

企业社会责任思想与相关利益者理论研究

□陈支武

[摘要] 企业社会责任研究始于 20 世纪 50 年代,并经历了狭义企业社会责任 (CSR₁)、企业社会回应 (CSR₂) 和企业社会表现 (CSP) 等几个不同阶段。相关利益者概念提出于 20 世纪 60 年代,其理论可概括为描述主义理论、工具主义理论和规范主义理论,后来发展为一体化理论。20 世纪 90 年代两者走向结合,并发展出了用相关利益者关系来衡量企业社会责任的理论思路。两者结合,对当前我国构建和谐和谐社会有着重要的启示——企业承担社会责任就是要在经营上对所有相关利益者所产生的影响负责。

[关键词] 企业社会责任;企业社会回应;企业社会表现;相关利益者

[中图分类号] F270-05 [文献标识码] A [文章编号] 1006-5024(2008)04-0009-05

[基金项目] 湖南省社会科学基金立项课题“企业社会责任与和谐社会建设关系研究”(批准号 06ZC187)

[作者简介] 陈支武,湖南工业大学副教授,研究方向为企业战略管理。(湖南 株洲 412000)

企业社会责任研究已有 50 多年的历史。在这个过程中,围绕企业社会责任,研究的热点几经转移。20 世纪 50 年代,狭义企业社会责任 (CSR₁) 的概念统治了这一时期企业社会责任的讨论;20 世纪 70 年代,企业社会回应 (CSR₂) 主宰了相关时期关于企业社会责任的研究;20 世纪 80 年代,展现企业社会责任思想整体演变过程的企业社会表现 (CSP) 则成为此阶段企业社会责任的思想主流,这股思想洪流在 20 世纪 80 年代中期与日益兴起的相关利益者理论在 20 世纪 90 年代终成全面融合的趋势。

一、企业社会责任思想

1. 狭义企业社会责任的内涵

1953 年鲍恩在其划时代著作《商人的社会责任》中定义“商人的社会责任”为“商人具有按照社会目标和价值观去确定政策、做出决策和采取行动的义务”。鲍恩提出企业社会责任以后,不少学者在其基础上进一步发展和完善了企业社会责任,其中最具代表性的是基思·戴维斯 (Keith Davis)。戴维斯站在管理学的角度认为企业的社会责任是指“商人的决策和行动至少有一部分不是出于企业直接的经济和技术利益”。他认为企业社会责任具有两面性:一面是企业社会责任的经济性,由于商人管理的是社会中的经济组织,所以他们在影响公共福利的经济发展方面对社会负有很大的责任;另一方面是企业社会责任的非经济性,商人同时负有培养和发展人类价值观的责任,这是截然不同的一类社会责任,无法用经济价值的标准来进行衡量。也就是说企业对社会的责任不仅仅局限在经济方面,还包括非经济方面。

与其他学者的观点不同,著名经济学家弗里德曼 (Friedman) 认为,企业是虚拟的人,其

责任也是虚拟的,他认为,只有自然人才能承担责任,企业作为一个整体是不能说负有责任的。因此,弗里德曼(1962)旗帜鲜明地声称:“在自由经济中,企业有且仅有一个社会责任——只要它处在游戏规则中,也就是处在开放、自由和没有欺诈的竞争中,那就是要使用其资源并从事经营活动以增加利润。”因此,弗里德曼的观点是“企业社会责任就是对股东的经济责任”。这些关于企业社会责任的概念只是简单地界定需要企业考虑的超越经济与法律的事务,不够明确和具体,未能指明企业如何做社会事务。有关企业如何应对迫在眉睫的社会需求的讨论催生了“企业社会回应”。

