

能力建设目标 企业文化建设计划方案(优秀5篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

能力建设目标篇一

企业文化分为两个层次，表层的企业文化是企业的形象，即cis系统，深层的企业文化是价值观和企业精神。企业形象直接与企业的兴衰、优劣相联系。良好的企业形象，是企业一笔巨大的无形资产，能吸引比同行更多的投资、人才和资源。

培养企业精神增强企业凝聚力是企业文化的核心部分，企业在经营管理的实践中培育能表现本企业精神风貌、激励职工奋发向上的群体意识，并以此引导职工树立正确的价值观念，强化职业道德。企业要保持永久的创造力，必须建立起激励机制。将调动员工积极性当成企业的日常经营管理行为，在企业中养成一种尊重创新、尊重人才的文化氛围，人人都能从中感受到事业的成就感。

学习对组织的持续发展至关重要，建立起一个学习型组织是企业文化建设得到认同和执行的有力保障。21世纪最成功的企业将是学习型组织，它不仅仅被视为业绩最佳、竞争力最强、生命力最强、最具活力，更重要的是使人们在学习的过程中，逐渐在心灵上潜移默化、升华生命的意义。

在竞争日趋激烈的市场背景下，企业要生存，要发展，必须要有凝聚力。今天，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，越来越受到人们的重视。因此，抓好企业文化建设是企业稳定发展的关键，中旭企业管理股份有限公司专家团队经过多年研究总结了五大企业文化建设的要素：

一、塑造企业价值观

企业文化是实现企业可持续发展目标的有力保证。企业文化建设的根本目的，就是用文化力激活生产力，增强凝聚力、执行力和创造力，进而提升企业核心竞争力。一个成功的企业，必须致力于企业文化的建设，必须千方百计地提高的企业核心竞争力，如此，才能在激烈的市场竞争中占有一席之地，才能实现全面、快速、可持续的发展。

二、加强企业文化建设

企业文化既是文化创新的重要内容，又是经济发展中最具活力的因素。加强企业文化建设，就一头抓住了发展先进社会生产力这个基础，另一头抓住了发展社会先进文化这个枢纽，有利于促进社会生产力的快速发展，有利于促进员工想道德水平和科学文化素质的提升。从根本上说，有利于服务社会、服务员工。一个企业如果没有灵魂，就不会有活力，更不会有竞争力。

三、培养企业精神

培养企业精神，增强企业凝聚力是企业文化的核心部分。指导员工树立正确的价值观、人生观，增强员工的责任感、使命感和紧迫感。引导员工把个人奋斗目标与企业发展目标有机结合，为企业的发展奉献自己，实现人生价值，从而实现企业和员工的共同发展。

四、建立激励机制

励机制，使员工的执行力度最大化发挥。

五、培养学习氛围

学习对企业的持续发展至关重要，是企业文化得到认同和执行的有力保障。企业要加强对员工的职业技能培训，同时建立相应机制，鼓励员工利用业余时间自学，岗位成才，营造良好的学习氛围，努力培养造就一支“作风好、素质高、能力强、技能精”的专业化、职业化的员工队伍。

思维决定行为，行为决定结果，思维定型比失败更可怕。领导力训练之：沟通关

团队沟通不畅，事业必定难旺，人际沟通是管理的浓缩。领导力训练之：魅力关

影响团队众人，施爱收获感恩，领导是痛并快乐的成长。

能力建设目标篇二

一、班级文化建设总体目标：

让班级充满活力，充满人情味，充满昂扬向上、积极进取的文化氛围，让班级成为每一个学生温馨的家。

二、班级文化建设的基本要求

班级黑板报、壁报、图书角和其他室内布置（如：张贴名人名言、班训）。

班级文化有特色：班风、班训和班级公约的制定和规范张贴等。（如：“努力进步自信成功”是我们的班标，“乐学苦思，敏锐创新”是我们的班训。“团结、进取、活泼、创新”是我们最大的特点。）

