

不同生命阶段 企业的社会责任研究

赵 芸 著

Butong Shengming Jieduan Qiye De
Shehuizeren Yanjiu



 中国社会科学出版社

不同生命阶段 企业的社会责任研究

赵 芸 著

Butong Shengming Jieduan Qiye De
Shehuizeren Yanjiu



图书在版编目 (CIP) 数据

不同生命阶段企业的社会责任研究 / 赵芸著. —北京: 中国社会科学出版社, 2015. 7

ISBN 978 - 7 - 5161 - 5827 - 2

I. ①不… II. ①赵… 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 (2015) 第 063934 号

出版人 赵剑英
责任编辑 杨晓芳
责任校对 张爱华
责任印制 王超



出版 中国社会科学出版社
社址 北京鼓楼西大街甲 158 号
邮编 100720
网址 <http://www.csspw.cn>
发行部 010 - 84083685
门市部 010 - 84029450
经销 新华书店及其他书店

印刷装订 三河市君旺印务有限公司
版次 2015 年 7 月第 1 版
印次 2015 年 7 月第 1 次印刷

开本 710 × 1000 1/16
印张 14.5
插页 2
字数 209 千字
定价 55.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社联系调换
电话: 010 - 84083683
版权所有 侵权必究

前 言

随着中国市场经济的发展，中国的企业正在日益走向成熟，随之而来的是，企业社会责任问题日益突出并越来越受到学术界和企业界的重视。本书将从一个全新的理论视角——企业生态演化出发，研究探讨不同生命阶段企业的社会责任，着重解决两个问题：不同生命阶段企业的社会责任是否存在显著差异性？不同生命阶段企业的社会责任和经济绩效是否具有相关性？

本书首次将企业生态学理论和社会责任理论相结合，运用企业生态学的相关理论和概念，以企业生态演化为视角，对企业社会责任进行理论分析，探讨了企业社会责任的动因和特征，以及它们随企业生态演化而变化的过程，并研究了企业社会责任和经济绩效的关系，建立了涵盖企业生态演化、企业社会责任、企业经济绩效三者关系的理论模型，并以中国上市公司为研究样本，进行了实证研究。相关理论创新主要体现在以下三个内容：

第一，结合企业生态学的理论分析，企业社会责任的根本动因在于维持企业的动态平衡。利益相关者是企业最重要的生态因子，社会责任反映的就是企业和利益相关者的关系，而它们的关系是企业生态系统是否平衡的重要条件。企业履行社会责任的过程就是对利益相关者负责的过程、是处理与利益相关者关系的过程、也是追求企业动态平衡的过

程。同时，由于企业生态系统内部成员和矛盾、实力和发展能力都随企业生态演化而演化，因此，企业社会责任的动因在企业不同生命周期也呈现出不同的特点。

第二，对复杂环境的积极反应是企业社会责任的本质特征。企业生态系统存在的核心的企业与环境的作用。利益相关者是构成企业环境的主体，企业对利益相关者的责任，即社会责任，反映的就是企业与环境的关系。社会责任作为企业的战略之一，本质上是要去适应环境，通过适应环境来促进企业经济绩效的提高。企业生态演化对企业社会责任有显著影响，不同生命周期的企业，履行的社会责任重点和特征是不一样的。

第三，社会责任和经济绩效借助于企业环境和企业战略相互传导。社会责任和经济绩效是相互影响的关系。社会责任对经济绩效产生影响，经济绩效对社会责任具有反作用力。企业生态演化过程中，它们的关系也在发生变化。

在上述理论分析的基础上，本书以中国 449 家上市公司为研究样本，针对不同生命阶段企业社会责任的差异性以及与经济绩效的关系做了科学全面的实证研究。

通过理论分析和实证研究，本书最终得出结论：不同生命阶段的企业社会责任存在差异性；企业社会责任总体上和企业经济绩效呈正相关关系，但是对不同利益相关者的不同责任和经济绩效的关系在不同生命阶段是有差异性的。在此结论的基础上，指出了中国企业社会责任的问题所在，并提出了相应的对策建议。

