

A Study of the Influence of Moral Sensitivity on Corporate Performance

Lifang Deng, Linglin Xie, Zhanhuang Bao, Shuyun Ye

School of Humanities and Social Science, Beihang University, Beijing
Email: lifangdeng@buaa.edu.cn

Received: Nov. 20th, 2014; revised: Nov. 28th, 2014; accepted: Dec. 5th, 2014

Copyright © 2014 by authors and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

Abstract

After reviewing the literature, this article summarizes the direct and indirect effect of moral sensitivity on corporate performance, which is of great importance in organization studies. In particular, the exiting literature includes the ethics-focused dynamic capabilities, moral personality and moral intuition's impact on the relationship between moral sensitivity and corporate performance. At the team level, moral atmosphere, psychological distance and team moral orientation also affect the relationship between moral sensitivity and corporate performance. However, there exist few studies on the relationship between moral sensitivity and corporate performance. More attention should be given to the mechanism of how moral sensitivity affects corporate performance from a moral cognition perspective. Future studies in this direction might be facilitated by introducing the concept of moral performance and using it to evaluate corporate performance.

Keywords

Moral Sensitivity, Corporate Governance, Corporate Performance, Moral Performance

道德敏感对企业绩效的影响机制探析

邓丽芳, 谢凌琳, 暴占光, 叶淑云

北京航空航天大学人文社科学院, 北京
Email: lifangdeng@buaa.edu.cn

收稿日期: 2014年11月20日; 修回日期: 2014年11月28日; 录用日期: 2014年12月5日

摘要

本文通过文献与理论分析,探讨了道德敏感对企业绩效的直接与间接影响。以往研究发现,道德敏感会通过公司治理影响企业的财务和管理绩效,对企业的长期绩效起着正向积极的作用。在个体层面,影响道德敏感与企业绩效关系的变量有以伦理为中心的动态能力、道德人格特质、道德直觉等,在团队层面,影响变量有道德氛围,心理距离,团队道德取向等。未来,还需基于心理学道德认知理论进一步深化道德敏感对企业绩效的影响机制的实证研究,并引入道德绩效指标。

关键词

道德敏感, 公司治理, 企业绩效, 道德绩效

1. 引言

道德敏感是个体对情境的道德含意的领悟和解释能力,处于道德认知的初始阶段。以往研究多集中在心理,医学和教育领域,如对青少年道德敏感的研究(Thornberg & Jungert, 2013),护士道德敏感的研究(Park, Kjervik, Crandell, & Oermann, 2012),在管理领域研究相对较少,但近年来的研究发现企业的发展与绩效与道德判断与决策有重要关系。国外关于高盛,西门子以及法国兴业银行的丑闻都与组织道德判断与决策有重要关系,中国企业在最近20多年的“转型”期中由于管理、制度和法律的不完善,违反企业道德的事件也屡见不鲜,如伪劣奶粉案、偷税漏税、拖欠民工工资和污染环境等。这些都说明企业管理团队成员的道德敏感对企业的治理与绩效有非常重要的作用,相关研究也日益受到重视(Brook & Christy, 2013; McEachern & Cheetham, 2013)。

道德敏感一方面可以直接影响企业绩效,如利用企业道德作为其竞争优势,赢得客户,供应链伙伴等信任来发展企业,获取利益;另一方面道德敏感可以通过其他的中间变量对企业绩效产生影响。如通过良好的公司治理对内减少道德冲突,提升管理效率,对外为企业获得外部投资,树立良好的社会形象等。同时,道德敏感可以帮助高管在相关的道德决策中了解和准确评估其所带来的风险(Bixter & Luhmann, 2014),有利于企业管理者作出合理的决策,为企业的发展规避风险,降低损失,提升绩效。

2. 道德敏感

2.1. 道德敏感的概念

一直以来对于道德敏感概念的界定存在两种形式,一是规范性概念,其二是描述性概念。关于道德敏感的规范性概念,研究者所关注的道德敏感内容是规范性的,评估工具往往是配有正确和不正确的答案的题目,而且识别道德问题正确的标准往往是在给定的情境中的职业道德指南。这类道德敏感的评估被用于医学领域、市场营销、实验室研究(Clarkeburn, 2002)等,旨在依据这些评估的结果设计更有效提升行业内,从业者道德规范的课程。

