

基于企业 竞争力的企业文化理论 与实证研究

王文臣 著

JIYU QIYE JINGZHONGLI DE QIYE
WENHUA LILUN YU SHIZHENG YANJIU



经济科学出版社

基于企业竞争力的 企业文化理论与实证研究

王文臣 著

经济科学出版社

责任编辑：吕 萍 张建光

责任校对：王肖楠

版式设计：代小卫

技术编辑：邱 天

图书在版编目（CIP）数据

基于企业竞争力的企业文化理论与实证研究 / 王文臣
著. —北京：经济科学出版社，2008. 12

ISBN 978 - 7 - 5058 - 7723 - 8

I. 基… II. 王… III. 企业文化 - 研究 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2008）第 189691 号

基于企业竞争力的企业文化理论与实证研究

王文臣 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址：北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编：100142

总编室电话：88191217 发行部电话：88191540

网址：www. esp. com. cn

电子邮件：esp@ esp. com. cn

汉德鼎印刷厂印刷

永胜装订厂装订

787×1092 16 开 13 印张 250000 字

2008 年 12 月第 1 版 2008 年 12 月第 1 次印刷

印数：0001—4000 册

ISBN 978 - 7 - 5058 - 7723 - 8/F · 6974 定价：20.00 元

（图书出现印装问题，本社负责调换）

（版权所有 翻印必究）

目 录

第 1 章 导论	1
1.1 研究背景、目的及意义	1
1.2 国内外研究概况述评	11
1.3 研究目标、内容和方法	24
1.4 本章小结	26
第 2 章 企业文化与企业竞争力的基本理论	27
2.1 企业文化的基本理论	27
2.2 企业竞争力的基本理论	40
2.3 企业文化与企业竞争力的关系	45
2.4 本章小结	52
第 3 章 企业文化对企业竞争力的作用分析	54
3.1 企业文化对企业竞争力的维护	54
3.2 企业文化对企业竞争力的提升	59
3.3 企业文化对企业竞争力的作用机制	64
3.4 本章小结	74
第 4 章 基于企业竞争力的企业文化构建	75
4.1 基于企业竞争力的企业文化内涵及其特征	75
4.2 国内外企业文化构建的启示	80
4.3 基于企业竞争力的企业文化构建过程	86
4.4 本章小结	100

第5章 基于企业竞争力的企业文化变革 ·····	101
5.1 企业文化变革与企业文化构建的区别与联系 ·····	101
5.2 企业文化变革的必要性 ·····	102
5.3 企业文化变革的阻力 ·····	103
5.4 企业文化变革的形式与有利条件 ·····	107
5.5 企业文化变革的过程与方式 ·····	111
5.6 本章小结 ·····	120
第6章 基于企业竞争力的企业文化评价体系 ·····	121
6.1 企业竞争力和企业文化评价指标的借鉴 ·····	121
6.2 基于企业竞争力的企业文化评价 ·····	130
6.3 企业文化的动态评价 ·····	138
6.4 本章小结 ·····	143
第7章 中国转型期企业文化的建设与变革 ·····	145
7.1 中国企业文化建设中存在的问题及其原因 ·····	145
7.2 中国企业文化对传统文化的继承与扬弃 ·····	150
7.3 中国企业文化现代层面的再造 ·····	157
7.4 本章小结 ·····	163
第8章 基于企业竞争力的企业文化构建实证分析 ·····	164
8.1 北京蓝岛大厦企业文化 ·····	164
8.2 美国 IBM 文化的构建与变革 ·····	170
8.3 本章小结 ·····	179
第9章 总结与展望 ·····	180
9.1 总结 ·····	180
9.2 研究展望 ·····	183
参考文献 ·····	184
致谢 ·····	201

