

## 导 言

# 企业文化的崛起

企业文化经过长期的孕育于 20 世纪 80 年代左右蓬勃兴起，并迅速在企业实践中发挥了巨大的作用；在 21 世纪，企业文化更以其特有的魅力，将引起越来越多的企业家的高度重视，以及越来越多的理论家的浓厚兴趣。那么，企业文化究竟如何崛起，其崛起的原因究竟何在呢？

### 一 企业文化崛起的直接原因

企业文化虽然崛起于 20 世纪 80 年代左右，但是在此之前，它有一个漫长的孕育过程，这一过程可以溯源到 20 世纪 60 年代。企业文化的孕育过程同时也揭示了企业文化崛起的直接原因，即日本战后创造的“经济奇迹”以及美国（及西欧）理论界和企业界对这一“经济奇迹”的深刻反思。

第二次世界大战最终以法西斯的彻底失败而告终。当日本军国主义宣布投降以后，第二次世界大战的硝烟渐渐淡去。1947 年，盟军太平洋战区总司令——美国的麦克阿瑟将军以胜利者的口吻说：“如果说，美国文化是一个成年人的话，日本文化则只不过是一个年方 12 岁的孩童而已。”这种话显然有悖常理，因

为当美国的拓荒者还没有建造自己的国家时，日本已有了悠久的历史 and 灿烂的文化。然而尽管如此，日本朝野面对麦克阿瑟将军高傲的口吻一片沉默。为什么会出现这种奇怪现象呢？这还得从战后美国和日本综合实力的对比说起。

第二次世界大战结束以后，英国、法国、苏联虽然是战胜国，但由于战争的重创，社会奄奄一息，经济摇摇欲坠，而日本和德国作为战败国，更是经济崩溃、满目疮痍。日本战前就是一个经济比较落后的军事封建主义国家，并且除了阳光和空气之外，土地有限，资源奇缺，战争的失败更使日本社会雪上加霜，因而战后的日本其实已是一片废墟。与此同时，美国经济则在二战期间得到长足发展。美国工业生产从 1939 年到 1944 年增长了 123%，出口贸易从 1939 年的 31.9 亿美元增加到 1944 年的 153.4 亿美元，国外投资从 1935 年的 135 亿美元增加到 1944 年的 168 亿美元，黄金储备从 1938 年的 145.1 亿美元增加到 1945 年的 200.8 亿美元，约占资本主义世界黄金储备量的 59%。当时，世界上的跨国公司几乎都是美国的公司。二战以后，美国经济稍有下降后，又开始快速增长。

然而，令人始料不及的是，20 世纪 60 年代以后，日本的经济逐步以比美国更快的速度发展起来。20 世纪 50 年代前半期，由于美国的扶持和朝鲜战争的刺激，日本的经济已经开始恢复。1955 年鸠山一郎内阁上台后，提出了“经济自立”与“现代化问题”。60 年代日本国民生产总值先后超过加拿大、法国、英国和联邦德国，外贸每年平均递增 16.2%。到 20 世纪 70 年代，日本已经实现了工农业现代化，一跃而成为资本主义世界第二经济大国。总之，从 1946 年到 1976 年日本的经济增长了 55 倍，日本的经济增长率已经是美国的 4 倍，美国的市场一个又一个被日本所蚕食，美国的跨国公司在国际上从二战以后的基本独占局面下降到不足 40%。随着日本经济的快速增长，随着日本综合

实力的日益强大，日本开始回应 1947 年麦克阿瑟将军的挑衅。日本企业家盛田昭夫在《日本造》一书中说：“我们具有几千年的悠久历史和传统，所以当如此之年轻——尽管强大——的美国把我们视为新手的时候，我们很不高兴。”

