

分层结构的特点 表格和组织结构教案设计 (优秀8篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

分层结构的特点篇一

摘要：高校是聚集优秀师资力量最密集的地方，为了充分对高校人才资源进行优化配置和开发，越来越多的高校采取了高校之间教师资源共享、高校与企事业单位联合办学等方式进行优势互补，这无疑对地区的经济发展、高校自身的建设以及企事业单位的进步都具有极为重要的意义。

文章通过对安徽工商管理学院办学的案例研究来探讨高校人才共享组织结构应如何构建。

分层结构的特点篇二

岗位职责

店长岗位职责

5、负责指导和培训员工，打造具有战斗力、凝聚力、积极向上的团队；

6、倡导并督促实行“顾客第一、服务第一”的经营观念，营造热情、礼貌、整洁、舒适的购物环境； 7、严格控制损耗率、经营成本，树立“低成本”的经营观念； 8、负责库存管理，保证充足的货品、准确的存货及订单的及时提交； 9、保障营运安全，严格清洁、防火、防盗的日常管理，设备的

日常 保养； 10、向总公司反馈有关运营的信息； 11. 授权值班经理处理店内事务； 12、负责店内其他日常事务。

店长助理岗位职责

11. 加强各部门间的沟通与协调，及时了解情况，并提出整改意见； 12. 协助店长监督检查各部门执行岗位职责和行为运作规范的情况； 13. 了解管理人员和员工的思想动态并予以正确引导。

生鲜主管岗位职责

1、对门店店长负责，对本部门商品价格、质量和保质期进行监督、检查。 2、检查本部门员工到岗情况、仪容仪表、环境卫生等。3、负责商品退货、报损的检查和内部调拨、账务的校对等。4、及时处理本部门发生的问题并向店长反馈。

5、收集本部门商品的市场信息，分析经营情况，及时向店长汇报工作。

12、负责本部门区域内的清洁卫生标准的维护，加强消防安全管理，避免工伤事故的发生；13、实施每月的生鲜盘点，核算本部门的经营状况；14、负责保证所有的冷库、冷柜的温度保持正常，确保所有生鲜加工设备的正常运转；15、负责本部门员工的培训、评估、升迁等事宜，提供劳动生产率。

食品、百货主管岗位职责

1、对门店店长负责，对本部门商品价格、保质期、批次检测报告进行监督、检查。 2、检查本部门员工到岗情况、仪容仪表、环境卫生等。3、负责商品退货、报损的检查和内部调拨。4、及时处理本部门发生的问题并向店长反馈。

5、收集本部门商品的市场信息，分析经营情况，及时向店长

汇报工作。

12、负责本部门区域内的清洁卫生标准的维护，加强消防安全管理，避免工伤事故的发生；13、执行公司盘点安排，及时了解本部门的经营状况；14、负责本部门员工的培训、评估、升迁等事宜，提供劳动生产率。

15、负责每档促销的执行，认真做好促销前、促销中和促销后的各项工作。

防损主管岗位职责

13、负责门店员工劳动纪律的检查和处理； 14、负责门店店长安排的其他工作。

收银主管岗位职责

1. 对店长负责，负责收银部工作，确保收银工作正常进行；

8. 定期或不定期对收银员进行业务培训和考核；

9. 宣达公司文件精神并监督执行情况，收集合理化建议报有关部门； 10. 执行店长安排的其他工作。

收银主管工作要求□ a□营业前：

1)、发放备用金及零钞，与财务交接各种单据：

(1) 银行pos机电脑单及银行手工压卡单交出纳；

1)、巡视收银区，及时发现并解决问题； 2)、与相关部门对接收银中的问题；

(1) 对银行卡出现的问题与银行对接；

(2) 了解收银员的服务情况； 3)、与金库兑换零钞；

1)、检查收银员关机及营业结束工作；

(1) 下班后收银员必须退出营业结束状态；

(2) 所有收银设备关闭；

(3) 对所有银行卡进行结帐并关闭银行pos机设备；

(4) 将所有办公用品锁入抽屉；

(5) 将收银机防护罩罩好；

2)、收取营业款、备用金及各种单据，并与金库作好营业款交接工作。

客服主管岗位职责

1、每日检查员工礼仪服饰；

2、检查员工的客服工作流程，确保服务质量；

3、做好顾客投诉接待工作；

4、以身作则倡导“顾客至上”的经营理念，杜绝员工与顾客争执现象；

7、严格手推车的管理以及购物袋的售卖；

10、负责安排员工专业知识的训练及员工的业绩考核；

11、负责安排超市快讯的发放与追踪，确保执行商场的各种促销活动；

12、指导提货处工作按公司规范执行。

13. 负责责任区域的环境卫生，为顾客提供良好的购物环境；

14. 协助做好出/入口处的客流疏导和保安工作；

15. 协助前区促销商品的理货、补货

企划主管岗位职责

人事主管岗位职责

8. 与政府有关职能部门保持联系，保证商场良好的外部环境。
辅助工作：

1. 负责所属区域的清洁卫生；

2. 组织店内行政部门人员协助做好盘点和节假日的销售；

3. 指导门店各部门的材料、报表保密工作并定期检查。

信息主管岗位职责

5. 负责完成店长要求的其他工作； 6. 负责保障合理的电脑耗材库存。

会计岗位职责

出纳岗位职责

1. 负责现金管理，确保资金安全；

2. 负责每日营业款的收取，做到准确无误； 3. 负责营业款的存取；

理货员岗位职责

1. 负责卖场所管区域商品的美观陈列。
5. 负责所管辖柜组内商品的订货、退货、换货工作。
6. 负责对柜组内商品中不合格品、报损商品、残次品的书面形式的登记。
8. 负责货架排面整理，要货、补货、防损控制等工作。
9. 配合公司定期与不定期的盘点工作。
10. 绝对服从上级领导的安排。

收货员岗位职责

1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 确保收货商品的名称和订单一致。确保收货数量、重量准确无误。

优先验收易化、易腐的生鲜商品及快讯商品。保证商品条形码和商品准确无误。保证周转仓里商品码放有序，通道畅通。负责所有验货单据的保存、整理，分类、归档。

协助做好收货区域、收货办公室、周转仓库的清洁卫生工作，爱护及正确使用各种收货设备。防止闲杂人员在收货区随意进出，协助防损员做好收货区域的防火防盗工作。妥善处理好供应商关系，保持与供应商良好的合作关系。

