

企业文化塑造论文(优秀5篇)

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。相信许多人会觉得范文很难写？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

企业文化塑造论文篇一

摘要：构建和谐社会需要塑造良好的企业文化，它是企业员工赖以生存、必不可少的精神食粮，因此尽快地塑造良好的企业文化，在市场经济条件下就显得更加紧迫和重要，它对提高企业经济效益和推动社会进步起着主动、积极的主导作用，在市场经济条件下通过企业文化的教育手段进行控制，使员工在潜移默化的企业文化中接受共同的价值观念。

关键词：企业文化精神食粮塑造价值观念

企业文化为企业员工共同认同和遵守的企业道德提供了良好的精神食粮，并形成了独特的价值观念。企业文化的内容是比较丰富的，它的主要要素包括企业哲学、企业价值观、企业精神、企业道德、企业风尚和企业的市场形象。在市场经济条件下企业文化能促进企业良好形象的树立，同时，企业员工的文化底蕴的发挥对提高企业经济效益和推动社会进步起着主动、积极的作用。具体来说，企业文化在企业的发展过程中具有导向功能、融合功能、激励功能、凝聚功能和辐射功能。良好的企业文化氛围不但可以在本企业的发展过程中发挥作用，而且还会通过不同的社会渠道对社会产生良好的作用，一个企业的员工看起来活动在本企业，但是他还可以通过同学、朋友、家庭成员和社会各方面进行交流，他们在社会的交流中就会反应出所在企业良好的精神面貌，这种良好的精神风貌将带动其它企业竞相效仿，甚至提高整个宏观管理水平和改变企业的微观世界，使企业员工在潜移默化的

文化氛围中接受共同的价值观念，并转化为他们的自觉行为；改变人们头脑中的等级观念，使他们协调地融合于企业文化之中；使全体员工的使命感和责任心进一步增强，为构建社会主义的和谐社会贡献力量。

一、我国企业文化的基本现状

我国企业文化在工业经济时代就开始形成，在企业文化中企业的经营理念就在于尽可能地占有和支配自然资源。因此在评价这个企业的实力时，就要看它占有和支配自然资源的总量。这一条件在工业革命时期确实得到了提高生产和经济效率，快速地推动了社会经济的发展。在这个阶段的企业文化氛围中，也充分体现了这个时代企业发展的个性。在工业革命时期从企业文化的任何一个角度看，都可以体现出企业的发展是以自然资源占有和支配为中心，企业在生产经营上要尽可能地独占自然资源，因而企业就会从社会掠夺更多的自然资源。我国在“计划经济”时代，资源分配实施的是平均主义，这就促使企业产生膨胀的资源占有意识，因而抢计划、增项目、要资金、拼资源，这就是当时企业争取发展的现状。我国大多数企业在改革开放初期，当步入市场经济时发现企业这样得经营模式得到的结果是亏损严重，其主要原因在于它的思维定式仍然是计划经济时代的沿袭，反应在企业文化上，一方面没有从计划经济的企业文化模式向市场经济的企业文化模式转变，另一方面，也没有跟上市场经济发展的步伐，没有适应从计划经济时代的企业文化向新经济时代的企业文化转变的规律。仍然沿袭着传统的企业文化观念，它必然与当今市场条件下的管理制度发生碰撞，不能较好地进行企业文化在新时期的整合与发展，使企业文化得以重新塑造成为适应构建和谐社会需要的企业文化。

在市场经济条件下企业文化的建设中，要充分认识和深入考察信息化为基础的企业现状，可以看出，无论是企业的价值观，还是企业的行为准则，在有特色的社会主义时期的企业文化都有异于传统工业经济中的企业文化模式。这会使企业

培育起一种重视速度的企业文化成为当务之急，在未来的商战中，不再是大吃小，而是快吃慢。

企业的速度文化。企业文化的发展与现代信息网络相关，现代信息网络可以用实时的速度收集、处理和应用与其相关的信息，它可以使企业的经济节奏加快，也可以使企业的产品老化加快，因而创新周期的'缩短是必然的，它使传统的竞争因素得以减弱，企业相互间的竞争成为一种时间和速度的竞争。这就使企业认识到在企业的发展过程中必需重视速度的企业文化的发展。在未来的市场竞争中，所遵循的不再是大吃小的传统规律，而是快吃慢的新型模式。

