

企业社会责任与高管 胜任力关系实证研究

张 雯 ◎ 著

中国社会科学出版社

企业社会责任与高管 胜任力关系实证研究

张 雯 ◎ 著

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

企业社会责任与高管胜任力关系实证研究/张雯著. —北京:
中国社会科学出版社, 2017. 8
ISBN 978 - 7 - 5203 - 0953 - 0

I. ①企… II. ①张… III. ①企业责任—社会责任—关系—
企业领导—研究 IV. ①F272 - 05②F272. 91

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 220106 号

出 版 人 赵剑英
责任编辑 卢小生
责任校对 周晓东
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 北京明恒达印务有限公司
装 订 廊坊市广阳区广增装订厂
版 次 2017 年 8 月第 1 版
印 次 2017 年 8 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16
印 张 14
插 页 2
字 数 207 千字
定 价 60.00 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营销中心联系调换
电话: 010 - 84083683
版权所有 侵权必究

代序一

19 世纪末 20 世纪初现代企业出现以来，关于企业社会责任的探讨和理论总结一直是现代企业理论的关注主题。工业革命以后出现了近代企业，但早期的企业理论主要是以企业如何实现标准成本控制和利润最大化为目标的，由此形成了企业生产作业管理理论和经营管理理论，进而产生了至今仍然对企业管理实践带来重大影响的作业管理和经营管理的各种技术。20 世纪的现代企业为什么会关注企业社会责任？要回答这个问题，大概要回到工业革命史的探究上。与 400 年工业革命史相伴随的是发达国家的海外殖民史和世界市场形成史，到 19 世纪末 20 世纪初，世界统一市场已经形成，世界市场也瓜分完毕。工业企业单纯依靠海外市场扩张实现其规模报酬递增的条件不再存在，生产者主权时代也就随之宣告终结。代之而起的必然是消费者主权的崛起，以及在统一的世界市场范围内对消费者的争夺来重新划分企业的市场占有份额。对企业社会责任的关注，说到底也就是对企业在社会公众（用户）中信用度的关注，这实际上是消费者主权代替生产者主权引领企业行为的时代特征，也是必然结果。

中国的企业发展史呈现了另外一种情形。近代工业企业在中国的出现是晚清洋务运动的产物。自工业企业出现以来，中国的企业就始终带有浓厚的国家色彩。无论是洋务运动中的官督商办、官商合办，民国“黄金十年”时官方企业的发展，新中国成立后国有企业的建设，乃至改革开放以来国有企业的现代产权制度重组，在一百多年近代工业发展史上，大型工业企业始终带有强烈的国家经济

元素。至于中国的民间资本企业，从“黄金十年”时期一直到改革开放以后民营企业的大量出现，始终未能控制国家命脉。国退民进在近年来受到政府高层和理论界的青睐，却并未成为影响中国经济主流走向的事实。在这种背景下，中国的大型企业自认为先天性存在着“家国情怀”，企业办社会的现象也或隐或现地延续不绝，使中国的大型企业并未如西方市民社会那样对社会责任高度关注，却始终紧扣着中国政治的脉搏而高度关注政府的政治走向。政治使命和社会责任在这里似乎高度融合了。这是中国大一统国家的制度遗产还是中华文明的路径依赖？如何深究基于中国自身制度传承下的消费者主权？对这些问题的回答，或许将构成中国版企业理论的民族特色。

张雯博士是一位年轻而勤奋的管理学工作者，《企业社会责任与高管胜任力关系实证研究》是以她的博士学位论文为基础修改而成的一部专著。希望这位青年学者通过本书，进而通过自己进一步的理论耕耘，在中国企业理论的推进上有自己更多的建树。

是为序。

切健

西安财经学院 教授 博士生导师

2017年6月22日

代序二

中国古代，儒家文化提倡的“仁、义、和”等思想与现代社会责任价值观一脉相承。近代社会，也有“儒商”一说，然而，这些只是构成现代企业社会责任的早期伦理道德元素。随着经济发展的多维性不断凸显，我国企业所处的环境愈加多变，如何在发展中满足不同利益相关者的需求，业已成为企业管理领域的共同关注点。