日本的奇迹引起了资本主义世界的高度重视，早在 1962 年，伦敦《经济学家》杂志就在 9 月 1 日和 8 日连载了一篇《正视日本》（*Consider Japan*）的长文，后以《惊人的日本》一书出版，开始研究日本的奇迹。人们纷纷探讨日本奇迹的原因，例如“朝鲜战争”的刺激、美国的支持、科技和教育等等，这一切虽然都是不可否认的原因，但却都不是日本区别于其他国家所特有的原因，因为这些原因在战后很多受到战争重创亟待发展的国家（例如联邦德国）中也都存在。那么，什么是日本经济腾飞的特有原因呢？20 世纪 80 年代左右，美国人在寻找日本经济奇迹、企业腾飞的原因的过程中，对比研究了美国和日本在企业管理方面的所有硬件和软件。在硬件方面，例如在科学技术的发达状况、机器设备的先进程度、科学管理水平的高低（如降低成本、提高效率等等），以及企业的发展战略、企业组织结构的科学性等等方面，美国绝不亚于日本，甚至远远高于日本；而在软件方面，例如在有意地培育企业价值观、文化传统、风俗习惯、道德情感等等方面，日本拥有美国所不具有的优势。因此，对比研究的结果表明：日本经济（企业）后来居上的原因不在于它的硬件，而在于它的软件，即在于它的企业文化。

在这一对比研究的过程中，发表了一系列优秀的研究成果，出版了大量的论文书籍。这些研究成果和论文书籍既是对日本经济腾飞原因的探讨，本身也就是重要的企业文化文献。特别是 80 年代左右出版了一些具有非常典型意义的著作，例如《日本的管理艺术》、《Z 理论——美国企业界怎样迎接日本的挑战》等等，它们在一定的程度上标志着企业文化的真正兴起。

《日本企业管理艺术》是一本影响广泛的研究企业管理及其文化的著作，由美国哈佛大学工商管理研究院的理查德·帕斯卡尔（R. T. Pascale）和斯坦福大学商学院的安东尼·阿索斯（A. G. Athos）共同撰写出版。美国麦肯锡咨询公司的结构研究小组曾认为，明智的管理具有七个相互关联的变量，即“结构、战略、制度（或体制、程序）、人员、作风、技巧（或管理艺术、长处与技能）共有价值观（或最高目标、文化）”。《日本企业管理艺术》的作者为了便于解释和记忆这七个变量，建议结构研究小组对这七个变量做出某种修饰式的改动，结构研究小组接受了这一建议，将这七个变量都改为英文中以“S”开头的词，即 Strategy（战略）、Structure（结构）、System（制度）、Staff（人员）、Skill（技巧）、Style（作风）和 Super ordinate goals（最高目标），从而形成了“7S管理框架”或称“麦肯锡7S框架”。根据这个框架理论，战略、结构和制度被看成是“硬S”，也就是说，它们属于管理中的硬件，属于刚性的东西。战略指的是企业的战略规划问题，即资源的分配和获取资源的计划与措施，包含战略规划的制度化、战略规划的制定时间等；结构指企业采用的组织结构特征问题，包含职能和权力的分配、采用何种组织结构等；制度指信息在企业内部的传递方式，包含正式制度和非正式制度（例如会议）。人员、技巧、作风、最高目标被看成是“软S”，也就是说，它们属于管理中的软件，属于柔性的东西。人员指企业的全体雇员，包含这些雇员的基本状况、企业内部重要人物分类的详细内容等；技巧指企业中包括主要管理人员在内的全体雇员的总体技能水平，即整个企业表现出来的特殊才干和独特能力，其技能总体水平如何，以及他们的竞争对手有没有这种卓越的能力；作风指企业中管理人员的作风，即他们达成组织目标所使用的方法、行为方式，以及企业的传统和精神风貌；最高目标指企业借以凝聚全体员工的指导思想和价

