# 公司组织行为论文范文(通用9篇)

来源：网络 作者：青灯古佛 更新时间：2024-12-05

*公司组织行为论文范文 第一篇>【摘要】论文就组织行为学的基本概念展开分析，探讨组织行为学对企业发展的具体措施，采取多样化的管理技术和管理模式使企业健康发展，推进企业在市场竞争中处于长期有利地位，使企业长期健康发展。>【关键词】组织行为学；企...*

**公司组织行为论文范文 第一篇**

>【摘要】

论文就组织行为学的基本概念展开分析，探讨组织行为学对企业发展的具体措施，采取多样化的管理技术和管理模式使企业健康发展，推进企业在市场竞争中处于长期有利地位，使企业长期健康发展。

>【关键词】

组织行为学；企业；激励；人力资源管理

>1.组织行为学

组织行为学，就是系统地研究人在组织中所表现的行为和态度的学科，指导管理活动中的个体和群体行为和组织行为，它研究组织中人的心理、行为表现及客观规律。目的是提高管理人员预知预测、引导、控制人的行为能力，实现组织既定目标的科学化。随着社会的发展，组织行为学越来越受到人们的重视。

>2.企业应用组织行为学的必要性

所有企业的发展除考虑人才状况、行业特征、资金状况、产品特点外，还必须兼顾企业内部、外部环境。企业内部环境必需及时适应外部市场环境的改变，而企业要实现可持续发展目标即长期盈利，必须实现外部环境与内部环境的协调互动。企业在发展中要受到瞬息万变的市场环境变化及国内国际整体的经济形势变动影响，如质量等级、价格变化、人力资源状况、环保要求等，在復杂多变的环境中，企业要实现发展只有注重对人的开发，因为人是第一生产力，是企业发展第一要务，是最重要的因素，发挥企业内部的人才潜能和优势，才能提高企业发展绩效。

企业人力资源管理的第一要素是“人”，企业管理的重要问题就是如何最大限度地发挥人的价值以及人的`潜能，即主观能动性，从而实现企业的可持续发展。而职工个人在工作实践中会遇到各类现实性问题，如企业可控制的工作环境、各种福利、休假等，甚至企业不可控的，如子女入学、就医需求等，这些都会进一步影响职工的需求和对工作的态度。因此，企业人力资源管理需要进一步明确职工个人的实际需求，主要是企业的可控制需求。

>3.组织行为学在企业管理中的应用策略

提高职工工作满意度，创新组织行为学激励机制

社会中的任何企业都是由人组成的，任何企业都离不开管理，管理的核心在于人，企业的生命力来自于企业中每一个员工的热忱，“人”是企业最主要因素，从职工的发展实际出发对职工的业绩、行为进行激励，引导职工的思想行为、开发职工的潜能。积极的组织行为学，即通过肯定职工的工作行为、业绩，充分调动职工的积极性和主动性，提高其企业荣誉感和满足感，保证实现其最基本的权益需求。

企业在激励机制的设计时要以人为中心，充分调动人的积极性、主动性、创造性。从职工的实际工作出发，提高职工的工作满意度。管理人员还可以通过有效的规定和科学、合理的管理模式，对每个制度规定提前进行细致化的研究，多想些可能的情况，当发现问题时及时纠正解决制度出现的缺陷，目的是提高企业的管理水平以及效果。人是一切管理活动的主体，是最重要的因素，现代化的企业管理，最重要的是对人的管理。企业必须建立以人为中心，而不是以工作任务为中心的管理制度，现代企业的发展告诉我们，科学技术越发展，越要重视人的因素。企业管理人员应关心职工，从小事做起，采取奖惩制度，激励引导等。企业要获得发展，应使职工的自我价值得到充分体现，将企业的发展同职工的追求融为一体，使企业与职工的发展方向达成一致，形成统一的奋斗目标。

同时，企业在激励机制的建立中要把握机制的动态化发展，充分留出激励机制变动的空间，根据企业内外部情况做出适应性的变化，定期修改。激励机制的建立要综合考虑各种因素，既突破传统模式的束缚，又在创新上注重对职工实际情况的考虑，最终实现企业整体性的发展目标。制度的建立要先讨论、发布，再执行。

在组织行为学理论的指导下，采取科学合理的激励措施，建立适合企业发展的制度，形成企业文化，促进企业和职工的发展，如首钢公司“开拓进取、当家作主、顽强拼搏”的“首钢精神”；攀钢公司“艰苦奋斗、勇攀高峰”的“攀钢精神”；第一汽车制造厂“争第一、创新业”的“一汽精神”。这些精神都是这一思想在企业实际当中的应用。

落实组织行为学理念，完善人力资源管理制度

人力资源管理制度是企业对人力资源管理的具体性安排，企业要在复杂的市场经济环境中立于不败之地，就需要有一套科学的管理制度，即企业标准化体系，如职业素质标准，岗位职责标准，岗位考评标准，人力资源管理、生产管理、设备管理、财务管理等方面的标准等。组织行为学的相关理论成果正好可以指导企业人力资源管理制度的建立，将其理念融入企业人力资源管理制度中并加强落实，提高管理的效果。另外，应认真执行制度，做到制度面前人人平等，不搞特殊化，同时强调对职工个体积极心理、合理需求以及能力的开发与培养。

**公司组织行为论文范文 第二篇**

>摘要：

企业文化通过影响企业氛围提高员工产出，统一的价值观降低企业内耗、共同的行为方式产生协同效应从而提高企业绩效。大力培育员工的使命感、不断改进丰富企业文化、重视员工参与性是当前企业文化建设必须重视的问题。

>关键词：

企业文化 影响方式 企业绩效

企业文化是一种具有强大效应和辐射作用的管理要素，具有顽强的生命力和巨大的影响力，它通过对员工价值观的影响作用于员工的心理状态和工作行为，从而影响企业的整体效益，最终决定企业未来的命运和长远前景，是一种成本低廉、潜力巨大、作用广泛的软性生产力。当前背景下深入探讨企业文化的作用，对于提高企业绩效具有深远的意义。

>一、企业文化的内涵

企业文化是组织文化的一种，它是指某一企业内全体成员共同信奉和遵循的价值观，是促使企业全体员工拥有共同的工作态度和行为的基本信念、认知和一系列规则，是一个随内外部环境变化而不断变化的动态过程。从本质上来说，企业文化是发生并作用于企业范围内的由一定的社会存在决定的某种特定的社会意识，集中反映出某个特定企业在经营管理方面的核心理念。企业绩效包括管理效率和经济效益两个部分，是企业在特定时期内完成预期目标的程度，包括数量指标、质量指标、效率高低及盈亏情况等，企业文化和企业绩效二者之间存在着密切的关系。

>二、企业文化对企业绩效的影响

(1)通过影响企业氛围提高员工产出

企业文化会对企业氛围产生影响，企业氛围可以分为两种，一种是恶性的企业氛围，一种是良性的企业氛围。在恶性的企业氛围里，员工会产生强烈的疲倦、孤独、愤怒等负面情绪，从而影响员工的精神、心理以及生理状态，一定程度上降低员工劳动生产的积极性。如果负面情绪过多，员工不但不能发挥个人的潜能，而且还会使得个体的产能水\*降低到正常水\*之下。而良性的企业氛围有益于在员工中营造出一种舒适、愉悦、积极的轻松氛围，让他们怀着一种兴奋的心态来工作。在这种轻松而简单的氛围内，企业内的员工不需要花费大量的时间和精力去应付和解决各种复杂而不良的人际关系，这种舒心的工作环境会使企业成员时时感受到企业的关怀与鼓励，在这样的企业中员工没有人际压力，可以全身心的投入到工作中，产生较高的工作绩效。

(2)通过统一的价值观降低企业内耗

从哲学的角度讲，企业文化是一种价值观，但这个价值观和每个个体所拥有的千差万别的个体价值观不同，它是一种共同的价值观。这种统一的价值观对每个员工的个人理念及其对事物的判断、认知，对不同员工看待问题的出发点、理解问题的角度与采用的方法起着根本的、决定性的作用。事实上，由于多种因素的共同影响，不同的价值观会对员工的心理、行为产生不同的结果。消极、扭曲、自私的价值观会在员工的内心深处产生阴暗、灰色的心理感受，从而增加员工的无形压力、加深员工之间以及普通员工和上级之间的误解、加剧各种矛盾的冲突，最终会造成员工宝贵的时间和精力的消耗。而积极、向上、正确的价值观可以将员工的正气、个体潜在的良好人性极大地激发出来，促使员工以客观、积极的心态看待和处理自己身处的环境和面临的各种压力，避免耗费更多的时间、经历和感情，以便集中精力投身于企业的生产中，从而对提高企业绩效产生积极的影响。

