

企业文化，高效而稳定的软实力人力资源管理考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/517/2021_2022__E4_BC_81_E4_B8_9A_E6_96_87_E5_c37_517589.htm 美国学者威廉詹姆斯曾经说过：“人的思想是万物之因。你播种一种观念，就收获一种行为；你播种一种行为，就收获一种习惯；你播种一种习惯，就收获一种性格；你播种一种性格，就收获一种命运。”企业文化是软实力 毛泽东领导的工农红军，很多人都是大字不识，但却服从命令听指挥，战斗力超强，深得民心，甚至完成了伟大的长征，有两个重要的原因：一个是，描绘一个伟大的愿景，形成共同的核心价值观，即：解放全中国，推倒三座大山，让人民当家作主；另一个是，善于利用软性的东西，来提升团队的道德标准，规范其行为准则，比如《三大纪律八项注意》用歌曲的方式，把“不拿群众一针一线”、“一切行动听指挥”这些“最高准则”明白无误地让每个人都接受；再比如，通过塑造典型，让人们有了楷模和标杆，如张思德、白求恩，以及后来的雷锋、王进喜。这些取向，如果对应到企业，就是“企业文化”。杰克·韦尔奇有过论断：健康向上的企业文化是一个企业战无不胜的动力之源！企业文化虽然不能直接产生经济效益，却能渗入到员工的骨子中、血液里，以柔克刚，最大程度地激发人的创造力、凝聚力和执行力，确保企业产品与品牌、决策与执行、组织与管理良好运作，进而提高企业竞争能力和发展动力，促动企业健康、持续发展。海尔的激活休克鱼，华为的狼文化等，对提升企业竞争力起到了决定性的作用。我们认为，制药业企业核心力营销能否决胜，首先是强势企业家驱动

，其次，是企业家要给所带领的企业注入文化基因。海尔、蒙牛、这些企业是学习的典范。企业文化三个源泉 企业文化到底是什么？ 管理学家有许多的定义。比如，企业文化是一个组织由其价值观、信念、仪式、符号、处事方式等组成的其特有的文化形象。 管理学家约翰。科特则说：企业文化是一个企业中的人们在潜移默化中逐渐形成的、共有的、含蓄的标准。这些标准构成企业的规则。 我们认为，企业文化就是企业的性格，具有四大功能：增强团队凝聚力；规范价值导向与行为导向；激励团队创造力和战斗力；提高员工的自觉性、积极性和自我约束力。 就像我们个人，脾气秉性看不见摸不着，但却决定着我们的切行为。那么，企业文化从何而来，这种性格由谁来塑造？ 第一个，是企业创始人。正所谓，“楚王好细腰，全国犹饿死”。企业是创始人的孩子，企业文化必然有他的性格基因。他的阅历、信仰、秉性、价值观，决定了企业文化的雏形和走向。比如喜欢喝酒拉关系的和喜欢创新求变的企业家，企业文化会是天壤之别。从这个意义说，在中国企业普遍历史不长的前提下，说企业文化就是企业家文化，是很准确的。 第二个来源，是企业所推崇和执行的管理模式。将企业家文化丰富、提炼和改善，通过制度建设和流程规范，渗透到团队中，形成团队文化。 第三个来源，是产业经济文化的发展趋势。比如，当前制药业是以“创新”为趋势的，那么，企业就应当对原有的文化进行修正，进行文化创新怎样建设企业文化？ 制药企业怎样建设企业文化？ 首先，最高领导人驱动。给企业文化以魂魄。从企业家自我抓起，企业家要经常思考、学习、自我修炼，提升自己的境界。忠实严守企业价值观，并敢于扬弃旧文化

，发展新文化。蒙牛提倡“百年蒙牛，强乳兴农”的使命和“创第一品牌，建中国乳都”的愿景，以及“大胜靠德”、“大智靠学”、“大牌靠创”的文化主线，为蒙牛的可持续发展奠定了基础。企业家要为企业文化构建骨架，确立一系列的核心文化理念，包括愿景、使命、企业精神和核心价值观等；同时，应尽量涵盖企业内各个系统的管理和经营理念，以向员工明示企业秉持什么、提倡什么、反对什么、要走向何方。想一想：企业生存和发展的目的是什么？个人最终奋斗目标是什么？怎样把优秀的人才集中到企业，并激发其积极性？通过什么途径能在行业的新形势下做强做大？我们认为，制药企业的企业文化有几大关键词：创新、诚信、良心、务实。第二，评估企业所处阶段，建设适应发展的企业文化，给企业文化以血肉。初级阶段，先求生存、突围求变，文化应当求新、冒险、高效；中级阶段，是提升竞争优势，需要规范、合作、团队意识的企业文化；高级阶段，文化则需要诚信、进取、自我突破。在清楚了自身企业的所处阶段和目标后，需要建立一个跨部门的文化建设团队，建设规章制度、组织机构、行为模式、视觉识别等，以完成公司文化理念的传达和活动的组织等工作。使价值理念渗透到生产、经营、管理、服务各个环节中去。海尔的“敬业报国、追求卓越”和“真诚到永远”的核心价值观不变，在不同生存阶段，海尔倡导了一系列体现时代规律的价值理念，如：“赛马不相马”、“先难后易”、“国门之内无品牌”、“只有创业、没有守业”、“要么不干，要干就要争第一”、“OEC管理”等等，都是不同阶段按照不同的目标需求，提出并建立的。第三，要强化固化企业文化，从制度到文化，

从文化到制度，良性循环。第四，要在内外两个方向鼓动宣传企业文化。在内部，企业文化决不是写在员工行为守则里就ok，也绝非文绉绉的语言，还要用活泼的形式，多样的媒介，让员工去看去听去感受，比如做到网站上，挂在墙上，印在名片上，编到歌曲中，通过鲜活的案例范本将“理念故事化”，宣传栏、辩论会、演讲比赛、内部期刊等媒介，唤醒激情和使命感，鼓舞斗志，比如，我们常常说到的海尔“砸冰箱”事件；在外部，企业家要成为代言人，在合适的机会去演说，通过公关宣传，进行宣传渗透，让商业客户、终端消费者、政府、媒介都感受到。"#F8F8F8" 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