

QIYE WENHUA GAILUN

企业文化概论

主编 林国建



哈尔滨工程大学出版社

企业文化概论

主 编 林国建

副主编 杨文泰 马玉梅

哈尔滨工程大学出版社

内 容 简 介

本书较为系统地阐述了企业文化的理论和实践,对企业文化产生的历史背景、企业文化的要素与功能、企业文化与思想政治工作、企业文化与中国传统文化以及中国企业文化建设等方面,都作了深入的探索。通观此书,观点鲜明、结构严谨、内容翔实、思维活跃、对策适当,具有较强的理论性和可操作性。可供大专院校经济管理、思想政治教育等有关专业作教材,也可作为企业管理人员和政工人员的自学用书。

企业文化概论

QIYE WENHUA GAILUN

主编 林国建

责任编辑 李禹河

*

哈尔滨工程大学出版社出版发行
哈尔滨市南通街145号 哈工程大学11号楼
发行部电话(0451)2519328 邮编:150001
新 华 书 店 经 销
东 北 农 业 大 学 印 刷 厂 印 刷

*

开本 787mm×1092mm 1/32 印张 9.25 字数 210 千字
1999年2月第1版 2001年8月第2次印刷
印数:1001~1500册

ISBN 7-81007-912-3

G·123 定价:11.50元

前 言

解放和发展生产力,是企业工作的出发点和归宿。企业生产力的解放和发展的过程,是对企业内部生产力要素的组合和企业外部诸因素作出变革的过程。当前,在企业生产经营中,不少有识之士在重视资本、设备、劳动力等刚性要素和科技、知识、信息等柔性要素的同时,更加注重对企业人文资源的开发。坚持“人文为本”已成为现代企业管理革命的主旨。企业文化理论是在古典管理理论、行为科学管理理论、现代科学管理理论的基础上逐渐演变产生的一种最新的现代管理学说。它是社会文化理论与当代管理实践相结合的产物,是市场经济和企业管理现代化的客观要求与必然发展。

企业文化的思想渊源在中国,实践成功在日本,理论成型在美国。20世纪80年代,又峰回路转,舶来中国,受到我国企业界和学术界的关注,90年代又掀起了新的高潮。当前,中国的优秀企业正在借鉴西方企业文化理论的有益经验,积极开展有中国特色的企业文化建设,把企业管理置于启迪人智,塑造人魂,激扬人意,凝聚人力的人文基础之上。从而实现企业由穷变富,由弱变强,由衰变兴的发展战略。

哈尔滨工程大学(原哈尔滨船舶工程学院)思想政治教育专业,80年代在从事企业思想政治工作的多年理论教学中,开始研究企业文化与企业思想政治工作的关系及对接机理。

90年代在专业硕士点中设置企业文化与CI策划研究方向,并开设了《企业文化专题研究》等有关课程。1996年成立了企业文化研究所。本书是为本科生、研究生开设《企业文化》课,并作为学校的重点教材而编写的。本书着重探讨企业文化的一般原理、企业价值观、企业精神、企业道德、企业制度文化、企业形象,以及企业文化与思想政治工作、企业文化与传统文化、日美企业文化、中国企业文化构建与运行等理论与实践问题,试图形成一个比较完整的内容体系,以既有利于学校教学和学生学,也便于企业管理者工作参考。

本书由林国建任主编,杨文泰、马玉梅(哈尔滨大学)任副主编。本书各章的作者是:第一章,林国建;第二章,王璟云;第三章,吴威威;第四章,王晓莉;第五章,韩云鹏;第六章,林瑜、于立华;第七章,于洋;第八章,林国建;第九章,马玉梅;第十章,杨文泰、马玉梅;第十一章,姜虹;第十二章,王春虹。最后由林国建统稿定稿。

哈尔滨工程大学经济管理学院院长、博士生导师黄鲁成教授认真审阅了全书,哈尔滨工程大学管理科学与工程专业博士生导师刘希宋教授,哈尔滨工程大学出版社李禹河编审对本书提出了许多宝贵意见,哈尔滨工程大学教务处和哈尔滨工程大学出版社为本书的编写、出版给予了大力支持和帮助,谨致衷心的感谢。

书中参阅了国内外有关书刊资料,吸取了一些专家的最新研究成果,在此一并致谢。由于我们水平有限,加之企业文化的理论研究和实践操作尚处于探索之中,书中难免存在疏漏和不妥之处,敬祈企业界和管理学界同仁及广大读者指正。

