

加强企业文化建设，提升国有企业竞争力

● 高健华



[摘要] 本文旨在探讨加强企业文化建设以提升国有企业竞争力的重要性和方法。在当前经济环境下,国有企业面临着激烈的市场竞争。因此,建立一种有利于企业发展的良好企业文化具有重要意义。本研究通过文献综述和实证分析,分析了企业文化对国有企业竞争力的影响,并提出了加强企业文化建设的具体措施。例如,国有企业可以通过制定明确的价值观和行为准则,加强内部沟通和团队合作,建立公正、透明的激励制度,以及注重员工培训来加强企业文化建设。这些措施有助于企业营造一种积极向上的企业文化氛围,促进员工的个人成长和企业发展,从而提升国有企业的竞争力。

[关键词] 国有企业;竞争力;企业文化建设

Q 国有企业现状

国有企业是指由国家或相关管理部门控股或全资拥有的企业,在我国经济发展中起着重要的作用。国有企业的管理制度亟待改革。传统的行政管理模式限制了国有企业的灵活性和市场反应能力。此外,国有企业在市场竞争中面临着来自私营企业和外资企业的压力。私营企业的灵活性和创新能力使其在市场上更具竞争优势,而外资企业的进入也使国有企业面临着更大的竞争压力。然而,国有企业也具备一些优势和潜力。国有企业在一些战略性新兴产业和基础设施建设中发挥着重要的作用,为我国经济发展提供了稳定的支持。此外,国有企业在国际市场上具有一定的影响力和竞争力。

为了解决国有企业面临的问题,国有企业需要进行深化改革,优化企业管理和市场化改革。国有企业要加强其创新能力和竞争力,改善企业的经营效益和管理水平。总的来说,国有企业在面临挑战的同时也具有发展的潜力。通过改革和创新,国有企业可以适应市场需求,提升自身竞争力,为我国经济的可持续发展做出更大的贡献。

Q 企业文化的定义与作用

企业文化是指在一个组织内部形成的行为规范和工作氛围的集合,它涵盖了组织成员之间的相互关系、对工作的态度以及共同追求的目标,是企业内部形成的一种共同的行为准则和思维模式,是企业员工共同遵循的行为规范和企业核心价值的体现。这一概念强调在企业内部形成共同认知和共享企业理念的重要性,是一种潜在的力量。企业文化能

够引导组织成员的行为,形成一种信任、友爱的和谐气氛。企业文化不仅是组织内部的一种文化氛围,更是企业的灵魂和竞争力的源泉。

企业文化的作用不可忽视。企业文化可以在员工间形成强大的向心力和凝聚力。通过共同的企业理念和行为准则,企业能够将员工团结在一起,形成强大的团队合作力量,提高工作效率和质量。企业文化可以塑造企业的形象和品牌价值。一个有着积极、高效、创新企业文化的企业,能够吸引更多的人才加入,并赢得客户的信任。企业文化也是企业品牌的重要组成部分,其能够为企业赢得市场竞争的优势。企业文化还能够提高员工的归属感和满意度。一个积极向上、关注员工发展的企业文化,能够使员工感受到自身的价值和被尊重,从而增强员工的工作动力。企业文化还能够引导企业的发展方向和战略决策。企业文化中的企业理念和准则,能够为企业的战略目标和发展规划提供指导和支持,使企业能够保持稳定和持续地发展。企业文化是企业的核心竞争力之一,对企业的发展具有重要的作用。企业应该重视企业文化的建设和管理,通过塑造积极向上的企业文化,使员工实现其自我价值,并促进企业的可持续发展。

企业文化在组织中发挥着至关重要的作用。首先,它使员工能够更好地理解企业的核心价值和目标;其次,良好的企业文化有助于建立积极的工作氛围,激发员工的创造力和工作热情,从而提高员工的工作效率,对企业的可持续发展和竞争力的提升起着不可忽视的作用。

Q 加强企业文化建设的策略

(一)制定明确的企业核心理念

制定明确的核心企业理念是加强企业文化建设的战略性一环。一方面，核心企业理念的制定应当充分考虑到企业的公共责任。制定核心企业理念需要全员参与，确保这一企业理念不仅是决策，更是组织内部共同的目标。通过广泛的员工参与，充分挖掘组织内部的智慧和创造力，形成更为广泛共识的核心企业理念，使其在组织中得到更好地传承和实践；另一方面，核心企业理念的制定需要与企业的业务战略相契合，确保它既是理想主义的表达，又是实际业务运作的指导。在制定核心企业理念的过程中，需要综合考虑企业的使命、愿景以及当前市场竞争状况，使其具备可操作性，能够引导员工在日常工作中作出正确的决策。通过制定明确的核心企业理念，国有企业能够在文化建设中明确发展方向，激发员工的责任感和使命感，从而为企业的可持续发展奠定坚实的基础。

