

企业社会责任与 企业绩效关系的实证研究

An Empirical Research on the Relationship between
Corporate Social Responsibility and Performance

洪旭 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

企业社会责任与 企业绩效关系的实证研究

An Empirical Research on the Relationship between
Corporate Social Responsibility and Performance

洪旭 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

企业社会责任与企业绩效关系的实证研究/洪旭著. —北京: 经济管理出版社, 2015.8
ISBN 978-7-5096-3951-1

I. ①企… II. ①洪… III. ①企业责任—社会责任—关系—企业绩效—研究
IV. ①F270 ②F272.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 210087 号

组稿编辑: 申桂萍
责任编辑: 申桂萍
责任印制: 黄章平
责任校对: 超凡

出版发行: 经济管理出版社
(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: www.E-mp.com.cn

电 话: (010) 51915602

印 刷: 北京九州迅驰传媒文化有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 710mm×1000mm/16

印 张: 11

字 数: 157 千字

版 次: 2015 年 8 月第 1 版 2015 年 8 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5096-3951-1

定 价: 39.00 元

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

前 言

在经济全球化与企业管理国际化的今天，随着社会的进步和企业间竞争的加剧，企业社会责任问题越来越受到社会的关注。企业积极履行社会责任已经成为当今世界企业发展的重要时代潮流，是经济全球化时代新的商业规则。无论是企业界还是理论界，都不再将企业社会责任仅仅当做口号，而是将其视为一种行为，承担企业社会责任也已成为企业难以抵御的巨大压力和发展动力。进入新世纪以来，世界一流企业纷纷将社会责任融入企业战略、日常运营和管理体系之中，将其作为核心业务的重要组成部分和提升全球竞争力的重要手段。

目前，我国企业社会责任活动尚处于初步实践阶段，国内大部分企业的社会责任意识淡薄。据《2009 中国企业家成长与发展报告》显示，有将近 93%的企业经营者认同“优秀企业家一定具有强烈的社会责任感”，这反映出我国大部分企业经营者明确企业承担社会责任的义务和意义，但经营者对企业财务绩效的重视程度远高于社会绩效，企业仍然停留在追逐利润最大化的发展目标上，导致企业经营者对企业社会责任采取回避和漠视的态度，不愿意主动予以承担。

本书依据利益相关者理论，构建了由员工、股东、债权人、政府、消费者、供应商和社区等利益相关者共同构成的企业社会责任评价指标体系，并据此对目前中国企业的社会责任现状进行了客观、综合的评价和分析。同时，利用结构方程模型对企业社会责任与企业绩效的关系进行实证研究，具体包括企业社会责任对企业绩效的影响效应、

影响路径和影响程度的分析，企业社会责任对构成企业综合绩效的各个子绩效（如企业财务、经营和发展绩效等）的影响效应的分析，对企业不同组织特点对企业社会责任与对企业绩效的影响效应分析等，并依据实证研究的结论，针对我国企业如何通过有效实施企业社会责任，实现企业绩效提升的具体实施途径提出了建议。

本书实证研究的结果显示，我国上市公司的企业社会责任仍处于不平衡状态，国有企业、大型企业承担了过多的企业社会责任，经济发展较快的沿海地区的企业对企业社会责任的贡献较大，处于高利润行业的企业对社会责任的承担较多，相对于上市不足10年的新企业，老企业的社会责任感更强，能积极地承担较多的社会责任，处于政府垄断行业的企业所肩负和承担的社会责任更多。无论企业所在地区、企业性质、行业状况如何，企业社会责任对企业绩效的影响总体上都表现为正效应，即企业履行社会责任对企业的综合绩效具有促进作用，但这种作用是间接的，随着企业所在地区、企业性质、行业状况的不同而存在差异。所以企业在进行社会责任决策时，必须考虑自身的资源与能力，将有限的资源用于最能促进企业绩效的社会责任方面。不分析社会责任的对象、不考虑社会责任行为对企业绩效的影响程度，盲目投资，不仅不能促进企业的综合绩效，反而可能会给企业带来负面影响。

因此，本书倡导中国企业在进行管理决策时，应将社会责任纳入企业的战略重组与长期发展目标之中，通过对企业各利益相关者应承担的社会责任的投入，获得其他投资方式不可能得到的竞争优势，通过积极主动地承担社会责任，最终实现企业、社会多方共赢的目标。