值目标，或者说指企业员工个人和企业目标真正结合起来的指导思想 and 价值目标。最高目标具有统领作用，一个企业如果具有明确的最高目标，它就会密切注意和妥善处理其他的硬件和软件。作者从上述七个方面分析了日本的松下电器公司、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，特别是对比研究了日本松下电器公司和美国国际电话电报公司，以及对比研究了松下电器公司的创始人松下幸之助和美国国际电话电报公司总裁之一的哈罗德·吉宁。经过这些分析研究，他们得出结论说，全面系统地把握这七个“S”是企业成功的关键，而在具体比较美国的企业和日本的企业中已经发现，美国企业和日本企业的差别不在于“硬 S”的不同，而在于“软 S”的差异。在“软 S”方面，日本企业具有明显的优势。例如他们对于“人员”的分析，主要就是对于日本企业人员管理的分析，日本企业十分重视和关心雇员，而雇员则极端忠诚于企业并努力工作。就松下电器公司的企业文化而言，命运共同体的建设是一项重要内容，松下电器公司是最早拥有企业歌曲和价值准则的公司，每天早晨 8 点钟，公司所有的员工朗诵公司的“纲领、信条、七大精神”，并在一起唱公司歌曲；同时，人才培养也是一项重要内容，松下电器公司认为自己首先制造的不是产品而是人才，并于 1964 年在大阪建起了占地 14.4 万平方米的大型培训中心，一年开支 40 亿日元用于人才培养。《日本企业管理艺术》不仅为企业的成功和美国企业寻找自身的不足提供了重要的理论根据和经验根据，而且也具体分析了一些重要因素及其在企业中的作用，因而在当时就受到相关人士的高度欢迎，并被美国很多大学定为研究企业文化的必读书。

⑦ 理论——美国企业界怎样迎接日本的挑战》的作者是美籍日本人、美国加利福尼亚大学管理学教授威廉·大内（William Ouchi）。大内长期对比研究美国企业的管理方式和日本企业

的管理方式，其研究的重点是日本企业的管理方式是否适用于美国企业的管理，该书正是这一研究的产物。美国通用汽车公司的“别克”部曾派出一组工程师和经理访问它们在东京的经销商，访问的一个重要结果就是他们认为日本获得成功的方法在密执安州弗林特市也行得通，因此他们以“别克”最终装配厂（这是整个通用汽车公司效率和质量最低的工厂之一）为试点，用近似日本的管理方式重新设计对该厂的管理。不到两年，该厂的效率和质量在全公司范围已经上升到第一名。大内提炼和概括了“别克”厂的管理模式，提出了“Z理论”。大内将典型的美国企业管理模式称为A（American）型模式，并将典型的日本企业管理模式称为J（Japan）型模式。在他看来，A型模式的管理包括了诸如短期雇佣、迅速考核和提拔、专业化的事业经历、严格的控制方法，个人决策、个人责任，有限度的关怀等一系列特征，而J型模式的管理则包括了诸如终身雇佣、缓慢考核与提拔，非专业化的事业历程，含蓄的控制方法、集体决策、集体责任，全面关怀等一系列特征。Z型模式更接近于日本的管理模式，但也兼收了美国的管理模式，因而具有A型模式和J型模式之间的某种互补特征。根据大内的描述，Z型模式应该是这样一种模式：长期或终身的雇佣制，使职工在有职业保障的前提下更关心与自身前途关系重大的本企业的长远利益；相对缓慢的考核与逐步提拔的制度；中等程度的专业化以使职工适应各种工作；在管理控制的含蓄与明确之间保持一种平衡；采取集体研究与个人决策相结合的“统一思想式”的决策方式，并由个人承担责任；在职工中贯彻平等主义原则，使他们在不受监督的情况下可以自主地酌情处理问题；对职工包含家庭在内的全面关怀等等。Z理论的中心思想是要更好地协调每一个人的努力以产生最高的效率，而要达到这一目的就必须增加一个企业的信任、微妙性和亲密性。Z型模式就是能够增加一个企业的信任、微妙性和亲密

性的模式。在大内看来，美国只有少数几个企业达到了 Z 型模式（即具有 J 型模式的特点），例如 IBM 公司。那么，美国企业如何从 A 型模式走向 Z 型模式呢？大内认为，必须通过制定明确而又被普遍接受的企业宗旨来实现。大内的《Z 理论——美国企业界怎样迎接日本的挑战》在企业文化崛起的过程中是不可多得的一本著作，也正是在这本著作中，他认为公司文化由传统和风气所构成，包含了诸如进取性、守势、灵活性、意见、行为模式等价值观，以及一整套的象征、仪式和神话等等。<sup>①</sup>

