# 最新浅谈企业文化论文(优秀14篇)

来源：网络 作者：水墨画意 更新时间：2025-07-13

*人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。浅谈企业...*

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

**浅谈企业文化论文篇一**

为了应对市场竞争，为了生存和发展，企业必须加快发展速度和逐步扩大规模，以增强抵抗风险的能力，并超越竞争对手。为此企业必须不断增强其核心竞争力，企业对管理规范化、精细化和高效化的要求越来越高，管理细化必然要求对管理流程细化和对过程加强控制；而这必然降低管理效率，增加管理环节和管理成本，与管理扁平化和降低成本的要求相违，削弱企业的竞争力，这就产生了一对矛盾。随着企业规模的扩大，越来越多的企业感到靠人和制度管不过来，不管多优秀的人都有能力缺陷，多完善的制度总有漏洞。如何发挥团队的力量，如何凝聚人心促使员工与企业同心同德，如何应对快速多变的市场竞争，就成为每一个企业必须面对的课题。通过对优秀和成功企业的案例分析，越来越多的企业认识到：企业文化是解决上述矛盾，促使企业适应市场变化和应对市场竞争的有力武器，企业文化也是竞争力，企业文化是培育企业竞争力的源泉。一个在市场上表现优秀的企业，必然拥有优秀的企业文化。

鉴于企业文化对企业生存和发展的重要作用，越来越多的企业对企业文化建设更加重视，投入大量精力和资源来进行企业文化建设，聘请咨询专家，层层动员，广泛宣传等不一而足。结果形成了一套朗朗上口的文件化企业文化体系，企业的标志、标识等焕然一新；但是，企业的管理效率没有提高，员工的精神面貌没有改善，企业的经济效益没有增长，企业文化建设成了企业领导人一厢情愿自吹自唱自我欣赏的“卡拉ok”，甚至由于个别企业强制灌输和宣传，反而引起员工的强烈反感和抵触；企业文化建设成了豪华的摆设，没有发挥其应有的导向、规范、凝聚和激励作用，企业文化建设进入了误区，甚至有些企业领导人说：企业文化建设就是玩虚的，给别人看的，没有什么实际作用。为此，要建设好企业文化，使企业文化真正发挥作用，就必须了解企业文化的定义及其结构层次关系。

企业文化是一种内部氛围。它是企业在长期的经营管理过程中逐步形成的共同的价值观，是由企业领导者倡导培育的、为员工所普遍认同的本企业的群体行为准则。

如企业目标（企业远景）、价值观、发展战略、经营理念、规章制度、英雄人物、典礼、仪式、服饰、专用标识等等。总之，它是企业员工共同认可的具有自身特色和个性的由表及里的企业价值观的综合反映。它是企业员工内化于心、固化于制、外化于行、实化于利的指南。它是理念形态文化、物质形态文化和制度形态文化的复合体。企业文化是一种客观存在，无论它属于优秀文化还是劣性文化。

精神层（核心层）是企业文化的核心和主体，是形成制度层和行为层的基础和原因。制度层是外加的行为规范，它约束企业成员的行为，维持企业活动的正常秩序。行为层是企业文化在企业成员行为上的体现。物质层是企业文化在物质层次上的体现，属于企业文化的表层部分，是企业文化的物质载体。

通过对企业文化定义及其结构层次关系的研究和分析可以看出，要使企业文化真正发挥作用，使全体员工同心同德共同为实现企业的愿景（目标）而努力工作，就必须认真研究企业文化建设的逻辑关系。

要使企业文化切实发挥作用，就要使企业员工认同企业文化，按照企业文化来约束和规范自己的言行，切实做到内化于心。处处表现出良好的精神风貌，使企业精神成为员工的精神支柱。要使企业员工真正将企业文化当作自己的行动指南，做到内化于心，就必须满足员工合理的利益需求。员工按照企业文化去作为，就会得到相应的利益保证，实现员工自己的利益。在员工实现自己利益的同时，由于员工自觉的按照企业文化行事，企业的愿景也在逐步实现，企业、员工等相关利益方的利益都得到了维护，所以，好的企业文化是促进企业发展和保护员工利益的利器，是多赢的好文化，这也就是我们常说的“实化于利”，企业文化建设在企业的经营实践中取得了实实在在的效果。在企业中，员工要实现自己的利益，必须要有相应的业绩；要达到一定的业绩，员工必须采取相应的符合企业文化要求的行为，也就是我们常说的“外化于行”；在一个企业中，员工有何种行为，常常取决于企业有何种考核制度，怎样考核，趋利避害是人的本性，要让企业文化长期的发挥作用，就必须建立与之相适应的企业管理制度和工作流程，也就是我们在企业文化建设中说的“固化于制”。

企业中各种各样的管理制度和工作流程是为了实现企业的生产经营目标和计划而制定的，是为了提高企业的管理效率和经营业绩，不断增强企业的竞争力而逐步建立和完善的。各种生产经营目标和计划，都是通过对企业发展战略目标的逐步分解和细化，具体落实到每一个部门和每一个员工的日常工作之中。企业的战略目标和发展战略又是实现企业愿景（企业的使命）的具体措施，有什么样的企业愿景，必然会产生与之相适应的企业价值观、战略目标、发展战略、经营理念、企业精神等。这样就形成了一个闭环，有一个什么样的企业愿景，就会有什么样的战略，随之产生相应的计划及考核，从而员工也会做出相应的行为和业绩，而企业的文化也通过员工的行为被表现了出来。

通过上述的分析和逻辑推理，在企业文化建设中，要使企业文化被广大员工真正认同，切实发挥作用，我们必须注重“四化”，即内化于心、固化于制、外化于形和实化于利。

企业文化建设必须要从企业愿景开始，企业愿景必须得到企业利益相关者的认同，否则，企业文化只与企业领导有关，与员工无关，与社会无关，企业领导者再怎么倡导，也不可能得到广大员工的认同，也不会获得社会方方面面的支持，内化于心就做不到。企业愿景、发展战略、经营理念、企业价值观、企业精神等企业文化的核心层组成部分，要有内在的、本质的、必然的联系，要符合企业实际，要互为支撑和补充，能够经得起推敲和实践检验；经营理念要为发展战略服务，发展战略要能实现企业愿景，价值观和企业精神应起到价值导向和激励士气的作用，使企业文化能够内化于心，切实为广大员工所认同，起到凝聚人心、鼓舞士气、价值导向和规范行为的作用。

企业愿景和发展战略都必须通过具体的经营计划来实现，各项管理制度和工作流程是实现企业经营计划的保证。为此，企业的各项管理制度和工作流程都必须服从和服务于企业文化。企业文化对企业制定的各项管理制度和工作流程都具有指导作用，在企业文化逐步建立的过程中，凡是与企业文化相违背的管理制度和工作流程都应进行相应的修正，使其符合企业文化的要求，企业文化必须通过完善的与企业实际相符合的各项管理制度和工作流程来保证。

企业文化必须通过相应的管理制度和工作流程来规范、约束员工的行为，同时还要通过一定的标识以及实物形态来不断增强员工的认同感和自豪感，为企业树立良好的外部形象。

企业文化建设必须促进企业发展，满足员工不断增长的利益需求，满足企业利益相关者的利益诉求，必须取得实实在在的效果。只有这样，企业文化建设才达到了创建的目的，才能产生优秀的企业文化，从而不断增强企业的核心竞争力，降低企业的管理成本，提高企业的管理效率和经济效益。优秀的企业文化必然孕育优秀的企业，使企业逐步走向成功，使企业愿景变为现实。

通过上述分析和论证，在企业文化建设中，要牢牢把握实际操作“四要点”：内化于心、固化于制、外化于行、实化于利。在每一步都求真务实，创建一个优秀的企业文化，从而使企业能够获得持续稳定健康快速的发展，实现企业的愿景，为企业的利益相关者做出更多的贡献。

**浅谈企业文化论文篇二**

论文摘要：树木有根，群龙有首。企业家作为企业这个经济组织的带头人，既是企业文化的倡导者，又是最具权威的推广者和示范者。一个企业的文化形成，往往是企业经营者主导意识的升华。企业文化的塑造与建设，也必须靠企业领导的牵引和发动，建设先进的企业文化，必须培育和造就高素质的企业家队伍。

俗话讲，火车跑得快，全靠车头带，体现出企业家在一个企业中不可取代的作用。企业家是企业文化的缔造者，没有优秀的企业家就不可能创造出优秀的企业文化。企业家在企业家文化建设中的地位和作用主要体现在两个方面：一方面，企业家与企业文化呈现出内在结构的静态对应关系，企业家的品质、才华和胆识等要素成为企业文化生成的原声要素，决定着企业文化的性质和风格，制约和引导着企业文化的个性和发展；另一方面，在企业文化的塑造、发展、传承和变革的动态过程中，企业家又扮演了设计师、倡导者实践者、变革者等举足轻重的角色，成为企业文化动态模型中第一位的活动因素。

企业家对企业文化的形成和发展起着重要的推动作用。良好的企业文化，尤其是具有完整形态的企业文化，源于全体职工的创造，但不是自发产生，自然而然完成，他要靠领导者刻意规划，精心设计，言传身教，才能得以形成。在这里，企业家个人素质和个人文化起着举足轻重的作用。其个人行为就是一种无声的倡导，一种无形的推动，就能形成一种厂风，从而使员工自觉不自觉地受到侵润，进而仿效、接受，潜移默化地发生作用，在自己的行为中再进一步体现出来延继下去。没有企业家的推动，深受企业家个人文化影响的企业文化的建立是不可思议的。

企业家的领导风格影响着企业文化。企业家是时代的产物，时代的特征、风格无不凝结在他们身上。生活在企业火热的氛围中，和员工息息相关的群体中的他们必然会感染和鼓舞这个群体。

企业家的政治立场影响着企业员工的价值取向。优秀的企业家政治立场坚定，能牢牢把握企业的发展目标和根本方向，不为突然和各种错误思潮所左右，努力创造企业自我发展的小气候。这种企业的员工必然思想高尚，为企业的发展和兴旺不计较个人得失，进而忘我工作，最大限度地贡献自己的聪明才智。反之，如果企业领导者目光短浅，看风使舵，甚至表现出唯利是图的单纯生产经营观点，就必然把员工引向一味追求物质利益的歧途。

企业家个人文化在企业文化转换过程中起关键作用。时代的发展对企业不断提出新的要求，企业不仅在生产经营行为方面处于变动之中，企业文化也必须适应时代的要求，与时俱进，不断发展，有所补充、修正，甚至发生根本性的转换，才能使企业在激烈竞争中充分发挥自己的个性特色，立于不败之地。企业文化是在一定的历史环境中形成的，一个在长期高度集中的计划经济体制下发展的企业，其企业文化和在市场经济体制下的企业文化必然有重大区别。前者可能会有更多的依赖思想，后者可能更富有独立、开拓、创新的特征。由前者转变为后者，不仅是体制的转换，而且是企业经营行为和风格的变更。在这个过程中企业家个人文化对企业文化的转换起着催生作用。

我国现代企业文化改革的目标是建立现代企业制度，转换企业经营机制，使企业适应市场经济的要求，成为自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束的市场竞争主体，而现代企业文化的确立及其运营的有效性程度，取决于是否有一支高素质的现代企业家队伍。

现代企业制度优越性的重要表现是其在适应市场配置资源方面呈现出高效率。而这种高效率的优越性能否充分发挥，取决于企业家对市场调节信号和国家宏观调控的敏感程度和认识能力，并以此做出决策的能力。建立现代企业制度，转换企业经营机制就是使企业直接接受市场调节，自主决策。企业家作为企业最高决策者，需要其决策的问题很多，但最重要的是战略决策，即对企业的生产方向、产品开发、生产规模、发展速度、技术进步等有关企业全面的、长远的、根本性的问题做出抉择。经营战略已成为现代企业兴衰成败的关键，其正确与否取决于企业家的决策能力。企业家不能为市场短期波动和现代企业制度的效率能否发挥的一个重要条件，是能否在企业中形成积极进取的企业文化。企业文化是不断促进生产力发展的内在力量，是推动企业发展的精神动力。而企业家在企业文化建设中承担着创造者、培育者、倡导者、组织者、指导者、示范者、激励者的角色。企业家的文化素质类型，决定着企业文化的类型。特别是建立现代企业制度、转换企业经营机制的过程中，必然会遇到传统旧体制下形成的、与社会主义市场经济相抵触的旧的观念和价值取向。这些旧观念和价值取向如得不到修正，现代企业制度的建立和经营机制的转换就难以顺利进行。

