

胡志明市中小企业履行企业社会责任的驱动因素研究

李亚伯, 阮氏秋河

(湖南大学工商管理学院, 湖南省、长沙市, 410006)

摘要: 本文以胡志明市之中小企业为主要研究目标, 对于其所履行之社会责任问题展开研究, 分析中小企业履行现状, 并结合其驱动因素下的组织、结构展开模型分析, 并根据分析结果提出相应的措施加以改善, 能够提供更多的越南中小企业借鉴与参考, 帮助其更好的履行社会责任。

关键词: 中小企业, 社会责任

中图分类号: F276.3

文献标识码: A

一、引言

在早期经济活动中, 出于对利润的追求, 往往忽视企业应履行之社会责任, 进而形成许多社会问题。随着对于企业社会责任认识的转变, 专家逐渐开展企业社会责任相关之研究, 有关于企业社会责任相关问题也逐渐显现

越南在经历了二十余年体制改革后, 经济渐渐复苏, 而随着越南加入世界贸易组织, 也标志着越南紧急发展逐步迈入国际化。在胡志明市企业中, 中小企业数量占据 98%, 对于经济整体贡献度超过百分之七十。虽然胡志明市中小企业能够在经济贡献、就业等问题做出巨大贡献, 但中小企业长期缺乏社会责任意识, 过于追求经济利益, 却忽视企业社会责任。本文结合胡志明市中小企业展开社会责任研究, 了解何种因素驱动其履行社会责任, 也能够为相应部门及企业提供一定的参考, 从而更好的帮助企业履行社会责任, 企业拥有良好的社会责任能够为企业带来一定的声誉, 也能够提升企业影响力。

当前, 中小企业已经成为经济发展主要力量, 为了能够有效地提升其自身竞争力, 往往会忽视社会责任。何种因素制约胡志明市中小企业承担社会责任, 如何推动胡志明市中小企业履行社会责任? 本文通过相应的实证研究, 探寻其企业履行社会驱动因素, 从而能够更好的指导与监督中小企业履行社会责任, 帮助胡志明市中小企业可持续发展。

二、相关概念与理论基础

(一) 中小企业的社会责任和商业维度

史蒂芬·罗宾斯认为, 企业的社会责任是指超过法律和经济要求的, 企业为谋求对社会有利的长远目标所承担的责任[23]。哈罗德·孔茨等认为, 企业的社会责任就是认真地考虑公司的一举一动对社会的影响。认为企业社会责任活动应该分为经济责任、法律责任、伦理责任和慈善责任等四个抽象的范畴[24]。为了更好的反映企业履行社会责任的价值, 他还主张在这四种抽象范畴的基础上, 将同其相关的诸如“保护消费者权益”和“保护环境”等具体的企业活动纳入企业社会责任行为中。认为企业的社会责任活动应该分为八个范畴: 是制造产品上的责任二是在营销活动中的责任三是在员工教育培训方面的责任四是保护环境的责任五是提供良好的员工关系与福利六是提供平等雇佣的机会七是注重员工的安全与健康八是参与慈善活动[23]。目前比较流行的是由总部设在美国的社会责任国际所确立的概念表述业社会责任区别于商业责任, 它是指企业除了对股东负责, 即创造财富之外, 还必须对全体

社会承担责任,一般包括遵守商业道德、保护劳工权利、保护环境、发展慈善事业、保护弱势群体等等[24]。

在相应中小企业社会责任划分维度研究中,张睿海(2009)通过将中小企业社会责任内涵的研究,对于中小企业社会责任维度进行划分,主要通过员工、国家以及环境保护、客户等社会责任进行划分[25]。史亚楠(2010)其研究也表明,在中小企业经营过程中,需要履行的社会责任分别为经济、社会以及环境三方面目标,结合本文研究对象——越南中小企业,结合对于中小企业社会责任相关研究进行融合,其主要内容如下

(二) 中小企业情景下发展 CSR 的驱动力和阻碍

通过结合相应研究进行归纳总结,对于影响中小企业履行社会责任驱动因素主要来自外部与内部两个方面,也正是外部与内部因素影响企业履行社会责任,进而形成不同企业履行社会责任行为的不同。

外部因素包括法律法规、税收政策、行业内的强制性规定、国际性的贸易条约、消费者、员工、政府、民间组织、民众舆论、新闻媒体等。内部因素如追求利润、实现长远发展、赢得好声誉、提高产品的知名度和影响力、获得政府支持等。如陈瑶(2009)认为中小企业履行社会责任问题的原因分企业内外部因素,外部因素有:对企业社会责任认识不足;企业自身发展现状的制约;利益相关者缺乏维权意识。内部因素有:整体社会风气的影响;相关法律法规制度的缺失;缺乏有效的监督;缺乏合理的评价体系[29]。

