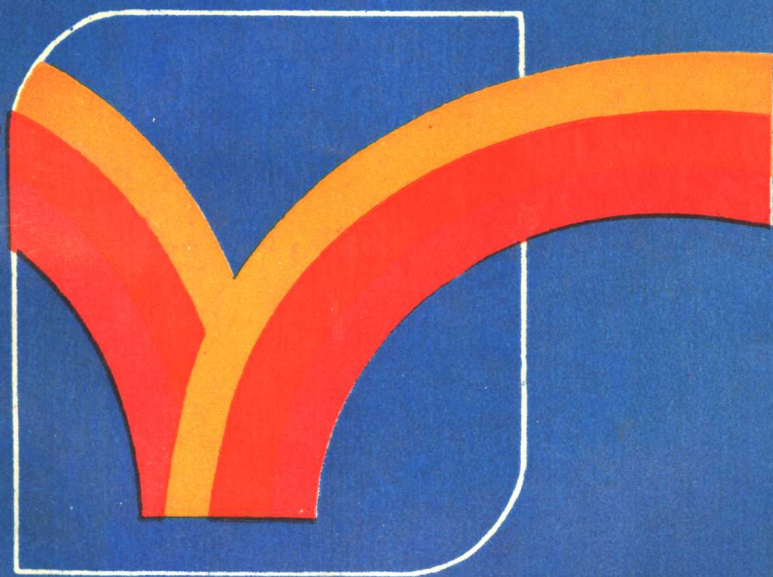

李 保 林

经营哲学与艺术

求 实 出 版 社



经营哲学与艺术

李保林

丁 素 于咏华 刘 文 孙利华 杨翰卿
周敬东 胡隆辉 韩继北 翟明清 霍学怀

著

求 实 出 社 版

· 经营哲学与艺术

李 保 林

求实出版社出版发行

河南新华书店经销

郑州市新乐印刷厂印

787×1092毫米 32开 9.5印张 20.5千字

1989年9月第1版 1989年9月第1次印刷

印数1—3000册

ISBN 7—80033—128—8 / B·19

定价：3.90元

前 言

随着我国社会主义现代化建设事业的蓬勃发展，许多人越来越认识到，经营不仅是一门艺术，而且主要是一个理论问题和哲学问题。我们写作《经营哲学与艺术》一书，是在这条前进的道路上进行一次探索，其目的是想为我国社会主义现代化建设做点有益的工作。

本书的写作过程，也是我们一个很好的深入学习和研究过程。我们不仅研究了国内有关的经营理论，也注意批判地吸收外国，特别是一些经济发达国家的经营理论的合理成分，在此基础上，努力以马克思主义哲学为指导，分析经营过程中的矛盾、概括经营实践的一般规律、提供经营活动的一般艺术，试图为创立马克思主义的经营哲学体系闯出一条道路来。我们深知这项工作是相当艰巨的，在短时间内确难做好。为了需要，我们大胆地这样做了，觉得路子是对头的。我们希望并相信，将来有人比我们做得更好。

本书是在李保林同志的主持和指导下进行研究和写成的。参加写作的还有(以姓氏笔画为序)丁素、于咏华、刘文、孙利华、杨翰卿、周敬东、胡隆辉、韩继北、翟明清、霍学怀。李保林同志对全书作了最后的修改和完稿。

本书在写作过程中，参考了国内外大量的文献和资料，

其主要书目我们已在书中注明，在此谨向这些作者致谢！

由于我们正在探索，许多领域对我们来说是崭新的，书中缺点错误在所难免，恳请同志们批评指正。

作者

1989年5月

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 经营哲学及其特征	(2)
第二节 经营哲学思想的历史发展	(7)
第三节 研究经营哲学的意义和方法	(18)
第二章 经营实践	(27)
第一节 经营实践的特征	(27)
第二节 经营实践中的主、客体及其相互 关系	(33)
第三节 人在经营实践中的能动作用	(44)
第三章 经营系统	(50)
第一节 系统方法及经营系统	(50)
第二节 经营系统的特点和功用	(52)
第三节 系统经营原则	(63)
第四章 经营人才	(72)
第一节 经营人才及其作用	(72)
第二节 经营人才的素质	(77)
第三节 经营人才的选拔使用和培养	(85)

