

企业社会责任感知对工作场所 绿色行为的影响机制研究

刘容志^{1,3}, 常 莉¹, 柯镇贤¹, 韩耀辉¹, 赵 君^{2,3}

(1. 中南财经政法大学工商管理学院, 湖北 武汉 430073;

2. 中南财经政法大学公共管理学院, 湖北 武汉 430073;

3. 中南财经政法大学公共人力资源战略管理研究院, 湖北 武汉 430073)

摘要:目前企业 CSR 的研究呈现从宏观领域向员工个体感知等微观领域推进的趋势。采用问卷调查,共收集 219 份有效问卷。分析发现:员工社会 CSR 感知和环境 CSR 感知越匹配,员工的工作场所绿色行为水平越高;工作意义起到中介作用,员工绿色价值观发挥调节机制。研究结论有望为企业绿色发展背景下的 CSR 实践提供参考作用。

关键词:CSR 感知;工作意义;工作场所绿色行为;匹配作用

中图分类号:F410 **文献标识码:**A **文章编号:**1005-0566(2024)08-0144-10

Impact of perceived corporate social responsibility on workplace green behavior

LIU Rongzhi^{1,3}, CHANG Li¹, KE Zhenxian¹, HAN Yaohui¹, ZHAO Jun^{2,3}

(1. School of Business Administration, ZUEL, Wuhan 430073, China;

2. School of Public Administration, ZUEL, Wuhan 430073, China;

3. Institute of Public Human Resources Strategic Management, ZUEL, Wuhan 430073, China)

Abstract: Currently, research on corporate social responsibility (CSR) in enterprises is showing a trend of shifting from macro-level domains to micro-level areas such as employees' individual perceptions. This study, through the adoption of questionnaire surveys, collected a total of 219 valid questionnaires and found that the greater alignment between employees' social CSR perception and environmental CSR perception, the higher the level of their green behavior in the workplace. Job significance plays an intermediary role, while employees' green values function as a regulatory mechanism. The conclusions of this study are expected to provide a reference for CSR practices in the context of enterprises' green development.

Key words: CSR perception; job significance; green behavior in the workplace; alignment effect

21 世纪以来,人类命运共同体面对着日益严重的气候变暖、水源污染、能源枯竭等环境生态危机,可持续发展面临严峻挑战。“十四五”规划中

也明确提到:贯彻实施可持续发展战略,推动绿色发展。各行业龙头企业的榜样推动越来越多的企业积极履行企业社会责任(CSR),集中于节能减

收稿日期:2024-04-11 修回日期:2024-05-12

基金项目:国家自然科学基金青年项目(72202237);教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目(21JZD056);国家自然科学基金面上项目(72072184);国家自然科学基金重点项目(72132001);中南财经政法大学中央高校基本科研业务费专项资金项目(2722024EJ018);湖北省高等学校哲学社会科学研究重大项目(23ZD252);湖北省高等学校哲学社科研究重大项目(23ZD154)。

作者简介:刘容志(1984—),女,河南许昌人,博士,中南财经政法大学副教授,研究方向为创业管理,人力资源管理。通信作者:赵君。

排、环保实践、关注弱势群体、社区公益等诸多领域,开创了发展企业社会责任事业的全新局面。在企业的经营发展活动中,员工是最重要的利益相关主体,是企业推动绿色发展战略、提高企业环保绩效的关键执行者。员工在工作场所中自觉循环利用办公设备资源、减少工作过程中产生的能耗,通过保护自然环境来实现组织的可持续性并使组织受益,有效激发员工在工作场所中的绿色行为对于增强企业绿色活力、深度追求可持续发展至关重要。而员工对于企业社会维度 CSR 活动和环境维度 CSR 活动有着不同程度的感知,同时对于大多数员工而言,工作场所绿色行为是一种习惯,它既没有在工作描述中明确规定,也无法系统地接受上级的监控或奖励。因此,如何让企业在实施 CSR 活动过程中更好地激发员工的绿色行为、发挥员工个体在企业构建绿色管理体系中的作用备受学术界和商界的关注。

然而,现如今我国一些企业对于企业社会责任和绿色发展的认知存在一定的偏差。一方面,企业在承担社会责任的过程中偏向于关注员工、消费者、供应商等与企业日常运营有直接影响的利益相关者,忽略对其他层面(如环境)的关注。另一方面,企业只承担一定程度的环境责任,没有将绿色发展与利益相关者联系起来。一些企业认为环境责任只是法律法规要求下必须遵守的责任,是企业的额外负担,这不能满足员工、顾客、供应商等利益相关者在节能减排和绿色发展方面的利益诉求,员工也没有相应的途径展现绿色行为。

目前,学术界对于个体层面员工绿色行为的研究已有一定的成果,但关于员工企业社会责任感知(CSR 感知)对员工绿色行为的研究较少,并且缺乏一定的理论解释机制。因此本研究探究社会维度 CSR 感知和环境维度 CSR 感知匹配对员工工作场所绿色行为水平的影响,以及工作意义、绿色价值观等认知变量对工作场所绿色行为影响的作用机制,不仅有助于丰富工作意义、绿色价值观和员工绿色行为的研究成果,还能为企业绿色发展背景下的 CSR 实践提供参考。

一、文献综述

许多学者探讨了 CSR 感知与员工的态度和行为的关系,发现 CSR 感知对组织认同^[1]、工作投

入^[2]、组织公民行为^[3]以及员工工作意义感知^[4-5]具有积极影响。在员工消极行为方面,员工 CSR 感知与较低水平的员工离职率相关^[6]。在 CSR 感知的作用机理方面,在环境保护的仆人式领导下^[7],员工的 CSR 价值观念能够转化为环保行动,组织认同在员工感知的 CSR 和员工环境保护行为之间起到中介作用。有学者^[8]构建工作意义和感知的组织支持的双中介模型,发现员工工作意义寻求的感知在员工 CSR 感知与工作满意度、组织承诺之间的关系中起到部分中介作用。另外有学者发现员工 CSR 感知和员工自愿环保行为呈显著正相关关系^[9],员工的实质性 CSR 动机起到正向调节作用,员工的象征性 CSR 动机起到负向调节作用。CSR 实践可作为一种可持续的亲环境力量,致力于以积极的方式对待社会和环境,员工自愿参与组织的绿色环境项目和活动,为环境作出贡献或减少对环境的危害^[10]。

