



加快新时期企业文化建设 促进新常态下企业创新发展

(上接T01版)

企业文化建设要以社会主义核心价值观为引领。企业文化是社会主义文化的重要组成部分。建设先进企业文化必须要以社会主义核心价值观为引领,用正确的价值观指引企业前进方向,凝聚奋斗力量,激发工作热情,促进企业持续健康稳定发展。企业要建立符合“富强、民主、文明、和谐”的共同理想,更好地统一广大员工的思想 and 意志,调动员工积极性,使广大员工焕发出创新激情,保持奋发有为的精神状态;企业要坚持“自由、平等、公正、法治”的时代精神,促进企业良好风气的形成和发展,建立良好的道德行为规范;企业要奉行“爱国、敬业、诚信、友善”的崇高理念,增强广大员工爱企业的热情,形成幸福和谐的氛围,推动企业健康发展。重庆银行以社会主义核心价值观为指导,提炼了“有梦想、有精神、有爱心、有原则、有担当”的“五有”核心价值理念体系。通过宣贯强化、制度固化,持续推进企业文化落地实施。“五有”核心价值理念体系改变了企业精神面貌,增强了企业竞争力,引领了企业创新发展。

企业文化建设要弘扬社会主义核心价值观。社会主义核心价值观是先进企业文化应当遵循的价值准则。企业文化要体现并弘扬社会主义核心价值观。企业要以强烈的责任意识,树立经济效益与社会效益相统一的理念,推动企业改革发展;企业要把握社会主义核心价值观的精神实质,将社会主义核心价值观熔铸、贯穿于企业发展战略、经营理念、日常管理等各个方面;企业要不断提升员工队伍素质和道德水平,始终在落细、落小、落实上下功夫,努力使社会主义核心价值观成为广大员工的自觉行动。鞍钢集团坚持把选树典型作为加强企业文化建设的着力点,坚持典型引领,树立英模群体,打造先进团队,凝聚职工力量,形成了具有鲜明特色的鞍钢英模文化,先后培育出孟泰、王崇伦、郭明义式的倡导主流价值、展现中国精神的时代典型,使鞍钢的优秀文化代代传承,为企业发展集聚了强大正能量。

培育创新文化,实施创新驱动战略

创新是引领企业发展的第一动力,是企业发展的灵魂。今年3月,中共中央、国务院发布了《关于深化体制机制改革加快实施创新驱动发展战略的若干意见》,对创新作了全面部署。企业文化建设要紧扣创新发展,营造创新环境,为企业创新发展提供精神动力

和文化支撑。

企业文化要重视理念创新。企业创新首先要理念创新。在全球经济一体化、信息化、网络化的大趋势下,科学技术日新月异,市场竞争日趋激烈,能否持续有效创新已成为企业成败的关键。企业文化建设要把理念创新作为服务企业创新的重点工作抓紧抓好。企业要保持思想的敏锐性和开放度,打破传统思维定势,认真研究国内外先进企业的创新实践,从中提炼优秀文化理念,结合自身实际,构建具有创新特色的企业文化,以前瞻的创新理念推动企业创新。大唐电信科技产业集团大力发扬“大唐电信精神”,通过系统构建创新文化体系,为企业创新提供思想引领、精神动力和制度保证,有力地推动了创新。其牵头研发的TD技术已成为3G、4G的移动通信国际标准,带动我国移动通信实现了从追赶,到同行,再到引领的重大跨越。

企业文化要营造创新氛围。创新具有不可预见性,有时要承担很大的风险。创新需要更多的包容和理解,需要宽容失败的环境支持。只允许成功不能容忍失败,就不能调动员工的创新工作积极性。企业创新文化建设要立足于构建自由、开放的创新发展平台,营造良好的创新氛围。鼓励创新,就要允许失误,就要摒弃冷嘲热讽、求全责备。多帮助查找原因,在行动上给予合作支持,在精神上给予安慰。要鼓励员工敢想、敢说、敢为,解开思想的束缚,增强创新意识,大胆作为,营造适合创新的工作环境。金蝶集团把互联网的平等、开放基因融入企业文化建设,利用互联网对传统分工、结构产生的重大变革与调整,积极推动企业转型发展,开展多种形式的创新培训、创新讲堂、创新评奖等活动,鼓励员工参与,激发创新思维,营造平等、宽松、开放的创新环境。北京建行适应当前金融行业形势,积极推进服务创新,以建立“刘艳快线”为契机,不断提高银行服务能力,形成了为市场服务、为社会服务的良好氛围。

