

企业社会责任前沿文献导读

A Guide to the Latest Literatures on
Corporate Social Responsibility

李伟阳 肖红军 郑若娟 编译



中国电力出版社
CHINA ELECTRIC POWER PRESS



国家电网公司
电力科技著作出版项目

企业社会责任前沿文献导读

A Guide to the Latest Literatures on
Corporate Social Responsibility

李伟阳 肖红军 郑若娟 编译



中国电力出版社
CHINA ELECTRIC POWER PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

企业社会责任前沿文献导读 / 李伟阳, 肖红军, 郑若娟编译.
—北京: 中国电力出版社, 2013.6
ISBN 978-7-5123-4521-8

I. ①企… II. ①李… ②肖… ③郑… III. ①企业责任 - 社会责任 - 文集 IV. ①F270-53

中国版本图书馆CIP数据核字 (2013) 第116776号

中国电力出版社出版、发行

(北京市东城区北京站西街19号 100005 <http://www.cepp.sgcc.com.cn>)

航远印刷有限公司印刷

各地新华书店经售

*

2013年6月第一版 2013年6月北京第一次印刷

787毫米×1092毫米 16开本 36.5印张 631千字

定价 80.00元

敬告读者

本书封底贴有防伪标签, 刮开涂层可查询真伪

本书如有印装质量问题, 我社发行部负责退换

版权专有 翻印必究



企业社会责任是一个多学科交叉的研究领域，来自法律、哲学、经济学、管理学和社会学等不同学科的学者都为该领域的发展作出贡献。这一交叉学科的背景，一方面造成现有研究的支离破碎^①，但另一方面，基于不同理论和视角的研究形成了非常丰富的研究成果。近几年，企业社会责任实践日益延伸，更凸显理论指导的重要性和滞后性，也吸引了更多的学者进入企业社会责任的研究领域。本书旨在对这些最新研究成果提供一种全景式的介绍，帮助国内学者和实践者了解和借鉴这些新的观点、视角和方法，促进国内企业社会责任理论与实践的进一步发展。

2011 年，为帮助国内学者更加清晰地了解企业社会责任理论的演变过程，更加准确地理解企业社会责任的内涵和意义，我们编译和出版了国内第一本《企业社会责任经典文献导读》，书中收录了企业社会责任思想产生、发展和兴起过程中发表于 20 世纪 30 年代至 21 世纪初的 18 篇具有重大影响的代表性文献。同时我们也发现，过去几年来，企业社会责任发展迅速，在实践和理论领域涌现出大量的创新性成果；并且企业社会责任方面的论文不仅限于发表在该领域的学术期刊上，而是越来越多地发表于各类学科的一流期刊上，如《管理科学学报（Academy of Management Journal）》、《管理学会评论（Academy of Management Review）》、《哈佛商业评论（Harvard Business Review）》等。这一主流化的趋势让我们意识到把握企业社会责任的最新观点、方法和成果的重要性，我们希望通过对外国企业社会责任领域中有代表性最新成果的介绍，使读者能充分领略这一跨学科研究领域的勃勃生机，相信这些研究成果能为国内企业社会责任理论和实践带来有益的启迪。

① Aguinis H., Glavas A. 2012. What We Know and Don't Know About Corporate Social Responsibility: A Review and Research Agenda[J]. Journal of Management, 38 (4): 932-968.

本书共选取发表于 2006 ~ 2011 年间的 18 篇文献。我们首先根据目前企业社会责任领域所关注的四个重要议题，选取与之相关的论文。这四个议题包括企业社会责任最新认知、企业社会责任影响因素、企业社会责任影响效应、企业社会责任管理模型。其次，在这四个议题中，我们选取那些在研究内容中有着不同观点、分析方法、理论依据、研究结果的论文，以反映不同学科背景的独特视角，同时也收录应用综合学科视角的论文，希望能反映出不同学科的融合；在上述基础上，我们再筛选出那些发表于企业社会责任或管理学领域重要期刊上的或者是由知名学者发表的论文，以确保所选论文的质量和权威性。

此外，对所选论文的翻译是完成本书的另一项耗费大量时间和精力的工作。在翻译过程中，编译者进行有序分工，经过初译和反复校对，在坚持忠实反映原文风格和思想的前提下，注重符合中文的表达习惯以及重点概念翻译的统一，尽可能做到“信、达、雅”。

