

民营企业社会责任管理

Minying Qiye Shehui
Zeren Guanli

陈丽新



西南财经大学出版社
SOUTHWESTERN UNIVERSITY OF FINANCE & ECONOMICS PRESS

教育部人文社会科学研究规划基金项目
“管理导向的民营企业社会责任研究”
(批准号: 10YJA630012) 资助

民营企业社会责任管理

Minying Qiye Shehui
Zeren Guanli

陈丽新 著



西南财经大学出版社
SOUTHWESTERN UNIVERSITY OF FINANCE & ECONOMICS PRESS

图书在版编目(CIP)数据

民营企业社会责任管理/ 陈丽新著. —成都:西南财经大学出版社,
2015. 6

ISBN 978 - 7 - 5504 - 1937 - 7

I. ①民… II. ①陈… III. ①民营企业—企业责任—社会责任—研
究—中国 IV. ①F279. 245

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 118431 号

民营企业社会责任管理

Minying Qiye Shehui Zeren Guanli

陈丽新 著

责任编辑:王 利

助理编辑:魏玉兰

封面设计:杨红鹰

责任印制:封俊川

出版发行	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址	http://www.bookcj.com
电子邮件	bookcj@foxmail.com
邮政编码	610074
电 话	028 - 87353785 87352368
照 排	四川胜翔数码印务设计有限公司
印 刷	四川五洲彩印有限责任公司
成品尺寸	148mm × 210mm
印 张	10. 625
字 数	275 千字
版 次	2015 年 7 月第 1 版
印 次	2015 年 7 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978 - 7 - 5504 - 1937 - 7
定 价	68. 00 元

1. 版权所有,翻印必究。
2. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。

序言

Preface

随着我国改革开放事业的深入推进和社会主义市场经济体系的日益完善，民营企业健康持续发展面临着新的环境，对企业社会责任的强调正是这一新环境的醒目特征。如何在经济全球化和社会主义和谐社会建设的时代背景下，充分挖掘吸收我国丰富的传统文化资源，使民营企业在更大范围内承担面向各类利益相关者的社会责任，既是我国民营企业经营管理需要考虑的大问题，也是我国民营企业持续健康发展的重要基础。

本书从企业管理和公司治理的角度研究了民营企业社会责任的理论与实践命题，认为我国民营企业既是市场经济活动的主要参与者，也是社会技术进步的重要推动力量和增加社会就业岗位的主要渠道。民营企业社会责任和公司治理具有历史的同源性和发展的共生性，建立在民营企业社会责任形成与实现基础上的公司治理进路，表现为公司内部治理与公司外部治理的有机结合。我国民营企业社会责任通过各类利益相关者对企业管理和公司治理过程的参与，实现了社会责任工具理性与价值理性的统一，也体现了公司治理结构从“单边治理”向“共同治理”的渐进。

我国民营企业是当然的市场主体，社会经济活动中的绝大多数生产、流通活动都由民营企业来承担、完成，市场活动的顺利进行一刻也离不开民营企业的参与，离开了民营企业的生产、销售，市场就会失去活力甚至失去存在的依据。从更高层次看，民营企业的经营状况和经济效益直接影响着国家的经济

实力。民营企业在市场竞争中不仅创造和累积了社会财富，而且基于其自身生存发展的需要，也是先进技术和先进生产工具的积极创造者和最早采用者。民营企业依靠先进技术在市场上率先确立自己的竞争优势，实现自身的快速、持续发展，这在客观上推进了整个社会的科学技术进步，增加了社会就业，实现了社会稳定发展和国家科技实力的提升。

一般认为，企业社会责任包括经济责任、法律责任、伦理责任和自由裁量责任，这四种社会责任对于具体企业而言并不是同等重要的，企业在履行过程中有着轻重缓急的考量。卡洛尔认为，经济责任处于最基础、最优先的位置，接下来按照法律责任、伦理责任、自由裁量责任这一顺序排列，企业社会责任在总体上呈现出金字塔形结构。社会责任的责任对象是企业的各类利益相关者，作为内部利益相关者的股东、管理者、员工等是公司内部治理的主要参与者，作为外部利益相关者的消费者、商业伙伴、政府、媒体、社区、第三方机构等是公司外部治理的主要参与者，公司内部治理与外部治理的有机结合描绘了企业社会责任形成和实现的基本路线。

我国民营企业是伴随着改革开放从无到有、从弱到强成长起来的，30多年的改革开放使民营企业获得了突飞猛进的发展，成为我国社会经济生活中的一支重要经济力量。民营企业履行社会责任不仅有利于企业自身的健康发展，更好地体现民营企业的使命、追求，赢得各类利益相关者的认同，为民营企业持续发展营造好的社会氛围，累积企业管理软实力，使民营企业获得更为强大的社会影响力和号召力；而且，民营企业作为我国经济社会发展中的一道亮丽风景，是我国国民经济的重要组成部分，民营企业履行社会责任有利于促进整个社会生产力的发展，营造良好的市场秩序，推动社会文明进步，从社会经济的基础层面推进和谐社会构建。