企业的创新文化。企业的创新来自企业员工自身素质的创造性发挥。企业的创新文化在构建社会主义和谐社会时期具有重要的意义。在我国的市场经济发展过程中，企业的创新文化已经得到发展和加强，创新文化的发展将促进企业经营的发展，企业文化将成为企业发展的力量之泉，那时候，企业的发展主要是依据企业的先进技术和企业的创新意识。

企业的学习和文化。今天的经济全球化与技术革新随着信息产业的发展得以高速发展，现代企业发展的生命周期受到市场竞争的挑战。成本——市场学派的费农认为：产品生命是指市场上的营销生命，产品和人的生命一样，要经历形成、成长、成熟、衰退这样的周期，而这个周期在不同技术水平的国家里，发生的时间和过程是不一样的，其间存在一个较大的差距和时差，正是这一时差，表现为不同国家在技术上的差距，它反映出了同一产品在不同国家市场上的竞争地位的差异，从而决定了国际贸易和国际投资的变化，为了便于区分，费农把这些国家依次分成创新国(一般为最发达国家)、一般发达国家、发展中国家。

企业的融合文化。在构建社会主义和谐社会的企业文化时期，还有一个时代的特征，那就是要讲文化和企业融合在一起。世界经济的发展走向世界，打破了国家的界限，是世界经济

贸易走向全球化，这使经济贸易的竞争更加复杂，竞争中有合作，合作中有竞争，这在全球的许多企业内所进行的兼并或行业间的联盟都有过鲜明的例证，只要把握好企业与文化的关系，更好地获得各种信息，使企业中的人才和资源共享。就可以使企业形成跨文化的优秀群体组织，它会使企业不断融合多种文化，同时，全球新经济的到来为企业文化铺平了道路。近年来一些大型跨国公司的兼并，就是通过全球性的合作来实现优势互补的。

二、我国企业文化的发展目标

1]企业文化要突出中国特色随着信息技术的飞速发展，迎来了新经济的春天，经济全球化，经济无国界使世界各民族的相互依赖性空前加强，在企业发展过程中要理性对待和吸取世界各民族企业发展的优秀文化，与我国现有的企业文化融合起来，形成有中国特色的企业文化。在发展过程中企业要以创新为主，要有独创的精神，不要沿着别人的老路走，要形成自主独创的产品、创造名牌企业效应，才能占领国际市场竞争的制高点。

企业文化塑造论文篇二

塑造优秀的企业文化，是一个复杂而长期的系统工程。

第四是员工代表企业文化，以创新为导向；

第五是企业文化真正形成阶段，这个阶段以愿景为导向，企业具有了核心价值能力，可以用文化凝聚所有人，从而获得强有力的竞争地位。

目前，我国大部分企业依然在企业家文化阶段，也有少部分企业具有以业绩为基础的文化，更少的企业在第四阶段，并且，我国还没有企业具备竞争性文化。因此，塑造优秀企业文化需要立足现实、统筹考虑、长远规划、长期塑造。

第一，要注重塑造企业核心价值观。

核心价值观是企业 在经营过程中坚持不懈、努力使全体员工都必需信奉的信条，体现了企业核心团队的精神，也是企业家身体力行并坚守的理念。它明确提倡什么、反对什么，哪一种行为是企业所崇尚的，鼓励大家去做的；哪一种行为是企业反对的，大家不应该去做的。正像一个人的所有行为都是由他的价值观所决定的那样，一个企业的行为取向也是由企业的价值观所决定的。这种价值观和理念是一个企业的文化核心，凝聚着企业高层管理人员和全体员工的思想观念，从而使大家的行为朝着一个方向去努力，反映出一个企业的行为和价值取向。

