

目錄

CONTENTS

再版序

Part I 企業倫理議題 1

1 商業中的倫理議題 3

- 課前案例：企業的倫理議題 4

第一節 企業倫理議題 5

第二節 倫理議題與社會契約 6

第三節 倫理議題的分類 8

一、利益衝突 8

二、誠實公平 9

三、宣傳訊息 9

四、技術 10

- 課後案例 1：基改食品的危害 12
- 課後案例 2：人命重要還是利潤重要 14

2 企業倫理議題分析 15

- 課前案例：美國禮來公司的用藥安全問題 16

第一節 企業倫理學釋義 17

- 一、何謂企業倫理學 17
- 二、何謂倫理學 17
- 三、何謂道德 18

第二節 為什麼要研究企業倫理議題？ 19

- 一、忽略社會責任的理由 19
- 二、產生的危害 19

第三節 解決道德議題 20

- 一、道德議題的兩難 20
- 二、解決道德議題分析流程 21
- 三、企業角色轉變 23

- 課後案例：濱南工業區發展之爭 26

3 利害關係人管理 29

- 課前案例：公平交易咖啡豆的道德採購 30

第一節 企業該向誰負責任？ 31

- 一、管理者資本主義 31
- 二、利害關係人理論 31
- 三、最低道德限度理論 32

第二節 企業利害關係人 33

- 一、Frederick、Post 與 Davis 的分類 34
- 二、Mitchell、Agle 與 Wood 的分類 35

第三節 評估利害關係人的步驟與工具 37

- 一、步驟 37
- 二、分析工具：利益關係人分析 39

第四節 利害關係人的對應策略 40

- 一、利害關係人分析矩陣 41
- 二、利害關係人分析與對應策略 41
- 三、發展利害關係人的步驟 42
- 課後案例：巧克力背後的血淚 44

Part II 企業倫理準則 45

4 企業公民的責任 47

- 課前案例：默克藥廠的美迪善計畫 48

第一節 企業社會責任 49

第二節 企業參與社會活動與否的論辯 50

- 一、贊成企業參與社會活動的理由 51
- 二、反對企業參與社會活動的理由 51

第三節 企業社會責任的分類 52

- 一、社會責任的階梯 52
- 二、社會責任的三種模式 54
- 三、內、外部社會責任 54
- 四、最低要求的社會責任 55
- 五、廣義與積極面的社會責任 55

第四節 企業發展與社會回應 56

- 一、企業發展與社會責任 56
- 二、企業的社會回應 57

第五節 社會企業 58

- 課後案例：通用汽車的召回事件 64

5 道德哲學的觀點 65

- 課前案例：豐田的汽車召回事件 66

第一節 目的論主張：重視行動的後果 67

- 一、利己主義 68
- 二、功利論／功利主義 69
- 第二節 義務論的主張：基於原因而非結果的原則 70**
 - 一、規則義務論 71
 - 二、公正原則 72
- 第三節 倫理美德 72**
- 第四節 相對主義者角度 73**
 - 課後案例：東京電力公司核電站事件 75



經濟與法律的倫理觀 77

- 課前案例：墨西哥漏油事件 78
- 第一節 經濟理論的爭議與道德觀 79**
 - 一、遵循功利主義哲學 79
 - 二、關於人性假設 79
 - 三、忽略人性價值 80
 - 四、企業生產的有效性 80
 - 五、企業生產的外部成本 81
- 第二節 企業的倫理成本 81**
 - 一、交易成本(Transactions costs) 82
 - 二、組織成本 83
 - 三、經濟觀點下的道德要求 83
- 第三節 倫理道德與法律的關係 84**
 - 一、法律的特性 84
 - 二、法律形成過程來自倫理道德的因素 86
- 第四節 現行法律制度的系統種類 87**
 - 一、習慣法 87
 - 二、成文法 87
 - 三、宗教法 87
 - 四、官僚法 87

