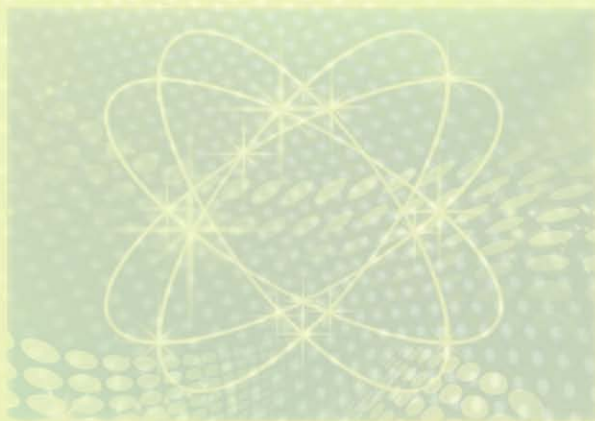


经济学视角下的企业文化研究



前 言

从历史上看，企业文化伴随着企业的生产而产生，但却一直没有形成一种系统的理论。这种情况到 20 世纪 80 年代初期才发生了根本的改变。随着科技的进步，劳资关系的不断改善和调整，以及日本企业的崛起，尤其是美国理论界的高度关注，重新审视自己企业的需要产生了。在此过程中，美国理论界第一次认识到企业文化的重要性，并提出了企业的概念。这种变化被称为管理思想史上的一次革命。从此，重视企业文化建设成为一个普遍现象，企业文化被视为企业核心竞争力的重要组成部分。当今世界已经从 20 世纪 80 年代以前的以机器大工业为代表的工业化时代，迈向了以智力资本为标志的知识经济时代。企业文化已经成为异质的、不能完全被模仿的、无法用其他资源替代的、低成本的核心能力，而建设符合知识经济时代企业实际需要的企业文化已经成为一个国际性、前沿性的课题。于是，本书从经济学的视角，着重探讨了关于企业的核心问题。

本书首先从管理学、社会学、经济学等多学科的角度，对企业文化的相关概念给出了解释，指出了自从有企业就应该有企业文化。在分析已有企业文化结构分类的基础上，本书将企业文化结构分为物质、行为、制度、精神四个层次。同时，分析了企业的目的性、非强制性、可塑性、系统性和独特性等特征，提出了企业文化具有导向功能、激励功能、凝聚功能、约束功能、

整合功能。在详细探讨企业核心竞争力的概念和特征的基础上，本书研究了企业文化和企业核心竞争力的关系，即企业文化塑造企业核心竞争力、企业核心竞争力渗透并提升企业文化、没有企业文化就不会有企业核心竞争力、企业文化是促进企业核心竞争力形成的内在机制和基础、企业文化是企业核心竞争力的核心要素、企业文化是企业核心竞争力的源泉，以及企业核心竞争力是企业文化功能的体现等，综述了 X—Y 理论、超 Y 理论、Z 理论、7S 模型、8 原则理论、5 要素理论和 K 理论等主流企业文化理论。这些企业文化理论突出了企业文化中的诸多核心因素，并强调了企业文化的重要作用。

本书运用马克思的生产力—生产关系、经济基础—上层建筑相互关系理论，以时间先后为序，分析了企业的历史阶段，即资本主义机器大工业早期的“压榨式”企业文化、资本主义机器大工业中晚期的“行为主义”企业文化和“软实力”日本式的企业文化、知识经济时代的“精英共享型”企业文化。本书指出，由于机会主义、有限理性、资产专用性、不确定性、小数条件等导致了交易成本的存在，企业的正式契约必然会导致偷懒行为、“搭便车”行为、“归因于外”行为等内生非效率的现象。而企业文化作为一种非正式契约，可以通过弥补有限理性、解决正式制度的激励不相容、减少信息成本、形成强精神激励和“共赢”的合作博弈等方式弥补正式制度的不足，从而形成互补的有机整体。

在分析日本企业文化、美国企业文化和欧洲企业文化各自的背景及其特征的基础上，本书得出了这三大经济体企业文化的共同特征，即经济性、手段性和以人为本；在管理制度、组织结构和行为方式三个层面，指出了这三大经济体企业文化的差异。同时，分析了我国现阶段企业文化的经济基础和国有企业、民营企业的现状，分别指出了国有企业、民营企业的企业文化困境。

