

文化与管理

Culture and Management

白靖宇 著



科学出版社

www.sciencep.com

文化与管理

白靖宇 著

科学出版社

北 京

内 容 简 介

本书是一部研究文化管理理论的学术专著,探讨并论述了经济全球化背景下企业文化环境适应性创新及其对公司绩效影响的问题。本书主要内容包
括四个方面:一是论述了经济全球化背景下企业文化环境适应性的机理;二是建立了企业文化环境适应性的研究模型;三是验证了企业文化环境适应性与企业绩效正相关的命题;四是研究了经济全球化背景下企业文化环境适应性创新的问题。

本书适合高校教师、研究生和公司高级管理人员参阅,对相关领域学术研究和企业管理都有启示和借鉴意义。

图书在版编目(CIP)数据

文化与管理/白靖宇著. —北京: 科学出版社, 2010
ISBN 978-7-03-028938-4

I. ①文… II. ①白… III. ①企业文化—研究②企业管理—研究
IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 175508 号

责任编辑: 陈 磊 / 责任校对: 王万红

责任印制: 吕春珉 / 封面设计: 东方人华平面设计部

科学出版社 出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

新 蕾 印 刷 厂 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2010 年 10 月第 一 版 开本: 850×1168 1/32

2010 年 10 月第一次印刷 印张: 7

印数: 1—1 000 字数: 180 000

定价: 25.00 元

(如有印装质量问题, 我社负责调换<新蕾>)

销售部电话 010-62134988 编辑部电话 010-62138978-8110 (BF07)

版权所有, 侵权必究

举报电话: 010-64030229; 010-64034315; 13501151303

前 言

经济全球化是当代一大国际性潮流，这一潮流引起了世界经济格局的重大变化。经济全球化在增强人们开放、竞争意识的同时，也使我国企业的经营管理环境发生了巨大的变化，特别是多元文化的碰撞、冲击，引起了我国企业文化环境的变化，而这一变化要求我国的企业文化要做好环境适应性的创新工作。因此，以经济全球化为背景，探讨我国企业文化的环境适应性，研究我国企业文化为适应经济全球化的背景而进行创新，对提高我国企业的管理绩效与管理水平，创建具有中国特色的企业文化，有着十分重要的理论价值和实践意义。

企业文化管理是近年来国内外管理学和文化学高度关注的一个前沿性研究领域，也是管理学和文化学研究在理论和实践上进行创新的一个重大问题。本书以经济全球化为背景，以我国企业文化的环境适应性为研究对象，运用数理模型的方法、实证研究的方法、经济控制论的方法与比较分析方法，系统地研究了经济全球化背景下我国企业文化的环境适应性及其对公司绩效影响的问题。

本书研究的主要问题和创新之处如下：

第一，研究了经济全球化背景下企业文化环境适应性的机理，论证了企业环境与企业文化、企业管理的关系。本研究在中外企业文化比较的基础上，探究了经济全球化背景下我国企业价值观念的变化、管理模式的差别、组织结构设计的文化冲击、决策思维中的文化融合等问题，指出企业文化与企业环境正态谐动，以及企业环境透过对企业文化的影响最终会产生不同的企业经营绩效，因而，企业文化必须为适应企业环境的变化而进行

创新。

第二,建立了企业文化环境适应性的动态调节模型和静态评价模型。本研究在对企业文化环境适应性关系进行剖析的基础上,从企业管理的价值观念、管理模式、组织结构和决策等方面研究了经济全球化背景下企业文化环境变化对我国企业管理的影响;运用控制论与系统工程的基本思想,建立了企业文化环境适应性的动态调节模型和静态评价模型,在定量研究企业文化环境适应性方面进行了有益的尝试。

第三,验证了企业文化环境适应性与企业绩效正相关的命题。本研究依据企业文化环境适应性静态评价模型,对 77 家样本企业的企业文化环境适应性程度进行了测算、分类,运用分类回归的方法,对不同程度的企业文化环境适应性与企业绩效之间的关系进行了实证研究,验证了企业文化环境适应性与企业绩效正相关的命题。最后,通过两个典型企业的案例研究对企业文化环境适应性数理模型进行验证。

