

中国商业伦理建设的现状与困境探索

梁月,肖贵蓉

(大连理工大学管理与经济学部工商管理学院,辽宁大连 116024)

摘要:该文通过对中国统计年鉴及中国企业家调查系统(CESS)近几年的调查数据进行归纳分析,探究了中国商业伦理建设的现状与困境。研究发现中国大部分企业存在伦理缺失问题,在此基础上进一步分析了中国普及商业伦理的困境,并给出相应的对策建议,以期企业经营者能够实际采纳,在经营活动的整个周期中融入商业伦理思想,获得核心竞争力。

关键词:商业伦理;伦理现状;伦理困境;伦理对策

中图分类号:B822 **文献标识码:**A **文章编号:**1671-2404(2014)62-0039-05

商业伦理对企业生存能力的重要性不言而喻。传统的商业活动大多数秉承着利益最大化原则,引发了许多伦理争端。秉承利益最大化原则的商业模式是不可持续的,是一种破坏人与自然、人与社会之间和谐关系的商业模式。因此,开展商业活动的同时一定要顾及伦理学问题,将伦理考量融入到商业伦理决策中,正向影响企业声誉与组织文化,使商业伦理成为一种战略方针,作为企业发展壮大的基石。

1 商业伦理理论研究概述

追溯中国历史,中华民族在长期的商业实践中早就形成了丰富的商业伦理理念。《史记》中曾有“市不豫贾”的记载,即商人不抬高物价,不虚假伪装,不欺骗顾客;以“礼义”而非“法规”来建构社会秩序的儒家哲学思想也对中国商业伦理的发展产生深远影响。孔子“道之以政,齐之以刑,民免而无耻;道之以德,齐之以礼,有耻且格”,明确区分了礼义与法规在规范民众行为方面产生的不同影响。

有观点认为商业伦理是企业管理者针对企业员工实施的商业行为,或是对社会利益相关者产生影响效果的系统性价值反应。但是由于每个人的价值判断力与伦理认知存在差异,因此学术界并未对商业伦理下一个公认的定义。主流的观点认为商业伦理就是任何商业团体以合法手段从事活动时,所应遵守的伦理规范与准则。20世纪70年代,商业伦

理开始真正成为企业受质询的重要方面。美国企业经营活动中多种欺诈行为被披露,商业伦理也因此引起了众多学者及政府的高度重视。全美各地的大学都在本科和硕士阶段设立商业伦理课程,许多学者对工商管理人员的道德观和企业的伦理现状进行调查,试图把伦理因素引入企业的决策和经营过程,帮助企业走出道德危机。

日本企业将家庭伦理传统应用于企业实践,使伦理道德成为调整企业内外关系、处理利害冲突的重要手段。越来越多的日本企业视消费者为上帝,视产品质量为企业生命。松下电器创始人松下幸之助认为企业是为了人类的和平、繁荣和幸福而存在,松下公司也因倡导PHP(繁荣、幸福与和平)运动而享有了更高的国际声望;佳能公司因提出企业与社会“共生”的理念而赢得了业界的广泛认同。这种企业经营思想也被其他各国看作成功之道并加以借鉴。

但是目前利己主义的商业伦理思想仍然存在。由于中国同类企业的技术、价格、渠道等关键要素均相似,竞争手段单一,企业之间难以显示出明显的竞争优势。于是企业为了追逐自身利益,忽视伦理道德风险,采用一些低级手段挤垮竞争对手,抢占市场份额。

2 中国商业伦理建设现状

中国消费者的权益正在不断地受到挑战。央视曾曝光苹果公司的售后政策存在歧视中国消费者的行为,多次回避就消费者投诉的约谈要求。苹果公司除了下游的消费者权益保护未尽责外,上游的供

收稿日期:2014-05-21

作者简介:梁月,硕士研究生,主要从事商业伦理、旅游管理与规划等方面的研究;肖贵蓉,副教授,博士,主要从事商业伦理等方面的研究。E-mail:935503255@qq.com

