

食品企业社会责任 经济绩效的关系研究



陈煦江 高 露 焦 佳 / 著



教育部人文社会科学研究项目“食品企业社会责任、
企业荣誉与经济绩效的关系研究”(12YJC630015)资助

食品企业社会责任与经济绩效的 关系研究

陈煦江 高露 焦佳 著

西南交通大学出版社

· 成都 ·

图书在版编目 (C I P) 数据

食品企业社会责任与经济绩效的关系研究 / 陈煦江, 高露, 焦佳著. —成都: 西南交通大学出版社, 2018.3

ISBN 978-7-5643-6022-1

I. ①食… II. ①陈… ②高… ③焦… III. ①食品企业—企业责任—社会责任—关系—经济绩效—研究—中国
IV. ①F426.82

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 012750 号

食品企业社会责任与经济绩效的关系研究

陈煦江 高露 焦佳 著

责任编辑	万 方
特邀编辑	刘娉婷 顾 飞
封面设计	墨创文化 西南交通大学出版社
出版发行	(四川省成都市二环路北一段 111 号 西南交通大学创新大厦 21 楼)
发行部电话	028-87600564 028-87600533
邮政编码	610031
网 址	http://www.xnjdcbs.com
印 刷	四川森林印务有限责任公司
成品尺寸	170 mm × 230 mm
印 张	13
字 数	221 千
版 次	2018 年 3 月第 1 版
印 次	2018 年 3 月第 1 次
书 号	ISBN 978-7-5643-6022-1
定 价	48.00 元

图书如有印装质量问题 本社负责退换

版权所有 盗版必究 举报电话: 028-87600562



前言

当前我国食品安全问题十分严峻,除外部强制性监管效力不足外,企业社会责任缺失是其内因。食品企业(包括食品生产、加工、销售等企业)是食品安全的第一责任主体,应当承担对消费者等利益相关者的社会责任,在保障食品安全的前提下追求经济利益,这是由食品企业的自身特点所决定的。

本书主要研究了以下四个问题:

第一,对食品企业社会责任,尤其是对食品安全治理问题进行了文献综述与理论分析。在综述企业社会责任的理论及其测量方法的国内外研究成果和在食品企业中的应用研究动态基础上,重点对国内外学者关于企业社会责任与经济绩效之间关系的研究文献进行分类梳理,并对影响企业社会责任与经济绩效之间关系的前置因素、中介因素和调节因素(企业文化、企业荣誉、盈余管理、信息披露等)进行较为系统的述评。在此基础上,重点分析了企业社会责任的经典理论和适用于食品企业的社会责任理论与方法,在整合这些理论的基础之上,构建能够支撑食品企业社会责任与经济绩效之间作用关系的理论基础和作用机理。

第二,本书对食品企业社会责任进行了较全面的评价,并探索了其与经济绩效的作用机制。我们借鉴国内外代表性的企业社会责任评价理论与方法,重点针对食品行业的特殊性,以问卷调研和实地访谈为证据,从食品上市公司和中小食品企业两个层面构建指标体系评价其社会责任的履行情况。在此基础上,本书采用社会学中的扎根理论方法,相对完整系统地构建食品企业社会责任对经济绩效的作用机制模型,具体构建出“企业文化—社会责任—企业荣誉—经济绩效”为主线的理论模型。

第三，对食品企业社会责任与经济绩效的关系进行了实证研究。首先，基于前述理论与文献进行研究假设提出、变量选取、样本与数据来源的确定等，对“企业文化—社会责任—企业荣誉—经济绩效”主线模型中的被解释变量、解释变量、中介变量、调节变量及其他控制变量进行了定义；其次，对研究变量进行描述性统计和相关性分析；最后，构建了多群组结构方程模型，得出实证结果，并辅以采用传统的回归分析方法获得的结论进行稳健性检验。

第四，本书基于研究结论提出了相关措施建议。本书在系统总结前述理论研究和实证研究结论的基础上，结合我国食品企业的社会责任现状，针对性地提出宏观层面政策建议和微观层面的对策措施，为我国食品企业社会责任建设和食品安全治理提供理论与实证支持。

