

# 基于利益相关者的企业伦理决策模型研究

夏恩君,薛永基,刘楠

(北京理工大学 管理与经济学院,北京 100081)

**摘要:**在决策中引入伦理因素有利于更好地调整企业与相关利益者的关系,增强企业的核心竞争力,从而促进社会和谐进步。本文首先回顾了西方学者从心理和行为上对伦理决策模型的研究成果,然后从管理科学的角度提出了基于利益相关者的企业伦理决策模型构建思路;从主要的社会利益相关者、次要的社会利益相关者、主要的非社会利益相关者和次要的非社会利益相关者四个方面构建了企业伦理决策指标体系,建立了实用的数学计量模型,并对该模型进行了实例分析;最后指出,基于利益相关者的伦理决策模型简洁、实用,易被各方面接受,可以用以辅导决策。

**关键词:**利益相关者;企业伦理决策;模型研究

**中图分类号:**F272.3 **文献标识码:**A **文章编号:**1002-980X(2008)04-0103-06

传统企业往往只认同“利润最大化”这一单极价值观,故决策时仅仅考虑经济效益,很少涉及伦理。随着社会发展的不断深入,伦理问题越来越引起人们的关注,伦理决策也越来越为企业所重视。决策是企业活动的重要组成部分,它贯穿企业的全过程,故将伦理引入决策,从利益相关者视角进行伦理决策分析,是增强企业竞争力、提升企业形象、实现企业可持续发展的重要组成部分。在这种情况下,探索企业如何建立科学、客观、实用的伦理决策模型,并借以辅助企业决策变得越来越重要。所以,这方面的研究无论在理论上,还是在实践上,都有其现实意义。

## 1 文献综述

西方学者主要从心理和行为上出发建立伦理决策模型,其中有影响力的理论模型有:

Ferrell-Gresham<sup>[1]</sup>为解释个体和组织的伦理决策行为建立了四阶段模型。该模型认为,个体的伦理决策包括意识到伦理困境的存在、做出决策、实施行为以及行为评估四个阶段。个体在伦理决策上的差异并不是偶然的,受到个体与组织诸多因素的作用。该模型还增加了机会因素,认为个体的伦理决策是在职业行为规范和公司政策、程序的范围内做

出的,决策结果受到组织奖惩系统的约束,个体根据这些因素来判断实施某种行为的可能性。

Trevino<sup>[2]</sup>对 Ferrell-Gresham 模型进行了扩展,她认为,当面对道德难题时,个体进行道德推断的能力是由其道德认知发展水平决定的。但是,仅仅知道个体能够意识到某种行为的对与错还不足以预知其实际的行为,个体和组织因素的共同作用将决定个体最终是否会采取道德行为。

Rest<sup>[3]</sup>认为,个人在做出道德或者不道德行为时,大体上会经历这样四个阶段,即伦理意识、伦理判断、伦理意图以及伦理行为,其中前三个阶段就是个体心理的伦理决策过程。必须明确的是,该模型并不是说个体的每一个伦理行为都必须经历这样四个阶段,只是综合来看,个体的伦理行为呈现四阶段特征。Rest 的划分得到了伦理决策研究者的认同。

Hunt 和 Vitell<sup>[4]</sup>拓展了 Rest 的模型,将道德哲学的目的论和义务论整合到营销伦理决策中,建立了一个看起来非常复杂的决策模型。他们认为,个体之所以在伦理决策上存在差异,是因为个体持有不同的伦理信念,在这些信念的指引下,他们会做出不同的伦理判断,形成截然相反的行为意图并实施不同的行为。除此之外,个体所处的文化背景、行业背景、组织背景、环境因素以及个体自身的经历与

收稿日期:2007-10-29

作者简介:夏恩君(1962—),男,吉林松原人,北京理工大学管理与经济学院教授,博士生导师,研究方向:技术经济及管理;薛永基(1981—),男,河南夏邑人,北京理工大学管理与经济学院企业管理专业博士研究生,研究方向:创业融投资与创业管理;刘楠(1984—),女,山东招远人,北京理工大学管理与经济学院技术经济及管理专业硕士研究生,研究方向:技术创新。

