

低碳经济下绿色企业文化的构建

刘 琦

(湖南工业大学 研究生处,湖南 株洲 412007)

摘 要: 绿色企业文化是全球发展低碳经济背景下具有导向功能的文化。发展绿色企业文化,是经济发展转型和适应“绿色消费”浪潮,抵制金融危机冲击,增强企业核心竞争力的需要。发展绿色企业文化,应该政府“搭台”,企业“唱戏”,环保部门评审。

关键词: 低碳经济;绿色企业文化;绿色消费

中图分类号: F270

文献标识码: A

文章编号: 1674-117X(2011)02-0019-04

Construction on Green Corporate Culture under Low Carbon Economy

LIU Qi

(Postgraduate Administration Office, Hunan University of Technology, Zhuzhou 412007, China)

Abstract: With the background of low carbon economy development, green corporate culture has its culture guiding function. The necessary of green corporate culture development means enterprises development turning, “green consumption” wave adapting, financial crisis rejecting and enterprise’s core – competitiveness enforcing. The government should establish a platform to the enterprise and win the help from environmental protection department in order to develop green corporate culture.

Key words: Low Carbon Economy; Green Corporate Cultural; Green Consumption

近几十年来,人类在创造前所未有的物质财富的同时,面临着环境不断恶化及地球资源因过度消耗而锐减的危机。保护环境与发展经济成为人类生存的主要矛盾,特别是围绕气候变暖问题,如何减少碳排放成为全世界关注的热点,与之应运而生的一场“绿色革命”也在全球掀起,一场以低碳经济为核心的产业革命已经出现。低碳经济不但是未来世界经济发展结构的大方向,而且已成为全球经济新的支柱之一,也是我国占据世界经济竞争制高点的关键^[1]。从国内国外的一系列举措来看,发展低碳经济势在必行,而企业作为经济建设的主体,具有不可推卸的责任。企业的一切经营活动都离不开企业固有文化的导向作用,因此在新的经济形势下抓住新的发展机遇,企业有必要加强绿色企业

文化建设。

一 低碳经济与绿色企业文化的内涵

“低碳经济”这一概念最早是在2003年的英国能源白皮书《我们能源的未来:创建低碳经济》中提出的,这些年来,这一概念日益深入人心^[2]。所谓低碳经济,是指在可持续发展理念指导下,通过技术创新、制度创新、产业转型、新能源开发等多种手段,尽可能地减少煤炭石油等高碳能源消耗,减少温室气体排放,达到经济社会发展与生态环境保护双赢的一种经济发展形态。低碳经济是以低能耗、低污染、低排放为基础的经济模式,是人类社会继农业文明、工业文明之后的又一次重大进步。具体来说,低碳经济是低碳发展、低碳产业、低碳技术、

收稿日期: 2010-12-07

作者简介: 刘 琦(1977-),女,湖南株洲人,湖南工业大学讲师,硕士,主要从事企业文化研究。

低碳生活等一类经济形态的总称。低碳经济以低能耗、低排放、低污染为基本特征,以应对碳基能源对于气候变暖影响为基本要求,以实现经济社会的可持续发展为基本目的。其实质是能源的高效、清洁利用,低碳或无碳等绿色能源的广泛开发与普遍使用,以及碳排放的显著减少;核心是能源技术和减排技术创新、产业结构和制度创新以及人类生存发展观念的根本性转变。

企业文化是一个企业在长期经营实践中凝结的一种文化氛围、企业精神、经营理念,并体现在企业全体员工所共有的价值观念、道德规范和行为方式之中^[3]。绿色文化是在全球“绿色革命”的大趋势下迅速发展起来的一种涉及生态、经济、科学等多范畴的交叉型新理论,且越来越深入地影响甚至直接融入到企业文化之中。所谓绿色文化就是把绿色管理思想融入到企业建设之中,以绿色理念为企业的价值观,在企业生产经营管理中,能够从保护生态环境、充分利用资源的角度出发,实现可持续发展。绿色企业文化的存在方式多种多样,在企业哲学、企业精神、企业目标、企业道德、企业形象、企业价值观、企业素质、企业行为规范等中都能感受到它的存在。其中处于核心地位的是价值观^[4]。

从两者的概念可以发现其共同点是强调节约资源,保护生态环境,走可持续发展之路。本文正是以这一关联点为切入点,来探讨如何在低碳经济环境下建设绿色企业文化。

二 低碳经济环境下发展绿色企业文化的必要性

在当前低碳经济环境下,企业能否顺应大趋势获得可持续发展,是每个企业家都关注的问题。建设绿色企业文化,顺应低碳经济的发展趋势,是每个企业的当务之急。

1. 经济发展转型的需要。受资源稀缺性的制约,如何最有效地配置资源,使人类的福利达到最大程度是经济发展中必须解决的问题之一。经济转型指的是资源配置和经济发展方式的转变,包括发展模式、发展要素、发展路径等转变。从国际经验看,无论是发达国家还是新型工业化国家,都是在经济转型升级中实现快速发展的。转型的主要任务是开发和应用先进技术、工艺和装备,在提高产品质量、扩大出口和控制污染等方面取得明显进展。经济的发展在给人类带来财富及利益的同时,