当然，除上述著作外，还有大量其他关于企业文化的研究著作和研究论文，企业文化这门学科正是随着这些研究成果的问世，经过了几十年的孕育而正式诞生的。

## 二 企业文化崛起的间接原因

美国以及西欧国家对日本经济奇迹的惊诧与反思，固然是企业文化兴起的重要原因，然而，如果把企业文化崛起的原因仅仅归结为这样一个原因，那就未免太小看企业的历史根基了。其实，美国以及西欧国家对日本企业腾飞和经济奇迹的惊诧与反思，只能是企业文化兴起的直接原因，企业文化的崛起还有其更为深厚的间接原因，并且这一间接原因更为深刻地揭示了企业文化崛起的历史必然性。

### 。企业发展的必然要求

企业文化崛起的必然原因首先是企业发展的必然要求。所谓企业发展的必然要求，指的是企业发展方式和发展规模引起的新

参见 威廉·大内：《Z 理论——美国企业界怎样迎接日本的挑战》，中国社会科学出版社 1984 年版，第 169 页。

的管理要求。

从企业发展规模来看，从资本主义原始积累时期的手工作坊和手工工场开始，经过资本主义工业革命引起的大工业生产，到 20 世纪特别是 20 世纪下半叶的大型企业集团、甚至大型跨国集团的层出不穷，一个个企业帝国像一座座实业的、商业的、金融的……或融合实业、商业、金融等等为一体的摩天大厦一样矗立在世人面前。例如在日本松下电气公司成立 60 周年时，也就是松下幸之助出版《实践经营哲学》的时候，松下企业有 20 多万员工，14000 多种产品，工厂分布在 130 多个国家和地区，营业额从战后以来增长 4000 多倍。再如，美国著名企业麦当劳也是如此。麦当劳经过 40 年的发展，其企业分布在全球 40 多个国家，在全世界已经拥有 23000 家分店（其中美国 13000 家），并且每年都有超过 2000 家分店加入，同时，麦当劳的员工、特许经营商和供应商有 100 万人，近 14 年共有 1600 万人曾受雇于麦当劳，有 70 万青少年曾在麦当劳受训，此外，麦当劳的背后有 92.5 万人持有股票，每天可服务于 3800 万人。对于覆盖地域如此广泛、就业人员如此众多、参与人口的文化背景差异如此之大的大型跨国企业集团，靠什么东西来维持它的统一性、维持它的步调一致呢？人们想到的可能是一种严格的管理制度，不错，严格的管理制度非常重要，但这还不够。因为首先，如果仅仅依靠一种外在的刚性制度进行管理，并且仅仅依靠一种在某一文化背景下制定的刚性制度进行管理，必然存在着大量的制度无法控制的失灵领域，因为任何制度都不可能在细节上无懈可击，换句话说，都有漏洞可以利用。面对着可以利用的漏洞，如果员工仅仅为经济利益而工作，那就会在没有风险或风险不大的情况下利用这些漏洞；如果有一种良好的企业文化被他们的心灵所接受，他们就不会为了经济利益而利用这些漏洞。其次，即使严格的制度管理没有漏洞可以利用，仅仅依靠严格的管理制度进行强制性的

外在管理，也会大大逊色于运用企业文化来培养一种自觉的纪律意识。再次，企业文化通过培育全体员工与企业目标一致的共同价值观，将比外在的管理制度更容易凝聚企业员工，形成步调一致的行为规范，并更能激发员工工作的主动性、积极性和创造性。因此，随着企业规模的扩大，企业的管理已经必不可少。

从企业发展的方式来看，现代社会的市场经济主要是一种相对的完全竞争经济。在竞争过程中，优胜劣汰的规律使资源在不同的企业之间不断进行重新配置，引起不同企业之间的合作、兼并、收购、重组，而且这种合作、兼并、收购、重组，不仅会在一个相对较小的区域范围内的企业之间进行，而且也会在一个较大的区域（如一个省、一个国家）范围内的企业之间进行，甚至会在全球范围内的企业之间进行。可以说，市场竞争的过程也就是资源不断得到重新配置，就是企业不断进行重新组合的过程。因此，在现代社会的市场经济中，企业通过合作、兼并、收购等重新组合的途径进行发展，是企业发展的重要方式之一。我们知道，不同的企业具有不同的文化背景，这种情况在任何不同的企业之间都存在着，如果这些不同的企业来自不同的区域、甚至不同的国家，则文化背景的差异更大。不同企业之间的重新组合，就是把不同文化背景之下的企业进行重新组合，这种重新组合成功与否的一个关键因素就在于：在重新组合的新企业中，原有不同文化背景的企业之间，能否形成一致认同的企业价值观和企业文化。因此，对于通过重新组合来发展的企业（在现代市场经济的竞争中，大多数企业都难以避免这种发展方式）来说，通过对不同企业之间的文化进行融合，乃至培育一种共同认可的优质企业价值观和企业文化，是不能回避的问题。

