

<<工商管理经典译丛>>

图书基本信息

书名：<<工商管理经典译丛>>

13位ISBN编号：9787300173764

10位ISBN编号：7300173764

出版时间：2013-5

出版时间：中国人民大学出版社

作者：曼纽尔·G·贝拉斯克斯

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## 前言

自古以来伦理就是商业发展最重要的前提条件之一。

伦理既是商业得以良好运行的大环境，也是对市场中的商人和商业组织的道德要求。

中国传统文化对伦理非常重视，对商人应该遵守的伦理道德也提出了很多很好的看法，如义利观、诚信观等。

义利观主张义利统一、“先义而后利者荣”（《荀子·荣辱》），强调“不富无以养民情，不教无以理民性”（《荀子·大略》）。

当利与义之间出现矛盾时，中国传统文化提出“见利思义”（《论语·宪问》），或者说“见得思义”（《论语·季氏》），这可以看作义利观的基本要求，在承认人们逐利正当性的基础上，这一基本要求为人们合法、合理地逐利提供了相应的标准。

在此基础上，孔子从利人与利己的关系出发，提出“己欲立而立人，己欲达而达人”（《论语·雍也》）的观点，孟子也提出“老吾老，以及人之老；幼吾幼，以及人之幼。

天下可运于掌”（《孟子·梁惠王上》）的思想。

这种建立在利人就是利己的基础之上的义利观，已经从移情作用的“有所不为”发展到“有所为”，可以看作义利观的中间要求。

中国传统文化进一步从君子修身的角度，倡导“君子义以为上”（《论语·阳货》），“君子义以为质”（《论语·卫灵公》），并旗帜鲜明地提出“君子喻于义，小人喻于利”（《论语·里仁》）的论断，这种“义以为上”的思想可以看作义利观的最高要求。

在诚信观方面，孔子认为“人而无信，不知其可也”（《论语·为政》）。

明代学者薛宣在《读书录》一书中也写道：“以诚感人者，人亦以诚应；以诈御人者，人亦以诈应。

”中国历史上著名的商帮，如徽商、晋商，对上述伦理准则推崇备至，用伦理规范约束商人在市场中的行为，比如，徽商强调“以诚待人，以信接物”，晋商信奉“售货无诀窍，信誉第一条”、“重信义，除虚伪”，促成了明清时期这些商帮的巨大发展。

可见，商人和商业组织对伦理的遵守不仅巩固了商业得以运行的伦理环境，还促成了市场交易的实现，在市场参与者之间建立了互信互惠的交易关系。

虽然我国很早以前就有关于伦理在商业中价值的诸多论述，并有许多为人称道的商业伦理典故，但将商业伦理上升为一门系统的学科并在实践中掀起商业伦理热潮的却最早起源于欧美发达国家。

奥利弗·谢尔顿早在1923年就提出了企业社会责任的概念，20世纪70年代以来，发达国家的公众开始关注社会福利和可持续发展的问题，这引发了一系列商业伦理运动，包括消费者保护运动 and 环境保护运动。

发达国家的企业纷纷提出要做“企业公民”，主动承担各种社会责任。

1997年，社会责任国际的前身——美国经济优先认可委员会发布了SA8000标准（即社会责任标准），旨在通过制定和实施社会责任标准，促进工作条件的改善，并增进劳资双方的理解。

2000年，根据联合国前秘书长科菲·安南的倡议，建立了联合国全球契约组织，号召企业界遵守在人权、劳工标准、环境及反贪污等方面的十项基本原则，并且每年发布一次企业社会责任报告。

进入21世纪，发达国家的企业对商业伦理的实践更加重视。

正如现代管理学之父彼得·F·德鲁克所强调的，企业是社会的器官，是社会的一分子，企业只有遵守商业伦理才能实现自己的可持续发展。

他还认为，商业伦理是一种伦理潮流，是商业中不可缺少的要求，适合组织的伦理概念必须清晰地界定基本的人际关系、设立普遍适用的行为规则、关注使所有相关者利益最大化的行为，让组织关系变得和谐、互惠。

德鲁克的观点充分反映了当代商业伦理普遍的发展趋势，强调了关注商业伦理对企业生存和发展的重要价值。

在全球化愈演愈烈的大背景下，商业伦理实践也从发达国家推向了全球，我国企业也日益重视商业伦理建设问题。

尤其是在2008年汶川地震之后，中国企业纷纷慷慨解囊、抗震救灾，企业社会责任意识空前觉醒，越

来越多的企业参与到践行商业伦理、承担企业社会责任的活动中。

据统计, 2011年有898家中国企业发布了社会责任报告, 同比增长18%, 其中, 工业企业有639家。截至2011年12月1日, 中国上市公司500强中有274家企业发布了企业社会责任报告, 其中125家企业是强制发布, 还有149家企业是自愿发布; 221家企业发布了独立的社会责任报告, 53家企业整合在财务年报中发布。

