

企业伦理： 理论与实践

MBA

上海人民出版社

张应杭 黄寅 著

企业伦理： 理论与实践

MBA

上海人民出版社 张应杭 黄寅 著

图书在版编目(CIP)数据

企业伦理:理论与实践/张应杭,黄寅著.

—上海:上海人民出版社,2001

ISBN 7-208-03831-7

I. 企... II. ①张...②黄... III. 企业经济-伦理学

IV. F270-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 041413 号

责任编辑 李 卫

封面装帧 陈 楠

企业伦理:理论与实践

张应杭 黄 寅 著

世纪出版集团

上海人民出版社出版、发行

(上海福建中路 193 号 邮政编码 200001)

新华书店上海发行所经销 上海天马印刷厂印刷

开本 890×1240 1/32 印张 13.75 插页 5 字数 358,000

2001 年 7 月第 1 版 2001 年 7 月第 1 次印刷

印数 1-3,100

ISBN 7-208-03831-7/F·782

定价 27.00 元

序 言

蔡道一

国内的 MBA 教学体系是在“西学东渐”的过程中初步建立起来的，因而它不可避免地面临着本土化的问题。从这些年国内 MBA 教学所凸现的问题来看，如何本土化的确已是当务之急。令人欣慰的是，许多有识之士不仅开始意识到这一问题的重要性，而且已有了诸多的努力。在我看来，应杭君与其合作者的这本企业伦理学方面的著作就是这一努力的硕果，它对 MBA 的核心课程“企业伦理学”所作的本土化的探寻是有相当创意的。

我一直认为，即使撇开国内 MBA 的本土化问题不谈，全球范围的 MBA 教学如果还有什么能够而且必须具有民族特色的话，那么其企业伦理价值观上无疑是最能集中体现的。我在 1999 年新加坡的一次讨论“中国传统文化与管理现代化”的研讨会上也发表过这个观点，应邀赴会的应杭君则是这一观点的鼎力赞同者。我们曾就这一问题在许多方面进行了交流。现在应杭君告诉我，这本名为《企业伦理：理论与实践》的著作就要由上海人民出版社出版了，我由衷地向他和他的合作者表示祝贺！应杭君还邀我为书作序，先是不敢应允，但拗不过他的执意相邀，只好勉为其难，谈点书稿读后的心得。

我认为，这部著作最值得肯定的地方是我前已提及的对 MBA 核心课程本土化的刻意营建，正是这一刻意营建使它具有鲜明的中国特色。在我看来，这部著作的中国特色具体体现于：一方面它有社会主义的伦理价值特性。尽管我不完全同意书中对社会主义伦理价值观的某

些具体结论,但我得承认,其论述是自圆其说的。另一方面,这一著作又有鲜明的中国传统伦理文化的色彩。特别值得推崇的是,论著在对中国古代伦理传统之与企业所具有的现代意义的发掘方面,有许多相当精辟而独到的见地。事实上,正如我们已看到的那样,中国古代的这种伦理价值传统在海外恰恰是颇受学界和实业界关注的,这方面的整理与弘扬工作显然是非常有价值的。我以为,这部著作在这方面开了个好头,也希望我们海内外的中国学者能为全球正日益期望摆脱技术主义倾向的管理文化提供一种东方式的思想营养。

这部著作相比于海外同类著作的另一个值得称道的地方是在基本理论阐发方面颇见用心。我很赞同作者在本书“导论”中提出的一个观点:西方 MBA 教学中过于注重案例剖析而忽视理论阐述的现状是有得有失的。在我看来,其得处在于针对性强,因而操作性亦强。但失处在于往往会因理论观点的差异而各人自说自话,难以形成一个统一的价值倾向。而形成一个统一的价值倾向这一点恰恰是这门课程的一个要旨之所在。这部著作也许在这方面正好弥补了这一缺憾。

此外,逻辑的缜密和文字的晓畅也是我特别推崇此书的一个方面。从应杭君赠送的几部大作中我发现这是他一贯的风格。我向来以为,这一点对于读者而言同样是十分重要的。试想,一部思想深邃但文字艰涩的著作又怎能使读者开卷有益呢?

