认可职工自愿为之奋斗的企业目标。像贵阳煤气气源厂建立之初,是以为贵州人民争气,实现一次开车成功,结束贵州省会没有煤气的历史为目标,2024年后,该厂又以确保向贵阳供气,展开“二次创业”,实现“减亏、持平、盈利”为目标,紧接着又提出以科学发展观为统领,建立一流煤化工企业,为实现建设生态经济市的大贵阳而奋斗,以此鼓舞着广大员工。该厂的主要举措有:

1、建立参与式管理机制,鼓励员工积极参与到企业的管理中来,完善以职代会为主要形式的民主管理,以厂务公开为平台的民主监督机制,有效地实现了企业改革、改制,在实现大多数人意愿,维护多数人利益的前提下,实现了投资主体多元化,为企业发展装上了助推器。

2、建立民主式管理机制,公司领导让员工知道企业不是哪一个人的,是集体共有的。

3、开通批评渠道,激励员工敢于提意见。

4、培养学习型企业,树立和增强文化意识,面对知识更新加快时代,必须树立全员学习、终身学习的意识,企业才能永立潮头。为此厂里开办电教室,为职工学习政治文化、技术、管理提供条件,不断创造企业发展的主动力。

**第四篇：论企业文化在现代企业中的地位和作用**

论企业文化在现代企业中的地位和作用

作者：张晓梅

文章出处：论文网

发布时间：2024-6-15

论企业文化在现代企业中的地位和作用

摘 要：企业文化是企业发展的原动力,企业文化体现企业的核心竞争力,企业文化具有很强的渗透力,企业文化能提高企业制度的生命力。

关键词：企业文化;企业发展;企业管理

企业文化是指一个企业长期形成的一种稳定的文化传统,它是企业员工共同的价值观、思想信念、行为准则、道德规范的总和。它的实质是企业员工的经营理念、价值观和企业精神。

现代社会已进入“文化制度”的时代。当今世界,文化与经济和政治相互交融,在综合国力竞争中的地位和作用越来越突出。文化的力量,深深熔铸在企业的生命力、创造力和凝聚力之中。现代市场竞争已越来越表现为企业文化的竞争,竞争的结果是拥有先进文化的企业得到生存和发展,拥有落后文化的企业被淘汰出局。用先进文化全面提升企业核心竞争力,引领企业在新型工业化道路上持续健康发展,这是新时期企业文化建设的方向。

一、企业文化对企业发展的重大现实意义

1.企业文化能形成先进企业理念。先进企业文化在提炼核心价值观时,应该以企业发展的现实阶段为背景,以企业发展的目标为根据,努力使企业的价值观切合企业实际,显现企业个性,反映企业特色。在此基础上提炼出来的核心价值观,对一个企业来说是它的灵魂,是一种理念力。这种力量直接决定着企业的经营管理成败,关系到企业发展战略目标的实现,决定着企业的品位、品格和文明程度。

2.企业文化能体现企业核心竞争力。俗话说“一年企业靠产品,十年企业靠人才,百年企业靠文化”。一个企业独特而先进的文化,是其核心竞争力的体现。有人把市场竞争力强的企业概括为七大要素:真实稳健的财务状况,内外一致的企业形象,真实诚信的服务态度,团结协作的团队精神,以客户为中心的经营理念,公平、公正善待员工,激励员工开拓创新,这七大要素无一不与先进的企业文化直接相关。

3.企业文化具有更强的渗透力。先进的企业文化强调把文化渗透到企业各个环节,把先进理念渗透到制度文化、物质文化和行为文化之中,渗透到企业管理体制、激励机制和经营策略之中,渗透到企业经营管理的每一个环节和整个过程之中,企业文化“力”的作用才会真正显现出来。

4.企业文化能提高企业制度的生命力。企业文化建设离不开企业制度建设,企业精神的提炼、培育乃至倡导、发扬,需要企业制度的全面支持。在企业精神与价值观的熏陶下,通过树立典型人物与先进事迹,使企业具有了生命力。所以,在企业文化建设中,要围绕企业目标建立健全乃至创新各项规章制度,形成严密的制度体系,使员工的各种活动、相互关系的协调以及行为效果的评价等都有章可循。

