# 2024年企业文化建设文献综述字(七篇)

来源：网络 作者：花开彼岸 更新时间：2024-07-23

*每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。企业文化建设文献综述字篇...*

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**企业文化建设文献综述字篇一**

前言

在众多的武侠小说中，一直将内功心法列为上乘，视拳脚功夫为皮毛，素有内功杀人于无形、摄敌于千里之说。试观各绝世武功，不论是九阳神功还是九阴真经，不管是葵花宝典还是如来神掌，无不注重提升内力，研习心法，可见这内功的重要性。以上或许是作家们的杜撰，但就现今的各路武术，也都尊崇着一定的理念原理，并将其融入拳脚套路中去，使得功夫拥有灵魂，不至于死板乏力。以太极拳为例：太极拳推崇柔，上善若水，柔可以克刚，避实以击虚，持后而处先；因此太极拳的一招一式无不带有中正安舒、轻灵圆活、松柔慢匀、开合有序、刚柔相济，动如“行云流水，连绵不断”等特点。

功夫如此，企业亦如此，一个企业无论规模如何庞大，赢利如何丰厚，支配其运转的还是企业的文化。这里我说说的企业文化是指一个组织——企业、企业的分支或者一个团队内部共有的价值观、标志、信念和行为规范。这是一个非物质的、精神层面、意识层面的范畴，因此并不容易去建立、完善和把握。正是如此，一个拥有优秀企业文化的企业才是难能可贵的，才能够在竞争中处于不败地位。

各国企业文化综述

影响企业文化的因素很多，大体可以归纳为民族特性、企业家理念、员工认同等方面，而这些因素无不与企业所处的环境密切相关，一个企业所处的经济、政治、法律环境不同，那么它的企业文化亦有不同。接下来我将按国家划分描述一些知名企业的企业文化。

一、美国企业的企业文化

创立于1914年的ibm，一直贯彻着他们的“沃森哲学”即：

1、必须尊重个人；

2、必须尽可能给予顾客最好的服务；

3、必须追求优异的工作表现。正是老托马斯·沃森的这几条行为准则，促成了今天ibm年收入逾千亿美元，雇员近40万的庞大商业帝国。

微软自创立以来，一直秉承着这样的企业文化：

1、汇聚优秀专才，注重才尽其用；

2、优良的工作环境，优待留住员工；

3、聘用人才方针，须符微软精神；

4、管理方式：长期性的承诺和支持；使命和大方向的启发；自由、真诚、平等；雇用最有才华的人。同时微软还根据自身行业特性形成了独特的理念，例如尊重失败，释放信息，不需要再开一次会，工作任意小时，建立电子邮件系统，无等级的安排。

作为世界排名500强第一位的沃尔玛也拥有自己独特的的企业文化，其框架为：

1、信仰、法则与理念

沃尔玛追求“顾客是上帝”、“尊重每一个员工”、“每天追求卓越”等理念，其创始人山姆·沃尔顿先生

总结

了“事业成功的十大法则”:忠诚你的事业;与同仁建立合伙关系;激励你的同仁;凡事与同仁沟通;感激同仁对公司的贡献;成功要大力庆祝，失败亦保持乐观;倾听同仁的意见;超越顾客的期望;控制成本低于竞争对手;逆流而上，放弃传统观念。

2、原则、规范与行动

沃尔玛有一套十分健全的企业文化制度，保证了“口号与行动一致性”。这其中包括著名的“日落”原则、“比满意更满意”、“十步服务”、“薄利多销”等原则。

3、激励、沟通与氛围。

总的来说，美国的企业文化强调实现员工的个人价值，为员工构建公平的竞争平台，发掘他们的潜力；同时关注客户利益，力求达到双赢。

二、日本企业的企业文化

松下电器公司的创始人松下幸之助被誉为“经营之神”，早在1937年他就提出了“产业报国、光明正大、和亲一致、不断进取、礼貌谦让、适应形势、感恩报德”的企业精神，它们至今仍然是指导松下电器公司生产和经营活动的根本价值体系。

日本丰田汽车公司的管理哲学是“事业在于人”，“丰田纲领”还提出“潜心研究与创造，不断开拓，时刻站在时代潮流的最前端”，等等。丰田公司正是靠这种企业文化形成比较和谐的劳资关系，吸收引进了国外先进技术，创造出先进的管理方法———丰田工作方式，从而在新产品开发及市场竞争中取得成功，成为日本第一大企业。

“人要有创造性，决不摹仿别人；要有世界性，不拘泥于狭窄地域；要有被接受性，增强相互的理解。”这是著名的“本田精神”。

从整体上看，日本企业文化中“和为贵”的思想促进团队协作，发挥整体优势，同时日本企业注重家国观念，强调以人为本、以社为家、国家至上，重视创新与借鉴学习。

三、

德国企业的企业文化

德国企业文化的最突出特点是：强烈的责任意识，和谐的人际关系，务实的员工培训，牢固的质量意识，优质的服务。

西门子公司以“以新取胜，以质取胜”为理念，使它立于小败之地；凯乐玛公司提出:“我们要比别人做得更好”；戴姆勒克莱斯勒一条很有气魄的广告：“如果有人发现奔驰汽车发生故障被修理车拖走，我们将赠您一万美金。”这些都从不同层面反应了德国企业的文化。

大众汽车公司在经营当中尤为强调服务：首先，大众汽车公司服务客户的基础是产品质量，以好的质量来体现好的服务；其次，注重在营销中，尽可能为客户提供准确的产品信息，获得顾客的信赖，让顾客放心；第三是服务的快捷。

这些无不与德国文化密切相关，即相互尊重但不亲密、重视私人空间、严谨、创新。

我国企业文化特点

随着改革开放地不断深入开展，我国也涌现了一大批优秀企业，甚至有些企业已经能够跨入国际大公司行业，在国际竞争中拥有一席之地。这些企业的企业文化无疑为之在成长、壮大过程中以及残酷的国际竞争中起到了巨大作用。

海尔集团总裁张瑞敏将《论语》、《孙子兵法》、《道德经》中的传统文化思想融入到企业文化建设中，提出带有浓郁传统文化气息的企业文化：“管理无小事”、“人人是人才，赛马不相马”、“日事日毕，日清日新”。他倡导的企业精神是：“追求卓越，永不满足”，并追求“敬业报国”的信念。海尔模式已被写入哈佛大学mba课程，成为中国型企业文化的典范。

房地产巨头——万科始终认为人才是最重要的资源和核心竞争力，始终将人才引进和培养放在公司发展的首位，不惜成本建设人才培训机制，良好的人才储备成为企业发展的源动力。构建以人为本的和谐企业文化要为员工创造舒适的工作氛围，增加员工的归属感。只有这样，才能提高员工的主人翁意识，把企业看成自己的家。

雅戈尔是我国知名的服装企业，他们创造了“将所有员工视作亲人”的亲和文化，这就是增加员工归属感的最好写照。同时构建以人为本的和谐企业文化要以顾客为本，以服务社会为本。只有这样，才能赢得良好声誉，才能有更好的发展前途。

海信从十几人的手工作坊发展成为大型电子信息企业集团，其企业文化是“敬人为先、创新为魂、质量是根、情感管理”。海信集团建立了完整的激励机制、明确的奖惩制度，并要求人人遵守。同时海信的企业文化倡导人和人之间的情感关怀，有浓厚的人情味，让很多员工对海信都不忍割舍从而放弃高报酬的其他工作机会。海信将标准化与人性化完美结合在一起，员工人人争先，在把握创新和质量两个关口后，企业得以快速发展。

我们可以看到，我国这些优秀企业在学习他人先进经验的同时，不断总结和创新，形成了一套适合中国国情的企业文化。这些企业的文化可大致归纳为：重视人才，以人为本；保证质量，追求创新；尊重员工，赏罚分明。

然后对于其他企业来说，企业文化似乎只是一个口号，每一个企业都在对外宣传自己的企业文化，然后这些文化要么只是空乏之谈毫无实施意义，要么就是抄袭一气没有创新。因

此我们会失望地看到大多数企业，并没有一个为自己量身打造的有竞争力的企业文化。要知道企业竞争分为四个层次：产品竞争、营销竞争、战略竞争和文化竞争。企业产品竞争的成功是一种短期成功，营销竞争的成功是一种中期成功，战略竞争的成功是一种中长期成功，只有文化竞争的成功才是企业长期成功的根本保证。

因此企业若希望长久地生存下去，必须有自己独特而有力的企业文化。

参考文献：

1、《ibm的企业文化》

2、《奔驰的企业文化》

3、《德国企业文化的四大特色》

4、《日本企业文化的精神内涵》

5、《微软的企业文化》

6、《沃尔玛文化对构建中国特色企业文化的启示》

7、《中外企业文化比较研究》

8、《中外企业文化的交流、冲突和协调——以中外合资企业文化为例》

**企业文化建设文献综述字篇二**

安阳师范学院人文管理学院 文献综述

浅析企业文化对于企业管理 的影响

姓名：关雪飞 学号：124981063 专业班级：12级人力资源管理1班 摘要

现如今，随着科技的飞速发展，我国逐渐被世界所认可，在国际上的地位也越来越高。国内企业众多，但如何在其中脱颖而出，加强自身管理能力，是一项非常重要的内容，对企业未来的发展也有着重要影响，企业文化是企业自身影响的一种体现，对企业管理起着不可小视的作用，它影响着企业绩效管理的制定，员工情绪以及员工工作态度的考量。本文通过简述企业文化的概念、影响来阐明企业文化的重要性，告知企业管理者，制定一个良好的企业文化理念是企业成长的基础。关键字