目前,关于 CSR 感知不同维度之间作用机制的研究大多集中在内外部 CSR 感知之间的相互关系对结果变量的影响。企业兼顾内外部 CSR 实践对企业价值水平提升能产生更显著的积极影响^[11]。而当员工感知到高水平的外部 CSR 时,内部 CSR 感知对员工亲社会行为(如组织公民行为、工作重塑等)产生最显著的正向影响^[12]。但当员工外部 CSR 感知水平大于内部 CSR 感知水平时,员工没有感知到由组织成员身份带来的自尊感和归属感,从而降低工作意义感知水平,即内外部 CSR 感知不一致对工作意义感知存在差异效应^[13]。

工作场所绿色行为的影响因素主要被分为个体特征因素和情境因素。在个体特征方面,研究发现工作满意度^[14]和员工的积极情感状态对工作场所绿色行为产生正向影响^[15]。Kim 等^[16]发现道德反思在责任心与自发型工作场所绿色行为之间起到部分中介作用,Al-Ghazali 等^[17]发现员工绿色价值观对绿色 HRM 与员工绿色行为意向之间的关系以及绿色 HRM 与员工绿色创造力之间的关系都具有调节作用。在情境因素方面绿色人力资源管理实践可以加强员工参与绿色行为的动机^[10],绿色支持氛围在绿色培训与自发型工作场所绿色行为之间起到显著的中介作用^[18],绿色变革型

领导对员工绿色行为具有积极影响^[19]。

根据上述对研究现状的回顾,可以看出目前对于 CSR 感知和工作场所绿色行为之间中介变量的研究集中在员工福利、个体环境规范、组织认同、环境适应导向等变量上^[10,20-21],CSR 感知对工作场所绿色行为产生影响的中介机制的相关研究仍不完善,且多数运用的是社会认同理论、社会交换理论、自我决定理论等,研究视角比较单一。根据不同的利益相关者主体和 CSR 的内容将 CSR 感知分为社会 CSR 感知和环境 CSR 感知,社会—环境 CSR 感知的匹配作用可能会进一步增强员工感知和动机激发过程,进而对员工工作场所绿色行为产生不同强度的影响。因此,本文运用社会学习理论和内在动机理论,构建“CSR 感知匹配—工作意义—绿色价值观—工作场所绿色行为”的理论模型,探究 CSR 感知完全匹配以及 CSR 感知不匹配是否对工作意义、工作场所绿色行为产生不同的影响,并运用多项式回归和响应面分析检验、有中介的多项式回归检验、调节效应检验来验证该理论模型,为 CSR 感知和工作场所绿色行为之间的关系提供一个较为明确的解释机制。

二、理论分析与研究假设

(一)CSR 感知匹配与员工工作场所绿色行为

本文在利益相关者理论^[22]视角下 CSR 定义的基础上,将员工 CSR 感知定义为员工感知到的企业在价值创造中体现的对主要利益相关者(如员工、顾客、供应商等)利益福祉的关注,以及企业在实施发展战略和经营实践中对自然环境的影响。CSR 感知由社会 CSR 感知和环境 CSR 感知两个维度构成^[8]。社会 CSR 感知是在企业承担与员工、顾客、供应商、社区等利益相关者主体相关责任的过程中,员工对于企业 CSR 实践的认知加工的心理感知过程^[23];环境 CSR 感知是员工对企业生产经营中污染治理、能源节约、环境保护等政策的心理感知过程。由于环境责任重点关注企业与自然环境的关系,社会责任重点关注企业与社会主要利益相关者的关系,员工感知的环境维度 CSR 和社会维度 CSR 可能存在差异。因此,本文在上述 CSR 感知定义的基础上,提出 CSR 感知匹配的概念,即员工感知到的企业社会维度 CSR 承担和环境维度 CSR 承担的一致性程度。而工作场

所绿色行为是指员工在工作场所自发产生的、不受任何正式环境管理政策或系统监控及奖励的环境保护行为^[16]。

根据社会学习理论,个体可以通过两种过程学习并表现出某种行为:一是通过反应的结果获取直接经验进行学习,二是通过代表性的示范活动并经历注意、保持、再现、动机强化等过程获取间接经验进行学习。社会 CSR 感知和环境 CSR 感知匹配将在以下 3 个方面表现出创造绿色环境、引导工作场所绿色行为的特征:绿色环境参与(员工“学习”雇主对待利益相关者的环保方式)、绿色环境帮助(员工激励和帮助同事将环境问题纳入考虑范围)、绿色环境倡议(员工为组织中的环境实践贡献新的想法)。接下来,在企业制定政策来解决环境问题、保护自然环境、节约能源等活动中,员工也在观察学习的保持过程中将企业绿色示范行为表象化,并在接下来的工作实践中展示绿色行为。因此,员工社会 CSR 感知和环境 CSR 感知相匹配让员工更加关心其他利益相关者的环境利益,在提高对绿色环境活动认知的基础上表现出工作场所绿色行为,据此提出以下假设:

假设 1:员工社会 CSR 感知和环境 CSR 感知越匹配,员工的工作场所绿色行为水平越高。

在完全匹配的情况下,随着社会 CSR 感知和环境 CSR 感知从低水平(低—低)上升到高水平(高—高),员工工作场所绿色行为的水平也逐渐提升。在社会 CSR 感知低—环境 CSR 感知低的情境下,员工往往认为企业缺乏承担社会责任和环境保护的意识,无法从 CSR 活动中感受到来自企业的关心、仁慈和重视,与此同时员工的环境保护价值观和道德观念没有通过相应的示范行为表象化,员工也没有相应的知识和技能来参与环境保护的活动,因此会呈现较低水平的工作场所绿色行为。

相反,在社会 CSR 感知高—环境 CSR 感知高的情境下,员工认为企业实施企业社会责任战略来承担对利益相关者主体的义务和责任,为员工树立了实施绿色行为的榜样。员工在企业激励员工、促进社区发展等社会维度 CSR 活动中感受到来自企业的关心、仁慈和重视,也观察到企业实施环境相关的 CSR 活动,将企业的绿色示范行为转化为环境保护的价值观和意义建构并保持在工作的

