

XIANDAIQIYELUNLIXUE

现代企业伦理学

主编：郭永军 于洪春



中国矿业大学出版社

目 录

绪论	1
第一章 企业道德概述	8
第一节 企业道德的本质	8
第二节 企业道德的社会作用	13
第三节 企业道德的规范体系	19
第二章 企业与客户关系中的道德	28
第一节 企业与客户的关系及其道德调节	28
第二节 企业与客户关系中道德的主要内容	35
第三章 企业与国家关系中的道德	52
第一节 企业与国家关系的特点及其道德调节	52
第二节 企业与国家关系中道德的主要内容	58
第四章 企业与企业关系中的道德	91
第一节 企业与企业之间的关系及其道德调节	91
第二节 企业与企业关系中道德的主要内容	96
第五章 企业环境道德	123
第一节 企业环境道德的涵义和意义	123
第二节 企业环境道德的原则和规范	136
第三节 企业环境道德建设	149
第六章 企业与职工关系中的道德	161
第一节 企业与职工的关系及其道德调节	161
第二节 企业对职工关系中的道德	165
第三节 职工对企业关系中的道德	183
第七章 企业领导人的道德修养	192

第一节	企业领导人道德的涵义和意义	192
第二节	企业领导人的道德规范和修养途径	198
第八章	企业道德范畴	221
第一节	企业责任	221
第二节	企业公正	227
第三节	企业信誉	233
第四节	企业竞争	240
第九章	各类企业道德的特点	249
第一节	各类企业道德特点的形成基础和探讨意义	249
第二节	各类企业道德的特点	253
第十章	企业道德建设	280
第一节	企业道德建设概述	280
第二节	如何进行企业道德建设	291
后 记		308

绪 论

我国社会主义商品经济的发展，迫切需要对企业道德进行专门、系统的研究。现代企业伦理学就是应这一需要而产生的一门新学科。这里我们首先就现代企业伦理学的对象、任务和研究意义等问题作一简述。

一、现代企业伦理学的研究对象

现代企业伦理学是伦理学与现代企业理论相结合的产物，是二者的交叉学科，它既是伦理学的一个分支，也是现代企业理论的一个有机组成部分。

伦理学即道德学。在汉语中，伦理的“伦”字原指人与人之间上下辈次关系，“伦理”是指关于人伦关系的道理。道德的“道”字主要是指人伦之道，“德”是指外在的“道”为个人内心所得，即我们今天所说的个人道德信念和道德品质。所以，“伦理”和“道德”二者涵义差不多，从古到今两个词都是通用的。今天，我们习惯上把研究道德的科 学称为“伦理学”。

道德现象分为诸多部分、方面、领域，伦理学内部也由此产生了许多分支学科。伦理学总的可分为两大类，即理论伦理学和实用伦理学。实用伦理学内部又是门类众多，企业伦理学就属于实用伦理学中的一个门类。具体讲，它是专门研究企业道德这一特定道德领域的一门学科。

所谓企业道德，是指企业所应遵循的道德、所应具备的品德。它既是一定的社会根据企业的性质、特点及其在社会生活中的地位等情况而对之提出的特定要求，用以评价其行为善恶

好坏的标准，同时也是企业的一种自我意识，即对自身所处的道德关系、自身社会责任的认识。企业道德是专门用以调节企业行为的，它只在企业中实践，但作为一种社会意识它不仅存在于企业之中，而是弥漫于全社会，全社会都在自觉或不自觉、程度不同地思考或谈论着“企业应该怎么做”、“不应该怎么做”，企业的“某某行为是道德的”、“某某行为是不道德的”。因此，企业道德总体上由两个方面构成，即社会方面的企业道德意识和企业方面的道德意识。前者对企业来讲主要是一种外部要求和外部监督制约力量，它要以道德舆论和企业道德理论的形式存在着；后者是企业的自我道德意识，它在调节企业行为方面发挥着主导作用，主要以企业内部舆论、企业传统习惯、职工道德信念等形式存在着，是企业文化的主要内容，也是企业思想政治工作所涉及的一个重要内容。

企业道德与职业道德并不是一回事，而是有其相对独立性。①职业道德主要是指从事各种职业的人们在处理与其工作对象、服务对象的关系中所应遵循的道德、所应承担的道德责任；而企业道德则是指企业在处理各种社会关系中所应遵循的道德，并不仅仅是指企业与用户、顾客的关系中的道德，在这里，企业是作为社会的一个“公民”，而不是作为一种职业而成为道德的主体的。②职业道德的主体主要是指从事各种职业的个人，而企业道德的主体则是作为一种特殊组织或集体的企业。③企业道德主要是经济领域中的道德、经济组织的道德，而职业道德远远超过这一范围，它包括一切社会工作领域的道德。

