

企业社会责任评价模式的反思与重构*

肖红军¹, 许英杰²

(1. 中国社会科学院工业经济研究所, 北京 100836;

2. 中国社会科学院研究生院, 北京 102488)

内容提要:企业社会责任评价不仅是微观层面企业社会责任管理的重要内容,而且也已经成为宏观层面企业社会责任推进的关键机制。无论是学术界还是企业界,都已经对企业社会责任评价进行了大量卓有成效的探索。根据理论基础和操作方式的差异,本文将现有的企业社会责任评价模式归纳为“三重底线”模式、“金字塔”模式、“利益相关方”模式、“主要议题”模式、“交叉复合”模式和“单一替代”模式六种模式,对每一种模式的研究成果进行了梳理和回顾,深入剖析了每一种模式的优点与缺陷。结果发现,这些模式往往存在理论基础薄弱甚至严重片面性、评价体系值得商榷甚至出现明显误导等问题。在此基础上,本文试图对企业社会责任评价模式进行重构,并构建了企业社会责任评价的“钻石模型”模式。本文认为,企业社会责任评价的理论基础应从传统的工具理性观向现代性综合价值创造观转变,企业社会责任评价模式应从现有的经验主义和规范主义模式向一体化模式转变。

关键词:企业社会责任;评价模式;综合价值;重构

中图分类号:C270 **文献标志码:**A **文章编号:**1002—5766(2014)09—0067—12

定义、检验、实践和评价是企业社会责任研究的四大基本领域。企业社会责任评价不仅是微观层面企业社会责任管理的重要内容,而且也已经成为宏观层面企业社会责任推进的关键机制。无论是学术上长期以来对企业社会责任正当性或宏观效应的实证研究,还是实践中对特定企业的社会责任绩效开展监测与管理,抑或是从治理视角对一个国家或地区的社会责任状况进行把控,都深受企业社会责任评价模式的影响。事实上,企业社会责任研究的重要领域即企业社会绩效与企业财务绩效之间关系的探讨之所以被 Griffin & Mahon(1997)称为“一场活生生的战争”,大量的实证研究结论之间存在相互冲突,很大程度上是因为缺乏一个全面和系统的企业社会责任评价体系(Ruf等,2001)。众多机构对企业的社会责任绩效进行评级或排名之

所以饱受争议,很大程度上也是因为它所采用的企业社会责任评价模式遭到诟病。正如 Chatterji & Levine(2005)所认为的,尽管企业社会责任评价已经变得流行,但迄今为止对于企业社会责任评价的内容与方式依然没有形成共识。一个理论上严谨,方法上全面、客观、一致,同时具有内部有效性和外部有效性的企业社会责任评价方法还只是一个理想(沈洪涛、沈艺峰,2007),这在一定程度上限制了企业社会责任评价作用的发挥,因此,有必要对已有的企业社会责任评价模式进行审视并重新建构。进一步来看,根据理论基础和操作方式的差异,自20世纪70年代开始兴起的企业社会责任评价可以归纳为六种模式:“三重底线”模式、“金字塔”模式、“利益相关方”模式、“主要议题”模式、“交叉复合”模式和“单一替代”模式。

收稿日期:2014-07-20

* 基金项目:国家社会科学基金青年项目“中国企业社会责任评价与推进机制研究”(12CGL039);中国社会科学院马克思主义理论学科建设与理论研究项目“马克思主义价值创造理论在中国的新发展”。

作者简介:肖红军(1977-),男,湖南郴州人。副研究员,管理学博士,研究领域是企业社会责任和企业成长。E-mail: xiaohjxiaohj@hotmail.com;许英杰(1986-),男,河南鹿邑人。博士研究生,研究方向是企业跨国经营与社会责任。E-mail: yingjiexu@foxmail.com。

一、企业社会责任评价的“三重底线”模式

企业社会责任评价的“三重底线”模式是以 Elkington(1997)提出的“三重底线”理论为基础,构建企业社会责任评价体系和实施企业社会责任评价活动。“三重底线”就是经济底线、环境底线和社会底线,意指企业必须履行最基本的经济责任、环境责任和社会责任。按照对“三重底线”理论应用的遵循程度,企业社会责任评价的“三重底线”模式可以分为完全的“三重底线”模式和改进的“三重底线”模式,前者是指完全按照最基本的经济责任、环境责任和社会责任三个方面构建企业社会责任评价体系,后者是指在“三重底线”责任基础上,增加了其他辅助性维度来构建企业社会责任评价体系。

1. “三重底线”模式的研究回顾

从完全的“三重底线”模式来看,最具代表性的是全球报告倡议组织(Global Reporting Initiative, GRI)在《可持续发展报告指南》中构建的企业社会责任信息披露指标体系,这一指标体系通常也被用作企业社会责任绩效评价。根据GRI(2013)发布的《可持续发展报告指南》(G4版),企业社会责任评价(具体标准信息披露)体系应涵盖经济、环境和社会三个方面的指标体系,其中经济方面包括4个二级指标9个三级指标,环境方面包括12个二级指标34个三级指标,社会方面包括劳工实践和体面工作、人权、社会、产品责任4个子类共48个具体指标。道琼斯可持续发展指数(Dow Jones Sustainability Index, DJSI)也是完全按照“三重底线”理论构建的企业社会责任评价体系。这一指数从经济维度、环境维度和社会维度构建企业社会责任评价指标体系,每个维度下均设有指标和次级指标。北京大学民营经济研究院(2006)在《中国企业社会责任调查评价体系与标准》中,将企业社会责任评价指标体系分为经济责任、环境责任和社会责任三个维度。白睿洁(2013)也基于“三重底线”理论,从经济、环境和社会发展三个方面构建了综合评价林业企业社会责任绩效的三级评价体系。从改进的“三重底线”模式来看,最具代表性的企业社会责任评价模式是黄群慧等(2009)提出的基于“四位一体”企业社会责任评价模型构建的企业社会责任评价体系。该企业社会责任评价体系结合了中国国情,以“三重底线”理论为基础,以责任管理为核心,以

市场责任(经济责任)为基础,以社会责任和环境责任为两翼。吴炜、袁翰林(2012)也在商业银行的特殊行业情境下,构建了改进型“三重底线”模式的企业社会责任评价模型,并从“管理维度、经济维度、社会维度、环境维度”四个方面构建了中国商业银行社会责任评价指标体系。