企业文化要促进企业创新发展。企业文化创新是系统工程,要融入技术创新、管理创新和制度创新,建立有利于创新驱动的体制机制,给创新人才创造脱颖而出、施展才华的空间,健全资本、知识、技术、管理等由要素市场决定的报酬机制。要把企业的文化创新贯彻到企业生产经营管理的各个环节,做到坚守诚信底线、坚持质量标准、坚持品牌战略、坚持生态文明、坚持安全生产,积极履行社会责任,以品质、诚信、责任赢得顾客、赢得市场,从而赢得未来。海尔集团把互联网思维

和创业文化融入管理变革,从“人单合一”的自主经营体实践,到搭建创客平台实施开放创新,进行“企业平台化、员工创客化、用户个性化”的战略转型,推动了大众创业、万众创新。中国中车通过对高铁技术的引进、消化、吸收和再创新,建立起一套具有自主知识产权的世界一流的技术体系,实现了高铁由“追赶者”到“引领者”的历史跨越,塑造了中国高铁技术先进、安全可靠、成本优势的品牌形象。中国高铁已成为中国高端装备的“新名片”。

坚持人本文化,构建和谐劳动关系

劳动关系是生产关系的重要组成部分,是最基本、最重要的社会关系之一。劳动关系是否和谐,事关广大职工和企业的切身利益,对经济发展和社会和谐稳定有着重要的影响。今年3月,中共中央、国务院发布了《关于构建和谐劳动关系的意见》,进一步明确了企业联合会在构建和谐劳动关系方面的重要职责。作为企业组织代表,中国企联将与广大企业和企业家一起,共同推动和谐劳动关系建设,促进企业健康持续发展。企业文化建设既是构建和谐劳动关系的重要内容,又是构建和谐劳动关系的坚实基础和重要措施。要通过大力培育富有特色的企业精神和健康向上的企业文化,营造和谐劳动关系的良好环境,为职工构建共同的精神家园。

企业文化建设要坚持以人为本。构建和谐的劳动关系,关键是要坚持以人为本,把解决广大职工最关心、最直接、最现实的利益问题,作为构建和谐劳动关系的根本出发点和落脚点。企业文化建设中,要突出人本理念,要坚持教育人、引导人、鼓舞人,要做到尊重人、理解人、关心人、帮助人。要切实尊重员工的人格和劳动,充分考虑其切身利益,满足其正当合理的需要;要关注员工的健康安全,加强教育培训和引导,为员工创造安全、健康的劳动条件和工作环境;要加大对员工的人文关怀,及时掌握员工思想动态,有针对性地做好思想引导和心理疏导工作;要重视员工素质的提升和全面发展,为员工提供各种学习机会、发展舞台和升职空间,拓展员工的职业生涯。隆鑫集团把关爱员工、以人为本作为企业文化的起点和终点,从经济收入、社会保障、工作条件、爱心公益、教育培训和职业通道等多方面关心员工、帮助员工,践行员工是企业最宝贵财富的理念,形成了企业与员工共同成长和谐劳动关系。

企业文化建设要增强企业凝聚力。企业劳动关系和谐的重要体现之一就是企业凝聚力的增强。在企业文化建设中,要通过构建广大员工共同认同、遵循的价值观,使企业和员工成为制度共守、利益共享、风险共担的“大家庭”,形成休戚与共、相互包容的命运共同体。企业要牢固树立劳动关系和谐、员工企业共赢的思想,切实关心员工,爱护员工,为员工成长着想,不断拉近企业与员工的距离,通过企业的发展来满足员工的需求。要利用形式多样的企业文化载体,营造和谐氛围和人文环境,让员工感受到企业的幸福感和自豪感。通过文化建设,形成员工与企业相互理解支持的环境,激励员工为企业发展拼搏奋斗。天津港多年来以“发展港口、成就个人”的核心价值观为指引,在经营管理中尊重员工主体地位,发挥员工首创精神,保障员工各项权益,营造了家的氛围,增强了员工的归属感,提高了企业的凝聚力和向心力。

