

张应杭 著

企业伦理学导论

浙江大學出版社

企 业 伦 理 学 导 论

张 应 杭 著

浙 江 大 学 出 版 社

图书在版编目(CIP)数据

企业伦理学导论 / 张应杭著. —杭州: 浙江大学出版社,
2002.9

ISBN 7-308-03018-0

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 039928 号

出版发行 浙江大学出版社

(杭州浙大路 38 号 邮政编码 310027)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

(E-mail: zupress@mail.hz.zj.cn)

责任编辑 李桂云

排 版 者 浙江大学出版社电脑排版中心

印 刷 浙江大学印刷厂

开 本 787mm×960mm 1/16

印 张 24.5

字 数 427 千

版 印 次 2002 年 9 月第 1 版 2002 年 9 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 7-308-03018-0/F·393

定 价 36.00 元

前言

在西方,企业伦理学这门学科经过几十年的争论与探索已普遍受到工商企业界和理论界的重视。据有关资料统计:90%的美国商学院都开设了相应的课程,90%的“《财富》500强”企业都有成文的伦理守则规范员工行为;3/5的美国大企业设有专门的伦理机构,30%~40%的美国企业进行了某种形式的伦理培训。尤其是一向专注于工商技能和实践的MBA教育,也已日益意识到正确的伦理价值观念的有效植入对于管理人才培养的充分必要性。于是,以美国哈佛商学院开设“决策及伦理价值”的核心课程为标志,企业伦理普遍进入了美国各大学商学院的相关课程表内。事实证明,这一举措有着非凡的战略意义,它有效地改变了西方工商企业界一直信奉的“最成功的企业就是最大限度赢利的企业”的信条,培养造就了一大批具有较强社会责任感的经营人才,极大地促进了工商企业机构对道义和美德的认同。我们有理由说,在当今西方工商企业界,对企业伦理价值的认同已成为有效维系他们市场秩序的一个重要的内在机制。

但令人忧虑的是,在我们社会主义市场经济建设的过程中,工商企业的伦理问题尚未受到应有的重视。这不仅表现在理论上企业伦理学作为一门科学目前还没有受到足够的关注,学术界真正从事这方面研究的人尚屈指可数,而且更表现在实践方面“赚钱只能不择手段”的想法还颇有市场。于是,虚假广告、假账、盗版、回扣、贿赂、性别歧视,以及生产安全等伦理问题极大地困扰着我们市场经济的有序运作。诸如银广厦那样无视诚信,以假账欺人的典型案例正是这种错误伦理价值观所必然结出的恶之果。可以不夸张地说,在当今中国,上至决策者,下至普通百姓都正在对当前市场经济中存在的这些问题倍加关注。“诚信”成为当前大众生活中被提及率最高的词汇之一,可谓是一例明证。

可以肯定的是,我国工商企业伦理水平的提高,不仅需要法制环境的逐步改善,需要新闻舆论监督功能的加强,需要社会上每一个人保护自身权益意识的增强,而且它也还有赖于全社会整体伦理道德水平的提高。但在这其中工

商企业经理人员企业伦理修养的提高也是至关重要的。因为企业的整体伦理素质很大程度上取决于其经理人员的伦理修养。但是,我们却遗憾地发现,在培养中国职业经理人才的国内各管理学院里,企业伦理往往只占《管理学》课程中的一章甚至一小节,大多未能独立成课。即便在一些开设此课的学院里,往往也只是一些辅修式的课程。许多 MBA 教学人员和学生心里想的也许还是“这企业伦理课有什么用”或者“按伦理行事在中国搞企业肯定是寸步难行”。这些欠缺的存在,不仅将导致类似银广夏那样的案件不断地出现,同时也还将严重地削弱已加入 WTO 的中国企业参与国际竞争的能力。

因此,在高校 MBA 以及管理、经济类本科生教学中开设企业伦理课程,其意义将是重大而深远的。这种意义正如美国著名的企业伦理学家罗伯特·F·哈特利所说的那样:“绝大多数商业交易是非争议性的,但是不正当行为会招致公众的注意,破坏商界的形象。无论什么时候只要不法行为一曝光,谴责经常落到商学院头上:指控者大肆宣扬学校热衷于冷漠的分析性工具和程序而对道德主题关注过少。”(《商业伦理》,北京:中信出版社,2000 年版,第 2 页)我们不得不承认的是,哈特利教授所说的“热衷于冷漠的分析性工具和程序而对道德主题关注过少”的现象在我们的高校管理学院、经济学院中也是相当严重的。

正是基于此,本书作者不揣浅陋,以在浙江大学管理学院 MBA 教育中心使用的《企业伦理:理论与实践》讲义的基础上,整理了这本《企业伦理学导论》。书中所阐述的这些关于工商企业伦理的基本价值理念当然是我个人的一种理性思考,但我更希望这些价值理念能属于我们这个时代。