企业道德也不等同于企业领导人和企业职工道德，尽管企业道德最终要落实，表现为企业领导人的道德和企业职工道德，并且前者的实现要靠后者的保证。但是，第一，企业遵守自己的道德，履行自己的道德义务，不仅要依靠其成员的道德自觉性，

还要依靠纪律以及经济的、行政的手段,遵守企业道德,对企业来说是自觉的,但对其成员来说可以是为纪律等因素所迫的、不自觉的。可以用纪律等非道德的手段来实现道德自律,这是一切组织或集体道德实践的一大特点。第二,企业遵守道德、履行义务尽管要通过个人行为来实现,但却不是单个人的行为就能实现的,而是要调动企业的人财物等因素由企业各方力量合作完成。企业道德实践不等于企业领导人的道德实践和企业职工的道德实践,正如水果不等于水。第三,企业应负的责任不等于个人应负的责任,譬如企业向用户赔偿经济损失不一定要由厂长掏自己的腰包。对企业的道德素质、道德面貌的评价也不等于对个人品德的评价。

由此可见,企业道德有其相对独立性,当然也有其特殊的内容、形式、规律和建设途径。因此,对职业道德(包括企业领导人和企业职工道德)的研究,并不能代替对企业道德的研究,企业伦理学有其不可取代的价值。

现代企业伦理学在研究企业道德的一般内容和规律的同时,侧重于对现代社会中企业道德的研究。在现代社会中,企业的外部环境、内部关系、职工素质、企业劳动方式等等都发生了重大变化,因而企业道德在内容、形式、地位、建设途径等方面都有了新特点。譬如,企业对环境的道德责任问题突出了;职工对自尊、归属感的需要,对自我实现的需要,在其需要结构中越来越占据重要地位。与之相适应,为职工尽量提供发展和发挥个性、才能的机会,已成为现代企业的重要责任。尊重人、理解人、发展人已成为现代企业人道主义的主要内容,企业民主已成为现代企业的一个重要范畴;企业的道德声誉对企业自身的意义越来越重要,以道德制胜,坚持义利统一已成为现代企业赢得优势和成功的最佳选择;现代企业道德都在采用企业文化的形式等等。研究企业道德的这些新情况,新

特点，以推动企业道德观念的变革，增强广大企业的现代意识，使人们重新审视企业道德的重要意义，这正是现代企业伦理学的旨意所在。

企业伦理学也是企业理论的一个重要领域。随着科学的发展，许多学科都把自己的探求目光、“镜头”对准了企业这一社会领域，形成了一系列关于企业的学科，如企业管理学、企业领导学、企业经营学、企业文化学、企业社会学、企业思想政治工作学等等。企业的每一方面都可以有自己相应的学科。企业道德也并不是一块从未开垦过的“荒地”，许多学科（如企业管理学、企业文化学等）都在其某一区域耕耘过，都用自己的眼光审视过企业道德的某一方面，因而企业伦理学应该到这些学科中去充分地吸取养料。但是，企业伦理学并不能因为其它学科有了某些结论而停下探索的脚步。企业伦理学有它自己的看问题的视角，它研究企业道德具有专门性和系统性的特点。因此，企业伦理学不能为其它学科所代替，它有其独立存在的价值。

二、现代企业伦理学的任务

概括起来讲，现代企业伦理学不外有两大任务，一是解释，二是论证。

“解释”，即解释企业道德“是什么”和“怎么样”，也就是揭示企业道德的本质和规律。本书试图以马克思主义的立场、观点和方法为指导，对企业道德的本质、作用、体系结构；社会主义企业道德的特点、各类企业道德的特点和企业道德各个领域的特点；现实生活中一些道德现象的产生原因和影响；企业道德建设的内容、规律等等问题，作出科学的回答、解释。