第 1 章 导 论

1.1 研究背景、目的及意义

1.1.1 研究背景

以企业文化维护和提升企业竞争力，是企业管理理论和实践逻辑发展的必然结果，也是企业战略管理思想的变革和我国企业现阶段应对各种挑战的必然要求。

1.1.1.1 企业管理理论的逻辑演进

在现代市场经济环境下，企业竞争力的强弱，直接决定着企业的生存与发展。越来越多的事实表明，企业文化是企业竞争力的重要影响因素，重视企业文化对企业竞争力的作用也是企业管理理论和实践发展到现阶段的必然产物。从组织控制的视角看，企业管理先后经历了简单控制、技术控制和科层控制三个阶段。简单控制是公司的管理者面对面地监督被管理者工作，是针对工人所进行的直接的、通常是专制的个人控制。这种控制策略在 19 世纪的工厂以及当今规模较小的企业中最为常见。这种控制策略不仅成本高，还容易引起管理者和被管理者之间的个人矛盾。技术控制是基于组织内的技术结构，比如说在传统制造企业中的流水线，将员工固定在生产线上从事流水线作业的控制方法。技术控制虽然成本低、有效率，但它带来的是工作的单调、枯燥和工人的抵制（大规模的罢工也出现在这个阶段，因为流水线天然地组织了工人）。从 20 世纪 60 年代之后，由于产业结构的变化，员工教育水平的提高，生活更加富足，人们不再满足于被限制在局部生产线上从事单调的工作，从而出现了第

三种控制方式，也就是韦伯提出的科层控制的兴起。

科层控制的实质是，组织通过一整套有层级的权力系统和制度规则去要求人们按照某种规定的方式做事，每个人必须摒弃个人情感，按照组织制度和规则做事。其主要特征包括：专业化和分工的原则、等级的原则、规则导向的原则、非个人化的原则、对事不对人和能力原则等。韦伯认为，科层制是最有效率的组织方式。科层制要求每个人在自己特定的岗位上必须按照组织的规则、制度和流程来行动，从而有效而低成本地协调组织成员之间的行动，保证了组织目标的完成。由于科层制是建立在严格的组织制度的基础上的，所以科层控制也就是制度控制，或者说是组织中的法制。

企业中的制度控制无疑有很多优点。制度控制可以减少控制的成本，保证组织获得效率，尤其是当人们认同规则并把规则内化为个人的行为准则的时候，制度控制的效率就大大提高了；从长远来说，制度可以保证组织的稳定性和连续性，避免由人事更迭带来的振荡；制度对所有人都一视同仁，从而可以确保组织的公正；有了制度，人们在处理组织内部员工和管理者之间矛盾的时候，就更加有法可依，这样就减少了管理者和被管理者之间的个人恩怨，解决了早期简单控制的问题。但是，在企业管理实践中，制度控制也有许多显而易见的不足。张志学、张建军、梁钧平在《企业制度和企业文化的功效：组织控制的观点》一文中概括为三点不足：

其一，在企业里，非常严密的制度、规则和流程限制了员工的自主性，导致员工个人的活动空间变小。韦伯曾指出，科层制这种建立在高度理性化基础上的安排在带来效率和公正的同时，也限制了人们的自由，导致工作的单调、枯燥。因此他称科层制为“铁笼子”。对于那些受过高等教育的、追求自由和自主的员工来说，他们很难忍受严密的制度给他们在企业中的行为所带来的限制。如果单纯依靠严密的制度和规则限制他们的行为，他们将会产生逆反心理而对抗制度的管制，甚至有意与制度和制度的执行者进行博弈。当人们预期会成功地逃脱制度的控制而不被惩罚时，他们会从逃脱制度中体会到快乐。因此，在某些情况下，制度越是严密，越会激发起人与制度博弈的动机。

其二，制度的后摄性（reactive）或回应性（responsive）特点，使得制度在应对企业面临的新情况时出现困难。一般而言，制度多数都是在某些意外事故出现后制定出来的。然而，今天企业所处的外部环境具有更大的不确定性，虽然企业通过多种手段尽量做到未雨绸缪，但有时很难预料市场、技术以及其他环境等方面发生的新变化。企业在变革过程中经常会出现一些前所未有的问题，员工无法靠制度来判断应当如何处理它们。

其三,制度本身会演化成一种官僚主义,降低企业的效率和活力。制度是促进企业达成目标的手段而非目标本身。但是,在组织中那些被授予权力去建立制度的人,倾向于将建立制度变成了自己或本部门存在的目的。在这种情况下,他们将出台越来越多的制度和规章来表明业绩,而不顾这些制度和规章是否真正能够促成组织目标的达成,这种官僚主义会窒息企业的活力。

