

教育部高等学校工商管理类学科专业教学指导委员会推荐教材



华 章 国 际 经 典 教 材

Mc
Graw
Hill
Education

Business Ethics

Decision Making for Personal Integrity & Social Responsibility

(3rd Edition)

(原书第3版)

企业伦理学

中国版

[美] 劳拉 P. 哈特曼 (Laura P. Hartman)
[加] 约瑟夫·德斯贾丁斯 (Joseph DesJardins) 著
[中] 克里斯·麦克唐纳德 (Chris MacDonald)
苏勇 郑琴琴 顾倩妮



机械工业出版社
China Machine Press

华 章 国 际 经 典 教 材

Business Ethics

Decision Making for Personal Integrity & Social Responsibility

(3rd Edition)

(原书第3版)

企业伦理学

中国版

[美] 劳拉 P. 哈特曼 (Laura P. Hartman)
[加] 约瑟夫·德斯贾丁斯 (Joseph DesJardins) 著
[加] 克里斯·麦克唐纳德 (Chris MacDonald)
[中] 苏勇 郑琴琴 顾倩妮



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目 (CIP) 数据

企业伦理学 (原书第 3 版) / (美) 哈特曼 (Hartman, L.P.) 等著. —北京: 机械工业出版社, 2015.8

(华章国际经典教材)

书名原文: Business Ethics: Decision Making for Personal Integrity & Social Responsibility

ISBN 978-7-111-51101-4

I. 企… II. 哈… III. 企业管理—伦理学—教材 IV. F270-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 185822 号

本书版权登记号: 图字: 01-2015-2817

Laura P. Hartman, Joseph DesJardins, Chris MacDonald. Business Ethics: Decision Making for Personal Integrity & Social Responsibility, 3rd Edition.

ISBN 978-0-07-802945-5

Copyright © 2014 by McGraw-Hill Education.

All Rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including without limitation photocopying, recording, taping, or any database, information or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

This authorized Chinese adaptation is jointly published by McGraw-Hill Education and China Machine Press. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only, excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan.

Copyright © 2015 by McGraw-Hill Education and China Machine Press.

版权所有。未经出版人事先书面许可, 对本出版物的任何部分不得以任何方式或途径复制或传播, 包括但不限于复印、录制、录音, 或通过任何数据库、信息或可检索的系统。

本授权中文简体字改编版由麦格劳-希尔(亚洲)教育出版公司和机械工业出版社合作出版。此版本经授权仅限在中华人民共和国境内(不包括中国香港、澳门特别行政区及中国台湾地区)销售。

版权 © 2015 由麦格劳-希尔(亚洲)教育出版公司与机械工业出版社所有。

本书封面贴有 McGraw-Hill Education 公司防伪标签, 无标签者不得销售。

本书主要阐述了企业伦理的产生以及中外重要的伦理思想、个人与职业的伦理决策、企业文化中的伦理、企业社会责任等基本理论。同时还介绍了环境责任、营销理论、会计理论、公司治理理论等。本书不只是介绍企业伦理的基本理论, 而且还阐明了伦理决策的一般规律。同时, 书中融入了大量的中国案例, 以贴近国内读者, 并提供一些有争议的伦理问题供学生讨论。

本书适合管理类专业的学生、MBA、EMBA 以及企业家阅读。

出版发行: 机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码: 100037)

责任编辑: 董凤凤

责任校对: 董纪丽

印刷: 藁城市京瑞印刷有限公司印刷

版次: 2015 年 8 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 185mm × 260mm 1/16

印张: 18.75

书号: ISBN 978-7-111-51101-4

定价: 45.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

客服热线: (010) 88379210 88361066

投稿热线: (010) 88379007

购书热线: (010) 68326294 88379649 68995259

读者信箱: hzjg@hzbook.com

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问: 北京大成律师事务所 韩光 / 邹晓东

总 序

改革开放 30 年，是中国日益融入全球经济的 30 年，也是中国管理教育获得最大发展的 30 年。从引入 MBA、EMBA、EDP 等管理教育项目的实践中，我们意识到，我国管理教育事业已站在新的历史起点上，进入到改革发展的关键阶段。管理教育的国际化仍是今后管理教育的普遍趋势，但它由引进为主的阶段，进入了与本土化相结合的阶段。教材建设作为管理教育的先行者，则首先承载着这种发展变化。

