

中國企業社會學

施正宗
張成權 主編

中国企业社会学

施正荣 张成权 主编

安徽教育出版社出版

(合肥市金寨路293号)

安徽省新华书店发行 安徽新华印刷厂印刷

*

开本: 850×1168 1/32 印张: 11.5 字数: 250,000

1989年7月第1版 1989年7月第1次印刷

印数: 11,200

中国标准书号: ISBN 7-5336-0540-3/G·1018

定价: 4.70元

序

王 康

我国大陆的社会学，从1979年3月恢复重建，刚刚度过9周年。

学科还处在童年阶段，象孩子们在成长过程中免不了有时会伤风感冒一样，任何事情在发展中也会在主观方面或客观方面出现一些故障。但总的说，社会学这几年的发育还算正常^①。

现在社会学已经有了经常的正规的科研教学机构，学科建设正走上科学化的轨道，结合着广泛开展的实际调查研究，使社会学的理论与方法都在深入发展。

社会学还有一个显著的成效，就是运用社会学的观点，与其他学科密切协作，研究相互有关而又有所不同问题，分别建立了不少分支学科，直接面向改革开放以来陆续出现的新情况、新问题。

这部由施正宗、张成权同志主编的《中国企业社会学》，就是一个很好的例子。它针对着当前企业中许多学科一时还顾及不到而又亟待研究解决的问题，从社会学的角度进行分析，

^①关于我国大陆社会学的概况，请参看《中国社会学的兴旺》（1986年3月15日《人民日报（海外版）》）及《对我国社会学重建的祝愿与反思》（《社会科学战线》1988年第2期）。

用社会学的方法开展调查，把一般企业管理的含义扩大到经济以外的领域，密切联系企业内外有关的情况，提出了推动企业发展或改进企业面貌的意见。这不仅是为社会学增添了一门分支，更重要的是配合友邻学科使众多的企业通过科学的帮助迈向现代化。

不久前，我国的“企业法”^①正式公布实行，规定“企业的根本任务是：根据国家计划 and 市场需求，发展商品生产，创造财富，增加积累，满足社会日益增长的物质和文化生活的需要”。“企业必须坚持以建设社会主义物质文明的同时，建设社会主义精神文明，建设有理想、有道德、有文化、有纪律的职工队伍”。还要求“企业必须加强和改善经营管理”，“实行经济责任制，推进科学技术进步，厉行节约，反对浪费，提高经济效益，促进企业的改造和发展”。

应该说，这些规定和要求，不仅适用于全民所有制企业，对于其他所有制的企业或其他事业也基本适用。要实现这些任务和要求，除了行政的经济的措施，还需要科学的指导。但这显然不是那一门科学所能胜任，而是需要多学科的协作综合治理。这样，从社会学的整体观念出发，经过跨学科的进行企业这个系统的观察研究，因而能集与企业各有关学科之长的企业社会学，可以在不同的任务中、不同的范围内为改进企业工作发挥适当的作用。

本书作者首先明确指出企业社会学是研究企业中人际关系、企业结构与社区、社会结构之间的关系、企业发展与社会变迁之间的关系相互作用的规律。这里涉及到其他一些学科的内容，又是其他学科不及研究的问题，所以它能成为一门社会

^①“企业法”全名为“中华人民共和国全民所有制工业企业法”，在第8章附则第65条中规定：“本法的原则适用于全民所有制交通运输、邮政、地质勘探、建筑安装、商业、外贸、物资、农林、水利企业。”

学的分支应用科学。

这门学科看来并不能直接“创造财富，积累资金”，但它具有协调人际关系、改善经营管理的功能，也就可以“促进企业的改造和发展”了。

由于本书的作者大部分是企业中的骨干，具有多年的实践经验和对企业利益的深切感受，当他们同恢复不久的社会学接触后，对照着各自生产、工作的实际，对照着企业内外和个人生活中的各种关系的现实，对照着前人所倡导的总结的种种社会学说，都能有比较深刻的体会，接受或批判都较能从实际出发，一扫从概念到概念的脱离实际的教条习气。因此，这本集体编著的新作，有两点值得称道：一是理论与实际能较好地结合，还有一点是理论工作者和实际工作者能融洽地合作，而这都是这几年社会学界形成的新的学风。如果说，对于当代多种多样的企业，人们在探索加强与改善它们的规律时，难免会遇到这样那样的局限的话，那么，一门科学只要能坚持理论与实际的密切结合，就能始终保持着旺盛的生命力。

