

夏绪梅 著

# 企业伦理学

转型经济条件下的企业伦理问题研究



科学出版社  
[www.sciencep.com](http://www.sciencep.com)

# 企业伦理学

——转型经济条件下的企业伦理问题研究

夏绪梅 著

科学出版社

北京

## 内 容 简 介

我国目前正处于从传统计划经济向现代市场经济转型的时期,经济转型过程中存在着巨大的不确定性,出现了许多人们始料未及的问题。在经济体制转轨、社会转型的过程中涌现出大量不道德现象,作为经济微观主体的企业在其经营活动过程中反伦理行为亦层出不穷。本书从企业伦理学的一般理论出发,通过对企业伦理理论和实践依据以及企业伦理民族性的理论分析,结合对我国企业伦理演化和特征的实证研究,在对企业主体伦理行为进行理性经济分析的基础上,提出企业伦理的三大制约因素为信息不对称、企业伦理素质残缺和市场不完善,制度有效供给不足是制约企业伦理的最终原因,并进一步从外部制度供给和企业内部机制构建两个视角为企业伦理提供了可行路径和对策措施。

本书可供高等院校本科生、研究生参考使用,同时对专业研究人员,政府部门、企业界相关人员也有重要的阅读价值。

### 图书在版编目(CIP)数据

企业伦理学:转型经济条件下的企业伦理问题研究/夏绪梅著. —北京:科学出版社, 2008

ISBN 978-7-03-021195-8

I. 企… II. 夏… III. 企业管理-伦理学-研究 IV. F270-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 027018 号

责任编辑:王京苏 李俊峰 苏雪莲/责任校对:刘亚琦

责任印制:张克忠/封面设计:无极书装设计工作室

科学出版社出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

新蕾印刷厂印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

\*

2008 年 5 月第 一 版 开本: B5(720×1000)

2008 年 5 月第一次印刷 印张: 12

印数: 1—2 500 字数: 223 000

定价: 25.00 元

(如有印装质量问题, 我社负责调换<长虹>)

## 序 言

夏绪梅博士的著作《企业伦理学——转型经济条件下的企业伦理问题研究》即将出版,邀我作序,作为她的导师,我欣然接受。并将我所感受到的和理解到的这部著作的价值作一扼要的阐释。中国企业伦理的研究发端于改革开放之后,并且越来越受到理论界重视。我国在引进科学技术的同时,也引进了大量的西方管理学并开始着手企业伦理的研究。经济管理体制改革的不断深入和企业制度的建立构成了中国企业伦理研究的社会时代背景,我国目前正处于从传统计划经济向现代市场经济转型的经济时期,这种转型是计划经济运行过程中内外因素共同作用的结果,是一个涉及经济制度调整、经济体制转换和经济运行体制演进的系统化的社会经济总体改造的复杂过程。经济转型过程中存在着巨大的不确定性,出现了许多人们始料未及的问题。并且在经济体制转轨、社会转型的过程中涌现出大量不道德现象,这种现状与我国优秀的传统伦理文化形成了鲜明的对比,人们惊呼市场经济条件下企业伦理道德出现滑坡的颓势,对这一现象的强烈关注和追问越来越成为许多研究者的共识。该书作者正是在这一背景下开始她的研究和写作的。

企业是国民经济的一个重要层面,随着社会主义市场经济体制的建立和发展,功利观念逐渐滥觞,经济活动领域中企业反伦理行为层出不穷,在微观和宏观层面上带来了极大的负面影响。中国企业在充满竞争、文化多元、信息密集和公众意识提高的环境下,面对的最大挑战是缺乏能够支持它们永久生存的灵魂,转型经济条件下中国企业必须在短时间内完成管理变革,提升企业的竞争实力和竞争优势,而企业竞争优势的终极之道在于企业伦理道德优势。企业即使为生存之需也必须重视伦理,而谋求长远发展的企业更要以伦理经营来提高伦理水平,建立基于卓越伦理的持续竞争优势。该书通过企业伦理依据问题和企业伦理民族性的理论分析,结合对我国企业伦理演化和特征的实证研究,在对企业主体伦理行为进行理性经济分析的基础上,提出企业伦理的三大制约因素为信息不对称、企业伦理素质残缺和市场不完善,而制度有效供给不足是制约企业伦理的最终原因,并从外部制度供给和企业内部机制构建两个视角为企业伦理提供了可行路径和对策措施。该书作者写作有其独到的特点,主要体现在以下几个方面。