企业经营、管理能力、管理者 1 企业文化及其研究 1.1概念

企业文化，或称组织文化（corporate culture或organizational culture），是一个组织由其价值观、信念、仪式、符号、处事方式等组成的其特有的文化形象。企业文化是在一定的条件下，企业生产经营和管理活动中所创造的具有该企业特色的精神财富和物质形态。它包括文化观念、价值观念、企业精神、道德规范、行为准则、历史传统、企业制度、文化环境、企业产品等。其中价值观是企业文化的核心。

企业文化是企业的灵魂，是推动企业发展的不竭动力。它包含着非常丰富的内容，其核心是企业的精神和价值观。这里的价值观不是泛指企业管理中的各种文化现象，而是企业或企业中的员工在从事商品生产与经营中所持有的价值观念。

威廉・大内认为:“传统和气氛构成了一个公司的文化。同时文化意味着一家公司的价值观,这些价值观构成了公司员工活动、意见和行为规范。”

沃特曼・彼得斯在《成功之路》中指出:“企业将其基本信念、基本坐标观灌输给员工,形成上下一致的企业文化,促使广大员工为自己的信仰在工作,就是产生强烈的使命感,激发最大的想象力和创造力。”

迈克尔・茨威尔在《创造基于能力的企业文化》一书中这样写到:“企业文化被定义为在组织的各个层次得到体现和传播,并被传递至下一代员工的组织运作方式,其中包括组织成员共同拥有的一整套信念、行为方式、价值观、目标、技术和实践”。

认为:“组织文化是一个给定的组织在其应对外部适应性和内部一体化问题的过程中,创造、发现和发展的,被证明是行之有效的,并用来教育新成员正确地认识、思考和感觉上述问题的基本假定”。

我国著名经济学家魏杰先生在《企业文化再造—企业生命常青藤》中的定义:“所谓企业文化就是企业信奉并付诸于实践的价值理念,也就是说,企业信奉和倡导并在实践中真正实行的价值理念”。

2 企业文化与核心竞争力研究

美国管理学家普拉哈拉德(c．k．prahalad)和加里·哈默(gary hamel)于1990年在《哈佛商业评论》上发表的《企业的核心能力》中提出的。

汪凤桂（2024）对企业文化与企业核心竞争力一致性机理分析表明，企业文化通过内部化为员工的行为理念，进而影响企业管理者和一般员工的行为能力，进而对竞争力的形成产生作用，降低企业交易成本。

王德胜、辛杰（2024）认为企业文化与企业核心竞争力具有较强的内在关联性，企业文化与企业核心竞争力特征之间存在着较强的契合度。陈光（2024）《陈光.浅谈企业核心竞争力的培育与提升》的实证研究证明我们企业的平均寿命是八年，民营企业平均寿命是3.5年，造成我们企业寿命如此之短的重要原因就是我们绝大多数企业还没有形成核心竞争力。3 企业文化对绩效影响的研究

朱瑜等人（2024）以198家企业为研究对象，对企业文化、智力资本及组织绩效三者之间的关系进行了实证研究。结果表明，官僚型文化对结构资本具有显著正面影响，创新型文化和支持型文化对人力资本具有正面影响，而关系资本仅受到支持型文化影响。

niki hynes（2024）用新的复杂关系建模方法研究企业文化、战略定位与企业绩效，这种复杂的生化模型作为管理结构建模的替代方法，可将其纳入到组织内部结构改变中。

刘志雄、张其仔（2024）从公司层面、员工层面、社会层面界定文化强度，发现企业文化对公司盈利水平均有显著的正影响，即与文化弱势企业相比，文化强势企业通常拥有较高资产回报率；企业规模、资产负债率与成长性指标与公司盈利水平呈显著正相关关系。

朱兵等人（2024）选择江苏、安徽、浙江三省182家高新科技企业作为实证研究对象，研究企业文化、组织学习与创新绩效的影响关系，结果表明官僚型企业文化对企业创新绩效没有直接显著影响，也不通过利用式学习间接对创新绩效产生显著影响；支持型企业文化不仅对企业创新绩效有直接显著影响，而且还通过利用式学习和探索式学习分别对企业创新绩效产生显著正向影响；创新型企业文化对企业创新绩效有直接显著影响，同时还通过探索式学习对企业创新绩效产生显著正向间接影响；组织学习包含的利用式学习和探索式学习均对企业创新绩效产生显著正向直接影响。4 企业文化对人力资源管理的研究

梅强，孙旭雅（2024）对中小企业人力资源管理中普遍存在的问题进行分析和研究，并在前人对企业文化与人力资源管理相互影响的理论研究指导下，从三方面探讨了如何通过企业文化提升中小企业人力资源管理绩效路径，提出了凭借企业文化提升人力资源管理绩效的相应对策，即：(1)从观念上提高员工企业文化意识，树立正确人才观；(2)从制度上完善中小企业管理体系，建立以人为本的制度文化。(3)从实践中培养中小企业特色文化。

闫庆收，孙福田（2024）分析了企业文化对人力资源管理战略引导和企业安全生产运营的作用、对员工日常行为的约束和引导及对职工凝聚激励的作用，以及企业文化在企业人员招聘、人才培养与开发、职工职业生涯规划和留人方面的作用，强调企业文化与人力资源管理是不可分割的，人力资源管理要靠企业文化来指导，而人力资源管理反过来又丰富了企业文化的内涵。

5 国内企业文化研究现状

企业文化在我国引起关注和兴趣,始于20世纪80年代中期,较早出现在《管理世界》权威杂志上的一篇名为“组织文化”的译文(wilkins&ochi)揭开了企业文化在我国研究的新乐章。它系统地总结了20世纪80年代的主要研究成果,包括企业文化的基础理论、社会学、社会心理学、人类文化学及其关系,并对企业文化的研究传统和方法作了较全面的介绍,十分有助于我们对企业文化的理解。

陈正南、黄文宏的《成功企业之企业文化类型》,刊载在“中国文化与企业管理学术研讨会论文集”、徐联恩、赖国茂的《企业文化属性与企业绩效———权变观点》、占德干、张炳林的《企业文化构建的实证性研究———对四个不同类型企业的调查与分析》刊载在“管理世界”等等。

陈春花的《企业文化的改造与创新》,刊载于北京大学学报。占德干、张炳林采用《中国价值倾向调查表》进行了关于中国企业文化构建的一项实证性研究,发现这些变量的综合作用对企业文化实践产生很大的影响。

李琪在《欧洲管理学者看中西企业文化的差异》中指出,中西人士对msnagment一词的理解存在很大的不同,对中国人来说重在“掌管”;而对西方人来说重在“授权”,因此,在权力距离、思维方式、沟通习惯、法制观念、企业组织与员工关系、领导方式上存在着广泛的差异。林娜的《中日美三国企业管理差异的社会文化渊源》在管理思想、管理主体、管理客体以及管理行为方式等方面进行了差异分析,重点分析了东西方文化对群体和个体、人际关系、物质利益的不同看法以及不同的时间哲学。

胡晓清在《中国建设现代化企业制度的社会文化困扰》(1998)一文中指出,资本主义“这种独特的新式运转模式牵涉着一套独特文化和一种品格构造”,在文化上,资本主义企业的特征是自我实现,而我国的企业正是缺乏这种“自我实现,追求个人既定目标的自我意识”。他认为当代中国社会缺乏主流文化,是一种过渡性文化,这种没有主流文化的过渡性文化是建立现代企业制度在整个外部文化环境方面遇到较大的困扰。

王利平(2024年)在宏观意义上对中国管理的文化特征进行了总结,指出中国传统的管理模式是一种儒法互补、兼兵家权谋的管理文化,并对中国的“单位”提出了许多新的见解。黎红雷(1999年)指出,适应“知识社会”管理的需要,取代以往的“政治人”、“经济人”假设,必须确立“人是文化动物”的认识,并在管理历史、管理文化、管理精神整合的基础上,进行相应的管理理念的更新,以“变化”为管理的前提,以“创新”为管理的动力,以“整体”为管理的模式,以“和谐”为管理的形态,从而推进人类管理的进步。

仲伟周等(2024年)认为,“企业文化是一种内在化的企业人格体现,是整个社会文化在企业中的影像,企业文化建设正是运用满足人们多方面需求的办法,在企业内产生一种最为完全的激励和认同机制,这在很大程度上是经济手段的补充和替代,是减少企业内部交易成本的最好途径。因为企业的归属感、荣誉感等是一种全体员工可以共同拥有的非排他的公共产品,这种激励可以遍及企业的每一个员工而不需要太高的成本,这就是企业文化最深刻的经济学底蕴”。6 总结

根据以上内容的叙述，我认为企业文化在企业发展与成长过程中发挥着重要的作用，它与人力资源管理、绩效管理、薪酬管理方面都有联系，如何制定一个好的、符合自身发展的企业文化也是一件非常重要的事情。无论如何，企业中都不能缺少企业文化这个模块，企业文化具有一种强大的力量。企业文化是一种无形的生产力，一种潜在的生产力，无形的资产和财富，积极推进我国企业文化建设的步伐，不断革新企业观念，为企业发展创造一个更加美好的明天。

**企业文化建设文献综述字篇三**

大学班级文化建设文献综述

摘要：班集体是高校学生生活、学习的基本组织形式，也是大学生进行自我教育、自我管理、自我服务的基层群体。大学班集体能促进大学生个体社会化、具有对大学生进行科学教育和人文教育、文化传承与创新等功能，班级文化建设应从思想上高度重视，在干部队伍建设、班级规章制度的制定、良好班风的营造上下功夫，班主任在班级文化建设中起着不可替代的重要作用。

