

本书的出版得到了“江苏省十二五制造业服务重点专业群建设”项目及“无锡市职业教育消费服务业专业群建设”项目的资助

# 影响企业社会责任 行为的路径

## ——基于高层管理者的研究

冯 臻 著



東北大學出版社  
Northeastern University Press

本书的出版得到了“江苏省十二五制造业服务重点专业群建设”项目及“无锡市职业教育消费服务业专业群建设”项目的资助

# 影响企业社会责任行为的路径 ——基于高层管理者的研究

冯 臻 著

东北大学出版社

· 沈 阳 ·

© 冯 臻 2015

图书在版编目 (CIP) 数据

影响企业社会责任行为的路径：基于高层管理者的研究 / 冯臻著. — 沈阳：东北大学出版社，2015. 11

ISBN 978-7-5517-1151-7

I. ①影… II. ①冯… III. ①企业责任—社会责任—研究 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 281299 号

---

出 版 者：东北大学出版社

地址：沈阳市和平区文化路 3 号巷 11 号

邮编：110819

电话：024-83687331 (市场部) 83680267 (总编室)

传真：024-83680180 (市场部) 83680265 (社务部)

E-mail: neuph@neupress.com

http: //www. neupress. com

印 刷 者：抚顺光辉彩色广告印刷有限公司

发 行 者：东北大学出版社

幅面尺寸：170mm × 240mm

印 张：13. 75

字 数：277 千字

出版时间：2015 年 11 月第 1 版

印刷时间：2015 年 11 月第 1 次印刷

责任编辑：刘乃义

封面设计：刘江旻

责任校对：文 浩

责任出版：唐敏志

---

ISBN 978-7-5517-1151-7

定 价：28. 00 元

## 序

## 言

经济全球化过程中，资本具有明显强势。在此情况下，掌握大量资本的企业是否应该履行必要的社会责任，为社会做出更大贡献，已成为学术界和社会各界关注的热点问题。

学术界一般认为，英国学者谢尔顿在1924年出版的《管理哲学》一书中，首先提出了“企业社会责任（Corporate Social Responsibility）”这一概念。而更为有名的则是20世纪30年代发生在哈佛大学的那场论战。当时，哈佛大学的两位教授就“企业是否应该履行社会责任”发生了激烈的争论，这场争论最后以正方胜利而告终。但围绕这一问题的争议并未到此结束，从那以后，关于企业是否要履行社会责任以及如何履行社会责任的争论持续不断。而当历史的车轮驶入21世纪之后，随着社会进步和人们认识的深化，意见逐渐趋向一致：企业必须要履行社会责任。

不少人将企业履行社会责任和营利对立起来，误认为企业如果一讲社会责任，似乎赚钱就不那么理直气壮。这其实完全是一种认识误区。社会中的组织有不同种类，企业作为经济组织，创造利润、为社会积累物质财富，这本身就是其最基本的社会责任，否则就是浪费社会资源，就是没有实现企业最基本的职责。但是，如果企业只是赚钱，除此之外就不愿多尽一份社会义务，不愿多承担一些相关的社会成本，那就有违企业作为社会一员的初衷。企业作为一个“社会公民”，必须融入社会群体之中，与各种组织产生互动。企业通过承担社会责任，一方面可以赢得声誉和社会各方面的普遍认同，另一方面也可以更好地体现自身文化取向和价值观念，为企业发展营造更好的社会氛围，使企业得以保持生命力，做到可持续发展。

在我国，目前几乎没有企业家会公开宣称企业不必承担社会责任。但问题随之而来：企业履行社会责任的动力从何而来？作为制订企业决策的高层管理

者，在决定企业是否履行以及怎样履行社会责任的过程中，受到哪些因素的影响呢？

冯臻博士在复旦大学攻读博士学位期间，认真刻苦，专心研读。在博士论文开题阶段，他提出欲将上述问题作为主要研究内容，对此我深表赞许。这些问题的深入研究，有助于进一步厘清企业社会责任行为的影响路径，有助于人们更清晰地了解作为主导企业社会责任行为的高层管理者，他们在做出相关决策时，具体会考虑哪些因素，受到什么影响；企业的社会责任行为，更多地是受到外在制度压力，还是内在价值驱动。冯臻的博士论文就是聚焦于这一主题的，在前人的研究基础上，从理论分析、实证研究，模型验证，条分缕析，周密论证，最后是管理实践启示，揭示了这一现象背后的本质状况，获得了很好的创新成果，将该项研究向前推进了重要一步。

