

试论企业文化建设在实现 电力企业战略目标中的作用

张宁姝, 郑华伟, 殷淑霞, 杨岸峻

(武汉大学 政法系, 湖北 武汉 430072)

摘要: 结合国家电力公司提出的实现“国际一流企业”的目标战略, 阐述了企业文化与实现这一目标的关系。并针对目前我国电力企业在企业文化建设中出现的误区, 从企业文化对思想政治工作、企业管理和企业形象塑造三个方面对企业文化建设在实现电力企业战略目标中的作用进行了探讨。

关键词: 企业文化; 电力企业; 目标战略

中图分类号: F270 **文献标识码:** A

1999年, 国家电力公司提出了创建“国际一流企业”的发展战略目标^[1], 这对国电公司来说是一项艰巨的事业。“任何事业的背后都存在着某种决定该项事业发展方向和命运的无形的精神力量, 而这种精神力量有其特定的文化背景”(马克斯·韦伯)。在企业中, 这种特定的文化背景就是企业文化, 这个奋斗目标的实际需要企业文化的支撑。

电力企业文化, 是指电力企业和广大电力职工在民族文化和现代意识影响下, 在长期的电力生产、经营管理活动中, 逐渐形成的具有本企业特色的群体意识, 以及在这个群体意识中产生的观念形态、文化形式、思维方式、价值体系等的总和。其主要内容包括企业价值观、企业哲学、企业精神、企业目标、企业制度、企业道德、企业民主、职工素质、精神风貌等方面。目前, 电力企业文化建设正由自在向自为, 表层向纵深发展, 但还存在表面化、缺乏系统性等问题。全面认识企业文化建设的重要性, 进而解决实践中的这些问题, 对电力企业目标战略的实现具有现实意义。

一、企业文化对企业思想政治工作的作用

思想政治工作是电力企业的政治优势。提高电力企业全体职工的思想政治素质, 是实现目标战略的思想保证和精神动力。由于长期高度集中统一的计划经济体制, 电力企业的任务就是完成国家下达的计划, 职

工就是完成企业领导分配的任务, 工作缺乏积极性主动性和创造性。与此相适应, 计划经济体制下的思想政治工作, 也缺乏独立性、自主性, 这就不可避免地脱离实际, 缺乏活力和生机。经济学上有效用递减率, 同样, 随着社会主义市场经济的建立, 人们内涵文化和生活背景的不同, 传统的思想政治工作方式的效用也在递减。随着社会主义市场经济的逐步建立, 电力行业体制创新、机制创新、整体性战略调整等一系列改革的推进, 各种利益关系重新调整和冲击, 电力企业思想政治工作在方式、方法上不同程度地患了“不适应症”, 迫切需要改革和创新。中宣部、国家经贸委制定的《关于加强和改进企业思想政治工作的若干意见》指出: “要借鉴和吸收企业文化建设的有益成果, 使思想政治工作与企业生产、经营、管理结合得更加紧密。”^[2]

企业文化和思想政治工作是两个不同的范畴。企业文化是西方国家在创建行为科学理论的基础上, 经过国外一些企业家对以“人”为中心的管理进行探索和实践而发展起来的一种深层企业管理理论。而思想政治工作是科学的世界观和方法论研究企业职工的政治思想和行为规律, 提高职工的思想觉悟和素质的工作。思想政治工作具有政治性和阶级性, 企业文化更偏重文化性、共享性、适应性, 两者存在着一定区别, 不能互相取代。

然而, 由于二者对象相同、方向一致、途径相通、环境相似, 所以电力企业文化又可成为思想政治工作创新的有效途径。这是因为: ①培育具有企业个性的企

业精神,为思想政治工作的开展赋予了鲜明的电力行业、企业特色,把思想政治工作所注重的爱国主义,集体主义,社会主义教育具体化、企业化了,给了职工共同的价值观和思维、行为方式。使职工产生对企业战略目标的认同感、归属感和自豪感。爱岗敬业,自觉地提高思想道德和科学文化素质,主动把个人的思想、观念和追求同企业、社会的发展需要统一起来,从而把热爱企业小集体的情感升华到热爱祖国、热爱社会主义的崇高境界。使爱国主义、社会主义、集体主义精神在企业中得到弘扬,激励着职工以高昂的士气为实现共同理想而奋斗。②企业文化的氛围效应,使思想政治工作更具有吸引力和感染力。企业文化十分重视文化氛围,重视情景效应,如激人奋进的厂歌、刻骨铭心的文化仪式、富有感染力的企业宣传画,独具匠心、丰富多彩的文化活动等。这些载体所制造的文化氛围,使职工在不知不觉中被感染、被触动,改变了过去思想政治工作那种“读读文件看看报,座谈讨论听报告”的单向灌输的教育方式,从而促进思想政治工作以更为生动的方式广泛、深入的开展。企业文化建设使思想政治工作内涵更丰富、外延更扩展,为电力企业创建国际一流企业提供更有力的思想保证和强大的精神动力。