三、具体内容

根据本班学生个性兴趣爱好等方面的特点确定班级的特色，制定特色班级创建计划。在特色班级创建计划的基础上，用简明扼要、哲意隽永的核心精神凝聚班级所有学生，制定出具有概括力强、震撼力强、号召力强的核心精神，让它无形地赋予班级一种无尽的自豪和长足的干劲！

(2) 科普（奥运）园地、生物角、卫生角、图书角、知识窗、争星台等的布置；

(4) 墙壁可贴学生的书法、美术作品或兴趣小组作品，布置良好的文化环境，使班级在精神面貌具有和谐的气氛。例如：在教室的墙面和图书角墙壁布置展示了如“书山有路勤为径，学海无崖苦作舟”“知识就是力量”等等名言、警句、格言来激励同学不断求知、进取和具有一定文化内涵的饰物；选择同学们优秀的书画作品张贴在教室墙壁或学习园上，并定期更换；利用黑板报这一宣传阵地等外部环境布置来发挥对学生潜移默化的教育作用；在黑板报的右面墙壁张贴全班的全家福照片、参加活动过程记录、班级的荣誉等。

注重学生责任感的培养，鼓励学生发挥主人翁精神。教育学生以班级为家，积极主动地参与布置并维护清新整洁的学习环境，形成良好的文化氛围。例如：鼓励同学为教室后的图书角捐图书，请管理员做好详细的记录并贴好标签，明确分工，制定班级借书制度。每个学生能主动为班级准备缺少的东西，如美化环境的绿色植物，垃圾袋等，让学生更有家的感觉，增强主人翁意识。

能力建设目标篇三

如何做好企业文化建设(如何做好企业文化建设(上)背景资料：有幸受邀与中山大学mba班学员一起到广东某企业(洗涤业知名品牌)进行了一次以企业文化为主题的为期2天的考察活动。

事先我们得知的情况是该企业在企业文化建设方面的工作开展得有声有色，而从抵达企业并与相关人员接触的最先一刻开始，我们便产生了对其文化成效有所怀疑的疑问。以下是此行结束后，以本次企业文化建设调研为背景，结合曾接触过其他一些企业的案例，而整理的一篇文章。

不可以跟基层员工去谈什么大道理，不能去谈理论，只是以这样的方式是很难于他们达成一致的，因为他们极少有人会懂这些，也不关心这个。你需要做的，就是向他们兑现那些并非有多高多难的承诺，或者要不承认你说了谎，或者承认你没做到，以换得他们至少对你还有诚实的认识。

1、作息时间的不一样，不能相互干扰，这是人性化的体现；

2、对人才有所偏爱这也是可以理

理解；但是后来该公司老总在很多次全体员工大会上就专门说高干楼那边怎么怎么样，这样一来就无形的加大了管理层与员工的等级壁垒。这也说明等级观念在他们骨子里就有了，嘴上说的只是口号而已，所以也就不难理解他们后来在新建成的宿舍楼里分了员工住宿区和管理人员住宿区，并且在管理人员住宿区的楼道里面树了个“管理人员宿舍，其他员工止步”牌子。（当然，什么都绝对的公平那么是对人才的不公平，其实这与等级是有区别的，这里暂且不讨论）不患寡，患的是不均。道理似乎很简单的，但做起来并不那么容易。营造“公平、公正”的环境不是挂在嘴上，而得根植在心里。

三、不要复杂化这是对关于企业文化的提炼，提出要尽量简洁的要求。切忌不要把它搞得复杂化和抽象化，因为这样一来，你的所谓文化就难以让员工理解，更不用说正确的理解和达到理解一致的效果。如此，也就更不用谈员工对你所提炼和建设之文化的消化了，你只是一厢情愿，员工要不只是记住了代表文化准则的那几个文字，而无法对你所提倡的文化进行正确的理解和消化，要不即使有对文化的理解和消化，

但是不同员工所理解和消化的结果却不一样。结果，任凭你如何努力，企业文化都无法以一种正确的方式和内容落实到员工的脑子里和工作当中去，你所推行的文化也就不可能为企业带来更高的效益。弄不好，搞得适得其反也并非不可能。不少企业总会习惯性的把企业文化和企业的目标、方针或原则揉捻到一起，相互拿来或各取所需，结果搞得员工不知所措——不清楚这企业文化、目标、方针或原则到底指的是什么，他们之间有什么样的关联，又有何区别。于是，员工便也只能是稀里糊涂的以背书的方式来进行消化。如何做好企业文化建设(如何做好企业文化建设(中))

