

学校编码：10384

分类号_____ 密级_____

学号：17720101151072

UDC_____

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

供应链社会责任实践与驱动力研究
——从企业规模与所属行业的视角

The Empirical Study of Logistics Social Responsibility and
Drivers: From the Perspective of Firm Size and Industry

张雨萌

指导教师姓名：缪朝炜教授

专业名称：管理科学与工程

论文提交日期：2013年4月

论文答辩时间：2013年 月

学位授予日期：2013年 月

答辩委员会主席：_____

评 阅 人：_____

2013年4月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下，独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果，均在文中以适当方式明确标明，并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范（试行）》。

另外，该学位论文为（ ）课题（组）的研究成果，获得（ ）课题（组）经费或实验室的资助，在（ ）实验室完成。（请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称，未有此项声明内容的，可以不作特别声明。）

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

摘 要

随着经济全球化的发展，很多大型跨国企业纷纷将非核心业务外包，供应链上跨地域的产业分工与整合日益频繁，企业间的合作与依赖程度也越来越广泛，市场竞争已不再局限于两个企业之间的竞争，日益发展成为供应链与供应链之间的整体竞争。具有良好合作伙伴关系的供应链才能使整个链条上的企业在竞争中占有优势。我国作为“世界工厂”，很多企业由于每年不能达到大型跨国公司对供应商或采购商有关社会责任方面的要求失去很多订单。因此，我国企业积极承担供应链社会责任，是顺应国际标准化趋势、参与国际化竞争的必然要求。

本文在前人研究的基础上，首先通过问卷数据进一步验证了供应链社会责任的五个维度，及其内部驱动力和外部驱动力。然后，通过实证分析研究了供应链社会责任实践及其驱动力在不同规模、不同行业的企业之间实施的差异性。本文的研究结果主要体现在四个方面：（1）企业规模不同，供应链社会责任实践不同。具体表现为承担环境责任和社会道义责任两方面的差异性。（2）企业规模不同，其 LSR 的驱动力不同。外部驱动力中来自法律法规的压力和三个内部驱动力（以人为本的组织文化、高层管理支持、商业道德）在不同规模企业间呈现明显的差异性。（3）企业所属行业不同，供应链社会责任中顾客责任的实施呈现明显的差异性，主要体现为机械制造业与电子通讯业承担顾客责任方面的程度不同。（4）企业所属行业不同，LSR 的驱动力中来自供应商的压力表现出显著不同，具体涉及的行业为建筑工程业与电子通讯业。

关键词：供应链社会责任；驱动力；企业规模；所属行业

ABSTRACT

With the development of economic globalization and the population of outsourcing pattern, industrial division and integration in the supply chain have become increasingly frequent, and companies from different countries cooperate and coordinate more and more. So the market competition becomes the competition among different supply chains rather than two companies. The supply chain which has a good partnership will become advantageous in the competitions. China, as a world factory, is facing great challenges with the trend of active CSR practice around the world. Many Chinese enterprises, as suppliers or buyers, fail to meet the requirements of their multinational partners in social responsibility related areas and lose huge amounts of orders gradually. In order to meet the international standardized trend of social responsibility and compete in the global market, Chinese enterprises are required to take logistics social responsibility.

Firstly, on the basis of previous studies, an empirical study is conducted to test the dimensions of logistics social responsibility and four external drivers and three internal drivers. Secondly, we test the differences of LSR practices and its drivers from the perspective of firm size and industry. There are four main research achievements: (1) Small, medium and large companies have different levels of adopting on the five dimensions of LSR practices, especially on environment and humanity. (2) Chinese companies of different firm size have different drivers for implementations of LSR. (3) Chinese companies in different industrial sectors implement different practices of LSR. (4) Chinese companies in different industrial sectors have different drivers for implementations of LSR.

