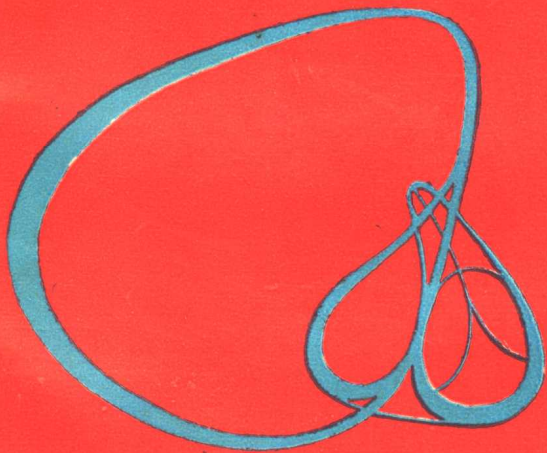


企业文化教程

主 编 潘肖珏

副主编 苏 勇



同济大学出版社

企 业 文 化 教 程

主 编	潘肖珏
副主编	苏 勇
编著者	方文龙
	严兴福
	乐 缨

同 济 大 学 出 版 社

企 业 文 化 教 程

潘肖珏 主 编

苏 勇 副主编

同济大学出版社出版

(上海四平路1239号)

新华书店上海发行所发行

江苏省海门县第四印刷厂印刷

开本: 850×1168 1/32 印张: 9.5 字数: 275 千字

1990年12月第一版 1990年12月第一次印刷

印数1-3200 定价: 4.40元

ISBN 7-5608-0777-1/C·58

内 容 简 介

企业惟有发展企业文化，才能激励企业在竞争中获得成功。这就是80年代企业管理理论和实践的主题。企业文化包括企业价值观念、企业精神、道德规范、企业制度、人际环境和经营决策行为等。

本书共分十章，其内容有：企业文化概念、企业文化理论产生的背景、企业文化与其他管理工作、企业的物质文化、企业的行为文化、企业的制度文化、企业的精神文化、企业价值观念、中国文化氛围中的企业文化、企业文化建设实例分析。本书可作为高等院校的教材，也可供各企事业单位经营管理、宣传、工会等各类干部阅读参考。

责任编辑 冯时庆

封面设计 李志云

张仁康

序

邓伟志

正当我为社会上有人否定企业文化的存在而纳闷的时候，《企业文化教程》的编著者要我为他们的书写序。我愉快地接受了。我认为：支持企业文化的形成和发展是一个理论工作者应尽的义务。

多年来，对批评某一学科中的某一观点，我一直认为是正常的。批评得重一点，我也认为是能够理解的，即使扣点帽子，也是可以容忍的。唯独对于否定一种学科的做法，我实在是受不了。

学科的分化是学术繁荣的标志。学科，早已从一门、几门，发展为数千门。自然科学的学科数以千计，社会科学的学科也在千门以上。在新学科层出不穷、繁花似锦的当口，却要砍掉企业文化这门学科，我左思右想，不敢苟同。

学科不是随便建立的。没有独立的研究对象，没有形成独立的范畴，没有运用独特的方法，算不上学科形成。可我们的企业文化呢？尽管对它的概念说法不一，但是总归已有了自己的研究对象。读了《企业文化教程》，就可以看到学者们已经研究出企业文化的结构、要素、特征、功能和作用。至于说说法不一，那几乎是各门学科共同存在的现象，也是古老学科曾经存在的现象。

当然，我也不认为企业文化就那么成熟了。我相信，比我水平高得多的企业文化的专家们，也不会认为我们的企业文化

已经十分完善了。学科的发展总有个从不成熟到成熟的过程。从事企业文化教学与研究的学者，同企业文化相关学科的学者，以及学术界的领头人物的使命就在于如何促进企业文化日臻完善。学科成熟了，还要那么多人研究什么？按学科自身运动的规律来讲，学科成熟了，学科就要产生新的分化了，就要在成熟基础上产生新的不成熟了。