长时记忆中,接下来员工将更频繁、更持续地表现出工作场所绿色行为,提高个体环境绩效,因此提出以下假设:

假设2:当社会CSR感知和环境CSR感知匹配时,相较于社会CSR感知低—环境CSR感知低的情境,社会CSR感知高—环境CSR感知高的情境下员工的工作场所绿色行为水平更高。

尽管社会CSR感知与环境CSR感知不匹配会对工作场所绿色行为带来负面的影响,但差异的方向也存在不同之处。当企业承担社会维度的CSR却忽略承担环境维度的CSR时,即处于社会CSR感知高—环境CSR感知低的情境下,根据社会学习理论,员工无法获取企业层面环保价值、态度和行为方面的信息反馈,员工工作场所绿色行为的习得缺少观察示范的过程。虽然员工感知到企业对员工、顾客、供应商、社区等利益相关者主体承担一定的责任,但员工对于自身的绿色环保标准定位不清,员工在节能环保方面的热情程度较低,不会主动参与共享环境问题的信息、提升组织环保形象的志愿性活动,因此会呈现较低水平的工作场所绿色行为。

当企业承担环境维度的CSR却忽略承担社会维度的CSR时,即处于社会CSR感知低—环境CSR感知高的情境下,企业在实施环境CSR计划的过程中忽略其他利益相关方。虽然员工无法明确企业环境CSR与自我确立的内部标准之间的关系,缺乏一定的内在强化过程,但员工仍可以通过观察企业绿色示范行为来获取企业层面环保价值和行为方面的象征性表象。通过接收来自企业环境CSR的信息反馈,员工在工作场所中不断再现之前所观察到的绿色行为,并传达出企业支持期望的环保价值和态度,从而使工作场所绿色行为水平在一定程度上得到提升,因此提出以下假设:

假设3:当社会CSR感知和环境CSR感知不匹配时,相较于社会CSR感知高—环境CSR感知低的情境,社会CSR感知低—环境CSR感知高时员工工作场所绿色行为水平更高。

(二)工作意义的中介作用

工作意义是在个人信仰标准和满足个人需求的基础上,对工作目标、工作任务价值和重要性的衡量^[24]。根据内在动机理论,在个体参与活动的过程中,能够满足其自主需要、胜任需要、归属需

要的工作事件以及环境特征将促使个体展现更多的内在动机,以此满足个体自我实现的发展需求。从满足3种基本心理需要的角度来看,社会CSR感知与环境CSR感知匹配对员工工作意义有显著影响。企业开展社会维度的CSR活动时充分考虑员工的需要,员工可以自主地按照自身意愿开展工作活动,自主需要得到充分重视。在胜任需求方面,作为积极承担社会责任组织的成员,员工的自我概念与外部CSR活动有一致性的信号,由此可以感受到目标感和成就感,员工在CSR活动中付出的努力和决策将给外部利益相关者带来一定的贡献和价值,由此员工可以感到自己有足够的完成工作能力完成工作任务,产生工作意义感的可能性。在归属需要层面,当感知到企业对员工的CSR承担时,员工通常会感受到来自企业的重视和关怀,内心的归属感和满足感被充分调动,会增强工作意义感。

工作意义作为员工的一种内在动机和内在激励状态,将进一步影响他们在工作中的行为表现。当员工认为所从事的工作在环保效益方面有意义时,将会有强烈的驱动力参与对自然环境有益的CSR活动来展现出最大化的工作场所绿色行为。并且员工将明确企业开展环境CSR活动的重要性,将企业对保护自然环境的承诺、实施环境友好的理念转换为自身的环保信念、规范和价值观,进一步接受、内化CSR活动所展现的工作意义。进一步地,员工将主动承担起对社会和环境产生积极影响的责任,积极参与到环保行动中来,通过帮助同事更好地整合环境关切、提出改进环境实践或绩效的新方法来表现出更多的工作场所绿色行为,因此提出以下假设:

假设4:工作意义在CSR感知匹配和工作场所绿色行为之间起中介作用。

(三)绿色价值观的调节作用

绿色价值观是指员工在工作活动中聚焦于自然环境和环境保护价值的倾向^[25]。现有关于价值观的文献研究表明,个人的规范、价值观和信念会影响他们的工作行为,价值观念相符的意识形态不仅使组织价值观与个人价值观保持一致,而且有助于个体在工作意义感知和组织认同的基础上表现出与工作相关的行为。绿色价值观是个体关

于环境的信念和规范,绿色价值观水平高的个体绿色环保意识更强,掌握更多的绿色发展信息,更加熟悉各利益相关者主体在绿色可持续发展方面的利益诉求。

企业通过社会维度的 CSR 承担和环境维度的 CSR 承担向员工传达组织期望的绿色价值观念,员工参与 CSR 活动获得充足的工作意义感知,愿意接受和执行符合个体绿色价值观的企业环境战略,自身的绿色价值观与组织的绿色价值观相匹配。在此情况下,员工意识到企业解决环境问题

的迫切性和必要性,积极响应企业 CSR 活动中体现的环境倡议,在自身工作意义感知提升的基础上更加关心企业和社会的绿色环境效益,通过在个体层面上展现工作场所绿色行为来为集体的可持续发展贡献力量,即绿色价值观能够增强工作意义与工作场所绿色行为之间的正向关系,因此提出以下假设:

假设 5:绿色价值观在工作意义和工作场所绿色行为之间起调节作用。

综上所述,本文构建研究模型,如图 1 所示。

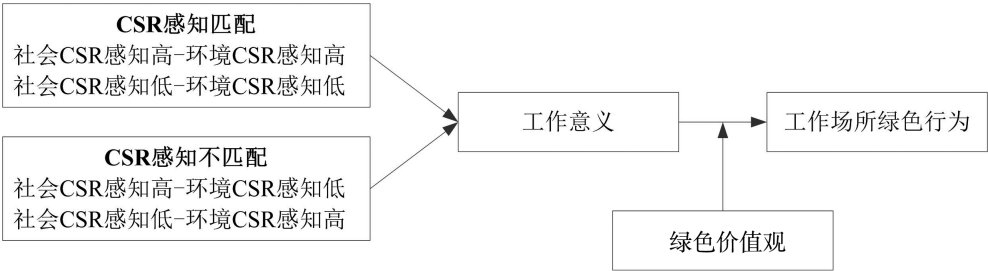


图 1 理论模型

三、实证分析

本文的研究对象为国有企业、民营企业等各类企业员工,采用问卷调查法收集数据,共收集 240 份问卷,有效问卷 219 份。测量量表均来自成熟量表,且均经过信效度检验。五因子模型各项指标优于其他模型(χ^2/df 为 1.620, RMSEA 为 0.053, CFI、TLI 和 SRMR 的系数分别是 0.903、0.894 和 0.052),拟合效果最好,且 5 个变量之间具有良好的区分效度。本研究采用 Harman 单因子检验法进行了共同方法偏差检验,结果表明模型整体不存在严重的共同方法偏差问题。

(一)描述性统计与相关分析

本文运用 SPSS 24.0 软件对主要变量进行描述

性统计分析,如表 1 所示。表 1 显示,社会 CSR 感知和工作意义($r = 0.607, p < 0.01$)、绿色价值观($r = 0.521, p < 0.01$),以及工作场所绿色行为($r = 0.585, p < 0.01$)呈正相关关系,环境 CSR 感知和工作意义($r = 0.656, p < 0.01$)、绿色价值观($r = 0.625, p < 0.01$),以及工作场所绿色行为($r = 0.548, p < 0.01$)呈正相关关系,说明 CSR 感知的两个维度:社会 CSR 感知和环境 CSR 感知都能显著地预测工作意义、绿色价值观以及工作场所绿色行为。工作意义和工作场所绿色行为($r = 0.606, p < 0.01$)也呈正相关关系,说明工作意义也能够显著地预测工作场所绿色行为。上述分析为后续假设检验提供了初步支持。

表 1 主要变量的描述性统计及相关系数矩阵 (N = 219)

变量	M(SD)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1 Sex	0.50(0.50)	1	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
2 Age	2.20(1.02)	-0.098	1	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
3 Edu	3.78(0.60)	-0.062	-0.033	1	—	—	—	—	—	—	—	—	—
4 Time	2.84(1.02)	-0.113	0.617 **	0.032	1	—	—	—	—	—	—	—	—
5 Type	2.61(0.76)	-0.063	-0.064	-0.098	-0.129	1	—	—	—	—	—	—	—
6 Size	2.25(0.87)	-0.093	0.125	0.138 *	0.256 **	-0.088	1	—	—	—	—	—	—
7 Industry	2.68(1.92)	0.174 *	0.001	-0.097	-0.086	-0.116	-0.272 **	1	—	—	—	—	—
8 XA	4.41(0.64)	-0.031	0.039	-0.064	0.234 **	-0.177 **	0.151 *	-0.018	1	—	—	—	—
9 XB	4.91(0.70)	0.106	0.112	-0.097	0.202 **	-0.047	0.165 *	0.037	0.608 **	1	—	—	—
10 M	5.03(0.48)	0.026	0.070	0.087	0.326 **	-0.122	0.115	0.064	0.607 **	0.656 **	1	—	—
11 W	5.09(0.53)	0.112	0.026	-0.005	0.166 *	-0.032	0.211 **	0.033	0.521 **	0.625 **	0.593 **	1	—
12 Y	4.87(0.67)	-0.001	-0.017	-0.025	0.255 **	-0.117	0.145 *	-0.048	0.585 **	0.548 **	0.606 **	0.512 **	1

注:Sex 代表性别, Age 代表年龄, Edu 代表教育程度, Time 代表工作年限, Type 代表企业性质, Size 代表企业规模, Industry 代表企业所属行业, XA 代表社会 CSR 感知, XB 代表环境 CSR 感知, M 代表工作意义, W 代表绿色价值观, Y 代表工作场所绿色行为; * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$ 。

(二)假设检验

1. CSR 感知匹配与工作场所绿色行为

首先,进行 CSR 感知匹配的描述性统计分析。本文借助 SPSS 24.0 软件,采用匹配分析中较常用的多项式回归与响应面分析方法对数据进行整理和分析^[26]。匹配的测量指标必须属于同构概念,且需要满足测量尺度一致^[27],这是为了确保两个变量的匹配有统计学上的意义。在本文研究中,社会 CSR 感知与环境 CSR 感知两个自变量均是经过多项研究检验的成熟变量,且均为四题项、六点计分的量表,这为后续研究打下了基础。除此之外,还需要对自变量的不匹配程度进行检验,Shanock 等^[28]提出了一致性检验的方法:先对两个匹配变量进行标准化处理,之后以社会 CSR 感知比环境 CSR 感知大或小半个标准差为标准,进行一致以及两种不一致情况的划分。本文借助这一方法对社会 CSR 感知与环境 CSR 感知进行了检验,结果如表 2 所示。表 2 表明,本研究中社会 CSR 感知与环境 CSR 感知不匹配的情况较多(共占 53.42%),说明可以继续开展接下来的数据分析。

表 2 社会 CSR 感知与环境 CSR 感知匹配的描述性统计分析

自变量	n	比例 /%	M (社会 CSR 感知)	M (环境 CSR 感知)
社会 CSR 感知 > 环境 CSR 感知	56	25.57	1.12	0.84
一致	102	46.58	1.03	1.54
社会 CSR 感知 < 环境 CSR 感知	61	27.85	0.52	1.71

其次,进行二次多项式回归分析,根据 Edwards 提出的多项式回归方法,本文检验年龄、工作年限等控制变量对因变量工作场所绿色行为(Z)的影响,在此基础上加入社会 CSR 感知(P)、环境 CSR 感知(S)、社会 CSR 感知的平方(P²)、社会 CSR 感知×环境 CSR 感知(P×S)及环境 CSR 感知的平方(S²),得到如下方程式(1):

$$Z = b_0 + b_1p + b_2s + b_3p^2 + b_4ps + b_5s^2 + e_z \quad (1)$$

如表 3 所示,模型 2 中社会 CSR 感知与环境 CSR 感知对工作场所绿色行为均存在正向影响($\beta_1 = 0.358, \beta_2 = 0.333, p < 0.001$)。模型 3 加入了二次项之后, R² 显著增加 ($\Delta R^2 = 0.024, p < 0.05$),证明社会 CSR 感知与环境 CSR 感知对工作场所绿色行为的影响是非线性的,可对其进行响应面分析。