些伟大的目标和勇于承担责任不对，可问题是你毕竟只是一个企业，别光只顾着喊口号，更要切合实际的能在一定的时期内能切实的做到。而且企业毕竟是个盈利组织，一个企业就只是一个企业，你不要以为你有多么的伟大，你不要以为你的文化可以跟行业、民族、政府或社会的责任来相提并论，更不要简单的以为这些勇于承担高责任的文化行为就一定能得到大家的认可，于是企业就自然能够越来越壮大。中国的改革开放也就二十余年，企业真正的发展也就十来年的时间，比起发达国家的上百年的工业革命，和至少几十上百年积累的企业来说，我们实在还稍嫌嫩了些，需要更务实一些。更甚者，07年元月份我到广东阳山出差，看见当地的一信用合作社的门口挂着一“为实现党十六大提出的各项任务而努力奋斗”的横幅，好大的口气，试问，这你可能吗？所以，企业文化的正确标准就应该只是介于个人于社会责任之间。你若将其定得过高，比如说“博爱”、“奉献”、“和平”等，稍有素质的员工在一开始就会产生那是不可能实现的认识。你若真履行，结果只会使得企业为此而不堪重负；你若不履行，你的员工以及社会便认为你只是在打幌子骗人。

五、不要张冠李戴这说的是企业在文化建设上，在做到一视同仁的基础上，面对内部不同的层级群体之文化需求，也需要具有一定的针对性。好比文化本身在它还没有真正形成之前，不同思想与素质的员工们，对它的理解也是不一样的。

所以，即便是在统一的文化标准的基础上，员工和管理层对其需求也是不一样的。其实，基层员工对企业文化的消费是很容易满足的，他们对企业文化的消费极少，要求也就只是“正当的薪水、吃饱和平等”罢了，而管理者则更多的倾向于“发展、学习和提升”。所以，企业在文化建设上针对管理者的需求，向其提供职业生涯规划 and 综合素质的提升机会，这是合适的。但如果你拿着这些东西同样去面对车间的生产工人，他们便只会被你弄得云里雾里。在我们服务过的一家建材企业里，企业对车间的员工也搞什么一对一的绩效沟通，说是要提升他们的能力，可目前仍有员工的薪水还不能达到东莞市所要求的最低标准，员工对伙食意见也特别大，甚至于吃不饱的问题，居然一直也未得到真正的改善。

个集体内某个人或者某一部分人所强加给大家的文化，企业文化建设的推行者不应切断任何有助于员工于企业进行平等对话的平台。比如同是上面说到的那家化工企业，现在就已造成了企业与员工无法沟通的局面，导致其现在的企业文化只能说是管理层的文化。一是企业不能真正的关心员工的提议，或者是反映迟钝，不了了之；二是员工找到家门口了，还以自己很忙来推迟；三是既然搞了建议箱，就要把这建议箱成为企业与员工沟通的真正桥梁来看待，而不是从不去打开；四是不要企业都开办大半年了，一次员工大会也没开过；五是要尽力避免以职务级别、入职时间以及跟随帮带关系等因素为基准，随之而出现的小团体、小圈圈现象的产生。如何做好企业文化建设(如何做好企业文化建设(下)

七、不要贪功图快企业文化在潜移默化的对员工的思想 and 行为进行引导的基础上，让他们具备该文化所赋予他们的某种责任感和素质，进而让员工形成一些自觉自发性的习惯，最终在企业内部(包括其干系人群)形成一个良好的工作、学习与生活的氛围。为此，企业必然要付出不小的成本，不只是人力物力，更是漫长的“等待”，因为企业文化建设不是一日之功。可纵观企业的文化建设推行者们，动不动就说我们企业的文化建设开展得很不错，员工很满意，取得了实效。

