

员工社会责任、忠诚度与企业绩效

彭荷芳, 陆玉梅(教授)

(江苏理工学院商学院, 江苏常州 213001)

【摘要】制造业是国民经济与社会发展的重要支柱,但目前制造企业新生代员工社会责任缺失问题严重影响我国产业的可持续发展,因此,企业新生代员工社会责任问题备受关注。本文运用SPSS 17.0统计软件对制造企业履行新生代员工社会责任与员工忠诚度和企业绩效之间的关系进行了实证分析。研究结果发现,制造企业履行新生代员工社会责任情况越好,则员工忠诚度越高,并且企业经营绩效越好。因此,制造企业想持续发展,吸引和留住优秀的新生代员工,就必须履行员工社会责任。

【关键词】制造企业; 新生代员工社会责任; 员工忠诚度; 企业绩效

一、引言

改革开放30多年来,我国制造业的地位发生了翻天覆地的变化,中国升级为全球制造大国,“中国制造”也成为了一张靓丽的世界名片。2013年制造业产值占我国GDP的比重超过40%。以本文研究的江苏制造业为例,2013年江苏制造业规模以上企业总数为45 291个,占江苏规模以上工业企业总数的99%;从业人员共计1 101万人,占江苏规模以上工业企业人数的97.3%;制造业总产值为114 918.17亿元,占江苏规模以上工业总产值的96%。制造业的发展为我国经济快速增长做出了巨大的贡献。

我国劳动密集型制造企业的发展主要依靠我国实施劳动力低成本战略。然而,近几年我国部分制造企业单纯追求经济效益,“低薪、欠薪、克扣员工工资、工作环境恶劣和工作单调”等员工社会责任缺失事件屡见报端。2013年我国制造企业平均工资为41 650元,低于全国平均工资46 769元,导致制造企业新生代员工反生产性行为高居各行业的榜首,使我国制造业面临员工流失和产业升级转型困难的双重困扰。我国制造业的员工社会责任缺失问题不仅影响制造企业的可持续发展,而且会激化劳资矛盾,带来社会动荡,此外,还会对我国第三产业的快速发展造成不利影响。

我国制造企业对新生代员工社会责任做到“认知、认同、践行”,对于提升新生代员工满意度及忠诚度,成功吸引和留住企业的优秀人才,从而提升我国制造企业绩效和竞争优势至关重要。因此本文用企业绩效的好坏来衡量制造企业履行员工社会责任的程度更加有理论与现实意义。

二、文献回顾

本文研究的新生代员工是指出生于1980~1995年之

间并步入职场的人,这些员工目前已成为社会就业的主体部分。由于与父辈的成长背景和受教育程度等各方面均不同,社会调查普遍认为这一代人的特点是:具备独立的价值观,不喜欢受约束,崇尚自由;具备快速学习能力,易接受新鲜事物;自尊心极强,个性张扬;无长远的职业规划,自立而不自强;工作不再是养家糊口的唯一目的,流动意愿较强;什么都想要,但不愿作出妥协。李光远等(2007)强调80后员工个性张扬,注重享受,以自我为中心,不重视责任与使命。这些给工作单调、薪酬不高和工作环境较差的劳动密集型制造企业的人力资源管理带来前所未有的挑战。

利益相关者理论的提出和社会责任标准“SA8000”(Social Accountability 8000 International standard)的实施使员工社会责任日益得到全世界的认可。Carroll(1979)建立企业社会责任模型(Corporate Social Responsibility,简称CSR model),将企业社会责任分为经济责任、法律责任、道德责任、慈善责任四个方面,该分类成为目前研究企业社会责任的主要分类。

西方学者认为企业利润的创造者——员工,是企业社会责任最主要的利益相关者,对员工权益的保障是企业社会责任最直接和最主要的内容。美国心理学家马斯洛(1943)提出了需求层次论,将人类需求由低到高按层次分为五种,分别为:生理需求、安全需求、社会需求、尊重需求和自我实现需求。

