

作为物质文明与精神文明相统一的企业文化

——一种马克思主义社会人类学的解释

■马慧民 中国浦东干部学院 张保权 华东师范大学

[摘要]企业文化作为现代社会的一个与很多人的生存状态密切相关的重要的文化现象,与马克思主义文化发展理论之间存在诸多联系。企业文化的形成和发展不仅符合马克思主义关于社会发展的一般原理,而且丰富了马克思主义的文化观。日益丰富和深化的企业文化理论体现了物质资料生产是人类社会存在与发展的前提的重要原理,体现了“人的本质在于人的社会性”的重要原理,体现了经济发展与社会进步相协调的重要原理。

[关键词]企业文化 马克思主义 社会人类学 物质文明 精神文明

企业文化是在一定的社会经济条件下,一个企业在自身发展过程中形成的以价值观念和经营理念为核心的独特的文化类型,是通过社会实践所形成的并为全体成员接受和遵循的价值观念、理想目标、职业道德、行为规范和管理规则的总和。在国际竞争日趋激烈的现代社会里,企业文化被视为企业生存的基础、发展的动力。同时,企业文化的发展,不仅在微观层面上促进了企业自身的发展,丰富了职工的物质生活和精神生活,而且在宏观层面上促进了一个国家的社会经济的发展,因而它也是社会主义建设极其重要的精神动力之一。企业文化在主体意义上经过个体意识、集体意识、群体意识的锻造乃至相互之间的熔铸,最终上升到社会意识和国家意识的层面,广泛普遍地融入甚至支配社会文化心理,成为文化大系统的一个极其重要的组成部分。

一、企业文化体现了物质资料生产是人类社会存在与发展的前提的重要原理

企业文化不仅包括企业精神、道德规范、价值观念等精神层面的东西,而且包括企业产品、企业环境、企业制度、组织机构等与物质内容密切相关的东西。企业文化的建设和发展离不开本企业良好的经济效益的支持。一方面,文化建设需要一定的物力和财力作基础,企业文化也是如此。效益不好的企业难以支撑企业文化建设所需要的人力、物力与财力。另一方面,想方设法提高经济效益、改善职工福利状况、提高企业员工的物质生活水平也是企业文化重点关注的内容之一。一句话,企业文化建设在一定程度上必须依靠依赖和服从服务于企业的经济效益,特别是对那些中小型企业来说更是如此。尽管文化生活、精神生活在现代社会中对于人们的幸福与自由的重要性越来越突出,但物质资料生产作为人类社会存在与发展的前提的基本原理仍旧是普遍适应的。因而,在企业文化的塑造中,继续推广艰苦朴素、积极进取、创造创新的理念是非常重要的。

企业文化作为一种新的管理理论,已经为现代社会提供了丰富的研究视阈。作为物质资料生产的基本单位的企业,是人类社会存在和发展的基本单元。企业的效益、利润水平决定员工的工资收入,对企业员工的精神面貌和思想状态都是决定性的。企业文化中的竞争观、时间观、质量观、效率观已为世界各国所接受和效法。企业文化所带来的巨大的经济和社会效益极大地丰富和发展了社会物质文明和精神文明的内容,有力地促进了社会文化变革。重实践、重效益、乐于竞争、刻意创新的时代精神在企业文化建设中得到有力的发扬。在企业文化建设中涌现出来的一系

列新事物,如“追求卓越”、“求新求变”的精神对人们带来新的启发和思考,对企业界、学术界,乃至对全社会都是一种宝贵的精神财富。

顽强的创新精神和激烈的竞争机制是美国企业赢得国际优势取得长足发展的重要原因。这是美国人敢于冒险、敢于创新、乐于竞争的民族性格在企业文化中的反映。美国企业家总是在寻找新机会,探索新的管理方法。可以说,美国企业文化是“创新文化”、“竞争型文化”。正是这种强烈的求新、求变精神和激烈的竞争机制,使许多美国企业家脱颖而出,创造了许多“世界第一”。这是美利坚创新文化长期熏陶的结果。激烈的竞争和不断的创新是美国许多成功的企业保持活力的力量源泉。在当前全球竞争空前激烈和不断变革的时代,这一精神尤为重要。企业文化建设的重要目的之一就是调动员工的生产积极性,发挥每一个人的聪明才智,为企业的发展贡献力量。