比如说我们在调研的广州那家企业时，企业才正式成立2年半，就大言不惭的说自己文化建设已达到较高的成就，以至于让我们事先还以为能够作为案例来学习。不过，可还别说，这么一整，确实还悟到了一些实料。当然，也不排除企业文化建设的实际推行者们拿着这速成的业绩来向企业邀功请赏，比如之前说到的那家化工企业，推行者就依据员工满意度调查的高评价，便堂而皇之理直气壮的在“企业文化建设”自评上给自己打了个满分。也有将企业的文化建设等同于老板的口号，企业所提供的游乐或者学习及公益活动，以及条条框框的福利制度的，这也大都是速成之类的范畴。这些文化推行者们，要不就是根本不懂文化，更不懂文化的执行，要不就只是借推行文化来打实现自己在企业的小算盘。更离谱的，还有企业甚至搞什么企业文化之类的考试，以此来衡量员工对文化的理解、接受和执行的程度，我们曾服务过的一家本土钢铁企业就是这么干的。这种搞法，只会使企业文化的建设偏离轨道，结果自然是南辕北辙，弄得员工对文化考试很看重，而忽略了对企业文化的真正理解和消化，这是典型的应试教育、形而上学主义。

能力建设目标篇四

206班45名学生，班级氛围良好，师生相处比较轻松和谐，学生有很高的自律性，平常班级由五名副班长管理日常，学生在自主管理的过程中，能维护班级形象，遵守作息时间，能够关注班上内向的学生的情绪状态，能帮助班上的学生解决一些问题，有什么事情会及时向老师反映情况。

我从一年级开始实行阅读计划，初见成效，学生基本上思维活跃，有自己的想法，并且能够坚持自己的想法，并合理解释自己的想法。由于每个学生家庭发展情况不一样，所以有一些学生比较外向，善于表达自己的心理，有一些学生内敛，羞于表达自己的想法，还有一些学生不知道该如何表达自己的情绪，这样班级管理的重点在于均衡学生的状态，做到让善于表达的学生带动一批学生，再教不知道如何表述自己观