概括地说,企业没有制度会导致员工行为的无序,而有了制度又可能将员工管得过死。这就是制度控制的悖论。这对设计新的组织控制方式提出了要求。实际上,自从现代组织研究诞生以来,一些有影响的理论家指出,分权的、参与的和民主的控制方式应该是限制性的科层制的替代方式。随着近年来管理实践界出现的团队、学习型组织、扁平化组织等潮流,有学者提出继科层控制后可能的第四种控制——协和控制,这种控制不是管理者对被管理者发号施令或者强制实施,而是让被管理者讨论和决定应当通过什么手段才能更好地达成企业的目标,逐渐形成某种共识或默契,这就是价值观。在成员共同工作的过程中,价值观慢慢地变成了规范,要求所有的成员必须遵循。随着时间的推移,这种规范慢慢地演化成制度。

显然,企业化管理就属于协和控制。它优于以往任何一种管理或控制方式,并对企业竞争力有着重大影响。

首先,企业文化就是企业在成功适应外部环境和有效地整合内部资源过程中所形成的共享的基本假定。这套假定长期以来被证明是行之有效的,从而传达给新成员,影响他们如何认识、思考和解决问题。由于它被认为是天经地义的价值观、规范、假定和象征,企业的成员几乎不假思索地根据它所倡导的标准去行动。从这个意义上讲,文化就像一只“无形的手”对人具有极大的控制力。与有形的制度控制相比,文化是一种更高水平的控制。20世纪最重要的思想家之一福考尔特(Foucault, 1980)认为,文化权力是一种最高的权力形式,它使接受者不自觉地按照文化施与者(可以是国家、组织、个人等)的意志来行动,从而失去了主体性。福考尔特称这种权力为“牧师权力”。虽然福考尔特是从现代性对人性的压迫的角度去揭示这个问题的,但他对于文化对人的隐秘而有效控制的论断则说明了文化控制的高明。^①

其次,在环境迅速变化的年代,企业文化比制度往往更具有适应性,与此同时,其特别的凝聚功能、导向功能、激励功能和辐射功能,可有效提升企业的竞争力。其一,当今企业的员工受教育程度越来越高,也越来越追求自主,

^① 张志学、张建军、梁钧平:《企业制度和企业文化的功效:组织控制的观点》,载于《经济科学》,2006年第1期。

靠制度的强制已越来越不合时宜,而基于共识和价值观的控制则在一定程度上恢复了人们的主体地位,从而也更容易接受。其二,文化的弹性和无处不在的特点,使得员工能够自主并自发地参与解决组织所面临的难题,从而避免了制度控制的后摄性或回应性的缺陷,这种激发员工主动性的控制能够很好地解决组织协调的问题,并且使组织在出现新情况时能够有合适的反应。

最后,企业文化是在长期的经营活动中所形成的,是对其成长环境、能力、经验的归纳与变革,它不仅与企业所处的国家、地区、行业等有关,而且与企业的创建者、强有力的领导者以及所处的生命阶段有关,因此企业文化具有独特性。另一方面,企业文化所倡导的价值观念、团体意识、行为规范和思维模式都是无形的,它所关注的是企业中的符号,如语言、规范、惯例和仪式等,因而企业文化又具有无形性。所以,作为企业的一种资源和能力,企业文化很难被模仿,从而形成一种天然的隔离机制,对企业的竞争力起到维护作用。

总之,企业文化的提出是管理学发展历史上的一场革命,它是在对人性的认识逐步深化的前提下,随着生产力和科学技术的不断发展,从不见人、忽视人到逐渐重视人、发挥人在生产经营活动中主体作用过程的必然产物,它是管理理论和实践的更高级阶段。目前,以人为本,以文化力推动企业竞争力的提高,从而最终实现企业的生存和持续发展,已成为全世界企业管理的潮流,成为世界诸多有远见卓识的企业家的共识。在这种背景下,越来越多的企业进行了建设企业文化的实践,对以文化推动企业的发展进行了尝试,其理论和实践都已表明,企业文化是市场经济和企业发展的坚定基石,是企业增强竞争力的有力保障。在知识经济时代,企业文化建设对企业发展所起的作用尤为显著,因此,通过企业文化的构建和变革,从而实现企业竞争力的维护和提升,是企业管理理论和实践逻辑发展的必然结果,也是时代发展的内在要求。

