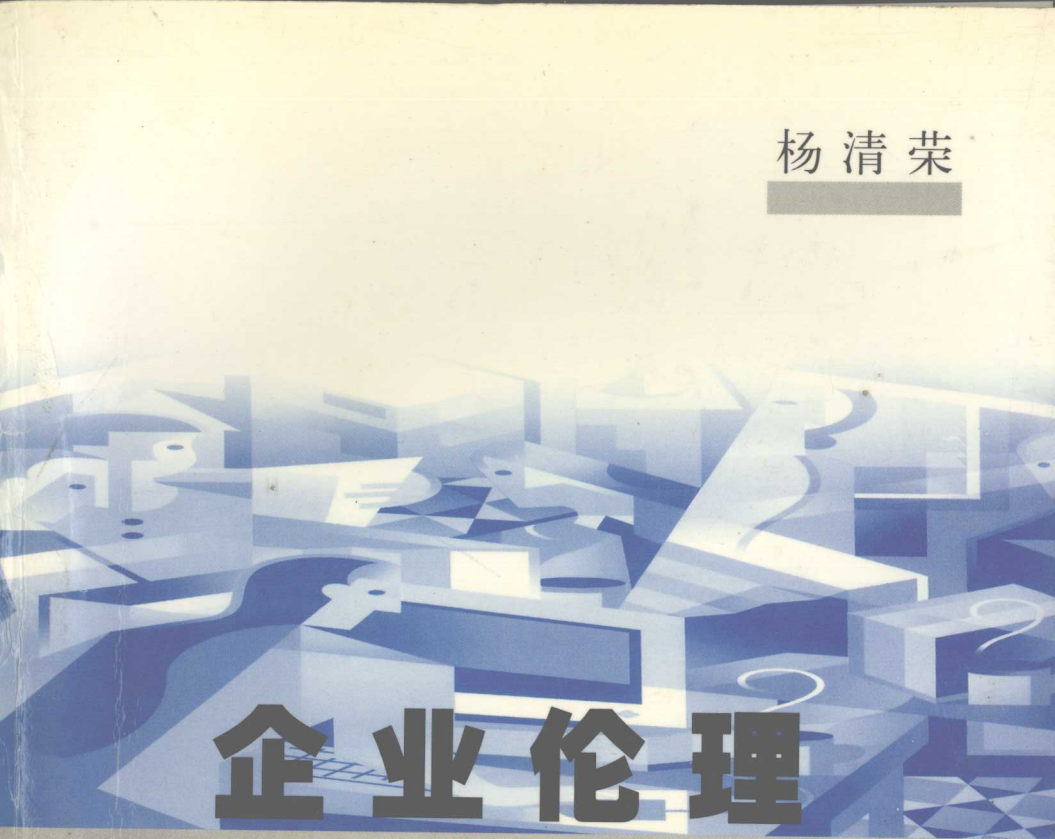


杨清荣



企业伦理 与 现代企业 制度

国家社科基金资助课题

QIYELUNLIYU

XIANDAIQIYEZHIDU

湖北人民出版社

鄂新登字 01 号

企业伦理与现代企业制度

杨清荣 著

出版：湖北人民出版社
发行：

地址：武汉市解放大道新育村 33 号
邮编：430022

印刷：郧县印刷厂

经销：湖北省新华书店

开本：850 毫米×1168 毫米 1/32

印张：10.25

字数：246 千字

插页：2

版次：2000 年 6 月第 1 版

印次：2000 年 6 月第 1 次印刷

印数：1—1000

定价：15.00 元

书号：ISBN 7-216-02881-3/F. 529

序

在建设社会主义市场经济的过程中，如何建立起与之相适应的企业伦理精神，这不仅对社会主义社会中企业的生存与发展，而且对我国社会主义现代化事业的兴衰成败，都有着十分重要的意义。

这些年来，关于市场经济与我国企业伦理精神的研究，已经引起了有关方面的注意，正在不断地深入。杨清荣同志将他撰写的《企业伦理与现代企业制度》一书的初稿送我，要我为他的这本书作序。确实，我对市场经济与企业伦理的问题，没有什么研究，这几年虽然很想看看这方面的专著，但因为时间关系，始终没有能够如愿。读了他的书后，认为他对企业伦理与现代企业制度的关系、对企业伦理在现代企业制度中的重要作用，都有很深入的研究，他的一些看法，都是经过他的深入思考后提出的。他力求在分析市场经济与企业伦理精神之间关系的基础上，提出自己的有创建性的意见和思考。作者不但对西方的市场经济的发展及其伦理精神有深入的了解，而且对我国当前企业中所存在的一些问题，也有实际的