企业文化建设要推进制度建设。构建和谐劳动关系,必须依法合规。制度建设是企业文化落地的重要措施。要全面贯彻依法治国方针,大力宣传各项法律法规,切实把法律法规落到实处。要大力推行企业民主管理,完善民主管理制度,在尊重和保障职工合法权益的同时,让员工了解企业、关心企业、体谅企业,共同为企业出谋划策。要加强制度文化建设,形成依法治企的氛围,通过完善各项规章制度,明确双方责任和权益,用制度保障双方的权利和义务,用制度规范双方的行为,最大限度减少矛盾冲突的发生。超威集团努力践行“资源共享、互惠互利、共同发展、长期共存”为核心的“和合文化”,不断建立健全制度体系,依法维护企业和员工权益,依规开展民主管理,以制度建设促进和谐劳动关系构建,有力地促进了企业发展。

全国企业文化年会自2002年创办以来,已经成为企业文化交流与对话的重要平台,为推进企业文化建设发挥了积极作用。希望广大企业和企业家继续发扬创新精神,奋发拼搏,勇于开拓,加强新时期企业文化建设,努力推动新常态下企业创新发展,为“四个全面”宏伟战略目标的实现贡献力量,为早日实现“两个一百年”奋斗目标和中华民族伟大复兴的中国梦做出更大贡献。

(本文是作者于2015年7月25日在全国企业文化年会上的讲话,本报有删节)



企业文化“新态”和“常态”的转换机制

张国有

企业文化新常态下要特别关注“新”和“常”的关系及其转换机制。企业文化的新常态有两个概念,第一,新态,即新的态势。第二,常态,即常的态势。一般来讲凡是新的,就不是常态。反过来讲,凡是常态的,就不是新的。问题在于,如何把握和理解“新”和“常”之间的关系和相互之间的转换。

从新态变成常态有三个机制性的问题。第一个机制性的问题是,需要什么样的“新”?为什么要追求与以往不一样的“新”?关键是在理念和规则上从旧过渡到新,先要想明白、想透彻,建立起新的基本意图,总体架构和主要的规则。究竟要什么呢?要想明白。

有的人会说,那么多的问题哪能一开始都想明白呢?如果你想制定规则,就要想明白,如果不是制定规则,只是理念,只是战略上的问题,可以宏观地想,可以粗略地想。一旦要变为行动和规则的时候,一定要想明白,否则投入运行就是灾难。

如何从新的规则过渡到常态行为?又如何把常态的行为变成习惯呢?这里的观点是,在行为上从旧过渡到新,把新的不稳定的行为变成稳定的、经常出现的常态习惯。这就是第二个机制性的问题,能不能变?而有的企业只是停留在理念和规则上。

第三个机制性的问题,是常态习惯所产生的力量趋向,是不是我们所需要的?如果做了几年之后,发现效果并不是你需要的,那问题就大了。所有确定起来的理念和规则,当它实施之后,所得到的结果,特别是这样的习惯,你要弄清楚将来所引领的方向是不是你所需要的!

如果是我们所需要的,我们就考虑如何坚持和完善,使其成为可传承下去的传统。不一定每一个习惯都是能够作为传统传宗接代的,很多习惯有些是传不下去的,关键是把常态习惯变成有益的驱动力量,把有益的习惯保持下去,使其能够成为可传承下去的传统,长久成为企业的驱动力量。企业文化就是在寻找一种力量,可以有使命,可以有愿景,可以有理念,可以有规则,可以有机制等,最终还是寻求一种力量。

下一步要搞清楚的情况就是新与常的反向机制。第一种情况是,对需要什么样的“新”没有想明白,没有想透彻,没有建立起基本意图、总体规则和主要规则的时候,这种“新”就是莫名其妙的“新”、糊里糊涂的“新”,这种“新”作为指导思想,会将企业正常运行拖入到糊里糊涂之中,不可能有明确的企业文化建设方向。

第二种情况,即使方向明确了,但不知道如何从新的规则过渡到常态行为,总在那里开会、动员、说、喊。规则不能主动贯彻,断断续续,就成不了常态性。这时候就要想一想,是新的理念和规则出了问题,还是说规则到行为的转换方式出了问题呢?如果规则是正确的,就要采取一切方式进行训练,一直训练到可以有本能反应的时候为止。这时候就能实现习惯性的行为。

第三种情况是,即使规则成了习惯,但这个习惯所产生的力量趋向并不是我们所需要的,怎么办呢?再寻找什么样新的东西替代它呢?这又要从第一种机制开始,或者回到没有“新”之前的原本状态。如果回到原点,等于说折腾了一圈。我们有可能在企业文化上瞎折腾,今天这样,明天那样,心中没谱。我们要极力避免这种瞎折腾。

(作者系北京大学原副校长)