

企业与道德

乔洪武 · 龙静云 著



山西教育出版社

晋新登字3号

责任编辑 刘立平

封面设计 王亚中

企 业 与 道 德

乔洪武 龙静云

*

山西教育出版社出版（太原并州北路11号）

山西省新华书店发行 山西新华印刷厂印刷

*

开本：787×1092 1/32 印张：7.5 字数：160千字

1992年2月第1版 1992年2月山西第1次印刷

印数：1—2,310册

*

ISBN 7—80578—637—2

G·631 定价：3.20元

出版说明

在科技发展，信息爆炸，各种观念日新月异的当今世界，重新提起道德这个古老的话题，更显得意味深长。道德乃是个人以至民族素养的重要标志，极大地影响着民族性格的形成和历史发展的进程。它无声无息，却渗透到社会生活的各个角落。它是约束、规范，与我们的生活息息相关；它可能是现代化的包袱和负担，但也可能是潜在的巨大动力。惟其如此，认真思考道德诸问题在今天便有了特殊的意义。在新的形势下，作为谋求人类幸福的一种途径，伦理学应作出什么样的抉择，提供什么样的有益的启示？

我们推出《社会道德教育丛书》，并不着意于严密的逻辑论证，也不试图构筑所谓的“体系”，而是选择最现实的问题，从道德的角度进行分析、阐述和把握。愿这些新的“道德文章”，能对我们追寻道德理想、重塑道德信念有所裨益。

山西教育出版社

目 录

第一章	企业与道德.....	(1)
一	企业与道德.....	(1)
二	企业道德的特征.....	(10)
三	资本主义企业道德与社会主义企业道德.....	(15)
第二章	企业道德的结构与社会作用.....	(25)
一	企业道德的结构要素.....	(25)
二	企业道德的社会作用.....	(46)
第三章	企业的权利与社会责任.....	(57)
一	企业的权利.....	(58)
二	企业的社会责任.....	(67)
第四章	企业管理与道德.....	(92)
一	企业管理思想的伦理基点.....	(92)
二	企业管理中的道德原则.....	(98)

第五章	企业生产行为中的道德	(119)
一	生产行为主体的道德要求	(119)
二	生产方法和手段中的道德	(127)
三	生产对象利用中的道德	(146)
第六章	企业交换行为中的道德	(153)
一	企业交换行为主体的道德要求	(154)
二	企业供应行为中的道德	(158)
三	企业营销行为中的道德	(164)
第七章	企业分配行为中的道德	(181)
一	全民所有企业分配行为中的道德	(182)
二	集体所有企业分配行为中的道德	(199)
三	非公有制企业分配行为中的道德	(206)
四	企业集团分配行为中的道德	(211)
第八章	企业消费行为中的道德	(217)
一	企业集体消费行为中的道德	(218)
二	企业个人消费行为中的道德	(231)

• 第一章 •

企业与道德

企业这个“经济人”有道德可言吗？

在许多人看来，企业与经营、企业与管理总是常议常新的热门话题，而企业与道德总是“话不投机”的。自古典经济学以来，企业的经济行为就被理解为以最小的代价获得最佳效益的一种“理性模式”，而道德则属于文化、观念、情感的非理性因素范畴。一些人据此以为，企业与道德之间没有什么联系。近年来一度流行的“经济发展与道德进步必然二律背反”的观点也似乎为此提供了理论上的佐证。本章所要回答的问题，就是企业不仅是“经济人”，而且还是个“社会人”，企业的一切行为都应该遵循相应的道德。

一 企业与道德

依据70年代发展起来的系统理论，企业这个商品经济社会的细胞不仅是一个独立经营、自负盈亏的经济实体，而且是一个由各种子系统所构成的、开放的社会技术系统。如果从整个社会这个大系统来看，企业又可以被看成一个充满生

命活力的“社会公民”。因此，自1904年美国经济学家凡勃仑推出《企业论》一书，首次提出了“企业行为”、“企业活力”、“企业动机”等概念以后，人们常常将企业人格化来加以研究，进而提出了“企业素质”、“企业精神”等研究命题。从伦理学的角度看，正如大的社会系统有社会的公共道德，个人有职业道德、场合道德等特有的道德规范一样，企业无论是作为一个社会系统，还是作为一个在商品经济社会生存的“社会公民”，也同样具有特殊的行为规范和准则，这其中就包括道德的规范和准则。

有人或许认为，企业作为一个法人，以上所说关于企业的规范和准则就只包括法律的部分。我们认为，这种观点从认识上看是片面的，从实际上看是不能成立的。企业的行为规范不仅包括经济的、法律和行政上的，而且也必须包括道德的。这是因为：

