

企业社会责任的跨文化比较研究综述

聂芳 中央财经大学商学院

摘要：本文对不同国家或地区学者对企业社会责任的定义进行了比较评述，然后主要从企业的社会责任实践方面、企业在CSR衍生概念的实践方面（主要包括企业伦理、企业公民、企业慈善、企业社会绩效）、人们的观念方面对企业社会责任的跨文化比较研究进行综述，并结合最近的文献指出企业社会责任的跨文化比较研究的发展趋势。最后，对我国在这方面的研究作了介绍。

关键词：企业社会责任 跨文化比较 综述

20世纪末至今，企业社会责任的比较研究成为理论界研究的重点，对社会责任多个方面、多个角度的比较研究，不仅对企业社会责任的实践有重要的指导作用，而且有利于增强对企业社会责任概念的理解。

一、 企业社会责任（CSR）及其衍生概念的发展

（一）不同国家或地区企业社会责任概念的比较

“企业社会责任”的提法可以追溯到1899年美国钢铁集团公司创始人安德鲁·卡内基所著的《财富福音》一书。^[1]1924年，Oliver Sheldon在《管理的哲学》中提出“企业社会责任”的概念。^[2]

之后，学者们又提出对企业社会责任的不同理解，学术界对此一直没有一个统一的说法。^[3]不同地域的学者因为所在地域文化的差异，定义重点也有所不同。

[4]

美国学者Carroll（2004）把企业社会责任定义为：某一特定时期社会对组织所寄托的经济、法律、伦理和自由决定（慈善）的期望。^[5]

欧盟目前的官方定义为：企业社会责任 CSR 是指企业在自愿的基础上，将对社会和环境的关注融入到其商业运作以及企业与其利益相关方的相互关系中。^[6]

日本学者山城章指出现任的经营者无论在伦理上或实际上，已不容许只追求自己企业的利益，必须站在与经济社会调和的立场上，有效结合各种生产要素，生产物美价廉的商品，为社会提供各项服务。^[7]

我国学者卢代富认为，企业社会责任是指企业在谋求股东利润最大化之外所负有的维护和增进社会利益的义务。^[8]

（二）企业社会责任的衍生概念

上个世纪七八十年代，随着对企业社会责任讨论的深入，一些相关方面的研究随之展开，衍生出同企业社会责任相联系又相区别的一些重要概念。企业社会责任的跨文化比较也涉及对其衍生概念的比较。

1、企业社会回应（corporate social responsiveness）

Frederick（1978）将它定义为“企业回应社会压力的能力”，并用CSR₂来表示。^[9]

2、企业社会绩效（Corporate Social Performance, CSP）

Wood 认为“CSP 是一个企业的企业社会责任原则，社会事务响应过程，和与企业的社会关系相关的政策、项目、可观测结果的构造”。^[10] Sethi（1975）认为CSP是有文化背景（culture-bound）和时间条件的，CSP的界定受到文化环境和时间的影响，对它的判断离不开时间、环境和文化的条件。^[9]

3、企业伦理 (business ethics)

企业伦理是普遍伦理观念在企业经营行为中的运用。需要指出的是，因为伦理和道德规范在很大程度上受历史文化发展的影响，所以不同文化制度下的企业伦理和道德可能存在着不同的表现和判断标准。

4、利益相关者理论 (Stakeholder Theory)

R. Edward Freeman(1984)率先用利益相关者理论回答了企业经营活动承担社会责任的对象问题，认为利益相关者就是任何能够影响公司目标实现的集团和个人或公司目标所影响的任何集团或个人。^[2]

5、企业公民 (Corporate Citizenship)

企业公民要求把企业当作社会公民来对待，企业在通过其核心业务为社会提供价值的同时，也向社会各方显示其应承担的责任（于光平、杨艺，2007）。Dirk Matten等（2003）对代表性公民进行了划分，认为企业公民有3种表现形式：一是企业公民与企业慈善活动、社会投资或对当地社区承担的某些责任相近；二是要求承担社会责任的企业应该努力创造利润、遵守法律、做有道德的合格企业公民；三是企业对社区、合作者、环境都要履行一定的责任和义务，责任范围可以延伸至全球。

