

企業倫理

Business Ethics

第二版

Multi-Stakeholder Responsibilities of The Corporation 葉保強 著

安隆案爆發後，突顯出企業倫理的薄弱，讓企業有所警惕。

但是這一記警鐘並沒有敲響商學教育的大門，

每年成千上萬的畢業生進入職場，

在沒有任何企業倫理教育的準備下，

他們如何能在日益複雜的商業世界做對的事？

又如何因應困難的倫理挑戰？

因此作者本著社會責任的態度大聲疾呼：

企業倫理絕對是未來的主流趨勢！



企業倫理

第二版

Business Ethics

Multi-Stakeholder Responsibilities of The Corporation

葉保強 著



五南圖書出版公司 印行

國家圖書館出版品預行編目資料

企業倫理／葉保強著．

--二版．—臺北市：五南，2008.10

面；公分

ISBN 978-957-11-5342-1（平裝）

1.商業倫理

198.49

97015171



1FJ3

企業倫理

作者 — 葉保強(321.4)

發行人 — 楊榮川

總編輯 — 龐君豪

主編 — 張毓芬

責任編輯 — 吳靜芳 唐坤慧

封面設計 — 盧盈良

出版者 — 五南圖書出版股份有限公司

地址：106台北市大安區和平東路二段339號4樓

電話：(02)2705-5066 傳真：(02)2706-6100

網址：<http://www.wunan.com.tw>

電子郵件：wunan@wunan.com.tw

劃撥帳號：01068953

戶名：五南圖書出版股份有限公司

台中市駐區辦公室/台中市市區中山路6號

電話：(04)2223-0891 傳真：(04)2223-3549

高雄市駐區辦公室/高雄市新興區中山一路290號

電話：(07)2358-702 傳真：(07)2350-236

法律顧問 元貞聯合法律事務所 張澤平律師

出版日期 2005年11月初版一刷

2007年3月初版三刷

2008年10月二版一刷

2010年3月二版二刷

定價 新臺幣520元

第二版序

本書自 2005 年面世以來，台灣社會、業界及學界對企業倫理的覺醒及關注有了明顯的進展。有名的商業雜誌如《遠見》及《天下》先後舉辦了企業社會責任獎及企業公民獎，表揚對企業社會責任有優異表現的公司。這些活動有助於將商業倫理或企業社會責任確認為社會的核心價值。教育方面，很多的大學或科技大學都相續開設或加強企業倫理的教學，開始匡正了學界對商業倫理教育的長期忽視的不正常狀態。由本人在過去五年來負責主編的中央大學哲學研究所出版的《應用倫理研究通訊》，近年來亦收到不少有關企業倫理方面的投稿。在國際的研究出版方面，國際知名的《商業倫理學報》（*Journal of Business Ethics*）開辦了一期名為「大中華地區的商業倫理」（*Business Ethics in Greater China*）的專刊，主編 Alex Michalos 教授邀請了本人與其他二位香港同仁負責作客座編輯。專刊收到來自中、台、港及全球不少的投稿，其中亦不乏台灣學者的稿件，可惜由於篇幅所限，無法將所有論文一一刊登。無論如何，這些教研活動雖然跟發展比較成熟的美歐地區的水平相比，仍處於起步階段，有很大的發展及加強的空間，但若配合適當的資源投入及教研努力，往後的發展應是值得期待。

究竟第二版改了什麼？為何要改？以下是簡單的回答。改版目的有二：一是要令論述更為精簡，更適合商學院學生使用；二是增加本地的元素，令本書更在地化（*localized*）。在精簡化方面：在倫理理論及觀念闡釋方面，第二版將原版的三個章的篇幅濃縮成一章，以更簡明的論述協助學員掌握倫理的基本觀念。本土化包括兩方面：一是企業倫理理論章內新加入了儒家企業倫理的討論；二是以本地的案例取代國外的案例。儒家企業倫理的加入，是將適用於企業組織層面的儒學元素構建出來，令儒家倫理在企業延伸方面所展現的面向更清楚地呈現，讓學者能更全面了解儒家倫理在實務上的真實面目。時下以儒家倫理為立場的商業道德或管理哲學

