

摘要

近年來在勞力密集國家中，有部份電子產業因企業未符合勞工權益、安全衛生與環境保護等議題或相關規範備受到關注，在全球化的狀況下企業社會責任行為準則已無處不在，未來各種行業皆可能會被要求遵循此準則，企業應增進對企業社會責任行為準則的認識，以因應未來趨勢。經學者研究證實，組織在企業社會責任行為準則時，是有助於員工對於組織承諾的提升，而對於組織來說，良好的組織支持知覺是建立在積極與正向的勞僱關係上。因此本研究欲探討不同產業若實行企業社會責任行為準則對其組織承諾的認同程度，同時進一步分析組織支持知覺是否具有中介效果。經文獻探討後，萃取研究相關之量表採便利抽樣進行問卷調查，研究對象以南投縣消費性電子產品製造業員工與國內 S 壽險服務業員工進行問卷調查，共計回收 162 份問卷，有效問卷回收率為 94%。

經由分析結果顯示：(1) 企業社會責任行為準則對組織承諾具有顯著影響；(2) 企業社會責任行為準則對組織支持知覺具有顯著影響；(3) 組織支持知覺對組織承諾具有顯著影響；(4) 組織支持知覺對企業社會責任行為準則與組織承諾間具有中介效果。

關鍵字：企業社會責任行為準則、組織支持知覺、組織承諾