收银员岗位职责

1. 自觉遵守财务制度，不得擅自和顾客兑换货币。
2. 3. 4. 5. 6. 工作时间不得携带私人货币。

根据工作流程按规定价格收取顾客货款，不得拖欠货款、营私舞弊、贪污、挪用公款。

不得向无关人员泄露超市营业收入及其它相关数据资料。

提前5分钟到岗，备足当天所需零钞、单据等；完成收款前的

所有准备工作。

为顾客提供良好的服务，文明礼貌，严格遵循礼貌规范用语，唱收唱付，快速、准确的收取顾客货款，熟练掌握现钞的鉴别技术及验钞机的使用方法；确保现金安全，收到伪钞自负。

7.8.9. 不得在收银台和任何人闲谈，非超市工作人员不得进入收银台，不得使用电脑做与收银无关的工作。不得无故中途离岗，需短暂离岗，在征得部门负责人同意后，应放置好相应的提示牌，锁好钱箱、电脑。认真填写营业后的缴款单据，核对当日货款，做好与财务的结算工作。

10. 爱护及正确使用各种机械设备并做好清洁维护保养工作。

客服员岗位职责

1.2.3.4.5.6.7.8. 注重礼仪礼貌，熟练掌握超市有关服务规则和项目，耐心服务，善待每位顾客。接受符合会员资格的单位 and 个人的办卡申请。及时处理和汇报顾客的投诉并做好相关记录。接受顾客咨询，快速准确的受理顾客存/取包裹。负责促销商品的赠品发放，为大件家电提供试机等服务。使用规范用语，负责全店的广播服务工作。

协助店面主管做好顾客的退/换货(款)工作，并做好相关的记录。负责发票开具，并严格按照超市财务要求办理。9. 做好超市下达的其他工作任务。

防损员岗位职责

1. 负责本店顾客、员工、收银区、金库、送款、商品及消防和其它固定资产的安全管理。2. 负责门店内外的购物车/车辆的整理及突发事件的处理，人员疏散。

3. 定期对消防设备检测及时消除消防隐患, 协同防损主管对

超市员工定期做消防培训和应急演练. 4. 协同处理和平息顾客与顾客、顾客与员工和员工之间发生的冲突。

5. 稽核顾客的购物是否与销售明细是否相符，监督收银台，确保顾客商品无遗漏、超市商品无损失。6. 做好巡场工作，防止盗窃事件发生。

7. 开店前检查所有有上锁的门和超市物品是否正常，关店前做好场内巡查。8. 负责整理、登记购物车(蓝)和其他公用设备，确保使用正常。9. 负责超市外场和收银区外的卫生，做好超市下达的其他工作任务。

保洁员岗位职责

1. 保洁人员要有高度的责任心，关心超市利益，严格片区的责任制度，发现设备异常应及时向主管工作人员汇报，保证超市内外清洁卫生，不留死角，随时巡场，发现污物杂物及时处理。 2. 3. 保洁人员有权在工作中制止、劝助破坏超市物品的一切行为，不能处理解决的应及时向上级部门报告，有权提出工作中的一切合理化建议。岗位职责：生鲜区地面：每日巡回保洁，无垃圾，无杂物，无水渍每星期清洗2次，无污渍，无积尘。

卖场地面：每日巡回保洁，无垃圾，无杂物。

玻璃、公共区其他门帘：（不含柜台）：每天清洁擦拭，无水迹，无手迹，清洁明亮。

楼梯：扶梯、扶手、扶栏每日擦拭一次，无积尘，无水迹。

卫生间：门、隔板门每日擦拭2次，便池、便斗、地面、地台等设施每日巡回擦拭洗净，无尿垢，无污迹，无积尘，无污渍。

天花板照明设施:每周清洁除尘一次，无积尘，无蜘蛛网。

垃圾桶:每日及时清理，无益处垃圾，垃圾量不超过桶的2/3.
安全通道:各通道楼梯间、楼梯、自动扶梯每日清理擦拭一次，无垃圾，无杂物。

外围:前后大门每日巡回保洁，垃圾处理按环卫部门要求排放至指定地点。

信息员岗位责任制

1.2. 负责门店销售数据汇总、报表打印及日结工作，保证财务与供应商对账准确无误。

负责所有单据录入工作，并保证其准确性。原则性强，凭收货员、课长、店长、采购、总经理签字在系统内做调整。(包括新品信息单、商品促销单、商品变价单、信息更改单及合码单等)

3.4.5.6.7.8. 负责每期特价商品的明细工作。

对销售进行监控，保证商品价格、毛利率等一切正常。负责门店要货单的打印。

做好盘点前的准备工作，保证盘点工作顺利、有序、有效的进行。配合营运部门做好相关信息传递，协助其他部门工作。负责保密工作，不得将销售数据和其他的相关信息外泄。

分层结构的特点篇三

在过去的一年中，我们公司完成了许多项目组织管理工作，积累了丰富的经验。下面，我将总结一下项目组织管理的经验教训。

首先，在项目组织管理中，人员组织是非常重要的一个环节。我们需要根据项目的需求，合理分配人员，确保每个人都能发挥自己的长处，为项目做出贡献。在实践中，我们发现，为了确保人员组织的高效性，需要提前进行充分的沟通和协调，确保每个人都能理解项目需求，并且能够有效地协作。

其次，项目组织管理还需要做好项目计划和进度管理。我们需要根据项目的需求，合理的项目计划和进度，确保项目能够按时完成。在实践中，我们发现，为了做好项目计划和进度管理，需要了解项目的需求，并且能够灵活应对项目中出现的问题。

最后，项目组织管理还需要做好风险管理。我们需要识别项目中的潜在风险，并且制定相应的应对措施，确保项目能够顺利完成。在实践中，我们发现，为了做好风险管理，需要了解项目的风险，并且能够及时应对项目中出现的问题。

总之，项目组织管理是一项非常重要的工作，我们需要充分了解项目的需求，并且能够合理分配人员，做好项目计划和进度管理，以及风险管理，确保项目能够按时完成，并且达到预期的效果。

分层结构的特点篇四

教育部曾在提出“按照相对稳定、合理流动、专兼结合、资源共享的原则，探索和建立相对稳定的骨干层和出入有序的流动层相结合的教师管理模式和教师资源配置与开发的有效机制”的思想。

随着高校建设的改革和发展，人力资源共享越来越成为政府与高校、高校与高校、高校与企业之间共同开发和利用人力资源的有效方式，对高校、地方政府、企业的建设和发展都起到了重要的作用。

