

◎ 李纪明 著

资源观视角下

企业社会责任与企业绩效机制研究

——一个理论框架及其在浙江的实证检验

**A Study of the Mechanism
between Corporate Social Responsibility
and Corporate Performance
based on the Resource-based Theory:**

**A Theory Framework and Empirical Examination
in Zhejiang Context**



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

◎ 李纪明 著

资源观视角下

企业社会责任与企业绩效机制研究

——一个理论框架及其在浙江的实证检验

A Study of the Mechanism
between Corporate Social Responsibility
and Corporate Performance
based on the Resource-based Theory:

A Theory Framework and Empirical Examination
in Zhejiang Context



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

资源观视角下企业社会责任与企业绩效机制研究：
一个理论框架及其在浙江的实证检验 / 李纪明著. —杭
州：浙江大学出版社，2012. 3

ISBN 978-7-308-09715-4

I. ①资… II. ①李… III. ①企业责任：社会责任—
研究—中国②企业绩效—经济机制—研究—中国 IV.
①F279.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 035938 号

资源观视角下企业社会责任与企业绩效机制研究

——一个理论框架及其在浙江的实证检验

李纪明 著

责任编辑 朱 玲

封面设计 十木米

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 杭州中大图文设计有限公司

印 刷 浙江云广印业有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 14.5

字 数 265 千

版 印 次 2012 年 3 月第 1 版 2012 年 3 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-09715-4

定 价 40.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部邮购电话 (0571)88925591

浙江省社科联省级社会科学学术著作出版资金资助出版(编号: 2010CBB26)

浙江大学城市学院商学院、浙江大学城市学院金融学重点学科资助

谨以此书献给

严父 李彼得

慈母 倪美英

妻子 方 芳

女儿 李亦方

前 言

学术界关于企业社会责任的研究在西方已有半个多世纪的历史,国内相关研究从 20 世纪 90 年代开始,也已有十几年。随着世界经济和市场走向一体化、我国正式加入 WTO 以及企业的知识密集度不断增强,企业赢得竞争优势的关键资源从传统的有形资源迅速向责任、能力、信誉、专利等无形资源扩展。国际贸易摩擦和非关税性贸易壁垒的日益增多,使近年来国内有关企业社会责任的研究不断升温。关于 CSR 的研究论文数量激增,而企业界则在企业社会责任管理实践领域进行着积极的探索。

理论研究至今虽已逾十年,但国内外学者在其理论体系、内容构成、理论基础等多方面都尚未达成共识。因此,本研究选择这个具有一定开拓性的领域作为研究主题。借鉴资源基础理论的视角,结合浙江企业市场竞争的实践,以浙江企业为研究对象,通过理论演绎、模型构建、统计分析等一系列分析过程,并结合统计软件 SPSS 15.0 和结构方程建模软件 AMOS 7.0 等工具的综合应用,在提出和验证企业社会责任构成的测量维度的基础上,全面研究了企业社会责任与企业可持续发展绩效和财务营运绩效的关系,突出了企业社会责任构成维度的相互作用,研究主要结论包括:

(1)企业社会责任维度的解构一直是学者讨论的热点问题。本研究基于资源基础理论解构企业社会责任,通过问卷收集的数据,采取有限信息的分析方式,进行验证性因素分析。结果表明,现阶段企业社会责任的构成要素包含物质资源、人力资源、技术资源和声誉资源四个衡量维度。

(2)通过建立企业社会责任的构成维度对企业绩效产生影响的概念模型,并考虑了企业规模和行业类型等控制变量的影响。本研究采用嵌套模型分析方法,提出了四个作为备选的嵌套模型,卡方差异度检验结果表明,协同作用模型(即假设模型)比饱和模型、独立模型对数据拟合更好,也更为简约。结果表明,企业社会责任的构成要素即物质资源、人力资源、技术资源和声誉资源对企

业可持续发展绩效和营运绩效有着显著的直接正向影响。

(3)协同作用模型中潜在变量间直接路径的分析结果显示,物质资源与企业可持续发展绩效之间存在正相关关系,但与企业营运绩效之间不存在正相关关系;人力资源与企业绩效存在正相关关系,说明人力资源能够提升企业财务绩效,也能够促进企业可持续发展绩效;技术资源与企业可持续发展绩效间存在正相关关系,说明技术资源能促进企业长期发展绩效,但与企业短期营运绩效关系不显著。声誉资源与企业绩效具有正相关关系,说明声誉资源能促进企业财务绩效,也能增强企业可持续发展能力。这个结果给企业这样的启示,声誉资源也是企业绩效的重要来源,外部网络会对企业绩效作出贡献。

