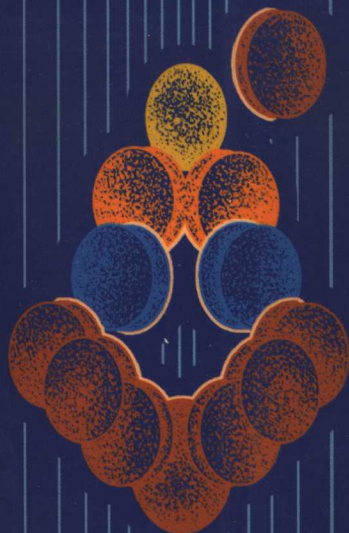


现代管理新视野书系



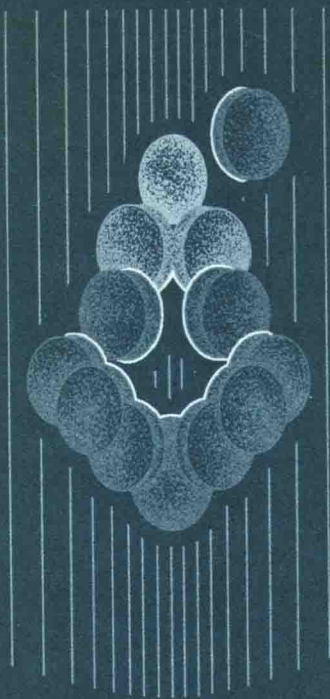
管理伦理学

苏 勇 著



东方出版中心

现代管理新视野书系



管理伦理学

苏 勇 著

东方出版中心



3 0000 4577 7

i 19633

说 明

经中央机构编制委员会办公室和中华人民共和国新闻出版署批准,原中国大百科全书出版社上海分社、知识出版社(沪),自1996年1月1日起,更名为东方出版中心。

管理伦理学

苏 勇 著

出版: 东方出版中心
(上海仙霞路335号 邮编200336)

开本: 850×1168(毫米)1/32

印张: 10.75

发行: 东方出版中心

字数: 258千字 插页2

经销: 新华书店上海发行所

版次: 1998年5月第1版第1次印刷

印刷: 东方出版中心海峰印务公司

印数: 1-8,000

ISBN 7-80627-291-7/F·15

定价: 16.00元

前 言

本书是一本写给现在的管理者和未来的管理者所看的书。

当历史的车轮走向 21 世纪的时候,管理活动和管理科学在整个社会发展中的重要性已经毋庸置疑了。但是,管理伦理学在我国还是一个全新的学科,而从迅速发展的中国社会主义市场经济体制建设的实际情况来看,这一学科的建设又是十分重要而且是非常迫切的。同时,在世界范围内,管理伦理学也得到了高度的重视,如著名的美国哈佛大学商学院已将它列为工商管理硕士(MBA)研究生入学后的首要必修课。

正因如此,本人愿意在这一领域作一些开拓性的研究工作,以自己的努力为同道们探路。

本书是我主持的国家自然科学基金项目“中外管理伦理思想发展及其比较研究”的成果之一,其中部分章节曾作为我在复旦大学管理学院所开设的《管理伦理学》课程的讲义。全书试图用一种管理文化的视角,在阐述了管理伦理的基本概念和中外管理伦理思想的发展轨迹后,从企业管理所涉及的基本内容出发,透过管理的基本技术层面,来具体分析和论述管理中所涉及的伦理问题和蕴藏的伦理内涵。在论述中及每一章后列举了一些当今中外企业经营中的案例,以便理论联系实际,能更好地思考问题。

在本书完稿之际,我要深深感谢复旦大学管理学院院长郑绍濂教授。郑教授早在数年前,就以管理学家的睿智和眼光,首倡要为管理学院各类学生开设“管理伦理学”,提议由我在复旦大学管理学院开设此课,并向出版社热情推荐我的书稿。

F253/11

我也要深深感谢复旦大学经济管理研究所所长苏东水教授。苏教授首创的“人为为人”学说,我认为点出了管理伦理的关键所在,即管理者要搞好管理,使他人和自己都有所作为,首先要做到很好的“为人”,有良好的道德修养和高尚的行为。

我还要衷心感谢东方出版中心的领导以及责任编辑孙志坚先生。我与孙先生本不相识,是本书的写作过程使我们从相识到相知。本书在写作中得到孙先生的多种帮助。而且,如果没有他那充满友情又不失原则的鼓励和督促,本书大概不会于现在与读者见面。

本书撰写过程中,参考和引用了国内外有关文献与部分研究成果,在此也要谨表谢意。同时也感谢所有帮助过我的朋友、同事、亲人。

让我们共同为中华的腾飞而努力!