1) 外部驱动因素

①法律法规

这里是指对企业行为产生强制约束的法律法规、税收政策、行业内强制性的规定、国际性的贸易条约和相关规定。法律法规是指与企业有关的

在企业经营过程中,需要遵循较多法律法规,其中有《公司法》、《劳动合同法》、《工伤保险条例》、《营业税暂行条例实施细则》等,此类法律法规对于企业具有一定的约束作用。在企业经营过程中,需要彻底的执行与贯彻,否则将会受到国家相应部门的惩罚。对于税务方面,国家及地方层面,均会以不同税收政策对于企业经营行为进行约束。

②利益相关者

对于企业而言,消费者、竞争对手、员工以及政府部门是其不同方向上的利益相关者。竞争对手如果积极履行社会责任,注重改善员工工作环境、提高员工工资、积极参加社会公益,企业自身形象必然提高,人们也就更加青睐那些口碑较好的企业的产品。内部员工更加注重企业认真履行社会责任,希望企业为他们提供更多的保障,如签署劳动合同、购买保险、有正常的休假等等,员工社会责任意识的增强对企业必然产生压力[31]。政府相关部门对企业社会责任的意识也提高了,希望企业能合法经营,积极纳税,保护环境,积极参与社会公益事业,为地区区域积极发展多做贡献。如某一地区遭遇自然灾害时,当地政府更希望企业能力所能及积极捐款,为政府分忧解愁。姜启军(2007)也认为利益相关者的压力是企业履行社会责任的主要动因之一[32]。

③舆论监督

舆论监督通常指新闻媒体相关舆论带来的压力,也有相应组织与群众带来的舆论压力[33],对于企业形成一种无形的监督力量。

2) 内部驱动因素

①企业利益驱动

企业经营其主要目的在于获取更多的利益，承担相应的社会责任，会对于企业带来更多的利润，企业则会更为积极主动的参与履行社会责任。反之，企业积极性则会下降。所以对于企业而言，利润是其履行社会责任的重要因素之一。如周翼翔等(2012)认为经济因素是转型时期我国中小企业履行社会责任的重要因素[35]。企业主动承担社会责任可以吸引和留住员工，也能提升消费者对产品和品牌的认知度，能获得政府、金融机构的好评，政府可以提供支持支持，而金融机构则可以为企业提供发展所需贷款和融资服务。

②伦理道德

企业伦理道德包括企业管理者的价值观念，企业文化等。中小企业的管理者一般是企业所有者，其个人知识背景、受教育程度、个人企业经营价值观直接影响企业社会责任的履行。一般而言，企业管理者受教育程度越高，越重视企业社会责任，越重视公司治理，企业行为就越规范。企业文化是企业在生产经营和管理活动中逐渐形成的具有个性特色的精神财富和物质形态，它包括文化和价值观念、道德规范、及行为准则和企业制度等，这些都对企业履行社会责任具有潜在的影响力。意识决定行为，思想决定观念，有时企业道德理论对企业履行社会责任具有决定性的影响。如彭建国(2010)在其“三力论”中提出，道德律是企业承担社会责任的三个主要因素[36]。

三、研究方法

结合中小企业社会责任内涵及其驱动因素相关研究进行整理，同时结合相应文献推导，从而能够对于胡志明市中小企业社会责任驱动因子进行分析，形成本文相应模型。

结合文献可以获知，在企业履行社会责任过程中，会受到众多因素影响。而不同专家与学者参考理论不同，其研究角度也有所不同，进而形成的对于中小企业社会责任驱动因素理解也有所不同。本文力求明确阐释概念模型中的关键要素的理论内涵，这不仅有利于为本文的理论模型提供逻辑框架，且有利于为后续实证研究中的变量选择提供理论依据。

整合相应研究发现，利益相关者、资源理论以及制度理论，均无法完全对于企业社会责任行为加以完全解释。正如 See (2009) 的研究发现，企业社会责任行为的驱动力应该被分为外部约束力和内部驱动力两方面。外部约束力是指企业在经营过程中，所面对的制度、经济环境以及相应的社会规范。