早在 10 多年前，根据管理教育国际化的需要，我们与机械工业出版社华章分社一起，把世界上最新的、一流的或被广泛使用与研读的经典教材以最优的质量和最快的速度系统地引入中国，介绍给国内广大读者。在管理学科的发展史上，影响深远的管理学说、耳熟能详的管理大师大多出自美国，为使读者能迅速有效地了解与掌握管理科学的最新理论和发展趋势，因此，在选择列入“21 世纪管理经典教材系列”的教材时，我们当时提出了一个要求，即“与美国同步”，也就是与国际前沿同步。当时，我们也一直思考着这样一个问题：国外的管理理论和管理教材如何与中国的管理实践和管理教育相结合，这是“与中国同步”的问题。现在提出这个要求的条件已经成熟。“与中国同步”是因为 30 年来的经济发展，中国取得了举世瞩目的成就，也逐步证明了中国式管理实践的作用。“与中国同步”，意味着我们必须在国外优秀管理教材的基础上融入中国的管理理论和实践，这是中国读者乃至世界读者对我们管理学者的期盼。为此，在教育部高等学校工商管理类学科专业教学指导委员会的指导与支持下，我们引进国外一流管理教材，聘请中外一流学者根据中国管理实践和案例，共同改编形成了“华章国际经典教材”系列呈现给广大读者。

在甄选、引进并翻译改编本系列教材时，我们提出并遵循以下原则，即代表最新现代管理思想的权威之作，代表世界一流水平并被全球广泛使用的教科书的最新版本，融入中国管理思想、理论与实践。本系列教材既保留了先进的国外管理理论和实践经验，又体现了我国的管理思想、理论与实践。这样既满足了国内广大师生了解、学习和借鉴国外先进管理理论、实践经验，加快与国际教学相接轨的迫切需求，又有机结合了中国管理实践。这是提高我国管理教育水平的重要措施。

在坚持上述原则的基础上,本系列教材还具有以下几个特点:①注重系统性。首批以工商管理(本科)专业教材为主,兼顾 MBA 教材,基本涵盖了教育部高等学校工商管理类学科专业教学指导委员会建议的工商管理专业核心课程以及我国目前 MBA 教学大纲中的所有核心课程。②强调权威性。所选的原著大多数为各学科领域著名教授所著、在全球广为采用的教材,同时,在翻译改编上,邀请国内各学科领域中的著名教授、专家学者合作。③突出中西方管理理论与实践的融合。在西方先进管理理论与实践的基础上,融入中国管理思想、理论与实践。同时,根据国内教学需要,对教学大纲要求的知识点进行整合,对国外教材进行适当的增删,精选保留原书中经典案例,适量补充中国本土案例,这样既保留国外经典教材的原汁原味,又更符合中国管理教育的教学需要。④关注学科新动态,方便教学使用。大多数教材配有成套的教学辅助材料,其中,部分教材还提供中文 PPT 材料等。

此外,本系列教材还特别注重其良好的适用范围。该系列教材可以作为工商管理(本科)专业和 MBA 的学习用书,还可作为大学教师、科研人员的参考书。对那些运筹帷幄、决战商场的企业家们和创业者们来说,也可以从本系列教材中汲取丰富的营养。

我们组织翻译改编这套“华章国际经典教材”,还出于对我国高等管理教育改革和学科建设的密切关注。在建设一流的管理学科方面,一流的教材建设是最基本、最重要的内容之一。而高质量、迅速地引进国外最新的一流教材,则是教材建设中十分必要和有效的途径。根据教育部高等学校工商管理类学科专业教学指导委员会最新制定的《工商管理专业(本科)育人指南》,并应广大师生的要求,该系列教材精选国际经典畅销教材,邀请国内各学科领域中的著名专家学者合作,精心制作而成。为适应经济全球化的挑战,培养现代社会需要的高级管理人才,推进高校“教育面向现代化、面向世界、面向未来”的发展,同时,立足国内需求,体现中国特色,我们愿意与我们的合作伙伴一道,为我国的高等管理教育乃至我国的经济建设做出自己的贡献。

管理教育事业的发展需要全社会的关心和支持。该系列教材从引进到定稿出版,得到了教育部高等学校工商管理类学科专业教学指导委员会专家学者和其他相关学科专家学者的大力支持与帮助,在此,对他们的辛勤劳动和精益求精的工作态度深表谢意!为中国管理学科的理论教育和实践发展以及推动中国高等教育事业略尽绵薄之力,这也是我们出版该系列教材的初衷。