我国关于员工社会责任的理论研究起步较晚,一般采用国外理论对国内情况进行论证。再加上我国制度环境和道德机制的不完善,员工社会责任并未得到广泛接受,但认知度较高。黄蕾(2007)认为企业实施员工社会责任管理有利于促进社会的和谐发展;童泽平(2009)认为

违背企业的社会责任,不利于企业的长远发展;刁宇凡(2013)通过实证研究表明企业员工权益的保障与企业财务绩效呈弱正相关关系;聂进(2003)、周燕(2004)、陈琪(2005)、寇小萱(2012)、王文彬(2013)认为管理者的素质、政府监管和员工心理需求等方面存在问题主要是企业履行员工社会责任不力所致。

国内外学者从员工社会责任的内容、履行情况及对企业的作用等方面进行研究,取得了较多的成果,并在实践中产生了深远影响。但关于提升企业员工社会责任的理论研究较多,测评方法较少,对制造企业新生代员工社会责任的履行与企业绩效之间关系的研究几乎为空白。为此,本文在借鉴已有成果的基础上,抽样选取经济发达的江苏省的制造企业为研究样本,以员工忠诚度为中介变量来探究制造企业员工社会责任与企业绩效之间的相关关系。

三、理论分析与研究假设

本文基于企业社会责任模型,社会责任标准“SA8000”,郝云宏、汪月红(2008),吕陈荣(2009)和郑祖威(2010)对员工社会责任的分类以及马斯洛需求层次理论,结合制造业的特殊性,将企业员工社会责任分为生理需求责任、安全需求责任、社会需求责任和自我实现需求责任四个维度进行研究。

(一)企业特征与员工社会责任的关系

从以往的相关研究中我们发现,企业自身的特征会对企业履行员工社会责任产生影响。McWilliam和Siegel(2000)研究表明,企业规模越大,其社会责任履行情况越好;温素彬和方苑(2008)、苏勇和张帅(2010)研究认为,国有企业和外资企业的社会责任履行情况均好于民营企业;《中国企业社会责任研究报告(2013)》显示,企业规模越大,社会责任指数越高,其承担员工责任的能力也越强;朱悄悄、宋焕斌(2012)认为个人特征变量和组织特征变量对组织承诺均有影响。基于以上分析,本文提出如下研究假设:

H1:企业特征不同,企业履行员工社会责任存在显著差异。

H1-1:企业类别不同,企业履行员工社会责任存在显著差异。

H1-2:企业规模不同,企业履行员工社会责任存在显著差异。

(二)企业员工忠诚度与员工社会责任的关系

员工忠诚度是员工对企业的一种承诺行为,是衡量企业幸福指数的指标,与员工工作动机以及工作认真程度等有着密切的关系。Ali(2010)认为企业社会责任与员工的组织承诺有显著的正相关关系。希尔曼和凯姆(2001)认为,与员工建立密切关系能降低员工的离职率,提高其忠诚度,从而提升企业声誉。Nicholas和Theodore

(2010)实证检验了企业社会责任与员工忠诚度显著正相关,并影响企业利润。Afsheen和Zahid(2013)实证研究表明,企业给员工充分的授权,能够强有力地提高员工的组织承诺和忠诚度。Fishbein(1967)认为,工作价值观会先影响工作态度(工作满意度),进而影响工作行为和行为本身所表示出来的结果即工作绩效。刘彩娟(2011)研究认为,影响员工满意度的主要因素包括工作回报、未来发展前景、企业人文关怀、员工职业生涯规划、员工地位以及工作本身所具备的吸引力。冯丽(2009)实证研究得出企业员工社会责任对员工工作满意度有正向的影响。Eliza和Stancu(2013)研究表明,员工获得个人发展机会会端正员工工作态度,促使企业绩效得到提升;员工对工作保障与薪资水平的满意程度以及员工对工作的总体满意度,都与企业的财务绩效存在关系。基于以上分析,本文提出如下研究假设:

H2:企业员工社会责任对员工忠诚度产生显著影响。

H2-1:企业员工社会责任中的生理需求责任对员工忠诚度有正向的影响。

H2-2:企业员工社会责任中的安全需求责任对员工忠诚度有正向的影响。

H2-3:企业员工社会责任中的社会需求责任对员工忠诚度有正向的影响。

H2-4:企业员工社会责任中的自我实现需求责任对员工忠诚度有正向的影响。

H3:员工忠诚度在员工社会责任与企业经营绩效的关系中起到中介作用。

(三)员工社会责任与企业经营绩效的关系

美国道琼斯公司每年向全球发布的道琼斯可持续发展指数中的评价维度大多与员工有关或要靠员工的执行才能较好地完成。Carroll(1991)认为企业社会责任与经营绩效之间存在负相关关系。Carter(2005)认为企业社会责任与经营绩效之间存在正相关关系。Wood(2010)认为良好的CSR表现与财务绩效之间呈弱正相关性,不好的CSR表现与财务绩效、风险之间呈强相关性。王怀明、宋涛(2007)对沪市180家企业的研究认为,员工的社会责任贡献与企业绩效呈负相关关系。王建琼、侯婷婷(2009)指出,企业履行员工社会责任对企业的可持续发展有较大的影响,两者之间存在一定的正相关性。基于以上分析,本文提出如下研究假设:

H4:企业员工社会责任对企业经营绩效产生显著影响。

H4-1:企业员工社会责任中的生理需求责任对企业经营绩效有正向的影响。

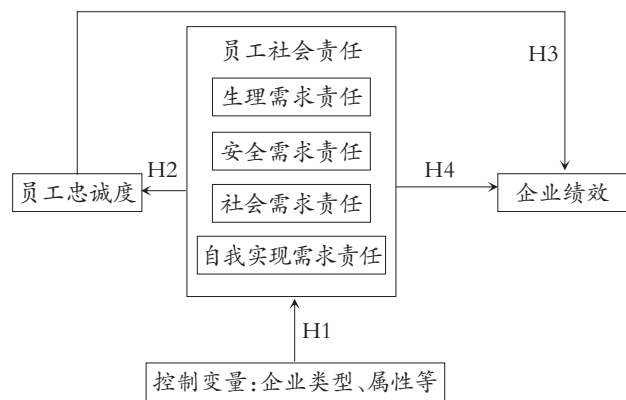
H4-2:企业员工社会责任中的安全需求责任对企业经营绩效有正向的影响。

H4-3:企业员工社会责任中的社会需求责任对企业

经营绩效有正向的影响。

H4-4: 企业员工社会责任中的自我实现需求责任对企业经营绩效有正向的影响。

根据以上理论分析以及假设研究, 本文构建了员工社会责任、员工忠诚度与企业绩效之间的关系模型, 如图1所示。其中企业特征为控制变量, 企业员工社会责任为自变量, 员工忠诚度为中介变量, 企业绩效为因变量。



概念模型及假设

四. 研究设计

(一) 样本选取

本文的研究调查采用了访谈、座谈会和问卷调查(纸质问卷与电子问卷)等相结合的方式来获取有关的研究数据和分析资料。在调查时, 对于人力资源部门、部分高管和中层管理者主要采用访谈的形式, 对于基层管理者和员工主要采用座谈会和个别交流的形式, 以获取丰富、全面的第一手资料。

实地访问和问卷调查于2013年8~12月在江苏制造业发达的苏南地区进行。为了保证研究调查的质量, 主要分三种形式进行: ①利用全国各地对企业的抽样调查与高校进行合作获得相关资料; ②利用本校学生社会实践的机会到所在的企业进行调研; ③对大学四年级的学生进行调研。

共发放问卷2 010份, 回收问卷1 006份, 回收率为50.05%, 其中有效问卷674份, 有效率约为67%, 满足问卷分析的基本要求。

对于所选取的样本, 从年龄段来看, 35岁以下的新生代员工483人, 35岁以上的员工191人; 从企业类型来看, 民营企业528人, 国有企业27人, 外资或合资企业119人; 从企业规模来看, 小型企业392人, 中型企业168人, 大型企业114人; 从性别来看, 男性375人, 女性299人; 从文化程度来看, 初中或以下126人, 高中或中专319人, 大专125人, 本科84人, 研究生或以上20人; 从职务来看, 一线员工419人, 基层管理者178人, 中层管理者70人, 高层管理者7人。

