

商业伦理与企业社会责任

目录

课程知识框架	2
第一章 导论	2
第一节 为什么要关心商业伦理	3
第二节 什么是商业伦理	6
第三节 什么是企业社会责任	11
第二章 伦理判断与决策	15
第一节 伦理判断的理论依据	15
第二节 伦理判断的影响因素	22
第三节 伦理决策的步骤和模型	31
第三章 普遍存在的商业伦理问题	36
第一节 识别商业伦理问题	36
第二节 人力资源伦理问题	38
第三节 顾客信心问题	43
第四节 企业资源使用问题	44
第五节 利益冲突问题	45
第六节 特殊的商业伦理问题	47
第四章 个体层面的伦理与责任	52
第一节 员工的伦理与责任	52
第二节 管理者的伦理与责任	61
第三节 董事的伦理与责任	67
第四节 监事的伦理与责任	69
第五节 股东的伦理与责任	71
第五章 组织层面的伦理与责任	73
第一节 利益相关者治理	73
第二节 企业对消费者的伦理与责任	76
第三节 企业对员工的伦理与责任	85
第四节 企业对投资者的伦理与责任	92
第五节 企业对竞争者与合作者的伦理与责任	94
第六节 企业对市场的伦理与责任	99
第六章 社会层面的伦理与责任	103
第一节 成为企业公民	103

第二节 企业对环境的伦理与责任	107
第三节 企业对社区的伦理与责任	111
第四节 企业对政府的伦理与责任	114
第五节 企业对数字社会的伦理与责任	116
第七章 全球化背景下的商业伦理	120
第一节 问题及必要性	121
第二节 从文化角度分析	126
第三节 行动策略与规则	130
第八章 商业伦理建设	137
第一节 伦理与组织文化	138
第二节 企业内部治理	149
第三节 企业外部推动	155

课程知识框架

第一章 导论

第二章 伦理判断与决策重点

第三章 普遍存在的商业伦理问题

第四章 个体层面的伦理与责任重点

第五章 组织层面的伦理与责任重点

第六章 社会层面的伦理与责任重点

第七章 全球化背景下的商业伦理

第八章 商业伦理建设重点

第一章 导论

本章重难点分析

1. 认识商业伦理存在的客观性
2. 掌握伦理、道德、法律之间的联系与区别
3. 了解商业伦理学的发展过程
4. 熟悉我国传统文化与商业伦理之间的关系
5. 理解企业社会责任的含义及结构

关键词：

伦理、道德、法律、责任、商业伦理、商业伦理学、企业社会责任、经济责任、法律责任、伦理责任、慈善责任

第一节 为什么要关心商业伦理

一、伦理无处不在

1. 认清道德的起源

公元前4世纪，古希腊哲学家亚里士多德命名了“伦理学”这个学科。

商业伦理学是管理学和伦理学的交叉学科，其内容也是以道德为研究对象的。关于道德的来源，有四种不同的认识观点：天意神启论、先天人性论（或称天赋论）、情感欲望论或自然本能论、动物本能论。马克思唯物主义史观认为，道德作为一种社会现象，属于社会上层建筑和社会意识形态。它的产生和发展是由人类的社会物质生活条件所决定的。

首先，劳动是人类道德起源的首要前提。劳动将人与动物区分开来，创造了人、社会和社会关系，也创造了人类社会的道德。

其次，道德是适应社会关系调节需要的产物，或者说社会关系是道德产生的客观条件。最后，道德是人类自觉意识的结晶，或者说人的自觉意识的形成是道德产生的主观条件。

总而言之，劳动、社会关系、自觉意识是马克思主义理解道德起源的基本视角，将道德的起源归因于其中任何一个因素都有失偏颇。道德是在劳动、社会关系、自我观念和自我意识这些因素相互作用和交互融合中产生的。

讲解归纳与举例

例题：公元前4世纪，古希腊哲学家亚当·斯密命名了“伦理学”这个学科。（ ）

【答案：错误】

【解析】：公元前4世纪，古希腊哲学家亚里士多德命名了“伦理学”这个学科。

2. 认识各种商业丑闻

人类社会的发展至今，在现代文明的旗帜下，物质文明和精神文明获得了极大发展，但不可忽视的是，在很多商业领域仍然存在有违伦理道德的现象。这些不道德的现象遍布于衣食住行各个方面。

食品安全问题始终是社会最为关注的热点话题之一。从穿的方面，要小心服装有毒。

在住的方面，房屋质量问题成为一个绕不开的话题。

可以说，在任何国家、任何时间、任何领域，我们都会遇到商业伦理问题。

3. 反思：问题出在哪里

马克思在《资本论》中一针见血地道出了资本的本质：资本来到世间，从头到脚，每个毛孔都滴着血和肮脏的东西。

现代企业深受资本逻辑的影响，盈利就成为企业的根本目的。

亚当·斯密在其《国富论》中提出了经济人的假设，从而将市场经济体系建立在理性个体追逐自我利益最大化的利己主义之上，人的利己性被广泛认可并构成了西方社会一切制度立法的基础。

从经济人假设和利己主义出发，企业败德行为的根源得到了非常有说服力的解释，概括起来有以下四点：过分追求利润最大化和股东利益最大化、信息不对称、垄断、权利和责任不对称。

讲解归纳与举例

例题：提出“经济人”的是（ ）

- A. 亚当·斯密
- B. 马克思
- C. 卡罗尔
- D. 罗宾斯

【答案：A】

【解析】：亚当·斯密在其《国富论》中提出了经济人的假设，从而将市场经济体系建立在理性个体追逐自我利益最大化的利己主义之上，人的利己性被广泛认可并构成了西方社会一切制度立法的基础。

4. 如何思考商业伦理问题

一般来说，在思考商业伦理问题时，可以从三个层面入手，即个体、组织、社会。

作为个体，必须关心伦理。作为企业中的一员，在从事商业活动时，必须意识到我们自己的行动会影响哪些人，会带来哪些后果。本质上，所有商业伦理问题都是若干个体行为不断叠加的结果，而一个社会的商业伦理状况，归根结底取决于这个社会公民的基本道德素养和水准。

从组织层面看，任何一个企业都必须合乎伦理地参与商业活动。

从社会层面看，商业伦理建设是一个需要所有行动者参与进来的系统性工程。

二、商业伦理不是一种潮流

1. 商业伦理是一种客观现象

（1）个体对商业伦理的关注

作为普通个人，随着社会交往的不断扩大，人们越来越关注自身的名誉，“好事不出门，坏事传千里”，老实人吃亏不会是长期现象，良好的道德形象是个人立足于市场经济的前提和保障。

（2）企业对商业伦理的关注

企业高层越来越意识到，良好的企业形象有赖于企业内部的伦理建设，或者说企业内部的商业伦理建设是提升企业形象最根本、最有效的途径。

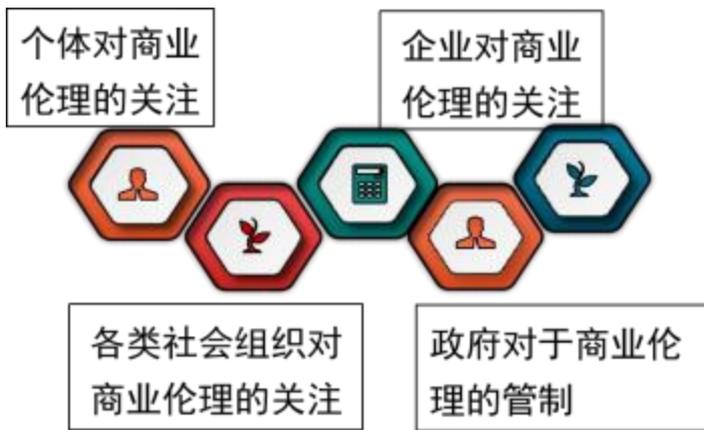
除了企业高层，企业的一般管理者们也越来越关注伦理，这是因为他们在企业中扮演着重要的人际关系角色，几乎一半的时间在处理与人有关的事务。

（3）各类社会组织对商业伦理的关注

各类社会组织对商业伦理的关注，在社会中形成了这样一种共识：在经济层面，企业必须对社会负责，否则可能遭受经济损失，丧失合法性；在伦理层面，企业对利益相关者的责任远不止经济利益的维护，否则可能遭受名誉损失，丧失合理性。

（4）政府对于商业伦理的管制

在应对商业伦理方面，政府首要的责任就是保护消费者、劳动者以及社会其他群体和组织的利益，防止垄断企业对社会整体利益的损害。



讲解归纳与举例

例题：为什么说商业伦理是一种客观现象，以下哪个不正确（ ）。

- A. 个体对商业伦理的关注
- B. 企业对商业伦理的关注
- C. 政府对于商业伦理的管制
- D. 国际部门对于商业伦理的关注

【答案：D】

【解析】：D选项教材没有讲解，应该是各类社会组织对商业伦理的关注。

2. 伦理行为的客观动机

美国社会学家阿米泰·埃兹奥尼在《道德维度：迈向新经济学》一书中，通过大量事例和研究结论，揭示了人类行为存在两种不同的驱动力：追求自身利益或追求道德。

这表明，人在做决策时，不仅考虑自身利益，还会从道德和情感角度思考问题，人的行为是受经济和道德双重因素驱动的。

行为经济学中一个著名的实验—最后通牒博弈，揭示了人在决策和行动中存在的公平动机。

讲解归纳与举例

例题：行为经济学中一个著名的实验（ ），揭示了人在决策和行动中存在的公平动机。

- A. 最后通牒博弈
- B. 囚徒困境
- C. 博弈论
- D. 搭便车

【答案：A】

【解析】：行为经济学中一个著名的实验—最后通牒博弈，揭示了人在决策和行动中存在的公平动机。

3. 如何评判好的企业

一个好的企业，绝不能仅仅看它的规模大小、市场占有率、盈利多少，还需要考量其商业伦理文化以及履行社会责任的情况。讲商业伦理与追求利润并不冲突，企业社会责任与财务业绩之间是正相关的，并且这种关系是相互的。

社会中形成的基本共识是：一个好的企业并不仅仅是在财务、利润方面数据好看，而是通过生产和提供满足顾客需要的产品和服务，并做出对员工和社会负责任的行为，以此来获得良好的财务状况。

三、商业伦理可以传授

首先，害群之马既可能是组织内部商业伦理问题的根源，也可能是组织伦理和文化塑造的结果。

其次，品行良好的人并不能保证一定能做出符合商业伦理的道德行为。



图 1-1 商业伦理决策过程

第二节 什么是商业伦理

一、伦理、道德与法律

1. 伦理与道德的内涵

“伦”“理”二字早在《尚书》《诗经》《易经》等典籍中出现。

从词源含义来看，“伦”有类别、辈分、顺序等含义，被引申为不同辈分之间、人与人之间的关系。

“理”，在许慎的《说文解字》中意为“理，治玉也。从玉，里声，良止切”。

“伦理”二字连用最早出现在秦汉之际的《礼记·乐记》中，“凡音者，生于人心者也；乐者，通伦理者也”。

关于道德，我国典籍中的“道”，最初是指道路，后引申为原则、规范、规律、道理等。在西方，伦理与道德的词源含义相同，都是指人们应当如何的行为规范，外化为风俗习惯，内化为品性、品德。

2. 伦理与道德辩义

在《法哲学原理》《哲学史讲演录》等著作中，黑格尔系统地论述了伦理与道德的区别与联系。黑格尔把人类社会中的法权、道德、伦理和国家制度及其历史视为客观精神的体现，其发展经历了抽象法—道德—伦理三个阶段。在他看来，道德是伦理发展的一个环节和必经阶段，伦理是道德发展的高级阶段，是道德活动现象、道德意识规范和道德规范现象的统一。

概言之，伦理是指人类群体生活中的规范、价值观念和制度的意义，伦理的核心内容是对道德的研究。

道德则是作为人的以内心、意向和良心为出发点的行为标准，是个体自由意志的内部规定。

道德更多用于人，源于人的内心，属于精神性原则，表现为个体的“应当”，具有内在性、主观性、个体性；

伦理是内在道德的外在化，属于客观行为，表现为现实的群体规范，具有外在性、客观性、群体性。

3. 伦理与法律的关系

从规范的角度讲，伦理和法律都是指导、协调、规范和控制人与人、人与社会、人与自然之间的行为准则。

法律是由国家权威机关制定或认可，并依靠国家强制力保证实施的行为规范体系。伦理与法律既有联系也有区别，二者相互依赖、相辅相成。

讲解归纳与举例

例题：伦理与道德

【参考答案】伦理是指人类群体生活中的规范、价值观念和制度的意义，伦理的核心内容是对道德的研究。道德则是作为人的以内心、意向和良心为出发点的行为标准，是个体自由意志的内部规定。

道德更多用于人，源于人的内心，属于精神性原则，表现为个体的“应当”，具有内在性、主观性、个体性；

伦理是内在道德的外在化，属于客观行为，表现为现实的群体规范，具有外在性、客观性、群体性。

例题：道德和伦理有什么区别。

【参考答案】道德更多用于人，源于人的内心，属于精神性原则，表现为个体的“应当”，具有内在性、主观性、个体性；

伦理是内在道德的外在化，属于客观行为，表现为现实的群体规范，具有外在性、客观性、群体性。

例题：伦理和法律之间是什么关系。

【参考答案】从规范的角度讲，伦理和法律都是指导、协调、规范和控制人与人、人与社会以及人与自然之间的行为准则。

法律是由国家权威机关制定或认可，并依靠国家强制力保证实施的行为规范体系。伦理与法律既有联系也有区别，二者相互依赖、相辅相成。

二、文化与伦理

1. 文化与伦理的关系

在我国古代，“文化”被理解为统治者的施政方法，它是与“武功”“武威”相对立的“文治”和“教化”的总称。

文化既是一种社会现象，是人们在生产实践活动中长期创造形成的产物，又是一种历史现象，社会历史的积淀物，它为人类社会所独有，是人类社会的普遍特征和表现。文化的本质与人的发展是统一的，文化的实质即人化。

所谓文化，就是指人类在改造世界的活动中所体现出来的人的本质、力量、尺度及其成果，其内涵既体现在人们的活动成果和活动中，也体现在人们的精神生产、观念形态和思维方式中。

表1-2 几种有代表性的文化定义

学者	文化的含义
爱德华·泰勒	文化是一个复杂的总体，包括知识、信仰、艺术、道德、法律风俗，以及人类在社会里所获得的一切能力与习惯（规范和精神方面）
马林诺夫斯基	文化是就那一群传统的器物、货品、技术、思想、习惯及价值而言的，包括物质（器物）文化和精神文化

克罗伯和克鲁克洪	文化包括内隐和外显的行为模式，它是构成人类群体的出色成就，包括体现于人工制品中的成就。文化的基本核心包括传统的思想观点，尤其是价值观念
----------	---

文化有广义和狭义之分，广义文化是指人类在社会历史发展的实践过程中所创造的物质财富和精神财富的总和，涵盖一个国家或民族的历史、地理、风土人情、传统习俗、生活方式、文学艺术、行为规范、思维方式、价值观念等。

狭义文化是指社会的意识形态及其与之相适应的组织机构、礼仪制度和行为方式等物化的精神，包括宗教、信仰、风俗习惯、道德情操、学术思想、文学艺术、科学技术以及各种制度等。

伦理属于精神文化中的重要内容，具有创造物、超生理性、超个人性、象征性、传递性、变迁性、民族性和阶级性等文化的基本特征，以及社会整合、社会导进、反向等文化的基本功能。

讲解归纳与举例

例题：狭义文化是指人类在社会历史发展的实践过程中所创造的物质财富和精神财富的总和。（ ）

【答案：错误】

【解析】：广义文化是指人类在社会历史发展的实践过程中所创造的物质财富和精神财富的总和。

2. 我国文化中的商业伦理

形成了以“礼”为主的交往规范、以崇尚和谐统一为最高价值原则、以中庸为最高道德、以人格内在修养为最高境界的文化体系。

受儒家文化、道家文化、佛教文化的主要影响，伦理道德是我国传统文化的核心，是我国文化对人类文明最突出的贡献之一。

讲解归纳与举例

例题：我国传统文化中的商业伦理思想有哪些。

【参考答案】

1. 我国传统文化是中华民族几千年文明的结晶，受小农自然经济的生产方式所决定，以家国同构的宗法血缘关系为基础，坚决维护以皇权、神权、父权为中心的等级秩序，形成了以“礼”为主的交往规范、以崇尚和谐统一为最高价值原则、以中庸为最高道德、以人格内在修养为最高境界的文化体系。

受儒家文化、道家文化、佛教文化的主要影响，伦理道德是我国传统文化的核心，是我国文化对人类文明最突出的贡献之一。

2. 在我国的原始社会末期，已经有物物交换的原始商业行为，到了夏朝，商部落开始与其他部落进行货物交易，开创了华夏商业贸易先河，出现了职业“商人”。

自此之后，经周朝、春秋战国时期，商品逐步丰富，出现了专门的市场。秦汉以后，统一货币和度量衡，进一步促进了商业的发展，都市商业和农村集市得到了极大发展和繁荣，涌现了诸如唐代的长安、宋代的杭州、明清时期的北京和南京等著名的商业贸易中心，在世界商业体系中占据重要地位，并由此形成了有中国特色的商业伦理思想。

3. 我国古代的商业伦理思想可以概括为：买卖公平、诚信无欺、信誉第一、守义谋利、礼貌待客、热情周到。

4. 尽管鸦片战争后中国沦为半殖民地半封建社会，以土地为基础的自然经济体系解体，中国经济社会出现了新的变化，出现了一批既是洋行雇员又是独立商人的买办，即替外国资本家在本国市场上服务的中间人或经理人，可以说这是早期的职业经理人。

买办阶层的出现，一定程度上推动了中国的洋务运动，催生了中国的民族资本主义，涌现了以张之洞、张謇、卢作孚、范旭东等为代表的民族工商业资本家。他们大多受过良好教育，从事工商业活动不仅是为了盈利，更重要的是为了实现自己的理想抱负，以实业救国，振兴民族经济，挽救国家危亡。

在企业经营中，他们一方面深受中国传统文化影响，一方面积极吸收西方企业的科学管理内容，形成了中国近代商业伦理思想，主要内容可概括为：维护民族利益，实业救国；坚持“义利在先”“至诚待人”“信誉第一”“薄利多销”等商业原则；坚持仗义疏财、恤孤济贫、及时行善、造福社会等善行；以勤俭道德修养立身。

5. 党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高瞻远瞩，提出一系列治国理政新理念、新思想、新战略，工业制造加快向高质量发展推进。

在这一过程中，涌现出了一大批优秀企业和企业家，在“引进来”和“走出去”的过程中，立足于中国传统文化，充分吸收西方文化中的合理成分，形成了符合社会主义市场经济本质要求的商业伦理思想，主要体现为：坚持义利统一，奉行取利以义、见利思义；将信誉视为企业生命；提供优质产品和服务；促进社会进步，履行社会责任。

3. 西方文化中的商业伦理

西方文化在对待人类与自然的关系上主张人类中心主义，强调人对自然的进取、征服，这是西方文化的世界观基础，并在此基础上形成了个人主义、自由主义、理性主义、功利主义等独具特色的文化传统，成为其社会生活实践的指导原则和基本理念。

4. 企业文化与商业伦理

美国著名管理学者罗宾斯认为，文化是一种知觉，这种知觉存在于组织中而不是个人中。人并非是在真空中进行决策的，会受到组织的影响而做出正确或错误的决策。就企业而言，企业中的个人决策会受到企业文化的影响和限制。无论是大型企业还是中小型企业，都会存在企业文化，这些被所有员工所分享的信仰、价值、期望、意义等，会影响和指导企业员工的思考和行为模式。

法律并非无所不包、完美无缺，很多法律条文因过于原则而导致很模糊，不能对商业伦理决策进行明确的指导，这时就需要发挥企业文化的作用。

企业文化决定了企业行为的道德底线。当商业伦理准则成为企业文化的核心时，就构成了商业伦理型文化。

企业文化会塑造员工个人的习惯和品质。尽管说个人尤其是那些魅力型领导可能会塑造组织，但组织塑造个人是确定无疑的。

讲解归纳与举例

例题：企业文化与商业伦理的关系。

【参考答案】

法律并非无所不包、完美无缺，很多法律条文因过于原则而导致很模糊，不能对商业伦理决策进行明确的指导，这时就需要发挥企业文化的作用。

企业文化决定了企业行为的道德底线。当商业伦理准则成为企业文化的核心时，就构成了商业伦理型文化。

企业文化会塑造员工个人的习惯和品质。尽管说个人尤其是那些魅力型领导可能会塑造组织，但组织塑造个人是确定无疑的。

三、商业伦理学

1. 商业伦理学的兴起及发展

从20世纪90年代末期开始，商业伦理开始成为企业经营和企业治理的明确议题。

2. 作为一门学科

商业伦理学是伦理学和管理学的交叉学科。一般来说，伦理学分为一般伦理学和应用伦理学，其中一般伦理学又分为描述伦理学、规范伦理学、元伦理学；应用伦理学主要是指将一般伦理研究结论和成果运用于具体专业领域所形成的伦理学，如医学伦理学、环境伦理学或生态伦理学、工程伦理学、政治伦理学、家庭伦理学等。

按此角度分类，商业伦理学属于应用伦理学，是关于商业活动道德研究的伦理学，是一般伦理学研究成果在商业领域中的应用和反映。

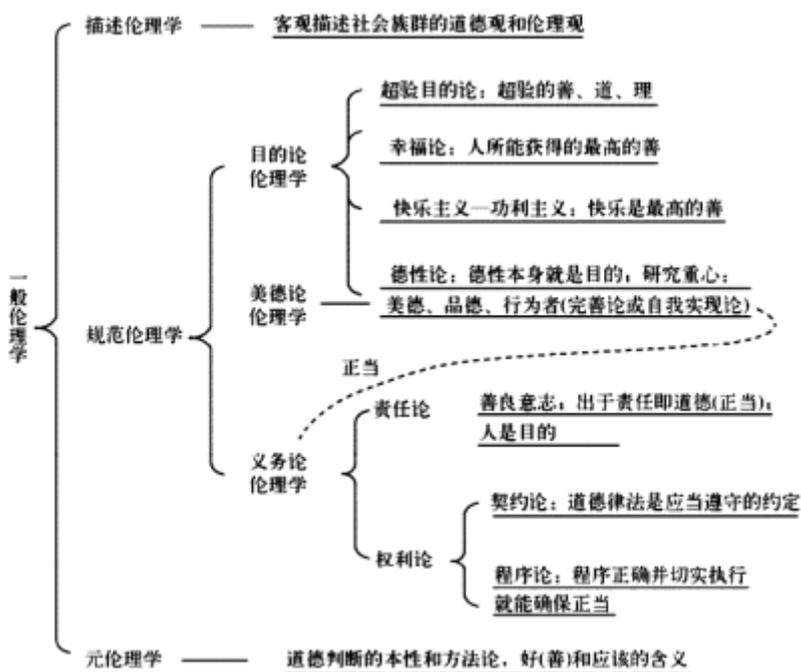


图 1-2 一般伦理学的知识体系

3. 商业伦理的前提、定义和特征商业伦理的前提有两个：

一是，作为社会现象产生的客观前提，二是，作为一门学科产生的理论前提。

商业伦理是人类活动的产物，是管理活动和伦理活动相互联系和有机统一的客观要求，根本上是由人的欲望的无限性和人所拥有的资源的有限性之间的矛盾所决定的。

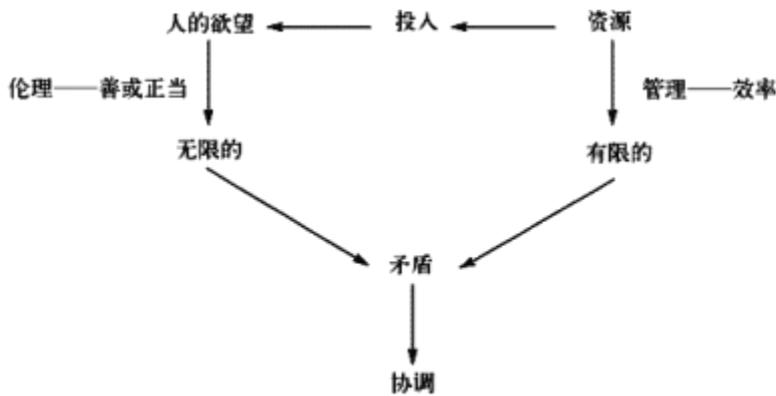


图 1-3 商业伦理的客观前提

商业伦理是以协调和规范商业领域中个人、企业及其他组织、社会之间的关系为核心的商业行为准则和规范系统。

具体而言：

- ①商业伦理是关于企业、公司等商业组织及其成员行为的规范；
- ②商业伦理是关于商业活动善与恶、应该与不应该的判断过程及判断理由；
- ③商业伦理是关于处理商业组织与其员工、消费者、各类组织、社会、环境等利益相关者关系的规范；
- ④商业伦理体现为一定的规范体系，体现为商业道德、伦理观念、良心、责任、信任、人格、行为准则等，因此商业伦理主要是通过社会舆论、内部规范和内心信念来起作用的；
- ⑤作为一种伦理规范体系，商业伦理对于商业从业人员具有导向、规范、调整等作用。

讲解归纳与举例

例题：商业伦理的前提是作为社会现象产生的客观前提。（ ）

【答案：正确】

【解析】商业伦理的前提是：一是，作为社会现象产生的客观前提，二是，作为一门学科产生的理论前提。

例题：商业伦理

【参考答案】

商业伦理是以协调和规范商业领域中个人、企业及其他组织、社会之间的关系为核心的商业行为准则和规范系统。

4. 商业伦理行为

所谓伦理行为，就是指受利、害、己、他意识支配的行为。

商业伦理行为可以简单地定义为：符合社会普遍认同之原则、规章和商业标准的行为。

第三节 什么是企业社会责任

一、伦理与责任

1. 责任的内涵

美国著名管理学者彼得·德鲁克（Peter F. Drucker）指出，我们正在从一个基于资本、土地、劳动力的社会，转向一个以知识为主要资源、以组织为基本结构的社会。

在这一社会中，“构建社会与组织的原理一定是责任”，或者说“这种组织社会或知识社会，要求组织必须以责任为基础”。

汉语中，责任与“分”相关，含义有二：一是，分内应做之事；二是，未做好分内之事而应受的谴责和制裁。

责任与义务是既相互联系又相互区别的概念。

责任往往与社会角色相联系，被看作人的外在规定，常与职务相关，强调必须性、法规性和强制性。

义务常与权利相联系，被看作人的内在规定，与职务无关，更强调应该性、道德性和教育性。但是，本质上，责任与义务是统一的，都是人与他人、社会之间的一种关系，归根结底是人与人之间的一种关系。

责任主要有两层含义：

一是，基于职责和义务产生的责任，是一种应然状态中的责任；

二是，因未履行好职责或承担义务而产生的责任，这是一种实然状态中的责任，可能是消极的，也可能是积极的。

讲解归纳与举例

例题：责任

【参考答案】

一是，基于职责和义务产生的责任，是一种应然状态中的责任；

二是，因未履行好职责或承担义务而产生的责任，这是一种实然状态中的责任，可能是消极的，也可能是积极的。

2. 伦理与责任密不可分

首先，概念上二者互为包含。

伦理内涵责任，伦理作为处理人际关系的规范，内含人与人之间相处应负有的责任。

责任体现伦理：责任是最具有道德强制力和道德理性的道德规范，是社会道德要求和个人道德信念的高度统一；责任是最高层次的道德规范，道德责任是伦理学的核心问题。责任内含伦理又是一种伦理，即责任伦理，责任信念和责任意识成为伦理的核心内容，责任伦理成为超越传统伦理的一种新的伦理诉求。

其次，伦理和责任在实践中逐步融合，伦理道德走向责任实施，责任实践突出伦理要求，伦理责任成为与经济责任、法律责任等相并列的重要责任类型。

商业伦理所要解决的实质问题，就是要明确企业作为经济实体和伦理实体在经营管理活动中如何处理与利益相关者之间的利益关系，关键是各自的权利和责任。

二、企业社会责任

1. 企业社会责任的起源与发展

企业社会责任的概念是由谢尔顿在1923年出版的《管理哲学》中最早提出的，他认为企业经营者满足产业内外各种人类需求的责任就是一种社会责任，企业社会责任包括了道德因素。

1953年，鲍恩出版的《商人的社会责任》被认为是开创了企业社会责任研究的先河，其核心观点是：商人有义务按照社会所期望的目标和价值来制定政策、进行决策或采取某些行动。

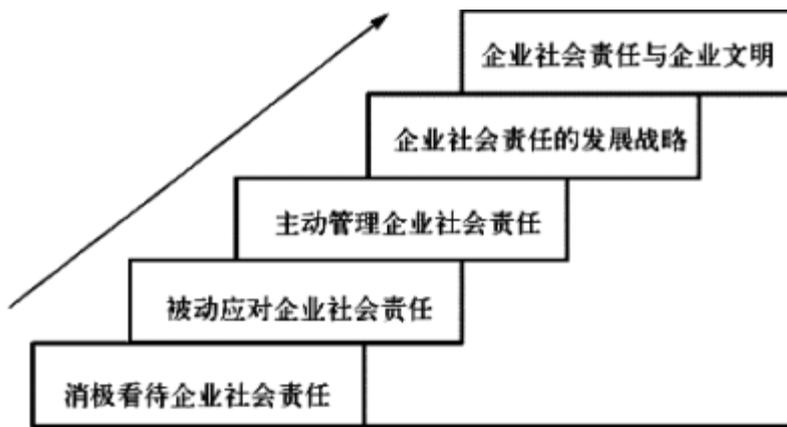


图 1-4 企业社会责任实践的发展阶段

讲解归纳与举例

例题：企业社会责任的概念是由鲍恩在1923年出版的《管理哲学》中最早提出的。（ ）

【答案：错误】

【解析】企业社会责任的概念是由谢尔顿在1923年出版的《管理哲学》中最早提出的。

2. 商业伦理与企业社会责任的关系

企业社会责任就是指企业及其成员在其经营活动中遵守法律要求，并合乎道德地对待利益相关者，维护和增进利益相关者的正当权益，并对其行为后果承担相应的评价和对待。

企业社会责任，有以下特点：

- ①企业社会责任最主要、最直接的行动者是企业及其成员；
- ②企业社会责任的行动内容是企业与股东、员工、管理者、消费者、供应商、环境、社区、政府等各相关主体的关系及其利益，各方利益诉求不同甚至相互冲突；
- ③企业社会责任的行动方式既要遵循法律要求，也要合乎商业伦理规范和道德要求；
- ④企业社会责任的行动后果要接受社会评价，并承担有利或不利的对待；
- ⑤企业社会责任的行动目的是维护和增进各方正当利益，促进共生共荣，造福于社会。

商业伦理与企业社会责任既相互联系也互相区别：

- ①商业伦理源于企业社会责任问题的探究和思考，企业社会责任观念及理论为商业伦理兴起奠定了基础；
- ②内容上，狭义的企业社会责任主要是指伦理责任，企业社会责任主要是针对伦理责任提出来的，二者在内容上是一致的；
- ③对象上，商业伦理既包括企业外部伦理也包括企业内部伦理，企业社会责任主要是企业外部责任，当然随着企业社会责任内涵的扩展，企业对员工的社会责任也被认为是其重要内容；
- ④商业伦理强调双向的权利与义务，企业社会责任只注重单向的责任；
- ⑤商业伦理重在明确处理好企业与相关利益者的关系，企业社会责任重在回答企业和社会中应尽什么样的责任。

3. 有代表性的两种企业社会责任观

卡罗尔是企业社会责任领域享有国际声誉的学者之一。1979年，他把企业社会责任概括为经济责任、法律责任、伦理责任、自觉责任。1991年，他又将自觉责任修正为慈善责任。

表1-3企业社会责任类别及内容

责任类别	社会期望	例子
经济责任	社会对企业的基本经济要求	盈利；尽可能扩大销售，降低成本；制定正确决策；关注股息政策合理性
法律责任	社会对企业的基本守法要求	遵守所有法律法规，包括环境保护、消费者权益和员工保护法；完成所有合同义务；承兑保修允诺
伦理责任	社会对企业的基本道德期望	避免造成问题的做法；对法律精神实质和字面条文做出回应；认识到法律能左右企业行为；做正确、公平和正义的事；合乎伦理地开展领导工作
慈善责任	社会对企业从事慈善公益活动的期望	成为一个好的企业公民；对外捐助，支援社区教育，支持健康/人文关怀、文化与艺术、城市建设等项目发展；帮助社区改善公共环境；自愿为社区工作

卡罗尔进一步区分了四个责任的层次，称其为金字塔模型。

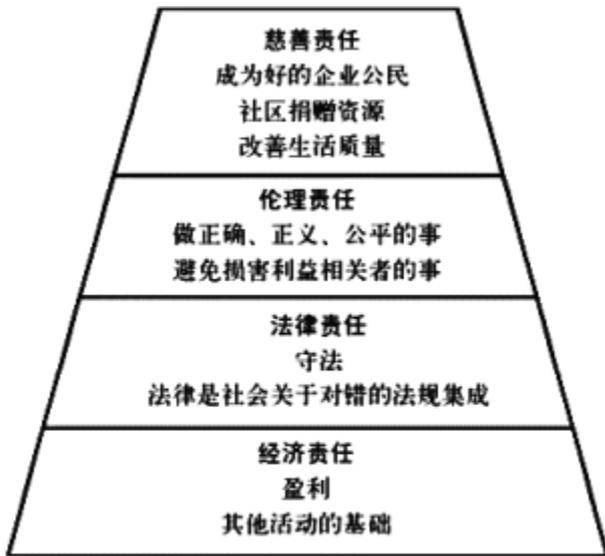


图 1-5 企业社会责任的金字塔模型

4. 企业社会责任相关理论

观点	具体内容
社会回应	回应外部社会压力，降低社会风险
社会责任分级	从实证角度分析哪些社会责任是必要和正当的，以及相互之间的关系如何
综合性企业社会契约	企业与社会之间存在一个社会契约

利益相关者	突破股东利益至上观点
企业公民	企业是社会的法人公民

责任铁律	“社会-经济”责任：责任与权力联系在一起；责任越少，权力越小；企业的非经济价值
------	---

5. 企业承担社会责任的原因和意义

从外部原因来看，企业承担社会责任的原因可概括为：

- ①消费者选择的压力，消费者以足投票，促使企业必须倾听消费者的声音；
- ②投资者选择的压力，投资者越来越重视企业社会责任，而大量资金也由社会责任投资者管理，社会责任投资或可持续性责任投资成为一种趋势；
- ③社会批评的压力，对企业社会责任来说，“丑闻是最大的动力”；
- ④社会法制和政府管制的需要。

企业承担社会责任，不仅有利于建立良好的企业形象，实现企业自身的可持续发展，还能通过企业负责任的行为促进社会充满活力，实现人与自然的和谐发展，具体而言，其意义可概括为：

- ①有利于企业自身不断发展壮大；
- ②有利于经济社会的可持续发展；
- ③有利于建设一个包容和谐的世界，推动人类命运共同体的构建。

第二章 伦理判断与决策

本章重难点分析

1. 掌握功利主义、道义论、美德论的主要内容
2. 掌握影响伦理判断的影响因素
3. 掌握伦理决策的步骤
4. 了解伦理决策的模型

关键词：

功利主义道义论公正绝对命令无知之幕差异原则

伦理意识伦理认知发展水平控制观念权威主义权术主义

风险偏好价值观伦理认知壁垒道德推脱碎片化责任

去个体化群体规范平庸之恶伦理决策

第一节 伦理判断的理论依据

一、功利主义—关注行为结果

由于规范伦理学旨在对社会中的道德现象进行解释和论证，进而提出道德判断，并分析为什么，提出怎么做的建议，具有很强的实践意义，是故也被称为“伦理学原理”。

1. 功利主义的基本观点

在哲学中，关注行为结果的理论被归结为结果主义，也称目的论。在结果主义中，最著名、最常用、最简单的是功利主义（也译为效用主义）。

功利主义可简单概括为：伦理行为和决策应该符合益处最大化、伤害最小化的标准，即给整体带来的正面结果大于负面结果。

（1）一个行为和决策所带来的益处大于伤害就是道德的。

或者说，一种行为是否是道德的，是由其结果决定的，即最终结果带来的益处大于伤害就是道德的。

（2）如果特定情形中可供选择的行为和决策有多种，那么产生效用最大的行为和决策就是道德的。

（3）益处最大化和伤害最小化，既可以是对个人而言的，也可以是对企业、组织和整个社会而言的。

在选择行为和做决定时，功利主义并不要求行动者放弃自身的利益（伤害），当然也不能加大自身利益（伤害）的权重；如果仅从个人利益出发，那就是利己主义。

（4）这里的益处，可以是快乐、幸福、经济收入、名誉、地位等，既包括有形的好处，也包括无形的好处，既包括直接的、短期的好处，也包括间接的、长期的好处，是一种正面的结果；

相对应地，伤害则是一种“负的快乐”、痛苦、经济损失、名誉受损、地位降低……，是负面的结果。

（5）“益处最大化、伤害最小化”“快乐最多、痛苦最小”“绝大多数人的最大幸福”等，表达的都是一个意思，因此在上述定义中可以换用。

讲解归纳与举例

例题：功利主义

【参考答案】

伦理行为和决策应该符合益处最大化、伤害最小化的标准，即给整体带来的正面结果大于负面结果。

例题：简述功利主义的基本观点。

【参考答案】

（1）一个行为和决策所带来的益处大于伤害就是道德的。

（2）如果特定情形中可供选择的行为和决策有多种，那么产生效用最大的行为和决策就是道德的。

（3）益处最大化和伤害最小化，既可以是对个人而言的，也可以是对企业、组织和整个社会而言的。

（4）这里的益处，可以是快乐、幸福、经济收入、名誉、地位等，既包括有形的好处，也包括无形的好处，既包括直接的、短期的好处，也包括间接的、长期的好处，是一种正面的结果；

相对应地，伤害则是一种“负的快乐”、痛苦、经济损失、名誉受损、地位降低……，是负面的结果。

（5）“益处最大化、伤害最小化”“快乐最多、痛苦最小”“绝大多数人的最大幸福”等，表达的都是一个意思，因此在上述定义中可以换用。

2. 功利主义的分析步骤

（1）清晰地描述所要评价的行为和决策。

（2）系统审视利益相关者，既包括自己和受直接影响的人或组织，也包括可能会受到间接影响的人或组织。

(3) 预测行动和决策对每位利益相关者所带来的结果（益处或伤害），如果有相当严重的后果，这时就可以直接做出评判，不用对所有后果进行分析了。

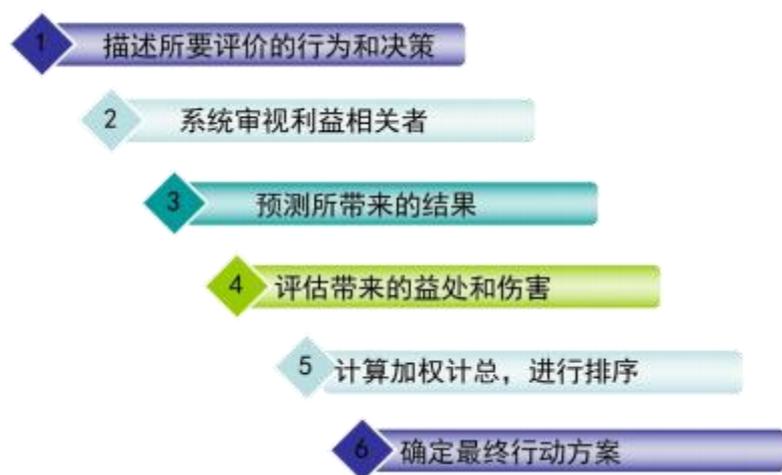
(4) 评估每种选择对每位利益相关者带来的益处和伤害。

效用评估时可以为益处和伤害分配权重，用数量、确定性（出现结果的概率，即行为产生益处或伤害的可能性）、临近性（产生益处或伤害的持续时间和程度）、衍生性（一种益处或伤害出现后是否会带来另一种益处或伤害）、纯粹性（带来益处的同时是否会带来伤害）、幅度（行为结果会影响多少人）等进行评估。

(5) 计算每种行为对每位利益相关者的益处和伤害，加权计总，进行排序。

(6) 确定最终行动方案。

“最好的”行动和决策会产生最大的益处，“最差的”行动和决策会带来最大的伤害；如果有多种方案，收益最大化的或伤害最小化的是最终方案，即“两利相衡取其大，两害相权取其轻”。



3. 功利主义的不足

功利主义只会关注结果而不考虑行为本身，不会考虑行为者，因此会面临一些挑战。功利主义的不足主要表现在两方面：

1一是，获取行为后果的所有信息非常困难；

1二是，不符合权利、公正原则。

(1) 人们对各种行为的结果并不清楚。

(2) 有些结果难以衡量。

结果是不同层面的东西，无法进行有效比较，如生命的价值、健康的价值、尊严的价值、优美环境的价值、公平的价值、时间的价值等，都无法用金钱来衡量，这不是一个层面的东西；

有些结果无法可靠地预测和计量，如企业投入大量资金搞研发，研发结果与企业需要并不相符，但解决了一个数学难题；

有些结果能预测但难以计量，如某化工企业投入大量资金升级设备，完善工艺流程，减少污染排放，改善了当地环境，但是环境改善带来的益处却难以统计，如当地居民们的身体健康、寿命延长，吸引更多投资来当地建厂等，这些结果难以衡量。

(3) 难以衡量不同人的幸福和不幸。

幸福和快乐甚至经济收入和地位等对不同的人而言都是不同的，尤其是那些与个人息息相关的受价值观和个人体验影响的东西。

马斯洛认为人的需求有五个甚至六个层次，每个人的需求是有层次差别的，即使同一个人在不同时间的需求层次也可能是不一样的。

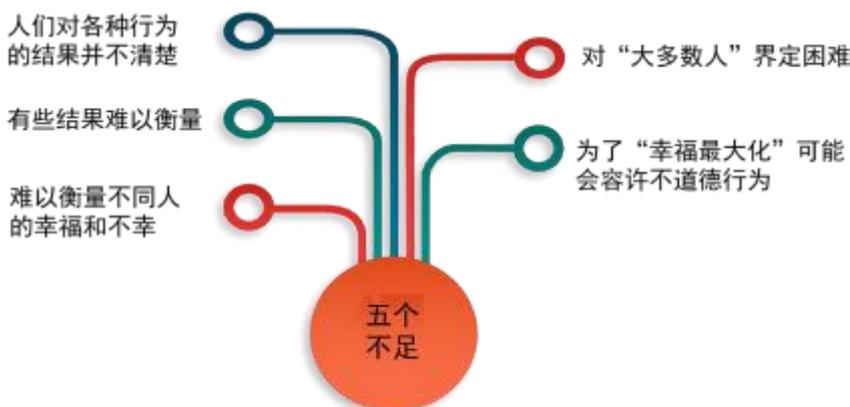
功利主义用功利来概括人的全部动机，把追求功利作为人生的唯一目标，继而把快乐、幸福作为道德的唯一价值和判断标准，忽略了需求的多样性。

(4) 对“大多数人”界定困难。

在现实中如何来确定“大多数”始终是一个难题，无论是简单多数还是特定多数，都缺乏一定说服力。

(5) 为了“幸福最大化”可能会容许不道德行为。

这是功利主义最受诟病的地方，即为了多数派的利益，牺牲少数派的利益，甚至牺牲个体的生命。



讲解归纳与举例

例题：简述功利主义的不足。

【参考答案】

功利主义的不足主要表现在两方面：

一是，获取行为后果的所有信息非常困难；二是，不符合权利、公正原则。

- (1) 人们对各种行为的结果并不清楚。
- (2) 有些结果难以衡量。
- (3) 难以衡量不同人的幸福和不幸。
- (4) 对“大多数人”界定困难。
- (5) 为了“幸福最大化”可能会容许不道德行为。

二、道义论—关注行为依据

不同于功利主义仅关注行为的结果，道义论关注的是行为的过程及依据。

道义论者认为道德有其绝对的原则，只要符合相关原则就是道德的，更加注重行为的意图和依据，即是否在做符合道德准则或价值观（如诚实、公平）的“正确的”事，而不管结果如何，有时也被称为绝对主义。

讲解归纳与举例

例题：不同于功利主义仅关注过程的结果，道义论关注的是行为。（ ）

【答案】错误

【解析】不同于功利主义仅关注行为的结果，道义论关注的是行为的过程及依据。

1. 道义论的不同观点

(1) 一部分人关注权利

主张尊重作为人所拥有的权利。当行动者有权利从事某一行为，或者从事某一行为没有侵害他人的权利，或从事某一行为能增进他人的权利，该行为就是道德的。强调权利意味着对方的义务，对方有协助实施或不得干涉的义务，同样，每个人都有义务维护自己不可侵犯的正当权利并不侵犯他人的正当权利。权利是法律和道德领域中的重要概念，内涵丰富，外延很广，如隐私权、生命权、健康权、人格尊严权、私人财产权、发展权、居住权、受教育权等。

需要指出的是，个人权利的张扬是社会进步的标志，但是权利是建立在原子化个人这一基础上的概念，隐含着个人高于社会、社会充满冲突和竞争的基本假设，因而突出权利的神圣性和不可侵犯性，在现实中有将权利等同于利益、将利益等同于一己私利的个别倾向，继而打着权利之名出现精致的利己主义甚至野蛮的利己主义。

(2) 一部分人关注公正

主张给予人应得的权益，无偏见地对待每一个人。关于公正，含义也非常广。

①分配公正

相同的人应该受到相同对待，不同的人应该受到不同对待。但是如何分配，既有主张平均分配的，也有主张按贡献分配的，还有主张按需要和能力分配的。

②交易公正

在交易过程中要做到对契约性质有充分了解、不能有意歪曲事实、不能被强迫签约、不能约定从事不道德行为，这是市场经济体系的基本要求。

③程序公正

其基本要求是普惠性、公平对待、多方参与、公开、科学。

④惩罚公正

什么样的行为该受惩罚、谁是该受罚的人、惩罚的力度多大合适。当一个人在无知和无能的情境中，即不知道或不能自由选择自己行为时，被惩罚是不公正的；当一个人确实犯了过失，但依据不足信或不完整的证据进行惩罚是不公正的；当惩罚超过了过失者造成的伤害并且因人而异时，就是不公正的。

⑤补偿公正

个人有因他人过失而遭受损害获得补偿的权利，关键是何时补偿、补偿的标准是什么、哪种补偿方式更合适。一般来说，只有满足以下三个条件时，行为者才有道德义务补偿受害者：造成损害的行为是错误的或是疏忽大意的行为；该行为确实是造成该损害的原因；故意造成伤害。三个条件都不满足时，就可以获得道德谅解。

(3) 一些人强调义务

尤其是特别的关怀义务，这也被称为关怀论。

所谓关怀伦理，核心是“我们有义务对那些和我们有宝贵、亲近关系（特别是依赖关系）的特定人群施加特殊关怀”的义务。

关怀伦理是以特定关系的存在为前提的，我们都生活在社会关系网络中，应该维持和培养我们与特定个人拥有的那些具体和宝贵的关系，应该对那些和我们有特殊关系的人施加特殊关怀。因为这些关系是同情、关心、爱、友谊和仁慈产生的沃土，这些情感和美德是一个社会得以延续的基本要求。处于某种困境中，行动者不必遵循普遍和公正的道德原则，可以照顾、回应与之有宝贵和亲密关系的特定人，这被认为是道德的。这里，要区分基于特殊义务的关怀与偏袒的区别。

2. 道义论与功利主义的冲突

(1) 负面结果与道义的冲突

即行为所带来的负面结果或消极影响与行为需要坚持的道义原则相冲突。

例子，船运公司是否给劫持船只的海盗支付赎金？如果支付赎金，这一结果将激励海盗，导致更多绑架和劫持，对整个社会产生巨大危害，但是船员能够得救；如果不支付赎金，将来可能会减少劫持和绑架事件的发生，但结果是船员遇害。支付行为的负面结果是激励了海盗，对社会产生更大危害，道义要求是尊重船员生命；不支付行为的负面结果是船员遇害，但有利于将来减少劫持和绑架事件，对社会是有利的。该公司最终决定支付赎金，理由是：公司首要责任是对员工负责，对生命的尊重和对员工家庭的同情比支付赎金带来的潜在的长期的危害更为重要。

(2) 正面结果与道义的冲突

即行为结果是有利的但与道义原则相冲突。

例如，美国弗吉尼亚州曾研发出一种新方法来判断有重新犯罪危险的罪犯，即根据年龄、性别、社会信誉记录、雇用状态和先前犯罪记录等，来预测一个罪犯重新犯罪的可能性。采取这种方法使很多罪犯成功地回归社区，重新融入社会，并节约了大量纳税人税款，这一结果无论是对个人，还是对社区和社会都是有利的。但是这一做法区别对待不同罪犯，并不公平，违背了同罪同罚的公平原则。

3. 主要挑战：哪个应被优先选择

道义论面临的主要挑战就是，到底哪一种责任、义务、权利或道义应被放到优先的位置。如何确定遵循哪一种道德规则、准则和权利？这里有两种基本方法。

(1) 推己及人和康德的绝对命令

德国哲学家康德在其“绝对命令”中提出了一条非常实用的道德推理原则。所谓“绝对命令”，从形式上讲，就是要只按照你认为也能成为普遍规律的准则去行动，从质料上讲，在任何时候都不应把自己和他人仅仅视为工具，而应该永远认为自身就是目的。这就是说，要这样行动，就好像你的行为准则应当通过你的意志成为普遍的自然法则一样。这就要求我们在行动时，需要思考行动的本质是否能成为人人都遵守、人人都效仿的自然法则或准则。在行动和决策时，不妨多思考一下：“如果每个人都这么做，世界会变成什么样？”

(2) 运用“无知之幕”

美国著名政治哲学家约翰·罗尔斯（John Rawls, 1921—2002）为人们提出了一个行动和决策的实用建议，即运用“无知之幕”来实现基本公正原则。

把所有相关人员都聚集在假设的幕布之后，每个人既不知道自己的自然属性和社会属性，也不知道其他人的任何自然的或社会的属性，并且每一个人都不知道自己走出这个幕布后将在社会/组织里处于什么样的角色。也就是说，行动者既不知道自己和其他人的年龄、性别、肤色、健康状况等，也不知道

他们的经济状况、社会地位、职业、职位等，在这样一种“无知”状态中，行动者作为中立者会达成公平的原则，保证所有个人都享有基本自由权和机会平等权，让弱势群体也能够获益。

