

企业伦理学

——转型经济条件下的企业伦理问题研究

夏绪梅 著

科学出版社

北 京

内 容 简 介

我国目前正处于从传统计划经济向现代市场经济转型的时期,经济转型过程中存在着巨大的不确定性,出现了许多人们始料未及的问题。在经济体制转轨、社会转型的过程中涌现出大量不道德现象,作为经济微观主体的企业在其经营活动过程中反伦理行为亦层出不穷。本书从企业伦理学的一般理论出发,通过对企业伦理理论和实践依据以及企业伦理民族性的理论分析,结合对我国企业伦理演化和特征的实证研究,在对企业主体伦理行为进行理性经济分析的基础上,提出企业伦理的三大制约因素为信息不对称、企业伦理素质残缺和市场不完善,制度有效供给不足是制约企业伦理的最终原因,并进一步从外部制度供给和企业内部机制构建两个视角为企业伦理提供了可行路径和对策措施。

本书可供高等院校本科生、研究生参考使用,同时对专业研究人员,政府部门、企业界相关人员也有重要的阅读价值。

图书在版编目(CIP)数据

企业伦理学:转型经济条件下的企业伦理问题研究/夏绪梅著.—北京:科学出版社,2008

ISBN 978-7-03-021195-8

I. 企… II. 夏… III. 企业管理-伦理学-研究 IV. F270-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 027018 号

责任编辑:王京苏 李俊峰 苏雪莲/责任校对:刘亚琦

责任印制:张克忠/封面设计:无极书装设计工作室

科 学 出 版 社 出 版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2008 年 5 月 第 一 版 开本:B5(720×1000)

2008 年 5 月第一次印刷 印张:12

印数:1—2 500 字数:223 000

定价:25.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换(环伟))

序 言

夏绪梅博士的著作《企业伦理学——转型经济条件下的企业伦理问题研究》即将出版,邀我作序,作为她的导师,我欣然接受。并将我所感受到的和理解到的这部著作的价值作一扼要的阐释。中国企业伦理的研究发端于改革开放之后,并且越来越受到理论界重视。我国在引进科学技术的同时,也引进了大量的西方管理学并开始着手企业伦理的研究。经济管理体制改革的不断深入和企业制度的建立构成了中国企业伦理研究的社会时代背景,我国目前正处于从传统计划经济向现代市场经济转型的经济时期,这种转型是计划经济运行过程中内外因素共同作用的结果,是一个涉及经济制度调整、经济体制转换和经济运行体制演进的系统化的社会经济总体改造的复杂过程。经济转型过程中存在着巨大的不确定性,出现了许多人们始料未及的问题。并且在经济体制转轨、社会转型的过程中涌现出大量不道德现象,这种现状与我国优秀的传统伦理文化形成了鲜明的对比,人们惊呼市场经济条件下企业伦理道德出现滑坡的颓势,对这一现象的强烈关注和追问越来越成为许多研究者的共识。该书作者正是在这一背景下开始她的研究和写作的。

企业是国民经济的一个重要层面,随着社会主义市场经济体制的建立和发展,功利观念逐渐泛滥,经济活动领域中企业反伦理行为层出不穷,在微观和宏观层面上带来了极大的负面影响。中国企业在充满竞争、文化多元、信息密集和公众意识提高的环境下,面对的最大挑战是缺乏能够支持它们永久生存的灵魂,转型经济条件下中国企业必须在短时间内完成管理变革,提升企业的竞争实力和竞争优势,而企业竞争优势的终极之道在于企业伦理道德优势。企业即使为生存之需也必须重视伦理,而谋求长远发展的企业更要以伦理经营来提高伦理水平,建立基于卓越伦理的持续竞争优势。该书通过企业伦理依据问题和企业伦理民族性的理论分析,结合对我国企业伦理演化和特征的实证研究,在对企业主体伦理行为进行理性经济分析的基础上,提出企业伦理的三大制约因素为信息不对称、企业伦理素质残缺和市场不完善,而制度有效供给不足是制约企业伦理的最终原因,并从外部制度供给和企业内部机制构建两个视角为企业伦理提供了可行路径和对策措施。该书作者写作有其独到的特点,主要体现在以下几个方面。

一是其研究涉及的企业伦理问题是一项边缘性研究,从学科归属上来看,应该是管理学、经济学、伦理学、社会学等学科的交叉研究内容,因此研究的方法可以说体现了交叉综合的性质。如果站在伦理学的视角来看,企业伦理属于应用伦理学

中经济伦理学的微观伦理部分。该书基于实证调查的方法对我国企业伦理问题的演化和现状的描述,运用经济学的分析方法对非伦理行为实施者——企业主体行为进行理性分析,剖析原因,在此基础上提出解决的相应可行路径和对策措施。综观来看,该书的研究体现了应用伦理学的这种描述—分析—规范三步骤研究范式。我国对企业伦理问题研究的视角更多地表现为伦理学视角,伦理学的研究方法十分抽象,实践界的人士一般很难透彻了解,理论成果不能切实反映企业行为,也就不能作出具有影响力、令人折服的判断和回答。但是,理论最终是要通过实践检验的,因此,在对实践的指导上显得比较抽象。该书中企业伦理依据部分的分析是基于经济和管理视角进行的,而书中转型经济条件下中国企业伦理制约因素部分则运用经济学的研究方法对企业伦理选择行为进行理性分析,分析的结果对实践更具有指导价值和意义。

二是研究转型经济条件下的中国企业伦理问题是在掌握和了解企业伦理的历史的基础上,从过去的各种资料文献和企业伦理的历史发展过程中梳理企业伦理问题,对中国企业成长过程进行分析,对企业成长过程中实际存在的伦理状况进行研究,体现了唯物辩证法的思想。同时,也注重采纳比较研究的方法,这在企业伦理民族性部分体现得更为充分。在这一部分,作者以美国、日本和中国三个国家为典型代表,从民族文化的差异性入手,论证了企业文化的差异性,进而推演到作为企业文化核心的企业伦理的民族性,得出企业伦理具有民族性的结论。

三是企业伦理的理论依据和现实依据的提出方面。实践界对企业伦理问题目前仍然存在非常模糊的认识,对于企业是否应该讲伦理也在一定程度上持怀疑的态度。该书运用经济学和管理学的理论,并运用经济学分析方法,用正反两个方面的例证为企业伦理提供了坚实的理论依据和实践依据。这些论证相对而言更加清晰,更具有说服力。

四是通过问卷设计、实证调查获取实证资料,并运用统计分析软件进行实证分析,对我国转型经济条件下的企业伦理状况的特征进行了客观的描述和梳理,体现了作者的实践精神。

五是在企业伦理制约因素剖析和构建可行路径及对策措施方面。我国的研究者从不同角度分析了制约企业伦理的因素,可谓无所不包,也相当全面,但是其缺陷在于逻辑层次比较混乱,不属于同一个逻辑层次的原因列入一个层次研究;同一个逻辑层次原因,本应体现为一个方面,却展示为多个方面,整个体系缺乏层次性;对企业反伦理经营的原因的剖析只是从表象上来找原因。该书的研究则从分析导致表象出现的行为主体自身的行为出发来进行理性分析,追根溯源寻找深层次的原因,进而提出相应可行路径和对策措施,避免了结论过于武断和缺乏一定的系统性的缺陷。

总之,该书的研究框架全面系统,阐发了不少新颖的观点和独到的见解,材料十分丰富,论述较为深入而富有说服力。当然,该书也不免存在有待商榷和进一步探讨的地方。借此作序的机会,我祝贺该书的出版,并期待该书的作者在今后的研究中继续自己的追求。

韦 苇

2008年3月于西北大学桃园校区

目 录

序言	
导论	1
第 1 章 企业伦理学的一般理论	5
1.1 伦理	5
1.2 企业伦理	5
1.3 企业伦理与企业社会责任	8
1.4 企业伦理的缘起及其背景	9
1.4.1 国外企业伦理的缘起及其背景	9
1.4.2 中国企业伦理的缘起及其背景	12
1.5 企业伦理学及其发展	16
第 2 章 企业伦理:理论依据	22
2.1 经济理论中的伦理取向	22
2.1.1 新制度经济学	22
2.1.2 西方经济学中的帕雷托最优状态规律	24
2.2 企业管理思想和理论演绎中的伦理思维	25
2.2.1 企业管理理论中的伦理意蕴	25
2.2.2 管理理论发展中主要代表人物的伦理思想	39
第 3 章 企业伦理:实践依据	50
3.1 企业伦理的宏观效应分析	50
3.1.1 市场经济的伦理基础	50
3.1.2 企业伦理的宏观效应	52
3.2 企业伦理的微观效应分析	56
3.2.1 企业伦理与企业绩效	56
3.2.2 企业伦理的微观效应	62
第 4 章 企业伦理的民族性	69
4.1 企业伦理民族性的一般论证	69
4.2 美国企业伦理特色与民族文化	71
4.2.1 汉普登特纳和特龙佩纳的观点	71
4.2.2 美国企业伦理特色	73
4.3 日本企业伦理特色与民族文化	75

