

企业社会责任研究系列

企业 社会责任实证研究

THE DEMONSTRATIVE ANALYSIS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

黎友焕 等 著

华南理工大学出版社

企业社会责任研究系列

企业 社会责任实证研究

THE DEMONSTRATIVE ANALYSIS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

华南理工大学出版社

· 广州 ·

内 容 简 介

本书是企业社会责任研究系列之一，主要内容是采用综合分析、比较分析、规范分析、实证分析、定性分析与定量分析等研究方法，从不同侧面对企业承担社会责任对企业绩效的影响进行分类研究。为我国企业承担社会责任指明了方向，有利于提高我国企业的竞争力和可持续发展能力。

本书面向全国，放眼世界，在探索企业社会责任建设、构建和谐社会方面具有一定的参考价值，可供相关领域政府部门研究人员借鉴、参考。

图书在版编目（CIP）数据

企业社会责任实证研究/黎友焕等著. —广州：华南理工大学出版社，2010.5
（企业社会责任研究系列）

ISBN 978 - 7 - 5623 - 3273 - 2

I. ①企… II. ①黎… III. ①企业 - 社会 - 职责 - 研究 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2010）第 056451 号

总 发 行：华南理工大学出版社（广州五山华南理工大学 17 号楼，邮编 510640）

营销部电话：020 - 87113487 87110964 87111048（传真）

E - mail: scutc13@scut.edu.cn http: //www. scutpress. com. cn

策划编辑：潘宜玲

责任编辑：黄冰莹

印 刷 者：广州市穗彩印厂

开 本：787mm×960mm 1/16 印张：14 字数：282 千

版 次：2010 年 5 月第 1 版 2010 年 5 月第 1 次印刷

印 数：1～2 000 册

定 价：30.00 元

版权所有 盗版必究

前 言

从远古时代的人类社会开始，义与利的均衡、个体与社会的和谐一直是人类社会孜孜以求的梦想和追求。即使是在社会主义市场经济体系初步建立、人们步入小康社会的当前中国，众多的社会问题依然孕育或爆发于社会公平与效率之间。随着经济的发展和结构的变迁，在企业、政府、社会 and 个人的诸多相互影响的关系中，企业所占用的社会资源越来越多，企业的影响力也越来越大，企业对社会的和谐发展发挥着越来越大的作用，同时也使得社会对企业的要求和期待逐渐提高。与此同时，现代传媒技术和科技的发展也增强了对企业的监督以及要求规范企业行为的呼声。

我国在推行改革开放和市场经济建设的过程中，社会与经济日益融入世界发展的大舞台，尤其是在加入世界贸易组织后，中国与国际接轨的程度越来越高，这对中国的经济地位和政治地位的提高都是一个难得的机遇。但是，企业社会责任对于中国企业与世界接轨来说，却成为了巨大的挑战和重大的考验，尤其是以劳动者权益保护问题、环境保护问题和消费者权益保护问题为核心的各种企业社会责任问题的暴露，使得研究中国企业社会责任建设问题更具必要性和紧迫性。

企业社会责任体现了企业对社会、对政府、对消费者、对员工和合作伙伴等利益相关者的社会责任。现代企业制度能够吸纳劳动力、资本等生产要素并将其融合于一体，能够有效地配置各种社会资源，鼓励人们创业与冒险的精神，帮助投资者、经营者和劳动者实现人生价值，增加社会财富，增强政府运作效率，促进社会物质文明和精神文明建设，是市场经济发展的重要基石。但是，在企业发展壮大过程中也出现了一些消极现象，比如，忽视劳工权益、造成环境污染、制造伪劣产品和诚信缺失等。这些现象都是企业在一定程度上单一追求经济利益的结果。然而，这样的企业最终是会被消费者漠视、被员工抛弃、被市场淘汰的。只有对利益相关者负责任的企业才能得到消

