

创新型纺织企业的文化构建

幸仲先

(四川省纺织科学研究院,四川 成都 610072)

摘要:通过分析纺织企业文化建设的必要性、方法措施和表现形式,详述了创新型纺织企业文化构建的障碍和措施,以提高纺织企业竞争力,促进企业经济效益的增长。

关键词:创新;纺织企业;文化构建

中图分类号:F407.81

文献标识码:A

文章编号:1673-0356(2013)05-0090-04

纺织行业是一个传统的劳动密集型行业,因其门槛低、技术含量不高,与人们的日常生活息息相关,是率先进入流通领域的一个竞争十分激烈的行业。企业文化作为一种当代企业管理理论,是把企业价值观渗透到企业经营管理的各个方面、各个层次和全过程,用文化的手段、文化的功能和文化的力量去促进企业整体素质、管理水平和经济效益的提高。纺织企业文化就是指纺织企业在生产经营实践中逐步形成的,为整个团队所认同并遵守的价值观、经营理念和企业精神,以及在此基础上形成的行为规范。

1 纺织企业文化建设的必要性

纺织企业文化建设既是企业在市场经济条件下生存发展的内在需要,又是现代企业发展必不可少的竞争法宝。未来企业竞争,实质是企业文化的竞争,一个没有企业文化的企业是没有前途的企业,一个没有信念的企业是没有希望的企业。如果一个企业缺乏积极向上的企业文化,可能导致员工丧失对企业的信心和认同感,企业缺乏凝聚力和竞争力;如果一个企业缺乏开拓创新、团队协作和风险意识,可能导致企业发展目标难以实现,影响可持续发展;如果一个企业的员工缺乏诚实守信的经营理念,可能导致舞弊事件的发生,造成企业损失,影响企业信誉;如果忽视各企业间的文化差异和理念冲突,可能导致企业间并购重组失败。为此,应从建立现代企业的实际出发,树立科学发展观,讲究经营之道,培养企业精神,塑造企业形象,优化企业内外环境,全力打造具有自身特点的企业文化,为纺织企业快速发展提供动力和保证。

2 纺织企业文化建设的方法措施

纺织企业文化对形成企业内部凝聚力和外部竞争

力所起到的积极作用,越来越受到本行业的重视,那么如何建设企业文化呢?首先,应当培育积极向上的价值观,诚实守信的经营理念,以及开拓创新、团队协作和防范意识;其次,企业应当总结优良传统,挖掘文化底蕴,提炼核心价值,确定文化建设的目标和内容,形成企业文化规范,使其构成员工行为手册;第三,企业的高级管理人员应当在企业文化建设中发挥主导和垂范作用,以自身的优良品德和工作作风,带动、影响整个团队,共同营造积极向上的企业文化氛围;第四,企业文化建设应当融入生产经营全过程,增加员工的责任感和使命感,规范员工的行为方式,使员工自身价值在企业中得到充分体现。

3 纺织企业文化建设的一般表现形式

纺织企业大规模结构调整以来,特别是近年来在探索渠道、品牌建设等多方面工作中,企业文化建设取得较大进展,干部职工的认识在升华,领导者的意识和主动性、自觉性以及员工的积极性、创造性在不断增强。体现企业价值观念的企业精神经长期积淀业已形成,一些企业标识等经过上下多次反复征集、酝酿、修改也已确立。各企业不断丰富和创新着自己的文化,并积累了一定的经验,已逐步形成了具有纺织企业特色的企业文化,对促进企业建设发展发挥了重要作用。

(1)晨会、夕会和总结会。在每天的上班前和下班前用半个小时宣讲公司的价值观念。总结会是月度、季度、年度部门和全公司的例会,这些会议应该固定下来,成为公司的制度及公司企业文化的一部分。

(2)思想小结。思想小结是定期让员工按照企业文化的内容对照自己的行为,自我评判是否达到了企业要求,并进行改进。

(3)张贴宣传企业文化的标语。把企业文化的核心观念写成标语,张贴于企业显要位置。

(4)树先进典型。给员工树立一种形象化的行为标准和观念标志,通过典型员工形象具体地表明何为

收稿日期:2013-08-20;修回日期:2013-08-28

作者简介:幸仲先(1963-),女,会计师,主要从事纺织企业财务管理工作。

工作积极、何为工作主动、何为敬业精神、何为成本观念、何为效率高,从而规范员工的行为。

(5)权威宣讲。引入外部的权威进行宣讲是一种企业文化建设的好方法。

(6)外出参观学习。外出参观学习也是企业文化建设的好方法,可以暗示广大员工,企业管理当局对员工所提出的要求是有道理的,因为别人已经做到这一点,而我们没有做到这些是因为我们努力不够,我们应该改进工作向别人学习。