第一，众所周知，法律约束对企业来说只是一种强制性的外律机制。道德约束则既是一种他律，又是一种自律，是他律与自律的统一。它虽然不及法律那样威严强硬，却通过人们的自知和自觉发挥出法律所鞭长莫及的作用。例如，一个没有道德、只有法制的社会也可能会运转有序，但由于人们对社会的规范只有抵御感和畏惧心，没有起码的羞耻感和同情心，社会一定会与崇高无缘，社会的运转（当然也包括企业的运转）必然会因利益的各个交合点缺乏润滑剂而发涩发滞。这一点，从当今西方社会的危机中就不难发现。因此，正如政治规范、法律（包括纪律）规范需和道德规范组成一个完整的调节系统，才能够有效调节人的全部行为一样，调节企业的全部行为，也必须要有道德的参与和补充。

第二，企业的任何经济行为都处于一定的社会文化环境中，社会伦理和道德观念必然影响着企业的行为，尔后又内化于企业行为之中，成为企业行为动机的一部分。因此，企业行为中内化了的伦理道德因素既是客观存在的，又是推动或制约企业发展的重要力量之一。最早提出“经济伦理”概念的德国思想家马克斯·韦伯，在他的《新教伦理与资本主义精神》一书中就曾指出，与中世纪伦理观念所不同的、独特的资产阶级经济伦理，对于资产阶级经济生活发展所带来的影响比单纯鼓励资本积累重要得多，“它是促进那种生活发展的最重要的而且是唯一前后一致的影响力量。它是养育现代经济人的摇篮的护卫者。”^①他认为，正是符合资本主义精神的价值取向与资本主义的生产组织形式的相互适应，从而推动了资本主义企业自19世纪以来的迅速发展。

从企业发展的实际情况来看，企业与道德不仅具有千丝万缕的联系，而且人们对于道德机制在企业经营和管理实践中的重要作用也有了越来越清醒的认识。

首先，从企业经营观念的演变过程来看，在资本主义企业的发展初期，企业不仅归资本家个人所有，而且还归资本所有者个人经营，企业家（同时又是业主）的意志就是企业的意志。企业的经营目的也就比较单一，完全只为了获取足够的盈利来维持自身的发展。依附于古典经济学的传统经营观念认为，只要企业在盈利这单一动力机制的作用下自由地、最大限度地追求自身的经济利益，就能通过市场机制这只“看不见的手”来实现“财富的生产和分配”的合理性。

^①〔德〕马克斯·韦伯：《新教伦理与资本主义精神》，第163页。

基于这种观念，“人们有时假定，一个社会的经济企业，是依据自己的内在规律来运转的，无须人来干涉。许多阶层的人已得出这样的结论，即供求规律、刺激和生产规律、分配和资源规律，其科学性差不多达到了无可更改的精神程度”。因此，“政治决策和道德决定，都不应该影响经济机器的运转”。^①这，就是企业是“经济人”观点的由来。

本世纪30年代，资本主义世界爆发了历史上第一次全面的经济危机，资本主义企业的发展也遭受了重大的挫折。从恶梦中醒来之后，西方的理论界和企业界开始怀疑由亚当·斯密所创立的古典经济学的真理性，传统的企业经营观也面临着前所未有的“信任危机”。经历了几十年的实践探索后，现代企业观于60年代开始逐步形成。与传统企业观不同，现代企业观认为，企业不但是一个经济实体，而且是一种具有社会性目的的社会实体，诚如美国经济学家K·E·博尔丁在1968年出版的《超经济学》一书中所说：“在经济学中，我们开始承认，企业不仅是谋求利润最大化的经济体系，它又是包括社会的、心理的、文化的及政治的等等诸方面的复合性社会机构。”作为一种社会实体，企业的经营观念中必然要溶入社会的、心理的、文化的和政治的等“非理性因素”（现代管理中又称为“软性因素”），企业追求盈利的目标也要受到作为社会实体必须承担的社会责任的约束。因此，现代企业的经营不再片面地强调追求利润的最大化，不再一味苛求企业行为的“理性化”越高越好，而要求企业处理好企业与社会各方面的利益关系，尽可能地满足与