费者的青睐，才能在日趋激烈的市场竞争中立于不败之地。

企业社会责任对于企业来说既是一种竞争压力，也是一种获取竞争优势的手段。企业承担社会责任在不可避免地增加运作成本的同时，也增强了竞争力和可持续发展的能力。在全球企业社会责任运动的影响下，消费者开始将不愿意履行社会责任的企业列入不负责任的企业行列，继而谴责这些企业的经营行为或抵制该企业的产品。这不仅严重损害了这些企业的形象，而且削弱了企业的竞争力。因此，为获得企业的长期利益，获取消费者的信赖，企业必须将企业社会责任列为企业重要的新竞争战略。实际上，通过承担一定程度的社会责任，企业将能达到提升整个社会价值的目的。而企业社会责任意识的增强也有助于增强顾客的忠诚度，有助于增强对人才的吸引力，有助于改善监管环境，有助于降低市场壁垒。但是，中国许多企业意识不到承担社会责任的重要性，存在履行社会责任会降低企业利润的错误意识。究其原因是，国内外社会各界对企业承担社会责任还存在很大的争议，尤其是企业承担社会责任与企业绩效关系的理论研究明显薄弱。因此，实证分析在企业社会责任理论研究中便显得非常重要，特别是企业承担社会责任与企业经营绩效成正比等一系列的研究结论，能进一步增强“实施企业社会责任有利于企业长远发展”的说服力。所以，从实证的角度对企业社会责任展开深入的研究，在理论和现实中都具有极其重要的意义。

2007年，由广东省社科院研究员黎友焕博士为课题负责人申请的国家社会科学基金项目《强化企业社会责任研究》（项目编号：07BTY003）获得批准，在申请和研究这一课题期间，课题组成员调查、研究并见证了中国推行企业社会责任的曲折过程。我们从国内外的企业社会责任研究文献中也感受到，从企业社会责任概念提出开始，企业社会责任的理论研究已经在不断地完善，目前企业社会责任的实证研究虽然还不成熟，但国内外的不少学者已经作出了巨大的努力和贡献。

企业社会责任对中国企业的发展，对中国企业与世界的接轨都起着越来越重要的作用。因此，课题组成员希望能够通过对企业社会责任的实证研究，论证企业社会责任对于企业的长期发展是利远大于弊，

从而希望可以进一步推动中国企业自觉履行社会责任的行为。课题组成员通过研究企业社会责任评价指标的定义、建立原则和指标选择等,建立了一套相对与之前理论界已建立的指标较为完整的评价指标体系,从而为中国企业怎样履行社会责任,履行社会责任应注意哪些问题提供了较好的参考标准。同时,课题组成员充分发挥各自的研究优势,采取各种实证研究的方法,广泛进行问卷调查,运用大量数据,分析说明了履行社会责任能提升企业各方面的绩效。

企业社会责任的实证研究历来就是企业社会责任理论研究的难点。由于课题组成员都是从事企业社会责任研究或从事实践工作多年的学者,我们采取了各自以熟悉和成熟的研究方法从不同的侧重点对这一难点进行更为深入的研究。这一课题成果不仅建立了一套较为完整、参考价值较高的企业社会责任指标体系,而且对企业社会责任与企业各方面绩效关系的实证研究也比较全面;另外,在分析企业社会责任相关因素时,也进行了大胆的假设和创新,从而进一步地为企业履行社会责任指明了方向,同时也为其他学者进行同领域的研究提供了新的研究思路。

本书是国家哲学社会科学基金项目“强化企业社会责任研究”课题组成员在黎友焕博士的统一指导下共同完成的。全书结构由黎友焕根据各成员的优势研究方向进行确定。其中,第一章由黎友焕(广东省社会科学院)、王凯(西北大学经济管理学院)和郭文美(广东省社会科学院)完成;第二章由杜彬(广东省社会科学院)和黎友焕(广东省社会科学院)完成;第三章由晁罡(华南理工大学工商管理学院)完成;第四章和第五章由杨春方(广东教育学院)完成;第六章和第七章由曹明福(天津工业大学经济学院)完成。课题组负责其他任务的成员,包括:龚成威(广东省社会科学院)、李双双(广东省社会科学院)、王星(广东省社会科学院)、黎友隆(广东康然医药有限公司)、丘新强(广州南沙置业有限公司)、林军(广东恒健投资控股有限公司)、王再文(北京工商大学)等同志参加了本书的论证或修改工作。全书具体的修改和校稿由王凯和郭文美负责,由黎友焕统稿。