4.3.1	企业集团主义——日本企业伦理的核心	76
4.3.2	“忠”、“和”、“勤”是日本企业伦理文化的显著特色	77
4.3.3	禀议制的决策模式	79
4.3.4	企业内部等级制度	79
4.4	中国企业伦理特色与传统文化	80
4.4.1	中国传统伦理思想	80
4.4.2	中国传统伦理文化影响下的企业伦理特色	87
第5章	中国企业伦理:演化及其特征	93
5.1	计划经济时期中国企业伦理现状	93
5.1.1	责、权、利相结合的企业伦理基础匮乏	93
5.1.2	国家伦理替代企业伦理	94
5.2	转型经济条件下中国企业伦理现状	95
5.2.1	转型经济的概念界定和中国的转型经济	95
5.2.2	转型经济条件下企业伦理道德的现实困惑	99
5.2.3	转型经济条件下企业伦理失范的具体表现	100
5.2.4	转型经济条件下企业伦理现状的实证调查	104
5.2.5	转型经济条件下的企业伦理特征	115
第6章	转型经济条件下中国企业伦理的制约因素分析	117
6.1	企业伦理选择行为的经济学分析	117
6.1.1	经济分析的前提假定——“新经济人”假说	119
6.1.2	企业伦理行为选择的经济学分析	120
6.2	企业伦理的制约因素分析	123
6.2.1	信息不对称	124
6.2.2	企业伦理素质残缺	125
6.2.3	市场不完善——企业反伦理行为外部性内化的障碍	127
6.2.4	制度有效供给不足——制约企业伦理的终极原因	128
6.3	阻碍企业伦理经营的制度约束	131
6.3.1	法律制度及产权制度	131
6.3.2	信用制度	134
6.3.3	政府行政制度	136
6.3.4	企业内部伦理制度	140
第7章	构建企业伦理的可行路径和对策措施(一)——有效的外部制度供给	142
7.1	失信惩罚机制	143
7.1.1	法律惩罚机制	145

7.1.2 声誉机制和信用机制	147
7.1.3 监督机制	149
7.2 市场中介机构保障机制	150
7.2.1 中介组织的概念和分类	150
7.2.2 市场中介组织介入对市场秩序的规范和企业反伦理行为消除的作用 ...	150
7.3 产权制度	151
7.3.1 界定产权,明晰产权关系,硬化产权约束关系	153
7.3.2 强化产权保护,培育信用体系	153
7.4 政府行政制度	153
7.4.1 政府行政的伦理原则	154
7.4.2 转变政府职能、准确定位角色	154
7.4.3 政府在信用建设中的作用	156
7.4.4 改革政府行政方式,强化政府决策的科学性,提供相对稳定的政策环境	157
7.4.5 完善和加强对行政行为的监督	158
第8章 构建企业伦理的可行路径和对策措施(二)——内部机制	159
8.1 树立伦理经营管理新理念	159
8.1.1 企业的伦理准则	160
8.1.2 建立促使伦理理念形成的教育培训制度	164
8.2 公司治理结构的改进	169
8.3 企业伦理的内部制度化	169
8.3.1 制定企业伦理规范	170
8.3.2 设置伦理机构、配备专门负责人	171
8.3.3 伦理信息系统的建设	172
8.4 企业伦理建设中制度有效供给和企业内部机制建立的关系	173
参考文献	174
附录	178
后记	182

导 论

一个国家的繁荣富强离不开微观主体——企业的强大，企业是国民经济的一个重要层面，是经济增长的重要动力，企业的发展对经济的增长、就业机会的提供、人民生活水平的提高和国家财力的增强等有着不可估量的作用，企业的良性健康发展关乎一国经济的健康和持续发展。从全球范围来看，迫于消费者及环保人士的压力以及基于日益激烈的国内外市场的竞争需要，越来越多的国家制定了相应的社会责任守则。进入世界 500 强的企业都拥有自身的道德行为规范，其高尚的社会责任意识 and 良好的企业伦理道德已经成为这些企业的一笔可贵的无形资产，并内化为企业发展的动力。在全球经济一体化的时代背景下，西方企业既具有技术、资金等硬件优势，同时也具有伦理文化等软件优势，它们在伦理经营和伦理建设方面形成的一定的规范化模式已经成为其可持续发展的动力之源。在西方发达国家，公民普遍关注社会问题，SA8000（Social Accountability）标准作为全球首个企业社会责任的认证标准经过 7 年的运作已经得到欧美国家的认可，并已逐渐推行到发展中国家的出口企业，成为整个社会公认的企业行为准则。

我国目前正处于从传统计划经济向现代市场经济转型的经济时期，这种转型是计划经济运行过程中内外因素共同作用的结果，是一个涉及经济制度调整、经济体制转换和经济运行体制演进的系统化的社会经济总体改造的复杂过程。经济转型过程中存在着巨大的不确定性，出现了许多人们始料未及的问题。在经济体制转轨、社会转型的过程中，经济活动领域中涌现出大量企业不道德和反伦理经营行为，企业单纯以经济利益为导向，为了自身利益甚至可以置社会道德于不顾，企业无所顾忌、唯利是图，反映在其行为中就是假冒伪劣、偷税漏税、商业欺诈、不正当竞争、偷盗商业秘密、作虚假广告、行贿受贿、垄断价格等，而重合同、守信誉更多的是表面的承诺，冠生园事件、银广厦事件等就是非常典型的例证。这种行为不仅在微观层面上损坏了企业自身的商誉，降低其社会地位，使企业陷入极大的困境，而且在宏观层面上阻碍了市场经济体制的健康运行，破坏了社会经济秩序，甚至导致社会道德水平的下降。此外，中国加入世界贸易组织（以下简称 WTO）的实现对于我国企业来说，既是发展的机遇，也是严峻的挑战。在这种充满竞争、文化多元和信息密集的环境下，中国企业将不得不接受国际社会更为严厉的检验与监督。我国的企业不仅要承担全球化背景中具有世界意义的生态、人口、信息、政治和道德等责任的挑战，还要在刚从计划经济时代脱胎而出，在较为普遍的缺乏市场理性、规则理性和发展理性的人文环境中，按照

世界经济运行规则,按照市场经济的内在道德原则适应市场秩序,寻求可持续的发展并促进我国社会信用环境的改善。目前,大多数企业和企业家只是关注产品、关税、价格、成本、规模和技术等,还远未意识到新背景下企业伦理的重要性和迫切性。殊不知在今天这样的全球化时代,我国企业在其经营国际化的过程中,所面对的最大挑战,不是目标、利润、战略和技术,而是缺乏能够支持它们永久生存的灵魂。在公平开放的国际化竞争中,没有伦理的企业将难逃被淘汰的命运,没有伦理的企业家将被剥夺竞争的资格。而且,在国际化的过程中,人性和社会性成为世界共同的价值观,我国企业只有遵循“地球村”的共同道德准则,注重和国际接轨,在国际间交流、谈判、交易时抑制反伦理行为,鼓励促进伦理行为,才能在激烈的竞争中立于不败之地。转型经济条件下中国企业面对的是更为复杂的商业环境,必须在短时间内完成管理变革,提升企业的竞争实力和竞争优势,而企业竞争优势的终极之道在于企业伦理道德优势,在于明确而正确的企业伦理理念和与时俱进的企业道德体系。企业若没有精神资源的推动,缺乏清晰的价值主张和坚定的价值追求,改制和流程再造只能是无源之水。现在,公众已开始抵制那些有不道德商业行为的公司的产品。西方一些著名的会计公司已推出了公司道德审计业务,一个个国际商业伦理道德标准接踵而来,伦理道德规范正在由软变硬。因此,即使为生存之需,企业也必须重视伦理,而谋求长远发展的企业更要通过伦理经营来提高伦理水平,建立基于卓越伦理的持续竞争优势。

当前经济活动领域中企业反伦理行为层出不穷的现状与我国优秀的传统伦理文化形成了鲜明的对比,人们惊呼市场经济下企业伦理道德出现滑坡的颓势,对这一现象的强烈关注和追问已越来越成为许多研究者的共识,转型经济条件下企业伦理问题的研究迫在眉睫,本书正是在这一背景下开始研究和写作的。无论是从理论视角,还是从实践的视角来看,系统地研究企业伦理问题都应该是一项颇有意义的工作,当然也是一项极富挑战性的研究。

本书共包括以下8章的内容。

第1章是企业伦理学的一般理论,主要介绍伦理、企业伦理的基本概念,对企业社会责任和企业伦理进行了区别,回顾了企业伦理的缘起和发展,并介绍了企业伦理学及其发展,从而使读者能对企业伦理这一领域有更进一步的了解。

第2章主要从理论的视角为企业伦理提供了理论依据,指出新制度经济学和西方经济学的经济理论都可以为企业伦理提供理论上的诠释,而且企业本性理论、人性假设理论、企业核心竞争力理论、利益相关者理论等企业管理理论中也饱含着丰富的伦理意蕴。从管理理论发展的历史演变脉络来看,古典管理理论阶段、行为科学阶段、“管理丛林”阶段代表人物的管理思想及其当时的主流管理思想中都演绎着企业伦理的思维。

第3章主要从实践的视角为企业伦理提供了坚实的依据,指出从宏观层面上来看,企业反伦理经营行为具有负的外部性,影响市场机制(价格机制、供求机制和竞争机制)的运行和市场秩序的建立;同时,企业反伦理经营具有外溢社会效应,产生消极的社会影响。从微观层面上来看,正面的论证和反面的例证都充分说明了企业伦理与企业绩效呈现正相关关系,企业伦理经营有助于减少交易费用,降低交易成本;有助于企业享有良好的声誉,树立良好的企业形象,提高社会地位;有助于企业与主要利益相关者建立起牢固的关系,促进合作效益的创造;有助于企业取得和维持杰出的组织业绩并获得长期绩效,从而为企业伦理提供了坚实的实践依据。

