

工商管理经典译丛·管理专业通用教材系列

商业伦理 伦理决策与案例

(第5版)

O.C. 费雷尔 (O.C. Ferrell)
[美] 约翰·弗雷德里克 (John Fraedrich) / 著
琳达·费雷尔 (Linda Ferrell)

陈阳群 / 译



Business Ethics Ethical Decision Making and Cases

清华大学出版社



商业伦理 伦理决策与案例

(第5版)

O. C. 费雷尔 (O. C. Ferrell)

[美] 约翰·弗雷德里克 (John Fraedrich) / 著
琳达·费雷尔 (Linda Ferrell)

陈阳群 / 译

O. C. Ferrell, John Fraedrich, Linda Ferrell

Business Ethics; Ethical Decision Making and Cases, Fifth Edition

EISBN: 0-618-12414-4

First published by Houghton Mifflin Company, Boston, Massachusetts, United States of America.

Copyright © 2002 by Houghton Mifflin Company

All Rights reserved.

No part of this work may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying and recording, or by any information storage or retrieval system without the prior written permission of Houghton Mifflin Company unless such copying is expressly permitted by federal copyright law.

本中文简体字翻译版由 Houghton Mifflin Company 授权清华大学出版社独家出版发行。此版本仅限在中华人民共和国境内(不包括中国香港、澳门特别行政区及中国台湾地区)销售。未经授权的本书出口将被视为违反版权法的行为。未经出版者预先书面许可,不得以任何方式复制或发行本书的任何部分。

北京市版权局著作权合同登记号 图字: 01-2003-3896

版权所有,翻印必究。举报电话: 010-62782989 13501256678 13801310933

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

本书防伪标签采用特殊防伪技术,用户可通过在图案表面涂抹清水,图案消失,水干后图案复现;或将表面膜揭下,放在白纸上用彩笔涂抹,图案在白纸上再现的方法识别真伪。

图书在版编目(CIP)数据

商业伦理: 伦理决策与案例/(美)O. C. 费雷尔,(美)约翰·弗雷德里克,(美)琳达·费雷尔著;陈阳群译. —北京:清华大学出版社,2005. 7

(工商管理经典译丛·管理专业通用教材系列)

书名原文: Business Ethics; Ethical Decision Making and Cases

ISBN 7-302-11178-2

I. 商… II. ①费… ②弗… ③费… ④陈… III. 商业道德 IV. F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 061304 号

出版者: 清华大学出版社 地址: 北京清华大学学研大厦
http://www. tup. com. cn 邮 编: 100084
社 总 机: 010-62770175 客 户 服 务: 010-62776969

责任编辑: 梁云慈

印刷者: 北京牛山世兴印刷厂

装订者: 北京鑫海金澳胶印有限公司

发行者: 新华书店总店北京发行所

开 本: 185 × 260 印 张: 26.5 插 页: 2 字 数: 571 千 字

版 次: 2005 年 7 月第 1 版 2005 年 7 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-302-11178-2/F · 1214

印 数: 1 ~ 4000

定 价: 46.00 元

前言

我们对《商业伦理》第5版进行了修订,使之成为现有的最实用的商业伦理教材。我们用一个管理框架解释了伦理如何能够被整合到战略性商业决策中去。这一框架对与成功商业伦理计划相关联的概念、过程和最佳实践进行了概述。一些商业伦理方法对于学术推理练习是不错的,但却处理不了企业组织中的人们所面临的实际伦理决策问题。我们的方法则使学生为他们的商业生涯中将要面对的伦理困境做好准备。

我们在这一版中非常仔细地提供了最新知识,同时也努力使这本教材成为现今最为广泛采用的商业伦理教材之一。这本书之所以成功,是因为它论述了组织中伦理决策的复杂环境和现实生活问题。每一个人都有独特的个人价值观念,而每一个组织都有自己的一套价值观和伦理政策。商业伦理必须考虑组织文化和涉及组织伦理决策的个人和重要他人间的相互依赖关系。没有有效的指导,商业人士在竞争环境中面临组织压力和日常挑战时将无法作出伦理决策。

通过专注于问题和组织环境,我们为学生提供了一睹他们在工作场所中发展将要面临的角色和责任的机会。我们的首要目标是要加强学生将来负责任商业行为的商业伦理决策时,所需要的熟悉度和决策技能。通过专注于当今富于挑战性的商业环境中的担忧和问题,我们想证明学习商业伦理会为走向商业的全面成功提供极其重要的知识。