第四,探讨了经济全球化背景下企业文化环境适应性创新的问题。本研究阐述了实现我国企业文化环境适应性创新的途径、原理、思路与对策,指出我国企业文化的创新要与企业管理、企业制度创新及企业发展有机结合在一起,通过营造知识创新环境,树立企业创新精神、实施以人为本的管理理念、营造学习型组织、创造企业家成长的机制和进行企业文化的整合,在多元文化的融合与创新中创建具有中国特色的企业文化,以适应经济全球化带来的企业文化环境的重大变化,开创一条建设有中国特色企业文化的新途径。

最后需要说明,笔者主要在语言文化领域从事中西方文化研究,文化与管理属于其中一个交叉边缘学科的研究。为了开阔学术视野并为学术研究注入新的生命力,笔者在西安交通大学管理学院研读了管理学的理论,本书是笔者经过多年努力在文化管理

研究领域所取得的重要学术成果。然而，文化与管理是一个十分复杂的问题，由于学科差异及笔者水平有限，对一些问题的研究仍不够透彻，书中难免有不妥之处，敬请读者批评指正！

白靖宇

2010年初夏

于西安

目 录

第 1 章 导论	1
1.1 经济全球化与企业文化管理	1
1.1.1 经济全球化给我国传统企业文化带来挑战	1
1.1.2 经济全球化给我国传统企业文化管理带来挑战	2
1.1.3 经济全球化要求企业文化要与企业环境相协调	3
1.2 国内外企业文化理论研究	4
1.2.1 国外企业文化理论研究	4
1.2.2 国内企业文化理论研究	10
1.3 企业文化环境适应性研究	15
1.3.1 企业文化环境适应性研究的思路	15
1.3.2 企业文化环境适应性研究的创新	17
第 2 章 企业文化环境适应性的机理研究	19
2.1 企业文化内涵及组成要素分析	19
2.1.1 企业文化的精神层	21
2.1.2 企业文化的制度层	23
2.1.3 企业文化的行为层	25
2.1.4 企业文化的物质层	27
2.2 企业环境概念及组成要素分析	28
2.2.1 企业外部环境	29
2.2.2 企业内部环境	32
2.3 企业环境与企业文化、企业管理的关系	33
2.3.1 企业环境与企业文化的关系	33
2.3.2 企业环境与企业管理的关系	38
2.3.3 企业环境、企业文化、企业管理间的关系	38

2.4	中外企业文化的比较与冲突	39
2.4.1	中外企业文化的比较	39
2.4.2	中外企业文化的冲突	46
2.5	企业文化环境变化的分析	53
2.5.1	价值观念的变化	53
2.5.2	管理模式的变化	56
2.5.3	组织结构设计的文化冲击	58
2.5.4	决策思维中的文化融合	59
第3章	企业文化环境适应性模型的建立及运用	62
3.1	企业文化环境适应性概念、组成要素及对企业管理的影响	62
3.1.1	企业文化环境适应性的概念	62
3.1.2	企业文化环境适应性的组成要素	63
3.1.3	企业文化环境适应性对企业管理的影响	74
3.2	企业文化环境适应性的动态调节模型	89
3.2.1	企业文化环境适应性动态调节的描述	89
3.2.2	企业文化适应环境变化的动态调节模型	91
3.3	企业文化环境适应性的静态评价模型	95
3.3.1	基本环境因子的确定	95
3.3.2	静态评价模型的建立过程	99
3.3.3	静态评价模型的内容	100
3.4	企业文化环境适应性模型的运用	103
3.4.1	企业文化环境适应性模型的总体应用	103
3.4.2	企业文化环境适应性静态评价模型的运用	105
3.4.3	企业文化环境适应性动态调节模型的运用	106
第4章	企业文化环境适应性与公司绩效的实证研究	107
4.1	企业文化环境适应性与公司绩效的关系	107