第4章主要运用比较分析法研究了美国、日本和中国的民族文化及其影响下的企业伦理模式,论证了企业伦理具有民族性的观点。

第5章主要通过实证调查,获得资料,运用统计分析方法进行归纳总结,梳理了我国计划经济时期和目前转轨经济条件下企业伦理的现状和特征。指出不同时期我国企业伦理的现状和特征不同:计划经济时期企业伦理的特征为责、权、利相结合的企业伦理基础匮乏和以国家伦理替代企业伦理。在转型经济条件下,企业相对独立的经济实体地位得以确立,责权增强,利益动机逐渐形成,但具有复杂性和长期性特点的体制转型下的新的经济关系、法律、伦理规范和价值观念尚未建立或健全,“博弈”成为企业经济行为的普遍特征,加大了企业经营活动的“道德风险”。具体表现为:假冒伪劣商品充斥市场,屡禁不止;信用水平低下;逃税现象严重;财务失真,违反财经纪律的行为比较普遍;污染环境、破坏生态平衡;劳工问题日益突出等。转型经济条件下企业伦理的特征:一是企业伦理对企业有重要作用,对于处理好与客户关系,树立企业的公众形象以及员工关系处理的积极作用已经得到了一定的认同,但存在着将企业伦理作为某种工具性的管理手段,使其难以成为企业从业人员由衷接受的共同守则,面对义与利的冲突,企业在实际行动时受利益的驱动更具有有一种功利倾向。二是人们对企业伦理有着近于理想化的期望,但是实践中却不太可能做到,或做得一般,企业伦理状况不容乐观,人们对目前企业伦理状况评价不高,期望和现实之间形成极大的反差。当然,这种公众对企业伦理的期望程度高于他们对现状的评价,从另一个侧面体现了我国企业伦理向有序、规范方向发展的趋向。三是对于企业的低伦理状态,人们(包括企业)更多的是一种无奈与失望,认为这是社会风气使然。四是人们的伦理意识在逐渐提高。

第6章主要在“新经济人”假说的经济分析前提假设下对企业伦理行为进行理性分析,寻找企业伦理的制约因素,并进而探究制约企业伦理行为的终极原因。指出信息不对称、企业伦理素质残缺和市场不完善(外部性内化的障碍)是企业伦理的三大制约因素,但是制约企业伦理的终极原因在于法律制度和产权制

度、信用制度和政府行政制度以及企业内部伦理制度的有效供给不足。

第7章主要从外部制度供给的视角提出促进企业伦理的可行路径和对策措施。指出企业伦理的实施是企业主体自身道德实践的过程，也离不开企业赖以生存的社会环境的影响和作用。为了提升企业伦理水平应该在以下几个方面提供有效的外部制度供给：一是失信惩罚机制，包括法律惩罚机制、健全声誉机制和信用机制（建立征信系统、评估系统、有效的信息传递机制和培育多元的社会信用中介机构，为确立重复博弈规则提供组织保证）、建立政府信用。二是市场中介机构保障机制。三是产权制度。四是政府行政制度，政府应该遵循公正精神、责任精神、自律意识的政府行政的伦理原则；转变政府职能、准确定位角色；发挥政府在信用建设中的作用；改革政府行政方式；强化政府决策的科学性，提供相对稳定的政策环境；完善和加强对行政行为的监督。

第8章主要从内部机制建构的视角提出促进企业伦理的可行路径和对策措施。企业伦理经营的实施离不开企业自身的伦理实践，因此，企业应该建立企业内部的伦理制度，遵循诚信、互惠互利、公平竞争、社会利益和企业利益统一的伦理准则，树立伦理经营新理念；建立促使伦理理念形成的教育培训制度，提高管理层和员工的伦理素养；改进公司治理结构；实现企业伦理的内部制度化，包括制定企业伦理规范、设置伦理机构、配备专门负责人和建设伦理信息系统。有效的外部制度安排和内部机制构建都是非常重要的，缺一不可。只有通过构筑强有力的外部制度环境和构建内部有效机制，约束企业行为主体，才能促使其形成伦理意识，并固化为企业稳固的一种道德信念，最终使企业由一种道德他律走向道德自律。

第 1 章 企业伦理学的一般理论

1.1 伦 理

“伦理”一词在西方来源于古希腊文。这个词在早期古希腊哲学家中曾作为专门术语，用来表示某种现象的本质或实质。几经演变之后，人们逐渐开始固定用这个词来表示一个民族特有的生活习惯，表示风尚、习俗等概念，同时该词又有品质、德性的意思。“伦”、“理”这些字早在公元前 6 世纪左右就出现在早期的历史文献《周易》《尚书》等著作中，当时这些字大都单用，还未将“伦”和“理”连在一起；到了战国末期，《礼记·乐礼》中说，“乐者，通伦理者”，意指音乐同伦理是相通的，才开始将“伦”、“理”二字连用。这里所说的“伦理”已含有人们之间关系的基本意思。东汉经学家郑玄认为：在汉语“伦理”二字中，“伦，犹类也；理，犹分也”。东汉文字学家许慎等人从文字学上解释为：“伦”字，从人从仑，仑字有“条理”、“思虑”等意，加上人旁作偏旁，便含有人与人之间应有之理的意思。所以，简单地说，在我们汉语中，“伦”指人们之间的关系，故有“人伦”一说；“理”即道理、事理，“伦理”合称即人与人相处应当遵守的道理，或者说处理人与人之间相互关系的道德规范。

1.2 企业伦理

1985 年美国学者刘易斯（Lewis P. V.）在对 254 种关于企业伦理的文章、教材和专著进行分析和对部分企业界人士进行调查后指出：人们对“企业伦理”这个术语的定义有 308 种之多。其中，大多数人把企业伦理等同于企业活动的标准、规范、企业行为的正误、企业的社会责任、宗教信仰、价值观念、权利与义务、企业习俗、美德等。刘易斯在此基础上总结了一个较具普遍性的定义：企业伦理是企业及其员工在具体情境中的行为道德提供指南的各种规则、标准、规范或原则。^① 美籍学者成中英认为：“企业伦理是指任何商业团体或机构以合法手段从事营利时所应遵守的伦理规则”^②。

我国在近 20 年来的时间里，企业伦理研究取得了丰硕的成果，但也有许多

① 吴新文：《国外企业伦理学：三十年透视》，《国外社会科学》，1996，（3）。

② 成中英：《文化、伦理与管理》，贵阳：贵州人民出版社，1991：244。

不足之处。在我国,尽管哲学和伦理学工作者以及一些经济学家对企业伦理进行了大量的研究,但从总体上看,企业伦理的研究在我国仍处于初始发展时期,以至于关于企业伦理至今尚无统一公认的定义,众说纷纭。

朱贻庭认为“企业伦理是以企业为行为主体,以企业经营管理的伦理理念为核心,企业在处理内、外关系中的伦理原则、道德规范及其实践的总和”^①。南京师范大学的王小锡教授认为“企业伦理即企业道德,它是指在企业经济活动中完善企业员工素质和协调企业内外部关系的善恶价值取向及其应该不应该的行为规范”^②。孙君衡、余文芄认为“企业伦理是指企业从事活动时所应遵循的道德原则和规范”^③。陈炳富、周祖城认为企业伦理的研究对象是企业道德,是一门研究企业道德的科学。企业道德可以有广义和狭义两种理解:广义的企业道德是指导企业经营活动参与各方行为善恶的规范,狭义的企业道德是指导企业及其成员行为善恶的规范^④。王建刚和黄宪认为企业伦理是指企业出资者、代理人、法人机构、经营监督机构、普通雇员之间在处理彼此关系时所持有的各种伦理标准以及企业对其是否应该对社会、自然承担某种责任和义务所持有的伦理判断。企业伦理划分为功利型企业伦理和道德型企业伦理,处在前一种境界的企业表现出一种利己的行为,为利而行,为功而动,一味强调追求利润最大化;处在后一种境界中企业的义与利是相辅相成的^⑤。李健认为企业伦理应包括渗透于企业全部生活中的所有道德现象,即在企业全部生活中所蕴涵和活跃着的道德意识、道德准则与道德活动的总和。道德意识内含道德心理、道德观念和道德评价三个不同的层次;道德准则按企业所处理的四种关系由四个方面的准则所组成,分别是处理企业与自然环境、与社会关系、与其他企业、与个人关系的准则;企业道德活动是指企业生活中具有善恶价值的人的活动。这三者是企业伦理的有机组成部分,它们之间实现着动态的统一^⑥。欧阳润平倾向于李健从企业伦理结构的角度界定企业伦理,但是认为企业伦理结构还应该包括企业伦理关系,认为企业伦理是企业生产、经营及生活运行过程中的伦理关系、伦理意识、伦理准则和伦理活动的总和,这四个因素构成企业伦理的整体结构,并呈现出相互影响、交互联系的循环状态。^⑦

