



저작자표시 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.
- 이차적 저작물을 작성할 수 있습니다.
- 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#) 

석사학위논문

중국 알리바바(阿里巴巴)기업문화에
대한 연구

제주대학교 대학원

행정학과

손 몽 요

2023년 2월



중국 알리바바(阿里巴巴)기업문화에 대한 연구




지도교수 강 영 훈

손 몽 요

이 논문을 행정학과 석사학위 논문으로 제출함

2022년 12월

손몽요의 행정학 석사학위 논문으로 인준함

심사위원장 김 주 경 
위 원 강 영 훈 
위 원 고 기 봉 

제주대학교 대학원

2022년 12월

목 차

제 I 장 서론	1
제1절 연구의 배경과 목적	1
1) 연구의 배경	1
2) 연구의 목적	3
3) 연구의 방법	4
제2절 연구의 내용과 구조	4
1) 연구의 내용	4
2) 연구의 구조	5
제 II 장 인터넷 기업문화의 관련 이론	8
제1절 인터넷 기업의 개념과 특징	8
제2절 기업문화에 관한 이론	8
제3절 기업문화의 발생과 발전	11
제4절 인터넷 기업문화	13
제5절 인터넷 기업문화 분석기준	15
제 III 장 알리바바 기업문화 이론 고찰	20
제1절 알리바바 기업문화의 발전 과정	20
제2절 알리바바의 기업문화 연혁	22
제3절 알리바바의 기업문화 콘텐츠	23
제4절 알리바바 기업문화 건설의 독특성	30
제5절 알리바바의 기업문화 콘텐츠 해석	37
제 IV 장 국내외 인터넷 기업문화 조성내용 분석	39

제1절 고객 최우선	39
제2절 혁신 중심	39
제3절 인간 중심	40
제4절 계속 학습	41
제5절 ‘사람 중심’의 기업문화	42
제 V 장 인터넷 기업문화 조성 및 대책 분석	43
제1절 어떻게 인터넷 기업 문화 “사람 중심” 건설을 잘할 것인가?	43
1) 인간의 감정적 측면의 관리	43
2) 민주적 관리를 실시	44
3) 자체 관리를 실시	44
4) 인재의 관리	45
5) 문화 관리 실시	46
제2절 알리바바 기업문화의 “혁신” 건설의 방법	46
1) 지속적이고 강력한 “혁신적인” 가치관의 창립	47
2) 끊임없이 진보하는 “혁신” 정신의 확립	48
3) 적극적이고 상향적인 “혁신적인” 환경의 건설	50
4) 용감하게 진취적인 “혁신적인” 기업 이미지 메이킹	51
제 VI 장 결론	52
제1절 연구의 요약	52
제2절 연구의 한계	53
참 고 문 헌	54
Abstract	58

표 목 차

<표3-1> 알리바바 파트너십의 발전 역할	26
-------------------------------	----

그 립 목 차

<그림1-1> 중국 인터넷 사용인 수 및 보급비율	1
<그림1-2> 연구의 흐름	5
<그림3-1> 알리바바 그룹 생태계	25

국문 초론

중국 기업은 큰 변화와 발전의 인터넷 시대에 있으며 시장 경쟁이 심화하고 있다. 중국 기업들도 인터넷이 가져온 엄청난 충격에 직면해 있으며 전례 없는 속도로 재편되고 있다. "신구 교체" 현상이 여러 기업 분야에서 발생했고 일어나고 있다. 오래된 패턴을 깨는 도전에 직면하는 사고의 방식, 문화는 기업의 영혼이며 기업문화의 영혼은 혁신에 있다. 인터넷 기업에 있어 유일한 불변의 법칙은 '변화'이며 기업은 실시간 상황과 경쟁자, 고객의 니즈에 따라 변화해야 한다. '변화'는 혁신이고 기업문화도 마찬가지 있다.

혁신적 기업문화 건설만이 세계 민족의 숲에서 자립할 수 있다. 따라서 혁신은 인터넷 기업문화 구축의 진입점이며, 인터넷 기업문화의 성장에 있어 반드시 거쳐야 하는 과정이기도 하다.

오늘날 인터넷 기업 문화의 구축은 비즈니스 커뮤니티에서 큰 주목을 받고 있다.

본 논문은 주로 인터넷의 역사를 살펴보고 주제 선정의 배경과 연구 의의, 국내 인터넷 기업 문화 구축에 관한 연구 현황을 기술하여 소개하는 다섯 부분으로 나누어 설명한다. 이 주제는 주로 문헌 연구 방법, 비교 분석 방법 및 사례 분석 방법을 통해 연구를 수행하고 본 논문의 혁신 점을 제시한다.

제1장 연구의 배경과 필요성. 제2장에서는 주로 인터넷의 개념과 특징, 기업문화의 개념과 내용, 인터넷 기업문화 구축의 한계에 관해 기술한다. 제3장에서는 알리바바의 사례연구를 통해 기업문화 구축을 분석하고, 분석을 통해 영감을 얻는다. 제4장은 알리바바의 기업문화 구축 콘텐츠 분석이다. 마지막으로 이전 장에 대한 정교화를 통해 이 장에서는 알리바바의 기업문화를 구축하고 개선하는 방법을 제안한다.

기업문화 구축은 체계적인 프로젝트로 철학적 관점에서 본 논문은 알리바바의 기업문화가 함축하는 함의와 우수한 인터넷 기업이 기업문화를 구축하는 방법을 살펴보고 인터넷 기업문화를 어떻게 개선하고 정착시킬 수 있는지 적극적으로 모색한다.

주제어: 인터넷 기업 문화, 알리바바, 제4차 산업혁명, 기업문화

I 서론

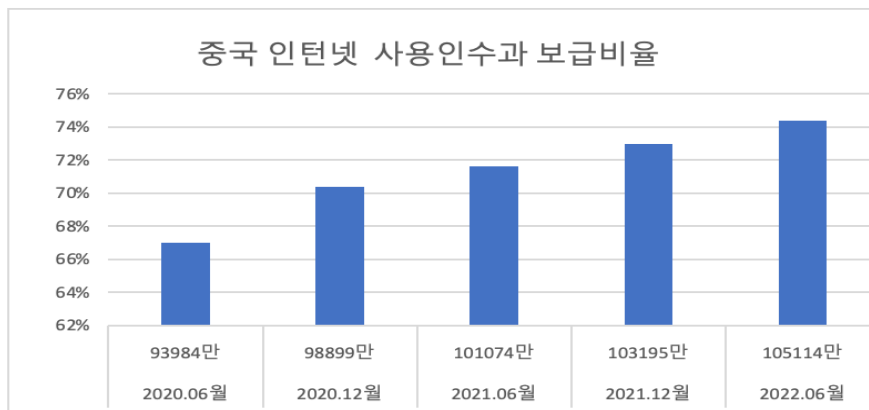
제1절 연구배경과 의미

1) 연구의 배경

21세기 현대사회에서 4차 산업혁명은 조용히 전 세계 곳곳에 스며들고 있다. 농업경제와 공업경제의 시대를 경험한 후 정보기술과 네트워크 기술을 기반으로 하는 인터넷 혁신경제는 새로운 경제발전단계에서 점차 중요한 위치를 차지하고 있다. 현재 인터넷을 매개로 IT산업이 우후죽순처럼 생겨나면서 글로벌 경제 발전의 새로운 동력이 되고 있다. <그림1-1>처럼 2022년 6월 기준 중국 네티즌 규모는 10억5114만 명 인터넷 보급률은 74.4%로 2021년 12월 대비 1.45퍼센트로 약 4296만 명 증가했다.¹⁾

중국의 인터넷 보급률은 점차 증가하고 있으며 인터넷을 사용하는 사람들의 수도 해마다 증가하고 있다. 인터넷 사용자의 지속적인 증가로 인해 IT 기업은 현대사회에서 매우 우수한 핵심 경쟁력을 갖추고 있다.

< 그림1-1 > 중국 인터넷 사용인 수과 보급비율



출처: 중국 인터넷 네트워크 센터. 2022년<제50차 중국 인터넷 발전 통계 보고서>.

중기 기관, 철강, 석유, 전기, 중화학 공업 등에 익숙한 사람들은 필연적으로 "

1) 중국 인터넷 네트워크 센터 <제50차 중국 인터넷 발전 통계 보고서> 2022.

금속의 힘” 숭배를 형성하게 될 것이다. 경제 및 사회 발전에서 그 구체적인 징후는 엔지니어링 프로젝트의 강조, 규모의 경제 선호, 확장 확장을 통한 개발 추구, GDP 추구이다.²⁾

IT산업은 기술집약적 산업으로 일반 제조업, 서비스업과 크게 다르다. 이 업계의 기업에 있어서 고급 인력은 인터넷 기업의 가장 중요한 생산 요소가 되었다. 고급인재의 창작활동은 인터넷기업이 급성장하여 시장을 선도하는 핵심요소로 여타의 노동집약적, 자본 집약적 산업과 달리 인적자본 및 고정 자산 투자, 이 산업은 그렇게 중요하지 않았다. Facebook 창립자는 컴퓨터와 두 명의 룸메이트와 함께 기업가적 여정을 시작했다. 그리고 그것은 인터넷 회사들이 어떤 사업보다 인재를 갈망하는 대성공이다. 미국의 저명한 경영 이론의 세계적 선구자인 Peter Drucker는 지식 경제 시대에 기업의 진정한 자원은 오직 사람이라고 말했다. 이는 특히 인터넷 기업에서 두드러지게 나타나므로 직원의 충성도와 업무 의욕을 더욱 향상하기 위해서는 기업문화의 구축이 매우 중요하다.

그러나 기업문화 구축의 중요성을 인지하고 있음에도 불구하고 인터넷 기업이 안고 있는 가장 큰 문제는 여전히 직원들의 문제다. 현재 인터넷 기업의 직원들은 대부분 젊어지고 있다. 부모 세대의 직원들에 비해, 그들은 더욱 민감한 촉각을 가지고 있으며, 일찌감치 종말의 사고에서 벗어났으며, 매우 유동적이어서, 인터넷 기업에도 큰 손실을 입혔다. 따라서 기업문화 건설을 잘하고 직원의 충성도와 업무 의욕을 높이는 방법은 기업이 시급히 해결해야 할 문제가 되었다. 기업은 지식 기반 직원의 전문적인 지식 소양이 필요할 뿐만 아니라 더 중요한 것은 안정적인 작업팀을 갖추어야 기업에 더 큰 이익을 창출할 수 있다. 또한 Nonaka의 SECI 모델³⁾에

따르면 지식 전환 과정에서 기업문화의 지원이 대체할 수 없는 역할을 한다는 것을 보여준다.

2) [US] Eric Bryan Jofferson, Andrew McAfee: "The Second Machine Revolution", translated by Jiang Yongjun, CITIC Press, 2014 edition, recommended preface.

3) [https://namu.wiki/w/SECI%20 모델](https://namu.wiki/w/SECI%20모델)

2) 연구의 목적

1. 기업문화는 큰 자석처럼 흡착 기능을 하고 있으며 좋은 기업문화는 직원을 단단히 끌어들이어 기업과 하나가 되어 기업의 발전을 위해 노력할 수 있다.

2. 기업문화는 직원들이 기업의 발전을 위해 노력하도록 격려할 수 있는 동기 부여 효과가 있다.

3. 기업문화는 강력한 복사 기능을 하고 있으며 주변 기업문화 전반에 영향을 미칠 수 있다.

4. 기업문화는 기업관리를 촉진하는 기능을 하고 있는데, 전 기업관리자는 주로 직원 중심, 직원 관리였으며, 기업문화는 더욱 구체화한다.

5. 기업문화는 직원들에게 일정한 제약을 줄 수 있으며, 미묘한 방식으로 직원들에게 일정한 제약 효과를 준다. 문화건설이 기업 건설의 중요한 부분이 된 것은 바로 이러한 기능 때문이다.

본문은 기업문화 건설의 이론 지식에 기초하여 인터넷 기업이 존재하는 이러한 문제를 결합한다. 알리바바 회사의 경우, 해당 기업의 기업 환경, 가치관, 기업 정신, 기업 목표 등을 조사하고, 해당 기업의 기업문화 건설 상황을 분석하며, 해당 기업문화의 문제점을 연구한다. 인터넷 기업 문화건설의 기본 원칙을 제시하고, 직원의 충성도를 높고, 조정한다. 노동자의 적극성을 동원하여 회사의 생존과 발전에 공헌한다.

인터넷 기업은 우후죽순 생겨나지만, 전통기업처럼 계획적이고 규모 있는 확장을 이루기에는 아직 빈궁하고 창업 초기 기업문화의 중요성을 거의 인식하지 못하고 최고의 기업문화를 육성할 기회를 상실하고 후기에 재육성하는 데 어려움이 많다. 게다가 인터넷 기업의 가장 중요한 생산자료는 바로 지식인데 어떻게 회사를 육성할 것인가?

좋은 기업문화로 인해 회사의 이러한 종업원에게 강한 소속감을 느끼게 하는 것도 인터넷 기업이 직면한 어려운 점이다. 따라서 본문은 인터넷 기업에서부터 기업의 공통성을 분석하여 인터넷 기업문화 건설의 기초 즉, "인본건설"과 "혁신" 기업문화 건설을 제시하였다. 인터넷 기업이 만약 설립 초기에 기업문화를 건설

할 때 매우 좋을 수 있다. 이 양면을 잡고, 또 본 기업의 특색을 결합하면, 반드시 좋은 기업문화를 육성하고, 좋은 기업 분위기를 조성하여 직원들이 공동의 가치관을 가지고 노력하도록 할 수 있을 것이다.

3) 연구 방법

본문은 알리바바 통해 관련된 이론 연구는 인터넷 기업이라는 특수성을 결합해서 한 기업의 문화건설 실태를 조사 분석해 인터넷 기업 문화건설에 대한 의견을 제시하였다. 본문은 중국의 기업문화 연구와 중국의 인터넷 기업의 발전을 바탕으로 한 것이어서 중국의 인터넷 기업에 참고가 된다. 어느 회사는 이미 본문의 연구와 결합하여 기업문화 건설의 중요한 의의를 인식하고, 본문의 건의에 따라 그 특성에 맞는 기업문화를 건설하기 시작하였으며, 비록 문화건설은 긴 과정이지만 이미 환경 등에서 회사의 변화를 직관적으로 느낄 수 있다.

기업문화로 건설된 관련 이론은 구글 기업의 기업문화 기본 원칙, 설립의 절차와 경로, 발달한 환경요인에 대한 조사와 연구를 지도하고 알리바바 그룹과 같은 인터넷 기업의 향후 발전 가능성을 분석하고 마지막으로 중국 인터넷 기업에 맞는 기업문화 건설을 제시하였다.

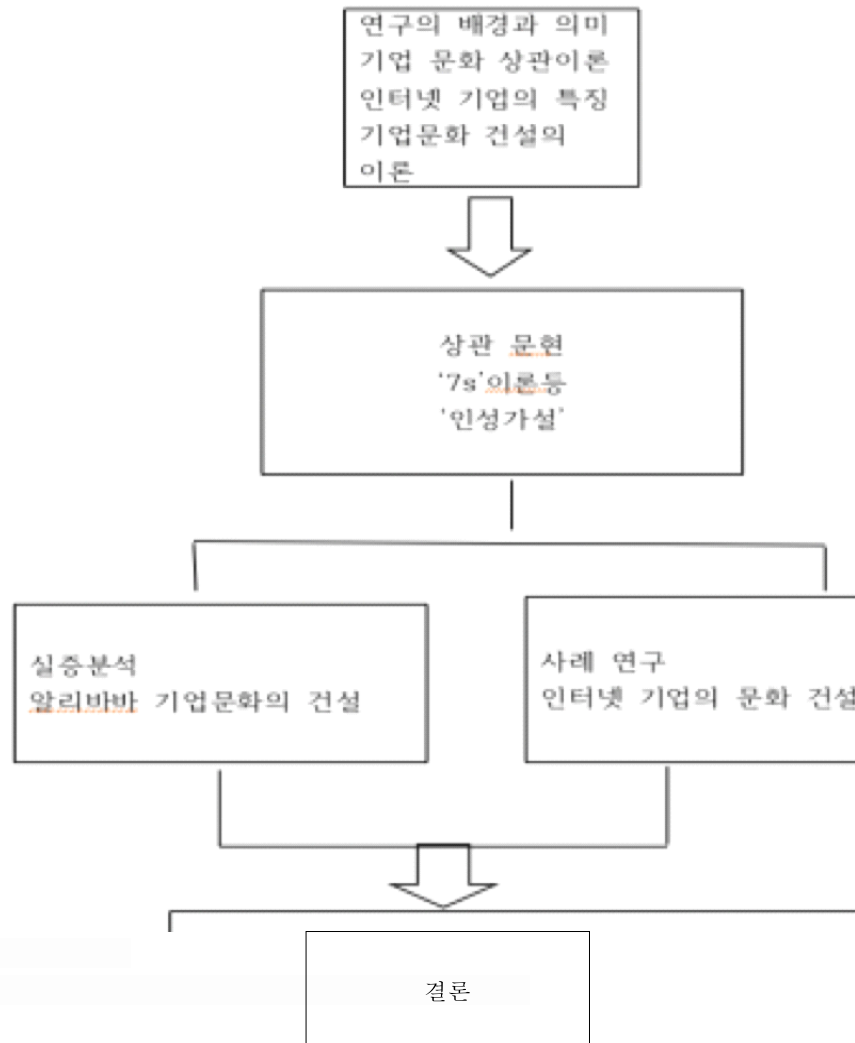
2 연구내용과 구조

1) 연구의 내용

본문은 기업물을 통해 관련 이론 연구는 인터넷 기업이라는 특수성을 결합해서 한 기업의 문화건설 실태를 조사 분석해 인터넷 기업 문화건설에 대한 의견을 제시한다. 본문은 중국의 기업문화와 연구 중국의 인터넷 기업의 발전을 바탕으로 한 것이어서 중국의 인터넷 기업에 참고가 된다. 어느 회사는 이미 본문의 연구와 결합하여 기업문화 건설의 중요한 의의를 인식하고, 본문의 건의에 따라 그 특성에 맞는 기업문화를 건설하기 시작하였으며, 비록 문화건설은 긴 과정이지만 이미 환경 등에서 회사의 변화를 직관적으로 느낄 수 있다.

