

The effect of corporate social responsibility on organizational identification and person-organization fit

魏瑞良、倪家珍

E-mail: 325017@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

Corporate social responsibility not only stimulates corporate sales, promotes brand image, attracts more investors, lower operation cost, but also attracts and encourages employees, enhances employees' recognition of organization values. In the modern era of knowledge economics, the biggest difference a corporate has in contrast to its competitors is 'people'. The principal purpose of this study is to investigate the influence of employees' attitude towards corporate social responsibility upon organizational identification and person-organization fit. There are 323 questionnaires distributed with 298 returned and among which 282 samples are valid. Analysis yields as follows: (1) Promotion of corporate social responsibility by Corporate does affect organizational identification but not conspicuously. (2) Promotion of corporate social responsibility by Corporate affects positively the person-organization fit in a conspicuous manner.

Keywords : corporate social responsibility, organizational identification, person-organization fit

Table of Contents

中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭		v 內容目錄	
vi 表目錄			
viii 圖目錄		ix 第一章 緒論	
1 第一節 研究背景與動機			
1 第二節 研究目的		5 第二章 文獻探討	
6 第一節 企業社會責任		16 第三節 個人 - 組織契合度	
6 第二節 組織認同		20 第三章 研究方法	
25 第一節 研究架構		25 第二節 變數的操作性定義	
26 第三節 研究假設		27	
第四節 研究變數的衡量工具		28 第五節 樣本與資料收集	
32 第六節 資料分析方法		33 第四章 研究分析結果	
35 第一節 樣本資料分析		38 第三節 各變數與控制變數之相關分析	
42 第四節 組織認同之差異分析		45 第五節 個人 - 組織契合度之差異分析	
47 第六節 知覺企業社會責任與組織認同之關係		49 第七節 知覺企業社會責任與個人 - 組織契合度之關係	
50 第八節 意外的發現		51 第五章 研究結論與建議	
53 第一節 研究結論		54 第三節 研究限制與未來研究建議	
53 第二節 實務建議		57 參考文獻	
58 附錄		71 表目錄 表 3- 1 企業社會責任問卷題項	
29 表 3- 2 組織認同問卷題項		30 表 3- 3 個人 - 組織契合度問卷題項	
31 表 3- 4 組織聲望問卷題項		32 表 4- 1 問卷發放及回收情形表	
35 表 4- 2 有效樣本人口基本資料分析		37 表 4- 3 企業社會責任之信效度檢驗表	
39 表 4- 4 組織認同之信效度檢驗表		40 表 4- 5 個人 - 組織契合度之信效度檢驗表	
41 表 4- 6 組織聲望之信效度檢驗表		41 表 4- 7 各變數與控制變數之相關性分析	
44 表 4- 8 組織認同對人口統計變數相關之檢定		45 表 4- 9 個人 - 組織契合度對人口統計變數相關之檢定	

．．． 48 表 4-10 企業社會責任對組織認同的迴歸分析．．．．．	49 表 4-11 企業社會責任對個人 - 組織契合度的迴歸分析．．．．．	50 表 4-12 製造業員工知覺企業社會責任與組織認同關係的干擾迴歸結果．．	52 表 4-13 服務業員工知覺企業社會責任與組織認同關係的干擾迴歸結果．．	52 表 5- 1 研究假設與實證結果彙整表．．．
．．．．．	53 圖目錄 圖 3- 1 研究架構圖．．．．．			25

