



企业的道德

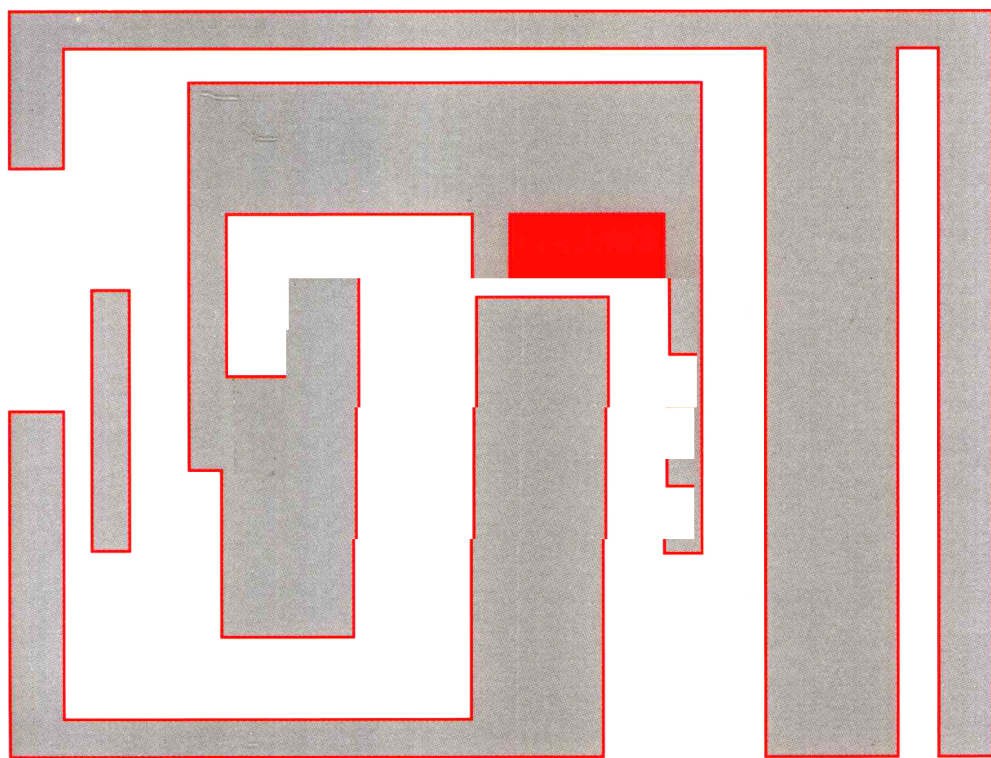
走近真实的世界

Business Ethics

A Real World Approach

安德鲁·吉耶尔 (Andrew Ghillyer) 著

张 霄 译



EDP · 管理者终身学习项目

企业的道德

——走近真实的世界

Business Ethics:

A Real World Approach

安德鲁·吉耶尔(Andrew Ghillyer) 著

张 霄 译

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

企业的道德——走近真实的世界/吉耶尔著；张霄译．

北京：中国人民大学出版社，2010

(EDP·管理者终身学习项目)

ISBN 978-7-300-11177-3

I. 企…

II. ①吉… ②张…

III. 企业-职工-职业道德

IV. F272.92

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 156405 号

EDP·管理者终身学习项目

企业的道德

——走近真实的世界

安德鲁·吉耶尔 著

张 霄 译

Qiye de Daode

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京联兴盛业印刷股份有限公司

规 格 160 mm×235 mm 16 开本

版 次 2010 年 9 月第 1 版

印 张 16 插页 1

印 次 2010 年 9 月第 1 次印刷

字 数 243 000

定 价 35.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

策划人语

EDP 是英文 The Executive Development Programs 的简称，即“高层管理者培训与发展项目”，是为高层管理者设立的非学历（non-degree）教育项目。EDP 在国外的商学院中非常普遍，几乎每所著名的商学院都有此项目。目前在全球 EDP 市场中，领跑公开课程的是哈佛商学院、达顿商学院和法国 INSEAD 等，领跑公司内部培训课程的有美国杜克企业教育学院、瑞士 IMD、法国 INSEAD 和西班牙 IESE 等。中国的 EDP 教育正处于起步阶段，但近年来中欧国际商学院、长江商学院、人大商学院、北大光华管理学院和清华经管学院等都开出了十分有特色的 EDP 课程，受到企业、政府、医院、学校等机构的广泛关注。

