

戚安邦 姜 卉 等著

CHINA MBA

中国MBA商业伦理和职业道德教育

BUSINESS ETHICS
&
MORAL
EDUCATION

南开大学 出版社

中国 MBA 商业伦理和职业道德教育

戚安邦 姜卉 等著

南开大学出版社
天津

图书在版编目(CIP)数据

中国 MBA 商业伦理和职业道德教育 / 戚安邦等著. 天津:南开大学出版社, 2007. 11

ISBN 978-7-310-02803-0

I. 中… II. 戚… III. 商业道德—研究生教育—研究—中国 IV. F718-4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 168109 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人:肖占鹏

地址:天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码:300071

营销部电话:(022)23508339 23500755

营销部传真:(022)23508542 邮购部电话:(022)23502200

*

河北省迁安万隆印刷有限责任公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2007 年 11 月第 1 版 2007 年 11 月第 1 次印刷

787×960 毫米 16 开本 15 印张 280 千字

定价:29.00 元

如遇图书印装质量问题,请与本社营销部联系调换,电话:(022)23507125

前 言

本书是全国教育科学“十五”规划教育部级重点课题——MBA 商业伦理与职业道德教育研究(课题批准号:DEA030114)的最终研究成果,是全体课题组成员共同努力的结果,也是南开大学本课题组全体老师和同学们合作的成果。整个课题的研究和本书的写作分工情况是:本课题发表的第一、第二、第三篇研究论文由戚安邦和姜卉共同完成,据此由姜卉执笔完成了第一章、第二章、第三章、第七章的撰写;本课题发表的第四和第五篇研究论文是由戚安邦与徐国振、姜卉与李静共同完成的;本课题发表的第六篇研究论文是由戚安邦与李静、姜卉与徐国振共同完成的,在此基础上第四章由姜卉、徐国振、李静合作完成撰写,第五章由姜卉和李静合作完成撰写,第六章由徐国振为主完成撰写。整个课题的研究和全书的定稿由戚安邦最终完成。

由于本课题的研究和本书的撰写工作时间有限,加上作者的能力也同样有限,所以本书一定会存在诸多不足,敬请读者见谅。

全体作者

2007 年 6 月于南开园

课题研究已发表的成果

1. 戚安邦、姜卉,《我国 MBA 商业伦理教育普及性分析及对策研究》,《学位与研究生教育》,2007 年第 10 期。
2. 戚安邦、姜卉,《中国 MBA 商业伦理和职业道德现状实证研究》,《科学与科学技术管理》,2007 年第 4 期。
3. 戚安邦、姜卉,《论中国 MBA 商业伦理教育目标体系的构建》,《现代大学教育》,2006 年第 6 期。
4. 戚安邦、徐国振、姜卉、李静,《中国 MBA 商业伦理和职业道德教育效果评价方法研究》,《内蒙古师范大学学报(教育科学版)》,2006 年第 11 期。
5. 戚安邦、徐国振、姜卉、李静,《中国 MBA 商业伦理和职业道德教育内容的实证研究》,《内蒙古师范大学学报(教育科学版)》,2007 年第 3 期。
6. 戚安邦、李静、姜卉、徐国振,《我国 MBA 商业伦理与职业道德教育方法研究》,《中国教育教学杂志》,2006 年第 7 期。

目 录

第1章 总论	(1)
1.1 本书编著背景	(1)
1.2 编著本书的目的	(8)
1.3 研究方法与技术路线	(9)
1.4 本书主体内容架构	(11)
第2章 中国 MBA 商业伦理和职业道德存在的问题及成因分析	(15)
2.1 中国 MBA 商业伦理道德问题的实证调查与分析	(15)
2.2 中国 MBA 商业伦理道德问题成因分析	(28)
2.3 中国 MBA 商业伦理道德问题解决方案研究	(34)
2.4 MBA 商业伦理和职业道德教育需求分析及教育可行性 分析	(37)
第3章 中国 MBA 商业伦理和职业道德教育目标体系的构建	(42)
3.1 构建中国 MBA 商业伦理和职业道德教育目标体系的 作用和意义	(42)
3.2 中国 MBA 商业伦理和职业道德教育的目标取向及目 标制定原则	(44)
3.3 中国 MBA 商业伦理和职业道德教育目标体系的初步构建	(47)
3.4 中国 MBA 商业伦理和职业道德教育目标体系的验证	(61)
第4章 中国 MBA 商业伦理和职业道德教育的内容	(76)
4.1 企业社会责任	(76)
4.2 企业相关利益者管理研究	(85)