6、企业慈善 (Corporate Philanthropy)

Robert Payton将慈善行为定义为三种相互关联的活动，即为了公共目的的自愿服务、自愿联合和自愿捐赠。同时，慈善活动最重要的特性便是自愿性或自发性。^[11]

（三）对文化的界定

广义的文化指人类在社会历史实践中所创造的物质财富和精神财富的总

和。狭义的文化是指社会的意识形态以及与之相适应的制度和组织机构。随着民族的产生和发展，文化具有民族性。

本文涉及的跨文化比较主要是指不同国家或地区间的比较。

二、 国外研究现状

从发表时间来看，文献主要集中在20世纪末至今，内容不仅涉及企业在社会责任及其衍生概念的实践比较还涉及到人们的观念比较。下面主要从企业的社会责任实践方面、企业在CSR衍生概念的实践方面、人们的态度方面进行综述，并结合最近的文献指出企业社会责任的跨文比较研究的发展趋势。

（一）企业CSR实践方面的比较

Isabelle Maignan和David A. Ralston (2002) 结合Wood (1991) 在前人观点基础上提出的企业社会绩效的定义和利益相关者理论，对美国和欧洲（法国、英国、荷兰）的各100家企业网站进行调查，以衡量这些企业在社会责任表达方面的差异程度。比较的内容涉及展示企业社会责任的动机取向、过程^[10]和利益相关者问题^[14]，其中作者把动机取向划分为：价值取向、绩效取向和利益相关者取向（社区、消费者、规制者）三种。^[15]展示社会责任的过程有慈善活动、自愿社会服务、伦理准则、赞助活动、质量管理、健康和安全管理、环境影响管理，其中前两种作者称之为超越传统的活动，后四种作者称之为与生产联系紧密的和传统的活动。关于利益相关者，作者考察的主要是社区（文化、教育、生活质量、安全、环境保护）、消费者（生产/服务管理、安全）、员工（机会平等、安全和健康）、股东、供应商。通过比较发现，（1）在网站上展示社会责任的英国和美国企业要比法国和荷兰的多；（2）58.5%的美国企业把社会责任的展示作为企业核心价值观的延伸（价值导向），而欧洲企业的价值导向最不明显（英国

12.1%，法国17.2%，荷兰14.7%）；20.7%的美国企业展示社会责任的动机是绩效导向，而英国企业（56%）、法国企业（34.5%）、荷兰企业（41.7%）则更倾向于绩效导向；欧洲国家的企业比美国企业更倾向由于利益相关者的压力而引进企业社会责任（美国11.3%，英国24.2%，荷兰41.7%，法国48.3%）。同时，各欧洲国家对各种利益相关者的侧重不同，英国企业更关注社区和消费者，而法国和荷兰企业更关注消费者和调控者。（3）大多数法国和荷兰企业通过与生产紧密联系的行为或传统方法（如质量管理、控制对环境的影响、赞助活动）来提升社会形象，而美国企业则主要通过慈善、自愿社会服务等超越传统做法的方式来建立良好的社会形象。（4）各国企业通过网站展示的社会责任中涉及的利益相关者这主要包括社区、消费者和员工，而股东和供应商被涉及的不多。通过比较作者发现，社区是最被普遍提及的，但比率有差异。比如，美国企业涉及最多的是生活质量和教育问题，而环境保护是欧洲国家涉及最多的。作者认为，相对于欧洲国家的企业，美国企业更多提及社区福利，而对与他们的生产运作有紧密联系的活动涉及的不多。最后，作者认为欧美国家间在上述方面的差异是主要归因于对于企业和社会承担的角色看法不同。^[16]

Richard Welford(2003)认为企业社会责任有20个要素,且可以归纳为内部方面、外部方面、责任和公民行为四个方面^[17]。其中内部方面包括的要素主要涉及员工方面,如平等就业、工作中没有歧视、给员工职业培训、公司内运营过程中的人权保护等;外部方面主要涉及供应商、社区等其他利益相关者;责任主要指对股东的责任等;公民行为主要指提升社会或可持续发展的活动或项目。为了检验这20个要素在大型成功企业的实际政策中是否被体现, Richard Welford(2004)对欧洲、亚洲和北美15个国家的450家大型成功企业主要通过电子邮件的形式展

