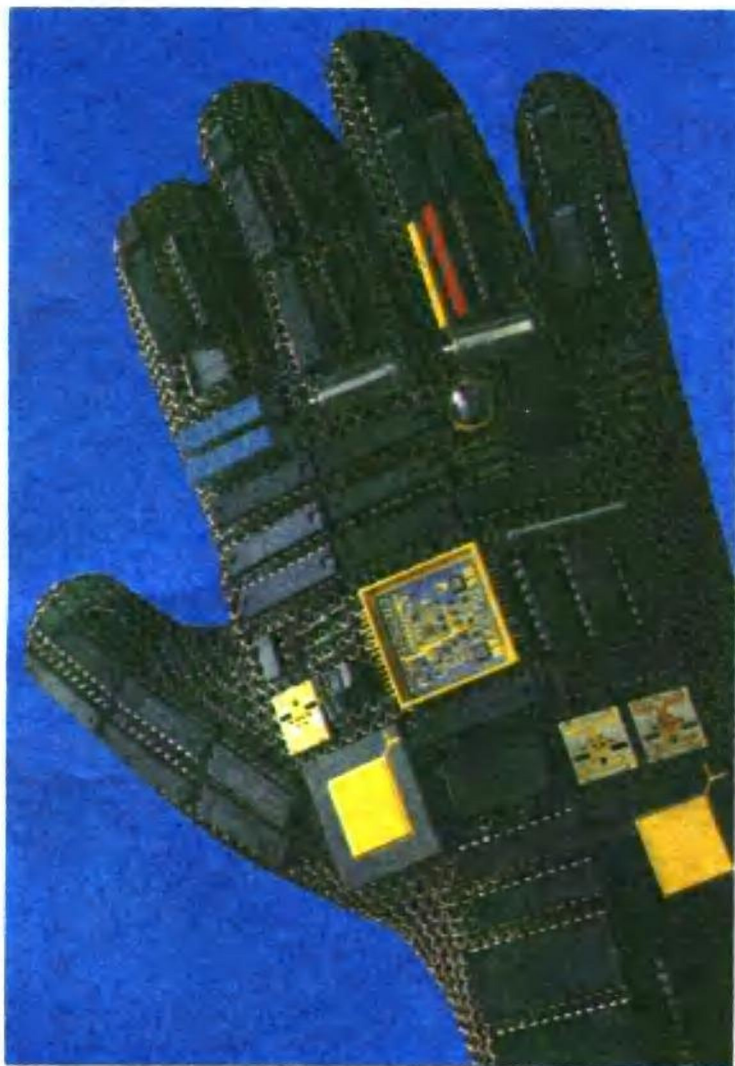




企业文化导论

范周 主编

世界知识出版社

责任编辑：吴 青
封面设计：丁 品

企业文化导论

主编 范 周 副主编 张仁民 张任杰
编者 赵建军 王成贤 高保枫 魏志党
关文学 王发登 孙长春 马 壮

世界知识出版社出版发行

(北京外交部街甲31号 邮政编码：100005)

北京世界知识印刷厂排版印刷 新华书店经销

850×1168毫米32开本 印张：9 字数：227000

1991年12月第1版 1991年12月第1次印刷 印数：1—5000

ISBN7-5012-0398-9/F·13 定价：4.20元

目 录

第一章	现代企业管理理论的飞跃	1
第二章	企业文化理论的继承和发展（一）	14
第三章	企业文化理论的继承和发展（二）	36
第四章	美国、日本的企业文化实践	63
第五章	企业文化的实质和特征	82
第六章	企业文化的结构和内容	95
第七章	企业文化与环境的相互影响	106
第八章	建立以人为本的企业哲学	120
第九章	构造企业精神，促进企业文化建设	159
第十章	企业文化中的思想政治工作	190
第十一章	企业文化中的公共关系	214
第十二章	建设有中国特色的企业文化	249

