

 中国社会科学院创新工程学术出版资助项目

国家社会科学基金青年项目“中国企业社会责任评价与推进机制研究”（12CGL039）资助  
中国企业管理研究会社会责任专业委员会

# 责任价值论

## 让社会责任真正对社会负责任

VALUE ON RESPONSIBILITY:  
LET SOCIAL RESPONSIBILITY TRULY SOCIALLY RESPONSIBLE

肖红军 郑若娟 李伟阳 著

 经济管理出版社  
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

 中国社会科学院创新工程学术出版资助项目

国家社会科学基金青年项目“中国企业社会责任评价与推进机制研究”（12CGL039）资助  
中国企业管理研究会社会责任专业委员会

# 责任价值论

## 让社会责任真正对社会负责任

VALUE ON RESPONSIBILITY:  
LET SOCIAL RESPONSIBILITY TRULY SOCIALLY RESPONSIBLE

肖红军 郑若娟 李伟阳 著

 经济管理出版社  
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

责任价值论：让社会责任真正对社会负责任/肖红军，郑若娟，李伟阳著. —北京：经济管理出版社，2016.1

ISBN 978-7-5096-4149-1

I. ①责… II. ①肖… ②郑… ③李… III. ①企业责任—社会责任—研究—中国  
IV. ①F279.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 000257 号

组稿编辑：申桂萍

责任编辑：侯春霞 梁植睿 高 娅

责任印制：黄章平

责任校对：雨 千

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](http://www.E-mp.com.cn)

电 话：(010) 51915602

印 刷：三河市延风印装有限公司

经 销：新华书店

开 本：720mm×1000mm/16

印 张：19.75

字 数：336 千字

版 次：2016 年 1 月第 1 版 2016 年 1 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978-7-5096-4149-1

定 价：69.00 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

自 1916 年克拉克首次提出企业社会责任思想以来，企业社会责任思想即将迎来百年历史。这 100 年来，企业社会责任的理论研究从未间断，其间甚至出现几次大发展，尤其是历史上著名的三次企业社会责任大争论，更是将企业社会责任理论研究推向所在时期的新高潮。然而令人遗憾的是，时至今日，企业社会责任理论研究仍然没能进入主流经济学和管理学的视野，企业社会责任依然处于学术研究的边缘学科地位。当然，这其中原因繁多，既有研究范式和研究方法不尽一致的原因，也有主流经济学和管理学对企业社会责任认知的偏颇问题，更有企业社会责任理论研究中充斥着大量“丛林现象”和令人担忧的“研究歧途”。事实上，主流经济学和管理学对企业社会责任的重要担忧是所谓的社会责任可能不一定真正做到对社会负责任，而已有的大量企业社会责任理论研究因为方向偏离而确实难以保证社会责任真正做到对社会负责任。反思这些问题，我们深刻地认识到，企业社会责任理论研究必须让主流经济学和管理学信服“社会责任是真正对社会负责任的”，其基本方向则是综合价值创造视角，这也是企业社会责任理论研究的最新趋势。

从实践角度来看，世界企业社会责任运动蓬勃发展，似乎呈现出“谁都讲责任，谁都承诺负责任，谁都表示支持企业履行社会责任”的繁荣景象，但现实中出现的各种企业社会责任异化现象和倒退风险极有可能将这一切变为虚假繁荣。细细考量，社会上确实存在大量的企业社会责任异化现象和倒退风险，既有企业社会责任内容认知方面的“慈善论”、“奉献论”、“议题论”、“箩筐论”、“报告论”和“标准论”，也有企业社会责任性质判断方面的“竞争论”、“形象论”、“负担论”、“回应论”、“平衡论”和“权力论”，还有企业社会责任社会功能理解方面的“万能论”、“阴谋论”、“漠视论”、“泛化论”、“颠覆论”和“规则论”，更有企业社会责任发展面临倒退回“责任唯赚钱论”、“企业办社会论”、“泛道德空谈论”、“纯工具理性论”、“新宣传武器论”和“新管理工具论”的风险。这些