一是其研究涉及的企业伦理问题是一项边缘性研究,从学科归属上来看,应该是管理学、经济学、伦理学、社会学等学科的交叉研究内容,因此研究的方法可以说体现了交叉综合的性质。如果站在伦理学的视角来看,企业伦理属于应用伦理学



中经济伦理学的微观伦理部分。该书基于实证调查的方法对我国企业伦理问题的演化和现状的描述,运用经济学的分析方法对非伦理行为实施者——企业主体行为进行理性分析,剖析原因,在此基础上提出解决的相应可行路径和对策措施。综观来看,该书的研究体现了应用伦理学的这种描述—分析—规范三步骤研究范式。我国对企业伦理问题研究的视角更多地表现为伦理学视角,伦理学的研究方法十分抽象,实践界的人士一般很难透彻了解,理论成果不能切实反映企业行为,也就不能作出具有影响力、令人折服的判断和回答。但是,理论最终是要通过实践检验的,因此,在对实践的指导上显得比较抽象。该书中企业伦理依据部分的分析是基于经济和管理的视角进行的,而书中转型经济条件下中国企业伦理制约因素部分则运用经济学的研究方法对企业伦理选择行为进行理性分析,分析的结果对实践更具有指导价值和意义。

二是研究转型经济条件下的中国企业伦理问题是在掌握和了解企业伦理的历史的基础上,从过去的各种资料文献和企业伦理的历史发展过程中梳理企业伦理问题,对中国企业成长过程进行分析,对企业成长过程中实际存在的伦理状况进行研究,体现了唯物辩证法的思想。同时,也注重采纳比较研究的方法,这在企业伦理民族性部分体现得更为充分。在这一部分,作者以美国、日本和中国三个国家为典型代表,从民族文化的差异性入手,论证了企业文化的差异性,进而推演到作为企业文化核心的企业伦理的民族性,得出企业伦理具有民族性的结论。

三是企业伦理的理论依据和现实依据的提出方面。实践界对企业伦理问题目前仍然存在非常模糊的认识,对于企业是否应该讲伦理也在一定程度上持怀疑的态度。该书运用经济学和管理学的理论,并运用经济学分析方法,用正反两个方面的例证为企业伦理提供了坚实的理论依据和实践依据。这些论证相对而言更加清晰,更具有说服力。

四是通过问卷设计、实证调查获取实证资料,并运用统计分析软件进行实证分析,对我国转型经济条件下的企业伦理状况的特征进行了客观的描述和梳理,体现了作者的实践精神。

五是在企业伦理制约因素剖析和构建可行路径及对策措施方面。我国的研究者从不同角度分析了制约企业伦理的因素,可谓无所不包,也相当全面,但是其缺陷在于逻辑层次比较混乱,不属于同一个逻辑层次的原因列入一个层次研究;同一个逻辑层次原因,本应体现为一个方面,却展示为多个方面,整个体系缺乏层次性;对企业反伦理经营的原因的剖析只是从表象上来找原因。该书的研究则从分析导致表象出现的行为主体自身的行为出发来进行理性分析,追根溯源寻找深层次的原因,进而提出相应可行路径和对策措施,避免了结论过于武断和缺乏一定的系统性的缺陷。

总之,该书的研究框架全面系统,阐发了不少新颖的观点和独到的见解,材料十分丰富,论述较为深入而富有说服力。当然,该书也不免存在有待商榷和进一步探讨的地方。借此作序的机会,我祝贺该书的出版,并期待该书的作者在今后的研究中继续自己的追求。

韦 苇

2008年3月于西北大学桃园校区

# 目 录

序言	
导论	1
第1章 企业伦理学的一般理论	5
1.1 伦理	5
1.2 企业伦理	5
1.3 企业伦理与企业社会责任	8
1.4 企业伦理的缘起及其背景	9
1.4.1 国外企业伦理的缘起及其背景	9
1.4.2 中国企业伦理的缘起及其背景	12
1.5 企业伦理学及其发展	16
第2章 企业伦理:理论依据	22
2.1 经济理论中的伦理取向	22
2.1.1 新制度经济学	22
2.1.2 西方经济学中的帕雷托最优状态规律	24
2.2 企业管理思想和理论演绎中的伦理思维	25
2.2.1 企业管理理论中的伦理意蕴	25
2.2.2 管理理论发展中主要代表人物的伦理思想	39
第3章 企业伦理:实践依据	50
3.1 企业伦理的宏观效应分析	50
3.1.1 市场经济的伦理基础	50
3.1.2 企业伦理的宏观效应	52
3.2 企业伦理的微观效应分析	56
3.2.1 企业伦理与企业绩效	56
3.2.2 企业伦理的微观效应	62
第4章 企业伦理的民族性	69
4.1 企业伦理民族性的一般论证	69
4.2 美国企业伦理特色与民族文化	71
4.2.1 汉普登特纳和特龙佩纳的观点	71
4.2.2 美国企业伦理特色	73
4.3 日本企业伦理特色与民族文化	75