如今呈现在读者面前的这本专著，是冯臻博士在其博士论文的基础上，经过精心修改后的学术成果。对于读者而言，无论是管理学或相关领域的研究者、管理的实践者，抑或是政府相关政策、制度的制定者，读后对于企业社会责任问题能有更清晰的认识，并从中获得启示。

1998年诺贝尔经济学奖获得者、美国哈佛大学教授阿马蒂亚·森说过：“任何人的行为都是在一定的伦理背景下进行的。”我们希望，每一位企业家都通过履行企业社会责任等更具伦理性的行为，为人类社会的和谐发展做出更大的贡献！

是为序。

苏 勇

教授 博士 博导

复旦大学东方管理研究院院长

复旦大学管理学院企业管理系主任

2015年9月10日

## 前

## 言

与企业的基本经济行为相比，企业社会责任问题的提出是基于现实中对于企业与社会关系的认识，以及对企业行为所引起的一系列社会性问题的思考而产生的。

经过多年的发展，企业社会责任在理论研究与实践运动方面都取得了相当成果。与企业社会责任行动影响结果的研究相比，对于影响企业社会责任行为的前置因素作用的中间过程、方式及程度仍值得探讨。因此，本书的核心问题是对于影响企业社会责任行为的因素作用路径的研究。基于管理者处于组织结构顶端，在决定组织行为方面扮演着重要角色，本书将高层管理者作为对象进行研究。

企业社会责任的概念自提出以来，虽历经多年发展，但概念及其行为表现的测量方法和指标至今没有统一和明确。

本书首先在回顾现有文献及研究成果的基础上，基于本书的研究目标，对企业社会责任的概念进行了明确定义，进而借鉴利益相关者理论分析框架，对企业社会责任承担对象的维度进行了界定，构建了适合本书需要的企业社会责任行为测量模型。本研究得出了在企业管理者视角下，包括五个因子的企业社会责任行为的测量模型，经跨样本验证，该模型具有一定的适用性。

其次，在相关理论的基础上，分析了企业社会责任行为所受到的制度性压力和管理者价值观等因素的影响作用。借鉴态度行为关系理论的研究内容，从高层管理者与企业社会责任关系视角，构建了高层管理者的企业社会责任态度以及其参与行动的变量。通过整合视角，将上述变量置于制度性压力和管理者价值观等影响因素对于企业社会责任行为作用过程的中间位置，同时将有可能影响企业社会责任表现的其他因素作为控制变量加入研究中。发展了相应的理论模型，并提出了具体的研究假设。

本书应用调查问卷的方式收集样本数据,使用结构方程模型的实证研究方法处理样本数据。通过使用探索性和验证性因子分析对各研究变量测量模型的信度、效度进行检验,然后对整体结构模型以及各研究假设进行验证,得到了实证研究结论。在此基础上,又通过进一步的研究以及结合现实中一些具体企业案例对研究结论进行了讨论。

本书的主要研究结论如下。

(1) 高层管理者对于企业社会责任行为表现有直接、显著的影响作用。实证研究表明,本书从高层管理者与企业社会责任关系视角所构建的高层管理者的企业社会责任态度以及其参与行动之间的正向影响关系较为复杂。高层管理者对于本企业社会责任行为的实际作用,主要体现在他们在受到外部制度性压力以及个人内在的对于社会责任行动的主观规范压力影响后,以具体的参与行动来推进本企业社会责任的开展。包括为企业社会责任行动制订具体计划、分配资源、对行动进行监督和修正来推动和影响企业社会责任行动的实施。只有高层管理者的行动实际介入到本企业社会责任活动开展程序中,才能保证本企业社会责任行动正常开展。