2) 연구의 구조

<그림1-2> 연구의 구조



제 II 장 인터넷 기업문화 관련 이론

제1절 인터넷 기업의 개념과 특징

1) 인터넷 기업의 개념

인터넷 기업은 인터넷에서 소비자를 대상으로 운영 및 서비스를 제공하는 기업을 의미한다 (Doligalski, 2018). 오늘은 일반인이든 네트워크 실무자든 '인터넷+'에 대해 알아야 할 것인데, '인터넷+' 실천방안이 2015년 국정 업무보고에 '안정적 경제성장 촉진을 위한 조율'의 중요한 부분으로 포함되었기 때문이다.⁴⁾

성환(程歡 2012)은 인터넷 기업은 지식을 매개체로 하는 기업으로 1980년대 말부터 금세기까지 인터넷 기업은 국민경제의 발전을 촉진하는 중요한 경제형태가 되었다. 인터넷 기업에는 전자상거래, 소프트웨어 개발 등을 포함된다. 인터넷 기업은 주로 지식의 투입, 혁신 성과의 산출, 성과의 전파에 의존한다. 기초적인 기업, 따라서 전통적인 기업들에 비해 인터넷 기업들은 그 뚜렷한 기업의 특색 특징을 가지고 있다.⁵⁾

2) 인터넷 기업의 특징

인터넷 기업은 주로 지식으로 인터넷 기업 초창기 초기에는 생각 법·창의에 간단한 고정까지 자산투입이 회사 창립의 주요 자본이 되는 것은 바로 이 때문이다. 지식은 이미 벤처 투자의 주요 투자 대상이 되었고, 고정 자산·노동력 투입은 이미 점점 인터넷 회사의 자산 구성에서는 점차 사라지고 지식이라는 생산 요소 이후의 요소가 되기 때문에 지식의 혁신은 인터넷 기업의 첫 번째 특색이 된다.

인터넷 회사 직원 구성 포인트도 선명하다. 인터넷 회사 인터넷 기업 직원의 특징은 다음과 같다.

1) 직원들은 모두 고급 기술 인재이다. 내부 의사결정 실행 수준에서 고학력

4) 李克强: 《政府工作报告》, 载《光明日报》2015年3月17日, 第03版10.

5) 程欢. (2012) 互联网企业文化建设和对策分析, 北京交通大学, 2012, 05.

직원의 실행 능력은 기업 전략의 구현 방법과 정도에 영향을 미친다. 일반적으로 고학력 직원은 위험을 식별하고 통제하는 능력이 더 높으며 위험 선호의 특성을 보여준다(Grinblatt, 2011). 기술 수준은 직원의 학력 수준이 비교적 높은데, 이런 직원은 그렇지 않다. 개인 직업 발전 계획은 명확한 비전을 가지고 있으며 눈앞의 단기적인 이익만을 탐하지 않기 때문에 기업문화에 대한 기업문화와 그들의 가치관이 크게 괴리되거나, 기업문화가 그들 자신의 가치관을 바꾸지 못한다면, 그들은 기업을 떠나기로 선택할 수도 있다. 고학력 직원들은 새로운 기술을 배우고 적용하는 데 비교우위가 있으며 개척적인 작업을 시도하는 것을 선호한다(Dakhli & Clercq, 2004).

2) 인터넷 기업 직원도 젊어 보이고 가소성이 강하지만 기업문화가 선명하다면 그들은 개조될 수 있고 기업에 비교적 빨리 통합될 수 있는 발전성이 있다. 그래서 인터넷 기업문화 구축에 필요성과 타당성이 있다.

3) 인터넷 기업 직원 모두 강한 혁신적 사고를 가지고 있다. 본래 인터넷 기업은 젊은이들이 청춘을 뿌리는 것이다. 꿈을 꾸는 곳, 이 직업에 종사하는 젊은이들은 모두 비교적 창조적인 사고와 옹음을 가지고 있다. 도전적인 일을 하는 경향. 창업자, 애플 창업자 모두 이런 생각을 갖고 투자했다

이 업계에 몸담고 있으며, 또한 창업을 주도하고 있다. 새로이 기업문화 건설의 중요한 수단으로 회사의 모든 젊은이에게 영향을 미치고 있다. 사람, 그리고 주변의 인터넷 기업 문화를 복사하여 직원들의 특성을 살리기도 한다. 문화건설이 결합하면 인터넷 기업이 성장할 수 있다.

4) 인터넷 기업 직원도 비교적 강한 자기 가치 실현의 특징이 있어, 종업원의 일을 선택하는 것 같지 않다. 전통 업계의 다른 직원들은 기업의 업무가 자신의 가치를 실현할 수 있을지에 대해 매우 예민한 감정을 품기 때문에 관리하고 있다. 기업을 경영할 때 관리자에 대한 요구가 높아져 기업문화 건설이 더욱 중요해졌다.

5) 인터넷 기업은 직원 개개인의 의식이 강해지고 유동량이 많아지는데, 인터넷 기업은 직원들이 모두 가치관이 뚜렷한 고급 지식인이며 정보사회 정보 소통이 신속하므로 강력한 기업문화가 없다면 직원을 하나로 묶지 못한다는 점이 인터넷 기업의 가장 큰 문제점이 된다는 지적이 있다 (程歡.2012) .

제2절 기업문화에 관한 이론

2) 기업문화의 개념과 내용

2.1) 기업문화의 개념

중국의 저명한 학자 류광밍(劉光明)은 '기업문화'라는 책에서 "기업문화는 경제 활동을 하는 조직 속에서 형성된 조직문화다. 기업문화는 조직 구성원들이 공통적으로 인정하는 것이다. 기업 문화는 기업의 가치, 신념, 업무 수행 원칙 및 직원들이 동의하는 기타 영적 내용을 포함하여 기업이 의존하는 기업 가치 시스템의 특정 구현을 말한다.⁶⁾ 포함하는 가치 개념, 행동 강령 및 기타 이념 및 물질적 형조직문화의 구조는 세 가지 차원으로 나눌 수 있다면 공동의 가치이다.

딜과 케네디는 기업 문화를 구성한다고 주장했다. 화학에는 다섯 가지 매우 중요한 요소가 있다. 기업문화 형성과 발전에 중요한 영향을 미치는 요인이다. 가치관은 기업문화 구성의 핵심요소이다. 전반적으로 학자들의 통일된 견해는 기업 문화의 주요 내포는 가치관이며, 하나의 기업 조직 내부에 형성된 독특한 문화 관념, 가치 관념, 신념, 역사전통, 가치 준칙, 행동 규범 등이며, 또한 이들 문화에 의존하여 기업 내부의 각종 역량이 공동의 지도 사상과 경영철학 아래 통일되어 있다는 것이다.

2.2) 기업문화의 내용

기업문화는 서로 다른 각도에서 보면 서로 다른 정의를 가지고 있으며, 현재 존재하는 관리의 새로운 단계설과 총화설, 정신부 및 그 운반체설, 정신부의 생산 분배 소비설, 생산 경영설, 집단의식설, 7S관리 프레임워크 혁신적 문화 8가지 품질설, 성과나 재화 부론 등 여러 학설이 있지만, 어느 각도에서나 어느 학설이든지 모두 제각각이다.

현재 기업문화에 대한 해석은 비교적 대표적인 세 가지 의견이다 : 대체로 서

6) 付静 (2017) 《浅析阿里巴巴企业文化建设》,《文化视野》

구 학자들의 견해를 그대로 따르고 있으며 기업문화는 주로 기업 환경, 가치관, 영웅 인물, 의식, 문화 네트워크 등의 내용을 가지고 있다. 또 다른 의견으로는 기업문화 전체가 의사결정 문화, 경영 문화, 교육문화, 정신문화, 오락문화, 친목 활동 등에서 이해하고 파악한다. 제1 기업문화는 하나의 큰 시스템으로서 기업 이미지, 기업자질, 기업 정신, 기업 목표, 기업 민주, 기업윤리 도덕, 기업 제도, 팀 의식, 기업 문장이 포함되어 있다.

문화를 관리하고 세 가지로 생각되며, 업적 가치관 문화 활동 계열. 제3의 의견을 바탕으로 기업문화의 내용은 기업 정신, 기업의 가치관, 기업의 목표, 기업 윤리 도덕, 기업 제도, 기업 민주, 기업문화 활동, 기업 이미지, 기업자질, 단체인식으로 요약된다.

한마디로 기업문화는 기업의 직원 한 명 한 명이 기업이 주도하는 이념을 하나씩 혁신하는 행위와 결과로 바꾸는 것이다. 언행일치, 결과 지향과 실행이 제대로 된 관리 과제, 이 관리 과제는 '횡단적으로 보면 영측성봉(右側成峰), 원근고저(遠近高低)가 제각각'이라는 완전한 답이 없다.

2) 기업문화의 특징

기업문화의 내용은 풍부하고 기업마다 기업문화는 천차만별이다. 그러나 과학적 추상적 개괄을 통해 우리는 이 천차만별 속에서 공통의 보편적 요소를 찾아 내기가 어렵지 않다. 기업문화의 특징은 그 구조와 기능에 의해 결정되기 때문이다. 절대적으로 말하면 기업문화의 기본적 요소를 이루는 기업문화의 질점으로서 갖는 특징과 전체로서 총체적, 총체적 기업문화로서 갖는 특징의 두 가지를 포함한다. 구체적으로 말하자면 또 주로 다음과 같은 방면을 포함한다.

특징: 우선 기업문화는 일정한 시대성을 가지고 있다. 기업문화는 시대에 따라 발전한다. 건전하고 직원들을 격려할 수 있는 기업문화는 시대의 우수한 가치관의 구현이다. 또한, 기업문화는 당시의 정치, 경제 등 큰 환경의 영향을 받는다. 따라서 우수한 가치관은 시대의 특징을 반영하고 시대에 따라 발전해야 한다.

다음으로 기업 문화적 가치 정체성을 가지고 그는 기업의 비전, 경영가치, 회사 제도, 직원의 직업윤리 등의 내용을 연구할 뿐만 아니라 기업이 처한 환경,

기업이념 직원의 행동, 대표 인물 등에 관한 연구도 포함하므로 그는 고립된 연구가 아니라 회사 전체의 체제에 관한 연구를 바탕으로 기업 발전에 맞는 이론적 근거를 제시하여 기업 직원이 양호하고 지향적인 근무환경에서 일할 수 있도록 하였다.

2.3 기업문화건설의 역할

기업문화의 역할은 보통이다. 1; 기업문화가 기업의 경영관리를 이끄는 역할을 하는 것은 앞서가는 인사와 직원 행위에 대해 인도로 나타난다. 2; 기업문화는 직원들의 응집력을 높이는 역할을 한다. 3; 기업문화는 직원들의 행동을 규범화하고 구속하는 역할을 한다. 4; 기업과 사회의 관계를 조화시키는 역할을 한다. 5; 직원들을 격려하는 역할을 한다

기업문화 건설의 직접성 목적은 모든 직원이 한마음 한뜻이 되어 말과 행동이 일치하도록 하는 것이며, 이는 사람에 대한 경영, 사람에 대한 가치관의 경영이다. '사람 만들기'의 과정으로, 기업문화 건설은 은연중에 노동자의 가치관을 영상화하여 기업과 한마음 한뜻이 되는 과정이다. 개인에게 있어서, 이념은 행위를 결정하고, 행동은 결과를 결정하며, 관념은 변하지 않는다. 땅이 빙빙 돌면서 관념이 일변하여 천지가 넓어졌다. 기업에 있어서 기업문화는 기업의 분투 목표, 분투 정신, 분투의 결과를 결정한다. 만약 누구든지 가장 큰 차이가 사상이라고 말한다면 기업과 기업의 가장 큰 차이는 가치관, 즉 기업문화이다. 그러므로 기업은 반드시 '물건은 사람을 먼저 만들고 사람은 먼저 사람을 만든다'는 원칙을 가져야 한다. 기업문화 건설의 본질은 바로 관념을 세우다. 저명한 경제학자 위광원(于光遠⁷⁾): “국가가 부강하면 경제가 부강해지고, 경제가 번영하면 기업이 번영한다.”

관리에 의지하면, 관리가 관건이다. 기업문화 없는 조직은 없다. 다만 서로 다른 문화가 존재하는 조직은 통일문화, 이산문화, 강한 문화 혹은 약한 문화를 막론하고 한 기업이 모두 자신의 문화를 존재하고, 다른 것은 좋은 문화가 직원들

7) <https://baike.baidu.com/item/于光远/42131?fr=aladdin> (百度百科)

을 단결시켜 같은 방향으로 나아가도록 유도할 수 있다. 투쟁을 표방하지만, 나쁜 문화는 때때로 기업에 멸망의 재난을 초래한다. 문화가 빛나가면 아무리 많은 방법도 헛수고다. 그래서 문화의 힘은 막강하다, 그는 인간의 이념을 강화하고, 마음을 결집시키며, 사기를 북돋고, 정신을 북돋우며, 이미지를 과시한다. 기업문화의 생성과 발전하고 있다.

제3절 기업문화의 발생과 발전

1) 기업문화의 발생

기업문화의 발생은 업계에 따른 동반하다. 역사 유구하여 기업이 기업문화를 나와는 사람들이 중시하는 본 기업은 2차 세계 대전 이후 부상하면서 일 때문에 전후의 기업들은 일권을 급부상한 일부 미국 유명 경영 학자 기업의 대일 본 원인을 조사한 부상과 그들은 경이로운 연구 끝에 발견한 관리가 아닌 것이 아니라 기업문화에 대한 본 업계의 침투와 기업에 녹아 형성돼 본 기업이 자기 일 자기 기업문화를 촉진하게 했는데 마지막 경기로 본 나라의 부 비행기로 일손을 놓은 연구가 기업 문화로 인해 서서히 기업 경영에서 수면 위로 드러나면서 지 불함에 따라 미국은 20세기 말 기업문화 관련한의 작품이 탄생하면서 경제학도 덩달아 기업 문화가 탄생했다.

2) 기업문화의 발전

기업의 문화론. 기업들 업계의 문화와 문화 형상화 방식의 기업형 사업은 기업형 업종이 동반되는 반면, 생산업 체생 문화 연대 이론은 오늘 나온 팔십년대 미국 관리가 수반되는 4편의 명작 극장을 나와 후에 체계화한 분석과 기업이 이론 문화 연구가 되었고 새로운 기업문화 경영학과에서 발전 경험을 했다.

2.1) 인지 및 지각 단계

2차 세계 대전 후, 일본의 경제는 4배 높은 속도로 급성장으로 미국의 이목이 쏠렸다. 경제면에 대한 본 이처럼 신속한 빛장을 벗기면 미국의 관리 발전 연구

결과 일부 학자들은 도입한 것은 이번에도 불구하고 일본은 미국의 현대기업 관리 방법을 있지만 결 자국과 미국 국정에 강한 차이가 있다. 관리 모드 이것이 바로 문화 차이에 따른 미국의 주요 역량에 치중하고 신기한 것은 사회 문화를 결합해 기업 문화는 원래엔 우선 기업의 관리를 결합한 건설 기업문화를 강조했다. 미국을 관리 패턴과 본국의 회사의 문화가 결합됨으로써 본래의 기업문화를 발전시켜 일본 경제의 발전에 매우 중요한 작용을 가져왔다. 이것이 바로 인지 단계 있다.

2) 연구와 학습 단계

일 기업문화 조성 중 경제가 급속한 발전을 가져온다. 동시에 세계 각국의 관리리뷰학인 북경교통대학 전공 석사학위 논문에 관한 개념 및 문헌 총설을 야기한 다.

집안의 취미. 그들은 분분히 나아갔다시피 연구에 들어갔고, 대표로는 파스칼 미국 스탠퍼드대 교수와 하버드대 교수가 공저한 '일본 기업경영예술'이 있다. 이 책은 기업 문화가 자신을 내포하고 있음을 시사한다.

이론은 바로 구조이다. 제도, 일본의 학자 고노 도요히로 선생, 설문지를 우편으로 보내 드렸다. 우선 50개 회사에 대해 조사, 설문지를 수정한 후, 정식으로 백 개회사에게 우편을 발송한다. 회사는 88개 회사에서 총 391명의 회답을 받았다. 조사로부터 고노 도요히로 씨는 기업문화의 형성에 다음과 같은 단계를 거쳤음을 발견하였다.

기업문화는 우선 환경의 영향을 받는 것이다. 예를 들면 사 개인주의, 공리주의로 흐를 경우 조직도 영향을 받을 수밖에 없다.

경영이념은 기업문화의 구성이다. 요소, 지도원. 그렇다면 꼭 필요한 핵심 문화이기도 하다. 혼다기연의 '세계적 시야, 꿈과 청춘, 이론과 구상 중시, 일 사랑'이 그것이다.

경영 전략이 기업문화를 받은 영향을 주지만 그것 또한 기업문화에 영향을 줄 수 있다. 예를 들어 대규모 생산사업을 하려 할 때 자연스레 집권식, 기술지향식, 과(科)로 흐른다.

조직 및 인사제도 대 조직문화도 굉장히 영향력이 있고, 실력 주의적 인사제도는 조직을 역동적으로 만든다.

3) 기업문화의 발전 단계

기업문화의 발전 단계는 20세기의 80년대에는 대표 작품으로는 『미래의 기업』, 『회사 문화』, 『탁월함을 추구하다』, 『회사 문화의 관리』, 『미국 정신』이 있다. 이 저작들은 모두 인정한다.

기업 발전을 위해서는 오직 기업만이 수반될 뿐이다. 기업문화의 성립, 재능은 불패의 땅에 서 있다. 기업문화의 중요성을 강조했다. 특히 《회사 해화》는 기업 시스템이 전면적으로 기업문화의 구성에 대해 천명하였다.

가치관, 신념 및 언어, 나중에 기업인에 의해 경영학자들이 널리 사용하는 이 책을 바탕으로 발전한 기업문화는 기업의 전략, 인력, 관행, 기능, 최고 목표를 조화시킬 수 있는 문화다.