①〔美〕R·T·诺兰：《伦理学与现实生活》，第322页。

企业经营相关的众多方面的正当需求，以消弥企业与社会的矛盾对立。如一些外国学者先后提出了“适当利润”、“满意利润”、“必要的最低利润”等观念。虽然，资本主义企业在私有制社会中不可能实现企业经营目的的根本转变，但这种由传统的“企业优先”到“企业的社会责任优先”的观念演变毕竟是一个不小的道德进步。它有益于社会文明的提高，也直接促进了企业伦理和企业道德研究的长足进展。如近几十年来，西方各工业化国家不仅发表了大量企业伦理学的研究成果，而且于1974年在美国的堪萨斯大学举行了首届企业伦理学研讨会，制定了企业伦理学教育大纲，开始为商贸和经营专业开设企业伦理学课程。从以上发展可见，那种认为企业是无道德可言的“经济人”的观点，在近几十年里已经过时。

其次，从企业管理思想的发展演变来看，早在19世纪末20世纪初科学管理理论诞生之时，企业管理中的道德机制就开始为人们所关注。即使是科学管理理论的创始人泰罗本人，也并非完全没有注意到尊重工人的问题。他在1903年出版的《工场管理》一书中指出：“无论怎样好的管理制度，都不应该死板的应用。在雇主和工人之间始终应该维持恰当的个人关系。即便是工人的偏见，也应予以考虑，同他们讨论。那些戴着羊皮手套在工厂中走过，从来不把手和衣服弄脏，以一种恩主的态度同工人讲话或根本不讲话的雇主，决不能知道工人真实的思想或感情。最重要的是，上级应该以平等的态度同工人谈话，鼓励工人同其上级讨论他在工作中或工作以外的任何困难……工人们所需要的和感激的，不在于大量的施舍(不管多么慷慨)，而在于哪怕是微小的友

爱和同情。友爱和同情可以在劳资之间建立起友善的纽带。”

在本世纪30年代，行为科学理论（又称：人际关系学派）异军突起，独占鳌头。这一理论与泰罗等人创立的早期管理理论的最大不同，在于把人的因素放到了首要地位。在泰罗的科学管理理论中，虽然考虑了人的因素这一方面，但与技术、设备和资金相比，他把人的因素放在比较次要的地位。而行为科学理论认为人是企业管理中的“第一位”要素。如这一时期的美国管理学家奥利弗·谢尔登就曾指出：“工业不是一堆机器和技术程序的集合，而是一个由人组成的复合体。”^①他还首次提出了企业管理当局对待工人应该遵循的原则：第一，所有工人都应参与决定工作条件；第二，工人的生活条件应与文明社会相称；第三，工人应有适当的余暇时间用于自我发展，等等。这些在今天看来似乎是理所当然的观点对当时管理思想的进步具有不可低估的意义。克劳德·小乔治在总结这场管理理论革命的意义时说：“1900年时典型的管理人员的形象是很清楚的。他是他的命运的主人，并驾驶着秩序井然的航船。他的命令被绝对服从，而且只有他这个老板才能发出命令。”那时的企业，“很少想到要改善工人的生活，更谈不上改善他当前的工作条件了”。企业所关心的只是“从它那里榨取尽可能大的生产率，而很少或根本不考虑整个人”。现在，“由于管理方面的这些以及其他的一些变化，目前的企业的领导者同本世纪初叼着雪茄烟拍桌子的企业领导者很少共同之处”。^②企业管理思想由传统

①〔美〕奥利弗·谢尔登：《管理的哲学》，第27页。

②〔美〕克劳德·小乔治：《管理思想史》，第210页。

的“物本位”转向“人本位”，带来了当时企业生产效率的大幅度提高。这就清楚的表明提高企业管理道德水平与激发企业活力之间具有正相关关系。近十几年来日本企业的迅速崛起更清楚地证明了这一点。

60年代以后，美国企业界发现国内市场需求的全盛时期已告结束，市场的疲软使企业的生存面临困境。尤其是70年代的石油危机，给处于经济衰退期的西方各国企业以新的沉重打击。^③而此时日本的经济却在石油危机之后奇迹般的复苏，日本的企业在许多领域都向西方各国的企业展开了咄咄逼人的攻势。对此，英美等工业化国家的企业界和管理学界既满怀“无可奈何花落去”的沮丧，又表现出“柳暗花明又一村”的新奇。他们或亲赴日本考察，或登门拜访日本企业在海外的子公司，一股学习日本式企业管理的热潮迅速在欧美各国兴起。先后有《日本第一》、《日本管理的艺术》、《Z理论——美国企业界怎样迎接日本的挑战》等一批有影响的研究成果问世。通过对比日美两国的企业管理，他们得出了“我们和日本人在所有的‘硬性’因素方面——策略、结构、制度——非常相似。主要的差别在于‘软性’的因素——技巧、作风、人员与最高目标。他们的文化在‘比较软性’的因素上占优势”^①的结论。并认为这些优势是以与西方企业所奉行的价值观所不同的价值取向和道德目标为后盾的。诚如美国管理学家卡尔·佩格尔斯所说：“日本的组织中普遍采用集体方式，使得个人主义处于隐蔽状态。所以，纯粹的个人主义者不大适合日本大公司传统的集体主义精