调查和研究,因而对许多现象的分析是中肯的。

作者正确地指出,我国经济体制的改革,现代企业制度的建立,企业利益关系的变化;必然引起道德关系的变化;在建立现代企业制度的同时,提出了伦理精神的重要,如果没有相应的伦理精神,也就不可能真正建立起现代企业制度,这一认识,是有重要的现实意义的。

作者在本书中,紧扣企业伦理与现代企业制度的关系,分析和说明了现代企业制度对企业伦理的要求,又强调了企业伦理对现代企业制度的作用,这些辩证的说明,有利于纠正当前的一个误区,即只重视企业制度的建立而忽视企业伦理重要的偏向。

作者用力最勤、研究最多的是建立什么样的伦理精神的问题。作者认为,为了使企业伦理具有更丰富的内涵和更坚实的基础,必须对市场经济的一般伦理精神进行提炼,并力求在此基础上概括出具有中国特色的企业精神。应当说,作者在这方面是用了很大功夫的。作者十分注意我国建立现代企业制度的实践背景,牢牢抓住中国的客观实际,努力将传统文化中有价值的思想观念融入社会主义市场经济,将企业伦理的根深深扎入中国的土壤,从而使我国的现代企业制度具有中国特色。从有关这方面的论述中,我们可以看到,作者有比较深厚的中国文化的基础,他所作出的一些分析和概括都是经过他的深

人思考的。

作者对新中国成立后我国社会主义道德的集体主义精神,给予了正确的肯定,论证了集体主义是我国社会经济关系的客观要求,强调了任何道德都是以经济关系作为其基础的,作者深刻地指出:“我国目前正在建立社会主义的市场经济体制,尽管这一体制带有市场经济的一般特征,但更重要的是其具有社会主义性质。在我们建立的市场经济体制中,公有经济(包括国有、集体所有)是主体和核心。我国市场经济体制的这一本质特征,客观上要求我国现阶段的道德原则必须与之相适应。也就是说,我们的道德原则必须既适应我国经济体制的客观要求,又要为这一体制从价值观的层面作出阐释和辩护,这就是集体主义原则得以存在的客观基础。”与此同时,作者对新中国成立后的一段时期内所培育和形成的伦理精神,如“孟泰精神”、“铁人精神”、“自力更生、艰苦奋斗”等,也都给予了正确的评价。针对当前社会上所出现的只谈“金钱”而不讲道德的情况,作者认为:今天培养企业伦理精神,还是要从“孟泰精神”、“铁人精神”中吸取营养,还是要发扬自力更生、艰苦奋斗的精神,还是要把中华民族的优良精神品质融涵在内。以此为基础,然后才谈得上容纳市场经济的新观念,这些看法,都是很正确的。

总之,本书能够从理论与实践的结合上,把当前

有关企业伦理的一些重要问题,加以论述。它的出版,对唤起全社会在进行经济体制改革和建立现代企业制度的同时,也努力进行思想、文化和观念方面的变革,将经济体制改革与企业伦理建设配套进行,以更好地推动我国现代企业制度的发展来说,无疑是有重要意义的。我对这方面的问题,没有什么深入的研究,不能作出更全面的评价,这是希望清荣同志和读者谅解的。

罗国杰

2000年5月7日于北京中国人民大学

目 录

前 言	1
第一章 企业伦理:要素与内涵	5
一、企业利益关系的价值反映	5
二、企业的经营哲学和经营理念	7
三、企业的市场行为所展示的伦理价值	9
四、企业管理中的伦理因素	11
五、企业员工的道德环境与道德素质	17
第二章 企业伦理:现状与问题	23
一、历史的包袱与新生的阵痛	23
二、企业伦理精神的茫然	24
三、责任意识的淡漠	28
四、企业管理的单向度	34
五、市场运作的伦理盲点	38
第三章 现代企业制度对企业伦理的要求	43
一、企业伦理对现代企业制度的适应性	43
二、现代企业制度的利益基础	44
三、企业伦理:一种新功利主义	49
四、协调、自律、观念变革	50
第四章 企业伦理对现代企业制度的作用	57
一、企业伦理与企业制度	57
二、企业伦理与企业的经营理念	59
三、企业伦理与“产权明晰”	61