的論述，不少過分宣揚儒家倫理的光明面，對其消極面鮮有論及或只輕描淡寫。再者，這些論述欠缺應有的嚴謹及批判性，常流於宗教式的說教或行銷，製造片面或扭曲的圖像，混淆視聽，誤導初學者。加入儒家企業倫理的目的是希望能扭轉這個不正常的現象。新版將第一版的六個國外案例刪除，代之以一些在此地廣為人知的案例。這些案例包括了中興商業銀行的超貸弊案、中石化安順廠戴奧辛污染案、921 大地震水塔哄抬價格案、台灣拆船業血汗史、檳榔西施經營倫理等。增加本地案件之目的，是希望學員藉由熟悉的事例，更容易將倫理觀念與經驗連結起來，提升學習效能。

筆者感謝加拿大 University of Northern British Columbia 校長 Alex Michalos 教授、挪威的 Norwegian School of Management 的 Heidi von Hoivik 教授多年來的支持與合作。本人在英國 Nottingham University Business School 作訪問學人期間，從該院 CSR Center 主任 Jeremy Moon 教授學習到不少有關歐洲尤其是英國的商業倫理現況。香港浸信會大學的商學院院長 Simon Ho 教授推動商業倫理的教研不遺餘力，筆者感謝這位多年好友對本人的研究長期的支持。

筆者的學生傅家現時在英國伯明翰大學修讀博士學位，專攻專業倫理。本所的博士班生國鑫、世慶、小雯等都以商業倫理為論文主題，在培育下一代教研人材方面，這都是令人鼓舞的發展。已畢業的學生茂鑽、宗信、智仁、廣潮、廣赦、世萌、璦蓮、正炯等，大都能將學到的應用到職場上，令職場變得更符合人性及倫理，令人感到欣慰。

葉保強

見山草堂

2008 年 6 月 4 日

原 序

近二十多年的商業倫理的研究及教學，在以美國為首的英語世界發展異常蓬勃。不少有時代感的倫理學家不滿於傳統倫理學的已逐漸與時代脫節，於是奮臂而起，將倫理的關懷重投回現實世界上去，開創出一條應用倫理的康莊大道。經過多年的努力，企業倫理在經驗研究及理論探索都成果豐碩，提供了富饒的土壤給研究人員做更高層次的理論整合。本書的寫作背景，恰好是這第一輪豐盛收割的時期，這些豐碩的成果令本書在觀念與理論的整合上受益匪淺。

在這期間，筆者觀察到全球企業界對商業倫理的意識的不斷地提升，唯獨在中華文化區域內的業界對商業倫理的意識仍相對的落後。這個現象當然有很多的原因，除了政治及社會因素之外，在教育方面，倫理教育沒有受到應有的重視是其中一個主要原因。台灣在企業倫理方面的教學研究一直受到冷落，這個情況最近有一點好轉，大學開設企業倫理或同類科目有增加的趨勢。雖然如此，並不是所有大學的商學院有這一科開設，有開設的並不會列為必修科。安隆醜聞驚爆不久，曾短暫出現要求加強商業倫理教學的微弱呼聲，但很快就沉寂下來，沒有實質的跟進工作，商學教育依然故我。長久以來，每年成千上萬的商科畢業生走進職場，在沒有任何企業倫理教育的準備的情況下，教他們如何能在日益複雜的商業世界做對的事（to do the right thing）？回應困難的倫理挑戰？在倫理解困能力欠缺的情況下，他們自然會依本能作回應——快、狠、準就是他們生存的行為準則。然而，快、狠、準不單與做對的事經常無關，同時是導致不倫理行為的來源。這是令人遺憾的！商業對人類社會的影響深遠，幾乎沒有一樣重要的人類活動是跟商業無關的。商業的好壞跟人類的利益緊密地連結在一起。事實上，商業跟人類的幸福息息相關，合理的商業與倫理分割不開。沒有倫理的商業教育是目前很多商業亂象之源！社會根本就負擔不起忽視商業倫理教育的社會成本。

本書的主旨，以整合社會契約論及利害關係人倫理作為理論架構，論析及整合企業與社會的倫理關係，及論述企業對不同的利害關係人社群——員工、股東、消費者、競爭者、社區、全球社會及環境的多元倫理義務。本書反映了筆者在商業倫理這個領域二十多年來思考及教學的不少的累積。本書是以教科書體裁來撰寫的，力求對這個領域的重要議題作一個較為完備的綜合介紹及論述，由於這個領域範圍極廣，本書不可能對每一個議題都給予詳細的處理，必須作一些篩選，因此部分反映筆者的學術觀點及判斷，掛一漏萬在所難免。