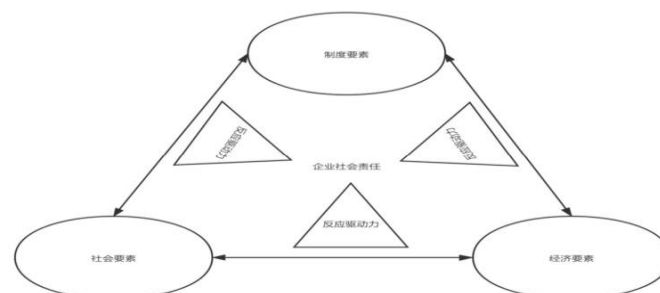


图 3-1 社会责任模型

以上模型结合企业伦理、资源以及制度相关理论，对于中小企业社会责任不同要素进行

涵盖,从而突出企业社会责任驱动包含内部、外部以及内外部交叉驱动机制。内部驱动机制,本研究重点关注的要素包括企业家或者高管的价值观、企业长期战略、企业先前绩效;外部驱动机制,本研究重点关注的要素包括国家法律法规的完善性、被广泛认同的行业规范和社会规范。内部驱动机制与外部驱动机制并不仅仅是相互独立地作用于企业社会责任,且两者可能同时发挥作用。

结合上文理论基础可以发现,相关法律法规对于企业履行社会责任具有一定的强制作用,史亚楠(2010)、靳秉强(2011)也通过研究证明,若要提升企业履行社会责任行为,需要依靠健全的法律法规体系加以约束。故而本文提出相应假设:

H1:完善的法律法规能够对于企业履行社会责任具有正向作用。

企业的发展过程中,相关权益方均会予以一定的支持,企业的发展也受到不同权益方的关注,所以在企业发展过程中需要对于相关权益方予以重视,若产生影响相关权益者权益时,将会通过不同方式对于企业所产生的社会责任形成压力。所以本文提出相应假设:

H2:相关权益者对于中小企业履行社会责任具有积极作用。

结合社会舆论监督作用,企业也会对于其自身社会责任行为加以促进或约束。李轩复等(2009)通过研究表明,相关组织及民众舆论,能够正确引导企业展开社会责任行为。张琳(2012)则结合其研究结论说明,舆论监督能够对于企业社会责任行为起到监督作用,从而减少企业发生破坏环境等行为。本文提出相关假设:

H3:社会监督对于中小企业履行社会责任具有积极作用。

上文中也提及,在企业发展过程中,对于利益的追求是企业发展的根本。而企业生存与发展是对于其内在利益的追求。柴志敏等(2012)通过研究表明,如果相应行为不具备利益,相应的企业履行社会责任的积极性将大大降低。故而提出相应的假设:

H4:内在利益会对于中小企业社会责任产生影响。

企业在履行社会责任过程中,不仅仅外部因素会对于其产生影响,企业自身履行社会责任的主动性,是推动企业积极履行社会责任的关键所在。本文提出相应假设:

H5:道德伦理对于中小企业履行社会责任具有正向作用。

企业所处行业不同,其面对的社会责任不同,也会因为经营范围的差异,对于其社会责任产生影响。吴晓(2012)通过研究表明,在不同行业中,企业面对的社会责任也各不相同。所以本文提出相应假设:

H6:所处不同行业,社会责任存在不同差异。

四、研究方法

(一)数据来源与样本选取

本文选取胡志明市130家中小企业作为研究对象,通过面向企业管理层发放问卷共计265份,本文共计收集到260份有效问卷,问卷有效率为98.11,样本数量超过模型总变量5倍,根据Read和Parker在1992年提出的准则,本研究的样本属于有效,所得结果是可以接受的。

(二)中小企业CSR行为的驱动因素分析

围绕企业社会责任内涵及其驱动力的研究进行了系统的梳理,整理归纳了本研究的理论基础,进一步明确了本研究的重点问题。本文基于文献的推导,得出了企业社会责任的关键驱动因子以及本研究的理论模型。企业是否履行社会责任,受企业内外部许多因素的影响。不同学者研究的理论视角不同,可能造成对企业社会责任驱动因素的理解也不同。因此,本文力求明确阐释概念模型中的关键要素的理论内涵,这不仅有利于为本文的理论模型提供逻辑

辑框架，且有利于为后续实证研究中的变量选择提供理论依据。

在第二章文献分析的基础上，无论利益相关者理论、制度理论、资源基础理论或者伦理理论对于企业社会责任行为都不具有完全独立的解释力。正如 See (2009) 的研究发现，企业社会责任行为外部约束驱动力指的是企业所处地区的制度环境、经济发展状况以及社会规范程度；内部驱动力主要是企业领导者的价值观和信仰、企业的战略规划及社会责任响应能力

(三) 调查问卷变量设计

1. 问卷设计

结合上文中对于本文研究主题提出的理论模型，问卷编写分为三部分：（1）对于调查对象及企业基本特征进行调查。包括被调查者相关人口学信息，所在企业员工人数、成立时间、所属行业等信息。（2）对于企业社会责任表现进行调查。包括企业对于员工的社会责任、利益相关者社会责任以及对于社会的公共责任等。（3）对于影响企业社会责任其他驱动要素进行调查。包含高管价值观、企业战略以及先前绩效等，其中也包括法律法规、行业规范等。