4.3	商业伦理相关知识	(98)
4.4	商业伦理和职业道德规范研究	(106)
4.5	伦理决策	(121)
4.6	伦理领导	(143)
第5章	中国 MBA 商业伦理和职业道德教育的方法	(151)
5.1	MBA 商业伦理教育模块	(151)
5.2	传统的 MBA 商业伦理教育方法	(153)
5.3	经验学习法在 MBA 商业伦理教育中的应用	(162)
第6章	中国 MBA 商业伦理和职业道德教育效果的评价	(168)
6.1	中国 MBA 商业伦理教育效果评价概述	(168)
6.2	中国 MBA 商业伦理和职业道德教育效果的评价模式和过程	(173)
6.3	中国 MBA 商业伦理教育效果评价应采用的评价方法	(184)
第7章	中国 MBA 商业伦理和职业道德教育保障体系的构建	(191)
7.1	中国 MBA 商业伦理教育现状分析	(191)
7.2	中国 MBA 商业伦理教育问题的成因分析	(200)
7.3	中国 MBA 商业伦理教育保障体系的构建	(205)
附 录		(213)
参考文献		(222)
致 谢		(231)

第1章 总论

在企业的经营活动中,经营者和管理者的决策与行为是影响企业伦理水平的关键。MBA 研究生作为未来企业的经营者和管理者,其伦理水平会对企业乃至社会产生广泛而重要的影响。因此,提高 MBA 研究生商业伦理和职业道德水平具有非常重要的社会现实意义。开展 MBA 商业伦理和职业道德教育是提高 MBA 研究生商业伦理和职业道德水平的一种直接、有效的方法。本书作者对中国 MBA 商业伦理和职业道德教育进行了深入的研究。本章将主要介绍和阐述全书的编著背景、编著目的、主体内容框架以及研究方法等。

1.1 本书编著背景

本书是全国教育科学“十五”规划教育部级重点课题“MBA 商业伦理与职业道德教育研究”(DEA030114)的研究成果。任何一个科学命题都是在必要的研究背景之下产生的,本研究也不例外。所以,详细阐述本书的研究背景是非常有必要的。

1.1.1 商业伦理在社会经济和企业经营发展中的作用日益凸显

弗里切指出,无论从宏观视角还是从微观视角看,伦理行为对于社会经济发展和企业经营发展都是非常必要的。宏观视角考虑到伦理在整个经济系统中的重要性,非伦理行为会破坏市场体系,最终会导致资源的无效配置。微观视角则讨论伦理对单个公司的重要性,非伦理的行为会降低组织的长期绩效。^① 商业伦理在当代中国的重要性主要体现在以下四个方面:

(1) 工商企业和经济发展对社会生活影响的日益增强呼唤商业伦理

无论是在国内还是在国外,工商企业和经济发展都已成为当代社会的主要驱动力量。它们二者与现代技术结合在一起,日益塑造着人们的思想和行为,对

^① 弗里切. 商业伦理学, 影印版. 北京: 机械工业出版社, 1998 年。

研究开发、电子通信、生物技术、政治、教育、文化、宗教和家庭等各个生活领域,发挥着越来越大的影响。然而,它们的影响越大,就越迫切地需要确保它们“朝着正确的方向”发展。对工商企业和经济发展的引导必须既来自“外部”,又来自“内部”。来自外部的引导是靠政治压力、法律法规、社会文化的习惯和知识;来自内部的引导要靠企业组织和工商人士前瞻性的行为,靠行为和企业联盟等的自我约束。要获得这种引导,仅仅靠外部的途径是不够的,因为它缺乏企业的内在承诺;仅仅靠内部的途径也是不够的,因为企业像任何团体一样,只是社会的一个部分,需要其他外部控制与引导。不过,由于经济行为主体享有越来越多的自由,并且因此负有越来越多的责任,内部的途径正变得越来越重要。^① 因此,倡导行为自律的商业伦理会发挥越来越重要的作用。

