

澳門博彩企業的社會責任度量

曾忠祿 曾 嘉 黃子穎

(亞太博彩研究學會, 澳門)

摘要:如何有效評價澳門博彩企業的社會責任履行情況,是長期困擾澳門社會的一個問題。由於 2022 年新修改的博彩法把澳門博彩企業的社會責任寫入了法律,因此,準確度量澳門博彩企業的社會責任問題變得更加迫切。本研究基於利益相關者管理理論和對澳門回歸以來的相關政府文件、媒體報道及博彩企業披露的研究,提出了基於利益相關者期望的博彩企業社會責任評價模型,為有效評價澳門博彩企業的社會責任提供了基礎,彌補了現有評價方法的缺陷。本研究有較強的實用性和可操作性,為政府和社會評價澳門博彩企業的社會責任履行情況提供了更有效的工具。

關鍵詞:澳門; 博彩企業; 社會責任; 度量; 評估模型; 利益相關者理論

中圖分類號:F590

Measurement of Social Responsibility of Macao's Gaming Companies

Zeng Zhonglu Zeng Jia Huang Ziyang

(Asia-Pacific Gaming Research Society, Macao)

Abstract: How to effectively evaluate the fulfillment of social responsibilities of Macao's gaming companies has been a problem that has plagued Macao society for a long time. Since the newly revised Gaming Law in 2022 has written the social responsibility of the gaming companies in Macao into the law, the issue of accurately measuring the social responsibility of Macao gaming companies

基金項目: 澳門基金會資助項目(編號:0852/DGAF/2023)部分成果。

作者簡介:曾忠祿,亞太博彩研究學會會長;曾嘉,亞太博彩研究學會會員;黃子穎,亞太博彩研究學會會員。

has become more urgent. Based on the stakeholder management theory and the study of relevant government documents, media reports and disclosures of the gaming companies since the return of Macao, this study proposes a gaming corporate social responsibility measurement model based on stakeholder expectations to effectively evaluate the performance of Macao gaming companies, thus providing a foundation for measurement of the social responsibility of Macao's six gaming companies. This study proposes a new method for evaluating corporate social responsibility, thus making up for the shortcomings of existing evaluation methods. This study has strong practicality and operability, and provides a more effective tool for Macao government and society to evaluate the performance of social responsibilities of Macao gaming companies.

Key words: Macao; gaming company; social responsibility; measurement; avaluation model; stakeholder theory

引言

特區政府新修改的《娛樂場幸運博彩經營法律制度》(澳門特別行政區政府印務局, 2022)第十六條對博彩承批企業的“企業社會責任”提出了六項要求:

- 1) 支持本地中小企業發展;
- 2) 支持本地產業多元發展;
- 3) 確保勞工權益, 尤其是勞動債權的保障、本地僱員的在職培訓及向上流動、保障員工的公積金制度;
- 4) 聘用殘疾或復康人士;
- 5) 支持公益活動;
- 6) 支持各種教育、科研、環保、文化及體育等活動。

由於這些要求基本上都是定性要求, 度量比較困難。但如果沒有有效的度量, 就難以了解這些要求具體的落實情況; 不了解具體的落實情況, 就難以對這些目標的推進加以管理。

缺乏對博彩企業履行社會責任的評價機制是一個長期困擾澳門的問題。早在

2016年特區政府的施政報告就指出, 要對娛樂場幸運博彩經營批給執行情況及社會責任的承擔等多個方面進行評估(澳門特區政府, 2016)。但因為沒有具體的評估標準, 對社會責任的承擔進行評估的想法並沒有實現。澳門大學博彩研究所2016年發表的“澳門幸運博彩經營權開放中期檢討”(澳門大學博彩研究所, 2016)指出, 由於本地以至國際社會對於企業社會責任並沒有一套公認的評鑑標準, 其概念及覆蓋範圍亦處在不斷發展當中, 而各間博彩企業回應及履行其企業社會責任時各有不同理解及做法, 造成評估上的局限。

澳門立法會和民間對有效評價博彩企業的社會責任非常關注。比如, 在立法會通過新的博彩法時, 就有不少議員關注可否“量化”博企的社會責任, 怎樣確保承批企業做到有關的社會責任(論盡採訪組, 2022; 市民日報, 2022)。