本课题立项后,课题组确定以“争创新、出精品”为研究目标,

课题组成员与广东省企业社会责任研究会的专家们先后召开了课题大纲讨论会、问卷和访谈调研座谈会、专家座谈会、初稿分析会、论证会等多次会议，在统一部署下，各自开展了实际调研活动。所有初稿提交后，又反复进行了6次比较大的调整和修订。课题组长就相关的工作给所有课题组成员先后发出了10个“致课题组成员的通知”。在课题组成员群策群力的共同努力下，如期完成了三部研究专著，包括成果一《企业社会责任》、成果二《企业社会责任理论》和成果三《企业社会责任实证研究》，总共达到了近百万字。

作为课题组长，我要特别感谢国家哲学社会科学基金项目规划办公室和广东省哲学社会科学基金项目规划办公室及其专家们，感谢广东省企业社会责任研究会、企业社会责任杂志社及其专家们，以及广东省社会科学院的领导和同志们，感谢所有参与此成果的编纂、修改以及提出重要意见的朋友们！

黎友焕

2010年5月5日

目 录

第一章 导论	1
第一节 问题的提出	1
第二节 研究意义	2
一、现实意义	2
二、理论意义	3
第三节 引用文献概述	4
一、企业社会责任评价指标体系引用文献概述	4
二、企业社会表现及组织绩效引用文献概述	6
三、企业社会责任与企业绩效研究文献概述	9
四、中国企业社会责任相关因素研究的文献概述	11
五、企业社会责任需求研究文献概述	13
六、与市场结构有关的企业社会责任研究综述	14
第五节 研究思路、方法、结构	15
一、研究思路	15
二、研究方法	15
三、主要内容和结构	17
第六节 主要创新和贡献	18
第二章 企业社会责任评价指标体系	20
第一节 国内外企业社会责任评价指标体系文献综述	20
一、国内企业社会责任评价指标体系文献回顾	20
二、国外企业社会责任评价指标体系文献回顾	26
三、对国内外企业社会责任评价指标体系文献的评析	31
第二节 企业社会责任评价指标体系设计原则及指标选择	31
一、企业社会责任评价指标体系设计的原则	31
二、企业社会责任评价指标体系的选择	32
第三节 企业社会责任评价指标体系的建立和指标权重	34
第四节 企业社会责任指标体系的实证研究	48

第三章 企业社会表现及其组织绩效研究	53
第一节 企业社会表现研究	53
一、利益相关者理论研究回顾	53
二、企业社会表现理论研究回顾	55
第二节 企业社会表现与组织绩效关系的理论研究回顾	67
一、组织绩效研究的文献回顾	67
二、企业社会表现与组织绩效关系的文献回顾	68
第三节 企业社会表现与组织绩效关系的实证研究	71
一、实证研究设计	71
二、数据分析	78
第四节 组织特征对企业社会表现的影响研究	85
一、不同行业的企业社会表现研究	85
二、不同性质的企业社会表现研究	87
三、不同规模的企业社会表现研究	89
四、不同生命周期的企业社会表现研究	91
五、不同地区的企业社会表现研究	93
第五节 研究结果	94
第四章 中国企业社会责任与企业绩效相关性之实证研究	97
第一节 企业社会责任与绩效研究综述	98
一、企业社会责任的界定与测评	99
二、企业绩效的测评	100
三、企业社会责任与企业绩效相关性研究	101
第二节 资料搜集与研究方法	107
一、资料的搜集	107
二、问卷的设计	108
第三节 实证研究结果	109
一、企业综合绩效与企业社会责任的基本情况	109
二、企业综合绩效与社会责任相关性分析	114
第四节 结论与进一步研究的方向	117
一、研究结论	117
二、研究的局限性	119
三、进一步研究的方向	119

第五章 中国企业社会责任相关因素实证研究	121
第一节 文献回顾与理论假设	123
一、内部因素与企业社会责任的关系	123
二、外部因素与企业社会责任的关系	127
第二节 研究方法	129
一、变量的设计与测量	129
二、模型的构建	131
三、资料的搜集	131
第三节 研究结果	132
一、企业社会责任水平与内部因素的简单相关分析	132
二、企业社会责任水平与各外部因素的简单相关分析	132
三、企业社会责任水平与内外部因素的回归分析	133
四、企业社会责任水平与企业内外部因素关系假设的检验结果	134
第五节 结论与探讨	134
一、假设 H1 不成立	134
二、假设 H2b 不成立	135
三、假设 H3 不成立	135
四、假设 H6a、H6b 不成立	136
五、假设 H7 不成立	136
六、假设 H8a 不成立	137
七、假设 H8b 不成立	137
第五节 结论与建议	137
第六章 企业社会责任的供求分析	140
第一节 企业社会责任供求研究综述	140
一、企业社会责任需求研究综述	141
二、企业社会责任供给研究综述	144
第二节 企业社会责任供求曲线	146
一、企业社会责任供求曲线	146
二、企业社会责任的供求均衡	151
三、企业履行社会责任后的供求曲线	155
第三节 加入企业社会责任后的供求均衡中的“剩余”	159
一、消费者剩余和生产者剩余	160
二、履行企业社会责任后的消费者剩余和生产者剩余	161