帮助一门学科发展与走向成熟是很难的，相反的，把一门学科否定或砍掉则是不太难的。50年代初，一个命令不就把社会学的系、所统统砍光了吗？不过，话又说回来，要砍掉一门学科也不那么容易。经过20多年以后，社会学不又在中国大地上恢复和重建了吗？学术事业发展的规律，同其他规律一样，也是不可抗拒的，不依人的意志为转移的。我以为，企业文化这门学科不管经历多少曲折，仍会茁壮成长的。请看国内外有多少企业文化研究会诞生，有多少企业文化方面的论著问世就可以明白了。《企业文化教程》的出版，又将为企业文化的大花园增添了一枝鲜艳的花朵，又将推动企业文化的研究向前迈进一大步。

1990年10月15日于天纵书洞

目 录

序言.....	邓伟志
---------	-----

第一章 企业文化概述.....	(1)
-----------------	-------

第一节 企业文化的概念.....	(2)
------------------	-------

一、企业文化的定义.....	(2)
----------------	-------

(一)国外学者的论述.....	(2)
-----------------	-------

(二)国内学者的看法.....	(3)
-----------------	-------

(三)我们的界定.....	(5)
---------------	-------

二、企业文化的结构.....	(7)
----------------	-------

(一)表层的物质文化.....	(7)
-----------------	-------

(二)浅层的行为文化.....	(8)
-----------------	-------

(三)中层的制度文化.....	(8)
-----------------	-------

(四)深层的精神文化.....	(8)
-----------------	-------

三、企业文化的要素.....	(10)
----------------	--------

(一)企业环境.....	(10)
--------------	--------

(二)价值观.....	(10)
-------------	--------

(三)英雄人物.....	(11)
--------------	--------

(四)文化仪式.....	(12)
--------------	--------

(五)文化网络.....	(13)
--------------	--------

第二节 企业文化的特征.....	(14)
------------------	--------

一、个体性·····	(15)
二、过程性·····	(16)
三、人文性·····	(17)
四、综合性·····	(18)
五、民族性·····	(19)
第三节 企业文化的功能与作用·····	(21)
一、企业文化的功能·····	(21)
(一)导向功能·····	(21)
(二)约束功能·····	(22)
(三)凝聚功能·····	(23)
(四)激励功能·····	(24)
(五)辐射功能·····	(26)
二、企业文化的作用·····	(27)
(一)对企业的推动作用·····	(27)
(二)对社会文化的建设作用·····	(29)
第四节 企业文化研究的意义·····	(30)
一、重视研究企业文化的原因·····	(30)
(一)西方的原因·····	(30)
(二)中国的原因·····	(31)
二、企业文化研究的意义·····	(32)
(一)战略意义·····	(32)
(二)现实意义·····	(34)

第二章 企业文化理论产生的背景··· (37)

第一节 企业文化理论产生的时代背景····· (37)

一、日本经济的崛起·····	(37)
二、美国人的反思·····	(39)
第二节 企业文化的理论基础·····	(43)
一、理论诞生之前·····	(43)
二、泰勒的科学管理理论·····	(45)
三、人际关系——行为科学理论·····	(49)
四、管理理论的丛林·····	(56)
第三节 作为管理理论第四阶段的企业文化·····	(57)
一、《Z理论》·····	(57)
二、《日本企业管理艺术》·····	(59)
三、《企业文化——企业生存的习俗和礼仪》·····	(60)
四、《寻求优势》·····	(62)

第三章 企业文化与其他管理工作··· (65)

第一节 企业文化与企业管理·····	(66)
一、企业文化是企业管理理论发展的新阶段···	(66)
(一)企业管理理论的一种质的突破·····	(66)
(二)一种以人的精神过程为脉络的理论·····	(70)
二、企业文化是企业中的一种“软管理”方式···	(70)
(一)企业文化主要是一种“软约束”·····	(71)
(二)企业文化具有多种“非理性”的管理方式···	(72)
三、企业文化与企业的科学管理·····	(75)
第二节 企业文化与企业思想政治工作·····	(76)
一、企业文化与企业思想政治工作的共同点···	(76)
(一)目标一致·····	(76)