基於以上原因, 有必要針對特區政府和澳門社會特別關注的博彩企業社會責任評價機制進行研究。本研究希望在研究國內

外現有的企業社會責任的評價方法的基礎上,根據澳門的具體情況,提出有針對性的、具可操作性的評價澳門博企社會責任履行情況的方法,為特區政府和社會各界評價博企社會責任提供參考。

1 企業社會責任評價文獻研究

到目前為止,有關企業社會責任的概念還沒有一個統一的標準。早期試圖系統定義企業社會責任,並產生廣泛影響的是 Carroll (Dahlsrud, 2008)。Carroll (1979, 1991) 認為,企業的社會責任包括四個方面的內容:首先是經濟責任,以合理的利潤水平提供消費者需要的產品和服務。這是企業生存的基礎。其次是法律責任。社會為企業經營制定了有關的法律和法規,企業需要在法律法規的範圍內經營,因此企業有法律責任。再其次是倫理道德責任,涉及講道德,做正確的、公正公平的事情。道德責任不一定被寫進法律,但仍然是社會成員所期望的活動 (Carroll, 1979)。最後一個方面的社會責任是自行裁量責任。該責任指的是回饋社會的具體活動或慈善捐款方面的責任。企業在這方面擁有最廣泛的自由裁量權 (Frederick, 1994)。經濟法律責任是社會必須的(即強制性的);倫理道德責任是社會期望的;慈善事業責任是社會渴望的。每一項責任都是企業總社會責任的基本組成部分 (Carroll, 1991; Jamali, 2008) (見圖 1)。

商務社會責任國際協會 (Business for Social Responsibility, 縮寫為 BSR, 2000) 提供了稍微不同的定義。該協會的定義是:以符合或超出社會對企業的道德期望、法律期

望、商業期望和公眾期望的方式經營企業。社會責任是企業每一個領域的每一項決策的指導原則。

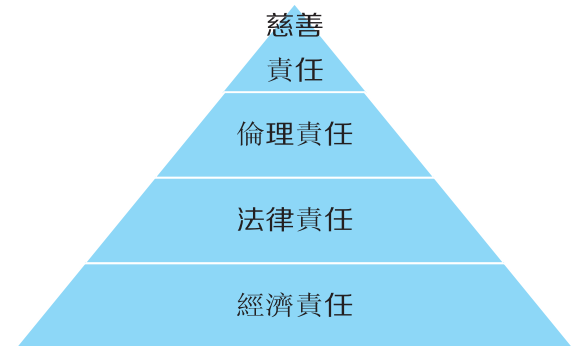


圖 1 企業社會責任金字塔

該協會同時指出,企業的商業決策需符合道德價值觀、法律要求以及對人、社區和環境的尊重。

該定義與 Carroll (1979, 1991) 的定義的不同之處在於增加了公眾期望,以及對社會(人、社區)和環境的尊重。

商務社會責任國際協會是由企業組成的機構,其會員包括一些世界上最有影響力的企業,如蘋果、可口可樂、星巴克、沃爾瑪等。因此,該協會的定義代表了工商界提出的定義。

根據 Dahlsrud (2008) 的研究,對學術界影響最大、引用最廣泛的企業社會責任定義是歐洲共同體委員會(歐共體委員會)提供的定義。歐共體委員會在 2001 年發佈的綠皮書對企業社會責任做了如下定義:

企業社會責任,是指企業在自願的基礎上,把對社會和環境的影響整合到企業運營過程中以及與利益相關方的互動過程中 (歐共體委員會, 2001)。

歐共體委員會 (2002) 還指出,社會責任不僅意味著滿足法律的期望,還意味著超越合規性,對人力資本、環境以及與利益相

關者的關係進行“更多”投資。

歐共體委員會的定義在商務社會責任國際協會的定義基礎上增加了相關利益者的因素。

以上定義分別代表了學術界、企業界以及政府機構對企業社會責任的看法。三個領域的定義雖各有不同,但都一致認為企業的社會責任不僅僅是財務責任。將三個定義總括起來,我們得出的結論是:企業社會責任包括三個方面的責任:經濟的、社會的和環境的。這些責任指導企業的決策和活動,並且在企業經營中都具有同樣的有效性和必要性(Bondy, et al., 2012)。企業社會責任有部分是由企業管理者的自由裁量權所決定的。

2 企業社會責任的度量方法

根據現有的文獻,目前對企業社會責任履行情況的評估方法主要有3大類:基於企業披露的內容分析法、基於等級評價(或打分)的基準法和基於問卷的感知調查法。

2.1 基於企業披露的內容分析法(The content analysis based on corporate disclosure)