REFERENCES

一、中文部份 葉淑娟(1988)，企業社會責任之研究-聯合分析之應用，國立台灣大學商學研究所未出版碩士論文。 葉泰民(1992)。企業社會責任態度及企業從事社會責任活動意願之研究。 葉桂珍(1995)，道德倫理觀與組織承諾、工作滿意度、及離職意向之關係研究，中山管理評論，第三卷，第三期，頁15-29。 倪家珍(2005)，員工性別與職業性別型態的一致性對個人－組織契合度與個人-工作契合度影響之研究，私立中國文化大學國際企業管理研究所未出版之博士論文。 李宗愷(2004)，企業公民行為與組織承諾關係之研究－台美日之比較，私立中國文化大學國際企業管理研究所未出版之博士論文。 李政義(1990)。企業社會責任論，台北市台北:巨流圖書。 李總續(2002)組織氣候、組織認同、組織效能之關聯性研究 - 以非營利組織國際獅子會台灣地區分會為實證對象，中原大學企業管理研究所碩士論文。 李佩容 (2009) 員工企業社會責任知覺對組織承諾與離職意向影響之實證研究，國立臺灣師範大學工業科技教育學系碩士論文。 許晴玉(1995)，企業社會責任管理理論初探 - 理論架構之建立，國立交通大學管理科學研究所碩士論文，未出版。 許菁菁(2000)，模擬社會責任投資組合績效之探討，中原大學企業管理學系未出版碩士論文。 許淑雅 (2008) 企業社會責任對組織認同之相關性研究，中國文化大學國際企業管理研究所碩士論文。 翁望回(1987)，企業正當性之實證研究:社會責任的觀點，政治大學企業管理研究所未出版博士論文。 梁雙蓮(1984)，中央行政機關公務人員組織認同的研究，國立台灣大學政治學研究所未出版之碩士論文。 梁文彥(2005)，知覺外部聲望對組織認同與組織公民行為關係之跨層次分析-台灣紡織產業實證研究，輔仁大學織品服裝研究所未出版碩士論文。 邱毅(2000)。追求利益或社會責任。經濟前瞻雙月刊，16。 邱恬琳(2001)，「響應國際志工年，員工做公益，企業作後盾」，中國時報，9月2日。 吳韻儀(2007)，「企業社會責任 領先者的策略」，天下雜誌，367，104-113。 高希均(2007)。「雄心與良心的地圖」，哈佛商業評論中文版，16，138-140。 遠見雜誌 (2006 年239 期) 涂秋汝 (2007) 定期海運業企業社會責任、企業形象與組織績效之探討。 江信逸 (2009) 企業社會責任、組織承諾與組織公民行為關係之研究。 朱慶龍(2002)，五大人格特質、工作價值觀和工作滿意三者相互關係之研究，國立政治大學心理學研究所未出版碩士論文。 朱俞靜(2005)，企業社會責任對企業競爭力影響之探討，大葉大學事業經營研究所碩士論文，未出版。 任金剛 (1996)，組織文化、組織氣候、及員工效能:一項微觀的探討，國立台灣大學商學研究所未發表之博士論文。 巫俊隆 (2008) 倫理氣候認知、組織公訂與組織公民行為關係之探討-以組織認同為中介變數，東華大學高階經營管理碩士在職專班碩士論文。 何明虹(2007)。透過員工企業社會責任觀點以及人格來探討工作滿意度與組織承諾之關連性研究，國立成功大學工業與資訊管理研究所碩士論文，未出版，台南。 郭建志 (1992)，組織價值觀與個人效能:符合度研究途徑，國立台灣大學心理學研究所未發表之碩士論文。 郭方昇(2000)。企業社會責任對企業財務績效與投資組合績效之影響性分析，私立中原大學企業管理研究所碩士論文，未出版，桃園。 郭姿吟(2007) 企業運動贊助對內部員工之影響，台北市立體育學院之碩士論文，未出版。 陳亭曆 (2007) 企業公民行為、組織信任、組織承諾與倫理行為意向關聯性之研究—宗教與性別的調節效果。 陳蕙君 (1998)，資訊真實性、人與組織之契合度以及工作經驗對新進人員組織社會化之影響，國立中山大學人力資源管理研究所未發表之碩士論文。 陳威融、劉念琪(2002)。企業公民之實踐-以Ford Lio Ho 為例。載於國立中央大學舉辦之「第八屆企業人力資源管理實務專題研究成果發表會」論文集，桃園。 陳宜民、鍾道註(2002)。醫師的社會責任養成教育之我見，應用倫理研究通訊，21。 陳志偉 (2006) 台灣企業社會責任之探討，元智大學資訊管理學系碩士論文 鄧貴卉(1999) 社會責任、公司形象、服務品質與顧客忠誠度之相關性研究，中正大學企業管理研究所碩士論文。 康永華(1991) 企業公益形象與消費者行為之研究，交通大學管理科學研究所碩士論文。 林宜欣(2000) 台灣企業公益行為之研究:以電子類企業組織為例。南華大學非營利事業管理研究所碩士論文，未出版。 林坤宏(2004) 高雄市金融機構企業社會責任之研究，國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文。 林子懿 (2004) 人格特質、個人－組織契合度與組織公民行為關聯性分析，國立臺灣海洋大學航運管理學系碩士學位論文。 林家君 (2008) 企業贊助運動與內部員工組織認同、組織承諾之影響- ING安泰人壽贊助2007臺北國際馬拉松個案研究，國立臺灣體育大學 (桃園) 休閒產業經營學系碩士論文。 王蕙珍(2006) 企業社會責任對企業競爭力影響之探討，國立中山大學人力資源管理研究所碩士論文，未出版，高雄。 徐瑋伶、鄭伯壘(2003) 組織認定與企業倫理效益，應用心理研究，20，115-138。 蔡欣嵐(2001) 工作特性、人格特質與工作滿意度之關係-以半導體業為例，國立中央大學企業管理研究所未出版碩士論文。 蔡明田，謝煒頻 (2006) 人格特質、服務態度與組織承諾相關性之研究-以醫療服務人員為例，第五屆兩岸產業發展與經營管理研討會。 游明益 (2008) 工作滿足、信任與組織公民行為 - 知識分享之中介效果及人格特質之干擾效果，大葉大學人力資源暨公共關係學系碩士論文。 廖敏惠 (2002) 新進員工訓練、個人特質與個人-組織契合度關係之研究，中原大學企業管理學系碩士學位論文。 曾慧珍 (2003) 師徒關係及員工社會化程度對個人組織契合度之影響-以航空運輸業為例。中原大學企業管理學系碩士學位論文。 曾淑雅 (2004) 影響個人與組織適配及個人與工作適配長期變化因素之研究，國立台灣科技大學企業管理系碩士班碩士論文。 曾詵茹(2005) 人與組織配適對組織承諾之關連性研究—以領導風格和領導者與員工間的親信關係為調節變項，私立佛光人文社會學院管理學研究所未出版之碩士論文。 黃正忠(2001)，企業社會責任-滿足變遷中的期望，社團法人中華民國企業永續發展協會。 羅萬年(2007) 轉換型領導與組織創新文化對研發人員工作滿足之影響:個人-組織契合度的中介效果，國立東華大學企業管理學系碩士在職專班碩士論文。 鄭伯勳(1993)，組織價值觀與組織承諾、組織公民行為、工作績效的關係:不同加權模式與差距模式之比較，中華心理學刊，35(1)，43-58。