简言之，“理智”地运用“无知之幕”，将制定出对任何一方都不会有失公允的道德准则。这种方法可以指导任何伦理决策，尤其在以公平为核心要求的决策中最有效。

罗尔斯提出了著名的正义原则，其包含以下两个分原则：

一是，每一个人都拥有与其他所有人同样的自由体系相容的、最广泛平等的自由体系的平等权利。

二是，社会和经济的不平等应该这样安排，使它们：①适合于最少受惠者的最大利益，并与正义的储蓄原则相一致；②在机会平等的条件下，使所有职务和地位向所有人开放。

第一个原则，又称为平等原则，适用于政治领域，它用以确保公民平等的自由。

第二个原则，适用于社会经济领域，用以保证平等的分配，这一原则又被分为两部分，第一部分是差异原则，第二部分是机会均等原则。差异原则揭示出，一个制度或一项决策，如果能让处于最不利境地的人也能获益，那么这就是正义的，也是道德的。

讲解归纳与举例

例题：绝对命令

【参考答案】

从形式上讲，就是要只按照你认为也能成为普遍规律的准则去行动，从质料上讲，在任何时候都不应把自己和他人仅仅视为工具，而应该永远认为自身就是目的。这就是说，要这样行动，就好像你的行为准则应当通过你的意志成为普遍的自然法则一样。

例题：美国著名政治哲学家康德为人们提出了一个行动和决策的实用建议，即运用“无知之幕”来实现基本公正原则。（ ）

【答案】错误

【解析】美国著名政治哲学家约翰·罗尔斯（John Rawls, 1921—2002）为人们提出了一个行动和决策的实用建议，即运用“无知之幕”来实现基本公正原则。

三、美德论—关注行动者品质

美德论（Virtue Ethics，也译为美德伦理学或德性伦理学）是规范伦理学的重要理论之一，自古希腊时期就已存在。

美德论更关注道德实践者本人的诚实正直，而不是他的行为或决策。换句话说，美德论把关于人的品格判断作为最基本的道德判断，只要具备良好的品性、善良的动机和意图，那么其行为自然就是有道德的，即便行为造成了不好的结果，在道德上也是可以谅解的。

美德论认为道德主体的品性是伦理行为的推动力，继而关注行为者的品质、动机和意图。

与功利主义、道义论最大的不同之处，美德论不会依据单一标准去判断行为是否符合道德，而是从行为者的品质，并结合行为表现来进行综合判断。

美德论的目标是成为善良的人，如何成为一个你想成为的人？如何让你具备诚实正直的道德品质？美德论提出了如下几个途径。

（1）选择高道德标准的团体作为求助对象。

这些团体可以是职业联盟、行业协会、宗教团体、企业的道德委员会，甚至更广泛的大众。不同的团体有其自身的行为规范和道德准则，在行动或决策时尽量参考团体的道德规范和准则，如会计师、律师、医生、工程师等职业群体的规范。

(2) 寻求更宏观的社会规范作为指导。

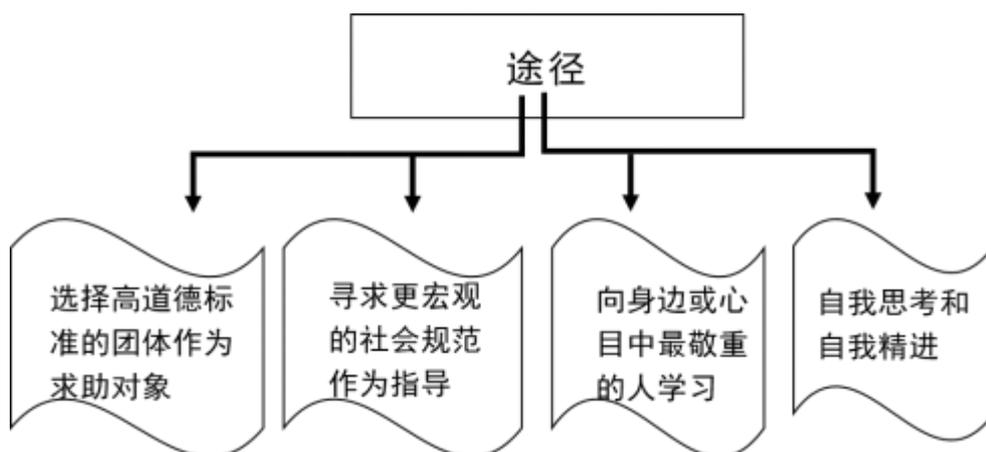
一个有效的方法—坚持公开原则，即假设：“如果你的行为在上出现，你的感受将如何？”这里的空白处可以是电视媒体或社交网络、各种报纸，甚至是你家小区门口的广告栏。公开原则背后有一个团体标准，本质上是一个共同体规范。如果你的行为被公开，会让你感到很尴尬或非常难堪，那就不应该这么做，否则就会被大家指责为是一个不正直的人。

(3) 向身边或心目中最敬重的人学习。

可以考虑你最敬重的人或者对你批评最严厉的人会建议你怎么做？会如何看待你的行为？尝试给自己树立一个心目中的道德楷模。

(4) 自我思考和自我精进。

事实上，商业领域的困境是，难以有达成共识的标准，缺乏普遍的行为规范。因此，更重要的是自我思考和自我训练。可以将工作和生活中所遇到的伦理困境视为伦理适应项目，以此来锻炼自己的思考能力，强化自我对道德价值的认同，提升自我的伦理适应能力



第二节 伦理判断的影响因素

总体来看，在西方企业伦理决策研究中，关于伦理判断和伦理决策的影响因素，形成了四种不同流派：烂苹果派、染缸派、互动派和问题权变派。

这里将影响伦理判断和伦理决策的影响因素概括为个体因素、组织因素、行业/职业因素和社会因素。

一、个体因素

1. 个体差异

所有商业伦理问题本质上都是若干个体行为不断叠加的结果，个人是做出伦理判断和决策的主体。

个体差异是影响伦理判断和决策的首要因素，这里主要介绍伦理意识、伦理认知水平、性格特征、价值观、情绪等。

(1) 伦理意识

伦理意识是一定社会团体中的成员对于道德规范或伦理的内在自觉，本质上是一种伦理敏感性，是“个体意识到其潜在的决定或行为可能会影响到自己或他人的利益、幸福和期望，而且其后果可能会与某个或更多的伦理准则相冲突”。

伦理意识是伦理决策过程中的心理现象，它不同于伦理判断和伦理行为，只是确定情境中是否包含着道德内容以及该情境能否合理地从道德角度进行思考，因此伦理意识聚焦于道德和非道德，即什么与道德有关，什么与道德无关，而伦理判断和伦理行为聚焦于区分道德与不道德。

简言之，伦理意识就是敏感地意识到“这是一个伦理问题”。

企业中的管理者可以创造情形来鼓励员工的伦理意识，包括提供培训、和员工讨论可能的伦理问题及类型、鼓励员工用伦理术语展开讨论、鼓励员工思考行为后果并且为其行为负责。

(2) 伦理认知水平

一旦意识到情境或决策的伦理维度，伦理判断就开始启动。能否做出一个合乎伦理的判断，很大程度上取决于伦理认知水平。

主要有皮亚杰的道德成长论、科尔伯格的道德自我发展理论等。表2-2科尔伯格的道德自我发展理论

层次	年龄	阶段	取向	什么被认为是对的
前习惯层次	小学低年级前	1	避罚服从	坚守规则以避免物质惩罚；为个

		2	功利主义目的和交易	人利益而服从 当和个人直接利益相关时才会遵守规则，公平交换，平等交易
习惯层次	从小学高年级始至青年末期	3	考虑人际期望	固定格式的“良好”行为，符合同龄人和身边人的期望
		4	法律与法令，系统维系	认识到并服从法律权威；完成社会制度的义务和责任
后习惯层次	青年末期以后	5	社会契约和个人权利	仍然重视规则和法律，但更坚持生命、自由等价值和权利
		6	普遍性伦理原则	遵循自己选择的正义和正直的伦理原则

科尔伯格认为，伦理发展会经历三个层次六个阶段，当个体按照阶段性顺序发展时，能够理解自己所处水平之下的所有观点，但是不能理解自己所处水平之上的观点。当自己的认知水平和更高的认知水平发

生矛盾时，就会导致认知失衡，从而带动伦理认知的阶段性发展，这种发展可以通过有意识地培训来促进。科尔伯格认为，伦理认知水平发展程度越高，决策的伦理程度就越高。

第一层次，是前习惯层次，处于这个层次的个人以自我为中心，将伦理视为外部强加的规则，这一层次包括两个阶段。

这一层次的人总是站在“从中我能得到什么”的角度思考问题，以关注自己为出发点。

阶段1的伦理正确标准是服从规则和权力，阶段2的伦理正确标准是满足自己需要和要求。

第二层次，是习惯层次，这一层次的个人关注点逐渐从自我转移到他人身上，自我中心程度有所减弱，开始融入社会，将社会所共享的道德准则内化为家庭、工作团队的准则。

阶段3的伦理正确标准就是为相关者着想，效仿榜样并符合他人期望，阶段4的伦理正确标准是承担责任和义务，遵守规则和法律，要对社会负责。

处于第二层次的人在做决定时不再以自我为中心，而是寻求外部指导。

阶段3会考虑周边人的期望，并有一个信任排序，“我的同事会怎么做”“我信任的指导者会怎么建议”“我的家人有什么建议”等。

阶段4则从一般法律规定寻找行动的依据，如“法律和规则是如何规定的”。研究表明，在美国，大多数成年人处于阶段4，养成了以法律作为行动一般要求的习惯，因而这一层次被称为习惯层次。

第三层次，是后习惯层次，处于这一层次的个人十分清楚来自他人的期望、法律和规则的要求，但会突破这些期望和要求，更多地从公平正义等道德原则方面思考问题，并坚持自己所坚守的价值观，因此在做决定时自发性更强。

科尔伯格的道德自我发展理论对于管理的启示是：

- ①因为大多数人处于阶段4，意味着人们对外界影响力存在高度关注，受奖励系统、角色预期、权威人物要求、团队准则等方面的影响，并四处寻找行为指导规则，这时管理者有责任以一种支持伦理行为的方式去营造工作环境；
- ②处于前习惯层次的员工需要强力监管；
- ③处于普遍性伦理原则水平的个体应被挑选出来领导决策团队；
- ④领导者有高伦理水平，组织伦理氛围更浓，反之亦然；
- ⑤员工与领导者伦理发展水平相似，员工满意度更高、忠诚度更高，若领导伦理水平低，员工满意度和忠诚度都会特别低。

（3）性格特征

一般来说，有四种性格属性能更好地预测和解释人在组织中的行为，分别是控制观念、权威主义、权术主义、风险偏好。

1) 控制观念，包括内控和外控两种类型。

内控型是指相信自己命运应该也必须由自己主宰，意志较为坚强，但对世界看得比较冷漠，更多只相信自己不求依赖别人，他们很重视机会并积极寻求发展机会。

外控型即认为自己命运受别人控制，这些人一般来说对工作满足感低，对组织较为疏离，工作不想投入。持控制观念的人一般表现出或是满足或是被动的行为特征。

相对而言，内控型的人具有更大伦理自主性，外控型的人可通过不断要求他们对自己行为负责来帮助他们认清行动和结果之间的关系。

2) 权威主义，是指对权势的崇拜和渴望的信念。

权威主义性格，表现在观念上较为僵化，对上谦恭退让，对下恫吓威胁，不信任别人，由此：

①顺从所属群体的道德权威，以权威和地位作为行动依据；

②固守自己所属群体或阶层的“优越感”价值观念，排斥甚至仇视其他价值观念的人；

③遇事喜欢简单判断（容不得他人意见）。权威主义性格表现出的行为特征大体上或是忠诚或是喜好攻击。管理者需要做的就是如何让员工信任有道德的权威人物，同时加强沟通和意见交换，培养员工的包容心、尊重差异。

3) 权术主义，是指为达目的不择手段进行权谋的企图。

这种性格的人趋于自我臆断，重实效和结果（不注重长期目标），与人保持情感上的距离（视他人为工具或手段）；对上态度毕恭毕敬，报喜不报忧，千方百计讨上级欢心；对下采用恩赐手法，在下级取得业绩或晋升时以感恩态度回敬他，以此网络人心。

权术主义者经常表现出或是挑斗或是野心的行为特征。相对而言，高权术主义者更可能有违反道德准则的意图，更可能产生撒谎、作弊、吃回扣等行为。对待权术主义者，必须通过监督机制约束其权力或权欲，并以制度规范、职业道德建设约束其行为。

4) 风险偏好，是指为达目标而敢于承担可能发生的损失的态度。

持风险偏好性格的人往往决策果断，办事利索，追求目标更新。高风险偏好者会更快做出决定，并在决策时较少对相关信息进行反复比较分析。

相对而言，高风险偏好的人更容易突破伦理准则和规定，管理者可根据员工风险偏好分配工作，同时对有高风险偏好的员工时刻提醒纪律要求和伦理规范。

（4）价值观

价值观可以被定义为个人的核心观念，是个人对客观事物（包括人、物、事）以及对自己行为结果的意义、作用、效果和重要性的综合评价，是对什么是好的、什么是重要的、什么是应该的总看法，支配着个人的需要、动机和行为，是个性心理结构的核心因素之一。

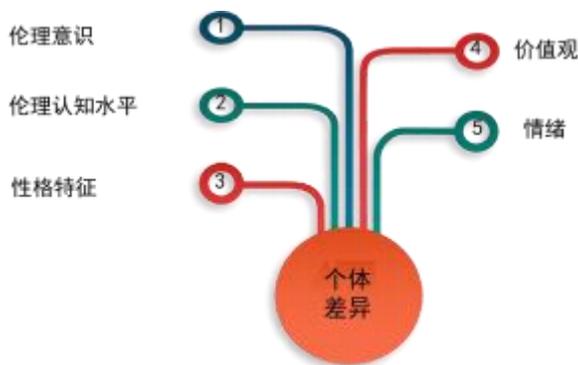
表2-3罗克奇价值观调查表（1967，1973）

终极性价值观	工具性价值观
舒适的生活（富足的生活）	有抱负（辛勤工作、奋发向上）

振奋的生活（刺激、积极的生活）成就感（持续的贡献） 和平的世界（没有冲突和战争）美丽的世界（艺术和自然的美）平等（兄弟情谊、机会均等） 家庭保障（照顾自己所爱的人） 自由（独立、自主的选择）幸福（满足） 内在和谐（没有内心冲突） 成熟的爱（性和精神上的亲密）国家安全（免遭攻击） 享乐（快乐、休闲的生活） 灵魂得到拯救（救世的、永恒的生活）自尊（自重） 社会承认（尊重、赞赏） 真正的友谊（亲密关系） 睿智（对生活有成熟理解）	心胸宽广（开放） 有才干（有能力、有效率）欢乐（轻松愉快） 清洁（卫生、整洁） 勇敢（坚持自己的信仰）助人（为他人福利工作） 宽容（谅解他人） 正直（真挚、诚实） 富于想象（大胆、有创造性）独立（自力更生、自给自足） 有理智（有知识、善思考） 有逻辑性（理性的） 博爱（温情的、温柔的）顺从（有责任感、尊重） 有教养（有礼貌、性情好负责任（可靠的） 自控（自律的、约束的）
---	---

（5）情绪

作为一种心理活动，移情、愧疚、愤怒等情绪在伦理决策过程中也很重要。关于情绪的研究理论有很多，这里对相关理论不做介绍，只是提醒大家，人们在做决策时，一定不要忽略情绪的影响。



讲解归纳与举例

例题：影响伦理判断的个体因素（ ）。

- A. 伦理意识
- B. 伦理认知水平
- C. 性格特征
- D. 价值观、情绪
- E. 良好伦理认知的壁垒

【答案：ABCD】

【解析】E良好伦理认知的壁垒是和个体因素并列的第二大因素。

例题：科尔伯格认为，伦理发展会经历三个层次六个阶段，第一层次，是前习惯层次，处于这个层次的个人以自我为中心。处于这一层次的个人十分清楚来自他人的期望、法律和规则的要求，但会突破这些期望和要求，更多地从公平正义等道德原则方面思考问题，并坚持自己所坚守的价值观，因此在做决定时自发性更强。（ ）

【答案：错误】

【解析】这一层次的人总是站在“从中我能得到什么”的角度思考问题，以关注自己为出发点。阶段1的伦理正确标准是服从规则和权力，阶段2的伦理正确标准是满足自己需要和要求。

例题：风险偏好

【参考答案】风险偏好，是指为达目标而敢于承担可能发生的损失的态度。

2. 良好伦理认知的壁垒

（1）事实收集

一是，人们总是对自己所了解和掌握的事实过于自信。正如人们对“天下乌鸦一般黑”的认知，又如当两个人发生矛盾或者吵架时，人们总是习惯于说“一个巴掌拍不响”。过于自信会让人们看不到其他事实，或者无法找到支持现有事实的证据。

二是，证实陷阱的认知偏见，即使收集到所有事实，但人们有一种认知倾向，就是寻找能够支持自己所偏好的答案或信息的证据，而不是寻找能够证明其错误的证据。要克服这种陷阱，就有必要反向思考，多向自己提问：“还缺少哪些事实？”“现有事实中哪些能证明我们是错误的？”

（2）结果因素

功利主义鼓励我们行动前思考可能产生的结果，但是要考虑各种结果是费时费力的，有些结果甚至不很明朗，因此简化决策，往往会减少所考虑到的可能结果。

一是，忽视那些影响人数较少的结果，当有些结果虽然影响到的人数少，但后果很严重，如一种药物研发，虽然发生致死概率很小，但是只要发生可能就是致命的，这种结果不能被忽视。

二是，更偏向于考虑对自己（或与自己时空距离更近的人）影响更直接或更明显的结果，尤其是当有些结果模糊不清时。

三是，对风险结果存在幻觉。

例如：乐观主义的幻觉，总是高估出现好事的可能性，低估出现坏事的可能性，口头禅是“不会那么倒霉”“这种可能性很小”；控制幻觉，过于自信，认为一切尽在掌握中，“这种事情不可能发生”；证实偏见，即前面所讲，人们倾向于只关注那些能够证实个人偏好决策正确性的信息，因而即使考虑到了风险，也不会以完全理性的方式看待；更少损失更多收益，如果决策时太注重损失而不是收益，就会更倾向于违反道德准则。

四是，沉淀成本所引起的承诺升级，虽然已出现明显的损失，但是有前期大量的人力、物力投入而不愿及时止损，从而“赔了夫人又折兵”。

（3）正直感

心理学研究表明，人们会有一种“优越幻觉”，把自己的道德标准想得太正面了，认为自己（自己所代表的群体、组织）会比其他绝大多数人更有道德、更公平和更正直，前面提到的权威主义者更可能会有这种“优越幻觉”。

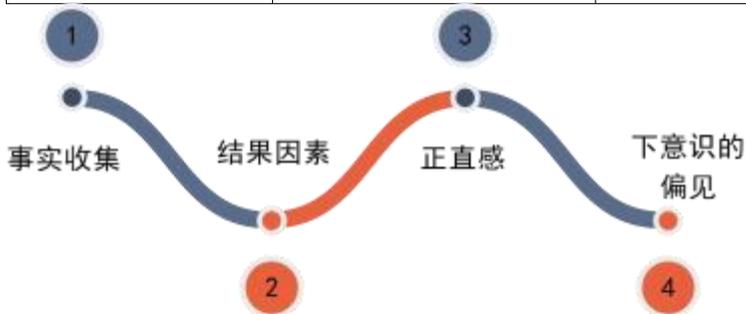
(4) 下意识的偏见

一种被称为内隐联结测试的研究表明，人们倾向于将白人、年轻人、正常人、爱情……与积极的或正面的词汇联系起来，而将黑人、老年人、残疾人……与消极的或负面的词汇联系起来。

注意现实中一种被称为道德推脱（也译为道德脱离）的心理现象。所谓道德推脱，是指一种个体特定的认知倾向，即在做出不道德行为后关闭自我控制系统的倾向，不会因不道德行为而感到不舒服，甚至将不道德行为看成是正当的、道德的。

表2-4道德推脱的表现

类型	道德机制	示例
与看法有关	委婉标签	读书人不算偷
	道德辩护	打你是为你好
	优势对比	五十步笑百步
与结果有关	责任转移	老板叫我做的
	责任分散	这是团队所做的决定
	结果扭曲	这没什么大不了的
与身份认同有关	去人性化	可怜之人必有可恨之处
	责备归因	这是他们自己的错



二、组织因素

1. 奖励体系

(1) 人们总是做能得到奖励的事，回避受惩罚的事。

趋利避害是人的本能，组织中的人会持续寻找奖励和惩罚的信息，他们知道要在工作中获得成功，就要确定并去做受到奖励的事情，奖励意味着组织的认可。“有回报才有动力”，这是一句道理再明显不过的谚语。

(2) 奖励体系也会刺激不道德行为。

目标管理是企业中最为流行的管理方式之一，能够指导并激励人们去完成组织设定的目标，并因此而获得奖励，积极意义在于能很好地实现组织战略和目标，消极意义在于会鼓励人们只盯着目标而忘了其他方面，只追求结果而不顾手段和方式，追求“短平快”，忽略长期目标，甚至为了实现短期目标而弄虚作假，等等。

(3) 关于奖励体系的建议。

充分运用伦理的“皮格马利翁效应”（在心理学上也称为罗森塔尔效应），设置较高预期的伦理行为和绩效，让人们在关注达成目标的同时，也要注意达成目标所使用的方式，既保证人们去做“正确的事”，也督促他们“正确地”做事。

（4）要运用好惩罚。

同错同罚是公平原则最基本的内容，公平的惩罚会带来积极效果，如行为得到改善，员工变成更好的公民；同时在适用惩罚时要给员工以解释机会，任何人都有为自己“有罪”行为辩护的权利，这是自然正义的核心；当然惩罚在私下进行，是对员工最基本的尊重，因为公开惩罚只会增加员工“被审判”的羞辱感。

2. 工作中的权威

在马克斯·韦伯看来，现代社会中的组织是一个纵向等级化、横向部门化的科层制组织（也译为官僚制组织）。这些组织如企业、协会、政党、军队等都是权威结构。这种权威结构要获得理性化的秩序，隐含着—个基本假设：作为一个“好的”成员，必须放弃—定程度的独立性和自主性。

美国心理学家阿基里斯提出的“不成熟-成熟”理论，揭示了组织中的成员是被动、依赖和缺乏自觉的。组织中，管理者的角色是告诉员工做什么，员工的角色是接受管理者的指令，—切行动听指挥，只有这样才能让组织避免混乱而有序运行。

可以说，现代社会中的所有组织都是以权威结构为其基本架构的，其组织伦理就是强调团队以及对组织的忠诚高于个人的良知。著名的米尔格拉姆实验证实了这种组织伦理。

3. 碎片化的责任

行动的内在决定力量是个体。但是在组织中，个人通常会和他的行动脱节，而且意识不到这种脱节，不觉得自己应该负有责任。这是因为，在层级化和部门化的组织中，责任被碎片化了。

具体来说，个人可能觉得不对组织行为负有责任的原因有以下四方面：

- （1）责任被转移了。
- （2）群体决策的思维。
- （3）责任被分散了。
- （4）与潜在受害者的心理距离稀释。



三、行业/职业因素

1. 角色的去个体化

社会对某一行业和职业都有某种期许，集中体现为从事这一行业的从业者或职业人员的行为标准和模式，这就是社会角色。员工不仅是企业中的一员，也被赋予了社会角色，角色为人的行为确定了适配的标准，是指导行为强有力的力量。

在进入某一行业或从事某项职业伊始，组织领导和管理者、同事甚至家人都会要求或建议尽快进入角色，以角色规范要求自已，快速成为一个合格的角色扮演者。人们往往也会努力完成社会赋予他的角色，而对角色的认同会减少自己作为独立个体的意识，这一过程就是“去个性化”。

2. 角色冲突会导致不道德行为

在社会中，角色不是孤立存在的，那些相互依存、相互联系和相互补充的角色就构成了角色集。一个人不仅承担着多重角色（内部关系），并且总是与不同人群打交道（人与人之间的外部关系），这些角色之间并不总是一致的，甚至会有冲突。

在伦理决策中，个人所面临的角色冲突主要是内部的，这是由人的社会属性所决定的。这些冲突可高度概括为“组织角色—职业角色—社会角色”之间的冲突。

3. 角色规范能支持道德行为

冲突性角色会给人带来压力，使他们不诚实，会弄虚作假或者做出其他不道德行为，那么，作为管理者，应该怎么办？最好的办法就是将不同角色要求的冲突最小化。

首先，要明白这些角色冲突既可以是组织内的（组织角色），也可以是组织外的（职业角色和社会角色），既可以是与工作直接相关的，也可以是与工作无直接关系但会影响工作的，如在家庭中的角色、在其他组织中的角色等。

其次，与员工讨论，分析在工作中会遇到哪些角色冲突，查找冲突来源。最后，尝试重新设计工作流程和行为规范，将这些冲突最小化。



讲解归纳与举例

例题：行业/职业因素不包括（ ）。

- A. 角色的去个性化
- B. 角色冲突会导致不道德行为
- C. 角色规范能支持道德行为
- D. 群体规范的影响

【答案：D】

【解析】群体规范的影响是社会因素。

四、社会因素

1. 群体规范的影响

首先，遵从群体规范会将不道德行为合理化。如果群体规范是不道德的甚至违法的，那么遵从群体规范的行为就会将不道德行为或违法行为合理化。

其次，遵从群体规范会鼓励或迫使人们做出不道德行为。

2. 整合多重标准的自我

如果规则是合理的，就要重申规则并坚定地维护规则，如关于准时上课的规定。如果诚信是你一直奉行的价值准则，那么当你上司或同事让你帮他（她）撒谎的时候，你就要坚定地说出来。

如果规则不合理，就要思考如何修改规则。

从自己做起，确立多重伦理标准的自我。首先，要分析你自己。其次，想想你的直接下属和同事们。最后，评估组织环境是否支持伦理行为。



第三节 伦理决策的步骤和模型

一、伦理决策步骤

伦理决策是人们应用自身所具备和社会通行的道德观念分析具有道德意义的现实问题，并做出合乎道德的选择、判断等导向行为的过程。

诺贝尔经济学奖获得者赫伯特·西蒙认为“管理就是决策”，决策是管理活动的核心内容，贯穿于管理的全过程。他认为，决策的前提有两个因素：价值因素和事实因素，价值因素是指决策者的个人好恶，事实因素是决策中所依据的客观事实。做出伦理决策一般需要具备以下三个条件。

一是，存在一个具有道德意义的急需解决的客观问题。

是否具有道德意义，取决于我们的伦理意识和敏感性，事实上几乎所有商业活动都或多或少地涉及伦理问题，而是否纳入伦理决策议程，还需要判断其是否“急需解决”。

这里的“急需”并非仅仅指时间上的紧迫性，也指决策后果产生影响的重要性，有些伦理问题的后果在时间上可能并不紧迫，但其结果的影响会很大。

二是，必须拥有特定道德观念的决策主体。

这是伦理决策价值因素的载体，决策主体拥有什么样的道德观念，具备什么样的伦理认知水平和能力，会影响伦理决策的质量。

三是，受到限制的决策环境。

这是伦理决策事实因素的集合，正是环境中这些客观条件的限制才构成了一个伦理困境，这些条件确定了伦理决策要分析的基本内容—用什么伦理原则、会影响谁、有什么后果、相关人员权益是否得到保障等。

这里主要介绍屈维诺和尼尔森所提出的8个步骤。

步骤1：收集事实，明确限定条件。

这一步就是情报收集活动，“没有调查就没有发言权”“做好功课”，是伦理决策的基础。如何收集事实，有哪些事实，有时我们并不是很清楚，即使清楚了也不一定能收集到。因此，事实收集没有范围，当然是越全面越好，除一般的时间、地点、人物、内容、过程外，也包括可能涉及的法律条文、行业规范、公司守则等。

步骤2：确定伦理问题，界定伦理冲突。

在遇到伦理困境时不要直接跳向解决方案。这一步要对问题进行分类：是企业或者行业内普遍存在的伦理问题，还是本企业存在的特例性问题？特别在什么地方？抑或是新出现的伦理问题，没有前例可循？明确了问题类型，需要进一步审视伦理问题，分析其中涉及的主要价值观的冲突。这些冲突既可能是忠诚、诚实、守信、公平、公正等价值原则之间的冲突，也可能是功利主义与道义论之间的冲突。这一步会考验我们的伦理意识和伦理认知能力。

步骤3：确定受影响各方，厘清所有利益相关者。

功利主义者希望界定出所有可能得到益处或受到伤害的利益相关者，道义论者则希望了解到该情境中涉及了谁的权利、谁有义务采取行动。在这一步，需要从他人立场思考问题，即“换位思考”和“角色扮演”，鉴别出所有受影响的利益相关者。事实上，一旦从利益相关者角度思考问题，可能的结果就会慢慢浮现出来。

步骤4：确定结果。

明确了有哪些利益相关者，进一步思考该决策会给他们带来的结果，这是功利主义的做法。

在这分析结果时，注意：

- ①列出可能性很高的结果，没有必要将所有结果都列出来；
- ②不能忽视发生概率很低但会带来很大负面影响的结果（如涉及生命健康的结果）；
- ③要考虑长期结果和短期结果，不能仅仅聚焦于眼前的短期结果；
- ④思考行动潜在的象征性结果，该行动会给周边的人传递什么信息；
- ⑤思考公开性后果的影响，即该决定和行动一旦被公开，会有什么潜在后果。

步骤5：确定义务，并给出原因，这是道义论的做法。

确定结果后，进一步分析谁对这一结果负有责任、承担什么样的义务、为什么被赋予这些义务，是基于权利规定，还是基于行为准则或者某种价值观的要求。义务基于各利益相关者在社会中所扮演的角色，如审计师对财务信息有如实报告的义务、数据分析师有提供客观数据的义务等。

步骤6：考虑诚实正直与你的个人品格，这是美德论的做法。

首先，思考诚实正直的人会怎么做，你所属的职业团体或者你最尊重的人会怎么做或向你提出什么建议。其次，记住公开原则，最终决策或行动能否经受公开的“审判”，如果不愿公开，意味着肯定有错误。最后，终极思考一向死一问，在一些重大问题上拿不定主意时，想象一下人们会在你的墓碑上刻上哪些字，会在你弥留之际如何评价你。

步骤7：有创造性地去思考你能采取的行动。

经过了功利主义、道义论、美德论的轮番拷问后，发挥想象力，跳出常规思维，去思考是否只存在非此即彼的两种方案、是否有折中的方案。

步骤8：检验一下你的直觉。

上述步骤是一个高度理性的事实收集和分析过程，但也不要忘记直觉的功能。尽管说不要仅仅依靠直觉做决定，但直觉是伦理意识、道德情感、伦理认知水平的反映，是多年社会化经验的积累，做出决定后，用直觉检验一下是非常必要的，当直觉发出警报时，就再思考一下。

二、伦理决策模型

1. 伦理检查模型

这是肯尼斯·布兰查德和诺曼·皮尔在1988年提出来的，主要包括三个伦理检查项目，被认为是一种“三方模式”的伦理检查模型。

该模型依据合理的利己论和显要义务论，较为简单实用，无须掌握抽象的伦理原则就可使用，因而被很多企业采用。

但该模型将检查重点聚焦于法律和公司规定，缺少系统和深入的伦理分析，并且没有考虑其他利益相关者。

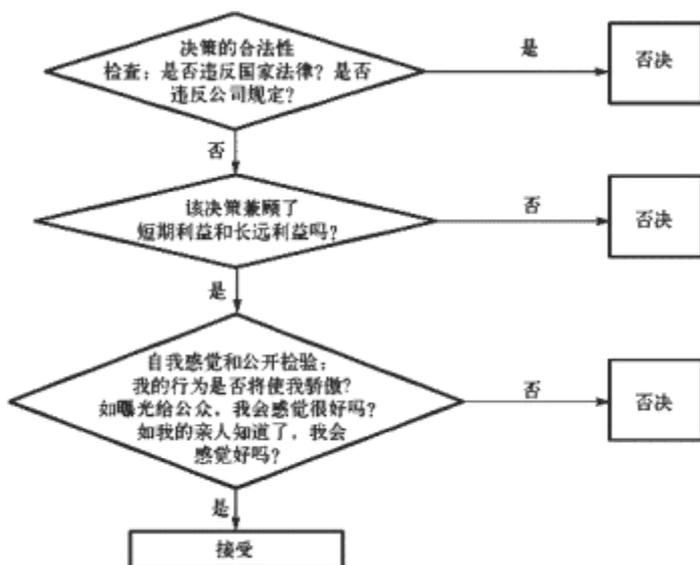


图 2-2 肯尼斯·布兰查德和诺曼·皮尔伦理检查模型

2. 道德决策树模型

这是杰拉尔德·卡瓦纳等人在1981年提出的一种模型。

该模型整合了功利主义和道义论的观点。根据此模型，一项决策要是道德的，需要通过“三关”检验，除非存在“正当且关键”的理由才能跳过某一关。

所谓“正当且关键”的理由是指：标准之间发生了冲突；标准内部发生了冲突；完全缺乏能力来执行这些标准。

该模型在具体应用上操作性不强，但也提出了一种伦理决策的思路。

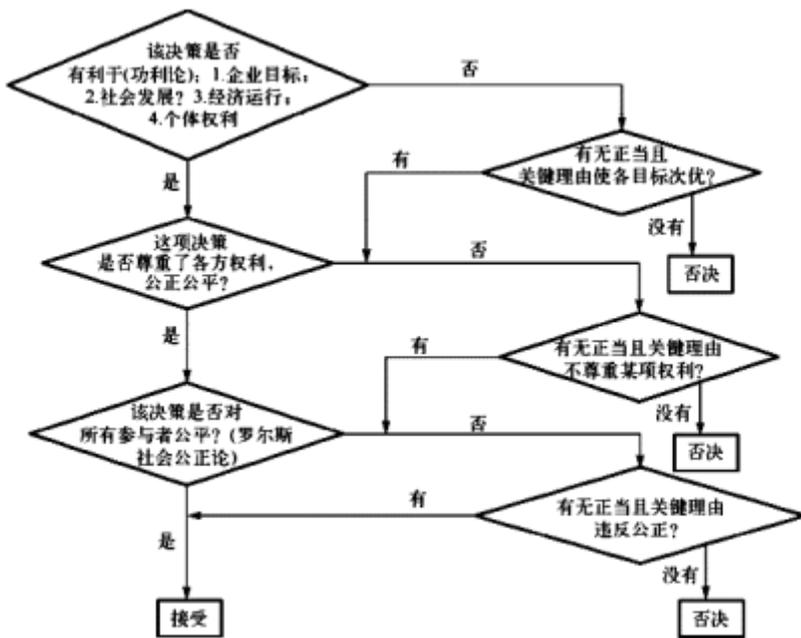


图 2-3 道德决策树模型

3. “九问式”模型

这是基恩·拉克兹尼亚克，在道德决策树模型基础上于1983年提出的。

该模型综合运用了功利主义与道义论相结合的对称论，以及显要义务论和公平公正论，共提炼出了9个问题。决策者可以通过回答这些问题来制定符合道德的决策，如果回答全部是否，则该决策在道德上是可以被接受的。该模型从法律检验开始，逐次进行义务检验、特定组织责任检验、结果检验、过程检验、权利检验和公正检验，不仅考虑了一般道德原则，还兼顾了特殊行业、特定产品所面临的特殊原则。

表2-5 “九问式”模型

1	该行动违法吗?	法律检验
2	该行动违反以下任一条普遍性道义吗? ——诚实的责任——感恩的责任——公平的责任——仁慈的责任 ——自我完善的责任——无伤害的责任	义务检验
3	该行动侵犯由组织类型产生的特定义务吗?	特殊行业责任检验
4	该行动的动机是邪恶的吗?	目的检验
5	采取该行动会不会发生某种“大恶”?	结果检验
6	是否故意放弃好处相同或更多，而邪恶更少的方案?	过程检验
7	该行动侵犯了消费者不可剥夺的权利吗?	权利检验

8	该行动是否侵犯了其他组织的利益？	公正检验
9	利益受损群体是否属于弱势群体？	

4. 问题式伦理检验模型

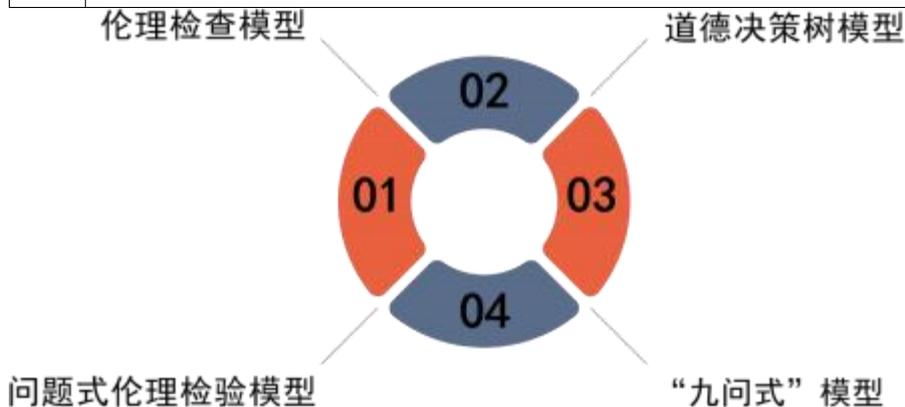
这是劳拉·纳什在1989年提出的又一个问题式伦理检验模型。

该模型从决策动机、结果、利益相关者和长远利益来考虑决策是否道德，并考虑了例外情况。

相对于“九问式”模型，该模型的问题更具体、更容易回答，具有一定操作性，但是该模型缺乏一定的理论逻辑，因此其结论难以令人信服。

表2-6问题式伦理检验模型

1	你已经准确定义决策问题了吗？
2	如你站在他人立场，会怎样定义问题？
3	问题是怎样产生的？
4	作为一个个人和公司成员，你忠于谁，忠诚于什么？
5	你做该决策的意图是什么？
6	你的决策意图与可能的结果相符吗？
7	你的决策会损害谁的利益？
8	你能在决策前与受影响各方讨论该问题吗？
9	你能确信你的观点在未来能与现在一样有效吗？
10	你能毫无顾忌地与上司、高管、董事、家庭及整个社会讨论你的决策行动吗？在电视上报道如何？
11	如果理解正确，人们会对你的行为有何看法？误解了又会怎样？
12	在什么样条件下，你会允许对你的立场有例外？



第三章 普遍存在的商业伦理问题

本章重难点分析

1. 掌握识别商业伦理问题的框架
2. 理解人力资源伦理问题的主要类型
3. 理解顾客信心方面的伦理问题
4. 理解企业资源使用方面的伦理问题
5. 理解利益冲突方面的伦理问题
6. 了解会计、环境、大数据方面的伦理问题关键词：

工作权就业权聘用自由歧视就业歧视员工流动竞业限制个人隐私性骚扰健康与安全工作参与公平顾客信心隐私产品安全广告伦理特殊委托责任

企业资源使用忠诚利益冲突会计伦理环境伦理污染资源消耗环境保护大数据伦理

第一节 识别商业伦理问题

任何一个企业都是一个组织，商业伦理问题实际上是关于企业这个组织的伦理问题，是组织内外各要素之间相互联系、相互作用的结果。

一方面，组织是一个技术统一体，更主要的是人类关系的集合，是个人行动的产物。因此，从组织构成角度，可以把企业简单区分为人和物。

另一方面，组织有机体不仅有清晰的边界，还自发地与所处环境不断地进行投入—转换—产出—再投入或者输入—输出的转化互动。

因此，从系统或环境角度，可把企业边界简单区分为内外两个维度。由此形成了四类商业伦理问题：人力资源伦理问题、顾客信心问题、企业资源使用问题、利益冲突问题，并且随着社会发展，还会出现一些特殊的商业伦理问题。



图 3-1 识别商业伦理问题的框架

一、人力资源伦理问题

这是企业内部与人相关的商业伦理问题。人力资源管理包括员工的选、用、育、留等环节，主要涉及雇佣关系、工作场所、薪酬福利、日常的“如何相处”等方面的伦理问题。

一般来说，人力资源方面的伦理问题，更多体现在企业对员工的义务方面，其中雇用与解雇、歧视、个人隐私、性及其他形式的骚扰、绩效评估等是较为突出的问题。

二、顾客信心问题

这是企业外部与人相关的商业伦理问题。顾客对企业期许的是优质优价的产品和服务、诚实的产品或服务代理以及顾客信息的安全等，当这些期许不能得到很好实现时，将会影响顾客对该企业的信心。

这方面的伦理问题主要涉及产品安全、消费者的隐私保护、广告内容的真实性，以及会计、审计、法律、医学等某些行业的特殊委托责任。

三、企业资源使用问题

这是企业内部与物相关的商业伦理问题。作为企业的一员，有忠于企业的基本义务，要像对待自己的财产那样对待企业的资源，包括有形资源和无形资源。

其中较为常见的伦理问题有财物资源的不当使用、提供虚假或不真实信息、滥用企业名誉等。这类问题主要是员工所面临的伦理困境。

四、利益冲突问题

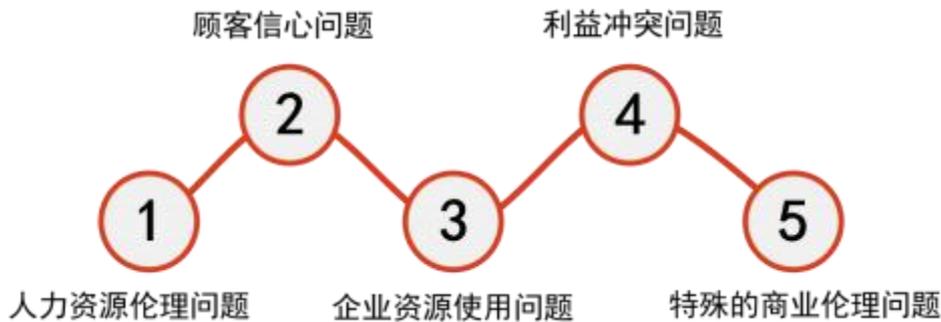
这是企业外部与物相关的商业伦理问题。这里的“物”不是指产品和服务，而是指可能会影响商业决策和判断的客观性、公正性的那些“物”，体现为一种利益，只不过这种利益并非其应该拥有的合法利益。这种利益会在企业及其员工与客户、供应商、社区甚至家人和朋友之间带来冲突，从而破坏商业活动的基础——信任。

这方面的伦理问题主要涉及贿赂或者回扣、基于特殊关系形成的影响力、基于职位获取的特权信息、恶意竞争、不正当竞争、套取商业秘密等。

五、特殊的商业伦理问题

随着社会发展，企业活动范围逐渐扩展，其所面临的商业伦理问题不再局限于某些方面，而是全方位的，既涉及企业内部的人和物，又不局限于企业内部。

这方面的伦理问题具有很强的专业性，主要有会计伦理、环境伦理、大数据伦理等问题。



讲解归纳与举例

例题：商业伦理问题包括人力资源伦理问题、顾客信心问题、企业资源使用问题、利益冲突问题。（ ）

【答案：正确】

【解析】：形成了四类商业伦理问题：人力资源伦理问题、顾客信心问题、企业资源使用问题和利益冲突问题，并且随着社会发展，还会出现一些特殊的商业伦理问题。

例题：从企业构成和内外边界可以识别出哪些伦理问题。

【参考答案】形成了四类商业伦理问题：人力资源伦理问题、顾客信心问题、企业资源使用问题、利益冲突问题，并且随着社会发展，还会出现一些特殊的商业伦理问题。

例题：人力资源方面的伦理问题：产品安全、消费者的隐私保护、广告内容的真实性，以及会计、审计、法律、医学等某些行业的特殊委托责任。（ ）

【答案：错误】

【解析】：一般来说，人力资源方面的伦理问题，更多体现在企业对员工的义务方面，其中雇用与解雇、歧视、个人隐私、性及其他形式的骚扰、绩效评估等是较为突出的问题。

例题：会计伦理其中较为常见的伦理问题有财物资源的不当使用、提供虚假或不真实信息、滥用企业名誉等。这类问题主要是员工所面临的伦理困境。（ ）

【答案：错误】

【解析】：应该是企业资源使用问题。

第二节 人力资源伦理问题

一、是什么一常见类型

1. 工作的权利—人力资源伦理问题的根源

工作权既是一种消极权利—每个人都有权找工作并且任何人都不得阻止他这么做，也是一种积极权利—每个人都有权获得工作的机会，并以工作来获得自我的表达和参与社会。

工作权既是一种个人维度的权利—个体通过生产性劳动获得自我发展和自我表达的权利，也是一种社会维度的权利—工作需要并总是和他人一起完成的。如果被雇用是工作的普遍方式，那么积极意义的工作权就变成就业权。

从本质上讲，就业权只是一种客观权利，是一种未实现或者说可能的权利，这种权利一旦成为现实，就赋予了企业相应的义务。权利意味着对方的义务，当双方相应的权利、义务失去平衡时就会产生商业伦理问题。

本质上，人力资源伦理问题产生的根源是就业权（积极意义上的工作权利）如何实现的问题。

讲解归纳与举例

例题：人力资源伦理问题的根源是（ ）。

- A. 就业权
- B. 工作权
- C. 聘用自由
- D. 就业歧视

【答案：B】

【解析】：工作的权利—人力资源伦理问题的根源。人力资源伦理问题产生的根源是就业权（积极意义上的工作权利）如何实现的问题。C、D都是雇佣关系中的人力资源伦理问题。

2. 雇佣关系中的人力资源伦理问题

（1）聘用自由

聘用自由是指企业可以在任何时间、任何地点甚至是没有理由的条件下雇用和开除员工；同样，员工也可以在任何条件下自由选择企业。

聘用自由的前提是企业 and 员工双方根据自身意志自由达成合同，但现实中由于客观因素的存在，这种合同的达成往往“不自由”。

造成“不自由”的主要原因是员工和企业之间固有的不平等关系，如因生活所迫、受高失业率驱使以及劳动力市场供大于求等因素的限制，员工往往不能自由选择企业，更不能自由确定就业条件，工作往往是被迫的。

（2）就业歧视

歧视是指个人由于与工作要求不相关的原因或者说个人资格要求以外的因素受到了区别、不公平的对待，这些因素包括性别、种族、肤色、宗教信仰、年龄、身高体重、口音、相貌、怀孕、乙肝病毒携带……。

就业与职业歧视是指，“基于种族、肤色、性别、宗教、政治见解、民族血统或社会出身等原因，具有取消或损害就业或职业机会均等或待遇平等作用的任何区别、排斥或优惠，以及有关会员国经与有代表性的雇主组织和工人组织（如存在此种组织）以及其他适当机构协商后可能确定的，具有取消或损害就业或职业机会均等或待遇平等作用的其他此种区别、排斥或优惠”。

表3-1四类歧视

类别	描述
----	----

个人且故意	歧视行为可能是个人由于偏见而故意做出的个体行为。例如，面试官对女性求职者的偏见
制度且故意	歧视行为可能是故意进行歧视的群体的部分常规制度行为。例如，南非曾经存在的种族隔离政策
个人且无意	歧视行为可能是个人无意识的行为。这种无意识是个人在社会化过程中形成的刻板印象。例如，上述对女性求职者的歧视也可能不是故意的

制度且无意	歧视行为可能是企业的制度化规定造成的结果，其程序和实践对某一群体的歧视并非是故意的。例如，公司基于性别差异而将员工安排在不同岗位，潜在的刻板印象是女性适合某些工作或不能胜任某些工作
-------	--

（3）员工流动

这主要体现在员工的频繁跳槽和企业的无正当理由解雇两个方面。

员工频繁跳槽，既有员工为寻求更好的发展机会主动跳槽等原因，也有企业重使用、轻发展的“挖墙脚”“拿来主义”等原因。

企业无正当理由解雇，当一些企业想要解雇某员工而又没有正当理由时，便会通过“软裁员”的方式，即不直接解雇，而是通过改变企业的外部环境（如搬迁），或通过苛刻的内部制度如绩效考核制度和作业制度等（这些制度本身设计有失公允）来变相地解雇员工，这些均属于无正当理由解雇。

（4）竞业限制

企业为了防止商业秘密被泄露，常用的方法是“竞业限制”。

竞业限制，实质是限制员工在本企业任职期间和离职后与本企业业务竞争，特别是禁止职工离职后就职于或创建与原企业业务范围相同的企业。

除了上述较为常见的人力资源伦理问题，雇佣关系中存在的伦理问题还有劳动争议处理、劳务派遣、实习生、职场“天花板”、临时工等问题。

讲解归纳与举例

例题：雇佣关系中的人力资源伦理问题包括（ ）。

- A. 聘用自由
- B. 就业歧视
- C. 员工流动
- D. 竞业限制

【答案：ABCD】

【解析】：一共教材讲了4个，ABCD四个都是从属于人力资源伦理问题中的，更具体就是雇佣关系中的人力资源伦理问题。

例题：雇佣关系中的人力资源伦理问题只包括聘用自由、就业歧视、员工流动、竞业限制。（ ）

【答案：错误】

【解析】：除了上述较为常见的人力资源伦理问题，雇佣关系中存在的伦理问题还有劳动争议处理、劳务派遣、实习生、职场“天花板”、临时工等问题。

3. 工作场所中的伦理问题

（1）个人隐私问题

“隐私”主要有两种类型：

1一是，心理隐私，与个人精神生活有关，包括个人的思想、信仰、价值观、计划、感情和欲望等；

1二是，生理隐私，与个人生理活动有关，这些活动揭示了人的精神生活，是保护心理隐私的重要手段。

工作场所中的个人隐私方面的人力资源伦理问题主要有三类。

第一类，是企业对员工个人信息的收集与利用。

企业在收集和利用员工个人信息时，应该仅限于绝对必要的个人信息，并且要以适当的方式加以利用。

一些企业不注重员工个人信息的保护，甚至把员工信息作为一种商品去交换、出售或未经员工同意或授权，把员工信息公开给第三方。

第二类，是电子监控。

为了防止员工网络聊天、网络购物、上班炒股以及工作时间干私活等行为，越来越多的企业采用电子监控等措施，使得大量的个人隐私暴露在人力资源管理的视线内。

目前，常用的电子监控形式包括电话监听、计算机监控、电子邮件与语音邮件监控、定位监控等。如何确立恰当界限，确保企业和员工的正当权利，是电子监控所面临的伦理困境和法律困境。

第三类，是测谎器和心理测试。

一些企业喜欢采用此类测试来防止和检测工作场所的犯罪行为，但是测谎器和心理测试是有缺陷的，这些测试在某种程度上是可以被操作者操控和影响的；测试可能还包括不相关的问题（如性别、生活类型、信仰和个人私生活习惯等），这就侵犯了个人隐私。

