



培文书系经济管理系列

北大光华管理学院IMBA、MBA推荐用书
美国A级管理学教材（英文影印版）



第 5 版

商业

伦理学案例

〔美〕阿尔·吉尼 著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

仅限在中国内地销售

北大光华管理学院IMBA、MBA推荐用书
美国A级管理学教材（英文影印版）

第 5 版

商业 伦理学案例

〔美〕阿尔·吉尼 著

PEARSON
Prentice
Hall



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

北京市版权局著作权合同登记图字:01-2005-1945 号

图书在版编目(CIP)数据

商业伦理学案例(第5版)/(美)吉尼(Gini, A.)著. —影印本. —北京:北京大学出版社, 2005.6
(培文书系·经济管理系列)

ISBN 7-301-08522-2

I. 商… II. 吉… III. 商业道德—研究—文集—英文 IV. F718—53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 139755 号

English reprint edition copyright © 2005 by PEARSON EDUCATION ASIA LIMITED and PEKING UNIVERSITY PRESS.

Original English language title from Proprietor's edition of the Work.

Original English language title: Case Studies in Business Ethics: Al Gini
Copyright © 2005

ISBN: 0-13-112746-2

All Rights Reserved.

Published by arrangement with the original publisher, Pearson Education, Inc., publishing as Prentice Hall, Inc.
本书影印版由 Prentice Hall, Inc. 授权给北京大学出版社发行

This edition is authorized for sale and distribution only in the People's Republic of China exclusively (except Hong Kong SAR, Macao SAR and Taiwan).

仅限于中华人民共和国境内(不包括中国香港、澳门特别行政区和中国台湾地区)销售发行。

书 名: 商业伦理学案例(第5版)

著作责任者: [美] Al Gini 著

责任编辑: 曹媛媛

标准书号: ISBN 7-301-08522-2/F·1027

出版者: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区中关村北京大学校内 100871

网 址: <http://cbs.pku.edu.cn> 电子信箱: pw@pup.pku.edu.cn

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 58874097 58874098

印刷者: 山东新华印刷厂临沂厂

发 行 者: 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店

850毫米×1168 毫米 16 开 26.5印张 420 千字

2005 年 6 月第 1 版 2006 年 6 月第 2 次印刷

定 价: 41.00 元

版权所有,翻印必究

本书封面贴有 Pearson Education (培生教育出版集团) 激光防伪标签,无标签者不得销售。



- 主 编：张维迎 北京大学光华管理学院副院长，教授
- 副主编：王建国 北京大学光华管理学院院长助理
MBA项目主管，教授
- 彭松建 北京大学出版社编审，教授

学术委员会

- 主 任：厉以宁
- 副主任：张维迎
- 委 员：（按拼音排序）
- | | | | | |
|-----|-----|-----|-----|-----|
| 曹凤岐 | 符 丹 | 厉以宁 | 梁鸿飞 | 梁钧平 |
| 林君秀 | 刘 力 | 陆正飞 | 涂 平 | 王立彦 |
| 王其文 | 武常歧 | 徐淑英 | 徐信忠 | 于鸿君 |
| 张国有 | 张维迎 | 周春生 | 朱善利 | 邹恒甫 |

出版者序言

2001年12月10日中国加入世界贸易组织,从此,中国将进一步加大与世界各国的政治、经济、文化各方面的交流与合作,这一切都注定中国将在未来世界经济发展中写下浓重的一笔。

然而,中国经济的发展正面临着前所未有的人才考验,在许多领域都面临着人才匮乏的现象,特别是了解国际贸易规则、能够适应国际竞争需要的国际管理人才,更是中国在未来国际竞争中所必需的人才。因此,制定和实施人才战略,培养并造就大批优秀人才,是我们在新一轮国际竞争中赢得主动的关键。

工商管理硕士(MBA),1910年首创于美国哈佛大学。随后,MBA历经百年风雨不断完善,取得了令世人瞩目的成绩。如今,美国MBA教育已经为世界企业界所熟知,受到社会的广泛承认和高度评价。中国的MBA教育虽起步较晚,但在过去10年里,中国的MBA教育事业发展非常迅速,也取得了相当显著的成绩。现在国内已经有50多所高等院校可以授予MBA学位,为社会培养了3000多名MBA毕业生,并有在读学员两万多人。

