

高校学生企业社会责任态度调查 (2014) (上)

Survey of college students' attitude of corporate social responsibility 2014

背景

商业管理运营面临挑战

随着全球化进程的深入，商业管理运营面临的挑战也日益复杂和多元。与此同时，政府、公众对社会、环境可持续发展的关注程度越来越高，对商业管理运营提出了更高要求。如何较好地在面对挑战的同时满足要求，更多情况下取决于企业管理决策者。

学生态度对未来社会、商业发展的影响和对推动责任教育的重要作用

未来的商业管理决策者如今正在各大高校、商学院就读，他们今后如何应对复杂的问题、多元的挑战和多方的需求，取决于当下他们在学校接受何种培训、熏陶，他们看待问题、处理问题的态度和看法。

诺贝尔化学奖得主理查德·罗伯特·恩斯特(Richard Robert Ernst)曾说：“运用科技的后果取决于道德和责任感，而学术的责任则是“教育未来一代的具有责任感的领导者”。学校对未来商业管理决策者的责任教育将影响未来社会、商业的发展。

基于以上考虑，环保部宣教中心、北京大学光华管理学院和商道纵横合作开展了MBA/高校学生对企业社会责任和可持续发展态度调查，以了解当今高校、商学院学生态度，推动未来商

业领袖与社会管理者了解企业发展所面临的社会环境问题；同时帮助商学院及其他院校有针对性地开展责任教育研究、寻找最佳教学方法，培养具有前瞻性的负责任的未来商业领袖和社会管理者。

调查方法与数据

1.调查对象

本次调查选取了部分贝达项目环境学院、部分中国大学商学院（管理学院）工商管理硕士（MBA），和其他学院硕士、本科在校生

2.调查方法

问卷调查法

（1）问卷设计：问卷依据以往学生态度调查（Aspen, 2007; PRME 2013），以及报道学生社会责任态度的相关文献进行设置。设计完成后请相关专家审阅提意见，并根据反馈意见进行修改。

（2）预调查：问卷初步形成后，对安徽工商管理学院的选修企业社会责任课的40名MBA学生进行预调查，根据被调查者反馈和问卷填写情况，问卷表述没有歧义，也没有不易理解的题目，但个别条目的内容有重复。据此，对问卷进行修改。

（3）问卷调查：问卷以在线问卷、电子问卷和纸版问卷3种形式下发，于2014年6月10日至2014年7月4日进行对10余所

发布单位：
环保部宣教中心
北京大学光华管理学院责任与社会价值中心
商道纵横
指导组成员：
环保部宣教中心
贾峰
北京大学光华管理学院责任与社会价值中心
杨东宁、张俊妮
商道纵横
郭沛源
工作组成员：
环保部宣教中心
祝真旭、栾彩霞、金玉婷
商道纵横
陈颖、徐艺舫、李文博、张睿、张洪福

