

企业价值决策的伦理基础探赜

戴艳军, 李伟侠

(大连理工大学 人文与社会科学学部, 辽宁 大连 116024)

摘要: 企业价值决策是指企业的经营活动要在多方利益主体的价值冲突中做出正确的抉择,它是一个涵盖多领域、多方面利益、多学科视角的复杂过程,企业价值决策的伦理基础自然成为制约企业社会责任理论发展的核心难题。义务论、功利主义和美德伦理为企业价值决策提供了一般的伦理原则。但是,这三种伦理理论都无法单独解决企业与复杂的社会环境之间的互动所产生的价值冲突问题,难以给出企业价值决策的合理方案。实用主义道德哲学从走向现实的道德生活、面向开放的道德过程、采用切实可行的道德方法三大方面,更适用于复杂多变境遇下的企业价值决策。基于实用主义道德哲学的企业价值决策过程包括价值沟通、观点辩论和方案抉择三个阶段,它们构成了企业价值决策的完成过程,为企业管理者指出了价值决策的具体方法和途径。

关键词: 价值决策;实用主义;企业社会责任

中图分类号: G82-052

文献标识码: A

文章编号: 1008-407X(2014)01-0048-04

Exploration in the Ethical Basis of Corporate Decision-Based Value

DAI Yan-jun, LI Wei-xia

(Faculty of Humanities & Social Sciences, Dalian University of Technology, Dalian 116024, China)

Abstract: Corporate decision-based value means making a right choice among the stakeholder's value conflicts which is complex process involving problems, stakes and subjects of many aspects. Naturally, the ethical basis of decision-based value is the key problem which hinders the development of corporate social responsibility theory. Deontology, utilitarianism and virtue theory provide the general ethical principles for decision-based value. However, the three theories cannot resolve the value conflicts led by the interaction between corporate and the complex social environment respectively. The moral life, process and methods-oriented moral philosophy of pragmatism seems to be more suitable for the complex and changeable situation where the decision-based value is made. The process based on the moral philosophy of pragmatism involves three phases: value communication, argument for points and final decision making, which is a continuation and provides a specific approach to the corporate decision-based value for managers.

Key words: decision-based value; pragmatism; corporate social responsibility

一、引言

企业价值决策是指企业的经营活动要在多方利益

主体的价值冲突中做出正确的抉择。美国管理学界著名的卡罗尔教授(Archie B. Carroll)曾经将企业价值决策描述为,“一个兼收并蓄的领域,没有严格的界限,多重身份、不同的视角、广泛而非聚集、多学科、宽领

收稿日期: 2013-07-08; 修回日期: 2013-10-01

基金项目: 国家自然科学基金项目:“基于意义建构理论的企业社会责任知识传播研究”(71202105)

作者简介: 戴艳军(1961-),女,北京人,教授,博士生导师,主要从事伦理学及管理伦理研究,(E-mail: daiyj@dlut.edu.cn);李伟侠(1978-),女,河南洛阳人,大连理工大学人文与社会科学学部博士研究生,主要从事商业伦理和企业社会责任研究。

域、形成一个比较宽泛的跨学科领域。”^[1]这个概念突显了企业价值决策是一个与多领域、多方面利益、多学科视角相关的复杂过程。多元的、复杂的环境给企业价值决策带来了三个方面的困难:无法了解经营决策对利益相关者带来的影响;必须结合具体制度环境中利益相关者的需求来进行决策;必须面对与不同利益相关者之间存在的价值冲突。因此,寻求价值决策的伦理基础成为必须解决的难题。

