

湖南省社会科学院学术文库（第一辑）

HUNANSHENG SHEHUIKEXUEYUAN
XUESHUWENKU(DIYIJI)

企业 道德建设论纲

QIYE DAODE
JIAN SHE LUNGANG

杨光华 ©著

中央文献出版社

湖南省社会科学院学术文库（第一辑）

HUNANSHENG SHEHUIKEXUEYUAN
XUESHUWENKU(DIYIJI)

企业 道德建设论纲

QIYE DAODE
JIANSHE LUNGANG

杨光华 著

中央文献出版社

图书在版编目(CIP)数据

企业道德建设论纲/杨光华著.

—北京:中央文献出版社,2007.6

(湖南省社会科学院学术文库·第1辑/朱有志主编)

ISBN 978-7-5073-2288-0

I.企… II.杨… III. 企业—职业道德—研究 IV.F.270-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 096920 号

湖南省社会科学院学术文库(第一辑)·企业道德建设论纲

文库主编/朱有志

本册著者/杨光华

责任编辑/孙 翊

封面设计/福瑞来

出版发行/中央文献出版社

地 址/北京西四北大街前毛家湾1号

邮 编/100017

经 销/新华书店

排 版/人文在线

印 刷/北京振兴源印务有限公司

880×1230mm 32开 160印张 3400千字

2007年7月第1版 2007年7月第1次印刷

印数1-1000册

ISBN 978-7-5073-2288-0 定价:360.00元(全十七册)

版权所有 违者必究

序

冯伟书

企业道德属于一种意识形态，是企业及其员工在生产经营活动中应该遵循的行为规范的总和。作为展示企业精神风貌和企业员工活力的晴雨表，它主要是靠道德的力量建立起来的以个人理想、信念为核心的自我约束机制，从而规范员工的行为，调节企业员工之间、部门之间以及企业和社会的关系。企业道德以其说服力和劝导力提高员工的思想认识水平和道德觉悟水平，使员工从内心深处把企业当成自己的家，热爱企业，真正树立起为企业所思、所想和为企业作贡献的先进的现代化观念，同时自觉地使自己的行为符合企业道德规范的要求。

目前，我国还处在社会主义初级阶段，各种诱惑和各种思潮糅杂在一起，给企业的管理和员工的认识带来许多挑战。因此，重视企业道德的建设，研究企业道德所面临的种种困难，十分有意义。作为企业的经营者和管理者，应当清楚地认识到：企业道德的建设与发展是一项长期的品牌工程，有着春风化雨、润物无声的特色。因为，企业在自身发展方向、生产经营、市场营销等各方面的决策

潜移默化地向员工灌输着企业的道德准则，当这种道德准则被员工普遍地认同并转化为个人理想后，就会在企业内部自发形成一种以企业道德为核心的凝聚力，这种凝聚力会使员工从企业整体利益出发而不是仅从个人利益出发来思考问题。一个企业的道德建设很好，这个企业就会具有很强的凝聚力，就会极大地激发员工的工作积极性和创造性，使员工个人潜能得到充分发挥，从而为企业和社会创造出更多的价值。

由此可见，道德建设是现代企业制度的重要组成部分，它充分体现了“以人为本”的管理理念，注重通过对人的心理规律的把握来提高对人的预测控制的有效性，它要求管理者充分把握、分析和研究每个员工的行为特点和影响因素，通过自身的领导力、亲和力和各种激励机制使被管理者产生高昂的精神动力和奋发激情，并将这种精神和激情转化为自觉的行动。同时，及时鼓励员工朝着更高、更深层次的自我管理迈进，最终实现企业的理性管理，提高企业的核心竞争力。

从这个意义上说，企业道德建设至少具有以下三个方面的意义。

第一、加强道德建设有利于提高企业层次。企业道德蕴涵着企业是各种权利和义务的道德实体。企业的行为必须是负责任的，即企业的行为要顾及到消费者和其它社会成员的权利。

随着消费水平和消费观念的变化，人们对企业的要求越来越高，不仅仅满足于企业提供优良的产品和服务，而且希望企业能承担一定的社会责任，如环境保护，对员工、竞争对手、所在社区负责等等。这些都要求企业要加强道德建设，提高自身层次，只有这样，才能适应环境变化，把握市场竞争的主动权。

纵观世界 500 强企业，我们清楚地看到，除了先进的技术、严

格的管理、旺盛的创新意识、崭新的人才观念外,无一例外,都拥有企业自身的道德行为规范,而且都对企业道德建设和实施非常重视。如索尼公司提出:“以提高索尼集团的企业价值为经营的根本,把自觉性和自律性的道德标准作为企业的重要组成部分。”