(二)对象同一.....	(77)
(三)内容相似.....	(78)
(四)手段重合.....	(78)
二、企业文化与企业思想政治工作的不同点.....	(79)
(一)范畴不同.....	(79)
(二)作用不同.....	(79)
(三)范围不同.....	(80)
三、企业文化与企业思想政治工作的关系.....	(80)
(一)企业思想政治工作是建设企业文化的保证.....	(80)
(二)企业文化建设是加强企业思想政治工作的 途径.....	(83)
第三节 企业文化与企业公共关系.....	(86)
一、企业文化与企业公共关系的共同点.....	(87)
(一)相同的战略目标.....	(87)
(二)共存的环境制约.....	(87)
(三)一致的内求团结.....	(88)
二、企业文化与企业公共关系的区别.....	(89)
(一)范畴不同.....	(89)
(二)实施者不同.....	(89)
(三)对象不同.....	(91)
(四)重点不同.....	(91)
三、企业文化与企业公共关系的内在联系.....	(91)
(一)企业文化是企业公关的精神支柱.....	(92)
(二)企业公关是企业文化的外在表现.....	(92)

第四章 企业的物质文化..... (93)

第一节 企业的物质文化内容..... (94)

一、企业的物质文化概念..... (94)

(一)一种企业创造的器物文化..... (94)

(二)一种表层企业文化..... (94)

(三)企业文化中的一种基础文化..... (95)

二、企业的物质文化范围..... (95)

第二节 企业文化视野中的产品..... (96)

一、现代产品观..... (96)

(一)以买方市场为产品存在的前提..... (96)

(二)以体现企业精神为产品存在的价值..... (97)

二、创造产品文化价值的途径..... (99)

(一)运用技术美学的原理..... (99)

(二)遵循顾客愉悦的原则..... (102)

第三节 企业文化的象征：企业容貌..... (104)

一、企业的名称..... (104)

(一)抓住视觉，诱发兴趣..... (105)

(二)巧设意境，陶冶情趣..... (105)

(三)体现经营宗旨..... (105)

二、企业的象征物..... (106)

三、企业的内外空间设计..... (106)

(一)厂容厂貌..... (106)

(二)商店橱窗..... (107)

第四节 企业劳动环境的优化..... (108)

一、色彩调节·····	(108)
(一) 厂房用色·····	(109)
(二) 机器设备用色·····	(109)
(三) 标志用色·····	(110)
二、音乐调节·····	(110)
三、优化企业劳动环境的作用·····	(111)
(一) 提高劳动效率和经济效益·····	(113)
(二) 对建立稳定的生产群体具有凝聚作用·····	(113)
(三) 保护企业职工的身心健康·····	(113)

第五章 企业的行为文化····· (115)

第一节 企业的行为文化内容·····	(116)
一、企业的行为文化概念·····	(116)
(一) 在意识与行为的统一活动中生成的文化·····	(116)
(二) 以动态形式为存在方式的活动文化·····	(117)
二、企业的行为文化范围·····	(117)
第二节 经营决策行为·····	(118)
一、经营决策的内容与方式·····	(118)
(一) 经营决策的内容·····	(118)
(二) 经营决策的过程·····	(119)
(三) 经营决策的方式·····	(120)
二、文化渊源与经营决策·····	(121)
(一) 中国文化与“马拉松”式被动型决策·····	(121)
(二) 日本文化与“U”字式主动型决策·····	(124)
(三) 美国文化与直线式独立型决策·····	(126)

三、现代意识与经营决策·····	(127)
(一)参与意识与互补型决策·····	(128)
(二)创造性思维与进取型决策·····	(130)
(三)超前认识与战略型决策·····	(132)
第三节 企业人际关系 ·····	(133)
一、企业人际关系的内容与形式·····	(133)
(一)人际关系的概念及类型·····	(133)
(二)企业人际关系的内容·····	(134)
(三)企业人际关系的基本形式·····	(135)
二、企业人际关系的文化沟通·····	(136)
(一)情感沟通·····	(137)
(二)需求沟通·····	(139)

第六章 企业的制度文化····· (14)

第一节 企业的制度文化内容 ·····	(144)
一、企业的制度文化概念·····	(144)
(一)企业制度文化是“中介文化”·····	(144)
(二)企业制度文化是一种“规范性”文化·····	(145)
二、企业的制度文化范围·····	(145)
三、企业的制度文化与企业文化其他部分的 关系·····	(147)
(一)企业的制度文化与企业的精神文化·····	(147)
(二)企业的制度文化与企业的物质文化·····	(147)
(三)企业的制度文化与企业的行为文化·····	(148)
第二节 企业领导体制 ·····	(149)