2. “三重底线”模式的审视与反思

企业社会责任评价的“三重底线”模式具有四个方面的优点:一是评价内容的全面性。这一模式从经济责任、社会责任和环境责任三个基本维度对企业社会责任进行评价,评价的内容全面涉及了企业社会责任所强调的经济影响、社会影响和环境影响,较好地反映了企业社会责任概念的多维性(Servaes & Tamayo, 2013)。二是评价维度的清晰性。这一模式中的经济责任、社会责任和环境责任三个基本维度采取了一致性的选择标准,相互之间满足“独立性”要求,界限非常清晰,由此使得这种模式的企业社会责任评价体系容易理解。三是责任要素的权衡性。“三重底线”理论的核心是强调企业应平衡履行经济责任、社会责任和环境责任,不能因为履行某一项责任而造成另一项责任的缺失,企业在某一项责任上的行动和绩效应考虑是否会危害企业在其他责任要素上的绩效,因此,企业的社会责任绩效是企业各责任要素上的绩效之和(综合绩效),负责任的企业应是综合绩效最优而非仅仅在某个责任要素上绩效最优的企业。以“三重底线”模型为基础的这类企业社会责任评价模式能够较好地将企业社会责任要素的权衡性体现出来,反映出企业社会责任对综合绩效的强调。四是评价体系的开放性。随着基于“三重底线”模型构建的企业社会责任评价体系不断发展和完善,企业社会责任管理(黄群慧等,2009)等社会责任内容不断引入,从而形成改进型的“三重底线”评价模式,体现了这一模式具有开放性特征。

与此同时,也应该看到,企业社会责任评价的“三重底线”模式也存在四个方面的明显缺陷:一是底线思维的局限性。“三重底线”理论强调企业的运营行为应满足经济底线、环境底线和社会底线,但企业社会责任不但要求企业履行底线责任,而且应该承担价值创造责任。这一模式对满足底线要求的强调,很大程度上会忽视企业的价值创造功能和绩效。二是底线分解的质疑性。“底线”只有一条(Pava, 2007),但“三重底线”模型将底线分解为

三个方面,这一划分可能容易导致歧义,具有逻辑上的不一致性。三是涵盖内容的宽泛性。这一模式持有一种更为宽泛的企业社会责任观点,它不仅要求企业向那些具有直接的、交易性关系的利益相关方负责,而且还要求企业向当地社区以及政府等更加宽泛的利益相关方负责,这对于深陷经济主导型思维方式的企业管理者来说,不仅是复杂的,而且也是具有挑战性的(Hubbard, 2009)。四是责任对象的不明确性。“三重底线”模型虽然回答了企业应该履行哪些社会责任,但并没有回答“企业应该为谁承担责任”,而这对于企业社会责任的评价和实践都非常重要。

二、企业社会责任评价的“金字塔”模式

企业社会责任评价的“金字塔”模式是以 Carroll(1979, 1991)提出的企业社会责任金字塔模型为基础构建企业社会责任评价体系和实施企业社会责任评价活动。按照 Carroll(1979)的观点,“企业社会责任包括社会于一个时点上对企业在经济、法律、伦理和自愿方面的期望”,因此,企业承担社会责任的内容应包括经济责任、法律责任、伦理责任和慈善(自愿)责任四个层面。

1. “金字塔”模式的研究回顾

企业社会责任评价的“金字塔”模式不仅被企业社会责任实证研究所采用(Geva, 2008),而且常常被应用于企业社会责任状况的评价实践中,其“影响力可以从它持久不衰的生命力和后续成果里得到最好的判断”(Clarkson, 1995)。Aupperle等(1985)以“卡罗尔结构”为基础,从经济责任、法律责任、伦理责任和自愿责任四个方面进行因子分析,形成企业社会责任的评价体系。Maignan & Ferrell(2000)认为,新型企业社会责任度量工具需要“基于完善的理论观点,考虑企业社会责任的经济、法律、伦理和自由裁量维度,评估企业社会责任的实际行为”。为此,他们也基于 Carroll(1979)所提出的企业社会责任绩效三维概念模型,从经济、法律、伦理和自由裁量四个方面构建评价体系,对企业社会责任状况进行评估,最终他们构建了包括 29 项社会责任管理和实践的企业社会责任评价体系。Marín 等(2012)也从经济责任、法律责任、伦理责任和自由裁量责任四个维度对 144 家企业社会责任状况进行评估,每项维度下分别有四项、四项、五项、五项社会责任管理和实践陈述。Mustafa 等

(2012)则基于马来西亚的特殊情境,利用 Carroll(1979)所定义的企业社会责任概念,从伦理责任、法律责任、经济责任和慈善责任四个方面构建了企业社会责任评价体系,该社会责任评价体系的每个责任方面均包括七个相应的社会责任议题。

2. “金字塔”模式的审视与反思

企业社会责任评价的“金字塔”模式的优点是体现出企业社会责任内容的层次性,为评价维度的权重确定提供了较为清晰的导向。Carroll(1991)的企业社会责任金字塔模型认为,经济责任、法律责任、伦理责任和慈善(自愿)责任具有递进关系,经济责任和法律责任具有强制性,而伦理责任和慈善责任则是自愿性的。这四个层面的责任并不是等量齐观的,它们的权数各不相同,经济责任、法律责任、伦理责任和慈善(自愿)责任所占权重依次为 4、3、2、1,从而形成所谓的“卡罗尔结构”。以企业社会责任金字塔模型为基础的这一评价模式,不但能够从评价维度上较为清晰地反映出企业社会责任内容的层次性和相互关系,而且为确定经济责任、法律责任、伦理责任和慈善(自愿)责任的权重提供了重要参考和明确导向。

然而,企业社会责任评价的“金字塔”模式也存在四个方面的明显不足:一是评价维度选择标准的不一致性。这一模式中的经济责任和慈善责任是从内容的角度对企业社会责任进行评价,而法律责任和伦理责任则是从要求的角度对企业社会责任进行评价,两者之间存在选择思路 and 标准的不一致问题。二是环境责任维度的缺乏或不清晰。这一模式在法律责任和伦理责任两个评价维度中可能包含环境议题的相关评价指标,并没有将企业应该承担的环境责任凸显出来,甚至有些依托这一理论所构建的企业社会责任评价体系完全就缺少环境责任的相关评价指标。三是伦理责任维度的虚化。这一模式中的伦理责任维度是一个相对空洞和虚渺的维度,很难选择特别合适的指标对其进行衡量。四是评价维度权重设置可能遭遇“战略选项的自然冲突”(Aupperle, 1984)。Aupperle(1984)使用因子分析法对每一个责任维度的重要性程度进行研究,经济责任和伦理责任维度权重排序是颠倒的,这与 Carroll(1991)对四个责任维度权重的设想不同,从而导致“战略选项的自然冲突”。

三、企业社会责任评价的“利益相关方”模式

企业社会责任评价的“利益相关方”模式是以

利益相关方的类别为维度构建企业社会责任评价体系 and 实施企业社会责任评价活动。按照利益相关方理论,“企业是所有利益相关方之间的一系列多边契约”(Freeman & Evan, 1990),为保证契约的公平和公正,契约各方的权益都应该被照顾到。因此,企业社会责任就是要求企业不仅仅要对股东负责,而且需要考虑管理者、雇员、供应商、客户、社区等其他契约方的利益,即企业社会责任就是企业对不同利益相关方群体的特定责任。“从利益相关方理论的角度来看,企业社会责任绩效是用企业能否满足多重利益相关方的需要来衡量”(Ruf 等, 2001)。按照是否完全以利益相关方类别为维度,企业社会责任评价的“利益相关方”模式也可以分为完全的“利益相关方”模式和改进的“利益相关方”模式,前者是指企业社会责任评价体系完全以利益相关方类别为维度,后者则是在利益相关方类别基础上增加了其他辅助性维度。