开调研。作者比较分析了地区内部国家之间和地区之间企业在社会责任政策方面的异同。地区间比较的结果主要有：企业社会责任的内部方面在亚洲国家的成功企业中没有被很好的体现，但在欧洲和北美的大型企业中关于这方面的政策较多；在企业社会责任的一些外部方面，如伦理准则、贪污腐败、行贿受贿，亚洲国家企业涉及的较多；与前两类相比，三个地区中与责任和公民行为相关的政策都比较少，比较来说，慈善行为在北美被更多企业涉及。同时，作者还列出每个地区各个国家间在企业社会责任四个方面的比较结果。^[18]

我们发现，由于理论界对企业社会责任没有统一的衡量维度，所以在对企业的社会责任实践进行跨文化比较时，不同学者比较的具体内容是有区别的。

（二）企业在CSR衍生概念的实践方面的比较

Langlois, Catherine C, Bodo B. Schlegelmish(1990)为了分析企业伦理是否与一个国家的文化有关，根据1988年对法国、英国和德国的各200家大型企业分别进行的调查和1986年对美国500强企业进行的调查，就企业伦理准则的运用和内容方面进行比较。作者将企业的伦理准则涉及的内容分为七大类：消费者关系、股东利益、供应商或合作者关系、社区和环境、科技和创新、政治利益、员工关系。通过比较，作者发现欧美国家在企业伦理准则的设立和内容涉及上存在很多差异，如：75%的美国公司设立伦理准则，而只有41%的欧洲公司设立伦理准则，如果样本中去除他国母公司在欧洲的分支机构，那么只有33%的欧洲公司设立伦理准则。美国与欧洲国家相比，欧洲国家的公司伦理准则中都有关于员工行为的内容，而只有55%的美国公司有这方面的内容；所有美国公司的伦理准则中都会涉及与政府关系的内容，与供应商或合作者关系也包含在86%的美国公司伦理准则中，而只有不到20%的欧洲企业涉及这两个方面。除此之外，欧洲国家在一些

项目的比较中也存在明显差异,比如,法国企业的伦理准则中涉及到消费者关系的比例是三个欧洲国家中最高的,甚至比美国还高;德国的企业伦理准则在创新和科技方面涉及的比例较高;而英国企业关于股东和消费者的伦理准则较少。最后,作者根据比较分析的结果将企业伦理准则分为与文化无关(culture-free)和与文化相关两大类(culture-specific)两大类,其中,与文化有关的企业伦理准则包括政治利益和员工关系,其余五项与文化无关。^[12]

Roger Bennett(1998)根据对344家英国企业、401家德国企业和344家法国企业的问卷调查,以发现这些国家中企业的慈善活动是否有商业倾向,并比较商业倾向的强弱程度。通过分析,作者认为,一般来说欧洲企业的慈善活动都有商业化倾向。通过比较,文章指出,法国和德国的企业慈善活动商业化倾向要高于英国,这两个国家的企业慈善活动更职业化,更注重与公司形象的战略匹配。除此之外,规模大的企业比规模小的企业的慈善活动更职业化、更具有商业化倾向。

^[13]

Fatma Küskü, Anna Zarkada-Fraser(2004)为研究企业公民行为及其与公司文化的内部维度和外部维度之间的关系,对澳大利亚和土耳其的企业进行调查,通过对它们的比较分析,探究企业公民与企业文化的关系。文章中根据前人的研究把企业文化分为外部维度和内部维度,其中外部维度即市场导向^[19]又分为竞争导向、消费者导向、协调作用三个方面^[20];文化的内部维度用竞争导向和人道主义导向表示^[21],其中竞争导向的组织强调成功,个人主义色彩浓厚^[22];人道主义导向强调团队精神,关心组织员工^[23]。通过对澳大利亚和土耳其的80、115份有效问卷分析,作者发现,有21项关于企业公民的内容在两个国家是一致的,如重视产品质量、尊重员工的多样性等等。另外在12个项目上两个国家存在较大差异,