①帕斯卡·艾索思：《日本管理的艺术》，第199页。

神。”^①无怪乎美国的管理学界也承认：“‘美国的敌人’不是日本人或德国人，而是自己管理‘文化’的限制。”

进入80年代以后，随着《企业文化》、《寻求优势——美国最成功公司的管理经验》、《创造卓越》等著作的问世，企业文化热迅速在欧美、日本等国的企业中流行。所谓企业文化，美国人认为是指企业内部所共同持有的价值标准、信念、态度和行为准则的总和，是一个企业所特有的传统和风气。E·谢恩——美国久负盛名的组织心理权威，则更进一步指出企业文化的精神内核是社会伦理观，因而在他的《组织文化与领导》一书中，竟用了1/3的篇幅剖析企业行为所涉及的伦理问题。尽管目前这种非理性主义管理理论还存在许多不完备之处，但欧美及日本的理论界和企业界都非常重视应用和扩展这一新理论。如1988年9月17日，联邦德国《世界报》以《美国人认识到道德学是管理的总钥匙》为题发表文章，指出美国的麦道公司（麦克唐纳——道格拉斯公司）在其企业指导原则中提到搞好企业管理的五把钥匙，其中之一就是“道德纲要”，而且，“‘道德纲要’是把所有钥匙串在一起的‘钥匙串’”。1989年10月，在北京举行的中日实践伦理学第三次讨论会上，日本社团法人伦理研究所法人部主任田形健一和日本筑地玉寿司社长中野里孝正介绍了日本企业实践企业伦理精神所取得的成功经验。筑地玉寿司自1985年以来把纯粹伦理（即以“纯情”或“天真纯朴”为基础准则的一套伦理道德规范体系）应用于企业行为实践以后，四年里公司的营业额增加了10亿日元。这些事

^①卡尔·佩格尔斯：《日本与西方的管理比较》，第7页。

例表明，即使资本主义国家的企业，尤其是在近十几年中，它们也决不认为企业与道德是“风马牛不相及”，而是将道德作为开启企业成功的重重大门的必备钥匙之一。这一点，很值得我们去深思。

在我国，自改革开放以来，我们已重新认识到要发展社会主义的有计划商品经济，认识到社会主义企业也是独立的或相对独立的商品生产者和经营者。作为社会主义企业管理理论一部分的企业文化热也迅速风靡全国。全国报刊每年发表的职业道德和企业文化的研究论文、论著数以千计，但专门研究企业与道德的关系，研究企业文化和企业精神的核心内涵——企业伦理道德的论著则鲜为人见。而在现实生活中，一方面由于企业的“侵权”、“越轨”和“犯规”行为不断扩大，广大人民群众和企业自身要求企业行为有一定道德规范可循的愿望日益增强；另一方面，企业自身在物质刺激价效贬值的情况下，为增强企业活力也开始关注道德机制的激励作用及其机理的研究与应用。因此，社会和企业都有认识 and 了解、研究与实践企业道德理论的迫切愿望。特别是经过这两年的治理整顿，我们纠正了以前的重经济发展，轻精神文明建设的偏向，并在下大气力治理社会经济环境的同时，采取了一系列得力措施来净化社会的道德环境，那种轻视道德价值，蔑视道德约束的社会心态正开始发生转变。而在治理整顿之中，一些以前惯于粗制滥造的企业已经尝到了被用户扼住咽喉的痛苦滋味；许多对质量精益求精，让赢利有理有节的企业在疲软的市场里依然能站稳脚根，长盛不衰。这种反差有助于更多的企业看清企业道路对于振兴企业，帮助企业走出低谷的重要价值。由此可以看出，目前在我国还鲜为人

知的企业道德理论，在不久的将来将会获得长足的发展。

二 企业道德的特征

在我国以往的道德研究中，人们常常把企业道德当作职业道德的组成部分，或将企业道德与职业道德相提并论，而没有形成专门的企业道德体系。其实，企业道德所蕴含的丰富内容，是职业道德所不能比拟，也远远不能概括的。