(2) 在影响企业社会责任行为的主要研究因素中,企业外部的制度性压力发挥了重要作用。制度性压力主要通过作用于高层管理者的企业社会责任参与行动,来影响具体的社会责任行为。本书研究的制度性压力按照形式来分析,主要包括强制性、模仿性和规范性压力。研究表明:①以政府部门、企业主管组织等的政策规则和指令,以及竞争性市场环境等因素所形成的强制性压力,对于高层管理者的企业社会责任参与行动的正向影响程度最显著;②所在行业内领导企业的良好社会责任表现,对企业能够形成一定的模仿性压力,这种压力对高层管理者的社会责任参与行动的正向影响程度较小,对其社会责任态度也没有显著影响;③来自组织环境内关于社会责任履行的行为规范,以及社会及公众、行业性组织的期望和要求构成的规范性压力,对于高层管理者的影响范围最大,同时正向影响到高层管理者对于企业社会责任的态度和具体的参与行动。

(3) 在制度性压力对于不同表现的社会责任行动的影响过程中,高层管理者发挥作用的方式存在一定差异。①对社区、慈善和环保等责任来说,高层管理者在影响过程中介入程度更高,即企业这三项责任行为的表现水平,完全依赖于高层管理者参与行动的介入,缺少高层管理者实际行动的支持,上述责任行动可能不能顺利开展;②制度性压力在影响客户和员工等责任行为表现的过程中,高层管理者的参与行动起到了部分中介作用,即制度性压力可以通过对高层管理者的作用来影响这些责任行动的开展,也可以通过直接方式(如通过对承担这些责任的实际部门施加压力)来影响这些社会责任行动的实施。

(4) 通过对于研究结论的分析,本书为企业及其管理者以及政府等部门,在现实中推动企业社会责任实践行动提出了相应的建议和对策。

本书是在笔者博士论文的基础上,通过进一步的研究及提炼,对现阶段我国企业社会责任行动开展的动因进行了较为深入的探讨,最终形成了研究成果。尽管与企业基本的经济使命有所不同,但是企业行为的伦理责任性,以及与企业追逐经济利益及价值的目标的平衡和兼容,既是现实社会和公众对于企业行为的期待和要求之一,也事关企业未来可持续发展的必有基础之一。因此,本书的初步研究成果希望能够为探究企业实践中,为什么以及如何更好地开展社会责任行动的机理提供部分解释,并以此为政府相关部门制订引导企业社会责任行动,以及推动企业自身践行社会责任提供一些有益的借鉴。

作者

2015年8月



序 言  
前 言

|                         |    |
|-------------------------|----|
| 第1章 绪 论 .....           | 1  |
| 1.1 研究背景 .....          | 1  |
| 1.2 研究目标 .....          | 4  |
| 1.3 研究方法与研究路线 .....     | 6  |
| 1.3.1 研究方法 .....        | 6  |
| 1.3.2 研究路线 .....        | 8  |
| 1.4 研究创新 .....          | 8  |
| 1.5 本书的结构 .....         | 9  |
| 1.6 小 结 .....           | 10 |
| 第2章 相关理论及文献综述 .....     | 11 |
| 2.1 企业社会责任 .....        | 11 |
| 2.1.1 企业社会责任的发展历程 ..... | 11 |
| 2.1.2 企业社会责任概念的综述 ..... | 15 |
| 2.1.3 企业社会责任的实证研究 ..... | 18 |
| 2.1.4 企业社会责任的实践运动 ..... | 20 |
| 2.2 利益相关者理论 .....       | 23 |
| 2.2.1 利益相关者理论的概念 .....  | 23 |
| 2.2.2 利益相关者理论评述 .....   | 24 |
| 2.2.3 利益相关者的主要分类 .....  | 26 |

