

团体竞争力研究

—— 精神文化视域中的团体竞争力



杨晓光 著

中山大学出版社

团体竞争力研究

—— 精神文化视域中的团体竞争力

杨晓光 著

中山大学出版社

· 广州 ·

版权所有 翻印必究

图书在版编目 (CIP) 数据

团体竞争力研究: 精神文化视域中的团体竞争力/杨晓光著. —
广州: 中山大学出版社, 2008. 12

ISBN 978 - 7 - 306 - 03212 - 6

I. 团… II. 杨… III. 团体—文化事业—建设—研究
IV. G0

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 172919 号

出 版 人: 叶侨健

策划编辑: 蔡浩然

责任编辑: 嵇春霞

封面设计: 林绵华

责任校对: 曾育林

责任技编: 黄少伟

出版发行: 中山大学出版社

电 话: 编辑部 020 - 84111996, 84113349

发行部 020 - 84111998, 84111981, 84111160

地 址: 广州市新港西路 135 号

邮 编: 510275 传 真: 020 - 84036565

网 址: <http://www.zsup.com.cn> E-mail: zdcbs@mail.sysu.edu.cn

印 刷 者: 佛山市南海印刷厂有限公司

规 格: 787mm × 1092mm 1/16 17.25 印张 255 千字

版次印次: 2008 年 12 月第 1 版 2008 年 12 月第 1 次印刷

印 数: 1 ~ 1500 册 定 价: 36.00 元

本书如发现因印装质量问题影响阅读, 请与出版社发行部联系调换

序

《团体竞争力研究——精神文化视域中的团体竞争力》专著，是杨晓光博士在自己博士论文基础上修改而成的理论成果。作为他过去的同事，看到他研究成果的出版，我倍感欣慰。我所作的这个序并不能为他的书增添什么新内容，可能说的是些多余的话。

竞争是人类社会的普遍现象，特别是在市场经济条件下，竞争已经成为经济发展与社会发展的强大机制，增强个体与团体竞争力，成为每个人和每个单位都高度正视的现实问题。个体与团体竞争力从何而来？不同的人有不同的认识，杨晓光博士坚持以人为本的理念，根据人的发展特点与当代社会的发展趋势，选择从精神文化视角研究增强个体与团体竞争力的课题，系统探索了竞争力与精神文化的深层关系，在追溯文化渊源、分析当代社会特点的基础上，论述了精神动力是最重要的竞争力、精神文化是团体第一竞争力的命题。

不管过去、现在还是将来，精神动力始终是推动人类社会发展的强大动力。中国古代素有厚德载物的传统，个人内在德性修养被提升到至高地位，注重精神内在、成就道德人格成为历代仁人志士的理想追求和动力源泉。在西方，也有坚持“自由高于存在，精神高于自然，主体高于客体”的重精神传统。在当代社会，市场经济体制在促进物质繁荣和科技进步，不断带给人们丰厚物质生活的同时，也容易导致眼前功利与物质追求，使一些人和团体，在不知不觉中失去了对意义世界的诉求，淡化了对精神家园的关注。由此，导致了一些团体与个人精神动力不足的精神疲软、相互离散的现象，甚至出现了精神的退化和堕落，其竞争力明显式微。随着人们物质生活水平的不断提高，文化生活的要求越来越迫切；随着社会竞争的加剧以及自主创新的推进，更

需要有强大的精神支柱与精神动力。为此，胡锦涛同志在党的“十七大”报告中强调：“当今时代，文化越来越成为民族凝聚力和创造力的重要源泉，越来越成为综合国力竞争的重要因素，丰富精神文化生活越来越成为我国人民的热切愿望。”

杨晓光博士从精神文化层面研究团体与个体竞争力，无疑具有很强的现实针对性，具有理论与实践探索的前沿性。在专著中，作者进行了富有见解与新意的探索。第一，从实践与理论发展层面，作者梳理了竞争实践与理论的发展脉络，揭示了竞争越来越趋向于团体精神文化发展的价值取向。第二，从精神文化与团体竞争力的关系层面，作者分析了团体竞争力的要素、结构、运行机制，论述了团体竞争力由驱动力、凝聚力、规范力、创造力等要素构成，概括了团体竞争力构成的目标原理、合力原理、沟通原理、创新原理，提出了团体竞争力的动力机制、保障机制与协同机制。第三，从不同团体的传统、实际与团体精神文化关系层面，作者研究了团体精神文化的创造个性与特质，并逻辑推演了团体精神文化特质在竞争中的不同表现与方式，强调了团体精神文化的自主创造。第四，从团体竞争力形成的文化条件与途径层面，作者分别探索了价值目标、团体凝聚、人文环境、自主创新等条件的形成与创造方式，提出了富有可行性的团体精神文化建设策略。这些研究成果，旨在为现代社会的科学发展和现代人的全面发展提供强大的精神动力，并力求克服和矫正现代社会条件下重物质轻精神、重功利轻意义、重工具理性轻价值理性的偏向。

