

组织文化与员工行为

本土构建与实证分析

徐尚昆◎著

ZUZH WENHUA
YU YUANGONG XINGWEI

中国社会科学出版社

组织文化与员工行为

本土构建与实证分析

徐尚昆◎著

图书在版编目 (CIP) 数据

组织文化与员工行为 / 徐尚昆著. —北京: 中国社会科学出版社, 2011. 3

ISBN 978 - 7 - 5004 - 9632 - 8

I. ①组… II. ①徐… III. ①企业管理 - 组织行为学
IV. ①F272. 9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 044605 号

策划编辑 冯春风
责任编辑 李易蓉
责任校对 韩天炜
封面设计 回归线视觉传达
技术编辑 王炳图

出版发行 **中国社会科学出版社**

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号 邮 编 100720

电 话 010—84029450 (邮购)

网 址 [http: // www. csspw. cn](http://www.csspw.cn)

经 销 新华书店

印 刷 北京君升印刷有限公司 装 订 广增装订厂

版 次 2011 年 3 月第 1 版 印 次 2011 年 3 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16

印 张 14. 25 插 页 2

字 数 235 千字

定 价 30. 00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社发行部联系调换
版权所有 侵权必究

前 言

20 世纪 80 年代以来，管理理论发展的一个显著特点就是对组织中人的因素有了更为深刻的认识，将人在组织和管理中的作用提到了前所未有的重要地位。组织文化理论的兴起，很大程度上正是基于对 60 年代以来居统治地位的“理性主义”对人的漠视的挑战和修正，Peters & Waterman (1982) 指出“美国企业界的问题正在于热衷数字分析和管理工具，而掩盖了自己对人和管理艺术的无知”。自从英国管理学家 Andrew W. Pettigrew (1979) 发表《组织文化研究》一文以来，组织文化受到了理论界和实务界的广泛关注，并迅速成为组织理论的主流研究范式之一。

许多研究表明，那些业绩卓越、备受尊敬且在行业内获得持续领先地位的企业，具有的最明显的特征、最重要的竞争优势、最值得凸显的要素就是它们的组织文化。正如 Cameron 和 Quinn (2005) 指出：“在现实中那些取得领导地位的企业往往都具备一套鲜明且易于辨识的组织文化……可以发现，那些你说得上来名字的行业领先者，无疑都是由于它们的管理者和员工创造了属于它们自己的独特文化。”

组织文化对企业的经营绩效有积极影响已经在理论界达成了共识，研究同时指出了组织文化的内在作用机制：组织文化通过塑造员工的价值和信仰影响他们的工作态度和行为，并进而影响组织的经营绩效。但我们通过文献回顾发现，现有的理论研究主要集中在组织文化与企业绩效之间的表层分析上，而对于“组织文化如何影响经营绩效”的内部影响机制较少提供有力的解释和实证检验。组织文化对经营绩效的影响，可能并不存在直接的作用关系，而是透过一些非财务指标的间接作用达成。“员工行为”作为连接组织文化与经营绩效这两个变量的关键因素在以往的研究中没有得到应有的重视，现有组织文化理论的研究通常将“员工行为”假设为一个“黑箱”——类似于新古典经济学中有关企业的假设：“投入”组织文化，“产出”经营绩效——忽视了“组织文化—员工行为—经

营绩效”这一内在机制的深层探讨。

针对这样的研究现状，本书拟从微观员工个体行为入手，希望能深入地揭示组织文化与财务绩效之间内在的微观影响机制，为“组织文化如何影响经营绩效”的内部影响关系提供有力的解释和实证检验。这是本研究的基本出发点。