编者

2017年4月



目录

第一章 导 论	001
一、研究背景	001
二、研究目的与意义	002
(一) 研究目的	002
(二) 研究意义	002
三、研究思路、框架与方法	004
(一) 研究思路	004
(二) 研究框架	005
(三) 研究方法	006
第二章 文献综述	009
一、企业社会责任的理论基础	009
二、企业社会责任的测度方法与指标体系	010
三、企业社会责任的影响因素	011
(一) 企业社会责任的影响因素研究概况	011
(二) 企业社会责任影响因素研究的分类梳理	012
四、企业社会责任与企业经济绩效的关系	016
(一) 企业经济绩效对企业社会绩效的影响	017
(二) 企业社会绩效对企业经济绩效的影响	019
(三) 企业社会责任与财务绩效之间的相互关系研究	022
(四) 考虑其他因素对企业社会责任与企业经济绩效作用 关系的影响研究	022

(五) 简评与启示	026
五、食品企业社会责任的相关研究	031
(一) 食品企业社会责任研究	031
(二) 食品安全治理研究	032
(三) 启示	041
第三章 理论分析	043
一、企业社会责任的含义	044
(一) 经济责任论	044
(二) 非经济责任论	045
(三) 多元责任论	046
二、企业社会责任与企业经济绩效关系的理论基础	048
(一) 利益相关者理论	048
(二) 资源依赖理论	049
(三) 经济伦理理论	050
(四) 企业公民理论	050
(五) 新制度经济学理论	051
三、企业社会责任与企业经济绩效关系的实证研究	051
四、企业社会责任的实践进展	052
五、简评与启示	055
第四章 食品企业社会责任评价	057
一、企业社会责任评价的主要理论依据	057
(一) 利益相关者理论	057
(二) “金字塔”理论	059
(三) “三重底线”理论	060
二、企业社会责任评价的方法	062
(一) 层次分析法	063
(二) 模糊评价法	064
(三) 结构方程模型法	065
(四) 熵权法	065
(五) 其他方法	066
(六) 整合类方法	067

三、企业社会责任评价的指标体系	067
(一) 代表性的企业社会责任指数	068
(二) 基于利益相关者理论构建企业社会责任评价指标	070
(三) 基于“金字塔”理论构建企业社会责任评价指标	074
(四) 基于理论整合视角构建企业社会责任评价指标	075
(五) 基于两型社会发展背景构建企业社会责任评价指标	078
(六) 食品行业企业社会责任指标体系构建	079
(七) 煤炭行业企业社会责任指标体系构建	082
(八) 其他行业企业社会责任指标体系构建	083
四、我国食品企业社会责任评价	088
(一) 食品企业社会责任评价的理论依据	088
(二) 食品企业社会责任评价方法	091
第五章 食品企业社会责任与经济绩效作用关系的实证研究	103
一、食品企业社会责任的影响因素：基于扎根理论的探索	103
(一) 资料来源与研究方法	104
(二) 概念、范畴的提取与模型构建	105
(三) “文化—情境—责任”模型的阐释	109
(四) 研究结论与政策建议	111
二、食品企业文化对企业社会责任影响的前置作用	113
三、食品企业社会责任影响财务绩效的中介调节效应	129
四、食品企业管理水平在社会责任影响财务可持续发展能力中的 中介作用	139
五、食品饮料业企业社会责任与盈余管理：内生性视角	160
第六章 研究结论和政策建议	169
一、研究结论	169
(一) 对食品企业社会责任与食品安全治理文献的梳理	169
(二) 食品企业社会责任评价研究	169
(三) 食品企业社会责任对经济绩效影响的实证研究	170
二、措施建议	175
(一) 完善并落实食品公司社会责任体系建设， 注重食品安全责任	175

(二) 重视管理水平在社会责任与财务可持续发展能力间的 中介作用	176
(三) 建立完善的企业社会责任监督机制	177
(四) 推进食品安全综合治理机制	177
(五) 加强食品企业文化建设	178
(六) 完善企业社会责任信息披露体系	179
(七) 推动企业正确认识社会责任与财务绩效关系	179
(八) 改善市场对企业社会责任的反应机制	180
三、研究的局限性及后续工作	181
参考文献	182