二、企业文化是企业发展的内在驱动力量

优秀的企业文化对企业发挥着重要作用。首先,企业文化具有凝聚作用。企业文化是一种“粘合剂”,可以把广大员工紧紧地粘合、团结在一起,使员工明确目的、步调一致。从根本上来说,企业员工队伍凝聚力的基础是企业的事业目标。企业文化的凝聚力来自于企业根本目标的正确选择,如果企业的事业目标既符合企业的利益,又符合绝大多数员工个人的利益,即是一个集体与个人双赢的目标,那么说明这个企业凝聚力产生的利益基础就具备了;否则,无论采取哪种策略,企业凝聚力的形成都只能是一种幻想。其次,企业文化具有导向作用。导向作用包括价值导向与行为导向。

企业核心价值观与企业精神发挥着无形的导向功能,能够为企业提供具有长远意义的、更大范围的正确方向与重要方法,从而把企业与个人的意志统一起来,使企业更快、更好、更稳定地生存与发展。第三,企业文化具有激励作用。激励是一种精神力量或状态。企业文化所形成的文化氛围和价值导向是一种精神激励,能够调动与激发员工的积极性、主动性和创造性,把人们的潜在智慧诱发出来,使员工的能力得到全面发展,并提高下属机构和员工的自主管理能力、自主经营能力及活力,增强企业的整体执行力。第四,企业文化具有约束作用。企业文化包含规范管理的相关内容,而且管理本身也体现着企业文化。在企业行为中哪些不该做、不能做,正是企业文化、企业精神发挥的“软”约束作用的结果,是一种免疫功能。约束力能够提高员工的自觉性、积极性、主动性和自我约束,使员工明确工作意义和工作方法,从而提高员工的责任感和使命感。

加强企业文化建设提高核心竞争力是企业在市场竞争取胜的关键性要素,而在企业实际运作中,文化纽带、精神纽带、道德纽带、产权纽带、物质纽带、利益纽带则对形成核心竞争力起着重要作用。建设优秀的企业文化提高核心竞争力无疑是企业制胜的法宝。[论文网 www.feisuxs]

三、按照现代企业要求建设企业文化

1.营造“以人为本”的文化氛围。泰勒管理模式的特点是“物本管理”,即把企业看作是一个大机器,企业员工则是这一机器中的零部件,把人当成物来管理。自20 世纪80 年代以来,企业管理理论出现了“人本管理”思想,认为人不单纯是创造财富的工具,人是企业最大的资本、资源和财富。这对于确立以人为本的企业文化管理思想,开发人力资源和人力价值,起到了重要作用。当今,确立员工的主体地位,发挥员工的创造力,成为企业的首要工作。重视员工再教育,加大提升人的能力方面的投入,重视人的资源性管理,解放被管理者,是营造“人本管理”的文化与环境氛围的必然要求。

2.创新知本经营文化。知识经济时代,知识资本成为企业成长的关键性资源,企业文化作为企业的核心竞争力的根基将受到前所未有的重视。事实证明,企业只有形成了优秀的企业文化,才能打造出一支用知识武装起来的战无不胜的员工队伍。企业要生存与发展,提高企业的核心竞争力,就必须强化知识管理,充分发挥企业员工个体与团队的整体效应,通过持续不断地学习来掌握新科技、适应新变化,加强跨文化管理,促进跨国家、跨地区以及跨行业企业文化的融合和重塑,从根本上提高企业的综合素质,是迎接知识经济挑战的积极战略。

3.着力营造百年企业文化。随着经济全球化与知识经济的进一步发展,企业间的竞争将是学习力的竞争,或者说企业间的竞争是人才的竞争,实际上应该是学习能力的竞争。如果说企业文化是核心竞争力,那么,其中的关键是企业的学习能力。建立学习型组织,是当今最前沿的管理理念。世界500 强企业发展的历程表明,思想比资本更重要,领先时代的经营思想是企业繁荣的先决条件,而思想来自于实践,来自于学习。知识经济时代,知识资本将成为企业成长的关键性资源,企业文化作为企业的核心竞争力的根基将受到前所未有的重视。成功的企业将是学习型组织,学习越来越成为企业生命的源泉。学习不仅要掌握知识,而且要善于开发智力、开发智慧。比竞争对手学得快的能力,也许是唯一能保持的企业竞争优势。这正成为人们的共识,作为学习型组织的企业文化塑造将越来越受到人们的关注。企业要生存与发展,提高企业的核心竞争力,就必须强化知识管理,更好地开发、利用和共享知识,从根本上提高企业综合素质。建立学习型组织,充分发挥企业员工个体与团队的整体效应,通过持续不断地学习来掌握新科技、适应新变化,加强跨文化管理,促进跨国家、跨地区以及跨行业企业文化的融合和重塑,是迎接知识经济挑战的积极战略。在知识更新周期越来越短、科学技术发展越来越快的时代,只有通过培育整个企业的学习能力,在学习中不断实现企业的变革,开发新的企业资源和市场,才能应对经济全球化的挑战。