本书编译者多年来一直从事企业社会责任研究和实践工作，编译过多本企业社会责任领域的著作和重要国际文件。在编译本书的过程中，编译者本着十分谨慎和认真的态度选取论文和反复校稿，但本书仍存在种种不足和缺憾：其一是所选取论文并不能涵盖或代表企业社会责任领域的所有前沿思想或方法，编译者只能依据自己设定的标准来选择有代表性的论文，难免有所偏颇和遗漏；其二是在翻译过程中，由于原文作者来自不同学科，处于不同语境，表达方式和风格千差万别，加之编译者受自身知识和能力所限，可能对原文理解不到位而造成翻译不当，恳请读者原谅并不吝赐教。

前言

1 第一部分 企业社会责任的最新认知

- 3 导读
- 23 隐性的和显性的企业社会责任：比较理解企业社会责任的概念框架
Dirk Matten, Jeremy Moon
- 54 企业为何要对社会负责：企业社会责任的制度理论 John L. Campbell
- 86 企业社会责任：一个意义建构过程模型 Kunal Basu, Guido Palazzo
- 110 企业社会责任的政治性概念：从哈伯马斯视角看待企业与社会关系
Andreas Georg Scherer, Guido Palazzo
- 146 竞争性和互补性框架的整合与统一：企业与社会关系领域共同核心的探究
Mark S. Schwartz, Archie B. Carroll
- 179 企业社会责任作为辅助性共同责任：基于宏观经济的视角
Michael S. Aßländer

199 第二部分 企业社会责任的影响因素

- 201 导读
- 215 高管团队认知复杂度与决策分权化对企业社会绩效的影响
Andreas Georg Scherer, Guido Palazzo, Philip E. Tetlock
- 250 让“社会”回归企业社会责任：一个关于组织中社会变革的多层次理论
Ruth V. Aguilera, Deborah E. Rupp, Cynthia A. Williams, Jyoti Ganapathi

- 290 合法性、透明度和企业社会绩效的前因：工具性视角的研究
Shih-Chi Chiu, Mark Sharfman
- 324 组织阶段和文化阶段：企业社会责任发展的批判性回顾与整合模型
François Maon, Adam Lindgreen and Valérie Swaen
- 353 战略性企业社会责任的治理方案——来自中美洲的经验
Bryan W. Husted, David Bruce Allen, Jorge E. Rivera

367 第三部分 企业社会责任的影响效应

- 369 导读
- 383 企业社会责任行为何时能为企业带来先行优势
Carol-Ann Tetraault Sirsly, Kai Lamertz
- 409 企业社会绩效与企业财务绩效关系的消费者行为模型
Douglas A. Schuler, Margaret Cording
- 438 雪中送炭：企业赈灾捐赠的战略性分析 Alan Muller, Roman Kräussl
- 465 组织研究中的制度逻辑：企业社会绩效与财务绩效之间关系的社会建构
Marc Orlitzky
- 502 认真对待弗里德曼：企业利润最大化与社会绩效
Bryan W. Husted, José de Jesus Salazar

519 第四部分 企业社会责任的管理模型

- 521 导读
- 527 将企业社会责任行动融入运营：组织框架
Wenlong Yuan, Yongjian Bao, Alain Verbeke
- 553 企业社会责任的策划与实施：基于理论和实践的综合框架
Francois Maon, Adam Lindgreen, Valérie Swaen