点的学生会学会一些基本的沟通技巧。

二、班级文化建设思维导图

第一：确定主题思想，主要思想观念

第二：根据群体价值观，选择相应活动

陈宇：班主任工作思维导图

三、班级精神文化

（一）班名

（二）班级群体价值观

1、班级口号

魔法六班，勇闯难关，用我魔法，接纳自己，悦纳他人

2、班训

相信自己挑战自己

（三）班级愿景

1、班级奋斗目标

（1）爱学习，有能力就帮助别人，有问题学会向别人请教

（2）爱校园，爱护学校的一草一木，为校园的干净、美化做出力所能及的事情；

（3）学会感受别人的心情，能够站在别人的角度考虑问题；

(4) 在班级中，能够爱班级、爱集体，做到不乱丢纸屑，有垃圾立马捡起来；

(6) 不乱花钱，不攀比，不以物质来衡量友情，建立正确的人生价值观。

2、班歌

《小小魔法师》

(四) 特色班本课程

月份

课程设想

课程形式

二月

开学班级事务安排

- 1、组织学生对班级文化建设提出自己的意见；
- 2、与家长一起进行班级环境的布置。

三月

主题活动月

发现自己

- 1、心理健康教育课；
- 2、班队活动课；

3、班级展示墙展示学生的作品。

四月

主题活动月

我爱我班

1、心理健康教育课；

2、班队活动课；

3、对前期班级文化进行总结，设想后期班级文化建设思路。

五月

主题活动月

校园美化我来做

1、班干部组织班上学生做社会实践活动，在校园内记录不文明的现象和文明的现象；

2、将每个小组的意见集合在一起，设计出自己的倡议书。

六月

作业设计

1、分成四个小组进行“创意作业我来设计”活动；

2、收集整理大家的作业设计思路，形成自己的班本训练材料。

四、班级制度文化

1、班级组织管理图

2、班级规章制度

任何组织，拥有严明的纪律，是一切行动的方向，班级有严明的纪律，是给学生以社会秩序化的范例。

1、同学之间需要互相帮助，不可相互忌妒

2、努力找到自己的特长，不盯着别人的特长

3、班级事务人人参与，不可推搡、抵赖

4、若有学生有生病的情况，班干部可以进行关怀，如果有相应班级事务，可以另行安排

5、班级小班长恪尽职守，不可利用自己的职权打击报复同学、打小报告、胡乱惩罚同学

6、班级心理委员积极关注本班学生的心理情况，出现异常情况立即向老师报告

7、爱护班级公物，不可乱碰别人的东西，若需要借用别人的东西，需要跟别人商量

8、热爱阅读，保护书籍

五、班级行为文化

班级传统文化：阅读展示台、作业展示台……

六、班级物质文化

（一）班级资料

- 1、班级日志
- 2、班级文集/班报/班级诗集
- 3、班级公众号：默予时光

（二）班级环境布置

1、后墙黑板左边

围绕阅读进行设立“流动书袋”，由班级妈妈们利用布料进行制作，里面预设摆放学生的书籍，他们把自己最近看的、喜欢的、推荐给别人看的书，放在相应的书袋里，做流动书籍。

2、后墙黑板右边：做成“蜘蛛网”寓意“智慧的网、心灵的网”，这一块预设给学生粘贴“心灵驿站”，他们可以把自已的心情小故事粘在这张网上，同学们可以相互帮助，增进同学之间的了解。

3、后墙黑板下面：是“展示墙”，展示学生的作品，让学生自主更新这面墙，日久生厌，需要不断更新这面墙的内容。内容可以根据教学、时令、节假日等教育契机进行更新。

4、后墙教室前面黑板左边：有“博览群书”，这一块面积，预留给向全班同学推荐好书，做成丰富多样的阅读推荐卡，旨在提升学生的动手操作能力和初步的文化欣赏品味。

5、教室最后两块地砖面积：粘上地纸，放四个车轮胎，学生可以坐在上面看书，给学生一个自由休闲的阅读感受。

能力建设目标篇五

所谓企业文化就是由企业领导提倡，上下共同遵守的文化传

统和不断革新的一套行为方式，它体现为企业价值观，经营理念 and 行为规范；渗透于企业的各个领域和全部时空。它是企业立身于社会所必需的精神支柱，它不仅能够解释企业内部的运行情况，更为重要的问题。企业文化是由企业、企业家和企业的领导者指出什么是企业的重要的问题。企业文化是由企业家和企业的领导阶层创造的，企业家的一个重要的职能就是创造、管理、必要时改进和完善企业文化。

企业文化可以帮助企业管理者团体改善它的信息沟通、人际关系和决策的制定可以帮助企业创造新的气氛，以适应竞争日趋剧烈的企业环境，形成高度灵活的应变能力，可以增强企业的向心凝聚力。

一、企业文化的内容

企业文化的具体内容，也就是企业的文化的结构，其划分的方式有多种，如有形文化和无形文化，物质文化和观念形式，外显文化和内隐文化“硬”s和“软”s等，这些不同的结构划分都有其各自的合理性，使用不同的结构划分对认识企业文化并无大碍。《公司文化—公司生活的礼节和仪式》一书的作者，特雷斯□a.肯尼迪在对数十家美国公司调查研究后得出结论：在美国企业中，厚重的文化几乎总是取得持续成功的驱动力量。

他们认为构成企业文化的要素有五项：

(一) 企业环境

指企业经营所处的内部和外部条件也是企业文化的前提条件。

(二) 价值观

价值观是企业的核心，是企业组织的基本思想和信念。具有强烈的企业文化的企业内部都存在着为职工们所共同拥有的

价值观。

(三) 英雄人物

它是指企业价值观的人格化体现，更是企业形象的象征。英雄人物在组织内部提供了一种持续的影响，他们为自己的组织提供着精神凝聚力。

(四) 典礼仪式

典礼仪式是企业围绕着自己企业文化主旨——企业价值观——而组织和筹划的各种仪式和活动。

企业的典礼仪式包括一些具体的形式，它们从不同的角度去表现企业的价值观，共同营造一个完整的企业文化氛围。

(五) 文化网络

指一个企业用来传播企业文化信息的正式和非正式信息沟通系统，它是企业文化中的构成要素之一。

二、建立企业的价值观

企业的价值观就是企业决策者对企业性质、目标，经营方式的取向所做出的选择，是为员工所接受共同观念。

企业的价值观是企业内部绝大多数人所共同持有的价值观，对一个企业而言，只有当绝大多数成员的价值观趋于一致时，企业的价值观才能形成。价值取向的内在依据。国内外经营成功的企业都是很注重企业价值观的塑造，并号召企业员工自觉推崇和尊重自己企业的价值观。

