

成思危

编写指导委员会主任

21世纪工商管理硕士[MBA]规范教材核心课程
教育部直属十二所全国重点院校教授根据全国MBA教学大纲/主编主审

现代管理伦理学

——理论与企业的实践

MBA

Modern
Business Ethics

复旦大学管理学院 苏勇 著



石油工业出版社

21 世纪工商管理硕士(MBA)规范教材

本书为教育部人文社会科学研究“十五”规划课题《经济转型期中国企业伦理与企业业绩的互动机制研究》(01JA790064)成果之一

现代管理伦理学

——理论与企业的实践

复旦大学管理学院 苏 勇 著

石油工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代管理伦理学/苏勇著. —北京:石油工业出版社,2003.9

21 世纪工商管理硕士(MBA)规范教材

ISBN 7-5021-4128-6

I. 现… II. 苏… III. 企业管理-伦理学-研究生-教材 IV. F270-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 109198 号

策划编辑/马洪立 13701381856

封面设计/耀午书装 010-84488533

版式设计/北京乘设伟业科技排版中心

出版/石油工业出版社出版

地址/北京安定门外安华里二区一号楼

邮编/100011

网址/www.petropub.com.cn

电话/010-64210392,64247704

发行/新华书店北京发行所发行

印刷/河北省徐水县印刷厂印刷

开本/787×960mm 毫米 1/16 开

印张/26.375 印张

字数/360 千字

版次/2003 年 9 月北京第 1 版

印次/2003 年 9 月河北第 1 次印刷

印数/1—8000

书号/ISBN 7-5021-4128-6/F·202

定价/32.00 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请与本社联系调换。

版权所有,翻印必究。提供盗版信息者将获重谢。

律师热线:(010) 64222241,64262233-3610

21 世纪工商管理硕士 (MBA) 规范教材

编写指导委员会

主 任 成思危

副主任 郑祖康

委 员 (以姓氏笔划为序)

王方华 上海交通大学安泰管理学院院长 教授 博士生导师

王重鸣 浙江大学管理学院常务副院长 教授 博士生导师

尤建新 同济大学经济与管理学院院长 教授 博士生导师

朱元午 南京大学商学院 教授 博士生导师

李国津 天津大学管理学院 教授 博士生导师

李 垣 西安交通大学管理学院院长 教授 博士生导师

陈 剑 清华大学经济管理学院 教授 博士生导师

陈荣秋 华中科技大学管理学院 教授 博士生导师

苏 勇 复旦大学管理学院 MBA 项目主任 教授 博士生导师

郑祖康 复旦大学副校长、管理学院院长 教授 博士生导师

赵春明 北京师范大学经济学院 教授 博士生导师

赵曙明 南京大学商学院院长 教授 博士生导师

钱小军 清华大学经济管理学院 教授 博士生导师

徐二明 中国人民大学商学院院长 教授 博士生导师

徐康宁 东南大学经济管理学院院长 教授 博士生导师

唐任伍 北京师范大学管理学院常务副院长 教授 博士生导师

袁志刚 复旦大学经济学院 教授 博士生导师

21 世纪工商管理硕士 (MBA) 规范教材

编 写 委 员 会

主 任 徐康宁 尤建新

副主任 仇向洋 马新建 苏 勇

委 员 (以姓氏笔划为序)

达庆利 朱志坚 吴广谋 时巨涛 李 东 吴应宇

陈良华 余珊萍 李廉水 周 勤 黄 凯 梅姝娥

总策划 马洪立

总 序

工商管理硕士(MBA)的培养在中国已有十余年了。从1991年国内几所大学首批MBA招生不足百人,到现在全国有60多所高等院校拥有MBA专业,这反映了中国高等教育管理专业顺应市场经济对人才的实际需要,适应经济全球化的发展历程,也折射出中国经济、社会和教育所处的一个巨大变革和深刻转型的背景。目前,除了大学里有正式学历教育的MBA专业外,社会上还有以技能培训为主要特征的工商管理教育。在中国大地上迅速兴起的MBA教育热潮,总的来看,是因为计划经济体制向市场经济体制急速转变引起实用经营型人才需求的激增所产生的,也是中国不断对外开放、经济活动采用更多国际惯例、管理教育逐渐国际化的一个缩影。尽管如此,中国现有的MBA规模还远远不能够满足中国经济发展的需要。

