

企业社会责任相关理论基础研究

卢嘉琪

厦门国家会计学院, 福建 厦门

收稿日期: 2023年6月6日; 录用日期: 2023年6月20日; 发布日期: 2023年7月26日

摘要

如今评价企业价值不仅依据企业赚取的利润, 更多地关注它对社会的正向影响, 承担对消费者、社区、环境的责任。本文根据企业社会责任理论基础的发展进程及内容的更新, 探究了主要理论观点的内容及其在企业履行社会责任中的作用, 从中探讨这些理论的优缺点。本文以新古典经济学理论为基点, 根据时代的要求不断丰富其内涵, 以此对企业社会责任有更深入的了解, 助力企业在竞争愈加激烈的营商环境中突围并赢得社会认可, 实现社会价值。

关键词

企业社会责任, 利益相关者, 社会契约理论, 社会公民

Research on the Basic Theory of Corporate Social Responsibility

Jiaqi Lu

Xiamen National Accounting Institute, Xiamen Fujian

Received: Jun. 6th, 2023; accepted: Jun. 20th, 2023; published: Jul. 26th, 2023

Abstract

Nowadays, the evaluation of enterprise value is not only based on the profits earned by the enterprise, but also pays more attention to its positive effect on the society, and assumes the responsibility for consumers, communities and the environment. According to the development process and content update of the theoretical foundation of corporate social responsibility, this paper probes into the content of the main theoretical viewpoints and their roles in the performance of corporate social responsibility, and discusses the advantages and disadvantages of these theories. Based on the neoclassical economic theory, this paper continuously enriches its connotation according to the requirements of the times, so as to have a deeper understanding of corporate social

responsibility, and help enterprises break through and win social recognition in the increasingly competitive business environment, and realize social value.

Keywords

Corporate Social Responsibility, Stakeholders, Social Contract Theory, Social Citizen

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

企业社会责任是指在追求企业利润经营目标的同时，如何权衡相关方的利益目标所衍生出的行为。这一概念 1924 年由谢尔顿提出[1]，但追溯至更早阶段已经可以看到企业社会责任的踪迹——公元前 5000 年的古典时期商人被迫开展社会公益性活动、1000 年的中世纪商人要服务于公共利益、1500 年的重商主义时期商人追求自我利益时仍要履行社会义务等。企业社会责任在不同的时代背景下所代表的内涵大相径庭，企业社会责任的理论基础是支持企业持续发展的重要动力和发展根基，笔者分析已衍生出的社会责任理论，总结出理论基础主要分为四大类：(1) 新古典经济学理论。该理论下的企业社会责任行为着眼于企业获取利润价值为主；(2) 利益相关者理论。该理论下的企业社会责任行为协调了其他与企业价值相关人的利益目标；(3) 企业社会契约理论。该理论下的企业社会责任行为主要是企业和社会个体达成协议所产生的；(4) 社会公民理论。该理论下的企业社会责任行为主要是为了谋求更好发展自身主动去改变社会问题所产生的。

2. 每个基础理论的内容介绍

2.1. 新古典经济学主要理论

20 世纪后，西方经济学经历了三大变革后，继承了古典经济学的部分内容，形成了新古典经济学体系。新古典经济学的基本假设是“经济人”假设，即每个独立的经济主体在特定的环境条件下私利地追求尽可能多的好处。新古典微观经济学以微观经济主体为研究对象，分析单个主体如何在有限资源条件下获得尽可能多的利益。由于家庭和厂商的选择行为代表着市场的供求关系，因此新古典微观经济学强调市场这一只“看不见的手”促成购买者和商家利益最大化条件下的社会资本最优配置。它主张的是经济自由，反对政府干预。而新古典宏观经济学的主要观点也包括了私人经济是可以单独保持稳定的；过多过问的财经政策是无效无益的。因此我们可以看出，“自由”就是新古典经济学的代名词，新古典经济学认为经济自由是最重要的，反对政府外加干预。

2.2. 利益相关者理论

“利益相关者”这一概念最先于 1963 年由斯坦福研究所提出，这认为企业的运作离不开各种利益相关者的投入，企业经营决策在享有他们的利益的同时，需要给与相应的回报。1984 年弗里曼提到，利益相关者理论认为企业的经营管理者应该均衡各方利益从而进行企业经营活动[2]。该理论在股东权力最大化的情况下，综合平衡了其他利益相关各方的诉求，再做出更优决策。关于利益相关者的定义也是众口难调。从所有权看，利益休戚者包含了企业的股票持有者；从企业经营活动联系性看，当中包括了职工、