安徽工商管理学院是为加快安徽省企业高层管理人才的培养，全面提高企业和经济管理部门领导者的整体素质，实施科教兴国和可持续发展战略。

于由省政府举办，采取优势互补、资源共享的创新模式，政府经济部门和省内著名高校联合组建的一所致力于造就高素质职业化工商管理人才队伍的高校。

其主要培养目标定位于进行工商管理硕士(mba)同等学力教育。

学院弘扬“合作、创新、严谨、求实”精神，走继续教育、能力教育之路，坚持国际视角、本土战略，努力建设具有影响力，独具一格的开放式学院。

一、安徽工商管理学院人力资源共享目标的确定

人力资源共享目标的确定是组织建设的初衷和落脚点，只有明确了共享目标，共享组织中的各个成员才能更好的发挥自身的特点、利用组织内部互补的优势来达到组织间资源的优化配置。

安徽工商管理学院是由安徽省人民政府办公厅主管，发挥政府举办的优势，同时联合省内外知名高校合作教学，并与省内著名大企业共建教学社会实践基地。

对于举办该高校的安徽省政府来说，通过联合办学的方式，有助于发展和培养安徽省高级经济管理人才，加速安徽省经济技术以及科教的发展；对于安徽工商管理学院来说，弘扬了“合作、创新、严谨、求实”的精神，并且不断的提高了自身的影响力和mba办学的专业度；对于联合办学的高校来说，通过校校联合办学在共享了优秀的师资力量同时增加了自身的知名度；对于企业来说，通过校企联合办学的模式可以得到理论的指导并优化自身企业的管理，使企业更具有生命力。

由此可见安徽省工商管理学院、联合高校与企业之间在人力资源共享的初期都有一个共同的. 目标那就是通过进行工商管理硕士(mba)同等学力教育建立安徽省高级经济管理人才的培养基地来提高组织间各成员的竞争力和影响力。

二、安徽工商管理人力资源共享伙伴的选择

共享伙伴选择和共享组织结构与平台的设计开发是构建组织人力资源共享组织的核心活动。

优秀的共享伙伴在组成共享组织时不仅能提高自身的影响力而且能为整个组织带来巨大的创造力和声誉，为整个组织长远发展提供保障。

安徽工商管理学院是在政府推动下举办的一所集政府经济部门和省内著名高校优秀教师来造就高素质职业化工商管理人才队伍的高校了，因此在建校的初始就受到政府的高度关注和支持。

在联合院校的选择上安徽工商管理学院选择中国科学技术大学、安徽大学、合肥工业大学、安徽财经大学、安徽经济管理学院、安徽农业大学、安徽师范大学等国内知名的高校，在其中的每一个高校都具有优秀的教师和丰富的联合办学的经验，这无疑为安徽工商管理学院的发展储备了优秀的师资力量。

在“校企联合”共建教学社会实践基地的企业选择中，安徽工商管理学院与省内著名大企业：江淮汽车集团有限公司、淮北矿业集团、铜陵有色集团等组建了共享团队，这些企业均是安徽省的品牌企业，有着自身鲜明的特点和优势，并在多年的发展过程中，形成了属于各自的特色机制和运营模式。

与这些企业进行联合办学不仅在教学的过程中将课本上的理论与实践相结合使得理论更具有说服力，而且也为企业目前

遇到的发展瓶颈或更好的进步提供理论支撑。

三、安徽工商管理学院人力资源共享的组织结构研究

在确定了共享目标，选择了共享伙伴以后，就得进行组织间人力资源共享组织结构的详细设计。

高校在进行人力资源共享的组织运行过程中，必需要建立各项功能机构，以利于执行共享合作协议，具体而有效地开展共享成员组织之间的人力资源共享活动。

安徽工商管理充分利用了各功能机构的优势形成了自己的共享组织结构。

(一) 安徽工商管理学院在政府部门的推动和支持下成立

学院是由安徽省人民政府办公厅主管，发挥政府举办，高校联合、企业参与的整体优势，在安徽省委组织部、省经济委员会、省教育厅、省人事厅、省发展和改革委员会、省财政厅等政府职能部门大力推动和支持下，建立安徽省高级经济管理人才的培养基地。

高校作为知识传播和发明创造的主要机构，通过加强其与政府部门及下属事业单位的联合，充分发挥高校“智库”的作用，提供相关专家为政府政策的制定和修改提出参考性意见和建议。

(二) 安徽工商管理学院与国内外高校建立人力资源共享合作机制

高等学校是培养人才的摇篮，人才是学校发展的根本，是推动社会发展的生力军，高质量的高校教师队伍的建设至关重要。

在人才共享组织建设的过程中安徽工商管理学院选择与中国科学技术大学、安徽大学、合肥工业大学、安徽财经大学、安徽经济管理学院、安徽农业大学、安徽师范大学等国内知名高校进行合作，并任命各大高校的负责人为院务委员会成员，实行院长领导下的院务委员会负责制，通过政府和各大高校负责人对学院发展方向、规模、办学形式等进行总体规划决策和具体部署。

学院通过长期工作、短期讲学，或定期或不定期模式来聘请各大高校的优秀师资来校工作，聘任也采取专项聘用、双职聘用、人才租赁、人员借用等方式。

待遇则根据他们在国内外的学术地位和对学校贡献的大小及工作时间长短而定。

学院不仅与国内的知名高校合作，同时也与美国西北理工大学等国内外著名院校积极开展mba教学交流与合作，推进学院教学和学科建设，将学院建设成为有特色的开放式学院。

(三) 安徽工商管理学院与知名企业进行人才共享合作

学院注重经济与教育结合，与省内著名大企业：江淮汽车集团有限公司、淮北矿业集团、铜陵有色集团、荣事达集团、国风集团有限公司、丰原集团有限公司、徽商集团有限公司、国贸集团、华茂集团有限公司等共建教学社会实践基地，并不时的邀请知名企业家为学员开设专题讲座，使得mba学员在接受理论知识的同时不脱离实际。

不仅如此，学院还通过优质的师资力量企业提供企业内训，通过开设讲座、企业内训等方式使得学院和企业之间形成优势互补。

这一方面有利于提高高校的科研创新能力，培养适应市场需求的应用型人才；另一方面有利于本专业学生充分利用学校和

企业两种教育环境和教育资源，提升综合能力，增强就业竞争力，提高知识的生产成果转化能力。

四、结论

一般来说，高校人力资源共享组织运作的功能机构由两层构成，一方面是在宏观、高层上由相应的共享成员中的各个组织共同参与建立的高层管理机构，负责整个人力资源共享组织内部的协调工作。

在这个过程中涉及到共享目标的确定和共享伙伴的选择；另一方面在微观底层上按照具体的高校人力资源共享需求和合作共享目标及项目的不同组建一个或多个高校人力资源合作共享团队，形成相应的人力资源共享体系，以不同的共享方式实现高校人力资源在拥有者与需求者之间的共享，通过对高校人力资源共享组织的设计来使得高校的人才达到最优化的配置。

参考文献：

- 1、王林雪, 游月琴. 科技人力资源共享的网络组织模式设计与运行[j]. 产业发展, (11).
- 2、魏霞. 高校人才共享战略的途径及手段[j]. 黑龙江高教研究, (4).
- 3、林琛琛. 人力资源管理在高校外事工作中的运用[j]. 科技创新导报, (34).
- 4、胡恒龙, 施健红. 苏北高校人力资源管理专业产学研合作可行性分析——以淮阴师范学院人力资源管理专业为例[j]. 人力资源开发, (3).

