

THE
SOUL OF
MANAGEMENT

管理之魂
——管理价值观研究

赵剑民 著

人民出版社

THE
SOUL OF
MANAGEMENT

管理之魂
——管理价值观研究

赵剑民 著

人民出版社

责任编辑:陈光耀
版式设计:东昌文化

图书在版编目(CIP)数据

管理之魂——管理价值观研究/赵剑民著. —北京:人民出版社,2010.4
ISBN 978-7-01-008860-0

I. …管 II. …赵 III. 管理学-研究 IV. C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 67343 号

管 理 之 魂

GUANLI ZHI HUN

——管理价值观研究

赵剑民 著

人民出版社 出版发行
(100706 北京朝阳门内大街 166 号)

北京龙之冉印务有限公司印刷 新华书店经销

2010 年 4 月第 1 版 2010 年 4 月北京第 1 次印刷

开本:710 毫米×1000 毫米 1/16 印张:19.5

字数:272 千字 印数:0,001-3,000 册

ISBN 978-7-01-008860-0 定价:40.00 元

邮购地址 100706 北京朝阳门内大街 166 号
人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

序

伴随着科学技术特别是信息技术的迅猛发展,以及经济全球化的深入推进,世界各国之间的联系日益紧密,企业等各种组织的竞争日趋激烈。在此背景下,管理者们面对的不确定性和风险显著增加,受到的文化多样性的碰撞和冲击日益增多,价值愈益多样。怎样在不确定性和各种风险中认识事物和现象的本质,把握真实的存在和规律?怎样在多元文化中认识文化的实质及其人性的根据?怎样在各种价值冲突中坚守价值立场,追求根本价值?以及怎样在各种各样管理学说、管理理论中明辨管理的真谛,确立选择和运用的尺度?等等。解决这些问题需要哲学特别是管理哲学提供视角、思路和方法。当今的管理实践、管理者呼唤着管理哲学的发展。

我国的管理哲学自 20 世纪 80 年代开始起步以来,研究日趋活跃,教学不断加强,学科建设稳步推进。马克思主义哲学专业的学者把辩证唯物论运用于管理基本问题的研究,率先出版了管理哲学著作以后,中国哲学、科技哲学、西方哲学等专业的学者也加入研究的行列,管理哲学研究的视角更加多样,研究方法更加丰富,其著作和论文的数量不断增加。继北京师范大学、苏州大学、中山大学、复旦大学等高校把管理哲学作为哲学专业学生的专业方向课和学生公选课以后,越来越多的高校把管理哲学作为全校选修课、专业方向课。北京师范大学、苏州大学、中山大学、中国人民大学等高校还招收管理哲学方向或管理哲学专业的硕士、博士研究生。管理哲学学科建设的步伐逐渐加快,形成了一支活跃的研究队伍,

学术交流也有所加强,专题论坛、学术研讨会逐渐增多。

在看到上述显著成绩的同时,我们还须看到,管理哲学的研究亟待进一步深入开展。已有的著作还多以导论、概论为主,研究论文涉及的领域还不够广泛,问题式、领域式的研究还比较缺乏。管理中人的问题、价值问题、文化问题、道德问题、知识问题、理性与非理性的问题、自由问题等都需要拓展和深化研究。研究管理哲学的方法还需要进一步科学化、规范化、明晰化。探讨、研究成果的发表、交流的渠道还比较缺乏,管理哲学的学术环境需要大力营造。

令人感到高兴的是,越来越多的青年学者加入管理哲学的教学和研究队伍,带来了生气和活力。赵剑民副教授就是其中的一位。他对管理哲学有浓厚的兴趣,在攻读硕士、博士学位时以及以后的工作中,一直把管理哲学作为学习和研究的主要方向。他勤奋刻苦,勤于钻研,哲学的专业基础比较扎实,注重总结分析管理实践经验,具有严谨的学风和较强的独立从事科学研究的能力,能把哲学观念和方法同管理实际结合起来进行研究,形成了一些独到的见解。这本《管理之魂——管理价值观研究》,就是他从哲学角度特别是从价值哲学角度对管理中的价值问题进行研究所取得的可喜成果。