（二）健全激励与奖励制度

要加强企业文化建设，健全激励与奖励制度是至关重要的一项策略。企业要建立以文化表现为基础的绩效评估体系，明确员工在实践企业文化和企业理念方面的贡献，将文化建设的成果与个体绩效相结合，为员工提供明确的激励方向，使他们更积极地参与企业文化建设。设计奖励制度，激发员工在企业文化中的积极表现。奖励不仅包括物质性的奖金或福利，还可以是公开表彰、晋升机会等形式，强化员工对企业文化的理解，形成一种文化建设的正向循环。企业要确保员工对奖励标准的了解和信任，使奖励标准与企业文化和企业理念相一致，为企业营造一种有利于文化建设的工作氛围，深入发展企业文化，从而提升员工工作的积极性。

（三）倡导者示范

倡导者示范对加强企业文化建设至关重要。倡导者在言行举止上应成为企业文化的模范，其决策和管理风格应与企业文化的企业理念一致，为员工树立良好榜样，激励员工效仿。倡导者要通过持续的沟通和参与，与员工建立紧密联系，如定期召开团队会议、开放式对话或员工交流活动，让员工有机会亲身感受倡导者对企业文化的支持和倡导。这有助于企业在组织内形成一致的文化氛围，建立一支积极向上、具有凝聚力的团队，为企业的长期发展提供坚实的文化基础。

（四）提升员工参与度

提升员工参与度是企业文化建设的重要策略之一。一方面，企业要建立透明开放的沟通渠道，通过定期组织企业内部沟通会议、开设员工反馈渠道以及利用数字化平台等手段，增强员工对企业目标的理解，提高他们对企业使命的理解，使他们能够更积极地参与文化建设；另一方面，制定员工培训与发展计划，提升员工的专业素养和职业技能。企

业通过为员工提供持续学习和发展的机会，不仅可以提高员工对工作的热情，还能够培养出更有责任心和创新力的团队。同时，企业通过制订员工参与决策的制度，例如，成立员工代表委员会或组织定期座谈会，可以使员工更加直接地参与到企业的决策和规划中，激发员工的激情与创造力，使他们更有动力为企业的长远发展出谋划策，形成更加团结的企业文化，为企业竞争力的提升奠定坚实基础。

Q 实施计划

（一）阶段性目标设定

首先，短期目标应集中于形成共识和开启文化建设的初步阶段。在此阶段，企业可以制定明确的内部沟通计划，确保全员有共同的文化愿景。同样，培训计划的开展也是短期目标的一部分，确保员工对企业新的文化理念的理解和接受。

其次，中期目标的关注点应放在员工参与度提升上。企业通过逐步优化相关决策，提高决策效率，使文化建设与组织形态更加契合。例如，建立员工反馈制度，鼓励员工提出建议和参与决策，营造组织内部的协同合作和共同奋斗的氛围。

最后，长期目标的设定需侧重于文化建设的深入扎根和对企业整体竞争力的提升。在这一阶段，企业可以通过引入绩效评估体系，持续改进培训制度，以及加强企业品牌建设等手段，确保企业文化得以长期持续地推进。此外，长期目标也包括建立起一种企业文化的传承制度，使其能够在员工流动和组织改革中保持连贯性，确保国有企业能够有序推进文化建设计划，在不同阶段都能取得实质性的成果，为企业的可持续发展提供持续动力。

（二）实施步骤与时间表

在实施国有企业文化建设的计划时，一方面，企业需要明确实施步骤，以确保计划的有序推进。第一步，制定详细的沟通计划，包括内部沟通和员工培训，在组织内部建立企业文化理念的共识；第二步，通过设立员工反馈制度和为员工提供参与决策的机会，提升员工对企业文化建设的参与度；第三步，建立绩效评估体系，确保文化建设的成果能够与企业整体绩效挂钩，形成有效的激励制度。另一方面，制定详细的时间表是确保实施计划按时落地的重要一环。短期目标的达成通常需要在数月内完成，包括沟通计划和短期培训。中期目标的实现可能需要一年左右的时间，确保员工参与度提升的逐步推进。长期目标则需要更长的时间，通常为数年，以确保文化建设能够深入扎根，对企业的整体竞争力产生实质性的影响。