从1924年谢尔顿提出“企业社会责任”概念以来，对于这一问题的研究先后经历了“定义性研究→规范性研究→描述性研究→解释性研究→应对性研究”五个阶段。近年来，国内外学者对于以上前三个阶段的研究已达成共识。半个多世纪以来，国内外学者对于企业社会责任的研究集中于宏观层面的机制探讨及其所产生的结果讨论。

本书紧密围绕企业在市场竞争中所面临的实际问题 and 需要，尝试从微观层面进行探讨，以高层管理者与企业社会责任之间的关系作为研究对象，关注高管胜任力对企业社会责任的作用机理。

一方面，提出企业可通过不断完善高管胜任力，提升履行社会责任的意识和能力的观点，在理论上丰富和完善了人一职匹配理论和企业社会责任等相关理论研究。本书从高管胜任力入手，运用理论和实证方法研究指出，完善高管胜任力是提升企业社会责任履行的一个重要内部途径，两者产生关联的中介变量是企业责任管理。这无疑纵向加深了企业社会责任的理论研究，对企业如何从内部管理层提升社会责任的履行提供了一定的参考。同时，“地壳模型”的提出对企业高管胜任力模型的构建及测评工具的开发具有重要的

理论和现实意义。

另一方面，为企业履行社会责任提供新的指导与建议。本书避开以往探讨企业社会责任的宏观政策等范式，提出切实提升企业履行社会责任的意识和能力，不仅要加强政策引导，而且应完善企业高管胜任力，加强全面社会责任管理，从企业内部找到提升社会责任的有效途径，这为研究企业社会责任提供了全新的视角，对企业管理实践具有一定的启示意义，为高管胜任力和企业社会责任研究做出有益的探索和尝试。

当然，该书难免有不足之处。希望作者在以后的研究中不断探索，为提升我国管理学理论研究做出贡献。

在完成学业过程中，张雯是一位勤奋且悟性较高的人，能够熟练使用管理研究中的定性和定量研究方法与工具，善于将理论研究与实际问题融会贯通，并取得了一定的成绩。作为导师，我倍感欣慰，希望她能在以后的研究工作中不断自我完善，在更高的起点上，更上一层楼。

是为序。



西北大学 教授 博士生导师

2017年6月15日

摘 要

近年来,企业社会责任备受关注。实践证明:当经济进入一个成熟的发展阶段,社会资源的分配更应呈现多元化的效应,这就要求企业应更加全面地关注并解决利益相关者的发展需求。目前,对于企业社会责任的研究大多集中在宏观层面的机制探讨,对于微观层面的企业研究并不多见。企业如何切合实际从战略层面考虑社会责任问题,将其融入经营管理之中,从而有效地提升社会责任的履行,以满足多方位利益群体的期望,这将是我国企业在未来一段时间内不可避免的实际问题。本书将高管胜任力与企业社会责任作为研究对象,探讨高管胜任力对企业社会责任的作用机理。

在借鉴前人研究成果的基础上,本书就高管胜任力对企业社会责任的作用机理进行深入的理论探讨和实证研究。首先,资料收集与整理。在文献梳理、问卷调查和企业访谈等工作的基础上,运用实证分析与规范分析相结合、定性分析与定量研究相结合的方法,就企业社会责任、责任管理及高管胜任力的相关理论进行评述,以期找出潜变量之间的内在联系。其次,概念模型与研究假设。以系统论作为方法论基础,以利益相关者理论、资源基础理论、企业伦理理论、企业公民理论、人一职匹配理论以及隐性知识理论等经典理论作为理论依据,总结出研究概念模型——“EC→CSR”模型;并提出研究假设——“思想→结果”路径、“思想→行为”路径和“行为→结果”路径。再次,实证研究准备。通过科学、规范的问卷设计与严格的数据收集,获得了实证研究的样本数据,并进行统计分析,为后续的实证分析做好准备。最后,实证研究。在对样本

