

企业社会学新论

● 刘祖云 等著

05

武汉工业大学出版社

企业社会学新论

刘祖云 等著

责任编辑 蒋亮平

武汉工业大学出版社出版

新华书店湖北发行所经销

湖北省仙桃彩塑印刷厂印刷

850×1168 1/32 245千字 9.12 5印张

1990年11月第1版

1990年11月第1次印刷

ISBN7—5629—0437—5/C·13

定价：4.20元

目 录

引 论

上篇：企业中的社会

第一章 企业的组织结构.....21

第一节 企业的社会细胞——社会角色.....21

一. 企业中角色的类型.....22

二. 企业中角色的获得.....25

三. 企业中角色的扮演.....39

第二节 企业的微观社会结构——社会群体.....32

一. 企业内社会群体的涵义、特征与类型.....32

二. 企业内的正式群体.....35

三. 企业内的非正式群体.....39

第三节 企业的宏观社会结构——社会组织.....43

一. 企业组织的特点.....43

二. 企业组织中显性结构的类型和要求.....47

三. 企业组织中隐性结构的类型及功能.....53

第二章 企业的组织过程.....57

第一节 企业的沟通过程.....57

一. 沟通的概念和功能.....57

二. 企业沟通的分类.....60

三. 企业内沟通的障碍及其克服.....66

第二节 企业的决策过程.....67

一. 决策的基本理论.....68

二. 决策在企业中的地位	71
三. 企业的决策过程	72
第三节 企业的领导过程	75
一. 企业领导的一般理论	75
二. 企业的领导过程	81
第四节 沟通过程、决策过程和领导过程的关系	82
一. 领导与沟通的关系	83
二. 领导与决策的关系	84
第三章 企业的组织文化	86
第一节 企业文化的涵义与特征	86
一. 企业文化的涵义	86
二. 企业文化的特征	89
第二节 企业文化的结构与功能	91
一. 企业文化的结构	91
二. 企业文化的功能	94
第三节 企业文化的模式	98
一. 美国企业文化模式	99
二. 日本企业文化模式	100
三. 企业文化模式的形成	101
四. 企业家与企业文化	104
第四节 建设有中国特色的企业文化	105
一. 企业文化建设的条件、原则和步骤	105
二. 建设有中国特色的企业文化	110
第四章 企业的组织保障	121
第一节 社会保障与组织保障	121

一. 什么是社会保障.....	121
二. 我国社会保障表现为组织保障.....	123
第二节 企业组织保障的内容.....	124
一. 组织救济.....	124
二. 组织福利.....	124
三. 组织保险.....	125
第三节 企业组织保障的功能.....	129
一. 有利于企业再生产的顺利进行.....	129
二. 有利于企业和社会的稳定.....	131
第四节 建设有中国特色的企业组织保障 制度.....	132
一. 中外企业组织保障制度的比较.....	132
二. 建设中国特色企业保障制度的基本原则.....	137
三. 建设中国特色企业保障制度的基本模式.....	138
第五章 企业的组织控制.....	141
第一节 企业组织控制的涵义.....	141
一. 组织控制的涵义.....	141
二. 组织控制与组织管理的区别.....	143
第二节 企业组织控制的模式.....	146
一. 企业内的集中控制.....	146
二. 企业内的等级控制.....	147
第三节 企业组织控制的方式.....	149
一. 企业内的刚性控制与弹性控制.....	149
二. 弹性控制是一种日益重要的控制方式.....	150
第四节 企业组织控制的目标.....	153
一. 角色的规范化.....	153
二. 组织的规范化.....	154

第五节 企业组织控制的实现.....	154
一. 企业组织控制的要素.....	154
二. 企业组织控制的实现.....	159

下篇：社会中的企业

第六章 企业与企业的关系

第一节 企业与企业之间是一种平等竞争协 作的经济关系.....	163
一. 平等的经济关系.....	164
二. 竞争的经济关系.....	165
三. 协作的经济关系.....	167
第二节 工业企业之间的关系.....	168
一. 工业企业之间必须进行专业化协 作和经济联合.....	169
二. 工业企业之间的专业化协作和经济联合及其 基本形式.....	170
三. 工业企业之间专业化协作和经济联合的 原则.....	174
四. 科学引导, 促进工业企业之间的专业化 协作和经济联合.....	176
第三节 工业企业与商业企业之间的关系.....	178
一. 工业企业与商业企业的分工.....	178
二. 工业企业与商业企业的协作.....	179
三. 工业企业与商业企业的矛盾.....	181
四. 深化改革, 协调工商企业之间的关系.....	183
第四节 工业企业与金融企业之间的关系.....	187
一. 工业企业与银行之间相互依靠、相互支	