消费者、供应商、债权人等；从企业社会利益看，则是包括了政府和媒体。卡拉克森(1994)认为是“在企业中投入人力或财务资本，从而承担一部分企业的经营活动风险” [3]。Mitchell 则是认为利益相关者具有三大特征——影响性、合法性、紧迫性，这一部分的主体能够影响企业决策[4]，并且能够合理合法地向企业索取一部分经济利益，短期中得到企业管理者的重视。

对以上几种具有代表性的观点进行研究探讨，综合得出利益相关者主要包括：股东、员工(包括高层管理者)、消费者、生产供应商、债权人、政府、社区、行业协会等。当中每个个体可以根据企业具体情况进行细分，例如股东可分为大股东和中小股东，企业对大股东负责能够维持企业的平稳发展，对中小股东负责则是维护他们的利益，加强股东对企业的信赖度和归属感。员工作为利益相关者的重要角色之一，是企业发展的重要人力资本之一，高水平人才能够创造更大的价值，高层管理者也会更尽心尽力为企业谋利。消费者的决策直接影响了企业的利润收益，得知消费者的消费偏好以后，企业可以由此促进未来的销售量和营业收入。与生产供应商的协议直接影响了企业的运营活动和毛利润，构建一个良好的合作关系能够维护企业利益。政府作为利益相关者，除了必要的税收收入以外，能够提供积极性的基础设施和公共政策，从外部为企业的良好发展保驾护航。社区和行业协会亦是如此，企业做出的运营活动能够影响他们的利益，是以一家的力量带动整体的发展，亦或是由于自身发展影响了周边的利益，这取决于企业的经营决策。因此，也将他们纳入考虑范畴，只有综合考虑他们的裨益权衡关系，才能保证企业健康发展。

2.3. 企业社会契约理论

契约，是双方达成一致看法构成的协议。那么，企业社会契约则可理解为企业和政府或社会组织机构达成某项协议合法行使权力、履行社会义务。传统的社会契约学说三大特征：一是社会契约的自由性。应遵循双方意愿，自由控制缔约的方式内容。二是社会契约的平等性。契约达成的首要条件是双方处于同等齐截的地位。三是社会契约的功利性。缔约人签订契约时均以自身利益为先。

为了建立一个正常运行的经济体系，必须建立一个被大部分人认可的“游戏规则”，当中包含了社会道德观和社会秩序公约等，相当于构建了一个程序的广泛的框架，各经济主体在这范围里进行各自的经济活动。企业社会契约理论的研究对象是广泛的，包含了企业在经营活动中应该协调的多方关系，该理论可分为企业外部社会契约理论和企业内部社会契约理论。外部社会契约是公司与其他主体达成的契约关系，分别包括了与消费者的、与公众的、与政府的和与其他企业的社会契约。企业与消费者之间的契约是指企业需要秉承服务理念，对消费者保持诚信，为其提供符合质量要求的产品，不得以次充好欺骗消费者。企业与公众之间的社会契约是指企业应该秉持对社会负责的态度，不得因为生产活动而造成水资源污染、空气污染、噪声污染和固体废弃物污染等。企业与政府的社会契约是指企业要依法践诺缴税义务，配合政府所发布的政策条例。企业与其他企业的社会契约是指生产经营过程中应该公平竞争，反对垄断资本，共同营造一个有活力的行业氛围。企业内部社会契约理论是企业内部人员之间形成的契约关系，分别包括了与股东的、与管理者的和与员工的社会契约。企业与股东的社会契约是指股东权力范围是有限的，不得过分干预管理者的行为。企业与管理者的社会契约是指管理者应该对企业尽职，管理者要维护股东权益不受侵害，例如管理者需要及时向企业披露相关信息、禁止非法交易等。企业与员工的社会契约是指员工为企业付出人力资本的同时，企业应该为员工提供更好的发展空间，给予安全公平的工作环境，提升员工的幸福指数。

2.4. 社会公民理论

自工业化、经济全球化以来，环境污染、贫富差距等问题愈发严重，20世纪90年代，将法学角度中的“公民”概念引入企业社会责任的框架中，强调企业应该像公民一样受到法律和伦理道德约束，在