二、一般伦理理论及其作为企业价值决策依据的局限性

义务论、功利主义、美德伦理作为个体和组织行为的伦理基础的三大伦理流派能否成为高度复杂环境下企业价值决策的伦理基础,还有待考察。

1. 义务论

在康德看来,遵循道德法则的行为就是道德行为。一种行动或者原则是道德的必须满足以下条件:(1)具有普遍性;(2)必须把人作为目的;(3)尊重理性人的自治性^{[2](P28)}。康德从普遍性和必然性到人是目的再到自由的层面论证道德的最终根据,对于促进整个社会的道德提升有着重要的理论价值。诚然,义务论是判断个体行为道德性的重要依据,但作为企业价值决策的伦理基础存在三个问题。第一,康德认为普遍有效性的道德法则是通过个人意志和先验道德法则的契合来实现的。哈贝马斯批评他“把先验自我意识和自律作为道德法则的确立基础和检验标准,这是一种‘独白式’即以主体(个体)为中心的研究方法。事实上,道德法则并不是先验的,也不能通过自律来确证,而是交往行为的产物,是不同主体间通过商谈而达成的共识”^[3]。企业价值决策是一个交往实践过程,从道德法则的来源来看,义务论不能作为企业价值决策的道德依据。第二,义务论关注行动的动机而忽视行动的结果,正如英国哲学家罗素在批判康德学说时指出,“康德所提出的道德准则是一个必要的准则,不是一个充分的准则,要想获得一个充分的标准,我们恐怕就得放弃康德纯形式的观点,对行为的效果做一些考虑。”^[4]企业价值决策是由内在动机决定从而满足利益相关者价值需求的过程,那么决策的动机和结果都要关注。第三,义务论主张在面临道德难题时遵循道德法则而非依据具体的情景进行道德判断。这种形式主义特征容易导致人们把道德看成是抽象的、空洞的说教,而企业价值决策与具体的经营环境有关。因此,义务论作

为企业价值决策的伦理基础还不够充分。

2. 功利主义

18世纪英国政治哲学家边沁(Jeremy Bentham)首次系统地表达了功利主义的道德原理,提出基于功利主义原则的决策主要包括以下几步:(1)在一个特殊的情境下决定哪种行动是可行的;(2)评估一个行动给那些受影响的每个人带来的成本和收益;(3)选择一种能够产生最大收益或者最小损失的行动^{[2](P25)}。把行动的量化结果作为行动的伦理基础是有价值的,但如果将功利主义原则作为企业价值决策的伦理基础,可能存在以下两个主要问题:首先,功利主义将个人的义务和权利从属于大多数人的利益,忽视了个体的基本权利。如果只考虑拥有权力的较大的团体的价值而忽视力量弱小的团体或者个人的价值诉求,那么决策的道德性就会受到质疑;其次,功利主义用价格来替代所有的价值,以此估计一项行动的成本和收益导致对价值评估的任意化和主观化。在价值决策过程中,利润不能成为唯一的价值标准,社会价值和环境价值也必须考虑在内。鉴于此,功利主义作为企业价值决策伦理基础的有效性受到质疑。

3. 美德伦理

义务论和功利主义在道德推理方面的不足将目标转向了亚里士多德的美德伦理。美德伦理涉及的核心道德问题就是美德的培养^{[2](P39)},而不是服从一系列规则。美德伦理提供了在道德上判断一种值得赞扬的人的标准,但难以指导决策者做出负责任的选择。首先,我们无法证明一个具有美德的人选择的行动就是道德的。因为在特定的情况下,具有美德的人并不知道如何去做,圣人和英雄都会犯错误。企业决策者做出不符合伦理的决策不是因为决策者的道德水平低下,而是因为他们准确地理解动态的经营环境时遇到困难或者其他认知上的局限^[5]。其次,我们无法在两个具有美德的人对于同一个问题的不同看法中区分对错。在企业价值决策过程中应该关注决策者品质的发展,但决策不能退回到应该建立什么样的美德。因此,美德伦理也不足以作为企业价值决策的伦理基础。

上述三大伦理流派从个人自律、利益计算和个人美德三方面为企业价值决策奠定了伦理基础。但三大理论都无法单独用来解决在拥有权力的企业与复杂的社会环境之间的互动所产生的价值冲突问题,而当代实用主义道德哲学为解决企业价值决策过程中的冲突提供了新的启示。

三、实用主义道德哲学作为企业价值决策依据的可行性

实用主义是 19 世纪 70 年代以来在美国流行的一个道德哲学流派,对美国的社会生活和思想文化影响巨大,约翰·杜威是实用主义道德哲学的集大成者。实用主义的最大特点是“强调哲学应该立足于现实生活,主张把确定性信念作为出发点,把采取行动作为主要手段,把获得效果作为最高目的”^[6]。实用主义与义务论、功利主义的区别在于:从人性假设来看,三大传统的理论建立在原子的理性人基础上,而实用主义建立在人的社会性基础上;在道德内容方面,义务论和功利主义关注道德原则,美德伦理关注个人美德,而实用主义聚焦于个人的道德经验;从道德推理的方法来分析,义务论主张用个人超验理性获得道德法则,功利主义主张用利益计算的方式获得行动的道德基础,美德伦理强调实践理性,而实用主义主张在行动过程中采用实验的方法;从道德目的来看,义务论和功利主义强调对行为的规范和限制,美德伦理强调美德的培养,而实用主义认为道德的目的是发展。实用主义道德哲学适宜作为企业价值决策的伦理基础的合理性表现在以下三个方面:

1. 从玄虚抽象的理想王国转向现实的道德生活,满足了企业价值决策的现实需要

传统的伦理理论将人看作原子人、理性人,要求人用道德理性超越个人的利益、倾向和情感从而遵守一个普遍的法则来维持社会的良好运转。而杜威否定了个人的原子观,把人看成是持续的社会过程的一部分,这是一种理解自我不同的方式。在此基础上,杜威认为价值不是与社会分离的个人经验,而是出现在我们和文化以及自然环境的互动中,如果远离社会互动,价值经验和价值规则的出现是不可能的。杜威将他的价值理论建立在人的社会性基础上,人际间的交互作用和社会行动理念使其超越了很多传统的理论的困境和假设。这一人之本性的改造使其适用于高度复杂且相互依赖的企业价值决策现实的需要。

2. 从封闭道德体系转向开放的道德过程,为企业价值决策提供了认识论基础

杜威将道德看作是一个开放的过程,得益于他摆脱了近代以来的道德哲学以人之自然本性或者人之超验理性为其基础所带来的限制。传统的伦理学在杜威看来,“有一点是共同的,就是承认原则的独一和最后

的源头”或者“同意独一的、固定的和最后的善的假定”^[7]。杜威在批评了这种寻求乃至崇拜唯一法则和终极目的的做法之后,建立了一种积极的道德理论。他聚焦于人类的行动过程中的经验和反思的方法,这使他的理论从封闭的道德体系转向开放的道德过程。杜威把人之境遇性的生活实践作为道德存在之基础,并在此之上解构反思性道德的封闭性,继而建构它与生活习俗、行为实践之间的连续性,突显它们之间的张力性关系,如此就把反思性道德看作是一个不断开放、发展,与生活世界之间充满张力的实践过程^[8]。杜威将道德从封闭的体系转向开放的道德过程为当今时代企业价值决策面临的道德冲突提供了认识论基础。

3. 从关注伦理原则转向关注道德方法,为解决企业价值决策中出现的冲突提供了有效的途径

“实用主义核心仍然是一种方法,一种帮助我们在经验活动中确定知识的方法,而不是使我们的行动服从于知识要求的方法”^[9]。实用主义作为一种方法已经被应用到环境伦理领域^[10]。杜威抛弃了寻求确定的、普遍的道德法则之传统,将伦理学由关注抽象的原则转向关注解决实际道德问题的方法,“这种做法是把道德的沉重负担转移给了智慧,或者说是在一个道德情境中公开行动之前进行判断和选择,使得实际的道德冲突具备了有效的解决办法,解决了普遍的道德原则在面对具体问题上的无力和尴尬”^[4],同样,实用主义方法适用于企业价值决策的非线性过程。

四、基于实用主义道德哲学的企业价值决策过程

真正的哲学必须建立在对道德生活中的实际问题研究之上,杜威的道德哲学适应时代特征,把道德看成是一个发展过程,依靠科学方法解决道德难题,反映出这一道德理论的积极、主动的倾向性。基于实用主义道德哲学,企业价值决策实质上可以被看作是企业与利益相关者共同进行的价值抉择的过程。这一过程包括价值沟通、观点辩论、方案抉择三个阶段。

1. 价值沟通阶段

企业价值决策首先应该承认利益相关者的价值诉求的客观性,让利益相关者参与到企业的价值决策过程中能够从根本上避免出现道德相对主义和道德绝对主义这两种极端的情况。沟通不仅能够获取价值信息,而且在能够缓解诸多冲突,“很多时候我们对一个事物的判断不同,往往不是因为价值观和智力的差异,

而是仅仅因为对事实的掌握不同。如果我们有更多的耐心去寻找和阅读事实,很多观念冲突甚至政治冲突都会缓解”^[11]。面对复杂的环境,管理者对价值信息的无知或者错误判断都会产生不符合伦理的决策,真正的伦理决策需要将利益相关者的声音纳入企业的治理过程中^[12]。以自我价值为核心的组织将很有可能导致不能有效地适应社会的价值观^[13]。因此,价值沟通是第一个重要阶段。