EDP 基于现代企业的特点，开设了一整套具有针对性的短期强化课程，其内容可以偏重综合管理技能，也可以偏重某一具体管理领域的知识与技巧。在教育理念和教育模式上已经完全超越了传统的管理教育，它的系统化培养模块均依据领导者、决策者的特点与需求设计，是一种全新的领导力发展模式。

EDP 不同于 MBA 和 EMBA，它属于非学历教育，更强调终身学习、在职学习，具有更强的灵活性和针对性。是一个管理者不断提升和完善管理素养的平台。基于对 EDP 项目的这一认识，我们策划了“EDP·管理者终身学习项目”系列出版物。希望这套书能够作为 EDP 课堂教学的补充，也可以作为企业内训时的导入读本。通过这套书能够在企业等存在管理的地方普及一套“行话”，用管理的概念和术语来认识和分析管理问题，指导管理实践，提升管理水平。

本套出版物具有如下特点：（1）以 EDP 课堂讲授内容为主线，适当补充部分课堂上难以讲到的背景知识，并将之系统化；（2）紧扣企业管理实践，注重知识的实用性，并介绍相关的管理工具，使之具有更强的可操作性；（3）使用真实生动的案例，特别是中国案例，使管理学理论在现实的管理情境中发挥光彩；（4）内容精简，一般在 15 万~20 万字之间；（5）语言通俗易懂，适合自学。这套出版物不仅有图书，还包括一些 EDP 课堂的音频、视频资料，并逐步开发网上学习资料，还将不定期地为读者邀请优秀的 EDP 项目教师组织面授讲座。

当前，中国企业面对着前所未有的世界经济大动荡，有人说，中国企业家经历过严苛的竞争环境，但没有经历过经济萧条。如何使企业度过严冬，是



今天每一个管理者要思考的问题。但做一个好的企业——一个善于学习、管理精良、勇于创新、为消费者创造价值、有高度社会责任感的企业——是企业存在的意义，也是企业不败的基石。

费小琳 唐奇

2008 年 12 月

编辑手记

2010年4月3日上午，iPad首发，立即成为时尚的年轻人追捧的对象，成为苹果公司继iPhone之后又一台超级赚钱机器。

2010年1月～5月，中国企业富士康先后12个年轻人跳楼自杀。

这两个看似无关的事件背后，是对企业道德无情的拷问。

富士康是苹果公司在中国最大的代工厂之一，相比iPhone 200%以上的利润率，富士康的利润率被压低到仅有2%～4%。代工厂的成本被严格控制，苹果公司谙熟中国法律和社保体系，根据中国法律规定的最低工资核算代工厂的工资成本；富士康原本规定工作六天休息一天，迫于苹果的压力，往往变成工作13天休息一天，苹果与富士康签订协议，表明这种用工方式与自己无关；苹果顽固的保密制度和独特的保密营销策略在业界带有传奇色彩，然而体现在代工厂的，却是对每个工人从头到脚严密的监控、戒备森严的高墙、随时被怀疑泄密的指控，这种氛围带给员工的是强烈的窒息感和严重的心理压力；为了让代工厂的工人擦拭出外表无瑕疵的手机屏幕，在安全评估和安全保护措施不足的情况下，苹果要求代工企业使用有毒性的“正己烷”或易燃易爆的“丙酮”……*

中国是一个法制尚待健全的国家，苹果的每一个做法都没有违背中国法律，或者签署了“协议”表明与自己无关。但事实是否真的与其无关，是不言自明的。这一典型的案例，揭示出的不仅是一个上游企业和一个供货商之间的扭曲关系，它向人们发出了质问：企业是否可以不讲道德？

企业以营利为目的，在传统西方经济学看来，企业的目标是要在激烈的市场竞争中生存，实现利润最大化和股东权益最大化。在法律约束下，个人和企业追求利润最大化的行为将推动社会福利达到最优。然而，真实世界层出不穷的问题总是迫使人反思。

2001年，风光无限的能源巨头安然集团由于财务造假丑闻被曝轰然倒塌，为之提供审计服务的安达信会计公司也因为沒有坚守自己的职业道德而惨遭收

* 参见李保华、廖杰：《苹果有血泪：iPhone暴利200% 代工厂毛利仅2%》，载《经济观察报》，2010-04-10。



购命运。安然以及其他一系列大型企业的丑闻促使美国人越来越关注企业的道德。2002年,《萨班斯-奥克斯利法案》出台,用以对企业加大道德监管的力度。美国的职业协会以及大型企业纷纷制定伦理守则,并设立“伦理官”这个职位,以此约束企业和员工的行为。然而,真实世界是一个充满道德困境的世界,即使有印在纸面上的伦理守则,即使有一位伦理官,在企业中工作的人们还是会遇到形形色色的伦理难题:当发现企业的腐败行为,你是选择揭露还是继续忠诚于企业?当你发现上司要求你推销的产品是劣质产品时,你是尽力去做还是立即辞职?……《企业的道德》这本书为我们展示了美国人在企业道德领域所做的种种思考。难能可贵的是,它并未止步于此,它摆脱了枯燥说教的面孔,列举出大量真实的案例、设计出一系列道德困境,并循循善诱地引导读者去面对、思考和解决这些问题。