2. 企业社会回应

20世纪60年代政治经济社会环境动荡不定,政府、外国竞争、消费者运动等引起企业所处环境产生剧变,这种变化迫使许多企业必须重新思考企业与社会的关系。同时,促使企业社会责任研究不能只停留在概念和争论上,而必须转化成关乎企业生存的实实在在的问题。阿克曼和鲍尔(Ackerman&Bauer)正是在这种背景下首先提出了企业社会回应的概念,不过他们并未明确定义企业社会回应,但却认识到企业社会回应是一个管理过程,通过这一管理过程可以将企业社会责任的表面语言转化为富有意义的行动。而明确定义企业社会回应的是弗雷德里克,他认为企业社会回应是“企业回应社会压力的能力”。在他看来,狭义企业社会责任主要回答“为什么?是否?为了谁的利益?”等问题,而企业社会回应主要回答“如何?什么方法?产生什么效应?根据什么操作指南?”等问题。所以,无论是从论调还是从方法上而言,企业社会回应都深具管理品性,它避开了企业社会责任的理念,而着重强调企业管理者与社会之间的关系,它从如何促使企业更好地对环境做出社会回应的实践角度来替代左右企业社会责任的那些抽象难懂的准则。另外,弗雷德里克充分指出企业社会回应是企业社会责任的概念性转变,是从理念和伦理概念向行为导向的管理概念的转变。这一转变将企业和社会研究提上一个新的现实平台,也使相关研究更符合企业和职业管理者的实践轨道。

3. 企业社会表现

自鲍恩以来所形成的企业社会责任概念有两个方面的局限性,一是其单向思维,二是其含糊性。企业社会责任从广义上而言应是一个多维的概念,但许多学者在企业社会责任研究中往往把它作为一个单维的取向,或者与社会环境,或者与慈善行为,或者与经济法律责任,或者与产品问题相关,等等。另一方面,其含糊性也常常遭到批评,如,企业社会责任只是指与现行法律法规相一致的行为,还是指法律之外企业的自愿行为?它是指与当前公众预期相一致的行为,还是指预期到未来可能的社会需求的企业行为?要找到这些与企业社会责任的实际含义相关问题的准确答案则是相当困难的,究其原因就是对这个概念究竟意味着什么缺乏一致

性。另一方面,企业社会回应试图通过衡量企业应对社会压力的能力,通过加强企业与外部群体和政府的沟通和讨论的能力,提供社会公众相关信息的意愿,接受公众对其行为的评价,提倡诚实和公开等来修补企业社会责任的单一维度的缺陷,但它仍然解决不了企业社会责任概念的含糊性问题。为此,学术界就不得不另外再创造出个含义更为广阔、内容更为宽泛、定义更为精确的概念——企业社会表现(Corporate social performance CSP),用于兼容并蓄企业社会责任和企业社会回应这两大概念。

在对企业社会表现的定义中,第一个比较有影响的是沃蒂克(Wartick)和科克伦(Cochran)的定义。沃蒂克和科克伦将企业社会表现表述为“企业社会表现反映了企业社会责任原则,社会响应,社会响应过程和用于解决社会问题的政策之间的相互根本作用”。对于这个定义他们说明如下:“它将企业与社会领域的三大主导方向融合在一起,即主要与社会责任准则相关的理念导向,主要与社会回应过程相关的制度导向以及主要与社会问题管理政策相关的组织导向。”“通过对社会责任、社会回应和社会问题的综合,企业社会表现为全面分析企业与社会提供了一个极具价值的框架。”但是伍德(Wood)认为“performance”是行动和结果,并不是相互作用或整合,所以他认为,沃蒂克和科克伦的这个定义不够完整,应该进行修正,她认为“企业社会表现是一个企业组织的社会责任原则、社会回应过程与政策和方案的构成,以及当他们与企业社会关系相联系时所产生的可以观察的结果。”伍德解释说,在这个定义下,为了评估企业社会表现,必须同时考察社会责任原则对企业所采取行动的激励程度、企业利用社会回应过程的程度、管理企业社会关系和社会影响的方案和本质的本质以及以上方面相互之间的联系。

二、相关利益者理论

1. 相关利益者的内涵

最早定义相关利益者的是斯坦福研究所(Stanford Research Institute, 1963年),它把相关利益者界定为“那些如果没有他们的支持企业组织将不复存在的群体”。瑞典的雷曼(Rhenman, 1968年)在他关于工业民主的论著中明确地把相关利益者看作是那些“依存于公司以籍此实现其个人目标,而同时公司又取决于其存在的人”。应该说,到目前为止,相关利益者还没有形成一个统一的定义,究其原因则是在相关利益者分析中,还没有建立起一个关于“利益”一词的通用和可接受的定义。对“利益”的理解不同,有关相关利益者的概念就有广义和狭义的区别。

相关利益者鼻祖弗里曼(Freeman)给相关利益者下了一个日后成为经典的广义定义:“一个组织里的相关利益者是可以影响到组织目标的实现或受其实现影响的群体或个人”。他解释说相关利益者具体是指那些在公司中存在利益或具有索取权的群体。具体来说是指供应商、客户、雇员、股