如土耳其的企业更容易向当地社区提供帮助，并承担一些资源活动；澳大利亚的企业更容易遵守法律等等。除此之外，作者指出，企业公民行为与企业文化外部维度的三个方面均有联系，企业对消费者和竞争者的反应性越强，协调作用越大，那么它的企业公民行为越多；企业公民行为与还与文化内部维度中的人道主义导向正相关。^[24]

Lee E. Preston, Francoise Rey, Meinolf Dierkes (1978) 根据1976年对德国^[34]、法国^[35]和加拿大^[36]分别进行的调查，并结合经济发展委员会和Ernst&Ernst (1976)^[37]对美国企业的调查报告，比较分析了各国企业在企业社会绩效方面的异同。由于在各国的调查是由不同机构分别展开的，所以在调查项目和目的上各有不同。通过比较，作者指出美国的企业社会绩效明显不重视工作环境、员工地位，相比其它国家，更加重视对妇女、少数民族、残疾人等的责任；美国与欧洲国家在企业社会绩效、企业社会政策上存在很大差异，与加拿大的差异相对较小，欧洲国家间也明显不同。另外，作者通过调查分析还发现，企业社会绩效、社会政策与企业规模、所在行业有关。比如，从对加拿大的数据分析可以看出，一般来说大型企业更加重视企业社会绩效；采矿业、冶炼等对环境影响明显的行业，企业的社会政策更容易包括环境保护方面。^[38]

作为早期对企业社会责任的跨文化比较研究的代表，作者根据的是已有调查研究的结果，正如作者所说，各国在调查内容上的区别本身就反映了对企业社会绩效的认识和侧重点不同。但由于没有统一的调查内容和衡量指标，使比较的广度和深度受到限制。

Jang Singh, Emily Carasco, Goran Svensson, Greg Wood, Michael Callaghan (2005) 对78个澳大利亚企业、80个加拿大企业和39个瑞士企业的伦理

准则进行调查,以发现这些国家的企业在伦理准则的内容上有何异同。文章首先将三个国家在经济发展、人口、文化等方面进行详细介绍,将伦理准则分为“代表企业行为”、“有损企业行为”、“规则与记录相结合”、“规则的基础(法律、伦理或两者)”、“引用相关法律”、“遵守规则”、“一般信息”7个方面^{[39][40][41]},并从各个方面来比较三个国家在企业伦理准则内容上的异同。通过比较,作者指出,加拿大和澳大利亚的企业伦理准则相近,反映了两者相似的历史和文化;瑞士企业的伦理准则与其它两个国家的差异较大,反映了它们之间的文化差异。^[42]

可见,对企业在CSR衍生概念的实践比较,涉及到企业的伦理准则、企业慈善、企业公民行为、企业的社会绩效等。同时,我们看到同样是对企业伦理准则的跨文化比较,不同学者对伦理准则的划分不同,从而比较的具体内容是有区别的。

(三) 人们的态度方面的比较

在前人研究的基础上,Bodo B Schlegelmilch, Diana C Robertson(1995)认为不同国家的管理者对伦理问题的看法是不同的。根据企业经营过程中经常面临的伦理问题,作者提出关于企业伦理的26个方面,然后通过因素分析,把这26个方面归为五个因素:关于员工行为、对信息的不恰当使用、关于私人问题、与中央或外国政府的关系、政治或社区投入。作者对来自美国、英国、德国、澳大利亚的管理者进行问卷调查,并且提出五个假设,每个假设与伦理的五个因素相对应:H1a:美国的管理者比其它三个国家的管理者更注重对员工行为的控制;H1b:相对于英国、德国、澳大利亚的管理者,美国的管理者更注重员工对企业信息使用的伦理问题;H1c:美国管理者比其它三个国家的管理者更关心关于员工吸烟、