上述对企业伦理的不同定义分别是企业伦理准则层面和企业伦理结构层面

① 朱贻庭,徐定明:《企业伦理论纲》,华东师范大学学报(哲学社会科学版),1996,(1)。

② 王小锡:《中国经济伦理学——历史与现实的理论初探》,北京:中国商业出版社,1994:150。

③ 孙君衡,余文芄:《当代企业伦理学》,合肥:安徽人民出版社,1997:1。

④ 陈炳富,周祖城:《企业伦理学概论》,天津:南开大学出版社,2000:4~6。

⑤ 王建刚,黄宪:《企业伦理:界定、类型及重塑》,世界经济文汇,1996,(4)。

⑥ 李健:《企业伦理论纲》,陕西师范大学学报(哲学社会科学版),1994,(4)。

⑦ 欧阳润平:《义利共生论——中国企业伦理研究》,长沙:湖南教育出版社2000:5,8。

来进行的,李健和欧阳润平的定义属于后者,其他人的定义属于前者,二者实际上是一致的,并不矛盾。前一种定义涉及了伦理关系和伦理准则,如朱贻庭认为企业伦理是以企业为行为主体,以企业经营管理的伦理理念为核心,企业在处理内、外关系中的伦理原则、道德规范及其实践的总和,伦理意识和伦理活动也内含于其中,它更容易为人所理解和接受;后一种定义则更多地是站在理论的整体视角来定义。两种对企业伦理的界定只是从不同的角度来看同一个事物,但是考虑到对实践的指导价值及更能为实践界所理解和接受的因素,本书更倾向于从准则的视角来界定。企业伦理的研究内容按照人已^①关系展开,相应地有企业与顾客、与供应者、与竞争者、与政府、与社区、与环境、与所有者、与管理者、与员工之间关系以及员工与员工关系中的伦理问题。在此有必要首先澄清利益相关者的概念,利益相关者(stakeholder)是从股东(stockholder)一词套用而来的概念,股东作为企业股份的持有者,对企业拥有所有者权益,因而企业的每一项活动都与股东的利益相关,由此扩大,凡是与企业产生利益关系,从而与企业发生双向影响的个人和团体,都是企业的利益相关者。企业的利益相关者有直接和间接两类。直接利益相关者包括顾客、供货商、经销商、债权人、雇员等;间接利益相关者包括消费群体、媒体、地方政府,甚至是环境。因此,本书对企业伦理的界定是指企业在经济活动中处理其与利益相关者关系的善恶价值取向及应遵循的行为规范。

企业伦理集中反映了企业的经营宗旨、价值准则和管理信条,包括内部伦理和外部伦理两类。

企业内部伦理涉及企业内部管理者和被管理者之间,以及内部成员之间关系处理时应持有的价值观念和应遵循的规范。任何一个管理组织内部都有着特有的运行机制,它是依靠对一定的组织制度和规范(如岗位责任制、奖惩制度、劳动定额等)的严格执行来进行并以此确保整个组织系统的稳定有效。这些管理属于技术性的管理,它可以强制地规定组织成员的操作行为,在一定的范围内提高工作的效率和激发其内在的物质冲动。企业中的员工不仅仅是“经济人”,也是综合复杂的“社会人”。为此,组织应实施符合人性的、激发成员工作热情的管理模式,尽可能地满足组织成员的尊重、友谊、感情等精神上的需要,正确处理组织成员间的关系问题,这也是组织内部机制运行过程中管理者管理活动过程中所蕴涵的具有伦理意义的问题。就组织内部管理而言,在处理管理者和被管理者之间关系时,应遵循信任、尊重、公平公正的伦理原则。具体来讲,管理中基本的必要的企业道德责任包括消除性别歧视及工种歧视,对员工一视同仁;反对官僚作风和硬性的专制管理方式,实行民主管理和参与管理;为员工提供公平的就业、上岗、报酬、调动和晋升机会;界定公正公开明确的工资和奖惩制度,与其

^① “人”、“己”既可指个人,也可指群体组织。

分享利润。从伦理的角度来看,企业应尽自己最大所能为员工提供各种便利设施,以便他们能更好地完成指派的工作;为员工提供达到基本安全和卫生等相关标准的劳动条件,对员工进行安全教育,并进行技术培训;要有一个完善公平值得信赖的劳动争议处理制度。而更高的伦理层次则是尊重员工,创造人道化的、充满人性关怀的和谐工作环境,为每一位员工提供一个广阔的生存和发展的前景,帮助员工寻找并展现自身独特的人格魅力,挖掘自身的潜力与技能,提高自身的科学文化素质和思想道德素质,使员工能树立崇高的人生观、价值观和世界观,以健全和完善自己的人格。这事实上要求企业成为一个高质量的道德共同体,让其员工在约束得力、激励高效的环境中为与企业一致的奋斗目标而努力。以上管理的内在伦理思想是维持管理系统并使之取得效益最优化所不可或缺的内在要素,对管理活动起着根本的作用。

企业的外部伦理涉及企业处理与外部利益相关者之间关系时应持有的价值观念和应遵循的规范,它要求企业为顾客提供合理的价格、交货及时,提供使用方便、经济、安全的产品,周到的售后服务,发布真实的广告,实行质量保证制度;对供应商恪守信誉,严格执行合同;对竞争者进行公平竞争;对政府和社区执行国家的法令、法规,照章纳税,保护环境,提供就业机会,支持社区建设;对股东承担资产保值增值以及及时准确的信息披露的责任,公正合理对待投资者的利润和附加利润的分配;对社会热心关注,慷慨解囊。

总之,社会时代的变迁以及人们关于企业观念的改变客观上要求企业重视人性,在实现其谋求赢利的组织目标的同时,还必须遵守法律、符合道德规范,不应以法律和伦理道德为代价去牟取利润。现代企业应履行社会义务,主动承担社会责任,妥善协调内部人员之间的以及本企业和利益相关者之间的关系。市场经济的本质是平等交易,它的根本道德原则是“不侵害他人的权益”和由此带来的“双赢”,而它的道德基础则是明晰和保护交易主体的产权。要求企业讲伦理并不是否认企业的利益,企业是独立经营、自负盈亏、自我约束、自我发展的个体,它有其自身的利益追求。道德的本质不是“利他”和“自我牺牲”,我们不能要求企业一定要“舍己为人”,而应明确它的正当利益,要求企业在追求自身利益的同时能够不违法、不违反伦理道德准则。郝伯特·西蒙有一句话很精辟地阐述了这个道理:“最成功的生物是对其环境有益的生物。”同样,最成功的企业是最能为消费者及其他利益相关者带来利益的企业,实现赢利性和道德性的统一,这就是企业伦理的应有之意。

1.3 企业伦理与企业社会责任

与企业伦理有密切联系的一个概念是企业社会责任。在 20 世纪初的美国,

提出了企业社会责任问题。随着工业化进程的加快,企业规模越来越大,企业的权利也进一步扩张,企业侵犯社会权益的事件时有发生。随之,社会出现了一种思潮,强烈要求并呼吁保护消费者权益,反对污染,反对垄断,并且希望通过立法建立消费者权益和环境保护组织,迫使企业尊重消费者和公众的权益,承担必要的社会责任。面对来自社会的压力,一些有远见的公司开始重视这些社会问题,并通过个人行为的慈善捐助、企业行为的社会服务等来作出回应。因此,企业社会责任是20世纪50年代提出来的一个概念,它的提出先于企业伦理,企业社会责任观念的提出为企业伦理的兴起打下了基础,企业伦理源于企业社会责任问题的探究和思考。

企业社会责任和企业伦理是不同的。首先,从内容上来看,狭义的企业社会责任主要是指道德责任。企业社会责任观念的提出主要是针对道德责任而言的。企业社会责任与企业伦理在内容上是一致的,要求企业讲伦理,实质上就是要求企业履行社会责任;反之亦然。其次,从对象上来看,企业社会责任的对象与企业伦理涉及的领域基本一致,但略有不同,企业伦理不仅涉及外部伦理,还涉及内部人与人之间的关系,而社会责任则没有涉及。再次,企业伦理强调权利与义务两个方面,而企业社会责任只注重责任。企业伦理是双向的,企业社会责任是单向的。最后,企业伦理包含员工的职业道德规范,企业社会责任则不涉及个人责任;企业伦理在于明确正确处理好企业与利益相关者的关系,企业社会责任重在回答企业在社会中应尽什么样的责任。

1.4 企业伦理的缘起及其背景

1.4.1 国外企业伦理的缘起及其背景

国外企业曾在很长一段时期里以一种低的社会责任状态运行,企业的目的就是获取最大化的利润,但是随之而来的社会问题的积累最终导致了问题的恶化,国外企业伦理问题缘起的诱发因素主要来自实践。20世纪50年代末60年代初,美国工商企业活动出现了一系列行贿受贿、规定垄断价格、胁迫或欺诈交易、不平等甚至歧视员工等丑闻,要求政府对此进行调查。20世纪60年代以后陆续出现的一系列直接或间接涉及企业伦理道德问题的社会性运动对于促进西方国家对企业伦理文化问题的关注和研究也起了催化剂的作用。如“维护消费者权益”运动,其产生和发展不仅使经营者的欺诈行为能及时得到揭露,成为社会公众舆论攻击的对象,而且可以通过一定的渠道和程序向有关企业索赔,甚至起诉和制裁。显然,消费者运动已经直接关系到企业的社会地位和经济利益,使企业的伦理问题成为涉及企业生死存亡的重大问题。又如环境保护运动,其产生以及相关的环境保护法律应运而生,这些都对企业的生产经营行为提出了更高的道德要

求。另外，工人为维护自己的经济利益和政治利益对企业主的种种违法和缺德行为作斗争而掀起的工会运动使企业主不得不以合伦理的标准处理与工人、工会的关系，由此也促进了企业伦理问题的研究和实践。在实践中，企业主们的黑良心行为受到了社会舆论的强烈抨击和辛辣嘲讽，从而使他们经常处于狼狈不堪的境地，特别是不法企业主们对广大消费者的坑蒙拐骗行为，更一次次地激起了社会上反企业特别是反商业浪潮。这些浪潮不仅使黑心的企业家遭到众人痛骂，而且进一步发展到抵制经营产品、损毁经营设施等行为，以致造成某些企业的破产和倒闭，直接给企业主们带来经济上的损失。严峻的现实告诉企业主们，忽视企业的伦理关系和道德规范，已经危及到企业的生存及企业主自身的安全。这时，一些比较严肃的企业家不得不开始认真思考自己和自己企业的伦理道德问题^①，开始重视把企业伦理渗透到企业经营活动中去。

