

企业社会责任 驱动机制研究

——理论、实证与对策

杨春方 著



中山大学出版社
SUN YAT-SEN UNIVERSITY PRESS

企业社会责任 驱动机制研究

——理论、实证与对策

杨春方 著



中山大学出版社
SUN YAT-SEN UNIVERSITY PRESS

· 广州 ·

版权所有 翻印必究

图书在版编目 (CIP) 数据

企业社会责任驱动机制研究：理论、实证与对策/杨春方著. —广州：中山大学出版社，2015. 7

ISBN 978 - 7 - 306 - 05298 - 8

I. ①企… II. ①杨… 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 143650 号

出 版 人：徐 劲

策划编辑：翁慧怡

责任编辑：翁慧怡

封面设计：曾 斌

责任校对：杨文泉

责任技编：何雅涛

出版发行：中山大学出版社

电 话：编辑部 020 - 84111996, 84113349, 84111997, 84110779

发行部 020 - 84111998, 84111981, 84111160

地 址：广州市新港西路 135 号

邮 编：510275 传 真：020 - 84036565

网 址：<http://www.zsup.com.cn> E-mail: zdcbs@mail.sysu.edu.cn

印 刷 者：广州中大印刷有限公司

规 格：787mm × 1092mm 1/16 23 印张 438 千字

版次印次：2015 年 7 月第 1 版 2015 年 7 月第 1 次印刷

定 价：58.00 元

如发现本书因印装质量影响阅读，请与出版社发行部联系调换

内 容 简 介

随着中国经济的迅速发展,人民生活水平的不断提高,公众对产品质量、安全、环境保护、劳工权益日益关注,要求企业切实承担起自己的社会责任。然而现实情况是,越是在欧美发达国家,企业越是广泛地承担社会责任,道德标准日益被看成是降低环境风险、增强企业比较优势的新的竞争力资源。而越是在中国这样迫切需要企业社会责任的国家,企业社会责任越是普遍缺失,甚至连水、食物、空气、土壤等人类赖以依存的物质基础都面临着严峻的挑战。现实问题的迫切性要求我们关注中国企业社会责任驱动不足的问题。所以,笔者选择中国企业的社会责任驱动机制作为研究的主题。

本书以文献研究为基础,以实证研究为重点,以规范性分析为主体,以案例分析为特色,对企业社会责任的外部驱动机制和内部驱动机制进行了全面的分析,对中国企业社会责任驱动机制的关键因素进行了实证检验,对企业社会责任缺失的文化、社会与制度根源进行了深入的探讨。

首先,通过对国内外研究文献的系统梳理,对企业社会责任思想的起源、历史背景、理论论争的历史发展、社会责任的各种定义、当前国内外的研究趋势进行了介绍,以便从总体上对国内外企业社会责任的研究概况进行把握。对企业社会责任内外部驱动机制的研究文献进行了整理和归纳,为后面研究的进一步展开提供了理论框架。并根据国家、社会、企业三者的相互关系及其历史演进的规律,将企业社会责任的治理机制创新性地划分为三种类型:市场治理、政府治理与社会治理。

其次,根据对中国中小企业国际博览会参展的中小企业的问卷调研资料,对企业社会责任驱动的关键因素进行了识别检验,指出中国企业社会责任外部驱动机制缺失的根本原因在于市民社会的不成熟与地方政府监管缺位。并运用基于企业、政府、社会三元结构的博弈理论分析法,从宏观层面上对中国企业社会责任外部驱动机制进行了分析。中国企业、政府、社会三方社会责任博弈结果表明,一个成熟的市民社会的缺失导致社会责任博弈中最重要的利益主体——公众利益代表的缺位,以及地方政府与企业利益目标的趋同,博弈的最终

