

企业伦理概论

INTRODUCTION TO BUSINESS ETHICS



企业伦理概论

刘红叶 著

INTRODUCTION
TO
BUSINESS
ETHICS



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

企业伦理概论/刘红叶著. —北京: 经济管理出版社, 2007. 4

ISBN 978-7-80207-901-4

I. 企... II. 刘... III. 企业管理—伦理学
IV. F270-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 040951 号

出版发行: 经济管理出版社

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

电话: (010) 51915602 邮编: 100038

印刷: 北京交通印务实业公司

经销: 新华书店

责任编辑: 陈百艺 张 艳

技术编辑: 晓 成

责任校对: 超 凡

880mm×1230mm/32

11.25 印张 262 千字

2007 年 5 月第 1 版

2007 年 5 月第 1 次印刷

印数: 1—3000 册

定价: 28.00 元

书号: ISBN 978-7-80207-901-4/F·774

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部

负责调换。联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974

邮编: 100836

目 录

导 论.....	(1)
第一章 伦理学关于道德的基本观点	(16)
第一节 伦理道德概说	(16)
第二节 道德的本质和功能	(25)
第二章 企业伦理思想的产生与发展	(32)
第一节 企业伦理学在西方的发展	(32)
第二节 企业伦理思想在中国的形成与发展	(39)
第三章 企业理论	(68)
第一节 企业的目的和性质	(68)
第二节 企业产权制度分析	(78)
第三节 公司治理结构	(90)
第四章 企业伦理的基本原理.....	(104)
第一节 人本管理原理.....	(104)
第二节 义利统一原理.....	(116)
第三节 社会责任原理.....	(124)
第五章 市场营销中的伦理问题.....	(137)
第一节 市场营销观念的演进.....	(137)
第二节 市场营销中的伦理问题分析.....	(144)
第三节 广告伦理研究.....	(163)

第六章 财务与会计工作中的伦理问题	(177)
第一节 上市公司信息披露中的伦理问题	(177)
第二节 会计职业道德研究	(194)
第三节 注册会计师职业道德	(205)
第七章 人力资源管理中的伦理问题	(217)
第一节 人力资源管理中的伦理问题	(217)
第二节 生产安全与员工健康	(228)
第八章 生产运营管理中的伦理问题	(243)
第一节 产品功能设计的伦理原则	(243)
第二节 生产质量伦理	(249)
第三节 现场管理的伦理分析	(259)
第九章 企业环境伦理	(276)
第一节 企业与环境问题	(276)
第二节 清洁生产	(292)
第三节 绿色营销	(298)
第十章 企业伦理建设	(306)
第一节 企业伦理问题的根源	(306)
第二节 管理道德	(321)
第三节 企业伦理建设的方法与途径	(329)
附录 1	(339)
附录 2	(344)
参考文献	(346)
后 记	(354)

导 论

一、问题的提出：企业为什么需要伦理道德

21 世纪企业面临的经营环境与往日不可同日而语。在古典管理理论时代，企业就是一个追求利润最大化的组织，通过向社会提供产品和劳务满足社会的需要。然而这种理想而又简单的企业经营方式在经济全球化和知识经济时代已无法继续。今天的企业无时无刻不处于变革之中。经营环境的变化使企业的性质、目的、组织结构、管理模式、经营理念受到前所未有的冲击。企业对于社会不再仅仅是一个提供产品和劳务的经济组织。在此意义上，管理伦理问题便提到了企业发展的议事日程上。

西方对企业伦理问题的关注起始于 20 世纪 40 年代，随着消费者反欺骗、反污染、反不正当竞争的呼声的高涨，越来越多的企业注意将伦理道德因素纳入企业活动的范围，主动履行社会责任。与此同时，从理论上，人们开始关注社会责任问题，并形成了两种对立的观点：古典观和社会经济观。

古典观最直率的支持者是经济学家、诺贝尔奖获得者米尔顿·弗里德曼。他认为，今天大部分经理是职业经理，即他们并不拥有他们经营的公司，他们是雇员，对股东负责。因此，他们的主要责任就是按股东的利益来经营业务。那么这些利益是什么呢？弗里德曼认为股东们只关心一件事：财务收益率。根据弗里德曼的观点，当经理将组织资源用于“社会产品”时，他们是在削弱市场机制的基础。有人必须为这种资产的再分配付出代价。如果社会责任行为降低了利润和股息，那么股东受损失；如果必须降低工资和福利来支付社会行为，那么雇员受损失；如果用提价来补偿社会行为，那么消费者受损失。如果市场不接受更高的价格，销售额便下降，那么企业也许就不能生存，在这种情况下，组织的全部组成要素都将受损失。