“论证”，即提出社会主义企业所应遵循的道德准则，

并论证其必然性、合理性和必要性，批判与之相违背的各种思想认识。这一工作还包括对企业实践经验进行反思、总结，对古今中外的有关思想资料进行批判、吸收。这实际上是一项从理论上建立社会主义企业道德体系的工作。从这种意义上讲，企业伦理学实际上是一种理论化、系统化了的的企业道德体系。本书对企业在各种关系上、各种行为中所应遵循的道德规范进行了阐述和论证，对企业道德生活中所遇到的主要问题进行了研究。具体讲，主要论述了这样一些问题：①企业道德的根本准则问题。其中要回答：企业作为一个盈利性经济组织，应该如何处理“义”与“利”的关系？②广告道德问题。它包括企业做广告应遵循哪些道德规范；广告中可不可以有些夸张成份等问题。③产品道德问题。其中包括：产品质量的好坏在道德上究竟以何为准；更换产品原料究竟在什么限度内才是道德的等问题。④价格道德问题。其中包括：价格合理究竟以什么为尺度；道德对价格的上限和下限是什么等问题。⑤服务道德问题。主要讨论企业对顾客应有的道德态度和企业与顾客之间的“应然”关系。⑥环境道德问题。其中包括企业环境道德在全社会环境道德中的地位；企业环境道德的规范；企业该如何进行环境道德建设等问题。⑦企业道德责任问题。主要讲企业对国家、对社会、对用户、对职工分别应负哪些道德责任。⑧企业公正问题。包括企业公正的内容、规范、作用等问题。⑨企业信誉问题。包括企业信誉的实质、意义和获取规范问题。⑩竞争道德问题。其中着重讨论社会主义竞争的道德规范问题。⑪交易道德问题。⑫协作道德问题。⑬企业在执行国家经济计划和经济政策过程中的道德问题。⑭职工道德问题。⑮企业领导人道德问题。包括企业领导人的道德在企业道德中的地位，它的主要规范和修养途径等问题。本书力图以共产主义道德的一般准则、企业的一般特点和社会主义企业的性质为根本依据

来回答以上这些问题。

三、现代企业伦理学的研究意义

企业伦理学是一门实践性很强的学科，其实践意义主要表现在：通过向社会提供科学的企业道德理论和企业道德观念来指导企业道德建设、调节企业道德行为，从而达到优化企业内外关系，使企业利益与内外公众的利益高度协调统一起来，进而促进全社会和谐健康的人际关系的发展；形成企业内部团结亲和的关系，增强企业凝聚力、“战斗力”；并通过培养企业信誉、塑造良好的企业形象来提高企业竞争力；创造良好的道德环境、道德机制，提高广大职工的道德素质等等。

当前，建立社会主义企业伦理学，加强对企业道德的研究，是社会主义建设事业的迫切需要。

经济体制改革使企业在许多方面发生了根本的变化，在新体制下，更需要企业道德。在旧体制下，企业是国家的一个行政单位，在生产经营等许多方面没有自主权，吃国家的大锅饭，国家实行统配调拨、统购包销，企业与外界的联系极其简单。而今，企业已成为自主经营、自负盈亏的相对独立的经济实体，是社会主义商品经济的生产经营者。①自主经营意味着企业有了行为选择的自由，生产经营什么，如何生产经营等问题都由企业自己来决定。而选择自由意味着行为后果要由企业自己来负责。自主权大了，道德责任也就大了。②自负盈亏意味着企业的行为与其利益直接挂钩，企业成为盈利性组织，这就决定了企业有可能为了自身利益而不惜损害国家利益、他人利益。这种可能性的存在决定了必须用道德来保证企业行为的正确方向。③企业与内外公众的联系变得日益繁杂起来。企业与国家的关系、与客户的关系、与企业的关系、与职工的关系等都比以前发生了变化，增添了许多新的内容。如何

处理这些新关系，譬如，如何处理自主经营与执行国家经济计划和政策的关系，如何处理和兄弟企业之间的竞争、协作关系，等等，已成为亟待回答的道德问题。由以上三个方面可见，在新的经济体制下，更需要道德来调节企业行为，迫切需要建立与社会主义商品经济相适应的新的企业道德体系。

调节企业行为除了道德以外，还有法律、行政措施、经济政策、社会舆论以及其它各种监督制约机制。然而，由于我国社会主义商品经济的发展刚刚起步，许多制度、机制还处在建立、完善的过程中，许多政策、措施还没能配上套，这就为各种不良企业行为留下了许多可钻的空子、漏洞。在此情况下，加强企业道德建设，加强企业伦理学研究，意义尤为重大。