1.1.1.2 企业战略管理思想的变革

自20世纪90年代以来,伴随经济的市场化、信息化、全球化时代的到来,传统的管理越来越难以解释和预测急剧变化的企业环境,与时俱进的变革已经成为企业管理界不可逆转的趋势,因此,处于企业管理核心地位的企业战略管理的变革更为必需。

企业战略管理对于企业的意义就在于把握变化和未来,也就是使企业获得持续竞争优势。但是,过去西方战略管理思想大多是强调严谨的逻辑分析,即在系统的逻辑基础上对企业的战略管理从外到内、由局部到整体逐层分析,特

别是定量分析成为主要手段,这种思想固然没有错误,但是面对变化更快、不确定性更强的外部环境,这种办法就变得力不从心,难以应付。从20世纪80年代以来,日本企业的迅速崛起,为企业战略管理思想带来了新鲜的信息。东方文化的显著特征就是和谐与秩序,而这种和谐与秩序主要通过道德、伦理、责任,渗透到组织制度和结构层面来约束和保障组织整体的。组织成长和发展过程是以学习和在学习基础上的创新作为重要手段。在组织整体发展战略上,以小博大,以弱胜强,以有限资源来实现更为惊人的目标被极为推崇。这些具有东方思想特点的人类文明成果正是过去的企业理论所没有给予足够重视的方面,因此,东西方文明的融合就在企业战略管理思想中得以表现。面向新经济的企业文化理论就是这种智慧融合的突出典范。

企业文化在企业战略管理过程中起着极其重要的作用。一个拥有优秀文化的企业可以将其文化作为重要资源,将企业的发展愿景以文化形式渗透给员工,从而使企业战略从制定到顺利实施、变革都得到可靠的保障。

企业文化决定企业战略的制定。企业要长期发展就必须有一个发展战略,而战略的制定与企业文化是紧密相连的。一个层面是企业的战略制定以企业使命为依据,通过每个阶段性战略目标的实现,最终达到企业追求的使命。从企业战略管理的框架来说,使命引导战略目标,而战略目标引导整个战略方案的最终确定。而企业使命恰恰是企业文化中的一部分,所以说企业文化中的企业使命为企业战略的制定提供了基础性依据。从另一层面讲,每个行业都存在行业文化,而且企业之间的文化往往有着较明显的差异,比如制造业的文化就有它行业自身的特点,从管理方面说,它可能比较严格,注重质量的管理、生产的效率、纪律性等;而一些新兴产业,如信息行业的特征,更多地注重宽松的环境,注重员工的创新性,注重相互之间的交流。因此,企业在制定战略时,特别是考虑行业选择时,必须以目前本企业的文化现状为基础。

企业文化是企业战略实施的重要手段。企业战略制定以后,需要企业的全体成员积极有效地贯彻实施。正是企业文化具有的导向、约束、整合、激励及辐射等作用激发了员工的热情,影响着广大的消费者,成为战略实施的重要手段。当企业文化与企业战略相吻合时,就可以推动整个战略的顺利实施。然而,由于企业的外部环境在不断改变,企业的战略也必须随之不断地调整,相应的,就需要进行文化的变革。另外,企业的并购重组过程中也要注意文化融合的问题,这样才能支撑企业新战略的有效实施。企业文化要为实施企业战略服务,同时又会制约企业战略的实施。当企业制定了新的战略并要求企业文化与之相配合时,由于企业文化的变革速度非常慢,很难马上对新战略作出反

应,企业原有的文化就有可能成为实施新战略的阻力。因此在战略管理过程中,企业内部新企业文化的更换和协调,是战略实施获得成功的保证。

企业文化有利于战略控制。战略控制可以通过规章制度、计划、要求等去实现,但不如共同的价值观念、信念、行为规范更有效。企业文化通过价值观、信念及行为规范促使人们形成自觉行动,达到自我控制和自我协调的目的。

总之,企业战略思想与企业文化相互协调才能促使企业战略的顺利实施,所以在企业制定发展战略时要充分考虑其现有文化以及文化的发展趋势,彼此相互包容、相互协调,才有利于企业的发展。

