第一图书网, tushu007.com

<<企业社会责任行为表现>>

图书基本信息

书名：<<企业社会责任行为表现>>

13位ISBN编号：9787040336313

10位ISBN编号：7040336316

出版时间：2012-2

出版时间：高等教育出版社

作者：郑海东

页数：290

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

内容概要

本书以利益相关者理论为基础，以企业社会责任行为为切入点，建立了企业社会责任的“影响因素一行为表现一影响结果”分析框架。
首先以责任对象作为划分维度的统一标准，构建并验证了企业社会责任行为表现的三维度模型，作出了国有企业和民营企业的社会责任行为表现在统计上没有显著差别的判断。
然后从个体、组织、社会三个层面识别并检验了企业社会责任行为表现的主要影响因素。
最后，考察二『企业社会责任行为对企业绩效的影响，并证实了二者关系受情境影响这一推测。

本书适合企业管理领域的高校教师和专业研究人员、企业中高层管理人员、政府相关监管部门的工作人员阅读。
对于那些对企业社会责任话题感兴趣的读者，本书也是一本有益的参考资料。

作者简介

郑海东，男，1971年生，山东野人。
中国石油大学（华东）副教授、经济管理学院院长助理、MBA教育中心执行主任。
主要研究方向为企业社会责任、战略管理、企业理论与公司治理。
主持国家自然科学基金项目1项，教育部哲学社会科学后期资助项目1项，山东省自然科学基金项目1项，浙江省自然科学基金项目1项，参与国家和省部级项目6项。
在核心期刊发表学术论文30余篇，其中6篇被人大复印报刊资料全文转载或被ISTP、ISSHP、CSSCI等收录。

第一图书网, tushu007.com

<<企业社会责任行为表现>>

书籍目录

第1章　绪论
1．1　问题的提出
1．1．1　企业社会责任问题的紧迫性
1．1．2　解决企业社会责任问题的切入点
1．2　主要概念界定
1．2．1　企业社会责任
1．2．2　企业社会响应
1．2．3　企业社会绩效
1．2．4　企业公民
1．2．5　企业伦理
1．2．6　企业社会责任行为表现
1．2．7　企业绩效
1．3　研究目标及研究方法
1．3．1　研究目标
1．3．2　研究的方法与技术路线
1．4　研究思路及内容安排
1．4．1　研究思路
1．4．2　内容安排
第2章　企业社会责任研究综述
2．1　企业社会责任研究的内容体系
2．1．1　企业社会责任问题的缘起
2．1．2　企业社会责任内容体系
2．2　企业社会责任研究的主要争议
2．2．1　企业是否应承担社会责任的争议
2．2．2　企业社会责任概念的争议
2．3　企业社会责任理论框架的演进
2．5．1　公司社会责任和公司社会响应框架
2．5．2　企业社会绩效框架
2．3．3　利益相关者框架
2．3．4　中国的企业社会责任研究
2．4　企业社会责任实践的发展
2．4．1　政府的推动
2．4．2　非政府组织的推动
2．4．3　中国企业的实践探索
2．5　企业社会责任研究的发展趋势
2．5．1　研究重点：从“为什么”转向“是什么”
2．5．2　研究视角：从“企业外部”转向“企业自身”
2．5．3　行为分析：从“原则”和“结果”转向“过程”
2．5．4　CSP—CFP关系：从“追求一致结论”转向“注重研究情境”
2．5．5　国内研究：从“传统范式”转向“国际钡范”
第3章　企业社会责任行为表现的测量
3．1　文献回顾
3．1．1　已有文献中的测量方法
……
第4章　企业社会责任行为表现的影响因素

第一图书网, tushu007.com

第5章　企业社会责任行为表现对企业绩效的影响
第6章　绪论与展望
参考文献
附录
后记

章节摘录

根据上面的理论模型，开发企业社会责任行为表现的测量工具主要分两步：首先建立测量工具的题项库，通过试调查确定正式调查问卷；然后对测量工具的信度和效度进行严格检验，看能否用于下一步的研究。

3.3.1 测量工具编制　　编制测量工具采用了分步调研，逐步推进的方式。

整个测量工具编制过程经历了以下几个阶段。

3.3.1.1 从文献中搜集测量题项　　最初的测量题项主要来自已有研究中的调查问卷和企业社会责任专业评估机构的评估标准。

Gavin和Maynard（1975）用15个题项测量了对企业社会责任的感知。

经过因子分析，提取出两个因子（其中3个题项被剔除），分别是“ 关心环境 ”和“ 工作机会平等 ”①。

但文献中并没有列出具体的测量题项，给后继研究带来了遗憾。

幸运的是Abbott和Monsen（1979）在研究企业社会责任信息披露问题时把企业社会责任问题划分为环境、公平就业、人员配备、社区参与、产品质量和其他等六个领域，并详细列出了所使用的28个测量题项②，对后续研究比较有借鉴意义。

Hamilton等人（1980）在研究企业社会责任感知在不同产业和不同职能背景之间的差别时，用两组共35个题项分别测量了组织内部和组织外部的金业社会责任事项③。

Maignan等人开发的企业公民测量工具在文献中也很受欢迎，并显示出较好的心理测量学特征④⑤，给本书很好的启示。

除了这些研究以外，本书还参考了近期企业社会责任方面的一些研究，如Igalens和Gond⑥、Marquez和Fombrun Aupperle、Carroll和Hatfield（1985）研究的主要贡献在于开发了效度很好的CSRO测量工具。

他们以Carroll的四责任框架为理论基础，从前人的相关研究中搜集了117个测量题项。

然后由六位专家对这些题项逐条筛选和归类，至少有五位专家都同意的题项才能通过筛选，并归入经济、法律、伦理、慈善四个类别中的某一类，这样就得到了四类测量题项。

对四类测量题项进行组合，从每一类测量题项中抽取一条，组成一组。

最后得到了20组测量题项，每组4条，每一条分别对应企业社会责任的一个构面。

对每一组题项，再由三位专家审查它们的构成，以确保各组的社会称许性（socialdesirability）水平大致相当。

另外还把每一组的题项随机排列，以减少反应偏差。

为了避免社会称许性问题，他们没有使用利克特量表，而是要求回答者根据每一组题项中各题项的相对重要性进行评分，每组四个题项的评分之和不能超过10。

因为量表的所有题项对回答者都很有吸引力，使用利克特量表可能使所有的题项得分都很高，而强制回答者在四个题项之间进行权衡在一定程度上可以有效避免这一问题。

……

第一图书网, tushu007.com

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