这也可以说是我撰写并公开出版这本《企业伦理学导论》一书的最终指归之所在。

作者于 2002 年 3 月 20 日

目 录

绪论 企业伦理学:对象、体系与意义	(1)
第一节 企业伦理学的一般理论概述	(2)
一、伦理、企业伦理与企业伦理学	(2)
二、企业伦理学的研究对象	(5)
第二节 本书对企业伦理学学科体系探索的理论概述	(11)
一、企业伦理学“理论—实践”学科体系的结构	(12)
二、本书主要观点的逻辑阐述	(14)
第三节 企业伦理学研究之实践意义的理论概述	(18)
一、从应用伦理学的勃兴看企业伦理学的实践意义	(18)
二、中国特色社会主义企业伦理文化建设的实践意义	(22)

上 篇

伦理学的一般理论与企业伦理的实践

第 1 章 伦理与企业伦理的内在必然性	(31)
第一节 问题的提出	(31)
第二节 必要的理论背景:伦理道德的人本学根据	(33)
一、道德之于人性的内在根据	(33)
二、人是道德的动物	(39)
三、人必然以德性塑造人性	(42)
第三节 实践启迪:确立企业伦理规范的必然性观念	(45)
一、企业谋利的天性必须制约	(45)
二、企业伦理规范是对社会责任的理性认同	(51)

三、企业伦理的两大基本规范:信任与责任	(54)
第四节 几个基本的结论	(59)
一、结论之一	(59)
二、结论之二	(59)
三、结论之三	(60)
第2章 企业经营中的自由与限制	(61)
第一节 问题的提出	(61)
第二节 必要的理论背景:自由人性与规范必然性之间的辩证法	(63)
一、自由与必然问题的思想史考察	(63)
二、自由问题上的辩证法	(65)
三、道德自由的真正获得	(69)
第三节 实践启迪:自主经营中自觉规范的有效确立	(73)
一、自主经营中对刚性规范的自觉认同	(73)
二、自主经营中对柔性规范的自觉认同	(75)
三、确立“自由即限制”的企业经营观	(79)
第四节 几个基本的结论	(83)
一、结论之一	(83)
二、结论之二	(84)
三、结论之三	(84)
第3章 企业经营中的善恶意识论	(85)
第一节 问题的提出	(85)
第二节 必要的理论背景:关于善与恶的一般理论	(86)
一、善与恶的含义	(87)
二、道德自我意识及其结构	(90)
三、道德意识的发展阶段	(94)
第三节 实践启迪:企业经营中善恶意识的认知确立	(99)
一、形成清晰而明确的善恶观念	(99)
二、开展多途径的善恶观教育	(106)
三、拥有积极主动的抑恶扬善观念	(110)
第四节 几个基本的结论	(113)
一、结论之一	(114)

二、结论之二	(114)
三、结论之三	(114)
第4章 企业经营中的伦理抉择	(115)
第一节 问题的提出	(115)
第二节 必要的理论背景:善恶行为的一般理论探讨	(116)
一、作为道德行为机制的荣誉感和良心	(117)
二、道德义务和道德义务感	(122)
三、道德冲突中的行为选择	(128)
第三节 实践启迪:企业经营活动中的伦理抉择	(132)
一、珍惜荣誉的行为原则	(132)
二、崇尚职业良知的行为原则	(136)
三、认同并承担义务的行为原则	(142)
四、冲突中择善从之的行为原则	(149)
第四节 几个基本的结论	(153)
一、结论之一	(154)
二、结论之二	(154)
三、结论之三	(154)
四、结论之四	(154)

中 篇

社会主义伦理价值观与企业伦理的实践

第5章 社会主义企业的社会本位理念	(157)
第一节 问题的提出	(157)
第二节 必要的理论背景:马克思关于人的本质理论	(158)
一、人的本质问题的科学揭示	(158)
二、社会的人与人的社会	(162)
三、在社会关系中理解人的需要、利益与价值	(168)
第三节 实践启迪:社会主义企业应确立的社会本位伦理理念	(172)