本教材的作者曼纽尔·G·贝拉斯克斯是圣克拉拉大学商业伦理方向的Charles J. Dirksen讲座教授, 同时受聘于该大学管理系和哲学系, 被誉为“商业伦理学科之父”, 在商业伦理领域内学识渊博、经验丰富。

他在商业伦理、哲学领域做了许多非常深入的研究, 除了本书, 还著有《哲学: 文本阅读》、《伦理: 理论与实践》等书。

他还为多家公司提供过商业伦理领域的咨询和培训服务, 组织了有2000多名商学院教师参与的商业伦理教学研修班。

贝拉斯克斯教授所著的这本教材是世界上使用最广泛的商业伦理教材。

全书脉络清晰、内容翔实, 主要从四个方面阐释了商业伦理: 商业伦理的基本原则; 市场与伦理的关系; 伦理与企业外部交换的关系; 伦理与企业内部员工的关系。

在说明商业伦理的基本原则时, 首先介绍了与商业伦理相关的一系列概念, 效用原则、权利原则、正义原则、关怀伦理和美德伦理等都建立在这些概念的基础上, 读者需要用这些原则分析诸多社会现象。

在说明市场与伦理的关系时, 首先引用诸多学者的观点分析了由政府、市场和国际贸易构成的商业制度, 接下来介绍了完全竞争市场、垄断市场和寡头市场的特点以及反垄断策略等内容。

在介绍企业外部交换涉及的伦理时, 分别阐释了环境和消费者对商业伦理的要求: 环境要求企业控制污染、保护资源, 消费者要求企业从社会契约、应尽关怀和社会成本等角度考虑企业对消费者的义务, 避免违背伦理的广告和对消费者隐私的侵犯。

在介绍企业内部交换涉及的伦理时, 着重介绍了工作歧视的本质和内容, 分别使用效用、权利和正义原则讨论了工作歧视的伦理性质, 批判地评价了旨在纠正工作歧视的平权行动计划, 最后详细分析了组织的三种模型——理性组织、政治组织和关怀组织。

这个框架的构建能够让读者更易于理解商业伦理的内涵与外延, 对各种商业伦理理论的萌芽、发展和创新进行详细的探究, 站在伦理学发展的最前沿思考当今全球化大背景下的商业新发展。

本教材使用了大量的案例。

在每章开篇都有一个引例, 让读者先熟悉本章概念主要应用的领域和事件, 对抽象的商业伦理理论先产生一个感性的认识, 在展开理论分析之前为读者做好精细的铺垫。

在阐述复杂的商业伦理理论时, 都会用现实或假设的案例帮助读者理解相关内容, 这些案例可以让读者认识到理论表述所使用的假设、条件以及用词的重要性和隐含意义。

在每章结尾, 会列出一两个与本章内容密切相关的大型案例, 读者通过回答案例所提出的问题, 对本章知识加以整合、提升, 通过自己的思考或者与他人的讨论, 更好地解决案例中所面临的问题。

本教材对各种商业伦理现象、易混淆的知识概念和抽象的伦理理论做了详细的说明。

作者在复杂的理论讲解中穿插了生动的案例, 不会让读者觉得单调乏味, 让商业伦理课程的教学变得更加生动、有趣, 非常适合初学者全面了解商业伦理, 对拥有相关知识的读者也有很好的指导和启发意义。

本教材非常适合商学院(或管理学院)的本科生、研究生, 特别是MBA, EMBA和MPAcc等专业学位硕士生使用。

翻译如有不妥之处, 欢迎大家批评和指正!

刘刚程熙铭

<<工商管理经典译丛>>

内容概要

本书共分4部分8章，从基础理论讲起，阐述了伦理道德与企业经营的关系、现实商务活动中的伦理道德准则等。

具体包括：商务中的伦理原理、商务与市场、商务及其交换(生态学与消费者)、商务与它的内部支持(雇员问题)等内容。

适合用作MBA、研究生和高年级本科生商业伦理及企业社会责任等课程，还可作为各企业、公司管理人员的培训教材和参考书。

## 作者简介

曼纽尔·G·贝拉斯克斯 (Manuel G. Velasquez) : 美国圣克拉拉大学列维商学院管理系教授, 被誉为“商业伦理教学之父”和“查尔斯·狄更斯式的商业伦理教授”, 在商业伦理领域内学识渊博、经验丰富。他在商业伦理、哲学领域做了许多非常深入的研究, 除了本教材之外, 还著有《哲学: 文本阅读》(Philosophy: A Text with Readings)、《伦理: 理论与实践》(Ethics: Theory and Practice) 等书。他还为多家公司提供过商业伦理领域的咨询和培训服务, 向2000多名商学院教职员工讲授过商业伦理课程。