结果导致地方政府与企业合谋，社会责任被当成发展经济的成本而被“理性”地放弃。中国企业社会责任的外部驱动主要来自跨国企业全球性的生产扩张及社会责任从发达国家的市民社会向中国生产企业的逆向传递。在对外部驱动博弈分析的基础上，本书对中国企业社会责任内部驱动的有效性进行了实证检验。研究结果表明，总体来看，中国企业社会责任行为与企业绩效水平基本上是一致的。但在不同的地区、企业规模、行业条件下有所不同，东部地区企业社会责任要略高于中、西部地区，企业规模和行业的情况略为复杂。

再次，以道德决策理论、资源基础理论与背景依赖理论为基础，从公司经理、企业、社会环境三个维度，对企业社会责任缺失的根源进行了非道德的诠释。研究指出，企业社会责任缺失的主要原因不在于公司伦理或经理道德，而在于公司的资源能力及外部环境因素，如企业自身资源能力的制约，以利润为中心的企业组织结构和市场竞争机制的驱动，社会控制的失败、政府监管的缺位等。并进一步对中小企业社会责任驱动缺失的道德与非道德根源进行探索性的全面考查，指出中小企业社会责任的缺失主要应归咎于企业经营的艰难与盈利水平的普遍低下，对社会监督的规避也是重要的原因，但相较于大企业，中小企业接受的政府监管更为规范严格。这些研究都有助于我们冷静思考企业伦理缺失表象背后更深层次的经济、社会与制度根源，并探讨相应的解决路径。

最后，从中美比较研究的视角，进一步探讨了中国企业社会责任缺失的文化、社会与制度根源，指出中美企业社会责任的差异是中美民族文化差异的显性表现和外化，美国个人主义的文化价值观对个体权利的强调，对政府权力的怀疑与警惕，使美国形成了一种“大社会—小政府”的社会结构。社会的成熟与强大有效地保证或约束了政府与企业在以社会利益为本位的目标轨道上良性有序地运行。而中国集体主义的文化价值观对整体价值的强调，对政府干预的路径依赖，使中国形成了一种“强政府—弱社会”的社会结构。地方政府权力的扩张及其“经济人”特征的不断突出，社会的极度幼稚与社会约束机制的缺失，导致企业社会责任政府监管与社会约束的“双重缺失”，加剧了企业的社会责任问题。通过对丰田汽车中美召回案例的分析，真实生动地再现了丰田汽车社会责任双重标准的演进逻辑及其形成过程，检验了以上研究结论，为中国企业社会责任的有效治理提供了具体的借鉴。

总之，我们的研究结论是：中国企业社会责任的内部驱动，包括经营者伦理道德及企业对经济利润的追求是企业承担社会责任的内在动因，但这种内部驱动的有效性取决于相应的制度背景与社会环境；中国企业社会责任外部驱动机制缺失的根本原因在于市民社会的幼稚与不成熟；而地方政府职能定位的失误及其社会责任监管职能的弱化，加剧了企业的社会责任问题。因此，推进政

府对社会与市场的权力让渡，促进地方政府社会责任监管职能的回归，推动市民社会的自主发展，逐步构建起政府、公民、社会、市场各方边界清晰的现代社会结构是化解中国企业社会责任问题的根本途径。

序

自由资本主义的弊端及其所带来的严重社会问题与社会危机，促进了企业社会责任理念的诞生，1924年英国学者谢尔顿正式提出企业社会责任的概念。随着20世纪60年代利益相关者理论的进一步提出，以及各种企业社会责任运动的蓬勃兴起，企业社会责任的理念日益深入人心，并以一种全球普适性的逻辑向世界扩展。

