

企业文化建设与宣传工作的实践举措

张志丹

(重庆渝合高速公路有限公司, 重庆 401120)

【摘要】企业文化和建设是一个组织、一个企业成功的关键因素, 对企业的长期发展和市场核心竞争力具有深远影响。在快速变化的市场环境中, 有效性较强的企业文化可提升企业组织内部凝聚力和外部形象。鉴于此, 本文从五个关键领域进行了分析阐述: 明确企业愿景与使命的重要性、核心价值观的整合与执行、有序高效的内部沟通机制、创新的文化活动开展, 以及建立畅通高效的反馈和改进机制。经研究发现这些举措对于强化企业文化理念、增强员工的参与感和归属感, 以及提升组织效能具有特别的显著影响。

【关键词】企业文化建设; 宣传; 措施

引言: 在数字全球化和技术变革的当下, 企业文化和建设成为推动组织成功的关键因素。企业文化所反映的是企业内部价值观和行为准则, 也影响着企业的市场地位和竞争力, 力克困难的凝聚力。随着商业环境的日益复杂化, 企业同时也面临着如何有效建设和传播强有力的企业文化的挑战, 针对此, 企业管理层与领导层, 需着眼于当前企业文化和宣传工作的实践态势, 通过结合传统与现代策略, 有效强化企业文化并促进其在组织内外的传播。

一、企业文化的定义与重要性

(一) 企业文化的概念

企业文化, 作为在现代企业管理中不断受到重视的概念, 指的是在特定的历史和背景条件下, 企业在长期发展过程中形成的独特的价值观念、行为规范、管理制度、精神风貌和企业形象等综合体现, 企业文化所反映的不仅是一家企业的经营理念、经营风格和企业精神, 而且还包含了企业的经济行为和社会责任担当。

在我国企业文化背景下, 此概念所强调的是集体主义和谐的价值观, 以及对社会责任、伦理道德、公序良俗的重视。我国企业文化倡导团结合作、诚信为本、创新进取的精神, 强调企业与员工、企业与社会、企业与环境之间的和谐共生。而此类文化的背景, 可促进企业内部的和谐, 提高员工的归属感和工作积极性, 有助于企业在社会中树立良好的形象, 促进企业的可持续发展。

(二) 企业文化对组织成功的影响

在我国企业经营管理中, 企业文化属于推动组织发展, 提升其在市场竞争力的关键, 对组织的影响意义深远且范围多元, 具体为:

第一, 企业文化是塑造和维护企业和组织身份的基石。一个明确且具吸引力的企业文化能够帮助企业和组织在市场上建立独特的品牌形象, 从而在竞争激烈的商业环境中克服困难脱颖而出。通过强调独特的

价值观和行为准则, 企业文化增强了企业和组织内部的一致性, 使企业员工朝着共同的目标和愿景而努力创造。

第二, 企业文化需对员工的行为、态度和工作表现具有显著影响。一种积极、鼓励创新和承担责任的文化可以激发员工的积极性, 提高其工作满意度和忠诚度。员工处于支持和尊重的环境中工作时, 更有可能展现出高效率 and 创造性, 从而直接推动组织的绩效和生产力。

第三, 企业文化与企业内部沟通、协作息息相关, 可以说, 强有力的企业文化能为员工们提供的是一种共享的语言框架, 而这种语言框架其根本在于, 在员工解决问题、创新过程中可更有效地进行协作沟通。在此基础上, 良好的企业文化还能够促进跨部门和层级间的协作联动, 确保信息传递流畅, 增强组织的适应能力和灵活性以及效能^[1]。

第四, 企业文化对于企业和组织的长期建设成功, 以及后续的发展至关重要。一个根植于公司价值观和愿景的企业文化, 可帮助企业 and 组织在面对市场变化和外部挑战时保持稳定, 同时不断地鼓励学习和创新, 确保企业和组织及时适应未来的需求和趋势。