《团体竞争力研究——精神文化视域中的团体竞争力》一书的原型是杨晓光的博士学位论文。在他选定论文题目时，我曾经有过担心，虽然我们都认定，在当代社会条件下研究竞争力无疑具有实践与理论意义，但由于竞争力本身是一个复杂问题，人们在追寻增强竞争力的过程中，其发展取向往往相互矛盾，即不少人在试图增强竞争力的过程中注重硬实力而忽视精神动力，结果造成竞争力下降而不是增强。如何在理论上、事实上充分论证竞争力与精神文化、精神动力的关系，我感到有难度。杨晓光博士虽然以前关于竞争力研究的成果不多，但他有管理经营团体、管

理高校和分管政府工作的丰富经验，深刻认识管物先要管人、管人先要管心的道理，在工作中他见证了“人心齐，泰山移”的古训，因而他能够在经验的基础上实现理论升华，最终完成了一篇受到多位专家好评的优秀博士论文，并在此基础上进一步修改成专著出版，这是他在学术上勇于面对挑战、敢于探索创新的结果。

当然，该书还留下了需要进一步深化研究的空间，还存在一些不足，比如，对当代社会条件下，团体竞争力形成与发展的机制问题，以及个体竞争力形成的特点等问题，尚待进一步研究和深化。我相信，这些不足为他今后的研究提供了生长点。但愿他在往后的工作中，运用自己的理论成果指导实践，提高工作水平，并在实际工作中将经验进一步上升到理论。

郑永廷

2008年12月于中山大学康乐园

前 言

社会主义市场经济体制的建立，经济全球化进程的发展，使竞争成为广泛而深刻的社会机制。从而，增强个体与团体的竞争力，已成为我国社会普遍关注的热点与焦点问题。一个国家、一个企业、一所大学，在市场经济条件下，其竞争力由诸多要素构成。物质资源、基础设施是团体竞争力的基础性要素，而植根于团体本身的文化特异性与文化底蕴才是团体竞争中最核心与持久的因素。因而，本书从精神文化视域来研究团体竞争力。

团体竞争力的研究，经历了一个发展过程，即：从重视物质资源向重视制度建设的发展；从重视制度建设向重视人力资源与精神文化领域的渗透发展。物质文化是团体竞争力的基础，制度文化是团体竞争力的保障，精神文化是团体竞争力的动力。因而，精神文化是团体第一竞争力。

团体竞争力由驱动力、凝聚力、规范力、创造力诸要素构成。驱动力产生的客观基础与外部条件，是团体竞争的压力，是团体生存与发展的压力；内部原因是团体对价值目标期望与共同追求。凝聚力是团体文化认同、目标认同的产物，团体在认同民族文化、团体文化与排斥异质文化干扰的基础上，逐渐形成了团体凝聚力。规范力要求团体成员行为一致。法律规范以政治价值认同为基础，而道德规范以合理性价值认同为前提，两者都是通过制度形式进行文化表达的。发展是团体追求的永恒主题，以发展为取向的期望产生创造力，竞争中的发展期望激发团体创造精神，增强创新能力。团体竞争力的构成原理包括目标原理、合力原理、沟通原理、创新原理。团体目标一致产生团体凝聚力，进而形成团体合力，沟通使团体价值目标保持趋同，对目标实现与团体发展的期望产生创造力。精神文化是团体竞争力的动力机制；制度文化是团体竞争力的保障机制；组织文化是团体竞争力

的协同机制。

不同的团体有不同的精神文化特质，这些特质使团体在参与竞争时会有不同的表现与应对方式。团体具有异质性与不可复制性的特质。团体竞争力的异质性，是由团体精神文化的异质性所决定的。因为，作为团体竞争力的物质资源、基础设施是具体的、表象性的，精神文化是本质性的。任何表象的事物都是其本质，任何事物的表象都有多样性。不同的团体就有不同的精神、文化本质。民族的差异性历史的必然性，主要是历史发展的成果、先祖的遗传，至于社会制度则不过是其文化表现形式而已。不同国家、团体有鲜明的文化个性，这是它在团体中昭示自我存在的标杆，也是它的灵魂，因而是无法复制的。团体竞争说到底还是人的竞争、文化的竞争。团体竞争力在精神文化上表现为三个方面：深厚的文化积淀、先进的精神文化支柱、有特色的管理文化。传统文化为团体竞争提供创造的精神文化资源；精神文化为团体竞争提供精神动力；管理文化为团体竞争提供效能保证。