1.1.1.3 我国企业发展内外环境的变化

中国自 20 世纪 70 年代末开始的经济改革启动之后,不少企业通过敏锐地判断形势,迅速地抓住机遇,从而取得了巨大的成功。这些企业的发展是靠飞速发展的市场经济大潮中抓住机遇、获得机会而完成的。然而,到了 90 年代后期,中国经济由原来的短缺经济向过剩经济转型,企业发展的内外部环境开始孕育着巨大的变化;特别是步入 21 世纪以后,随着市场经济体制改革的不断深化、经济全球化的发展趋势以及知识经济时代的来临,中国企业生存和发展面临着前所未有的挑战。

首先,市场经济使得企业经营的外部环境发生重大变化。一方面,市场经济的突出特性之一就是竞争性,在国民经济的总体格局转入“买方市场”之后,市场的优胜劣汰机制作用更加明显,企业间竞争越来越激烈,企业如不能适应就只能被淘汰。另一方面,在过去计划经济体制下,企业所处的外部经营环境十分简单、固定,企业只是按计划生产的单位;而在社会主义市场经济条件下,企业经营的成败要受到许多因素或力量的作用,除了经济、政治、法律、科技、社会文化及自然条件等环境因素外,政府部门、用户、竞争者、供应商、债权人以及股东等更会直接影响企业的生产经营。所以,市场经济中企业所处的经营环境要比以前复杂得多,要求企业必须科学认真地分析外部环境,锻炼在复杂环境中求生存的能力。

其次,加入 WTO 后,中国企业既要面对来自国内企业的激烈竞争,又要面对国外大型跨国公司的巨大挑战。跨国公司大都有深厚的发展历史,它们是在西方发达市场经济的磨炼中脱颖而出的佼佼者,无论在技术设备、经营管理、资金实力上,还是在竞争经验方面,都具有无可比拟的优势。而国内企业除了少数外向型企业外,大多数企业还没有参加国际竞争的经历、条件乃至意

识。与此同时,改革开放必然要对外交流,外商到中国利用中国的资源和劳动力,这既是竞争又是合作,引进外来资金以后不可避免地会带来各种管理模式。不同国家或地区的管理模式说到底也是文化模式。引进外来的管理模式也就引进了外来文化,这种文化要与中国的传统文化交织、冲突与融合。在这种背景下,要想发展、繁荣中国的企业文化,一方面要吸收国外优秀的企业文化;另一方面要继承中国传统文化的精华,在融合过程中创新。

最后,随着知识经济的来临,世界经济的动态性、竞争性、创新性大大加速了,这使得企业文化也随之发生深刻的变化。与工业经济时代不同的是,知识经济时代中知识成为继土地、劳动力和资本之后的第四种生产要素,知识以其重要性而跃居于各生产要素之首。在知识经济时代,各种形式的创新(包括体制创新、管理创新、科学技术创新等)成为企业生存发展的根本。知识经济时代的到来给中国企业带来的影响是多方面的:一是对企业管理观念的冲击。旧的管理观念强调有形生产要素的利用;而知识经济时代知识成为重要的战略资源,企业间的竞争发展成为对知识的生产、占有和利用的竞争,因此必然要求企业管理观念的转变。二是知识成为首要生产要素,必然还会引起企业经营管理其他方面的一系列转变,如组织结构、制度模式、人员配置等的相应变化,这些都对中国企业的生存和发展方式提出了新的要求。理论上,应对上述各种挑战的有效手段是增强企业的创新能力,而增强企业创新能力的核心问题则是建设企业文化。

总之,随着世界科技、经济的飞速发展,随着国内改革的深入,中国企业发展的内外环境发生了巨大变化,因而也面临更加严峻的发展形势。传统的那种追求规模效益,注重物质积累,过分强调制度约束、全程监督、惩罚规则的“刚性”管理,已越来越难以适应经济发展和环境变化的需要。中国企业要想发展壮大,获得持续发展,不仅需要进行产权制度的改革,从根本上建立科学有效的产权制度,而且必须在企业管理上下力气,从企业内部挖掘潜力,提升自己的竞争能力。由于企业文化管理是管理的创新,是当前企业培育核心竞争力的关键,是企业赢得竞争优势的根本保障,所以,实施企业文化管理,提高和维护企业竞争力,已成为现阶段中国企业生存和发展的必然选择。

现实中,我国企业界也十分重视企业文化建设。但对如何真正培育、改进和变革企业文化,如何度量、测量企业文化,把企业文化的思想真正应用到企业管理中去,把员工长期以来形成的信念和行为方式与企业文化相融合,形成和构建一种提升企业竞争力的企业文化却很模糊,往往只注重形式上的东西。