东、当地的社区以及处于代理人角色的管理者等。这一定义虽然经典,但其缺陷也是致命的,那就是它不可精确计量。与弗里曼不同,卡罗尔(1993)提出的是最具代表性的狭义相关利益者概念。卡罗尔认为相关利益者“指那些企业与之互动并在企业里具有利益或权利的个人或群体”。在这里卡罗尔所强调的是个人或群体在企业里的利益。这一概念只抓住相关利益者的某一个关键特征,突出强调相关利益者与企业核心经济利益相关的那一部分利益,集中于相关利益者的合法性。狭义的相关利益者概念较为符合企业实践活动的现实,也易于计量。

比较广义与狭义两个概念可以看出,相关利益者的广义概念主要建立在描述的基础上,它强调的是公司现实生活中最终所受到影响的那些个人或群体,而无论这些个人或群体是否具有合法的权利。因而,它有可能将任何个人或群体包含在一个企业的相关利益者中。相关利益者的狭义概念则主要建立在规范性原则上,它强调的是少数具有合法性的个人或群体。这一概念的建立为日后以相关利益者为理论基础的企业社会责任的计量打下了坚实的基础。

2. 相关利益者理论框架

相关利益者理论来源复杂且早期研究亦散乱一片。唐纳森和普雷斯顿(Donelson & Preston)在相关利益者研究传统概念下,把相关利益者理论归纳为三大类:描述主义(经验主义 descriptive/empirical)理论,工具主义(instrumental)理论和规范主义(normative)理论。

描述主义理论指用于描述、解释和确定公司特征及行为的理论;所谓工具主义理论指用于确认相关利益者管理与企业传统目标(如盈利能力和增长率)之间是否存在联系的理论;所谓规范主义理论指用于说明企业职能,包括确定企业经营与管理的道德或哲学指南的理论。按照唐纳森和普雷斯顿的提法,在相关利益者传统中,描述主义理论重点调查企业管理者是怎样与相关利益者打交道以及企业管理者是否考虑到相关利益者的利益,工具主义理论主要在于弄清相关利益者管理对企业业绩的影响,规范主义理论着重阐明应当如何考虑相关利益者利益及其理由。

针对唐纳森和普雷斯顿的分类方法与内容,琼斯和威克斯(Jones & Wicks)则提出了不同的看法,他们认为应把三大相关利益者理论一体化起来。其理论后来被学者们称为一体化相关利益者理论。他们把三大相关利益者理论中的描述主义理论和工具主义理论归为一类,放到“以社会科学为基础的理论”标题之下,把规范主义理论单独出来,放到“以伦理为基础的理论”标题之下。他们认为,前者主要是通过搜集数据、运用科学方法来检验相应的假设,后者则主要侧重于规范问题的讨论上,主要采用叙述式的方法。一体化相关利益者理论要回答的中心问题是:哪一类相关利益者之间的关系既是伦理上合理的,又是实践上可行的。琼斯和威克斯主张,

一方面,来自社会科学阵营的人应该在伦理学的正统原则上建立他们的工具主义理论,他们应该认同任何一种根植于相关利益者概念的工具主义理论必须有道德伦理上可接受的结果与方法;另一方面,尽管一般来说,实践性不是伦理学的关键要素,但在相关利益者理论范畴却至关重要,所以,叙述式伦理学的拥护者也必须认识到他们的理论既要有正统、坚实的规范主义理由,同时也必须有正确、合理的工具主义方法。社会科学方法的加入将有助于提高叙述式相关性利益者理论的重要性,加强其在实践上的应用。

因而,一体化的相关利益者理论事实上是一个既包含规范主义理论,又包含工具主义理论的理论综合。前者确定相关利益者理论的方法和结果具有合理的伦理基础,后者保证方法与结果之间具有逻辑上的吻合、理论上的连贯以及叙述上的可行。

三、企业社会责任与相关利益者理论的结合

1. 企业社会责任与相关利益者理论结合的原因

相关利益者概念的出现明显地晚于企业社会责任,两者也有相互独立的研究领域,然而20世纪90年代两大理论却出现了全面结合的趋势。究其原因,一方面,相关利益者理论为企业社会责任研究提供了理论依据;另一方面,企业社会责任研究又为相关利益者理论提供了实证检验的方法。