数据进行描述性统计和量表的信度、效度检验的基础上,运用 AMOS 17.0 软件分析了实证模型的拟合指标,采用结构方程模型进行实证检验,并结合案例进一步论证了高管胜任力的完善有助于提升企业社会责任的履行这一研究假设。

通过研究高管胜任力对企业社会责任的作用机理,得出以下结论:(1) 企业高管胜任力根据其发展的难易程度,可描述为“地壳模型”,即“地壳”——管理知识、“地幔”——管理技能和“地核”——管理素质。这对于构建一套具有中国特色的企业高层管理者胜任力的测评工具有探索性意义;(2) 理论分析及实证研究表明高管胜任力与企业社会责任的履行存在正相关关系,这一结论不仅为企业社会责任研究开辟了新的视角,而且给企业社会责任履行的提升提供了新的途径,即通过完善高管胜任力,可以有效地提升企业社会责任的履行;(3) 高管胜任力各维度对企业社会责任的相关维度能够产生一定的影响,即高管的管理知识、管理技能和管理素质分别对企业的市场责任、用工责任、环境责任和公益责任产生积极的影响,且管理素质对企业社会责任的影响作用最强;(4) 责任管理是高管胜任力与企业社会责任履行之间的中介变量,并且起到部分中介作用,即高管胜任力的提升有助于完善企业责任管理体系,并从根本上加强企业履行社会责任的自觉性和能力。

在理论阐述和实证检验的基础上,对完善高管胜任力来提升企业社会责任这一主题,本书从微观的企业角度和宏观的政府角度提出了各自的策略和政策建议,以期更好地提升我国企业社会责任的履行。同时,对研究的进一步展望,如应扩大高管胜任力对企业社会责任的研究范畴,增强研究模型的应用性,以及如何使高管胜任力与不同发展阶段的企业相匹配,从而有效地提升企业社会责任的履行等。

关键词: 高管胜任力 责任管理 价值观管理 隐性知识 企业社会责任

Abstract

In recent years, corporate social responsibility has attracted much attention. Practice has proved that the allocation of social resources should be a wider range effects when economy has entered a mature stage of development. It requires more comprehensive attention to development needs faced by stakeholders. Currently, most studies on corporate social responsibility are in the macro – level mechanism, but studies in micro – level are rather lacking. So, it will be an actual problem to Chinese enterprises that how to consider social responsibility on the strategic level and merge it with business to enhance the performance effectively and meet the expectations of the multi – dimensional interest groups. The book takes executive competency and corporate social responsibility as the object of study, and focuses on the mechanism of executive competency to corporate social responsibility.

Based on the previous research, this book studies the mechanism on executive competency and corporate social responsibility by theoretical discussion and empirical research. The followings are main research contents. Firstly, information collected and collated. In order to identify the intrinsic link between the latent variables, the book reviews theories of corporate social responsibility, responsibility management and executive competency by literature combing, interviews and questionnaires. Main research methods are as follows, empirical analysis and normative analysis, qualitative analysis and quantitative research. Secondly, a conceptual

model and hypotheses are put forward. “EC $\rightarrow$ CSR” model is summarized as a conceptual model. Then, “Ideology $\rightarrow$ Result” path, “Ideology $\rightarrow$ Behavior” path and “Behavior $\rightarrow$ Result” path are put forward as hypothesis. All the above studies are based on the systems theory as research methodology. Some classical theories mentioned are in the followings: stakeholder theory, RBV (Resource - Based View) the theory of business ethics, corporate citizenship theory, people - post match theory and the theory of tacit knowledge. Thirdly, empirical research prepared. Through scientific questionnaire design and data collection, sample data are received and analyzed, which provides the foundation for future empirical research. Fourthly, empirical research is made. The book analyses the fit index of empirical model by AMOS 17.0 based on reliability and validity testing etc. Then structural equation model is used for empirical analysis, and the hypotheses are further proved by two cases.