四、企业伦理与“权责明确”	63
五、旧的企业伦理对现代企业制度的消极影响	66
第五章 市场经济的伦理精神	77
一、“最大利益”的二律背反	77
二、市场规范的意义	79
三、人的位置	81
四、市场经济的一般伦理精神	84
第六章 中国文化精神与市场经济	105
一、中国文化能否游离于市场经济之外	105
二、自强不息的精神	107
三、理性的利益观	108
四、整体利益情结	111
五、和合意识	114
第七章 中国的企业精神	118
一、企业精神的认识误区	118
二、中国企业精神的基本内容	121
三、企业精神与企业家	130
第八章 竞争的伦理分析	141
一、人类早期的竞争行为	142
二、自然经济与竞争：畸形的组合	144
三、资本主义条件下的竞争	147
四、竞争的伦理实质	162
第九章 现代企业制度下的竞争伦理	164
一、竞争的道德制约性	164
二、市场竞争的基本伦理	176
三、竞争的道德制约性对我国经济体制改革的启示	189
第十章 企业制度的精神性根源	196
一、影响企业制度的因素	196

二、企业制度的精神因素	202
三、企业制度的精神构成和作用机制	209
第十一章 我国建立现代企业制度的路径依赖	221
一、改革路径依赖的变量分析	221
二、改革路径依赖的价值观基础	228
三、工人：是主人，还是雇员	256
第十二章 现代企业制度的伦理评价准则	264
一、伦理评价：意义和作用	264
二、整体利益原则	272
三、效率与公平相统一的原则	285
四、人道原则	301
后 记	315

前 言

企业伦理是现代企业运作中不可或缺的因素。要想建立现代企业制度，必须同时建立和这一制度相适应的企业伦理。这是因为，现代企业制度既涉及到企业的各种利益关系，又涉及各种伦理关系，仅仅看到一方面的关系是错误的，而必须同时兼顾上述两个方面。我国的经济体制改革的实践证明，随着现代企业制度的建立，企业的利益关系必然发生变化，而利益关系的变化又必然引起道德关系的变化，只有同时关注这两方面的变化，并在建立现代企业制度的同时，建立起将二者耦合起来的机制，才有可能真正建立起现代企业制度。

因此，不应将企业伦理和现代企业制度视为两个彼此独立、互不相干的领域，而应将二者结合起来考察。这样既能揭示现代企业制度的文化底蕴和精神内涵，又能扩展企业伦理的视野及增强企业伦理的实践功能，从而将现代企业制度视为一种包容精神因素在内的、受着某种思想意识和价值观念制约并支持的立体式制度，而不仅仅是单向度的经济制度。这样看问题，就将企业伦理与现代企业制度看作是一个相互制约、相互支持的系统，离开了其中任何一方，社会主义市场经济都不能健康发展。

以上考虑既是出于我国目前理论研究的需要，又是我国企业制度创新实践的要求。

我国理论界目前对企业伦理和现代企业制度都有专门的研究，但由于这种研究是分别进行的，因而存在的问题是显而易见

的。就企业伦理的研究而言,目前大多仅停留在企业的“承诺”、“章程”、“守则”等表层方面,关注的仅是企业的职业道德。较深入的研究也至多关注到企业的管理、企业与环境、企业的竞争行为等方面的伦理问题,而没有将企业伦理放在社会主义市场经济的大背景下去考察,没有将企业伦理作为现代企业制度的一个内在组成部分去考察。就现代企业制度的研究而言,目前的有关理论研究仅仅将这一制度视为一种纯经济制度,因而只是从企业的财产关系和产权制度、企业财产的法人化及法人治理结构、投资主体责任的有限性以及企业管理的科学性等经济层面去探讨,而作为支持这一制度并使之能健康运行和真正发挥作用的精神要素,则在这种研究的视野之外。

从我国经济体制改革的实践来看,建立现代企业制度,是我们建设社会主义市场经济的必然选择。但我们必须清醒地认识到我们建立现代企业制度的实践背景:我国没有经历市场经济的发展阶段,缺乏市场经济思想观念的熏陶,人们的思想观念带有很浓的传统特征;我们是在计划经济的前提下建立现代企业制度的,这一方面增加了这一工作的难度,另一方面又需要我们认真清理计划经济时代的精神遗产,摒弃与市场经济不相适应的思想观念,吸收其中一些合理的因素,服务于现代企业制度;我们的任务是要建立有中国特色的市场经济体系,不言而喻,我们的现代企业制度也应该具有中国特色。而体现这一特色的,除了经济方面的因素之外,更有文化、思想及观念方面的因素。

根据上面所说的理论与实践两方面的要求,本书既不单纯探讨企业伦理,也不对现代企业制度作经济学的研究,而是将企业伦理与现代企业制度均放在中国的文化与国情的大背景下探讨二者的关系。通过这样的研究,试图阐发这样的理念:市场经济不仅仅是一种资源配置方式,而且是一种文化。在我国的经济体制改革和企业制度创新的过程中,如果仅仅抓经济层面的改