关键词：大学；班级文化；建设

大学班级文化建设文献综述

1、班级文化的概念、内容与作用

所谓班级文化,就是班级学生在互动过程中形成的，为大多数同学接受与认同的价值观念、行为规范、活动准则以及其他可以教育、规范、激励同学的一套价值与制度体系。也包括反映、表达、折射、维护这些价值观念的物质环境与设施等。

大学班级文化包括三个层面：一是精神层面，主要是指班级宗旨、班级精神、班级品格等。二是制度层面，主要是针对班级成员行为的规范与制度。三是物质层面，主要指可以反映、表现班级思想与价值观念的物质手段。构建大学班级文化对学生的成长有重要的作用，具体表现在三个方面： 首先帮助大学生积极思考人生问题。班级文化的核心是价值观念，是对人、事、物的看法。健康积极的班级文化可以帮助学生养成正确的人生观，世界观，这种文化教育有效避免了传统思想道德教育的说教，促使学生带着班级文化价值观念去思考身边之事，在思考过程中然学会成长。其次,帮助大学生提高专业学习的水平。最后，帮助大学生养成健康的生活方式。[1]

2、班级文化建设的现有主要问题

余 卉、皮将繁在《谈高校班级文化建设的实践策略研究》中指出，班级制度简单化、班级目标缺失化、班委分工模糊化是现在大多数班级中存在的问题[2]学校没能给予足够重视，班主任监督指导不足等也是导致大学班级建设举步维艰的重要原因。

3、构建班级文化的具体策略

3.1重视班导师/辅导员的监督指导作用

对于班导师在大学班级建设初期的重要作用，很多研究者都不约而同做了强调。李国梁认为“大学生在思想、心理、行为等方面存在着某些叛逆性,在知识结构、社会阅历、人情世故、自我控制力等方面的局限,在构建班级文化时,班主任又绝不能放任自流, 而应发挥宏观监督指导作用。班主任应以学生技能培养和个性发展为导向, 帮助学生确立正确的班级目标, 形成良好的学风、班风;要及时了解学生的思想动态和心理变化, 通过谈心等方式, 解决学生的各种思想包

袱、心理障碍和各种顾虑,使其能够积极、主动地投身到班级文化的建设活动中来;在班级文化建设的各项活动中的原则性问题、价值判定、方向抉择等方面把好关, 保证班级文化的积极、健康发展。”[3] 陈相雨 侯波 姜俊玲等人谈到“班主任大力倡导与监控班级文化建设 大学生尽管在生理与心理上相对成熟 但由于知识与阅历的缺乏 他们自己很难提出班级文化建设的设想 此时，班主任的作用就显得异常重要。从某种意义上说，班主任的大力倡导是大学班级文化建设的根本动力，也是大学班级文化建设能否取得成功的关键。因此，重视班主任在班级文化建设中的作用，充分调动班主任的积极性，是大学班级文化建设取得成绩的保证”[4]

3.2设置班级建设明确目标

李明认为“和谐班级文化的主要特征，在于班集体具有共同明确的奋斗目标。从某种意义上讲，班级目标是班集体建设的出发点和落脚点，对和谐班级文化的形成至关重要。”对此，关于班级目标的制定要考虑到结合专业学习、素质培养和人生规划有针对性和可行性，并突出班级成员的主体性和参与性。通过建立班级的共同愿景，制定出班级发展的近期目标、中期目标和远期目标, 规划出班级某一阶段集体行动的具体要求与指向, 从而达到凝聚集体力量, 发挥集体主体性的效果。其次，充分利用qq群等舆论工具，对班内集体舆论的方向进行积极引导和启发，以保证班级舆论朝着健康、积极的方向发展。[5]

3.3完善班级运行制度

制度建设是大学班级建设的重要内容和根本保证。林运清在《大学校园班级文化建设的思考》（2024）提到，大学班级规章制度内容很 多,粗 略可 以划分为五大类:班级会议制度、行为规范制度、民主参与制度、骨干培养制度、考评奖惩制度。规章制度一经制定,就应 组织学生反 复学习,坚决贯 彻执行 ,使其成为学生 的行动指南。[6]同时，流畅在《大学新生班级文化的建设策略》（2024）中指出，班级制度文化作为集体的价值观, 为班级成员提供了某些思想与行为的规范与标准, 它一旦产生就对生活在这一模式下的个体的行为和社会生活具有普遍的制约作用, 甚至决定作用。当一个班级有了自己的文化后, 作为班级文化的中层结构班级制度和班级舆论就不再是挂在墙角的一张毫无意义的白纸了, 在班级组织运行过程中, 班级文化班级成员也能感受到身为组织一员应履行的组织角色,如果自己的言行举止符合组织文化的要求, 则较易被组织接纳;反之, 往往会被边缘化, 甚至被淘汰。班级文化中蕴含的道德与规范, 会使成员感受到一种无形的心理压力, 人们为了取得心理平衡而自觉的服从团体规范, 从而形成良好的行为习惯, 从而形成心理相容、和谐有序的组织氛围。[7]

3.4班干部的选拔和培养

梁君在《学生干部影响力建设的几点思考》（2024）中认为，一个真正合格的学生干部的能力素质, 至少在七种能力上表现出色。即:自我调节能力、分析判断能力、妥善处理问题的能力、组织协调能力、表达能力、创造能力、预见能力。要善于研究新情况, 发现新问题,提出新见解, 大胆探索, 在继承中创新,在创新中发展, 在狠抓实效上下功夫[8] 安玉红、徐 芳、贾 博等人在《大学新生班风建设研究》（2024）中也提到，必须强调学生干部为同学服务的意识和为班级负责的精神，坚持这个原则才能保证所选拔的学生干部责任感强、执行力高。加强班干部理论学习和工作方法训练，提高其领导水平，每两周召开一次干部碰头会，汇总各方信息，不断提高工作业绩，同时和学院团委合作，定期召开班团干部培训，以提高班干部的业务能力；加强对班干部言行监督，违纪班干

部要严加处理，做到班规面前人人平等；每月定期对干部进行述职评议，表彰优秀班干部，对不称职者及时调换，注入新鲜血液，保持“龙头”队伍的先进性、骨干性。[9]

3.5激发学生的主体意识，引导学生自主建设

代宛红、冯 婷、张 芸在《大学班级建设重在引导学生自我建设》（2024）一文中强调，应通过人性化管理，提高大学生自我建设的自主性。建立并完善激励制度，调动大学生自我提升的主动性。搭建才艺展示的舞台，提高学生参与班级活动的积极性。在班级建设当中，要充分调动起学生的主人翁意识，让他们成为班级建设和管理的主人，正确引导学生通过“自我教育、自我服务、自我管理”的途径，实现学会生活，学会学习，学会做人，学会生存，学会共处，学会创造的育人目的。[10] 黄绍华、严瑾也在《大学班级文化建设与学生主体意识培养》这一文献中谈到，,大学生主体意识是在对象性活动中形成的对自身与对象世界的关系以及自身地位的认识和觉悟,它是现代社会公民意识的核心要素。唤醒和培养大学生的主体意识,既是时代发展的必然要求又是现实教育的迫切需要。目前,班级仍然是大学生接受教育和开展活动的基本组织,也是大学生自我教育、自我管理和自我服务的主要载体。因此,班级文化建设与大学生的主体意识培养有着不可分割的联系,二者相互作用,交融发展。高校学生工作理应将二者紧密结合起来,探索班级文化建设和大学生主体意识培养的有效途径。[11] 4对班级文化建设的其他思考

4.1非正式组织对班级文化建设的影响

大学校园里非正式组织是相当于班级这一正式组织而言的，一般这样的来源有：社会兼职、学生会校团委学生干部、社团、老乡会、寝室甚至恋爱关系等等。这些群体的活动都会占用班级活动的时间和地位，削弱班级的概念。对此，陈贤、龚元圣、蒋春和三人在《非正式组织在大学班级中的现象调研与管理对策》一文中指出，把非正式组织纳入班级统一管理的范畴，管理实践中宜兼顾主流文化和分流文化，积极强化班级的共性主流文化的建设，正确引导次主流文化，消除逆主流文化，帮扶不入流的同学，把集体的凝聚力和大学生成才的个体培养结合在统一的班级管理体系中，非正式组织的积极作用就会在班级文化体系的一个分支点上来发挥，补充主流文化的不足，而它的消极影响也会被有效地遏制。这样既能很好地维护了大学生的身心健康，又有利于学生的管理[12]李道友在《离心力与向心力的博弈》加强大学班级凝聚力所面临的问题及应对措施的文献中提出从实施社区班级，确立班级目标，丰富班级文化，狠抓班级班风等四个方面来加强大学班级的凝聚力，减少非正式组织对班级文化建设的不良影响。[13]

4.2其他专业角度下的班级文化建设探索

对于班级文化建设这个话题，很多研究者还从不同的专业角度进行了尝试。如：茹静、谭倩霞在《管理心理学视角下的大学班级文化建设》一文中从管理心理学的角度对班级文化的建设进行尝试，试图给出解答。[14] 阳锡洲、朱翠英、刘启定、林丽娅、廖秋梅在《积极心理学视阈下的大学班级文化建设》中从积极心理学方面给出了自己的答案。[15]丁文、段玉玲和侯黎在《知识管理下的人力资源管理与大学班级文化建设措施研究》也从知识管理的角度进行了阐述。[16]但以上各种角度提出的理念不够清晰，也没能给出具体的应用方式，所以，都还只停留在理论探索阶段。所以，从其他专业角度来进行班级文化建设的优化是否真的可行，具有可操作性，还有赖于进一步细化，转化为具体的可操作性的措施。