|       |                         |    |
|-------|-------------------------|----|
| 2.2.4 | 利益相关者理论与企业社会责任 .....    | 27 |
| 2.3   | 制度理论 .....              | 29 |
| 2.3.1 | 制度理论的回顾 .....           | 29 |
| 2.3.2 | 制度理论的评述 .....           | 31 |
| 2.3.3 | 制度性影响因素 .....           | 31 |
| 2.4   | 管理者价值观 .....            | 33 |
| 2.4.1 | 管理者价值观的概念 .....         | 33 |
| 2.4.2 | 管理者价值观的维度 .....         | 35 |
| 2.4.3 | 价值观的测量 .....            | 36 |
| 2.5   | 态度行动理论 .....            | 37 |
| 2.5.1 | 态度行动关系研究 .....          | 37 |
| 2.5.2 | 理性行为理论 .....            | 38 |
| 2.5.3 | 计划行为理论 .....            | 40 |
| 2.6   | 小 结 .....               | 42 |
| 第 3 章 | 企业社会责任行为测量的实证研究 .....   | 43 |
| 3.1   | 研究视角 .....              | 43 |
| 3.1.1 | 概念的定义的确定 .....          | 43 |
| 3.1.2 | 测量维度的确定 .....           | 45 |
| 3.2   | 测量模型的构建 .....           | 47 |
| 3.2.1 | 概念模型的维度 .....           | 47 |
| 3.2.2 | 其他利益相关者的责任 .....        | 51 |
| 3.3   | 测量量表的构建 .....           | 52 |
| 3.3.1 | 测量方法的选择 .....           | 52 |
| 3.3.2 | 测量量表的开发 .....           | 54 |
| 3.4   | 研究测量 .....              | 55 |
| 3.4.1 | 样本与数据 .....             | 55 |
| 3.4.2 | 探索性因子分析 .....           | 58 |
| 3.5   | 测量模型的检验 .....           | 63 |
| 3.5.1 | 验证性因子分析 .....           | 63 |
| 3.5.2 | 测量模型的验证 .....           | 66 |
| 3.6   | 小 结 .....               | 71 |
| 第 4 章 | 影响企业社会责任行为路径的理论研究 ..... | 72 |
| 4.1   | 理论模型的构建 .....           | 72 |
| 4.1.1 | 研究视角 .....              | 72 |

|       |                         |     |
|-------|-------------------------|-----|
| 4.1.2 | 管理者价值观因素 .....          | 75  |
| 4.1.3 | 制度环境压力因素 .....          | 77  |
| 4.1.4 | 理论模型 .....              | 79  |
| 4.2   | 研究模型及假设 .....           | 80  |
| 4.2.1 | 高层管理者与企业社会责任 .....      | 80  |
| 4.2.2 | 管理者价值观的影响作用 .....       | 83  |
| 4.2.3 | 制度环境压力的影响作用 .....       | 87  |
| 4.2.4 | 控制变量 .....              | 93  |
| 4.3   | 变量的测量 .....             | 95  |
| 4.3.1 | 研究变量的测量 .....           | 96  |
| 4.3.2 | 控制变量的测量 .....           | 100 |
| 4.4   | 小 结 .....               | 101 |
| 第5章   | 影响企业社会责任行为路径的实证研究 ..... | 102 |
| 5.1   | 实证研究方法 .....            | 102 |
| 5.2   | 样本的检验 .....             | 102 |
| 5.2.1 | 样本描述性统计 .....           | 102 |
| 5.2.2 | 样本偏差的检验 .....           | 104 |
| 5.2.3 | 样本正态分布的检验 .....         | 104 |
| 5.2.4 | 共同方法偏差的检验 .....         | 107 |
| 5.3   | 探索性因子分析 .....           | 107 |
| 5.3.1 | 管理者价值观变量探索性因子分析 .....   | 108 |
| 5.3.2 | 制度性压力变量探索性因子分析 .....    | 110 |
| 5.3.3 | 高层管理者变量探索性因子分析 .....    | 113 |
| 5.4   | 验证性因子分析 .....           | 115 |
| 5.4.1 | 管理者价值观变量测量模型的检验 .....   | 115 |
| 5.4.2 | 制度性压力变量测量模型的检验 .....    | 116 |
| 5.4.3 | 高层管理者变量测量模型的检验 .....    | 117 |
| 5.4.4 | 企业社会责任行为测量模型的验证 .....   | 119 |
| 5.4.5 | 测量模型的验证 .....           | 120 |
| 5.5   | 结构模型 .....              | 124 |
| 5.5.1 | 结构模型的结果 .....           | 124 |
| 5.5.2 | 研究假设的结论 .....           | 126 |
| 5.6   | 中介效果的验证 .....           | 126 |
| 5.7   | 小 结 .....               | 135 |