世界上最早的正规MBA教育出现于1908年。当年,哈佛大学成立商学院(这也是世界上最早的大学商学院),专门招收已经拥有学士学位的年轻人,经过两年的专业学习,获得工商管理硕士学位。哈佛大学开办MBA专业,不仅是哈佛大学历史上的一件大事,而且也是美国大学教育乃至世界大学教育和企业管理发展史上的一个重要事例。哈佛大学首届MBA学生虽然只有20多人,但是,这些人作为美国职业经理的先驱,改变了美国管理阶层的内部结构。作为一种人才教育的开端,它引发了影响美国企业管理100年的经理革命和管理的职业化。哈佛商学院招聘了一批对实际管理问题卓有研究的教授和企业家来讲授一些课程。例如,当时给哈佛大学MBA学生讲授产业组织课程的,就是创立泰罗式科学管理制度的效能工程师——弗里迪瑞克·泰罗,在此之前,他担任美国机械工程师协会的会长。一批批知名的教授和优秀的企业家集中在哈佛校园里,使哈佛商学院成为培养MBA的圣地,直到现在它仍然是世界上最优秀的商学院之一。哈佛开创了管理教育的新模式,也使美国100年来始终在世界上处于工商管理教育与研究的领先地位。

西方发达国家的MBA教育已经走过了近百年的时间,与之相比,中国的MBA教育才刚刚开始,正处在一个不断规范发展的时期。目前的大学MBA教育与中国市场经济的发展对人才的要求总体上是相适应的,MBA人才培养在一定程度上弥补了中国高学历经营管理型人才的数量不足和结构上的缺陷。但是,与其他专业相比,中国的MBA教育还显得比较年青,还有很长的路要走。只有在学校和学生的共同努力之下,在教学内容和教材不断完善、创新的情况下,才能培养出更多更好的MBA优秀人才。

MBA教育的特点,在于这种教育的目的并不是以学术化为主要标准(但这并不排斥MBA教育也有学术化的内容),而是以专业性、职业化培养为主。MBA优秀毕业生,不在于其能否写出高水平的研究型论文,而在于其是否把握管理的基本理论,是否熟悉市场的实际运作和企业经营管理的过程,尤其是在工商管理的某一领域,如生产管理、市场营销、战略管理、国际商务、财务分析等方面,是否具有超越一般人的专长和实际操作能力,同时具有目光远大,擅长与人沟通,富有团队精神,并有良好的商业伦理精神。

由于MBA教育的特点,实施MBA教学与其他专业也有很大的不同。这种不同既表现在课堂的教学中,如大量的案例教学法,又表现在适用的教材上。MBA教材有如下特点:一是突出理论联系实际,教材内容中有大量的案例和环境设计,使学生感受到是在经营管理的情景之中;二是思辨性、启发性强,许多问题都没有绝对正确的答案,其目的在于启发学生和读者开动脑筋,寻找相对合理或较佳的答案;三是语言生动,许多内容读起来引人入胜。国外优秀的MBA教材不像其他专业教材,一般没有大量深奥的数学公式和严格的逻辑证明,但仍然充满了科学性和理论性。从这个意义上讲,中国的MBA教材要向国外优秀的MBA教材学习。在当前经济全球化的背景下,MBA教学中商业情景的设计也要考虑到国际化的因素,力求让学生具有全球观,把握大的发展趋势。

另一方面,中国的经济毕竟是处于转型时期,中国企业在许多方面又不同于外国的企业,尤其是中国企业所处的文化背景与国外相比有很大的差异。如果中国MBA的课堂教学全部使用国外的教材,案例全部是ABC公司和XYZ产品的情况,又难免会使学生产生距离感和陌生感。因此,中国MBA教育也有一个本土化的问题,包括把这种本土化的内容体现在针对中国MBA学生所编写的教材上。