二、企业文化对企业管理的作用

1998年,国家电力公司在大力推进建立现代企业制度的过程中,为了进一步加强管理,争创国际一流企业,结合我国电力企业实际制发了《中国一流电力公司考核标准(试行)》^[3],这对于电力企业首先从“软件”上下功夫,通过加强管理,缩小与国际一流企业在管理方面的差距,将产生积极而又深远的影响。

以企业文化建设为主导的企业文化管理是提高企业管理水平的有效途径。企业文化管理弥补了泰罗制等古典科学管理对人的冷漠,矫正了行为科学管理所倡导的“社会人”的非理性化,形成了以价值观为内核,物质、制度和观念三层面紧密相连、浑然一体的有机系统。电力企业文化管理既突出对人的因素的重视,又以效率作为理性目标,通过富有人文亲和力的、可感可悟的实施载体达到硬管理和软管理的融合统一。

对于电力行业部分管理人员素质低下、管理落后,尤其是规章制度不健全、企业制度僵化的问题,要依靠法律和规章制度等手段的硬管理提高电力企业管理水平;同时,要以尊重人的价值和尊严、承认人格平等、肯定谋取正当利益的合理性以及关心人、爱护人为核心的软管理,从根本上激发人的工作热情与积极性,实现管理目标。

传统计划体制下的电力企业,在引入类似于泰罗制的管理方式的同时,又创立了群众化管理和思想政治工作的旨在激发职工的主人翁责任感和工作热情的软管理特色,其实质也是软管理和硬管理的结合。从这个角度出发,软管理和硬管理相结合的管理方式是电力企业管理的传统风格。继续发扬这种风格,不断改善电力企业在长期的管理实践中软、硬管理结合的水平 and 境界不尽人意的状况,这样才能提高电力企业的管理水平。

电力企业管理的实践证明,在管理系统中真正形成软、硬管理相互支撑、相互渗透的管理氛围是一个循序渐进的过程,而电力企业文化建设为加快这一进程提供了契机。由物质文化、制度文化、观念文化组成的电力企业文化,除了正式的组织控制之外,它还引导着管理者通过非正式规则的约束、文化微妙性的暗示以及集体精神的感染来实现软管理对硬管理缺陷的弥补。同时把管理中系统性、计划性、程序性、逻辑性等“硬”方面同灵活性、权变性、非程序性和直觉性等“软”方面结合起来,最终实现软管理与硬管理统一,达到有效管理与有序管理的目的,提高电力企业管理水平。

三、企业文化对塑造企业形象的作用

一流的企业应当有一流的企业形象,企业形象是电力企业目标战略的重要内容。电力企业形象是广大顾客和用户以及企业内部成员通过自己的感受和认识,对电力企业所形成的整体印象和总的评价,反映了电力企业的声誉和整体素质。电力企业形象分为两个方面,一是有形形象,包括企业名称、企业标志、生产经营环境、生产设备、建筑物式样、装饰色彩等外在可视形象;二是企业精神风貌,它是企业目标、企业经营管理理念和职工行为规范的外在表现。电力企业的良好形象是有形形象和精神风貌的和谐统一。

多年来电力企业也在努力树立良好的形象,但往往不重视企业精神风貌的塑造。有的企业职工现在仍认为:电力企业是垄断行业,不用求人,不用做广告,什么时候都不用发愁卖不出去电等想法。以至于在行动上降低了服务标准,为群众办事不热心,在社会上、群众中造成了不良影响,“电霸”、“电老虎”等称呼的出现极大地损害了电力企业的形象。电力企业文化建设与企业形象之间的内在联系决定了企业文化建设将从根本上改变电力企业的不良形象。

