

# 商业伦理认知的调查与分析

## ——以义乌小商品市场为例

王欣, 楼德侃

(浙江农林大学马克思主义学院, 浙江临安, 311300)

**[摘要]** 商业伦理建设是我国社会主义市场经济发展和完善的迫切需要, 了解商业伦理认知情况是建设商业伦理的基础。义乌拥有全球最大的小商品市场, 其企业主的商业伦理认知情况有一定的代表性。分关怀、效率、贡献、公平四个维度, 对义乌小商品市场 306 名企业主进行商业伦理认知调查, 发现: 规模大的企业, 其企业主的商业伦理认知程度较高, 学历高的的企业主在关怀维度得分相对较高。而且, 企业家商业伦理认知的发展并不均衡, 在关心员工、减少对环境损害、促进社会发展方面得分较高; 在产品创新、减少商业贿赂、规范竞争方面得分较低。对此应加强对企业主商业伦理的教育, 提高他们对商业伦理的认知水平。

**[关键词]** 企业主; 商业伦理; 认知水平; 维度分析; 商业信用; 竞争伦理

**[中图分类号]** B82-053 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1674-893X(2012)05-0105-04

### 一、问题的提出

伦理是指社会的基本人际关系规范及其相应的道德原则<sup>[1]</sup>。商业伦理是行为主体在进行商业决策时的道德观念、价值导向、伦理规范以及行为。近年来, 商业伦理失范现象屡有发生, 如皮革奶、毒胶囊、商业贿赂、商业欺诈等, 在社会上造成了恶劣影响, 引起了人们对商业伦理建设的重视。明确“应做”还是“不应做”是商业伦理的重要组成部分。了解企业主商业伦理认知发展现状, 揭示其商业伦理认知中的不足和缺憾, 对加强商业伦理建设, 促进经济健康发展具有重要的指导意义。

### 二、调查的对象和方法

#### (一) 调查对象

调查对象为义乌小商品市场经营户, 在各个专业市场(饰品区、充气玩具区、针织用品区、十字绣区、文化用品区)进行随机抽样调查。发放问卷 350 份, 回收有效问卷 306 份, 回收率 87.4%。其中男性 183 人, 占 59.80%, 女性 123 人, 占 40.20%。调查对象的年龄层次见表 1。

表 1 调查对象年龄分布情况

年龄	20 岁 以下	20~29 岁	30~39 岁	40~49 岁	50 岁 及以上
人数 (人)	14	146	111	32	3

从数据中看出, 男女比例较为均衡, 年龄符合

正态分布。另外, 研究生以上学历的很少。企业规模以中小企业为主。

#### (二) 调查工具

调查工具为自编的《企业主商业伦理认知调查问卷》, 共 16 条目。每一条目均为商业伦理认知的正面陈述, 选项为“极不赞同”、“不赞同”、“有点赞同”、“比较赞同”、“非常赞同”采用 5 点评分法, 分别赋值 1、2、3、4、5。问卷的内容包括保护环境、关爱员工、维护消费者权益、产品创新、知识产权、促进社会发展、使用环保材料、商业贿赂、同质化竞争、管理方式创新等。分关怀维度(v1)、效率维度(v2)、贡献维度(v3)、公平维度(v4)四个维度, 问卷经一位伦理学专家和一位管理学专家的审阅, 认为内容全面, 覆盖面广, 具有较好的内容效度; 各分量表与总分之间存在高相关性, 而分量表之间的相关程度相对较低, 既有相关性, 维度之间又有相对独立性, 具有较好的结构效度; 问卷的内在一致性信度系数 Cronbach  $\alpha$  系数为 0.806。

### 三、讨论分析与结论

#### (一) 企业规模与商业伦理认知得分

根据表 2 可知, 不同企业规模在商业伦理认知方面存在差异( $P=0.007$ )。规模在 5000 万以下的企业, 商业伦理得分并没有显著差异, 而企业规模

[收稿日期] 2012-07-21; [修回日期] 2012-09-29

[基金项目] 浙江农林大学研究生科研创新基金(3122013240159)

[作者简介] 王欣(1988-), 女, 浙江义乌人, 浙江农林大学硕士研究生, 主要研究方向: 社会主义市场经济。

5000 万以上的企业,其企业主的商业伦理认知程度跟前面四个层次相比明显较高。规模大的企业更需要注重企业社会形象,不讲伦理道德的企业在一次竞争中逐步被淘汰,若想企业有长远的发展,必须要提高商业伦理意识。

表2 企业规模与商业伦理认知得分方差分析(LSD)