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| 第6章 结论与讨论 .....            | 137 |
| 6.1 主要研究讨论 .....           | 137 |
| 6.1.1 主要的研究结论 .....        | 137 |
| 6.1.2 未通过的研究假设 .....       | 145 |
| 6.1.3 进一步的实证研究 .....       | 149 |
| 6.2 实践启示 .....             | 151 |
| 6.2.1 企业及管理者的启示 .....      | 151 |
| 6.2.2 政府政策的启示 .....        | 153 |
| 6.3 研究创新 .....             | 156 |
| 6.3.1 研究视角的创新 .....        | 156 |
| 6.3.2 理论层面的创新 .....        | 157 |
| 6.4 研究局限及展望 .....          | 159 |
| 6.4.1 研究局限 .....           | 159 |
| 6.4.2 后续研究展望 .....         | 161 |
| 6.5 小 结 .....              | 162 |
| 参考文献 .....                 | 163 |
| 附 录 .....                  | 185 |
| 附录1 企业社会责任的相关概念 .....      | 185 |
| 附录2 主要的企业社会责任认证体系 .....    | 189 |
| 附录3 利益相关者的代表性定义 .....      | 191 |
| 附录4 企业社会责任研究调查问卷 (A) ..... | 194 |
| 附录5 企业社会责任研究调查问卷 (B) ..... | 198 |
| 附录6 企业社会责任访谈提纲 .....       | 203 |
| 后 记 .....                  | 204 |

# 第1章 绪论

## 1.1 研究背景

现代企业社会责任 (Corporate Social Responsibility, CSR) 的思想与发展,是伴随着企业作为近现代追逐经济利益的一种社会组织形式的诞生而产生的。但是不管是在我国古代诸子百家的古典文籍中,还是在西方伦理道德哲学理念中,都蕴含着企业社会责任的思想渊源 (张明, 2007)。

古典经济学、现代企业理论等学派的学者尽管在某种程度上承认企业具有一定的社会责任性,却又无不坚持企业目标一元性的特性:以最大化股东利益、追求企业利润为其行动最高标准 (Friedman, 1962; Hyker, 1969)。虽然早在 18 世纪亚当·斯密 (A. Smith) 出于对企业性质的认识,产生了对企业责任问题的关注,但在“物竞天择,适者生存”的“社会达尔文主义”思潮流行的 19 世纪,自由经济、市场竞争带来生产效率的大幅提高,使人们忽视了企业行为的社会性问题,对企业社会责任的观念普遍持消极态度 (刘俊海, 1999; 陈宏辉、贾生华, 2003)。

进入 20 世纪后,企业行为所产生的包括劳工工作条件、环境污染、经营道德信任等一系列社会性问题,引发了人们对于企业行为与社会关系、企业是否应该对与其有关联的群体负责以及是否应该承担相应社会责任的思考和讨论。G. Steiner、J. Steiner (2002) 认为当时社会出现了支持企业承担社会责任的思想,提出管理者<sup>①</sup>作为“受托人”理应在服务股东利益的同时,满足雇员、社会等需要,平衡与企业有关联的利益人的关系,以及承担社会项目去造福或服务公众。发生在 20 世纪 30 年代著名的“多德-贝利论战”就是对企业是否应该承担社会责任的讨论,争论的焦点集中在企业管理者是否应该对除股东外的其他利益相关人承担责任。其后,尽管以 Friedman (1962)、Levitt

---

<sup>①</sup> 按照 Chandler (1987)、Robins (1995) 等的管理学著作中对于企业管理者的定义来看,企业管理者一般分为高层管理者、中层管理者和基层管理者。本书所指企业管理者 (或经营管理者、企业管理者或管理者等类似的名称),如无特别说明,一般是指对企业经营活动、战略决策、资源分配等,并因此对企业生存和发展具有重要影响作用的企业高层管理者。