革,而不注重文化的改造,是不可能真正获得成功的。同样,如果把现代企业制度仅仅作为一项经济制度来建设,而忽视其中的文化内涵和精神底蕴,也是不可能达到预期目的的。反过来看,如果将企业伦理仅仅视为企业应该遵守的道德规范,而这些规范又是与现代企业制度没有关联的,那就会导致这样的结果:既然企业伦理与现代企业制度属于两个互不相干的领域,那么企业伦理的正当性与实践功能就值得怀疑。不符合现代企业制度要求的企业伦理,不能对现代企业制度起积极作用的企业伦理,不管它看起来多么高尚,也不是我们所需要的。

基于上述思想,本书对企业伦理研究的主要思路是:

第一,跳出仅从企业的行为规范和一般职业道德方面研究企业伦理的狭小圈子,将企业伦理视为市场经济条件下必需的价值观念体系,视为现代企业制度的内在组成部分。这样既能厘定企业伦理在现代企业制度中的地位,又能揭示企业伦理对现代企业制度所应具有的实践功能。

第二,紧扣企业伦理与现代企业制度的关系进行分析,既说明现代企业制度对企业伦理的要求(即企业伦理与现代企业制度的适应性),又说明企业伦理对现代企业制度的作用。

第三,为了使企业伦理具有更丰富的内涵和更坚实的基础,必须对市场经济的一般伦理精神进行提炼,并在此基础上概括出具有中国特色的企业精神。

第四,分析作为现代企业制度组成部分的精神成分,指出其在现代企业制度中的地位和作用,从而从精神因素的角度阐释企业制度的作用机制。

第五,突出我国建立现代企业制度的实践背景,牢牢抓住中国的客观实际,注意始终在中国文化的大背景下探讨问题,努力将传统文化中有价值的思想观念融入社会主义市场经济,将企业伦理的根深深扎入中国的土壤,从而使我国的现代企业制度

具有中国特色。

上述思路只是作者本人对我国企业伦理与现代企业制度关系的理解。由于我国的现代企业制度基本上还处于起步阶段,而我国的企业伦理与市场经济不相容的因素还较多,还需下一番工夫进行改造,因而全面而深入地探讨二者之间的关系还有相当难度。作者作这样的研究,意欲唤起全社会对企业伦理与现代企业制度之间关系的关注,在进行经济体制改革的同时,也努力进行思想、文化和观念方面的变革,将经济体制改革与企业伦理建设配套进行,从而建立起真正符合社会主义市场经济需要的现代企业制度。

第一章 企业伦理：要素与内涵

企业伦理是企业道德关系的客观要求，是对企业基本的利益关系进行价值评价之后所形成的某种道德要求。在企业整个运作过程中，企业伦理起着相当重要的作用，从一定意义上可以说，企业伦理是一个企业的灵魂，或者说，是一个企业的精神支柱。在一个企业内部，如果其中的伦理关系没有理顺，如果没有将全体员工凝聚起来的精神力量，如果没有超出利润追求之上的价值目标，是不可能建立起现代企业制度的。大体说来，企业伦理包括如下几方面的基本要素：

一、企业利益关系的价值反映

企业利益关系是指企业内部特定的利益态势所形成的直接影响人们之间利益构成的客观关系。说它是客观的，是因为从根本上说，任何企业内部的利益关系都受制于社会的生产关系，即生产资料的所有制关系、利益分配关系、以及人们在生产过程中的地位（在今天主要表现为一种管理关系）等几个方面。从这个意义上说，企业的利益关系是不以个人意志为转移的。但是，从生产关系到企业的利益关系，这中间还有若干过渡环节，企业的利益关系并不是直接与生产关系挂钩的，每个企业的利益关系都有其特殊性。正因为如此，企业员工才有可能对本企业的利益

关系进行价值评价。不过就一般情况而言,我们还是可以找出企业利益关系的基本方面:第一,企业的所有权关系;第二,企业的利益分配关系;第三,企业的管理关系。

我们要建立现代企业制度,必然要触动上述基本的利益关系。第一个方面是建立现代企业制度的突破点,也是目前经济体制改革的重点和难点。因为,要建立现代企业制度,首先必须理顺产权关系,而产权关系又是最基本的利益关系。因而产权关系成为人们评价利益关系的首要目标。我国目前的产权关系已呈现多样化的局面,如国有独资企业、国有控股企业、股份公司、股份合作制企业、私营企业(包括外资独资企业和国内私营企业)、以及合资企业等等。不同类型的企业由于其产权关系不同,因此所表现出来的利益关系也有着很大的不同。这样,人们就可以根据各自所处的利益关系作出自己的价值判断和评价。