企业家只有以彻底开放的胸怀，不断地经历一次次涅槃，痛苦地超越自我，才能对企业文化进行有效控制和调节，维持企业文化的动态平衡，永葆企业文化的生命力，推动企业健康、持续地发展。

**浅谈企业文化论文篇三**

摘要：班组安全文化建设是提升职业健康安全管理体系运行和企业和谐发展的前提和保障。班组作为企业最基本的组成元素，应以现场安全管理为基础，坚持安全管理规范化，建立安全文化评价体系，加强班组自主管理。不断完善岗位标准化作业和危险源的辨识，努力提高员工安全技能和整体素质，从而形成群策群力的安全自主管理局面，使企业生产安全、稳定、顺行，实现企业的健康、和谐发展。

关键词：安全文化；以人为本；标准化；动态管理概述。

企业安全文化是企业在长期安全生产经营活动中形成的或有意识塑造的，又为全体员工接受、遵循的，具有企业特色的安全思想和意识，安全作风和态度，安全管理体制、机制，安全制度，安全行为规范，安全生产目标和进取精神，安全的价值观、安全的审美观、安全的心理素质和企业的安全风貌、习俗等种种安全物质财富和安全精神财富的总和。企业班组安全文化建设要以良好的现场管理为基础，不断提高员工整体素质，坚持安全管理规范化，建立安全文化评价体系，加强班组自主管理。整合特有的人力资源、管理资源和环境资源等优势，将先进的思维理念、实践技能以潜移默化、润物无声的方式去影响每一个个体。

2.1企业班组安全文化建设要以现场安全管理为基础。

斗争。因此，必须加强现场管理，搞好现场的综合治理，确保安全稳定，经济顺行。不断加大安全投入，发挥硬件的保证作用。企业要预防事故，一定要依靠技术进步和技术改造，依靠不断采用新技术、新产品、新装备来不断提高安全化的程度，即保证工艺过程的本质安全（主要指对生产操作、质量等方面的控制过程），保证设备控制过程的本质安全（加强对生产设备、安全防护设施的管理），保证整体环境的本质安全（主要是为作业环境创造安全、良好的条件）。生产场所中都有不同程度的风险，应将其控制在规定的标准范围之内，使人、机、环境处于良好的状态。

知识和安全技能的培训。

2.2企业班组安全文化要建立班组人本文化。

人是生产过程中最活跃的因素，是安全生产的实践者。钢铁企业要搞好安全工作，必须坚持以人为本，提高班组员工素质。多数事故教训告诉我们，80%以上的安全事故是由于人的违章指挥和违章作业造成的。因此，要加大对班组员工的教育和培训，通过教育和培训把先进的管理理念、安全技能，潜移默化地融入到每一名员工中，从而促使班组队伍整体素质提高，人人参与安全管理，人人重视安全工作，做到横到边，纵到底，不留安全死角。

班组安全文化建设的直接作用点是班组的每一个成员，班组长作为这一层的主要领导，在班组安全文化建设中起着决定作用，班组长的责任就是通过管理和沟通，使组员产生正确的自觉行为，这种自觉行为就是文化建设的无形体现。最终在安全文化作为企业安全管理的基础工作，必须真正从认识上重视起来，把它纳入企业安全管理的长效机制，下大决心去抓，否则，基础不牢，地动山摇。只有不断提高企业职工的安全修养、改进其安全意识和行为，才能使职工从被动服从管理制度向主动执行安全管理制度转变，遵循“以人为本”的安全文化为指导思想，提出“我要安全”、“不安全不生产”等理念，在安全宣传教育的时效性、连续性、可操作性上下工夫。要结合企业工作性质、生产环境、人员素质等情况，制定出本班组安全文化共同目标，创造性开展安全文化活动，以丰富整个企业安全文化内涵，其目的是为职工创造一个良好的生产作业环境，增强员工的安全意识，形成人人重视安全，人人为安全尽责的良好氛围。同时，不断推广过去成功的安全管理经验，创新安全宣传教育的形式与内容，增强安全文化宣传的渗透力。

上控制违章作业，特别是习惯性违章作业，保证了班组作业人员上标准岗、干标准活、交标准班。从而制约了侥幸心理、冒险蛮干的不良现象。（3）能有效地控制物的不安全状态。物和环境的不安全因素，往往是诱发事故的又一重要原因。班组作业标准化把生产现场管理的标准化作为前提，使安全装置齐全，物流有序、通道畅通，照明亮度充足，消防、防护用品齐全，检测检验仪器完善，构成一个良好的安全作业环境，有效地控制物的不安全状态。班组作业标准化还把生产过程中的危险源作为重点，有针对性地制定一套行之有效的标准化操作方法、检修要领，使之处于有序的控制之中。

［1］王瑞祥.现代企业班组建设与管理［m］.北京:科学出版社，2025，（12）.［2］丰超.浅谈企业安全文化的运用［j］.摘自安全论坛，2025，（9）.［3］王晓菲，刘晓丽.浅谈班组安全文化建设［j］.摘自企业文化论文集，2025，（7）。

**浅谈企业文化论文篇四**

摘要创新是为人类所特有的认知和实践能力，对社会、个人以及企业发展具有巨大的推动作用。创新包括社会制度、生产力、思维能力、文化的革新，其中文化的创新可以为其他方面的革新提供精神支持，使得文化创新的精神成果转化为物质力量。本文将谈一下怎样进行电力企业的创新。

一个企业要想获得长远发展，必须形成强有力的企业文化，从而为企业发展提供无形的精神凝聚力和精神力量。在电力企业中，文化建设问题尤为突出。具体表现为：将企业文化与思想政治教育混为一谈，不能进行区分学习。因此员工无法正确理解企业文化为何物，也就无法形成积极向上的企业凝聚力，更无法进一步提升员工素质，进而反作用于企业生产。为此，要想使得企业获得长远发展，必须创新电力企业文化，才能促进企业发展。

当前企业文化的发展状况喜忧参半，部分优秀的企业已经建立起属于自己的企业文化，但大部分企业呈现缺少精神内壳的现象。电力企业文化的发展情况尤为典型，亟待创新。其弊病主要表现为无法将文化建设与政治思想教育区分出来，建设纯粹的企业文化，电力企业的文化对企业的支持力度微弱，不能有效发挥文化建设的反作用。因此，创新电力企业文化建设的意义重大，不仅可以提高员工素质，促进生产增长，更重要的是提升了企业的精神凝聚力。

二、进行文化创新的意义。

（一）形成强有力的企业凝聚力和向心力。

国家有民族精神，来提供国民的精神支柱。那么企业也必须具备自己的企业文化，以凝聚全员的心力，借以提升员工的生产积极性、荣誉感和使命感。只有强有力的凝聚力才能形成整体效应，产生良好的效果。

（二）规范职工行为，打造良好形象。

主要表现在两大方面：（1）外在约束，良好的企业文化熏陶可以是职工保持良好的精神风貌，进而打造出积极向上的企业风尚。（2）内在约束，优秀的文化熏陶并不是被动的，而应该内化为职工自觉的吸收过程，自觉学习、自觉接受。从而在内在的精神层面形成符合主流的价值观。

（三）加强企业内部的交流。

优秀的企业文化建设的过程，也是企业内部互相交流，互相沟通的过。在这一过程中，不可避免的产生职工之间，上级与下级之间的交流互通。进而加强了内部的信息交流，使得企业文化氛围更加融洽和谐。

（一）树立有特色的企业价值。

企业价值观是指企业在经营的过程中所信奉的基本理念和追求的目标。企业价值观同时也是企业全体或大部分员工一致同意的有关企业意义的最终判断，是企业人格化的结晶。企业价值观作为企业员工的共同理念，给企业立足和发展指明了基本的方向和操作指南。

（二）形成典范的企业精神。

这是一个企业在长期经营和独立发展的过程中，在继承先前优良风尚的基础上，以适应时代的发展变化，由企业管理者积极倡导、全体职工自觉施行而形成的符合企业的信念、促进企业规范经营的群体意识，它内涵丰富。囊括企业的个性特征、团体精神、现代意识以及自觉的群体意识，通过多种多样的形式表现出来，例如，厂规、厂训等等。

（三）树立良好的企业形象。

企业形象是体现企业文化个性精神的外在表现。其中电力企业的形象特征应具体表现为对国家和对社会的强烈社会责任感、“国民电业为人民”的负责意识；同时也体现在具备优质的电力质量和售后服务质量；更体现在能够正确处理国家、集体以及个人三者的利益关系，形成良好的平衡关系。做到收费合理；工作作风严谨踏实、企业内部团结等。

文化网络指的是电力企业中非建制化的信息传播方式，往往与非正式的组织相互联接在一起。在企业岗位责任制的角度来看，每个人要做到各司其职，不干涉其他部门和组织的正常运行。但同时，这并不是意味着员工之间互不联系。在企业中，每个人的角色都不是单一的，而是双重甚至是富有多样性的。如传播非正式消息、形成小集团等。企业文化网络是独立于企业的正式建制系统之外，不区分地位和工作特点，可以把企业内的各类人员联接在一起，从而影响着企业内的各种决策和协调事宜。

（五）塑造企业的习俗和礼仪。

礼仪是任何社会、家庭和企业所必须的。企业的习俗和礼仪具体指代的是企业内系统的、有计划的日常事务，其本质上是要培育尊重人、关心人、爱护人的行为规范，追求建立更高层次的企业价值观，可以赋予企业深厚的人情味，从而使企业的职工之间、企业与大众之间充满人性化的情感。这是企业文化建设中的不可缺少的部分。

四、结语。

建设具有中国特色的电力企业文化，需要具备电力企业文化建设的先进意识，才能激发职工的斗志，使职工精神面貌焕然一新，进而表现企业的独特魅力。例如：海尔集团的“砸碎非合格冰箱”行动，追求“零缺陷”，树立了良好的思想观念，进而确立了过硬的质量意识，奠定了永不停止创新和进取的企业文化。因此，创新电力企业文化要多方面共同发力，才能有所进步。

参考文献。

[1]杨晓东.我国电力企业管理中的缺陷与优化策略探析[j].中国商界（上半月），2025（11）.[2]沙亦强.中国电力：多主题变奏（2025～2025）――《中国电力企业管理》五年再回首[j].中国电力企业管理，2025（z1）.

**浅谈企业文化论文篇五**

随着社会的发展，企业之间竞争日趋激烈！企业文化是企业在经营管理过程中所形成的一种企业经营哲学，是指导企业生产与经营活动的一种思想观念和行动准则。在当今产品更新换代步伐加快，竞争日趋激烈的市场背景下，企业竞争的成败取决于企业的整体实力，而企业文化作为企业价值理念的一种体现，为企业的发展壮大，适应激烈竞争而生存将起着越来越重要的作用。党的十六大报告指出：“当今世界，文化与经济、政治相互交融，在综合国力竞争中的地位和作用越来越突出。文化的力量深深熔铸在民族的生命力、创造力和凝聚力之中。全党同志要深刻认识文化建设的战略意义，推动社会主义文化的发展繁荣。”在全面建设小康社会，开创中国特色社会主义事业新局面的进程中，文化的力量将越发显示出它的功能。综合国力的竞争是这样，企业实力的竞争同样也是这样。

（一）企业文化的含义

企业文化是在一定的社会历史条件下，企业生产经营和管理活动中所创造的具有本企业特色的精神财富和物质形态。它包括文化观念、价值观念、企业精神、道道规范、行为准则、历史传统、企业制度、文化环境、企业产品等。其中价值观是企业文化的核心。

（二）企业文化建设的作用和意义

企业文化是企业管理中不可忽略的重要因素，对于企业的成功与否具有深刻的影响作用。企业文化是一种信念的力量，道德的力量，心理的力量。这三种力量相互融通、促进，形成了企业文化优势，这是企业战胜困难，取得战略决策胜利的无形力量。特别是在当它的力量十分雄厚的时候，能够产生较强有力的经营结果，无论是在市场上的竞争，还是为客户提供服务，或是激励职工共同奋斗，企业文化均可以成为企业的指导思想。

企业要生存发展就必须寻求更科学、更系统、更完整的管理体系。企业文化提供了必要的企业组织结构和管理机制，当代企业要保持平稳和持续发展，必须开发具有自己特色的企业文化。企业文化的建设和企业发展战略、企业管理具有同等重要的作用。

