

# 个人特征因素与企业社会责任取向关系研究

## ——基于国企员工和大学本科生样本分析

陈汉辉

(苏州大学, 江苏 苏州 215021)

**摘 要:** 依据 Carroll (2000) 观点, 企业管理者的社会责任取向, 可以被视为企业社会绩效的指示器。人们的价值观念会影响他们对社会责任的看法与取向, 同时又受到个人特征因素的影响。在国内较少关于企业社会责任取向(CSRO) 实证研究的背景下, 基于 313 份国有企业员工和大学本科生样本数据, 实证分析了个人特征中性别和道德水平二个因素对企业社会责任取向的影响, 结果发现: 男性与女性在社会责任取向上并不存在显著差异, 女性相比男性略微看重慈善责任; 道德水平差异的影响较显著, 道德水平较高者更加看重法律责任, 而更不看重慈善责任。从文化教育、个人背景等方面对结论进行合理解释。

**关键词:** 企业社会责任取向; 性别; 道德水平

中图分类号: C931      文献标志码: A      文章编号: 1008 7192(2011) 02-0023-06

## The Relationship between Personal Characteristics and CST Orientation

### ——An empirical analysis based on the samples of state owned enterprise employees and undergraduates

CHEN Han-hui

(Soochow University, Soochow 215021, China)

**Abstract:** According to Carroll (2000), CSR (corporate social responsibility) orientation of managers can be viewed as an indicator of the corporate social performance, for it is affected by their values and personal characters. Given that there are few empirical researches on CSR orientation in China, the paper empirically analyzes the effect of such personal characteristics as the gender and the moral standard on CST orientation with 313 samples involving state owned enterprise employees and undergraduates. It has been found out that there is no significant gender difference in CSR orientation with the exception that the female shows pretty more concerns to the philanthropic responsibility than the male. However more significance is revealed in the effect of individual moral standard. Those with higher moral standard prefer to attach importance on the legal responsibility rather than the philan-

\*收稿日期: 2010-12-09  
基金项目: 江苏省 2009 年度普通高校研究生科研创新计划课题(CX09B\_049R)  
作者简介: 陈汉辉(1980), 男, 江苏徐州人, 苏州大学商学院企业管理专业博士研究生, 安徽财经大学讲师, 研究方向为企业组织。

thropic responsibility. The paper gives a reasonable explanation about the findings from the perspectives of culture, education and personal background.

**Key words:** corporate social responsibility orientation; gender; moral standard

企业承担社会责任成为关注焦点,而企业社会责任的履行,与企业管理者的社会责任取向有直接关系,它可以视为企业社会绩效的指示器<sup>[1]</sup>。人们的价值取向有可能影响他们对企业社会责任的想法,许多研究也证实了人们的价值观在形成态度、导向决策以及指导行为中的重要角色及作用<sup>[2]</sup>。价值观被定义为“稳定的、持久的信仰……影响着人们的思考和行为”<sup>[3]</sup>。许多研究文献证实,人们的价值观会受到他们个人职业、背景、人口特征、经历以及其他一些长期或短期因素的影响<sup>[4]</sup>。

## 一、文献回顾

### 1. 企业社会责任(CSR)与企业社会责任导向(CSRO)

许多企业都积极重视自身经营活动的社会影响<sup>[2]</sup>。Carroll(1979)<sup>[5]</sup>认为,企业应该承担的社会责任包括经济责任、法律责任、伦理责任和慈善责任四个方面。企业社会责任取向<sup>①</sup>(Corporate Social Responsibility Orientation, CSRO)就被定义为企业管理者对这种四种责任即经济、法律、伦理和慈善责任的行为取向<sup>[6]</sup>。Aupperle等人(1985)将其中的三个维度即法律责任、伦理责任和慈善责任,划分为同一组,定义为“对社会的关心”的指标,认为管理者在经济责任维度上的倾向与在其他三个维度上的倾向是相反的,与“对社会的关心”指标呈负相关关系。Aupperle教授的研究为后来许多学者研究管理者的企业社会责任取向奠定了基础。许多研究者利用Aupperle的测量工具进行企业社会责任以及企业社会责任取向方面的大量研究<sup>[2,7-12]</sup>。