제4절 인터넷 기업문화

1) 인터넷 기업문화의 필요성

기업문화는 한 민족과 나라의 문화를 구체적으로 표현한 것으로 특정 사회적 배경하에서 기업을 운영하는 과정에서 생산되는 고유한 정신과 물질의 문화이다. 인터넷 기업은 새로운 형태의 경제 활동 조직이며 문화의 자양분과 지원도 필요하다. 그러나 중국 기업의 문화 부족 현상은 여전히 우수하며 인터넷 기업 문화의 부족은 훨씬 더 일반적이다. 허점과 순진한 행동. 최근 몇 년 동안 인터넷 회사의 혼란, 신중한 분석은 모두 문화의 부족, 깊이의 부족 및 비효율과 관련이 있다. 최근 몇 년 동안 당과 나라는 "중앙위원회 제17기 6중 전회", "제125기, 제125차 전원회의"에서 문화제도 개혁을 심화하고 사회주의 문화의 번영을 촉진하며 새로운 사회주의 문화를 발전시킬 것을 제안하였다. 연도 계획" 및 "정부 업무 보고서". 목표와 과제는 의심할 여지없이 기업이 시대에 발맞추고 자신의 문화건설을 중시하며 학습조직 및 문화 조직으로서 내부 품질과 외부 이미지를 강화해야 할 것을 요구한다. 사회주의 경제 건설의 중요한 힘으로서 인터넷 기업의

기업문화 건설의 질은 사회주의 문화의 번영 여부에 직접적인 영향을 미친다. 동시에 인터넷의 유례없는 급속한 발전과 함께 인터넷 기업문화는 지속적으로 생성 및 업데이트 되어 왔으며 전통적인 기업문화 모델에 비해 인터넷 기업문화는 인간의 사회생활에 중대한 영향을 미치고 긍정적인 역할을 할 것이다. 우리나라의 전통적 기업문화의 변화와 개선에 대한 역할 촉진한다. 따라서 인터넷 기업문화를 적극적으로 연구하고 구축하는 것은 전자상거래, 정보 경제 및 사회주의 문화의 발전을 가속화 하기 위한 객관적인 요구 사항이자 불가피한 선택 있다.

2)인터넷 기업문화의 중요성

기업문화는 기업과 구성원, 사회 전체에 영향을 미치고 역할을 담당하게 되며, 마찬가지로 인터넷 기업 문화의 구축은 경제 및 사회 정보화, 전자상거래 규모 및 네트워크 비즈니스에 매우 중요하다. 세계는 25년 이내에 전자상거래가 세계 경제 발전의 핵심 동력이 될 것이며 전자상거래는 미래에 전통적인 무역 방식을 금지할 것이라는 정보 경제 시대에 진입했다. 인터넷 기업은 전통적인 기업과 비교할 때 기업의 특성, 생산 조직 및 관리 방법이 분명히 다르며 시대에 발맞추고 비약적으로 발전하는 혁신적인 해석과 변화를 가지고 있어 기업에 더 많은 무역 기회를 제공할 뿐만 아니라, 촉진 기업 간의 경쟁은 지속적으로 확대되고 있다. 경쟁의 성공은 혁신적 기준, 확고한 역량, 강력한 강점에 있으며 경쟁의 근간은 운영 방식 및 개발 방식의 변화와 불가분의 관계이다. 변화와 경쟁에 대처하기 위한 자원 선택으로서 문화는 필연적으로 모든 기업의 발전과 경쟁의 대상이 될 것이며, 또한 모든 기업이 자신의 발전을 촉진하고 다양한 경쟁에서 승리하는 데 필요한 요소이다. 인터넷 기업도 예외는 아니다. 그들의 건전한 문화건설은 기업 경영모델의 조정을 계속 추진하여 다양한 변화에 적응하는 능력을 유지하고 향상시키는 데 도움이 되며 전체 경제와 사회의 과학적 발전, 사람들 사상의 갱신, 문화 조직과 민족 문화와 민족 문화는 매우 중요하다.

3) 인터넷 기업 문화건설의 특수성과 한계성

중국 WTO에 가입한 후 기업 간의 경쟁이 더욱 심화되고 기업의 경쟁이 문화에 의한 소비자 정복에 점점 더 반영될 것이다. 도달하고 깊이 뿌리를 내리고 있다. 인터넷 회사의 가상성, 원격성 및 네트워킹의 특성으로 인해 그들의 문화와 구성은 명백한 특수성과 일정한 한계를 모두 가지고 있다. 전자상거래 기업문화는 응집력, 동기부여, 결속력, 안내, 결속, 방사 등 일반적인 기업문화의 기능과 기능을 가질 뿐만 아니라 빠르고 쉽지 않은 산업 자체의 특수성을 가지고 있다. 일반 기업 문화로 기업의 모든 구성원이 적시에 응용 프로그램을 파악하고 변형하고 장기적으로 유지하도록 한다. 인터넷 기업의 정보 보급 및 통신 채널이 원활하고 편리하기 때문에 기술 업데이트가 빠르다. 직원의 이직 등이 용이하고 상대적으로 안정적이고 지속적인 내부 기업을 형성하기 어려운 문화적 분위기와 정신적 고향. 동시에 신용은 기업의 존재와 발전의 기초이며 인터넷의 탄생 이후 비즈니스 모델은 경쟁에서 개방, 협력 등으로 전환하는 시기에 있어 신용 문제가 그 발전을 제한하는 중요한 병목, 그래서 인터넷 기업 문화 신용의 문화를 기반으로 해야 한다. 또한, 인터넷 기업은 규모가 작고 사업분류가 복잡하며 정보가 크고 복잡하며 ERP, SCM, CRM 등 다양한 독점 시스템의 지원을 받아야 하므로 구축하는 것이 더욱 복잡하고 전문적이다. B2B⁸⁾, C2C, B2C⁹⁾ 플랫폼에 순응하는 기업문화 문화건설은 혁신이 더 어려우며 기업문화는 더욱 어렵다.

제5절 인터넷 기업문화 분석 기준

기업문화는 변하지 않는 제도가 아니고 오히려 동태적으로 발전하는, 우수한 기업관리자는 항상 기업의 변혁과 발전시에 끊임없이 기업문화에 대한 보완건설을 실시하고 있다. 새로운 창업기업문화는 낡은 사회체제와 게으른 기업문화에 대한 부정 있다. 기업문화 창립의 구체적인 원칙은 기업이 자신의 개성을 견지하고 미래의 경제경쟁에서 기업 발전에 부합하는 뚜렷한 맞춤형 문화 창립 있다.

8) <https://baike.baidu.com/item/b2b/96741?fr=aladdin>

9) <https://baike.baidu.com/item/B2C/325072?fr=aladdin>

기업마다 창업문화는 서로 다르지만 같은 원칙을 가져야 한다. 인터넷 기업문화 창립은 다음과 같은 원칙을 제공한다.

1) 인터넷 기업의 가치관을 확립

기업의 가치관은 기업이 기업문화를 조성하는 것이다. 시스템은 또한 기업의 운영을 지도하고 기업의 다른 경제 행위를 규율하는 데 기초를 두고 있다. 기업의 가치관은 사람의 가치관과 마찬가지로 기업의 가치관 주체는 기업이다.

2) 인터넷 기업인 육성을 중시

기업인의 육성을 중시하면, 바로 창조이다. 기업인을 주인공으로 하는 기업문화를 세운다. 어떤 문화도 사람을 떠날 수 없고, 사람은 문화의 창조자이면서 동시에 문화의 향락자이다. 인터넷 기업문화를 만들 때 사람을 중시하는 요소는 성공한 기업문화 수익자들의 공감대가 됐다. 기업문화가 새로운 형태의 기업관리 패러다임으로 과거의 패러다임과 차별화되는 것은 새로운 시각으로 인간의 요소를 새롭게 인식했기 때문이다. 이를 간과한다면 기업문화의 가장 알짜배기 부분을 잃어버린 셈이다. 기업 정신의 특성, 기업문화 계층의 고저, 이런 기업 문화가 치열한 경쟁 속에서 불패의 위치를 보증할 수 있는지 등에 직결되는 기업문화 전반의 형성에 중요한 요소가 있다. 사람 존중, 배려, 이해, 애호가가 기업문화 창조의 핵심이다. 사람을 중시하는 인터넷 기업에서는 직원들로부터 똑같은 감정적 보상을 받는다. 개인의 가치만이 충분히 긍정되고 개성이 있을 뿐이며, 사람의 주관적인 요소는 충만할 수 있다. 나눠서 하는 기업이라면, 그가 이 일을 선택한 것은 인생의 한길을 택한 것이며, 하나의 생활방식을 받아들인다는 사실을 깨닫게 될 것이다.

기업문화의 발전에서 서양은 일찍이 '경제인' '사회인' '자기실현인' '복잡인' 등 4가지 관리와 밀접한 관련이 있는 사람에 대한 가설을 제시했다. 이 네 가지 가설의 제시도 인터넷 기업이다. 문화건설의 "사람 중심". 이론적 토대를 마련하

다. 인터넷 기업의 우수한 문화 전통을 계승하다. 기업문화를 창조하는 과정에서 우리는 기존의 문화 전통을 무시할 수 없고, 기존 문화의 존재를 무시할 수 없다. 기존 문화에 허무맹랑한 기업이 큰 가슴으로 새로운 기업문화를 만들 수는 없다는 사실을 말해준다. 각 인터넷 기업문화의 전통은 역사의 축적이다. 그들의 존재는 일정한 합리성을 가지고 있다. 예를 들면 어떤 기업은 민족의 존엄을 수호하고 자강불식하는 전통이 있다. 어떤 기업은 주인의식을 제창하고 합리화 건의를 제기하는 전통이 있다. 어떤 기업은 고난의 창업과 근검절약 공장의 전통이 있다. 어떤 기업은 모범을 보이고 모범 병을 평가하는 전통이 있다. 어떤 기업은 간부가 노동에 참가하고 대중과 함께 하는 등의 전통이 있다. 이런 좋은 전통은 인터넷 기업이 기업문화를 만들 때 발전해야 할 요소다. 문화적 전통에 대한 계승은 새로운 토대를 마련해야 하며, 시대 변화에 따라 새로운 문화적 함의를 부여해야 한다. 각 문화 방면의 영향 또한 뿌리 깊어 큰 저항이 있을 것이다. 문화는 주관적인 것일 뿐만 아니라 사람들의 문화적 의식의 지배하에 있는 문화적 행위이다. 문화의 주관적 확립은 주입을 통해 단기간에 이루어질 수 있을지 모르나, 기업인의 문화행태는 아무래도 오랜 시간 동안 은연 중화되어야 한다. 따라서 기존 문화의 개조, 새로운 기업문화의 창립은 하나의 장기간의 업무는 지구전이다.

5.3 인터넷 기업의 우수한 문화 전통을 계승

회사마다 고유한 문화적 전통이 있다. 기업문화를 만들어가는 과정에서 고유한 문화적 전통과 고유한 문화의 존재를 무시할 수 없다. 본래의 문화에 대해 허무주의적인 태도를 가진 기업이 넓은 마음으로 새로운 기업문화를 만들어가는 것은 불가능하다는 사실을 말해주고 있다. 각종 인터넷 기업의 문화적 전통은 역사의 축적물이며, 그 존재에는 일정한 합리성이 있다. 어떤 기업은 국가의 존엄을 수호하고 자기 수양의 전통을 가지고 있고, 어떤 기업은 주인의식을 옹호하고 합리적인 제안을 하는 전통을 가지고 있으며, 어떤 기업은 근면하고 검소하게 공장을 짓는 전통을 가지고 있다.

4) 인터넷 기업 민주 건설을 중시

기업문화는 민주적 가치관에 기초하고 있다는 신념 위에 있다. '한마디'의 토양에서 참되고 건강한 기업문화가 자라지 못할 것이라고 믿을 만한 충분한 이유가 있다. 인터넷 기업 민주주의는 기업인 전체가 기업문화에 참여하는 조건이다. 지식인은 민주적 분위기 속에서만 존중받고, 이해받고, 관심받고, 사랑받는다고 느낄 수 있고, 기업문화 창조에 기업인을 참여시키는 능동적이고 창조적이다. 기업 민주주의가 기업문화 개조와 창조의 모든 측면에 영향을 미치며 기업 민주주의 정도의 높낮이는 기업문화의 발전 차원에 직접적인 영향을 미친다. 기업 민주주의가 기업문화에 미치는 영향은 기업인을 통해서이다. 따라서, 패드 민주주의, 기업문화는 영원히 기업인의 문화행위로 변할 수 없다. 기업문화는 구속력 없는 문화 조문일 뿐이다. 기업문화는 기업 민주화 없이는 기업의 지도층에만 존재할 수 있는데, 이 기업계층에 민주주의가 존재할 수 있기 때문이다. 이로써 기업문화는 기업계층 문화로 탈바꿈했다. 이런 계층에서 민주주의가 사라지면 기업문화는 불쌍한 개인의 문화적 신념이 된다. 민주주의는 공허한 구호가 아니라 객관적인 존재다. 인터넷 기업이라면 누구나 자기 기업의 민주적 표현과 민주화의 정도를 결정할 권리가 있다. 국학자 '성공의 길'에서 한 책은 기업은 재무지표, 매출에만 초점을 맞춘다. 액, 수입이익의 주식수익률 등, 기업 중 최고위층 몇 명, 몇 십 명의 적극성만 있을 뿐 말단 수천만 명의 생산, 판매, 서비스 인력의 열정을 불러일으키기는 어렵다. 이 단락의 말은 사물을 반영한다.

질적 분배의 불균일함과 동시에 기업 산업 자체가 물질적 자극에 사용할 수 있는 몫은 제한적이다. 한 기업이 새로 창출되는 모든 부를 기업인의 의욕을 북돋우는 데 쓰면 모든 사람이 정당한 보상을 받는다는 가정을 할 수 있다. 결국 인간의 욕망은 물질적 형태로 완전히 충족되기 어렵다는 우리의 환상에 만족하지 못하는 것이 바로 '욕심'이다. 인터넷 기업 문화의 근본 입지는, 기업 전체의 구성원 정신에 대한 동기부여에 의해서, 기업 구성원의 정신력이 동기부여에 의해서 전환된다.

물질적 힘을 현실의 생산력으로 전환시킨다. 따라서 인터넷 기업문화 건설에서 제시하는 기업의 목표, 기업의 취지, 기업 가치 기준, 기업윤리 등은 기업인에게

이해되고 수용되고 집요해야 한다.

모든 사람은 정신의 욕구가 있고, 이러한 욕구는 물질에 대한 욕구뿐만 아니라 개인의 가치 실현, 존중, 중시의 정도, 명예감 등 기업인의 정신적 욕구를 충족시키기 위해 기업인의 잠재된 창의력을 충분히 발휘하는 것이다. 물론 정신적 동기 부여를 강조하는 것이 물질적 자극이라는 수단에 대한 전면적인 부정은 아니다.

제Ⅲ장 알리바바 기업문화 이론 고찰

제1절 알리바바 기업문화의 발전 과정

중국 인터넷 기업을 살펴보면 기업문화 건설의 비교적 성공적인 사례가 바로 알리바바의 기업문화 건설이다. 이 전설적인 기업의 성장은 모두 기업문화의 배태와 발전을 수반한다. 기업문화 건설의 내용도 혁신과 사람 중심이라는 두 가지를 빼놓을 수 없다..

1) 알리바바 기업문화의 발전

건설은 중국 문화의 특징을 강하게 띠고 있다. 편지, 초기 알리바바의 행동준칙과 가치관의 구현. 팀 건설에서 알리바바의 문제는 존재를 크게 해결한다. 인터넷 스타트업이 가장 두려워하는 것은 소모, 사무실 문화, 단결되지 않은 문제는 바로 이 구호의 제시로 회사가 인건비 관리에 있어서 절약하게 되었다. 원가는 직원들이 단결하여 열심히 일할 수 있게 한다.

두 번째 단계는 바로 알리바바 기업문화의 정제이다. 알리바바에서 시장의 긍정과 성공이 융합되고 있다. 투자 후, 모든 기업은 기업의 의사결정과 성공의 전제로서 비교적 완전한 가치 체계를 필요로 한다는 것을 인식하였다. 기업관리자들은 기업문화를 보완·수정해 말로만 전할 수 있었던 기업문화를 비교적 명확하게 표현하고, 1차 버전의 알리바바 기업문화를 업그레이드해 버전 알리바바 문화를 만들기 시작했다. 알리바바의 새로운 기업문화는 9가지 방향을 포함하고 있다. 구호는 알리바바 인의 형상에 의해 독고구검(獨孤九劍), 즉 군책군력(群策群力), 간결 혁신(革新), 교학상장(敎學相長), 걱정, 집중, 질(質), 개발, 서비스와 향락(享受)으로 표현되었다. 회사가 시작한 가치관 즉 회사의 초기 기업문화는 회사의 리더 가치관의 구현이다. 즉, 믿을 수 있고, 친절하며, 간단하며, 이 가치관은 회사의 창업자인 마윈에 속하는 것이며, 이번 가치관의 개혁은 회사가 웹 사이트에서 회사화로 가는 구현이며, 회사가 외국의 우수한 기업문화를 결합하는

데 보탬이 되는 것이며, 성장기의 알리바바 가치관의 구현이다.

첫 단계는 설립 초기, 기업문화 친자, 간단한다. 이 슬로건은 기업 창립이다. 믿을 수 있고 친하다. 잘라, 간단"이라는 구호의 제시 알리바바 기업문화 건설의 성숙기. 美기업문화 전문가 로렌스 밀러, '美기업정신-미래기업'에서 건설의 8대 원칙이라는 책에서 미국은 거의 모든 회사, 기업문화 건설에 변화가 있다고 지적했다. 오래된 것들은 점점 쇠퇴하고 있고 새로운 것들은 서서히 생겨나고 있다. 알리바바의 기업문화 건설은 이 말이 잘 보여주는 증거다. 알리바바 기업문화는 탄생기, 사춘기를 거쳐 성숙기에 이르렀다. 기업 조직이 탄생부터 성숙까지 성장하는 과정에서 기업조직문화도 마찬가지로일 것이다. 단계에서 알리바바 리더는 기업문화가 책상 위에 올려진 문서가 아니라 기업이 한 삶의 가치 체계라는 이념을 깨닫고, 기업 성숙기에 발전기의 기업문화를 정제하고 요약해 버전보다 간결하고 기업의 가치관인 고객제일, 팀워크, 변화, 성실, 열정, 존경에 부합하도록 업그레이드했다.