社会生活中肩负社会担当。企业公民这一概念是“企业”和“公民”两者有机统一构成，除了依法享受权利和承担义务外，更强调企业应该具备公民所拥有的道德观。因此，社会公民理论是指企业以公民身份参加社会运作，承担社会道德使命，实现了“经济人”向“社会人”的转变。

学者关于企业公民产生不一样的看法，一部分认为企业是公民，强调企业的公民权管理职能；一部分认为企业公民是道德、经济、政府三者结合形成的行为方式。但总体来看企业公民学说都要求了企业应该具备规范的公民行为。世界经济论坛认为从企业自身发展前景层面看，合格的企业公民应该遵纪守法，对一切腐败贿赂行为说“不”，拒绝徘徊于灰色地带，遵从正向的道德价值观。从企业的人文环境看，企业公民应该构建公平、和谐、可发展的工作环境，保障员工“干得舒心，做得开心”，对员工的发展机会和薪酬待遇负责。从企业公民对环境影响的层面看，企业公民应该注重经济效率和节能环保的统一，在生产经营过程中不忘保护生态环境，呼吁当今时代潮流的号召，做好节能减排，在气候环境保护中起模范引领作用。从大发展层面看，企业公民置身于经济全球化时代和大数据时代，应该向弱势贫困企业伸出援手，提供有助于发展的信息技术支持等。

3. 各个基础理论与企业社会责任的关系

3.1. 新古典经济学理论视角下的企业社会责任

在新古典经济学学说视角下的企业社会责任以满足企业私人利益为重心，在生产经营中会为了满足自身利益而轻忽了社会福利。Friedman 等学者以亚当·斯密的“看不见的手”理论为基础，探究在社会经济生活中，人们会被一股看不见的力量驱动进行各项利己的经济活动，虽然活动出发点是主观的满足个人利益，但这过程中会达成另一个目的——促进了社会利益和发展，即使并未想过要增进公共福利[5]。在这种经济与人性在同一维度的情况下，企业会追求较高的经济资源配置效率，以此满足经济需求和履行社会责任义务。企业管理者认为股东至上，为股东创造最大利益的价值是企业的责任，倘若用股东的钱去解决社会问题的话，不仅牺牲了企业的经济效率，还影响了社会的集体资本配备效率。换句话说，寻求企业利润最大化成为了企业社会责任的实现手段。

同时，新古典经济学理论强调市场是自由的，企业在自由的市场中生存的第一要义就是追求稳定的利润，因此企业在经济领域自由蓬勃的发展是它的主业。如果将企业带入社会领域、政治领域，企业将无暇分身，非但达到预期效果反而会引起严重后果。将这一理论和企业社会责任结合起来，公司的唯一任务是将资产利用率最优化，实现有利可图的使用，在此过程中，应以自由追求利润最大化为重，或许会间接地促进社会效益，但那也不是企业的责任。所以，企业社会责任囿于寻求利润正是一种无可厚非的选择。

3.2. 利益相关者理论视角下的企业社会责任

通过该视角分析社会责任的影响因素问题，探究出两者之间存在相互渗透的关系。利益相关者理论是基于利益相关者对企业的输入资本的层面，而企业社会责任理论是基于企业对外价值分配的输出层面。利益相关者分别向企业投入了股权资本、债权资本、商品资本、市场资本、人力资本、公共资本，从而促进企业进行价值创造，最终企业对他们进行价值分配，这就是企业社会责任的形成。在股东最优的反思上，该理论视角下的企业社会责任力求促进股东利益之外的其他主体社会效益，企业要同时对出资人和其他相关方负责，从而履行社会责任。

这理论逐渐发展起来之后，许多学者认为企业履行社会责任的对象具体化为利益相关者。Thomas M.Jones (1980)提及“企业社会责任对社会中的团体具有法律条约以外的不成文责任”[6]。Edwin M.Epstein (1987)提到“企业社会行为要有利于利益相关者，需要保持决策结果的正当性，这是社会公众的关注点”

[7]。Cowen (1987)表明企业会从利益相关者处获得更多的资源,从而推进企业社会责任的实现[8]。周祖城(2005)认为“企业社会责任是企业做出的法律规定以外的、满足社会对其期望的综合性道德责任”[9]。

多元的相关者会改变公司的规模,催生社会责任的有效实现。从资源方面看,利益联系者向企业投入资本,企业经营内部有股本资本、债权资本、人力资本的支撑,外部市场资本、商品资本、公共资本的保障,对于企业扩大生产经营规模“如虎添翼”。资源是企业创造价值的基础,那么企业在创造出企业价值的同时,也要进行“反哺”,增加利益相关者的价值,才能实现付出与收获的配比。这恰恰表明了多元利益相关者通过鼓励企业创造价值的同时,间接地促使企业社会责任的实现。