二、企业文化建设的关键要素

(一) 愿景与使命

企业愿景和使命是构筑企业文化的基石, 也是确定企业的长期目标和存在的根本意义。

在此, 通过明确能够引人共鸣的愿景, 可激发企业员工的工作激情; 清晰的使命则为员工提供日常行动的指导。这些要素需与企业的战略目标和价值观紧密相连, 确保组织行为与长远规划的一致性。

(二) 核心价值观

企业的核心价值观代表其基本信条和行为规范, 必须被系统性地整合进企业的各个层面。而价值观不仅要在官方文件中明确阐述, 还需在管理决策、日常

运行中得到实际贯彻。价值观的一致性和执行力是塑造和维持企业文化及其成员的行为关键。

（三）内部沟通机制

高效的沟通机制是企业文化建设的重要环节，确保信息在不同层级间的有效流动，同时促进开放、透明的交流氛围。通过组织定期的战略会议、内部通报及其他交流平台，员工可及时了解企业动态、变革及成就，从而增强组织凝聚力。

（四）模范带头作用

在企业文化建设与宣传方面，领导层的带头作用尤为关键，其所产生的影响力也更为突出。在此，领导者不仅要在口头上支持企业文化，更应以身作则、示范引领，通过自身行为来强化企业的核心价值观和文化理念。领导层的决策和行为应体现企业文化的精神，为员工树立标杆。

三、企业文化建设与宣传工作的实践措施

（一）整合传统与现代传播媒介，提升宣传效果

在企业文化建设方面，为合理提升宣传效果，需从整合传统媒介与现代数字媒介开始。

首先，在企业和组织内部刊物、宣传栏和企业内部邮件系统的传统媒介基础上，需加强文化宣传效能，以此发挥媒介优势，使其在传递企业核心价值观、重要政策更新及关键信息方面更为有效。例如，内部刊物可定期刊登关于企业发展历程、管理层见解、以及员工贡献的深度报道，所刊登的内容对于深化员工对企业文化的理解与认同具有重要作用。然而，也需明确是传统媒介在传播速度和互动性方面存在局限。目前，随着信息技术的发展，数字化媒介成为企业文化宣传的重要方式以及补充，如公众号、朋友圈、短视频等。社交媒体、企业内部网站和移动应用等现代传播工具以其高效的信息传播速度、强大的互动性能和广泛的覆盖范围，为企业文化的推广提供了新的动能和载体。所使用的平台可为其提供快速分享企业新闻、宣传短片、员工活动照片等功能，以此提升员工参与感和互动，并增强对企业文化的共鸣和认同。

其次，在整合传统媒介与现代媒介时，还需考虑目标受众的偏好差异。不同年龄和背景的员工可能对信息获取的渠道有着不同的偏好。随着员工年龄和背景的多样化，单一的传统宣传方式已无法满足所有人的需求。年轻员工可能更倾向于通过数字媒介获取信息，而资深员工可能更偏好传统方式。因此，高速公路企业需要采取多元化的宣传策略，结合传统媒介和现代媒介方式和特点，以确保信息能够有效地覆盖不同的员工群体。因此，企业应采用多样化的宣传策略，确保信息的及时、有效地触及各类员工群体。

最后，在创新宣传方面，可利用短视频平台、微博等将企业文化纳入到平台内，以此为企业开辟独特的宣传渠道，以便激发员工的参与兴趣，增加宣

传活动的吸引力和影响力。例如，利用短视频平台和微博等社交媒体工具，将企业文化的各个方面——如安全意识、服务理念、团队协作精神，以更生动、互动的形式呈现给员工。通过创作吸引人的内容题材，如安全操作演示、员工故事分享、团队活动花絮、工作作风集锦等，可提升员工对企业文化的认知，并且也会加强员工对企业文化的认同感。