二、企业文化体现了马克思的“人的本质在于人的社会性”的重要原理

企业是一种重要的社会经济组织,是企业员工走出家庭开始融入社会的重要舞台。对那些众多的在企业里工作的人们来说,企业是仅次于家庭的最重要的活动场所之一。在现代社会里,相当多的人工作时间大于休闲时间,上班时间远大于做家务和休闲的时间。人的价值在很大程度上需要通过特定的社会关系体现出来,幸福感、自豪感、成就感等等都是如此。一个人在单位里的感觉、体验决定着其生活的幸福与自由程度。企业文化更加注意人文意识和道德理性自觉,适应了现代社会企业员工对自我实现的基本要求。企业文化显示了人的精神价值,突出了和谐的人际关系特色,把员工与管理者之间的和谐、愉快、友好的关系愿景描绘了出来。

企业文化把传统的管理理论从经济层次上升到文化层次、价值层次,从而把管理理论推进到一个新的阶段。随着新技术革命的不断深化和产业结构调整的不断升级,蓝领工人比重迅速下降,白领工人的比重大幅度上升。信息、创造、文化等对经济发展的作用不断增强。人们就业选择和职业特征的变化,必然影响到他们的价值观、生活方式和情趣。新一代劳动力由于富裕程度和文化素质较高,经济要求已不是他们工作的惟一动力。他们需要心理满足和自我实现的冲动。企业文化在重视制度、组织等硬件的同时,特别强调人的作用、感情因素和文化因素等软件的重要性。日本企业具有浓厚的人情味,管理具有人文色彩和文化色彩,充

满活力。他们高度重视人的因素、精神因素和价值因素在企业管理中的作用。比旧的管理理论立意更高、角度更新、内容更丰富。

良好的企业文化可以培育宽容大气的工作环境,不仅可以提高经营绩效,而且可以把企业的经济使命拓展到社会使命上来。以往的企业管理理论过分强调制度、考核、量化的刚性管理模式,容易造成人际关系的冷漠和紧张,形成单纯的契约关系。那种模式的企业管理者过于注意经济指标,忽视人性和思想文化在企业建设中的作用。它使企业与社会脱离,使企业变成单纯营利场所。美国企业在早期只注意战略、结构、制度等硬件,忽视人员、作风、价值等软件,吃了许多苦头。现代企业文化则改变了这种状况,走出了困境。麦道公司总裁曾说:“作为公司最高统帅,我的惟一任务就是重塑本公司文化”。IBM总裁沃森则说:“一个大的组织能够长久生存,最重要的条件并非结构形式或管理技能,而是我们称之为信念的那种精神力量”。

三、企业文化体现了经济发展与社会进步相协调的重要原理。企业文化的发展水平反映了社会历史的进步程度乃至人的全面发展的基本状况。企业文化的繁荣程度反映了工人阶级的历史与时代命运。企业文化建设一个总的目标就是实现并达到人的全面自由发展,消除紧张,消除异化,把被动的无奈的为生存而奋斗的劳动转变为主动的积极的创造性的劳动。社会主义国家企业文化建设印证了马克思的共产主义理论关于“劳动是人们的第一生活需要”的观点。美国企业普遍存在着一种过分追求短期利润的急功近利的文化取向,这一企业文化特质除了内在地由资本主义生产的性质决定外,也与投资人及社会公众对企业及其经营者的评价模式有关。

企业文化是现代民主社会、法治社会的重要建构力量。随着教育程度和文明发展水平的不断提高,越来越多的人受过良好的教育,富有独立性和创造精神,要求民主参与的欲望较强。他们进入社会,涉足企业界,不能不对企业管理模式产生影响。企业文化明确了劳动人民的平等意识、权利意识和民主意识,不同程度地粉碎和消灭了尊卑等级观念,朝着开放、自由、民主的现代理念迈进了一大步。社会主义企业文化需要借鉴并超越了资本主义企业文化的精华,克服资本主义生产关系的内在矛盾,体现社会主义物质文明与精神文明同步发展的原则。