然而，企业道德的研究和建设工作我们做得还远远不够。改革之初伦理学的主要现实任务是为改革鸣锣开道，破除阻碍社会主义商品经济发展的左倾思想和封建意识，如重义轻利、安贫乐道、不思进取等思想观念，树立社会主义的物质利益观念。因此，当时还来不及建立一个比较完备的与社会主义商品经济相适应的企业道德理论体系和企业道德规范体系。如今，广大生产经营者的积极性、求利进取意识已被调动起来。这时伦理学的主要现实任务是使各种求利意识、求利行为规范化、道德化，使之在健康正常的轨道上发展。这是巩固改革成果，优化社会主义商品经济秩序工作的一个重要组成部分。近些年来经济领域中各种坑蒙拐骗、投机倒把、损公肥私、损人利己等不道德行为的屡屡发生和大量存在，表明大力加强企业行为的规范化、道德化工作已经刻不容缓。尽管我们已经做了一些卓有成效的工作，但这一任务远没完成，对现实生活中的许多矛盾、问题还相当缺乏研究。

总之，我国社会主义建设的实践正在呼唤着企业伦理学的诞生；正在期待着它茁壮成长、开花结果。

第一章 企业道德概述

企业道德的本质和作用问题，是企业伦理学的最一般的和首要的问题。以马克思主义为指导对这一问题作出科学回答，对于我们把握企业道德领域的各种现象，讨论社会主义企业道德的各项内容，进行企业道德建设，都具有直接的指导意义。

第一节 企业道德的本质

一、企业道德的本质

企业道德是企业所应遵循的行为准则，是一种特殊的社会意识。那么，这种行为准则、社会意识是由什么决定的呢？一个企业的道德为什么是这样的而不是那样的？企业道德发展变化的基础是什么？这就是企业道德的本质问题。企业的本质表现在以下几个方面：

（一）企业道德是由企业的社会性质决定的

同一切道德观念一样，企业道德也是由社会经济关系决定的。具体讲，是由企业所处的和所实行的经济关系决定的，即由企业的社会性质决定的。恩格斯指出：“人们自觉地或不自觉地，归根到底总是从他们阶级地位所依据的实际关系中——从他们进行生产和交换的经济关系中，吸取自己的道德观念。”^①不同性质的企业有不同的道德意识和道德面貌。譬如，社会主义企业的生产目的是为了满足人民群众物质和文化生活的需要，因此对广大顾客、用户高度负责，注重社会效益是这一目

^①《马克思恩格斯选集》第3卷，第133页。

的内在要求，社会主义企业和道德有密切的关系。而资本主义企业则不然，由于资本主义企业的生产目的是为了追求最大利润，因此“资本主义企业”这个字眼意味着唯利是图、尔虞我诈。在西方资本主义几百年的发展历史中，道德与企业经营、商业行为似乎是两个永远无法联姻的“仇人”，只是到了近几十年，由于资本主义经济秩序的完善、消费者和职工需求情况的变化、信誉竞争激烈，资本主义企业和道德的对立才变得缓和起来。社会主义企业由于是全社会公有制经济体系的一个细胞，其内部也实行公有制，因此集体和个体、整体和局部的关系，是企业最经常碰到、最普遍的关系，这就决定了集体主义是其最基本的道德原则之一。而资本主义企业则不然，集体主义对它是不适应的。社会主义实行的是按劳分配制度，因此社会主义企业公正的一项重要标准就是按劳分配，企业产品必须按劳（所花费的社会必要劳动时间）定价。按劳定价即是按劳取酬，企业内部也必须按劳分配、按功行赏，否则便违背社会主义企业公正的标准。而资本主义企业则不然，谁的钱多谁拿的利多，谁能剥削工人谁就得到的多，这就是资本主义企业公正的标准。在社会主义企业，职工是主人，因而职工对企业的一切都要负责，企业对每个职工的一切也要负责。而资本主义企业是资本家私人的，因而它最多不过是工人“干活——拿钱”的地方。社会主义企业与企业之间是兄弟关系，其竞争实质上是社会主义劳动竞赛，在“对手”困难的时候互相帮助是社会主义企业的义务。而资本主义企业竞争是你死我活的竞争，竞争和协作互助是水火不容的。总之，企业的社会性质不同，企业所处的利益关系也就不同，由企业利益关系直接决定的企业道德也就不同。