经验等因素都影响着个体对伦理问题的确认、解决方法的设计和行为的实施。

Bommer 等<sup>[5]</sup>将伦理决策看作是一个信息收集和处理的过程。他们认为,伦理决策过程和普通决策过程没有本质上的差别,都包含信息的收集和处理等活动,只不过在决策的结果上存在一些差异,即伦理决策的结果为伦理行为,普通决策的结果不存在伦理上的评判。个体根据所收集的各方面的信息,在权衡决策将带来的奖励和损失之后,决定采取道德或不道德行为。同样,研究者认为,伦理决策过程受到社会、政府、法律、工作本身、职业及个体特征等诸多因素的作用。

Jones<sup>[6]</sup>认为离开伦理问题本身来谈论个体的伦理决策实际上是不合逻辑的。从直觉上看,人们会考虑自己决策的后果会影响到哪些人,这些人跟自己关系的远近如何,自己采取的行为会对这些人产生什么样的后果等。这些特征是伦理问题所特有的,它不是决策者个人的特征,也不是组织的环境特征。Jones 称之为道德强度,共包括六个维度,即结果总量、社会一致性、结果发生的可能性、时间间隔、接近性与结果聚集度。Jones 认为,道德强度对伦理决策的四个阶段都发生作用,应当被纳入到个体伦理决策的模型中去,个体和组织因素只是调节了伦理意图和实际行为之间的关系。

笔者认为,从心理和行为上对伦理决策进行建模,并用该模型来指导实践,具有重要的现实意义。同时,我们应结合这些研究成果,在行为衡量和辅助决策上尽力去构建基于数学知识的伦理决策模型。这正是本文研究的初衷。

## 2 基于利益相关者的企业伦理决策内容及其指标体系

目前还没有学者直接给出“伦理决策”(ethical decision making)的定义。在他们看来,伦理决策的提法非常自然,商业活动中存在很多伦理问题(ethical issues),对这些问题的决策就是伦理决策。Velasquez 和 Rostankowski<sup>[7]</sup>认为,受自由意志支配,给他人带来幸福或伤害的行为是伦理行为。按照这一定义,一切商业决策都是伦理决策,因为任何商业活动都会对他人产生影响。Jones<sup>[6]</sup>说得更明确,管理者的很多决策都是伦理决策,只是管理者没有意识到其决策所包含的伦理因素罢了。据此,笔者认为,所谓伦理决策是指企业在经营管理活动中依据伦理准则做出决策的活动。

在伦理决策中,伦理决策准则是决策的关键。本文认为,社会是由许多的群体和机构组成的,社会的多元性质使权利分散在社会的许多群体和组织中,所以我们在决策时要考虑利益相关者的利益。企业对利益相关者的管理问题是由各种复杂的物理、事理、情理关系综合在一起的复合生态系统的调控问题,牵涉到各种组织和人的行为、体制和观念问题。目前,以利益相关者为基础开展的企业伦理研究成为当今企业伦理管理理论的主流研究,所以我们以此构建决策模型。

David Wheeler 和 Maria Sillanpaa<sup>[8]</sup>提出了一个对利益相关者进行分类的方法,他们把利益相关者分为:

主要的社会利益相关者——股东和投资人、普通雇员和管理者、顾客、当地社区、供应商和其他合作企业。

次要的社会利益相关者——政府和监管机构、行政机构、社会压力群体、媒体和学术评论者、贸易团体、竞争者。

主要的非社会利益相关者——自然环境、未来几代人、非人类物种。

次要的非社会利益相关者——环境保护压力群体、动物福利组织。

笔者根据 Wheeler 和 Sillanpaa<sup>[8]</sup>提出的利益相关者分类方法,对基于利益相关者的企业伦理决策的内容及其指标体系进行界定。

### 2.1 针对主要的社会利益相关者的企业伦理决策内容及其指标

针对主要的社会利益相关者,企业伦理决策要求企业在经营管理中重点考虑股东和投资人、普通雇员和管理者、顾客、当地社区、供应商和其他合作企业的利益。这就要求企业以市场为导向,致力于利润的持续增长,关注社区发展,与供应商和其他合作企业分享产品(服务)价值。针对股东和投资者,企业应能提供一个合理的利润率,保证投资的保值与增值;针对雇员和管理者,企业要提供不低于行业平均水平的薪酬并保证员工生产和工作的安全;针对顾客,企业应力争顾客剩余价值的最大化;针对当地社区,企业应积极介入社区事务并做出应有的贡献;针对供应商和其他合作企业,企业应确保供应链管理的公平与公正。据此,本文设计了5个指标。