第四节 企业社会责任成本分析	163
一、最佳企业社会责任成本	163
二、在总成本不变的情况下, 生产成本线和等产量线的变化	164
三、在总成本增加的情况下, 生产成本线和等产量线的变动	170
第七章 市场结构与企业社会责任	173
第一节 与市场结构有关的企业社会责任研究综述	173
一、垄断企业社会责任研究综述	174
二、差异化竞争企业社会责任研究综述	174
三、不同规模、不同行业企业社会责任研究综述	175
四、对市场结构与企业社会责任的疑问	176
第二节 完全竞争市场与企业社会责任	176
一、完全竞争厂商的短期均衡及履行社会责任后的变化	176
二、完全竞争厂商履行社会责任后的长期均衡	181
三、结论	182
第三节 垄断市场与企业社会责任	182
一、垄断厂商履行社会责任后的短期均衡	182
二、垄断厂商履行社会责任后的长期均衡	186
三、结论	188
第四节 垄断竞争市场与企业社会责任	188
一、垄断竞争厂商的需求曲线	188
二、垄断竞争厂商履行社会责任后的短期均衡	189
三、垄断竞争厂商履行社会责任后的长期均衡	191
四、结论	193
五、案例分析	193
第五节 寡头垄断市场与企业社会责任	195
一、折弯需求曲线中的企业社会责任	195
二、价格领导模型中的企业社会责任	197
三、结论	199
四、案例分析	199
第六节 小结	201
参考文献	203

第一章 导 论

企业社会责任（CSR，Corporate Social Responsibility）的概念从20世纪20年代在西方发达国家产生到现在已有近百年的时间。对企业社会责任的系统化研究在西方国家兴起于20世纪60年代，并于20世纪80年代在世界范围内形成企业社会责任研究的热潮，20世纪90年代企业社会责任问题在中国学术界引起重视并日益受到关注。但是，与其他挑战传统的思想一样，企业社会责任理念无论在外国还是国内一提出就伴随着各种争论。企业社会责任的反对者和倡导者围绕是否应该赋予企业以社会责任、企业承担社会责任对其利益相关者有何影响等问题进行了激烈的争论。在我国推行改革开放、加入世界贸易组织、与国际接轨的程度越来越高的背景下，同样需要接受世界性商务规则和经营守则的约束。应该怎样衡量一个企业履行社会责任的情况，企业社会责任与企业的组织绩效、经营绩效有何关系，企业应当如何更好地履行社会责任等问题都急需从理论、实证上得到解决。

第一节 问题的提出

传统主流理论认为，企业只有一个目标，就是实现自身利润最大化，进而实现股东利益最大化。与传统的企业角色观点不同，20世纪20年代正式提出的企业社会责任理论则主张企业的目标是多元的，即除追求经济绩效最大化之外，还应提升企业的社会绩效，也就是在确保股东利润最大化的同时，应实现其他利益相关者福利的最大化。

在提出“企业社会责任”概念的初期，社会各界关注的基本问题是“企业是否应该有社会责任”以及“企业应当承担怎样的社会责任”。随着理论界对企业社会责任研究的逐渐深入，以及实证研究的检验，已经形成了初步的企业社会责任理论体系，其中有不少研究也对以上两个问题给出了各自的见解。

当企业对社会应承担怎样的社会责任逐渐明确后，学术界和企业界都开始关注如何评价企业承担社会责任的状况问题。特别是近十年来，欧美发达国家的消费者日益关注跨国公司的劳工问题，他们通过“购买权力”要求跨国公司承担社会责任，改善海外合约工厂的劳工问题；投资者也日益关注跨国公司的劳工问题；劳工组织和大众媒体开始抵制销售“血汗工厂”的产品；等等。这些活动