书籍目录

第1部分 基本原理第1章 伦理学与商业1.1 商业伦理的本质1.2 商业中的伦理问题1.3 道德思考1.4 道德责任和责任归属第2章 商业中的伦理原则2.1 效用主义：权衡社会成本和收益2.2 权利和义务2.3 正义与公平2.4 关怀伦理2.5 整合效用、权利、正义和关怀2.6 道德原则的替代选择：美德伦理学2.7 无意识的道德决定第2部分 市场与商业第3章 商业系统：政府、市场以及国际贸易3.1 自由市场和权利：约翰·洛克3.2 自由市场和效用：亚当·斯密3.3 自由贸易和效用：大卫·李嘉图3.4 马克思与正义：批评市场和自由贸易3.5 结论第4章 市场中的伦理4.1 完全竞争4.2 垄断竞争4.3 寡头竞争4.4 寡头和公共政策第3部分 商业及其外部交换：生态和消费者第5章 伦理学与环境5.1 污染类别和资源耗费5.2 污染控制伦理学5.3 保护消耗性资源的伦理学第6章 消费品生产和营销伦理学6.1 市场和消费者保护6.2 商业企业对消费者义务的契约观6.3 应尽关怀观6.4 制造商义务的社会成本观6.5 广告伦理学6.6 消费者隐私第4部分 伦理学和员工第7章 工作歧视伦理学7.1 工作歧视：本质7.2 歧视：内涵7.3 歧视：效用、权利和正义7.4 平权行动第8章 伦理学与员工8.1 理性组织8.2 政治组织8.3 关怀组织注释

## 章节摘录

1980年，为默克公司工作的研究人员比尔·坎贝尔博士和穆罕默德·阿齐兹博士发现了伊维菌素也许能够杀死河盲症寄生虫的迹象，这种伊维菌素是公司最畅销的兽药之一。

曾经在非洲作并且对河盲症很熟悉的阿齐兹博士，来到为处于活性感染期的村民做药物试验的达喀尔塞内加尔地区，他惊讶地发现，单剂量的伊维菌素不仅杀死了所有的微丝蚴，还使雌成虫不能繁殖，并让人体能够对新的感染保持好几个月免疫。

阿齐兹博士返回美国后，与坎贝尔博士一起会见了默克公司研发部门的负责人P·罗伊·瓦格罗斯博士，瓦格罗斯曾经是一位内科医师。

他们向瓦格罗斯展示了研究结果并建议默克公司开发伊维菌素的人类用药。

在那个时候，开发一种新药并对该药物进行美国政府指定的大规模临床研究需要花费超过1亿美元。罗伊·瓦格罗斯意识到，即使他们为河盲症患者成功开发出伊维菌素的人类用药，“很明显不可能将药物卖给那些人，因为即使每年只要几美分，他们也买不起”。

”而且，即使这些人买得起药，由于他们住在偏远地区，也接触不到医生、医院、诊所和药店，大多数人几乎不可能买到药。

此外，如果这个药对人体有严重副作用，就极有可能影响到其兽药型药品的销售，而后者每年为公司贡献约3亿美元的销售额。

最后，如果一种便宜的人类用药被开发出来，它很可能会通过走私流入黑市，再回售给动物使用，这也将不利于辨药型伊维菌素的销售。

虽然默克公司每年在全世界拥有20亿美元的销售额，但由于急速增加的新药开发成本，政府机构强制执行的越来越严苛和昂贵的管制，基础科学突破的中止，以及公司研究项目生产率降低等因素的影响，其占销售额1%的净收入在不断减少。

美国国会当时正要通过《药物管制法案》，该法律允许竞争者更快仿制由其他公司开发出的药物并将它们投放市场，这将加剧制药行业的竞争。

医疗保险最近刚对药物报销设置上限，并要求用更加便宜的通用药物代替有商标冠名的药物，而后者正是默克公司收入的主要来源。

面对制药行业逐渐恶化的环境，对于默克公司来说，承担这样一个成本高昂却几乎没有盈利前景的项目真的是一个好主意吗？

瓦格罗斯后来写道：当时我个人还有一个潜在劣势。

我上任没有多久，仍然在学习如何在公司环境中推进新药研发。

虽然我们在流水线上有过很大创新，但我仍然是商界中没有得到承认的新手。

我将把公司的大量资金投入热带药物这个领域，而除了穆罕默德·阿齐兹以外几乎没有人熟知该领域……首席执行官亨利·加兹登有理由为默克公司的新产品线担忧，而他任用我来解决这个难题。