4.要与中华民族优秀的传统文化相承接。任何一个企业的文化底蕴来自本民族的传统文化。以儒家思想为主的中国传统文化着眼于以规范引导人们的日常行为,其精髓是“诚为本,和为贵,信为先”。这种文化的包容性和开放性,使中国的民族文化具有与时俱进和兼容并蓄的特征,这在经济全球化和市场经济条件下同样有着现实指导意义,能够为先进企业文化建设提供肥沃的土壤。因此,培育先进企业文化必须弘扬中华民族的优秀传统文化,并根植其中,吸取其精华。我们应该学习和借鉴一切有益的先进经验,不能生搬硬套,还应该学习和借鉴一切先进的文化,创造出适合我们国情、具有中国特色和力争世界领先的企业文化。

5.要与市场经济和现代企业制度相适应。在市场经济条件下,锤炼企业的根本在市场,打造企业的关键则在体制创新。在发展市场经济、建设现代企业制度的过程中,必然会伴随企业文化的提升和转型,培育先进企业文化必须与市场经济和现代企业制度相适应,用这种文化确立公平竞争原则,把握迅速变化的市场需求,构建企业技术、管理和体制创新的机制。

6.要与经济全球化和社会信息化趋势相融合。经济全球化、社会信息化是一个不可逆转的趋势,是当今时代的主要特征。在这种背景下,不同企业文化的碰撞和交融越来越频繁,成为决定企业发展命运的无形之手。所以,培育先进企业文化必须融入经济一体化潮流,了解国外企业的运作方式,特别是要注重吸收国外优秀企业的先进文化,取长补短,扬优避劣,构建有中国特色的企业文化。

四、要围绕市场竞争抓好企业文化建设的着力点

1.企业文化的核心是企业价值观和企业精神。企业精神是企业价值观、经营哲学、员工思想道德、心理状态等各方面的有机结合。一种价值观被企业的全体员工所接受,并转变为促进企业发展的内在驱动力,就成为企业精神的重要构成。这样的价值观和企业精神,在增强企业内部凝聚力、竞争力和开拓力方面,起着至关重要的作用。

2.塑造创新理念增强应变能力和创新能力。企业文化建设重在创新。由于企业文化的独特性将越来越表现为企业差别化战略和企业的核心竞争力,创新变成了企业的生命源泉。创新是知识和经济发展的第一推动力,是企业文化经营活动中的主导文化。

3.把企业培养成学习型组织。成功的企业将是学习型组织,学习越来越成为企业生命的源泉。学习不仅要掌握知识,而且要善于开发智力、开发智慧。比竞争对手学得快的能力,也许是唯一能保持的企业竞争优势,这正成为人们的共识,作为学习型组织的企业文化塑造将越来越受到人们的关注。现代企业必须是一个不断学习的组织,才能“善于创造、寻求及转换知识,同时能根据新的知识与领悟而调整行为”。而且,传承与创新一个都不能少,创新应该植根于传承,以传承和创新把企业文化带到未来。创新的起点在于学习,环境的适应依赖学习,应变的能力来自学习,这就需要一种重视学习、善于学习的文化氛围,因而企业是一个“终身学习的组织”。

4.实施文化制胜战略。文化制胜,已经成为新世纪企业管理变革的新趋势。必须坚持以人为本的价值观,这是企业文化的灵魂。文化制胜还必须有效地同企业管理创新、体制创新、科技创新结合起来,切实提高员工队伍整体素质,迎接日趋激烈的市场竞争挑战。企业文化建设是创新的重要内容,也是企业持续、健康发展的重要保证。随着知识经济的到来,企业竞争范围不断扩展,必然会推进企业应变能力逐步提高和升级,这对企业制度创新提出了更高要求。同时,经营理念影响企业管理和规章制度,企业文化的构建,不仅与企业制度和管理构成一个互补的整体,而且独创了一种管理意境,以一种柔性管理的文化形态,构筑了个性约束与柔性导向相结合的管理机制,从而使企业在未来激烈的市场竞争中获得主动。