企业文化不仅仅是宣传,不仅仅是动员,更重要的是关于基本理念、基本原则的确立,它是特定利益和道德关系的澄清。这样的企业文化可以起到凝聚力量,增强信心,鼓舞士气的作用。企业文化强调面向人、尊重人、关心人和扩大民主参与决策等等,正好是新一代人强烈的社会要求的折射。企业文化作为一种新的管理理论和方法,是企业内部上层建筑的一部分。它一旦形成必然对企业的生存和发展起推动作用。由于企业文化具有很强的导向功能、凝聚功能、调适功能和激励功能,能极大地鼓舞企业成员为企业效力。

企业文化体现出强烈的时代精神和民族精神,尤其实现了公共利益的重要性。企业文化已经从单纯功利主义转向注意企业的社会效益和总体利益。长期以来,美国企业界功利主义十分突出。这是讲求实际、重视效率、个人主义价值观在经营管理上的反映。人际关系淡漠,金钱利益关系起支配作用,相互合作和支持不足。近年来,美国一些成功的大企业开始注意克服上述偏见。IBM公司是企业文化建设较为成功的典型。它的经营哲学有三条:必须尊重每一个职工;必须为用户提供尽可能好的服务;必须寻求最优秀的业绩。在这三条中,人们几乎看不到功利主义色彩,强调的是尊重、服务和优秀。

论企业文化的构建

■徐延功 潍坊职业学院

[摘要]企业文化是企业核心竞争力的重要组成部分,企业文化建设对企业的长期发展越来越重要。本文在阐释了企业文化内涵、特点,以及企业文化对企业发展的作用的基础上,论述了企业文化建设的重要途径。

[关键词]企业文化 核心竞争力 构建

一、企业文化的内涵

企业文化是指在一定的社会经济条件下,通过企业实践所形成的,并为企业全体成员遵循的共同意识、价值观念、职业道德、行为规范和准则的总和,是一个企业在自身发展过程中形成的,以价值观念为核心的独特的文化管理模式。企业文化包括以下四个方面:第一,物质文化层。由企业产品、企业容貌、企业环境、企业科技状况所构成。第二,制度文化层。包括企业规定制度、企业领导体制、企业组织机构、企业民主制度等。第三,精神文化层。包括企业目标、企业哲学、企业精神、企业道德。第四,综合文化层。包括企业素质、企业行为、企业形象、社会品牌等。企业文化的实质,是以人为中心,以文化引导为手段,以激发员工的自觉行为为目的的现代企业经营管理思想。

二、企业文化的特征

1. 企业文化具有独特的个性。就是说,由于各个企业发展的历史、所处的地域、所从事的行业及企业本身的条件等不同,企业间的企业文化应具有明显的个性。

2. 企业文化具有多层性。就是说企业文化是一个多层次的复合体。其中价值观是企业文化的核心。

3. 企业文化具有继承性。就是说企业文化是企业职工长期实践的产物,需要一代一代的职工的努力和营造才能趋于完善。

4. 企业文化具有兼容性。就是说企业文化是吸收了本民族文化和国外先进文化的基础上,构建形成的对本企业发展起重要作用的文化。

5. 企业文化具有创新性。就是说企业文化可以适应企业内外环境的变化,创造出更有利于企业生存与发展的新型企业文化。

三、企业文化的作用

1. 企业文化是企业核心竞争力的重要组成部分。一般认为,企业核心竞争力有三大要素:产品技术的研发、企业品牌的形成和企业文化的构建。其中,企业文化是企业最宝贵的无形资源之一,是培养企业核心竞争力的关键。

2. 企业文化对企业形成整体凝聚力起重要作用。一个企业要长期稳定的向前发展,离不开上上下下的团结拼搏。而企业文化