4.2	资料收集和处理	110
4.2.1	样本的选择	110
4.2.2	衡量企业文化环境适应性的指标	111
4.2.3	公司绩效数据来源	114
4.2.4	统计方法	114
4.3	自变量与因变量选取	114
4.3.1	自变量选取	114
4.3.2	因变量选取	115
4.4	样本简单分析	116
4.4.1	样本与总体的基本检验	116
4.4.2	描述性统计结果及分析	117
4.4.3	问卷信度与效度分析	120
4.5	回归模型及假设验证结果	121
4.5.1	回归模型	121
4.5.2	假设验证结果	122
4.6	案例分析	132
4.6.1	中外合资西安杨森制药有限公司企业文化环境适应性 的实证分析	132
4.6.2	秦岭水泥(集团)股份有限公司企业文化环境适应性 的实证分析	140
第5章	企业文化环境适应性创新与创建具有中国特色 的企业文化	150
5.1	企业文化环境适应性创新的原理及思路	150
5.1.1	企业文化环境适应性创新的原理	151
5.1.2	企业文化环境适应性创新的思路	152
5.2	企业文化环境适应性对企业管理的影响	154
5.2.1	企业文化环境适应性对企业价值观念的影响	155
5.2.2	企业文化环境适应性对企业管理模式的影响	161
5.2.3	企业文化环境适应性对企业组织结构的影响	167

5.2.4	企业文化环境适应性对企业管理决策的影响	174
5.3	企业文化环境适应性创新的内容	178
5.3.1	企业精神文化层面的创新	179
5.3.2	企业制度文化层面的创新	181
5.3.3	企业行为文化层面的创新	190
5.3.4	企业物质文化层面的创新	194
5.4	创建具有中国特色的企业文化	196
5.4.1	实施以人为本的企业管理	197
5.4.2	营造学习型组织文化氛围	198
5.4.3	创造适应企业家成长的体制与社会环境	200
5.4.4	进行企业文化的整合	201
参考文献		205
附录 企业文化环境适应性调查问卷		212

第 1 章 导 论

1.1 经济全球化与企业文化管理

20 世纪 90 年代以来,经济全球化、信息化、市场化与民主化成为当代四大国际性潮流,经济全球化这一潮流将人类社会带入快速变化的 21 世纪的同时,也给世界各国带来了前所未有的机遇与挑战。经过长期不懈的努力,2001 年我国终于加入世界贸易组织(World Trade Organization, WTO),这是我国应对全球化的策略,也是我国经济全球化背景日益加深的表现。在此背景下,我国企业的国际化经营活动日益增加,伴随中外企业文化在交流中矛盾冲突的不断凸现,我国企业的经营管理环境与文化环境发生了巨大变化。因此,站在经济全球化背景下研究我国企业环境的变化,探讨企业为适应环境变化而进行企业文化的创新具有十分重要的意义。

1.1.1 经济全球化给我国传统企业文化带来挑战

经济全球化是当今世界不可逆转的时代潮流,世界各国都不同程度地受其影响。对于我国企业而言,既有积极的作用,亦有消极的影响。经济全球化增强了人们的开放意识和竞争意识;经济全球化的进程,使各国在经济上的相互依赖不同程度地超越了国界的限制和社会制度、意识形态的分歧,过去那种自给自足和闭关自守的状态,被各民族的互相往来和各地的相互依赖所取代。随着经济上互相依赖与合作的加深,各国企业员工的思想也发生着深刻的变化,克服闭关自守、妄自尊大、坐井观天的落后