都表明企业社会责任已经成为企业必须面对的重要问题，是直接关系到企业生死存亡的问题。

另外，企业社会责任对企业的绩效表现的影响也是社会各界十分关注的问题。企业是利润导向的经济体，最大程度的盈利是企业不断追求的目标，与此同时，假若企业承担社会责任，将导致企业的经营成本上升，以及企业利润的下降。而理论界提出的企业社会责任会带给企业的多种积极影响——提高员工忠诚度、提高生产力、提高消费者忠诚度、提升品牌形象、提高企业声誉等，能为企业带来竞争优势。

总的来说，理论界和企业界，关注的都是企业社会责任实施与企业的绩效之间有怎样的关系，企业是否很好地履行了社会责任，是否会对企业绩效产生积极的影响，是否能提高企业的绩效水平。正是出于这样的考虑，从20世纪80年代开始，西方的研究者纷纷对企业社会责任与企业绩效的关系进行了研究，并且此类研究已经初成体系。

中国自从加入WTO后，企业竞争的国际化、与国际市场游戏规则接轨，使得中国学界也开始注重企业履行社会责任的绩效问题。目前，我国关于此问题的研究仍处于初步阶段，还没有形成完整的基础理论体系以及指导企业操作的方法论体系。本书正是对中国企业在这个问题上的开创性研究，它借鉴国外的研究体系与方法，结合我国的现实情况，创新性地从不同的研究视野探究在我国的经济背景下，企业社会责任与企业绩效之间的关系。

第二节 研究意义

企业社会责任理念在全球范围内加速传播的同时，社会各界围绕企业该不该承担社会责任、怎样承担社会责任、承担什么社会责任和企业承担社会责任对企业有什么影响等问题展开了激烈的争论。本书主要围绕企业承担社会责任将对企业产生什么样的影响进行实证研究，不仅具有很强的理论意义，也对我国政府和企业怎样应对国际企业社会责任运动（CSR运动）浪潮提供决策参考。

一、现实意义

（一）有助于中国企业认清现状，积极推进企业社会责任

近年来，欧美国家的社会责任运动对我国外贸出口造成很大的影响，中国企业屡次受到反倾销调查、环保问题调查、知识产权问题调查、人权调查等，虽然这些调查在某种程度上反映了新贸易保护主义的兴起，但在维护劳动者权益、环境保护和消费者权益保护等领域的注重，确实反映了人类可持续发展的要求。同

时,国内近年来屡屡出现的污染问题以及上市公司的诚信危机等问题,已经引起社会各界广泛的关注和深刻的反思:我国的企业社会责任现状到底如何?企业对承担社会责任存在的心理究竟怎样?承担社会责任是否能为企业带来长期的经济绩效?等等。

(二) 有助于中国企业应对经济全球化的挑战

我国进入 WTO 后,在经济全球化的背景下,中国企业必须适应国际舞台的生存规则。CSR 运动从 20 世纪 80 年代逐步兴起,现在已经成为跨国公司全球竞争的新标杆或制高点,中国企业要与跨国公司同台竞技,或者走向国际市场,CSR 建设是必经的门槛,因此,中国企业承担社会责任已经成为其长期生存发展的必然要求。但是,目前我国企业对履行社会责任还存在很大的误解,大部分企业认为,履行社会责任为企业的经营成本增加负担,会造成企业利润的减少。那么,履行社会责任对企业到底存在怎样的影响?如何引导企业形成正确的履行社会责任的价值观,从而使得我国企业能在经济全球化的浪潮中立足?

(三) 为中国企业的发展提供方向

同国外企业社会责任的发展历程一样,我国的企业对于企业社会责任也存有顾虑,尤其是近年来,当我国企业在参与国际竞争时,遭遇到诸如 SA8000 之类的企业社会责任体系的影响,担心企业社会责任的履行会影响企业的绩效。然而,社会发展的趋势证明,企业社会责任终将如同企业的盈利性一样,成为企业存在和发展的基本要求。因此,通过实证研究证明企业社会责任的履行对企业绩效的积极影响,可以解除我国企业的顾虑,使企业主动地将资源投入企业社会责任的实施中,更积极地履行企业社会责任。