对于我、穆罕默德和比尔来说，一个明显的事实是，即使伊维菌素对抗河盲症非常有效，它也不会使得公司的收入攀升，不会让公司的股东感到满意。

所以我不得不为自己和实验室承担一定风险。

瓦格罗斯知道他必须做出一个决定，像他自己所说，“出于对一个重要的伦理因素的考虑”。

不论对于公司和他个人有什么样的风险，很明显如果没有这种药，数百万人将会承受巨大痛苦，摆脱不了部分甚至完全失明的命运。

在和坎贝尔、阿齐兹以及其他经理交谈之后，瓦格罗斯断定：不能无视对于人类潜在利益如此重要的河盲症药物。

在1980年后期，他通过了一项预算，为开发伊维菌素的人类用药提供必要的资金。

默克公司花7年时间开发了伊维菌素的人类用药，公司将其命名为异凡曼霉素。

一年服用一次单剂量的异凡曼霉素即可从人体根除引起河盲症的所有寄生虫，并且预防新的感染。

但不幸的是，正如瓦格罗斯早前所怀疑的，没有人来购买这种神奇的新药物。

在接下来的几年里，默克公司的高层，尤其是当时担任公司首席执行官的瓦格罗斯，向世界卫生组织、美国政府和被该疾病影响的国家政府恳求，能不能让谁购买异凡曼霉素来保护受到河盲症威胁的一亿

多人口，但是它们一个都没有回应默克公司的请求。

当没有人会购买异凡曼霉素这个事实终于变得再明显不过时，默克公司决定将它免费派送给患者。然而，即使是这个计划，最后也被证明难以实施，因为正如公司早前所怀疑的，没有现成的派送渠道让药物到达患者手中。

因此默克公司和世界卫生组织合作，资助了一个国际委员会来筹建基础设施，把药物安全发放给第三世界的人民，并确保药物不会被转入黑市回售给动物使用。

为负担研发、测试和现在派发异凡曼霉素的活动，默克公司支付的费用超过了2亿美元，还不包括制造该药物本身的资金。

到2010年为止，默克公司已经派发了超过25亿片、价值大约35亿美元的异凡曼霉素，并且正在为非洲、拉丁美洲和中东地区的8000万人免费提供药物。

除了用药物减轻河盲症带来的剧烈痛苦，公司同时也将治疗象皮肿包含进项目。

象皮肿是一种由寄生虫引起的、常与河盲症并发的疾病。

默克公司的研究人员发现异凡曼霉素同样也能够治疗象皮肿。

截至2010年，超过3亿人收到了异凡曼霉素来治疗象皮肿，还有7000万人将在2011年收到该药物。

当被问及默克公司为什么投入了这么多资金和努力来研究、开发、制造和派送一种不赚钱的药物时，公司的首席执行官罗伊·瓦格罗斯博士回答：一旦公司怀疑自己的兽药可能治愈一种危害人类的严重疾病，唯一合乎道德的选择就是开发这种药。

而且，他说道，第三世界的人们会记得默克公司曾经帮助过他们，将来他们会亲切地回应默克公司。这些年来，默克公司已经得知这些举措的重要长期战略优势。

“当我15年前第一次去日本时，本商人告诉我，正是默克公司在第二次世界大战之后将链霉素带到本，消灭了当时正蚕食日本社会的肺结核病。

我们确实是那样做的。

我们没有赚到什么钱。

但是默克是当今日本最大的美国制药公司，这不是巧合。

” 在了解了默克公司如何处理河盲症药物之后，让我们再看看伦理和商业的关系。

专家们有时讽刺说，商业伦理在专业术语上就是一种矛盾，因为在伦理与利润的自利性追求之间存在一种固有冲突。

他们暗示。

在伦理与利润互不相容时，商业总是会选择利润而摒弃伦理。

然而，默克公司的例子暗示了一种不同的态度，一种许多公司都在采用的态度。

正因为默克公司的经理觉得他们有伦理责任让人们得到药物的大潜在收益，他们才会花2亿美元开发一种明知不会有一丝盈利机会的产品。

至少在这个例子中，一家非常成功的大型企业似乎选择了伦理而非利润。

此外，瓦格罗斯在例子结束时的言论暗示，从长期来看，伦理行为和利润追求可能不存矛盾。

恰恰相反，伦理行为创造了能增加公司获利机会的商誉和名气。

P4-5

编辑推荐

《商业伦理(概念与案例第7版)》(作者曼纽尔·G·贝拉斯克斯)仍然是商业伦理领域最常用的教材之一,易于理解的写作风格以及对复杂理论与概念的清晰解释让本书继续受到学生的喜爱。商业伦理领域中对教材的最大挑战是(任何看过几本商业伦理教材的教师都知道),要为教材提供观点的清晰解释,而不是将观点过分简化为夸张的描述。使用过本书前几版的教师说,本书非常出色地应对了挑战,并且在提供伦理理论和管理实践方面取得了极佳的平衡。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>