撰寫本書時，在這個領域的前輩學者及研究者對筆者受益匪淺，其中有幾本著作特別要在此一提。當諾臣及登菲（*Donaldson and Dunfee, 1999*）兩人合著的《有約束力的聯繫》及費民（*Freeman, 1984*）是本書的分析架構的來源。在論述方面，本書亦參考了（*McAlister, Ferrell, & Ferrell, 2003; Carroll & Buchholtz 2003; Beauchamp & Bowie 1997; Velasquez 1998; Young, 2003*）。在基礎篇的論述中，本書受益於Rachels（2003）的清晰論述。其餘在這方面努力過的同仁都提供了很大的幫助，它們的「足跡」遍布全書，在此無法一一細表。

本書得以順利出版，背後得到很多人的幫助，在此我對他們表示深切的謝意。首先感謝五南圖書出版公司副總編輯張毓芬小姐的支持及包容，給予我更多的時間，讓我能在繁忙的教研工作中完成二十多萬字的書稿。中央大學哲學研究所同仁，瑞全、建民、振邦兄的支持及鼓勵，令我有機會深化教學與研究。哲學研究所應用倫理研究中心主任及《應用倫理通訊》總編輯的工作，進一步豐富了筆者在應用倫理學上的經驗。感謝唐君毅、牟宗三、徐復觀、劉述先、金耀基、Bob Butts、John Nicholas、Cliff Hooker 諸位老師的教導。另外，感謝邱仁宗教授，好友高漢深、梁寶耳、歐結成等多年來的情誼，及《信報》林行止先生的長期支持。

中央大學在職碩士班的同學，幫助我把問題構想得更清晰及講得更清楚。受我指導論文的學生所挑選的研究題目，加深了我對商業倫理領域的了解，開闊了我的視野。跟我作研究的同學，包括國鑫、茂鑽、宗信、智仁等，都在繁忙工作下把論文完成，他們無比的毅力與熱情令我佩服，能