(3)通过共同的行为方式产生协同效应

企业文化的出发点是培育企业员工拥有共同的价值观，落脚点是在正确价值观的基础上表现出友善、积极、努力、顽强的人际行为和工作方法。现代心理学证明，员工个体行为与企业整体行为方式之间的差异是员工人际压力产生的重要原因，换句话说就是，优秀企业文化造就的是员工良好的行为方式，这种良好的行为互动可以大大减弱或消除员工的人际压力感。相反，不良的企业文化则会使员工具有各种不良的行为方式，使员工之间以及员工和上级之间产生隔阂和冲突，加大员工的人际压力并给彼此造成不应有的伤害。人际压力的广泛存在会在很大程度上给企业的协同效应带来不利的影响。现代企业理论指出，企业是多种要素的重新组合，其存在的目的是为了充分发挥不同要素整合后产生的“1+1>2”的整合效应，是为了使这种要素“取长补短”耦合共进，如果有人际冲突现象在企业中大量存在，则企业预期的协同效应就会大打折扣，从而降低企业绩效。

>三、促进企业文化建设的建议

(1)大力培育员工的使命感

企业文化具有多重属性，而其中企业文化的使命感对企业绩效的影响最为突出，因而企业着手进行企业文化建设的过程中要十分注意对企业文化使命感的塑造。构建使命感的关键是要充分重视对企业文化一致性的培育，因为文化一致性能够把员工紧密地凝聚在企业的战略目标之下，提高企业成员对企业这个整体的认同程度。当企业面临重大危机和巨大困难的时候，仅靠几条规章制度是无法使企业摆脱危机的，关键时刻只能依靠员工的自觉和对企业的认同感，向心力能够紧密将员工凝聚在一起，让员工自觉地为企业付出和奋斗。

(2)不断改进丰富企业文化

企业文化对企业绩效具有巨大的影响，但企业文化并不是一成不变的，当环境发生变化企业文化决不能停滞不前而必须主动应变，否则就会成为阻碍企业绩效提升的拦路虎和绊脚石。企业管理的很多案例证明，一部分原本表现优秀的企业最终在激烈的竞争中被淘汰出局，往往是因为这部分企业的管理文化落后于内外部环境的变化，企业文化从绩效管理的发动机变成了刹车器。因此，从事企业文化建设必须重视对企业文化适用性的建设，做到与时俱进不断改进和丰富企业文化建设的内涵。

(3)重视参与性企业文化建设

企业文化是一种行为的结晶，它需要不断的同化、感化和强化，而参与性正是现代企业文化的一个重要内容，企业要吸引员工主动参与到企业的日常经营管理中来，使企业员工充分了解和参与企业的重大经营管理活动，给予员工更多的知情权和参与权，使其更深刻地感知自己是企业的一员并得到来自企业充分的重视和尊重。在员工积极参与的同时，管理者也能够及时有效地了解和把握员工的心理状况和感情需求，采取针对性的措施来增强员工对企业的满意度和忠诚度。

>参考文献：

[1]张仁江，李海月.企业文化与企业绩效关系研究[J].现代管理科学，20\_(4)

[2]刘茂娟.企业文化研究综述[J].科技向导，20\_(4)

[3].卢美月，张文贤.企业文化与企业绩效关系研究[J].南开管理评论，20\_(6)

**公司组织行为论文范文 第三篇**

凝聚作用

文化是一种极强的凝聚力量。企业文化是一种粘合剂，把各个方面，各个层次的人都团结在本企业文化的周围，在全企业范围产生一种凝聚力和向心力，使职工个人思想、个人发展与企业的安危紧密联系起来，使他们感到个人的工作、学习、生活等任何事情都离不开企业这个集体，将企业视为自己最为神圣的东西，与企业同甘苦、共命运。

激励作用

企业文化的核心是要创造出共同的价值观念，优秀的企业文化就是要创造出一种人人受重视、受尊重的文化氛围。良好的文化氛围，往往能产生一种激励机制，使每个成员做出的贡献都会及时得到领导及同事的赞赏和奖励，由此激励员工为实现自我价值和企业发展而勇于献身，不断进取

导向作用

即把企业职工个人的目标引导到企业所确定的目标上来。在激烈的市场竞争中，企业如果没有一个自上而下的统一的目标，很难参与市场角逐，更难在竞争中求得生存与发展。在一般的管理概念中，为了实现企业的既定目标，需要制定一系列的策略来引导员工，但如果有了一个适合的企业文化，职工就会在潜移默化中接受共同的\'价值理念，形成一股合力向既定的方向作用。企业文化就是在企业具体的历史环境条件下，将人们的事业心和成功的欲望化成具体的目标、信条和行为准则，形成企业职工的精神支柱和精神动力，为企业共同的目标而努力，因此建设优秀的企业文化的本质是建立企业内部的动力机制，使广大职工了解本企业正在为崇高的目标而努力奋斗，这不但可以产生出具有创造性的经营管理策略，而且可以使职工勇于为实现企业目标而做出个人牺牲。

约束作用

作为一个组织，企业常常不得不制定出许多规章制度来保证生产的正常运行，这当然是完全必要的，但是即使有了千万条规章制度，也很难完全规范好每一位职工的所有行为，而企业文化是用一种无形的文化上的约束力量，转化为一种行为规范，规范约束员工行为，以此来弥补规章制度的不足。它使信念逐步转变为职工的心理定势，构造出一种响应机制，只要外部诱导信号发生，即可以得到积极的响应，并迅速转化为预期的行为。这就形成了有效的“软约束”，它可以减弱硬约束对职工心理的冲撞，缓解自治心理与被治理现实间形成的冲突，削弱由其引起的心理抵抗力，从而使企业上下达成统一、和谐和默契，形成良性互动局面。

**公司组织行为论文范文 第四篇**

1．设计关节”概念提出

由于设计师和其他部门的工作人员心理和行为上存在差异性，导致设计部门与其他部门沟通不顺畅，因此有必要对设计师在和其他部门交流过程做出心理和行为上的研究。本文基于心理学和组织行为学的理论知识，提出了“设计关节”概念，试图从心理学和组织行为学的角度解决这一问题。“设计关节”主要由以下五个原则构成。

1)基本事实设计师在与其他部门合作交流时，通常会遇到下面等情况:其他部门会认为设计就是美工，在企业中的地位是无足轻重的，因此设计部门与其他部门沟通时经常处于弱势，这样会导致即使设计部门提出的观点是对的，其他部门也不会去听取，从而导致设计部门一味的妥协。双方进行沟通时，应遵循基本事实。基本事实应包括以下内容:(1)设计需要建立在企业的经济基础、工艺水平、生产条件的基础之上;(2)设计必须符合企业发展战略的要求;(3)设计必须符合社会化大生产、市场规律及相应的指导方针、设计准则的要求［5］。只要在符合基以上本事实的情况下，设计师应该坚持自己的创意或思想，而不是一味的妥协。

2)语言语言是一门艺术。在日常生活和组织运行中，个人和组织都需要通过语言和其他方式相互交换信息，特别是设计师的思想和创意，更要通过语言沟通来实现的。然而，大部分设计师精于视觉形象沟通而不善于语言沟通，颇影响思想和创意的表达。设计师与其他部门工作人员由于专业背景、思维方式，心理和性格等的明显差异，沟通起来就会存在明显的障碍。因此设计师，在与其他部门交流与合作时，必须注意用语言的沟通，应遵循以下原则:(1)换位思考。俗语说，要想知道，打个颠倒，说的便是人与人沟通时，必须要有换位思考的意识，只有换位思考才能产生同理心，才能发现交流双方的需求，才能更加深刻的理解对方，提高沟通的成效。设计师往往自我意识很强;并且要其他工作人员理解的都是概念，思想，创意等比较抽象的事物，这些比陈述一个基本事实更加难以理解，因此设计师需要站在别人的立场，运用换位思考的原则使他人更好的理解自己，提高沟通的效率。(2)创造正面的氛围。由于设计师以前的学习环境和现在的工作环境相对于其他部门员工来说比较松散自由，因而会形成松散、倨傲的性格，在与其他部门沟通时，这种性格往往会导致不友好的沟通氛围。因此设计师在与其他部门沟通时，应该注意语言的亲和力等因素，尽可能创造正面的交流氛围，提高沟通效率。(3)多说。我们经常听到这样一句话，与别人交流时要多听，少说。但是这对于设计师来说是不适用的，因为大多数设计师因受的教育原因，往往不善言辞，常常将自己的设计通过效果图展示给别人，让别人自己理解，语言的交流较少。这对于交流的有效性来说，是极为不利的，因此，设计师在与别人交流时，不光要靠草图、效果图，更需要要多说，多用语言表达自己的设计，这样必然提高沟通的效率。