第一部分

企业社会责任的最新认知

导 读

本部分选取六篇文献，他们从不同的视角、基于不同学科的理论对企业社会责任作出新的阐释，提供了关于企业社会责任的最新认知。第一篇是由德克·马顿（Dirk Matten）和杰里米·穆恩（Jeremy Moon）2008年发表于Academy of Management Review的《隐性的和显性的企业社会责任：比较理解企业社会责任的概念框架》；第二篇是由约翰·坎贝尔（John L. Campbell）2007年发表于Academy of Management Review的《企业为何要对社会负责：企业社会责任的制度理论》，其通过对社会学的制度分析和政治学的比较政治经济学文献加以分析，旨在说明制度如何约束或激励企业行为；第三篇文献是由库纳尔·巴苏（Kunal Basu）和吉多·普拉索（Guido Palazzo）2006年发表于Academy of Management Review的《企业社会责任：一个意义建构过程模型》，其提出一个组织的意义建构过程模型，以解释组织的管理者如何以负责任的方式来思考、讨论和采取行动，从内在维度来辨别企业履行社会责任的动机，并进一步研究组织的特点与履行社会责任特性之间的相关性；第四篇文献是由安德里亚斯·格奥尔格·谢勒（Andreas Georg Scherer）和吉多·普拉索（Guido Palazzo）2007年发表于Academy of Management Review的《企业社会责任的政治性概念：从哈伯马斯视角看待企业与社会关系》，其以哈伯马斯民主理论为基础，重新讨论企业在全社会中的新角色，提出一个政治上的企业社会责任概念；第五篇文献是由马克·施瓦兹（Mark S. Schwartz）和阿尔钦·卡罗尔（Archie B. Carroll）2008年发表于Business & Society的《竞争性和互补性框架的整合与统一：企业与社会关系领域共同核心的探究》，其通过构建一个以“价值、平衡、担责”为主的VBA模型，整合了企业社会责任、企业伦理、利益相关方管理、可持续发展、企业公民五个概念的核心；第六篇文献是由迈克尔·阿布林德（Michael S. Ablander）2011年发表于Journal of Business Ethics的《企业社会责任作为辅助性共同责任：基于宏观经济的视角》，其从辅助性原则出发，将企业视为在社会中承担特定辅助性共同责任的中间行为主体，并且区分企业社会责任的三个领域：作为管理需求的企业社会责任、作为辅助性共同责任的企业

社会责任以及作为自愿贡献的企业社会责任。

第一篇文献是由来自多伦多大学和诺丁汉大学的两名学者共同完成的《隐性的和显性的企业社会责任：比较理解企业社会责任的概念框架》，本文着重分析企业社会责任在欧美之间的差异及其原因，并描述企业社会责任在欧洲的最新进展以及在世界其他地区的延伸。对于目前企业社会责任的发展，作者观察到两个重要的现象：一是欧美企业在社会责任方面存在着显著的差异，即企业在表述其参与社会活动时所用的语言是不同的，美国公司一直以来都较为明确地表达其对社会责任的态度，而欧洲公司的社会责任更倾向于隐性地表达且较缺乏这方面的公开声明；二是欧洲公司最近开始与美国同行一样对企业社会责任采取了更为明确的态度，并且这一趋势正在逐步向世界其他地区延伸。针对上述两个现象，文章从以下几个方面展开了讨论。

第一，作者阐述了如何选择分析上述现象的方法。作者认为，企业社会责任是一个具有争议性、评价性、开放性的复杂概念，并且，企业社会责任是个伞形的概念，与其他概念相互交叠替换，同时，企业社会责任还是一种动态的现象。作者总结到：企业社会责任反映了企业成功的必要社会条件及其对社会造成的影响。因此，企业社会责任实际上包括了各种清晰表述和沟通的公司政策和实践，这些政策和实践反映了企业对一些更广泛社会福利的责任。然而，对责任的更精确表述和方向把握依赖于公司自身的判断。作者就此想要说明的是：造成企业社会责任理论和实践上多样化的原因与不同的背景紧密相关。作者认为，要对美国和欧洲之间企业社会责任差异加以分析，应该借用制度理论的分析方法。作者明确指出，不同国家中企业社会责任的差异是由于各种长期的、历史性的、根深蒂固的制度所造成的；不同社会的各种制度、约定俗成的伦理和社会关系形成了不同的市场体系，因此，在不同的社会中，企业会以不同的方式表述并承担社会责任。基于上述认识，作者从国家商业体系的视角来分析企业社会责任在不同国家之间的差异。

第二，作者提出了一个基于国家商业体系的分析视角。作者认为，不同的政治体系、金融体系、教育和劳动力体系以及文化体系组成了“国家商业体系”，由此造成了美国和欧洲之间的这种差异。作者也因此从这四个方面对欧美加以比较。具体而言，在政治体系方面，美国和欧洲的主要不同特点是国家权力的不同。欧洲国家权力比美国的更大，而且欧洲政府通常更多地参与到经济和社会活动中，包括由国家提供全国性的健康、养老保险和其他社会产品，或由国家强制要求企业承担这些领域的责任。而在美国，因为政府较不活跃，

