

企业社会责任感知对员工组织公民行为作用机制研究

张 宇*

(浙江大学管理学院, 杭州 310058)

摘 要:通过对 182 名企业员工的问卷调查,实证研究企业社会责任感知对员工组织公民行为的影响,并从社会认同理论和工作嵌入视角探讨了组织认同的中介作用以及工作嵌入的调节效应。结果表明:企业社会责任感知对员工组织公民行为具有正向预测作用;工作嵌入程度越高,组织认同与组织公民行为的正相关越强。文章最后总结了研究结果的理论和实践意义,并指出了未来的研究方向。

关键词:企业社会责任感知;组织认同;工作嵌入;组织公民行为

中图分类号:C936 **文献标识码:**A **doi:**10.3969/j.issn.1006-6055.2013.04.025

Impact Mechanism of Perceived Corporate Social Responsibility on Organizational Citizenship Behavior

ZHANG Yu*

(School of Management, Zhejiang University, Hangzhou 310058)

Abstract:182 employees from China joined the research by questionnaire and the impact of perceived corporate social responsibility on OCB is studied. From the perspective of social identity theory and job embeddedness, the mediate effect of organizational identification and the moderate effect of job embeddedness are investigated. Findings illustrate that perceived corporate social responsibility has a strong positive effect on OCB, and the higher the job embeddedness is, the stronger the positive relationship between organizational identification and OCB is. In the end, the theoretical and practical meaning of this research are concluded, pointing out directions for future research.

Key words:perceived corporate social responsibility; organizational identification; job embeddedness; organizational citizenship behavior

1 引言

越来越多的企业意识到拥有具有社会责任感的企业形象是企业的一种非常有价值的战略资产。民意调查显示,商业领袖都把企业社会责任视为一项突出的战略关注点,而这在未来会越来越重要^[1]。最佳雇主名单也显示了企业社会责任对于企业名誉的重要性。从事企业社会责任的企业享有更高的顾客满意度和受人喜爱的顾客评价^[2-4],可以享受更高的产品价格,吸引投资等^[5,6],但是对于企业社会责任对企业内部员工行为的研究十分匮乏。组织公民行为是一种主动的、不为正式报酬系统所直接或明确承认的员工个人行为,这种行为能够促进组织的有效性。因此,本文从社会认同理论视角出发,研究企业社会责任感知对员工组织公民行为的影响,并引入工作嵌入作为调节变量,以探明组织认同与组织公民行为在不同情境因素下的差异性,从而进一步丰富该领域的理论成果,更好地指导管理实践。本文构建的研究模型如图 1 所示。



图 1 研究模型

Figure 1 Research model

本文的创新之处和贡献主要有以下三个方面:第一,通过在我国文化和组织环境中验证企业社会责任感知对员工组织公民行为的影响,延伸个体层面的组织公民行为研究结

论的适用范围;第二,从社会认同理论视角解释并检验员工组织公民行为水平的情境差异;第三,整合社会认同理论、工作嵌入研究在组织公民行为研究中的作用。

2 理论基础与研究假设

2.1 企业社会责任感知与组织公民行为

企业社会责任满足了利益相关者在员工发展教育的投资、组织伦理培训计划、环境友好政策、社区事件的倡导等方面的对企业的快速增长的期望和要求^[7]。企业社会责任感知是心理氛围的一个方面,关注员工对于组织在实现各方面社会责任的程度的评估和理解^[6]。心理氛围是员工对于其工作环境的解释,也就是说,个体对于对其环境造成影响的事件的认知陈述^[8-10]。这种认知陈述规范员工的行为,因为个体倾向于从事那些看起来合理合法的行为。