意识, 开阔员工的眼界, 是经济全球化对企业提出的最大挑战。当今, 知识经济与经济全球化以迅猛之势给人们的工作、生活、学习、思维方式带来一场极大的革命。经济全球化进程中, 知识已成为衡量一个国家生产力的重要因素。知识经济的核心是科技, 关键是人才, 基础是教育。在这种形势下, 企业要发展, 既要有现代意识, 又要有和谐的社会环境, 还要有非常优秀的企业文化。企业如何迎接经济全球化的机遇和挑战, 如何在参与国际分工的同时保证民族经济的发展, 都是必须面对和思考的理论问题; 我国传统企业文化如何在经济全球化背景下去应对西方文化的冲击与渗透, 如何提高自身企业文化的创新能力, 都是不可避免的现实课题。

1.1.2 经济全球化给我国传统企业文化管理带来挑战

从经济领域的角度来看, 国界正在失去其原本的意义, 世界经济一体化是国际大趋势。因此, 经济全球化使得现在和未来的经济环境与过去不再相同, 企业的跨国经营成为主要的国际商务活动。这样, 不同文化的冲突与协调对经济全球化背景下的企业文化管理便产生了巨大作用和影响。世界大牌跨国公司进入我国后, 都把“跨文化管理”(span-culture management)作为全球化企业文化与人本资源效率提升的重要战略。一般来讲, 企业文化具有很深的本国本民族文化的烙印。在跨国经营中, 需要通过“跨文化管理”, 吸纳世界文化精华, 消除文化差异, 提高企业国际经营能力。文化是知识、信仰、道德、法律、风俗及任何人作为社会成员而获得的所有能力的习惯的复合的总体。各国各民族的文化客观上存在差别, 不同国家、民族的风俗习惯、道德传统、生活环境、物质与精神追求等都不一样。企业“跨文化管理”, 就是要使企业文化与当地文化融合, 克服企业在国际经营中遇到的文化排他性, 实现消费认同与市场开拓。我国的企业应重视“跨文化管理”, 加强对跨国文化的了解, 随时掌握当地经济、法律、

社会等方面的信息;要在以人为本的跨国企业文化建设上不断创新,努力创造出多种民族优秀文化集成的企业文化与企业精神,适应企业跨国经营对我国企业文化管理的新要求。

1.1.3 经济全球化要求企业文化要与企业环境相协调

企业文化学奠基人、美国著名管理学家劳伦斯·M.米勒(Lawrence M. Miller)指出:每一家公司都必须分析其企业精神,这不仅是为了加强其本身的竞争地位,虽然这已经是充分的理由,而且还因为我们国家未来的财富将要由公司的文化决定。这说明,一切成功的企业都有其创造性的精神。企业的硬件(如科技、装备、产品、原材料等)可以被赶超、被模仿、被偷盗,而企业的文化作为软件,它具有独特的价值观、行为准则、精神追求,别人虽然可以学习但难以搬走,因此,在激烈的市场竞争条件下,企业迫切要求这样的软件建设。所以,在有中国特色企业文化的建设中,一定要按照经济全球化的客观要求,消除无所作为的思想和畏难情绪,不断超越自我、追求卓越,真正树立一流的企业精神,制定文化与经济协调发展的企业目标。企业目标,即企业在特定的期限内所预期达到的文化和经济的最佳效益。企业目标是多元体系,经济目标和文化目标是企业目标体系中两个最基本的内容。任何企业经济目标的实现,都必须具有精神和文化的保证。没有一支有理想、有道德、有文化、有纪律的职工队伍,没有一批高水准的专业人才,没有一种催人向上的氛围和良好的人际关系,就不可能取得企业最佳经济效益。经济与文化是共生互动关系——经济需要文化,文化渗透经济。经济的增长和企业的发展,取决于经济中的文化含量大小和文化作用强弱,健全的市场经济需要有健康的企业文化相匹配。因此,要推动经济与文化同步发展,就需要建立经济与文化相互促进、相得益彰的发展机制,使企业文化与企业环境相协调。

