

# 论企业管理的新阶段

——企业文化管理

●田德营

## 一、绪论

企业文化，伴随着企业的产生而产生，又伴随着企业的发展而发展。这是不以人们的意志为转移的客观事实。但是，把企业文化作为一门学科来研究，自觉地运用它建设企业，则是七八十年代以后的事情。而且在它传入我国以来，又经历了一个由浅入深、由表及里、由此及彼的过程，时至当今，形成有组织、有领导地自觉开展企业文化建设，由沿海地区向内地辐射，自“三资”企业向国有企业延伸，从工交企业向商业、财贸、科技、农业、文教、卫生和服务行业推进，正呈现蓬勃发展的兴旺势头。然而，真正把它作为经营的基础、发展的动力、行为的准则、成功的核心，即把它视为企业管理的新阶段者，尚为数不多。为使人们充分认识企业文化在推进中国由农业社会向工业社会转化、由产品经济向商品经济转化、由伦理社会向法制社会转化过程中所发挥的不可替代的重要作用，自觉地运

用它建立现代企业制度，管理社会主义企业，去夺取精神文明和物质文明建设的新胜利，特结合和借助社会各界的研究成果，融入笔者的体会和见解，写就此文，希望引起更多的探讨与追求。

## 二、企业管理的沿革变化

企业，做为从事生产、流通或服务性活动的独立核算经济单位，自它诞生以来，就有企业管理，只是由初级到高级、由不自觉地自觉罢了。

从人类经营管理企业的文明史观察，企业管理是人们为实现企业的目标，保证整个生产经营活动的协调统一进行的计划、组织、指挥、协调和控制等一系列活动的总称。它的任务是合理严密地组织企业生产经营活动，有效地利用企业的人、财、物等各种资源，提高经济效益，生产或提供社会需要的产品或劳动，实现尽量多的利润。

企业管理的初级阶段是传统管理阶段。传统管理又称经验管理，是指 18 世纪 80 年代到 19 世纪末、20 世纪初这一段时间的管理，是管理者凭过去的经验进行管理和从中总结归纳出来的一些管理原则和方法。它主要体现在对生产过程的组织管理上，它对组织管理和方法以及人事等问题，虽然有了粗浅的探索和研究，但主要是个人经验的总结，还存在着盲目性，缺乏自觉性。其主要特点是：

企业的最高经营管理者多为企业的资本所有者。

管理人员主要是凭自己的经验办事。

工人和管理人员的培养，采取师傅带徒弟传授个人经验

的方法。

缺少管理理论的研究，没有统一的管理原则、方法和标准。

在管理过程中，只要别人如何行动，而不告诉别人为什么这样行动。

实行家长式的领导方法，管理中不讲民主，不重视人。

管理方法随着管理者及其环境和服务的不同而变化。

传统管理是小生产经营方式的产物，始终未能摆脱小生产经营方式的影响。

随着社会生产力的发展，到了 20 世纪，企业的内涵、企业的规模、企业的社会化出现了前所未有的状况。以美国泰罗为代表的管理者们，把企业管理推向了新阶段，形成了一套新的管理理论和制度，被人们称为科学管理，亦称古典管理理论。这种管理一直延续到 20 世纪 40 年代。它是在自由资本主义向垄断资本主义过渡时期，在企业管理同企业的技术、规模等发展不相适应的情况下产生和形成的。泰罗在他于 1911 年出版的《科学管理原理》一书中，正式提出了“科学管理”这一概念。这标志着科学管理阶段的开始以及科学管理理论的形成。泰罗的科学管理理论，主要是应用科学试验方法来研究生产管理中的问题，是对前人管理经验的系统总结和发展。科学管理的主要内容包括：

工作定额原理——通过进行工时和动作研究，制定“合理的日工作量”。

工人挑选与培训——为每项工作挑选第一流的工人，即挑选适合于他们的工作而又有进取心的工作，安排在适当的

工作岗位并进行相应的培训。

制定标准——对操作方法、使用工具、机器和材料及作业环境等都实现标准化。

实行有差别的计件工资制——对于按照标准操作方法在规定的时间内定额内完成工作的工人，按较高的工资率计算工资，否则按较低的工资率计算工资。

明确划分计划职能和作业职能——计划职能人员主要负责制定计划，并对作业者执行计划情况进行指导和控制，而作业职能人员只按下达给自己的计划从事作业，而不必顾及同其他作业的关系。