我相信,本书无论对学界还是一般的读者而言都将会是开卷有益的。

于日本熊本学园大学商学部

2001年6月3日

目 录

序言	(1)
导论:作为义利统一之道的企业伦理学	(1)
一、企业伦理学的一般理论概述	(2)
1. 伦理、企业伦理与企业伦理学	(2)
2. 企业伦理学的研究对象	(6)
二、企业伦理学学科体系的探索	(11)
1. 企业伦理学“理论—实践”学科体系的结构	(11)
2. 本书主要观点的逻辑阐述	(14)
三、企业伦理学研究的实践意义	(17)
1. 从应用伦理学的勃兴看企业伦理学的实践意义	(18)
2. 有中国特色的社会主义企业伦理文化建设的实践意义	(22)
第一篇 元伦理学的一般理论与企业伦理的实践	
第1章 伦理道德的人本学根据与企业伦理的必然性	(33)
一、理论背景:伦理道德的人本学根据	(33)
1. 道德之于人性的内在根据	(34)
2. 人是道德的动物	(40)
3. 人必然以德性塑造人性	(44)
二、实践启迪:确立企业伦理规范的必然性观念	(48)
1. 企业谋利的天性必须制约	(48)
2. 企业伦理规范是对社会责任的理性认同	(55)

3. 企业伦理的两大基本规范:信任与责任	(58)
三、本章小结	(64)
第2章 自由的辩证法与企业自主经营中的自觉规范	(66)
一、理论背景:自由人性与规范必然性之间的辩证法	(66)
1. 自由与必然问题的思想史考察	(67)
2. 自由问题上的辩证法	(70)
3. 道德自由的真正获得	(74)
二、实践启迪:自主经营中自觉规范的有效确立	(78)
1. 自主经营中对刚性规范的自觉认同	(78)
2. 自主经营中对柔性规范的自觉认同	(80)
3. 确立“自由即限制”的企业经营观念	(86)
三、本章小结	(90)
第3章 善恶意识论与企业伦理实践中善恶观的形成	(92)
一、理论背景:关于善与恶的一般理论	(92)
1. 善与恶的含义	(93)
2. 道德自我意识及其结构	(96)
3. 道德意识发展的诸阶段	(101)
二、实践启迪:企业经营中善恶意识的确立	(106)
1. 形成清晰而明确的善恶观念	(106)
2. 开展多途径的善恶观教育	(117)
3. 拥有积极主动的抑恶扬善观念	(121)
三、本章小结	(126)
第4章 善恶行为论与企业的伦理抉择	(128)
一、理论背景:善恶行为的一般理论探讨	(128)
1. 作为道德行为之心理机制的荣誉感和良心	(129)
2. 道德义务和道德义务感	(135)
3. 道德冲突中的行为选择	(142)
二、实践启迪:企业经营活动中的伦理抉择	(147)
1. 珍惜荣誉的行为原则	(147)

2. 崇尚职业良知的行为原则	(149)
3. 认同并承担义务的行为原则	(158)
4. 冲突中择善从之的行为原则	(167)
三、本章小结	(172)

第二篇 社会主义的伦理价值观与企业伦理的实践

第5章 人的社会本质与企业社会本位理念的确立	(177)
-------------------------------------	--------------

一、理论背景:马克思关于人的本质的理论	(177)
1. 人的本质问题的科学揭示	(178)
2. 社会的人与人的社会	(182)
3. 在社会关系中理解人的需要、利益与价值	(189)
二、实践启迪:社会主义企业应确立社会本位的伦理理念	(193)
1. 形成社会主义企业中的爱国主义精神	(194)
2. 企业经营活动中对社会效益的真正关注	(197)
3. 对资本主义企业无视社会整体利益的批判	(202)
三、本章小结	(207)