最后，本书分析了我国建设和谐企业文化的必要性和可行性。本书认为，和谐企业文化建设的目标是以人为本和以效益为中心兼顾、学习型企业与创新型企业兼具、合作性竞争与国际化共赢、品牌文化与信用文化并重、企业利益与社会责任共担。本书还认为，可以通过建立核心价值、建立激励约束机制、建立信任合作机制、建立沟通协调机制、体现企业家特质、员工有效参与等途径建设我国的和谐企业文化。

由于学识、时间和精力有限，书中难免存在疏漏和错误，敬请同行专家、学者和广大读者批评指正。

作者

2014年5月

目 录

第1章 绪 论

- 1.1 研究背景和意义
- 1.2 国内外研究历史与现状
- 1.3 本书的结构
- 1.4 研究方法
- 1.5 本书的创新点

第2章 企业文化的内涵界定

- 2.1 文化的相关概念
- 2.2 企业
- 2.3 企业文化
- 2.4 本章小结

第3章 西方企业文化理论综述

- 3.1 X-Y 理论
- 3.2 超 Y 理论
- 3.3 Z 理论
- 3.4 7S 模型
- 3.5 8 原则理论
- 3.6 5 要素理论
- 3.7 K 理论
- 3.8 本章小结

第4章 企业文化与企业核心竞争力的关系

- 4.1 企业核心竞争力理论
- 4.2 企业文化与企业核心竞争力
- 4.3 本章小结

第5章 企业文化演进阶段的经济学分析

- 5.1 马克思的生产力—生产关系、经济基础—上层建筑相互关系理论
- 5.2 机器大工业时期的生产力和经济基础
- 5.3 机器大工业时期的企业文化
- 5.4 知识经济时代的生产力和经济基础
- 5.5 知识经济时代资本主义的企业文化
- 5.6 本章小结

第6章 企业文化成因和作用的经济学研究

- 6.1 传统企业经济学理论与现代企业经济学理论概述
- 6.2 交易成本理论的基本前提
- 6.3 企业文化的成因——企业内生非效率
- 6.4 企业文化的作用——解决企业内生非效率
- 6.5 本章小结

第7章 西方发达国家的企业文化分析

- 7.1 西方发达国家的企业文化分析
- 7.2 企业文化模式的比较分析
- 7.3 本章小结

第8章 我国企业文化的特征、阶段、现状与问题分析

- 8.1 中国企业文化特征的分析
- 8.2 我国经济发展阶段的分析
- 8.3 我国国有企业的发展阶段和企业文化分析

- 8.4 我国民营企业的发展阶段和企业文化分析
- 8.5 本章小结
- 第9章 后危机时代企业文化的展望**
 - 9.1 后危机时代国际经济环境的变化趋势
 - 9.2 后危机时代的国际环境逼迫我国企业提升企业文化竞争力
 - 9.3 提升企业文化以适应“绿色、低碳经济”的发展趋势

 - 9.4 后危机时代我国企业文化的展望
 - 9.5 本章小结
- 第10章 现阶段我国和谐企业文化建设的分析**
 - 10.1 建设和谐企业文化的必要性和可行性分析
 - 10.2 和谐企业文化建设的原则
 - 10.3 和谐企业文化建设的途径
 - 10.4 本章小结
- 结 语**
- 参考文献**
- 后 记**

第 1 章 绪 论

1.1 研究背景和意义

从历史上看，企业文化伴随着企业的生产而产生，但却一直没有形成一种系统的理论。这情况到 20 世纪 80 年代初期才发生了根本的改变。一方面，随着科技进步以及劳资关系的不断改善和调整，以“行为主义”为代表的强调理性主义的科学管理方法受到了严峻的挑战；另一方面，日本在第二次世界大战后迅速发展，国民年平均收入从 1945 年的 20 美元增长到 1980 年的 8940 美元，成为仅次于美国的第二大经济体，并在汽车、家电等行业全面超越美国。这都引起了西方国家企业文化研究学者，尤其是美国理论界的高度关注，产生了重新审视自己企业的需要。在向日本企业学习的过程中，美国理论界第一次认识到企业文化的重要性，并提出了企业文化的概念。这种变化被称为管理思想史上的一次革命。从此，重视企业文化建设成为一个普遍现象，企业文化被视为企业核心竞争力的重要组成部分。

