

# 积极推进中国企业伦理的适应和进步

孙建中, 李 焕, 王胜洲

(河北经贸大学, 河北 石家庄 050061)

**[摘要]** 入世后我国企业伦理面临严峻挑战, 中外企业伦理现状比较, 我国企业伦理适应与进步的现实基础以及入世后我国企业伦理适应和进步的必然性。构建与入世环境相适应的、体现中国企业特色的企业伦理体系的主要内容和措施。

**[关键词]** 入世; 企业伦理; 适应和进步

**[中图分类号]** F270

**[文献标识码]** A

**[文章编号]** 1003-3890(2003)01-0018-02

中国加入世贸组织, 标志着中国的经济将进一步融入全球经济的潮流。在这一重大历史进程中, 我国企业能否适应这一变化并不断推进企业伦理的进步, 关系到企业的国际形象和在世界经济体系中的地位, 关系到企业的生死存亡, 也关系到我国的投资环境和国际竞争力。因此, 构建与入世环境相适应的企业伦理, 加快企业道德进步, 是应对入世后企业道德挑战的迫切要求。

## 一、入世后我国企业伦理适应和进步的必然性

(一) 我国企业伦理面临严峻挑战。西方发达国家经历了几百年市场经济的发展, 与此相适应的法律体系和企业伦理体系也逐步完善并积累了丰富的经验。其企业一方面接受了非道德行为造成的沉痛教训, 另一方面也领略了企业伦理经营带来的发展, 因此, 西方企业伦理建设基本趋于完善。而我国改革开放仅二十多年的时间, 许多企业对企业伦理经营的认识处于朦胧阶段, 有的企业经营者把企业伦理经营和企业经济效益对立起来, 对企业伦理持消极态度, 与入世环境极不适应。我国入世后, 对外开放将全面扩大, 国内外市场将全面接轨, 中外人员、资本、商品等市场要素流动将更加频繁。在这种交流中, 必然加剧中西方不同价值观念、道德规范的激烈碰撞。在中西方企业伦理的较量中, 我国企业必须保持清醒的头脑, 认清中外企业伦理的差异。

首先, 在价值观念上, 西方企业伦理是以个人为本位的, 主要强调个体的存在价值和自由发展的权利, 注意张扬个性, 发展个性, 充分发挥每个人的个性特征, 鼓励创新, 标新立异。在科技日新月异发展、产品寿命日益缩短的今天, 弘扬个性、求新求变, 敢冒风险的价值观念, 无疑是值得我们很好借鉴的。

其次, 在企业之间的经济交往中, 西方企业非常重视契约, 重企业信誉, 他们不惜重金, 培植企业信誉, 把企业信用看得如同生命一样重要。

再次, 在市场竞争观念上, 西方企业重双赢。在跨世纪的竞争中, 西方企业非常重视竞争中的合作。比如, 东芝公司为了进入世界高技术市场领域, 他们先后与世界

巨头美国通用电器公司、IBM公司、苹果电脑公司、摩托罗拉公司、德国西门子公司等企业联手合作, 从而不断研制开发出无人能与之匹敌的新产品。在竞争中合作, 联合起来参与竞争, 成为当代市场竞争一大特色。