经历了工业化辉煌与创痛的西方国家对企业社会责任的理解与关注要远远高于中国，其政府与社会越来越要求企业在其发展战略中融入对社会、环境、道德的关切，承担起应有的社会责任，以共同应对日益严峻的经济、环境、社会问题。在欧洲，历史上“左翼”政治思潮的影响及阶级斗争的尖锐复杂，使其对社会稳定的强调高于对单纯经济增长目标的追求，甚至将企业承担社会责任看成是欧洲可持续发展的动力源泉，从而形成以政府为主导，政府、社会利益团体、企业三方谈判与协作来化解企业社会责任问题的模式。公司被天然看成是各种利益相关者的社会经济联合体，并自觉地承担起对社会的责任。在欧洲人看来，一个不能够承担社会责任的企业是对社会可持续发展的一种破坏，还不如不存在的好。在美国，自由主义的理念根深蒂固，政府在企业社会责任问题上扮演着有限干预的角色，企业社会责任问题主要依赖于自主强大的市民社会的干预与企业的自主行为选择来实现。“大社会、小政府”的社会结构、自由主义市场的激烈竞争，促使企业的竞争形式日益从传统的价格、产品、技术、服务向更高形式的社会责任和消费者形象等软实力的方向发展，社会责任日益成为企业的最高竞争形式和新的竞争优势来源。

在中国，特别是改革开放初期，中国经济的成功几乎就是以牺牲社会责任成本为代价的。这种低工资、低环境成本、低价格的社会责任“零嵌入”增长模式，在带来中国经济高速增长的同时，也带来了日益严峻的社会责任问题。随着跨国公司全球性的生产扩张及全球企业社会责任运动的兴起，企业社会责任理念开始通过跨国企业的消费终端向中国国内生产企业逆向传递。在西方消费者运动的强大压力下，20世纪90年代初，众多的跨国公司开始对中国

供应链企业进行社会责任的认证，企业社会责任开始传入中国并广泛传播。可以说，在当前中国这样的经济发展中的转型国家，其对企业社会责任的渴求远甚于欧美，然而现实是企业社会责任普遍缺失，如毒猪肉、假羊肉、三聚氰胺牛奶、塑化剂白酒、触目心惊的地沟油、严重的雾霾天气、堆积如山的垃圾、污染的地表水地下水、频发的矿难、强制性的拆迁、飙升的房价、日益增多的劳资纠纷等产物的出现。甚至连一些在母国被视为社会责任楷模的跨国企业巨头，如强生、丰田、奔驰、苹果等，一到中国也公然实施远低于母国的社会责任双重标准。严重的企业社会责任问题不仅恶化了中国的商业环境，影响了社会秩序的稳定与和谐社会的建设，甚至连生命赖以依存的物质基础也日益受到挑战。因此，系统全面地探讨企业社会责任缺失的根源与企业社会责任驱动机制的不足成为中国企业社会责任治理的首要问题。

然而，在过去的几十年里，尽管学者对企业社会责任的研究日益广泛深入，但具体微观而又相互矛盾的利益相关者群体界定使企业社会责任理论变成了高尚美妙的道德说教，社会责任与财务绩效关系的实证研究也从来没有一致性的结论，企业社会责任的“理论丛林”也没能为企业社会责任问题的解决提供切实有效的理论框架与实证支持。在对企业社会责任驱动机制的研究中，国外多从个人、组织或制度环境的单一视角来展开，缺少系统全面的探究。与国外成熟市场经济条件下，政府居中制定规则，企业与社会对等博弈的社会责任社会驱动相反，国内企业社会责任的理论与实践表现出强烈的政府驱动的路径依赖，社会驱动的研究几乎空白。而所有研究的共同特点，就是认为欧美发达国家背景下的企业社会责任理论与实践可以以一种普适性的逻辑向全球扩展，而忽略了企业社会责任理论赖以依存的中外社会结构、制度环境与文化背景的巨大差异。所以，超越于传统的利益相关者研究视角，用更广阔的视野、更合适的理论、更系统的方法，对企业社会责任的“动力机制”进行深入研究，构建企业切实承担社会责任的理论框架，仍然是一个迫切而重大的课题。有鉴于此，本书从个人、组织、制度环境的三维视角全面展开，以社会三元结构理论、一般交易理论、博弈理论、道德决策理论、资源基础理论、背景依赖理论为基础，采用文献研究、实证研究、博弈分析、规范研究、案例分析等多种方式，既从微观上探讨外部环境压力向企业社会责任行为转化的传导机制，也从宏观上解析企业社会责任行为发生的文化、社会与制度背景，以全面系统地厘清企业社会责任的驱动机制，解开企业社会责任驱动的“黑箱”。