合理利润率(标记为  $U_{11}$ , 以下类似):参照行业平均利润率,低于平均利润率过多和高于平均利润率过多均应为企业决策者所摒弃。

员工薪酬水平与生产安全( $U_{12}$ ):参照行业员工薪酬水平,不得低于平均薪酬水平过多,同时应具有保障员工生产安全的一套制度措施。

顾客剩余价值( $U_{13}$ ):顾客所获价值与所付成本之差,其值越大,越能体现企业的顾客导向强。

社区事务的介入与贡献( $U_{14}$ ):为社区经济等方面提供的支持、积极参与社区发展并做出的应有贡献。

供应链管理的公平、公正( $U_{15}$ ):不利用产品(或服务)优势制定“霸王”条款,不屈服于大型零售商,在供应链的全过程中能做到公平公正,留有合理的利润空间。

## 2.2 针对次要的社会利益相关者的企业伦理决策内容及其指标

次要利益相关者可以影响企业也可以被企业影响,但他们不介入企业的具体事务,如政府和监管机构、行政机构、社会压力群体、媒体和学术评论者、贸易团体、竞争者。一般而言,符合伦理的决策受到次要的社会利益相关者的欢迎,也可以得到次要的社会利益相关者不同程度的支持。相反,不符合伦理的决策会受到次要的社会利益相关者的反对,从而影响企业的经营,甚至导致企业经营失败。在次要的社会利益相关者中,政府、监管机构和行政机构构成企业的政治法律环境,社会压力群体、媒体和学术评论者构成企业的舆论环境,而贸易团体和竞争者构成企业的经济环境。企业是要在环境中生存和发展的,不应忽视次要的社会利益相关者的利益。本文认为,针对次要的社会利益相关者的伦理决策,企业要接受并履行政府倡导的主流价值观,公开企业经营信息,倡导公平竞争。为此,本文设计了3个指标。

接受并履行政府倡导的主流价值观( $U_{21}$ ):关注政府某一时期的政治主张,接受并履行政府倡导的主流价值观,在企业范围内予以响应。

公开企业经营信息( $U_{22}$ ):满足社会压力群体、媒体和学术评论者的信息需求,主动公布他们关心的经营管理信息。

倡导公平竞争( $U_{23}$ ):不搞垄断和低于成本的压价经营,提倡在竞争中合作,努力营造和谐的竞争环境。

## 2.3 针对主要的非社会利益相关者的企业伦理决策内容及其指标

自然环境、未来几代人和非人类物种构成企业主要的非社会利益相关者,其不会对企业经营带来

压力,但因为企业必须履行生态责任,因此它们应得到企业的保护。这就要求企业应重视环境保护,搞循环经济,走可持续发展之路。虽然这对企业目前的经营不构成有力支持,但有利于企业的长远发展和企业人格的提升。为此,本文认为,针对主要的非社会利益相关者,企业应尽力减少环境污染,使用再生资源并注重资源使用的效率。针对主要的非社会利益相关者的伦理决策,本文设计了3个指标。

生产经营的污染程度( $U_{31}$ ):参照国际、国家的环境污染标准,结合企业现实进行评判。

资源的利用效率( $U_{32}$ ):采用行业平均投入产出比进行比较衡量。

再生资源的使用程度( $U_{33}$ ):资源使用量中的再生资源比重。

## 2.4 针对次要的非社会利益相关者的企业伦理决策内容及其指标

目前,环境保护压力群体和动物福利组织通过一系列的活动和长期呼吁,已经将环境保护问题和动物福利问题渗透到了经济贸易领域,并起到了一定的作用。尤其是动物福利这一理念的提出,标志着人们惯有的对待动物甚至对待生命的态度已经开始转变。动物福利的理念不但要求善待所有的生命,而且也关系到人类的公共道德和环境保护。例如,动物福利组织对禁止动物屠宰的要求已得到众多国际大型企业的重视并执行。本文认为,针对次要的非社会利益相关者的企业伦理决策,企业主要是响应他们的号召,并在一定程度上予以支持。为此,本文设计了1个指标。