异化现象和倒退风险最直接的结果就是不能让所谓的社会责任真正对社会负责任，甚至可能带来严重的对社会不负责任，最终的后果是严重侵蚀“企业社会责任”本身的机体，让社会各界对企业社会责任产生质疑。如果不能矫正这些异化现象和有效控制这些倒退风险，企业社会责任发展的虚假繁荣泡沫一定会被刺破，企业社会责任的健康发展必定会受到重挫。然而，有效治理各种企业社会责任异化现象和倒退风险的唯一出路是从综合价值创造的视角重新认识、定位和实践企业社会责任，唯有如此，才可能实现企业社会责任真正做到对社会负责任。

尽管综合价值创造视角已经被企业社会责任研究领域开始关注并逐渐重视，价值创造问题也一直是哲学、经济学和管理学的研究重点，但目前对于什么是价值创造、价值的创造过程以及价值创造者获得价值的机制基本没能形成共识 (Lepak 等，2007)。尤其是在企业社会责任研究领域，综合价值创造概念虽然被提出，但以综合价值创造为基础的理论框架并没有建立，基于综合价值创造理论的系统性企业社会责任研究并未开展。正因如此，我们以实现企业社会责任真正做到对社会负责任为着眼点，从综合价值创造视角对企业社会责任进行了系统性研究，重新审视了对企业社会责任的认知、企业社会责任的检验与评价、企业社会责任的影响因素、企业社会责任的影响效应、企业社会责任信息披露和企业社会责任异化现象，获得了一些创新性的结论，一定程度上丰富了企业社会责任理论研究，对推进企业社会责任实践发展也会有所裨益。

当然，虽然我们坚信从综合价值创造视角开展企业社会责任理论研究和实践是科学的、正确的方向，也对此做了抛砖引玉的研究，但我们的坚信仍然需要后续研究的进一步验证，基于综合价值创造视角对企业社会责任的理论研究还需要更多学者投身其中。

# 目 录

第一章 综合价值创造视角：企业社会责任理论研究的新趋势 .....	001
本章概览 .....	001
第一节 国外企业社会责任研究的新进展（2008~2012年） .....	003
第二节 国外企业社会责任研究的最新动态与趋势（2013~2015年） .....	014
第二章 基于综合价值创造对企业社会责任的深度理解 .....	023
本章概览 .....	023
第一节 企业社会责任“元定义”探寻与概念分析 .....	025
第二节 企业社会责任的综合价值创造机理研究 .....	032
第三章 基于综合价值创造对企业社会责任的检验与评价 .....	049
本章概览 .....	049
第一节 真命题还是伪命题：企业社会责任检验的新思路 .....	051
第二节 企业社会责任评价模式的反思与重构 .....	071
第四章 基于综合价值创造对企业社会责任影响因素的透视 .....	088
本章概览 .....	088
第一节 企业社会责任能力成熟度的影响因素：来自中国上市公司的 实证研究 .....	090
第二节 制度距离对跨国公司在东道国社会责任表现的影响 .....	111
第五章 基于正向研究法对企业社会责任影响效应的探析 .....	131
本章概览 .....	131

第一节	企业社会绩效与财务绩效相关性研究的分歧探析 .....	133
第二节	社会责任投资的经济社会效应研究 .....	142
<b>第六章</b>	<b>基于事件研究法对企业社会责任影响效应的研究 .....</b>	<b>161</b>
本章概览 .....		161
第一节	资本市场对公司社会责任事件的惩戒效应 .....	163
第二节	企业高管的政府背景与企业社会责任事件的溢出效应 .....	178
<b>第七章</b>	<b>基于透明度视角对企业社会责任信息披露的研究 .....</b>	<b>193</b>
本章概览 .....		193
第一节	上市公司信息透明度评价：基于主成分分析与熵权法 .....	195
第二节	企业社会责任信息披露的资本成本效应 .....	207
第三节	环境信息披露的影响因素：来自中国重污染行业的 实证研究 .....	226
<b>第八章</b>	<b>基于综合价值创造对企业社会责任异化现象的研究 .....</b>	<b>241</b>
本章概览 .....		241
第一节	企业伪社会责任行为研究 .....	243
第二节	企业社会责任寻租行为研究 .....	261
<b>参考文献</b> .....		<b>278</b>

