

国家中小企业银河培训工程 推荐教材
全国中小企业经理人证书考试 指定教材
全国高等教育自学考试中小企业经营管理专业



企业伦理与社会责任

赵书华 娄梅 主编



中国人民大学出版社
China Renmin University Press

国家中小企业银河培训工程 推荐教材
全国中小企业经理人证书考试 指定教材
全国高等教育自学考试中小企业经营管理专业

企业伦理与社会责任

赵书华 娄梅 主编

工业和信息化部中小企业发展促进中心 组编
教育部考试中心
中国人民大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

企业伦理与社会责任/赵书华, 娄梅主编. —北京: 中国人民大学出版社, 2011
ISBN 978-7-300-13875-6

I. ①企… II. ①赵…②娄… III. ①企业伦理-研究②企业责任-研究 IV. ①F270-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 109971 号

国家中小企业银河培训工程 推荐教材
全国中小企业经理人证书考试 指定教材
全国高等教育自学考试中小企业经营管理专业
企业伦理与社会责任
赵书华 娄梅 主编
Qiyelunli yu Shehui Zeren

出版发行	中国人民大学出版社	
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码 100080
电 话	010-62511242 (总编室)	010-62511398 (质管部)
	010-82501766 (邮购部)	010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)	010-62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn	
	http://www.lkao.com.cn (中国 1 考网)	
经 销	新华书店	
印 刷	北京市易丰印刷有限责任公司	
规 格	185 mm×260 mm 16 开本	版 次 2011 年 6 月第 1 版
印 张	15.75	印 次 2011 年 6 月第 1 次印刷
字 数	367 000	定 价 39.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

全国中小企业经理人证书考试
全国高等教育自学考试中小企业经营管理专业

教材编审委员会

主任：朱宏任

副主任：郑 昕 秦志辉 戴家干 高德步 李金轩
刘军谊 许科敏 王建翔 狄 娜 贺耀敏

成 员（按姓氏笔画为序）：

马胜利 王 莉 王 磊 王千里 王岩琴
王建民 王海林 韦向群 毛伟忠 田 川
刘世民 李 宏 吴义国 张晓辉 陈 新
宋新力 林文滢 罗英杰 周 丰 周 健
周平军 姜 梅 莫 郁 高松涛 黄殿文

总 编：秦志辉 李金轩

副总编：田 川 张晓辉 王 莉 高松涛 罗英杰

编 委（按姓氏笔画为序）：

于 森 于 鑫 王文潭 王其文 方 虹
冯丽云 成 栋 刘力群 刘双舟 刘东明
刘彧彧 朱晓武 孙茂竹 杨 晶 李 智
李先国 何广文 沙 馨 张国钧 陈文昌
赵书华 郝洪强 娄 梅 郭笑文 崔校宁
彭松建 葛建华 褚福灵 樊颖晖 檀文茹

编 务：万 里 邓 健 介庆庆 石 洋 任芳芳
李 宁 李国庆 陈玉敏 张晓鹏 苗彦敏
骆金涛 贺时健

总 序

改革开放以来，我国中小企业发展迅猛，在繁荣经济、推动创新、扩大出口、吸纳就业等方面的贡献日益突出。目前，中小企业占全部企业总数的 99%，创造的最终产品和服务价值约占国内生产总值的 60%、上缴税收的 50%，提供了 80%左右的城镇就业岗位，正逐步成为推动中国经济社会发展的中坚力量。

党中央、国务院高度重视并把促进中小企业持续、健康发展作为我国的一项长期战略。为应对国际金融危机，国家采取了“保增长、扩内需、调结构、惠民生”的一揽子计划，在各项扶持政策措施的推动下，我国中小企业经受住了考验，开始由回升向好逐渐转向平稳较快发展，活力不断增强，经营状况明显好转。但同时也应该看到，我国中小企业发展面临的困难和不确定因素仍然很多。国际金融危机的深层次影响还没有完全消除，资源、环境及国内外市场竞争日趋激烈，技术进步和产业升级对中小企业科技创新提出了更高的要求。深入实施可持续发展战略，推动中小企业健康成长，提升中小企业经营管理者整体素质，提高中小企业市场竞争力，是我们新时期面临的重要课题。