## 2. 企业管理理论发展的内在规律

企业管理像任何其他领域的管理一样，在其发展完善的过程

中都将遵循一定的内在规律。就企业管理与其他领域的管理的共同性来说，企业发展的内在规律必然表现为一个由低级到高级、由不完善到逐步完善的发展过程；就企业管理自身的特殊性来说，企业管理由低级到高级、由不完善到逐步完善的发展过程，具体表现为由重视物的管理逐步走向重视人的管理、并由重视人的外在管理逐步走向重视人的内在管理的过程。企业管理的内在规律通过企业管理理论的发展历程被总结出来。企业管理理论的发展历程表明：正是企业管理发展的内在规律，把企业文化的管理推向企业管理的前台。

#### （1）企业管理理论的历程

西方社会更早进入现代工业社会，因而企业管理理论的发展历程主要表现为西方企业管理理论的发展历程。这一管理理论从整体上说经历了从古典管理理论到行为科学管理理论，再由行为科学管理理论到管理丛林时代的管理理论，最终走向企业文化管理理论的发展历程。

古典管理理论主要包括泰勒的科学管理、韦伯的行政组织管理和法约尔的管理要素或管理职能理论等。他们的管理理论的共同之处在于：依据近代力学（机械学）的基础，在自觉或不自觉的假设人为被动的、只被经济利益驱动类似于物的东西（机械的经济人）的前提下，建立一套科学的组织体系，并相应地设置一套严格、明晰、程序清楚、赏罚分明的（或者说高度量化和高度标准化的）管理体系，把对人的管理像对物的管理一样纳入上述的管理体系之中进行纯客观地管理，而不考虑被管理者的主观情感和能动作用。例如，韦伯的行政组织理论认为理想的行政组织体系就是所谓的“官僚制”（科层制），它的主要内容就是：为了实现组织的目标，把全部组织活动划分为基本的作业，并作为公务分派给每一个成员；各种公务（职位）按照职权的等级原则加以组织，每一职位有明确的权利和义务，由此

构成一个层次体系；组织中人员的任用，完全按照职务上的要求，通过正式考试和教育培训来实行；管理人员应该是职业管理者，有固定的工资和明文规定的升迁制度；管理人员必须严格遵守组织的规则与纪律，不受任何情感影响，保证规则和纪律的执行；组织中的各级官员必须完全以理性为指导，不带个人的目标，没有情感、偏爱、仇视等等。

泰勒的管理理论可以理解为古典管理理论的经典代表。泰勒做过学徒、技工、车间主任和总工程师，他发现当时的管理不能适应企业的发展，因而努力寻找一种更为科学的管理方法。1885年，泰勒开始在一家钢铁厂进行科学管理实验，他系统地分析和总结了工人的操作方法和所用的劳动时间，并根据自己的实验方案，逐渐形成了一套科学的管理理论和制度，即所谓的“泰勒制”。1911年，他出版了《科学管理原理》一书。

泰勒把工人看成是只需要进行外在严格控制的机械的经济人，他说：我们不要求为我们工作的人有什么主动性。我们仅仅要求他们服从我们给他们的命令，干我们要他们干的活，而且要尽快干好。由此出发，他一方面对工人进行思想压制，例如，他认为如果工人拉帮结伙，便会把许多时间用来怀疑、批评雇主，甚至与雇主进行公开斗争，从而会降低工作效率，因此，应该把工人分散开，不许四名以上的工人在一起工作。另一方面，他在量化和标准化的前提下，采用最佳的动作原理进行科学管理，并以差别计件工资为激励手段。他在钢铁厂进行科学管理实验时，曾对一个名叫施米特的铲装工人进行实验，用一只跑表对施米特操作工序的每一道内容（诸如铲的大小，铲斗重量、堆码、铲装重量、走动距离、手臂摆动弧度等等），都进行了细致、准确的测量，然而扣除其工作中的无效部分，对原有的操作程序进行技术改造，并进行新的更为科学的规定，结果使其劳动生产率由原来的每天12吨长猛增至每天