企业社会责任包含那些对各种利益相关者(股东、供应商、员工、顾客和社区)有利的活动。因此,从事有利于同事、团队或组织的活动(例如,OCB)就会与企业社会责任感知保持一致。企业社会责任感知会对员工行为造成影响是因为员工的责任感,这种责任感使得员工的行为与企业社会责任保持一致。企业组织是包含正式和非正式规则、标准和期望的社会系统,这种系统会有相应的标准来影响员工的思想和行为。当员工认为有责任时,他们就会规范他们的行为^[11,12]。Evans 发现高水平的社会责任感知使得员工将社会责任包含进他们的工作角色任务中,也就是说,当社会责任感知水平高的时候,员工更倾向于从事以下活动:控制开销,遵守法律规定,遵照行为准则以及将社区利益考虑进他们的个人工作角色中^[13]。

企业社会责任感知还包含了员工应该如何表现的行为描述。关于行为道德的研究表明,这种规范性的行为准则一

* E-mail: zyu1109@126.com

部分是通过社会学习的过程传递给员工的^[14]。这种行为规范是通过观察他们周围的榜样学会的^[15]。员工能分辨出受赞扬的行为,并且会模仿这种行为。当一个组织的管理层的行为表现出开放、诚实和公平的时候,他们就经常成为被模仿的对象^[16]。对服务型领导的研究也支持我们的结论:员工会模仿组织所展示的规范行为。当组织中的员工发现组织不仅关心组织的利益,而且关心员工和外部利益相关者的利益的时候,他们就会展现出更高水平的组织公民行为^[17]。

H1:企业社会责任感知与组织公民行为呈显著正相关;

2.2 组织认同的中介效应

社会认同理论指出,当一个人所在的组织相比于其他组织来说更有区别性并且更受人尊敬时,他的社会认同就会增强,良好的组织地位和形象与组织认同正相关^[18,19]。当个体把对特定社会团体或者组织的认同看作是主要的,持久的以及有区别性的时候,并且将这种认同包含进他的自我概念,他就有可能形成强烈的认同^[20]。

Kim^[21]在对韩国的 109 家企业进行研究后发现,具有企业社会责任感的组织中的员工更认同其所在组织。同样, Carmeli 等^[22]在对 4 家来自电子媒体行业的以色列企业进行研究后发现,当员工感知到其所在组织从事更多的社会责任时,他们的组织认同更加强烈。

根据社会认同理论,个体自我概念的一部分来源于他/她所在的组织,强烈认同组织的个体会视他们组织的成功和失败为自己的成功或失败^[18]。组织认同的结果就是人们会形成一种对组织的心理依恋,这种心理依恋会成为激励他们工作的指示器,当员工认同他们的组织时,他们的存在感与组织的存在感相联系,这种联系使得员工为了他们的组织而努力^[23]。类似的,根据自我验证理论,当一个人认为自己认同一个组织时,他想知道别人是否也这么看,于是他就会显现出认同的线索,如帮助他人等。

当组织认同增强时,员工遵守并按照组织的规范和价值观念来行动。研究表明员工组织认同的强度会影响工作产出,比如促进角色内行为、促进组织内部的团队合作和组织公民行为、减少离职率^[23]。

H2:组织认同中介企业社会责任感知对组织公民行为的作用;

2.3 工作嵌入的调节效应

工作嵌入概念最早由美国心理学家 Mitchell^[24]于 2001 提出并引入雇员主动离职研究领域,他从网络化的社会生活现实出发,将工作嵌入表述为:工作嵌入就像一张网,使人“陷入”其中:具有高度嵌入性的人有许多紧密亲疏的社会联结,并能以多种关系组合方式嵌入或陷入其工作与生活的社会网络中。工作嵌入是由一些情境和知觉要素构成的构念,这些要素将个体与社区和组织捆绑起来。Lee 等^[25]以工作为分界将工作嵌入分为工作内嵌入与工作外嵌入,前者指个体与工作所在的组织的嵌入程度,后者指个体与生活的社区的嵌入程度,这两种嵌入形式也被称为组织嵌入和社区嵌入。工作嵌入包括三个核心部分:联结指个体与他人、社区及其他活动的正式或非正式的联结;匹配指个体所在的组织和社区与其生活空间的相似性;牺牲指个体离开组织或社区