按通常的定义，职业道德是指从事一定职业的人们在其职业实践中形成的，指导自己行为的道德规范。它是从长期的职业活动中总结和提炼出来的、具有职业特征的行为准则。企业道德是指从事商品生产和商品经营的社会集团或劳动群体——企业，在其生产、经营和管理的过程中所形成的道德意识、道德规范和道德实践的总和。两者之间无论是从表面上看，还是从本质上看，企业道德都与职业道德有很大的不同。

首先，从约束对象和要求方面来看，职业道德的约束对象是企事业单位的职工个人，而企业道德的约束对象是企业的全体成员。对于前者，不管什么单位，只要职业相同的人都将接受它的约束；对于后者，不管何种职业，无论是厂长、经理还是普通员工，只要在同一企业，那么就必须遵守共同的企业道德。例如，在日本，几乎所有的大公司都有自己的社歌、社训，作为约束全体成员的共同准则。每天早上上班工作以前，一般都举行短暂的朝会，企业的所有成员在一起高唱社歌、背诵社训，使企业的共同准则牢牢地记在全体职工的心里，转化为自觉的行动。由于这种共同性，企业成

员对于“企业道德规范面前人人平等”的认识和理解也就更为深刻，企业的道德意识和规范也更容易转化为企业成员群体的道德实践。

就企业道德与职业道德的内容要求而论，职业道德只反映出社会的分工给个人带来的职业角色区别以及个人应承担的职业角色义务。而企业道德既包括以上区别的一般要求，还包括作为企业组织成员的特殊要求。这种特殊性一方面是因为，在商品经济社会，作为商品生产者的经济组织与非经济组织（如政府机关、社会团体及福利保障事业等等）的成员之间，作为自负盈亏的企业组织与非企业组织（如各种不以营利为目的的工厂）的成员之间，两个人的工作职业特点有可能相同或相似，但由于其所在的组织性质不同，两者的实际职责就会不同，其行为规范要求当然有所区别，而公认的职业道德要求则难以反映出这种区别。另一方面，即使同是商品生产者的企业，甚至同属一个行业的不同企业，由于各自的组织传统、价值标准和管理模式不同，尤其是在社会主义初级阶段还有多种所有制形式的企业长期存在，对于同一职业岗位上的工作人员的要求也不一样。这种差异，我们从当前企业的现状中是不难发现的。正因为企业道德的这一特殊性，其道德标准也就更符合于各个企业的实际。这样既有利于企业成员对自己的职业行为作出更准确的道德评价，也有利于社会对企业行为的道德评价更为客观、公正和合理。

其次，从调节范围和调节手段来看，企业道德与职业道德也存在着极大的差别。就调节范围而言，职业道德一般是调节从事某种职业的职工与其工作对象之间的关系。譬如，医生道德就是要调节好医生与病人之间的关系；教师道德主

要是调节好教师与学生之间的关系。而企业道德调节的范围比这要广泛得多。以美国企业为例，它们需要协调好利益关系的社会集团包括：股东或业主、债权人、所在社区、政府、顾客、雇员以及诸如环境保护组织的社会团体。在我国，过去企业同吃国家大锅饭，完全没有自主经营的权力，企业与企业、企业与国家之间的利益差别很小，故企业的责任和义务也不多。改革开放以来，随着企业自主权的扩大，企业的权力和利益均在增长，因此企业在各种社会关系中的责任和义务也在扩大，并已经显得极为重要了。此时，企业除了要调节好自身与其服务对象——用户和顾客之间的关系外，还要协调好企业与国家、企业与竞争对手——其他企业、企业与职工、企业与所在社区、企业与自然和社会环境之间的种种关系。如此复杂的调节关系使得企业道德的内容变得十分广博，它所涉及的问题既有经济伦理学、管理伦理学、科技伦理学方面的内容，又有生态环境伦理学、社区及组织伦理学等方面的内容。这，也是职业道德所不及的。

就调节手段而言，职业道德的调节手段主要是人们的职业良心和社会舆论，而企业道德的调节手段除了包括这类非强制性手段外，还包括部分的强制性手段。如日本企业在伦理的指导下，制定社训、社章和社则，建立全体员工一起实行朝礼的制度以及我国企业自行制定的厂规厂纪等行政手段。这种对成员带有一定强制性的规范从成员个体的角度看已超出道德的意义。但是，从社会的角度看，它表现出企业自我约束的精神，反映出企业组织的道德水平。尤其是在社会的各项管理法规尚不健全、企业成员的职责意识尚未转化为普遍的自觉要求和行为习惯的条件下，深入细致的思想政