酗酒、偷窃、歧视等个人方面的伦理问题；H1d:美国更倾向于把与政府的关系看作伦理问题；H1d:美国和英国的管理者与德国和澳大利亚的管理者相比,更不容易把政治和社区投入看作伦理问题。通过对调查结果的分析, H1b、H1c、H1e得到证实,所以作者认为不同国家的管理者对伦理问题中关于信息的不恰当使用、私人问题、政治或社区投入方面的看法是不同的。此外,作者还发现不同国家的企业准则和教育培训方面对伦理问题的侧重点是不同的。^[25]

Isabelle Maignan, O. C. Ferrell (2003) 以Carroll (1979) 提出的企业社会责任的概念框架^[26]和利益相关者理论^[27]为背景,分析了美国、法国、德国在文化、制度环境、经济水平等方面的差异,提出关于国家内部比较和国家间比较的11个假设,这些假设主要关于消费者怎样衡量企业的经济、法律、伦理、慈善责任和企业对利益相关者的责任。通过在各国展开的问卷调查对提出的假设进行检验。其中,各国接受调查的消费者人数均为200,最后收回的有效问卷书为法国169、德国94、美国145。通过比较分析,作者指出,美国消费者最重视企业的经济责任和法律责任,其次为伦理和慈善责任,而法国和德国的消费者最不重视企业的经济责任,他们最重视的是企业的法律和伦理责任,而且慈善责任对于他们来说其重要性要高于美国消费者;美国和欧洲消费者都认为在企业的利益相关者中企业对消费者的责任是最重要的,法国和德国消费者把企业对员工的责任排在第二位,而美国消费者则把它排在最后,另外,美国消费者比德国和法国的消费者更加重视企业对股东的责任。^[28]

Rafik I. Beekun, Yvonne Stedham, Jeanne H. Yamamura, Jamal

A. Barghouti (2003) 根据对73名俄罗斯企业管理者和92名美国企业管理者的调查,比较他们在一定情境中对伦理问题判断上的异同,以探索商业伦理与国家文

化之间的关系。作者用Hofstede(1980)^[29]提出的文化的四个维度(权利距离、不确定性规避、个人主义/集体主义、男性主义/女性主义)中的权力距离和个人主义/集体主义比较两国文化,发现俄罗斯的权力距离高于美国;美国是有个人主义文化的国家,而俄罗斯具有集体主义文化。在伦理问题判断的标准上,作者选用公平和实用主义。另外,文章还运用到Reidenbach, Robin(1998, 1990)提出的三种情境: 1、Bankruptcy 2、Client Information 3、Neighborhood Store。

^[30]^[31]通过比较分析,作者指出文化对伦理问题的判断有明显影响,美国人的伦理判断准则更为严格。在情景1和情境3种,当运用公平作为判断标准时,美国管理者更容易认为某种行为或决策是不道德的;在三种情境中,当运用实用主义作为判断标准时,美国管理者都更容易把某种行为或决策看成是不道德的。^[32]

Nabil A. Ibrahim, Faramarz Parsa(2005)对186名美国管理者和148名法国管理者进行问卷调查,以找出他们注重企业社会责任的哪些方面。通过比较分析,文章指出,美国管理着更注重法律责任和伦理责任,而法国管理者更注重经济责任和慈善责任,作者还指出这些差异与国家的经济、文化有关。^[33]

可见,对人们的企业社会责任(或衍生概念)态度比较,主要是关于管理者的态度或普通消费者的态度。而比较的内容主要是不同国家或地区的人们对企业社会责任(或衍生概念)的认识或对其不同内容的侧重程度。

(四) 发展趋势

根据以上对文献的综述和最近发表的文献,可以看出国外企业社会责任的跨文化比较研究的发展趋势主要有:比较的内容不断丰富;进行比较的国家也逐渐涉及欧美以外的其它国家或地区;从企业社会责任与文化关系的角度进行比较研究(Rafik I. Beekun, Yvonne Stedham, Jeanne H. Yamamura, Jamal A. Barghouti,

2003^[32]；Fatma Küskü, Anna Zarkada-Fraser, 2004^[24]）；最近，还有学者为企业社会责任的比较分析建立了新的概念框架和指标。