援、相互促进、共同发展·····	187
二. 工业企业与银行之间的矛盾·····	189
三. 紧密配合, 共同搞好工业企业与银行的关系·····	191
第七章 企业与政府的关系·····	196
第一节 企业与政府关系的历史沿革·····	196
一. 建国以来、企业与政府关系的基本模式·····	196
二. 十年改革以来, 企业与政府关系的变革·····	198
第二节 政府管理企业的原则、内容和方法·····	202
一. 政府管理企业的基本原则·····	202
二. 政府管理企业的主要内容·····	204
三. 政府管理企业的基本方法·····	207
第三节 企业实现政府目标的经营责任制·····	210
一. 企业的经济责任·····	211
二. 企业的经营自主权·····	213
三. 企业的经济利益·····	215
四. 企业经营责任制形式·····	217
第四节 企业与政府关系的改革方向·····	218
一. 深化企业所有制的改革·····	219
二. 完善政府宏观控制、间接管理机制·····	222
三. 改革政府管理企业的组织系统·····	224
第八章 企业与社区的关系·····	228
第一节 企业与社区的相互影响·····	228
一. 社区对企业的影响·····	228
二. 企业对社区的影响·····	235
第二节 企业与社区的协调发展·····	238

一. 企业与社区关系的类型.....	238
二. 企业与社区的协调发展模式.....	244

第九章 企业与公众的关系..... 256

第一节 企业与组织性公众的关系..... 256

一. 组织性公众的概念及类型..... 256

二. 企业与组织性公众的关系..... 257

第二节 企业与非组织性公众的关系..... 261

一. 非组织性公众的概念及类型..... 261

二. 企业与非组织性公众的关系..... 262

第三节 企业的社会责任与社会负担..... 265

一. 企业的社会责任..... 265

二. 企业的社会负担..... 271

后 记..... 274

引 论

企业社会学是一门以企业作为研究客体的社会学分支学科。然而，以企业作为研究客体的学科不只是企业社会学。就世界范围来看，目前直接以企业作为研究客体的社会科学方面的学科就有企业经济学、企业社会学、企业行为学、企业管理学、企业文化学、企业心理学、企业法学、企业伦理学等等。如此众多的学科从经济、社会、文化、心理等不同的方面和行为、规范、管理等不同的角度对企业进行着广泛的研究，领域之广、角度之新、方法之多，真是前所未有的，而且方兴未艾，正处在蓬勃发展之中。

企业社会学，在这一系列以企业作为研究客体的学科中居于什么地位，它究竟是从哪个角度，用何种方法来研究企业的呢？为了回答上述问题，我们将对企业社会学的对象、历史及方法分别予以探讨。

一、企业社会学的对象

任何一门学科都有自己特定的研究对象。什么是企业社会学的研究对象？这在社会学界有不同的看法。一方面，对一般社会学的研究对象持不同观点的学者，对企业社会学的研究对象也持不同看法。如美国社会学家莫尔（W·E·Moore）认为，社会学是研究人类社会关系的一般法则，而企业社会学是研究工业社会关系的具体法则；德国著名社会学家达伦多夫（R·Dahrendorf）认为，社会学旨在研究一般共同性社会行为，而企业社会学旨在研究工业生产所发生之社会行为。另一方面，对企业社会学的学科地位持不同看法的学者，对企业社会学研究对象有不同

的界定。把企业社会学、工业社会学视为同一学科的学者们认为，企业社会学就是研究工业现象与社会现象之关系。如在盎格鲁撒克逊各国的社会学者现大都持这种看法，而且他们的研究一般采用工业社会学（Industrial sociology）名称而不采用企业社会学名称。与此相反，把企业社会学与工业社会学视为不同学科的学者认为，企业社会学就是研究企业之社会组织现象。最先提出企业社会学这一名称的德国社会学者勃里夫（G·Br ef）和杰克（H·A·Geck）认为，企业社会学（Betriebssoziologie）是为研究因企业而发生之社会现象的社会科学，工业社会学（Industriesoziologie）则是研究仅由工业导致之社会现象的社会科学。

既然如此，那么哪一种看法更为恰当、更为合理呢？我们认为：其一，企业社会学是一门既与工业社会学相联系、又与工业社会学相区别的独立的社会学分支学科，因此，它有其特定的研究对象；其二，社会学是研究一定社会形态下人们在社会生活中结成的相互关系及其发展规律的一门社会科学^①，因此，企业社会学是研究企业的内在社会机制和外部社会联系及其发展变化规律的一门社会科学。并且有其自己的特点、内容及其作用。