(1958)、Hyker (1969) 等为代表的经济学家和法学家以“股东权利至上主义”为原则,极力反对企业承担所谓的社会责任,但是企业社会责任的思想概念还是被广泛提及和传播 (Bowe, 1953)。

与经济学家普遍反对企业社会责任不同,兴起于 20 世纪 60 年代的管理学派学者多从企业实践角度出发,认可并支持这一概念 (Druke, 1954; Davis, 1960; Fredrick, 1960)。始于 20 世纪 70 年代的利益相关者理论,则在承担对象、范围和行动内容等方面给予企业社会责任概念有力的支持,消除了企业社会责任行动的模糊性,也推动了企业社会责任在实践界的推广。进入 20 世纪 90 年代后,基于企业现实考虑和行动范围的清晰化 (Jones, 1995; Mitchell、Wood, 1997),企业履行社会责任的必要性日趋明确。20 世纪 70 年代后,学者们的实证研究陆续发现,企业如果承担一定的社会责任,虽然可能会有短期的成本支出 (McGuire, 1988),但对企业绩效会产生积极作用 (Bragdon、Marlin, 1972; Waddock、Graves, 1997)。这些研究结果表明企业社会责任行动的结果对企业有正面的影响,从经济利益角度有力地支持了企业履行社会责任的必要性。

企业社会责任的概念虽源于西方,却暗合了我国以人为本构建和谐社会的基本国策。改革开放以后,追求利益、提高效率一直是企业追求的主要目标。经过多年的发展,企业在经济绩效方面取得的巨大成就有目共睹。但是作为社会成员之一,企业的存在具有社会性,因此必须考虑与社会的关系。企业在以其经济作用获得社会承认、为社会发展做出贡献的同时,也必须对企业行为所产生的社会影响承担相应的责任,必须考虑到它的行为的伦理性 (苏勇, 2003)<sup>①</sup>。经过多年的引导和宣传,企业社会责任观念在我国正经历着为社会各界 (特别是企业界) 从开始认识到逐渐接受的过程。企业社会责任实践运动得到了长足的发展,企业和管理者们能够开始认可该行动的重要性,社会公众的社会责任意识也普遍提高 (施星辉, 2002; CESS, 2007<sup>②</sup>)。

然而另一方面,现实中企业履行的实际情况却不尽如人意,“黑煤窑非法劳工”、“奶粉三聚氰胺”、公司“贿赂门”等涉及企业社会责任问题的行为及事件频繁出现,企业“环境污染”“资源浪费”的情况更是比比皆是。社会和公众对于目前企业社会责任的情况并不满意,企业的被调查者也感觉自己所在企业的社会责任行动不尽如人意 (刘开明, 2005; 金碚、李刚, 2006)。2007 年,复旦大学在对浦东新区企业社会责任的调查研究中发现,企业在对待企业

① 苏勇. 现代企业管理伦理学: 理论与企业的实践 [M]. 北京: 石油工业出版社, 2003: 9.

② 中国企业家调查系统. 企业家看社会责任: 2007 中国企业家成长与发展报告 [M]. 北京: 机械工业出版社, 2007. (以下引用简称“CESS, 2007”, 特此说明)

社会责任行动的意愿和实际行动的能力与结果上并不匹配(苏勇、于保平、冯臻,2010)。中国社科院(2009)发表的中国企业社会责任发展指数报告也显示,我国企业社会责任运动目前整体处于“起步”阶段,责任管理和责任实践都亟待提高<sup>①</sup>。

Wood等(1995)曾经构建了从“原则”经过“过程”最终导致“结果”的范式来研究企业社会责任问题<sup>②</sup>。实证研究结果和社会责任实践运动的发展,使企业及其管理者对于企业社会责任的具体行为内容以及相关行动所带来的结果有更深刻的认识(Lantos,2001;Porter、Kramer,2006)。然而现实中不同企业的社会责任水平还是存在很大差异,即有些企业的行为更具社会责任感,另外一些企业却没有表现出这样的行为(Margolis、Walsh,2003;Campell,2006),这表明在一定条件下,不同水平的企业社会责任行为表现会受到一些因素的影响(Ullman,1985;Rowley、Berman,2000)。仅仅了解企业社会责任行为的具体内容,没有理解企业社会责任行为的影响因素及作用的中间过程,是不能解释不同企业社会责任行为存在差异的真实原因的(Fry、Hock,1976;Snider等,2003)。