本文所采用的调查问卷是在参考了上述关于各种类型员工社会责任的研究文献基础上, 又邀请多位人力资源、组织行为研究领域的专家学者和制造业资深管理人员参与评估、修订而设计出来的。主要参考了Chen Z.X.和Francesco(2003)的组织承诺满意度量表(Organizational Commitment)、明尼苏达满意度量表(Minnesota Satisfaction Questionnaire, 简称MSQ)和Porter组织承诺问卷(OCQ), 以及Barsade(2000)、郑海东(2007)等相关研究。

问卷包括四大部分: 基本信息、企业的员工社会责任履行情况、员工忠诚度和企业绩效。并采用李克特5点量表, “1”表示“非常不符合”, “2”表示“较不符合”, “3”表示“符合”, “4”表示“较符合”, “5”表示“非常符合”。

(二) 模型构建与变量选取

为了更好地验证前面的理论假设, 本文构建了如下回归模型:

$$CP = \beta_0 + \beta_1 CSR_1 + \beta_2 CSR_2 + \dots + \beta_i CSR_i + \beta_{i+1} EL + \varepsilon$$

其中: CP为企业绩效; β_0 为截距项; $\beta_i (i=1, 2, \dots, 4)$ 为回归系数; CSR_i 为企业员工社会责任中各个维度的责任; EL为员工忠诚度; ε 为随机误差项。主要变量的具体定义见表1。

表1 主要变量定义

| 变量类型 | 变量名称 | 符号 | 变量说明 |
|------|----------|------------------|-------------------|
| 因变量 | 企业绩效 | CP | 调查问卷中5个题项的简单算术平均数 |
| 自变量 | 生理需求责任 | CSR ₁ | 调查问卷中4个题项的简单算术平均数 |
| | 安全需求责任 | CSR ₂ | 调查问卷中5个题项的简单算术平均数 |
| | 社会需求责任 | CSR ₃ | 调查问卷中4个题项的简单算术平均数 |
| | 自我实现需求责任 | CSR ₄ | 调查问卷中2个题项的简单算术平均数 |
| | 企业员工社会责任 | CSR | 4个维度题项的简单算术平均数 |
| 中介变量 | 员工忠诚度 | EL | 调查问卷中7个题项的简单算术平均数 |

五. 实证分析

(一) 描述性统计与信度、效度检验分析

本文采用SPSS 17.0统计软件对样本数据进行描述性统计, 如表2所示, 并采用克朗巴哈系数(Cronbach's α)对量表进行定量一致性检验。一般认为克朗巴哈系数高于0.7时, 量表的信度非常高。SPSS 17.0的处理结果表明, 企业员工社会责任整张问卷的克朗巴哈系数为0.959, 表明整张问卷测量的一致性程度和稳定性良好。各变量的克朗巴哈系数具体如表3所示。

表 2 企业员工社会责任各变量的均值

| 维度 | 题数 | 总体样本 | 年龄 | | 企业性质 | | | 企业规模 | | |
|------------------|----|------|-------|-------|------|------|-------|------|------|------|
| | | | 35岁以下 | 35岁以上 | 国有 | 民营 | 外资、合资 | 小型 | 中型 | 大型 |
| CSR ₁ | 4 | 3.14 | 3.15 | 3.16 | 3.49 | 3.13 | 3.09 | 2.96 | 3.25 | 3.59 |
| CSR ₂ | 5 | 3.07 | 3.11 | 2.96 | 3.99 | 3.17 | 3.26 | 2.81 | 3.32 | 3.56 |
| CSR ₃ | 4 | 3.19 | 3.23 | 3.14 | 3.74 | 3.18 | 3.28 | 2.93 | 3.46 | 3.72 |
| CSR ₄ | 2 | 2.89 | 2.93 | 2.8 | 3.58 | 2.98 | 3.37 | 2.72 | 3.01 | 3.27 |
| CSR | 15 | 3.07 | 3.11 | 3.02 | 3.7 | 3.11 | 3.25 | 2.86 | 3.26 | 3.54 |
| EL | 7 | 3.19 | 3.23 | 3.17 | 3.79 | 3.18 | 3.21 | 3.05 | 3.25 | 3.67 |
| CP | 5 | 2.86 | 2.87 | 2.86 | 3.48 | 2.79 | 3.05 | 2.63 | 3.11 | 3.33 |