2) 알리바바 발전 소개

알리바바는 국내 인터넷 기업 중 거의 모든 사람에게 알려져 있으며 전자상거래의 신화로 여겨진다. 지난 20년 동안 회사는 대략 초기 성장기, 급속 발전기 및 비즈니스 통합기를 거쳤다. 알리바바는 1998년 12월 케이맨 제도에 설립되어 1999년 3월 항저우에 설립되어 회원 수 50만 명, 2000년 회원 수 50만 명, 2002년 세계 최초 회원 100만 명 이상의 비즈니스 네트워크, 현금 600만 위안 돌파, 2005년 야후와 전략적 제휴를 맺어 중국 최대 인터넷 기업이 되었으며, 2008년부터 외부 시장 환경과 그룹 운영 및 발전의 요구에 적응하기 위해 알리바바는 비즈니스와 플랫폼을 통합하여 통합된 온라인 비즈니스 생태계를 구축했다(荆林波, 陳佳貴.2009) .

알리바바는 현재 B2B(주로 알리바바 웹 사이트), Tmall (天貓) , Taobao (淘寶) , Juhuasuan(聚划算), Alipay, 포털 검색 엔진(Yahoo) 및 기타 여러 비즈니스를 소유하고 있다. 2011년 9월부터 2012년 6월까지 알리바바의 9개월간 총 매출은 29억 달러, 순이익은 7억 8,100만 달러, 이윤은 27%에 달했으며, 알리바바는

중국에서 세 번째로 큰 온라인 매출을 달성했다.

제2절 알리바바의 기업문화 연혁

알리바바는 1998년에 설립된 이래 고유한 기업 가치 체계를 바탕으로 활기찬 기업문화를 성공적으로 육성했으며 현재 알리바바 과 그 종속 지점 및 자회사의 발전을 결정짓는 요소가 되었다. 마윈은 다음과 같이 말했다. "아무도 내 팀을 방해할 수 없다. 우리는 알리바바를 위해 난공불락의 문화적 장벽을 신중하게 구축했다. 기업문화 구축의 가장 중요한 부분은 직원 관리이기 때문이다." 2007년 연례 회의에서 업계는 "무엇이 알리바바의 지속적인 발전과 성장을 지원하는가" 라는 질문을 제기했으며 마윈은 기업문화와 가치가 알리바바가 빠르고 안정적인 발전을 유지하는 핵심요소라고 대답했다.

알리바바의 가장 매력적인 부분은 문화이다. 혁신적인 기업문화는 알리바바의 보물을 여는 황금 열쇠이다. 이는 "어려운 비즈니스 없는 세상 만들기"라는 창업자의 꿈에서 비롯된다. 알리바바 기업문화의 형성과 발전은 주로 "서호논검(西湖論劍)"에서 "독구구검(獨孤九劍)", 그리고 "육맥신검(六脉神劍)"로의 3단계 진화를 거쳤다. 이 과정에서 마윈은 수많은 고전적인 인용문과 오늘날의 "100 마윈 속담"를 만들다. 1단계: 2000년 Lakeside Garden에 조성되었다. 그 당시에는 명확한 기업 문화가 없었고 실제로 "18 아라한"이 요약한 슬로건은 "신뢰할 수 있고 친근하고 단순하다"는 이 6 단어가 알리바바 기업문화의 원형이다. 당시 알리바바는 사상 최대 규모의 벤처캐피털 투자를 받아 시대를 앞서 회사의 위기감을 촉발했고 마윈은 최초의 '정화운동'을 펼쳤다. 마윈은 2005년에 두 번째로 회사에서 두 가지 대규모 "교정 캠페인"을 수행했다. 2000년, 알리바바가 제1회 전자상거래 포럼 "서호의 검"을 개최한 지 이틀 만에 마윈은 알리바바가 1차 고위험 상태에 진입했다고 발표했다. . 올해는 알리바바 의 기업 문화 형성에 중요하다. Guan Mingsheng (關民生¹⁰⁾) 은 GE 구조에 합류하여 점진적으로 9가지 가치를

10) <https://baike.baidu.com/item/关明生>

요약다: "혁신, 열정, 개방, 교육 및 학습, 팀워크, 품질, 집중, 서비스. 존경과 단 순함", 알리바바가 기업문화를 말로 요약, 정제, 공고화한 것은 이번이 처음이다. 알리바바는 "고객, 직원 및 주주"의 순위에 대해 특별히 명확하지 않은데 "독구 구검(獨孤九劍)" 기간 동안 알리바바는 고객을 1순위로 두지 않고 9위에 두었다. 2003년 사스(SARS)를 겪으면서 이 문제가 전면에 부각되었고 알리바바는 "고객에게 약속합니다"라는 청렴성에 대한 인식을 높였다. 마지막으로 세 가지 직 위의 순서를 명확히 했다. 고객이 첫째, 직원이 둘째, 주주가 셋째이다. 다음 2004년에 알리바바의 기업문화는 "두구구검"에서 현재의 "육검"으로 발전했다.

제3절 알리바바의 기업문화 콘텐츠

1) 기업문화의 내용

기업문화는 크게 물질층, 행동층, 시스템층, 정신층의 4단계 문화로 구성되어 있다(李玉泉, 1999). 학습조직의 형성은 기업문화 구축의 목적이자 목표이며 궁극적으로 기업문화 구축의 중요한 부분을 구성한다.

물질층 문화: 제품과 다양한 물질적 설비로 구성된 대상 문화를 말하며, 물질적 형태로 표현된 표면문화이다. 기업이 제공하는 제품, 노동 및 서비스는 기업의 생산과 운영의 결과이며 물질문화의 주요 내용이며 생산 환경, 공장 외관, 건물, 광고 조각, 포장 및 디자인 패턴입니다. 기업은 또한 기업의 재료를 구성한다. 문화의 중요한 내용이다.

시스템 수준 문화: 기업이 자신의 목표를 달성하기 위해 직원의 행동에 일정한 제한이나 규범을 부과하는 문화로 주로 규칙이나 법령, 계약 등의 형태로 표현된다. 기업 리더십 시스템, 기업 조직 및 기업관리 시스템을 포함한다. 기업 프로세스 운영 절차, 공장 규율 및 공장 규정, 경제적 책임 시스템, 평가, 보상 및 처벌과 같은 일반 계약 및 특정 시스템, 공통 준수, 강력한 규범, 일반적 수용 및 기타 요구 사항, 기업 생산, 운영 및 관리의 전체 프로세스를 표준화하고 모든 인력과 모든 측면이 행동 문화의 구현을 보장한다.

정신층 문화: 생산 및 운영 과정에서 기업의 규범에 의해 특정 사회적 배경과

이념의 영향을 받아 형성되는 일종의 문화적 성취를 말한다. 기업 정신과 윤리, 기업 스타일과 이미지, 사명감과 책임감, 경영 철학과 철학, 가치와 이념 등을 포함하여 기업 전체와 직원 개개인이 구현하는 모든 정신의 총합이다.

행동 문화: 기업과 직원이 비즈니스 관리, 학습 및 엔터테인먼트 및 기타 행동 활동에서 표시하는 문화를 말하며, 비즈니스 관리, 교육 및 홍보, 대인 관계 및 표준화된 기업 행동, 홍보 및 기타 행동을 포함한 기타 측면에서 나타난다. 그 중 기업 행동에는 기업 자체의 행동과 기업 및 기업의 행동이 포함되며, 고객, 정부, 사회 등의 상호 행동, 그 문화적 표현은 회사 자신의 목표, 기업의 사회적 책임, 소비자의 이익 보호를 중심으로 형성된 기본적인 행동 규범과 행동을 의미한다. 모범 행동 및 일반 직원 기업의 대인 관계는 대인 관계와 대외관계로 구분되며, 이들의 문화적 함축은 기업 내외의 사회계층, 시장환경, 국가기관, 문화교류 기관, 관계 당국, 소비자, 유통업자에 있다. 기관, 동료 경쟁자, 주주, 직원 및 기타 관계 형태의 측면 기업 홍보 문화는 홍보 계획, 서비스 행동 등의 문화적 성과이다.

2) 알리바바의 물질적 문화

알리바바의 물질적 문화는 생산 환경, 공장 외관, 건물 주택, 광고 조각, 포장 및 디자인 패턴 등을 포함하여 다른 기업의 문화와 동일하다. 여기서는 주로 조직 구조, 비즈니스 부서 및 관리에 대해 이야기한다.

2.1) 기업 조직 구조 및 문화

알리바바의 조직은 알리바바, Taobao (淘宝), Alipay, Alisoft 및 Alimama (阿里媽媽)와 같은 여러 온라인 거래 및 서비스 플랫폼과 중국의 Yahoo 및 Koubei를 소유했다. 2011년에 원래 Taobao (淘宝)은 Taobao (淘宝).com, Tmall (天貓) 및 Yitao.com의 3개의 독립 회사로 분할되었다. 2012년 6개 자회사 "Taobao (淘宝), Tmall (天貓), Yitao (易淘), Juhuasuan (聚划算), Ali International, Ali Small Business 및 알리윈(阿里云, Aliyun)"의 7개 비즈니스 그룹으로 구조 <그림3-1>처럼 조정되었다. 부문 등 이러한 물질적 문화의 확립과 조정은 모두 GE가 대표하는 "사업부" 관리 시스템의 도입에서 비롯된다. 마윈가 제안한 "비즈니스 그룹"의 개념으로 표현된 응집력은 알리바바의 전체 구

조 발전에 긍정적인 영향을 미친다. 기업은 데이터, 조직관리, 위험관리 면에서 향상되었고 또한 "사업 부문"은 서로 독립적이며 고유한 특성을 가진 자유로운 개발이 가능하다.

<그림3-1> 알리바바 그룹 생태계



(출처: 알리바바 그룹)

2014년부터 알리바바 그룹의 웹사이트로 부터 발송되는 운송이 중국 전체 물품 운송의 70% 정도를 차지하고 있는 것으로 알려져 있다. 뿐만, 아니라 알리바바의 거래가 전체 온라인 거래의 약 80% 이상을 차지하고 있는 것으로 파악되고 있다(장진보. (2018)). 알리바바 그룹의 알리바바는 웹 포털을 기반으로 B2B, B2C 및 C2C의 전자상거래 서비스를 제공하고 있으며, 알리바바의 중요한 파트너십은 다음<표 3-1>과 같다.

<표3-1> 알리바바 파트너십의 발전 역할

파트너십 기업	기업 설명
알리바바닷컴(alibaba.com)	알리바바 그룹의 핵심 기업으로 중국 현지에서 인터넷을 통한 거래알선을 주선 하며 B2B기반 서비스를 제공함
타오바오(淘宝网, Taobao)	소비자를 대상으로 한 C2C 온라인 쇼핑 플랫폼임
야후! 중국(Yahoo! China)	2005년 야후와 전략적 파트너십 체결 이후 야후! 중국을 운영하였으나 2013년 9월 서비스가 종료하였다.
알리페이(Alipay)	즈푸바오라고도 불리며, 2014년 출시된 전자 화폐 서비스이자 결제 플랫폼이다.
오토나비(AutoNavi)	중국 지도 서비스로 2014년에 알리바바에 인수 되었다.
티몰(Tmall)	중국 개인용 전자 상거래 사이트로, 알리페이에 주문자가 돈을 맡기면 상품의 배송이 확인된 후 판매자에게 돈이 전달되는 시스템으로 이루어진다.
알리바바 클라우드 컴퓨팅	클라우드 서비스로, 2009년 9월 서비스를 시작 하였다.
아리왕왕(Aliwangwang)	2010년에 시작된 인스턴트 메시징 소프트웨어로 온라인 판매자와 소비자 사이의 상담을 담당한다.

출처: 장진보 재구성. (2018).

2) 부서 시스템 문화

알리바바 사업부는 통일되고 개방된 공간에서 공동 작업의 형태를 취하며 책임에 따라 여러 개의 작은 영역으로 나뉜다. 부서는 프로세스와 책임에 따라 작은 작업 그룹으로 나뉜다. 작업하는 동안 각 그룹은 작업 그룹 회의를 개최하여 서비스에서 발생하는 문제에 대한 솔루션을 논의하고 구현한다. 마윈와 알리바바 경영진의 미래 비전에 따르면, 인터넷 회사는 더 이상 회사의 형태가 아닌 "그리

드 자체 조직"으로 존재할 것이다. 알리바바 설립 초기부터 마윈가 이끄는 경영진은 직원의 열정을 유지하고 동기를 부여하는 데 많은 관심을 기울였으며, 마윈은 인적 자원 관리 및 기업문화 건설에 많은 노력을 기울였다. 회사에는 두 개의 유명한 프로모션 라인이 있다. 하나는 공식 라인이고 다른 하나는 학술 라인이다. 각 루트는 고유의 규칙이 있으며 동시에 얻을 수 있다. 공식 루트는 전문가에게 잘 알려져 있으며 풀뿌리에서 시작하여 점차적으로 관리자, 이사, 사장 및 임원으로 진행해야 한다.

3) 경영문화

일류 팀과 경영진을 갖는 것은 전투의 절반이다. 마윈은 기존 팀에 매우 만족하며 알리바바의 경영진은 확실히 초호화 라인업이다. 알리바바에는 점점 더 많은 세계적으로 유명한 대학 인재와 세계적으로 유명한 인재가 모여 있다. 단지 소수의 사람들. 마윈의 조수이자 Yale University에서 법학 학사 학위를 취득한 Cai Chongxin(蔡崇信)은 마윈의 카리스마와 알리바바의 전망에 매료되었다. 알리바바에는 많은 규제가 있으며 널리 유통되는 관리 개념 중 하나는 동서양의 지혜의 운영이다. 회사는 직원의 절반이 기술자이고 절반이 서비스 직원이며 해당 분야의 프로 선수여야 하며 감독급 직위는 해외 교육 경험이 있어야 한다고 규정하고 있다. 알리바바의 성공을 돌이켜 보면, 그것은 우수한 알리바바 인력과 고급 관리 개념을 가지고 있으며 이는 기업 개발에서 팀과 경영진의 역할을 보여준다.

3) 알리바바의 제도 계층 문화

마윈은 그가 기업문화와 가치를 그렇게 중요시하는 이유는 도덕이 법 이외의 것을 관리하는 데 사용될 수 있듯이 시스템의 결함을 보완하는 데 사용할 수 있기 때문이라고 말했다. 이사회 시스템 구축, 후임자 양성 및 권리 통제 분배 등 알리바바의 독특한 경영 사고와 완전한 모집, 교육 및 평가 시스템은 인터넷 산업과 상업 분야에 중요한 참조 모델을 제공하여 알리바바만의 차별화된 시스템,

계층화된 문화. 예를 들어 알리바바에서 신입사원을 채용하고 교육할 때 신입사원은 일반적으로 경영관리부서, 인사부서, 담당 부사장 등 여러 단계의 면접을 거쳐야 한다. 후보자가 정직한지, 회사에 적응할 수 있는지, 회사 문화에 동의하는지 여부가 선발 및 채용의 기본 원칙이다. 신입사원은 '백주년 알리' 교육을, 영업사원은 '청림백년'과 '백년계획'을 교육하며, 기간 내 재교육을 위해 '재구축'을 선택할 수도 있다. 알리바바는 채용과 교육에 집중할 뿐만 아니라 가치를 성과평가와 직접 연결하여 가치가 직원의 행동 규범과 실행 능력으로 직접 변환될 수 있도록 한다는 점을 언급할 가치가 있다. 평가 과정에는 엄격한 지침이 있으며, 죽은 규칙 중 하나는 평가를 통해 직위를 획득하는 것이다. 결과가 기업 가치에 부합하지 않으면 평가는 여전히 부적격이며 평가를 하지 않을 뿐만 아니라 인상, 승진 또는 해고를 당할 수 있다. 이렇게 소득과 지위에 밀접하게 연결된 가치를 보는 것은 드물다. 동시에 그는 전체 그룹의 중간 및 고위 경영진을 책임지고 있다.

간부는 또한 간부 교육 계획 및 직무 순환 계획을 시행한다. 2008년 간부 순환 연구 계획이 시작되었다. 알리바바 그룹 COO Li Qi와 CTO Wu Jiong (吳炯)은 현재 알리바바에서 사임하고 학습 및 휴식 기간에 들어갔다. 또한, 알리바바 그룹에는 국내외 유명 경영대학원에서 단기 또는 장기 교육 및 학습을 수행한 다수의 관리 인력이 있으며, 그룹은 인터넷 업계에서 고유한 "조직 부서"를 설립했다.

이러한 제도적 문화의 긍정적인 효과의 결과로 인재를 쉽게 소개하고 기꺼이 합류할 수 있다. 알리바바에 합류하기 위해 일부는 이익을 포기하고 일부는 직위를 포기했다. 이것은 마윈의 비서 Cai Chongxin (蔡崇慶) 과 CTO Wu Jiong (吳炯)에게 해당된다.

4) 알리바바의 정신계 문화

알리바바의 영적 문화는 사명과 가치로 표현된다. 알리바바는 회사를 102년으로 만들고, 세기를 초월하는 회사가 되고, 세계 최대 전자상거래 서비스 공급자가 되고, 세계 10대 웹 사이트가 되고, 세계 최고의 고용주 회사가 되고, 최고의

행복을 가진 회사가 될 것이다. 데이터를 위한 첫 번째 플랫폼 등은 모두 알리바바의 우수한 목표에 대한 구체적인 설명이다. "당신이 사업가인 한 반드시 알리바바를 이용해야 한다"는 끊임없는 영적 추구와 문화적 지원이 되었으며, "세계에서 사업을 하기 쉽게 만드는 것"은 신성한 사명이 되었으며, "가치와 고객 우선, 팀워크, 변화, 성실, 열정 및 "6개의 맥박 검" 가치 체계에 대한 헌신을 포용한다. 이 6가지 가치 중 청렴, 고객 제일은 아무나 만질 수 없는 두 개의 고압선이고, 나머지 4개는 홍보에 사용되며, 이러한 영적 충을 수용하려는 직원의 의지가 주로 회사의 비전과 재산 공유를 기반으로 한다. "가치"와 "미션"은 바로 알리바바가 생존하고 발전하는 방식이다.