这本书认真诠释了管理价值观这一概念,构建了一个管理价值观的分析、研究的框架(模型),对管理价值观特别是现代管理价值观作了一个比较全面、系统的探讨,对社会转型及由此引发的管理价值观的转变进行了比较充分的分析和论述,很有新意,且具有启发性。书中提出的建设中国特色的新型管理价值观以及对于应当树立和坚持的价值观念的论证,具有理论说服力,能够为管理实践提供有益的启示。作者注重资料的收集与梳理,对文献的掌握比较充分,能把理论与实践结合起来,使用了不少典型的案例,较好地做到了哲学视角和管理视角的相互观照,并使之交叉融合。这是一本探索、创新意识较强的管理哲学专著。当然,书中的若干提法、表述还需要进一步推敲,有的内容还要进一步做更充分的

论证。

衷心希望剑民以这本书的出版为新的起点,继续努力探索,在教学和
研究中取得新的更大的进步。也期盼着越来越多的青年学者在管理哲学
领域有所建树,共同促进我国管理哲学的繁荣与发展。

是为序。

唐 伟

2009 年 10 月于北京师范大学

目录

CONTENTS

序	(1)
导 论 管理价值观:一个有待深化研究的课题	(1)
一、管理价值观问题研究的理论意义与现实意义	(2)
二、管理价值观问题的研究综述	(12)
1. 关于管理价值观的含义、构成和类型	(12)
2. 关于现代管理的价值观特征及其演变	(16)
3. 关于我国管理现代化进程中的管理价值观建设	(19)
三、本著作的写作思路与主要观点	(21)
第一章 管理价值观界说	(25)
一、管理与价值	(26)
1. 管理的产生和管理的实质	(26)
2. 管理是追求价值和创造价值的活动	(32)
二、管理价值观的含义、构成和功能	(36)
1. 对价值观的理解	(36)
2. 管理价值观的含义和结构	(42)
3. 管理价值观的功能	(44)

三、管理价值观的演化与变迁	(47)
1. 企业的生命周期与管理价值观	(47)
2. 人类社会发展的前现代阶段和管理价值观	(53)
3. 现代管理及其价值观产生的历史背景	(61)
第二章 现代管理的价值主体意识	(65)
一、自治:现代管理的价值主体的资格意识	(66)
1. 企业的自主权意识	(66)
2. 聘用自由观念	(68)
3. 机会平等的观念	(72)
二、基于个人贡献的业绩评价和晋升	(74)
1. 使工作适合于人的观念	(75)
2. 对个人的评价和报酬依据其工作业绩的观念	(77)
3. 能力主义——根据业绩取酬观念的日本特色	(83)
三、自我实现:现代管理的价值主体的理想人格意识	(90)
1. 对需要层次论的重新理解	(91)
2. 自我实现的含义及管理价值	(93)
3. 自我实现的问题与局限	(96)
第三章 现代管理的价值目标观念	(100)
一、“充实的经济人”假设	(101)
1. “经济人”假设的由来及其含义	(101)
2. “经济人”假设过时了吗	(104)
3. “充实的经济人”假设的提出	(112)
二、经济业绩:管理至高无上的准则和理性	(113)
1. 企业的主要社会责任是生产经营的观念	(114)
2. 赢取最大利润的观念	(117)
3. 一切看效果的观念	(121)

三、效率至上的观念	(126)
1. 对效率的理解	(126)
2. 效率与竞争优势	(130)
3. 从精益企业到企业再造——效率主义观念的加强	(133)
第四章 现代管理的价值手段观念	(140)
一、专业化的观念	(141)
1. 劳动分工和专业化是企业提高生产率的需要	(141)
2. 管理是管理者的专门职能	(144)
3. 自主观念在现代管理中受到的限制	(149)
二、崇尚科学的观念	(152)
1. 科学技术知识和方法优于经验的观念	(153)
2. 定量分析和客观数据胜过人的直觉、精神态度的观念	(157)
3. 不断质疑和改进强于盲目自信和知识停滞的观念	(162)
三、依赖制度的观念	(167)
1. 制度——人们相互影响的规则框架	(167)
2. 制度重于人的观念	(171)
3. 制度是欧美管理和日本管理依靠的共同基础	(174)
第五章 现代管理及其价值观的转型	(179)
一、作为社会阶段的后现代及其特征	(179)
1. 作为社会阶段的后现代	(180)
2. 后现代与信息	(183)
3. 后现代与消费	(188)
4. 后现代与风险	(190)
5. 后现代与全球化	(193)
二、现代管理及其价值观转型的主要表现	(196)
1. 从封闭系统到开放系统	(197)



