

Analysis of the Image and Value Transmission of Power Workers under the Shaping of Corporate Culture

Xianglin Deng

Xiaogan Light Source Power Group Yunmeng Guangyu Branch, Xiaogan, Hubei, 432500, China

Abstract

Corporate culture is a culture centered around values and based on shared values, with a certain degree of guidance and cohesion. Corporate culture is a very important part of the development strategy of the enterprise, and it plays an irreplaceable role in the development of the enterprise. In the current process of reform and development of the power industry, the image shaping and value transmission of power workers are facing certain challenges. How to enhance the image of power workers through corporate culture and convey correct values is a problem that needs to be solved urgently in the current power industry. Therefore, this paper takes corporate culture as the starting point, discusses the image shaping and value transmission of power workers, and puts forward corresponding improvement suggestions, in order to provide a certain reference for the optimization and upgrading of China's power industry.

Keywords

corporate culture; image of an electrical worker; values are transmitted

企业文化塑造下的电力工人形象与价值观传递分析

邓想林

孝感光源电力集团云梦光宇分公司, 中国·湖北 孝感 432500

摘要

企业文化是一种以价值观为核心,以共同价值观为基础的,具有一定导向和凝聚力的文化。企业文化是企业发展战略中非常重要的一个部分,它对企业的发展有着不可替代的作用。在当前电力行业的改革发展过程中,电力工人的形象塑造和价值观传递都面临着一定挑战。如何通过企业文化来提升电力工人的形象,并传递正确的价值观念,是当前电力行业急需解决的一个问题。因此,论文以企业文化为切入点,通过对电力工人形象塑造和价值观传递进行探讨,并提出相应改进建议,以期为中国电力行业优化升级提供一定参考。

关键词

企业文化; 电力工人形象; 价值观传递

1 引言

企业文化是企业长期发展过程中形成的一套价值观念、行为规范和经营理念的总和,它对企业的发展方向、员工的行为模式以及企业的整体形象产生深远影响。在电力行业中,企业文化不仅关系到企业的内部管理和员工队伍建设,还直接影响到电力行业的稳定运行和社会形象的塑造。因此,探讨企业文化在电力行业中的应用,以及如何通过企业文化塑造电力工人的形象和传递企业的价值观,具有重要的理论和现实意义。论文通过分析企业文化在电力行业中的具体体现,探讨了企业文化如何塑造电力工人的形象,以及如何通过电力工人传递企业的核心价值观。同时,论文还就企业文化在电力行业中的实践效果进行了评估,并提出了相应的优化建议。

【作者简介】邓想林(1974-),男,中国湖北云梦人,助理政工师,从事国际金融与政治研究。

2 企业文化在电力行业中的体现

2.1 企业的核心要素

在电力行业中,企业的核心要素是“安全生产”。从本质上来讲,安全生产是企业文化的根本。作为电力企业,要想在市场中获得长久发展,就要确保自身的经济效益与社会效益相统一。企业文化在这一过程中扮演着非常重要的角色。通过对企业文化的分析,我们可以发现其能够对员工产生一种潜移默化的影响,在潜移默化中形成一种精神、价值、意识等方面的行为规范。员工通过自身的行为规范来影响企业的发展与壮大,从而实现了二者之间相互影响、相互促进的目的。由此可见,在电力企业中建立良好、健康的企业文化,对电力工人来说具有十分重要的意义。

2.2 电力行业企业文化的特点

电力行业在社会发展中起着重要作用,电力行业企业文化是我国企业文化中的重要组成部分,电力行业的企业文化有以下特点:一是属于垄断行业,社会的影响力大,在社

会中占有主导地位,员工和消费者都需要对企业文化予以足够的重视;二是员工的流动性大,员工流动率高;三是员工文化素质普遍较高;四是企业员工对企业的忠诚度高;五是企业文化具有开放性与多元性;六是社会上对电力行业企业文化有较高的评价。在市场经济中,企业文化成为衡量一个企业发展程度和成熟程度的重要标准之一。在现代企业发展中,电力行业将会起到更大作用^[1]。

2.3 企业文化在电力行业中的作用

企业文化是企业的灵魂,是推动企业发展的精神动力,对员工具有激励作用。电力工人作为电力行业的重要组成部分,对整个行业的发展具有举足轻重的作用。因此,为了促进电力行业更好地发展,就需要电力工人不断加强自身素质,提高专业技术水平和专业素质,而这些都需要在企业文化的培养下不断进行。由于电力工人长期处于电力生产一线,面对工作环境的严酷、工作条件的艰苦和工作任务的繁重,需要长期承受巨大的心理压力。因此,电力工人在面对高压环境时,心理承受力较差,需要企业文化来约束、规范和激励员工。