对环境保护压力群体和动物福利组织的响应和支持( $U_{34}$ ):在不影响生产经营的前提下,是否满足了环保类群体及组织对企业宣传的要求,是否允许企业员工加入该类组织,是否在经济和政治上给予该类组织一定的支持。

考虑到次要的非社会利益相关者的考核指标仅有一个且所占比重不大,本文将其并入主要的非社会利益相关者,统一设置为非社会利益相关者。这样,本文构建的基于利益相关者的企业伦理决策指标体系包含3个一级指标和12个二级指标,指标体系如表1所示。

## 3 基于利益相关者的企业伦理决策模型构建

### 3.1 确定各级指标权重

在企业伦理决策指标体系中,指标的权重是需

要首先确定。本文采用了层次分析法,通过建立层次结构、两两比较求解权重向量、层次单排序及其一致性检验、层次总排序及其一致性检验等步骤确定各

级指标的权重。限于篇幅,本文不对求解过程详加阐述,最后结果见表 2。

表 1 基于利益相关者的企业伦理决策指标体系

一级指标		权重 (W <sub>i</sub> )	二级指标	权重 (W <sub>ij</sub> )
企业伦理决策指标体系	针对主要的社会利益相关者 (U <sub>1</sub> )	W <sub>1</sub>	合理利润率 (U <sub>11</sub> )	W <sub>11</sub>
			员工薪酬水平与生产安全 (U <sub>12</sub> )	W <sub>12</sub>
			顾客剩余价值 (U <sub>13</sub> )	W <sub>13</sub>
			社区事务的介入与贡献 (U <sub>14</sub> )	W <sub>14</sub>
			供应链管理的公平、公正 (U <sub>15</sub> )	W <sub>15</sub>
	针对次要的社会利益相关者 (U <sub>2</sub> )	W <sub>2</sub>	接受并履行政府倡导的主流价值观 (U <sub>21</sub> )	W <sub>21</sub>
			公开企业经营管理信息 (U <sub>22</sub> )	W <sub>22</sub>
			倡导公平竞争 (U <sub>23</sub> )	W <sub>23</sub>
	针对非社会利益相关者 (U <sub>3</sub> )	W <sub>3</sub>	生产经营的污染程度 (U <sub>31</sub> )	W <sub>31</sub>
			资源的利用效率 (U <sub>32</sub> )	W <sub>32</sub>
			再生资源的使用程度 (U <sub>33</sub> )	W <sub>33</sub>
			对环境保护压力群体和动物福利组织的响应和支持 (U <sub>34</sub> )	W <sub>34</sub>

表 2 基于利益相关者的企业伦理决策指标权重

一级指标		权重 (W <sub>i</sub> )	二级指标	权重 (W <sub>ij</sub> )
企业伦理决策指标体系	针对主要的社会利益相关者 (U <sub>1</sub> )	0.51	合理利润率 (U <sub>11</sub> )	0.3
			员工薪酬水平与生产安全 (U <sub>12</sub> )	0.2
			顾客剩余价值 (U <sub>13</sub> )	0.3
			社区事务的介入与贡献 (U <sub>14</sub> )	0.1
			供应链管理的公平、公正 (U <sub>15</sub> )	0.1
	针对次要的社会利益相关者 (U <sub>2</sub> )	0.17	接受并履行政府倡导的主流价值观 (U <sub>21</sub> )	0.2
			公开企业经营管理信息 (U <sub>22</sub> )	0.6
			倡导公平竞争 (U <sub>23</sub> )	0.2
	针对非社会利益相关者 (U <sub>3</sub> )	0.32	生产经营的污染程度 (U <sub>31</sub> )	0.4
			资源的利用效率 (U <sub>32</sub> )	0.3
			再生资源的使用程度 (U <sub>33</sub> )	0.2
			对环境保护压力群体和动物福利组织的响应和支持 (U <sub>34</sub> )	0.1