李维安

管理学博士、经济学博士

天津财经大学校长

首批管理学科长江学者特聘教授

教育部高等学校工商管理类专业教学指导委员会副主任委员

前言

20 世纪 90 年代中期,《华尔街日报》《哈佛商业评论》和《美国新闻与世界报道》等主流刊物的文章,均曾质疑企业伦理学课程的教学价值和合理性。然而,在后安然时代的商界,如今的问题已经不再是伦理是否应该成为企业战略的一部分,而是哪些价值观和原则应该用来指导企业决策,以及如何将伦理的内容纳入企业经营中去。

这本教科书对企业经营中的伦理问题进行了详尽的介绍。学生们会发现,与不熟悉会计、财务知识一样,不了解商业伦理也同样意味着自己对职业生涯未做好充分准备。事实上,即使对会计学、财务管理、金融学、人力资源管理、市场营销、工商管理等传统专业的学生们来说,如果未能充分了解和掌握这些特定专业领域中所出现的商业伦理问题,他们也依然没有做好充分的准备。

与其他教科书相比,本书有以下特色:强调伦理的决策方式,并为教师和学生提供有力的教学支持。此外,我们通过那些学生熟悉的现实问题讨论,把这些内容融入他们感兴趣的议题中去。

伦理的决策方式

伦理问题往往都与决策相关:我们应该做些什么?我们应该怎样做?我们应该有什么样的生活?我们应该创建什么样的组织和社会?我们应该成为什么样的人?在本书开篇即通过提供这样一个决策模型,并在后续每章的决策点和应用案例中回顾并重申这一重要决策模型。我们希望能完成以下几个重要目标。

首先,对于决策问题,避免了相对烦冗的教条式说教。我们的决策模型指导学生独立思考并形成结论。正是因为他们处在理性决策过程,所以结论也将是一个理性决策的结果。这样,学生会成为对自己观点负责的主动学习者。

其次,重要的伦理决策将产生长远影响。即使当学生已经忘了这门课程的具体内容,但通过这门课程学习所形成的伦理推理能力和思维习惯,将持续影响他们的日常生活和职业生涯。本书的目的就是鼓励读者去探索自己的价值观,然后通过合理运用,形成一

个理性结论，这将指导学生的未来实践活动。

本书决策模型的重要性在于，将多元化的全球视角兼容在对于某些特定伦理价值观和原则的讨论中。这也使得该模型具有更大的跨国界、跨学科甚至跨时空的包容性。

最后，本书介绍的决策模型能够很容易运用到其他情境和其他课程中。许多学者已经认识到，商业伦理应当被整合到各类企业管理学科领域中。学生和教师可以将本书的决策模型运用到其他课程的相关伦理议题中。对于企业实际经营环境中面临的各类伦理问题，这也是一本很好的参考书。

教学支持

企业伦理学课程的教学对学生和教师来说都是巨大的挑战。毕竟，这需要对企业经营和伦理两大领域均十分熟悉。对许多商学院的学生来说，企业伦理学课程不同于其他任何管理类课程。即使是管理学教授，要掌握伦理方面的知识对他们而言也是有挑战的，同样，伦理领域的教授要掌握企业经营理念也存在巨大困难。这一挑战日益凸显，因为越来越多的商学院认识到伦理的重要性并将其加入课程体系中，教师则被要求教授商业伦理知识。这种变化亟须一本能够为学生和教师提供强大教学支持的教科书。

本书为学生和教师提供了充实的教学内容与教学支持。每章开头都有决策点，通过简短案例引出相应章节将要阐述和分析的议题。决策点提供了一个初始讨论的议题，并使学生能更好地循着这个议题，引出一系列问题的分析以及对伦理决策模型的运用。每章结尾对开篇决策点的后续讨论，也有效地回应了开篇案例和章节中的内容。各章的决策点有助于提高学生的思维能力。

本书各章开始部分提供了具体明确的学习目标，它为学生掌握学习目标以及本章的组织架构提供了指导。本章涉及的关键术语将归纳整理在全书最后的术语表中。

同时，本书各章还提供了现实观察，其中主要反映了现实环境中商业伦理的运用。现实观察提供了课程理论内容的应用实例，也使学生更加关注这些问题，并通过课程学习找出解决问题的方法。

各章后面都附有练习与应用和应用案例，这不仅是对已有内容的回顾和讨论，也是对相关问题的进一步应用进行探讨。章末的应用案例涉及的是与本章内容相关的中国企业经营实践活动的具体案例。这也为中国学生了解中国企业伦理行为的实际情况提供了帮助并引发思考。