3)态度沟通的目的在与求同存异，达成共识，使事情能够顺利的进行。在任何组织中，态度都很重要，因为它会影响工作行为，良好的沟通态度会产生良好的沟通行为，相反，不好的沟通态度会产生不好的工作行为［6］。据统计，态度占沟通成败的60%，技术和口才只占40%。在工作中，经常有同事反映其他部门工作人员不好沟通，究其原因，主要是沟通态度有问题。因此设计师在与他人沟通时要保持良好的态度。良好的沟通态度，主要包括以下两方面:(1)包容包容就是设计师在与其他部门工作人员沟通时，要学会包容他人的意见和建议，学会接受和让步，这样此才能和和气气地继续合作。(2)尊重尊重就是设计师在与其他部门工作人员沟通时，要学会尊重他人，尊敬对方，只有尊重对方，对方才会尊重你，沟通才能顺畅。

4)情绪和心境从进化论的角度来看，积极的情绪总是会让群体成员相互之间主动接近，会使双方更多产生互相接近和合作的可能，从而有利于群体的和谐氛围形成。心境的形成是由相同或相似的情绪积累产生的，积极的情绪积累到一定程度就会产生积极乐观的心境，消极的、负面的情绪积累到一定程度也会产生消极悲观的心境。保持积极乐观的情绪对于设计师尤为重要。因为设计师从事的是创意性的工作，注重灵感和发散思维，但是我们都知道，灵感和创意并不是随时都会产生的。因此设计师在日常工作中遇到没有创意和灵感的时候，工作的压力可想而知，进而会产生消极悲观的情绪和心境，这种消极悲观的情绪和心境对于设计师在与其他部门交流时是极为不利的。因此设计师在与他人交流时，要调整自己的情绪和心境，以保证沟通能够顺畅的进行。

5)选择性知觉在沟通的过程中人们的注意力有高度的选择性，接受者会根据自己的需要、动机、经验、背景及其他个人特点有选择地去看或去听信息，即在接收信息时的选择性注意、选择性理解、选择性接受和选择性记忆。设计师在与他人沟通的过程当中，会根据自己的内在需要、经验、背景以及个人观点选择性的去获取信息。并且在信息解码的过程当中，还会把自己的观点、期望和兴趣转化为信息的一部分。因此设计师在与他人沟通和交流的过程当中，要适当注意克服选择性知觉，全面客观地接收沟通对象所发出的信息，以做出正确的判断。

2．“设计关节”理论模型及内容

基于以上对”设计关节“内容的研究和分析，本人得出的“设计关节”的理论模型，它是从设计师心理和行为的角度对于设计师与其他部门合作时所遇到的问题的一种解决方法。如图1所示:图1“设计关节”的理论模型首先，它将设计师在与其他部门交流所要遵循五个原则:基本事实、语言、态度、情绪和心境、选择性知觉罗列在一张图表上，将问题可视化，然后每个原则用从0到9九个数字分段，用以表示设计师的完成程度。5个数值的连线所围成的图形面积表示设计师的总体交流水平。每次设计师与其他部门交流完以后，都用此图表来判断自己的心理和行为，单个原则的完成值通过读取图表上的数字可以获知;总体的交流效果可以通过图形连线围成图形的面积得到。反复使用此图标，可以看到设计师长期的交流效果，从而改进设计师与其他部门的交流水平。图2设计关节理论模型图使用图例1图3设计关节理论模型图使用图例2图2所示，设计师基本事实完成度为7，语言完成度为3，态度完成度为7，选择性知觉完成度为8，情绪和心境完成度为9。由此我们可以得到，设计师在与其他部门交流时，语言的使用还需要很大的提高，设计师的情绪和心境处理的很好;通过5个数值连线所围成的图形面积可以看出，设计师的总体沟通水平不是很好。与图2相比，图3所显示的设计师的总体沟通水平有了很大的提高。

3．结论

优秀设计的产生，需要多部门紧密的沟通和合作，这就好比像人的骨骼系统，单块骨骼再好，但是骨骼与骨骼之间关节连接或旋转不流畅，人也不能正常行动。设计部门和其他部门的合作不尽如人意，就像是人的骨骼关节衔接或旋转不流畅，就算设计部门能力再强，也不能发挥出应有的实力。因此本文提出“设计关节”的概念，并从心理学和组织行为学的角度构建了“设计关节”的理论模型，供设计师与其他部门交流时作参考。“设计关节”包括基本事实、语言、态度、情绪和心境、选择性认知，并且每一原则又做了具体的分析和归纳，以期望对设计师与其他部门的沟通会有所帮助。

**公司组织行为论文范文 第五篇**

摘 要：选取6种国内权威期刊作为文献来源，以CNKI期刊数据库为检索工具，检索到20\_～20\_年期间的人力资源管理学术论文534篇，对研究数量、研究类型、研究方法、统计工具、统计方法、研究设计和研究层次等方面进行分析，描述了中国6年来人力资源管理学术研究的现状。

关键词：人力资源管理；研究现状；文献分析

中图分类号：F2

文献标识码：A

文章编号：1672-3198（20\_）15-0022-03

1 国内人力资源管理研究文献分析

近几年，国内很多学者对人力资源管理研究进行了文献分析。崔波等（20\_）选取了20\_～20\_年7年共208篇文献，对中国人力资源管理研究成果的数量、研究专题、外国思想的引进和评介以及变量关系情况进行了总结。杨艳等（20\_）采用内容分析法收集了十种管理学核心期刊20\_～20\_年以来发表的人力资源管理文献共777篇，就文献的研究数量、研究类型、研究行业、研究主题、研究质量等进行了分析，描述了近9年来中国人力资源管理学科研究的发展动态。以上学者研究的文献均在20\_以前，已不能反映国内最新的人力资源管理方向。为进一步掌握国内最新的人力资源管理研究的发展动态，本文拟对20\_年以来国内的核心管理学期刊上发表的人力资源管理论文进行分析。

2 研究方法与设计

文献来源

本研究依据国家自然科学基金委管理科学部指定的重要期刊目录，并且综合考虑CSSCI收录的管理类期刊、《中文核心期刊要目总览20\_版》，选取了6种刊载了较多人力资源管理研究的刊物，它们分别是：《管理世界》、《南开管理评论》、《科研管理》、《管理科学学报》、《管理评论》和《心理科学》。以CNKI期刊数据库和万方数据库为检索工具，以期刊名称为检索词，检索20\_～20\_年发表的文章，依据文章标题、摘要、关键词和内容判断文章是否属于人力资源管理的范畴，共检索到534篇文献。

研究内容

对检索到的534篇文献从以下几个方面收集数据：期刊名称、文献发表时间、文献类型、研究方法、数据类型、研究设计、统计工具、统计方法、研究层次和数据收集情况。文献类型主要是判断文献属于人力资源管理还是组织行为学领域，文献采用问卷调查、二手数据、实验法、访谈、综述、案例研究还是其他方法研究问题。数据类型分析文献使用的数据时横截面数据还是纵截面数据，文献研究变量的中介作用还是调节作用，或者两者的结合。文章使用哪种或哪几种统计工具进行数据分析，用到数据分析中的哪些统计方法，文章研究的是个体、组织、群体还是跨层次研究，若是变量研究，自变量和因变量是同源数据还是异源数据。