加快中小企业人才培养和队伍建设，以教育提升中小企业从业人员的整体素质，是中小企业持续、健康发展的治本之策。为此，国家发展和改革委员会、工业和信息化部自 2003 年起开始实施国家中小企业银河培训工程（以下简称银河培训工程），2009 年国务院出台了《关于进一步促进中小企业发展的若干意见》（国发〔2009〕36 号），加大对各类中小企业人员的分层、分类培训。几年来，中央财政累计投入近 1.8 亿元，共完成 30 多万人次的免费集中培训、近 50 万人次的远程网络培训和 110 万人次的信息化培训，并带动各地投入专项资金，支持了约 600 万人次的培训。银河培训工程被中共中央组织部纳入《国家中长期人才发展规划纲要（2010—2020 年）》，成为中小企业人员素质提升的重要途径。

工业和信息化部中小企业发展促进中心（以下简称中小企业中心）是工业和信息化部专门从事中小企业服务工作的直属单位，自 2003 年起承担了银河培训工程任务。几年来，中小企业中心不断创新培训模式，开展了中国中小企业竞争力讲堂、中国中小企业大讲堂、中国中小企业竞争力工程、中国中小企业健康成长计划等系列培训活动，免费为广大中小企业和地方经济建设提供智力服务和人才支持。截止到 2010 年 12 月，在全国百余个

城市举办了千余期各类培训班，培训了数万名中小企业经营管理者和专业技术人员，帮助中小企业提升竞争力。

在此基础上，中小企业中心联合全国高等教育自学考试指导委员会和教育部考试中心，经过三年的充分调研和科学论证，决定在全国共同推出高等教育自学考试中小企业经营管理专业和中小企业经理人证书考试项目，借助国内知名院校专家、学者的智力优势，通过公正的国家权威考试，藉由政府的社会公信力，以直接和间接两种方式推动我国中小企业产业调整、管理升级与核心竞争力的形成，并为长期以来备受困扰的中小企业培训市场带来了一缕春风，其推出与发展必将对我国中小企业管理培训健康、快速、有序发展起到不可估量的作用。

课程规划和教材建设是证书考试项目的生命力。为此，中小企业中心组织业内专家、学者借鉴国外相关学科建设的经验和方法，首创一套经营管理组合课程，并以我国中小企业发展现状、阶段特征及其经营管理者的切实需求为基准编写了这套教材。本套教材实用性强，适用面广，涵盖了中小企业管理诸多方面。无论是处于创业、成长、成熟等不同阶段的中小企业经理人，还是处在不同管理岗位的中小企业经营管理者，都能通过本套教材全面系统地学习，掌握现代中小企业经营管理的基础知识和基本技能，具备管理不同发展阶段企业的能力和素质。

“企业靠管理，管理要人才，人才在培养。”在当今经济全球一体化进程中，加强中小企业人才队伍建设，实施人才强企战略，努力提高经营管理者素质，强化和提升中小企业的“造血功能”和竞争能力，是大势所趋。可以说，在 21 世纪的今天，管理者的素质将决定中小企业的竞争力。本套教材的推出，可谓适逢其时，不但充分发挥了政府公共财政的引导作用，而且为将来形成科学的培训服务体系打下了坚实的基础。

2011 年是“十二五”规划实施的开局之年，我国中小企业发展正处在转型升级的关键时期，也必将会进入一个快速发展的新阶段。在此，我谨向本套教材的作者、编者、组织者和所有参与国家中小企业教育培训工作的同志们致以诚挚的感谢，并希望本套教材在国家中小企业教育培训工作中发挥有益的作用，为新时期中小企业持续健康发展提供强有力的人才保障和智力支撑。



