

摘 要

企业社会责任(CSR)被专家学者们定义为企业为了持续性发展和提高社会层面正反馈而进行的一系列企业活动,不仅是企业内部财务利益直接相关的活动,还包含了社会关怀、慈善和社会关爱活动。它实现了内外部多个利益相关者(如股东、消费者、员工、供应商、社区等)的关注和爱护。企业社会责任表现是衡量企业对外部股东、消费者、供应商等利益相关者以及内部职员履行企业社会责任的重要标准。因此,它已成为当今社会研究的热门话题。ESG(Environment-环境、Social-社会、Governance-治理三个单词的首字母缩写)理论的出现,使得环境、社会和治理的概念在全球范围内得到了广泛的认可,并且成为了企业管理的重要参考,也是投资理念的基础。ESG理论强调企业应该以社会、治理和环境的发展为核心,而不仅仅局限于传统的财务绩效,以此来实现更有效的投资,是一种有效的管理方式,它将多种因素融合到企业的运营流程中,以提高企业的效率和绩效。

近几年市场下滑的影响下,国内商业不景气,整体呈现萧条现象,不管是从开铺率、人流量还是营业收入总额上都与疫情前相差甚远,且按目前的形势预估萧条景象还将持续较长的时间。本文立足于商业运营行业,从ESG理论基础上研究Y公司社会责任绩效体系的搭建和评价应用,希望对我国国内企业的社会责任绩效评价体系的研究扩充研究领域,提供理论依据。通过研究分析Y公司社会责任绩效管理现状和问题分析,提出供管理者参考的建议,这对Y公司绩效管理具有工作指导意义,并且对同行业其他公司的运作也提供了一定的参考意义。此外,为提升企业社会责任绩效管理,创造可持续发展的可能性,本文提供了一系列企业切实可行的具体措施和建议,减少能耗及环境影响,加强自身管理水平,提高社会影响力和贡献度,这对有意提高组织发展能力和改善工作绩效的企业而言至关重要。

通过文献研究法、熵权法、定性定量结合的分析法,对Y公司社会责任绩效评价体系的结构、维度、权重及对绩效产生的影响度和相关性进行分析,从而构建出基于ESG理论Y公司社会责任绩效评价体系,归纳出影响社会责任评价的因素,并在此基础上研究制定了涵盖环境、社会和治理三个维度的一级指标,及一级指标下拆分出的二级指标共20个,以此组成Y公司的社会责任绩效评价体系。结合已有的专业评价标准,采集相关数据,通过演算分析和总结,将构建的评价模型应用到Y公司的社会责任绩效评价中。通过研究得出结论:Y公司在社会维度的社会责任绩效做得比较平稳,但在环境保护、节能降耗和公司内部治理

的财务绩效方面做的相对较弱，需大力加强。

关键词： 企业社会责任，绩效评价体系，管理、ESG 理论（环境、社会、公司治理的缩写，是一种关注企业环境、社会、治理绩效而非财务绩效的投资理念和企业评价标准）

Abstract

Corporate social responsibility (CSR) is defined by experts and scholars as a series of corporate activities conducted by enterprises to achieve sustainable development and improve positive feedback at the social level. It is not only an activity directly related to the internal financial interests of the enterprise, but also includes social care, charity, and social care activities. It achieves the attention and care of multiple internal and external stakeholders (such as shareholders, consumers, employees, suppliers, communities, etc.). Corporate social responsibility performance is an important criterion for measuring the performance of corporate social responsibility by enterprises to external shareholders, consumers, suppliers, and other stakeholders, as well as internal employees. Therefore, it has become a hot topic in social research today. The emergence of ESG (acronym for "Environment Social Governance") theory has made the concepts of environment, society, and governance widely recognized worldwide, becoming an important reference for enterprise management, and the foundation of investment philosophy. ESG theory emphasizes that enterprises should focus on the development of society, governance, and the environment, rather than limited to traditional financial performance, in order to achieve more effective investment. It is an effective management method that integrates multiple factors into the enterprise's operational processes to improve the efficiency and performance of the enterprise.

