

<<企业社会责任实证研究>>

图书基本信息

书名：<<企业社会责任实证研究>>

13位ISBN编号：9787562332732

10位ISBN编号：7562332738

出版时间：2010-5

出版时间：华南理工大学出版社

作者：黎友焕

页数：214

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<企业社会责任实证研究>>

前言

从远古时代的人类社会开始，义与利的均衡、个体与社会的和谐一直是人类社会孜孜以求的梦想和追求。

即使是在社会主义市场经济体系初步建立、人们步入小康社会的当前中国，众多的社会问题依然孕育或爆发于社会公平与效率之间。

随着经济的发展和结构的变迁，在企业、政府、社会和个人的诸多相互影响的关系中，企业所占用的社会资源越来越多，企业的影响力也越来越大，企业对社会的和谐发展发挥着越来越大的作用，同时也使得社会对企业的要求和期待逐渐提高。

与此同时，现代传媒技术和科技的发展也增强了对企业的监督以及要求规范企业行为的呼声。

我国在推行改革开放和市场经济建设的过程中，社会与经济日益融入世界发展的大舞台，尤其是在加入世界贸易组织后，中国与国际接轨的程度越来越高，这对中国的经济地位和政治地位的提高都是一个难得的机遇。

但是，企业社会责任对于中国企业与世界接轨来说，却成为了巨大的挑战和重大的考验，尤其是以劳动者权益保护问题、环境保护问题和消费者权益保护问题为核心的各种企业社会责任问题的暴露，使得研究中国企业社会责任建设问题更具必要性和紧迫性。

企业社会责任体现了企业对社会、对政府、对消费者、对员工和合作伙伴等利益相关者的社会责任。

现代企业制度能够吸纳劳动力、资本等生产要素并将其融合于一体，能够有效地配置各种社会资源，鼓励人们创业与冒险的精神，帮助投资者、经营者和劳动者实现人生价值，增加社会财富，增强政府运作效率，促进社会物质文明和精神文明建设，是市场经济发展的重要基石。

但是，在企业发展壮大过程中也出现了一些消极现象，比如，忽视劳工权益、造成环境污染、制造伪劣产品和诚信缺失等。

这些现象都是企业在一定程度上单一追求经济利益的结果。

<<企业社会责任实证研究>>

内容概要

本书力图构建一个系统的企业社会责任实证研究分析框架，各章节从不同角度出发，分析企业社会责任与企业生存发展的关系。

首先，以总结、归纳企业社会责任评价指标体系为切入点，建立一套较为完整的企业社会责任评价指标体系。

紧接着在利益相关者理论的基础上，通过建立模型、问卷调查、利用所得数据实证研究企业社会表现与企业组织绩效的关系，以及企业社会责任与经济绩效的关系，得出企业社会表现越好，企业绩效越高的结果。

同时，本书还科学研究了企业社会责任的需求、影响企业承担社会责任的因素，包括企业的外部因素和内部因素，以及不同市场结构下企业社会责任与企业绩效的关系，完善地建立了一个研究企业社会责任绩效的系统。

<<企业社会责任实证研究>>

作者简介

黎友焕，1971年7月生，广东汕尾人。

经济学博士。

北京交通大学应用经济学博士后，现任广东省社会科学综合开发研究中心主任、研究员、研究生导师

。

广东省企业社会责任研究会会长，《企业社会责任》杂志社社长兼总编辑。

主要研究方向为：世界经济、企业社会责任、国际贸易、国际金融。

2003—2005年曾在英国诺丁汉大学(The University of Nottingham)作高级访问学者。

主持国家和广东省社科规划项目各1项，主持各级领导、政府委托课题和其他各类横向课题30多项。作为主要成员参与国家、广东省社科规划项目以及国家教育部人文社科基金项目各3项，参与各级领导、政府委托课题和其他各类横向课题30多项，多次应邀出席省部级领导参加的决策咨询会。

出版个人专著16种，合作出版专著8种，主编各类书籍20多种，公开发表论文200多篇，其中一半以上文章发表在国家级刊物或核心期刊。

接受各类媒体采访超过2000次。

成果先后获：国家社科基金项目评审“优秀奖”(2004年)、广东省政府2004—2005年度广东省哲学社会科学优秀成果奖二等奖(2006年)，广东省政府2006—2007年度广东省哲学社会科学优秀成果奖二等奖(2009年)、新闻出版总署第二届“三个一百”原创图书出版工程(2008年)、第二届广东省优秀出版奖(图书奖)(2008年)等。