我们对《商业伦理》第5版进行了修订,使之成为现有的最实用的商业伦理教材。我们用一个管理框架解释了伦理如何能够被整合到战略性商业决策中去。这一框架对与成功商业伦理计划相关联的概念、过程和最佳实践进行了概述。一些商业伦理方法对于学术推理练习是不错的,但却处理不了企业组织中的人们所面临的实际伦理决策问题。我们的方法则使学生为他们的商业生涯中将要面对的伦理困境做好准备。

我们在这一版中非常仔细地提供了最新知识,同时也努力使这本教材成为现今最为广泛采用的商业伦理教材之一。这本书之所以成功,是因为它论述了组织中伦理决策的复杂环境和现实生活问题。每一个人都有独特的个人价值观念,而每一个组织都有自己的一套价值观和伦理政策。商业伦理必须考虑组织文化和涉及组织伦理决策的个人和重要他人间的相互依赖关系。没有有效的指导,商业人士在竞争环境中面临组织压力和日常挑战时将无法作出伦理决策。

通过专注于问题和组织环境,我们为学生提供了一睹他们在工作场所中发展将要面临的角色和责任的机会。我们的首要目标是要加强学生将来负责任商业行为的商业伦理决策时,所需要的熟悉度和决策技能。通过专注于当今富于挑战性的商业环境中的担忧和问题,我们想证明学习商业伦理会为走向商业的全面成功提供极其重要的知识。

本教材的哲学

组织中的商业伦理,要求来自管理高层的基于价值观的领导力、有目的的行动,它们包括恰当行为标准的计划和执行,以及提高组织伦理表现的开放和持续性努力。虽然个人价值观在伦理决策中至关重要,但是它只是指导组织决策、行动和政策的因素之一。伦理行为的要旨与组织的价值观和传统有关,不只是与制定决策和执行决策的个人有关。公司计划和执行伦理商业标准的能力,部分取决于以实际有效的方式构造资源和活动来达到伦理目标。

本书的目的是通过提供一个可以用来识别、分析和解决商业决策中伦理问

题的框架,来帮助学生提高其做伦理决策的能力。个人价值观和伦理观在这一过程中是重要的。通过学习商业伦理,学生开始理解如何处理他们个人与组织中其他人价值观之间的冲突。

商业中的许多伦理决策都是千钧一发的。通常,要有多年在某个特殊行业中的经验才能懂得什么是可以接受的。在本书中,我们不是提供伦理答案,而是试图使学生为制定精明的伦理决策做好准备。首先,我们不道德化,指出在某个特定情形中应该做什么。其次,虽然我们提供了一个道德哲学和决策程序的概论,但我们并不规定哪个哲学或程序更好或更符合伦理。第三,这本教材本身不会使学生更符合伦理,它也不会告诉学生如何去评判他人的伦理行为。相反,它的目的是去帮助学生理解和利用他们现有的商业决策价值观和信念,并且鼓励每个人去思考他们的决策对企业和社会的影响。

许多人认为商业伦理是教不来的。虽然我们声称去教授伦理,但我们认为通过学习商业伦理,个人能够通过识别伦理问题并认识到已有的解决问题的方法来提高伦理决策的能力。一个组织的奖励系统能够加强恰当的行为并有助于形成有关重要问题的态度和信念。比如,一些反对工作场所的种族和性别歧视的运动的运动的成功提供了证据,那就是说通过新的信息、熟悉度和共享的价值观,态度和行为是可以改变的。

认知个人道德观和商业伦理决策间的关系是十分重要的。商业伦理反映了某个时期的基于社会、文化、政治和法律环境的可接受的行为,个人价值观反映了更深刻和更持久的人生哲学。与高尚的道德(如正直、诚实、公正和开放)相联系的美德,通常被看作是要自我验证和易于应用的,商业决策则涉及复杂的管理和社会方面的考虑。一些商业伦理愿景假定伦理培训适合于那些有不接受的个人道德可发展的人,但事实并非如此。因为组织在文化上是多样化的,个人价值观必须得到尊重,组织伦理的集体协议与其他管理决策一样是至关重要的。

