

上海S贸易有限公司企业文化建设研究

目 录

摘 要	I II
Abstract	错误!未定义书签。
引言	错误!未定义书签。
一、企业文化建设的重要性	1
(一) 引导员工的言行	1
(二) 提高企业凝聚力	2
(三) 组织整体目标	2
二、上海S贸易有限公司企业文化建设现状	3
(一) 企业文化发展概况	3
(二) 企业文化建设的主要内容	4
(三) 企业文化建设的成效	5
三、上海S贸易有限公司企业文化建设中存在的问题	6
(一) 企业文化建设体系不完善	6
(二) 企业文化建设缺乏系统理念	7
(三) 企业文化建设措施形式化	7
(四) 领导不重视企业文化建设	7
四、促进以企业文化提高上海S贸易有限公司生产效率的对策	8
(一) 构建系统的企业文化建设体系	8
(二) 坚持整体性，统一建设目标	9
(三) 将企业文化建设具体化	9
(四) 让企业文化真正受到重视	9
结论	11

参 考 文 献 12

摘 要

在现阶段国民经济生活水平不断提高的大环境中，企业之间竞争加剧，企业为了实现自身综合实力增强，各种各样促进企业管理的手段与模式层出不穷，优化企业文化这一新型管理模式，逐步引起了我国企业极大重视，更有一些企业想通过优化企业文化，提高综合管理水平。但同时也需要注意到企业文化是一项系统性工程，许多公司由于管理人员知识水平不够，因而在文化创设上心有余而力不足。为此，本论文以上海 S 贸易有限公司企业文化建设为研究对象，从公司当前的管理制度的各个方面展开调查研究，对公司的企业文化建设进行深入分析，挖掘出该公司企业文化建设的不足之处。最后提出了应对措施来推动改企业文化建设，同时也给同行业的企业以理论借鉴。

关键词：企业文化建设；体系；制度

进入21世纪，我国企业文化建设的发展迎来了新的发展浪潮。随着大型企业的蓬勃发展，学术界针对企业文化的理论和研究也越来越多。在我国企业文化建设的进程中，思考如何结合我国的实际情况，合理构建适合自身企业发展的企业文化，要完成这一任务就需要结合多学科的知识。然而在实践中，许多企业的文化建设还停留在表象层面，并没有进行与之相适应的文化活动。在我国的企业文化建设中，很多企业的文化建设浮于表面，而忽略了对企业文化进行深层次的研究与探索，致使企业文化与现实的需要发生脱节，从而产生了与公司发展战略不相适应的问题。

伴随着上海S 贸易有限公司业务的扩张，分部与总部面对的人文环境和商业环境存在着巨大的差异，文化换了土壤还能不能生长，怎样在保留文化本质的基础上促进文化个性化发展等都是亟待解决的问题。本文针对 S 贸易公司责任文化的建设效果与不足之处，探寻问题的根源，推动其企业文化建设与优化。

一、企业文化建设的重要性

企业文化理论一经提出就被行家们、学者们对此作过广泛而又深刻的探讨和定义，由于所处环境的差异，角度的差异、各有侧重和专家、学者们对此认识不一，解读各异，迄今尚无公认的定义。国外学者特伦斯●迪尔认为，艾伦●肯尼迪的《企业文化》一书中，企业文化包括价值观，企业礼仪等、企业环境及其他因素的组成，文化网络和英雄人物五个要素，国内学者韩文娟提出，企业文化是一种融合文化，在企业的运营过程中逐渐诞生，体现着企业的核心价值观。综合各方面观点，该研究认为，企业文化是企业进行生产和管理的过程，逐渐形成并被企业中每一位员工遵循和认可的价值理念，代表企业核心价值，它是企业全体人员的精神支柱，它体现了企业的经营理念和行为准则，是企业持续发展和壮大的动力源泉。

(一) 引导员工的言行

企业文化引导员工采取符合组织期望的言行。企业家独特的经营哲学或提倡

的企业家精神、个人领导风格等决定了决策方向和经营管理模式；员工认同企业提出的价值主张，在企业日常生产经营管理中采取符合组织预期的行为，从而实现个人价值主张和企业价值主张的同频共振、有机统一。企业文化中的制度文化、行为文化是由规章制度、实施细则、管理办法等硬性规定、刚性约束升华而来，以一种无形的形式明确哪些不能做、哪些能做、哪些必须做、哪些行为是组织提倡的、哪些行为是组织反对的，通过这些软文化、硬规定调节和约束员工言行，以更好地符合和达到组织的预期。

(二) 提高企业凝聚力

企业文化通过所倡导的价值理念、精神追求、行为方式等无形的强大力量来沟通企业内部成员的思想，使企业成员对企业经营管理等产生认同，并从认同中提升对企业的获得感、幸福感、自豪感、安全感，并循环往复，内生出推动企业持续健康高质量发展的凝聚力、向心力。蕴藏在企业文化中的人本理念使企业成员自发形成一种符合组织预期的行为动机过程，这种企业文化软激励胜过任何一种组织行政命令，使员工获得极大的心理和精神满足，产生主人翁意识，并自愿内生动力为企业的发展攻坚克难、甘于奉献、勇于胜利。

(三) 组织整体目标

由于不同职工的价值追求、成长经历、专业背景、脾气习性等并不相同，公司之间、部门之间、员工之间都无法避免地产生一些不利于组织整体目标、长远目标的矛盾和冲突，这个时候就需要无形的企业文化来进行“非正式”调节和化解，降低或减少内耗。企业与国家宏观政策背景、行业中观发展环境、上下游客户之间也会存在不协调、不适应之处，也需要企业文化进行调整和适应，从而实现产业链各方利润最大化。