雇主和工人协作——工人和雇主双方都必须认识到提高劳动生产率对两者都有利，两者要共同协作，努力提高劳动生产率。

在泰罗之后，科学管理又有新发展，形成了以例外原则为基础的管理控制原理，是对泰罗管理模式作了有机补充。其主要表现是：费兰克·吉尔布雷斯和莉连·吉尔布雷斯夫妇在动作研究与工作简化方面有重大突破；甘特发明了线条图，用来编制作业计划和控制生产进度；埃默森提倡效率原则，还创造和制定了标准成本；库克把效率原则推广运用到非工业组织的管理中。此外，还有法国的法约尔提出了著名的管理五职能和管理 14 条原则，德国韦伯提出了理想的行政组织体系理论，厄威克和克利克比较系统整理和阐述了科学管理理论，从而使这一理论更臻系统和完善。

当然，这种系统和完善，是对其本身而言的，在客观上，它不会停滞不前。事实正是如此。在第二次世界大战后，为了适

应科学技术和安全生产力的发展，以及市场竞争空前激烈的形势，应运而生了现代管理。它以科学管理为基础，以电子计算机为手段，应用运筹学、数理统计等方法和系统理论，结合行为科学的发展和应用，把管理对象当成人和物组成的有机统一系统而进行管理。现代管理与科学管理相比有以下几个特点：

(1) 运用系统理论，采用系统工程，进行系统管理。

(2) 广泛采用现代自然科学新成果、现代化管理方法和手段。

(3) 重视人才，注重人才开发、培养及合理使用。

(4) 重视行为科学的研究和应用，努力调动人的积极性。

(5) 突出战略与决策问题。

(6) 不断开发新产品和进行技术改造，提高科学技术水平。

(7) 大型企业实行经营多角化，多种经营成为一种时尚。

这里所谓的“现代管理”，也受时间的限制，随着时间的推进，它也必须继续发展，不会因在七八十年代全面形成而永远适应企业管理的需要。在进入九十年代以后，人们提出了一个永恒的命题——企业管理现代化。这是一个过程、一个动态的概念，它的内容随历史的推移而向前发展。在目前，其主要内容是：

(1) 管理思想现代化——把企业看作经济组织，树立市场观念、服务观念、竞争观念、革新观念、经济效益观念和战略观念等，强调生产和经营并重，计划和市场并重，不断改革企业的管理组织、制度和办法，注重提高经济效益和社会效益。

(2)管理组织合理化 ——建立一个既适应生产力发展水平和生产社会化要求，又适应生产关系性质和本国政治、经济制度的，能提高管理工作效率和组织领导企业生产经营活动的模式，并据以建立管理体制，设置管理机构，确定生产组织和劳动组织，提高生产效率和工作效率。

(3)管理方法科学化 ——按照自然规律、经济规律和社会规律，吸收和运用最新科技成果，采用一套适合现代化大生产要求的科学方法，使企业的各项管理工作标准化、系统化、文明化和最优化。

(4)管理手段精新化 ——根据需求和可能，逐步采用电子计算机、通讯、显示、监测等管理工具，对管理工作进行指挥、控制、协调，使企业管理工作达到经济、准确、及时、有效。

(5)管理人员专业化、知识化 ——企业的领导者和管理人员要统筹分工，各司其职，各尽其才，不仅精通自身业务，而且具备生产技术、经营管理、经济理论和经济法规、经济政策等方面的知识。

(6)管理的方法民主化 ——相信群众，依靠群众，实行民主管理，充分发挥下级管理部门和管理人员的积极性和主动性，广泛组织参加企业管理。

(7)管理整体的人本化 ——开始重视人的重要作用，懂得了涉及企业管理的各个层次、各个方面的问题，都同人的问题有关，只有抓好人的问题，其他问题才能解决。

从企业管理现代化内容及发展趋势看，同正在蓬勃发展的企业文化有着许多共同点，它们的内涵和外延几乎处于同一范畴之内，只是在对待人的问题上，后者比前者更全面、更

深刻、更彻底，因而人们认为，企业管理在经历了传统管理、科学管理和现代管理之后，应该而且已经迈入新的阶段，也就是企业文化管理阶段，这正是本文所要着力阐述的问题。

### 三、企业文化的概念、特征和功能

#### （一）企业文化的概念

按照《辞海》的解释，所谓文化，从广义来说，是指人类在社会历史实践过程中所创造的物质财富和精神财富的总和。从狭义来说，是指社会的意识形态，以及与之相适应的制度和组织机构。文化是一种历史现象，每一社会都有与其相适应的文化，并随着物质生产的发展而发展。作为意识形态的文化，是一种社会的政治和经济的反映，又给予巨大影响和作用于一社会政治和经济。

