Globethics Repository

西方企业伦理与经济绩效关系的研究进展 [Research on the relationship between Western Business Ethics and Economic Performance]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see https://www.globethics.net. Data and content policy of Globethics Repository see https://repository.globethics.net/pages/policy.

Item Type	Journal
Authors	龚, 天平;窦, 有菊
Publisher	中国社会科学院文献情报中心
Rights	With permission of the license/copyright holder
Download date	2026-11-14 17:55:13
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/178453

龚天平 窦有菊：西方企业伦理与经济绩效关系的研究进展

龚天平 窦有菊

西方企业伦理与经济绩效关系的研究进展
【原文出处】国外社会科学
【原刊地名】京
【原刊期号】20076
【原刊页号】36～42
【分 类 号】B8
【分 类 名】伦理学
【复印期号】200804
【保留字段】本文系国家社会科学基金项目“当代企业管理伦理的走向及其实现”（项目号：06BZX063）的阶段性成果。
【作 者】龚天平/窦有菊
【作者简介】龚天平，男，1968年生，博士，中南财经政法大学哲学系教授，武汉 430074；窦有菊，女，1980年生，硕士生，中南财经政法大学哲学系研究生，武汉 430064
【关 键 词】企业伦理/经济绩效/相关性/西方国家
【责任编辑】林涛
【参考文献】
[1] Manley,Walter W.,1990,Critical Issues in Business Conduct:Legal,Ethical,and Social Challenges for the 1990s,Westport:Quorum Books.
[2] Dobson,J.,1991,Management Reputation:An Economic Solution to the Ethics Dilemma,in Business & Society,Spring.
[3] Jackall,Robert,1988,Moral Mazes:the World of Corporate Managers,New York:Oxford University Press.
[4] Bowie,Norman E.,1997,New Directions in Corporate Social Responsibility,in Beauchamp,Tom L.and Bowie,Norman E.(eds.),Ethical Theory of Business,5th ed.NJ:Prentice Hall.
[5] ［美］乔治·斯蒂纳、约翰·斯蒂纳著，2002，《企业、政府与社会》，张志强等译，华夏出版社。
[6] ［美］米尔顿·弗里德曼著，1991，《弗里德曼文萃》，高榕等译，北京经济学院出版社。
[7] ［美］小约瑟夫·L.巴达拉科、玛丽·C.金泰尔等编写，2003，《伦理化商业决策》，吴易明、张巨勇译，中国人民大学出版社。
[8] 李立清、李燕凌著，2005，《企业社会责任研究》，人民出版社。
[9] ［美］拉瑞·托恩·霍斯默著，2005，《管理伦理学》，第5版，张初愚等译，中国人民大

学出版社。
[10]［英］亚当·斯密著，2004，《国富论》，杨敬年译，陕西人民出版社。
[11] 卢代富著，2002，《企业社会责任的经济学与法学分析》，法律出版社。
[12]［美］托马斯·贝特曼、斯考特·斯奈尔著，2004，《管理学：构建竞争优势》，第4版，王雪莉等译，北京大学出版社。
[13]［美］林恩·夏普·佩因著，1999，《领导、伦理与组织信誉案例：战略的观点》，韩经纶等译，东北财经大学出版社、McGraw-Hill出版公司。
[14]［美］林恩·夏普·佩因著，2004，《公司道德：高绩效企业的基石》，杨涤等译，机械工业出版社。
[15]［美］罗伯特·F.哈特利著，2000，《商业伦理：西方经典管理案例集》，胡敏等译，中信出版社。
[16]［美］斯蒂芬·P.罗宾斯著，1997，《管理学》，黄卫伟等译，中国人民大学出版社。
[17]［美］罗伯特C.所罗门著，2006，《伦理与卓越：商业中的合作与诚信》，罗汉等译，上海译文出版社。
[18]［美］理查德·乔治著，2002，《经济伦理学》，李布译，北京大学出版社。
[19]［美］O.C.弗雷尔等著，2005，《商业伦理：伦理决策与案例》，第5版，陈阳群译，清华大学出版社。
[20] 诺曼·E.鲍伊著，2006，《经济伦理学：康德的观点》，夏镇平译，上海译文出版社。
[21]［美］哈罗德·孔茨、海因茨·韦里克著，1995，《管理学》，第9版，郝国华等译，经济科学出版社。
[22]［美］阿奇·B.卡罗尔、安·K.巴克霍尔茨著，2004，《企业与社会：伦理与利益相关者管理》，黄煜平等译，机械工业出版社。
[23]［德］恩格斯著，1956（中译本），《英国工人阶级状况》，中共中央马克思、恩格斯、列宁、斯大林著作编译局译，人民出版社。
[24]［美］乔治·恩德勒主编，2003，《国际经济伦理：挑战与应对方法》，锐博慧网公司译，北京大学出版社。
[25]［德］霍尔斯特·施泰因曼、阿尔伯特·勒尔著，2001，《企业伦理学基础》，李兆雄译，上海社会科学院出版社。
[26]［美］乔治·恩德勒著，2002，《面向行动的经济伦理学》，高国希等译，上海社会科学院出版社。
[27]［美］彼得·德鲁克、约瑟夫·马恰列洛著，2006，《德鲁克日志》，蒋旭峰等译，上海译文出版社。