第 一 章

现代企业管理理论的飞跃

从18世纪开始，英国、法国、美国等西方主要的资本主义国家先后进入了资本主义发展阶段，以社会化大生产为主要特征的资本主义工业逐步发展起来。300年的时间过去了，西方发达国家工业化水平已达到相当高的程度，特别是美国，不仅企业的发展水平处于世界前列，企业管理理论的研究和实践也始终处于领先地位，而理论的研究又极大地促进了企业的管理实践，二者相辅相成的同步发展，使美国名符其实地成为世界头号的经济强国。80年代以来，美国提出的企业文化理论再一次掀起了管理革命，它是西方企业管理理论的结晶，是企业管理理论的一次重大飞跃。

第一节 企业管理理论的发展

一、管理——一个古老而新鲜的命题

管理是现实世界普遍存在的现象，从字面上讲，就是管辖、处理的意思。对管理的概念从不同的角度有不同的理解。在经济学家看来，管理是生产劳动的一个条件；社会学家把管理看作是一个职权系统；而政治学家则把管理看作是一个阶级和地位的系

统。不同的管理学家也有自己不同的结论，法国的法约尔认为管理是企业经营的六种活动之一，是具有特殊功能的活动；行为科学理论把管理理解为协调人际关系，激发人的积极性，以求达到共同目标的一种活动；而美国的西蒙则认为管理就是决策，管理过程就是决策制定和实施的过程。尽管人们说法不一，但从管理的本质看，管理就是人们在认识客观对象的基础上，通过决策、计划、组织、指导和控制等职能有效地利用人、财、物，以达到共同目标的一种社会活动过程。

所谓企业管理，就是按照客观经济规律，对企业生产经营活动，实行计划、组织、协调与控制；使产、供、销各环节互相衔接，密切配合；使人、财、物各因素，得到合理组织，充分利用，达到多快好省地实现企业的任务与目标。企业管理除了管理原理以外，它还包括各项具体的业务管理，有生产管理、销售管理、财务管理等。企业管理是管理理论与业务管理有机的组合。

对管理这一命题的理解，可以追溯到远古时期，自从有了人类，就有了生产；有了生产，就必然有原始的业务管理。原始的人类为了生存，便逐渐学会了制造工具，学会群体劳动；有目的地安排自己的活动，进行分工，以某种方式分配自己的劳动成果，这就是原始的管理活动。到了古埃及、古希腊时代，管理问题已逐渐为人们所注意。古埃及人对计划、组织和管理幅度的认识，苏格拉底对管理原则普遍性的论述，柏拉图对工业专业化的精彩描述，许许多多至今保存完好，令人咋舌的古建筑，都是管理中计划、组织、指挥、协调和控制等活动的结晶。可见，管理并不是一个新鲜的命题。但是，由于当时生产力水平的限制，人们还不能完整地、系统地总结自己的成就，一些哲人的认识只是零星分散的，有些甚至散见于当时论述战争理论的著作中（如我国的《孙子兵法》），没有形成一种管理理论。

到18世纪60年代，工业革命不仅带来了一场技术革命，也带来了一场深刻的社会关系的巨大变革，传统的小手工业被大机器

工业生产所代替,生产的规模越来越大,社会的基本生产组织形式迅速从以家庭为单位转向以工厂为单位,工厂主以所有者和管理者的双重身份直接指挥生产,原始的简单管理行为已不能适应生产的需要,管理活动越来越复杂,在管理活动的基础上出现了不少管理理论的萌芽,如亚当·斯密的劳动组织论和经济人观点;小詹姆斯·瓦特和马修·鲁宾逊·博尔顿的科学管理方法和制度;罗伯特·欧文重视人的作用和地位的思想等等。这些方法和思想虽然没有形成系统的管理理论,但对后来的管理理论产生了很大的影响。

二、从科学管理到企业文化

管理理论的诞生,是以美国弗雷德里克·温斯洛·泰勒的“科学管理”理论的产生为标志的。

科学管理理论又称为古典管理理论,它是管理理论的发端。从18世纪到19世纪,由于没有系统的管理理论的指导,没有形成科学的管理制度,工厂主凭经验进行管理,工人凭经验操作,没有科学的操作标准和操作过程,严重地影响了劳动生产率的提高。从19世纪末到20世纪初,随着以电为动力的工业的出现和发展,生产力发展到一个新水平,资本主义经济也出现了所有权与管理权分离的现象,使管理职能专门化,这就迫切需要有先进的管理理论与之相适应,科学管理理论因此而产生。1911年,泰勒发表了《科学管理原则》一书,标志着古典管理理论的诞生。