如日本电子公司提出“让一切都充满活力”，强调奋发向上，自强不息的精神。中国海尔集团提出“真诚到永远”，把真诚地为顾客提供高质量的产品和服务作为自己的价值追求。

不同企业对自身价值信念的提法虽然各有千秋，但无一不是强调企业的社会责任感及其在社会生活中的存在价值，并以此把企业与职工凝聚在一起。

成功企业的经验告诉我们：积极向上的企业价值观，能使员工把维护企业利益，促进企业发展看作最有意义的工作，从而激发员工极大的劳动热情和工作主动性，使企业的外部适应能力和内部协调能力得到加强，企业由此获得成功和发展。

当代企业价值观的一个最突出的特征就是以人为中心，以关心人，爱护人的人本主义思想为导向。过去，企业文化也把人才培养作为重要的内容，但只限于把人才培养作为手段。当代企业价值观的根本性变化。

企业能否给员工提供一个适合自身发展的良好环境，能否给员工的发展创造一切可能性的条件，这是衡量一个当代企业或优或劣，先进与否的根本标志。

企业价值观是企业文化的基石，是企业的经营宗旨，是所有成功企业的哲学精髓。它为所有的员工提供了起向共同目标的愿景，也给企业日常行为和经营战略提供了指导方针。

三、树立正确的企业精神

公司精神是一个对公司进行认识的全新的思路和理念，今天，产品仍然是公司主要的信息和沟通的高速公路，但这将很快成为过去。当公司从单纯的销售产品转而发展为销售方案，品牌或态度和精神时，公司理念及价值的交流与传播便将成为衡量其成功与否的决定性尺度。

企业精神是企业全体员工共同认可的企业理念和长期形成的风范，是企业文化的精髓和灵魂，决定着全体员工的行为规范和企业文化的各个主要方面。

它是企业全体或多数员工共同一致，彼此共鸣的内心态度，意志状况和思想境界，它可以激发企业员工的积极性，增强企业的活力。

企业精神分为：“社会责任感”型的企业精神，“服务至上”型的企业精神，“以人为本”型的企业精神，“开拓创新”型的企业精神等许多种；我现在谈谈如何树立“创新开拓”型的企业精神。

企业创新集中地体现在以下五个方面；

1. 引进新产品
2. 创造新技术和运用新的生产方法；
3. 开辟新市场；
4. 发现新材料供应的来源；
5. 采作用新型的企业组织形式。

企业创新意味着为顾客创造新的价值和满足，所以，企业单单不是以科学或技术创新的重要性，更是以对市场和顾客贡献来衡量创新的价值。社会创新和技术创新同等重要。创新企业意识到，一个成功的新设想所创造的新市场往往是出乎意料的。

四、建立企业的组织文化

优秀的组织环境应包括：

(一) 建立具有现代化功能的组织架构

组织架构是衡量企业的重要指标，要想成为有竞争力的一流企业，组织的构建

要的无效沟通，因此，组织设计时，命令系统与报告系统应力求一致，且组织层级(垂直面)及幕僚系统(水平面)应尽量简化，这是第二要求。

(二)明确各部门的工作职责

企业的整合力量在于明确的经营目标与达成目标的策略，以经营目标作为依据，经营策略作导向，组织内有明确的分工，各司其职，每个部门可以清楚地知道该负责哪些事，该制订哪些目标，并制定达成目标的做法。