参考文献：

[1] 陈相雨 侯波 姜俊玲:《大学班级文化的构建 概念 方式与原则》，《教育研究》，2024年第10期。

[2] 余 卉 皮将繁:《谈高校班级文化建设的实践策略研究》，《科教导刊》，2024年5月。

[3]李国梁：《关于大学班级文化的构建》，《高教论坛》，2024年12月第6期。

[4] 陈相雨 侯波 姜俊玲:《大学班级文化的构建 概念 方式与原则》，《教育研究》，2024年第10期。

[5] 李明：《简析大学和谐班级文化建设》，《中国电力教育》,2024年12月。

[6]林运清：《大学校园班级文化建设的思考》，《湖南医科大学学报》，2024年第3期

[7]刘畅：《大学新生班级文化的建设策略》，《内江师范学院学报》，2024年第9期

[8]梁君：《学生干部影响力建设的几点思考》，《鄂州大学学报》，2024年第1期

[9] 安玉红、徐 芳、贾 博:《大学新生班风建设研究》，《思想政治工作研究》2024年

[10] 代宛红、冯 婷、张 芸《大学班级建设重在引导学生自我建设》,《湖北经济学院学报》，2024年第7期

[11] 黄绍华、严瑾：《大学班级文化建设与学生主体意识培养》，《中国科教创新导刊》，2024年第5期

[12] 陈贤、龚元圣、蒋春和：《非正式组织在大学班级中的现象调研与管理对策》，《农业教育研究》，2024年第3期

[13] 李道友：《离心力与向心力的博弈》，《成都大学学报》，2024年第6期

[14] 茹静、谭倩霞：《管理心理学视角下的大学班级文化建设》，《中国建设教育》，2024年第6期

[15]阳锡洲、朱翠英、刘启定、林丽娅、廖秋梅：《积极心理学视阈下的大学班级文化建设》，《现代教育》2024年12月下期

[16] 丁文、段玉玲和侯黎：《知识管理下的人力资源管理与大学班级文化建设措施研究》《中国管理信息化》，2024年第13期

**企业文化建设文献综述字篇四**

烟草企业文化的文献综述

1．企业文化的涵义

企业管理的发展阶段可以主要分为三大阶段:经验管理阶段、科学管理阶段和文化管理阶段。这三大阶段反映了人类对于管理认识的侧重点及深化过程，特别是于人性的认识及提升，是管理发展的一项主要课题，所以第三阶段，文化管理阶段其实质是管理发展的必然要求，这无论在东方还是在西方，管理的本质及重点是围绕人性的管理是不变的主题。企业文化管理的主要内容包括企业哲学、企业价值观、企业精神、企业伦理、企业形象和管理与文化互动等。

对于企业文化的界定，国内外学者都纷纷提出了自己的观点。william&ouchi(1981)提出企业文化代表一个公司的价值观，这些价值观会成为公司员工活动，意见及行为的规范，在他对企业文化的定义中突出的是企业文化的价值观塑造作用个；schwartz&davis(1981)认为企业文化是组织共享的信仰和期望会产生一套决定组织成员行为的基础。deal&kennedy(1982)在oucl，i等人的基础上提出企业文化是由企业环境，价值观，英雄人物，典礼仪式及沟通文化网等五个要素构成，是为一个企业所信奉的主要价值观；威廉·大内则认为企业文化是“进取、守势、灵活性一即确定活动意见和行为模式的价值观”；美国学者约翰卫科特和詹姆斯赫斯克特指出企业文化是指“一个企业中各个部门，至少是企业高层管理者们所共同拥有的那些企业价值观念和经营实践，是指企业中一个分部的各个职能部门或处于不同地理环境中的部门所拥有的那种共同的文化现象”:沙因1984年定义企业文化是在一定的社会经济条件下通过社会实践所形成的并为全体成员遵守的共同意识，价值观念、职业道德、行为规范和准则的总和，是一个企业或一个组织在自身发展过程中形成的以价值为核心的独特的文化管理模式。沙因对企业文化的该定义成为大多学者、企业管理者进行对企业文化研究和管理的理论基础[1]。

国内较早期的学者曾仕强(1981)认为企业文化即一常道，管理者应秉持常道去变，才能万变不离其宗，对于他所理解的企业文化常道，也是从企业文化软的规范力量角度阐述；潘文章(1994)则认为组织文化是一个企业的生活方式，为企业处理周遭事务的看法及左右组织成员的行为规范，组织文化的形成具有逐渐累积与不易改变之特性，并影响组织成员的态度与行为，领一导者的领导方式不仅创造独特的组织文化，而且左右员工的工作态度；司徒达贤(1997)企业文化是组织成员所分享的一些重要价值观念，这些价值观念会影响员工在组织中的行为与决策方向；学者吴思华(2024)企业文化是渗入到组织中的个人和团体的行为，态度，信念与价值；清华大学的张德教授认为(2024)企业文化是指企业全体员工在长期的创业和发展过程中培养形成，并共同遵守的最高目标、价值标准、纂木信念及行为规范。它是企业理念形成文化、物质形态文化和制度形态文化的复合体，这种对企业文化的定义，使得现代多数学者和企业管理者对企业文化的物质文化、制度文化和行为文化的三层次划分比较认可[2]。

综观中外学者对企业文化的研究，尽管表述的方式和理论的侧重点有所不同，归纳起来可以分为三类:一是从人类学的角度理解企业文化；二是从管理学的角度理解企业文化；三是从企业管理思想和制度的角度理解企业文化。

2.企业文化的特征 企业文化不仅具有与其他文化相似的共性特征，也有着其独特的一面，具体说来，它的独特性主要表现在：

1、共性与个体差异性

由于企业是市场经济与文明社会的产物，在人类文明的滋养下，市场经济的一般规律体现在其文化之中，存在着共有的企业文化模式。另一方面，社会的差异、民族的区别、地区的隔阂、行业的细分，企业文化千差万别，呈现出不同的特色与魅力。由于企业文化是企业特定历史发展的产物，客观反映出企业在管理中具体动作。成功的个性企业文化形成，就会产生巨大的号召力与凝聚力，这是企业文化的独特之处。

2、相对稳定性与可塑性 一种积极的企业文化，尤其是位于其核心的精神文化的形成，往往需要很长时间的倡导、培育和引导，一旦形成就会成为企业发展的灵魂，不会为组织机构的调整、领导人的变换等而发生根本性的变化。\"同时，稳定性又是相对的，企业文化也是可塑的，尤个社会处于大变革、大发展的时候，企业文化也必然要通过新旧观念的冲突而发化(人的变革，从而适应新的环境。优秀的企业文化是在不断改进的环境中得以进歩和充满活力的。

3、目的性

企业文化具有鲜明的目的性，围绕企业自身为其终极目标服务。一是企业文化实践的主体是该企业的员工，不利于企业发展的文化将会被淘汰；二是企业文化与该企业生存发展是紧密关联的。当然，有时候企业的目的性也会进行一定的调整和修改，比如企业分配制度要适应于现行国家推行的分配体制的总格局。

4、非强制性

这是针对企业文化的作用而言的。企业文化不是简单的要求对人们各种硬性规章制度的遵守，而是更加注重文化上的\"认可\"，强调激发人的自主意识和调动主观能动性。其与传统意义上外在的、硬性的制度调节的管理相比，靠内在的文化自律与软性的文化引导是企业文化主要特点之一。12

5、经济性与社会性的统一

企业文化具有经济属性，反映着企业的经营价值观、经营目标，这是它与众不同的地方。同时企业也是作为-个社会组织存在的，其不仅要推动社会物质财富的增长，同时也担负着一定的社会功能。所以企业文化既有经济属性，又有社会属性，是二者的统一[3]。

3．企业文化的基本结构

从企业文化的定义和结构来分，企业文化有四个基本层次：物质文化（物质层）、行为文化（行为层）、制度文化（制度层）和精神文化（精祌层）。

1、物质文化（物质层)这是企业文化的仪容，是一种视觉形象，是指iii企业生产并提供给消费者使用的产品和提供的服务以及在生产过程中逐歩形成的供企业不间断发展所必需的生产资料和外在基础条件等组成的物质文化，是企业以物质形态为主要表现形式的表层文化，包含的内容有：一是企业生产经营的成果，包括有企业生产活动的成果和附之于其身的服务；二是企业的厂房、设施等生产和休息环境，包括企业标识、外宣、工作服、办公设备等等。

企业的物质文化直接影响顾客的感性认识，进而决定顾客对该企业的优劣 判断，它是企业文化其它层次的显现和外在结晶。心理学研究表明，一个人在接受外界信息时，视觉接受的信息占全部信息量的83%，所以企业文化在建设和传播过程中，物质文化的优劣直接关系到企业的形象，我们要利用强有力的视觉冲击，来树立企业的形象。

2、行为文化（行为层）

这是企业文化的血肉，是指企业成员在长期的生产经营、人际关系活动、文娱体育等活动中所产生的文化现象，是以人的行为为形态的企业文化。企业的行为文化是企业文化层次的浅表层文化，在企业精祌文化的引导和制度文化的制约下，使企业成员表现出具有企业特色的行为方式，因此，它既是企业经营作风、精神面貌和人际关系的动态体现，也是企业精神、企业价值观的折射。行为文化是企业文化的重要载体，是企业文化落地的关键环节，是实现价值观管理的必由之路。

3、制度文化（制度层）

是指企业在长期生产经营过程中形成的用于约束企业及其构成机构、成员的一系列行为规范，是企业精祌文化的具体化，主要包括企业领导体制、企业组织机构和企业管繩制度三个方面。企业制度文化使管理意愿得以贯彻，在得到企业成员认可的前提下，更好的约束和规范企业的行为，减少和弱化对立的程度，逐渐形成有自己特色的企业文化。它既是精神文化的产物，乂是精神文化的基础和载体，并对企业精祌文化起推动作用。