由于企业社会责任研究中“社会”一词一直含糊不清,企业应向谁负责也缺乏明确的方向。在这种缺乏理论指导和支持的状况下,企业社会责任研究,虽经数十年的发展,仍停滞不前。而在企业社会责任研究里渗透进相关利益者理论,则可以明确地界定企业的社会责任之所在,相关利益者理论可以回答企业应该为谁承担责任等问题,从而解决了企业社会责任理论性不足的致命问题。另一方面,尽管相关利益者理论自20世纪80年代中期成型后发展势头很猛,但缺乏实证上的检验证据一直是相关利益者理论挥之不去的一块心病,而企业社会责任研究虽说理论上尚不足,但在研究方法的技术细节上却修正得很好,且已经有了相当数量的实证结果,符合工具主义相关利益者理论要求。所以,把企业社会责任研究拉进相关利益者理论研究范畴,恰好可以让相关利益者理论充分利用企业社会责任在实证上诸多现成的方法。正是因为企业社会责任研究与相关利益者理论之间各有所求,相互需要,可以取长补短,两者的结合可以把企业社会责任研究与相关性利益者理论都引向对企业和关系更好的理解上。所以,当相关利益者理论自身逐渐成熟之后,出现企业社会责任研究与相关利益者理论的全面结合则实属必然。

2. 相关利益者理论对企业社会责任研究的贡献

今天来看,相关利益者理论对企业社会责任研究的贡献主要体现在三个方面:一是明确了企业社会责任的定义;二是找到了衡量企业社会责任的正确方法;三是为企业社会责任提供了一种理论基础。

由于理论指导的缺乏,企业社会责任研究中,诸如“为谁承担社会责任”、“对什么事情做出回应”、“由谁以及用什么标准来判断企业社会表现”等问题令企业管理者苦恼不已。事实上,很多与社会相关的问题其实是相关利益者问题,社会中只有那么几个相关利益者群体,关心这些所谓的社会问题,所以这些问题并非原来意义上的社会问题。为此,克拉克森认为,企业及其管理者管理的是与相关利益者的关系,而不是与社会的关系,所以必须区分相关利益者问题与社会问题。按照伍德和琼斯的看法,企业的社会责任也就是企业对相关利益者的责任,他们认为相关利益者在企业社会责任中至少发挥4个方面的作用:一是相关利益者是企业社会表现预期的源泉;二是相关利益者承受企业社会行为的影响,即相关利益者是企业社会行为的接受者;三是相关利益者评价企业社会行为对相关利益者和企业所处环境的影响,以及企业是否满足相关利益者的预期;四是相关利益者根据他们的利益、预期、承受程度和/或评估结果采取行动。概括而言,相关利益者定义了企业社会行为的规范。

相关利益者理论对企业社会责任研究的另一个贡献则是找到了正确衡量企业社会责任的方法。企业社会责任的早期研究由于在一些基本概念上含混不清,导致衡量企业社会责任方法散乱而不统一。如早期出现的“声誉指数法”和“内容分析法”,较迟相继推出的《财富》杂志“公司声誉评级法”、“TRI法”和“公司慈善法”,都存在种种问题。而从相关利益者理论的角度,企业社会责任则是用企业是否满足多重相关利益者的需要来加以衡量的。也就是说,原来泛泛而谈的企业社会责任现在可以通过他与相关利益者的关系得到明确,从而可以通过对相关利益者利益的衡量来判定企业社会责任的表现。如,20世纪90年代后出现的KLD指数便是这种结合的具体体现。KLD指数是KLD公司(Kinder, Lydenberg, Domini, and Company)的分析师们独立创设的一种评价公司与相关利益者之间关系的评级标准。KLD指数从企业与相关利益者之间的8个方面的关系来衡量企业的社会责任,其中主要是社区关系、员工关系、自然环境、产品的安全与责任以及妇女与少数民族问题等5个方面。该方法采取5分刻度制衡量每一家企业在上述5个方面如何对待相关利益者。5个方面的评分从-2到+2,其中-2为消极对待相关利益者,+2为积极对待相关利益者。因此,企业社会责任被演化为企业与相关利益者的关系。

3. 企业社会责任研究对相关利益者理论的贡献

相关利益者理论研究中引进企业社会责任研究,其根本原因在于它能够在实证检验方面对相关利益者理论研究提供支持。其中,一个典型的例子就是企业社会表现的多维度衡量方法对相关利益者理论在实证检验上的支撑作用。自卡罗尔(1979)、沃蒂克和科克伦(1985)以及伍德(1991)以来,学者们总在不懈地努力要将企业社会责任发展成为一个多

