



Understanding
Business
Ethics

理解企业伦理

◎ 陈 雷 著

教育部人文社会科学研究项目“企业伦理新探”最终成果

Understanding
Business
Ethics

理解企业伦理

... ◎ 陈 雷 著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

理解企业伦理 / 陈雷著. —杭州: 浙江大学出版社,
2008. 9

ISBN 978-7-308-06226-8

I. 理… II. 陈… III. 企业管理—伦理学 IV. F270-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 154282 号

内容简介

本书基于大量的文献资料,梳理了企业伦理学的发展历史、理论基础及其研究方法。在此基础上,对特定时期内带有焦点性的企业伦理问题提出了粗浅的见解和看法。这些所谓的“焦点性”企业伦理问题主要有:企业的伦理需要问题;企业的社会责任问题;企业家的道德素养问题;企业制度、组织与决策中的伦理问题;国有企业、民营企业的伦理比较问题;民族文化与企业伦理的关联性;经济全球化背景下的企业伦理建设问题,等等。从理论准备来说,本书在研究过程中突出了“权利论”的基础性地位,在研究方法上,则突出运用了权利相关者分析法。

理解企业伦理

陈 雷 著

-
- | | |
|------|--|
| 责任编辑 | 孙秀丽(sunly428@163.com) |
| 封面设计 | 刘依群 |
| 出版发行 | 浙江大学出版社
(杭州天目山路 148 号 邮政编码 310028)
(E-mail: zupress@mail.hz.zj.cn)
(网址: http://www.zjupress.com
http://www.press.zju.edu.cn)
电话: 0571-88925592, 88273066(传真) |
| 排 版 | 杭州中大图文设计有限公司 |
| 印 刷 | 杭州杭新印务有限公司 |
| 开 本 | 787mm×960mm 1/16 |
| 印 张 | 15.5 |
| 字 数 | 279 千 |
| 版 次 | 2008 年 9 月第 1 版 2008 年 9 月第 1 次印刷 |
| 书 号 | ISBN 978-7-308-06226-8 |
| 定 价 | 33.00 元 |
-

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部邮购电话 (0571)88925591

作者简介：

陈雷，男，1963年6月生，祖籍江苏省泗阳县。哲学博士，副教授。现任职于浙江理工大学法政学院。曾在《浙江社会科学》、《浙江学刊》、《南京社会科学》、《普门学报》（台湾）等海内外刊物上发表文章多篇。著有《契嵩佛学思想研究》（宗教文化出版社，2008）

序 Foreword

又一本企业伦理学的著作问世了。这是陈雷博士多年研究的成果。他给自己的书题名为《理解企业伦理》，以为自己对企业伦理的研究尚未达到全面把握企业伦理学学科体系的水平，反映了作者的谦虚精神，也体现了一种朴实的学风，不求体系（“学”）的构建，但求问题的解决。不对重要问题作深入的研究，而是急于提出或构建自己的理论体系，这已经成为学术界的一种时尚。与此不同，陈雷博士首先凸出问题意识，对一个个重要的企业伦理的理论问题进行逐个研究，并就中国企业目前所遇到的一些现实问题提出了自己的看法。如国有企业与民营企业的伦理比较，在文化比较视域中探讨企业伦理的民族性渊源，提出了“企业伦理的民族性”这一重要问题，对传统价值观、习俗、惯例或所谓“潜规则”与企业伦理的关系作了深入的分析和论述，切中了中国企业伦理运行方式的脉搏。尤为可贵的是，在完成这一课题的过程中，他又做了大量的实证调查，取得了许多反映我国企业伦理现实状况的实证材料和数据，从而使他对企业伦理特别是对中国企业伦理的理解更加切合实际情况和企业的伦理实践，体现了企业伦理学作为一门应用性学科的根本特点，而他重视并实践实证调查这一研究企业伦理的根本方法，实为难得，应得到推广。我相信这本书的出版，将有助于推进中国企业伦理的研究，也将会受到企业界和企业家的欢迎。