### 3.2 对各级指标进行赋值

在决策方案中对不同的伦理指标体现参数赋予不同的数值,即完成了对指标的量化。由于指标中定性指标多,故本模型采用董事会成员和专家共同打分法,并将打分结果求算术平均,得出最后的数值参数。关于对表 1 伦理决策指标的量化,本模型采用五阶段量表进行量化处理,如表 3 所示。

表 3 五阶段量表

很不好	不好	一般	好	很好
1	2	3	4	5

### 3.3 建立伦理决策参数模型

在对各种方案进行伦理决策时,我们需要有一个能进行比较的伦理决策参数。假设企业有 K 个方案可供选择,分别为 A<sub>1</sub>, A<sub>2</sub>, A<sub>3</sub> ..... A<sub>K</sub>; 企业需要求出伦理决策参数 X<sub>K</sub>。本文给出伦理决策参数计

量表,见表 4。

由此我们得到方案的参数模型为:

$$X_K = (X_{K11} \times 0.3 + X_{K12} \times 0.2 + X_{K13} \times 0.3 + X_{K14} \times 0.1 + X_{K15} \times 0.1) \times 0.51 + (X_{K21} \times 0.2 + X_{K22} \times 0.6 + X_{K23} \times 0.2) \times 0.17 + (X_{K31} \times 0.4 + X_{K32} \times 0.3 + X_{K33} \times 0.2 + X_{K34} \times 0.1) \times 0.32。$$

然后,我们就可以根据各种方案的参数值 (X<sub>K</sub>), 选取得分最高的为最终选择的方案。

## 4 应用举例

假定某企业拥有一笔闲置资金,欲收购一家工厂,董事会制定了相关投资方案并最终选择了 5 家工厂进行最后选择。董事会决定选择一家对利益相关者负责的企业进行投资,故使用基于利益相关者的伦理决策进行选择。

表 4 基于利益相关者的企业伦理决策参数计量表

	一级指标	权重 ( $W_i$ )	二级指标	权重 ( $W_{ij}$ )	项目				
					$A_1$	$A_2$	$A_3$	...	$A_5$
企业 伦理 决策 指标 体系	$(U_1)$	0.51	$U_{11}$	0.3	$X_{111}$	$X_{211}$	$X_{311}$	...	$X_{K11}$
			$U_{12}$	0.2	$X_{112}$	$X_{212}$	$X_{312}$	...	$X_{K12}$
			$U_{13}$	0.3	$X_{113}$	$X_{213}$	$X_{313}$	...	$X_{K13}$
			$U_{14}$	0.1	$X_{114}$	$X_{214}$	$X_{314}$	...	$X_{K14}$
			$U_{15}$	0.1	$X_{115}$	$X_{215}$	$X_{315}$	...	$X_{K15}$
	$(U_2)$	0.17	$U_{21}$	0.2	$X_{121}$	$X_{221}$	$X_{321}$	...	$X_{K21}$
			$U_{22}$	0.6	$X_{122}$	$X_{222}$	$X_{322}$	...	$X_{K22}$
			$U_{23}$	0.2	$X_{123}$	$X_{223}$	$X_{323}$	...	$X_{K23}$
	$(U_3)$	0.32	$U_{31}$	0.4	$X_{131}$	$X_{231}$	$X_{331}$	...	$X_{K31}$
			$U_{32}$	0.3	$X_{132}$	$X_{232}$	$X_{332}$	...	$X_{K32}$
			$U_{33}$	0.2	$X_{133}$	$X_{233}$	$X_{333}$	...	$X_{K33}$
			$U_{34}$	0.1	$X_{134}$	$X_{234}$	$X_{334}$	...	$X_{K34}$