由于本书的研究内容涉及到多个理论，并且这些理论的融合性研究并无前人经验可以借鉴，因此研究难度较大。笔者在这一领域的每一步探索都小心翼翼、如履薄冰，以最谨慎的态度力求得到最科学的结论。但由于学识有限，深感研究中还有很多缺憾，期待得到各位同行的批评指正！

本书的出版，只是对上一阶段工作的总结。以本书作为新的起点，

之后的研究之路还很漫长，笔者定当继续勤恳耕耘、努力工作，期望能为我国的管理学研究贡献微薄之力！

赵 芸

2015 年 5 月 11 日

目 录

前 言	1
-----	---

绪 论	1
-----	---

第一节 研究背景与问题提出	1
---------------	---

一 研究背景	2
--------	---

二 问题提出	5
--------	---

第二节 研究思路与研究框架	7
---------------	---

一 研究思路	7
--------	---

二 研究框架	9
--------	---

第三节 研究方法与创新之处	9
---------------	---

一 研究方法	9
--------	---

二 主要创新点	11
---------	----

第一篇 理论基础及理论模型

第一章 相关理论回顾及概念界定	15
-----------------	----

第一节 企业生态演化与企业生命周期理论	16
---------------------	----

一 企业生态系统理论	17
------------	----

二	企业生态系统的演化和企业生命周期理论	20
三	企业生态系统平衡理论	24
第二节	利益相关者与社会责任理论	25
一	对利益相关者的定义	26
二	企业社会责任内涵的演化	27
三	利益相关者与社会责任的结合	29
第三节	概念界定	31
一	企业社会责任定义	32
二	企业生命阶段界定	32
第二章	不同生命阶段企业社会责任动因研究	35
第一节	企业社会责任的根本动因分析	37
一	利益相关者是企业最重要的主体性生态因子	38
二	企业和利益相关者是构成企业生态系统的主要成员	40
三	社会责任战略是企业生态系统的核心战略	41
四	动态平衡性是社会责任实施的根本动因	43
第二节	社会责任直接动因分析	47
一	初级层次动因和高级层次动因	48
二	消极动因和积极动因	50
三	内部动因和外部动因	51
第三节	企业生态演化和社会责任动因的演化特征	51
一	系统成员、系统矛盾的演化与社会责任动因	52
二	企业实力、发展能力的演化与企业社会责任动因	56
第四节	不同生命阶段企业社会责任的具体动因分析	59
一	创业期	60
二	成长期	60
三	成熟期	61
四	衰退期	62
本章小结		63

第三章 不同生命阶段企业社会责任特征分析	65
第一节 社会责任的本质特征分析	66
一 社会责任反映的是企业与环境的关系	66
二 社会责任战略与环境的相互作用	68
三 社会责任的本质特征是企业对复杂环境的积极适应	71
第二节 企业生态演化对社会责任特征的影响	74
一 环境的演化	75
二 企业对环境适应性的演化	78
三 社会责任具体特征呈现的阶段性差异	81
第三节 企业生态演化与社会责任的关系模型	82
一 生态演化和社会责任相互传导机制模型	82
二 社会责任随企业生态演化的变化模型	83
第四节 不同生命阶段企业社会责任的具体特征分析	87
本章小结	90
 第四章 不同生命阶段企业社会责任和经济绩效的关系研究	 93
第一节 社会责任和经济绩效的相互关系	93
一 社会责任对经济绩效的影响	94
二 经济绩效对社会责任的反作用	99
第二节 企业生态演化和两者关系的演化	101
一 社会责任对经济绩效影响力的演化	101
二 经济绩效对社会责任反作用力的演化	103
第三节 基于生态演化的企业社会责任和经济绩效关系模型	105
一 社会责任和经济绩效的相互传导模型	105
二 生态演化过程中的社会责任和经济绩效关系模型	108
本章小结	112