编者

1998年10月

目 录

第一章 企业文化的兴起	1
第一节 企业文化的内涵	1
第二节 企业文化产生的背景	8
第三节 企业文化的新潮四重奏	18
第二章 企业文化的内容与功能	24
第一节 企业文化的要素与层次	24
第二节 企业文化的主要内容	32
第三节 企业文化的特征	37
第四节 企业的功能	40
第三章 企业价值观	46
第一节 企业价值观的内涵	46
第二节 企业价值观的内容及确定原则	50
第三节 企业价值观的地位和作用	60
第四节 现代企业价值观的培育	65
第四章 企业精神	73
第一节 企业精神的内涵	73
第二节 企业精神的内容	78
第三节 企业精神的作用	81
第四节 企业精神的培育	86
第五章 企业道德	98
第一节 企业道德的内涵	98
第二节 社会主义企业道德的原则与规范	104

第三节	社会主义企业道德建设的途径和方法·····	110
第四节	职业道德·····	114
第六章	企业制度文化·····	122
第一节	企业制度与企业制度文化·····	122
第二节	企业制度文化的内容·····	129
第三节	企业制度文化建设·····	139
第七章	企业形象·····	146
第一节	企业形象的内涵·····	146
第二节	企业形象的内容·····	151
第三节	树立良好企业形象的作用·····	160
第四节	企业形象的策划·····	165
第八章	企业文化与思想政治工作·····	180
第一节	思想政治工作概述·····	180
第二节	企业文化建设与思想政治工作的 联系和区别·····	191
第三节	企业文化建设与思想政治工作的 对接机理·····	196
第九章	企业文化与中国传统文化·····	202
第一节	中国传统文化的特质与功能·····	202
第二节	中国文化与现代企业文化的 认同与适应·····	211
第十章	美国与日本的企业文化模式·····	220
第一节	企业文化模式的一般特征·····	220
第二节	美、日的企业文化模式特点·····	222
第三节	比较与分析·····	234
第十一章	中国企业文化建设及其模式构建·····	238
第一节	社会主义市场经济呼唤企业文化建设·····	238

第二节	中国企业文化建设的原则·····	244
第三节	中国企业文化模式及其建立·····	249
第四节	构建中国企业文化模式的基本步骤·····	255
第十二章	中国企业文化模式的运行机制·····	260
第一节	中国企业文化模式运行机制的构成·····	260
第二节	TQC 体系与企业文化模式运行机制 ·····	265
第三节	中国企业文化模式运行机制的 实现方式·····	267
主要参考文献·····		285

第一章 企业文化的兴起

当代企业管理界正在不断地受到来自三个方面的挑战,即社会价值观变革的挑战、经济竞争的挑战和管理实践的挑战。企业文化就是当代特定历史条件下,在迎接这三大挑战中应运而生的。研究企业文化理论,首先必须涉及到企业文化的内涵、企业文化产生的理论背景和时代背景。

第一节 企业文化的内涵

一、企业的概念

企业并不是从来就有的,而是社会经济发展到一定阶段的产物。企业作为社会经济运行过程细胞体的“点”,通过横向的市场联系结合成“面”,又通过国家的纵向管理,从而组成一个充满活力、生机的国民经济肌体。企业是什么?简单地说,企业就是利用社会资源从事生产和经营活动的经济组织。它具有二重性,一方面,作为社会生产力的基本单元,企业在社会经济活动中从事某种特定的物品或劳务的生产和经营活动;另一方面,企业又是社会生产关系的承担者,从生产关系的角度来看,企业的社会经济性质取决于企业的所有制基础。但是企业作为商品经济形式下的市场经济中的细胞组织和微观主体,不管其性质如何,都具有如下共同的特点:(1)它们都是从事生产和流通的经济组织;(2)它们都是商品生产者,在从事商品生产的经营活动中都要盈利;(3)它们都实行自主经

营、独立核算、自负盈亏,具有法人资格。

实行自主经营、独立核算、自负盈亏,是企业的一个根本标志。同时,我们还必须认识到,现代企业是以世界市场和世界贸易的存在为前提,与产业革命、科技革命和市场经济紧密相连。在计划经济体制下,国家行政机构是社会经济运行神经中枢,高度集中,自上而下地实施行政管理,企业只是被动地执行指令性计划,企业内部无动力,外部无压力,只能成为一种缺乏自身活动、听命于行政机关的纯生产性组织。在市场经济条件下,企业必然是自主经营、独立核算、自负盈亏的商品生产经营者,它按照市场经济的一般规律,通过市场有效地从事生产经营,从而真正地增强活力。