（二）开展多样化的文化活动，增强员工参与感

在企业文化建设实践中，需积极开展多样化的文化活动，以此增强员工的参与感，并促进企业文化深入员工心中，在此过程中通过设计和实施各种文化活动，以此展现其文化价值观，促使员工之间的交流与合作，从而加深对企业文化的认识和认同。

首先，需开展团队建设活动，该活动属于提升员工参与度的基础性活动之一，在此可通过组织户外拓展、团队竞赛、工作坊等活动，不仅能够增强团队之间的协作和沟通，还能够在轻松愉快的氛围中传达企业的核心价值观和理念。例如，一家国有控股企业为提升团队合作精神和企业文化的认同感，组织了一场名为“共创高速公路未来”的户外拓展活动。在此活动中，员工被分为跨部门团队，每个团队需完成一系列挑战任务，如高速公路捡垃圾、高速公路绿色保护等任务。

所完成的挑战性任务，可有效促进企业员工沟通合作以及创新思维的发展，并且也鼓励了团队成员之间的有效沟通。通过所创设的各类活动，企业员工可在解决问题与达成共同目标的过程中加深对彼此、对企业以及对有关工作制度、章节的了解，并且还共同体验了公司价值观如团结、创新等实际应用。

其次，在公司内部可举办文化节等主题活动，该活动可在假日或纪念日进行。此活动主要展示企业发展历史、成就展览、员工才艺表演等形式，增加员工对企业历史和文化的了解。这些活动不仅能够提升员工的归属感，还可增强外部对本企业的了解与认识。

此外，企业还可积极开展志愿者与公益活动，在此企业领导层需发挥带头作用，通过组织员工参与社区服务、环境保护等公益活动，不仅能够展现企业的社会责任感，使其可在实践中强化员工的价值观和企业精神。

为确保所开展活动的有效性，企业需要对活动进行精心规划和组织。活动内容应与企业的文化价值观相契合，确保活动不仅仅是形式上的，而是能够真正反映和弘扬企业的文化理念。同时，企业还需要考虑员工的兴趣和需求，设计富有吸引力和参与度的活动，以提升员工的参与感。

（三）制定专门的企业文化培训计划，促进文化内化

首先，对于新员工来说，企业文化的初步培训应为

融入组织文化的基本,对此企业需加强重视对新员工的培训,需让刚入职的员工感受到企业内部核心价值观。该阶段的培训主要包括企业的发展历史、愿景、使命、以及核心价值观等基本信息。该阶段的主要实施可运用案例研究、团队讨论、模拟情景等教学方法,以此帮助新员工深入理解企业文化的内涵,并快速适应企业环境。

其次,针对企业在职的老员工来说,企业为提升此类员工的工作热情,以及对企业的忠诚度,可定期组织文化再教育活动,如研讨会或工作坊,以巩固和更新其对企业文化的认识。这些活动应聚焦于企业文化的关键要素,比如创新、卓越、团队合作等,并通过实际案例和互动环节促进员工对这些概念的深入理解。在此基础上,还可使用数字化工具和在平台,以开发在线课程、互动模拟游戏和视频教程,为员工们提供灵活多样的学习方式,并且可增加培训的趣味性和互动性。这些工具提供了广泛的学习资源,方便员工在任何时间、任何地点对企业文化进行学习和复习。

最后,企业的高层管理人员在文化培训计划中需积极参与培训活动,以发挥自身的带头作用,并通过自身行为展示企业文化的价值和重要性。高层领导的参与和示范,对于提升培训的有效性和加强员工对企业文化的认同意义重大。

(四) 建立反馈和改进机制,持续优化企业文化

结合高速公路企业行业特点,为建立有效的反馈和改进机制,需明确所建立的目标,为确保企业文化与组织当前需求的一致性,并且可适应未来的发展和行业挑战。在此,可通过积极收集、分析和响应员工反馈,高速公路企业可以有效地调整和完善其文化策略^[3]。

