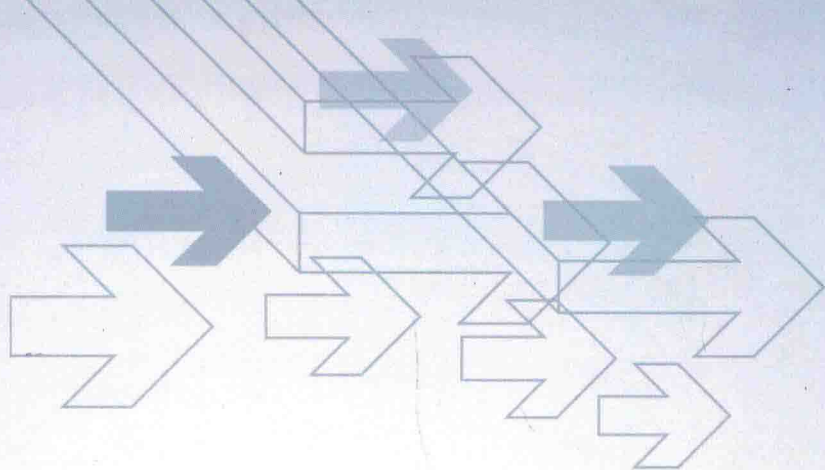
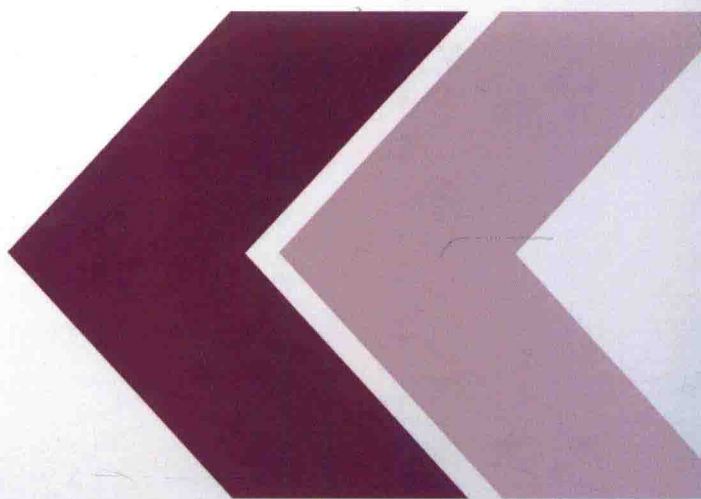




刘庆红 著

组织氛围与伦理经济

在华日企组织伦理氛围之经济学分析



科学出版社

组织氛围与伦理经济

在华日企组织伦理氛围之经济学分析

刘庆红 著

科学出版社

北 京

内 容 简 介

本书基于伦理经济学理论,对企业经营活动中的组织伦理氛围、组织承诺与工作绩效的关系在实证研究的基础上进行了微观经济学分析,以在华制造行业的日企为研究对象,从基于个人的伦理决策模型中如何定位组织伦理氛围进行了系统探讨。进一步地,基于此模型推导出对作为组织因素的具有代表性的组织伦理氛围、组织承诺以及工作绩效之间相互作用的假设,并对其进行了验证。本书涵盖了作者多年来对伦理经济学理论与实践的研究,为伦理经济学的研究提供了新的思路 and 方向。

本书可供从事经济学、伦理学、管理学等相关研究的学者及企业管理人员等参考,也可供对伦理经济学感兴趣的高等院校师生学习。

图书在版编目(CIP)数据

组织氛围与伦理经济:在华日企组织伦理氛围之经济学分析 / 刘庆红著. —北京:科学出版社, 2019.3

ISBN 978-7-03-060655-6

I. ①组… II. ①刘… III. ①外资企业—企业管理—研究—中国
IV. ①F279.244.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 037499 号

责任编辑:王腾飞 / 责任校对:张怡君

责任印制:张伟 / 封面设计:许瑞

科学出版社出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

北京中石油彩色印刷有限责任公司 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2019 年 3 月第 一 版 开本: 720 × 1000 1/16

2019 年 3 月第一次印刷 印张: 12

字数: 240 000

定价: 99.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换)