近年来国内外涌现出大量关于企业竞争力理论的著作,它们推动了企业竞

争力理论研究的深化和发展。但是,关于企业竞争力的实施与应用,至今仍缺乏一种真正的实践基础,对企业竞争力的研究与实践也仅仅局限于其自身范畴,而与企业竞争力相关因素的研究与实践还远远不够,特别是与企业竞争力密切相关的企业文化理论的研究则更为滞后,为此本课题试就这一问题进行某些探索,以期抛砖引玉。

1.1.2 研究目的

本研究的主要目的在于:从理论上提升对企业文化、企业竞争力的认识,深入研究分析企业文化对企业竞争力影响的方式、途径,以及影响的程度和广度,为企业构建其竞争力的文化基础提供一个基本的分析框架,同时为企业文化科学及企业文化研究提供理论支持。

1.1.3 研究意义

市场经济是竞争性经济,竞争机制是市场经济的核心机制,企业竞争力是决定企业生死存亡的生命力,而企业生命力来自于企业文化。决定企业竞争力的因素很多,既有外部环境因素,又有内部体制、机制因素。决定企业竞争力的内部因素也是多方面的,包括企业制度、企业管理体制、治理结构、管理理念、管理方式和手段、技术因素、人力因素、资本实力,等等。这些因素归纳起来都属于文化因素,包括企业物质文化、制度文化、行为文化、精神文化的先进性和建设程度。先进的企业文化能够使企业有旺盛的、持久的生命力,落后的企业文化会使企业在竞争中失败。因此,研究企业文化与企业竞争力的内涵、决定因素及二者的相互关系,对研究微观经济学、创新企业理论,对于深化国有企业改革,完善社会主义市场经济体制,提高中国企业在国际市场上的竞争力,都有重大的理论意义和现实意义。

1.1.3.1 理论意义

(1) 丰富和发展企业管理理论,为中国特色的企业管理模式的构建奠定理论基础。

从管理理论和思想演变的历史轨迹来看,企业文化是对传统科学管理的全面超越。科学理性与人文精神是人类文化中的两个方面。现代意义上的企业管理始于20世纪初泰罗首创的“科学管理”理论。伴随20世纪的社会发展和

科技进步,企业管理逐步形成一个庞大的“管理科学丛林”。就其主导倾向而言,传统的企业管理以物为中心,重视物质激励,追求管理的规范化、制度化和定量化,强调严密的组织结构、明确的职权关系、严格的规章制度、精确的管理技术等,具有明显的理性主义和功利主义特征。但是,对理性的崇拜、对物质的迷恋,使得企业管理忽视了作为能动主体的人的因素,特别是忽视了对人的精神、文化因素的研究。而当代企业文化理论以人为中心,推崇精神激励,追求管理的灵活性、弹性化,强调共同的价值观、和谐的人际关系、高超的管理艺术等,具有鲜明的人文主义色彩。因此,企业文化是对传统理性管理模式的全面超越和辩证扬弃,它一方面以制度化、理性化为基础,并不是绝对排斥“硬性”因素;另一方面又强调以文化、价值观等人文因素统率物质、制度等理性因素和整个企业的经营管理活动,以含蓄代替严厉,以微妙取代精确,以人情充实理性,把管理的效率在更大程度上诉诸人的自觉性和自我激励,从而更准确地把握了当代企业管理的灵魂和本质。正如彼得斯和沃特曼指出的,即使是最严格的纪律,其实也是建立在共同的价值观基础之上的,因此,真正成功的企业家全是靠价值观过日子。美国IBM公司的小托斯·沃森也说过:“一家优秀的大型组织的活力并不在于它的组织结构形式或管理技巧的高明,而在于我们称之为信念的那种因素以及这种信念对其职工的感染力。”^①借用英国学者C·P·斯诺的概念,^②如果说传统的理性管理模式属于“科学文化”的话,那么当代企业文化则应属于“人文文化”,前者体现的是“科学”或“理性”原则,而后者把“价理”原则在企业管理中突现出来。总之我认为,当代企业文化以人文精神为核心,力图实现人本与物本、传统与创新在企业管理中的融合与统一,是现代企业的一种更有效率也更适合于时代特点和未来发展的新的管理模式,是企业管理的一场深刻变革。