(4)本研究通过效应分解分析了潜在变量间的效应,包括直接效应和间接效应两种。结果表明,物质资源、人力资源、技术资源和声誉资源直接的相互关系对企业可持续发展绩效和营运绩效均具有正效应。物质资源对企业可持续发展绩效和营运绩效的效应除了直接效应,还有由于与声誉资源的相关性所导致的未分解效应,这种效应显示物质资源与声誉资源协同作用对企业绩效产生正向作用。同样的,人力资源对企业可持续发展绩效和营运绩效也存在由于人力资源与声誉资源相关性而发生的未分解效应,它显示人力资源与声誉资源的协同作用对企业绩效产生正向效应。最后,人力资源关系资本对企业可持续发展绩效和营运绩效间存在正的未分解效应,这种未分解效应是由于人力资本与技术资源的相关性而发生影响的,反映了人力资本通过技术资源对企业绩效的正效应。

本书主要在以下三方面有所发展和创新:

(1)从“资源基础理论”视角把握企业社会责任,提出和验证四维企业社会责任测量模型。企业社会责任的测量至今仍是该领域研究的难点,目前尚未形成统一的意见。本研究提出了四维度企业社会责任测量模型,分析了企业社会责任的构成要素——物质资源、人力资源、技术资源和声誉资源及其各自的测量维度,并采用验证性因素分析进行了检验。因此,研究结论不仅可以为企业社会责任测量研究的发展提供实证支持,而且可以为我国企业的社会责任实践以及我国企业社会责任测量理论的定量研究提供一定的借鉴。

(2)本研究利用企业文本分析调查数据,运用统计分析方法检验企业社会责任与企业绩效的直接关系,同时考察了企业社会责任对企业财务绩效和可持续发展绩效等两类绩效的作用,较为全面、系统地分析了企业社会责任在企业经济利益和发展成长等方面的不同作用,为企业进行企业社会责任管理、提升企业社会责任对企业绩效的促进作用提供了理论依据。

(3)本研究基于资源基础观视角,研究了企业社会责任四个维度间存在的

复杂影响和相互作用,以及这种交互关系对企业绩效产生的影响。企业社会责任构成要素的相关性对企业绩效的影响的实证研究是目前企业社会责任研究的薄弱点,本研究对这个领域的探讨,为拓展企业社会责任影响企业绩效的内在机理的研究作出一定的贡献。

本研究由于客观原因,在研究过程中仍有一些局限之处,企业社会责任作为一个重要的新兴研究热点,目前尚未形成完善的理论体系,尚有许多方面和大量的问题值得深入探讨和研究。

关键词:企业社会责任;资源基础观;公司绩效;公司资源

Preface

The research of corporate social responsibility (CSR) has been done in western countries for half century, and some scholars began to do CSR-related in China from 1990s, it has been more than 10 years. With the globalization and integration of the world economic and markets, and China's formally entering the WTO, the increasing corporate knowledge density made the key resources of business competitive advantage expand from the traditional tangible resources quickly to the responsibility, ability, reputation, patents and other intangible resources. Recently with the increase of the international trade frictions and non-tariff barriers, the number of the literature papers explosive grows, and the research temperature on CSR is increasingly rising.

The theoretical CSR research has been more than a decade, but there have not reached a consensus yet in its theoretical system, theory base and concept construct, etc. Therefore, this book takes CSR as the ground-breaking research topic. Based on the resource-based theory, the study examines the relationship between the CSR and the financial performance in Zhejiang Province by employing the method of theoretical interpretation, model construction and statistics analysis, which includes statistics tools of SPSS15.0 and Structural Equation Modeling (SEM) AMOS7.0. The main conclusions of this book include:

(1) The dimension deconstruction of corporate social responsibility has been a hot topic in CSR study. Based on resource-based theory, this study conducts confirmatory factor analysis (CFA) by limited information analysis after the data collection through the questionnaire from interview. The results show that the dimension of the corporate social responsibility includes four

dimensions, which are physical resources, human resources, technical resources and the reputation resources.