读了陈雷博士的《理解企业伦理》，我联想到了我国学界关于企业伦理研究的一些问题。借此机会，说出来供学界同仁讨论、批评。

自 20 世纪 80 年代末至今，随着改革开放的不断深入和社会主义市场经济建设的不断发展，我国学界对经济伦理和企业伦理的研究有了长足的发展，取得了显著的成绩，在伦理学或应用伦理学的学科领域独占鳌头，成为显学。但是，作为应用性的学科，企业伦理学理应在经济和企业的实践中得到有效的应用，为经济界、企业界和企业家所青睐，然而，实际的情况却并非如此，而是一头热，一头冷；一方是待价而沽，一方则另有所好。我们不得不

承认,经济伦理学或企业伦理学处于一种十分尴尬的境地。其实际的情况是:企业伦理学还没有在企业界取得自己的话语权,而在企业一方,还没有真正确立企业伦理的行为责任主体。

这里,只是想从伦理学的角度来省视一下造成企业伦理学尴尬处境的原因。

就企业方来说,企业为什么会“冷”待企业伦理学?我以为关键在于企业没有真正确立企业伦理的行为责任主体。有一个很典型的实例可以说明这个问题。在一所著名大学的 MBA“企业伦理学”课堂上,教授向学生提了这样一个问题:在道德实践上,做人和做企业是否应是一样的?问题是清楚的,但回答却令教授大吃一惊。这些志在 CEO 的学生中差不多有半数一致认为:我做人会讲道德,而做企业则“好赖则赖,好骗则骗”。这一回答透露了一个十分重要的信息——许多企业经营者在思想深处就是认为企业是经济实体,企业的所有行为就是为了赚钱。这样,企业行为的伦理问题就在“钱”眼中化为乌有。于是,在企业(至少是我国的企业界)也就找不到企业行为的道德责任主体。在这种情况下,“热”的企业伦理学遇到企业的“冷”待就是十分自然的了。诚然,企业伦理行为的责任主体或企业行为的伦理责任人究竟是谁,在理论上似乎已不成问题,但在实际上仍然是一个待解决的难题。事实是,如果不是属于个人品质问题或生产中的恶性事件,企业违反了企业伦理规范,如环境污染、不守信用,受罚、受损的是企业,而不是企业管理者个人,甚至企业还会对管理者作出种种保护和辩解。这里有一个企业伦理的实践机制问题,如果不解决这个问题,那么,明确企业伦理行为责任人,企业伦理建设和企业对企业伦理学在企业管理中的话语权是不可能实现的。

当然,造成企业伦理学的尴尬处境,重要的还是应该反思企业伦理学自身。

与伦理学的初创情况相同,我国的企业伦理学也不是原创的,前者来自苏联的伦理学,而后的理论框架、基本概念则是从西方(主要是美国)引入。其实,自近代以来许多新学科的建立都是这样。因而都有一个“中国化”的过程,企业伦理学也是一样。如何把西方企业伦理学与中国的市场和企业实际相结合,建立中国特色的企业伦理学,这是一个长期而艰难的探索过程。近 20 年来,学界同仁为此付出了辛勤的劳动,作出了显著的成绩,但是——在我看来——建立起真正符合中国市场和企业实际的企业伦理学还有待时日。这一方面是因为我国的市场经济体制和现代企业体制正处于不