将面临的牺牲或损失,包括物质上和心理上的损失。

在本文中,我们将焦点放在组织嵌入上。首先,组织嵌入比社区嵌入更能预测绩效和组织公民行为^[25];第二,我们在本文中的主要关注点是工作嵌入如何与其他因素(组织认同)相互作用来影响员工行为。

工作嵌入可能会对员工行为产生正向或负向作用,这取决于其他因素。正向作用是,当员工的工作动机高的时候,组织嵌入可以向员工提供额外的资源和机会来更好地从事组织公民行为;潜在的负面影响是,当员工的状况不如意时,工作嵌入会让员工觉得被捆绑住而导致失望,这会对组织公民行为造成负面作用。因为嵌入程度高的员工与其他员工有较多的联结,他们可以通过组织内的社会网络来获取更多的资源,比如更多的信息和技术知识,这些会使得他们在合适的时间用合适的方式来从事组织公民行为。此外,当员工认同组织时,他们会更好地利用知识和技能,因为他们更好地与组织匹配在一起。因此,当组织认同程度高时,高嵌入的员工会最大程度地利用其在组织社会网络中的嵌入作用。

Brockner^[26]指出,当程序不公平时,对组织认同程度更高的员工会更加焦急。按照这个逻辑, Lee^[25]认为,工作嵌入会调节员工对程序不公平的反应,嵌入程度高的员工比嵌入程度低的员工对程序不公平的反应更大,会做出更多的负面行为。因此,我们可以推断,在组织认同水平低的时候,工作嵌入的负面影响就变得明显了,组织嵌入会将员工捆绑在不利的环境下。对组织的认同水平低不容易解决,但是组织嵌入中的联结、匹配和牺牲会使得员工不愿意离开现在的组织。因此,嵌入程度高的员工会觉得他们陷在现有组织中,并且不容易解决或摆脱这种对组织的低认同水平。这种高嵌入水平与低认同程度之间的不一致会给员工带来压力和负面反应,比如说减少组织公民行为。

H3:工作嵌入对组织认同与组织公民行为的关系具有调节作用,工作嵌入程度越高,组织认同与组织公民行为的相关越强。

3 研究方法

3.1 研究样本

本研究使用调查问卷获取数据,共发放问卷 212 份,回收有效问卷 182 份,有效率达到 85.8%。样本是来自北京、上海和浙江的企业员工,所在企业性质包括国企、外企、民企以及其他类型企业。被试性别比例大致均衡,男性占 52.2%,女性占 47.8%;受教育程度以本科居多,比例为 63.7%,其次是大专为 18.7%,大专以下和本科以上的比例均为 8.8%。

3.2 变量测量

测量企业社会责任感知的量表是 Vida Skudiene 和 Vilde Auruskeviciene^[27]开发的量表,其中共有 9 个题目,例如“公司采用了公平的薪酬体系”。

测量组织认同的量表是 Mael 与 Ashforth^[19]开发的量表,其中共有 4 个题目,例如“当谈论到这家公司时,我通常说我们而不是他们”。

测量工作嵌入的量表是 Craig D. Crossley^[28]开发的量表,其中共有 5 个题目,例如“我太融入这个组织了以至于不

能离开”。

测量组织公民行为的量表是 Wayne, S. J. [29] 开发的量表,其中共有 6 个题目,例如“我会主动自发的关怀和引导那些新加入部门的员工,虽然这并不是我的分内事”。

以上量表均采用 5 点 Likert 量表,5 表示“非常符合”,1 表示“非常不符合”。在确保翻译完整性和准确性的同时,考虑到国外量表在中国情境下的文化差异,因此在正式发放的问卷中根据预调查反馈的情况进行了部分表述的调整和完善。此外,在研究中选取性别、年龄、教育程度、任期等可能影响员工组织公民行为的人口统计变量作为控制变量。

3.3 测量工具的信度和效度

分析数据时首先检验各测量工具的效度和信度。结构效度的检验是通过使用 Amos17.0 软件进行验证性因子分析(CFA)来完成的,所有变量均为单一维度。选取的拟合指标包括 CMIN/DF、RMSEA、GFI、NFI、IFI、CFI。分析结果显示,各测量工具的 6 个指标均达到理想水平(见表 1)。检验信度时,使用 SPSS18.0 软件计算各变量的 Cronbach S Alpha 系数,具体结果在表 2 的对角线上标出,各测量工具具有良好的信度。