苏 勇

1998年春节于复旦大学

内 容 提 要

本书从管理文化的视角,论述管理伦理学的基本概念和中外管理伦理思想发展的轨迹,具体探讨各项管理活动中涉及的伦理问题,如功利与人文、公平与效率、民主与集权、竞争与合作,尤其是对企业现场管理、财务管理、人事管理、营销管理等的伦理分析,很有针对性;并提出了管理伦理与社会责任相统一,注重管理者的道德修养等见解。书中列举了一些当今中外企业经营管理伦理的典型实例,反映了实践中存在的一些问题。本书可作经济管理院校有关课程的教材,尤其适合于MBA教学之用,亦可供各类企业和组织的领导、管理人员研修参考。

·本课题研究获国家自然科学基金资助·

目 录

前言	1
第一章 管理伦理学概论	1
第一节 管理与伦理	1
一、无处不在的管理	1
二、管理的本质	3
三、道德与道德现象	7
四、伦理与伦理关系	10
第二节 管理学与伦理学	13
一、管理思想溯源	13
二、西方管理学的诞生	16
三、管理学的基本内容及其研究对象	20
四、伦理学的诞生及其基本定义	22
第三节 管理伦理学	26
一、管理的伦理思考与伦理的管理功能	26
二、国外管理伦理学研究现状	32
三、管理伦理学的定义、研究对象与方法	39
思考题	41
第二章 外国管理伦理思想发展轨迹	42
第一节 古典的学说与实践	42
一、苏格拉底论知识与德行	42

二、亚里士多德论人的自由与道德责任	43
第二节 中世纪伦理思想中的管理内涵	45
一、基督教伦理思想中的禁欲与服从	45
二、奥古斯丁与托马斯·阿奎那伦理思想 中的管理内涵	47
三、文艺复兴时期伦理思想中的管理内涵	49
四、中世纪管理思想发展中的伦理意义	51
第三节 近世的论述与探索	54
一、亚当·斯密的管理伦理思想	55
二、康德伦理体系中的管理内涵	56
三、黑格尔哲学思想中的管理伦理	57
四、欧文的管理伦理思想与实践	58
第四节 当代的现状与困惑	59
一、古典管理思想中的伦理观念	59
二、行为科学中的管理伦理思想	64
三、对“企业文化”理论的伦理思考	68
思考题	71
第三章 中国管理伦理思想溯源	72
第一节 诸子百家中的管理伦理与智慧	72
一、孔子与儒家伦理思想中的管理内涵	72
二、韩非的法家管理伦理思想	78
三、墨子的管理伦理思想	79
四、《老子》与道家的管理伦理思想	80
五、《孙子兵法》中的管理伦理思想	81
第二节 封建社会时期的管理伦理思想	83
一、秦汉时期董仲舒的管理伦理思想	83
二、封建王朝中期的管理伦理思想	86

三、明末清初的管理伦理思想	88
第三节 近代思想家的管理伦理见解	90
一、康有为的管理伦理思想	90
二、谭嗣同的管理伦理思想	92
三、章太炎的管理伦理思想	93
四、孙中山的管理伦理思想	94
第四节 民族实业家的论述与实践	95
一、张元济的经营管理伦理	96
二、宋棐卿的经营管理伦理	97
三、卢作孚的经营管理伦理	98
思考题	100
第四章 不同背景下的管理文化与管理伦理	101
第一节 多维视野中的文化	101
一、文化的本义及其作用	101
二、文化与伦理的关系	105
三、管理文化差异与管理伦理差异	106
第二节 当代中国社会文化与伦理观念的变化	114
一、对计划经济及其伦理道德观念的反思	115
二、市场经济体制下的价值观念与社会道德 建设	117
三、当代文化背景下企业管理伦理建设	123
思考题	132
第五章 管理伦理的普遍原则	133
第一节 功利与人文	134
一、功利主义与人文精神	134
二、两种不同的管理思路	135

三、功利与人文的统一	137
第二节 民主与集权	138
一、管理中的集权与分权	138
二、中国企业中的具体情况	140
三、日本企业管理的启示	142
第三节 公平与效率	144
一、概念的讨论	144
二、公平优先或效率优先	145
三、管理领域中的公平与效率	147
第四节 权力与权威	150
一、权力与权威的关系	150
二、权力的五种成分	152
三、现代企业领导的权威构成	154
第五节 竞争与合作	156
一、一个案例引出的新课题	156
二、竞争中的管理伦理	159
思考题	166
第六章 企业现场管理中的伦理	167
第一节 明确或含蓄管理方式的伦理分析	167
一、两种管理方式的优缺点	167
二、对两种方式伦理层面的分析	169
第二节 单一性与多元化	172
一、单一性与分工理论	172
二、对单一性作业方式的伦理分析	174
三、使员工的工作丰富多彩	176
第三节 重视作业环境的改善	182
一、企业是员工的第二家庭	182