企业伦理与经济绩效的关系是企业伦理学的基本问题。自这门学科产生伊始，西方学者们就对这一问题进行了深入研究，至今主要观点大致有三：企业伦理阻碍经济绩效的提升，两者呈负相关关系；企业伦理促进经济绩效的提升，两者呈正相关关系；企业伦理与经济绩效之间不存在确定的正相关或负相关关系，而是复杂多变的。本文试图对这一问题进行系统性的回顾，对学者们之所以形成如此迥异的观点的原因进行分析，认为企业伦理是经济全球化发展的不可逆转的趋势，但企业伦理不能成为企业谋取经济绩效的权宜之计，而必须成为企业经营管理活动的基本目标，这种目标的达成并不排除其必须具备的经济理由和制度安排等基本条件。

中图分类号　F270—05

毋庸置疑，经济绩效（performance）是企业最基本的目标，也是企业产生、存在和发展的基本理由。但同样值得注意的是，任何企业又不是纯粹的经济机器，而是存在于社会之中并且必须依靠社会环境才能生存的。这使得企业成为一个把经济本性与伦理本性同时集于一身的矛盾复合体，在现实的经营管理活动中，无论正确与否，它都无法回避经济绩效与企业伦理（business ethics）的关系，而这一关系在理论上的反映就构成了企业伦理学的基本问题。企业伦理学中探讨的其他问题都是以这一问题为中心而展开的。正因为如此，经济伦理理论研究者们都非常关注实业界到底是如何处理两者的关系的，而实业界也非常希望学者们提供良好的建议和指导。那么，学界到底是如何看待企业伦理与经济绩效的关系的？企业伦理究竟会不会影响经济绩效？企业生产经营的目标究竟是不是仅仅赚取利润或谋求道德声望，还是“鱼与熊掌”二者兼得？对此，西方一些经济学家、管理学家以及经济伦理学家进行了深入研究，得出了不同甚至相悖的结论，这些结论大致如下。

一、企业伦理阻碍经济绩效的提升，两者呈负相关关系

持此观点的学者认为，企业伦理是指企业经营管理活动过程中的伦理道德价值体系。而企业管理学和经济学都是强调经济绩效的，因而经济绩效比企业伦理更为重要，经济绩效是企业的惟一任务和目的。如果在企业的使命中添加其他社会元素比如伦理、责任等只会阻碍企业经济绩效的提升，或者淡化企业的主要功能，从而会减少企业为社会贡献的应有的价值创造量。