（二）企业道德是社会一般道德准则在企业领域中的具体贯彻

企业道德虽然有其特殊的内容、形式和适用范围，但它不是独立于社会统一道德体系之外的，而是社会统一道德体系的一个有机构或部分，是社会一般道德准则在企业中的具体贯彻和要求，它与社会统一道德体系共有一种一以贯之的东西，而不能存有和社会一般道德体系相违背的成份。譬如，社会主义企业道德的每一项内容都可以看作是社会主义道德一般准则的具体贯彻和要求。“全心全意为人民服务”这一社会主义道德原则贯彻到企业道德中去即是“顾客至上”、“服务第一”、

“全心全意为顾客服务”，又具体要求一切以顾客为出发点、努力提高服务质量、搞好销售服务和售后服务；社会主义道德的集体主义原则贯彻到企业道德中去，即是要求企业遵守国家的宏观经济调控、执行国家的经济计划 and 政策，企业内部发扬团结奉献的精神；社会主义道德的诚实劳动原则贯彻到企业道德中去，要求不生产经营假冒伪劣产品、广告真实、价格合理等；社会主义道德的爱国主义原则贯彻到企业道德中去，企业要尽量使用国货，在和外商打交道时要注意维护国家利益、民族尊严；社会主义人道原则贯彻到企业道德中去，企业要实行人道的管理方式，关心人、尊重人、理解人、礼貌待客等等，社会主义勤俭节约、艰苦奋斗的道德原则贯彻到企业道德中去，即是要求企业努力提高效益、提高产品的质量、精打细算、严禁跑冒滴漏现象等。可见，社会主义企业道德尽管只适用于企业，但其基本精神却是社会主义道德精神，社会主义道德是企业道德产生和发展的土壤和阳光。

（三）企业道德是对企业特点的反映

企业道德作为社会对企业的要求和企业的一种自我意识，总是和企业的特点相联系，反映企业的特点。不反映企业的特点的道德就不成其为“企业道德”。企业特点在这里有两层含义，一是指企业相比较其它行业、组织而言所具有的特点，二

是指每一企业相比其它企业所具有的特点。企业特点不同，企业道德也就不同。决定企业道德个性的企业方面的因素主要包括以下四个方面：①企业特殊的社会职责。社会分工赋予企业的社会职责是振兴经济、丰富市场，向社会提供各种质优价廉的产品或服务。不同的企业对社会承担的专门业务又不同，因而社会职责、所应遵循的道德也不同。譬如文化企业具有向社会提供健康、丰富的精神食粮的责任，对全社会的精神文明建设负有更大的责任；商业企业、服务性企业是直接和顾客打交道的“窗口”企业，其主要责任当然不是生产高质量的产品，而是提供优质服务，热情、周到、和蔼的服务态度是其道德的主要内容。②企业特殊的社会关系。企业道德是专门用以调节企业的各种社会关系的，社会关系不同，其道德也就不同。企业是一个盈利性经济组织，其社会关系主要是一种经济的关系，如买卖关系、竞争关系、协作关系、社会经济体系与经济“细胞”的关系等等。而其它组织如政治组织、事业单位等则没有这些关系。因此企业道德有其独特的体系和内容。不同的企业有不同的社会关系。譬如，有的服务对象主要是个人（消费者、顾客）；有的服务对象则主要是组织、集体（如建筑企业）；有的直接和外商打交道，有的则不然；有的和其它企业有联营关系，有的则没有。因而社会关系不同的企业又有不同的道德。③企业特殊的劳动规律。企业的劳动主要是生产经营这种经济活动，经济活动有其特殊的规律要求，这种要求由于代表了经济发展和企业成功的要求，因而也可以看作是一种道德要求。各类企业都有自己的特殊劳动规律，因而也都有自己的特殊道德要求。④企业职工的特殊自发自发心理倾向。企业道德是针对企业职工的特殊自发自发心理倾向提出的，它强化积极的、健康的心理倾向，避免和消除消极的、不良的心理倾向。每个企业都有其自发自发心理倾向，如煤矿等企业，有些职工因自己的工

作脏累而容易产生不热爱本行业的心理。企业职工的自发心理倾向不同，专门用来调节这种心理的道德也就不同。

总之，企业的社会性质、社会的一般道德意识和企业自身的特点是决定企业道德的三个基本因素。任何企业道德的基本框架都是由这三个因素决定的，一个企业的道德为什么是这样的而不是那样的，应主要从这三个方面去解释。当然，企业道德处在社会生活的包围中，还要受到其它各种社会因素（如传统道德、科学文化水平等）的影响，但这种影响是次要的，这本身要受到以上三个因素的制约。这三个因素对企业道德决定作用是统一的，其中企业的社会性质的决定作用是最基本的。