注:  $X_{Kij}$  为第  $K$  个方案在  $U_{ij}$  指标下的平均得分。

首先, 董事会经表决采用本文建立的数学模型, 并不对指标权重进行修正。

其次, 董事会决定采用董事会成员 (11 名) 和

6 位专家学者共同打分并予以算术平均的制度确定各项目在  $U_{ij}$  指标下的得分参数  $X_{Kij}$ , 结果见表 5。

表 5 基于利益相关者的企业伦理决策参数计量表(案例)

	一级指标	权重 ( $W_i$ )	二级指标	权重 ( $W_{ij}$ )	项目				
					$A_1$	$A_2$	$A_3$	$A_4$	$A_5$
企业 伦理 决策 指标 体系	$(U_1)$	0.51	$U_{11}$	0.3	5	3	2	3	3
			$U_{12}$	0.2	4	5	3	2	2
			$U_{13}$	0.3	3	2	4	5	3
			$U_{14}$	0.1	2	1	3	3	2
			$U_{15}$	0.1	2	2	3	2	3
	$(U_2)$	0.17	$U_{21}$	0.2	2	2	2	2	2
			$U_{22}$	0.6	4	3	3	4	2
			$U_{23}$	0.2	2	3	3	4	5
	$(U_3)$	0.32	$U_{31}$	0.4	5	3	2	5	3
			$U_{32}$	0.3	2	3	3	3	2
			$U_{33}$	0.2	3	2	4	3	2
			$U_{34}$	0.1	1	2	4	4	4

注:  $X_{Kij}$  为第  $K$  个方案在  $U_{ij}$  指标下的平均得分。

然后, 按照我们给定的伦理决策模型可以得出: 方案一的伦理决策参数为

$$X_1 = (X_{111} \times 0.3 + X_{112} \times 0.2 + X_{113} \times 0.3 + X_{114} \times 0.1 + X_{115} \times 0.1) \times 0.51 + (X_{121} \times 0.2 + X_{122} \times 0.6 + X_{123} \times 0.2) \times 0.17 + (X_{131} \times 0.4 + X_{132} \times 0.3 + X_{133} \times 0.2 + X_{134} \times 0.1) \times 0.32 = 3.436;$$

方案二的伦理决策参数为

$$X_2 = (X_{211} \times 0.3 + X_{212} \times 0.2 + X_{213} \times 0.3 + X_{214} \times 0.1 + X_{215} \times 0.1) \times 0.51 + (X_{221} \times 0.2 + X_{222} \times 0.6 + X_{223} \times 0.2) \times 0.17 + (X_{231} \times 0.4 + X_{232} \times 0.3 + X_{233} \times 0.2 + X_{234} \times 0.1) \times 0.32 = 2.768;$$

方案三的伦理决策参数为

$$X_3 = (X_{311} \times 0.3 + X_{312} \times 0.2 + X_{313} \times 0.3 + X_{314} \times 0.1 + X_{315} \times 0.1) \times 0.51 + (X_{321} \times 0.2 +$$

$$X_{322} \times 0.6 + X_{323} \times 0.2) \times 0.17 + (X_{331} \times 0.4 + X_{332} \times 0.3 + X_{333} \times 0.2 + X_{334} \times 0.1) \times 0.32 = 2.934;$$

方案四的伦理决策参数为

$$X_4 = (X_{411} \times 0.3 + X_{412} \times 0.2 + X_{413} \times 0.3 + X_{414} \times 0.1 + X_{415} \times 0.1) \times 0.51 + (X_{421} \times 0.2 + X_{422} \times 0.6 + X_{423} \times 0.2) \times 0.17 + (X_{431} \times 0.4 + X_{432} \times 0.3 + X_{433} \times 0.2 + X_{434} \times 0.1) \times 0.32 = 3.543;$$

方案五的伦理决策参数为

$$X_5 = (X_{511} \times 0.3 + X_{512} \times 0.2 + X_{513} \times 0.3 + X_{514} \times 0.1 + X_{515} \times 0.1) \times 0.51 + (X_{521} \times 0.2 + X_{522} \times 0.6 + X_{523} \times 0.2) \times 0.17 + (X_{531} \times 0.4 + X_{532} \times 0.3 + X_{533} \times 0.2 + X_{534} \times 0.1) \times 0.32 = 2.651;$$