2011 年 5 月

目 录

引 言	1
第 1 章 企业与企业伦理道德	3
1.1 企业与伦理	5
1.2 伦理概述	6
1.3 企业与伦理的关系	7
1.4 道德和企业道德	14
1.5 伦理、道德、法律的关系	15
1.6 企业经营管理中的基本伦理矛盾	17
【案例分析】	22
知识结构图	23
第 2 章 利益相关者与企业社会责任	25
2.1 利益相关者概述	26
2.2 企业社会责任概述	32
【案例分析】	46
知识结构图	49
第 3 章 企业与股东	50
3.1 企业与股东关系	52
3.2 企业对股东的责任	58
3.3 股东关系中存在的问题与调节手段	59
【案例分析】	69
知识结构图	70
第 4 章 企业与员工	71
4.1 企业与员工关系	72
4.2 企业对员工的责任	75
4.3 员工关系存在的问题及对策	79
【案例分析】	88

知识结构图	89
第 5 章 企业与供销商	90
5.1 几个基本概念	91
5.2 供销商关系	92
5.3 企业对供销商的责任	98
5.4 存在的问题与解决途径	103
【案例分析】	106
知识结构图	107
第 6 章 企业与消费者	109
6.1 企业与消费者关系	110
6.2 企业对消费者的责任	118
6.3 消费者关系中存在的问题及解决措施	122
【案例分析】	128
知识结构图	129
第 7 章 企业与竞争者	130
7.1 企业与竞争者关系	131
7.2 21 世纪企业竞争的新领域	136
7.3 企业在竞争中的责任	138
7.4 存在的问题与解决途径	142
【案例分析】	144
知识结构图	146
第 8 章 企业与媒体	148
8.1 企业与媒体关系	149
8.2 企业对媒体的社会责任	153
8.3 媒体企业的社会责任	154
8.4 存在的问题与调节手段	157
【案例分析】	164
知识结构图	168
第 9 章 企业与社区	169
9.1 企业与社区关系	169
9.2 企业对社区的影响与责任	173
9.3 社区关系存在的问题	173
9.4 社区关系的构建	174
【案例分析】	176
知识结构图	177
第 10 章 企业与政府	178
10.1 企业与政府关系	178
10.2 企业对政府的责任	183

10.3 企业与政府间关系存在的问题	184
10.4 企业与政府间关系存在问题的解决途径	185
【案例分析】	187
知识结构图	188
第 11 章 企业与生态环保	189
11.1 企业与生态环境	190
11.2 企业与生态环境的关系	192
11.3 国际环境保护运动	195
11.4 企业对生态环境保护方面的责任	197
11.5 存在的问题及解决措施	198
【案例分析】	202
知识结构图	207
第 12 章 企业与慈善	208
12.1 企业与慈善	209
12.2 企业履行慈善责任的历史演进过程	212
12.3 企业战略性慈善投入是企业可持续参与慈善事业的理性选择	214
12.4 企业对社会的慈善责任	218
12.5 存在的问题与企业慈善捐赠的发展方向	221
【案例分析】	224
知识结构图	225
附录一 中华人民共和国中小企业促进法	226
附录二 我国中央政府（国务院）机构与职能	231
参考文献	235
后记	236

附 企业伦理与社会责任考试大纲

I. 课程性质与课程目标	239
II. 能力目标与实施要求	239
III. 考试内容与考核标准	241



引 言

中小企业是我国企业的主要构成部分，为我国经济的发展作出了巨大的贡献，但其社会责任的履行状况却不尽如人意，当前中小企业社会责任方面存在一些突出问题，例如：（1）部分中小企业与员工矛盾突出。员工的合法权益不能得到尊重和维护，存在着不签订劳动合同，不参加社会保险，扣减和拖欠工资，随意以各种理由开除员工等行为。（2）偷税漏税问题。中小企业在生存期和发展期普遍存在不照章纳税和严重的偷税漏税问题。（3）环境污染和浪费能源问题。企业在发展过程中以浪费能源、破坏环境、破坏生态换取经济发展的行为一直没有得到有效遏制。以上这些问题为我国经济的可持续发展带来了相当大的负面影响。