(2) 丰富和发展企业文化学理论,为企业文化学科建设提供理论参考。

企业文化学作为一门新的学科,必须具有自身的理论体系,其内容必须适应提升企业竞争力的客观要求,突出文化的特色,要具有很强的适用性和可操作性。本项研究运用经济学、管理学、心理学、社会学、生物学、行为科学、文化学等学科知识研究和探讨企业文化、企业竞争力的基本理论,分析在知识经济条件下企业文化对企业竞争力的作用机理,构建提升企业竞争力的企业文化理论体系。为此,本文塑造了企业文化研究的新视角,拓展了企业文化研究范围,创新了企业文化研究的方法与思路,增强了企业文化研

① [美] 小托斯·沃森著,余凯成等译:《企业文化竞争力的构建》,上海三联书店,1999年版。

② [美] C·P·斯诺著,陈克艰等译:《两种文化》,上海三联书店,1994年版。

究的针对性,为企业文化学科及企业文化理论的完善和发展起到添砖加瓦的作用。

(3) 丰富和发展企业竞争力理论,为微观经济学理论增添新的内容。

我国学者对企业竞争力的研究主要围绕环境、资源及能力因素,从经济的或技术的角度,从资源配置行为本身来进行研究,见物不见人。实际上,企业不仅仅是一个一定环境中基于一定资源并以资源配置为中心、从事微观经济活动的经济组织,更是一种以企业价值观为核心的文化体系。本项研究主要从企业文化的角度出发,综合运用相关理论,紧密结合国内外企业经营实践来研究企业文化与企业竞争力问题,旨在系统揭示企业文化与企业竞争力之间的内在联系,从而弄清楚企业文化对企业竞争力的影响方式与作用机制,为企业构建持久竞争力的文化基础提供一个基本的分析框架,从而丰富和发展了微观经济学理论。

1.1.3.2 实践意义

(1) 建设现代市场经济的需要。

我国由计划经济体制转化为市场经济体制之后,伴随而来的是管理体制的转变和经营理念、管理方式的变革。随着市场经济体系的逐步发展和企业经营机制的转换,企业日益成为自主经营、自负盈亏、自我发展和自我约束的生产者,企业成了市场的主体,其生存和发展完全依赖于市场体系的建立与健全。而先进企业文化最能够表达市场经济运行发展的需要,只有构建持久竞争力的企业文化,企业才能在市场经济体制下最好地发挥其功能和作用。

(2) 建立现代企业制度的需要。

我们知道现代企业制度是一种适应社会化大生产的需要、反映现代市场经济体制的要求、使企业真正成为面向市场的独立法人实体和市场竞争主体的企业制度,它要求以公司制度为主要表现形式,实现产权清晰、权责明确、流转顺畅、管理科学的企业经营目标。在我国体制改革深入发展的今天,国有企业摆脱传统企业的束缚、建立现代企业制度已成为企业深化改革的核心内容。而就其现实情况来看,要真正实现现代企业制度所要求的目标,即在产权制度、组织制度和管理制度方面实现真正的企业变革,企业文化将扮演非常重要的角色。如建立灵活有效的激励机制,坚持以人为本的管理,培育优良的团队精神,加强人力资源的开发与管理等,这些要素作为现代企业制度的重要内容,必须通过企业文化的实践才能真正实现。

(3) 增强企业竞争力的需要。

哈佛商学院的著名教授约翰·科特在其著名的《企业文化与经营业绩》一书中提出了一个重要论点,认为“企业文化对企业长期经营业绩有着重大的作用,在下一个十年内,企业文化很可能成为决定企业兴衰的关键因素。”^①企业兴衰、企业发展当然是由多种因素形成的,但企业文化肯定对企业兴衰是一个十分重要的因素。我国进入市场经济阶段之后,企业作为市场竞争的主体要想在激烈的市场竞争面前始终立于不败之地,必须要进行企业文化建设。通过企业文化的建设来增强企业的凝聚力,形成良好的团队氛围,必然会加强企业的竞争力,同时也能够向外界展示良好的企业形象。