3.3. 社会契约理论和企业社会责任

在现代企业中,不同主体之间穿插各种复杂的契约。这种复杂的契约关系系统和利益相关者理论有点相似,但前者更强调企业与利益相关者以某种方式达成显性或隐形契约,为企业提供资源的同时也能满足自己的利益,而后者没有强烈希望企业满足自身利益的主观意愿。

契约,可以理解成制度,在特定范围内调节个体间社会关系的被一致认可的约束性安排。例如企业与员工之间的契约关系可以具体为雇主与雇员的雇佣合同,合同中对工资薪酬、工作时间、工作内容等作出了明确安排,雇员付出劳动成本,则企业给予薪酬作为报酬。但实际生活中,由于信息的不对称性,往往会出现企业要求员工无偿加班或者拖欠工资的情况,而员工也可能因为懈怠工作损害了公司利益,这时候双方之间出现了一种隐形契约关系——企业不得侵害员工利益,员工需要勤恳对待工作。因此对于企业来说,履行社会契约理论下的企业社会责任不仅要履行显性的契约,更要积极实现隐形契约,为员工提供一个舒适平等的工作氛围。因此,建立健康的社会契约利于企业正向成长。

Thomas Donaldson 就企业和社会建立了一个契约:企业置身于社会之中,企业应对提供生存空间的社会承担社会责任;社会也要肩负一定的责任[10]。传统的企业社会契约理论认为:企业的紧要任务是追求益处最大化,提供有用的产品是对社会的贡献。如今用发展的观点看企业社会契约理论,企业追求经济的同时可能会导致社会环境的破坏、社会团体的利益受侵害等社会问题,企业有义务对此负责。

社会契约理论的深化,帮助企业在处理利益相关者的利害关系时,更能做出正确的判断,从而落实企业社会责任。那么企业履行社会责任的动力究竟是什么?根据工具主义和道德规范性可以推测出,从工具性观点看,企业履行社会责任出于“利己”动机,企业将社会责任视为推动企业发展的动力,履行具有正外部性的社会责任时能促进获得收益;从规范性观点看,企业履行社会责任出于“利他”的念头,受到道德伦理的“督促”。在两种观点的结合下,影响了企业的行为规范。当企业的功利行为与社会责任同向时,工具性观点给予了企业自发履行社会责任的条件;当逐利行为与企业社会责任反向时,规范性观点指明了履行社会责任的纠正方向。

3.4. 社会公民理论和企业社会责任

企业属于社会公民,在享受社会为其提供的发展资源和一定权利的同时,需要无条件地奉行相应的任务,这个义务可以理解为企业的社会责任。与其他理论有所不同,企业公民理论将企业社会责任当作是企业主动作出的“利他”行为,保证了企业社会责任的正当性。Keith Davis 表示企业公民权利和社会责任是“权责一致”的,“社会责任是企业领导者们应该肩负的责任使命,从而对等换取给予他们利益的社会福利”[11]。屈晓华表明“考量企业经营目标的重要指标之一就是企业社会责任的履行程度,它覆盖了法律和道德整体层面,反映了企业和社会群体关系的健康程度”[12]。张圣兵(2013)表明“公民的身份肯定企业承担社会责任法律义务的必要性”[13]。因此,通过公民应该承担的法律责任和遵循的伦理道德可分析得出,企业社会责任主要有以下几方面:① 经济责任;② 法律责任;③ 伦理责任;④ 生态责任;⑤ 文化责任。

3.4.1. 经济责任

企业作为为社会提供产品服务经济主体，主要职能是生产销售公众所需的产品和服务，实现企业的赢利目标不单是对股东负责，更是维护市场的稳定性，对市场经济负责。与此同时，企业的责任行为皆建立在经济责任的根柢上。一个成功的企业在获取利润的同时，能够保持强有力的竞争力，带动同行业的其他企业的积极性，带活一个地区的经济增长。另外，持续盈利也能为国家带来财政收入，提升本地区的财政活力。

3.4.2. 法律责任

企业享有社会赋予的生产经营的权利同时，必须按照相关法律法规的规定，自觉履行法律义务，企业的一切生产运作行为皆在法律的约束下进行。企业应当满足政府的期望，依法纳税，不得偷税、逃税、漏税，禁止钱权交易，增加企业的透明度公开度；企业所提供的产品和服务需要达到最低法律标准，实现对消费者质量方面的承诺；企业不得随意侵害职工权益，对员工的生理、心理承担责任等。