我国中小企业的发展正处在市场经济的初级阶段。如何摆正企业与社会的关系，企业如何承担社会责任，企业到底应该承担起哪些社会责任？我国中小企业对这些问题的认识还很不充分。从国际经验看，企业社会责任的提出，主要是为了解决资本与公众的矛盾和企业与消费者的矛盾。因为，如果没有正确的理念，资本就会过度地偏向少数人。例如，企业如果搞假冒伪劣，就会不正当地攫取消费者的利益；如果生产优质产品，不欺骗顾客，就有可能要减少企业利润；如果要投资搞清洁生产、减少污染、保护环境，就可能要影响企业的近期利润。很显然，企业赢利与企业承担社会责任就成为一对矛盾。一个企业如果没有清晰的伦理经营理念，便会不由自主地会陷入自私自利、互相诈骗的泥沼之中。因此，在今天的中国，在中小企业中掀起一场企业社会责任的大讨论是十分必要的。企业如何谋利，如何正确处理企业与社会、企业与利益相关者的关系，不仅需要法律的指引，更需要伦理和道德的规范。

中小企业是我国社会物质财富的创造者，在为经济社会发展提供重要支撑的同时，还应积极承担相应的社会责任，这对落实科学发展观和推进社会和谐具有重要意义。

中华全国工商联编写的《中国民营企业发展报告》中的数据显示：中国民营企业平均寿命为 2.9 年；大型企业集团的平均寿命是 7~8 年。而日本企业的寿命是 30 年，美国的是 40 年。全国每年新生 15 万家民营企业的同时，有 10 多万家却销声匿迹。另外，有 60% 的民营企业在创建后 5 年内破产，有 85% 的民营企业在 10 年内破产。导致中国民营企业“夭折”的原因有两个，一是企业自身的状况，二是企业生存的外部环境。企业自

身的状况亦即企业产品研发、人事财务、组织管理及市场营销等硬性能力。当然，还有经常被忽视的企业对员工的凝聚力。生存的外部环境是指企业外部的各利益相关者所形成的各种关系和状态。也有专家把对内的凝聚力和对外的生存环境的适应能力称为企业的软性竞争力，而提升企业软性竞争力的最佳途径之一，就是把认真履行社会责任，积极参与社会公益事业纳入企业经营发展战略中去。

与发达国家相比较，我国公益慈善事业的发展明显滞后于经济发展的步伐，其原因一方面是企业对公益慈善事业的深厚含义缺乏全面的了解，另一方面是对公益慈善事业能够给企业带来的积极影响认识不足。中国 2008 年的人均捐赠额为 12.3 美元，是美国 2007 年人均 940 美元的 1/77，就是一个例子。

结合我国国情，本教材将中小企业所应当承担的社会责任具体划分为经济责任、法律责任、伦理责任和慈善责任四个方面，在探讨了企业与企业伦理道德的关系之后，重点论述了利益相关者和企业社会责任的理论与实践的发展情况，对企业与股东、企业与员工、企业与供销商、企业与消费者、企业与社区、企业与媒体、企业与竞争者、企业与政府、企业与环境、企业与慈善等十个方面的关系进行了专题分析和阐述，指出了存在的主要问题和解决措施。

本教材的写作目的，旨在帮助中小企业厘清企业赢利与企业发展的关系，辨析企业发展与利益相关者的关系，明确企业对不同利益群体所要承担的社会责任，掌握企业正确处理与利益相关者关系的方法和手段，顺利完成企业生存与发展的生命周期，最终走上企业可持续发展之路。



企业与企业伦理道德

导入案例 ...

食品安全引发的企业伦理道德问题

2010年在食品安全方面最热的一个话题莫过于“地沟油”了。早在2010年的3·15打假活动中，平日见不得光的“地沟油”被武汉工业学院食品科学与工程学院的何东平教授（他的另一个身份是全国粮油标准化委员会油料和油脂工作组组长）揭开了“盖子”，据他估计，目前我国每年返回餐桌的地沟油有200万~300万吨。而中国人一年的动、植物油消费总量大约是2250万吨——也就是说，按照比例，你吃10顿饭，可能有1顿碰上的就是地沟油。从那时起地沟油就成为社会关注的焦点和人们热议的话题。