精神文化具有增强团体凝聚力、整合力的功能，为团体发展提供精神动力，发展团体个性，促进团体可持续发展。价值目标的确定是形成团体竞争力的前提，理想、信念的坚定为团体竞争提供精神动能。团体凝聚是强化团体竞争力的关键。团体凝聚实质上是人心的凝聚。共同的事业使团体成员产生自我实现的满足，形成成员归宿感；团体成员情感上的联结，能建立团体情感共鸣，产生信任；宽松、信任、友好的人际环境，才能使团体形成强大的凝聚力。民主与自由的工作环境、严格与规范的制度环境、情理法相契合的管理环境是提高团体竞争力的条件保证。

团体竞争力的形成就精神文化视域而论，就是对传统文化的继承与发展、对其他民族文化的借鉴与创新。人类没有历史，就没有未来。抛弃传统文化，人类就失去了创新的前提。不同的民族与国家都生活在一个复杂人文社会里，经济全球化的时代，加速了民族文化的交融。一个民族，一个团体，只有不断学习，获得新知，才能在竞争中立于不败之地。学习是个体完成自我的途径，是团体增强竞争力的砝码。

因竞争的主体、竞争的对象不同，竞争的战略与策略多种多样

样。文化是人类创造的物质财富与精神财富的总和。精神文化是团体认知生活的方式，是团体竞争与发展的保证。充分认识精神文化资源是战略资源，充分认识精神文化竞争是战略竞争，才能应对国际化竞争，使国家在竞争中永远自立于世界先进民族之林。

目 录

序	郑永廷 (I)
前言	(1)
第一章 导论	(1)
第一节 问题的提出	(1)
一、市场经济视野的考量	(2)
二、精神文化价值的彰显	(2)
三、人本价值思忖：增强主体竞争力	(3)
四、哲学维度探究：追求发展	(4)
第二节 文献综述	(5)
一、经济学视野中的团体竞争力研究综述	(5)
二、社会学视野中的团体竞争力研究综述	(6)
三、管理学视野中团体竞争力研究综述	(9)
四、国内学者精神文化竞争力研究综述	(10)
第三节 研究的方法	(11)
一、价值分析方法	(11)
二、历史、文化研究方法	(12)
三、系统分析方法	(12)
四、典型案例研究方法	(13)
第四节 研究思路与基本框架	(14)
一、研究思路	(14)
二、基本框架	(15)
第五节 本书的写作意义	(16)
一、有利于探求形成团体竞争力的文化方式	(16)
二、有利于发挥我国精神文化优势，全面推进 小康社会建设	(17)

三、有利于提高团体文化建设的自觉性	(19)
第二章 竞争及其理论的精神文化发展取向	(21)
第一节 竞争及其相关概念思考	(21)
一、竞争	(21)
二、竞争力	(25)
三、团体竞争力	(41)
第二节 竞争理论的多维发展	(45)
一、经济学视域中的竞争理论发展	(45)
二、法学视域中的竞争理论发展	(50)
三、管理学视野中的竞争理论发展	(56)
第三节 竞争理论发展的精神文化取向	(60)
一、精神文化对团体竞争力的作用	(61)
二、团体文化是团体的第一竞争力	(68)
三、文化底蕴是团体持续、强劲的竞争力的 基础	(75)
第三章 精神文化层面的团体竞争力结构分析	(84)
第一节 团体竞争力的要素构成	(84)
一、驱动力	(85)
二、凝聚力	(87)
三、规范力	(92)
四、创造力	(95)
第二节 团体竞争力的构成原理	(97)
一、目标原理	(97)
二、合力原理	(102)
三、沟通原理	(106)
四、创新原理	(110)
第三节 团体竞争力的文化机制	(116)
一、精神文化是团体竞争力的动力机制	(117)
二、制度文化是团体竞争力的保障机制	(124)
三、组织文化是团体竞争力的协同机制	(127)