本书首先系统介绍了国内外对企业社会责任驱动机制的研究，包括对企业社会责任的内部驱动（即道德驱动与经济驱动）及企业社会责任的外部驱动（即社会驱动与政府驱动）的各种研究。并根据国家、社会、企业三者的相互

关系及其历史演进的规律，将企业社会责任的治理模式分为三种类型——市场治理、政府治理与社会治理，指出社会责任的社会治理是中国企业社会责任治理的发展方向。其次，通过问卷调查，对影响企业社会责任水平的内部驱动因素（经济动机和道德动机）和外部驱动因素（员工压力、社区压力、非政府组织压力、采购商的压力、市场竞争水平、政府干预、法制环境）进行了实证检验。然后从企业社会责任的三个主体，即企业、社会和政府博弈制衡的关系出发，从宏观上考察了中国企业社会责任的外部驱动机制。接着以规范研究的方式，从经营者个人、企业、环境（社会与政府）的三维视角对企业社会责任的缺失，特别是中小企业社会责任缺失的问题进行了系统的探讨，揭示了中国企业伦理缺失表象背后深层次的经济、社会与制度根源。最后从中美比较研究的视角，特别是对丰田汽车中美召回案例的分析，真实地再现了跨国公司中美社会责任双重标准的动态演进过程，揭示了中美企业社会责任差异的文化、社会与制度因素，为中国企业社会责任的有效治理提供了生动具体的借鉴。

本书的写作以笔者的博士论文为基础。在读博士期间，笔者曾参与了导师一个有关企业社会责任的国家自然科学基金课题的申报并获得成功，从此就走进了企业社会责任研究的殿堂。博士毕业后的五年里，笔者对企业社会责任问题的思索和研究一直没有停止过，并申请了多个企业社会责任研究的相关课题，发表了企业社会责任的相关论文 20 多篇。本书的出版也算是笔者多年思考的一个总结。鉴于企业社会责任研究的深度与广度，以及笔者对企业社会责任理解的有限性，对书中的不足之处，愿求教于大方之家，望不吝赐教。

目 录

绪 论	(1)
第一节 研究目的和意义	(1)
一、研究目的	(2)
二、研究意义	(2)
第二节 国内外相关研究	(10)
一、国外企业社会责任驱动机制的相关研究	(10)
二、国内企业社会责任驱动机制的相关研究	(17)
第三节 研究内容与方法	(21)
一、研究思路与技术路线	(21)
二、研究内容	(23)
三、研究方法	(27)
第四节 可能的创新点	(29)
一、超越传统的企业利益相关者驱动研究模式	(29)
二、对中国企业社会责任治理的方向给出新的思考	(30)
三、探索跨领域、多方法的企业社会责任研究新范式	(31)
第一章 企业社会责任的研究概况	(32)
第一节 企业社会责任思想的起源	(32)
第二节 企业社会责任的理论论争	(34)
一、贝利与多德关于公司管理者控制权的论争	(35)
二、贝利和梅恩基于自由市场合理性的社会责任论争	(38)
三、公司社会责任思想的现代讨论	(39)
四、企业社会责任理论论争总结	(45)
第三节 企业社会责任的定义及比较	(46)
一、企业社会责任的各种定义	(46)