第五節 法律形成的各個階段 88

- 一、個人階段 88
- 二、小群體階段 88
- 三、正式的組織階段 89
- 四、政治機構階段 90

第六節 與企業有關的重要法令 90

- 一、公平交易法 91
- 二、消費者保護法 91
- 三、環境保護法規 92
- 四、勞動相關法令與其他相關法令 93

- 課後案例：江蘇昆山工廠爆炸事件 94

Part III 組織內部倫理建設 97



企業倫理制度建設 99

- 課前案例：企業的食品安全問題 100

第一節 建立企業的倫理哲學 101

第二節 建立企業倫理的管理措施 102

- 一、制定企業倫理守則 103
- 二、設置負責倫理工作的部門單位 103
- 三、設置倫理長 104
- 四、舉辦倫理培訓的課程 104
- 五、制定強化倫理道德的管理制度 105
- 六、透過公共關係使成員瞭解企業倫理政策 105

第三節 建立道德審計制度 105

- 一、道德審計單位 106
- 二、道德審計的衡量標準 106
- 三、道德審計的手段 107

- 第四節 建立內部揭發機制 108
- 第五節 中國企業倫理建設 109
 - 一、改革開放的四階段 110
 - 二、改革發展前三階段的成果 111
 - 三、改革開放的企業倫理問題 112
 - 四、深化改革加強企業倫理建設 114
- 課後案例：毒膠囊事件 117



管理者的倫理素養發展 119

- 課前案例：美國羅賓斯醫療有問題的避孕器 120
- 第一節 管理者的道德困境 121
- 第二節 個人道德理論的發展 122
 - 一、終極與工具價值觀 122
 - 二、影響道德因素論 123
 - 三、道德發展階段理論 124
- 第三節 管理者的道德類型 126
 - 一、倫理道德定向與機會主義 126
 - 二、企業倫理議題定向類型 127
 - 三、管理者倫理基本類型 127
 - 四、管理者的典型行為方式 129
- 第四節 建立管理者的倫理意識 130
 - 一、員工引導(Orienting) 130
 - 二、制度化(Institutionalizing) 131
 - 三、持之以恆(Sustaining) 131
 - 四、篩選符合企業道德觀的管理者 131
- 課後案例：金融倫理 133



員工的道德培養 135

- 課前案例：人品比人才重要 136

第一節	企業道德的規範	137
第二節	企業道德的來源	138
	一、個人道德(Individual Ethics)	138
	二、職業道德(Professional Ethics)	139
	三、社會道德(Societal Ethics)	140
第三節	倫理領導	140
	一、無道德領導	141
	二、偽善領導	141
	三、道德中立領導	141
	四、道德領導	141
第四節	倫理與企業文化	142
第五節	建立道德觀的企業文化	143
	一、輸入控制(Input Control)	144
	二、行為控制(Behavior Control)	144
	三、輸出控制(Output Control)	144
第六節	建立道德價值觀的人力資源管理	144
	一、甄選	145
	二、新進員工輔導	146
	三、訓練與發展	146
	四、績效評估	146
	五、職涯發展	146
	六、薪酬與獎勵	147
	● 課後案例：可口可樂員工盜賣秘方	148

Part IV 外部倫理議題 149

10 消費者的權益 151

- 課前案例：台灣食品安全問題 152

第一節	消費者意識	153
	一、消費者運動	153

- 二、綠色消費與倫理消費 154
- 第二節 消費者的基本權利與義務 155**
 - 一、四大權利 155
 - 二、八大權利 156
 - 三、五大義務 156
 - 四、基因產品的標籤議題 157
- 第三節 產品品質的確保 158**
 - 一、品質改善活動 158
 - 二、售後服務——保固與維修 160
- 第四節 廣告宣傳的倫理議題 160**
 - 一、廣告內容宣傳問題 160
 - 二、爭議廣告 162
 - 三、廣告蔓延(Ad. Creep) 162
- 課後案例：度假村代銷公司的銷售 166



11 創造永續發展的生態環境 167

- 課前案例：日月光 K7 廠環境汙染的問題 168
- 第一節 企業帶給生態環境的問題 168**
- 第二節 西方生態的道德觀 170**
 - 一、人類中心倫理論(Anthropocentric Ethics) 170
 - 二、動物權利論(Animal Right) 171
 - 三、生命中心倫理論(Biocentric Ethics) 172
 - 四、生態中心倫理論(Ecocentric Ethics) 173
 - 五、全球化環境倫理(Global Environment Ethics) 174
- 第三節 企業在環境保護的努力 175**
 - 一、發展與應用綠色能源 176
 - 二、資源再利用 176
 - 三、替代材料的研發 176