(2) 构建和谐社会的社会要求企业追求伦理

我国正在建设“民主法制、公平正义、诚信友爱、充满活力、安定有序、人与自然和谐相处的社会主义和谐社会”。构建和谐社会,企业的作用不可忽视。这是因为企业不仅是社会财富的主要创造者,而且是有效配置经济资源的市场主体,是社会经济组织。企业的活动不仅影响着社会利益分配格局,而且也影响着社会政治、文化变革,影响着人们的道德价值取向,还特别影响到自然生态环境变好还是变坏。社会对企业的期望,是要求企业维护和促进社会公正、公平,平等地保障各方相关利益。也就是说,企业要确实承担起社会责任,做一个“遵法纪、重伦理、行公益”的好公民,尽早完成由“经济人”向“道德人”的转换。在未来,我们会面临更大的挑战。我们不能仅仅是被动的回应,我们应该积极主动地探寻企业与社会和谐之路,实现可持续发展的目标。

(3) 企业经营活动中丑闻频出呼唤商业伦理

商业伦理研究与实践的盛行的原因之一就是经济活动中丑闻频出。例如,2005 年轰动中国的哈尔滨医科大学附属第二医院天价药费事件,中石油吉林石化公司双苯厂发生爆炸后引发一系列后果的善后处理,令人触目惊心的矿难事故的频繁发生。其他如上市公司财务造假、假冒伪劣产品坑害消费者、企业恶意拖欠银行贷款、环境污染、拖欠员工工资等有违伦理道德的事件更是时有发生。而 2005 年,对于跨国公司在中国的经营之路,亦是无法让人忘怀的一年。在这一年里,在华知名跨国公司陷入了前所未有的信任危机。肯德基的调料中发现了“苏丹红一号”;联合利华的“立顿速溶茶”被怀疑氟化物超标而进入“黑名单”;宝洁的“SK-II 抗皱精华乳”涉嫌发布虚假广告欺骗消费者,正面临全国范围内

^① 恩德勒. 面向行动的经济伦理学. 高国希等译. 上海:上海社会科学院出版社,2002 年,第 22 页。

的消费者诉讼。还有些跨国公司以本土化为名漠视社会责任,2006年就有33家在华跨国公司被环保部门列入水污染“黑名单”。这一切都呼唤着企业家的道德良心、企业伦理精神的重构。

(4) 全球经济一体化进程的加深为企业之间的竞争带来新的视角

恩德勒指出,道德行为在于公司开明的利益,这种行为被看作参与全球市场竞争的一种重要的统合动力。^①国内学者周祖城则认为卓越伦理因其有价值、稀缺性以及难以模仿而成为企业竞争优势的一个来源。这一竞争优势具有稀有性、可靠性、可持续性。^②在全球经济一体化的背景下,一方面,企业社会责任已成为中国企业进入国际市场实实在在的门槛。中国企业刚刚走上国际化之路,就遇到了欧盟、美国、日本等发达国家的企业社会责任检验标准,并由此决定是否允许中国企业进入其市场。另一方面,全球性的竞争日趋激烈,单纯依靠传统的控制产品质量、提高生产能力等手段已不足以应对竞争,承担企业社会责任、树立企业正直名声已成为另一种竞争资源。研究表明,企业追求伦理有助于树立良好的信誉,而信誉能产生效益。一个企业信誉的高低与企业获利能力的强弱存在着明显的正相关关系。企业的信誉是指企业及其产品与服务在社会公众中的信任程度。欧美国家最近的一次调查结果表明,10%的消费者认为“公司对社会的责任承诺是他们购买产品或服务时考虑的一个重要因素”,58%的消费者认为“公司对劳工问题没有给予足够的关注”,超过50%的消费者表示“他们会对没有社会责任的公司采取负面的行动”,20%的消费者表示“他们过去已经采取了行动来‘惩罚’这类公司”。^③与此同时,企业也应意识到对员工负起道德责任的重要。有关的问题包括安全稳定的工作环境、受到公平对待、获得如实的工作评估、有机会在错中改过等。员工的权益得到了保障,生产力自然提高,企业的竞争实力也会大大增强。