我国的工业企业已经有40多万个，加上其他门类的企业数量就更大了。我国的企业性质又各不相同，各个企业的背景也不一样，有的还保留着落后的小农经济缺乏商品观念的旧习，有的则背负着“铁饭碗”、“大锅饭”的沉重包袱，有的还躺在50年代照搬照抄来的早已僵化了的体制上，有的则正经受着各色洋风的冲击，特别是由于长期“左”的和“十年浩劫”的破坏，各种不正之风都朝向各种企业袭来，……所有这些都和社会主义现代化的要求很不相称。

我们祖国不能听任这些现象延续下去了，要通过改革荡涤掉历史遗留的不正之风掀起的污泥浊水，树立起廉洁、公正、诚实、正派、自爱的社会风气，使企业的改进从社会的道义上、政治的开明上和经济体制的灵活上得到基本的保证。而要

正确地实现这些希望，都需要发挥科学理论知识的作用。

这样的局面相信在党的领导下很快就会出现。但不能等待，该做的事仍然应该抓紧去做，对一切不好的卑劣的现象大家都要尽各自的力量去反对去抵制。披露不是埋怨（埋怨只能导致消极），是为了寻找病源。社会学在社会处于变革之时，有责任从现实和背景上作出适当的剖析，提供理论的实际的依据，以激励推进改革的意愿；企业社会学更要为建设有中国特色的现代化企业作出自己的贡献。

社会学这门学科面对现实，对比今昔，总是鼓舞人们对社会的前途乐观，对祖国对人民要有责任感，对改革开放和现代化要有迫切感，对于关系国计民生、关系十多亿人口穿衣吃饭的数以十万百万计的各类企业，都要关心它、爱护它，希望它们都能得到健康的发展。这本书的作者们正是怀着这样的心情，希望用社会学的理论和方法，认真地深入地研究与企业有关的内部的外部各种关系和问题，在正常的情况下发挥以下几个作用：第一，“对企业选择经营目标和确定经营方针的决策能起参谋作用”；第二，“对企业的改革方案和发展规划的实施能起检验作用”；第三，“对研究人的因素，加强职工队伍建设能起促进作用”；第四，“对企业，尤其是企业集团的产、供、销能起协调作用”。①

每个企业如果经由科学的协助，而把企业内外的各种关系尽可能地调适到和谐的程度，正如作者们说的，就可以防止企业内部“原子内耗”，减少企业与外部的“摩擦系数”，从而取得企业的最佳经济效益和社会效益了。众多的企业改进和发展了，我们的祖国就可以富裕了。

这是每一个炎黄子孙共同的心愿，希望在我国新建的企业

①参见本书“导论”部分。

社会学，谦虚地密切与其他友邻学科的协作，相互支持，共同努力实现这个美好的心愿！

感谢《中国企业社会学》作者同志们的信任，给我这样一个参与讨论的机会，确实从中得到很多教益。作为社会学重建工程中的一名建筑工，看到学科又兴起了新的建筑，工程进行顺利，由衷地感到欣喜！抱歉的是我对企业所知甚少，更乏实践，由我作序，实在唐突得很。

谨祝企业社会学在我国健康地成长！

1988年4月于京郊

目 录

导 论.....	(1)
----------	-------

第一篇 企业综论

第一章 企业结构与功能.....	(17)
第一节 企业组织与个人.....	(17)
第二节 企业的结构.....	(21)
第三节 企业的功能.....	(26)
第二章 企业制度.....	(32)
第一节 企业制度概述.....	(32)
第二节 企业的体制模式.....	(35)
第三节 企业的组织制度.....	(40)
第三章 企业文化.....	(47)
第一节 企业文化及其特点和功能.....	(47)
第二节 企业文化的创建过程.....	(51)
第三节 塑造良好的企业形象.....	(55)
第四章 企业内部行为：领导与领导者.....	(58)
第一节 领导的概念.....	(58)
第二节 企业领导的职能.....	(60)
第三节 企业的领导过程.....	(63)
第五章 企业内部行为：生产者与生产.....	(70)
第一节 生产者及其行为.....	(70)
第二节 生产者的行为动机.....	(74)
第三节 生产者行为的社会指导.....	(79)