被誉为“科学管理之父”的泰勒开始科学管理的研究,是在美国1873年的经济危机之后。那时,企业资本家为了渡过经济危机,采取更新机器设备、采用新技术和降低工人工资等措施,这就激起了工人普遍反抗。面临这种情况,泰勒主张工厂主可以通过管理科学化来渡过经济危机。他提出:“管理的主要目的应该是:确保每一个雇员和雇主事业的高度繁荣。”他认为“科学管理的基本点是坚信雇主和雇员的基本利益是同一的和一致的。没

有雇员的繁荣，雇主的繁荣是不可能长久的。反之亦然。”他坚信满足工人最迫切的要求——高工资，以及满足雇主的欲望——工人的低劳务成本，这二者是可能同时办到的。于是他主张开展为工人谋求高工资，同时亦为资本家获致低成本的管理运动。

泰勒式科学管理的特点是在研究劳动动作和时间标准化的基础上，实行定量作业管理和差别计件工资制，有效地提高了劳动生产率，它比过去的经验管理有了很大的进步，适应了当时生产力发展的要求。泰勒式管理的缺点在于把人假设为“经济人”，片面强调金钱的刺激作用，而忽视了人的社会需求，忽视了管理中的社会心理因素和人际关系的影响，不能有效地激发工人的主动性和积极性，从而在管理实践中遇到了不少困难。

1927年，美国哈佛大学教授梅奥在美国西方电气公司的霍桑工厂组织进行了著名的霍桑实验，创立了“人际关系学说”。人际关系理论认为，人应当是“社会人”，工作条件和工资报酬不是影响生产率的唯一因素，除了物质因素外，还有传统的社会和心理因素影响人的积极性，生产效率的高低，很大程度上取决于职工的工作情绪或“士气”，而这种情绪或士气又与个人的家庭、社会生活以及企业中人与人的关系密切相关；在工厂中除了有正式组织以外，还有非正式的组织，它有自己的规范或惯例以及领袖人物，往往能左右成员的行为；领导行为和工人个体行为应保持一致，正式组织和非正式组织的需要应保持一致。

1949年，在美国芝加哥的一次大会上，以人际关系学说为基础的理论被正式命名为行为科学，这一理论在世界各地得以传播。行为科学理论的诞生，标志着管理理论进入第二个阶段。

在行为科学发展的同时，从第二次世界大战以后开始，随着信息论、系统论、控制论的产生，电子计算机和通讯设备的飞速发展，人类社会进入了信息时代，在此背景下，行为科学已不足以独占管理理论领域，以组织管理为特征的管理科学理论迅速产生。管理科学理论就是运用先进的新兴科学理论，运用数理统计

和数学模型的方法，对企业的各种行为实行有效的科学管理。

管理科学理论的特点，一是重视企业决策，将决策的思想和方法渗透到管理的一切职能活动中；二是运用信息的观点、系统的观点、控制的观点，对企业的信息进行系统的分析，从而达到有效的控制；三是建立数学模式，包括用线性规划、排列论、概率论以及网络模型等；四是应用电子计算机作为管理的工具。管理科学理论是从组织管理的角度出发，侧重于企业的组织行为，弥补了行为科学的不足，使管理理论更加全面和完善。管理科学理论构成了管理理论发展的第三个阶段。

管理理论发展到80年代，产生了最新的理论，这就是企业文化理论。

三、企业文化理论的产生

第二次世界大战以后，美国企业在行为科学理论和管理科学理论的指导下，取得了令人瞩目的发展，劳动生产率大大提高，新的技术发明不断涌现，企业的规模越来越大，成为名符其实的世界头号经济强国。但是好景不长，在70年代初期石油危机的冲击下，美国的企业竞争能力大大削弱，持续增长了20多年的劳动生产率于1973年骤然停止了增长，而东方小国日本的经济却得到长足的发展，速度十分惊人，到80年代初，日本在很多方面都超过了美国，对其经济活动形成强大的威胁，这引起了美国各界人士的普遍关注。