47.5 吨长（1 吨长 = 1.016 吨）。所谓“泰勒制”，也就是选择适合并熟练的工人，对他们操作的最基本元素（每一个动作，每一道工序）进行分解、测量，并对其完成时间进行记录、分析和综合，然后加上休息时间和其他延误时间，得出完成该项工作所需要的总时间，从而制定“合理的日工作量”，以达到劳动效率的最大化。达到劳动效率最大化的工人也将得到相对而言的报酬最大化。

古典管理理论，特别是“泰勒制”在当时劳动力非常富裕，劳动者经济生活状况低下的时代背景下，非常适应当时的企业管理要求，因而，它虽然因其对工人的“残酷”而遭到各种各样的批评，但也因其能创造更高的劳动生产率而得到了高度的重视和广泛的推广，福特汽车公司根据“泰勒制”组成了新的装配线，芝加哥屠宰场根据“泰勒制”也对自己的牲口分解装配线进行重新组合……。其实，“泰勒制”对于企业管理和社会经济发展的影响早已是世界性的。正如泰勒自己所说：“科学管理是一种有效提高工人劳动效率的手段……无论什么地方，有什么人，有哪个阶级的人，采取什么方法来反对，科学管理总还是要胜利的。”

西方管理学中的行为科学理论早期叫人际关系学说，诞生于 20 世纪 20 年代，后来发展为行为科学理论，60 年代进一步发展为组织行为学，并逐渐与一些其他理论相融合。这些理论的共同特点在于：在引入心理学以及社会学的基础上，开始意识到管理或企业管理的最重要对象是人而不是物，并且意识到对人的管理不能仅仅把人看成是类似于物的东西（机械的经济人）对其进行外在的强制管理，还必须对人性进行研究，把人看成是“社会人”，通过调整人际关系等手段对人进行有效的激励，以达到

① F. W. 泰罗：《科学管理原理》中国社会科学出版社 1981 年版，第 232 页。

管理的目的。从逻辑关系方面看，行为科学理论大致包含了相互联系的三个方面。

首先是人性理论（或人的需要的理论），这种理论包含了美国行为学家乔治·埃尔顿·梅奥（George Elton Mayo, 1880 ~ 1949）关于“社会人”假说的理论，美国管理学家麦格雷戈（Douglas MC Gregor, 1906 ~ 1964）于 1957 年提出的 X—Y 理论以及莫尔斯（J. J. Merse）和洛希（W. Lersch）提出的超 Y 理论，美国心理学家亚伯拉罕·马斯洛（Abraham Maslow, 1908 ~ 1970）提出的心理需要层次理论，等等。例如，梅奥以“霍桑试验”为基础提出了自己的“社会人”假说。这一假说的基本内容包括：第一，企业职工不仅仅是经济人，更是社会人，他们有自己的社会需求和心理需求，需要友谊、尊重；第二，企业中除正式组织（如厂部、车间、班组）外，还存在着非正式组织（如价值观、行为规范、办事原则、信念等）；第三，新型的企业领导，其能力体现在这样的方面，即通过提高职工的满足程度、职工士气，从而提高劳动生产效率。

其次是激励理论，这种理论是人性理论探讨的逻辑结果，因为首先必须理解人，然后才能谈得上如何激励人的问题。激励理论包括美国学者赫茨伯格（J. Frederick Herzberg, 1923 ~ ）提出的“双因素理论”；美国学者莱克莱顿·爱尔德弗（Clayton Alderfer）提出的“ERG 即生存（Existence）、关系（Relatedness）、成长（Growth）理论”；美国学者大卫·麦克莱兰（David McClelland）及其学生 50 年代提出的成就需要理论；美国心理学家 B. F. 斯金纳（B. F. Skinner）提出的强化理论；美国心理学家 J. S. 亚当斯（J. S. Adams）1976 年提出的公平理论等。这些激励理论一般是根据对人的不同假设，从不同的层面提出了对人的激励方式。因此，这些不同的激励理论从各自的角度说，对于企业管理理论的发展都起了不同程度的重要作用。