除地沟油之外，近些年来食品行业出现的危害人民生命安全的事件不断被揭露。例如，2001年9月某公司用陈馅做新月饼的黑幕被新闻媒体曝光后，2003年11月媒体又揭露了一食品厂在生产过程中，为了驱赶苍蝇，防止火腿生虫生蛆，该品牌火腿在制作过程中大量使用敌敌畏。

2004年2月，新闻媒体披露了某市部分食品企业在火锅底料中用化学原料石蜡代替牛油的问题，播出了“火锅底料‘硬’是有问题”节目。石蜡事件曝光后，社会一片哗然。2004年4月30日，新华网披露了更为严重的劣质奶粉危害生命致人死亡事件：在安徽省阜阳市，由于被喂食几乎完全没有营养的劣质奶粉，13名婴儿夭折，近200名婴儿患上严重营养不良症；2004年5月10日《解放日报》报道，淮安涟水也惊现大头娃娃，2名婴儿因食用劣质奶粉导致营养缺乏而死。

2004年7月，全国10多个省市粮油批发市场陆续发现一种“陈化粮”（又被称做“民工粮”）的大米，其价格比一般大米便宜逾三成，深受一些工地老板、学校饭堂的青睐。这种大米其实就是国家粮库淘汰的发霉米，含有可致肝癌的黄曲霉素（黄曲霉素能引起肝癌，是目前发现最强的化学致癌物，实验显示其致癌所需时间最短仅为24周），按规定只

能卖给酿造、饲料等行业，绝不能当做粮食销售。据介绍，不法商贩通过关系从专营企业买来这些霉米再转售，牟取暴利。

2005年6月5日，河南电视台播出了某乳品公司将过期奶回炉并用于销售的消息。当地媒体图文并茂地报道了这一事件。其中河南电视台记者的暗访画面和镜头中生虫的牛奶和被污染的包装图片更被多家媒体转载。

更为恐怖的是2011年3月15日中央电视台曝光的养猪户偷用“瘦肉精”事件。“瘦肉精”是 β -肾上腺受体激动剂类化合物的俗称，饲料中添加“瘦肉精”可喂出瘦肉率较高的“健美猪”，但对人体毒副作用巨大。这些吃了添加“瘦肉精”饲料的“健美猪”皮变薄，肌肉外凸，走路不稳，养猪的人是肯定不会吃的，主要销往城市，它迎合了城市现代人不愿意吃肥肉的心理。猪贩子收购价每斤多出两毛钱，这样一车150头猪，猪农就能多挣6000元。中国政府在2002年就明令禁止“瘦肉精”使用于养殖业。尽管国家有禁令，受经济利益驱使，行业内使用“瘦肉精”来提高瘦肉产量的做法并不鲜见，据业内人士说“瘦肉精价格很低，经济价值却很高”，“使用瘦肉精与否，生猪的瘦肉率会相差10%，而瘦肉率高的生猪每斤的收购价格要高出八毛左右。”就是为了这每斤八毛钱的差价，猪农竟把人的生命价值丢在了脑后，上演了“食物也可以杀人”的惊险一幕。猪肉是中国主要的畜禽消费品之一，每年消费量达6亿多头。根据中国畜牧业协会发布的数据，2009年猪肉在中国消费者肉类消费结构中占65%，是家庭餐桌上的主要肉制品之一。2009年10月中国政府发布了《关于进一步加强“瘦肉精”监管工作的意见》，对农业部、卫生部、工商总局、食品药品监督管理局、商务部、质检总局等的职责作出明确分工。尽管这样，诸多部门还是没能管住“一头猪”。而某集团下属工厂使用含“瘦肉精”生猪一事曝光后，举国上下哗然惊叹！名牌企业都没有监管到位，全国生猪市场问题的严重性可想而知。