表 3 二次多项式回归分析结果(N=219)

变量	工作场所绿色行为		
	模型 1	模型 2	模型 3
性别	-0.013	-0.014	-0.002
年龄	-0.214 **	-0.212 **	-0.239 **
受教育程度	0.007	0.008	0.005
工作年限	0.235 **	0.234 **	0.233 **
企业性质	-0.030	-0.030	-0.026
企业规模	-0.009	-0.010	-0.003
企业所属行业	-0.037	-0.038	-0.032
社会 CSR 感知(P)	0.339 ***	0.358 ***	0.220
环境 CSR 感知(S)	0.320 ***	0.333 ***	0.362 **
P×S	—	-0.031	0.762 **
P ²	—	—	-0.444 **
S ²	—	—	-0.404 *
R ²	0.442	0.442	0.467
△R ²	(0.442)	0.000	0.024 *
F-value	18.398 ***	16.493 ***	15.025 ***
匹配线(P=S)斜率(a ₁)	—	—	0.58 ***
匹配线(P=S)曲率(a ₂)	—	—	-0.01
不匹配线(P=-S)斜率(a ₃)	—	—	-0.12
不匹配线(P=-S)曲率(a ₄)	—	—	-0.86 ***

注: * 表示在 p<0.05 上显著; ** 表示在 p<0.01 上显著; *** 表示在 p<0.001 上显著(双尾检验);表中变量的系数为标准化估计;自变量均已经过中心化处理。

最后,响应面分析及结果解释。本文研究中,假设检验的关键在于匹配线(P=S)以及不匹配线(P=-S)方向上对应的斜率及曲率的情况。当 P=S 时,可以根据式(1)得出斜率 $a_1 = b_1 + b_2$, 曲率 $a_2 = b_3 + b_4 + b_5$; 同理可得 $a_3 = b_1 - b_2$; $a_4 = b_3 - b_4 + b_5$ 。

$$P = S: z = b_0 + (b_1 + b_2)s + (b_3 + b_4 + b_5)s^2 + e_1 \quad (2)$$

$$P = -S: z = b_0 + (b_1 - b_2)s + (b_3 - b_4 + b_5)s^2 + e_2 \quad (3)$$

由表 3 结果可知,在 P=-S 对角线上,曲率 a₄ 显著为负(a₄ = -0.86, p<0.001),证明在这一方向上社会 CSR 感知、环境 CSR 感知及工作场所绿色行为存在倒 U 形曲面关系,如图 2 所示。在社会 CSR 感知向环境 CSR 感知增加的过程中(P=-S 对角线上从右往左移动的反应曲面),工作场所绿色行为呈现出先上升后下降的趋势,在两者互相匹配时,工作场所绿色行为达到最大值,假设 1 得到验证。

在 P=S 对角线上,斜率显著为正(a₁ = 0.58, p<0.001)而曲率 a₂ 不显著,证明沿着匹配的方向存在一条斜率为正的直线。在此情况下,高水平的匹配比低水平的匹配能够促使员工提高工作场

所绿色行为水平,假设 2 得到验证。

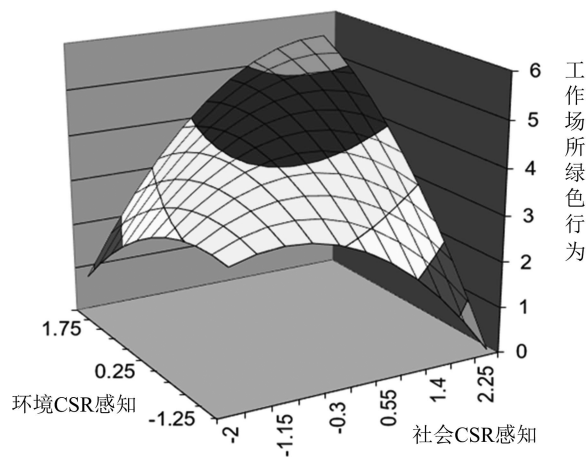


图2 社会 CSR 感知和环境 CSR 感知对工作场所绿色行为的影响

在 $P = -S$ 对角线上,曲率 a_3 不显著($a_3 = -0.12, p > 0.05$),说明两种情况下员工的工作场所绿色行为水平没有显著差异,假设 3 未得到验证。

2. 工作意义的中介作用

(1) 进行二次多项式回归分析

本文借鉴 Edwards 的方法,在验证中介作用之前,需要先分析社会 CSR 感知和环境 CSR 感知匹配与工作意义的关系,按照和探究社会 CSR 感知和环境 CSR 感知匹配影响工作场所绿色行为一样的步骤检验。社会 CSR 感知和环境 CSR 感知匹配的描述性统计分析已进行,接下来直接进行二次多项式回归分析。

根据 Edwards 提出的多项式回归方法,本文首先检验了年龄、工作年限等控制变量对因变量工作意义(Z)的影响,在此基础上加入社会 CSR 感知(P)、环境 CSR 感知(S)、社会 CSR 感知的平方(P^2)、社会 CSR 感知 $\times$ 环境 CSR 感知($P \times S$)及环境 CSR 感知的平方(S^2),得到方程式(4)如下:

$$Z = b_0 + b_1p + b_2s + b_3p^2 + b_4ps + b_5s^2 + e_z \quad (4)$$

结果如表 4 所示,模型 5 中社会 CSR 感知与环境 CSR 感知对工作意义均存在正向影响($\beta_1 = 0.308, \beta_2 = 0.474, p < 0.001$)。模型 6 加入了二次项之后, R^2 显著增加($\Delta R^2 = 0.014, p < 0.05$),证明社会 CSR 感知与环境 CSR 感知对工作意义的影响是非线性的,可对其进行响应面分析。

表 4 二次多项式回归分析结果 (N = 219)