分层结构的特点篇五

*****中学道德讲堂建设组织机构 为深入贯彻实施《公民道德建设实施纲要》，按照市、区教育局的工作部署和要求，结合我校实际，深入开展“道德讲堂”建设活动，为确保我校此项工作的正常有序开展，特设如下组织机构： 1. 领导小组。

以校长室成员为领导小组主要负责人，全面负责道德讲堂建设活动。

2. 责任科室：

成立道德讲堂建设活动办公室，以教导处、团委成员为主要成员，具体负责联络工作，组织活动，各班主任、团支部配合做好工作。

3. 组长：

副组长：

组员：

*****中学校

2012年9月13日

分层结构的特点篇六

随着我国经济水平的不断进步，在建筑工程方面尤其是高层建筑工程的施工要求也越来越高，我国的高层建筑项目管理应该得到广泛关注和重视。因为建筑工程的项目管理直接关系到工程的质量和安​​全，在施工过程中必须对各个项目展开严格管理，才能更好地保障高层建筑的功能性和实用性。本

文就从我国高层建筑施工过程中的项目管理现状出发，深入分析存在的问题，提出有效的建议。

施工过程；高层建筑；项目管理

我国人口数量急剧上升，在城市中的住房压力也是日趋严峻，由于城市中的土地面积十分有限，为了减少土地对城市发展的制约，各种各样的各层建筑在城市的各角落拔地而起，城市建筑工程项目高层化的趋势也愈加突出。不管是商业写字楼还是居民住宅，都大量采用了高层建筑的结构。因此，为了保障住户的安全和建筑的美观实用，必须在施工过程中加强对高层建筑的项目管理工作。建筑工程项目管理工作的的好坏会对工程进度、工程造价以及工程质量造成极大影响，所以，应该不断完善高层建筑项目管理的措施和手段。

现代高层建筑的施工技术涉及到的内容非常多，需要施工人员具备一定的专业知识和实践经验，并且随着社会水平的提高，人们对于建筑施工技术的要求也越来越严格。目前，在我国的高层建筑施工过程中出现的问题主要来自两个方面，一方面是由于建筑施工技术所产生的问题，高层建筑施工技术具有很高的科技含量，不同专业的施工人员都有既定的位置空间和技术要求，发挥自身的作用和价值。同时，在众多的施工项目之间又要有科学、合理的时间顺序，以及足够项目施展的空间位置，需要将这些施工技术和施工项目进行有机协调，它们应该在相互配合的基础上，保持高效、高质的施工作业。但是在实际操作的时候，经常会出现由于没有全面综合地考虑各项技术，使得一些交叉重叠的部位出现细节问题，容易埋下安全隐患，还有现代建筑个性化的要求也给建筑施工带来了一定的难度，大大增加了各项目之间产生矛盾的概率，新兴技术和产品也是层出不穷，施工人员不能及时熟悉并掌握新的技术，也会给建筑施工带来不小的问题。另一方面，建筑工程施工管理不当的问题也非常普遍，施工单位在分包阶段，为了追求自身利益最大化，就会给界定工作范围带来很多麻烦，使得项目工作得不到明确落实，在工序

上出现众多的遗漏现象，给建筑施工项目协调管理增加了难度。高层建筑施工组织管理不健全造成工作人员素质水平良莠不齐，给具体的项目管理工作带来了许多困难和不便。

2.1 加强施工过程中的技术管理

高层建筑在施工阶段涵盖的工作非常多，尤其需要用到各种各样的施工技术，项目管理工作人员必须加强施工阶段的技术管理，保障建筑工程可以安全、有序地开展各项施工工作。首先，管理人员应该加强相关建筑施工技术的整体管理，制定全面、系统的施工技术方案，严格按照国家行业标准和工艺要求指导项目施工，健全据相关规定落实好技术检查工作，必须把关好各分项的验收工作，及时总结建筑施工技术的优缺点，以便快速提高高层建筑施工的水平。其次，建筑工程在施工阶段还要提前做好技术准备的管理工作，根据具体工程项目的特点和规模，确定该项目施工需要的工作人员素质、水平和人数等，还要将建筑工程的图纸审查清楚，配备好相关的规范、章程等，将各阶段的工程量计算工作落到实处。根据实际情况编制科学的实施性施工组织设计工作，应该制定专项设计方案，必须编制好相关专项方案。最后，高层建筑施工技术管理还包括施工现场的平面管理，查看施工现场的平面布置图是否安全、合理，确保建筑施工的物流有序运行，各项项目工程按进度开展，尽量避免出现二次倒运的情况，为提高建筑工程的效率起到积极作用。这些都是通过加强高层建筑技术管理，进一步完善建筑工程施工阶段的项目管理工作。

2.2 增加高层建筑施工安全管理

我国高层建筑施工作业中的危险来源是多方面的，给建筑工程带来了很大的风险，因而注重高层施工的安全防护管理工作是至关重要的，工作人员必须根据高处作业工程的特点，以及工程周边环境因素设置有针对性的安全防护结构，并将各项防护措施落到实处。一方面，深基础建筑施工的安全管

理工作是高层建筑安全管理的前提，要依照上层建筑的施工情况采用有效的防护措施，全部安全防护措施都应该经过严密精确的计算，对于那些深度超过5米的基坑还应该让专家验证后才能着手安全防护施工。深基坑已经完成的部分还要在下雨、解冻后及时观察土层的情况，一旦有安全问题就要采取相应措施来排除险情，只有在现场安全得到保障的情况下才能继续施工。另一方面，建筑工程在高空作业的安全管理工作，其涉及到的安全防护技术的范围很广，既有传统安全防护措施，包括安全警示标志、隔离网等，还有一些特殊的特殊安全防护措施，针对不同的施工要求采用最有效的安全防护措施，争取在最大程度上降低建筑共层给安全事故的发生概率。建筑工程的施工人员在作业的时候，必须严格遵照安全管理的规章制度来规范自己的行为，始终坚持贯彻“以人为本”的施工理念，在确保工作人员安全的基础上才能开展施工作业。此外，所有参与高层建筑现场施工的人员都应该接受必要的安全教育，并经过严格的考核才能进入到现场作业，这是控制施工人员素质的重要途径，从而确保每个施工人员都能够符合国家和地方的安全规定，切实保障高层建筑的质量和安

全。高层建筑施工工程是当前我国最典型的建筑工程之一，为了使房屋高层建筑的施工水平得到大幅度的提升，就必须注意加强建筑的项目管理工作，保证我国房屋建筑施工安全的同时，还要尽量提高房屋建筑的施工质量，推动我国高层建筑不断向前发展。

[1]熊亚军. 基于施工过程的高层建筑项目管理[j].江西建材, 2016, 08:269+273.