一、形成社会主义企业的爱国主义精神	(172)
二、企业经营活动中社会效益的真正关注	(175)
三、对资本主义企业无视社会整体利益的事实批判	(178)
第四节 几个基本的结论	(183)
一、结论之一	(183)
二、结论之二	(183)
三、结论之三	(183)
第 6 章 社会主义企业的集体主义原则	(185)
第一节 问题的提出	(185)
第二节 必要的理论背景:作为社会主义道德基本原则的集体主义 ..	(187)
一、集体主义道德原则的社会本体论根据	(187)
二、“真实集体”中集体与个体的双向道德要求	(192)
三、坚持真正的集体主义	(196)
第三节 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	(198)
一、崇尚国家集体利益至上的原则	(198)
二、拥有做企业主人翁的道德觉悟	(202)
三、企业对员工个人利益的真切关心与维护	(204)
第四节 几个基本的结论	(207)
一、结论之一	(207)
二、结论之二	(207)
三、结论之三	(208)
第 7 章 个人主义企业伦理文化的批判	(209)
第一节 问题的提出	(209)
第二节 必要的理论背景:个人主义的理论剖析	(212)
一、“人性自私论”的批判	(212)
二、人性应当超越自私	(216)
三、“合理利己主义”的不合理性	(219)
四、利己与利他的合题:合理利益主义	(225)
第三节 实践启迪:个人主义价值观的实践批判	(227)
一、坚持以正确的人生观、价值观引导企业员工	(228)

二、在企业文化中形成道德自律的高度自觉性	(231)
三、对资本主义个人主义企业伦理文化的批判	(234)
第四节 几个基本的结论	(237)
一、结论之一	(238)
二、结论之二	(238)
三、结论之三	(238)
第 8 章 社会主义企业经营德性的具体修养	(239)
第一节 问题的提出	(239)
第二节 必要的理论背景:德性修养的可能性与过程	(241)
一、作为可能性的人性	(241)
二、德性造就中的品性和境界	(243)
三、理想境界的追求	(245)
四、德性修养的实现过程	(248)
第三节 实践启迪:社会主义企业伦理道德的修养	(252)
一、企业整体道德规范的生成	(252)
二、企业员工的德性修养	(258)
三、企业家的德性修养	(262)
第四节 几个基本的结论	(269)
一、结论之一	(269)
二、结论之二	(270)
三、结论之三	(270)

下 篇

传统伦理与中国特色企业伦理文化的建构

第 9 章 传统伦理对中国特色企业伦理文化建构的现代意义	(273)
第一节 问题的提出	(273)
第二节 必要的理论背景:中国传统的伦理型文化的基本特质	(275)
一、中国传统文化的特质	(275)
二、中国传统文化规范下的基本价值追求	(280)

第三节	实践启迪:中国传统伦理文化的现代意义开掘	(283)
一、	传统伦理文化开掘的实践原则与具体途径	(283)
二、	中国传统伦理文化的世界意义	(290)
第四节	几个基本的结论	(295)
一、	结论之一	(295)
二、	结论之二	(295)
三、	结论之三	(295)
第 10 章	人性论的传统与中国特色企业经营德性的生成	(296)
第一节	问题的提出	(297)
第二节	必要的理论背景:中国古代人性论中的性善性恶之争	(298)
一、	性善论	(298)
二、	性恶论	(299)
三、	性无善恶论	(300)
四、	性有善有恶论	(302)
第三节	实践启迪:抑恶扬善之经营德性的生成	(304)
一、	经营德性中“众善奉行”的努力	(304)
二、	经营德性中“诸恶莫作”的自我警策	(310)
第四节	几个基本的结论	(318)
一、	结论之一	(318)
二、	结论之二	(318)
三、	结论之三	(319)
第 11 章	传统文化中的“成人之道”与企业家的人格修养	(320)
第一节	问题的提出	(320)
第二节	必要的理论背景:传统文化对“成人之道”的探寻	(322)
一、	“仁义”的理想人格	(322)
二、	“兼爱”的理想人格	(324)
三、	“无为”的理想人格	(326)
四、	“有为”的理想人格	(328)
第三节	实践启迪:企业家且仁且智的人格修养	(329)
一、	企业家经营德性中仁爱情怀的培育	(330)
二、	企业家经营德性中“有所不为”原则的确立	(333)
第四节	几个基本的结论	(338)
一、	结论之一	(339)

二、结论之二	(339)
三、结论之三	(339)
第 12 章 传统的义利、欲理、人我、志功、生死之辩与中国特色的企业伦理	
文化建构	(340)
第一节 问题的提出	(340)
第二节 必要的理论背景:中国古代的义利、欲理、人我、志功、生死之辩	(341)
一、义利之辩	(342)
二、人我之辩	(343)
三、欲理之辩	(346)
四、志功之辩	(347)
五、生死之辩	(349)
第三节 实践启迪:义利、欲理、人我、志功、生死之辩对中国特色企业 伦理文化建构的具体启迪	(350)
一、企业伦理文化建构中的义利统一之道	(351)
二、企业经营活动中以理制欲原则的确立	(354)
三、企业经营活动中利他经营理念的形成	(358)
四、走出只注重效果的功利主义迷误	(362)
五、企业家“德性不朽”的做人信念	(364)
第四节 几个基本的结论	(367)
一、结论之一	(367)
二、结论之二	(368)
三、结论之三	(368)
四、结论之四	(368)
五、结论之五	(368)
结束语	(369)
主要参考文献	(375)
后记	(377)