在连续多年使用国外MBA教材(原版或者翻译版)的基础上,经过较长时间的积累,我们感到有必要编撰一套面向中国MBA学生的教材。本套教材主要是依据全国工商管理硕士(MBA)教学大纲编写的,同时也参考和汲取了国外知名商学院同类教材的精华,所选案例力争做到经典和最新。作为一个体系,这套教材基本上涵盖了MBA教学的主干课程和部分选修课程。教材的编写队伍主要是东南大学经济管理学院、同济大学经济与管理学院和复旦大学管理学院的教授,他们都是多年来承担MBA教学的骨干教师。各门教材初稿完成后,我们约请了清华大学、复旦大学、南京大学、浙江大学、中国人民大学、西安交通大学、上海交通大学、南开大学、同济大学、北京师范大学、华中科技大学等院校专家教授进行了审稿工作。

热诚欢迎各位专家和读者提出批评建议,以便重印和再版时日臻完善。

21世纪工商管理硕士(MBA)规范教材编委会

前 言

随着美国安然公司、世通公司等陆续发生严重问题,在企业的经营管理中,管理伦理的重要性正前所未有地显现出来,并受到管理学界和企业界的高度重视。

从1996年起,我就给复旦大学工商管理硕士研究生(MBA)开设“管理伦理学”课程,而且伴随着教学和研究工作的进展,陆续写了几本有关这方面的著作:《管理伦理》(上海译文出版社1996年出版)、《管理伦理学》(东方出版中心1998年出版)、《管理伦理》(河南人民出版社2002年出版)。同时,全国MBA教学指导委员会还委派我担任MBA推荐核心课程“管理伦理学”的负责人,在有关院校中推广和完善这一课程。但我在教学和研究中也深深感到,这一学科的研究和教学的难度很大。

一方面,对于“企业是否要履行自己的社会责任”、“企业是否以利润最大化为惟一目的”这些问题,绝大多数企业所有者和经营者都会认为需要履行社会责任,而不是以利润最大化为惟一目的。但是企业面临的问题错综复杂,而且带有很强的功利性和利益诱惑。那么,在现实利益和管理伦理发生矛盾时,企业的所有者和经营者是否能守住自己的道德底线,放弃很现实的经济利益,去追求看似比较虚幻、往往并不为他人所感知的道德境界呢?

另一方面,很多企业所有者和经营者往往会提出这样的问题:市场经济和企业竞争是非常现实的,注重管理伦理、追求良好的企业道德有可能导致企业经营成本的增加,而在目前整个市场秩序尚很不规范的情况下,企业为了追求良好的经营伦理而付出较多成本,如果别的企业不这样做,那么我们在竞争中就可能会处于不利地位,就有可能被淘汰出局。这样的话,皮之不存,毛将焉附?企业无法立足,那么本企业的管理伦理又从何谈起呢?

应该承认,这些问题确实很有挑战性,在一定程度上也符合企业竞争的实际状况。对此,我的回答是,尽管我们每一位企业所有者和经营者,由于个人的价值观不同,对于一些具体的管理伦理问题可以仁者见仁、智者见智,但是有一条原则已经被中外无数企业实践所证明:虽然注重管理伦理的企业不一定会成功,因为企业成功涉及到很多因素,但是不注重管理伦理的企业一定不会取得最终的成功!

本书是我所主持的国家教育部人文社会科学“十五”规划项目“经济转型期中国企业伦理与企业业绩的互动机制研究”(01JA790064)的重要成果之一。在写作本书时,其思路与我以前的教学和研究的思路相同,力求避免道德说教的色彩,从企业的各项职能管理实践出发,将管理伦理的一般原则融合在企业经营管理的实践当中,帮助我们企

业管理者在管理活动中更好地把握伦理原则,提升企业管理伦理水准。同时,本书还考虑到企业管理伦理中所发生的最新情况,增加了有关“性骚扰问题”和“网络经济中的管理伦理问题”等章节,从中也体现出我对这些管理伦理中前沿问题的思考与探索。

我的博士研究生李占猛、王晓东、富立友,硕士研究生宋旭群、姜磊帮助我补充了本书若干章节的内容和部分案例及阅读材料,在此一并表示衷心感谢!

诚挚地祝愿中国企业健康成长!

