# 关于企业文化具有道德属性

来源：网络 作者：星月相依 更新时间：2025-04-22

*第一篇：关于企业文化具有道德属性关于企业文化具有道德属性[论文摘要]企业文化在理论和实践中表现出的模糊性，源于人们对企业文化内涵和领域的宽泛化理解。明确企业文化的特定内涵和企业文化与企业制度的关系，有助于避免出现对企业文化认知的偏差。文章...*

**第一篇：关于企业文化具有道德属性**

关于企业文化具有道德属性

[论文摘要]企业文化在理论和实践中表现出的模糊性，源于人们对企业文化内涵和领域的宽泛化理解。明确企业文化的特定内涵和企业文化与企业制度的关系，有助于避免出现对企业文化认知的偏差。文章试图从社会学角度，从道德层面阐明企业文化与企业制度的关系，为人们准确认识企业文化的本质提供参考。

企业文化已为越来越多的人们所关注。然而人们在认识到企业文化重要性的同时，却常常对它本身的认识模糊不清，导致在企业文化的实践中出现偏差。出现这种情况，与人们对企业文化理解得过于宽泛有重要关系。任何管理形式都有它特定的内涵和领域，超越了这一界限，就会产生认知上的偏差。因此，准确理解企业文化的内涵，厘清企业文化与企业制度之间的关系，从道德层面上看待企业文化，对人们准确理解企业文化的本质是十分有益的。

一、企业文化有特定的内涵企业文化研究中常见的现象是内容过于宽泛，涉及到企业管理的方方面面。从文化的角度来研究企业，与把企业文化看作是企业的管理方式，二者是有区别的。前者属于广义的企业文化，后者属于狭义的企业文化。问题在于广义的企业文化概念常常对人们准确认识管理中企业文化的特定内涵造成困惑：企业文化似乎成了无所不包的概念。任何一种管理方式一旦到了无所不能的程度，人们对它的认识也就必然是模糊不清的。其实，企业文化是有特定内涵的。

1．从管理发展历程看企业文化的特定内涵从管理科学发展的历程看，每一阶段的管理理论都有它特定的研究范畴，并不存在“包罗万象”的一般管理。从早期以泰勒和法约尔为代表的“古典管理理论”，通过“时间动作分析”和“管理原则”，致力于提高工人的劳动效率和组织效率；到后来以梅奥、马斯洛等人为代表的“行为科学理论”，通过满足人的社会、心理需求，来调动工人的积极性；20世纪70年代，以巴纳德和西蒙为代表的现代管理学派，通过提出“社会系统理论”和“决策理论”等，论文发表着眼于现代组织的系统化管理和科学化决策。

20世纪80年代，以威廉·大内等人为代表的企业文化学者，在其代表作《理论》、《企业文化》等着作中，提出了以“价值观”为核心内容的企业文化理论。企业文化理论主要着眼于解决企业中人的精神世界方面的问题，用共同价值观来统一企业员工的思想，使员工关心企业，增加企业的凝聚力，激发员工的主动性和创造性。这里的文化内涵是显而易见的，是企业文化理论不同于以往管理理论的明显特征。因此，企业文化的内涵从一开始就定位于员工的思想领域，解决员工与企业的关系，以及员工的内在驱动力问题。

2．企业文化主要解决企业员工思想领域的问题在企业文化理论产生之前，企业是通过企业制度规范员工行为、建立企业秩序的，这包括企业的领导体制、组织机构和规章制度。例如通过部门和岗位职责来明确员工的责任；通过规章制度来规范员工行为和工作方法，通过标准和程序来确定工作内容，等等。然而，组织和制度虽然能够约束人们的行为，却不能约束人们的思想，在员工的思想领域管理存在空白。人们来到企业不仅仅是为了谋生，还有精神需要，有思想追求，有归属感；人们在企业也不仅仅满足于被动工作，还要有主动精神，发挥创造性。企业仅依靠组织和制度并不能解决这些问题，在处理员工和企业的关系，形成企业向心力，激发员工的主动性和创造性等方面存在局限。

企业文化旨在通过建立共同的价值观、信念和行为规范来统一员工的思想，形成“上下同欲”的共识。企业文化的价值理念能够把员工从一个“社会人”逐渐变为“企业人”，解决归属问题。如日本松下电器公司对新员工都要集中培训，灌输松下的价值理念，使之先成为合格的“松下人”，然后再造松下的产品。企业文化的价值理念还能够激发员工的主动性

和创造精神，深度挖掘人的潜在价值。如日本企业广泛开展的群众性质量管理活动，员工自发地组织质量管理小组开展质量攻关活动，提合理化建议。这是企业单靠组织和制度无法办到的。有些企业虽然赚了钱，却没有造就一个属于自己的企业，原因就在于没有解决好企业中“人”的问题，未能形成员工与企业荣辱与共的局面。

3．企业文化主要解决企业发展中凝聚力和生命力的问题．企业文化对企业发展的作用是广泛和深远的，然而归结起来可以概括为两个主要方面：企业发展中的凝聚力和生命力问题。企业能否做大，原因很多，但一个不可忽视的问题是能否建立统一的价值观。当企业的发展规模不断扩大的时候，企业除了用组织和制度进行有效的控制，还需要通过企业文化的价值观来统一员工思想，形成凝聚力，做到大而不散。如海尔公司在其多元化的进程l中，每兼并一个新企业，总是企业文化先行，通过输入海尔文化来统一新企业员工的思想，这是它不断壮大的精神保证。麦当劳对它遍布全球的3万多家分店用统一的价值理念进行规范，这也是它兴旺发达的有力保证。