这一系列的食品安全事件导致食品行业整个产业链上严重的信任危机，引发了公共舆论对食品行业的伦理道德的追问，使得企业伦理问题受到前所未有的社会关注。这不仅是个别或部分食品企业表现出的为了追求利润不择手段的道德问题，而且反映了整个食品行业普遍存在的忽视伦理标准和道德原则的问题，其本质上是一些企业见利忘义的道德沦丧，是对人的生命价值的忽视，归根到底，是整个行业乃至整个社会应该如何对待企业伦理与道德的问题。

由食品安全引发的企业伦理道德问题，也是我国各行各业中的企业都会涉及和面临的公共问题，由此引发了全社会对企业伦理道德准则的关注和思考。

资料来源：根据新闻报道加工整理而成。

本章内容

本章内容包括：企业的概念、性质和作用；企业伦理与道德的定义；企业伦理关系；企业与伦理、道德、法律的关系；企业伦理的基本矛盾；伦理与道德是企业赖以生存的基础，伦理导向是21世纪企业的发展方向。

1.1 企业与伦理

在日常生活中,人们经常认为“企业”与“伦理”就其字面含义而言,是毫不相干的两个概念,然而当进一步讨论什么是企业,以及什么是伦理时就会发现,企业与伦理的关系并非如人们所认识的那样泾渭分明,企业本身不仅包含伦理,而且企业的生存和发展与伦理存在着强烈的依赖关系,从某种意义上说,现代新型企业的形成在某种程度上为伦理的发展拓展了新的领域。

1.1.1 企业的概念及分类

1.1.1.1 现代企业的定义

企业,是按投资者、国家和社会所赋予的受托责任,从事生产、流通或服务等活动,为满足社会需要并获得赢利,自主经营,自负盈亏,独立核算,独立享有民事权利和承担民事责任的团体法人。公司是指依照公司法设立的以营利为目的的企业法人。所以,企业是属概念,公司是种概念,两者不能混同。

1.1.1.2 企业的分类

作为一个社会组织,现代企业有很多表现形式:

- (1) 以投资人的出资方式 and 责任形式分为个人独资企业、合伙企业、公司制企业。
- (2) 以投资者的不同分为内资企业、外商投资企业和港、澳、台商投资企业。
- (3) 按所有制结构可分为全民所有制企业、集体所有制企业和私营企业。
- (4) 按股东对企业所负责任的不同分为无限责任公司、有限责任公司、股份有限公司。
- (5) 按信用等级分为人合公司、资合公司、人合兼资合公司。
- (6) 按照管控程度分为母公司和子公司。

1.1.2 现代企业的性质及作用

1.1.2.1 现代企业的性质

现代企业作为社会的经济细胞和基本经济单位,不但具有经济属性,也具有社会属性,不仅要以营利为目的进行生产经营活动、创造财富,同时也要对社会公益事业、生态环境保护等承担相应的义务和责任,这已经成为现代企业家和学者们的共识。

1. 企业的经济属性

企业的经济属性主要表现在企业是社会的经济细胞和基本生产经营单位,它是以营利为主要目标的经济组织。

企业的经济性决定了企业是个利益关系的组织,是生产性的利益组织,设立企业的直接目的是追求利润的最大化,并通过价值创造实现股东投资的回报。

企业作为利益关系的组织是20世纪才提出的现代企业理论的主要内容,却是自企业产生以来就存在的客观事实。

2. 企业的社会属性

企业的社会属性主要表现在：企业存在于一定的社会关系中，这些关系包括企业与内部股东、员工、经营管理者的关系，也包括企业与外部消费者、经销商、竞争者、社区、媒体、政府和环境的关系。这些关系是企业生存发展须臾不可离开的客观存在。协调好这些关系并使其向良性的方向发展已经远远超出了企业经济关系所能涵盖的内容，于是企业伦理道德便进入了人们的视野。这种伦理道德突出体现在企业的社会责任方面。

伦理道德是调整人与人之间关系的规律和准则。它们不是独立存在于其他社会关系之外，而是渗透在一切现实的家庭、经济、政治、法律、宗教、文化、日常人际交往等关系之中，覆盖了人类生活的各个层面和全部过程。企业是人的集合和物的集合，所以企业的伦理和道德也不例外。