所以企业拥有更大的自由裁量权。在金融体系方面，在美国，股票市场是企业的主要资金来源。大多数大型上市公司从股票市场获取资金，股权在股东之间的分配相对分散，并且企业会对投资者做到高度透明和负责。而在欧洲，企业倾向于嵌入少数大型投资者的网络中，在这些投资者中，银行扮演了重要角色，一些重要利益相关方发挥重要作用。在教育和劳动力体系方面，在欧洲，一直以来是以公共部门为主导来开展劳动力培训以及制定劳动力市场政策，企业会根据惯例或法规参与进来；并且通常是在行业或者国家层面上商讨各种劳工议题，而不是在公司层面上。而在美国，工会力量较薄弱，劳动力方面的议题也主要在公司层面上解决，企业也较少参与国家在这些方面的政策制定。在文化体系方面，美国企业更具有参与能力、更具有从事慈善的能力、有更多的商界人士从事慈善事业、对大政府表示更多质疑、对资本主义的道德价值观更有信心，因此，形成了管理责任和回报社会的伦理，形成了富裕商人承担社会责任的传统。而欧洲文化更依赖于各种代表性组织，如政治团体、工会、雇主协会或者教堂以及国家。作者认为，这些不同的制度差异使欧美之间在企业性质、市场流程的组织 and 协调控制体系方面有所不同。具体而言，在企业性质方面，美国更依赖于基于市场的、以合约为基础的所有权；而欧洲国家却一直拥有直接所有权或联合所有权，这使欧洲的公司与更加广泛的社会利益相关方有着各种更深入的关系。在市场流程的组织方面，在美国，市场的自组织更加突出，而政府和法院通过反托拉斯法对此提供支持；欧洲则倾向于由各种生产者联盟去组织市场。在协调和控制体系方面，如在雇员议题方面，欧洲大量与雇佣相关的法规涉及了雇员的代表权、参与权以及其他雇员保护议题，而在美国这些可能是企业社会责任的一部分。

第三，在上述分析基础上，作者提出了一个理解欧美企业社会责任差异的概念性框架，并以显性和隐性企业社会责任对二者加以区别。作者指出，“显性企业社会责任”指的是这样的企业政策，即为实现某些社会利益而承担和表述的责任，通常包括能将商业价值和社会价值相结合的自愿性项目和战略，它应该对利益相关方压力有所回应；而且，显性企业社会责任的重点是基于企业而不是政府或其他机构的自由裁量。而“隐性企业社会责任”是指企业在各种关注社会利益、考虑社会议题的更广泛体系中发挥作用，通常包含各种价值观、规范、规则。他们要求公司解决各种利益相关方议题，并且规定公司作为集体而非个体的行为主体的适当义务。对于欧美之间的差异，作者首先关注公司在处理其与社会之间关系时所使用的语言，也就是，采用显性企业社会责

任的公司在与利益相关方就其政策和实践进行沟通时使用的是企业社会责任语言；而采用隐性企业社会责任的公司通常并不以这种方式来描述其活动。其次，作者关注公司的不同意愿。作者认为，即便有着相似的实践，但隐性企业社会责任是一种对企业的制度环境所作出的回应或反映，并且，许多隐性企业社会责任的元素是以规章、规则和法律的形式出现；而显性企业社会责任却是一种深思熟虑的、自愿的并且经常是战略性的企业决策。