企业发展的另外一个问题，是能否长久。企业要长久发展，通常要解决三个方面的文化问题，第一个是企业之魂的问题，即统计论文发表/tjxlwfabiao/是否有指导企业发展的正确的价值理念：企业如何正确对待员工．、对待顾客、对待经营伙伴，对待社会等；第二个是员工的归属问题，即能不能用正确的价值观念统一员工的思想，形成凝聚力和创造力；第三个是企业领导人的更替问题，当一位创业者领导企业走向成功后，在他身后能否留下文化遗产。文化是可以传承的，原来的领导人不在了，但只要他创建的文化还在，企业就能长久。像松下这样的知名企业，其创始人离去后仍能健康地发展，正是文化的传承作用使企业长而不衰。

二、企业文化与企业制度的关系造成人们对企业文化认知困惑的另外一个问题，是企业文化与企业制度的关系。长期以来，很多教科书把企业文化结构归结为精神层、制度层和物质层三个层面。这显然是把企业制度看作是企业文化的一部分。这就涉及一个问题，企业文化与企业制度到底是一种什么关系

**第二篇：企业文化具有道德属性**

[论文关键词]企业文化道德企业制度

[论文摘要]企业文化在理论和实践中表现出的模糊性，源于人们对企业文化内涵和领域的宽泛化理解。明确企业文化的特定内涵和企业文化与企业制度的关系，有助于避免出现对企业文化认知的偏差。文章试图从社会学角度，从道德层面阐明企业文化与企业制度的关系，为人们准确认识企业文化的本质提供参考。企业文化已为越来越多的人们所关注。然而人们在认识到企业文化重要性的同时，却常常对它本身的认识模糊不清，导致在企业文化的实践中出现偏差。出现这种情况，与人们对企业文化理解得过于宽泛有重要关系。任何管理形式都有它特定的内涵和领域，超越了这一界限，就会产生认知上的偏差。因此，准确理解企业文化的内涵，厘清企业文化与企业制度之间的关系，从道德层面上看待企业文化，对人们准确理解企业文化的本质是十分有益的。

一、企业文化有特定的内涵

企业文化研究中常见的现象是内容过于宽泛，涉及到企业管理的方方面面。从文化的角度来研究企业，与把企业文化看作是企业的管理方式，二者是有区别的。前者属于广义的企业文化，后者属于狭义的企业文化。问题在于广义的企业文化概念常常对人们准确认识管理中企业文化的特定内涵造成困惑：企业文化似乎成了无所不包的概念。任何一种管理方式一旦到了无所不能的程度，人们对它的认识也就必然是模糊不清的。其实，企业文化是有特定内涵的。

1．从管理发展历程看企业文化的特定内涵

从管理科学发展的历程看，每一阶段的管理理论都有它特定的研究范畴，并不存在“包罗万象”的一般管理。从早期以泰勒和法约尔为代表的“古典管理理论”，通过“时间动作分析”和“管理原则”，致力于提高工人的劳动效率和组织效率；到后来以梅奥、马斯洛等人为代表的“行为科学理论”，通过满足人的社会、心理需求，来调动工人的积极性；20世纪70年代，以巴纳德和西蒙为代表的现代管理学派，通过提出“社会系统理论”和“决策理论”等，着眼于现代组织的系统化管理和科学化决策。

20世纪80年代，以威廉·大内等人为代表的企业文化学者，在其代表作《理论》、《企业文化》等著作中，提出了以“价值观”为核心内容的企业文化理论。企业文化理论主要着眼于解决企业中人的精神世界方面的问题，用共同价值观来统一企业员工的思想，使员工关心企业，增加企业的凝聚力，激发员工的主动性和创造性。这里的文化内涵是显而易见的，是企业文化理论不同于以往管理理论的明显特征。因此，企业文化的内涵从一开始就定位于员工的思想领域，解决员工与企业的关系，以及员工的内在驱动力问题。

2．企业文化主要解决企业员工思想领域的问题

在企业文化理论产生之前，企业是通过企业制度规范员工行为、建立企业秩序的，这包括企业的领导体制、组织机构和规章制度。例如通过部门和岗位职责来明确员工的责任；通过规章制度来规范员工行为和工作方法，通过标准和程序来确定工作内容，等等。然而，组织和制度虽然能够约束人们的行为，却不能约束人们的思想，在员工的思想领域管理存在空白。人们来到企业不仅仅是为了谋生，还有精神需要，有思想追求，有归属感；人们在企业也不仅仅满足于被动工作，还要有主动精神，发挥创造性。企业仅依靠组织和制度并不能解决这些问题，在处理员工和企业的关系，形成企业向心力，激发员工的主动性和创造性等方面存在局限。

企业文化旨在通过建立共同的价值观、信念和行为规范来统一员工的思想，形成“上下同欲”的共识。企业文化的价值理念能够把员工从一个“社会人”逐渐变为“企业人”，解决归属问题。如日本松下电器公司对新员工都要集中培训，灌输松下的价值理念，使之先成为合格的“松下人”，然后再造松下的产品。企业文化的价值理念还能够激发员工的主动性和创造精神，深度挖掘人的潜在价值。如日本企业广泛开展的群众性质量管理活动，员工自发地组织质量管理小组开展质量攻关活动，提合理化建议。这是企业单靠组织和制度无法办到的。有些企业虽然赚了钱，却没有造就一个属于自己的企业，原因就在于没有解决好企业中“人”的问题，未能形成员工与企业荣辱与共的局面。

3．企业文化主要解决企业发展中凝聚力和生命力的问题．

企业文化对企业发展的作用是广泛和深远的，然而归结起来可以概括为两个主要方面：企业发展中的凝聚力和生命力问题。企业能否做大，原因很多，但一个不可忽视的问题是能否建立统一的价值观。当企业的发展规模不断扩大的时候，企业除了用组织和制度进行有效的控制，还需要通过企业文化的价值观来统一员工思想，形成凝聚力，做到大而不散。如海尔公司在其多元化的进程l中，每兼并一个新企业，总是企业文化先行，通过输入海尔文化来统一新企业员工的思想，这是它不断壮大的精神保证。麦当劳对它遍布全球的3万多家分店用统一的价值理念进行规范，这也是它兴旺发达的有力保证。