一方面,电力企业文化的本质就是“以人为本”的思想,强调以人为中心,强调以尊重人、理解人、关心人、培育人、最大地发挥人的潜能为 (下转第46页)

充分利用现代科技成果。如利用沙盘演示、大屏幕显示、网络传输、图象卫星实时传输等;开发防汛抢险专家决策支持系统、防汛抢险数据库系统、各级洪水演进计算系统等。使防洪预案更加完善、科学、直观,更易于操作,达到根据降雨和上游河道的水情,通过洪水的演进分析计算,能够迅速、准确地预估出洪峰到达下游各站的时间、流量、水位及各河段可能发生的险情,据此优化出几种迎战洪水和抢险救灾的方案。行政首长通过传输系统和显示系统,能够及时看到全局和抢险现场的图象和数字分析资料,迅速地下达指挥调度的命令。

五、执行防洪预案应注意的问题

(1)认真执行好防洪预案。防洪预案必须以政府或防汛指挥部文件的形式下发,赋予其权威性,各部门都必须依照执行,不能脱离预案任意指挥调度。但又要灵活运用防洪预案,不能太教条,尤其是黄河下游防洪情况变化很复杂,突发的情况多,不可能把所有情况都预估到,遇到变化了的情况,要根据防洪预案提供的方法、步骤,进行分析研究,提出相应的防御措施。

(上接第43页) 基本原则,既把人作为电力企业文化建设的创造性力量,又把实现人的自身价值当作企业文化建设的目标。人是文化的主体,也是形象的主体。一个人的思想、知识、气质等文化内容构成一个人所特有的形象。电力企业的文化内容,如经营思想、信念、方针、价值观等构成电力企业所特有的形象。

另一方面,电力企业文化建设的核心是培育企业精神,而企业精神又是企业形象的灵魂和支柱。因此企业文化建设是塑造企业形象的基础,是促进一流企业形象形成的保证。在长期的生产经营中,电力行业形成了心系用户、高度负责的服务精神;“一人辛苦、万人幸福”的奉献精神;“尊重科学、严守规程”的求实精神,“服从大局一盘棋”的协作精神;“艰苦奋斗、敬业爱岗”的主人翁精神。各类电力企业在继续发扬这些高尚精神的基础上,根据时代特征和本企业特色提炼出本企业的企业精神,并在生产经营中加以培育和体现,电力行业的形象就会一改过去的不良形象,变得光彩、

(2)认真学习好防洪预案。加强防洪预案的学习掌握十分必要。根据国家防总、黄河防总的要求,各级部门都编制了防洪预案,问题是有的指挥人员并未深入学习研究掌握,甚至于有束之高阁的情况,并存有依赖黄河业务部门的惰性,对防汛的领导和指挥不利。

(3)进一步发挥防洪预案的指导作用。防洪预案是本单位技术人员智慧的结晶,也是供防汛人员学习的好教材。除了印刷分发外,还要利用微机上网、上大屏幕,以便更多的人学习、掌握、运用。尤其是防洪预案完善后,将成为业务人员掌握防汛知识、应付突发情况的重要武器。

(4)认真总结,交流提高。在防洪预案执行过程中,要记录好存在的问题和与实际不符的方面,汛后进行认真的总结,互相交流经验、体会和处理问题的方法、措施,使防洪预案逐步完善。

参考文献:

- [1] 胡一三. 中国江河防洪丛书(黄河卷)[M]. 北京:中国水利水电出版社,1996.

(责任编辑 彭庆荣)

丰满起来。

电力企业创建国际一流企业的目标战略是一个体系。企业文化作为一种客观存在,对实现这个目标战略的作用不仅体现在上述思想政治工作、企业管理、企业形象三个方面,因此,必须积极吸收人类所创造的一切先进文化思想,努力从理论和实践两方面进行不断地探索和总结,立足于建设,着眼于创新,才能使企业文化建设的功能和作用得到充分发挥。

参考文献:

- [1] 高 严. 强化管理,从严治企,努力实现“两型两化国际一流”的战略目标[N]. 中国电力报,2000-09-19(1).
- [2] 姜淑芝. 实现“两个转变”战略与中国特色的企业文化建设[J]. 社会科学战线,1998,(3):277-280.
- [3] 陆延昌. 加强管理,为建设国际一流电力公司而努力奋斗[N]. 中国电力报,2000-09-19(3).

(责任编辑 胥青山)