为了探讨组织文化对员工行为的影响关系，我们需要对组织文化和员工行为这两个关键变量进行清晰的界定。第一，组织文化研究在我国已有近三十年的历史，但我们通过文献分析发现，理论界还较少有学者从我国本土情景出发探索和发展组织文化的概念范畴和测量量表，与本土化研究的原则还有一定的差距，对于我国组织文化理论的完善和发展造成了不利的影响。因此，探究组织文化的概念范畴，并构建一套适合本土情景的组织文化测量量表，对于我国组织文化理论的进一步发展具有现实的意义，本书将在这方面做出尝试。第二，员工行为一直是人力资源领域研究的核心内容，但由于员工行为概念的复杂性与多研究视角，有关员工行为的构成要素在理论界一直没有达成统一的认识。西方主流的研究范式认为员工行为主要包括组织公民行为、员工离职、工作满意、组织承诺等指标。但我们不知道这些指标是否能切实反映我国企业所面临的实际情况。我们认为，相对于一般员工，管理者是最重要的资源，在中国企业更是如此，因此不应该像西方范式一样从一般员工角度而应该从最接近组织目标的企业家角度来考察组织文化；不能从员工自发角度而应该从企业家期望的角度来考察员工行为。因此，本研究拟从企业家的角度出发，探索他们所期待的员工行为的内涵和维度，并在此基础上开发出具有良好效度和信度的员工行为测量量表。

根据上述研究设想，本书的研究路线可以简要概括为：第一步，通过对 175 位企业高层管理者的开放式调研，归纳出组织文化的概念范畴和员工行为类型，同时运用两次焦点小组讨论以及典型文本分析的方法，对上述结果进行了检验。第二步，以归纳性分析得出的概念维度为基础，通过规范的量表开发过程，分别发展出具有良好效度和信度的组织文化与员工行为测量量表。第三步，构建本书的理论模型并提出了相应的研究假设。其中，理论模型由两部分组成，一个是员工知觉的组织文化与员工行为关系模型，另一个是个人—组织文化契合度与员工行为关系模型。第四步，通过大样本问卷调研收集了 122 家企业 1033 位员工的相关数据，采用简

单相关分析、逐步多元回归分析、典型相关分析等方法对数据进行分析 and 处理，检验本书的理论模型和研究假设。最后，对研究结果进行讨论，并根据研究结论对组织文化的实践提出了若干建议。

目 录

前 言	(1)
第一章 绪论	(1)
一 概述	(1)
(一) 研究背景	(2)
(二) 研究目的	(11)
(三) 研究意义	(12)
二 主要问题及内容	(16)
(一) 主要问题	(16)
(二) 关键概念的界定	(17)
(三) 主要内容	(20)
三 研究方法与文章框架	(21)
(一) 研究方法选择及概要	(21)
(二) 整体框架	(23)
第二章 文献综述	(25)
一 组织文化	(25)
(一) 概述	(25)
(二) 文化的本质及演变	(26)
(三) 组织文化的定义及其操作化	(29)
(四) 组织文化的分类与测量	(34)
(五) 组织文化与组织有效性	(42)
(六) 小结	(50)
二 员工行为	(51)
(一) 员工行为研究的主流路径	(51)
(二) 组织承诺	(51)
(三) 组织公民行为	(57)

(四) 工作满意度与离职倾向	(61)
(五) 小结	(63)
三 文献归纳总结与启示	(64)
(一) 文献归纳总结	(64)
(二) 启示	(65)
第三章 组织文化概念范畴的归纳性分析及量表开发	(67)
一 问题的提出与方法选择	(67)
(一) 问题的提出	(67)
(二) 研究方法选择	(69)
二 研究一：开放式调查	(69)
(一) 样本	(69)
(二) 程序	(70)
(三) 开放式调查的结果	(74)
三 研究二：典型文本分析	(78)
(一) 样本	(78)
(二) 程序	(79)
(三) 文本分析的结果	(85)
四 研究三：量表开发	(86)
(一) 问卷设计	(87)
(二) 资料收集	(91)
(三) 组织文化基本项目分析	(91)
(四) 探索性因子分析	(92)
(五) 验证性因子分析	(97)
五 本章小结	(101)
第四章 员工行为：本土构建与测量	(102)
一 问题的提出与方法选择	(102)
(一) 问题的提出	(102)
(二) 研究方法选择	(103)
二 研究一：开放式调查	(103)
(一) 样本	(103)
(二) 程序	(103)
(三) 开放式调查的结果	(108)