Under the influence of the market downturn in recent years, domestic business has been sluggish, and the overall phenomenon of depression has emerged. Regardless of the expansion rate, traffic volume, or total operating revenue, it is far from before the epidemic, and based on the current situation, it is estimated that the depression will continue for a long time. Based on the business operation industry, this article studies the establishment and evaluation application of the social responsibility performance system of Y Company based on ESG theory, hoping to expand the research field and provide theoretical basis for the research on the social responsibility performance evaluation

system of domestic enterprises in China. Through research and analysis of the current situation and problem analysis of social responsibility performance management in Y Company, suggestions for managers' reference are proposed. This has guiding significance for performance management in Y Company, and also provides certain reference significance for the operation of other companies in the same industry. In addition, in order to improve the level of corporate social responsibility performance management and create the possibility of sustainable development, this article provides a series of practical and specific measures and suggestions for enterprises to reduce energy consumption and environmental impact, strengthen their own management level, and improve social impact and contribution, which is crucial for enterprises interested in improving organizational development capabilities and improving work performance.

Through the literature research method, entropy weight method, and qualitative and quantitative analysis method, the structure, dimensions, weight, and impact on performance and correlation of the social responsibility performance evaluation system of Y Company are analyzed, so as to construct the social responsibility performance evaluation system of Y Company based on ESG theory, summarize the factors that affect social responsibility evaluation, and on this basis, research and develop a primary indicator covering three dimensions of environment, society, and governance, A total of 20 secondary indicators are divided under the primary indicators to form the social responsibility performance evaluation system of Company Y. Combining existing professional evaluation standards, collect relevant data, and apply the constructed evaluation model to the social responsibility performance evaluation of Company Y through calculus analysis and summary. Through research, it is concluded that Company Y has achieved relatively stable social responsibility performance in the social dimension, but has relatively weak financial performance in environmental protection, energy conservation and consumption reduction, and internal governance of the company, which needs to be vigorously strengthened.

目录

第 1 章	绪论.....	1
1.1	研究背景.....	1
1.2	研究意义.....	2
1.3	国内外相关研究现状.....	3
1.3.1	企业社会责任研究现状.....	3
1.3.2	企业社会责任绩效研究现状.....	7
1.4	研究内容、研究思路与研究方法.....	8
1.4.1	研究内容.....	8
1.4.2	研究思路.....	9
1.4.3	研究方法.....	10
第 2 章	相关理论与方法.....	12
2.1	企业社会责任的概念和相关理论.....	12
2.1.1	企业社会责任的概念.....	12
2.1.2	企业社会责任的发展史.....	12
2.2	社会责任绩效的概念和相关理论.....	15
2.2.1	企业社会责任绩效(CSRP)的内涵.....	15
2.2.2	企业社会责任绩效的影响效应.....	16
2.3	ESG 理论的概念和相关理论.....	17
2.3.1	ESG 理论的概念.....	17
2.3.2	ESG 理论的产生及发展.....	19
2.3.3	ESG 与企业社会责任(CSR)的关系.....	20
2.3.4	ESG 相关的理论基础.....	20
第 3 章	Y 公司社会责任绩效现状及分析.....	24
3.1	Y 公司概况简介.....	24
3.1.1	Y 公司组织架构及业务情况.....	24
3.1.2	Y 公司财务情况.....	25
3.2	Y 公司社会责任绩效管理现状.....	26
3.2.1	能耗费用连年亏损.....	26
3.2.2	投诉事件频发满意度低下.....	27
3.2.3	业绩水平不佳管理薄弱.....	28
3.3	Y 公司社会责任绩效管理问题.....	28
3.3.1	节能降耗措施未能实现盈收平衡.....	28
3.3.2	投诉率高满意度落差大.....	28
3.3.3	管理水平有限治理不到位.....	29
3.4	Y 公司社会责任绩效管理分析.....	29
3.4.1	设备和管理手段有待提升.....	29
3.4.2	投诉处理机制有待完善.....	30
3.4.3	管理水平有待提升.....	30
第 4 章	基于 ESG 理论的 Y 公司社会责任绩效评价体系构建.....	32