4.3.1	企业集团主义——日本企业伦理的核心 .....	76
4.3.2	“忠”、“和”、“勤”是日本企业伦理文化的显著特色 .....	77
4.3.3	禀议制的决策模式 .....	79
4.3.4	企业内部等级制度 .....	79
4.4	中国企业伦理特色与传统文化 .....	80
4.4.1	中国传统伦理思想 .....	80
4.4.2	中国传统伦理文化影响下的企业伦理特色 .....	87
<b>第5章</b>	<b>中国企业伦理:演化及其特征</b> .....	93
5.1	计划经济时期中国企业伦理现状 .....	93
5.1.1	责、权、利相结合的企业伦理基础匮乏 .....	93
5.1.2	国家伦理替代企业伦理 .....	94
5.2	转型经济条件下中国企业伦理现状 .....	95
5.2.1	转型经济的概念界定和中国的转型经济 .....	95
5.2.2	转型经济条件下企业伦理道德的现实困惑 .....	99
5.2.3	转型经济条件下企业伦理失范的具体表现 .....	100
5.2.4	转型经济条件下企业伦理现状的实证调查 .....	104
5.2.5	转型经济条件下的企业伦理特征 .....	115
<b>第6章</b>	<b>转型经济条件下中国企业伦理的制约因素分析</b> .....	117
6.1	企业伦理选择行为的经济学分析 .....	117
6.1.1	经济分析的前提假定——“新经济人”假说 .....	119
6.1.2	企业伦理行为选择的经济学分析 .....	120
6.2	企业伦理的制约因素分析 .....	123
6.2.1	信息不对称 .....	124
6.2.2	企业伦理素质残缺 .....	125
6.2.3	市场不完善——企业反伦理行为外部性内化的障碍 .....	127
6.2.4	制度有效供给不足——制约企业伦理的终极原因 .....	128
6.3	阻碍企业伦理经营的制度约束 .....	131
6.3.1	法律制度及产权制度 .....	131
6.3.2	信用制度 .....	134
6.3.3	政府行政制度 .....	136
6.3.4	企业内部伦理制度 .....	140
<b>第7章</b>	<b>构建企业伦理的可行路径和对策措施(一)——有效的外部制度供给</b> .....	142
7.1	失信惩罚机制 .....	143
7.1.1	法律惩罚机制 .....	145



7.1.2 声誉机制和信用机制 .....	147
7.1.3 监督机制 .....	149
7.2 市场中介机构保障机制 .....	150
7.2.1 中介组织的概念和分类 .....	150
7.2.2 市场中介组织介入对市场秩序的规范和企业反伦理行为消除的作用 .....	150
7.3 产权制度 .....	151
7.3.1 界定产权,明晰产权关系,硬化产权约束关系 .....	153
7.3.2 强化产权保护,培育信用体系 .....	153
7.4 政府行政制度 .....	153
7.4.1 政府行政的伦理原则 .....	154
7.4.2 转变政府职能、准确定位角色 .....	154
7.4.3 政府在信用建设中的作用 .....	156
7.4.4 改革政府行政方式,强化政府决策的科学性,提供相对稳定的政策环境 .....	157
7.4.5 完善和加强对行政行为的监督 .....	158
<b>第8章 构建企业伦理的可行路径和对策措施(二)——内部机制</b> .....	159
8.1 树立伦理经营管理新理念 .....	159
8.1.1 企业的伦理准则 .....	160
8.1.2 建立促使伦理理念形成的教育培训制度 .....	164
8.2 公司治理结构的改进 .....	169
8.3 企业伦理的内部制度化 .....	169
8.3.1 制定企业伦理规范 .....	170
8.3.2 设置伦理机构、配备专门负责人 .....	171
8.3.3 伦理信息系统的建设 .....	172
8.4 企业伦理建设中制度有效供给和企业内部机制建立的关系 .....	173
<b>参考文献</b> .....	174
<b>附录</b> .....	178
<b>后记</b> .....	182