第五章 经营决策	(94)
第一节 经营决策的本质及其地位和作用	(94)
第二节 现代经营决策的基本特征	(100)
第三节 现代经营决策的基本方法	(109)
第六章 经营信息	(116)
第一节 经营信息的本质、特征和作用	(116)
第二节 经营信息的管理	(125)
第三节 经营信息的沟通	(133)
第七章 经营心理	(140)
第一节 经营心理及其特征	(140)
第二节 消费心理研究	(145)
第三节 经营心理在营销活动中的应用	(155)
第八章 经营组织	(162)
第一节 经营组织的特点及形式	(162)
第二节 经营组织的基本方法及功能	(170)
第三节 提高经营组织效率的途径	(178)
第九章 经营竞争	(186)
第一节 经营竞争的特征	(186)
第二节 经营竞争的内容和形式	(190)
第三节 经营竞争的策略	(193)

第十章	经营道德	(204)
第一节	经营道德的基本特征和社会作用.....	(204)
第二节	经营道德的基本规范.....	(208)
第三节	经营者的道德修养.....	(217)
第十一章	经营美学	(223)
第一节	经营美的特点.....	(223)
第二节	经营美的表现形态.....	(227)
第三节	经营的形式美规律.....	(240)
第十二章	经营与人际关系	(244)
第一节	经营人际关系的特点和作用.....	(244)
第二节	建立良好的经营人际关系.....	(248)
第三节	经营中的激励艺术.....	(255)
第十三章	经营与法律	(264)
第一节	经营要知法懂法.....	(264)
第二节	遵守法制, 依法经营.....	(271)
第三节	经营要善于运用法律作保护.....	(275)

第一章 绪 论

经营哲学在我国是一门新兴学科。

近年来,“经营”两字在我国对人们显示出极大的魅力。然而,对现代经营理论的研究,在我国还刚刚起步。为适应我国商品经济的发展,从哲学理论高度研究经营理论和艺术,并形成一门相对独立的学科——经营哲学的任务,迫切地摆在我们面前。

经营哲学是经营者的“智慧之树”。掌握它,能通晓经营之道;应用它,能实现最优经营。每个有志于商品经济发展中攀登高峰的人,都应该把经营哲学作为自己必修的一门专业。日本著名的经营家土光敏夫被人们称为“一个生于明治时代的经营家,更确切地说,一个哲人。”英国学者克·霍得金森说:“倘若哲学家不会成为经营者(manager,英语中含有经营者、管理者两种意思,也可译成管理者),那么经营者必须是哲学家。”

为了使读者对经营哲学先有一个比较概括的了解,本章将从经营哲学的含义、特征,经营理论和艺术的历史发展,学习经营哲学的目的和意义等几个方面着重作以介绍。

第一节 经营哲学及其特征

经营是商品经济所特有的范畴。只要有商品生产就有经营问题，经营和商品生产紧密相关。经营哲学这一词语，在现代经营理论和经营活动中已时有所见。但在我国把它作为一个理论体系来探讨，还刚开始。因此，我们必须首先对经营哲学的含义和基本特征作一了解。

一、经营哲学的含义

要弄清经营哲学，首先必须理解什么是经营，什么是哲学。

“经营”一词，在我国已有很久的历史了。早在两千多年前春秋中期（公元前六世纪）的《诗经》里，就有“旅力方刚，经营四方”之说。经营的含义，主要指筹划、创业和通过商品交易从中获利的意思。随着商品经济的发展，在近代经济活动中，经营有指“买卖”、“供销”和“销售”的意思。

现代工业出现以后，经营的内涵更加丰富了。它几乎包括了商品生产与流通的全部内容，但突出的含义，是指经营者通过策划、营谋，为取得经济效益而进行的一系列活动。日本远藤、千柱等人合著的《工业企业经营管理学用语辞典》，对经营所下定义是：“经营者为了达到企业目标而有意识有计划地进行活动的总称”；“经营是指与决定企业经营的最高方针、确定经营目标有关的机能”。这个定义反映了