第四章 团体竞争力的特征及其表现形式	(131)
第一节 团体竞争力的主要特征	(131)
一、异质性	(131)
二、不可复制性	(154)
第二节 团体竞争力的文化表现	(159)
一、深厚的文化积淀	(159)
二、先进的精神文化	(163)
三、有特色的管理文化	(164)
第五章 团体竞争力形成与强化的精神文化条件	(167)
第一节 团体价值目标的确定是形成团体竞争力的前提	(167)
一、团体价值目标的形成方式	(167)
二、团体价值目标形成必须满足的条件	(170)
第二节 团体凝聚是强化团体竞争力的关键	(172)
一、事业凝聚	(172)
二、情感凝聚	(174)
三、人际关系凝聚	(178)
第三节 团体良好人文环境是提高团体竞争力的保证	(179)
一、民主与自由的工作环境	(180)
二、严格与规范的制度环境	(182)
三、情理法相契合的管理环境	(183)
第四节 团体创新精神的激发是提高团体竞争力的核心	(186)
一、创新是团体竞争力的源泉	(186)
二、团体创新精神的培养	(187)
三、团体竞争能力的增强	(189)
四、构建社会主义和谐社会是提高国家和民族竞争力的伟大实战	(193)

第六章 团体竞争力形成的途径	(195)
第一节 继承与借鉴是团体竞争力形成的基本途径	(195)
一、继承传统文化的精华	(195)
二、善于借鉴异体文化	(200)
第二节 团体文化创新是团体竞争力增强的根本保障	(205)
一、价值观念创新	(205)
二、制度文化创新	(207)
三、管理文化创新	(210)
第三节 建立学习型团体是团体竞争力持续提升的动力器	(212)
一、建立学习型社会	(215)
二、完善培训制度	(217)
三、减少人际摩擦,形成团体共同目标	(220)
第七章 团体精神文明建设的战略与策略	(224)
第一节 团体精神文明建设的战略思考	(224)
一、充分认识精神文化资源是战略资源	(224)
二、充分认清精神文化竞争的国际背景	(233)
第二节 团体精神文明建设的策略应对	(238)
一、加强团体精神文明建设的制度保障	(238)
二、加强团体精神文明的环境建设	(243)
第三节 团体精神文明建设的机制	(245)
一、政府引导机制	(245)
二、市场激励机制	(247)
三、人力资源优化机制	(248)
四、法律保护机制	(249)
主要参考文献	(251)
后 记	(260)

第一章 导 论

第一节 问题的提出

实践是推动理论发展的根本动力，理论必须由实践赋予生命活力。实践对理论发展固有强有力的推动，而重要的一面是还可以引发新问题的提出。一切科学研究，包括人文社会科学的研究都是从问题开始的，科学研究被认为是一种解决问题和以问题为导向的活动。

马克思曾提出过这样一个科学研究的方法论原则：“一个时代所提出的问题，和任何在内容上是正当的因而也是合理的问题，有着共同的命运：主要的困难不是答案，而是问题。因此，真正的批判要分析的不是答案，而是问题。”“问题就是公开的、无畏的、左右一切个人的时代声音。问题就是时代的口号，是它表现自己精神状态的最实际的呼声。”^① 社会主义市场经济体制的建立，已使竞争成为广泛而深刻的社会机制，因而增强个体与团体的竞争力，已成为我国社会关注的热点与焦点问题。竞争力如何增强？不同的人有不同的理解，各学科的研究与探讨也有不同的侧重点。其中，经济学与管理学多从物质资源、基础设施等方面入手，这些学科的研究成果都为增强竞争力提供了理论借鉴，进行了有益的探索。目前，各学科把竞争力主要归结为物质资源、基础设施的观念还很浓厚，从精神文化视域来研究与提高竞争力的认识观念还有待加强。

根据我国目前研究竞争力的情况看，从经济学领域研究多，

^① 《马克思恩格斯全集》第40卷，北京：人民出版社1982年版，第289～290页。

从精神文化领域研究少。为此,本书专门从精神文化视域来研究团体竞争力。

一、市场经济视野的考量

在市场经济体制下,要发展经济就必须通过竞争来实现,竞争的最终结果是推进社会的进步与发展。市场经济和竞争作为现代社会所共有的文化,它必然也要有与之相适应的行为规范和道德价值取向与之相对应。如对效率与质量的追求,竞争中的公平、公正、公开,竞争双方的平等地位和人格尊重、恪守承诺,以信用、信任为基石的诚信原则,推行贸易自由,反对垄断,等等。这些都反映了人类文明的竞争法则,根据这些法则,人们要求行业的具体化并具有具体的职业道德,这也是推进有效竞争,发展市场经济的有效保证。

市场经济的有效竞争与发展,离不开市场主体的有效参与,企业是市场中最重要主体。综观世界市场经济发达的国家,其企业是以结成团体的跨国公司的形式,参与全球范围内的经济竞争的。这使经济竞争更加激烈,同时客观上也提出了研究团体竞争、研究团体竞争力、提高团体竞争力的迫切要求。