[2]姜艺雯. 高层建筑工程施工过程的质量控制与管理[j].山东工业技术, 2016, 11:123.

[4]李锦花. 高层建筑施工过程中的安全管理[j].中国新技术新产品, 2011, 12:173.

分层结构的特点篇七

内容提要：

本文主要对证券公司组织结构的相关问题进行了研究，得出了若干结论与政策建议。全文分三个部分，分别是中外合资证券公司的有关问题；综合类证券公司的内部组织结构；金融证券集团与按照业务划分的子公司。

第一部分研究了中外合资证券公司的类别问题和设立审批问题。从中外合资证券公司的业务范围看，将其归类于综合类证券公司是较为恰当的。我国证券法只划分了经纪类证券公司和综合类证券公司，主要依据是公司的业务范围。中外合资证券公司虽然不能进行a股的交易，但可以进行承销，以及从事b股、h股、政府和公司债券的承销和交易，业务范围要远大于经纪类公司，很显然将其划归为综合类券商是恰当的。对于中外合资证券公司的审批，笔者建议采取许可制。

第二部分研究了综合类证券公司的内部组织结构问题。随着证券公司业务的发展、地域上的扩张、风险控制的需要，证券公司的内部组织结构日益复杂化。与此同时，出现了决策效率低、机构重叠、风险控制不力等问题。因此研究证券公司的内部组织结构，对于完善组织结构，解决组织结构难题有重要意义。

首先研究了管理学意义上的组织结构的演变和优化。对比分析了直线职能制、事业部制、矩阵结构、多维制结构的优势与缺陷。然后结合基本的管理理论对证券公司的事业部制的优化问题进行了分析。其中考察了中金公司的事业部制的案例，说明了事业部制对于证券公司在专业化和风险控制方面的优势。同时，分析了现行证券公司事业部制的两大问题：本位主义和前后台脱离。最后，提出通过权力进一步分散化和后台职能的虚拟化来解决证券公司事业部制的问题，实现证券公司事业部制的优化。

综合类券商的区域管理总部问题是一个随着管理半径的扩大而产生的。笔者提出了“升级”和“降级”的两种思路，来解决区域管理总部的设置问题。即通过提升管理总部为分公司的办法，使其成为不具法人资格的区域性分支机构；另一方面，通过将其转为代表处，将一些业务职能转移给各事业部，而只保留行政事务性的管理职能。

风险管理是证券公司经营中的重要问题。本文介绍了美国投资银行在风险管理的组织结构方面的作法。

第三部分，主要分析金融证券集团和子公司制。

首先论述了现代投资银行采取的组织结构形式的金融证券集团的形式。并分析了证券公司的内部组织结构——事业部制同金融证券集团的内在联系。

其次，对证券公司集团化下的相关立法问题进行了分析。

再次，对金融证券集团内部的母子公司之间的业务联系进行了研究。在各项证券业务内在联系的基础上，提出了在立法上应允许专业化的子公司可从事相关的其他证券业务的建议。

第四，分析了同证券公司合并重组有关的问题。

最后，分析了除集团化以外的其他的证券公司的组织结构形式，提出了立法上应允许证券公司自由选择组织结构形式的建议。

正文：

[1][2][3][4][5][6]

分层结构的特点篇八

蒙牛集团的企业文化建设及启示

摘要

我国的民营企业是在特定的历史条件下产生发展起来的，其企业文化存在众多不足之处，企业文化上的不足严重制约了民营企业的发展。本文通过对民营企业典范——蒙牛集团企业文化建设中存在的问题进行全面深入的分析，提出对民营企业文化建设采取确实有效的措施、策略，使民营企业文化建设走上健康的轨道。

关键词：民营企业 蒙牛 企业文化 建设

abstract

1. 绪论

改革开放以来，民营经济得到了大力发展，在国民经济发展中起到越来越重要的作用。但是目前，我国民营企业平均寿命只有2.9年。甚至有人预测中国民营企业有60%在五年内破产，有85%将在10年内消失。而大量的调查和事实表明，导致民营企业迅速消亡的最重要的原因就是企业文化的缺失。事实证明只有优秀的企业文化才能创造企业发展的良好环境，只有在良好的环境中才能打造出企业的核心竞争力。

蒙牛乳业集团作为中国民营企业中规模较大的一员，其企业文化建设形势必然会对民营企业的企业文化建设方向起到指导性意义。

蒙牛乳业集团成立于于1999年，创业11年，目前已在在全国15个省市建立20多个生产基地，销售市场覆盖全国各地。他们创造了举世瞩目的“蒙牛速度”和“蒙牛奇迹”。2003年，

经中国载人航天工程部认定符合航天员专用标准，成为唯一中国航天员指定乳制品。2006年，特仑苏荣获国际乳品业联合会颁发的2006年国际乳品业联合会产品创新营销奖，成为首家在世界乳业大会上得奖的中国企业。2007年成为nba中国官方合作伙伴及其于中国唯一指定乳品供货商。2009年荷兰合作银行发布的2009全球奶业公司排名报告中，本集团名列19，是中国奶业首次进入20强。

蒙牛是中国食品企业文化创新第一品牌，世界第一座蒙古草原牛奶城成员，利乐枕牛奶全球产销量第一，蒙牛智能化液体奶单体厂房全球第一，蒙牛是跨世纪中国企业成长速度第一。

2. 蒙牛的企业文化建设概述

2.1 蒙牛企业文化

2.1.1 企业文化

企业文化是企业在运营管理中形成的，企业成员所共同信仰的管理哲学、行为规范和价值体系的总和，为企业在生产，经营，管理等活动中提供理论和行为规范。企业文化是一种企业精神，是企业的一种核心价值的体现，是企业生存和发展的灵魂，旨在发展壮大企业，在市场竞争日益激烈的情况下，企业文化的作用日渐显现出来，如此，当前加强企业文化建设迫在眉睫。