（一）企业社会学的特点

关于企业社会学的特点，我们可以从企业社会学自身和企业社会学与其邻近学科的关系这两个方面进行探讨。

首先，从企业社会学自身看，企业社会学研究具有如下特征：

^① 此观点最初发表在华中师院学报 1985 年第 2 期，后被一些刊物转载或摘要，并被《中国社会学年鉴：1979—1989》（中国大百科全书出版社 1989 年 10 月版）列为中国社会学界关于社会学研究对象的七大观点之一。

第一，企业社会学研究是一种系统研究。企业是一种经济组织，具有经济功能，同时它也是一种社会组织，具有社会功能。企业是整个社会系统的一个组成部分，而它自身又是一个由许多小系统组成的社会子系统。社会大系统中各个子系统之间相互联系、相互影响。我国企业和社会发展的实践表明，一旦社会大系统出了毛病，企业子系统也往往难以搞好。当然各个子系统不搞好，社会这个大系统也难以搞好。因此，研究企业发展的规律必须把企业放在整个社会系统中考察。企业社会学的特点就在于，它正是从企业与社会系统其它子系统的相互作用中，以及企业内部各要素对企业发展的影响中去研究企业运动发展的规律。

第二，企业社会学研究是一种综合研究。所谓综合研究，并不是说企业社会学对企业进行毫无遗漏或包罗万象的研究，而是说企业社会学在研究企业之现象或问题时，往往是对其进行多方面多层次多角度的相关分析与考察。如企业社会学在研究企业的组织结构时，不仅要研究其经济结构，而且要考察其社会结构。不仅要研究其宏观结构，而且要考察其微观结构；企业社会学在研究企业发展的原因时，不仅注意内在原因，而且考虑外部影响。不仅注意物的因素，更重要的是考虑人的因素；企业社会学在研究企业的功能与效益时，不仅考虑企业的经济功能与经济效益，而且考虑企业的社会功能与社会效益，并特别注意企业的经济功能、经济效益与社会功能、社会效益的相互关系。

第三，企业社会学研究是一种中观研究。如果我们依据其研究规模与范围把社会学研究划分为宏观研究、中观研究与微观研究，那么企业社会学研究是一种中观研究。因为这种研究既不同于社区研究、社会研究等宏观研究，也不同于家庭研究、工作班组研究等微观研究。当然，这种研究也不可避免地要涉及微观现象和宏观问题。由于企业社会学是研究企业这样的社会中观结构，因此它不可避免也要分析企业内部的工作班组、人际关系等

微观现象，也不可避免地要探讨企业¹在社会系统中的地位与作用，企业发展与社会发展的关系等宏观问题。由于企业社会学研究是一种介于宏观研究与微观研究之间的中观研究，因此这种研究既不是一般的理论探讨，也不是纯粹的经验实证，而是理论探讨与经验实证的有机结合，即企业社会学研究既具理论性又有经验性。

其次，从企业社会学与其邻近学科的关系看，企业社会学研究也呈现出若干特点。

从企业社会学与经济社会学、工业社会学、劳动社会学的关系看，企业社会学研究是一种社会实体或社会组织研究。

企业社会学与经济社会学、工业社会学及劳动社会学虽然具有相同的学术视角，但其研究对象和研究客体不尽相同。经济社会学主要是从宏观的角度探讨经济现象与社会现象之关系，它与企业社会学的关系是一种种属关系，即经济社会学包括企业社会学；工业社会学主要探讨工业现象与社会现象之关系，它与企业社会学的关系是一种纵横交叉关系，即从社会的纵向结构看，工业社会学的内容要多，范围更宽。如工业社会学不仅要研究工业企业组织及其企业内部的人际关系等中观和微观问题，而且要研究社会的工业结构、工业体制、工业模式等宏观问题。但从社会的横向结构看，企业社会学研究的内容则多，范围更宽。如企业社会学不仅要研究工业企业、而且要研究农业企业、金融企业、商业企业等；劳动社会学是研究社会生活中人的劳动行为以及这种特定的社会行为与其社会存在与发展的关系，它与企业社会学的关系是一种平衡交叉关系，即有些领域二者都涉及，有些领域只有一者涉及。通过以上分析我们发现，企业社会学研究的出发点和着眼点既不是某种现象，也不是某种行为，而是一种特殊的社会实体单位——企业组织。企业社会学的这一特点是它与经济社会学、工业社会学、劳动社会学相互区别的重要标志。