现代经营的内容及特点。

“哲学”一词，源于古希腊文，由“爱”和“智慧”两字组成，意思为爱智慧。在汉语中，“哲”字意为智慧、聪明、贤明等，含有通晓事理之义。从词源上讲，哲学就是给人智慧、使人聪明的学问。作为哲学的定义，哲学是理论化系统化的世界观，是自然、社会和思维知识的概括和总结，是由理论哲学、应用哲学和部门哲学三个基本层次构成的完整的学科系统。

经营哲学是哲学总体系中的一门具体学科。它是运用哲学思想和方法，对经营理论和实践进行研究分析的一门科学，为人们提供从事经营的科学的哲学理论和方法。

经营哲学研究的对象，可以说是通过对经营活动的本质与特点及其规律的揭示，研究人们关于经营活动的根本观点和方法论原则，并且加以理论化和系统化。简言之，经营哲学是关于经营观和方法论的学问。

从经营哲学研究的对象，可以看出，它不是哲学和经营学两门原理的简单相加和掺和，而是哲学和经营科学相互渗透和融合的产物，是具有自身的质的规定性，也可以说，它是依据自己的研究对象，并在吸取哲学和经营学两门原理的基础上，发生新的理论飞跃后所产生的一门学科。

二、经营哲学的特征

经营哲学作为一门学科，具有自己的特征，具体说有以下几点：

第一，经营哲学是一种部门哲学。

哲学理论告诉我们，无限复杂多样的“局部世界”或“具

体世界”构成现实的整个世界。正如抽象的“人”不存在一样，抽象的“整个世界”也是不存在的。人们在一定社会实践活动中必然形成关于“局部世界”或“具体世界”的根本观点和方法，进一步概括和总结，则形成关于“整个世界”的根本观点以及具有最一般意义的方法论。这样，完整的哲学理论体系就由基础理论哲学、应用哲学、部门哲学三个既相互联系又相对独立的基本层次构成。部门哲学是在对整个客观物质世界和人类的社会实践活动，从不同角度和侧面进行“部门”划分的基础上形成的。经营活动是一种特定的社会实践活动形式，因此可以建立相应的“经营哲学”。

显然，作为一种部门哲学的经营哲学，与像马克思主义哲学这样的基础理论哲学不同，它所研究的不是“整个世界”的根本观点和方法，不是提供适用于自然、社会、思维等领域的世界观和方法论。经营哲学和应用哲学也不同，它研究的不是如何以哲学理论应用于较广泛的实际为对象，即不是研究如何为人们提供系统的应用观和应用方法论，如领导哲学、管理哲学等。当然，经营哲学作为一种部门哲学，它要受基础理论哲学以及应用哲学的指导和制约，不过，不论基础理论哲学还是应用哲学，都不能代替经营哲学直接解决经营问题。如果把基础理论哲学和应用哲学当成万能的灵丹妙药，越俎代庖地解决经营领域中的具体问题，那不仅意味着经营哲学没有必要存在，就连具体的经营学也可以取消了。

第二，经营哲学是从经营理论上相对独立出来的一门学科。

经营哲学是经营理论体系中的一门基础学科。经营理论的发展，不仅不同学派林立，而且在学科上日益急剧分化。

在此过程中，先后有人提出并作过一定探讨和研究的就有：经营系统学、经营技术学、经营人事学、经营组织学、经营经济学、经营行为学等等。经营哲学同这些分门别类的学科一样，都是经营理论发展的必然产物。经营哲学是对经营理论和方法进行抽象、概括和总结，形成哲学化的经营理论、思想和方法，从根本上指导具体的经营理论和方法的应用与发展。可以说，经营哲学在经营理论总体系中处于最高层次，是经营理论体系的灵魂。