也使人类面临气候变暖的严峻挑战,所以无论是国内还是国外都把低碳经济模式作为经济发展的新出路。北京大学环境与经济研究所所长张世秋指出:发展低碳经济是一种经济发展模式的选择,它意味着能源和产业结构的调整以及技术的革新,是中国走可持续发展道路的重要途径。我国现代化建设正处于一个重要战略机遇期,企业必须克服以破坏环境和资源为代价急功近利式的发展行为,以人与自然的和谐发展和保护生态作为新的经济发展思路,严格遵守国际、国内环境管理标准。对企业来说,建设绿色企业和构建绿色文化迫在眉睫。

2. 应对“绿色消费”浪潮及金融危机的冲击。绿色消费,也称可持续消费,是指一种以适度节制消费,避免或减少对环境的破坏,崇尚自然和保护生态等为特征的新型消费行为和过程,是既满足生活需要,又不浪费资源和不污染环境的消费模式。绿色消费,不仅包括绿色产品,还包括物资的回收利用,能源的有效使用,对生存环境、物种环境的保护等。据联合国统计,目前世界“绿色消费”总量已达6 000亿美元以上,到2012年将至少增加到1万亿美元。2009年,我国商品销售总额将达7万亿元人民币,但能达到世界环境标志产品标准的产品还不足1万亿元^[5]。然而,在绿色消费浪潮为企业带来机遇的同时,也带来严峻的挑战,中国企业如今正面临着越来越多的绿色壁垒。这里不仅有企业既往经营方式的因素,也有金融危机下国际市场环境恶化与竞争激化的原因。金融危机导致贸易保护措施更趋多样化,技术壁垒、知识产权保护、绿色壁垒等超贸易保护主义手段腾空出世。如欧洲国家严禁进口含氟利昂冰箱,导致中国的冰箱出口由此下降了59%。2009年3月,美国提出对进口商品“碳关税”征收计划,即针对进口产品中的碳排放密集型(高耗能)产品,如铝、钢铁、水泥、玻璃制品等产品而进行的关税征收。企业如果不能从文化层面提高绿色文化意识,就无法从管理层面进行绿色生产。

3. 增强企业核心竞争力的需要。企业核心竞争力是一个企业能够长期获得竞争优势的能力,是企业所特有的、能够经得起时间考验的、具有延展性,并且是竞争对手难以模仿的技术或能力。随着社会经济发展,人们消费趋向发生了巨大的变化,消费者更注重商品核心功能以外的富有文化内涵的附加功能。由此决定了企业间的竞争必然是企

业文化之间的竞争。企业文化是企业经营的最高境界,建设优秀的企业文化的直接目的就是提升企业核心竞争力。而绿色企业文化不仅使企业充分认识到环保的重要性,而且促使企业把环保尽快付诸行动,重视节约资源和保护环境,承担相应的社会责任。绿色企业文化的培育,为企业实施绿色管理打下了基础。在绿色企业文化的导向作用下,企业在战略、组织、研发、生产、营销、投资等各个环节都会产生“绿色效应”,从而有力地增强企业的核心竞争力。同时,企业文化具有辐射作用,其环保行为必然会在社会上产生影响,使企业能够取得社会、社区和公众的好感,有利于提高企业的知名度与美誉度,树立良好的企业形象,这也是企业实现利益最大化及提高企业竞争力的无形动力。顺应发展潮流,不断研发绿色产品,提供绿色服务,营造绿色环境,已成为企业实现可持续发展的决定性因素。

三 低碳经济环境下发展绿色企业文化的措施

在低碳经济条件下,绿色文化建设已成为企业实现可持续发展的必然选择,建设绿色企业文化刻不容缓。如何有效地构建绿色企业文化,不仅需要政府的高度重视,企业自身也应积极努力,环保部门则应严密监督。

1. 政府“搭台”。企业作为市场经济的主体,其承担着发展低碳经济的主要责任。但就我国经济发展的条件看,目前企业面临的主要问题有:一是缺少资金和其他优惠政策扶持;二是缺乏有效的政策措施和法律法规。针对这些问题,政府应该从以下方面采取措施:一是加大资金和其他优惠政策扶持力度。企业在推行绿色文化的过程中,由于资金短缺难以从硬件上达到“绿色化”,比方说绿色环保产品的开发、研制与投产,从而使企业无法形成良好的绿色文化推广氛围。从某种意义上说,企业实施绿色化的过程实际上是处于被动状态,没有政府投入,就不会有环保业的兴盛。因而企业发展绿色文化需要国家政策的大力扶持。政府不但应制定相应的资金优惠政策,如在贷款方面实行有息贷款、低息贷款和无息贷款;在税收方面采取低税和免税措施,甚至还可通过发补助金的形式,鼓励企业进行低碳技术创新。如果没有对绿色产品、节能、可再生能源、技术进步、减排技术等等的财政激励政策和投融资优惠政策的支持,企业在推进低碳经