关于道德敏感的描述性概念,是描述个体查看问题或行为是否具有道德属性的过程。Rozin (1997)为道德敏感的描述性概念奠定了基础,他描述了个体或团队对道德问题敏感的过程的一般特征,如在道德化的过程中,经常会卷入与道德判断相联系的情绪情感等。另一个关于道德敏感的描述性模型由 Skitka 和他的同事提出(Skitka, Bauman, & Sargis, 2005),他们在对道德信仰效果的研究里表明个体的态度反映了

他们的核心道德价值观。Lovett 和 Jordan (2010)提出了道德敏感的四水平框架,道德敏感的四水平框架在阐述道德敏感时得到较广泛的应用(McEachern & Cheetham, 2013)。

2.2. 道德敏感的成分

道德敏感在认识道德问题的过程中采用的是不同的认知系统,不仅包括了认知成分,且具有鲜明的情感特征,以往研究者在探索道德敏感成分时往往结合道德敏感认知与情感的两个方面,如 Lutzen (2006)认为道德敏感包括三个成分即道德负担(sense of moral burden)、道德力量(moral strength)和道德责任(moral responsibility)。Schmitt 等人(1995)认为公平敏感包括四个成分即频率(frequency)、愤怒强度(intensity of angry)、侵扰性(intrusiveness)和惩罚性(punitivity)。郑信军(2008)认为大学生的道德敏感包含五个成分,即移情内疚、惩罚倾向、移情烦扰、觉察频率、共感想象。

在企业研究领域,Hadjicharalambous 和 Walsh (2012)认为道德敏感涉及五个方面,一是公司资源利用和个人所得;二是和同事的关系;三是个人工作绩效;四是公司政策;五是利用礼物获得或提供优惠待遇。Daniels 等(2011)则采用四个二分变量即关注道德,关注商业,关注员工或客户,以及改变的动机来表示道德敏感。由此,可知企业领域对道德敏感成分的探索多关注其所涉及的范围,并未明晰道德敏感的具体成分。

2.3. 道德敏感的测量

关于道德敏感的测量,主要有两种形式,量表、面谈评估与书面评定。已有的相关量表主要有确定问题测验(DIT, DIT-2, Shawver & Sennetti, 2009),多维度道德量表(MES, Reidenbach & Robin, 1990),适用于医学领域的牙科医生伦理敏感性测验(DEST, Clarkeburn, 2002),适用于商业管理领域的道德敏感量表(ESS, Hadjicharalambous & Walsh, 2012)和人际反应指针量表(IRT)的两个维度观点采择,同情关心(Mulla & Krishnan, 2014),以及国内学者编制的大学生倾向性道德敏感性量表(郑信军, 2008)。

面谈评估与书面评定也是测量道德敏感使用比较广泛的方式。主要是采用道德两难情境,由参与测量的个体进行主观答题,对答案进行编码,从而测量出个体的道德敏感。面谈与书面评定的区别在于参与者是说决策,和需要考虑的问题,还是在纸上写出。具体方法为根据不同的背景,参与者被展示道德两难情境,参与者在阅读过每个情景后,需要针对每个情境在作出道德决策之前列出需要考虑的五个问题,因为道德不仅包括判断对错,更需要对问题的道德含意的领悟与了解。当测试个体道德敏感时,从个体对每个情境五个问题的陈述中了解其对问题背后道德含意的领悟,以及作为情境中的角色改变情况的意愿。如 Clarkeburn (2002)以生命科学为背景编制了一个科学伦理敏感性测验(TESS),测量大学生的道德敏感;郑信军,岑国桢(2008)以大学生、青年教师和企业员工为被试,编制了7个情境故事,由于道德敏感的情境特异性,测量工具未获得很好的同质性信度;Daniels 等(2011)在商业背景下,测量参与者的道德敏感,具体操作为参与者会被展示两个商业情境,每一个情境包含两个道德两难问题,参与者在阅读过每个情景后,需要针对每个情境在作出道德决策之前列出需要考虑的五个问题,因为道德不仅包括判断对错,更需要对问题的道德含意的领悟与了解。当测试个体道德敏感时,从个体对每个情境五个问题的陈述中了解其对问题背后道德含意的领悟,以及作为情境中的角色改变情况的意愿。针对个体在两种道德两难情境的陈述,根据关注道德,关注商业,关注员工或客户,以及改变的动机进行编码计算。