第一章 导 论

一、研究背景

民以食为天，食品是人类赖以生存的物质基础，随着经济水平的提高，人们更加关注饮食卫生与身体健康，作为大众根本需求的食品安全就更加引人注目。2008年“三鹿奶粉事件”引发了公众对乳制品安全的空前关注，随后，国家质检总局对多个品牌的婴幼儿奶粉进行质检并公布了报告，报告中指出包括蒙牛、光明、伊利在内的多家乳制品企业生产的奶粉都使用了三聚氰胺。这无疑使得事件急剧恶化，这些乳制品等食品企业的社会责任问题遭到了国民的严肃拷问。更为严重的是，三鹿奶粉事件后，食品安全问题层出不穷，瘦肉精、染色馒头、地沟油等食品问题先后将食品企业推向了舆论的风口浪尖，整个食品行业陷入了前所未有的信任危机。

目前，为了防止食品出现安全问题，政府已出台并修订了《食品安全法》《农产品质量安全法》《国务院关于加强食品安全工作的决定》等系列法律法规，并设立了国务院食品安全委员会作为国务院食品安全工作的高层次议事协调机构。但有数据显示，自2009年实施《食品安全法》以来，我国的食品安全事件发生数仍呈上升趋势，改革成效并不显著。可见，单一的政策监管还不足以有效治理和解决食品安全问题。食品安全问题的背后原因是多方面的，除了外部监管不力外，还与食品企业（本书所指的“食品企业”包括食品饮料业企业和生产食用农产品的农林牧渔业企业）自身社会责任的严重缺失直接相关。因此，如何从企业内部推动企业主动履行社会责任，形成内部主动承担、外部强制监管的双重治理机制，是当前需要研究的重大现实课题，也是有效治理我国食品安全问题、增强食品企业社会责任的关键。

食品企业履行社会责任的驱动因素和影响因素有哪些？这些因素发挥作用的机制是怎样的？此外，食品企业的社会责任与其经济绩效是如何产生作用的？二者之间是否存在某些因素的中介作用和调节作用？从我国当前食品行业面临的社会责任现实情况来看，只有首先从微观的食品企业层面厘清这些基础问题，才可能有针对性地制定出科学合理的宏观、微观治理政策和管理措施，发挥宏观、微观治理的协同作用，才能够从根本上改变我国食品安全的严峻形势。

二、研究目的与意义

（一）研究目的

本书旨在研究食品企业社会责任与其经济绩效的关系。其中食品企业主要以我国食品饮料业、农林牧渔业中涉及食用农产品加工、生产和销售的上市公司为样本，食品企业的社会责任主要研究其履行社会责任的绩效评估方面，而经济绩效则包括公司的财务绩效和资本市场绩效两个方面。在具体研究食品企业社会责任与经济绩效的过程中，本书重点考查食品企业文化对食品企业社会责任的前置驱动作用、公司管理水平和盈余管理在食品企业社会责任与企业绩效作用关系之间的中介作用，以及企业社会责任信息披露等因素在食品企业社会责任与企业绩效作用关系中的调节作用。最后，将基于研究结论提出宏观、微观方面的政策建议。

（二）研究意义

1. 理论意义

当前，学术界在探求企业社会责任的影响因素时，多从制度动因（包括外界的监督、法律法规的制定、本土标准的制定和完善等方面）或经济动因（包括公司治理、内部控制、绩效管理等方面）进行分析，对于更深的内在伦理动因探究较少，本书从伦理动因的角度来考察企业文化对企业履行社会责任的推动作用。另外，本书不局限于前人大多开展的企业文化、社会责任与

经济绩效两两间的关系研究,而是构建食品企业的“企业文化—社会责任—企业荣誉—经济绩效”主线条框架,综合探讨研究这些重要变量间的中介传递与调节关系,一是可以丰富现有研究文献,二是可以为现有理论提供实证支持。

已有文献在探求企业社会责任与经济绩效之间的关系时,多将社会责任看作单一的、整体性的变量来分析其对经济绩效的影响;或亦是关注经济因素对整体社会责任的影响,对于社会责任具体构成维度与企业财务绩效之间的相互关系研究探讨的少,理论研究缺乏实证研究的支撑。本书根据前人文献和扎根理论、内容分析法等方法将食品企业社会责任分为食品安全责任、责任管理、市场责任、法律责任和环境责任等具体维度,进一步研究各个责任维度与社会资本、公司管理水平之间的作用关系,继而通过社会资本和公司管理水平中介作用探究其与公司绩效之间的作用机制和影响程度。这样,能够从更全面的中介作用视角去研究社会责任对公司绩效的影响,充实现有文献在该方面研究的不足。此外,目前我国众多学者对企业社会责任与经济绩效两者之间关系的实证研究的样本选取方面,大多进行的是截面数据研究,大规模的平衡面板数据或非平衡面板数据研究较少,本书也将在这方面进行改进研究。