当今世界已经从以机器大工业为代表的工业化时代，迈向了以智力资本为标志的知识经济时代。在产业结构方面，以网络、信息等产业为代表的知识经济的增长使得第三产业替代了第二产

业成为主导产业；公司所有制结构也由以个体资本家私有为主的传统资本主义私有制变化为以股份公司制为主的资本社会所有制，并且还出现了职工持股计划、工人合作工厂等劳动集体所有制形式。在工人素质和待遇方面，以技术工人为代表的“白领”工人比例上升，经理人、教师和研究者等“管理者”和“专家”阶层的作用和社会地位日益上升，工人觉悟、工会等工人的组织、普选等因素为工人阶级争取到更多的劳动权利、社会福利和社会保障。在产品方面，差异化替代了同质化。在消费方面，消费者主权替代了企业主权。在销售方面，营销理念替代了单纯的销售。也就是说，企业必须依靠智力资本、创新、品牌等核心竞争力来应对日益激烈的竞争环境。企业的竞争逐渐从单一的产品走向了综合能力的竞争，企业文化已经成为异质的、不能完全被模仿的、无法用其他资源替代的、低成本的核心能力，而建设符合知识经济时代企业实际需要的企业文化已经成为一个国际性、前沿性的课题。

为了适应知识经济时代的国际环境和应对国外企业的竞争，我国许多企业已经把企业文化建设作为企业增强核心竞争力的关键，纳入发展战略，制定总体规划和推进计划，建立健全工作机制，形成了扎实推进企业文化建设的浓厚氛围和工作局面。此外，我国理论界认为，建设和谐企业文化是解决我国企业文化问题的关键，并提出在知识经济时代建设我国和谐企业文化的原则和对策。

也就是说，如何根据企业的自身特点，将国内外企业文化的研究成果应用于中国企业自身的文化实践，建设和谐企业文化，对企业界和理论界都是一个紧迫的且具有重要意义的课题。

1.2 国内外研究历史与现状

国内外的理论界（经济学、管理学、人类学、社会学等）以及企业界都对企业文化进行了深入的研究，企业文化不仅对于企业的发展起到了实质性的作用，成为企业的核心竞争力，而且还极大地改变了各个理论学科的研究思路。例如，企业文化极大地挑战了经济学的“经济人”假设，适应企业文化研究需要，“契约人”“政治人”“道德人”“文化人”“社会人”等假设不断被提出和改进。

1.2.1 国外对企业研究历史及现状

虽然企业文化伴随着企业的产生而产生，但是，企业文化在整个企业发展过程中一直没有得到应有的重视。其中重要的原因是，生产力发展的阶段性决定了在机器大工业初期由企业管理者“自发”的“压榨式”企业文化或稍加改进的“行为主义”企业的管理完全可以应付企业的发展，所以企业文化的重要性并没有凸显出来。直到20世纪70年代，机器大工业中、后期和知识经济时代的到来，企业文化的重要性才逐渐显现，加之日本“软实力”的企业文化带来的企业竞争力引起了西方学术界和企业界的注意，尤其是美国理论界的高度关注，这才有企业文化概念的提出，并对企业文化展开了深入的研究。

在这一背景下，庇梯格如（Pettigrew, 1979）在《管理科学季刊》上发表的《企业文化研究》^①一文中最早提出了企业文

^① Pettigrew A M. On Studying Organizational Culture [J]. Administrative Science Quarterly, 1979 (24): 570—581.