在现代社会学中，人们普遍认为，凡人类不是凭生物本能而做出来的事物都是文化。许多社会学家和人类学家把文化定义为一个社会或一些人共同承认的价值观和意义体系，以及使这些价值观和意义具体化的物质实体。狭义的文化指人类创造的精神财富。广义的文化可以分为三个相互关联的构成部分：认知文化、规范文化和物质文化。有人把这三个部分分别简称为文化的观念层、制度层和器物层。认知文化包括语文、符号、思想、态度、价值观念等；规范文化可以表现为习俗、习惯、禁忌、道德等，也可以表现为规章、制度、法律等；物质文化是文化的具体有形部分，包括通过人类的劳动创造出来的任何物质产品。文化的突出特征是：文化是一个系统；文化是丰富多样的；文化是共享的；文化是人们通过学习获得的；文

化是建立在象征符号之上的。

企业文化是文化的一个组成部分。企业文化学作为一门科学，是西方管理学界近年来提出的一个新概念，在我国才刚刚起步，在世界经济发达国家，也没有多长时间的历史。因此，关于企业文化的概念、范围和特征等问题，学术界还存在各种各样的看法，尚未形成一个较为一致的认识，许多问题仍在探讨之中。所以，在本文中，我们也不可能给企业文化下一个十分精确的定义，规定一个十分明确的范围，或指出它的完全明确的特征。

但是，我们必须看到，尽管企业文化在企业实际中表现为多种多样，尽管学者们和企业界对企业文化可以做出这样或那样的理解，然而，企业文化确实具有一般性的本质特征，只不过是这种本质特征在企业具体活动中，表现为企业文化的各种丰富多姿的现象。因此，从所有这些具体表象中，经过分析、研究、综合、概括，是可以对企业文化取得一个概括的认识的。取得这样的认识，对于我们建设企业文化、发展企业文化学，都是十分必要的。

如果从比较严格的概念、定义的角度来研究已经提出的对企业文化的各种观点的话，就会发现这些观点都有各自的不足之处。广义的观点大都只有现象的列举，缺乏本质的概括；而狭义的观点虽然有所概括，但又过于狭隘，仅仅把企业文化理解为精神现象，有的书著甚至认为企业文化即企业精神、即思想政治工作、即文化娱乐活动，显然有失妥当。

下面，我们就从概念和定义的角度，来对企业文化做一个基本的概念、定义式的表述，通过对基本概念的特征表现的分

析和基本内容的归纳，进而研究对基本概念的系统认识。

首先，我们对企业文化做一个定义式的表述：

企业文化，就是企业作为一个特殊社会群体的存在样式，它的生存和发展的方式，具体表现为企业整体的思想、心理和行为方式，通过企业的生产、经营、组织和生活的运营而表现出来，其中，企业观念居于主导地位。企业文化是经过企业成员集体创造、享用、认同、继承和更新的，因此，在内部具有个性化；同时，在外部又具有个性化，不同的企业文化常常表现为不同的类型和模式。

这个定义，是我们在对国内外学术界关于一般文化现象和企业文化现象的诸多定义的广泛比较、分析的基础上，结合企业文化的实际而做出的。可以看出，这个定义是从广义的角度对企业文化进行概括的，这样概括符合当代文化学对文化的广泛认识。文化本来就是一个有机的整体，不应该割裂开来加以认识。同时，还应强调一点，以上定义虽然是从广义角度的认识，但不仅是对所有现象的简单罗列，而是力求对企业文化的本质特征给予说明。

笔者注意到，对企业文化还有另一种普遍公认的概括：

文化作为具有一定物质形式的精神产品，是人们通过理性的逻辑对世界的把握。企业文化是指企业的广大职工在生产经营过程中所创造的物质财富和精神财富的总和，是企业的发展过程中形成的思想意识、价值观念、行为习惯和具有自我约束力的职业道德。企业文化作为具有一定物质形式的精神产品独立于客观存在，是企业精神的综合反映。其内容有价值观念、经营哲学、企业精神、企业素质、企业制度、企业产品、