2. 现实意义

近年来,我国接连发生的恶性食品安全事件引起了社会公众对食品行业社会责任问题的强烈关注和谴责,而当前学术界和实务界对企业社会责任的研究多为忽视行业特殊性的统一综合性研究,结合行业特征对企业社会责任进行深入研究的成果较少,其中以食品行业作为研究对象的成果与经验总结十分有限。从伦理动因视角探究企业文化对社会责任推动作用,旨在倡导企业建立合理完善的企业文化,从而改变社会责任缺失的现状,这也响应了党的十八大提出的“五位一体”总布局中对文化建设的要求。

我国食品上市公司频发的食品安全事情大多给公司造成了巨大损失甚至破产重组,食品安全事件的背后原因与公司的质量控制等管理水平密切相关。本书通过研究食品公司社会责任对公司管理水平中介影响作用,继而探究其对公司经济绩效的直接和间接影响,可以使食品企业认识到履行社会责任对提高公司管理水平的重要性,进而推动公司的盈利能力和可持续发展能力。

本书研究发现改善企业经济绩效对企业社会责任具体落实具有显著的促进作用,从而对企业社会责任完善提供现实经济依据,倡导企业建立社会责任规范体系,让广大企业能够自觉自愿地规范自己的经营行为,继而从微观层面推动企业落实社会责任,完善社会责任的内涵。同时,本书通过探求企业社会责任及其具体维度对经济绩效的影响机制,可以使企业认识到社会责任对于经济绩效的推动作用和发挥作用的条件,引导企业基于传统的经济动因去推动企业社会责任的履行,在实践中更易被广大企业理解和接受,产生实效。

三、研究思路、框架与方法

(一) 研究思路

首先,进行理论与模型研究。以社会公众、学术界和政府相关职能部门对食品企业社会责任关注的重点问题为导向,借助国内外相关文献,重新梳理食品企业社会责任的相关理论和模型,采取理论总结、理论整合、实地调研相结合的方式,结合运用管理学、经济学、社会学、食品工程学和统计学的相关理论与方法,构建食品企业的社会责任评价指标体系和食品企业社会责任、企业荣誉与经济绩效关系的理论模型。

其次,展开实证研究与案例研究。运用文献分析法、计量经济学方法(包括截面数据、时序数据、面板数据、回归分析、因果分析等数据类型与方法)和案例研究方法(包括典型单案例研究和分类多案例研究),从食品上市公司和中小食品企业两个层面,对食品企业的社会责任、企业荣誉与经济绩效的相互关系和传导机制进行实证检验。