4、精神文化（精神层)是所有企业文化层次中的核心要素理念，是企业生产经营过程中，在相对应的特殊社会文化大背景、意识形态影响而长时间才会具备的一种企业意识和理念，包括企业经营哲学、企业价值观、企业精神、企业道德四个方面，是一个综合体。

企业文化是一个大的系统结构，位于系统核心的精神文化一方面主导和决定着系统中其他文化层次的变化和发展，另一方面又是这些文化层次的结晶和升华。精神文化是随着企业而产生的一种与物质形态相适应的意识形态，它是一种无形的力量，通过对文化系统中行为文化和制度文化的影响，来促进物质文化的增长。它为物质文化和制度文化提供思想基础，是企业文化的灵魂。

由上可见，企业的四个文化层次是统一在企业文化系统中的，它们相互作用、相互协调，构成一个和谐的整体。企业精神文化在整个企业文化中处于核心地位，企业制度文化是企业精祌文化的具体化，它又影响着企业的行为文化，企业的行为文化也反映了企业的精神风貌，同时，它们的外在具体表现就是企业的物质文化[4]。

4.企业文化的作用

(l)导向作用。树立企业价值观，并把员工价值观高度统一到企业价值观上来，引导员工的丁作行为，使之符合企业本身的理念要求;确立企业的经营目标，并把员工个人的需求和目标同企业的总体目标结合起来，使企业的每个人都明确努力奋斗的方向。

(2)约束作用。企业文化通过统一思想来约束员工行为，营造一种符合观念相通和习惯一致的活动氛围即工作环境，使得生在其中的每一位成员都遵守共同规则，并形成沟通和配合默契。这是一种从内心出发的自我约束，具有潜意识性并深受同化，是满足人的归属感的一种自我需求。

(3)激励作用。企业文化的形成使企业员工有了共同的价值观念和奋斗目标，员工受到尊重和重视，获得群体的社会归属感，就会从内心自觉而又充分地发挥个人的主动性和创造性，来加强企业对自己的认同感，展现自身价值。企业文化正式通过这种精神激励，来满足人的本质需求，从而产生出物质效果的，比其他方式更有效。

(4)凝聚作用。企业文化的价值观一旦被企业成员认识，它就会成为一种豁合剂，就好比是一条纽带，从各方面把其成员团结起来，形成巨大的向心力和凝聚力。通过这种凝聚作用，企业员工就把个人的思想感情和命运与企业的兴衰紧密联系起来，产生对企业的强烈的归属感，是深层凝聚力的主要来源。

(5)协调作用。企业文化的自我协调作用比组织领导的人为协调要有效得多，企业员工在共同价值观和追求的引导下，会主动积极地相互协调，推动工作任务的完成，从而获得共同的成就感。企业文化的协调作用还表现在与制度规范强制执行的不同和优越性，文化的协调很多时候展现出的是一种默契配合，协调内容可能是制度所无法表达出来的，在这种状况下，各项工作的开展就好比是得到了企业文化润滑剂的无间啮合。

(6)辐射作用。

企业文化的辐射功能与其渗透性是一致的，就是说，企业文化不只在企业内部产生作用，它也通过各种渠道对外部社会产生影响。产品、服务行为、员工生活、传播媒体、公共关系活动等都是企业文化向社会产生辐射作用的载体或形式。在企业日益重视形象和声誉的今天，电视、广播等各类广告越来越多，铺天盖地，不断向社会散发出百花齐放的文化信息，构成了社会文化的重要组成部分。

5.中国烟草企业文化

龙永图曾对烟草行业有如是评价:“烟草行业就像一个不懂事的孩子，与其把一个不懂事的孩子过早地放在狼群中被狼吃了，不如放在家里先养一养，教育教育，让他学点本事，再把他放到狼群当中去。”这段话既道出中国烟草行业面临严峻的形势所在，又在告诫中国烟草行业要先练内功，养精蓄锐，以应对挑战与机遇。企业文化建设自然成为中国烟草行业接受教育，苦练内功的重要功课之一。整合是烟草行业的大势所趋，是烟草史发展的必然。2024年是中国烟草行业打破以往各省各自为政局面、展开兼并重组、势力重构的一年。中国烟草业正在经历史无前例的改革阵痛，烟草业新局面正在形成。国家烟草局的意图是，在国内打造三大烟草集团:以云南为核心的第二中心；以上海为龙头，联合京、津两地的第一中心:以新兴的湖南为代表，包括湖北、两广在内的第三中心。以这三大中心为基础形成向全国的辐射之势。

文化整合是企业整合中的重中之重。《烟草行业文化架构体系》的形成成为整合后中国烟草企业建设企业文化的标准和尺度。烟草行业文化架构体系由 六个部分组成: 行业共同价值观:国家利益至上，消费者利益至上 行业愿景:责任烟草、诚信烟草、和谐烟草 行业使命:报效国家、回报社会、成就员工

行业精神:宽容开放、改革创新、敬业奉献、自律自强 行业行为信条:潜心做事、低调做人

行业行为准则:讲责任、讲诚信、讲效率、讲奉献 “两个至上”共同价值观是国家实行烟草专卖制度的根本要求，是烟草行业持续发展的思想基础，起着规范行为、推动改革发展、提供精神动力的作用，在行业发展中具有导向性、规范性、实践性；烟草行业的共同愿景，是落实行业发展基本方针、完成行业改革和发展主要任务的需要，是凝聚和激励员工的需要。体现了烟草行业的发展蓝图，是烟草人的共同愿望。行业使命是行业共同价值观的载体和反映，是行业生存与发展的根本，它主要回答我们要做什么的问题。烟草行业是一个社会经济组织，是社会的一份子，必须在社会活动中承担起行业对国家、对消费者、对社会、对员工的基本责任和义务；而在经济全球化、市场一体化的大背景下，宽容开放、改革创新是一种与时俱进的精神品质，敬业奉献、自律自强是一种超越自我的精神境界。烟草行业要把行业精神体现在扎实的工作基础和可靠的市场基础“两个基础”之上；烟草行业行为信条是“两个至上”共同价值观的具体体现，是行业文化的重要内容。针对行业专卖专营的实际情况，要坚持内强素质，外塑形象，在思想上树立一盘棋的观念，在行业发展基本方针中行动，在完成行业主要任务中发展，在行为上讲规范，踏踏实实做事、老老实实做人。

参考文献：

[1](美)理查德·巴雷特.解放企业的心灵一企业文化评估及价值转换工具，新华出版社，2024 [2] 曾良才“.21世纪中国企业文化实践与探索丛书—集团文化，企业管理出版社，2024 [3]朱宇霞.泰州烟草公司企业文化建设研究,安徽大学.2024 [4]杨平江.重庆烟草工业公司企业文化建设研究.重庆大学.2024 [5]罗长海.企业文化学.中国人民大学出版社，1991 [6]陈亭楠.现代企业文化.企业管理出版社，2024 [7]阿伦·肯尼迪，特伦斯·迪尔.西方企业文化.中国对外翻译出版社，1989 [8]叶生.企业灵魂.机械工业出版社，2024

**企业文化建设文献综述字篇五**

企业文化研究文献综述

陈清辉

摘要：随着经济全球化进程的加快，企业文化建设在企业发展中起到的作用越来越突出。营造以人为本、创新为本的企业文化可以为战略管理提供最有力的、最长效的平台。因此企业文化越来越受到企业界与学术界的广泛关注。本文对企业文化在核心竞争力、绩效、人力资源管理等方面的研究进行了回顾和梳理，并在此基础上提出了几个未来值得研究的问题，以期为进一步的研究进行理论铺垫。关键词：企业文化；核心竞争力；绩效；人力资源管理

对于企业文化的概念，不同的学者给出了不同的定义。迪尔和肯尼迪把企业文化整个理论系统概述为5个要素，即企业环境、价值观、英雄人物、文化仪式和文化网络。当然也有的学者认为企业文化是指企业在长期生产经营过程中形成的独特的企业价值观、企业精神，以及以此为核心而生成的行为规范、道德标准、生活信念、企业风俗、习惯的总称。但是不可否认的是在企业不断发展和革新的过程中，企业文化在不断的发挥它那独特的影响力。同时随着企业文化的不断发展，相关的企业文化理论也呈出不穷的涌现出来。作为企业文化的精华集成，企业文化理论弥补了古典管理理论、行为科学管理理论、管理丛林理论等的不足，强调了“软”、“硬”结合的最佳管理方式，把管理理论推进到一个新的高度。近年来，学者们对企业文化进行了大量研究，研究成果显著。

一、企业文化与核心竞争力研究

企业核心竞争力概念，最初是由美国管理学家普拉哈拉德

(c．k．prahalad)和加里·哈默(gary hamel)于1990年在《哈佛商业评论》上发表的《企业的核心能力》中提出的。企业文化和企业核心竞争力理论是当代经济学和管理学相互交融的最新成果，学者们在这方面做的研究不少。

在企业文化对核心竞争力的作用方面，汪凤桂（2024）[1]对企业文化与企业核心竞争力一致性机理分析表明，企业文化通过内部化为员工的行为理念，进而影响企业管理者和一般员工的行为能力，进而对竞争力的形成产生作用，降低企业交易成本。同时也指出，企业文化与企业核心竞争力都是企业差异化战略实施的结果，其目的都在于提升企业的个性化特征，但这二者的作用重点并不完全相同。前者重点是培养良好的员工行为习惯，降低员工之间交往成本；后者的作用则是使其顾客能在众多的竞争对手中识别本企业，进而获取更多市场竞争优势。