### 2. 性别的研究

性别被认为是影响企业社会责任取向的一

个重要因素<sup>[13,14]</sup>。Gilligan et al.<sup>[15]</sup>认为男性和女性是使用不同的道德判断方式。但是,多方面研究得出的结论却并不一致:一些研究表明性别对伦理判断不存在任何影响<sup>[16]</sup>;而其他研究则证实性别存在影响<sup>[17]</sup>。Meising and Preble<sup>[18]</sup>发现学生的个人特征与他们的伦理观存在关联,女性比男性更加重视伦理道德。Peter Arlow<sup>[19]</sup>在研究中也发现女性与男性在社会责任需求导向上存在差异,换言之,女性更看重平衡社会上各利益相关者的需求。Marz & Powers<sup>[20]</sup>基于德国企业范围内,研究企业和个人特征对经理个人社会责任取向的影响,结果发现,女性与男性相比,有更高的社会责任取向。Wanda J. Smith et al.等人<sup>[21]</sup>对多样化以及利益相关者的角色对企业社会责任取向的影响进行了研究,他们的研究也支持 Ibrahim 和 Angelidis<sup>[13]</sup>的发现——女性对慈善维度有更强的取向。

### 3. 道德信仰的研究

西方学者多对宗教信仰有较多研究,这也是与他们国情相符,他们发现不同的宗教信仰对管理者的态度和行为有重要的影响。Singhapakd et al.<sup>[21]</sup>以美国市场营销协会成员为研究对象,检验了“信仰度”——信仰的笃信度的作用,结果发现不同的信仰度对于一个伦理问题的感知与解决有重要的影响。John Angelidis 和 Nabil Ibrahim<sup>[2]</sup>对信仰度与个人的社会责任取向间的关系进行了研究。通过对473名基督教大学生的问卷调查研究发现,相比低信仰度的学生而言,具有高信仰度的学生有更强的伦理责任取向和更低的经济责任取向。

而在中国,宗教信仰的派别相对较少,但是儒家道德思想的影响尤为深远,一个人的道德水平高低常被看重。现实中企业败德行为大量出现,“往往引发人们对如何加强我国商业伦理建设

① 关于 CSRO 的翻译,有的学者翻译为企业社会责任导向(如杨帆等人,2009),也有的学者翻译为企业社会责任取向(如晁罡等人,2008)。作者在查阅外文文献基础上,结合国内词汇用法,认为采用企业社会责任取向的说法更为可取。

的思考……一个共识就是要加强我国的商业伦理和职业道德教育”<sup>[22]</sup>。

二、假设的提出

透视上述关于性别研究的文献,可以看出西方大多文献认为女性对社会的关心程度高于男性,女性的关怀程度更高。基于此,本文提出如下假设。

假设 H1: 男性与女性在企业社会责任取向上存在显著差异。

考虑到样本数据来源于国有企业员工和大学本科生,因此需要进行进一步分类,以明确其中的差异,在该假设下提出两个子假设。假设 H11: 国企员工中男性与女性在企业社会责任取向上存在显著差异。假设 H12: 大学本科男生与女生在企业社会责任取向上存在显著差异。

一般来说,具有高道德素质的人更加关注他人的利益,关注社会问题,爱护社区环境,因此,本文提出如下假设。

假设 H2: 道德水平相对较高的人与道德水平相对较低的人在企业社会责任取向上存在显著差异。

考虑已参加工作的国企员工和未参加工作的大学本科生在生活环境上存在差异,为了分离工作经验因素的影响,在该假设下提出两个子假设。假设 H21: 在国企员工中,道德水平相对高的人与道德水平相对低的人在企业社会责任取向上存在显著差异。假设 H22: 在大学本科生中,道德水平相对高的人与道德水平相对低的人在企业社会责任取向上存在显著差异。