# 第一章 综合价值创造视角：企业社会责任理论研究的新趋势

## ● 本章概览

企业社会责任理论研究的演进历程清晰显示，企业社会责任理论研究的热点、焦点、重点与难点不断转换，呈现出显著的阶段性特征，反映出理论界对企业社会责任运行规律的把握能力、把握程度和把握趋势。通过分析理论界对企业社会责任研究的最新进展，来把握企业社会责任理论研究的未来趋势，对于明确企业社会责任理论与实践的发展方向均有重要意义。基于此，本章对最近八年的国外企业社会责任研究文献进行了系统梳理，试图寻找出企业社会责任理论研究的最新趋势。

首先，本章对 2008~2012 年国外的企业社会责任理论文献进行了研究，发现企业社会责任研究领域出现了许多新概念与新思想、新领域与新热点、新视角与新范式、新方法与新工具、新观点与新结论。企业社会责任领域的新概念与新思想主要包括隐性和显性企业社会责任、CSR2.0、企业社会整合与共享价值；新领域与新热点主要包括跨国经营中的企业社会责任、社会责任投资、社会企业、企业社会责任管理框架、国际倡议或标准及其影响；新视角与新范式主要包括企业社会责任研究的政治视角、宏观经济视角、意义建构视角、动态视角和综合视角；新方法与新工具主要包括企业社会绩效与财务绩效之间关系的研究方法创新、企业社会责任负面事件（行为）研究法、企业社会责任文献检索新方法、企业社会责任研究的准试验分析法；新观点与新结论主要包括企业社会责任衍生概念的整合观点、企业社会责任影响因素的新观点、企业社会责任影响效应的新认知、企业社会责任发展阶段的新划分。



其次，本章对2013~2015年国外的企业社会责任理论文献也进行了研究，发现当前企业社会责任的研究热点主要集中在三个方面：一是企业社会责任行为与绩效的影响因素，重点是高管团队的影响、公司治理的影响、组织特征与外部因素的影响；二是企业社会责任的影响效应，包括经济效率效应和非经济效率效应，前者的重点是企业社会责任的财务影响，后者的重点是企业社会责任的组织行为和消费者行为影响；三是企业社会责任沟通与信息披露，重点是新媒体对企业社会责任沟通的影响以及企业社会责任信息披露的前因后果。分析发现，当前企业社会责任研究正呈现出以下四个方面的发展趋势：从单一维度向综合视角转变、从组织层面向宏观层面和个体层面转变、从工具理性向价值创造转变、从企业社会责任影响效应向影响机理转变。

## 第一节 国外企业社会责任研究的新进展 (2008~2012年)

经过几十年的发展，企业社会责任已经成为融合经济学、管理学、伦理学、法学等众多学科的重要研究领域，大量学者对这一领域开展了卓有成效的开创性研究，积累了丰富的研究成果。最近几年，企业社会责任的理论研究更加受到重视，研究文献不再局限于该领域的专业期刊，而是更多地见诸各学科一流期刊，这表明企业社会责任正日益成为主流研究领域。我们通过梳理 2008~2012 年发表于企业社会责任专业期刊和重要管理期刊上的相关文献，发现企业社会责任研究领域又出现了许多创新性成果，并可归结为企业社会责任研究的新概念与新思想、新领域与新热点、新视角与新范式、新方法与新工具、新观点与新结论五个方面。<sup>①</sup>