企业文化与企业核心竞争力关系研究，王德胜、辛杰（2024）[2]认为企业文化与企业核心竞争力具有较强的内在关联性，企业文化与企业核心竞争力特征之间存在着较强的契合度。通过问卷调查进行实证分析，研究结果表明，企业文化水平的提高将会带来企业核心竞争能力的增加。陈光（2024）陈光.浅谈企业核心竞争力的培育与提升 的实证研究证明我们企业的平均寿命是八年，民营企业平均寿命是3.5年，造成我们企业寿命如此之短的重要原因就是我们绝大多数企业还没有形成核心竞争力，原因主要有研发能力底下，管理能力不高，产品质量问题多，战略定位不明确等。要想培育和提升我国企业的核心竞争力就应该提高管理者的战略意识，完成现代企业制度改革，组建优秀的职工团队和合理的管理结构，集中资源专注一个领域的生产经营，打造独特的企业文化等。

二、企业文化对绩效的影响研究

学者们对企业文化与绩效研究多是实证研究，内容包括了企业（组织）绩效、创新绩效等几个个方面。

朱瑜等人（2024）[22]以198家企业为研究对象，对企业文化、智力资本及组织绩效三者之间的关系进行了实证研究。结果表明，官僚型文化对结构资本具有显著正面影响，创新型文化和支持型文化对人力资本具有正面影响，而关系资本仅受到支持型文化影响；人力资本能够提高企业人力资源管理效能及成功新产品/服务绩效，结构资本有助于市场绩效提高，关系资本对市场绩效、人力资源效能及成功新产品/服务均具有显著促进作用；在企业文化、智力资本和组织绩效的关系链中，智力资本具有显著的中介作用

niki hynes（2024）[3]用新的复杂关系建模方法研究企业文化、战略定位与企业绩效，这种复杂的生化模型作为管理结构建模的替代方法，可将其纳入到组织内部结构改变中，回顾两个完善的管理概念（战略定位和企业文化），并讨论两者在结构上的异同点，发现企业文化对战略方向/经营绩效关系具有调节作用，组织企业文化在市场导向/企业绩效间关系的中介变量，然后对传统简单模型的代表性和他们对处理组织内部和组织之间变化的限制性进行了讨论，提出了一个基于酵素作用机理更复杂的模型。刘志雄、张其仔（2024）[11]从公司层面、员工层面、社会层面界定文化强度，采用财务指标企业总资产盈利率来衡量企业绩效，并加入企业规模、企业成长年限、企业资产负债率和成长性等控制变量，收集了321家上市公司的相关资料，对企业文化对公司绩效影响进行分析、检验和解释，发现企业文化对

公司盈利水平均有显著的正影响，即与文化弱势企业相比，文化强势企业通常拥有较高资产回报率；企业规模、资产负债率与成长性指标与公司盈利水平呈显著正相关关系。

朱兵等人（2024）[5]选择江苏、安徽、浙江三省182家高新科技企业作为实证研究对象，研究企业文化、组织学习与创新绩效的影响关系，结果表明官僚型企业文化对企业创新绩效没有直接显著影响，也不通过利用式学习间接对创新绩效产生显著影响；支持型企业文化不仅对企业创新绩效有直接显著影响，而且还通过利用式学习和探索式学习分别对企业创新绩效产生显著正向影响；创新型企业文化对企业创新绩效有直接显著影响，同时还通过探索式学习对企业创新绩效产生显著正向间接影响；组织学习包含的利用式学习和探索式学习均对企业创新绩效产生显著正向直接影响。

三、企业文化与人力资源管理研究

在企业文化对人力资源管理影响研究上，梅强，孙旭雅（2024）

[7]对中小企业人力资源管理中普遍存在的问题进行分析和研究，并在前人对企业文化与人力资源管理相互影响的理论研究指导下，从三方面探讨了如何通过企业文化提升中小企业人力资源管理绩效路径，提出了凭借企业文化提升人力资源管理绩效的相应对策，即：(1)从观念上提高员工企业文化意识，树立正确人才观；(2)从制度上完善中小企业管理体系，建立以人为本的制度文化。(3)从实践中培养中小企业特色文化。

闫庆收，孙福田（2024）[8]分析了企业文化对人力资源管理战略引导和企业安全生产运营的作用、对员工日常行为的约束和引导及对职工凝聚激励的作用，以及企业文化在企业人员招聘、人才培养与开发、职工职业生涯规划和留人方面的作用，强调企业文化与人力资源管理是不可分割的，人力资源管理要靠企业文化来指导，而人力资源管理反过来又丰富了企业文化的内涵。

四、未来研究展望

（一）加强对企业文化与核心竞争力的实证研究

目前对企业文化与核心竞争力的研究多集中在对企业文化对核心竞争力的形成和促进作用，以及它们之间机理的研究，多为定性研究，在这方面的定量和实证研究还比较少。因此，未来要加强对企业文化与核心竞争力的实证研究。

（二）对发展性企业文化与创新绩效关系的深入研究

相关文献就发展性文化和人力资源系统在企业创新过程中的作用讨论较多，而发展性文化与创新绩效的关系应该远比前人所研究的复杂。目前研究中还存在尚未解决的问题：第一，无论从理论上还是实践上，一致性的概念没有充分地阐述，对其内涵存在不同的理解；第二，当前的研究在理论模型分析和方法的应用上没有统一；第三，发展性文化可能与人力资源的其他实务存在交互作用进而产生不同的组织绩效。对以上问题的深入研究将有助于进一步研究发展性文化与创新绩效的关系。

（三）加强对企业文化和企业绩效关系研究的本土化

目前关于企业文化和企业绩效关系的研究，定量的、实证的研究主要是以国外企业为样本，以国外环境为背景环境的研究，以我国企业为样本的企业文化和企业绩效关系的实证研究非常少见。因此，发展在中国环境下的企业文化和企业绩效关系的理论和实证研究是未来研究的一大方向。

（四）关于企业文化对人力资源管理影响研究方向

1、开展企业文化对人力资源管理影响的动态研究

以往研究基本把企业文化看成一个稳定因素，很少注意企业文化的变化过程。从发展的角度看，可将企业文化看作动态的因素，研究变化过程中企业文化对人力资源管理产生的影响。

2、研究中国环境下企业文化对人力资源管理的影响

国外在企业文化影响人力资源管理方面的研究比国内研究成熟，但由于文化的特殊性，其成果难以移植，适用于中国环境的研究还很缺乏。未来的研究要考虑中国的实际情况，应以中国环境为背景，进行适合中国国情的研究。

五

当今世界，开放与竞争，已经成为经济发展的主流。全球经济一体化和网络技术的广泛应用，更使得企业之间的竞争日趋激烈。如果说，前20年企业间更多的是某种单一的、表层的优势之间的对比与打拼，那么，今天，是否能够通过对企业各种资源的整合，从而形成自身的核心竞争力，成为决定企业生存与发展的关键。

企业文化是一种组织文化，它是企业的灵魂，是区别于竞争对手最根本的标志。优秀的企业文化不但可以保证企业绩效的提高，而且可以促进企业的可持续发展。良好的企业绩效从表象讲来源于卓越的管理，而从根本上说则来源于企业文化。企业文化建设的越好，管理的成本就会越低，管理的效率就会越高，企业绩效也会因此而增长。

企业文化是亚社会文化。企业的员工走进企业时，他不是一个抽象的自然人，而是一个社会人，是有一定意褒、信仰、价值观念的人，这正是人力资源区别于物力、财力及自然资源的显著特征。也就说，企业人力资源管理面对的是社会化了的人。

以企业文化为导向的人力资源管理就是要把企业文化的这两个方面，双向生成过程有机地融合起来，形成一个更好的企业文化，从而有利于人力资源有效管理。

结束语综上所述，企业文化具有一种强大的力量。有些物质资源也许会枯竭，惟有文化生生不息。企业文化是一种无形的生产力，一种潜在的生产力，无形的资产和财富。企业文化会极大的促进企业的发展，所以只要做到企业和企业文化的互相协调，互相补充、互相促进，使两者同步运行，建设出一套优秀的企业文化来，一定会对企业的长远发展起到积极的、不可估量的作用。

分析时代需要，考虑文化背景，丰富研究内容，完善研究方法，扩展研究视角，有利于推进对我国企业文化的研究，从而积极推进我国企业文化建设的步伐，不断革新企业观念，为企业发展创造一个更加美好的明天。

参考文献：

[1] 汪凤桂．企业文化与企业核心竞争力一致性机理分析[j]．生产力研究，2024，（20）：157-159．

[2] 王德胜，辛杰．企业文化与企业核心竞争力关系研究[j]．山东社会科学，2024，（12）：126-128．

[3] niki hynes．corporate culture, strategic orientation, and

busine performance: new approaches to modeling complex relationships [j]．technological forecasting & social change，2024，（76）：644-651．

[4] 彭红霞，达庆利．跨国公司人力资源系统、企业文化与创新绩

效关系的实证研究[j]．国际贸易问题，2024，292（4）：100-105．

[5] 朱兵，王文平，王为东，张廷龙．企业文化、组织学习对创新绩

效的影响[j]．软科学，2024，24（1）：65-69．

[6] 田建文，田永新．企业文化和人力资源管理协同研究[j]．商场

现代化，2024，（10）：260-261．

[7] 梅强，孙旭雅．企业文化提升中小企业人力资源管理绩效的路径

分析[j]．科技管理研究，2024，30（15）：125-128．

[8] 闫庆收，孙福田．浅谈企业文化在人力资源管理工作中的作用

[j]．科技管理研究，2024，30（5）：130-131．

[9] e w macintosh，alison dohtyer．the influence of organizational culture on job satisfaction and intention to

leave [j]．sport management review，2024，（13）：106-117．

[10]胡玉成.培育文化软实力提高企业竞争力胡玉成[j].全国商情·理论研究2024（1）：60

[11] 刘志雄，张其仔．企业文化对上市公司绩效的影响[j]．财经问题研究，2024，（2）：108-112．

[12] 孙剑，薛惠锋，寇晓东．企业文化对企业绩效的影响[j]．统计与决策，2024，（10）：182-183．

[13] 陈明，周健明．企业文化、知识整合机制对企业间知识转移绩效的影响研究[j]．科学学研究，2024，27（4）：580-587

[14] sjoerd beugelsdijk，carla koen，niels noorderhaven．a dyadic approach to the impact of differences in organizational culture on relationship performance [j]．industrial marketing management，2024，（38）：312-323．