断完善之中,而作为企业伦理学的研究者,其研究方法和研究工作还有待改进。例如,加强学习经济学理论,加深了解中国国情和传统文化,深入实际加强对市场和企业的实证研究等;还有一项重要的工作,就是如何建立体现中国文化特点的企业伦理学的话语系统,能让我们的企业家喜闻乐见,读懂、听懂企业伦理学所讲的道理。应该肯定,在理论与实际、学者与企业家相结合的工作上,有些研究单位和学者已经作出了艰辛的努力,取得了可喜的成绩。但是,就总体而言,企业伦理学的学者们还囿于自己的学术“圈子”,津津乐道于自己的所谓“创新理论”,或对着“碟片”唱“卡拉 OK”,自娱自乐。其实,企业家在企业伦理问题上是有许多困惑的,我们应该更多地去关心现实中提出的企业伦理问题。如有企业家就发出这样的问题:“我讲诚信,别的企业不讲诚信怎么办?”我们该怎样回答(当然不是要我们去解决)。又如有的国有企业老总为难地说,我们是“一纸”老总,说不准什么时候一纸调令就得走人,而企业伦理建设不是一日之功,短期内是不会有成绩的,又何必去操这份心呢。对此,我们又该作何思考。翻开时下的“企业伦理学”的著作,在理论上较之以往确有不少进展,但对于在现实中存在的如何实践企业伦理的诸多实际问题,有涉及、能回答的却不多。这样的“企业伦理学”理论怎么能打动企业家?怎么能满足企业伦理建设的实际需要?或许,教授们会让学员通过课堂讨论自己去寻找答案。我以为,企业家需要的不是仅仅讲什么是“应当”的理论,而是真正能从理论的高度和深度回答中国企业和企业家所遇到的实际的企业问题的企业伦理学。企业伦理学应该通过自身的努力使自己走出尴尬处境。于此,陈雷博士的这本《理解企业伦理》是作出了自己的贡献的。

本人自 20 世纪 90 年代初就涉及企业伦理研究,至今成果寥寥,深知研究道路之艰难。以上的一番话,实际上也是本人对这一段研究经历的自我反思。是为序。

朱贻庭

2008 年 6 月

目 录

第一章 导 论	1
第一节 企业伦理研究的基本思路	1
第二节 本书的结构和主要观点	5
第三节 若干重要概念的诠释	22
第二章 企业伦理学:历史、理论与方法	29
第一节 企业伦理学简史	29
第二节 企业伦理学的理论基础	43
第三节 企业伦理学的研究方法	56
第三章 企业伦理需要论	61
第一节 “企业非道德性神话”及其破灭	61
第二节 中外学者的“企业伦理需要论”	64
第三节 企业的经济性、社会性与企业伦理需要 ——兼从“权利论”的视角看	72
第四章 企业的社会责任	76
第一节 企业社会责任:概念及其演变	76
第二节 企业社会责任:争论与实践	80
第三节 企业社会责任:标准与限度	87

第五章 企业家的道德素养	93
第一节 企业家必须具备道德素养	93
第二节 企业家需要具备的道德素养	97
第三节 企业家道德素养形成的途径	101
第六章 企业制度、组织与决策中的伦理问题	106
第一节 企业制度中的伦理问题	106
第二节 企业组织中的伦理问题	111
第三节 企业决策中的伦理问题	117
第七章 国有企业、民营企业伦理及其比较	122
第一节 国有企业及其伦理	122
第二节 民营企业及其伦理	130
第三节 国有企业与民营企业的伦理比较	
——以沿海某省企业为例	135
第八章 文化与企业伦理	144
第一节 文化、民族文化以及跨文化的研究发现	144
第二节 民族文化与企业伦理	148
第三节 民族文化视域中的美日中企业伦理比较	
——以处理群己关系的价值观为中心	152
第九章 经济全球化视域中的企业伦理建设	165
第一节 经济全球化对我国企业伦理的挑战	165
第二节 企业伦理主体性:缺乏和构建	169
第三节 关于构建有中国特色的企业伦理规范体系的若干建议	
	171
附 录	
附录 1 “企业伦理道德状况”调查问卷	176
附录 2 沿海某省中小企业伦理道德状况调查报告	184
附录 3 国外著名企业的伦理、道德原则与规范	204

附录 4 考克斯圆桌商业原则	226
参考书目	231
后 记	235

第一章

导 论

第一节

企业伦理研究的基本思路

本书在研究企业伦理的过程中,大体上坚持了如下一些基本的思路:

其一,彰显了“问题”意识。

全方位地谈论企业伦理问题,全面地构建企业伦理学体系,不是本书的主旨。本书只是想针对特定时期带有焦点性的企业伦理问题,提出一些粗浅的见解和看法。

本书所涉及的“焦点性”企业伦理问题是多方面的,这些问题主要有:企业伦理研究的理论基础和方法论问题;企业的伦理需要问题;企业的社会责任问题;企业家的道德素养问题;企业制度、组织与决策中的伦理问题;国有企业、民营企业的伦理比较问题;民族文化与企业伦理的关联性问题;经济全球化背景下的企业伦理建设问题,等等。当然,这些问题是否真的就是“焦点性”问题,尽可以仁者见仁,智者见智。

其二,基于企业的基本规定性来研究企业伦理。

企业是企业伦理行为的主体,基于“企业的性质”来研究企业伦理,显得尤为必要。需要指出的是,不同的学派对于“企业的性质”的看法是不尽相同的。单就经济学而言,新古典经济学只把企业看做一个生产函数,而没有对企业的组织、决策、能力等进行研究,因而被视为没有企业理论的经济学体系,而新制度经济学、新奥地利经济学、演化经济学和企业能力理论等经济学学派则不断地关注和解析企业这一“黑箱”,从而形成了相应的企业理

论。企业伦理研究要关注这些差异,要确立自己的“企业性质观”,并以此作为企业伦理研究的基点。

再者,由于企业总是表现为复杂的经济关系、政治关系、社会关系乃至民族文化关系的载体,因此,我们有必要在“政府——企业——社会”这一架构内来研究企业伦理,同时也有必要审视文化(尤其是民族文化)与企业伦理的内在关联性。

其三,借助“权利论”来诠释企业伦理。

截至目前,国外企业伦理研究的理论基础可以粗略地归结为“四大理论”,即综合社会契约论、目的论、义务论以及德性论。“四大理论”经过批判性地改造——立足于中国传统的伦理思想以及当代中国化的马克思主义基础上的批判性改造,可以为我所用。不过,有意识地突出“权利论”在企业伦理研究中的地位 and 作用,则是本研究试图达到的重要目标之一。

“权利”一般表现为有尊严的主体有资格提出的要求得到正确对待的诉求。权利论者从人的尊严出发,往往把个人的生命、自由和财产权作为基本的权利,因为这些都是维系一个人的尊严所必需的。再者,权利又表现为一种资格,例如,可以表现为人们获得某种具体利益的资格,但权利本身并不表现为具体的利益。利益表现为人们的物质需求、精神需求及其满足。相比较而言,权利比利益更带有根本性。有了做人的尊严、有了资格,才谈得上利益。利益本身有正当和不正当之分,正当利益可以称为权利,不正当利益则永远不会被当作权利。因此,权利可以被当做评判利益正当与否的尺度和标准。

从类别上讲,权利又可分为道德权利、约定权利、法定权利等种类。这三种权利有着各自的规定性。作为一个“人”有资格提出的要求,可以称为“道德权利”,习惯上往往称为“人权”,这方面的基本权利是生存权和发展权。作为一个国家的公民有资格提出的要求,由于它是由一个国家的法律所规定和保障的,所以往往又称为“法定权利”。“道德权利”和“法定权利”都是普遍权利。道德权利是所有的人普遍具有的,法定权利则是一国的公民人人都具有的。在现实生活中还有一类权利,可以称为约定权利,那就是依据契约当事人所享有的权利。这类权利是由特定的契约所赋予的,所以它仅仅与当事人有关,是特殊的而不是普遍的。这种权利作为一种特殊权利,是不能违背作为一般权利的道德权利和法定权利的,否则就是不道德的、不合法的,因而也是无效的。需要强调的是,这三种权利都包含着相应