当今的中国正处于转型中,传统的计划经济分崩离析,市场经济尚未健全,垄断企业凭借非市场力量获得暴利似乎谈不上道德,在竞争中厮杀的企业也可能有不光彩的片段,还要面对一些不道德的国外对手……由此使得企业及其成员所面临的各种道德困境,比以往任何时候都要激烈得多。企业是否能够直面这些困境,做一个有责任的企业公民?个人能否直面这些困境,维护内心的道德法则?真诚地希望这本书能带给你思考和启示。

曹沁颖

2010年9月8日

译者序

美国商界有句俗语：“The business of business is business”，意为“企业的职责就是挣钱”。附录中弗里德曼的那篇文章支持的便是这种观点。可别小看了这句看似普通的“大道理”，它不仅是所有企业伦理学理论最顽固的挑战对象，也是全部企业伦理实践的最后一道门槛。为了消除这类根深蒂固的商界意识形态，企业伦理学一直在探索着“企业要不要讲道德”的理由和“企业如何讲道德”的方法。一般说来，前者是企业伦理的理论理性方面，讲求的是理论根据或曰可能性，而后者是它的实践理性方面，注重的则是操作方法或曰可行性。比较而言，实践理性更为重要，因为道德本身不在于“怎么说”，关键要看“怎么做”。这就好比设计方案和制作工艺之间的关系，无论设计如何巧妙绝伦，若是在工艺上做不出来，还是无济于事。所以，企业的道德从根本上说就是企业的实践理性，它实际上是一门“企业如何讲道德”的技术或工艺。《企业的道德》正是以传授这门技艺为己任，通过设计和编排各类情境与练习的方式，帮助读者在纷繁复杂的道德环境中提升自己的道德行为能力。也是从这个角度考虑，译者才没有把书名“Business Ethics”直译成《企业伦理学》，而是选择了更贴近实际、更突出主题的意译名：《企业的道德》。

在吉耶尔博士看来，要想真正驾驭这门技术，企业必须培育特有的伦理文化。也就是说，即使企业具备完善的伦理守则、奖惩制度、人事安排、监管措施等，如果这些守则、制度、安排和措施不是一定伦理文化条件下的守则、制度、安排和措施，它们就会成为流于形式的无用摆设，沦为企业的累赘或负担。更为重要的是，这些守则、制度、安排和措施还只是“现代企业伦理文化框架”的构成要素，它们只有和一定的价值观体系结合起来形成特有的企业道德实践经验，企业伦理文化才会是稳固的、行之有效的。不过，值得注意的是，书中所提供的文化模板显然是典型的美式企业文化，读者在学习“现代企业伦理文化框架”的时候不一定要把美式企业文化的价值观体系也照搬过来。不同的文化价值观体系可以和不同的企业伦理文化框架进行组合，而在这方面，中式企业伦理文化可以借鉴的传统资源显然要丰富得多，发展空间也必定会大得多。

本书的翻译得到了中国人民大学出版社的支持，译者由衷地感谢中国人



民大学出版社学术出版中心杨宗元女士的推荐，感谢编辑唐奇女士、曹沁颖女士和谢雪女士的帮助，感谢在翻译过程中不厌其烦地向我介绍行业知识的所有朋友。

我的妻子俞敏博士是所有译文的第一位读者和第一位评论人，我想留给她的不是感谢，而是我俩的分享。

张霄

庚寅年七月伏案于金陵

序 言

企业伦理已经成为这十年来最吸引人眼球的新闻故事。阿德尔菲亚、安然、环球电讯、英克隆、帕玛拉特、泰科以及世通，这些先前名噪一时的企业如今已和日趋恶化的商业败德行为联系在了一起。当这些企业的高级管理人员因涉嫌财务丑闻而在法庭上被指控的时候，每一桩丑闻又再次进入人们的视野。很显然，先前的 CEO 名流（诸如克莱斯勒的李·艾柯卡，通用电气的杰克·韦尔奇）开创的时代已经被一帮劣迹斑斑的企业高管毁掉了，他们之所以被控告，是因为他们在领着数百万美元年薪的同时，却向投资者和顾客隐瞒企业的真实状况。涉案数额越来越大，简直令人难以想象——安然公司是 630 亿美元，世通公司则是 1 070 亿美元。照这种趋势发展下去，或许在另一桩被查出的丑闻中，还会曝出更大的涉案金额。