三 研究二：焦点小组讨论	(112)
(一) 样本	(112)
(二) 程序	(113)
(三) 焦点小组讨论的结果	(114)
四 研究三：量表开发	(116)
(一) 问卷设计	(116)
(二) 资料收集	(119)
(三) 问卷项目分析	(119)
(四) 探索性因子分析	(119)
(五) 验证性因子分析	(122)
五 本章小结	(125)
第五章 理论模型设计及研究假设	(126)
一 理论背景	(126)
二 理论模型设计概述	(128)
(一) 模型 1：员工知觉的组织文化与员工行为关系 模型	(128)
(二) 模型 2：个人—组织文化契合度与员工行为关系 模型	(129)
(三) 理论模型框架图	(131)
三 研究假设	(132)
(一) 员工知觉的组织文化与员工行为关系假设	(132)
(二) 个人与组织文化契合度与员工行为关系假设	(137)
第六章 实证分析及结果讨论	(142)
一 研究方法与研究步骤	(142)
(一) 研究方法选择	(142)
(二) 研究步骤	(143)
二 样本与数据	(143)
(一) 样本选择说明	(143)
(二) 样本数据特征描述	(143)
三 员工知觉的组织文化与员工行为关系分析结果	(145)
(一) 各变量间的简单相关分析	(145)
(二) 逐步多元回归分析	(149)

(三) 典型相关分析	(157)
四 个人—组织文化契合度对员工行为影响分析结果	(169)
(一) 契合度指标及研究路径	(169)
(二) 个人—组织文化契合度与员工行为实证分析	(171)
五 实证结果总结与讨论	(184)
(一) 实证结果总结	(184)
(二) 讨论	(186)
第七章 结论及讨论	(190)
一 结论	(191)
二 贡献与创新点	(195)
(一) 明确界定 CCP (Culture—Conduct—Performance) 分析模型	(195)
(二) 探讨了组织文化与员工行为内在关系	(196)
(三) 探索中国情境下的组织文化概念范畴及测量量表	(197)
(四) 研究员工行为的新视角及相应量表的开发	(197)
三 研究方法特色	(198)
四 管理实践启示	(199)
(一) 组织文化的诊断与评估	(199)
(二) 基于员工行为塑造的组织文化建设	(200)
(三) 加强组织文化的社会化进程	(201)
(四) 组织文化建设的长期性和一贯性	(202)
五 局限与进一步研究方向	(203)
(一) 研究局限	(203)
(二) 进一步研究方向	(205)
参考文献	(206)

第一章 绪 论

一 概述

自从英国管理学家 Andrew W. Pettigrew (1979) 在《管理科学季刊》上发表《组织文化研究》一文以来,组织文化的研究受到了学术界和实践界的广泛关注,并迅速成为组织理论和管理实务的主流研究范式之一。现代组织理论的早期研究发现,在长期的交往过程中,群体会建立起自己独特的文化特质,这种文化有可能损害组织的经营业绩,也可能有助于组织绩效的提高。自 20 世纪 70 年代末,一些科研机构、研究院所及咨询机构开始倡导“组织文化”的重要性。对于学术研究者与理论建构者来说,组织文化可以用来剖析理性特质较弱的组织,以补充传统组织理论(如科层论与系统论)的不足;同时,文化也成为解释许多组织绩效优劣的重要因素,如组织并购的成败、组织变革面临的障碍以及同行业内不同企业组织绩效的高低。对于实务工作者和专业咨询顾问而言,组织文化不仅能对组织运营的好坏提供合理的解释,而且也是管理层的一种重要管理工具,通过文化的塑造与倡导,能够创造更具效率的组织团队,增强自身的竞争优势。

随着组织文化研究的兴起,研究者从各自不同的角度来强调组织文化的重要意义。一些学者通过对比美日管理实践,强调日本公司的成功源自其在独特的传统文化基础上所塑造的管理哲学或经营理念(Vogel, 1979; Ouchi, 1981; Pascale & Athos, 1981)。一些学者强调当公司拥有强有力的组织文化时,其组织绩效会更高(Deal & Kennedy, 1982; Peters & Waterman, 1982)。另一些学者则从整体上强调文化对于经营成败的关键影响,如 Kotter & Heskett (1992) 认为“组织文化在下一个十年内很可能成为决定企业兴衰的关键因素”^①。Fukuyama (1995) 鲜明指出“忽略文化因

^① Kotter J. P. & Heskett J. L., *Corporate Culture and Performance*, Kotter Associates, Inc., 1992.