第二篇 企业中的个人

第六章 企业中的人际关系	(88)
第一节 人际关系的影响因素与分类	(88)
第二节 作业组合与其人际关系的测定和调适	(94)
第七章 企业中的职工群体	(104)
第一节 职工群体的功能	(104)
第二节 企业中职工群体的形成和类型	(107)
第三节 研究非正式群体的意义	(113)
第八章 企业职工的社会流动	(117)
第一节 企业职工流动的基础：结构与分层	(117)
第二节 企业职工流动	(122)
第三节 劳务市场问题	(127)
第九章 企业职工的社会化	(131)
第一节 企业职工社会化的特征和取向	(131)
第二节 企业职工社会化的途径	(137)
第十章 企业职工的生活及闲暇时间	(144)
第一节 企业职工的生活方式	(144)
第二节 企业职工的空闲时间	(152)
第十一章 企业内部的矛盾和冲突	(160)
第一节 矛盾和冲突：企业职工关系的紧张和失调	(160)
第二节 企业内部矛盾和冲突的产生原因和解决途径	(165)
第十二章 企业社会工作	(171)
第一节 企业社会工作的性质和内容	(171)
第二节 企业社会工作的方法	(177)

第三篇 企业与企业的交往

第十三章 企业之间的交往	(187)
第一节 企业交往的必然性和条件	(187)

第二节	企业交往的基本形式·····	(192)
第三节	企业的合作与竞争·····	(196)
第十四章	企业破产与企业兼并·····	(203)
第一节	破产 企业角色扮演能力的丧失·····	(203)
第二节	兼并：企业角色扩张的一种形式·····	(210)
第十五章	企业群体·····	(218)
第一节	企业群体的含义与组建形式·····	(218)
第二节	企业群体的发展趋势和凝聚机制·····	(223)
第三节	企业群体内部关系调适的基本原则·····	(228)
第十六章	企业与社会协调：中间组织·····	(232)
第一节	环境与中间组织·····	(232)
第二节	中间组织的功能、特点及分类·····	(238)

第四篇 企业与环境

第十七章	企业的环境·····	(251)
第一节	企业环境及其与企业的界限·····	(251)
第二节	企业组织和环境的一般关系·····	(257)
第十八章	企业与自然环境·····	(263)
第一节	企业与自然的生态链·····	(263)
第二节	企业与自然环境关系的调适·····	(269)
第十九章	企业与经济环境·····	(273)
第一节	企业的经济环境·····	(273)
第二节	市场的功能·····	(277)
第三节	企业组织与经济环境的关系·····	(282)
第二十章	企业与政治环境·····	(288)
第一节	企业与政治环境的关系·····	(288)
第二节	体制改革与企业·····	(293)
第二十一章	企业与文化环境·····	(299)
第一节	社会文化：企业的“软环境”·····	(299)

第二节 文化环境对企业的影响.....	(303)
---------------------	---------

【附 论】

企业社会调查研究方法举隅	(311)
--------------------	-------

一、比较法.....	(312)
二、压力测量技术.....	(315)
三、民意测验法.....	(317)
四、投射技术.....	(320)
五、个案法.....	(322)
六、抽样法.....	(325)
七、跟踪法.....	(328)
八、问卷设计与图表绘制技术.....	(330)
九、访谈技术.....	(334)
十、观察法.....	(336)

国外企业社会学研究概述.....	(340)
------------------	-------

一、企业社会学研究的历史.....	(340)
二、企业社会学的发展与研究现状.....	(348)

导 论

本书是对企业所作的社会学的研究，也是在我国建立企业社会学这门社会学分支学科所作的尝试。

企业在经济学、管理学等学科中已被广泛地进行了研究，为什么还要对它进行社会学的研究？社会学怎样研究企业？它和其他学科对企业的研究究竟有什么不同？为什么要建立企业社会学这门专门研究企业的社会学学科？它对企业的实践活动究竟有什么意义？……任何一门新兴学科的出现，都会碰到诸如此类的问题，企业社会学也不例外。它必须回答这些问题，才能证明自己存在的价值。