第四, 在对企业伦理的认识上, 西方经营成功的企业认为, 企业伦理是企业特殊的经济资源, 是企业的无形资产, 是企业成功的关键。1988年2月由美国著名企业参与的“企业圆桌会议”发布的一项报告中指出: “公司伦理, 企业的首要资产”, 并强调指出“公司伦理是企业生存与赢利战略的关键。”重视企业伦理并把企业伦理放在企业经营战略的重要地位已成为国际企业界的共识。相比之下, 我国企业伦理建设存在不少差距: 我国企业的价值观念是以整体为本位的, 主要强调整体对个体的重要性和优先地位。这种团体主义价值观, 是中华民族强大的凝聚力, 是中国人民爱国主义的基石。在企业里, 整体主义在凝聚人心, 加强内部团结, 形成团队精神方面起了重要作用。但是, 整体主义强调服从, 禁锢人的思想, 不允许个性的存在和发展, 这就抹杀了人的进取心和创造性。许多企业信用意识淡薄, 假冒产品充斥市场; 毁约、违约、欺诈签约; 欠账不还、逃债废债屡屡发生, 其严重程度触目惊心。在国际市场上, 部分国内企业低价倾销、自相残杀的恶性竞争令人痛心疾首。在竞争理念上, 认为竞争就是拼个你死我活, 势不两立。考虑的侧重点离开了市场竞争机制的初衷。我国有相当一批企业的领导者把企业伦理和经济利益对立起来, 为了眼前利益, 不惜损害他人利益等等, 企业伦理问题已成为我国经济增长的主要制约因素之一。

(二) 我国企业伦理进步的现实基础。市场经济在不同的社会制度中各具特色, 无论在哪个国家、哪种制度中, 它的基本原则都是等价交换, 这是共同的。等价交换原则的实施, 要有两个条件: 一是交换双方的地位是平等的, 各自拥有商品的支配权, 在进行交换的另一方面前, 有交换和不交换的自由; 二是交换双方的商品价值是等量的, 只有等量的商品相交换, 交换才能成功, 商品价值才

**[作者简介]** 孙建中(1946-), 男, 河北经贸大学工商管理学院教授, 硕士生导师; 李焕(1950-), 女, 河北经贸大学马列教学部教授; 王胜洲(1972-), 男, 河北经贸大学工商管理学院硕士研究生。

能实现,才能体现公平。可见,自由、平等、公平的道德准则内含于市场经济的本质之中,而市场经济体系的发展和扩大,必将推动其内涵的道德准则发扬光大。

市场经济的正常运行离不开良好的经济秩序,而良好的市场经济秩序的建立有赖于企业伦理水平的提高。但是,在我国市场经济的发展中,一些企业片面追求经济利益,忽视甚至放弃社会利益,严重扰乱了市场经济秩序。由此造成了道德观念的迷失、行为失范、市场无序以及经济行为失控现象。要改变这种状况,规范市场经济行为,维护市场秩序,除了靠行政的、法律的手段和措施外,还必须用道德特有的规范和调整功能进行协调。在这种情况下,提高企业伦理水平,就成为整顿市场经济秩序的迫切需要。

经济全球化已经成为世界经济必然趋势,它使各国经济越来越紧密地联系在一起。随着现代科技的发展,社会生产规模扩大,生产组织结构的复杂化,产品加工程度的深化,一种产品从开发到经营很少由一家企业独立完成,而是几个国家成千上万个企业形成一个大的生产系统。在这个大系统中,不同企业间的协作至关重要,可以说是一损俱损,一荣共荣。要保持企业间的相互信任以及长期的、稳定的、密切的协作关系,就要有共同遵守的规则,并且推动企业伦理的不断进步。只有这样,才符合经济全球化的大趋势。

## 二、积极推进我国企业伦理的进步

企业伦理是企业的灵魂,是实现企业长远利益的基础性环节。要推进我国企业伦理的进步,必须继承我国传统美德的精华,又要吸收西方发达国家企业伦理的优秀成果、经验教训,构建与入世相适应的、体现中国企业特色的企业伦理体系。根据目前中国企业伦理状况,在我国企业伦理的建设中应突出如下几个方面的内容:

(一)诚实守信。诚实守信是WTO成员国的共同道德准则,是世贸组织的基本道德规范,遵守诚信原则是每个WTO成员国的资格证。为此,我们就必须:(1)积极建立国家信用管理体系,健全社会系统的信用档案。这是一项巨大的系统工程,不仅需要社会方方面面的支持和配合,更需要政府在借鉴国际经验的基础上,通过制定政策,协调有关部门开放数据,组织建立统一的数据检索系统,并提供法律保证。(2)建立个人信用制度。首先要建立个人信用管理行业组织,然后政府会同个人信用管理行业组织强制性要求企业和个人向这些机构提供征信数据,并立法保证这些数据真实可靠。(3)进行信用等级评定。由政府部门和个人信用管理行业组织负责定期对个人和企业进行信用等级评定,评定结果通过信息网和新闻媒体公开,对信用好的个人和企业予以奖励表彰,对失信行为根据情节和程度给予处罚。从而提高人们的信用意识,营造一种良好的社会信用氛围。

(二)以人为本。以人为本的管理理念,在企业内部首先是必须尊重每一位员工,不断满足他们物质的、精神的需求。职工个人价值的实现,不仅需要获得物质上的回报,而且希望得到精神上的慰藉。甚至在很多情况下,职工的成绩得到承认、褒奖、职务上得到提升,才会更深切

的体会到自己的存在价值,其潜在的积极性才能充分发挥出来。其次,充分发挥职工的主人翁作用。这就必须尊重职工的意见,让职工当家作主,树立职工的主人翁责任感,充分相信职工的管理能力和自律能力,只有这样,才会实现企业和职工共同发展。第三,以人为本的经营理念,体现在企业与消费者关系上,就是要坚持顾客第一,追踪客户需求,完善产品和服务,把顾客奉为上帝。

(三)鼓励创新。创新是发挥人的潜能、实现人的价值的重要途径。新知识、新技术的产生是一种艰苦的、创造性的劳动,这种劳动需要雄厚的知识积累、独特的思维方式、各种信息的交汇、比较、筛选、组合以及个人潜能的充分释放,这个过程是在创新者精神高度集中,精神、体质状况调整到极佳的情况下完成的。为此,企业就必须营造创新氛围,加大创新人员的自由度,扩大其发展空间,从工作环境、制度安排、经费保障、成果奖励等方面进行合理安排,使宝贵的人才资源创造出更多的创新成果。

(四)合作竞争。在合作中竞争是在全球经济一体化,特别是我国加入世贸组织后,我国企业参加国际竞争的基本形式。任何企业要想在激烈的市场竞争中立于不败之地,就必须采取竞合策略,争取双赢。(1)正确选择合作伙伴。选择合作伙伴要有长远目标,对方要有某种竞争优势,能带来互补性技能和生产能力,双方具有共同的价值取向并能够达成共识,通过互补和整合起到 $1+1>2$ 的作用。(2)必须诚实、信任、践诺。诚实,是合作的基础,也是取信与对方的首要方法;信任,有利于化解矛盾,相互理解,相互让步,达成共识,提高企业绩效;践诺,忠实地履行协议,风险共担,成果共享,使合作的各方形成一个巩固的战略联盟。(3)注重合作各方的企业文化协调。不同国家、地区的企业在长期的经营活动过程中形成了独具特色的企业文化,在合作过程中,难免产生剧烈地摩擦和冲突,这就需要做好跨文化的管理和整合。在适当时机,重建融合了各自优势并得到进一步提升的新的企业文化,作为合作各方的共同的精神动力,使之成为企业核心竞争力的重要组成部分。(该文为河北经贸大学立项课题<2001>4号)

## 【参考文献】

- [1] 肖祖铤,张佩军.挑战全球化[M].北京:金城出版社,2001,92-96.
- [2] 万俊人.寻求普世伦理[M].北京:商务印书馆,2001,554-556.
- [3] 赵永中.经济全球化中企业价值理念的选择[J].道德与文明,2001,(4),36-38.
- [4] 凡禹.竞争之道与合作之道[M].北京:民主与建设出版社,1999,249-251.
- [5] 韩国文,党力.现代企业的伦理学诠释[J].武汉水利电力大学学报(社会科学版)2001,(1),22-25.
- [6] 李南玲.深圳为个人信用立法[N].经济日报,2002-1-8(11).

责任编辑:鲁任