二、文化的概念

“文化”一词的涵义相当复杂,由于研究者各自所处的地位和观察的角度不同,对文化概念的表述则不尽相同,至今尚没有形成统一的文化一词的准确定义。

在中国古代,“文化”一词本指“人文化成”和“以文教化”之意。古籍《易·贲卦》的《彖传》中写道:“观乎人文,以化成天下”,这是中国对文化概念的原始提法,它既指文化典籍,又包括礼仪风俗。西汉刘向的《说苑·指武》中说:“圣人之治天下也,先文德而后武力。凡武之兴,为不服也,文化不改,然后加诛”。这里所说的文化是指文治教化的意思,是与武力征服相对而言的,即所谓“文治武功”。这种对文化概念的理解,一直保持到中国近代,它与现代社会学里所讲的文化涵义有着较大的区别。

西方“文化”一词主要来源于拉丁文 Culture,其主要意思是指耕作、培养、教育而发展的各种事物或方式,是与自然存在的事物相对而言的,如经过人类栽培的小麦便形成了一种

文化,而野生的禾苗则非为文化。

赋予“文化”一词真正的现代意义是十九世纪英国文化人类学家爱德华·泰勒(E·B·Tylor),他在1871年出版的《原始文化》一书中,第一次对文化的涵义进行了较为系统的表述:“所谓文化或文明乃是指知识、信仰、艺术、道德、法律、习俗以及包括作为社会成员的个人而获得的其他任何能力、习惯在内的一种综合体。”泰勒的文化定义虽然是描述性的,但却给文化一个整体性的概念,并给人们研究文化现象界定了一个基本的范围。

自泰勒以来的一百多年中,世界各国学者对文化作了多方面的深入研究,提出了许许多多关于文化的定义,尽管这些定义的侧重点不同,所揭示的内容也有差别,但是我们可以得出这样的基本结论:文化是人类与自然斗争中所创造的不同形态的特质所构成的复合体。从广义的范围而言,文化既包括物质部分,也包含精神部分;从狭义概念来说,文化主要是指精神层面的东西,如哲学、科学、艺术、道德、宗教,以及部分物化的精神,如礼仪、制度及行为方式等。

三、管理的概念

管理是管理主体采用一定的方式、方法作用于客体,使其存在并朝着一定的目标发展所进行的协调活动,是人类为了使社会生活有序化和提高效率的一种最基本的手段。

管理,就其本质而言,是一种文化。首先,管理知识是人类的一种文化积累。在人类的实践活动中,管理是一种特殊的实践形式,它通过对生产实践、科学实验、社会活动等各项实践活动的要素进行人或事的管辖或处理,并渗透于上述各种实践形式之中。因此,任何实践活动中都包含着管理活动。在数千年的人类社会的发展过程中,人们通过无数的社会实践,

积累起了对于管理的理性认识,经过科学的概括和提炼,形成了各种管理理论。这种文化积累是当今管理科学必不可少的理论基础。

其次,各种管理理论和管理方式又是人类的一种文化创造。管理是一种具有综合性特点的应用科学。从管理要素方面看,它包括管理主体、管理客体、管理目的和管理方式方法;从管理过程方面看,它包括计划、组织、指挥、协调、监督等;从管理内容方面看,它包括人的管理、物的管理、财的管理和综合管理。在管理活动中要综合运用自然科学、社会科学、技术科学和思维科学的有关理论和方法,从而使管理的理论和方式不断科学化和现代化。

管理既渊源于文化同时又创造着文化。每一种管理理论和方式的产生,都和当时当地的文化背景有着十分密切的关系,同时又为当时当地的社会文化增添新的内容。从管理的整体发展来看,管理理论和管理活动实质上是围绕对人和对物的管理而展开的。每一个人或每一种物都有其不同的文化背景,它们都有各种差异。因此,管理绝不是一种纯粹局限于经济领域内的科学,而是一种涉及多种学科领域的综合性科学,管理就是一种文化。