企业文化的核心是价值观，表现为行为，即：企业的凝聚力，员工对企业的忠诚度、责任感、自豪感、精神面貌和职业化行为规范。比如，迪斯尼公司的核心价值观就是“健康而富有创造力”，简短而内涵丰富。企业文化建设始于核心价值观的精心培育，终于核心价值观的维护、延续和创新。这是成功企业不变的法则。为此，应当注重以下方面：一要着力挖掘自身文化。

要注意从企业特定的外部环境和内部条件出发，把共性和个性、一般和个别有机地结合起来，总结出本企业的优良传统和经营风格，挖掘出本企业长期形成的宝贵的文化资源，在企业精神提炼、理念概括、实践方式上体现出鲜明的特色，形成既具有时代特征又独具魅力的企业文化。

二要着力博采众长。广泛借鉴国外先进企业的优秀文化成果，大胆吸取世界新文化、新思想、新观念中的先进内容，扬长避短，为我所用。三要根据塑造形成的核心价值观指导企业的实际行动。

第二，要重点塑造以主业为核心的品牌。

企业产品或服务的品牌与企业的整体形象联系在一起，是企业的“脸面”或“标识”。品牌之所以能够增值，主要来自于消费者心目中形成的关于其载体的印象。苹果产品能赢得用户的青睐，不单单是看得见，摸得着的设计和性能，而在于苹果开创了一种全新的手机文化及苹果文化。

苹果文化就是“让用户通过最简单的方式使用苹果产品，并且充分满足用户需求的理念成为苹果的另一大竞争力。”乔布斯说：“苹果的核心优势就是知道如何让复杂的高科技为普通大众所理解，随着科技日趋复杂，这一点就变得越来越重要。”苹果产品的“i”目标就是满足客户需求，它已成为苹果文化的代表符号。

在市场竞争中，企业无不重视其产品或服务品牌的建设。塑造以主业为核心的品牌，是企业文化建设的重要内容。美国一家著名咨询公司指出，核心竞争力强的企业有三大法宝：一是员工的忠诚度，二是用户的忠诚度，三是品牌的影响度。企业应当将核心价值观贯穿于自主创新、产品质量、生产安全、市场营销、售后服务等方面的文化建设中，着力塑造源于主业且能够让消费者长久认可、在国内外市场上彰显强大竞争优势的品牌。

第三，要充分体现以人为本的理念。

儒家文化的核心是以人为本，强调“仁者爱人”，“己所不欲勿施于人”，每个人的独立人格都应受到尊重。“以人为本”是企业文化建设应当信守的重要原则。企业要在企业文化建设过程中牢固树立“以人为本”的思想，坚持全心全意依靠全体员工办企业的方针，把尊重人的个性、关注人的价值、激发人的潜能，作为企业文化建设的立足点。在企业文化建设中，应坚持以人为中心，用科学的机制激励人，用优美的环境熏陶人。要让员工有荣誉感、成就感和归宿感，有家的温暖。

同时，要尊重全体员工的首创精神，在统一领导下，有步骤地发动全体员工广泛参与，从基层文化抓起，集思广益，群策群力，全员共建。努力使全体员工在主动参与中了解企业文化建设的内容，认同企业的核心理念，形成上下同心、共谋发展的良好氛围。

第四，要强化企业文化建设中的领导责任。

在建设优秀的企业文化过程中，领导是关键。俗话说，一头狮子带领一群绵羊，久而久之，这群绵羊就会变成“狮子”。要建设好企业文化，领导必须高度重视，认真规划、狠抓落实，才能取得实效。企业主要负责人应当站在促进企业长远发展的战略高度重视企业文化建设，切实履行第一责任人的职责，对企业文化建设进行系统思考，出思想、谋思路、定对策，确定本企业文化建设的目标和内容，提出正确的经营管理理念。

企业文化建设的领导体制要与现代企业制度和法人治理结构相适应，要明确本企业文化建设的主管部门，安排专（兼）职人员负责此项工作，形成企业文化主管部门负责组织、各部门分工落实、员工广泛参与的工作体系。