持上述观点的主要是传统的经济理论家，其中比较典型的代表人物是米尔顿·弗里德曼（Milton Friedman）。弗里德曼于1970年9月13日在《纽约时报杂志》（New York Times Magazine）上发表了题为“企业的社会责任就是增加利润”（The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits）的文章，他在这篇文章中明确提出了其关于企业的社会责任的观点：“仅存在一种、而且是惟一的一种商业社会责任——只要它遵守职业规则，那么它的社会责任就是利用其资源，并且从事那些旨在增加其利润的活动，这也就是说，在没有诡计与欺诈的情况下，从事公开的和自由的竞争。”① 为什么说企业除了赢利以外没有其他责任呢？因为“公司是一种人为的人（artificial man），所以在这一意义上可以具有人为的责任，但是‘商业’作为一个整体是不能说具有责任的，即使在这一含糊的意义上也是如此”。② 公司的总裁或者经理是股东的代理人，因而他们的主要责任就是为股东获取利润。如果公司总裁或经理将资金花费在诸如环保之类的社会公益项目上，他们就是“在为了普遍的社会利益而花费别人的金钱。如果他的那些为了他的‘社会责任’而采取的行动减少了股东们的收益，那么他是在花股东们的钱。如果他的行动降低了某些雇员的工资，那么他是在花某些雇员的钱”。③ 由此可见，在弗里德曼看来，企业伦理、企业的社会责任与企业的经济绩效是相矛盾的，如果企业遵循企业伦理、承担社会责任，就一定会影响、阻碍企业的经济效益。

支持这种观点的还有产权学说和契约联系理论。持契约联系理论的经济学家认为利润最大化应当是企业经营的惟一目标，在通过契约联系起来的股东、债券持有者、经理、劳动者、供应商和消费者之间，股东应该拥有优先权，因为“它促成了风险承担与控制功能之间的有效分工，促成了许多经理人之间为了获得最好的收益而互相竞争的市场，从而提高了总体社会福利”。④ 威廉·鲍莫尔（William Baumol）于1991年还发表了“防止浪费定理”一文来对此表示认同：“市场将厂商慈善行为带来的支出自动解释为十足的浪费行为”，“任意的自愿支出增加就意味着破产”，“那些由不关心社会的（缺少伦理的）人所管理的企业拥有竞争优势，企业自愿的（关心社会的）行为会使自身得不到保护”。⑤

另外，哈耶克（Friedrich A.von Havek）在他的著作《致命的自负》中认为，有关企业的“社会责任”和“社会义务”之类的用语应归入“被毒化的语言”之列而大加批驳，企业对利润最大化

目标的任何偏离都将危及公司的生存。⑥

二、企业伦理促进经济绩效的提升，两者呈正相关关系

对于企业伦理与经济绩效呈负相关关系的观点，沃尔特·W.曼利（Walter W.Manley）批评道：“这些人完全忽视了伦理关注有助于企业的经济绩效。”他认为，“理性的自利也是和伦理思考相一致的”。⑦ 约翰·杜勃逊（John Dobson）也认为，企业的两个任务——为股东谋取最大利益与行为要符合伦理，并不必然是冲突的。⑧ 这就是说，如果企业的行为符合伦理规范的要求，企业就能够获得更多的利润，两者呈正相关关系。具体来说，此观点又可以分两种情况：