表 3 各变量的Cronbach's α值

| | 企业员工社会责任 0.953 | | | | EL | CP |
|---------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------|-------|
| | CSR ₁ | CSR ₂ | CSR ₃ | CSR ₄ | | |
| Cronbach's α值 | 0.813 | 0.854 | 0.755 | 0.709 | 0.923 | 0.767 |
| 项数 | 674 | 674 | 674 | 674 | 674 | 674 |

(二)相关性分析

本文通过SPSS 17.0统计软件对企业员工社会责任、员工忠诚度和企业绩效进行了相关性分析,在此基础上,控制“年龄”这个变量,进一步作变量的偏相关性分析。具体结果如表4和表5所示。

表 4 自变量、因变量、中介变量的相关性分析结果

| | CSR ₁ | CSR ₂ | CSR ₃ | CSR ₄ | CSR | EL | CP |
|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|---------|---------|----|
| CSR ₁ | 1 | | | | | | |
| CSR ₂ | 0.827** | 1 | | | | | |
| CSR ₃ | 0.805** | 0.873** | 1 | | | | |
| CSR ₄ | 0.714** | 0.772** | 0.742** | 1 | | | |
| CSR | 0.906** | 0.947** | 0.928** | 0.888** | 1 | | |
| EL | 0.802** | 0.816** | 0.804** | 0.744** | 0.862** | 1 | |
| CP | 0.649** | 0.654** | 0.704** | 0.618** | 0.714** | 0.641** | 1 |

注:**表示在5%水平(双侧)上显著,下同。

表 5 自变量、因变量、中介变量的偏相关性分析结果

| 控制变量 | 自变量 | CSR ₁ | CSR ₂ | CSR ₃ | CSR ₄ | CSR | EL | CP |
|------------------|-------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------|-------|----|
| | | 年龄 | CSR ₁ | 1 | | | | |
| CSR ₂ | 0.830 | | 1 | | | | | |
| CSR ₃ | 0.807 | | 0.873 | 1 | | | | |
| CSR ₄ | 0.716 | | 0.770 | 0.741 | 1 | | | |
| CSR | 0.908 | | 0.947 | 0.927 | 0.888 | 1 | | |
| EL | 0.802 | | 0.816 | 0.804 | 0.744 | 0.862 | 1 | |
| CP | 0.649 | | 0.655 | 0.704 | 0.619 | 0.714 | 0.641 | 1 |

由表4、表5可以看出,自变量与中介变量、因变量之间均存在显著的相关关系,本文的假设H2、H3、H4都初步通过了检验,即企业员工社会责任与员工忠诚度、企业绩效之间均显著正相关,为下一步的回归分析奠定了基础。

同样,用SPSS 17.0统计软件对控制变量与企业员工社会责任、员工忠诚度进行了相关性分析,具体结果如表6所示。

表 6 控制变量相关系数

| | CSR ₁ | CSR ₂ | CSR ₃ | CSR ₄ | CSR | EL |
|---------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------|-------|
| 新生代员工 | 0.622 | 0.645 | 0.692 | 0.591 | 0.691 | 0.632 |
| 非新生代员工 | 0.719 | 0.683 | 0.733 | 0.693 | 0.774 | 0.662 |
| 民营企业 | 0.688 | 0.682 | 0.714 | 0.641 | 0.737 | 0.670 |
| 国有企业 | 0.387 | 0.481 | 0.610 | 0.360 | 0.541 | 0.641 |
| 外资及合资企业 | 0.500 | 0.441 | 0.574 | 0.470 | 0.556 | 0.449 |
| 小型企业 | 0.608 | 0.614 | 0.671 | 0.605 | 0.680 | 0.612 |
| 中型企业 | 0.506 | 0.537 | 0.530 | 0.427 | 0.556 | 0.420 |
| 大型企业 | 0.660 | 0.588 | 0.645 | 0.647 | 0.723 | 0.738 |