1. “利益相关方”模式的研究回顾

从完全的“利益相关方”模式来看,Clarkson (1988)最早在实证研究上从利益相关方管理角度对企业社会责任绩效进行衡量,建立了 ETHIDEX 指数,用于定义和度量企业每一个主要利益相关方群体的相关责任和问题;Clarkson (1995)选择典型性企业和利益相关方议题构建指标体系,对企业的社会责任状况进行评价,这些企业和利益相关方层面指标分别为企业、雇员、股东、供应商、公共利益相关方,每一个利益相关方下均包含相应的企业社会责任议题;Turke (2009)通过系统性量表开发过程构建了企业社会责任量表,对企业社会责任进行度量,包括企业对社会和非社会利益相关方、员工、顾客和政府的责任,形成企业社会责任评价的四维度构架;Harrison & Wicks (2012)首先明确了利益相关方期望从企业获得的四个方面的价值,即与实际产品和服务相关的利益相关方效用、与组织争议相关的组织效用、来自于附属关系的利益相关方效用以及与机会成本相联系的利用相关方效用,在此基础上,分别构建了基于多元利益相关方的企业社会责任绩效评价体系,反映出员工、顾客、供应商、股东、社区对企业的价值需求;王红英(2006)认为,企业社会责任的评价应该包括七个方面的内容,分别为企业对投资者、员工、消费者、政府、社区、环境与能源和公益事业的责任;陈宏辉、窦智(2008)依据利益相关方理论建立了企业社会责任的三级测量

评价体系,从外部利益相关方(债权人、供应商、分销商、消费者、政府和社区)和内部利益相关方(股东、经营者和员工)两个方面对企业社会责任进行评价;黎友焕、刘延平(2010)提出的企业社会责任综合评价指标体系将利益相关方划分为核心利益相关方、蛰伏利益相关方和边缘利益相关方,并明确企业对股东、员工、管理者、行业伙伴、消费者、债权人、政府、社区、特殊利益团体等九个利益相关方的责任。从改进的“利益相关方”模式来看,深圳证券交易所(2006)在发布的《深圳证券交易所上市公司社会责任指引》中,一级评价指标除了股东和债权人、职工、供应商与客户及消费者、环境与可持续发展、公共关系和社会公益事业等利益相关方责任之外,还增加了制度建设和信息披露维度。国家电网公司企业社会责任指标体系研究课题组(2009)在客户责任、员工责任、股东责任、伙伴责任、环境责任、社区责任、政府责任基础上,增加了责任管理维度,形成了基于利益相关方的“7+1”社会责任评价体系。

2. “利益相关方”模式的审视与反思

企业社会责任评价的“利益相关方”模式最突出的优点是评价对象的清晰性。企业社会责任研究领域最重要的问题之一就是回答“企业应该为谁承担责任”,利益相关方理论对此给出了清晰答案,“最终而言,企业社会责任都应该放到以利益相关方为基础的理论中”(Wood & Jones, 1995)。基于利益相关方理论,具有普遍性的企业社会责任根据特定问题可以分解为针对特定利益相关方的特定责任,“企业社会责任不同问题的所有关键点都可以针对每一个利益相关方来分析与衡量”(Clarkson, 1991)。因此,“利益相关方”模式避免了“三重底线”模式和“金字塔”模式对企业社会责任概念界定模糊的局限性,很大程度上规避了在评价过程中需要“花费很多时间和精力用于解释它们的涵义”,“代表了一种描述、评价和管理企业社会责任的新框架”(Clarkson, 1991),是企业社会责任实现操作化的必经过程(Maon 等, 2010)。实际上,基于这一模式的企业社会责任评价维度选择也较为清晰,企业有多个利益相关方,就有针对多少个特定利益相关方的特定责任,相应的评价维度也就有多少个。但是,企业社会责任评价的“利益相关方”模式也存在三个方面的突出缺陷:一是不同利益相关方之间的利益冲突问题难以解决。由于企业利益相关方

之间的利益并非总是完全一致,因此,基于这一模式构建的企业社会责任评价体系存在利益相关方的合作和冲突问题(Harrison & Wicks,2012),即利益相关方并不是经常处于合作状态,利益相关方之间的利益可能存在冲突,比如委托代理理论强调股东与其他利益相关方之间存在的冲突问题(Ayuso等,2014),这种利益相关方利益的不一致性在一定程度上限制了“利益相关方”模式的有效性。二是出现背离社会利益最大化的可能性。利益相关方的利益并不总是与社会利益相一致(ISO,2010),企业追求最大限度地满足不同利益相关方的利益诉求并不一定带来社会整体利益的最大化。也就是说,企业与利益相关方之间的个体理性并不能带来整体的社会理性,因此,这一模式可能会偏离企业社会责任所秉承的社会价值本位思想,导致最终评价结果表面上显示企业是负责任的,但实际上却与可持续发展要求相背离。三是利益相关方完全枚举非常困难。企业利益相关方群体众多,评价时往往不能完全枚举,取而代之的做法是按照重要性进行识别或取舍,但这涉及到工具性利益相关方和规范性利益相关方两种方法的使用(Mason & Simmons,2014),因此,对于评价者来说也是充满挑战。而且,以重要利益相关方代替所有利益相关方进行评价,也可能导致评价结果不能全面反映企业的社会责任绩效。

四、企业社会责任评价的“主要议题”模式

企业社会责任评价的“主要议题”模式是以企业社会责任所涉及的主要议题为维度构建企业社会责任评价体系和实施企业社会责任评价活动。这一模式的理论基础是企业社会回应理论,即企业应满足社会需求和社会预期、应对社会压力和进行社会问题管理(Wartick & Cochran,1985)。按照企业社会回应理论,企业承担社会责任的内容就是企业需要满足的社会需求和社会预期类型以及需要回应的社会问题,由此,企业社会责任评价的方式就是针对企业回应社会问题的程度(包括从不回应到预防性回应的连续统一体)进行评价,而相应的评价内容则以所需要回应的社会问题为维度。