(三)制订各岗位明确的职位说明

企业内从总经理到最基层的员工，每一个工作岗位应负责的工作，应有的权力，应具备的能力，担任此职务必须具备的条件，应清楚地加以描述或说明，使每个人晓得任务在哪里，如何在岗位上做出良好的工作绩效。

(四)制订公平竞争的考核制度

外部市场的竞争需要企业内部动力的支持，而这个动力也需要来自内部的竞争压力，这个竞争应是正面的，公平的，否则效果会适得其反。

(五)制订具有激励作用的薪资水准

卡耐基有一句名言：“要影响一个人的行为，首先要了解他的需求，然后设法协助他来满足需求。”薪资待遇是多数人工作行为的第一动机，因此制订适用的薪资制度，可以有效地激励员工。

(六)制度明确的升迁调降制度

企业用来考核制度对成员的贡献加以评鉴，用薪资与升降制

度给予回馈，能者上，劣者下的竞争法则。

绩效考核，薪资给付，升迁调降是否该“透明化”？从长远来说，答案是肯定的。但是为了避免不必要的困扰，薪资水准及绩效考核的结果“暗箱化”，但其制度要透明化。

(七) 运用有效的沟通手段

有些企业从来不沟通，因此内部人员各行其是。这些各行其是的

团队勉强算是个组织，因为缺乏沟通的团队是不会有组织作战力的。也有些企业的管理者，把他们的时间一半以上用来沟通上，这种组织同样也不会产生高的生产力，因为他们做的是无效的沟通。如何减少不必要的沟通，如何做有效的沟通，能够一沟即通，或不沟也可以通，企业应制订诸如文件、报告、会议的做法，并训练成员沟通技巧。

有人说，本世纪对企业来说，将是以“速度”取胜的时代。要效率就要消除无效的时间损失。企业能建立优质的组织环境，自可吸收人才，留住人才，人才也才能发挥应有的效果。否则后面谈如何选用人才，或者在人才上做大量投资，也就缺乏意义了。

五、建立企业管理文化

现代知名企业在实行国际化经营与竞争中，创立了各具特色的管理文化模式。这些管理文化模式对塑造现代企业文化和企业形象具有深远的意义。

我认为著名的企业管理模式应有下列几种：

(一) “走动式”管理模式

“走动式”是指企业家身先士卒，深入到企业员工之中，体察民意，了解真情，沟通意见，与下属打成一片，共创业绩。这种模式在东方文化背景中更卓越性，并有突出成功之例。

法，每天巡视工厂，遍访了东芝设在日本的30多个企业，他多是利用上班的余暇出访，与工人一起吃饭，喝酒，闲聊家常，员工受此气氛感染，促进了相互间的沟通，这样做有利于针对问题，找出各种对策，现场解决问题，员工士气大振。不久，东芝的生产效果又恢复正常。

(二) “和拢式”管理模式

该模式是欧美盛行的管理模式。“和拢”是希腊语“整体”和“人体”合成的词，用来表示一种新观念，即管理必须强调个人和整体的配合，创造整体和个体的高度和谐性。

“和拢式”发挥个体分散与整体协调相统一的优势。按“和拢”管理的特点，一个组织中的单位，小组、个人都是整体中的个体，个体都有分散性、独创性、通过协调树立整体的形象。“和拢”管理促使整个企业与个人之间形成一种融洽和谐，充满活力的气氛，激发人们的内驱力和自豪感。

(三) “抽屉式”管理模式

经济发达国家的大中型企业，都非常重视“抽屉式”管理和职位分类，且都在“抽屉式”管理的基础上，不同程度地建立了职位分类制度。它形容在每个管理人员办公室的抽屉里，都有一个明确的职务工作规范，对于他们每个人的职、责、权、利相结合。据调查统计：泰国在1981年采用“抽屉式”管理的企业为50%，1985年为75%；到1999年达95%以上，近几年，我国香港大中型企业普遍采用“抽屉式”管理。

最后，我强调的是，优秀企业文化的塑造不可能一日而成，它是以经营理念及组织行为的规范，通过引导、约束而逐渐

形成的共同价值及行为模式，最后，形成一种习惯。

企业活动中的确有一条新的定律，那就是：文化中存在着巨大的力量。