企业环境、企业形象等。

这个概括，显然更易理解，不失可供研究参考之用。

## （二）企业文化的本质特征

（1）集体性或称客观性。企业文化是由集体创造的，不是个人创造的，也不是由谁凭空想象出来的，不是由少数企业领导或秀才班子拼凑而成的，它存在于某一企业的集体的客观实践活动之中。当然，企业文化中确实有个人创造的因素，尤其是那些优秀的、卓越的企业家，往往会给企业文化带来较大的个人影响。但是，即使在这种情况下，企业文化的集体性特征也很突出，因为，个人的创造要成为企业文化的因素，必须有一个过程，就是必须经过企业成员整体的认同和接受，只有经过认同，融合成集体的东西，才能成为企业文化的组成因素。同样，企业文化的享用、继承和革新，都同样脱离不开集体的特征活动。

（2）社区性或称社会性。企业文化是企业作为一个社会群体的存在样式，企业不是一个单纯的经济机构或生产机构，不是由若干生产人员、经营人员的单纯组合，企业归根到底是一个社会组织，它是现代社会的一种社区类型。企业对于成员来说，不仅是一个工作环境，而且更重要的是成员的生活环境，企业为成员提供了广阔的人生天地——社会安置和社会保障，给成员提供满足事业欲望的充分条件，以及个人日常生活和家庭生活的充分条件企业的社区性在我国企业中体现得尤为突出，不少国营的大中型企业一个企业就是一个相当完整的小社会，企业成员的社会生活、个人生活和家庭生活都包含其中。

(3) 功用性或称适应性。企业文化是企业生存发展的方式，或者说企业文化是企业生存和发展的手段。方式（或方法）也好，手段也好，都体现出企业文化显著的功用性。目前，国际经济领域正面临一个新技术不断开展、新经济领域不断开拓的变革时代，在我国经济界，除此国际性因素之外，还有开放、搞活，加入国际经济领域，发展市场经济等改革内容。在这种新的经济环境下，企业的生存和发展问题显得越来越重要。以往，在计划经济的一贯制约下，企业的生存发展方式很简单，基本上是提高产量或完成指标。但是，在新的经济和社会形势下，企业的生存和发展越来越取决于综合的、整体的、有机的战略决策和经营、组织策略。单纯的经济手段、生产手段都是片面的短期行为，只有以企业文化的宏观眼光看待企业的生存和发展，努力探寻如何适应时代环境，如何充分挖掘和利用环境的有利条件和企业内部的潜力，如何有机地适应社会发展特别是建立市场经济体制的需要，才是企业的真正方向。

(4) 类型性或称个性。由于不同的企业所处的外部环境和内部条件不同，存在样式、生存和发展方式各不相同，特别是由于企业领导及其职工的素质构成、心理状态的不同，会形成不同的价值观和传统，从而形成类型不同、个性很强、独具特色的企业文化，这就使企业文化呈现出各个不同的个性。一般来说，越是行业不同的企业，其企业文化的类型差别就越大；反之，相同或相近行业的企业，企业文化的类型就比较接近。但是，完全相同的企业文化是不存在的，这就如同一个民族如果取消了它的性格这个民族就不存在了，一个人如果取

消了他的个性这个人也就不存在了一样。因此，每个企业在自身企业文化的建设中，一定要注意以本企业的实际为基础，吸取有益的理论、方法和经验，形成独具特色的企业文化，那种置本企业的实际于不顾，盲目照搬理论教条和别人经验的做法是不可取的。

(5) 习得性或称演练性。由于企业文化是企业生存和发展的方式，同时企业文化又是企业成员的集体财富，因此，它对于本企业的每个成员来说，都是自身生存和发展的主要方式。一个成员要想在一个企业中求得存在和发展，就必须学习和实践本企业的企业文化。只有通过反复地认识、反复地实践，千锤百炼，才能不断领会掌握企业文化。学习的方式有多种，对于个人而言，就是在工作 and 生活中不断认识，不断实践；对于企业而言，就是对职工的教育、训练。现代先进企业的企业文化的重要内容之一，就是重视对职工的教育、训练。尽管各单位教育、训练的形式千变万化，教育训练的内容各有差异，教育训练的效果不尽相同，但检验其成败的关键一条，是要看职工的实际素质如何、精神面貌如何、精神变物质的效果如何，看职工在市场经济大潮中敢不敢、能不能、会不会占领市场，使企业立于不败之地。