## 导 论

一个国家的繁荣富强离不开微观主体——企业的强大，企业是国民经济的一个重要层面，是经济增长的重要动力，企业的发展对经济的增长、就业机会的提供、人民生活水平的提高和国家财力的增强等有着不可估量的作用，企业的良性健康发展关乎一国经济的健康和持续发展。从全球范围来看，迫于消费者及环保人士的压力以及基于日益激烈的国内外市场的竞争需要，越来越多的国家制定了相应的社会责任守则。进入世界 500 强的企业都拥有自身的道德行为规范，其高尚的社会责任意识和良好的企业伦理道德已经成为这些企业的一笔可贵的无形资产，并内化为企业发展的动力。在全球经济一体化的时代背景下，西方企业既具有技术、资金等硬件优势，同时也具有伦理文化等软件优势，它们在伦理经营和伦理建设方面形成的一定的规范化模式已经成为其可持续发展的动力之源。在西方发达国家，公民普遍关注社会问题，SA8000（Social Accountability）标准作为全球首个企业社会责任的认证标准经过 7 年的运作已经得到欧美国家的认可，并已逐渐推行到发展中国家的出口企业，成为整个社会公认的企业行为准则。

我国目前正处于从传统计划经济向现代市场经济转型的经济时期，这种转型是计划经济运行过程中内外因素共同作用的结果，是一个涉及经济制度调整、经济体制转换和经济运行体制演进的系统化的社会经济总体改造的复杂过程。经济转型过程中存在着巨大的不确定性，出现了许多人们始料未及的问题。在经济体制转轨、社会转型的过程中，经济活动领域中涌现出大量企业不道德和反伦理经营行为，企业单纯以经济利益为导向，为了自身利益甚至可以置社会道德于不顾，企业无所顾忌、唯利是图，反映在其行为中就是假冒伪劣、偷税漏税、商业欺诈、不正当竞争、偷盗商业秘密、作虚假广告、行贿受贿、垄断价格等，而重合同、守信誉更多的是表面的承诺，冠生园事件、银广厦事件等就是非常典型的例证。这种行为不仅在微观层面上损坏了企业自身的商誉，降低其社会地位，使企业陷入极大的困境，而且在宏观层面上阻碍了市场经济体制的健康运行，破坏了社会经济秩序，甚至导致社会道德水平的下降。此外，中国加入世界贸易组织（以下简称 WTO）的实现对于我国企业来说，既是发展的机遇，也是严峻的挑战。在这种充满竞争、文化多元和信息密集的环境下，中国企业将不得不接受国际社会更为严厉的检验与监督。我国的企业不仅要承担全球化背景中具有世界意义的生态、人口、信息、政治和道德等责任的挑战，还要在刚从计划经济时代脱胎而出，在较为普遍的缺乏市场理性、规则理性和发展理性的人文环境中，按照

世界经济运行规则，按照市场经济的内在道德原则适应市场秩序，寻求可持续发展并促进我国社会信用环境的改善。目前，大多数企业和企业家只是关注产品、关税、价格、成本、规模和技术等，还远未意识到新背景下企业伦理的重要性和迫切性。殊不知在今天这样的全球化时代，我国企业在其经营国际化的过程中，所面对的最大挑战，不是目标、利润、战略和技术，而是缺乏能够支持它们永久生存的灵魂。在公平开放的国际化竞争中，没有伦理的企业将难逃被淘汰的命运，没有伦理的企业家将被剥夺竞争的资格。而且，在国际化的过程中，人性和社会性成为世界共同的价值观，我国企业只有遵循“地球村”的共同道德准则，注重和国际接轨，在国际间交流、谈判、交易时抑制反伦理行为，鼓励促进伦理行为，才能在激烈的竞争中立于不败之地。转型经济条件下中国企业面对的是更为复杂的商业环境，必须在短时间内完成管理变革，提升企业的竞争实力和竞争优势，而企业竞争优势的终极之道在于企业伦理道德优势，在于明确而正确的企业伦理理念和与时俱进的企业道德体系。企业若没有精神资源的推动，缺乏清晰的价值主张和坚定的价值追求，改制和流程再造只能是无源之水。现在，公众已开始抵制那些有不道德商业行为的公司的产品。西方一些著名的会计公司已推出了公司道德审计业务，一个个国际商业伦理道德标准接踵而来，伦理道德规范正在由软变硬。因此，即使为生存之需，企业也必须重视伦理，而谋求长远发展的企业更要通过伦理经营来提高伦理水平，建立基于卓越伦理的持续竞争优势。

