

## 第四章 管理的环境

### 第一节 社会环境

### 第二节 组织文化

### 第三节 技术与信息

### 第四节 全球化环境

2009-4-2

1

---

---

---

---

---

---

---

---

## 第一节 社会环境

### 一、管理伦理化

### 二、社会责任

### 三、其他外部社会环境

### 四、组织内部的社会环境

2009-4-2

2

---

---

---

---

---

---

---

---

## 一、管理伦理化

### 1 管理伦理化的概念与内容

### 2 管理伦理化的兴起

### 3 管理伦理化的基本途径

2009-4-2

3

---

---

---

---

---

---

---

---

## 1 管理伦理的概念与内容

- ❑ 管理与伦理的有机结合, 主动考虑社会公认的伦理道德规范
- ❑ 内容:
  - 以人为本的人力资源伦理管理
  - 以诚信为本的经营伦理管理
  - 以可持续发展为本的生态伦理管理

2009-4-2

4

---

---

---

---

---

---

---

---

## 2 管理伦理化的兴起

- ❑ 经济丑闻曝光带来的压力
- ❑ 社会压力的增强
- ❑ 市场竞争的加剧
- ❑ 企业评价指标体系的完善
- ❑ 企业社会责任认证的发展
- ❑ 相关立法的推动
- ❑ 伦理理论研究与实践倡导的推动

2009-4-2

5

---

---

---

---

---

---

---

---

## 3 管理伦理化的基本途径

- ❑ 实施伦理管理战略
- ❑ 制定并实施伦理准则
- ❑ 经营管理中的伦理决策
- ❑ 建立伦理管理信息系统
- ❑ 进行独立的审计
- ❑ 提供正式的保护机制

2009-4-2

6

---

---

---

---

---

---

---

---

## 二、社会责任

1

### 社会责任的概念与内容

2

### 企业参与社会活动的利弊争论

3

### 社会责任管理的基本模式

2009-4-2

7

---

---

---

---

---

---

---

---

## 1 社会责任的概念与内容

□ 管理伦理化的重要内容,企业在为股东创造利润的同时,还要承担对员工、社会与环境的社会责任,包括遵守商业道德、生产安全、职业健康、保护劳动者合法权益、节约资源等

□ 内容:

- 认识到经营活动与社会环境之间的关系
- 积极管理经营活动与社会环境之间的关系
- 寻求企业外部的合作

2009-4-2

8

---

---

---

---

---

---

---

---

## 2 企业参与社会活动利弊争论

□ 赞成方的理由

□ 反对方的理由

□ 企业承担社会责任的理由

- 道德义务
- 可持续发展
- 经营许可
- 企业声誉

2009-4-2

9

---

---

---

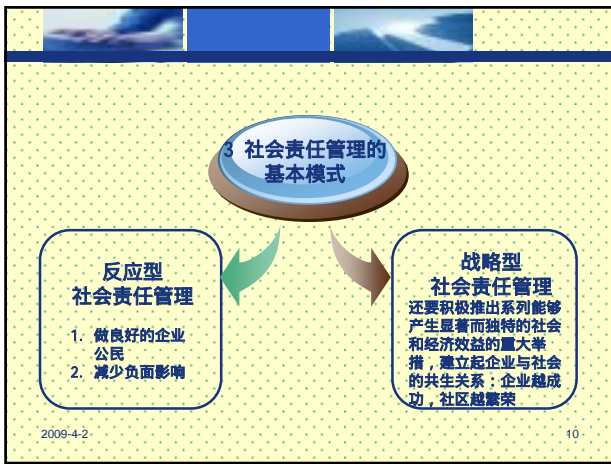
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

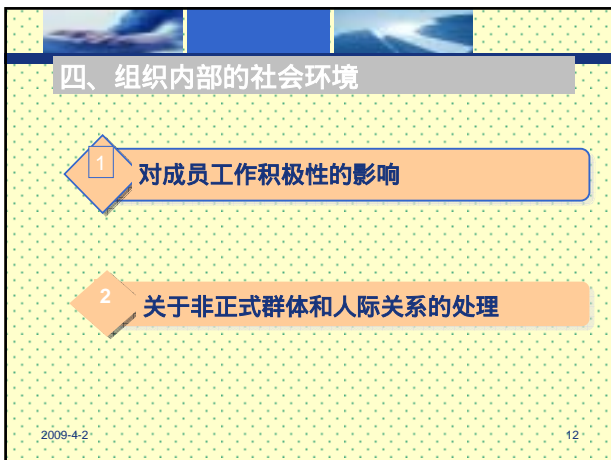
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