3 数据分析

各期刊文献数量统计

根据论文发表的期刊统计，各期刊近6年发表的文献数量如图1所示。《管理世界》、《管理评论》和《心理学报》发表的人力资源管理主体文献数量相近，《管理科学学报》与其他期刊相比有较大差距，《南开管理评论》的文献数量也较少。这六种期刊均是管理类的期刊，文献数量的差异源自期刊性质的可能性较小。可能的一个原因是篇幅的限制，《管理科学学报》每期收录的论文只有10篇左右，而其他期刊收录论文每期在20篇左右。其他期刊均为月刊，而《南开管理评论》为双月刊，每年收录的文献较少。剔除掉20\_年的数据（数据收集时间为20\_年11月，部分期刊没有刊出，CNKI期刊数据库电子期刊更新有一段时滞期），图2统计了各期刊每年发表的人力资源管理论文的数量和所有期刊每年的篇数，《管理世界》、《管理评论》和《南开管理评论》平均每期2篇，《科研管理》和平均每期1篇，《心理学报》平均每期篇，而《管理科学学报》平均每年才有2篇。从数据分析可以看出，各期刊每年发表的人力资源管理论文的数量比较稳定，说明人力资源管理在管理学研究中占有一个比较稳定的比重，是管理学研究中重要的一个方向。因此，以后人力资源管理研究者发表学术论文，在考虑论文类型、投稿周期和各期刊论文选择偏好的基础上，可根据各期刊每年发表的论文篇数选择发表机会较大的期刊投稿。

文献收录类型分析

人力资源管理和组织行为学是人力资源管理学术领域研究的两个主体。本研究将人力资源管理文献按照人力资源管理和组织行为学进行归类。统计显示，共有342篇文章属于组织行为学领域，占所有文章的比重为64%，而人力资源管理的文章共有192篇，见表1。由此可见，国内人力资源管理的学术研究主要集中在组织行为学领域。近年来组织行为学领域出现了很多新的研究点，如积极组织行为学，学者可根据研究兴趣和热门领域选择研究点，以提高研究的价值和连续性。

各期刊的侧重点不同，其收录的文章类型有一定差异，各期刊文献类型对比（见图3）。《心理学报》有104篇属于组织行为学，占组织行为学文章总数的30%，是组织行为学文章的主要来源，这与《心理学报》的期刊性质有关，其主要收录心理学和组织行为学的研究成果。《管理世界》和《管理评论》收录的人力资源管理和组织行为学论文数量比例相当，两期刊收录的人力资源管理文章占其总数的比例分别为和，这两种期刊是人力资源管理类文章的主要来源。而《南开管理评论》和《科研管理》两者的文章总数接近，组织行为学和人力资源管理文章的比例相似，此两种期刊在收录文献的数量和类型上具有一定的相似性。而《管理科学学报》收录的文章较少，但组织行为学文章仍多于人力资源管理文章。

论证方法分析

从总体上看，使用最多的论证方法是问卷调查法，占论文总数的63%，其次是文献综述，占论文总数的26%。案例研究使用的次数最少，仅有26篇文献用到了案例研究的方法。问卷调查法、实验法和访谈法都属于实证研究的范畴，目前国内的研究者更倾向于做实证研究，文献综述也是研究的重点。

从不同的期刊来看，这六种期刊使用的论证方法都是以问卷调查法为主。《管理世界》的论证方法最为多样化，其中使用二手数据的文章为42篇，是二手数据文章的主要期刊来源。虽共有9篇文章使用案例研究，但占案例研究文章总数的35%。《心理学报》收录的文章在论证方法上有明显的偏好，主要包括问卷调查法、实验法和文献综述，这三者占其使用方法的比重高达92%。使用最多的仍然是问卷调查法，是所有期刊中使用问卷调查法最多的期刊。而使用实验法的文章有46篇，虽少于问卷调查法，但占期刊文章总数的40%，占使用实验法的文章总数的82%。文献综述共58篇，占所有文献综述文章的42%。《管理评论》收录文献的主要论证方法是问卷调查法和文献综述。同时也是所有期刊中使用访谈法最多的期刊，共有18篇文章使用了访谈法。

从年份上看，使用问卷调查法、访谈法、案例研究和二手数据的文章篇数每年没有太大变化，保持一个平稳的状态。20\_年发表的人力资源管理的文章共有30篇使用实验法，占实验文章总数的54%，其他每年的篇数保持在5篇左右。同样，20\_年文献综述的文章共有53篇，而其他年份保持在15篇上下。由于20\_年部分数据的缺失，无法看出实验法和文献综述文章的发展趋势。但根据20\_年目前已有的数据，实验法和综述法分别已收录7篇和21篇文章，与20\_年以前的最高数据持平，我们不妨假设在20\_年未做统计和还未刊出的文章中，仍会有相当数量的实验法和综述法的人力资源管理文章。因此本文提出以下猜测：近两年以来国内人力资源管理的学术研究正尝试改变以往的以问卷调查为主的实证研究方法，实现研究方法的多样化；同时，由于近年来国际学术领域出现了很多新的研究点，国内学者将国外的研究进行整合将这些新的研究点和取得的研究成果引进中国。

数据来源和类型分析

自变量和因变量数据来源可分为同源数据和异源数据。在本次研究的534篇文章中，变量数据同源的文章比重为65%，变量数据异源的文章比重为19%。按照自变量和因变量数据收集时间的不同可将数据分为横截面数据和纵截面数据。使用横截面数据的文章共有332篇文章，占总篇数的62%，使用纵截面数据的文章有129篇，占总篇数的19%。说明目前国内关于人力资源管理的研究收集的数据倾向于数据收集和处理较为容易的同源数据和横截面数据，这既与研究的主题有关，也与研究者选择研究主题和数据收集的风险规避性有关。

研究设计和层次分析

在研究设计方面，有的文章有中介变量，的文章有调节变量，的文章研究设计为有中介的调节或有调节的中介，无以上三种情况的比重占了文章总数的。没有用到中介或调节变量的文章包括只有自变量和因变量的实证研究、文献综述、使用二手数据、案例研究和实验研究的文章等。

在研究层次方面，研究主要集中在个体层次、组织层次和群体层次。个体层次研究的文章共有214篇，比重为40%，组织层次研究的文章为126篇，比重为，而群体层次研究的文章有116篇，比重为。从以上的数据分析表明，国内关于人力资源管理的研究主要集中于个体、组织和群体研究，缺少跨层次研究。因此，学者以后可以更多的进行跨层次研究，丰富国内人力资源管理的内容。

从各期刊来看，《管理世界》收录的文章内容较为全面，其中个体层次和组织层次文章占其文章总数的71%，群体和跨层次的研究虽比重较小，但篇数与其他期刊相比有较大优势。《南开管理评论》是跨层次研究文章的主要期刊来源，共收录35%的跨层次文章。个体和组织层次的文章比重也较大，但群体层次的研究文章较少。《科研管理》更倾向于选择群体和组织层面的研究，这两类文章占其文章总数的84%，相对来说个体和跨层次研究文章较少。《心理学报》选择文章的偏好是个体和群体层次的研究成果，90%的文章属于个体和群体层次的研究，这和心理学研究的特点有关。《管理评论》收录的文章有一半属于个体层次的研究，群体层次和组织层次研究文章较少。根据以上的数据分析，人力资源管理研究者可根据各期刊的文章选择偏好投稿，文章投其所好被录用的机会更大。

统计工具和方法分析

从统计工具方面来看，使用的最多的统计工具是SPSS，其次是LISER和AMOS，其他的统计工具如SAS、EXCEL、STATISTICA和EVIEWS使用频率较低。除《管理科学学报》收录的文章较少，难以对统计工具的使用进行判断，其他期刊收录的文章使用SPSS、LISER和AMOS的频率相近，没有很明显的区分。

在使用的统计方法方面，本研究统计了每篇文章使用的所有统计方法。使用的较多的是描述性统计、相关分析、回归分析和因子分析，这些方法是实证研究的常用方法。均值比较和T检验和方差分析使用的频率也比较高，而聚类分析与判别分析和非参数检验使用的次数较少。统计方法的使用，在期刊之间和年份之间没有明显的差异，见表2。

4 结论与建议

综上所述，人力资源管理研究在管理学的研究中有一个稳定的比例，表明人力资源管理是管理学研究中一个必不可少的方向。国内人力资源管理研究更倾向于组织行为学领域的研究，而人力资源管理领域的研究成果比较缺乏。

国内人力资源管理研究的水平有很大的提高，对国外先进的研究内容、研究方法和统计工具的引进较多，但是研究方法的使用上仍有较大的局限性，实证分析和文献综述的比重较大，其他的研究方法如实验法、案例分析类的文章较少。数据类型方面，倾向于收集同源数据和横截面数据，异源数据和纵截面数据的使用那较少。在研究层次上，个体和组织层次的研究较多，而跨层次研究较少。今后的研究中，学者应扩大研究方法、研究层次和数据收集的选择范围，使国内的人力资源管理研究内容和方法上更为丰富。

在期刊方面，国内权威的管理学期刊在收录文章的类型、数据类型、论证方法和研究层次上都有比较明显的偏好，研究者可根据研究内容选择恰当的期刊投稿，以提高文章被录用的比例，缩短因退稿造成的投稿周期和研究成果迟滞期较长的问题。

本研究数据的收集要依赖于研究者个人的学识和判断能力，因此研究者的人为误差可能会对研究结果带来负面影响。另外，由于本研究只选取了6种学术期刊进行检索和研究，没有涵盖收录了人力资源研究主题的所有重要期刊，比如学术水平较高的各大学学报就不在研究范围之内，这样势必会影响研究结论的准确性和代表性。因此建议后续的研究应该扩大文献搜索的范围。

参考文献

[1]崔波，白茂林.中国人力资源管理现状――项文献的分析[J].全国商情（经济理论研究），20\_，（6）：60-61.