■ 出版寄语 ■

我与庆红君在日本经营伦理学学会共事多年，庆红君是伦理经济学界备受瞩目的中坚力量。庆红君多年来一直致力于交叉学科的研究与发展，在管理学、伦理学、经济学乃至教育学方面，都取得了令人钦佩的成绩。我曾为庆红君 2017 年在人民出版社出版的《日本高校信息公开研究——面向利益相关者的社会责任》一书作序，在该书中庆红君将“社会责任”与高等教育相结合，以独到的观点分析了日本的高等教育。而在《组织氛围与伦理经济——在华日企组织伦理氛围之经济学分析》一书中，庆红君更是率先提出并探讨了“伦理经济”这个时代的焦点与热点问题，并将之与企业的组织伦理氛围相结合，进行了实证研究。通读该书时，对于其中的一些问题与观点颇有同感，从中，我能切实地感受到庆红君对学术热忱的追求，很是赞赏与欣慰。在此，我浅谈几点关于该书的感悟。

随着社会经济的不断发展及企业跨国间联系的逐渐密切，企业都在寻求更大的发展，同时，在实践的经营中也面临着诸多的困惑。企业一方面试图在经营战略上寻求新的发展方向，一方面也更意识到企业伦理对于企业战略及企业发展的

重要性。企业组织伦理氛围是企业伦理研究中的关键因素。企业组织伦理氛围是当前经济伦理与实践关注的新焦点。企业组织伦理氛围直接关系到企业的执行力、创新力、发展活力,是企业获得长远良性发展的坚实基础。所以,企业组织伦理氛围是备受当前经营伦理学研究者及企业关注的研究课题。

对于伦理经济学的研究,从现阶段的研究来看,“伦理”、“道德”和“企业文化”、“企业责任”几个概念往往没有划分清晰,甚至混淆使用,多数研究也较少关注伦理道德和企业文化及企业责任的区别和彼此之间的关系。在企业实践中,越是在个体层面进行决策,特别是在企业责任行为的态度、意识、理念等方面进行决策,就越会遇到一些伦理和道德方面的问题。而将伦理道德与企业责任延伸到企业文化、企业伦理氛围等方面进行探讨的研究也是较少。因此庆红君此书具有极高的独创性,在理论研究与实践研究方面都有着突出贡献。

1. 该书的独创性

以实证研究发现组织承诺在组织伦理氛围与工作绩效之间具有重要的调节作用;通过改善组织伦理氛围可以改善组织承诺和工作绩效。该书在组织伦理氛围对员工的组织承诺及工作绩效的影响这一问题上进行了深入探究,得出使组织承诺和工作绩效下降的因素不是伦理制度而是伦理氛围这一结果。

在华日企在经营活动时,一方面要坚守本国企业经营与管理的优点,另一方面需要考虑中国的国情,并充分吸纳中国文化中的精髓,这是构筑企业组织伦理氛围的基石。中日两国具有不同的国情与文化,两者应进行有效结合,相互吸收利用。这将有利于对企业员工的情感、价值、信仰、归属感的了解与认知,有利于营造企业的组织伦理氛围,进而使得企业可根据员工的相关信息规划企业战略,履行组织承诺,从而直接影响员工工作绩效。

2. 学术上的贡献

在该书中庆红君得出结论:组织伦理氛围作为个人的伦理决策模型的组织因素影响了员工的行为与决策。由此,伦理经济学中个人的伦理决策相关的实证研

究与组织伦理氛围的实证研究的理论相结合成为可能。在今后的研究中,相较于平行地对这两个领域进行讨论,可以更加深入地相结合对两个领域进行讨论。并且,在该书中,在迄今为止以规范研究为主的伦理经济学研究的领域中,导入组织伦理氛围问卷调研、访谈,并进行初步的实证探讨,为今后该领域的实证研究增加了可能性。