商学院MBA、高校环境学院硕士、本科学生的问卷调查。

3. 调查内容

调查问卷从以下几个方面对工商管理硕士、研究型硕士、本科生的态度进行了解：

(1) 学生基本信息：包括学生一般信息、就读学校、就读学院、工作经历和毕业后1年内及5年后的个人规划。

(2) 对企业社会责任的认知和态度

- 模拟情境下的企业决策；
- 对企业社会责任的认知：如何定义“经营良好”的公司、企业的主要职责、企业的利益相关方重要性、企业履行社会责任的可能收益；

• 对企业管理面临挑战的认知：企业高层决策者面临各项挑战的严峻程度、企业履行社会责任面临各种困境的可能性

• 保证企业有效履行社会责任的关键途径；

(3) 对责任教育的态度：在学校开展责任教育的优先措施；

调查对象基本情况

1. 参与学校

共回收有效问卷409份，来自12所学校，各学校回收有效问卷的情况见（图1-1）

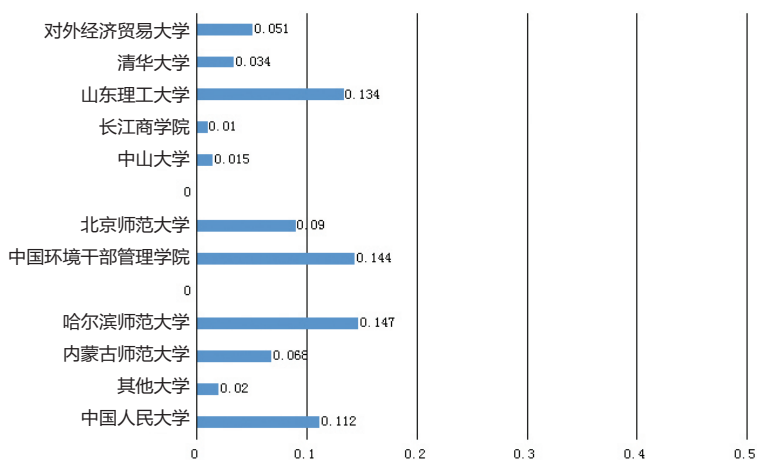


图 1-1 各学校回收调查问卷的比例情况

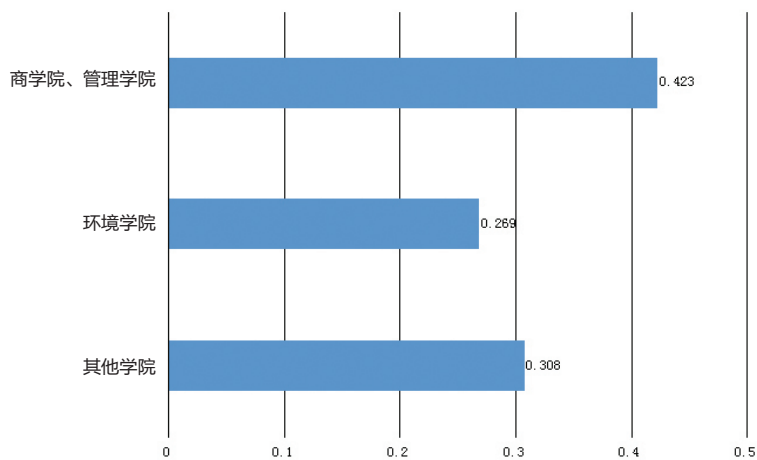


图 1-2 调查对象就读学院情况

2. 就读学院

调查对象来自主要来自商学院、环境学院及其他学院。（图1-2）

3. 性别

409名被调查者中，男性195名，占47.7%，女性209名，占51.1%，5名被调查者未提供性别信息。

4. 年龄

被调查者年龄在18-45岁之间，平均年

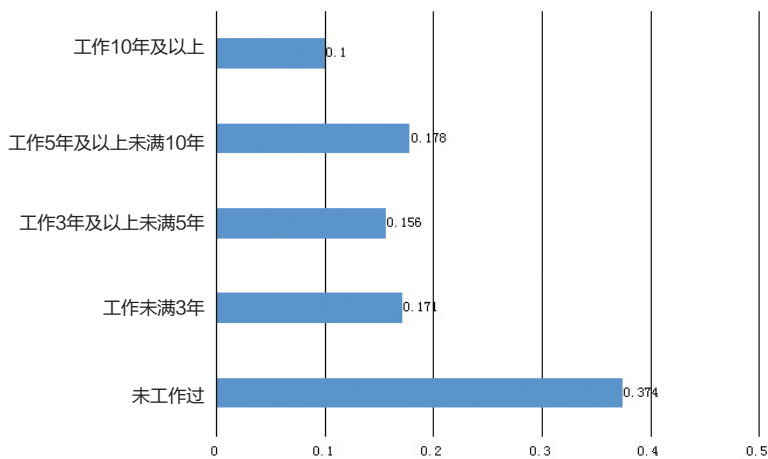


图 1-3 被调查者工作经历

龄 25.8 ± 6.2 岁，4名被调查者未提供年龄信息。

5. 工作经历

409名被调查者中，153名无工作经历，占37.4%，248名有工作经历，占60.6%。（图1-3）

态度调查主要结果

1. 模拟情境下的企业决策

某企业生产销售天然营养的婴幼儿食品，是该行业三大品牌之一，但经营状况不佳。新上任1年的CEO进行了大量营销努力，试图在本年度扭亏为盈。可是，他（她）刚得知，其主要原料浓缩纯果汁的供应商有掺假嫌疑，不过并未掺入有害物质，掺假问题涉及本年度最后一季的库存产品。如果照常销售这批库存，将实现年度盈利；如果不销售，产品将会过期销毁，企业本年度继续亏损，可能被兼并。此外别无选择，CEO必须尽快决定。