(6) 规范性或称一致性。企业文化是企业群体的生存和发展方式，因而它代表着企业成员的集体利益，对于企业成员有一种规范功能。没有规矩不成方圆，没有规范不会有统一的意志和动力。一个企业有了自己的科学、完善、严密的规范，才能调动千军万马，克服困难，创造奇迹。成员个人的思维、心理及行为方式，至少有关企业利益的思维、心理及行为方式，都应

与企业群体的思想、心理及行为方式构成认同，即与企业文化取得一致性。当个人的言行与企业文化的规范发生冲突或矛盾的时候，应自觉服从企业文化的规范。企业文化的规范，无论对于普通成员还是对于管理者来说，都应具有一致性。企业所有成员在企业文化的规范之下，都应力求使个人利益和集体利益、个人目标与集体目标统一起来。

(7)传统性或称民族性。任何一个企业都是置身于民族传统文化之中的，企业文化从总体上应自觉继承和发扬民族文化的光荣传统。中华优秀的传统文化和党的优良传统奠定了我国企业文化传统性的坚实基础。当一个企业在生产、经营、组织、生活等活动中形成具有自身特色的企业文化的时候，实际上，它不仅已经继承和发扬了中华优秀的传统文化和党的优良传统，而且已经具备了自己企业的文化传统。事实上，任何一种文化都具备传统性，没有传统性的文化是不成其为文化的。一个企业的企业文化只有形成了自身的相对稳固的传统，不因企业管理者更换或遇到某种变化而大起大落，才能使企业成员有所依据、有所遵循，企业也才能够发扬自身的优势，朝着企业的大目标，坚定不移地前进。

(8)时代性或称先进性。企业文化虽然具有一定稳固的模式和传统，但它也是人类现代文明的一个组成部分，因而具有显著的时代性特征。从时空上考察，企业文化是一个历史的产物，在不同的历史年代，有着不同的企业文化。现代企业文化，表现为它是在现代企业经营过程中形成的群体的行为习惯。这种意识和习惯受两大因素制约：其一是经济因素，现代企业的经济环境是一个商品经济高度发展的环境，企业文化必然

反映商品经济的特点，像时间就是金钱、效率就是生命、用户第一、顾客至上这样一些观念，都是商品经济运动规律同职工心理状态冲撞平衡所产生的；其二是社会因素，即社会的政治制度、哲学、法律、道德、教育等因素，在不同的社会制度下，会产生不同的企业文化。我国企业文化的时代性，就在于它一方面呈现着发展商品经济的要求，另一方面又呈现着社会主义初级阶段生产关系的特点。发展社会主义市场经济不仅需要不断更新、适应瞬息万变形式、离不开各种信息的思想观念和意识形态，而且离不开科学技术和严格管理。企业要想在日新月异、飞速发展的时代潮流中求得生存和发展，就需要在坚持自身优良传统的基础上，适应时代特点，不断创新，不断增强企业的新鲜活力，永远处于先进的地位。

(9) 人文性或称服务性。企业文化归根结底是人创造的，而且是为人服务的，因此，企业文化自始至终都体现出人的特征，体现出人文性。人文性是当代企业文化的显著特征之一。从企业内部来看，企业不应是简单地制造产品、追求利润的机器，职工不应仅仅是这部机器的部件，企业应该是企业成员能够发挥聪明才智，实现事业追求，和睦相处、舒畅生活的大家庭。从企业外部来看，企业与社会不再是简单的商品交换关系，企业生产和经营的目的是为了广大人民的需要，是为了社会的发展。因此，从当代企业文化的发展潮流看，企业的人文性、服务性特征将是企业文化发展的重要方向之一。我国的企业一贯坚持人文性特征，工人、干部、技术人员都是企业的主人，企业发展的目标是最大限度地满足人民群众日益增长的物质生活和文化生活的需要，依靠人来创造，创造又是为

了人，这正是企业文化的一大特征。

(10) 互补性或称无界性。企业文化不仅仅来自企业内部，而且有着广泛的社会基础，在国家之间、地区之间、行业之间、企业之间，在这方面都有互补性。因为企业文化既来源于民族文化的优良成份，还来源于社会主义企业发展的经验，同时也要吸收国外企业的先进经验。从这点出发，企业文化是没有国界的，研究和实践企业文化，就必须把企业文化放在社会范畴内、世界范畴内来研究和实践。只有这样，才能使企业文化永远处于发展、先进的地位，引导企业永远走在时代的前列。