为了遏制这股商业败德行为和随之而来的消极民意，美国政府一直在尽力恢复人们的信心，2002 年颁布的《萨班斯－奥克斯利法案》就旨在恢复对市场的控制。该法案规定，CEO 要在企业的财务报表上署名以担保财务数据的真实性和准确性。此外，该法案还对 CEO 提出了许多其他方面的要求。

尽管《萨班斯－奥克斯利法案》表明，政府已打算给企业的政策制定者提供一个可以遵循的伦理框架，但是，那些在做道德决定时需要指引的员工却通常会参照企业自己的伦理守则，在“做正确的事情”这个问题上，这些守则通常被认为是可以提供明确指导的。那些没有伦理守则可供参阅的企业员工则被鼓励要“利用自己的最佳判断”去对待企业及其股东、顾客、员工和其他所有的利益相关者。但棘手问题是：如果对顾客来说是正确的事情对股东来说却是错误的，那该如何是好呢？

通常提供给学生的企业伦理学教材都是针对经理人（负责维护企业道德声誉的管理人员）的，或制定企业伦理守则的高级管理人员的。这类教材通常会以一些“大局”问题打头，一般都围绕着企业与伦理的关系以及企业和社会的关系展开论述：



- 企业为什么会存在?
- 企业为谁服务?
- 企业对利益相关者有什么责任?
- 竞争中有所谓的道德制高点 (moral high ground) 吗?
- 长期来讲, 做一个有道德的企业会获得回报吗?

遗憾的是, 在这些问题中, 没有一个会对身处日常工作中的员工有任何帮助。实现节节攀高的绩效指标或销售任务所带来的持续负担通常会营造出这样一种环境: 一方面, 企业标榜着自己在道德规范上的最高标准, 另一方面, 企业的管理者却指出了一条更明确的路径: 尽其所能地达到目标或完成任务。因此, 当员工面临企业伦理问题时, 最有可能摆在他们面前的首要道德困境便是: 是选择站在良好企业公民的立场上, 为了雇主去尽自己“做正确的事情”的义务呢, 还是选择站在个人的立场上, 只要做出自己可以容忍的选择和决定就行了呢?

本书的目的就是帮助那些员工, 带着他们穿行在企业基层那富于挑战的伦理世界中, 而不是通过抽象的概念和哲学的论证让他们在树梢之上盘旋。通过考察与自身工作环境 (以及在环境中的自主程度) 直接相关的各种问题和情境, 员工可以更清楚地认识到: 公司的伦理守则和日常的经营决策之间究竟有什么样的关联。此外, 书中的材料还可以让员工去检验自己的道德标准。

例如, 本书给学生:

1. 介绍了基本的道德定义和道德情境。
2. 介绍了企业的每一个职能部门通常都会遇到的伦理问题。
3. 展示出了不同的道德困境, 并提供了解决困境的机会。
4. 提供了不道德行为的假想事例和真实事例。
5. 树立了有能力认识和解决道德困境的自信心。
6. 树立了有能力满足企业利益相关者需要的自信心。
7. 介绍了公司治理概念和企业社会责任概念。

为了帮助学习企业伦理学的学生解决他们在生活中会面临的道德困境, 书中为他们准备了大量的材料和方法, 通过这种方式, 我们希望, 坚信企业能够以道德的、正直的方式去经营管理这一事实, 可以抵消媒体在大多数情况下

对企业伦理话题进行消极报道的负面影响。事实上，企业的伦理守则无论如何都不会与员工所要做的工作或所面临的挑战有任何相似之处，而被企业高级管理人员轻易就忽略掉的东西可能正是他们要求员工去遵守的那些伦理守则。不过，企业的员工现在可以凭借所掌握的资源去做更可靠的事了，而不用仅仅是简单地试着去“做正确的事情”。

既要用经典的案例研究去表达主要的观点，又要使案例材料的安排尽可能典型，这往往需要在两者之间进行取舍，因此，我们已做出了每一种尝试去适当地平衡。教材中提到的企业有：

弗洛伊德银行
巴林银行
波音公司
布朗威廉姆森烟草公司
加拿大帝国商业银行
可口可乐公司
迪士尼公司
安然公司
福特公司
谷歌公司
南方保健公司
美国医院联合公司
强生公司
米尔顿工厂
美泰公司
马自达公司
MCI 电讯公司
蒙特罗斯化工股份有限公司
纽约证券交易所
太平洋煤气电力公司
欢腾公司
壳牌公司
沃尔玛