企业发展的另外一个问题，是能否长久。企业要长久发展，通常要解决三个方面的文化问题，第一个是企业之魂的问题，即是否有指导企业发展的正确的价值理念：企业如何正确对待员工．、对待顾客、对待经营伙伴，对待社会等；第二个是员工的归属问题，即能不能用正确的价值观念统一员工的思想，形成凝聚力和创造力；第三个是企业领导人的更替问题，当一位创业者领导企业走向成功后，在他身后能否留下文化遗产。文化是可以传承的，原来的领导人不在了，但只要他创建的文化还在，企业就能长久。像松下这样的知名企业，其创始人离去后仍能健康地发展，正是文化的传承作用使企业长而不衰。

二、企业文化与企业制度的关系

造成人们对企业文化认知困惑的另外一个问题，是企业文化与企业制度的关系。长期以来，很多教科书把企业文化结构归结为精神层、制度层和物质层三个层面。这显然是把企业制度看作是企业文化的一部分。这就涉及一个问题，企业文化与企业制度到底是一种什么关系?

1．企业文化结构带来的困惑

企业文化通常被认为是企业全体员工共同遵守和信奉的基本价值观、基本信念和行为规范。这是通常所指的狭义的企业文化概念。企业制度是为建立企业秩序而制定的一系列规范。它们不是一个层面的问题。本文认为，把企业文化结构归结为精神层、制度层和物质层的表述，仍然属于广义的企业文化概念。按照广义的概念，企业管理中的几乎所有问题都可以从文化的角度加以研究，这本身无可非议，但它容易造成人们对管理中企业文化认知的困惑-．-企业文化也包括企业制度，它们岂不成了一回事?要厘清企业文化与企业制度的关系，仅从管理学本身并不容易说清楚，我们可以换个角度来加以分析。

2．从社会学得到启示

按照社会学的观点，一个社会要建立稳定的秩序，通常要有一套约束人们社会行为的规范体系，主要表现在三个层面：法律、道德和习俗。法律是由国家制定的、具有强制性的行为规范，对那些试图违法和违法的人实行威慑和制裁，以保持社会秩序的稳定。这是约束性最强的一种行为规范。与法律相比，道德调整

人们社会行为的范围更加广泛，法律管不到的地方，道德可以管；道德不具有强制性，它靠社会舆论干预不道德的行为从而形成一种约束力，通过人们的内控行为进行自我约束。对维持设会秩序来说，道德更为重要。在法律和道德之外，约束力最弱的是习俗，也称风俗习惯，它不像道德那样具有是非、善恶和对错的评判标准，而是长期以来逐渐形成的，对人们相互沟通、交往、共同生活有一定的约束作用。整个社会正是由这一套约束体系维持着基本的秩序。

企业作为社会的基层单位，也是一个小社会；要维护组织的一致性也会有一套适合其自身发展的约束体系：企业制度、企业文化和非正式组织关系。与社会的法律相对应，企业组织也需要一种具有强制性的企业制度来维护组织的秩序，如通过组织机构确定其成员的职责、通过规章制度来规范员工的行为和办事规则。为了严明纪律，对违反制度的组织成员要追究责任和予以处罚。无论何种行业，要维持企业正常的秩序，都需要制定相应的企业制度来保证企业的正常运行。这是所有企业都具有的，不同的只是制度的完备程度和执行力度的差别。然而，在企业组织中通过严格的制度来规范员工的行为，只是建立企业正常秩序的基本途径。正像法律有局限性一样，企业制度并不能约束企业员工的所有行为，特别是在人们的思想领域，仅靠制度的强制性并不能奏效。这就需要通过企业文化来实现。企业文化的核心是价值观，价值观是企业成员对事物或行为的好坏、善恶、对错的一致认识。这与社会道德具有相似的性质。道德通过扬善弃恶来约束人们的行为符合道德的规范要求；企业文化则是通过正确的价值理念来统一员工的思想，使之行为符合企业规范的要求。除此之外，与社会习俗相近的是企业的非正式组织关系及其传统习惯。3．企业文化与企业制度不是一回事

由上述分析可以看出，正像法律与道德不同一样，企业制度与企业文化虽然有紧密的关系，但二者不能混为一谈。企业制度通过带有强制性的规范来约束员工的行为，体现的是一种“硬性规定”，其作用是直接的，企业文化则是通过价值观念来统一员工思想，产生的是一种自觉的行为，其作用是间接的，它以人们的思想作为中介；企业制度所要达到的是维护企业正常的工作秩序，以提高工作效率，企业文化所要达到的是员工与企业同心同德，增强凝聚力、发挥主动性和创造性；制度的执行需要监督，文化管理则省去了监督的环节。

企业文化与企业制度是在同一管理领域的不同层面：企业制度表现为一种“硬管理”，是企业正常运行的基础，企业文化则表现为一种“软管理”，是其上层建筑，着眼于深层的企业建设；没有健全的制度化基础，不会有完备的企业文化，不可否认企业制度对企业文化有保证和支撑作用，但不能因此而将它们看作是一回事。几乎所有的企业或多或少都建有企业制度，但不是所有的企业都建立了企业文化。缺少文化的企业仅仅建立了企业的正常秩序，体现的是一般境界的管理状态；而只有建立了深厚文化的企业才真正体现了“以人为本”的现代管理境界。

三、企业文化具有道德属性

道德作为社会文化的重要内容对建立社会秩序起着非常重要的作用，它与法律相比更强调自觉，因而德治社会高于法制社会。同样，对于企业来说，加强企业文化建设，用价值理念管理企业，要比企业制度有更高的境界。认清企业文化与道德的关系，对于企业文化实践具有重要意义。