内容涵盖全面

在写《商业伦理》第5版时,我们使之尽可能的信息丰富、内容全面、易于理解和处于学术前沿。我们不是专注于伦理的某个方面,如道德哲学或伦理规则,而是提供平衡的、与伦理决策的当前发展和实践有关的各个方面的论述。简言之,我们尝试紧跟教学与实践中新的发展和当前思考的步伐。对诸如利益冲突、诚实、真诚沟通和法律遵循这样的一般问题进行了论述,以提供一种恰当行为的理解。特殊的伦理问题包括网络隐私权、歧视、伪造信息和其他可能导致社会或环境危害的问题,则通过困境、例子和案例进行阐述。

本教材的组织结构

第1部分,“理解伦理决策”,由10章组成。这些章的目的是为了提供一个识别、分析和理解商业人士如何做伦理决策和处理伦理问题的框架。在这一版中,我们对各章的内容做了若干增加,以下列出的是其中一些最重要的增补内容。

第1章“商业伦理概述”,用很多新的例子和最近的调查结果做了修订,描述了商业伦理的重要问题和担忧。在本章和其他章中使用了伦理资源中心2000年的全国商业伦理调查,它提供了关于商业伦理实践当前状况的最新信息。本章中,商业伦理的发展部分也得到了更新。第2章“商业中的伦理问



题”，用新的例子和问题做了更新。大量新表格提供了商业组织中伦理担忧方面的统计。本章增加了一个关于技术伦理问题的新部分，包括监视员工对技术的使用、消费者隐私权、网站开发和网络营销，以及知识产权的法律保护。第3章“商业伦理中应用道德哲学”，加入了新的例子。第4章“社会责任”，增加了新的例子，增强了对法律、伦理、经济和慈善问题的理解。

第5章“理解商业中的伦理决策框架”，做了修订和更新，以反映当前对伦理决策的研究和理解。第6章“组织文化与伦理的决策”，讨论了组织对伦理决策的影响。本章新加了一个关于各种伦理决策形式的关系的部分。第7章“伦理决策中的组织关系与冲突”，增加了新例子和数据，描述了组织伦理决策中的相互依赖关系。第8章“有效伦理计划的开发”，用公司发展有效伦理计划的最好实践做了更新。第9章“全球经济中的商业伦理”，吸收了国际商业伦理问题、冲突，以及建立世界性行为标准的合作努力的新例子。

第10章“组织绩效与商业伦理”，提供了更新的证据，即好的伦理就等于好的商业。组织中改善提升的伦理环境与对质量、消费者满意度以及员工的投入度的追求是相关联的。好的公司名誉与创造财富价值是相联系的。

第2部分由15个案例组成，它们把现实带到了学习过程中。所有这些案例都是特别为第5版而写或做了修订的。公司和情形都是真实的，姓名和其他事实也没有加以掩饰，并且所有案例都包括到2001年为止的发展状况。通过阅读和分析这些案例，学生能够更深入地洞察伦理决策和决策的制定。

两个附录部分，在识别和权衡伦理问题上进一步提供了真实世界的例子和实践。这些附录包括协会、行业和公司伦理规则。我们还加上了几部伦理规则，它们是当前正在执行的综合规则的优秀典范。

第5版提供了三个被用于商业伦理课程的新的行为模拟角色扮演案例。角色扮演案例及实施方法可以在教师资源手册和题库以及网站上找到。角色扮演案例可以被用来作为一种经验累积来帮助学生整合本教材中涵盖的概念。另外，这些案例可以作为一种实时进行的练习，给学生提供多方面的互动和制定伦理决策的机会。

角色扮演案例模拟一个复杂的、现实的和适时的商业伦理情形。学生组成团队并基于被分配的角色做决策。角色扮演案例补充并加强了传统商业学习经验的方法，因为(1)它给予了学生实际制定那些有商业伦理结果的决策的机会；(2)再造影响各个管理层决策制定的权力、压力和信息；(3)为学生提供了丰富其技能和理解团队程序和动力的团队经验；(4)利用反馈期使得探究商业伦理决策的复杂性和有争议的问题成为可能。角色扮演可用于任何大小不等的班级。

商业伦理学习中心网站

为第5版开发的网站提供了最新的例子、问题和相互作用的学习工具，来辅助学生提高其决策的能力。“商业伦理学习中心”的创立是为了在提供能帮助学生实践伦理决策的新的、相互作用的、培养技能的练习的同时，利用因特网上可获得的信息。每个章节中字体突出的与e-ethics(电子商业伦理)网站的链接在该网站中都可找到，此外，还可以在该网站找到因特网练习、ACE(网络评估)相互作用测验，它们能够通过多项选择题帮助学生掌握章节中的内容与协会、行业和公司行为规则的连接、案例网站链接、公司和组织的例子，以及学术



