

- ▶ 论文投稿
- ▶ 关于论文发布证明

相关链接

- ▶ 学术活动厅
- ▶ 专家讲座
- ▶ 中华管理论坛章程
- ▶ 个人专栏



儒家思想与企业文化

险峰

引言

建设有中国特色的社会主义企业文化, 必须解决好企业文化与中国传统文化结合的问题。几千年来, 中华民族创造了光辉灿烂的文化, 源远流长, 博大精深, 形成了悠久的民族传统文化, 它以无形的巨大力量, 深深地积淀在我们民族心理与民族性格之中。儒家思想是中国传统文化的主干, 其作为封建社会的正统思想长达2000多年, 对中华民族的文化心理、风俗习惯、道德伦理、价值观、人生观影响极其深远, 这种深刻的影响发展至今必然渗透到现代企业的管理当中, 并在企业文化中反映出来。立足于本民族文化, 探析儒家思想对于现代企业文化的影响和启示, 对于最终在中国企业内部建立适合本国国情的企业文化具有非常重要和深远的意义。

关于儒家思想和企业文化

儒家思想始创于先秦, 孔子(公元前551---479)是儒家思想的创始人, 他汲取并继承了夏商周代的文化传统, 创造了以“礼”、“仁”、“中庸”、“教”与“学”为主要内容, 包括哲学、政治、伦理、道德、教育等思想在内的完整儒家学说。孟子承继并发展了孔子的学说, 进一步完善了儒家所倡导的民本主义思想。后世称孔孟所创立的儒学学说为“原始儒学”。先秦最后一位儒学大师是荀子。至西汉武帝时期历史著名的“罢黜百家, 独尊儒术”后, 儒家成为中国社会的第一显学, 但此时的儒家思想已是经过董仲舒改造的董氏儒学。经过五代十国几百年的分裂后, 儒学又逐渐发展成为以程朱为代表人物的宋明理学。任何一种思想在传承过程中, 都必然跟随传承者的意志而发生变迁, 正如大江虽然日夜向东奔涌不息, 流经路线却蜿蜒曲折。后期的儒学为了迎合政治的需要, 早已背离了原来的要旨, 彻底成为封建统治者的官方哲学, 其糟粕远多于精华。本文所探析的儒家思想主要是以孔孟学说为代表的先秦儒学。

企业文化发源于日本, 形成于美国。1982年7月, 美国哈佛大学教授泰伦斯·狄尔(Terrence Deal)和麦肯锡咨询公司顾问爱伦·肯尼迪(Allan Kennedy)合著的《企业文化》一书正式出版, 标志着企业文化这一新的管理理论诞生。企业文化是在西方市场经济条件下兴起的管理学说, 是管理科学发展到一定历史阶段的产物, 它强调了以人为本, 重视企业的群体意识和人在管理中的作用, 在运用现代管理技术和手段中特别突出了精神和文化的力量。

儒家思想对企业文化的借鉴与启示

1、入世有为

孔子一生中热心救世，到处奔走，自云：“天下有道，丘不与易也。”“如有用我者，吾其为东周乎！”但由于他所处的时代周王室衰微，政令不行，“礼崩乐坏”，中原各国不是政权落于卿大夫，就是“陪臣执国命”，要实现他的政治理想根本是不可能的，时人评其“知其不可而为之”。但孔子终其一生没有停止奋斗，史称“席不暇暖”，这种坚韧不拔的精神深为后世所敬仰。孟子也曾经说过：“夫天如欲平治天下，当今之世，舍我其谁。”和道家相比，孔、孟所代表的儒家是主张积极入世的，对国家、社会具有强烈的责任感，这说是人们常说的“以天下为己任”的精神，是中华民族宝贵的精神财富。历史上后来的许多名臣良相，如“先天下之忧而忧，后天下之乐而乐”的范仲淹，“人生自古谁无死，留取丹心照汗青”的文天祥，“天下兴亡，匹夫有责”的顾炎武，可以说都深受儒家思想的影响。

企业文化的核心是企业价值观。作为社会重要组织之一，企业的直接目的是赢利，但赢利绝不是唯一目的和准则，更高层次的目标在于为社会创造价值和财富，报效国家，奉献社会，以强烈的社会使命感作为企业价值观的核心理念。其主要原因在于，企业以其产品来服务于他人，服务于社会，进而赢得利润，那么对于企业的经营方式、所经营的产品，就必须有所为而有所不为。企业经营的产品只有与社会进步相辅相成，才会有更广阔的市场前景，才会给企业在任何时期任何地区带来更稳健的利润，最终使企业获得长足的发展。在中国推进市场经济二十几年的时间里，至今没有任何一家企业凭借制造假冒伪劣产品而发展壮大的。但凡享誉全球的知名企业，都是以其优质的产品和对人类文明的贡献而走向成功的。微软公司在成功地在全世界推出window平台同时，也开创了自己的“未来之路”。日本著名企业家松下老人一生都在倡导：“企业要对国家、对社会要有明确的贡献。”