<<企业社会责任实证研究>>

书籍目录

第一章 导论 第一节 问题的提出 第二节 研究意义 一、现实意义 二、理论意义 第三节 引用文献概述 一、企业社会责任评价指标体系引用文献概述 二、企业社会表现及组织绩效引用文献概述 三、企业社会责任与企业绩效研究文献概述 四、中国企业社会责任相关因素研究的文献概述 五、企业社会责任需求研究文献概述 六、与市场结构有关的企业社会责任研究综述 第五节 研究思路、方法、结构 一、研究思路 二、研究方法 三、主要内容和结构 第六节 主要创新和贡献第二章 企业社会责任评价指标体系 第一节 国内外企业社会责任评价指标体系文献综述 一、国内企业社会责任评价指标体系文献回顾 二、国外企业社会责任评价指标体系文献回顾 三、对国内外企业社会责任评价指标体系文献的评析 第二节 企业社会责任评价指标体系设计原则及指标选择 一、企业社会责任评价指标体系设计的原则 二、企业社会责任评价指标体系的选择 第三节 企业社会责任评价指标体系的建立和指标权重 第四节 企业社会责任指标体系的实证研究第三章 企业社会表现及其组织绩效研究 第一节 企业社会表现研究 一、利益相关者理论研究回顾 二、企业社会表现理论研究回顾 第二节 企业社会表现与组织绩效关系的理论研究回顾 一、组织绩效研究的文献回顾 二、企业社会表现与组织绩效关系的文献回顾 第三节 企业社会表现与组织绩效关系的实证研究 一、实证研究设计 二、数据分析 第四节 组织特征对企业社会表现的影响研究 一、不同行业的企业社会表现研究 二、不同性质的企业社会表现研究 三、不同规模的企业社会表现研究 四、不同生命周期的企业社会表现研究 五、不同地区的企业社会表现研究 第五节 研究结果第四章 中国企业社会责任与企业绩效相关性之实证研究 第一节 企业社会责任与绩效研究综述 一、企业社会责任的界定与测评 二、企业绩效的测评 三、企业社会责任与企业绩效相关性研究 第二节 资料搜集与研究方法 一、资料的搜集 二、问卷的设计 第三节 实证研究结果 一、企业综合绩效与企业社会责任的基本情况 二、企业综合绩效与社会责任相关性分析 第四节 结论与进一步研究的方向 一、研究结论 二、研究的局限性 三、进一步研究的方向第五章 中国企业社会责任相关因素实证研究 第一节 文献回顾与理论假设 一、内部因素与企业社会责任的关系 二、外部因素与企业社会责任的关系 第二节 研究方法 一、变量的设计与测量 二、模型的构建 三、资料的搜集 第三节 研究结果 一、企业社会责任水平与内部因素的简单相关分析 二、企业社会责任水平与各外部因素的简单相关分析 三、企业社会责任水平与内外部因素的回归分析 四、企业社会责任水平与企业内外部因素关系假设的检验结果 第五节 结论与探讨 一、假设H1不成立 二、假设H2b不成立 三、假设H3不成立 四、假设H6a、H6b不成立 五、假设H7不成立 六、假设H8a不成立 七、假设H8b不成立 第五节 结论与建议第六章 企业社会责任的供求分析 第一节 企业社会责任供求研究综述 一、企业社会责任需求研究综述 二、企业社会责任供给研究综述 第二节 企业社会责任供求曲线 一、企业社会责任供求曲线 二、企业社会责任的供求均衡 三、企业履行社会责任后的供求曲线 第三节 加入企业社会责任后的供求均衡中的“剩余” 一、消费者剩余和生产者剩余 二、履行企业社会责任后的消费者剩余和生产者剩余 第四节 企业社会责任成本分析 一、最佳企业社会责任成本 二、在总成本不变的情况下,生产成本线和等产量线的变化 三、在总成本增加的情况下,生产成本线和等产量线的变动第七章 市场结构与企业社会责任 第一节 与市场结构有关的企业社会责任研究综述 一、垄断企业社会责任研究综述 二、差异化竞争企业社会责任研究综述 三、不同规模、不同行业企业社会责任研究综述 四、对市场结构与企业社会责任的疑问 第二节 完全竞争市场与企业社会责任 一、完全竞争厂商的短期均衡及履行社会责任后的变化 二、完全竞争厂商履行社会责任后的长期均衡 三、结论 第三节 垄断市场与企业社会责任 一、垄断厂商履行社会责任后的短期均衡 二、垄断厂商履行社会责任后的长期均衡 三、结论 第四节 垄断竞争市场与企业社会责任 一、垄断竞争厂商的需求曲线 二、垄断竞争厂商履行社会责任后的短期均衡 三、垄断竞争厂商履行社会责任后的长期均衡 四、结论 五、案例分析 第五节 寡头垄断市场与企业社会责任 一、折弯需求曲线中的企业社会责任 二、价格领导模型中的企业社会责任 三、结论 四、案例分析 第六节 小结参考文献

<<企业社会责任实证研究>>

章节摘录

第一阶段是发展和定义CSP构造。

第二阶段是实施CSP的定义，特别致力于CSP和财务绩效（FP）的关系研究，但无一个明确的结果。

第三阶段是解释企业社会绩效与财务绩效关系研究无统一结果的原因，并指明将来的发展方向。

他们指出，未来应该有更多研究理论背景，并精确地定义组织背景，对理解两者关系背后的本质将给予更多的关注。

Mohan（2003）认为CSR是商业与社会关系具体化的经验式的概念。

除了企业社会责任这个概念外，还有其他许多相关的概念，如商业伦理、企业社会回应、利益相关者模型、企业社会公正、可持续发展、企业慈善事业、组织公民行为和社会义务论。

图3-1清晰地表明了这些概念的发展历程。

从上述的概念发展历程可以看出，企业社会责任是在商业伦理、商人社会责任等概念的基础上发展而来的。

但是，企业社会责任究竟是什么？

学术界对此一直都没有一个统一的说法。

可以肯定的是企业社会责任是有别于商业责任的，它是指企业除了对股东负责，还应对全体社会承担的责任。

博文（H. Bowen）早在1953年首次给了企业社会责任一个明确的定义：商人按照社会的目标和价值，向有关政策靠拢、做出相应的决策、采取理想的具体行动和义务。

H. Gordon（1976）将企业社会责任定义为：解决由于企业责任所引发的全部或部分社会问题之真实的企图。

世界企业可持续发展委员会（World Business Council for Sustainable Development，WBCSD）1998年在荷兰进行第一次七国企业社会责任对话时，认为企业社会责任是企业承诺持续遵守道德规范，为经济发展作出贡献，并且改善员工及其家庭、当地整体社区、社会的生活品质。

Griffin（1999）认为企业社会责任是指组织针对其位居其中运作的社会，为了保护 and 强化该社会所必须善尽的一套义务。

<<企业社会责任实证研究>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>