由于水平有限，书中难免存在疏漏和不足之处，恳请各位专家与读者批评指正。

洪 旭

2015年7月于北京

目 录

第一章 绪 论	001
一、研究背景	001
二、研究目的、内容和意义	003
三、研究的思路、技术路线和方法	006
四、本书的结构安排	008
五、本书的创新之处	010
本章小结	011
第二章 文献综述	013
第一节 企业社会责任研究综述	013
一、国外企业社会责任研究综述	013
二、国内企业社会责任研究综述	018
三、企业社会责任的界定	020
四、企业社会责任的理论基础	024
第二节 企业社会责任评价的研究综述	030
一、国外企业社会责任评价的研究综述	030
二、国内企业社会责任评价的研究综述	034
第三节 企业绩效评价的研究综述	036
一、国外企业绩效评价的研究综述	036
二、国内企业绩效评价的研究综述	039
第四节 企业社会责任与企业绩效关系的研究综述	044

一、国外企业社会责任与企业绩效关系的研究综述	044
二、国内企业社会责任与企业绩效关系的研究综述	047
本章小结	050
第三章 企业社会责任评价指标体系的构建	052
第一节 构建企业社会责任评价指标体系的依据	052
一、体系构建的理论依据	052
二、评价内容的确定依据	052
第二节 企业社会责任评价的内容	053
一、企业对股东的责任	053
二、企业对员工的责任	054
三、企业对顾客的责任	055
四、企业对政府的责任	055
五、企业对社区的责任	056
六、企业对债权人的责任	057
七、企业对供应商的责任	057
八、企业对资源环境的责任	058
第三节 企业社会责任评价指标选取的原则及依据	058
一、企业社会责任评价指标选取的原则	058
二、企业社会责任评价指标选取的依据	059
第四节 企业社会责任评价指标的设计	060
一、选取的评价指标	060
二、对评价指标的释义和度量方法	062
本章小结	069
第四章 企业社会责任的统计分析	070
第一节 实证研究指标的选取	070
第二节 样本的选取及信息来源	071
第三节 企业社会责任综合得分函数	072

第四节 企业社会责任评价	073
一、指标统计性描述	073
二、探索性因子分析	073
三、信度、效度分析和验证性因子分析	078
四、企业社会责任的因子得分情况	080
五、企业社会责任的综合得分结果分析	081
本章小结	084
第五章 企业社会责任与企业绩效关系的研究假设检验	085
第一节 研究变量的设计	085
一、企业社会责任的衡量指标	085
二、企业绩效的指标设计	085
三、样本选择与数据来源	088
第二节 研究假设	088
一、企业对员工承担社会责任对企业绩效的影响	
假设	089
二、企业对股东承担社会责任对企业绩效的影响	
假设	090
三、企业对政府承担社会责任对企业绩效的影响	
假设	091
四、企业对债权人承担社会责任对企业绩效的影响	
假设	091
第三节 数学分析方法	093
一、相关性分析	093
二、结构方程模型	095
三、初始模型构建	096
四、模型参数估计、评价及修正	098
五、假设检验与路径分析	101

本章小结	104
第六章 组织特征对企业社会责任与企业绩效关系的影响	106
第一节 研究假设	106
一、不同行业的企业社会责任对企业绩效的影响会产生 差异	106
二、不同地区的企业社会责任对企业绩效的影响会产生 差异	107
三、不同所有制的企业社会责任对企业绩效的影响会产生 差异	108
第二节 数据分析	109
一、样本的选取及信息来源	109
二、不同行业企业社会责任与企业绩效关系的分析	109
三、不同地区企业社会责任与企业绩效关系的分析	115
四、不同所有制企业社会责任与企业绩效关系的 分析	120
第三节 研究结果分析	124
本章小结	126
第七章 推动企业积极履行社会责任的措施	128
第一节 改善企业的外部环境	128
一、构建完善的企业社会责任信息披露体系	128
二、建立全面的中国企业社会责任评价体系	129
三、完善企业社会责任政府监督机制	131
四、加强企业社会责任社会监督机制	132
五、设立企业社会责任投资基金	133
第二节 提升企业的内部环境	134
一、提高企业社会责任意识	134
二、加强对主要利益相关者责任的履行	134

三、制定符合自身特点的企业社会责任策略	136
四、采取利益相关者相互制衡的治理模式	136
五、构建企业社会责任管理体系	137
本章小结	139
第八章 讨论与展望	140
一、结论	140
二、讨论	141
三、研究不足与展望	142
参考文献	145
后 记	162