与此同时，企业要深入调研、制定规划，认真梳理整合各项工作任务，分清轻重缓急，扎实推进。要着力将核心价值观转化为企业文化规范，通过梳理完善相关管理制度，对员工日常行为和工作行为进行细化，逐步形成企业文化规范，以理念引导员工的思维，以制度规范员工的行为，使企业全体员工增强主人翁意识，做到员工与企业“风雨同舟、合力共赢”，真正实现“人企合一”，充分发挥核心价值观对企业发展的强大推动作用。

第五，加强企业和员工的融合增强企业发展壮大的强大动力。

企业和员工是实现企业共同价值的共同体。为了员工和企业

的共同发展，二者应当融为一体。首先，处理好企业与员工的关系，是建设优秀企业文化的坚实基础。其次，企业领导与员工积极作为，是建设优秀企业文化的重要条件。企业高层地位重要，责任重大，因此，企业高层必须努力做到：勤勉尽责、信诺守信；励精图治、敬业报国；公正廉洁、以德为业；克勤克俭、艰苦奋斗。

员工是企业文化建设的主体，因而，员工也必须做到：爱岗敬业、忠诚守信；服务客户、奉献社会；遵纪守法、廉洁自律；文明礼貌、办事公道；艰苦奋斗、勤俭节约。只有企业领导和员工都尽心、尽力、尽职、尽责，并不断创新，企业才能形成能量，健康发展。再次，企业领导与员工的融合，是建设优秀企业文化的关键。企业领导与员工的融合，是员工个人成长进步，实现自我价值，企业塑造品牌，树立形象，实现利润最大化的实际需要，是实现双赢的必然选择。

融合不是形式的融合，也不是面上的融合，而是“心”的融合、“言”的融合、“行”的融合，这才能称得上是真正的融合。建设企业文化，要发挥企业领导和员工两个积极性，做到心心相印、同心同德，形成“积极进取、团结向上、齐心协力、共同作为”的良好企业文化环境，使企业成为真正具有核心竞争力的优秀企业，在市场经济的大潮中立于不败之地。

[塑造企业文化的方法说明]

企业文化塑造论文篇三

2.1企业文化从形式上看是属于思想范畴的概念我们在治理社会时，首先要依法治国，但是再完善的法律都有失效的时候，法律失效了靠社会道德去约束。所以既要以法治国，又要以德治国。管理企业也一样，企业文化是和社会道德属于同一范畴，是指人的价值理念，是指人们在思想理念上的自我约束，是对企业制度失效的一种补充。

2.2企业文化从内容上看是反映企业行为的价值理念企业文化的内容,是对企业现实运行过程的反映,具体讲,就是企业制度、战略在人的价值理念上的反映。

2.3企业文化从性质上看是属于付诸于实践的价值理念企业文化约束企业员工的行为,约束企业的运行过程,是在现实中真正起作用的价值理念。

2.4企业文化从属性上看是属于企业性质的价值理念这一点区别于民族的价值理念、社会的价值理念。

2.5企业文化从作用上看是属于规范企业行为的价值理念企业文化对企业的行为以及员工的行为起到非常好的规范作用。它不是一种包装性的价值理念,而是要真正解决企业问题的价值理念。

企业文化塑造论文篇四

5.1将企业培养成“学习型组织”,是企业文化建设的目标模式“学习型组织”是一种宏观的管理理论。其构成要素可以归纳为以下六个方面:第一,拥有终身学习的理念和机制;第二,建有多元回馈和开放的学习系统;第三,形成学习共享与互动的组织氛围;第四,具有实现共同愿望的不断增长的学习力;第五,工作学习化使成员活出生命意义;第六,学习工作化使组织不断创新发展。

将“学习型组织”确定为我国企业文化建设的目标模式,有利于树立“把人作为发展的中心”的理念,充分发挥智力资源的作用,增强企业的市场竞争能力。为此,我国的企业需要建设一支高理论素质和丰富实践经验的人才队伍,以此来适应知识经济的要求,实现企业文化建设的目标模式。