三、研究方法设计

1. 问卷获得与设计

本人在与 Aupperle K. E 教授沟通后,获权使用他的 CSR & Ethics Research Questionnaire 最新量表(10 道题),用于测定被调查者的企业社会责任取向。在个人道德水平测定上,本文借鉴了 Sion Kim Harris et al.<sup>[23]</sup> 关于信仰度的测量

描述语句。采用利克特五点量表法,要求被调查者进行自我评分。三条语句的得分之和为该人的道德自我评分,高于均值者我们将其列入“相对较高道德水平”,低于均值者,列入“相对较低道德水平”。

2. 样本的选取

本研究的样本数据是于 2010 年 6 月—8 月期间获得,具体来源于两个群体:一是安徽财经大学在校本科生,发放问卷 300 份,收回 260 份,回收率为 86.7%,有效问卷 244 份,有效率为 81.3%;二是来自安徽省蚌埠市的两家国有企业,利用对企业人力资源培训的机会和其他社会关系,对它们中基层干部员工发放问卷 100 份,收回 73 份,回收率为 73%,有效问卷为 69 份,有效率为 69%。具体信息见表 1。

表 1 有效样本信息统计表		
样本来源	性别	样本量
大学本科生	男	90
	女	154
国有企业员工	男	32
	女	37

四、MANOVA (Multivariate Analysis of Variance) 分析

MANOVA 是比较两组企业社会责任取向差异的最有效方法<sup>[2][12][13]</sup>。

1. 性别差异对个人企业社会责任取向的影响分析

通过 MANOVA 分析,无论是将全部样本作为分析对象还是对国企员工与大学本科生样本各自分析,都发现男性与女性在企业社会责任取向上没有显著差异。其中全部样本男性与女性 MANOVA 分析中, Wilks' Lambda 为 0.980, Sig. 为 0.171(见表 2); 国企员工中男性与女性 MANOVA 分析中, Wilks' Lambda 为 0.932, sig. 为 0.335(见表 3); 大学本科生中男性与女性 MANOVA 分析中, Wilks' Lambda 为 0.981, sig. 为 0.342(见表 4)。

为了进一步理解企业社会责任取向四个维

度上的具体差异, 分别基于不同样本进行两组间的 one way ANOVAs 分析。具体结论见表 2、表 3、表 4。

表 2 基于全部样本的性别差异

MANOVA 和 ANOVAs 分析					
	性别	Group Means	Std. Deviation	F	Sig.
经济责任	女	3 2906	0 99247	3. 290	0 071
	男	3 5114	1 13527		
法律责任	女	2 4353	0 52770	0 015	0 904
	男	2 4430	0 58406		
伦理责任	女	2 4689	0 60826	2 437	0 120
	男	2 3596	0 59734		
慈善责任	女	1 8197	0 57928	4 300	0 039
	男	1 6781	0 60454		
Multivariate Tests Wilks' Lambda =				0 980	0 171
Significance Level: 0. 05 女性人数 N 为 191; 男性人数 N 为 122					

表 3 基于国企员工样本的性别差异

MANOVA 和 ANOVAs 分析					
	性别	Group Means	Std. Deviation	F	Sig.
经济责任	女	3 5676	0 90031	0 153	0 697
	男	3 6649	1 16726		
法律责任	女	2 4351	0 65626	2 126	0 149
	男	2 6688	0 67223		
伦理责任	女	2 4426	0 59555	1 793	0 185
	男	2 2617	0 51427		
慈善责任	女	1 5390	0 53813	0 936	0 337
	男	1 4028	0 63201		
Multivariate Tests Wilks' Lambda =				0 932	0 335
Significance Level: 0 05 女性人数 N 为 37; 男性人数 N 为 32					