4.1 基于 ESG 理论的 Y 公司战略目标.....	32
4.2 Y 公司社会责任绩效影响因素分析.....	32
4.3 基于 ESG 理论的 Y 公司社会责任绩效指标体系构建.....	34
4.3.1 Y 公司社会责任绩效指标体系构建的设计原则.....	34
4.3.2 Y 公司社会责任绩效指标体系构建的设计流程.....	35
4.3.3 Y 公司社会责任绩效指标选取.....	35
4.3.4 评价指标说明.....	36
4.4 基于 ESG 理论的 Y 公司社会责任绩效评价应用.....	39
4.4.1 Y 公司的绩效考核评价主体.....	39
4.4.2 基于 ESG 理论的 Y 公司社会责任绩效评价方法.....	39
4.4.3 Y 公司社会责任绩效评价体系的权重分配.....	42
4.4.4 Y 公司社会责任绩效评价实施.....	46
4.4.5 Y 公司社会责任绩效评价结果分析.....	51
第五章 Y 公司社会责任绩效提升建议.....	53
5.1 社会维度社会责任绩效改善的建议和措施.....	53
5.1.1 提升员工满意度.....	53
5.1.2 建立健全消费者权益保护机制.....	54
5.1.3 在价值链中促进社会责任升级.....	54
5.2 环境维度社会责任绩效改善的建议和措施.....	55
5.2.1 升级设备硬件改进环保技术.....	55
5.2.2 建立环境保护应急预案.....	55
5.2.3 加大环保宣传让环保理念深入人心.....	56
5.3 治理维度社会责任绩效改善的建议和措施.....	56
5.3.1 稳定并提升业绩.....	56
5.3.2 明确战略目标拓展市场.....	56
5.3.3 内部治理公开化透明化.....	57
第六章 总结与展望.....	58
6.1 主要研究成果与结论.....	58
6.2 不足之处与展望.....	58
参考文献.....	60
致 谢.....	66
附 录.....	67

第 1 章 绪 论

企业作为社会组织，应重视自身在整个社会系统中的定位、权利和义务，应将服务和惠及更多的利益相关者作为发展的目标(Freeman,1984)。企业社会责任(CSR)的研究领域源于对企业与社会关系的探索和审视，视角更加多元。因此，从企业管理实践的不同角度来看待和研究企业社会责任，可以使我们对企业社会责任的本质有更加深刻的理解和认知。企业社会责任绩效涉及一个公司的各项活动对其利益相关方和广泛的社会发展的影响，已经引起越来越多学者的关注。该研究领域主要从组织方向探索企业社会责任绩效对企业内部的财务绩效和消费者行为的影响 (Schuler 和 Cording, 2006; Orlitzky, Schmidt 和 Rynes, 2003)。然而，从 ESG 理论层面去研究企业社会责任绩效在组织中如何发挥其作用，部分学者开始考虑将两者相结合以企业社会责任(CSR)实践为核心，融入 ESG 理论进行完善和强化，并把 CSR 作为一种有效管理手段来提升企业业务绩效、内部组织管理和企业整体价值，不仅从对内管理维度，更是从对外发展和持续性发展角度考虑企业的全维发展。

ESG (Environmental,Social and Governance) 理论是衡量企业是否具备投资价值、发展价值的重要参考因素。优质而具有投资价值的企业不仅要业绩稳定有发展空间，且需在保护环境、社会关怀和企业内部治理方面表现优秀，如社会责任表现不良，即使近期企业业绩强劲，发展势头良好，也很难得到投资人或投资机构的关注和认可。自 2020 年以来，商业行业呈下滑趋势，在这样的背景下商业企业综合实力的提升特别是社会责任绩效的提升就显得尤为重要。企业不仅要生存更要谋求发展，而在谋求发展角度，如何构建科学有效的绩效评价体系去提升企业经济、社会、环境、管理各方面的实战业绩是目前企业面临的重大问题。希望通过研究构建 Y 公司基于 ESG 理论的社会责任绩效评价体系为商业管理企业提供一条具有借鉴意义的发展管理之路。