基於企業披露的企業社會責任度量主要根據企業的年度報告、網站發佈和企業社會責任報告等多種文件披露的社會責任信息,採用內容分析的方法對披露的有關活動信息進行量化處理和評價。

企業都有披露其履行社會責任情況的需求,一則是因為上市企業一般都有披露其履行 ESG(環境、社會和公司治理)指引、

GRI(Global Reporting Initiative)準則等信息的要求,披露與否涉及合規問題。二則企業也有來自利益相關者的壓力、或者因為行業存在的合法性問題、或者企業樹立形象的需要,這些因素也使企業自覺或不自覺的向會公佈其社會責任信息(Garcia, et al., 2021)。

利益相關者的壓力對企業披露有重大影響。企業需要超越利潤最大化,協調利益相關者的利益需要。利益相關者理論與合法性理論顯示,企業披露是為獲得或維持在利益相關者眼中的合法性(Coetzee & van Staden, 2011; Deegan, 2002)。組織的管理層可能認識到企業在合法性方面存在的差距,因此需要採取必要的措施,並向利益相關者披露其行動情況以確保得到認可。Gray 等(1995)指出,向利益相關者披露信息可被視為組織做出的符合社會期望的社會貢獻。因此,利益相關者通常將企業社會披露(CSD)視為衡量組織可信度和合法性的標準(Garcia, et al., 2021)。煙酒、博彩等行業的企業由於經營的產品(或服務)的特殊性,因此更存在合法性危機,更需要不斷通過披露其履行的社會責任的情況以減輕社會的質疑。

向社會公佈的信息可能有差異,但都有清晰性、充分性和可靠性(經過驗證)的要求,因為透明、問責制是企業社會責任的基本目標(Anh & Velencei, 2019)。由於企業有披露的必要和責任,而且需要滿足社會對披露的質量要求,提供可靠的信息,因此為通過內容分析度量企業履行社會責任的情況提供了重要的信息來源。

對企業披露信息的分析,一般採用的方法是內容分析法(content analysis)。內容分

析可以被定義為“一種根據明確的編碼規則將許多文本詞彙壓縮為更少的內容類別的方法”(Montabon, et al., 2007)。“一種從數據到上下文中做出可重複的和有效的推論的研究方法”(Krippendorff, 1980)。

內容分析法除了利用企業定期披露的信息(如財務報表或企業社會責任報告等)評價有關企業社會責任績效(如企業每年在環境保護、員工培訓、消費者保護等方面的支出等)外,還注重分析有關披露在報告中所佔的比重,或有關披露的文字量的年度變化等。通過這些分析,可以顯示企業在社會責任方面的注意力或重視程度的變化情況。

越來越多的有關企業社會報告的文獻使用內容分析作為衡量企業社會責任的方法。這種方法已成為會計研究中最經常被採用的方法。根據魯夫(Ruf)等人(1998)的說法,這種方法具有“對企業的客觀評級,因為一旦選擇了社會屬性,評級過程就標準化了”。

基於企業披露的內容分析法由於其明顯的便利性和報告的廣泛可用性而更加靈活,特別是考慮到越來越多的企業傾向於發佈其企業社會責任報告以表達他們對社會責任活動的關注。但該方法也可能缺乏有效性。因為,企業報告的內容可能與實際情況不符,報告所講的,僅僅是企業希望人們相信的,其目的是要在人們心目中樹立良好的形象,其實際做的則可能不同(Ruf, et al., 1998)。

2.2 評等基準法 (rating-based approach, RBA)

評等基準法指根據對一個企業的有關

評級來度量企業履行社會責任的情況的方法。許多機構都可能有根據企業參與的慈善活動、社區發展、節能環保等方面的商業實踐對企業評級。這些評級可以用來顯示企業的社會責任表現。企業社會責任評級或打分通常是根據企業在其自己的報告中提供的信息外加來自其他來源的信息完成的。其他來源的信息包括來自第三方的信息、對利益相關者的直接訪談獲得的信息等(Vurro & Perrini, 2011)。評等基準法又細分為多種方法,包括單一指標法、聲譽指數法、多指標法等。