最后,总结研究结论,提出对策建议。总结研究结论,从服务于政府的宏观政策和服务于企业的微观对策两个方面提出具备一定操作性的措施建议。

研究思路如图 1-1 所示。

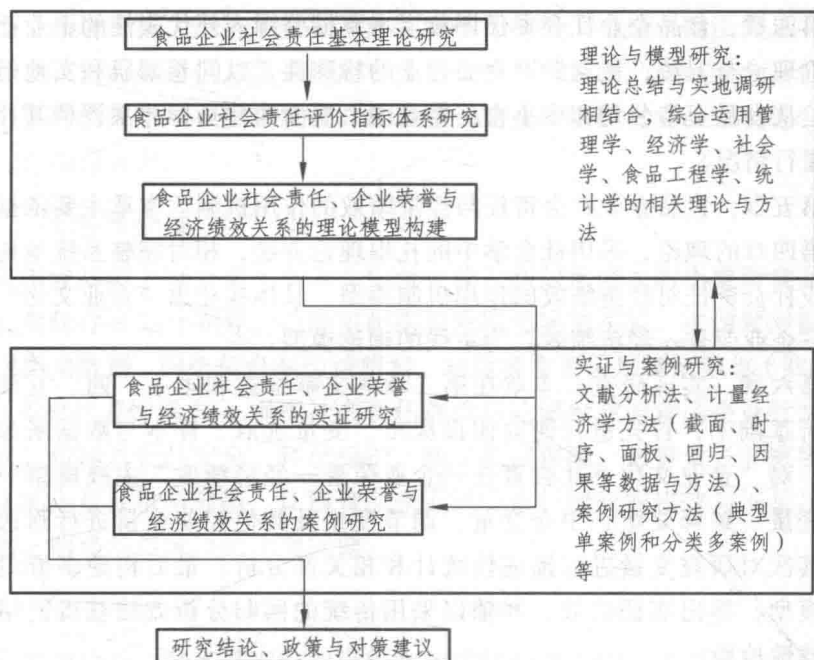


图 1-1 研究思路

（二）研究框架

本书的研究框架包括以下六个部分：

第一章，绪论，主要阐述选题背景、研究意义、研究思路、研究方法、研究框架、研究内容和创新之处等。

第二章，文献综述。梳理企业社会责任的理论、测量方法的国内外研究成果及其在食品企业中的应用研究动态，对国内外学者关于企业社会责任与经济绩效之间关系的研究文献进行分类梳理，并对影响企业社会责任与经济绩效之间关系的前置因素、中介因素和调节因素（企业文化、企业荣誉、盈余管理、信息披露等）进行较为系统的综述。

第三章，理论分析。本章重点分析企业社会责任的经典理论和适用于食品企业的社会责任理论与方法，在整合这些理论的基础之上，构建能够支撑食品企业社会责任与经济绩效之间作用关系的理论基础和作用机理，包括指导前置因素、中介因素、调节因素的多种具体理论与方法。

第四章,食品企业社会责任评价。本章借鉴国内外代表性的企业社会责任评价理论与方法,重点针对食品行业的特殊性,以问卷调研和实地访谈为证据,从食品上市公司和中小食品企业两个层面构建指标体系评价其社会责任的履行情况。

第五章,食品企业社会责任与经济绩效的作用机制。本章主要依据第三章和第四章的理论,采用社会学中的扎根理论方法,相对完整系统地构建食品企业社会责任对经济绩效的作用机制模型,具体构建出“企业文化—社会责任—企业荣誉—经济绩效”为主线的理论模型。

第六章,实证研究。本章在第二章的文献综述和第三、四、五章的理论分析基础上,首先进行研究假设提出、变量选取、样本与数据来源的确定等,对“企业文化—社会责任—企业荣誉—经济绩效”主线模型中的被解释变量、解释变量、中介变量、调节变量及其他控制变量进行筛选和定义;其次对研究变量进行描述性统计和相关性分析;最后构建多群组结构方程模型,得出实证结果,并辅以采用传统的回归分析方法获得的结论进行稳健性检验。

第七章,研究结论与措施建议。本章在系统总结前六章的理论研究和实证研究结论的基础上,结合我国食品企业的社会责任现状,针对性地提出宏观层面政策建议和微观层面的对策措施,为我国食品企业社会责任建设和食品安全治理提供理论与实证支持。

(三) 研究方法

1. 比较分析法

根据本书的研究目的和研究内容,通过查阅电子档案数据库、纸质图书、调研问卷等国内外相关文献与资料,将获取的信息资料进行较为全面系统的比较分析,保障对研究动态把握的全面性、重要性和规律性,力争在前人研究的基础上有所改进甚至创新。

2. 内容分析法

在对食品企业社会责任评价部分(食品饮料业上市公司部分),借鉴黄群慧等(2009)构建的“四位一体”模型,将食品公司社会责任细分为食品安全责任、法律责任、环境责任、经济责任以及慈善责任五个维度。其中,法

律责任、环境责任、经济责任以及慈善责任是根据公司报表附注信息、公司官网信息、主流媒体信息等采用内容分析法打分计量的,食品安全责任用食品安全事件的数量和程度来度量。最后基于这五个维度对食品公司综合社会责任进行综合评分。

3. 问卷调查法

我国食品类上市公司(多为大中型企业)和数量庞大的小微型食品企业的社会责任存在显著差异,治理机制需要采取差异化实施。本课题对前者主要采用档案数据、网络信息和访谈资料,对后者主要采用调研数据(我国东、中、西部的代表性样本),根据社会责任评价理论评价我国食品企业社会责任的现状,包括对食品安全、环境保护、职工权益保障、慈善责任等维度及指标体系的定量评价与分析,认清食品企业社会责任履行的成效与不足,分析其成因,明确亟待解决的主要问题。