(2) This book establishes a conceptual framework of the CSR's impact on the corporate performance with control of the firm size and sectors. Nested model analysis method was proposed as an alternative of the four nested models, chi-square difference test results show that the synergy model, which is hypothetical model of this study, fits better than the saturated model, the independent model, and has proved to be more simple. The results show the CSR has a positive effect on corporate sustainable performance and operation performance.

(3) The results of the synergy model shows that the physical resources is positive to the sustainable performance, but no positive correlation with the operations performance; The human resources are positively related to corporate performance, which means the human resources can enhance the enterprise's financial performance, and promote sustainable performance as well; A positive correlation between technical resources and corporate sustainable performance is exist, which shows that technical resources can promote corporate long-term performance, but for short-term operating performance such relation is not significant. Corporate reputation resource has a positive correlation with the financial performance. The results suggest that external network will contribute to corporate performance.

(4) This book analyzes the effects of latent variables both directly and indirectly. The results show that the direct relationship between physical resources, human resources, technical resources and reputation has a positive effect on the sustainable and operating performance. The synergy effect of physical resources and reputation resources plays a positive role in corporate performance. Similarly, The synergy effect between human resources and reputation resources have a positive effect of corporate performance, as well as human resources and technical resources.

The main innovations of this book are as follows:

(1) Based on resource-based theory, this article develops and tests the four-dimensional model of corporate social responsibility. The conclusion of the study can not only for the measurement of corporate social responsibility to provide empirical support for the development, but also for our corporate

social responsibility practices, and corporate social responsibility of our quantitative study of measurement theory to provide a reference.

(2) By employing the method of content analysis and SEM, this study examines the direct relationship between corporate social responsibility and corporate performance, and have comprehensive, systematic analysis of corporate social responsibility at the economic interests of enterprises and sustainable development for CSR management in order to promote the role of performance.

(3) An Empirical Study of the impact of corporate social responsibility on corporate performance expands previous research in this area, and contributes the study of the inherent mechanism between CSR and corporate performance.

Key Words: corporate social responsibility; resource-based theory; corporate performance; corporate resources

目 录

1 绪 论	1
1.1 研究背景	1
1.1.1 社会期望和企业实际社会表现:企业在关切中成长	1
1.1.2 企业对社会环境的责任和变化中的社会契约	2
1.1.3 当前全球经济形势巨变下企业社会责任对改善经济与社会环境更显重要	5
1.2 问题的提出	6
1.3 相关基本概念的界定	8
1.3.1 企业社会责任	9
1.3.2 资源	10
1.3.3 企业绩效	11
1.4 研究思路、内容与结构安排	12
1.4.1 研究思路	12
1.4.2 研究内容和结构安排	14
1.5 研究方法	16
1.5.1 规范理论研究方法	16
1.5.2 田野考察与统计分析方法	17
1.6 本书的创新点	17
1.7 本章小结	18
2 企业社会责任相关理论研究综述	22
2.1 企业社会责任理论研究综述	22

2.1.1	企业与企业社会责任	22
2.1.2	企业社会责任理论基础和新发展	28
2.1.3	企业社会责任的衡量	37
2.1.4	企业社会责任实践——管理者响应	41
2.1.5	企业社会责任研究述评	43
2.2	企业绩效的决定因素	44
2.2.1	SCP 范式下的企业绩效差异分析	44
2.2.2	企业异质性资产是企业的决定因素	45
2.2.3	企业绩效的衡量	47
2.2.4	企业绩效的决定因素研究述评	51
2.3	企业社会责任与企业绩效的实证研究	52
2.3.1	对企业社会责任行为财务效应的研究	53
2.3.2	对企业社会责任表现与企业绩效关系的研究	55
2.3.3	企业社会责任与企业绩效的实证研究述评	61
2.4	本章小结	61
3	企业社会责任与企业绩效:基于资源基础理论分析	69
3.1	资源基础理论——一种新的战略理论视角	69
3.1.1	资源基础理论研究范式的演进	70
3.1.2	资源基础理论框架下企业竞争优势获得机理	75
3.1.3	资源基础理论评述	83
3.2	企业社会责任与资源基础理论中的资源	83
3.2.1	企业资源的类型分析	83
3.2.2	企业战略资源:带来竞争优势的资源	85
3.2.3	战略资源与无形性分析	86
3.3	企业社会责任:企业的战略资源	87
3.3.1	企业社会责任本质分析	87
3.3.2	企业社会责任的战略资源属性分析	89
3.4	基于资源基础理论企业绩效的分析	93
3.5	企业社会责任与企业绩效:概念模型构建	94
3.6	本章小结	96