第一，企业伦理是企业盈利的手段。当公众对企业提出伦理要求时，如果企业不作出回应，就很可能会失去这些人的信任，从而失去一些商机。在这种情况下，一些学者主张将追求利润最大化与遵循企业伦理相融合。而这种观点也影响到了弗里德曼，他于20世纪80年代末对其以前的观点进行了修正，并提出，“只要企业负担社会责任能够给企业带来直接的经济利益，或者企业履行社会责任系源自股东的指示，则企业利润最大化可以与企业社会责任和谐共存。”他还进一步确信，“在某些场合，企业的社会性行为的确可以使企业获得金钱利益或者取得产生金钱利益的广告效应。”亦正因为如此，他进而认为，“企业履行社会责任，应视为企业追求自身利益过程中的妥适行为，而且，此种行为之目的，与其说是为了公共利益，毋宁说在于谋求企业的自我利益。”⑨ 弗里德曼的这种观点是将企业伦理、企业的社会责任作为盈利手段的典型；另外，英国当代最负盛名的管理大师查尔斯·汉迪（Charles Handy）认为，“需要用同情（追求文明）（亚当·斯密的定义）平衡市场（追求财富和效率）”；⑩ 同样，托马斯·贝特曼（T. Bateman）和斯考特·斯奈尔（S.Snee）也赞同这个观点，他们认为，“公司的社会责任能够通过帮助吸引或保留优秀的雇员而提供竞争优势……社会责任的行动对企业有其他一些长期的优势。企业能够提高他们的形象，避免不必要的和成本高昂的管制。诚实与公平，真诚、迅速、慷慨的道歉，改正错误，这些可以给认知度、个人荣誉、公司的公共形象和市场响应带来很大的红利，解决这些问题需要系统的和艰辛的努力，并且能够从中获得利润。换句话说：善有善报。”(11) 这些学者都认为遵循企业伦理在某种程度上可以为企业带来利益，因此他们主张将伦理作为增加企业经济绩效的工具。

第二，企业伦理应是企业的高于经济绩效的目标，而盈利是由于企业遵守企业伦理、以伦理为目标而带来的结果。持此观点的代表人物有林恩·夏普·佩因（Lynn Sharp Painel）、罗伯特·F.哈特利（Robert F.Hartley）、斯蒂芬·P.罗宾斯（Stephen P.Robbins）、沃尔特·W.曼利、罗伯特C.所罗门（Robert C.Solomon）等等。他们的具体观点有以下几种表达：

其一，企业伦理是经济绩效的基石，这由佩因提出。佩因在她的《领导、伦理与组织信誉案例：战略的观点》一书中对此观点作了详细论证，她认为，一套建立在合理的伦理准则基础上的组织价值体系也是一种资产，它可以带来多种收益。这些收益表现在以下三个方面：首先，组织功效。“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。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。在逆境中，一套合理的价值体系是抵抗短期诱惑的缓冲区，可以避免损害长期利益。”(12) 其次，市场关系。“坚持合理的伦理原则，着眼于利益关系者的需求，公司可以减少这方面的损失，进一步构筑与核心利害关系群体的牢固关系”。因为赢得了顾客、员工和供应商的信任，公司也就赢得了收益、效率和灵活性，同时也降低了控制成本和交易成本。总之，“要想在当今的环境中赢得成功，组织及其领导者必须理解利害关系群体的需求和利益。同时，企业还必须着眼于利益关系而不是利益交易。简而言之，必须坚持伦理的观点去处理市场活动。”(13) 再次，社会地位。佩因认为，企业遵循企业伦理可以给企业带来良好的社会声望，这种社会声望可以使企业“拥有优秀的企业形象，在利害关系群体中拥有较高的地位，因而减少了

它们遭受起诉、法律制裁以及政府限制性法规制裁的可能性”，在某些情况下，它们的积极合作态度，“也便于公司制定出一些创新性的方案来解决商业难题”，(14) 尤其重要的是，“良好的声望有助于公司吸引顾客、投资者、潜在的员工和商业伙伴。今天，许多消费者和投资商都希望从所有打交道的公司中找出高水准的公司；越来越多的消费者不仅对他们所购买的产品和服务感兴趣，而且对提供这些产品和服务的公司的行为感兴趣。”(15) 同时，佩因也注意到“每一个组织都有自身的目标和价值观，没有任何一套价值体系可以适合于任何组织”，(16) 这就是说，企业伦理现象是复杂的，不能简单地归结为一、两条道德规范，但是，尽管不同的企业可以进行不同的道德推理和伦理行事方式，然而那些“通常与忠诚——如诚实、公平和信赖——联系在一起的价值却是任何有效的价值体系中必备的价值要素”。(17) 在2003年最新出版的《公司道德：高绩效企业的基石》一书中，她仍然强调伦理导向的正面利益，认为符合伦理的行为会给公司带来良好的声誉，而良好的声誉又会帮助公司吸引商机，吸引预期的客户、雇员与投资者，这样公司会获得不断增长的潜在收入与市场份额。“伦理性与经济优势是密切相连的……那些将伦理原则作为行为指导、重视员工道德素质的公司会收获多种的经济利益。这些经济利益源于一个简单的事实……在同等条件下，多数人还是愿意和那些诚实、可靠、公平与细心的公司打交道。种种的案例与研究表明，重视这些价值观是调动人们能力、建立信任、保持客户信心的根本。反过来，这些努力又会产生多种的盈利——在组织内，在市场里，在与政府和广泛社会的交易里。”(18)