1.1.2.2 现代企业的作用

现代企业的作用主要表现在以下几个方面。

1. 企业是市场经济活动的主要参加者

市场经济活动的顺利进行离不开企业的生产和销售活动，离开了企业的生产和销售活动，市场就成了无源之水，无本之木。因此，企业的生产和经营活动直接关系到整个市场经济的发展。

2. 企业是社会生产和流通的直接承担者

社会经济活动的主要过程即生产和流通，这些都是由企业来承担和完成的。离开了企业，社会经济活动就会中断或停止。企业的生产状况和经济效益直接影响国家的经济实力的增长、人民物质生活水平的提高。

3. 企业是技术进步的主要力量

企业在经济活动中通过生产和经营活动，在竞争中不仅创造和实现社会财富，而且也是先进技术和先进生产工具的积极采用者和制造者，这在客观上推动了整个社会技术的进步。

从企业在社会经济活动中的作用我们不难看出，企业就好比国民经济的细胞，我国的国民经济体系就是由数以百万计的不同形式的企业组成的，千千万万个企业的生产和经营活动，不仅决定着市场经济的发展状况，而且决定着我国社会经济活动的生机和活力。所以，我们说企业是最重要的市场主体，在社会经济生活中发挥着巨大作用。

1.2 伦理概述

1.2.1 伦理的含义

伦理（ethics）来源于古希腊文“ethos”一词，原本既有“本质”、“人格”、“风格”、“品性”的意思，也有“风俗”、“习惯”之意。中国古代对“伦”和“理”的理解是有区分的。“伦”是指辈分、等次、顺序、秩序等，如人伦、伦常、纲常；“理”则是指条理、

理则、道理、整理、调理、料理之意，义、天理、仁义等都是它的近义词。综合中外对伦理的认识，我们认为所谓伦理就是指在处理人与人、人与社会相互关系时应遵循的最本质的、最深刻的客观规律和准则。伦理不仅指人与人、人与相关事物关系的事实，还指这种关系的规律，以及从规律中引申出的秩序、法则、道理，和“应当”如何的规范要求。

1.2.2 伦理的一般属性

首先，伦理是客观的社会关系事实。它不是独立存在于其他社会关系之外，而是渗透在一切现实的家庭、经济、政治、法律、宗教、文化、日常人际交往等关系之中并通过它们形成一种伦理关系，这种关系是渗透在一切社会关系中的一种特殊的关系。换句话说，伦理关系是在人们的生产和生活的历史中自发形成并被人们自觉意识到的体现了好坏、善恶、正邪价值取向的人与人、人与世界的客观必然性关系，是人们不能任意设计、不能凭空制造的一种关系，它覆盖了人类生活的各个层面和全部过程。

其次，伦理包含着“应当”怎样的客观要求和好坏、善恶、正邪的价值取向。伦理关系中所蕴含的内在规律反映着“人的自由全面和谐发展，人与人、人与世界万物的和谐相处与共同繁荣”这一合理的伦理秩序及其法则。这一合理的伦理秩序和法则为社会发展和个人生活提出了好坏、善恶、正邪的价值标准，以及应当追求的总目的和终极的价值目标，并给人们提出了“应当”如何的行为规范。伦理要求人们的行为尽量符合和有利于合理的伦理秩序，伦理也要求人们尽量去掉和约束那些不利于合理的伦理秩序的行为。

1.3 企业与伦理的关系

1.3.1 企业是社会伦理关系的主体

企业作为社会伦理关系的主体，可以从经济与伦理的关系中得到体现。比如，经济关系中内在地包含着企业伦理关系。在不同的经济发展时期，处于不同企业形态中的人们，都会处于不同的经济利益和社会地位当中，这既是一种经济关系，也是一种伦理关系，因为每个社会成员都会根据自己所处的经济秩序和企业模式对自己或他人以至全社会是否有利和公平，对该经济秩序和企业模式作出好坏、善恶的价值评判，并以此来选择是维护、保留它，还是批评、改变它。当这种经济秩序或企业模式造成了人们之间严重的利益冲突时，人们就会打破旧的经济秩序或相应的企业模式，代之以一种新型的经济秩序和企业模式，使人们之间的利益关系得到调整，所以新企业制度的出现实际上就是对社会伦理关系的调整。