从目前关于道德敏感的测量现状来看,编制不同的道德两难情境,采用访谈与书面评定的测量方式最为广泛,但是这种方法往往缺乏对道德敏感具体成分的测量。未来在企业领域道德敏感的测量,不仅

仅要考虑企业的背景，在题目的范围上做一些界定与分类，在道德敏感成分上的探索也很有必要。

3. 道德敏感与绩效

3.1. 道德敏感对绩效的直接影响

以往研究大都表明，道德、道德敏感与绩效有正向显著相关，如领导道德能力与员工任务绩效和组织公民行为有关(Kim & Kim, 2013)；道德气氛会通过组织的认同影响绩效(Briggs, Jaramillo & Weeks, 2012)；较难的绩效目前容易产生不道德行为(David & Lisa, 2014)；变革型领导可以通过组织信任和道德判断影响销售人员的绩效(Schwepker & Good, 2013)；创业导向与企业绩效有积极显著关系，而且受到技术创始人的道德意识的调节，其中技术创始人的道德意识越低，创业导向对企业绩效的影响越强(Montiel-Campos, Parellada, Aguilar-Valenzuela, Berbegal-Mirabent, & Duran-Encalada, 2011)；同行监督可以减少集团的道德风险，从而提升企业的绩效(Carpenter & Williams, 2010)；Robertson, Christopher, Blevins 和 Duffy (2013)对 2006~2010 发表的关于企业道德与经济绩效的文章进行综述，发现企业道德与经济绩效有关。道德氛围负向影响道德模糊性，道德模糊性负向影响销售人员的承诺，且降低了销售人员的道德敏感，同时承诺提供卓越的客户价值的销售人员报告出更高的销售绩效(Schwepker, 2013)，也就是说道德敏感越低，为客户提供卓越价值的承诺越低，从而降低销售人员的绩效。同时有研究表明道德敏感与绩效有积极显著的关系(Arend, 2013; Fuller & Tian, 2006; Maxfield, 2007)。

也有少量研究表明，道德认知过程与员工的绩效没有关系，如 Shank (2005)对销售人员的道德认知与绩效的关系的研究发现二者没有显著相关。但该研究在绩效的调查中，只调查了短期的销售业绩，没有调查销售人员长期的发展与业绩。

同时，近期有研究发现道德敏感与道德绩效有显著相关。道德绩效的定义基于相关文献(Fassin, 2005; Fisscher, Frenkel, Lurie, & Nijhof, 2005)，包括两个部分，其一是不伤害(do no harm)(即不伤害，不违反法律，欺骗他人，歧视，破坏互信或自然环境等)和其二是“做善事”(do good)(即慈善，改善工作条件和社会结构，改善对环境的影响，等等)。Arend (2013)对中小型企业的研究发现，道德敏感与企业道德绩效有积极正向相关。总的来看，道德敏感可直接影响企业绩效，尤其是对于企业的长期绩效，道德敏感起着正向积极的作用。

3.2. 道德敏感性对绩效的间接影响

总结以往的研究还发现，道德敏感不仅可以直接影响绩效，同时可以通过一些中间变量对企业绩效产生影响。在个体层面，影响道德敏感与企业绩效关系的变量有以伦理为中心的动态能力、道德人格特质、道德直觉等。有研究表明以伦理为中心的动态能力也在道德敏感和企业绩效中起中介作用(Arend, 2013)。另外，道德敏感在影响企业绩效的过程中，可能会受到一些个体变量的调节，如人格类型、道德人格特质、道德直觉等(Olson & Bao, 2007; Zhu & Xie, 2010)。在团队层面，影响变量有道德氛围，心理距离，团队道德取向等。已有研究发现，企业高管的道德敏感可以通过营造良好的道德氛围去影响员工的行为，使员工不仅在本职工作中完成出色，而且会产生更多的组织公民行为。此外，企业高管也可以通过道德氛围效应去影响企业的员工的道德行为(Eskine, Novreske, & Richards, 2013)，从而对企业产生一定的积极影响。此外，道德敏感对绩效的影响可能受到一些变量的调节，如团队道德取向、心理距离等(Agnew, Loving, & Goodfriend, 2004)。