企业伦理学:对象、体系与意义

【本章提要】 谋利是企业的天性,但在这个谋利的过程中遵循一定的道义则构成一个企业的经营德性。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。而且,企业伦理学在研究企业如何追求义利统一之道的过程中既要体现普遍的一般道义之则,又要充分展示民族的传统伦理特色。

【核心概念】 企业伦理、企业伦理学、中国特色的企业伦理文化

我们已进入充满希望与挑战的 21 世纪。在新旧世纪之交的过去 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显出它的全球普遍性。那就是,以“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,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,企业的生产经营活动正如我们看到的那样,已成为当今社会最重要的支撑力量。

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,我们将在本书中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,并在这个探讨的基础上,对中国特色社会主义企业伦理学的理论建构提出一些初步的想法。

第一节 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研究的情况下,只有首先了解这门学科的概念、对象和任务,我们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。

一、伦理、企业伦理与企业伦理学

如果做点语义学的考察,那么我们可以发现,“伦理”一词,在西方来源于古希腊文“伊索思”(εἶθος)。这个词在早期古希腊哲学家中也曾作为专门术语,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,在中国最早则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道:“伦”字,从人从仑,故仑字有“条理”、“思虑”等意,加上人字旁作偏旁,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”合起来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的那样,“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

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

企业经营活动中,不论有意无意,企业伦理实际上一直都存在着。因为道德活动本身就是人的活动的一个基本方面,因此,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,它直到 20 世纪 70 年代才在美国开始形成;自 80 年代后期,才开始与企业社会责任一起作为一章内容出现在西方的管理学教科书中。只是到了 90 年代,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,如果做点简单的历史回顾,我们就会发现,企业伦理学(Business Ethics)^①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,在美国出现了一系列有关工商企业活动的丑闻,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。于是,在 1962 年,美国政府公布了一个报告——《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(America Assembly of Collegiate Scholls of Business)成员中发起了一项有关开设企业伦理学必要性的调查,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,这本书的书名为:《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也开始陆续面世。

可以肯定地说,到了 20 世纪 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 90% 以上的商学院开设了企业伦理学课程。一些权威人士纷纷认为,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

① business ethics 这个词在我国有多种译法,常见的有:企业伦理学、经济伦理学、管理伦理学、商业伦理学、商业道德等。要恰当地翻译,得从分析 business 和 ethics 的含义及 business ethics 所包含的内容入手。据周祖成在《管理与伦理》一书中介绍,关于 business,威廉·H. 肖和文森特·巴里在讨论 business ethics 时,把 business 规定为“那些旨在通过提供产品或服务获取利润的组织”。(周祖成:《管理与伦理》,清华大学出版社,2000 年版,第 15 页)这样的组织其实就是我们所说的企业。根据这一说法,把 business ethics 译成企业伦理或企业伦理学应当是恰当的。

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,该学院就曾进行企业伦理方面教育的最早学院之一。所有申请报考该学院 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次课,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。

其实,考察 DMEV 课程的由来就可以发现企业伦理问题的被关注实在是必然的。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,这位当时担任美国政管会的主任委员,慷慨捐出一大笔钱给母校。他希望通过教育,让学生了解企业伦理与社会责任的课题,以免学生毕业后踏入社会时,为人行事在伦理真空中运作,从而贻害个人与大众。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、脑力激荡与实验尝试的方法,终于在 1988 年首次推出“管理决策伦理价值”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,同时探索公平、诚实与尊重等方面的伦理价值以及如何影响到经理人的决策行为。其次也讨论个人的廉洁与所管理的工作如何搭配,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。当然,经理人的领导风格是否与组织内的伦理气候有关,也是课程的重点。

为了使管理决策与伦理价值(DMEV)的课程不沦于形式化、教条化与口号化的窠臼,哈佛商学院的教授们利用来自营销、生产、人力资源与财务领域内的个案,引导学生热烈参与课堂上的讨论,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,不仅没有沦入公民道德、青年守则的老套路里,而且以“打草惊蛇”的启发方式,让学生与伦理做第三类的接触,实在效果不凡。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题。

一般而言,DMEV 这门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,它也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,让学生们拥有深刻的感触。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,而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信息。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对伦理的实践方式现身说法;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—80 年代派生出企业伦理学这样一门分支学科是必然的。因为自从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需要企业伦理学在学理和规范方面进行理论指引。在我们的理解看来,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时代,当今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反映企业伦理学科的诞生和完善将是指日可待的事。

二、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。因此,“企业伦理”通常和“企业道德”是同质的范畴,在相关的实践活动和理论研究中,两者常常互换使用。因为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,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一个基本原则,其根据也就在这里。

其实,关于企业活动中的“义利统一”问题始终是企业伦理所要涉及的基

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