The conclusion of this book can be drawn in the followings: Firstly, according to the degree of its development, executive competency can be described as “crustal model”, namely, “crust” —management knowledge, “mantle” —management skills, and “core” —management quality. There is an exploratory significance of Chinese executive competency assessment. Secondly, with theoretical analysis and empirical research the book points out that there is a great deal of relevant between executive competency and corporate social responsibility. This conclusion not only opens up a new perspective for the research of corporate social responsibility, and provides an effective way to enhance the performance of corporate social responsibility. Therefore, the fulfillment of corporate social responsibility can be effectively enhanced by the improvement of executive competency. Thirdly, dimensions of executive competency can influence social responsibility relatively, and management quality is the strongest effect. Finally, corporate responsibility management plays a partial inter-

mediary role between executive competency and corporate social responsibility.

Based on the above theory and empirical study, the book gives strategy and policy suggestions on how to enhance corporate social responsibility by perfecting executive competency for enterprises and government perspective, in order to better fulfill the corporate social responsibility. Meanwhile, further research studies are proposed. They are generally as follows: the scope of the study should be expanded; the applicability of the research model should be enhanced; and how to make executive competency matches different stages of enterprise development to improve the implementation of corporate social responsibility effectively.

Key Words: executive competency corporate social responsibility management managing by value tacit knowledge corporate social responsibility

目 录

第一章 绪论	1
第一节 研究背景与研究意义	1
第二节 研究内容与研究方法	5
第三节 研究思路与研究框架	11
第二章 相关文献回顾与评述	15
第一节 企业社会责任研究文献综述	15
第二节 企业责任管理研究文献综述	35
第三节 高管胜任力研究文献综述	43
第四节 管理者胜任力与企业社会责任关系 研究文献综述	62
第三章 理论依据、概念模型与研究假设	66
第一节 方法论依据	66
第二节 研究模型理论依据	70
第三节 概念模型构建	89
第四节 研究假设提出	91
第四章 研究设计与数据收集整理	102
第一节 调查问卷的设计	102
第二节 数据收集	112

第三节 数据整理	114
第五章 实证分析与假设检验	118
第一节 数据处理方法与技术手段	118
第二节 数据分析与检验	125
第三节 模型分析与假设检验	129
第四节 结果汇总与分析	138
第五节 案例剖析	140
第六章 对策研究	168
第一节 针对企业的策略建议	168
第二节 针对政府的政策建议	171
第七章 研究结论与展望	175
第一节 研究回顾	175
第二节 研究结论	176
第三节 研究的局限性与展望	177
附录 企业社会责任与高层管理者胜任力关系调查问卷	178
参考文献	188
后 记	209

第一章 绪论

20 世纪 50 年代，许多学者开始对企业社会责任理论进行了大量研究。2010 年 11 月 1 日，国际标准化组织（ISO）在瑞士日内瓦国际会议中心举办了《社会责任指南标准》（ISO 26000）的发布仪式，该标准的正式出台标志着国际范围内首次形成对社会责任内涵的共识。企业社会责任的研究在西方社会已有半个多世纪的历史，如今对社会责任的研究、对企业社会责任的认识是如何履行企业社会责任，而不是是否应该履行企业社会责任的问题。

第一节 研究背景与研究意义

一 研究背景

英国人奥利弗·谢尔顿（Oliver Sheldon）在 1924 年最早提出“企业社会责任”（Corporate Social Responsibility, CSR）这一概念，1953 年，鲍恩（Bowen）出版了《商人的责任》，这一著作使企业社会责任更加被世人所瞩目。由于可持续发展理念的不断深入，并伴随着全球人权运动和环保运动的积极开展，社会责任的内涵不断丰富，地位也随之上升。近年来，人们对企业社会责任的理念给予了更多的关注，例如，《财富》和《福布斯》在进行企业排序时，常常将“企业社会责任”作为主要指标之一。可见，积极履行企业社会责任已经被越来越多的企业所认可，并积极纳入战略管理层