### 一、企业社会责任研究的新概念与新思想

企业社会责任理论研究的演进历程也是新概念和新思想不断涌现的过程，不仅有 Frederick (1994) 提出的 CSR<sub>1</sub> (企业社会责任, Corporate Social Responsibility)、CSR<sub>2</sub> (企业社会回应, Corporate Social Responsiveness) 和 CSR<sub>3</sub> (企业社会绩效, Corporate Social Performance) 等主要概念，也有 Schwartz 和 Carroll (2008) 强调的需要区分企业伦理、利益相关方管理、可持续发展、企业公民等衍生性概念，还有诸如 Burke 等 (1996) 提出的战略性企业社会责任、Drueker (1984) 提出的赚钱行善和行善赚钱等企业社会责任思想。2008~2012 年，随着世界经济、政治、社会和技术的发展以及企业社会责任实践的创新，企业社会责任领域又涌现出一些重要的新概念和新思想。

#### 1. 隐性和显性企业社会责任

Matten 等 (2008) 认为，企业社会责任是动态的，不同国家或地区所具有的不同政治、金融、教育、劳动力以及文化体系构成了特定的“国家商业体系”，

<sup>①</sup> 本节内容详见肖红军，李伟阳. 国外企业社会责任研究新进展 [J]. 经济管理，2013 (9).

由此造成企业社会责任在不同地区间的差异。在美国，政府较少干预市场，股市是企业的主要资金来源，股东更加分散，市场更加透明，工会力量较薄弱，劳工议题主要在公司层面上解决，同时，美国文化蕴含了企业承担管家责任和回报社会的伦理，形成了商人承担社会责任的传统，因此美国表现为“显性企业社会责任”，其特征是企业关注实现某种社会利益，形成将商业价值和社会价值相结合的自愿性项目和战略，以此回应利益相关方的压力。在欧洲，政府对经济和社会活动有更多干预，企业倾向于向大型投资机构尤其是银行融资，劳工政策较为完善和严格，劳工议题的讨论主要是在行业或者国家层面上进行，在欧洲文化中社会组织、政治团体、宗教团体等扮演重要角色，因此欧洲表现为“隐性企业社会责任”，其特征是企业关注更广泛的社会利益和社会议题，形成各种价值观、规范和法律，以此要求公司解决各种利益相关方议题，规定公司应承担的义务，这是对制度环境所做出的回应。

### 2. CSR2.0

Visser (2010) 将互联网技术的发展和企业社会责任的演进相联系，以 CSR1.0 对应 Web1.0，以 CSR2.0 对应 Web2.0，提出当前企业社会责任发展正在由 CSR1.0 向 CSR2.0 转变。具体表现为：在元层面上，企业与社区之间的关系从慈善或回馈型转变为合作型，企业更积极主动地回应社会和环境议题；履责动机从声誉驱动变为绩效驱动；社会责任管理从专家负责型转变为融入企业、整合到核心业务中去，既有统一的标准，也有不同的表达方式和实施方式；企业社会责任从边缘的变成可扩展的，即从小众市场的“奢侈品”转向大众市场的“必需品”，成为适用于全球的实践。在企业实践的微观层面上，企业社会责任不再表现为奢侈的产品和服务，而是给那些最需要改善生活质量的人们提供解决方案；投资于社会企业比慈善机构更受青睐；责任排名被企业社会责任评级体系所取代，责任绩效通过信用评级来衡量；年度社会责任报告被实时在线的企业社会责任绩效数据流所取代；利益相关方群体被社会网络所取代。进一步来看，在 CSR2.0 时代，企业社会责任具有创造性 (Creativity)、可扩展性 (Scalability)、回应性 (Responsiveness)、全球本土化 (Glocality) 以及循环性 (Circularity) 五个方面的特征。