其二，道德是一种长远利益，这由哈特利和罗宾斯提出。哈特利通过对美国一些知名大企业从20世纪50年代末期以来的不道德行为的分析，得出这样的结论：“在今天的商业环境中，任何不考虑公众利益的想法和行为都是易受攻击的。与几十年前相比，今天的公司面对的是更苛刻的公众和政府审查，公司处于一个管制行为和诉讼行为经常可能发生的环境中。”(19) 也就是说，他认为企业从公众的利益出发、符合伦理规范的经营是必要的。此外，哈特利还说明了企业伦理经营的可能性，“公司诚实经营的好名声会成为一种强有力的竞争优势。尽管在短期内，忽视严格的道德准则会带来更多的利润，但从长远来看，符合道德标准的做法与日渐增多的利润是一致的。”(20) 罗宾斯也认为，没有足够的证据表明，一个公司的合乎道德的行为明显降低了其长期经济绩效，公司的合乎道德的行为和经济绩效间存在一种正相关关系。(21)

其三，企业伦理是自我感悟、实践关注、理性冒险相融合的产物，它是融入企业工商活动并能产生积极的推动作用的具有内在价值的价值，而经济绩效则是由于企业遵循了伦理而获得的奖励，它并不是企业工商活动的终极目的，这由曼利和所罗门提出。曼利认为，“将伦理作为一种自利的手段”，而不是“将伦理尊为一种独立的价值”是不合理的，也是不利于改变经理们的价值观的，而如果“将伦理作为一种终极目标……根据这种观点，经理们不会放弃自利，但更重要的是他们将伦理行为作为其提升利润的一种基石”。(22) 所罗门则在其经济伦理学名著《伦理与卓越》中对企业经营管理的“利润动机神话”进行了彻底的批驳。他认为，“商业伦理学最严重的一个问题是利润和社会责任之间错误的对立”，而“一旦自我与集体、社会责任与利润之间的对立被人为地引入”，就会变成一个“双输”的命题。(23) 因此，我们应采用整体论的思维方式，“坚决反对任何将商业与道德、逐利与行善、个人价值取向与企业价值取向对立起来的两分法”，(24) 过去正是由于我们局限于商业的利润动机而“错误地理解了商业，失去了我们的合作精神、社团精神和诚信的品格”，以权利和责任为核心内容的企业伦理“只有在一个更广的社会大背景下才有意义，利润是鼓励和奖励辛勤工作及投资的手段，是建立一种更好的商业、为社会更好地服务的途径，把‘利润动机’本身作为终极目的将严重阻碍对构成商业世界的动机及活动的丰富性的理解”。(25)

其四，道德是经营活动的润滑油，这由理查德·T.德·乔治等人提出。他认为，企业是社会不可或缺的构成部分，道德是人类行为的基本规则，人类的任何行为都可以从道德的角度加以审视。经营行为是一种人类行为，因而也可以从道德角度对其进行评价。如果经营活动的所有参与

者中任何一个采取不道德手段，或忽视行为的道德性，企业将难以为继。“道德是整个社会，自然也是经营活动的润滑油与粘合剂。”(26)

另外，还有的学者通过企业的财务分析得出了企业伦理对经济绩效给予帮助的具体数字，这就是说，在他们那里，企业伦理促进经济绩效的增长不仅是实质的，而且是可以量化的。如O.C.弗雷尔（O.C.Ferrell）等人的结论是：“被认为符合伦理的公司通常有一个很强、很忠诚的消费者和员工基础，因为他们有信任和相互依赖的关系。这种忠诚也会影响着公司的底线。最近有一项研究发现：价值观念强的公司比价值观念弱的公司在财政收入增长上快4倍。在股票价格增长上快12倍”。(27)