二、企业社会责任概念的研究模型	(51)
第四节 国内外企业社会责任研究的趋势	(58)
一、国外企业社会责任的研究趋势	(58)
二、国内企业社会责任的研究趋势	(65)
第二章 企业社会责任驱动机制研究基础与借鉴	(70)
第一节 企业社会驱动机制研究状况	(70)
一、企业社会责任内部驱动机制	(70)
二、企业社会责任外部驱动机制	(78)
三、企业社会责任驱动机制研究总结	(83)
第二节 基于市场、社会与国家的企业社会责任三元分析模式	(85)
一、市场、社会与国家三元模式的提出	(85)
二、基于三元结构的企业社会责任的主体与对象	(87)
第三节 基于交易理论的企业社会责任外部驱动机制分析	(90)
一、企业社会责任治理模型：一个交易理论的视角	(90)
二、西方三种企业社会责任外部驱动机制的比较	(93)
第四节 企业、社会、政府的社会责任利益博弈分析	(101)
一、政府是社会责任博弈的仲裁者	(101)
二、企业社会责任是市民社会与企业利益博弈的结果	(103)
三、企业社会责任博弈的历史演进	(104)
第五节 研究结论	(105)
一、经济驱动为主的多因素驱动是企业社会责任驱动的基本形式	(105)
二、政府监管是企业社会责任驱动的底线保障	(106)
三、社会压力是企业社会责任驱动的主体力量	(106)
四、企业社会责任是企业、社会和政府博弈制衡的结果	(107)
第三章 企业社会责任驱动模式的历史演进	(108)
第一节 企业社会责任治理模式的历史演进	(109)
一、企业社会责任的市场治理模式	(109)
二、企业社会责任的国家治理模式	(111)
三、企业社会责任的社会治理模式	(113)
第二节 三种企业社会责任治理模式的比较	(115)
一、三种治理模式共同趋势	(115)

二、三种治理模式差异分析	(116)
第三节 研究结论	(117)
一、企业社会责任取决于社会和政府的博弈能力	(117)
二、企业社会责任的边界呈现出不断扩大的趋势	(118)
三、企业社会责任的社会治理是未来企业社会责任发展方向	(118)
四、中国企业社会责任的根本治理有赖于市民社会的成长 ...	(118)
第四章 企业社会责任内外部驱动因素的实证检验	(119)
第一节 文献述评	(119)
第二节 研究假设	(121)
一、内部因素与企业社会责任的关系	(122)
二、外部因素与企业社会责任的关系	(124)
第三节 研究方法	(127)
一、变量的设计与测量	(127)
二、模型的构建	(129)
三、资料的搜集	(130)
第四节 研究结果	(130)
一、多元线性回归分析结果	(130)
二、内外部相关因素假设检验结果	(131)
第五节 不成立假设的原因分析	(132)
第六节 研究结论	(134)
一、对利润的追求是企业承担社会责任的重要内部驱动	(134)
二、领导者的伦理道德是企业社会责任的重要内部驱动	(135)
三、企业社会责任外部驱动来自跨国采购商订单压力	(135)
四、社会压力没有成为中国企业社会责任的外部驱动	(135)
五、政府监管没有成为中国企业社会责任的外部驱动	(136)
第五章 企业社会责任外部驱动机制博弈分析	(137)
第一节 基于博弈论的中国企业社会责任博弈分析	(137)
一、企业、社会、地方政府社会责任行为利益博弈分析	(138)
二、中央政府的企业社会责任治理策略选择分析	(140)
三、证据支持	(142)
第二节 中国企业社会责任的外部驱动机制	(149)