企业文化促进企业精神发扬光大,为引导人们树立正确的世界观、人生观、价值观发挥了重要作用。文化建设实践中不断提高对企业文化建设的认识,要将企业文化建设与思想政治工作有机结合与有效融合,构建一个相互促进机制。推动以社会主义核心价值体系为根本的和谐文化建设与水利施工行业核心价值体系向实践转化,把构建价值理念体系作为文化融合的过程;健全行为规范体系,完善各项制度;丰富载体,推动水利企业文化建设有声有色地开展。[论文网]

**第五篇：论企业文化在现代企业中的地位和作用**

论企业文化在现代企业中的地位和作用

作者：张晓梅

文章出处：论文网发布时间：2024-6-1

5论企业文化在现代企业中的地位和作用

摘 要：企业文化是企业发展的原动力,企业文化体现企业的核心竞争力,企业文化具有很强的渗透力,企业文化能提高企业制度的生命力。

关键词：企业文化;企业发展;企业管理

企业文化是指一个企业长期形成的一种稳定的文化传统,它是企业员工共同的价值观、思想信念、行为准则、道德规范的总和。它的实质是企业员工的经营理念、价值观和企业精神。

现代社会已进入“文化制度”的时代。当今世界,文化与经济和政治相互交融,在综合国力竞争中的地位和作用越来越突出。文化的力量,深深熔铸在企业的生命力、创造力和凝聚力之中。现代市场竞争已越来越表现为企业文化的竞争,竞争的结果是拥有先进文化的企业得到生存和发展,拥有落后文化的企业被淘汰出局。用先进文化全面提升企业核心竞争力,引领企业在新型工业化道路上持续健康发展,这是新时期企业文化建设的方向。

一、企业文化对企业发展的重大现实意义

1.企业文化能形成先进企业理念。先进企业文化在提炼核心价值观时,应该以企业发展的现实阶段为背景,以企业发展的目标为根据,努力使企业的价值观切合企业实际,显现企业个性,反映企业特色。在此基础上提炼出来的核心价值观,对一个企业来说是它的灵魂,是一种理念力。这种力量直接决定着企业的经营管理成败,关系到企业发展战略目标的实现,决定着企业的品位、品格和文明程度。

2.企业文化能体现企业核心竞争力。俗话说“一年企业靠产品,十年企业靠人才,百年企业靠文化”。一个企业独特而先进的文化,是其核心竞争力的体现。有人把市场竞争力强的企业概括为七大要素:真实稳健的财务状况,内外一致的企业形象,真实诚信的服务态度,团结协作的团队精神,以客户为中心的经营理念,公平、公正善待员工,激励员工开拓创新,这七大要素无一不与先进的企业文化直接相关。

3.企业文化具有更强的渗透力。先进的企业文化强调把文化渗透到企业各个环节,把先进理念渗透到制度文化、物质文化和行为文化之中,渗透到企业管理体制、激励机制和经营策略之中,渗透到企业经营管理的每一个环节和整个过程之中,企业文化“力”的作用才会真正显现出来。

4.企业文化能提高企业制度的生命力。企业文化建设离不开企业制度建设,企业精神的提炼、培育乃至倡导、发扬,需要企业制度的全面支持。在企业精神与价值观的熏陶下,通过树立典型人物与先进事迹,使企业具有了生命力。所以,在企业文化建设中,要围绕企业目标建立健全乃至创新各项规章制度,形成严密的制度体系,使员工的各种活动、相互关系的协调以及行为效果的评价等都有章可循。

二、企业文化是企业发展的内在驱动力量

优秀的企业文化对企业发挥着重要作用。首先,企业文化具有凝聚作用。企业文化是一种“粘合剂”,可以把广大员工紧紧地粘合、团结在一起,使员工明确目的、步调一致。从根本上来说,企业员工队伍凝聚力的基础是企业的事业目标。企业文化的凝聚力来自于企业根本目标的正确选择,如果企业的事业目标既符合企业的利益,又符合绝大多数员工个人的利益,即是一个集体与个人双赢的目标,那么说明这个企业凝聚力产生的利益基础就具备了;否则,无论采取哪种策略,企业凝聚力的形成都只能是一种幻想。其次,企业文化具有导向作用。导向作用包括价值导向与行为导向。