变量	工作意义		
	模型 4	模型 5	模型 6
性别	-0.006	-0.007	-0.013
年龄	-0.150 *	-0.149 *	-0.127 *
受教育程度	0.151 **	0.152 **	0.154 **
工作年限	0.271 ***	0.269 ***	0.271 ***
企业性质	-0.005	-0.005	-0.001
企业规模	-0.058	-0.059	-0.058
企业所属行业	0.075	0.073	0.073
社会 CSR 感知(P)	0.290 ***	0.308 ***	0.339 **
环境 CSR 感知(S)	0.462 ***	0.474 ***	0.572 **
$P \times S$	—	-0.030	-0.487
P^2	—	—	0.321 *
S^2	—	—	0.105
R^2	0.570	0.571	0.584
ΔR^2	(0.570)	0.095	0.014 *
F -value	30.836 ***	27.642 ***	24.115 ***
匹配线($P = S$)斜率(a_1)	—	—	0.65 ***
匹配线($P = S$)曲率(a_2)	—	—	-0.02
不匹配线($P = -S$)斜率(a_3)	—	—	-0.14
不匹配线($P = -S$)曲率(a_4)	—	—	0.37 ***

注: * 表示在 $p < 0.05$ 上显著; ** 表示在 $p < 0.01$ 上显著; *** 表示在 $p < 0.001$ 上显著(双尾检验);表中变量的系数为标准化估计;自变量均已经过中心化处理。

本文研究中,假设检验的关键在于匹配线($P = S$)上对应的斜率及曲率的情况。当 $P = S$ 时,可以根据式(4)得出斜率 $a_1 = b_1 + b_2$,曲率 $a_2 = b_3 + b_4 + b_5$;同理可得 $a_3 = b_1 - b_2$; $a_4 = b_3 - b_4 + b_5$ 。

$$P = S; z = b_0 + (b_1 + b_2)s + (b_3 + b_4 + b_5)s^2 + e_1 \quad (5)$$

$$P = -S; z = b_0 + (b_1 - b_2)s + (b_3 - b_4 + b_5)s^2 + e_2 \quad (6)$$

由表 4 结果可知,在 $P = S$ 对角线上,斜率显著为正($a_1 = 0.65, p < 0.001$)而曲率($a_2 = -0.02, p > 0.1$)不显著,如图 3 所示,因此可以推断出社会 CSR 感知和环境 CSR 感知与工作意义之间是线性关系,工作意义随着社会 CSR 感知和环境 CSR 感知的增加而增加,可进行下一步的中介作用分析。

(2) 进行工作意义的中介作用分析

通过上述分析得出如下结论,社会 CSR 感知和环境 CSR 感知匹配与工作意义有一定的相关关系,为了检验工作意义的中介作用,借鉴学者^[29]的方法进行数据分析:第一步,将因变量工作场所绿色行为对社会 CSR 感知(P)、环境 CSR 感知(S)、社会 CSR 感知的平方(P^2)、社会 CSR 感知 $\times$ 环境 CSR 感知($P \times S$)及环境 CSR 感知的平方(S^2)进

行二次多项式回归,回归结果如模型 7 所示;第二步,将工作意义也放入上述方程进行回归,回归结果如模型 8 所示。

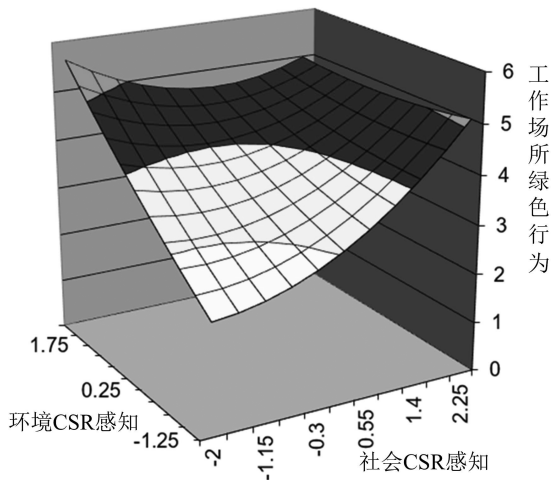


图3 社会 CSR 感知和环境 CSR 感知对工作意义的影响

如表 5 所示,当加入工作意义后,模型 8 中的 R^2 比模型 7 显著增加 ($\Delta R^2 = 0.048, p < 0.001$),另外在控制了社会 CSR 感知和环境 CSR 感知匹配的影响后,工作意义影响工作场所绿色行为的系数显著为正 ($\beta = 0.340, p < 0.001$),而且社会 CSR 感知(由 $\beta_1 = 0.220$ 变为 0.105)与环境 CSR 感知(由 $\beta_2 = 0.362$ 变为 0.168)的一次项系数均有一定幅度的减小。在上述回归方程的基础上,为了进一步检验工作意义的中介作用,借鉴学者 Zhang

表 5 二次多项式回归分析结果 (N=219)

变量	模型 7	模型 8
性别	-0.002	0.003
年龄	-0.239 ***	-0.196 **
受教育程度	0.005	-0.047
工作年限	0.233 **	0.141 *
企业性质	-0.026	-0.026
企业规模	-0.003	0.017
企业所属行业	-0.032	-0.056
社会 CSR 感知(P)	0.220	0.105
环境 CSR 感知(S)	0.362 **	0.168
P^2	-0.444 **	-0.553 ***
$P \times S$	0.762 **	0.928 **
S^2	-0.404 *	-0.439 *
工作意义	—	0.340 ***
R^2	0.467	0.515
ΔR^2	(0.467)	0.048 ***
F-value	15.025 ***	16.724 ***

注: * 表示在 $p < 0.05$ 上显著; ** 表示在 $p < 0.01$ 上显著; *** 表示在 $p < 0.001$ 上显著(双尾检验);表中变量的系数为标准化估计;自变量均经过中心化处理。

等^[29]的步骤:第一步,将社会 CSR 感知(P)、环境 CSR 感知(S)、社会 CSR 感知的平方(P^2)、社会 CSR 感知 $\times$ 环境 CSR 感知($P \times S$)及环境 CSR 感知的平方(S^2)转换为一个 block(块变量)进行检验,目的是计算出块变量的唯一系数来解释社会 CSR 感知和环境 CSR 感知匹配对工作意义的影响;第二步,运用 bootstrap 方法重复抽样 1 000 次构建 95% 置信区间,探究社会 CSR 感知和环境 CSR 感知匹配通过工作意义对工作场所绿色行为的间接效应,如表 6 所示。