面。因为企业从战略高度积极管理企业社会责任问题能够很大程度地提升企业的核心竞争能力 (Sharma and Vredenburg, 1998)。此外,有效实施企业的社会责任,可以提升企业的市场竞争能力 (Porter and Kramer, 2002)。近年来,一些跨国公司对企业社会责任的投入乐此不疲,将其归纳于自身“可持续发展战略”之中,并在此基础上建立了相关组织机构,例如,公益与慈善、可持续发展,等等。但不可否认的是,这些企业所做的一切工作(包括一些很小的捐助),都与其战略目标一脉相承。基于此,不少企业所期待的各种回报,也会常常毫不吝啬地关注这些企业。

中国古代,儒家文化提倡的仁、义、和等思想,与现代社会责任价值观的概念一脉相承,具有重要的借鉴意义。近代社会,也早有“儒商”的说法,然而这些也不过是构成现代企业社会责任的早期伦理道德元素而已。我国企业社会责任问题的理论研究起步较晚,对相关问题研究尚不够完善。近年来,随着中欧企业社会责任论坛在中国的召开,以及媒体对诸多企业社会责任问题的不断曝光,引发了社会各界对企业社会责任问题的高度关注和研究。企业社会责任作为目前一个非常值得关注的话题,其对当代企业的发展也起到了重要的作用。因此,企业需要不断关注新发展起来的国际规则,这样才能满足经济与社会持续发展的客观需要,从而充分展示自己在国际市场上的各种竞争优势。

近年来,无论是学术界还是实践中,企业社会责任都不再被当作标语口号,而是付诸实际行动。企业要想提高自身的竞争力,就必须积极履行企业社会责任。彼得·圣吉指出:一家有能力生存并且不断发展的企业,一定是已经承担过大量社会责任的企业。

从长期来看,企业履行社会责任会给企业带来很多好处,包括利润、声誉以及提升顾客忠诚度等。然而,毋庸置疑,短期内履行企业社会责任会增加企业的交易成本。就目前我国企业来看,虽然有些企业已在自觉地履行企业社会责任,但这些行为通常受到结构因素约束,如制度结构(政策、法律等环境因素)、企业结构(所

有制类型、规模、发展阶段、盈利情况)等。如何才能使企业放眼未来,更好地履行社会责任?这就是全社会关注的焦点。

二 研究意义

(一) 研究的理论意义

近年来,我国学者对企业社会责任和胜任力的研究关注度大幅提高。然而,对于企业社会责任的研究大多集中于对企业社会责任内容的界定、与利益相关者的关系、与企业绩效或竞争优势的关系上,也有部分研究提到企业社会责任的履行途径,但主要是从宏观调控、法律法规等方面进行阐述。对高层管理者胜任力与企业社会责任的研究很少。

企业社会责任与企业管理者,特别是企业高层管理者存在密切的联系。从管理角色的角度看,高层管理者作为企业发展的核心倡导者,其管理知识、管理技能及管理素质会直接影响并引导整个企业的核心价值观,通过企业价值观管理推动企业的责任管理体系,进而提升企业社会责任的履行。因此,企业高层管理者胜任力的提升对其社会责任的履行起着非常重要的作用。

本书拟从企业高管胜任力入手,通过构建高管胜任力模型,运用理论和实证的方法研究高管胜任力对企业社会责任的作用机理,为高管胜任力和企业社会责任的研究开创了新的视角。一方面,本书在以前文献的基础上,结合高管胜任力特征及研究需要,构建高管胜任力“地壳模型”,这对企业高管胜任力模型的构建及测评工具的开发具有重要的理论意义;另一方面,从1924年谢尔顿提出“企业社会责任”这一概念起,国内外学者对其研究不断深入,先后经历了以下五个研究阶段:定义性研究→规范性研究→描述性研究→解释性研究→应对性研究(2016,周祖诚)。近年来,国内外学者对于以上前三个问题以及企业社会责任能够影响什么已达成共识,研究重点聚焦于企业社会责任的前因,即什么会影响企业履行社会责任和如何促进企业履行社会责任。然而,答案更多的是从宏