总的来讲，本书的宗旨就是为学生和教师提供学习商业伦理课程所需的有效、有价值和持续性的内容和方法。

作者简介

劳拉 P. 哈特曼

劳拉 P. 哈特曼 (Laura P. Hartman) 是美国德保罗大学商学院从事商业道德和法律研究的教授, 现任德保罗大学学术副校长。她曾在欧洲工商管理学院 (INSEAD)、法国巴黎高等商学院 (HEC)、艾克斯马赛第三保罗塞尚大学 (Paul Cezanne Aix Marseille III) 以及其他欧洲大学做客座教授。曾在威斯康星大学麦迪逊分校任商业道德研究领域的主席。她的著作包括《血汗工厂的兴起: 全球劳工挑战的创新管理方法》《商业雇用法》《商业伦理观》《商业法律环境: 伦理与公共政策》。哈特曼教授毕业于塔夫茨大学 (Tufts University), 还获得芝加哥大学的法学学位。

约瑟夫·德斯贾丁斯

约瑟夫·德斯贾丁斯 (Joseph DesJardins) 是美国明尼苏达州圣本笃学院和圣约翰大学的哲学教授, 现任代理学术院长和副教务长, 还是商业伦理协会 (Society for Business Ethics) 的执行主任。他的著作包括《环境伦理: 环境哲学导论》《商业道德导论》《商业、道德和环境: 下一次工业革命伦理》。约瑟夫·德斯贾丁斯获得圣母大学哲学博士学位并在维拉诺瓦大学任教多年, 后转至明尼苏达州任教。

克里斯·麦克唐纳德

克里斯·麦克唐纳德 (Chris MacDonald) 是加拿大多伦多瑞尔森大学泰德罗杰斯管理学院副教授, 杜克大学凯南伦理研究所高级研究员。他的研究领域主要包括商业伦理、职业伦理、生物伦理、科技伦理以及道德哲学方面。他参著的教材《批判性思维能力》(2013 年加拿大第 3 版) 非常畅销。《Ethisphere》杂志多次将他评价为“商业伦理领域最有影响力的 100 人”, 他在加拿大商业网上的商业伦理博客也非常受欢迎。

苏勇

复旦大学管理学院教授, 经济学博士, 企业管理专业、东方管理专业博士生导师, 现任复旦大学东方管理研究院院长、复旦大学管理学院企业管理系主任, 兼任中国企业

管理研究会副会长、上海生产力学会副会长等。主要研究领域是组织管理创新与人力资源管理、东方管理等。出版著作 20 余部（包括合著），发表论文 180 余篇。担任国家社会科学基金重大科研项目首席专家，主持并完成国家自然科学基金项目、国家社会科学基金重大和重点资助项目等 30 余项。曾在美国华盛顿大学（圣路易斯）、麻省理工学院做博士后研究和访问学者。曾获全国优秀教学成果一等奖、全国优秀教材二等奖、上海市哲学社会科学优秀著作一等奖、优秀论文奖及“复旦大学优秀研究生导师”“东方讲坛最受欢迎的十大讲师”等荣誉称号。

郑琴琴

复旦大学管理学院副教授，博士。现任复旦大学管理学院企业管理系副系主任，兼任国际期刊 *Journal of Business Ethics* 和 *Asian Journal of Business Ethics* 的编委成员等。曾在美国麻省理工学院、日本大阪产业大学、德国柏林经济学院进行访学。主要研究方向为商业伦理和国际商务，讲授商业伦理课程。出版学术著作 2 部，在中文权威及核心期刊发表论文 20 余篇，还在包括 UTD 顶级期刊和 FT 顶级期刊在内的国际顶级刊物上发表了 10 余篇高质量论文（SSCI 期刊索引）。作为课题负责人，主持国家自然科学基金课题、教育部课题、上海市哲学社会科学课题、上海市软科学课题等 10 余项，还参与了国家社会科学基金重大课题等。曾入选上海市浦江人才计划、复旦大学卓学计划等。

顾倩妮

上海工程技术大学讲师，复旦大学管理学博士。主要研究方向为人力资源开发和商业伦理。主持教育部人文社会科学青年研究项目、上海市决策咨询研究项目、上海市高校青年教师培养资助计划项目等多项，还参与了国家社会科学基金重大项目和重点项目等。在中文权威及核心期刊发表论文 8 篇，参与多部著作的撰写。曾获上海市社会科学学术年会优秀论文奖、首届“全国百篇优秀教学案例”奖等。