3 电力工人形象的塑造

3.1 企业文化对电力工人形象的影响

企业文化是在企业发展过程中逐渐形成的,是对企业发展方向的明确规定,同时也是对企业发展理念的深化。电力工人形象作为企业文化的重要组成部分,对其形象的塑造起到了重要作用。一方面,电力工人形象可以展示电力企业的文化,通过对电力企业文化进行分析可以了解到其包含了很多内容,如员工素质、管理制度及管理方法等。另一方面,电力企业文化对电力工人形象产生影响,如果一个企业拥有优秀的员工团队,那么这个团队一定是充满活力与朝气的。如果这个企业拥有一个积极进取、勇于创新的团队,那么这个团队一定是高效、团结且有凝聚力的。

3.2 电力工人形象的构成要素

从企业文化角度来看,企业文化的构成要素主要包括理念系统、制度系统和物质系统。在理念系统中,企业的核心是价值观,企业文化的建设关键在于形成企业员工的共同价值观,主要表现为对“为谁服务”的理解,“为谁创造价值”的定位,“怎样创造价值”的实现等。在制度系统中,企业文化的建设关键在于建立健全各项规章制度,形成一个规范有序、科学合理、科学有效的管理体系。在物质系统中,企业文化的建设关键在于形成企业的物质环境,包括物质形态和物质结构。在精神系统中,企业文化建设关键在于形成共同价值观和共同行为准则^[2]。

企业文化是以企业为中心,通过一定的物质和精神方式表现出来的具有一定社会价值取向的文化现象。它是企业中所有成员在实践中创造的,并为全体成员所认同、遵循和奉行的共同价值观和行为准则,是企业在生产经营活动中形

成的具有本企业特点的文化模式,是企业内在品质的外在表现。它包括企业宗旨、价值观念、行为准则、道德规范、规章制度、理想信念等。在企业文化中,员工形象是重要因素,员工形象包括员工气质、着装打扮、行为举止等。电力工人形象包括电力工人的职业素质、工作态度和工作作风等,其中精神面貌对电力工人形象有重要影响。

3.3 电力工人形象的塑造途径

企业文化塑造的路径包括:①企业领导的思想行为;②员工对企业的认知;③员工对企业的情感;④员工对企业文化的认同。在塑造电力工人形象时,要注意把握好这些途径。第一,企业领导要带头树立良好的社会形象。一个优秀的领导者,必须具有很强的人格魅力,能够让员工从心底里认同和拥护他所领导的企业。第二,企业要积极推进“诚信文化”建设。电力工人应该具备诚信精神、以诚信为荣、以不诚信为耻。第三,电力工人还要注重团队合作,相互配合和信任。第四,电力工人要遵守职业道德和社会公德,提高自己的修养和素质。

企业文化是企业长期发展过程中,经过不断总结、提炼、升华形成的,是企业的灵魂。作为企业的一种无形资产,它具有独特的作用,可以将企业员工紧紧地凝聚在一起,可以将企业文化传播给员工。电力工人应该成为企业文化的一部分,必须自觉遵守和维护企业文化,才能使其价值得以体现。电力工人形象是在一定的文化基础上形成的,只有树立良好的形象,才能更好地推动企业发展。因此,电力工人应该提高自身素质和道德修养。塑造电力工人形象是一个复杂的过程,需要经过一系列步骤:首先是理念传递;其次是行为实践;最后是价值观传递。

4 企业价值观的传递

4.1 企业价值观的内涵与构成

企业价值观是企业生产经营过程中逐步形成的,是企业的发展过程中,由于长期的经济活动和社会实践,以及不同历史时期的市场竞争等因素所形成的,为企业全体成员所认同并遵守的基本观念。企业价值观是在一定社会经济条件下,企业生产经营实践中形成的对人、对事、对物及对社会认识的相对稳定的价值取向,它体现了社会对于一个组织所期望和要求。它是企业文化体系中最重要的一部分,它贯穿于企业生产经营活动全过程。对于一个企业而言,它可以通过规章制度、企业形象等具体载体表现出来。而在实际操作过程中,它又是由若干要素组合而成。

4.2 企业价值观在电力行业中的重要性

在电力行业中,企业价值观是一种对社会、企业、员工的文化意识和理想的表达,是企业长期发展过程中所形成的稳定的、基本的和共同遵循的价值观。其存在于电力行业中,是一种在电力企业内部形成并被全体员工共同认可的价值观,它代表了企业文化体系中最核心的内容。可以说,