（2）性骚扰问题

美国联邦法律区分了两种类型的性骚扰：

1一是，交换型，即为获得晋升发展等而要求性恩惠；

1二是，敌意的工作环境，指不受欢迎的性攻击、性要求，或其他带有性色彩的语言或身体行为，形成了不利于工作的，甚至是有害的工作环境。

简言之，性骚扰有三种表现形式：口头方式、行动方式、设置环境方式。

（3）健康与安全问题

员工对于健康安全的权利要求与企业提供安全工作环境的义务之间往往会产生冲突。工作场所中的健康问题主要体现在某些工作的物理环境恶劣、工作时间过长、压力过大等方面。

（4）工作参与问题

存在的问题主要包括：管理信息不公开，剥夺员工的知情权；民主参与平台不健全，漠视员工的决策权；监督反馈机制缺乏，忽视员工的监督建议权。

4. 绩效与薪酬的伦理问题

首先，要求设立科学合理的绩效评估体系，公正、客观地识别出何谓“卓越”或“优秀”。事实上，尽管企业的绩效考核指标相对于其他组织更容易量化和测量，但要对企业中所有员工的工作绩效进行公正客观的衡量，并不容易，容易出现不公平的结果。

其次，在绩效评估的基础上，需要根据评估结果进行奖惩，主要体现在薪酬上。这方面的伦理问题主要体现在三个方面：

一是，最低工资保障的权利，这是来自生活权、就业权和被尊重权利的一项重要权利，因此也被称为获得公正工资的权利，任何企业提供给员工的工资都不得低于本地的最低工资标准；

二是，同工同酬问题，用人单位对于从事相同工作、付出等量劳动且取得相同劳动业绩的劳动者，支付同等的劳动报酬，不能以性别、身份、户籍或用工形式等作为工资支付的依据；

三是，高管薪酬问题（一个企业中最高工资和最低工资的比例应该多少才合适？高管的薪酬到底多少才公平？），这是一直以来备受关注的商业伦理问题之一。

讲解归纳与举例

例题：绩效与薪酬的伦理问题有最低工资保障的权利、同工同酬问题、高管薪酬问题、工作时间等。（ ）

【答案：错误】

【解析】：绩效与薪酬的伦理问题有最低工资保障的权利、同工同酬问题、高管薪酬问题，只包括这三个。



二、为什么一有违公平

1. 公平—人力资源伦理的核心原则

从伦理角度思考人力资源问题时，所遵循的最根本的原则就是公平。这一原则会贯穿企业人力资源管理的整个过程和环节。一般而言，公平就是平等、互惠和公正。

所谓平等，最基本的要求就是同工同酬、同错同罚。

所谓互惠，就是公平地交换，“你为我做这些，我为你做那些”。

所谓公正，就是不先入为主，不带有偏见。

2. 为什么歧视是不道德的？

在人力资源管理中，歧视是非常普遍的一类伦理问题，在招聘、升职、评价、薪酬、赔偿或解雇等各方面都会存在，并且歧视不仅会发生在员工个体之间，也会存在于企业和员工之间。

第三节 顾客信心问题

一、是什么—常见类型

1. 顾客隐私

隐私权是一项基本权利。企业不仅要保护员工的个人隐私，还要保护顾客的隐私。对于企业而言，顾客既可能是单一的个体，也可能是一个组织（企业、公司等）。顾客的隐私主要包括：

①作为顾客个人的所有信息，包括但不限于年龄、性别、身高、体重、职业、婚姻状况、健康状况、身份证号码、电话号码、家庭住址、出行状况、宗教信仰等；

②作为企业的重要信息，包括但不限于销售信息或者财务信息、保密并购、迁址、裁员以及企业高层的健康或者婚姻问题等信息。在某些行业或产业，保密是非常重要的。

2. 产品安全

企业对顾客最重要的责任莫过于保证所提供的产品是安全的，这涉及了企业及其员工的诚信和责任心。

如果产品对于顾客是不安全的甚至带来危险，无疑会影响顾客对企业的信心。但是，何谓安全，难以有一个客观的绝对标准。

要使所有产品在任何情况下都绝对安全是不现实的。如果要求绝对安全，某些产品根本就无法面世，因为技术上做不到。某些产品则是经济上不可行，因为要使产品绝对安全，所增加的成本是消费者无法支付的。

尽管如此，社会对产品安全有一个合理的期望值，这个期望值是在顾客意料之中的。

3. 广告中的伦理问题

向社会广而告之的产品或服务应该是真实有效的。现代广告的种类繁多，包括电视广告、电台广告、报纸广告、期刊广告、印刷广告、户外广告、网络广告等。这些广告通过文字、图像、声音以及这些元素的精心安排，向大众传播企业或产品的一组特定信息。

广告信息本身可以划分为三类：

①陈述性信息，表示“有什么”；

②暗示性信息，表示“可能有什么”；

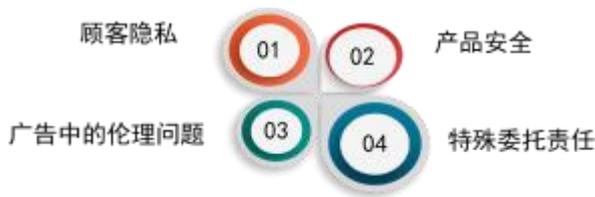
③承诺性信息，表示“将会有什么”。广告中的伦理问题既可能是个人层面的（如销售人员），也可能是企业层面的，主要表现在虚假广告、误导性广告、媚俗性广告、比较性广告、暴力性广告以及针对儿童的不良广告等。

4. 特殊委托责任

某些特殊行业对顾客承担有委托责任，如银行业、会计、法律和医学等，因为在为顾客提供服务的过程中，相关企业要接触并获取顾客大量个人隐私或重要信息。

这些信息一旦披露出来，可能会对顾客的声誉、尊严以及其他利益产生重要的不利影响。因此，这些行业对顾客承担有特殊的责任。很多国家的法律和司法体系都承认这些特殊责任，并将其列为这些行业的伦理准则。

当然，委托责任的存在，也使得这些行业的行为标准有很大提升，违反这些责任所面临的惩罚也是非常严厉的。



二、为什么一有损信任

上述系列伦理问题能够影响企业与顾客之间的关系，损害企业的形象，动摇顾客对企业的信心，因此被称为顾客信心问题。

进一步而言，这些问题之所以会成为商业伦理问题，是因为这些问题都涉及公平、诚实和尊重。如果这些最基本的信任都不存在，那么顾客关系也就不存在了。

对于企业而言，失去顾客的最迅速的方式就是违背了诚实和公平进行虚假宣传，或者提供了不安全的产品或服务，以及不尊重顾客的隐私。

对于员工而言，没有什么比不诚实更能摧毁一个人的名声了，丢失了顾客也就等于缩短了职业生命期。

讲解归纳与举例

例题：为什么说影响顾客信心是一个商业伦理问题。

【参考答案】

上述系列伦理问题能够影响企业与顾客之间的关系，损害企业的形象，动摇顾客对企业的信心，因此被称为顾客信心问题。

进一步而言，这些问题之所以会成为商业伦理问题，是因为这些问题都涉及公平、诚实和尊重。如果这些最基本的信任都不存在，那么顾客关系也就不存在了。

对于企业而言，失去顾客的最迅速的方式就是违背了诚实和公平进行虚假宣传，或者提供了不安全的产品或服务，以及不尊重顾客的隐私。

对于员工而言，没有什么比不诚实更能摧毁一个人的名声了，丢失了顾客也就等于缩短了职业生命期。

第四节 企业资源使用问题

一、是什么一常见类型

1. 利用企业的名誉

维护企业名誉是员工忠诚义务的基本表现。作为员工，必须将自己的私人行为与代表企业的行为区分开来，尽管有时并不是故意的，但稍有不慎就会给企业声誉带来不良影响。

可能影响所在企业名誉的行为，除了代表企业进行的商务活动，还有可能是从事的与企业无关的一些活动。

在可能以企业身份获邀从事与企业无关的活动时，最好征求上级领导、企业法律部门或人力资源部门的意见，必要时征得他们的同意。

2. 利用企业的财物资源

财物资源包括财务和物质资料，这是企业最基本的有形资源。企业所有资源的使用，都应该满足企业的生产需要，都应该服务于企业的战略目标。作为员工，要合理使用企业的财物资源，尽量发挥企业资源的使用价值，为企业创造最大利益。

3. 提供诚实的信息

除了财物资源，企业运营相关的所有信息也是重要的资源，包括生产、销售、人力资源、财务等信息。作为员工，要确保向上级和企业提供的所有信息是客观真实的。因为，一线员工层层上报的信息，将是企业高层做出决策的重要依据。

著名管理学家西蒙认为“管理就是决策”，有效的组织应以正确的决策为基础。毫无疑问，虚假或扭曲的数据信息，必然会带来糟糕的决策。

无论是法律问题还是伦理问题，一个共同的原因就是：这违反了企业与员工之间基于合同的忠诚义务，违背了公平与诚实的根本原则。

讲解归纳与举例

例题：财物资源包括财务和物质资料，这是企业最基本的有形资源。企业所有资源的使用，都应该满足企业的生产需要，都应该服务于企业的战略目标。（ ）

【答案：正确】

【解析】：虽然这个判断题里出现很多个极限绝对词，比如所有、都，但是这句话是正确的，教材或者PPT原话。

例题：管理学家西蒙认为“管理就是决策”。（ ）

【答案：正确】

【解析】：这句话如果指出来是西蒙提出来的，那就是正确的，如果不带人名而是单独指出这么一句话那便是错误的，因为管理不只是决策这一项。

第五节 利益冲突问题

首先，这里的利益是指能为个人带来的经济收益或其他好处，常常与金钱有关，但也可以不涉及金钱，而与情感或其他因素相关。

其次，这是非个人所应该获得的利益，即这些利益的获得并非是为企业做贡献而获得的回报，因此体现的是个人与行业、企业、顾客、公众等之间的冲突。

再次，这些利益的获得是建立在特殊关系基础上的，主要包括：亲属关系，如父子（女）、母子（女）、夫妻关系、兄弟姐妹关系等；重要私人关系，如朋友、同学等关系；其他对企业利益构成潜在损害的可能行为，如商业贿赂、回扣等。

最后，利益冲突可以是实际的利益冲突，即实实在在发生的，也可以是潜在的利益冲突，即可能会产生但不一定产生。

利益冲突还可以区分为内部利益冲突和外部利益冲突。

前者是指在企业内员工之间因特殊关系可能影响客观判断的情形，尤其是那些处于相互检查或制约以及相互汇报的岗位，如收款业务和销售业务、采购业务和付款业务、收款和记账、收发货物和计算机记账，以及上下级的直接隶属关系等；

后者是指员工与企业外部相关人员因特殊关系可能影响客观判断的情形。

一、是什么—常见类型

1. 贿赂或回扣

所有贿赂或回扣行为都是利益冲突的表现。

需要特别强调的是，谨防微妙的贿赂行为。微妙的贿赂包括礼物或者娱乐。在任何国家，送礼物是人际交往的一种正常行为，各地也有不同的风俗习惯。正是在正常的人情往来和正式的商业活动之间，形成了一个伦理模糊的地带。

除礼物外，娱乐或者宴请也是一种常见的微妙贿赂，如美国超级杯的门票、高尔夫的入场券、俱乐部的会员资格、高档宴请活动……

2. 影响力

员工与他人的关系本身也会构成利益冲突，这些关系包括亲属、朋友、同学、邻居等。因为这些特殊关系的存在，可能意味着他们会得到特殊的照顾，对其他没有此类关系的人形成了不公平对待或者出现了认知偏见。

现实中，很难做到“举贤不避亲，举亲不避嫌”，即使做到了也难以免除其他人的质疑，尤其是直接利害关系者的质疑。

在商业活动中，如果第三方认为你的判断力已经出现妥协的时候，与发生实际冲突所带来的危害是一样的。

3. 特权信息

一方面，当员工所掌握的信息，可能会被竞争者利用的时候，或者会为竞争者的利益服务的时候，就产生了利益冲突。例如，作为ABC保险公司的全职员工，在给XYZ保险公司提供咨询服务时，就会面临利益冲突。

另一方面，员工所掌握的有价值的信息，既可能是在员工自己的行动中出现利益冲突，也可能是因为其他关系而出现潜在的利益冲突。

利益冲突之所以是商业伦理问题，是将歧视、偏见、不诚实和不公平带入了商业活动中，从而动摇了商业活动的基础—信任。

人际关系和企业关系的基础都是信任。只有当个人和企业感觉到公平、公开、开放的时候，这种关系才会存在。

在思考利益冲突问题时，可以运用功利主义、道义论或美德论进行分析。很多国家的法律严厉禁止商业贿赂，这首先是一个法律问题。

讲解归纳与举例

例题：利益冲突有哪些类型。

【参考答案】1. 贿赂或回扣

2. 影响力

第六节 特殊的商业伦理问题

一、会计伦理问题

1. 会计活动及其伦理

会计是以货币为主要计量单位，反映和监督一个单位经济活动的一种经济管理工作。在企业，会计主要反映企业的财务状况、经营成果和现金流量，并对企业经营活动和财务收支进行监督。会计是反映经济活动的主要手段，是适应生产的发展和经济管理的需要而产生和发展起来的。一般而言，会计活动包括财务会计、审计、咨询等。

会计伦理是指建立在会计关系上的伦理要求，是处理与会计相关的利益主体关系的原则和准则，该原则和准则要反映会计服务各利益主体的要求和利益。

会计伦理主要包括会计人员的职业道德和会计活动中的伦理（财务活动中的伦理、审计中的伦理和财务咨询中的伦理）。

讲解归纳与举例

例题：会计伦理

【参考答案】

会计伦理是指建立在会计关系上的伦理要求，是处理与会计相关的利益主体关系的原则和准则，该原则和准则要反映会计服务各利益主体的要求和利益。

会计伦理主要包括会计人员的职业道德和会计活动中的伦理（财务活动中的伦理、审计中的伦理和财务咨询中的伦理）。

2. 财务活动中的伦理问题

财务会计是指通过核算特定单位会计期末的资产、负债和所有者权益，以及会计期间的收入、费用和利润及其构成，据以编制财务报表，反映财务状况、经营成果和现金流量情况的一种会计活动；是为外部与企业有经济利害关系的投资人、债权人和政府有关部门提供企业的财务状况与盈利能力等经济信息而进行的经济管理活动。

财务会计人员记录企业的经济活动，同时为外部相关主体提供会计报表和财务报告。

（1）会计信息失真

会计信息失真是指会计信息的形成与提供违背了客观的真实性原则，不能正确反映会计主体真实的财务状况和经营成果。

常见的会计信息失真的形式有原始凭证虚假、账务管理混乱、会计报表虚假。

原始凭证是会计账簿的原始依据，其真实性、重要性是会计之首，原始凭证虚假会严重影响会计信息质量。

账务管理混乱包括三种：一是，在会计账簿设置和会计科目使用上没有严格按照《中华人民共和国会计法》及相关规章设置；二是，账务关系处理不当；三是，资金管理混乱。

会计报表虚假具体表现在离开账簿，人为地调整报表数字，粉饰财务报告，夸大经营业绩，甚至编制两套报表，一套自用，一套对外提供，导致报表使用者不能了解企业真实的财务状况和经营成果。

(2) 会计信息披露质量不高

会计信息披露是上市公司的重要义务。这方面的问题主要表现在：

- ①会计信息中存在虚假陈述；
- ②利用关联交易操纵利润；
- ③会计信息披露内容蓄意误导信息使用者；
- ④会计信息披露不公平。

近年来，我国上市企业会计信息披露质量有所提高，但信息披露违规现象仍较为普遍，会计信息披露质量仍有很大的改善空间。

3. 审计中的伦理问题

审计是由独立的专职机构或人员，依法对被审计单位的财政、财务收支及其有关经济活动的真实性、合法性、效益性进行审查，评价经济责任，用于维护财经法纪，改善经营管理，提高经济效益，促进宏观调控的独立性监督活动。

审计主体是执行审计的组织机构及人员，即审计活动的执行者。随着经济发展的要求，审计也扩展到企业内部，形成企业内部审计和外部审计（包括国家审计和民间审计）并存的格局。

内部审计中的伦理问题主要有：

- ①内部审计角色定位不准；
- ②内部审计结果质量不高；
- ③内部审计机构及其职能设置不合理；
- ④内部审计人员素质偏低。

外部审计以民间审计为主。民间审计又称社会审计、独立审计，是指由独立、客观、公正的社会审计组织和人员接受委托，对被审计单位进行的审计。外部审计中的伦理问题主要有：

- ①执业不规范，审计造假；
- ②采取各种不正当手段招揽客户；
- ③无视自己的专业胜任能力，承接不能胜任的业务；
- ④为牟取私利而有意泄露客户的商业秘密；
- ⑤按服务成果的大小决定收费标准。

4. 财务咨询中的伦理问题

财务咨询是指具有财务会计专业知识的自然人或法人，接受委托向委托人提供业务解答、筹划及指导等服务的行为。财务咨询的含义十分宽泛，既包括接受委托提供专业服务的财务咨询，也包括从属于全面管理提供咨询服务的附属性财务咨询。

广义上的财务咨询可以定义为：咨询公司、证券公司、投资银行等专业机构及其专业人员，为客户、投资者等服务对象提供的有关资产管理、证券投资等财务方面的管理咨询服务，即一切有关财务的咨询服务活动。

财务咨询目的在于借助专业人员的知识经验，弥补企业、个人等财务主体自身知识结构、运营能力等方面的不足，从而避免企业经营和管理中遇到的风险。

财务咨询活动中出现了不道德的现象，主要存在三方面伦理问题：财务咨询与审计之间的伦理冲突；财务咨询从业人员的道德问题；财务咨询公司的道德问题。

财务咨询从业人员的道德问题主要有：

- ①信息采集中缺乏保密意识，保密意识淡薄，甚至为个人利益将所掌握的企业信息透露给媒体或竞争对手；
- ②在诊断分析中缺乏责任意识，没有充分展示出专业性，如随意减少样本、收集的外部资料不足、不严格遵守程序等。

财务咨询公司的道德问题主要有：

- ①缺乏基本的伦理定位，只注重经济收益和市场份额等；
- ②缺乏合理的价值目标；
- ③专业化程度不高。

讲解归纳与举例

例题：财务活动中的商业伦理问题主要有哪些。

【参考答案】会计伦理问题：

1. 会计活动及其伦理
2. 财务活动中的伦理问题
 - (1) 会计信息失真
 - (2) 会计信息披露质量不高
3. 审计中的伦理问题
4. 财务咨询中的伦理问题

二、环境伦理问题

1. 环境问题的类别

企业与环境有关的伦理问题包括两类：

- ①与自然环境相关的伦理问题，即环境伦理问题；
- ②与消费者环境相关的伦理问题，即组织层面的企业对消费者的伦理问题。进一步而言，企业所面临的环境伦理问题，主要有两种类型—污染与资源消耗。

从污染领域或被污染对象看，主要有空气污染、水污染、土地污染，这是三种最基本的环境污染。

从污染源来看，可进一步区分为排气污染、燃烧污染、放射性污染、重金属污染、噪声污染、射频污染、工业固定废弃物污染、电子废弃物污染、农药污染、白色污染等。

资源消耗是指对有限和稀缺资源的消耗。某种意义上，污染也是一种资源消耗，因为以现代观点看，空气、水和土地的污染会降低它们的质量，使得它们也成为一种有限的和稀缺的资源。

相对而言，污染对环境的破坏更直接、更恶劣，也是更急迫需要解决的问题。

这里将资源消耗与污染相区别，在于提醒人们除关注污染问题外，资源消耗问题尽管不会造成污染，但同样是需要关注和解决的环境问题。

资源消耗主要包括物种和栖息地的消耗、化石燃料的消耗、矿物资源的消耗。

2. 为什么成为伦理问题—基本观点

(1) 对污染的伦理学解释

随着环境问题逐渐成为社会关心的共同议题，学者们从多个角度对人类为什么应该关注环境问题进行理论解释，大致可归类为功利主义、道义论、美德论三种解释观点。

(2) 对资源消耗的伦理学解释

污染既会影响当代人，也会影响我们的后代，而资源消耗问题主要是影响我们的子孙后代。污染针对的是“可再生”的空气、水和土地，给予充足时间就可能恢复，因此解决污染问题一般是减少污染和控制污染；

而资源消耗问题针对的是有限的、不可再生资源，一旦耗尽就不可再生，因此解决资源消耗问题一般是保护。

3. 环境保护的责任

环境污染本质上是人类活动所带来的双重效果中负面的效果，是人类需要和技术应用相互作用的结果，不只是企业活动的产物。这意味着，控制环境污染，保护自然环境，不仅是企业的责任，还是每个人、每个组织的责任，是整个人类共同体的一致行动。

首先，企业的一举一动对环境带来直接的影响，有影响就有责任。

其次，企业或股东、消费者从环境中获得收益却不必承担污染的外部成本，而污染的负担往往落在那些买不起企业股票或产品的穷人身上，穷人们生活环境更糟，因此使富人受益而穷人负担成本是不公平的。企业承担保护环境的责任是分配正义的根本要求。

最后，企业在环境保护方面，具有个体和其他组织无可比拟的资金优势、技术优势、信息优势等，特别是对企业自身所造成的环境问题，企业更了解问题产生的原因及治理的方法，因而更有专业能力来消除对环境的消极影响。

讲解归纳与举例

例题：为什么说保护环境是企业的责任？

【参考答案】

首先，企业的一举一动对环境带来直接的影响，有影响就有责任。

其次，企业或股东、消费者从环境中获得收益却不必承担污染的外部成本，而污染的负担往往落在那些买不起企业股票或产品的穷人身上，穷人们生活环境更糟，因此使富人受益而穷人负担成本是不公平的。企业承担保护环境的责任是分配正义的根本要求。

最后，企业在环境保护方面，具有个体和其他组织无可比拟的资金优势、技术优势、信息优势等，特别是对企业自身所造成的环境问题，企业更了解问题产生的原因及治理的方法，因而更有专业能力来消除对环境的消极影响。

三、大数据伦理问题

1. 大数据带来的困境

著名的IBM公司用4个“V”来概括大数据的特点：数量大（Volume）、类别（Variety）、

增长速度快（Velocity）和真实可信（Veracity）。大数据与以往数据应用不同之处在于三个方面：

1第一，可以获得全体数据而非随机样本数据，这既决定了大数据算法原理与样本分析方法明显不同，也体现了其复杂度迥异；

1第二，追求的不是精确性而是混杂性，允许获取的数据呈现混乱、复杂状态而不再强求干净、精确，即大方向的正确比微观精准更重要；

1第三，聚焦发现和分析事物的相关性而非因果性，避免在因果性上劳而无获、止步不前。

2. 大数据伦理

大数据伦理属于科技伦理，而科技伦理是科学技术创新与运用活动中的道德标准和行为准则，规定了科学技术共同体应遵守的价值观、行为规范和社会责任范畴。

企业所面临的大数据伦理主要涉及一些被广泛珍视的价值，如个人被尊重的权利、平等、安全感、交易公平，以及诚信、自由、公正等。

大数据伦理问题主要包三类：

①隐私泄露问题，包括个人的身份信息、行为信息、位置信息，甚至信仰、观念、情感与社交关系等隐私信息的泄露；

②信息安全问题，包括数据泄露、伪造、失真等问题，以及大数据使用的权责问题、相关信息产品的社会责任问题以及高科技犯罪活动等；

③数据鸿沟问题，产生信息红利分配不公，加剧群体差异和社会矛盾等。这些大数据伦理问题既是企业所面临的，也是个人、社会其他组织等共同面临的。

应对大数据伦理问题，应遵循以下基本原则：

①无害性原则，无论是大数据技术发展还是大数据使用，都应坚持以人为本，服务于人类社会健康发展和提高人民生活质量；

②权责统一原则，坚持谁搜集谁负责、谁使用谁负责；

③尊重自主原则，即将数据的存储、删除、使用、知情等权利充分赋予数据产生者。

企业及其员工，在企业经营中，除了遵循这些伦理原则，还必须遵守相关的法律规定，切实采取措施，加强自身责任意识，消除大数据异化引起的商业伦理风险。

讲解归纳与举例

例题：如何理解大数据带来的困境？

【参考答案】大数据伦理问题主要包三类：

①隐私泄露问题，包括个人的身份信息、行为信息、位置信息，甚至信仰、观念、情感与社交关系等隐私信息的泄露；

②信息安全问题，包括数据泄露、伪造、失真等问题，以及大数据使用的权责问题、相关信息产品的社会责任问题以及高科技犯罪活动等；

③数据鸿沟问题，产生信息红利分配不公，加剧群体差异和社会矛盾等。这些大数据伦理问题既是企业所面临的，也是个人、社会其他组织等共同面临的。

例题：特殊的商业伦理问题不包括（ ）。

A. 会计伦理问题

B. 环境伦理问题

C. 大数据伦理问题D. 利益冲突问题

【答案：D】

【解析】：利益冲突问题是和特殊的商业伦理问题对应的，所以不属于它，而且利益冲突问题包括3项，贿赂或者回扣、影响力、特权信息。

第四章 个体层面的伦理与责任

本章重难点分析

1. 理解员工活动中的商业伦理问题
2. 掌握员工享有的权利与应承担的雇员责任
3. 掌握管理者伦理
4. 理解员工参与的基本内容
5. 了解董事、监事与股东的非商业伦理行为关键词：
理性组织政治组织员工的权利员工的义务员工的责任
利益冲突信息盗窃内幕交易权力权利非正式权力关系
政治策略自由签约权公平工资权员工忠诚员工承诺举报
多元化劳动力自我管理员工参与董事伦理监事伦理股东伦理

第一节 员工的伦理与责任

如果说伦理问题是人的活动的产物，那么伦理问题首先是个人层面的伦理。

之所以首先强调个人伦理与责任，并不是否认企业的伦理与责任；而在传统的观点里，正是从“法人”或“组织”的角度来理解企业，个人被视为企业的构成要素，忽略了个人的重要性和主体地位，继而使得企业伦理与责任往往难以坐实。

从个人层面来看，企业伦理与责任的主体主要包括员工、管理者、董事、监事及股东。

一、商业伦理与员工

1. 作为理性组织的成员

在传统的管理学诸观点中，企业首先是一个理性组织，其中的典型代表就是马克斯·韦伯的官僚制（Bureaucracy，也译为科层制）组织。

官僚制组织，是指以普遍主义为价值取向，追求理性行为、专业化分工、权力作用和严密控制的组织。

官僚制组织是典型的组织理性模型，或者说经典的组织理性模型就是官僚制组织。

组织的理性模型是以最大效率实现某种技术或经济目标的正式（明确界定且公开使用）的关系结构，强调共同目标、职能分工、权威、责任等级，排斥一切非理性因素，以最大化效率为主要追求，强调责任中心主义。基于此，组织的“理性”体现在通过合约来寻求协调成员的活动，以便他们以最高效率实现组织目标。

因而，在企业与员工之间，就形成了一种基于合约的相互道德义务：员工负有忠诚追求组织目标实现的义务，企业负有提供公正工资和工作条件的义务。

基于理性模型来看员工的伦理问题，更多体现为员工的义务。与员工义务冲突的商业伦理主要有以下几种。

(1) 利益冲突

对于员工而言，在履行员工义务时产生利益冲突的条件有：

- ①员工为企业执行某项任务，即利益冲突发生在履行职责的过程中；
- ②员工拥有非工作方面的利益，该利益会激励或鼓动员工以实现自身利益的方式完成任务；
- ③员工有义务以服务于企业利益而非其他利益动机的方式完成任务。员工伦理方面利益冲突的形式：
 - ①既包括金钱或经济上的，这是一种客观的利益冲突，也包括情感上的利益冲突，这是一种主观的利益冲突；
 - ②既可能是潜在的利益冲突，也可能是明显发生的利益冲突。员工伦理方面利益冲突的结果：
 - ①损害企业的利益；
 - ②破坏企业对员工的信任。

作为员工，要有效避免或消除利益冲突，可采取以下形式：

①回避

即从产生利益冲突的任务中退出，不参与产生利益冲突的任务；

②消除或改变利益

即消除或改变可能刺激个人行动的的利益，当没有个人利益时也就不可能有利益冲突；

③消除或改变义务

可用服务于企业利益而非其他利益动机的方式消除或改变个人在该任务中的义务，如离开企业，或者向企业坦白可能存在的个人利益，让企业来做决定。

(2) 典型的利益冲突—商业贿赂或礼物

员工在履行义务时，如果接受商业贿赂（受贿）或者进行商业敲诈（索贿），就可能会在做出决定时有失公平，最直接的结果就是违反代表企业做出公正判断的义务，同时也会损害市场经济的基础—商业信任关系。

表 4-1 接受礼物的道德判断

判断要素	解释
礼物的价值	是否足以影响个人判断和决定
送礼的目的	性质是否为贿赂
送礼的情况	是否公开，是否为庆祝特殊事件
礼物的收受者和赠予者的职位	该职位是否影响交易
当地的商业惯例	收礼是公开且可接受的行为吗
公司政策	公司是否禁止接受礼物
法律如何规定	法律有无禁止性规定

(3) 盗窃—企业资源使用方面的伦理问题

盗窃的非伦理性非常明显，因此规模一般比较小，主要形式有：

①实物盗窃

如各种小工具、办公物品、工作服等，如将企业的签字笔、打印纸等带回家；

②操纵或填补支出记账

常常是在一些小的支出方面占企业便宜，如在因公出差的票据中夹杂私人打车票据等；

③涉嫌犯罪的行为

如侵占、盗窃或处理财物时诈骗及伪造等；

④信息盗窃

这是一种特殊的盗窃，包括盗窃数字化程序、音乐、电影、电子书等，以及商业秘密、公司计划和专有公式或其他数据等。

关于信息盗窃，需要说明三点。

第一，关于信息盗窃的判断。

不在于一定要取得实际的利益，即该行为可能并没有给行为者带来实际的利益，但只要未经合法拥有者同意或者不符合企业的正式或非正式规定：任何复制、检验或使用，即使仅进入电脑系统查看，原件未被拍摄或更改，这些行为都被视为盗窃，因为侵犯财产权本身就是错误的，并不要求还有其他任何的额外伤害。

第二，关于商业秘密的规定。

有些信息属于商业秘密，有时被称为商业机密或者专属信息，主要包括：有关企业本身的技术、活动、未来计划、政策或记录的非公开信息，如管理诀窍、产销策略、招投标中的标底及标书内容等；

由企业所拥有的非公开信息，这些信息可能并非专利或版权，但是利用企业资源开发或合法购得且用于企业目的的，如产品的设计、程序、配方、制作工艺、制作方法等；

企业通过明确指示、安全措施或与员工在协议中明确禁止公开的信息，如客户名单、货源情报等。

第三，要区分技能和信息。

员工从企业获得的技能不是信息，离开企业时不是盗窃，这时可以签订竞业限制或竞业禁止协议，以此来对双方的权利、义务进行明确规定。

（4）内幕交易

内幕交易是指企业内部人员和以不正当手段获取内幕信息的其他人员违反法律法规的规定，根据内幕信息买卖证券或者与外人勾结买卖证券的行为。

内幕交易人员利用其特殊地位或机会获取内幕信息进行证券交易，达到获利或避损的目的。这种不道德行为违反了证券市场“公开、公平、公正”的原则，侵犯了投资公众的平等知情权和财产权益，给企业的社会信誉、社会声誉造成了不可挽回的负面影响。

讲解归纳与举例

例题：从个人层面来看，企业伦理与责任的主体主要包括员工、管理者。（ ）

【答案：错误】

【解析】：从个人层面来看，企业伦理与责任的主体主要包括员工、管理者、董事、监事及股东。

例题：在传统的管理学诸观点中，企业首先是一个理性组织，其中的典型代表就是法约尔的官僚制（Bureaucracy，也译为科层制）组织。（ ）

【答案：错误】

【解析】：在传统的管理学诸观点中，企业首先是一个理性组织，其中的典型代表就是马克斯·韦伯的官僚制（Bureaucracy，也译为科层制）组织。

例题：官僚制组织

【参考答案】

官僚制组织，是指以普遍主义为价值取向，追求理性行为、专业化分工、权力作用和严密控制的组织。

官僚制组织是典型的组织理性模型，或者说经典的组织理性模型就是官僚制组织。

例题：对于员工而言，在履行员工义务时产生利益冲突的条件不包括（ ）。

- A. 员工为企业执行某项任务，即利益冲突发生在履行职责的过程中
- B. 员工拥有非工作方面的利益，该利益会激励或鼓动员工以实现自身利益的方式完成任务
- C. 员工有义务以服务于企业利益而非其他利益动机的方式完成任务
- D. 既可能是潜在的利益冲突，也可能是明显发生的利益冲突

【答案：D】

【解析】：D选项是员工伦理方面利益冲突的形式：①既包括金钱或经济上的，这是一种客观的利益冲突，也包括情感上的利益冲突，这是一种主观的利益冲突；②既可能是潜在的利益冲突，也可能是明显发生的利益冲突。

例题：信息盗窃

【参考答案】

信息盗窃，这是一种特殊的盗窃，包括盗窃数字化程序、音乐、电影、电子书等，以及商业秘密、公司计划和专有公式或其他数据等。

例题：内幕交易

【参考答案】

内幕交易是指企业内部人员和以不正当手段获取内幕信息的其他人员违反法律法规的规定，根据内幕信息买卖证券或者与外人勾结买卖证券的行为。

例题：与员工义务相冲突的伦理有哪些？

【参考答案】

与员工义务冲突的商业伦理主要有以下几种。

- (1) 利益冲突
- (2) 典型的利益冲突—商业贿赂或礼物
- (3) 盗窃—企业资源使用方面的伦理问题
- (4) 内幕交易

2. 作为政治组织的成员

从组织的非理性角度出发，组织政治模型认为，组织是一个竞争力量联盟，组织本质上是权力的获取和运用。

所谓权力，是个人或一群人按照自己意愿控制别人同时不被别人控制的能力。

基于“政治”所产生的伦理问题是权力的获得和使用或者说与滥用权力有关，体现为两个主要的伦理问题：

员工权利—员工如何获得和行使权力；

组织政治—管理者行使对下属的权力会有哪些限制。

(1) 权力与权利

并非所有权力都具有正当性和合法性，其中与人们生活息息相关、具有基础性作用的那些权力被国家以法律的形式所认可，并以国家强制力为后盾来保障其得以实现，被法律所认可和保障实施的那些权力保障了个体的利益，因此就转化为权利，其他人负有不得阻碍个体权利实现的义务。

可见，权利是一个法律概念，更多与义务相对应，而权力是一个政治概念，主要与服从相联系。

(2) 管理者权力与员工权利的争论

关于管理者权力与员工权利也有两种观点：

①支持管理者对员工行使权力，员工必须无条件地服从管理者的命令，或者说反对“员工权利”；

②倡导员工享有权利，从现实情况来看，尽管关于员工权利的理由似乎并不充分，但在很多国家都得到了法律的支持和认可。这些权利主要涉及隐私权、正当程序权、良知的自由决定权、参与企业管理的民主权利、工作权利、参与组织的权利、工作场所安全权、公平对待权、工作环境无歧视权等。员工权利本质上是员工在组织中获得的权力，并被法律、公司章程、合约条款、岗位职责等所承认，因此这些权利体现的是正式权力关系。

(3) 组织中的政治（非正式权力关系）

所谓非正式权力关系，即指那些并没有体现在组织结构图上，或者没有被写入员工对企业承担责任的合约及工作描述中，或者被法律所承认，由管理者公开行使的权力，一般是私下或隐蔽使用，不被法律所承认的那些权力。

表 4-2 组织中存在的不同类型的政治策略

政治策略	描述
推诿或攻击他人	最小化自己与失败的联系，并责怪对手导致失败，或者将对手成绩诋毁为不重要、自私自利或运气好
控制信息	保留或模糊于己不利的信息，选择性公开和暗示来创造印象以歪曲信息，或者以客观数据来推翻主题
发展自身想法的支持基础	提前做工作，获得别人理解和支持
形象塑造	创造深思熟虑、诚实、敏锐、参加重要活动、广为喜爱和自信的表象
奉承	巴结上级或有权力的人，让他们觉得自己钦佩他们或与他们关系不错
巴结有影响的人	尽量使自己的上级或那些有权力的人觉得自己是朋友
形成权力联盟并发展强势同盟	建立或加入已经形成并能够帮助自己追求自身利益的群体
创造义务	通过给别人提供服务或帮助别人使他们觉得欠了自己人情

表 4-3 解决组织政治的伦理问题

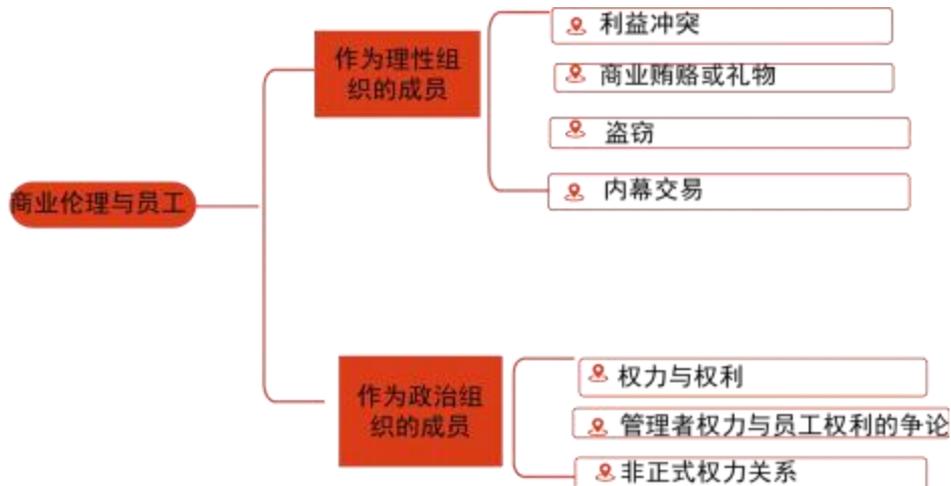
角度	描述
效用问题	个人企图使用策略实现的目标是否对社会有利
权利问题	有助于实现这些目标的政治策略是否侵犯了他人的道德权利
正义问题	政治策略会带来收益和负担的平等分配吗
关怀问题	政治策略会给组织内的关系网络带来什么影响

讲解归纳与举例

例题：非正式权力关系

【参考答案】

所谓非正式权力关系，即指那些并没有体现在组织结构图上，或者没有被写入员工对企业承担责任的合约及工作描述中，或者被法律所承认，由管理者公开行使的权力，一般是私下或隐蔽使用，不被法律所承认的那些权力。



二、员工权利与责任

1. 员工的权利

(1) 自由签约权

自由签约是指雇佣双方必须是自愿达成协议的，双方都不得将自身的意志强加于另一方，现实中更常见的是，员工作为求职者，因处于弱势地位而被迫签约。自由签约与源于平等契约论的聘用自由是有区别的。

员工在与企业签订雇用合同时，有权知道自己受雇的真实条件，有权知道自己受雇的岗位是否为临时性、试用期多长、企业对自己是否有超出雇用合同上规定的工作性质的要求等，有权知道关于晋升、增加工资、解聘的条件。如果企业不主动向员工介绍这些条件，员工有权提问并得到诚实的回答。

(2) 公平工资权

工资的公平性一般取决于三方面因素：

①社会因素，即社会为工人提供的公共支持（如社会保障、医疗保健、失业补偿、住房补贴、公立教育、生活福利等）、劳动力市场的自由程度等；

②企业因素，即企业的竞争地位和收入、企业提供的非工资福利等；

③个人因素，即工人的贡献和生产力、工人及其家庭的需求等。从多数国家的实践来看，主要有以下几个因素：

a. 该行业和该地区的现行工资；

b. 企业的能力与政策；

c. 工作性质，主要包括风险、技能要求和需求，以及工作稳定性的保证程度；

d. 最低工资的法律要求；

e. 同工同酬，即组织内工作大致相同的工人得到差不多的薪酬；

f. 当地的生活成本。

(3) 晋升权

当员工进入企业具体工作后，一般他们关注的核心问题是职位晋升，因为晋升代表着一种将来获得合理工资的期望。

员工在企业工作中有权得到定期的、公正的评估，有权要求在职位晋升的竞争中获得公平的待遇，即得到公正的评价以及平等的竞争机会，不能因为性别、种族、信仰等与职位无关的因素而受到歧视性待遇。同时，员工即便没有得到晋升机会，也不能因此而得到不公正的评价。通常情况下在应当得到提升的时候而没有得到提升，员工有权得知理由。

在企业实际运行中，存在着一些不合理的现象，如只使用不晋升、缺乏适当的培训等。

（4）员工在被解雇时的权利

企业解雇员工必须要有充分正当的理由。

员工在被解雇时应当被告知解雇理由，并尽早提前通知，这是对员工的一种尊重。

对于受雇时间较短的员工，包括试用期的员工，企业应该给予其充分的时间施展自己的才能，并改正自己的错误，而不应该假借试用期的名义随意地将其无理由解雇；

对于在企业工作时间较长的老员工，在没有经济环境或企业财政因素影响之下，企业应该给予帮助和鼓励，甚至给予晋升的机会，不应当随意将其解雇。

（5）员工在工作时间之外的权利

员工在企业工作时间之外，享有言论自由的权利。

一方面，员工可以在合理的限度内，善意地批评企业、企业领导以及企业管理人员，这项权利不能被剥夺；

另一方面，员工不能无故抱怨企业及其领导的过错，或出于宣泄不满而散布谣言，或利用工作之便泄露企业经营秘密和企业工作计划等。员工可以通过企业的沟通渠道与企业进行交流，而不是采取消极抱怨的方式解决问题。



自由签约权 公平工资权 晋升权 被解雇时的权利 工作时间之外的权利

讲解归纳与举例

例题：自由签约权

【参考答案】自由签约是指雇佣双方必须是自愿达成协议的，双方都不得将自身的意志强加于另一方，现实中更常见的是，员工作为求职者，因处于弱势地位而被迫签约。自由签约与源于平等契约论的聘用自由是有区别的。

例题：员工的权利有哪些？

【参考答案】

- （1）自由签约权
- （2）公平工资权
- （3）晋升权

(4) 员工在被解雇时的权利

(5) 员工在工作时间之外的权利

2. 员工的责任

(1) 为企业劳动的责任

员工在企业中所从事的工作，一般由岗位责任说明书进行确定，但更为重要的是，员工应该勤奋工作、正视困难、对结果负责、勇于执行。具体而言：

①员工必须敢于对工作结果负责，不能在身处顺境时对企业邀功请赏，在遇到困难时寻找借口推卸责任；

②员工在工作中应该努力追求水平线上的表现，不断探究“我怎么做才能更好”“我还可以做些什么”；

③员工在工作中应该具备良好的执行力，无论因何原因、面临何种工作形势，都要对自己的工作结果及其实现途径完全负责。

(2) 立足本职，放眼全局

(3) 遵纪守法，以身作则

(4) 敬业精神

三、员工忠诚与承诺

1. 员工忠诚

员工忠诚是指员工对企业使命、愿景、价值观的认同以及为实现企业目标而竭尽全力的态度和行为，具体表现为员工在思想上与企业价值观和政策保持一致，在行动上尽其所能为企业努力工作、维护企业利益，在情感上愿意与企业同甘共苦、共同成长。

员工忠诚是一个等级体系，由低到高分别是：对个体的忠诚，对团体的忠诚，对价值和原则的忠诚。

员工忠诚可分为主动忠诚和被动忠诚。

主动忠诚是指员工在主观上有强烈的忠诚于企业的愿望。这种愿望往往是由企业与员工目标的高度协调一致、企业帮助员工发展自我和实现自我等因素造成的。

被动忠诚是指员工本人并不愿意长期留在企业，只是由于客观上的约束因素而不得不继续待在企业。

具体体现在以下几个方面：

①积极参与企业管理

在完成好本职工作的基础上，努力改进工作方法，对企业发展积极献计献策，主动承担企业各项工作，勇于对工作承担责任；

②高标准要求自己

自觉履行好自己的工作职责，高标准完成工作任务，同时努力用自己良好的行为影响身边的同事，增强企业的凝聚力；

③严格维护和主动执行企业制度

服从企业的指挥监督，严格遵守企业的各项管理制度，保守企业经营秘密；

④关心企业外部形象

对外不恶意散布企业内部发生的事故，不盗用企业名义做有损于企业的事情，自觉管理个人社会行为，不给企业抹黑。

2. 关于员工忠诚的几个错误认识

行为服从等于员工忠诚思维趋同等于员工忠诚从一而终等于员工忠诚

3. 员工承诺

员工满意只是对其工作状态感到满足，与工作付出及效率等并不构成正比关系，因而是最低层次的。

员工忠诚表明员工认同企业追求，愿意留在企业，但并不一定就会有高效率的产出，因此仅有忠诚也是不够的。

员工承诺不仅包含了满意和忠诚，还表示员工有能力并懂得如何为实现企业战略目标而努力，并积极取得有利于企业发展的业绩。

员工承诺被分为三个层次：

①延续承诺

是指员工认识到离职给自己所带来的损失，为了不失去多年投入所换来的待遇而不得不继续留在该企业的一种承诺，这是一种低层次的承诺；

②感情承诺

是指员工对企业的情感依赖、认同和投入，因对企业有深厚感情而表现出来的忠诚和努力工作，真正“以厂为家”；

③规范承诺

是指员工基于义务对企业的承诺，这种义务往往是对企业使命、价值观、愿景的认同所激发的社会责任感，是一种高层次的承诺。

讲解归纳与举例

例题：员工承诺被分为三个层次延续承诺、感情承诺、规范承诺。（ ）

【答案：正确】

【解析】：员工承诺被分为三个层次延续承诺、感情承诺、规范承诺。

四、何时举报

1. 是否要举报

员工一旦发现企业行为违背了其良知，不仅不能被迫参与其中，还可以依据自己良知进行举报。

在某些情形下，举报是员工的道德义务，换言之，如果企业对企业的违法行为或不道德行为知情不报，至少负有道德责任。

这些情形是：

①该员工有特殊责任阻止过失或或是唯一能够或可以阻止过失的人，阻止过失是其职责的一部分，如会计、工程师、律师、环境监测员等；

②过失会对社会整体福利带来严重损害，或极其严重的不公正，或极其严重的权利侵犯。

2. 什么时候举报

问题是否严重，严重到什么程度，也决定了向谁报告。一般来说，向直接上级报告是惯例，但是，如果问题非常严重，或者问题涉及直接上级，也可以越过直接上级举报。

例如，如果企业所排放的垃圾含有剧毒成分，这不仅会涉及当地社区和其他利益相关者的利益，还会对企业的名誉带来损失，可能辜负公众的信任，这可能既是一个法律问题，也

是一个伦理问题。这时，越过直接上级进行举报在伦理上是被理解的。

3. 怎么举报

(1) 首先向直接上级汇报。

前提是要确认直接上级没有参与其中。

(2) 征求家人的意见。

家人可能会受举报行为结果的影响，他们有必要知道事情的前因后果，并且家人往往会提出中肯的建议。

(3) 向再上一级汇报。

如果直接上级没有给出满意答复，或者拒绝进行上报，那么可以向再上一级汇报。

(4) 联系企业伦理办公室或监察员。

如果再上一级仍未给出满意答复，那么考虑从职责范围之外寻求帮助，如企业的伦理办公室或监察专员。

(5) 授权范围之外寻求帮助。

如果企业没有专门的伦理办公室或监察专员，可以在授权范围外，根据举报内容联系相应部门，如人力资源、法律、审计部门，如果对这些部门的答复仍不满意，企业内部的最后途径就是企业高管（首席执行官、总经理、董事会成员等），但要再次确认事情的真实性并做好详细记录。

(6) 企业之外寻求帮助。

如果从直接上级到最高层，都未得到满意答复，并且幸运地未被开除，这时只能向企业外部寻求帮助，如所在行业的监管部门、新闻媒体等。

(7) 辞职。

一旦走上举报之路，可能前面的任何一个步骤都会让情况变得很糟，如果又不愿违背良心生活，与自己的原则妥协，那么唯一的办法就是辞职后继续举报。

3. 怎么举报

外部举报不仅可能使举报人甚至家人、朋友遭受伤害，企业也可能会因举报遭受经济惩罚、名誉受损，继而股东和员工受到伤害，因此向外部举报时需要慎重决定。存在以下情况时，向外部举报在道德上是合理的：

(1) 违法或者错误是明确的，有清晰、充分及合理的综合证据表明，企业实施了违法或严重违背道德的活动；

(2) 内部举报等其他方法均失败；

(3) 外部举报一定会阻止过失；

(4) 错误非常严重，即使外部举报对个人、家庭或他人可能会造成的伤害，举报也是合理的。

第二节 管理者的伦理与责任

一、管理的基本内容

1. 雇用和工作委派

如何雇用一个人？几乎所有国家的法律都给出了明确的保护性规定，那就是：雇用、评估、晋升以及解雇都应该基于能力、业绩和工作期限。

但是，现实中，民族、宗教、性别、年龄、孕妇、残疾人等特殊因素往往成为重要的影响因素，继而出现各种不公平或歧视。

2. 绩效评估

绩效评估有以下两层含义。

①正式的绩效评估。

目前，绝大多数企业都有正式的绩效管理系统，有明确的绩效考核标准、程序和方式，绩效结果作为薪酬、奖励、升职的重要依据。这种正式的绩效评估，一般是一年一次，有的企业还会进行季度或半年考核。

②非正式的绩效评估。

所谓“非正式的”，实际上就是指管理者对员工进行的持续不断的绩效沟通、监督与帮助等日常评估。现实中，很多企业和管理者只注重正式的绩效评估，忽略非正式绩效评估的重要性。持续的绩效评估是管理者最基本的工作职责。

首先，通过持续的绩效评估，有助于及时地识别出优秀者和卓越者，及时地认可和奖励是驱动员工参与、发挥员工积极性的重要因素。

其次，持续的绩效评估，能够及时帮助那些处于绩效阶梯下端的员工，在他们遇到困难或需要帮助时及时地扶一把。

最后，更重要的是，这种日常的绩效评估，本质上是一种绩效沟通，便于管理者将组织目标和自己的预期及时与员工交流，让员工明白组织的期望，让员工知道管理者在关注他们，继而在组织中形成一种支持性的组织氛围。如果真正做好了日常的、持续的绩效评估，正式的绩效评估就是水到渠成的、流于“形式”的评估了。

