

经营新论

企业诚信



王书玲 郜振廷◎著

QIYE CHENGXIN
JINGYING XINLUN

2010年河北省科学技术研究与发展计划项目
2009年度河北省社会科学发展研究课题[200903178]
河北省高校学术著作出版基金资助项目



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

企业诚信经营新论

王书玲 郇振廷等著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

企业诚信经营新论/王书玲, 郜振廷著

北京: 中国经济出版社, 2010. 7

ISBN 978 - 7 - 5017 - 9083 - 8

I. ①企… II. ①王… ②郜… III. ①企业管理—信用—研究 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 092638 号

责任编辑 刘建生

责任印制 张江虹

封面设计 华子图文设计公司

出版发行 中国经济出版社

印刷者 北京市人民文学印刷厂

经销者 各地新华书店

开 本 880mm × 1230mm 1/32

印 张 13.75

字 数 352 千字

版 次 2010 年 7 月第 1 版

印 次 2010 年 7 月第 1 次

书 号 ISBN 978 - 7 - 5017 - 9083 - 8/F · 8056

定 价 29.00 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换(联系电话: 010 - 68319116)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010 - 68359418 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390)

服务热线: 010 - 68344225 88386794

内容简介

本书通过多学科视域和中西对比,在系统分析诚信概念的基础上,对企业诚信问题进行了多角度的剖析。以创新思维的独特视角,结合现代信息技术的运用,对古今中外大量涉及诚信经营的案例进行深入系统的分析,在时间、空间、层次上搭建了企业诚信经营的多维逻辑框架,构建出诚信经营的时间-收益模型,对企业有形资产和无形资产诚信经营的各个子系统进行了分析研究,探索了企业诚信系统构建和社会诚信系统构建及运行问题,挖掘出诸多诚信经营新理念,揭示出企业诚信经营的发展趋势和有关规律。

读者对象为有志于深入研究企业诚信经营的高校师生、已经和希望在企业界打拼的中青年人士。

本书在写作过程中参阅了古今中外大量研究成果,除了在页脚和书末加以注明外,仍有不少遗漏,谨对各项研究成果的作者表示衷心感谢。若有不妥之处,请亲爱的读者朋友和学界同人吝赐教。

新时期诚信经营观的新视角

张新国^①

诚信观念源远流长,从儒商鼻祖子贡、范蠡所遵循的诚信经营之道,到徽商、晋商的诚信经营之美谈,我国古代那些先哲圣贤们一直把诚信视为立身之本,执政之本,同样也是商道之本。但社会发展到今天,在对待诚信传承的问题上,却出现了三种各不相同的路径选择:第一种是拘泥古法,希望现代的人们沿用传统的诚信思维模式去思维、去行动,实际上是一种不切实际的乌托邦式的天真追求。第二种是脱离诚信观念的传承,直接照抄西方诚信的一套做法,可称之为“拿来主义”,特别省事,但国人却较难接受。第三种是分析继承中国古代诚信观、西方诚信观中能为当代人所用的成分,结合当代社会环境的变化,打造新时期诚信经营的新视角。可惜的是,当代学者从这个角度研究者如凤毛麟角,鲜见有全新建树的研究成果。郜振廷、王书玲等研究团队抓准这个切入点,从调查研究当代诚信经营典型案例入手,深入挖掘传统诚信文化的精髓,吸收西方诚信中有益的成分,根据新时期社会环境变化的新特点,推出一部沉甸甸的专著《企业诚信经营新论》(以下简称《新论》)。纵观全书,感觉有三个明显特点:

^① 张新国先生为中南财经政法大学工商管理学院院长、博士生导师、国务院特贴专家。

一是批判传统诚信和西方诚信严谨、深入,鞭辟入里。《新论》将我国古代“诚信”的基本内涵表述为三点:“诚信”是立身处世基本原则;“诚信”是交友的基本准则;“诚信”是从政的基本原则。可谓高屋建瓴,梳理得当。西方学者们对诚信问题的探讨,其立论基础都存在着缺陷,即使是经济学家也没有离开伦理学的范围。虽然马克思·韦伯意识到了经营者遵守诚信原则的外在强制性,但他最终还是没有将其上升到诚信问题应有的经济规律的高度。马克思主义经典作家在诚信研究问题上有重要的创新。仅从认识论角度看,恩格斯实现了三个方面的超越:首先,恩格斯从市场经济运行的客观需要而非从经营者的内心世界看待诚信。他将诚信看做是市场经济整体的有机组成部分,没有诚信,就没有健全、发达的市场经济。其次,他清楚地认识到市场经济是赢利经济,一切经济活动都应进行成本收益的比较分析,以合算、赢利为目标展开。恩格斯认识到健全的市场经济活动中诚信与合算、赢利正相关的事实,即经营者要想获得长期的利益,他必须坚持诚信,减少因为信誉缺失而造成的成本增加,恩格斯对这一点的深刻认识是他把诚信定位为经济规律的最无可辩驳的依据。最后,在恩格斯的理论构架中,并未抛弃作为伦理原则的诚信,而是建基于作为经济规律发挥作用的诚信之上的,是对作为客观经济规律的诚信的主观反映,并逐渐形成和固定下来,充分体现了马克思主义的主观反映客观的原理。因为不管是从起源来看,还是从地位和作用来看,作为经济规律的诚信都位居第一,作为伦理原则的诚信是第二位的。

中西诚信观的共同性表现在:中西社会诚信观念的发展历史中都存在着如何认识诚信与追求物质利益的关系问题;都认为诚信普遍存在于社会生活的各个领域;研究者都力图论证“诚信”的道德至上性;中国传统道德中的“信”与西方“契约”观念都坚持平等的相互性原则。

中西诚信观的差异性表现在:第一,中西方社会中诚信观念适用的范围有所不同:传统的中国社会,诚信作用的范围往往是熟人

社会,“信诺”只是涉及少数人的事情。西方人则不局限于熟人社会,更重视一般意义上的人与人之间的交换、利益关系。第二,中西方社会中人们诚信观念产生的依据不同。中国人看来诚信的依据主要是情感。而在西方社会中,西方人更重视以信用关系和信用制度形成的契约关系。第三,中西方社会中人们倡导诚信所要达到的最终目的不同。西方社会人们追求诚信的目的就是为了通过彼此诚信关系的确立使双方都获得长久稳定的利益。与此不同的是,在中国社会中,人们之间诚实、守信、履行诺言,更大程度上是为了超越功利的道义性目的。这样立论,使得本书能够站在巨人的肩膀上,站得更高些,看得更远些,使本书研究得出的结论更有扎实的基础、丰富的内涵,逻辑性更强,更能以理服人。

二是以严谨的学术态度梳理清楚有关诚信的一系列理论问题,突破性地搭建出企业诚信经营逻辑框架图。首先是界定诚信相关概念。大家只要翻开关于诚信研究论文和书籍,经常被诚信、企业诚信、诚信经营、诚信管理、诚信文化等一大堆概念的混乱使用而困惑。该课题组注意到了这种情况存在的严重性,如果相关概念说不清楚,系统研究企业诚信经营问题将很难深入。所以,本书在探讨企业诚信概念的第四章里,专门用一节的篇幅分析界定了有关诚信一系列概念的内涵,系统梳理了它们相互之间的隶属关系。其次是界定出诚信经营与经营诚信之间的递进关系,并将它们上升到哲学层面的“自在”和“自为”的高度来认识。再次是高屋建瓴地归纳出企业诚信的三个来源和三个影响因素,这在诚信研究成果中还没有出现过。

