第一图书网, tushu007.com

<<现代企业的道德难题>>

图书基本信息

书名：<<现代企业的道德难题>>

13位ISBN编号：9787010082073

10位ISBN编号：7010082073

出版时间：2009-12

出版时间：人民出版社

作者：李建华

页数：246

字数：221000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

前言

伦理学作为经典的人文科学在现代社会具有不可替代的地位和独特的社会功能。

伦理学的价值不在于提供物质财富或实用工具与技术，而是为人类构建一个意义的世界，守护一个精神的家园，使人类的心灵有所安顿、有所归依，使人格高尚起来。

伦理学也可以推动社会经济技术的进步，因为它能提供有实用性的人文知识，能营造一个有助于经济技术发展的人文环境。

不过，为人类的经济与技术行为匡定终极意义或规范价值取向，为人类生存构建一个理想精神世界，却是伦理学更为重要的使命。

伦理学对人的价值、人的尊严的关怀，对人的精神理想的守护，对精神彼岸世界的不懈追求，使它与社会中占居主导地位的政治、经济或科技力量保持一定的距离或独立性，从而可以形成一种对社会发展进程起校正、平衡、弥补功能的人文精神力量。

这样一种具有超越性和理想性的人文精神力量，将有助于保证经济的增长和科技的进步符合人类的要求和造福于人类，从而避免它们异化为人类的对立物去支配或奴役人类自身。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书以当代中国企业发展中的道德问题作为理论探讨的切入点，以企业道德风险分析作为主轴，具体分析了企业委托代理关系中的道德风险问题、企业决策过程的道德二难问题、企业人力资源管理中的道德问题、企业营销过程中目的与手段的合理性问题、企业财务管理过程中的道德问题、商业银行信贷中的道德风险规避问题。
企业委托代理关系的道德风险的克服主要依靠职业化的途径来解决，企业决策中的道德二难要以履行社会责任为最高目标，企业营销不能为了谋利而不择手段，企业人力资源管理要坚持以人为本的伦理原则，企业的财务管理不能为企业小家而损害国家利益，商业银行信贷要靠诚信来维系。
当然企业中的这些道德问题的产生有企业自身内在的经济与道德的矛盾，也在企业家经营理念上的偏差，也有社会道德环境的影响。
这些问题的解决需要一个过程，但对它们进行经济伦理分析，从理论上加以澄明是十分必需的。

作者简介

李建华，1959年生，湖南桃江人，哲学博士，教授，中南大学政治学与行政管理学院院长，伦理学专业博士生导师，《伦理学与公共事务》、《礼仪》主编。
主要社会兼职有：中国伦理学会副会长、教育部高等学校文化素质教育指导委员会委员；教育部公共管理类学科专业教学指导委员会委员；湖南省社会科学界联合会副主席、湖南省哲学学会副会长；湖南省行政管理学会副会长。
主要从事伦理学和政治哲学研究，在《中国社会科学》、《哲学研究》等报刊发表学术论文290多篇，出版著作30多部。
曾主持完成国家社会科学基金项目3项，目前正主持教育部哲学社会科学重大项目攻关课题“中国道德文化的传统理念与现代践行研究”；曾获省部级以上科研奖励20多项。
《行政伦理学》获国家精品课程。
主编《中南大学伦理学研究书系》大型学术研究丛书。
获得的个人荣誉主要有：国务院政府特殊津贴专家；中国宝钢教育基金优秀教师奖，湖南省首届优秀青年社会科学专家，教育都第四届“高校青年教师奖”；湖南省教学名师、湖南省优秀教师、湖南省优秀社会科学专家；湖南省“五个一批”人才等。

<<现代企业的道德难题>>

书籍目录

第一章　企业委托代理关系中的道德风险- 一、道德风险：市场经济的伦理之维　二、委托一代理理论分析框架　三、企业中不同层次的道德风险　四、我国企业中道德风险的特殊问题第二章　企业决策中的伦理二难及选择　一、伦理：企业决策的必要考量　二、企业决策中的道德选择　三、企业决策的伦理责任　四、企业决策伦理的实施第三章　企业人力资源管理中的道德机制　一、企业人力资源管理模式的道德反思　二、企业人力资源管理中的道德约束机制　三、企业人力资源管理中的道德激励机制第四章　企业营销的道德维度　一、企业营销和营销伦理　二、企业营销的道德审察　三、营销行为的道德调控第五章　企业财务管理道德问题　一、企业财务管理的道德风险伦理原则　二、企业财务管理中道德失范行为的主要表现　三、企业财务管理中不道德行为的防范第六章　商业银行信贷中的道德风险 一、道德风险的定义及分类 二、商业银行信贷道德风险的特点 三、商业银行信贷风险的成因 四、商业银行信贷道德风险的控制主要参考文献后记

章节摘录

然而，公司人格的独立性和公司责任的有限性，不仅是公司诞生的前提条件，同时也是公司治理问题的关键所在。
公司人格的独立，使公司具备了和自然人一样从事市场动的主体资格；公司责任的有限，使公司以较低成本聚集大量资本成为可能。
问题是，公司自身并无手足，公司的正常运转一刻也离不开股东会、董事会、监事会、管理者（简称“三会四权”）的密切配合，尤其是公司的日常管理，基本上完全赖于高层管理者。
这样，委托代理中就会发生道德风险问题。
根据公司法及相关规定，在公司必要事务范围内，任何有关公司的行动决策和行动后果，公司总是直接和最终的承担者。
名义上，是公司这个独立法人在行动；事实上，透过公司这层“面纱”，站在公司背后、指挥公司行动的是“三会四权”等一系列公司内部人员，即内部人控制。
换句话说，内部人通过公司这个绝好的“面纱”来为或不为一定的行为，并把为或不为的后果归置于公司。
可以合理预见，理性的内部人追求最大利益的道德风险，将对公司的独立人格和有限责任产生巨大损害。
同时，公司内部也存在着多层次的复合委托代理问题。
在“三会四权”等公司内部人员中，股东会委托董事会，董事会委托高层管理者（如CEO、CFO等）。
在公司内部一系列的委托链条中，高层管理人员成了最后的受托者，即最后代理人。
一方面，相对于公司供应商、消费者、投资者等公司外部的市场参与者来说，高层管理者拥有公司战略、生产经营决策方面的内幕信息；另一方面，相对于公司董事会、股东会、监事会等委托方来说，高层管理者又拥有市场信息、生产经营、人力资源等方面的具体信息。
高层管理者拥有的不对称信息越多，发生道德风险的可能性也就越大。
沿此思路演绎下去，高层管理者无疑是隐藏于公司“面纱”后面，试图超越有限责任框架的潜在获利者。
借助自身拥有的不对称信息优势和公司“面纱”的保护，公司高层管理者为最大化个人利益，就可能不惜牺牲公司及其利益相关者的权益，通过各种不正当手段来谋取暴利。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com