目 录

总序

前言

作者简介

第1章 伦理与企业经营 /1

开篇决策点 危机过后的忠诚 /1

1.1 企业伦理的提出 /2

1.2 企业伦理作用下的决策制定 /5

1.3 企业伦理作用下的个人诚信
和社会责任 /7

1.4 伦理与法律 /11

1.5 伦理的实践动因 /14

练习与应用 /15

应用案例 福喜过期肉事件 /16

参考文献 /19

第2章 个人与职业情境下的伦理 决策 /20

开篇决策点 你该怎么做 /20

2.1 伦理的决策过程 /21

2.2 伦理决策失误：为什么“好”人
做“坏”事 /27

2.3 不同管理角色下的伦理决策 /29

练习与应用 /31

应用案例 聚焦“安乐死”争议 /31

参考文献 /33

第3章 中外伦理思想与企业经营 /34

开篇决策点 社会利益和个人义务 /34

3.1 西方传统的伦理思想 /35

3.2 功利论：基于伦理结果的决策
制定 /37

3.3 道义论：基于伦理原则的决策
制定 /43

3.4 正义论：罗尔斯的公平正义原则 /48

3.5 德性论：基于人格和品德的
决策制定 /50

3.6 中国伦理思想的沿革 /53

练习与应用 /57

应用案例 德胜洋楼的中国式管理 /57

参考文献 /66

第4章 企业文化中伦理的影响与启示 /68

开篇决策点 创建一个伦理项目 /68

4.1 企业文化的含义 /69

4.2 文化与伦理 /71

4.3 服从型文化与基于价值观的文化 /73

4.4 伦理领导与企业文化 /75

4.5 有效领导与伦理型领导 /76

4.6 构建基于价值观的企业文化 /78

练习与应用 /88

应用案例 华为与中兴之企业文化对比 /89

参考文献 /92

第5章 企业的社会责任 /94

开篇决策点 动机重要吗 /94

5.1 利益相关者理论 /95

5.2 企业社会责任的定义和来源 /98

5.3 企业社会责任的受众 /101

5.4 企业社会责任的范围 /102

5.5 伦理与社会责任 /103

5.6 企业社会责任的慈善模型 /106

5.7 企业社会责任的社会网络
模型 /107

5.8 企业社会责任的一体化模型 /108

5.9 探索开明的自利：“良好的道德”
意味着“好企业”？ /1095.10 中国企业伦理的变迁与社会责任
的实践 /112

练习与应用 /115

应用案例 兰州自来水苯含量严重超标
事件 /117

参考文献 /122

第6章 伦理决策：雇主的义务和雇员的权利 /125开篇决策点 阿贝克隆比 & 费奇：
企业形象意识？ /125

6.1 引言 /126

6.2 工作场所的伦理问题 /127

6.3 雇用关系中的考量因素 /129

6.4 全球劳动力和全球挑战 /140

6.5 权利和义务的冲突：歧视、多样性和
扶持行动 /142

练习与应用 /152

应用案例 微软裁员风波 /154

参考文献 /156

第7章 道德决策制定：工作场所中的技术和隐私 /158

开篇决策点 电脑使用的伦理问题 /158

7.1 引言 /159

7.2 隐私权 /160

7.3 连接隐私价值的科技伦理问题 /166

7.4 员工的监管 /169

7.5 监管的其他形式 /173

7.6 下班后的行为规则 /176

练习与应用 /179

应用案例 手机定位外勤员工是否侵犯
隐私 /180

参考文献 /182

第8章 营销伦理 /184

开篇决策点 金字塔塔基的营销 /184

8.1 引言 /185

8.2 营销环境中伦理问题 /187

8.3 产品的责任：安全和可靠性 /189

8.4 产品责任：广告与销售 /200

8.5 广告中的道德问题 /202

8.6 营销伦理与消费者自主权 /205

8.7 针对消费脆弱群体的营销 /208

8.8 供应链责任 /213

8.9 可持续发展的营销 /216

练习与应用 /219

应用案例 “长春304案”的借势
营销 /220

参考文献 /222

第9章 环境与企业的可持续发展 /224