本书搭建的企业诚信经营逻辑框架图,包括企业诚信经营时间框架、空间框架、层次框架图等多维结构,给人以耳目一新之感。比如企业诚信经营时间框架图就分为“被动—主动—自觉”模式、“守法—试法—守法—自觉”模式和“不诚信—被动诚信—主动诚信”模式,目的是对企业经营人士可以根据自己企业所处的时间阶段,选择诚信经营入口,为企业提供具有较强操作性的诚信经营路

径选择。再如守信成本和失信成本构成的分析以及诚信经营时间—收益模型的构建,都具有较强的诚信路径选择指导价值。

三是超前性地探究了企业诚信文化建设的若干规律。比如企业经营层次和企业诚信建设的关系、企业寿命和诚信文化建设的关系、企业核心竞争力和企业诚信的关系、企业信息化水平和企业诚信的关系等。认识这些规律,能够引导企业经营者学习掌握诚信经营方法、提高企业界人士诚信经营的自觉性。

基于此,实际上就能够得出现代诚信经营观的研究结论:现代新时期诚信经营是建立在准确把握客观经济规律基础上的诚信,是能够把企业诚信经营观念演化为诚信经营操作实务的诚信,是能把诚信经营形象这一无形资产成倍转化为有形资产的诚信。所以,不管从战略层面上考虑,还是从长期考察,都可以得出这样一个无可辩驳的结论:诚信,商道之本。无诚无信,商道难行。企业无诚不长,无诚不强,无诚不大。天道酬“诚”,诚赢天下。

2010年4月27日

端木生涯创新铸就,陶朱事业诚信集成

尚金锁^①

近年来,几乎每隔一段时间就会出现名牌企业失信问题爆出冷门:南京冠生园因为“陈馅月饼”事件而倒闭;金华火腿传出用敌敌畏泡制的新闻后名声扫地;肯德基因为苏丹红、重庆火锅底料因为添加石蜡也都遭遇了信誉危机;尤为突出的是中国乳殇。毋庸置疑,我们的社会正面临一场史无前例的危机——“诚信”危机的挑战。如果听任其发展下去,将沉重打击消费者信心和整个商业社会的诚信,甚至波及社会的和谐稳定和长治久安。

世界进入21世纪,以互联网和跨国公司为代表的新生事物以排山倒海之势涌到人们面前,让人真有目不暇接之感。互联网的普及,已经和正在从社会的较深层次上改变着人类生活的各个层面,包括沟通习惯、生产习惯和消费习惯。供应链竞争的出现,使世界市场竞争形式由企业和企业之间的竞争转化为供应链和供应链之间的竞争。跨国公司的批量出现,则把国家和国家之间在经济上的界限搅得越来越模糊。员工素质的提高,更使得原先奉行的那一套经营管理哲学变得不太好用。西方世界标准化建设的兴起,6 σ 质量管理以及一系列标准化认证体系的推广,要求企业诚信

^① 尚金锁先生为国务院特贴专家,五一劳动奖章获得者,全国诚实守信道德模范,全国人大代表,河北柏粮集团董事长、总经理。

管理有了国家甚至是世界范围内公认衡量标准。

企业诚信缺失受到的惩罚以及环境的变化,让人们再一次认识到企业诚信经营的重要性,也意识到没有一项真正成功的事业是完全通过务虚的方式制造出来的。一个个浮躁行为可能给我们带来过一个一个机会,但在这个过程中,如果你没有诚信力量的依托,消亡是必然的。意识到诚信是企业生存发展的保证,是一块金字招牌,是企业的基础和生命线;是企业的“身份证”;企业坚持诚信经营能提高生产效率,增强企业内部核心竞争力和凝聚力,诚赢天下。

只是,对于企业界来说,构建企业诚信最迫切的工作任务是什么?企业诚信理念如何指导企业实物操作?企业如何根据自己实际,选择诚信经营入口?构建企业诚信文化有哪些规律可循?这些问题时常困扰许多企业,有心无力,感觉无从下手,而当代学者从这个角度研究者如凤毛麟角,鲜见有全新建树的研究成果。值此久旱之际,企业界喜迎甘霖,郜振廷、王书玲带领的研究团队怀揣着对企业、对社会负责的一种神圣的责任感和使命感,从调查研究当代诚信经营典型案例入手,根据新时期社会环境变化的新特点,推出其研究力作——《企业诚信经营新论》。纵观全书,感觉三个明显特点:

一是重视企业诚信经营的实务操作问题,企业诚信理念如何指导企业实物操作?本书在第八章分别从诚信采购、诚信生产、诚信质量、诚信渠道、诚信物流、诚信销售、诚信用人机制、诚信财务、诚信战略和诚信供应链等方面分析企业有形资产经营问题,讨论诚信经营这些子系统,跟传统经营在观念上、做法上、细节上有何异同,为企业界人士和研究人士勾画出诚信经营实务线路图。

二是突破性地搭建出企业诚信经营逻辑框架图,并从经营哲学高度将诚信经营划分为诚信经营和经营诚信两个层次。将诚信经营的研究推向一个新高度。包括企业诚信经营时间框架、空间框架、层次框架图,比如企业诚信经营时间框架图就分为“被动—

主动—自觉”模式、“守法—试法—守法—自觉”模式和“不诚信—被动诚信—主动诚信”模式,企业经营人士可以根据自己企业所处的时间阶段,选择诚信经营入口,为企业提供具有较强操作性的诚信经营路径选择。再如守信成本和失信成本构成的分析以及诚信经营时间—收益模型的构建,都具有较强的诚信路径选择指导价值。如果说不诚信、被动诚信、试法等这些司空见惯的常见做法可称为企业在诚信经营初级阶段不可逾越的“自在”阶段的话,那么,经过多次尝试和探索,在重复博弈的情况下,慢慢步入经营诚信阶段,企业经营就步入经营诚信的“自为”阶段了。

三是超前性地探究企业诚信文化建设的若干规律,比如企业经营层次和企业诚信建设的关系、企业寿命和诚信文化建设的关系、企业核心竞争力和企业诚信的关系、企业信息化水平和企业诚信的关系等。认识这些规律,能够引导企业经营者学习掌握诚信经营方法、提高企业界人士诚信经营的自觉性。企业经营管理有很多规律,实实在在构建诚信文化并把这种基于客观经济规律把握基础上的大诚信熔铸于各个层面的运作,能使顾客产生对企业产品和服务的认同、信任、忠诚,会快速提升企业及其产品的知名度和美誉度,从这个意义上说,企业诚信建设规律乃是支撑其他客观规律发挥应有作用的最基础的规律。该书揭示的这一精辟论断,犹如黄钟大吕,让人振聋发聩。市场竞争越激烈,这个规律的作用越明显。时代越发展,这个规律对企业经营者的启发越深刻。

本书注重理论与实践的紧密结合,对有关诚信经营的敏感热点问题给出了一些令人信服的便于操作的答案,使每一家希望和愿意诚信经营的企业能再次找到步入诚信经营轨道的入口,免受违法经营的困扰,尽享诚信经营带来的市场扩大、品牌优化、费用大幅度降低、利润持续上升的实惠。本人所供职的河北柏粮集团是依靠“两信”(诚信、信息化)起家和发展的,我们的一些做法有幸被该书引为案例,深感荣幸。但看完该书全部内容,才知道我们做的事情只不过是顺应了书中所揭示的基本规律而已,同时拓展了

我们遵循客观规律将诚信经营上升为战略思维的视野,更坚定了我们沿着诚信经营之路走下去的决心。此书面世,是企业界的福音,我愿意向广大读者推荐这部针砭时弊、弘扬诚信的正气之作。

当然,企业诚信经营除了企业自身因素之外,还需要国家、社会、学校、家庭等各方面的共同努力,形成合力,形成一个诚信宏观、中观、微观环境,才能从根本上不断好转。希望该团队再接再厉,拿出更好的研究成果。