四、企业文化的概念

企业文化是将文化概念应用于企业,以解决现代企业管理中的问题。企业文化属于企业管理学的范围。企业文化解决企业管理的问题,主要通过企业文化“内化”于企业人,又“外化”于企业行为和企业形象的功能来实现的。自企业文化研究的热潮在世界兴起以来,人们从不同的角度给企业文化下过许多定义,可谓仁者见仁、智者见智。

(一)国外学者对企业文化概念的论述

美国的威廉·大内在《Z理论》一书中认为：“一个公司的文化由其传统和风气所构成。这种公司文化包括一整套象征、仪式和神话。此外，文化还包含一个公司的价值观，如进取性、守势、灵活性——即确定活动、意见和行动模式的价值观念”。

美国的托马斯·彼得斯和小罗伯特·沃特曼在《寻求优势》一书中认为：“所谓公司文化包含为数不多的几个基本原则，这些原则是算数的，必须严肃对待，它们代表了公司存在的意义。”

美国的泰伦斯·狄尔和爱伦·肯尼迪在《企业文化》一书中认为：“企业文化由价值观、神话、英雄和象征凝聚而成，这些价值观、神话、英雄和象征对公司的员工具有重大的意义。”

以上这些管理学者的论述中强调企业文化是一个包含了价值观、理想、信念、目标、行为准则、传统、风俗等内容的复合体。它是一种以无形的力量蕴藏于职工自身之内，又作为一种精神氛围笼罩着整个企业，体现在生产经营之中。在这种力量的感召下，能激发企业人作出不同凡响的贡献。

(二)国内学者对企业文化概念的看法

1.“精神现象”说

该说主张企业文化是企业生存与活动过程中的一种精神现象，即企业以价值观为核心的思维方式和行为方式。例如，《企业管理新谋略》一书的作者许宏认为：“企业文化是经济意义和文化意义的混合，即指在企业界形成的价值观念、行为准则在人群中和社会上发生了文化的影响。这里的‘文化’不是指知识修养，而是指人们对知识的态度；不是利润，而是对利润的心理；不是人际关系，而是人际关系所体现的处世为人的

哲学……不是企业管理活动,而是造成那种管理方式的原因。总之,企业文化是一种渗透在企业一切活动之中的东西,是企业的灵魂所在。”

2.“复合体”说

该说主张企业文化是企业物质文化和精神文化的复合体,是硬件和软件的结合。认为企业文化可分为“外显文化”和“内隐文化”两大部分,所谓外显文化是指企业的文化设施、文化教育、技术培训、文体活动以及厂房设施、原材料、产品等;而内隐文化即指企业内部员工长期以来形成的价值标准、道德规范、工作态度、行为准则、企业精神和生活观念等。换言之,外显文化则是指企业的有形文化或物质文化,内隐文化则是指企业的无形文化或精神文化。

3.“广义与狭义”说

该说主张企业文化有广义与狭义之分。例如,《企业文化——社会·价值·英雄·仪式》一书的作者苏勇认为:“企业文化从狭义来说,指的是企业在实践中形成的基本精神和凝聚力,以及全体职工共同具有的价值观念和行为准则。从广义来说,企业文化还应包括企业中具体人员的文化,即企业领导人的文化结构、文化素质和职工的文化心态和文化行为,也包括一些企业中有关文化建设的措施、组织、制度等。”

以上诸说,各执一词,虽归纳出来的定义不尽相同,但仅是研究的角度不同、表述的方法不一,观点却未见大异,它们都已涉及了企业文化的内涵。

(三)企业文化的定义

探讨企业文化的定义,必须把企业文化放在企业管理思想的发展过程中,历史地、发展地从宏观上和总体上把握其精神实质。企业文化是伴随着现代工业文明的发展,作为特殊

的社会组织——企业在生产经营过程中逐步形成的,以一定的民族文化传统氛围为基础、以人为中心、以文化引导为根本手段、以激发人的内在主动性与自觉性为目的,具有具体企业特色的文化观念与管理思想。因此,企业文化具有双重含义,一方面,企业文化是一种文化现象,另一方面,企业文化又是一种管理思想。前者体现一种以人为本的企业哲学,后者则体现一种管理中的制度文化。两者只有结合起来理解才会使认识更全面、更深入。而要真正把握企业文化的这双重含义,必须正确理解以下几个方面:

一是企业文化是现代管理理论的新发展。它既克服了所谓“经济人”的假设弊端,也避免了“社会人”的假设片面性,把企业当作一个人格化的活的机体,把管理当作“一种文化和一种价值观及信念的系统”,从而完全顺应了新技术革命以来企业管理人文化的趋势。它使人们注意到经济行为与文化现象之间存在着必然联系。

二是企业文化是一种管理哲学。企业文化是一种新型的管理理论,但它又不同于一般的管理科学,而是管理理论的最高层次——管理哲学。它回答的不是企业管理中某个具体问题如何解决,而是企业是什么,企业应该有什么样的基本信念、价值观、道德规范等重大问题。

三是企业文化是一种亚文化即一种特殊的组织文化。一定的企业文化是在一定的民族文化氛围中形成,但它又不同于民族文化,而是属于一种亚文化,即既带有本民族特点又带有本企业特点的组织文化。任何企业都有自己特殊的传统和环境,都会形成自己特有的价值观念、思维方式和行为方式,形成具有自己的组织文化。

四是企业文化是一种“合金文化”。任何企业都不是一个

封闭的组织,而是一个开放的系统。它的组织文化的形成,不仅要受到本国传统文化的影响,而且要受到国外的民族文化的影响。因此,任何先进的企业文化,都是博采东西南北之所长,吸取古今中外之精华的“合金文化”。

综上所述,企业文化的定义可以作如下表述:企业文化是企业长期的生产经营管理实践活动中,通过企业领导者主动倡导和精心培育并为全体员工所认同和遵守,具有本企业特色的价值观念、道德规范、企业精神、行为准则、传统习俗、员工文化素质,以及蕴含于企业形象、企业制度、企业产品之中的某些物化精神的总和。

第二节 企业文化产生的背景

一、企业文化产生的理论背景

从人类文化发展的角度看,企业文化的产生是在前人各种文化理论和管理学说的基础上,通过对企业生产经营过程的深入研究和对企业管理过程的反复实践,不断加以总结、改进和创新而成的。因此,企业文化与现代几个管理阶段有着理论渊源关系。

(一)古典管理理论

古典管理理论,也称科学管理理论,是指西方 19 世纪末到 20 世纪 20 年代之间形成的较为系统的管理理论。古典管理理论的诞生是由于西方各国资本主义生产的发展,要求改变落后的管理方式。美国工程师弗雷德里克·温斯洛·泰罗创建的“科学管理理论”,法国学者亨利·法约尔创建的“一般管理理论”,德国学者马克斯·韦伯创建的“行政组织理论”,都是用科学的方法和手段对管理的过程、职能和方法进行了探讨

和试验,确定了一些以科学为依据的理论、原则和方法。这些管理理论的重点是寻求解决管理的职能与效率问题。

泰罗的科学管理理论标志着理性企业管理模式的开端,其主要内容是:(1)制定科学的工作方法;(2)制定科学培训工人的方法;(3)实行刺激性的报酬制度;(4)进行组织改革,把计划职能与执行职能分开,并实行职能工长制。法约尔提出了“管理活动五要素”即计划、组织、指挥、协调和控制,“经营的六种活动”即技术、商业、财务、安全、会计、管理活动,以及“管理的十四条原则”即①劳动分工;②权力和责任;③纪律;④统一指挥;⑤统一领导;⑥个别利益服从整体利益;⑦人员的报酬;⑧集中;⑨等级制度;⑩秩序;⑪公平;⑫人员的稳定;⑬首创精神;⑭人员的团结。韦伯的“行政组织理论”将行政组织体系的结构分为三级,即高层管理、中层管理和基层管理。所有这些,都对管理理论的形成和发展起了重大的作用。

古典管理理论强调管理的重要性和普遍性。他们认为有组织的活动就需要管理,企业、政府等都需要管理。管理的普遍性就在于管理的重要性、实用性和科学性,这对管理实践有很大的指导意义。古典管理理论认为管理的原则和职能存在于社会之中,通过科学方法提出了一些管理原则和职能,并且极力主张这些原则和职能是管理工作的基础。它使管理方法摆脱了传统经验方法,成为一种科学的方法,这是管理思想史上一个重大转变,从而奠定了管理科学发展的基础。

但是,古典管理理论从一开始就对个人行为的差别以及工作团体对个人的影响重视不够,重物不重人,在一定程度上将活生生的人当作会说话的劳动机器来对待,忽略了人的主观能动性和人在精神、文化、自尊、自我实现等方面的社会性,这是古典管理理论的先天缺陷。