应商也面临劳工健康、环境污染等问题。苹果的一些代工厂曾为提高液晶屏良品率,要求员工用正己烷取代酒精擦拭苹果手机显示屏,导致员工大面积中毒。

类似的事情比比皆是。2011年,家乐福、沃尔玛等超市涉嫌价格欺诈,此后,国美、百盛等商业集团也被曝光涉嫌价格欺诈;2012年招商银行和工商银行被曝光兜售客户信息;2013年,高德地图等智能手机应用程序涉嫌盗取用户个人信息,周大生等知名金饰品牌涉黄金掺假。消费者陷入了深深的恐慌,生活中的衣食住行似乎都失去了保障。政府及相关部门的监管力度是否足够,企业内部伦理建设体系是否完善?

一场场波及全民的运动,使人们想到一个异国老人,印度最伟大的政治领袖—圣雄甘地。在1925年,面对苦难的印度,他总结出人类社会的七宗罪,其中一条“经商而不讲道德”就足以说明企业不履行伦理法则是大忌,会为消费者所抛弃。近年来,随着经济的不断发展,在利益的驱动下,中国企业越来越重视规模和利润,进而将道德和法律的约束束之高阁。

笔者查阅了2008年至2011年中国统计年鉴,重点分析产品质量国家监督抽查情况,并将数据进行整理,得到结果如表1所示。

表1 2008-2011年产品质量国家监督抽查情况汇总

项目	不合格率(单位:%)			
	2008年	2009年	2010年	2011年
食品	12.73	8.74	5.42	4.89
日用消费品	18.22	12.28	14.50	13.54
建筑与装饰装修材料	14.13	15.43	14.27	11.95
农业生产资料	15.15	13.01	9.86	12.79
工业生产资料	19.26	15.71	18.01	19.05

资料来源:2008-2011年中国统计年鉴

从表1可以看出,近几年来,食品抽查样本的不合格率逐年下降,原因可能是食品与生活息息相关,而近年来的地沟油、毒豆芽、毒奶粉及染色馒头等食品安全事件使广大消费者深受其害,公众的呼声逐渐加强,政府及有关部门迫于压力,开始加大力度监控食品质量,保障食品安全;此外,其他消费品的不合格率也略有下降或者始终在某个区间内波动。可

见,有关部门并未在这些消费品质量上加大保障力度。从整体来看,尽管政府在监管,部门在呼吁,但是不合格产品仍然屡禁不止,消费者很可能在消费过程中买到次品,损害自身权益。

二十年来,中国企业家调查系统(China Entrepreneur Survey System, CESS)坚持进行每年一度的企业家问卷追踪调查,深入研究和把握中国企业家队伍的变化情况和成长发展规律,为政府决策提供科学依据,为理论研究提供实证数据,为中国企业家队伍成长提供支持 with 指导。早期的调查报告显示,企业经营者高度认同企业履行“经济、法律、伦理、公益”四个方面责任的重要意义。其中,对经济责任认同度最高,其他依次为伦理责任、法律责任、公益责任;对股东、员工等内部利益相关者的责任意识高于对客户、社区等外部利益相关者的责任意识。

2012年8月至10月实施的“2012·中国企业家问卷跟踪调查”以企业法人代表为主要调查对象,询问了企业家对于市场环境和秩序的看法。关于“企业所在行业中存在的一些比较严重的现象”,调查结果中企业家的选择主要集中于两大类不良现象,一类是不讲诚信、不守法规的行为,另一类是只顾短期利益的恶性竞争行为。概括后如表2及表3所示。

表2 企业家选择的不良行为百分比汇总

不讲诚信、不守法规的行为	百分比(单位:%)
拖欠货款、贷款及税款	40.3
商业贿赂	29.3
借助一些官员权力,谋取不正当利益	28.2
不履约	26.0
制售假冒伪劣产品	24.5
污染环境	16.7
利用政策法规制度的空子	14.3

资料来源:中国企业家调查系统(www.cess.net.cn)

表3 企业家选择的不良行为百分比汇总

只顾短期利益的恶性竞争行为	百分比(单位:%)
低价倾销	52.2
炒作概念,虚假创新	16.5
损害竞争对手商业信誉	4.1
商标侵权、专利技术侵权	13.4

资料来源:中国企业家调查系统(www.cess.net.cn)