1.2 国内外研究概况述评

1.2.1 国外关于企业文化研究现状综述

国外学者对企业文化的研究起源于20世纪70年代。20世纪70年代末80年代初,日本经济持续多年高速增长,企业的国际竞争力迅速提高,引起了全世界的瞩目。大量日本企业进入美国市场,抢走了美国企业在本国的市场份额,使得美国感受到了前所未有的压力。为了迎接日本企业的挑战,美国企业界、学术界开始研究日本企业的管理方式、运作模式,对日本的管理经验进行系统研究与总结,企业文化理论应运而生。最早提出企业文化概念的是美国加利福尼亚大学美籍日裔教授威廉·大内。他于1981年出版了他的专著《Z理论——美国企业界怎样迎接日本的挑战》,该书分析了企业管理与文化的关系,提出了“Z型文化”、“Z型组织”等概念,认为企业的控制机制是完全被文化所包容的。^②1982年,特雷斯·E·迪尔(Terrence E. Deal)和阿伦·肯尼迪(Allan Denney)出版了《企业文化》一书。他们提出,杰出而成功的大公司大都有强有力的企业文化。他们在这本书中还提出,企业文化的要素有五项:企业环境;价值观;英雄;仪式和文化网络。其中,价值观是核心因素。该书还提出了企业文化的分析方法应当运用管理咨询的方法先从表面开始,逐

① [美] 约翰·科特著,曾中、李晓涛译:《企业文化与经营业绩》,华夏出版社,1992年版。

② [美] 特雷斯·E·迪尔、阿伦·A·肯尼迪著,唐铁军等译:《企业文化——现代企业的精神支柱》,上海科学技术出版社,1989年版。

步深入观察公司的无意识行为。同年,美国著名管理专家托马斯·彼得斯与小罗伯特·沃特曼合著《寻求优势——美国最成功公司的经验》,研究总结了三家优秀的革新型公司的管理,发现这些公司都以公司文化为动力、方向和控制手段,因而取得了惊人的成就,这就是企业文化的力量。^①这三本著作与帕斯卡尔·阿索斯所著的《日本的管理艺术》被合称为企业文化研究的四重奏,这标志着企业文化研究的兴起。由此可见,企业文化理论最早出现于美国,而其作为一种主流的管理思想则出现于日本。作为管理哲学的企业文化,它是管理实践的结晶,又是管理科学的发展,其基点是以人为本。

综观 20 世纪 80 年代,企业文化的研究以探讨基本理论为主,如企业文化的概念、要素、类型,以及企业文化与企业管理的关系等。到了 90 年代,随着企业文化的普及,企业组织越来越意识到规范的组织文化对企业组织发展的重要意义,并在此基础上以企业文化为基础来塑造企业形象。因此,组织文化在 80 年代理论探讨的基础上,由理论研究向应用研究和量化研究方面迅猛发展,出现了四个走向。

1.2.1.1 关于企业文化理论的深入研究

20 世纪 90 年代,西方企业面临着更为激烈的竞争和挑战,因此,企业文化的理论研究从对企业文化的概念和结构的探讨发展到对企业文化在管理过程中发生作用的内在机制的研究,如企业文化与组织气氛 (Schneider, 1990)、企业文化与人力资源管理 (Authur K. O. Yeung, 1991)、企业文化与企业环境 (Mylesa Hassell, 1998)、企业文化与企业创新 (Oden Birgitta, 1997) 等,其中具代表性的有:

2000 年,本杰明·沙伊得 (Benjamin Scheider) 出版了他的专著《组织气氛与文化》,提出了一个关于社会文化、组织文化、组织气氛与管理过程、员工的工作态度、工作行为和组织效益的关系的模型。在这个模型中,组织文化通过影响人力资源的管理实践影响组织气氛,进而影响员工的工作态度、工作行为以及对组织的奉献精神,最终影响组织的生产效益。其中,人力资源管理对组织效益也有着直接的影响。^②

1990 年,霍夫施泰德 (Hofstede) 及其同事将他提出的民族工作文化的四个特征 (权力范围、个人主义—集体主义、男性化—女性化和不确定性回避)

^① [美] 托马斯·彼得斯、小罗伯特·沃特曼著,周维伯译:《寻求优势——美国最成功公司的经验》,中国展望出版社,1984 年版。

^② [美] 本杰明·沙伊得:《组织气氛与文化》,中信出版社,2000 年版。