1. “主要议题”模式的研究回顾

从国外研究来看,企业社会责任评价的“主要议题”模式最具代表性的是联合国全球契约十项原则和ISO26000的七大议题模式。根据联合国全球契

约十项原则,企业社会责任的评价应包含人权、劳工标准、环境和反腐败四个方面的议题。ISO(2010)提出,企业履行社会责任的重点应涵盖组织治理、人权、劳工实践、环境、公平运营实践、消费者问题以及社区参与和发展等七大主题,每一主题细分为37个议题,相应的企业社会责任评价体系也由这七大主题和37个议题构成。此外,富时社会责任指数(FTSE 4 Good Index)从环境、利益相关方、人权、供应链中的劳工、反贿赂和气候变化六个方面的议题构建了企业社会责任评价指标体系;美国经济优先委员会(CEP,1989)所构建的企业社会责任评价指标体系包括慈善捐赠、女性地位、有色人群地位、军事合同、动物实验、信息披露、社区服务、核能、南非问题、环境记录等十个议题领域。从国内研究来看,中国纺织工业协会(2005)在中国纺织企业社会责任管理体系(CSC9000T)中,从管理体系、劳动合同、童工、强迫或强制劳动、工作时间、薪酬福利、工会和集体协商、歧视、性骚扰与虐待、职业健康与安全等十个议题领域构建了企业社会责任评价指标体系;李立清(2006)以SA8000标准为参照,构建了包括劳工权益、人权保障、社会责任管理、商业道德和社会公益五大议题的企业社会责任评价指标体系;中国可持续发展工商理事会(2007)在《中国企业社会责任推荐标准和实施范例》中,将企业社会责任的重点议题列举为人权、员工、产品和服务、竞争与合作、资源节约和生态保护、环境绩效、文化多样性、公共关系、社区建设与公益事业等九个方面,并依此构建企业社会责任评价指标体系;中国国务院国资委(2008)将中央企业的社会责任内容归结为坚持依法经营诚实守信、不断提升持续盈利能力、切实提高产品质量和服务水平、加强资源节约和环境保护、推进自主创新和技术进步、保障安全生产、维护职工合法权益以及参与社会公益事业等八个方面的议题,相应的企业社会责任评价体系也由这八个方面议题构成。

2. “主要议题”模式的审视与反思

企业社会责任评价的“主要议题”模式有三个方面的优点:一是评价的重点突出。与“三重底线”模式和“金字塔”模式的评价维度内容涵盖广泛和较为抽象不同,这一模式以社会高度关注的、企业参与解决的突出社会问题为评价维度,由此使得评价的内容更为明确、重点更加突出。而且,这一模式也为企业开展社会责任行动提供了导向,社会问

题的评价维度也为企业明确了履行社会责任的重点。二是规避边界确定的难题。这一模式运用企业社会回应思路,以列举企业参与解决的突出社会问题为方法,就很大程度上不需要考虑“三重底线”模式和“金字塔”模式所涉及的企业社会责任边界确定难题。三是操作上相对简单。与“三重底线”模式、“金字塔”模式和“利益相关方”模式不同,这一模式并不考虑评价维度的完整性和相互之间的逻辑关系,只需要辨识和罗列出企业参与的突出社会问题即可,因此,操作起来比较简单,这也是“主要议题”模式在企业社会责任实证研究和社会评价中得到广泛应用的重要原因。

然而,企业社会责任评价的“主要议题”模式也存在四个方面的明显不足:一是缺乏完整性。这一模式中的“主要议题”是企业社会责任的重要内容,但它们并不能全面、完整地反映企业的社会责任绩效。而且,这一模式背后所隐含的企业社会回应理论以及由此构建的企业社会责任评价体系,会使企业的社会责任行动主要集中在回应不同的社会问题,可能造成企业的社会责任行为缺乏系统性。二是缺乏逻辑性。这一模式中的“主要议题”评价维度相互之间缺乏内在的逻辑关系,因此,可能会因评价者偏好的不同而较为“随意”地确定不同的“主要议题”。三是缺乏普适性。企业社会责任议题会因不同的行业特点而具有异质性(Carroll, 1979),不同制度背景之下的企业社会责任议题也不尽相同,所以,这种模式的通用性相对不足。比如,医药行业就要求企业践行向第三世界国家捐赠免费药物和疫苗的责任,而制造行业企业则被鼓励在第三世界国家按照发达国家的法律和规范要求,参与解决童工问题、污染问题等(Hillman & Keim, 2001)。此外,由于社会问题会随着时间的变化而发生变化,因此,某一时期的“主要议题”评价维度并不一定适用于其他时期,即基于这一模式构建的企业社会责任评价体系可能不够稳定。四是缺乏穷尽性。企业社会责任的范围很广,涉及的议题众多,因此,难以枚举所有的企业社会责任议题。

五、企业社会责任评价的“交叉复合”模式

企业社会责任评价的“交叉复合”模式是通过“三重底线”模式、“金字塔”模式、“利益相关方”模式与“主要议题”模式相互交叉复合而构建企业社会责任评价体系和实施企业社会责任评价活动。

这一模式背后隐藏的假设是“三重底线”理论、金字塔理论、利益相关方理论和企业社会回应理论都无法单独全面诠释企业社会责任,企业承担社会责任的内容应该是三重底线的维度、金字塔层级维度、利益相关方维度和主要议题维度的相互组合。理论上而言,按照两两组合要素的不同,企业社会责任评价的“交叉复合”模式可以分为六类:“三重底线+金字塔”模式、“三重底线+利益相关方”模式、“三重底线+主要议题”、“金字塔+利益相关方”模式、“金字塔+主要议题”模式以及“利益相关方+主要议题”模式。此外,还存在着三种模式或四种模式之间的交叉复合。在实际中,“三重底线+主要议题”模式与“利益相关方+主要议题”模式应用较多。

1. “交叉复合”模式的研究回顾

从“三重底线+主要议题”模式来看,中国工业经济联合会(2008)在《中国工业企业及工业协会社会责任指南》中,以“三重底线”的经济绩效、社会绩效和环境绩效为基础,结合了主要议题“产品责任(绩效)”,形成了以经济绩效、社会绩效、环境绩效和产品绩效等为一级指标的企业社会责任评价体系;Cheng, Ioannou & Serafeim(2014)构建了以ESG理论为基础的企业社会责任评价体系,但这一评价体系实际上可以看作“三重底线”与“主要议题”的交叉复合,其中的环境绩效与社会绩效维度是“三重底线”的重要内容,而“治理绩效”则是企业社会责任的重要议题。从“利益相关方+主要议题”模式来看,KLD(Kinder, Lydenberg, Domini)公司建立的KLD指数是最典型的“利益相关方”与“主要议题”交叉复合模式。KLD指数从企业与利益相关方之间的关系出发,构建了社区关系、员工关系、自然环境、妇女与少数民族问题四个方面指标。在此基础上,增加了核能、军备、南非事务以及产品的安全与责任等重点议题作为评价指标。Surroca等(2010)构建了由八个板块构成的企业社会责任评价体系,其中社区责任、顾客责任、员工责任、供应商责任以及环境责任等五个板块是基于利益相关方思路构建的,而企业伦理、公司治理及遵守最佳实践程度、涉及诸如赌博或酒精等争议性企业实践的程度等三个板块则是企业社会责任的重要议题。中国企业评价协会和清华大学(2014)在《中国企业社会责任评价准则》中构建了由10个一级评价指标构成的企业社会责任评价体系,其中,基于“利益