一、跨国企业的社会责任驱动机制	(150)
二、跨国公司对下游生产企业的社会责任传导	(153)
三、社会责任传导链中的中国企业	(154)
第三节 中国企业社会责任外来驱动机制的困惑	(157)
一、社会责任的监督与核查问题	(158)
二、社会责任成本的分担问题	(158)
三、弄虚作假的问题	(160)
四、权利主体的缺位问题	(161)
五、社会责任与经济矛盾的矛盾	(162)
六、社会责任与司法主权的关系问题	(163)
七、非跨国企业生产链上的企业社会责任问题	(165)
第四节 中国企业社会责任外部驱动缺失的根源：市民社会	(166)
一、中国市民社会的历史发展	(166)
二、中国市民社会与社会结构	(167)
三、中国市民社会发展的障碍	(170)
四、对未来中国市民社会的展望	(171)
第五节 研究结论	(173)
一、企业社会责任利益博弈的结果是地方政府与企业合谋 ...	(173)
二、企业社会责任外部驱动来自西方市民社会的逆向传导 ...	(174)
三、市民社会的成长是中国企业社会责任外部驱动形成的 关键	(174)
第六章 企业社会责任内部驱动机制有效性检验	(175)
第一节 文献述评	(176)
第二节 研究方法	(178)
一、问卷的设计	(178)
二、资料的搜集	(180)
第三节 研究结果	(181)
一、企业综合绩效与企业社会责任基本情况	(181)
二、企业综合绩效与社会责任相关性分析	(185)
第四节 研究结论	(188)
一、社会责任与企业绩效一般表现为正向相关关系	(189)
二、社会责任对企业绩效的促进作用是间接的	(189)
三、企业社会责任的实施需要良好的外部条件	(189)

第七章 企业社会责任驱动缺失的规范研究	(190)
第一节 企业社会责任缺失的个体因素：道德决策理论的视角 ...	(192)
一、对公司经理的道德批判与期望	(193)
二、对公司经理道德缺失的误读与矫正	(194)
三、公司经理道德缺失与企业社会责任缺失	(195)
第二节 企业社会责任缺失的组织因素：资源基础的视角	(197)
一、企业社会责任缺失的根源：公司的治理结构	(197)
二、企业社会责任缺失的根源：企业文化	(199)
三、企业社会责任缺失的根源：企业的资源能力	(201)
第三节 企业社会责任缺失的制度因素：背景依赖的视角	(202)
一、企业社会责任缺失的根源：市场竞争机制	(203)
二、企业社会责任缺失的根源：政府监管缺位	(205)
三、企业社会责任缺失的根源：“社会控制”失败	(207)
第四节 结论与建议	(209)
一、企业社会责任问题的解决不能依赖于企业伦理 或经理道德	(210)
二、推进公司目标与企业文化的变革	(210)
三、构建公正有效的市场竞争机制	(211)
四、促使地方政府向社会责任型政府回归	(212)
第八章 中小企业社会责任问题的评价与矫正	(213)
第一节 中小企业社会的评价模式	(214)
一、企业应该承担哪些社会责任	(214)
二、如何评价中小企业的社会责任	(217)
第二节 对中小企业社会责任缺失的误读	(218)
一、将少数企业不负责任行为泛化为中小企业的普遍印象 ...	(218)
二、把企业社会责任等同于对利益相关者期望的满足	(219)
三、把社会责任评比排名当成中小企业社会责任的评价依据	(220)
四、把慈善捐赠看成是衡量中小企业社会责任的标准	(220)
五、用大企业社会责任标准来衡量中小企业社会责任	(221)
第三节 中小企业社会责任不足的根源	(222)
一、中小企业与大公司谁具更强社会责任动机	(223)