企业作为社会伦理关系的主体，还可以从企业财产所有权的形成得到体现。在传统的企业里，企业的生产资料来源于作坊主和资本家，企业由他们把持和经营，企业的财产所有权理所当然归作坊主或资本家所有，企业生产所获得的利润也毫无疑问由他们占有。在现代社会里，由于企业生产规模扩大的需要，企业所需资金也在不断增加，当个人的资金不能满足投资的需要时，向社会寻求支持就是企业唯一的出路。比如，向银行贷款，吸纳

社会闲散资金使其成为企业的投资人，等等，由此社会上出现了各种股份公司。这时，企业不再简单地归某个人所有，而是归所有投资人所有。企业的经营管理也不再是个人独裁，而是由投资人或依投资人的意志所组成的董事会完成。企业的利润来自所有投资人的投入这一铁的事实，决定了企业利润必须在所有的投资人之间公平分配。所以，现代企业不再是孤立的营利性组织，而是存在于一定的社会环境中，与相关利益群体保持一定经济关系，与社会利益密切联系的组织。现代企业的存在与发展离不开政府政策的支持，离不开社区民众的支持与谅解，离不开与其资金、生产、运输、销售密切相关的各种利益群体的合作，因此，企业支持社会公益活动，注重环境保护，以各种方式回馈社会的支持与关爱也就不再是分外之事。现代企业发展改变了传统企业的存在方式，加强了企业与社会的联系，它不仅是经济关系的主体，也是社会伦理关系的主体。

1.3.2 企业是经济人和社会人的统一

亚当·斯密是英国古典经济学家，又是著名的伦理学家，其代表作《道德情操论》和《国富论》把经济学与伦理学有机地统一起来，提出了著名的经济人观点。

亚当·斯密认为，经济人把对自身利益的追求和满足，看成是人们从事经济活动的原始驱动力。他认为生产者为社会提供各种产品和劳务，并不是出于仁慈的考虑，而是因为每个人都在不断地努力为自己所能支配的资本找寻最有利的用途。正是人类对自身利益最大化的追求，导致了社会分工和交换的产生，于是商品经济取代了自然经济，市场经济又取代了商品经济，以不断满足人类对更多的物质利益的追求。

在市场经济的条件下，自利的追求作为人们在经济活动中滋生的一种行为意向，是支配个人的一切行动，使其在某一问题上根据利害观点采取某一行动的原则，而当任何一个市场主体从自利的原则出发，试图通过自由地交换，使自己的利益最大化的时候，都会发现另一个主体谋求自己利益最大化的意志，于是经济人为了使自己的利益能够得到满足就不得不考虑对方的利益，那么，人们在此种场合，就像其在其他场合一样，受一只“看不见的手”的指导，而去尽力达到一个非他本意想达到的目的。在无数次这样的较量当中，经济人平等观念和合理主义精神就形成了，同时一种非本意的“利他”、“利社会”的行为方式应然而生。

正是这只“看不见的手”使早期的资本主义得到了巨大的发展，然而也正是这只“看不见的手”同样造就了人类重大的灾难——经济危机。

西方世界的经济危机以及后来的企业为了自己的利益最大化耗费大量稀缺资源而只产生极少的经济效益、生产了大批有害于社会的产品等现实证明，只顾自己利益不顾社会利益的企业是不可能与社会和睦共处的。企业只有经济人观念，只有经济人意识，是片面的和机会主义的。企业要想获得长久的发展，就必须调整自己的行为，把主动利他、利社会作为自己的道德准则，于是企业必须同时把自己视为一个“社会人”的观点日益被人们重视。

企业必须同时把自己视为一个社会人，是因为自有企业以来，企业就是社会的一员。并且随着社会的进化，特别是随着社会生产力的提高，企业在社会中的地位越来越重要。时至今日，企业已经成为社会财富的最大创造者，它不仅为社会提供生产资料、生活消费