第6章 个人与社会关系中的集体主义原则	(209)
----------------------------------	--------------

一、理论背景:作为社会主义道德基本原则的集体主义	(210)
1. 集体主义道德原则的社会本体论根据	(210)
2. “真实集体”中集体与个体的双向道德要求	(215)
3. 坚持真正的集体主义	(220)
二、实践启迪:社会主义企业伦理文化必须以集体主义为基本原则	(222)
1. 崇尚国家集体利益至上的原则	(223)
2. 拥有做企业主人翁的道德觉悟	(227)
3. 企业对员工个人利益的真切关心与维护	(230)
三、本章小结	(235)

第7章 个人与社会关系中的个人主义批判	(237)
----------------------------------	--------------

一、理论背景:个人主义的理论剖析	(237)
------------------------	-------

4 企业伦理:理论与实践

1. “人性自私论”的批判	(238)
2. 人性应当超越自私	(242)
3. “合理利己主义”的不合理性	(246)
4. 利己与利他的合题:合理利益主义	(251)
二、实践启迪:个人主义价值观的实践批判	(254)
1. 坚持以正确的人生观、价值观引导企业员工	(254)
2. 在企业文化中形成道德自律的高度自觉性	(258)
3. 对资本主义个人主义企业伦理文化的批判	(262)
三、本章小结	(269)
第8章 社会主义企业经营德性的具体修养	(271)
一、理论背景:德性修养的可能性与过程	(271)
1. 作为可能性的人性	(272)
2. 德性造就中的品性与境界	(274)
3. 理想境界的追求	(277)
4. 德性修养的实现过程	(281)
二、实践启迪:社会主义企业的德性修养	(284)
1. 企业整体道德规范的生成	(285)
2. 企业员工的德性修养	(292)
3. 企业家的德性修养	(298)
三、本章小结	(306)

第三篇 传统伦理与有中国特色的企业伦理文化的建构

第9章 传统伦理的现代开掘与有中国特色的企业伦理文化的建构	(309)
一、理论背景:中国传统伦理型文化的基本特质	(310)
1. 中国传统文化的特质	(310)
2. 中国传统文化规范下的基本价值追求	(315)
二、实践启迪:中国传统伦理文化的现代意义开掘	(319)
1. 传统伦理文化开掘的实践原则与具体途径	(320)

2. 中国传统伦理文化的世界意义	(328)
三、本章小结	(334)
第 10 章 人性论与企业经营中抑恶扬善德性的确立	(336)
一、理论背景:中国古代的人性论	(337)
1. 性善论	(337)
2. 性恶论	(338)
3. 性无善恶论	(339)
4. 性有善有恶论	(341)
二、实践启迪:抑恶扬善的经营德性的确立	(344)
1. 经营德性中众善奉行的努力	(344)
2. 经营德性中诸恶莫作的自我警策	(351)
三、本章小结	(362)
第 11 章 “成人之道”与企业家的人格修养	(364)
一、理论背景:传统文化对“成人之道”的探寻	(364)
1. “仁义”的理想人格	(365)
2. “兼爱”的理想人格	(367)
3. “无为”的理想人格	(369)
4. “有为”的理想人格	(372)
二、实践启迪:企业家且仁且智的人格修养	(374)
1. 企业家经营德性中仁爱情怀的培育	(374)
2. 企业家经营德性中“有所不为”原则的确立	(377)
三、本章小结	(385)
第 12 章 传统的义利、欲理、人我、志功、生死之辩与企业的 伦理文化建设	(387)
一、理论背景:中国古代的义利、欲理、人我、志功、生死之辩	(387)
1. 义利之辩	(388)
2. 欲理之辩	(390)
3. 人我之辩	(394)