（一）注重形式而忽略了内涵

在中国企业文化建设过程中最突出的问题就是盲目追求企业文化的形式，而忽略了企业文化的内涵。部分企业认为企业文化就是规章制度或文体活动或标语口号。不可否认，这几种观点都有其正确的一面，或者说是企业文化的表现形式，而实际上都走进了认识的误区，对企业文化的深刻内涵作了片面的理解。企业文化是将企业在创业和发展过程中的基本价值观灌输给全体员工，通过教育、整合而形成的一套独特的价值体系，是影响企业适应市场的策略和处理企业内部矛盾冲突的一系列准则和行为方式，这其中渗透着创业者个人在社会化过程中形成的对人性的基本假设、价值观和世界观，也凝结了在创业过程中创业者集体形成的经营理念。将这些理念和价值观通过各种活动和形式表现出来，才是比较完整的企业文化，如果只有表层的形式而未表现出内在价值与理念，这样的企业文化是没有意义的，难以持续的，所以不能形成文化推动力，对企业的发展产生不了深远的影响。

（二）等同于企业精神而脱离企业管理实践

有些企业家认为，企业文化就是要塑造企业精神或企业的圣经，而与企业管理没有多大关系。这种理解是很片面的。企业文化就是以文化为手段，以管理为目的，这种理解是有一定道理的，因为企业组织和事业性组织都属于实体性组织，它们不同于教会的信念共同体，它们是要依据生产经营状况和一定的业绩来进行评价的，精神因素对企业内部的凝聚力、企业生产效率及企业发展固然有着重要的作用，但这种影响不是单独发挥作用的，它是渗透于企业管理的体制、激励机制、经营策略之中，并协同起作用的。企业的经营理念和企业的价值观是贯穿在企业经营活动和企业管理的每一个环节和整个过程中的，并与企业环境变化相适应的，所以，不能脱离企业管理。

（一）企业文化建设的指导思想

建立企业文化的指导思想是要从企业实际出发，紧紧围绕企业的发展战略和长远目标；以诚实、公正的态度服务于顾客、股东和企业员工；和谐发展、不断创新；培养企业的团队精神和竞合精神；树立企业的全局观念、服务观念、学习观念；建立股东、员工、客户三统一的价值标准。只有建立企业文化的指导思想明确了，才能准确地为企业文化建设把脉、导航，不断丰富发展和细化提高企业文化的内涵，并使之充分发挥出对企业成长的持久促动力。

（二）企业文化建设的原则

企业文化建设是一项复杂的系统工程，它是管理者一时冲动喊出来的几句响亮口号或树立起来的几块标语牌，是企业和员工在长期经营过程中通过不断沉淀和积累而形成的观念形态，是企业在生存和发展过程中表现出来的企业精神、企业理念和企业本质的.结晶。因此，在建设优秀的企业文化过程中必须注重把握以人为本、全员参与、突出特色、和与思想政治工作相结合的原则，坚持上述原则，可以使得企业文化建设的目标更明确、内涵更丰富、价值更突出、效用更实际，操作性更强。

（三）企业文化建设的过程

企业文化建设是一个很漫长的过程，具有系统性、复杂性，要逐步渗透和循序渐进其实施过程应从确立企业文化建设的目标、大力宣传企业文化活动、突出企业精神这几个重点方面一环一环向前推进。

企业文化的构建要以人为本，首先，发现并关注细节，好的企业文化，就是在一些琐碎的积极要素基础上成长起来的。其次，立足于内部，企业文化是内生的，而不是外在的。再次，走出口号，走向员工，把概括的企业文化其特征描述、标志性事件、典型案例与代表性人物品格、思想，选择恰当的方式和途径传达给全体员工，使他们努力理解这种文化表现。最后，融进员工的意识，员工的自学行动是企业文化初步建立的标志。

企业文化要不断创新，创新企业文化才是企业文化建设的第二步进程。由于企业是处在一个不断变化的环境中，企业不能固守一种固定文化表现形式，它既要保持其文化的本质不变，又要不断创新它的表现形式，增添新的文化内容，这是企业文化获得巩固和发展的必然要求，也是一项尤其重要的工作。

建立企业文化要有系统、全局观念，科学理解企业文化的含义，走出对企业文化认识的误区，强化以人为本与创新的管理，如果把一个企业比作“人”的话，企业文化建设就是“人”在学习实践中，不断升华自己的精神思想、完善并提高综合素质而慢慢积累的成长过程。

**浅谈企业文化论文篇六**

随着我国经济的高速发展，国内企业也逐渐意识到自身应当要制定一些战略来达到相应的经济目标。企业会计文化可以帮助企业更好的实现自身的经济目标，还能够多维度体现出会计人员各方面素质水平以及企业文化精神。企业战略和企业会计文化均是企业发展的重要因素，企业应将二者有机的结合起来，逐渐营造出一个合适的企业会计文化环境，为企业长期生存发展打下基础，从而更好地为企业服务。我们着重对发展型、稳健型、收缩型三种战略类型企业的会计文化现状进行分析研究。

关于企业会计文化的内涵，不同学者对其界定有一定的差异性，大多数学者认为：企业会计文化具有普遍性、滞后性及正反性的特点，其发展是一个自由的过程。企业会计文化对企业内部员工的精神层面具有较大的影响，它的目的是多面性的。企业会计文化包含的内容是多面性的，它应是在基于特定的社会经济条件下的企业物质、制度、精神等各方面文化为一体的综合性文化。由此可见，对一个企业来说，企业会计文化极其重要，它是一个企业的灵魂所在。一个企业的企业文化囊括的范围较广，主要包括企业技术文化、企业环境文化、企业行为文化、企业人文文化、企业物资文化、企业精神文化等等。这些企业文化与企业会计文化相互影响，任何一个内容没有做好，都会对企业会计文化造成重大影响。

1.2企业战略。

一个企业在发展的过程中，必须制定自身的发展战略。企业战略可以分为三大部分：整体性的企业战略、竞争性的企业战略以及职能性的企业战略。各大战略的制定都是为企业的成长及竞争服务的，企业必须立足于自身实际情况并根据环境的变化来制定相关战略，以保证自身资源能够得到合理的利用，自身实力能够得到合理的发挥，从而形成自身竞争优势，以保证能够在市场竞争中占有更多优势。当今社会的市场竞争越发激烈，企业的生产及生存环境较之以往会更加恶劣，面临来自国内外市场的竞争也日益加剧，所以现代企业的战略制定要求也越来越高。不同的企业所采取的市场战略也不完全相同。通常情况下，一些刚处于起步发展阶段的企业会选择发展性战略；成熟稳健型的企业会选择稳定型战略；在面临经营亏损等经营状况不佳情况时，大多数企业会选择收缩型战略。但是，无论是选择何种企业战略类型，都应立足于企业的根本，以尽可能为企业带来利润作为基本出发点。当今社会，企业管理逐步向战略型管理靠拢，但从目前企业文化的现状来看，企业会计文化的建设与普通经济业务的发展匹配度更高。所以说，建立起一个企业战略文化的会计文化已经是亟待解决的重点问题，但是，目前国内外与会计战略性理论相关的内容仍不够全面，战略会计文化还面临着许多的实际问题没有解决。因此，一个企业要想持续性的发展，就必须具备不同的战略思维，结合自身的企业文化制定合适的战略，从而增强企业的竞争力，获得市场竞争优势，这具有重要的现实意义。

目前，我国与发达资本主义国家还存在一定的差距，因此，我国企业战略的制定必须牢牢结合现实国情，国家应当大力支持创办企业，企业在成立后首先就是寻找能够发展壮大企业的方法。因此，大部分企业在成立初期都会采用发展型的战略。发展型战略主要是以实现企业的全面发展为目的，企业的发展壮大需要资金的支撑，故很多企业会采用融资手段进行资金筹措，同时，企业的壮大还需要进行资金借贷，而债务也为企业带来了资金杠杆效应，一定程度降低了企业的总资产回报率，这也就是为什么创办初期的企业总资产回报率会在较长一段时间内徘徊在低水平的原因，这个时期企业的主要特点是“负债高、收入高、分配少”。

对于此类型的企业，其会计文化的建立应采取渐进型模式，即逐步发展，逐步完善，保持与企业共进的模式。一个新成立的企业，当其采用发展型战略时，它的会计文化也需要跟上变化，早在公司刚成立时就应当规范会计行为及工作作风，以保证后期能够有效补救，以免留下难以弥补的漏洞。作为一个企业的管理者，应当明白会计文化的形成需要很长的一段时间，一些好的“素质”需要慢慢地培养起来，从而逐渐形成了良好的会计文化。

对于一些已经走上发展正轨的企业来说，他们大多会选择稳健型的发展战略。一个企业若采用稳健型战略，那么它会将现存资源的配置与提升资源使用效率二者有机结合起来，并将其作为重点任务来解决，通常情况下，企业的发展是依赖与其所储备的前期利润资金。会计环境在一个企业中作用重大，而稳健型企业的会计环境会影响到会计文化。会计环境可分为主观与客观环境，其中主观环境主要是指会计的存在方式、工作方式、员工职业素养、员工技术能力等等；会计客观环境包括企业人文氛围、面临的经济形势、相关法律法规等等。一个企业若处于稳健型发展阶段，财务人员的工作内容也同样具有稳健性的特点，甚至会计人员的工作就是固定式的，在这样的战略条件下，公司的会计文化便会显得缺少创新特色，这与公司的战略是密切相关的，在此环境下，企业会计人员便可能较容易的产生消极的工作态度，甚至可能出现办事浮夸的现象，这就要求企业应当引进新的管理元素，不断激发员工工作积极性，为企业会计文化添入更多色彩。

企业在生存发展的过程中，也可以针对当前所面临的.一些情况采取收缩型战略，通常情况下，收缩型战略是指企业对现有的产品和市场领域实行收缩、调整和撤退。在采用收缩型战略时，企业可采取放弃某些市场或产品的手段来达到短期性的市场战略要求，当然，在正常情况下，收缩型战略只是一种战略上的过度，是企业为后续发展而临时采取的一种对策。当一个企业采取收缩型战略时，一般都会严格的把控企业资源的配置，降低资源消耗，尽量把增加现金的流入作为主要目标，尽量的节约成本开支，集中人力物力于企业的主要业务上，从而增加企业的凝聚力，提升市场竞争力。因为这类企业在过去的扩张中遇到了困难，也很可能在不断的扩张中形成了巨大的债务负担，陷入经营的困境中，将不得不为了财务上的问题做应对工作。总而言之，收缩型战略的财务特点是“高负债、低利润”。企业选择了收缩型战略，那么便会存在更多的被并购的可能性。部分收缩型企业会采用精简人员、减少开支的手段来应付财务上的支出，而一旦企业采用裁员来方式，企业员工的工作积极性会受到挫伤，在工作中难免产生不良情绪，这样不仅会影响到其它员工的积极性，也会对企业会计文化产生不良影响。在当今时代，一个企业的工作环境对企业的发展是具有重大影响的，企业领导应当重视会计的战略管理，必须重视心理因素与文化建设对企业的重要影响作用。在企业战略管理会计文化中，影响最大的就是员工产生抵触性的工作心理，一旦会计人员产生此类心理，对于会计文化制度的建立是极其不利的。因此，当一个企业采取收缩型战略的时候，企业应当更多的注意员工的情绪，不能一味加大其工作压力，只有员工的工作积极性提高了，这样才有利于会计文化的建设。

对比以上三种不同战略下的企业会计文化，我们可以得出以下结论：当企业采用发展型战略时，必然会存在企业的不断扩张，因此其人员的需求量也会逐渐增多，但是在扩张中的企业缺乏稳定性，员工会对公司产生不满意情绪，容易造成消极的工作态度，因此，企业文化也难以得到更好的完善，在不完善的企业文化下，员工之间也容易因相互监督不够，而造成工作舞弊的现象；当企业采用稳健型战略时，公司的一些规章制度已经成型，也相对比较稳定，对员工的约束力也较强；当企业采用收缩型战略时，因为可能会进行裁员，会造成员工产生抵触的思想，同时因为会降低招入职工的学历要求，会进一步降低公司的人才水平，可能会存在企业监管不严，从而导致企業内部徇私舞弊现象的发生。一个企业必须有自身的企业文化，会计文化作为企业文化的重要部分，其建设也必须依赖于严格的制度，而在这种制度保障下应当做好制度文化的创新，那么会计部门应当基于企业环境的变化，不断进行创新尝试，以保证能够适应管理系统发展的新形势。