[2]杨艳，胡蓓，蒋佳丽.基于内容分析法的人力资源管理研究文献分析[J].情报杂志，20\_，（12）：79-82.

**公司组织行为论文范文 第六篇**

地域文化与企业文化

一方水土养一方人。处于不同地域的企业受到当地文化的滋养，呈现出不同的文化特征和风范。

地域经济文化发达状况与企业文化

区域经济文化发达程度不同，对企业愿景、价值观、风气的形成有着直接的影响。从\*来看，区域性经济文化差距明显较大。东南沿海地区经济文化发达，有广州、上海、深圳、宁波、顺德、青岛等若干经济活跃、文化繁荣的中心城市;也有因地理环境、交通条件、经济政策等方面的影响，经济文化发展相对较慢的内陆，尤其是西北地区。因此，处于这样差别较大的不同地区的企业，因市场需求差异、信息来源差异、竞争性差异以及员工素质差异等，就使企业的文化理念及风格出现差异性。经济文化发达地区的企业，其文化导向和风格更加市场化，创新和竞争精神、时效观念更突出;经济文化欠发达地区的企业，其文化导向和风格更加凸现艰苦奋斗和无私奉献精神，更加勤奋和朴实无华。

地域文化底蕴及传统风格与企业文化

不同的地域文化底蕴与传统风格给不同地域的企业文化打上鲜明的烙印。比如，北京与上海两大中心城市目前在企业文化上的差异，明显地与“京派文化”和“海派文化”对两个地区企业长期不同的影响有关。“京派文化”讲正义、讲政治、讲大局，这对企业文化有积极的影响;同时，京派文化中也有讲等级，重关系、面子的传统，也有受八旗子弟遗风影响所形成的重志轻功、重言轻实乃至“天桥把式光说不练”的旧习，因此在北京企业文化中就积淀了不少任人为亲、哥们儿义气、消极保守、不重实际等因子。北京不能创造经久不衰的企业名牌产品，可能与“京派文化”的消极因素有关;北京企业有那么多下岗者，同时又有那么多工作机会吸引着外来务工者，这一反常现象可能也与“京派文化”的消极影响有关。“海派文化”中所蕴涵的创新、冒险、竞争以及精明算计的金融意识和作风，与市场经济有很强的亲和力，与这种大文化相适应的企业文化自然能成为推动企业发展的积极力量。上海这几年迸发出来的旺盛的经济活力与海派文化有直接关系。当然，“海派文化”也有劣根性，“海派文化”里异常突出的是功利性和崇洋思维模式。以我为中心，有利于自己的就拿起来用，有损于自我的就断然抛弃，发展至极端，就是金钱、地位崇拜;不少上海人总认为洋的总是好的，以自信的心态瞧不起外地人，却以自卑的心态崇尚西方文明和生活方式。这种区域性文化对上海企业文化的影响是显而易见的，利他精神和合作精神不易形成。

因此，处于不同地域的企业，要研究本地区文化的特点和风格，积极吸收本地区文化的精华，摒弃糟粕，有效地开发本地区的文化资源，才能使企业文化更有特色和生命力。比如，地处鲁南的沂蒙山区，是著名的革命老区，也是齐鲁文化的发源地，企业在建设自身文化过程中，就应积极吸收革命老区文化和齐鲁文化中诚实、纯朴、和谐、仁爱等优良传统和革命战争时期沂蒙人爱国、奉献的革命传统。

地域商帮文化与企业文化

\*明清时代，形成十大商帮，虽然多数已经没落，但其商帮文化仍然对当地企业文化产生着持续性影响，近些年也有不少企业在深入挖掘商帮文化的优秀基因为我所用。

例如，晋商帮学而优则“贾”，义中取利，信誉第一;徽商帮贾而好儒，诚信为本，财自道生;龙游商帮敢为天下先，海纳百川，宽以待人;洞庭商帮审时度势，把握时机，稳中求胜;江右商帮贾德质朴，广泛从业，小本经营;福建商帮自强不息，爱拼会赢;广东商帮追求厚利，既和且\*;山东商帮直朴单纯，重土安命，豪爽诚实;宁波商帮灵活善变，卓尔不群，开拓创新;陕西商帮追逐厚利，生财有道。这些商帮在多年的经营过程中形成的理念、信条、传统和作风，尽管时过境迁，但作为一种亚文化，延绵不断，直到今天，在当地的企业中还多少得到某种体现。具有深厚商业文化底蕴的各商帮活动地区的现代企业，也应该继承本地商帮文化中的积极因素，古为今用，彰显特色。

最近应邀到浙江参加20\_’浙江企业文化论坛，与鲁冠球等浙商接触，也曾与正泰、方太、雅戈尔、传化、浪莎、青春宝、吉利、丝绸之路等企业接触，感觉到他们是在努力传承着旧商帮文化中的精华的。在明清时代形成的十大商帮中，浙江占有两席，龙游商帮和宁波商帮，在此基础上形成的新浙商，传承了原有商帮开放、创新、争先的优秀品质，在社会主义市场经济良好的发展土壤上，又逐渐形成不怕吃苦、抱团合作、内敛扎实、超越自我的精神，“一有阳光就灿烂，一有雨露就发芽”，新浙商不张扬但表现出极强的进取性和巨大的能量，因此新浙商的企业文化也成为\*最富活力的企业文化。

目前，\*企业正面临转型和文化再造，这正是企业结合自身特点，利用本地文化优势，重塑个性文化的极好时机。

总体来讲，利用地域文化必须具有学习与批判精神，既善于挖掘、学习、利用和弘扬，又善于在分析、比较的基础上，对本地区文化弃弊扬利，激浊扬清，同时善于借鉴其他地区和企业的文化精华，从而创造一种既传统又现代，既有区域个性又有\*以至世界共性，既反映本企业魅力又体现市场经济共同伦理的优秀企业文化。

**公司组织行为论文范文 第七篇**

>摘要：企业文化是企业的“灵魂”，现代企业的发展离不开企业文化建设。员工是企业的“血液”，员工对企业组织的认同关系到管理顺利进行，员工的工作投入直接关系到企业的运行，这两项对企业都非常重要。

>关键词：企业文化；员工组织认同；员工工作投入；影响

>企业文化概述

1、企业文化的内涵

企业文化的内涵包括两个方面：一是物质载体———由活动过程和活动结果组成。企业文化通过相应的物质载体，体现自身的作用。二是精神内容———由精神现象和精神本质组成。

2、企业文化的结构

“企业文化睡莲图”、“企业文化冰山模型”展示了企业的具体行为是可以观察的，企业的价值观是潜在的、可以描述的。“企业文化同心圆说”则说明了企业文化的核心内容是关于人和人性的价值观念。

3、企业文化的系统性

企业文化是一个复杂的开放系统。企业的每个部门之间都有着密切的关系，内部资源与外部资源也在不断地作用于交流。

4、企业文化的独特性

每个企业因其所处的环境、业务、领导的风格和人员的结构等因素的不同，形成了具有自身特点的企业文化。

5、企业文化的可塑性

企业文化与管理者的价值观等有很大的关系。为了企业的利益，根据企业的发展和企业所处环境的变化，管理者的价值观不会是一成不变的，这也就使得企业文化处于不断的变化中。[1]企业文化使得员工的工作价值观变得相同，对工作有较统一的认识，这样会使企业的管理更加顺利有效，形成和谐的工作环境，员工和睦相处。