4. 志功之辩	(395)
5. 生死之辩	(397)
二、实践启迪:企业在义利、欲理、人我、志功、生死关系中的 道德观建设	(399)
1. 企业伦理文化建构中的义利统一之道	(399)
2. 企业经营活动中以理制欲原则的确立	(402)
3. 企业经营活动中利他经营理念的形成	(406)
4. 走出只注重效果的功利主义迷误	(411)
5. 企业家“德性不朽”的做人信念	(414)
三、本章小结	(418)
结束语	(420)
主要参考书目	(425)
后 记	(427)

导论：作为义利统一之道的企业伦理学

如果说谋利是企业的天性的话，那么，在这个谋利的过程中遵循一定的道义就构成一个企业的德性。因此，从最一般的意义而论，可以把企业伦理学理解为研究企业如何追求义利统一之道的学问。

——题记

美国著名的未来学家托夫勒在 20 年前曾有如下的断言：21 世纪是企业家的世纪，不仅工商企业的发展支撑着社会，而且企业家们将成为社会的真正精英。^① 现在，充满希望与挑战的 21 世纪已经来临，在新旧世纪之交的这 20 年中，已经和正在发生的事情数不胜数，但有一个现象却日益凸现出它的全球普遍性，那就是，在置身和平与发展为时代主题的今天，相比于政治活动、军事活动、外交活动等而言，企业的经营活动正愈来愈显示其重要性。也就是说，无论是已完成了工业化进程的西方发达国家也好，还是诸如中国这样正致力于社会主义市场经济建设的后发展国家也好，企业的生产经营活动正如托夫勒所预言的那样，已成为社会的最重要的支撑力量。

也因此，我们可以发现就全球范围而论，与企业活动相关的诸如企业管理、企业改制、企业环境、企业文化、企业伦理等问题已愈来愈成为当今世界经济领域一道亮丽的风景线。正是在这样的时代背景下，本

^① 余潇枫等：《应用伦理学》，浙江大学出版社 1999 年版，第 156 页。

书将对企业伦理涉及的义利关系的基本理论和实践问题作一概略的讨论,并在这一探讨的基础上,对有中国特色的社会主义企业伦理学的理论建构提出一些初步的想法。

一、企业伦理学的一般理论概述

企业伦理学理论体系的建立,必须依据该学科内在规定的概念、对象、任务等因素,否则它难以成为真正的科学体系。因此,我们研究企业伦理学就应当首先弄清该学科的一般概念、研究对象和具体任务。尤其是在我国目前对企业伦理学还相当缺乏认识的情况下,只有首先了解这门学科的概念、对象和任务,才能进一步把握这门学科整个理论体系和内在的逻辑结构。

1. 伦理、企业伦理与企业伦理学

如果作点语义学的考察,那么我们可以发现“伦理”一词在西方来源于古希腊文。这个词在早期古希腊哲学家中曾作为专门术语,用来表示某种现象的本质或实质。几经演变之后,人们逐渐开始固定用这个词来表示一个民族特有的生活习惯,相当于汉语的“风尚”、“习俗”等概念,又有“性格”、“品质”、“德性”等意思。“伦理”一词在中国最早见于秦汉之际成书的《乐记》:“乐者,通伦理者也”,意指音乐同伦理是相通的。这里所说的“伦理”已含有人们之间关系的基本意思。东汉经学家郑玄认为:在汉语“伦理”二字中,“伦,犹类也;理,犹分也”。东汉文字学家许慎等人则从文字学上解释为:“伦”字,从人从仑,仑字有“条理”、“思虑”等意,加上人旁作偏旁,便含有人与人之间应有之理的意思。所以,简单地说,在我们汉语中“伦”指人们之间的关系,故有“人伦”一说;“理”则指道理、规律和原则。“伦理”合称则指人与人之间相处应当遵守的道理,或者说处理人与人之间相互关系的道理。