这些成功的企业都向我们展示了道德建设是企业发展的的重要组成部分。加强道德建设不仅是企业环境变化的要求,也是现代企业制度的内在要求。

第二、加强道德建设有利于提高企业控制的有效性。企业作为市场主体和社会经济实体,必须以生产经营为中心任务,即:追求经济和利润的最大化。为了实现这个目标,企业就必须对员工在生产经营活动中的行为进行规范和约束。虽然,企业制度以其强制性、严格性、及时性和有效性对人的心理和精神产生震慑作用,影响员工的思想 and 行为,但是,如果仅以制度进行约束,势必造成生产经营和资源配置的扭曲、僵化,缺乏人情味,使企业走上畸形扭曲的发展道路。而企业道德具有柔性,是一种软约束力,它能在企业制度触及不到的地方发挥作用,调节不同成员在企业活动中的非正式关系,从而影响员工的行为。所以,道德建设不仅能够弥补制度控制的不足,而且能够提高控制的有效性。

事实上,道德建设也是一种事前控制的手段,具有预警和暗示特征。

与此同时,由于环境的变化,企业的层级之间、工作团队之间的关系要发生相应的变化,企业已不可能对每个工作单元每一时刻进行全面控制。在这种情况下,员工的行为在一定程度上取决于个人道德素质的高低,加强道德建设有利于提高员工的个人道德素质,可以起到事前控制的作用。

第三、加强道德建设有利于提高企业的竞争力。对于企业竞争

力,我们经常提到的是企业核心技术、内部管理、营销能力、企业文化等,其实,这些都是企业外在竞争力。

支撑这些外在竞争力的则是企业的道德自律。

在实践工作中,我们深深体会到:企业规模越发展,道德对外在竞争力的影响也就越大。一个没有道德的企业,它的外在竞争力也不可能持久。

这是因为:一方面,企业竞争最终是对消费者的竞争。消费者不仅对产品质量、适用性很注重,而且会更愿意购买那些诚实经营、信誉度好、有社会责任感的企业生产的产品和服务,加强道德建设可以为企业赢得更多的消费者。原因在于,消费者此时购买的产品就隐含了这个企业的精神、思想、品牌和文化的附加值。

另一方面,企业员工只有在充满信任、人文关怀突出、责任感强、凝聚力大的企业文化中才能够取得最富创造性的成果,实现自身的人生价值,而这样的企业文化只有在诚实、信赖、公平、尊重价值观的基础上才能建成,加强道德建设有利于开发企业巨大的潜能,增强企业对社会的供给能力和号召力。所以,从某种程度上说,企业的竞争就是企业员工道德水平的竞争。

以上这些感想,是我在品读光华同志的理论专著《企业道德建设论纲》中感觉到的。在这本既有理性色彩又有感性分析的著作中,作者站在开阔的学术视界中,运用理论与实践、个案分析和学理考察相结合的方法,不仅对企业道德的内涵与功能进行了具体的阐释,对企业道德与中国传统文化的内在关系也进行了深入细致的探讨。

在此基础上,作者结合当前实际,对市场经济条件下如何促进企业道德的发展提出了自己的思考。

与此同时,作者对企业中的道德建设和企业经营中的道德建

设也进行了还原性解读,提出了一些富有创见的思想。这些思想对别的企业具有很好的启迪意义,对我们高速公路的道德建设和发展更是具有积极的借鉴作用。

尤其难能可贵的是,光华还对中外企业道德、中外成功企业道德建设进行了多维度的比较分析,夯实了著作的现实广度,拓展了著作的理论深度。

光华是一个勤奋好学、善于思考和扎实肯干的人,作为湖南省高速公路管理局办公室的一名得力干将,他的工作不可谓不繁重,任务不可谓不压头,但他在工作之余,发愤学习,不仅在中南大学攻读硕士学位,而且尽可能推掉一切应酬,自觉地抵挡外面的种种诱惑,把所学得的知识沉淀下来,抓住企业道德建设这个热点问题,从理论到实践,又从实践回归到理论,写出这么一本专著来,是殊为不易的。