企业规模	数 量	平均 值(M)	标准差 (SD)	自由度 (df)	显著性 (F值)
50 万以下	100	3.6956	0.3915	305	3.578*
50~500 万	129	3.7868	0.3354		
500~1000 万	35	3.7786	0.3404		
1000~5000 万	26	3.8077	0.3201		
5000 万及以上	16	4.0469	0.4428		

### (二) 企业主学历与关怀维度得分

根据表3可知,不同学历的企业主的关怀程度有显著差异( $P=0.000$ )。学历在大专以上,特别是研究生层次的企业主,对员工、顾客的关怀越多。学历层次高的企业主更注重企业文化建设,给员工提供晋升渠道,为顾客考虑较多。而学历低一些的企业主主要采

取家族式的管理模式,员工晋升空间有限。

表3 企业主学历与关怀维度得分关系

企业主学历	数 量	平均值 (M)	标准差 (SD)	自由度 (df)	显著性 (F值)
初中及以下	68	4.0037	0.6296	305	6.025*
高中或中专	96	4.0417	0.5339		
大专	87	4.2414	0.3821		
大学本科	51	4.1765	0.4310		
研究生及以上	4	5.0000	0.0000		

### (三) 企业家商业伦理认知的优势和不足

总体而言,四个维度中,关怀维度( $v1=1262.25$ )和贡献维度( $v3=1260$ )得分较高,效率维度( $v2=1088$ )和公平维度( $v4=1006$ )得分较低。具体到题项,得分高的即商业伦理认知优势见表4,得分低的即商业伦理认知的不足见表5。

#### 1. 人性化的管理

企业主在关怀维度得分较高,在为员工提供晋升渠道方面,95.1%的企业主都选择了比较赞同或非常赞同,表明义乌小商品市场的经营户对员工还

表4 商业伦理认知得分较高的几个方面

内容		极不赞同	不赞同	有点赞同	比较赞同	非常赞同
提供的产品和服务必须要考虑到消费者使用的安全	人数	0	6	6	201	93
	%	0.00	1.96	1.96	65.67	30.39
要坚持“服务至上”,设身处地为消费者着想	人数	2	7	9	193	95
	%	0.65	2.29	2.94	63.07	31.05
应该为员工提供晋升渠道	人数	0	9	6	200	91
	%	0.00	2.94	1.96	65.36	29.74
企业应该考虑减小对环境的损害	人数	3	6	3	211	83
	%	0.98	1.96	0.98	68.95	27.12
企业有责任促进社会发展	人数	4	3	11	227	61
	%	1.30	0.98	3.59	74.18	19.93

表5 商业伦理认知得分较低的几个方面

内容		极不赞同	不赞同	有点赞同	比较赞同	非常赞同
为了公司的利益请客送礼是不道德的行为	人数	3	153	57	81	12
	%	0.98	50.00	18.63	26.47	3.92
企业要进行产品、生产线的创新	人数	9	95	47	146	9
	%	2.94	31.05	15.36	47.71	2.94
看到同行业经营者不遵守道德规范,我一般会主动提醒并制止他的行为	人数	11	78	74	131	12
	%	3.59	25.49	24.18	42.81	3.92
生产同类产品竞争激烈,也不能低于成本价销售来争取市场	人数	3	93	61	127	22
	%	0.98	30.39	19.93	41.50	7.19

是比较关心的,这是由现实需要决定的。在创业之初,义乌的民营企业一般是采用家族式管理,外面招募的员工一般很难有晋升机会。其优势显而易见,相互之间比较信任,但是随着企业发展该模式的弊端日益显现,企业发展壮大的过程中急需具有专业知识的人才,家族式管理错综复杂的关系阻碍了人才的引进和管理,人才的瓶颈限制了企业的发展,员工的高流动率导致企业技术流失。员工带着客户资源被同行挖走,企业重新招人不易,即使招到也要付出很高的培训成本。企业已逐步认识到员工是企业最重要的财产,大陈镇特色工业园区的浙江贝克曼服饰有限公司和廿三里工业区的义乌市思波琳箱包有限公司在暑假专门为外来务工人员的子女办了暑假班,企业还聘请专职教师为民工子女上课,并组织“亲情游”“体验游”等活动。浪莎党支部开设“三农学院”,让农民工“带薪学技能”,既保证了企业用工来源,也帮农民工提高了生活技能。义乌被称为“没有围墙的城市”,总人口200多万,其中130多万是外来人口,包容是义乌精神的一部分,对员工的关心保证了小商品市场的繁荣和稳定。