素的生意人，只有一败涂地”^①。IBM 创始人 Watson 在《企业与信念》一书中写道：

许多屹立数年的大型组织，其长寿的秘诀并非来自于组织形态或管理技巧，而在于“信念”（belief）的力量及信念对组织成员的吸引力。因此，我认为一个组织要想生存、成功，首先就必须拥有一套完整的信念，作为政策和行动的最高指导。其次必须遵守那些信念：处于千变万化的世界里，要迎接挑战，就必须随时准备求新求变，而唯一不变的就是信念。（转自 Pascale & Athos, 1981）

（一）研究背景

1. 组织文化的兴起及其作为组织理论的主流研究范式

20 世纪 80 年代以来，管理理论发展的一个显著特点就是对组织中人的因素有了更为深刻的认识，将人在组织和管理中的作用提到了前所未有的重要地位。组织文化理论的兴起，很大程度上正是基于对 20 世纪 60 年代以来居统治地位的“理性主义”对人的漠视的挑战和修正，Peters & Waterman（1982）尖锐地指出“美国企业界的问题正在于热衷数字分析和管理工具，而掩盖了自己对人和管理艺术的无知”^②。

组织文化理论的兴起绝非一个简单的偶然，它有着历史发生的必然性。归纳起来，组织文化的兴起可以理解为对来自实践及理论界一系列危机的反思：一是竞争的危机。战后日本企业的迅速崛起，在许多领域对美国企业形成威胁，美国管理学界在研究日本企业成功的深层原因时，发现日本企业的独特文化传统正是导致美国 20 世纪 70 年代以来在国际经济竞争中每况愈下的深刻原因，由此引发了组织文化研究热潮。二是新经济条件下传统理性管理工具的缺陷。追求理性精神、重视制度建设、强调专业分工以及运用现代技术手段等对于促进企业管理的科学化、规范化和系统化，对于提高企业管理水平和运作效率有着极其重要的意义，直到今天也

① Fukuyama, F., *Trust, the Social Virtues and the Creation of Prosperity*, New York: Free Press, 1995.

② Tom Peters & Robert H. Waterman, *In Search of Excellence: Lessons from America's Best-Run Companies*, Harper Collins Publishers, Inc., 1982.

是企业管理不可或缺的基础性工作。但随着从产品经济到服务经济的转型,理性管理工具却显露出它固有的不足:在员工忠诚、组织认同以及献身精神的培养方面却无能为力,而这些对于新经济条件下的企业创造持久的凝聚力和竞争力至关重要。三是人的深层危机。工业文明带来了物质生活的极大丰富,同时却不可避免地导致了人的精神领域的空虚与困惑,快节奏的生活方式、追求高效率的压力以及强调竞争的意识激发了现代人一系列的心理危机(所谓“后现代社会综合征”,如困惑、无力感、无家可归、异化、沉沦等)。关注人的价值实现、成就感、认同感以及归属感已成为激发员工创造性及提高工作效能的重要途径。四是学科交叉研究和应用的快速发展。随着管理科学的进一步完善和发展,各学科的研究成果如社会心理学、文化人类学、符号学、系统论等被广泛的应用到管理理论中来,这为组织文化理论的产生和发展提供了理论基础。