第四，根据新制度主义理论，作者从制度上分析了企业社会责任在全球传播的合理性。作者认为，跨国之间制度环境的同质化，各种法规的、规范的和认知的过程使跨行业和跨国的组织实践变得越来越标准化和合理化，并且关键是人们将其视为合法的，由此带来组织的实践的变化及制度化。而这是源自三个方面：一是强制的同态现象，即外部形成的各种规则、规范或者法律使各种新的管理实践合法化；二是模仿过程，即管理者会将那些“最佳实践”视为合法的，并加以模仿；三是规范性压力，即那些直接或间接为“合法的”组织实践制定各种标准的教育和专业机构给企业带来了规范性压力，使企业接受社会责任。在强调美国和欧洲企业社会责任的差异后，作者转向分析为何显性企业社会责任成为一种在全球传播的新的管理理念。首先，作者认为，显性企业社会责任在欧洲的兴起是由于欧洲历史上所形成的国家商业体系框架也发生了变化；其次，欧洲显性企业社会责任是由政府、各种范围更广的行业协会的项目与措施和特定的议题所推动的，并且，欧洲显性企业社会责任主要是大型公司的议题之一，而小公司仍然倾向于通过各种长期的正式和非正式网络而不是通过各种显性的政策来履行其社会责任。

第五，作者用隐性—显性的企业社会责任框架对全球其他地区进行了比较。作者认为，日本、韩国、台湾更接近欧洲模式，这些国家或地区商业体系不断在变化，企业也显露出同质化的特点，近年来也表现出显性企业社会责任的发展。在俄罗斯和东欧的国家商业体系中，原来的国有企业大多包含隐性企业社会责任的元素，而且存在弱势的公民社会和市场机制以及强势的政府，在这样的背景下，显性企业社会责任只能暂时地、缓慢地发展。在南半球的许多国家中，显性企业社会责任的发展归因于同态性的压力，如企业社会责任通过行业管理标准被引入。作者得出结论：制度已经成为推动显性企业社会责任兴起的重要动力，而对于跨国公司而言，同态性压力会促使他们采用更加显性的企业社会责任。

第二篇文献是由来自达特茅斯学院和哥本哈根商学院的学者所写的《企业为何要对社会负责：企业社会责任的制度理论》，本文通过对社会学的制度分

析和政治学的比较政治经济学文献加以分析，旨在说明制度如何约束或激励企业行为。

本文第一部分是文献综述。通过对企业社会责任的相关文献进行了简要回顾，作者认为，大多数对企业社会责任决定性因素的研究都仅仅集中在对企业财务绩效各方面因素作用的研究上，而对其他却甚少关注，只有少数例外，如有些学者研究了税法对企业慈善捐赠行为的影响，研究了规范性或文化性的制度对企业社会责任的影响，或者在对不同国家背景下的企业社会责任进行了比较，分析了制度的影响；在管理学领域，很多学者研究了不同国家的法律、金融、财产权和其他制度对公司治理的影响；一些学者研究了利益相关方理论。作者认为，这些研究都指向对企业社会责任的制度分析，却并未系统地就制度条件是否会影响企业社会责任行为的倾向进行探究。因此，作者希望通过从制度分析和比较政治经济学的角度提出一套经得起检验的命题，探讨管制、规范、协会、利益相关方以及其他制度是如何影响企业社会责任的。

在本文第二部分中，作者围绕着如何界定“什么是对社会负责任的企业行为”展开讨论。作者认为，明确什么是企业社会责任行为是分析的前提，为此他提出了对社会负责的企业行为的定义并确定了行为临界值。作者认为，由于在不同的时间和地点，不同的人对于企业社会责任行为可能会有不同的理解，因此最好的方法就是界定负责任行为的最低标准，即低于这一标准的话，就是不负责任的行为。因此，如果企业做到了下面两件事，那么其行为就是对社会负责的。第一，他们不能故意做有损利益相关方的事情，尤其是损害投资者、雇员、客户、供应商，或其所在当地社区利益的事情；第二，如果企业行为确实对其利益相关方造成了损害，那么当他们发现并注意到这些损害时，他们必须立刻予以纠正。此类纠正行为可以出于企业自愿，也可以是企业迫于道德、规范和法律压力、管制规定、法院判决等的要求而不得不为之。这一定义针对企业对利益相关方的关系设定了一个“最低行为标准”，低于这一标准的企业行为是对社会不负责任的。作者认为，尽管很多学者从不同角度对什么是对社会负责任的企业行为进行了界定，他也不是以此来否定或排斥其他的定义，但他认为，应该以这个最低的标准作为起点，再按顺序加上其他学者的规定而设立一个企业社会责任行为规定的连续统一体。