由表 6 结果可以得出以下结论,工作意义对工作场所绿色行为的系数显著为正 ($\beta = 0.4310, p < 0.001$),证明工作意义对工作场所绿色行为产生正向影响。另外,社会 CSR 感知和环境 CSR 感知匹配组成的 block 对工作意义的直接效应显著为正 ($\beta = 0.7361, p < 0.001$),社会 CSR 感知和环境 CSR 感知匹配对工作场所绿色行为的直接效应显著为正 ($\beta = 0.6827, p < 0.001$),社会 CSR 感知和环境 CSR 感知匹配通过工作意义对工作场所绿色行为的间接效应显著为正 ($\beta = 0.3173, p < 0.001$, 95% CI = [0.2265, 0.4169]),从上述和工作意义相关的直接和间接效应中可以得知,工作意义在社会 CSR 感知和环境 CSR 感知匹配与工作场所绿色行为之间的关系中起到部分中介作用,假设 4 得到验证。

表 6 中介效应分析结果

变量	工作意义		工作场所绿色行为	
	系数	95% 置信区间	系数	95% 置信区间
Block 系数 (匹配的直接效应)	0.7361 ***	[0.6252, 0.8471]	0.6827 ***	[0.4836, 0.8818]
工作意义	—	—	0.4310 ***	[0.2515, 0.6105]
匹配通过工作 意义的间接效应	—	—	0.3173 ***	[0.2265, 0.4169]

注: * 表示在 $p < 0.05$ 上显著; ** 表示在 $p < 0.01$ 上显著; *** 表示在 $p < 0.001$ 上显著。

3. 绿色价值观的调节作用

本研究运用多元回归分析的方法对绿色价值观路径的调节作用进行检验。为了减少各个变量之间的多重共线性,在分析调节作用之前对主要变量进行中心化处理,之后得到工作意义与绿色价值观的交互项再进行回归分析。如表 7 所示,首先在模型 9 中检验控制变量对工作场所绿色行为的影响,在模型 10 中将中介变量工作意义引入到

回归方程中,发现工作意义与工作场所绿色行为呈显著的正向关系($\beta = 0.572, p < 0.001$)。之后在模型 11 中将中介变量工作意义和调节变量绿色价值观引入到回归方程中,发现绿色价值观与工作场所绿色行为呈显著的正向关系($\beta = 0.236, p < 0.001$)。最后在模型 12 中同时把中介变量工作意义、调节变量绿色价值观和二者的交互项引入到回归方程中,发现交互项对工作场所绿色行为影响的回归系数值是 0.134($p < 0.05$),说明绿色价值观在工作意义和工作场所绿色行为的关系中起到显著的调节作用,假设 5 得到验证。

表 7 工作场所绿色行为回归分析结果(N=219)

变量	工作场所绿色行为			
	模型 9	模型 10	模型 11	模型 12
性别	0.017	-0.007	-0.032	-0.041
—年龄	-0.279 **	-0.159 *	-0.161 *	-0.158 *
教育程度	-0.066	-0.104	-0.089	-0.094
工作年限	0.400 ***	0.143	0.157 *	0.159 *
企业性质	-0.083	-0.054	-0.066	-0.066
企业规模	0.077	0.051	0.007	0.001
企业所属行业	-0.011	-0.073	-0.079	-0.074
工作意义	—	0.572 ***	0.431 ***	0.427 ***
绿色价值观	—	—	0.236 ***	0.315 ***
交互项	—	—	—	0.134 *
R^2	0.130	0.406	0.439	0.452
$Adjusted - R^2$	0.101	0.383	0.415	0.425
ΔR^2	(0.130)	0.276 ***	0.034 ***	0.012 *
$F - value$	4.499 ***	17.923 ***	18.204 ***	17.132 ***

注: * 表示在 $p < 0.05$ 上显著; ** 表示在 $p < 0.01$ 上显著; *** 表示在 $p < 0.001$ 上显著(双尾检验);表中变量的系数为标准化估计。

四、结论与讨论

(一)研究结论

员工社会 CSR 感知和环境 CSR 感知越匹配,员工的工作场所绿色行为水平越高。在完全匹配的情况下,社会 CSR 感知与环境 CSR 感知都高的匹配能够带来更高水平的工作场所绿色行为。工作意义在 CSR 感知匹配和工作场所绿色行为之间起中介作用。绿色价值观在工作意义和工作场所绿色行为之间起调节作用。

(二)理论贡献与管理启示

验证了 CSR 感知不同维度之间的匹配作用对工作场所绿色行为的影响,拓展了多项式回归和响应面分析技术的应用领域。从微观 CSR 的层面探讨了工作场所绿色行为的产生,丰富了微观 CSR 领域的研究,有效开发了工作场所绿色行为实施的途径。引入工作意义的中介机制,为 CSR

感知与工作场所绿色行为之间的关系提供新的解释机制。

企业要承担好对员工、顾客、供应商、社区的社会责任^[30]。员工是企业最核心的利益相关者主体,因此企业应首先承担好对员工的社会责任^[31]。企业要承担好对环境的社会责任,促进员工展现工作场所绿色行为。企业要积极推动节能减排和绿色生产,提升资源利用效率,减少企业运营给环境带来的不利影响。企业要提高员工的工作意义感知水平,让员工在参与 CSR 活动的过程中获得积极的价值体验。

参考文献:

[1] DE ROECK K, EL AKREMI A, SWAEN V. Consistency matters! How and when does corporate social responsibility affect employees' organizational identification? [J]. Journal of management studies, 2016, 53(7): 1141-1168.

[2] FARID T, IQBAL S, MA J. Employees' perceptions of CSR, Work engagement and organizational citizenship behavior: the mediating effects of organizational justice[J]. International journal of environmental research and public health, 2019, 16(10):1842.

[3] ONG M, MAYER D M, TOST L P. When corporate social responsibility motivates employee citizenship behavior: the sensitizing role of task significance [J]. Organizational behavior & human decision processes, 2018(144):44-59.