日本作为第二次世界大战的战败国,面对资源匮乏和激烈而错综复杂的国际竞争,成功实现了连续高速增长的经济奇迹。进入20世纪80年代已作为一支超级经济力量出现在国际舞台上,大有取代美国之势。而长期处于世界经济主导地位的美国经济则停滞不前,面对日本及第三世界中新兴工业国家的挑战显得一筹莫展。美国企业不仅在纺织、钢铁等传统产业领域节节败退,就连一直占有规模经济优势的汽车行业和技术上始终领先的电子工业也陷入困境,政府不得不出台和制定相应的关税壁垒和贸易保护政策。严峻的形势引起了美国理论界及实践界的不安和关注:日本经济奇迹的诀窍是什么?如何突破美国企业所面临的窘境?正是基于这样的目的,激发了20世纪70年代末80年代初的美日比较管理学研究热潮,而推动这股研究热潮的是在美国引起轰动的五部著作^①:《日本名列第一》(Vogel, 1979)指出日本之所以成功是因为能够在自己的文化传统基础上,努力对其他国家的优良传统加以融会贯通。在这点上同美国形成鲜明的对比,值得美国重新检讨自己固步自封的成见。《日本的管理艺术》(Pascale & Athos, 1981)则明确地指出“企业管理的现实并不是独立的,

^① 很多研究认为在20世纪80年代引起强烈反响的著作主要有四部(如Kotter & Heskett, 1992),不包括本书列举的《日本名列第一》。但笔者经过查证,发现《日本名列第一》对美日比较研究以及组织文化理论发展有着开创性的贡献,因此本研究对其与其他四本著作放在一起进行说明。

它是由社会和文化决定的”^①，并引述德鲁克的见解，认为企业管理不仅是一门科学，还应是一种文化，即有着自己的价值观、信念、工具和语言的一种文化，作者提出了后来被广泛运用的“7S管理模式”^②。与此同时出版的《Z理论》（Ouchi, 1981）提出了以“使员工关心企业是提高生产效率的关键”这一管理观念为基础的“Z理论”，作者同时指出要建立“Z型文化”，必须在企业内部进行以价值观为核心的公司文化变革^③。《追求卓越》（Peters & Waterman, 1982）批判了20世纪60年代以来居于统治地位的“理性主义”管理方式，通过对数十家经营出色的美国公司的调查总结出成功的美国企业管理模式的八项特征^④。《公司文化》（Deal & Kennedy, 1982）经过对数十家美国公司的调查研究后得出结论：在美国企业中，强烈的文化几乎总是取得持续成功的动力。因此，解脱美国企业窘境的答案不是模仿日本人，也不是依赖数字分析和“科学管理”工具，而是塑造出强烈的公司文化^⑤。《公司文化》一书的问世，标志着组织文化已形成一个系统的管理理论。正是以上几部著作，带动了组织文化在美国研究的热潮，在其后的研究中，研究者从组织文化概念框架到实证检验上展开广泛而深入的探索。

现代意义上的企业管理和组织理论发源于美国学者泰罗开创的“科学管理”。“科学管理”以实证的分析方法、明确的职能划分、追求效率的优化思想、制度化和规范化的管理模式、奖罚分明的管理手段开人类理性管理之先河。尽管后来的行为科学理论力图打破理性管理一统天下的局面，将人际关系与人的社会需求纳入管理范畴，但一方面由于行为科学本身的功利主义色彩，另一方面由于经济发展的特定阶段对标准化与高效率的追求，使得行为科学并不能扭转理性管理占绝对主流的趋势。相反，企

① Ezra F. Vogel, *Japan as Number One, Lessons for American*, Harvard University Press, 1979.

② “7S管理模式”即：战略（Strategy）、结构（Structure）、制度（System）、人员（Staff）、风格（Style）、技能（Skill）和最高目标（Super-ordinate goals）。

③ Ouchi 在该书中对公司文化给出了较早而完整的解释：“传统和气氛构成了一个公司的文化。同时，文化意味着一个公司的价值观，诸如进取、守成或者灵活——这些价值观构成公司员工活动、意见和行为的规范。管理人员身体力行，把这些规范灌输给员工并代代相传。”