1．企业文化与社会道德具有相同的性质

道德作为一种意识形态着眼于人们的思想领域，通过道德观念来发挥作用。

企业文化则着眼于企业员工的思想领域，通过价值观念来发挥作用道德具有是非、善恶和对错的评判标准，企业文化的价值观则是企业成员对事物或行为的好坏、善恶、对错的一致认识，二者的评判标准是相近的。道德与企业文化不同的地方在于，道德观念对于整个社会来说标准是相同的，企业的价值观则因企业不同、取向各异表现为不同的理念。例如，惠普的价值观是“尊重和关心每个员工”，诺世全的价值观则是“服务顾客重于一切”，而沃尔玛则是把“超出顾客的期望”作为自己价值理念的。正是这种不同的价值取向把一个企业与其他企业区别开来，彰显出不同的企业个性。

道德的规范功能是通过社会舆论对道德的干预由内化而起作用，即通过反复不断地对人们的行为做出是非、对错的评价，逐渐在人们头脑中形成一定的道德观念，进而成为人们控制自身行为的内在标准。企业文化本质上也是一种约束，它把人们观念各异的思想统一到企业共同的价值标准上，其发挥作用的过程与道德相同：企业文化通过营造价值一致的企业环境氛围，形成组织舆论，对违反企业价值观的行为进行干预，通过不断的是非、，对错的评判，使组织成员逐渐形成企业倡导的价值观念，成为他们自我约束的内在标准，进而变为自觉的行动。让员工自我约束是企业文化的本质，这与道德的本质是相同的，也是文化管理高于制度管理的标志所在。

2．认识文化管理具有道德属性的意义

把文化管理与道德约束相比较有助于认识企业文化的本质，扩展文化管理的视野，从社会道德规范的视角来看待企业文化在企业管理中的定位，而不是把企业文化看作是一般的企业道德问题。企业作为社会的一个微观环境，它也会像社会那样存在不同的管理层面，企业文化与企业制度有其各自的功能领域，二者不可混淆。因此，需要明确这样一种认识：忽视文化管理的企业存在管理上的重大缺失，它会形成企业制度之外领域的管理真空，从而忽视解决企业中的“人”这一根本问题，为企业发展留下隐患。

将企业文化看作是一种道德约束，就要把企业文化与企业管理的其它内容相区别，把文化管理的焦点聚集到企业员工的思想领域，重点放在统一员工的价值观念上，着力解决员工的归属感、主动性和创造性问题；着力解决企业发展中的凝聚力和生命力的问题。避免将文化管理泛化为一种普遍适用、无所不包的管理形式，澄清人们对企业文化的模糊认识。思想决定行为，有什么样的思想观念就会产生什么样的行为模式；企业要把员工的思想引导到实现企业目标的方向上来，通过价值理念渗透到日常工作中去。

将企业文化看作是一种道德约束，还要把文化管理与企业制度管理区别开来。企业制度的强制性(对行为的直接作用)与企业文化的自觉性(对行为的间接作用)是将二者区别的基本标志。在建设企业文化时，要把那些属于价值理念的内容与约束人们行为中带有硬性规定的内容相区别，厘清它们之间的界限。在加强企业制度建设的同时，完善企业文化建设，形成以行为约束为主和以思想约束为主两个层面的规范体系，二者互为依存，相互促进，把制度的强制性和文化的自觉性有机地结合起来。

3．企业文化建设是一项长期的工作

正像道德建设是一项长期的任务一样，企业文化建设也同样是企业的一项长期工作。企业文化不可能像制定制度、规则那样通过强制性来即时发挥作用，它需要有一个较长时期在员工头脑中形成价值观念的过程，这个过程需要企业不断的倡导和强化价值理念，这是文化管理的一个特殊要求。要想把企业的价值理念

变为员工的自觉行为，需要在企业员工中培养一种习惯，优秀不是一种行为而是一种习惯，有了这种习惯，员工的观念才能转化为自觉的行动。只有把企业文化作为一项长期任务来看待，才能避免将企业文化简单化的倾向，避免使企业文化流于形式，才能真正发挥企业文化的实际作用。（发布时间:2024-04-17）

**第三篇：美国企业文化具有哪些基本特色**

美国企业文化具有哪些基本特色

美国是现代管理的先行者，企业文化管理经验是其企业通过不断实践总结出来的，同时又应用于实际工作中，已取得了巨大的经济效益。美国历史学家戴维。美斯德在《国家的贫穷与富》一书中断言：“如果经济发展给了我们什么启示，那就是文化起举足轻重的作用。”美国企业文化的管理模式，成为各国学习和仿效对象。

一、尊重个人价值

美国是一个移民国家，他们的早期居民大多数是从欧洲各国迁移过来，这些移民来到一个陌生的环境，一切得从头开始，身边没有亲戚朋友的帮助，只能依靠个人奋斗，在生活的磨练下形成了美国人浓厚的个人主义色彩；另外美国本身只有不到300年的历史，他们是直接从奴隶社会进入到资本主义社会，没有经历过封建社会，因而他们的个性没有受到封建思想的束缚，又因资本主义制度提倡个人主义，使得美国人的个性在资本主义社会中得到了发展。

美国人的个人主义使得美国企业非常尊重员工的个性发展，崇尚个人自由，尊重个人价值。1997年，美国修订了原有的每周工作40小时的劳动法案，制定了弹性工作制度，为员工创造宽松的工作环境，企业充分信任员工的工作能力，相信员工能处理好自己的工作。据有关方面对美国33家企业的调查，采取“弹性工作制”后，企业员工的责任心更强了，工作效率更高了。