Dirk Matten, Jeremy Moon(2008)根据以前对欧美国家企业社会责任的比较研究结果，认为不同国家间的CSR差异可以用国家的制度框架来解释，制度框架是在一个国家的发展过程中不断发展形成的。然后作者利用Whitley(1999)^[43]提出的国家制度框架的四个方面（政治、金融、教育和劳动力、文化系统）来分析美国和欧洲的区别，作者认为美国的制度框架下市场经济的自由成分较强，给企业承担相对明显的社会责任提供了更多的激励因素和机会，而欧洲的制度框架下市场经济中的协调成分较强，给企业提供的激励因素和机会相对较少。在不同的制度框架下，美国的式的CSR为“显性CSR”，欧洲式的CSR为“隐性CSR”。两者的主要区别是：（1）在表达与社会关系时用的语言不同，显性CSR用企业社会责任的语言来与利益相关者沟通，而隐性CSR则不是通过这种方式；（2）目的不同，显性CSR常常是企业有目的的战略选择，而隐性CSR则是企业对制度环境的反应。制度框架中自由市场经济成分越强，企业社会责任越趋向于显性CSR，协调市场经济成分越强，企业社会责任越趋向于隐性CSR。其关系如图1所示。作者认为这个关于企业社会责任比较理解的框架可以用来说明欧美企业社会责任出现的差异以及出现这种差异的原因，并且这个框架的应用不仅局限在欧美国家的比较上，也可以用来分析其它国家之间的企业社会责任比较。^[44]

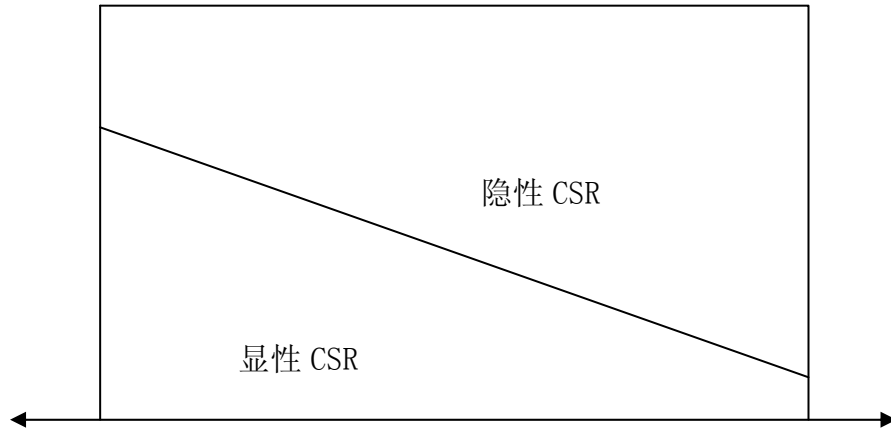


图1（资料来源：[44]）

自由市场经济

协调市场经济

Maria Gjørlberg(2008)在Midttun et al. (2006)^[45]研究的基础上，提出CSR行为指标的9个变量，如，道琼斯持续发展指数、毕马威全球CSR调查报告、ISO14001等，这些变量包含了20个发达工业国家，然后根据作者给出的计算企业社会责任指标分数的方法，就可以把企业社会责任行为和表现量化，有利于不同国家间的比较。^[46]

三、 小结

我国关于企业社会责任的研究起步较晚，关于企业社会责任跨文化比较的研究很少。徐尚昆、杨汝岱（2007）根据世界银行与北京大学中国经济研究中心对全国1268家工业企业的问卷调查，收集我国企业社会责任的特征数据，得出中国企业的企业社会责任维度。与西方提出的企业社会责任维度相比，中国独有的社会责任维度有就业、商业道德（西方没有将商业道德特别是诚信作为一项维度提出）、社会稳定与进步；中西方共有的维度有经济责任、法律责任、环境保护、顾客、员工、公益事业，在这6个共有维度中还有一些项目是西方没有的，比如，