苏 勇

记于复旦大学管理学院

21世纪工商管理硕士[MBA]

规范教材编写指导委员会

主 任 成思危

副主任 郑祖康

委 员 (以姓氏笔划为序)

王方华 上海交通大学安泰管理学院院长
教授 博士生导师

王重鸣 浙江大学管理学院常务副院长
教授 博士生导师

尤建新 同济大学经济与管理学院院长
教授 博士生导师

朱元午 南京大学商学院
教授 博士生导师

李国津 天津大学管理学院
教授 博士生导师

李 垣 西安交通大学管理学院院长
教授 博士生导师

陈 剑 清华大学经济管理学院
教授 博士生导师

陈荣秋 华中科技大学管理学院
教授 博士生导师

苏 勇 复旦大学管理学院MBA项目主任
教授 博士生导师

郑祖康 复旦大学副校长、管理学院院长
教授 博士生导师

赵春明 北京师范大学经济学院
教授 博士生导师

赵曙明 南京大学商学院院长
教授 博士生导师

钱小军 清华大学经济管理学院
教授 博士生导师

徐二明 中国人民大学商学院院长
教授 博士生导师

徐康宁 东南大学经济管理学院院长
教授 博士生导师

唐任伍 北京师范大学管理学院常务副院长
教授 博士生导师

袁志刚 复旦大学经济学院
教授 博士生导师

目 录

第1章 绪论——企业的功利性与伦理性	(1)
1.1 企业及其作用的历史回顾	(1)
1.2 市场主体——纯经济的还是理性的	(3)
1.3 企业行为的经济性与伦理性	(7)
本章要点	(9)
案例与阅读材料	(9)
1-1 世界通信公司的假账丑闻	(9)
1-2 银广夏的不道德融资	(13)
第2章 管理伦理:趋势与基本概念	(16)
2.1 管理及管理学的新趋势	(16)
2.1.1 管理——人类最重要的活动	(16)
2.1.2 管理学的发展过程及其新趋势	(22)
2.2 伦理学的发展历程	(31)
2.2.1 西方伦理学的起源	(31)
2.2.2 中国伦理学的产生过程	(32)
2.2.3 伦理学的基本定义	(33)
2.3 管理与伦理的相互关系	(34)
2.3.1 经济学与伦理学的渊源	(34)
2.3.2 管理活动的伦理学思考	(37)
2.3.3 伦理的管理功能	(40)
2.4 管理伦理学的基本概念及其发展趋势	(43)
2.4.1 国外管理伦理学的研究历史与现状	(43)
2.4.2 国外企业的实践	(47)
2.4.3 管理伦理学的定义与研究对象	(49)
本章要点	(52)
案例与阅读材料	(52)
2-1 管理与社会:社会责任与伦理	(52)
2-2 商业伦理不能只说不做	(54)

2-3 企业争相加强伦理训练	(56)
2-4 商业道德敲开成功之门	(57)
第3章 中外管理伦理思想发展轨迹	(59)
3.1 西方哲人的探索	(59)
3.1.1 苏格拉底论知识与德行	(59)
3.1.2 亚里士多德论人的自由与道德责任	(60)
3.1.3 基督教伦理思想中的禁欲与服从	(61)
3.1.4 文艺复兴时期伦理思想中的管理内涵	(62)
3.1.5 亚当·斯密的管理伦理思想	(64)
3.1.6 当代管理思想中的伦理内涵	(65)
3.2 东方智者的论述	(71)
本章重点	(81)
案例与阅读材料	(81)
3-1 中国企业文化与佛儒道思想	(81)
第4章 社会与文化背景下的企业伦理	(85)
4.1 似虚而实的“文化”	(85)
4.2 文化与伦理的关系	(87)
4.3 管理文化差异和管理伦理差异	(90)
4.4 当代中国社会文化与伦理观念的变化	(95)
4.4.1 计划经济体制下的伦理道德观念的反思	(95)
4.4.2 市场经济体制下的价值观念与社会伦理道德建设	(97)
4.5 当代文化背景下企业管理伦理建设	(102)
4.5.1 伦理道德与经济效益	(103)
4.5.2 追求良好的企业管理伦理	(104)
4.5.3 建设优秀的企业管理伦理的原则	(105)
本章要点	(106)
案例与阅读材料	(107)
4-1 在日本老板手下,美国人发现工作喜悦各半	(107)
4-2 经济伦理:企业需要遵守的美德	(108)
第5章 管理伦理的普遍原则	(113)
5.1 功利与人文	(114)

