21世纪中国企业伦理建设的省思

杨 杰[1],凌文辁[2],方俐洛[3]
(1、暨南大学 管理学院,广东 广州 510632;2.广州大学 社会心理学研究所,广东 广州510405;
3、中国科学院 心理研究所,北京 100101)

关键词:企业伦理;价值;中国特色

摘 要:本文通过系统剖析中国企业对企业伦理建设的态度以及企业伦理建设的目标与方向、内容及方式方法,提出:(1)企业伦理建设是中国企业适应21世纪日益开放和经济一体化要求的必然选择;(2)企业伦理建设应宜早不宜晚,宜真不宜假;(3)企业伦理建设在内容和形式上要服从和服务于"成人达己,共生共存,多样协调"的企业发展终极目标;(4)企业伦理建设的核心是建立和发展起一整套有利于实现企业发展终极目标的、适应当前企业生存环境、植根于民族文化、并为员工广泛认可和接受的价值体系;(5)企业伦理建设要强调社会公义与集体利益;(6)企业伦理建设的方式方法选择要坚持中国特色。

中图分类号:B82-05 文献标识码:A 文章编号:1002-3240(2004)02-0033-04

20世纪90年代以来,在市场经济飞速发展的同时,一场席卷全球的"企业伦理危机"也如同瘟疫般迅速滋生、蔓延。从无名小贩到"冠生园"的月饼、从国内亿安科技的100元股价神话到国际上安然、世通等世界500强企业的昼夜间破产,伦理危机无所不在。

由于企业是国家经济和社会的细胞,而细胞的质量好坏、道德素质高低,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与可持续发展潜力,因此,要想实现"以德治国"这一新时期社会主义建设方略,就必须努力做到"从我做起、以德治企"。那么,在日益开放的和一体化的21世纪,"中国企业应如何对待企业伦理建设?"以及"中国企业应如何进行企业伦理建设?"则是关系到国计民生的,且必须要深思与践行的重要理论与实践问题。

一、对待企业伦理建设的态度

概括起来,当今中国企业对待企业伦理建设的态度不外有四:一是认为企业是追求经济效益的盈利性组织,它不用讲伦理道德。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。从我国消费者投诉案近年来始终居高不下以及"质量欺诈"、"价格欺诈"和"计量问题"成为三大社会问题来看,这种观念具有相当的普遍性和潜在市场。据统计,1985年消费者投诉案件是8041件,2001年全国各地消费者协会受理消费者投诉数则飙升至721161件,增长90余倍!这个数字还不包括消费者受到损害而不予投诉的事件[1]。

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。言下之意,在企业效益不好时、或在本小利薄时、或在规模尚小时,就可以对此轻描淡写,不闻不问,甚至转嫁包袱。据黄河流域水资源保护局2001年8月份,对甘肃、宁夏、内蒙古、山东、河南等省区向黄河干流排放污水的22家企业排污口排放的污水进行的监测结果显示,其中超标排放污水企业20家,占受调查企业总数的90.9%,抽查综合排污口6个,全部超过排放标准[2]。

三是认为伦理道德可用于为企业做形象宣传和企业文化建设服务。这种态度实际是把伦理道德看作为一种"做秀"或者是"自欺欺人"的工具,需要时就拿来使使,不需要时则将之束之高阁。然而,"做茧者,终将自缚"。说一套,做一套,换来的必然是市场的唾弃和员工的抛弃。

收稿日期:2003-12-18

作者简介:杨杰(1972-),广西桂林人,讲师,博士,现在暨南大学应用经济学博士后流动站做博士后,主要从事人力资源管理与组织行为学研究;凌文辁(1941-),安徽凤阳人,教授,博士生导师;方俐洛(1940-),女,湖北武昌人,教授,博士生导师。

© 1994-2010 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

四是认为企业伦理建设，既不是美仑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。这种态度才是真正客观而正确的态度，因为它深刻认识到了企业伦理是企业以合法手段从事盈利时，所应遵守的道德规范，是关于企业公平竞争、市场营销策略、社会责任、消费者及员工道德修养等多方面的行为准则。