單一指標法(Single index method)。這種方法強調企業社會責任活動的某一方面,如環境污染指數或勞動關係指數。這種方法最具代表性的是“有毒物質釋放清單”(Leisinger, 2009)。該指數利用企業自我報告的信息,評估企業在水資源保護、空氣污染和有害物質處理方面的表現。該方法廣泛用於衡量對環境產生負面影響的製造企業的企業社會績效。該方法的局限性在於評估內容過於單一,適用性有限。

企業聲譽指數法(Corporate reputation index)。衡量企業社會責任的另外一個廣泛使用的方法是使用各種社會機構基於各種聲譽指數編制的社會評級。社會機構調查企業的社會責任績效,並根據其各種社會、環境和其他企業社會責任相關活動對它們進行相應評級。這些機構通過不同來源收集有關企業社會責任活動的信息。這些來源包括對知情的觀察員、業界專業人士、企業員工等的問卷調查和訪談;企業網站發佈的信息、企業財務年度報告、媒體的報道等(Ehsan, et al., 2018)。

聲譽指數調查的對象很多時候是外部專家而不是直接的利益相關者。比如,《財富》雜誌開發的聲譽指數(Fortune Reputation Index)是企業界使用最廣泛的指數。該指數使用10級評分標準來評估全球企業在社會責任表現方面的聲譽,參與打分的都是有資格的專業人士。但單一指標法也存在主觀偏見,聲譽可能無法反映真實的企業社會責任績效。

多指標綜合評價(Comprehensive evaluation with multiple indicators)。儘管對於企業社會責任是甚麼尚未達成共識,但沒有人會否認企業社會責任是一個多維度的概念。因此,越來越多的人和機構開始採用多指標綜合評價的方法來衡量企業社會責任。KLD研究分析公司(KLD Research & Analytics)、創新投資戰略價值顧問公司(Innovest Strategic Value Advisors)等專門從事企業社會責任研究的機構已經開發了多種多指標衡量體系。例如,KLD將企業社會責任分為八類,前五類涉及企業與不同利益相關者的關係,如員工、社區、環境和消費者,後三類涉及全球焦點,如武器貿易、核業務和南非問題(Kong, 2009)。除了諮詢機構之外,也有學者傾向於用這種方法。該方法因為考慮了企業社會責任的多個維度,提高了測量的有效性。該方法的其他優點還包括良好的可比性、可靠的資訊資源和相對健全的客觀性等(Leisinger, 2005)。這種方法的負面影響很少在出版物中討論,但一些研究人員呼籲注意這種方法可能會引起光環效應(Nussbaum, 2009)。

2.3 基於問卷調查的感知測量(Perceptual measurement based on questionnaire survey)

感知測量法重視利益相關者對企業社會責任的感知。在實踐中,研究人員首先根據企業社會責任的不同維度制定調查問卷。然後通過問卷調查了解利益相關者對企業社會責任行爲的看法。最流行的感知測量方法是Aupperle於1985年提出的。Aupperle基於Carroll(1991)的企業社會責任金字塔,開發了強制選擇工具(Esteban, 2007)。Maignan的企業公民衡量工具也是這種方法的一部分(Shen, et al., 2009)。

許多學者對這種方法提出了批評。他們認為,感知測量的有效性值得懷疑,因為主觀感知可能無法反映真實的企業社會責任績效。具體而言,一些研究表明,客戶和環保組織等外部利益相關者總是由於偏見而低估企業社會責任績效,而員工或股東等內部利益相關者往往高估企業社會責任績效(Leisinger, 2009; Shen, et al., 2009)。

3 現有的度量方法的缺陷

現有的度量方法都難以用於對澳門博彩企業的社會責任評價。首先,現有的基於企業披露的評價方法都僅根據現有的一些要求或標準對有關企業提供的信息進行評價,缺乏基於具體的利益相關者的期望的數據。而利益相關者是企業社會責任的主要針對的對象。沒有針對利益相關者,評價的有效性就會受到影響。其次,不同地方企業的利益相關者是不同的,即使是同一個利益

相關者,其期望也是隨著時間的推移而不斷變化的,現有的評價方法大都採用全球通用的固定的評價標準,不能反映不同地方利益相關者的期望差異以及利益相關者在不同時間的期望的變化。最後,基於企業披露的內容分析法大多把重點放在度量披露的量或披露的文字佔整個文本的比重。披露量的度量在顯示企業對社會責任的注意力或重視程度方面是一種比較有效的方法,但它的缺陷是不能有效評價有關企業具體履行社會責任的具體內容。