5) 알리바바의 행위적문화

알리바바의 물질적, 제도적, 정신적 문화는 기업과 직원의 구체적인 행동을 통해 발현되고 행동 문화의 형태로 공개·홍보되어 기업 DNA의 중요한 일부가 된다. 채용, 교육, 성과평가와 관련된 회사의 경영시스템에 통합되고, 입사 후 신입 사원의 교육 및 팀 빌딩 과정에 통합되며, 회사에서 조직하는 품질개발 및 교육 활동에서 강화된다.

기업문화 구축은 기업 정신, 윤리적 함의, 핵심 리더십, 직원 본체, 인간전략 등 5가지 핵심요소로 구성되며, 그 중 기업정신과 핵심 리더십이 가장 중요하다. 알리바바의 성공과 기업문화의 매력은 마윈의 개인 스타일과 카리스마와 밀접한 관련이 있다. 마윈의 독특한 세련미와 적시에 사람들의 마음을 흔드는 능력은 그를 아는 많은 사람들을 몇 배나 더 기꺼이 하게 만들었다. 그리고 알리바바의 문화 시스템을 달성했다. 마윈의 카리스마, 동기부여 및 결단력은 모두 알리바바 문화의 중요한 구성 요소이며 알리바바 기업의 지속적인 통합과 발전의 원동력이며 알리바바의 외부 영향력의 일부이다. 강한 방사력; 마윈은 미국 포브스 매거진 표지에 중국인 최초 등장, 세계 유명 대학에서 영어 연설, 알리바바에 정보 올리기 위해 끊임없이 기업 설득 버스를 타고 관련 요금을 지불한다. 충성스럽고 헌신적이며 서로의 장점을 보완하며 함께 진격하는 마윈과 그의 팀과 직원의 행동과 행동을 통해 우리는 알리바바 기업문화의 핵심이 기업가 정신과 기업가 정

신임을 분명히 알 수 있다. Spirit 특히 리더의 개념과 가치가 핵심이며 임직원의 업무와 활동에 의해 적극 추진된다.

제4절 알리바바 기업문화 건설의 독특성

기업의 지속 가능한 발전을 보장하기 위해서는 문화적 건설이 실제 상황에 기초해야 하며 고유한 특성과 명확한 식별성이 있는 기업문화를 구축해야 하며 기업의 경제적 이익을 향상시키는 데 도움이 되는 문화여야 한다. 알리바바는 "동서양의 경영"이라는 경영이념을 기업 경영과 경영에 적용함으로써 독특한 기업 문화와 독특한 기업문화 건설을 형성했다. 문제의 핵심은 기업문화의 구축이 단순히 형식적인 것이 아니라 기업의 실태를 고려하지 않고 외부의 슬로건이나 일부 경영모델을 베끼는 것에 그친다는 점이다. 그러나 강력한 기업을 구축하는 것은 기업의 실제 상황을 단순하게 조합하는 것이 아니라 기업문화 구축의 일부일 뿐이다. 알리바바는 전체 기업의 전반적인 상황에서 출발하여 먼저 주류 문화를 형성하고 기업 발전의 각 시기마다 명확한 사고와 다차원적 사고를 유지하여 명확한 주요 문화를 형성하고 이를 기업 내에서 구현하고 이해하며 마침내 움직인다. 전략적 방향에서 기존 문화의 기초까지 선진 경영 개념과 결합하여 우리 자신의 발전에 적합하고 계속 계승 될 수 있는 일련의 기업문화를 요약했다. 기업 문화의 건설은 장기적인 과정이며 그 형성은 고정적이지 않으며 결론이 도출될 때까지 기업 발전 과정의 요구에 따라 끊임없이 조정된다.

1) 알리바바의 기업문화 특징

열정은 인간의 감정이며 동기부여를 통해 생성되는 긍정적이고 비범한 정신상태이다. 열정 경영은 부하 직원에 대한 비즈니스 리더의 보살핌과 도움을 통해 직원들의 이러한 정신상태를 자극하고, 이 상태를 유지하고 지속시키는 것이다. 직원의 긍정적인 감정을 자극하고 고취시키는 효과적인 관리 방법을 설계하여 직장에서 정체성을 유지하고 기업에 보답하여 기업과 직원의 공동 발전과 성장

을 실현한다. 진정한 리더십의 감정은 열정 경영의 핵심이다. _마윈은 타고난 리더이자 열정적인 관리자다. 그는 사업 초기부터 원대한 목표와 원대한 청사진으로 팀 전체에 동기를 부여하여 열정적인 젊은이들로 구성된 대규모 그룹을 이끌고 전자상거래 세계에서 새로운 신화를 시작했다. 사스 기간 동안 거의 모든 사람들이 격리되었을 때에도 마윈은 팀의 8-9명을 밤낮으로 일하게 했다. 위기의 시기에 우리는 여전히 알리바바의 첫 번째 자회사인 Taobao (淘宝) .com의 출범을 준비하느라 분주하며 이러한 열정은 항상 알리바바의 건강한 성장을 위한 비밀 무기였다. 알리바바의 내부 잡지 "Ali People"에도 이러한 문화가 포함되어 있으며 이 문화를 사용하여 모든 직원에게 영향을 미친다.

무도의 정신 알리바바는 무도의 정신이 곳곳에 나타나 있다. 자기 조국과 민족을 사랑하고 존경하며 남의 민족과 민족을 존중하고 평화롭고 우호적이며 서로 화합하고 도우며 정의를 수호하고 남에게 해를 입히지 않고 자신을 이롭게 하며 효, 인, 예의, 의, 믿음을 수호한다. 순수한 사랑과 우정을 찬양하고, 목숨을 걸고 정의를 위해 노력하는 것을 노래하며, 권력과 이익을 멀리하고, 이기적이고 경멸적인 생각과 행위 1. 마윈은 어렸을 때부터 무술을 좋아했고, 어렸을 때 무술 소설에 매료되어 이 취미가 기업으로 발전했다. 무협소설(武俠小說)의 대가인 진용의 광팬으로 진용을 사회자로 하여 무협소설의 '화산논검(華山論劍)을 모방한 '서호논단' 이벤트를 창시하여 전자상거래분야에서 그의 브랜드 강화 마케팅 전략을 유감없이 발휘하였다. 마윈은 한때 내부 직원의 수준을 초등학교, 중학교로 나누었다. 이러한 정신의 지속적인 발전을 고수하면서 알리바바는 이미 전체 네트워크 경제를 움직이는 주요 수단이 되었다.

대중문화는 대중문화로도 이해된다. "중국어 사전"은 다음과 같이 설명한다. "대중의 수준과 요구를 충족시키기 위해 대중적이고 이해하기 쉽고", "통"은 "도달"을 의미하고 "저속한"은 대중을 의미한다. 알리바바의 문화는 삶의 향취가 강하고 매우 대중적이다 이해하기 쉽고 아주 직설적이며 약간의 '끈적거림'을 보인다. '동구나인검'이나 '육경의 엑스 칼리버'의 해석에 아주 평범하고, 명료하고, 쉬운 기억하기 좋은 대중적이고 대중적인 색상과 의미를 이해하다. Taobao (淘宝) 의 개인 거래 특성에 적응하기 위해 "Dian Xiaoer (店小二) "문화는 여전히 내부적으로 형성되고 있으며 "Liu Mai Shenjian (六脉神劍검) "의 삼검은 삶을

말한다. 성실, 열정, 헌신, 두 겹은 일을 하는 것 팀워크, 포용, 변화, 그리고 ‘검’은 “고객 우선”을 의미한다.

2) 알리바바의 기업문화 건설 특징

기업문화 건설의 지속가능성은 문화발전과 건설을 위한 장기적 목표와 계획과 불가분의 관계이며, 전 직원이 문화의 목표와 계획을 하루빨리 이해하도록 하는 것과 불가분의 관계이다. 전 직원이 인정하는 기업문화만이 올바른 지도역할, 결속역할, 동기부여의 역할을 할 수 있다.

2.1):알리바바의 기업문화 건설은 팀에 미치는 영향을 매우 중시한다.

마윈은 처음부터 팀에 열정과 활력을 주입했다. 그는 지속적인 열정이 가장 수익성이 높다고 믿는다. 기업문화 건설 과정에서 마윈은 일반적인 길을 가지 않고 승리하기 위해서는 비즈니스 운영과 개발이 혁신을 잘해야 한다고 믿는다. 1999년부터 2000년까지는 전략이 뻘뻘했고, 전 세계적으로 사업을 하려면 포지셔닝이 포지션을 결정하는 출발점이다. 알리바바는 또한 기업 비전, 사명 및 가치를 기록하고 기업문화의 전략적 건설을 적극적으로 수행했으며 지속적으로 업무 아이디어, 발전 방향 및 업무 열정을 명확히 했다.

2.2) 건축 문화의 인간 본성

선을 인도하고, 진리를 추구하고, 아름다움을 추구하고, 인간 본성에 대해 사실적인 일련의 작업을 문화건설이 중시하고, 인도에서 문화건설의 적극적인 역할을 충분히 발휘해야 한다는 점에서 문화의 인간 본성이 반영된다. 또는 인간의 본성을 변형하는 기업문화 건설의 심층적이고 지속적인 발전을 강화하고 촉진하기 위해 기업의 다양한 사람들의 지혜와 힘에 의존한다. 이와 관련하여 알리바바는 많은 작업을 수행했다. 예를 들어, 직원에게 경력 성장 경로, 맞춤형 경력 계획을 제공하고 개인 성장을 위해 개인 최고에 맞게 조정한다. 100주년 시리즈’ 활동 - 신입사원 2주 문화교육, 매년 5월 10일 위기교육, 매년 9월 10일 창립기념일 등 그들 모두는 회사의 문화 건설의 인간적 본성을 완전히 반영하여 회사의 문화를

잘 전달하고 독특한 특징을 형성한다.

2.3 문화의 행동을 강조

문화는 보존하고 퍼뜨리기 위한 매개체나 매개체가 필요할 뿐만 아니라 인간의 행동으로 표현되어야 한다. 이 행동 역시 다면적이며, 직원의 문화적 인식과 문화적 자신감은 하나의 표현이며, 직원에 대한 회사의 행동 규범의 표현이기도 한다. 한편, 직원들은 자신과 회사의 문화에 대한 자기인식, 자기반성, 자기 창조를 하며 단기간에 형성하기 어렵다. 회사의 발전과 성장에 매우 긍정적인 역할을 한다. 알리바바 직원들이 직업을 바꾸지 않고, 일을 사랑하며, 직책에 충실하고, 혁신을 잘하는 것은 알리바바의 더 나은 기업 문화가 직원들에게 인정받고 승인된다는 높은 수준의 문화적 인식과 자신감이다. 그의 말을 실천하는 철학은 사실이다. 마윈은 정직을 위해 싸운다. 예를 들어, 2002년에 그는 회사에서 알리바바가 비즈니스를 할 때 리베이트를 제공하지 않을 것이라고 회사에서 결정했다. 그는 심각한 징계를 위해 많은 사람들을 해고했다. 당시 우수한 영업사원으로 불렸다. 제도화된 소통, 신입사원과의 정기적인 소통, 정기적인 교류회 등 알리바바는 기업 철학, 목표, 가치, 책임 및 기타 문화적 내용이 직원 행동에 반영되도록 제도 현장, 경영 결정, 역할 모델, 홍보 채널, 행사 및 봉사 교육을 통해 직원의 특정 행동에 대한 기업문화를 안내한다. 형식이 구현되고 적용되었으며 문화 구성의 동작이 매우 분명하다.

2.4) 활기찬 문화의 다양성

기업문화 건설의 내용, 방법, 접근 방식 및 형태는 매우 다양하고 강조점에 따라 다르며 전통을 계승하고 실제 상황을 결합하고 내부와 외부가 일치하며 뚜렷한 개성을 가져야 한다. 독특한 특징, 생생한 내용, 밝은 형태로 문화의 다양성을 반영한다. 알리바바는 회사의 역사를 스토리텔링이나 텍스트, 사진, 영상, 음성 등의 형태로 객관적인 표현에 집중하며 어제의 열정적인 세월을 재현하고 있다. 자회사는 "Six Meridians Excalibur"를 기반으로 풍부하고 알리바바의 로고 색상인 주황색과 결합하여 알리바바 Orange의 문화 모델을 제안한다. 이것이 바로 알리바바가 중국 항저우의 18명의 기업가에서 3개 대륙 20개 지사에 24,000명의

직원이 있는 회사로 성장한 중요한 이유이다. 알리바바의 현재 모습이다.

2.5) 알리바바 기업문화의 혁신처소

알리바바의 강력한 기업문화는 공동의 사명, 비전 및 가치에 중점을 두고 있다. 그는 회사의 모든 행동을 결정하고 회사의 비즈니스 발전에 영향을 미친다. 알리바바의 비즈니스 성공과 급속한 성장은 기업가 정신과 혁신에 대한 존중에 달려 있다. 그리고 고객 요구 충족에 중점을 둔 적이 없다. 알리바바 탄생일부터 채용 선거는 작고 반전 사고는 일종의 혁신이다, 마윈은 "중국 기업은 혁신이 부족한 것이 아니라 경영적 사고가 부족하다"고 말한 것도 일종의 혁신을 반영한다. 혁신은 주로 문화 혁신 및 제품 혁신에 반영된 알리바바의 영혼이다. 혁신적인 경영이론을 바탕으로 '구두구검'부터 '육도검'까지 독자적인 기업문화를 형성해 왔다. 알리바바의 기업문화도 중국 경제 개혁의 큰 물결과 회사 자체의 요구에 따라 지속적으로 개선되고 있다. 알리바바는 독특한 기업 문화적 가치를 지닌 선구적인 민간기업으로 이를 사업 운영에 성공적으로 적용할 수 있다.

홍정할 수 없는 것은 기업문화, 기업 핵심 가치이다. 알리바바의 기업 문화가 직원들에게 인정받고 동료들에게 인정받는 이유는 진지한 구현, 엄격한 구현 및 관행의 혁신에 달려 있다. 주요 비즈니스 B2B 및 중국 공급업체 홍보에서 개별 상인 C2C¹¹⁾ Taobao (淘宝) 대면, 전자상거래 무결성 및 온라인 지불 문제를 해결하기 위해 Alipay 출시에 이르기까지 알리바바는 전자상거래의 새로운 대륙을 열었으며 B2B 및 B2B 모두에서 설립되었다. C2C 분야. 왕의 지위를 얻었고 전자 거래 분야의 진정한 리더가 되었다.

지속적인 혁신은 알리바바의 핵심 함축이며, B2B 서비스 모델은 당시 유행했던 국내 포털 모델을 의도적으로 피함으로써 지속적인 혁신의 결과였다. B2B 전자상거래는 기업과 기업 간에 인터넷 혹은 전문 사이트를 통해 비즈니스 활동을 진행하는 것을 말한다. B2B 전자 상거래 형식은 특정 기업 간의 전자 상거래와 비특정 기업 간의 전자상거래 두 가지 유형으로 나눌 수 있다(석아립.2017).

알리바바는 인재 확보를 위해 전자상거래 교육의 대중화를 목표로 하고 있으며 이를 위해 알리 아카데미도 설립했다. 마윈가 제시한 관리 개념인 "동부 지혜,

11) <https://baike.baidu.com/item/C2C>

서부 작전"도 있다는 점을 언급할 가치가 있다. 마윈가 만든 100년 된 알리바바 모델은 중국에서 전자상거래의 새 시대를 열었다. 지속적인 기업문화 혁신을 통해 그는 많은 국내 기업의 모범이 되었다.

회사의 발전을 촉진하는 직원의 역할을 계속 수행하기 위해 알리바바는 직원을 위한 좋은 근무 환경과 환경을 조성할 뿐만 아니라 직원의 이익을 보완하기 위해 모든 직원이 회사의 이익을 다양한 정도로 공유할 수 있도록 한다. 다양한 복리후생을 통한 소득 위의 방법은 복리후생과 기업의 발전을 밀접하게 연결하고 있으며, 직원들은 회사에서 스스로를 돌보는 일에 참여하는 기쁨과 소속감을 경험하게 된다. 알리바바는 "밀접함" 조치를 통해 경영진과 일반 직원 간의 거리를 좁혀 직원들이 기업 발전이 자신의 노력과 비즈니스 혁신을 기반으로 해야 한다고 느낄 수 있도록 했다. 신입사원이 알리바바 Group에 합류하면 항저우 본사에서 진행되는 종합 입문 교육 및 팀 빌딩 과정을 이수해야 한다. 이 과정은 회사의 사명, 비전 및 가치에 중점을 두고 있으며 정기적인 교육, 팀 빌딩 교육 및 회사 활동도 실시한다. 이것들을 다시 강조한다. 회사가 어디에서 성장했든 이러한 강력한 공유 가치를 통해 일관된 기업문화를 유지할 수 있다.

전통적인 경제모델에서 기업은 최대한의 이익, 즉 폐쇄적이고 비효율적인 방식으로 고객 및 공급업체와 간단한 방식으로 상호 작용하는 개별 개인일 뿐이다. 알리바바는 개방, 투명성, 공유 및 책임의 새로운 비즈니스 문명 건설을 촉진하기 위해 최선을 다하고 있으며 인터넷이 새로운 비즈니스 모델을 창출할 것이라고 굳게 믿는다.

알리바바는 오랫동안 인터넷에 의존하여 중소기업의 조달, 판매, 관리 및 자금 조달 문제를 해결했다. 정보의 유통을 통해 전 세계의 중소기업이 실시간으로 협력하여 대기업과 연결 할 수 있는 기회 대기업과 규모의 경제 효과를 공유한다.