1962年，美国政府公布了一份报告——《关于企业伦理及相应行动的声明》（*A Statement on Business Ethics and Call for Action*）。同年，威廉·洛德（Ruder William）在美国管理学院联合会（American Association of Collegiate School of Business）成员中开展了一项有关开设企业伦理学课程必要性的调查，被调查者几乎一致认为企业伦理学应该成为企业管理教育的一个重要组成部分。1963年，加瑞特（Garrett T. M.）等人编写了《企业伦理案例》一书，搜集了形形色色的企业伦理案例，并对其进行了分析研究。1968年，美国天主教大学院校长沃尔顿（Walton C.）在其《公司的社会责任》一书中，倡导公司之间的竞争要以道德目的为本。20世纪70年代初期，企业伦理问题引起了美国公司更为广泛的关注。针对越来越多的企业非法政治捐款、非法股票交易、行贿受贿、弄虚作假、窃取商业机密等活动，学术界就企业的社会责任、企业伦理问题进行了热烈的讨论。1974年11月，在美国堪萨斯大学召开了第一届企业伦理学讨论，这次大会的会议记录后来被汇编成书出版，书名为《伦理学、自由经营和公共政策：企业中的道德问题论文集》，这次会议不仅深化了在此以前人们对企业伦理问题的研讨，而且标志着企业伦理学的正式确立。

企业伦理问题的进一步发展有着深刻的经济和社会背景。

首先，随着企业组织外部竞争的日益加剧和社会压力的不断扩大，现代企业的竞争不仅仅限于市场份额、产品或品牌的竞争，更重要的还有服务的竞争以及企业形象的竞争。生产力的迅速发展加速了第三产业的兴起，其主要产品是服务，即使是在第二产业，工业产品竞争的焦点也越来越转移到服务上来。这是因为虽然产品的各方面差异化越来越明显，但产品总体的优势差异却越来越小，这使得企业不得不开拓新的竞争领域，包括把竞争焦点集中在产品以外的服务上。

^① 谢洪恩：企业伦理文化与中国“入世”，中国文化论坛，2000，（1）。

因此,许多企业家和管理学家认为:服务制胜的时代已经到来,而优质的服务依赖泰罗的重奖重罚和严格的外部监督职能治标不治本,只能依靠在长期的生产经营活动中形成一种共同伦理价值观,形成一种积极向上的环境和氛围,一种良好的传统和风气,相互感染熏陶,以及形成一种良好的企业伦理文化才能够实现。管理研究的重心出现了从侧重于研究物流、组织、制度、规范等管理“硬件”,向侧重于研究人际关系、行为心理、价值观念等管理“软件”转移的人文化伦理化趋势。管理伦理在西方发达国家得到了飞速发展,优秀企业也将价值观和管理伦理思想融入到公司的战略中。

其次,企业外部环境发生了变化引致了对企业伦理的需求和研究。资本主义在第二次世界大战以后进入了一个相对稳定和比较成熟的发展阶段,以原子能、电子计算机和宇宙空间技术的发明、应用为主要标志的科学技术革命,带来了劳动生产率的迅速提高,导致了社会经济的繁荣和人们物质文化生活的显著改善,并对人们的生活方式、思维方式乃至消费需求都发生了深刻影响。具体表现在:①信息技术的广泛应用,使世界各地的公司及其经营人员处于各方面的监督之下。在当今时代,媒体、政府和非政府性质的监察人员以及公众都有条件利用现代信息技术了解企业的行为,并对之作出迅速的评判。那些涉嫌违背道德、危害社会的企业将成为新闻界和公众舆论的焦点,成为被批判抨击的对象,而这将使企业的经营陷入极大的困境。②在消费者需求方面。在消费品的数量普遍出现供小于求的卖方市场上,消费者被动接受购买甚至限制购买,消费者的选择空间狭小,只能降低对供方的要求,供方伦理道德上的种种缺陷和不足有可能不受到注意,即使商品和服务不尽如人意,甚至令人十分不满,消费者也只能作出购买决策。一旦市场变为买方市场,企业之间以争夺消费者为主要目标的市场竞争日益加剧,此时,消费者选择空间扩大,消费者拥有了选择自由,其消费需求日益呈现出多元化、个性化的趋势,他们对消费品需求不再单纯注重于数量,而对质量、款式、色泽乃至所表现出来的审美价值和情趣效果的要求也越来越高,消费者对供应者的要求也随之提高,供方提供商品和服务过程中的伦理道德态度会被消费者越来越重视,企业营销活动是否违反伦理道德直接影响消费者的购买决策。③在员工需求方面。随着生产力的发展和生产自动化程度的提高,白领职工比例越来越高,脑力劳动在劳动构成中的含量越来越高。对有形的体力劳动曾经卓有成效的泰罗的时间和动作研究等一套加强监督的“外部控制”方法在对待复杂的、无形的脑力劳动时就失去了效力。人们对职业生活质量的追求已不仅仅局限在劳动报酬等物质利益上,更重要的还包括工作成就感、满意程度、同事关系等精神上的满足。这就要求企业在管理中实行伦理管理,即注重满足职工自我实现需要,注意更充分地尊重职工,鼓励职工的敬业精神和创新精神,并且在伦理价值观上取得共识。而培育共同伦理价值观正是企业文化建设的核心内容。可以

说,以正确的伦理价值观为基础的文化管理是适应现代管理的唯一模式。④在法律方面。许多西方国家为适应市场经济发展需要而颁布的为伸张和维护人的基本权利的各种法律法规日益完善,如有关反垄断、维护公平竞争的法律,有关保护知识产权的法律,有关保守企业经营秘密和技术秘密的法律,以及有关广告、商标的法律和法规等。所有这些都牵涉到企业和企业家的伦理形象和道德水准,如果企业违反了这些法律,在法律上处于不利地位,公司及其管理人员就会因此付出昂贵的代价,其中包括花费大量的时间和精力去接受调查、进行谈判和打官司,或支付大笔诉讼费与损失赔偿费,一些公司也可能因此破产。

目前,随着时代的变迁和经济的发展,企业与社会联系日益紧密。社会为企业的运作确立了一定的游戏规则,公司经营者不再只对股东负责,还要顾及其各种行为的社会影响,承担一定的社会责任。此外,随着人民生活水平以及受教育程度的普遍提高,人们对生活的期望值也不断提高,消费由产品消费为主转为服务消费为主,社会进入一个追求生活质量的时代。相应地,公众对企业就会提出更高的期望。反伦理经营的企业如果遭到了公众的极力反对和谴责,公众就会通过一定的方式回击企业,对企业的发展乃至生存造成威胁,从而迫使企业逐渐形成伦理经营的理念。

1.4.2 中国企业伦理的缘起及其背景

在中国,伦理思想是传统文化的一个重要组成部分,整个社会文化都呈现出伦理型的特点。我国思想家不仅很早就重视对道德问题的研究,而且研究的范围十分广泛。“说仁义、讲道德”几乎成了中国古代思想家的主要任务之一,他们之中许多人的著作的中心问题之一就是探讨伦理道德问题。诸如人性善恶问题、天人理人欲问题、王霸义利问题、德治法治问题、知行关系问题等都是他们长期关注和争论的焦点,他们从不同的侧面和角度探讨了道德的起源、本质和作用,道德原则和规范,道德评价,人生观及道德理想,道德教育和道德修养等问题。例如,“道之以德,齐之以礼”的儒家管理思想,充满着管理与伦理结合的先见之明;“义以生利、义利统一、以义制利”的思想构成了儒家的义利统一观,充分说明了义与利的统一,这与目前企业伦理研究中企业的本质是赢利性和伦理性的统一不谋而合;儒家提倡“仁爱”原则,这是儒家伦理的精华,它强调个体对整体的责任和贡献;“礼之用、和为贵”也强调“和”,即强调团结的重要性,要求营造家族、家庭、社会和国家和谐的人际关系,孟子也说,“天时不如地利,地利不如人和”;“民无信不立”、“得道多助,失道寡助”、“水能载舟亦能覆舟”,“信”在《论语》中出现了24次,这充分说明了“信”的重要性。由此可见,我国古代管理伦理思想的发展是很明显的。

中国企业伦理问题的缘起有着深刻的社会时代背景。

经济管理体制改革的深入和企业制度的建立使企业伦理问题不可避免。中国的计划经济模式是在历代农民起义的“均贫富”、“等贵贱”的平均主义传统基础上,以没有剥削、没有高低贵贱、没有贫富差别的共产主义理想为指引,以消灭财富的私有、消灭人与人之间因为财富多寡而造成的不平等为目标而建立起来的。计划经济中的企业没有独立的法人权,也不具有独立的产权和经营权,企业生产什么,生产多少,产品如何被消费,都不由企业自己决定。政府统筹安排各项资源,然后以计划方式拨给企业,企业生产出来的产品由政府包销,即所谓“统购包销”,企业就像是一个车间型的工厂和商店,只是一个执行社会和政治任务的政府组织。企业在处理内外关系上绝对是党和国家的利益至上、集体和个人无条件地牺牲自身利益以服从党和国家的整体利益,集体利益高于个人利益,提倡毫不利己、专门利人、无私奉献、埋头苦干的共产主义精神,国家承担企业主要是国有企业的无限责任,其中包括了道德责任,从而用一种政治的伦理原则取代了一切伦理原则。