評等基準法可以顯示企業具體履行社會責任的績效,但該方法有幾方面的缺陷:第一,外部評價機構評價的內容不一定剛好針對一個地方的評價需要,因為外部評價機構追求的是國際普遍關注的問題,這些問題雖然具有普遍意義,但對具體地方或機構的具體需要可能缺乏針對性;第二,評價的內容往往比較有限,不能滿足一個地方或機構的需要;第三,各種評價指數太多,標準不一,彼此之間缺乏可比性,因此在使用時常常難以判斷哪一種更可靠。

感知測量法能針對有關的需要進行測量,但該方法最主要的方法是問卷調查法。問卷調查最大的缺陷是,怎樣保證抽樣調查的樣本有代表性? 怎樣保證被調查對象的觀點都是客觀、公正的?

具體到澳門的情況,首先,澳門的利益相關者對博彩企業的社會責任期望具有澳門的地方特色,他們最關注的問題一般的國際指數都沒有涵蓋,因此難以利用國際指數來滿足澳門的利益相關者的評價要求。其次,博彩行業是一個特殊的行業,對一般上市企業的評價標準不完全適合博彩行業。

最後,如果評價要被政府用於決策時,對企業社會責任的度量需要高度的相關性和精準性,否則容易引起爭議,對社會或博彩企業難以有說服力。現有的評價指數滿足不了這些要求。因此,利用現有的度量方法來度量澳門的博彩企業的社會責任可行性比較低。

4 澳門博彩企業的社會責任履行狀況度量

本研究認為,澳門對博彩企業的社會責任的度量需要高度的相關性和具體性,需要動態和及時;度量結果能有助於特區政府決策;有助於社會對博彩企業進行更好的監督,從而推動博彩企業更好地履行社會責任。而對博彩企業,通過有關的度量結果,能夠更好地看到自己的差距,從而改善履行社會責任的情況。基於對澳門特區政府的施政報告研究和澳門博彩企業的信息披露研究,本研究認為,對澳門博彩企業的社會責任度量可以從兩個方面進行:基於利益相關者期望的社會責任履行情況評價;基於企業的披露,對博彩企業對相關社會責任的態度(重視程度)的評價。

4.1 基於利益相關者期望的澳門博彩企業的社會責任評價

本研究認為,企業社會責任主要是對利益相關者的責任,因此對博彩企業社會責任的度量需要從博彩企業對主要利益相關者期望的回應來度量。

利益相關者理論是目前企業社會責任研究中最流行的理論之一。利益相關者的

基本定義是“任何能夠影響組織目標實現或會因組織目標實現而受到影響的群體或個人”(Freeman, 1984)。利益相關者以前主要是戰略管理領域或組織研究領域的概念,但該概念目前已被引進了企業社會責任的研究,並得到廣泛的運用,推動了企業社會責任研究的發展。

Basu & Palazzo (2008)認為,企業社會責任被視為對主要外部利益相關者(政府、非政府組織和消費者遊說團體)關心的有關企業運營或普遍社會問題的具體要求的回應。

企業社會責任涉及到利益相關者的“社會許可”:社會許可不是基於法律要求的遵守(儘管違反這些要求可能會危及社會許可),而是基於一個企業及其活動被當地社區、更廣泛的社會以及各組成群體所接受的程度(Gunningham, et al.)。

Clarkson (1995)認為,鑑於企業是複雜的利益相關者關係網絡的紐帶,並且確實僅管理特定的利益相關者群體,而不是與整個社會,因此使用基於企業與其利益相關者關係管理的框架比使用一般的企業社會責任模型和方法能更有效地分析企業的社會績效(Jamali, 2008)。

基於利益相關者的視角,企業應該對誰負責的問題變得清晰,從而為度量企業社會責任提供了一個理想的模型。一旦確定了企業的利益相關者以及企業應該為這些利益相關者承擔甚麼責任,就可以比較有效地度量企業的社會責任履行情況。與其他概念模型相比,利益相關者模型更加客觀、方便和直接(Shengtian & Zhang, 2014)。

Jamali (2008)認為,傳統的理論框架更

傾向於推進企業社會責任的理論和研究,而不針對具體實踐。大多數現代組織所面臨的社會環境的複雜性和動態性意味著需要持續的利益相關者管理,這也是傳統的理論框架難以捕捉的。利益相關者方法(模型)對社會責任的管理是從其固有的交換視角出發的。該方法強調不同利益相關者群體不斷變化和演變的需求,這些需求需要以流動和動態的方式持續監控和解決。