为什么石油等原料全部靠进口的日本能在全球性的经济危机中安然无恙，并且经济保持着迅速增长的势头？这是许多美国学者的不解之迷。因此在80年代初，许多美国专家到日本企业考察，探寻日本企业成功的秘密。经过研究，谜底终于揭开。原来在日本的企业管理中，不是单纯的就管理论管理，而是从企业经营哲学的高度来研究企业管理，将企业视为一个文化实体来实施管理。这些专家学者把日本的成功经验与美国的管理现状做了深

刻的比较，并进行了系统的概括和总结，从而揭开了管理理论发展史上新的一页。这就是为什么企业文化理论实践于日本而产生于美国的原因。

从1981年到1982年，美国管理学界连续推出了四部主要著作：《Z理论——美国企业界怎样迎接日本的挑战》、《战略家的头脑——日本企业的经营艺术》、《企业文化》和《寻求优势——美国最成功公司的经验》。这四部重要管理著作的出版，标志着企业文化理论的诞生。

这些著作以其全新的思路、生动的例证、独到的见解和精辟的论述，提出了企业文化问题，构成了企业文化理论的基础。

《Z理论——美国企业界怎样迎接日本的挑战》是美国加利福尼亚大学的日裔美籍管理学教授威廉·大内的著作。1973年以来，大内对日本和美国企业管理作了卓越的研究。他认为，日本企业管理成功的奥秘，即美国企业需要向日本学习的关键是，每一个企业都有一种充满信任、微妙性和亲密感的人际关系。他在详尽分析了美国盛行的A型组织和日本成功的J型组织的各自特点后，提出了“Z型组织”的模式。“Z型”组织的特点是：（1）实行长期或终身雇佣制，使职工在职业有保障的前提下，更加关心企业的利益；（2）对职工实行长期考核和逐步提升制度；（3）培养能适应各种工作环境的多专多能的人才；（4）管理过程中既严格各种现代科学技术的控制手段，又注重对人的经验和潜能进行细致有效的启发诱导；（5）采取集体研究与个人负责制结合的“统一思想式”的决策方式；（6）树立员工平等观念，在整体利益指导下，每个人都可以对事物作出判断，独立工作，以自我控制代替等级指挥，上下级间建立融洽的关系。

大内的《Z理论》为企业文化理论奠定了基础。

《战略家的头脑——日本企业的经营艺术》是美国哈佛大学工商管理研究院和斯坦福大学商学院两位教授理查德·帕斯卡尔、安东尼·阿尔索的著作。这两位教授设计了一个简单明了

而又十分有效的“7—S”模型,所谓“7—S”就是:“战略(Strategy)”,指一个企业如何获取和分配它的有限资源的行动和计划;“结构(Structure)”,指一个企业的组织形式;“制度(Systems)”,指信息在企业内部传送的程序和形式;“人员(Staffs)”,指企业内部整个人员的组织状况;“作风(Style)”,指主要经营人员的行为方式,也包括企业的传统作风;“技能(Skills)”,指主要人员或整个企业所特有的工作能力;“最高目标(Superordinate goals)”,指能将职工个人和企业目的真正结合在一起的价值观或目标。两位教授用这个模型分析了日本的松下电器公司和美国的国际电话电报公司、国际商用机器公司、联合航空公司等12家企业后,得出的结论是:全面地、系统地把握这“7—S”是企业成功的根本所在。他们认为,美国企业之所以难以适应严酷的冲击,是因为他们在管理中过分强调了三个硬性的“S”,即战略、结构、制度;而日本企业则在不否认三个“硬S”的前提下,很好地兼顾了四个“软性的S”,从而使企业充满生机。他们的理论为企业的软化管理提供了理论依据。

美国哈佛大学教授泰伦斯·狄尔和麦肯齐咨询公司顾问爱伦·肯尼迪于1981年7月出版的《企业文化》,是企业文化理论诞生的标志性著作。他们在对近80家企业的深入调查之后,提出了“杰出而成功的公司大都有强有力的企业文化”这一著名论断。他们认为,企业文化的构成要素有企业环境、价值观、英雄人物、典礼及仪式、文化网等五个方面。他们对如何了解企业文化、分析企业文化以及如何调整企业文化提出了许多意见,对企业文化的类型、分析方法、管理者与职工的关系等都作了精辟的论述,认为建立“强有力的企业文化”是今后10年最基本的工作。