1978年,中国共产党十一届三中全会的召开拉开了中国全面改革的序幕,企业也在这场改革的浪潮中不断逐步转变,1978年10月企业改革首先在重庆试点,然后推广到北京等几个城市乃至全国。1978~1984年的6年改革可以被称为“放权让利”的第一个阶段,此时国家进一步下放权力,扩大企业的自主权,给企业一部分权利。这一阶段采取的重大改革措施一是企业拨改贷,企业由国家财政拨款改为企业向银行贷款;二是两步利改税。第二个阶段大致为1984~1992年,为企业两权分离阶段(即所有权和经营权的分离)。第三个阶段大致从1992年直到目前的产权制度改革阶段。与此同时,作为另一种不同于国有企业的非国有经济也走过了一个艰苦曲折的历程。党的“十三大”明确提出“私营经济是对公有制必要的和有益的补充”后,民营经济成长的外部环境得到了较大改善,形成了较快的增长势头。党的“十四大”以后,民营企业在“三个有利于”的春风雨露滋润下,得到了迅速发展;党的“十五大”召开,尤其是九届人大二次会议通过《中华人民共和国宪法修正案》,将非公有制经济摆到了重要地位。个体私营经济由改革初期对公有制经济的有益补充地位上升到了社会主义市场经济的重要组成部分,从而使民营企业的发展进入一个新的阶段。民营企业由于自身机制灵活、动力机制强、分配关系灵活从而具有很大的创造力,能适应经济的需求而得到充分的发展。总的说来,中国的改革采取的是一种渐进的战略,即所谓“放开增量”,然后再“盘活存量”。也就是在一段时期内维持国有企业体制不变,放开市场,使得非国有企业大量生长,然后在整体经济发展、人们的生活收入和国家财政收入都有一定保障的情况下,再来改革国有企业。改革中出现了一定的障碍,但是不可否认的是首先经济得到了发展,人民生活水平得到很大的提高;同时还打破了国有企业一统天下的状态,初步出现了优胜劣汰的竞争机制,

市场机制发挥作用的领域也增加。更为重要的是，不管是国有企业，还是民营企业，在整个中国的全盘改革大潮的影响下，企业的自主性、竞争性、平等性等个性特点日益突出。企业逐渐面向市场，成为自主经营、自负盈亏、自我约束、自我发展的市场竞争主体和法人实体，企业日益成为经济活动的主体，而伴随而来的是企业社会责任的增强。企业守法经营、树立良好的道德性，既是企业发展的内在要求，也是社会对企业的企盼。

另外，传统计划体制从 20 世纪 80 年代开始就向市场经济体制逐渐过渡，外部环境，特别是市场环境的巨大变化使得企业再也不能在政府的庇护下万事不操心，政府的统购包销已不复存在，政府把企业推向了市场，企业的内外部关系都已发生了巨大变化。企业与国家从行政隶属关系转变为出资者与受资者和政府作为管理者与企业作为被管理者的关系，企业与顾客从传统统购包销关系转变为自由买卖的关系，企业与供应者从计划调拨关系转变为找米下锅、按合同供货的关系，等等。中国卖方市场曾一度长期存在，产品的供给远小于需求，作为企业只要出产量就可以将产品卖出去，此时的企业完全控制着市场，消费者处于被动状态，对于企业的种种反伦理的生产经营行为以及服务中的反伦理表现，消费者表现出极大的容忍，从而培养出了极其软弱的消费者，在软弱的消费者面前，企业追逐私利的动机使其一步步远离企业伦理的要求。也就是在经济体制由计划体制向市场体制的转型、企业逐渐真正走向市场的时候，以前传统企业的那种国家主义、集体主义高于个人利益，讲求奉献的“伦理资源”在逐渐地消耗。到了 20 世纪 90 年代初，中国社会主义市场经济体制确立，中国亦与其他发达国家一样进入市场经济轨道。我国商品市场总体的买方市场态势形成于 1996 年下半年，从那时起，买方市场格局一直未改变。从 1998 年上半年开始，供不应求商品品种消失，多数商品转变为供求大体平衡，但从近年来原国家经济贸易委员会市场局与中华全国商业信息中心对 600 种主要商品供求排队情况看，供求基本平衡的商品已从过去的多数变为现在的少数，供过于求的商品成了多数，如表 1-1 所示，企业面临的竞争压力空前加大。^①

表 1-1 商品供求状况

时间	供不应求	供求平衡	供过于求
2001 年下半年	0	17.1	82.9
2002 年上半年	0	13.7	86.3
2002 年下半年	0	12	88.0
2003 年上半年	0	14.5	85.5

资料来源：2002～2004 年《中国统计年鉴》，北京：中国统计出版社，2004

① 纪宝成：《转型经济条件下的市场秩序研究》，北京：中国人民大学出版社，2003：183。

以前,有关企业伦理的若干问题就犹如量变积累到一定程度必然发生质变一样接连在全社会引起人们的广泛关注。例如,经常见诸于各类报刊的企业伦理中研究的信用问题,人们现在常称之为“信用危机”。信用问题几乎发生在企业经营的所有方面,几乎遏制了企业正常的经济活动,这可以从“宏观”(企业与国家)、“中观”(企业与企业之间)和“微观”(企业内部)三个层面来分析。在宏观层面上,中国企业的问题主要是企业与各级政府管理机关之间关系不确定,因而两方面同时存在投机行为,多年来的突出表现是在政府管理机关一方是以“乱收费”来增加财政收入,在企业一方是以建立“体外公司”(国有企业),以及偷逃税的方式来转移和隐瞒利润。在中观层面上,企业间的主要问题是利用“双轨制”长期存在的条件,在国有企业之间、国有企业与其他性质的企业间大规模地、非法地侵占和转让权益,“三角债”就是最突出的表现。企业微观上,问题发生在两个方面:一是在管理人员与出资人国家之间,信用问题表现得更为直接,即在国家一方,没有通过一定的形式保证管理人员应得的收入;而在管理人员一方,则利用国家“所有人缺位”以及改革赋予他们的“自主权”,为个人牟取私利(如贪污腐化)。二是在劳动者与国家之间,信用问题表现得比较直接。一方面是劳动者利用抽象的“主人翁”地位,普遍的消极怠工,追求分配利益的扩大化;另一方面是国家在采取各种手段(破产、兼并、重组等)改革国有企业,令国有企业摆脱困境时,使劳动者在缺乏社会保障的情况下下岗,使劳动者利益受到损害^①。企业无视其伦理关系和道德规范不仅几乎遏制其正常的经济活动,影响企业的形象和长期绩效,甚至会危及企业自身的生存。实行经济体制改革 20 多年来,我国经济建设和社会发展取得了令世人瞩目的伟大成就,但同时,在向市场经济体制转轨的过程中,激烈的市场竞争也使得一些单纯以经济利益为导向的企业无所顾忌、唯利是图。一段时间以来,涉嫌企业的经济违法案件频频发生,行贿受贿屡禁不止,弄虚作假司空见惯。企业违法、违规和违背社会伦理的经济案件不仅使企业陷入经营困境,而且直接引发了社会动荡和政治不安定。

最后,中国加入 WTO 后,在经济上逐渐融入国际社会,企业要想与“狼”共舞,经营活动必然应该以整个国际社会为背景,重视和遵守国际上共同的规范和规则。西方的“狼”早已是有备而来,它们不仅在“硬件”方面拥有种种“王牌”,而且在包括企业伦理文化在内的“软件”方面也有不少“砝码”。与此相对应,我们要想在新的市场大战中立于不败之地,也必须从硬软两方面“厉兵秣马”,严阵以待,尤其是要注意企业伦理方面的研究和建设。正是上述原因引起了人们对企业伦理问题的密切关注。

^① 张晓明:《中国市场经济的制度整合与伦理道德建设》,哲学研究,2000,(9)。

1.5 企业伦理学及其发展

乔治·恩德勒 (Enderle G.) 等主编的《经济伦理学大辞典》中认为“企业伦理学是一种关于理性规范的学说, 这种理性规范理当引导企业通过社会和睦地运用市场经济条件下企业的自由来对社会的和谐作出自身的贡献”。实际上, 企业伦理学 (Business Ethics) 属于应用伦理学中经济伦理学的微观部分, 是管理学和伦理学各自分化, 又相互交叉、相互作用而产生的管理学科群中的一门分支性管理科学, 是管理学科的边缘学科。企业伦理学是一门内涵管理学、经济学、伦理学以及社会学等学科理论与方法, 基于企业实际存在的道德现象和道德困惑的新兴学科。伦理学是以道德作为自己的研究对象, 道德是以“善”与“恶”为核心概念的行为规范体系; 企业伦理学则以企业的伦理道德作为自己的研究对象。这里所说的企业道德是指导企业及其成员经营行为善恶的规范, 具体而言, 企业道德是关于企业经营活动及其成员行为善与恶、应该与不应该的规范, 是通过社会舆论、传统习俗、内心信念和内部规范来起作用的。企业伦理学需要承担描述企业道德现状、讨论企业道德规范、对企业及其成员的行为进行道德评价、探索新颖的, 既符合企业道德又能给企业带来利益的经营管理模式, 完成“道德的企业”和“道德的个人”^① 的任务。