2.1.2 蒙牛企业文化定义

蒙牛对企业文化的定义：团队共同认知的价值观，总结出来的行为准则，与众不同的企业形象。蒙牛企业文化的核心内容为：

1、经营理念（百年蒙牛，强乳兴农）；

2、企业精神（学习沟通，自我超越）；

3、企业宗旨（对消费者：提供绿色乳品，传播健康理念，对客户：合作双赢，共同成长，对股东：高度负责，长效回报，对员工：学习培训，成就自我，对社会：注重环保，回馈大众）。蒙牛集团的企业文化大纲：以蒙牛事业为己任，不以蒙牛利益为己有。

2.2蒙牛企业文化的发展

蒙牛1999年创业初期，它最早的企业文化是以美国著名的企业家、教育家卡耐基的“人生12条忠告”，当时每个员工胸牌背面都有这12条忠告，这是蒙牛企业文化最早的元素，这对当时的蒙牛企业发展来说，有着巨大的推动作用，但是这12条忠告过于单薄，牛根生也认识到不成体系的企业文化，指导作用较弱。随着蒙牛的逐渐壮大，市场需求的改变，蒙牛迫切需要新的，适合自己的独特的企业文化。

2002年蒙牛企业文化手册完成后，开始在企业内部进行传播。为了有效的落实企业文化，蒙牛于2003年成立了企业商学院，其最核心的职能就是实施企业内训，配合企业文化的贯彻落实。所有在蒙牛的新员工都要接受商学院一个星期的全封闭入职培训。蒙牛与瑞典利乐公司在企业文化上的合作，利乐内所有为蒙牛服务的员工也必须接受蒙牛文化的培训。

2004年蒙牛企业文化重新推出了新版本的文化手册，新的文化手册内容更加丰富，发展空间更大。2005年蒙牛领导层为了进一步加深企业文化，要求所有员工在规定时间内接受企业文化的全国统考，全国设20多个考场，从副总裁到清洁工无一例外都要参加！考试时间为一个半小时。

企业文化成为一个正式的文本后不可能在大幅度的去改变它，因此牛根生每个月都会写一篇杂文，在蒙牛内部的《蒙牛足迹报》上发表。这些文章也成为蒙牛企业文化不断补充的内

容之一，不断的进行完善。

2.3 蒙牛企业文化的建设

2.3.1 企业领导文化

蒙牛公司的管理者非常重视榜样的力量，严于律己，要求员工做到的自己首先做到，要求员工不做的，自己首先不做，这样就在全体员工中树立了榜样，为文化建设提供了生动教材。

2.3.2 企业产品文化

蒙牛以品质取得信任，以品牌提升价值；以创新制造差异，以成本赢得竞争，产品质量是企业的生命。在蒙牛，每一包蒙牛牛奶都要经过9道工序，36个监控点，105项指标检测，确保消费者喝上优质牛奶。蒙牛认为，“如果没有质量，一切都是负数！产品不出问题，只是质量的最低标准；产品满足需求，才是质量的最高标准。而质量则是企业所有人的共同责任。

2.3.3 企业人本文化

搭建成长平台，强化学习培训；实施大师计划，成就员工价值。蒙牛的员工全部采取聘任制，竞争上岗，每一位新招员工都要经过考试录用，任何人不能凭借关系进入。注重对员工的培训，蒙牛的新员工都要接受商学院一个星期的全封闭入职培训。开展企业文化的全国统考，全国设20多个考场，从副总裁到清洁工无一例外都要参加。

2.3.4 企业管理文化

蒙牛推行“日事日毕，日清日高”的oec管理模式，在蒙牛每一个部门外都有一张oec考核榜，全方位地对员工进行综合控制。

无论是领导还是员工都要进行考核，“事前计划，事中控制，事后检查，事完评价”就挂在考核榜的下方。因此，每个员工的是非功过，都一目了然。蒙牛对于廉政管理非常严格，只能上级给下级拜年、送礼、请客，凡是中高层领导的直系亲属，一律不准进企业。

2.3.5 企业竞争文化

蒙牛起初是将伊利作为标杆，让消费者知道了蒙牛，借助伊利扩大了影响力。蒙牛也一直强调向伊利学习。蒙牛与伊利在竞争中相互激励，共同发展，携手并进。其次蒙牛人更注重与自己较劲，不是打击消灭其他品牌，而是发展完善自己的品牌，把选择权交给消费者。

2.3.6 企业营销文化

蒙牛的成长史，其实就是一部营销史。蒙牛在营销上的投入是相当可观的，牛根生曾说：“广告的投入与销售额的上升绝对成正比。”而蒙牛广告是为宣传产品的营销手段。

2.4 蒙牛企业文化建设的成就

蒙牛的文化大纲ppt长达86页，内容详实，图文并茂，引经据典，谈古论今，提出“提供绿色乳品，传播健康理念，为提升消费者的健康品质服务，”的使命，树立“绿色蒙牛”的企业形象，以诚信构筑蒙牛企业文化的核心，以“诚信”作为第一价值观，注重环保，回馈大众。蒙牛的企业文化建设取得了非凡成就，这是毋庸置疑的，中国企业文化促进会于2007年6月授予其“全国企业文化建设示范基地”荣誉称号，成为民营企业中首家获此殊荣的企业，实可谓名利双收，蒙牛企业文化也因此成了很多企业进行文化建设学习的榜样。

蒙牛通过企业文化建设的深入开展，改善了企业管理，改变了员工观念，提高了员工竞争意识，激发了员工的生产积极

性和集体主义精神，增强了企业凝聚力。企业文化是员工生产经营的指示牌，引导蒙牛人如何更好的工作。每个人的意识、习惯、生活方式都不同，蒙牛的企业文化在一定程度上规范了员工的行为，改变了他们平常不好的工作习惯，提高工作效率。

“绿色蒙牛”形象所推崇的绿色草原和纯天然在蒙牛成为中国乳业巨头起了关键作用。“绿色蒙牛”的企业形象升入人心，在当今生活水平高速提高的同时，人们离绿色，自然越来越远，而“绿色蒙牛”恰恰反映了公众的心声，迎合了公众的需求，蒙牛企业文化也因此受到社会大众的广泛认同。而由此带来的经济效益是巨大的。蒙牛的企业文化的优势在于让公众对它的企业文化核心理念得到了认可，公众对蒙牛的信任度越高，也会更乐意去购买其产品。