经营哲学作为经营理论中相对独立的一门学科，可以说是对经营实践的反思。经营活动是人类社会出现商品经济后的一种社会实践，经营哲学就是通过对经营实践的深入的本质的哲学思考，将经营实践经验理论化、系统化，或者说，经营哲学就是经营实践经验的理论概括和总结。因此，经营哲学和其他经营理论的各门学科，在研究对象上就有了明确的分工。其他经营理论主要是以人们直接从事的经营活动为研究对象，从不同的角度或方面为人们从事经营活动提供具有实用性质的具体理论和方法。经营哲学和其他实用经营科学相互影响，一方面促进整个经营科学理论的不断丰富和完善，一方面促进商品经济向更高阶段的发展。

第三，经营哲学和经营艺术是直接结合、直接统一的。

关于经营艺术，目前有多种说法，有代表性的，当属被日本人誉为“日本电子工业之父”、“管理大仙”的松下幸之助的观点。他说：“经营是怎样的呢？思考一项事业的构想，制定计划；基于构想和计划去筹集资金，建造工厂及其它设施；寻找人才，开发产品并把它生产出来，提供给人们使用。经营的这一过程如同画家绘画的过程一样，可以说是

一系列创造的连续。的确，如果只看形式，企业似乎是单纯制造产品的，但在经营过程的每一环节中却都活生生地体现着经营者的精神，从这种意义上说来，经营者的工作，同画家等艺术家的创造活动同出一辙，因而可以说经营是真正的名副其实的艺术。”

从这里我们可以看出，所谓经营艺术，就是富有创造性的经营方法、策略和技巧，即通常所说的经营秘诀。

经营哲学和经营艺术相比较，经营哲学的特征表现为它的理论性、原则性、稳定性、连贯性等，经营艺术的特征则表现为它的经验性、创造性、灵活性、非模式性等。但经营哲学和经营艺术又是直接结合、直接统一的。经营哲学和经营艺术在每一个基本内容上是相同的。经营观和经营艺术在经营活动中互相依赖。离开科学的经营观，就没有行之有效的经营艺术，有了较高的经营哲学素养，经营者就可以想出各种更富有艺术技巧的方法来。一般说来，经营哲学素养越高的经营者，其经营艺术也越高超，能创造出更多的、与众不同的方法和技巧；同样，离开经营艺术，经营观就成为空洞的、毫无价值的说教，即经营观就失去存在的理由，因为没有经营艺术就不可能创立经营哲学，前者是后者的基础，后者是前者的升华。如果说基础理论哲学可以相对地搞思辨即书斋哲学或思辨哲学或玄学的话（当然这样也可以提高人们的理论思维能力），那么经营哲学作为一门部门哲学是绝对不可以这样搞的。对经营者来说，不应该把经营哲学和经营艺术分割开，即使在主观愿望上，也不允许只想掌握经营哲学，或只想掌握经营艺术。越是高层次的经营者，越需要把二者结合好，只有这样，才能驾驭全局，统帅全局，不断开

创新的局面，取得丰硕的成果。

第二节 经营哲学思想 的历史发展

经营哲学思想是伴随着商品经济的出现而产生的。无论在中国，也无无论在外国，随着商品经济的不断发展，经营哲学思想也不断丰富起来，但长时期内还没有形成完整的理论体系，只是在现代，由于商品经济的飞速发展，经营哲学才作为一门相对独立的学科得以建立。

一、经营哲学思想在古代的发展

中国古代，随着生产的发展，先后发生了畜牧业、农业、手工业的分工，产品有了剩余，为了互通有无，不同部落间的交换经营活动成为经常的现象。这种以物易物的商品交换是最原始的经营活动。传说神农氏时，“日中为市，致天下之民，聚天下之货，交易而退，各得其所”（《周易·系辞》），就是原始经营活动的反映。

随着商品生产的发展和市场的不断扩大，社会上出现了不从事生产、专门经营商品买卖的商人阶层。《尚书·酒诰》记载有殷人“肇牵牛车远服贾”，意思是说商代有人专门用牛车到远处做买卖。西周时，商业成为社会经济不可缺少的部门，经营活动相应扩大。春秋时期，诸侯争霸，私商兴起。我国历史上最早的经营专家就是春秋时的子贡、计然、范蠡和战国时期的白圭。