>企业文化对员工组织认同的影响

1、企业文化增强员工的归属感

优秀的企业文化为企业员工营造了一种和谐的工作环境与氛围。在这种工作环境与氛围中，企业很注重与员工之间的良好交流。员工在这种环境与氛围中产生了对企业的归属感，融入企业这个大家庭。在以后的交流中慢慢地得到了其他员工的认可。员工在对企业的归属感中很快就会正确地找到自己在企业中的位置和角色，并且对企业这个组织产生认同感，进而对企业的目标产生认同感。优秀的企业文化会为员工提供支持他们发展的\*台。员工利用这个\*台提升自己的能力、挖掘自身的潜力。企业借助员工的发展，实现自身的发展。

2、企业文化激发员工的使命感

每一个企业都会有自己的目标和使命，在企业的运行和发展都是为了实现自己的目标和完成自己的使命。优秀的企业文化将企业的追求与员工自身的事业追求结合在一起，使员工认为企业的发展就是自身的发展，企业的目标就是自身的目标。企业文化将企业的使命融合到每个员工的工作目标中，企业在工作过程中，完成自己的使命，每个员工的工作加起来就会完成企业的使命。[3]

3、企业文化增强员工的责任感

企业想要顺利地运行和发展，就必须依靠每个员工都付出努力。要想每一个员工都付出努力，就必须增强员工对工作、对企业的责任感。而优秀的企业文化会在一定程度上提升员工对责任感的重视度和理解水\*。优秀的企业文化会让员工认识到，企业是每个员工共同拥有的组织，需要每一个员工对企业负责。在对企业的负责中，对企业的认可感也就慢慢地增强。[4]

4、企业文化给予员工的荣誉感

每个人都有被夸奖、被赞赏的欲望。被肯定也同样是企业员工所追求的。每个员工都想自己在工作岗位上做出一些成绩，这样就会被周围的同事和管理者肯定。在不断出色完成工作的同时，随着被别人的肯定，自己也会产生荣誉感。在对荣誉感的欲望中，不断地提高自己的能力。优秀的企业文化会增强员工的荣誉感，渴望被企业肯定，无形中也就增强了员工对企业组织的认可感。

5、企业文化实现员工的成就感

企业运行与发展的情况也关系着企业中每个员工自身的利益和发展。优秀的企业文化会让员工对企业的成就感到自豪，进一步使员工产生积极的进取心。这种进取心促使着员工听从企业组织的安排，认真完成工作，帮助企业取得更大的成就，进而对企业成就的自豪感变得更加强烈，最终形成良性循环。

>企业文化对员工工作投入的影响

1、企业文化对员工能力的发挥

具有很大影响在企业运行发展的过程中，企业中所有人员都有自己需要承担的责任。企业需要依靠员工的共同努力，使自身顺利地运行与发展。然而，企业的制度规定对员工来说是具有强迫性质的，员工不会积极自愿地按照管理者的决策工作。仅靠那些制度规定并不能让员工全力以赴，为企业付出自己最大的价值，企业就不能快速发展。要想员工为企业的发展尽可能地付出自己的价值，企业要把管理的重心从以明文规定的制度来约束员工转移到依靠无形的企业文化约束员工。[6]优秀的企业文化可让员工自觉地按照制度，规范自己的行为。员工在良好的企业文化的熏陶下，就会自觉地为企业的运行尽可能地付出自己最大的价值。优秀的企业文化使员工最大限度地付出自己的努力和在工作上体现自己的价值，并且尽可能出色地完成工作，这样企业就不会出现因为管理者对员工不重视而使得人才辞职的现象。反之，混乱的企业文化不会把企业的追求与员工的事业追求整合到一起，这样员工就不会尽心尽力地工作，不会为企业付出自己最大的努力。

2、企业文化推动员工相互帮助

企业文化不单单可使员工为企业的发展尽可能付出自己的价值，还能够让员工体会到企业对自身的认同感和体会到自己对企业的归属感。在优秀的企业文化中，企业如同一个和睦的大家庭，员工如同大家庭中的一员。优秀的企业文化除了可让员工尽可能地发挥自己的能力，出色地完成工作，还可推动员工之间的互相帮助，这样就使得员工之间和睦相处，营造和谐的工作环境和氛围。团结和睦的工作环境和氛围能够推动企业的\*稳发展，员工之间相互帮助、各展所长，提高了工作效率，做到了人尽其才、物尽其用。

3、企业文化对员工的凝聚力具有很大影响

员工是企业的最小单位，是一个个独立的个体。优秀的企业文化可推动员工之间的相互帮助，在员工之间形成良性竞争。员工在良性竞争中不断地提高自身的能力，培养优秀的素质，团结协作，为企业的发展贡献自己的力量。

4、企业文化的感情和空间对员

工的价值发挥具有很大影响员工在选择企业工作时，不仅把企业提供的物质条件作为考虑因素，而且还把自己能不能在企业中产生“家”的感觉———对企业的归属感，作为重要的考虑因素。优秀的企业感情文化会给员工带来“家”的感觉，员工认为自己是企业这个大家庭的一员，认为推动企业发展就是自己的发展。感情文化的效果比那些冰冷的规章制度更好。员工在企业工作目的不单是为了物质条件，还为实现自己的价值。那些志向远大的员工最关心的不是企业的物质条件，而是在企业工作过程中能够实现自己的未来发展和利益。在优秀企业文化的熏陶下，员工在出色完成工作的同时，还会为自己的未来发展做出相应的计划。员工自身的发展也会带动企业相应发展。在企业文化建设中，企业应为员工提供自我发展的空间和机会。

——企业文化对组织绩效的影响研究3篇

**公司组织行为论文范文 第八篇**

摘 要：随着经济全球化的发展，市场竞争不断加剧。企业的市场竞争能力不仅集中体现在产品的技术含量还集中体现在文化理念上。而在现代企业的竞争中，企业间的竞争已从表面上的产品竞争转向了更深层次的文化理念的竞争。企业的生存和发展越来越取决于企业文化的竞争。优秀的企业文化成为企业巨大的无形资产，既能向社会大众展示企业成功的管理风格、良好的经营状况和高尚的精神风貌，又能为企业塑造良好的整体形象，企业文化是企业不断前进并健康发展的强大精神动力。本文通过对企业文化对组织行为的激励机制的探讨，找寻组织提高效率、提升形象的方法建议。

关键词：企业文化 组织行为 企业价值观

一、企业文化与组织行为 随着\*整体经济的快速发展，以及\*加入WTO以来竞争的加剧，\*企业在加速现代企业制度和公司治理结构改善等方面做了很大的努力，在综合管理、人力资源开发和培养、\*企业文化建设等方面也投入了较大的精力，整体竞争实力明显增强。在现代企业竞争中，文化的竞争越来越重要。

企业文化是企业在生产经营实践中，逐步形成的，为全体员工所认同并遵守的、带有本组织特点的使命、愿景、宗旨、精神、价值观和经营理念，以及这些理念在生产经营实践、管理制度、员工行为方式与企业对外形象的体现的总和。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，即包括企业物质文化、企业行为文化、企业制度文化、企业精神文化形态。其核心是企业的精神和价值观。

组织行为是指组织的个体、群体或组织本身从组织的角度出发，对内源性或外源性的刺激所作出的反应。就是利用正式群体中的组织结构与分工、权利与责任以及信息沟通等手段，调动群体内部每个成员的积极性以最大的群体合力保证目标的实现。

二、企业文化对组织行为的推动作用

1、引导作用

企业文化对企业的领导者和员工起引导作用。企业的经营哲学决定了企业经营的思维方式和处理问题的法则，这些方式和法则又会指导经营者进行正确的决策，指导员工采用科学的方法从事生产经营活动。同时，企业共同的价值观念规定了企业的价值取向，使员工对事物的评判形成统一的认识，有着共同的价值目标和价值取向。促使企业的所有领导者和员工为着他们所认定的价值目标去行动。最后，企业目标代表着企业发展的方向，没有正确的目标就等于迷失了方向。完美的企业文化会从实际出发，以科学的态度去制立企业的发展目标。企业全体员工在这一目标的指导下不断地提高工作效率，不断创新与变革。向着这一目标不断进行生产经营活动。