基於以上觀點,我們認為,對博彩企業履行社會責任的度量,應該基於利益相關者的視角來度量。基於利益相關者的視角,度量博彩企業的社會責任需要考慮三個方面的因素:1)澳門博彩企業的主要利益相關者的期望。不了解利益相關者的期望,度量就缺乏有效性;2)博彩企業對主要利益相關者期望的回應(態度、注意力等),以及具體的行動,從而判斷博彩企業是否有效地履行了其應該承擔的社會責任;3)利益相關者的期望動態變化,以及博彩企業的動態回應。

根據利益相關者的定義,澳門博彩企業的利益相關者包括中央政府、澳門特區政府、澳門社會、博企員工、顧客、供應商等。但澳門博彩企業的社會責任度量主要需要考慮的利益相關者應是澳門社區和特區政府。首先,利用利益相關者顯著性模型度量,澳門社區和特區政府同時具備權力、合法性和緊迫性的條件。同時具備三個條件的企業是決定性的利益相關者(Mitchell, Agle & Wood, 1997)。其他利益相關者可能僅具備三個條件中的兩個或一個。其次,顧客、供應商也是博彩企業非常重要的利益相關者,但因為對顧客和供應商的管理,企

業自己已有足夠的動力。對顧客和供應商管理的好壞,直接與博彩企業的經濟利益掛鉤,博彩企業的社會責任直接反映在其經營績效上面。直接觀察企業的經營績效,就可以判斷他們在顧客和供應商管理方面的好壞,因此不需要再用其他方法度量。再者,中央政府也同時具備權力、合法性和緊迫性的條件,但中央政府很少直接對澳門的博彩企業提期望。中央政府的期望主要反映在特區政府的施政計劃中,因此澳門考慮的利益相關者也不直接包括中央政府。最後博企的員工雖然也重要,但他們屬於澳門社會的一份子,“澳門社會”代表的利益相關者已包括了他們,因此他們也不單獨考慮。剩下的利益相關者主要就是澳門特區政府和澳門社會,對澳門博彩企業的社會責任的度量主要應該從博彩企業對特區政府和澳門社會的期望的回應進行(見圖2)。



圖2 基於利益相關者期望的博彩企業社會責任評價模型

企業社會責任評估問題的核心在於獲取數據。績效數據反映企業針對特定問題實際正在做甚麼或已經做了甚麼。如果沒有可用數據,有關問題就無法得到管理(Clarkson, 1995)。對澳門博彩企業的社會責任履行情況的評估,分析數據可來自幾個方面。在利益相關者的期望方面,可採用的資料包括:1)澳門新修改的“娛樂場幸運博彩經營法”。該法提供了寫入法律的博彩企業社會責任。2)特區政府的年度施政報告。報告通常提出未來一年對博彩企業的期望。3)特區政府有關官員的相關講話。

講話可能表達政府對博企的要求。4)澳門的主要媒體報道。媒體報道常常涉及社會對博彩企業的期望。

在博彩企業的回應方面,可採用的資料包括:1)六家博企的年度報告。目前學術界做企業的社會責任分析一般都選擇企業年度報告,一是因為它在各個行業都基本上通用,易於獲取;二是因為它提供了一種隨時間推移進行比較的方法。雖然年度報告不包括有關企業社會責任的所有可用資訊(企業網站和其他報告提供的信息),但它是一種標準化的度量方式。Unerman (2000)研究了24篇涉及企業社會責任的文獻,其中17篇都是用的年報。Singh & Kansal (2011)以及Gutherie & Petty (2001)認為,年度報告中發佈的信息比其他信息來源更可靠,因為不同的利益相關者都非常重視年報(Trang & Yekini, 2014)。2)六家博彩企業公佈的ESG報告以及它們各自的公司網頁公佈的相關信息。這些來源的信息可以與公司年報形成很好的互補。3)對博彩企業和有關的利益相關者的調查。通過調查,獲得其年報或其他報告沒有提供的信息,彌補企業自己公佈的信息的不足。

4.2 對披露質量的評價

博彩企業都有向社會充分公佈其履行社會責任情況的責任。因此,評價各家博企在其年報或其他相關文獻有關社會責任的質量有助於了解一家公司對有關社會責任的重視程度,或注意程度,以此顯示它們對社會責任的態度。