### 3. 企业社会整合与共享价值

当前，企业为履行社会责任而付出大量努力，却没有取得应有的效果，Porter 等 (2010) 认为其原因在于人们将企业与社会相对立，未从战略的角度来

考虑社会责任，由此提出新的“战略性企业社会责任”理念，强调企业要了解自身与社会之间的契合点，将企业社会责任根植于对企业与社会相互关系的理解中，同时将它与企业特定的战略和活动相联系，解决那些与自身业务相交叉的社会议题。一方面，企业要自内而外地减少价值链上活动对社会和环境造成的消极影响，增加积极影响；另一方面，企业要自外而内地将社会影响引入公司的价值主张、战略和日常运营中，识别并满足社会的需要。这不仅意味着企业要成为良好公民以及减少消极影响，而且意味着各种创新和实现共享价值的机会，使企业成功与社会进步相辅相成。因此，他们提出以“企业社会整合”的概念来取代“企业社会责任”。在此基础上，Porter等（2011）进一步提出共享价值的思想，认为人们总是狭隘地看待企业社会责任，将企业所创造的价值局限于短期财务绩效，把社会议题视为边缘而非核心的，而解决这一问题的方案是要遵循共享价值的原则。当前，各种社会需要越来越多，而企业是解决所面临紧迫社会议题的最重要力量，对企业而言，最为重要的是识别这些社会需要，通过提供新技术、新方法和创新管理方式来解决社会议题，同时提升自身生产力并扩大市场，为企业和社会创造共享价值，这才是获得合法性的最好机会。

## 二、企业社会责任研究的新领域与新热点

企业社会责任研究主要包括五大领域，即企业社会责任不断变化的含义和模型、企业社会责任行动、企业社会责任对利益相关方及财务绩效的影响、企业社会责任活动的决定因素和企业社会绩效的衡量（Taneja等，2011）。这五大领域及其分支在不同时期受到的关注程度是不同的，由此导致企业社会责任在不同时期的研究热点也有所差异。新近的研究热点主要包括：

### 1. 跨国经营中的企业社会责任

尽管跨国或跨文化经营中的社会责任议题经常被提及，但相关论文数量仍然非常有限（Kolk和Van Tulder，2010），实践中广泛存在的社会责任议题亟待理论给予解决。目前，该领域所研究的跨国公司多数是母国为发达国家，而东道国是法律制度环境比较弱、社会责任标准低于母国标准的发展中国家、经济转型国家或者新兴经济体，并主要关注那些对环境和社区有显著影响的行业。研究热点主要集中在两个方面：一是跨国经营中企业社会责任活动的内外部影响因素。外部影响因素主要涉及传统文化和宗教信仰等文化因素，政治经济法律等制度因素以及国家地理位置、自然环境、人口组织等客观属性方面（Cai，2012；Dam，

2008; Campbell 等, 2011), 也包括各种利益相关方的影响 (Yang 等, 2009); 内部因素主要涵盖公司治理、组织特性、员工价值观、公司行为准则等的影响 (Huemer, 2010; Williams, 2011; Brønn, 2009)。二是跨国经营中企业社会责任战略选择、管理模式、议题管理等, 如 Hemphill 等 (2011) 提出了一个适用于全球组织的基于价值观道德的企业治理模型; Newenham-Kahindi (2011) 以一家在坦桑尼亚开展经营的加拿大金矿公司为对象, 分析其如何通过实施全球社会责任政策平衡公司国际运营能力与当地战略, 以缓解公司与当地社区的紧张状态; Dam 等 (2008) 通过实证研究检验了“污染避难所假说”。

### 2. 社会责任投资

社会责任投资是一种新兴投资理念, 倡导盈利与履责并行, 关注社会责任投资能否给投资者带来合理回报。随着社会责任基金 (SRIF) 数量的增加和存续期的延长, 比较社会责任基金与常规基金绩效的实证研究成为焦点 (Chang 等, 2010), 并得出不同的研究结论。一些研究认为社会责任基金绩效不如常规基金, 其主要依据是“投资组合论”, 即社会责任基金运用社会筛选增加了约束条件, 降低了投资组合的多样性, 从而增加了风险, 导致投资回报率降低 (Timothy 等, 2008); 一些研究认为社会责任基金绩效优于常规基金, 主要依据是“公司价值论”, 即社会责任表现较好的企业经营更稳健、管理更完善, 从而财务绩效更优 (Renneboog 等, 2008); 另有观点认为社会责任基金与常规基金的绩效不存在显著差异, 其主要依据是“市场流动性论”, 即认为资本市场具有高度的流动性, 市场上大量常规投资者的存在使得资本供给函数近乎完全弹性 (Areal 等, 2010)。