虽然上面这两种情况都认为遵循企业伦理能够提高经济绩效，但是，二者在价值观上是不相同的，前者以盈利为企业的价值追求，伦理只是一种手段；而后者以伦理为价值追求，是目的，而盈利则可以帮助企业更好地实现这种价值观，是手段。

三、企业伦理与经济绩效的关系复杂多变

持这种观点的学者认为，企业伦理是非常复杂的，它与经济绩效之间不存在确定的正相关或者负相关的关系。也许从长远的观点来看，遵循企业伦理会有助于企业赢得更多的利润，但是很多时候遵循企业伦理却要付出不小的经济代价，“有时候伦理学并不会给你带来利益，反而会让你付出”。(28)

当代著名的管理学家哈罗德·孔茨（Harod Koontz）认为，要确切计算企业遵守企业伦理对经济绩效的影响是非常困难的，主要表现在两个方面：一方面，要确切规定企业伦理是不容易的，“这些范围中通常包括污染问题，有关少数民族的雇佣、培训和提高地位等问题，不过还有其他许多方面。”(29) 另一方面，要确定企业遵守企业伦理所花费的金额也是一件非常困难的事情，“仅以成本计算是不完备的，因为成本衡量不能必然地表明企业的社会卷入的成果”。(30)

乔治·斯蒂纳（George A.Steiner）和约翰·斯蒂纳（John F.Steiner）在《企业、政府与社会》一书中通过对现实的案例分析得出了这样的结论：在某些例子中，经济绩效是企业伦理产生的前提，而且找出二者之间正相关的关系并不困难。然而，“一个正处于经营困难时期的企业有可能削减它的社会项目”，这就使得企业伦理“是否在某些情况下会导致盈利增加变得更为模糊不清”。(31) 因此，企业伦理与经济绩效之间的关系“是复杂和多变的”。(32)

阿奇·B.卡罗尔（Archie B.Carroll）认为，虽然很多学者都想弄清企业伦理与经济绩效之间是否确实存在着相关的关系，但“遗憾的是，衡量这一关系的努力往往为怎么衡量问题所牵制”。即使在企业伦理的定义上取得一致的认识，但是“如何把该定义运用到实践中去仍是一个复杂的任务”。(33)

虽然以上几位学者不能确定企业伦理与经济绩效的关系，但他们还是认为企业应该遵循企业伦理。也就是说，企业伦理与经济绩效的关系不能成为影响企业遵循伦理规则的理由。

四、关于企业伦理与经济绩效关系的思考

企业伦理与经济绩效的关系问题，还可以采取其他表达方式，比如义与利、企业社会责任与经济绩效、企业社会绩效与经济绩效等等之间的关系，其实质则是伦理与利润的关系。西方学者在旷日持久的争论中所得出的结论大相径庭。我们认为其可能的原因至少有以下三个：其一，分析的方法不同。例如，有的学者用名誉调查排行作为对企业伦理水平评价中的因变量，用企业的销售利润、规模、以有毒废弃物排放报告为基础的环境绩效作为自变量进行分析；有的学者以财务绩效为因变量，以企业社会绩效、产业、研发投资作为自变量进行分析等等。分析方法不同，得出的结论难免会有差异。其二，研究过程中所选择的企业类型、规模不同。因此，以不同的企业为研究对象可能会得出不同的结论。比如，据近年有关的实证研究证实，企业规模的大小会造成企业伦理实施程度的差异，大企业因为规模较大且财务情况较好，其伦理程度要高于中小企业。其三，研究者本身的学科背景对其研究结果也有一定的影响。对同一个问题的研究，经济学家、