Keywords: Logistics Social Responsibility; drives; firm size; industry

目 录

第 1 章 绪论	1
1.1 研究背景.....	1
1.2 研究目的与意义.....	2
1.3 研究方法与结构安排.....	3
第 2 章 文献综述	5
2.1 企业社会责任的发展.....	5
2.1.1 企业社会责任的概念.....	5
2.1.2 企业社会责任的维度及内容.....	10
2.2 供应链社会责任.....	12
2.2.1 供应链社会责任的引入.....	12
2.2.2 供应链社会责任的发展.....	14
2.2.3 供应链社会责任实施的影响因素.....	16
第 3 章 模型建立与假设提出	24
3.1 假设提出.....	24
3.1.1 企业规模.....	24
3.1.2 所属行业.....	26
3.2 假设模型.....	28
第 4 章 研究方法与设计	30
4.1 研究方法.....	30
4.2 问卷设计.....	30
4.3 数据收集.....	33
第 5 章 数据分析	34
5.1 描述性统计分析.....	34
5.2 因子分析.....	35
5.2.1 探索性因子分析.....	36
5.2.2 验证性因子分析.....	37
5.3 数据的信度和效度检验.....	43
5.3.1 信度分析.....	43
5.3.2 效度分析.....	44
5.4 单因素方差分析.....	47

5.4.1 企业规模的方差分析	48
5.4.2 所属行业的方差分析	53
第 6 章 结论与展望	61
6.1 研究结论	61
6.2 研究局限性	64
6.3 研究展望	64
参考文献.....	65
致谢.....	77
附录.....	78

厦门大学博士论文摘要库

Contents

Chapter 1 Introduction.....	1
1.1 The Background of the Research.....	1
1.2 The Purpose and the Meaning of the Research.....	2
1.3 Research Method and Structure.....	3
Chapter 2 Literature Review.....	5
2.1 The Development of CSR.....	5
2.1.1 The Definition of CSR.....	5
2.1.2 The Contents of the CSR.....	10
2.2 Logistics Social Responsibility.....	12
2.2.1 CSR in Supply Chain.....	12
2.2.2 The Development of LSR.....	14
2.2.3 The Drivers of LSR.....	16
Chapter 3 Hypothesis and Model.....	24
3.1 Hypothesis.....	24
3.1.1 Firm Size.....	24
3.1.2 Industry.....	26
3.2 Model.....	28
Chapter 4 Research Design and Methodology.....	30
4.1 Research Methodology.....	30
4.2 Questionnaire Design.....	30
4.3 Data Collection.....	33
Chapter 5 Data Analysis.....	34
5.1 Descriptive Statistical Analysis.....	34
5.2 Factor Analysis.....	35
5.2.1 Exporatory Factor Analysis.....	36
5.2.2 Confirmatory Factor Analysis.....	37
5.3 Reliability and Validity Analysis.....	43
5.3.1 Reliability Analysis.....	43
5.3.2 Validity Analysis.....	44

5.4 Analysis of Variance	47
5.4.1 ANOVA of Firm Size.....	48
5.4.2 ANOVA of Industry	53
Chapter 6 Conclusions and Discussion	61
6.1 Conclusions and Contributions.....	61
6.2 Limitations	64
6.3 Future Research.....	64
References	65
Acknowledgements	77
Appendix.....	78

第1章 绪论

1.1 研究背景

近年来，伴随着可持续发展思想的广泛传播，人们的价值观和消费理念都有了较大程度的改变。企业作为社会经济的重要组成部分，社会公众越来越关注企业对社会可持续发展的影响，企业社会责任的重要性日益为人们所认知。

而我国有些企业仅仅把履行社会责任作为一种口号，在公司的运营发展过程中并未充分重视，也没有承担社会责任。这些企业在自身的经济利益与社会责任存在一定冲突的时候，往往会选择逃避承担社会责任来追求经济效益，因此也引发了一系列的社会问题，比如苏丹红事件、松花江水污染事故、三聚氰胺毒奶粉事件、瘦肉精事件等。与国际竞争的要求相比，我国企业承担社会责任的态度和意识还存在很大的差距。2010年，我国各种小家电的生产企业约有5000多家，当年家电市场的产值占全球市场的比例为85.3%，家电企业的出口额占全球出口的30%^①。但是，由于在国际市场上，各国对企业社会责任的要求日趋严格，对产品的安全节能环保方面提出了更高的要求，并且积极制定了一些高于发展中国家的环境保护、产品质量等方面的法律法规标准；而我国一些中小企业社会责任缺失的现象比较普遍，环境污染、劳务纠纷、浪费资源的现象依然比较严重。因此我国产品出口面临着巨大的挑战，例如缺乏标准化意识、缺失核心技术、品牌国际影响力不足等三大“瓶颈”，且在出口高端市场（如欧盟、北美）时经常遭遇绿色壁垒。由此可见，企业社会责任问题已成为中国企业生存与发展的关键制约要素，企业积极承担社会责任的改革刻不容缓。