1960年，惠普确立了“相信任何人都能在工作中追求完美和创造性，只要赋予他们适宜的环境，他们一定能成功”的经营理论，“尊重每一位员工”是沃尔玛的三项基本信仰之一，公司通过各种途径来帮助员工发挥自己的潜力。计算机领域的蓝色巨人IBM把“尊重个人”作为他的核心价值观，在企业内部人人平等，公司里不设领导专用场所和设备，就连每个办公室和每张桌子都没有头衔标识。美国小企业管理局对20世纪巨大影响美国的65项发明进行了研究，发现它们基本上是由个人完成的。杰克。韦尔奇接任美国通用电气公司总裁后，推行全员决策，公司在决策讨论会上邀请那些没有参与过决策会的员工出席会议，听取员工的意见，因为员工对自己的工作要比老板清楚，这样做出的决策才有针对性，避免决策失误的发生。美国BHP炼油厂公司规定：管理人员不能随意对员工发号施令，管理人员需认真对待员工的意见，尊重每一个员工。

美国公司尊重个人价值还表现在激励机制上，美国公司会花大量的时间、人力和物力对员工进行知识和岗位能力的培训，提高员工的业务能力，并给员工搭建展示自己能力的平台。IBM公司一般会从自己公司里提升自己的员工，让员工有晋升的机会，从职务上给予激励。另外美国公司奖励往往针对个人而不是针对集体，他们相信员工有能力完成自己的工作，他们也要求员工明确自己的职责，对自己的工作负责，员工成绩突出，公司对员工个人给予奖励。美国企业将自己的股份分配给员工，让员工成为公司的主人，从而发挥员工的主人翁思想，提高员工的责任心和积极性，让员工和企业的命运息息相关。20世纪80年代美国企业经理人员典型的报酬是：企业的最上层管理人员每年拥有2.5万股购买权，中层管理人员每年拥有7500股购买权，下层管理人员每年拥有2024股购买权。微软公司到2024年为止公司有80%的员工拥有公司的认股权.成立于1971年的星巴克公司，经过三十年的奋斗，成为了全球最大的咖啡零售商，星巴克公司从1991年起允许员工通过折价购买公司的股票，并每年给满足公司条件的员工获得期权。美国幅克斯波罗公司的一位科研人员把研制的新产品给总经理看，总经理看后非常高兴，觉得应当当场给予奖励，可总经理当时身边无可奖之物，于是只好用一只香蕉来奖励员工，以后公司就用“金香蕉”来奖励该公司的杰出科研创新者。

美国公司尊重个人价值还表现在个人英雄主义上，美国的企业家被美国人当作“新美国英雄”崇拜，人们以这样的商业英雄为榜样，给予他们荣誉和高额的年薪，佳士拿汽车公司

总经理艾柯卡的年薪为1200万美元，而当时美国总统克林顿的年薪才20万美元。

二、支持冒险，激励创新

美国文化是移民文化，移民冒着风险从熟悉的环境来到陌生的地方，经常遇到新的事物和解决新的问题，他们需要打破常规，适应新的环境；他们要不断尝试，不断创新，从挫败中学习，从失败中总结，从成功中得到鼓励，从而形成了美国人的冒险精神和不断创新的精神。美国有众多的风险投资家就是一个最好的例证。丹麦哲学家哥尔科加德有句名言：“野鸭或许能被人驯服，但是一旦被驯服，野鸭就失去了它的野性，再也无法海阔天空地自由飞翔了”。美国公司就喜欢用这种具有“野鸭精神”的人，他们勇于冒险，不断创新。创新是美国企业精神的核心，在美国商界流行这样一句话：“要么创新，要么灭亡”，可见美国企业对创新的重视。在过去的50年中，美国无疑是世界技术创新的领袖。

19997年世界上最大的高新产品的出口国是美国，达到2580亿美元，比第二名日本多了1000亿美元。

微软公司是比尔。盖茨在1975年创建的，到2024年已有三十年的历史，在短短三十年的时间里，微软从一个默默无闻的小公司成长为全球最大的软件公司，比尔。盖茨成为了当今世界首富，微软公司的WINDOWS操作系统坐到操作系统王者的位置，并推动了整个计算机行业的发展，//收集/为人们普及计算机在软件方面发挥了重要的作用，微软为什么能有如此大的成就？，其最主要的原因是微软公司的员工不断创新，不断更新自己产品的质量和功能，使其产品在世界上是领跑者。美国明尼苏达矿业制造公司通常要投资约7%的年销售额用于产品研究和开发，企业为员工提供创新平台，并从机制、管理上给创新者提供时间和物质上的保障。

创新就免不了要犯错误和失败。从对过去20世纪40年来的创业投资统计来看，其成功概率仅为20%，这就要求企业允许创新者有失败。国际数据集团总裁麦戈文说：“在美国，它鼓励你去尝试做一些事情，即使你失败了，也会因为试过而获得荣誉”。美国通用公司曾经有2024万美元投资计划因不可预测的市场原因而导致失败，执行此次计划的人却得到了奖励，其经理的职务不降反升，人们大惑不解，通用公司的CEO韦尔奇道出了原因，那就是只要你的理由和方法是正确的，即使结果失败，也值得奖励。

不断创新使美国人抢占了许多科学技术的制高点。美国一直对科学技术的发展比较重视，他们每年投入大量的人力和物力来开发新的技术并应用于企业的生产中，从而转化为生产力，并依靠其技术优势制定行业技术标准，从而获取高额利润。美国从20世纪50年代以来，在计算机领域的投入比较大，其投资额是美国在原子弹上投入的十倍，美国大量的投入和不断创新使其在计算机领域处于世界的前沿，造就了一批计算机领域的巨型公司，如IBM、戴尔、微软等。微软公司非常注重对科研的投入，仅在2024年，微软公司投入科研经费就高达50亿美元。