二、英文部份 Aupperle, K. E., Carroll, A. B., & Hatfield, J. D. (1985). An empirical examination of the relationship between corporate social responsibility and profitability. *Academy of Management Journal*, 28(3), 446-463. Bowen, H. R. (1953). *Social Responsibility of the Businessman*. New York: Harper and Row. Brammer, S.

and Millington, A., 2005. Corporate reputation and philanthropy: an empirical analysis. *Journal of Business Ethics* 61, 29-44.

Cable, D. M. and Judge, T. A. (1994), " Pay preferences and job search decisions: A person-organization fit perspective, " *Personnel psychology*, Vol. 47, No. 1, pp.317-348.

Cable, D. M., & Judge, T. A.(1996). Person-organization fit, job choice decision, and organizational entry. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 67(3), 294-311.

Cable, D. M., & Judge, T. A.(1997). Interviews ' perceptions of per-son-organization fit and organizational selection decisions.*Jour-nal of Applied Psychology*, 82(4), 546-561.

Carroll, A. B. (1979). A three - dimensional concept model of corporate social performance. *Academy f orf Management review*, 4(4),497-505.

Carroll, A.B., & Archie, B.(1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility:Towardthe Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34(4):39-49.

CED, 1971. Social responsibilities of business corporations. New York: Committees of Economic Development.

Cheney, G. (1983). On the various and changing meanings of organizational membership: A field study of organizational identification. *Communication monographs*, 50, 342-362.

Cheney, G., & Tompkin, P. K. (1987) Coming to the terms withorganizational identification and commitment. *Central States Speech Journal*, 38(1), 1-15

Chao Georgia T., O ' Leary-Kelly Anne M., Wolf Samantha, Klein Howard J. &Gardner Philip D. (1994). Organizational socialization:Its content and consequences. *Journal of Applied Psychology*,79(5): 730-743.

Chatman,J.A. (1989) , Improving International Organizational research :A Model of Person-Organization Fit. *Academy of management Review*.14 (3) , 333-349.

Christ, O., Van Dick, R., Wagner, U., & Stellmacher, J. (2003). When teachers go the extra mile: Foci of organizational identification as determinants of different forms of organizational citizenship behaviour Among schoolteachers. *British Journal of Educational Psychology*, 73,329-341.

Cohen-Charash, Y., & Spector, P.E.(2001). The role of justice in organizations: Ameta-analysis. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 86: 278-321.

Cole, M. S., & Bruch, H. (2006) Organizational identity strength,identification, and commitment and their relationships to turn over intention: Does organizational hierarchy matter? *Journal of Organizational Behaviour*, 27, 585-605.