综上所述,以经济全球化为背景,探讨我国企业文化的环境

适应性,研究我国企业文化为适应经济全球化背景而进行创新,对提高我国企业的管理绩效与管理水平,不仅具有重要的理论意义,而且具有重要的实践价值。

1.2 国内外企业文化理论研究

1.2.1 国外企业文化理论研究

现代管理科学的发展,历经了古典管理理论、行为科学管理理论、管理丛林理论三个阶段后,于20世纪80年代初进入了第四阶段——企业文化阶段。企业文化的兴起标志着一场新的管理革命,也是现代管理科学发展的必然趋势。从理论上讲,企业文化是管理理论中行为科学的延伸。被誉为“科学管理之父”的弗雷德里克·温斯洛·泰勒(Frederick Winslow Taylor)倡导的科学管理运动,是世界工业管理史上的第一次意识革命;美国行为科学家乔治·埃尔顿·梅奥(George Elton Mayo)创立的人际关系学说(Human Relations Theory)及随后发展起来的行为科学(Behavioral Science),则开创了世界工业管理史上的第二次意识革命;企业文化的兴起和企业文化理论的创立,是世界工业管理史上的第三次意识革命。企业文化强调人是企业最宝贵的资源,强调注重人性因素,强调精神文化的杠杆作用。显然,把人当“牛马”的时代已经一去不复返,把人当“机器”的时代也该告终了。人并不是纯理性的动物,传统的理性管理,往往令管理者事与愿违,有时不免搞得焦头烂额。因此,企业文化的学者们,只得越过了理性管理的藩篱,汲取行为科学的积极成果,建构一套新的管理理论——企业文化理论。

企业文化是一种观念形态的价值观,是企业长期形成的稳定的文化观念和歷史传统以及特有的经营精神和风格,包括一个企业独特的指导思想、发展战略、经营哲学、价值观念、道德规范、风俗习惯等。企业文化的最初实践者是日本企业家,但作为一种

先进而完善的理论体系又是美国人总结和建立的。企业文化的兴起，并不是偶然的，而是有其复杂的经济背景：日本作为第二次世界大战的战败国，战后经济面临着全面崩溃，工业产值只有战前的30%，农村严重缺粮，科技落后美国二三十年。但出人意料的是，日本从20世纪50年代初起，学习美国包括行为科学在内的现代管理理论与方法，同时引进西方先进的科学技术，仅用了短短15年的时间（1955~1970年），国民生产总值竟增长了3.4倍，跃居世界第三位；到1970年，基本消除了与美国在传统产业方面的技术差距，并在钢铁、汽车、家用电器等生产技术上处于世界领先地位；到1973年，钢产量达1.2亿吨，钢铁出口在20世纪80年代跃居世界第一位。日本工业劳动生产率的增长速度，在主要资本主义国家中也是最快的：1961~1969年，日本平均提高10%，而美国只有8.1%、英国2.8%、联邦德国4.9%、法国5.3%。贴着日本商标的商品，以其质量与价格的优势，源源不断地挤占着世界市场，大有取代美国与西欧产品之势。面对日本快速发展的经济奇迹，如何解决困扰美国企业界的各项难题，成为当时许多美国学者研究的重要课题。这些学者的研究汇合成了一股美日比较管理学的研究热潮：1981~1984年间，接连出现了五本企业文化理论方面的专著——《日本企业管理艺术》、《Z理论——美国企业如何迎接日本的挑战》、《企业文化——现代企业的精神支柱》、《追求卓越——美国最佳管理企业的经验》和《美国企业精神》，它们奠定了企业文化学科体系的理论基础和企业文化的学科体系，为美国的企业管理革命提供了依据。大体上讲，以美国为代表的企业文化研究可以分为四个阶段：第一阶段是以《日本企业管理艺术》为代表的企业文化差别研究。在这一阶段，美国的经济学家、管理学家与企业界人士在总结日本企业文化经验的基础上，进行美日企业文化的比较，开展向日本企业文化的学习，这是西方企业文化研究的最初阶段。第二阶段是以《Z理论——美国企业如何迎接日本的挑战》为代表的企业文化类型研