一、企业与社会学

（一）社会学

自从1839年法国社会学家奥古斯特·孔德在他的《实证哲

学》一书第四卷中提出“社会学”一词以来，在汗牛充栋的著作中，对“社会学”作了形形色色的解释，但很难找到一个被普遍接受的确切定义。在我国，一般认为，所谓社会学，就是把社会看作一个有机的综合的整体加以研究的科学，它力求从社会整体出发，研究人类社会各个组成部分及它们之间的相互关系，探讨它的发生、发展的客观过程和运行机制。

社会学把社会看作一个有机的整体，是具体的整体，而不是抽象的、“混沌”的整体。也就是说，它认为社会是一个有自己的结构、功能和运行机制的综合体。形成社会结构的最基本单元是人。社会就是人的集合。人的集合，它在横向上被划分为不同的活动领域，在纵向上被划分为各种社会层次；纵向和横向的结合，又形成一定空间范围内的综合性。人就是这样地存在于社会中，发生各种形式的联系和交往，形成相互作用、相互影响、相互制约的关系体系，并影响社会系统及其运行。所以，社会学研究的社会，不是它的某个侧面或过程，而是具有多因素、多层次的结构、功能和自身机制的互动关系的综合体系。

社会学的整体性，并不排斥它对社会的不同领域和不同层次进行具体的分别的研究。只是在社会的各个领域和各个层面的具体研究中，不是把它们孤立起来，而是从社会的整体性、综合性和系统性的特点出发去研究。

（二）社会组织

人的活动是有目的的活动。在社会活动和社会交往中，为了更加有效地认识世界和改造世界，具有共同目的的人们往往自觉地建立比较稳定的集合体。这种集合体一旦建立，就具有超越个人的非人格化的力量。人们在其中将受到特定的规范制约，按照一定的规则进出，并在集合体所确定的位置上，本着协作意愿（虽然协作动机可能不同）与别人协同行动，形成活

动的整体。社会学把这种人的集合体叫做社会组织。

社会组织就是一种社会群体。我们之所以称之为“组织”，是突出它的结构方面与功能方面。任何组织都要在社会中承担一定的任务，发挥一定的作用，满足社会的期望，即具有自己的功能。人们根据不同的标准可以把社会组织分为各种类型，而从社会功能角度则可以把社会组织（这里指正式组织）分为四类，即：经济功能组织（如企业）；政治功能组织（如政府）；公益功能组织（如医院）；互利功能组织（如工会）等。

（三）企 业

企业是人、财、物的集合，但不是它们的随意集合，而是按照一定方式结合起来的。这就形成企业的内部结构。企业结构可从各个不同的侧面去考察（如分别研究它的物质结构、技术工艺结构等自然属性方面），由人的结合方式来研究它的组织结构方面，这就是企业组织。

企业组织是社会组织。它是人们利用一定的物质条件和技术条件从事生产经营活动，向社会提供产品和劳务，并从社会获得报酬的社会单位。它的主要社会功能是经济功能，但同时也具有政治、文化等其他功能。《中华人民共和国全民所有制工业企业法》（以下均简称《企业法》）既规定“企业的根本任务是：根据国家计划 and 市场需求，发展商品生产，创造财富，增加积累，满足社会日益增长的物质和文化生活的需要”，同时又规定企业“必须坚持在建设社会主义物质文明的同时，建设社会主义精神文明，建设有理想、有道德、有文化、有纪律的职工队伍”，保证党和国家的方针、政策在本企业的贯彻执行，保障职工的主人翁地位，等等。因此，确切地说，企业是以经济功能为主而具有复合功能的社会组织。

（四）企业召唤社会学

当我们把企业看作一个具有复合功能的社会组织时，实际上就是从结构方面把企业纳入了社会有机体，就已经把企业置于社会学的视野之中。对企业进行社会学研究，不仅仅是社会学自身的要求，这种必要性更来自企业自身的实践。

首先，企业为了有效地进行生产经营活动，必须不断地加强和改善经营管理，推进科学技术进步，提高经济效益，促进企业的改造和发展。而在企业内部，这一切都是依靠人的努力来实现的。企业中的人，既作为企业组织的成员，有着共同的目的，承担了各自的岗位职责；又作为独立的个人，有着各自的需要，产生各种不同的态度和行为。因此，企业为了实现自己的目标，就不仅需要从技术、工艺和经济角度研究和解决企业中的问题，还需要研究如何调适人际关系，谋求企业组织和个人之间的协调、个人行为 and 角色规范的一致，使企业经营者、管理者和生产者的积极性、创造性得到最好的发挥。