目前,国内的MBA教育市场呈现一片繁荣景象,但繁荣的背后却隐藏着种种亟待解决的问题。其中很大一部分问题的成因是因为目前我国高校使用的教材内容陈旧,与国外名校的名牌教材差距较大,在教学内容、体系上也缺乏与一流大学的沟通。为适应经济全球化,国家教育管理部门曾要求各高校大力推广使用外语讲授公共课和专业课,特别是在我国加入WTO后急需的上百万人才中,对MBA人员的需求更是占1/3之多。所以,大力开展双语教学,适当引进和借鉴国外名牌大学的原版教材,是加快中国MBA教育步伐,使之走向国际化的一条捷径。

目前,国内市场上国外引进版教材也是新旧好坏参差不齐,这就需要读者进行仔细的甄别。对于国外原版教材的使用,在这里我们要提几点看法。国外每年出版的教材多达几万种,如果不了解国外的教材市场,不了解国外原版教材的品质就可能找不到真正适合教学和学习的好的教材。对于不太了解外版教材的国内读者来说,选择教材要把握以下几点,即:选择国外最新出版的书;选择名校、名作者的书;选择再版多次并且非常流行的书。综合以上几点来看,目前国内市场上真正出新、出好、出精的MBA教材还是不多的。

北京大学出版社推出的《当代全美MBA经典教材书系(英文影印版)》弥补了国内MBA教材市场的缺憾,给国内MBA教材市场注入了一股新鲜的血液。全套丛书共由22本书组成,覆盖了北京大学MBA的全部主修课程,包括:经济学、管理学、营销学、战略管理、管理信息系统、运作管理、人力资源管理、商务沟通、国际金融、金融管理、决策分析、货币银行学、会计学等。另外,在十几门主课的基础上又增加了几门高级选修课程,包括:国际会计学、组织行为学、投资学、商务学、财务报表解析、管理会计、管理沟通、商业伦理学、企业家精神等。

本套丛书的筛选大体上本着以上所提到的几点原则,即,(1)出“新”。克服以往教材知识陈旧、落后的弊端,大部分教材的出版年限都选择在2002年以后,与国外原版书同步出版,并根据国外版本及时更新。(2)出“好”。本套丛书收入了美国哈佛大学、斯坦福大学、麻省理工学院等著名院校所采用的教材,如:《管理学》、《营销管理》、《管理信息系统》、《管理人力资源》、《财务会

计》、《管理会计》、《面向管理的数量分析》等;本套丛书收入著名学术界宗师包括斯蒂芬·罗宾斯(《管理学基础》)、菲利普·科特勒(《营销管理架构》)、查尔斯·亨格瑞(《财务会计》)、威廉·鲍莫尔(《经济学:理论与方针政策》)等人的学术巨著。(3)出“精”。本丛书大多数教材都是再版多次,经过不断地修改和完善而成的,如:再版5次的《现代投资理论》、《商业伦理:概念和案例》等;再版6次的《货币、银行和金融市场经济学》、《卓越的商务沟通》、《商务学》、《财务报表解析》等;再版7次的《面向管理的数量分析》等;再版8次的《经济学:理论与方针政策》、《财务会计》、《管理信息系统》等;甚至还有再版12次的《金融管理与政策》、《管理会计》。本丛书中每一本书的选择都依据该书旧的版本或作者过去同类书籍的销售情况,选择居于该领域销售排行榜首位的教材。

本套《当代全美 MBA 经典教材书系(影印版)》集合了美国经济学界和管理学界各个学科领域专家的权威巨著,该丛书经过北京大学光华管理学院及其他著名高校的知名学者的精心选编,包括了大量精深的理论指导和丰富的教学案例,真正称得上是一套优中选精的丛书。

致谢

本套教材是我社与国外一流专业出版公司合作出版的,是从大量外版教材中选出的最优秀的一部分。在选书的过程中我们得到了很多专家学者的支持和帮助,可以说每一本书都经过处于教学一线的专家、学者们的精心审定,北京大学出版社英文影印版教材的顺利出版离不开他们的无私帮助。在此,我们将对审读并对本套图书提出过宝贵意见的老师们表示衷心的感谢,他们是:

北京大学光华管理学院:符国群、李东、梁钧平、陆正飞、王建国、王其文、杨岳全、于鸿君、张国、张圣平、张志学、朱善利(按拼音排序)

中央财经大学会计系:孟焰

本套丛书的顺利出版还得到了培生教育集团(Pearson Education)北京代表处、汤姆森学习集团(Thomson Learning)北京代表处的大力支持,对他们的付出我们再次表示感谢。

教辅资料说明

教材,顾名思义教学之材料,它和普通的书籍有一个很大的区别,就是必须以“方便教授教学”为主。所以,好的教材更需有完备的教学辅助材料相匹配,且每一本教材都要有教辅材料,只有配备了齐全的辅助材料才能称其为完整的教材。北京大学出版社的《当代全美 MBA 经典教材书系(英文影印版)》系我社获全球最大的教育出版集团,美国培生教育集团(Pearson Education Group)独家授权之英文影印版本。Pearson Education 旗下的国际知名教育图书出版公司 Prentice Hall/Addison Wesley/Longman,以其高品质的经济类出版物,已成为全美乃至全球高校采用率最高的教材,享誉全球教育界、工商界。我社在选择此套教材的过程中,尽量选择教辅资料齐全的教材,这些教辅资料包括:教学指导用书、教学提纲、测试题、解答题、课堂演示文稿等,以书、幻灯片(Powerpoint Mesentation)、Disk、CD、CD-ROM 等形式出现。这些材料由培生教育集团免费提供,还可通过访问培生教育集团相关站点:<http://www.prenhall.com>、<http://www.pearsoned.com>、<http://www.aw.com> 免费下载。

欲获得相关教辅资料的教师烦请填写后面《教辅资料支持表》,以确保此教辅资料仅为教师获得。

·院长寄语·

北京大学光华管理学院秉承北大悠久的人文传统、深邃的学术思想和深厚的文化底蕴,经过多年努力,目前已经站在中国经济发展与企业管理研究的前列,以向社会提供具有国际水准的管理教育为己任,并致力于帮助国有企业、混合所有制企业和民营企业实现经营管理的现代化,以适应经济全球化趋势。

光华 MBA 项目旨在为那些有才华的学员提供国际水准的管理教育,为工商界培养熟悉现代管理理念、原理和技巧的高级经营管理人才,使我们的 MBA 项目成为企业发展致富之源,为学员创造迅速成长和充分发挥优势的条件和机会。

为了适应现代人才需求模式和建立中国的一流商学院,北京大学光华管理学院正在推出国际 MBA“双语双学位”培养方案;同时,为了配合北大 MBA 教育工作的展开,光华管理学院与北大出版社联合推出本套《当代全美 MBA 经典教材书系(英文影印版)》,并向国内各兄弟院校及工商界人士推荐本套丛书。相信我们这些尝试将会得到社会的支持。而社会对我们的支持,一定会使光华 MBA 项目越办越好,越办越有特色。

北京大学光华管理学院院长

陈以宁

出版声明

本套丛书是对国外原版教材的直接影印,由于各个国家政治、经济、文化背景的不同,原作者所持观点还请广大读者在阅读过程中加以分析和鉴别。我们希望本套丛书的出版能够促进中外文化交流,加快国内经济管理专业教学的发展,为中国经济走向世界作出一份贡献。

我们欢迎所有关心中国 MBA 教育的专家学者对我们的工作进行指导,欢迎每一位读者给我们提出宝贵的意见和建议。

北京大学出版社
培文教育文化公司

前言

假如经商之道十分简单，并且如何做出伦理道德的决断也无高深可言，那么也就无须本书或其他任何书就“商业伦理”话题展开讨论了。但是显然，事情并非如此。“从商”与“追求道德规范”同生活中大部分事情一样，两者间是具有错综复杂、千丝万缕的联系。不幸的是，因为这两个领域难以找到契合点，我们总是轻易地忽视商业伦理，把这四个字的组合归结为矛盾修饰法，或者干脆以它牵扯到复杂的专业知识和理智上的细小差别作为理由来宣称商业伦理的不可企及。