第一章 绪 论

一、研究背景

20 世纪初，企业的发展成为经济快速发展的最大动力，但企业在创造利润的同时却对社会产生了负效应，随着企业生产经营活动产生的负效应对社会的影响越来越大，企业社会责任的问题也应运而生，随着企业社会责任的内涵的不断丰富，其地位也不断上升。近年来，企业社会责任理念更是受到人们的广泛关注，如在西方，《财富》和《福布斯》均在企业排名评比时加上了“企业社会责任”作为评分标准之一，其中《财富》还推出了企业社会责任评级和企业社会责任 100 强榜单。2005 年，中国红十字基金会和中国新闻周刊联合主办了第一届“中国企业社会责任国际论坛”，并评选出了“中国最具责任感企业”；2006 年，上海证券交易所公布了《上市公司社会责任指引》；2008 年，国务院国资委发布 2008 年 1 号文件《关于中央企业履行社会责任指导意见》；2015 年 1 月召开的“第七届中国企业社会责任峰会”评选出了 24 家中国企业社会责任杰出企业。这些都表明，企业社会责任问题在我国得到了全面的关注，而且受到越来越多的重视。

但是，目前我国企业界的社会责任活动尚处于初步实践阶段。国内部分企业的社会责任意识淡薄是不争的事实，食品药品安全、矿难、拖欠农民工工资、工人超时劳动、工作环境恶劣、环境污染严重等各种劣性事件时有发生。其他还有股东侵权、财务造假、恶意竞价、不公平竞争、劳务合同侵权、产品广告虚假、生态环境破坏、偷税漏税、货款拖欠等问题。然而，据《2009 中国企业家成长与发展报告》^[1] 显

示，有将近 93% 的企业经营者认同“优秀企业家一定具有强烈的社会责任感”，这反映出我国大部分企业经营者明确企业承担社会责任的义务和意义，但事实上经营者对企业财务绩效的重视程度远高于社会绩效，企业仍然停留在追逐利润最大化的发展目标上，导致企业经营者对企业社会责任采取回避和漠视的态度，不愿意主动予以承担。

与此同时，我国一些企业已经开始通过捐赠等公益事业方式逐渐开展企业社会责任实践活动，这些企业每年用于公益事业的捐赠数以百万计。但是，大部分企业认为这增加了企业的成本，而企业并没有得到理想的“投资回报”，很多企业将“履行社会责任”与获得“品牌效应和企业信誉度”看成投资和回报的关系，这本无可厚非，但是单一地将企业社会责任投入与企业财务绩效直接挂钩，往往使得企业出现过度地“重短期而轻长期”的不平衡发展的现象，而当短期回报达不到预想，甚至短期无回报的时候，很多国内企业对企业社会责任的投入犹豫不决，甚至放弃或拒绝；相反，跨国公司对企业社会责任的投入却采取积极主动的方式，将其纳入企业的“可持续发展战略”中，在企业内部建立企业社会责任相关部门，成立相关组织，他们的每个行动，哪怕是一笔捐助都是与战略息息相关的，而那些令人期待的回报也就毫不吝啬地落到了他们头上。

总之，我国部分企业已经开始主动积极地承担企业社会责任，但大部分经营者将企业社会责任投入与企业短期绩效挂钩，忽视企业社会责任对提高企业绩效实现长期可持续发展的贡献，不能及时将其纳入企业长期发展战略中，也就不知道应该如何通过具体有效地实施企业社会责任来实现企业绩效的最大化，甚至不知道如何通过有效地实施全面的企业责任管理来实现社会及多方利益相关者共赢的局面。

二、研究目的、内容和意义

（一）研究目的及内容

1. 研究目的

通过实证研究，本书构建一个能够客观评价中国企业社会责任履行情况的企业社会责任评价指标体系；分析中国不同企业的社会责任存在较大差距的原因；验证企业社会责任与企业绩效之间的关系，明确企业对不同利益相关者的社会责任分别对企业各个具体绩效（财务绩效、经营绩效和发展绩效）可能产生的影响，以及影响的程度，从而明确影响和决定企业绩效的企业社会责任行为具体有哪些，并最终提出能够有效提高中国企业社会责任的具体措施。