披露質量評價一般從三個方面進行:披露的深度,即有關披露佔文本的比重;披露

廣度,即有關披露涉及的主題數量;披露集中度,即披露關注的利益相關者數量。

所謂深度,主要指社會責任披露的文字絕對數量,或在有關文本中佔的相對比重。所有定量內容分析研究的關鍵假設之一是:一個類別披露的量表示該類別的重要性。通過橫向比較不同公司的披露數量,可以顯示不同公司對有關的社會責任的重視程度。通過縱向比較一個公司歷年的披露量的變化,可以顯示一家公司對社會責任重視程度的進步情況。分析可以以字詞為單位,也可以以句子為單位,也可以以頁為單位。詞的優勢在於可以進行更排他性的分析(更容易分類),並且方便從數據庫掃描和統計。而句子則有助於推斷具體內容的意義。如果僅限於了解給定主題的總空間量,並通過總空間量推斷反映的主題的重要性,則以頁為單位比較好。因為,以頁為單位,操作比較簡單,僅靠手工統計就可以了,也相當可靠。但僅僅計量有關內容所佔的文本空間,不能顯示具體的內容和細節,使用範圍非常有限(Gray, R., et al., 1995; Unerman, J. (2000))。

5 總 結

博彩產業是澳門最重要的產業。社會各界對博彩企業履行社會責任抱有巨大的期望。2022年新修訂的博彩法,第一次把博彩企業的社會責任寫進了法律。但如何度量博彩企業的社會責任,目前還沒有看到具體的方法。本研究在分析全球現有的評價方法的基礎上,根據澳門的具體情況,提出了基於利益相關者期望的博彩企業社會

責任評價模型,為澳門有效地評價博彩企業的社會責任績效奠定了基礎。本研究在方法論上有助於彌補現有評價方法的缺陷,在實踐上,提供了一個有較強的操作性的運作模型。

參 考 文 獻

- [1] Anh, D. N. P. & Velencei, J. (2019). Measuring corporate social performance. *Serbian Journal of Management*, 14(1), 193-204.
- [2] Aupperle, K. E., Carroll, A. B., & Hatfield, J. D. (1985). An empirical examination of the relationship between corporate social responsibility and profitability. *Academy of Management Journal*, 28(2), 446-463.
- [3] Basu, K., & Palazzo, G. (2008). Corporate social responsibility: A process model of sense-making. *Academy of Management Review*, 33(1), 122-136.
- [4] Bondy, K., Moon, J., & Matten, D. (2012). An institution of corporate social responsibility (CSR) in multi-national corporations (MNCs): Form and implications. *Journal of Business Ethics*, 111, 281-299.
- [5] Business for Social Responsibility. (2000). Introduction to corporate social responsibility. (2003-06-12). <http://www.khbo.be/~lodew/Cursussen/4eingenieurCL/The%20Global%20Business%20Responsibility%20Resource%20Center.doc>.
- [6] Carroll, A. (1979). A three dimensional model of corporate social performance. *Academy of Management Review*, 4, 497-505
- [7] Carroll, A. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons* 34, 39-48
- [8] Clarkson, M. E. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management*