社会经济观认为，时代已经变了，并且对公司的社会预期也在变化。公司的法律形式可以最好地说明这一点。公司要经政府许可方能成立和经营，同样，政府亦有权解散它们，因此公司不再是只对股东负责的独立的实体了，它还要对建立和维护它们的更大的社会负责。

在社会经济观的支持者看来，古典派观点的主要缺陷在于他们的时间框架。社会经济观的支持者认为，管理者应该关心长期的资本收益率最大化。为了实现这一点，他们必须承担社会义务以及由此产生的成本。他们必须以不污染、不歧视、不从事欺骗性的广告宣传等方式来保护社会福利，他们还必须融入自己所在的社区及资助慈善组织，从而在改善社会中扮演积极的角色。^①

^① [美] 斯蒂芬·P. 罗宾斯著：《管理学》（第4版），中国人民大学出版社，1997年4月，第94～96页。

理论上对社会责任问题的反思、实践中，非伦理经营失败的事实逐渐改变了企业对伦理道德的认识。20 世纪 70 年代以来，强生、大众、宝马、西门子等世界知名企业出于生产经营道德或技术环保等社会责任的考虑，纷纷制定维护企业声誉、企业形象的企业章程或企业伦理信条，在企业中大力倡导伦理道德之风；80 年代，强生公司的泰诺胶囊事件生动地向人们说明了企业伦理的重要性。许多企业开始在经营管理活动中融入伦理精神，具体表现在：①对人的认识从“经济人”转变为“社会人”、“自我实现的人”。由于泰罗理论的影响，企业认为人力资本是企业最重要的资源，尊重员工不过是实现企业利润最大化的工具而已。而随着企业的发展，康德式的命题——人应该永远把人作为目的，而永远不要把人只看做实现目的的手段，越来越得到企业的认可。②决策标准向多维度发展，形成了伦理化决策模式。企业在决策活动中不仅考虑自身利益而且考虑社会整体利益，不仅分析决策的事实前提，而且分析决策的价值前提。^① ③重视员工之间、企业与利益相关群体之间的关系，企业倡导员工之间的团结与协作，注意满足顾客、股东、供应商、社区、政府等利益相关者的需要。④把企业当做事业经营而非追求利润，谋求企业的长远发展。

我国自 20 世纪 80 年代改革开放以来，在企业伦理问题上也经历了巨大变革。社会主义市场经济体制的确立，为企业发展创造了良好的制度环境。许多优秀企业脱颖而出进入世界五百强，为中国经济的发展做出了重大贡献。与此同时企业经营中也出现了一些有悖于伦理道德的行为和事件，如假冒伪劣产品、恶性竞争、财务造假、上市公司会计信息不实、环境污染

① 周三多主编：《管理学》，复旦大学出版社，1993 年 12 月，第 164 页。

等，这一系列问题严重损害了社会利益，也损害了企业的社会形象。所以，企业如何协调自身利益与社会利益的关系，企业是否应以利润最大化为目标，企业是否应承担社会责任，现代企业的发展之路应该如何走，成为企业和社会共同关注的重大课题。管理伦理作为企业经营活动中无法回避的实践课题摆在人们面前。

在探讨管理伦理之前，我们面临的基本问题是：为什么企业要讲伦理道德？伦理道德与其经营活动有何关系？

（一）管理学解释

企业作为社会经济活动的主体，其追求利润最大化的活动是在具体的社会环境中进行的，其经营管理活动必然对社会产生这样那样的影响，必然与个人和其他组织发生这样那样的相互关系。企业要进行正常的生产经营活动，就必须处理好各种利益关系，因而也就必须把握其中的伦理关系，树立正确的伦理观念，确立一定的伦理准则和道德规范，指导生产经营活动。对企业伦理的认识必须结合管理环境和利益相关者来分析。

1. 管理环境理论

罗宾斯认为，环境是指对组织绩效起着潜在影响的外部机构或力量。任何组织都不是独立存在的，环境中某些力量在管理者行为的形成过程中起着主要作用。环境可区分为一般环境和具体环境。一般环境包括组织外的一切，例如经济因素、政治条件、社会背景及技术因素，还包括那些能影响组织但联系尚不清楚的条件。具体环境是与实现组织目标直接相关的那部分环境。它是由对组织绩效产生积极或消极影响的关键顾客