现实中，无论是在我们的职场生涯或个人生活，都很难做到为了一个正确的动机去做适合的事情。但困难的存在并不意味着我们不需要尝试着去做，或者我们真的力所不能及。按照字义诠释 Jean-Paul Sartre(萨特，法国哲学家和作家)的话：我们是根据所处的社会地位与社会环境来进行决断、做出选择、寻求内涵的道德哺乳动物。Sartre 有言，所有的人在他的一生中都要不停地选择生活的方向，这是任何人都无法逃避的责任。不管是对自己或是其他人的行为举止，我们都必须对其中的是与非、合宜与否作出判断。当然，一些评论家会认为，尽管上述说法有一定道理，但涉及到商业伦理方面，情况更为复杂，选择更加艰难，面临的困境也更加让人迷惑。这是因为在经商与伦理道德的选择中：成功、金钱、地位、财富、职位、资产，这些都成了赌注。上述批评家们认为个人与商业(或政治)的行为准则的分离已经有了很长的历史(例如，Niccolo Machiavelli(马基雅维利，意大利历史学家)，The Prince《君王论》)。在 Otto von Bismarck(俾斯麦，德国政治家)看来，这就是所谓世道。公共事物领域里的成功需要近乎疯狂的道德幻觉，才是“真正具有策略性的”。

作为一个学科，商业伦理试图抵制二者的这种分裂与对立。商业服务于人，不能脱离人而独立存在，它是生活的一部分。生活、劳动以及经商都属同类。它们不应该被看

成具有各自“规则”分离的“游戏”。和生活里其他所有的活动一样，经商也被要求问两个问题“别人应该做些什么？”“我们拥有哪些权利和义务要和别人分享或共担？”

商业伦理所宣扬的就是将那些我们从家庭、诵经、布道中学到的最基本的规范和准则应用到工作领域。关于个人的道德议题已是老生常谈，而将该议题用于商业活动，则是将伦理道德加以强化和放大，但本质是相同的。据 Darden 商学院的 R.Edward Freeman 所言，伦理道德是“每一天，我们如何直面彼此。如果你想了解一个公司的伦理规范，那就看看它是怎样对待它的顾客、供应商和员工的。商业以人为本。而商业伦理则是关于如何对待客户与雇员。”

我们现在对商业这一行业群体的要求既不离谱也不过分：具有合理售价的合格产品；广告宣传具有可信度；公平的对待员工、客户、供应商和竞争者；对于它所赖以生存和服务的整个团体有一种强烈的责任感；为承担风险的股东和债权人创造合理的利润。或者用 Johnson & Johnson 的创始人 Robert Wood Johnson 的话来说：

商业作为个人的事情已是明日黄花——除非这从未出现过。在一个商业主导的社会中，任何商业的举动都会产生社会影响，而且可能唤起大众对国家大事的兴趣。经商活动中的每一次雇用，建房、买卖，不仅是出于商业本身的目的，更是为了大众，而且商业活动必须做好准备去承担所有的责任。

《商业伦理学案例》企图将道德逻辑的总览、案例中用到的操作手法的讲解、值得一读的杂感、值得深思的观点和用来讨论的案例通通放在一起。我希望老师和学生都能在阅读时感到既有趣味又有教益。

本书的第一版（1984）完全是 Thomas Donaldson 一人智慧的结晶。第二（1990）、三（1993）、和四（1996）版则是我们两人共同努力的结果。不论好坏，这第五版的任务已经全部由我一人完成。Tom 紧张的工作日程和繁重的家庭负担使他无法和我并肩作战。尽管如此，我还是要公开地对 Tom 这些年来在本书编辑策划过程中做出的努力，和他对商业伦理问题的研究中取得的成就和做出的贡献，以及他和我真挚的友谊和愉快的合作表示感谢。

另外，我还要特别感谢 Mark D. Schneider 长期以来辛勤的工作，协助我准备手稿。我还要感谢我的研究生助手 April White 每天所做的努力。再有，我要特别感谢 Prentice Hall 出版公司的 Ross Miller 和 Wendy Yurash，是他们让这本书的再版成为现实。

Al Gini

Loyola 大学，芝加哥

Preface

If doing business were simple and ethical decisionmaking always obvious, there would be no need for this book or any textbook on the topic of business ethics. But clearly such is not the case. Like most things in life, business is complex and the pursuit of ethics is often convoluted. Sadly, because it is hard to combine these two enterprises, we too often simply dismiss business ethics, accuse it of being an oxymoron, or proclaim that it is impossible to achieve because of the technical complexity and intellectual nuances involved.