## 2. 关心社会发展

贡献维度得分较高,体现在具体问题上,94.11%的受访者比较赞同或非常赞同企业主有责任促进社会发展。在义乌经商的企业主比较关心社会问题,经商成功以后回馈社会。不少企业家竞选村支书、村主任,有些甚至自己出钱,带领村民进行新农村建设,修筑环村路,给老人发生活用品,维护文物,建设风景区,清理村里水塘等。义乌企业主也通过主流渠道表达利益诉求,积极参加人民代表大会的选举,提交的议案不仅仅包括民营经济领域,还涵盖“三农”问题、医疗卫生、教育、司法等多个领域。其中典型代表是新光饰品有限公司董事长周晓光,2003年她被选为全国人大代表,设立了全国第一个人大代表联系点,2004年又成为第一个通过媒体做广告征集议案的代表。通过媒体征集议案得到了社会各界的赞誉,人大代表倾听人民呼声,为人民代言是对代表职责的履行。2006年的十届全国人大四次会议,周晓光提交了35件议案,全部被大会列为正式议案,2007年,她又提交了56份议案。以周晓光为代表的企业主们参政议政,给民意提供更多的上行渠道,给国家贡献更加符合民意的议案,给国家的政策增加更多的民意的基础,也更有利于社会长远发展,企业的长远发展企业和社会形成了良性互动。

## 3. 尊重消费者权益

在提供的产品和服务要考虑消费者使用安全

方面,96.06%的企业主表示比较赞同或非常赞同,在坚持“服务至上”,设身处地为消费者着想方面,94.12%的企业主表示认同。在小商品市场创建之初,经营者们原始积累阶段并不重视消费者的权益,口碑不是很好。在经营过程中经营者们逐渐发现,真正为消费者考虑的才有回头客,生意才能越做越大。小商品市场逐渐发展成熟的过程中,一次次市场竞争筛选下来的企业主是那些考虑到消费者,用心服务的。义乌市政府在普及“讲信用、重服务”的观念上也不遗余力,探索形成了信用征信、评价、反馈与奖惩机制,开培训学校、评信用摊位、建立诚信档案等。对信用良好的企业主进行表彰和宣传,由榜样的力量促进道德文化的现代践行<sup>[2]</sup>。2003年,国家质量监督检验检疫总局领导,授予义乌中国小商品城“重质量、守信用”牌匾。2008年,由浙江省工商局、义乌市政府和北京大学中国信用研究中心联合编制的全国首个商品交易市场信用指数——“义乌市场信用指数”正式发布,义乌对信用市场建设逐步深入。根据义乌工商局统计,信用市场建设以来,客商对市场的诚信度满意率高达92%,近三年各种消费投诉下降50.3%,投诉成功处理率增长5个百分点,在市场发生的涉税案件与治安案件分别下降47%、21%。保证质量、重视服务给义乌市场带来了许多商机,包括北京奥运会的订单、新版红楼梦剧组的订单、南非世界杯的订单等。

## 4. 仿造侵犯现象较明显

企业要进行产品、生产线的创新一项,33.99%的企业主选择了极不赞同或是不赞同,仅有2.94%的人选非常赞同。在最初资本积累阶段,生存是企业的第一目标,而企业创新投入资金较多,义乌私营业主大都是从模仿开始,产品的仿造是一种典型的侵犯知识产权的行为。开始大家模仿大厂家的产品,如LV的围巾,阿迪达斯的衣服,获利颇丰,但也带来了法律上的纠纷。后来企业慢慢有一定规模了,经营者自己进行一些产品的创新,又怕被同行模仿。小企业集群的多数创新可模仿性强,往往造成同类竞争过度,又回到低价销售的比拼上,长此以往打击了企业创新动力,造成企业行为短期化,严重影响了块状经济的健康发展。由于小企业集群产品的创新性具有时效性短的特点,不适合申请国家专利,企业之间产品创新产权的维护更多地依靠企业家伦理道德约束<sup>[3]</sup>。目前义乌小商品市场的企业主们还是“船小好调头”,仿一阵子热门产品就换一样,对知识产权还不是很重视,随着经济外向度的提升和义乌国际商贸特区定位的转换,知识产权的问题可能会成为企业发展的瓶颈。国外的