表 1 验证性因素分析检验结果

Table 1 Result of confirmatory factor analysis

拟合指标	CMIN/DF	RMSEA	GFI	NFI	IFI	CFI
企业社会责任感知	2.328	0.086	0.937	0.929	0.958	0.958
组织认同	0.644	0.000	0.996	0.994	1.003	1.000
组织公民行为	2.130	0.079	0.969	0.938	0.966	0.965
工作嵌入	2.510	0.091	0.978	0.979	0.987	0.987

4 假设检验结果

4.1 变量的描述性统计

表 2 显示的是各变量的均值、标准差和两两之间的 Pearson 相关系数。从中可以看出企业社会责任感知与员工组织公民行为显著正相关,这初步检验了假设 1。

表 2 描述性统计和相关矩阵¹⁾

Table 2 Descriptive Statistic and Intercorrelation Matrix¹⁾

变量	Mean	SD	1	2	3	4
1. 企业社会责任感知	2.976	0.697	(0.862)			
2. 组织公民行为	3.650	0.526	0.267**	(0.781)		
3. 组织认同	3.484	0.731	0.402**	0.370**	(0.777)	
4. 工作嵌入	2.375	0.793	0.460**	0.168*	0.424**	(0.877)

1) N = 182, *. P < 0.05, **. P < 0.01, “()”内为 α 系数。

4.2 变量的回归分析

本研究使用 SPSS18.0 统计软件对变量数据通过分层线性回归分析(Hierarchical Linear Regression)来依次检验主效应、中介效应和调节效应假设。表 3 中模型 1 检验了主效应,从中可以看出在控制了性别、年龄、学历、任期等人口统计因素后,企业社会责任感知对员工组织公民行为有显著正向影响($\beta = 0.264, P < 0.001$),假设 1 得到支持。模型 2 检验了中介效应,从中可知组织认同中介了企业社会责任感知对组织公民行为的作用($\beta = 0.310, P < 0.001$),假设 2 得到支持。

在检验工作嵌入对组织认同与组织公民行为关系的调节效应时,根据 Aiken 和 West 提出的方法,首先用中心化后

的中介变量和调节变量构造乘积项,然后在模型 2 的基础上先进入调节变量,再进入调节变量和乘积项,如果乘积项系数显著,则调节效应存在,最后在调节效应显著的基础上以调节变量的均值加减一个标准差作为高、低两个水平,绘制高、低不同水平下的回归方程曲线,构造调节作用模式图^[30]。

表 3 分层线性回归分析结果¹⁾

Table 3 Result of Hierarchical Linear Regression Analysis¹⁾

变量	组织公民行为				
	M1	M2	M3	M4	
控制变量	性别	-0.163 *	-0.140 *	-0.137 *	-0.070 *
	年龄	0.030	0.047	0.056	0.080
	学历	0.100	0.082	0.080	0.098
	任期	0.001	-0.041	-0.043	0.026
	企业性质	0.067	0.043	0.045	0.012
自变量	企业社会责任感知	0.264 ***	0.140 *	0.154 *	0.213 **
	中介变量:组织认同		0.310 ***	0.321 ***	0.350 ***
	调节变量:工作嵌入			-0.041	-0.142 *
	组织认同×工作嵌入				0.321 ***
乘积项	R ²	0.113	0.192	0.193	0.278
	调整 R ²	0.083	0.159	0.155	0.240
	F	3.718	5.892	5.165	7.353

1) N = 182, *. P < 0.05, **. P < 0.01, ***. P < 0.001。

表 3 的模型 4 表明工作嵌入显著调节了组织认同对员工组织公民行为的作用(乘积项 $\beta = 0.321, P < 0.001, \Delta R^2 = 0.085$),所以假设 3 得到支持。图 2 进一步显示了工作嵌入的调节作用模式,高工作嵌入程度的员工与低工作嵌入程度的员工相比,其组织认同对员工组织公民行为的正向影响更强,这与假设 3 一致。