**第四篇：美国企业文化具有哪些基本特色**

美国企业文化具有哪些基本特色

来源：考试大2024/1/22【考试大：中国教育考试第一门户】模拟考场视频课程字号:T T

美国是现代管理的先行者，企业文化管理经验是其企业通过不断实践总结出来的，同时又应用于实际工作中，已取得了巨大的经济效益。美国历史学家戴维。美斯德在《国家的贫穷与富》一书中断言：“如果经济发展给了我们什么启示，那就是文化起举足轻重的作用。”美国企业文化的管理模式，成为各国学习和仿效对象。

一、尊重个人价值

美国是一个移民国家，他们的早期居民大多数是从欧洲各国迁移过来，这些移民来到一个陌生的环境，一切得从头开始，身边没有亲戚朋友的帮助，只能依靠个人奋斗，在生活的磨练下形成了美国人浓厚的个人主义色彩；另外美国本身只有不到300年的历史，他们是直接从奴隶社会进入到资本主义社会，没有经历过封建社会，因而他们的个性没有受到封建思想的束缚，又因资本主义制度提倡个人主义，使得美国人的个性在资本主义社会中得到了发展。美国人的个人主义使得美国企业非常尊重员工的个性发展，崇尚个人自由，尊重个人价值。1997年，美国修订了原有的每周工作40小时的劳动法案，制定了弹性工作制度，为员工创造宽松的工作环境，企业充分信任员工的工作能力，相信员工能处理好自己的工作。据有关方面对美国33家企业的调查，采取“弹性工作制”后，企业员工的责任心更强了，工作效率更高了。

1960年，惠普确立了“相信任何人都能在工作中追求完美和创造性，只要赋予他们适宜的环境，他们一定能成功”的经营理论，“尊重每一位员工”是沃尔玛的三项基本信仰之一，公司通过各种途径来帮助员工发挥自己的潜力。计算机领域的蓝色巨人IBM把“尊重个人”作为他的核心价值观，在企业内部人人平等，公司里不设领导专用场所和设备，就连每个办公室和每张桌子都没有头衔标识。美国小企业管理局对20世纪巨大影响美国的65项发明进行了研究，发现它们基本上是由个人完成的。杰克。韦尔奇接任美国通用电气公司总裁后，推行全员决策，公司在决策讨论会上邀请那些没有参与过决策会的员工出席会议，听取员工的意见，因为员工对自己的工作要比老板清楚，这样做出的决策才有针对性，避免决策失误的发生。美国BHP炼油厂公司规定：管理人员不能随意对员工发号施令，管理人员需认真对待员工的意见，尊重每一个员工。

美国公司尊重个人价值还表现在激励机制上，美国公司会花大量的时间、人力和物力对员工进行知识和岗位能力的培训，提高员工的业务能力，并给员工搭建展示自己能力的平台。IBM公司一般会从自己公司里提升自己的员工，让员工有晋升的机会，从职务上给予激励。另外美国公司奖励往往针对个人而不是针对集体，他们相信员工有能力完成自己的工作，他们也要求员工明确自己的职责，对自己的工作负责，员工成绩突出，公司对员工个人给予奖励。美国企业将自己的股份分配给员工，让员工成为公司的主人，从而发挥员工的主人翁思想，提高员工的责任心和积极性，让员工和企业的命运息息相关。20世纪80年代美国企业经理人员典型的报酬是：企业的最上层管理人员每年拥有2.5万股购买权，中层管理人员每年拥有7500股购买权，下层管理人员每年拥有2024股购买权。微软公司到2024年为止公

司有80%的员工拥有公司的认股权.成立于1971年的星巴克公司，经过三十年的奋斗，成为了全球最大的咖啡零售商，星巴克公司从1991年起允许员工通过折价购买公司的股票，并每年给满足公司条件的员工获得期权。美国幅克斯波罗公司的一位科研人员把研制的新产品给总经理看，总经理看后非常高兴，觉得应当当场给予奖励，可总经理当时身边无可奖之物，于是只好用一只香蕉来奖励员工，以后公司就用“金香蕉”来奖励该公司的杰出科研创新者。

美国公司尊重个人价值还表现在个人英雄主义上，美国的企业家被美国人当作“新美国英雄”崇拜，人们以这样的商业英雄为榜样，给予他们荣誉和高额的年薪，佳士拿汽车公司总经理艾柯卡的年薪为1200万美元，而当时美国总统克林顿的年薪才20万美元。

二、支持冒险，激励创新

美国文化是移民文化，移民冒着风险从熟悉的环境来到陌生的地方，经常遇到新的事物和解决新的问题，他们需要打破常规，适应新的环境；他们要不断尝试，不断创新，从挫败中学习，从失败中总结，从成功中得到鼓励，从而形成了美国人的冒险精神和不断创新的精神。美国有众多的风险投资家就是一个最好的例证。丹麦哲学家哥尔科加德有句名言：“野鸭或许能被人驯服，但是一旦被驯服，野鸭就失去了它的野性，再也无法海阔天空地自由飞翔了”。美国公司就喜欢用这种具有“野鸭精神”的人，他们勇于冒险，不断创新。

创新是美国企业精神的核心，在美国商界流行这样一句话：“要么创新，要么灭亡”，可见美国企业对创新的重视。在过去的50年中，美国无疑是世界技术创新的领袖。1997年世界上最大的高新产品的出口国是美国，达到2580亿美元，比第二名日本多了1000亿美元。微软公司是比尔。盖茨在1975年创建的，到2024年已有三十年的历史，在短短三十年的时间里，微软从一个默默无闻的小公司成长为全球最大的软件公司，比尔。盖茨成为了当今世界首富，微软公司的WINDOWS操作系统坐到操作系统王者的位置，并推动了整个计算机行业的发展，/考试大/收集/为人们普及计算机在软件方面发挥了重要的作用，微软为什么能有如此大的成就？，其最主要的原因是微软公司的员工不断创新，不断更新自己产品的质量和功能，使其产品在世界上是领跑者。美国明尼苏达矿业制造公司通常要投资约7%的年销售额用于产品研究和开发，企业为员工提供创新平台，并从机制、管理上给创新者提供时间和物质上的保障。