的义务,履行义务与享有权利是密不可分的。^①

“权利论”与上述的“四大理论”不是截然对立的。事实上,“四大理论”中有三大理论以不同的方式表现出了与权利问题的关联性。在综合社会契约论者看来,“最高规范”是社会契约发展的基础。那么,何谓“最高规范”呢?托马斯·唐纳森和托马斯·邓菲对此作了说明:其一是核心的人权,包括人身自由、人身安全及健康权、政治参与权、知情权、财产所有权和生存权;其二是尊重所有人的尊严的义务。义务论中则有以权利原则为基础的义义务论(不过该权利仅指道德权利)。而以公正原则为基础的义义务论同样与权利有不解之缘,罗尔斯是基于社会中“最少受惠者”的自由、平等权利来谈论分配正义的,诺齐克的分配正义规则是以承认个人权利具有优先性为前提的。德性论与权利问题也有着这样那样的关联性。尽管有些德性论者,如麦金太尔等人反对以功利和权利概念取代以往的德性概念在社会生活中的中心地位,但这并不意味着权利与德性是绝对对立的两极。在谈到企业德性的时候,所罗门曾说过,企业生活中最根本的美德是正义。其实,无论怎么说,关注他者的权利都应该成为“企业正义”的内在要求。“四大理论”中目的论广为诟病的就是它对权利的某种漠视,目的论(包括功利主义)强调“结果重于一切是第一位的;而如何取得结果则仅仅是第二位的。功利主义的这个方面也恰恰是它的最不足取之处。它强烈地暗示根本就不存在任何内在的恶。……那么,可以推测,就连人权或道德权利也并非绝对的,因为一个人或一些人的权利可以为了效用的最大化而被剥夺。”^②

企业社会责任运动是企业伦理运动的一个重要的组成部分。国外(甚至国内)的企业社会责任运动表明,权利问题是其核心的问题。单从颇有影响的 SA8000(企业社会责任标准)便可略知大端。另外,与企业社会责任相呼应,国外一些著名企业的伦理、道德原则与规范中也都透露出了较强的权利意识。

借助“权利论”来诠释企业伦理,从现实和理论的双重角度看,都具有合理性和可能性。一方面,伴随着改革开放、法制建设尤其是社会主义市场经

① 此处关于“权利”的说明,吸收了朱贻庭、赵修义等学者的研究成果。参见朱贻庭、赵修义:《权利观念与义利之辨》;赵修义、朱贻庭:《权利、利益和权力》,载《毛泽东邓小平理论研究》2004年第5期。朱贻庭:《权利概念与当代中国道德建设研究》,载《伦理学研究》2005年第4期。

② 理查德·A.斯皮内洛著,刘钢译:《世纪道德——信息技术的伦理方面》,中央编译出版社1999年版,第30页。

济体制逐步建立的进程,与“市场主体性”意识的逐步确立相对应,“权利”概念和观念逐渐凸现出来,并且日益深入人心;另一方面,从价值论上看,人们已经意识到权利绝非法律的专有名词,仅仅具有法律价值,同时它还具有道德价值。譬如,凡称为权利的东西,诸如道德权利、约定权利、法定权利,都具有道德上的正当性。这是因为权利的核心问题是人的尊严问题。

通常人们习惯于从利益关系的角度去考量企业伦理(譬如功利论便是如此),这本身并没有错。但是,需要指出的是,实践当中企业伦理所涉及的许多问题,还需要人们进一步上升到权利论的层面去加以审视(从一定意义上讲,所谓的“利益相关者”又可转述为“权利相关者”)。譬如,企业之所以要遵守伦理、道德,之所以要履行社会责任,都与维护和协调不同权利主体间的权利关系有关。企业家的德性有多方面的要求,权利意识自然是其有机的组成部分;作为“企业德性”的“以人为本”、“诚信”等都与权利有关,“以人为本”绝非仅仅以人的一般的利益为本,而是以人的权利为本,所谓“诚信”问题则比较直接地与契约当事人的约定权利有关。企业的制度、组织、决策中的问题无不关涉权利问题,作为制度安排来说,产权制度方面的安排直接涉及权利问题,作为决策者应该清楚地知道企业的环境污染讲到底威胁到了他人的生存权;作为组织中的管理者应该知道为人们所深恶痛绝的“现代包身工”现象,则直接侵犯了一个人做人的资格和尊严。国有企业、民营企业的改革也都涉及权利问题,如所有权与经营权分离问题,“委托——代理”问题,等等。理解不同文化背景下的企业伦理,权利意识是一个重要的参照系,在经济全球化的背景下构建有中国特色的企业伦理规范体系,以权利概念和观念作为核心,是一种明智的选择。实践当中企业伦理所涉及的许多问题,之所以需要人们进一步上升到权利论的层面去加以审视,是因为这些问题直接表现为利益问题,而相比较而言,“权利比利益更带有根本性”。而就企业的性质而言(依照新制度经济学对企业的定义),它本来就表现为“一系列合约的联结”。