2. 从利润至上到创造价值	(200)
3. 从物质性功能到体验性功能和品位	(205)
4. 从物的因素到人的因素	(207)
5. 从崇尚理性到理性和非理性的平衡	(211)
6. 从个人本位到个人和团队相结合	(218)
7. 从等级组织到超文本组织	(224)
8. 从控制到服务	(229)
三、现代管理及其价值观转型的实质	(234)
1. 由传统的管理到新管理:管理范式的转换	(234)
2. 管理的现代性与后现代性	(239)
3. 走向新型的管理文明	(243)
第六章 建设中国特色的新型管理价值观	(245)
一、管理的价值主体意识建设	(248)
1. 责任观念	(248)
2. 能力观念	(250)
3. 民主观念	(252)
4. 集体观念	(254)
二、管理的价值目标观念建设	(255)
1. 效率观念	(255)
2. 效益观念	(259)
3. 公正观念	(261)
4. 和谐观念	(263)
三、管理的价值手段观念建设	(265)
1. 科学观念	(265)
2. 制度观念	(269)
3. 道德观念	(272)

4. 文化观念	(275)
参考文献	(281)
后 记	(298)

导 论 管理价值观：一个有待 深化研究的课题

事实上,文化、价值与哲学可以说是管理的真正起点,管理就是人(包括个人、领导与组织)的文化、价值与哲学的具体实践。任何管理决策的制定,任何管理方针的贯彻,任何管理策略的运用,总是有意无意地受到一定的文化、价值与哲学的影响。

——成中英:《C理论:中国管理哲学》

价值观是任何企业文化的基石。价值观作为经营理念的核心,为所有员工提供了一个共同的目标,并成为他们日常工作中的行动指南。这些成功的准则决定了(有时是来源于)企业文化中的英雄人物、神话故事、礼仪仪式的类型。实际上我们认为,企业能成功经常是因为他们的员工能够认同、信奉和实践组织的价值观。

——[美]特伦斯·迪尔、艾伦·肯尼迪:《企业文化》

伴随着农业社会向工业社会、传统社会向现代社会的转变,以工厂、公司为主要形式的经济组织大量涌现,各种社会组织如雨后春笋般地产生发展起来。管理——作为人们追求和实现特定价值目标的社会活动过程——成为越来越重要的组织职能和活动。组织及其管理是在社会提供的包括价值观念在内的文化背景的影响下存在和发展的,既需要一定的管理价值观念统一组织成员的价值追求,又通过自身的价值创造和价值实现体现着一定价值观念。但这些价值观念往往是许多组织管理

者、组织成员“日用而不知”的，是作为深层文化心理模式存在和发挥作用的。只是在各种文化相互碰撞交融、相互比较借鉴以及人们对包括价值观念在内的文化、精神生活提出更多更高要求和对自己的反思性认识得以实现的时候，这些支配人们的管理价值观念才彰显出来。在由传统管理向现代管理的演变过程的初期，在经济发达的欧美各国与二战后迅速崛起的经济大国日本比较的过程中，在跨国公司、跨国贸易在日趋全球化的世界各地开展的过程中，在新的经济形态——知识经济——初露端倪并进一步发展的时候，在我国不断推进现代化事业的进程中，与管理价值观相关的问题引起了越来越广泛的关注，逐步成为管理学、管理哲学、组织行为学、组织文化学、跨文化管理学等学科的重要研究问题。