④ Peters & Waterman 总结出的成功公司的八个特征为：侧重行动、接近顾客、创新精神、尊重员工、价值驱动、不离本行、精兵简政、宽严相济。

⑤ Deal & Kennedy 认为构成公司文化的要素有五项：企业环境、价值观、英雄人物、礼节和仪式、文化网络。

业管理理论在第二次世界大战后新科技革命的浪潮中重新把理性主义管理模式推向极致,形成了一系列诸如“战略学派”、“权变理论”、“系统论”、“决策论”、“信息化”的“管理科学学派”。主流的管理理论达成共识:管理就是理性分析、科学抽象,并在此基础上建立战略模型和信息系统,并通过信息化等现代技术手段强化管理的规范与标准。正如丹尼尔·雷恩在《管理思想的演变》一书中指出“管理科学是科学管理一词的倒置,它与其说是探究管理的科学,不如说是努力把科学应用于管理之中”^①。理性主义传统在管理理论中根深蒂固。不可否认,理性主义倡导的科学管理对于管理理论的发展和管理实践有着极为重要的意义。但随着工业发展带来的物质文明的丰富以及与信息技术相联系的后工业化社会的到来,物质产品生产的重要性正逐步被信息产品和服务所替代,经济也正逐步由产品生产经济转变为服务型经济(Quinn, 1992)。美国信息探索研究所曾经指出信息和知识正在取代资本和能源成为能够创造财富的重要资产,正如资本和能源在300年前取代土地和劳动力一样。正是在这种“脑力劳动比重增加”和“服务制胜”的新经济条件下,人成为创造价值和提供服务最关键的因素。一味强调“外部控制”和规范管理的理性主义失去了昔日的光环,对理性的单一崇拜、对定量化和技术手段的过分强调,实际上将企业“视为一个不讲人情的唯物主义机构,既不鼓励人们去追求崇高的愿景,也不培养员工的忠诚和献身精神”^②(Peters & Waterman)。忽视了企业管理的灵魂所在,即作为能动主体的人的地位与作用。这种忽略人的地位、失去价值驱动与文化牵引的企业很难在新经济条件下取得持续的成功或竞争优势。正是在对传统理性管理理论的反思和批判中,组织文化理论提出了以价值观塑造为核心的管理方式,它并不简单否定传统理性主义管理的重要意义,而是在理性管理的基础上融入人文价值的关怀和精神激励的手段。因此可以说组织文化理论是对传统企业管理模式的辩证扬弃和发展,是管理思想演变的客观结果。

工业文明带来现代人深层的意识危机,使得组织文化的倡导和建设显得尤为重要。众所周知,人作为社会存在,有着不同层次的心理需

① 丹尼尔·A. 雷恩:《管理思想的演变》,中国社会科学出版社1997年版。

② Tom Peters & Robert H. Waterman, *In Search of Excellence: Lessons from America's Best-Run Companies*, Harper Collins Publishers, Inc., 1982.

求,在基本的物质生活获得满足以后,会追求更高层次的精神需求。现代工业文明虽然带来了人类物质生活的满足,但过分的强调高效率、快节奏以及竞争意识带来了一系列的弊端:人与人之间的隔离、组织的冷漠、没有方向感、缺乏成就感、成员意识以及认同缺失,一方面由此引发了人的精神和意识层面的危机,更为重要的是导致了人在主观能动性、创造性、合作意识、奉献精神上的缺失,而这对组织的成长和发展非常不利。组织文化致力于塑造共同愿景及核心价值,营建信任和谐的人际关系,从多方面满足和激发人的各种需求,使人的尊严、价值、个性得到尊重,关注人的全面发展和自我实现,从而有效地缓解或解除工业文明带来的精神危机。而交叉学科的快速发展,为组织文化理论框架的构建和发展提供了客观的可能性。