从我国入世以来，中国企业能够更加充分地参与到国际市场，成为全球化市场上，国际竞争也变得日益激烈。伴随着日益细化的社会分工的出现，越来越多的企业将其非核心业务外包，企业间的联系也变得日益密切，进而形成了供应链的网络体系。跨国供应链的出现以及供应链之间的竞争使得发达国家的企业社会责任运动传导到很多中国企业。而且由于产品研发速度的加快、生命周期的缩短，

^①资料来源：我国家电出口如何跨越国外“绿色门槛”[EB/OL].
<http://2011.chcaa.com/News/HangYe/2011-7/134391.html>, 2011-07-13/2012-12-12.

以及供应链条上各个环节周期的缩短,供应链的有效运作变得十分重要。市场竞争已不再局限于两个企业之间的竞争,日益发展成为供应链与供应链之间的整体竞争。由此看来,具有良好合作伙伴关系的供应链才能使整个链条上的企业在竞争中占有优势。供应链上的企业成为一个利益整体,供应链上每个企业的活动都会对整条供应链产生影响,关注供应链管理已成为企业发展的重要战略。因此,社会、环境等问题也日益频繁地被引入到从整条供应链的角度去思考,如绿色供应链管理、供应链的可持续性、供应链上的社会责任问题等。各种利益相关者包括政府机构、行业协会、贸易组织、股东、消费者、员工等也更加关注环境保护与可持续发展。供应链社会责任日益受到企业、媒体以及学术界的高度重视。

一些著名企业在积极承担社会责任的同时也帮助其供应链上各企业积极实施社会责任行为,增强供应链的竞争力。例如,通用电气公司通过建立向供应商提供企业社会责任培训的机制,主要是环境、健康与安全(Environment, Health, and Safety)的培训课程,以帮助供应商实现企业社会责任。

2012年6月5日,第七届中国社会责任国际论坛暨2011年“金蜜蜂企业社会责任·中国榜”发布典礼在北京举行。中国可持续发展工商理事会副秘书长翟齐指出,发动企业去带动更多的企业社会责任应从供应链系统入手,由于供应链上的企业,大家的利益相关,在长期的合作当中它们注重信誉、关注社会责任,互相尊重、互相推动,实际上也是一种推动商业合作关系的创新模式^②。

我国“十二五”规划也指出,要通过节能减排,发展绿色经济和低碳经济,增强可持续发展能力^③。在这种社会环境下,探讨供应链中的社会责任问题已经迫在眉睫。

1.2 研究目的与意义

近十多年来,在供应链管理中推行企业社会责任日益成为许多跨国企业全球化战略的重要内容。我国作为“世界工厂”,存在数以万计的劳动密集型企业,我国企业面临着巨大的压力和挑战,尤其是全球企业积极响应并承担社会责任的

^② 资料来源:翟齐:企业应带动整个供应链承担社会责任[EB/OL].
<http://finance.qq.com/a/20120605/005537.htm>, 2012-06-05/2012-12-12.

^③ 资料来源:国家发改委确定十二五规划八大重点[EB/OL].
<http://news.zqjrw.com/News/201031/city/554722252100.shtml>, 2010-03-01/2012-12-12.