相关方”模式建立了消费者权益、股东权益、员工权益、能源环境、和谐社区五个方面指标,基于“主要议题”模式形成了法律道德、质量安全、科技创新、诚实守信、责任管理五个方面指标。

2. “交叉复合”模式的审视与反思

企业社会责任评价的“交叉复合”模式的最大优点是全面性和融合性。前者指的是这一模式以“三重底线”模式、“金字塔”模式和“利益相关方”模式中的某一模式为基础,同时增加了其他模式的相关内容作为评价维度,因此,较单一模式企业社会责任评价来说,具有更加丰富的评价维度,更能全面地度量企业的社会责任。后者指的是这一模式将“三重底线”模式、“金字塔”模式、“利益相关方”模式和“主要议题”模式的优点融合起来,既能体现出“交叉复合”的基础模式的优点,又能反映出叠加的评价模式的优点,由此构建的企业社会责任评价体系更为丰富,能够满足不同评价主体对特色企业社会责任评价模式的需要。比如,“三重底线+主要议题”模式不仅能够通过经济责任、社会责任和环境责任三个维度较为全面地度量企业社会责任,又能通过增加“主要议题”维度反映社会关注的突出社会问题;“利益相关方+主要议题”模式不仅继承了“利益相关方”模式履责对象明确、操作性强的优点,而且通过增加“主要议题”维度可以对“利益相关方”模式难以反映的企业为解决突出社会问题所做贡献进行补充性衡量。

然而,企业社会责任评价的“交叉复合”模式也存在三个方面的明显缺陷:一是理论基础的不清晰性。这一模式试图通过融合至少两种企业社会责任理论来构建企业社会责任评价体系,但结果是,多种理论之间的平行使用却造成了理论基础的混乱。二是评价逻辑的不一致性。由于“三重底线”模式、“金字塔”模式、“利益相关方”模式和“主要议题”模式的评价逻辑存在明显差别,它们之间的交叉复合使用必然导致评价维度在逻辑上出现不一致甚至产生冲突。三是不同模式缺陷的继承性问题。这一模式在融合其他模式优点的同时,也没能完全弥补其他模式所存在的不足。比如,“三重底线+主要议题”模式并没能解决社会绩效和环境绩效的难以量化问题(Hubbard,2009),三重底线所暗示的底线数量与底线只有一条所存在的逻辑冲突依然存在(Pava,2007);“利益相关方+主要议题”模式并没有解决企业利益相关方的不能完全枚

举的不足,也没有解决不同利益相关方利益的异质性问题(Harrison & Wicks,2012;Ayuso等,2014);融合了“主要议题”模式的“交叉复合”模式也未能解决社会责任议题在不同的时间、行业(Carroll,1979)以及不同制度环境下(Hillman & Keim,2001)的异质性问题。

六、企业社会责任评价的“单一替代”模式

企业社会责任评价的“单一替代”模式是以某一综合性指标或企业社会责任的某一领域来实施社会责任评价活动,即以单一要素替代企业社会责任的综合性评价。这一模式背后隐藏的假设是狭义的企业社会责任理解或者企业社会责任的外部效应能够反映企业社会责任表现水平的观点,前者将企业社会责任狭义地理解为慈善行为或者某一单一议题,后者则认为企业社会责任是影响企业社会形象的重要因素,因此,企业社会形象好坏能够衡量出企业社会责任表现水平。企业社会责任评价的“单一替代”模式主要包括“声誉指数法”、“企业慈善法”、“TRI(Toxics Release Inventory,有毒物体排放量)法”和“社会贡献值法”。

1. “单一替代”模式的研究回顾

“声誉指数法”始于20世纪70年代,这一方法通过专家学者主观评价企业的声誉并得到排序结果,进而将这一排序结果作为企业社会责任绩效的替代结果,也即将企业的声誉指数等同于企业的社会责任绩效水平。美国经济优先委员会(1971)通过对造纸业的24家公司在控制污染方面的表现进行排名而构建了最早的用于衡量企业社会责任的声誉指数,这一指数后来被多个学者(Bragdon & Marlin,1972;Folger & Nutt,1975;Spicer,1978)用于企业社会责任绩效的替代性衡量指标。实际上,声誉指数不仅是早期度量企业社会责任广为使用的方法之一(Blackburn,Doran & Shrader,1994),而且现在仍然在被采用。Orlitzky等(2003)就用声誉指数作为企业社会责任的度量,来检验企业社会责任与企业财务绩效之间的关系。继“声誉指数法”之后,企业社会责任评价的“企业慈善法”和“TRI法”在20世纪80年代后期开始出现。从前者来看,就是使用企业的慈善捐赠绩效来评价企业的社会责任绩效,经常采用企业捐赠额或企业捐赠占税前利润的比重作为衡量企业社会责任绩效的指标。美国公共管理协会从20世纪80年代末就开始推出

“慷慨指数”,即根据每家公司的捐赠额和捐赠占税前净利润的比重分别测算出他们的统计标准值,并将两个标准值相加而得到“慷慨指数”,在此基础上根据公司在总样本中的相对表现评出一个等级。从后者来看,就是用企业的污染排放程度来衡量企业的社会责任绩效,经常采用企业排放到空气、水和环境中的废物和有害物质的数量作为评价企业社会责任绩效的指标。Brown & Fryxell(1995)最早采用“TRI法”来衡量企业社会责任绩效,随后也有部分学者(Griffin & Mahon,1997)采用“有毒物体排放量”作为企业社会责任的衡量指标。此外,“社会贡献值法”近年来在中国也开始被用于评价企业社会责任绩效,基本思路是用企业的每股社会贡献值作为衡量企业社会责任的指标。按照上海证券交易所(2008)的界定,每股社会贡献值就是在公司为股东创造的基本每股收益的基础上,增加公司年内为国家创造的税收、向员工支付的工资、向银行等债权人给付的借款利息、公司对外捐赠额等为其他利益相关者创造的价值额,并扣除公司因环境污染等造成的其他社会成本,从而最终计算形成公司为社会创造的每股增值额。

2. “单一替代”模式的审视与反思

企业社会责任评价的“单一替代”模式具有四个方面的优点:一是评价标准的内在一致性。这一模式使用单一衡量标准对企业社会责任进行评价,不考虑也不涉及其他标准,由此,评价标准本身不会出现多重标准相互冲突的现象。比如,“声誉指数法”仅仅以企业的声誉作为尺度来评价每一个企业的社会责任状况(Cochran & Wood,1984),不涉及到其他任何标准,使用标准具有内在的一致性。二是评价指标的简单清晰性。“企业慈善法”和“TRI法”均采用企业社会责任的单一方面作为衡量指标,对于不属于相应度量内容的企业社会责任维度不予考虑,因此,在操作上显得简单清晰。三是评价指标的数据客观性。“企业慈善法”、“TRI法”和“社会贡献值法”所涉及的指标数据均可以从企业获得,可以直接采用客观数据对企业社会责任绩效进行衡量,克服通过主观印象或主观打分来评价企业社会责任的局限性。四是能够适用于实证研究。这一模式所采用的指标能够在一定程度上反映出企业的社会责任绩效,因此,能够支持相应的企业社会责任与企业其他行为结果之间关系的实证研究结论。