另外，道德敏感还可以通过公司治理影响企业绩效，即高管的道德敏感可有利于其很好地治理公司，对外吸引投资，对内解决员工冲突，提高管理效率(Orlitzky & Swanson, 2010)。

3.3. 道德敏感性对绩效影响的核心理论

3.3.1. 高阶理论

高层梯队理论是由 Hambrick 和 Mason 于 1984 年提出,近年来相关的研究主要关注企业高层管理团队特征对企业绩效的影响。企业高层梯队的特征是组织决策和战略的主要前因变量。具体来说,上层梯队的特征(包括人口内容特征、结构特征以及梯队成员的互动行为特征等)会直接影响组织的战略选择和变化。本研究选取的道德敏感既是企业高管的重要特质之一,是基于高阶理论中认为企业高管的特质会对企业绩效产生影响的前提。

3.3.2. 社会交换理论

社会交换论(social exchange theory)理论主张从经济学的投入与产出关系的视角研究社会行为。它认为趋利避害是人类行为的基本原则,人们在互动中倾向于扩大收益,缩小代价或倾向于扩大满意度、减少不满意度。它主张应尽量避免人们在利益冲突中的竞争,应通过相互的社会交换获得双赢或多赢。从社会交换理论的角度,企业管理团队的道德敏感、企业的道德行为会对企业的绩效产生积极的影响(Cropanzano & Mitchell, 2005)。

3.3.3. 理性行为理论

理性行为理论是 Fishbein 和 Ajzen 于 1975 年提出,强调行为决策中个体推理过程的模型,主要用于分析态度如何有意识地影响个体行为,关注基于认知信息的态度形成过程。其基本假设是认为人是理性的,在做出某一行为前会综合各种信息来考虑自身行为的意义和后果。对于道德或不道德行为导致特定结果的可能性,以及对所导致的结果的利弊的考虑正是传统道德决策前进行评估的两个方面,即危险场景发生的可能性和相应的结果(Kaplan & Gerrick, 1981)。基于理性行为理论,不同道德敏感性的个体会有不同的评估和道德决策过程,进而对道德绩效产生不同影响。

3.3.4. 公司治理的相关模型

公司治理的股东模型(shareholder model of corporate governance)是依据传统经济信念建立的,旨在实现投资者和所有人的财富最大化。上市公司将公司治理的重点放在了发展完善正规的体系,以维持高管对公司股东的业绩责任(Demb & Neubauer, 1992),其次是公司治理的利益相关者模型,要更好地了解公司治理在企业中的作用,重要的是考虑它跟企业目的的基本信念有何联系。基于公司治理的利益相关者这一模型,企业管理者的道德敏感会通过公司治理,进而影响企业的经济与道德绩效。

4. 小结与展望

本研究对道德敏感与企业绩效之间的关系进行了详细综述,道德敏感不仅对企业绩效有直接影响,也可以通过中间变量间接影响企业绩效。以往研究局限有主要有:1) 缺乏对企业背景下道德敏感的成分分析,以往在企业背景下的道德敏感研究几乎都将其当作独立成分进行;2) 以往研究关于道德敏感影响企业绩效的内部机制还不明确,多为对道德敏感与公司治理、绩效三者关系的探讨。企业管理者的道德敏感,不仅仅涉及个体层面,更需要通过影响管理团队,最终影响整个企业,因此,需要结合个体和团队层面开展一些实证研究。

今后研究针对企业背景下道德敏感和绩效的关系可以从以下几个方面作出贡献:

第一,整合不同取向的企业道德研究。具体而言,在道德的理性推理模型中,分析道德敏感与道德行为的关系;在个体及组织层面,探讨个体的能力与人格特质,如动态能力,直觉,人格类型,道德人格等个体变量,以及道德气氛,心理距离,团队道德取向等组织层面的变量。

第二, 深化道德敏感对企业绩效的影响研究。以往研究关于道德敏感影响企业绩效的内部机制还不明确, 对于哪些变量会影响道德敏感和企业绩效关系, 以及如何影响还有待进一步探索。今后研究需要从理论上进一步对影响道德敏感和企业绩效关系的调节变量和中介变量进行分析, 并进行相关的实证研究探析企业管理团队对企业绩效影响的具体机制, 从而深化道德敏感对企业绩效影响的研究。

第三, 丰富道德理论。国外关于企业道德的研究已经积累了较多的资料, 却没有形成明确的理论体系, 且主要集中在伦理学和经济学领域。目前我国关于企业道德的研究尚处于起步阶段, 且从宏观的角度论述居多, 缺乏微观和实证的研究。未来研究可以心理学中的道德认知理论的初始阶段道德敏感为出发点, 结合中国管理情景, 将其应用到本土化管理学研究中。

第四, 引入道德绩效指标。近年来, 有少数研究者提出了企业道德绩效的概念, 如赵立(2010)年提出了道德绩效, Abdallah, Darayseh 和 Waples (2013)在其研究中也同样提出了这一概念, 但却缺乏相应的实证研究。在考察道德敏感与企业绩效关系时, 在绩效指标的选取上可引入道德绩效, 有利于进一步明晰道德与企业绩效的关系, 发展道德绩效的相关理论。

参考文献 (References)

- 郑信军, 岑国桢(2008). 大学生倾向性道德敏感的结构研究. *心理科学*, 5 期, 1026-1030.
- Agnew, C. R., Loving, T. J., Le, B., & Goodfriend, W. (2004). Thinking close: Measuring relational closeness as perceived self-other inclusion. In *Handbook of Closeness and Intimacy* (pp. 103-115). Mahawah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Arend, R. (2013). Ethics-focused dynamic capabilities: A small business perspective. *Small Business Economics*, 41, 1-24.
- Bixter, M. T., & Luhmann, C. C. (2014). Shared losses reduce sensitivity to risk: A laboratory study of moral hazard. *Journal of Economic Psychology*, 42, 63-73.
- Brook, C., & Christy, G. (2013). Doing right in business: Can action learning develop moral sensitivity and promote ethical behavior? *Action Learning: Research & Practice*, 10, 214-229.
- Carpenter, J., & Williams, T. (2010). Moral hazard, peer monitoring, and microcredit: Field experimental evidence from Paraguay. *Research Review*, 13, 23-25.
- Clarkeburn, H. (2002). A test for ethical sensitivity in science. *Journal of Moral education*, 31, 439-453.
- Cropanzano, R., & Mitchell, M. (2005). Social exchange theory: An interdisciplinary review. *Journal of Management*, 31, 874-900.
- Daniels, D., Diddams, M., & Van Duzer, J. (2011). A magnetic pull on the internal compass: The moderating effect of response to culture on the relationship between moral identity and ethical sensitivity. *Journal of Religion & Business Ethics*, 2, 1-29.
- David, T. W., & Lisa, D. O. (2014). Conscience without cognition: The effects of subconscious priming on ethical behavior. *Academy of Management Journal*, 57, 723-742.
- Demb, A., & Neubauer, F. E. (1992). *The corporate board: Confronting the paradoxes*. Oxford: Oxford University Press.
- Eskine, K. J., Novreske, A., & Richards, M. (2013). Moral contagion effects in everyday interpersonal encounters. *Journal of Experimental Social Psychology*, 49, 947-950.
- Fassin, Y. (2005). The reasons behind non-ethical behavior in business and entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 60, 265-279.
- Fisscher, O., Frenkel, D., Lurie, Y., & Nijhof, A. (2005). Managerial perceptions of marketing performance: Efficiency, adaptability, effectiveness and satisfaction. *Journal of Business Ethics*, 60, 207-209.
- Fuller, T., & Tian, Y. (2006). Social and symbolic capital and responsible entrepreneurship: An empirical investigation of SME narratives. *Journal of Business Ethics*, 67, 287-304.
- Hadjicharalambous, C., & Walsh, L. (2012). Ethnicity/race and gender effects on ethical sensitivity in four sub-cultures. *Journal of Legal, Ethical & Regulatory Issues*, 15, 119-130.
- Kaplan, S., & Gerrick, B. J. (1981). On the quantitative definition of risk. *Risk Analysis*, 1, 11-27.
- Kim, T., & Kim, M. (2013). Leaders' moral competence and employee outcomes: The effects of psychological empowerment and person-supervisor fit. *Journal of Business Ethics*, 112, 155-166.
- Lovett, B. J., & Jordan, A. H. (2010). Levels of moralisation: A new conception of moral sensitivity. *Journal of Moral Education*, 39, 175-189.