第二篇 实证研究及结果分析

第五章 不同生命阶段企业社会责任差异性实证研究..... 117

 第一节 文献回顾及研究数据、方法和过程说明 117

 一 相关文献回顾 117

 二 研究数据、方法和过程说明 118

 第二节 企业生命阶段的判定 119

 第三节 企业社会责任的评价 121

 第四节 不同生命阶段企业社会责任差异性比较研究 126

 一 同一阶段的组内比较 126

 二 不同阶段的组间比较 127

 三 实证结果分析 129

 本章小结 130

第六章 不同生命阶段企业社会责任和经济绩效相关性实证研究 ... 133

 第一节 相关文献回顾 133

 第二节 研究过程及方法说明 136

 第三节 相关性研究 137

 一 变量说明 137

 二 描述性统计分析 138

 三 相关性分析 138

 四 回归分析 140

 五 研究结果 143

 本章小结 144

第三篇 实践对策及研究结论

第七章 中国企业社会责任的实践对策..... 149

 第一节 基于生态演化的企业社会责任管理流程 149

一	确定演化阶段	150
二	辨别关键利益相关者	151
三	确定社会责任战略	153
第二节	基于生态演化的企业社会责任管理战略	154
一	建立专门的管理部门	154
二	制订科学的管理计划	155
三	建立利益相关者共同治理制度	156
第三节	企业社会责任管理中注意的问题	157
一	中小企业要提升对社会责任的认知	157
二	正确认识慈善责任	158
三	加强消费者责任力度	159
四	注重实践结果	159
第四节	典型案例分析	160
一	成长期典型案例：安泰科技	160
二	成熟期典型案例：国家电网	163
三	对案例的总结分析	166
	本章小结	169
第八章	研究结论、不足及展望	171
第一节	主要结论	171
第二节	研究不足	174
第三节	研究展望	175
附 录	样本企业相关数据	177
	参考文献	200
	后 记	217

绪 论

第一节 研究背景与问题提出

企业社会责任问题已成为当今社会的一个热点问题。随着企业社会责任负面事件的不断曝光，学术界和社会公众对于社会责任的关注力度逐年加大，企业也开始对社会责任问题进行严肃思考。企业社会责任究竟应包含哪些内容？应该从哪个角度来认识社会责任？如何将社会责任融入企业战略？如何对社会责任进行常规化管理？这些问题困扰着学术界，更困扰着企业界。

企业生态学的兴起为解决社会责任诸问题提供了新的视角，为社会责任研究提供了新的理论来源。根据企业生态学理论，企业就像生物体一样，在一定的环境中生存并发展，环境在企业发展中扮演了极其重要的角色。中国企业社会责任的兴起与环境变化关系密切。中国企业生存环境的巨大变化从根本上推动了企业社会责任理念的建立与完善，而社会责任的本质就是企业对环境的适应性反应。与自然界生命体的演化一样，企业也有着从诞生到死亡的生态演化过程。那么，在这样一个过程中，企业社会责任有没有发生变化？企业社会责任和企业经济绩效又是

一个什么样的关系？解决好这两个问题，就可以帮助企业正确认识社会责任，科学管理社会责任，有效实践社会责任。本书的研究将围绕这两个问题进行。

一 研究背景

（一）理论背景

1. 利益相关者理论与社会责任理论的结合

利益相关者理论是对股东至上理论的颠覆与替代。传统经济学与管理学认为：“股东是企业的出资者，因此就是企业的所有者和主体，企业所有的经营活动要围绕股东的利益进行，要遵循股东的意志。”同时认为：“企业的财产来源于股东的投入，股东承担了企业的剩余风险，因此，股东就享有企业的剩余控制权和剩余索取权，其他利益相关者的利益被排除在外。”^① 利益相关者理论认为：“股东并不是企业唯一的所有者，其他利益相关者对企业的生存和发展也具有一定的投入性，同时也分担了企业的风险。企业只依赖于股东是不能经营和存活的，包括员工、债权人、供应商、零售商、政府、社区等利益相关者的参与和支持是企业发展的必要条件”^②。

利益相关者理论强调企业社会责任。弗里曼、伍德、克拉克森等为利益相关者理论做出杰出贡献的学者们都认为，企业不仅要对股东负责，而且要对其他利益相关者负责。可以说，利益相关者理论自诞生之日起就与社会责任理论有一种天然的融合性：它为社会责任开辟了新的理论基础；它的研究内容、研究方法、研究目标与社会责任理论有着巨大的一致性；利益相关者主体的界定也就是企业社会责任实施对象的界

^① Grossman, S., Hart, O. “The Costs and Benefits of Ownership: A Theory of Vertical and Lateral Integration”, *Journal of Political Economy*, vol. 94, 1986.