作为管理者，无论组织是否有正式的绩效评估，要让持续的绩效评估发挥作用，最好的方式是在自己的团队里建立一个正式的绩效评估系统。

首先，要有明确的目标和标准。

组织最关心的是什么，测量每个目标的成功标准是什么，哪些行为是被支持和鼓励的，哪些行为是不被允许的。

其次，要建立畅通的沟通机制。

帮助员工在组织目标和个人目标之间建立起清晰的联系，员工需要得到帮助时你就在他身边。

再次，要建立持续的反馈机制。

以清晰（有明确的改进目标和进度要求）、诚实（提供所有问题的细节）、敏锐（一开始就有明确预期）的方式，对员工进行持续的工作表现反馈。持续反馈是高效的部门和组织不可或缺的要素之一。

最后，要保证绩效评估的公平公正。

3. 训导

训导就是培训和教导，旨在帮助员工以最佳途径迅速掌握技巧、方法和理念，或者纠正不良习惯，从而帮助员工进步。

如何训导？

(1) 训导必须以建设性而且专业的方式进行。

所谓建设性，是指既要指出问题，更要指明改进的目标和方向，“少批评、多鼓励”；

所谓专业性，是指就事论事，不针对个人，具体分析行为，找出问题、分析原因、提供建议。

例如，当某个员工迟到的时候，尽管你很想当众训斥他，但是更有效的方法是和他会面，向他说明迟到的影响，然后重点讨论他的行为而非他这个人。

(2) 训导应该私下里完成。

无论是教导还是训斥，最好不要在其他员工面前进行。因为这会让人感到尴尬，讨论应该关起门来进行。

(3) 鼓励员工为自己的行为进行解释。

也许管理者永远不知道员工行为的理由和想法，但是鼓励他们自己说出来，总比去猜测更好。更重要的是，鼓励个人分享他们的观点是“团队”管理的核心和基石。

(4) 训导应该适当严厉而且对所有员工一视同仁。

对于不良习惯或者公认的不道德行为，应当保持适当的严厉，而不能因能力、业绩或资历等有所区别。

不公平的训导，会迅速产生破坏力，让其他员工怀疑组织的价值观。从确保将来的良好绩效来看，训导的这个方面可能是最重要的。

4. 停职或解雇

停职或解雇的原因主要有三类。

第一类，是主观恶性行为。

如偷窃、攻击、造假、伪造、欺诈或粗鲁的不服从等，基于这类行为的停职或解雇一般被视为商业惯例。

第二类，是工作绩效差。

必须是基于绩效评估、出勤记录等书面材料而做出停职或解雇。

第三类，是缩减规模或裁员。

无论是基于兼并、收购、重组、搬迁等原因，还是基于战略调整、经济原因等，任何裁员都会导致士气低、效率差、不信任管理层等后果。

停职或解雇的原则。

①尽量保持公平。

无论是被停职或解雇的员工还是其他员工，都会很在意公平性，应该向员工们提供清楚、客观、充分的理由，让他们感觉到停职或解雇是合法的。

②方式要与企业价值观保持一致。

对待被停职或解雇员工的方式是企业文化的体现。

③让员工保持自己的尊严。

停职或解雇的技巧。

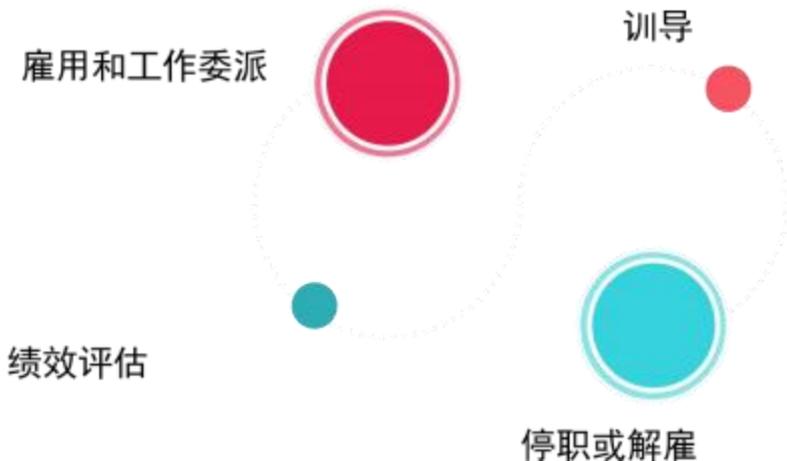
①要做好功课，管理者必须事先想好如何简洁、清楚地向员工解释停职或解雇的理由，准备好相应的补偿，选择好时机，最好避开员工的生日或重要纪念日等。

②可能的话，最好和外部顾问或专家一起与员工会面。

③选择中立场所宣布停职或解雇的消息，如公司的会议室，最好不要在自己的办公室，因为这会让人感觉解雇是你的个人行为。

④注意态度和方式，要当面告诉员工这个消息，不能通过电子邮件、电话的方式，也不要再在开会或其他公众场合下宣布，同时不要情绪化，保持客观，保持同情心，不能有辱骂、嘲笑或轻蔑等方式。

⑤在私下里进行，不要和其他没有必要知道这些消息的人解释理由，即使是大规模裁员，在向留下来的员工解释时，也不要解释为什么解雇某些人而留下其他人。公开解释一个员工为什么受到停职或解雇是不合适的，任何时候都要保护任何员工（即使犯了错误应该受到惩罚的员工）的尊严和隐私。



讲解归纳与举例

例题：管理的基本内容不包括（ ）。

- A. 雇用和工作委派
- B. 绩效评估
- C. 教训
- D. 停职或解雇

【答案：C】

【解析】：C选项应该是训导。

二、全方位管理

1. 管理多元化的员工

多元化的员工不仅包括不同性别、种族、民族的个体，还包括持不同价值观、道德认知、宗教信仰的个体，同时还意味着要面对员工的家庭和个人问题，如照顾家人、盖房子、生病、药物或酒精依赖症、慢性病等。

积极面对多元化的客观现实：

首先，管理者要具备与多元化个体相处的能力，不仅自己要具备这种能力，还要鼓励和培养团队成员拥有这种能力。

其次，管理者要创造一个能让每个个体的贡献最大化的环境。

如果说员工的贡献是 X^2 ，其中 X 是能力和努力之和，那么管理者就要确保 X 大于1，至少等于1，否则员工贡献比 X 还会小。

最根本的是，管理者要意识到多元化因素随时可能成为引起歧视、偏见、不尊重的根源。因此，公平和对个体的尊重是面对多元化的根本原则。

2. 自我管理—管理者就是一个透视镜

基于管理者的特殊地位，其道德素质和伦理观念影响和决定了整个组织的伦理道德状况。

要构建一个好的组织伦理道德体系，首先需要组织的管理者有较高的道德素质，管理者的道德素质是建立和维持组织信誉最重要的因素。

简单来讲，管理者必须具备的基本道德素质包括：诚实守信，不弄虚作假，恪守信用；权利与责任意识，尊重他人权利，恪守个人责任；公平与正义观念；仁爱之心，关心员工尤其是组织中的弱势群体等。研究表明，管理者伦理水平越高，员工的满意度、忠诚度也越高；反之，员工满意度和忠诚度就会特别低。

第一步，从明确的标准开始。

管理者在员工中获得信誉和尊重的最好方法，就是设立明确的标准，并有意识地与员工沟通，并坚持每个人都要遵守这些标准。

不要害怕设立道德标准，事实上管理者时刻都在设立标准，而明确的标准会告诉员工你的期望，并将员工的关注点从利润、财务等指标上转移开。

第二步，设计一个可以持续沟通所设立的标准计划。

好的沟通技能是有效伦理管理的核心，道德行为和伦理氛围是在持续的沟通中形成的。如果管理者不主动和员工沟通，员工就不会和管理者沟通，慢慢就在管理者和员工之间形成了鸿沟，管理者不知道发生了什么，就会被隔离在圈外，就会被员工无视，就会放任不道德行为的产生。

除了与自己团队的成员沟通，还要和不同层级、不同团队的其他员工沟通，倾听不同方面的声音总不会错的。

第三步，作为一个榜样行动。

在与员工打交道的过程中，管理者要时刻提醒自己，自己就是员工心目中的榜样。作为榜样，意味着不仅自己要做正确的事，还要帮助员工做正确的事。

一方面，对于管理者而言，做的远比说的更重要，“群众的眼睛是雪亮的”，管理者的行动就是在践行自己设立的标准，行胜于言就是这个道理；

另一方面，在员工遇到困境时，要及时为他们提供帮助和指导，尊重他们的想法，鼓励他们勇于承担责任。

3. 横向和纵向管理

要有效地进行全方位管理，最重要的是做好自己。首先，诚实是第一要务。

要对工作中的所有事情保持完全诚实，包括自己的能力、掌握的信息、面临的困难、能否及时完成任务等。

我们说管理者是透视镜，因为管理者是员工和高层相互透视对方的棱镜；但不仅仅如此，还因为在组织中，无论其是否自愿，管理者是透明的，应对透明的最好方式就是保持诚实。

其次，坚守自己的价值观。

如果不想对自己所秉持的价值观妥协，就礼貌地且坚定而清楚地说出来。

例如，你会帮你的领导向他妻子撒谎吗？也许有人觉得这没什么大不了，也许有人觉得这关乎诚信。如果你今天为他的私事帮他撒谎，明天他可能会要求你在工作中撒谎。

无论是从功利主义，还是从道义论和美德论来思考，一旦确定了自己的价值观，就要信守它，而不要一会坚持，一会摒弃，给人以多种标准的“摇摆翁”形象。

讲解归纳与举例

例题：管理者要意识到多元化因素随时可能成为引起歧视、偏见、不尊重的根源。因此，公平是面对多元化的根本原则。（ ）

【答案：错误】

【解析】：公平和对个体的尊重是面对多元化的根本原则。

三、管理者与员工参与

从商业伦理的角度看，员工参与不仅是一种管理方式和手段，还是一种商业伦理行为和组织文化。

鼓励员工参与和商业伦理行为交织在一起，而鼓励员工商业伦理行为最好的方法就是创建一种组织文化，以增强员工的参与度，即一种员工参与的文化。员工参与，简言之就是员工自己决定的努力程度，或者员工对工作的投入度。

表 4-5 员工参与的群体特征描述

积极参与的 ←	不参与的	→ 积极脱离的
<ul style="list-style-type: none"> • 有激情和热情 • 觉得和公司有深刻默契 • 积极创新 • 推动公司向前 • 渴望卓越 	<ul style="list-style-type: none"> • 梦游似的 • 工作中没有激情或精力 • 可能不追求卓越 	<ul style="list-style-type: none"> • “这不是我的工作” • 对公司文化持消极态度 • 对公司只有一点点或无忠诚 • 暗中破坏同事完成的工作 • 可能曲解公司初衷、员工善意

研究表明，驱动员工参与有四个因素：长远的目标、包容的组织氛围、开放的信息共享机制、必要的激励机制。

在组织中，除了上述四个方面的因素，管理者角色也是促进员工参与的关键要素。下面这些管理者行为有助于提高员工参与水平：

- a. 管理者发自肺腑地关心员工身心健康；
- b. 管理者能够坦诚、诚实地与员工沟通；
- c. 管理者是随时待命且平易近人的；
- d. 对于关键的商业政策，管理者会与员工有效沟通并说明理由；
- e. 管理者的行为和组织价值观保持一致。

讲解归纳与举例

例题：下面这些管理者行为无助于提高员工参与水平的是（ ）。

- A. 管理者发自肺腑地关心员工身心健康
- B. 管理者能够坦诚、诚实地与员工沟通
- C. 管理者的行为和组织价值观保持一致
- D. 管理者是随时待命

【答案：D】

【解析】：D选项应该是管理者是随时待命且平易近人的。

第三节 董事的伦理与责任

一、企业治理及伦理困境

与传统企业相比，现代企业是建立在所有权与经营权相分离的基础上的，这是现代企业制度的核心，也是现代企业治理中各种问题的症结所在。

现代企业治理结构包括股东会—董事会—监事会。企业是股东的，作为全体股东的代表，股东会是企业的权力机构，代表着企业的所有权。

股东会选举产生董事会和监事会，董事会聘任经理层，经理层具体执行董事会决策、负责企业的实际运营。董事会、监事会和经理层实际管理和经营企业，行使的是经营权。这就是所有权与经营权的分离。

企业治理主体包括股东、董事、监事、经理层。

现代企业治理的内容，本质上是企业治理权力的分配与制衡。

董事会是股东会的业务执行机关，负责企业和业务经营活动的指挥与管理，对股东会或股东大会负责并报告工作。

股东会或股东大会所做的决定，董事会必须执行。

董事会负责选聘经理层，经理层执行董事会决议并向董事会报告，接受董事会领导和监督。监事会由股东会选举产生，代表股东会执行监督职能。

因此，在企业治理中，董事会行使决策权，经理层行使执行权，监事会行使监督权，三种权力如何分配与制衡，是现代企业治理的基本内容。

一是，所有权与经营权是相对分离的，股东会和董事会之间会形成一种委托-代理关系；

二是，在经营权层面，决策权与执行权也是相对分离的，在董事会和董事长、执行董事，董事会和经理层之间又形成了一种委托-代理关系。

于是，在企业治理的权力架构中，出现了双重委托-代理关系。所有权与经营权的分离及基于此的双重委托-代理关系，是企业治理商业伦理困境产生的根源。

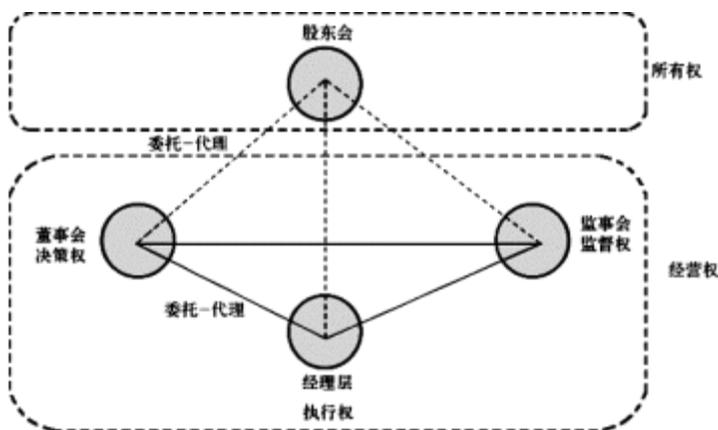


图 4-1 现代企业治理结构基准图

讲解归纳与举例

例题：现代企业制度的核心是企业治理权力的分配与制衡。（ ）

【答案：错误】

【解析】：与传统企业相比，现代企业是建立在所有权与经营权相分离的基础上的，这是现代企业制度的核心，也是现代企业治理中各种问题的症结所在。

例题：董事会、监事会和经理层实际管理和经营企业，行使的是经营权。（ ）

【答案：正确】

【解析】：股东会选举产生董事会和监事会，董事会聘任经理层，经理层具体执行董事会决策、负责企业的实际运营。董事会、监事会和经理层实际管理和经营企业，行使的是经营权。这就是所有权与经营权的分离。

例题：企业治理主体包括股东、董事、监事、经理层、员工。（ ）

【答案：错误】

【解析】：企业治理主体包括股东、董事、监事、经理层。

例题：董事会行使决策权，经理层行使执行权，监事会行使监督权。（ ）

【答案：正确】

【解析】：在企业治理中，董事会行使决策权，经理层行使执行权，监事会行使监督权，三种权力如何分配与制衡，是现代企业治理的基本内容。

二、董事可能存在的商业伦理问题

作为股东会的常设机关，董事会责无旁贷地承担了对全体股东的道德责任，是平衡各利益相关者利益的关键机构。作为个体层面的董事长或董事，所存在的商业伦理问题往往是董事会伦理的反映，而董事会伦理也必然通过其成员的行为体现出来。

现实中董事可能存在的商业伦理问题主要有以下几类。

（1）牺牲企业及股东利益而追求自己的最大利益。

当董事自身的利益与股东和企业的整体利益相偏离或者冲突时，董事可能会牺牲股东和企业的利益而追求自己利益的最大化，由此产生决策不当、滥用权力甚至中饱私囊等逆向选择行为，这是第一重委托-代理关系中的代理成本。

（2）董事会主席兼任CEO（首席执行官）或执行董事的存在，导致对经理层监督的不力。

实践中，很多企业的董事会主席兼任CEO，带来CEO中心主义扩大化；还有部分董事会成员成为执行董事，一手决策，一手执行，“既当裁判，又当运动员”，模糊了董事会对经理层的管理和监督的职责，从而使得其对经理层监督的缺位或者不力。

（3）独立董事成为花瓶董事。

为了降低或避免第一重委托-代理关系中的代理成本，从外部引入独立董事来制约董事会中作为内部成员的董事。从理论上讲，这是一种有效的制度设计。

但是，在实际运行中，独立董事成为“花瓶董事”“缄默董事”“橡皮图章”，完全没有发挥其应有的独立发表意见和表决的正当职能。

（4）被动行权，即被“管理者势力”掌握决策权。

在一些企业，经理层凭借在实际运营中所积累的信息优势、人脉优势、资源调配优势等，左右甚至反向控制了董事会，掌握企业的实际决策权，导致董事会成员难以形成合力并对企业发挥实质影响力，因而各董事更多是被动行使其董事权力。

三、董事的商业伦理责任

(1) 保持独立性，形成独立自主人格。

独立性是董事的灵魂，董事在履行董事会业务、参加董事会决策时应当在精神和形式上超出一切界限，独立于经理层，取信于企业各利益相关者。尤其是独立董事，应该挺直脊梁，做到真正的独立。

(2) 勤勉尽责、实事求是，真诚为企业及各利益相关者谋取正当利益。

董事应该基于客观中立的立场，以事实为依据，从实际出发，不掺杂个人主观意愿，不为第三方意见所左右，忠于企业，模范遵守企业章程，忠实履行职责，积极维护企业及各方正当利益。

(3) 善管守信，维护企业资产，审慎行使决议权。

董事必须积极维护企业资产，在董事会上审慎行使决议权，遵守竞业禁止和私人交易限制的道德义务，忠诚履行法律和企业章程所赋予的董事会职权。

第四节 监事的伦理与责任

一、监事会及监事的职能

设立监事会和不设立监事会的公司的监事行使下列职权：

(1) 检查公司财务；

(2) 对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、公司章程或者股东会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；

(3) 当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；

(4) 提议召开临时股东会会议，在董事会不履行本法规定的召集和主持股东会会议职责时召集和主持股东会会议；

(5) 向股东会会议提出提案；

(6) 依照相关规定，对董事、高级管理人员提起诉讼。

实践中，很多企业的监事会存在难以有效发挥监督职能的问题，主要有：

人员构成不合理，缺少中小股东或其他利益相关者的代表，外部监事人数占极小比例；人员素质不达标，缺乏法律、会计、审计等方面的专业人员；

监事会缺少独立性，没有独立的否决权，过于依赖董事会，难以形成权力制衡和有效监督；

监事会流于形式，权力范围过小，行使职权缺乏力度。

监事会存在的上述问题，也极大地制约了监事有效地发挥职能。

二、监事可能存在的商业伦理问题

从个人层面看，监事可能存在的伦理问题，主要表现在以下三方面。

(1) 无视董事会、经理层的违规行为。

监事的主要职责就是公正审查，正确处理各种不同类型的经济利益关系。

但在具体履责过程中，监事难以正确对待与被审查单位有利害影响的各方面关系人，对董事、独立董事或经理层的违规行为视而不见、袖手旁观，甚至合谋，损害企业的正当利益。

（2）贪污腐败。

监事的另一个重要职责是代表全体股东和监事会廉洁执法。

但在实际监管中，有些监事利用自己的身份、地位和执业中所掌握的企业信息，为自己或所在单位牟取私利，甚至接受被查单位馈赠礼品或其他好处，有些甚至明目张胆地索贿。

（3）监督不力。

监督工作应该贯穿于企业活动的全过程，监事应该对企业活动进行严格的事前、事中、事后监督，从而系统地、全方位地预防可能出现的各种问题，避免给企业造成损失。

但是，一些监事为了减轻工作负担或者基于其他原因，对企业中的大小决策漠不关心，放任各种问题的产生。

讲解归纳与举例

例题：监事可能存在的商业伦理问题不包括（ ）。

- A. 无视董事会、经理层的违规行为
- B. 贪污腐败
- C. 监督不力
- D. 牺牲企业及股东利益而追求自己的最大利益

【答案：D】

【解析】：D. 牺牲企业及股东利益而追求自己的最大利益这是董事的商业伦理问题。

三、监事的商业伦理责任

监事所担负的监督职责是企业合法、正当运营的基本保障，是代表股东、社会和政府对企业实行监督的“权力之眼”。

其主要责任体现在以下三方面。

（1）以身作则，模范遵守法律法规。

要有效地履行好监督职责，监事必须培养自己公正、客观的品质和忠于职守的精神，自觉遵守财经纪律和经济法规，积极宣传解释各项法律法规，严于律己、大公无私、不谋私利。

（2）严格监督，坚决执行各项法律法规。

严格履责，切实地遵照法律法规的要求，把好事前、事中、事后的各个关口，着力提升监督工作的有效性。

（3）公正审查，廉洁执法。

在具体监督过程中，秉持正直、诚实的品质，正确处理各种类型的经济利益关系，不偏不倚、客观公正。



讲解归纳与举例

例题：监事的商业伦理责任不包括（ ）。

- A. 以身作则，模范遵守法律法规
- B. 严格监督，坚决执行各项法律法规
- C. 保持独立性，形成独立自主人格
- D. 公正审查，廉洁执法

【答案：C】

【解析】：C. 保持独立性，形成独立自主人格，这是董事的商业伦理责任。

第五节 股东的伦理与责任

一、企业与股东的内在利益关系

（1）商业伦理维护股东利益。

首先，企业利益与股东利益的本质是一致的，股东利益的最大化依赖于企业的良好发展。

其次，传统观点主张“股东利益至上”，但是企业不仅仅有股东的投入，本质上是各利益相关者缔结的一组合约，如还有员工的人力投入，商业伦理主张突破股东单方利益的局限，并通过平衡股东与其他利益相关者的关系，来获得企业的可持续经营。

（2）股东尤其是控股型股东对商业伦理具有重要影响。

一般来说，控股型股东会实际参与企业的经营管理，其言行对企业目标、战略、愿景、使命、文化等具有不可忽略的影响。很多公司的创始人实际上就是企业文化的创建者，是企业价值观的践行者，是商业伦理的倡导者。

二、股东可能出现的商业伦理问题

（1）控股型股东与小股东之间的商业伦理问题。这方面的商业伦理问题主要有：

①掏空行为

是指控股型股东为了自身利益将企业的财产和利润转移出去的行为，如低价抛售企业资产、支付高管过高薪酬、为其他企业提供贷款担保等；

②操纵盈余管理

是指控股型股东根据自身需要编制和变更财务报告，向外界披露虚假的盈余数据，损害中小投资者的利益；

③占用上市企业资金

控股型股东为满足自身利益，利用其拥有的具有绝对优势的表决权占用企业资金；

④掌控股利政策

控股型股东以实现自己利益最大化的方式，左右企业股利的派现。当企业保留资金对自己有利时，主张少派现或者不派现，损害中小股东获取股利收入的权益；

当控股股权缺少流动性时，为实现经济利益，倾向于大量派现，导致企业留存收益减少，后续发展缺乏足够资金，经营绩效下跌，最终损害中小股东权益。

(2) 损害消费者、员工等利益相关者的利益。

有些控股型股东为了追求自身利益的最大化，尤其是通过并购成为控股股东后，为度过财务难关、提高生产率、实施新战略等，会不惜一切代价采取措施降低成本。

(3) 企业利益最大化与环境污染冲突。

为了确保企业利益的最大化，将企业本身应该承担的环境保护责任外部化，在消除空气污染、水污染、废气物排放等方面控制成本，减少投入，甚至不采取任何措施，严重破坏环境。这不仅是股东所面临的伦理问题，也是员工、管理者和企业所面临的伦理问题。

讲解归纳与举例

例题：控股型股东与小股东之间的商业伦理问题有哪些？

【参考答案】

- ①掏空行为
- ②操纵盈余管理
- ③占用上市企业资金
- ④掌控股利政策

例题：股东可能出现的商业伦理问题不包括（ ）。

- A. 损害消费者、员工等利益相关者的利益
- B. 企业利益最大化与环境污染冲突
- C. 商业伦理维护股东利益
- D. 控股型股东与小股东之间的商业伦理问题

【答案：C】

【解析】：C选项是企业与股东的内在利益关系内容，不是股东可能出现的商业伦理问题。

三、股东的权利与责任

企业有各种各样的形式，不同企业的股东构成也不一样。无论是个体企业或者合伙制企业，还是以公司形式出现的企业，股东都拥有企业的所有权，继而在此基础上享有企业的剩余控制权、剩余索取权等，享有股东的权利，同时承担股东的相应权利和责任。相对而言，控股型股东承担着更为重要的责任。

第五章 组织层面的伦理与责任

本章重难点分析

1. 理解利益相关者治理
2. 掌握企业对消费者的责任
3. 掌握企业对员工的责任
4. 了解企业对投资者、竞争者与合作者的责任
5. 了解企业对市场的责任

关键词：

利益相关者 消费者权益保护 契约观 社会成本观 应尽关怀观 产品质量 产品安全 HRM 伦理 招聘 薪酬 管理 同工同酬 员工工作生活质量

员工职业发展 关怀 组织 产权 伦理 供需 伦理 定价 伦理 广告 伦理 格式 合同

表 4-7 企业股东的权利与责任

股东的权利	股东的责任
<ul style="list-style-type: none">● 对企业资产的拥有权● 剩余控制权● 剩余索取权● 企业解散时参加分配并获得份额内的剩余财产● 获得企业经营信息和新股摊认权● 其他权利	<ul style="list-style-type: none">● 及时如数供应财务资源● 对企业经营成果最终负责● 促使企业与其他利益主体保持协调● 民族责任心和自豪感● 其他责任

第一节 利益相关者治理

一、理论产生、发展及基础

1. 产生背景

在20世纪以前，即现代企业制度形成之初，企业奉行的是“股东主权”思想，企业的一切行为都是以追求股东利益最大化为目标的。这就是说，股东是企业唯一的利益主体，所有其他主体都是为企业和股东的利益服务的，由此形成了一个以股东和企业为核心的封闭的企业经营管理模式。

进入20世纪后，随着所有权和经营权的分离，现代企业制度逐步发展和成熟，职业经理人的出现为现代企业制度提供了必要的人力资源条件。企业经营模式的改变，撬动了“股东至上”的利益分配模式，管理层持股（Management Buy-Outs, MBO）成为一种较为普遍的现象，管理者与企业成为休戚与共的利益共同体。

20世纪60年代前后，关于商业伦理、企业社会责任的讨论开始兴起，企业不再仅仅被视为利润最大化的追逐者，而是被赋予了经济目标之外的社会责任。这意味着，除了股东和管理层，其他相关群体开始进入企业经营的视野，员工、消费者、供应商等不再仅仅被视为企业利益实现的手段和工具，而是企业利益实现的决定者和重要影响者，甚至是企业利益的分享者。利益相关者理论在此背景下兴起。

2. 理论发展

根据考证，最早使用利益相关者概念的是国际斯坦福研究所（Stanford Research Institute, SRI, 1963）和瑞安曼（Rhenman, 1964）。

1965年，伊戈尔·安索夫（H. Igor Ansoff）在其成名作《企业战略》（Corporate Strategy）中首次阐述了利益相关者理论：要制定理想的企业目标，就必须综合平衡考虑企业的诸多利益者之间的互相冲突的索取权，他们可能包括管理人员、工人、股东、供应商、消费者等。

1984年，弗里曼（Freeman）详细阐述了安索夫的理论，认为利益相关者是指对企业战略目标实现产生影响或者能被企业实施战略目标过程影响的个人或团体。

1991年，伍德（Wood）将利益相关者与企业社会责任相结合，认为一个具有社会回应的企业应该关注更多的利益相关者对社会的要求。

1995年，克拉克森（Clarkson）进一步扩展了利益相关者的概念和范围，认为对企业及其过去、现在和未来活动享有或者主张所有权、权利或者利益的自然人或社会团体，都是企业的利益相关者，并区分为一级利益相关者（与企业经营密切相关的群体，如股东、投资者、员工、消费者等）和二级利益相关者（不直接介入企业事务的相关群体，如媒体、社会团体等）。

到了20世纪90年代后，利益相关者理论作为主要视角被引入企业社会责任的分析中，进而被认为是评估企业社会责任“最为密切相关”的理论框架。

3. 理论基础

除股东外，企业为什么还会存在其他利益相关者？对此的理论解释主要有两个：一是，契约理论，二是，产权理论。

契约理论认为，企业是一组契约，是所有利益相关者之间的一系列多边契约。企业是各方契约的产物，是由股东、投资者、员工、供应商、消费者、社会等各方签订的一系列显性或隐性的契约所组成的，各方产权主体向企业投入了专用性资产（有形的和无形的），为企业财富和价值的创造做出了贡献。契约表明了各方的权利和义务，而权利意味着利益，义务意味着责任。凡是与企业有各种契约关系的主体，或近或远，或直接或间接，都是企业的利益相关者。

产权理论也发生了变化，从强调股东利益至上的狭隘产权理论，向多元理论的产权定义转变。这里的多元理论，是包括自由意志论、功利主义论、社会契约论等在内的多元“个体判断”理论，只有基于多元“个体判断”来描述产权才是完整的。

企业产权是企业存在的前提，决定了企业归谁所有以及剩余索取权和剩余控制权。

从契约角度看产权与人权的关系，产权必须受到一定限制，不能是股东权利的无限扩展，产权对应着每一位利益相关者；

从所有权概念本身看，内涵复杂，难以依靠某一个“个体判断”的理论来完整描述产权，基于“多元个体判断”来描述产权才更符合实际。

企业所有权是一个复杂的概念，自由意志论鼓励不同的所有权人自由地使用各自所拥有的资源而不受某一方的限制；

功利主义论要求各所有权人在追求自我权利时不能损害其他人权利要求，必须压抑自我欲求；

社会契约论强调各方在财产和利益的分配和使用上相互表达和理解。

二、定义及范围

狭义的利益相关者，是指企业没有其支持，就不能存在的群体或个人，主要包括股东、员工、消费者、供应商、重要政府机关、相关金融机构等。

广义的利益相关者，是指任何能够影响企业目标的实现或受这种实现影响的群体或个人，除了股东、员工、消费等狭义的相关者，还包括社会公益团体、抗议团体、政府机关、业界团体、竞争者、工会等。

	定 义	范 围
狭义的利益相关者	企业没有其支持，就不能存在的群体或个人	股东、员工、消费者、供应商、重要政府机关、相关金融机构等
广义的利益相关者	任何能够影响企业目标的实现或受这种实现影响的群体或个人	股东、员工、消费者、社会公益团体、抗议团体、政府机关、业界团体、竞争者、工会等

表5-1利益相关者的定义及范围

讲解归纳与举例

例题：利益相关者

【参考答案】

狭义的利益相关者，是指企业没有其支持，就不能存在的群体或个人，主要包括股东、员工、消费者、供应商、重要政府机关、相关金融机构等。

广义的利益相关者，是指任何能够影响企业目标的实现或受这种实现影响的群体或个人，除了股东、员工、消费等狭义的相关者，还包括社会公益团体、抗议团体、政府机关、业界团体、竞争者、工会等。

三、利益相关者治理

在现代企业治理中，利益相关者的范围非常广，那么企业如何来界定对不同利益相关者的利益，如何来确定对各自利益相关者的义务，当这些义务相互冲突时，如何平衡和解决？

实践中，企业不可能对所有利益相关者同等对待。

因此，一方面，企业必须适应社会发展趋势，将利益相关者纳入企业的治理过程中；

另一方面，企业治理实践必须考虑利益相关者的显著性（Salience），即利益相关者的优先次序（Priority），只有这样，才会更好地服务不同利益相关者。

对所有利益相关者进行区分，这不是歧视，而是一种管理智慧。

最简单的方法就是区分主要利益相关者或次要利益相关者，前者是指那些和企业有正式的契约性关系的群体或者个人，后者是指企业对其具有义务的那些非正式或者非契约性的合作者。

还有些学者提出要区分一般利益相关者和战略利益相关者。战略利益相关者是指对企业具有直接贡献的相关者，并且需要从股东和企业利益的角度出发来考虑。

简言之，利益相关者治理，是指根据利益相关者的特性和利益来调整企业和利益相关者之间的关系，通过吸纳利益相关者尤其是关键利益相关者参与企业治理来实现企业和利益相关者的双赢或多赢。

例如，美国管理协会认为，消费者和员工是企业最重要的利益相关者（见表5-2）。

卡罗尔则根据企业社会责任的四层次划分，指出在不同的社会责任层面，各利益相关者对企业的重要性是不同的。

相对而言，经济责任层面，所有者是最重要的利益相关者；法律责任层面，员工是最重要的利益相关者；伦理责任层面，消费者是最重要的利益相关者；慈善责任层面，社区是最重要的利益相关者（见表5-3）。

表5-2各利益相关者团体对企业的重要性

利益相关者团体	得分排序(最高7分)
消费者	6.40
员工	6.01
主要股东	5.30
一般大众	4.52
一般股东	4.51
政府	3.79

社会责任的构成	所打交道和受影响的利益相关者群体				
	所有者	消费者	员工	社区	其他利益相关者
经济责任	1	4	2	3	5
法律责任	3	2	1	4	5
伦理责任	4	1	2	3	5
慈善责任	3	4	2	1	5

表5-3企业社会责任的利益相关者观点

从组织层面来看，企业的利益相关者有员工、管理者、投资者、消费者，以及供应商、经销商等。

主要从员工、消费者、所有者或投资者、竞争者与合作者角度来分析企业在组织层面所面临的伦理问题及应承担的责任。

同时，企业作为市场中的一员对于市场体系的良性运行和有序发展承担应有的义务和责任。

讲解归纳与举例

例题：利益相关者治理

【参考答案】

利益相关者治理，是指根据利益相关者的特性和利益来调整企业和利益相关者之间的关系，通过吸纳利益相关者尤其是关键利益相关者参与企业治理来实现企业和利益相关者的双赢或多赢。

第二节 企业对消费者的伦理与责任

一、消费者权益保护

从历史看，消费者保护最早兴起于欧美国家。

1890年，美国国会通过《保护贸易和商业不受非法限制和垄断损害法》（谢尔曼法），这部法律旨在反对托拉斯或垄断集团对于经济的影响，继而保护消费者利益。

1906年，美国《联邦食品和药物法规》通过，禁止在食品和药物中掺假。

1914年成立美国联邦贸易委员会，这是执行多种反托拉斯和保护消费者法律的联邦机构。

1916年，在麦克弗森和美国通用汽车案件中，消费者被赋予对有缺陷的汽车起诉制造商并索赔的权利，此时第一部消费者法律才真正诞生。

但是，直到20世纪60年代，消费者保护才全面进入公众视野，一些真正的保护性条款生效，消费者才真正成为主要利益相关者。

1962年3月15日，美国总统肯尼迪向美国国会提出了“关于保护消费者利益的总统特别国情咨文”，首次概括了消费者的四项权利：安全权、知情权、选择权、建议权。

但是这四项权利更多是一种无形的利益要求，无法对消费者的利益提供实质性保护。1969年，美国总统尼克松在四项权利基础上，又提出了索赔的权利。

1975年，美国总统福特提出消费者应当享有接受消费教育的权利，这些举措使消费权利体系进一步完善。

1983年，国际消费者组织联盟做出决定，将每年的3月15日定为“国际消费者权益日”。

1993年10月31日，第八届全国人大常委会第四次会议通过《中华人民共和国消费者权益保护法》（以下简称《消费者权益保护法》），第一次以立法的形式全面确认消费者的权利，该法自1994年1月1日起施行。

此后，适应社会发展趋势和消费者权益保护的新要求，又分别在2009年8月、2013年10月对该法律进行修订，进一步完善消费者权益保护制度，强化经营者义务、规范网络购物等新的消费方式、建立消费公益诉讼制度等。

《消费者权益保护法》的颁布实施，对保护消费者的权益，规范经营者的行为，维护社会经济秩序，促进社会主义市场经济健康发展具有十分重要的意义。

我国《消费者权益保护法》规定了消费者享有安全权、知情权、选择权、公平交易权、求偿权、结社权、获得知识权、受尊重权和监督权九项权利。

国际消费者协会提出消费者享有八条基本权利：满足基本需求的权利、安全消费的权利、消费时被告知基本事实的权利、选择的权利、呼吁的权利、公正解决纠纷的权利、掌握消费者基本知识的权利及在健康环境中生活和工作的权利。

这与我国法律所规定的消费者权利内涵基本一致（见表5-4）。表5-4消费者的权利

国际消费者协会	我国《消费者权益保护法》
满足基本需求的权利	安全权
安全消费的权利	知情权
消费时被告知基本事实的权利	选择权
选择的权利	公平交易权
呼吁的权利	求偿权
公正解决纠纷的权利	结社权
掌握消费者基本知识的权利	获得知识权
在健康环境中生活和工作的权利	受尊重权
	监督权

二、理论基础

为什么要保护消费者的权益？有三种基本观点：契约观、社会成本观、应尽关怀观。

契约观认为，作为自由市场体系中的一员，任何一方遵守契约要求即可，这种观点要求消费者承担更多责任。

对于企业而言，其遵守的道德责任主要是：

- ①遵守销售契约的条款；
- ②公开产品的本质；
- ③避免歪曲事实；
- ④避免使用压力或过度影响强迫消费者。

这种观点基于自由、平等的理念，催生出购者自慎的观点，即购买者自己必须当心。

社会成本观是一种基于社会效益的严格责任观，认为即使伤害来自无人可以遇见或消除的缺陷，或者说即使制造商采取了所有的合理预防措施，也应该承担责任，这既会激励制造商实行更多关怀，提高产品的安全性，又通过制造商将伤害成本或损失在所有使用者之间分配，而不必由少数受害者个人承担损失，还能引导人们有效利用社会资源，降低社会成本。

制造商对消费者义务的应尽关怀观强调，尽管消费者可能并不从制造商那里直接购买产品，但产品的质量完全取决于制造商，制造商拥有生产该商品的专业知识、专门技能和内幕信息，以及其生产规模，相对于消费者处于更加有利的位置，因此制造商有义务确保消费者的利益不被自己提供的产品损害。

正是赋予制造商对于消费者以应尽的关怀义务，传统的“购者自慎”观念被“包退包换”观念所取代：销售者必须自己当心。应尽关怀观从产品的设计、原材料选择、生产、质量控制、包装、告示等方面赋予了制造商以应尽的关怀义务，涵盖了销售前、销售中和销售后的全过程（见表5-5）。

总而言之，企业对消费者的伦理责任就是，为消费者提供设计完善、功能便利、价格合理、经济适用、安全性高、耐用性强的产品，以及周到、便捷的售后服务。

表5-5 应尽关怀观

设计	产品和服务应该符合政府法规和要求，并在所有可预见条件下是安全的，包括避免被消费者误用
原材料	原材料应符合政府法规，并且应该足够耐用，经受得住合理使用
生产	制造的产品应该没有缺陷
质量控制	产品应该定期做质量检查
包装、商标和警示	安全包装、清楚易懂的使用说明、清楚描述任何可能的危险
告示	拥有敏捷系统，在产品制造和分销后发现危险时及时召回

三、销售前的责任

1. 设计与配方中的伦理与责任

产品的设计与配方是企业的核心竞争力，在完成产品或服务使命的同时，还应追求绿色、环保、可持续、应尽关怀的理念，这正是消费者所希望的、所追求的、所要求的。

那些有设计缺陷的，未对目标人群考虑完全的，或为节省设计成本而去除必要设计的产品，将会引发本可以避免的社会悲剧。

对于消费者而言，产品的设计与配方应该紧贴消费者的需求和使用场景。

首先，提供符合消费者需要和实际情况的产品，要充分考虑不同特质的消费人群，深入消费者多重的使用场景，厘清所有可能的使用时机和用途。

其次，要考虑到产品使用过程中的安全问题，竭尽所能地调查、设想、列清并且解决所有可能出现的意外情况，采取合理的预防措施，提出有预见的危险并警示，及时淘汰无法完善的、有设计缺陷的产品。

再次，要充分尊重消费者、使用者的生活习惯、宗教信仰和个人隐私，尤其是一些特殊种类的商品，如家庭用摄像头，医疗器械等。

最后，要提升产品的美观感和收藏价值，尽力在有益于消费者使用的基础上增加产品给人带来的精神上的愉悦和满足。

从社会层面来看，产品的设计与配方必须接受法律和道德的双重检验，必须符合国家法律要求，符合社会伦理道德要求，符合社会发展趋势。

首先，企业提供的所有产品和服务应该是合法的，否则法律不会允许这类企业的存在，这是底线要求。其次，大多数产品和服务同时也要符合道德要求，有些产品如香烟、酒精饮品等存在道德上的争议，但在很多国家是合法的，不合乎道德的产品并非必然违法，但在具体销售或使用过程中会有一些限制要求，如禁止对未成年人销售。

最后，在产品原料的选择上，应尽可能使用绿色的、可降解的、符合国家要求与行业标准的、顺应科技发展的原料，避免使用高耗能的、非绿色的，甚至对人体有危害的原料。

2. 质量控制中的伦理与责任

产品质量是消费者在同类产品中进行比较和选择的重要依据。除了在产品设计与配方之初需要考虑周全，在产品的制造过程中，也需要通过质量控制承担起企业的伦理与责任。

产品质量是指产品功用在可靠性、使用寿命、安全性以及可维修性方面满足顾客预期的程度。

因此，在生产过程中，企业可以从这四方面进行产品质量的控制，增强产品的经济性、耐用性，以满足消费者的期望。

（1）可靠性

是指产品表现与成果符合销售者通过明示或暗示性描述引导消费者产生的期待的概率。

产品能够极大概率正常运行，得益于企业对产品的质量控制，出厂前对产品进行相应的持续测试，以确保产品到消费者手中时符合企业对产品质量做出的明确或暗示性描述。

除此之外，企业还应当通过适当的生产质量控制、物流控制等，承诺并且保证消费者能获得品质稳定、生产连续的产品，不会由于产品的特性不稳定、销售途中的变质等原因，损害消费者的利益。

（2）使用寿命

即产品有效运行的时间。

企业应当将产品使用寿命列为重要的一项质量标准。即便产品的使用寿命很大程度上也取决于个人使用者的使用习惯与维护程度，但是在购买行为发生之前，企业通过宣传、舆论引导或在包装上对产品质量所做的描述，会使得消费者对产品使用寿命有一定的预期。这一预期与实际情况不应该有严重偏差。

（3）安全性

指与使用产品相关的风险程度。

消费者的安全使用永远是企业考虑的首要事项。任何产品，即便是被视作最人性化的、最安全的产品，也可能会由于操作失误、缺乏使用知识、意外等原因产生一定的危险。

安全问题本质上是风险的接受水平和认知水平问题。如果风险可以通过企业质量控制、明确提示、规范操作、学习知识、适当监督等工作降低甚至规避，那么风险就是可接受的。此时，消费者应该得到来自企业的保证—除企业所明确表示或暗示描述的风险外，不再有其他的风险。

例如，明示“有毒”的产品就不应该有易燃易爆的风险。

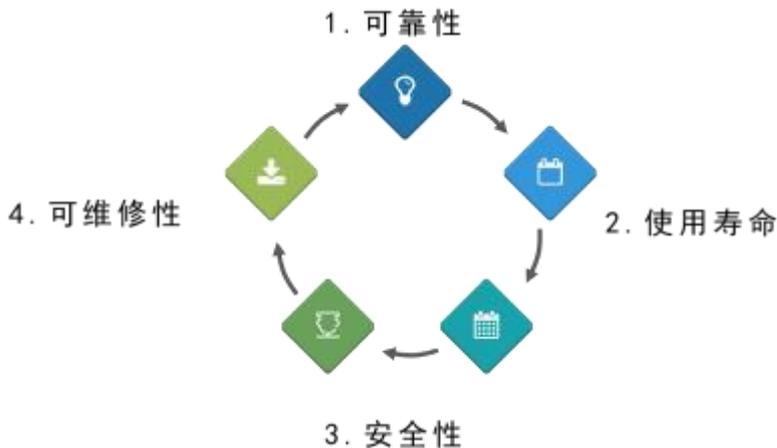
（4）可维修性

是指产品能够被修理并保持运行的难易程度。

企业应当通过生产中的质量控制，给产品留出一定的可维修性空间，减少一次性损坏就危害整体产品的零件比例。

除在生产中加以控制外，企业还要：

- ①在售卖前铺设可获得的售后服务站点，对相关的维修人员进行专业的培训；
- ②免费或廉价提供可能需要的零部件；
- ③某些类别产品还应承诺一定期限的保修服务。



讲解归纳与举例

例题：产品质量

【参考答案】产品质量是消费者在同类产品中进行比较和选择的重要依据。除了在产品设计与配方之初需要考虑周全，在产品的制造过程中，也需要通过质量控制承担起企业的伦理与责任。

产品质量是指产品功用在可靠性、使用寿命、安全性以及可维修性方面满足顾客预期的程度。

3. 包装中的伦理与责任

包装是消费者对产品的直观感受来源，不仅要传达产品理念、企业愿景，还需要承载具体细节、警示、商标等重要信息。

作为重要的产品信息载体，包装需要包含准确无误的信息并且呈现给消费者。

同时，作为产品的外部包装，包装常常被赋予一些额外的意义，成为赠礼者与接受者身份、品位、诚意的象征，或是为节日增添气氛，这是非常正常的现象。

但我们应该反对不恰当、不道德、不环保的包装。

具体来说，包装的伦理道德要求主要有以下几方面。

(1) 包装应该有助于提升产品的附加值。

可以借助图片、代言人等，通过通感、形象的方式向消费者展示产品形象与设计理念，展现产品的品质和细节，传达产品的社会价值，传递企业精神和价值观。

此外，包装还可以根据生产时机、节日、社会重大事件等，做出合理的纪念形式，产生附加收藏价值和意义，满足消费者的意愿和喜好。

(2) 包装应该尽可能地保护产品质量和安全。

尽力通过包装减缓产品破损和变质给消费者带来的影响，或者避免给消费者带来安全隐患。

举例来说，通过包装避免自然因素的侵袭，如保鲜、减震、免受日晒雨淋和灰尘污染等；根据产品特性设计特殊包装，避免产品挥发、渗漏、溶化、污染、碰撞、挤压、散失以及被不法分子利用等损失。

(3) 提倡公益性质的、环保性质的包装。

包装使用环保、易降解的材料，既节约了社会资源，也传递了环保理念。

此外，在包装的空余位置印刷公益信息，既有助于社会公益实现，也有利于树立企业形象。

例如，天猫超市的包装箱上面印有被拐儿童信息，帮助一些被拐儿童凭借这样的打拐“盒子报”找回了亲生父母。

(4) 拒绝过度的、浪费的、无用的包装。

因产品的特殊性质或传统意义，适度包装是必要的，也是合理的，如人情送礼、庆祝节日等，但夸张的、巨大的、多层的、无用的包装，不仅让消费者承担额外的经济负担，造成浪费，还会给人过高期望，或者宣扬不正确的价值观，减损产品本身的价值，如前些年被曝光的月饼礼盒。

(5) 拒绝欺骗性质的包装失真。

产品包装形象应该紧贴产品内核，不能过分夸大产品特质和产品形象，不能引导消费者对产品产生严重误解，不能偏离产品特质和资质认证，进而误导消费者进行消费选择。

(6) 拒绝模仿、非独创的包装。

产品包装与产品本身都凝聚了原厂商的心血与辛勤付出，是其不可侵犯的知识产权。

(7) 拒绝非健康的、低俗的包装。

根据产品的市场定位和目标客户群体，做出合理、健康的包装设计。尤其是当目标客户群体包含儿童，或者产品容易被儿童接触到、购买到时，需要严格地审核产品的包装、代言照片等，拒绝出现非健康、低俗的图片设计或产品标语等。

此外，销售前的伦理问题除了体现在产品设计、生产、包装等方面，还体现在广告伦理问题方面，将在本章第5节中阐述。



讲解归纳与举例

例题：企业在销售前的责任有哪些。

【参考答案】

1. 设计与配方中的伦理与责任
2. 质量控制中的伦理与责任
3. 包装中的伦理与责任

四、销售中的责任

1. 清晰明确的告知义务

契约理论认为，企业最基本的道德是以清晰明确的描述引导消费者自由签订契约，保证消费者对所购买的产品形成正确的理解。

在销售中，企业应完全尊重消费者权利，尤其是知情权。

首先，消费者应该明确知道的信息包括清晰的价格标识、明确的产品功能、真实的保质期限、醒目的提醒事项。

其次，消费者如有关于产品的任何问题或质疑，企业有义务完全、充分地回答。

再次，当产品预期使用寿命受到可能推出的新产品、新技术或时尚潮流影响而有重大改变时，企业应当在消费者购买前及时告知。

事实上，企业明确的阐述和不含糊的态度，不仅不会因阐述所暴露的产品的局限性而导致客户流失，反而会让消费者体会到企业的诚实负责，增强消费者对企业的信任和忠诚度。

2. 提供安全、平等、丰富的购物体验

首先，企业应当提供公平自由的消费环境和购物体验。

消费者的人格尊严和民族习惯、宗教信仰等应该得到充分的尊重；

消费者应该能够自主地、自由地决定购买产品与否、购买产品的型号、购买产品的数量等，拒绝捆绑销售、套路销售等销售手段；

消费者有权接受企业配套的质量保障、称量公平、计价准确的服务。

其次，企业要保障消费场景的内外部安全，为消费者提供安全可靠的购物体验。

外部安全是指：消费场景有完善的安保制度和应急处理制度应对突发的医疗、灾害、社会治安事件等。

内部安全是指：企业要通过提升员工法律意识、安全意识，制定合适的销售策略，保障消费者在挑选、购买或是离店过程中的人身财产安全，不能在试用、观看、挑选或接受服务的过程中受到意外的损害。