由表6可以看出,无论是不同规模还是不同类型的企业,都与企业员工社会责任和员工忠诚度有较强的相关性,35岁以上非新生代员工的相关性更强。本文的假设H1、H1-1和H1-2都通过了检验,即企业特征不同,则企业履行员工社会责任行为也存在显著的差异。

(三)回归分析

通过分析,本文明确了企业员工社会责任与员工忠诚度和企业绩效之间存在显著的相关性,为了进一步验证以上变量之间的相关关系,本文将对本样本进行多元线性回归分析。首先,本文对本样本进行了双回归分析,具体结果如表7所示。

表 7 各变量回归分析结果

| | 直接回归 | | 同时回归 |
|------------------|---------|---------|---------|
| | 员工忠诚度 | 企业绩效 a | 企业绩效 b |
| CSR ₁ | 0.295** | 0.190** | 0.162** |
| CSR ₂ | 0.190** | -0.016 | -0.034 |
| CSR ₃ | 0.226** | 0.461** | 0.440** |
| CSR ₄ | 0.157** | 0.149** | 0.133** |
| EL | | 0.671** | 0.096** |

由表7可以看出:当进行直接回归时,企业员工社会责任(自变量)的四个维度除安全需求责任外均与企业绩效(因变量)回归显著;企业员工社会责任(自变量)的四个维度与员工忠诚度(中介变量)回归显著;员工忠诚度(中介变量)与企业绩效(因变量)回归显著。当企业员工

社会责任(自变量)的四个维度、员工忠诚度(中介变量)与企业绩效(因变量)同时回归时,除企业员工社会责任(自变量)中的安全需求责任的回归系数为负,其他维度仍然显著,员工忠诚度(中介变量)的回归系数依然显著。即H2、H2-1、H2-2、H2-3、H2-4、H3、H4、H4-1、H4-3、H4-4均得到了检验。

然后,本文对总体样本和35岁以下的新生代员工样本分别进行了多元回归分析,结果如表8所示。从表8中可以看出,无论是总体样本还是新生代员工样本,企业员工社会责任四个维度中的生理需求责任、社会需求责任、自我实现需求责任以及员工忠诚度对提高企业绩效均具有重要作用,即除假设H4-2外,其他假设均得到检验。

表8 模型回归分析结果

| | 总体样本 | | | | 新生代员工样本 | | | |
|------------------|-----------|-------|--------|-------|-----------|---------|--------|-------|
| | β_i | 标准误差 | t | Sig. | β_i | 标准误差 | t | Sig. |
| (常量) | 0.362 | 0.102 | 3.568 | 0.000 | 0.380 | 0.125 | 3.024 | 0.003 |
| CSR ₁ | 0.162 | 0.055 | 2.953 | 0.003 | 0.092 | 0.066 | 1.396 | 0.163 |
| CSR ₂ | -0.034 | 0.057 | -0.599 | 0.549 | -0.019 | 0.071 | -0.265 | 0.791 |
| CSR ₃ | 0.440 | 0.061 | 7.163 | 0.000 | 0.475 | 0.076 | 6.290 | 0.000 |
| CSR ₄ | 0.133 | 0.039 | 3.461 | 0.001 | 0.082 | 0.047 | 1.722 | 0.086 |
| EL | 0.096 | 0.055 | 1.743 | 0.082 | 0.152 | 0.006 8 | 2.251 | 0.025 |

回归方程分别为:

总体样本:

$$CP=0.362+0.162CSR_1-0.034CSR_2+0.44CSR_3+0.133CSR_4+0.096EL+\varepsilon$$

新生代员工样本:

$$CP=0.38+0.092CSR_1-0.019CSR_2+0.475CSR_3+0.082CSR_4+0.152EL+\varepsilon$$

(四)稳健性检验

为了使研究结论更具实践意义,本文进行了稳健性检验。剔除国有企业、外商独资企业及中外合资企业的样本146个,得到528个样本。这三种类型的企业由于性质差异较大,与民营制造企业相比规模更大且福利更好,可能影响本文的研究结论,为此单独对民营制造企业的相关性与回归性进行检验,结果均支持本文以上的研究结论。