资源,包括到世界各地商业伦理中心的链接。每个章节中有四个伦理领导力挑战故事。培训工具,包括 Lockheed Martin 的 Gray Matters 伦理游戏也在网站上可以找到。除此之外,学生还能进入为他们专门提供的幻灯片网页来帮助复习和掌握教材资料。

访问教材网站:

- <http://college.hmco.com>
- 选择“Instructors”或“Students”
- 选择“Goto Your Discipline”,然后选“Business”
- 选择 Ferrell/Fraedrich/Ferrell, 来自教材网站菜单的《商业伦理》

教学和学习的有力工具

本教材中有许多工具不仅能帮助学生,还能帮助教师来提高学生做伦理决策的能力。每章都以一个要点和一个学习目标清单开始。紧跟其后的是一个“伦理的两难困境”,它能够激起与该章节有关的伦理问题的讨论。这种小短文描述了一个假设的涉及伦理冲突的事件。“伦理的两难困境”后的问题部分,集中在对困境如何能得到解决的讨论上。现在每一章都含有一个或多个 e-ethics 链接,以到达那些可能提供额外有关相关话题或特别组织的信息的网站。每当一个@ethics 的标志出现在教材上,你将会在教材网站上找到一个相应的链接。在每章的结尾处有本章的小结和一个重要术语清单,它们都是复习的简便工具。在每章的结尾处还有一个“现实中的情形”部分。这种小短文描述了一个现实故事来帮助学生经历伦理决策的过程。本教材中给出的“现实中的情形”小案例是虚构的,任何与真人、公司或情形相似的地方纯属巧合。记住,对于这些小案例来说,没有正确或错误的解决方案。伦理的两难困境和现实中的情形部分,为学生提供了使用各章中的概念去解决伦理问题的机会。每章都以一系列问题来做总结,这能够使去测试自己的德商。

在第 2 部分,紧随每个现实中的情形案例之后的是指导学生认知和解决伦理问题的提问。对于某些案例,学生能够进行额外的研究来决定当前的发展,因为公司中许多伦理问题要经历多年才能得到解决。学生也能学习附录 A 和附录 B 中的伦理规则,来决定公司尝试去解决的伦理问题。

教师资源手册和题库包含丰富的信息。每章的讲义包括一个简短的本章小结、详细的授课概述、应用“伦理的两难困境”和“现实中的情形”的笔记三部分。详细的案例笔记指出了涉及的关键问题并为问题提供了建议答案。还有一个单独的部分为在讲授商业伦理中使用案例分析提供了指南。还提供了详细的笔记来指导教师分析或给案例打分。角色扮演案例以及执行建议也包括在其中。题库为教材中的每章提供了多项选择题和论述题。计算机版的题库也能获得。教师专用幻灯片可在网站上通过密码获得。最后,还有一系列音像制品,可把现实例子和能力培养的故事带到课堂中。



目录

第 I 部分 理解伦理决策

第 1 章 商业伦理概述	3
本章目标	3
本章要点	3
一个伦理的两难困境	4
定义商业伦理	6
社会责任与商业伦理	7
商业伦理的发展	9
为什么学习商业伦理	14
学习商业伦理的框架	16
小结	20
关键术语	21
一个现实中的情形	21
检查你的德商	23
第 2 章 商业中的伦理问题	25
本章目标	25
本章要点	25
一个伦理的两难困境	26
伦理冲突的基础	28
伦理问题的分类	29
与商业参与者及各职能领域相关的伦理问题	36
认识一个伦理问题	43
小结	44
关键术语	45