开篇决策点 是否应该出口有毒废料 /224

9.1 引言 /225

9.2 企业伦理和环境价值观 /226

9.3 企业环境责任：市场途径 /230

9.4 企业环境责任：法律途径 /235	10.1 引言 /251
9.5 企业环境责任：可持续发展 途径 /236	10.2 职业职责与利益冲突 /253
9.6 可持续经济下的企业机遇 /240	10.3 企业内部控制环境 /256
9.7 可持续发展经济的“商业案例” /242	10.4 企业的伦理董事会 /257
9.8 企业可持续发展原则 /243	10.5 会计和金融市场上的利益 冲突 /261
练习与应用 /246	10.6 高管薪酬 /263
应用案例 湖南桃源上铝加工项目 致污染 /247	10.7 内幕交易 /268
参考文献 /249	练习与应用 /273
第10章 公司治理与会计实务中的伦理 决策 /250	应用案例 史上最大“老鼠仓”案 /274
开篇决策点 一块巧克力？ /250	参考文献 /275
	术语表 /278

伦理与企业经营

具有良好道德的人不需要法律来约束他们如何做正确的事；而道德败坏的人则总是会钻法律的空子。

——柏拉图 (Plato)

对全靠“不懂事”而领薪的人，是不容易要他“懂事”的。

——厄普顿·辛克莱 (Upton Sinclair)

开篇决策点 危机过后的忠诚：艾伦·福伊尔施泰因 (Aaron Feuerstein) 是否应该在重建工厂的同时支付工人薪水

1995年12月11日傍晚，位于马萨诸塞州劳伦斯的一家纺织厂爆发了火灾。到第二天早晨，大火已经烧毁了制造著名品牌 Polartec 布料的莫登纺织厂 (Malden Mills) 绝大部分建筑。这场大火对工厂、员工、顾客和周围的社区来说无疑是一场巨大的灾难。

莫登纺织工厂是一个家族企业，建于1906年，现传到第三代艾伦·福伊尔施泰因手里。Polartec 是一种高质量的布料，这种布料常作为时尚服装公司，如 L.L.Bean、Lands'End、REI、J.Crew 和 Eddie Bauer 的户外服装原料。这场灾难给依靠这些布料带来大量生意的莫登纺织工厂带来了巨大的困扰。

火灾同时给整个社区带来巨大的灾难。莫登纺织工厂周围的城镇一直以来都以纺织业为生。但是纺织这一行业在20世纪中叶实际上已经败落。当时，工厂设备的过时和与日俱增的劳动力成本迫使很多从事纺织业的工厂放弃了在当地的企业而重新选址，首先是去没有工会的南方，紧接着是去外国，如墨西哥和中国台湾地区。正如很多北方的有着制造业的城镇一样，失去了主要的行业，随之就失去了提供就业和税收的机会。这种情况造成了很长一段时间的经济下滑，并且很多城镇都没有能再次恢复经济。显然，莫登纺织工厂是这个城镇中最主要的纺织厂，它称得上是社区的经济命脉，并且雇用了2400多名当地的员工。莫登纺织厂为城镇居民提供税收以及工资收入，每年能够为当地的经济贡献1亿美元。

作为莫登纺织工厂首席执行官和主席，艾伦·福伊尔施泰因因此而面对很多关键性的决策。他可以利用这场大火的机会像当地的竞争者们一样采取重新选址的策略，在一些经济更具有吸引力的地方重新建立工厂；他也可以找到一个税收标准更低并且劳动力

更廉价的地方从而使工厂的利润最大化；他也可以拿着保险公司的赔偿金然后关门大吉。然而，灾后艾伦·福伊尔施泰因决定在当地重建工厂，并继续为当地居民提供就业。更令人们惊讶的是，他承诺从工人离开工厂到能重新返厂工作的这段时间内，继续付给员工薪水，并且提供医疗保险。

问题

- ◆ 你如何评价艾伦·福伊尔施泰因的决策？如果你是艾伦·福伊尔施泰因，你会怎么做？
- ◆ 当你评价艾伦·福伊尔施泰因时，哪些事实起到主要作用？
- ◆ 这样的情形包含了多少种类不同的伦理价值观？艾伦·福伊尔施泰因是一个什么样的人？你如何认识他在大火后采取的举动？你能够不使用任何伦理和评价性的词语来描述他吗？
- ◆ 对艾伦·福伊尔施泰因来说，还有哪些其他可行性的选择？他的这些其他的可行性选择会如何影响其他相关者？
- ◆ 艾伦·福伊尔施泰因究竟是慈善举动，还是他的职责或责任？慈善行为和责任义务之间的区别是什么？