在企业社会责任具体内容及行动结果的研究基础上,学者们开始陆续从不同视角出发来研究企业社会责任水平高低的影响因素。从国家宏观层面上来说,不同国家和地区的企业的社会责任发展水平、表现方式有所不同,因为社会制度、经济环境、市场机制等因素会影响到企业社会责任的履行水平(Kagan等,2003;Williams、Conley,2005;田虹,2004)。

就企业所在层面来说,现有的研究成果表明,包括企业的某些特性(如企业规模和所有制形式)都会对该企业社会责任的水平产生影响作用(李立清,2005;Udayasankar,2008);企业内部管理者等个体层面的因素也会对企业社会责任行动的开展产生影响(Egri、Herman,2000;Hemingway、MacLagan,2004);作为社会环境中的经济性组织,企业外部社会环境层面,包括公众、规范以及与其有联系的其他社会性组织也会对其社会责任行动产生影响(Jennings、Zandbergen,1995;Matten、Moon,2008)。

相对于这些影响因素对于企业社会责任直接作用的研究成果而言,目前对于这些影响因素作用的中间过程以及方式和程度等内容仍然需要关注,并值得

① 中国新闻网: <http://www.chinanews.com.cn/cj/cj-gncj/news/2009/10-18/1916433.shtml>.

② Wood D J, Jones R E. Stakeholder Mismatching: A Theoretical Problem in Empirical Research on Corporate Social Performance [J]. International Journal of Organizational Analysis (1993—2002), 1995, 3 (3): 229—267.

进一步研究 (Rodriguez 等, 2006; Muller、Kolk, 2009)。基于以上分析, 从企业社会责任行为的表现结果出发, 通过对影响企业社会责任行为表现的因素进行分析, 以及对这些因素作用的中间过程进行研究, 能够更好地帮助人们理解企业履行社会责任的动机及行动的过程机理。企业社会责任的研究内容如图 1-1 所示。

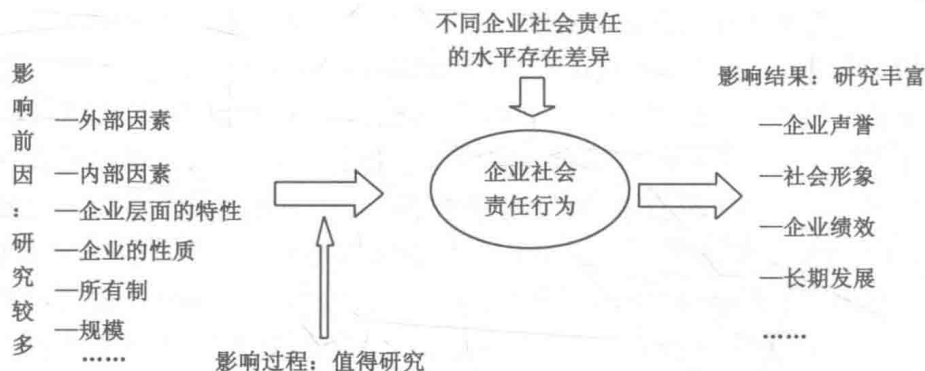


图 1-1 企业社会责任的研究内容

## 1.2 研究目标

以企业社会责任行为的表现结果为对象的研究, 是对企业社会责任表现影响因素的作用及过程进行进一步研究的前提和关键。在此之前, 有两个问题需要明确, 即企业社会责任的概念、内涵、范围, 以及行为表现水平的衡量。