二、理论意义

(一) 弥补国内外关于企业社会责任指标体系研究的不足

我国学术界对企业社会责任的研究仍处于跟踪和消化阶段,在企业社会责任的指标体系的研究方面,虽然国内相关学者已做了较为深入的研究,但是某些问题的处理还不全面。例如,在企业社会责任指标建立的问题上,有的研究过于侧重经济责任,有的仅有慈善因素的表现,还有的过于侧重伦理道德责任。另外,国内文献总体建立的指标不是十分详细,而全面地评价一个企业的社会责任往往需要从多方面多角度进行评价,尤其是为了避免造成偏差,最好能尽可能详细地建立合理的指标体系,以便对企业进行评价。鉴于国内学者的研究情况,本书第二章根据黎友焕(2007)提出的“企业社会责任定义三层次模型”,提出建立经济责任、法规责任、伦理责任和自愿性慈善责任四大指标组成的指标评价体系,评价指标包括客观性评价指标和主观性评价指标,以弥补单一种指标的缺陷。

（二）从多学科视角出发，初步构建起中国企业社会责任理论体系

本书综合运用管理学、经济学、社会学相结合的方法，全方位地审视企业社会责任，克服了类似以往研究所使用的方法和角度单一的局限。尤其是从管理学角度全面详细地探讨了企业社会责任与公司战略、市场营销、人力资源管理、企业利益相关者管理、企业生命周期及市场结构之间的关系，结合国内外企业社会责任的成功实践与案例对企业社会责任管理模式进行了探索。

每一章、节都客观地评述了国内外企业社会责任的相关研究，系统地勾画了国内外企业社会责任运动的概貌。在系统的理论回顾中，发掘企业社会责任的焦点和悬而未决的议题，并在此基础上进行立论和展开，使得各个章、节的论述更具针对性；注重从“利益相关者”理论角度把握企业社会责任，避免了以往的研究将企业社会责任的正当性诉诸社会舆论取向、企业形象提升等简单认识上，增强了研究的理论深度和说服力。

第三节 引用文献概述

实证研究立足于总结、归纳前人的研究，找出研究的缺陷以及不足，进而完善现有的实证分析模型和分析方法。因此，本书大量地引用了参考文献。

一、企业社会责任评价指标体系引用文献概述

本书第二章在研究企业社会责任评价指标体系中，引用了大量国内外关于企业社会责任感、企业社会责任评价指标设计原则以及企业社会责任评价指标体系的实证研究的文献。

（一）国内有关文献综述

1. 企业社会责任感

在企业社会责任度的研究中，第二章参照了彭净（2006）、黎友焕（2007）提出的企业社会责任概念及其模型，从企业社会责任度的概念以及要求出发阐述企业社会责任的内涵，论证了企业承担社会责任的基本原则，即要有利于企业生存和发展的原则、基于企业自身能力的原则、不超越企业职权限度的原则、企业不同发展时期应承担不同社会责任的原则等。^①

2. 企业社会责任评价指标设计原则

在有关企业社会责任评价指标设计原则的研究中，本书第二章引述了国内学

① 黎友焕. 企业社会责任研究 [D]. 西北大学, 2007.

者的相关观点。比如,有姜万军、杨东宁、周长辉(2006),^①王红英(2006)、康剑青(2007)^②以及彭净(2006)等。各个学者的观点都主要从企业社会责任评价指标的选取要求及原则出发。

3. 企业社会责任评价指标体系的研究

企业社会责任评价指标体系的研究是本书第二章的重点内容。金立印(2006)、颜剩勇^③、刘庆华(2005)、姜万军、杨东宁和周长辉(2006)、张文贤(2006)^④、彭净(2006)、陈留彬(2006)、李立青(2006)^⑤等学者从不同角度出发,阐述了企业社会责任评价指标体系应包含的内容。

金立印(2006)^⑥通过实证研究说明企业社会责任的建立与企业经营绩效的关系,同时也说明了随着经济的发展,社会对企业承担社会责任的要求逐渐升高。陈留彬(2006)通过建立企业社会责任评价体系对山东省规模以上的企业随机抽取的样本进行了实证分析并得到若干结果。而李立青(2006)则通过对湖南省规模以上企业的问卷调查,分析了不同行业不同规模企业的企业社会责任承担的情况。