“以天下为己任，关心社会、奋发有为”是儒家思想的精华，是中华民族的优良传统，几千年来已经深植于人民心中。无论是对于任何一种所有制的企业，努力营造“以天下为己任，关心社会，奋发有为”的企业精神，让员工和社会认同这种精神，鼓励员工以为社会创造价值为荣，这既符合了民族文化传统，又遵循了企业成长的规律，必将为企业的经营和发展带来极大的推动。四川长虹集团以“产业报国”的文化理念凝聚员工的智慧与力量，赢得了公众的支持和信赖，成为当今企业界成功企业文化的典范，就是有力的例证。

2、以人为本

儒家思想最早把人们的视野从“天”转向了“人”，主张“仁”道，提出了“仁者爱人”、“己欲立而立人，己欲达而达人”、“己所不欲，勿施于人”、“敬事而信，节用而爱民，使民以时”等，孔子所分析的，是己与人、人与人的关系，是一种将心比心、推己及人的精神。《论语•乡党篇》载：“厩焚，子退朝。曰‘伤人乎？’不问马。”不问马怎么样，首先问伤人没有。而“仁”并不是孔子所认为的最高境界，最高境界是“圣”，“圣”的目标是“博施于民而能济众”、“修己以安百姓”。孟子更进一步发展了孔子“爱人”的思想，明确指出：“民为贵，社稷次之，君为轻。”、“君之视臣如手足，则臣视君如腹心；君之视臣如犬马，则臣视君如国人；君之视臣如草芥，则臣视君如寇仇。”他还特别强调了“人”和

“人心”在国家治理中的作用，提出“得道多助，失道寡助，寡助之至，亲戚畔之，多助之至，天下顺之”、“天时不如地利，地利不如人和”。这些都深刻体现了儒家思想中原始的人本主义思想，已经具有了人文关怀的精神。

儒家的“仁”道思想历史价值和文化价值十分巨大，他对于中华民族乃至整个东方国家都产生了深厚的影响。二十世纪六七十年代，日本企业正是由于较早地意识到从本民族文化特点出发，开展企业文化建设的实践，从而为企业注入了经久不衰的活力，实现了经济的腾飞，这一点特别值得今天中国所有的企业思索和借鉴。

与传统的管理理论相比，企业文化的特点之一就是以人为本，将“物”的管理和“人”管理有机结合起来，以“人”的管理为主，所以从一定意义上说，所谓企业文化就是企业的“人化”。企业文化所强调的人，既是管理的客体，又是管理的主体；既是“经济人”又是“社会人”与“文化人”；既是生产主体，又是社会生产力中最活跃的要素。抓好企业文化建设，首先必须从“人”着手，重视人的价值和人格，即“民为贵”；正确把握人性的本质，推己及人，“己欲立而立人”。关心人、理解人、重视人、依靠人、尊重人、凝聚人、培育人，最大限度地开发企业的人力资源。只有这样，才能“得道多助，天下顺之”。著名管理学家威廉·大内在《Z理论》一书中指出：“企业的宗旨就是帮助雇员的成长。”全国模范企业青岛港的领导干部有一句座右铭：“职工的事再小也是大事，再难也要办好。”这种以人为本的思想赢得了全体职工的拥护，职工们向领导保证：“港里的事再小也是大事。”港口效益连续多年保持了增长的势头。

3、为政以德

在《论语》一书中多处论及为政之道，如“为政以德，譬如北辰居其所而众星共之。”孔子认为，“德”是领导者必备的修养，是治国平天下必须遵循的原则。孔子非常重视领导者的表率作用，提出“政者，正也。子帅以正，孰敢不正。”“其身正，不令则行，其身不正，虽令不行。”明确指出，在上位的人一定要以身作则。如果身居领导位置的人不能行德政，百姓就会不服气，“举直措诸枉，则民服；举枉措诸直，则民不服。”选用当政者，儒家认为“贤”是第一位的，如孟子所云：“左右皆曰贤，未可也；诸大夫皆曰贤，未可也；国人皆曰贤，然后察之，见贤焉，然后用之。”

受历史阶段和文化背景限制，儒家所论及的领导者当然都是指向君主和官吏，是当时社会的统治者，这些“为政之道”也是为统治者服务的。但是，如果抛开“阶级分析”的保守立场，就儒家所倡导的“为政以德”思想本身和其诞生的年代来看，都极其难能可贵，可谓儒家思想体系中又一极为耀眼的闪光点，与今天企业文化中的领导者文化大有异曲同工之妙。

谁造就了企业文化？实践证明，企业的最高领导者造就了企业文化。最高领导者拥护什么，实施什么，奖励何种行为，反对何种作法，最直接有力地影响到企业文化的定位与指向。伟大的人格魅力，高尚的道德水平，是企业文化成功的关键。从这一意义上说，建设优秀的企业文化，企业领导者首先必须“为政以德”。遍览古今中外有大成就的伟人，他们的事业的成功无不与其人格魅力有关，他们正是以此赢得别人的帮助和支持，才成就伟业的。无