二、如何优化企业的作业环境	183
思考题	191
第七章 企业财务与会计工作中的伦理	192
第一节 保证账目与统计数据的准确性	193
一、数据在企业财务会计中的作用	193
二、数据准确性的伦理审视	194
第二节 无形资产评估中的伦理规范	199
一、资产评估概述	199
二、无形资产评估特点及其伦理规范	201
三、无形资产评估的失范及其对策	207
第三节 “绿色”审计——一项全新的审计工作	209
一、当今世界环境保护的一些动态	209
二、“绿色”审计——会计界对环境保护的 积极反应	210
思考题	216
第八章 企业人力资源开发与管理中的伦理	217
第一节 职责明确与上下同心	217
一、管理层次与部门划分	217
二、上下同心,充分开发人力资源	219
第二节 选人用人中的伦理准则	222
一、人才标准的确立必须符合管理伦理	222
二、人才使用中的伦理问题	225
第三节 人力资源管理趋势的伦理透视	228
一、管理模式的变化	228
二、管理操作层面上的变化	230
三、员工培训日显重要	231

思考题	235
第九章 企业市场营销工作中的伦理	236
第一节 当代西方学者对市场营销道德的看法	236
一、显要义务理论	237
二、相称理论	239
三、社会公正理论	242
第二节 “绿色”营销及其伦理涵义	243
一、何谓“绿色”营销	243
二、“绿色”营销的特点	245
三、“绿色”营销的内容	246
四、“绿色”营销的伦理涵义	248
第三节 营销手段中的伦理	250
一、产品策略中的伦理问题	250
二、促销回扣中的伦理问题	252
三、现场促销中的伦理问题	255
第四节 广告宣传中的伦理	257
一、广告及其在中国的发展	257
二、广告中的伦理规范	258
思考题	262
第十章 管理伦理与社会责任	263
第一节 企业的社会责任	263
一、国外企业承担社会责任的两种模式	263
二、中国企业对社会责任的几种看法	267
第二节 企业公共关系中的伦理	269
一、公共关系与企业知名度、美誉度	269
二、掌握伦理准则,正确树立形象	271

第三节 管理伦理与企业道德	274
一、恪守企业道德,强化管理伦理	274
二、职业道德和企业信誉	279
三、企业道德形象塑造	283
思考题	289
第十一章 管理者的道德修养	290
第一节 新时代的新儒商	290
一、儒商的含义	290
二、提出“儒商”概念的意义	292
三、现代儒商的综合素质	294
第二节 企业家的道德修养	297
一、当代中国企业家伦理观念剖析	297
二、新型企业家的道德修养	305
思考题	310
第十二章 管理伦理学若干问题的思考	311
第一节 当代国外著名学者的管理伦理观	311
一、关于企业的社会责任问题	311
二、价值准则和业绩衡量标准对行为的影响	313
三、美国学者眼中的经营伦理准则及其贯彻	314
四、伦理原则的具体贯彻与实施	315
第二节 法律与伦理道德的进一步思考	317
一、经营道德与立法活动密切相关	317
二、中国立法实践中经营道德的体现	318
第三节 重视市场经济体制下公共道德建设	321
一、迫切性与重要性	321
二、市场经济公共道德的特点及其建设	323

第四节 结语——百行需以德为首	325
思考题	327
主要参考文献	328

第一章 管理伦理学概论

历史的车轮,正行驶在世纪之交的关键路段。整个世界,正以前所未有的关注,迎接着崭新的 21 世纪的到来。

世纪之交,我们满怀激情地回顾人类所走过的道路,便可以发现:虽然整个人类社会正以飞快的步伐进入了“信息时代”,世界文明正在迅速地发展和进步,但是当今世界依然每时每刻处于新旧对峙和不断变换、转折的混沌之中。无序与有序、冲突与调和、平衡与不平衡,在这世界上的每一个角落、每一项事物中都存在着。虽然人类所拥有的管理知识和管理手段已今非昔比,人类所具有的能力也与以前不可同日而语,但人们依然必须每天、每时、每刻面对大量的新情况、新问题。我们所熟悉的世界正以越来越快的脚步匆匆离去,同时,一个崭新的世界正以前所未有的形式渐渐在我们面前展现,这就迫使我们不断反思自己的发展历程,开创新的知识领域,去应对现实所给予的挑战。