1.1.2 企业经营者和管理者是决定企业伦理的关键

理查德·T·德·乔治指出人是伦理问题的中心,对制度与组织的伦理分析最终必然以受其影响的人为轴心。^④研究发现,组织中个人的伦理决策会对社会产生真实的影响。在利益与伦理之间的取舍上,个人是关键,换言之,企业伦理往往取决于企业内决策者个人行为的对错。^⑤既然人是伦理问题的中心,那么企业

① 恩德勒,面向行动的经济伦理学. 高国希等译. 上海:上海社会科学院出版社,2002年,第6~7页。

② 周祖城,基于卓越伦理的竞争优势. 南开商业评论,2002(2):第59~63页。

③ 罗兴武,游蓓蕾. SA8000认识上的几个误区. 经济论坛,2006(14):第54~56页。

④ 乔治. 经济伦理学. 李布译. 北京:北京大学出版社,2002年,第145页。

⑤ Reick D. Balancing ethics and profitability. Direct Marketing, 1998, Vol. 61, Issue 6: 53~56.

中个人的伦理道德素质就显得格外重要,其中,企业的经营者和管理者因其本身的角色示范作用以及对组织文化和结构的控制权力,而成为决定企业伦理的关键所在。很明显,企业经理人的个人私利影响其个人伦理程度,并造成较高程度的不伦理行为。^①Andrews 观察到企业执行官通常必须依靠他们自己的判断对有争议的问题作出决策,必须以他们自己的意愿、经验、智力寻找他们用于平衡冲突的要求的原则。^②而在众多有关企业内部影响不道德行为因素的研究中,上司的行为均是影响最高的一个因素。^③阿奇·B. 卡罗尔指出,对社会来说,经理可以扮演一个重要的伦理楷模的角色。他们能够成功地向大众传达企业中正直的重要性,经理还会对社会的总的伦理水平产生重要影响,并对未来自由企业制度的发展产生重要影响。^④由此可见,管理者的商业伦理水平不仅影响着其所做决策的伦理取向,还影响着下属及同事的商业伦理态度和行为,进而影响到企业的伦理氛围,甚至对整个社会的道德风气、经济制度产生重要影响。因此,提高企业经营者和管理者的商业伦理水平具有重要的社会意义。

然而,虽然经营者与管理者在企业伦理中扮演着重要的角色,但绝大多数管理者缺乏处理经营中所涉及伦理问题的经验,在这种情境下束手无策。由于一直将伦理道德准则视为个人观点,因而他们发现以客观的标准进行道德判断十分困难。而多数人在经营中只顾及法律的约束而放弃了对道德的诉求,这种行为通常并非出于恶意或违背道德准则的愿望,而是反映了企业内部缺乏一种机制给予道德因素和财力因素相同的重视与考虑,也体现了企业内部人员缺乏进行公开道德推理论证的能力与自信。即使那些从道德角度堪称典范的企业,在维护自身道德形象与地位的工作上也表现得并不心甘情愿。

我国著名的零点调查集团受新加坡昂记科技公司的委托,对北京、上海、广州等地 300 家企业的负责人进行了随机抽样调查,得出了以下四方面的结论:(1)不太熟悉商业伦理和容忍非道德行为。企业经营者对商业伦理的熟悉程度尚不够,商业伦理规则处在低水平的自发遵循状态,对商业伦理重要性的认识与实际生活中非道德商业行为的高度容忍形成强烈反差。(2)理想中的维护道德,

① Hoffman J. J., Couch G. L., Bruce T. The effect of firm profit versus personal economic well being on the level of ethical responses given by managers. *Journal of Business Ethics*, 1998, Vol. 17, Issue 3: 239~244.

② Andrews K. Ethics in practice. *Harvard Business Review*, September/October, 1989: 99~104.

③ Bowie N. E. Business ethics. In: DeMarco J., Fox R., eds. *New directions in ethics: the challenge of applied ethics*. Routledge, London. 1986, 158~172.

④ 卡罗尔, 巴克霍尔茨. 企业与社会: 伦理与相关利益者管理. 原书第五版. 黄煜平等译. 北京: 机械工业出版社, 2004 年, 第 133 页.