但是,以上各学者的指标体系都存在一定的缺陷,第二章正是在归纳总结前人研究的基础上,力图建立一套公正、完整的企业社会责任评价指标体系。

(二) 国外企业社会责任评价指标体系文献概述

1. 企业社会责任的标准化研究

第二章在概述国外有关企业社会责任的标准化研究时,主要介绍了一些非政府的民间组织或协会。包括:①德国的外贸零售商会标准(AVE);②荷兰的清洁服装运动标准(Clean Clothes Campaign, CCC);③英国道德贸易行动联盟基本守则(Ethical Trading Initiative, ETI);④公平劳工协会(Fair Labor Association);⑤跨国公司行为准则;⑥SA8000,即由社会责任国际组织(Social Accountability International, SAI)制定,由于该组织设立的标准只是一个民间的标准,尚未成为国际性的通用标准,使得其公平性和目的性在某种程度上受到很多专家、学者的质疑。

① 姜万军,杨东宁,周长辉.中国民营企业社会责任评价体系初探[J].统计研究,2006(7):32-36.

② 康剑青.企业社会责任财务评价问题研究[D].天津财经大学,2007.

③ 颜剩勇.企业社会责任财务评价研究[D].西南财经大学,2006.

④ 张文贤.企业社会责任的指标体系设计[J].新资本,2006(5):22-23.

⑤ 李立清.企业社会责任评价理论与实证研究:以湖南省为例[J].南方经济,2006(1):105-118.

⑥ 金立印.企业社会责任运动测评指标体系实证研究——消费者视角[J].中国工业经济,2006(6):114-120.

2. 自愿性条款研究

目前自愿性条款使用相对广泛的是金融业企业社会责任准则——赤道准则。赤道准则的文本包括序言 (preamble)、使用范围 (scope)、原则陈述 (statement of principles)、权利放弃声明 (disclaimer) 和四个展示 (exhibit)。^①

3. 企业社会责任与财务指标关系的研究

在有关企业社会责任与财务指标关系的研究中, 主要介绍了相关学者的实证研究结果。比如, 奥柏尔等 (Aupperle et al, 1985) 的实证研究分析发现公司的部分财务表现与企业社会责任关系不显著。^② 麦克高尔等 (McGuire et al, 1988) 分析发现公司先一期的财务表现比后一期的财务表现与企业社会责任人表现关系更加密切。^③ 而艾布特和曼森 (Abbott & Monsen, 1979) 研究了财富杂志评出的世界 500 强企业的社会责任的披露程度, 分析认为企业自身对企业社会责任进行披露是企业进行企业社会责任测量的最好方式之一。^④

另外, 科克伦和伍德 (Cochran & Wood, 1984) 运用新的技术方法研究了企业社会责任和公司财务绩效之间的关系。^⑤ 阿曼迪等 (Tuzzolino & Armandi, 1981) 则建立了生理 (physiological)、安全 (safety)、价值 (esteem)、自我实现 (self-actualization) 等 5 大指标进行评估, 其中包含具体指标 32 项。^⑥

二、企业社会表现及组织绩效引用文献概述

本书第三章实证研究内容是企业社会表现及企业组织绩效的相关关系。此章涉及的理论主要有企业利益相关者、企业社会表现、组织绩效以及企业社会表现和企业组织绩效的关系。

(一) 企业利益相关者的研究文献概述

利益相关者理论是第三章乃至全书的理论基础。本章在阐述企业利益相关者

① 内容的介绍参考赤道准则网站: <http://www.equator-principles.com/>.

② Kenneth E. Aupperle, Archie B. Carroll, John D. Hatfield. An Empirical Examination of the Relationship between Corporate Social Responsibility and Profitability [J]. The Academy of Management Journal, 1985, 28 (2): 446-463.

③ Jean B. McGuire, Alison Sundgren, Thomas Schneeweis. Corporate Social Responsibility and Firm Financial Performance [J]. The Academy of Management Journal, 1988, 31 (4): 854-872.

④ Walter F. Abbott, R. Joseph Monsen. On the Measurement of Corporate Social Responsibility: Self-Reported Disclosures as a Method of Measuring Corporate Social Involvement [J]. The Academy of Management Journal, 1979, 22 (3): 501-515.

⑤ Philip L. Cochran, Robert A. Wood. Corporate Social Responsibility and Financial Performance [J]. The Academy of Management Journal, 1984, 27 (1): 42-56.

⑥ Frank Tuzzolino, Barry R. Armandi. A Need-Hierarchy Framework for Assessing Corporate Social Responsibility [J]. The Academy of Management Review, 1981, 6 (1): 21-28.