例如，火锅店店员往未熄灭的燃料盒里倾倒液体酒精，可能会导致顾客被烧伤。最后，企业应当提供丰富的购物体验。

购物体验不仅包括线下购物体验，也包括线上购物体验。

线下购物的良好体验，包括舒适的休息区、迎来送往的礼貌待遇、一对一的专属服务、热情周到的店内款待（如茶歇、伴手礼）等，也包括文化沙龙、科普展、创业历史展览等。

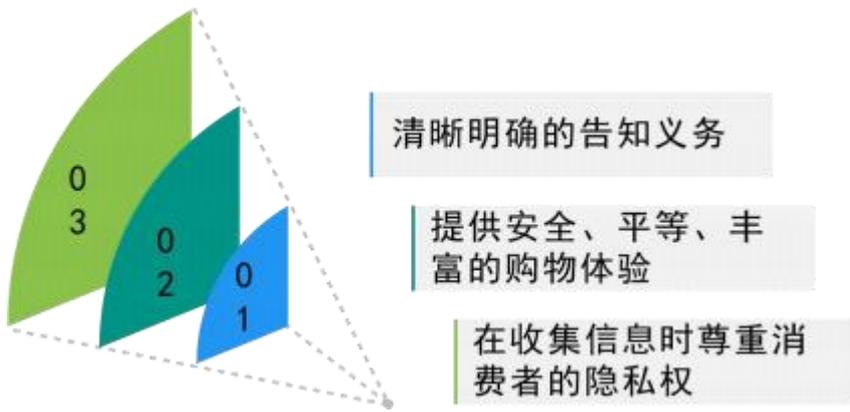
线上购物的良好体验，包括网购的安全性、购物平台的界面、便捷程度等。

3. 在收集信息时尊重消费者的隐私权

企业基于促销、服务等目的，在销售中收集、登记客户信息。首先，要符合法律法规和伦理道德的基本要求；

其次，应确为销售需要，不能收集与销售和服务无关的个人信息；再次，要获得消费者的明确准许，在过程上透明，在结果上告知；最后，要妥善保管相关数据和信息，严禁泄露和买卖。

随着互联网信息技术的发展，消费者的隐私保护也面临着新的挑战，企业应该采取相应措施，保护消费者的个人隐私。



讲解归纳与举例

例题：企业在销售中的责任有哪些。

【参考答案】

1. 清晰明确的告知义务
2. 提供安全、平等、丰富的购物体验
3. 在收集信息时尊重消费者的隐私权

五、销售后的责任

1. 为产品造成的不良后果负责

如前所述，制造商对于消费者义务的社会成本观认为，即使企业在设计和产品制造中实行了所有可能的应尽关怀，已经采取了所有合理可行的预防措施，并向购买者及使用者警示了所有被预见的风险，企业还是应当为产品的任何缺陷造成的任何不良后果负责任。

对此，有反对者表示，如果制造商已经尽到了应尽的责任，在此之后还要求其承担不能提前预见和不能提前防止的伤害的责任，是不公平的。

此外，即使将伤害成本转移给制造商，也不一定会强化企业在此之前的责任，反而会给消费者带来侥幸心理，放任其粗糙地使用产品，进而使得相关诉讼增加，加大保险行业负担。

2. 信息留存上的消费者隐私保护

在销售后的企业责任中，消费者隐私保护也是非常重要的一环。在消费者购买或者消费之后，企业可能有意或者无意地获得并记录消费者个人信息，包括消费者的姓名、性别、年龄、职业、联系方式、健康状况、家庭状况、财产状况、消费记录等与消费者个人及其家庭密切相关的信息。

企业有责任对形成的数据和信息进行脱敏处理和妥善保管，对相关工作人员进行分级授权和知识培训，做好数据安全的监督与控制，保证消费者的隐私权不被侵犯，也就会获得消费者的信赖。

3. 慎重采取对产品有计划的或强制性淘汰

事实上，企业强制性淘汰产品的策略，是另一种维度上对消费者的高位霸凌。

强制性淘汰是指，企业在生产产品时预先设定一个寿命，这个寿命比正常情况下合理使用的寿命要短，以此迫使消费者在短期内再次购买该产品或替代产品。

一般有以下三种方式：

- ①故意推迟某些产品的改进或革新，直到现有产品库存清理完毕或现有产品市场需求大幅下降时才推出新产品。

②设计时故意缩短产品寿命，通过易碎、难寻的零部件、无兼容性的设计、系统更新、有使用次数限制的按钮设计等，加快产品的淘汰速度，导致产品短期内报废。

③加快时尚和流行产品的淘汰，通过创造时尚概念，抛出新的产品机理，与原有产品进行明显的功能对比，以此淘汰还能使用的产品，这在一些日化产品中较为常见。

4. 及时告知消费者可能产生的改变

在消费行为结束后，消费者可能还享有接受后续各种服务的权利。

但如果企业由于某些原因无法按照原定规则履行承诺，应该借助邮件、短信、电话等手段，态度诚恳、及时地告知消费者改变产生的原因、时间和可能产生的影响等，确保将准确的信息传达至消费者，为消费者提供及时变更打算的余地和空间，并且应该提供给消费者合理的解决方案，如果造成一定严重后果的，企业还应当为未按时履行承诺提供经济赔偿。

5. 建立适时的、负责的召回制度和售后服务

一些经检验合格的产品在流入市场，到达经销商、用户的手上后，依旧被发现了设计上或质量上的缺陷，甚至造成了使用者的人身、财产损害或环境污染时，生产企业有责任将已售出的产品收回。缺陷是产品召回的基础和标准。

所以，在企业通过暂时可控的意外事件或是企业的自我纠察发现已流入市场的产品具有某些可能导致严重后果的缺陷时，企业应当迅速地做出反应，及时干预，将已流出的产品召回；已经产生严重后果的，企业还需要进行公开道歉。

负责任的召回制度是产品质量和消费者权益的有力保证，及时高效地召回可以保护消费者的人身财产安全，建立负责的企业形象，促进企业发展，倒逼企业进行更为安全的设计与严苛的质量控制，以降低巨额的召回费用，有利于提高企业对技术改造和环保问题的重视，有利于建立合理的市场秩序。

除了召回制度，建立合理、有效的售后服务机制也是非常重要的。企业有义务为消费者提供一定的售后服务，包括但不限于接受消费者的问询，回答消费者的疑问，及时上报可能的产品缺陷和风险性，无偿维修符合保修规则的产品，提供便利的维修、升级、企业文化沙龙等售后服务，在受到质疑时积极响应等。良好的售后服务，逐渐成为消费者衡量企业产品与服务的重要指标，有利于维护消费者的忠诚度，提高企业信誉，建立良好的营商环境。



讲解归纳与举例

例题：企业在销售后的责任有哪些。

【参考答案】

1. 为产品造成的不良后果负责
2. 信息留存上的消费者隐私保护
3. 慎重采取对产品有计划的或强制性淘汰
4. 及时告知消费者可能产生的改变
5. 建立适时的、负责的召回制度和售后服务

第三节 企业对员工的伦理与责任

一、HRM（人力资源管理）伦理与企业责任

从组织的“理性”模型看，主要是员工对企业的伦理，更多体现为员工的义务和责任，包括员工对企业的雇员责任、员工忠诚以及承诺等。

从组织的“政治”模型看，主要是企业对员工的伦理，更多体现为企业的义务和责任。享有权利、履行义务、承担责任是有机统一的。

在企业中，员工的权利和责任与企业的权利和责任是相对应的（见表5-11）。

例如，员工享有工作的权利，企业相对应的责任就是要保证在招聘和解雇时不存在歧视。又如，员工有遵守劳动合同的责任，企业则可以对员工提出最低劳动生产率的要求。当然，这种对应关系并不是完全对称的，尽管员工的权利看似较多，但在劳资关系中员工往往处于弱势地位，为了调整这种不对等的社会关系，需要法律法规对企业行为进行规范，企业需要承担对员工的伦理与责任。

表 5-11 员工与企业的权利、责任关系表

员工的权利和责任	企业的权利和责任
工作的权利	招聘和解雇的非歧视性
获得公平报酬的权利	给付公平报酬的责任
自由集会和罢工的权利	尊重工会的存在和权利
是非感的自由和言论自由	接受员工的批评
诉讼的权利	与员工讨论的责任
获得健康安全的工作条件的权利	承认劳动法庭，按劳动法律法规解决冲突
提高工作质量的权利	提高工作质量的责任
遵守劳动合同的责任	对员工最低劳动生产率的要求
忠于企业	忠于合作
尊重目前法律和道德的规范	要求员工在工作岗位上保持正确行为

企业对员工的伦理与责任，涵盖了人力资源管理“选、用、育、留”各个环节。

从伦理角度来分析人力资源管理系统和模式，继而形成了HRM伦理的相关思想和观点，主要有两方面。一方面，从微观层面考察与个体相关的HRM实务是否合乎伦理；另一方面，从宏观层面分析作为一个整体的人力资源，探讨HRM模式的合伦理性及其应遵守的伦理原则。

概言之，在个体层面，HRM伦理主要从公平角度关注HRM实践对个体的影响；在组织层面，HRM伦理聚焦于正义与权利、行为正当性之目的论与结果论等，来审查HRM实践的合伦理性。

这里主要从招聘、薪酬管理、员工工作生活质量、员工职业发展这四个方面来描述和分析企业所面临的伦理问题。

1. 招聘中的伦理问题

企业为社会提供就业机会，通过招聘来选拔人才，员工凭借个人能力，通过应聘获得工作机会。

企业拥有招聘自由权，可以自由地根据自己的发展情况选择聘用与否，或者对于所招聘岗位的资质加以合理的限制。

员工拥有工作的权利与劳动自由权，有权获得平等就业的机会，并得到企业对个人特质的尊重，并且有权利对强迫劳动行为进行反抗。合同、有意设计不规范合同、故意隐瞒对员工不利的重要信息等方面。现实中，一方面，社会上的劳动力供大于求，企业与员工之间的权利、需求往往不对等，个人的劳动自由权通常受到很大限制。

另一方面，企业拥有资产、信息、社会地位的优势，在招聘过程中掌握着主动权。因此，招聘中出现的伦理问题往往是企业引起的，这些问题主要有：

- ①发布虚假招聘信息；
- ②恶意利用招聘，无偿获取求职者智力成果；
- ③夸大宣传，不负责任地做出承诺；
- ④就业歧视，体现在年龄、性别、户籍、健康、学历、血型、姓氏、籍贯、身高、相貌等方面；
- ⑤设置劳动合同关系陷阱，体现在不签正式劳动合同、签短期劳动

除此之外，为了规避用人成本和风险，很多企业区分正式工与合同工、临时工、劳务派遣等，分别签订不同的合同。

这种同工不同合同继而不同待遇的现象，本质上也是一种就业歧视。

2. 招聘中的责任

人力资源伦理的核心原则是公平，即平等、互惠和公正。企业在招聘中的责任主要有两方面：

1一是，不得有歧视行为；

1二是，在招聘过程中保证公平性。

（1）反对招聘歧视

在招聘中，歧视分为直接歧视与间接歧视。

如果非出于工作内在需要，在相似条件下，用人单位给予一人相比其他人较为不利的对待则构成直接歧视，这是一种个体歧视。

如果一群人具有某种典型特征，如种族、肤色、性别、年龄、宗教、户籍地域、健康情况，甚至毕业学校等，用人单位在明知结果不利于此特定人群的前提下，对这群人和其他无该特征的人群适用相同的招聘、选拔、考核等涉及劳动权利的程序与条件，则构成了间接歧视，这是一种群体歧视。

（2）追求过程公平

首先，确保招聘条件公平。

①招聘岗位的关键条件必须是与岗位紧密相关的，能反映该岗位职责的内在要求，必须是坚持成就取向的，遵循能力、经验、业绩等选人用人标准；

②非关键性的条件不能成为决定报考资格的关键要素，那些与工作岗位没有必然关系的先赋因素，不应成为“一票否决”的条件；

③除非法律明确规定，应尽量减少“先赋因素”出现在报名条件中，如果必须有，也需尽量放宽要求，避免因条件设置不合理而成为“定向选拔”“萝卜选拔”。

其次，招聘前的信息公开。

包括招聘的职位、岗位要求、招聘流程、考试要求、录取原则等，“公开是最好的防腐剂”，广泛吸引人才的同时，还能受到社会各界的监督，防止招聘过程中出现以权谋私、假公济私等情况。

再次，确保招聘过程中的公平。

在简历筛选时，必须有明确标准，根据招聘岗位，有针对性地选拔有利于企业发展的人才，特别注意有突出特长或发展潜质的应聘者。

根据岗位需要，设计出完善的考核内容和准则，对专业技术知识和技能、职业道德、个人品质、心理健康等进行全方位、多层次的考察。

充分运用多种考试考核方法，利用在线测试、线下笔试、人力部门面试、部门经理面试等，多角度筛选人才。在整个招聘过程中，凡是可能影响公正的情况都应该避免，实行回避原则。

最后，确保招聘结果的公正。

结果是否公正是招聘公正与否的最后衡量尺度。

在确定招聘结果时，既要以招聘过程的考察结果为依据，也要结合部门、员工的意见；既要破除唯分数论，也要综合考察思想素养和职业道德。

一旦确定招聘结果，应该及时公示，而对于落选的应聘者，提供正式的反馈意见不失为一个好的做法。

反对招聘歧视追求过程公平

讲解归纳与举例

例题：企业在招聘中有哪些责任？

【参考答案】1. 反对招聘歧视

2. 追求过程公平

首先，确保招聘条件公平。其次，招聘前的信息公开。

再次，确保招聘过程中的公平。最后，确保招聘结果的公正。

三、薪酬管理中的伦理与责任

1. 薪酬管理中的伦理问题

薪酬是企业为员工付出必要劳动所支付的报酬，一般以货币形式支付，也包括非货币的形式。

员工为企业目标的实现付出了劳动和心血，企业为其提供合理的补偿，这是一种公平。有效公平的薪酬能够激励员工更加积极地为企付出，薪酬管理是人力资源管理的重要职能。

现实中，薪酬方面的伦理问题主要有：

- ①薪酬不公平，同工不同酬；
- ②拖欠工资，尤其是拖欠农民工工资；
- ③低于最低工资标准；
- ④随意克扣员工工资。

2. 合理设计岗位和薪酬体系

薪酬与岗位密不可分，公平的薪酬有赖于合理的岗位设计。近些年，时常有工厂员工因无法忍受工作压力而结束自己生命的悲剧发生，究其原因，本质上与工作岗位设计有一定关系。

与机器不同，人在劳动时需要有高昂的积极性、一定的成就感、有限的重复性，甚至一定的趣味性。在进行岗位设计时，除了考虑企业需求、降低成本、组织效率等，还需要把员工的个人发展、精神压力、最大负荷、协调配合、职业趣味及成就感等考虑其中。

简言之，进行工作岗位设计时，既要满足工作效率与质量的要求，也要注重工作人员的安全性、激励性、可持续性。

除此之外，良好的工作设计还需要关注员工的心理健康，能使员工获得精神满足感和自我实现感，而工作程序带来的疲劳感和心理压力是可接受的。

优质的岗位设计能够在提高生产质量与效率、降低成本、缩短生产周期的同时，给员工带来强烈的归属感和自我满足感。

3. 确保同工同酬

《中华人民共和国劳动法》（以下简称《劳动法》）规定，工资分配应当遵循按劳分配原则，实行同工同酬。

一般认为，同工同酬是指用人单位对于从事相同工作，付出等量劳动且取得相同劳动业绩的劳动者，支付同等的劳动报酬。

现实中，同工不同酬的现象主要表现为正式工与临时工、合同工与劳务工、实习生、新老职工之间的薪酬差别，此外，企业高管与普通员工、外籍员工与本地员工之间的薪酬差别也是同工不同酬的表现。

同工同酬体现了两个价值取向。

一是，确保按劳分配原则的实施，即付出了同等的劳动应得到同等的劳动报酬。

二是，防止工资分配中的歧视行为，即在同一单位，对同样劳动岗位、在同样劳动条件下，不同性别、不同身份、不同户籍或不同用工形式的劳动者之间，只要提供的劳动数量和劳动质量相同，就应给予同等的劳动报酬。

各种用人单位，无论是国有企业、事业单位，还是外资企业、民营企业、小微企业等，都应该严格遵循同工同酬原则，进一步完善、规范用工制度，科学确定岗位职责，制定与岗责相匹配的、公平的薪酬制度，从制度上减少或缓解同工不同酬的问题。

四、员工工作生活质量方面的伦理与责任

1. 常见的伦理问题

（1）无视员工职业安全。

职业安全首先是员工工作环境的安全，工作环境既包括物理环境，如工作场所的噪声、温度、照明、空气、卫生等，也包括心理环境，主要是指企业制度、文化在员工心理中的影响以及在工作场所营造的氛围等。

（2）无视员工职业健康。

员工享有在健康和安全的工作条件下工作的权利，工作场所的健康水平越来越成为企业效率和竞争力的重要因素。

我国职业病发生人数和因职业病而死亡的人数在世界上位居前列。

职业病是指劳动者在职业活动中，因接触粉尘、放射性物质或其他有毒、有害物质等引起的疾病，常见职业病有尘肺、职业性肿瘤、职业性眼耳鼻喉疾病、职业中毒等。

（3）侵犯员工隐私。

工作场所是一个介于私人住所和公共场所之间的空间，员工要接受雇主的监督，其隐私权受到部分限制，同时也享有保留部分自己的物品、信息和心理秘密的权利。一定程度上，雇主对员工的监督和员工保留隐私都有合理性，关键是这两者之间如何平衡。

侵犯员工隐私的方式主要有：

- ①运用电子监控，如电话监听、计算机监控、电子邮件与语音邮件监控、定位跟踪；
- ②运用测谎仪，进行诚信测试、不良习惯测试等，甚至以此作为随意裁员的借口；
- ③强制性身体检查，暴露个人隐私。

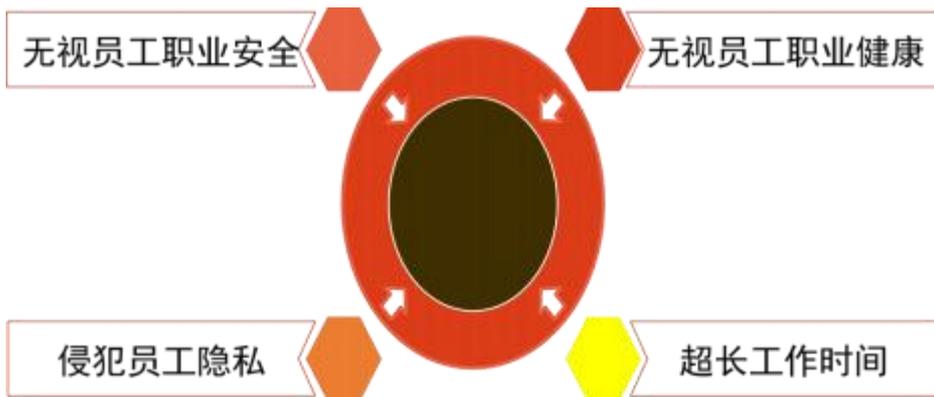
（4）超长工作时间。

根据法律规定，我国实行每周5个工作日、平均每周40小时的工时制度，标准工作日工作8小时。

目前在工作时间方面的伦理问题主要有：

- ①每周工作时间超过40小时；
- ②加班加点，即在法定节假日或公休日加班，在正常工作日8小时以外继续工作。工时过长也是导致劳动者死亡的主要原因之一。

2019年，世界卫生组织首次将“过劳”列入《国际疾病分类》。



2. 企业应尽的责任

（1）应使危险最小化并保护和补偿员工。

理论上讲，没有一个绝对安全的工作场所，但是，企业应该严格遵守《劳动法》和《中华人民共和国职业病防治法》等相关法律法规，致力于预防、控制和消除工作场所中存在的危险，避免职业病危害等。

（2）合理使用电子监控，尊重并保护员工隐私。

电子监控有利于保护消费者和员工人身财产安全、保障企业商业秘密不受侵犯、确保公司资源不被滥用等，但是电子监控的使用范围应该受到一定的限制，避免引起员工的反感甚至是心理问题。

在使用电子监控时，向员工阐明电子监控的使用目的与范围，确定严格的程序，确保不越界、不触及个人隐私。

（3）杜绝职场霸凌和性骚扰。

职场霸凌是指在工作场所，个人或团体对于同事，尤其是新员工、下属等弱势群体，持续性地进行不合理的行为，包括言语、非言语、身体、心理上的虐待，常表现为孤立、侮辱，带有故意、精神控制成分地贬低员工，甚至指使员工做具有羞辱性质的行为等。

无论是职场霸凌还是性骚扰，都会严重损害员工的身心健康，破坏员工工作的积极性，助长组织内的歪风邪气。企业必须高度重视，对职场霸凌和性骚扰绝不纵容，明确惩罚机制，改进组织构架，设立举报沟通渠道，营造健康和谐的组织关系，并在新员工培训中加入相关内容，树立员工自我保护意识。

(4) 提升职业生活质量。

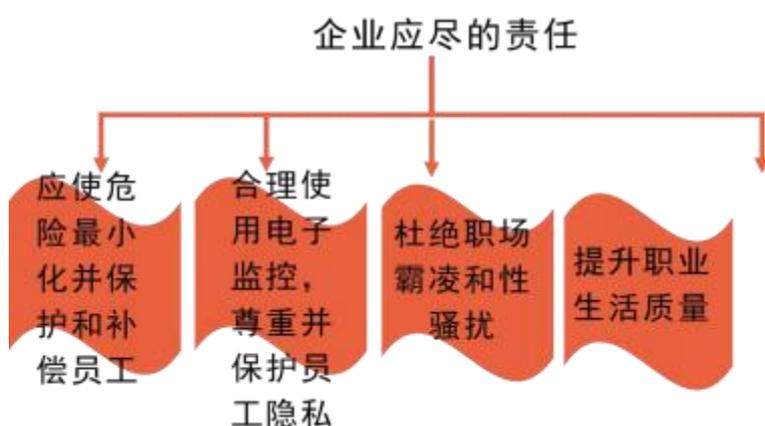
职业生活质量是指在工作中员工所产生的心理和生理健康的感受。

对于员工来说，职业生活是生活中的重要组成部分，职业生活质量将对个人生活质量有重大的影响。

对于企业来说，靠薪酬与传统激励方式对员工的工作效率提升是有限的，只有更为有力的职业生活质量提升，才能更好地激励员工。

良好的员工职业生活质量不仅可以提升组织运行效率，还能够有效提升员工的忠诚度与自豪感，降低员工流动率，降低管理成本。

2. 企业应尽的责任



五、员工职业发展中的伦理与责任

1. 常见的伦理问题

(1) 企业培训缺位或者缺乏科学的培训制度。

①缺乏培训，很多企业为了降低成本，减少培训或者不培训，导致员工素质低下和技能单一。

②只对“关键员工”和“核心员工”培训，缺少公平性。

③为企业所支付的培训费用设定过高的赔偿费用，将培训作为限制员工流动的重要因素。

④培训内容和方式单一，内容上只注重技能培训，忽视职业伦理和人文素质方面的培训，方式上以灌输为主，不注重员工的参与，难以调动员工积极性。

(2) 女性歧视。

除了招聘、薪酬中存在性别歧视，在员工的职业发展过程中，也会存在性别歧视。很多女性，因为性别原因，在职位晋升或教育培训时得不到平等的机会和尊重。很多企业，在女性员工发展空间上设置“玻璃屋顶（Glass Ceiling）”或者“职场天花板”，导致女性员工难以进入企业高层管理行列。

(3) 变相裁员或解雇。

一些企业为了降低用人成本，逃避法定义务，往往采取变相裁员的方式来解雇员工。

例如，为逃避对员工的补偿，不主动提出辞退，而是让员工做不愿意做的事、从事不胜任的工作，甚至故意刁难，逼迫员工自己开口提出辞职。

又如，在绩效考核时，有意提高绩效考核标准，以员工未达到企业要求为由辞退员工。



企业培训缺位或者缺乏科学的培训制度



女性歧视



变相裁员或解雇

2. 企业应尽的责任

(1) 建立科学的培训制度。

员工培训和职业发展是人力资源不断优化和实现增值的重要途径。

我国《劳动法》明确规定，用人单位应当建立职业培训制度，按照国家规定提取和使用职业培训经费，根据本单位实际情况，有计划地对劳动者进行职业培训。

当然，培训不仅是一个有无或“0和1”的问题，要想让培训发挥其应有的功能，还需要建立起一个科学的培训制度，精准分析企业和员工的培训需求，合理选择培训的内容和方式，将培训与企业运营紧密结合起来，将培训融入员工的职业发展。

(2) 建立公平合理的用人机制。

员工职业发展是企业人力资源管理的重要职能和内容，而人力资源管理最根本的伦理原则就是公平公正。因此，企业在员工的职业管理中也要秉持公平公正原则，在用人上，坚决反对歧视，坚决反对用人偏见，知人善任、用人之长、人尽其才。

(3) 构建完整的职业生涯管理体系。

一方面，企业应该帮助员工确定职业生涯目标与规划，为员工提供职业支持。

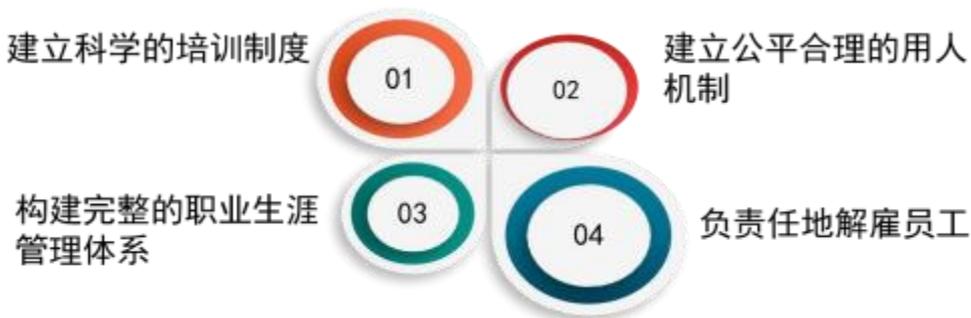
另一方面，企业应建立起完整的职业开发和职业管理体系，职业开发体系包括工作岗位分析、员工素质测评、职业生涯知识培训等。

职业管理体系包括多元个性化发展通道、差异化职业生涯规划、多样化激励手段以及按需培训等。

通过职业生涯管理体系的构建，将员工职业生涯目标和企业发展目标有机结合起来，为员工找到归属感，为员工人生发展指引方向和增加动力，也为企业的创新和可持续发展保驾护航。

(4) 负责任地解雇员工。

任何组织都没有保有一定数额劳动力的伦理义务，但有负责任地雇用和解雇一个人的义务。解雇权是企业雇用自由的体现。但是，企业解雇员工需要有正当的理由、程序与补偿，否则将承担法律责任。



第四节 企业对投资者的伦理与责任

一、理论基础—产权伦理

现代社会的 enterprise 形式主要分为个体制企业、合伙制企业、公司制企业。

当然，无论何种企业形式，企业作为一个组织实体，必须为投资者的利益服务。

由于个体制企业、合伙制企业一般是由投资者或合伙人自己经营管理，所有权与经营权没有发生实质性分离，因此企业行为即投资者行为，反之亦然。

这里，主要谈公司制企业对投资者应承担的伦理责任。一般来说，所有者包括债权人和股东。

广义的投资者包括公司股东、债权人和利益相关者。狭义的投资者仅指股东。

任何企业，对股东和其他所有者都有一个伦理责任：为所有者的利益服务，不仅短期还要保证长期经营好这个企业。相关调查表明，很多投资者在选择投资对象时，在非财务因素外，首要考虑的是CEO和管理人员能否为股东创造长期利益。

企业对投资者承担责任是产权伦理的必然要求。

产权是人的一种权利，是对所拥有财产的占有、使用、收益和处分的合法所有权，并由此产生责、权、利关系。

产权伦理，就是指在人们处理产权关系中形成的各种价值观念、伦理规范和道德意识，其实质和核心是尊重和维护人们正当的财产权利。

根据财产所有权的性质，具体包括私有产权伦理、公有产权伦理和共有产权伦理。首先，私有产权伦理的核心是强调私有财产的保护。

《中华人民共和国宪法》（以下简称《宪法》）明确规定，公民的合法私有财产不受侵犯。私有财产获取的正当性、使用的合理性、支配的自由性原则，构成了私有产权伦理的规则体系。

保护私有产权，不仅是实现市场经济效率的前提条件，也是公民自由权利的重要保障。

其次，公有产权伦理的核心是维护公有产权的不可侵犯，实现效率和公平的统一，让公共产品惠及人民。我国《宪法》明确规定，社会主义的公共财产神圣不可侵犯，国家保护社会主义的公共财产，禁止任何组织或者个人用任何手段侵占或者破坏国家的和集体的财产。

最后，共有产权伦理是共有产权制度安排的内在要求与伦理价值的有效整合。

社会主义市场经济体系中，除了私有财产和公有财产，还存在大量基于信用、互利等原则而进行财产集中形成的共有产权，如按份共有的合伙制或股份制。

信用原则是共有产权的灵魂，公正的产权安排是共有产权的制度保障，互利原则是共有产权的动力源泉，信用、公正、互利是共有产权有效运作的基本规则，也是共有产权伦理的价值追求。

讲解归纳与举例

例题：产权

【参考答案】产权是人的一种权利，是对所拥有财产的占有、使用、收益和处分的合法所有权，并由此产生责、权、利关系。

产权伦理，就是指在人们处理产权关系中形成的各种价值观念、伦理规范和道德意识，其实质和核心是尊重和维护人们正当的财产权利。

二、企业对投资者的责任

根据卡罗尔对企业社会责任的划分，在经济责任层面，企业应为投资者追求利润持续最大化；在法律责任层面，企业应确保投资者享有合法权益；在道德责任层面，企业应保障所有股东、债权人和利益相关者享有平等的权益。

从现代企业治理结构出发，要充分实现这些责任，企业治理应集中在“双完善”——完善治理结构、完善信息披露，具体包括以下几方面。

1. 通过完善治理结构来保障投资者利益

企业治理结构是所有者、董事会、监事会、高层管理者以及其他利益相关者之间权利分配和制衡的一种制度安排。

完善的治理结构，既要保证企业管理者从投资者利益出发进行经营管理而不能只顾个人利益，又应给营管理者足够空间发挥其企业家才能。

完善的治理结构，有利于保障企业合法合规地良好运行，进而保障包括投资者在内的所有利益相关者的利益。

因此，一方面要建立良好的权力制衡与监督机制，实现企业的有序运行，另一方面也要保护中小股东的权益。

2. 提供真实准确的企业信息

具体来说，对于上市企业，应当披露的文件包括招股说明书、上市公告书、定期报告和临时报告等。

其中，定期报告指的是要求在一定期限内公示的中期报告与年度报告，并且在我国证监会指定的信息披露报刊上公布，报我国证监会和证券交易所备案。

临时报告主要指的是重大事件公告、上市公司的收购或合并公告。

此外，企业还需要公布公司的董事、监事、管理者的持股情况，以及证券交易所要求披露的其他信息。

3. 及时回复投资者关切

市场情况变幻莫测，投资者对于企业的关切却是持续的。作为被投资方的企业，应该建立合理的与投资者交互的通道，如网站留言、接听电话咨询等，以及时回复投资者的关切，使其掌握企业动向，必要时还可以召开股东大会。

4. 爱护企业资产，减少流失

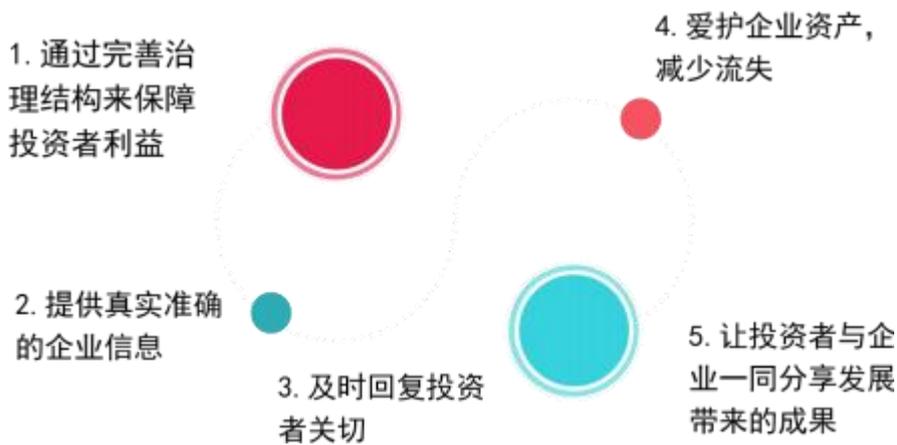
企业应当谨慎决策，尤其是在投资、评估资产、改制、激励措施设计等决策时，需要保证决策的公正、科学，以防止企业资产以非正常的形式流失，造成投资者的损失。

5. 让投资者与企业一同分享发展带来的成果

投资者与企业的关系归根到底是产权关系，两者之间，最基本的是信任。

企业需要与投资者进行内在利益的协调，与投资者一道分享企业发展带来的成果。持有优秀企业的具有盈利表现的股票是投资者财富能力的象征，除了参与分红与买卖流通股股票，投资者还能受益于所持有的企业股份，从银行获得更好的信用评估，从而获得更多的贷款，从其他的商业领域获得收入。

除此之外，在商业领域，持有优质盈利企业股份的投资者更容易获得其他商业领域投资者及合作伙伴的信任，从而更容易进行商业活动。



讲解归纳与举例

例题：企业对投资者应承担哪些责任？

- 【参考答案】
1. 通过完善治理结构来保障投资者利益
 2. 提供真实准确的企业信息
 3. 及时回复投资者关切
 4. 爱护企业资产，减少流失
 5. 让投资者与企业一同分享发展带来的成果

第五节 企业对竞争者与合作者的伦理与责任

一、企业对竞争者的伦理与责任

1. 企业竞争中的伦理问题

竞争是市场经济的本质，著名战略管理学者迈克尔·波特（Michael Porter）认为，企业面临着五种竞争力量：现有竞争者的竞争能力、潜在竞争者的进入能力、替代品的替代能力、供应商的讨价还价能力、购买者的议价能力。

这五种能力构成了企业发展的竞争环境，影响和制约着企业竞争战略的选择。企业竞争的内容主要体现在为市场（顾客）、人才、信息和物质的竞争。

企业竞争的形式包括产品竞争、价格竞争、非价格竞争等。目前，在市场竞争中存在的伦理问题主要有以下几方面。

（1）竞争手段不合理。

① 低价倾销。

以低于成本价格的方式向市场抛售大量产品，旨在挤走无法承担如此巨额损失的竞争者。

② 滥用市场优势地位。

企业利用消费者的信任，进行强制买卖、强行搭售、拒绝交易、非合理收费。

③ 混淆行为。

企业通过模仿竞争者产品生产自身产品，以达到利用竞争者广告资源、渠道资源等的目的。

④ 虚假宣传，欺骗消费者。

以根本不存在的产品特质进行虚假宣传，招徕消费者。

⑤ 诋毁商誉。

通过无端指责、安立莫须有的罪名、花钱雇水军等手段，诋毁竞争对手，以打倒竞争者在消费者心中良好的企业形象，再乘虚而入，推销自己的产品。

(2) 非伦理手段。

以非伦理手段获得物资资源（上游供应商），以挤占竞争对手的生存空间与机遇。例如，向供应商或资源拥有者贿赂或提供回扣、在招标中围标或串标等。

(3) 不道德的人才竞争。

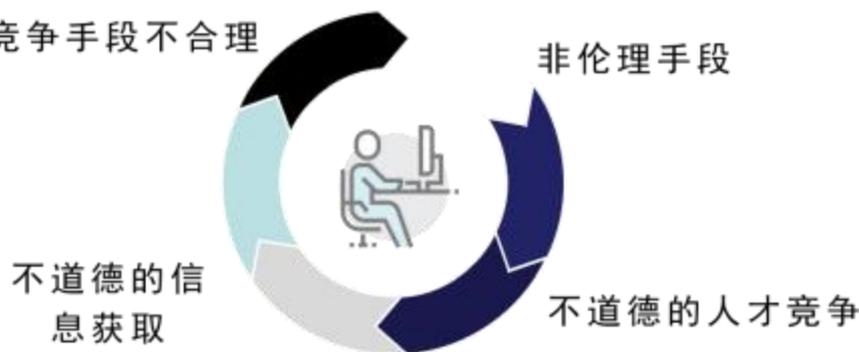
例如，重金收买人才，不尊重市场中人才的价值水平和规律，而是用难以想象的价格抢人才、挖人才，这既可能违反法律，同样也是不道德的行为。

(4) 不道德的信息获取。

对企业有效的竞争信息包括竞争者的企业背景、企业财务、企业产品、销售状况、市场策略、生产能力、研发能力、上下游供应商、仓储物流、渠道建设、人力资源、企业战略等信息。

现实中，要甄选有效信息是一项庞大而复杂的工作，而通过公开方式获取的竞争者信息是有限的，因此一些企业采取欺骗、贿赂、间谍或监视等非法、非道德的方式获取竞争者信息，损害正常行业竞争秩序，损害他人利益，对社会产生恶劣影响。

竞争手段不合理



2. 企业对竞争者的责任

(1) 追求竞争者的道德价值。

- ① 大力弘扬企业的主体精神，通过发挥主体的主动性和创造性获得竞争优势；
- ② 激发人性潜能，“向善而为”，在市场竞争中促进人的全面发展和自我体现；
- ③ 升华经济人格，不断求实创新、主动进取、超越自我，塑造市场经济中独有的人格形象；
- ④ 致力社会公平，以竞争谋发展，以发展促竞争，成为社会公平正义的重要推动者和践行者。

(2) 弘扬竞争道德。

一方面，企业必须在法律框架下寻求竞争，遵纪守法是最基本的要求，也是竞争道德的前提，进而反对一切形式的不正当竞争。

另一方面，市场中存在各种各样的不正当竞争或不道德竞争，企业必须坚持自律，“打铁还需自身硬”，坚决杜绝伦理上的“破窗效应”，坚决反对侥幸和投机心理。

(3) 践行市场竞争伦理。

严禁产品竞争中的不正当竞争，坚持价格竞争中的伦理道德，严禁收取回扣和索取贿赂。企业应该以诚信的经营理念、过硬的生产素质、一贯的合作风格、适时的商业手段，来与市

场竞争中的各方建立良好的合作关系，继而建立在竞争中的先发优势，实现与竞争者的公平竞争。

(4) 讲求信息竞争道德。

坚守道德义务和良心，严禁侵犯商业秘密，严禁散布虚假信息，严禁盗版。

“知己知彼，百战不殆”，必须以正当的方式获取竞争对手的信息，如公开的企业信息、社会宏观的统计信息、专业咨询调查公司提供的信息、借助专业的舆情监测平台获取的信息，以及竞争对手发布的公开新闻与即时信息等。

企业不仅要拒绝并且坚决反对非道德、非法的获取竞争信息手段，还要理清自身获取有效信息的合法渠道，避免含糊不清的获取信息渠道给企业带来声誉与法律风险。



讲解归纳与举例

例题：企业对竞争者应承担哪些责任？

【参考答案】

1. 追求竞争者的道德价值
2. 弘扬竞争道德
3. 讲求信息竞争道德
4. 践行市场竞争伦理

二、企业对供应商与经销商的伦理与责任

1. 企业对供应商的伦理与责任

供应商是企业最重要的合作伙伴之一，企业应主动与供应商建立起良好的伦理关系——供需伦理。

供需伦理是指供应商与生产商之间的供需关系及其伦理准则和规范。

供应商与生产商之间的根本利益是一致的，供应商需要稳定的、源源不断的订单，生产商则需要原材料、零部件等及时、稳定、保质保量的供应。

因此，供需伦理对双方都是有利的，基本要求是：

- ① 平等互利；
- ② 质量第一；
- ③ 服务至上；
- ④ 真诚合作；
- ⑤ 充分的信息技术交流与合作。

供需伦理的目的是要将供应商与生产商打造成一个利益共同体。企业与供应商之间存在的伦理问题主要有以下几方面。

一是，款项中的伦理问题，表现在：

①违背合同，故意拖欠供应商货款；

②企业以自身优势，通过招标、反向拍卖等议价方式，强行压价；

③强制收取各类不合理费用，如上架费、进门费、促销费等。

二是，品牌控制的伦理问题，要求供应商为自己的品牌提供便利，甚至要求供应商将原有品牌更换为自己的品牌。

三是，纵容、默许供应商的不道德行为，如非法雇用员工、污染环境等，同时对供应商存在的安全隐患漠不关心，拒不负责，认为与自己无关。

企业应当与供应商建立良好的合作关系。

①与供应商制定、签署并严格遵守平等互惠、合理共赢的商业合作协议，可以给予供应商尽量多的优惠政策与合作诚心，打动合作方。

②按时支付相应价格，可以通过减少付款周期等手段提升对方的经济性与自身的可靠程度，按时按量地将购买的货物及时收入库中，充分执行购买合同，建立稳定的、长期的供应关系，不随意更换供应商。

③敦促供应商对产品原料的质量与安全性负责，并且帮助供应商解决与本企业相关的环境问题和社会问题，具体表现在经济责任、法律责任、道德责任和自愿责任方面。

表 5-13 企业对供应商的社会责任

责任类别	示例
经济责任	制定合理采购价格，按期付款，不恶意压价，鼓励、促进供应商承担社会责任并适当分摊成本
法律责任	促进双方尊法守法，依法办事；确保供应商具备合法资质
道德责任	将道德、环境等要求纳入采购合同；将自身社会责任理念贯穿于整个供应链
自愿责任	鼓励并带动整个供应链的责任行为，形成“自愿责任链”

2. 企业对经销商的伦理与责任

经销商是企业产品走向市场、创造价值的关键环节。分销渠道是产品从生产商到消费者的路径。

广义的分销渠道包括生产商、经销商、赞助商和终端消费者等；狭义的分销渠道包括中间商和代理商等。

生产商与经销商之间的伦理问题主要有以下两类。

(1) 生产商方面存在的问题。

①产品质量问题。

如向经销商提供假冒伪劣产品，或以次充好，缺斤少两。

②歧视问题。

如对部分经销商歧视定价，不同批次不同价格，或逼迫其向中间商订货，变相提高价格；又如在经销商之间厚此薄彼，不按合约规定及时、足量提供给经销商产品。

③品牌控制。

凭借其经营性垄断地位，要求经销商只卖自家产品，不准销售竞争对手的产品，或者迫使经销商只能从事某种特别的经营活动。

④分销渠道方面的问题。

如为了自身利益控制供货，采取威逼手段对经销商减少或停止供货；又如出于产品推广需要，可能越过一级渠道成员而直接向二级渠道成员甚至销售终端直接供货，或者干脆采取直销方式，使上下游渠道产生矛盾。

⑤其他违约行为。

如不按时交货、拒绝提供售后服务等。总结：

（1）生产商方面存在的问题。

①产品质量问题

②歧视问题

③品牌控制

④分销渠道方面的问题

⑤其他违约行为

（2）经销商方面存在的问题。

①强制性补贴。

凭借其在销售领域中的优势地位，让生产商接受强制性的补贴条款，后果是可能拉高产品零售价，损害消费者利益，并挫伤生产商研发和创新的积极性。

②扰乱分销渠道关系。

如经销商在实力增强后肆意挑战、控制上下游渠道；又如窜货行为，即特约经销商为获取额外利润，向合约规定以外区域销售产品。

③款项方面。

不及时付款并有意根据情况囤积库存，影响生产商的资金周转和生产计划。

④产品方面。

如经销商为了谋求更大利益，不顾合约规定，销售其他企业好销的产品；又如经销商回避合法生产者和批发商，从非法渠道进货。

总结：

（2）经销商方面存在的问题

①强制性补贴

②扰乱分销渠道关系

③款项方面

④产品方面总结：

（1）生产商方面存在的问题

①产品质量问题

②歧视问题

③品牌控制

④分销渠道方面的问题

⑤其他违约行为

总结：

（2）经销商方面存在的问题

- ①强制性补贴
- ②扰乱分销渠道关系
- ③款项方面
- ④产品方面

要彻底解决上述问题，企业应该立足自身，尽力与经销商处理好各自的利益关系，遵循平等互惠、合作共赢的原则，以合约形式明确规定双方的权利和义务，诚实守信、严格履约。

在此基础上，企业还可以向经销商承担必要的社会责任，与经销商实现合作共赢，这些责任包括：

- ①督促经销商深入了解产品信息，使得经销商合理考虑产品性质与目标受众，精准定位，选择合适的销售位置，铺设正确的销售渠道，进行恰当的渠道管理，及时开辟新的，淘汰旧的，灵活改变策略；
- ②警示经销商，以合适的温度、湿度等条件保存产品，确保产品到消费者手中时的品质得到保障；
- ③帮助经销商合理制定零售价格；
- ④向经销商索取其产品销售的一手数据，确保企业在产品换季、更新时能够得到合理的消费反馈与经销信息；
- ⑤鼓励经销商尽力销售本企业的产品，努力扩大产品影响力；
- ⑥监督经销商采取合理的销售手段，不能因为眼前利益，而损害生产企业的企业形象与长期利益；
- ⑦帮助经销商建立合理的销售环节，对突发事件建立迅速的反应机制，例如，为召回产品等突发情况做出相应的准备。

第六节 企业对市场的伦理与责任

一、企业在定价中的伦理与责任

1. 定价中的伦理问题

定价中的伦理问题包括三类：

不公平的价格竞争，包括歧视性定价、串通定价、垄断性定价和掠夺性定价等；价格欺诈与误导性定价，包括虚高定价或虚假打折、价格比较、建议零售价等；暴利行为。

（1）不公平的价格竞争。

这一行为损害了正常的竞争，难以真正反映市场需求和价值规律。

①歧视性定价

即针对同一商品对不同买主确定不同价格，这是一种价格歧视，可能削弱竞争关系。

②串通定价

即生产商、经销商等互相串通，订立价格协议或达成价格默契，以共同占领市场，获取高额利润。主要形式有：协议定价，通过明确或隐含的协议来固定价格；价格领导，中小企业跟随行业中领导者制定的价格；转售价格维持，生产商为零售商和批发商规定一个最高或最低价格，禁止打折。

③垄断性定价

是指处于自然垄断或行政垄断地位的企业制定远高于产品成本的定价的行为。

④掠夺性定价

即为了排挤现有的或潜在的竞争对手而故意压低价格至成本以下，待竞争对手退出市场后再提价。

(2) 价格欺诈与误导性定价。

企业以不正当的价格手段，欺骗消费者，导致其利益受损的行为。

①虚高定价或虚假打折

即先定一个较高价格，随后以打折、优惠、清仓等方式促销。

②价格比较

一般是指零售商将其商品价格与竞争对手的商品价格进行比较。

③建议零售价

如果建议价格远高于产品的正常价值，这种价格就是误导性的。

(3) 暴利行为。

企业通过不正当手段在短时间内获得巨额利润，或者某一产品的价格水平、差价率、利润率远远超过同一地区、同一时期、同一档次、同类商品的市场平均水平，就可定义为是暴利行为。

当然，高额利润不等同于暴利行为，是否暴利，需结合法律规定、消费者的价格感知、企业获取利润的手段与数量，以及对产业、社会 and 国家的实际影响等因素综合确定。

讲解归纳与举例

例题：定价中存在哪些伦理问题？

【参考答案】

1. 不公平的价格竞争

歧视性定价、串通定价、垄断性定价、掠夺性定价

2. 价格欺诈与误导性定价

虚高定价或虚假打折、价格比较、建议零售价

3. 暴利行为

例题：歧视性定价

【参考答案】

即针对同一商品对不同买主确定不同价格，这是一种价格歧视，可能削弱竞争关系。

例题：垄断性定价

【参考答案】

是指处于自然垄断或行政垄断地位的企业制定远高于产品成本的定价的行为。

2. 定价中的责任

企业在定价中的责任可概括为以下三方面：

①摒弃价格垄断；

②不得价格欺诈；

③放弃暴利行为。

二、企业在促销中的伦理与责任

产品促销也被称为销售促进，是指企业通过人员推销或者通过广告、宣传报道等非人员推销的方式，向消费者传递产品或服务以及企业本身重要信息的行为。

企业促销一般会采取组合的方式进行，常见的是人员推销、广告促销、公关宣传。

1. 人员推销中的伦理与责任

(1) 面向消费者的伦理问题。

- ① 高压推销
- ② 误导宣传
- ③ 差别对待
- ④ 送礼和款待

(2) 与竞争者关系的伦理问题。

① 排他行为

通过向消费者送礼、回扣或者行贿等方式，排挤其他品牌的产品。

② 阻挠对手

采取一些破坏行为阻止竞争者产品在商场、货架上的展示或陈列。

③ 诋毁对手

即在消费者面前毁谤竞争者公司或其产品。

④ 窃取信息

以欺诈手段获得竞争者的信息，进而有针对性地推销自己产品、打压竞争者产品。

(3) 企业应尽的责任。

促销中的伦理，最基本的道德要求是讲诚信、守信用，这也是市场有序竞争的基本要求。首先，要建立起严格的考核制度和责任机制，绝不纵容有损企业形象和利益的行为；

其次，是要加强对企业产品推销人员的法律知识和商业伦理培训，提高推销人员的职业素养；

最后，要建立畅通的投诉反馈渠道，接受消费者对推销人员不道德行为的监督。

2. 广告中的伦理与责任

(1) 不道德广告的形式。

不道德广告的形式主要有以下几种类型：

- ① 虚假性广告
- ② 误导性广告
- ③ 媚俗性广告
- ④ 比较性广告
- ⑤ 无孔不入的广告

网络直播销售或者直播带货成为一种非常重要的促销手段，产生了重要的经济价值和社会价值，但同时也存在一些伦理问题，主要如下。

① 分级销售

将直播与正常销售的同一产品采用不同的标准分生产线生产，在产品的价格、赠品，甚至是主产品的品质上存在极大的差距。

②制造焦虑，高压推销

通过制造矛盾、吸引眼球、戏剧表现等方式，制造“产品限量、限时”“买不到就是吃亏”的假象，促进消费者消费自己本不需要，或者不需要这么多的产品。

③夸大功效、故意误导

当消费者犹豫不决时，有误或失真的描述可能会成为购买决定的助推剂，造成消费者的损失，买到不合适、不符合预期的产品。

④套路营销、利益诱惑

通过一些赠品、试吃、试用装等引导消费者进行消费，如果消费者不按照其预设的办法消费、办卡等，可能会遭受一定的人身攻击。

(2) 广告中的伦理规范。

广告伦理，是与广告活动相关的所有参与者从事广告活动的行为道德准则和道德规范，包括广告从业人员、企业、新闻媒体等。

广告活动主体应遵循的道德规范主要有以下几方面。

1一，客观真实

1二，公平公正

1三，高雅健康

1四，以义取利

三、企业在格式合同中的伦理与责任1. 格式合同中的问题

格式合同，也称为定型化合同、标准化合同或附从合同。一般来说，格式合同是指全部由格式条款组成的合同；只有部分是以格式条款形式反映的，被称为普通合同中的格式条款。除了正式合同，通知、声明、店堂告示等也属于格式合同。这里讨论格式合同问题时，将格式条款也包括在内。