现实中的违反道德。经营者们期待诚信、公正、合乎人情的商业伦理关系,但是利益和现实功用的驱动性往往使大家屈从于违反道德价值的现实。(3)崇尚良好商业伦理却缺乏内在道德自省。企业经营者崇尚良好的商业伦理道德,但认识上偏差很大,将不良道德习气归咎为社会环境,不作自我内在的深刻反省,这成为企业经营中非道德现象蔓延的重要原因。(4)商业伦理规则的制度化水平有待提高。

总体而言,中国商业伦理规则的制度化水平尚不高。制定规则的主要推动者是企业的高级管理层与上级单位。由于缺乏对企业全体成员道德诉求的整合,因而存在着将商业伦理规则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守规则。^① 这种状况显然需要有所改变,在处理经营活动中所涉及的伦理价值观与道德问题时,具备审视伦理状况的正确视角以及关于伦理讨论所需技巧的充分知识是非常必要的。因此,应该从根本上提高企业家的道德水平,将中国企业家塑造成道德型的企业家,最终真正形成中国的道德企业家阶层。

1.1.3 MBA 研究生会在未来成长为企业的经营者和管理人员

MBA 研究生作为未来的企业经营者或管理者(很大一部分 MBA 研究生已经是企业的经营者或管理者),其商业伦理道德不可忽视。《福布斯》杂志中文版在 2005 年第一次推出中国最具价值 MBA 榜单。^② 调查结果表明入选商学院的 2001 届 MBA 毕业生在职位上得到了很大提升。就读 MBA 之前,仅有 14.97% 的学员在企业中担任高层经理(或以上)职位,毕业后第一年这一数字上升到 25.7%,毕业 4 年之后则有 46.3% 的毕业生出任高管职务。全日制毕业生入学前后职位改变尤为明显,入学前身居高层经理职位的比例仅为 10.4%,毕业 4 年后这一比例上升到 42.6%,是入学前的 4.1 倍。继 2005 年首度推出此项榜单后,《福布斯》中文版 2006 年针对符合入选要求的 50 所中国商学院及其毕业生进行调查,选出了 10 个投资回报最高的全日制 MBA 项目和 25 个投资回报最高的在职 MBA 项目。经过调查发现,入选商学院 2002 届 MBA 毕业生,在毕业后 4 年时间内职位大幅提升。全日制 MBA 毕业生在就读 MBA 之前,仅有 22.4% 的学员在企业中出任总监以上级别的高层管理职位,而在毕业 4 年后,则有 50.5% 的学员出任高管,其中 16.4% 的学员已经成为企业最高管理者,如表 1.1 所示。

① 王学义. 21 世纪新公司塑造——企业伦理学. 西南财经大学出版社, 2004 年, 第 232 页。

② 《福布斯》中文版发布 2005 年度中国最有价值商学院. <http://www.forbeschina.com/inc/mbas.asp>. 2005-4-7/2006-11-10。

表 1.1 MBA 教育给毕业生迅速带来职位提升^①

职位	入学前	第一年	目前
最高管理者	3.6%	6.6%	16.4%
高层经理	18.8%	23.2%	34.1%
中层经理	44.7%	44.3%	33.7%
专业人士及其他	33.0%	25.9%	15.8%

资料来源: 2006 年《福布斯》中国最具价值 MBA. <http://biz.163.com/special/00021SNK/2006forbesmba.html>. 2006 年 11 月 10 日。

从这些数字可以看出, MBA 研究生毕业后成为职业经理人甚至组织最高管理者的概率非常高。而个人所处的管理层次越高, 受到其决策影响的相关利益者就越多也越重要, 因此其伦理决策也越重要。对于 MBA 研究生, 我们不仅要将其视作在职场上开拓自己事业的个人, 而且还要考虑到其作为管理者, 作为企业领导乃至组织的经营者, 其决策与行为在组织内外所产生的广泛影响。如果他们有很好的商业伦理道德, 不仅他们的企业会运作失败, 而且会造成一系列的商业伦理与社会道德方面的行为后果, 从而危害整个社会。因此, 对 MBA 研究生进行商业伦理教育是非常有必要的, 也是非常急迫的。