3.4.3. 伦理责任

企业的伦理责任是指企业经营运作过程中满足社会道德观，所作所为符合社会推崇认可的道德伦理标准，做正确的事，走正义的路。同时伦理责任中要注重尊重大家的道德价值。当企业有能力的时候应该多参与慈善事业和其他公益事业，帮助贫困地区的儿童助学和资助残障人士等，进一步实现企业社会责任。

3.4.4. 生态责任

企业的生态责任要求企业在运作中需要依法依规保护环境，合理合适使用资源。要注重企业追求利润的时候，不得对附近社区产生环境的负面影响。另外，企业要承担由于生产经营所造成的资源损耗和环境破坏的相关费用，例如对于违规排放废气污水的要给予罚款整治处理，资源税也正是从外部强制性规定企业履行社会生态责任的一种体现。

3.4.5. 文化责任

文化责任主要是企业文化价值的宣传责任，企业在经营过程中体现出的诚信为本、操守为重、服务为本的价值理念有助于营造和谐、公平竞争的行业氛围，推动社会的良好风气形成。企业构建积极的核心文化时能带动事业稳步发展，提高知名度和品牌效应，增加顾客的满意度和忠诚度，为其他企业树立标杆作用。积极主动承担社会责任还会增加企业文化的内聚力，加强企业的道德伦理意识，这是企业文化与社会责任的相互作用。因此，企业有责任构建起一个有凝聚力、有正向性的企业文化底蕴系统，从而保证企业社会责任的建设。

4. 各个基础理论在企业社会责任方面的优缺点

4.1. 新古典经济学理论

新古典经济学理论视角下的企业社会责任是从经济学角度理性地思考这个问题，企业的本质工作就是以最优的效率完成生产工作，除此以外的社会问题不应该由企业来解决。这一观点的优点是明确指出了企业实现社会责任的方式是追求利润，使社会责任明晰可行，同时使企业专注于提升自身效率，减少在关注民生、缴纳税收、创造就业等问题上花费的精力。

新古典经济学理论的缺点在于虽然强调了经济学的客观，但对企业社会责任的理解不符合社会对企业社会责任的认知，没有真正触碰社会责任的本质性内容。该理论下企业追求利润的同时可间接促使社会资源有效配置，问题是，这需要在市场有序的苛刻条件假设下实现，“看不见的手”的美好功效只能

是一种奢想。那么，企业生产对社会造成的日渐加大的负面影响不能被轻易忽视。社会人民在呼吁企业社会责任的时候往往关注产品质量问题和环境污染问题，这与新古典经济学理论所追求的最优经济恰恰矛盾。

4.2. 利益相关者理论的贡献与不足

利用利益相关者理论研究企业社会责任能从不同角度察看企业与社会与益处相关者的关联，具有以下四方面的优点：第一，改正了“股东权益至高”的原则，丰富了企业社会责任的理论基础。早期认为企业需要履行经济责任和其他社会责任，但在这一方面的理论基础是空白的，无法有力的支撑企业去实现，但提出这个理论后能够阐释企业社会责任的正确性。同时，企业的风险不应由股东独自承担，市场是个相互联系的整体，在这个大熔炉里其他利益相关者也要承担企业的风险，因此企业也该对他们负责。第二，明确了社会责任的实施对象。“社会”一词是个模糊的概念，因此企业承担社会责任时并没有具体实体对象，该理论出现后使企业明晰了义务主体，社会责任也变得可操作。企业可以在相应针对性地实施不同的承担义务对策。第三，推进了企业社会责任的定量研究分析，量化研究责任与经济绩效的关系。引入利益相关者理论之后，可定量分析企业社会责任与经济绩效存在正相关关系，当不同利益相关者需求被满足后，企业社会绩效会提高，体现为销售利润增长、商誉增加等。因此，企业会主动去承担社会责任。第四，明确企业社会责任的可操作机制。利益相关者理论优于新古典经济学理论的地方是指出了企业应该如何承担企业社会责任，由于明确了责任对象，因此实现机制也应运而生。