一、管理价值观问题研究的理论意义与现实意义

关注和研究管理价值观，既是拓展和深化价值观、管理哲学的研究需要，也是管理实践领域对学术界提出的迫切要求，具有重要的理论与现实意义。

第一，这是拓宽和深化价值观研究的需要。20世纪70年代，关于真理标准问题的讨论在全国展开，人们认识真理、判别真理目的当然是为了实践，为了实现一定的价值，这一讨论逐步合乎逻辑地延伸到对价值问题的讨论。从70年代末80年代初开始，价值问题成为我国学术研究领域的一个热点。这样，价值观问题也就进入人们的研究视线。1987年在我国西安召开了“价值论与价值观念变革”的学术讨论会，与会同志对价值观念（为了与人们日常习惯的使用一致，我们一般把它称为价值观）的实质、特征、构成等问题进行了多方面的探讨，还提出，对于什么是价值观念，如何有效地促进社会价值观念的变革和现代化发展等等，是迫切需要

研究的问题。^① 这次会议对于在全国范围内开展价值观问题研究具有积极的推动作用,价值观问题的研究工作逐步发展起来,并取得了大量的成果。但到目前为止,正如人们所指出的,对价值观问题的研究还主要集中在哲学层面,因为缺乏其他学科的参与和对实践的关注,不少问题仍处在对基本概念、范畴的争论上。在价值本质论、评价论和价值观这三个研究领域,价值本质论、评价论都有了一些代表性的成果,价值观研究虽然是热点问题,但还缺乏系统的理论成果。^② 从整体上看,“关于价值观的理论研究仍处于不成熟的阶段”。^③ 在本著作中笔者尝试把价值观问题的研究拓展到管理领域,相信能给价值观研究提供新的资料和证据。

第二,这是深化管理哲学研究的需要。管理哲学在我国的研究主要也是从改革开放后开始的,30多年来,已经取得了不少成果:构筑了管理哲学研究的框架,包括管理主体论、管理客体论、管理方法论、管理组织论、管理决策论、管理控制论、管理价值论等,^④提出了不少管理哲学问题。但管理哲学的研究发展到现在,不少人还在重复这些框架和主要问题。笔者认为,20世纪80年代末和90年代初在构建管理哲学体系时提出和研究这些问题是对建立管理哲学学科的突出贡献,但现在还重复这些问题而不是就其中的问题进行深化研究就显得远远不够了。有的学者在研究中虽也涉及管理价值观问题,但主要关注的还是几个基本概念,并且篇幅一般最多占书中的一章甚至一节的篇幅。到目前为止,关于管理价值观的深层理论问题、人们关注的管理价值观建设等现实问题却关注得不够,研究得不够。我们要看到,管理哲学的研究主要不是运用哲学范畴对管理学中的问题进行重新归纳整理,这样涉及具体问题时所提出的

① 王玉樑主编:《价值和价值观》,陕西师范大学出版社1988年版,第8、52页。

② 杨学功:《马克思主义哲学研究30年:回顾与反思》,载《光明日报》2009年1月20日。

③ 袁贵仁主编:《价值与文化》第1集,北京师范大学出版社2002年版,第32—33、71页。

④ 齐振海主编:《管理哲学》,中国社会科学出版社1988年版,第9—12页。

理论见解甚至还超不出已有的基本管理理论成果的水平(这也正是管理哲学处在管理学领域的人不欢迎,哲学领域的人不大认可的尴尬局面的一个主要原因),而是在研究管理问题时运用了哲学的思维方式和批判方式。价值上的解蔽、定向、超越亦即价值批判、价值重建是哲学独特的思维方式、思维品格和思想旨趣,是哲学的重要理论功能和对实践的重要贡献。管理哲学必须站在维护和实现人的本质力量和全面发展的角度对具体管理问题进行人性、价值等方面的理解和批判,保证管理朝有利于人的需要不断得到满足、价值不断得到实现、发展不断成为可能、自由不断获得增进的方向和轨道发展,为管理价值观建设等实际管理问题提供理论建议和精神支持。因此,管理哲学研究的一个重要问题甚至是核心问题就是管理价值观问题。然而,实际上人们对此问题重视还不够,研究还很不深入,需要加大研究力度。