从企业社会学与企业经济学、企业伦理学、企业法学及企业文化学等学科的关系看，企业社会学研究是一种横向研究或综合研究。

企业社会学与企业经济学、企业伦理学、企业法学、企业文化学虽然具有相同的研究客体，但其学术视角完全不同。众所周知，企业经济学是从经济学的角度研究企业的经济关系与经济行为；企业伦理学是从伦理学角度研究企业的道德关系和道德行为；企业法学是从法学的角度研究企业的法律关系与法律行为；企业文化学是从文化学的角度研究企业的文化建设及其发展。所有这些研究都是从某一侧面来研究企业，即分别研究企业的某一纵剖面。而企业社会学是从社会学的角度研究企业的社会关系和社会行为，这些社会关系和社会行为包括经济、政治、文化、伦理、法律等方面的关系和行为。因此，企业社会学研究是涉及到企业的方方面面的横向研究或综合研究，即是研究企业的横断面。企业社会学的这一特点是它与其它一些以企业作为研究客体的交叉或边缘学科相互区别的重要标志。

（二）企业社会学的内容

由于企业社会学是一门研究企业内在社会机制和外部社会联系的学科，因此它的研究内容或范围主要表现为如下两个方面。

一方面是研究企业的内在社会机制，即研究“企业中的社会”。其主要内容有：

企业的组织结构 主要研究企业组织结构的细胞——企业内的社会角色；企业组织的微观结构——企业内的正式群体（工作班组或科室）和非正式群体；企业组织的宏观结构——企业组织自身的结构与体制。

企业的组织过程 主要研究企业组织内的沟通过程、互动过程、领导过程及决策过程等。

企业的组织文化 主要研究企业文化的涵义与特征；企业文化的结构与功能；企业文化的建设与发展；等等。

企业的组织保障 主要研究什么是企业的组织保障；企业组织保障的基本内容即组织救济、组织福利、组织保险等；企业组织保障的功能；企业组织保障制度的发展与完善；等等。

企业的组织控制 主要研究企业组织控制的目标；企业组织控制的类型；企业组织控制的模式；企业组织控制的手段；以及企业组织控制与企业组织管理的关系；等等。

企业的组织管理 主要研究企业组织管理理论；企业组织管理原则；企业组织管理方法；企业组织管理手段；以及企业组织管理的现代化。

另一方面是研究企业的外部社会联系，即研究“社会中的企业”，其主要内容有：

企业与企业之间的社会联系 主要研究同一行业企业之间的社会联系，不同行业企业之间的社会联系等。

企业与政府的关系 主要研究企业与政府关系的不同模式，我国企业与政府关系的历史、现状及其发展等。

企业与社区的关系 主要研究企业对社区的影响，社区对企业的影响，以及企业与社区协调发展的模式等。

企业与公众的关系 主要研究企业与公众关系的内容与意义，企业与组织性公众的关系，企业与非组织性公众的关系等。

当然，企业社会学的研究内容不仅仅是上述这些，但上述两方面的内容是其基本内容。在企业社会学研究中，人们可以根据其研究目的与任务的不同、研究客体及其所处环境的不同，对上述两方面的具体内容进行取舍或增减，但不能不从上述两个方面来研究企业，不能不涉及上述两方面的主要内容。

（三）企业社会学的作用

由于企业社会学是一门研究企业的内在社会机制和外部社会联系的学科，因此，它的作用总的来说也表现为两个方面：一方面有助于防止企业内部的“原子内耗”，另一面有助于减少企业与外部的“摩擦系数”，从而有助于企业取得最佳的经济效益和社会效益。具体来说，企业社会学的作用主要表现为如下几点。

第一，具有认识规律的作用。任何社会现象的发生、发展和变化都有其必然性和规律性。企业社会学就是要从纷繁复杂的社会现象中去寻找企业与社会之间的必然联系，从千变万化的联系中去发现有规律性的东西。

第二，具有理论指导的作用。企业是一种具有经济功能的经济组织，同时也是一种具有社会功能的社会组织，因此，企业管理既是一种经济管理，又是一种社会管理，特别是在企业办社会程度较高的我国当前社会中，企业的社会管理职能显得格外突出和重要，如一些大中型企业管理的内容或范围不仅包括产、供、销、人、财、物的管理，而且包括对职工家属的衣食住行和生老病死的管理。这种企业管理仅仅以企业经济学的理论和方法作指导是远远不够的，还必须以企业社会学的理论和方法作指导。