1.1 研究背景

(1) 电商行业的迅猛发展，致实体店特别是零售行业遭受了巨大的影响和冲击，商业综合体的整体业绩明显下滑，客流锐减，成交额下降严重，使实体商业的业绩呈明显下降趋势^[1]。加上疫情影响，实体店的客流量明显下滑，众多创业者处于观望状态，对市场前景持消极态度。同时市场上关店比例呈稳步上升态势，造成商业租赁困难重重，收租收费难度增大，给商业行业带来了不小的冲击。

(2) 自 2020 年以来, 重点城市客流量锐减严重, 截至 2022 年 6 月, 北京、上海、广州、厦门等四城 3 万平方米以上购物中心, 场均日客流只恢复至 2019 年同期的 39%-77%。经济下行叠加疫情影响, 商业地产市场供需两端均走弱, 商业地产新房市场, 1-5 月全国商办开发投资额同比下降 7.8%, 新开工面积同比下降 29.2%, 销售面积同比增长 11.5%。居民线下消费及企业写字楼租赁需求不足, 上半年商业街商铺租金环比下跌 0.46%, 二季度写字楼租金环比下跌 0.08%。2022 年上半年, 全国 300 城商办用地推出及成交面积同比均大幅下降, 推出面积为 6520 万平方米, 同比下降 33.1%, 成交面积为 5177 万平方米, 同比下降 41.1%, 供需规模均降至近十年同期最低点^[2]。商业行业发展遇到前所未有的困难。

(3) 作为国民经济主要组成部分的商业经济, 自身进行创新性发展已成为必然。市场竞争越来越激烈, 企业的生存和发展与企业绩效提升密不可分, 而企业绩效是在企业战略指引下体现在多个维度的业绩成果, 不仅体现在财务、业绩方面, 还需在企业社会责任、环境保护贡献及企业的自身治理能力等方面体现, 特别是近几年, 这几个维度越来越受到大众的关注。涉及企业绩效的研究中, 学者们大多以业务绩效、财务体现、组织管理、品牌影响力等自变量因素来评价企业的绩效管理, 探索基于 ESG 理论的企业社会责任绩效评价体系的研究相对较少, 且基于 ESG 理论的企业社会责任绩效评价研究在我国起步较晚, 尽管关于企业社会责任研究还在不断深入和探索, 但是多数都是广泛意义和层面去研究, 并非专门针对商业管理行业而研究, 特别是疫情冲击影响的背景下, 更是屈指可数。

1.2 研究意义

企业的社会责任履行情况因行业而异, 商业管理企业如何更好地履行社会责任, 承担什么样的社会义务, 显然, 对此问题的研究能促使业界更深入地理解中国商业管理企业履行社会责任的约束条件、内驱因素和相关反馈。对于商业管理公司而言, 外部利益相关者对企业履行社会责任的需求和要求越来越高, 要求其隶属产品或服务更高质更到位; 内部利益相关者则更关心自身利益的保障和最大化驱向。本文基于 ESG 视角重点对 Y 公司社会责任绩效进行评价, 具有理论和实践方面的双重意义。

(1) 国内外研究者过往研究历史基本上是通用性绩效管理方式, 没有专门针对商业运营管理行业的绩效体系研究; 目前市场上有众多的绩效考评管理方式, 如平衡计分卡、KPI 绩效管理方法、OKR 绩效管理方法等, 但从未有人基于 ESG 理论以责任导向研究过企业绩效提升问题; 本文通过研究 Y 公司社会责任绩效的客观情况和各维度层面的问题, 验证社会

责任绩效评价体系对企业绩效的影响程度和相关性度，建立合理有效的社会责任绩效评价体系和机制，从社会责任绩效导向设计有效评价指标和评价运行模型，改善企业绩效水平和绩效管理能力，帮助企业实现战略目标，从而研究出适用于商业管理行业社会责任绩效评价体系和管理机制，为在疫情严重影响下的商业行业提供一个提升业绩的突破口，有利于推动商业行业社会责任理论与实践的创新研究。