二、精神文化价值的彰显

对文化因素的追求,是当代竞争的内在追求与时代发展的大趋势。它不是对物质要素的否定,而是在对其肯定基础上的张扬和发展。当物质要素在竞争中发挥到极限值时,竞争力的增强更多的是依赖于蕴含巨大潜能的文化因素,文化因素已成为现代经济关系发展的至关重要的因素了。

“所谓精神文化是相对于物质文化和制度文化而言的,是一定群体的共同的理想信念、价值观念、道德风尚、合作精神及传统习俗等的综合,是一定群体的灵魂,反映了该群体的个性。”^①

“企业文化是企业在生产经营实际中逐步形成和培育起来的

^① 张耀灿、郑永廷著:《现代思想政治教育学》,北京:人民出版社2001年版,第274页。

文明成果和文化观念的总和,包括企业的物质文化、制度文化、精神文化、行为文化等层面,它的优劣程度直接关系到企业的凝聚力大小和团体竞争力的强弱。”^①企业的精神文化是企业文化的核心层。团队精神是企业精神文化的重要组成部分。有学者认为:“团队精神是现代管理科学研究的一项重要内容,是一定团体以一定文化价值观念为底蕴,以利益或事业目标为牵引,以效率为核心,以团队成员密切合作为主要途径所表现出来的整体的精神风貌。”^②

现代主流经济学把经济主体所在的文化环境作为不太重要的因素甚至完全忽略。随着经济全球化的发展,以经营管理理念、科技信息、审美素养等为主的文化要素,还包括价值观念及制度文化等文化要素正与物质要素交错渗透、有机结合,构成完全意义上的经济活动,人类经济活动逐渐过渡到由以物质要素为主导向以文化要素为主导的历史发展。

三、人本价值思忖:增强主体竞争力

现代社会是以人为本的社会。当我们关注人本价值时,我们发现,社会的人大多是竞争团体中的人,我们要提高主体竞争力,就必须关注团体的精神文化因素。

人生的价值与意义在于为社会、为人民作出自己的贡献。要为社会为人民作出较大的贡献,就必须在激烈的社会竞争中独领风骚,立于不败之地。作为主体的竞争力的增强,不能自发做到,必须依靠文化教育,教育是一切文化与文明的基础。

大量科学研究表明,当代任何重大的科学技术问题、经济问题和社会问题的解决,都要求把自然科学、技术科学和社会科学综合成为一个创造性的知识整体。文理交融的知识面和复合型的能力结构是竞争氛围对现代化人的要求。一个文理交融、复合型

① 郑永廷著:《现代思想道德教育理论与方法》,广州:广东高等教育出版社2000年版,第297页。

② 段盛桃:《论团队精神及其培养》,《思想教育研究》2004年第3期,第15页。

的知识结构与能力结构的人，必须依靠长期的文明熏陶、依赖持久与优良的文化教育。实践证明，人的知识面越宽、能力越强，被社会选择和挑选的机会就越多。简言之，一个人的文明程度越高，文化底蕴越深，也就越易在竞争中争胜。

四、哲学维度探究：追求发展

马克思主义哲学认为：人类社会的历史就是一部通过人类自身的实践活动不断推动社会发展和人自身发展的历史。发展的内容归根结底是在生产力发展基础上的人和社会的全面进步。人在改造自然与社会实践中，在促进社会发展的实践中，也促进了人自身的发展。“人创造环境，同样环境也改造人。”^①“人本身是他自己的物质生产的基础，也是他进行的其他各种生产的基础。因此，所有对人这个生产主体发生影响的情况，都会在或大或小的程度上改变人的各种职能和活动，从而也改变人作为物质财富、商品的创造者所执行的各种职能和活动。”^②

由上可知，人才是社会发展的真正主体，是社会物质财富与精神财富的创造者。由此我们认识到，就人的发展与社会发展关系而论，人是社会发展的主体，社会发展的目的与主体是人，社会发展本质上是人的发展，社会发展与人的发展本质上是完全一致的。

社会发展是通过科学技术的发展促进经济的全面进步而实现的，社会发展为人的发展提供了外在条件，人自身的发展与进步是通过文化教育使自身文明化而实现的。

社会发展与人的发展最终都是通过经济社会的竞争与人的竞争方式而得以完成的。要使人与社会协调发展，可持续发展，树立科学发展观与竞争观，研究竞争理论，其意义是不言自明的。

① 《马克思恩格斯选集》第1卷，北京：人民出版社1972年版，第43页。

② 《马克思恩格斯全集》第26卷（一），北京：人民出版社1972年版，第300页。