[15] e w macintosh，alison dohtyer．the influence of organizational culture on job satisfaction and intention to leave [j]．sport management review，2024，（13）：106-117．

[16] 田建文，田永新．企业文化和人力资源管理协同研究[j]．商场现代化，2024，（10）：260-261．

[17] 彭红霞，达庆利．跨国公司人力资源系统、企业文化与创新绩效关系的实证研究[j]．国际贸易问题，2024，292（4）：100-105．

[18] 徐向农．企业文化创新与核心竞争力的形成[j]．科技进步与对策，2024，24（7）：118-120．

[19]张旭.中小企业人力资源管理的再造探析[j].黑龙江科技信息，2024，(4)：77

[20]周涛.企业人力资源管理与企业核心竞争力[j].科技资讯，2024，(1)：156

[21]李桃，王志刚.企业文化与企业核心竞争力研究综述[j].经济研究[9]

[22]朱瑜，王雁飞，蓝海林．企业文化、智力资本与组织绩效关系研究[j]．科学学研究，2024，（5）：952-958．

导刊，2024，(11)：32-33

**企业文化建设文献综述字篇六**

单位代码03学号080245514分 类 号c93密级

毕业论文

企业文化研究论文文献综述

院（系）名称

专业名称

学生姓名指导教师商贸学院管理系 工商管理

2024 年 5 月 10 日

文献综述

引言

21世纪的人才思想意识活跃，企业应该更多地要求员工用头脑创造性地工作。只有这样，企业才会保持强大的竞争力。要达到这一目标，除了不断优化组织结构与不断完善各种制度外，良好的企业文化是营造企业核心竞争优势必不可少的基本要素。通过构建具有核心竞争力的企业文化，提升企业精神，培育市场价值观，规范职工行为准则，充分调动职工的积极性和创造性，用文化的力量、创新的思维、开阔的视野和开拓的精神探寻资源产业的可持续发展之路，才能推动矿井的长足发展。

1、国外研究现状：

20世纪70年代末，日本经济实力的强大对美国乃至西欧经济形成了挑战。在这种形势下，人们注意到日美企业管理模式的不同，其中发现理性化管理缺乏灵活性，不利于人们的创造性和与企业长期共存的信念，而创造一种有利于创新和将价值与心理因素整合的文化，才是真正对企业长期经营业绩和发展起着潜在的却又至关重要的作用。80年代初，威廉•大内的《z理论》、特雷斯迪尔和艾兰肯尼迪的《企业文化》和阿索斯、沃特曼的《寻求优势》三部专著的出版，掀起了企业文化研究的热潮。80年代，对它的研究以探讨基本理论为主，如企业文化的概念、要素、类型以及企业文化和企业管理各方面的关系等。

进入 90 年代以来，国外对企业文化的研究范围大大拓展，企业文化研究在80年代理论探讨的基础上，由理论研究向应用研究和量化研究方面迅猛发展，出现了以下几种趋势:(1)企业文化应当把对人的研究，如何重视人，以人为本的研究放在首位，以区别于那种忽视人，以物的管理为中心的企业管理模式和文化模式。(2)企业文化应与企业经营业绩相联系，应把对市场环境的适应程度作为验证企业文化优劣的标志。(3)把企业高级管理人员的领导才能、领导艺术和风格，作为企业文化的研究内容。

2、国内研究现状：

西方企业文化理论传入我国以后，我国企业界、文化思想理论界和社会有关

人士，逐渐开展起企业文化实践活动和理论研究活动，积极探索建设有中国特色的社会主义企业文化。我国企业文化实践中形成的文化模式，具有浓郁的中国特色。它的创建和形成过程包括是一个由浅及深的企业文化创建过程。我国企业文化建设具有共同的深度模式和共同的文化特征、具体表现在以下几个方面：一是立足于企业现代化。我国企业进行企业文化探索时，莫不是出于企业发展的强烈愿望。在世界经济一体化、世界市场开放化的今天，企业现代化的程度决定着企业的兴衰存亡。落后就要挨打。所以，我国企业文化搞得好的企业，都有明确的企业目标。二是企业文化建设特色化。我国企业文化建设具有鲜明的中国特色—来自中国传统文化。如儒家学说、易经、道德经、孙子兵法、三国演义等。三是具有社会主义制度和社会主义时代的鲜明表征。亦即追求和体现爱国主义、个人主义、社会主义旗帜下的时代目标。其中突出的两条经验是企业思想政治工作和尊重企业职工的主人翁地位。四是行业化与多样化的企业文化模式。企业是从事生产、流通、服务等活动的独立经济核算单位，所以，企业形态是各种各样的，这就决定了企业文化的宗旨、重点、目标也就有不同的对象和内容。

总而言之，我国的企业文化研究缺乏严谨、科学、务实的研究方法和研究态度，在落实过程中又不能很好的结合我国的实际情况。广泛来看，企业文化建设并没有对我国中小型企业的发展起到积极作用。2.企业文化研究人才断档改革开放和中国进入wto以来，我国的确涌现了一批有胆有识的企业家，在学界也有一批经济学者，对企业文化进行了专门的研究和论述。然而，目前我国高校中，尚且没有企业文化建设的专门学院，经济类院校对于企业文化的教育也非常缺乏。甚至在各大图书馆中，也鲜见关于企业文化有着权威性论述的国内专著。这种状况从而进一步导致企业文化研究衰退，研究人员断档的恶性状况。

3、企业文化研究的发展趋势

新经济时代，企业文化的六大发展趋势：

（1）企业文化要适应“结盟取胜、双赢模式”新战略发展的要求“协作竞争、结盟取胜、双赢模式”是美国著名的麦肯齐咨询公司提出的21世纪企业发展的新战略。这是一种适应新经济需要的网络型的战略，其特点是优势企业抱成一团，目的是为了把竞争对手挤垮，或者使对手实力受创。近三年，世界上有3.2万家

公司进行联盟。这是经济发展及经济全球化的必然结果。这给企业文化发展提出了新的要求，即企业重组后企业文化怎样融合的问题。因为企业联合、兼并的过程中，不能只从经济和财力方面考虑问题，更重要的是要注重文化方面的差异。如果没有企业文化的融合，就会出现“貌合神离，形连心不连”的现象。所以，只有做到取长补短、扬优避劣、达成共识，形成“结盟取胜、双赢模式”型的企业文化，企业才更具生命力、凝聚力和竞争力。

（2）注意学习氛围的培养

随着知识经济的到来，企业组织形式向扁平式的灵活方向发展，随着其管理的核心为发挥人的主观能动性，实现从线性思维到系统思维和创造性思维的转变，对个人及企业的知识水平提出了更高的要求。可见，学习对组织的持续发展至关重要，新经济环境下最成功的企业仍然会是学习型组织，学习型组织在企业文化建设中将进一步受到关注。

（3）将更注重于树立良好的企业形象

企业形象直接与企业的兴衰、优劣相联系，企业的知名度与美誉度有机结合构成了企业在公众中的形象。良好的知名度与美誉度，是企业一笔巨大的无形资产，如果声誉卓著，企业就能招揽到更多的优秀人才和顾客，能吸引到更多的投资，能得到周围邻里的支持和帮助。经济全球化使得竞争更为激烈，企业要脱颖而出，形象战略尤为重要，它是企业在市场经济中运作的实力、地位的体现。

（4）更注重企业精神与企业价值观的人格化

价值观是企业文化的核心。企业要努力培育“生死与共”的价值观，使企业全体员工增强主人翁意识，能与企业同呼吸、同成长、同发展、共生死，做到企业精神与企业价值观的人格化，实现“人企合一”。海尔的文化建设是中国企业文化建设的典范。海尔集团极具远见，公司对职工的工作给予不断鼓励，使他们对工作经常保持新鲜度，责任感无形中得到加强。

（5）企业文化将从商业氛围升华出来，更重祸于人

著名学者杨振宁说：“2l世纪企业的竞争是人才与科技的竞争，是中国超越发达国家的主战场”。企业文化绝对不是片面的发掘职工体力，更重要的是发掘职工的智力资源，更注重于人的因素。况且，企业文化理论的本质特征是倡导以人为中心的人本管理哲学，反对“见物不见人”的理性管理思想，主张将培育进

步的企业文化和发挥人的主体作用作为企业管理的主导环节。所以，企业不能再受商业化的束缚，在企业文化建设中，要把精力投向人，大力加强“人”的建设。

4、总结

很多人说企业文化的建立需要花很多钱和精力，其实不一定需要花很多钱的，很多公司对企业文化的理解就是员工着装统一，印一些宣传资料。另外，企业文化的建立是在平时工作中时时刻刻、点点滴滴中体现，也不见得非得花很多时间专门建立企业文化，关键是企业应该花点时间想明白，我需要什么样的文化，我要建立什么样的文化，想明白了然后就结合日常的工作，传达下去，传递下去，慢慢就形成了自己的文化。