- Review, 20(1), 92-117.
- [9] Coetzee, C.M., & van Staden, C.J. (2011). Disclosure responses to mining accidents: South African evidence. *Accounting Forum*, 35 (4), 232-246.
- [10] Commission of the European Communities. (2001). Promoting a European framework for corporate social responsibilities. COM (2001) 366 final, Brussels.
- [11] Commission of the European Communities. (2002). Corporate social responsibility - main issues. MEMO/02/153, Brussels.
- [12] Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: An analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15(1), 1-13.
- [13] Deegan, C. (2002). Introduction: The legitimising effect of social and environmental disclosures - a theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15 (3), 282-311.
- [14] Ehsan, S., Nazir, M.S., & Nurunnabi, M., et al. (2018). A multimethod approach to assess and measure corporate social responsibility disclosure and practices in a developing economy. *Sustainability*, 10(8), 2955.
- [15] Esteban, D. (2007). Strengthening corporate social responsibility in the pharmaceutical industry. *Journal of Medical Marketing*, 8 (1), 77-79.
- [16] Freeman, R. E.(1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman Publishers, Boston, MA.
- [17] Frederick, W. C. (1994). From CSR1 to CSR2. *Business and Society* 33(2), 150-164.
- [18] Garcia, E. A. D. R., Carvalho, G. M. D., & Boaventura, J. M. G., et al. (2021). Determinants of corporate social performance disclosure: A literature review. *Social Responsibility Journal*, 17(4), 445-468.
- [19] Gray, R., Kouhy, R. & Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting corporate social and environmental reporting: A review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 8 (2), 47-77.
- [20] Gunningham N, Kagan R. A, & Thornton D. (2004). Social license and environmental protection: Why businesses go beyond compliance. *Law & Social Inquiry*, 29(2), 307-41.
- [21] Guthrie, J. & Petty, R. (2000). Intellectual capital: Australian annual reporting practices. *Journal of Intellectual Capital*, 1 (3), 62-65.
- [22] Jamali, D. (2008). A stakeholder approach to corporate social responsibility: A fresh perspective into theory and practice. *Journal of Business Ethics*, 82, 213-231.
- [23] Kong, X. (2009). The social responsibility of pharmaceutical industry from the perspective of enterprise ethics. *Medicine & Philosophy (Humanistic & Social Medicine Edition)*, 30 (2), 41-43.
- [24] Krippendorff, K. (1980). *Content analysis: An introduction to its methodology*. London: Sage Publications.
- [25] Leisinger, K. (2009). Corporate responsibilities for access to medicines. *Journal of Business Ethics*, 85,3-23.
- [26] Mitchell, R. K., Agle, B. R., & Wood, D. J. (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. *The Academy of Management Review*, 22(4), 853-886.
- [27] Montabon, F., Sroufe, R. & Narasimhan, R. (2007).An examination of corporate reporting, environmental management practices and firm performance. *Journal of Operations Management*, 25(5), 998-1014.
- [28] Nussbaum, A.K. (2009). Ethical corporate social responsibility (CSR) and the pharmaceutical industry: A happy couple? *Journal of Medical Marketing*, 9(1), 67-76.
- [29] Ruf, B.M., Muralidhar, K.,& Paul, K. (1998). The development of a systematic, aggregate measure of corporate social performance. *Journal of Management*, 24(1), 119- 133.

- [30] Shengtian, H., & Zhang, Y. (2014). The research of CSR measurement system for Chinese pharmaceutical companies: A Delphi study. *Journal of International Business Ethics*, 7(2), p.22.
- [31] Shukla, A., Geetika, & Shukla, N. (2022). Corporate social responsibility measures: A brief review. *Business Perspectives and Research*, 10(1), 101-120.
- [32] Singh, S., & Kansal, M. (2011). Voluntary disclosures of intellectual capital: An empirical analysis. *Journal of Intellectual Capital*, 12(2), 301-318.
- [33] Trang, H.N.T., & Yekini, L.S. (2014). Investigating the link between CSR and financial performance: Evidence from Vietnamese listed companies. *British Journal of Arts and Social Sciences*, 17(1), 85-101.
- [34] Unerman, J. (2000). Methodological issues - Reflections on quantification in corporate social reporting content analysis. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 13 (5), 667-681.
- [35] Vurro, C., & Perrini, F. (2011). Making the most of corporate social responsibility reporting: Disclosure structure and its impact on performance. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 11 (4), 459-474.
- [36] 澳門大學博彩研究所. 澳門幸運博彩經營權開放中期檢討: 經濟、社會、民生影響及承批公司營運狀況. [https://www.dicj.gov.mo/web/files/news/mid-report/report/Report%20\(Ci\).pdf](https://www.dicj.gov.mo/web/files/news/mid-report/report/Report%20(Ci).pdf).
- [37] 澳門特區政府 2016 施政報告. 經濟財政範疇. https://www.gov.mo/zh-hant/wp-content/uploads/sites/4/2017/09/2016SEF_CN02.pdf.
- [38] 澳門特別行政區政府印務局. 娛樂場幸運博彩經營法律制度, 澳門特別行政區公報, 2022-07-18.
- [39] 有議員要求“量化”博企有否履行社會責任, 論盡, 2022-03-10.
- [40] 市民日報財爺強調以特區最大利益批賭牌. 市民日報, 2022-06-22.
- [41] 曾忠祿. 澳門博彩業的利益相關者: 分析與建議. *亞太經濟*, 2008(6):114-117.