(7)企业故事。有关企业的故事在企业内部流传,会起到推动企业文化建设的作用。

(8)企业创业、发展史陈列室。陈列一切与企业发展相关的物品,展示企业所取得的成绩。

(9)文体活动。文体活动指唱歌、跳舞、体育比赛、国庆晚会和元旦晚会等,在这些活动中可以把企业文化的价值观贯穿进行。

(10)引进新人,引进新文化。引进新的员工,必然会带来些新的文化,新文化与旧文化融合就形成另一种新文化。

(11)开展互评活动。互评活动是员工对照企业文化要求当众评价同事工作状态,也当众评价自己工作情况,并由同事评价自己,通过互评活动,摆明矛盾,消除分歧,改正缺点,发扬优点,明辨是非,以达到工作状态的优化。

(12)领导的榜样作用。在纺织企业文化形成的过程当中,领导的榜样作用对企业员工有很大的影响。

(13)创办企业报刊。纺织企业报刊是企业文化建设的重要组成部分,也是企业文化的重要载体。纺织企业报刊更是向企业内部及外部所有与企业相关的公众和顾客宣传企业的窗口。

市场竞争的不断加剧促使纺织企业纷纷加快自身的建设,以保障企业的生存和发展,创新是现代企业经济活力之源,现代企业的建设需要具有创新本质的文化来支撑。创新型的企业文化对现代企业建设起着内在的、无形的推动作用。

4 创新型纺织企业的文化构建

创新型纺织企业文化,是指创新已经成为企业的核心价值观,创新理念已得到员工的普遍认同,人们坚信只有创新,企业才能生存,才能发展。企业管理人员须十分注重创新并不断倡导创新,企业管理人员和广大员工都积极创新,敢于进取,敢冒风险,创新思想才会渗透到企业所有人员的意识深处,并转化为企业员工的行为习惯。

4.1 创新型纺织企业文化的特征

4.1.1 对人的因素的重视

人是创新活力的源头,人才的聚合是创新型企业生存和发展的前提。因此,对人的因素的高度重视成为创新型企业文化最显著的特征。这主要表现在创新型企业文化对人的假设是一个有着独立思想,完全自主的决策人,他们的需要不仅只是经济的利益和交往的满足,而且需要真正平等的参与,广泛的信息获取和交流。他们的知识和创意就存在于他们的大脑之中,成为企业最主要的资本。在那些高科技的创新型企业,人才的身份早已不同于普通的雇员,而是企业的股东。

4.1.2 较强的技术开发能力

创新型企业文化特征之一是很浓厚的创新意识,保证了企业保持较强的技术开发能力,能够把高新技术发明应用在本企业的主导产品上,从而不断地开发出具有高技术含量的产品。产品的研制和开发是风险和机遇并存的,因此创新型企业必须建立鼓励冒险,允许失败,在冒险中求创新的价值观念,营造浓厚的创新文化氛围。成功的创新型企业无不以“视今天为落后”、“追求卓越”作为经营理念,形成了敢于冒险、大胆创新的企业文化。

4.1.3 创新活动的组织化、制度化

创新是一个市场信息收集、整理,知识的学习、储备、累积、更新的过程;创新活动已成为需要多部门、多成员协作配合的,高度专业化、组织化、制度化的系统工程。因此创新型企业文化须重视团队精神的培养,建立一支团结、合作的高效团队,以及一个很好的知识管理和学习交流的平台,一套传递制度、会议制度、讨论制度和其它形式的制度。

4.2 构建创新型纺织企业文化障碍分析

4.2.1 注重纺织企业文化的形式而忽略其内涵

在我国企业文化建设中,盲目追求企业文化的形式而忽略企业文化的内涵是比较突出的问题。纺织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规范,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,才是比较完整的纺织企业文化,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。

4.2.2 忽视纺织企业文化的创新和个性化

纺织企业文化是在每个企业自身特定的环境下所具有自身特色的管理模式,是企业的个性化表现,不是标准统一的模式。纵观许多企业的企业文化,其各个方面都大体相似,但是缺乏鲜明的个性特色和独特的风格。从纺织企业的发展角度看,每一个企业都有自己独特的历程,企业的构成成分不同,所处的环境不同,面对的竞争压力也就不同,其作出反应的策略和处理内部冲突的方式自然会有自己的特色,不可能与其他企业完全相同。