美国作者托马斯·彼得斯和小罗伯特·沃特曼的《寻求优势——美国最成功公司的经验》是企业文化理论的又一重要著作。作者通过对美国40多家公司的研究,概括了美国优秀公司的

八大特征，即：

1. 乐于采取行动，保持工作的不断发展
2. 接近顾客
3. 自主和企业家精神
4. 通过发挥人的因素来提高生产率
5. 领导身体力行，以价值准则为动力
6. 发挥优势，扬长避短
7. 组织结构简单，公司总部精干
8. 宽严相济、张弛结合

他们得出的结论是，这些优秀公司都是以企业文化为动力、方向和控制手段。

在这四部著作之后，美国的彼得斯和南希·奥斯汀又于1985年出版了《赢得优势——领导艺术的较量》一书，对企业文化作了进一步的论述，这些著作共同构成了企业文化的理论基础。

从这些理论中，我们不难看出，所谓的企业文化并非什么新的东西，它的产生有着深刻的理论基础和实践基础。其理论基础就是由行为科学和管理科学共同构成的企业现代管理理论，它是对企业现代管理理论的直接继承和发展，其实践基础就是日本的成功经验与美国的管理实践，它是对日本、美国及其他西方资本主义国家企业管理的总结与发展，因此，在研究企业文化的过程中，首先要对西方企业现代管理理论和日本、美国的管理实践与企业文化的关系进行深入的探讨，从而历史地、全面地揭示企业文化理论的全部内涵。

第二节 企业现代管理理论与企业文化

一、西方现代企业管理理论概述

1. 新兴科学的产生

本世纪以来，随着资本主义经济的发展，自然科学和社会科学的成果层出不穷，并且广泛地运用到社会生活的各个方面。特别是从四五十年代开始，由于各种先进的数学方法、电子计算技术与通讯技术的发展和运用，各种新兴科学如雨后春笋般地涌现出来，使整个人类社会发生了一场深刻的变革。

1946年，第一台电子计算机问世。电子计算机的发明，标志着人类进入了一个新时代。它使科学技术和自然科学的重大课题的解决成为可能。同时，各种通讯技术已在社会各个方面发挥着越来越大的作用，它们大大加快了社会生活和生产的节奏，使传统的生产生活方式受到巨大的冲击。面对突如其来的变化，人们急待着在理论上加以总结，在行为上加以指导。基于这种需要和可能，从40年代开始，先后出现了信息论、系统论、控制论等新兴学科，同时，行为科学也得到迅速的发展。

1948年，美国贝尔电话研究所的数学家申农(C.E.Shunon)在《贝尔系统技术杂志》上发表了他著名的论文《通讯的数学理论》，奠定了信息论的基础。他用数理统计方法来研究信息的度量、传递和变换规律。此后，又发表了《噪声中的通信》等权威性论文。信息论由此成为研究在通讯和控制系统中普遍存在的信息传输的共同规律，以及如何提高信息传输系统的有效性和可靠性的一门通讯理论。

系统论是美籍奥地利生物学家贝塔朗菲(L.V.Bertalanffy)创立的一门逻辑和数学领域的科学。他早在二三十年代就发表了一系列文章，阐述他的系统论思想，到40年代，在军事和通讯控制工程中得以应用，逐渐形成了系统工程学，引起人们普遍的重视。

1948年，美国数学家维纳(N. Wiener)出版了《控制论》一书，标志着控制论的诞生。控制论是在自动调节、电子计算机、通讯技术和神经生理学、生物学等相互渗透的基础上产生的一门关于在动物和机器中控制和通讯的科学。

信息论、系统论、控制论在形成之初，都局限于某几个领域，并未引起人们的足够重视。到六七十年代，信息论、系统论、控制论被广泛地应用到生产和生活的各个领域，逐渐发展成为广义上的理论，并且互相结合，其作用和影响已越来越明显地展现在人类面前。