一个优秀的企业，必定是一个具有独特精神内涵、能够不断传承和发展并具有鲜明个性的企业文化体系。所以，一个优秀企业必须拥有优秀的企业价值观。然而，一个电力公司要想得到长久发展，就必须以追求客户满意度为中心，塑造优秀的员工形象，传递优秀价值观^[1]。

电力行业属于国民经济的基础产业，同时也是具有战略意义的产业，对社会经济发展具有重要的影响作用。所以，电力企业必须提高自身的竞争实力，才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。而企业文化作为一个企业发展过程中所形成的精神面貌，是一个企业在长期经营管理中所形成的行为模式和发展理念。它不仅能够为企业树立正确的形象，也能激励员工为之奋斗，从而推动企业不断进步。通过企业文化可以为员工提供一个共同成长的平台，进而帮助员工更好地实现自我价值。同时，企业文化还可以帮助员工树立正确的世界观、人生观和价值观，从而促进员工个人素质的提升和社会价值的实现。

4.3 企业价值观的传递机制与效果

企业价值观的传递机制主要是指在企业文化传播的过程中，企业员工对于价值观的理解以及执行，根据对企业文化的了解和自身行为来对价值观进行实践，并在实践中不断总结和改进。在实际的企业价值观传递过程中，要保证企业员工能够感受到来自企业对于员工的关心，让员工感受到企业对自己的尊重以及认可。在这种情况下，能够激发员工对于工作的积极性和主动性，提升他们的工作能力和服务意识，促进员工工作效率以及工作质量的提升。在这种情况下，通过对企业价值观的传递可以激发员工对于工作的热情和动力，提高员工对于工作的质量和效率。

5 企业文化在电力行业中的实践与优化

5.1 企业文化实践中的问题与挑战

在企业文化实践过程中，仍存在一定问题与挑战，主要表现在以下几个方面：第一，在企业文化建设过程中，没有形成统一的核心价值观，造成员工思想上出现不一致的情况。第二，企业文化建设过程中，没有考虑员工实际情况和需要，导致企业文化建设缺乏针对性。第三，部分员工对企业文化的认知程度较低，造成员工对企业文化的认同感较差。第四，一些员工对企业文化产生了一定的认识误区和偏

见。第五，部分电力企业对员工开展思想政治教育工作力度不足，导致部分员工的思想政治意识淡薄。第六，部分电力企业未认识到文化建设对于提升企业核心竞争力的重要意义^[4]。

5.2 企业文化优化策略与建议

①坚持以人为本的核心价值观，将员工利益放在首位，结合公司实际，制定相关制度规范员工行为，并进一步将企业文化与企业的经营理念和发展战略相结合，保证企业文化建设与公司发展战略一致。②积极推进企业文化的创新发展，提升员工的积极性和创造力。以员工为本，建立有效的沟通渠道，与员工进行交流并倾听员工意见，充分了解员工想法和需求。③积极倡导先进的企业文化，将员工发展作为重要目标之一。创新人才培养模式，拓宽人才成长通道。深化“三项机制”改革，在企业内部形成创新氛围；建立科学的人才激励机制和晋升机制；完善培训体系、加强人才梯队建设。

6 结语

电力行业作为中国国民经济的重要组成部分，其发展关系到我国经济的稳定增长。在当前电力改革的新形势下，电力行业如何突破自身发展瓶颈，是当前电力企业管理工作中必须面对和解决的问题。要想促进电力企业健康发展，就必须加强企业文化建设。通过将企业文化与电力工人形象塑造相结合，可以让员工更加了解企业的核心价值观和企业形象，并将其内化于心、外化于行。同时，通过将企业文化与电力工人价值观传递相结合，可以更好地实现电力工人的思想引领和行为规范，使他们在工作中树立正确的价值观念和思想意识。

参考文献

- [1] 任立国.采菊归来香盈袖——品《当代电力文化》[J].当代电力文化,2019(11):95.
- [2] 李天娇,郑薇,李榕榕.“四礼”活动创新职工文化建设[J].中国电力企业管理,2017(30):46-47.
- [3] 张丹,朱宝余,孙成勋,等.吉林省野外作业电力工人心理健康状况及其影响因素[J].中国公共卫生,2017,33(6):962-965.
- [4] 石国盛,陈瑜.“工人教授”窦铁成[J].传奇天下:职教航线,2018(11):4.
- [5] 赵梦迪.品牌文化对外传播案例研究[D].北京:北京交通大学,2023.