通过详细的实施步骤和时间表，国有企业可以更加有效地推进文化建设计划，确保每一阶段的任务都能够按时完成。

成，为企业的可持续发展奠定坚实基础。

Q 评估与调整

（一）绩效指标的设定与评估

制订企业文化建设策略后，建立有效的绩效指标是确保文化建设可持续成功的重要一环。第一，可以制订员工参与度的指标，通过定期调查评估员工对文化建设的认知和参与度，提高员工对企业文化建设的参与度。第二，建立与企业文化理念相契合的业务绩效指标，包括与文化建设目标相关的财务和非财务指标，如创新能力、客户满意度、员工工作满意度等。通过监测这些指标的变化，企业可以直观地评估文化建设对企业整体绩效的影响，为未来战略调整提供数据支持。第三，管理层的文化引领能力。通过360度评估或定期的管理力培训，确保文化建设能够根深蒂固地融入企业组织中。

（二）根据评估结果进行调整与优化

评估与调整是国有企业文化建设策略实施后的必要步骤，可以确保文化建设能够适应不断变化的内外环境。企业通过定期的绩效评估和员工反馈制度，收集全面而真实的数据，对评估结果进行深入分析，发现潜在的问题。例如，员工对文化建设的反馈、组织绩效指标的变化等方面，为企业后续的政策调整提供有力支持。建立持续的反馈循环制度，定期检查调整后的效果，并进行必要的优化，这可以通过定期的评估会议、员工调查和案例研究等手段实现。通过结合评估结果进行调整与优化，能够使企业对市场变化和内部需求进行灵活应对，确保文化建设策略的有效性和企业的可持续发展。

Q 提升竞争力预期

加强企业文化建设对于提升国有企业竞争力至关重要，可帮助国有企业加强企业文化建设，提升竞争力。（1）建立明确的核心理念。国有企业应该明确其核心理念，以此为指导，引导员工的行为和决策。核心理念应该与企业的使命和战略目标相一致，能够激励员工的积极性和创造力。（2）建立良好的沟通机制。国有企业需要建立良好的内部沟通制度，让员工能够充分了解企业的发展方向、策略和目标。企业通过定期召开员工大会、开展内部交流活动，促进员工与管理层之间的沟通与合作，增强员工的归属感和参

与感。（3）强调员工培训和发展。国有企业应该重视员工的培训和发展，为员工提供良好的学习机会和职业发展通道。通过培训能够提升员工的专业技能和素质水平，增强员工的创新能力和适应能力，从而提升企业整体竞争力。

（4）营造积极向上的工作氛围。国有企业应该营造积极向上的工作氛围，鼓励员工的创新和团队合作精神。（5）通过奖励制度和激励措施，激发员工的工作动力和积极性，增强团队的凝聚力和合作能力。（6）强化企业文化的落地执行。企业文化不仅是口号和宣传词，更需要在实践中得到贯彻和执行。国有企业应该将企业文化融入日常的工作和决策中，通过制度建设和组织架构调整，确保企业文化的真正落地和生效。（7）增加与社会的互动，增强社会责任感。国有企业应该积极参与社会公益事业，承担起社会责任。通过参与公益活动、环保行动等方式，提升企业的社会形象和声誉，增强消费者和合作伙伴对企业的信任和理解。

Q 结束语

综上所述，加强国有企业文化建设是提升其竞争力的关键举措。国有企业要提高决策效率，激发员工的创新性和主动性，提升员工对企业文化建设的参与度，培养更具责任心和团队协作意识的团队，为企业文化的深入发展奠定基础。国有企业在制订相关计划后，通过制定明确的绩效指标，并结合评估结果调整与优化策略，能够使其实现文化建设与提升竞争力的良性循环。这有助于企业在激烈的市场竞争中取得卓越的业绩，促进企业的可持续发展。

参考文献

- [1]尚慧鹏.企业文化建设与种业高质量发展协同效应研究[J].分子植物育种,2024,22(02):670-675.
- [2]刘维宜.国企党建工作与企业文化融合发展的路径研究[J].企业文明,2023(11):85-86.
- [3]张玉婵.企业文化对提升企业核心竞争力的作用研究[J].现代商业,2023(21):153-156.
- [4]郭鑫.国有企业组织建设中的文化管理[J].活力,2023,41(20):75-77.

作者简介：

高健华(1987—)，男，汉族，山东临沂人，本科，中铁株洲桥梁有限公司，研究方向：国有企业文化建设。