

The Role of Cultural Construction of State Owned Enterprises in Promoting Competitiveness

He Wen

Guangzhou Normal University of Technology, Guangzhou

Abstract: State owned enterprises play an important role in the development of our national economy. This paper reveals the competitiveness of state-owned enterprises in China from the practical level, and analyzes the role of cultural factors in improving the competitiveness of state-owned enterprises.

Key words: State owned enterprises; Cultural construction; Enterprise management

Received: 2020-07-03; Accepted: 2020-07-18; Published: 2020-07-20

国有企业文化建设对竞争力的提升作用

何雯

广州技术师范学院, 广州

邮箱: whe2011@qq.com

摘要：国有企业在我国国民经济发展中具有举足轻重的地位，从实然层面揭示目前我国国有企业的竞争力状况，分析文化因素在提高国有企业竞争力中的作用。

关键词：国有企业；文化建设；企业管理

收稿日期：2020-07-03；录用日期：2020-07-18；发表日期：2020-07-20

Copyright © 2020 by author(s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



企业竞争力是企业市场竞争过程中比其它企业更容易获取各种有效资源进而赢得竞争、实现企业的可持续发展能力。当今社会，伴随着市场经济竞争环境的不断变化，文化因素在企业的竞争力中起着越来越大的作用和影响。

企业文化对企业竞争力的提升多是通过增加企业的价值创造和促进价值的实现来完成的。企业文化增加企业价值创造的作用方式主要表现在两个方面：第一，文化通过对内的价值理念灌输、理性的节省及减少企业中存在的不确定性等有效地降低企业管理成本；同时，文化可通过对外降低企业的市场交易成本。第二，企业文化具备激励、导向等功能，而且为组织营造良好的工作氛围，能提高员工及整个团队的工作效率，进而提高整个企业的效益。

国有企业，特别是国有大中型企业是我国国民经济的命脉，关系着整个社会经济的持续稳定发展。国有企业的独特地位决定了必须要充分利用文化在国企发展过程中的重要作用，提高国有企业的综合竞争力。

首先，搞好企业文化建设使国有企业在竞争中利于不败之地。本田美国分

公司创立之初，仅仅是寥寥几名高层管理者来自日本总部，公司大多数员工都是美国本土人，但本田美国分公司的生产效率和产品的质量，均远远超过了美国同类企业。究其成功的原因？《华尔街杂志》对该公司的管理经验进行报道，得出了结论：本田美国分公司从上到下执行了最为严格有效的管理模式，极力缩小工人和管理人员地位、层级上的差距。每一位公司员工，不论是普通工人还是高层管理人员，均在同一个公共的厅就餐，职工不被称为员工，被亲切地称作公司的“合伙人”。正是这种“重视员工、尊重员工、团结员工”的企业文化理念和管理实践成就了本田美国公司的成功。国有企业竞争力的提升，也必须保证在价值创造及实现上都要有竞争性。而文化对国企此方面的影响主要表现在以下三个方面：（1）企业核心文化所体现出的价值观和企业精神使得国有企业高级领导层与普通员工层面在经营目标上达成最终的共识，并通过沟通凝聚成一股巨大的竞争能力，并通过文化的激励、导向功能，为企业发展营造良好的工作氛围，提高员工及团队的工作效率，最终达到提高国有企业整体效益的目标。（2）文化通过价值理念的灌输、有限理性的节省及减少企业中存在的不确定性，有效地降低国有企业的管理成本和交易成本。而良好的企业文化所蕴含的科学化的管理理念有助于提升国有企业在对内运作和对外竞争中的最高效率，能够做到最大限度地降低企业在生产经营过程中的诸多成本，有利于实现国有企业经营规模的扩大化和经营效益最大化。（3）优秀的企业文化通过多媒体传播平台帮助国有企业树立外在知名品牌形象，并通过品牌内涵的辐射力和感召力，吸引更大范围、更广深度上的资源整合，使国有企业实现滚动式发展、可持续良性循环。

其次，文化可以促进国有企业的长期可持续发展。文化自身的特性决定了其对国有企业的长期稳定发展具有特殊的作用。根据研究发现，重视消费者要素、股东要素、员工要素，重视企业管理人员管理艺术的企业，经营业绩远胜于那些不关注企业文化的企业。在长期的考察期中，前者总收入平均增长 682%，后者仅为 166%；企业员工增长前者为 282%，后者仅为 36%；公司股票价格增长 901%，后者仅为 74%；公司净收入增长 756%，后者仅为 1%。企业文化通过其特有的机制及方式促进了国有企业竞争力的极大提升，而文化的稳定性又保

证了国有企业发展的长期性、稳定性，可以说，企业文化在特定时段的稳定性决定了国有企业繁荣发展的长期性和稳定性。

最后，良好的国有企业文化有助于和谐企业、和谐社会的构建，同时对企业自身的健康发展具有良性的能动作用。创建和谐的文化环境是建设健康社会的前提，是构建和谐社会的最低要求。企业作为社会组织体系中的重要成员，企业文化建设也是社会文化建设的重要组成部分。具有典型公共特性的国有企业作为特殊的社会群体更应该担负更多的社会责任。在全国人民社会各界共同构建和谐社会的时代呼声下，国有企业应积极明确界定自身所承担的社会责任，将企业利益与国家利益、经济效益和社会效益紧密结合起来，塑造良好的企业外在社会形象，加强企业员工的内在心理文化建设，综合性科学化建设员工与企业之间的和谐共生的血脉关系，有利于真正实现国有企业的和谐有序发展，为建设社会主义和谐社会贡献自身重要力量。反过来，和谐的企业运营和谐的社会环境，同样能为国有企业的发展创造了良好的内、外部环境，更有利于国有企业竞争力的提高，使其在激烈的竞争中立于不败之地。

参考文献

- [1] 黎永泰. 企业文化管理初探 [J]. 管理世界, 2001 (4): 163-172.
- [2] 周若炜. 中国民营企业文化重塑初探 [D]. 华东师范大学, 2002.
- [3] 周锦飞. 经济发展与企业文化初探 [J]. 中国民营科技与经济, 2002.
- [4] 蔡恒莉. 论述企业文化与国有企业思想政治工作的辩证关系 [J]. 安徽化工, 2006 (2): 69-70.