- Lutzen, K., Dahlqvist, V., & Eriksson, S. (2006). Developing the concept of moral sensitivity in health care practice. *Nursing Ethics, 13*, 187-196.
- Maxfield, S. (2007). Reconciling corporate citizenship and competitive strategy: Insights from economic theory. *Journal of Business Ethics, 80*, 367-237.
- McEachern, M. G., & Cheetham, F. (2013). A conception of moral sensitivity and everyday consumption practices: Insights from the moralizing discourses of pet owners. *International Journal of Consumer Studies, 37*, 337-343.
- Montiel-Campos, H., Solé-Parellada, F., Aguilar-Valenzuela, L. A., Berbegal-Mirabent, J., & Duran-Encalada, J. A. (2011). The impact of moral awareness on the entrepreneurial orientation-performance relationship in new technology based firms. *Journal of Technology Management & Innovation, 6*, 93-105.
- Mulla, Z., & Krishnan, V. (2014). Karma-yoga: The Indian model of moral development. *Journal of Business Ethics, 123*, 339-351.
- Olson, B. J., Bao, Y., & Parayitam, S. (2007). Strategic decision making within Chinese firms: The effects of cognitive diversity and trust on decision outcomes. *Journal of World Business, 42*, 35-46.
- Orlitzky, M., & Swanson, D. L. (2010). Do executives who prefer exorbitant salaries downplay ethics? *Decision Line, 3*, 11-14.
- Park, M., Kjervik, D., Crandell, J., & Oermann, M. (2012). The relationship of ethics education to moral sensitivity and moral reasoning skills of nursing students. *Nursing Ethics, 19*, 568-580.
- Reidenbach, R. E., & Robin, D. P. (1990). Toward the development of a multidimensional scales for improving evaluations of business ethics. *Journal of Business Ethics, 9*, 639-653.
- Robertson, C., Blevins, D., & Duffy, T. (2013). A five-year review, update, and assessment of ethics and governance in strategic management journal. *Journal of Business Ethics, 117*, 85-91.
- Schmitt, M., Neumann, R., & Montada, L. (1995). Dispositional sensitivity to befallen injustice. *Social Justice Research, 8*, 385-407.
- Shank, M. J. (2005). *The impact of moral reasoning on the performance of salespeople*. Ph.D. Thesis, Raleigh, NC: North Carolina State University.
- Shawver, T., & Sennetti, J. (2009). Measuring ethical sensitivity and evaluation. *Journal of Business Ethics, 88*, 663-678.
- Skitka, L. J., Bauman, C. W., & Sargis, E. G. (2005). Moral conviction: Another contributor to attitude strength or something more? *Journal of Personality and Social Psychology, 88*, 895-917.
- Thornberg, R., & Jungert, T. (2013). Bystander behavior in bullying situations: Basic moral sensitivity, moral disengagement and defender self-efficacy. *Journal of Adolescence, 36*, 475-483.
- Zhu, S. L., & Xie, K. F. (2010). Research on entrepreneurial team members' personality traits influence on group risk decision-making. *Proceedings of the 2010 International Conference on Management Science and Engineering (ICMSE)*, Melbourne, 24-26 November 2010, 937-942.