4. 扎根理论

扎根理论是一种不受理论假设限制的质性研究方法。本书运用该方法,一方面选取食品饮料上市公司为样本,以各公司网站披露的有关企业文化的文字描述为资料来源,另一方面对代表性的非上市食品企业(主要是中小食品企业)涉及的重要利益相关者进行深度访谈,从而针对不同规模和性质的食品企业的社会责任议题进行定性归纳分析,探索其维度、作用机制等逻辑关系,最终构建食品企业的社会责任与经济绩效的作用机制模型。

5. 层次分析法

在对企业社会责任的评价中,采用层次分析法对企业社会责任进行赋值,将企业社会责任的测量指标划分为一级、二级、三级三个层级。根据企业官网中对企业文化的文字描述对企业文化进行赋值;根据年度报告、社会责任报告(含可持续发展报告等)中社会责任的披露信息,对各样本公司履行社会责任的情况进行赋值。

6. 结构方程模型分析法

结构方程模型是因素分析与路径分析两种统计技术的结合体,是非常实用的统计建模技术。在实证研究部分,本书基于研究假设与研究目的构建了结构方程模型,并利用 Amos20.0 软件对模型进行运算,以验证文章所构建

的模型和提出的假设是否成立,验证企业社会责任、企业荣誉与经济绩效三者间,及相关中介因素和调节因素的作用机制与定量关系。

研究思路与研究方法如图 1-2 所示。

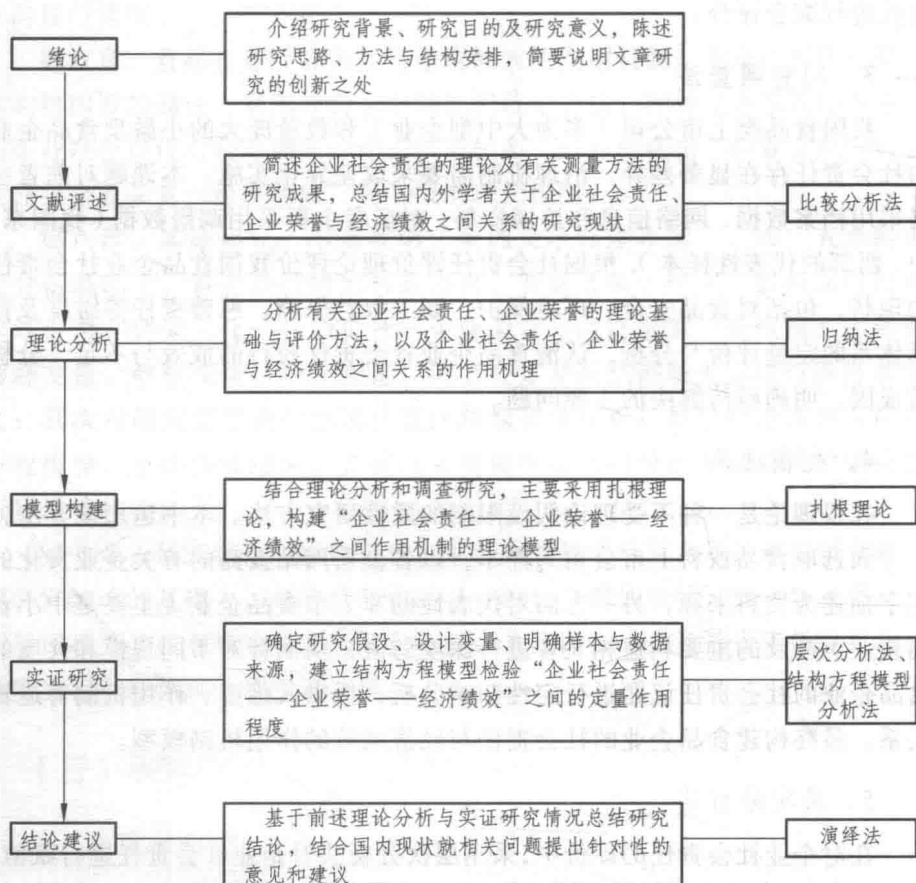


图 1-2 研究思路与研究方法