当前经济活动领域中企业反伦理行为层出不穷的现状与我国优秀的传统伦理文化形成了鲜明的对比，人们惊呼市场经济下企业伦理道德出现滑坡的颓势，对这一现象的强烈关注和追问已越来越成为许多研究者的共识，转型经济条件下企业伦理问题的研究迫在眉睫，本书正是在这一背景下开始研究和写作的。无论是从理论视角，还是从实践的视角来看，系统地研究企业伦理问题都应该是一项颇有意义的工作，当然也是一项极富挑战性的研究。

本书共包括以下 8 章的内容。

第 1 章是企业伦理学的一般理论，主要介绍伦理、企业伦理的基本概念，对企业社会责任和企业伦理进行了区别，回顾了企业伦理的缘起和发展，并介绍了企业伦理学及其发展，从而使读者能对企业伦理这一领域有更进一步的了解。

第 2 章主要从理论的视角为企业伦理提供了理论依据，指出新制度经济学和西方经济学的经济理论都可以为企业伦理提供理论上的诠释，而且企业本性理论、人性假设理论、企业核心竞争力理论、利益相关者理论等企业管理理论中也饱含着丰富的伦理意蕴。从管理理论发展的历史演变脉络来看，古典管理理论阶段、行为科学阶段、“管理丛林”阶段代表人物的管理思想及其当时的主流管理思想中都演绎着企业伦理的思维。

第3章主要从实践的视角为企业伦理提供了坚实的依据,指出从宏观层面上来看,企业反伦理经营行为具有负的外部性,影响市场机制(价格机制、供求机制和竞争机制)的运行和市场秩序的建立;同时,企业反伦理经营具有外溢社会效应,产生消极的社会影响。从微观层面上来看,正面的论证和反面的例证都充分说明了企业伦理与企业绩效呈现正相关关系,企业伦理经营有助于减少交易费用,降低交易成本;有助于企业享有良好的声誉,树立良好的企业形象,提高社会地位;有助于企业与主要利益相关者建立起牢固的关系,促进合作效益的创造;有助于企业取得和维持杰出的组织业绩并获得长期绩效,从而为企业伦理提供了坚实的实践依据。

第4章主要运用比较分析法研究了美国、日本和中国的民族文化及其影响下的企业伦理模式,论证了企业伦理具有民族性的观点。

第5章主要通过实证调查,获得资料,运用统计分析方法进行归纳总结,梳理了我国计划经济时期和目前转轨经济条件下企业伦理的现状和特征。指出不同时期我国企业伦理的现状和特征不同:计划经济时期企业伦理的特征为责、权、利相结合的企业伦理基础匮乏和以国家伦理替代企业伦理。在转型经济条件下,企业相对独立的经济实体地位得以确立,责权增强,利益动机逐渐形成,但具有复杂性和长期性特点的体制转型下的新的经济关系、法律、伦理规范和价值观念尚未建立或健全,“博弈”成为企业经济行为的普遍特征,加大了企业经营活动的“道德风险”。具体表现为:假冒伪劣商品充斥市场,屡禁不止;信用水平低下;逃税现象严重;财务失真,违反财经纪律的行为比较普遍;污染环境、破坏生态平衡;劳工问题日益突出等。转型经济条件下企业伦理的特征:一是企业伦理对企业有重要作用,对于处理好与客户关系,树立企业的公众形象以及员工关系处理的积极作用已经得到了一定的认同,但存在着将企业伦理作为某种工具性的管理手段,使其难以成为企业从业人员由衷接受的共同守则,面对义与利的冲突,企业在实际行动时受利益的驱动更具有一种功利倾向。二是人们对企业伦理有着近于理想化的期望,但是实践中却不太可能做到,或做得一般,企业伦理状况不容乐观,人们对目前企业伦理状况评价不高,期望和现实之间形成极大的反差。当然,这种公众对企业伦理的期望程度高于他们对现状的评价,从另一个侧面体现了我国企业伦理向有序、规范方向发展的趋向。三是对于企业的低伦理状态,人们(包括企业)更多的是一种无奈与失望,认为这是社会风气使然。四是人们的伦理意识在逐渐提高。