该书的结果表明,员工对组织伦理氛围的理解在提高员工的组织承诺与工作绩效上具有重要意义。但是,仅仅通过建立伦理规范等制度来对员工进行教育,不能充分地提高员工的组织承诺和工作绩效。因此,必须营造出作为组织的文化和氛围不可分割的一部分的伦理环境。比起伦理制度的内容和特征,伦理制度的运用方法更为重要。在对组织的伦理进行管理时,重要的不是管理伦理制度,而是营造出伦理的文化和伦理的氛围。根据该书,组织伦理氛围、组织承诺以及工作绩效之间的关系得到证实,这将对组织伦理氛围相关的先行研究做出新的贡献。

3. 实践上的贡献

该书在实践上的启示有以下几点。首先,那些希望改善组织承诺和工作绩效的公司应该做到不仅仅是停留在导入伦理制度的阶段,更应专注于将伦理制度融入组织并营造出良好的组织伦理氛围。此外,单纯表面化的伦理制度轻易地就能被员工看穿,并且不能够充分地发挥其作用。即使是在华日资制造企业,大多数公司目前也只是完成导入和改进伦理制度的阶段,并且正在转向寻求如何运作伦理制度的阶段。因此,企业更多地应该是在其伦理制度的运用方法上进行深入的研究与思考,并进入必须认真考虑如何将伦理制度更好地融入并成为公司的文化与伦理氛围的阶段。

另外,在改进组织承诺和工作绩效时,营造组织伦理氛围尤为重要。组织伦理氛围始终是从员工的角度出发通过员工自身的理解而形成,并不是从组织的负责人的角度出发形成。因此对于企业来说,最重要的是营造员工自身能够理解的组织伦理氛围。

以上是我对该书的几点感悟。从事学术研究的人大都知道只有从微观的具体

的角度入手，才能将研究落到实处。然而遗憾的是，并不是所有的研究都具有良好的理念层次和体系构建。而庆红君却做到了这一点，他从实证研究走向理论建设，从微观提升为宏观，使得他的学术研究极具创新性与前瞻性。庆红君多年来致力于管理哲学及企业社会责任研究，现在他将商业伦理与微观经济学相结合，提出了伦理经济学研究的新思路、新方向。这说明了庆红君对理论性研究敏锐的研究视角，也证明了庆红君对学术研究的热爱。

祝愿未来庆红君在伦理经济学的研究中，能取得更多更具实践性、创新性、前瞻性的研究硕果。

日本经营伦理学会会长

高桥浩夫

2019年1月吉日

■ 前 言 ■

在华日资企业在宏观和微观方面的经营环境都具有较为特殊的背景。宏观经济方面，中国在由计划经济向市场经济转型过程中，经济制度发生了深刻的变革，政府和企业之间的关系也发生了深刻的变化，总体呈现出由政府对企业直接干预到政企分开，企业运作让市场主体发挥作用，政府仅仅负责宏观调控的发展态势。企业管理学的研究者往往注重对企业的行为、组织、结构、市场等方面内容加以研究，而从哲学伦理学的视角来审视企业文化、企业责任及实现机制的研究并不多见。所以，在以市场经济为导向的今天，从伦理学的视角来关注企业文化、企业责任应当成为学界研究的重点。伦理学界不能总是在叹息社会的道德在滑坡，为何滑坡、何以滑坡、如何建设——这个形而上层面的道德问题，已不仅仅是伦理学界能独立应对的问题。企业管理学界，也不能只是强调市场、利润、效益等，任何企业从它的诞生之日起，就必须同时兼顾企业文化建设，企业责任履行。企业文化必然离不开对企业伦理道德的思考与建设，企业责任必然要求企业履行组织伦理承诺、营造良好的组织伦理氛围，使员工在情感上有所归宿，在自我价值

上得以实现。

微观经济方面，在华日资企业作为在中国经营的日本企业，不但要融合日本管理和中国文化，还需要加强在中国本土体现中国传统文化思想的管理理念，构建适合中国特色的企业伦理氛围，从而不但获得中国政府的认同，也能获得中国本土员工的支持。在中国文化和中日关系背景下，在华日资企业的组织伦理氛围、组织承诺的结构具有何种特征，其对工作绩效产生何种影响，都将是本书予以关注的问题。为达到上述研究目的，我们围绕如下方面展开探讨。