二、中小企业社会责任缺失的根源：资源基础的视角	(225)
三、中小企业社会责任缺失的根源：背景依赖的视角	(228)
第四节 研究结论	(233)
一、客观理性地评价中小企业的社会责任问题	(234)
二、通过企业发展与制度变革推动中小企业承担社会责任 ...	(235)
三、做大做强是中小企业承担社会责任的根本途径	(235)
四、建立中小企业社会责任的有效监督机制	(236)
五、形成督促企业承担社会责任的外部环境	(236)
第九章 企业社会责任的文化背景：以美国为例	(238)
第一节 美国企业社会责任的文化背景	(239)
一、美国企业社会责任问题的研究	(239)
二、美国文化与美国企业社会责任	(239)
第二节 美国企业社会责任的文化驱动	(241)
一、个性自由：对“货币选票”的自由竞争是企业社会责任的动力	(241)
二、自立自主：自主成熟的市民社会是推动企业社会责任的主体	(243)
三、自律自治：自治精神推动企业社会责任的自我道德调控	(245)
四、人民主权：“政治选票”推动的政府监管是社会责任的保证	(246)
五、分权制衡：构筑企业社会责任多元监管与制衡体系	(248)
六、权利至上：对权利的尊崇与敬畏推动全民维权的兴起 ...	(250)
第三节 研究结论	(253)
一、美国企业社会责任是自由主义价值观的显性表现	(253)
二、自主成熟的市民社会是驱动美国企业社会责任的主体 ...	(254)
三、自由竞争的市场机制是美国企业社会责任的基本动力 ...	(254)
四、美国企业社会责任的治理模式并不适用于所有国家	(255)
第十章 中美企业社会责任比较研究：背景依赖的视角	(257)
第一节 中美企业社会责任的文化背景：个人主义与集体主义 ...	(259)
一、美国个人主义价值观的历史渊源	(259)
二、中国集体主义价值观的历史渊源	(260)

三、中美文化价值观对企业社会责任的影响	(261)
第二节 中美企业社会责任的社会背景：大社会与弱社会	(262)
一、中美不同社会结构的历史渊源	(262)
二、中美企业社会责任的社会背景比较	(264)
第三节 中美企业社会责任的政治背景：小政府与强政府	(270)
一、各级地方政府的权力来源比较	(270)
二、对地方政府的权力监督比较	(273)
三、地方政府的职能定位：有限政府与全能政府	(276)
第四节 研究结论与启示	(280)
一、推动企业社会责任的政府治理向社会治理转变	(280)
二、推动地方政府从投资型政府向社会责任型政府转变	(281)
三、建构企业社会责任治理的多元网络治理体系	(282)
第十一章 丰田汽车中美召回案例比较研究	(283)
第一节 跨国公司社会责任双重标准研究概述	(284)
一、跨国公司社会问题的研究概况	(284)
二、中美社会背景的概略比较	(287)
第二节 丰田汽车召回事件中的中美政府行为比较	(288)
一、丰田汽车召回中的美国政府	(288)
二、丰田汽车召回中的中国政府	(289)
第三节 中美社会对丰田汽车事件态度的比较研究	(292)
一、非政府组织	(292)
二、新闻媒体	(293)
三、消费者	(294)
四、投资者	(295)
第四节 丰田公司汽车召回中美双重标准比较	(296)
一、汽车召回态度的差异	(296)
二、汽车召回待遇的差异	(296)
第五节 研究结论	(297)
一、跨国公司社会责任的双重标准源于外部压力的差异	(297)
二、政府的主导与参与是跨国公司承担社会责任的基础	(298)
三、成熟的市民社会是跨国企业承担社会责任的直接动力	(299)
四、中国缺少企业社会责任的有效驱动机制	(300)

第十二章 结论与展望	(301)
第一节 研究结论	(301)
一、企业社会责任是经济利益基础上的多因素驱动	(301)
二、企业社会责任的“社会治理”是未来的发展方向	(302)
三、成熟市民社会缺失是中国企业社会责任缺失的主要原因	(303)
四、地方政府监管缺位是企业社会责任缺失的重要根源	(303)
第二节 对策建议	(304)
一、推进市民社会的成长发育	(304)
二、促进地方政府从投资型政府向社会责任型政府回归	(304)
三、推动“负责任”的经济增长	(305)
四、形成督促企业承担社会责任的良好社会环境	(306)
第三节 研究中的局限性及进一步研究的方向	(307)
附录	(309)
附录一 研究期间发表的主要论文	(309)
附录二 研究期间主持参与的科研课题	(311)
附录三 “企业社会责任问题”的调查问卷	(312)
附录四 主要参考文献	(314)