说真的,每当我看到光华年纪轻轻就头发花白的样子,总感觉有些心疼。那是这些年来,他在湖南高速公路埋头工作的生动注释,也是他对湖南高速公路奉献青春的最好见证。

这本书就要付梓了。光华请我在前面写几句话。我欣然应允,就拉拉扯扯地写上这些,也算是对光华的勉励和祝贺吧。

是为序。

2007年6月于朗晴居

作者冯伟林系著名作家和学者,湖南省高速公路管理局党委书记

目 录

第一章 企业道德的内涵与功能 / 1

第一节 企业道德的基本内涵 / 2

一、企业内部道德准则 / 2

二、企业社会责任义务 / 3

第二节 企业道德建设的依据 / 5

一、基于“利益相关者”理论的经济组织 / 6

二、自由意志和行为选择的伦理主体 / 7

三、因社会契约而缔结起来的法人组织 / 9

四、基于文化传统的道德责任与义务 / 10

第三节 企业道德建设的功能 / 12

一、企业管理现代化的灵魂和动力 / 12

二、企业形象塑造的精神支柱 / 13

三、企业组织管理的调节手段 / 14

第二章 企业道德与中国传统文化 / 16

第一节 传统儒家文化与企业道德 / 16

一、儒家文化的基本精神特征 / 17

二、儒家文化对现代企业道德的影响 / 19

第二节 道家理念与企业道德 / 27

一、济世利人的价值导向 / 28

二、道法自然的思想法则 / 28

三、无为而治的行动取向 / 29

第三章 市场经济与企业道德发展 / 31

第一节 市场经济条件下加强企业道德建设的必要性 / 31

一、市场经济条件下企业道德面临考验 / 31

二、企业道德能够调节市场经济关系 / 33

三、企业道德建设有利于提升企业层次 / 35

第二节 市场经济条件下企业道德建设的时代特色 / 36

一、企业道德建设应彰显自主特色 / 37

二、企业道德建设应着力于文化实力的提升 / 38

三、企业道德建设应树立“八荣八耻”荣辱观 / 39

四、社会主义企业道德建设对市场经济的超越 / 40

第三节 市场经济条件下企业道德意识培育 / 41

- 一、信誉意识是企业生存与发展的基石 / 42
- 二、竞争意识是企业生存与发展的动力 / 43
- 三、产权意识是企业生存与发展的责任 / 44
- 四、环保意识是企业生存与发展的道义 / 46
- 五、民族意识是企业生存与发展的保障 / 48

第四章 中外企业道德比较 / 50

第一节 中外企业道德成因的比较 / 50

- 一、中国企业道德的成因 / 50
- 二、西方企业道德的成因 / 52

第二节 中外企业道德表现的比较 / 57

- 一、集体主义与个人主义 / 57
- 二、人情至上与法律至上 / 58
- 三、权力威严和目标合理 / 60

第三节 中外企业道德建设模式的比较 / 61

- 一、侧重思想教育的中国企业道德建设模式 / 61
- 二、强调整体价值的日本企业道德建设模式 / 64
- 三、尊重个人价值的美国企业道德建设模式 / 68

第五章 中外成功企业道德建设范例 / 71

第一节 中国成功企业道德建设 / 71

- 一、徽商的经营之道 / 71

二、冠生园的“三本”与“三上” / 76

三、海尔的“真诚到永远” / 78

第二节 日本成功企业道德建设 / 82

一、涩泽荣一的经营策略 / 82

二、松下幸之助的成功之道 / 83

三、稻盛和夫的利他理念 / 89

第三节 西方成功企业道德建设 / 91

一、摩托罗拉的企业道德 / 91

二、劳斯莱斯的企业道德 / 94

第六章 企业竞争中的道德建设 / 100

第一节 社会主义市场经济中的企业竞争 / 100

一、企业竞争的内涵 / 100

二、社会主义市场经济中的企业竞争 / 103

三、规范社会主义市场经济中企业竞争的准则 / 106

第二节 社会主义市场经济中的企业竞争道德 / 111

一、企业竞争道德的内涵 / 111

二、加强企业竞争道德的必要性 / 112

三、社会主义市场竞争中企业道德的具体要求 / 115

第三节 当前我国市场竞争中道德缺失的表现 / 119

一、买卖活动中的欺骗行为防不胜防 / 119

- 二、假冒伪劣商品充斥市场,屡禁不止 / 119
- 三、利用虚假广告进行不正当竞争 / 121
- 四、违法有奖销售 / 122
- 五、利用回扣方式销售产品进行不正当竞争 / 122

第四节 完善我国企业竞争道德建设的措施 / 123

- 一、加强企业竞争道德的自律建设 / 124
- 二、加强企业竞争道德的他律建设 / 126

第七章 企业管理中的道德建设 / 131

第一节 企业道德对企业管理的影响 / 131

- 一、企业道德是企业管理的必要控制方式 / 132
- 二、企业道德为企业营造良好的管理环境 / 134
- 三、企业道德为企业管理提供动力支持 / 135

第二节 转型期中国企业管理的道德反思 / 137

- 一、转型期企业道德管理困境 / 137
- 二、企业管理道德缺失的表现 / 142

第三节 中国企业管理道德建设的具体对策 / 145

- 一、建立优秀的企业道德文化 / 145
- 二、建立正确的道德管理原则 / 146
- 三、提升管理者的道德素养 / 150
- 四、提高企业伦理化决策水平 / 152