第6章主要在“新经济人”假说的经济分析前提假设下对企业伦理行为进行理性分析,寻找企业伦理的制约因素,并进而探究制约企业伦理行为的终极原因。指出信息不对称、企业伦理素质残缺和市场不完善(外部性内化的障碍)是企业伦理的三大制约因素,但是制约企业伦理的终极原因在于法律制度和产权制

度、信用制度和政府行政制度以及企业内部伦理制度的有效供给不足。

第7章主要从外部制度供给的视角提出促进企业伦理的可行路径和对策措施。指出企业伦理的实施是企业主体自身道德实践的过程，也离不开企业赖以生存的社会环境的影响和作用。为了提升企业伦理水平应该在以下几个方面提供有效的外部制度供给：一是失信惩罚机制，包括法律惩罚机制、健全声誉机制和信用机制（建立征信系统、评估系统、有效的信息传递机制和培育多元的社会信用中介机构，为确立重复博弈规则提供组织保证）、建立政府信用。二是市场中介机构保障机制。三是产权制度。四是政府行政制度，政府应该遵循公正精神、责任精神、自律意识的政府行政的伦理原则；转变政府职能、准确定位角色；发挥政府在信用建设中的作用；改革政府行政方式；强化政府决策的科学性，提供相对稳定的政策环境；完善和加强对行政行为的监督。

第8章主要从内部机制建构的视角提出促进企业伦理的可行路径和对策措施。企业伦理经营的实施离不开企业自身的伦理实践，因此，企业应该建立企业内部的伦理制度，遵循诚信、互惠互利、公平竞争、社会利益和企业利益统一的伦理准则，树立伦理经营新理念；建立促使伦理理念形成的教育培训制度，提高管理层和员工的伦理素养；改进公司治理结构；实现企业伦理的内部制度化，包括制定企业伦理规范、设置伦理机构、配备专门负责人和建设伦理信息系统。有效的外部制度安排和内部机制构建都是非常重要的，缺一不可。只有通过构筑强有力的外部制度环境和构建内部有效机制，约束企业行为主体，才能促使其形成伦理意识，并固化为企业稳固的一种道德信念，最终使企业由一种道德他律走向道德自律。

# 第 1 章 企业伦理学的一般理论

## 1.1 伦 理

“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，表示风尚、习俗等概念，同时该词又有品质、德性的意思。“伦”、“理”这些字早在公元前 6 世纪左右就出现在早期的历史文献《周易》《尚书》等著作中，当时这些字大都单用，还未将“伦”和“理”连在一起；到了战国末期，《礼记·乐礼》中说，“乐者，通伦理者”，意指音乐同伦理是相通的，才开始将“伦”、“理”二字连用。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”即道理、事理，“伦理”合称即人与人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德规范。

## 1.2 企业伦理

1985 年美国学者刘易斯 (Lewis P. V.) 在对 254 种关于企业伦理的文章、教材和专著进行分析和对部分企业界人士进行调查后指出：人们对“企业伦理”这个术语的定义有 308 种之多。其中，大多数人把企业伦理等同于企业活动的标准、规范、企业行为的正误、企业的社会责任、宗教信仰、价值观念、权利与义务、企业习俗、美德等。刘易斯在此基础上总结了一个较具普遍性的定义：企业伦理是为企业及其员工在具体情境中的行为道德提供指南的各种规则、标准、规范或原则。<sup>①</sup> 美籍学者成中英认为：“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”<sup>②</sup>。

我国在近 20 年来的时间里，企业伦理研究取得了丰硕的成果，但也有许多

① 吴新文：《国外企业伦理学：三十年透视》，《国外社会科学》，1996，(3)。

② 成中英：《文化、伦理与管理》，贵阳：贵州人民出版社，1991：244。



不足之处。在我国，尽管哲学和伦理学工作者以及一些经济学家对企业伦理进行了大量的研究，但从总体上看，企业伦理的研究在我国仍处于初始发展时期，以至于关于企业伦理至今尚无统一公认的定义，众说纷纭。