2. 变量设计

本文将中小企业社会责任驱动要素作为自变量。而结合不同理论，对于中小企业社会责任驱动要素也有所不同。对于社会责任驱动要素分为外部与内部两部分，内部主要结合资源与伦理相关理论，分为管理层价值观、企业战略以及先前绩效，而外部驱动因素则参考制度相关理论，结合法律法规、行业规范等对于企业形成的压力。而针对企业社会责任驱动要素具体项目，则参考文献使用较多的成熟量表，本研究将企业社会责任的关键驱动要素作为自变量。理论视角差异往往会造成提取到的驱动要素不同，所以本研究结合制度理论、资源基础论和伦理理论。对企业社会责任驱动因素的测量项目，本文尽可能多的查阅了相关文献资料，力求使用相对成熟的量表，以保证量表的信效度。在正式调研之前本研究先进行了小样本预调研，将企业访谈记录进行内容分析，通过对访谈记录进行编排整理，与现有的测量量表进行对照，进一步修正和补充本研究最终形成的关于企业社会责任驱动因素的测量项目。

作为本文研究因变量——社会责任，在结合现有研究进行归纳可以发现，对于企业社会责任并未有统一的测量方法。目前对于社会责任测量方法有：内容分析法、污染物指标法以及企业声誉测量法、问卷分析法。本文采用问卷调查法对于胡志明市中小企业社会责任进行测量。首先将企业社会责任概念化，并通过管理层对于企业社会责任进行评分，进而对于胡志明市中小企业社会责任情况进行衡量。关于企业社会责任概念化的问卷，本研究将重点采用 Boal 和 Peery 的成熟量表，主要原因在于：第一，该量表被广泛使用，具有较高的信效度；第二，该量表从企业利益相关者角度考虑，强调企业社会责任本身，更加科学和准确。结合小样本预调研的内容分析，确定了关于社会责任具体表现的测量条目。

五、研究结论

(一) 实证结果与分析问卷统计

结合通过对于调查对象相关特征进行如上所示：其中参与本次调查的比例为本次调查对象中，男性管理层占据主要比例。从年龄分布来看除去抽样的随机误差以外，从侧面反映了企业的管理层多是社会阅历丰富的中年人。从受教育程度分布来看，大专或本科学历的经理人共 43 人，占总数的 17%；硕士及以上学历的经理人共 6 人，占总数的 2%，从此比例可以看出，胡志明市中小企业管理人员普遍接受高等教育比例较低。从管理层的从业经验来看，拥有 5 年以内经验经理人的共 59 位，占总数 23%；拥有 5-10 年经验的经理人共 97 位，占总数的 37%；拥有 10-20 年经验的经理人共 63 位，占总数 24%；拥有 20 年经验

以上的经理人共 41 位, 占总数的 18%。本次调查主要集中在了中小企业, 尤其是微小企业, 此点与胡志明市目前中小企业特征相符。从企业的成长阶段分布来看, 处于成熟期的企业占总数的 24%, 处于非成熟期的企业占 76%。

处于不同成长阶段的企业, 其社会责任行为表现出较大的差异性, 所以样本企业分部在不同的生命周期阶段, 具有较好的代表性。从企业行业类型分布来看, 食品行业共计 64 家, 比例为 25%, 加工制造行业企业为 109 家, 比例为 42%, 零售批发行业数量为 63。比例为 24%, 高新技术企业数量为 24%, 比例为 9%。本次调查涉及的地区、行业、企业性质、企业所处生命周期阶段及企业规模等方面的范围较广, 具有一定的代表性。

(二) 因子分析

企业社会责任变量因子分析

1) 描述性统计, 企业履行社会责任转为不同问卷, 综合性的体现企业社会责任的不同方面。为了能够更好的对于数据进行简化, 通过因子分析方法, 提取相关问卷中的主要特征。

2) 因子分析, 对测量项目进行 KMO 检验和 Bartlett's 球形检验, 从表 4.3 可以看到, KMO 值为 0.914, 说明适合做因子分析; Bartlett's 球形检验结果表明各测量项目间是相互关联的, 具备提取公因子的条件。因子方差累计贡献率为 69.991%, 大于临界值 60%, 亦说明有 69.991%的可能提取三个公因子解释。

结合上表分析结果, 对于企业社会责任量表进行公因子提取, 分别为相关者责任、员工责任与社会责任。

3) 信度检验, 研究对企业利益相关者责任、员工责任和公共责任分别进行信度检验。

(三) 内部驱动要素因子分析

1) 描述性统计

本研究依据伦理理论和资源基础理论对企业社会责任内部驱动要素进行了提取, 企业社会责任内部驱动要素的测量项目的描述性

2) 因子分析

在因子分析前, 先对量表进行了 KMO 检验及巴特利特的球形检验, 检验结果如表 4-11 所示, KMO 值为 0.877, 说明适合做因子分析; Bartlett 球形检验结果表明各测量项目间是相互关联的, 说明能够提取公因子。如表 4.12 所示, 因子方差累计贡献率为 60.34%, 接近临界值 60%, 表明提取的公因子有一定的解释力。