第八章 企业经营中的道德建设 / 156

第一节 企业经营的道德化趋势 / 156

- 一、企业营销理论的变革推动企业经营道德化 / 156
- 二、企业经营道德化是企业发展的内在动力 / 159

第二节 企业道德经营建设的现状与问题 / 161

- 一、企业道德经营建设的现状 / 161
- 二、当前企业道德经营建设亟待解决的问题 / 167

第三节 中国企业经营道德化建设的具体对策 / 170

- 一、培育先进的企业经营道德文化 / 170
- 二、建立企业经营道德教育机制 / 172
- 三、完善经营道德监督与奖惩机制 / 176

杨光华和他身上的四种文化(跋) / 181

后 记 / 187

第一章 企业道德的内涵与功能

市场经济是一种相对高效率的经济模式,但市场经济模式本身并不完善,制度上存在的缺陷使其隐含着道德风险,许多经济行为主体过度追求经济利益,使市场经济活动中出现许多的“离德行为”。企业作为市场经济形态中最主要和最活跃的行为主体不可避免受到“离德行为”的感染,因此,加强企业道德建设在现代企业发展中具有极其重要的意义。

英国伦敦股票交易所和《金融时报》共同拥有的《金融时报》股票交易所国际公司,推出了6种名为“FTSE4GOOD”的“道德指数”,在世界各主要金融证券市场首先将道德因素纳入指数范畴。该公司行政总裁对此举所做的说明是:“我们推出该指数的原因,是由于投资方在选择投资对象时,越来越多地希望挑选那些有社会责任感的公司。”^①国际社会正在日益兴起和发展的“企业社会责任运动(Corporate social responsibility)”,评价标准也从SA8000到“道琼斯可持续发展指数”、“多米尼道德指数”等不断发展,这足以证明强化企业道德建设日益重要和紧迫。

^① 晓理:《提升企业“道德指数”》,《市场报》,2001年11月13日第五版。

第一节 企业道德的基本内涵

企业道德是企业长期的生产、经营、管理实践中积累升华形成的,并随着社会不断发展演进的,依据企业所具有的权利和义务,依靠传统习惯、企业文化、道德伦理、社会舆论支撑的,约束企业与自身(包括内部管理、职工)发展之间关系、企业与社会关系的行为规范总称。企业道德主要包涵企业内部道德与企业社会责任。

一、企业内部道德准则

企业内部道德主要是指企业内部员工的道德问题,包括以下几个方面^①:

(一)企业销售部门:企业销售人员的道德问题一般在以下三种情况下发生:一是虚报业绩;二是竞业问题;三是跳槽问题。(二)企业采购部门:企业采购人员的道德问题在以下两种情况下发生:一是接受商业贿赂;二是非法为亲友牟利。(三)企业技术部门:企业技术人员的道德问题在以下两种情况下发生:一是泄露商业秘密。二是跳槽行为。(四)生产部门:熟练生产人员和掌握生产技术的人员,对企业来说是宝贵的财富,如果他们的工作不稳定,那么很可能给企业带来危机。(五)行政部门:企业行政部门包括两种,一种是管理性质,一种是辅助性质。前者容易发生监控不当,或知情不报的情况;后者则容易发生高级管理人员秘书或助理泄露商业机密的问题,如:高级

^① 《企业内部员工道德风险》<http://www.sbcs.com.cn/chinese/doc33.htm>

会议的记录、新产品计划等等。(六)信息部门:信息部门是泛指企业的信息掌控部门或人员。如销售部门的统计人员。这类人员容易发生泄露商业机密的问题,如:销售客户名单、销售额统计数据。(七)高级管理人员等等:高级管理人员的稳定性非常重要,因为其在企业内部有一定的影响力,他们的道德风险是企业发展的致命因素。

二、企业社会责任义务

企业社会责任(CSR)的含义是广义的,主要有三个层面:一是企业自发履行的社会责任,这些社会的责任与企业的利益是一致的。二是强制性的企业社会责任。这是法律法规规定的企业责任,例如缴税、环保、员工的社保等,这些社会责任的承担可能影响到企业的既得利益,企业缺乏主动性和积极性,甚至会通过各种途径和方式逃避责任,所以政府要用强制性的手段要求企业履行。三是高尚层面的社会责任。部分有高尚道德理念的企业和企业家,他们不仅关心企业的自身利益,也关心整个社会包括社会中的弱势群体的利益,他们将企业的利润和个人的钱财赠与公益事业、慈善事业。

企业社会责任(CSR)的概念界定有多种^①,但其核心思想还是在于企业应具有承担服务社会的道德意识。

(1)1999年联合国提出的企业界《全球契约(Global Compact)》,直接鼓励和促进了“企业生产守则运动”的推行,它要求加入的企业自觉遵守涉及人权、劳工、环保、反腐败等领域

^① 企业社会责任及 SA8000, <http://www.yok.com.cn/blog/jeffersonchen/articles/4161.html>