格式合同具有以下优点：

①降低缔约成本，提高交易效率。

②预先分化风险，维护交易安全。

③确保公平性。

④有利于国家进行宏观调控和市场监管。

格式合同虽然具有降低经营成本、事先分配风险、确保公平等优点，但也存在诸多弊端。

①违背了契约自由原则。

②不公平条款的存在。

③影响市场秩序。

2. 企业在格式合同中的责任

(1) 要充分保证多方参与。

格式合同涉及众多利益相关者，其中最重要的是消费者。

因此，企业在制定格式合同时，可以邀请潜在的消费者代表参与协商，听取消费者的意见。

其中，涉及水电气等关系群众切身利益的公用事业价格、公益性服务价格和自然垄断经营的商品价格还需按规定举行听证会。

除此之外，行业组织、政府相关部门等利益相关者也应该参与到格式合同的制定中来。

(2) 不能弱化自身责任。

企业在制定格式合同时，应当遵循公平原则确定双方的权利和义务，不能凭借其优势地位，在合同中减轻或免除自己的责任，也不能变相增加消费者的义务，限制消费者的权利。

(3) 提前告知和充分说明的义务。

企业在向消费者提供格式合同时，应该将那些可能减轻或免除自身责任、加重消费者义务或限制消费者权利等与消费者有重大利害关系的条款，明确告知消费者，提醒消费者注意，同时消费者要求解释说明的，企业应尽充分说明的义务。

讲解归纳与举例

例题：格式合同

【参考答案】

格式合同，也称为定型化合同、标准化合同或附从合同。一般来说，格式合同是指全部由格式条款组成的合同；只有部分是以格式条款形式反映的，被称为普通合同中的格式条款。除了正式合同，通知、声明、店堂告示等也属于格式合同。这里讨论格式合同问题时，将格式条款也包括在内。

例题：企业在格式合同中应承担哪些责任？

【参考答案】

1. 要充分保证多方参与
2. 不能弱化自身责任
3. 提前告知和充分说明的义务

第六章 社会层面的伦理与责任

本章重难点分析

1. 理解企业公民理论
2. 掌握企业对环境的责任
3. 了解企业对社区的责任
4. 了解企业对政府的责任
5. 了解企业对网络社会的责任

关键词：

企业公民 环境保护 人类中心主义 空气污染 淡水污染 海洋污染 土壤污染 生物多样性 能源消耗 社区 政企关系 数字社会

第一节 成为企业公民

一、为什么要成为企业公民

1. 理论产生及发展

企业公民理论缘起于20世纪50年代末，与企业社会责任运动相伴随。

20世纪80年代，“企业公民”成为表达企业社会责任的流行术语，或者说，从企业社会责任概念中延伸出了企业公民概念。企业公民理论走向了企业社会责任实践，被广泛传播和接纳。

进入20世纪90年代，企业公民理论在学术界和实务界持续发酵，得到了越来越多的研究者和管理者的关注。狭义的企业社会责任、企业社会回应、企业社会表现、利益相关者管理等理论逐渐融合为一个统一框架——企业公民理论。

21世纪初，企业公民理论引入我国并得到迅速发展。

2. 成为企业公民的意义

①有利于获得消费者、员工更深厚的信任与感情，研究表明，良好的企业公民形象有助于获得消费者的广泛认同，增强消费者的忠诚度，同时也会提升员工的组织认同感和忠诚度，进而吸引更多优秀人才，提升企业竞争力；

②有利于获得更广泛的社会支持和认同，企业公民是企业可持续发展的动力源泉；

③有利于建立良好的市场秩序，促进各企业和谐发展、合作共赢；

④有利于自然环境和社区环境的共同维护，企业公民理论更加强调企业对环境、社区履行自愿责任，进而提升企业形象；

⑤有利于社会整体进步，促进资源平均分配，形成互帮互助的良好社会风气，同时也能促进企业不断追求创新与科技进步，切实承担对社会的责任。

讲解归纳与举例

例题：企业成为企业公民的意义是什么？

【参考答案】

1. 有利于获得消费者、员工更深厚的信任与感情，增强消费者的忠诚度，同时也会提升员工的组织认同感和忠诚度，进而吸引更多优秀人才，提升企业竞争力。
2. 有利于获得更广泛的社会支持和认同，企业公民是企业可持续发展的动力源泉。
3. 有利于建立良好的市场秩序，促进各企业和谐发展、合作共赢。
4. 更加强调企业对环境、社区履行自愿责任，进而提升企业形象。
5. 有利于社会整体进步，促进资源平均分配，形成互帮互助的良好社会风气，同时也能促进企业不断追求创新与科技进步。

二、什么是企业公民

1. 企业公民的含义

当我们说市民时，暗含着与利益尤其是经济利益相关；当我们说公民时，更多强调的是在公共领域中或者参与公共生活的权利和义务，更多地与照顾社会利益的义务和责任相联系。

因此，一个人不能只追求自我利益，否则可能会被带有贬义地称为“小”市民，个体除了市民的自我利益追求，还拥有公民权利，并且承担着公民义务，一种超越自我利益的义务。

由此看来，企业公民意味着企业在追求自我利益外，还需要承担超越自身利益的社会责任。

首先，企业公民要遵守法律，这是企业公民概念的底线，是成为企业公民的必要条件。

其次，企业公民必须遵守伦理道德，如同一个普通公民一样，仅仅遵守法律并不一定能成为好公民，要成为一个好的企业公民，还要践行企业伦理，这是成为好的企业公民的充分条件。

最后，一个好的企业公民还必须自觉承担社会责任，社会责任是企业公民内在的必然要求。

第一种理解，认为企业就是公民，企业区别于拥有它的所有者或者受雇于它的管理者和员工，企业是独立的客观存在，在享有权利的同时也承担责任，与个体公民一样，都是社会中的一员；

第二种理解，认为企业像公民，从法律地位来看，企业并不是公民，只是具备独立法人资格的一种组织，但企业和公民一样自由地参与社会和治理，因此企业只是一种拟人化或者说“隐喻的（Metaphorical）”公民；

第三种理解，认为企业是公民权的管理者，个体公民权的保护本来是国家和政府的应尽义务和责任，但是由于政府失灵或者说政府的缺位和失位，企业参与到公民权的管理中来，即个人公民权利的实现有赖于企业的行为。

无论“是”还是“像”，或者是公民权的管理者，毫无疑问，企业公民的概念将企业的角色指向了“公民”，企业拥有“公民”权利，同样也必须履行“公民”义务，承担更多社会责任。

2. 企业公民的类型

企业如何对自己的企业公民行为进行内部衡量？主要看以下两方面。

①企业公民行为的目标是什么？是追求管理者满意，还是追求股东价值最大化？这里，坚持“三重底线”标准是非常重要的。

作为一种衡量方法，“三重底线”是企业在经济责任、社会责任和环境责任方面的具体表现，是包含盈利能力、社会关注和环境持续性的一种综合衡量方法。

传统的企业内部衡量仅仅关注利润和财务，“三重底线”更加关注企业的可持续发展，强调对企业绩效进行全面和综合的衡量，目的是将企业公民与整个企业价值观和经营实践有机地整合在一起，建立起一套全面完整的经营策略。

②企业公民行为的态度：

否定的态度—企业仅遵守法律、纳税，拒绝承担其他社会责任；

被动参与的态度—企业迫于外在压力对自己所产生的社会问题承担责任；

主动参与的态度—企业主动采取行动对其经营活动所涉及的自身或社会问题承担责任。

表 6-1 企业公民类型

		企业公民态度		
		否 定	被 动 参 与	主 动 参 与
企 业 目 标	三重底线	(7)	(8) 被动地全面参与	(9) 主动的可持续领导力
	股东价值	(4) 致力于外部事务	(5) 被动地部分参与	(6) 主动地部分参与
	管理者满意	(1) 随意的慈善行为	(2) 向 CEO 报告的专家制度	(3) 专家介入社会问题

马斯登认为，很多大企业处于第（4）种行为类型，即企业公民行为仍致力于为了股东价值的最大化而疲于应付外部事务，同时还保留第（2）种和第（3）种行为，即聘用外部专家来解决问题，这表明企业公民行为总体水平在当时还不够高。

经过20余年的发展，可以说，越来越多的大企业已经达到第（5）种和第（6）两种类型，并且有些大型企业已经跨入第（8）种甚至第（9）种的行为类型了。

讲解归纳与举例

例题：关于企业公民的含义可以有哪些理解？

【参考答案】

1. 认为企业就是公民，企业区别于拥有它的所有者或者受雇于它的管理者和员工，企业是独立的客观存在，在享有权利的同时也承担责任，与个体公民一样，都是社会中的一员；
2. 认为企业像公民，从法律地位来看，企业并不是公民，只是具备独立法人资格的一种组织，但企业和公民一样自由地参与社会和治理，因此企业只是一种拟人化或者说“隐喻的”公民；
3. 认为企业是公民权的管理者，个体公民权的保护本来是国家和政府的应尽义务和责任，但是由于政府失灵或者说政府的缺位和失位，企业参与到公民权的管理中来，即个人公民权利的实现有赖于企业的行为。

例题：企业公民行为的态度包括否定的态度、被动参与的态度、主动参与的态度。（ ）

【答案：正确】

【解析】：否定的态度—企业仅遵守法律、纳税，拒绝承担其他社会责任；被动参与的态度—企业迫于外在压力对自己所产生的社会问题承担责任；

主动参与的态度—企业主动采取行动对其经营活动所涉及的自身或社会问题承担责任。

例题：企业公民行为的态度中否定的态度—企业迫于外在压力对自己所产生的社会问题承担责任。（ ）

【答案：错误】

【解析】：否定的态度—企业仅遵守法律、纳税，拒绝承担其他社会责任；被动参与的态度—企业迫于外在压力对自己所产生的社会问题承担责任；

主动参与的态度—企业主动采取行动对其经营活动所涉及的自身或社会问题承担责任。

三、如何成为企业公民

莫维斯（Mirvis）和古金斯（Googins）认为，企业公民发展要经历五个阶段，在不同阶段，企业公民在公民概念、战略意图、领导、结构、问题管理、利益相关者关系、透明度这七个维度（Dimension）的表现也不同。

第一阶段，是初始阶段，企业公民的内涵局限于工作、利润和税收，企业追求法律上的合规，奉行单向的利益相关者关系，企业公民行为较少。

第二阶段，是参与阶段，企业公民的内涵开始纳入慈善和环境保护，企业通过参与社区和社会活动等措施来赢取公众信任。

第三阶段，是创新阶段，企业公民内涵向利益相关者管理延伸，既考虑股东利益，也照顾利益相关者的利益。

第四阶段，是整合阶段，企业公民内涵发展到可持续性或三重底线，开始全方位统筹考虑经济、社会和环境的责任。

第五阶段，是转型阶段，企业公民的内涵是改变策略，企业公民行为是一种持续行为，致力于市场创造或社会改变，关注世界贫困、疾病等系列社会问题。

表 6-2 企业公民发展的五阶段

初始阶段	企业公民活动是短暂的，且公民项目未被关注和开发
参与阶段	高层管理者开始觉醒，意识到企业不仅要守法，更要赢得公众信任
创新阶段	通过对公民概念更加深刻的理解来扩大公司的议事日程，高层管理者采用更多服务者角色来深化企业公民思想的渗透
整合阶段	将企业公民理论在整个企业加以制度化，在董事会下设公民委员会，并采取有效措施在日常经营活动中推进公民项目
转型阶段	企业战略意图是通过公民理念与经营的整合而创造新的市场

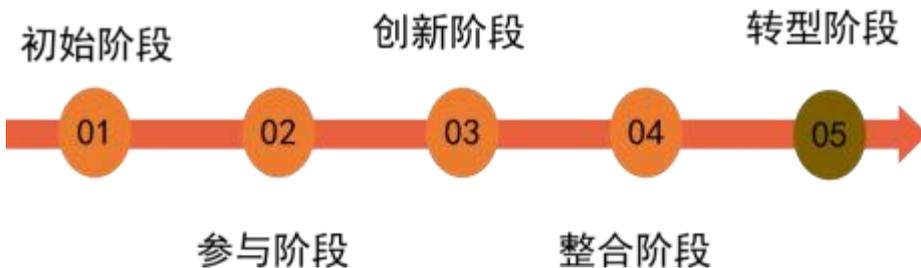
第一阶段，面临着如何赢取公众信任的挑战；

第二阶段，面临着缺乏从事企业公民行为能力的挑战；

第三阶段，面临着如何创造企业凝聚力、保持一致性的挑战；

第四阶段，面临着如何控制和协调各方关系以实现承诺的挑战。

在不同阶段所面临的发展性挑战成为企业公民行为的关键性推动力量。



讲解归纳与举例

例题：第二阶段，是参与阶段，企业公民的内涵开始纳入慈善和环境保护，企业通过参与社区和社会活动等措施来赢取公众信任。（ ）

【答案：正确】

【解析】：第二阶段，是参与阶段，企业公民的内涵开始纳入慈善和环境保护，企业通过参与社区和社会活动等措施来赢取公众信任。

第二节 企业对环境伦理与责任

一、人类与环境的关系

1. 传统的人类中心主义环境观

人类中心主义就是指人类是地球乃至整个宇宙中最重要的物种。这一思想是关于人与自然关系的一种非常流行的，也是非常传统的理论，具体包含三个核心观点。

从价值层面看，人类中心主义坚持“人是万物的尺度”，只有拥有意识的人类才是主体，而自然处于满足人类需要的客体地位。价值是指“对于人的意义”而言的，价值评判的尺度必须掌握并始终掌握在人类手中，而自然无所谓价值，或者说自然的价值就在于满足人类的需要。

从伦理层面看，人类中心主义坚信“人是目的”，这是人类中心主义在理论上完成的根本标志。人类有充足的、绝对的权力支配地球的资源、气候、生物等，对其进行改造以方便加以利用，并且对自己产生利益。自然万物的利益与损害考量都应该以人类为中心点、出发点，从结果上看，只要是有利于人类生存和发展的行为就是道德的，因此，自然就沦为实现人类目的的手段。

从哲学的终极层面看，人类中心主义坚持以人为本，人类的一切活动都是为了满足自己的生存和发展的需要，不能达到这一目的的活动就是没有任何意义的。因此，一切应当以人类的利益为出发点和归宿，这就从根本上否定了自然万物存在的本身意义，一切的存在都是为了服务人类。

2. 人与环境和谐共生的现代观点

马克思主义唯物史观认为，人与自然环境具有双向互动性：人可以改变和创造自然环境，自然环境也会制约和影响人，人与环境的发展是同步的，作用也是同时的。

新的环境伦理观认为，整个生态系统，包括动物、植物，都有其自身存在的价值，并不依附于人类。各种生物个体嵌套于相互影响的一系列环境系统之中，在这些系统中，系统与个体相互作用并影响着个体发展。在这其中，人类并不因其特有的智慧与能力而超然于其他生物，所有生物地位平等。人类仅仅是众多数以千万计生物中的一种，是整个生态系统中的一部分，并没有权利伤害或者灭绝某一物种，也没有权利耗尽某一种资源。

讲解归纳与举例

例题：人类中心主义【参考答案】

人类中心主义就是指人类是地球乃至整个宇宙中最重要的物种。这一思想是关于人与自然关系的一种非常流行的，也是非常传统的理论，具体包含三个核心观点。

二、环境问题

1. 空气污染

空气污染，是指人类活动或自然过程引起某些物质进入空气中，导致空气中的污染物与其转化而成的二次污染物达到一定的浓度，持续一定的时间，超出了自然净化能力范围，破坏了生态系统，从而危害全体人类，甚至全球生物舒适、健康的生存和发展环境的现象。

从污染源的形态看，空气污染物既包括粉尘、烟、雾等小颗粒状的污染物，也包括碳氢化合物、氮氧化物、硫氧化物、一氧化碳等气态污染物。

从污染源的产生过程看，这些污染物可能来自自然过程，如火山喷发、森林火灾等，但最主要的来源还是人类活动，包括工业生产、燃料燃烧、交通运输、农业活动排放等。

从污染地域上看，有害气体的排放分布并不均匀，有显著的集中现象，主要集中在非洲和亚洲，包括孟加拉国、印度、尼泊尔和巴基斯坦在内的南亚部分国家是世界上空气污染最严重的地区。

2. 淡水污染

淡水污染，指的是由于人类的生活、农业、工业活动，直接或间接地向河流湖泊等淡水水体中排放了大量未处理的污染物，包括有毒化学物质、病原体、放射性物质等污染物，极大程度损害了水体的质量，降低了水体的价值，使得水体发生物理、化学性质的改变，影响了水体原有的生态群落，甚至危害人类健康。

淡水污染主要包括自然污染和人为污染，后者对水体危害更大。

淡水污染的主要影响因素包括人口密度、工业和农业发展的类型和数量、所使用的“三废”处理系统的数量与效率。

随着环境意识的觉醒，人们认识到淡水污染带来的严重后果。

首先，是淡水污染对人类健康造成的危害，被污染的淡水会直接影响居民的饮水安全、粮食生产、农作物安全。

其次，未经处理的废水是温室气体的重要来源。再次，淡水资源的不合理使用会导致环境退化。

3. 海洋污染

与淡水污染相比，海洋污染具有污染源广、持续性强、扩散范围大、防治困难、危害极大的特点。一旦海洋环境遭到破坏，就会带来很多影响深远的问题。

4. 土壤污染

土壤污染物根据其性质的不同，可分为化学污染物、物理污染物、生物（病菌）污染物、放射性污染物等。

这些污染物以不同的方式进入土壤，主要途径包括废水废气中的颗粒重力沉降、人为添加等。

一方面，土壤遭受污染后，会导致土壤质量下降，土壤中有益的微生物活动受到限制，以土壤为生存环境的植被受到损害，农作物的质量下降。

另一方面，土壤处于陆地生态系统中无机界和生物界的中心，其与水体、空气及其他生态系统紧密相连，土壤中的污染物会进一步污染空气、水体等。有害物质会继续通过食物链逐渐产生生物累积，发生土壤的富集作用，最终危害人类。

5. 生物多样性遭到严重破坏

生物多样性包括基因多样性、物种多样性、生态系统的多样性和景观多样性等四个层次，层层递减，相互依存，缺一不可，共同构成了地球生态圈和谐发展的基础与前提，对人类的生存与发展起着重要的作用。

生物多样性具有不可替代的价值。生物多样性除了能供消费者和生产者直接利用产生直接价值，还能够产生巨大的间接价值，包括非消费性使用价值（如降解污染、稳定水土、调节气候等）、选择价值（基因多样性为人类培育、自然进化出更优质的生物种类提供可能）、存在价值和科学价值四种价值。

6. 能源消耗

我国资源总量和人均资源量都严重不足，对外依赖度高，已成为我国经济社会发展重要的制约因素。其中，能源消耗居于关键地位，同时也是环境问题产生的重要原因。

问题，主要表现在两方面：

①能源消耗结构持续优化，但煤炭消费占比虽持续下降，但总体仍偏高。此外，石油和天然气对外依存度仍然较高。

②能源清洁度方面，我国一次性能源消耗结构中清洁能源占比持续上升，但与其他国家相比，清洁能源占比仍然较低。

在深化能源供给侧结构性改革、优先发展非化石能源等一系列政策措施的大力推动下，我国清洁能源继续快速发展，可再生能源发电稳居世界首位，清洁电力生产比重大幅提高。与此同时，能效水平持续提升，能耗强度、单位GDP能耗比、单位GDP二氧化碳排放持续下降，能源消耗弹性系数大幅提升。在绿色低碳循环发展的国家战略中，如何确保在2030年前实现碳达峰、在2060年前实现碳中和，是我国政府与各行各业面临的重要任务，优化产业结构和能源结构是必然之路。



三、企业环境责任的内容

从商业伦理的角度看，环境保护作为一种特殊的商业伦理问题，企业在环境保护中具有义不容辞的责任。企业承担环境保护的责任，不仅对人类社会的长远发展具有现实意义和战略意义，而且对企业自身的发展也具有长远意义。

首先，环境保护是法律的基本要求。

其次，环境保护是企业实现可持续发展的必然要求。

最后，环境保护是企业获得利益相关者支持的重要途径。

表 6-3 企业对环境的社会责任

环 节	法 律 责 任	经 济 责 任	道 德 责 任 与 自 愿 责 任
生产前	《中华人民共和国环境保护法》 《中华人民共和国清洁生产促进法》 《中华人民共和国大气污染防治法》 《中华人民共和国节约能源法》	设立环评预算和设施预算	资助环保活动和相关研究 尽量利用可再生原材料与能源 追求碳中和
生产中	《中华人民共和国环境保护法》 《中华人民共和国清洁生产促进法》 《中华人民共和国水污染防治法》	设立环保设施运行预算	建立环境管理体系 自觉实行循环经济
生产后	《中华人民共和国环境保护法》 《中华人民共和国再生资源回收管理办法》 《中华人民共和国电子信息产品污染控制管理办法》	设立废旧产品处理预算 为建立企业内部的循环经济体系提供预算	重视废旧产品回收与综合利用 资助相关研究 积极宣传

(1) 企业对环境的法律责任。

在生产前，大力发展清洁生产技术，在产品设计、原料选择等方面采用资源利用率高、污染排放量少的设备和工艺技术。

在生产中，将环境保护纳入生产计划，建立环境保护责任制度，通过工艺改革、技术管理，进行清洁生产，提高资源利用效率，采取有效措施防治对环境产生的危害，避免或减少污染物排放。

生产后，在回收、加工、再生利用等方面，实现企业的“废物不废”。

(2) 企业对环境的经济责任。

首先，企业应当在生产前对环境保护提供充足预算和资金。企业需要事先对相关生产环节可能对环境的影响进行评估，制定环保控制标准，设立环评预算和设施预算。

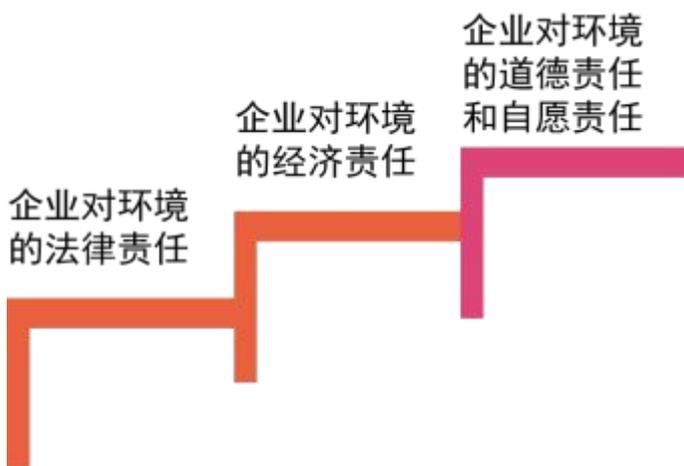
其次，企业应当为生产中设立环保设施运行预算，确保环保设施有效运行，推进绿色技术和工艺的使用，提高能源使用效率。

最后，企业应该为生产后设立废旧产品处理预算，为建立企业内部的循环经济体系提供预算。

（3）企业对环境的道德责任和自愿责任。

在道德责任层面，企业既要在生产前环节资助政府、科研机构、社会团体和个人的环境保护活动，以及可再生资源和技术的研究等，也要在生产中主动建立环境管理体系，高标准要求企业生产行为，还要在生产后环节重视废旧产品的回收和综合利用。

在自愿责任层面，企业要尽可能地选择和使用可再生原材料与能源，自觉实行循环经济，努力实现碳中和，自觉回收废旧产品，资助循环利用技术研究等。



讲解归纳与举例

例题：企业环境责任的内容有哪些？

【参考答案】

- （1）企业对环境的法律责任。
- （2）企业对环境的经济责任。
- （3）企业对环境的道德责任和自愿责任。

第三节 企业对社区的伦理与责任

社区是指一定领域内由相互关联的人群所组成的共同体及其活动区域。传统的社区包括一定数量的人口、一定范围的地域、一定规模的设施、一定类型的组织、一定特征的文化。

企业应当成为企业公民。一个好的企业公民，首先是属于社区的。只有当企业真正将自己融入所在社区的发展中，获得所在社区的支持和认可，才会得到长远发展，走出所在城市、所在国家，真正走向社会，走向世界。

一、企业与社区的关系及问题

1. 企业与社区的关系

（1）社区是企业重要的劳动力来源

从社区内的劳动力来看，由于地理位置、心理认同等因素，一般会优先选择所在社区内的企业，这些劳动力参与企业的建设，为企业贡献体力、智慧，创造价值财富，助力企业发展。

作为有劳动力需求的企业，必须雇用一定的劳动力，企业行为究其根源就是企业员工的行为，而来自社区内的劳动者可以帮助企业节省一定的用人成本，更重要的是能够助力企业融入当地社区，获得社区居民的认可。

很多国家和地区出台优惠政策鼓励企业优先雇用本地劳动力，而企业雇佣本地劳动力，不仅解决了当地劳动力就业问题，还能获得社区的广泛认同和支持。

（2）社区是企业最优的产品销售地

企业生产的产品输出的第一站就是社区，因为更低的运输成本和更短的运输时间，本地产品更及时、更便宜、更优质、更新鲜，社区内的居民对本地企业更加了解，因而会更加相信本地的企业，对企业产品的忠诚度更高，更愿意将它分享推荐给他人，更愿意为产品的更新迭代提出意见和提供帮助。社区居民是企业非常重要的客户，这种客户关系需要企业的长期维护。

（3）企业与社区共同成长，相互守护

社区与企业的命运休戚与共，企业为社区的劳动力提供就业岗位，配套的服务系统与设施，如企业医院、幼儿园等，会增加本社区的财政税收收入，繁荣社区的经济、文化生活。

社区则为企业及其员工提供归属感和共同体认同，让社区的劳动力参与到企业的建设中，购买企业的产品与服务，与企业成为命运共同体。

2. 企业给社区带来的问题

（1）企业正常的生产经营活动会给社区居民生活带来不便。

例如，企业的员工通勤、客户拜访、运载产品进出等都会给社区带来不少的困扰，尤其是运载货物的重型卡车穿梭于社区，可能会产生严重的道路拥堵状况，存在交通安全隐患，而长时间、高频率的道路拥堵，会极度影响周边地区居民的心情和生活体验。

企业在生产、施工中所产生的噪声可能会造成扰民，而且如果建造的厂房、锅炉等具有一定高度的话，还会阻挡社区居民本来应该获取的阳光。

（2）企业生产经营中的负面效果会转嫁给社区，从而严重影响社区居民的生活质量。

社区资源是有限的，企业势必会和居民抢夺有限的社区资源，挤占社区居民的生活空间。更为典型的是，企业在生产经营中所产生的废气、废水和固体废弃物等，要比普通居民生活中的排污多得多，而这些污染最直接的受害者就是社区居民及其生活环境。

因此，那些对环境有严重影响的企业，带给社区的可能更多的是消极影响，进而会受到当地居民的强烈抗议和反对。这方面的事例比比皆是。

讲解归纳与举例

例题：社区

【参考答案】

社区是指一定领域内由相互关联的人群所组成的共同体及其活动区域。传统的社区包括一定数量的人口、一定范围的地域、一定规模的设施、一定类型的组织、一定特征的文化。

例题：企业给社区带来的问题有哪些？

【参考答案】

- (1) 企业正常的生产经营活动会给社区居民生活带来不便。
- (2) 企业生产经营中的负面效果会转嫁给社区，从而严重影响社区居民的生活质量。

二、企业对社区的社会责任

1. 企业对社区的伦理关系

(1) 回报社会

企业生存于社会，发展于社会，因此必须回报社会，既包括宏观的国家和全体社会，也包括具体的社区。企业的生产经营受社区的支持和制约，反过来也影响社区。

企业回报社区的方式主要体现为参建社会公益活动以及构建社会公益伦理，包括公益事业宣传、公益事业关联营销、企业的社会营销、企业的慈善活动、社区志愿者活动、对社会负责的商业实践等。

(2) 企业捐赠

这是企业公益活动中传统的、最常见的行为。一般包括三种类型的捐赠：

①利他型捐赠

即完全以促进公共利益、增进社会福利为唯一目的的捐赠，如公共灾难、扶贫等方面的资助；

②互利型捐赠

既以公共利益和社会福利为目的，又追求企业自身利益的实现，如支持所在社区发展计划、与相关研究机构合作研发、支持员工对社区的志愿服务等；

③自利型捐赠

主要目的是提升商业利益，如产品捐赠、活动赞助、实物广告等。

(3) 发展战略性公益活动

这是一种自觉地、有意识地将社会责任融入企业战略的活动，对企业改善经营环境会产生积极影响。

①有助于改善要素条件，如通过改善教育培训状况，为企业提供高素质劳动力储备；改善社区居民生活环境，增强企业的人才吸引力等。

②影响本区域市场规模，改善市场质量。

③创建更有效率和公共透明的竞争环境。

④推动支持性事业的进一步发展。

2. 企业对社区的责任

从责任对象来看，企业所在社区的主要利益相关者包括政府、社区居民、行业组织、同行、民间组织等。对于不同的利益相关者，企业承担的社会责任也略有区别。

从责任性质看，企业对于社区承担的社会责任主要体现在社区的社会发展、经济发展及社区参与方面。

总而言之，企业要做一个良好的企业公民，必须重视公益活动与捐赠，建设慈善文化，实施战略性公益工程，与社区内的非营利组织合作，支持志愿者，积极履行对社区的社会责任。

表 6-4 企业对社区不同利益相关者的责任

类别	法律	经济	道德	自愿(慈善)
政府	遵守法律法规及政策	主动纳税,提供就业机会	响应政府倡导的产业投资活动,如产业扶贫、基础建设	积极向政府提出合理化建议,积极响应政府号召的慈善公益活动
社区居民	依法利用社区资源	推动地方经济发展	推动社区发展	社区捐赠
行业组织	遵守行业标准和规范	有实施行业标准和规范的预算	主动参与制定行业标准和规范	积极资助促进行业发展的活动

类别	法律	经济	道德	自愿(慈善)
同行	依法公平竞争,杜绝价格联盟		尊重竞争对手,主动维护公平竞争环境	
民间组织			积极回应民间组织的关注和诉求	与民间组织建立伙伴关系,积极资助并参与其组织的活动

表 6-5 企业对社区的责任

社会发展	经济发展	社区参与
1. 提高居民对权利和义务的认识 2. 促进居民身心健康,尤其是雇员 3. 推进文化活动,保护传统和文化遗产 4. 与公众权威部门合作,推动各类教育发展 5. 努力增加就业和收入,照顾各种群体的价值	1. 有效利用资源 2. 积极促进当地经济发展 3. 履行纳税义务 4. 开展科研合作,提升当地科技水平 5. 充分考虑环境、社会、公司自治等各方因素	1. 充分考虑对社区发展的影响并积极补偿 2. 与利益相关者积极沟通并保障知情权 3. 积极评估社区需要,提升社区能力 4. 为对社区和环境有影响的领域进行社会投资

讲解归纳与举例

例题：企业对社区的社会责任有哪些？

【参考答案】

1. 企业对社区的伦理关系
 - (1) 回报社会
 - (2) 企业捐赠
 - (3) 发展战略性公益活动
2. 企业对社区的责任

第四节 企业对政府的伦理与责任

一、政企关系及其存在的问题

政府与企业之间的关系,实质上是政府与市场关系的具体反映。从人类社会的发展历史看,随着政府治理方式的不断转变和市场体系的不断完善,政府与企业的关系经历了三个阶段的演进过程。

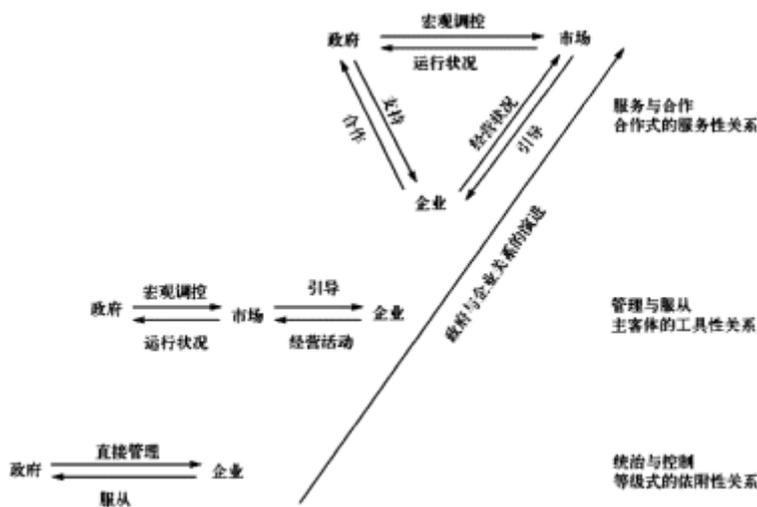


图 6-2 政府与企业关系的演进过程

在传统社会中，政府掌握了社会资源的绝对控制和分配权，市场体系缺乏或者非常弱小，政府直接管理企业，企业的生产经营计划完全遵循政府的行政指令，没有经营自主权，这时政府与企业的关系呈现出强烈的控制特征，本质上是一种等级式的依附性关系。

在现代工业社会中，市场体系逐步建立和发育，政府不再直接控制和管理企业，而是通过政策和监管进行宏观调控，通过市场机制实现对社会资源的配置，而企业遵循市场机制的引导，有序参与市场竞争。这时政府与企业的关系呈现出管理与服从的特征，政府与企业之间是一种主客体的工具性关系。

随着社会治理模式和政府管理方式的转变，企业在政企关系中越来越主动，企业不再被动地服从政府的监管，而是积极参与甚至承担一些原本由政府承担的职能，企业以各种方式参与公共事务和公共产品的提供，如对在水电气、交通运输、道路桥梁、机场港口等公用基础设施领域中可收费的公共物品，采用建设-经营-转让（BOT）、建设-拥有-经营（BOO）、租赁-建设-经营（LBO）、购买-建设-经营（BBO）和公私合营模式（PPP）等方式。政府与企业之间的关系不再是一种单向或双向的线性关系，而是一种去中心化的网络关系，以服务与合作为主要内容，本质上是一种合作式的服务性关系。

二、政企关系伦理实施

1. 建立“双自律伦理”，即政府自律和企业自律一方面，从政府对企业而言：

- ①需要加速政企分开，减少行政干预，确立企业的经营自主权；
- ②履行好监督和服务的职责；
- ③公平对待非公经济和民营经济，为各类企业提供平等竞争的平台；
- ④增强政企合作互动，及时了解企业需求，为企业排忧解难；
- ⑤坚持公平与效率兼顾，构建有竞争力的市场格局。另一方面，从企业对政府而言：

- ①必须练好内功，坚持自主创新，增强自身的核心竞争力；
- ②摆脱对政府的依赖，坚持自力更生，自主经营，独立负责。

2. 建立反贿赂反腐败的“双反伦理”，即以企业为主的反贿赂伦理和以政府为主的反腐败伦理

贿赂、腐败是社会有机体的腐蚀剂，不仅危害社会公众利益，破坏市场秩序，也影响经济社会的健康发展，败坏社会风气和伦理道德。因此，贿赂和腐败是政企关系中极具破坏力的伦理问题，也是全球性的政企伦理困境，反贿赂反腐败成为各国建立良好政企关系面临的共同挑战。

3. 建立“亲”“清”新型政企关系，这是新时代政企关系的根本要求和目标

2016年3月4日，国家主席习近平在看望出席全国政协十二届四次会议部分委员时提出要构建新型政企关系，概括起来就是“亲”“清”两个字。

其中，“亲”强调政府官员和企业家之间的沟通与协作，政府官员要积极地关心和解决企业发展面临的难题，企业家也要积极、主动地向政府反映情况、建言献策，“讲真话，说实情，建诤言”；

“清”则强调政府官员和企业家之间交往的界限，二者在交往过程中要遵守相应的法律规范，杜绝权钱交易等行为，保持二者关系的纯洁性。

“亲”“清”新型政企关系的提出为政企关系内涵注入了鲜明的中国特色和时代特色。

三、企业对政府的责任

企业对政府承担四方面的责任。

首先，是法律责任，企业必须严格遵守国家的法律法规和各项政策，这是企业对政府最基本的责任。

其次，是经济责任，企业应积极创造就业岗位，提供就业机会；按时主动纳税，税收是国家经济的命脉，是财政收入的重要来源，是国家稳定的基础，企业应恪守商业准则，坚决抵制偷税漏税的行为。

再次，是在道德责任方面，积极响应政府倡导的产业投资活动，支持政府推出的新兴政策，积极投身于新政策，如在产业扶贫、基础设施等方面积极行动。

最后，是自愿责任方面，积极为国家宏观政策的制定与修正建言献策，积极参与政府发起和号召的慈善公益活动，主动将企业的命运融入民族的命运。

讲解归纳与举例

例题：企业对政府的责任有哪些？

【参考答案】1. 是法律责任2. 是经济责任
3. 是在道德责任方面4. 是自愿责任方面

第五节 企业对数字社会的伦理与责任

一、数字社会的伦理问题

狭义的数字社会是指拟社会化的赛博空间（Cyberspace），这就是通常所说的数字社会，

广义的数字社会是指网络时代的整个社会，是现实社会与狭义数字社会的统一体。数字社会具有以下特点：

①开放性。

数字社会是一个跨领域、跨地域、无国界的自由社会，不同国籍、不同民族、不同身份、不同信仰、不同价值观的人都可在其中相互交流和互动，这是一个多元、包容、开放的社会。

②隐匿性。

数字社会中人们都以数字化方式进行社会交往，以数字技术为基础，人们可以在任何时间、任何地点以数据、文字、语言、声音、图画、影像等任何方式（或组合）与任何人或机构进行交流沟通，在此交往过程中，人们完全可以隐去自身的姓名、身份、国籍、信仰等，以匿名化的符号代替。

③全球性。

数字社会以大数据、AI、区块链、互联网技术为基础，联通世界各地，缩短时空距离，将地球变为一个人们可随时交流的村落，人们的行动及其后果可能会溢出传统的时空而影响更远距离、更长时间的人们。

讲解归纳与举例

例题：数字社会【参考答案】

狭义的数字社会是指拟社会化的赛博空间（Cyberspace），这就是通常所说的数字社会，广义的数字社会是指网络时代的整个社会，是现实社会与狭义数字社会的统一体。

数字社会中，在各种信息技术的加持下，人类生产、生活变得更加方便、快捷和有效，人类处理复杂事件的决策能力得到极大提升，但同时也带来前所未有的伦理困境。

1. 侵害个人隐私

个人隐私被侵害的途径主要有三种：数据挖掘、大数据预测、大数据监控。

①数据挖掘是指运用算法对个人出行记录、健康信息、购物记录等进行收集整理。

②利用大数据预测个人隐私，继而进行有针对性的“投喂”。例如，美国一家购物网站通过女性顾客购物数据，成功获取到一位在校女生的妊娠隐私，比其家人还早一个月知道。

③大数据监控可能带来“数据暴政”，人们在数字社会中的一言一行所留下的一串串数字脚印，可能会被泄露和利用。个人隐私泄露和被侵犯是数字社会面临的最重要的问题之一。

2. 信息污染

信息污染，是指在信息活动中，混入有害性、误导性和无用的信息元素，从而给人们生活带来极大的不便甚至损失和伤害。信息污染主要包括三方面：

①虚假信息。2021年“3·15”晚会，曝光了某搜索引擎存在大量医药造假广告，这是一种“搜索之病”；

②信息超载。一方面，是大量垃圾、无用的信息在网络空间满天飞；另一方面，是大量信息被网站重复转载、复制和传播，信息本身价值递减和流失，产生大量信息废弃物，挤占存储空间，造成信息通道堵塞；

③信息骚扰。即将无用的、没有价值的信息粗暴地推送给用户，严重影响用户体验，甚至干扰用户的正常生活。日常生活中，几乎所有人都会受到垃圾邮件、短信炸弹、推销电话的骚扰。

3. 数字鸿沟

数字社会是现实社会的映射。尽管数字社会是一个开放、自由的社会，但是参与数字社会的都是现实中的人，现实中的不平等因素会映射到数字社会中，在数字公民之间造成不公平。

数字鸿沟主要体现在不同信息主体对信息资源在配置、占有、使用和收益等方面的不对等或

不均衡，继而出现信息霸权、信息垄断、信息红利分配不均等不公平现象，加剧群体差异和社会矛盾。

4. 价值迷失

数字社会中最大的伦理问题也许就是价值迷失进而带来“人的异化”的问题，这是与每个人都息息相关的问题。

由于数字社会的去中心化、隐匿性的特点，无限放大了个人的自由，导致各种违法犯罪行为和不道德行为无处不在。

而数字社会的开放性与多元性，让各种价值观在虚拟空间中进行碰撞，难以形成共同的价值认同和判断标准，转而在流行的、能打动他人的或能吸引眼球赚取流量的“时尚道德”来代替基本信念和道德立场。

5. 信息茧房

数字社会中人的异化还表现在信息茧房或者数字控制的伦理问题。

在迷失了方向的数字社会中，人们更加依赖信息，甚至被信息所支配和主宰，成为信息的奴隶，普遍存在信息恐慌、信息强迫、信息癖、信息至上等病相，一旦离开网络就空虚、恐慌。

更令人担忧的是，随着推荐算法技术的发展与应用，人们在畅享网络自由的同时进入“信息茧房”，习惯于获得与自己兴趣和价值观相符合的信息，在不经意间将自己的生活桎梏于蚕茧般的“茧房”中，个人生活呈现定式化和程序化。这种“定制化”“个人化”的信息，不断强化人们的认知偏见，导致社会共识难以达成，甚至出现社会群体极化、社会黏性丧失等社会撕裂的严重后果。



二、企业对数字社会的责任

数字社会中伦理的基本原则主要包括：

- ①公开、公正与共享原则，所有信息资源对公众公开透明，消除信息鸿沟，实现信息资源的人人共享；
- ②无害原则，也称为不伤害原则，信息技术的开发与利用必须有利于人的生存与发展，所有信息行为不应当对人造成伤害；
- ③互惠原则，每个人既是信息的使用者和享受者，也是信息的生产者和提供者，在享受信息服务的权利时，还必须承担维护信息安全可靠的义务；
- ④包容原则，这是数字社会开放性、多元性的必然要求，允许多种价值观的碰撞，求同存异，兼容并包；
- ⑤知情同意原则，所有信息的收集与利用，必须事先告知被收集者并征得其同意，充分尊重其知情权和自主选择与决定权。

作为企业公民，企业是数字社会中最重要责任主体之一，企业必须强化其意志自主性，在享受数字自由时承担更多的社会责任。

（1）合法收集和利用信息

在数字时代，数据获取的方式方法或多或少都存在非法获取或使用的困境，数据获取的合法性与合理性至关重要。

《中华人民共和国数据安全法》第八条规定，任何组织和个人在开展数据处理活动时，应当遵守法律法规，尊重社会公德和伦理，遵守商业道德和职业道德，诚实守信，履行数据安全保护义务，承担社会责任，不得危害国家安全、公共利益，不得损害个人、组织的合法权益。

《中华人民共和国个人信息保护法》第十条规定，任何组织、个人不得非法收集、使用、加工、传输他人个人信息，不得非法买卖、提供或者公开他人个人信息，不得从事危害国家安全、公共利益的个人信息处理活动。

（2）尊重和保护员工、消费者的权利

首先，是保护员工和消费者的隐私权。

中国互联网信息中心发布的第48次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，在网络安全方面，遭遇个人信息泄露的网民比例最高，达到22.8%。

其次，是要保护消费者的“被尊重权”。

充分尊重并公平对待每一位消费者，理解并尊重多样化的需求，多样性是维持数字社会文化生态平衡的关键。

再次，是要更好地保护消费者的“被遗忘权”。

关于消费者的所有数据，必须在其知情并得到其允许的情况下收集，更重要的是，只要消费者不希望其数据得到处理，该数据就必须删除，除非有存储的正当理由。

（3）杜绝信息垄断、确保信息安全、避免信息污染

企业相对于个人而言，在信息收集和使用方面处于绝对优势地位，企业不能凭借其对信息的垄断而损害消费者利益，不能因为其处于信息技术的权威地位而形成对个体的信息霸凌，确保人人都有追求数字福祉的权利。

数字化时代，安全的威胁即时化，确保信息安全，既是一个完善法律与技术的问题，也是关系国家与社会正常秩序的道德问题。

（4）尊重和保护知识产权

得益于数字社会的开放性，知识信息获取更加快捷方便，但在获取同时，必须树立知识产权的保护意识。例如，目前网络上短视频侵权问题频频发生，大量短视频在未经授权的情况下被免费搬运、传播并获利，严重损害版权所有者的权益。企业在知识产权保护上应做出表率，这是维护市场公平竞争秩序的基本要求。

（5）平衡好企业利益与社会公共利益

良好的企业公民，要积极维护数字社会自由，坚持现实社会与数字社会责任伦理的和谐一致。积极适应数字社会转型，创新商业模式，利用数字化技术和能力，实现业务的转型、创新和增长，满足用户多样化的个性需要。

在享受数字红利的同时，积极践行“科技向善”，充分发挥人工智能、区块链等新技术的巨大“向善”潜力，善用技术塑造健康、包容、可持续的智慧社会，持续推动经济发展和社会进步。

（6）传承优秀文化，宣扬正向价值观

数字社会中的行为传播快、影响大、覆盖广，企业必须树立正确价值观，坚持道德自律，提升道德认知能力，在企业的生产经营中积极传承民族文化，弘扬民族精神，传播主流文化和价值观念。

正确利用网络宣传，维护良好舆论秩序，坚决反对以故意炒作、引发网络热议为目的的商业行为。坚持正确的舆论导向，确保内容的真实性与准确性，要引导网民树立正确的理念与观点。

总结：

- (1) 合法收集和利用信息
- (2) 尊重和保护员工、消费者的权利
- (3) 杜绝信息垄断、确保信息安全、避免信息污染
- (4) 尊重和保护知识产权
- (5) 平衡好企业利益与社会公共利益
- (6) 传承优秀文化，宣扬正向价值观

讲解归纳与举例

例题：企业对数字社会的责任有哪些？

【参考答案】

- (1) 合法收集和利用信息
- (2) 尊重和保护员工、消费者的权利
- (3) 杜绝信息垄断、确保信息安全、避免信息污染
- (4) 尊重和保护知识产权
- (5) 平衡好企业利益与社会公共利益
- (6) 传承优秀文化，宣扬正向价值观

例题：数字社会中的伦理原则主要有哪些？

【参考答案】

- ①公开、公正与共享原则
- ②无害原则
- ③互惠原则
- ④包容原则
- ⑤知情同意原则

第七章 全球化背景下的商业伦理

本章重难点分析

1. 认识跨国企业普遍存在的商业伦理问题
2. 理解从商业伦理角度思考国际经营问题的必要性
3. 理解文化差异对商业伦理问题敏感度的影响
4. 了解文化的相对性及制定全球性商业伦理规则的必要性
5. 了解企业在国际经营中的基本商业伦理规范

关键词：

血汗工厂 市场歧视 文化歧视 文化差异 文化维度 文化相对性 文化同质性 文化相似性 商业伦理培训 商业伦理 门槛 道德共识 伦理相对主义 道德帝国主义 共同规则 全球契约 生产守则

第一节 问题及必要性

一、普遍存在的商业伦理问题

1. 人力资源方面的伦理问题

(1) 血汗工厂

血汗工厂最早出现在美国，日本、澳大利亚等国也都有血汗工厂的历史。

随着经济全球化的发展，血汗工厂在美国等发达国家并没有销声匿迹，目前主要存在于东南亚、非洲、中南美洲等地区。

血汗工厂往往是剥削和侵犯人权的代名词，主要表现在剥削与奴役、低工资、不尊重工人、虐待妇女、使用童工、工作环境恶劣、漠视工作安全和禁止自由结社等。

联合国将人权定义为个人所享有的固有尊严及其平等的不可剥夺的权利，包括劳动权、同工同酬、隐私权、非歧视和有权参加工会等权利。可以说，血汗工厂是跨国公司人权和劳工问题的一个缩影。

涉及血汗工厂的跨国企业大都具有很高知名度，如耐克、沃尔玛、凯马特、锐步等。

血汗工厂另一个被关注的问题是使用童工问题。2021年6月9日，国际劳工组织和联合国儿童基金会发布的报告显示，全球童工人数在过去四年中增加了840万人，达到1.6亿人。联合国前大使安德鲁·杨把解决童工问题称为“世界的下一个道德改革运动”。2002年6月，第90届国际劳工大会决定将每年的6月12日定为“世界无童工日（theWorldDayAgainstChildLabor）”，呼吁世界各国密切关注童工问题，并采取切实有效的措施解决这一问题。

当一家企业被指责为血汗工厂时，企业经常会为自己的行为辩解，常用的理由是：

- ①企业并没有违反当地的法律；
- ②企业所支付的工资已经相当于甚至超过了当地的法定最低工资或平均工资；
- ③企业为当地劳动力提供了就业机会，解决了生计问题；
- ④促进了当地经济发展，保证了当地政府的财税收入；
- ⑤不能以发达国家的工资水平和工作条件来要求和衡量。

(2) 不公平薪酬

不公平薪酬主要表现在三个方面：

- ①不同国籍、不同性别员工之间的工资不平等，相对而言，来自国外尤其是发达国家的员工薪酬明显高于本地员工的薪酬；
- ②高管薪酬与一般员工收入差距过大，这在跨国公司中表现非常明显；
- ③最低生活工资问题，一些跨国企业一方面选择将劳务外包给不设最低生活工资要求的国家，尽量压低企业的工资支出，另一方面以当地最低生活工资要求为标准支付员工报酬，拒绝提高报酬，而不管自己是否赚得盆满钵满。

2. 顾客信心方面的问题

(1) 互联网安全和隐私

一些跨国企业利用自身的信息、技术等优势，肆意追踪搜集用户信息，进行定向推送或精准投喂。例如，一些网站在浏览用户的电脑上安装信息记录程序或者少量文本识别字符串，在其再次登录时进行识别记录。有些企业甚至入侵用户账户并窃取财务信息。

另一个问题是企业对个人信息的随意使用。例如，国外广受欢迎的Meta（前Facebook）社交网站，因缺乏隐私政策、用户信息过于公开而遭到多方质疑和批评。

（2）攻击性营销

跨国企业为争夺海外市场，通过各种促销手段，夸大或美化自身产品功能，诱导或误导不了解产品或不能正确使用产品的消费者购买，进而损害了消费者利益。

最糟糕的营销案例也许就是发生在20世纪70年代，且延续到90年代的配方奶粉问题。数据显示，正是一些跨国企业的宣传诱导，营造出奶粉喂养比母乳喂养更好的错觉，1966年墨西哥的母乳喂养人数与1960年比下降了40%，而在智利，奶粉喂养的3个月以下婴儿死亡率是母乳喂养婴儿的3倍。一些知名企业因此被非营利组织和媒体称为“婴儿杀手”。