3) 信度检验

本研究对企业社会责任内部驱动要素的三个公因子进行信度检验, 检验结果如表 4-13 所示。我们可以看到 CITC 系数大于 0.35 时, 项目被认为是可以保留的, 因此再次保留测量项目第 30 项。所有测量项目删除后的系数值均小于总体项目的系数值。所以基本可以认定企业社会责任外部驱动因素量表的信度较好。

(四) 相关性分析

在相关分析中, 本研究加入了不同控制变量, 分别是企业的规模、企业所处的成长阶段、企业所属行业, 原因有如下几点。

第一, 在以往研究中, 很多学者已经验证了规模与企业社会责任行为间具有正向相关关系。McElroy 和 Siegfried(1985)通过对美国大型企业的研究发现, 企业规模越大, 企业参与社会公益活动就越多。Husted 和 Allen(2007)对墨西哥的跨国企业进行研究发现, 规模越大的企业就越容易将企业社会责任纳入企业的战略规划中。因此, 本研究将企业规模作为一个控制变量。

第二,处于不同成长阶段的企业社会责任表现也可能不同。在以往的研究中,发现随着企业日渐成熟,企业对社会责任的关注度更高,相比之下,处于初创期的企业拥有的资源相对有限,所以承担社会责任的倾向较小。国内学者郑海东研究发现,在企业不同的成长阶段,其社会责任绩效会表现出很大的差异性[44]。因此,本研究将企业所处成长阶段作为研究模型中的控制变量。

第三,目前越来越多的学者指出不同行业的企业社会责任表现具有较大的差异性。Chen、Patten 和 Roberts(2008)在对企业社会责任行为进行研究时,将企业所处行业进行细分,发现涉及社会责任敏感因素如产品安全性、消费者依赖性、劳动力密集性等因素的行业,其社会责任表现会更好。本研究选择制造业做参照,来观察行业对企业社会责任表现的影响。初步判断研究变量之间相互依存关系,作者首先利用 SPSS19.0 统计软件对主要的研究变量进行简单的相关分析

从自变量各公因子之间的关系来看,通过因子分析中的方差最大化正交旋转法可以得出外部驱动因素的法律法规完善性、行业规范压力和社会规范压力三者的相关系数为 0,表明外部驱动因素三个公因子是相互独立的,三者对因变量产生的影响是不同的。同样方法得到企业内部驱动因素间的相关系数很小,可以理解为三者对因变量具有不同的影响作用。

(五) 回归分析

外部驱动要素回归分析

通过将企业社会责任与外部驱动要素影响如下表所示,通过三个不同模型分别对应相关利益者责任、员工责任以及公共责任回归结果,以模型 1、2、3 为控制变量与因变量回归模型,而 1-1、2-1、3-1 分别将控制变量与自变量引入回归模型。

表中显示系数值为标准化回归系数 β 值;***表示显著水平 $P < 0.01$, **表示显著水平 $p < 0.05$, *表示显著水平 $p < 0.10$ 从表 4.15 中可以看到:第一,回归模型在统计上表现出较高的显著水平。第二,调整后的 R^2 引入自变量组后,回归方程对因变量的解释力强于控制变量模型,调整后的 R^2 分别增加了 0.166***、0.031、0.149***,说明加入自变量的模型比单纯加入控制变量的模型对因变量有更强的解释力。

从控制变量对因变量的关系来看,行业、成长阶段的和规模的差异性对企业社会责任没有表现出显著相关关系。从自变量对因变量的关系来看,法律法规的完善性显著影响了企业利益相关者责任和社会公共责任,但是法律法规的完善性对企业履行员工责任没有表现出显著的影响作用。行业规范的压力对企业社会责任三方面的表现均未表现出显著影响作用,这与前面所做的相关分析是一致的,表明企业所处行业环境并不足以促进企业承担社会责任。社会规范的压力对企业利益相关者责任、员工责任和社会公共责任均显示出显著的正向影响作用,这表明社会规范能够较好地促进企业社会责任行为。内部驱动要素对企业社会责任的直接影响。