促进国家和地方经济发展、纳税、节约资源等；西方独有的社会责任维度有股东和平等。

我们发现，大多数关于企业社会责任的比较研究都是在发达国家之间展开，涉及到发展中国家的很少。从结论来看，一般来说不同国家的企业社会责任实践是有差别的，但是随着时间的推移，这种差别是否会发生变化是不得而知的。另外，怎样把企业社会责任的比较研究与国家或地区之间各方面的差异（尤其是文化差异）系统的结合起来仍然是今后研究的重点。

参考文献：

- [1]崔新健. 企业社会责任概念的辨析[J]. 社会科学, 2007(12).
- [2]于光平、杨艺. 企业社会责任：国外理论演进及最新文献述评[J]. 石家庄经济学院学报, 2007(1).
- [3]段文、刘善仕等. 国外企业社会责任研究述评[J]. 华南理工大学学报, 2007, 9(3).
- [4]WBCSD. 企业社会责任—从理论到行动[M]. 林佩蓉等译. 台北市：社团法人中华民国企业永续发展协会, 2001.
- [5]Archie B Carroll, Ann K Buchholtz. 企业与社会：伦理与利益相关者管理[M]. 黄煜平译. 北京：机械工业出版社，2004.
- [6]European Union. Promoting a European framework for corporate social responsibility. Commission of the European Union. Com (2001).
- [7]李政义. 企业社会责任论[M]. 台北市：巨流图书公司，1990.
- [8]卢代富. 企业社会责任的经济学与法学分析[M]. 北京：法律出版社，2002.
- [9]Frederick, William C. Moving to CSR4: what to pack for the trip[J]. Business and

dSociety, 1998, 37(1):40 ~59.

[10]Wood, Donna J. Corporate social performance revisited[J]. Academy of Management Review, 1991, 16(4):691-718.

[11]许洋, 从文化角度对中美企业社会责任的比较研究[J]. 2007

[12]Langlois, Catherine C, Bodo B. Schlegelmish. Do Corporate Codes of Ethics Reflect National Character? Evidence from Europe and the United States[J]. Journal of International Business Studies, 1990, 21(4):519-539.

[13]Roger Bennett. Corporate philanthropy in France, Germany and the UK, International comparisons of commercial orientation towards company giving in European nations[J]. International Marketing Review, 1998, 15(6):458-475.

[14]Clarkson, Max B.E. A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance[J]. Academy of Management Review, 1995, 20(1):92-117.

[15]Swanson, Diane L. Addressing a Theoretical Problem by Reorienting the Corporate Social Performance Model[J]. Academy of Management Review, 1995, 20(1):43-64.

[16]Isabelle Maignan, David A. Ralston. Corporate Social Responsibility in Europe and the U.S.: Insights from Businesses' Self-presentations[J]. Journal of International Business Studies, 2002, 33(3):497-514.

[17]Welford, R. J. Corporate social responsibility in Europe and Asia:

Critical Elements and Best practice[J]. Journal of Corporate
Citizenship, 2003, 13:31-47.

[18]Richard Welford. Corporate Social Responsibility in Europe, North
America and Asia[J]. 2005(17).

[19]Day, G. S. The Capabilities of Market Driven Organisations[J]. Journal
of Marketing, 1994(58):37-52.

[20]Narver, J. C. and S. F. Slater. The effect of market orientation on
business profitability[J]. Journal of Marketing, 1990, (10):20-35.

[21]Cooke, R. A. W. and D. M. Rousseau. Behavioral norms and expectations:A
quantitative approach to the assessment of organizational
culture[J]. Group and organization studies. 1988, 13(3):245-273.

[22]Xenikou, A. and A. Furnham. A correlational and factor analytic study
of four questionnaire measures of organizational culture[J]. Human
relations, 1996, 49 (3):349-371.

[23]Maignan, I. and O. C. Ferrell. Measuring corporate citizenship in two
countries: the case of the United States and France[J]. Journal of business
ethics, 2000, 23
(3):283-297.

[24] Fatma Küskü, Anna Zarkada-Fraser. An empirical investigation of
corporate citizenship in Australia and Turkey[J]. British Journal of
Management, 2004, (15):
57-72.