企业社会责任的概念的定义和范围的界定迄今为止没有明确, 并且存在很大争议 (Wan-Jan, 2006; Kitchin, 2002)。支持企业社会责任概念的学者们以及实践界人士从不同的视角和立场给予了类似但又不乏区别的定义。正是这种概念的模糊性, 使得企业社会责任的观念自提出后饱受争议 (Friedman, 1962; 李哲松, 2000)。尽管引入利益相关者理论对企业社会责任问题进行解释后, 企业社会责任的对象和内容趋于明确, 但是基本内涵的界定仍然未确定, 且内容过于宽泛, 学术性太强, 缺乏可操作性 (Wood, 1991; Clarkson, 1995)。

此外, 对于企业社会责任的各种实证研究都不可避免地要涉及其行为表现的测量问题。从现有情况来看, 研究者的测评方法包括通过使用各种企业社会责任指数数据库 (如 KLD、Fortune 指数) 等, 或者开发各种量表进行测量, 如 CSRO 测量工具 (Aupperle、Carroll、Hatfield, 1985) 等。目前由于我国缺乏客观的企业社会责任指数数据库, 研究者主要是通过自行开发量表来进行评测的。例如陈宏辉、贾生华 (2003, 2004), 姜万军 (2006), 李立清



(2006), 金立印 (2006), 徐尚昆、杨汝岱 (2007) 等从不同的研究视角, 发展了各自关于企业社会责任行为测量的指标体系。通过相关文献和测量体系的比较发现, 总体上来看, 由于研究者的视角和出发点不同, 企业社会责任表现测量体系的内容不尽相同, 表明在企业社会责任理论与测评方法的研究上仍需要进一步探索明确 (McWilliams, Siegel, Patrick, 2005), 存在一定的研究空间。

其次, 就目前企业社会责任行为表现影响因素的研究来说, 学者们从不同视角的研究也取得了相当的成果。应该说已有的文献和研究结果对于分析影响企业社会责任行为的因素起到了很好的解释作用, 对于理解企业社会责任行为的产生过程有很大的帮助。从目前的研究结果来看, 一些对于企业社会责任行为影响因素的研究主要基于某些具体行动 (例如企业的慈善捐助或者环境保护行为) (Buchholtz 等, 1999; Cordano, Frieze, 2000), 或者从单独层面分析 (Hemingway, MacLagan, 2004), 缺少整合的视角; 另外, 一些现有的研究中偏重理论分析, 缺少实证研究结果的支持 (Jones, 1999; Matten, Moon, 2008)。

因此, 从企业社会责任整体行动表现的结果出发, 识别企业社会责任行为的影响因素, 并分析这些因素可能会对企业社会责任行为产生何种影响效果等问题仍值得研究。对它们分别会影响企业社会责任的哪些方面以及作用方向和程度等问题进行分析, 能够帮助人们更好地理解不同企业社会责任表现水平存在差异的原因, 并从行为机理角度为推进企业承担社会责任行动提供更有针对性的建议。

管理者处于组织结构的顶端, 在决定组织行为方面扮演着重要的角色 (Woods, 1995; Swanson, 1995; Heugens 等, 2008)。从法律的视角来看, 由于企业是法律所创造出来的个体, 因此它必须通过自然人行事。迄今为止的企业理论, 在看待企业管理者 (主要是指对企业行为负主要责任的高层管理者) 和企业之间的关系时, 一般都会把前者视为企业 (或者股东) 的代理人、受托人或者受信人, 为企业管理者设定一定的信义义务 (Fiduciary duty)<sup>①</sup>。依照信义义务, 尽管企业管理者有其自身的利益, 但是要求他们对待涉及企业利益和发展等重要问题以及作出行动决策时, 其行为标准必须符合企业的最大利益。因此, 在对待影响到企业中长期利益的企业社会责任问题时, 企业高层管理者负有不可推诿的责任。

Windsor 等 (2006) 指出, 不管如何来定义企业社会责任, 任何关于该概念的讨论都是关注企业高层管理者如何处理与企业有关的社会性问题。现有的研究成果也表明, 企业管理者能够通过识别外部环境压力和机会, 为企业行动

<sup>①</sup> 张开平. 英美公司董事法律制度研究 [M]. 北京: 法律出版社, 1998.