透过对上述四种态度的剖析，可以发现，对企业伦理建设的态度实际上包含了对两个问题的认识：(1)企业伦理建设的必要性；(2)企业进行伦理建设的时机。

1、企业伦理建设的必要性

即企业伦理建设的价值。中国古语有云："人有三不朽：太上有立德，其次有立功，再次有立信。"企业伦理作为企业参与市场竞争的一种道德规范和自我约束，对整个经济秩序的良好运行起着十分重要的作用。位于美国印地安那波利斯的一家行销研究和评价公司步行者信息公司主席 FRANK D. WALKER 先生说："大家怎么会不相信一家具有良好道德规范的公司呢?！如果其他条件都一样，而你又有所选择，你将为谁工作、与谁合作或者向谁购买？显然，你会选择那些道德规范良好并值得你信任的公司企业。"[3]

有数据显示，在过去的十年里，企业花在伦理建设方面的投入一直在持续增长。另外，近期的研究也表明，始终关注核心利害关系群体需求的公司更具有适应性，更能够获得不凡的长期业绩。[4]

综上，企业伦理建设并不是可有可无的装饰品或奢侈品，而是企业实现增值和可持续发展的基石，它往往能起到"四两拨千斤"，一举定乾坤的作用。

2、企业伦理建设的时机

前述已经提到，不少企业常以自己的规模和盈利状况为由，来敷衍或推迟企业伦理建设。然而，正所谓，"不以善小而不为，不以恶小而为之"，对于企业伦理建设这样一件生死攸关的大事，在普遍伦理缺失或错位的环境背景下，只有重视自身的伦理建设，才能争取以更好的形象在竞争中取得优势。

就中国国情而言，一方面全面测度的结果表明，20 年改革开放我国经济总体市场化程度达到 60%左右。据统计，目前中国已有一千两百家上市公司，十七点四万家国有企业，八点二万家集体企业，四十一万家外资企业，两百二十多万家民营企业。按照现有经济增长速度，今后在中国还将产生更多更大的企业公司。[5]尽管各个领域的市场化推进程度是不平衡的，但中国经济体制改革已经不可逆转地过渡到制度创新阶段，即建立市场经济新体制框架阶段。而市场经济在本质上是一种信用经济和法制经济，因此，企业伦理建设将成为企业安身立命的要件。

另一方面，统计资料还显示，目前中国的中小企业已超过 800 万家，占全国企业总数的 99%，其产值占全国工业总产值的 60%，创造了全国企业利税总额的 40%，从业人员占全国城市从业总人数的 75%，出口也占 60%的份额。[6]正是因为中小企业的庞大数量与巨大作用，因此，尽管其由于"规模"限制，而使它们在产业分工中一般处于底层，从事附加值比较低的生产经营活动，从而时常面临"内外交困"的难境，进而导致许多个体户只是把自己的经营作为维持生计的手段而已，但他们也必须担当起在企业伦理建设方面的责任。

综上，企业伦理建设是每个企业都必须面对和正确响应的，倘若彼此推诿，一心想搭便车，只会使整个经济运行的环境愈加恶化，不仅造成经济运行质量不高，风险增大，而且也会制约我国企业参与国际竞争，进而成为经济犯罪的重要根源。例如，美国认证协会主席立洛·葛若就认为"中国商业运作并不符合世界商业标准。在中国的商业伦理中，通常意识不到诸如产权、知识等概念"[7]，因而盗版、侵权屡禁不止。因此，进行企业伦理建设既是中国的市场化程度进一步提高的必然要求。也是适应中国加入 WTO，企业运作和商业运作必须与国际惯例和国际规则接轨的必然要求，同时还是优化企业生存环境的必然要求，所以，企业伦理建设刻不容缓，宜早不宜晚，宜真不宜假。