背景下。其如何主动参与相关标准的制定，来顺应社会责任国际化的趋势，进而通过供应链社会责任的管理来提高企业的品牌价值及竞争力是学术界亟需解决的问题。

本文作为 Miao 等人^[1-2]的后续研究，Miao 等人通过一系列实证研究，从社会责任实践和驱动力因素等方面分析供应链社会责任在中国的实际情况。从实践内容上，他们把供应链社会责任分为五个维度，分别是供应商责任、顾客责任、环境责任、员工责任和社会道义责任，并进一步证实了国内企业从这五个方面履行供应链社会责任。在驱动力方面，他们通过实证数据分析，认为企业履行供应链社会责任的内部驱动力为：高层管理支持，以人为本的组织文化，商业道德；外部驱动力为：来自供应商、顾客、竞争对手、法律法规的压力。本文在他们的研究的基础上，探讨国内企业履行供应链社会责任实践与驱动力在不同行业、不同规模的企业之间的差异性，进而分析产生这些差异的原因，使得政府监管部门与企业对供应链社会责任的形成有更为清晰和直观的认识，为我国企业供应链社会责任的实施提供应用性建议，并为其承担社会责任提供必要的理论与实证依据。

1.3 研究方法 with 结构安排

本文采用理论分析与实证研究、定性与定量研究相结合的方法，从以下六个部分展开讨论。各章的具体内容如下：

第一章为绪论。介绍研究背景，研究目的意义以及研究内容，从总体上简述本文的研究脉络和框架。

第二章为文献综述。回顾近年来国内外学者关于企业社会责任、供应链管理的理论及研究成果，回顾供应链社会责任的发展历程，奠定本文的理论基础。

第三章为模型建立与假设提出。在文献研究整合的基础上，提出本文的研究模型与假设。

第四章为研究方法与设计。介绍问卷设计及数据收集的过程。

第五章为数据分析。首先介绍样本的分布情况，然后根据调查问卷收集所得的数据，利用 SPSS21.0 和 AMOS19.0 统计分析软件进行数据处理，包括变量的描述性统计、信效度分析、因子分析，单因素方差分析及多重比较检验等。