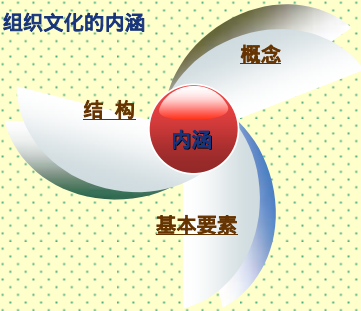
---

---

---

## 第二节 组织文化

### 一、组织文化的内涵



2009-4-2

13

---

---

---

---

---

---

---

---

### 组织文化的概念

特定社会政治、经济、文化背景条件下，一个组织在长期发展过程中所形成的并且被组织成员普遍认可和遵循的具有本组织特色的基本的、共同的行为方式、信仰和价值观。

2009-4-2

14

---

---

---

---

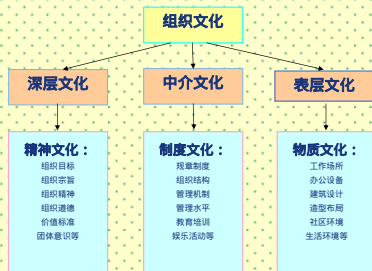
---

---

---

---

### 组织文化的结构



2009-4-2

15

---

---

---

---

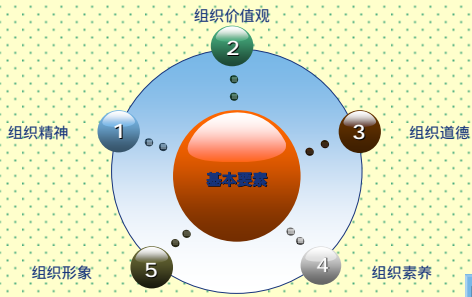
---

---

---

---

## 组织文化的基本要素



2009-4-2

16

---

---

---

---

---

---

---

---

## 二、组织文化的功能

- 1 导向功能
- 2 凝聚功能
- 3 激励功能
- 4 约束功能
- 5 辐射功能



2009-4-2

17

---

---

---

---

---

---

---

---

## 三、组织文化的建设

- 1 组织文化建设及其基本内容
- 2 建设步骤



2009-4-2

18

---

---

---

---

---

---

---

---

## 1 组织文化建设的基本内容

### 组织理念提炼

- 组织价值观、组织愿景、组织精神、组织哲学、组织使命、组织道德观、组织作风、组织伦理观、组织信念等

### 组织制度设计

- 工作制度
- 责任制度
- 特殊制度

### 组织物质层设计

- 视觉识别基本要素、企业物质环境、产品造型包装、组织文化传播网络

2009-4-2

19

---

---

---

---

---

---

---

---

## 2 组织文化建设的步骤

准备与调研

提炼定格组织文化的核心内容

建设组织文化表层

贯彻和渗透核心价值观

总结与不断更新

2009-4-2

20

---

---

---

---

---

---

---

---

## 第三节 技术与信息

### 一、技术环境与管理技术

1 技术环境

2 管理技术

2009-4-2

21

---

---

---

---

---

---

---

---

## 二、信息环境

### 1 信息环境及其构成要素

### 2 信息及信息管理在企业管理中的作用



---

---

---

---

---

---

---

---

## 第四节 全球化环境

### □一、全球化与经济全球化

### □二、经济全球化的机遇与挑战

### □三、全球竞争的障碍

---

---

---

---

---

---

---

---

## 一、全球化与经济全球化

□ 全球化：以经济全球化为核心、包含各国各民族各地区在政治、文化、科技、军事、安全、意识形态、生活方式、价值观念等多层次、多领域的相互联系、影响和制约在内的多元概念。

□ 经济全球化：以市场经济为基础，以先进科技和生产力的手段，以发达国家为主导，以最大利润和经济效益为目标，通过分工、贸易、投资、跨国公司和要素的流动等，实现各国市场分工与协作、相互融合的过程。

---

---

---

---

---

---

---

---



## 二、经济全球化的机遇与挑战

### ■ 机遇

- 1 资源配置方面 (Configuration)
- 2 资源整合方面 (Coordination)

### ■ 挑战

- 1 危机的积累
- 2 危机的传递



---

---

---

---

---

---

---

---

## 三、全球竞争的障碍

- 1 经济障碍
- 2 制度障碍



---

---

---

---

---

---

---

---

## 1 经济障碍

运输和储存成本

协调成本

本地化压力



---

---

---

---

---

---

---

---

## 2 制度障碍

### 传统的政府障碍

- 关税和其它税费，在限制实现产量经济效益上它们与运输成本有相同的效果；
- 配额；
- 政府或准政府实体（如电话公司、国防承包商）向本地企业的优先购买；
- 政府坚持研究开发本土化或要求产品部件生产本土化；
- 使当地企业受益的税收优惠待遇、劳工政策或其它经营法律法规；
- 本国政府颁布的不利于该国企业从事全球经营的生产和反贿赂法、税法以及其它政策。

### 新兴的贸易与投资保护主义



2009-4-2

28

---

---

---

---

---

---

---

---

*Thanks !*



2009-4-2

29

---

---

---

---

---

---

---

---