第一节 管理与伦理

一、无处不在的管理

当今世界的变化发展,五年超过以往五十年。在这纷繁复杂、多元发展的社会中,各种事物的内涵越来越丰富,单纯用一种学科知识便可以解释事物的那种时代,可以说是一去不复返了。

当今整个世界格局正在发生重大变化,和平与发展已经成为人类社会普遍关注的两大主题。经济竞争正在替代军备竞赛,成

为世界各国最关心的问题。但即使是在人们普遍予以高度关注的经济竞争中,也不是仅仅一种经济因素在起作用。单纯经济的时代也已经结束。不断出现的新问题、新情况,都不是单纯可以用经济或者文化的手段加以解决的,而是必须采用综合的手段,从多种角度加以审视,方才能够了解事情的全貌,并找到解决的方法。

在这样一个飞速发展、五光十色的社会中,管理——一个永恒的话题,正以前所未有的极高的频率出现于社会各个领域之中,并以它日益显示出的重要性,而得到人们的重视。管理,无论被认为是一种单纯的技术也好,或像有些学者认为的是一种综合性的艺术也好,都已成为文明进步、社会运行及日常生活须臾不可缺少的一种实践方式。近百年来社会财富奇迹般地积累、涌流,人类生活梦幻般地变化,其中很大部分要归功于管理科学理论的发展,归功于管理技术、管理手段的迅速更新。不能想象,在现代社会的运作中,如果没有有效的管理,将会是怎样的一种情景。因此,我们可以毫不夸张地说,如果没有管理的进步,就没有人类的今天,更不会有人类光辉灿烂的明天。正如瑞士经济学家肯德所断言的那样:“19世纪是工业的世纪,20世纪则作为管理世纪载入史册。”^①

管理是人类各种活动中最重要的活动之一。在人类漫长的历史长河中,曾有过多少惊心动魄的重大事件,曾有过多少不可思议的创造发明,曾有过多少令人惊叹的宏伟工程,也曾有过多少历史性的成功或失败。它们都曾在一定的时空中改变了历史的轨迹和人类的命运,留下了多少使人难以忘怀的回忆。如果我们撩开笼罩在这些事件上面的神秘纱幔去进一步探究,某些事件为什么一定会发生?某种发明为什么一定能出现?某项工程为什么一定能成功,某些成功或失败是否必然?……也许对这每一个问题,我们都可以列出无数外因和内因,列出无数客观和主观的因素。每一

^① 转引自(苏)波波夫:《管理理论问题》,第1页,中国社会科学出版社,1983年版。

个问题都有其特殊性,但我们可以发现,其中有一个共同的最基本的因素,就是这些事件、发明、工程,以及无数成功或失败之中,都有着管理因素的作用。就一个社会而言,如何管理国家、如何管理企业、如何管理学校、如何管理每一个组织或每一项活动?就个人而言,如何管理事业、如何管理行为、如何管理时间、如何管理财富?管理无处不在、无时不在,它既是成功的要素,也是失败的根源。每个行业、每个部门,都有管理在其中发挥作用。除了人们最熟悉的企业管理之外,诸如财经管理、文化管理、行政管理、军事管理,乃至技术管理、人事管理、档案管理等等,贯串于各个行业、各个领域的一系列活动中,渗入人们生活的各个领域。有人曾经这样描述管理活动的广泛性:现代社会里的人几乎都在从事管理的实践,不从事任何管理的人不是年纪过小,就是年纪太大,要不就是那些在单位里被认为是无能的人。

二、管理的本质

时至今日,大概已很少有人否认管理的重要性,各级领导者也都会在不同的场合对管理的重要性和必要性强调一番。但是,究竟什么是管理?管理活动的基本内容又是哪些呢?对此,最近几十年来不少人根据自己的研究,对管理作出了不同的定义:

1. 管理就是五项要素组成的过程

管理是由计划、组织、指挥、协调、控制等职能为基本要素的活动过程。

这一观点是由现代管理理论的创始人、法国实业家法约尔(Henri Fayol)于1916年提出的。法约尔认为经营和管理是两个不同的概念。他认为,“经营”的意思是指指导和引导一个组织趋向一个目标。就具体情况而言,经营可以是指船长驾驶一艘船、经理经营一个企业或政府首脑管理一个国家。“经营”共有六种活动,而“管理”则为六种活动中的一种。“管理”本身又由计划、组织、指