学习目标

在学完本章之后，你应该能够：

1. 解释伦理在商业环境中非常重要的原因。
2. 解释企业伦理作为一门学科其本质究竟是什么。
3. 明确个人诚信与社会责任之间的差异。
4. 明确伦理规范和价值观与其他和企业相关的规范与价值观的差异。
5. 明确法律责任和伦理责任的差异。
6. 解释为什么伦理责任超越了法律服从。
7. 明确伦理决策与其他决策的区别。

1.1 企业伦理的提出

自从2001年安然公司崩溃之后，企业伦理就很少离开各大新闻的头版头条。涉嫌法律及伦理不法行为的公司和企业高管名单简直是长篇累牍。卷入丑闻的公司包括安然公司、世界通信公司、泰科、美国第六大有线电视公司阿德尔菲亚、胜腾集团、来爱德、安永公司、毕马威、摩根大通公司、美林公司、摩根士丹利、花旗银行等，甚至纽约股票交易所本身也出现了有失伦理和不法行为的丑闻。个人被牵涉

伦理丑闻的包括玛莎·斯图尔特、肯内斯·雷、杰弗里·斯吉林、安德鲁·法斯特、丹尼斯·科兹洛夫斯基等。除了这些著名的丑闻，一些由于被消费者指控为不道德公司而受到广泛抵制的公司还包括：耐克公司、麦当劳、家得宝公司、盖普、壳牌石油、李维斯、唐娜·凯伦、凯马特和沃尔玛。

本章将把企业伦理视为一种负责任的决策过程。简而言之，上述所有机构和个人经历的丑闻以及毁灭性的经历都是由于伦理丧失造成的。本章将介绍一种决策模型，希望这个模型能够帮助人们来理解这些伦理丧失发生的原因，并且避免今后再发生类似的灾难。本章作为导言，将重点介绍伦理和企业的本质。

企业的伦理决策不仅仅限于具有巨大社会影响的公司重大决策。其实，每位员工以及处在管理角色当中的每一个人，都会面临需要进行伦理决策的时刻。并不是每一项决策都能够从经济、法律或者公司的规则和章程中找到依据。通常的情况是决策者会遵照个人的价值观和原则来进行伦理决策，每个人都是自己决定将成为什么样类型的人。

在企业的日常管理过程中，决策将涉及影响整个组织的重要基本政策问题，正如那些著名公司所发生的丑闻以及本章开始所提到的莫登纺织工厂的案例。管理层所做出的决策会成为组织先例，并且对组织和社会产生巨大影响。因此，本书的书名为《企业伦理学：为了个人诚信和社会责任的决策》，反映出企业伦理对个人和组织的巨大意义。

在20世纪90年代中期，一些主要期刊，例如《华尔街日报》《哈佛商业评论》《美国新闻与世界报道》就曾经对企业伦理的课堂教学的合法性和价值产生过强烈的质疑。很少有学科会像企业伦理一样经常面对各种类型的质疑。很多学生认为，像企业伦理这样的课程本身就是一种矛盾。很多人也认为伦理意味着强烈的个人观点，并且通常会感情用事，这些本身就会对有效的企业经营带来一定的干扰。那么，究竟孰是孰非？

20世纪八九十年代，这种质疑态度在企业经营者和学生中间非常普遍。这已不再是发生在现代企业中的个案，今天的问题不仅仅是伦理为什么是企业的一部分，或伦理是否应该成为企业的一部分；更为关键的是什么样的价值观和原则才能指引企业做出正确的决策，并且如何把伦理整合到企业经营当中，成为不可或缺的一部分。不熟悉伦理的基本概念和分类的学生，就如同不熟悉会计和金融的学生一样没有充分做好进入职场的准备。可以很公平地说，只有确实熟悉发生在会计、金融、人力资源管理、市场营销和管理领域的伦理问题，才能称为对上述专业做好了充分的准备。确切理解发生在企业经营各个领域的伦理问题，是今后从事企业经营活动的基本前提。