幫助他們完成論文是我人生的樂事。

本書製作過程中，慧瑩、傳家、雅萱為我整理了一些案例；繪圖方面得到永崇的協助。最後，我要感謝家人對我長期的支持及愛護，他們是推動我前進的無限動力。

要完備處理一個範圍如此廣闊、問題如此複雜的領域，誠然是一個艱巨的挑戰，本書不完善之處是可以預料的。期盼有識之士不棄，多多指正。

葉保強

楊梅鎮·雲起居

2005年6月4日

Contents

第二版序	i
------------	---

原序	iii
----------	-----

如何使用本書	1
--------------	---

本書之目的及範圍 >> 3

本書的進路及方法 >> 5

如何使用本書 >> 7

本書的特色 >> 8

第 1 章 為何要關心企業倫理	11
-----------------------	----

引言——商業弊案與企業倫理 >> 13

關心企業倫理 >> 15

幾個流行的商業倫理神話 >> 16

法律為何不能代替企業倫理 >> 18

社會對企業倫理的期望 >> 22

結語 >> 24

第一部分：倫理基礎篇

第 2 章 倫理觀念	29
------------------	----

引言 >> 31

什麼是道德？ >> 31

倫理爭議及其解決 >> 37

效益、義務、美德 >> 41

正義、權利、良知 >> 46

結語 >> 52

第3章 企業倫理五論55

引言 >> 57

企業發展簡史 >> 57

企業的性質 >> 60

企業社會責任論 >> 63

利害關係人企業倫理 >> 73

整合社會契約論 >> 83

康德企業倫理 >> 93

儒家企業倫理 >> 99

結語 >> 107

第二部分：企業與其利害關係人 社群的倫理

第4章 企業對員工的倫理義務113

引言 >> 115

職場性別歧視世紀官司 >> 115

職場安全 >> 116

童工問題 >> 117

職場正義及集體談判權 >> 118

雇主與員工的契約關係 >> 122

雇主與員工的倫理關係 >> 124

經營原則的規範 >> 126

員工權利清單 >> 127

企業如何對待供應商的員工 >> 129

成衣產業夥伴職場行為守則 >> 131

利維牛仔褲全球採購及營運指引 >> 132

結語 >> 136

第5章 企業對消費者的倫理義務.....137

引言 >> 139

產品安全問題 >> 142

企業欺詐行為 >> 146

產品行銷倫理 >> 147

香菸的不當行銷 >> 148

廣告與倫理 >> 149

什麼是廣告？ >> 150

廣告的倫理爭議 >> 151

欺騙性廣告 >> 153

資訊不對稱與不公平交易 >> 156

消費者保護運動的發展 >> 157

高斯經營原則下的企業義務 >> 159

企業對消費者的基本規範 >> 159

消費者權利 >> 162

結語 >> 164

第6章 企業對股東的倫理義務.....167

引言 >> 169

迪士尼股東起義事件 >> 169

迪士尼無法避開改革巨輪 >> 172

什麼是合格的公司治理？ >> 174

輕忽商業倫理的代價沉重 >> 176

企業與股東及投資者的關係 >> 177

企業對股東倫理的超級規範 >> 184

第7章 企業對競爭者的倫理義務.....191

歐盟重罰微軟壟斷行為 >> 193

自由市場與競爭的效益	>> 197
反競爭行為	>> 198
貪污與商業	>> 201
競爭力的真正來源	>> 204
價格競爭	>> 205
併購	>> 206
企業對待競爭對手的倫理義務	>> 208

第 8 章 企業對社區的倫理義務.....211

鹿港居民反杜邦運動	>> 213
商業與社區的倫理關係	>> 215
企業對社區的倫理義務	>> 217
入鄉隨俗的反思	>> 218
企業與扶貧	>> 219
企業與疾病	>> 223
政府與企業的關係	>> 227
維護公平競爭法令	>> 229
保護員工權利的法令	>> 231
管制的成本及效益	>> 232

第 9 章 企業對環境的倫理義務.....235

華爾迪斯號 (Valdez) 漏油大災難	>> 237
全球污染熱區	>> 240
人類對環境的巨大衝擊	>> 244
生態危機的素描	>> 245
CERES Principles——阿拉斯加州油災之產物	>> 249
全球環保的典範轉移	>> 251
永續經營商界契約	>> 252
企業對環境的倫理義務	>> 253
企業環境義務實踐典範——艾康永續經營	>> 254

