

企业文化建设与企业精神培育

滕留芝

[山东成山橡胶(集团)股份有限公司, 荣成 264300]

企业文化是指企业在生产经营活动中创造形成的、具有本企业特色的物质形态和观念体系的总和。它体现一个企业在一定发展阶段上生产技术与管理的现代化程度。

加强企业文化建设,是坚持和推动企业两个文明建设协调发展的有效途径,有利于增强企业凝聚力及企业内部的控制与调节;有利于提高职工素质,调动劳动者积极性,对强化企业管理将产生极大的推动作用。

企业文化建设的出现,为我们指明了科学管理的方向,下面简要阐述建设企业文化的必要性及其建设方法。

1 建设企业文化的必要性

众所周知,二次大战后的日本几乎是站在一片废墟上,然而仅仅 30 年的时间却一跃成为世界经济强国,生产率迅猛增长,各类物美价廉的商品涌向国际市场。日本是靠什么起飞的呢?美国专家特意到日本优秀企业考察后发现,其厂房、设备、工艺、企业组织形式等许多方面与美国基本相同,所不同的是,日本企业里有一种共同的思想、信念、价值观,有一种和谐、融洽的气氛,有一种根植于企业员工之中的群体精神,这种精神对内形成凝聚力,对外具有吸引力。专家们把日本企业这种独特的现象称为“企业文化”。从此,研究和培育企业文化教育的热潮从美国迅速波及到其它国家。研究人员发现,一个企业要发展、要在竞争中取胜,不仅要靠产品的优势,还要靠精神优势,即人们对企业的热爱、自豪和压倒一切的进取心,这就是企业文化。一个企业要搞活,单靠物质刺激和行政手段不能充分调动员工的积极性,还要靠理想、信念、凝聚力等“心理能源”。因此,必须建设企业文化。

通过改革开放,人们更深刻地认识到我国在企业管理等方面与发达国家相比还有较大差

距。企业管理水平低,管理方式落后,观念陈旧,企业缺乏应有的活力和凝聚力。因此,企业领导要转变落后的管理方式,建设和发展企业文化,促进企业更大的发展。

2 建设企业文化的根本方法

以山东成山橡胶集团公司为例,归纳几点建设企业文化的方法。

(1) 坚持以人为本

企业文化建设归根到底是人的建设。传统管理思想对人的认识主要经历了 3 个阶段,即自然人——经济人——社会人。而企业文化则跳出了传统观念,把人推向一个更高的阶段,即“文化人”。具体地说,企业文化建设把物质和精神结合起来,更注重职工的整体精神,注重人的文化背景,尊重人的价值和人格。企业的一切管理方法都着眼于调动人的积极性和创造力。正如日本石川博士所说,“企业不是存在于星球之中,而是存在于人类社会”。因此,在进行经营管理时,就必须以人为中心,要想尽一切办法使人能够轻松、自如、愉快地工作,这样才能充分发挥员工的积极性。

(2) 发挥思想政治工作的优势

思想政治工作主要是通过宣传、教育、谈心、疏导等方式进行,直接作用于人的主观,以提高人的思想认识并激发人的热情,转化人的行为方式,改变人的精神面貌,从而增强企业的向心力和凝聚力,为企业发展创造良好的环境和动力。

坚持企业文化建设,强化思想政治工作并使思想政治工作与企业管理工作相结合,把企业管理的软件部分、非理性部分纳入到企业文化建设中来,与思想政治工作相统一,促使企业管理工作及思想政治工作出现新气象。

值得指出的是,思想政治工作重在教育和灌输,体现领导和引导,而企业文化重在冶炼和

熏陶,体现参与和主动。

(3) 培育企业精神

企业精神是企业文化建设的集中体现,是企业生存发展的必然产物,也是企业的旗帜。发展企业精神并使之在职工中发扬光大,是企业文化建设的重要内容。

成山橡胶集团公司自1976年建厂以来,以“言与行的统一,敢为人先、追求一流”的工作作风,促使企业超常规、跳跃式地向前发展。在短短20年间,公司产值、利税分别以年均37.8%和38.1%的速度递增,一跃成为年产全钢载重子午线轮胎、半钢子午线轮胎、斜交轮胎、工程机械轮胎630万套,年产值22亿元的国有大型轮胎企业,跻身世界轮胎26强。

公司之所以能取得如此大的成绩,靠的是一种精神,这种精神称为“荣橡精神”。“荣橡精神”的培育经历了以下3个阶段。

①创业阶段。建厂初期,在厂房破旧、设备简陋、生产条件极为艰苦的情况下,全厂职工不计报酬、不怕脏,把一个手工作坊变成了一个初具规模的轮胎企业。在这一阶段,形成了“吃苦耐劳、艰苦奋斗、不屈不挠、自强不息”的企业精神。

②发展阶段。在这期间,产品规格、产量逐年递增,产品质量和企业管理水平不断提高。

米其林计划提高销售额

英国《欧洲橡胶杂志》1999年181卷5期14页报道:

继去年受罢工影响盈利下降以后,米其林期望利用1998年投产的新生产能力将今年的销售额提高4%。米其林1998年纯利润下降8.5%,为6.26亿美元,而总销售额增长2.7%,为136亿美元。

由于产品将在替换胎市场销售,预计今年销售额会有所增长。由于受罢工影响和采用新工作制的工厂数量有限,米其林1998年的生产能力未能充分发挥。罢工使米其林减产300万条轿车和轻型载重车轮胎。

今年轮胎价格稳定;去年原材料价格下调4%~5%,今年仍有望保持低水平。

去年米其林继续在新兴市场投资,引人注

先后荣获“清洁文明工厂”、“无泄漏工厂”、“国家二级企业”和“山东省明星工业企业”等称号。这一时期,形成了“自我加压、科学管理、知难而上、争创一流”的企业精神。

③振兴阶段。随着市场经济的发展,厂领导认识到,在市场竞争日趋激烈的形势下,企业必须以质量求生存,以科技求发展。为此,公司制定了到2003年实现年产轮胎1000万套、产值60亿元、利税8亿元的宏伟目标。这一时期,形成了“奋争、创新、高效、奉献”的崭新企业精神。这种精神正是公司物质和精神两种力量形成“合力”所产生的结果,是长期培养、反复锤炼的结果。

以弘扬企业精神为主的企业文化建设,是增强企业活力的内在源泉;企业文化的倡导、培育和勃兴,有利于企业活力的激发、强壮和昌盛。

3 结语

企业文化建设作为一种现代经营管理思想,已被许多企业所接受,而且正在显示出其特有的生命力。因此,企业文化建设必将在促进企业的物质文明和精神文明建设中发挥愈来愈大的作用。

收稿日期 1999-07-09

目的是兼并了拉丁美洲Icollantas公司。米其林1998年总投资额为12亿美元,比1997年增长33%。米其林不断加强轮胎生产,自1995年以来,该品种轮胎产量已增长50%。今年米其林在北美的载重轮胎翻新也将有强劲增长。

在发达国家,每卖一条新胎,也将卖出一条翻新胎,那些地方的轮胎翻新,特别是载重轮胎翻新是盈利很大的行业。米其林约占欧洲翻胎市场的1/4,但在美国翻胎市场上出击是最近的事。米其林在美国第1家翻胎厂开工18个月后才占有美国翻胎市场5%。

米其林认为,多品牌战略是一个很好的促销手段。米其林和固特里奇是全球品牌,克莱伯是欧洲著名品牌,而尤尼罗伊尔在北美和南美都很有名。

(涂学忠摘译)