二、中国企业如何进行企业伦理建设

这实际上包含了三个问题：一是企业伦理建设的目标与方向；二是企业伦理建设的内容；三是企业伦理建设的方式方法。

1、企业伦理建设的目标与方向

"一个企业究竟应该追求什么"这是最基本的企业伦理问题。这个问题不解决，企业伦理建设就失去了基点，也失去了方向。而要回答此问题，就必须要了解企业是干什么的以及企业发展的终极目标是什么。

作为盈利性组织，企业必须要创造价值，否则它就无存在的意义，因而，企业对正当价值(包括利润)的追求是无可厚非的。与此同时，我们也必须清醒地认识到企业追求正当价值无非是要实现三大目标：一是生存；二是发展；三是服务社会，造福后代。由此可见，"成人达己，共生共存，多样协调"才是企业发展的终极目标。企业的伦理建设，作为企业建设的一项重要内容，它必须在内容和形式上都服从和服务于此终极目标。

2、企业伦理建设的内容

关于企业伦理建设内容的论述，可谓是"仁者见仁，智者见智"。囿于篇幅，笔者仅就企业伦理建设的

© 1994-2010 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

核心、组织利益与社会公义的关系以及个人利益与集体利益的关系展开论述。

(1)企业伦理建设的核心

企业伦理建设的核心是建立和发展起一整套有利于实现企业发展终极目标的、适应当前企业生存环境、植根于民族文化、并为员工广泛认可和接受的价值体系。

之所以强调有利于实现企业发展的终极目标,是由于企业伦理建设的性质和地位所决定的。之所以强调适应当前企业生存环境,是基于"务实不务虚"的考虑。之所以强调植根于民族文化,是要突出其生命力。美国管理学家德鲁克曾经说过:"管理上越是能够利用一个社会的传统、价值和信念,则管理的成效便越大。"[8]之所以强调员工的广泛认可和接受,是因为员工是最终的执行者和体现者,离开了他们,再好的伦理道德观念就成了"水中月"、"镜中花"——中看不中用。

此外,对组织业绩的研究结果亦一致表明:一套良好的价值体系对于取得和维持杰出的组织业绩十分重要。[4]一个普遍被接受的目标和一套完善的价值体系是组织力量的中心,也是组织个性(标识)的源泉,并且这样的组织个性(标识)能够带来组织的自豪感和满足感,帮助公司适应环境,有利于公司的长期生存、繁荣和发展。

(2)组织利益与社会公义

就义、利二者的关系而言,利是基础,义是目的。从发生来看,先有利,后有义。在价值形态上,义高于利。利益的突出特点是:普遍性和永恒性。因而,"利之所在,弊亦生焉"。组织常因关注一己之利而患上"近视症"和"视野狭窄"的毛病。由于义建立在利的基础上,这一方面使义受利的制约,另一方面又使义能够"站得高、看得远"。这也是为什么大多成功的世界500强企业同时也是成功的行业伦理典范的原因。

在此基础上,对利、根据和义的关系的性质可以区分为三类:(1)完全符合义的、即完全应该追求的利益;(2)基本符合义的,或者和义不完全符合,但并不冲突的,即可以正当追求的利益;(3)不符合义的,甚至和义冲突的,即不能追求的利益。换言之,存在着三种不同的利益:应当的利益、正当的利益、失当或不当的利益。[9][10]以前述沿黄企业向黄河倾倒未加处理的有毒废水废物为例,由于其牺牲的是沿河水质和不特定多数人群的公共卫生安全,因而即便企业因此而苟延残喘,其所获之利亦为失当或不当的利益。

就基于组织利益与社会公义关系而产生的公司哲学而言,则可划分为两派:一种认为企业的最终目标就是利润;另一种认为,利润仅仅是实现包括更广泛内容的结果的一个手段。这一更广泛的结果包括创造并提供有价值的产品与服务,通过利用所提供的机会促进对人的尊重。我们认为,组织的正当和应当之利是应该重视的,但在其与社会公义发生矛盾之时,就应该以社会公义为准绳。