(2)Y公司是一家典型的商业运营管理公司，如何在商业萧条的大环境背景下，通过ESG理论和企业社会责任绩效的研究，为企业开拓一条有效改善整体绩效的评价体系之路，借此提升企业的运营能力、发展能力、管理能力，不仅是对本企业的巨大帮助，更可能为国内商业行业开辟出一条创新之路，或给全国商业领域提供一种责任绩效发展的可能性研究思路。对于内部利益相关者：更好的社会责任管理可以保障员工的权益(在封城期间给予员工定期工资和其他补贴)，增强员工对企业的信任，提高员工的工作积极性；有效的企业社会责任管理，可以稳定股东的情绪；对于外部利益相关者：企业可以更好地管理社会责任，按照合同履行债务偿还义务，有效保护债权人的权益；对于政府：良好的社会责任管理能促使企业按时缴纳税费，保证财政收入稳定；对于企业：良好的社会责任管理能加强品牌影响力，在市场和社會中打造良好的企业形象，提高企业价值度，为员工创造舒适的职业环境，鼓励员工不断创新，从而促使企业长久发展。

1.3 国内外相关研究现状

1.3.1 企业社会责任研究现状

1.3.1.1 企业社会责任国外研究现状

(1) **企业社会责任概念和基本内容** 企业社会责任概念出现之前，企业生存和发展的唯一目的就是创造利润。二十世纪后，人们发现企业的发展与社会各方面的矛盾和联系越来越紧密。学者们认为企业的行为是会对社会产生一定影响的，所以企业应该承担起一定的社会责任。Clark (1916) 最早提出有关社会责任的观点，他认为企业的社会责任并非是强制性任务，应该是企业的自愿行为，社会希望企业能够承担超过自身发展需要之外的责任^[3]。近几十年来，社会责任的讨论一直围绕着公司与利益相关者双方的契约关系展开，Freeman 和 Evan (1990) 指出，公司不仅仅是一个独立的个体，而是一个与经济社会资源交换的过程，因此，公司应当积极地维持这种契约关联，以体现公司的社会责任。特别是与利益相关者之间，存在着某种互为依存、互补的联系，这种联系又与所维持的契约关系具有纷繁复杂的影响关系

[4]。Hill 和 Jones (1992) 进而提出, 企业应建立一种公平、公正的契约精神, 以确保股东利益得到充分保障, 同时也要考虑到其他利益相关者的需求^[4]。伴随 21 世纪的来临, 专家学者们对于社会责任有了更深入的研究。Wulfson (2001) 提出了一个明确的概念: 企业所承担的社会责任不仅仅是对公司内部的股东负责, 对于外部的利益相关者需更加重视^[5]。Carroll (2015) 给出了一个全面的概念, 即公司应当将公司、行业道德、社会公德、可持续性和共享价值等理念引入社会责任的范畴^[6]。

(2) **企业社会责任与企业发展关系研究** Senetal (2006) 通过大量研究得出结论: 能积极履行社会责任的企业在发展决策制定及满足各方相关利益者的需求方面表现更佳, 企业能在业务交易中创造更好的绩效并获得更高的利润, 从而得出积极的履行社会责任能够对企业收益有增效作用^[7]。Peters 和 Mullen (2009) 运用 KLD 指数分析法, 对选取的样板企业作对比研究, 发现履行社会责任对企业发展有正面促进作用^[8]。Scholtens 和 Bert (2013) 运用 Granger 与 OLS 验证法, 对 290 多家企业数据进行测算和分析, 对企业的社会责任履行情况进行研究, 证明了企业社会责任绩效与企业经济效益正相关^[9]。Garcia (2016) 通过实证分析得出结论企业的社会责任履行对企业自身发展具有促进作用^[10]。Fai (2017) 和 Laurence (2020) 通过研究证明企业社会责任履行的越好, 越能促进企业自身价值的提升^[11], 降低差异值的同时减少冲突的发生, 为企业在国内外的声誉和价值评估创造有利条件^[12]。Huey (2021) 通过对众多供应商的调查研究, 运用科学的信息分析法, 挖掘企业对社会责任履行的真实情况, 并进行了分析对比, 研究表明中国供应商比国外供应商在履行社会关怀时更注重社会层面的反馈, 这使得中国供应商的工作绩效更高^[13]。