上述研究目的的实现将为企业有效实施社会责任提供客观依据，引导中国企业积极、主动地履行企业社会责任，最终实现整个社会多方共赢的局面。

2. 研究内容

总体来看，企业社会责任的实施在一定程度上增加了企业的经营成本，在没有充分认识企业社会责任对企业绩效可能产生的具体影响的情况下，企业不会主动实施企业社会责任，理论上也很难直接将社会责任纳入企业发展战略的实施过程中。然而，要客观地分析企业社会责任与企业绩效之间的关系，就要对中国企业的社会责任现状进行准确的评价和分析，要对企业社会责任与企业绩效之间是否存在关系，以及前者对后者存在哪些影响、影响程度如何等问题逐一展开研究。

针对上述分析，为达到本书的研究目的，本书主要研究以下四个方面的问题：

（1）中国企业社会责任评价指标体系的构建。构建企业社会责任评价指标体系的理论依据有很多，其中以利益相关者理论为基础进行构建的方式最为常见，并被广泛接受。但是，研究者在利用这种方式对企业社会责任评价指标体系进行构建的过程中，对于我国企业社会责任履行情况的相关信息，多数是通过调查问卷获得的，主观性较强，影响

了对我国企业社会责任现状的客观评价。因此，本书对企业社会责任相关问题的研究中，首先需要解决的就是构建一个能够客观、准确地评价和分析中国企业社会责任实施现状的企业社会责任评价指标体系。

(2) 企业社会责任与企业绩效之间关系的确定。企业社会责任与企业绩效之间是否存在相关关系？企业社会责任的履行对企业绩效是否存在影响？企业对利益相关者的社会责任行为对不同绩效（如财务绩效、经营绩效和发展绩效等）是否存在不同的影响？影响程度如何？通过实证研究，能够对这些问题给予客观、准确的解答，从而为企业主动积极地履行社会责任提供有力的依据。

(3) 不同组织特点对企业社会责任与企业绩效关系的影响。每个企业都具有各自不同的组织特点，如企业具有不同的所有制性质、位于不同的地理区域、分属于不同的行业等。这些是否会对企业社会责任与企业绩效之间的关系产生影响？不同组织特点的企业所实施的企业社会责任对企业绩效的影响存在哪些差异？这些是对“企业履行社会责任对企业绩效的影响”这一问题的深入研究，有利于企业针对各自不同的组织特点，更加有效地实施企业社会责任。

(4) 现阶段中国企业提升企业社会责任的途径。企业绩效的提高应以全面改善企业社会责任为前提，那么中国企业提升企业社会责任的具体途径都有哪些呢？企业在认清实施社会责任对企业绩效产生哪些具体影响的同时，还应找到实现它的具体途径。这将有利于正处于企业社会责任发展初期背景下的中国企业能够更快、更好地投入到企业社会责任实践中去，有效提高企业的综合绩效。

(二) 研究的意义

1. 理论意义

第一，从利益相关者角度构建了由员工、股东、消费者、社区、债权人、供应商和政府共七个利益相关者组成的企业社会责任评价指标体系，并利用中国上市公司近五年的年报数据进行实证研究，所建立的企业社会责任评价指标体系可对中国企业在一定时期内所承担的社会责任水平予以客观、准确的测评，丰富了对中国企业社会责任评价体系的理论研究。

第二，构建了企业社会责任与企业绩效关系的结构方程模型。通过对企业社会责任与企业绩效之间关系的实证研究，验证了企业社会责任对企业绩效的影响具有正效应的理论论断，在进一步的研究后，提出企业对不同利益相关者的具体的社会责任行为，对提升企业财务绩效、经营绩效和发展绩效的影响程度有所不同，且受到企业自身组织特征的影响而存在差异的理论观点，这对于在理论上深入研究企业社会责任与企业绩效的关系具有一定的意义。

第三，从理论上提出企业在承担社会责任的同时，如何通过加强对利益相关者责任行为的投入，改善对利益相关者责任行为的履行，进而实现提升企业绩效，完善企业管理，以及企业长期可持续发展的目的，为中国企业社会责任的实践提供理论上的指导，同时，为中国企业社会责任下的企业管理理论的深入研究提供了参考，从理论上给出企业如何对企业社会责任投入资源进行有效配置，提高企业竞争力，实现企业绩效最大化的依据。

第四，从理论上提出通过改善企业的经营环境，促进企业实施社会责任，进而提升企业绩效的理论观点。并具体指出企业可以通过同时改善内部经营环境和外部经营环境提升企业综合绩效的理论方法，为企业有效履行自身承担的企业社会责任，实现综合绩效的提高，提供了理论依据，这是对企业绩效管理理论的完善。