再次是群体理论，正如激励理论是人性理论探讨的逻辑结果一样，群体理论则应该看成是对激励理论的进一步发展，因为群体理论的出现表明对人的行为动力的探讨已经开始超越个体进入群体阶段。群体理论包括心理学家霍曼斯（G. C. Homans）提出的四要素及其他行为科学家提出的八要素理论，以及美国学者利兰·布雷福德（Leland Bradford）提出的敏感性训练理论等。美籍德国人库尔特·卢因（Kert Lewin, 1890~1947）提出的群体动力论在这些理论中显得比较突出。这种理论认为，一个人的行为是个体的内在需要和环境外力相互作用的结果，用函数式表示就是： $B=f(P, E)$ 。其中，B是行为；P是内在需要；E是环境外力。卢因根据自己的实验，发现了以下群体动力的存在和作用：（1）群体领导方式动力，既群体领导的方式决定其成员行为的表现；（2）群体组织形式动力，即群体的组织形式决定其成员的行为方式；（3）群体结构性质动力，即群体成员个人需要的类型和群体领导方式的搭配形式，决定其成员的行为；（4）群体公约动力，即通过公约改变人们的行为态度；（5）群体多数动力，即群体中的多数能够影响群体成员的行为。

管理丛林时代是西方管理理论研究如火如荼的时代。第二次世界大战以后，自然科学中的系统论、控制论和信息论，特别是计算机科学的迅猛发展，为企业管理理论的研究提供了新的自然科学工具，而在管理理论中更是出现了许多新的学说和流派，而且相互交织，同时也与以往的学说和流派相互交织。这种现象被美国著名管理学家哈罗德·孔茨（Harold Koontz）在《管理理论丛林》一文中称为管理理论的丛林时代，他还把这些理论划分为管理过程学派、经验学派、人类行为学派、社会系统学派、决策理论学派和数学学派六类。19年后，他又在《再论管理理论丛林》一文中指出管理理论的丛林更加茂密，已经产生了社会系统学派、决策理论学派、系统管理学派、经验主义学派、权变

理论学派、数学（管理科学）学派、组织行为学派、经理角色学派、经营管理理论学派、社会技术系统学派和人际关系学派等等。在这些管理学派中，美国卡内基—梅隆大学心理学系计算机科学和心理学教授西蒙（H. A. Simon）所代表的决策理论学派是最重要的学派。在他看来，全部管理过程其实就是决策过程，他提出了完整的作为决策的管理理论，并以“有限度的合理性”和“符合要求的原则”作为决策理论的两个基本命题。

## （2）企业文化管理理论的出现

西方管理理论发展的历程，在逻辑上表现为这样一个过程：首先，古典管理理论依据的理论基础是近代力学（机械学）理论，科学理性构成了其管理的指导思想，因此，在古典管理理论中，对物的管理处于非常重要的地位，因为在很多情况下对于生产线的有效管理，就可以达到对人的有效管理的效果，例如，加快生产线的流动速度，就可以提高工人的劳动强度，通过控制流水线的终端，就可以控制不同工人劳动的数量和质量；而在对工人的管理中，工人实际上也被当作诸多管理物件中的一个物件，根本不用考虑工人的情感，工人的主动性、积极性和创造性，只需要通过外在的强制手段和严格的奖惩，就可以最大限度地挖掘工人的劳动潜力。其次，行为科学管理理论的理论基础是心理学以及社会学，人的研究构成了其管理的指导思想，因此，在行为科学的管理理论中，相对于对物的管理来说，人的管理得到重视，并且在对于人的管理中，人已经不再简单地被看成是类似于物的机械的经济人了，而是被看成社会人，人的多方面的本性开始得到研究，并根据这些研究提出了各种各样的激励理论和群体理论，这样，不仅突出了对人的管理，甚至在很大程度上突出了对人的内在管理，人的情感、人的工作积极性、主动性和创造性都得到了高度重视。这样一来，行为科学的管理理论便实现了对古典管理理论的否定。但是，行为科学管理理论主要从心理学