杜邦永續經營 >> 257

第10章 企業社會責任最新的發展261

企業社會責任的演化 >> 263

三重基線與企業社會責任 >> 266

三重基線商業的內涵 >> 267

永續經營新理念 >> 268

生命週期產品 >> 268

從「搖籃到搖籃」生產 >> 270

瘦身生產 >> 270

打造優良倫理的企業 >> 271

第三部分：附 錄

企業倫理案例277

案例 1 安隆財務作假案 >> 279

案例 2 花旗銀行遲來的文化改革 >> 285

案例 3 Wal-Mart 性別歧視官司 >> 290

案例 4 中國礦坑是全球最危險的職場 >> 293

案例 5 Nike 與血汗工廠 >> 297

案例 6 RCA 桃園縣八德市污染事件 >> 301

案例 7 中興商銀超貸弊案 >> 305

案例 8 雀巢嬰兒奶粉的欺騙性行銷 >> 311

案例 9 菸草公司世紀欺詐案 >> 313

案例 10 中石化安順廠戴奧辛污染案 >> 316

案例 11 日本溫泉勝地作假案 >> 320

案例 12 921 大地震水塔哄抬價格案 >> 323

案例 13 拆船業的血汗工廠——從台灣到印度 >> 325

案例 14 檳榔西施的經營倫理 >> 331

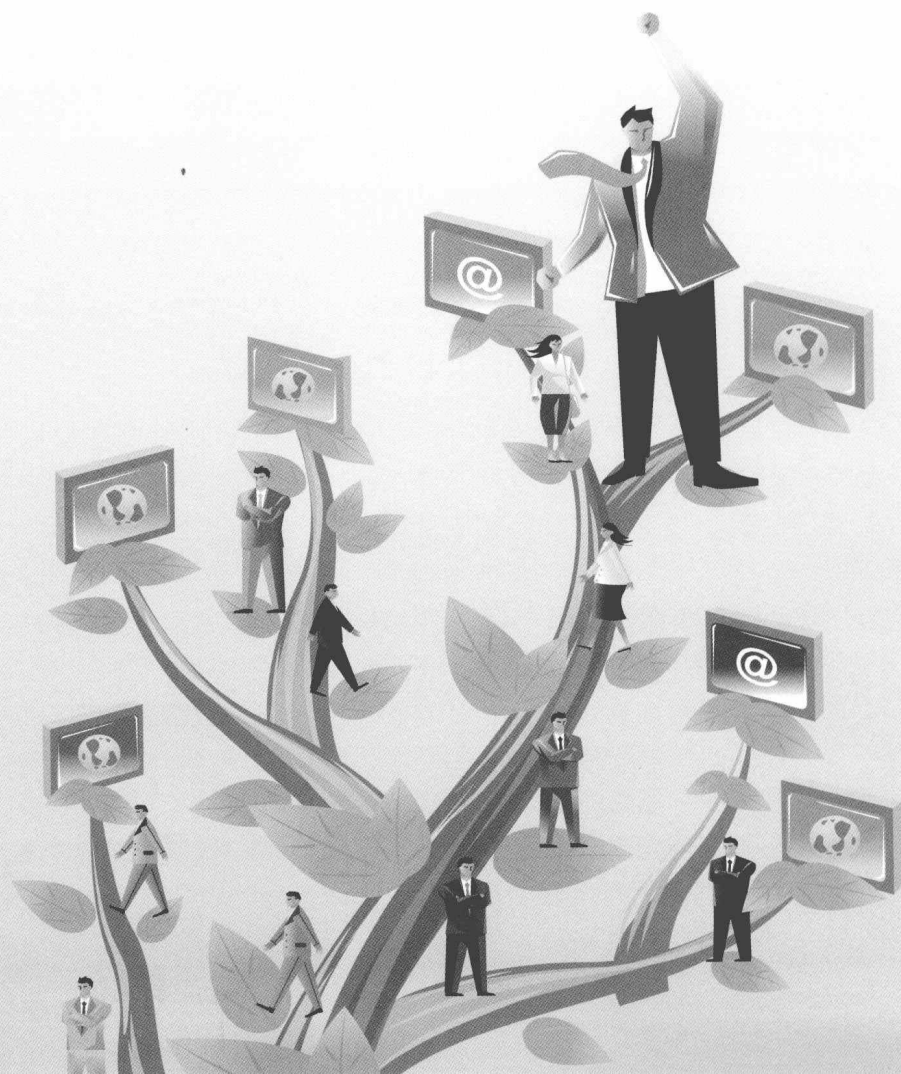
- 案例 15 印度布普市氣爆大災難 >> 335
案例 16 台中港民眾反抗拜耳 >> 339
案例 17 跨國電子廢料貿易 >> 342

參考文獻.....	347
網路學習資源	367
索引.....	373

如何使用本書

✦本章的目標✦

- 說明本書的目標及討論範圍
- 論述進路及方法
- 說明如何使用本書



本書之目的及範圍

企業倫理是商業經營的正道（the right way to run a business），本書目的就是要探討企業經營的正道。本書是以環繞企業（corporation）為核心主體的商業社群（business community）為對象，探討企業及與其息息相關的不同社群之間的倫理關係，及論述企業對待不同的社群所依據的倫理規範，及由這些規範所衍生的義務。這些與企業緊密聯繫的社群，包括了企業的員工、顧客、投資人、供應商、鄰近社區、競爭者、政府、全球社會分別構成的社群，以及自然環境。這些社群與企業有著持續重複的互動與合作，與企業形成了一個互相影響，互為依存的关系。商業社群的利益雖不完全一致，有時還會產生衝突，但彼此利益有不少的重疊亦是事實，因此商業社群堪稱是一個「利益重疊社群」（community of overlapping interests）。企業的經營活動或多或少會牽涉到這些社群及其成員的利益（stakes），同樣的這些社群及其成員的活動及行為也會牽動企業的利益，筆者稱這些社群為「利害關係人社群」（stakeholders community），其成員為「利害關係人」（stakeholders）^①。

本書的主要目的，就是探討企業與其主要的利害關係人社群之間的倫理關係，企業對待利害關係人社群所依賴的是什麼倫理規範，及依據這些規範它們之間應有何種的權利與義務。要探討的範圍包括：企業倫理的性質、範圍、研究進路及重要性；倫理學的主要觀念及理論；企業倫理學的主要理論；企業倫理學的主要議題；企業倫理的原則及規範；企業對不同利害關係人的義務；企業倫理的近況及未來趨勢；公司如何發展及執行企業倫理。

內容大綱

本書由三個部分構成：(1)企業倫理的基礎探討；(2)企業與其利害關係人社群的倫理探討；(3)企業倫理的主要議題的探討。

第一部分（基礎篇）主要探討企業倫理的一些基礎性問題。這個部分包含了兩個重要的單元——倫理觀念與理論及商業倫理理論，分別討論道德或倫理的性質及企業倫理的性質，和倫理學的主要觀念及理論；以及近三十年來學界有關企業倫理的主要理論。在一般有關倫理的討論中，本書介紹的效益論（功利論）、義務論及美德倫理是三個主要的理論。至於企業倫理方面，討論的範圍包括社會責任論、利害關係人倫理、康德倫理及整合社會契約論。