正是基于以上的原因,组织文化在 20 世纪 80 年代迅速演变成为组织理论的主流研究范式之一,无论在广度还是深度上都得到了高度的发展。在专业的学术期刊上,许多知名的组织研究期刊如 *Administrative Science Quarterly*、*Organizational Dynamics*、*Journal of Management* 都曾出版专刊,针对组织文化专题进行详细而充分的讨论;甚至评论性的专业期刊,如 *Research in Organizational Change and Development* 也针对组织文化发行专刊,专门讨论组织文化与组织发展之间的关系。Barley、Meyer 和 Gash (1988) 曾以组织文化为关键词,检索六大期刊资料库,在 1975 年至 1986 年找出 192 篇有关组织文化的学术文章;Alvesson 和 Berg (1992) 扩大检索期限 (1942—1986) 发现 281 篇与组织文化相关的文章。作者通过 ProQuest 和 Jstor 数据库进行检索,发现截至目前为止,有关组织文化的研究报告和学术论文,累积至少千篇。一些世界上重要的报纸杂志也对组织文化做过专门的报道 (如 *Business Week*, 1980, 1984; *Fortune*, 1984; Kilmann, 1985; Langley, 1984; Salmans, 1983; Uttal, 1983)。组织文化研究的备受关注由此可见一斑。另一方面,组织文化也为组织理论的其他领域所广泛接受和运用,如人力资源管理 (Du Gay & Salaman, 1992; McDonald & Grandz, 1992; Sheridan, 1992; O' Reilly et al., 1991; Schein, 1993, 1996; Tsui & O' Reilly, 1997)、公司成长与业绩表现 (Calori & Sarnin, 1991; Denison, 1990; Kotter & Heskett, 1992; Denison & Mishra, 1995)、营销管理 (Deshpande & Webster, 1989; Jaworski, 1988)、国际化 (Norburn, Birley, Dunn & Payne, 1990; Lei, Slo-

cum & Slater, 1990)、战略管理 (Fiol, 1991; Goll & Sambharya, 1990; Pettigrew, 1985; Judge & Cable, 1997)。

随着研究的深入和学术界的广泛认同,在一大批研究者的努力下,^①组织文化理论在20世纪90年代中期已经完成了从理论框架产生(概念、假设、测量)到验证到完善到扩展的理论构建步骤,组织文化也作为一门比较成熟的理论出现在学术舞台上。在此期间,日本和欧洲各国也致力于组织文化研究与建设,引发了全球组织文化研究的热潮。进入90年代末期,组织文化理论的研究与实践出现了反思的倾向,但组织文化的研究并没有停滞不前,而是引发了对组织文化更深层次的思考以及对组织文化研究范式的进一步探索,这恰恰说明该理论朝着成熟的方向进一步迈进。显然,组织文化理论已经成为组织理论及企业管理理论的主流研究范式之一。

2. 组织文化在中国的研究现状及实践困惑

我国组织文化研究始于20世纪80年代中期,^②《管理世界》等国内杂志早在1985年开始发表有关组织文化研究的学术论文。在其后的几年内,组织文化理论虽然引起各界的广泛关注,但很大程度上处在西方理论的引进和吸收阶段,在理论研究与实务操作并没有取得实质性突破。20世纪90年代中期,全国范围内从理论界到实践界掀起了一股组织文化研究和建设的热潮。在理论研究方面,研究的焦点集中在概念界定、文化功能、创建途径以及传统文化的管理思想等方面,大量有关组织文化的学术论文和研究报告出现在国内各类学术期刊,并初步达成了“组织文化对企业绩效有积极影响”、“企业必须重视组织文化建设”等共识。在实践方面,很多企业开始重视组织文化的创建,将组织文化作为一种重要的管理工具,并将其视为创造竞争优势和长寿企业的重要途径。具有代表意义的是中国人民大学专家组协助华为公司制定的《华为基本法》,在学术界和实践界引起了巨大反响,并对中国企业组织文化的建设产生了深远而积极的影响。在此期间,一部分企业成功地塑造和强化了自身的组织文化,

① 具有代表意义的研究者有 Schein, Chatman, Denison, O' Reilly, Hofstede, Quinn, Tsui 等。

② 《日本名列第一》中译本在1980年12月由世界知识出版社出版,这是国内最早介绍组织文化的译著之一。到20世纪80年代后期,畅销全美的四部组织文化著作已全部翻译成中文,并在国内引起强烈反响。