为了理解发生这些变化的起因，请来回忆一下因为安然公司倒闭而受害的人们。股东损失了超过 10 亿美元的股票价值；成千上万的职工失业，他们的退休金和医疗保险顷刻间化为乌有；在加利福尼亚的消费者们由于安然公司的市场操纵而遭受到断电和能源匮乏；安然公司所有的上百家供应商蒙受了失去大客户的巨大经济损失；安然公司的会计师事务所安达信（Arthur Anderson）公司直接倒闭；整个休斯敦社区失去了一个巨大的雇主和社区赞助商；安然公司的雇员、投资者和供应商的家人们也受到了伤害；很多人因此走上了犯罪的道路并受到了相应的法律制裁，有些人甚至被送进了监狱。诚然，我们看到了很多直接受到伤害的人们，但同时有更多的人由于安然公司的伦理污点而受到间接影响，更是我们难以想象的。由于相似的丑闻而受害的公司正在成倍增加，我们终于明白为什么伦理与企业经营高度相关。不道德的行为和不道德的企业制度导致的后果太严重，以至于人们再也无法置之不理。

安然公司的崩溃以及引言中莫登纺织工厂的例子，显示出企业的决策会对非常广泛的人群产生巨大影响。不管怎样，两个公司都对成千上万的人——员工、股东、管理者、供应商、消费者和周围的社区造成了巨大影响。企业所做的决策不仅对决策者造成影响，更对这些相关者造成影响。企业决策的道德责任必须超越原来那种只会对股东产生影响的想法。从更一般的层面来看，不管怎样，每个企业的股东都会被企业内部的决策所影响。

现实观察 为什么要合乎道德？因为法律要求必须遵守道德规范

今天，企业的领导层有很多理由来关心组织的道德准则。也许最直接的原因是法律要求必须遵守道德规范。2002 年，美国国会通过《萨班斯-奥克斯利法案》（Sarbanes-Oxley Act），这项法案用来解决一系列公司和财务丑闻。挑选这项法案的第 406 条来看看：“高级财务人员的道德准则”的作用是“用于规范公司主要财务人员和审计人员或者主要的会计师以及从事相同工作的相关人员”。法案标准如下：

- ◆ 诚实且合乎道德规范的行为，包括当个人与工作发生利益冲突时合乎道德规范地处理问题。
- ◆ 发行者必须完全、公平、准确、及时和可靠地公开阶段性报告。
- ◆ 遵守政府制定的法律法规以及规则章程。

上述“现实观察”描述了自从安然公司惨败之后而提出的一些合法性要求。除了这些特殊的合法性义务，当代企业管理者有更多理由来关注伦理事务。不道德的行为不仅会对企业产生法律风险，而且会产生金融和市场风险。管理这些风险需要

管理者和 CEO 对公司伦理时刻保持警惕。事实表明,公司会由于忽略企业道德标准而在市场中惨败、崩溃,其员工会被送进监狱。市场上,公司的伦理声誉会带来竞争力的优势或劣势。之前提到的被消费者抵制的著名公司,比如耐克公司、麦当劳公司、家得宝公司和沃尔玛公司给企业领导者更多理由来关注企业伦理。符合伦理道德的管理对组织的结构和效率起到积极的作用。信任、忠诚、承诺、创造性和积极主动使一些组织得到利益,这种良好的管理行为更容易在伦理道德稳定和可靠的组织中出现并繁衍。

现实观察 为什么要合乎道德规范

企业、技术和伦理学的机构提出如下“九个好理由”来合乎道德规范地运作企业。

- ◆ 避免诉讼纠纷
- ◆ 监管自由
- ◆ 公众接受
- ◆ 投资者信心
- ◆ 供应商/合作者的信任
- ◆ 顾客忠诚
- ◆ 员工绩效
- ◆ 个人自尊
- ◆ 正确的决定

资料来源: Institute for Business, Technology and Ethics, Ethics, no. 22 (March/April 2002), p. 11.

对学习企业管理的学生来说,应该明确地认识到:学习伦理知识和学习企业管理其他课程一样是非常必要的。没有企业伦理的知识背景,学生对于企业的职业生涯规划就没有做好准备。甚至对于不准备以企业经营和管理为职业生涯的学生来说,熟悉企业伦理的知识也是极为必要的。毕竟不仅只有安然公司的管理者由于违反伦理道德而蒙受损失。我们作为员工、消费者和社会公民同样也受到企业决策的影响。因此,每一个人都有很好的理由来关注企业决策的伦理性。

对于学习企业伦理的必要性,以上所有的例子都已经给了我们充分的理由。企业必须关注伦理并把伦理整合到组织结构当中。学生们需要学习企业伦理。但是,企业伦理究竟具有什么含义?什么是伦理?企业伦理课程的重点是什么?

1.2 企业伦理作用下的决策制定

本书的书名表明,我们在学习企业伦理时将重点强调企业伦理的决策。没有一