群或要素组成的。具体环境对每一组织而言都是不同的，并随条件的改变而变化。典型的情况是它包括投入物供应商、客户或顾客、竞争者、政府机构及公共压力集团。正如我们所看到的，组织并不能自给自足，它们同环境发生相互作用，并受环境的影响。组织依赖其环境作为投入的来源和产出的接受者。^①

2. 利益相关者理论

利益相关者是指那些能够影响企业实现目标的任何集体或个人，或是那些受到企业实现目标影响的团体或个人。因为他们企业中有自己的利益之所在，因此会关注企业，从而影响企业的目标。通常可把利益相关者分为直接利益相关者和间接利益相关者。直接利益相关者包括：所有者、员工、管理者、债权人、顾客、社区、供应商、零售商、竞争者和其他合作伙伴。间接利益相关者包括：政府、公共组织、社会压力团体、新闻界、学术界、工会、一般公众等。

利益相关者理论认为，现代企业是一个利益相关体，企业经营管理是一种合作活动。企业要有所有者，没有所有者的初始投入，就不可能有企业。企业要有顾客，产品或服务得有足够数量的人按足够高的价格购买才行，购买的人越多，愿意出的价格越高，企业越能获得利润。企业要有员工，员工的素质越高，员工与员工之间，员工与企业之间的合作程度越高，越能生产出具有竞争力的产品或服务。企业要有供应者，企业不可能所有原料、零部件都自己生产，不可能所有技术都自己开发，不可能自备所有的资金，故需要原材料、零部件、技术、

^① 斯蒂芬·罗宾斯著：《管理学》（第4版），中国人民大学出版社，第64～71页。

资金供应者。原材料、零部件、技术、资金的供应越是稳定可靠，企业经营就越顺利。企业要有竞争者。企业通常不喜欢竞争者，但没有了竞争者，就成了垄断，而垄断是法律所不允许的。企业还要有政府、社区、公众的理解、合作与支持。同样，所有者、顾客、员工、供应者、竞争者、政府、社区、公众也能从与企业的合作中获得好处，他们也离不开企业。可见，企业有许多利益相关者，而且与他们关系十分密切。可以说，企业的任何决策、任何行为都会对利益相关者产生或多或少的影响。怎样处理与利益相关者的关系是企业不可避免的、每时每刻都面临的问题。^①

（二）经济学解释

微观经济学理论认为企业行为具有外部性。外部性按其效应的有利或不利可分为正的外部性和负的外部性，其效应也就相应地可称为外部正效应和外部负效应。如果行为的实施者造成了额外的成本，使得其他厂商或个人无法补偿地来承受这种额外成本，由此产生的就是外部负效应。如随地乱扔垃圾的人使所有其他人感受到不干净的环境带来的不舒服，一个乱按喇叭的司机使行人承受噪声的苦恼，钢铁厂的烟囱排放大量烟尘使环境污染更为严重。反之，如果行为的实施者造成额外的收益，使其他厂商或个人无偿地享受到额外的收益，则由此产生的就是外部正效应。如养蜂场的蜜蜂为附近的果园传播花粉将提高果园的产量。外部性造成资源配置的扭曲，在负的外部性情况下，它将造成产品的过度供给，外部正效应的存在使得产

^① 周祖城编著：《企业伦理学》，清华大学出版社，2005年7月，第8～9页。

品的供给不足。^① 外部性理论说明企业经济行为对社会的影响是重大的,如何解决外部性问题,不仅企业自身关心,政府、公众和社会团体也十分关心。因此,要求企业遵循一定的伦理道德规范和法律制度,设法消除外部性。

(三) 伦理学解释

理查德·乔治认为,企业已成为当代社会的重要组成部分,它通过各种方式与我们所有人发生联系。我们为自身的生存和享受购买各种产品,我们的生活离不开电力与汽油等各种资源的提供,我们购买食品、衣服以及各种服务。很多人的工作是为我们制造所需的产品,另一些人将产品运到商店,商店中的人负责将产品销售给消费者,企业并非独立于社会之外或是被强加于其中的内容,它是社会不可或缺的构成部分。道德的基本内容是人类行为的各种规则,用以说明哪些行为是错误或违背道德的,而其他的则是正确和合乎道德的。我们可以用道德的观点来评价人类的行为。由于经营行为是一种人类行为,因而也可以从道德角度对其进行评价,正如对其他人类行为的评价一样。企业与道德之间事实上存在着更加深刻的关系。经营行为与其他社会行为相似,必须在行动之前预先设定一个道德背景,这一点是不可或缺的。^②