1.1.4 中国 MBA 商业伦理和职业道德教育研究与实践存在显著不足

任何一门学科的建立, 都应当基于一定的研究基础之上, 商业伦理学也不例外。在国外, 有关商业伦理教育的研究已颇为深入。随着商业伦理学的诞生, 商业伦理学即被引入教学领域。1962 年, 美国政府公布了一份报告——《关于企业伦理及其相应行动的声明》。同年, 威廉洛德在美国管理学院联合会成员中开展了一项关于企业伦理课必要性的调查。被调查者一致认为, 企业伦理学应该成为企业管理教育的重要组成部分。^② 1974 年 11 月, 在美国堪萨斯大学召开了第一届商业伦理学讨论会, 此举被认为是商业伦理学的正式确立。自此, 商业伦理学在高校讲坛上获得了应有的地位。绝大多数管理学院都意识到了关注管理行为和企业行为中的伦理问题不仅恰当, 而且必要, 因而不少管理学院和哲学系都开设了管理伦理和商业道德方面的课程, 各种商业伦理讲座也开始盛行。之后, 国际精英商学院协会(The Association of Advance Collegiate Schools of Business, 以下简称 AACSB) 要求所有的商学院, 都应该将商业伦理以某种形式囊括进课程中。1987 年美国前证券交易委员会主席约翰·沙德捐赠 2000 万美元给

① 最高管理者指董事长、企业所有人及总裁、总经理; 高层经理指总监以上职位的人士; 中层经理指各部门经理; 专业人士指咨询顾问、律师、会计师等。

② 张应杭, 黄寅, 企业伦理: 理论与实践。上海: 上海人民出版社, 2001 年, 第 3 页。

哈佛商学院,倡议在商学院进行“伦理与领导力”的研究及教育。^①约翰·沙德主席的倡议得到响应,现在该课程成为哈佛工商管理硕士新生的必修课,所有申请报考哈佛 MBA 的学生,都必须写一篇管理伦理方面的论文,全体新生入学后的第一门课程便是“商业管理的决策与伦理的价值”。目前,美国主流社会树立了“道德能传授,也应该被传授”的理念。2002年,在美国商学院中教授的商业道德课程达500多门,90%的国家商学院提供了有关这个方面的一些类似训练。在这个领域中,有25本教科书和3本学术杂志,至少有16个正在运作的商业道德研究中心已在一些著名的商学院建立。^②商业伦理学不再是“企业与社会”和“公共政策”之类课程附加的或从属的内容,而是一门独立的课程。^③1996年,史蒂文·西尔比格(Steven Silbiger)从全美最佳的10所商学院开设的大量MBA课程中,概括出各商学院普遍重视的MBA精华课程,即9门核心课程,其中商业伦理学榜上有名。在欧洲,许多大学也相继开设了商业伦理学方面的课程。1983年,荷兰商学院率先行动,设立了欧洲第一个商业伦理学讲座,此举在荷兰高等院校中引起强烈共鸣。1986年,荷兰特温特大学商业管理学院也设立了相同内容的讲座。1987年,瑞士圣加伦州开设了类似的讲座。1989年,荷兰两个最新的商业伦理学讲座在林堡省大学和阿姆斯特丹基督教大学设立。另外,法国里昂等商学院与一家法国公司合作,开设了以“商业伦理和欧洲文化”为主题的讲座,试图将商业伦理同欧洲最优秀的文化传统结合起来,探讨改进商业伦理的新路子。特别是20世纪90年代中期以后,企业伦理研究及实践又有了新的进展。突出表现在企业伦理教育方面,一大批反映新研究成果的企业伦理教育的论文陆续发表。在美国,已有多种版本的专门性企业伦理案例。企业伦理学在西方国家已成为一门不可或缺的独立学科。

虽然国际上有关MBA商业伦理和职业道德教育的研究十分广泛和深入,但是我国在这方面的研究上基本上还是空白。有限的几篇有关商业伦理教育的论文^{④⑤⑥},也多是倡导性的文章,缺乏对整个中国MBA商业伦理和职业道德教育体系深层次的探讨。我国至今没有出台有关MBA商业伦理和职业道德教育

① Piper T. R., Gentile M. C., Parks S. D. Can ethics be taught: perspectives, challenges, and approaches. At the Harvard Business School, 1993; foreword.