第六章为结论与展望。首先概括总结本文的研究结论，然后指出本文的局限性，最后展望未来的研究方向。

本文的框架结构如图 1-1 所示：

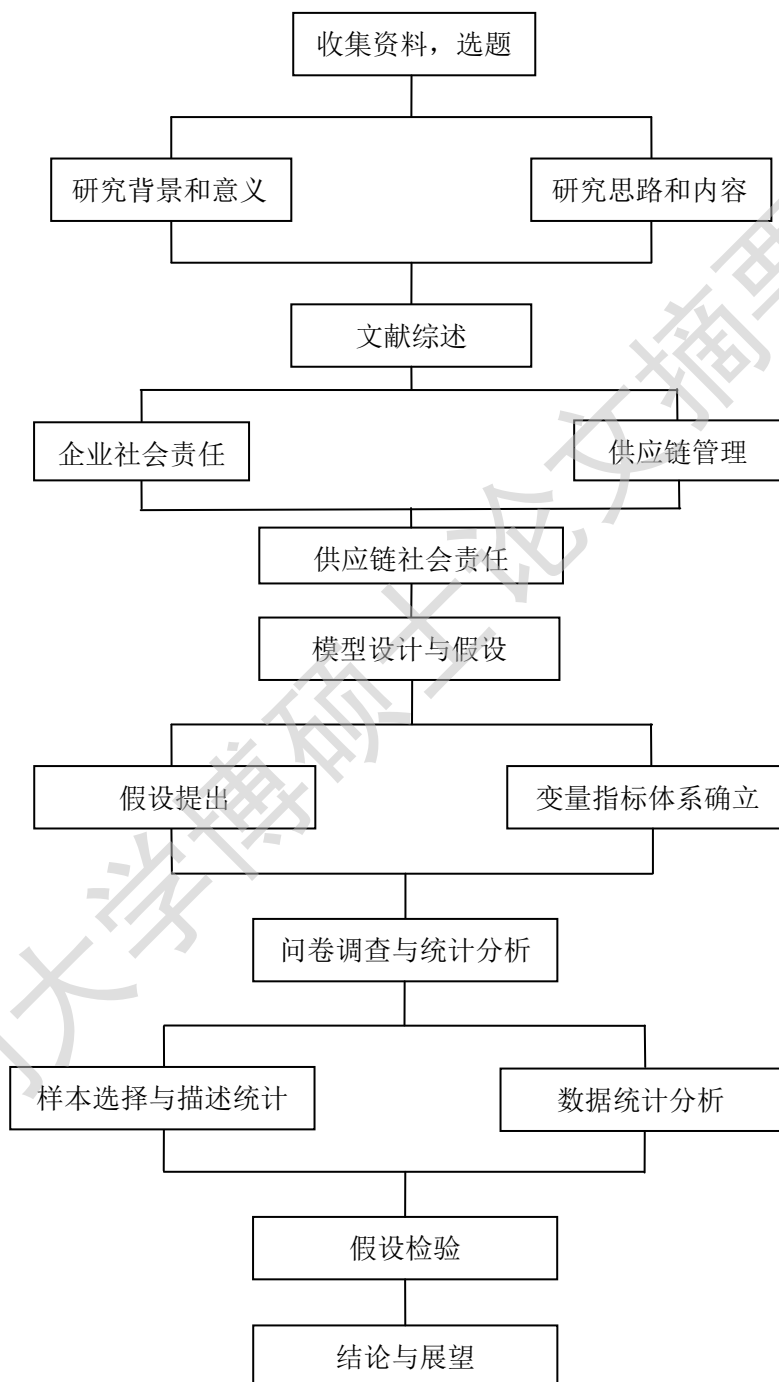


图 1-1 本文框架结构图

第2章 文献综述

2.1 企业社会责任的发展

2.1.1 企业社会责任的概念

企业社会责任（Corporate Social Responsibility 简称 CSR）的概念最早是由英国学者 Oliver Sheldon 于 1924 年提出的，其基本含义是指企业应该为其影响到其他实体、社会和环境的所有行为负有责任^[4]。他主张企业经营对社区的服务有助于增进社区利益。直至 20 世纪 50 年代，Bowen（1953）在《商人的社会责任》中提出了企业及其经营者必须承担企业社会责任的观点，并给出了商人社会责任的定义：“商人具有按照社会期望的目标和价值观，向有关政策靠拢，进行决策或采取行动的义务”^[5]。至此，企业社会责任才真正进入理论上的发展时期。通过对大量国内外关于企业社会责任的文献进行梳理，发现企业社会责任可分为狭义的社会责任观和广义的社会责任观。

2.1.1.1 狭义的企业社会责任观

狭义的社会责任观分为强制的责任观和自愿的责任观^[6-7]。其中，强制的社会责任观，遵循股东利益至上原则，起源于亚当斯密的古典经济学思想。其核心观点即为：企业是以追求利润最大化为目的的盈利性机构^[8]，首要责任是股东利益最大化，除此之外没有其他的社会责任。企业经营者只能作为股东的受托者，企业的社会责任就是为股东创造价值，以“股东是企业的惟一受益人”为基础行使其权力，股东的利益始终优于其他潜在关系人的利益^[9]。而自愿的社会责任观则强调企业承担社会责任是自愿行为^[10]。

2.1.1.2 广义的企业社会责任观

广义的企业社会责任则是目前学术界普遍接受和认可的，它将视角转向了满足环保、社区发展、资源节约和慈善捐赠等更广泛的需求范围^[11]。McGuire（1963）认为企业不仅有经济和法律义务，还应承担政治、福利、教育等方面的责任^[12]。

(1) 社会契约理论下的企业社会责任观

企业自从其成立开始便和社会之间形成了契约关系,不仅包括法律契约等显性契约,还包括隐性契约,用来规范两方之间的权利与义务。作为企业社会契约理论研究的集大成者,Donaldson(1982)指出了企业和社会之间的契约关系:企业应该对为其存在提供各种条件的社会承担责任,社会应该为企业的发展承担责任^[13]。企业社会责任要求作为契约主体之一的企业在遵守契约的条件下行使权力,还应对契约主体另一方的合法权益负责,而不能因为追求经济效益而破坏契约。社会契约要求企业的行为必须符合社会公众的期望,要求努力承担改善社会和经济的义务^[14]。林军(2004)认为,企业社会责任的兴起与发展是社会和企业之间变化着的社会契约关系。企业社会责任是从社会的角度出发,考虑企业的行为对社会所产生的影响以及整个社会对企业行为提出的期望和要求;而社会契约理论则是从合约角度阐述了企业的社会行为必须要符合社会道德的要求^[15]。