如表2及表3所示,对于企业经营中存在的多种不良行为,大部分企业家认同“拖欠贷款、贷款及税款”及“低价倾销”,分别占40.3%及52.2%。可见,若市场经营环境发生变化,大多数企业首先考虑企业自身利益是否会受到影响。认同“污染环境”与“炒作概念,虚假创新”为企业不良行为的企业家比例不高,约为17%,说明大部分企业并未将其利益相关者如消费者、供应商等的权益考虑在内。这也与亚当·斯密的利己主义商业伦理思想相一致,这种思想会使那些践行伦理责任的企业难以保障自身的合法权益,中国商业伦理建设任重而道远。

3 中国普及商业伦理的困境

商业伦理的重要性日益凸显,由于被曝光违背商业伦理责任而导致企业无法正常经营的例子也比比皆是,那么为何仍有大批的企业甘冒着伦理道德风险,去获得短期利润呢?有观点认为,对社会责任认识不够、对企业履行社会责任的理论和方法缺乏了解、企业经营困难、企业经营者素质不高、缺乏良好的社会诚信环境以及社会相关部门责任履行不到位被企业经营者认为是导致企业履行社会责任不够好的主要原因。

3.1 企业经营条件有困难

某些企业经营者可能产生过在企业内部自上而下建立一套完善的商业伦理决策体系的想法,但是可能由于企业将大部分精力、资金都投入到新产品的研发与营销上,导致无法顾及这一不能立即获利的软实力。CESS组织于2013年3月6日至3月25日开展了“2013·一季度企业经营情况问卷调查”。问卷中涉及了企业经营者认为的目前企业经营发展中遇到的主要困难,调查情况汇总如表4所示。

表4 企业经营中遇到的主要困难汇总

企业经营发展中遇到的主要困难(%)	2013	2012
	一季度	一季度
人工成本上升	78.3	80.5
社保、税费负担过重	56.2	50.3
企业利润率太低	45.3	41.8
能源、原材料成本上升	33.8	51.2
资源、环境约束较大	8.9	6.7
地方政府干预较多	6.9	6.7

资料来源:中国企业家调查系统(www.cess.net.cn)

如表4所示,关于当前企业经营发展中遇到的主要困难,企业经营者选择比重最高的三项依次是:“人工成本上升”占总受访者的78.3%、“社保、税费负担过重”占56.2%、“企业利润率太低”占45.3%。其中,选择“社保、税费负担过重”和“企业利润率太低”的比重比2012年同期的调查结果提高了5个百分点左右。可见,人工成本上升、社保税费负担过重和利润率低是经营者公认的当前企业面临的突出困难。企业一旦面临资金、税费、用工困境,就会过分强调短期效益,决策者在进行战略规划时就会将本该遵循的商业伦理抛在脑后;并在利润及业绩压力下,在实际研发营销活动中做出不道德行为,损害社会公众利益。

3.2 经营者认识度不够

目前,大部分经营者认为商业伦理和企业发展二者不可兼得,进而出现了只顾追逐利润而忽视商业伦理的行为。

有些经营者认为履行商业伦理、承担企业社会责任会降低企业竞争力,这其实是一种“短视”的行为。CESS组织的调查报告也显示,部分伦理觉悟相对较高的经营者会关注履行伦理责任的成本,看其是否超出企业预算,然后再考虑是否要履行商业伦理责任;还有部分经营者认为,伦理责任是企业发展到一定阶段才能顾及的事,而刚刚起步的小企业没必要重视伦理建设;不少经营者简单地将提升企业品牌形象作为履行伦理责任的主要动因,而未看到履行伦理责任带来的长期利益。