第三,这是借鉴吸收西方管理成果的需要。现代管理的理论和实践是在西方产生发展起来的,我们在推进社会主义现代化建设的过程中,必须要相应地推进和实现管理的现代化,这就迫切需要吸收西方管理理论和实践的成果,30多年来我们也是这样做的。但是在西方发展起来的先进的管理经验、方法、技术和成果,是与其特有的社会制度、文化背景、价值观念紧密依存在一起的,而管理价值观是其中的灵魂。正如有人指出的,“对于管理的经验和理论的研究,必须包含文化、价值与哲学的考虑与省思。哲学作为管理科学的基础而发挥作用,文化与价值作为管理科学应用的依据而发挥作用。文化—价值—哲学不能简单地理解为管理思想与实践的条件,而应该成为管理思想及其实践的灵魂。”^①西方的管理理论和实践是一个有机的管理文化生态,既包含表层的管理经验、技术、方法和理论,也包含深层的、无形的社会制度、管理制度和价值观念。管

① 成中英:《C理论:中国管理哲学》,中国人民大学出版社2006年版,第147—148页。

理经验、技术、方法和理论之所以有效和成功是因为有深层的东西配合和支持。我们只把西方时髦的管理理论、管理技术、管理方法介绍到中国来,运用于具体研究或实践中,由于脱离了文化和价值背景,常常不能很好地发挥作用。正因为如此,美国著名的管理学家纽曼(William H. Newman)等指出,“态度与价值观影响着管理实践。因此,当我们想把一种有效的方法从一种文化移植到另一个文化中去的时候,对于作为管理实践基础的决定性前提应该给以密切的注意。”^①本著作把西方管理理论、思想和技术与其特有的价值观结合起来进行分析研究,有利于帮助人们充分认识西方的管理学理论、管理观念、管理技术等背后的思想根源和价值观前提,更好地结合我国的文化传统、价值观实际借鉴吸收西方管理实践与理论成果。

小资料

丰田以5W1H精神取胜

这是丰田集团推广的为了发现问题产生的原因而采取的“现场和现场主义”,要求丰田人在每天的工作中彻底贯彻,新职员在入社仪式上和分配工作时都要接受“现场和现场主义”教育。

具体而言,在生产和工作出现问题时,员工要连续问五个“Why”(为什么),即“5W”。比如,一台机器不转动了,就要问:

- (1)“为什么机器停了?”“因为超负荷保险丝断了。”
- (2)“为什么超负荷了呢?”“因为轴承部分的润滑不够。”
- (3)“为什么润滑不够?”“因为润滑油泵吸不上油来。”
- (4)“为什么吸不上油来呢?”“因为油泵轴磨损松动了。”

^① [美]W. H. 纽曼、小C. E. 萨默:《管理过程》,李柱流、金雅珍、徐吉贵译,中国社会科学出版社1995年版,第851页。

(5)“为什么磨损了呢?”“因为没有安装过滤器,混进了铁屑。”

反复追问上述5个“为什么”就会发现需要安装过滤器。

自问自答这五个“为什么(Why)”,就可以查明事情的因果关系或者隐藏在背后的真正的原因,才谈得上正确的解决方法,即“1H”所指的“How”(怎样)。

在丰田的工厂里专门配有暂停生产线的标识,这在世界其他工厂中是没有的。如今,丰田的5W1H精神不仅在工厂等生产现场得到落实,而且也在总公司各个经营步骤中得到体现。

这种精神体现了丰田集团的“人才素质和劳动质量”,体现了其管理特色、管理水平,是丰田领先其他日本企业,并在国际竞争中取得优势地位的秘诀和关键。

资料来源:[日]大野耐一:《丰田生产方式》,中国铁道出版社2006年版,第23—24页;《丰田以5W1H精神取胜》,载《参考消息》2002年12月6日。

第四,这是进行跨文化管理的需要。经济全球化在西方发达国家尤其是跨国公司的推动下不断向广度和深度发展,把世界上各个国家更加紧密地联系在一起。加入世贸组织,参与经济全球化,实行“请进来,走出去”的经济发展战略,推动着我国的改革开放和对外交往不断向深层次、宽领域发展,必然会把我国的跨文化交流、跨文化贸易、跨文化管理提高到一个新的高度。不管我们是走出去在世界各国开展各种交往活动,还是在国内与外国企业进行合作或竞争,由于每个组织或个人都是持有自己社会的价值观并在其指导下采取一定的管理行为和经济行为,因而不可避免地会产生“文化冲击”或价值冲突。一项对我国与德语国家的合资企业的调查研究发现,跨文化企业管理中,“问题循环始于工作人员