3. 蒙牛企业文化建设的问题

3.1 蒙牛企业文化建设中的突出问题

3.1.1 企业领导文化

三聚氰胺事件中，受抨击最多的企业除三鹿，恐怕就是蒙牛了，甚至有人直接指出牛根生就是蒙牛的三聚氰胺。牛根生甚至是电视机面前潸然泪下自责不已，可惜的是民众并不吃这一套，舆论怒火并未就此停息。经历了三聚氰胺事件、虚假宣传事件，公众对蒙牛这位领导人物彻底失望了，这些事件的发生主要责任在于牛根生，没有他的默许，员工又怎么会在产品中添加三聚氰胺。牛根生在中国乳业界是举足轻重的人物，消费者对蒙牛的信任，很大部分原因就是信任牛根生，我们所听到的牛根生的事迹有很多，他的言词，举措都被人所效仿。正因为牛根生的个人形象树立的太完美，以致于在三聚氰胺事件发生后成为舆论所攻击的主要对象。蒙牛发展至今，成为国内一流企业，但此时牛根生价值观却出现了偏差，古语言“江山易打难于守”，牛根生需

要好好反思了。

3.1.2企业产品文化

蒙牛的产品，在三聚氰胺事件发生前，我会说不错，之后呢，还有谁能保证它的产品品质。三聚氰胺事件的发生，导致“绿色蒙牛”的形象一落千丈，万夫所指。自此消费者对蒙牛产品信任度大打折扣，产品质量，安全得不到保证，消费者如何放心购买。蒙牛过于重视发展速度而忽视了对企业根基的把握，企业怎能长期发展下去。对于蒙牛来说，在中国乳品市场上，它缺的不是知名度，而是美誉度、忠诚度。蒙牛不应该本末倒置，不能只看眼前，眼光放长远，如想可持续发展还是应该把重点放在产品质量上。

蒙牛企业文化建设初期，蒙牛以为消费者提供绿色，天然的乳品为目标，这正是消费者所需要的健康饮品，但是在产品中添加三聚氰胺，以及未报批卫生部批准的omp添加剂，显然有悖蒙牛经营文化。显然蒙牛并没有把消费者真正需求作为产品生产导向，消费者不满意，减少消费，蒙牛利益将严重受损，还谈何双赢。质量好的，健康的产品才是消费者需要的。

3.1.3企业人本文化

训而改变他们价值观，生产经营理念。或许起初蒙牛人的确是以“绿色”，“诚信”为标准，但在蒙牛集团发展壮大后，蒙牛人的价值观，利益导向早已转变。

3.1.4企业市场文化

蒙牛一成立就借助伊利让消费者知晓蒙牛乳业，提出“第二品牌”，这就直接把其他竞争对手都甩到了身后，由此拓展了消费者市场。蒙牛的企业宗旨，使命都得到消费者认可，从而得到人心。但是三聚氰胺事件让消费者对其大感失望，

并且在此次事件中，蒙牛为了安抚香港消费者，其新闻发言人在新闻发布会上说：“我们发到香港的产品和出口的产品是一样的，保证比内地的产品质量更好、更安全。”，这不是在说我们内地消费者不如香港、国外消费者，不配食用质量更好、更安全的产品。蒙牛这一举措让消费者心寒，是内地的消费者让蒙牛成长起来的，没有内地消费者哪有现今的蒙牛。

3.1.5 企业营销文化

蒙牛原来的广告词“来自大草原的牛奶”，“蒙牛自然给你更多”，“自然好牛奶”，都强调大草原，绿色的，天然的，战略清晰，卖点突出，容易被消费者理解、接受。但现在变成了“只为优质生活”，“每一天，为明天”，意思是喝了蒙牛奶生活就是优质的了，怎么就优质了，为了明天就不要今天了，没有今天哪有明天。我们所要的牛奶不过就是要营养的、健康的、安全的。牛奶就是一物质产品，不需要上升到精神层次，那反而会让消费者迷糊蒙牛要卖的到底是什么。而伊利就从卖“精神”，广告语由“心灵的天然牧场”，改为“浓、香、纯，自然融在嘴里”。可见在三聚氰胺事件后，蒙牛并未认真反省，还是不明白消费者的真正需求。

3.2 综述

蒙牛在三聚氰胺事件后，微停顿了一下，又开始其奔牛速度，速度确实成就了蒙牛，但在蒙牛飞速发展的过程中，有没有对上一次打击中进行根本性的反省。做乳业应把产品质量，安全作为核心，注意力放到乳品安全建设上。蒙牛应该从陶醉于“疯牛的速度”中清醒过来，认真反省该如何去建设企业文化，如何去完善企业文化，让企业文化名副其实，而不是一个空架子，徒有其表。

4. 对中国民营企业文化建设的启示

4.1 提升民营企业家的综合素质

要建设优秀的企业文化，首要的因素是企业家。通过蒙牛的例子，我们可以看出：企业家不仅是企业文化、企业精神的塑造者、推动者和模范者，也是企业形象的重要组成部分！特别是在民营企业内部，企业家的个人性格、处世原则和管理风格对企业文化的形成和发展至关重要，其本人对企业文化解读和理解程度的高低，是决定企业文化建设能否发挥作用的关键因素。

蒙牛之所以能在短短十一年内发展成今天这样的一流企业，与企业家牛根生的价值观，个人形象是分不开的。在未发生“三聚氰胺”，“OMP”事件前，公众对牛根生的评价都相当之高，除了他的勤劳，智慧，他的人品，价值观，都是为公众所称赞的。而“三聚氰胺”发生后有人说牛根生是蒙牛的三聚氰胺，显而易见，牛根生的价值观，利益导向发生了改变，他本人的形象也在此次事件后受到严重影响。企业家的素质和自觉程度对于企业文化建设的成败起着关键作用。“公司永远是对的，老板永远是对的”这是蒙牛人的工作理念，也是很多民营企业内部工作人员的理念。因此，民营企业企业家要自觉提高自身文化素质、知识能力、社会责任感和道德水平，树立正确的价值观，要在充分认知自身企业历史渊源、发展现状的基础上凝练和锤炼具有特色的企业文化，同时积极学习其他企业的优秀文化，博采众家之长，扬长避短。

4.2 重视产品质量，确保企业根基，落实企业文化

从蒙牛身上我们可以明确的看到，产品质量是企业生命线，只有提高了质量，企业才能长远的发展下去。产品质量得不到保证，一切企业文化也就没有任何意义，不过是骗人骗己的一套说辞。因此，必须建立以产品质量为核心的企业文化。