的角度来看待人，在他们那里，人主要表现为“孤立的个人”，他们还没有从文化的角度来看待人。最后，管理丛林时代管理理论的理论基础是系统论、控制论、信息论，以及计算机科学，企业管理的数学模型研究构成了其管理的指导思想。因此，在管理丛林时代，人的情感因素又在某种程度上被忽视，物的因素又得到新的重视，而在对于物的因素的研究中，定量分析也被发挥到极高的程度。这样一来，管理丛林时代的管理理论又实现了对于行为科学管理理论的否定，并且这一否定似乎构成了对于古典管理理论的某种回复，使管理理论从古典管理时代经行为科学时代到管理丛林时代的发展，表现为一个波浪似的前进过程。但是，管理丛林时代对于古典管理理论的“回复”不是简单的回复，而是辩正的否定，是“扬弃”，这种扬弃不仅表现在管理丛林时代的管理理论赋予了古典管理理论以量化的“数学模型”，从而完善了企业管理的科学模式，使这一管理模式具备了真正的“科学”性质，而且表现在管理丛林时代的管理理论也没有完全忽视对于人的研究。在孔茨、社会系统学派的管理理论中，企业的组织文化问题，甚至企业价值观问题，都被作为研究对象提了出来。换句话说，在管理丛林时代，尽管理论研究的主旋律是运用科学发展的最新成果来对企业管理模式进行科学研究，但是，企业也被作为一个存在于特定社会文化背景下的开放系统，作为一个具有自身组织文化的系统而进行了研究了。企业文化正是在这样一种背景下，于 20 世纪 80 年代正式诞生的，它不仅是对于行为科学管理理论的否定之否定，而且是对管理丛林时代管理理论的辩证否定，是对于以往所有管理理论扬弃的结果。

进入 90 年代以后，西方的管理理论又出现了新的趋势，诸如出现了知识管理、再造工程、企业文化和企业伦理等等交叉研究的现象，研究的触角从企业内部延伸到企业环境、社会领域，甚至全球领域，一些学者将其称为“新管理丛林理论”。

### 3. 知识经济的兴起

知识经济的出现是当代社会因科学技术以及由科学技术引起经济、社会变革的必然结果，这个结果对人类的重要影响绝对不能低估。虽然知识经济及其对人类的重要影响在某种意义上说，还刚刚开始，甚至在一些落后的国家和地区还没有开始，但其来势之迅猛、力量之深远已经十分明显。对于企业的管理和经营来说，它也把企业文化的管理和经营推倒了前台。

#### (1) 知识经济的含义

何谓知识经济？1996年，经济合作与发展组织在《1996年科学、技术和产业展望》报告中，首次正式使用“基于知识的经济”这一概念，并把它定义为“建立在知识和信息的生产、分配和使用之上的经济”，认为它是与农业文明、工业文明相对应的经济。1997年，美国总统克林顿在一份报告中，提出了“知识经济”一词。中国社会科学院哲学研究所“国家创新体系”研究小组撰文指出：“在知识经济时代，‘技术’必须从人文价值角度重新定义，产品的价值越来越‘人文化’，‘文化消费’也越来越成为重大的产业发展方向。‘人文因素’已成为明显的经济要素。知识经济在某种意义上也就是‘以人文知识为基础的经济’。”知识经济时代的技术创新已经不是传统意义上的技术创新了，“知识经济时代的‘技术创新’，其实质就是人对自然和技术的特性获得新的认识、并在此基础上对其进行新的应用的过程，也就是对现实生活中的人与自然的关系、人与人的关系进行新的普遍调整的过程；‘知识创新’就是知识概念的规定性在文化模式中的创新过程，也就是文化的创新意义作为知识而扩展的过程。”<sup>①</sup>我们倾向认为：知识经济与服务型经济具有

转引自彭南林：《企业文化概略》，红旗出版社1999年版，第156~157页