② 郭勇. 美国商学院的商业伦理教育及启示[J]. 江苏商论, 2005(4), 第32页。

③ 周祖城. 管理与伦理. 北京: 清华大学出版社, 2000年, 前言。

④ 郭勇. 美国商学院的商业伦理教育及启示. 江苏商论, 2005(4), 第32~33页。

⑤ 刘海燕. 工商管理专业中商业道德教育的思考. 西安电子科技大学学报(社会科学版), 2003, 13(2), 第49~54页。

⑥ 聂进. 关于普及和加强我国商业伦理教育的思考. 武汉大学学报(社会科学版), 2003, 56(6), 第808~812页。

的统一的教學标准,没有明确 MBA 商业伦理和职业道德教育的内容及教育方法,没有规定有关 MBA 商业伦理和职业道德教育效果的评价指标和评价方法,也没有相应的 MBA 商业伦理和职业道德教育的保障体系。在中国 MBA 商业伦理和职业道德教育的实践上,也存在许多问题:一是普及率不高,浏览国内知名的商学院 MBA 课程网站发现,只有少部分商学院设有相关课程,且多数列于专业方向选修课中;二是在教育内容、教育方法上,各商学院仍没有达成一致意见;三是所选教科书五花八门,侧重点各有不同。这样一来,中国的 MBA 商业伦理和职业道德教育的效果就难以得到保证,最终导致各界人士对中国 MBA 商业伦理和职业道德教育持怀疑态度,从而不利于 MBA 商业伦理和职业道德教育在全国的普及以及相关研究与实践的快速发展。因此,开展 MBA 商业伦理和职业道德教育的研究不仅具有重大的现实意义,而且具有很强的理论意义。

1.2 编著本书的目的

本书是全国教育科学“十五”规划重点课题“MBA 商业伦理与职业道德教育研究”(DEA030114)的研究成果。著作本书的目的主要有四点:

1.2.1 提高商学院对 MBA 商业伦理和职业道德教育的重视程度

以美国为首的发达国家,对 MBA 商业伦理和职业道德教育的重视程度日益增加,许多大学都投入了大量的资源用于 MBA 商业伦理和职业道德教育的研究与实践活动,同时也取得了良好的成效。但综观我国在这方面的发展,尚处于起步阶段,理论研究与实践都相当薄弱。而编著本书的目的之一就是期望能够通过本书在某种程度上提高商学院对 MBA 商业伦理和职业道德教育的重视,从而在 MBA 商业伦理和职业道德教育理论研究和教学实践两方面取得成效。

1.2.2 推动中国 MBA 商业伦理和职业道德教育理论研究

在中国 MBA 商业伦理和职业道德教育的理论研究上,缺乏对社会和中国 MBA 研究生群体本身对商业伦理和职业道德教育的真实需求的研究,没有建立一套系统的中国 MBA 商业伦理和职业道德教育体系。本书通过问卷调查的方法对中国 MBA 群体的特征以及当前商业伦理和职业道德现状进行了分析,并在此基础上分析了中国 MBA 商业伦理和职业道德教育的需求问题。目的是通过这些基础性工作,来推动中国 MBA 商业伦理和职业道德教育的理论研究,从而为中国 MBA 商业伦理和职业道德教育的实践提供理论上的依据。

1.2.3 促进中国 MBA 商业伦理和职业道德教育实践

在中国 MBA 商业伦理和职业道德教育的实践中,为 MBA 开设商业伦理这门课的商学院仍只是一小部分,且多采用国外 MBA 商业伦理课程的教材,亦

以跨国公司的案例居多,整体教育实践处于初行时的混乱状态。本书力图构造一个初步的中国 MBA 商业伦理和职业道德教育体系,内容涵盖教育目标、教育内容、教育方法、教育效果评价等多个方面,目的就是为中国 MBA 商业伦理和职业道德教育实践在某种程度上起到指导作用,有效地促进中国 MBA 商业伦理和职业道德教育实践工作的开展。当然,本书所构造的中国 MBA 商业伦理和职业道德教育体系是一个没有经过实践检验的模型,其中难免有疏漏和粗糙之处,而这一切,都有待于广大商业伦理教育工作者以及 MBA 研究生给予积极的反馈并提出宝贵意见。