子贡，复姓端木，名赐。孔子的学生。孔子说他：“赐不受命而货殖焉”（《论语·先进》）。司马迁也说：“子贡

既举于仲尼，退而仕于卫，废著（贮）鬻财于曹鲁之间。七十子之徒赐最为饶益。……子贡结驷连骑，束帛之币以聘享诸侯，所至，国君无不分庭与之抗礼。”（《史记·货殖列传》）子贡的经营观点，主要是善于掌握行情，“臆则屡中”（《论语·先进》），贱买贵卖从中转易取利，“好废举，与时转货资”（《史记·仲尼弟子列传》）。子贡认为，商品价格的高低取决于供求关系，提出“物以稀为贵”的观点，他说：“君子之所以贵玉而贱珉者何也？为夫玉之少而珉之多耶。”（《荀子·法行》）还说：“有美玉于斯，韞椟而藏诸？求善贾而沽诸？”（《论语·子罕》）意思是说，人们之所以珍贵美玉是因为它稀少的缘故，石头之所以不值钱是因为它遍地都有；有了美玉暂时藏在柜子里，目的是为了等待识货人出好价钱时才出售。

计然，蔡漕丘上（今山东省临淄县）人，姓辛，名研，字文子，因善于计算，人称计然。司马迁《史记·货殖列传》记载，计然曾向困于会稽卧薪尝胆的越王勾贱，提出七项强国之策，越王付诸实施，十年后果真强大起来，打败了吴王夫差，建立了“霸主”之业。计然之策中，论述经营之道要旨有：一是贵流通，戒停滞。“关市不乏”，“货币欲其行如流水”。意思是说，市场活，财物货币要像流水那样不停地流通。二是控制物价，崇尚平均。“农末（指商业）俱利”，“平崇齐物”。意思是说，发展经济要使农业、商业都有利。三是趁时进销。“无敢居贵”，“贵出如粪土，贱取如珠玉”。意思是说，当市场上某种商品特别贵的时候，要大量销出去，象抛粪土一样；反之，市场上某种商品极贱时，要及时购进来，像珍玉那样珍惜。

范蠡，字少伯，楚国宛（今河南省南阳县）人。相传是计然的学生，越国大夫。越为吴所败时曾赴吴为质二年。回越后助越王勾践刻苦图强，灭亡吴国。后游齐国，自称“鸱夷子皮”。到陶邑（今山东省定陶西北），改名陶朱公，以经商致富。他继承其师计然的观点，主张实行农工商结合，并主张按供求关系的有余或不足变换物价，货物贱时收购，贵时平价售出。

白圭，战国时周人，因擅长经商致富而名扬天下。晚年时，总结出一套经营理论，为后世经营者所师法。理论之一是“乐观时变”。“人弃我取，人取我与”，是说谷成熟时收进粮食，出售丝、漆；茧出产时收进帛、絮，出售粮食，经营必须掌握时机。理论之二，是“薄利多销”。“欲长钱，取下谷”，意思是说，经营“下谷”之类的生活必需品，虽然利润不高，但成交量很大，以多取胜，也能获得大利。理论之三，是“智、勇、仁、强”四字要诀。“智”就是顺时应变；“勇”就是当机立断；“仁”就是懂得取与；“强”就是能有所守。

战国时著名的思想家，政治家，教育家孟轲，在经营理论方面也提出了一些重要的观点。比如物价方面，他指出：“夫物之不齐，物之情也。或相倍蓰，或相十百，或相千万”。（《孟子·滕文公上》）意思是说，各种商品价格之所以会大相悬殊，是决定于各商品的“情”之不齐。再如，在经营道德方面，他反对“为富不仁”。我国经营谚语中就有“子贡经商，取利不忘义；孟轲传教，欲富必先仁”之说。

秦以后，各个封建王朝可以说都一脉相承地奉行了一条抑商政策。但是在这个漫长的历史长河中，也有一些政治家、思想家、经济学家提出过不少扶商政策和经营理论。西汉著名