（3）市场歧视

跨国企业的市场歧视主要体现在同样产品的设计、销售和服务存在国别差异。尤其在产品设计上，同款产品的配件或配置不一样。

近年来，一些跨国企业在我国一边跑马圈地，一边傲慢成性，奉行双重标准，很重要的一个理由是缺少相关的法律法规的制约，难道没有违反“法律”的不公平对待就是道德的吗？

（4）文化歧视

某些跨国企业凭借其母国的国际地位，在生产经营中对东道国有意、无意地表露出文化傲慢和歧视行为。文化歧视本质上是一种文化中心主义或者种族中心主义。与种族和性别歧视一样，文化歧视会给东道国的消费者、员工和普通民众带来心理不适与反感，给人类社会的生态多样性、世道人心及社会和谐造成持久伤害，也必然会损害企业的持续发展。

跨国企业要想获得持久的发展，必须摒弃文化中心主义，尊重东道国的历史传统、宗教信仰和文化习俗，任何傲慢和侥幸必然招致失败。

3. 利益冲突方面的问题

（1）腐败

跨国企业的腐败行为包括公开的贿赂、政治捐款以及微妙的礼物等。

商业腐败的根本危害在于破坏市场竞争，损害消费者利益。几乎所有国家都认为商业腐败是一个不负责任或不公平的经营之道。一些跨国企业为获得国外市场，对当地国家的官员或商业伙伴进行赤裸裸的贿赂。

除了向政府官员贿赂和向政党捐款，腐败行为还包括为政党利益滥用企业资产、回扣、秘密的定价合同、内部交易、警察收保护费、政府官员公费旅游等。所有这些活动的共同点是试图暗地里影响决策的结果，本质上属于滥用权力。

（2）垄断

公平竞争是市场经济的核心原则，但是一些大型跨国企业，为了维持其在市场中的主导地位，利用自身的规模经济，为竞争者尤其是本地企业设置高竞争壁垒，将小企业挤出行业，削弱总体竞争。较为常见的方式为掠夺性定价和品牌控制。

掠夺性定价是指跨国企业为了挤出或吓退意欲进入该市场的潜在对手，凭借其自身的优势地位，不惜降低价格至其成本以下，以此驱逐竞争对手，获得或增强“市场控制力”，待对手退出市场后再提价，独享高额利润。

品牌控制主要发生在跨国企业与东道国企业所组建的合资企业中。跨国企业在进入东道国初期，与东道国企业进行合资，充分借助本土企业的品牌、渠道等优势，在逐步获得控制权后，将合资企业的资源主要用于推广自身原有的品牌，其品牌价值在此过程中获得大幅提升，但是对东道国企业的品牌则采用闲置的方式，不投入或者很少投入资金来对其进行宣传和维修，逐渐将本土品牌逐出市场，从而达到控制合资企业的产品生产与销售，甚至控制整个产品市场的目的。

在我国，跨国企业对本土品牌的控制发生在日用化工品、城市水务、家用电器，以及食用油、矿泉水、火腿肠等各领域。

（3）卫生保健问题

这一伦理困境主要体现在制药企业追求利润与保护当地居民卫生健康方面的冲突。

一方面，一些制药巨头，出于利润追逐，往往在支撑奢侈消费的市场上维持高投入（如秃发的治疗），而不关注更广泛、更普遍的致死疾病的治疗（如疟疾）；

另一方面，充分利用专利保护，为药品设定高昂价格，远远超过当地经济发展水平和消费水平。

（4）转移定价

这是跨国企业为逃避所得税或关税，实现利润最大化常采取的策略。

①通过企业内部的关联交易，提高高税率国家或地区的子公司的成本（结果是降低利润），降低低税率国家或地区的子公司的成本（结果是提高利润），从而实现整个公司的税负最小化、利润最大化。

②利用转移价格逃避东道国的价格控制。由于转移价格是在跨国公司内部进行的，具有一定隐蔽性，会导致东道国税收流失、损害东道国合资者利益等。

4. 环境问题

（1）有害产业转移

跨国企业母国多是发达国家，对有害产业的控制和管理比较严格，处罚力度大，企业生产经营成本与社会舆论反对的声音更高，因此跨国企业倾向于将这些有害产业转移到环保法律不完善、滞后，经济发展水平低的国家或地区。这些有害产业主要涉及：

①高能耗、高污染的初级产品；

②技术许可和贴牌的生产资源消耗型产品；

③淘汰的工艺设备或生产线；

④垃圾废物再加工。毫无疑问，有害产业转移会给东道国的环境带来巨大影响，破坏当地的生态环境。

（2）资源掠夺

除了有害产业转移，跨国企业对东道国环境带来破坏的常见方式还有资源掠夺，尤其是石油、矿产等资源。

这方面的问题并不在于这些资源是否应该被开采，而是跨国公司往往以较低价格获得开采权并在国外以高得多的价格出售，东道国的资源财富因被开采而减少，但获利的却是跨国企业。

不仅如此，资源开采还带来了严重的环境破坏和环境污染。

（3）鼓励消费至上

一些跨国企业坚信消费者的选择就是合乎伦理的选择，通过奢侈项目与技术创新以提升生活质量，改善生活舒适度、便捷性，但给当地带来大量的垃圾和污染，导致社会资源浪费和不公平。

因此，跨国企业在推陈出新时，必须思考：产品对环境、社会 and 个人的影响是什么？特定形式的消费对环境、社会 and 个人的影响是什么？谁影响着消费，产品如何生产、为何生产？什么是必需品，什么是奢侈品？该产品确系消费者本身所需还是企业所鼓动？发达国家的消费模式对发展中国家有何影响？等等。

总结：

1. 人力资源方面的伦理问题

（1）血汗工厂

（2）不公平薪酬

2. 顾客信心方面的问题

（1）互联网安全和隐私

（2）攻击性营销

（3）市场歧视

（4）文化歧视

3. 利益冲突方面的问题

（1）腐败

（2）垄断

（3）卫生保健问题

（4）转移定价

4. 环境问题

（1）有害产业转移

（2）资源掠夺

（3）鼓励消费至上

讲解归纳与举例

例题：跨国企业面临的商业伦理问题有哪些？

【参考答案】1. 人力资源方面的伦理问题

（1）血汗工厂

（2）不公平薪酬

2. 顾客信心方面的问题

（1）互联网安全和隐私

- (2) 攻击性营销
- (3) 市场歧视
- (4) 文化歧视

3. 利益冲突方面的问题

- (1) 腐败
- (2) 垄断
- (3) 卫生保健问题
- (4) 转移定价

- 4. 环境问题
- (1) 有害产业转移
- (2) 资源掠夺
- (3) 鼓励消费至上

二、伦理思考的必要性

1. 跨国企业的合法性问题

任何一个组织，其合法性必须建立在一个共同认可的基础上。遵从法律是最基本的要求，但这还远远不够，更重要的是要获得普遍的或者共同的认可。跨国公司在合法性方面遇到的困境来源于以下两方面。

(1) 在身份认同上

跨国企业的动机经常遭到质疑，“无利不起早”。跨国企业常常被东道国视为局外人，是为了追求经济利益而来到东道国的，即使严格遵守了东道国的法律法规，合规经营，也很难获得东道国的认可。

与此同时，跨国企业常被东道国民众视为先进技术、先进生产力的代表，人们对其期望远比其他小公司或本地公司高，因此被赋予了承担更多社会责任的期许。

因此，跨国企业除了遵守东道国法律以获得形式上的合法性，还必须努力承担社会责任，既包括法律责任和经济责任，也包括道德责任和慈善责任，以获得实质性的认可。

(2) 利益冲突导致合法性认同困难

跨国企业和东道国在利益上真正的或潜在的冲突，常把跨国企业置于一种“非赢”的两难境地。

当东道国政府认为跨国企业超越了其控制或者会影响当地重要经济命脉时，就会施加各种控制措施，如要求本地企业拥有控制权，禁止跨国企业参与某些行业等，这在任何国家都有可能发生。

2. 跨国企业和东道国之间的文化差异

这里的世界观是指对商业贸易、经济发展的基本看法和观点，是跨国企业与东道国之间文化差异的核心。来自西方国家的跨国企业把世界观的重点放在经济增长、效率、专业化、自由贸易和竞争优势上，更强调经济上的利益，这也是跨国企业的本分。

相反，欠发达国家或者发展中国家看重的是更平等的工资分配，或者更自主的经济决策权，更强调经济之外的社会、政治利益等。

两种不同的世界观，可能会在跨国企业和东道国之间营造一种紧张的环境，有时会导致东道国单方面采取严格措施，如限制利润、潜在控股和彻底没收（如曾经发生在石油行业的事件）。

除了世界观的差异，跨国企业母国与东道国在文化、语言、法律制度、利益相关者和社会价值观等文化方面的差异，也使得正常经营变得更加困难。这种差异使得跨国企业在面临利益冲突时容易陷入两难境地，不知选择何种决策依据和标准。

第二节 从文化角度分析

一、文化差异及对伦理问题的敏感度

1. 个人主义与集体主义

这一维度反映的是人们为促进自我利益的行为取向。

个人主义表示了社会中个体在多大程度上把自己当作自治的个体，即主要是对自己和直系家庭成员承担责任，反映了一种以“自我”为中心的思维，强调自我或个人成就。

集体主义强调集体目标高于个人目标，集体和谐高于个人成就，反映的是一种以“集体”为中心的思维，强调个人服从集体。

这一维度的得分衡量了个人主义的程度。

个人主义与国家富裕程度有着密切关系，美国、英国、加拿大、澳大利亚和北欧国家的个人主义倾向非常突出，而中国、巴基斯坦、哥伦比亚等大多数亚洲和拉丁美洲国家的集体主义倾向较为突出。

2. 权力距离

权力距离是指组织和社会中的权力等级现象，反映的是人们在多大程度上接受组织和社会中的等级制度和不平等的权力分配，即人们对上下级之间的权力不平等状况的容忍度。

高权力距离意味着人们能够接受组织和社会中的不平等，重视社会地位和阶级界限、头衔、地位和礼节等，认为老板拥有权力仅仅因为他是老板。

低权力距离不太重视社会地位和阶级差别，人们珍视平等，老板拥有权力是因为他拥有知识，而非他是老板。

印度、菲律宾、墨西哥和委内瑞拉等是高权力距离国家，美国、以色列和大多数北欧国家是低权力距离国家。

3. 避免不确定性

该维度反映的是社会成员对模棱两可或不确定性的容忍程度。

有些社会的成员能够镇静地接受不确定性，习惯于风险，乐于冒险，较能容忍别人的行为与意见，易于接受反常规的思想 and 不同观点，属于低度避免不确定性，这类国家包括新加坡、丹麦等。

有些社会的成员视不确定性为威胁，关注安全感和行为的规范性，对新思想或新行为持怀疑态度，行为表现为紧张与暴躁，会创设各种机制以达成保障与降低风险，属于高度避免不确定性，这类国家包括日本、葡萄牙和希腊等。

4. 男性作风与女性作风

该维度反映的是人们对成就或创业的一种倾向。

有的社会文化视男女一律平等，男女在组织内可以担任相同角色，有的社会则认为必须严格按照性别来分配不同角色，并且总是将男性分配到主动进取和支配他人的角色，将女性分配到服务性与被动分工的角色。

一般来说，男性作风的特征是充满自信、喜欢自我表现、追逐金钱和社会地位、极少或不会强调照顾其他人。而女性作风的特征是强调性别间的平等、强调相互服务和相互依赖、关心他人以及胸有全局的生活品质。

日本是全世界男性作风程度最高的国家，荷兰及北欧国家最具女性作风。5. 长期化导向与短期化导向
该维度衡量一种文化是强调未来还是强调过去和现在。

长期化导向秉持的是面向未来、追求回报的价值观，坚定不移，注重节约。短期化导向则强调过去和眼前，尊重传统，爱面子，履行社会责任。

在长期化导向的国家，人们更加注重长远目标，愿意为长远目标而不断奉献；在短期化导向的国家，人们更加注重当前的生活和享受。

亚洲国家（菲律宾除外）的文化更关注长期导向，欧美国家的文化趋向于短期导向。

(1) 个人主义与集体主义	人们为促进自我利益的行为取向
(2) 权力距离	
(3) 避免不确定性	
(4) 男性作风与女性作风	社会成员对模棱两可或不确定性的容忍程度
(5) 长期化导向与短期化导向	人们对成就或创业的一种倾向
	一种文化是强调未来还是强调过去和现在

学者们在霍夫斯泰德文化理论框架的基础上，进一步探讨了不同文化维度与伦理之间的关系，揭示了文化维度对伦理问题的敏感程度。

(1) 个人主义者比集体主义者对伦理问题更加敏感

这一维度对个体的道德推理有强烈的影响，有两层含义：

第一层含义，是高个人主义者经常质疑社会中已经建立的伦理标准，而高集体主义者更倾向于接受这些伦理标准；

第二层含义，是高集体主义者为维护集体荣誉更可能会采取不道德的“掩盖手段”。例如，如果说谎会使群体获益的话，集体主义者可能会接受它，而个体主义者更可能坚持认为说谎违背了社会规范，是严重违反道德的事。

(2) 男性作风的个体不如女性作风的个体对伦理问题敏感

男性作风在伦理上的含义主要体现在人们怎么看待进取心和伦理上可接受的行为之间的关系。

与女性作风个体相比，男性作风个体更能容忍攻击性的、有疑问的行为。贪婪、野心、好竞争、追求金钱和功名常常是不道德行为的根源，而这些正是男性作风的主要特征。

男性作风的管理者更愿意雇用与组织的攻击性目标相一致的人员。

相对而言，女性作风的个体更关注伦理问题，不太能容忍那些攻击性的、由金钱驱动的行为。

(3) 高权力距离的个体不如低权力距离的个体对伦理问题敏感

权力距离的伦理含义是指下属在上级压力下是否会做出不道德的行为。

高权力距离的个体更认可领导权威，会遵守其伦理准则，而低权力距离的个体则不大会遵守群体的伦理准则，更倾向于将那些有疑问的商业行为看成是不道德的。

(4) 高度避免不确定性的个体比低度避免不确定性的个体对伦理问题更加敏感，低度避免不确定性的个体更可能去冒风险。

从伦理的角度看，冒风险的倾向与不道德行为高相关，他们强调“实质胜过形式”，认为如果对群体有利就可以考虑破坏规则。

高度避免不确定性的个体更希望有一种书面的、正式的规则的存在，如果从事了不符合伦理的行为，他们常用的理由是“没有这方面的规定”。

(5) 长期化导向的个体比短期化导向的个体对伦理问题更加敏感

从伦理角度看，长期化文化导向下的个体更消极地看待“走捷径”获取短期利益这种方式。相对于短期化导向的个体，长期化导向的个体更加理想化。

此外，霍夫斯泰德在2010年出版的《文化与组织》（第3版）中补充提出了文化的第六个维度：放纵与约束。

这一维度主要是指社会成员对人基本需求与享受生活、享乐欲望的允许程度。

一般来说，持放纵倾向的人有更积极的生活态度，更强调享受，更强调朋友的重要性，有着更少的道德约束。持约束倾向的人认为应克制自我欲望与享乐，强调更宏观的目标和社会责任感，因而对伦理问题也更加敏感。

中国内地在五个维度上的得分，其中：权力距离80分，属于较高的；

个人主义/集体主义维度得分20，个人主义倾向较低，有较强集体主义倾向，提倡整体团结作战，组织内部“和为贵”，不提倡孤军作战，不提倡个人英雄主义；

男性作风/女性作风维度得分50，属于中等水平，既不像荷兰那样表现出强烈的女性化倾向，也不像日本社会表现出极端的男性化倾向，既强调以人为本的“柔性管理”，也倡导“刚柔并济”“恩威并施”；

避免不确定性60分，属于中等水平，当然这种态度会随着不同个体、不同职位和不同情境而有所不同；

长期倾向118分，是最高的，管理中特别重视长期形成的惯例，防微杜渐，重视预防式管理。

讲解归纳与举例

例题：如何理解文化维度对商业伦理问题的敏感性？

【参考答案】

(1) 个人主义者比集体主义者对伦理问题更加敏感

(2) 男性作风的个体不如女性作风的个体对伦理问题敏感

(3) 高权力距离的个体不如低权力距离的个体对伦理问题敏感

(4) 高度避免不确定性的个体比低度避免不确定性的个体对伦理问题更加敏感，低度避免不确定性的个体更可能去冒风险。

(5) 长期化导向的个体比短期化导向的个体对伦理问题更加敏感

二、文化的相对性

1. 认识选择性知觉的力量

在集体主义文化中，人们更加看重社会关系的和谐稳定，不太关注个人的表现。

在企业中，来自集体主义文化中的个体对企业的道德行为往往选择沉默，因为他们认为维护集体荣誉更重要，而个体主义文化中的个体可能更倾向于举报，因为这与其价值观不符合。

当我们到其他国家去工作时，必须意识到，在国内为人重视的东西在其他文化中可能就不为人重视。

对此，我们必须发挥选择性知觉的作用，忽略在国内看来很重要的，但国外没人注意的一些行为、角色和价值观。同样，我们也必须意识到，所工作的国家的人们也会存在选择性知觉，无意中可能会做出冒犯我们的行为。

2. 关于文化与行为的三种假设

(1) 行为一致性假设

一般而言，通过文化能预测人的行为。但是，理解了文化并不一定能保证预测成功。在国际商业活动中，经常存在一个不太准确的假设—如果理解了东道国的文化，就能理解该国的人如何思考和行动。

了解文化规范和行为仅是一个起点，还不能保证你足以应对文化差异可能带来的困境和冲突，必须意识到你和你所接触的外国人都可能会按照对方的期望来调整自己的行为。

因此，必须保持开放的心态，保持足够的应对不确定性的忍耐力，从身边的各种情境中灵活学习。

(2) 文化同质性假设

这一假设认为同一文化内部是同质的，即来自同一文化背景中的个体是完全相同的。

社会成员在社会化过程中，该社会的文化模式，包括价值、信仰、语言和其他符号等会内化为该成员的人格系统，在社会中形成具有共同心理特质、性格特点的普遍性社会人格，因此经常会有“你是哪里人”的说法，意味着来自某个地方的人就有与之文化相一致的人格特征。

但是，人是具有主观能动性的社会性动物，个体在社会化过程中，既会遵循社会化的一般过程，同时其独有的性格、经历的差异会造就独特的人格系统，继而导致行为上的差异。

(3) 文化相似性假设

文化相似性假设认为，只要在和自己有相似文化的国家或地区开始国际化进程，就会很容易成功。事实上，相似文化背景并不一定容易取得成功。

一方面，很多管理者将“相似”看成“相同”，因此会理所当然地站在自己的角度思考问题，误将自己的文化模式等同于相似的文化模式，进而忽略确实存在的文化差异，相似经常导致粗心。

另一方面，相似毕竟只是“似”而非“是”，相似意味着不同，意味着一定的心理距离。

讲解归纳与举例

例题：如何理解文化与行为的三种假设？

【参考答案】

(1) 行为一致性假设

(2) 文化同质性假设

(3) 文化相似性假设

三、制定国际性商业伦理规则的必要性

企业在走向全球化的过程中，由于不同国家和地区间的政治、经济、文化、宗教等各个方面的差异，难免会产生商业伦理冲突和困境，产生这些冲突和困境的根本原因在于文化的差异。

从实践来看，跨国企业在国际化经营中遇到的商业伦理困境可能涉及五个层次：个人层次、企业层次、行业层次、国家层次、国际层次。

每一层次的商业伦理问题表现各不相同，如何应对和解决？学者们提出了一个叫伦理置换（Ethical Replacement）的解决技巧，即将某一层次的商业伦理问题置换到另一层次去思考，并寻找解决之道。

例如，个人层次所遭遇的商业伦理困境，可能只有在企业层次上才能找到有效的解决办法；企业层次的困境也许是整个行业普遍存在的问题，需要行业结构的改变；行业层次的困境则要求国家法律、政策的调整 and 改变；而国家层面的商业伦理困境，如污染、劳工问题等，可能需要国际层面的合作，建立或改变国际规则；而国际层次上的困境，可能只有通过国家层面和国际层面的同步活动才能得到解决。

因此，对于跨国企业而言，当其遇到的商业伦理困境涉及行业、国家、国际层面的问题时，最好的办法就是寻找被广泛认可和接受的国际性商业伦理规则。这些规则对于跨国企业和东道国都是有利的，既有利于企业解决在国际经营中遇到的商业伦理冲突和困境，也有利于东道国维护其国家利益。幸运的是，实践中已经发展出一些被各方认可和接受的国际性商业伦理规则。

第三节 行动策略与规则



一、商业伦理培训与指导

跨国企业应对全球化经营中商业伦理冲突和困境最直接的办法就是为管理者和员工提供培训和指导。在培训之前，有必要了解管理者和员工跨文化适应的能力。2003年，有学者提出用文化智商（Cultural Intelligence）来描述个体适应跨文化生活的能力。文化智商包含三部分：

- ①知识构成—一个人对新文化的了解程度以及了解新文化的方法；
- ②动力构成—适应新文化的个人信心和动机；
- ③行为构成—将知识和动力付诸实践。

一般来说，文化智商中动力较高的个体，更有兴趣探索不同文化，更有信心适应新环境，因而能更好地适应外派工作。当然，文化智商并非是天生具有的，企业可以通过培训来提升管理者和员工的文化智商。研究表明，跨文化培训有如下益处：

- ①增进管理者和员工的幸福感和自信心；
- ②改善与东道国民众的关系；
- ③正确地理解东道国的文化群体；

④增强对新文化的适应能力；

⑤获得更高的绩效。

不仅要对外驻管理者和员工进行培训，还有必要对他们的配偶和家人提供培训和支持。配偶和家人通常会跟随驻外的管理者和员工，他们的态度、行为以及对生活的幸福感知会严重影响管理者和员工的适应能力与留任意愿。另外，管理者的层次越高，其配偶对企业的影响力就越大。因此，这种延伸培训和指导是有必要的。

商业伦理培训的内容很广，从商业实践来看，应该包括：

首先，识别商业伦理问题往往是应对商业伦理困境的第一步。

不同文化对同一现象的看法也许不同，在母国文化中视为重要商业伦理问题的，在东道国可能不受重视。例如，童工问题在很多国家都视为非常重要的商业伦理问题，但在经济落后、非常贫穷的非洲、南亚等一些国家可能并不是人们最为看重的问题。应对这种商业伦理问题的方式可能与在母国就不一样。

其次，在国际贸易中，谈判成为越来越频繁的活动，但是文化差异会影响到谈判者所能感知的谈判目的、谈判风格、谈判策略、冲突解决方式，以及心理战术、欺骗行为、肢体动作的使用等。

例如，集体主义文化中的谈判者，初次合作更可能以建立关系为目的，因此往往会避免直接冲突，如果冲突不可避免也不会直接爆发，而是选择更加委婉的方式拒绝，如“我会认真地考虑一下你的要求”。

当冲突发生时，集体主义者也偏好相互妥协的调解，因为这种方式会带来和谐关系，不到万不得已不会对簿公堂，但是个人主义者更喜欢判决，因为这种方式在他们看来更加公平。

最后，回扣和贿赂是跨国企业最常遇到的商业伦理问题之一，可能也是最为棘手的商业伦理困境。

理论上，任何一个国家或地区，都会立法禁止贿赂和腐败行为，包括商业贿赂和腐败。但是，在任何一个国家或地区，都会存在贿赂和腐败行为。

相对而言，腐败治理情况与一个国家的政治体制、法律实施、历史传统等有紧密联系，有些国家腐败程度低，营商环境良好，有些国家腐败程度严重，回扣和贿赂是被广为接受的。如果你不贿赂某人就会损失惨重，你会怎么办？

讲解归纳与举例

例题：如何理解商业伦理培训的内容？

【参考答案】

（1）识别商业伦理问题

不同文化对同一现象的看法也许不同，在母国文化中视为重要商业伦理问题的，在东道国可能不受重视。

（2）谈判

在国际贸易中，谈判成为越来越频繁的活动，但是文化差异会影响到谈判者所能感知的谈判目的、谈判风格、谈判策略、冲突解决方式，以及心理战术、欺骗行为、肢体动作的使用等。

（3）回扣和贿赂

理论上，任何一个国家或地区，都会立法禁止贿赂和腐败行为，包括商业贿赂和腐败。但是，在任何一个国家或地区，都会存在贿赂和腐败行为。

二、设立商业伦理门槛

1. 寻找道德共识

认识和理解这些共同的道德标准就成为我们从事商业活动的一个基本前提。

如果能够区分出普遍行为和价值观，那么就能够将这些道德标准运用于海外的商业实践中。一般来说，与个人生命安全、人格尊严相联系的价值观是现代文明社会所公认的道德规范，如“不可杀戮”“不可偷盗”。

在人与人的社会交往中，尊重他人就是尊重自己，“你要别人怎么待你，你也要怎么对待别人”，第2章曾提到的推己及人的黄金法则，在不同文化和宗教教义中都是最基本的道德律令。

2. 反对伦理相对主义与道德帝国主义

必须明确两个观点：一是，要坚决反对伦理相对主义；二是，要坚决摒弃道德帝国主义。

伦理相对主义认为，没有哪一种文化的伦理比其他任何文化的伦理都好，宣称“入乡随俗”，因此，不存在绝对的权利和对与错。

例如，在中东一些国家，主张大多数管理岗位不能雇用妇女，否则违法，那么，在那里经营的跨国企业就应该接受并采用这一准则，即使这样做违反了本国的准则。还有，如果东道国没有环境保护法，根据这一观点，跨国企业就无须顾忌环境标准。如何看待这种在东道国合法，但被大多数国家或国际社会普遍反对的规则呢？

首先，立足于企业层面分析。

在当地的文化背景下，企业的该政策或行为意味着什么？在商业伦理上是否可接受？是否严重违背了功利主义原则、权利原则、公正原则、关怀原则，以至于在商业伦理上不可接受？从美德论角度看，是否有利于实践和促进高尚的品德？

其次，结合东道国的实际情况分析。

结合东道国的技术、社会、经济发展水平以及政府为促进发展正在采取的措施，企业的该政策或行为的结果，从功利主义原则、权利原则、公正原则、关怀原则和美德论角度看，在伦理上是否可以接受？在东道国的环境中实施发达国家的严厉的法律或惯例，对东道国及其发展会造成伤害吗？是否更加符合功利主义原则、权利原则、公正原则、关怀原则？是否有利于实践和促进高尚的品德？

再次，在合法性基础上进一步思考。

如果企业的该政策或行为是东道国政府的法律、法令允许甚至要求的，那么需要问一下，这是否符合东道国所有民众的利益？是否违背了功利主义原则、权利原则、公正原则、关怀原则？从美德论角度看，是否应该受到谴责？

最后，需要思考，如果按照母国的标准，企业的政策和行为在法律和道德上是否有问题（如性别歧视、行贿等）？

那么不采用这种做法，在东道国中从事经营是否可行？如果不可行，这种做法对功利主义原则、权利原则、公正原则、关怀原则的违背是否严重到了要从该国撤出的程度？从美德论角度看，这种做法的危害是否已大到要从该国撤出的程度？

与伦理相对主义相联系的是道德帝国主义，即假设存在一种绝对真理，要求人们在任何文化下都只能遵循一种标准，采取一种行为，这一标准在任何情况下都是最好的，这一行为在任何情境中都是正确的。

这是很危险的，这可能会涉嫌种族中心主义和文化中心主义，导致灾难性的后果。

如何在伦理相对主义和道德帝国主义之间保持平衡？

这就需要寻找道德共识，设立商业伦理门槛，继而把商业伦理门槛所设立的一般性原则，结合公司实际情况具体化为行动的指导方针，细化为可操作的措施，通过行为守则、帮助热线、组织绩效评估和奖励系统等，推动企业坚守住伦理底线，做一个良好的企业公民。当搜寻不到商业伦理门槛时，就需要从功利主义、道义论和美德论等角度，结合具体情况进行分析，但一定要记住，不能陷入伦理相对主义和道德帝国主义的窠臼中。

讲解归纳与举例

例题：伦理相对主义【参考答案】

伦理相对主义认为，没有哪一种文化的伦理比其他任何文化的伦理都好，宣称“入乡随俗”，因此，不存在绝对的权利和对与错。

例题：道德帝国主义【参考答案】

即假设存在一种绝对真理，要求人们在任何文化下都只能遵循一种标准，采取一种行为，这一标准在任何情况下都是最好的，这一行为在任何情境中都是正确的。这是很危险的，这可能会涉嫌种族中心主义和文化中心主义，导致灾难性的后果。

三、寻找共同规则

1. 国际公约、原则与倡议

(1) 联合国“全球契约”

1995年，在世界发展首脑论坛上，前联合国秘书长安南提出了“社会规则”“全球契约”的设想。

1999年1月，在瑞士达沃斯世界经济论坛年会上，安南正式提出“全球契约”计划，呼吁和动员全世界跨国企业携手政府等公共机构共同致力于应对全球化进程中的各种挑战，参与解决人类共同面临的一些世界性重大问题，推进全球化朝积极的方向发展。

2000年7月，该计划在联合国总部正式启动。

2004年，“全球契约”首届峰会在联合国总部召开。

“全球契约”计划是一个企业自愿参与的社会责任倡议，目标是将良好的企业公民精神嵌入企业管理策略和决策中，推动企业与各利益相关者一道努力，号召各企业在人权、劳工标准、环境保护和反贪污方面共享价值标准和伦理准则，实施一整套必要的社会规则，即“全球契约”。

该计划包括十项原则，这些原则来自《世界人权宣言》、国际劳工组织的《关于工作中的基本原则和权利宣言》以及关于环境和发展的《里约原则》等。

表 7-3 “全球契约”十项原则

人 权	劳 工	环 境	反 贪 污
1. 尊重和维持国际公约规定的人权 2. 绝不参与任何漠视与践踏人权的行为	3. 维护结社自由，承认劳资集体谈判权利 4. 消除各种形式的强迫劳动 5. 消除童工 6. 杜绝用工歧视与职业歧视	7. 对环境挑战未雨绸缪 8. 主动承担更多的环保责任 9. 鼓励无害环境技术的发展和推广	10. 反对任何形式的贪污、勒索和行贿受贿

讲解归纳与举例

例题：“全球契约”计划

【参考答案】

“全球契约”计划是一个企业自愿参与的社会责任倡议，目标是将良好的企业公民精神嵌入企业管理策略和决策中，推动企业与各利益相关者一道努力，号召各企业在人权、劳工标准、环境保护和反贪污方面共享价值标准和伦理准则，实施一整套必要的社会规则，即“全球契约”。

该计划包括十项原则，这些原则来自《世界人权宣言》、国际劳工组织的《关于工作中的基本原则和权利宣言》以及关于环境和发展的《里约原则》等。

（2）国际人权公约

国际人权公约是联合国有关国际人权保护的三个公约的总称。这三个公约分别是《经济、社会、文化权利国际公约》（A公约）、《公民权利及政治权利国际公约》（B公约）和《公民权利及政治权利国际公约任择议定书》（B公约议定书）。

上述三个公约以《世界人权宣言》为基础，删除了该宣言中一些引起各国争议的条款，并增补了一些未涉及的内容，如应当以法律形式禁止“任何鼓吹战争的宣传”“任何鼓吹民族、种族或宗教仇恨的主张”。

其中最重要的增补是，确认“所有民族均享有自决权”和“自由处置他们的天然财富和资源”的权利。除了上述三个公约，涉及人权的重要性国际公约还有《消除一切形式种族歧视国际公约》《消除对妇女歧视宣言》等。

表 7-4 主要国际人权公约

国际原则	年份	关注重点	我国签署情况
世界人权宣言	1948	人的基本权利	主要起草国
消除一切形式种族歧视国际公约	1963	种族歧视	1981年签署 1982年生效
经济、社会和文化权利国际公约	1966	人权	1997年签署 2001年生效
公民权利及政治权利国际公约	1966	人权	1998年签署
消除对妇女歧视宣言	1967	女性权利	1980年签署 1980年生效

一些知名企业、学者们也提出全球商业原则或标准，其中有广泛影响力的包括：

- ①经济合作与发展组织的《跨国公司行为准则》，提出了一系列自愿性建议，内容涉及一般政策、信息发布、劳资关系、环境、反对行贿、消费者利益、科学技术、竞争、税收等；
- ②社会责任国际和透明国际组织于2002年召集多方组织发布的《反行贿商业原则》；
- ③沙利文全球原则，针对20世纪70年代南非种族隔离政策所产生并扩展至全球的一项原则，旨在保证员工公平待遇、结社自由等权利；
- ④考克斯圆桌商业原则，由欧美和日本一些企业共同协商并于1994年出版的商业原则，旨在贯彻实施两项基本原则——人类尊严和为了公益而共同生活工作以促进共同繁荣；
- ⑤其他知名学者提出的原则或标准。

2. 行业生产守则

（1）欧洲外贸协会BSCI倡议

欧洲外贸协会（Foreign Trade Association, FTA）1977年成立于比利时的布鲁塞尔，是代表欧洲贸易中对外贸易业者的组织，是欧洲唯一专门从事外贸事务的专业协会，会员几乎涵盖了欧洲所有的零售商协会及零售企业。

从2002年起，FTA致力为欧洲许多不同的行为守则和监督体系建立一个共同的平台，制定共同的行为守则。

2003年3月，正式倡议商界社会责任行动，并制定了欧洲商界遵守社会责任的行为守则（BusinessSocialComplianceInitiative, BSCI）。该行为准则包括：遵守法律；结社自由和集体谈判权利；禁止歧视；补偿；工作时间；工作场所安全；禁止雇佣童工；禁止强迫劳动；环境和安全问题等。

（2）公平劳工协会：工作场所生产守则

公平劳工协会（FairLaborAssociation, FLA），1999年于美国正式成立，是一个非营利性组织，致力于团结工业界、非政府组织和大学等各方力量，共同促进工作条件的改善和国际劳工标准的遵守。

FLA开展独立的监督和认证活动，委派独立的监督员对工厂进行检查，确保“工作场所生产守则”得到严格遵守，并通过出版《年度公开报告》，为消费者和经营者提供可靠信息，指导其进行负责的购买活动。

FLA的工作场所生产守则适用于所有企业，主要针对为美国市场生产名牌产品的企业，其会员企业必须在以下方面进行内部监督：

- ①车间内通信标准；
- ②企业监督员培训；
- ③定期访问和审查以保证合格；
- ④为工人提供保密报告机制；
- ⑤同当地劳工、人权或宗教组织加强联系；
- ⑥建立问题补救和FLA结果通知机制。

（3）中国纺织工业联合会CSC9000T标准

2001年，我国正式加入世界贸易组织，以更加开放、透明、负责任的态度参与国际经济秩序的构建。我国纺织工业受益于这一世界性的制度红利，为了响应这一趋势，中国纺织工业协会（2011年改名为中国纺织工业联合会）于2004年7月开始酝酿，2005年5月31日正式成立社会责任建设推广委员会，下设社会责任办公室作为常设执行机构，作为我国第一个推动社会责任工作制度化的行业组织，开创了我国行业社会责任实践的先河，同时也为世界纺织贸易和经济发展做出重要贡献。

2005年，中国纺织工业协会社会责任建设推广委员会推出了中国纺织企业社会责任治理体系（CSC9000T标准）。

对纺织业中企业社会责任的要求进行了较全面的规定，内容包括社会责任管理体系、歧视、工会组织与集体谈判权、骚扰与虐待、职业健康与安全、环境保护和公平竞争等十二个方面。

2018版CSC9000T标准修订的重要特点之一就是面向我国海外投资企业，为我国“走出去”的纺织服装企业提供履责指引，为企业满足法律和多种标准合规要求提供通用工具，为企业供应链管理提供尽责方法。

3. 多利益相关者守则和工具

（1）SA8000社会责任国际认证

1997年年初，一家专门从事社会责任及环境保护的非政府组织经济优先权委员会（CouncilonEconomicPriorities, CEP）成立认可委员会（CouncilonEconomicPrioritiesAgency, CEPAA），着手制定社会责任标准—SA8000标准。

2001年，经济优先权委员会更名为社会责任国际组织（SocialAccountabilityInternational，SAI），并于2011年12月12日发表了第一个修订版。

为保证其连续性和适用性，该标准每五年修订一次，先后经历了2004年、2008年、2014年和2018年的修订。

SA8000的内容主要源于国际劳工组织宪章，禁止强迫劳动、结社自由的相关公约，联合国人权公约（包括《儿童权利公约》《世界人权宣言》），旨在通过有道德的采购活动保护工人基本权利，改善劳动环境和工作条件，最终达到公平而体面的工作条件。

SA8000的主要内容涉及童工、强迫劳动、健康与安全、结社自由和集体谈判权、歧视、惩戒性措施、工作时间、工资报酬、管理体系等内容。

（2）ISO14001环境管理标准

国际标准化组织（InternationalOrganizationforStandardization，ISO）于1992年成立了TC207工作组，借鉴ISO9000标准的成功经验，负责制定环境管理标准，并于1996年9月正式推出ISO14001系列标准。

该标准旨在为企业规定有效的环境管理体系要素，支持环境保护和预防污染，协调企业与经济需求和社会需求的关系。该标准适用于各种类型、各种规模的组织，包括企业、事业及相关政府单位，并适用于各种地理、文化和社会条件，包括发达国家和发展中国家。

ISO14001环境管理体系包括SC1环境管理体系（EMS）、SC2环境审核（EA）、SC3环境标志（EL）、SC4环境行为评价（EPE）、SC5生命周期评估（LCA）等七个系列的环境管理标准。

（3）ISO26000社会责任指南

国际标准化组织于2001年进行了社会责任国际标准的可行性研究和论证。2004年6月，国际标准化组织决定开发适用于包括政府在内的所有社会组织的“社会责任”国际标准化组织指南标准。

该指南标准由54个国家和24个国际组织参与制定，广泛联合了包括联合国相关机构、GRI等在内的国际相关权威机构，充分发挥各会员国的技术和经验优势。

2010年11月1日，ISO在瑞士日内瓦正式发布了编号为ISO26000的指南标准，这是ISO在ISO9000和ISO14000之后制定的最新标准体系。

ISO26000指南标准包括了七项原则和七个核心主题。七项原则是：

- ①承担义务，对社会及环境承担责任；
- ②透明度，就其影响社会、环境的决策及活动保持透明化；
- ③道德行为，时刻遵循道德行为规范；
- ④尊重利益相关方，尊重、考虑及回应所有相关方的所有关切；
- ⑤尊重法规，尊重及遵守法规要求；
- ⑥尊重国际行为标准；
- ⑦尊重人权。

七个核心主题包括：

- ①组织的治理；②人权；
- ③劳工惯例；④环境；

- ⑤公平运营实践；
- ⑥消费问题；
- ⑦社区参与和发展。

ISO26000与SA8000两个标准的发起组织不一样。

前者侧重于各种组织生产实践活动中的社会责任问题，目标在于为组织履行社会责任提供可参考的指南性标准，不是一个认证标准，因此企业或组织自主申请执行。

后者旨在确保供应商所提供的产品要符合社会责任标准要求，是一个可认证标准，多为企业客户要求执行的，而“认证”可能被指责为“贸易壁垒”。

与SA8000及其他国际标准相比较，ISO26000最重要的贡献之一是颠覆社会责任的传统认知，即用社会责任（SR）代替企业社会责任（CSR），强调“社会责任”是所有组织而不仅仅是企业应尽的责任。

其根本目的是扩大社会责任的适用范围，这意味着，社会责任不仅仅是“企业的”。从主体上看，其他各类组织和个人也是社会责任的主体；

从行为影响来看，社会责任不仅仅与企业相关，早已渗透到社会和环境，更重要的是，社会责任不仅仅是理念和理论，需要从“是否应该做”转向“具体做什么”。

4. 公司内部生产守则

进入21世纪后，越来越多的跨国企业不仅积极加入各种社会责任的国际组织或协会，同时也根据本国的法律法规要求，参考借鉴国际规则和标准，制定公司内部的生产守则或社会责任指南。

如国家电网、中远集团、中铝集团、中钢集团等我国企业，耐克公司、李维斯等国外企业。2006年3月，国家电网率先发布了《2005年企业社会责任报告》，成为第一家发布企业社会责任报告的中央级企业。2021年6月5日，国家电网首次发布《国家电网有限公司2021环境保护报告》（以下简称《报告》），《报告》包括旗帜领航、担当作为、精益管理、绿色行动、履责亮点、展望承诺六大部分，展现了国家电网在环境保护领域所采取的积极举措和突出成效。



第八章 商业伦理建设

本章重难点分析

1. 理解商业伦理领导力
2. 掌握正式文化体系
3. 理解改变组织伦理文化的方式
4. 掌握企业内部治理的途径

5. 了解企业外部推动的途径关键词:

伦理文化组织文化强势文化弱势文化社会化内部化伦理领导力

个人道德维度管理者道德维度有道德的领导者伦理领导力正式文化体系

非正式文化体系伦理文化传播内部治理外部推动道德层次定位伦理官伦理培训伦理沟通

第一节 伦理与组织文化

一、将组织伦理作为一种文化现象

文化是区别不同组织的根本特征。企业文化是推动企业发展的精髓，也是企业最值钱的一种特殊资产。在第1章和第2章提出了伦理决策过程，伦理决策受个体因素、组织因素、行业/职业因素、社会因素的影响，而大部分员工处于科尔伯格道德认知水平的第4阶段，即人们高度关注外界因素并四处寻找行为指导规则。而组织的伦理文化正是这些外部因素中最能影响伦理决策的关键因素。伦理文化会对个人意识、判断和行为产生重大影响，帮助员工发现伦理问题、做出判断，并选择是做正确的事还是错误的事。

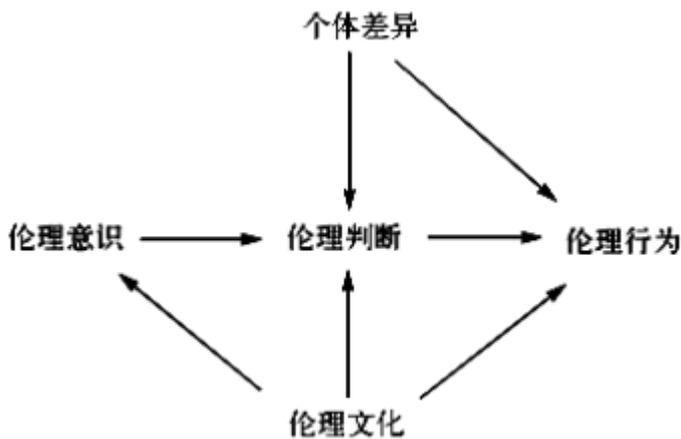


图 8-1 伦理文化对个体伦理决策的影响

1. 组织文化是什么

在某一社会或者某一群体中，由人们已经习得的信仰、传统以及行为指导原则所构成的整体。这就是说，组织文化代表了其成员共有的价值观以及信念和行为准则。

美国著名管理学者罗宾斯认为文化是存在于组织而非个人之中的一种“知觉”，即一种共享的“心理模式”，是组织之所以成为组织的社会黏合剂。

组织文化的表现形式有很多，既包括正式的公司政策、愿景使命、行为规范、工作环境等，也包括那些非正式的日常规范、语言、庆祝活动、英雄人物和英雄事迹等。

组织文化既可能体现为无形的、抽象的价值观念，也可能体现在办公环境、员工衣着，甚至建筑设施等可见的、具体的物体上。

讲解归纳与举例

例题：组织文化

【参考答案】

在某一社会或者某一群体中，由人们已经习得的信仰、传统以及行为指导原则所构成的整体。这就是说，组织文化代表了其成员共有的价值观以及信念和行为准则。

2. 强势文化还是弱势文化

在强势文化氛围中，组织成员拥有共同的行为标准和指导原则，组织价值和理想信念内化为每一个成员的行动指南。强势文化所包含的行为标准和指导原则甚至可能跨越地域，超越种族文化。

在弱势文化中，组织内各个部门或者群体的亚文化更可能成为员工行为的指南，当组织文化与组织内各亚文化相冲突时，组织成员可能会优先考虑所在部门或群体的亚文化作为行为的指南，这是部门主义、本位主义的文化根源。因此，在弱势文化中，组织成员行为的一致性虽说不是完全不可能，但是极其困难的。

讲解归纳与举例

例题：强势文化、弱势文化

【参考答案】

在强势文化氛围中，组织成员拥有共同的行为标准和指导原则，组织价值和理想信念内化为每一个成员的行动指南。强势文化所包含的行为标准和指导原则甚至可能跨越地域，超越种族文化。

在弱势文化中，组织内各个部门或者群体的亚文化更可能成为员工行为的指南，当组织文化与组织内各亚文化相冲突时，组织成员可能会优先考虑所在部门或群体的亚文化作为行为的指南，这是部门主义、本位主义的文化根源。因此，在弱势文化中，组织成员行为的一致性虽说不是完全不可能，但是极其困难的。

3. 文化如何影响行为

文化对个体行为产生影响的方式有两个：社会化和内部化。组织文化对组织成员的影响也遵循这两种方式。

社会化是指员工融入组织文化的过程，可以通过正式的培训和学习，或者与同行和上级沟通的方式实现。通过社会化，人们会做出与组织文化一致的行为，因为他们知道组织期望他们这么做。

他们的行为可能与自身的偏好没有任何关系，但是因为他们很清楚组织的期望，并做出相应的行为，从而适应这个环境，得到他们在乎的组织内外成员的赞同。社会化是员工适应组织期望的第一步，一旦实现了有效的社会化，那么员工就能够做出与组织文化预期一致的行为，如着装风格、沟通习惯和行为处事方法等。

个人可能按照组织文化做出预期行动的另一个原因，是他们将组织文化的期望内化了。通过内化过程，个人将外部的组织文化标准内化为自己的行为标准。如此一来，他们的行为与组织文化保持一致，而且与自身的价值观保持一致。

如果说社会化是一个被动适应的过程，那么内部化则是主动选择的过程，被动适应的社会化以主动选择的内部化为终点，而这一终点又构成了下一步社会化的起点。在此意义上，运用社会化和内部化这两个概念能很好地理解员工的道德或不道德行为。

4. 主动形成组织的伦理文化

组织的正式文化体系是指组织领导者或高管的指示、政策与规范、组织结构、选拔体系、培训计划和培训项目、绩效管理体系及正式的决策过程等。

组织的非正式文化体系是指日常行为、团建活动、庆祝活动、传说与故事、榜样及英雄人物等。正式文化体系维系着组织的正常运转，将组织的价值观和道德信念渗透到组织运行的各个环节；而非正式文化体系赋予组织生命力，使组织充满生机，并且通过非正式文化体系，组织内部与外部成员能够了解正式文化体系所传达的伦理信息是否真实或虚假。

正式文化体系和非正式文化体系必须向员工传递相同的伦理信息，为员工指明道德行为的方向。

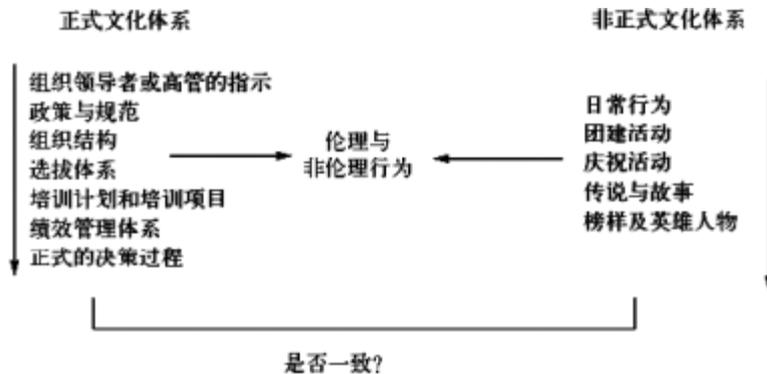


图 8-2 多体系伦理文化结构

讲解归纳与举例

例题：正式文化体系、非正式文化体系

【参考答案】

组织的正式文化体系是指组织领导者或高管的指示、政策与规范、组织结构、选拔体系、培训计划和培训项目、绩效管理体系及正式的决策过程等。

组织的非正式文化体系是指日常行为、团建活动、庆祝活动、传说与故事、榜样及英雄人物等。

二、伦理领导力

在第2章中，科尔伯格的伦理认知研究给我们的启示是：若领导者有高伦理水平，则组织伦理氛围更浓，反之亦然；

若员工与领导者伦理发展水平相似，则员工满意度、忠诚度高；若领导伦理水平低，则员工满意度和忠诚度低。

1. 创始人创造了组织文化

20世纪初，著名社会学家马克斯·韦伯基于对权威的历史分析，提出了“超凡魅力型领导”的概念。

20世纪70—80年代，美国著名组织理论学者本尼斯（Warren Bennis）认为成功的领导者有四种共同的能力：

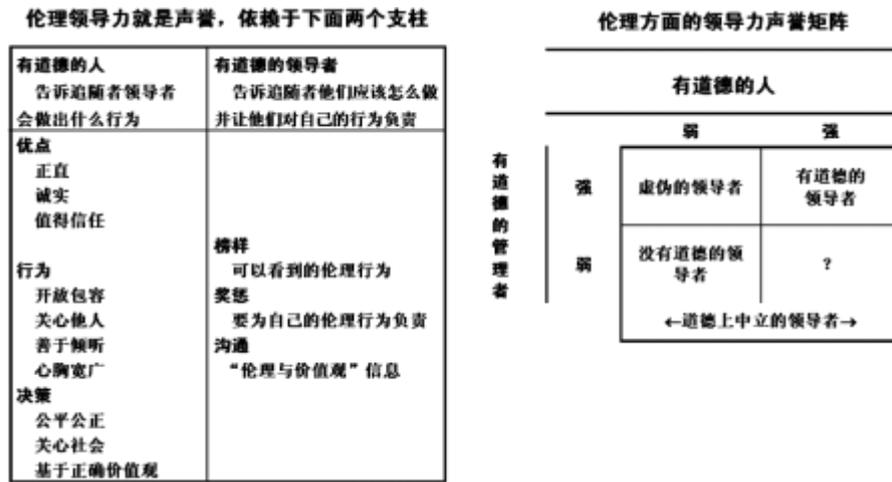
- ①极富吸引力的远大目标和理想；
- ②明确对下级讲清这种目标和理想并使之认同；
- ③坚定不移地朝着理想和目标努力；
- ④知道自己的力量并善于利用这种力量。

2. 领导者维持或改变组织文化

非创始人或者现任领导者对企业文化也会产生重要影响，他们或帮助企业维持现有的文化，或者改变现有文化。

现任领导者维持或改变组织文化的方式有很多，如阐述自己对未来的愿景，关注、衡量或控制某些事情，批判性地决策，吸收、雇用能接受和执行组织愿景的新员工，改变组织流程、行为责任制度等。