朱贻庭认为“企业伦理是以企业为行为主体，以企业经营管理的伦理理念为核心，企业在处理内、外关系中的伦理原则、道德规范及其实践的总和”<sup>①</sup>。南京师范大学的王小锡教授认为“企业伦理即企业道德，它是指在企业经济活动中完善企业员工素质和协调企业内外部关系的善恶价值取向及其应该不应该的行为规范”。<sup>②</sup>孙君衡、余文尧认为“企业伦理是指企业从事活动时所应遵循的道德原则和规范”<sup>③</sup>。陈炳富、周祖城认为企业伦理的研究对象是企业道德，是一门研究企业道德的科学。企业道德可以有广义和狭义两种理解：广义的企业道德是指导企业经营活动参与各方行为善恶的规范，狭义的企业道德是指导企业及其成员行为善恶的规范<sup>④</sup>。王建刚和黄宪认为企业伦理是指企业出资者、代理人、法人机构、经营监督机构、普通雇员之间在处理彼此关系时所持有的各种伦理标准以及企业对其是否应该对社会、自然承担某种责任和义务所持有的伦理判断。企业伦理划分为功利型企业伦理和道德型企业伦理，处在前一种境界的企业表现出一种利己的行为，为利而行，为功而动，一味强调追求利润最大化；处在后一种境界中企业的义与利是相辅相成的<sup>⑤</sup>。李健认为企业伦理应包括渗透于企业全部生活中的所有道德现象，即在企业全部生活中所蕴涵和活跃着的道德意识、道德准则与道德活动的总和。道德意识内含道德心理、道德观念和道德评价三个不同的层次；道德准则按企业所处理的四种关系由四个方面的准则所组成，分别是处理企业与自然环境、与社会关系、与其他企业、与个人关系的准则；企业道德活动是指企业生活中具有善恶价值的人的活动。这三者是企业伦理的有机组成部分，它们之间实现着动态的统一<sup>⑥</sup>。欧阳润平倾向于李健从企业伦理结构的角度界定企业伦理，但是认为企业伦理结构还应该包括企业伦理关系，认为企业伦理是企业生产、经营及生活运行过程中的伦理关系、伦理意识、伦理准则和伦理活动的总和，这四个因素构成企业伦理的整体结构，并呈现出相互影响、交互联系的循环状态。<sup>⑦</sup>

上述对企业伦理的不同定义分别是企业伦理准则层面和企业伦理结构层面

① 朱贻庭，徐定明：《企业伦理论纲》，华东师范大学学报（哲学社会科学版），1996，（1）。

② 王小锡：《中国经济伦理学——历史与现实的理论初探》，北京：中国商业出版社，1994：150。

③ 孙君衡，余文尧：《当代企业伦理学》，合肥：安徽人民出版社，1997：1。

④ 陈炳富，周祖城：《企业伦理学概论》，天津：南开大学出版社，2000：4~6。

⑤ 王建刚，黄宪：《企业伦理：界定、类型及重塑》，世界经济文汇，1996，（4）。

⑥ 李健：《企业伦理论纲》，陕西师范大学学报（哲学社会科学版），1994，（4）。

⑦ 欧阳润平：《义利共生论——中国企业伦理研究》，长沙：湖南教育出版社2000：5，8。

来进行的,李健和欧阳润平的定义属于后者,其他人的定义属于前者,二者实际上是一致的,并不矛盾。前一种定义涉及了伦理关系和伦理准则,如朱贻庭认为企业伦理是以企业为行为主体,以企业经营管理的伦理理念为核心,企业在处理内、外关系中的伦理原则、道德规范及其实实践的总和,伦理意识和伦理活动也内含于其中,它更容易为人所理解和接受;后一种定义则更多地是站在理论的整体视角来定义。两种对企业伦理的界定只是从不同的角度来看同一个事物,但是考虑到对实践的指导价值及更能为实践界所理解和接受的因素,本书更倾向于从准则的视角来界定。企业伦理的研究内容按照人已<sup>①</sup>关系展开,相应地有企业与顾客、与供应者、与竞争者、与政府、与社区、与环境、与所有者、与管理者、与员工之间关系以及员工与员工关系中的伦理问题。在此有必要首先澄清利益相关者的概念,利益相关者(stakeholder)是从股东(stockholder)一词套用而来的概念,股东作为企业股份的持有者,对企业拥有所有者权益,因而企业的每一项活动都与股东的利益相关,由此扩大,凡是与企业产生利益关系,从而与企业发生双向影响的个人和团体,都是企业的利益相关者。企业的利益相关者有直接和间接两类。直接利益相关者包括顾客、供货商、经销商、债权人、雇员等;间接利益相关者包括消费群体、媒体、地方政府,甚至是环境。因此,本书对企业伦理的界定是指企业在经济活动中处理其与利益相关者关系的善恶价值取向及应遵循的行为规范。