2、约束与规范作用

企业制度是企业文化的内容之一。企业制度体系是企业全体员工在企业生产经营活动中须共同遵守的规定和准则的总称，其表现形式或组成包括法律与政策、企业组织结构(部门划分及职责分工)、岗位工作说明，专业管 理制度、工作流程、管理表单等各类规范文件。企业的规章制度是企业内部的法规，企业的领导者和企业职工必须遵守和执行，有效规章制度对企业领导者和员工从而形成约束力，约束并规范企业领导者和职工的行为。

3、凝聚作用

良好的企业文化以人为本，尊重人的感情，能够在企业中形成了一种团结友爱、相互信任的和睦气氛，强化团体意识，使企业职工之间形成强大的凝聚力、向心力和归属感，能够增强员工的责任感。企业的共同的价值观念形成了共同的目标和理想，职工把企业看成是一个命运共同体，把本职工作看成是实现共同目标的重要组成部分，整个企业步调一致，形成统一的整体。

4、激励作用

共同的价值观念使每个职工都有一种归属感，能够感受到自己存在和行为的价值。根据马斯洛的需求层次理论，自我价值的实现是人的最高精神需求的一种满足，这种满足必将形成强大的激励作用。在良好融洽的文化氛围中，领导与职工、职工与职工之间互相关心，互相支持。特别是领导对职工的关心，会让职工感到受人尊重，振奋精神，从而更加努力工作，工作效率也越来越高。 另外，企业精神和企业形象对企业职工有着极大的鼓舞作用，特别是具有良好的企业文化，企业职工会产生强烈的荣誉感和自豪感，他们会加倍努力，用自己的实际行动去维护企业的荣誉和形象。同时还会对社会产生巨大的影响，在社会上塑造来良好的企业形象，赢得公众的信任与支持。

5、社会影响 企业文化关系到企业的公众形象、公众态度、公众舆论和品牌美誉度。企业文化不仅在企业内部发挥作用，对企业员工产生影响，它也能通过传播媒体，公共关系活动等各种渠道对社会产生影响，向社会辐射。企业文化的传播对树立企业在公众中的形象有很大帮助，优秀的企业文化对社会文化的发展有很大的影响。企业文化建设有助于企业成为社会的优秀成员，对社会乃至环境都有积极的影响作用。

企业如何进行文化建设以推动组织的行为

面对的市场竞争愈加激烈，需要不断的来应对来自国内外的各种挑战。而想要实现企业管理的有效进行，保持企业可持续发展，就必须实现企业管理制度和企业文化之间的有效融合，达到共生与双向互动。作为企业管理者，对管理制度和企业文化之间要进行深入的剖析，正确处理两者之间的关系已成为当今企业提高核心竞争力的重要途径。企业文化涵盖了企业的物质文化、行为文化、制度文化和精神文化，不管是企业的外在表现，还是内在精神，都是企业文化的构成部分。

1、完善企业管理制度

企业管理制度化过程是推动企业文化发展的重要手段。而如何让员工认同公司的文化，并转化为自己的工作行为，是企业文化建设中的关键部分。体现企业

核心理念的企业制度可以强化企业文化，经过长期反复的实践与完善，成为员工共同认可的思想。企业要健全和完善相关的规章制度。做到制度分明，惩罚分明。

2、塑造企业价值观

企业价值观是一种以企业为主体的价值取向，它是指导企业内部的绝大部分人共同认可的价值观念，是由企业和员工的需要构成的价值体系，是企业文化的基础、核心和实质。企业价值观也是企业在追求经营成功的过程中所推崇和信奉的基本行为准则。企业的创新、文化的特征都是以此为源泉的;企业的基本抉择、行为规范是以此为轴心加以调节、变动的;企业的存续、发展都是以此为核心而维系的。企业价值观的塑造可以从领导者和员工两个方面进行。在领导者方面，一是企业领导者必须通过自身的倡导和示范，使员工积极支持和参与企业文化建设，创建独具特色的企业文化。二是要培养员工的企业意识，即员工对本企业价值观的理解与认识程度，包括对企业性质和特征的认识，对企业生存、发展、兴衰的责任感等。三是要努力营造良好的企业内部环境，优化用人环境、合作环境和竞争环境。营造一种知识分享、员工之间和谐相处的气氛;为员工提供培训机会，将其培养为既信奉企业核心价值观念，又在实际工作中有优秀业绩的优秀员工;建立与企业核心价值观相一致的奖励制度并严格执行。

3、强化企业目标

要讲清企业面临的形势和任务，讲清企业的年度目标和存在的问题，进一步振奋精神，让每名员工把思想和行动都统一到企业发展的思路上来。二是加强个人目标教育。通过形式多样的目标教育，促进员工树立远大的人生理想和追求目标。同时要注意分解企业各项任务指标，让员工在工作中有压力、有方向，增强员工的责任感、使命感和紧迫感，为员工搭建表现才能、实现自我价值的舞台，激发员工的创造智慧，有效提高员工的自身素质，提升人生价值。三要引导员工把个人目标同企业发展目标有机地结合起来。要实现企业目标，就要有优秀的企业文化凝聚人心，使员工相互依赖、相互促进，用团结协作、团结奉献的信念去为企业的发展奉献自己，实现人生价值，从而实现企业和员工的共同发展。

4、突出以人为本的管理方式

人本管理是现代企业的系统管理方式，基本着眼点是以人为中心，涵义是依靠人、开发人的潜能、尊重每一个人、塑造高素质的员工队伍、实现人的全面发

展。突出人本管理一要营造企业内外部和谐的氛围，尊重员工、理解员工，尤其要尊重员工的劳动。二要通过企务公开、召开职代会等民主管理形式，疏通领导与员工之间交流思想的渠道，使员工有知情权、建议权、监督权和质询权。三要真心实意地为员工办实事、做好事，解决员工生活工作中的具体困难和问题。四是经营管理者要注重自身建设，以身作则，自觉规范行为，起好示范和表率作用，用自己的理念、行为去影响人、管理人。五要丰富职工文化生活，通过集体活动，如竞赛、联欢等，让员工意识到团结就是力量、团结能启迪人的智慧、团结能推动生产力的发展。只有努力营造一个轻松和谐的工作环境，才能更有效地激发人的活力，企业文化建设才更具活力。

企业文化是实现企业可持续发展目标的有力保证。企业文化建塑的根本目的，就是用文化力激活生产力，增强凝聚力、执行力和创造力，进而提升企业核心竞争力。“人类因梦想而伟大，企业因文化而繁荣。”一个成功的企业，必须致力于企业文化的建塑，必须千方百计地提高企业核心竞争力，如此才能在激烈的市场竞争中占有一席之地，才能实现全面、快速、可持续的发展。

参考文献：

[1] 王建新.组织行为与企业文化[J].决策探索，1999：(07)

[2] 高霞,张俊娟.浅析组织文化主要理论对组织行为的影响[J].绥化师专学报，2024：(2)

[3] 金利娟.企业组织行为与员工心理契约管理[J].当代经济，20\_：(04)

[4] 埃德加·沙因. 组织文化与领导力[M].北京：\*人民出版社，20\_:04

[5] 罗宾斯.组织行为学[M].北京：\*人民大学出版社，20\_:12

[6] 脉加沙思,格里诺. 组织行为学[M].北京：机械工业出版社，20\_:01

[7] 王雪莉.组织行为学案例[M].北京：\*发展出版社，20\_:05

[8] 徐尚昆.组织文化与员工行为-本土构建与实证分析[M].北京：\*社会科学出版社，20\_:3

**公司组织行为论文范文 第九篇**

摘要：自古以来，人与人之间的交易以及活动都离不开商业活动的影响。商业活动建立在人文交流的基础上，各地风俗虽然不同但任何的地方的商业活动经营都是有异曲同工之妙的。商业活动虽然自有其规律，但和文化是有很大关联的，如\*著名的浙商、粤商、徽商、晋商等，其经营理念模式都带有鲜明的地域文化特色。几千年来全国各地丰富而又风格各异的商业活动，无不是通过另类的传播方式展现了各地风土人情的情况与变迁。