企业核心价值观与企业精神发挥着无形的导向功能,能够为企业提供具有长远意义的、更大范围的正确方向与重要方法,从而把企业与个人的意志统一起来,使企业更快、更好、更稳定地生存与发展。第三,企业文化具有激励作用。激励是一种精神力量或状态。企业文化所形成的文化氛围和价值导向是一种精神激励,能够调动与激发员工的积极性、主动性和创造性,把人们的潜在智慧诱发出来,使员工的能力得到全面发展,并提高下属机构和员工的自主管理能力、自主经营能力及活力,增强企业的整体执行力。第四,企业文化具有约束作用。企业文化包含规范管理的相关内容,而且管理本身也体现着企业文化。在企业行为中哪些不该做、不能做,正是企业文化、企业精神发挥的“软”约束作用的结果,是一种免疫功能。约束力能够提高员工的自觉性、积极性、主动性和自我约束,使员工明确工作意义和工作方法,从而提高员工的责任感和使命感。

加强企业文化建设提高核心竞争力是企业在市场竞争取胜的关键性要素,而在企业实际运作中,文化纽带、精神纽带、道德纽带、产权纽带、物质纽带、利益纽带则对形成核心竞争力起着重要作用。建设优秀的企业文化提高核心竞争力无疑是企业制胜的法宝。[论文网 www.feisuxs]

三、按照现代企业要求建设企业文化

1.营造“以人为本”的文化氛围。泰勒管理模式的特点是“物本管理”,即把企业看作是一个大机器,企业员工则是这一机器中的零部件,把人当成物来管理。自20 世纪80 年代以来,企业管理理论出现了“人本管理”思想,认为人不单纯是创造财富的工具,人是企业最大的资本、资源和财富。这对于确立以人为本的企

业文化管理思想,开发人力资源和人力价值,起到了重要作用。当今,确立员工的主体地位,发挥员工的创造力,成为企业的首要工作。重视员工再教育,加大提升人的能力方面的投入,重视人的资源性管理,解放被管理者,是营造“人本管理”的文化与环境氛围的必然要求。

2.创新知本经营文化。知识经济时代,知识资本成为企业成长的关键性资源,企业文化作为企业的核心竞争力的根基将受到前所未有的重视。事实证明,企业只有形成了优秀的企业文化,才能打造出一支用知识武装起来的战无不胜的员工队伍。企业要生存与发展,提高企业的核心竞争力,就必须强化知识管理,充分发挥企业员工个体与团队的整体效应,通过持续不断地学习来掌握新科技、适应新变化,加强跨文化管理,促进跨国家、跨地区以及跨行业企业文化的融合和重塑,从根本上提高企业的综合素质,是迎接知识经济挑战的积极战略。

3.着力营造百年企业文化。随着经济全球化与知识经济的进一步发展,企业间的竞争将是学习力的竞争,或者说企业间的竞争是人才的竞争,实际上应该是学习能力的竞争。如果说企业文化是核心竞争力,那么,其中的关键是企业的学习能力。建立学习型组织,是当今最前沿的管理理念。世界500 强企业发展的历程表明,思想比资本更重要,领先时代的经营思想是企业繁荣的先决条件,而思想来自于实践,来自于学习。知识经济时代,知识资本将成为企业成长的关键性资源,企业文化作为企业的核心竞争力的根基将受到前所未有的重视。成功的企业将是学习型组织,学习越来越成为企业生命的源泉。学习不仅要掌握知识,而且要善于开发智力、开发智慧。比竞争对手学得快的能力,也许是唯一能保持的企业竞争优势。这正成为人们的共识,作为学习型组织的企业文化塑造将越来越受到人们的关注。企业要生存与发展,提高企业的核心竞争力,就必须强化知识管理,更好地开发、利用和共享知识,从根本上提高企业综合素质。建立学习型组织,充分发挥企业员工个体与团队的整体效应,通过持续不断地学习来掌握新科技、适应新变化,加强跨文化管理,促进跨国家、跨地区以及跨行业企业文化的融合和重塑,是迎接知识经济挑战的积极战略。在知识更新周期越来越短、科学技术发展越来越快的时代,只有通过培育整个企业的学习能力,在学习中不断实现企业的变革,开发新的企业资源和市场,才能应对经济全球化的挑战。