本书对民营企业社会责任管理的认识仅为一家之言，不当

之处在所难免，希望广大读者批评指正。本书是作者主持的2010年教育部人文社会科学研究规划基金项目“管理导向的民营企业社会责任研究”（批准号：10YJA630012）的最终成果，在此感谢教育部人文社会科学研究规划基金的资助。

陈丽新

2015年6月

目录

Contents

第一章 我国民营企业发展及社会责任实践现状	/1
1.1 民营企业性质、成长背景及发展模式	/1
1.1.1 民营企业的性质	/1
1.1.2 民营企业形成、成长的社会背景	/5
1.1.3 民营企业发展的一般性原因及模式	/8
1.2 民营企业发展历程及社会责任实践状况	/12
1.3 民营企业生命周期的阶段性特征与社会责任管理	/17
1.3.1 企业生命周期研究及民营企业生命周期区划	/17
1.3.2 民营企业生命周期的各阶段特征	/19
1.3.3 民营企业生命周期不同阶段的社会责任管理	/23
1.4 民营企业承担社会责任的意义、问题及一般原因	/27
1.4.1 民营企业社会责任履行意义与内容	/27
1.4.2 民营企业社会责任履行过程中存在的突出问题	/29
1.4.3 民营企业社会责任管理不力的基本成因	/39
第二章 基于发展逻辑的民营企业社会责任形成	/47
2.1 民营企业社会责任形成涉及的几个重要方面	/48
2.1.1 民营企业的自觉自律：构建内含社会责任理念的管理体系	/48

- 2.1.2 政府的引导规范：加强民营企业承担社会责任的监管指导 /51
- 2.1.3 第三方机构监督：营造民营企业履责的良好社会氛围 /56
- 2.2 民营企业社会责任生成中的主要力量和关注领域 /63
 - 2.2.1 民营企业社会责任建设中要处理好的十个关系 /63
 - 2.2.2 社会责任建设中各种影响力量的关注领域 /76

第三章 企业社会责任理论及利益相关者的介入 /78

- 3.1 企业社会责任的基本内涵——从概念演进角度的认识 /79
 - 3.1.1 企业社会责任内涵的历时演进 /79
 - 3.1.2 企业社会责任内涵的多样化体现 /86
 - 3.1.3 不同维度的社会责任类型划分及管理策略 /91
- 3.2 从赢利至上到共同发展的企业社会责任思想渊源 /96
- 3.3 企业社会责任核心理念：SA8000 与全球契约 /103
- 3.4 企业利益相关者的介入与企业社会责任的形成 /112

第四章 企业社会责任培育的时代背景与本土资源 /126

4.1 民营企业社会责任培育的时代背景 /127

4.1.1 经济全球化客观趋势的发展形成及其多 领域表现 /128

4.1.2 经济全球化趋势下的社会责任理论困局和 实践方向 /132

4.1.3 和谐社会建设是中国特色社会主义的重大 时代命题 /136

4.1.4 和谐社会视野中的我国民营企业社会责任 建设要求 /143

4.2 民营企业社会责任培育的传统文化资源基础 /153

4.2.1 人性观念与民营企业社会责任培育 /154

4.2.2 人本观念与民营企业社会责任培育 /158

4.2.3 诚信观念与民营企业社会责任培育 /163

4.2.4 忠恕观念与民营企业社会责任培育 /167

4.2.5 义利观念与民营企业社会责任培育 /170

4.2.6 节俭观念与民营企业社会责任培育 /175

第五章 企业社会责任建设的人性因素和供需矛盾 /179

5.1 民营企业社会责任建设中的人性因素 /179

5.1.1 人性因素是决定企业社会责任的一个基础 因素 /179

5.1.2	以人性全面发展推动企业社会责任整体性实践 /184
5.1.3	通过普世价值塑造企业人格化主体的思想观念 /188
5.2	民营企业社会责任的供给与需求分析 /197
5.2.1	源于利益相关者的社会责任需求 /197
5.2.2	基于企业资源能力的社会责任供给 /207
5.2.3	社会责任需求与供给的结构性失衡及战略调整 /217
第六章 民营企业社会责任的意义建构和文化进路 /227	
6.1	意义建构理论视角下的企业社会责任建设 /227
6.1.1	企业社会责任意义建构的价值、方式和内涵 /227
6.1.2	企业社会责任意义建构模型及基本维度分析 /233
6.1.3	民营企业社会责任意义建构的关键问题讨论 /240
6.2	基于价值理性的企业社会责任文化进路 /247
6.2.1	企业文化及在民营企业成长发展中的作用 /247
6.2.2	民营企业的组织文化建设优劣势及管理 /263