关键词：经营理念模式 地域文化 商业活动

人类的生存和生产活动向来都是与地理环境紧密联系在一起的。从人类文明发展的进程来看，地理环境决定了资源状况，从而决定了人类的生产活动，进而决定了人类的意识形成和发展，然后进一步决定了人类文明。由于地理、政治、生产活动的差异，人类文明分化呈树状分支的文化体系。作为东方文化的典型代表，\*文化体系又分化为大河文化、内陆文化、草原文化、丛林文化和海洋文化等具有鲜明地理特色的地域文化。各种地域文化不断发展、融合、同化，因此其地位和历史命运也各不相同。企业存在于一定的地域范围内，至少它的总部是坐落在一定的地域文化圈里，其企业文化受地域文化的影响是非常明显的。不同的地域文化，影响甚至决定着不同地域企业的经营战略和文化，决定着领导者的决策思维和员工的思想意识，从而使一地的企业不同于另一地企业的企业文化，独具风格、各领风骚。

一、各地商家的特点展示

从古至今 ，几乎所有商人都认为为别人打工永远只能挣到工钱，没有前途。商人们用其职业中所特有的英明，为自身带来一批又一批可观的财富。与此同时，文化所带来的弊端也是处处呈现，所带来的一个地区商业文化的衰退也是不可避免的――正是过度张扬、过度扩张以及官商结合等特性，导致了“晋商”、“徽商”从\*商业舞台上的彻底消失。

1.浙商

浙江人做生意，最大的特点就是不论是做大做小都要做老板，很少有人选择到其他发达地区打工。相对而言，浙江人不重视教育。在江浙一带，往往十三四岁的孩子就出来打天下。浙江的产品链很完整，浙商的分工协作很好。比如打火机一样的产品，温州可以做到成本几分钱一个，就得益于产品的流水线作业。浙江的商会一直很有势力，从缘于合作，继而监控市场。这几年浙商抱团炒房、炒棉花、购飞机等等，各地对浙商又敬又怕。相比江苏人，浙江人能吃苦，大部分都是白手起家。同时，浙江人注重排场，各地展销会上，租当地最豪华汽车，住当地最星级的宾馆的，都是浙商，这是生意，并非享受。浙商的产品价格，往往比市场上的便宜得多，比竞争者的成本还要低。一则是在供货上想主意，团购、二手原料，加上集中的产品链(物流成本低);二则是价格策略，低价供货，撑大市场盘子，然后薄利，批量供货，这一招所向披靡，无往不胜。

2.粤商

粤商胆子大，在过去历史的经商历程中，粤商一直走在了开放的最前端。早年，由于广东率先在全国进行改革开放，长期压抑的购买力和消费欲望一下子全国性爆发，进而使广东商贸流通企业长期处于全国的优势领先地位。一方面，现代\*大多数先进的零售业态、流通技术以及组织形式，都是由广东商业企业率先引入并尝试，例如，超市、购物中心、购物广场、第三方物流等;另一方面，20世纪 80年代至90年代的近20年时间里，不仅“广货”销遍全国，旺盛一世，广州及深圳的零售企业、餐饮企业、酒店企业、批发市场、商业街等都一度领先全国，造成了“发财到广东”的盛世。随着\*市场经济经济的全面建立和内地商业企业的全面崛起，再加上外资商企的强势进入，“粤商”的风光似乎不再，在全国业界的地位在不断下滑。相对于浙商等长江流域“商帮”，粤商缺乏开拓性和成长性。广东人同样不重视教育，\*传统思想在闽南保留最为深厚。

最近几年，粤商稳健有余，进取不足，保守过度。\*是一个高速成长的国家，尽管市场体制不完善，但市场空间却非常大。全世界的商业企业都把目光瞄向\*，看中的正是它的巨大市场前景。然而，相当多的粤商却只顾“耕好自己的几分地”，踞守岭南一隅，极少对外省进行大规模扩张。多数广东人宁可失去全国各地高速扩张的商业机会，或者不敢也不愿意到外省去冒风险。他们大多“知足常乐”，小富即安，尽量守住到手的利益，而不愿意将它们转化对外扩张的资本。

3.徽商

徽商，即徽州商人，一般指徽州府所属歙县、休宁、祁门、黟县、绩溪和婺源六县经商之人。古徽州山多田少人众，许多人必须“十三四岁.往外一丢”、“经营四方以就口食”。这义无反顾的“丢”，置之死地而后生。开辟了一条生存新路，是一种思维方式的转换，也是一步很了不起的迈进。有较高文化素质的徽商，号称“贾而好儒”，将儒、官、商进行了灵动的.协调，交替为用，以儒饰贾，以仕护商，以商促仕，终于在长三角这一得天独厚的大市场上首先创出了一片天下，赢得了“无徽不成镇”的声望。新型工商业快速发展，沿海浙商、广东粤商崛起，导致传统工商业逐渐衰竭，一落千丈。徽商主要从事盐、典当、茶木等传统的商业，随着时间推移，清廷官盐经销制度的改变使徽商失去了盐业专利之优势，机器生产方式又占尽了徽商一类传统商人手工作坊生产之先机。

但是，在近代变化的时势面前，一些在大都市和沿海的徽商迅速调整自己的经营方式和发展思路，顺应时代潮流，实现了自己近代资本主义的转变，有的则定居经营之地，成了近现代的宁波商、浙商、广商。换句话讲，徽商清末以后衰败并不确切，其实是分化了。

4.晋商

通常意义的晋商指明清500年间的山西商人。晋商经营盐业、票号等商业，尤其以票号最为出名。晋商为\*留下了丰富的建筑遗产，如著名的乔家大院、常家庄园、李家大院、王家大院、渠家大院，曹家三多堂等等。晋商家族不同于一般官绅家族，它是具有商业烙印特征的\*传统文化家族。晋商成功的根源在于“诚信”和团结的商帮政策。

晋商的文化特征有：(1)重视家规与家风。晋商兴盛的大族重视家规家风，并没有躺在祖宗基业上成为纨绔子弟，而是靠着自身的奋勉，各自开辟自己的事业与前途。晋商多恪守祖训，无一人涉足政界，大多在金融界、教育界、科技界工作。从居住地看，现他们大多住在北京、上海及昆明等地，少数在辽宁、海口等。 (2)学而优则商。晋商家族有重学的一面，他们具有以学保商，“学而优则商”的特点。晋商家族虽然重商，但也不是不重学，他们是商学结合，学中有商，商中有学，因而商人中不乏有学问之士。就连举人出身、任教20余年，自命不凡的刘大鹏也承认：“余于近日(在)晋接(触)\_了几个商人，胜余十倍，如所谓鱼盐中有大隐，货殖内有高贤，信非虚也。自今以后，愈不敢轻视天下人矣”(《退想斋日记》)。

(3)为家族买官留爵提高社会地位。据山西巡抚哈芬、恒春、王庆云等奏折不完全统计，旧时日升昌、元丰玖、志成信、协同庆、协和信、蔚泰厚等票号的财东和主要经理人员，都捐纳银两，买有各级职衔。

二、地域位置对于商家的影响

一个地域的文化常常投射在本地区商业文化上，并随着商业的扩展和延伸，影响到更大的范围。而企业，作为商业延伸的载体，其文化已然深受本地区文化影响。地域文化越发达越浓厚，它的影响力就越深厚感，影响的程度也就也越广。我们认识一个企业的历史文化基因，从它的地域文化去进行剖析，也往往会更直观更快捷。比如提到安徽人，人们会不约而同地想到诚信务实，说到浙江人，人们会不约而同地想到勤奋和精明。这种对地域文化的认同逐渐成为外界判断一个企业历史文化基因的依据，同时从企业的产品层面来讲也影响着客户对企业产品的选择。一个企业的\'产品所附加的品质信息，也往往会受到企业所在地区特征的影响，会大大影响客户对该企业产品的选择。例如，人们普遍认为德国的汽车更可靠更耐用，而英法车则有精巧和华而不实的感觉。这种感觉经过时间的沉淀，会转移到对企业的看法上。很多没到过德国和英法的人，会主观地认为德国人踏实可信，德国的产品可靠。因此，对于某些国际性或者全国性的大企业来说，他们对于不同地区的分支机构的政策及产品支持力度也往往不同。我们看到很多主流银行给沿海地区分行的支持力度往往大过东北、西北内陆地区。当然，东北、西北地区经营业绩不良是一个主要因素，但是我们不能否定在问题背后，粗放的地域文化所造就的根基不牢靠也是不可忽视的因素之一。

三、总结

企业是一个由个人为结点构成的广大的面。而人，抛开先天基因的因素不讲，后天的素养往往受到生存发展环境的影响。由此可见，地域文化不同也形成了各地商家行事风格、经商内容等各项差异。如何把握好其中差异与区别，对于研究我国近代商业文化演变是及其重要的。

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！