4 企业社会责任表现维度识别与二维绩效评价模型构建	101
4.1 理论分析与实证研究假设	101
4.1.1 企业社会责任表现的战略资源解构和研究假设	102
4.1.2 企业绩效维度分析和研究假设	108
4.2 企业社会责任和企业绩效指标体系建立	110
4.2.1 企业社会责任表现四维指标体系	110
4.2.2 企业绩效的二维评价指标体系	112
4.3 问卷设计和数据收集	113
4.3.1 问卷设计基本内容和设计过程	113
4.3.2 问卷设计可靠性	114
4.3.3 样本选取	114
4.3.4 问卷发放和数据收集	115
4.4 研究方法	115
4.5 数据统计	116
4.5.1 描述性统计	116
4.5.2 信度、效度检验和因子分析——关键维度识别	118
4.5.3 方差分析	123
4.6 结果与讨论	128
4.6.1 因子分析结果讨论	128
4.6.2 方差分析结果讨论	130
4.7 本章小结	131
5 企业社会责任与企业绩效协同作用机理实证研究	135
5.1 企业社会责任与企业绩效作用机理模型和假设	135
5.1.1 企业社会责任各表现维度对企业绩效的直接作用	137
5.1.2 企业社会责任各维度协同作用及其对企业绩效的影响	142
5.2 企业社会责任表现测量和数据收集过程	144
5.2.1 企业社会责任表现的文本分析方法	145
5.2.2 数据收集过程	149
5.2.3 数据整理与描述性统计	154

5.3	变量和指标选择	155
5.3.1	被解释变量	155
5.3.2	解释变量	157
5.3.3	调控变量	158
5.4	研究方法	159
5.4.1	描述性统计分析	159
5.4.2	信度和效度检验	159
5.4.3	相关分析	160
5.4.4	结构方程模型	160
5.5	变量的信度和效度检验	162
5.5.1	信度检验	162
5.5.2	效度检验	163
5.6	结构方程分析和结果	167
5.6.1	嵌套模型检验	168
5.6.2	路径分析和假设检验	170
5.7	讨论	175
5.7.1	假设检验结果汇总	175
5.7.2	假设检验结果讨论	176
5.7.3	声誉资源与资源基础理论	178
5.8	本章小结	180
6	结论与展望	187
6.1	主要研究结论	187
6.2	研究的创新点	189
6.3	本研究的管理启示	191
6.4	研究局限性和未来研究展望	193
	参考文献	195
	后 记	212

表 4-15	在不同企业规模下方差齐性检验结果	127
表 4-16	不同企业规模下对企业绩效方差分析的多重比较检验结果	127
表 4-17	不同企业规模企业绩效变量的方差均值	128
表 5-1	各子量表的信度检验	162
表 5-2	CFA 模型拟合参考值	163
表 5-3	各测度项 CFA 模型的拟合效果	163
表 5-4	各测度项 CFA 模型的回归参数估计	163
表 5-5	物质资源各测量因子的相关分析	166
表 5-6	人力资源各测量因子的相关分析	166
表 5-7	声誉资源各测量因子的相关分析	166
表 5-8	技术资源各测量因子的相关分析	167
表 5-9	企业绩效各测量因子的相关分析	167
表 5-10	嵌套模型统计量比较	169
表 5-11	嵌套模型的差异比较	169
表 5-12	嵌套模型的复杂程度比较	170
表 5-13	SEM 中结构模型的直接路径系数参数估计	171
表 5-14	SEM 中结构模型的协同作用路径系数参数估计	173
表 5-15	SEM 中潜变量的直接效应和间接效应	174
表 5-16	研究假设验证情况汇总	175

图目录

图 1-1	社会环境因素、企业批评和企业回应	2
图 1-2	社会期望与企业实际社会表现	3
图 1-3	社会契约关系中的要素	4
图 1-4	研究的技术路线	13
图 1-5	本书各章节的逻辑关系和所要解决的问题	15
图 2-1	企业社会责任金字塔模型	36
图 3-1	战略资源的性质	80
图 3-2	企业社会责任与企业绩效的概念模型	95
图 4-1	所调查企业比例	117
图 5-1	企业社会责任与企业绩效概念模型	136
图 5-2	样本企业的行业分布	154
图 5-3	样本企业的规模分布	155
图 5-4	研究模型分析结果	179