论是四川长虹还是青岛海尔，他们的成功都是与张瑞敏、倪润峰这些优秀的企业领导者自身所迸发出的强大的人格魅力分不开的。因为，当在运筹决策、组织管理、使用人才以及调节企业人际关系时，人们都乐于同那些人格高尚的交往，而领导者正是利用这一趋向，以调动本公司职员的内聚力，使他们能把公司看成自己的事，愿意付出。作为一名优秀的企业家，他不是凭借自己的知识和技能去解决某一具体的技能问题，他的职责在于如何把本公司的全部职员协调好，统一好，使他们能内聚在一起，形成巨大的工作热情和创造力。“为政以德”的思想从两千年前延续至今，反映了民族文化的传统，代表了中华民众的民心所向。正所谓“得民心者得天下”，儒家这一思想精华对于我们制定企业文化战略时的基本定位问题有很好的启示。

4、以礼治企

“礼”是儒家思想学说的一个重要范畴。“礼”作为一种社会行为规范，由来已久。孔子曾经说：“殷因于夏礼，所损益可知也；周因于殷礼，所损益可知也。其或继周者，虽百世可知也。”在孔子看来，“礼”是从天子到庶人，人人必须遵守的行为规范。孔子所谓的“礼”，包含内在精神和外在形式两方面。其内在精神是维护当时的宗法等级制度及相应的各种伦理关系，其外在形式包括祭祀、军旅、冠婚丧葬、朝聘、会盟等方面的礼节仪式。孔子认为，注重“礼”的内在精神固然重要，而内在精神终究还要靠外在形式来体现。所以对这些礼节仪式，孔子不但认真学习，亲履亲行，而且要求弟子们严格遵守。“礼”所讲的行为准则，也具有教化性质，要义是要求人们通过加强修养，自觉地约束自己，达到人际关系的协调。

作为东方文明古国，中国自古有“礼仪之邦”之美誉，这与儒家“礼”的思想在中国的广泛传播、深入人心有着直接的关系。儒家的这种以建立一种“社会行为规范”来引导民众“克己复礼”，以礼治国的思想对于现代企业管理具有很重要的借鉴意义。现代企业同样需要建立自己的“礼”，现代企业中的“礼”可以内化为企业人际关系、精神风貌、风俗习惯、行为准则等，也可以外显为礼仪、品牌、服务、荣誉、公众形象等。《企业文化》一书的作者将企业文化的构成要素归纳为五个方面：（1）企业环境；（2）价值观；（3）英雄人物；（4）仪式和典礼；（5）文化网。两相对比，作为“礼”的这些要素与企业文化的主要构成恰恰不谋而合。由此不难想到，在中国开展企业文化建设，我们完全可以借重于民族文化优势，发扬中华民族重“礼”的思想，深入挖掘其合理内核，形成有本国特色的企业文化。如：儒家重视礼节仪式，现代社会几乎每一个正规企业都有举行特定仪式的习惯，开业、庆功、表彰、竞赛等；如儒家提出：“道之以政，齐之以刑，民免而无耻；道之以德，齐之以礼，有耻且格。”主张刑罚不是最合理的，要以德、以礼来管理百姓，这种管理思想已经为所有企业家认可。再如儒家倡导：“富与贵是人之所欲也，不以其道得之，不处也”、“见利思义”，强调要正确处理义和利的关系，这提醒我们在市场大潮中尤其要重视道德建设，避免误入歧途。

纵览古今，许多华夏子孙以民族传统的儒家思想为人处事，在政治、经济、文化以及自然科学领域做出了杰出贡献。在现代企业经营管理方面，同样有很多企业家借助儒家思想建立起特有的企业文化，形成自身的文化特色和文化优势，在激烈的市场竞争中为企业奠定了深厚的企业文化基础。“日本企业家，只要稍有水准的，无不熟读《论语》，孔子的教导给他们的激励，影

响甚巨。”（《圣贤经营理论》）。发扬民族文化优良传统，在不断深入的实践和理论探索过程中，相信我们一定能够实现企业文化在中国企业的新的突破。

（选自《学术活动厅》）

最新文章：

- [官僚意识与人文精神](#) 曾飞
- [立此存照：高尚与丑陋的反思](#) 小龙
- [国际贸易可持续发展的环境约束](#) 陈柳钦
- [当“优秀工”成了鸡肋](#) 韩成杰
- [知识生产管理](#) 侯象洋
- [中国移动品牌文化的硬伤及危害](#) 韩城
- [管理升级——给准备带领企业越冬的企业家](#) 张驰
- [重大疾病保险 职工的保护神](#) 周书勇
- [有效在线体验——为什么你的VOC项目对提升在线客户满意度的帮助很小](#) 李翊玮 等
- [和谐生产方式基本原理](#) 张西振
- [新劳动合同法对企业的影响及企业的应对策略](#) 高磊
- [时间管理在企业中的应用](#) 高磊
- [李老庄村农业劳动力不足的问题研究](#) 陈杰
- [更多文章...](#)