吴新文在《国外企业伦理学: 三十年透视》一文中将国外企业伦理学的发展归结为三个阶段: 一是 20 世纪 60~70 年代的产生阶段; 二是 20 世纪 80 年代的全面发展阶段; 三是 20 世纪 90 年代的新突破阶段, 并且阐述了在不同的阶段中企业伦理学在理论研究上的成果。

20 世纪 70 年代企业伦理学在理论研究上的成果主要表现为学者们对一些重要而具体的企业伦理问题的研讨和阐释。企业伦理自产生以来, 在理论界中一直在进行着不同观点的交锋, 在 20 世纪 60 年代西方的不少企业、各类专家、学者中的不少人或出于维护资产阶级利益的需要, 或出于对自身不道德行为作辩护的需要, 或基于某种短视的经验与偏见, 对企业的伦理道德责任持否认态度。此时的传统企业理论也认为企业是一个单纯的经济结构, 其职能就是为社会提供产品和服务, 追求最大限度的赢利, 而赢利率和生产率是衡量企业是否成功的最重要的标志。慈善事业、雇员关系、资源保护、产品质量等涉及社会责任的问题都不是企业管理者经常遇到需要考虑的, 经营者只对股东负责。其原因在于社会责任行为会增加企业经营成本, 而这些成本必须或是以高价转嫁给消费者, 或是通过

① 陈炳富, 周祖城: 企业伦理学概论, 天津: 南开大学出版社, 2000: 9~11。

较低的边际利润由股东承担;^① 否则,企业就会受到损失,甚至危及其生存。基于此,传统理论认为企业无社会责任可言,企业也不存在伦理道德问题。20世纪70年代前后,理论界对此问题的争议仍然存在,出现了三个主要派别:一是以1976年诺贝尔经济学奖获得者、美国经济学家米尔顿·弗里德曼为代表的利润学派,这一学派把利润最大化作为企业的追求目标,认为最大化行为是一种“就像在自然界中得以生存和繁衍的‘适者’一样的出类拔萃行为”。^② 弗里德曼还特别指出:“使预期收入最大化或者似乎在这么做的企业将得以生存和繁荣,然其余的则会衰落甚至破产。这样,通过一个‘自然选择’过程,普遍存在的将是遵循最大化的企业。”^③ 由此看出,弗里德曼实际上是拒绝承认企业需要承担社会责任,认为企业即使有社会责任的话,也只有经济责任,其他责任都服从于经济责任或包含在经济责任之中。企业只需要为其股东赚取足够多的利润就是对社会最大的贡献,无须关注什么利益相关者问题。弗里德曼认为,在自由企业制度中,企业管理者必须要对股东负责,而股东想尽可能多地获取利润,因此,管理者的唯一使命就是力求达到这个目的。如果管理者把“股东的钱”花到公众利益上,他实际上就是在未经股东许可的情况下花钱,因而必须遭到反对。同样,如果企业从事某些社会活动而花费的成本通过提高产品价格而转嫁到消费者身上,这个管理者就是在花消费者的钱,这种做法也应该遭到拒绝。作为一名复兴自由放任主义经济学的旗手,弗里德曼认为利益相关者管理模式会使企业因承担社会责任而使其成本增加,但市场的严酷性最终将会威胁到它的竞争地位。二是以弗兰奇为代表的伦理学派主张伦理先于利润,企业具有法人地位同时也意味着它具有道德人格,而作为具有道德人格的企业,其社会责任是指经济责任以外的责任,如企业对环境的责任、对政府和公众的责任、对顾客和雇员的责任等。三是以塞迪(Sethi S.)为代表的调和派则主张企业的权利和义务范畴中同时包含着利润目标和伦理目标。20世纪70年代企业伦理学的另一理论研究成果表现为日本和美国企业伦理模式的相互借鉴。在企业伦理学的经验研究方面,20世纪70年代的工作主要是围绕对企业经理人员的伦理道德观和企业伦理现状的了解而展开的。这一时期对企业伦理的研究主要局限在美国和日本。

20世纪80年代初,美国企业界曾一度开展过一场有关企业伦理道德问题的大讨论;之后,美国大学的管理学院开设了管理伦理和商业道德方面的课程。继美国之后,重视企业伦理道德的思潮开始风行欧洲,蔓延到荷兰、瑞士、法国、

① [美] 斯蒂芬·P. 罗宾斯:《管理学(第四版)》,黄卫伟等译,北京:中国人民大学出版社,1997: 95。

② [英] 霍奇逊·G. M.:《现代制度主义经济学宣言》,北京:北京大学出版社,1993: 19。

③ [英] 霍奇逊·G. M.:《现代制度主义经济学宣言》,北京:北京大学出版社,1993: 92。

英国等发达国家,并进入各国的大学,各种企业伦理学的研究和交流机构纷纷建立,此方面的刊物、教材和专著也相继出版。一些学者还构建了企业决策的伦理分析模型,为企业伦理向企业管理渗透开辟了道路^①。另外,关于公司道德地位的研讨也深化了20世纪70年代对企业社会责任的讨论。很多学者认识到,要明确企业的社会责任,必须先澄清企业的道德地位,作为企业一种主要形式的公司的道德问题成了企业伦理学的核心问题。在这方面仍然出现了三种观点:一是霍姆斯(Holmes R. L.)等认为只有人才能作出行为选择、具有道德权利和义务、承担道德责任,而公司不是人,不具有上述能力,因此,公司本身无道德地位可言,道德准则不能用于公司,而只能用于公司中的人。二是鲍伊(Bowie N.)等认为,既然公司是具有法人资格的独立实体,那么它已被假定具有道德人格,因而应具有道德主体所应具有的权利,履行道德主体应尽的义务。三是查·蒂·乔治和M. G. 威拉斯奎兹等在内的大多数学者认为公司是一种特殊的实体,它一方面是由许多人在自由协议的基础上组成的具有法人资格的独立实体,具有人为的道德人格;另一方面又与具有喜怒哀乐等情感的人不同,它是在许多个人的操纵和经营管理下运作的,没有人的参与公司便无法运作,因此,公司作为道德主体具有相应的权利、义务和责任,而公司不同于人这种道德主体,公司的权利、义务和责任是有限的。根据这种观点,企业伦理学所讨论的公司和公司中的个人不能相互替代,公司法人伦理和公司中的个人是企业伦理学的两个不同层面。20世纪80年代学者们对企业伦理学的理论前提和理论基础进行了详细的探讨,从而深化了企业伦理学的理论体系,许多企业伦理学论证了经济活动和道德活动的本质统一,并把“伦理道德与企业活动是相容的”这一命题作为企业伦理学的理论前提。20世纪80年代企业伦理学在理论研究上的重要进展还有学者们对不同阶层人的企业伦理观的研究以及各种旨在把伦理用于企业决策的企业伦理理论模型的建构,并从理论角度深化了企业伦理的实践取向。

20世纪90年代企业伦理学从对某一企业、某一地区的企业伦理问题的研究转向了对不同地区之间企业伦理的比较研究和对全球企业伦理的研究,从单项研究转向了跨学科研究,企业伦理学开始向一门成熟的边缘学科目标迈进。在研究主体上,对区域伦理的比较研究和对全球企业伦理的研究得到了强化,研究方法也更注重跨学科的方法,社会学、心理学、经济学、法学、管理学、传播学等学科中新方法和新模式的引进大大丰富了企业伦理学的研究方法。^②

目前,国外对企业伦理的研究主要从三个层面来展开,即微观、中观和宏观层面。一是微观层面,主要研究雇主和雇员、管理者与被管理者、同事、投资

① 苏勇:《管理伦理学》,上海:东方出版中心,1998。

② 吴新文:《国外企业伦理学:三十年透视》,国外社会科学,1996,(3)。

者、供应商和消费者这些单个人为了自己在企业中的角色和作用,为了认识和承担自己的道德责任而应该做些什么,能够做些什么和实际上做些什么。他们出于各自不同的角度,对某一项经营行为和管理行为产生什么看法,如何在日常的管理工作中把正确的观念传递给他们,从而规范这些人的行为以符合企业的宗旨、价值观和道德等都是微观层面企业伦理研究的主要内容。二是中观层面,主要研究各种经济性组织(如公司、工会、消费者协会、行业协会等)之间的伦理关系问题。由于社会分工不同,各类组织在社会中扮演着不同的角色,这些组织在自身的行为中应具有什么样的观念,如何以自身的独特作用为组织的管理伦理作贡献,如何处理与贸易伙伴、竞争对手的关系等问题都是中观层面企业伦理研究的主要内容。三是宏观层面,主要研究社会和制度层次(包括经济制度和经济条件下的形态如经济秩序、经济政策、社会政策等方面)的伦理问题和伦理责任。在这三个层面上,行为者都被假定有着或多或少的决策自由度,这种自由度自然也就包含着相应的道德责任,经济组织同个人一样被认为是道德行为者,组织行为所产生的伦理指向和产生的伦理影响具有十分重要的位置。^①在研究具体行为的伦理问题时,不同国家的研究具有一定的地域性特点。一般来说,北美人更倾向于强调决策和行动的以及相应的责任,而有一种忽视限制的倾向。欧洲人则强调应该以伦理责任的形式勾勒出商业的条件。“企业里的美国人有一个强烈的信念:个体经营者和公司能够而且应该做得更符合伦理要求,他们不仅应当尽责地遵循‘经济和法律的游戏规则’,而且应该有一个先于运动的立场,因为宏观层面上的这些规则不能完全地决定微观和中观层面上的行为。与之相反,欧洲人倾向于把道德优先权放在宏观层次上,主张只有规则及其运用才有道德问题。”^②德国人十分注重对企业伦理基本问题的探讨,例如,什么是公司伦理的合理概念?在市场经济中究竟是否能容纳超越于最大利益原则的公司战略的伦理取向?如何为企业和公司伦理建立一个可靠的哲学基础,以使所谓价值判断的任意性不再成为反对企业伦理学成为一门学科的理由^③。日本人则十分注重研究企业行为伦理的民族性和实用性,把符合日本传统的伦理价值观念(如忠诚、感恩、爱、喜劳、仁义等)融进企业的经营活动之中,其目的在于使企业内部员工之间以及企业与外部之间形成较为融洽的关系。此外,国外在普遍意识到企业伦理的重要作用、地位和意义的基础上,非常注意现实的可操作性,把伦理融合到日常管理之中,如企业制定伦理守则、设置伦理主管和进行伦理培训等。