所以, 按照该方案选取的最优方案为方案四。

## 5 结论与建议

1) 本文给出了基于利益相关者的企业伦理决策指标体系,建立了相应的基于利益相关者的企业决策模型。实例分析表明,本文提出的模型简洁、实用,能够很容易被管理者理解和使用,可以用来辅助决策。

2) 本文提供的利益相关者视角兼顾了股东和投资人、普通雇员和管理者、顾客、当地社区、供应商、其他合作企业、政府和监管机构、行政机构、社会压力群体、媒体和学术评论者、贸易团体、竞争者、自然环境、未来几代人、非人类物种、环境保护压力群体和动物福利组织等各方面的利益,故决策结果容易被各方面所接受,且体现了企业的系统伦理导向。

3) 不同企业决策时各级指标的权重一般是不一样的,本文仅仅提供了一个参考。企业决策者在决策过程中对各指标的重要程度的理解是不一样的,并且可能面临不同的决策环境,故一般要修正各指标的权重。但我们应认识到,客观、科学地制定各级指标的权重对正确进行伦理决策极为重要。

4) 由于伦理多从定性角度进行考察,故本模型有较多定性指标。本文建议采用专家打分法并对专家打分进行算术平均,以减小误差。笔者并不主张纯粹从定量的角度来考察企业的伦理决策问题,这是不可取的,也是不现实的。

需要特别指出的是,由于对伦理道德的认识不统一,本文只是提供了一个研究企业伦理决策的视

角。同时,在具体决策时,决策者往往要在具体的情景中进行相应决策。因此,没有考虑到情景因素也是本研究的一个缺憾。

### 参考文献

- [1] 吴红梅,刘洪. 西方伦理决策研究述评[J]. 外国经济与管理,2006(12):48-55.
- [2] TREVINO L. K. Ethical decision making in organizations: a person-situation interactionist model[J]. The Academy of Management Review,1986(6):601-617.
- [3] REST J. R. Moral Development: Advances in Research and Theory[M]. New York: Praeger,1986:301-315.
- [4] HUNT S. D., VITELL S. A general theory of marketing ethics[J]. Journal of Micromarketing,1986,6(1):5-16.
- [5] BOMMER M., GRATTO C., GRARANDER J., et al. A behavioral model of ethical and unethical decision making[J]. Journal of Business Ethics,1987,6(4):265-280.
- [6] JONES T. M. Ethical decision making by individuals in organizations: an issue-contingent model[J]. Academy of Management Review,1991,16(2):366-395.
- [7] VELASQUEZ M. G., ROSTANKOWSKI C. Ethics: Theory and Practice[M]. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1985:24-30.
- [8] WHEELER D., SILLANPAA M. The Stakeholder Corporation Blueprint for Maximizing Stakeholder Value[M]. FT Prentice Hall Pub,1997:56-88.
- [9] JONES S. K. Organizational influence in a model of the moral decision process of accountants[J]. Journal of Business Ethics,1995,14:204-215.
- [10] 刘恒,刘先涛. 炼油企业伦理决策模型初探[J]. 石油化工技术经济,2004(5):58-62.

## Study on Decision-making Model of Ethics in Enterprises Based on Stakeholder

Xia Enjun, Xue Yongji, Liu Nan

(School of Management and Economics, Beijing Institute of Technology, Beijing 100081, China)

**Abstract:** The introduction of ethical factors in decision-making activities is beneficial to adjusting the relationship of enterprises and their stakeholders, strengthening their core competitiveness, and promoting social harmony and progress. This paper reviews research results of west scholars, which are built from psychological and behavioral aspects, and raises ideas to build a decision-making model of ethics in enterprises based stakeholders from the perspective of management science. And it builds the decision-making systems from aspects of the major stakeholders in society, the secondary social stakeholders, the main non-community stakeholders and the secondary non-community stakeholders, and establishes the practical mathematical model to analyze an example. Finally, it draws some conclusions and puts forward suggestions.

**Key words:** stakeholder; decision-making of ethical in enterprises; model study