(3) **企业社会责任评价体系与评价方法研究** 企业社会责任概念出现后的很长一段时间里, 并没有相对实用有效的评价体系和评价方法问世。基于企业社会责任履行情况的完整数据很难搜集, 加之评价标准不一较难统计和对比, 造成评价难度较大。之后学者们研究出了声誉分析法, 对企业的声誉进行排名比较分析, 对应其社会责任履行情况的好坏。同时问世的还有内容分析法, 根据企业自行披露的社会责任内容及履行情况进行评价分析, 评判企业的发展状况和履行程度。West (2015) 对金融企业进行了社会责任履行情况的研究, 运用的方法是因子分析法^[14]。Guness (2017) 将研究企业的社会责任评价内容按层次标准划分, 对评价标准和不同层次内容匹配不同的权重进行综合评价^[15]。Baron (2018) 通过财务数据指标和非财务类指标, 在环境保护维度、社会反馈维度和债权债务维度进行评价打分, 设计了实用有效的社会责任评价体系^[16]。Venturelli (2019) 用发放问卷的方式调查研究相关企业社会责任履行情况, 用模糊分析法和定性定量结合的评价方法对企业进行评价^[17]。

1.3.1.2 企业社会责任国内研究现状

(1) **企业社会责任概念及内容** 80年代后，改革开放给我国的企业带来了发展的春天，企业数量不断增长，企业规模也同时壮大，我国社会发展进入了前所未有的繁荣时期。但随之而来的是各种社会矛盾和环境矛盾的加剧，空气污染、水源污染、利益相关者的利益得不到保障等等现象层出不穷。此时，学者们提出了企业社会责任概念，并提倡对其履行情况进行评价。张兆国，梁志刚（2012）提出企业的社会责任履行不仅是提高股东利益，更应关注其他利益相关者的利益^[18]。董淑兰，刘浩（2017）提出企业的社会责任不应该只是财务数据上的体现，非财务指标方面也应关注^[19]。涂红，郑溟（2018）将企业社会责任划分为三个方面：法律、经济、道德，他认为这三个维度是企业最应着力关注的方面^[20]。王秋霞（2019）提出了企业社会责任的广义概念和狭义概念，广义是指企业对所有相关方面的责任，而狭义是指企业的法律责任、道德责任^[21]。焦娟妮，范钧（2019）提出消费者对企业价值具有积极的正向促进作用，消费者在参与企业活动时能积极推动企业形象的树立和宣传^[22]。

(2) **企业社会责任与企业发展相关性研究** 周建，王文和刘小元（2008）提出企业履行社会责任会促使管理成本增长，短期内看起来影响是负面的，但对于企业的长期可持续发展而言，其影响是正向的^[23]。田彬（2010）研究了众多污染性较高的企业，运用实地采证和分析法得出结论，企业通过各种手段降低环境污染，采取环境保护措施对其长远发展更有利^[24]。李伟（2012）以交通运输企业为样本进行研究分析，发现企业的经营利润与社会责任履行成本支出并非负相关关系^[25]。温素彬（2014）提倡企业的各利益相关者积极维护自身权益，这对促进企业发展和提高经营业绩具有促进作用^[26]。窦鑫丰（2015）针对九百多家上市企业的社会责任履行情况进行研究，发现社会责任履行的越好越能推动企业发展^[27]。李龙晓和卓翔芝（2015）对国内物流企业的十年数据进行采集和分析，发现中小规模的企业在所有人 and 员工方面履行的社会责任程度有所提升，促使企业业务绩效改善明显，而在政府部门、供应商和社区三个领域履行情况没有显著提升^[28]。杨院苏和杨善林（2016）研究发现大企业的社会责任履行情况明显好于中小企业^[29]，此外，他们还发现，无论是短期还是长期，员工和客户的社会责任履行情况对他们的业绩提升影响最为明显。应双双（2016）研究发现提高对股东和员工的利益保护有利于提升企业的竞争力，但对政府和客户投入过多反而有负作用^[30]。董淑兰和唐田甜（2016）通过对能源企业的深入研究，发现社会责任履行程度提升能帮助企业自身的发展，特别是中小型企业，对其经营信誉、市场口碑的提升成果显著，而且还能对各方面内外部的矛盾起到缓冲和解决的作用，特别是政府关系的维护方面效果明显^[31]。秦德生用六年时间研究得出，中国企业的利益与社会责任之间存在着密切的联系^[32]。董淑兰（2019）