在对信息、系统、控制研究的同时，对人的研究也逐渐发展起来。在本世纪20年代末期，随着资本主义社会矛盾的加剧，出现了人际关系学说。其后，又有许多科学家致力于个人和群体行为的研究，到1949年，这门学科被定名为“行为科学”。行为科学一开始就出现在经济领域。它研究在工作环境下个人和群体的行为，以期达到对人最优的管理。行为科学的产生冲破了资本主义制度下对人的传统认识，从“社会人”的角度对人进行了再认识。这一突破，使管理科学发生了巨大变化，并迅速影响到社会生活的其他方面。

信息论、系统论、控制论和行为科学的发展，给整个资本主义社会产生巨大的冲击。尤其在经济领域，新兴科学的影响更为突出，其重要表现就是应运而生的现代企业管理理论。

2. 应运而生的现代企业管理理论

以蒸汽机的发明为标志，资本主义社会进入了以社会化大生产为主要特点的工业社会。美国未来学家把这种社会叫做前工业社会。一个多世纪以来，资本主义企业管理一直停留在传统的模式上，这种管理属于一种落后的经验管理。资本家就是企业的经理，他们把工人看作机器的配件，会说话的工具。他们采用延长劳动时间，加强劳动强度等手段榨取更多的利润。到本世纪初，虽然这种状况得到改善，但工人从根本上依然被认为是“经济人”，是机器的附属品，金钱成为刺激其积极性的唯一动力。而对企业本身的管理也缺乏科学的指导，靠传统的经验来进行。在这种管理模式下，工人的积极性得不到提高，严重影响了劳动生产率的提高。企业自身的运转也失灵，阻碍了资本主义经济的发展。

展。

第二次世界大战后，随着工业化生产规模的不断扩大，科学技术水平的不断提高，迫切需要有科学的现代企业管理理论来指导企业的生产与管理。同时新兴科学的不断涌现，也为这种需要提供了可能。因此从本世纪四五十年代开始，逐渐形成了现代企业管理理论。

现代企业管理理论是在科学的基础上产生的，它与现代科学相结合，用科学的方法去研究企业中的人与企业自身的运行规律，从而实现对企业的科学的管理。现代企业管理理论主要包括“管理科学”和“行为科学”两部分。“管理科学”强调正式组织的作用，强调专业化，强调明确分工、职责范围、纪律、服从等，以组织、技术手段去控制人们的活动，来达到整个组织的目的。它吸收了现代自然科学和技术科学的成果（主要是信息论、系统论、控制论、电子计算技术与通讯技术等），并广泛运用到企业管理中。所谓“行为科学”，就是研究企业职工在生产过程中产生的行为，以及这些行为产生的原因及表现。它强调从心理学、社会学、人类学的角度去研究管理问题，重视社会环境、人们的相互关系对提高工作效率的影响。

现代企业管理理论是以提高经济效益为中心的，其中“管理科学”侧重于企业中的组织因素，而“行为科学”则侧重于企业中人的因素。他们二者结合以后又派生出许多具体的学科，如企业中的领导决策学，企业中的公共关系学等等。所有这些都属于现代企业管理理论的范畴。这种理论的研究成果及在企业实践中的运用，对各国企业的发展影响十分重大，是当前建设企业文化的前提和基础。尽管在资本主义世界中各国的企业发展情况不尽相同，但在运用现代企业管理理论上却是共同的，因为它是科学的理论，它是发展生产力的理论基础。所以各国的企业都全部或部分地接受了这一理论。我国虽然是社会主义国家，但在发展生产力，提高企业效益这点上有着同样迫切的要求，因此这种现代

企业管理理论必将对我国的企业文化产生巨大的影响。随着改革开放的深入和国际大循环的加速，现代企业管理理论已经渗透到我国企业文化的各个部分，并将继续影响我国企业文化的发展。