如前所述,正是由于企业的经营管理活动是在具体的社会

① 司春林、顾国章、郁义鸿编著:《微观经济学》,复旦大学出版社,1998年12月,第310页。

② 理查德·T. 乔治著:《经济伦理学》,北京大学出版社,2002年3月,第16页。

环境中进行的,受许多利益相关群体的影响,所以企业不仅是经济主体而且是伦理主体,是经济主体和伦理主体的统一。企业在处理内外部各种经济关系时要遵循一定的社会伦理道德规范,企业行为受一定道德原则的支配。企业内外部各种经济关系可细分为利益关系、契约关系和义务关系三个层面,其所体现的实际上是一种伦理关系^①。①利益关系是企业经济关系的基础。企业内部的利益关系主要包括资本所有者或股东、经理人员和职员之间的关系;企业外部的利益关系包括企业与国家(含社区与公共部门)、企业与消费者、企业与企业的关系。企业就是这样一个内部协作和外部协作构成的利益关系主体,而协作本身就包含着道德因子。②契约关系是企业利益关系的法律形式。企业契约关系是企业利益关系的具体体现,既包括内部各种契约关系,也包括外部各种契约关系,它成为法权关系的一种。当契约签订后,由于人的普遍自利心和社会存在不道德的违约现象,在各个签约者面前就会有許多伦理性的选择。契约实行的过程本质上是签约各方所持伦理原则的实践,反映出签约各方的道德水准。从这个意义上说,契约关系也是伦理关系。③企业责任关系是企业经济关系的最高层面。为了保证利益相关者的利益得以平等地实现,人们选择了契约来界定契约双方的责任与权利。但仅仅通过契约来界定权利与责任是远远不够的,还要诉诸于人的义务感和良心,使企业与内外公众、企业与社会、企业与生态环境之间建立一种主动的互动责任关系。

因此,由利益关系、契约关系和责任关系所构成的企业经济关系,实际上是受一定的道德意识、道德原则支配,以利益

^① 王学义著:《企业伦理学》,西南财经大学出版社,2004年1月,第12页。

互置的运动方式存在的相对稳定的社会关系的总和，是一种伦理关系。企业伦理关系包括三层含义：其一是企业与外部利益人之间的伦理关系，如企业与民族、政府、消费者、社区、相关企业之间的关系。其二是企业与内部利益人之间的伦理关系，如企业与员工、股东、员工家属之间的关系，此外还有管理者与被管理者之间的关系。其三是企业与生态环境之间的伦理关系，包括企业与区域性的微观生态环境之间的关系和企业与全球性的宏观生态环境的关系。企业伦理关系是以企业利益关系为基础，以企业契约关系为表现形态的义务关系，是企业与利益相关人、社会、自然界的道义关系。当企业作为一个社会关系主体产生时，企业伦理关系也就随即产生了。

从企业经营活动实践来看，不少企业问题在本质上都应归属于伦理问题，诸如财务问题、竞争手段问题、产品质量问题、虚假广告问题、合同违约问题、环境破坏问题、权力滥用问题和员工权益受损问题、企业业绩下滑问题等。这些问题的表象下潜藏着深层次的伦理问题，集中到一点上就是单纯的利润最大化为目标的经济活动组织和个人同社会环境的矛盾。美国强生公司的泰诺胶囊事件，可以说明企业经营活动对利益相关群体的重要影响。南京冠生园月饼事件，则说明企业经营活动必须在道德规范约束的范围内进行，企业追求利润最大化的先决条件是满足顾客真正的需要。

总之，企业经营管理活动离不开伦理道德的约束。尤其在经济全球化背景下，企业与社会的关系日益密切，如何协调企业与社会之间的利益关系，除依赖经济、法律手段外，伦理道德的作用是非常重要的。一般的法律规范在调节企业与社会利益问题上，由于其手段、方法和领域的局限性，为道德调节留下了空间，使道德成为企业赖以生存和发展的重要因素。

二、企业伦理的定义、特征和功能

在英语中企业伦理称为 Business Ethics, 可翻译成经济伦理、管理伦理、经营伦理、管理道德等。美国著名学者成中英先生将企业伦理界定为“任何商业团体或生产机构以合法手段从事赢利活动时, 所应遵守的伦理规则”。这个界定指出了企业伦理的一个重要内涵, 即企业在处理各种关系时所应遵循的道德准则。笔者认为企业伦理是企业经营管理活动中处理内外部各种关系所应遵循的道德规范的总和。企业伦理表现为内外两个方面。内部表现为管理道德, 主要用于协调管理者与员工之间、员工与员工之间的关系; 外部则表现为经营伦理, 主要用于调整企业与各种利益相关者的关系。