维度的概念并最终通过企业社会表现模型将狭义企业社会责任、企业社会回应、企业社会问题管理等融合为一个广义的企业社会责任的多维度概念。而彼得·斯坦尼克(Peter Stanwick)、萨拉·斯坦尼克(Sarah Stanwick)(1998)等人认为企业社会表现中的多维度就包括企业慈善(用捐赠来反映)、高层管理人员(用薪酬和奖金来衡量)、员工(用董事会和企业中女性和少数民族人数来体现)、自然环境(用有害物质排放量来表示)以及股东(用企业获利能力来说明)等相关利益者。于是企业社会表现的多维度概念轻易地被替换成相关利益者的多重关系。实证研究中,他们正是通过这种替换来研究企业社会表现的排名与这5类相关利益者的关系的。

企业社会责任研究对相关利益者理论影响的另一个例证可以从克拉克森(1991)的RDAP刻度方法上得到说明。RDAP刻度方法是沃蒂克和科克伦(Wartick和Cocharan 1985)在研究企业社会回应时提出的一种分类方法,RDAP即反应型(reactive)、防守型(defensive)、适应型(accommodative)和主动型(proactive)的缩写。其中,反应型表示企业采取对抗的方式,防守型表示企业只按要求行事,适应型表示公司逐步改进,主动型表示公司领先一步。1991年,克拉克森从相关利益者理论角度来衡量加拿大企业社会表现时,尽管克拉克森已经在研究设计上逐步放弃了企业社会表现模型的早期版本,转而采用相关利益者管理方法,但他仍然保留了RDAP刻度方法与相关利益者管理的关系。而1995年,当克拉克森基本上放弃企业社会表现的旧框架,全面采用相关利益者理论新框架时,为了让RDAP刻度方法在相关利益者关系和责任的概念下更为适用和有效,克拉克森特别在RDAP刻度方法中增加了态度或策略这项内容。克拉克森解释说,这项内容可以体现企业对待相关利益者关系和问题中的负责任程度。

四、启示

企业社会责任的概念源于西方,却暗合了我国以人为本、构建和谐社会的根本国策。西方国家关于企业社会责任的研究成果及其实践,对我国那些现在还漠视、刻意回避甚至断然拒绝承担社会责任的企业来说,都应该是一种深刻的启示,那就是,企业作为当今社会除政府以外最有力量的社会组织,在构建和谐社会的过程中负有义不容辞的重大责任。基于利益相关者理论,企业的社会责任也就是企业对相关利益者的责任,企业承担社会责任的程度则是用是否满足多重相关利益者的需要来加以衡量的。这些利益相关者除投资者以外,还包括员工、环境、消费者、企业所在的社区等。目前我国社会中许多不和谐的现象无不与企业的活动有关。如,一些企业置员工生命于不顾,导致矿难频发;一些企业在《劳动合同法》实施之前,强制员工辞职,将以前的工龄“归零”,回避与员工签订无固定期限劳动合同的责任;一些企业强迫劳动,如“黑砖窑”事件等。又如,经济发展与环境保护相矛盾,部分地区出现空气污染、水土流失、土地沙化、水资源

短缺等。除此以外,一些企业产品质量责任意识淡漠,质量事故频发,严重损害了消费者的权益,还有一些企业社会捐助意识薄弱,对社会公益事业、弱势群体关注不够。所有这一切,均表现为企业社会责任缺失,这已严重影响了和谐社会建设目标的实现。为此笔者认为,企业应主动承担对相关利益者的责任,为构建和谐社会作出自己的贡献。

首先,企业应坚持以人为本,承担对员工的责任。和谐有序的企业劳动关系是企业生存和发展的前提,充分保障员工的各项基本权利是企业的应有之责。具体包括:合理雇用,企业在与劳动者订立劳动合同时应相互尊重,严禁霸王条款和随意解雇职工;企业应保障员工工资收入,建立定期加薪制度,企业的发展成果应为企业全体员工共享;反对强迫劳动并保障劳动安全,企业应遵守国家劳动法律、法规,使劳动者的各项社会保障落到实处。与此同时,企业还应致力于提高员工的工作生活质量,努力做到工作环境人性化、工作内容丰富化、合理提拔、为员工提供受教育的机会等。