六、结论、建议及研究展望

(一)主要结论

本文的研究旨在探讨企业员工社会责任的履行、员工忠诚度与企业绩效的关系及其作用机制,对提高我国制造企业绩效有重要的理论意义。本文在文献分析的基础上提出研究假设,构建了三者关系的研究模型,对江苏地区制造企业的新生代员工社会责任问题进行研究。研

究结果表明,本文提出的大部分假设均通过了验证。本文的研究结论为:①制造企业履行员工社会责任正向影响员工忠诚度,也对企业绩效产生正向影响;②制造企业履行员工生理需求责任正向影响员工忠诚度,也对企业绩效产生正向影响;③制造企业履行员工社会需求责任正向影响员工忠诚度,也对企业绩效产生正向影响;④制造企业履行员工自我实现需求责任正向影响员工忠诚度,也对企业绩效产生正向影响;⑤制造企业员工忠诚度对企业绩效有显著正向影响。

企业对员工的安全需求责任(假设H4-2)没有通过检验,说明制造企业在关注员工的健康、定期安排员工体检、为员工提供舒适安全的工作环境等方面严重忽视,从而影响了制造企业的绩效提升。因此,制造企业在这方面还有待进一步改善。

本文选取的样本区域仅为江苏地区,导致研究存在一些局限性,但研究的大多数假设都得到了验证。通过本文的研究可以看出制造企业切实有效地履行员工社会责任对新生代员工忠诚度和企业绩效产生显著影响,为我国制造企业履行员工社会责任指明了操作方向,促进了我国制造业的可持续发展。

(二)相关建议

基于以上结论,制造企业切实加强新生代员工社会责任的履行和员工忠诚度的培养对提高企业绩效的作用显著。针对制造企业如何更好地履行员工社会责任,本文提出如下建议:

1. 重新塑造体现“社会责任”精神的企业文化。具备高文化水平、高素质的新生代员工对企业战略中的企业使命和价值观中的责任体现非常看重,职位和工资并不能很好地激励他们,而要让他们参与企业决策,重新塑造具有合作与交流的企业文化,从而增强他们的责任感、荣誉感和忠诚度,吸引更多优秀的新生代员工加入,以促进企业绩效的提升和可持续发展。

2. 夯实员工责任的各个维度。目前我国制造业中大部分是中青年员工,他们当前的主导需求仍然是生存需求和安全需求,企业应制定合理的薪酬体系,使企业薪酬具有一定竞争力;依法实施国家法定的劳保、工休、医疗和其他福利保障措施;新生代员工社交广泛、创新能力强、新鲜感强,制造企业单一岗位、重复工作的枯燥感会影响他们的忠诚度,企业可以采取轮岗机制、组建兴趣团体等方式,增强他们工作的趣味性;提供充分的发展机会是留住这些员工的最佳方式,企业可以向新生代员工描绘长期留在企业的职业发展前景,这有助于增强新生代员工的组织认同感,对企业和员工个人的可持续发展起到关键的作用。

3. 加强员工社会责任制度建设。我国制造企业大多

属于劳动密集型民营企业,企业员工社会责任意识严重缺乏,相应的员工社会责任运行机制也尚未建立,员工还处于弱势地位。因此应建立健全员工福利待遇体系、社会保障体系、员工的技能培训和继续教育等与新生代员工有关的员工社会责任制度,从制度上保障员工的利益,吸引和留住优秀员工。将企业的外部约束转化为企业的内在需求,并上升为企业竞争的“软实力”,促进企业的可持续发展。

(三)研究局限性与研究展望

本文基于企业社会责任相关理论的研究成果,对现有的文献进一步梳理与总结,对制造企业员工社会责任进行研究,不足之处在于:

其一,本文分析了企业履行员工社会责任与员工忠诚度和企业绩效之间的关系,但对其内在的作用机制并未深入研究,主要是研究机制内容的复杂性造成的,如员工社会责任本身就是一个包含多维度内容的概念,不同的员工对社会责任的理 解也不同,后续我们将对这方面展开更为深入的研究。

其二,本文随机选取江苏省部分制造企业作为样本,要求调查人员在每个企业中随机抽取10名左右的员工进行调查,这些样本并不能代表所有的制造企业,因此,构建的模型还有待进一步研究与检验。

其三,本文所用的数据都是抽象的,并不是企业的具体数据,如企业绩效调查中由于考虑到员工本身的接触性,都是用抽象的等级制表示,未来可以利用企业层面的具体数据来进行研究。

其四,本文调查的员工社会责任相关情况都是在同一时间层面上,尽管研究结论与理论假设基本一致,但本文也不能下结论,认为制造企业积极履行员工社会责任与员工忠诚度和企业绩效的提高之间肯定存在因果关系,未来要研究不同时间点上的变量之间的关系。

最后,由于现实中企业绩效有不同种类,且不同的员工对其理解也有很大的差异,研究者也有不同的观点,因此不同企业绩效的衡量指标是否也应不一致,这可以作为未来的研究方向。

主要参考文献

李光远,张敏强.双赢——80后员工管理问题探悉[J].人才开发,2007(9).

Carroll, A. B.. A three dimensional conceptual model of corporate social performance [J]. Academy of Management Review, 1979(4).

戴丽萍,赵琛徽.企业员工责任对我国企业劳动关系影响的实证研究[J].江南大学学报,2010(1).

刁宇凡.民营企业员工社会责任的战略定位及实施绩效研究[D].杭州:浙江工商大学,2013.

Abigail McWilliams, Donald Siegel. Corporate social

responsibility and financial performance: correlation or misspecification[J]. Strategic Management Journal, 2000(5).

温素彬,方苑.企业社会责任与财务绩效关系的实证研究——利益相关者视角的面板数据分析[J].中国工业经济,2008(10).

Chileshe Nicholas, Haupt Theodore. The effect of age on the job satisfaction of construction workers [J]. Journal of Engineering Design and Technology, 2003(1).

Alan D. S., William T. R.. Communication and loyalty among knowledge workers: a resource of the firm theory view [J]. Journal of Knowledge Management, 2002(3).

刘彩娟.零售商业企业员工满意度影响因素分析[D].哈尔滨:哈尔滨工业大学,2011.

冯丽.广东机场业履行劳务工的社会责任与其离职倾向的关系研究[D].广州:华南理工大学,2009.

Schneider, B., Hanges, P. J., Smith, D. B., Salvaggio, A. N.. Which comes first: employee attitudes or organizational financial and market performance? [J]. Journal of Applied Psychology, 2003(5).

Carroll, A. B.. The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders [J]. Business Horizons, 1991(8).

Wood D. J.. Measuring corporate social performance: a review [J]. International Journal of Management Reviews, 2010(1).

王建琼,侯婷婷.社会责任对企业可持续发展影响的实证分析[J].科技进步与对策,2009(9).

Chen Z. X., Francesco A. M.. The relationship between the three components of commitment and employee performance in China [J]. Journal of Vocational Behavior, 2003(3).

Brammer S., Millington A., Rayton B.. The contribution of corporate social responsibility to organizational commitment [J]. The International Journal of Human Resource Management, 2007(10).

郑海东.企业社会责任行为表现:测量维度、影响因素及对企业绩效的影响[D].杭州:浙江大学,2007.

张旭,李亮.企业社会责任表现对员工忠诚度的影响研究[J].经营管理者,2011(23).

【基金项目】国家社科基金项目“民营企业新生代员工社会责任行为机制、效应及其引导策略研究”(项目编号:14BGL198);教育部人文社会科学研究规划基金项目“制度环境、政治关联与民营企业员工社会责任行为:基于江苏的经验证据”(项目编号:13YJA630059);江苏高校哲学社会科学研究“江苏制造企业新生代员工社会责任行为的驱动机制研究”(项目编号:2014SJB434)