### (三) 企业的功能作用

企业文化是企业成功的一种秘密武器，它具有下列 5 项功能：

(1) 动力功能。企业文化一经形成，就会产生强大的精神动力，其原因在于企业文化是一种心理能源，它把归属感、责任感、自豪感融为一体，产生出一股强劲的力量，贯穿于物质文明建设和精神文明建设的全过程之中，是物质因素或经济杠杆所难以取代的。

(2) 导向功能。企业文化作为一种无形的力量，能把职工的行为引导到企业所崇尚的行为目标上来。企业提倡什么，职工的注意力就会转向什么，这比强迫命令和规章制度更为有效。

(3) 凝聚功能。企业文化像一块高强磁铁，对职工群众产生强大的吸引力和向心力，使职工热爱这个集体，甘愿为这集体的发展奉献自己的热血和智慧。企业文化又像一种粘合剂，能使企业职工休戚与共，心心相印，团结一致，密切协作。

(4) 融合功能。企业文化作为一种群体文化，它融合了群体的共同目标、信念和优良传统。反过来，它又能使每个职工在潜移默化中接受这些信念和价值观。一个新人厂的职工加入这个企业集体后，通过耳濡目染，会自觉不自觉地接受企业文化的洗礼，自然地融合到这个集体中去。

(5) 约束功能。企业文化是以共同追求的宗旨、信念、价值观、道德标准形成人们的行为规范的，表现为厂风、厂俗、厂歌、厂貌，无时不在，无处不有，是一种不成文的厂规、厂法，对每个职工的思想意识都起着心理的约束作用。但这种约束是一种软约束，是一种由内心心理约束起作用的行为的自我管制。

企业文化具有重大作用，主要表现在：

第一，良好的企业文化是企业生存与发展的基础和动力。一个企业从创业之日起，它的创业者就必须自觉地有意识地倡导和培育与该企业相适应的企业文化，这是该群体存在的基础，发展的动力。

第二，良好的企业文化是企业久盛不衰的重要因素。企业文化具有相对稳定性和连续性、传递性。良好的企业文化一经形成，企业就不会因人事变动而导致衰落，人们会像接力一样地将其持续不断地传递下去，并使其发扬光大，直至理想的彼岸。

第三，企业文化是管理的灵魂和企业的最高目标。企业的主体是职工，职工的管理主要是自我管理和自我控制。企业文化是以宗旨、信念、价值观等武装职工使职工为实现企业追求的目标而自觉行动，变成强大的物质力量。

第四，企业文化是企业思想政治工作、精神文明建设和企业科学管理的结合点。建设具有本企业特色的企业文化，是实现三者结合的有效途径。

综观企业文化的种种特性、功能和作用，都有一个共同的核心，就是企业文化说到底是以人为本的管理特征。一是以人为本，二是严格管理，离开了这两条，无论是三个五个特征、十种八种功能，都未抓住企业文化最本质的内核。研究企业文化必须牢固树立以人为本的战略思想。企业，特别是大中型企业在转轨时期有着十分繁重的任务，不仅需要处理好产品开发、技术改造、科技管理、生产控制、成本控制、劳动人事、物资设备、市场占有率、企业组织与机制、领导班子建设等诸多矛盾，而且背负着资金、设备、人员包袱，错综复杂，纵横交织，使企业步履维艰。然而，只要认真分析，就会看出，所有的矛盾都与人的有关，与人的素质特别是文化素质有关。至于领导素质，说到底也是人的问题。所以，企业以人为本的管理原则是贯穿整个企业管理的一根红线。要相信群众，依靠群众，尊重群众的首创精神，关心群众的根本利益和生活福利<sup>⑩</sup>。企业文化建设的主体和企业管理的对象，是一种人、财、物、时间、信息、方法等要素组成的相互联系、相互作用、相互制约并与环境有着密切联系的特定开放系统。这个系统中的各个要素虽然都不是单独存在的，但人是根本，它们之间相互联系、作用和制约，都是以人为本展开的。对这一点我们不仅要认识到，而且一定要时时处处都做到。这就是我们在企业文化和现代企业管理中时刻都要尊重人、相信人、发扬人的首创精神的道理所在。当然，我们所指的人不是自然人、不是经济人，而是社会人与