其四,突出运用了权利相关者分析法。

本研究综合运用了企业伦理学的基本研究方法和具体研究方法。就基本的研究方法而言,本研究广泛采用了描述的研究方法、规范的研究方法,相比之下,元伦理学的方法运用得不多。就具体的研究方法而言,本研究有意识地突出了权利相关者分析法。这种方法将企业的利益相关者视为权利相关者,进而“识辨并把握利益相关者多种(常常还是相互竞争的)政治、社会、法律、经济和道德请求”。除此之外,还广泛地运用了比较的研究方法以

及文化学的研究方法。

事实上,上述这些基本的研究方法和具体的研究方法是交织在一起的,很难将之截然分开。譬如,在比较国有企业、民营企业的伦理、道德规范时,既有纯理论上的推演、比对,也有建立在实证资料基础上的描述、比对。再譬如,在对美国、日本、中国三国的企业伦理进行比较时,同时又运用了文化学的研究方法。

第二节

本书的结构和主要观点

第二章至第九章属于本书的主体部分。现将本书主体部分的结构安排和主要观点阐述如下:

第一部分,介绍企业伦理学的发展历史、理论基础以及研究方法。

中国的企业伦理研究,固然与本土企业伦理的现状以及学术界、企业界的理性自觉息息相关,同时又与借鉴国外尤其是欧美的企业伦理研究的成果密不可分。经过20多年的发展,中国的企业伦理研究取得了不少有价值的研究成果。回顾和梳理中外企业伦理研究的学术资源,从中汲取有益的营养,是深化中国企业伦理研究的重要途径。

本书认同这样的观点,即国外企业伦理研究的兴起、发展经历了三个时期:20世纪60—70年代的形成时期;20世纪80年代的全面发展时期;20世纪90年代初至今的突破性发展时期。从理论基础来看,国外企业伦理研究的理论基础可以归结为“四大理论”,即综合社会契约论、目的论、义务论以及德性论。从研究方法来看,则可分为基本的研究方法和具体的研究方法两个层次。基本的研究方法有描述的研究方法、元伦理学的研究方法以及规范的研究方法;具体的研究方法则有案例方法、决策方法和利益相关者分析法等。

我国的企业伦理研究大体上可以分为三个发展阶段:前企业伦理研究阶段(1978—1984);企业伦理研究的起始阶段(1984—1992);企业伦理研究的全面发展阶段(1992—)。我国学者立足于中国传统的伦理思想以及当代中国化的马克思主义对上述“四大理论”进行了批判性的改造和发挥,使之在一定程度上也成了中国企业伦理研究的理论基础。我国企业伦理研究的方法也可以分为两个层次:一是基本的研究方法,二是具体的研究方法。上

述国外企业伦理学的基本的研究方法同样可以为我所用。不过需要指出的是,我们所说的“规范的研究方法”是有自身的特色的,不妨将之称为“新规范伦理学的方法”。它“新”就新在是以马克思主义哲学(辩证唯物主义与历史唯物主义)作为它的方法论的基础的。上述国外企业伦理学的具体的研究方法,如案例方法、决策方法和利益相关者分析法也都能为我所用。不过,从我国企业伦理研究的实际情形可以看出,案例方法、利益相关者分析法应用的比较多一些,决策方法相对来说运用的较少。我国学者在企业伦理研究过程中,还运用了其他一些具体的研究方法,如归纳和演绎的方法、系统论的方法、比较的方法、文化学的方法,等等。