努力培育企业文化所需要的土壤，是企业的一项重要工作。

围绕产品质量形象，开展健康有益、丰富多彩、形式多样的群众性活动，诸如qc小组活动、技术比武、岗位练兵、成果展览以及以质量为主题的各种知识竞赛，既可以提高职工的参与意识，增强质量观念，同时又丰富了职工的文化生活。这种观念和意识以产品质量形象为核心，以健康有益的文化为载体，以企业的价值观为依托。健康有益活动的开展，职工质量价值观念的形成，会为创建以产品质量为核心的企业文化创造有利条件。

另外，以产品质量为核心的企业文化的形成和发展，有赖于企业有一个健全的质量体系和较强的质量保证能力。因为这是促进企业提高产品质量的关键，也是创建以产品质量为核心的企业文化的可靠保证。

4.3 以人为本，注重企业灵魂塑造

企业文化的建设离不开全体员工的积极参与、共同努力。企业应该致力于以人为本，全面提高员工队伍素质，充分发挥员工的积极性和创造力，进而提升企业整体素质，增强企业系统竞争力，促进企业发展。提高企业系统竞争力是企业文化建设的根本任务，企业文化要抓这个根本问题。

企业文化是将企业在创业和发展过程中的基本价值观灌输给全体员工，通过教育、整合而形成的一套独特的价值体系。但是通过对蒙牛集团企业文化的调查，我们发现许多民营企业在文化建设中往往注重于做表面的文章，而忽略企业文化内涵，缺乏正确的理解与认识。

样的企业文化是没有意义的，不能形成企业文化的强大推动力。

首先改变重形式、轻内涵的有害理念，注重企业灵魂的塑造，突出个性特点。民营企业在构建企业文化中，一定真刀真枪，超越形式主义，以企业经营灵魂塑造为中枢，培育适应市场

经济的集体价值观，培育反映企业集体个性的集体行为。其次中小民营企业一定要保持制度制定与文化理念的一致性，将本企业的价值观念渗透到各项制度之中，通过制度的严肃性和强制性来保证企业价值取向的实现；通过制度的稳定性与长期性来实现企业文化在员工心中的内化；通过企业制度的相关控制体系调控企业文化发展的基本走向，及时纠正偏差，并根据现实情况对企业文化建设提出前瞻性建议，推动企业文化理念的更新与发展。

蒙牛的企业文化建设的弊端就在于没有真正的落实起来，如何落实，需要严明的管理和监督，这就需要有特定的监督机构。民营企业可以其企业内部设立专门的监督部门，上至领导，下至员工，只要做出了违背企业宗旨，有损企业形象，企业利益的行为，监督部门都可以直接做出相应的处罚，批评教育。同时，也可以及时发现企业内部存在的问题，及时发现及时处理。确保企业文化能够真正的被重视，有效的落实到工作中去。

4.4建设独具特色的企业文化

企业文化是指企业在某一特定文化背景下产生的独具特色的经营理念和行为哲学，是企业的个性化表现。企业文化必须与企业实际相结合，形成自己的特色，才具有生命力。但是目前我国不少民营企业文化建设奉行“拿来主义”，一味模仿国内外其他企业的做法，这使许多民营企业的文化带有雷同性，没有突出本企业鲜明的文化个性。

比如，蒙牛创业初期，最早的企业文化是卡耐基的“人生12条忠告”，这是蒙牛企业文化最早的元素，随着蒙牛的逐渐壮大，市场需求的改变，蒙牛就迫切需要新的，适合自己的独特的企业文化，这样才能使企业文化产生积极的推动作用，而不会成为企业发展的障碍。准确定位自身的企业文化，建立起适合自身发展的企业文化，并将这种文化灌输和渗透到企业员工中去，形成自己个性色彩鲜明的企业文化。只有特

色鲜明的企业文化才能引起员工的认同与共鸣，从而产生巨大的向心力和凝聚力，使企业立于不败之地。

我国的民营企业应结合当前我国正在建立的社会主义市场经济客观条件，继承我国的传统文化，建设有中国特色的民营企业文化。其中智力资源是企业竞争力的体现，我们必须利用各种信息，把人才作为发展的中心，以提高人的素质为基本途径，以培养企业理念和塑造良好形象为手段，充分调动员工的积极性，创新企业文化。同时一方面，民营企业要敢于打破传统观念的束缚，发挥自身适应性强、经营灵活等优势，学习古今中外优秀的管理思想和文化传统；另一方面，民营企业要了解自身所处的宏观微观环境并把握其本质，提高创新思维，建立创新文化，努力使企业向学习型组织、知识型企业发展。

5. 结束语

本文对蒙牛企业文化建设现状进行多方面，多角度的深刻分析。针对于蒙牛目前处于扩展阶段的具体情况，分析蒙牛企业文化在成功的同时出现的问题，以及这些问题所带来的负面影响，用于指导民营企业企业文化的建设。理论结合实际，首先，对企业文化的发展历史作简明介绍，然后对企业文化的内容进行描写，从如何进行企业文化建设这个问题着手，对蒙牛企业文化现状进行分析发现其问题所在，提出合理的解决对策。

尽管本论文对民营企业及蒙牛的企业文化建设进行了分析和研究，但是由于时间和条件限制，许多问题研究还不够深入，有待在今后的工作和学习中进一步深入探讨。

6. 致谢

首先感谢我的论文指导老师，从我论文的选题、资料收集、写作、修改到论文的定稿，段老师都给了我悉心的指导，在

我的思路出现问题时给予及时的指导，让我改变思维方式，我在本次论文的撰写过程中所获颇丰，认识到学术研究是马虎不得的，必须严谨的对待，以及今后的每件事都要踏实的做，这将对我今后的生活工作中有深远的影响。

感谢大学四年培养、教育了我的所有老师，他们传授了我专业知识的同时，还教导了我们如何做人，如何在今后的学习工作中有所作为。

文献

2、《蒙牛企业文化手册》

3、《蒙牛企业文化带来的品牌效应》

作者：李复强

中国管理传播网 2007年02月25日

4、《浅谈民营企业文化建设的问题与对策》 作者：黄静
龙源期刊网

2007年第10期

5、《从蒙牛和华为看企业文化的建设与其管理》 作者：刘曦
微

东方企业文化

2009年第5期

6、《论私营企业文化建设存在的问题及对策》

作者：刘静

沿海企业与科技 2007年第11期

7、《浅析企业文化建设的主要难题及其破解思路》作者：
郑又贤

三明学院学报

8、《对蒙牛企业文化的思考》作者：武永春,许联锋

江苏商论

2008.3

9、《蒙牛创新型人才培养与企业文化建设剖析》作者：解
祥华,张通拉嘎

内蒙古财经学院学报

2009年第7卷第5期