第三，具有决策咨询的作用。企业管理目标是否合理，企业发展战略是否科学，这些直接关系到企业的兴衰成败。那么，如何选择合理的企业管理目标，怎样制定科学的企业发展战略呢？这需要经济学和管理学提供咨询，也需要社会学提供咨询。因为目标选择和战略制定的过程是一个复杂的过程，在这一过程中既要考虑经济、技术、工艺等因素，也要考虑人的素质、人的能力、人际关系等社会因素。企业社会学对企业内外各种关系进行多维的研究，可以为企业管理目标的选择和企业发展战略的制定提供可靠的决策咨询。

第四，具有科学预测的作用。现在，企业界的许多有识之士

越来越注意到，随着新技术革命的发展，经济体制改革的推进，企业正在发生一系列深刻而又巨大的变化。如企业正在从运用传统技术走向运用高技术；从“硬件”时代走向“软件”时代；从生产传统产品走向开发新型产品；从经验决策走向科学决策；从生产管理走向战略经营；从追逐利润走向发展企业文化；等等。所有这些正在发生的变化既涉及物的因素，也涉及人的因素，既涉及企业内部结构，也涉及企业的外部联系。为了适应社会的发展和变化，使企业与社会协调发展，我们必须加强企业社会学研究，以帮助预测企业的发展方向，并制定相应的决策和措施。

二、企业社会学的历史

企业社会学不仅有其特定的研究对象，而且有其产生和发展的历史过程。这一过程大致可以划分为三个阶段：1900年以前的准备阶段；1900年至1930年的形成阶段；1930年以后的发展阶段。

（一）企业社会学的准备阶段（1900年以前）

德国社会学家杰克称1900年以前为企业社会学发展的前期史。所谓准备阶段或前期史，就是指1900年以前社会科学家关于工业社会、企业组织、以及工业现象与社会现象相互关系的研究为企业社会学的产生准备了思想材料，奠定了理论基础。

19世纪20至30年代，在业已开始工业化的英国，经济学家亚当·斯密（Adam Smith）在其《未来快乐信仰的迹象》中认为，工业生产的快速发展，将增加社会福利，且给最低市民阶层带来好处。与此相反，经济学家大卫·李嘉图（David Riardo）在其《政治经济学原理》第二版中认为，机器代替劳工会侵害劳动阶层的利益。此后的几十年间，欧美学者分别从上述两种不同观点出发，主要讨论了分工及其社会影响，工业企业中人与人关系

的疏远，工业化造成阶级分化这样三个方面的问题。安德鲁·乌列（Andren Ure）在其《工场哲学》一书中认为，工业化不仅带来巨大的经济发展，而且会带来合理的社会发展。他因此而积极探求通过工业生产方式来解决社会等级问题。但他的探求既没有在理论上也没有在实际上真正解决资本主义工业化所带来的人际关系疏远、阶级分化等问题。空想社会主义者圣西门（H. Saint Simon）、傅立叶（Charles Fourier）和欧文（Robert Owen）认为资本主义工业化将给社会带来种种恶果，并试图采用隔离的方式消除其恶果。但他们的方案愈具体愈陷入空想。美国工程师泰勒（F. W. Taylor）也曾通过科学的企业管理照顾劳资双方利益，缓和或消除劳资矛盾。但他的努力只是起了治标的作用，没有也不可能发生治本的效果。只有马克思和恩格斯才正确解释了上述问题产生的真正原因，并指出了解决问题的根本方法。马克思、恩格斯在其《英国工人阶级状况》、《资本论》等著作中认为，资本主义企业中人际关系的日益疏远和资本主义社会日益分裂为两大对抗的阶级，其根本原因不是社会分工或工业化，而是资本主义的私有制。从事生产劳动的工人由于不拥有生产资料而沦为被剥削者被压迫者，而不从事生产劳动的资本家由于拥有生产资料而成为剥削者压迫者。因此，要解决工业社会中人际关系的日益疏远和社会日益分裂为两大对抗阶级的问题，其根本方法是变私有制为公有制。

1900年以前的上述讨论虽然是较为一般的理论探讨，但这些探讨吸引了社会学家的注意力，激发和引导他们对企业进行深入、细致、全面的社会学研究，而且为其研究提供了理论材料和方法。

（二）企业社会学的形成阶段（1900至1930）

德国社会学家杰克称这一阶段为企业社会学的成长史。即企业社会学正是在1900年至1930年期间形成或产生的。导