在研究对象方面：据日本外务省《海外在留邦人数调查统计》数据，截至2017年10月，日本在华日资企业数量为32349家，占其海外日资企业总数的42.83%，在华企业数量位居海外第一。行业区分不明的在华日资企业数量为26131家，在华日资企业中属于制造行业数量为3641家，占行业区分明确的在华日资企业比例为58.6%。因此，本书主要选定制造行业日资企业为研究对象。

在数据收集方面：参照《在华日资企业一览》（2016~2017年版）数据，以在华日资注册资本金在一亿美元以上的制造业企业为对象进行样本筛选，结果得到71家企业。再从以上的71家企业中，按照日方出资比例为100%，且在华投资年限10年以上的企业作为筛选条件，最终得到符合条件的在华日资企业23家。而后，按照以下三个原则确定调查的具体公司：①生产制造员工最多；②分布地区最广；③选出来的研究样本能够覆盖中国31个省、自治区和直辖市（不含中国香港、澳门、台湾地区）。依据上述原则，最终确定了13家公司作为本研究的调研对象。最后，通过选定的13家公司人力资源部，分地区、并按公司员工人数的一定比例，对其负责的日资企业子分公司员工随机抽样并发放问卷。

在研究内容方面：本书基于中国经济体制改革背景，从中国经济体制改革的伦理和价值观出发，分别测量了在华制造行业日资企业的组织伦理氛围类型、组织承诺结构以及工作绩效维度，并系统研究了在华制造行业日资企业的组织伦理氛围对组织承诺的影响，组织伦理氛围对工作绩效的影响，组织承诺对工作绩效的影响，以及组织伦理氛围通过组织承诺对工作绩效的影响等。

本书主要从数据收集和访谈的角度来对在华制造行业的日资企业进行了研

究。上述的研究结论需要进一步长期深入企业内部进行田野实验或者扎根理论研究，这也是我们对本课题展开进一步研究的拓展空间。本书最初的创作动因是想通过中日管理哲学和伦理经济的对比研究，让一衣带水且文化亲缘的两国能在此方面相互借鉴、学习，共同获得创新与发展。由于研究视角的特殊性，以及其内容的广泛性和相对性，最后不得不缩小研究的关注点，将重点放在了企业组织伦理氛围与经济学方面的研究。经营伦理是关系社会前途的大事，社会的进步与发展最基本的要素就是经营伦理的进步与发展。企业与社会，这两者是相互促进，相互影响。时至今日，企业所扮演的角色与其传统角色相比，有了更深层次和更广泛的涵义。企业不仅仅创造效益，还必须承担相应的社会责任。这种社会责任必然要求企业具备良好的经营伦理，没有经营伦理，人才培养、社会责任显然无从谈起。

本书是日本文部科学省科学研究费基金基础研究“伦理经济学视角下的非市场理论的跨学科研究”（课题编号：16K04578）的研究成果。非常感谢吉林化工学院学术专著出版基金的资助，使得我能够心无旁骛地完成本书的写作与出版。同时感谢科学出版社南京分社编辑部的大力支持，他们认真踏实的工作态度，使得本书能够更加完善地呈现在各位读者面前。此外，还要感谢为我带来思考的源泉、拓宽我思想的疆界、被我引用过学术研究成果的学术前辈和同仁。我还要对我的父母致以深深的歉意，因为长期的研究不能常常回家看望与陪伴，没有尽到作为一个儿子应有的孝道，而他们始终给予理解、包容与关爱。

本书作为我从事伦理经济学研究欲出版系列的第一部，尽管竭尽全力投入了心血，但我深知仍有许多研究点有待进一步完善。“原天地之美，达万物之理；通古今之变，成一家之言”是我的学术目标，回顾自己研究伦理经济学的体验，我感觉是跟随了三位大师的指导与影响：康德“人是目的，而不是手段”，人需要做一个高尚的人；尼采“人是主人而不是奴隶”，人需要做一个高贵的人；福柯“人是艺术品，而不是物”，人需要做一个高雅的人。我的目标就是要努力使自己成为一个高尚、高贵、高雅的人。组织伦理氛围作为伦理经济学的重要核心概念，将来的研究还有很长的路要走，我认为这些不完善之处，正好可以留给后面的研究，