总之，企业会计文化作为企业文化的重要组成部分，是企业应当积极去创造的，企业会计文化的创建必然会遇到很多困难，企业必须不断进行尝试以实现其会计文化的健康发展。但是，无论企业在其发展过程中采用何种战略，其会计文化也应随着战略的变化而适当的调整，只有这样，企业才能更好的适应其面对的环境所采取的发展战略，从而保持与社会经济一致的发展步伐，为企业创造出更多的经济效益。

**浅谈企业文化论文篇七**

1.企业文化从业人员不专业。当下，国有企业文化建设的人员和队伍一般来自与人事部门、党政工作部门、经营计划部门等。这些员工的文化思想仍然停留在以前的工作环境当中，思维局限性很大，不能够根据企业具体文化发展情况，作出发展计划。在文化建设专业上，也缺乏专业素养的学习和培养，不能够很好的帮助企业文化建设平稳进步。

2.建设机制单调，员工不易接受。企业文化的建设制度和规范仍然没有完善，员工在企业文化建设中感受不到文化建设的实质作用，认为作用不大，甚至会产生排斥的心理。企业中各个思想层次的员工都有，他们因为自己的文化水平和思想觉悟的问题，不能够看清楚现象背后的本质，难以接受企业大力发展的文化建设的目的。企业在建设机制上没有做到如何让不同层次的员工接受和理解文化建设的内涵和深远意义，不能把企业的文化深入到每一个员工的内心中去。

3.企业文化体系不完善。虽然部分企业的文化建设在逻辑关系上做的比较完善，能够分清楚文化建设当中主次、先后的关系。但是实质上，在制度文化、物质文化和精神文化的系统建设上仍然存在问题，三者没有在企业的文化建设中得到有效的统一和互相辅助的作用。

1.增强企业文化建设的领导。国有企业的文化建设是一个系统发展的过程，需要企业不断的结合实际，总结以前和其他企业文化建设上的经验教训，来不断加强自身的文化建设优势。在文化建设的过程中，需要企业上下各部门的员工共同作用，齐心协力。需要文化建设的领导层不断加强自身管理能力，提高自己文化规划建设的专业知识，不盲目的进行企业文化建设。因此，要严格落实企业文化建设的设计方案，并在各基层中成立执行小组，主要完成国有企业文化建设的管理工作，保证企业文化建设工作的实施开展。

2.完善国有企业文化建设的体系结构。国有企业文化建设需要建立健全企业文化体系，将精神文化、制度文化、行为文化三者有机结合在一起，三者相辅相成更好的促进企业文化向前发展。

2.1精神文化。国有企业的经营理念是企业在生产和经营的过程中必须高度重视的方面，良好的经营理念直接关系到企业的发展前景和经营的状况，关系着企业在社会主义市场经济发展的浪潮中能否占有一席之地。

2.2制度文化。企业的发展壮大离不开员工们的努力奋斗，员工们的精神面貌直接关着企业的生存和发展。为了更好的激励员工积极投身企业的建设中，企业应该建立激励机制和绩效考核机制，并且定期开展员工培训活动，增强员工的专业水平和职业素养。

2.3行为文化。良好的行为举止直接关系着企业的整体形象，因此，建立相应的行为规范制度，对企业工作人员的人际关系以及整个企业的形象都是至关重要的。

3.加强国有企业员工的综合素质。在国有企业的各个部门都应该主动的参与到企业的文化建设队伍中来，努力的为自己的企业树立一个优秀的文化形象，促进企业的经济发展。在日常的工作学习中，需要不断提高企业的文化建设气息，通过各种各样的文化活动来加强自身的文化素质，以推动全企业的文化加速发展。在企业的管理层也要重视企业的文化参与，更要严格的规范自己的日常行为，身先士卒，给全体员工起到模范带头的作用，不断的激起员工的文化学习热情，形成可持续发展的文化建设道路。在形成一个优秀的文化建设氛围后，要主动的引导员工在日常的工作学习中发掘自己的潜力，提升自己的文化修养和综合素质，一方面使自己在企业当中的个人发展得以实现，另一方面，自己的综合素质的提高也会影响到企业的整体文化氛围，使企业不断向前进步，形成良性的循环。第一，要规范员工的学习态度，让员工端正学习的态度，不能漫不经心的在企业中完成自己的每一天工作，要在自己的工作里形成扎实过硬的技术本领的同时加强文化素质的提高，这些都需要员工端正自己的态度。第二，培养员工主动学习的意识。工作之外，我们身边还有许多可以学习借鉴的资料，在信息膨胀的时代，我们可以随时随地在网络上获取自己需要的资料和内容，通过网络，员工可以学会如何获取、整理、处理信息，增强学习文化建设的主观能动性。只有这样才能在日常的生活和学习中，不知不觉的把企业的文化建设融于到企业的每一个细节中去，推动国有企业更好更快的发展。

当下，企业的文化建设是企业各项建设中重要的环节之一，国有企业更应该根据自己特殊的市场地位来把文化建设进行进一步的深化和改革，帮助提高国有企业的文化建设工作，树立企业自身有特点的企业形象。我们必须紧跟着时代的步伐，创建一个开放姿态的文化环境，提高企业的文化建设质量。

**浅谈企业文化论文篇八**

这则寓言反映出这样一个不容忽视的问题：在企业中领导所想的和员工所想的，往往不能得到有效地统一。执行力缺失，使领导者的所有工作都会变成一纸空文或一场空谈。

首先，我们必须知道企业执行力如何产生的，据考证众所周知的敖包最初时却是草原上的导航标志———路标。按理说，建造路标是人人得益的事情，并且，牧民每每遇到路标时奉献几块石头也不是什么难事，然而，放牧时还要留意石块并且一路要携带直到遇到路标，的确是件辛苦的活。更何况有那多人贡献，某个人的几块石头也就无足轻重了。但是如果大家都这么想，那么路标的建设成本的分担就变得棘手了，谁都需要路标，但是谁都有让别人去添砖加瓦自己却坐享其成的心态，最终好事难成。然而蒙古人的解决方案让人叫绝，他们将自己的信仰赋予到路标上，让路过的每个人都主动地在祈福中完成了自己对路标的建设。由此可见，没有信仰，制度就形同虚设；没有信仰，就不会产生执行力。执行力来自于企业文化同时被教条般的企业信仰所完善。

我们见过太多诸如‚求实‛、‚奋进‛、‚争创一流‛此类的词语，但是，他们把标语贴在墙上，却没有写进员工的心里。

显然，企业文化受到公司创办者的影响是最大的，美国一家公司的创办人曾经在1866年说过这样一段话：‚我们要造好船，如果可能的话，赚点钱。如果必要的话，赔点钱。但永远要造好船。‛直到1987年，他的这段话还被他的公司的副总裁引用并铭刻在公司最显眼的地方，成为公司的文化和信仰。

然而，仅仅是创办者的影响是不够的，企业文化得以成为信仰，它是吸收历史，总结现在，立志未来所提炼出来的，它有自己企业中独特的深深烙印。它需要一个从上而下不断的宣导、复制和灌输过程。

目前，公司正在逐步建立一套高效完善的培训体系。并进行着与企业执行力文化相关的一系列培训与考核，通过这些培训让员工知道了：忠诚，对他们来说，就是执行，将上级的思想贯彻落实下去，简而言之就是识大局做小事。他们要做的就是执行落实工作任务，要考虑的是如何去做，而不是要不要做，有没有必要做的问题，要不要做是由上级来决断的，他们会有个整体的考虑，不是要他们去判定该不该做。有困难我们要去克服；有不合理的地方，先做了再说让它暴露出来，然后再去纠正完善。但不能一开始我们的第一直觉就是质疑并加以坚决反对，可以讲很多条不做的理由，诸如不合常规，不合传统做法等，那样的话，他们就选择了平庸，而不是去改变自己以求做得更好。工作时推诿塞责，有问题时不思自省，却以各种借口来遮掩自己的责任，他们需要做的是给自己定一个高于其他人的标准，做出改变的决定，选择完美而不是平庸，然后付诸行动。

确立‚只为成功找办法，不为失败找借口‛的理念，要想干，办法总是有的，不想干，理由总是有的。

确立‚关心成就大事，用心关注细节‛的理念，养成‚诚实做人，踏实做事‛的习惯。‚天下大事必做于细，天下难事必做于易‛‚小事成就大事，细节成就完美‛。做人做事，情同此理。点点滴滴铸就质量，日积月累打造品牌。贵在坚持，难在坚持，成在坚持。确立‚公司是一部完整的‘机器’，运转（执行）不要卡壳在我手里‛的理念，发扬懂得感谢，珍惜合作的团队精神。顾全大局，团结协作。

但是企业执行力文化并不仅仅是为了激励和约束普通员工，更应该激励和约束的，恰恰是我们自己，我们需要首先把自身塑造成企业执行力文化的楷模。因为我们的一言一行都对企业执行力文化的形成起着至关重要的作用。我们既可能是文化、制度的塑造者，同时又可能是文化、制度的破坏者。比起其他员工来，我们掌握更多的信息和资源，因此我们就不应该仅仅是一个起监督作用的警察角色，而更应该是一名教练。像是指挥一个新手开车一样，要想将自己的经验、智慧和要求传达给学车的学员，而且必须陪着新手上路，指导他如何加减档，如何踩油门；必须参与到具体的运营过程中。只有这样，才能对企业现状、项目执行、员工状态和生存环境进行全面地了解，才能找到执行情况与预期之间的差距，并进一步对各个方面进行正确而深入的引导。好的员工会在交流的过程中得到表现，同时我们的亲和力和凝聚力也随之弥漫到整个部门中，此刻我们的公司会逐渐因为这种浓厚的人情味，而变得更加活泼、团结且开放透明。最终当我们的员工都在企业执行力文化中愉快做事时，管理中的‚执行力缺失‛问题，就会有效改善，我们的公司也必将会变得高效而现代。

**浅谈企业文化论文篇九**

1、增强企业的向心力和凝聚力。电力企业建设企业文化,可以促使电力职工产生对企业目标、准则及观念的认同和作为企业职工的使命感。在这种文化氛围的作用下,职工从对本职工作的使命感,有机发出对本职工作的自豪感,以及对价值的认同和人的主体性的尊重,使企业成为全体职工利益感情的统一体,自然地产生对企业的归属感。职工中“认同感”、“使命感”、“自豪感”及“归属感”的树立,潜意识的产生对企业的向心力,这种巨大的心理力量,就不断产生着把每个个体职工凝聚在本企业集体之中的整体效应。

2、加强信息交流。企业职工在统一的文化氛围中逐渐形成统一的价值观念,相互之间就会产生共同的语言和情感,也就便于交流信息,统一认识。上级了解并信任下级,而下级也理解上级并领会上级的意图,上下关系融洽,左右关系和谐。

3、规范电力企业员工的行为。这主要表现在两个方面:(1)外在约束,即通过企业制度、企业风尚、企业道德以及约定俗成的厂规厂纪等文化熏陶来规范员工的行为。(2)内在约束,即通过影响企业员工共同的价值观来进行自我约束。

1、强化创建意识的原则。电力企业文化是电力企业两个文明建设的综合反映。当代的企业管理是文化型的管理,通过“文化力”来协调、引导和约束人的行为,以弥补企业制度管理的不足,促进企业技术、经济、精神、物质的深刻变化,达到人和物的同步发展。电力企业的领导应当借助当代企业管理新思想来推动电力企业文化建设。在企业内部形成全员参加,同步运转、协调发展的格局,不断增强企业职工的创建意识,努力营造一个宽松、和谐、民主的文化环境,以促进电力企业文化建设向纵深发展。

积极性、主动性和创造性,从而实现以人为本的管理格局。

3、服务原则。电力企业公益性强的特点,决定了它与其他行业之间密不可分的关系。因此,在电力的生产、建设、经营管理等实践中,应增强责任感,塑造服务于社会、服务于用户的行业形象。

4、民主原则。电力企业文化是电力企业全体职工感情的凝聚和升华,坚持民主原则是建设电力企业文化的客观要求,企业的民主管理可以增进职工以及干群之间的相互了解、信任与宽容,在企业内部建立起充满民主、和谐、诚挚的新型人际关系。