管理学家、以及伦理学家可能会得出不同的结论，因为具有不同学科背景的人分析问题的侧重点不一样，经济学家可能会更重视经济绩效，管理学家可能会更重视管理质量和效率，而伦理学家则更看重人的价值。正因为如此，企业伦理学作为一门新兴的交叉学科，迫切需要各学科领域的专家都参与进来，进行广泛而深入的交流与融通，才能形成一些关键问题上的共识。

就当今世界经济的发展来看，经济全球化已使企业伦理的发展成为一种不可逆转的趋势。这种不可逆转的趋势在理论研究上表现为，20世纪60年代以来学者们对企业伦理内容的研究逐步深化，使得企业伦理的内涵越来越丰富，其中包括企业的社会责任的研究、企业利益相关者的研究、企业公民的研究等等；在实际的操作规则上表现为，很多企业都制定了伦理规范，如默克公司的内部管理指南中有这样一段陈述：“改善人类的生活是我们的事业。我们所有的行动都必须由我们为实现这一目标的成功来衡量。”(34) 甚至出现了在世界范围内统一设定企业伦理规则的愿望，如1994年之后，世界范围内的大公司通过了“考克斯圆桌商业原则”（Caux Round Table Principles），此原则在序言中就表明了在不断全球化的过程中，“法律和市场的制约很必要，但是还不能充分指导商业行为……没有道德准则，就没有稳定的经济关系和全球的可持续发展”。(35)

由此可见，像那种认为企业的惟一责任是盈利或者企业伦理阻碍经济绩效之提升的观点已经不符合时代发展的潮流了。如果企业不讲道德，那么市场交易根本不可能正常进行，“任何市场经济只有在共享的道德观（信守契约、履行支付承诺、尊重市场伙伴）的基础上才能正常运行”。(36) 伦理基础是市场正常运转的必要条件。另外，那种认为企业追求利润的最大化也会使社会成员受益最大的观点也是欠妥当的。这是在为企业只顾经济利益而不遵守企业伦理、承担其他的社会责任寻找借口和开脱责任，它牵强地将追求利润最大化的行为等同于对社会最有利的行为。即便如此，企业利润的增加就真的会使企业愿意承担更多的社会责任吗？其答案仍与企业的价值取向密切相关，对于以伦理道德为诉求的企业来说，更多的利润的确意味着企业会承担更多的社会责任：而对于以利润为惟一目标的企业来说，利润的增加则肯定不会带来更多的社会责任，不仅如此，有的企业甚至会为了谋求更高的利润而做一些有害的事情，如排放污染物、欺骗性的广告、贿赂、逃税等等。

企业伦理是一种经营价值观，它具有自身特有的独立的价值，因此，作为盈利手段的企业伦理不是真正的企业伦理。如果企业仅仅将伦理作为盈利的手段，那么当一种非伦理的，甚至是败坏道德的手段比伦理的手段能获取更多的利润时，企业很可能会选择前者。康德认为不受任何爱好影响的、完全出于责任的行为才具有道德价值，由此我们可以推断出，企业以盈利为目的的所谓的“道德”行为根本就不具有道德价值。对于将伦理作为盈利手段的危害性，乔治·恩德勒（Georges Enderle）。的分析非常简单明了：“如果工具所要服务的目的不受道德的检验，那么对伦理的工具性使用就是有问题的、自拆台脚的。工具性的观点也就成了惟一合适的观点。只要伦理有助于提升底线，它就被采用；而只要它对追求这种目的有害，它就被拒斥。结果，不仅作为内在价值的伦理被认为是无关紧要的，而且作为工具价值的伦理也失去了其可信度和威力，并可能蜕化为一种破坏性的力量。”(37)

当然，我们很难从企业的某一个合乎伦理的行为来判断他们是把伦理当作目的还是手段，在这一点上，正如黑格尔所言，伦理等于人的一连串的行为，因此，企业的某时、某刻的偶然的道德冲动也不能证明它就是在遵循伦理，而且时间也是最好的裁判员，在长时间内公众自会有明智的判断力。