(3)个人利益与集体利益

伦理学主要有两大派,一派是快乐主义,一派是理性主义。快乐主义比较重视个人利益,我个人感到快乐,这就好。理性主义比较注意整体利益,认为民族利益、国家利益才是最高利益,个人利益应该服从整体利益。

就此二者的关系而言,我们认为,强调个人利益,并不是要否定和牺牲集体利益;提倡讲集体利益,也不是要完全回复到上世纪中国50、60年代那个水平。集体利益与个人利益是可以共融共生的。在实践中,应当以集体利益的实现为先导,在此基础上,最大限度地提倡和鼓励个人利益的实现。这也正是我国改革开放的总设计师邓小平同志所提出的"在实现共同富裕的基础上,鼓励一部分人先富起来"。

事实上,兰德公司对世界500强20年的追踪研究成果亦印证了我们的上述观点。兰德公司的研究结论之一就是,凡是百年不衰的企业,都紧紧把握住了企业文化、企业伦理当中的三条原则:一是强调人的价值高于物的价值;二是集体高于个人;三是社会价值高于利润价值。[11]

3、企业伦理建设的方式方法

根据美国伦理资源中心的研究,美国大公司最常开展的伦理活动是制订书面的伦理指导方针、进行伦理培训和设立热线或报告渠道(具体见表1)。[4]

表1 美国大公司的伦理活动(拥有5000名或5000名以上的员工)

公司数目	伦理活动
95%	书面的伦理指导方针
47%	伦理培训
28%	热线或报告渠道
23%	董事会下的伦理委员会
15%	公司伦理办公室

考虑到中、美两国在国情上的巨大差异,我们认为中国企业在进行伦理建设时可以考虑的做法有:

(1)针对本企业所处行业、产业的特点,编制针对性的道德行为规范

这方面可资借鉴的是"美国伦理资源中心"与"行为研究中心"于1990年所编制的《美国工商界的伦理政策与规程》。

其中,中国企业在日常经营过程中最常碰到的"伦理问题"是:企业如何处理与员工之间的利益冲突,对工资福利等分配是否公平,对内部人盗窃行为的处理,对质量控制的掌握,资产信息有无不实和误用,在企业面临关闭与停产时的做法,对公司的评估是否适当,对生产所造成环境污染持什么态度,如何

© 1994-2010 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

获取竞争对手的信息，帐目和各种文档是否准确，广告有无误导和失实，是否和怎样收取佣金与回扣，有否接受(或给予)过多的赠品和消闲享受，如何对待内部人的私下交易，有无信用，有无行贿和受贿，跟地方政府有无不正当交易等。

值得指出的是，在编制这样一个道德行为规范时，存在着两种做法，一种是详细列举出那些为企业所不容的行为方式，如“不冷漠待客”、“不说脏话粗话”、“工作时间不得私自外出、瞌睡、闲聊、吃东西”等。另一种则是正向强调企业所提倡的行为，如中国建设银行职工职业道德基本规范中所规定的“加强纪律，执行政策”、“廉洁奉公，拒腐防变”、“精神饱满，着装整洁”、“客户第一，信誉至上”、“文明服务，礼貌待人”、“爱行爱岗，敬业尽责”、“团结同事，协力工作”、“提高警惕，维护安全”、“勤奋学习，精通业务”、“严守机密，维护信誉”。从心理学的角度而言，第一种方式往往会将人们的注意力引向“不”后面的“冷漠待客”、“说脏话粗话”等负性行为上，这样不仅会形成一种不利于企业的定向暗示，而且人们往往并不能在第一时间就意识到企业所要求的规范行为究竟是什么。更进一步，这种列举往往是难以穷尽的，而且往往总是落后于实践变化的。因此，我们建议采取第二种做法。