其次，如果从社会这个大舞台来看，每个企业又只是这个舞台上的一个角色。它作为一个行为主体，参与社会活动，与周围环境发生交换关系，企业与企业之间也处于互动状态。在社会这个更大的互动体系中，企业既用自己的行为影响社会，同时，它的行为又必然受到社会的规范。因此，企业必须选择合适的行为目标和行为模式。研究企业的行为问题，这就是社会学的任务了。

其三，我国目前正在进行经济、政治、教育、科技各个领域的全面改革，人们的思想观念正在发生深刻的变化。改革是有计划的社会变迁，它将使企业生存的环境发生巨大的变化。面对社会环境的变化，企业如何进行自身的改革，自觉实现企业的组织的重构、企业文化的再塑和内部运行机制的完善，以提高自己的竞争能力、应变能力，已经成为一项紧迫的任务。把社会作为有机整体加以研究的社会学，在这方面具有其他学科所

难以企及的优势。它把企业作为社会系统的结构单元，从企业与社会的一体化变动的过程来研究企业，这就使企业在社会变革过程中可以比较容易看清自己的新位置，可以比较自觉地进行自我改造与自我调适，相应的，从而可以自觉地为社会变革创造较好的微观基础。

企业的实践正在迫切召唤社会学，而关心企业也是社会学不可推卸的责任。社会学应该加强对企业的系统深入的研究，通过对企业实事求是地考察、研究与分析，寻找企业内部和外部活动的规律，企业组织和企业成员行为的合理模式，探索企业组织优化、提高效率与效益的原则和途径，以指导企业的实践活动和企业的改革。社会学对企业的充分研究，不仅可以使社会学理论在企业的实践活动中得到广泛的应用，而且可以促进社会学自身的发展。企业社会学这一分支学科的出现，就是社会学在企业实践中应用与发展的成果之一。

二、企业社会学对企业研究

一般社会学所揭示的社会运动和发展的原则和规律，对研究企业组织具有指导意义和方法论意义，但不能代替对企业组织的特殊性的研究。企业与社会的关系是局部与整体、个别与一般的关系。它除了具有社会的一般特点以外，无论是在组织目标、价值观念、行为方式上，还是在组织结构、人群关系上，都有自己的个性特征。企业的个性，来源于两个方面：一是它的结构规模的微观性（相对于宏观社会）；二是它的功能的特殊性（相对于其他功能组织）。这样，就需要一门对企业作专门研究的社会学学科——企业社会学。

（一）研究对象

企业社会学如何研究企业是受它的学科特点所决定的，而

企业社会学的学科特点又首先受它的研究对象所制约。

任何一门学科都有自己特殊的研究对象。什么是企业社会学的研究对象？要回答这个问题，首先需要对研究对象和研究客体加以区别。研究客体是指自然形态的客观事物，它与研究对象有联系，是构成研究对象的基础，但两者又不能等同。同一客体可以由不同的学科来研究，而只有当客体的某些侧面和问题进入某一学科的视野，成为它专门研究的目标时，这些侧面和问题才构成这个学科的研究对象。

企业是一个复合的结构体系。在它内部存在着各种结构系统。不同的结构系统可以成为不同学科的研究对象。因此，对企业社会学来说，企业只是它的研究客体，真正作为企业社会学研究对象的则是企业的社会组织系统，即企业组织。特定的研究对象为企业社会学在企业中的研究划定了特定领域，企业社会学就是专门研究企业组织的社会学。具体地说，所谓企业社会学，就是运用社会学的原理和方法，对企业组织这一特殊的社会组织的结构与功能，企业组织内的人际关系，企业组织与社区、社会结构之间的关系，以及企业发展与社会变迁之间的关系等等进行研究。通过这些问题的研究，揭示企业组织的结构原则、运行机制、行为模式和发展规律。

企业组织是企业社会学的研究对象，但一般社会学也同样可以对它进行研究，那么，两者对企业研究有什么不同呢？我们认为，两者的不同，首先表现于“研究视角”的不同。

（二）研究视角

对企业组织进行社会学的研究，可以以社会整体为出发点，把企业视为社会的一种单元和一个结构层次加以研究，通过研究达到揭示社会发展的特点和规律的目的。我们把它称之为研究企业的宏观视角。马克思研究企业主要就是采取这一视