1、企业价值观。它是指企业在追求经营成功过程中所推崇的基本信念和奉行的目标。企业价值观是企业全体或多数员工一致赞同的关于企业意义的终极判断,是一种企业人格化的产物。企业价值观作为企业人的共同信念,为企业生存和发展提供了基本的方向和行动指南。

2、企业精神。它是企业在独立经营和长期发展过程中,在继承企业优良传统的基础上,适应时代的要求,由企业家积极倡导、全体职工自觉实践而形成的代表企业信念、推动企业生产经营的规范化和信念化了的群体意识,它包括企业的个性精神、团体精神、现代意识和自觉的群体意识,通过厂歌、厂训、厂规、厂徽等形式形象的表现出来。

3、企业形象。企业形象是反映企业文化个性的外在表现。电力企业的形象应体现对国家、对社会的强烈的责任感、“人民电业为人民”的负责精神;体现优良的电力质量、服务质量;正确处理国家、集体和个人三者利益关系,收费合理;作风严谨朴实、内部团结等。

4、企业文化网络。它是指企业中非建制型的信息传播渠道,常常与非正式组织相互联系在一起。从企业岗位责任制来看,每个人都只能在一个岗位上扮演一个角色,但同时,几乎所有的人又都在扮演着另一个或几个角色,如传播小道消息、小集团成员等。它独立于企业正式建制之外,不分地位、工作特点,把企业中的各种人员联系在一起,影响着企业各种决策和协调。

内部浓厚的人情味,使企业与职工之间、企业与公众之间充满友情。它是企业文化的重要组成部分。

1、要发挥党组织在电力企业文化建设中的作用。企业党组织在企业中处于政治核心地位,其对企业的领导从根本上说是政治领导。这种政治领导在企业文化建设中主要通过政治导向作用、关系协调作用、榜样示范作用和政工优势作用来实现。

2、电力企业文化建设中的创新问题。提高电力企业文化的创新含量,除了要在建立健全科技创新机制、管理创新机制等方面努力外,还要借鉴西方发达国家成熟运行数百年的管理文化,包括他们的管理方式和方法、管理原则、管理标准、管理机制等。

3、电力企业的文化建设要与电力企业的思想政治工作相结合。从企业文化的角度来看,其核心层及精神层的内容,如企业目标、企业哲学、企业宗旨、企业精神、企业道德、企业风气等都属于思想政治工作的范围;其中间层次及制度层的形成和贯彻,也离不开思想政治工作的保证和促进作用。从思想政治工作的角度来看,其大部分内容直接与企业的生产经营活动有关,这些内容都可以划入企业文化的范围。因此,思想政治工作是培育企业精神、建立企业文化的主要手段,而企业文化则为企业思想政治工作与管理工作密切结合提供了一个最好的形式。

4、电力企业文化建设要坚持以人为本。企业文化建设要突出以人为中心的管理思想,因为人是企业发展的目的、是企业存在的核心和发展的动力、是企业文化发展的源泉。要注重在管理上造就一种亲密、友善、信任的组织氛围,有效地避免从政治视角或从经济视角实施企业管理的负效应,化消极因素为积极因素,进而极大地调动员工的积极性。

**浅谈企业文化论文篇十**

企业文化是20世纪80年代以来企业管理学中分化出来的一个新理论。它是企业在长期生产经营过程中逐步形成与发展的企业经营哲学、行为规范、道德准则、风俗习惯和传统的有机统一。企业文化分为企业道德文化、制度文化和物质文化三个层次。道德文化是企业文化中最根本的，它决定着其它文化活动以及员工的实践活动方向。

企业文化对外是一面旗帜，对内是一种向心力。一个企业真正有价值、有魅力、能够流传下来的东西，不是产品，而是它的文化。优秀的企业文化能够为员工确立一种具有群体心理定势的指导意识，建立共同的文化氛围，树立共同的价值观；能激发员工爱岗敬业、奋发向上的工作热情，使员工的积极性、主动性、创造性最大限度地加以发挥，从而产生归属感、使命感、凝聚力和向心力。

道德文化体系的核心是正确处理效益目标与责任目标、物质文明和精神文明的关系。企业道德文化建设要以生产经营活动为中心，以保证企业两个文明建设协调发展为目标，以提高员工的思想道德素质和技术、技能水平为出发点和落脚点，建立以社会公德、职业道德、家庭美德为内容的统一的、系统的、协调的道德文化体系，以期在员工中形成对企业共同价值观的认知、认同，使其在思想感情上、价值取向上和行为规范上都保持高度一致，以产生较大的凝聚效应和震撼效应，因此，企业道德文化具有导向、约束、凝聚、融合、辐射等功能。导向作用，即把企业员工引导到确定的价值目标上来；约束作用，即成文的或约定俗成的厂规厂风对每个员工的思想、行为都起很大的约束作用；凝聚作用，即用共同的价值观和共同的信念使整个企业上下团结；融合作用，即对员工潜移默化，使之自然地融合到群体的统一的价值观中去；辐射作用，指其不但对本企业，还会对社会产生一定的影响。

当前企业道德文化建设的范畴主要包含四个方面：质量第一，用户至上；诚实守信，以人为本；团队合作，整体优势；学习创新，争创一流。“质量第一”，即以优良可靠的产品质量与服务质量取信于市场，这就使得企业行为的出发点落到了“利他”的道德上；而保证质量的优良可靠，离不开企业员工的合理构成，这就需要管理者以“人”全面发展为重心的道德化管理来处理内部各种关系，增强向心力与凝聚力，调动全体员工讲求质量信誉的积极性。“用户至上”，则是在质量可靠的基础上，进一步为消费者着想，以更优质的商品售前、售中、售后服务使消费者满意。其出发点与实施的全过程，本身就突出了企业行为的道德性。

目前，市场竞争已全面进入企业间的“形象竞争”时代，新一轮的竞争不仅仅停留在经济效益上，而是体现为社会效益、环境效益的竞争，是精神文化、伦理道德、文明程度的竞争。这类竞争的实质，促使现代企业进行新的形象定位，即除了以利润为标志的经济效益，还要更重视它所承担的社会政治和道义责任。这包括：遵守国家的法规和法令、按期纳税；对社会的责任，体现为提供就业机会、支持社会福利事业，保护并美化自然环境；对顾客的责任，则包括价格合理、质量可靠、服务热情周到；对职工的责任，在于提供良好的工作环境、合理的劳动报酬、和谐的人际关系、公平的发展机会；对投资者的责任，包括保障投资的安全、股息的获得等等。在现阶段，规范化的社会主义市场经济，对企业的道德伦理提出了更高的要求。一个企业越是讲求道德，就越有可能赢得市场及社会公众的信任与赞誉，就越能树立企业的良好形象，形成巨大的无形资产，并在市场竞争中获得主动。

道德的规范性包含两层意思：一是指增强职业道德规范对员工行为的约束力和影响力，使之真正内化为他们的道德自律，成为其自觉行动；二是指注重职业道德规范建立和操作过程本身的规范性和合法性，使組织的职业道德规范与社会公众利益和国家的法律法规协调一致。前者涉及职业道德规范的外在功能，后者涉及职业道德建设和操作过程的“自律”问题。建立企业道德行为规范，明确道德标准体系，形成既与社会主义道德要求相一致、又具有鲜明时代特色和行业特色的“企业道德文化”，将道德标准细化为行为规范，促进职工养成文明的语言和行为习惯；并通过各种不同方法深入广泛地宣传教育培训，强化道德说服力和道德劝导力的作用。使文字化的要求变为具体的、可视的言行规范，起到导向示范作用；同时也可在道德文化建设的过程中不断地纠偏、扩展，保证企业道德文化建设正常进行。

企业领导者的模范行动是一种无声的号召，对下属成员起着重要的示范作用。因此，要塑造和维护企业的共同价值观，领导者本身就应是这种价值观的化身。他们必须通过自己的行动向全体成员灌输企业的价值观。首先，领导者要扮演“布道者”和“育才者”的角色，通过向员工传达企业的愿望、核心价值观，关注员工的成长，为员工的全面发展提供指导和服务，以提高企业凝聚力和激发员工的潜能。其次，领导者要坚定信念，要在每一项工作中体现企业的价值观。其三，领导者要注意与下属成员的感情沟通，重视感情的凝聚力量。以平等真诚友好的态度对待下属成员，就会取得他们的信任。让管理亲和于人，管理者与员工彼此间在无拘束的交流中可以互相激发灵感、热情和信任。

首先要建立道德制度。所谓道德制度，是指将道德生活中的部分人伦关系和道德活动方式文明化、正规化。其次要将道德建设与企业内部管理制度的建立相结合。价值观的形成是一种个性心理的累计过程，这不仅需要很长的时间，而且需要给予不断的强化。人们的合理行为只有经过强化并加以肯定，才能形成习惯并稳定下来，从而使指导这种行为的价值观念转化为行为主体的价值观念。通过内部激励和约束机制的建立，以保证道德文化的正常有序开展。要把精神激励与物质激励结合起来，考虑被强化者的需求，这样才能效用最佳。行为得到不断强化而稳定下来，人们就会自觉地接受指导这种行为的价值观念，从而使企业的价值观念为全体员工所接受，逐渐形成优良的企业文化。加强道德文化建设的管理企业文化重塑必须务实。企业道德文化的建设要与社会经济和文化的发展、企业的发展相结合，要将道德文化建设纳入企业战略发展框架之中，与企业内部的制度建设相同步；道德建设的管理基础是企业内部的激励机制，制度保障机制和组织保障制度。首先要建立日常的管理机构，负责道德文化建设的日常管理工作，制定相应的计划，组织检查考核和总结；其次，道德文化建设要同企业其他管理工作一同研究、部署、检查、考核和总结，才能保证道德建设的实施结果。坚持“以德治厂”，加强企业道德文化体系建设，是一项系统工程，也是一个长期的历史性任务，需要进行坚持不懈的努力，需要动员各方面的力量，充分利用一切宣传教育渠道，不断探索更有效的方式方法。企业应把建立统一的价值观念体系的工作做细、做实，以进一步提高企业的整体形象水平，提高员工整体素质水平，提高企业核心竞争力，确保企业持续健康发展。

**浅谈企业文化论文篇十一**

1、企业家重视是搞好企业文化建设的关键。党的十七大明确提出要提高文化软实力，这在我们党的历史上还是第一次，体现了我们党对文化力量和文化建设的.新认识。在信息化、全球化深入发展，文化越来越成为综合国力竞争因素的今天，能否拥有强大的文化软实力，关系到中华民族能否自立于世界民族之林，也关系到一个企业的持续发展和健康长寿。人类因梦想而伟大，企业因文化而繁荣。从一定意义上说，企业文化就是企业家文化，这是因为：企业家的文化主张、文化含量、文化思想、文化素养是企业文化的重要元素；企业家在企业文化建议中肩负着四个角色责任，即倡导责任、整合责任、示范责任、变革责任；企业家既是企业文化的设计者、组织者，也是企业文化的实施者、示范者。没有张瑞敏，就没有海尔文化；没有任正非，就没有华为文化；没有任克雷，也就没有华侨城文化。企业文化是企业家份内的职责，别人是无法替代的，必须坚持以文化为主导。的经验已经证明，要搞好企业文化建设，企业家必须高度重视，否则，这个企业的企业文化建设就举步维艰。

2、要充分认识企业文化的功能和作用。企业文化在中国先进文化体系中，虽然位处亚文化地位，却十分重要，具有跨越时空的力量。在企业经营管理的实践中，企业文化有六大功能，也就是六种力量：一是导向功能、导向力；二是塑造功能、塑造力；三是约束功能、约束力；四是凝聚功能、凝聚力；五是激励功能、激励力；六是幅射功能、幅射力。祖国南海之滨的三亚，是我国唯一的热带滨海城市，拥有独特的旅游资源、一流的生态环境和丰富的人文遗产。自1987年9月升格为地级市以来，三亚依托自身区位和资源优势，选择以城市品牌发展作为突破口，通过城市品牌发展来激活和提升城市的软实力，取得了初步成效：依靠文化铺垫，塑造鲜明的城市形象；依靠活力支撑，积极实践注意力经济；依靠品牌牵引，提升城市核心竞争力；依靠媒体放大，提升知名度和美誉度；依靠项目推进，推动地方经济发展。