^② Blair, *Ownership and Control: Rethinking Corporate Governance for the 21 Century*, Washington D. C.: The Brookings Institution, 1995, p. 195.

定,利益相关者的利益诉求就是企业社会责任的规范内容,利益相关者与企业关系的密切程度则是企业社会责任实践的重要依据。

2. 企业生态学的兴起

企业生态学就是用生物生态学的原理来研究企业的问题。1964年,美国学者奥德姆提出:“生态学是研究自然结构及其功能的科学,人类是自然结构的一部分,因此,生态学作为一种认识论和方法论,不仅适合研究自然科学,也适合研究人类社会科学。”^① 20世纪70年代以后,国外学者开始将生态学植入企业管理学中进行研究。1977年,汉纳与弗里曼的《组织种群生态学》标志着企业生态学的形成。

企业生态学的兴起为企业解决管理中的问题提供了一种新思路和新视角。企业生态学极其重视企业与环境的关系:它在本质上研究的就是企业与环境的物质、能量与信息的交换;它的研究范围,包括企业生态系统理论、种群组织生态理论、企业生态系统平衡理论、企业生态位理论、企业及企业生态系统演化理论等,都与环境的设定密切相关。企业生态学的这一根本特征使得它与企业社会责任理论产生相通性。企业社会责任研究的是企业与利益相关者的关系,而利益相关者正是构成企业环境的重要生态因子。因此,我们完全可以从企业生态学的角度出发来对社会责任进行分析和研究。

(二) 实践背景

1. 环境的变化使企业必须正视社会责任问题

中国企业所处的环境由单一变为复杂、从静态变为动态。改革开放之前,中国企业生存的环境是相当简单的。国家下达生产任务,配置生产材料,生产出的产品国家包销,企业的上下游生产商业链都在国家的统一管理和调配的范围内。在这种情况下,企业就是一个封闭的个体,与外界的联系都是在计划范围之内,不需要去自己跑材料、跑市场、跑项目,不需要任何主观能动性。随着市场化改革开放的进行,企业所处

^① [美] 奥德姆:《生态学基础》,孙濡永等译,人民教育出版社1981年版,第66页。

环境发生了极大的变化,由原先单一的环境变为一个相对复杂的环境。企业所面对的不再是购置好的生产资料、分配好的订单,而是一个有着一定模糊性与不可预测性的国内外市场环境。全球经济一体化使得全世界成为一个非常大的市场,加快了资源的无国界流动,这就极大地增加了环境的复杂性。跨国公司的进入使得资源和市场成为抢夺的目标,知识经济的崛起改变了企业的核心竞争要素,顾客消费观念的变化以及需求的多样化加剧了市场环境的易变性,环境保护的要求提高了对企业产品生产过程的要求。这些无一不是环境复杂性的表现。

另外,科学技术和网络信息化的发展使得企业环境具有强动态性的特点。当今世界,科技和网络带来了环境的瞬息万变。从企业的生产环境来说,新的技术不断涌现,产品更新换代速度加快,企业不得不随时重视产品的创新能力。从消费环境来说,电子商务的发展使得消费环境变化性加强。消费者足不出户就可对成千上万种产品进行质量、性能及价格的对比,选择性越来越强,要想满足消费者的需要不再是一件容易的事情。而且,信息技术的发展使得企业的社会责任问题迅速暴露在公众面前,负面的社会责任事件可以通过网络在极短的时间内给企业以致命打击。

在原先简单静态的环境中,企业不需要考虑与利益相关者的关系,因为重视或忽视利益相关者不影响企业的收益。但是,在现如今复杂的动态环境下,无论是上游的供货商,还是下游的消费者,都会给企业的发展带来重要的影响。环境的改变使得企业不得不开始重视与利益相关者的关系,不得不正视企业的社会责任问题。2006年3月10日,国家电网对外发布企业社会责任报告,这是中国首个中央企业社会责任报告。^①2006年12月12日,《2006中国纺织服装行业社会责任年度报告》发布,这是中国首个行业社会责任报告。^②《中国A股上市公司社会责

① 《国家电网公司首次对外正式发布企业社会责任报告》,2006年3月14日,中央政府门户网站(http://www.gov.cn/jrxg/2006-03/14/content_227045.htm)。