2. 观点辩论阶段

价值沟通能够化解一些冲突。但来自不同文化背景下的利益相关者在理解现实方面确实存在实质性的冲突。要解决这些冲突就必须对这些基于不同的情景的价值经验进行有效的评估和检验,“辩论意味着给一个论断或主张提供理由,以使所有其他有关方面可以审查、检验它……这种自由商谈在具体情形中正是发现最终可算作充足理由的核心步骤,这种自由商谈是充足理由法中不可缺少的部分,也是商谈伦理学的核心”^[14]。辩论能够使企业与利益相关者从二分法的视角中走出来,通向一种鼓励全面问题认知的方法和回应^[15]。在辩论过程中,事实与价值、自我和他人、知识和权力的相互矛盾的并置所产生的创造性的张力能够塑造新的利益相关者认知与相互之间的学习潜力,能够将冲突变为多样性,能够激发决策者的道德想象力,通过辩论,相互冲突的观点已经被作为理由和证据引入到持续的论证过程或者人们相互接受中得以解决了,因此辩论是第二个重要阶段。

3. 方案抉择阶段

沟通阶段能够让利益相关者的价值需求进入到企业的决策过程中,使多样的价值诉求得以表达,其过程能够让冲突的价值诉求得到有效的评估和检验。在此基础上,企业和利益相关者充分发挥想象力重建问题情境,基于新的问题情境寻求可行性的解决方案,最终在各种可行性的解决方案基础上找到一种平衡不同的价值需求的解决方案。这一创新性的决策结果是在沟通和辩论基础上整合了多样的价值需求基础之上形成的。弹性工作制就是解决生产效率和雇员照顾家庭冲突的创新性的解决方案。

五、结 语

企业价值决策的伦理基础是制约企业社会责任理论发展的核心难题。义务论、功利论和美德论都无法适应全球化、多元化、风险化的决策环境。实用主义道

德哲学从走向现实的道德生活、面向开放的道德过程、采用切实可行的道德方法三大方面弥补了传统伦理理论所存在的困境。依据实用主义道德哲学,企业价值决策过程被概括为价值沟通、观点辩论、方案抉择三个阶段,它为管理者指出了价值决策的具体方法和途径。

参考文献:

- [1] CARROLL A B. Social issues in management research[J]. *Business and Society*,1994,33(1):5-29.
- [2] BUCHHOLZ R A,ROSENTHAL S B. *Business Ethics: The Pragmatic Path Beyond Principles to Process* [M]. New Jersey:Prentice Hall PTR,1998.
- [3] 彭国华. 商谈伦理学的价值与现实境遇[N]. 人民日报,2009-06-30(07).
- [4] 李志强. 杜威道德教育思想研究[D]. 北京:中国人民大学,2006.
- [5] THIEL C E,JOHNSON J F,BAGDASAROV Z, *et al.* Leader ethical decision-making in organizations: strategies for sensemaking[J]. *Journal of Business Ethics*,2012,107:49-64.
- [6] 刘放桐. 新编现代西方哲学[M]. 北京:人民出版社,2000. 176.
- [7] 杜威. 哲学的改造[M]. 徐崇清译. 北京:商务印书馆,2002. 87.
- [8] 高来源. 论反思性道德的实践向度——对杜威道德哲学的实践性解读[J]. *道德与文明*,2012,(2):63-68.
- [9] 江怡. 实用主义如何作为一种方法[N]. *中国社会科学报*. 2013-01-14(A5).
- [10] 赵小丽,王飞. 环境价值观的普遍性追求——论毕恩巴赫环境伦理思想[J]. *大连理工大学学报(社会科学版)*,2012,33(4):65-69.
- [11] 刘瑜. 民主的细节[M]. 上海:上海三联书店,2009. 306.
- [12] Van BUREN H J. If fairness is the problem, is consent the solution? Integrating ISCT and stakeholder theory[J]. *Business Ethics Quarterly*,2001,11(3):481-499.
- [13] SWANSON D L. Toward an integrative theory of business and society: a research strategy for corporate social performance[J]. *The Academy of Management Review*,1999,24(3):506-521.
- [14] H·斯坦曼,孙向晨. 公司伦理学:概念框架与基本问题[J]. *国外社会科学*,1997,(1):15-20.
- [15] CALTON J M,PAYNE S L. Coping with paradox: multi-stakeholder learning dialogue as a pluralist sensemaking process for addressing messy problems[J]. *Business & Society*,2003,42(1):7-42.