

浅议企业核心价值观的确认

王建光

(甘肃钢铁职业技术学院,甘肃 嘉峪关 735100)

摘要:一个企业要确认核心价值观应有一些比较关键的依据,这些依据应该保证企业核心价值观具备普遍价值、企业特性、民族特性和人本主义精神。惟其如此,企业的核心价值观才能成为企业永续经营的灵魂。

关键词:企业;核心价值观;确认

中图分类号:G641

企业是人创造、组织、经营、维护的,有什么样的人就有什么样的企业。21世纪是个性企业的世纪,确认企业核心价值观,并且严格执行,是保持企业个性的保证。事实证明:百年老企无一不是高标准坚持了企业核心价值观的企业。宝洁公司,存在143年,始终坚持以“领导才能、主人翁精神”为企业发展的核心价值,从来不在这方面降低标准。虽然,这样的企业也可能遭遇挫折,长远看来,必然更有机会比核心价值观不清晰的企业容易度过难关。纵观中国企业,很多也提出了建百年老企的目标,但过早夭折的却很多,它们或将核心目标货币化,将经营指标等同于核心价值观;或将那些很好的理念作为装饰品,从来没有严格的执行标准和施行措施;实际上并没有将核心价值观放在一个核心的位置对待,一些本来很有前途的企业在遭受一些挫折后很快就元气大伤,甚至消失了。

从成功企业的实践看,它们之所以能持续发展,一个共同特点是信守核心价值观,并在企业经营发展全过程中渗透并内化到员工心灵深处,外化为员工的集体行为、习惯和性格,固化为规划、制度和机制,从而形成企业的核心竞争力。因此,核心价值观是企业文化的基石,是所有成功企业的文化基因。而企业的核心价值观绝不是由企业运营过程中自动地形成,它取决于企业的领导者的设计及倡导。企业家高瞻远瞩地确认企业核心价值观并一以贯之地倡导,对企业的兴盛不衰有着非常深远的意义。深圳万科公司早就提出不用不认同本企业价值观的人,坚持自己的办企业原则。在房地产处于暴利时期的2005年提出毛利不超过25%,将自己的核心价值观确认为:“为用户提供最优质的生活”,在数轮大浪淘沙下,万科却始终能不断发展,深受广大用户的欢迎,这与万科多年来一直坚持的核心价值观

是分不开的。为了贯彻企业核心价值观,万科几乎是唯一一家将物业管理紧抓不放的房地产公司,万科坚持认为什么都可以外包,但物业事关服务的质量,是跟用户接触最紧密的行业,赔本也要将物业做好。这一理念得到了广大用户的认同,许多人买万科房就是冲物业去的。能够助力企业壮大的价值观必然是市场认同的价值观。能够长期坚持下去的价值观必然是符合社会、企业、员工各方利益的价值观。企业核心价值观的确认是企业战略的非常重要的内容。

1 企业核心价值观在企业长期经营过程中起着精神统帅的重要作用

1.1 企业价值观为企业的生存与发展确立了精神支柱

企业价值观是企业领导者与员工据以判断事物的标准,一经确立并成为全体成员的共识,就会产生长期的稳定性,甚至成为几代人共同信奉的信念,对企业具有持久的精神支撑力。当个体的价值观与企业价值观一致时,员工就会把为企业工作看作是自己毕生的理想而奋斗。企业的发展过程中,总要遭遇逆境和坎坷,企业如果能使其价值观为全体员工接受,并为之自豪,那么企业就具有了克服各种困难的强大的精神支柱。

1.2 企业价值观决定了企业的基本特性

在不同的社会条件或时期,会存在一种被人们认为是最根本、最重要的价值,并以此作为价值判断的基础,其他价值可以通过一定的标准和方法“折算”成这种价值。这种价值被称为“本位价值”。企业作为独立的经济实体和文化共同体,在其内部必然会形成具有本企业特点的本位价值观。这种本位价值观决定着企业的个性,规定着企业的发展方向。

例如,一个把利润作为本位价值观的企业,当利润和创新、信誉发生矛盾和冲突时,它会很自然地选择前者,使创新和信誉服从利润的需要。

1.3 企业价值观对企业及员工行为起到导向和规范作用

企业价值观是企业中占主导地位的管理意识,能够规范企业领导者及员工的行为,使企业员工更容易在具体问题上达成共识。从而大大节省企业运营成本,提高企业的经营效率。企业价值观对企业和员工行为的导向和规范作用,不是通过制度、规章等硬性管理手段实现的,而是通过群体氛围和共同意识引导来实现的。

1.4 企业价值观能产生凝聚力,激励员工释放潜能

企业的活力是企业整体力(合力)作用的结果。企业合力越强,所引发的活力越强。而企业员工努力的方向性越强,企业的合力就越强。企业价值观正是指引企业员工努力方向的重要要素。

2 企业要确认核心价值观应考虑以下几个依据

企业核心价值观是企业的灵魂,这个人造的灵魂必然根植于社会当中,为企业的生存和发展服务。企业要做什么,不做什么,企业的员工该做什么,不该做什么都必然有其明确的依据。企业要建立怎样的核心价值观必然要有明确的建设目标。根据企业的使命,一个企业要确认核心价值观通常应该考虑以下几个依据。