3、企业文化要有鲜明的个性印记。企业文化有共性、个性之分，两者要紧密结合。共性显示文化的原则，但不能显示文化的特征；个性才能说明事物的本质，企业文化的生命力或灵魂在于个性。所以，在企业文化建设中，共性要体现，个性要突出。现在，纵观企业文化理念的概括、提炼、冠名，有一个通病，就是雷同化，放到全省、全国各个地方都可通用。这种现象，叫做“既无错处，也无用处”。如何做好这项工作呢?一是语言要简洁，不要唆；二是要体现本质核心，同企业的战略目标和经营管理结合起来，做到兼容并蓄；三是要注意个性、原始性、独特性，要有鲜明的个性印记；四是要好识、好记、好用、好传播；五是不能繁琐化、不能雷同化、不能模式化、不能故弄玄虚、不能“双脚离地，”而要“落地生根。”

参考文献。

[1]姚桓：《“中国梦”及其文化支撑》，《西城社科通讯》第2期。

[2]斯蒂芬·p·罗宾斯.管理学（第七版）.中国人民大学出版社，20。

[3]孙超.关于企业管理及企业文化的思考—以富士康公司为例.《经济师》，年第1期。

**浅谈企业文化论文篇十二**

企业文化，大道无形，看不见也摸不着，让不少管理者感到很“虚”，不知道如何下手，文化建设重点在那里，也不知道如何才能够通过企业文化的建设从本质上提高企业的核心竞争力，这使得很多企业的所谓企业文化建设最终变成口号式的结果。

从概念上讲，企业文化又称为公司文化。这个词最早出现在20世纪80年代初。它最普遍的定义是以企业管理哲学和企业精神为核心，凝聚企业员工归属感、积极性和创造性的人本管理理论，同时，它又是受社会文化影响和制约的，以企业规章制度和物质现象为载体的一种经济文化。

由此可见企业精神和企业管理哲学是核心，而管理哲学虽然似乎有章可寻，但必须结合自身企业的特点来形成，企业精神更不是企业领导者说了算的。它是企业广大员工在长期的合作中形成的，领导者有意识的概括，总结和提炼而确定下来的，目的是为了形成一个有号召力、凝聚力和向心力的企业宝贵财富。因此从企业文化的概念中已经可以看出，员工在其中的地位重要。没有了员工的参与，所谓的企业文化只是一句苍白无力的口号而已。

企业文化离开了员工固然不行，但从员工的角度又是如何看待企业文化的呢？中国人力资源调研网曾经做过一项历时3年的关于员工离职情况的调查，结果表明大部分员工离职和钱的关系并没有人们想象中大，相反，更多的主要原因是感觉企业没有给他一种归属感，例如和中层领导的不和，其中包括管理者说话技巧不好等因素；员工的工作做好了却没人表扬，没人关注。这在某种程度上表明了企业文化对员工的影响。从每个员工的日常生活和工作的时间比例来看，在工作场所的时间占了一天时间的1/3的，如果加班或者其它原因的话，占的比例更大了，可以说每天在工作场所和同事相处以及进行一些与所在企业有关的活动所化的时间往往比和家人相处的时间还长。因此，在一个好的工作环境和好的氛围下工作是每个员工所希望的。企业文化对于一个员工来说，如果既没有吸引力，也没有向心力，其结果是可想而知的，必然造成员工“身在操营，心在汉”的状态，员工自己不开心，企业也没有发挥到每个员工的积极能动性，更不能达到人尽其材的作用。正如最近在职场上十分流行的一本畅销书《鱼》所说那样，每个人不管你是老板还是一般的职员，凡是工作的人都希望能够在“一个新颖而且有责任感的工作环境”下工作，“在那里可以快乐、专注、忘我地工作，唤起心中潜藏的活力、热情、能力和创造力”。虽然现实中并不是每种企业文化都认同和提供这样的一个工作场所给员工，但每个员工都希望寻找一个属于自己的乐土。

中消研一项历时3年关于员工离职情况的调查结果表明：员工离职的原因跟钱的关系并不大，反而是跟中层领导的不和成为了导致他们离职的第一位原因，其中包括管理者说话技巧不好等因素。造成员工离职的第二个主要原因是他们工作做好了也没人表扬、没人关注。

一、员工关系管理的几个方面和员工关系管理的最终目的员工进入企业、成为组织的成员后，就进入员工关系管理的框架。从理论上说，企业人力资源管理从三个方面影响企业和员工、员工与员工的之间的联系，这三个方面就是工作设计、人力资源的流动和员工激励。工作设计是指根据企业目标和业务特点，确定每个工作职位工作内容和所应承担的职责，彼此之间的工作联系、管理关系和方式，以及承担这些工作对员工的要求。工作设计明确了员工应该做什么和如何做才能达到要求。员工异动，是指员工从进入企业到离开企业的整个过程。这个过程实际上是员工为实现本人的职业发展计划和企业为保证业务运转的整个人力资源配置过程，以及满足企业和员工本人对工作能力要求而进行的绩效评估、能力转化和提升过程。员工激励，指的是如何通过内外部激励手段，不断促进企业目标实现和员工个人发展之间的良性循环。内外部的激励手段，既包含报酬体系、福利体系，也包含其他满足员工心理需求的措施。

从影响员工关系管理的三个方面，我们不难得出员工关系管理的最终目的不仅仅是让员工满意，而应该是使每一位“权力人”满意的结论。“权力人”应该包括顾客、员工、出资人、社会与环境，甚至包括供应商和竞争对手在内。从目前成功企业的企业文化分析中看，他们都非常重视对企业各种“权力人”权力的尊重。惠普的企业文化明确提出：“以真诚、公正的态度服务于公司的每一个权力人”的思想，这与ibm公司的“让公司的每一个成员的尊严和权力都得到尊重，为公司在世界各地的消费者提供最上乘的服务”有异曲同工之妙。

我时常听到有的管理者讨论如何让员工努力工作，但很少听到管理者认真研究他们如何实现对员工所承担的义务的承诺。包括工作的引导、资源的支持、服务的提供，更谈不上生活的关心；我也时常听到直线经理关于别的部门不配合自己部门工作的抱怨，特别是关于相互间的推诿、办事效率低的议论，不过我们很少逆向思考我自己是如何配合别人的。试想一下，我们为什么不从自身角度改变服务观念，先让别人满意而做先行者和倡导者呢？作为管理者，我们在其中扮演了什么角色？为什么不能成为公司利益的代言人、企业文化的宣传者，而只是一味抱怨呢？当听到消极的、负面的或者笼统称作所谓员工“不满意”的议论时，我们为什么不能从公司的角度、从积极的角度、从正面的角度加以重视、加以引导、加以解决而是任其蔓延呢？这些问题或许尖锐了一点，但这样的反思会帮助我们梳理和更进一步认清员工关系管理的目的，换句话说，员工关系管理的目的是我们每一个管理者必须首先明确和弄清楚的问题。惟有如此，我们管理者才能以正确的心态和寻找适当的方法去面对和解决员工关系管理中的种种问题。

二、员工成长沟通管理是企业管理者进行员工关系管理的重点。

从广义的概念上看，员工关系管理的内容涉及了企业整个企业文化和人力资源管理体系的构建。从企业愿景和价值观体系确立，内部沟通渠道的建设和应用，组织的设计和调整，人力资源政策的制订和实施等等。所有涉及到企业与员工、员工与员工之间的联系和影响的方面，都是员工关系管理体系的内容。

从狭义的概念上看，即从人力资源部门的管理职能看，员工关系管理主要有劳动关系管理、员工人际关系管理、沟通管理、员工情况管理、企业文化建设、服务与支持、员工关系管理培训等内容。

不论从影响企业和员工、员工与员工的之间的联系的工作设计、人力资源的流动和员工激励三个方面，还是从员工关系管理的广义和狭义内容角度，我们都会发现，沟通渠道建设特别是涉及员工异动的员工成长管理，我们姑且称之为“员工成长沟通管理”是管理者进行员工关系管理的重点。

（一）员工成长沟通管理的内容与目的：

员工成长沟通可以细分为“入司前沟通、岗前培训沟通、试用期间沟通、转正沟通、工作异动沟通、定期考核沟通、离职面谈、离职后沟通管理”等八个方面，从而构成一个完整的员工成长沟通管理体系，以改善和提升人力资源员工关系管理水平、为公司领导经营管理决策提供重要参考信息。

（二）员工成长沟通管理的具体内容与类别浅析：

1、入司前沟通：

（1）沟通目的：重点对企业基本情况、企业文化、企业目标、企业经营理念、所竞聘岗位工作性质、工作职责、工作内容、加盟公司后可能遇到的工作困难等情况进行客观如实介绍，达到“以企业理念凝聚人、以事业机会吸引人、以专业化和职业化要求选拔人”之目的。

（2）沟通时机：招聘选拔面试时进行。招聘主管负责对企业拟引进的中高级管理技术人才进行企业基本情况介绍等初步沟通，对拟引进的一般职位负责完成“入司前沟通”；对拟引进的中高级管理技术人才，人力资源部经理和公司主管领导完成“入司前沟通”。

2、岗前培训沟通：

对员工上岗前必须掌握的基本内容进行沟通培训，以掌握企业的基本情况、提高对企业文化的理解和认同、全面了解企业管理制度、知晓企业员工的行为规范、知晓自己本职工作的岗位职责和工作考核标准、掌握本职工作的基本工作方法，以帮助员工比较顺利的开展工作，尽快融入企业，度过“磨合适应期”。

3、试用期间沟通：

（1）沟通目的：帮助新员工更加快速的融入企业团队，度过“磨合适应期”，尽量给新员工创造一个合适、愉快的工作环境，即使新员工最终被试用淘汰应该是经过了企业努力属于员工自身的责任。

（2）沟通责任者：人力资源部、新员工所属直接和间接上级。人力资源部主要负责对科室管理人员进行试用期间的沟通；科室管理人员以外的新员工沟通、引导原则上由其所属上级负责。

（3）沟通频次要求：

a、人力资源部：

新员工试用第一个月：至少面谈2次（第一周结束时和第一个月结束时）；

新员工试用第二、三个月（入司后第二、三个月）：每月至少面谈1次，电话沟通1次。

b、新员工所属直接上级：可以参照人力资源部的沟通频次要求进行。

（4）沟通形式：面谈、电话等方式外，人力资源部还应不定期组织新员工座谈会进行沟通，可与新员工岗前集中培训结合进行。

4、转正沟通：

（1）沟通目的：根据新员工试用期的表现，作出是否转正的建议意见。建议同意转正的，应指出工作中存在的不足、今后的改进建议和希望；系不同意转正辞退或延长试用期的，应中肯的分析原因和提出今后改进建议。

（2）沟通时机：

a、新员工所属直接上级：进行新员工转正评价时，并形成部室意见。

b、人力资源部：在审核科室员工转正时，并形成职能部门意见。

5、工作异动沟通：

（1）沟通目的：使员工明确工作异动的原因和目的、新岗位的工作内容、责任、挑战及希望，以使员工比较顺利的融入到新岗位中去，同时以期达到员工到新岗位后更加愉快、敬业的工作之目的。

（2）沟通时机：

a、人力资源部：在决定形成后正式通知员工本人前。

b、异动员工原部门直接上级：在接到人力资源部的员工异动决定通知后立即进行。

c、异动员工新到部门直接上级：在异动员工报到上岗之日，相当于新员工的入职引导和岗前培训沟通。

6、定期考核沟通：

7、离职面谈：

（1）沟通目的：本着善待离职者原则，对于主动离职员工，通过离职面谈了解员工离职的真实原因以便公司改进管理；对于被动离职员工，通过离职面谈提供职业发展建议，不让其带着怨恨走；诚恳的希望离职员工留下联系方式，以便跟踪管理。

（2）沟通时机：

第一次：得到员工离职信息时或作出辞退员工决定时；

第二次：员工离职手续办清楚准备离开公司的最后一天，一般安排在结帐前。因此时离职员工再无任何顾忌容易讲真话。

（3）离职面谈责任人：原则上由人力资源部和员工所属部门负责人共同组织：

a、第一次离职面谈：对于主动提出辞职员工，员工直接上级或其他人得到信息后应立即向其部门负责人和人力资源部人力主管反映（人力资源部落实专人负责员工关系管理），拟辞职员工部门负责人应立即进行离职面谈，了解离职原因，对于欲挽留员工应进行挽留面谈，对于把握不准是否挽留的应先及时反馈人力资源部以便共同研究或汇报，再采取相应措施。对于科长级以上的管理干部主动辞职的，得到信息的人应先将信息第一时间反馈人力资源部负责人以便决策。对于企业辞退的员工，科长级以下员工由员工所在部门负责人进行第一次离职面谈；科长级以上干部（含科长级）由人力资源部组织进行第一次离职面谈。

b、第二次离职面谈：对于最终决定同意离职的员工，由人力资源部进行第二次离职面谈。主管级以下员工由人力主管进行离职面谈；主管级以上员工（含主管级）由人力资源部经理及以上负责人进行离职面谈，原则上企业谈话人应比离职者的职级略高至少应对等。对于科室员工以外的员工离职，第二次面谈可以采取离职员工填写《离职员工面谈表》的相关内容方式配合完成。第二次面谈应技巧性让离职员工自愿留下联系方式，以便跟踪管理。