化的概念，拉开了理论界探索企业文化的大幕。

在企业文化构成因素方面，由威廉·大内著的《Z理论——美国企业怎样迎接日本的挑战》（1981）一书在详尽分析了美国盛行的A型企业文化和日本成功的J型企业文化各自特点并进行比较后，提出了Z型企业文化的模式。^①查德·帕斯卡尔与安东尼·阿索斯在他们合著的《日本企业管理艺术》（1981）一书中提出了企业文化的“麦金瑟7S模型”，即战略、结构、体制、人员、技能、共同的价值观等七个因素。^②托马斯·J·彼得斯和小罗伯特·H·沃特曼在他们合著的《寻求优势——美国最成功公司的经验》一书中提出了企业文化的八原则：一是乐于采取行动；二是接近顾客；三是自主和企业家精神；四是发挥人的因素；五是领导身体力行，以价值标准为动力；六是发挥优势，扬长避短；七是组织结构简单，公司总部精干；八是宽严相济，张弛结合。^③泰伦斯·狄尔与爱伦·肯尼迪合著的《企业文化——现代企业的精神支柱》（1982）将企业文化的构成归纳为五个要素：价值观、英雄人物、典礼仪式、文化网络（四个必要因素）、企业文化（唯一和最大的影响因素）。^④

在经济学理论方面，玛丽·凯·阿什著的《用人之道》（1984）一书充分论述了重视人、尊重人的人本思想在企业管理和企业文化中所占据的首要地位。彼得·圣吉（Peter M. Senge）认为人们是从工作中得出生命的意义和实现共同愿望的，

① 威廉·大内. Z理论——美国企业怎样迎接日本的挑战 [M]. 孙耀君, 王祖融, 译. 北京: 机械工业出版社, 1984.

② 帕斯卡尔 (Pascale R J), 阿索斯 (Athos A G). 日本企业管理艺术 [M]. 陈今淼, 译. 北京: 中国科学技术翻译出版社, 1984.

③ 托马斯·J·彼得斯, 小罗伯特·H·沃特曼. 寻求优势——美国最成功公司的经验 [M]. 管维立, 译. 北京: 中国财经出版社, 1985.

④ 泰伦斯·狄尔, 爱伦·肯尼迪. 企业文化——现代企业的精神支柱 [M]. 唐铁军, 叶永青, 陈旭, 译. 上海: 上海科技文献出版社, 1989.

并创立了“学习型组织”理论。迈克尔·海默（Michael Hammer）与詹姆斯·钱彼（James Champy）提出了对企业在最根本问题上的哲学思考和再认识的“企业再造工程”理论，即建立企业员工共同的目标和价值观念，提升企业员工的忠诚度，使企业具有强大的凝聚力和向心力。^①

在实践方面，日本松下集团创始人松下幸之助著的《实践经营哲学》一书（在松下电气公司成立60周年之际出版）从实践经营哲学的角度介绍了松下公司成功的企业文化建设。^② 惠普原总裁戴维·帕卡德总结惠普的企业文化提出了“惠普之道”。^③

1.2.2 国内企业研究现状及趋势

我国企业文化研究始于20世纪80年代中后期，最初仅仅是对国外一些企业文化研究成果的译介。从1986年起，一些专家、学者开始研究企业文化，并将企业文化理论运用到企业实践中。20世纪90年代初开始，党和政府高度重视对企业文化的研究，提出了“加强企业文化建设”等口号，并进行了多次有关企业文化的大规模调研。21世纪初，我国关于企业文化研究的专著、论文纷纷发表，企业文化研讨会、论坛大量涌现，形成了企业文化研究热潮。其主要表现在如下几个方面：

关于我国企业文化和国外企业文化的差异。李琪在《欧洲管理学者看中西企业文化的差异》（1999）一文中指出，中国人重在“掌管”，而西方人重在“授权”，因而在权力距离、思维方式、沟通习惯、法制观念、企业组织与员工关系、领导方式等方

① 刘光明. 企业文化 [M]. 3版. 北京: 经济管理出版社, 2002: 125.

② 松下幸之助. 实践经营哲学 [M]. 滕颖, 译. 北京: 中国社会科学出版社, 1989.

③ 戴维·帕卡德, 戴维·柯尔比, 卡伦·刘易斯. 惠普之道——比尔·休利特和我是如何创建公司的 [M]. 贾宗谊, 译. 北京: 新华出版社, 1995.