[4] 甘艳丽. 员工感知的企业社会责任与员工敬业度的关系研究[D]. 太原:山西大学, 2018.

[5] AGUINIS H, GLAVAS A. On corporate social responsibility, sensemaking, and the search for meaningfulness through work [J]. Journal of management, 2019, 45(3): 1057-1086.

[6] NG T W H, YAM K C, AGUINIS H. Employee perceptions of corporate social responsibility: effects on pride, embeddedness, and turnover [J]. Personnel psychology, 2019, 72(1): 107-137.

[7] AFSAR B, CHEEMA S, JAVED F. Activating employee's Pro-environmental behaviors: the role of CSR, organizational identification, and environmentally specific servant leadership [J]. Corporate social responsibility and environmental management, 2018, 25(5): 904-911.

[8] GLAVAS A, KELLEY K. The effects of perceived corporate social responsibility on employee attitudes [J]. Business ethics quarterly, 2014, 24(2):165-202.

[9] AFSAR B, BASHEER M. The moderating effects of employee corporate social responsibility motive attributions

- (Substantive and symbolic) Between corporate social responsibility perceptions and voluntary pro-environmental behavior[J]. Corporate social responsibility and environmental management, 2020, 27(2): 652-664.
- [10] HE J, MORRISON A M, ZHANG H. Being sustainable: the three-way interactive effects of CSR, green human resource management, and responsible leadership on employee green behavior and task performance[J]. Corporate social responsibility and environmental management, 2021, 28(3): 1043-1054.
- [11] LEE W, CHOI S. Internal and external corporate social responsibility activities and firm value: evidence from the shared growth in the supply chain[J]. Borsa istanbul review, 2021, 21(1): S57-S69.
- [12] HUR W M, MOON T W, CHOI W H. When are internal and external corporate social responsibility initiatives amplified? employee engagement in corporate social responsibility initiatives on prosocial and proactive behaviors [J]. Corporate social responsibility and environmental management, 2019, 26(4): 849-858.
- [13] 谢玉华, 刘晶晶, 谢华青. 内外部企业社会责任对员工工作意义感的影响机制和差异效应研究[J]. 管理学报, 2020, 17(9): 1336-1346.
- [14] KIM A, KIM Y, HAN K. A cross level investigation on the linkage between job satisfaction and voluntary workplace green behavior[J]. Journal of business Ethics, 2019, 159(4): 1199-1214.
- [15] PAILLÉ P, MEJÍA-MORELOS J H, MARCHÉ-PAILLÉ A. Corporate greening, exchange process among co-workers, and ethics of care: an empirical study on the determinants of pro-environmental behaviors at coworkers-level[J]. Journal of business ethics, 2016, 136(3): 655-673.
- [16] KIM A, KIM Y. Multilevel influences on voluntary workplace green behavior: individual differences, leader behavior, and coworker advocacy[J]. Journal of management, 2017, 43(5): 1335-1358.
- [17] AL-GHAZALI B M, AFSAR B. Retracted: green human resource management and employees' green creativity: the roles of green behavioral intention and individual green values [J]. Corporate social responsibility and environmental management, 2021, 28(1): 123-136
- [18] AMRUTHA V N, GEETHA S N. Linking organizational green training and voluntary workplace green behavior: mediating role of green supporting climate and employees' Green Satisfaction[J]. Journal of cleaner production, 2021(290): 125873.
- [19] WANG X D, ZHOU K, LIU W X. Value congruence: a study of green transformational leadership and employee Green Behavior[J]. Frontiers in psychology, 2018, 9.
- [20] AHMED M, SUN Z H, RAZA S A. Impact of CSR and environmental triggers on employee Green Behavior: the mediating effect of employee Well-Being[J]. Corporate social responsibility and environmental management, 2020, 27(5): 2225-2239.
- [21] CHEEMA S, AFSAR B, AL-GHAZALI B M. How Employee's perceived corporate social responsibility affects employee's pro-environmental behaviour? the influence of organizational identification, corporate entrepreneurship, and environmental consciousness[J]. Corporate social responsibility and environmental management, 2020, 27(2): 616-629.
- [22] FREEMAN R, E. Strategic management: a stakeholder approach[M]. Boston: Pitman/Ballinger, 1984.
- [23] 王哲, 张爱卿. 内部企业社会责任对员工反生产行为的影响:组织认同的中介和理想主义道德标准的调节[J]. 经济管理, 2019, 41(8): 130-146.
- [24] MAY D R, GILSON R L, HARTER L M. The psychological conditions of meaningfulness, safety and availability and the engagement of the human spirit at work[J]. Journal of occupational and organizational psychology, 2004, 77(1): 11-37.
- [25] HAWS K, WINTERICH K P, NAYLOR R W. Seeing the world through GREEN-tinted glasses: green consumption values and responses to environmentally friendly products[J]. Journal of consumer psychology, 2014, 24(3): 336-354.
- [26] EDWARDS J R, CABLE D M. The value of value congruence[J]. Journal of applied psychology, 2009, 94(3): 654-677.
- [27] 张珊珊, 张建新, 周明洁. 二次响应面回归方法及其在个体-环境匹配研究中的使用[J]. 心理科学进展, 2012, 20(6): 825-833.
- [28] SHANOCK L R, BARAN B E, GENTRY W A, et al. Polynomial regression with response surface analysis: a powerful approach for examining moderation and overcoming limitations of difference scores[J]. Journal of business and psychology, 2010, 25(4): 543-554.
- [29] ZHANG Z, WANG M O, SHI J. Leader-follower congruence in proactive personality and work outcomes: the mediating role of Leader-member exchange[J]. Academy of management journal, 2012, 55(1): 111-130.
- [30] 赵奇伟, 余炎, 张楠. 中国跨国公司企业社会责任信息披露能否缓和海外子公司正当性缺失: 基于信息传播视角的研究 [J]. 珞珈管理评论, 2023, 19(3): 36-70.
- [31] 刘洋洋, 李景春, 张雅楠. 悖论视域下企业社会责任的困境与治理方略[J]. 燕山大学学报(哲学社会科学版), 2019, 20(4): 84-89.

(本文责编: 默 黎)