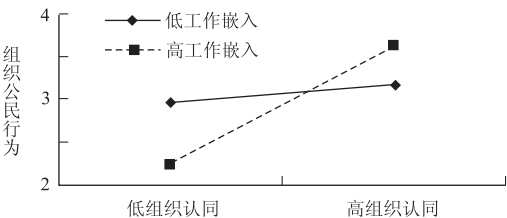


图 2 工作嵌入的调节作用

Figure 2 The moderating effect of job embeddedness

5 结论

本研究结果显示企业社会责任感知与组织公民行为之间存在显著的正相关关系,印证了以往学者关于企业社会责任感知与组织公民行为之间关系的研究结论。并进一步发现组织认同与组织公民行为之间的关系受员工工作嵌入因素的影响,当员工具有越高组织嵌入程度时,组织认同对于员工组织公民行为的正向影响越强。这些结论对组织公民行为领域的理论发展具有以下意义。首先,研究结果表明企业社会责任感知对我国企业员工的组织公民行为水平有积极预测作用,这与以往西方文化背景下的研究结论一致^[13]。其次,进一步挖掘了组织认同和组织公民行为的关系在不同工作嵌入程度水平下的差异性,即工作嵌入所起的调节效应,这既深化了个体特征与情境因素交互作用于员工组织公民行为方面的理论成果,同时也是对权变理论的再次验证。

本文研究结论对企业的管理实践也有如下启示:首先,

无论企业在社会责任方面的努力如何,都应该提高企业员工的社会责任感,从而产生更多积极的员工行为;其次,在努力提升员工对组织的认同程度时,还要综合考虑员工的工作嵌入因素,避免造成嵌入程度高而认同程度低的状况,从而避免员工的低努力水平。

此外,本文研究仍然存在以下方面不足之处:首先,对横截面研究设计的使用使本文结论存在一定的局限,有待进一步检验和严谨的解释。其次,用员工自我报告的数据来测量多个变量使得存在同源误差的可能性大大增加,因此建议在今后研究中扩展数据来源主体,以及引入客观指标。再次,本研究的变量测量均使用国外量表,从而难免有文化差异性的干扰,符合我国情境的量表仍待开发。最后,研究样本中 20 岁至 30 岁的样本居多,年龄比例不均匀,未来研究应避免这一点。