本文第三部分是全文的核心，作者围绕着“在什么情况下企业才会采取对社会负责任的行为”这一问题展开讨论。作者认为，要解决这个问题，就亟须我们进入制度分析和比较政治经济学领域进行研究，因为其中一个解决问题的

方法就是对不同制度环境和国家中不同的企业行为的变化进行比较。为了便于比较，作者提出了几个命题来探讨影响企业社会责任行为程度的因素。

关于经济条件的影响因素分析。作者认为，尽管本文关注的是制度这一重点，但制度并不是影响企业行为的唯一因素，经济条件同样也起着作用。因此，作者首先探讨了企业采取对社会负责的行为的一些经济条件。作者提出，企业一般财务状况、经济环境状况和企业面临的竞争状况这些基本经济因素都可能影响企业行为对社会负责的程度。从追求利润和股东价值最大化是企业的本性这个假设出发，作者根据“冗余资源理论”，即相对于财务状况较好的企业而言，那些财务状况较差的企业其行为不太可能按照传统标准对社会负责，因为那些盈利较少的企业能够用于社会责任行为的资源更少；而且，由于这些企业经济状况太差，管理者会通过采取对社会不负责任的方式来改善企业财务状况；同样，如果企业所在的经济环境是高通货膨胀、低生产增长率、消费者信心缺乏，并且在短期内企业的盈利状况似乎很难好转，那么企业就不太可能表现得对社会负责。因此，作者提出命题1，即当企业财务绩效相对较差，或者当企业处于一个相对不健康的经济环境中，并且其短期盈利可能有限的情况下，企业行为不太可能对社会负责。接着，作者认为，如果这个命题是正确的，那么企业行为是否会对社会负责与企业所面临的竞争程度有关。因为在竞争异常激烈的情况下，较低的利润空间会导致股东价值和企业生存面临风险，而企业为了帮助自身获取利润和生存，就会想方设法偷工减料、节省开支，进而采取对社会不负责任的行为；而在有适度利润保证并且不危及企业自身生存的正常竞争条件下，企业就不太可能采取对社会不负责任的行为，因为促使企业对社会采取不负责任行为的影响减弱了，进而管理者为了使企业不断获得成功，会更加重视维护企业声誉；此外，在另一个几乎不存在竞争（例如，垄断或买方垄断）的极端情况下，由于企业声誉或顾客忠诚度等因素可能不会对企业的销售量、盈利能力或企业的生存造成过多的影响，企业可能会倾向于采取对社会不负责任的行为，因为在这种情况下，顾客和供应商并无其他更多的选择，因此几乎所有经济学家都认为：如果不抑制垄断行为，极有可能导致不负责任的企业行为。在此基础上，作者提出命题2，即如果存在过多或过少的竞争，那么企业将可能采取对社会不负责任的行为。也就是说，竞争和企业社会责任行为之间存在着曲线性关系。