5.2创新是企业文化建设的动力源泉企业文化的创新首先是企业必须遵循市场特有的规律,找准市场定位,根据时代特征确

定不断创新的价值观, 向社会提供优质产品和服务; 其次, 是企业制度的创新, 随着知识经济的到来, 传统的管理模式将由知识管理所替代, 从而将信息与信息、信息与人连接起来, 在人际交流的互动过程中完成信息与知识的共享, 并运用群体智慧进行创新, 以赢得竞争优势; 最后是企业形象的创新, 必须不断扩大企业形象在企业发展中的功能, 激励员工, 调动员工的积极性和责任性, 增强企业凝聚力。

5.3 将企业文化制度化第一层含义是指企业文化必须要充分体现企业的制度安排和战略选择中, 充分发挥企业文化对企业制度安排和战略选择的能动作用。第二层含义, 是指企业文化作为企业倡导的价值理念, 必须通过制度的方式来统帅员工的思想, 任何员工都必须在思想上接受企业文化, 忠于它, 企业文化作为员工在思想上的制度而存在。

5.4 企业文化实践化企业文化不仅是一种企业倡导、信奉的价值理念, 而是必须要付诸于实践的价值理念。即, 企业文化要指导企业制度的建立和战略选择。企业文化不仅仅表现在各种文件中, 而是更多地表现在员工的行动中。

5.5 企业文化教育化必须要通过灌输的方式将企业所信奉和必须实现的价值理念, 渗透到员工的头脑中去, 因此, 加强企业员工的培训。

5.6 企业文化奖惩化企业文化的塑造需要强制和激励去引导, 对遵守企业文化的人要重奖, 对违背企业文化的则严厉惩罚。这是将企业文化植根于员工头脑之中的重要手段。

5.7 企业文化系统化在塑造企业文化的过程中, 必须将企业文化的内容从可长期存在、可持续发展、可持续盈利的角度去不断完善, 最终形成一个系统性的企业文化。这种系统性的企业文化将会对员工产生很大的约束力。国外有些企业的企业文化白皮书竟然有十几万字之多, 这么多的企业文化内容不是一年两年形成的, 而是长时期积累的结果, 是坚持企业文化系

统性的结果。

参考文献

[1]宋亚菲. 国际企业管理学. 大连:东北财经大学出版社, .

[2]魏杰. 企业文化塑造, 企业生命常青藤. 北京:中国发展出版社, .

1. 如何塑造出企业文化
2. 如何开展企业文化
3. 如何构建企业文化
4. 如何了解企业文化
5. 如何让企业文化落地
6. 如何形成企业文化
7. 如何评价企业文化
8. 影楼如何建立企业文化?
9. 员工如何践行企业文化
10. 企业文化如何影响员工

企业文化塑造论文篇五

随着我国加入wto,为了能在激烈的竞争中站稳脚跟,许多企业都在积极地建设企业文化,但在实际建设过程中,却不知不觉地出现了一些误区。

4.1简单理解企业文化是企业的识别系统这是指把企业文“化理解成仅仅是一个企业与另外一个企业有哪些不同的识别标准。一般包括视觉识别、行为识别以及理念识别。

4.2片面认为企业文化是包装企业的方法在现实中,人们运用各种非常好的形容词及名言、警句,把企业进行包装,把这些包装企业的词语当做企业文化,例如,“顾客就是上帝”“服务社会”“争创一流”等。

4.3企业文化是企业的思维系统这种观点认为,企业文化就是企业的思维系统,因而把企业文化分为企业理念、企业哲学、企业精神。企业思维系统的差别构成不同企业文化。

4.4企业文化是企业的文化活动持这种观点的人,把企业文化简单理解成员工的各种文化活动,如:卡拉ok比赛、体育比赛等。

4.5企业文化是企业的形象设计好多企业把企业形象设计称之为企业文化,这与企业制度及企业战略根本不着边。4.6企业文化是企业产品的文化品位这种观点把所有有关企业产品的文化品位内容,都统称为企业文化,这混淆了企业文化与产品文化。

以上表明:部分企业领导没有正确认识企业文化真正的含义,没有认识到企业文化的强大的导向、凝聚、协调、激励、约束、辐射功能。