2. 现实意义

第一，企业社会责任评价指标体系的建立有助于我国企业客观地评价一段时期内企业履行社会责任的情况，并通过企业间、行业间、地区间等的比较，找出与其他企业的差距，为企业正确认识中国企业社会责任现状及自身企业的社会责任水平提供了依据。

第二，通过企业社会责任对企业绩效影响的理论分析和实证研究，使得我国企业履行社会责任有据可依，彻底解决追求利润最大化与履行社会责任之间的矛盾，从真实的实践中说服企业应积极主动地承担企业社会责任，这将有利于企业通过企业社会责任实践，提高竞争力和综合绩效，实现企业长期可持续发展。

第三，通过企业对各利益相关者的社会责任行为对企业财务、经

营和发展三个子绩效的相关性及影响程度的分析,明确具体影响和决定各子绩效的企业社会责任行为,这有助于企业在经营过程中有效地投入和配置有限的企业社会责任资源,有针对性地展开企业社会责任行动,为实现企业总体绩效最大化提供了具体的建议。

第四,提升中国企业社会责任的具体措施的提出,为促进企业在经营管理过程中全面改善企业社会责任现状提供了现实依据。完善企业内外部环境的具体措施,为企业积极主动地承担社会责任,有效提高综合绩效提供了具体的实施途径,有助于企业客观评价自身所处的经营环境,并结合自身的社会责任实践特点,有效提升企业社会责任,提高企业综合绩效。

三、研究的思路、技术路线和方法

(一) 研究的思路

本书研究的思路如图 1-1 所示。

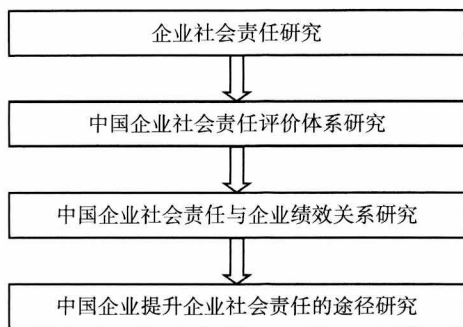


图 1-1 研究的思路

(1) 深入研究企业社会责任的发展、内涵、相关文献和理论等内容,为后续的实证研究奠定坚实的理论基础。

(2) 结合目前中国企业发展的现状,就如何客观、全面地评价中国企业的社会责任进行深入研究,构建一套符合中国现时特点的企业社会责任评价指标体系,并对中国企业的社会责任现状进行评价和分析。

(3) 利用中国沪深两个证券交易所的大量上市公司的年报数据,对

中国企业社会责任和企业绩效之间的关系进行实证研究。在确定两者相关性的基础上，深入研究中国企业的社会责任对企业绩效的影响、不同企业社会责任行为对企业各个绩效（财务绩效、经营绩效和发展绩效）产生的影响，以及影响程度如何。

（4）依据上述实证研究结论，深入研究中国企业提升企业社会责任的具体途径，将完善企业经营的内外外部环境融入企业实施社会责任、提升企业绩效的战略管理中，为企业能够有效地利用有限的企业社会责任投入，提升企业综合绩效提供建议。

（二）技术路线和研究方法

1. 研究的技术路线

本书的研究技术路线如图 1-2 所示，具体包括：

（1）本书在文献整理的基础上确定研究拟解决的主要问题，建立理论框架及研究架构。

（2）在逻辑推理、理论分析和已有研究成果紧密结合的基础上提出研究假设，构建概念模型。

（3）在实证研究设计上，选取沪深两个证券交易所的 1265 家上市企业 2010~2014 年共 5 年的年报数据作为研究对象，依据已有的文献研究，选择本研究的变量，并对其进行描述性统计、探索性因子分析、相关分析、信度分析、效度分析、验证性因子分析等数学分析后，通过结构方程模型对概念模型进行假设检验，并将检验结果与预期以及已有研究结论进行对比、分析和讨论。

（4）对本研究得到的主要结论、存在的不足及进一步研究方向进行总结，给出相关建议。

2. 研究的方法

本书主要采用了文献研究法、规范研究法、实证研究法和定性研究法等，具体如下：

（1）文献研究法。本书所用的文献研究法，主要是通过对国内外相关文献的检索、阅读和分析，了解国内外相关研究现状，在此基础上形成了本研究的理论基础，进一步选择研究视角，确定研究思路。

（2）规范研究法。本书以利益相关者理论为基础，分析利益相关者