济方面将面临自身和市场机制难以解决的问题。同时还应创新有利于节能减排的体制,如建立资源节约和污染治理的市场机制;建立污染综合防治机制;建立生态建设与环境保护的补偿机制等。今年中央政府在全面实施促进经济平稳较快发展的计划中,用于节能减排和生态工程的金额约2 100亿元,这不仅体现了政府对绿色发展的重视,也将为企业及其他环保领域提供了难得的发展机会。二是采取有效的政策措施和完善环境法规。当前中国关于企业绿色企业文化建设的有效政策措施和环境法规还远远不够,并且过于宽泛和原则,缺乏可实施性,缺乏与法规相配合的监控方法。在低碳环境下,企业要实现可持续发展战略,真正实现绿色化,除纲领性法律法规外,还需要增加立法的科技含量。为此,国家各级政府要坚持不懈地完善并加快立法,为企业绿色文化的发展提供更加良好的法制环境。

2. 企业“唱戏”。对企业来说,文化的核心是价值观,因而绿色企业文化建设的核心是树立企业绿色价值观。首先,作为企业的高层应以身作则,克服文化建设的“制度化”,不要认为建立一些规章制度,用制度去管人就是建设文化。制度的约束力毕竟有限,只能管“身”,不能抓“心”。所以,作为高层,必须以实际行动及教育的形式来强调绿色文化建设的重要性,要让员工真正意识到这是企业的目标和发展方向,而不是走形式。同时,还应充分认识沟通在企业文化建设中的作用,通过双向沟通和非正式沟通,不断地培植员工的价值取向和行为模式,不断地传播和强化企业的信仰与价值观,使之深深地渗透到企业员工的内心之中,让企业职工切实体会到企业的目标、企业的文化。其次,作为员工,应从日常工作的细节做起,节约原材料,节约水电,保持工作环境的清洁,降低废品率,构建和谐的人际关系等等,这些都是对企业绿色文化建设的支持。据报道,出门提前3分钟关空调,保守估计每台每年可节约5度电,相当于减排二氧化碳4.8千克。再次,企业应塑造良好的绿色形象。所谓企业形象,是社会公众和人民群众对企业的印象和评价,主要包括产品形象、员工形象、企业文化形象和企业营销形象,而这些形象的表达都必须通过产品表现出来。企业可从内部的办公用品、交通工具、服饰、办公室内的设计、包装系统等媒介,传播有关企业的绿色理念、行为规范及企业标识等信息;外部

可借助报纸杂志、广播、电视、户外广告等大众传媒及企业公益活动,积极宣传企业的绿色成就和绿色信息,使企业的绿色形象得到人们的认可。企业应顺应消费者“绿色消费”理念的浪潮,加强产品中的绿色文化含量,以适应激烈的市场竞争需要。

3. 环保部门评审。企业的发展是否坚持了绿色理念,并不是企业自己说了算,必须得经得起大众的监督、评审,而真正能起到这两个作用的当然非环保部门莫属。作为环保部门,首先应健全环境保护法律、法规和规章,使环境管理沿着法制化和规范化轨道发展,将企业的环境评估及环境验收工作真正落到实处,尽可能地了解企业所在地的生态环境状况,弄清企业的污染源、排污种类及途径;其次,把握企业内部各个方面对资源、能源的不合理使用及造成的浪费和流失情况,提出量化的降低能耗的具体目标,在调查的基础上对企业的污染源极其污染程度、资源及能源消耗程度与相应标准进行比较分析;再次,充分发挥环境管理机构的作用,制定绿色管理战略措施,落实具体的行动方案,有计划、有步骤地调整企业的业务范围。目前,我国从中央到省、市、县四级政府都建立了环境管理机构,大中型企业也建立了相应的环境管理机构来管理环境问题,但其作用的发挥还有待进一步加强,对

碳排放超标的企业要真正做到发现一起处理一起,淘汰高污染、高能耗的夕阳产业,坚决从源头上防治污染和保护生态。

总之,在低碳经济这一经济发展趋势下,企业应积极培育以可持续发展为宗旨的绿色企业文化,以提高自身的市场竞争力和经济效益,达到企业经济效益、社会效益和环境效益的有机统一,最终实现企业的可持续发展。

参考文献:

- [1] 杨金贵. 2010,以低碳经济为核心的产业革命来临[J]. 经济视角(上),2010(4):35-36.
- [2] 鲍健强,苗阳,陈锋. 低碳经济:人类经济发展方式的新变革[J]. 中国工业经济,2008(4):153-160.
- [3] 李约瑟. 凸现企业文化中的绿色亮点[J]. 企业天地,2009(3):52-53.
- [4] 陈小玲. 略论企业绿色文化建设[J]. 经济与社会发展,2007(9):82-83.
- [5] 吴勇毅. 低碳经济,开辟企业新活路[J]. 新财经,2009(10):90-92.

责任编辑:骆晓会