（4）离职原因分析：离职原因分析每月应定期进行1次，由人力主管负责完成，报人力资源部经理和分管领导，以便改进人力资源管理工作。

8、离职后沟通管理：

（1）管理对象：属于中高级管理人员、关键技术人员或具有发展潜力的科室员工、生产、营销一线骨干岗位员工，并且不是因人品、工作失职等原因主动离职，同时是属于企业希望其“吃回头草”的离职员工。

（2）管理目的：通过诚心、真心的关心，建立友善的终生关系，使其能成为企业外部可供开发的人力资源，更是企业文化、企业形象的正面宣传窗口。

（3）管理方式：

a、人力资源部负责员工关系管理的人力主管应建立此类员工的离职后续管理档案，档案内容至少应包括离职去向、离职原因、联系方式、后续追踪管理记录等内容。

b、离职时诚恳的要求留下联系方式。

c、一般应在员工离职后1月内、3个月内、半年内、1年内分别电话沟通关心一次。

d、每年给离职员工寄生日卡和新年卡，由副总级以上分管领导亲笔签名。

e、把离职员工列入公司内部刊物邮寄名单（至少3个月1次）。

f、定期（原则上3个月1次）为离职员工寄发有公司近况和经营业务的电子邮件。

1、员工关系管理的起点是让员工认同企业的愿景。

企业所有利益相关者的利益都是通过企业共同愿景的实现来达成的。因此，员工关系管理的起点是让员工认同企业的愿景。没有共同的愿景，缺乏共同的信念，就没有利益相关的前提。但凡优秀的企业，都是通过确立共同的愿景，整合各类资源，当然包括人力资源，牵引整个组织不断发展和壮大，牵引成员通过组织目标的实现，实现个体的目标。

企业的价值观规定了人们的基本思维模式和行为模式，或者说是习以为常的东西，是一种不需要思考就能够表现出来的东西，是一旦违背了它就感到不舒服的东西。因此，可以说是企业的价值观是企业的伦理基准，是企业成员对事物共同的判定标准和共同的行为准则，是组织规范的基础。有了共同价值观，对某种行为或结果，组织成员都能够站在组织的立场做出一致的评价。这种一致的价值观既是组织特色，也是组织成员相互区分的思想和行为标识。

所以，认同共同的企业愿景和价值观，是建设和完善企业员工关系管理体系的前提和基础。

2、完善激励约束机制是员工关系管理的根本。

企业有多种利益相关者，但其创立和存在的核心目标在于追求经济价值，而不是为了单纯满足员工个体利益需求。因此，企业组织的目标和其所处的竞争状况，并建立企业与员工同生存、共发展的命运共同体，是处理员工关系的根本出发点。如何完善激励约束机制，建立科学合理的薪酬制度包括晋升机制等，合理利用利益关系就成了员工关系管理的根本。

3、心理契约是员工关系管理的核心部分。

上个世纪70年代，美国心理学家施恩提出了心理契约的概念。虽然心理契约不是有形的，但却发挥着有形契约的作用。企业清楚地了解每个员工的需求和发展愿望，并尽量予以满足；而员工也为企业的发展全力奉献，因为他们相信企业能满足他们的需求与愿望。

心理契约是由员工需求、企业激励方式、员工自我定位以及相应的工作行为四个方面的循环来构建而成的，并且这四个方面有着理性的决定关系。心理契约给我们员工关系管理带来的思考是：

企业在构建心理契约时，要以自身的人力资源和个人需求结构为基础，用一定的激励方法和管理手段来满足、对应和引导员工的心理需求，促动员工以相应的工作行为作为回报，并根据员工的反应在激励上做出适当的调整；员工则依据个人期望和企业的愿景目标，调整自己的心理需求，确定自己对企业的关系定位，结合企业发展目标和自身特点设定自己的职业生涯规划，并因此决定自己的工作绩效和达成与企业的共识：个人成长必须依附企业平台，离开企业这个平台谈员工个人目标的实现只能是一句空话，这好比大海与溪水的关系，企业是海，个人是水，离开大海，溪水是会干枯的。这就是现代人力资源管理的心理契约循环过程，也是企业员工关系管理的核心部分。

4、职能部室负责人和人力资源部门是员工关系管理的首要责任人。

在企业员工关系管理系统中，职能部室负责人和人力资源部门处于联结企业和员工的中心环节。他们相互支持和配合，通过各种方式，一方面协调企业利益和员工需求之间的矛盾，提高组织的活力和产出效率；另一方面他们通过协调员工之间的关系，提高组织的凝聚力，从而保证企业目标的实现。因此，职能部室负责人和人力资源部门是员工关系管理的关键，是实施员工关系管理的首要责任人，他们的工作方式和效果，是企业员工关系管理水平和效果的直接体现。

综上所述，员工关系管理的问题最终是人的问题，主要是管理者的问题。所以，管理者，特别是中高层管理者的观念和行为起着至关重要的作用。在员工关系管理和企业文化建设中，管理者应是企业利益的代表者，应是群体最终的责任者，应是下属发展的培养者，应是新观念的开拓者，应是规则执行的督导者。在员工关系管理中，每一位管理者能否把握好自身的管理角色，实现自我定位、自我约束、自我实现、乃至自我超越，关系到员工关系管理的成败和水平，更关系到一个优秀的企业文化建设的成败。或许，这才是我们每一个管理者进行员工关系管理时应该深深思索的问题。

**浅谈企业文化论文篇十三**

［摘要］反腐倡廉就是维护社会的公平和正义。反腐倡廉建设是电力企业乃至国有企业生存和发展的重要保证。本文首先阐述了反腐倡廉建设之于企业发展的作用和意义，其次又分析了电力企业当前面临的反腐倡廉新形势，最后从反腐倡廉教育宣传、制度建设、监督执行等方面对反腐倡廉文化建设展开讨论。

首先，要正确认识反腐倡廉建设之于企业发展的作用和意义。反腐倡廉建设是反腐败斗争的基础性工程，是从根本上遏制消极腐败现象的一项治本性措施，是一项重大的政治任务。反腐倡廉建设更是电力企业乃至国有企业生存和发展的重要保证，强化廉政教育，营造自律氛围，是企业廉政建设的基础。

企业廉洁文化建设是提升党风廉政建设和反腐倡廉工作水平、促进企业又好又快发展的系统工程，它能有效地约束员工的行为道德，夯实反腐倡廉思想道德基础，构建和谐稳定的企业环境。因此，在企业内部加强廉洁文化建设，有着重大而深远的意义。

建设企业廉洁文化是提高员工廉洁意识和服务水平的需要。加强廉洁文化建设，能增强员工自重、自省、自警、自励意识，增强法制观念和组织纪律观念，真正使“人民电业为人民”的宗旨意识根植于心，使员工树立正确的世界观、人生观和价值观，保证思想上、组织上的一致性，从而形成反腐倡廉的整体合力。

建设企业廉洁文化是贯彻落实国家电网公司三个十条的重要举措。加强员工自律教育，能促使他们树立正确的权力观、地位观、利益观，牢固筑起拒腐防变的思想道德防线。认真贯彻落实国网公司“三个十条”，能有效遏制和减少电力员工职务犯罪案件发生，塑造电力员工队伍廉洁从业、务实高效的良好形象。确保每个员工在人生的旅途中一帆风顺，用事业的和谐促进企业的和谐，推动和谐社会建设又好又快发展。

建设企业廉洁文化是促进社会和谐、履行社会责任的具体体现。建设廉洁文是国有电力企业加强企业自身建设，树立企业良好形象、提高企业竞争力的现实需要，也是促进“三个文明”建设健康发展的必然要求，是自觉履行社会责任的具体体现，是电力企业必须履行的首要社会责任。

其次，要认清电力企业面临的反腐倡廉新形势在人们心目中电力企业是有权、有钱的单位，电网建设投资动辄上千万、上亿，只要稍动一点心思就有可能是百把上千万。近年来电力系统经济违法案件时有发生，大多是与权力有关，受贿的、挪用公款的、私设小金库的占大多数。包括一些大要案，也多是利用手中权力干预工程建设的发包权，索取好处。电力企业成为上级关注的热点、社会关注的焦点。

电力系统领导干部中虽然出现了一些腐败分子，但我们整个电力行业还未达到危言耸听的程度，绝大多数党员干部职工都是清廉无私和勤于奉献的。对于一些少数人和个别现象，我们应该有个科学客观的态度，不可以偏概全来否定整个行业，电力系统点多线长，工作门类复杂。因此，我们要正确对待改革和发展中出现的一些腐败现象，不能以偏概全的否定电力系统为国家为社会经济发展所做的贡献，但也不能放松对腐败的预防和惩治，要坚持两手抓，两手都要硬，积极预防腐败的发生。

当前反腐倡廉工作的重点：

一、加强反腐倡廉的教育宣传工作。

思想是行动的先导。对党员干部特别是领导干部进行反腐倡廉宣传教育，是加强党的思想政治建设的重要内容，是党风廉政建设和反腐败斗争的基础性工作。大量案例表明，一些党员干部走上违纪违法道路，往往是从思想蜕化变质开始的。因此，只有加强党的思想政治建设，加强反腐倡廉教育工作，使广大党员干部特别是领导干部在头脑中牢固树立科学的世界观、人生观和价值观，牢固树立正确的权力观、地位观和利益观，坚定理想信念，坚持党的全心全意为人民服务的宗旨，增强党性观念和法纪意识，增强辨别是非的能力，才能使他们正确对待手中的权力，自觉地处理好个人利益与国家利益、集体利益的关系，自觉遵守党的纪律和国家法律法规，才能使他们见微知著，防微杜渐，廉洁自律，筑牢拒腐防变的思想道德防线。

反腐倡廉教育对确立拒腐防变的思想观念，起着潜移默化的引导作用。腐败行为发生与否，主要取决于行为主体的思想动因，而净化人的思想，必须依靠长期的思想教育。教育与法制等其它手段不同，其强制性不那么刚性，其功能的实现并不一定立竿见影，但它“润物无声”，潜移默化地渗透着人们的思想，长期持久地影响着人们的行为。思想教育有助于形成稳定的价值取向，对人一生的发展具有非常重要的意义，坚持不懈地对党员干部进行思想教育，就能使党员领导干部端正自己的从政行为，自觉抵御和防止腐败。

反腐倡廉教育要以领导干部为重点。加强对党员干部特别是领导干部的反腐倡廉教育是建设高素质干部队伍的一项十分重要的工作。要把反腐倡廉教育贯穿于领导干部的培养、选拔、管理、使用等各个方面，坚持教育与管理、自律与他律相结合，督促领导干部加强党性修养，廉洁自律，常修为政之德、常思贪欲之害、常怀律己之心，牢记“两个务必”，做到“八个坚持、八个反对”，自觉经受住改革开放和发展社会主义市场经济条件下长期执政的考验。反腐倡廉宣传教育是加强预防的基础性工作，是解决从源头上遏制腐败的一项重要措施。对于提高拒腐防变和自觉抵御腐败风险能力，对于提高党的领导水平和执政水平具有不可替代的作用。

二、加强反腐倡廉的制度建设。

强化组织领导，落实“一岗双责”。企业廉洁文化建设关键在领导，要把企业廉洁文化建设列入企业的重要议事日程，纳入惩治和预防腐败源头治理总体规划，完善企业廉洁文化投入机制，实行党政“一把手”亲自抓，班子成员各负其责、齐抓共管的工作责任制，这是落实“一岗双责”的组织保证。“一把手”要带头廉洁自律，带头抓党风廉政建设，要对班子及其成员、对下一级班子“一把手”的党风廉政建设负主要领导责任。领导班子正职对本级班子及其成员的党风廉政建设负主要领导责任。各级领导班子成员要各负其责，既要增强大局意识，做好自身的工作，又要增强“守土有责”的意识，切实做到“一岗双责”。