Corley, K.G., Cochran, P.L., & Comstock, T.G. (2001). Image and the impact of public affairs management on internal stakeholders. *Journal of Public Affairs*, 1(1), 53-68

Costa, P. T., Jr., & McCrae, R. R. (1992) . Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) and NEO Five-Factor (NEO-FFI) Inventory professional manual. Odessa, FL:PAR.

Davis, Keith. & Robe, L. Blomstrom. (1975) *Business and society:Environment and responsibility*, 3rd, New York: McGraw Hill,39.

Dawkins, J. (2004). The Public ' s Views of Corporate Responsibility 2003.DeTienne, Kristen B. and Lewis, L. W., 2005. The pragmatic and ethical barriers to corporate social responsibility disclosure: The Nike Case. *Journal of Business Ethics* 60, 359-376.

Donaldson, T., & Preston, L. E. (1995). The stakeholder theory of the corporation: concepts, evidence, and implication. *Academy of management review*, 252-284.

Drumwright, M. E., 1996. Company advertising with a social dimension:the role of noneconomic criteria. *Journal of Marketing* 60(4), 71-87.

Dutton, J. E., & Dukerich, J. M. (1991) Keeping an eye on the mirror:image and identity in organizational adaptation. *Academy of Management Journal*, 34(3), 517-554.

Dutton, J., Dukerich, J. and Harquail, C. (1994), " Organizational image and member identification, " *Administrative Science Quarterly*, Vol. 39, pp. 293-263

Eilbert, H., & Parket, I. R. (1973). The Current Status of Corporate Social Responsibility. *Business Horizons*, 16, 5-14.

Epstein E.M. 1989, " Corporate good citizenship and the corporate social policy process:a view from the United State " ,*Journal of Business Ethics*,Vol.8 1989 pp.583-595.

Gautam, T., Van Dick, R., & Wagner, U. (2004). Organizational identification and organizational commitment: Distinct aspects of two related concepts. *Asian Journal of Social Psychology*, 7,301-315.

Gist, M. (1987) Self-efficacy: Implications for organizational behavior and human resource management. *Academy of Management Review*,12(3), 472-485.

Griffin, J. J., & Mahon, J. F. (1997). The corporate social performance and corporate financial performance debate: Twenty-five years of income parable research. *Business and Society*, 36(1), 5-31.

Handelman, J. M. and Arnold, S. J., 1999. The role of marketing ac-66 -tions with a social dimension: appeals to the institutional environment.*Journal of Marketing* 63(3), 33-48.

Holmes, S. L., 1978. Adapting corporate structure for social responsiveness. *California Management Review* 21(1), 47-54.

Hunt, S.D., & Vitell, S.(1986). A general theory of marketing ethics.*Journal of Macromarketing*, 6:5-16.

Holliday, C., Schmidheiny, S., & Watts, P. (2002). Walking the talk:The business cases for sustainable development. Sheffield:Greenleaf.

Jackson, S. E., Stone, V. K. & Alvarez, E. B. (1993). Socialization amidst diversity: the impact of demographics on work team old-timers and newcomers. *Research in Organizational Behavior*,15(1), 45-109.

Kidd, J.M., & Green, F.(2006). The Career of research scientists-Predictors of three dimensions of career commitment and intention to leave science. *Personnel Review*, 35(3): 229-251.

Knippenberg, D. & Schie, E.C.M.(2000), Foci and correlates of organizational identification. *Journal of Organizational Psychology*, Vol.73, p.p.137-147.

Kristof AL.. Person- Organization Fit: An Integrative Review of Its Conceptualizations, Measurement, and Implications. *Personnel Psychology*,49, 1996, pp. 1-49.

Kreiner, G. E. and Ashforth, B. E. (2004), " Evidence toward an expanded model of organizational identification, " *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 25, Iss. 1,pp. 1-27.

Kusku, F., & Zarkada-Fraser, A.(2004). An empirical investigation of corporate citizenship in Australia and Turkey. *British Journal of Management*, 15(1):15-72.

Maclagan P. W.1998, *Management and Morality* (Sage Publications,London).

Maignan, I., & Ferrell, O. C. (2000). Measuring corporate citizenship in two countries: The case of the United States and France. *Journal of Business Ethics*, 23(3), 283-297.

Maignan, I., & Ferrell, O. C. (2001).Corporate citizenship as a marketing instrument- Concepts, evidence and research directions. *European Journal of Marketing*, 35(3/4), 457-484.

Mael, F. A. and Ashforth, B. E. (1989), " Social identity theory and the organization, " *Academy of Management Review*, Vol. 14, No. 1, pp. 20-39.