第二个方面是企业利益关系的直接体现,因为利益分配关系直接表现为人们的利益所得。人们可以从利益分配的方式和利益所得量的多寡直观地感受到某种利益关系是否合理。当然,一定的利益分配关系是由一定的所有权关系决定的,因此在进行价值评价时必须和第一个方面联系起来。

第三个方面即企业的管理关系所涉及的内容也是很广泛的,既涉及到人与人的关系,又涉及到人与物的关系,而其核心则是“人”的问题。诸如在企业的目标管理、效率管理、质量管理、财务管理等方面如何关注人的问题,管理者和被管理者的相互关系问题,企业职工在企业中的地位问题等等,都直接或间接地涉及到利益关系,因而都可以进行价值评价。

在具体的企业活动中,人们总是自觉不自觉地对自己所处的利益关系进行价值评价。这种评价把一定的利益关系区分为合理或不合理、正当或不正当,从而提出自己认为“应当如此”的道德要求。这种道德要求会作为一种道德观念甚至道德信念渗

透到人们日常的企业行为中去,直接影响企业行为的价值取向。因此,对企业利益关系的价值评价,构成了企业伦理的重要部分。

二、企业的经营哲学和经营理念

任何企业都有自己的经营哲学和经营理念,只不过有些企业在这方面表现得自觉一些,而有些企业不怎么自觉罢了。企业的经营哲学或经营理念标志着企业经营的基本价值取向,即企业经营的基本目标、经营的主要方式、各种利益关系的处理方式等。因为这些内容里面包含着诸多可以用道德进行评价的东西,所以也是企业伦理的一个重要组成部分。

企业的经营哲学或经营理念与第一点所述的企业的利益态势是紧密相联的。由于一定的利益要求和需要,企业或许要采取相应的经营哲学、经营理念;而反过来,企业的经营哲学或经营理念又会影响企业的利益要求和利益实现。不过,需要指出的一点是,经营哲学与经营理念并不是自然形成的,它是行为者对一定的利益态势和利益要求能动反映的结果。这就是说,即使具有相同的利益态势和利益要求,但由于行为者对这种利益态势和利益要求所包含的价值取向认识不同,因而很有可能采取完全不同的经营哲学和经营理念。

例如,同是国有制企业,有的经营者会把振兴国有经济、完善社会主义公有制、以及为了国家的富强和人民的幸福作为自己经营哲学的基本思想;有的可能只想本企业怎样获利,更大更远的事情也许在他的视野之外;而有的经营者甚至可能连企业本身的利益都没有放在眼里,一心只想着如何捞取个人私利。同样,即使是在私营企业里,也有把“报效社会,服务人民”作为自己的经营理念的。著名经济学家舒马赫曾经说过,“最伟大的

企业家从不把利润放在第一位”，就是指企业不仅要关注自己的经营哲学和经营理念，而且要尽量使其变得高尚。尽管每个企业都要追求利润，但眼里只有利润的企业家肯定不是伟大的企业家。

企业的经营哲学和经营理念从两方面展示着企业伦理：一方面，一定的经营哲学和经营理念总是支配着企业的经营方式，而这种经营方式又向外展示着企业的形象，这样，社会就可以根据其展示的形象对其进行道德评价。如那些为振兴民族经济而努力拼搏的企业向人们展示着良好的道德形象，因而会得到社会肯定的道德评价；反之，企业如果采取不正当的经营方式，即以损害社会利益和他人利益的方式进行经营，就会受到社会的道德谴责。从这个意义上说，企业向外所展示的企业形象，实际上是展示自己的道德风貌和伦理精神。因此，这个方面实际上是企业伦理的一个很重要的部分，而这一点又往往被许多企业所忽视。

另一方面，企业的经营哲学和经营理念又直接支配着企业的奋斗目标、发展计划、经营作风和管理手段等企业的内部运作，因此，它又向内展示着自己的道德风貌和伦理精神。企业职工可以在自己的日常工作中切身体会到本企业的道德环境和道德水平，从而自觉不自觉地对自己的企业进行道德评价。这种评价如果符合自己认为“应该如此”的道德要求，就会对企业产生一种认同感，这样，企业就会对职工产生一种凝聚力和向心力。反之，如果职工的这种评价不符合自己内心的道德要求，就会对企业产生一种否定感和排斥感，从而觉得自己和企业格格不入，这样所产生的后果是不言而喻的。

以上从对外和对内两个方面分析了企业的经营哲学和经营理念中所包含的企业伦理。实际上这两方面是紧密相联的，并且都对企业的经营活动产生重大影响。对外的道德形象代表着企