The reality is that, whether in our professional or private lives, doing the right thing for the right reason is never easy. But just because it is difficult does not mean that we need not bother to try, or that it cannot be done. We are, to paraphrase Jean-Paul Sartre, moral mammals required by our status and situation to decide, make choices, seek meaning. None of us are absolved, says Sartre; we all must choose our way through life. We all must decide on what is right, what is wrong, what is acceptable and unacceptable conduct in regard to ourselves and others.

Some critics, of course, will say that, while this all may be true, in business ethics the situation is much more complex, the choices are much more difficult, and the dilemmas are much more confusing because of what is at stake: success, status, stuff, wealth, position, property. These critics claim that there is a long history (e.g., Niccolò Machiavelli, *The Prince*) of maintaining separate standards for personal and business (and/or political) conduct. According to Otto von Bismarck, it is the way of the world. Success in the public realm requires a certain amount of ethical schizophrenia, what he would call *real politik*.

As a discipline, business ethics wants to deny this dichotomy. Business is not disconnected from the people it serves. Business is part of life. Life, labor, and business are all of a piece. They should not be separate “games” played by separate “rules.” Like all other activities in life, business is required to ask, “What ought to be done in regard to others?” and “What rights and obligations do we have and share with others?”

What business ethics is advocating is that people apply in the workplace those commonsensical rules and standards learned at home, from the lectern, and from the pulpit. The moral issues facing a person are age-old, and they are essentially the same issues facing a business—only written large. According to R. Edward Freeman, of

the Darden School of Business, ethics is “how we treat each other, every day, person to person. If you want to know about a company’s ethics, look at how it treats people—customers, suppliers, and employees. Business is about people. And business ethics is about how customers and employees are treated.”

What is being asked of the business community is neither extraordinary nor excessive: a decent product at a fair price; honesty in advertisements; fair treatment of employees, customers, suppliers, and competitors; a strong sense of responsibility to the communities it inhabits and serves; and the production of a reasonable profit for the financial risk-taking of its stockholders and owners. In the words of General Robert Wood Johnson, founder of Johnson & Johnson:

The day has passed when business was a private matter—if it ever really was. In a business society, every act of business has social consequences and may arouse public interest. Every time business hires, builds, sells or buys, it is acting for the . . . people as well as for itself, and it must be prepared to accept full responsibility.

Case Studies in Business Ethics is an attempt to bring together in a single package an overview of ethical reasoning, an explanation of the case method, essays to read, ideas and issues to ponder, and cases to debate. It is my hope that these readings will be both interesting and informative to teachers and students alike.

The first edition of this text (1984) was the brainchild solely of Thomas Donaldson. Editions two (1990), three (1993), and four (1996) were the products of the efforts of both of us. For good or ill, the responsibility for this fifth edition fell entirely on my shoulders. Tom’s pressing professional schedule and expanded family responsibilities prohibited him from coediting this project with me. Nevertheless, I want to publicly thank Tom for all of his efforts over the years on this project, for his accomplishments and contributions to the field of business ethics, and for his friendship and collegiality.

A few other thanks also need to be noted. I owe a great deal of gratitude to my longtime associate Mark D. Schneider for his diligence in preparing this manuscript. I also want to thank April White, my graduate assistant, for her day-to-day production efforts. And I want especially to thank Ross Miller and Wendy Yurash of Prentice Hall for making this book possible yet again.