表 4 基于大学本科生样本的性别差异

MANOVA 和 ANOVAs 分析					
	性别	Group Means	Std. Deviation	F	Sig.
经济责任	女	3 2240	1 00472	2 788	0 096
	男	3 4568	1 12525		
法律责任	女	2 4354	0 49444	1 160	0 282
	男	2 3628	0 53061		
伦理责任	女	2 4752	0 61301	0 975	0 324
	男	2 3944	0 62315		
慈善责任	女	1 8871	0 57005	2 170	0 142
	男	1 7759	0 56640		
Multivariate Tests Wilks' Lambda =				0 981	0 342
Significance Level: 0 05 女性人数 N 为 154; 男性人数 N 为 90					

以上数据分析结果表明假设 H1、假设 H11、假设 H12 均没有得到验证, 即男性与女性在企业社会责任取向上并不存在显著差异。但值得注意的是, 在 0. 05 显著水平上, 全部样本的 ANOVA 分析中, 男性与女性在慈善责任取向上存在明显差异, 女性( 1. 8197) 相比男性( 1. 6781) 更看重慈善责任( Sig. = 0 039) 。

2. 个人道德水平高低对企业社会责任取向的影响分析

对应于前文的三个假设, MANOVA 是基于三个样本即全部样本、国企员工样本、大学本科生样本进行分析。其中全部样本分析结论为 Wilks' Lambda= 0 951, sig. = 0 004( 见表 5) , 表明不同道德水平对企业社会责任取向的影响存在显著差异性, 假设 H2 得到验证。基于国企员工样本分析结论为 Wilks' Lambda = 0 985, sig. = 0 914( 见表 6) , 表明国企员工样本中, 道德水平的高低对企业社会责任取向的影响不存在显著差异, 假设 H21 未得到验证。基于大学本科生样本分析结论为 Wilks' Lambda= 0 956, sig. = 0 029( 见表 7) , 表明在大学本科生样本中, 道德水平的高低对个人企业社会责任取向的影响存在显著差异( 显著水平为 0 05) , 假设 H22 得到验证。

表 5 基于全部样本的道德水平高低

MANOVA 和 ANOVAs 分析					
	道德水平	Group Means	Std. Deviation	F	Sig.
经济责任	相对较低	3 4352	1. 06965	1 327	0. 250
	相对较高	3 2963	1. 03122		
法律责任	相对较低	2 3721	0. 50504	6 345	0. 012
	相对较高	2 5292	0. 59512		
伦理责任	相对较低	2 3836	0. 60117	2 141	0. 144
	相对较高	2 4848	0. 60862		
慈善责任	相对较低	1 8318	0. 57748	5 628	0. 018
	相对较高	1 6721	0. 60215		
Multivariate Tests Wilks' Lambda =				0 951	0 004
Significance Level: 0 05 相对道德水平较低者人数 N 为 181; 相对道德水平较高者人数 N 为 132					

为了进一步理解各变量对多元效应差异的贡献, 对不同样本的两组分别使用 one way ANOVAs 分析, 具体分析结果见表 5、表 6、表 7。

通过单因素方差分析,发现基于全部样本的两组在企业社会责任取向上的差异主要体现在法律责任( $F=6.345, \text{Sig.}=0.012$ )和慈善责任( $F=5.628, \text{Sig.}=0.018$ )方面,而在经济责任和伦理责任方面差异不显著;基于国有企业员工样本的两组在企业社会责任取向的四个维度上差异均并不显著;基于大学本科生样本的两组在企业社会责任取向上的差异主要体现在法律责任( $F=4.525, \text{Sig.}=0.034$ )方面,在其他三个维度上差异并不显著。

表 6 基于国有企业员工样本的道德水平高低

MANOVA 和 ANOVAs 分析

	道德水平	Group Means	Std. Deviation	F	Sig.
经济责任	相对较低	3.6932	1.17969	0.210	0.648
	相对较高	3.5725	0.95149		
法律责任	相对较低	2.4696	0.46264	0.417	0.520
	相对较高	2.5804	0.75355		
伦理责任	相对较低	2.3098	0.62485	0.258	0.613
	相对较高	2.3832	0.53451		
慈善责任	相对较低	1.5314	0.60923	0.310	0.580
	相对较高	1.4481	0.57454		
Multivariate Tests Wilks' Lambda = 0.985					0.914