参考文献

[1] 权汉川：中小企业发展中所面临的问题．中国社会科学，2024

[2] 李 强：刍议中小企业文化建设〔ｊ〕． 经济师，200407，179-297, 《商场现代化》２007年６月（下旬刊）总第 507 期

[3] 刘光明：《企业文化》，北京:经济管理出版社，2024

[4] 孙静,郑琳娜：《浅谈新创中小企业如何建设企业文化》，《企业观察》，2024

[5] 崔元丽,董瑞兴：《论我国中小企业如何构建自身的企业文化》，《改革与开放》，2024.7

[6] 刘思强等，《中小企业企业文化建设初探》，湖南社会科学，2024

[7] 程全性等，《中小企业企业文化建设方面存在的问题及对策》，2024

**企业文化建设文献综述字篇七**

我国中小企业如何建设企业文化文献综述

姓名：曾小平学号：08423202班级：08级人力资源管理2班

【摘要】中竞争中中小企业的生存和发展也都受到严峻的威胁。中小企业走出困境的一条非 常重要的途径就是进行企业文化建设。所以，中小企业企业文化建设刻不小企业长期以来在国民经济中一直都未受到充分的重视，它们在大企业的阴影下，举步维艰。当前在激烈的市场容缓，是中小企业发展和我国经济强大的客观需要和必然选择。本文对国内外的有关企业文化建设的资料和研究进行归类综述，并在此基础上提出自己的观点和看法。尽供大家参考。

【关键字】中小企业中小企业文化建设措施

一 导言

中小企业问题是一个世界性的课题，也是一个长久性的课题。说它是一个世界性的 课题，是因为不论是发达国家和新兴工业化国家，还是发展中国家，都存在着大量的中 小企业那么，中小企业是如何界定的呢?中小企业是企业规模形态的概念。一方面它有决定自身本质的内在的质的规定性，另一方面也有量的界线。确定企业规模。

根据我国目前的实际情况，为了提高中小企业界定标准范围的弹性，避免僵化，选用双指标较为合理。目前主要以企业资本金和从业人员数为准，只要任何一个指标符合规定划分标准，即可认定为中小企业。小企业标准为凡工业企业雇用人数在300人以下或注册资本在800万元以下者为小型企业，非工业企业雇用人数在200人以下或注册资本在500万元以下者为小型企业。中型企业标准:凡工业企业雇用人数1000人以下或注册资本在5000万元以下者为中型企业，非工业企业雇用人数在500人以下或注册资本在3000万元以下者为中型企业。随着经济全球化发展趋势的日益突出，企业的市场竞争日趋激烈，要想在竞争中生存和发展，企业必须努力提高核心竞争力。企业文化是企业核心竞争力的构成部分，也是企业成功的基石。

二 研究综述

1 国外研究动态

企业文化理论研究

美国加州大学美籍日裔教授威廉·大内（1984）出版了他的专著《z理论—美国企业界怎样迎接日本的挑战》，该书分析了企业管理与文化的关系，提出了“z型文化”、“z型组织”等概念，认为企业的控制机制是完全被文化所包容的。企业文化的要素有五项，即企业环境、价值观、英雄、仪式以及文化网络，其中价值观是核心要素。

海能（2024）认为:“企业文化是有关企业的、通过象征传播的共同价值观念和行为准则。观念可以成为催化剂，使人类的潜能发挥出来。”（王荣成，2024）

美国历史学家戴维·兰德斯认为:“如果经济发展给了我们什么启示，那就是文化乃举足重轻的因素。同时，企业的生存和发展也离不开企业的文化的哺育(((国家的穷与富)))。（罗长海，2024）

诺贝尔经济学奖得主诺思认为:”自由市场经济制度本身并不能保证效率，一个有效率的自由市场制度，除了需要有效的产权和法律制度相配合之外，还需要在诚实，正直、公正、正义等方面有良好道德和人去操作这个市场。因此，市场经济是信用经济，必须建立信用文化。”（刘光明，1999）

2中小企业文化建设的实践

从国外企业文化现象的发现到企业文化的研究来看，他们走的是一条理论研究与应用研究相结合、定性研究与定量研究相结合的道路。由于国情和发展基础不同，世界各国的中小企业都有着不同的发展状况。这些中小企业在社会经济文化生活中受民族文化的影响很大，进而形成了各自不同的企业文化模式。

.2国内研究动态

(一)关于企业文化的概念研究

国内学者对企业文化的研究有着各自不同的见解。

郝镇华（2024）等主编的《企业文化论》一书写道:“不同于某些理论问题抑或具体实践问题的地方在于，企业文化研究本身把映的是理论与实践的结合点，它所揭示的是企业发展的内在规律问题，体现的是企业与社会发展的内在要求，是作为企业管理理论中组织、管理文化的形态出现和存在的，具有自己特定的研究对象、研究内容、研究方法和手段。

罗长海（2024）编著的《企业文化学》认为，企业文化的研究对象，顾名思义，就是“企业的文化现象”。但“企业文化现象”又是各具特色的。因此，企业文化的第一个研究任务，就是把文化建设中，将更加注重企业精神，企业价值观的人格化和“人企合一，的境界;作为“学习型组织”的企业文化将更加受到关注;企业文化的独特性越来越表现为企业差别化战略和企业的核心竞争力;作为企业文化的第一设计者—企业家和素质、决策力将越来越重要。（陈耀，1995）

王勇（2024）等认为，知识经济时代企业经营管理方式的变革使得企业文化呈现新的发展趋势，这种发展趋势主要表现在人性文化、创新文化、速度文化、学习文化、团队文化等 观念文化以及扁平化、分权化、重性化的组织文化。企业文化唯有在内容和形式上不断创新，才能始终保持其生命活力。(((论知识经济时代企业文化的发展趋势》，《石油大学学报(社会科学版)》2024年);

陈传明（2024）认为:在新世纪，企业文化在许多方面呈现出新的趋势:在理念文化方面，被动性借鉴理念将逐渐为主动性创新理念所取代;在管理文化方面，将由传统的管理向知识化管理转变;就经营文化而言，竞争合作型模式将取代恶性竞争状况;在服务文化方面，以顾客为中心提升服务品质将成为每个企业努力的目标;在形象文化方面，专注于企业形象对外功能的局面将被打破，对内的功能会日益强化;在营销文化方面，将逐渐挣脱“营销+文化”的单一方式而展现营销行为本身的文化底蕴;

(二)关于中小企业文化建设对策的研究

刘思强（2024）在《中小企业企业文化建设初探》一文中指出传统中小企业企业文化的特点:没有体现出人本思想，大多表现为个人权威、英雄主义;只注重眼前利益，在市场上往往背离顾客;讲形式，但忽视内容;讲文化，但不服务管理。他指出中小企业企业文化建设的指导思想是:要摆脱事务为中心的管理思想，创造以经营灵魂为核心的企业文化;要突破短期目标管理思想与硬约束、硬规范的管理方式，转而实现在长期目标的指导下，注重以塑造为主体的管理行为;要体现诚信，诚信是中小企业立业之本。

刘强（2024）等人认为，企业文化有广义和狭义之分，广义的企业文化是指企业创造的具有自身特点的物质文化和精神文化的总和，狭义的企业文化则是指企业所形成的具有自身 特色的精神文化，它是企业在长期生产经营活动中自觉形成的能为绝大多数员工信守的 企业经营意识，经营指导思想和经营战略价值观念的综合反映。

三 结论

加强我国中小企业文化建设，应抓住目前有利时机。对外开放，国家经济体制改革，国际、国内的竞争环境，为中小企业文化建设创造了良好的外部环境;中小企业经济利益的自主追求成为中小企业文化建设的内在动力。吸收传统企业文化精华，应正确地处理好“义”与“利”之间的关系;信奉“诚信为本”、“薄利多销”的信念;遵守价实、货真、量足、守义的中小企业伦理道德;福好行德，周济贫民，吸纳古代丰富的中小企业经营哲学。借鉴西方

先进中小企业文化，应树立自尊、自信、自主的主体意识;树立积极进取的竞争意识;树立不断开拓进取的创新精神;树立开放意识;树立忧患意识。同时，应抓形象，树品牌，培育企业精神、建塑企业共有价值观。总的说来，要做到以下几点：1 中小企业要建立规范的管理制度，2要招聘优秀的管理人才，并且要培训员工。塑造优秀的团队。3要有企业的标识，表达出企业的远景、使命、核心价值观。4 要有自己的品牌，注重质量，诚信经营。

四 参考文献

〔1〕(美)约翰·科特，詹姆斯.赫斯克特.企业文化与经营业绩.北京:华夏出版社，1997年版 〔2〕周培红.浅析21世纪中小企业文化建设.华北水利水电学院学报，2024.2

〔3〕(美)威廉·大内.2理论—美国企业界怎样迎接日本的挑战.北京:中国社会科学出版社，1984

〔4〕李庆善著.企业动力资源—企业文化.北京:科学技术文献出版社

〔5〕王成荣.企业文化.北京，中央广括电视大学出版社，2024

〔6〕罗长海.企业文化学(修订版).北京:中国人民大学出版社，2024

〔7〕刘光明.企业文化.北京:经济管理出版社，1999

〔8〕刘思强等.中小企业企业文化建设初探.湖南社会科学.2024.5

〔9〕郝明道等主编.中国企业文化概论.北京:中国经济出版社，1994

〔10〕王成荣编著.企业文化学教程.北京:中国人民大学出版社，2024

〔11〕陈耀主编.中国企业文化建设.北京:企业管理出版社，1995

〔12〕秦梦华.中小企业文化建设的现状及构建方略研究.现代管理科学，2024.〔13〕王成荣，周建波.企业文化学.北京:经济管理出版社，2024

〔13〕郭向祥.浅谈中小企业文化建设，管理科学文摘2024年第2期

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找