### 3. 社会企业

20 世纪 80 年代“社会企业”开始出现于管理文献中 (Dacin, 2011), 近年来快速发展, 成为一个新的社会、经济和文化现象 (Pless, 2012), 它是“一种创新地使用和整合各类资源以挖掘各种为促进社会变革以及/或者满足社会需求的机会的过程” (Mair 等, 2006)。目前, 社会企业研究仍处于萌芽阶段并缺乏一致的定义, 所形成的研究文献数量有限 (Short 等, 2009), 研究重点主要包括四个方面 (Dacin 等, 2011): 社会企业的特征, 社会企业经营的范围、针对的社会需要和目标群体, 运营的过程和利用的资源, 社会企业的使命。2012 年, 《企业伦理期刊》出版了一期“社会企业”研究专刊, 讨论的内容包括: 价值观和文化对社会企业的影响; 社会企业在经济系统中的独特角色及其与传统企业的差别;

社会企业所要改变的议题、参与的目标群体、所采取的行动、所提出方案的正当性以及社会企业调动各类资本的异质性；评价社会企业影响的标准。

#### 4. 企业社会责任管理框架

随着企业社会责任实践的不断深入，企业社会责任管理开始日益受到研究者的重视，企业社会责任管理框架成为新的研究热点。Maon 等（2009）基于 Lewin（1951）的三阶段变革模型，即将变革分为解冻、行动和再冻结三个阶段，构建了一个包含四个阶段、九个步骤的社会责任策划与实施的整合框架。Jenkins（2009）基于对 24 家社会责任绩效优秀的中小企业的案例分析，结合 Grayson 和 Hodges（2004）的研究，提出一个适用于中小企业的社会责任管理“商业机会”模型。ISO（2010）基于组织运行的一般规律和社会责任的基本特征，提出了将社会责任融入整个组织的一般范式模型。Yuan 等（2011）在 Siggelkow（2002）的基础上，对核心—外围理论进行了拓展，将外围要素进一步分成核心延伸（Core-Extending）惯例和独立的外围惯例，并以此为基础提出了七种将社会责任活动融入核心业务的不同模式。

#### 5. 国际倡议或标准及其影响

国际倡议可分为四类：基于原则的倡议（如全球契约）、基于认证的倡议（如 SA8000）、基于报告的倡议（如 GRI）、基于过程的倡议（如 ISO26000）（Gilbert 等，2011）。当前研究的热点主要是基于原则的倡议和基于过程的倡议，而焦点则主要是联合国全球契约和 ISO26000。对于联合国全球契约的研究视角主要包括（Rasche 等，2012）：在联合国—企业关系的历史背景中讨论全球契约；探讨倡议的实施维度（如参与者的组成和影响）；在不断变化的多元行为主体和多层次全球治理的动态背景中讨论。同时也包括对其的批判，如只关注大公司、十项原则模糊不清、缺乏认证机制而不可信（Rasche，2009）。对 ISO26000 的讨论主要集中在以下议题：ISO9000 和 ISO14000 对 ISO26000 制定的影响（Castka 等，2008a）、谈判在 ISO26000 制定过程中的作用（Helms 等，2012）、ISO26000 在供应链上的推广（Castka 等，2008b）；ISO26000 对企业声誉和忠诚度的影响（Ji 等，2011）以及对 ISO26000 以标准化方式处理组织中复杂的社会责任议题而导致社会责任议题与特定背景脱离的批判（Schwartz 等，2009）。