二、上海S 贸易有限公司企业文化建设现状

上海S 贸易有限公司是一家从事销售百货，针纺织品，服装等业务的公司，成立于2010年08月02日，公司坐落在上海市，详细地址为：上海市松江区车墩镇北松公路；企业的经营范围为：销售日用百货，针纺织品，服装，工艺礼品，陶瓷制品，箱包皮具，电子产品，机械设备，纸制品，塑料制品，家居用品。是当地成立较早、规模较大的贸易企业。S 贸易公司根据对未来市场发展和技术发展趋势的综合分析，坚持“以技术为中心，服务为基础”的经营理念，不断加强人工智能、云服务、大数据等领域的服务，奠定了行业的领先地位。

目前S 贸易公司在职人数为126人，其中销售人数占57%，公司组织结构见下图：

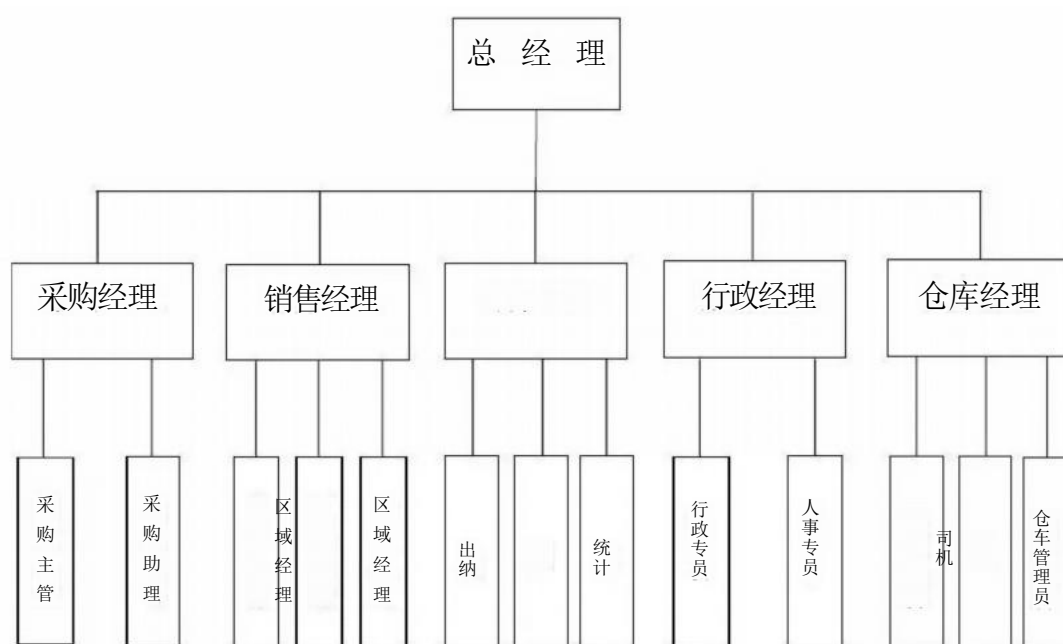


图 1 上海S贸易有限公司组织结构图

(一) 企业文化发展概况

S贸易公司经过了十几年的发展，使产品从单一供给走向多元化市场供给，它的企业文化是与时俱进的，现已形成较为完整的企业文化体系。

2012年伊始，S 贸易公司从上到下全面启动了“满足用户需求”的第一概念，并且经过多次的训练和宣发，使思想舆论氛围更积极，更好。通过不懈努力，用

户满意项目成效显著, 获得可喜成效。在此基础上 S 贸易公司打造全面的创新规划、人本管理规划等、全球运营规划平台等。所谓“创新”, 就是集成创新规划的科技, 管理、机制三方面地创新, 重视质量, 精益求精, 并且有志于打造自主新品牌和深化改革。全球经营工程不仅需要“引进”好的经验, 还要“走出”一条属于自己独特的路。引进合作创新的概念, 使产品, 资源、融资要走向国门, 这种引进和走出可以很好的增强其国际竞争力。人本管理工程致力于为公司培养出一批批优秀的人才, 确保企业人才质量, 给企业源源不断地增添了新鲜的生机。

2018年中期S贸易公司确立中长期发展战略定位, 并在此基础上, 2019年年中, 以“创新”为核心的新愿景、使命和价值观应运而生。同时, 考虑到企业现在60%以上的员工是80后, 新的愿景、使命和价值观用更年轻化的语言, 传递企业的企业文化。

2021年6月15日, S 贸易公司发布全新企业标识, 并树立“引领绿色科技、逐梦精彩出行”的全新企业愿景和使命。

(二) 企业文化建设的主要内容

1. 物质文化

办公平台建设。公司使用比较先进的 OA 管理流程及产品管理系统流程, 包括向雇员出差休假、客户和工程, 供应商和销售渠道均得到了管理, 以及产品管理系统, 能为整合产品线, 设计新品, 投资新品, 增强产品竞争力等方面作了系统设计。公司使用这两种办公平台切实提升企业工作效率。

办公环境建设。现有员工100多人, 公司按企业人员大小开食堂, 并且给职工配齐了丰盛的饭菜, 给职工免费提供住宿条件并配床位、柜子、书桌之类的器具, 为职工排忧解难, 能使职工更一心扑在工作上; 多用于产品包装。S 贸易公司也更加注重对企业产品的推广, 从事外贸尤其如此, 因此, 包装的质量也为国外顾客所看重, 企业采购版权、设计包装, 为了使公司产品更好地走向世界。

2. 行为文化

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。
如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/48811512600007003>