参考文献

- [1] BROWN T J, DACIN P A. The company and the product: corporate associations and consumer product responses[J]. The Journal of Marketing, 1997, 61(1): 68-84.
- [2] LUO X, BHATTACHARYA C B. Corporate social responsibility, customer satisfaction, and market value[J]. Journal of marketing, 2006, 70(4): 1-18.
- [3] SEN S, BHATTACHARYA C B. Does doing good always lead to doing better? Consumer reactions to corporate social responsibility[J]. Journal of marketing Research, 2001, 38(2): 225-243.
- [4] CARMELI A, GILAT G, WALDMAN D A. The role of perceived organizational performance in organizational identification, adjustment and job performance[J]. Journal of Management Studies, 2007, 44(6): 972-992.
- [5] MAIGNAN I, FERRELL O C. Antecedents and benefits of corporate citizenship: an investigation of French businesses[J]. Journal of Business Research, 2001, 51(1): 37-51.
- [6] AGUINIS H. Organizational responsibility: Doing good and doing well[M]. Washington, DC: American Psychological Association, 2011: 855-879.
- [7] MAIGNAN I, FERRELL O C. Measuring corporate citizenship in two countries: The case of the United States and France[J]. Journal of Business Ethics, 2000, 23(3): 283-297.
- [8] JAMES, L R, SELLS, S. Psychological climate: Theoretical perspectives and empirical research[M]. Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1981.
- [9] JONES A P, JAMES L R. Psychological climate: Dimensions and relationships of individual and aggregated work environment perceptions[J]. Organizational behavior and human performance, 1979, 23(2): 201-250.
- [10] PARKER C P, BALTES B B, YOUNG S A, et al. Relationships between psychological climate perceptions and work outcomes: a meta-analytic review[J]. Journal of Organizational Behavior, 2003, 24(4): 389-416.
- [11] FRINK D D, KLIMOSKI R J. Toward a theory of accountability in organizations and human resource management[J]. Research in personnel and human resources management, 1998, 16(1): 1-51.
- [12] SALANCIK G R, PFEFFER J A. A social information processing approach to job attitudes and task design[J]. Administrative science quarterly, 1978, 23(2): 224-253.
- [13] EVANS W R, GOODMAN J M, DAVIS W D. The impact of perceived corporate citizenship on organizational cynicism, OCB, and employee deviance[J]. Human Performance, 2010, 24(1): 79-97.
- [14] TREVIÑO L K, WEAVER G R, REYNOLDS S J. Behavioral ethics in organizations: A review[J]. Journal of management, 2006, 32(6): 951-990.
- [15] BANDURA A. Social learning theory[M]. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall, 1977.
- [16] BROWN M E, TREVIÑO L K, HARRISON D A. Ethical leadership: A social learning perspective for construct development and testing[J]. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 2005, 97(2): 117-134.
- [17] EHRHART M G. Leadership and procedural justice climate as antecedents of unit-level organizational citizenship behavior[J]. Personnel Psychology, 2004, 57(1): 61-94.
- [18] MAEL F, ASHFORTH B E. Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification[J]. Journal of organizational Behavior, 1992, 13(2): 103-123.
- [19] ASHFORTH B E, MAEL F. Social identity theory and the organization[J]. Academy of management review, 1989, 14(1): 20-39.
- [20] ALBERT S, WHETTEN D A. Organizational identity[J]. Research in organizational behavior, 1985, 7(2): 263-295.
- [21] KIM H R, LEE M, LEE H T, et al. Corporate social responsibility and employee - company identification[J]. Journal of Business Ethics, 2010, 95(4): 557-569.
- [22] CARMELI A, GILAT G, WALDMAN D A. The role of perceived organizational performance in organizational identification, adjustment and job performance[J]. Journal of Management Studies, 2007, 44(6): 972-992.
- [23] DUTTON J E, DUKERICH J M, HARQUAIL C V. Organizational images and member identification[J]. Administrative science quarterly, 1994, 39(2): 239-263.
- [24] MITCHELL T R, LEE T W. The unfolding model of voluntary turnover and job embeddedness: Foundations for a comprehensive theory of attachment[J]. Research in organizational behavior, 2001, 23(2): 189-246.
- [25] LEE T W, MITCHELL T R, SABLYNSKI C J, et al. The Effects of Job Embeddedness on Organizational Citizenship, Job Performance, Volitional Absences, and Voluntary Turnover[J]. Academy of Management Journal, 2004, 47(5): 711-722.
- [26] BROCKNER J, TYLER T R. Rochelle Cooper-Schneider. The Influence of Prior Commitment to an Institution on Reactions to Perceived Unfairness: The Higher They Are, The Harder They Fall[J]. Administrative Science Quarterly, 1992, 37(2): 241-261.
- [27] SKUDIENE V, AURUSKEVICIENE V. The contribution of corporate social responsibility to internal employee motivation[J]. Baltic Journal of Management, 2012, 7(1): 49-67.
- [28] CROSSLEY C, BENNETT R J, JEX S M, et al. Development of a global measure of job embeddedness and integration into a traditional model of voluntary turnover[J]. Journal of Applied Psychology, 2007, 92(4): 1 031-1 042.
- [29] WAYNE S J, SHORE L M, LIDEN R C. Perceived organizational support and leader-member exchange: A social exchange perspective[J]. Academy of Management journal, 1997, 40(1): 82-111.
- [30] AIKEN L S, WEST S G. Multiple regression: Testing and interpreting interactions[M]. London: Sage Publications, Incorporated, 1991.

作者简介

张宇(1989-),男,硕士研究生,主要研究方向:组织行为与人力资源管理、企业社会责任。