### 三、企业社会责任研究的新视角与新范式

企业社会责任是一个学科交叉的研究领域，其演进历程反映了多元学科的视

角。历史上，Berle、Dodd 和 Manne 等教授从法学角度对管理者作为受托人所应履行的责任以及现代公司的功能展开了激烈的争论；Bowen 和 Friedman 从经济学的角度分别提出支持和反对企业社会责任的观点；Freeman 从战略管理的角度提出利益相关方的观点；Enderle 等从哲学的角度讨论企业伦理问题；Carroll 和 Wood 等学者从企业与社会关系的视角对企业社会责任展开研究；Donaldson 等通过整合哲学和管理学的视角，提出综合性社会契约理论；Jones 基于伦理学和经济学的视角，提出工具性的利益相关方模式；Swanson 整合伦理学和管理学的视角，提出价值协调的框架，以克服该领域中规范性和描述性研究相分离的局限性。新近的研究视角和范式主要包括：

### 1. 企业社会责任研究的政治视角

全球化进程和跨国经营的发展使企业日益具备政治行为主体的特征，这要求企业提升自我管制并承担一些以往由政府承担的传统责任，在此背景下，从政治视角分析企业社会责任或者企业政治角色的研究出现复苏（Mäkinen, 2012）。目前讨论的议题包括企业社会责任的新兴全球制度背景（从国家治理到全球治理）、作为自我管制的企业社会责任（从硬法到软法）、企业社会责任范围的扩展（从责任到社会联结）、企业合法性的环境变化（从认知和实践合法性到道德合法性）、企业社会责任哲学基础的变化（从自由民主到协议民主）（Scherer 等，2011）。Whelan（2012）将这一视角的特征归结为：与利益相关方视角不同，它强调企业要超越其战略目标并为利益相关方创造价值；与工具视角和企业政治活动不同，它认为企业决策不仅仅是基于股东利益；与企业伦理不同，它认为民主高于哲学，认为企业决策应该内嵌于各种民主机制中，如对话、透明和担责。

### 2. 企业社会责任研究的宏观经济视角

Abländer（2011）认为，以往企业社会责任研究的主要关注点来自企业视角，没有相应的政治理论，以至于无法将其融入宏观经济学概念。为此，他提出运用在天主教社会教义中形成的，并被确立为社会市场经济理论的核心原则的辅助性原则这一概念，来解决企业在什么时候、什么范围以及什么情况下必须承担社会责任的问题。根据他的分析，将辅助性原则运用到企业社会责任研究，意味着必须跳出管理视角和政治视角，用第三种视角来完善企业社会责任，并根据辅助性原则将其解释为企业的共同责任。作为企业公民，在以辅助性原则和团结原则分配社会任务的体系中，企业就像宗教或经济团体那样扮演着中间社会行为主体的

角色，并且承担着使公民权利成为可能并得以发展这一明确职责。这样的职责并非来自企业的实际参与，而是源于社会中各个群体在其可能的范围内为共同利益做贡献的政治和道德义务。严格来讲，辅助性共同责任原则作为企业社会责任的第三个层面，将意味着企业不仅必须在经营的同时保证最低伦理标准，并自愿为社会提供额外服务以促进生态和社会的可持续发展，还必须作为中间行为主体在社会中完成特定的任务。

### 3. 企业社会责任研究的意义建构 (Sensemaking) 视角

根据组织理论中的建构主义者 (Constructionist) (Berger 和 Luckmann, 1966; Weick, 1995) 和创生论 (Enactment) (Smircich 和 Stubbart, 1985) 观点，组织并非处于一个“真实的”环境而是感知到的环境中，并非以一个“真实的”组织而是自我感知的组织来采取行动。基于此，Basu 和 Palazzo (2008) 提出，企业社会责任活动不应该被视为外部需求的直接结果，而是源自那些内嵌于组织的认知和语言过程，即意义建构的过程。他们将组织的意义建构过程分为认知的、语言的和意动的，并将企业社会责任定义为这样的过程：组织的管理者思考并讨论其与利益相关方之间的关系以及组织在实现共同利益中的作用，还包括组织在履行和实现这些角色和关系时所采取的行为倾向。进一步地，他们从两个认知的维度 (身份定位、合法性定位)、两个语言的维度 (正当性和透明性的模式) 和三个意动的维度 (一致性、承诺以及其与利益相关方和社会总体进行接触时所采取的姿态) 分析了企业社会责任过程。