面存在着广泛的差异^①。林娜的《中日美三国企业管理差异的社会文化渊源》(1986)重点分析了东西方文化的不同导致了企业在管理思想、管理主体、管理客体以及管理行为方式等方面的差异。^②

关于企业文化与核心竞争力之间的关系。张旭(2007)按照“企业文化—企业能力—竞争优势”的研究框架,研究了企业文化对竞争优势的影响机理,并认为尽管企业文化本身作为一种无形资产,不能直接为企业带来竞争优势,却能够通过提升学习能力和创新能力这两种企业能力,提升企业核心竞争力。^③陈静(2007)的研究指出,企业员工的交易型心理契约和关系型心理契约对组织绩效的影响具有明显的差异性,可以通过企业文化建设来改变心理契约,尤其是工作倦怠的认知,进而提升企业核心竞争力。^④

关于我国企业文化的特点、现状和存在的问题。胡晓清在《中国建设现代化企业制度的社会文化困扰》(1998)一文中指出,我国的企业缺乏资本主义企业文化的“自我实现”的特征,并认为当代中国社会缺乏主流文化是我国建立现代企业制度在整个外部文化环境方面遇到的较大困扰。王利平在《中国组织管理过程中的传统文化因素》(2000)一文中指出,中国传统的管理模式是一种儒法互补兼兵家权谋的管理文化。占德干、张炳林的《企业文化构建的实证研究——对四个不同类型企业的调查与分析》(1996)对中国企业文化构建进行了实证性研究,发现这些

① 李琪. 欧洲管理学者看中西企业文化的差异 [J]. 改革, 1999 (2): 86—90.

② 林娜. 中日美三国企业管理差异的社会文化渊源 [J]. 管理世界, 1986 (12): 97—105.

③ 张旭. 企业文化对竞争力优势的影响机理研究 [D]. 大连: 大连理工大学, 2007.

④ 陈静. 企业文化提升企业核心竞争力的机制与路径研究 [D]. 武汉: 武汉理工大学, 2007.

变量的综合作用对企业文化实践产生了很大的影响。^①

关于和谐企业文化问题。贾春峰在《企业和谐文化建设中的十个关系和八个观点》(2007)一文中指出了和谐企业文化建设的内涵主要表现为十个和谐关系,并提出与正确认识和谐企业文化建设相关的八个观点。^②董明在《构建和谐社会中的企业与文化建设》(2007)一文中指出了企业和谐与社会和谐之间的关系^③。祝慧焯在《坚守核心价值观培育企业和谐文化》一文中指出,现阶段中国企业需要实现从利润驱动、绩效驱动向价值驱动的转变,坚守核心价值观,不断化解“利”与“义”的矛盾,建立有序、可控的企业文化,实现企业内外和谐与可持续发展。^④

此外,黎红雷在《“文化人”假设及其管理理念——知识社会和管理哲学》(1999)一文中指出,为了适应“知识社会”管理的需要,必须用“文化人”取代以往的“政治人”“经济人”假设。^⑤陈春花在《企业文化的改造与创新》(1999)一文中认为,要在理解企业文化和核心价值的基础上,对企业文化进行改造和创新。^⑥刘莹在《员工心理与企业文化契合研究——以万科为例》(2010)一文中以员工心理资本与企业文化契合为研究对象,分析了员工心理资本与企业文化在双高导向契合状态下和双

① 占德干,张炳林.企业文化构建的实证研究——对四个不同类型企业的调查与分析[J].管理世界,1996(9):204-210.

② 贾春峰.企业和谐文化建设中的十个关系和八个观点[J].企业文明,2007:25-28.

③ 董明.构建和谐社会中的企业与文化建设[J].赤峰学院学报:哲社版,2007(5):30-31,54.

④ 祝慧焯.坚守核心价值观培育企业和谐文化[N].人民日报,2006-11-17(13).

⑤ 黎红雷.“文化人”假设及其管理理念——知识社会和管理哲学[J].中山大学学报:社会科学版,1999(6):96-101.

⑥ 陈春花.企业文化的改造与创新[J].北京大学学报:哲社版,1999(3):52-57.