企业伦理具有以下特征: 第一, 企业伦理是关于企业及其成员的行为规范的总和。企业伦理一方面包括企业作为整体应具有的道德规范; 另一方面也包括构成企业的单个成员的道德规范。第二, 企业伦理的调整对象是企业内外部各种利益关系。归根结底, 企业伦理的出现是由于它与内外部利益相关群体的复杂关系。而这些关系要协调好仅仅依靠法律规范或技术规范是远远不够的, 必须诉诸于伦理道德。第三, 企业伦理调节的领域仅限于企业经营管理活动, 是关于企业经营管理活动的善与恶、应该与不应该的规范。企业伦理“告诉人们哪些经营活动是善的、应该的, 哪些活动是恶的、不应该的”。^①

企业伦理的主要功能是: ①调节功能。调节企业内外部各

^① 周祖城编著:《企业伦理学》, 清华大学出版社, 2005年7月, 第10页。

种关系，实现企业的协调发展。②教育功能。企业伦理对员工具有重要的教育作用，什么是善什么是恶，什么是应该的什么是不应该的，都会通过企业伦理内化于心。③凝集功能。企业伦理从某种意义讲是一种共识，可以将企业各个部门和全体员工的思想观念和行为凝聚起来，增强企业的整体实力。④评价功能。企业伦理对企业行为具有重要的道德评价作用，它促使企业改善自身行为，朝着更有利于社会的方向发展。⑤塑造功能。企业伦理对于塑造企业的良好社会形象，形成自己的经营理念和目标有举足轻重的作用。

三、企业伦理研究的目的、意义和方法

目前，企业伦理的研究在我国方兴未艾。企业伦理代表着一种批判性的理论姿态，即对社会经济生活和个人经济行为作出道德合理性的批判反省。这种道德合理性，实际上充当着一种最基本的价值评价尺度，其核心的功能在于要求企业在经济活动中遵循两大原则：一是以基本有效的经济技术规范追求经济价值目标。二是务必保持企业行为的道德正当合理性。因此，笔者认为企业伦理的研究目的是调整企业和内外部环境的关系，促使企业健康发展。研究企业伦理的意义在于提高和改善企业伦理道德状况，推动企业的伦理化经营，使企业更好地适应经济全球化的时代特点。

根据国内外学者的看法，伦理学可划分为描述伦理学、规范伦理学和元伦理学三种类型。描述伦理学依据经验描述的方法，仅仅从社会的实际状况来再现道德；规范伦理学则立足于价值规范的方法，侧重于从道德规范的论证、制定和实施的角

度来研究道德；而元伦理学凭借逻辑语言分析的方法，从分析道德语言（概念、判断）的意义和逻辑功能入手来研究道德，反映道德的语言特点和逻辑特征。^① 以上三种类型的伦理学中描述伦理学和规范伦理学的方法对研究企业伦理是十分必要的，是企业伦理研究的基本方法。

1. 描述方法

这种方法的特点是客观地描述各种道德现象，并加以说明和探究。描述的方法可分为两种：一种是发生学的方法，也称历史的方法；另一种是比较的方法。发生学的方法主要探究各种道德现象的形成、发展、变化和消亡，探讨影响各种道德现象变化发展的经济、政治、文化和时空等因素，探讨道德对其他各种社会现象和个人生活的影响，揭示道德的本质和规律。比较的方法主要是把各种不同类型、不同时代、不同民族或不同文化的道德加以比较研究，揭示其异同，并探究造成异同的原因。^②

2. 规范方法

这种方法的特点是提出一系列道德规范，规定人们的行为应当如何，不应当如何，以解决具体的道德问题。由于规范伦理学存在功利主义伦理学（亦称效果论）与义务论之争，该方法在提供道德判断标准时有很大分歧。效果论的主要代表英国哲学家穆勒提出了一个判断善恶的根本原则：能给绝大多数人

① 魏英敏主编：《新伦理学教程》，北京大学出版社，1993年5月，第2页。

② 陈汉文、徐梦秋、宋培林著：《企业伦理与会计职业道德》，经济科学出版社，2005年4月，第4页。