4.2.3 把纺织企业文化建设与企业制度化隔绝开来

一些国内企业的管理者接受了文化管理的思想之后,觉得应该将管理模式直接转变为文化管理,似乎实施文化管理才能体现企业管理水平的提高。这是一个误区,目前国内企业的管理水平主要停留在经验性的制度管理水平,距离文化管理还有很长的一段距离。在这种情况下,建立科学的规章制度仍然是提高管理水平的重要环节。

4.3 构建创新型纺织企业文化的措施

4.3.1 寻求创造型的领导

创造型的领导是指具备创新能力、具有很强的创新思维和竞争意识的领导。对任何一位领导而言,创造力是其最基本、最重要的财富。具有创造力的领导者能积极探索新的问题,尤其是能成功地迎接新的挑战 and 接受新的事物。而这些挑战所需要的应对策略是无法在传统性的思想中所能找到的。他们的高瞻远瞩,往往很容易带动基层人员的创新思维和动力,形成企业一个创新型的文化氛围。

4.3.2 提高员工综合素质,培养创新型人才

知识经济时代对企业文化创新提出了新的要求,创新型企业文化要与管理相结合。智能资本将导致世界财富发生大转移,企业的成功将从主要依靠自然资源、技术手段转向主要依靠那些拥有创新思想和智慧的人才。智能资本就是人才资本,包括企业投入在教育、培训方面提高员工的综合素质方面的资本,它具有人才资本的积累效应。企业文化创新必须依靠创新型人才,因此构建创新型企业文化还须注重提高企业员工的综合素质,开发员工的创新思维。

4.3.3 将创新型企业文化思想输入企业制度

企业文化是企业人员共有的文化,因此需要把企业高层管理人员创新的思想转化为真正的创新型企业文化。有的企业高层管理人员赞同公司需要创新的企业文化,但却只有很少的企业拥有创新型企业文化,其

中最重要的原因就是没有制度的保障,所提供的创新压力和创新动力不够。企业制度是企业全体人员必须遵守的办事规程和行为准则,可以指引企业中人的思维和行为。如果没有制度的保障,员工就没有压力和动力,创新就会沦为空洞的口号,很难会变成现实。所以制定激励员工创新,甚至让员工把创新视为自己的责任和义务的制度,对于企业高层管理人员把创新型企业的思想变成真正的企业文化至关重要。

4.3.4 创新型企业文化保持

创新是一个随时间变化的过程,要始终保持创新型企业文化是不容易的,它要求企业多数员工有追求卓越的情怀和创造性的心智模式。首先,对纺织企业的管理人员进行不定期的更换,以保证决策的创新。这主要是针对企业的高层管理人员。在正常的企业运营中,高层管理人员影响甚至决定着企业的思维和行为,如果企业管理人员变得保守了,不能创新了,这个企业也就会在市场上“失权丧地”,甚至给企业带来危机。其次,与纺织企业的员工进行有针对性的沟通。这可以是大规模的公开的沟通,如动员大会、研讨会、集思广益会等;也可以是小范围的或者一对一的沟通,以使人清醒,明确方向,消除误会、增进信赖感,从而使员工更积极主动地为企业的共同未来而努力。最后,要法制式的推行公司制度,并将其全面性地贯彻实施。

5 结语

创新型纺织企业文化的构建是时代赋予纺织人的使命。透过创新型的企业文化,对外展示中国纺织企业的独特形象,对内使企业的管理和经营得到不断发展,提高了员工凝聚力,从而推动纺织企业建设,将创新的理念和品质与经营中的人、事、物有机融合,在新的机遇中迎接更高的挑战。

参考文献:

- [1] 王吉鹏. 企业文化建设[M]. 2版. 北京:中国发展出版社, 2008.
- [2] 牛士红. 企业文化建设操作宝典[M]. 北京:中国经济出版社, 2009.
- [3] 石顺华. 关于企业文化建设的几点思考[A]. 2008湖北企业文化高峰论坛文集[C]. 武汉:湖北企业文化网编辑部, 2008.
- [4] 杨尧忠. 以新的视觉审视我国企业文化建设的新问题[A]. 2008湖北企业文化高峰论坛文集[C]. 武汉:湖北企业文化网编辑部, 2008.