一、企业领导体制的演变	(149)
(一)西方企业领导体制的沿革	(149)
(二)中国企业领导体制的变迁	(149)
(三)现代企业领导体制发展的新趋势	(151)
二、企业领导体制变化是文化的进步	(155)
(一)生产方式和科学技术的进步	(155)
(二)企业领导者文化素质的提高	(155)
(三)企业管理规律认识的深化	(156)
第三节 企业组织机构	(157)
一、企业组织机构的类型及其选择	(157)
(一)企业组织机构的类型	(157)
(二)企业组织机构的选择	(159)
(三)现代企业组织机构发展的趋势	(161)
二、企业文化建设要重视非正式组织	(164)
(一)非正式组织	(164)
(二)重视非正式组织的作用	(165)
第四节 企业管理制度	(167)
一、企业管理制度是企业文化重要的组成部分	(167)
(一)企业管理制度的主要内容	(167)
(二)企业管理制度是企业文化的重要组成部分	(169)
二、现代企业管理制度的变化趋势	(170)
(一)由博返约,以简驭繁	(171)
(二)由硬变软,似宽实严	(171)

第七章 企业的精神文化…………… (174)

第一节 企业的精神文化内容…………… (175)

一、企业的精神文化概念…………… (175)

(一)由企业的精神力量形成的一种文化优势…………… (176)

(二)由企业的文化心理积淀的一种群体意识…………… (176)

(三)企业文化中的一种核心文化…………… (177)

二、企业的精神文化范围…………… (177)

第二节 企业价值观念…………… (178)

一、价值与价值观念…………… (178)

(一)作为哲学范畴的价值观念…………… (178)

(二)价值生成的条件…………… (179)

(三)价值认识…………… (180)

(四)价值目标…………… (181)

(四)价值观念…………… (182)

二、企业价值观念…………… (183)

(一)企业价值观念的内容…………… (184)

(二)企业价值观念在管理中的作用…………… (186)

第三节 企业精神…………… (189)

一、企业精神的内容与语言表达…………… (189)

(一)企业精神的内容…………… (189)

(二)企业精神的语言表达…………… (189)

二、企业精神的文化力量…………… (190)

(一)主体力量·····	(190)
(二)创造力量·····	(191)
(三)向心力量·····	(192)
三、树立企业精神的途径·····	(193)
(一)确立共同目标·····	(193)
(二)发挥楷模力量·····	(194)
(三)重视舆论宣传·····	(194)
(四)搞好制度建设·····	(194)
(五)利用文化环境·····	(194)
第四节 企业道德 ·····	(195)
一、企业道德的本质·····	(195)
(一)企业道德是一种企业意识·····	(195)
(二)企业道德的本质特征·····	(195)
二、企业道德原则·····	(196)
(一)集体主义道德原则·····	(196)
(二)功利主义道德原则·····	(198)
(三)企业道德的社会价值·····	(199)

第八章 中国文化氛围中的企业文化····· (201)

第一节 文化的本义及企业文化的性质····· (202)

一、文化的本义·····	(202)
二、企业文化的性质·····	(204)
三、一种深层的思考·····	(206)

第二节 中国近代民族企业的有关事例····· (207)

第三节 传统文化与企业文化	(211)
一、什么是中国的传统文化.....	(211)
二、传统文化对当代社会的影响.....	(215)
三、中国传统文化对企业文化的影响.....	(216)
第四节 当代中国的企业文化	(220)
一、企业文化为何成为“热点”.....	(220)
二、中国企业文化的特征.....	(222)
(一)一种伦理型的企业文化.....	(222)
(二)一种政治型的企业文化.....	(223)
(三)一种非制度型的企业文化.....	(223)
(四)一种非自主型的企业文化.....	(224)
三、中国企业文化建设的十个步骤.....	(224)
 第九章 美国和日本的企业文化	(231)
第一节 美国的企业文化	(232)
一、美国的民族文化.....	(232)
(一)个人主义下的平等.....	(233)
(二)个人权利倍受重视.....	(234)
(三)成功与失败都归于个人.....	(235)
(四)强烈的个人奋斗精神和注重实用的特点.....	(235)
二、美国企业文化的特征.....	(236)
(一)价值是美国企业文化的基石.....	(236)
(二)务实精神的较大体现.....	(237)
(三)激励个人和团结合作相结合.....	(238)