创新廉洁体系，激发全员参与。廉洁文化建设是一个覆盖电力企业各项工作的大工程。一是充分发挥纪检监察、组织人事、思想宣传、群众工会、信息网络等职能作用，形成齐抓共管的工作格局；二是抓好制度建设。紧紧围绕公司的中心工作，大力弘扬求真务实精神，按照“诚信、责任、创新、奉献”的公司精神，建立适合新形势下反腐倡廉的规章制度，实行制度监督，从源头上防治腐败。三是把廉洁文化建设和反腐倡廉思想道德建设纳入职工教育培训的必修内容，并与其它教材同步安排、落实和评估。四是积极探索与电力企业实际相结合的廉洁文化建设思路，最大限度地发挥企业廉政文化资源优势，使廉洁文化建设和反腐倡廉思想道德建设成为公司又好又快发展的强企之基、固本之源。

三、加强反腐倡廉的监督制度。

监督是防止权力滥用、遏制腐败的关键环节。在企业中，加强监督必须紧紧抓住易于腐败的重点环节和重点部位，综合运用党内监督、职能监督和民主监督等多种形式，强化监督的有效性，在切实防止决策失误、权力失控和行为失范上下功夫。

一是加强对领导干部特别是主要负责人的监督。按照《党内监督条例》和《党员权利保障条例》的要求，对企业领导干部履行职责和行使权力情况进行监督，落实重要情况通报和报告制度；对照集体领导和分工负责制度，加强对领导班子执行制度情况的监督，着重监督涉及企业生产经营中重大事项、重要干部任免、重要项目安排和大额度资金的使用是否实行集体决策，避免因个人说了算而造成重大决策失误；加强对执行党的政治纪律和落实科学发展观情况的监督，严厉查处违反政治纪律和不坚持科学发展观、影响企业发展的行为；坚持领导干部重大事项报告、述职述廉和三项谈话等制度，加强对领导干部执行“七项要求”等廉洁自律情况的监督。

二是加强对企业经营管理关键环节和重要岗位的监督。加大对企业的资金运作、物资采购、工程建设、重要业务办理等重点领域权力行使的监督力度，强化对权力配置的内部监管；开展效能监察和效能评估，推动效能监察工作由纠偏纠错向提高企业管理效率和效益转变；着力推进企业各项内控制度和廉洁自律规定的落实。

三是加强各监督力量的整合和作用的发挥。建立多部门监督工作联席会议制度，建立健全内控机制和组织协调机制，形成全方位、立体化的监督体系，发挥各相关部门、各有关方面的监督作用。注重加强行政监督，切实转变工作作风，进一步推行企务公开制度，实现由结果公开向过程公开、流程固化转变，增强工作透明度；注重加强民主监督，坚持完善职工代表大会制度，切实维护职工民主管理、民主评议、民主监督的权利。注重将各种监督形成合力，充分发挥监督在维护企业正常运营中的特别作用。

弘扬廉洁文化，促进企业发展。廉洁文化的建设，教育是基础、制度是保证、监督是关键。廉洁文化建设与政治制度建设是分不开的，要将廉洁文化建设的成果积极运用于制度建设，用制度的形式固定下来，体现到党风廉政建设和反腐败的制度建设中，把廉洁文化建设纳入企业政治文明、精神文明和企业文化建设的整体工作中，形成用廉洁文化建设夯实反腐倡廉思想道德基础的长效机制，充分体现预防在先、教育在前的原则，筑牢员工思想道德防线，全力打造坚强的企业廉洁防控网络，确保员工人生平安、干部成长安全、企业和谐发展。

**浅谈企业文化论文篇十四**

员工的职业道德水平影响企业文化，而企业文化同样影响员工的道德水平。一个好的企业除了要有一个好的企业文化，还要有一批具有与此文化相应道德水平的员工。企业文化往往与管理人员的道德水平存在着十分密切的关系。

一、基本概念。

1、道德。

道德一词，无论古代中国还是古代西方国家都有阐述。古代中国：在中国最早的古籍中，“道”和“德”是分开使用的。商朝出土的甲骨文中，已经有了“德”字。当时“德”的意义比较广泛，有表示站在十字路口目光向前直视之意，似乎与今日之“德”毫无关系。到了周朝，德的涵义逐渐集中，西周初期的大盂鼎铭文的“德”字，已经明确地包含着按照当时的规范去行事而有所得的意思。道德二字连用，成为一个概念，始于春秋战国时的《管子》、《庄子》、《荀子》等书。荀况说：“故学至乎礼而止矣，夫是之谓道德之极。”荀况不但将道和德连用，而且赋予了它较为确定的意义，即指人们在社会生活中所形成的道德品质、道德境界和调整人与人之间关系的道德原则和规范。古代西方：道德一词起源于拉丁语“摩里斯”（mores），指风俗和习惯，后来引伸为规则和规范、行为品质、善恶评价等方面的意义。到了近代，马克思主义伦理学认为，道德作为一种社会范畴，属于上层建筑领域，其中包含着意识形态方面，是一种特定的社会现象。道德现象是由社会经济关系所决定的用善恶标准去评价的一种社会现象。

我们现在对道德的定义：依靠社会舆论、传统习惯、教育和人的信念的力量去调整人与人、个人与社会之间关系的一种特殊的行为规范。

1阶级的道德，是建立在以社会主义公有制为主体的经济基础上的一种上层建筑。

2、职业道德。

所谓职业道德，就是同人们的职业活动紧密联系的符合职业特点所要求的道德准则、道德情操与道德品质的总和。

每个从业人员，不论是从事哪种职业，在职业活动中都要遵守道德。如教师要遵守教书育人、为人师表的职业道德；医生要遵守救死扶伤的职业道德等等。

职业道德不仅是从业人员在职业活动中的行为标准和要求，而且是本行业对社会所承担的道德责任和义务。职业道德是社会道德在职业生活中的具体化。

企业文化是企业在发展过程中形成的、并被员工认同的企业形象、经营理念、行为规范和文化氛围，是企业个性的反映，是以文明取胜的群体竞争意识。企业文化被越来越多的企业视为灵魂，并以企业文化为依托，实施自己的发展战略，努力打造自己的品牌。

宝钢文化的本质在管理。宝钢对文化的管理体现管理的文化。宝钢企业文化管理通过对公司的精神管理、公共管理、危机管理和品牌管理，形成全体员工共同的认同，表现为宝钢的一种文化氛围、管理风格和队伍风气，在实际工作中培育宝钢的个性、精神和灵魂。

宝钢企业文化的主线是严格苛求的精神，学习与创新的道路，争创一流的目标。

好的企业文化的第一要素，就是企业员工要具备职业化的素质，简单地说，就是企业的员工知道他应该认真把他承担的职责做好。所以说，员工的道德水平是好的企业文化的决定因素之一。我们可以从以下四个方面去理解。

首先，在内容方面，职业道德总是要鲜明地表达职业义务、职业责任以及职业行为上的道德准则。它不是一般地反映社会道德和阶级道德的要求，而是要反映职业、行业以及产业特殊利益的要求；它不是在一般意义上的社会实践基础上形成的，而是在特定的职业实践的基础上形成的，因而它往往表现为某一职业特有的道德传统和道德习惯，表现为从事某一职业的人们所特有道德心理和道德品质。甚至造成从事不同职业的人们在道德品貌上的差异。如人们常说，某人有“军人作风”、“工人性格”、“农民意识”、“干部派头”、“学生味”、“学究气”、“商人习气”等。而这些往往就会反映在企业文化上，因为企业文化有向导作用。企业文化的向导作用是指企业成为由共同价值观念、共同理想追求、共同精神状态而聚焦起来的稳定企业。一个企业内部有军人的作风，是一批人有军人作风，并带动一批人，慢慢形成了习惯，由习惯形成了作风，由作风形成了文化。

其次，在表现形式方面，职业道德往往比较具体、灵活、多样。它总是从本职业的交流活动的实际出发，采用制度、守则、公约、承诺、誓言、条例以及标语口号等形式，这些灵活的形式既易于为从业人员所接受和实行，而且易于形成一种道德习惯。企业文化有规范作用，企业文化规范作用指人或群体在各自行为规范和道德标准下活动。可以说职业道德的表现形式是通过企业文化有规范作用来表现的，有时又反过来决定企业文化。

再次，从调节的范围来看，职业道德一方面是用来调节从业人员内部关系，加强职业、行业内部人员的凝聚力；另一方面，它也是调节从业人员与其服务对象之间的关系，用来塑造本职业从业人员的形象。企业文化有融合作用，企业文化的融合作用是指对一定范围内（比如企业）的人来说不会感到文化强制，但对范围以外的人来说就会感到文化的强制。职业道德从调节范围来看，属于企业文化，有融合作用。

型。在阶级社会里，职业道德始终是在阶级道德和社会道德的制约和影响下存在和发展的；职业道德和阶级道德或社会道德之间的关系，就是一般与特殊、共性与个性之间的关系。任何一种形式的职业道德，都在不同程度上体现着阶级道德或社会道德的要求。同样，阶级道德或社会道德，在很大范围上都是通过具体的职业道德形式表现出来的。同时，职业道德主要表现在实际从事一定职业的成人的意识和行为中，是道德意识和道德行为成熟的阶段。职业道德与各种职业要求和职业生活相结合，具有较强的稳定性和连续性，形成比较稳定的职业心理和职业习惯，以致在很大程度上改变人们在学校生活阶段和少年生活阶段所形成的品行，影响道德主体的道德风貌。企业文化的产生也是如此，同样与社会背景和人文文化息息相关，在这里二者是一致的。

三、职业道德的社会性。

一个企业员工的道德水平有社会性，往往有时会超过企业文化的范畴。因为道德是社会的道德体系的重要组成部分，它一方面具有社会道德的一般作用，另一方面它又具有自身的特殊作用，具体表现在：

1、调节职业交往中从业人员内部以及从业人员与服务对象的关系。职业道德的基本职能是调节职能。它一方面可以调节从业人员内部的关系，即运用职业道德规范约束职业内部人员的行为，促进职业内部人员的团结与合作。如职业道德规范要求各行各业的从业人员都要团结、互助、爱岗、敬业，齐心协力为发展本行业、本职业服务。另一方面，职业道德又可以调节从业人员和服务对象之间的关系。如职业道德规定了制造产品的工人要怎样对用户负责；营销人员要怎样对顾客负责；医生怎样对病人负责；教师怎样对学生负责。

优质的产品和提供优质的服务。

3、促进本行业的发展。行业、企业的发展有赖于高的经济效益，而高的经济效益源于高的员工素质。员工素质主要包含知识、能力、责任心三个方面，其中责任心是最重要的。而职业道德水平高的从业人员其责任心是极强的，因此，职业道德能促进本行业的发展。

4、有助于提高全社会的道德水平。职业道德是整个社会道德的主要内容。职业道德一方面涉及到每个从业者如何对待职业，如何对待工作，同时也是一个从业人员的生活态度、价值观念的表现；是一个人的道德意识，道德行为发展的成熟阶段，具有较强的稳定性和连续性。另一方面，职业道德也是一个职业集体，甚至一个行业全体人员的行为表现，如果每个行业、每个职业集体都具备优良的道德，对整个社会道德水平的提高肯定会发挥重要作用。

1、合理性。企业文化是对一定范围内（比如企业）的人来说不会感到文化强制，但对范围以外的人来说就会感到文化的强制，这就要求企业文化要符合规律，体现公平和公正。不符合合理性的文化是不符合道德规范的文化，最终也是会被淘汰的文化。

2、效率性。企业是一个创造效益的地方，这里的效益指的是社会效益和经济效益。而企业的文化如果偏离了这个方向，是不道德的。比如一个高污染的企业为了追求经济效益而不顾社会效益，最终的结果是被整顿或关门。“黑砖窑”给少数人带来了巨大效益，却建立在剥夺职工人身自由、非法用工、不维护职工基本权利和福利上，这种企业文化肯定是违背道德底线的，也是我们国家要严惩的。

4、亲情性。企业文化要有人情味，要以人为本。一个天天以“开除”、“除名”为准则的企业，肯定不是以人为本的企业，其企业文化也是不符合道德规范的。我们说制度会给人带来压力，但不能带来恐惧。适度的压力催人奋进，恐惧使人与人、人与社会之间的关系恶化。

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找