此外,中国商业活动中的欺诈、侵权行为比比皆是,而企业经营者习惯用“商场如战场”、“在商言商”这类观点来规避人们的道德质问,来掩盖企业的伦理缺失问题。

可见,大部分企业存在伦理迷失和伦理缺失问题。对于商业伦理有着种种困惑,决策者想遵循商业伦理,却不知具体该遵循什么样的伦理规范、遵循的动力与预期的好处在哪里。

3.3 政府及相关部门监管力度不够

政府调控监管力度不够,从积极的角度看,是政府不干涉市场主体的具体经营活动;从消极的角度看,是企业同行之间进行恶性竞争时,政府以一种“不作为”的态度来面对问题。历数中国近年来频频发生的违背商业伦理的事件,固然与企业过分追求经济效益有关,但是如果深入剖析每一个事故,都

能够发现政府及监管部门不同程度的疏漏和不作为。中国的监管部门无论是监管范围、标准、程序,还是信息披露的充分性及透明度都有待提升和加强。

对于企业的恶性竞争,国内的法律层面比较宽松,很少进行严惩。许多法律如《中华人民共和国公司法》重点是保护股东和债权人的合法权益,但实际上公司更应该注重公司外部利益相关者如社会、竞争者、消费者的利益;现今很多无良商家利用网络的开放性与虚拟性,传播虚假消息,压制竞争对手,而《中华人民共和国反不正当竞争法》的适用范围过窄,使得惩处此类案件时有力无心。种种法律漏洞使得企业经营者认为违背法律的成本很低,导致企业决策时无视伦理责任,钻法律的空子,展开恶性竞争。

媒体对此类事件的关注力度也远远不够。只有部分有着崇高职业使命感、道德感的媒体人深入到一些无良企业内部为消费者揭开一个又一个行业黑幕。但是这部分人的力量过于薄弱,需要更多的媒体行业联合起来曝光并抵制不符合商业伦理的行为。

4 改善中国商业伦理困境的对策

全球化使跨国企业间的合作与竞争越来越激烈,也因此带来了严峻的规则和信誉压力;商业伦理对企业可持续发展的重要性也在不断增强。可以肯定,遵循商业伦理才是培育企业核心竞争力的关键。企业经营者必须做出实际行动来应对中国商业伦理建设的现状与困境。

4.1 对不同属性的行业从不同的侧重点加强伦理建设

消费者并非是以统一的标准来评价所有企业,消费者的主要关注点因行业类型而异。对于食品、医药等行业,应在产品质量和宣传广告方面求真务实;对于化工、钢铁等行业,企业应将环保理念宣传到位,并以身作则,杜绝环境污染;对于房地产、金融业,应防止以权谋私、商业贿赂等行为;对于IT业等创新能力较强的行业,应避免商标侵权或是专利技术侵权行为。

4.2 企业开展伦理培训,将商业伦理渗入到企业文化中

一个过度商业化的社会,最可怕的现象就是领

导者及员工脑海中完全没有商业伦理这个概念。中国的学校也很少普及商业伦理教学。但是,拥有共同的伦理观及共同的企业文化的员工是公司最大的财富,商业伦理的普及必须提上议程。

可能有些企业觉得自身已经建立了商业伦理观,没必要再继续培训。但是,随着新员工进入企业,商业伦理面临着逐渐被稀释的问题,这也是所有企业面临的共性问题。伦理培训会使得商业伦理被稀释的程度降低,并一直延续下去。本企业的员工都会植入本企业独有的商业伦理观,即使将来离开公司也会将这种伦理观复制并传播出去。企业可以在公司成立专门的伦理管理协会,推进伦理商业实践,倡导伦理因素和利润因素融为一体,服务于企业战略。

4.3 在高校开展商业伦理课程教育

由于个体的价值观系统是一个动态的系统,它会受到外界的影响而不断变化,其中教育可谓是一个重要的外界影响因素。因此,学校可以开展商业伦理教育来改善个体的伦理观念。

中国在开展商业伦理教育这方面,可以大量借鉴美国学校的经验。美国学校鼓励不同专业与学历背景的教师共同研讨商业伦理问题,制定商业伦理课程的授课内容,交叉教学与合作教学已经成为商业伦理教育的主流。此外,就授课模式来讲,美国高校比较流行开设“独立课程”或“整合传授”两种模式。前者被全美大约百余所商学院所采纳,后者将商业伦理的内容整合到各个专业课程中,被大多数的美国商学院本科生教育所采用。