Mael, F., & Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13, 103-123.

Meglino, B. M., & Ravlin, E. C. (1998). Individual values in organi- zations: Concepts, controversies, and research. *Journal of Man-agement*, 24(3), 351-389.

Morrison, E. W. (1993). Longitudinal study of the effects of information seeking on newcomer socialization. *Journal of Applied Psy-chology*, 78(2), 173-183.

Mosley, D. C., Pietri, P. H., & Megginson, L. C. (1996). *Management, leadership in action* (15th ed.). New York: HarperCollind Col-lege.

Mottaz, C.J.(1988).Determinants of organizational commitment. *Human relations*, 41(6):467-482.

Mowday, R. T., Steers, R. M., & Porter, L. W.

(1979). The measure of - 68 - organizational commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 14(2), 224-247. O'Reilly, C.A., Chatman & Caldwell (1991), People and organization culture: A profile comparison approach to assessing P-O fit, *Academy of Management Journal* 34 (3), 487-516. Orliczky, M., Schmidt, F. L. and Rynes, S. L., 2003. Corporate social and financial performance: a meta-analysis. *Organization Studies* 24(3), 403-441. Paluszek, J. L., 1976. *Business and society: 1976-2000, an AMA report*. New York: AMACOM. Patchen (1970). Participation, achievement, and involvement on the job, Englewood Cliffs, N. J.: Prentice Hall. Peterson, D., Rhoads, A., & Vaught, B.C. (2001). Ethical beliefs of Business professionals: a study of gender, age and external factors. *Journal of Business Ethics*, 31: 225-232. Peterson, D.K. (2004). Perceived leader integrity and ethical intentions Of subordinates. *Leadership and Organizational Development Journal*, 25(1): 7-22. Peterson, D.K. (2004). The relationship between perceptions of Corporate citizenship and organizational commitment. *Business and Society*, 43(3) : 296-319. Porter, L.W., & Lawler, E.E. (1968). *Managerial attitudes and performance*. Homewood, IL: Irwin. Porter, L. W., Steers, R. M., Mowday, R. T. & Boulian, P. V., (1974). Organizational commitment, job-satisfaction, and turnover - 69 - among psychiatric technicians, *Journal of Applied Psychology*, 59, 603-609. Pratt, M. B. (1998). To be or not to be: Central questions in organizational identification. In D. A. Whetten and P.C. Godfrey (Eds.), *Identity in organizations*, 172-178. Thousand Oaks, CA: Sage. Riordan, C. M., Gatewood, R. D. and Bill, J. B. (1997). Corporate image: employee reactions and implications for managing corporate social performance. *Journal of Business Ethics*, 16(4), pp401-412. Riketta, M. (2005). Organizational identification: A meta-analysis. *Journal of Vocational Behavior*, 66(2), 358-384. Rollag, K. (2004). The impact of relative tenure on newcomer socialization dynamics. *Journal of Organizational Behavior*, 25(7), 853-872. Schein, E. H. (1985). *Organizational culture and leadership: A dynamic view*. SF: Jossey-Bass. Schneider, B. (1987). The People Make the Place. *Personnel Psychology*, 40, 437-453. Sethi, S. P. (1975). Dimensions of corporate social performance: an analytical framework. *California Management Review*, 17(3), 58-64. Simpson, W. G. and Kohers, T., 2002. The link between corporate social and financial performance: evidence from the banking industry. *Journal of Business Ethics* 35(2), 97-109. Ullmann, A. A., 1985. Data in search of a theory: a critical examination of the relationships among social performance, social disclosure, and economic performance of U.S. firms. - 70 - *Academy of Management Review* 10(3), 540-557. Upham, S.P. (2006). A model for giving- the effect of corporate charity on employees. *The Journal of Corporate Citizenship*, 22:81-90. Valentine, S., Godkin, L., & Lucero, M. (2002). Ethical context, organizational commitment, and person-organization fit. *Journal of Business Ethics*, 41(4), 349-360. Waddock, S. A., & Graves, S. B. (1997). The corporate social performance – financial performance link. *Strategic Management Journal*, 18(4), 303 – 319. Wood, D. J. (1991). Toward improving corporate social performance. *Business Horizons*, 34(4), 69139-71848. Wood, D. J., & Jones, R. E. (1995). Stakeholder mismatching: A theoretical problem in empirical research on corporate social performance. *International Journal of Organizational Analysis*, 3, 229-267. Zairi, M. and Peters, J., 2002. The impact of social responsibility on business performance. *Managerial Auditing Journal* 17(4), 174-178.