关于制度因素的影响分析。在完成对经济条件的分析后，作者转向对制度条件的分析，因为尽管经济情况会影响企业社会责任行为的程度，但是这又受

到各种制度因素变化的影响。首先，作者讨论国家管制对企业社会责任行为的影响，为此，作者以实际案例，从历史的角度来说明政府管制及其管制能力对企业行为的重要影响。基于此，作者提出命题3，即如果存在强有力且执行良好的国家法规确保企业行为对社会负责，尤其是当这些法规是基于企业、政府和其他利益相关方之间的谈判和共识而制定和执行的时候，那么企业将更有可能采取对社会负责的行为。其次，作者讨论了行业对企业行为的影响。他认为行业是促进企业社会责任提高的最有效手段，因为这往往是行业协会的职责之一，而且比较政治经济学者和制度学家已经证明行业协会的自我管制往往与政府相关。有时政府会鼓励并授权这类活动，以便将那些原属于政府的管制责任转移给这些民间协会，同时如果没有政府的足够支持，自律往往会失败。有时，行业进行自我管制是因为他们认为如果不这样做，那么最终就会导致国家的管制干预，或者因为企业担心国家调控不能有效地保护其所在行业。基于此，作者提出命题4，即如果存在一个组织良好且高效的行业自我监管体系以确保企业行为对社会负责，尤其是该体系是基于可感知的国家干预威胁或更加广泛的行业危机而制定的，并且国家对这种形式的行业管理提供支持，那么，企业行为更有可能会对社会负责。接着，作者讨论了利益相关方对企业行为的影响。作者认为，各种各样的非政府组织会采取不同的策略促使企业行为对社会更为复杂，如建立企业行为准则、监督企业行为，甚至在必要时向企业施压，但是这些做法是否奏效部分取决于其所在的政治体制，这些政治体制因为国家不同而大相径庭。除了非政府组织外，作者还分析了社会运动组织者、股东、新闻媒体以及其他人对企业行为的影响力，并提出了命题5，即如果存在包括非政府组织、社会运动组织、机构投资者和新闻组织等在内的民间独立组织机构对企业行为进行监督，并在必要的时候动员企业作出改变，那么企业行为将更有可能对社会负责。接着，作者认为，各种制度和组织可以通过约束企业的行为来对企业施加影响，也可以通过应用更加积极的激励机制、奖励措施以及其他机制，使参与者采取某些特定的行为方式。例如，管理者们希望采取商业环境中其他管理者和重要参与者们认为恰当的行为方式，而对什么是恰当行为方式的判断或规范可以通过其所关注的刊物或参与培训项目的内容而获知。因此，作者提出命题6，即如果像重要的商业出版物、商学院的课程以及企业管理者参与的其他教育场所已经针对企业社会责任行为制定了规范性的要求，并且企业又在这种环境下运营，那么企业行为将更有可能对社会负责。作者还指出，当企业参与贸易或雇主协会，并且与其同行进行更为系统、频繁的

互动时，那么企业更有可能形成一个相对长期而不是短期的利益观点，因为那些联系更为密切的企业能够更好地理解政府的干预政策，他们明白这些政策能够提高雇员的整体福利和人力资本，进而从长远来看提升企业绩效。因此，作者提出命题7，即如果企业参与贸易或雇主协会，并且这些协会的成立目的在于支持对社会负责的行为，那么企业行为就更有可能对社会负责。最后，作者认为沟通和教育也影响着企业行为。当沟通范围超出企业本身而延伸到工人、当地社区领袖、政府和其他人员的范围时，企业似乎开始更加重视这些参与者们所关注的事项，并且在制定企业政策时依次对这些参与者关注的事项进行考虑。这样一来，企业行为变得对社会更加负责。作者还指出，在促进企业与利益相关方之间进行这类对话时，法律制度变得尤为重要。如在企业决策过程中为员工提供话语权的制度安排以及在环境监管领域关于企业与社区之间对话的要求，这种形成制度的商议会重新界定企业和利益相关方的利益；当然，法律制度同样也决定了企业管理者们与投资者们对话的程度，但这在各国之间存在巨大差异。所以，作者提出命题8，即如果企业参与同工会、雇员、社区团体、投资者和其他利益相关方的制度化对话，那么企业更有可能采取对社会负责的行为。

最后，作者总结到：经济状况，或者具体来说，就是企业和经济的相对健康状况以及企业所面临的竞争程度，会影响企业行为对社会负责的可能性。较差的企业财务绩效和不健康的经济状况会降低企业采取对社会负责行为的可能性。相对而言，竞争程度的影响更为复杂，并且呈曲线性影响。适度的竞争往往会使企业行为变得更富社会责任感，但是过高或者过低程度的竞争却往往会使企业行为变得不太对社会负责。然而，这种基本的经济关系受到各种各样的制度环境的调节。当面临更为严厉的国家法规、集体性的行业自律、其他监督企业行为的非政府组织和独立组织机构以及鼓励社会责任行为的规范性制度环境时，企业更有可能采取对社会负责的行为。此外，当企业加入行业或雇员协会，并参与同利益相关方的制度化的对话时，企业行为更有可能变得对社会负责。

正如作者所言，本文对企业社会责任文献作出了两大重要贡献。第一，本文重点关注了企业行为的一个重要方面，即对社会负责的行为与对社会不负责任的行为之间的临界值。以往对于这个问题的关注甚少。第二，通过提出确定企业社会责任行为的制度理论，有助于企业社会责任文献朝着更加理论化的方向发展。

第三篇文献是由来自牛津大学和洛桑大学的学者所写的《企业社会责任：