第二部分,叙述“企业伦理需要论”。

国内外学者的“企业伦理需要论”表明,企业的二重性,即经济性与社会性,是企业需要伦理、道德的内在根据。企业要通过为社会提供产品或服务实现合理的利润,企业的经营要合乎效率原则与利润原则,这是企业的经济性之所在。所谓企业的社会性,则是说企业与社会之间除了具有经济联系之外,尚有其他一些超越盈利等经济范畴的广泛的社会联系。企业经济性、社会性所蕴涵的矛盾以及彼此间所存在的矛盾,客观上需要伦理、道德来加以调节和解决。

我们认为,讨论企业的伦理需要,当然要充分考虑到企业的经济性、社会性以及相关的矛盾,但是不能局限于此。

我们觉得,关于企业的经济性与伦理需要的关联性的探讨,还应注意如下几个问题:

其一,企业的经济性固然是探讨企业之所以需要伦理、道德的一个重要的前提,然而企业的经济性并非不证自明的。曾几何时,由于种种原因,我们对企业的经济性认识不够,或者少谈,或者避而不谈。党的十一届三中全会以后,伴随着改革开放的进程,尤其是社会主义市场经济体制的逐步建立,企业的经济性特征才逐渐凸显出来,并成为全社会的共识。这种对企业经济性“重新”发现的过程,本身就是“向善”的充满着道义性的过程。

其二,企业的经济性中内在地蕴涵着伦理、道德问题,研究企业的经济性当然不能忽视伦理、道德问题。查尔斯·汉普登—特纳与阿尔方斯·特龙佩纳斯等人在批判所谓的“价值中立的经济学”时指出:“价值观决定经济活动的优先顺序,主导着经济活动。事实上,由经济学家所透露的信息可

知:如果管理者能够‘道德一点’的话,经济活动中的交易成本将可以降低。”^①

其三,企业的经济性目标需要借助于伦理、道德来加以实现。中外“企业伦理需要论”表明,企业需要将伦理、道德当作其贯彻效率原则与利润原则的手段或工具。在实现企业的经济性目标这一前提下,伦理、道德被赋予了手段或工具方面的价值和意义。

其四,在企业经济性的实现过程中,总会遇到这样那样的复杂的权利关系。从实际情况看,企业在追求经济目标的过程中,一方面要与处理好与利益相关者的关系;另一方面,则要处理好各个部门在运作过程中出现的问题。这些关系和问题直接表现为利益关系,从根本上说则又可以归结为权利关系。利益关系、权利关系中的矛盾乃至冲突具有不可避免性,处理这种矛盾乃至冲突固然可以借助于相关的法律,然而仅有法律是远远不够的,必须还要借助于伦理、道德的力量。

关于“企业的社会性与伦理需要”的关联性的探讨,则想强调说明如下几个问题:

其一,与企业的经济性一样,企业的社会性也并非不证自明。米尔顿·弗里德曼等人将企业的社会责任仅仅归结为增加公司利润,从逻辑上说,与其对企业的社会性作了狭隘的理解有关。在我国传统的计划经济时期,则出现了“企业办社会”的现象,这一现象的出现与人们对企业的社会性作了过于宽泛的理解不无关系。对企业的社会性作出不恰当的理解,在理论上是错误的,在实践当中则会产生不良的或者说是恶的后果。

其二,企业作为一个经济体系与其他体系之间客观上存在着相互依存、相互支撑的关系,这些关系有些是教育方面的,有些是政治方面的,有些是社会支持方面的,还有些是环境方面的,等等。这些关系较为直接地表现为种种利益关系(指超越了经济范畴的利益关系),但从根本上讲,同样表现为权利关系。这种种利益关系、权利关系固然需要法律来加以规范和调节,但更需伦理、道德经常地、普遍地、全面地起作用,依林恩·夏普·佩因等人的观点,伦理、道德的作用往往更为有效。

其三,一般的社会成员都应具有“德性”,要履行相应的道德义务,这一点同样适用于企业。企业作为社会的一个细胞,作为“社会成员”之一,它同

^① 查尔斯·汉普登—特纳、阿尔方斯·特龙佩纳斯著,徐联恩译:《国家竞争力——创造财富的价值体系》,海南出版社1997年版,第8页。