2010年3月20日

目录



企业

经营新论

QIYECHENGXINJINGYINGXINLUN

第一章 诚信研究的历史沿革 001

第一节 我国诚信研究的历史沿革 / 002

第二节 西方诚信研究的历史沿革 / 031

第三节 中西方诚信研究的异同 / 045

第二章 多学科视域下的企业诚信问题分析 054

第一节 经济学视角 / 055

第二节 企业伦理学视角 / 058

第三节 法律的视角 / 060

第四节 管理学视角 / 062

第五节 社会学视角 / 064

第六节 哲学视角 / 066

第三章 传统诚信的内涵及其局限性分析 069

第一节 传统诚信观的内涵及特点 / 070

第二节 中国传统诚信观的精华与局限 / 080

第四章 企业诚信的概念 090

- 第一节 诚信的概念 / 091
- 第二节 企业诚信的内涵 / 122
- 第三节 几个重要概念的界定及其相互关系 / 136

第五章 诚信经营的逻辑框架 143

- 第一节 诚信经营的空间框架 / 144
- 第二节 诚信经营的时间框架 / 144
- 第三节 诚信经营、企业文化和经营诚信的关系 / 150

第六章 应用博弈论剖析企业诚信经营 155

- 第一节 博弈论基本概念 / 156
- 第二节 企业诚信缺失的原因 / 162
- 第三节 企业诚信经营的博弈论分析 / 164

第七章 企业诚信经营的时间 - 收益模型 178

- 第一节 企业诚信经营的时间模型 / 179
- 第二节 企业诚信要素及模式构建 / 187

第八章 有形资产的诚信经营 200

- 第一节 诚信采购 / 201
- 第二节 诚信生产 / 209
- 第三节 诚信质量 / 210
- 第四节 诚信渠道 / 220
- 第五节 诚信物流 / 223

- 第六节 诚信销售 / 227
- 第七节 诚信用人机制 / 230
- 第八节 诚信财务 / 234
- 第九节 诚信战略 / 235
- 第十节 诚信供应链 / 244

第九章 无形资产的诚信经营 248

- 第一节 诚信文化 / 249
- 第二节 诚信制度 / 253
- 第三节 诚信互动机制 / 256
- 第四节 诚信品牌 / 266
- 第五节 诚信服务 / 271
- 第六节 诚信形象 / 284
- 第七节 诚信的维护与控制 / 291
- 第八节 诚信管理 / 297

第十章 企业诚信体系构建的主要框架和内容 301

- 第一节 建立信用管理体系的具体制度框架
及主要内容 / 302
- 第二节 企业建立诚信管理体系的步骤 / 305
- 第三节 企业诚信评价体系 / 306

第十一章 社会诚信系统的构建 309

- 第一节 从马克思论资本主义的“信用制度”谈起 / 310
- 第二节 重新认识诚信与市场经济的特殊关系 / 315
- 第三节 社会诚信系统的构建 / 318

第十二章 诚信经营典型案例

348

第一节 河北“柏粮”集团的诚信经营之路 / 349

第二节 慧聪靠全员劳动股份制九年稳居

中国信息服务业之首 / 360

第十三章 对企业诚信文化建设的规律性认识

368

第一节 诚信是企业文化建设的基石和生命线 / 369

第二节 企业诚信文化的建设 / 379

第三节 企业经营层次和企业诚信建设的关系 / 386

第四节 企业寿命和诚信文化建设的关系 / 390

第五节 企业核心竞争力和企业诚信的关系 / 396

第六节 企业信息化水平和企业诚信的关系 / 400

参考文献 / 410

后 记 / 416

第一章 诚信研究的历史沿革

本章主要介绍国内外诚信研究情况,在选取材料上,侧重于选取历史上有重要影响的人物、学派的具有代表性的观点,对相同和相似的观点则在归纳的基础上进行浓缩处理,在尽可能全面分析诚信历史思想的同时,突出专业性和实践性。