创新就免不了要犯错误和失败。从对过去20世纪40年来的创业投资统计来看，其成功概率仅为20%，这就要求企业允许创新者有失败。国际数据集团总裁麦戈文说：“在美国，它鼓励你去尝试做一些事情，即使你失败了，也会因为试过而获得荣誉”。美国通用公司曾经有2024万美元投资计划因不可预测的市场原因而导致失败，执行此次计划的人却得到了奖励，其经理的职务不降反升，人们大惑不解，通用公司的CEO韦尔奇道出了原因，那就是只要你的理由和方法是正确的，即使结果失败，也值得奖励。

不断创新使美国人抢占了许多科学技术的制高点。美国一直对科学技术的发展比较重视，他们每年投入大量的人力和物力来开发新的技术并应用于企业的生产中，从而转化为生产力，并依靠其技术优势制定行业技术标准，从而获取高额利润。美国从20世纪50年代以来，在计算机领域的投入比较大，其投资额是美国在原子弹上投入的十倍，美国大量的投入和不断创新使其在计算机领域处于世界的前沿，造就了一批计算机领域的巨型公司，如IBM、戴尔、微软等。微软公司非常注重对科研的投入，仅在2024年，微软公司投入科研经费就高达50亿美元。

三、务实精神

由移民文化组成的美国民族文化，融合了世界各民族文化，形成了美国实用主义哲学，美

国实用主义哲学培育了美国人的务实精神，认为“有用就是真理”，注重实际效果，少有形式主义，上级与下级沟通直接，表达意见明确。

惠普公司的员工可以直截了当地表达自己的观点，甚至越级反映问题，而惠普公司的高层会及时处理这些问题。在约翰。扬任惠普总裁后期，有的员工直接向公司的创始人帕卡德反映公司领导的官僚作风，帕卡德及时解决了这个问题，约翰。/考试大/收集/扬也主动提出退位。美国丹纳公司总裁麦克佛森上任就废止了公司厚达22.5英寸的公司政策和法规汇编，只用几百字的经营申明来替代。美国的企业一般以工作业绩来评定员工，不太看重员工的学历和资历，所以在美国公司经常看到年轻的管理者，他们年纪轻轻却拥有骄人的成绩。美国的务实精神导致他们喜欢用数量来评价事物，关心效益指标，为了获得最高效率，员工拼命工作，相互竞争，竞争在美国社会无处不在，由个人之间的竞争到企业之间的竞争，激烈的竞争使美国公司的员工工作卖力，微软公司老板比尔。盖茨就是一个工作狂，他每周工作7天，每天休息五、六个小时，在老板的带动下，微软公司员工也处于长时间的工作状况。

四、顾客至上

顾客是企业的衣食父母，企业所生产的产品，必须要经过消费者的购买才能实现利润，美国政府和各州政府制定政策和法规来保护消费者的利益，各州政府每年用于质量监督的费用约占预算的四分之一左右，形成美国健全的质量保障体系。美国一家研究机构的调查显示：“服务好的企业的商品价格要高出9%，其市场占有率每年增加6%，服务差的企业市场占有率每年降低2%.在接受调查者中有91%的人表示不想再光顾服务不好的公司，并且他们会向90%的同事宣传他们的印象和感受”。美国公司采用顾客至上的经营理念，他们努力提高自己产品的质量、功能和服务，使消费者满意他们的产品并购买他们的产品。

沃尔玛公司制定了“10步服务”制度，只要在员工10步范围内的顾客，员工必须看着顾客的眼睛，并主动询问是否需要帮助，他们在销售产品时低价出售，让利于消费者，“为顾客节省每一分钱”是沃尔玛公司经营的理念。IBM公司通常要求员工在接到顾客请求一小时内派人去为顾客服务，必须在24小时内解决顾客的问题或者给顾客一个满意的答复。美国多米诺比萨饼公司要求在30分钟内将比萨饼送到顾客手中。麦当劳是美国一家快餐店，其实行标准化服务，对产品质量进行严格控制，麦当劳公司规定出炉的大汉堡包，若在10分钟内没有卖出去，以及法式土豆炸好后7分钟没有售出，都不能卖给顾客，必须被倒掉。1984年成立的戴尔公司，仅仅用了20年的时间就发展成为半导体行业的第二大公司，其2024年的销售额突破400亿美元。是什么原因使戴尔公司发展如此迅速呢？我们从戴尔公司的核心理念中可以得出结论，戴尔公司的核心理念是：“直接销售，压缩库存，与客户结盟”。有一次，有人问迈克尔。/考试大/收集/戴尔：“在戴尔公司的成长中，什么是最有价值的？”迈克尔。戴尔的答案是：客户。戴尔公司要求员工要倾听客户需求，视顾客为老板，满足顾客的意愿。戴尔公司以直销模式销售电脑，公司接到顾客所需电脑配置的要求后，马上组成人员进行组装，以便向顾客提供性价比高的产品。

五、制度大于人情

为了便于管理自己的企业，使企业的工作秩序有条不紊地进行，美国企业制定了科学的管理制度和严格的工作标准，对员工的工作内容进行规定，分工精细，职责明确。如美国通用电气公司实现规范化管理和规范化的工作，细到对员工放置生产工具都有明确规定。

公司管理人员在实施制度时，依章办事，不太讲究情感和面子。如美国企业的员工采用“合同雇用制”，企业会根据实际生产情况来决定雇佣工人或解雇工人，人与人的关系是契约关系，而不讲究人与人之间的情面。