알리바바는 새로운 상업 문명에서 제조업체, 공급업체, 유통업체 및 고객과 같은 가치 사슬의 다양한 사람들이 더 긴밀한 관계를 맺고 서로 연결되어 있다고 믿고 있다. 인터넷은 결과를 공유하고 윈-윈 상황을 만들 수 있는 더 많은 기회를 제공한다. 근시안적인 기업인, 독점산업에 종사하는 기업, 정보자원을 통제하는 중개자, 윤리적 이익이 없는 생산자는 결국 시장에서 도태될 것이다. 고객, 직원 및 성공을 위해 예상되는 환경에 봉사하는 방법을 알고 있다. 이것이 알리바

바가 소기업, 기업가, 소비자와 손을 잡고 인터넷과 그들이 설정한 여러 플랫폼을 통해 새로운 비즈니스 문명을 공동으로 촉진하는 방법 있다.

2.6)알리바바 기업문화의 성공적 수행법

문화는 기업 건설의 영혼이며, 보거나 만질 수도 없고 복제할 수도 없다. 많은 기업가들은 자신의 기업문화를 만들 수 없기 때문에 기업의 추가 발전을 방해한다. 이러한 어려움에 직면하여 많은 학술 보고서의 이론에서 갑자기 깨달을 수 있지만, 우리는 연구하고 모방할 수 있는 많은 성공적인 사례를 찾을 수 있지만, 한 번 직접 경험하면 대부분의 사람들은 여전히 잃어버리고 무력감을 느낀다. 알리바바의 성공적인 경험은 다음과 같이 알려준다. 먼저 기업의 본질을 깊이 이해한 다음 기업 발전, 전략적 방향 및 가치에 대한 매우 암묵적인 행동을 수립해야 한다. 알리바바 드림팀은 우리가 항상 경계하고 반성해야 한다고 일깨워주며, 문제의 열쇠에 직면했을 때 스스로 속일 이유를 찾을 필요가 없다.

3) 기업문화 혁신 구현 및 실현

문화 혁신은 알리바바의 지속 가능한 발전의 핵심입니다. 마윈의 성공은 기업 리더 개념의 혁신이 기업문화 혁신의 지배이며 기업 리더의 자질과 의식이 기업문화 구축의 성과를 좌우하는 중요한 역할을 한다는 명확한 이해에 있다. 따라서 알리바바는 조정에 많은 관심을 기울인다. 2007년 12월 24일 알리바바 Group은 회사의 간부 순환 연구 계획을 기반으로 하는 1차 경영 간부 조정을 실시했으며, 2008년 1월 알리바바 Group은 구조적 및 고위급 조정을 다시 수행했다. 동시에 알리바바 그룹의 4명의 고위 간부들은 연구를 위해 휴가를 가졌는데, 알리바바는 다양한 직위의 순조로운 전환을 충분히 고려했고 화웨이와 같은 단기적인 '힘 공백'도 없을 것이라고 볼 수 있다. 지속적인 문화 혁신의 결과는 제품 혁신이며 이는 알리바바의 지속 가능한 발전을 위한 중요한 보증이 되었다. 알리바바 팔로워 사람들은 항상 끊임없는 혁신에 매료된다.

기업문화에 대한 홍보 및 인지도 보장 인터넷 환경이 열악할 때 알리바바의 1인당 급여는 500위안에 불과하다. 텍스트 없음 500위안은 아무도 팀에 머물 수 없다. 놀라운 점은 알리바바가 500위안을 사용하여 원래 기업가 팀을 유지했을

뿐만 아니라 500위안을 사용하여 백만 달러의 높은 급여를 깨고 Cai Chongxin이 합류하도록 유도했다는 것이다. 인터넷 겨울에 마윈은 결정을 내렸다. 베이징을 떠나기 위해 항저우에서 모인 8명은 어떤 수단도 동원하지 않고 상대의 성벽을 흠뻑했다는 사실만 전한다. 몇 분. 인식. 마윈이 창업 당시 '알리바바는 중국과 세계 최고의 전자상거래 사이트가 될 것'이라는 레토론이 뿌리를 내린 것도 바로 이러한 인식 때문이다. 구체적이고 실행 가능한 것으로서야 알리바바의 전술적 계획이 실행되고 알리바바는 유명한 교정 및 슬리밍 캠페인과 같은 일련의 캠페인을 수행할 것이다.

4) 기업문화의 장려 및 지원

책임과 실행에서 승리는 알리바바의 지속 가능한 발전을 위한 마법의 무기이다. 알리바바가 성공할 수 있었던 데는 여러 이유가 있는데 그 중 하나는 알리바바의 가치를 어기는 자를 어떤 대가를 치르더라도 처벌한다는 것이다. 마윈의 생각에는 기업 문화 가치의 중요성이 기업 성과에 의해 가려지지 않는다. 마윈과 알리바바가 서양에서 배운 가장 좋은 점은 General Electric의 가치 체계의 원칙에 따라 공식화된 알리바바 가치이다. 뿐만 아니라 이러한 일련의 가치가 확립된 이후 마윈과 모든 고위 경영진은 이를 홍보하기 위해 노력을 아끼지 않았다. 예를 들어 알리바바가 금 판매원 2명을 해고했는데 해고 사유는 단순히 판매 과정에서 고객에게 리베이트를 약속했기 때문이다. 알리바바의 성공으로 가는 길을 돌아보면 실제로는 인재와 기업문화가 깔려있고, 현재의 경제모델에서는 기업문화를 잘 활용하느냐 못하느냐가 성공의 관건이 되고 있음을 보여주기에 충분하다.

제5절 알리바바의 기업문화 콘텐츠 해석

알리바바의 기업문화에 따른 여섯가지 알리바바의 기업문화 조성내용을 다음과 같이 분석했다. 고객 제일의 기업부는 고객, 어느 하나로부터 유래한다. 기업이 고객을 떠나서는 모두 생존과 발전을 할 수 없다. 기업문화 건설에서 고객을 최우선으로 생각하지 않으면, 고객의 요구에 따르지 않는다. 디자인과 개량품을 구하는 것은 모두 오래갈 수 없는 것이다. 그래서 알리바바의 기업문화는 고객 1위를 우선시한다.

팀워크: 팀워크는 시작부터의 기업문화 판본에서 업그레이드된 주요 내용은 공유, 평범한 사람이 비범한 일을 하는 것, 경험과 지식, 교학 향수를 기꺼이 공유하는 것, 열린 마음으로 타인의 경험을 듣고 관점을 표현할 때 직언하는 것은 꺼림칙하다. 업무 중에 못 사람이 힘을 모아 부족한 부분을 보충하지 않는다. 자신의 몫이 아닌 일에도 책임을 회피하지 않고, 정책 결정 전에 의견을 충분히 발표하고, 정책 결정 후에 단호히 집행한다; 주인의식이 있고, 적극적으로 참여하여 단체의 건설을 촉진한다.

변화를 포용하다: 인터넷 기업에서 발전한 십여 명의 짧은 시간 한 해 동안 네트워크 기술, 운영 수단, 수익 모델은 모두 매우 빠르게 변화하는데, 이러한 변화속에서 요구하는 발전은 바로 이것뿐이다. 순발력 있게 행동하라. 변화무쌍한 생각으로 행동하라. 그렇지 않으면 조만간 도태될 것이다.

성실한 내용에는 성실한인지과 성실한 행위가 포함된다. 흥금을 털어놓고, 일을 대하고, 남을 대하지 않는다. 말과 행동이 일치하여 이익이나 압력의 영향을 받지 않고, 용감하게 잘못을 인정하고, 대담하게 책임을 진다. 검증되지 않은 정보를 전파하지 않고 원칙을 지키며 함부로 약속하거나 슬리퍼를 신지 않는다. 열정과적극적 태도 , 절대 포기하지 않는다. 회사에 대하여, 일과 동료는 애착이 넘쳐서 적극적 태도는 어려움과 좌절에 직면하여 , 말하자면, 종업원은 반드시 걱정이 있어야 한다.

쉽게 포기하지 않고, 끊임없이 스스로를 격려하며, 스스로 나는 완벽하고, 돌파구를 찾으며, 아니다.

시중 낙관주의 정신으로 동사와 단체에 영향을 주다 팀. 기업 경영자에게 매우 중요한 점은 순풍에 돛을 올릴 때 걱정적이지 않고 걱정이 없어서는 안 되는 것이다. 물건은 열정이 없으면 어려움을 겪을 때 바람을 거슬러 올라가기 어렵다. 전공에 집착하고 정성을 다하여 오늘 일을 내일로 미루지 않는다. 자신의 일은 올바른 일에 미루지 않는다. 일에 적은 투입으로 효율적인 산출물을 얻는다. 전문적인 태도로 평상시의 마음가짐으로 모든 일을 대한다. 지속적으로 학습하여 끊임없이 향상시킨다. 오늘날 가장 좋은 표현은 내일의 최소 요구 사항이다. 경업이란 자신의 일을 존중하고 열정적으로 임하며, 일에 대한 책임을 다하며, 전문적 태도와 평상적인 마음가짐으로 비범한 일을 하는 것이다.

제Ⅳ장 국내외 인터넷 기업문화 조성내용 분석

제1절 고객 최우선

2022년 10월, 한국 최대 이동통신 소프트웨어인 카카오톡¹²⁾ 운영사인 (주)카카오 대표이사는 카카오 서버의 대규모 마비를 초래한 한국 카카오 그룹 화재로 인해 사임했다. 그리고 카카오그룹은 모든 고객들에게 대국민 사과를 했다. 알리바바의 사례 분석을 통해서 고객 이익 인터넷 기업이 항상 최우선 순위를 차지하기 때문에 기업 설립 초기에는 고객의 이익을 최우선으로 하는 기업문화를 직원들의 마음에 심어줘야 한다. 고객은 인터넷 기업이 먹고사는 토대이며, 인터넷 기업의 제품은 설계자의 감정적인 색채가 강한 제품이기 때문에 고객의 요구에 맞는 제품을 어떻게 개발하느냐가 기업 발전의 요구이다. 바로 이와 같이 고객의 이익을 최우선으로 하는 것이 인터넷 기업 건설의 최우선 과제이다. 이제 막 설립된 인터넷 스타트업의 경우 흑자로 살아남는 것이 최우선 과제이기 때문에 이런 회사는 고객 이익을 전제로 해야 한다. 이미 성숙한 인터넷 기업, 예를 들면 알리바바 같은 회사에 대해서 말하자면 어떻게 자신의 브랜드를 지속 발전시킬 수 있느냐 하는 것도 고객의 지원이 필요하기 때문에 고객의 이익을 최우선으로 하는 것도 중요하다.

제2절 혁신 중심

카카오의 현재 및 미래 사업에 중요한 영향을 미칠 것으로 예상하는 주요 기술은 AI, 클라우드, 이동기술, 블록체인이다. 그래서 카카오그룹은 2021년 자사 기술 연구개발에 7645억원을 투자했다¹³⁾. 알리바바의 '내일을 품어라'. 인터넷 기

12)

[https://search.naver.com/search.naver?where=nexearch&sm=tab_etc&mra=blhl&pkid=594&os=15124097&qvt=0&query=\(주\)카카오](https://search.naver.com/search.naver?where=nexearch&sm=tab_etc&mra=blhl&pkid=594&os=15124097&qvt=0&query=(주)카카오)

13) <https://www.kakaocorp.com/page/detail/9384>

업과 전통기업의 가장 큰 차이점은 바로 혁신이다. 인터넷 기업의 제품 변화는 나날이 발전하고 있다. 바로 이러한 변화는 인터넷 기업의 발전에 전례 없는 도전을 가져왔다. 창업기 인터넷 기업의 성공적인 자본은 혁신이다. 하나의 새로운 아이디어로 인터넷 기업의 탄생을 촉진할 수 있다. 그러나 이미 성숙된 인터넷 기업은 더욱 혁신해야 기업을 불패의 땅에 세워 더욱 큰 성공을 얻을 수 있다. 그래서 어떻게 기업문화 건설에서 혁신이라는 두 글자를 파악하느냐가 매우 중요하다. 인터넷 기업문화 건설은 반드시 창조를 기업화 해야한다.

제3절 인간 중심

Google¹⁴⁾ 직원들에게 무료 점심과 간식을 제공하는 것으로 유명하지만 미국 최고의 고용주로서 무료 이발, 세탁, 주차 및 의료 서비스, 24시간 체육관, 요가 수업, 영양사, 수영장, 마사지 서비스 등. 사람을 생산력 중 하나로 생각하는 것이다. 첫 번째 요인은, 사람이 이윤을 얻는 것이다. 도구와 수단은 사람의 역할을 매우 중시한다. 자원이며, 그 자체가 가치를 가지거나 수단만이 아니므로 인간의 가치를 존중하고, 인간의 소망을 실현하며, 인간의 요구를 충족시키며, 인간의 발전을 촉진해야 한다. 그런 면에서 비로소 '인본 문화'를 말할 수 있었다. 인터넷 기업이 이익을 창출하는 그룹은 주로 종업원의 지식이며 지식은 제1 생산력이다. 따라서 어떻게 종업원이 회사의 종업원의 업무 향상에 충실한 열정에 충실할 수 있도록 하는가는 인터넷 기업문화 건설의 근본이다. 알리바바의 사람 중심의 기업문화는 인터넷 직원의 생산성을 높이는 첫 번째 조건이다. 인터넷 기업의 가장 중요한 생산자료는 바로 기업 직원의 지식이다. 과학기술의 발전으로 인해 새로운 발전이 이루어짐에 따라 인터넷 기업의 발전은 처음부터 지식인 직원의 업무의 능동성과 창조성에 달려 있다. 지식인 직원들이 적극적이고 능동적으로 일해야 자신의 지식이 생산력으로 빠르게 전환될 수 있기 때문에 인터넷 기업문화 건설은 사람 중심의 개념을 제창해야 한다. 사람 중심의 관리가 바로 그것이다. 기업관리에서 기업 자신의 직원을 중심으로 근로자가 즐겁게 일할 수 있는 환경을 조성하는 것은 표면적으로 쾌락적인 작업센터를 만드는 것뿐만 아니라 가장

14)<https://baike.baidu.com/item/Google/86964?fromtitle=谷歌公司&fromid=20491833&fr=aladdin>

기본적인 건설이며, 또한 개인의 직업 발전 계획을 중시하여 직원의 훈련과 학습을 중시하여 종업원이 종업원을 우선으로 하는 느낌을 모든 면에서 느낄 수 있도록 하는 것만이 종업원이 자신의 창조성과 작업의 능동성을 충분히 발휘하여 회사에 막대한 경제적 이익을 가져다 줄 수 있다.

제4절 계속 학습

구글은 매년 신입사원과 구직사원을 대상으로 전문지식에 대한 많은 무료강의를 제공하여 직원을 양성하고 있으며, 인터넷 회사 직원의 지식수준은 회사의 가장 큰 강점입니다. 또한 구글은 직원들이 독립적으로 학습하도록 권장한다. 인터넷 기업은 한 제품의 세대교체 및 그 신속한 변화이다. 업종, 직원들에 대한 지식 쇄신도 병행요구가 매우 높기 때문에 인터넷 기업문화 건설이 또 하나 중요한 포인트는 계속학습, 계속학습은 새로운 지식과 직원들 간의 지식 나눔을 포함하여 서로에 대해 배우는 것이다. 알리바바의 기업문화에서처럼 인터넷 기업의 특수성 때문에 '경업(業)' 그래서 직원들의 전문기술에 대한 요구가 매우 높았고, 인터넷 기업은 젊은 층에 속하는 업종이라고 생각하는 사람이 많다. 그러나 인터넷 기업이 필요로 하는 것은 종업원의 지속적인 학습 정신이기 때문에 인터넷 기업문화 건설에는 학습도 포함시켜야 한다. 업무에서 끊임없이 학습해야 앞서 나갈 수 있고 업무에서 더 나은 직업을 가질 수 있다. 인터넷 기업에 있어서, 종업원의 지속적인 학습을 장려하는 것은 첫째, 종업원이 생산적인 방식으로 지식을 나누도록 장려하고, 학습을 장려하는 환경을 조성하여, 종업원이 여기에서 학습하고 성장할 수 있도록 하는 것이다. 정보화 시대는 사람들이 지식을 분리하고 저장하고 공유할 수 있도록 하는데, 인터넷 기업이 이러한 특성을 살려 기업문화 건설에서 지속적인 학습의 중요성을 중시한다면 근무환경을 더욱 매력적으로 만들 뿐만 아니라, 직원을 존중하기 때문에 직원들이 기업과 함께 성장하기를 원할 것이다. 비즈니스 성공을 함께 추구하는 과정에서 기술을 자본으로 바꾸는 데 더욱 성공했기 때문에 지속적인 학습도 인터넷 기업문화 건설의 또 다른 방점이 됐다.

제5절 '사람 중심'의 기업문화

알리바바그룹이든 구글이든 네이버든 인터넷 기업들은 높은 가치의 창의성을 가지고 있으며 동시에 직원이 회사의 생산성이라는 것을 깨닫고 있기 때문에 일반 대형 인터넷 기업의 혜택과 문화 환경이 매우 좋다. 인터넷 기업은 직원 구성의 특징 자체가 특수성을 띠지만, 기업은 문화의 전파자는 또한 사람이다. 지식 종업원은 자신의 가치 실현에 대한 요구가 비교적 높다. 생리, 마음으로부터 자신의 실현에 이르는 염원은 기업이 인간 중심의 가치관을 확립한 후에 이 가치관을 실제에 적용할 수 있도록 요구한다. 인터넷 기업의 발전속도는 비교적 빠르지만, 전통기업처럼 계획적이고 규모 있는 확장을 실현하는 것은 거의 없고, 설립 초기에는 기업문화 건설의 중요성을 인지할 수 없으며, 창업자는 하루 종일 이윤을 위해 동분서주하고 있으며, 종업원이나 고용주와의 관계는 상당히 명확하지만, 종업원의 생활·감정 세계에 대해서는 신경 쓸 겨를이 없고, 종업원에 대한 정서적 관리·민주적 관리·자주적 관리·인재에 대한 관리·직원 문화에 대한 관리도 거의 고려되지 않는다. 이런 인터넷 회사 직원과 창업자가 한 배를 타고서는 안 되고, 기업문화를 관철시키기 어렵고, 기업을 강하게 키우기 어렵다. 따라서 인터넷 기업 창업자들이 설립 초기에 인간 중심의 가치관을 어떻게 세우고 이를 끝까지 관통할 수 있을지가 기업 인터넷 기업문화 조성의 딜레마다.