四、朝向無污染技術發展 177

第四節 創造永續發展生態環境 177

一、環保措施 177

二、國際社會的環保政策 178

- 課後案例：頁岩氣應該開發嗎？ 182



社區參與和公益行銷 185

- 課前案例：勝利加油站 186

第一節 企業參與社區公益慈善活動的理由 187

一、銷售額與市場占有率成長 188

二、鞏固品牌定位 189

三、提升企業形象與影響力 189

四、提高吸引、激勵及保留員工的能力
189

五、降低營運成本 190

六、增加對投資者與財務分析師的吸引力
190

第二節 參與公益的種類與形式 190

一、參與公益的種類 190

二、參與社區慈善的形式 192

第三節 公益行銷 193

一、議題與形式的創新 196

二、公益活動結合品牌精神 196

三、慎選合作夥伴 196

- 課後案例：Bing 與 Yahoo! 檢索的行銷 198

Part V 內部倫理議題 199

13 員工權益 201

- 課前案例：美國辦公室文化：脫褲子原則 202

第一節 員工權益 203

- 一、薪資福利 203
- 二、員工隱私 204
- 三、僱傭關係 205
- 四、言論自由 206
- 五、員工健康與安全 207

第二節 建置友善安全的就業環境 207

- 一、找出危害員工健康與安全的來源 207
- 二、提出防範對策 208
- 三、挑戰零災害的安全衛生目標 208

第三節 就業歧視 210

- 一、族群歧視 210
- 二、性別歧視 211
- 三、年齡歧視 213
- 四、殘疾歧視(Disability Discrimination) 213
- 五、性傾向歧視(Sexual Orientation Discrimination) 214

- 課後案例：療養院損害員工權益的問題 218

14 公司治理與所有權人 219

- 課前案例：阿里巴巴的「同股不同權」 220

第一節 委託代理與公司治理 221

- 一、公平地對待所有股東(the Equitable Treatment of Shareholders) 222
- 二、確保股東權利(the Right of Shareholders)

222

三、強調董事會責任(the Responsibility of the Board) 222

四、資訊揭露與透明度(Disclosure and Transparency) 223

五、尊重利害關係人角色(the Role of Stakeholders) 223

第二節 董事會的組織 224

一、審計委員會 225

二、薪酬委員會 226

三、提名委員會 226

第三節 公司治理的議題 227

一、內線交易與不法利益輸送 227

二、高階管理者的薪酬議題 231

三、公司購併或接管的對策 231

- 課後案例：博達的財務五鬼搬運法 233

Part VI 倫理道德新議題 235



國際企業倫理 237

- 課前案例：默克藥廠在印度的試藥爭議 238

第一節 跨國企業的全球倫理問題 238

一、賄賂 239

二、人權議題 240

三、血汗工廠(Sweatshop) 240

第二節 文化差異下的倫理衝突 241

一、倫理相對論(Ethical Relativism) 242

二、倫理絕對論(Ethical Absolutism) 242

三、倫理普及論(Ethical Universalism) 242

- 第三節 社會契約觀點 243
- 第四節 制定全球共同的倫理標準 245
 - 一、蘇利文原則 245
 - 二、考克斯原則 246
 - 三、國際條款與協定 250
- 課後案例：國外賄賂的兩難 251



網路倫理議題 253

- 課前案例：個資法 254
- 第一節 資訊化時代的來臨 255
 - 一、無知症(Ignorance Syndrome) 255
 - 二、複雜症(Complexity Syndrome) 256
 - 三、虛擬現實症(Virtual Reality Syndrome) 256
- 第二節 網路隱私的議題 256
 - 一、網路程式可能帶來的風險 257
 - 二、政府與企業遵循的原則 258
- 第三節 知識產權的議題 264
 - 一、網站域名 265
 - 二、版權 265
 - 三、軟體與程式盜版 265
- 第四節 垃圾訊息的騷擾 266
 - 課後案例：Dell 的網路標錯價事件 268

附錄 271

參考文獻 275

索引 287