世通公司

每一章都给学生提供了各种练习机会去考察他们对章节内容的理解：

进度检测问题贯穿章节始终，目的是突出材料中主要的知识点。

每章中的案例都是对被考察观念的补充说明。

讨论练习*（附带问题）是在把本章的内容运用于其他的案例情境。

每章的结尾都安排有复习问答，目的是考察学生对材料的理解。

复习测验是为了鼓励学生进一步地研究材料和更主动地参与材料研究。

网络练习*是为了鼓励学生进行深入的研究，并向他们介绍可供参阅的有用的网站。

小组练习*给学生提供了反思与争论的机会。

* 部分讨论练习以及网络练习和小组练习的内容都放在中国人民大学大众图书出版中心的网站上，请登录 www.a-okbook.com 阅读或下载。——译者注

致 谢

我很有幸能在成书的全过程中得到麦格劳－希尔公司里一群人的帮助，他们堪称“梦幻组合”。

Ben Johnson 在评估我的建议时表现得足够果敢，而 Doug Hughes 也十分明智地相信我的确能将本书出版。Megan Gates 则分到了一份苦差事，她花了好几个星期的时间不厌其烦地用她那最令人宽慰的语气终于使我确信，我不是一个对自己要求很高的作者。当她转而去负责本书的营销工作时，Pete Vanaria 迅速地参与进来，并领着我直至最后的阶段。后来，Dana Pauley 又将我那黑白页的书变成了一部通俗易懂的教材，这真是一项劳神费事的工作。总之，能和这样一些经验十足的行家共事，真是令人快慰。

麦格劳－希尔公司和我想要感谢所有审读过本书初版的大学教师们。他们非凡的智识和绝妙的建议对本书做出了重大的贡献。

Michelle Adams, 科比－斯特拉学院南镇校区，果园公园，纽约

Vicki S. Blanchard, 州立海湾学院，波士顿，马萨诸塞

William F. Cook, 桑福德－布朗学院，范藤，密苏里

Augustine C. Emenogu, 美国洲际大学，休斯敦，得克萨斯

Claire Kane Hall, 新英格兰科技学院，沃里克，罗德岛

Elizabeth D. Hall, 海滨科技学院，弗吉尼亚海滩，弗吉尼亚

Bruce Hamby, 美国国民大学，埃尔斯沃斯空军基地，南达科他

William Hoffman, 佛罗里达城市大学，湖地，佛罗里达

Andren S. Klein, 德锐大学，橡树溪露台，伊利诺伊

Thomas M. McGovern, 费舍尔学院，波士顿，马萨诸塞

Susan Strucinski O'Keefe, 冰碛谷社区学院，帕洛斯维丘陵，伊利诺伊

Michael J. Phillips, 佛罗里达城市大学，奥兰多，佛罗里达

Jenny L. Piper, 汤普森研究所，哈里斯堡，宾夕法尼亚

Joy Richman, 美国洲际大学邓伍迪校区，亚特兰大，佐治亚

安德鲁·吉耶尔

阿格西大学，坦帕，佛罗里达

目 录

第一编 企业伦理界说 1

第一章 理解伦理学 3

第二章 企业伦理界说 23

第二编 企业伦理实践 43

第三章 组织伦理 45

第四章 企业社会责任 69

第五章 公司治理 93

第六章 政府的角色 117

第七章 举报行为 141

第八章 伦理与技术 163

第三编 企业伦理的未来 187

第九章 伦理与全球化 189

第十章 实现：在充满竞争的市场中做正确的事 211

第一编

企业伦理界说

人们是如何根据行为的“正确”或“错误”的标准去生活呢？我们先从这一问题说起。那么，人们从哪里去寻求引导以决定什么是“对”与“错”或“好”与“坏”呢？一旦形成了一套自己的道德标准或“伦理原则”，人们又是如何与他们的共同体或社会中的其他成员相互影响的？总之，人们是否可以共享相同的伦理原则呢？

只有具备了对“伦理学”的基本认识，我们才能够考察“企业伦理”这一概念。在“企业伦理”的概念里，日常生活中的员工通常面临着这样的困境：如何在自己的道德标准与公司的道德标准之间、自己的道德标准与监督者或管理者的道德标准之间做出权衡？我们需要考察这样的问题，即商业世界是否应当被看作某种虚假的环境，你在自己的生活中所选择的那些规范在那里将无所适从。