然而,企业社会责任评价的“单一替代”模式也存在四个方面的明显缺陷:一是单一维度的片面性。企业社会责任是一个多维概念(Servaes & Tamayo,2013),这一模式采用单一指标对企业社会责任进行评价,仅仅反映了企业社会责任的某个方面,难以全面体现企业的社会责任,有以偏概全之嫌,因此,可能会遭受有效性危机(Blackburn, Doran & Shrader,1994)。二是效果替代的可疑性。“声誉指数法”将企业的社会声誉等同于企业的社会责任绩效,试图用企业社会责任的外部效应来衡量企业的社会责任绩效,但企业的社会责任绩效只是企业声誉的影响因素之一,企业声誉并不能完全反映出企业的社会责任绩效,企业声誉对企业社会责任的替代衡量是值得怀疑的。三是适用范围的受限性。“TRI法”最为致命的缺陷在于它的数据库只包括了部分行业数据,只适用于少数行业。四是理论基础的缺乏性。这一模式并没有明确的理论基础,很大程度上是建立在对企业社会责任的不科学认识基础上,因此,必然导致评价方法缺乏理论支撑和出现明显偏颇。

七、企业社会责任评价模式的整合与重构

鉴于现有企业社会责任评价模式都存在理论基础薄弱甚至严重片面性、评价体系值得商榷甚至出现明显误导,有必要通过正本清源,重塑企业社会责任评价的理论基础,创新性地重新建构企业社会责任评价模式,既实现对已有企业社会责任评价模式优点的整合,又能有效规避这些模式存在的诸多缺陷,从而形成经得起理论推敲与实践检验的合意性企业社会责任评价体系。

1. 理论基础重构:从工具理性观到综合价值创造观

“没有理论,就没有企业社会责任”(Rowley, Berman,2000),相应地,缺乏深层次的理论研究,就难以构建科学的企业社会责任评价体系。企业社会责任评价的理论基础从本质上来说是解决对企业社会责任的认知问题。无论是“三重底线”模型、“金字塔”模型、“利益相关方”理论还是企业社会回应理论,它们对于企业社会责任的认识都有一个共同的特点,即都属于工具理性观。在这些理论的背后,实际上都隐含了一个假设,也就是企业存在的最终目标仍然是企业财务价值的实现,而企业履行社会责任只不过是实现这一目标的工具或手段而

已。工具理性观在很大程度上限制了这些理论对企业社会责任的深层认识,以这些理论为基础的企业社会责任评价模式也就相应地难以真正反映出企业负责的水平。实际上,企业社会责任思潮的出现,并日益成为企业管理的具体实践,其背后隐含着不言而喻的假设:在社会大众和企业之间已经达成了共识,即企业存在的价值归根结底是对社会有价值,是为社会创造价值,与单纯追求利润目标相比,追求社会价值本位的企业可以且应该选择更优的行为方式(李伟阳、肖红军,2011)。这意味着企业有基于社会价值本位改进行为方式的意愿、社会期望企业选择基于社会价值本位的更优行为方式。由此,企业社会责任的价值在于将“追求对社会负责任的企业行为”的本质标准确定为“社会价值最大化”。可见,要实现对企业社会责任评价模式赖以形成的理论基础进行重构,就必须从传统企业社会责任观的认知转向社会价值本位的企业社会责任观,由工具理性向价值理性转变。

按照社会价值本位的企业社会责任观,企业社会责任就是企业以透明和道德的方式,有效管理自身运营对社会、利益相关方、自然环境的影响,追求经济、社会和环境价值最大化的意愿、行为和绩效。因此,企业是否真正对社会负责任,衡量的标准是看其是否实现了经济价值、社会价值和环境价值等“三重价值”创造的最大化,这意味着企业社会责任的评价应至少考虑企业在经济价值创造、社会价值创造和环境价值创造三个维度上的绩效。更进一步,“企业的价值存在于企业之外”(Drucker, 1984),企业价值的高低并不只是在于企业客观上创造的价值多寡,而是要由社会和利益相关方来定义。如果企业客观上创造的经济价值、社会价值和环境价值很大,但如果不能为社会和利益相关方所了解与认同,那么企业的价值就会大打折扣。与此同时,无论是利益相关方还是全社会,都期望企业公开透明开展运营,满足其知情权、参与权和监督权。这些都意味着透明度是企业社会责任的基本原则(ISO, 2010),一个对社会负责任的企业,必须对利益相关方和社会保持高透明度。实际上,企业只有坚持透明运营的原则,才可能充分发挥企业社会责任“发现价值、定义价值、提升价值”的功能,才可能赢得利益相关方和社会的“利益认同、情感认同、价值认同”,才可能从利益相关方和社会的视角

实现企业的综合价值创造功能。因此,透明运营是影响企业社会责任表现的重要影响因素,是企业社会责任评价不可或缺的维度。

2. 评价模型重构:从经验主义与规范主义到一体化

现有的企业社会责任评价模式总体上可以划分为两类:经验主义模式和规范主义模式。经验主义模式主要是从实践经验中总结或从现实问题出发来选择和构建企业社会责任评价的维度和衡量指标,包括“主要议题”模式、“交叉复合”模式和“单一替代”模式;而规范主义模式则是通过规范性理论推导来确定企业社会责任评价的维度和衡量指标,包括“三重底线”模式、“金字塔”模式和“利益相关方”模式。然而,企业社会责任评价的经验主义模式和规范主义模式并不是相互对立的,而是相互依存和交互作用的。规范主义模式可以说是经验主义模式的“根基”,因为通过经验主义确定的评价维度和指标均可以置于规范主义所确定的维度和指标框架内,而通过规范主义构建的评价维度和指标也需要通过经验主义的检验来确定是否合适。因此,这两种模式在未来发展中可能出现三种现象:平行发展、共生、融合,但从构建科学适用的企业社会责任评价体系要求的角度,融合是必然的方向。这意味着有必要通过“融合”的方式来实现企业社会责任评价的经验主义模式与规范主义模式之间的“一体化”,使得新的模式既包含规范主义理论,又包含经验主义方法,前者确保评价维度和指标的选择具有合理的理论基础,后者保证评价维度和指标在实践中是可行的和有意义的。