5.1.1 功利主义与人文精神	(114)
5.1.2 两种不同的管理理论	(115)
5.1.3 功利与人文的统一	(117)
5.2 利己与利他	(118)
5.2.1 价值取向与观点	(119)
5.2.2 企业作为“经济人”	(120)
5.2.3 企业作为“社会人”	(121)
5.3 公平与效率	(123)
5.3.1 从“二八原则”谈起	(123)
5.3.2 公平与效率	(123)
5.3.3 公平优先还是效率优先	(124)
5.3.4 管理领域中的效率与公平	(126)
5.4 权力与权威	(128)
5.4.1 权力及其划分	(128)
5.4.2 权威及其构成	(130)
5.4.3 正确处理权力与权威的关系	(133)
5.5 竞争与合作	(133)
5.5.1 一个案例引出的新课题	(134)
5.5.2 竞争中的管理伦理关系	(136)
本章重点	(139)
案例与阅读材料	(139)
5-1 良好的业绩就有良好的伦理吗?	(139)
5-2 从安达信的没落看企业伦理	(141)
第6章 企业作业管理中的伦理	(144)
6.1 单一性与多元化	(144)
6.1.1 单一性与分工理论	(144)
6.1.2 对单一性作业方式的伦理分析	(147)
6.1.3 使员工的工作丰富多彩	(148)
6.2 全面质量管理与企业伦理	(153)
6.2.1 全面质量管理与企业大质量	(153)
6.2.2 全面质量管理的伦理内涵	(155)
6.3 重视作业环境的改善和员工的工作安全	(157)

6.3.1 企业是员工的第二家庭	(157)
6.3.2 如何优化企业的作业环境	(158)
6.3.3 企业的安全管理	(160)
本章重点	(162)
案例与阅读材料	(162)
6-1 从泰罗制到海尔 OEC	(162)
第7章 企业财务会计工作中的伦理	(168)
7.1 企业的会计伦理体系	(168)
7.1.1 会计伦理缺失——一个世界性的难题	(168)
7.1.2 企业会计伦理体系的组成	(170)
7.2 保证会计信息的真实性	(172)
7.2.1 会计信息的重要作用	(172)
7.2.2 会计信息真实性的伦理审视	(173)
7.2.3 通过提升企业的会计伦理水平,保证会计信息的真实性分类	(176)
7.3 环境会计——一种全新的会计体系	(178)
7.3.1 把可持续发展概念引入会计体系是社会发展的必然	(178)
7.3.2 环境会计理论结构的组成	(180)
本章重点	(183)
案例与阅读材料	(184)
7-1 麦科特噩梦	(184)
7-2 靠做假账掘财? 没门	(193)
7-3 CEO 病	(195)
第8章 企业人力资源开发与管理中的伦理	(197)
8.1 知识经济时代的人力资源管理与权力调整	(197)
8.1.1 选才	(198)
8.1.2 用才	(198)
8.1.3 育才	(199)
8.1.4 留才	(200)
8.1.5 晋才	(201)
8.2 职责明确与上下同心	(201)
8.2.1 管理层次与部门划分	(201)
8.2.2 上下同心,充分开发人力资源	(203)

8.3 选人用人中的伦理准则	(205)
8.3.1 人才标准的确立必须符合管理伦理	(205)
8.3.2 人才使用中的伦理问题	(207)
8.4 人力资源管理趋势的伦理透视	(210)
8.4.1 管理模式的变化	(210)
8.4.2 管理操作层面的变化	(211)
8.4.3 员工培训日显重要	(212)
8.4.4 重视竞争中的人力资源管理	(214)
本章重点	(215)
案例与阅读材料	(215)
8-1 价值观对人力资源管理的影响	(215)
8-2 酒店服务员也用大学生	(219)
8-3 职工若想辞职,先须面壁思过	(221)
8-4 “无缝跳槽”引发的思考	(225)
8-5 实现梦想靠团队	(229)