1.2.4 提高中国 MBA 研究生的伦理管理能力

在我们针对中国 MBA 研究生所做的问卷调查中,有几个数据对于我们了解中国 MBA 群体的特征很有助益,同时也有助于我们有效地开展中国 MBA 商业伦理和职业道德教育。中国 MBA 研究生年龄在 25 岁~35 岁之间的占总样本的 93%;工作时间少于 5 年的仅占 18%,其余 82%都是工作时间长于 5 年的;而在职位上,91%的 MBA 研究生都拥有管理工作经验。所有这些数据表明,中国 MBA 研究生是具有管理工作经验的成年人,其价值观已基本形成并趋向于稳定。因此,本书并不是想通过告诉 MBA 研究生什么是对或什么是错来进行道德说教;同样,学习这本书本身并不会使读者更加“道德”。但本书有助于 MBA 研究生澄清现有的价值观,使其在未来的商业决策中能够理解和利用现有的价值观与信念,鼓励他们去思考他们所做的决策对商业和社会的影响,更好地理解组织和社会的关系,组织和各相关利益者的关系;本书有助于 MBA 研究生掌握有关商业伦理的知识、工具、模型、方法,培养他们伦理决策、伦理领导的能力;本书有助于使 MBA 研究生了解整个中国 MBA 商业伦理和职业道德教育体系,以利于他们在学习过程中,维持浓厚的兴趣,愿意参与到商业伦理和职业道德教育这门课程质量的持续改进工作之中。

1.3 研究方法与技术路线

1.3.1 研究方法

科学合理的研究方法是顺利完成本研究的保障,而采用的研究方法应该与研究目的以及研究问题高度契合。本书的每一章都是围绕着中国 MBA 商业伦理和职业道德教育这一主题展开研究,但每一章都有各自独特的目的和研究的子问题,因此所用的研究方法大相径庭。本研究所采用的研究方法包括文献研究法、实证研究法、专家评议法以及演绎推理法。

1.3.1.1 文献研究法

为了从总体上准确地把握 MBA 商业伦理和职业道德教育的研究进展,作者查阅了大量有关商业伦理教育、伦理决策、伦理领导以及伦理型组织建设等方面的国内外文献。大量的文献阅读为作者了解相关研究进展,构建研究思路奠定了深厚的基础。

1.3.1.2 演绎推理法

第二章到第七章的主体内容都是在对各种各样的管理理论、社会心理学理论及管理实践的总结抽象基础上进行的,因而包含有大量的归纳演绎、逻辑推理方面的内容。无论是分析中国 MBA 商业伦理和职业道德方面问题产生的原因,还是 MBA 商业伦理和职业道德教育目标体系的初步构建,或者是 MBA 商业伦理和职业道德教育的内容与方法、MBA 商业伦理和职业道德教育的效果评价,到最后 MBA 商业伦理和职业道德教育保障体系的构建等,都是立足于各种管理学、社会心理学、教育心理学的理论,通过层层演绎推理得出最后结果。

1.3.1.3 实证研究法

本研究通过问卷调查分析了中国 MBA 研究生在商业伦理道德方面存在的问题,以及他们对开展 MBA 商业伦理和职业道德教育所持的态度,并通过教学方法以及所采用案例的类型等问题征求了他们的意见。在确定我国商业伦理教育现存问题上,本研究通过查询各大学网站商业伦理相关课程的设置情况,发现中国 MBA 商业伦理和职业道德教育存在普及度低的问题,同时通过在国内各大数据库查询商业伦理教育相关文章,验证了我国商业伦理教育相关研究还处于起步阶段。

1.3.1.4 专家评议法

本研究为了保证通过理论演绎所提出的 MBA 商业伦理和职业道德教育目标体系的科学性、合理性,采用专家评议法对依靠演绎推理而建构的目标体系进行了评议。从目标体系的整体框架以及子目标的必要性、可实现性、完整性、清晰性等五个方面对所有的子目标进行了评议。

1.3.2 技术路线

本研究首先通过文献查阅和问卷调查的方法分析了中国 MBA 研究生商业伦理道德方面存在的问题及其成因,从社会、企业、商学院教育的角度提出了解决上述问题的办法,指出开展 MBA 商业伦理和职业道德教育是解决中国 MBA 研究生现有商业伦理道德问题的最直接、最有效的办法。接下来,本书运用推理演绎的研究方法,以 Trevino 的伦理型领导模型为理论基础,从教育能够实现的途径确定了中国 MBA 商业伦理和职业道德教育目标,通过对教育目标科学的分解,从知识层、技能层和价值观层确定了更为具体、更具操作性的教育子指标,