使得研究朝更加透彻、更加科学的方向进行下去。

在此引用程颢的两句诗与诸君共勉，“道通天地有形外，思入风云变态中”。经济的发展，需要植入伦理理论，唯有伦理经济才能使经济的发展走得更稳、更远。经济的发展是促进社会和谐和美好的基础，而注入了伦理道德的经济，才能达成和谐美好社会的愿景。

刘庆红

挥手 2018，迎接 2019

写于岁末年初东京奔波至波士顿的旅途

■ 目 录 ■

出版寄语

前言

第1章 导论：组织伦理氛围概述.....	1
1.1 研究背景.....	1
1.1.1 中国经济体制改革的实践及其特征	1
1.1.2 中国经济体制改革的伦理前提及经济行为规则	3
1.1.3 中国经济体制改革过程中的经济伦理价值	4
1.1.4 日资企业的在华经营发展	5
1.2 问题的提出及研究意义.....	6
1.2.1 问题的提出.....	6
1.2.2 研究意义.....	7
1.3 研究内容和技术路线图.....	9
1.3.1 研究内容.....	9

1.3.2	研究技术路线	11
第2章	组织伦理氛围的理论诠释	12
2.1	组织伦理氛围研究	12
2.1.1	组织伦理氛围研究现状	12
2.1.2	组织伦理氛围研究评述	21
2.2	组织承诺的理论诠释	22
2.2.1	组织承诺研究现状	22
2.2.2	组织承诺研究评述	24
2.3	工作绩效的理论诠释	25
2.3.1	工作绩效研究现状	25
2.3.2	工作绩效研究评述	26
2.4	经济伦理视角下的组织伦理氛围研究的缺乏性与可行性的理论基础	27
2.4.1	经济伦理视角下的组织伦理氛围研究的缺乏性	27
2.4.2	经济伦理视角下的组织伦理氛围研究的可行性	29
2.4.3	经济伦理视角下的有关组织伦理氛围方面的劳动经济学理论基础	31
2.5	小结	32
第3章	研究工具的修定与分析	34
3.1	研究方法	34
3.1.1	文献分析法	34
3.1.2	实证分析法	34
3.1.3	案例分析法	40
3.2	实证研究设计	40
3.2.1	研究变量的界定及测量模型	40
3.2.2	实证研究假设	44
3.2.3	问卷设计与发放	49

第 4 章	在华日资制造企业组织伦理氛围、组织承诺、工作绩效维度实证分析	52
4.1	日资企业的组织伦理氛围实证分析与讨论	52
4.2	日资企业组织承诺的实证分析与讨论	62
4.3	日资企业工作绩效的实证分析与讨论	68
4.4	日资企业组织伦理氛围、组织承诺、工作绩效的实证分析结论	70
第 5 章	在华日资制造企业组织伦理氛围对组织承诺影响的实证分析	73
5.1	日资企业中庸型组织伦理氛围对规范型组织承诺的影响	73
5.2	日资企业中庸型组织伦理氛围对经济型组织承诺的影响	77
5.3	日资企业社会责任型组织伦理氛围对规范型组织承诺的影响	79
5.4	日资企业社会责任型组织伦理氛围对经济型组织承诺的影响	82
5.5	日资企业友谊-效率型组织伦理氛围对规范型组织承诺的影响	85
5.6	日资企业友谊-效率型组织伦理氛围对经济型组织承诺的影响	88
5.7	日资企业组织伦理氛围对组织承诺的影响结论	90
第 6 章	在华日资制造企业组织伦理氛围与组织承诺、工作绩效关系	
	实证分析	93
6.1	中庸型组织伦理氛围、规范型组织承诺与工作绩效	93
6.2	社会责任型组织伦理氛围、规范型组织承诺与工作绩效	100
6.3	友谊-效率型组织伦理氛围、规范型组织承诺与工作绩效	106
6.4	中庸型组织伦理氛围、经济型组织承诺与工作绩效	111
6.5	社会责任型组织伦理氛围、经济型组织承诺与工作绩效	113
6.6	友谊-效率型组织伦理氛围、经济型组织承诺与工作绩效	118
6.7	在华制造行业日资企业组织伦理氛围与组织承诺、工作绩效	
	关系小结	123
第 7 章	在华日资企业组织伦理氛围的构建及案例分析	127
7.1	在华日资企业组织伦理氛围所存在的问题	127
7.1.1	文化差异导致的不信任	128