知识产权保护严格很多,产品出口方面会遇到问题,企业自主创新才能形成核心竞争力。

#### 5. 竞争方式不够规范

竞争方式不规范主要表现在商业贿赂和恶性竞争两个方面。50.98%的人不认为商业贿赂是不道德的行为,18.63%的人处于模棱两可的状态,只有30.39%的人认同商业贿赂是不道德的。商业贿赂包括给回扣,请客送礼,给好处费等行为,在市场经济条件下,商业贿赂普遍存在,尤其中国是一个讲人情往来的国家,人情跟利益结合在一起,就造成了思想的异化。义乌自古以来就有“重义气”的传统,企业主们对商业贿赂的定义比较模糊,认为“送礼办事”是一种讲义气、知恩图报的行为,并不认为这样的行为不对,反而羡慕“有路子”的人<sup>[4]</sup>。看到同行业经营者不遵守道德规范,明确表示主动会去监督制止的企业主不到一半。商业贿赂行为在短期内也许能给贿赂主体带来收益,但是主要依靠商业贿赂来得到交易机会,就会使经营者对技术创新、提高产品和服务、保护环境方面的投入减少,慢慢地失去核心竞争力。而商业贿赂的成本最终摊在消费者头上,也会挤占其他企业的生存空间,长远来看,商业贿赂提高了社会交易成本,扰乱交易秩序,增加交易风险,不利于市场经济的健康发展。在价格竞争方面,31.37%的人认为可以低于成本价销售来抢占市场。义乌小商品市场分不同专业区域,同一区域产品样式差不多,也容易模仿,本来小商品就是靠“薄利多销”赚钱,现在同质化产品多了以后价格恶性竞争到了“利如纸薄”程度。在访谈中一经营裤袜的企业主说,前几年卖一条冬季棉裤袜能挣2~3元,现在只能挣几毛钱,薄袜子多织一段棉线都没有利润了。小商品的利润平均一件只有2%左右,对小或微企业来讲,很难有多少利润。一味地凭降低价格竞争是不可持续的发展模式,不利于行业的健康发展。

#### 四、启示和建议

企业主要转变观念,并督促员工进行学习。企业主的伦理观直接决定了企业的价值取向,要提高企业员工的基本伦理素养。只有大家的观念转变了,才能形成良好的自律和监督环境。在新的经济环境下,学历层次高的企业主适应能力比较强一些,采取比较现代的管理模式。学历层次低的企业主应该根据劳动力紧缺、人力成本上涨的实际因素,给员工更多的关怀和成长空间。调查中反应出一些中小企业只和部分员工签订了劳动合同,结果

造成了员工流动率高,工资没有保障,客户资源流失等一系列问题,商业伦理认知的不到位造成了企业发展的瓶颈。商业伦理具有凝聚和激励作用,只有当企业主认识到履行社会责任有利于企业长期发展、实践商业伦理是一种社会资本时,才能真正将伦理准则内化于心,自觉指导日常的行为。

针对现阶段商业伦理认知比较薄弱的方面,政府和社会团体应该做的是保护知识产权,鼓励自主创新,优化竞争环境。随着义乌企业的发展壮大,越来越多企业由模仿到创新,自身也愈发认识到知识产权的重要性。在义乌成为经济特区之后,产业升级和经济结构转型也势必更多地涉及到知识产权问题,加强这方面的建设非常重要。具体措施是完善知识产权制度的运行。知识产权制度的运行是指在具体的地域范围内相关主体运用和执行知识产权制度以实现对其创造、运用、管理和保护<sup>[5]</sup>。保护知识产权和鼓励自主创新是密切相关的,小商品有其生产周期短、易模仿的特点,在外观设计和实用新型专利申请上应给予政策倾斜,并及时地批准。利用现在义乌多个展会的平台,扶持技术创新、文化创意的新型企业。创新一定程度上可以缓解产品同质化,打“价格战”恶性竞争的现状,另外,在这方面要发挥行业协会等非政府组织机构的作用,调解行业矛盾。在商业贿赂的问题上,要规范规章制度,明确界定标准。

#### 注释:

- ① \*均值在0.05水平上有显著性差异,\*\*均值在0.01水平上有显著性差异。

#### 参考文献:

- [1] 《中国百科大辞典》总编辑委员会.中国百科大辞典[K].北京:中国大百科全书出版社,2005:3498.
- [2] 李秀娟.传统道德文化现代践行的榜样示范[J].中南大学学报(社会科学版),2012,18(1):11-15.
- [3] 陈也奔.商业竞争制度的伦理分析[J].商业研究,2004(13):180-181.
- [4] 梁红玉.商业贿赂的经济伦理探源及其治理机制[J].江西社会科学,2009(12):134-137.
- [5] 文宁,陈鑫铭.知识产权制度运行对区域创新能力的影响[J].创新与创业教育,2011,2(4):65-68.

[编辑:汪晓]