二、企业道德的特点

企业道德的特点从不同的侧面反映企业道德的本质，因此探讨企业道德的特点，有利于我们加强对企业道德的本质的把握。企业道德主要有以下四个特点：

（一）根源和作用的经济性

企业道德属于经济道德的范畴，它直接根源于现实的经济生活，直接反映经济发展的要求，其中包括反映社会经济秩序的要求，反映经济发展对人的精神面貌的要求，反映企业自身发展的要求。企业道德直接调节企业的生产、经营、管理、交换、分配等经济行为，直接作用于社会经济生活，直接维护其赖以存在的社会经济关系。道德的其它领域（如家庭道德、政治道德、社会公共生活道德等）虽然也受制于和反作用于经济生活，但这种情况都不如企业道德直接、典型和突出。

（二）道德建设的高度组织性

从全社会范围来讲，道德建设是比较松散的，不能象法律、政治措施那样有组织地制定和实施，而是具有很大的自发性和约定俗成的成份。然而，企业道德由于它是一种经济组织

的道德，其实践主体（即职工）比较集中且组织性较强，企业道德对企业的意义尤为重大和明显，所以一个有远见的、明智的企业总会自觉地进行自我道德建设，而且可以把道德建设纳入企业生产经营和管理的总体规划，渗透到生产经营管理的各个环节，可以通过规章制度、纪律和各种奖惩措施等非道德手段来保证自身履行道德的能力，容易做到有组织、有计划地进行道德建设，所以企业道德建设具有较高的组织性。

（三）社会影响的广泛性

一个企业的道德面貌总要或多或少、或直接或间接地影响到全社会的道德文明建设。企业所在地的人们，每个职工的亲人、朋友，远在千里的用户，都将受到体现在职工及其产品身上的企业品德的影响。企业道德通过人际接触、产品服务、大众传播媒介等向全社会扩散、辐射。

（四）种类的多样性

企业是多种多样的，企业道德是对企业特点的反映，因而也不是单调齐一的。企业的社会职责、社会地位、活动规律、社会关系等方面不同，其道德也就相应地有所不同。每一种企业道德的具体规范都有其特定的适用范围，而不一定适用其他企业。有多少种企业就有多少种企业道德。与之相比较，家庭道德、社会公共生活道德就没有这种多样性。因此，每个企业进行道德建设都应把握自己的个性，而不能一味照搬其他企业的模式。

第二节 企业道德的社会作用

一、企业道德的功能

企业道德的功能是指企业道德有何用处，可以用它来做些

什么。它是企业道德对社会生活发挥实际影响的前提。

（一）认识功能

企业道德是人们对企业的社会性质、社会职责、劳动规律、企业所涉及的各种利益关系等方面的认识的凝结，它虽然不是正面表述这些认识，但它却以规范和评价的形式体现这些认识，把这些认识直接转化为实践的规则，以这些认识为科学基础。因此，企业道德是人们把握企业这一特殊社会领域的一种特殊方式。企业道德还通过指出“应然”、企业道德理想而反映企业发展的大致趋势，人们可以通过企业道德“预见”到企业发展的未来。

（二）导向功能

企业道德的导向功能表现在：它为企业指明行为方向，为企业提供选择的标准，即指明什么行为是应该做的，什么行为是不应该做的，哪些行为是应该发扬光大的；并且它还以一种扬善抑恶的力量制约着企业行为，沿着它指明的方向进行。企业道德以社会舆论、企业环境的形式存在着，它可以形成一种强大的心理压力和浓厚的精神气氛，促使、制约着企业行为遵从企业道德。企业道德还以企业传统习惯的形式存在着，而传统习惯具有一贯性、稳定性的特点，它本身就是现实的“轨道”，企业道德一旦获得了传统习惯的形式也就变成了规范指导企业行为的“轨道”。

（三）激励功能

企业道德能够激发、鼓励企业尽职尽责的积极性。企业道德作为一种价值观念、善恶评价，它能够把良好的企业行为的社会意义揭示出来，使企业直接看到自己良好行为的崇高价值。把自己的行为和报效国家、服务社会、造福人类联系起来，从而产生一种强烈的责任感、自豪感和荣誉感。道德使企业行为不再单是一种盈利手段，同时也成为一种高尚精神的体