一个现实中的情形	45
检查你的德商	47
第 3 章 在商业伦理中应用道德哲学	49
本章目标	49
本章要点	49
一个伦理的两难困境	50
定义道德哲学	51
道德哲学的不同角度	53
小结	62
关键术语	63
一个现实中的情形	63
检查你的德商	65
第 4 章 社会责任	67
本章目标	67
本章要点	67
一个伦理的两难困境	68
法律方面	71
伦理方面	79
经济方面	82
慈善方面	85
小结	87
关键术语	88
一个现实中的情形	88
检查你的德商	90
第 5 章 理解商业中的伦理决策框架	93
本章目标	93
本章要点	93
一个伦理的两难困境	94
伦理问题的严重性	95
个人因素：认知伦理发展的各阶段	96
企业文化	99
商业伦理评估与目的	103
运用伦理决策框架来改善伦理决策	104
小结	104
关键术语	105
一个现实中的情形	106
检查你的德商	108
第 6 章 组织文化与伦理决策	109
本章目标	109
本章要点	109



一个伦理的两难困境	110
组织结构与商业伦理	112
企业文化在伦理决策中的作用	114
领导力	120
组织结构与文化的团体方面	124
组织关系对伦理决策的意义	128
小结	130
关键术语	131
一个现实中的情形	131
检查你的德商	132
第 7 章 伦理决策中的组织关系与冲突	133
本章目标	133
本章要点	133
一个伦理的两难困境	134
组织中的人际关系	136
机会与冲突的作用	143
改善商业中的伦理决策	147
小结	148
关键术语	149
一个现实中的情形	149
检查你的德商	152
第 8 章 有效伦理计划的开发	153
本章目标	153
本章要点	153
一个伦理的两难困境	154
一项有效的伦理遵循计划	156
伦理规范与遵循标准	158
高层管理者对伦理遵循计划的责任与授权	162
伦理标准的有效宣传	163
建立监督、审计与强制执行伦理标准的系统	165
持续改善伦理遵循计划	166
个人价值观对商业伦理计划的影响	167
伦理遵循的审计	169
小结	171
关键术语	172
一个现实中的情形	172
检查你的德商	174
第 9 章 全球经济中的商业伦理	175
本章目标	175
本章要点	175
一个伦理的两难困境	176
伦理观念与国际企业	178
商业中的文化因素	179



在全球框架内修改伦理系统:文化相对论	181
跨国公司	183
一种普遍的伦理观	185
全球伦理问题	191
小结	199
关键术语	200
一个现实中的情形	200
检查你的德商	201

第 10 章 组织绩效与商业伦理	203
本章目标	203
本章要点	203
一个伦理的两难困境	204
商业伦理与绩效的关系	207
小结	217
一个现实中的情形	218
检查你的德商	220

第 II 部分 案 例

案例 1	好时食品公司与 R. E. M. 乐队的冲突	225
案例 2	斯班牌午餐肉与木偶	231
案例 3	凡士通的轮胎召回	237
案例 4	阳光公司与“链锯阿尔”	245
案例 5	内普斯特:侵犯版权的争论	257
案例 6	道科宁的乳房假体	267
案例 7	三菱公司:工作场所中的性骚扰问题	275
案例 8	烟草受到攻击:为有害产品做广告	283
案例 9	本和杰瑞家庭制作:社会责任与增长	291
案例 10	埃克森·瓦尔迪兹号的失事	297
案例 11	阿彻丹尼尔米兰公司:限定价格的代价	307
案例 12	哥伦比亚/HCA 保健公司	315
案例 13	微软和美国政府	321
案例 14	美国阿斯特拉公司的迷失	331
案例 15	马特尔公司:严肃的玩具企业	337
附录 A	伦理协会与行业伦理规范	345
附录 B	公司伦理规范	369
尾注		397



第 I 部分

理解伦理决策

- 第1章 商业伦理概述
- 第2章 商业中的伦理问题
- 第3章 在商业伦理中应用道德哲学
- 第4章 社会责任
- 第5章 理解商业中的伦理决策框架
- 第6章 组织文化与伦理决策
- 第7章 伦理决策中的组织关系与冲突
- 第8章 有效伦理计划的开发
- 第9章 全球经济中的商业伦理
- 第10章 组织绩效与商业伦理

商业伦理概述

本章目标

- 从组织的角度探讨商业伦理的概念
- 理解商业伦理和社会责任之间的联系与不同
- 考察商业伦理的历史基础和演变过程
- 剖析工作场所伦理衰败的程度和不道德行为的压力
- 理解在大小组织中都需要商业伦理主动性的原因

本章要点

- 定义商业伦理
- 社会责任与商业伦理
- 商业伦理的发展
 - 1960 年前：商业中的伦理
 - 20 世纪 60 年代：商业中社会问题的崛起
 - 20 世纪 70 年代：作为一个新兴领域的商业伦理
 - 20 世纪 80 年代：巩固阶段
 - 20 世纪 90 年代：商业伦理的制度化