(2) 利益相关者理论下的企业社会责任观

斯坦福研究所于1963年明确提出了“利益相关者”的概念,强调企业在经营活动过程中应充分考虑利益相关方,即其应该对于企业存在利害关系的主体负责,这些主体包括雇员、顾客、供应商、所在的社区以及社会等。Ansoff(1965)在其著作《Corporate Strategy》中最早正式使用此概念。而诸如“利益相关者”、“利益相关者理论”等术语广泛使用则是在Freeman的专著《Strategic Management: A stakeholder approach》出版之后。

Freeman运用利益相关者理论明确地回答了企业在经营活动中对谁承担社会责任的问题。此后,Freeman, Velamuri(2006)等建议用企业利益相关者责任来替代企业社会责任,任何企业在经营过程中都应该充分考虑所有的利益相关者——供应商、顾客、员工、投资者、政府的利益^[18]。企业社会责任最基本的观点是企业要承担满足各个利益相关者团体的需求的义务^[19-20]。这个概念突破了传统的股东利益至上的观点,还为企业社会责任的实施与评价提供了一个良好的分析工具。

Epstein(1987)认为,企业社会责任是要努力使公司的决策结果对利益相关者产生有利的影响^[21]。1998年,世界企业可持续发展委员会(World Business

Council for Sustainable Development 简称 WBCSD) 在荷兰举行第一次七国 CSR 对话时, 指出: “CSR 是指企业承诺遵守相应的道德规范, 为经济的不断发展做出贡献, 并且改善员工、所在家庭、当地社区以及整个社会的生活品质”。随后于 2001 年扩大了其 1998 年的定义, 认为 CSR 是指企业对社会的合乎道德伦理的行为, 强调了企业在经营过程中须对所有的利益相关者负责, 而不是只对股东负责^[22]。

郭文美和黎友焕(2007)认为, 作为一个富有社会责任感的企业, 不能仅仅以盈利为目的, 应充分关注利益相关者的利益, 例如, 与上下游企业建立良好的合作伙伴关系, 关注环保与公益事业, 为消费者提供安全可靠的产品等, 而这些是与实现整个社会的可持续发展要求相匹配的^[23]。欧盟将企业社会责任定义为“公司在自愿的基础上, 把对环境与社会的关注融入到它们的日程经营运作及它们与其利益相关者的互动中”。世界银行则指出, 企业社会责任是企业与关键利益相关者的价值观、关系、尊重人、环境、社区等有关的实践及遵纪守法行为的集合。

(3) 层次责任理论下的企业社会责任观

企业社会责任层级理论探讨的是企业到底应该承担哪些社会责任, 这些责任之间具有怎样的关系, 它们之间的层次性如何, 以区分处于不同层次的社会责任。

美国经济发展委员会于 1971 提出企业社会责任具有层级性, 可以用“三个同心责任圈”来表示。最里圈责任是有效执行经济职能的最基本责任, 中圈是随着社会价值观和优先权的变化执行经济职能的责任, 最外圈则是更多地投入到改善社会环境的责任^[24]。陈迅和韩亚琴(2005)根据企业社会责任与企业关系的紧密程度, 也将 CSR 分为三个层次: 基本 CSR、中级 CSR 和高级 CSR。其中第一层主要包括对股东负责及善待员工; 第二层则要求企业保护环境、搞好与所处社区的关系、对消费者负责以及服从政府领导; 第三层的内容为热心公益事业和积极慈善捐助^[25]。姜启军及顾庆良(2008)认为, 企业社会责任从整体上可分为三个层次, 第一层表示企业社会责任的最低限度, 包括保障员工合法权益、创造一个良好、安全的工作环境; 而第二层责任则是超越第一层的责任; 第三层责任是追求最高目标, 把 CSR 看作企业自身的追求, 例如对环境的责任^[26]。

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库