3. 有道德的领导者与伦理文化



个人道德维度代表的是“有道德的领导者”概念中的“道德”部分，是指领导者在作为普通社会成员“人”的层面应该拥有的品行，这是在企业 and 员工中培养声誉的关键所在。

一般认为，有道德的个人在品质上，应该具备正直、诚实、值得信任等优良品质；在行为上，应该是开放包容、关心他人、善于倾听、心胸宽广；在个人生活中严于律己，以身作则，模范遵守伦理道德；在组织的决策中，能够秉持公平公正、关心社会、能够基于正确的价值观做出有利社会和他人的决策。

因此，要成为一个“有道德的领导者”，首先要成为一个“有道德的人”。

领导者道德维度关注的是“有道德的领导者”中的“领导者”部分，即作为组织成员、组织高层管理者应该具有的品行。一个“有道德的人”不一定是一个“有道德的领导者”，即有时在评价一个领导时，说“人是好人，但作为领导是不合格的”。

这是因为，作为有道德的人，仅仅是意味着员工知道这个领导者会做出什么样的行为，但是不知道领导者期望他们做出什么样的行为。员工需要引导，需要得到领导的明确信息。

因此，如果要成为一个“有道德的领导者”，还必须关注其作为组织领导者对于组织和成员的角色义务，必须成为有道德的领导者，向员工传递伦理信息，使道德和价值观成为领导者信息的重要构成部分。有道德的领导者对于企业创建伦理文化至关重要。

首先，企业领导者提倡伦理文化并以身作则，率先垂范，会给员工形成良好的榜样，员工对组织的忠诚度会更高，伦理意识也会更强，会从伦理层面思考企业的所有行为并采取行动。

其次，企业高层的伦理领导力会沿着组织运行链条自上而下地传递，影响企业中层管理者并最终影响员工，这就是组织中的“涓滴效应”。

最后，尽管我们强调企业领导者对于伦理文化创建的作用，他们是建立并维护企业整体道德文化的有力实施者，但也不能忽视中层管理者在伦理文化创建中的作用，这在第4章已有所讨论。

4. 如何发挥伦理领导力

(1) 设定组织伦理期望，规范员工伦理行为

明确的组织伦理期望是组织伦理建设的目标和员工行为的指南，有助于员工在处于伦理困境时避免模糊和犹豫不决。

(2) 给予员工积极的反馈和指导

商业环境日益复杂多变，员工可能会随时面临伦理困境，这就要求组织能够及时予以正确的反馈指导。领导者应该成为员工求助时第一个愿意联系且能联系到的人。

(3) 对伦理行为进行奖励以表达支持

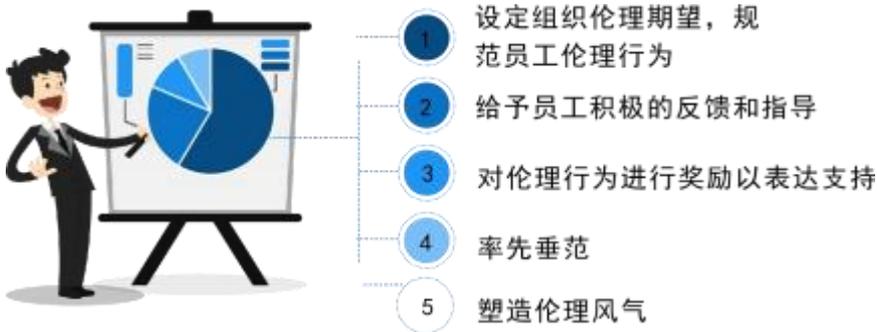
对组织成员伦理行为的奖励可以进一步强化组织的价值观，明确组织的伦理要求，增强员工伦理认同感和自觉性，从而主动与组织伦理规范保持高度一致性。

(4) 率先垂范

领导者是为组织成员天生的行为示范者。领导者的一言一行，会直接或间接地向组织成员传达组织伦理规范及要求，清晰表达组织伦理价值，进而和组织伦理规则一起形成组织员工伦理行为的基本环境和参照模板。

(5) 塑造伦理风气

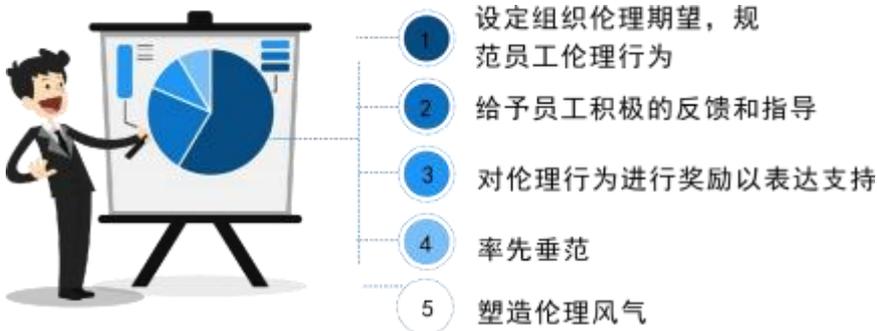
组织伦理风气是组织对于伦理行为的正确性以及伦理问题的解决方法共同理解，包括对伦理有关行为的奖励、支持和期望所采取的政策、行动和程序。领导者可以通过政策规范、执行激励等过程来影响、引导和控制组织伦理风气的作用强度和发展方向。



讲解归纳与举例

例题：如何发挥商业伦理领导力。

【参考答案】



三、其他正式与非正式文化体系

1. 正式文化体系

(1) 选拔体系，确立符合组织伦理要求的人才标准

选拔体系是企业选择合适人选的正式文化体系，主要包括两方面。

一方面，是针对新员工的，企业在雇用新员工时，需要按照企业文化和伦理要求进行筛选，鉴别出符合组织伦理要求的新员工；

另一方面，企业在招聘或内部选拔管理者时，也要根据企业伦理价值观对候选者的道德素质和伦理品行进行考察，尤其是那些在企业决策中起重要作用的领导岗位。

（2）使命、愿景、价值观（Mission、Vision、Value, MVV）及其说明、政策与行为准则

员工一旦进入企业并开始工作，组织就会通过正式的组织MVV及其说明、政策与行为准则来引导员工的行为。

MVV是指导企业如何经营的原则和价值观念，是企业文化的高度概括，一般都是抽象的、概括性的指导原则，形式上应该简短、易记，用清晰的语言表达，便于每个人都能明白其含义。

企业都有其自身的使命和价值观，重要的是要确保MVV及其说明与公司文化的其他维度保持一致，否则容易引发员工抵触，即表里不一的文化会导致员工反感和抵触。

一般来说，企业政策手册是关于企业及其行业各种行为的规定，既包括企业外部的法律法规，也包括企业内部的各种规定，如人力资源政策、财会政策、道德政策等。

道德政策是关于道德行为的规范或准则，比MVV的说明更详细，篇幅更长。道德政策往往会涉及很多行为领域并提供相应指导，如尊重他人、利益冲突、费用报告、收受礼物、性骚扰等行为。

企业政策手册一般都很厚，而且包含很多专业和法律术语。一个有效的企业政策手册应该精心设计，能把相关信息准确传达给那些真正需要的人，而特别重要的政策要特别示列，并且语言要尽量简单易懂，专业术语必须有明确的解释。

行为准则并不是具体的商业伦理方案，只是商业伦理建设的开始。行为准则既要避免过于冗长，也要避免过于简短，因为越长喜欢看的人就越少，而越短就可能越宽泛和抽象。

通常来说，在制定了行为准则的组织中工作的员工做出不道德行为的概率会更低。虽然可以肯定的是，仅制定行为准则并不能解决所有的组织伦理问题，但是在实施这些准则的过程中，忽略了伦理文化的其他构成部分，那么会给该组织带来新的问题。

此外，如果没有按照行为准则做出相应的处理，那么这种言行不一的做法就会导致组织出现混乱，而且员工还会认为该组织是虚伪的，甚至产生愤慨的情绪。因而，一个组织是否能够按照行为准则的要求做出相应的行动是很关键的。

（3）导向计划（Orientation Program）和培训项目

员工在组织中完成社会化的第一步往往从进入组织伊始的导向计划开始，然后通过培训项目进一步得到强化。

很多企业都会对每一个初入企业的新员工进行入职培训，首先将企业的价值观和指导原则传递给新员工，然后通过培训项目进一步传达具体的伦理准则、行为规范和决策规则。

培训项目尤其是商业伦理培训必须与企业文化保持一致。因此，有效的商业伦理培训项目必须建立在对组织以及组织伦理文化进行深度分析之上。切记，“万能”的方式是很肤浅的，也是不起作用的，“家家有本难念的经”。无论是企业自主开展的培训，还是聘请外部专业机构承担的培训，都必须对企业的正式和非正式文化体系进行商业伦理文化审核，有针对性地制定培训计划。

（4）全面的绩效管理体系

绩效管理及相应的奖惩机制是员工伦理行为的重要激励因素，有效的绩效管理体系是企业伦理文化的重要组成部分，对于伦理文化是否协调一致起着十分重要的作用。因此，有必要设计一种鼓励有商业伦理行为的全面的绩效管理体系。

要设计一个全面的绩效管理体系，必须搜寻决定组织目标能否实现的重要因素到底有哪些，在这些因素中，很少一部分属于财务因素，大部分属于驱动未来财务业绩的运营决策因素。

（5）调整组织结构确保个人伦理自主性

在第2章论述影响个人伦理决策的组织因素时谈到，组织中的权威、责任以及结构都会影响甚至左右个人的伦理决策和行为。

权威意味着服从和忠诚，而商业伦理强调自主和自由，当权威命令不道德时，就会导致伦理困境；

责任在部门和层级之间的碎片化，将会导致没有人承担责任的不道德行为；

而严格的部门分工和层级结构将个体视为组织大机器中的螺丝钉，拒绝并排斥个人的伦理自主性。因此，要创建企业的商业伦理文化，必须调整组织结构，消除官僚层级，下放责任，扩大个人的决策权。鼓励个人为自己行为负责的组织结构是构建组织伦理文化的重要保证。

（6）强化决策的商业伦理维度

组织的正式决策过程及其结果对组织运行具有关键性的影响，也是组织文化的重要组成部分。

如果决策过程过度依赖“成本-收益”的定量分析，很有可能会导致没有商业伦理的行为。

因此，企业在决策时（尤其是那些涉及消费者、员工、股东等主要利益相关者的重要决策时），必须进行商业伦理考量，重视决策的商业伦理因素，即使决策中的商业伦理举证责任比较困难。



2. 非正式文化体系

非正式文化要素往往是组织保持活力的源泉。

（1）英雄人物与榜样

英雄人物与榜样是组织价值观的人格化，往往被看作是组织的绩效标准和行为典范。一般来说，组织创始人通常被视为英雄人物，即使他们已经辞世，其言行都会被后来者所传颂和模仿。

（2）非正式行为规范：正确的做事方式

行为规范是指组织成员认为恰当的、可以接受的行为标准，既包括正式的行为规范，也包括非正式的行为规范。

现实中，很多组织的正式规则与不断发展的非正式规则往往是不一致的，而非正式规则对组织成员具有更大的影响力。

因为作为一个社会人，作为群体中的一员，“我们在这里做事的方式”是“真实”而“正确”的。所以，当非正式规则与正式规则不一致时，组织内部的不一致就出现了，非常不利于伦理文化的创建。

（3）庆祝活动：以有形的方式传递价值观

尽管说几乎所有企业都会以组织名义开展一些庆祝活动，但庆祝活动一般被看成是非正式体系的范畴，如跨年晚会、家庭开放日、表彰大会，以及各种团建活动等。

组织以什么样的形式来举办庆祝活动，实际上是在以有形的方式确认和传递组织文化，象征性地告诉人们组织期望他们做什么以及怎样做。

因此，庆祝活动是基于组织的什么价值观所开展的非常重要，如果与组织价值观不符，就会成为员工的负担，激发员工的抵触心理。

（4）传说与故事：坚守早已阐明的规则

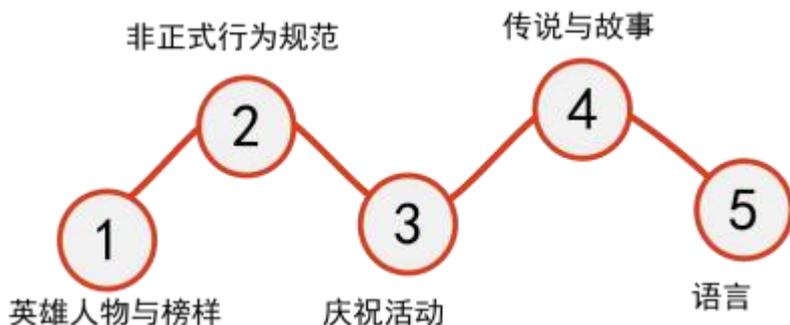
组织中流传的各种传说与故事，是组织非正式沟通网络的范畴，也是组织文化传承和价值观传递的重要方式。

这些传说与故事，记载着组织发展过程中的一些奇闻轶事，赋予了组织文化和价值观以鲜活的生命力。

（5）语言

语言是传递文化和价值观的重要载体。在马克斯·韦伯看来，要发挥官僚组织形式理性的优越性，必须坚持“道德祛魅”，或者说官僚组织是“价值无涉”的。

这反映在现实中，就是人们通常认为在组织生活中谈论道德和伦理是不合适的，当提到伦理时往往会有“自己是否有问题”的消极性联想，他们会这样想，“为什么要在这儿给我讲伦理道德呢？我本身挺好的”。很多人对任何说明他们道德有问题的暗示都会有抵触情绪，他们更愿意用其他词来描述他们的行为，即使他们的行为是出于道德的原因做出的，也不愿从道德角度来描述。这就是道德沉默。

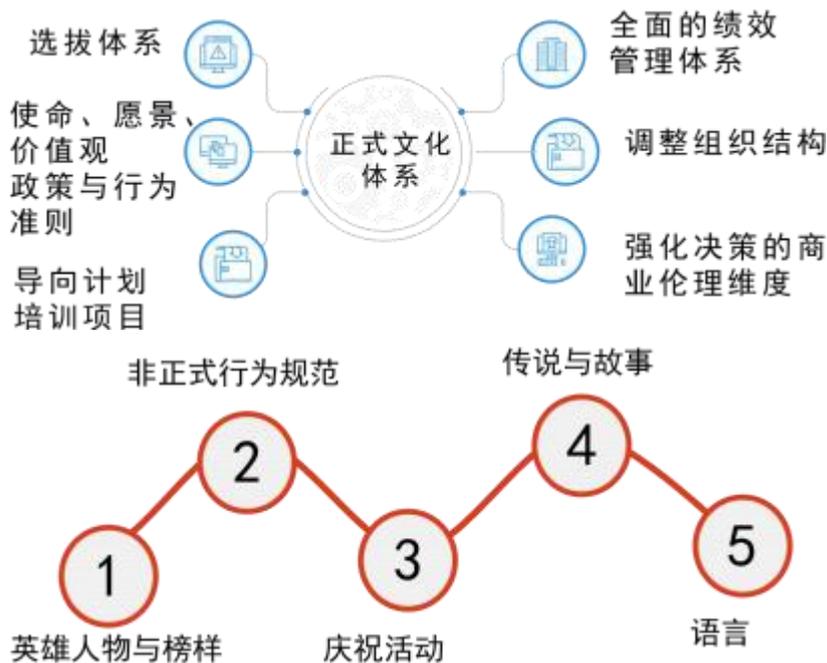


讲解归纳与举例

例题：如何理解正式文化体系与非正式文化体系？

【参考答案】

1. 正式文化体系
2. 非正式文化体系



四、改变组织的伦理文化

1. 基本原则

任何试图改变组织文化的尝试都需要确立三个原则：

- ①文化体系的视角；
- ②长远的视角；
- ③人性善的假设。

首先，要确立文化体系的视角。

即正式文化体系和非正式文化体系缺一不可，不能指望在某一方面或几个方面做出改变，就能推动商业伦理文化的形成。

其次，要具有长远的视角。

马克思唯物主义告诉我们，文化的发展总是滞后于社会经济的发展，“罗马不是一天建成的”，商业伦理文化的形成更非一日之功。正式文化体系与非正式文化体系的调整，需要时间来实施，而两者协调一致的结果也并不能即刻显现。

最后，是要从人性善的角度出发，相信人的本质是好的，并且乐于接受成长与变化。

主流经济学和管理学将人定义为“经济人”，是“受自我利益和机会主义驱动的，很可能逃避责任”的理性个体。如果基于这一假设出发，就意味着几乎只能从行为控制的角度尝试改变。

讲解归纳与举例

例题：任何试图改变组织文化的尝试都需要确立三个原则，以下哪个不是（ ）。

- A. 文化体系的视角
- B. 长远的视角
- C. 人性善的假设
- D. 非正式文化体系

【答案：D】

【解析】：组织的非正式文化体系是指日常行为、团建活动、庆祝活动、传说与故事、榜样及英雄人物等。不是3原则中的。

2. 诊断：伦理文化审计

对于正式文化体系而言，可以通过调查、采访、会议观察、培训计划与培训项目审查、组织文件分析、网站评论调查以及组织数据分析等手段，确定正式文化体系是如何促进或阻碍商业伦理行为的。

一定程度上，非正式文化体系的诊断更为重要，尤其是对那些没有或缺少正式行为规则和决策过程的小型组织而言。可以通过各种访谈、组织活动观察、英雄故事分析等，找出组织非正式文化体系中支持或反对商业伦理行为的因素。

表 8-1 正式文化体系审计时用到的问题示例

<ol style="list-style-type: none">1. 组织领导是否传达了清晰的商业伦理信息？商业伦理是不是其领导力的一部分？管理者是否被培训为遵守商业伦理的领导者？2. 在选拔员工时，是否考虑了商业伦理因素？在培训新员工和现有员工时，是否会强调政治的作用？3. 是否具有正式的商业伦理/价值观准则？是否传达了给员工？覆盖范围有多广？是否有人使用？该准则是否在诸如决策体系这样的正式体系中得到了强化？4. 绩效体系是否支持商业伦理行为？正直的人是否得到了晋升？达成目标的方法和结果是否同等重要？5. 无论当事人在组织中居于何种职位，错误的行为是否都能得到公正、迅速的惩罚？6. 组织内各个层级的员工都要对自身的行为负责吗？如果他们收到了他们认为错误的命令，他们会向权威提出质疑吗？如何提出？7. 组织是否鼓励举报者？是否存在正式的、保密的举报渠道？8. 在正式决策过程中是否会考虑商业伦理因素？怎样考虑？是否只有财务问题是唯一要考虑的？9. 是否对管理者和员工进行价值观培训？他们是否接受商业伦理决策的培训？10. 商业伦理维度是不是政策制定会议以及新的风险投资报告的常规组成部分？组织是否教授和使用商业伦理语言？组织高层是否成立了正式的委员会来专门处理商业伦理问题？
--

表 8-2 非正式文化体系审计时用到的问题示例

<ol style="list-style-type: none">1. 找出组织的英雄人物，他们代表什么样的价值观？师傅给你的建议是什么？2. 现有的非正式的社会化过程是什么样的？宣扬的是什么样的商业伦理/非商业伦理规范？对于组织内的不同群体，是否存在不同的社会化过程和规范？3. 有什么重要的组织活动？它们是如何鼓励或阻碍商业伦理行为的？什么样的员工获得奖励？是正直的员工还是通过没有商业伦理方式获得成功的员工？4. 组织中的英雄事迹和传说讲述的是坚决抵制一切压力坚守自己价值观的人，还是唯命是从的人？这些故事中的主人公最终是被解雇了，还是得到了晋升？5. 是否存在可以接受的商业伦理方面的语言？组织是否鼓励员工在商业决策中使用这些语言？

3. 改变商业伦理文化的干预手段，并进行效果评估

如果员工积极加入商业伦理文化的改变中，问题就相对变得容易了。所诊断出的问题，可以通过不同方式有针对性地解决。

首先，改变组织结构，下放权力。

鼓励员工对自己的行为负责，阻止无条件地接受权威命令的行为，组织大家共同讨论并设定商业伦理准则；

然后，进行传达和实施。

设计大家共同接受的奖惩体系来处理没有商业伦理的行为等；

最后，无论采取了哪些改变方式，都应该及时对这些改变方式的效果进行评估。评估意味着对过去的总结，也意味着新的开始。

4. 商业伦理文化传播

（1）传播时间

需要注意三个时间节点：

- ①在新员工招聘时，向应聘者传播和展示公司所倡导的道德观念；
- ②开展导向计划和培训项目时，需要进一步向新员工或现有员工强化公司期望的态度、价值观和行为模式；
- ③日常的传播，包括组织的正式活动和非正式活动，都应该随时随地贯穿一致的道德价值观。

（2）传播主体

传播者的职位高低往往表明了企业对待商业伦理文化的态度，因此企业领导或高层管理者是当仁不让最重要的传播者。如果一方面强调伦理价值观的重要性，一方面仅有人力资源部门或者中低层管理者和一线员工来传播，就意味着组织高层的道德沉默。

（3）传播对象

任何一个企业的商业伦理文化都不应仅仅在企业内部形成，还需要向外扩散。总的来看，传播对象主要有三类：

- ①向员工传播，这是最基本的；
- ②向合作伙伴传播，这样做既向合作伙伴宣传了本企业的价值观，建立良好的外部形象，同时还能获得合作伙伴的信任和支持，进一步强化企业的道德文化，甚至向产业链进行传播；
- ③向公众传播，向社会公开企业所倡导的价值观念，既有利于企业树立良好形象，同时还能强化社会监督，推动企业公民的形成。

（4）传播内容

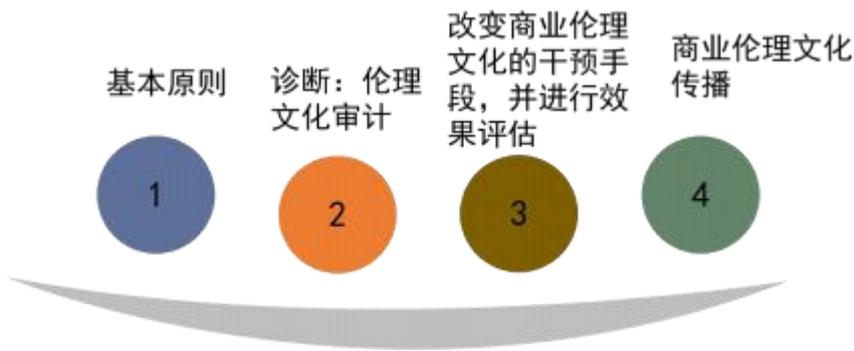
传播内容主要包括四个方面：

- ①MVV及其说明；
- ②企业的道德政策和行为准则，为员工提供行为指南，为其他利益相关者提供评判标准；
- ③企业的英雄人物、故事等；
- ④对不道德行为的惩罚机制、举报途径等。

（5）传播方式

在商业伦理文化的传播上，与正式文化体系和非正式文化体系所有要素相关的行为方式都可以利用。较为常见的方式有：

- ①企业领导人签署道德宣言；
- ②在企业网站的显著位置公开企业价值观、道德宣言、道德政策、道德故事、道德问题受理方式等；
- ③在培训中强化道德案例的教学、讨论和考核；
- ④编写人手一册的道德手册；
- ⑤开设道德论坛等。



第二节 企业内部治理

一般管理学之父法约尔提出了管理的五项职能，这里我们将企业内部活动简单概括为四个环节：计划、组织、领导、控制。

商业伦理建设的内部治理，本质上就是从这四个方面整合组织资源，实现企业内部的道德管理。



一、计划—将商业伦理融入企业战略

计划是企业的首要职能，是其他管理职能的基础或前提条件。

从抽象到具体，计划表现为使命、目标、战略、政策、程序、规则、规划和预算等形式。因此，要推进商业伦理建设，必须从计划开始，将企业所坚持的道德价值融入战略、各项政策和行为规范之中，并且在企业的各项决策活动中坚持商业伦理分析。

1. 企业道德层次定位

企业将自身的道德标准定位于哪个层次，决定了企业道德建设的目标和最终结果。

道德是分层次的，如果说法律是最低的道德，那么满足法律的基本要求也是一种道德层次的定位，现实中确实有很多企业将自身的道德定位于遵纪守法、不受制裁和处罚即可。

但是，这种低层次的道德定位，可能并不会让企业在复杂多变的商业环境中很好地面对遇到的困境。

良好的企业公民，要求企业必须追求高层次的道德价值。这是因为：

- ①高层次的道德定位会向管理者、员工、消费者、合作伙伴和社会等利益相关者传递企业真正关心的道德价值，树立企业形象，建立信任的商业伙伴关系；
- ②在复杂多变的商业环境中，商业伦理无处不在，低层次的道德定位不足以应付各种可能面临的困境。

2. 企业伦理规范

有了明确的道德定位，还需要制定企业的伦理规范、道德准则，以制度的形式将道德价值观呈现给各利益相关者。

正如第7章所述，很多跨国企业都制定有企业内部的生产守则和伦理规范。这些守则和规范基本涵盖了产品和服务质量、利益冲突、诚实、贪污、自然环境保护等各方面内容，涉及企业对消费者、投资者、员工、股东、竞争者、合作者、社会和环境等各类利益相关者的社会责任。

3. 企业决策的商业伦理分析

作为计划的逻辑延续，决策是计划职能的实现载体，是对组织未来实践活动的方向、目标、原则、方法等做出决定的过程。

商业伦理建设要求企业在做决策时，必须进行伦理考量和商业伦理分析，并对决策方案进行商业伦理评价。

第2章具体介绍了商业伦理决策的理论依据、步骤和模型，这里不再赘述。



二、组织—结构化的商业伦理管理

1. 设立伦理官（Ethics Officer）和伦理机构

1985年，世界上第一个企业伦理官和伦理办公室在通用电气公司出现。

在实践中，从身份上看，伦理官主要来自企业内部，因为内部人员最熟悉和认可企业文化，而外部人员较少，当然外部人员也有其优点，那就是可以带来全新视角且更能胜任变革重任。

从专业上看，伦理官以法律顾问最为常见，其他方面的专业还有审计人员、人力专员等。

从称呼上看，各种头衔都有，如副主席或伦理规范主任、伦理规范遵守主任、商业行为主任、内部审计主任、伦理规范协调员，或者直接就叫伦理官。

从职位上看，伦理官大多被定位在企业高层上，甚至有些企业将伦理官职位作为企业高管潜在培养对象的必经之路，高层职位更能提供指导及有效策略，确保企业商业行为标准在企业内部能得到传播和支持。

从职责内容看，伦理官的职责主要是：

- ①检查员工是否遵守企业的商业伦理守则；
- ②是否遵守包括各种法律法规在内的与经营有关的规章制度；
- ③指导员工进行决策判断；
- ④负责员工的商业伦理教育计划，使他们在面对商业伦理问题的时候能够坚持道德原则。除了伦理官，很多企业还设立了伦理办公室和伦理委员会。

一般来说，伦理办公室是常设的办事机构，负责与企业伦理相关的日常工作，伦理委员会类似于政府部门中的议事协调机构，成员来自多个部门的高层管理人员，扮演委托人、专家、法官、督促者等不同角色。

2. 招募道德素质较高的新人

组织职能的重要内容就是为企业配备合适的人选。这里主要是指为企业招募符合和认可企业价值观要求的人才。

什么样的人才适合企业？首先，有必要建立符合企业需要的明确的人才标准。

目前，很多企业在选择新员工或者管理者时，会对候选人进行诚实度测评。人们越来越重视人才中的道德素质，人才标准=德商+情商+智商。

事实上，在我国政府机关的选拔体系中，“德才兼备、以德为先”一直是人才选拔的第一标准。

3. 商业伦理培训

仅有价值观声明、政策手册和行为准则是不够的，要让固定于手册上或墙壁上的各种价值观鲜活起来，还必须提供培训，促进员工对各种价值观的理解，并提高应用能力。

心理学研究表明，当人们公开宣扬一种观点时，他们就倾向于在行动上与这种观点保持一致，即使他们此前根本不相信这种观点。培训就是一种很好的公开宣扬。

有效的培训方案应该是一种持续的努力，要对公司从新员工到高层管理人员的每个人都进行培训，包括新员工、现有员工、中层管理者、高级管理者、各部门负责人等。培训是组织正式体系中对伦理文化影响非常直接的一种方式。



三、领导—加强商业伦理沟通

在管理学中，一般把领导看成是一种影响力，是影响个人、群体或组织实现所设定目标的各种活动和过程。这个过程是由领导者、被领导者和其所处的环境三个因素组成的。

1. 基本的商业伦理沟通原则

(1) 系统性—综合使用正式和非正式的沟通体系

一般在讲到沟通体系时，人们最常想到的是那些显性的或者明显的途径，包括所有的正式书面文件和电子通信，如企业的报纸、杂志、政策指南、行为手册、备忘录、年度报告、网站和广告等，以及正式的口头交流，如会议和演讲等。

但是，在企业沟通体系中影响最大的可能是其中的非正式渠道—小道消息，包括各种谣言、印象和感觉等。

研究表明：小道消息中70%~90%是正确的。有非正式群体的地方，就有小道消息生存的空间，每一个企业都不可能完全杜绝小道消息的传播。

当正式沟通体系和非正式沟通体系所传播的消息不一致时，最好方法是询问员工和团体访谈，并设计出一致性政策。

这种一致性是正式沟通体系和非正式沟通体系的协调一致，同时也是面向所有人的一致，如果这些政策只是在部分员工中实行，或者对于不同员工存在多种不同规则和处理方法，那么小道消息仍然会流传，极有可能拉低企业信誉。由于员工学习的方式和了解信息的途径各不一样，企业必须以正式或非正式的方式来传递公司的价值观、准则和政策，以满足每个员工的需要。而这些交流工作应当是协调的、清晰的、一致的和可信的。

（2）针对性—分析受众及其沟通需求

设计一个有效的沟通程序首先要从沟通受众的需求分析入手。

在第4章我们将组织内的员工区分为积极参与的、不参与的、积极脱离的三类，这里用军事术语将员工分为三种群体。

第一，“好士兵”。

这类员工有良好的道德标准和道德基础，具备辨认对错是非的判断力和经验，因此明白并遵守企业的政策和规则，并且在收到不正确或不道德的命令时，会提出质疑。

对于这类员工，企业应该给予大力支持，因为他们在坚持道德标准时可能会遇到压力，来自企业的支持意味着他们的行为是与企业要求相一致的。

第二，“松动的大炮”。

这类员工可能有良好的伦理基础，但是他们不知道企业的政策，甚至不知道行业通用的商业伦理标准。

他们可能缺乏经验，也可能来自一个完全不同的行业或领域。

因此，他们需要接受教育，明白企业的行为准则和政策。否则，一旦缺少引导，商业伦理在他们眼里可能就根本不值得考虑，甚至做出有违商业伦理的事，这就是被称为“松动的大炮”的原因。

第三，“不定时炸弹”。

这类员工很聪明，并非愚昧无知，但也不和蔼可亲，难以接近。他们可能知道也可能不知道企业的政策，但他们不在乎。他们有自己的主意，对企业和领导缺乏忠诚。

因此，他们就像“不定时炸弹”，不知什么时候就可能会“爆炸”，给企业带来致命伤害。毫无疑问，这类员工需要被告知，道德方面的失误是不可原谅的；也需要让其看到，企业会对良好行为进行奖励。

讲解归纳与举例

例题：“松动的大炮”，这类员工有良好的道德标准和道德基础，具备辨认对错是非的判断力和经验，因此明白并遵守企业的政策和规则，并且在收到不正确或不道德的命令时，会提出质疑。（ ）

【答案：错误】

【解析】：这类员工可能有良好的伦理基础，但是他们不知道企业的政策，甚至不知道行业通用的商业伦理标准。他们可能缺乏经验，也可能来自一个完全不同的行业或领域。

2. 评估组织伦理沟通现状

①了解员工面临的伦理困境有哪些，是商业领域普遍面临的困境，还是行业或企业所特有的困境，最常碰到的困境是什么等。

②了解员工们不知道什么、希望知道什么，满足他们的需求是设计沟通程序的目标。

③评估企业现行的政策传达情况如何，这些政策是否在导向计划或培训时讨论过，员工是否清楚地知道如何获取这些政策，员工是否明白可能会犯哪些错误，是否明白企业的商业伦理标准，是否知道企业对他们的期望。

④了解有什么样的沟通渠道存在，员工如何从管理人员那里接收信息，管理人员又如何从员工那里得到信息，当员工在上司那里求助无果或者上司就是问题本身一部分时是否知道去哪里求助，员工是否知道企业有申诉或举报程序和渠道。通过这些追问，就会明白有效沟通的渠道在何处、不在何处、应该建在何处。

评估完沟通现状，就要为正式和非正式的沟通体系建立多样化的沟通渠道，如前面所提到的报纸、杂志、网站、招聘手册等。

3. 领导和高层管理者的商业伦理沟通

美国学者分别于20世纪60—80年代开展的研究表明，影响员工道德水平的因素主要有领导者的行为、同事的行为、本行业伦理惯例、正式组织政策、个人经济状况和社会道德风气，其中，领导者的行为一直排名首位。

领导和高层管理者如何发挥其领导力？

一方面，为企业塑造价值观的领导者要具备极为崇高的愿景，激发企业数以万计员工的热情。领导者身为开路先锋的角色在此极为重要；

另一方面，企业必须将价值观落实在许许多多日常的工作中，才能给员工传递执行价值观的热情。

讲解归纳与举例

例题：如何理解企业内部治理中的领导？

【参考答案】1. 基本的商业伦理沟通原则

- (1) 系统性—综合使用正式和非正式的沟通体系
- (2) 针对性—分析受众及其沟通需求

2. 评估组织伦理沟通现状

3. 领导和高层管理者的商业伦理沟通



四、控制—评估并运用奖励机制强化商业伦理信息

控制作为管理工作最重要的职能之一，是管理过程不可分割的一部分。计划、组织和领导等其他职能，必须伴随有效的控制职能，才能真正发挥作用，组织的整个管理过程只有依靠控制职能才能得以有效运转、循环往复。同其他管理职能一样，控制职能是组织中各个层次的管理者必须承担的主要职责。所谓控制，就是根据事先规定的标准，监督检查各项活动，并根据偏差或调整行动或调整计划，使两者相吻合的过程。简言之，控制就是管理者确保实际活动与规划活动相一致的过程。

1. 设定恰当的目标

商业伦理建设意味着不能仅将经济指标作为控制的主要甚至唯一指标，还必须考虑非经济因素，如顾客满意度、员工的缺勤率和离职率、公众对企业的态度、环境保护、企业对社会的贡献等。

一方面，商业伦理标准必须成为控制指标的一部分，既要考虑行为的结果，也要考虑达成结果的方式；另一方面，从道德和伦理角度考虑控制指标，有时会被理解成越高越好，事实上这种不切实际的商业伦理指标会被质疑为“假、大、空”，要么被员工所忽视，要么被员工以造假的方式来应付。

因此，控制标准必须符合企业实际情况，是切实可行的，通过努力是能够达到的。

2. 评估商业伦理制度及其实施情况

评估是控制过程的重要环节。很多企业在商业伦理方面投入了大量资源—设立专门机构和岗位，制定价值观声明和行为规范，设计和实施培训方案，评选及表彰各类先进等。

但是，很少有企业主动地对这些努力进行系统性的评估，因为与其他评估相比，商业伦理评估会面临更多的挑战。其中，很重要的一个挑战就是难以获得真实的、可靠的信息和数据。

尽管如此，评估是必要的。这需要科学设计评估方案，丰富评估方式。

3. 赏罚分明，以奖促建

赏罚机制是控制职能的重要内容，其基本假设就是，人们具有趋利避害的本能，愿意从事会受到奖励的事情，而逃避会受到惩罚的事情，分明的赏罚机制是控制商业伦理建设效果，推动商业伦理建设的重要手段。

企业首先必须建立起明确的赏罚机制，对于明显违背企业伦理价值观的不道德行为，决不姑息，严格公正地根据事先已阐明和公开的依据进行处罚，让员工明确什么行为是企业坚决反对和不能容忍的。

奖励机制是保持企业伦理文化一致性的关键。将伦理标准和价值观融入考核指标中，不仅关注“结果”（成就），更关注“如何”达成或取得这一“结果”，能够激发员工内心的驱动力，促进组织内部商业伦理行为的发生并阻止不当行为的发生。

对符合企业价值观的商业伦理行为进行公开的奖励，即向员工表明企业所认可的价值观是什么，在企业中什么是“正确”的行为，而不仅是“结果至上”。

讲解归纳与举例

例题：如何理解企业内部治理中的控制？

【参考答案】

1. 设定恰当的目标
2. 评估商业伦理制度及其实施情况
3. 赏罚分明，以奖促建



第三节 企业外部推动

一、进一步完善法律制度并加强法律调节

从商业伦理建设角度而言，法律层面的推动作用，一方面，更多地体现在法律的调节和引导方面，而非直接控制和干预；另一方面，伦理意味着责任，责任意味着行动，法律对企业商业伦理建设的推动作用主要聚焦于企业的社会责任方面。

1. 现有的法律体系

从部门法来说，在民商法领域，2021年正式实施的《中华人民共和国民法典》是关于市场经济的基本法，还有以《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国合伙企业法》《中华人民共和国个人独资企业法》《中华人民共和国证券法》等商法为主体的相关法律。

此外，在行政、经济、社会、刑罚等领域均重新修订了相应的法律。

就企业社会责任而言，2005年修订的《中华人民共和国公司法》第五条规定：“公司从事经营活动，必须遵守法律、行政法规，遵守社会公德、商业道德，诚实守信，接受政府和社会公众的监督，承担社会责任。”这是我国法律首次将企业承担社会责任写入了法律。

2. 需要完善的内容

(1) 适时制定、修订和完善相关的法律

法律具有滞后性，很多商业领域的法律都是在改革开放过程中制定的。改革开放以来，我国经济社会长期保持又好又快的发展，社会各领域发生了翻天覆地的变化，新生事物不断涌现。

进入21世纪后，以正式加入世界贸易组织为契机，我国加快了商业领域和社会责任方面相关法律的制定、修订和完善，但受限于立法规划和其他客观原因，仍有一些法律还未能适时修订，甚至还存在法律空白，如在碳中和和碳达峰的战略要求下，适时出台《中华人民共和国能源法》是非常有必要的。

同时，要适应我国和世界经济发展趋势，适当调整相关标准。

(2) 在法律基础上，以行政法规、地方性法规、部门规章、政府规章等形式，将法律的原则性规定进一步细化，为企业推进社会责任建设提供明确而具体的依据。

法律条款相对于实践而言是原则而抽象的，可能缺乏直接、具体的可操作性。

例如，《中华人民共和国民法典》和《中华人民共和国公司法》规定了企业应当承担社会责任，但社会责任具体包括哪些？

有人从《中华人民共和国公司法》的相关条款总结出，企业的社会责任主要包括公司守法、治理结构、商业决策和社会披露这四方面。

二、强化政府监管力度和引导作用

1. 作为规制者，政府应当为企业进行社会责任立法，明确社会责任标准，制裁反责任行为，提起公益诉讼。

一方面，政府作为国家意志的执行机关，必须加强法律的具体落实。

如上所述，法律关于企业社会责任的规定一般较为抽象和原则，法律也不可能对纷繁复杂的商业领域一一制定出具体的操作细则，因此对法律原则和条文的可操作化工作就落到了政府的身上。

遵循“法律优位”和“法律保留”原则，政府可以以行政法规、部门规章、政府规章以及其他政策文件等方式，进行适当的细化，作为企业推进社会责任建设的指导性框架。

另一方面，在数字化时代，商业环境的复杂性和不确定性不断迭代，法律对此往往是滞后的，这时需要充分发挥前瞻性政府的职能，为新生的商业伦理现象提供有效指导和规制。

2. 作为推进者，政府应当积极推行责任信贷和责任投资，出台激励措施，评选责任典型，形成长效推进机制。

社会责任投资（Socially Responsible Investment, SRI）是一种适应可持续发展要求的新型投资理念，在鼓励企业追求利润的同时，最大化地承担社会责任。

目前，很多国家都在通过绿色新政、绿色金融体系等方式，推动并帮助企业建立更有弹性的发展战略和行动，支持和引导金融机构、企业向可持续发展方向实现转型。“负责任”的信贷应该为实体经济服务，为人们的幸福生活做保障，为良好的经济及金融秩序做支撑。

此外，政府还可以发挥政府公信力，鼓励评选负责任的典型企业，在社会上形成良好的示范效应，建立推动企业可持续发展的长效机制。

3. 作为监督者，政府应当强化监督机制，落实监督责任，推动责任信息披露，做好责任评估，推行责任审计和认证。

尽管说企业在法治范围内遵循契约自由和意思自治，但企业社会责任建设不仅仅是企业自身的事情，政府有责任监督企业是否遵循了法律的基本要求，并在法律框架内推动企业及时披露和报告相关信息，对国有重点企业和标杆企业做好责任评估，主导并推动国有企业的社会责任审计和认证，形成积极向上的社会氛围。

4. 作为服务者，政府应当积极开展社会责任研究，为企业提供咨询建议，开展社会责任对话，搭建高层次交流平台，开展社会责任培训，提升社会责任意识。

商业伦理和社会责任建设是一个系统性、专业性很强的工作，涉及法律法规要求、国际国内标准、行业发展情况、技术发展趋势等很多方面，有些并非是企业所擅长的，这时就需要发挥政府公信力，给企业提供权威可信的指导意见，搭建政府、企业、社会的交流沟通平台，帮助企业培训相关人才。

2015年6月2日，国家质检总局和国家标准化委员会联合发布的社会责任系列国家标准适用于所有类型的组织，旨在帮助组织在遵守法律法规和基本道德规范的基础上实现更高的组织社会价值，最大限度地致力可持续发展。

5. 作为合作者，政府应当与企业联合开展社会公益行动，积极支持和吸纳企业参与社会公益，为企业公民行为搭建平台。

当代政府与企业之间的关系是一种合作式的服务性关系。

除了上述几种角色，政府可以与企业发挥各自优势，在污染治理、生态保护、减少贫困、帮助弱势群体等方面进行合作，共同致力环境保护、贫困治理等公益性活动。

作为规制者

作为推进者



作为监督者

作为合作者

作为服务者

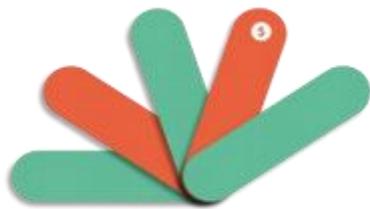
讲解归纳与举例

例题：如何理解政府在商业伦理建设中的角色？

【参考答案】

作为规制者

作为推进者



作为监督者

作为合作者

作为服务者

三、积极发挥社会组织及舆论监督作用

政府、市场、社会在我们的社会发展中必不可少。

常言说，提供公共物品“不找市场找市长”，提供私人物品“不找市长找市场”，但这只是一般情况，因为政府和市场都有这样那样的缺陷，即所谓的“政府失灵”和“市场失灵”。社会总会出现单靠政府解决不了和单靠市场也解决不了的问题，这就为“社会”的出现创造了条件。

这里的社会一般是指社会组织，包括商会、企业家协会、各种行业协会、消费者协会以及新闻媒体等。

1. 发挥行业组织的专业职能

(1) 加强组织成员的自治自律，实行自我管理、自我服务和自我监督，主要通过制定并实施相关的组织章程、准入资格、行业规范和行为准则等，负责组织成员的职业道德与纪律的教育、检查和监督，并对违反规章制度的成员在自治权限内采取批评教育以及制裁措施。

(2) 协调组织成员之间以及与其他组织或个人之间的关系，调解组织内部成员之间、组织成员与外部组织或个人之间的纠纷，组织本组织成员开展对外交流，向社会宣传介绍本组织成员情况等。

2017年9月7日，中国纺织工业联合会发布《“一带一路”中国纺织服装行业企业社会责任风险管理指南》，为我国纺织企业“走出去”提供具体的指导和参考。

(3) 服务组织成员，为组织成员提供信息、咨询、培训、促进合作等服务，如行业协会参与编制行业发展规划，反映本行业发展要求，组织行业培训、技术咨询和技术推广，举办专题研讨会，组织调查研究、行业宣传等。

(4) 维护成员合法权益，并引导成员整体利益与社会公共利益相协调。

2021年12月25日，中国纺织工业联合会及12家行业协会发布共同声明，坚决反对美国参众两院通过的排除新疆产品进入美国市场的所谓“H. R. 6256涉疆法案”，坚决支持我国政府采取相应的一切必要反制举措，坚决维护新疆利益和产业利益，坚决维护好我国纺织全产业链的产业安全和正当权益，实现我国纺织产业可持续健康发展，并承诺，将继续坚定支持新疆棉花的种植与生产，坚定支持新疆棉及其制品在国内外的贸易与消费，全力支持新疆纺织服装产业的繁荣与发展，将与全球伙伴紧密合作，排除干扰，全力保障国际纺织服装产业链、供应链的正常运行。

2. 加强公众舆论监督引导，唤醒公众责任意识

(1) 新闻媒体的正面宣传。

新闻媒体应积极向社会各界宣传介绍商业伦理和企业社会责任方面的相关理论、发展趋势和国际经验，积极介绍我国企业在商业伦理和社会责任建设方面取得的成果和经验，营造积极向上的社会舆论氛围。20世纪末到21世纪初，当企业公民理论在国外刚刚兴起时，以《21世纪经济报道》为首的媒体积极引进宣传，并在2003年召开了国内第一次关于企业公民的研讨会，为企业公民理论在我国的传播做出了重要贡献。

(2) 新闻媒体的舆论监督，这也是新闻媒体的基本权利。

新闻媒体通过对不负责任、严重违背道德的企业进行曝光，深入挖掘商业丑闻背后的根源，及时披露企业社会责任信息，既能直接给当事企业形成巨大的社会舆论压力，同时也能对其他企业起到警示作用，还能唤醒社会公众的责任意识。

当消费者、投资者和公众对社会责任的偏好强化到足以影响企业的选择时，社会责任意识就能转化成各利益相关者手里的“选票”，成为企业争夺的外部资源 and 市场。那些不承担社会责任的企业将面临市场的惩罚，而积极承担社会责任的企业则会因其良好的企业形象而获益。



四、积极推行企业社会责任审计和报告鉴证

1. 推行企业社会责任审计

社会责任审计产生于20世纪50年代中期，兴起于20世纪90年代。

20世纪80年代，我国学界将社会责任审计概念引入国内。

社会责任审计是促进企业履行社会责任的一个重要工具，有助于监督企业经营活动产生的社会后果，保护各利益相关者的利益。

目前，社会责任审计主要存在三种形式：政府监督实施的社会责任审计、独立社会机构实施的社会责任审计、企业自愿实施的社会责任审计。

（1）政府监督实施的社会责任审计

是指由政府设立的有关机构执行对企业社会责任履行情况的监督和评价活动，主要存在于欧洲和美国。

19世纪在英国开展的工厂监察员制度，被视为是社会责任审计的起源。

第二次世界大战以后，欧美国家通过逐步建立和完善一系列法律制度提升企业社会责任感，并设置监管机构来推进企业履行社会责任，如英国的劳动仲裁咨询委员会（Advisory, Conciliation and Arbitration Service, ACAS）、美国的平等就业机会委员会（Equal Employment Opportunity Commission, EEOC）。

（2）独立社会机构实施的社会责任审计

即由政府和企业之外的、独立的社会机构对企业社会责任的履行情况进行审查和评价。

这种审计的目的主要是披露企业履行社会责任的情况，并将审计报告公之于众，以便企业各利益相关者能更为有效地监督企业履行社会责任的情况，进而督促企业根据审计结果和建议进一步规范其社会责任行为，更好地履行其应承担的社会责任。

相对而言，这种审计形式的真实性、客观性和公正性更高，但是也面临着企业不予配合，不提供真实全面信息的困境，因而审计质量和结果难以保证。

（3）企业自愿实施的社会责任审计

即由企业内部管理部门或由其委托的外部审计机构或人员对企业社会责任履行情况进行的审计。

一般来说，企业主动实施社会责任审计，一方面，是为了应对外部压力，摆脱社会公众对企业形成的唯利是图的印象；另一方面，是为了强化自身承担社会责任的意识，提升企业形象，扩大知名度和美誉度，以期获得更好的发展前景。

相比于其他两种社会责任审计，企业自愿实施的社会责任审计具有更强的灵活性，但是由于实施审计工作的人员是企业内部人员或者接受企业聘请的外部人员，使得审计结果缺乏客观性和公正性，审计质量难以得到保证。

2. 加强社会责任报告鉴证

通过鉴证可以有效提升企业社会责任报告的公信力。鉴证有利于保证企业对外披露社会责任信息的真实性与公允性，进而加强社会对企业履行社会责任情况的监督。

同时，鉴证有利于督促企业认真梳理和分析在承担社会责任方面取得的成绩、存在的问题，让社会责任意识成为企业的自觉意识。

目前，企业社会责任报告鉴证主要有两种形式。

① 强制性鉴证

主要在欧洲国家，法国从2001年起要求公众企业在年报中披露环境信息时应提供第三方鉴证，瑞典要求从2008年起所有国有企业要公布经第三方鉴证的可持续发展报告，丹麦规定从2009年起国有控股公众企业在年报或独立报告中披露经第三方鉴证的可持续发展信息。

②自愿性鉴证

这是大多数国家的做法。

一般认为，企业承担社会责任面临三个限制：

①合法性限制

即企业首先必须满足法律要求，这是最基本的也是最低的要求；

②成本和效率限制

企业承担社会责任既不能无视法律和道德要求，也不能无视自身成本和效率限制而好高骛远，这是最主要的限制条件和影响因素；

③范围和复杂性限制

企业所面临的问题可能会超出企业的能力范围，需要联合政府和其他组织一起来解决。

表 8-3 企业发展阶段与承担社会责任的优先序列

阶 段	优 先 序 列
阶段 1：企业刚成立	股东
阶段 2：有所积累	员工
阶段 3：有一定社会影响	供应商、消费者
阶段 4：承担社会责任不可避免	环保、公益



讲解归纳与举例

例题：企业社会责任报告鉴证主要有两种形式，强制性鉴证、自愿性鉴证。（ ）

【答案：正确】

【解析】：目前，企业社会责任报告鉴证主要有两种形式。

①强制性鉴证

主要在欧洲国家，法国从2001年起要求公众企业在年报中披露环境信息时应提供第三方鉴证，瑞典要求从2008年起所有国有企业要公布经第三方鉴证的可持续发展报告，丹麦规定从2009年起国有控股公众企业在年报或独立报告中披露经第三方鉴证的可持续发展信息。

②自愿性鉴证

这是大多数国家的做法。



1

进一步完善法律制度并加强法律调节

2

强化政府监管力度和引导作用

3

积极发挥社会组织及舆论监督作用

4

积极推行企业社会责任审计和报告鉴证