如果你是CEO，如何决定：

图2-1

- 大部分被调查者倾向于选择不出售产品，其中44%选择肯定不出售，20.3%选择很可能不出售。

- 仍有12.7%的被调查者倾向于选择尽快出售，而约五分之一的被调查者不确定是否出售。

- 商学院、管理学院和其他学院被调查者更倾向于肯定不出售产品，而环境学院被调查者则倾向于可能考虑出售产品。

2. 对企业社会责任的认知

2.1 如何定义“经营良好”的公司

任何企业都不可能是完美的，在您看来，在现实中一家相对而言堪称“经营良好”的公司，下列各项因素的重要程度是：

- 超过半数的被调查者认为“提供优质的产品或服务”、“保持良好的客户口碑”对于“经营良好”的公司而言极为重要。

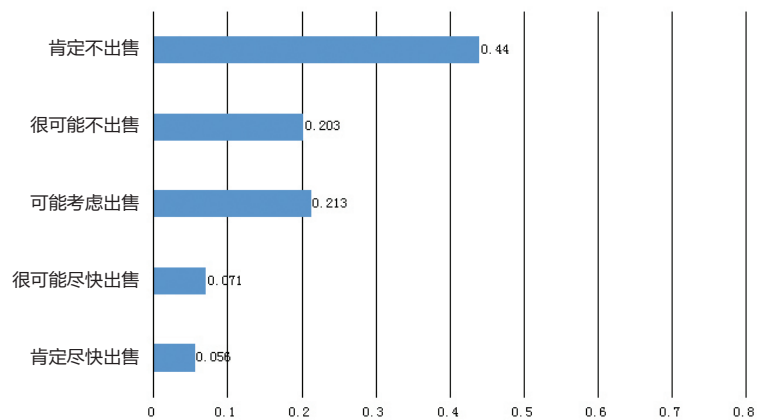


图 2-1 被调查者的出售决定

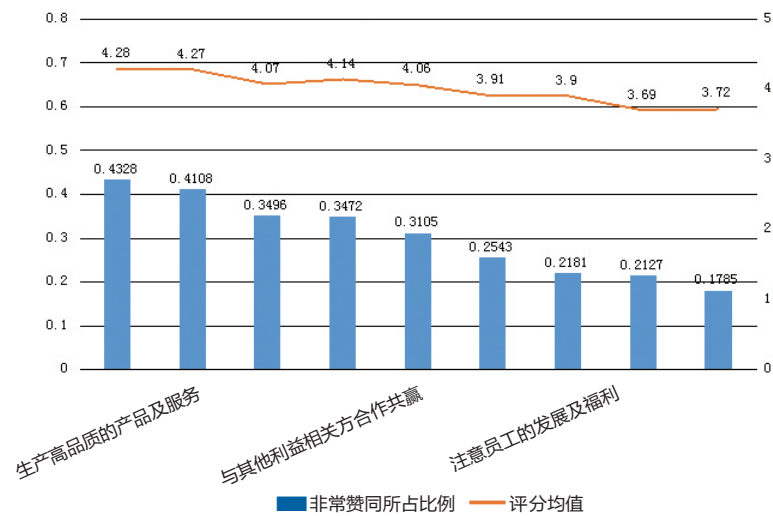


图 2-2-2 被调查者对企业主要职责的认知

“追求利润最大化”、“创造经济价值和社会财富”排在靠后的位置，反映出被调查者在旁观者的角度看待企业时，对企业的盈利状况并不十分关注。

- 被调查认为反应“经营良好”的公司可以大致从负责任经营和经营绩效两个方面考量，经营绩效的因素较负责任经营重要。女性、其他学院和无工作经历的被调查者较男性、商学院和管理学院及环境学院、有工作经历的被调查者而言认为负责任经营更重要。

2.2 企业的主要职责

如果您即将被任命为一家经营状况不理想的企业CEO，您是否同意将以下各项确定为企业的主要职责？（图2-2-2）

- “生产高品质的产品及服务”、“满足客户需求”、“严格守法及完全合规”被认为是企业的三个主要职责。

- 被调查认为企业的主要职责大致可分为社会责任履行和经济价值创造两个方面。对于一家企业经营状况不理想的企业而言，被调查者认为经济价值创造是企业更主要的职责。☞（未完待续）