其次,企业应在环境保护、节能减排、创建生态文明的过程中承担责任。为此,企业一方面应积极推进清洁生产,减少工业污染物排放。特别是冶金、有色、IT、医药、化工、电力、纺织、轻工、服务业等在实行清洁生产的同时,要努力实现由工业园区向生态园区发展。另一方面,应积极开展污水回用,实现废水的资源化。有条件的企业要实现废水“零排放”,严格执行用水定额和用水指标,实现废水的资源化,充分利用二次水资源。大中型企业可引进生态产业关键链接技术,开展物流、能源流的梯级利用。企业要以发展高新技术为己任,开发系列“绿色技术体系”,如废物资源化、生态产业链技术,环境工程技术等,建立起系统内的生产者、消费者、废料处理者的产业生态链,实现技术的生态化创新,大力发展循环经济。总之,企业应优化产业结构,朝着资源消耗少、能源消耗低、环境污染小的生态友好型企业方向发展。

第三,企业应不断提高产品质量,承担对消费者的责任。在产品生产过程中企业应恪守法律法规和国家强制性的关于产品质量和安全性的规定标准,同时对新产品开发和技术升级中可能造成的标准缺失或滞后,应确保产品的质量和安全性符合当时技术水平可以达到的要求。产品流入市场后,企业有责任及时弥补和消除产品使用过程中暴露出的质量缺陷和安全隐患,与此同时,企业应当建立产品召回制度,确保消费者生命财产安全。

第四,企业有支持社会事业发展并进行慈善捐助的责任。现阶段构建和谐社会的一个重要任务是要大力发展社会事业,教育、医疗卫生、社会保障等事业的发展直接关系到人民的最直接利益,也直接决定着社会安定与否、和谐与否。很多地方在发展社会事业上投资不足或无力投资,为此,企业应充分发挥资本优势,为发展社会事业,为成为一个好的企业公民而积极进行慈善捐助。支持社区教育、支持健康、人文关

怀、文化与艺术、城市建设等项目的发展。唯有如此,企业才能与相关利益者达到均衡、和谐、有序共存的社会状态。

参考文献:

- [1] Bowen, Howard R. 1953, *Social Responsibilities of the Businessman*, New York: Harper&Row, p. 6.
- [2] Davis, Keith, 1960, "Can business Afford to Ignore Social Responsibilities?" *California Management Review*, 2, p. 70.
- [3] Friedman, Milton, 2002, *Capitalism and Freedom*, Chicago: University of Chicago Press, p. 133.
- [4] Frederick, William. C. 1994, "From CSR1 to CSR2", *Business and Society*, Vol. 33 (2), p. 153.
- [5] Wartick, Steven L., and Cochran, Philip L., 1985, "The Evolution of the Corporate Social Performance Model", *Academy of Management Review* vol. 10(4) p758.
- [6] Wood, Donna J., 1991, "Social Issues in Management: Theory and Research in Corporate Social Performance", *Journal of Management*, Vol. 17(2) p387.
- [7] Freeman, R. E., 1984, *Strategic Management: stakeholder Approach*, Pitman Publishing Inc, p. 31.
- [8] Freeman, R. E., 1984, *Strategic Management: stakeholder Approach*, Pitman Publishing Inc, p. 41.
- [9] Carroll, A. B., 1993, *Business and Social: Ethics and Stakeholder Management* p. 22.
- [10] Donaldson, T., and Preston, L. E., 1995, "The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implication", *Academy of Management Review* vol. 20(1) p71.
- [11] Jones, T. M., and Wicks, A. C., 1999, "Convergent Stakeholder Theory", *Academy of Management Review*, vol. 24. (2) p206 - 207.
- [12] Clarkson, Max B. E., 1995, "A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance", *Academy of Management Review* vol. 20(1) p99.
- [13] Waddock, Sandra A. and Samuel B. Graves. The corporate social performance financial performance link[J]. *Strategic Management Journal*, 1997, 18(4), p303 - 319.
- [14] Clarkson, Max B. E., 1995, "A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance", *Academy of Management Review* vol. 20(1) p. 109.
- [15] 沈洪涛, 沈艺峰. 公司社会责任思想起源与演变[M]. 上海: 上海人民出版社, 2007.
- [16] 王新新, 杨德锋. 企业社会责任研究[J]. *工业技术经济* 2007, (4).

[责任编辑: 李小明]