企业伦理集中反映了企业的经营宗旨、价值准则和管理信条,包括内部伦理和外部伦理两类。

企业内部伦理涉及企业内部管理者和被管理者之间,以及内部成员之间关系处理时应持有的价值观念和应遵循的规范。任何一个管理组织内部都有着特有的运行机制,它是依靠对一定的组织制度和规范(如岗位责任制、奖惩制度、劳动定额等)的严格执行来进行并以此确保整个组织系统的稳定有效。这些管理属于技术性的管理,它可以强制地规定组织成员的操作行为,在一定的范围内提高工作的效率和激发其内在的物质冲动。企业中的员工不仅仅是“经济人”,也是综合复杂的“社会人”。为此,组织应实施符合人性的、激发成员工作热情的管理模式,尽可能地满足组织成员的尊重、友谊、感情等精神上的需要,正确处理组织成员间的关系问题,这也是组织内部机制运行过程中管理者管理活动过程中所蕴涵的具有伦理意义的问题。就组织内部管理而言,在处理管理者和被管理者之间关系时,应遵循信任、尊重、公平公正的伦理原则。具体来讲,管理中基本的必要的企业道德责任包括消除性别歧视及工种歧视,对员工一视同仁;反对官僚作风和硬性的专制管理方式,实行民主管理和参与管理;为员工提供公平的就业、上岗、报酬、调动和晋升机会;界定公正公开明确的工资和奖惩制度,与其

<sup>①</sup> “人”、“己”既可指个人,也可指群体组织。

分享利润。从伦理的角度来看,企业应尽自己最大所能为员工提供各种便利设施,以便他们能更好地完成指派的工作;为员工提供达到基本安全和卫生等相关标准的劳动条件,对员工进行安全教育,并进行技术培训;要有一个完善公平值得信赖的劳动争议处理制度。而更高的伦理层次则是尊重员工,创造人道化的、充满人性关怀的和谐工作环境,为每一位员工提供一个广阔的生存和发展的前景,帮助员工寻找并展现自身独特的人格魅力,挖掘自身的潜力与技能,提高自身的科学文化素质和思想道德素质,使员工能树立崇高的人生观、价值观和世界观,以健全和完善自己的人格。这事实上要求企业成为一个高质量的道德共同体,让其员工在约束得力、激励高效的环境中为与企业一致的奋斗目标而努力。以上管理的内在伦理思想是维持管理系统并使之取得效益最优化所不可或缺的内在要素,对管理活动起着根本的作用。

企业的外部伦理涉及企业处理与外部利益相关者之间关系时应持有的价值观念和应遵循的规范,它要求企业为顾客提供合理的价格、交货及时,提供使用方便、经济、安全的产品,周到的售后服务,发布真实的广告,实行质量保证制度;对供应商恪守信誉,严格执行合同;对竞争者进行公平竞争;对政府和社区执行国家的法令、法规,照章纳税,保护环境,提供就业机会,支持社区建设;对股东承担资产保值增值以及及时准确的信息披露的责任,公正合理对待投资者的利润和附加利润的分配;对社会热心关注,慷慨解囊。

总之,社会时代的变迁以及人们关于企业观念的改变客观上要求企业重视人性,在实现其谋求赢利的组织目标的同时,还必须遵守法律、符合道德规范,不应以法律和伦理道德为代价去牟取利润。现代企业应履行社会义务,主动承担社会责任,妥善协调内部人员之间的以及本企业和利益相关者之间的关系。市场经济的本质是平等交易,它的根本道德原则是“不侵害他人的权益”和由此带来的“双赢”,而它的道德基础则是明晰和保护交易主体的产权。要求企业讲伦理并不是否认企业的利益,企业是独立经营、自负盈亏、自我约束、自我发展的个体,它有其自身的利益追求。道德的本质不是“利他”和“自我牺牲”,我们不能要求企业一定要“舍己为人”,而应明确它的正当利益,要求企业在追求自身利益的同时能够不违法、不违反伦理道德准则。郝伯特·西蒙有一句话很精辟地阐述了这个道理:“最成功的生物是对其环境有益的生物。”同样,最成功的企业是最能为消费者及其他利益相关者带来利益的企业,实现赢利性和道德性的统一,这就是企业伦理的应有之意。

### 1.3 企业伦理与企业社会责任

与企业伦理有密切联系的一个概念是企业社会责任。在 20 世纪初的美国,