究。在这一阶段,管理学家与企业界人士充分认识到了企业文化在企业管理中的作用,开始进行企业文化的分类比较研究,这是企业文化研究的深入阶段。第三阶段是以《日本企业管理艺术》一书中提出的“7S”理论为代表的企业文化结构功能分析研究。从企业文化的功能结构分析入手,探讨企业文化在企业管理及企业生产中的重要性及功能。第四阶段是以《追求卓越——美国最佳管理企业的经验》为代表的企业全面的综合文化研究。企业文化创始人、美国哈佛大学教授特伦斯·E. 迪尔(Terrence E. Deal)和麦肯锡咨询公司专家阿伦·A. 肯尼迪(Allan A. Kennedy)在《企业文化——现代企业的精神支柱》一书中进一步将企业文化理论化,研究了企业文化的构成要素,可以归纳为五点:①企业的环境是塑造企业文化的最主要因素。②企业的价值观是形成企业文化核心。③企业中的英雄。它是英雄人物价值观的“人格化”,为广大员工提供了效法的具体典范。④企业的典礼及仪式。它是一种企业活动,亦即由有系统、有计划的日常例行事务构成的动态文化,它能使企业的价值观得以健全和发展。⑤文化网络。它沟通公司基层组织,是传递价值和英雄意识的渠道。

20世纪90年代以来,西方企业文化进入新的阶段。特别是近几年来,伴随着知识经济的兴起和全球化浪潮的冲击,“跨国经营和管理创新”成为现代企业经营管理的主要方向。在这种背景下,西方企业文化主要研究了以下几个问题。

1. 对企业文化变迁模式的研究

文化变迁是企业文化研究的一项重要内容,而且关于企业文化变迁的研究又往往与企业组织变革研究紧密结合在一起,所以,对于管理创新过程的研究来说,文化变迁及其与组织变革的关系研究就显得意义重大。总结目前关于企业文化变迁的研究,发现主要存在三种模式:

(1) 整和范式的文化变迁模式。根据文化研究的整合范式,文化是一种整和机制,通过这种带有社会规范性质的黏合剂将组

织成员以及由他们组成的不同的团体结合起来,在这里“共享”是关键词,正是共享的价值观及其适当的行为形成了组织成员共同的语言。

(2) 差异范式的文化变迁模式。与整合范式强调整和及其一致性不同,差异范式以突出组织内部的不同和差异为特色,它将注意力集中在不一致、缺乏共识和非核心化等方面,强调了组织中不同的子部门,包括团体和个人的重要性,正是这些基层团体和个人形成了组织内外关系的基础。总的来说,差异范式采取了开放系统的观点,将文化的形成看成是受到组织内外多种因素的影响的结果。

(3) 模糊范式的文化变迁模式。文化研究的模糊范式的核心概念是突出了文化的模糊性,而这里的模糊性是基于组织中的个人的。整合范式着眼于组织整体,它将文化视为明确的、一致性的,而差异范式着眼于组织的子部门,它将文化视为差异的、不一致的;但它们却有一个共同点,即都将文化看作是清晰的、可辨别的,从而忽略了文化本身所固有的模糊性。从模糊范式出发,文化变迁与个人的行为方式、价值观念的变化紧密联系在一起,成为一种连续的变化。

2. 关于企业文化的核心是价值观的研究

西方学者所说的企业文化是指在一个组织(或企业、公司)内形成的独特的文化观念、价值观、历史传统、习惯、作风、价值准则、道德规范和经营理念,并依赖于这些文化将组织内各种力量统一于共同的指导思想和经营哲学之下,他们认为,这种企业文化构成了企业生存的基础、发展的动力、行为的准则和成功的核心。他们对西方一些企业进行了比较研究之后,得出的结论是:企业成功的秘诀不在于严格的规章制度或利润指标,更不是依赖计算机、数学模型或其他任何一种管理工具,也并不完全依靠科学技术。成功或失败的企业之间真正的区别在于:多大程度