Significance Level: 0.05 相对道德水平较低者人数 N 为 23; 相对道德水平较高者人数 N 为 46

表 7 基于大学本科生样本的道德水平高低

MANOVA 和 ANOVAs 分析

	道德水平	Group Means	Std. Deviation	F	Sig.
经济责任	相对较低	3.3977	1.05147	3.135	0.078
	相对较高	3.1486	1.04702		
法律责任	相对较低	2.3579	0.51073	4.525	0.034
	相对较高	2.5017	0.49298		
伦理责任	相对较低	2.3944	0.59894	3.099	0.080
	相对较高	2.5392	0.64112		
慈善责任	相对较低	1.8755	0.56141	1.197	0.275
	相对较高	1.7920	0.58511		
Multivariate Tests Wilks' Lambda = 0.956					0.029

Significance Level: 0.05 相对道德水平较低者人数 N 为 158; 相对道德水平较高者人数 N 为 86

五、结论与不足

根据调查问卷的数据分析结果,本文得到如下结论。

1. 在企业社会责任取向上,男性与女性并不存在显著差异。

本文的第一个假设并未得到证实。伴随社会的进步与发展,传统的女性逐渐摆脱家庭的束缚,与男性一起工作、学习,所接受的价值理念基本趋同,性别间的价值判断差异越来越小。但不可忽略的是,由于性别的先天性差异,女性相比男性而言,更容易产生怜悯心和母爱倾向,会偏重对慈善责任行为的肯定,这一点在全部样本的 ANOVA 分析结果中也得以证实,即男性(1.6781)与女性(1.8197)在慈善责任取向上存在差异( $F=4.300, \text{Sig.}=0.039$ ,显著水平为 0.05),女性更重视慈善责任。

2. 个人道德水平的高低对企业社会责任取向有显著影响。

基于全部样本的分析结果,假设 H2 得以验证。两组在法律责任和慈善责任方面差异显著,道德水平较高者更看重法律责任,这是因为法律与道德是融合与互补的,许多法律难以涉及的行为,是靠社会道德来约束的。但值得注意的是,在慈善责任取向上,道德水平较低的人却更为偏重,可能的解释就是受访者的视角不同。作为工人和学生,相比企业家和富人,更渴望被资助。道德水平较低的人,在自尊和自律方面可能略低,更希望他人多向社会与自己捐助。而基于国有企业样本的分析结果,假设 H21 未得到验证,两组在企业社会责任取向的四个维度上都不存在显著差异,这主要是由于国有企业的性质所决定,在同一种环境下,彼此之间的道德水平高低不存在明显的意义,道德水平较高者也不会因为这一点比道德水平较低者获得更多的回报。基于大学本科生样本的分析结果,假设 H22 得到证实。两组的差异主要体现在法律责任取向上,在其他三个维度并无显著差异。大学生在校期间,从他们教育背景来看,几乎相同,这也就决定他们在许多方面享有共同的价值取向,而道德往往与法律相呼应,道德水平较高者自然看重法律责任的重要性。