② 《纺织业社会责任年度报告出炉》,《中华工商时报》2006年12月27日。

任报告研究 2013》显示,“2013 年 A 股上市公司发布独立社会责任报告 658 份,较 2012 年增长了 11.15%,发布数量逐年上升。”^①

2. 中国企业社会责任实践处于起步阶段

如前所述,中国真正意义上的“企业”是在市场化改革开始之后才出现的,距今不过 30 余年的时间。而社会责任的提出,更是近十来年的事情。在西方国家,早在几十年前,企业中就设立了“公共事务管理部门”,专门用来处理与社会责任相关的问题。^②

近几年来,大型企业的社会责任实践主动性确实有很大的提高,但总体来说还处于起步阶段。从上市公司的企业社会责任报告可以看出,很多企业的社会责任流于形式,主体和目标不明确,对社会责任的特征、层次、性质无统一认识,没有把社会责任提升到战略的高度。在具体实施上,缺乏有针对性的实践指导,具有很大的盲目性和盲从性。对于占我国企业绝大多数的中小企业来说,对社会责任的认识更为模糊,实践上也很消极。对于很多小企业来说,更是单纯以眼前利益为目的,全然不顾消费者、员工等的利益,赚一天算一天,从而为社会带来负面影响。

二 问题提出

近几年,学术界对社会责任的研究越来越多。但是与西方发达国家相比,中国学术界关于“企业社会责任”的研究有着明显的滞后性。通过维普资讯,以“企业社会责任”为题名或关键词进行文献搜索可以看到,1989—2000 年,共有 38 篇相关论文;2001—2005 年,为 513 篇;从 2006 年开始迅速增长,到目前共是 6064 篇,其中仅 2010 年就

^① 《中国 A 股上市公司社会责任报告研究 2013》,2013 年 9 月 9 日,华股财经网 (<http://finance.huagu.com/gn/1309/183114.html>)。

^② [美]詹姆斯·E.波斯特、安妮·T.劳伦斯、詹姆斯·韦伯:《企业与社会:公司战略、公共政策与伦理》,中国人民大学出版社 2001 年版,第 45 页。

有 1287 篇。由此可见，对企业社会责任的研究只是在近七八年才取得了快速发展。也就是说，中国学者对企业社会责任真正开始广泛的理论研究是 2006 年以后。而在此之前，国外学术界已经对此问题进行了几十年的讨论与研究，相关理论要成熟许多。虽然目前中国很多学者都开始关注并研究这一问题，但是还尚未形成完整的理论构建。究竟如何建立健全社会责任理论并用来有效指导实践，是笔者长期以来思考的问题。

（一）理论与实践的困惑：企业社会责任研究的视角问题

“确切地说，企业社会责任是一个整合了经济学、管理学、法学、伦理学、生态学等诸多学科背景的复杂的课题。”^① 因此，企业社会责任是一个可以从多角度进行研究的课题。有不少学者从不同的学科背景出发，采用不同的视角对社会责任进行了研究。遗憾的是，这些研究大多与实践相脱离。

企业社会责任本质上是企业经营活动中的一部分，具有很强的实践性。我们从理论上研究它，最终目的应该是回到实践中去，指导企业的社会责任实践。因此，选择一个合适的视角至关重要。

什么样的视角研究出的结果最具有实践意义呢？经过反复比较，本书选定企业生态演化作为研究切入点。企业生存于企业生态系统中，企业生态演化是每个企业都必须经历的。不论企业处于哪个行业，规模如何，它都有自己的生命周期，这是企业的一个共性。但是，每个企业所处的生命阶段又是不同的，这是企业的个性。在共性的基础上以个性为切入点，可以使研究结果更为明晰有效。

以企业生态演化为研究视角可以明确以下问题：（1）中国企业目前的社会责任履行情况究竟如何？要解决这样的问题，我们不能泛泛而谈，需要将此问题细化。笔者根据企业生态演化理论将企业按照不同的生命阶段分类，然后研究不同生命阶段企业社会责任的差异性，从而在比较中明确回答“中国企业社会责任现状是什么”的问题。（2）中国

① 任荣明、朱晓明：《企业社会责任多视角透视》，北京大学出版社 2009 年版。