我们在明确了“伦理”的含义之后,对企业伦理就不难理解了。正

如美籍学者成中英教授所说,“企业伦理是指任何商业团体或机构以合法手段从事营利时所应遵守的伦理规则”^①。或者说,企业伦理是企业在处理内外部人与人关系时所应自觉遵守的道德方面的行为规范。从这样一个角度来理解,我们可以说,企业伦理是一个古老而又新颖的话题。说它古老,是因为在工商企业经营活动中,不管有意无意,企业伦理实际上一一直都存在着,企业伦理几乎与企业生产经营活动一样悠久。说它新颖,是因为企业伦理学作为一门学科到 20 世纪 70 年代才在美国开始形成;自 80 年代后期,方开始与企业社会责任一道作为一章内容出现在西方的管理学教科书中。到了 90 年代,也才有越来越多的企业家和伦理学家坚信,关注并研究企业伦理将是现在及未来企业管理的一个重要特征。

其实,作点简单的历史回顾就会发现,企业伦理学(Business Ethics)的形成是理论界对公众和实业界普遍重视企业伦理、社会责任这一实践现象作出的理论回应。我们知道,在 20 世纪 50 年代末 60 年代初,在美国的工商企业活动中出现了一系列丑闻,包括行贿受贿、规定垄断价格、胁迫或欺诈交易、不平等甚至歧视员工等,公众对此反应强烈,要求政府对此进行调查。1962 年,美国政府公布了一份报告——《关于企业伦理及相应行动的声明》(A Statement On Business Ethics and Call for Action)。同年,威廉·洛德在美国管理学院联合会成员中开展了一项有关开设企业伦理学课程必要性的调查,被调查者几乎一致认为企业伦理学应该成为企业管理教育的一个重要组成部分。正是在这样的历史背景下,1974 年 11 月,在美国堪萨斯大学召开了第一届企业伦理学讨论会。此次会议标志着企业伦理学的正式确立。这次大会的会议记录后来被汇编成书发表,书名为:《伦理学、自由经营和公共政策:企业中的道德问题论文集》。此后不久,一批有影响的企业伦理学专著开始陆续面世。

^① 成中英:《文化、伦理与管理》,贵州人民出版社 1991 年版,第 244 页。

可以肯定地说,到了 80 年代,世界各国的绝大多数管理学院都意识到注重管理行为和企业行为中的伦理问题不仅恰当而且必要,因而,纷纷开设了企业伦理学课程。据有关资料统计,到 2000 年止,美国已有 95% 以上的管理学院开设了企业伦理学课程。一些权威人士认为,重视企业伦理教学已成了世界各地 MBA(Master of Business Administration)教学的一大趋势。我们知道,著名的哈佛大学商学院是培养企业家的最权威学府,该学院就是最早强调企业伦理方面教育的学院之一。所有申请报考 MBA 的学生,都必须写一篇企业伦理方面的文章,全体新生入学后的第一课,便是学习“管理决策与伦理价值”(DMEV)这门课程,而且这是一门必修课。

1987 年,美国哈佛大学商学院一位杰出的校友查德先生,由于亲眼看到不少毕业自全美名校法学院与企管学院的年轻人卷入了金钱交易或公物私用的商界丑闻里,在颇感失望之余,这位当时的美国政管会主任委员,慷慨捐出了一大笔钱给母校。他希望通过教育,让学生了解企业伦理与社会责任的课题,以免毕业后踏入社会时在伦理真空中为人行事,并贻害个人与大众。

于是,在哈佛商学院副院长派博教授的领导下,一群教授通过研究、创新、辩论与实验尝试的方法,终于在 1988 年首次推出“决策与伦理价值”即 DMEV 的新课程。这门哈佛 MBA 一年级全体学生必修的课程,其主要目的在于协助学生了解现代企业的多元社会责任,同时探索像公平、诚实与尊重等方面的伦理价值是如何影响到经理人的决策行为;个人的廉洁与管理的工作如何配合,即经理人如何将他们生命中的价值与承诺以及工作上的责任、企图搭配妥当得近乎理想等等。当然,经理人的领导风格是否与组织内的伦理气候相关,也是课程的重点。