由于各种因素的限制,本文的样本来源于安徽财经大学和蚌埠市的两家国有企业,有地域局限性。这也使得本文结论存在相应的不足,在未来的研究中,可以将样本来源多元化。

## 参 考 文 献

- [1] CARROLL, A B. A Commentary and An Overview of Key Questions on Corporate Social Performance Measurement [J]. Business and Society, 2000, 39(4): 466-478.
- [2] ANGELIDIS J, IBRAHIM N. An Exploratory Study of the Impact of Degree of Religiousness Upon an Individual's Corporate Social Responsiveness Orientation[J]. Journal of Business Ethics, 2004, 51(2): 119-128.
- [3] COFFEY, R E, COOK C W, HUNSAKER P L. Management and Organizational Behavior[M]. Burr Ridge, Irwin IL, 1994: 87.
- [4] MEGLINO B M, RAVLIN E C. Individual Values in Organizations: Concepts, Controversies, and Research[J]. Journal of Management, 1998, 24(3): 351-389.
- [5] CARROLL A B. A three dimensional conceptual model of corporate social performance[J]. Academy of Management Review, 1979(4): 497-506.
- [6] AUPPERLE K, CARROLL A B, HATFIELD J. An empirical examination of the relationship between corporate social responsibility and profitability[J]. Academy of Management Journal, 1985, 28(2): 446-463.
- [7] PINKSTON, TAMMIE S, ARCHIE B. CARROLL. A Retrospective Examination of CSR Orientations: Have they changed? [J]. Journal of Business Ethics, 1996, 15(2): 199-206.
- [8] ANGELIDIS, BRENDA L. MASSETTI & Pauline Magee Egan Does Corporate Social Responsibility Orientation Vary by Position in the Organizational Hierarchy? [J]. Review of Business, 2008, spring: 23-32.
- [9] NABIL A, IBRAHIM, DONALD P, et al. The Relationship between Religiousness and Corporate Social Responsibility Orientation: Are there Differences Between Business Managers and Students? [J]. Journal of Business Ethics, 2008(78): 165-174.
- [10] 晁罡, 袁品, 段文. 高校生企业社会责任取向之实证研究[J]. 应用伦理研究通讯, 2007(44): 22-35.
- [11] 晁罡, 袁品, 段文, 程宇宏. 企业领导者的社会责任取向、企业社会表现和组织绩效的关系研究[J]. 管理学报, 2008, 5(3): 445-453.
- [12] 杨帆, 石金涛, 吴治国. 中国管理者企业社会责任导向研究-基于长三角都市圈的实证分析[J]. 管理评论, 2009(4): 121-128.
- [13] IBRAHIM N A, ANGELIDIS J P. Effect of Board Members' Gender on Corporate Social Responsiveness Orientation [J]. Journal of Applied Business Research, 1994, 10(1): 35-40.
- [14] WANDA J. SMITH, RICHARD E. Wokutch and K. Vernard Harrington. An examination of the influence of diversity and stakeholder role on corporate social orientation[J]. Business and Society, 2001 (40): 266-294.
- [15] GILLIGAN C. In a different voice: Psychological theory and women's development[M]. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1982.
- [16] SERWINEK P J. Demographic and Related Differences in Ethical Views Among Small Businesses[J]. Journal of Business Ethics, 1992(11): 555-566.
- [17] BARNETT J H, KARSON M J. Managers, Values, and Executive Decisions: An Exploration of the Role of Gender, Career Stage, Organizational Level, Function, and the Importance of Ethics, Relationships and Results in Managerial Decision Making[J]. Journal of Business Ethics, 1989(8): 747-771.
- [18] MIESING P, PREBLE J F. A comparison of five business philosophies[J]. Journal of Business Ethics, 1985(4): 465-76.
- [19] PETER ARLOW. Personal Characteristics in College Students' Evaluations of Business Ethics and Corporate Social Responsibility[J]. Journal of Business Ethics, 1991(10): 63-69.
- [20] MARZ J W, POWERS T L. Corporate and individual differences on managers' social orientation[J]. Journal of Business Ethics, 2003, 46(1): 1-10.
- [21] SINGHAPAKDI A, MARTA J, K. Rallapalli and C. P. Rao. Toward an Understanding of Religiousness and Marketing Ethics: An Empirical Study[J]. Journal of Business Ethics, 2000, 27(4): 305-320.
- [22] 戚安邦, 徐国振, 姜卉, 等. 我国 MBA 商业伦理和职业道德教育内容的实证研究[J]. 内蒙古师范大学学报: 教育科学版, 2007(3): 59-62.
- [23] HARRIS S K, SHERRITT L R, DAVID W. Holder, John Kulig & Lydia A. Shrier, John R. Knight. Reliability and Validity of the Brief Multidimensional Measure of Religiousness / Spirituality Among Adolescents[J]. J Relig Health, 2008(47): 438-457.