7.1.2	员工对企业认同感与归属感的缺乏	128
7.1.3	组织伦理氛围的营造缺乏本地化	128
7.2	在华日资企业解决组织伦理氛围的对策	128
7.2.1	本土文化研究是在华日企营造组织伦理氛围的基础	128
7.2.2	重视集团主义与集体主义在组织伦理氛围营造中的差异化	129
7.2.3	加强关怀型伦理氛围的建设	129
7.2.4	打破对外族员工的排斥与不信任	130
7.2.5	制定符合中国国情的员工培训体系, 强化对员工的教育培训	130
7.3	案例分析	131
7.3.1	化妆品企业 A 社的组织伦理氛围构建	131
7.3.2	电子设备制造企业 B 社的组织伦理氛围构建	142
7.3.3	在华日企人力资源管理具体的人力资源管理对策	148
第 8 章	探讨及启示	150
8.1	在华日企营造积极的组织伦理氛围的建议	150
8.2	未来展望	152
参考文献		154
附录		159
附录 1	组织伦理氛围调查表	159
附录 2	组织承诺调查问卷	161
附录 3	工作绩效调查表	163
索引		164
后记		166

■ 表 目 录 ■

表 2-1	组织伦理氛围定义的汇总	13
表 2-2	理论上的九种组织伦理氛围类型	14
表 2-3	组织伦理氛围类型及说明	15
表 3-1	符合初步筛选条件的在华日资企业	35
表 3-2	符合条件的在华日资企业	38
表 3-3	制造行业中在华日资企业样本调查分布情况	50
表 3-4	制造行业中在华日资企业调查对象的性别分布情况	50
表 3-5	制造行业中在华日资企业员工入社情况	51
表 3-6	制造行业中在华日资企业员工职位情况	51
表 4-1	制造行业中在华日资企业组织伦理氛围主成分分析	53

表 4-2	制造行业中在华日资企业组织伦理氛围有效性检验.....	54
表 4-3	制造行业中在华日资企业组织伦理氛围主成分载荷因子矩阵.....	55
表 4-4	制造行业中在华日资企业中庸型组织伦理氛围.....	56
表 4-5	组织伦理氛围主成分 1 载荷因子描述性统计.....	57
表 4-6	制造行业中在华日资企业社会责任型组织伦理氛围.....	59
表 4-7	组织伦理氛围主成分 2 载荷因子描述性统计.....	59
表 4-8	制造行业中在华日资企业友谊-效率型组织伦理氛围	61
表 4-9	组织伦理氛围主成分 3 载荷因子描述性统计.....	61
表 4-10	制造行业中在华日资企业组织承诺主成分.....	62
表 4-11	制造行业中在华日资企业组织承诺问卷有效性检验	63
表 4-12	制造行业中在华日资企业组织承诺主成分载荷因子矩阵.....	63
表 4-13	组织承诺主成分 1 载荷因子描述性统计.....	65
表 4-14	组织承诺主成分 2 载荷因子描述性统计.....	66
表 4-15	制造行业中在华日资企业工作绩效主成分.....	68
表 4-16	制造行业中在华日资企业工作绩效问卷有效性检验.....	68
表 4-17	制造行业中在华日资企业工作绩效主成分载荷因子矩阵.....	69
表 4-18	工作绩效主成分载荷因子描述性统计	69
表 5-1	日资企业中庸型组织伦理氛围对规范型组织承诺的影响.....	75
表 5-2	日资企业社会责任型组织伦理氛围对规范型组织承诺的影响.....	81
表 5-3	日资企业社会责任型组织伦理氛围对经济型组织承诺的影响.....	83
表 5-4	日资企业友谊-效率型组织伦理氛围对规范型组织承诺的影响	87
表 5-5	日资企业友谊-效率型组织伦理氛围对规范型组织承诺的影响	90
表 6-1	中庸型组织伦理氛围对工作绩效影响	95
表 6-2	中庸型组织伦理氛围对规范型组织承诺、工作绩效影响.....	98