현재 인터넷 기업문화 건설은 내용이 부족하여, 낡은 관념으로 한다. 조직기업 문화 건설, 혹은 기업에는 아예 존재하지 않는 기업문화 건설, 인터넷 기업들은 '혁신'을 내세우는 기업문화 건설을 하지만 장기간 경영에 몰두해 혁신을 내세우고 있지만 정작 현실에는 미치지 못하고 있기 때문에 어떻게 기업의 '혁신' 문화를 현실로 정착시키느냐가 인터넷 기업문화 건설의 난점이다. 어떻게 기업문화 건설에서 어떻게 혁신과 기업 가치관을 연계하고, 혁신을 기업문화의 정신으로 삼으며, 환경건설에서 적극적이고 발전적인 혁신 환경을 건설하고, 또한 기업 이미지를 대외에 선전하는 데 있어서 혁신적 기업 이미지를 조성하는 것은 인터넷 기업문화 건설의 관건이다.

제 V 장 인터넷 기업문화 조성 및 대책 분석

제1절 어떻게 인터넷 기업 문화 “사람 중심” 건설을 잘 할 것인가?

인터넷 기업문화를 어떻게 잘할 것인가. 인간 중심 건설 인터넷 기업인 본관 진행 방법에 대하여, 이하 다섯 가지 방면에서 설명하겠다, 사람의 제반 수요를 중심으로 한 관리이다.

1) 인간의 감정적 측면 관리

감정관리는 곧 기업과 직원이다. 감정은 유대, 소통과 소통을 통한 관리. 현대 관리가 사물관리에서 인간 관리로 서서히 옮겨가고 있기 때문에 인터넷 기업들은 특히 기업인들이 인간관리를 최우선으로 해야 하며, 사람은 일종의 감정 동물이기 때문에 감정관리가 인간 관리에서 중요한 내용이 될 수 있도록 구성한 것이 특징이다. 성공적인 인터넷 기업은 직원 교류와 소통을 비교적 중시하며, 또한 기업이 직원을 중심으로 한 친절한 업무 분위기를 형성하는데 매우 중점을 두고 있다. 정서적 소통의 핵심은 바로 교류와 소통을 통해 직원을 부정적인 감정에서 벗어나 긍정적인 업무 태도를 확립하는 것이다. 인터넷 직원의 젊음과 유연성이라는 특징에 따라 감정관리는 직원 가치관의 재건을 어느 정도 진행할 수 있으며, 직원들이 기업의 가치관에 더 잘 공감할 수 있도록 하고, 사회인에서 기업인으로의 전환과 감정관리의 주요 틀을 가볍게 만드는 것이다. 감정관리는 실시상 관리자가 먼저 기업의 모든 직원을 존중하고 자신과 모든 직원을 평등한 객체로 간주하고, 그 후 관리에서 직원의 가정, 생활 속에서 발생하는 각종 어려움뿐만 아니라 직원의 개인적 성장, 개개인의 특기, 직업 계획 등을 배려하여 단점을 피하고 직원 개개인을 가장 적합한 직장으로 배치하고, 회사에 있는 모든 직원에게 가족의 소속감을 갖게 하며, 회사를 위해 최대의 역량을 발휘할 수 있도록 해야 한다.

인터넷 기업은 이 점을 구체화하고 있다. 직원에게는 쾌적한 작업환경을 만들어 줄 수 있으며, 또한 근무시간 외에 직원 활동을 많이 조직할 수 있다. 예를

들면, 확장, 회사 연례회의 등, 활동중에 기업 지도자와 직원이 감정교류를 할 수 있다. 또한 정기적으로 직원과 면담을 할 수 있다. 직원을 가족처럼 생각하는 것은 가장 성공적인 감정관리이다.

2) 민주적 관리 실시

민주적 관리는 기업의 직원을 제창하는 것이다. 기업의 주인이 되는 경영, 기업의 발전은 기업과 관련된 모든 직원의 지식과 적극성을 발휘해야 기업의 발전을 영속시킬 수 있으며, 민주관리는 현대의 관리제도이다. 《기업민주관리규정》도 막 이사가서 더욱 민주관리는 기업인의 본관리에서 중요한 지위를 명확하게 한다. 민주관리는 다음과 같은 두 방면의 요구를 가지고 있다. 인터넷 기업 직원의 특기 포인트는 고차원 지식인. 게다가 인터넷 기업 직원의 구성은 지식인 직원 회사 직원 그룹이상, 그러므로 민주적 관리가 더욱 중요하며 민주적 관리가 필요하다. 주로 몇 가지 측면에서 전개된다: 인터넷 회사의 길드 제도를 보완하여 기업관리의 민주주의를 확보한다.

- 1) 민주관리의 목적은 기업 발전을 촉진하고 기업을 선순환의 단계로 진입시키는 것이다.
- 2) 기업의 모든 직원의 이익을 보호하고 노동자의 요구를 촉진하는 것이다.
- 3) 많은 인터넷 기업이 설립되었을 때 이 조치는 비교적 짧다. (노동자측 쟁의체제의 완성을 강화하다. (메커니즘, 인터넷 기업의 모든 직원이 기업 발전에 대해 알 권리를 갖도록 한다.
- 4) 기업의 평등 협상 제도를 개선하다.

3) 자체 관리 실시

인터넷 기업 공개도 소홀히 했다. 좋은 참여와 협조가 될 수 있도록 스스로 관리하다. 또 인터넷 기업의 공개를 소홀히 해 참여와 협조가 잘 될 수 있도록 빠르게 발전하고 있다.

사업 자율관리는 기업에 대한 민주적 관리의 확대와 승화이며, 인터넷 기업의 종업원의 특성도 그 실시의 가능성을 확보하고 인터넷 기업의 종업원을 위한 도구이다. 높은 지식과 선명한 가치관을 가지고 있으며, 자기발전에 대한 명확한 직업 계획을 가지고 있기 때문에 종업원이 자기관리를 실시하여 자신의 발전과

기업의 발전을 일체화시키고, 기업의 발전목표에 따라 자신의 실시계획을 확정하며, 또한 이 목표에 따라 향후의 노력 방향을 정함으로써 기업의 종업원이 양호한 마음가짐을 가지고 기업의 내일에 대해 분투할 수 있도록 한다.

인터넷 기업이 어떻게 인본 관리를 잘하느냐는 가장 중요한 것은 역시 사람에 대해 정확한 견해를 가져야 한다. 인터넷 기업은 지식 집약형 업종이며, 경쟁은 주로 지식이다. 경쟁, 사람은 지식의 전달체로서 중요한 지위를 가지고 있으며 인터넷 기업의 제품이 상대하는 고객도 사람이기 때문에 기업관리는 반드시 사람을 바로 보아야 한다는 개념을 정시하고 자신의 경영이념을 확립하는 것은 바로 인류의 행복을 위해 열심히 노력하는 것이기 때문에 기업은 경영이념의 확립도 사람에 대한 정확한 인식에 있다. 이상의 관점에 근거하여 다시 인터넷 기업을 돌아보는 것은 바로 자발적으로 기업의 사람은 누구나 자신을 스스로 관리할 수 있고, 자신의 관리자가 될 수 있다. 인터넷 기업 관리자 해고해야 한다. 종업원의 자주성을 인정하고 또한 일정한 공간을 주어 각각의 종업원이 더 큰 역할을 할 수 있도록 노력하며, 자신의 발전과 기업의 내일을 연계하여 자신의 일을 더 크게 기업을 위해 봉사할 수 있도록 한다.

인터넷 기업이 기업의 성과를 직원들에게 나눠주고, 일정한 옵션을 주고, 직원을 기업의 주주로 생각하고, 직원들이 자신을 확실히 느낄 수 있도록 하는 것이 현실이다. 자기 일은 자기가 기업의 오너이기 때문에 자기 관리를 더욱 잘 실시한다.

4) 인재 관리

인터넷 기업의 도전은 어디에서 오는가, 사실 도전은 시장의 전망에서 오는 것도 아니고 거시정책에서 오는 것도 아니다. 국가의 일부 법규의 제한에서 오는 것도 아니다. 또한 기업 자체의 발전전략에서 오는 것도 아니다. 인터넷 기업의 도전은 유일한 도전은 인재이다. 기업이 인재를 더 끌어들이 수 있는지, 또 발전하는 인재를 더 끌어들이 수 있는지 여부도 포함한다. 그래서 인재를 어떻게 잘 관리하느냐는 인본 관리의 또 다른 측면이다. 어떻게 채용에서 인재를 발견하고 회사의 체제로 인재를 붙잡아 두느냐가 인재 관리의 관건이다. 채용할 때는 완전한 채용 체계가 있어야 한다. 직원의 지적 기능 수준뿐만 아니라, 직원의 가

치관을 평가할 수 있다. 회사의 요구에 맞는 덕목을 겸비한 인재를 채용할 수 있다. 그 후 교육에서 직원의 가치관과 기업문화에 대한 주입을 실시해야 한다. 채용할 때 잘해야 한다.

관, 유치 및 기업 가치관이 일치하는 직원을 양성하는 데 있어서 직원 개개인이 확실한 목표를 가질 수 있도록 직원 개개인에게 상승 여지를 줄 수 있고, 또한 기업은 인재의 이동 법칙에 따라 인재 정보 저장소를 만들어 회사에 합리적이고 성실한 인재를 제공할 수 있도록 해야 한다.

5) 문화 관리를 실시

문화 관리는 기업이 종업원에 대한 문화교육과 기업의 종업원에 대한 관리방면의 교육을 통해 종업원이 기업의 가치관에 대해 높은 인정을 받을 수 있도록 함으로써 기업의 가치관과 일치하는 가치관을 형성하고 기업의 공통 가치관을 위해 노력하는 것이다.

문화 관리는 인터넷 기업의 직원과 기업이 하는 상호작용을 강조하며, 행위의 발전의 연속이며, 단지 그 반복에 그치지 않고, 문화는 종업원의 마음과 생리의 특징을 커버하며, 문화 관리는 바로 인간중심의 사상을 전면적으로 드러낸다.

인터넷 기업은 정기적으로 종업원에 대한 교육을 실시해야 한다. 단지 종업원에 대한 기술 방면의 교육뿐만 아니라 종업원과 기업문화 등의 방면에 대한 교육도 포함한다. 회사는 학습 분위기를 형성하고, 은연중에 기업의 가치관을 종업원의 뇌리에 심어 종업원과 기업이 일치하도록 해야 한다. 가치관은 자신의 일을 더 잘 지도한다.

제2절 알리바바 기업문화의 "혁신" 건설 방법

혁신은 인터넷 기업 문화 건설의 혼령이기 때문에, 어떻게 창조할 것인가? 새로운 문화 체제는 기업이 중시해야 할 문제다. 다음은 네 가지다.

1) 지속적이고 강력한 "혁신적인" 가치관의 창립

기업문화의 핵심은 바로 기업 가치관의 확립, 기업의 가치이다. 관은 기업의 모든 종업원의 공통된 가치관과 이익의 구현이며, 기업의 응집력 증진과 종업원의 업무 적극성 향상에 매우 중요한 작용을 한다. 시대의 가치관은 시대의 흐름에 따라 또 하나의 뚜렷한 시대적 낙인을 찍는다. 그러므로 인터넷 기업은 반드시 끊임없이 혁신하는 기업 가치관을 창립해야 한다. 기업 혁신의 가치관은 모든 직원에게 혁신적 사상을 심어줄 수 있다. 종업원이 경영 과정에서 꾸준히 혁신의 방향으로 나아갈 수 있도록 노력한다. 기업은 혁신의 가치관을 수립해야 합니다. 리더가 적극적으로 제창해야 한다. 또한 종업원이 높은 합의를 이루어야 합니다. 따라서 혁신의 가치관이 형성되면 기업의 모든 종업원은 이 가치관을 자신의 원래 가치관으로부터 결합시켜야 한다. 또한 적극적으로 외화를 해야 한다. 혁신적 가치관은 기업에 활력을 불어넣을 뿐만 아니라 직원 자신의 업무 성취감과 만족감에 더욱 도움이 된다. 또한 혁신적 가치관이 더욱 형성됨에 따라 다른 신입사원들에게 유도작용을 일으키게 된다. 혁신적 가치관에 반하는 다른 가치관에 구속작용을 일으키게 된다. 이러한 정신의 유도 방향은 하나의 큰 자석처럼 모든 직원이 이 가치관을 둘러싸고 노력하게 된다.

그러나 하나의 가치관이 형성되고 발전하는 것은 긴 과정이며 또한 지나간 과정은 굴곡이 심하기 때문에 실제 상황에 처할 때 관리자는 몇 가지 방면에서 파악해야 한다.

"사람을 중시한다"는 관념과 결합하여, 종업원의 다방면을 중시한다. 발전. 가치관이 실제에 도달하면 사람이기 때문에 인터넷 기업은 종업원의 주체적 지위를 부각시켜야 한다. 기업은 종업원을 주인공의 지위에 올려놓을 뿐이다. 종업원의 생리적인 요구, 안전적인 요구 등 다방면의 요구를 만족시키다. 직원만이 자신의 가치를 실현할 수 있고, 끊임없이 창조적 매력을 발산할 수 있으며, 끊임없이 창조적 동력을 가지고 있으며, 회사의 발전에 자신의 창조적 아이디어를 제시할 수 있으며, 동시에 기업도 다른 창조적 아이디어와 창의성이 있는 인재를 끌어들이 수 있으며, 기업의 발전소에 새로운 활력을 가져다 줄 수 있어야 기업의 혁신 에너지가 고갈될 수 없다.

완벽한 품질과 실패를 허용하고 있다. 인터넷 기업은 응고해야 한다. 직원들이

일의 완벽을 추구하도록 격려하고, 사용자에게 완벽한 경험을 주자는 취지로 자신을 격려하며, 일에 전향적인 의식을 가지고서, 종래로 하지 않을 수 없었다. 끊임없이 자기 각 방면의 혁신을 진행하여, 기업의 혁신 능력을 발휘하게 하다 언제나 신선한 피가 흐르기에 충분하다. 또 대만에 대한 기업은 기업과 이성적으로 협력해 직원들을 격려할 수 있도록 직원들의 진정성을 창조적인 발상을 적극적으로 다른 소리와 그림자 같은 일. 견인 새로운 기록에 대해서는 좋은 기업이 있고 결혼을 독려해야 하고 좌절과 실패를 받아 기업을 장려해야 할 수 있도록 포용할 수 있도록 적극적으로 조정원으로 일을 하며 창의성을 가져야 한다. 그래야 기업 혁신의 씨앗이 될 수 있도록 일원으로 뿌리를 내리고 싹이 자라도록 한다.

정기적으로 그리고 장기간에 걸쳐 끊임없이 "혁신" 의식 선전 활동을 전개한다. 인터넷 기업은 그 자체가 매우 혁신적인 기업이다. 기업의 특징과 직원 구성의 특징은 혁신적 가치관이 일정한 자발성을 갖도록 한다. 자발적이면 안 되고 기업 홍보와 교육도 잘해야 한다고 말했다. 기업 가치관의 형성과 육성에서 기업은 주도자이므로 기업은 이러한 선전을 잘해야 한다. 각 장소에서 끊임없이 혁신적 가치관에 대해 선전해야 한다. 기업 리더도 몸소 실천해야 하며 모범적인 역할을 해야 한다. 또한 기업 리더도 기업 직원의 혁신 행위에 대해 예민한 촉각을 가지고 홍보와 주창해야 한다. 다른 직원에게 선도적인 역할을 하며 기업 혁신적 가치관을 하나로 융합해야 한다. 이것들은 모두 인터넷 전 직원이 혁신에 대해 강한 공감과 공감의 분위기를 형성하는데 도움이 된다.

선도적인 역할을 하고 전형적인 나무다. 선진적인 인물은 기업 가치이다. 의인화를 보면, 인터넷 기업은 반드시 혁신형 인재를 격려하고 선전해야 하며, 또한 물질적 장려를 하여 다른 직원들이 학습하는 모범이 되도록 해야 한다. 종업원의 찬성을 얻어, 다른 종업원을 이끌고 공동으로 노력하여, 창의적 가치관을 각각 구체화했다.

2) 끊임없이 진보하는 "혁신" 정신의 확립

기업 정신의 내용은 매우 풍부하지만, 인터넷 기업에게는 혁신은 언제나 기업의 성공의 핵심이며, 기업 정신의 혼이다. 그러므로 어떻게 혁신 정신을 기업의

모든 면에 잠입하여 직원의 사상과 행동을 구속하고 유도하느냐는 기업의 혁신 수준의 높낮이 반응이다. 기업은 성공을 얻을 수 있는 열쇠이다. 혁신 정신은 기업 발전에 다음과 같은 6가지 방면으로 나타난다. 인터넷 기업의 혁신 정신은 기업 발전에 친화력을 가지고 있으며, 그는 기업이 발전하는 과정에서 팀의 단결을 일으킬 수 있으며, 또한 그 항목을 만들 수 있다.

목적의 각 개인은 공동으로 협력하여 공동의 목표를 위해 노력한다; 기업 종업원에 대한 응집력이 생겨 자신과 기업이 하나가 될 수 있고, 능동적이고 창조적으로 일에 뛰어들어 이익 공동체를 위해 분투하다. 직원들에게 자신감을 줄 수 있고, 기업의 모든 직원은 혁신으로 인해 스스로 만족감과 영예감을 가져야 한다. 자기가 하는 모방할 수 없는 일을 자랑하다. 인터넷 기업의 혁신 정신은 직원들에게 큰 매력을 줄 수 있고, 기업 밖의 우수한 사람들이 기꺼이 그리고 그러한 단체에 투자하는 것을 자랑스럽게 할 수 있다. 인터넷 기업의 혁신 정신은 기업에 경쟁력을 가져다 줄 수 있다. 인터넷 기업은 강력한 경쟁 시장에 직면하여 끊임없는 혁신을 유지해야 비로소 기업에 경쟁 우위를 가져다 줄 수 있다. 인터넷 기업의 혁신 정신은 기업이 업계에서 영향력을 얻을 수 있게 하고, 다른 인터넷 기업에 방사선을 방출할 수 있게 하며, 기업 브랜드가 향상될 수 있도록 하는 기업의 무형자산의 큰 향상이다.