(六) 实证结果

(1.) 规的驱动作用本研究统计结果显示,法律法规的健全程度与企业承担利益相关者责任、社会公共责任之间有正相关关系,这表明法律制度的不断完善和法律执行的认真落实有利于促进企业履行对股东、合作伙伴和消费者等群体的责任。(2.) 行业规范的压力对企业社会责任的作用关于行业规范的压力,我们发现行业规范的压力对企业社会责任三方面的表现均未表现出显著影响作用,这与最初的预想是不一致的。可能的解释有两种:第一,某些企业较好地履行了社会责任,但是由于缺乏公开沟通和传播机制,无法在行业内形成榜样力量。

在这样的情况下,同行企业的良好表现很难对周遭企业承担社会责任方面起到显著的示范作用。第二,我国企业缺乏良好的承担社会责任的商业环境,换句话说,我国企业社会责任水平总体偏低。我国企业正处于经济转型的过渡期,大多以利益最大化为经营目标,自身不具备条件在追求利益的同时兼顾企业社会责任。(3.)社会规范的压力对企业社会责任的作用关于社会规范的压力,我们从研究结果分析中可以看到,社会规范的压力对促进企业社会责任行为起到了至关重要的作用。这说明社会公众、民间团体组织、非政府组织、第三方组织、新闻媒体组织等能够积极地促进企业承担社会责任。Kostova 和 Roth(2002)对跨国公司子公司在东道国采纳质量管理实践的研究中发现,当东道国对企业社会责任的认知度和关注度较高时,子公司会更好的实践质量管理体系。Kostova 和 Roth 的研究发现,企业社会责任理念根植于社会价值观体系时,则企业更容易认同和实践企业社会责任行为。

(五) 主要研究结论

作者从“为什么胡志明市一些企业开始主动承担社会责任,而仍有很大部分企业却千方百计逃避社会责任”的社会现象出发,以利益相关者理论、资源基础理论和商业伦理理论为理论依托,深入探究了企业社会责任的驱动机制。

第一,制度环境作为企业社会责任的外在驱动力,对企业承担社会责任发挥着显著的促进作用。由于制度环境中的强制性的法律法规和已经被广泛认同的行业惯例或社会惯例对企业的限制,企业无法完全按自身利益最大化的原则行事。根据本研究的实证结论,可以看到法律法规的完善程度和政府的执法力度对企业承担利益相关者责任和社会公共责任有明显的促进作用,但是对员工责任并没有表现出正向的促进关系另一方面反映出企业社会责任行为缺乏有效地传播机制,同行企业与社会公众无法接收到企业履行社会责任的信息,使企业承担社会责任的行为在同行企业里无法形成良好的“示范效应”。

第二,企业承担社会责任的内在驱动力主要源于高管的认同、企业的经营战略及企业先前良好的绩效表现。企业作为承担社会责任的主体,是直接驱动企业实践社会责任的关键。由于部分胡志明市企业管理层对于社会责任的理解依然停留在“做慈善”和“回馈社会”的层面,导致许多企业履行社会责任的形式过于单一,企业履行社会责任的方式无法达到系统化和制度化的水平。

另外,本研究的实证结果显示,胡志明市部分中小企业的并没有将社会责任因素纳入企业战略,这从侧面反映出胡志明市中小企业目前并不认同承担社会责任会为企业带来优势的竞争资源;另一方面胡志明市,乃至整个越南企业,整体的科技水平及创新能力相对不足,所以在节约资源和环境保护方面的表现差强人意。最后,本研究的实证结论显示,即使企业具有良好的财务绩效,企业不会更多的承担员工责任和公共责任。这与胡志明市政府执法不严和员工的维权意识差是分不开的,另外本研究抽选的样本为胡志明市中小企业,企业的财务绩效表现大多并非行业中的佼佼者,这难免在一定程度上掩盖企业先前绩效与企业社会责任之间的具体相关关系。

擁有的創新點

第一,本文基于利益相关者理论、制度理论、资源基础理论及商业伦理理论的研究,对企业社会责任驱动力进行了理论解释。在以往研究中,企业社会责任往往作为既定的自变量因素,研究其对企业财务绩效的影响作用。但作者认为,企业为什么承担社会责任或者逃避社会责任这一问题没有研究清楚之前,就一味地研究企业社会责任对企业财务绩效的影响作用是不恰当的,难免存在本末倒置的可能,所以本文将研究重点转移到企业社会责任的动因方面。

第二,通过对文献的梳理及推导,结合胡志明市中小企业社会责任现状,归纳了企业承担社会责任的6个驱动因素。并且通过问卷调查的方式,收集到企业社会责任驱动因素湖南大学硕士学位论文46的实证数据,利用SPSS19.0软件,对数据进行因子分析、相关分析及回归分析,验证了各个驱动因素对企业社会责任的作用方向及强度。