表明,企业社会责任可以分为五大层次:创新性、协调性、健康发展、公开水平和共享水平,要提升企业业绩和经营水平,需要很好地履行社会责任^[33]。赖真臻,杨柳(2019)在对雀巢公司的研究中发现:前期设计管理控制机制时充分考虑社会责任因素能很好地规避安全风险,提高企业自身的发展潜力^[34]。高会颖(2020)用四年时间研究企业绩效时发现企业业绩与社会责任关系密切^[35],这种正相关关系与陈钰芬、金碧霞和任奕(2020)提出的观点如出一辙^[36]。

(3) **企业社会责任评价体系与评价方法研究** 关于企业社会责任的评价,其评测方法和机制国内外相对比较统一,一般将标准进行分类并建立数学模型,而后匹配不同的权重进行评价。关于评价体系,胡丹妮(2019)表明国内外对于社会责任绩效的测评指数存在较大差异,应建立规范的测评标准,并结合多类指标进行全方面的评价^[37]。杨雯雯(2019)提出了一系列有助于企业更好地理解和落实社会责任的评价指标^[38]。柴燕(2019)通过数家大型传媒公司的研究,发现此类公司对社会责任的重视度不够,履行程度较低^[39]。孙建国,石继红,王嘉萱(2020)从道德、安全、金融、环境、创新角度拓展了相关评价指标,丰富了社会责任评价体系的研究范围^[40]。黄筱卉(2020)从职员、供应商、消费者、政府、股东、环境出发,设计了一系列指标体系^[41]。朱彤瑶(2020)提出了一个全面的评估框架,它涵盖了企业在社会发展中各个维度的社会责任,从基本的到更大范围的延伸社会责任^[42]。

杨站君,唐鹏程和付强等(2016)在评价方法上设计了17个业绩指数,并使用熵值法对指标进行了赋权,维度方面主要分为财务维度和社会维度^[43]。齐岳等(2017)对医药企业进行了研究,发现用统一权重法更能便捷地评价医药企业的社会责任履行水平^[44]。孟斌,钮尔轩和匡海波(2018)研究提出,将角色区分为五大层次:人权、环境保护、社区、公正运营和权责经营。他们设计了45个指数,并对42家交通运输公司开展了实验数据分析,结果得出了排序^[45]。通过Smart筛选原则,陶宇和冷婉薇(2018)对煤业公司的评价指数做出了细致的剖析,并将其区分为三种不同的等级,利用层次分析法决定每个等级的评分权值,此后再作出相应评价^[46]。刘佳,田帅(2018)为了研究企业可持续发展能力,从企业财务数据、内部治理、关系平衡和内外部利益相关者角度综合运用评价模型得出一种新的评价模式^[47]。于婷婷,王雪晴(2018)认为企业社会责任是多维而复杂的,应该运用多维角度来综合研究,通过多种形式来实施。在选择经济社会责任指标时,应结合定性和定量因素^[48]综合进行评价。周宇倩,朱芬芬(2019)提出在评价企业社会责任时应更注重环境保护层面的执行情况,从绿色环保角度出发对企业进行多层次分析评价,构建偏重于生态保护的评价模式^[49]。张彪,董梦雨,樊蓓蓓(2019)认为企业的绩效评价若偏重于财务指标的实现,恐难以准确反应企

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/495222310323011114>