低导向契合状态下的行为与绩效，并指出只有员工心理资本与企业文化保持高度契合才能真正提升企业绩效。^①

总之，以上学者的研究从不同的侧面对企业文化进行了探讨，对本书研究企业文化提供了充足的素材、思路和启发。在此基础上，本书从马克思的历史唯物主义和政治经济学基本原理出发，对企业的历史演进进行研究，并以此指出了我国企业文化所处的历史阶段性和“共享型”企业文化的原则。此外，本书还基于现代企业经济学的角度，探讨了企业文化作为非正式制度（契约）可以解决企业的正式制度（契约）带来的内生非效率，并据此提出了建设我国和谐企业文化的途径。

1.3 本书的结构

1.3.1 本书的基本结构

本书包括四个部分共十章：

第1章为第一部分，是本书的导论部分，给出了企业文化研究的背景和意义，以及企业文化研究的逻辑框架和研究的方法。

第2章为第二部分，是本书的基础部分，给出了企业文化的相关概念界定，以及企业的结构和特征，为本书研究的展开奠定基础。

第3章至第7章为第三部分，是本书的主要理论部分，分别探讨了西方主流企业文化理论，企业文化和企业核心竞争力之间的关系，以马克思的生产力—生产关系、经济基础—上层建筑相

^① 刘莹. 员工心理与企业文化契合研究——以万科为例 [D]. 沈阳：辽宁大学，2010.

互关系理论探讨了企业文化的内涵、历史演进阶段，以西方现代企业理论中的交易成本理论研究了企业文化的成因和作用，以及日本、美国和欧洲这三大经济体企业文化的异同。

第8章至第10章为第四部分，是本书的应用部分，运用本书第三个部分的理论分析结果，研究了我国企业文化的特征、阶段、现状与问题，以及我国建设和谐企业文化的必要性、可行性、原则和途径。

1.3.2 本书的逻辑关系

图1-1、图1-2、图1-3基本上分别反映了本书各章之间的逻辑关系，第5章、第6章与第10章的逻辑关系，以及第5章与第8章的逻辑关系。三幅图也基本上厘清了全书各章内部的逻辑关系。

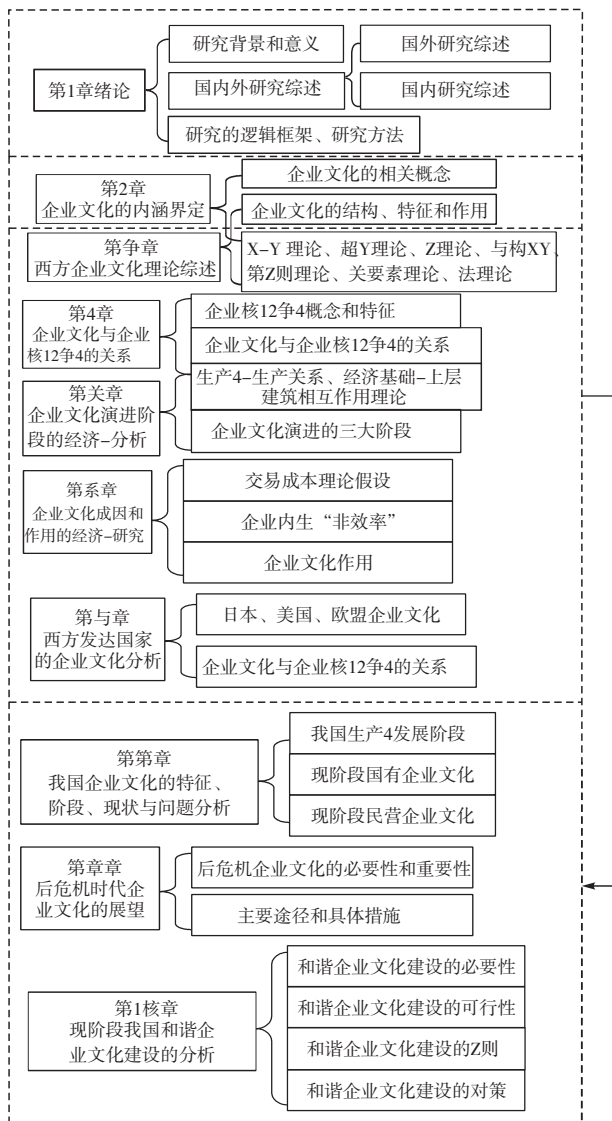


图 1-1 全书的逻辑关系