2000年及以后

- 为什么学习商业伦理？

问题

解决方法

- 学习商业伦理的框架

商业中的伦理问题

商业伦理中道德哲学的应用

社会责任

一个有助于理解商业中伦理决策的框架

组织文化与伦理决策

组织关系及伦理决策中的冲突

有效伦理计划的开发

全球经济中的商业伦理

组织绩效与商业伦理

一个伦理的两难困境^①

约翰·彼得斯(John Peters)刚刚从中西部州立大学来到德赖尔父子公司(Dryer & Sons, D&S)的总部。D&S是一家中等规模的公司,它为美国几个主要国防承包商制造零配件。最近,D&S新建了一个专门软件部,并聘请约翰·彼得斯做公司硬件兼软件的销售工作。

在中西部州立大学,约翰是一名勤奋的学生,刚刚取得工程与管理信息系统(MIS)学士学位。他辅修市场营销——确切地说是销售。得益于他受的教育和其他活动,约翰不仅能与工程师们自如地讨论数字,而且人际技巧也不错,他能够把复杂的解决方案用容易理解的术语表达出来。这也是阿尔·德赖尔(Al Dryer)雇佣他的主要原因之一。“约翰,你有个人魅力,并且你对计算机很有自己的一套。”德赖尔解释道。

D&S建于第二次世界大战期间,曾为军用飞机制造部件。在朝鲜战争和越南战争中,D&S成了飞机和导弹的特别部件的固定转包商。当阿尔·德赖尔和他的父亲开始创业时,阿尔还是公司的销售员。很快公司就壮大起来,雇了几百个工人和五个销售员;约翰是第六个销售员。

在公司的头几个月里,约翰弄清了自己在国防工业的处境。比如说,当他的培训师埃德(Ed)带采购员出去吃午饭时,每个人都会把自己应付的钱塞到桌上的口杯里。通常大家给的钱会比最后的账单要少很多,而埃德总会补上差的那部分钱。埃德要求约翰学习打高尔夫,因为“那是真正达成交易的地方。”同样地,埃德会间接地支付高尔夫账单,有时要支付好几百美元。

^① 本案例纯属虚构,任何与真人、公司或情景雷同之处均为巧合。

埃德的另一个要求是要约翰熟读联邦采购政策法案办公室(Office of Federal Procurement Policy Act)的采购廉正部分和联邦采购法规(Federal Acquisition Regulation),后者是对该法案的补充。另外,约翰还得读采购代理必须签署的采购廉正证明(Certificate of Procurement Integrity)。当约翰读到这些文件时,他注意到27(a)(2)部分的陈述禁止代理“直接或间接地提供、给予,或者承诺提供、给予任何钱、物或其他有价值的东西给这种代理机构的任何采购官员;或在合同签署之前向这种代理机构的任何官员或雇员直接或间接地索要或获取任何与这种采购有关的专利或资源选择的信息。”

“这难道跟我们正在做的事情没有关系吗,埃德?”约翰问道。

“可以说有也可以说没有,我的孩子,可以说有也可以说没有。”这是埃德的惟一回答。

某个周一,当埃德和约翰从圣路易斯和首都华盛顿的销售拜访回来,埃德打电话让约翰到他的办公室,并且说道:“约翰,你把我们的费用数字写错了。你少写了10%,因为你忘了所有你给的小费。”当约翰看着他的开销单时,他才意识到埃德是对的,但在他的费用报告表上找不到这些开销的相应项目。“埃德,那我把这些额外开销写在哪儿?表上没有这一项。”“就像我这样把它加在成本里。”埃德回答道,并给约翰看他的费用报告。约翰看着埃德的报告,他注意到有些看起来很大的数目。“为什么我们不跟德赖尔先生提一下这个问题,这样会计可以在报告表上加上额外的一项?”约翰提议道。“因为在这儿我们就是这么做事的,而她们也不喜欢改变会计系统。在公司里我们有句老话,睁只眼闭只眼有助于做成生意。”埃德教导约翰说。约翰并没有完全领会这个问题,只是按他说的去做了。

在另一次旅行中,约翰懂得了直接与联邦政府采购员和与D&S的转包公司打交道的不同。比如说,某些大的国防承包商的谈话被转达给D&S,然后埃德和约翰会拜访某些政府代理机构并转达这种信息。一次,埃德和约翰被告知向一个下一年就要进入私有部门的官员转达一个非常大的开价。另外,埃德和约翰过去习惯于应某些方面的要求为提案从采购代理机构那里获取信息以及其他一些竞争性信息。当约翰就此问埃德时,埃德说:“约翰,要想在这个行业出类拔萃,你就得成为一个行家,确切地知道在哪一步事情变得合法或者不合法。相信我,我从事这一行已经15年了,我从未有过任何麻烦。为什么你认为我是你的培训师呢?”