按照构建一体化的企业社会责任评价模式思路,可以融合使用规范主义方法和经验主义方法构建企业社会责任评价模型。从规范主义来看,企业社会责任的综合价值创造观将企业的社会责任表现分解为四个方面:经济价值创造、社会价值创造、环境价值创造和透明运营,这四个方面自然构成了企业社会责任评价的四个基础维度。从经验主义来看,企业并非处于一个“真实的”而是感知到的环境中,且并非以一个“真实的”而是自我感知的企业来采取行动。因此,企业社会责任是企业对其环境加以认知的意义建构过程,在实践中是意愿、行为、制度和绩效的综合反映。其中,行为和绩效能够在经济价值创造、社会价值创造、环境价值创造和透明运营四个基础评价维度中得到体现,但意愿和制

度需要重新构建辅助性评价维度。根据企业开展社会责任的实践经验,企业履行社会责任的意愿很大程度上受到企业的社会责任理念与战略影响,相应地就用企业社会责任理念与战略来衡量企业履行社会责任的意愿;企业履行社会责任的制度保障中最重要的是企业的社会责任推进管理,因此,用企业社会责任推进管理来衡量企业履行社会责任的制度保障。也就是说,企业社会责任理念与战略、企业社会责任推进管理构成了企业社会责任评价的两个辅助性维度。而且,不但经济价值创造、社会价值创造、环境价值创造和透明运营四个基础评价维度之间相互影响,而且企业社会责任理念与战略、企业社会责任推进管理两个辅助评价维度之间也相互联系。同时,四个基础评价维度与两个辅助评价维度之间更是相互作用。由此,四个基础评价维度与两个辅助评价维度就共同构成了企业社会责任评价的“钻石模型”,如图1所示。

基于“钻石模型”的企业社会责任评价模式,在对“三重底线”模式、“金字塔”模式、“利益相关方”模式、“主要议题”模式、“交叉复合”模式和“单一替代”模式等六种传统评价模式的承继基础上,实

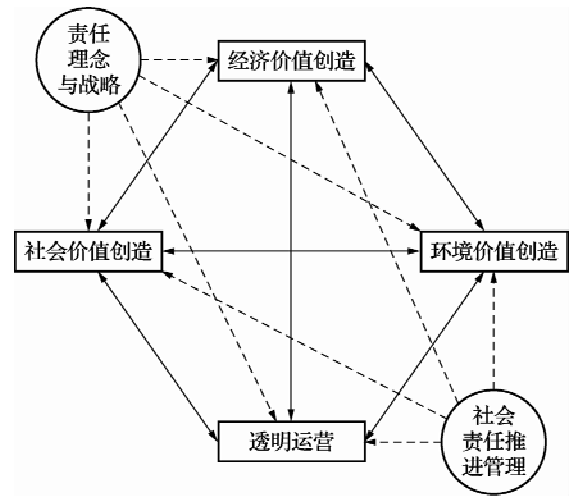


图1 企业社会责任评价的“钻石模型”

现了理论基础、评价逻辑、评价构面、评价重点与评价方式的创新和超越,能够更加本原地、客观真实地、逻辑自洽地、全面充分地展现企业社会责任的表现,能够综合反映出企业对社会负责的水平,同时,也为立足社会整体视角和特定企业视角开展社会责任治理与改进提供了新的思路。

参考文献:

- [1] Aupperle, K. E., Carroll, A. B., Hatfield, J. D. An Empirical Examination of the Relationship between Corporate Social Responsibility and Profitability[J]. *Academy of Management Journal*, 1985, (2): 446-463.
- [2] Ayuso S, Rodríguez M A, García-Castro R, et al. Maximizing Stakeholders' Interests An Empirical Analysis of the Stakeholder Approach to Corporate Governance[J]. *Business & Society*, 2014, (3): 414-439.
- [3] Blackburn V L, Doran M, Shrader C B. Investigating the Dimensions of Social Responsibility and the Consequences for Corporate Financial Performance[J]. *Journal of Managerial Issues*, 1994, (2): 195-212.
- [4] Bragdon J H, Marlin J. Is Pollution Profitable[J]. *Risk Management*, 1972, (4): 9-18.
- [5] Carroll, A. B., A Three-dimensional Conceptual Model of Corporate Performance [J]. *Academy of Management Review*, 1979, (4): 497-505.
- [6] Carroll A B. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders [J]. *Business Horizons*, 1991, (4): 39-48.
- [7] Cheng B, Ioannou I, Serafeim G. Corporate Social Responsibility and Access to Finance [J]. *Strategic Management Journal*, 2014, (1): 1-23.
- [8] Chatterji A, Levine D. Breaking down the Wall of Codes: Evaluating Non-financial Performance Measurement [R]. Working Paper, 2005.
- [9] Clarkson M E. A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance [J]. *Academy of Management Review*, 1995, (1): 92-117.
- [10] Clarkson M. E. Corporate Social Performance in Canada, 1976—1986 [J]. *Research in Corporate Social Performance and Policy*, 1988, (10): 241-265.
- [11] Clarkson M B E. Defining, Evaluating, and Managing Corporate Social Performance: The Stakeholder Management Model [J]. *Research in Corporate Social Performance and Policy*, 1991, (1): 331-358.
- [12] Elkington J. Enter the Triple Bottom Line [R]. *The Triple Bottom Line: Does it all Add Up*, 2004.
- [13] Fogler H R, Nutt F. A Note on Social Responsibility and Stock Valuation [J]. *Academy of Management Journal*, 1975, (1): 155-160.