二、现代企业管理理论对企业的影响

中国的企业是建立在社会主义公有制基础之上的。但是长期以来，国家对企业的统一领导，忽略了企业自身的发展规律。企业文化的建设也只局限在企业政治思想工作等少数几个方面，企业的活力远远没有充分发挥出来。十一届三中全会以后，特别是最近几年，企业逐渐从传统的企业管理理论的束缚中挣脱出来。企业的经营自主权得以扩大，实行了厂长负责制，企业作为一个独立的经济实体的地位得以确立。我国开始研究如何优化企业管理，如何最大限度地提高企业职工的积极性，企业文化建设出现了前所未有的生机勃勃的局面。

但是，应该看到我国的经济水平还很低，企业管理水平还很落后，企业文化的建设还处于初级阶段。因此迫切需要借鉴国外先进的现代企业管理理论，迫切需要研究新兴科学给企业管理带来的变革。企业文化建设的这种迫切需要给新兴科学和现代企业管理理论的传入提供了良好的土壤。在短短的几年中，信息论、系统论、控制论和行为科学等理论纷纷被介绍到中国，并很快与中国企业的具体实际相结合，形成我国企业发展的特点，为我国企业文化建设打下良好的基础。

首先，人们清醒地认识到要实现对企业管理有效的管理，就必须有相应的权力。企业拥有相应的权力是企业实行有效管理的前提和保证，只有扩大企业自主权，企业的管理制度才能充分实施，企业领导和职工的积极性才能充分提高，企业的各种经济行为才能充分实现。因此扩大企业自主权，使企业成为独立的经济实体是现代企业管理理论的基础，缺乏这一基础，企业的现代管理就成为空中楼阁，无法实现，更谈不上建设新型的企业文化。基于

此种认识，我国的企业改革已逐步深入进行，厂长负责制已逐步建立起来，企业有相应的财产权、人事权、经营管理权、生产销售权等等。这一变化从根本上转变了我国传统的企业文化，使之向先进的现代企业文化迈进了一大步。

第二，人们强烈意识到企业管理迫切需要现代管理科学的指导。企业管理如果还停留在传统的旧模式上，就无法适应现代经济发展的要求。经济的发展和科学的进步，已使社会进入信息爆炸的社会，生活和生产的节奏大大加快，对企业也提出了越来越高的要求。企业家无法再用过去陈旧的、僵化的、单一的管理模式实现对企业的有效领导。他们开始寻求对企业的信息管理，系统管理，以实现有效的控制，使企业这一经济组织灵活地运转起来，这就是现代组织管理科学对中国企业文化的直接影响。

第三，人们意识到，要提高企业职工的积极性，必须从行为科学中吸取有用的东西。现代行为科学为实现企业对职工的有效管理提供了科学理论。它改变了我国传统的企业文化中只偏重于政治的状况，开始把人当作“社会人”来管理。企业家们开始通过改善工作环境满足职工需要等多种手段来提高职工的积极性改变了过去只强调政治思想工作的单一手段，从而极大地调动了职工的工作积极性，使企业充满了生机和活力。行为科学的引入给中国企业文化带来了丰富多彩的内容，使之更趋于科学和全面。

总之，新兴科学以及在此基础上产生的现代企业管理理论给中国的企业带来了巨大的冲击，对中国新型企业文化的形成起着很大的作用，因此值得我们在理论上加以研究，以便在实践中加以应用。

第 二 章

企业文化理论的继承和发展（一）

企业文化理论产生的时间不长，它是为企业界所青睐的最新理论。它之所以能在企业管理领域占有重要的地位，就在于它和以往的任何管理理论都有着本质的区别。但是，企业文化也不是空中楼阁，它有着很强的理论继承性，它继承和发展了企业管理理论发展史上的优秀成果，是企业管理理论的最新成就。在众多的企业管理理论中，由行为科学和管理科学所组成的现代企业管理理论对企业文化的影响最大，它是企业文化理论的重要来源，是影响各国企业文化发展的重要因素。企业文化理论正是在总结行为科学和管理科学正反两方面经验而产生发展起来的。

第一节 行为科学对企业 管理理论的贡献

一、行为科学的产生和发展

1 行为科学的定义

行为科学是在心理学、社会学、人类学和伦理学的基础上建立起来的研究人们行为规律的科学。它是现代管理理论的重要组成部分。目前对于行为科学的定义尚未统一，其分歧主要在于行