在授课内容方面,故事教学对商业伦理教育产生很大功效,其经验和教训容易被认知,比普通的商业案例更复杂,因此该方式尤其受到学生们的欢迎;在课后学生最好记录学习日志,记录在商业伦理学习过程中的感想,思维上的变化,老师可以以此为据查阅学生的知识吸收情况,学生本人也可以在日后回顾自己学习商业伦理以来的心路历程。

4.4 政府及监管部门应该为商业伦理的培育提供一片良性土壤

监管制度应该随着社会发展而不断完善,政府部门应该适时、适当介入,及时保障消费者及其他各方权益;媒体网络也应该发挥正能量,及时准确曝光不符合商业伦理的行为,对符合伦理的事件多加宣传与倡导。

5 总结

商业伦理可谓是企业的核心竞争力。但是中国大部分企业存在伦理迷失或是伦理缺失的问题,应该对这种困境进行不断反思,在企业内部剖析不合伦理的行为,在企业外部查找监管的疏漏之处。企业经营者及政府各方应该共同致力于商业伦理建设,将商业伦理观念融入到企业文化中,融入到企业每个参与者的中心,保持企业在本行业中的长久竞争力,使企业可持续发展。

参考文献

- [1] 聂进. 关于普及和加强我国商业伦理教育的思考[J]. 武汉大学学报, 2003, 56(6): 808-812.
- [2] 马连福. 公司内部治理机制研究——中国的实践与日本的经验[M]. 北京: 高等教育出版社, 2005.
- [3] Epstein EM. The corporate social policy process—beyond business ethics, corporate social responsibility and corporate social responsiveness[J]. California Management Review, 1987, 29(3): 99-114.
- [4] [美] P. 普拉利. 商业伦理[M]. 北京: 中信出版社, 1999.
- [5] 孙枫. 松下公司的经营理念[J]. 技术经济与管理, 1996(6): 48.
- [6] 赵泽洪, 淳于森冷, 骆兰. 日本商业伦理及其现代化进程[J]. 渝州大学学报(社会科学版), 2001, 18(5): 111-113.
- [7] 彭泗清, 李兰, 潘建成等. 企业家对企业社会责任的认识与评价——2007年中国企业经营者成长与发展专题调查报告[J]. 管理世界, 2007(6): 75-85.
- [8] 茅于軾. 中国人的道德前景[M]. 广州: 暨南大学出版社, 1997.
- [9] BISHOP TR. Integrating Business Ethics into an Undergraduate Curriculum [J]. Journal of Business Ethics, 1992, 11(4): 291-299.
- [10] SOLBERG J, STRONG KC, MCGUIRE C. Living (Not Learning) Ethics [J]. Journal of Business Ethics, 1995, 14(1): 71-81.
- [11] SHEPARD JM, GOLDSBY MG, GERDE VW. Teaching Business Ethics through Literature [J]. Teaching Business Ethics, 1997, 1(1): 33-51.
- [12] Macfarlane BJ. Developing Reflective Students: Evaluating the Benefits of Learning Logs within a Business Ethics Program [J]. Teaching Business Ethics, 2001, 5(4): 375-387.

Exploration of the Current Situations and problems on Business Ethics Construction in China

Liang Yue, Xiao Guirong

(School of Business Management, Faculty of Management and Economics, Dalian University of Technology, Dalian Liaoning Province 116024, China)

Abstract: Based on the data collected by China Statistical Yearbook and China Entrepreneur Survey System (CESS) in recent years, this paper looks into the ethical status and dilemmas under business ethics construction. It is concluded that the ethics deficiency exists in numerous enterprises in China. Furthermore, the paper analyzes the difficulty in the popularization of business ethics and provides some corresponding proposals in the hope that entrepreneurs can adopt these proposals and infuse the business ethics concept in the course of the business cycle to gain enterprise's core competitiveness.

Key words: business ethics; ethical status; ethical dilemmas; ethical countermeasures