现代西方企业伦理研究主要集中在以下几个方面:企业伦理要求的根据问

① 苏勇:管理伦理学,上海:上海东方出版社,1998。

② [瑞士]恩德利·G.:企业伦理学:北美和欧洲的比较,国外社会科学,1996,(2)。

③ [德]斯特曼·H.:公司伦理学:概念框架与基本问题,国外社会科学,1997,(1)。

题；企业伦理、社会责任与企业绩效的关系问题；利益相关者与企业的关系问题；跨国经营中的伦理与社会责任问题；信息技术条件下的企业伦理问题。^①

中国企业伦理的研究发端于改革开放之后，最近几年，企业伦理获得了飞速发展。有的大学商学院开设了与企业伦理有关的课程。例如，上海国际工商学院、华东师范大学和复旦大学的管理学院在 MBA 班和伦理学专业的研究生中开设了有关课程；上海财经大学设立了研究生点；武汉成立了我国第一个与企业伦理有关的经济伦理研究所。以企业伦理为题的著作大量涌现，最早有 1988 年温克勤研究员等主编的《管理伦理学概论》，后来有高兆明博士的《管理伦理导论》、严缘华等主编的《管理伦理学》、张文贤教授等著的《管理伦理学》、苏勇博士的《管理伦理》和《管理伦理学》，谢洪恩和贺南松的《企业伦理学》、陈炳富和周祖城的《企业伦理学概论》、金太军的《主体修炼——现代企业伦理建设》、千高原的《企业伦理学》、黄应杭和黄寅的《企业伦理：理论与实践》、欧阳润平的《义利共生论——中国企业伦理研究》、杨清荣的《企业伦理与现代企业制度》、杨恩铭的《市场经济与企业伦理》、陈荣耀的《企业伦理》和徐大建的《市场经济与企业伦理纲》等。此外，许多研究经济伦理的著作都涉及管理伦理方面的内容，如厉以宁、刘伟、梁均平、刘光明、王小锡、欧阳润平、金太军、晏辉、千高原等。迟爱敏、李慧珍在 2004 年第 2 期中国矿业大学学报（社会科学版）上发表了《中国企业伦理的研究与发展述评》，对中国企业伦理研究 20 年进行了回顾。20 世纪 80 年代针对我国改革开放经济领域出现的种种不道德现象，学术界常用传统儒家伦理进行谴责、批评和引导，“君子喻于义、小人喻于利”是研究者引用最多的经典，然而理论的零散和不深刻并没有引起社会尤其是企业的足够重视，以至于使这种风气愈演愈烈。20 世纪 80 年代中后期理论界、企业界面对企业伦理严重失范的形势，开始从产生的主客观条件等因素进行较全面的剖析。20 世纪 90 年代后企业的利欲膨胀达到普遍而又明目张胆的地步，花样逐渐翻新，这促使了企业伦理教育的广泛开展，大量的企业伦理研究的文章和一些经济伦理的著作出现。20 世纪 90 年代中后期，学术界在借鉴国外先进的企业伦理基础上，总结概括了我国改革开放后企业伦理的经验，创造性地推出了一门新的学科——企业伦理学，有关研究也渗入到学科的交叉领域，有的还深入到管理决策的伦理相关因素和伦理价值体系的落实层面^②。

经过 20 多年的努力，中国企业伦理的研究在一些主要问题上取得了可靠的进展，我国理论界对企业伦理的研究主要表现在以下几个方面：

① 赵德志：现代西方企业伦理研究进展，哲学动态，2004，（7）。

② 迟爱敏，李慧珍：中国企业伦理的研究与发展述评，中国矿业大学学报（社会科学版），2004，（2）。

首先,我国在企业伦理的概念界定、研究对象、企业伦理和社会文化、管理活动中的人伦关系以及伦理道德在经济管理和经济发展中的作用、管理伦理决策等方面均取得了不少的理论成果。其次,我国的学者还比较重视对传统伦理思想的挖掘与研究。我国学者认为,企业管理的核心内容是人的管理,而人具有一定的民族性、积极性和地域性,受到本民族传统文化的深刻影响,这一点在企业伦理中表现得尤为突出。在我国,以儒家文化为主体的传统文化中有着十分重要的管理思想和管理伦理思想。最后,在各种“市场无良心”、“市场经济必然导致道德败坏”的反斥声中,中国的研究者们还非常注意研究市场经济和企业伦理的关系,例如,吴元樑先生在《市场经济和企业伦理》一文,张晓明先生在其《中国市场经济的制度整合与伦理道德建设》一文中对此问题都有精辟的论述。2003年11月20日,在上海社会科学院经济伦理研究中心举办了经济伦理国际论坛“经济伦理与完善社会主义市场经济体制”学术研讨会,会议对这一问题也进行了探讨。总的来说,我国企业伦理研究的特征有:①研究领域不断扩展。20世纪80年代对企业行为的评价,仅限于生产领域,而且一般是零散的就事论事的褒或贬。到21世纪初,研究范围已拓展到管理、服务和金融领域等。中观层面也渗透到销售、网络、分配、环境领域以及相关的许多系统。②研究内容不断丰富。对各类企业所服务的对象、应尽的社会责任、应承担的环保责任进行具体探讨,但大量的研究是在企业对员工行为的规范,对利益相关者关系的处理和调整上。在研究中,一方面根据市场经济体制下出现的伦理问题进行理论创新;另一方面借鉴了中国传统的伦理精神,如儒家的“见利思义”、道家的天地人“万物合一”的思想,并注意吸收了国外企业伦理的积极因素。^①③研究方法多样化。目前企业伦理学研究的视角和方法呈现多元化、多样化的趋势,从宏观论证到微观证明,从规范研究到实证分析,从人文科学的描述法、元理论分析、经济分析到自然科学的数学方法、建模方法都有运用。④呈现出多学科综合研究态势。企业伦理是一门交叉学科,需要伦理学、经济学等其他各学科、各领域的人士参与,近年来许多哲学、伦理学、经济学、企业界的人士、专家都参与其中。

① 迟爱敏,李慧珍:《中国企业伦理的研究与发展述评》,《中国矿业大学学报(社会科学版)》,2004,(2)。

第 2 章 企业伦理：理论依据

企业是国家经济社会的细胞，企业质量的好坏、道德素质的高低不仅直接关系到一个国家经济的整体实力和参与国际市场竞争的能力，而且还直接关系到一个国家的生命力和可持续发展的潜力。西方企业伦理经营观念的形成经历了一个历史演变过程，企业在伦理经营和伦理建设方面形成了一定的比较规范的模式。但是，我国自 20 世纪 90 年代以来，在市场经济飞速发展的同时，“企业伦理危机”如瘟疫般迅速滋生蔓延。现实中大量存在着企业反伦理经营行为，从无名小贩到冠生园月饼，到国内亿安科技的 100 元股神话，再到最近几年发生的毒火腿事件、毒大米事件、黑心棉事件、云南汉德“红豆杉事件”、羊绒衫生产与山羊对自然环境的破坏，等等。目前我国企业对待企业伦理的态度概括起来有四种：一是认为企业是追求经济效益的营利性组织，不用讲伦理道德，这种态度实际上否定了伦理道德在企业发展中的存在和作用；二是认为企业应该在发展好了以后，再去关注伦理道德和社会责任问题；三是认为伦理道德可用于为企业作形象宣传和为企业文化建设服务，即认为伦理道德只是一种工具，需要时便拿来使用；四是认为伦理建设既不是美轮美奂的装点门面的招牌，也不是空洞的、有气无力的口号，而是必须从上至下真抓实干、身体力行的，否则企业就有昼夜间倾覆之虞。^①由此可见，实践界对企业伦理问题仍然存在非常模糊的认识，对于企业是否应该讲伦理也在一定的程度上持怀疑的态度。因此，有关企业伦理经营的理论诠释问题的研究关系到企业伦理研究和对企业提出伦理经营要求的合法性，有利于为减少企业反伦理经营现象，提升企业伦理水平提供切实的指导。

2.1 经济理论中的伦理取向

2.1.1 新制度经济学

新制度经济学在对新古典经济学的三个基本假设——理性行为、完全信息和最大化假设修正的基础上，确定了有限理性、信息不完全、一定条件下的最大化的假设。“有限理性”是 1978 年诺贝尔经济学奖的获得者、美国经济学家西蒙提出的，该假设认为人受自身理性能力的限制。新制度经济学家秉承了西蒙的“有

^① 杨杰，凌文铨，方俐洛：21 世纪中国企业伦理建设的反思，社会科学家，2004，（2）。