기업 정신은 기업문화에서 깊고 핵심적인 내용이기 때문이다. 인터넷 기업의 혁신문화 정착이 중요한 만큼 기업들은 관심을 갖고 이를 더욱 강화해야 한다. 인터넷 기업의 관리자가 부하 직원을 양성할 때 기업의 혁신 정신을 주입할 수 있는지 구체적으로 보여준다. 우선 직원의 창조적 능력을 배양하고, 직원에 대해 창조적 사고의 단련을 해야 한다. 단지 매일 출근하는 것이 아니다. 기업의 창조적 정신은 직원 개개인의 창조적 사고의 추진에서 비롯되며, 기업의 리더는 바로 리더이기 때문에 평상시의 업무에서 중요하다. 훈련 요원의 이성, 창의성은 그 다변화된 측면을 개발한다. 둘째, 지도자는 채용 기준에 대해 합리적으로 판단해야 한다. 단, 직원을 기계 작업을 완성하는 기계로만 볼 수는 없다. 인터넷 기업의 직원과 다른 업계 직원의 가장 큰 차이점은 일에 대한 열정과 창의성에 있다. 리더가 채용 기준에서 합리적인 판단을 하지 않으면 창조적 사고를 가진 고차원으로 이끌지 않아 근로 의욕을 잃게 된다. 마지막으로 지도자는 우수한 직원을

뽑을 때 창의성을 가진 직원을 뽑는 데 치중해야 하며, 혁신으로 인한 작은 실수에도 불구하고 그 직원의 공적을 부정하는 기준으로 삼지 말아야 한다. 이러한 세 가지 측면에서 기업의 혁신 정신을 함양하여 종업원을 격려하고, 종업원과 함께 진보하도록 한다.

3) 적극적이고 상향적인 "혁신적인" 환경의 건설

인터넷 기업은 반드시 직원들에게 상대적 즐거움을 창조해 주어야 한다. 또한 직원들의 창조적 사고를 북돋우는 데 도움이 된다.

인터넷 기업의 혁신 정신은 기업의 발전을 자신의 책임으로 여긴다. 주요 인터넷 기업의 혁신 발전의 한 환경. 환경은 외화의 동쪽이다. 서, 외부 정치·경제 환경과 내부 환경을 포함한 혁신 문화를 육성하는 토양. 인터넷 기업이 현재 처해 있는 외부 사운드는 기본적으로 일치하며, 이는 인터넷 기업 문화 혁신에서 동일한 부분을 구성하고 있으며, 기업 내부 환경은 기업 리더의 정성이 필요한 것이다. 첫째, 인터넷 지도자와 관리자에게는 기업문화의 창도자이며, 반드시 몸소 실천하여 모범적인 역할을 해야 하며, 둘째, 인적 자원 부문은 기업문화의 추진자이다.

구체적으로는 다음과 같은 활동이 포함된다. 책임 사상을 받은 당 소조가 있고, 위에서 아래로 종횡으로 관통하여, 정보가 미치지 못하는 곳이 없게 되었기 때문에, 비로소 할 수 있었다. 군에 복종 문화가 뿌리내릴 수 있도록 인터넷 기업들도 혁신 문화가 정착될 수 있도록 위에서 아래 인터넷 기업이 눈으로 보고 혁신하는 분위기를 조성해야 한다. 자신의 직장이나 기업이 운영하는 홈페이지에는 '혁신' 문화가 곳곳에 퍼져 있다. 이런 선전은 직원들이 직감적으로 회사의 혁신문화를 느낄 수 있게 해 주고, 귀동냥 속에서 기업의 혁신 가치를 깨닫게 해 준다. 경전의 철학자가 잡초를 없애려면 그 위에 농사를 짓는 게 최선이라고 했듯이 인터넷 회사들은 기업의 시각 문화를 잘 살려야 한다.

행사를 진행하여, 기업이 혁신문화를 형성할 수 있도록 하다. 느슨한 환경과 활동은 기업 문화 건설의 운반체 중의 하나로, 기업은 혁신이 있는 설계를 할 수 있다. 콘텐츠의 활동은, 종업원이 이노베이션의 이념을 이해하고, 또 이노베이션의 수용을 실시하는 등, 활발한 형태로 전개된다. 인터넷 기업 직원의 전문성 향상을 위한 교육 활동, 직원의 지적능력개발, 직원의 창조성 및 성취감을 배양하

기 위한 기술혁신 활동, 직원의 정신생활 풍부, 직원 정서 연마를 위한 오락 활동, 직원의 주인의식 확립, 기업의 혁신 가치관 강화를 위한 사상적 활동 등 두 가지 측면에서 활동할 수 있다. 이를 통해 인터넷 기업 임직원들에게 혁신에 대한 인식을 심어주고 기업 리더들도 이를 위해 노력해야 한다고 강조했다. 이러한 행동을 가로막는 불리한 요소를 극복하고 직원 혁신이 성공하지 못할 때 인터넷 기업 리더들도 이들을 잘 이해하고 포용하며, 마지막으로 이를 통해 리더와 직원의 공동 노력하에 느슨하고 지향적인 혁신 환경을 조성해야 한다.

2.4 용감하게 진취적인 "혁신적인" 기업 이미지 메이킹

기업 이미지는 기업의 외적인 표현이고 인터넷 기업은 경쟁이 치열하다. 또한 지금은 정보시대이기 때문에 기업 이미지 창출은 기업이 고객의 선호도를 높이는 관건이기 때문에 기업의 혁신 이미지 형성은 기업에 막대한 이윤을 가져다 줄 뿐만 아니라 인터넷 기업의 혁신문화를 촉진하는 역할을 할 수 있다. 혁신적 사회 이미지를 가진 기업은 대중사회의 인정을 받을 뿐만 아니라, 그 기업 구성원들이 집단 이외의 수익을 얻을 수 있도록 함으로써, "혁신적" 문화를 기업 직원의 사상에 더욱 깊이 파고들 수 있다.

"혁신" 이미지는 다음과 같은 몇 가지 측면을 내포한다. 인터넷 제품의 창조신, 제품 아이디어의 혁신 등. 산업 혁신의 이미지가 외부에 전파되는 과정도 실은 혁신품이다 패를 만드는 과정. 어떻게 기업이 혁신하는 이미지를 만드는지 최소한 몇 가지 단계를 포함해야 한다.

먼저 문자 정제, 혁신적인 서비스 이념을 확정하고, 혁신의 이념을 기업의 서비스 철약로 만드는 것이다.

브랜드를 혁신하기 위한 전제 조건. 혁신적인 서비스 컨셉이 확정되면 이 시기 기업이 함께 준수하는 서비스 가이드라인, 서비스 이념의 폭과 깊이는 기업의 혁신 브랜드 구축에 직접적인 영향을 미칠 것이다. 둘째, 기업의 혁신 브랜드 구축은 기업의 모든 직원이 참여하는 중대한 공사로, 모든 서비스의 실현은 직원 그 자체로 귀결되어야 하며, 직원의 창업 정신의 높낮이가 직접 혁신품에 영향을 미칠 것이다. 마지막으로, 혁신 브랜드의 제조는 각 개체를 떠나서는 안 된다. 미디어 서비스, 인터넷 서비스 등. 그래서 기업은 진취적이고 혁신적인 이미지를 구축해야 한다.

제VI장 결론

제1절 연구의 요약

본문은 알리바바 관련 선해 연구를 통해 회사의 기업문화건설 분석과 이 기업에 대한 본문은 연구하는 과정에 있다. 기업 문화건설에 존재하는 일부 문제를 초보적으로 확립하였다. 그리고 기업문화건설에 존재하는 이러한 문제점들에 대하여, 어떻게 기업문화 건설의 근본인 '사람중심'과 인터넷 기업문화 '혁신' 체제의 수립 두 부분에서 개선 방안을 제시해야 하는지 상술한 작업을 통해 본문은 다음과 같은 결론을 도출하였다.

1) 소규모 기업창업 초기부터 기업문화 조성을 내세운 뒤 실천에 옮기지 못했고, 인터넷 기업문화 체질이 제대로 갖춰지지 않아 기업문화가 제대로 구축되지 않아 퇴사율이 높았다. 기업의 문화 건설은 여전히 완벽해야 직원의 충성도를 보장하고 기업의 보이지 않는 소프트 파워를 강화할 수 있다. 새로운 세기에는 새로운 기업문화가 있습니다 4차 산업혁명 시대에 기업문화는 기업의 최고의 명함이었다. "사람으로" 본과 이노베이션의 기업문화는 인터넷 기업의 지식인 종업원의 중시를 받아 종업원의 거취 결정에 중요한 역할을 하고 있다.

2) '인본관리'는 주로 감정관리, 민주관리, 자주관리, 인재관리, 실시문화관리 등 5개 방면에서 도면을 드러낸다. '혁신' 체제는 주로 혁신적 가치관의 확립, 혁신정신의 건설을 포함한다. 입·창신 환경의건설과 기업의 혁신 이미지 메이킹은 네 가지 측면에서 전개된다. 이 두 가지 측면에서 인터넷 기업문화 건설을 개선하고 인터넷 기업 특성에 맞는 기업문화를 정착시킨다.

3)인터넷은 인류의 사회적 생산 방식과 생활 방식을 급속히 변화시켰고, 사람들의 업무 효율과 삶의 질을 크게 향상시켰으며, 국가의 교육, 문화 및 기술 수준을 크게 향상시켰다. 모든 기업은 인터넷을 휴대하고 사용하여 자신의 비즈니스 활성화를 촉진하고 비즈니스 발전을 촉진할 수 있다.모든 성공적이고 우수한 인터넷 회사는 고유하고 일관된 기업 문화를 가지고 있어야 한다. 인터넷 기업으로서 기업 발전의 요구를 충족시키기 위해 어떤 기업 문화를 어떻게 구축할 것인가

가는 인터넷 산업에 종사하는 모든 관리자와 직원이 모든 인터넷 기업의 건전한 발전에 대해 고민해야 하는 심각한 문제 이었다.

제2절 연구의 한계

알리바바 기업문화에 대해 이론 분석이 적고 관련 서적도 많이 참고 했지만 인터넷 기업문화 건설에 대한 이론 분석은 그동안 별 소득이 없었으며 앞으로 관련 서적에 유의하면서 이론적인 측면을 보강할 계획이다. 본문의 주제와 관련된 논문의 수량 상대적으로 적고 참고할 수 있는 문헌 연구의 각도는 상대적으로 단일하다. 기본적인 연구 내용은 문헌 검토 및 이론적 분석을 통해 결정되므로 특정 분석적 한계가 있을 수 있으며 일부 중요한 정보 및 결론을 얻을 수 없다.

참고 문헌

<국내논문>

박병기 외(2019) (중국 인터넷쇼핑몰 기업의 사회적 책임활동이 기업태도 및 기업이미지에 미치는 영향에 관한 연구 : 기업태도 매개효과 중심으로 , *e-비즈니스 연구* . 2019-08 20(4):161-183

석아림(2017).B2B 기반 기업의 CRM 전략에 관한 사례연구－alibaba와mysteel을 중심으로. 동국대학교 대학원 경영정보학과, 석사학위논문.

원선 (2017),중국 인터넷 전자상거래 기업의 해외시장 확대에 관한 연구 : 타오바오의 사례를 중심으로 ,전북대학교 일반대학원 , 석사학위논문

오병청 김도일 (2020)4 차 산업시대의 알리바바의 온라인 쇼핑 카니발에서 쇼핑 가치가 소비자만족과 재구매의도에 미치는 영향

유향용 (2015),알리바바의 미국 B2C 시장 진출사례에 관한 연구 ,명지대학교 대학원 ,석사학위논문

임아결(2021)중국 전자금융 비즈니스 모델에 관한 연구 : 알리바바 자회사 앤트 파이낸셜 서비스 그룹 중심으로, 숭실대학교 대학원, 석사학위논문

장진보. (2018). 알리바바(Alibaba)의 지배구조에 관한 연구 - 파트너십을 중심으로 . 중국 법연구, 33, 189-219.

정성규 (2015)우리나라의 전자상거래 무역 경쟁력 강화 방안에 관한 연구 , 단국대학교 , 석사학위논문

해심적 / XIQINDI(2018).한 -중 전자 상거래 비교 연구 - 알리바바 (타오바오) 및 G 마켓의 사례분석을 핵심으로 : 알리바바 (타오바오) 및 G 마켓의 사례 분석을 핵심으로

SHEN JIA 김명숙중국 전자상거래 기업들의 다각화 전략에 관한 비교연구 - 알리바바 (阿里)와 징둥 (京東)을 중심으로

趙維平 (Zhao Wei-ping)(2018)알리바바 그룹의 국제 전자상거래 인재양성 모델에 관한 연구 . *한국무역학회 세미나 및 토론회* . 2018-12 2018(12):239-255

<중국논문>

- 李玉泉, 佟玉蘭, 吳煥榮.(1999, 8) 《企業文化的理論与實踐》[M].石油工業出版社,
- 程歡 (2012) .《互聯网企業文化建設及對策分析》北京交通大學
- 荆林波, 陳佳貴.(2009.03) 《阿里巴巴集團考察：阿里巴巴業務模式分析》.經濟管理出版社
- 劉穎斐,徐子萌.(2019) 《員工學歷水平影響企業的戰略選擇嗎》.武漢大學經濟与管理學院·
- 邢以群, 張大亮. (2007, 01) 《企業文化建設:重塑企業精神支柱》.机械工業出版社
- 周星潼. (2012, 01) 《芝麻開門·成就阿里巴巴網絡帝國的13个管理法則》.華中科技大學出版社,
- 王曼. (2010) 《企業創新文化建設》.化學工業出版社
- 劉曉航, 趙文. (2010, 11) 《馬云：我的團隊永不言敗》.華中科技大學出版社,
- 劉世英, (2012, 07) 《誰認識馬云Ⅱ：危机中的救贖》.中國友誼出版公司,
- 陶嵐. (2004, 4期) 《如何正确認識企業文化》，《企業研究—策划&財富》.
- 唐亮. (2009, 11期) 《阿里巴巴网站成功模式分析》.現代商貿工業，
- 湯云. (.2007, 24期) 《電子商務企業文化建設實例剖析》，《商業經濟研究》
- 王允. (2008, 14期) 《電子商務企業文化探析》，《現代商業》.
- 梁紅鳳, 游文麗. (2004, 2期) 《企業文化与核心競爭力》，《企業研究——策划&財富》
- 付靜 (2017) 《淺析阿里巴巴企業文化建設》，《文化視野》
- 程向昊(2015) 《互聯网企業文化建設的哲學思考》
- 丁洋(2017) 《淺議企業文化對企業發展的作用》經濟研究導刊,2017年第26期,總第340 期
- 古思傲.(2019-05). 雙重股權制度對公司治理影響的研究—以阿裏巴巴爲例
- 李舒蓋.(2019). 阿裏巴巴薪酬管理推動企業文化落地的啓示
- 王浩陽, 王衡曉園.(2020).淺析阿裏巴巴企業的激勵文化.山西農經.2020年第4期.

<국외논문>

Berrys, Ariel. Some Application and Limitations of Recent Advances in Empirical Industrial Organization. *American Economic Review*. 1993, 83(2): 247~252.

country study [J]. *Entrepreneurship & Regional Development*, 2004, 16(2)
Version:0.9StartHTML:0000000105EndHTML:0000000679StartFragment:0000000141EndFragment:0000000639

Dakhli, M, Clercq, D. D. Human capital, social capital, and innovation: a multi.

Doligalski (2018), "Business models of internet companies and types of goods offered", *Journal of Business Models*.

Grinblatt, M, Keloharju, M. , Linnainmaa, J. IQ and stock market participation [J] *Journal of Finance*, 2011, 66(6) .

Judge T, Thoreson C, Bono J, et al. The Job Satisfaction-Job Performance Relationship: A Qualitative and Quantitative Review. *Psychological Bulletin*, 2001, 127(3) : 376-407.

Society for Human resource Management, Career development for HR professionals[J]. *HR Magazine*, 2008, 1-9

웹 사이트:

알리바바: <http://www.alibaba.com/>, <http://www.alibabagroup.com/>

알리바바 연구소: <http://www.aliresearch.com/>

Abstract

Chinese enterprises are in the Internet era of great change and development, and market competition is intensifying. Chinese businesses are also facing the devastating impact of the internet and are being reshaped at an unprecedented rate. The “new and old” phenomenon has occurred and is happening in many business sectors. A way of thinking to face challenges that break old patterns. Culture is the soul of a company, and the soul of a company culture lies in innovation. The only immutable law for Internet companies is ‘change’, and companies must change according to the real-time situation and the needs of competitors and customers. ‘Change’ is innovation and corporate culture is the same.

Only the establishment of an innovative corporate culture can stand on its own in the world’s forest. Therefore, innovation is the entry point for establishing Internet corporate culture, and it is also a necessary process for the growth of Internet corporate culture.

Today, the establishment of Internet corporate culture is receiving great attention from the business community.

This thesis mainly examines the history of the Internet, explains the background of the selection of the topic, the significance of the study, and describes and introduces the current status of research on the establishment of domestic Internet corporate culture. This topic mainly conducts research through literature research method, comparative analysis method, and case analysis method, and presents the innovation point of this paper.

Chapter 1 Background and Necessity of Research. Chapter 2 mainly describes the concept and characteristics of the Internet, the concept and contents of corporate culture, and the limitations of establishing Internet corporate culture. Chapter 3 analyzes the establishment of corporate culture through Alibaba’s case study, and gets inspiration from the analysis. Chapter 4 analyzes Alibaba’s corporate culture building contents. Finally, by

elaborating on the previous chapter, this chapter proposes ways to build and improve Alibaba's corporate culture.

Building corporate culture is a systematic project. From a philosophical point of view, this thesis examines the implications of Alibaba's corporate culture and how excellent Internet companies build corporate culture, and actively seeks how to improve and establish Internet corporate culture. .

Key words: Internet corporate culture, Alibaba, 4th industrial revolution, corporate culture