[25] Bodo B Schlegelmilch, Diana C Robertson. The influence of country and industry on ethical perceptions of senior executives in the U.S. and Europe[J]. Journal of internal business studies, 1995(26).

[26] Carroll AB. A three-dimensional conceptual model of corporate performance[J].

Acad Manage Rev, 1979, 4(4):497-505.

[27] Clarkson MBE. A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance[J]. Acad Manage Rev, 1995, 20(1):92-117.

[28] Isabelle Maignan, O. C. Ferrell. Nature of corporate responsibilities : Perspective from American, French, and German consumers[J]. Journal of business research, 2003(56):55-67.

[29] Hofstede, G. Culture's consequences: International differences in work-related values. Beverly Hills, CA: Sage, 1980.

[30] Reidenbach, R. E. and Robin, D. P. Some initial steps towards improving the measurement of ethical evaluations of marketing activities[J]. Journal of Business ethics, 1988, (7):871-9.

[31] Reidenbach, R. E. and Robin, D. P. Toward the development of a multidimensional scale for improving evaluations of business ethics[J]. Journal of business ethics, 1990, (9):639-53.

[32] Rafik I. Beekun, Yvonne Stedham, Jeanne H. Yamamura, Jamal A. Barghouti. Comparing business ethics in Russia and the US[J]. Journal of human

resource management, 2003,

14(8):1333-1349.

[33] Nabil A. Ibrahim, Faramarz Parsa. Corporate social responsiveness orientation: Are there differences between U. S. and French managers. 2005.

[34] “Inquiry into the social involvement of German industry”, 1976(4).

[35] “The social examination” and “the social examination 1976”

[36] “Social responsibility and Canada’ s largest corporations”, 1976.

[37]Ernst and Ernst. Social responsibility disclosure:1976 survey of Fortune 500 annual reports, 1976.

[38]Lee E.Preston,Francoise Rey,Meinolf Dierkes. Comparing corporate social performance: Germany, France, Canada, and the U.S[J]. California management review, 1978.

[39]Mathew, D.C. Strategic intervention in organizations: resolving ethical dilemmas. Newbury Park, CA:Sage publications, Inc, 1998.

[40]Lefebvre, M., & Slingh, J. The content and focus of Canadian corporate codes of ethics[J]. Journal of business ethics, 1992(11):799-808.

[41]Wood, G. A cross cultural comparison of the content of codes of ethics:USA, Canada and Australia[J]. Journal of business ethics, 2000(25):287-298.

[42]Jang Singh, Emily Carasco, Goran Svensson, Greg Wood, Michael Callaghan. A comparative study of the contents of corporate codes of ethics in Australia, Canada and Sweden[J]. Journal of world

business, 2005(40):91-109.

[43]Whitley, R. Divergent capitalisms: The social structuring and change of business systems[M]. Oxford: Oxford University Press, 1999.

[44]Dirk Matten, Jeremy Moon. “Implicit” and “explicit” CSR: A conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility[J]. Academy of management review, 2008, 33(2):404-424.

[45]Midttun, A., Gautesen, K., Gjøølberg, M. The political economy of CSR in western Europe[J]. Corporate governance—the internal journal of business in society, 2006, 6(4):369-385.

[46]Maria Gjøølberg. Measuring the immeasurable? Constructing an index of CSR practices and CSR performance in 20 countries[J]. Scandinavian journal of management, 2008, 10. 003.

The Latest Literature Summary on Cross-cultural Comparison of Corporate
Social Responsibility

Abstract: In this paper, we carry out comparative comments on the definition of corporate social responsibility stated by scholars from different countries or regions. The literatures are summarized mainly from the corporate social responsibility practices, corporate derivatives at the concept of CSR practices (mainly including business ethics, corporate citizenship, corporate philanthropy, corporate social performance) and people's ideas on CSR issues. Then we point out the developing trend of the cross-cultural comparison of CSR based on the latest literature. Finally, the researches of our country on this field are also introduced.

Key words: corporate social responsibility, cross-cultural comparison, summary