4.要与中华民族优秀的传统文化相承接。任何一个企业的文化底蕴来自本民族的传统文化。以儒家思想为主的中国传统文化着眼于以规范引导人们的日常行为,其精髓是“诚为本,和为贵,信为先”。这种文化的包容性和开放性,使中国的民族文化具有与时俱进和兼容并蓄的特征,这在经济全球化和市场经济条件下同样有着现实指导意义,能够为先进企业文化建设提供肥沃的土壤。因此,培育先进企业文化必须弘扬中华民族的优秀传统文化,并根植其中,吸取其精华。我们应该学习和借鉴一切有益的先进经验,不能生搬硬套,还应该学习和借鉴一切先进的文化,创造出适合我们国情、具有中国特色和力争世界领先的企业文化。

5.要与市场经济和现代企业制度相适应。在市场经济条件下,锤炼企业的根本在市场,打造企业的关键则在体制创新。在发展市场经济、建设现代企业制度的过程中,必然会伴随企业文化的提升和转型,培育先进企业文化必须与市场经济和现代企业制度相适应,用这种文化确立公平竞争原则,把握迅速变化的市场需求,构建企业技术、管理和体制创新的机制。

6.要与经济全球化和社会信息化趋势相融合。经济全球化、社会信息化是一个不可逆转的趋势,是当今时代的主要特征。在这种背景下,不同企业文化的碰撞和交融越来越频繁,成为决定企业发展命运的无形之手。所以,培育先进企业文化必须融入经济一体化潮流,了解国外企业的运作方式,特别是要注重吸收国外优秀企业的先进文化,取长补短,扬优避劣,构建有中国特色的企业文化。

四、要围绕市场竞争抓好企业文化建设的着力点

1.企业文化的核心是企业价值观和企业精神。企业精神是企业价值观、经营哲学、员工思想道德、心理状态等各方面的有机结合。一种价值观被企业的全体员工所接受,并转变为促进企业发展的内在驱动力,就成为企业精神的重要构成。这样的价值观和企业精神,在增强企业内部凝聚力、竞争力和开拓力方面,起着至关重要的作用。

2.塑造创新理念增强应变能力和创新能力。企业文化建设重在创新。由于企业文化的独特性将越来越表现为企业差别化战略和企业的核心竞争力,创新变成了企业的生命源泉。创新是知识和经济发展的第一推动力,是企业文化经营活动中的主导文化。

3.把企业培养成学习型组织。成功的企业将是学习型组织,学习越来越成为企业生命的源泉。学习不仅要掌握知识,而且要善于开发智力、开发智慧。比竞争对手学得快的能力,也许是唯一能保持的企业竞争优势,这正成为人们的共识,作为学习型组织的企业文化塑造将越来越受到人们的关注。现代企业必须是一个不断学习的组织,才能“善于创造、寻求及转换知识,同时能根据新的知识与领悟而调整行为”。而且,传承与创新一个都不能少,创新应该植根于传承,以传承和创新把企业文化带到未来。创新的起点在于学习,环境的适应依赖学习,应变的能力来自学习,这就需要一种重视学习、善于学习的文化氛围,因而企业是一个“终身学习的组织”。

4.实施文化制胜战略。文化制胜,已经成为新世纪企业管理变革的新趋势。必须坚持以人为本的价值观,这是企业文化的灵魂。文化制胜还必须有效地同企业管理创新、体制创新、科技创新结合起来,切实提高员工队伍整体素质,迎接日趋激烈的市场竞争挑战。企业文化建设是创新的重要内容,也是企业持续、健康发展的重要保证。随着知识经济的到来,企业竞争范围不断扩展,必然会推进企业应变能力逐步提高和升级,这对企业制度创新提出了更高要求。同时,经营理念影响企业管理和规章制度,企业文化的构建,不仅与企业制度和管理构成一个互补的整体,而且独创了一种管理意境,以一种柔性管理的文化形态,构筑了个性约束与柔性导向相结合的管理机制,从而使企业在未来激烈的市场竞争中获得主动。

企业文化促进企业精神发扬光大,为引导人们树立正确的世界观、人生观、价值观发挥了重要作用。文化建设实践中不断提高对企业文化建设的认识,要将企业文化建设与思想政治工作有机结合与有效融合,构建一个相互促进机制。推动以社会主义核心价值体系为根本的和谐文化建设与水利施工行业核心价值体系向实践转化,把构建价值理念体系作为文化融合的过程;健全行为规范体系,完善各项制度;丰富载体,推动水利企业文化建设有声有色地开展。[论文网]

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！