第三,在实证研究的基础上,作者提出了促进企业履行社会责任的对策建议。本研究虽然理论分析的基础上,对企业社会责任的6个关键驱动因素进行了较完整的实证研究,但鉴于本人的时间、能力及其他一些客观条件所限,研究中仍然存在一些局限和不足。作者对本文的局限和不足之处进行总结一下四点,希望可以给予以后的研究者提供一些参考。

对后续研究的展望

基于对本研究存在的局限性的总结,作者提出几点对未来研究的展望。

第一,尽力提高抽样方法的科学性及有效性。在力所能及的范围内,努力扩大调查区域及样本容量,以提高调查样本的代表性。

第二,进一步修正测量量表。在现有量表的基础上,结合专家访谈、探索性预调研等方式对量表进行反复修正,以提高量表的信效度;另一方面,如有机会,可以和专业的调研机构合作,从而获得更加真实有效地关于企业社会责任表现的数据。

第三,对典型的案例进行深入研究,进一步对企业社会责任驱动力因素进行补充验证。通过对典型案例的深入研究,可以发现本研究尚未考虑的其他因素,也可以对企业社会责任驱动因素与企业社会责任表现之间作用关系及作用强度进行二次验证。

第四,细化企业社会责任研究的特定情境,即对影响企业社会责任的调节变量进行细分。例如对企业所处行业根据影响企业社会责任行为的敏感因素分为产品安全型、消费者依赖型或者环境敏感型企业;再如对处于不同生命周期阶段的企业的社会责任表现分别进行考察,而不是仅仅关注发展成熟的企业的社会责任表现。这样可能更有利于发现调节变量与因变量间的关系。

参考文献

- [1] 赵国宇,魏帅军. 多个大股东治理与企业社会责任[J]. 经济与管理评论,2021,37(5):150-160.
- [2] 陈晓珊. 政府补助与民营企业社会责任[J]. 财贸研究,2021,32(1):83-95.
- [3] 杜闪,王站杰. 企业社会责任披露、投资效率和企业创新[J]. 贵州财经大学学报,2021(1):52-62.
- [4] 门中敬. 信誉及社会责任:社会信用的概念重构[J]. 东方法学,2021(2):135-144.
- [5] 厉以宁. 企业的社会责任[J]. 中国流通经济,2005,19(7):4-5.
- [6] 汪晓明. 论企业社会责任[J]. 学术交流,2005(6):69-71.
- [7] 陈文,王晨宇. 空气污染、金融发展与企业社会责任履行[J]. 中国人口·资源与环境,2021,31(7):91-106.
- [8] 陈煦江,刘婷婷. 企业社会责任管理与实践能力对公司绩效的影响[J]. 技术经济,2021,40(6):140-148.
- [9] 潘海江,刘国卫,刘香,等. 践行责任关怀善尽社会责任[J]. 世界农药,2021,43(3):52-60.
- [10] 余达淮. 企业社会责任三题[J]. 经济经纬,2009(1):124-127.

- [11] NGUYEN THI HONG TUOI-阮氏红黎. 越南纺织皮革行业的企业社会责任-可持续发展趋势[J]. 西部皮革, 2020, 42(7):23, 26.
- [12] 白景坤, 阮氏清恒, 卢晓侠. 文化差异对企业社会责任的影响-基于美国 Verizon 公司和越南 VNPT 集团的案例比较研究[J]. 跨文化管理, 2016(1).
- [13] 黄岩, 巫芊桦. “一带一路”倡议下越南的劳动管制政策及其中资企业的应对策略[J]. 中国人力资源开发, 2019, 36(7):121-129.
- [14] 李来儿. 企业社会责任及其成本研究述评[J]. 生态经济, 2011(6):134-137.
- [15] 吕力. 多学科视角下的中西企业社会责任理念[J]. 合作经济与科技, 2018(13):74-76.
- [16] 胡大立, 邓玉华. 中小企业社会责任实现机制探究[J]. 中国流通经济, 2013, 27(7):70-74.
- [17] 李翠翠. 中小企业社会责任存在的问题及对策[J]. 价值工程, 2020, 39(29):96-97.
- [18] 项喧, 熊伟. 中小企业社会责任驱动因素与推进机制研究——以浙江为例[J]. 管理现代化, 2017, 37(3):80-82.
- [19] 陈承, 张俊瑞, 李鸣, 等. 中小企业社会责任的概念、维度及测量研究[J]. 管理学报, 2015, 12(11):1687-1694. 胡志明市中小企业履行企业社会责任的驱动因素研究 4 9
- [20] 王建华. 中小企业社会责任:动因、困境、出路及保障[J]. 广西社会科学, 2012(10):61-65.
- [21] 邓泽宏, 叶苗. 加强中小企业社会责任的外部促进机制探究[J]. 江汉论坛, 2010(7):126-130.
- [22] 王叶. 论我国中小企业社会责任的重要性[J]. 漯河职业技术学院学报, 2020, 19(6):56-58.
- [23] 陈安. 中小企业社会责任内部控制框架体系构建[J]. 合作经济与科技, 2020(12):142-143.
- [24] 邓泽宏, 刘文波. 基于员工视角的中小企业社会责任及差异比较研究[J]. 国家行政学院学报, 2013(4):73-77.
- [25] 刘榛, 马艳洁. 浅谈中小企业社会责任建设[J]. 经营者, 2016, 30(4):191-191.
- [26] 刘雪菲, 刘菲菲. 中小企业社会责任问题研究[J]. 商场现代化, 2015(22):105-107.
- [27] 赵丽金. 中小企业社会责任履行对财务绩效的影响研究[J]. 高师理科学刊, 2020, 40(2):1-5.
- [28] 刘辉. 中小企业社会责任的价值驱动研究[J]. 西南交通大学学报(社会科学版), 2015, 16(4):131-135.
- [29] 李维, 周建军, 朱琦. CEO 职业关注与企业社会责任披露[J]. 中国软科学, 2021(2):111-124.
- [30] 李宏勋, 朱琳. 从“富士康事件”看在华跨国公司社会责任建设 The social responsibility construction of multinational corporations in China from “Foxconnevents” [J]. Modern Management, 2011(01):7.
- [31] 李宏勋, 杨肖肖. 石油企业社会责任与竞争力关系的实证研究——以中国石油天然气集团公司为例 Relation between Corporate Social Responsibility of PetroleumCorporate and Corporate Competitive Power of Petroleum Corporate—Take the ChinesePetroleum Corporation for Example[J]. Modern Management, 2012(02):81.