2.1 强有力的竞争性

这是由企业的基本使命决定的,有竞争力的企业才有生存的可能,有竞争力的企业必然需要建立有竞争力的企业文化,而企业的核心价值观正是企业文化竞争力的根本。三星公司始终以“人才第一,追求一流,引领变革,正道经营,共存共赢”做为核心价值观,使三星公司在竞争激烈的家电市场中,赢得了顶级经营和技术人才的认同,不断生产出市场欢迎的产品,获得了强有力的竞争力,企业快速发展壮大成为业界巨头。

2.2 民族性

企业都需要在一定的社会和文化环境中生存和发展,企业所依赖的人力资源,以及市场资源也是来源于一定的民族国家,因此企业的核心价值观的确认必定不能脱离民族文化这个前提。民族企业的竞争力也必定和民族文化密不可分。中国在历史上就是创新能力超强,能够生产高质量精品的国度。广

传于世的各项发明可以为证,流传于世的精美器物可以为证。但中国这个国家始终处于农业为核心的自然经济体系中,没有工业化大生产的经验和基础,也缺乏质量意识达标的大批训练有素的工人,所以中国的工业品的质量控制必然是从外国学来,需要一个比较漫长的过程。加入世贸组织后,中国公司制造了大量物美价廉,广受中外消费者欢迎的产品,与中国的文化传统也是不可分割的。

2.3 核心价值观本身的吸引力

核心价值观的建立是从思想认同开始,从强化认识到行为的过程发展,从思想和行为全面认同并实践不断深入。很难想象没有员工的参与和认同的所谓价值观会起什么作用。能够深入员工内心,并外化为其行为,能坚持下来的价值观一定是得到员工充分认同的。企业家在勾勒一个愿景,确认企业的核心价值理念,需要充分认识到这个理念对员工的吸引力。核心价值观的贯彻是实实在在需要每一名员工发自内心的去实践的,没有吸引力的价值观再伟大也很难为企业带来核心价值。在几十年前倡导的牺牲精神与无私奉献精神尽管对企业仍很重要,但现在的企业员工更加看重开心工作、追求自我实现的精神。如果仍然死抱着过去的企业精神不知道革新,缺乏时代精神,就会丧失对个人的吸引力。弘扬企业核心价值观并且注入时代精神,这是每一个企业不懈的工作。

2.4 切合实际的可行性

企业文化不是纸上谈兵,而是实践指导,确认核心价值观必须以客观事实为依据,根据企业所处的政治、经济、文化、自然环境、管理水平做出客观、恰当的认定,保证企业文化的建设过程中不会出现重大矛盾或冲突。一些企业在管理非常粗放和混乱的时候就提出时髦的以人为本的口号,在制度建设、文化建设、基础管理都非常不到位的情况下贸然试行自我管理,结果必然是管理更加松散混乱。一些国企在基础管理不到位,也没有做实质性的人才培养准备,就提出管理的扁平化,结果权力下放,业务失控,给企业造成损失。

2.5 企业家的性格特质

企业核心价值观和经营理念个性化是塑造企业性格的集中体现。从某种意义上说,企业文化是企业家文化,有什么样的领导人就有什么样的企业文化,企业领导人的素质决定企业文化的优劣。企业家不仅是构成企业核心竞争力的基本要素,也是培育独特的企业价值观的关键所在。(下转第115页)

.....
(上接第 117 页)

同样,企业领导人作为企业的“精神领袖”,其自身的特质和人格魅力决定了企业的性格。如华为的狼性文化体现了任正非的独特价值观;海尔文化体现了张瑞敏的自强不息、追求卓越的精神;GE 文化体现了韦尔奇追求“速度、简单和自信”的思想;微软公司在比尔·盖茨领导下,创新第一精神、追求卓越的精神,成为知识经济时代优秀公司的杰出代表。可见,每一个成功企业的企业文化都深深打下了企业家的鲜明思想烙印,尤其是企业创始人的思想和作风对于企业文化的形成起重要的奠基作用。而且,企业的集体性格塑造不是一朝一夕形成的,而是几代企业家呕心沥血精心打造的结晶,更是全员团队精神的凝聚。因此,企业家既是企业文化的第一推动者,又是企业文化的“播种机”、“传教士”,阐明企业价值观是卓越领导人的重要标志,而实践价值观和塑造有个性的企业文化是全员共同的责任。

美国学者威廉·詹姆斯说过:“人的思想是万物之因。你播种一种观念,就收获一种行为;你播种

一种行为,就收获一种习惯;你播种一种习惯,就收获一种性格;你播种一种性格,就收获一种命运。总之,一切都始于你的观念。”这一观点同样适应于企业的生存发展。企业的生存和发展就象一个人的发展与开发一样,坚定的信念往往是战胜困难的巨大力量。企业的核心价值观的确认就好像是一个人的价值观念会指引一个人用顽强的意志克服困难一样,对企业具有重要意义。

参考文献:

- [1] 李永平. 企业文化核心价值理念[J]. 成人高教学刊, 2010(5):23-25.
- [2] 黎伟. 黎永泰. 企业价值观的维度[J]. 中外企业文化, 2009(10):55-56.
- [3] 贾勒,叶尚平. 中美企业核心价值观解读[J]. 中外企业文化, 2009(7):46-47.
- [4] 乔东. 企业核心价值观功能探析[J]. 山东社会科学, 2010(3):169-171.
- [5] 邓天颖. 重塑以价值观为核心的企业文化[J]. 现代企业文化, 2011(1):85-86.