Cultural Construction of Innovative Textile Enterprise

XING Zhong-xian

(Sichuan Textile Science Research Institute, Chengdu 610072, China)

Abstract: The necessity, methods, measures and forms of textile enterprise cultural construction were analyzed. The barriers and measures of cultural construction of the innovative textile enterprise were detailed. It improved the competitiveness of the textile enterprise and promoted the economic efficiency growth for the enterprise.

Key words: innovation; textile enterprise; cultural construction

2014年《山东纺织科技》征订启事

《山东纺织科技》是山东省纺织工业唯一的综合性科技期刊(国内统一刊号 CN37-1127/TS, 国际标准刊号 ISSN1009-3028, 邮发代号 24-132)大 16 开本、双月刊、公开发刊。主要刊登纺织、印染及相关专业的纺织新产品、新技术、新工艺、新设备的研究报告、学术论文、生产实践及管理经验等文章,并介绍国外纺织科技信息。主要栏目有“经纬论坛”、“研究探讨”、“产品开发”、“生产实践”、“革新改造”、“仪器与检测”、“服装服饰”、“计算机应用”、“企业纵横”、“综述”、“科技博览”等。本刊已被《中国学术期刊(光盘版)》和《中国万方数字化期刊群》数据库收入,是《CAJ-CD 规范》执行优秀期刊。

欢迎广大新老读者到当地邮局订阅,邮发代号 24-132,

亦可向编辑部直接办理订阅手续,订单函索即寄。

《山东纺织科技》每期 8 元,全年定价 48 元(含邮费)。

汇款地址:青岛市山东路 195 号山东省纺织科学研究院

《山东纺织科技》编辑部

邮编:266032

银行信汇:中国工商银行青岛台东支行

帐号:3803023009008905301

联系电话:(0532)85641981

85648088

传真:(0532)85648088

E-mail:sdte8088@public.qd.sd.cn 或 sdfzkj@163.com

欢迎订阅《生活用纸》杂志

由中国造纸协会生活用纸专业委员会承办的《生活用纸》杂志自 1993 年以内部资料形式创刊,2001 年 1 月开始国内外公开发行,从 2003 年起改为半月刊,得到各会员单位、有关企业和广大读者的支持和欢迎,经过 20 年的不断努力和改进,已成为生活用纸及相关行业从业人员的重要信息来源和参考资料。

办刊宗旨:推进生活用纸及相关行业技术进步,促进科学管理,宣传产业政策,服务企业,提供国内外发展动态信息和市场产销信息。

内容:卫生纸、餐巾纸、面巾纸、纸手帕、厨房用纸、擦手纸等生活用纸;卫生巾/护垫、婴儿纸尿裤、成人失禁用品、医用/宠物用/清洁用卫生材料、湿巾等卫生用品;相关原辅材料及设备等。

主要栏目:协会工作、行业动态、发展论坛、市场与营销、质量与管理、技术与设备、他山之石、消费与流行趋势、环球资讯等。

本刊是国内唯一关于生活用纸行业专业性科技类综合性刊物,内容丰富,专业性、时效性强,是生活用纸及相关行业的企业管理人员、市场营销人员、工程技术人员以及技术工人的良师益友。

本刊为大 16 开,半月刊,全年 24 期,全彩版印刷,国内统一刊号为 CN11-4571/TS,2014 年仍由编辑部发行,欢迎新老读者踊跃订阅。生活用纸委员会会员单位且交纳会费的免费送 2 本/每期,需要更多杂志的会员单位和其他读者全年可随时订阅。

1、订费:

国内企业:

平邮 300 元/全年

挂号 360 元/全年

快递 450 元/全年

零售 15 元/本

国外及港台地区企业:

1200 元/全年(或 180 美元/全年)(含邮费,EMS 除外)

2、联系方式:

联系人:罗霞 王林红

电话:010-64778186

64778187

传真:010-64778198

64778199

E-mail: 2004ads@sina.com

Http://www.cnhpia.org

3、交款方式:

通过银行转帐或当地邮局汇款,款到后开具正式发票。

请注明《生活用纸》订阅费。

银行转帐:

开户行:浦发银行北京分行建国路支行

帐号:7194292042840

收款单位:中国制浆造纸研究院

邮局汇款:

地址:北京市朝阳区望京启阳路 4 号中轻大厦 605A

邮编:100102

收款单位:《生活用纸》编辑部