首先,为了鼓励开放性反馈,高速公路企业可以设立易于访问的反馈平台,如定期的员工满意度调查、建议箱和在线反馈系统。这些渠道应设计为无压力的环境,鼓励员工自由表达对企业文化的看法和改进建议。在高速公路企业中,员工的安全意识、服务态度和团队协作是企业文化的关键组成部分,因此收集到的反馈应重点关注这些领域。

其次,企业需定期对所收集到的反馈意见完成分析识别,在此过程中,主要可利用数据分析工具和员工访谈。高速公路企业可以深入站点一线了解员工对于安全文化、服务质量和团队合作等方面的看法,识别改进的领域。管理层和人力资源部门应当对这些反馈做出具体响应,并据此制定改进措施。例如,针对员工提出的关心关切问题,企业可以结合实际调整政策,改善培训程序,或引入创新技术等。这些措施的目标是将员工反馈转化为促进企业文化进步的实际行动。在此过程中,还需通过跟踪关键绩效指标(KPIS)、员工参与度、留存率、好评率等数据监测文化发展的进程,并及时调整策略以确保其有效性^[4]。

最后,企业和组织应以100%透明度,向员工分

享反馈结果、改进计划,以此增强员工信任与参与度。当员工看到自己的意见得到重视时,可转化为企业文化改善的具体措施时,在此员工可更加积极地参与到文化建设的未来活动中来。

综上,通过建立和实施这样的反馈和改进机制,高速公路企业可确保其文化的活力和适应性,与组织的长期目标和战略保持一致,同时提升员工的参与度和满意度。这种持续的优化过程对于培育适应性强、充满活力且具有高度凝聚力的企业文化,尤其是在高速公路这样对安全意识和服务质量高度需求的行业中,这一举措较为必要。

(五) 强化内部沟通,塑造共同的文化认识

首先,在强化内部沟通方面,企业需明确透明性、及时性的重要性,在此企业可通过会议、内部通讯系统、电子邮件群发、企业社交平台等多元化渠道,保证关键信息如组织策略、政策更新、管理决策等被有效传达至所有员工。此做法,有助于促进员工对组织方向变革的深入认识,由此增强其对企业文化的理解 and 接受程度。

其次,需积极营造出开放且双向的沟通环境,在此企业可鼓励员工积极表达看法和建议,并确保这些反馈被管理层真正听取并予以考虑。例如,定期的员工座谈会、匿名问卷调查或建议箱等手段能够激发员工的参与感,增强其对组织文化的认同^[5]。

最后,企业还可尝试运用叙事法传达组织文化,以此来加强内部沟通效果。如,针对高速公路企业,该企业可通过分享组织发展历史、成功案例、员工见证等,以更加形象和具有感染力地传播组织的价值观和理念,促进员工对企业文化的深入理解。

结束语:综上所述,企业文化的构建和维护需关注其在不断变化的环境下的适应与发展,在过程中发现、过程中完善、过程中提高。在此,通过实施如上措施,可有效提升员工的参与和满意度,也加强了组织的内部凝聚力和外部形象。未来,企业应持续关注文化建设的进程,并致力于其不断的完善与优化,以适应日益变化的商业环境和市场需求。

参考文献:

- [1] 高敏. 政工宣传在企业文化建设中的价值分析[J]. 现代经济信息, 2021(5):197-198.
- [2] 王楠楠. 新闻宣传在企业文化建设中的作用及实践[J]. 现代企业文化, 2022(7):1-3.
- [3] 金婷. 探析国企新闻宣传工作对企业文化建设的作用[J]. 现代企业文化, 2022(5):4-6.
- [4] 沈诗鸣. 新闻宣传在电力企业文化建设中的作用[J]. 现代企业文化, 2021(3):9-10.
- [5] 卢微. 国有企业新闻宣传在推进企业文化建设中的实践[J]. 现代企业文化, 2021(19):17-18.