至于如何使行为规范更加有效，则是一个很难回答的重大问题。西蒙·威伯利在 2002 年 9 月发表在《e 通讯》上的文章"声誉的影响"一文中提出了一个有用的"12 步程序"：(1) 使行为规范植根于核心道德观；(2)把行为规范发给全体员工；(3)为揭发违规行为提供保密报告渠道；(4) 将职业道德问题包括在公司培训内容中；(5) 建立一个董事委员会来监控行为规范的有效性；(6) 将行为规范的执行情况写进年度报告中；(7) 将遵守行为规范的要求订入雇用合约中；(8)为海外员工提供以本地语言编写的行为规范；(9)把行为规范提供给商业伙伴，包括供应商；(10)指定专人负责行为规范的执行；(11)根据商业环境的变化来修订行为规范；(12) 确保高层管理人员以身作则、作出表率。[12]

(2)领导要以身作则

中华文化自古强调“身教胜于言教”和“己所不欲，勿施于人”，因此，领导者自身的榜样示范作用，在企业伦理建设中的地位和作用不容低估。西蒙·威伯利亦指出，在其提出的使行为规范更加有效的 12 步程序中，“确保高层管理人员以身作则、作出表率”可能是 12 步中最重要的。

值得指出的是，在西方，目前不少企业还专门设置了首席道德官员(CHIEF ETHICS OFFICER，又一种 CEOS)一职，由其负责解释机制和培训程序，以便帮助普通雇员在面临伦理困境时做出正确地做决策。我们认为，首席道德官员在其所承担的角色、职能与需要具备的素质上是不同于中国传统企业中的党委书记一职的。在这一点上，中国企业究竟如何做是值得深思的。

(3)进行全员伦理培训

这种培训不是“搞运动”，走过场，不是简单地死记几个概念，而是要通过灵活多样的形式让员工真正将伦理道德观念内化，否则，其效果必不能长远。

总而言之，以伦理道德为思想基础的民主化管理，既是社会主义管理的客观要求，又是现代管理发展的必然趋势。而深厚、博大的中国文化将为企业伦理建设提供丰富的思想营养，重要的是在实践工作中既不要全盘否定过去的一切，也不要盲目攀比。只有“以我为主，博采众长，融合提炼，自成一家”才能真正使中国企业由弱变强，由小变大。

参考文献：

[1] 钟晓. 2001 年全国消费投诉回眸：同比上升了 2.1%.[N]法制日报，2002-03-14(6)

[2] 新世纪，黄河治污仍任重道远.[N]法制日报 2000-01-3(1).

[3] 马萨诸塞州 DELMONT 市道德主管协会：企业新角色——首席道德官员[j/OL]. http://www.labournet.com.cn/hrs.

[4] 林恩·夏普·佩因，韩经纶，王永贵，杨永恒.领导、伦理与组织信誉案例：战略的观点[M].大连东北财经大学出版社，1999.

[5] 赵建华.中国会计正加紧融入“世界家庭”[N]，中新社，北京：2002-11-18.

[6] 唐维红.中国中小企业已超过 800 万占企业总数 99%[j/OL]，人民网，2001-08-27.

[7] 朱平.警惕信用危机，重塑诚信形象——和大学生谈诚信修养[j/OL]. http://www.ahnu.edu.cn/~student/cxjyzt/zpyjk2.htm.

[8] PETER DRUCKER.现代管理宗师德鲁克文选(英文版)[M]，机械工业出版社，北京：1999 .

[9] 张国钧.先义与后利：中国人的义利观[M]，云南人民出版社，昆明：1999.

[10] 张岱年.中国伦理思想研究[M]，上海人民出版社，上海：1989.

[11] 欧阳润平.企业发展中的伦理进步——企业伦理实证比较研究[j/OL]. http://www.unirule.org.cn/symposium/c182.htm

[12] 西蒙·威伯利. 声誉的影响[J]，e 通讯，2002-09.

[责任编校：萧玮]

© 1994-2010 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net