企业伦理价值观是一种精神性的东西，其产生与存在是需要经济理由的。因此，我们说企业讲究伦理，并不是说企业只一味地追求那些形而上学的、超越性的东西，毕竟企业的生存发展离不开利润，所以，企业伦理不是毫无根基的纯粹的东西，它必须有存在的经济理由。恩德勒在其《面向行动的经济伦理学》中提到，“伦理的工具价值”表现在“伦理可以促进底线，保证团队

精神，整合劳动力，提高生产率，增强全球竞争力，激发创新方案并节省很多不道德行为所带来的成本”。(38) 也就是说，用长远的眼光来看，企业伦理能够带来经济效益，这就是企业伦理存在的“形而下”的理由。

以佩因为代表的学者们认为，现代企业必须有一种伦理价值观，这种伦理价值观不仅是企业的目标，而且还能够促进企业经济绩效的提高。他们对企业伦理持肯定态度的观点是符合企业发展规律的，但是，他们的分析还不足以回答这样一个问题：既然企业伦理与经济绩效是正相关的关系，那么为什么还有那么多企业不愿意履行伦理，承担社会责任，而要用不符合伦理的手段去谋取利润？显然，其中需要进一步证明企业将伦理价值作为目标的理由。

因此，不可否认的是，企业树立一种伦理价值观是必要的、应该的；但是，从大量的企业丑闻来看，我们又不能完全寄希望于企业本身会主动按照伦理规范行事。如果借用政治和社会压力迫使企业遵守企业伦理，那么管理者在实施计划，组织、领导和控制时就必须考虑社会的、伦理的目标。也就是说，在目前市场经济竞争激烈的条件下，我们既然不能寄希望于企业具备充分的自律体系来主动遵循企业伦理，那么就应该有一定的外部压力，比如制度安排来规约出公众所需要的企业伦理。

注释：

① Manley,Walter W.,1990,pp.7～8.
② ［美］米尔顿·弗里德曼，1991，第42页。
③ 同上，第44页。
④ 转引自［美］小约瑟夫·L.巴达拉科、玛丽·C.金泰尔，2003，第7页。
⑤ 同上，第9页。
⑥ 参见李立清、李燕凌，2005，第32页。
⑦ Manley,Walter W.,1990,p.7.
⑧ Dobson,J.,1991,pp.13～20.
⑨ 转引自卢代富，2002，第58页。
⑩ 转引自［美］托马斯·贝特曼、斯考特·斯奈尔，2004，第117页。
(11) ［美］托马斯·贝特曼、斯考特·斯奈尔，2004，第117～118页。
(12) ［美］林恩·夏普·佩因，1999，第3～4页。
(13) 同上，第6页。
(14) 同上，第7页。
(15) 同上，第5页。
(16) 同上，第4页。
(17) 同上，第5页。
(18) ［美］林恩·夏普·佩因，2004，第50页。
(19) ［美］罗伯特·F.哈特利，2000，第2页。
(20) 同上，第6页。
(21) ［美］斯蒂芬·P.罗宾斯，1997，第100、101页。
(22) Manley,Walter W.,1990,pp.7～8.
(23) ［美］罗伯特C.所罗门，2006，第123页。
(24) 同上，第220页。
(25) 同上，第49页。
(26) ［美］理查德·乔治，2002，第17页。
(27) ［美］O.C.弗雷尔等，2005，第205页。
(28) ［美］诺曼·E.鲍伊，2006，第24页。

(29)［美］哈罗德·孔茨、海因茨·韦里克，1995，第694页。
(30) 同上。
(31)［美］乔治·斯蒂纳、约翰·斯蒂纳，2002，第144页。
(32) 同上。
(33)［美］阿奇·B.卡罗尔、安·K.巴克霍尔茨，2004，第37页。
(34)［美］托马斯·贝特曼、斯考特·斯奈尔，2004，第118页。
(35)［美］乔治·恩德勒，2003，第146页。
(36)［德］霍尔斯特·施泰因曼、阿尔伯特·勒尔，2001，第25页。
(37)［美］乔治·恩德勒，2002，第162页。
(38) 同上，第161～162页。

/