约翰开始查阅更多的政府文件并向其他销售员了解埃德。有两个人回答说埃德是个聪明的经营者,并且比公司中任何一个人更熟知内情。另外两个销售员的说法则不同。一个问道:“他已经试着给你解释他填写费用表的事了吗?”“但我以为那是每个人都在做的事情!”约翰叫道。“埃德跟联邦还有大的国防公司做了这么长时间的生意,以至有时他意识不到法规已经变了。他比较幸运,没被抓到过。小心点吧,约翰,否则你会发现自己的手是脏的并且没地儿可以洗净它们。”第二个销售员说道。

在另一次去首都华盛顿的旅途结束后,埃德把约翰叫到他的办公室。“约翰,你的数目没有加上。”他指出,“难道我没有告诉过你要至少加上10%到总数上作为小费和杂项吗?赶紧弄吧,你想接受一辈子培训吗?你要知道,在你能独自担当前我就得结束现任工作,我想确定你明白这些诀窍。就在你我之间,我想德赖尔最终会加一个副总裁的职位,按资历非我莫属。所以加紧学习这些

东西，因为你是我最后的学员。现在你把这些数目改过来，在文件上签字。”
约翰该怎么做？

问题 ■ 练习

1. 埃德的伦理困境是什么？
2. 约翰在 D&S 的伦理和法律顾虑是什么？
3. 确定这个情形中的伦理冲突。
4. 讨论约翰已经做出和将要做出的每一个决定的含义。

商业伦理是当今商业世界里最重要的，也可能是最有分歧的焦点之一。商业伦理领域处理是否可以接受特定的商业惯例这方面的问题。比如，在给客户做演示时，销售人员应该忽略有关产品安全性能不良记录的事实吗？会计在给客户做审计时，在知道自己所在的公司可能会被该客户解约的情况下，应该报告其发现的错误吗？为了避免大规模的、高成本的轮胎召回，汽车轮胎制造商应该故意隐瞒对安全的担忧吗？制药公司应该为改善生活方式的“神奇妙药”做广泛的广告宣传吗？而这些药实际上只应开始给一小部分人。另外，实现这些改善需要付出什么样的代价？不管其合法性，在这些情形中所采取的行动肯定会被其他人判断为对或者错，道德或不道德。就其本质而言，商业伦理领域是个具有争议性的领域，没有一个普遍被接受的办法来解决其问题。另一方面，政府正在鼓励组织对伦理和合法的行为负责。组织被要求通过实施伦理计划来防止和控制不当行为。许多企业正在向其员工宣传核心价值观以期在组织内创造一种伦理氛围。

在我们开始之前，说明一下本书是什么和不是什么很重要。首先，它不是通过告诉你什么是对的或什么是错的来进行道德说教。其次，虽然它提供了一个团体和个人决策程序的概述，但它不指令任何一种哲学或程序是最好的或是最伦理的。第三，这本书本身不会使你更道德，也不会告诉你如何去判断他人的伦理行为。相反，它的目的是帮助你在商业决策中理解和利用现有的价值观和信念，鼓励你去思考你的决策对商业和社会的影响，更好地理解组织如何管理各种雇员。最后，我们的目标是帮助你学会找出和解决商业组织中的伦理问题。本书的框架，因此也就集中在组织伦理决策是如何制定的和组织改善伦理行为的方法上。

在本章中，我们先展开商业伦理的定义和联系并将它与社会责任的概念作比较。接下来，我们考查商业伦理在北美的演变过程。最后，我们概述本书中考察商业伦理的框架。

定义商业伦理

伦理一词有很多差别细微的解释。伦理被定义为“对道德的本质与立场进行的质询，这里道德指的是道德评判、行为准则。”¹ 它也被叫作人类行为的研究