AL GINI

Loyola University Chicago

简 明 目 录

前言 ix

1	商业和伦理	23
2	商业中的沟通:内部和外部	40
3	污染与环保问题	88
4	工作场所中的多样性	116
5	工作生活的平衡和性别问题	144
6	公司的义务和责任	183
7	跨国公司	257
8	隐私、伦理和科技	299
9	领导力	336

Contents

Preface *ix*

Introduction to Ethical Reasoning • THOMAS DONALDSON, PATRICIA H. WERHANE *1*

The Case Method • THOMAS DONALDSON *13*

ONE • Business or Ethics *23*

CASE STUDY

The Parable of the Sadhu • BOWEN H. MCCOY *24*

CASE STUDY

Into the Mouths of Babes • JAMES TRAUB *29*

CASE STUDY

Tylenol's Rebound • CARL CANNON *36*

TWO • Communication in Business: Internal and External *40*

ESSAY

Sex, Lies, and Advertising • GLORIA STEINEM *41*

CASE STUDY

Uptown, Dakota, and PowerMaster • N. CRAIG SMITH *54*

CASE STUDY

Volvo's Crushing Blow • RONALD M. GREEN *59*

CASE STUDY

Toy Wars • MANUEL G. VELASQUEZ 62

CASE STUDY

The Case of the Contested Firearms • GEORGE BRENKERT 65

CASE STUDY

Italian Tax Mores • ARTHUR L. KELLY 70

CASE STUDY

Whistleblowing and Employee Loyalty • RONALD DUSKA 72

CASE STUDY

Some Paradoxes of Whistleblowing • MICHAEL DAVIS 76

ESSAY

A Hero—And a Smoking-Gun Letter • WENDY ZELLER, STEPHANIE FOREST ANDERSON,
LAURA COHN 86

THREE • Pollution and Environment 88

ESSAY

Shades of Green: Business, Ethics, and the Environment • R. EDWARD FREEMAN,
JESSICA PIERCE, RICHARD DODD 89

CASE STUDY

Save the Turtles • ROGENE A. BUCHHOLZ 99

CASE STUDY

Edible Carpets, Anyone!? Interface Corporation a
Sustainable Business • JOE DESJARDINS, JANALLE AARON 105

CASE STUDY

The Hazards of Enterprise • JOHN HASNAS 111

CASE STUDY

Texaco in the Ecuadorean Amazon • DENIS G. ARNOLD 113

FOUR • Diversity in the Workplace 116

ESSAY

A Defense of Programs of Preferential Treatment • RICHARD WASSERSTROM 118

ESSAY

Reverse Discrimination as Unjustified • LISA H. NEWTON 122

ESSAY

Racism in the Workplace • AARON BERNSTEIN 126

CASE STUDY

Texaco: The Jelly Bean Diversity Fiasco • MARIANNE M. JENNINGS 130

CASE STUDY

Denny's • RONALD M. GREEN 137

CASE STUDY

Global United: Melba Moore • JOHN R. HUNDLEY III 140

CASE STUDY

Management Dilemma • FRED E. SCHUSTER 142

FIVE • Work Life Balance and Gender Issues 144

ESSAY

Management Women and the New Facts of Life • FELICE N. SCHWARTZ 146

ESSAY

Women in the Workplace • AL GINI 156

ESSAY

Child Care Comes to Work • BONNIE HARRIS 169

CASE STUDY

Gender Issues at Your House • JOHN HASNAS 172

CASE STUDY

Worth the Effort • RAYMOND S. PFEIFFER, RALPH P. FORSBERG 175

CASE STUDY

Foreign Assignment • THOMAS DUNFEE, DIANA ROBINSON 177

CASE STUDY

Sexual Discrimination at Eastern Airlines • AL GINI 179

SIX • Corporate Obligations and Responsibilities: Everything Old is New Again 183

CASE STUDY

The Fall of Michael Milken • O.C. FREELL, JOHN FRAEDICH 184

CASE STUDY

Enron: From Paragon to Pariah • LISA H. NEWTON 190

CASE STUDY

“The Good Old Boys at WorldCom” • DENNIS MOBERG, EDWARD ROMAR 205

ESSAY

The Adelphia Story • DEVIN LEONARD 213

CASE STUDY

The Ford Pinto • W. MICHAEL HOFFMAN 222

CASE STUDY

Radials, Rollovers, and Responsibility: An Examination
of the Ford Firestone Case • ROBERT NOGGLE, DANIEL PALMER 229