尽管利益相关者理论比早期的企业社会责任理论已经有了较大的提升，但是他还存在许多不足之处，主要体现在：第一，对裨益相关者的限定归类没有统一意见。学术界关于利益相关者的概念各执一词，由于责任对象的不统一导致企业社会责任的义务内容也不统一，从而给了企业钻漏洞的机会。企业可根据自身偏好来为某一利益相关者承担相对较大的责任义务，企业也不断地模糊责任对象和责任内容。第二，该理论可行性不高，无法防范企业的投机行为。利益相关者理论实施的前提是创设起一个“多元公平公正”的裨益天平，但企业作为“经济人”以利润诉求为主，机会主义会使企业行为出现偏差。企业以“利他”行为为主要经营活动，也是不现实的。

4.3. 企业社会契约理论的贡献与不足

企业社会契约理论是利益相关者与社会契约理论的有机结合，既规定了义务对象，又阐述了责任的实现依据。该理论的贡献在以下几方面：第一，企业社会契约理论评释了企业遵行社会责任的动机，使其具有约束性。第二，社会契约理论将各个经济个体放置平等的地位，尊重人的主权，真实体现了双方真实的意愿。在此情况下，企业履行社会责任从“想不想去”变为“要不要去”，体现出社会公平。第三，该理论使企业社会责任运动蓬勃发展，衍生出多元化的形式。

但是，企业社会契约理论仍存在不恰当的地方。该理论的实施需要外部强大的约束力，当企业不受监管或违规成本较低时，“经济人”的机会主义会驱使企业打破契约约束，从而与社会责任行为冲突。

4.4. 企业公民理论的贡献与不足

企业公民理论从权责一致说明了企业社会责任的范围，在该理论下企业履行社会责任的内容比社会契约理论下的要更明晰。在企业公民理论的指导下，贯彻企业现代社会责任思想，其推行范围更大，也有助于构建公司社会责任法治化落实体制。但企业公民理论下的企业社会责任主要被框定在法律范畴，因此在道德层面的社会责任是不完备的。当出现不违反法律法规的逐利行为，企业需要靠强大的道德伦理约束力才能不与企业社会责任义务相冲突。

参考文献

- [1] Sheldon, O. (1924) *The Philosophy of Management*. Sir Isaac Pitman and Sons Ltd., London.
- [2] Freeman, R.E. (1984) *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman Publish Inc., New York, 31.
- [3] Clarkson, M.A. (1995) Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance. *Academy of Management Review*, **20**, 92-117. <https://doi.org/10.2307/258888>
- [4] Mitchell, R.K., Agle, B.R. and Wood, D.J. (1997) Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts. *Academy of Management Review*, **22**, 853-886. <https://doi.org/10.2307/259247>
- [5] Friedman, M. (1970) The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits. *New York Times Magazine*, 13, 122-126.
- [6] Thomas, A.S. and Simerly, R.L. (1994) The Chief Executive Officer and Corporate Social performance: An Interdisciplinary Examination. *Journal of Business Ethics*, **13**, 959-968. <https://doi.org/10.1007/BF00881665>
- [7] Epstein, E.M. (1987) The Corporate Social Policy Process: Beyond Business Ethics. Corporate Social Responsibility and Corporate Social Responsiveness. *California Management Review*, **29**, 104. <https://doi.org/10.2307/41165254>
- [8] Cowen, S.S., Ferreri, L.B. and Parker, L.D. (1987) The Impact of Corporate Characteristics on Social Responsibility Disclosure: A Typology and Frequency-Based Analysis. *Accounting Organizations and Society*, **12**, 111-122. [https://doi.org/10.1016/0361-3682\(87\)90001-8](https://doi.org/10.1016/0361-3682(87)90001-8)
- [9] 周祖城. 企业社会责任: 视角、形式与内涵[J]. 理论学刊, 2005(2): 58-61.
- [10] Donaldson, T. and Preston, L.E. (1995) The Stakeholder Theory of Thecorporation: Concept, Evidence, and Implications. *The Academy of Management Review*, **20**, 65-91. <https://doi.org/10.2307/258887>
- [11] Davis, K. and Frederick, W.C. (1984) *Business and Society: Management, Public Policy, Ethics*, 5th Edition. McGraw-Hill, New York.
- [12] 屈晓华. 企业社会责任演进与企业良性行为反应的互动研究[J]. 管理现代化, 2003(5): 13-16.
- [13] 张圣兵. 企业承担社会责任的性质和原因[J]. 经济学家, 2013(3): 49-52. <https://doi.org/10.16158/j.cnki.51-1312/f.2013.03.008>