为了防止决策与伦理价值(DMEV)的课程落入形式化、

教条化与口号化的陷阱,哈佛商学院的教授们利用来自行销、生产、人力资源与财务领域内的个案,引导学生热烈参与课程上的讨论,鼓励学生们在课堂上建立一种坦然、尊重和合作的气氛,并强调欣赏别人的观点,反思自己的偏见,彼此互相学习、共享不同的经验。

哈佛商学院运用活泼生动的个案教学法,引导学生们接触伦理的课题,不仅没有落入公民道理、青年守则的老一套的背诵陷阱里,反而以打草惊蛇的方式,让学生与伦理做第三类的接触,效果实在不凡。难怪 MBA 二年级的学生虽已经过 DMEV 的洗礼,但仍然兴致勃勃地请求校方继续开设更高层次的伦理课程。

一般而言,DMEV 这个课程具有六个教学目标:首先,它讨论现代企业责任的广度、实际运作时的限制与权衡角度;其次,它强调如何在个人与组织效率的前提下,寻找出伦理价值的中心点;再者,它说明了忽视伦理后影响各方面的危险;另外,它提倡融合伦理价值来作企业决策的积极态度;当然,它着重衡量经济与非经济结果的企业策略与实施方案;最后,它鼓励尊重法律并了解其限制。而且,企业伦理的观念并不是在 DMEV 的课程结束后就从哈佛商学院消失得无影无踪了。事实上,派博教授认为伦理价值与企业责任这种问题,必须在所有管理学的各种必修课程内一再融合讨论,才能在两年的 MBA 训练过程中,让学生们获得深刻的感触。因此,商学院的教授们不仅可以自由参加 DMEV 的教学小组讨论,且也被鼓励从个别的专长领域内,发展有关伦理的个案与研究。

除了在教学与研究两大层面内贯彻伦理的观念外,在学生的课外活动范畴里,也广开渠道传递伦理的讯息,譬如,鼓励学生从事义工活动;帮助穷人、清寒子弟或其他不幸的人群;邀请各行各业的领袖现身说法伦理的实践方式;成立企业

伦理论坛,提倡不同观点的交流。^①

由此可见,作为实践理性的伦理学,在20世纪70至80年代派出企业伦理学这样一门分支学科是必然的。因为自完整和规范意义上的资本主义市场确立以后,企业的生产经营活动的实践就需要企业伦理学在学理和规范方面进行理论指引。这也可以说是为什么这门学科诞生于企业生产经营活动最为活跃的美国的缘由之所在。

置身于社会主义市场经济的现时代,中国企业的生产经营活动也同样在呼唤具有中国文化特色的企业伦理学的诞生。因此,我们有理由相信,这样一门既体现中国文化特色又具有科学性的企业伦理学科的诞生和完善将是指日可待的事。

2. 企业伦理学的研究对象

正如伦理学以道德现象作为自己的研究对象那样,企业伦理学以企业的伦理道德活动作为自己的研究对象。这里,“企业伦理”和“企业道德”是同质的范畴,两者所指称的是同一个对象,即企业道义方面的存在。我们知道,企业活动的本质当然是谋利的,但如何谋利却有一个“应当”与否的问题,或者说有一个是否合乎“道义”的问题,这就涉及企业的伦理道德问题。我们通常把“义利统一”视为企业伦理道德的基本原则其根据也就在这里。

其实,企业活动中义与利的问题是企业经营实践所必须面对的基本问题。早在日本明治维新时期,当时著名的企业家涩泽荣一作为日本“株式会社”企业组织方式的创立人,就曾经在日的企业经营方面提出过一个著名的理论:“论语+算盘”的理论。涩泽荣一为此还专门写了一本《论语讲义》。他在这本讲义中写道:“拨算盘是利,读论语是道德。余则相信论语、算盘二者,应该相伴随,相一致,故咀嚼《论语》的教论以为处世之信条。”涩泽荣一根据他那独特的“论语+算盘”理论,使企业得到了发展,也终于使他成为日本企业界一个楷模的成功企

^① 参见千高原:《企业伦理学》,中国纺织出版社2000年版,第263--265页。