成立于20世纪60年代的英特尔公司依靠铁的纪律和规范化的制度渡过了许多企业发展难关，/考试大/收集/发展成为今天半导体行业的龙头，2024年3月底，英特尔公司市场价值达到了2024亿美元。美国通用公司每年对所有的员工打分，选出20%的最好员工，选出10%的最差员工，排在末位的10%员工通常会被立即解雇。

但是，美国企业文化也存在一些弊端，如他们强调个人，对集体不够重视，不利于发挥团队合作精神，不过，现在的美国企业也意识到这一点，正在通过一些措施来改变这种状况。

**第五篇：如何构建具有特色的企业文化**

如何构建具有特色的企业文化

摘要：本文探讨了企业文化的内涵及国有工程公司企业文化建设的重要性，分析了国有工程公司如何构建具有特色的企业文化，并就国有工程公司企业文化建设提出若干建议和看法。

关键词：企业文化 国有工程公司 文化建设

企业文化是以企业的价值体系为基础，与企业的管理哲学、管理行为产生紧密的联系的观念形态。美国著名管理学家沙因在《企业文化生存指南》中明确提出：“大量案例证明，在企业发展的不同阶段，企业文化再造是推动企业前进的源动力，企业文化是核心竞争力。”

一、建设目标

国有工程公司企业文化的总体建设目标是统一认识，加强企业文化氛围和员工队伍建设，进而增强企业核心竞争力，提升企业形象和认同度。

通过确立国有工程公司的核心价值观，引导员工的价值取向，当员工价值取向与企业的核心价值观趋于一致时，可以形成企业发展的强大助推力，促进企业良性发展，此时，统一公司员工思想认识和文化理念，营造一种特殊的文化氛围，逐渐形成具有特色的企业物质、行为、制度、精神文化。成功的企业文化，对外象征着企业认同度，对内具有强大凝聚力和感召力。

二、构建要点

1.企业物质文化建设

企业物质文化作为企业文化的重要组成部分，以物质为形态，受到企业精神文化和行为文化双重影响，是人们感受企业文化存在的外在形式，是社会形象生动评价企业总体文化的起点。人们的观念随着时代的变迁而不断变化，在塑造企业物质文化的过程中，应当紧跟时代步伐，用发展的眼光来塑造企业物质文化。

与传统企业相比，国有工程公司属于科技型企业，企业产品多为技术开发、技术咨询、技术服务等。推进国有工程公司物质文化建设应以产品为载体，注重产品质量，加大开发具有自主知识产权的专利、技术，应以良好的信誉和形象着力打造产品文化、品牌文化，此外，企业标识是企业物质文化的体现，国有工程公司可通过独具特色的企业标识简洁、直观地反映企业风格，赢得顾客。

2.企业行为文化建设

国有工程公司行为文化建设，应立足于历史与现状，通过研究分析公司发展历程、运行机制、人员组成等方面，对优良行为文化传统加以继承发扬，同时学习国内外企业行为文化的优势，联系自身实际，取长补短。行为文化涵盖行为的各个方面，构建企业行为文化建设，应形成企业内部行为规范和外部行为规范，如企业内部规章制度、外部营销规范等，同时完善行为规范细节，注重培养行为习惯，细节最能体现职业修养和职业素养。通过塑造员工的行为，让员工自觉认同，自愿遵守公司文化，是企业行为文化建设的关键所在。

3.企业制度文化建设

制度作为一种文化，与传统概念上的文化有所不同，制度是有形的，通常以规章、条例、规定、标准等形式体现出来。日常工作中，人们对制度的反应，通常是一种被管理，被约束，即所谓在条条框框里做事。从制度文化的角度来看，这种现象很不正常，对企业的发展也十分不利。制度文化是在有形的制度中渗透的文化，通过有形的制度载体表现出无形的文化。将抽象的精神文化糅合融入制度，会加速员工对制度的认同过程，进而形成企业的制度文化。

国有工程公司在建设企业制度文化时，应贯彻“以人为本”的原则，尊重人、理解人、关心人；充分贯彻价值观念的原则，发挥价值观的导向功能；让制度得到员工充分认同，并充分遵守，从而形成制度文化。当行之有效的企业制度逐渐成为一种优秀的制度文化时，企业就获得了长期健康发展的生命力。

4.企业精神文化建设

国有工程公司培养企业精神，应从民族文化精华、企业历史传统、企业家和员工的精神元素中开发，应建立在制度文化和行为文化的基础之上。理念是行动的指南，企业精神文化建设需要与时俱进，不断丰富发展公司理念。在企业价值理念的整合中，如何充分发掘企业家的思想资源，使企业家的优秀思想成果成为企业的共同财富，实现企业家理念与企业理念的完善结合，这是我们企业精神文化整合工作事关成败的关键。细化了说，以公司核心理念为指导，构建多层次的企业精神文化，要从单位具体实际出发，研究确立具体的生产经营管理理念，总结形成具有凝聚力的公司精神，要突出人本思想，以人为本，将人的因素放在首位，重视调动职工工作积极性和主观能动性。

三、结论与展望

第一，企业文化建设是一项系统性的长期工程，企业文化切实有效地落地需要企业进行周密地计划和安排，有步骤、有方法、有条理地将企业文化逐步落实到位。

第二，国有工程公司构建企业文化应从物质文化建设、行为文化建设、制度文化建设、精神文化建设四方面开展。

企业文化建设是增强企业核心竞争力的关键所在，国有工程公司应加大建设力度，通过企业文化和企业理念的营造，凝聚和激励全体员工，从而促进企业经营业绩和经济效益有效增长。

参考文献

[1]魏杰.企业文化塑造――企业生命常青藤[M].中国发展出版社，2024

[2]谭伟东.西方企业文化纵横[M].北京大学出版社，2024

[3]任志宏，张晓霞，黄华等[M].企业文化经济科学出版社，2024：171-172

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！