第9章 企业市场营销工作中的伦理

9.1 当代西方学者对市场营销道德的看法	(231)
9.1.1 显要义务理论(The Prima Facie Duty Framework)	(231)
9.1.2 相称理论(The Proportionality Framework)	(233)
9.1.3 社会公正理论(The Social Justice Framework)	(235)
9.1.4 市场营销伦理的一般理论	(237)
9.2 “绿色”营销及其伦理涵义	(239)
9.2.1 何谓“绿色”营销	(239)
9.2.2 “绿色”营销的特点	(240)
9.2.3 “绿色”营销的内容	(241)
9.2.4 “绿色”营销的伦理涵义	(243)
9.3 营销手段中的伦理	(244)
9.3.1 产品策略中的伦理问题	(245)
9.3.2 促销回扣中的伦理问题	(246)
9.3.3 现场促销中的伦理问题	(249)
9.4 广告宣传中的伦理	(250)
9.4.1 广告及其在中国的发展	(250)

9.4.2 广告中的伦理规范	(251)
本章重点	(253)
案例与阅读材料	(253)
9-1 ICC/ESOMAR“营销与社会研究国际伦理准则”	(253)
9-2 维护 Email 营销声誉,从规范做起	(256)
9-3 “人乳宴”,创新还是荒唐?	(258)
第 10 章 网络经济时代的企业管理伦理	(262)
10.1 网络伦理学的出现	(262)
10.1.1 网络伦理学的定义和研究范围	(262)
10.1.2 网络伦理学出现的背景	(263)
10.1.3 “网络经济”的伦理难题	(264)
10.1.4 网络经济下伦理建设的基本原则	(266)
10.2 电子商务发展的现状	(268)
10.2.1 全球及中国电子商务的发展现状	(269)
10.2.2 我国电子商务的发展环境	(270)
10.2.3 目前我国发展电子商务仍然存在的问题	(272)
10.3 电子商务运作中的伦理障碍及其对策	(273)
10.3.1 B to B 电子商务中的伦理问题	(273)
10.3.2 B to C 电子商务中的伦理问题	(276)
10.3.3 解决电子商务伦理问题的对策	(278)
本章重点	(280)
案例与阅读材料	(280)
10-1 网络信任危机——电子商务的伦理陷阱	(280)
10-2 双击公司	(283)
10-3 网上拍卖起纷争	(284)
10-4 电子工头引发争议	(287)
第 11 章 企业道德与社会责任	(289)
11.1 企业的社会责任	(289)
11.1.1 企业的社会责任的含义	(290)
11.1.2 企业经营者对社会责任的态度演变	(291)
11.1.3 国外企业承担社会责任的两种模式	(293)
11.1.4 中国企业对社会责任的不同看法	(296)

11.2 企业实施公共关系中的伦理.....	(298)
11.2.1 公共关系与企业知名度、美誉度	(298)
11.2.2 掌握伦理准则,正确树立形象	(300)
11.3 管理伦理与企业道德.....	(302)
11.3.1 恪守企业道德,强化管理伦理	(302)
11.3.2 职业道德和企业信誉.....	(305)
11.3.3 企业道德形象塑造.....	(310)
本章重点.....	(313)
案例与阅读材料.....	(313)
11-1 做假账与“道德指数”	(313)
11-2 社会责任使企业卓尔不群	(314)
11-3 企业公民排名第一	(316)
11-4 叶莺与柯达中国的成功之道	(317)
11-5 有些精神永远不能丢——中国企业家答诚信十问	(319)
11-6 美国大企业道德恶化	(324)
11-7 《金融时报》推出最受尊敬公司,通用电器五连冠.....	(326)
第12章 企业管理者的道德修养	(330)
12.1 儒商:理想化的状态?	(330)
12.1.1 儒商的含义.....	(330)
12.1.2 儒商精神.....	(332)
12.1.3 提出“儒商”概念的意义.....	(334)
12.1.4 现代儒商的综合素质.....	(336)
12.2 管理者自身的道德修养.....	(338)
12.2.1 当代中国企业家伦理观念剖析.....	(339)
12.2.2 新型企业家的道德修养.....	(347)
本章重点.....	(349)
案例与阅读材料.....	(349)
12-1 清誉至上——李嘉诚先生的经商理念	(349)
12-2 美国“安达信”出局的警示	(351)
12-3 柳传志答现场提问:怎么看待企业家的修养问题?	(353)
12-4 论企业家的修养——为1995年全国企业家活动日而作.....	(355)
12-5 索赔风波	(362)