### 4. 企业社会责任研究的动态视角

静态分析是以往企业社会责任研究的主要特征，近年来，越来越多的研究者从动态视角对企业社会责任展开研究。Maon 等 (2008) 从组织变革的角度分析了企业社会责任战略的制定和实施过程，提出成功实施社会责任要通过不断识别和管理利益相关方的期望，使组织管理与经营的动态需求和变化的社会环境相匹配。Maon 等 (2010) 还将企业社会责任发展的阶段性模型与利益相关方的文化和社会回应连续体相联系，提出一个动态的企业社会责任发展阶段模型，将企业社会责任发展分为企业社会责任文化淡漠、企业社会责任文化理解、企业社会责任文化嵌入三个时期，并指出企业在不同时期分别表现出不同的社会责任态度，包括蔑视、自我保护、寻求合规、寻求能力、关注、制定战略以及转型。Bolton 等 (2011) 认为以往的研究主要关注外部压力和影响，而忽视将企业社会责任看作一种动态的发展过程，因此他们基于过程和相互作用的视角，考察在企业社会



责任发起、实施和成熟阶段中雇员的参与及其影响。

#### 5. 企业社会责任研究的综合视角

为了全面反映企业社会责任的研究现状, Aguinis (2012) 构建了一个综合性的文献研究框架, 从多领域、多层次、跨学科的整合视角, 对来源于环境、组织行为、人力资源管理、营销、组织理论和战略等不同领域的文献加以全面梳理。这一框架从制度、组织和个人三个分析层次, 逐一梳理相关文献中所涉及的企业社会责任预测变量、中介变量、控制变量和因变量, 提供了关于企业社会责任研究的全景图, 改变了以往文献研究中单一脉络或维度的研究范式。这一研究发现, 现有企业社会责任文献高度分散于不同学科的期刊上, 95%的研究关注单一的研究层面(主要是组织层面), 并且应用的理论基础非常不同。

### 四、企业社会责任研究的新方法与新工具

企业社会责任研究文献可以分为实证类文献、综述性文献、概念性文献、方法性文献和案例研究类文献, 研究设计则涵盖探索性研究、描述性研究和因果分析类研究, 数据分析工具包括描述性统计、相关性分析、回归分析、因素分析等(Taneja 等, 2011)。实际上, 任何方法和工具在一个新领域的应用都有一个过程, 而一个新领域的持续开发也离不开新方法和新工具的出现。近年来, 随着学术界对企业社会责任领域认识和研究的不断深入, 研究方法和工具也在不断地创新和改进。

#### 1. 企业社会绩效与财务绩效之间关系的研究方法创新

企业社会绩效与财务绩效关系领域已经形成了大量实证研究, 但研究结论不一, 因此一些研究者试图通过采用新的方法和工具对这一领域进行更加深入的研究。首先是采用元分析的方法。由于企业社会绩效和财务绩效两者关系研究的复杂性, 难以通过一个独立的研究来完整地加以解释, 因此引入源自心理学的元分析(Meta-Analysis)方法, 试图以这种统计方法对该领域的大量独立研究结果进行综合再分析。例如, Margolis 等(2009)对167篇相关文献的214个结果进行元分析; Orlitzky(2011)应用元分析方法对经济、企业与社会关系以及综合管理这三个领域内已发表的关于两种绩效关系的文献进行重新检验, 发现来自不同领域的学者具有不同价值观, 由此形成的概念、理论和方法的假设会对研究结论产生影响。其次是对实证检验方法和计量模型设计的改进。如 Andersen 等(2011)使用了因素方差分析法对两种绩效的关系进行了检验。