- [14] Freeman R. E., Evan, W. M. Corporate Governance: A Stakeholder Interpretation[J]. Journal of Behavioral Economics, 1990, (4): 337 - 359.
- [15] Fryxell, J. M. Aggregation and Migration by Grazing Ungulates in Relation to Resources and Predators[M]. Chicago University Press, 1995.
- [16] Geva A. Three models of Corporate Social Responsibility: Interrelationships between Theory, Research, and Practice[J]. Business and Society Review, 2008, (1): 1 - 41.
- [17] Griffin J J, Mahon J F. The Corporate Social Performance and Corporate Financial Performance Debate Twenty-five Years of Incomparable Research[J]. Business & Society, 1997, (1): 5 - 31.
- [18] Harrison J S, Wicks A C. Stakeholder Theory, Value, and Firm Performance[J]. Business Ethics Quarterly, 2012, (1): 97 - 124.
- [19] Hillman A J, Keim G D. Shareholder Value, Stakeholder Management, and Social Issues: What's the Bottom Line? [J]. Strategic management journal, 2001, (2): 125 - 139.
- [20] Hubbard G. Measuring Organizational Performance: Beyond the Triple Bottom Line[J]. Business Strategy and the Environment, 2009, (3): 177 - 191.
- [21] Maignan I, Ferrell O C. Measuring Corporate Citizenship in two Countries: The Case of the United States and France[J]. Journal of Business Ethics, 2000, (3): 283 - 297.
- [22] Mason C, Simmons J. Embedding Corporate Social Responsibility in Corporate Governance: A Stakeholder Systems Approach [J]. Journal of Business Ethics, 2014, (1): 77 - 86.
- [23] Maon F, Lindgreen A, Swaen V. Organizational Stages and Cultural Phases: a Critical Review and a Consolidative Model of Corporate Social Responsibility Development[J]. International Journal of Management Reviews, 2010, (1): 20 - 38.
- [24] Marín L, Rubio A, Maya S R. Competitiveness as a Strategic Outcome of Corporate Social Responsibility[J]. Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 2012, (6): 364 - 376.
- [25] Mustafa S A, Othman A R, Perumal S. Corporate Social Responsibility and Company Performance in the Malaysian Context [J]. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 2012, (3): 897 - 905.
- [26] Orlitzky M, Schmidt F L, Rynes S L. Corporate Social and Financial Performance: A Meta-analysis[J]. Organization Studies, 2003, (3): 403 - 441.
- [27] Pava M L. A Response to " Getting to the Bottom of 'Triple Bottom Line' " [J]. Business Ethics Quarterly, 2007, (1): 105 - 110.
- [28] Ruf B M, Muralidhar K, Brown R M, et al. An Empirical Investigation of the Relationship Between Change in Corporate Social Performance and Financial Performance: a Stakeholder Theory Perspective[J]. Journal of Business Ethics, 2001, (2): 143 - 156.
- [29] Rowley T, Berman S. A Brand new Brand of Corporate Social Performance[J]. Business & society, 2000, (4): 397 - 418.
- [30] Servaes H, Tamayo A. The Impact of Corporate Social Responsibility on Firm Value: The Role of Customer Awareness[J]. Management Science, 2013, (5): 1045 - 1061.
- [31] Surroca J, Tribó J A, Waddock S. Corporate Responsibility and Financial Performance: The Role of Intangible Resources[J]. Strategic Management Journal, 2010, (5): 463 - 490.
- [32] Spicer B H. Investors, Corporate Social Performance and Information Disclosure: An Empirical Study[J]. Accounting Review, 1978, (1): 94 - 111.
- [33] Turker D. Measuring Corporate Social Responsibility: A Scale Development Study[J]. Journal of Business Ethics, 2009, (4): 411 - 427.
- [34] Wartick S L, Cochran P L. The Evolution of the Corporate Social Performance Model[J]. Academy of Management Review, 1985, (4): 758 - 769.
- [35] Wood D J, Jones R E. Stakeholder Mismatching: A Theoretical Problem in Empirical Research on Corporate Social Performance[J]. International Journal of Organizational Analysis, 1995, (3): 229 - 267.
- [36] 白睿洁. 基于三重底线的林业企业绩效评价研究[D]. 北京林业大学, 2013.
- [37] 陈宏辉, 窦智. 基于层次分析法的企业社会绩效评价及其应用[J]. 广州: 科技管理研究, 2008, (5).
- [38] 黄群慧等. 中国企业社会责任研究报告[M]. 北京: 社科文献出版社, 2009.
- [39] 李立清. 企业社会责任评价理论与实证研究[J]. 广州: 南方经济, 2006, (1).
- [40] 李伟阳, 肖红军. 企业社会责任的逻辑[J]. 北京: 中国工业经济, 2011, (10).
- [41] 黎友焕, 刘延平. 中国企业社会责任建设蓝皮书(2010)[M]. 北京: 人民出版社, 2010.
- [42] 沈洪涛, 沈艺峰. 公司社会责任思想起源与演变[M]. 上海人民出版社, 2007.
- [43] 王红英. 基于财务指标的企业社会责任评价研究[D]. 长沙: 湖南大学, 2006.
- [44] 吴炜, 袁翰林. 商业银行社会责任评价指标体系研究[J]. 北京: 金融论坛, 2012, (12).

A Review and Reconstruction On the Evaluation Models of Corporate Social Responsibility

XIAO Hong-jun¹, XU Ying-jie²

(1. Institute of Industrial Economics of CASS, Beijing, 100836, China;

2. Graduate School of CASS, Beijing, 102488, China)

Abstract: On a microscopic level, the evaluation of corporate social responsibility is an important part of corporate social responsibility management, and at the same time, on the macro stuff, the evaluation of corporate social responsibility has become the key promotion mechanism of corporate social responsibility. Amount of effectual exploration has been conducted on the evaluation of corporate social responsibility in the academic world and the corporate world. Based on theoretical basis and difference of operating manner, six evaluation models of corporate social responsibility have been summarized.

The ‘triple bottom line’ model of evaluation of corporate social responsibility which is based on the ‘triple bottom line’ theory including economic bottom line, environmental bottom line and social bottom line can be divided into two types which are absolute ‘triple bottom line’ model and revised ‘triple bottom’ line model. The ‘layer pyramid’ model of evaluation of corporate social responsibility which is based on the ‘layer pyramid’ model of corporate social responsibility considers that the evaluation of corporate social responsibility should include economic responsibility, legal responsibility, ethical responsibility and discretionary responsibility at a particular time which are looked forward by society. The ‘stakeholder’ model of evaluation of corporate social responsibility including absolute ‘stakeholder’ model and revised ‘stakeholder’ model is based on the categories of stakeholders, and its theoretical basis is ‘stakeholder’ theory which thinks that the enterprise is a multilateral treaty among different stakeholders. The ‘major issue’ model of evaluation of corporate social responsibility establishes the evaluation system and conducts the evaluation practice based on the major issue related to the corporate social responsibility including management and practice of corporate social responsibility whose theoretical basis is corporate social responsiveness which is proposed by Wartick and Cochran (1985). The ‘cross synthesis’ model of evaluation of corporate social responsibility is an mixture of ‘triple bottom line’ model, ‘layer pyramid’ model, ‘stakeholder’ model, and ‘major issue’ model, which insists that the content of corporate social responsibility undertook by corporate should contains the mixture of triple bottom line dimension, layer pyramid dimension, stakeholder dimension and major issue dimension. The ‘single alternative’ model of evaluation of corporate social responsibility which accepts the idea that the narrowly defined corporate social responsibility and the externality of corporate social responsibility can reflect the level of corporate social responsibility as a whole conducts the evaluation practice through one particular integrated index, or one particular field of corporate social responsibility, which is to say, in the process of evaluation of corporate social responsibility by the model of ‘single alternative’, one particular element of corporate social responsibility replaces the corporate social responsibility as a whole.

According to the carding and reviewing of research findings and in-depth analysis of advantages and disadvantages on each corporate social responsibility evaluation models, problems have been discovered in all of these evaluation models, such as weak and even one-sided theoretical basis, worthy arguably evaluation system, and obvious misleading problem. On the basis of findings above, the transformation of the theoretical basis of corporate social responsibility evaluation from the traditional instrumental view to the modern comprehensive value creation view and the transformation of the corporate social responsibility evaluation model from the existing empirical and normative model to the integrated model are put forward. Then, reconstruction of corporate social responsibility evaluation model is carried out, and the ‘diamond model’ of corporate social responsibility evaluation is structured.

Key Words: corporate social responsibility; evaluation model; comprehensive value; reconstruction

(责任编辑:鲁言)