- [32] The Woolmark Company Announces Global Prize Awarding Excellence in Merino Wool Design[J]. 中国纺织(英文版), 2012(7):12-12.
- [33] WANG TING. Sustainable Development, Future for Chinese Textile and Apparel Industry[J]. 中国纺织(英文版), 2012(7):19-21.
- [34] Review of CNPC's Performance in 2011[J]. 中国油气(英文版), 2012, 19(1):31-35. 湖南大学硕士学位论文 50
- [35] WANG TING. Industrial Transitions Corporate Social Responsibility is On the May[J]. 中国纺织(英文版), 2011(7):51-53.
- [36] 王军东. 现代市场营销理念分析[J]. 中国对外贸易(英文版), 2010(16):253.
- [37] MOORE S, SHIELL A, HAWE P, et al. The privileging of communitarian ideas: citation practices and the translation of social capital into public health research. [J]. American journal of public health, 2005, 95(8):1330-1337.
- [38] LECLAIR SJ. Bioethics—problems for today. [J]. Clinical Laboratory Science: Journal of the American Society for Medical Technology, 2008, 21(2):112-113.
- [39] COPENHAVER MM. Testing a social-cognitive model of intimate abusiveness among substance-dependent males. [J]. The American journal of drug and alcohol abuse, 2000, 26(4):603-628.
- [40] 步丹璐, 贺晨, 文彩虹. 外资持股与企业社会责任表现[J]. 会计研究, 2021(2):86-101.
- [41] 郑孟状, 潘霞蓉. 论企业的社会责任[J]. 浙江学刊, 2003(3):167-174.
- [42] 范容慧. 以社会责任为基础构筑企业韧性[J]. 企业管理, 2021(10):121-123.
- [43] 陈旭, 哈今华. 企业社会责任贡献, 技术创新投入与企业价值创造关系研究[J]. 预测, 2021, 40(3):32-38.
- [44] 张天舒, 赵岩, 高维纳. 政治关联、社会责任与企业价值[J]. 河北经贸大学学报, 2020, 41(3):88-98.
- [45] 齐丽云, 汪瀛, 吕正纲. 基于组织意义建构和制度理论的企业社会责任演进研究[J]. 管理评论, 2021, 33(1):215-228, 241.

Research on social responsibility promoting elements for businesses community in Ho Chi Minh City

Li Yabo, NGUYEN THI THU HA

(Business school of Hunan University, Changsha/ Hunan, 410006)

Abstract: This article analyzes the social responsibility of small and medium-sized enterprises in Ho Chi Minh City. Based on the understanding of the current situation of the implementation of corporate social responsibility in Ho Chi Minh City, it can improve the problems that arise, and can provide reference and reference for more Vietnamese small and medium-sized enterprises to help them better Social Responsibility.

Keywords: businesses community, social responsibility

作者简介(可选): 李亚伯: 副教授, 湖南大学工商管理学院硕士研究生导师, 研究方式: 组织行为与人力资源管理。

阮氏秋河: 湖南大学工商管理学院硕士研究生, 研究方向: 组织行为与人力资源管理。