

民营企业要靠企业文化传播宗接代 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/350/2021_2022__E6_B0_91_E8_90_A5_E4_BC_81_E4_c78_350161.htm

在改革开放不断深入，市场竞争日趋激烈和日益国际化的形势下，作为加强企业职工凝聚力和共同价值观的企业文化，正越来越受到我们全社会尤其是广大企业界的关注和重视。企业文化是在实现管理现代化进程中逐步被提上议事日程的。自1982年《企业文化》（Corporate Culture）一书面世并成为畅销书后，上世纪80年代，企业文化就成为国际上管理学界与企业界的热门话题。“企业文化”一词虽然是从外文翻译过来的，在改革开放后才渐为国人所知和重视，但要是对其实质和作用进行深入了解，对我们也就并不新鲜、并不陌生。企业文化是要在企业职工群众中营造一种氛围、一种风气，使大家形成共同的价值取向、道德风范、共同的信念和抱负，共同的语言，从而更好地团结群众，转化为对企业的向心力和凝聚力，以推动企业持续发展。这正是大家所熟知的：一个好的企业有其长期形成的好的厂风、店风；一个好的学校也有其好的校风。其实任何群体，如能形成一种好的风气，就能充分调动大家的积极性，大家同心协力，和谐相处，这样任何困难就易于克服，任何问题就易于解决。从这里可以看到企业文化、或叫厂风、店风等在实际生活中的重要作用。我国民营企业经过二十多年的发展，在整个国民经济中发挥着越来越重要的作用，这自不待言。对民营企业自身来说，其创业者经过这些年的艰苦努力，能生存下来存活到今天的，都面临着交接班的问题，这也是很多民营企业十分关心的共性问题

。老一代创业者发展到今天，这一摊事业究竟交给谁来继承，谁来接替？有不少知名的民营企业创业者，都已“退居二线”，由其儿子担任总经理，而自己则任董事局主席，使下一代在上代的扶持关爱下走向自主经营。自改革开放从无到有、从小到大发展起来的民营企业，在进入新世纪后，都或迟或早要面临如何“传宗接代”的共同问题。很多创业者都希望自己所创建的事业能代代相传，久盛不衰，因此在思路沿袭着我国传统文化的子承父业，传子传孙的亲情上。然而中国有句俗语叫“富不过三代”。目前我国对民营企业的统计显示，当前民营企业的平均寿命只有2.9年，可见父子相传，并不能保证你的事业一定能后继有人，因为关键在于，要经营好一个企业的“企业家素质”是无法完全靠“传宗接代”能够实现得了的。然而，中国也不乏百年老厂、百年老店，而一些知名的“老字号”则更是遍布各地，数不胜数。这么大的反差，说明什么问题呢？现在人们越来越意识到，要使企业经营历久不衰，决不能停留在就事论事地就经营论经营上，经济必须扎根在文化的沃土中才能持久。因此，对“传宗接代”要有一个正确认识，就不能局限于亲情相传，更重要、也是能更持久的“传宗接代”应该是文化，是形成一套能代代相传的良好风气，这就是企业文化。我们的百年老厂、百年老店，事实上都已形成一套百年相传的厂风、店风。有了这种已较为定型的厂风、店风，那么即使领导人离去，或者企业遇到什么外来变化，只要企业文化常在常青，企业就不会丢失它的核心竞争力。当很多民营企业老总为传宗接代问题发愁的时候，把企业文化这一概念送上门去，应该说适逢其时。加大企业文化的宣传力度，也正面临着新的

机遇。 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细
请访问 www.100test.com