6.2.3	民营企业社会责任价值理性诉求的文化 进路	/270
-------	-------------------------	------

第七章 基于社会责任的企业管理模式及社会绩效测评 /281

7.1	企业管理新模式：面向多元社会主体的管理	/281
7.1.1	与传统企业管理模式的区别	/282
7.1.2	基于社会责任的企业管理新模式特征	/287
7.1.3	企业管理新模式的具体构成	/290
7.2	企业社会绩效：对社会责任实践的理论评判	/294
7.2.1	对企业社会绩效的基本认识	/294
7.2.2	代表性企业社会绩效模型比较	/303
7.2.3	社会绩效评价的利益相关者模型构建	/312

参考文献 /324

第一章

我国民营企业发展 及社会责任实践现状

民营企业社会责任管理既有企业社会责任管理的普遍性，也有其基于自身独特性质的特殊性。民营企业社会责任管理是民营企业科学管理体系的有机组成部分，体现了民营企业健康、可持续发展的内在诉求和经济社会发展寄予民营企业的客观要求，既具有时代性，也具有紧迫性。民营企业社会责任构建对于我国社会主义市场经济体系的成熟、完善，意义重大，影响深远。

1.1 民营企业性质、成长 背景及发展模式

1.1.1 民营企业的性质

(1) 民营企业更典型地反映了企业的经济性、社会性本质

几乎所有的经济学家都承认，企业是现代社会最重要的组

织形态，企业竞争力是一个国家竞争力的最终依靠。

在传统的微观经济学理论中，企业被抽象成一个从投入到产出都追求经济利益最大化的“黑匣子”。企业通常被定义为人的要素和物的要素相结合的，从事生产、流通、服务等商业活动的，以生产或服务满足社会需要的，依法设立、自主经营、具有法律主体资格的一种盈利性经济组织^①。企业是人类社会发展到一定阶段和水平的必然产物。作为经济社会的基本构成单元，其一切活动都是社会活动，企业也因此天然地具有了经济性和社会性这两重属性。一方面它具有组织社会经济活动，通过生产、服务过程追求企业经济利益，体现社会生产力的属性，另一方面，企业又具有同生产关系和社会制度相联系的，通过商品满足人类社会需求，体现社会生产关系的属性。企业通常按其所有制结构被分为全民所有制企业、集体所有制企业、私营企业和外资企业。但无论哪一种所有制形式的企业，都是经济性和社会性的集合体，其生产经营活动构成了一个社会的基本经济活动形态。当然，从企业的“自主经营”和“盈利性”要求来讲，民营企业更为接近企业的本原，更能反映企业的本质要求，因为民营企业更加强调“自行组建、自行筹资、自主经营、自负盈亏、自谋发展”的经营管理特征^②。

在一个国家的经济社会生活中，民营企业通常在三个方面发挥着作用：

一是民营企业是市场经济活动的主要参与者。民营企业是市场主体，社会经济活动中的绝大多数商品的生产和流通都是民营企业来承担、完成的，市场活动的顺利进行离不开民营企业的参与，离开了民营企业的生产和销售活动，市场就失去了

① 杨紫焰. 经济法 [M]. 北京: 北京大学出版社, 2006: 132.

② 单成繁. “民营经济” 称谓将约定俗成 [J]. 党史纵横, 2006 (1).

活力甚至存在的意义,社会经济活动就会中断甚至停止。从更大尺度看,民营企业的生产状况和经济效益直接影响着一个国家的经济实力。

二是民营企业是社会技术进步的重要推动力量。民营企业在市场竞争中不仅创造社会财富,而且基于生存发展的需要,也是先进技术和先进生产工具的积极创造者和采用者。民营企业依靠先进技术在市场上率先确立自己的竞争优势,实现自身快速、持续的发展,这在客观上推进了整个社会经济技术的进步。所以,从国家层面讲,正是市场的力量推动了国家科学技术软实力的提升。

三是民营企业是增加社会就业岗位的主要渠道。企业的规模越大,资本的集中程度和生产的自动化程度就越高,吸纳单位劳动力就业所需的投资也就会更多。与国营大中型企业相比,民营企业绝大多数为中小企业,同等数量的投资可以吸纳更多的从业人员,而且,中小民营企业组织成本低,经营方式灵活,有着更强的适应外部环境变化的能力,能够在经济环境恶化时,通过调整创新而不是裁员的方法来维持生存。

(2) 我国的民营企业绝大多数是私营企业

民营企业一般指除国有独资外的其他类型的企业,也就是只要没有国有资本参与,均属民营企业范畴;换言之,民营企业即指所有非公有制企业。“民营企业”这个词语在我国大陆地区和台湾地区较为流行,事实上,我国的民营企业绝大多数是私营企业,但由于传统共产主义反对私有制,“私营”这个概念在现实情境下常带有歧视色彩,无论是私营企业的投资者、经营者、雇员或者有意推动私营企业发展的社会工作者,都倾向于使用更中性的“民营”这个词,可见,“民营”两个字是具有强烈中国特色的。需要注意的是,我国法律中没有“民营企业”这个概念,“民营企业”一词只是在中国经济体制改革过程中产生的习语,尽管实际运行中人们常常这样讲,

但在工商管理部门是没有民营的统计口径的。从历史发展角度看，“民营”这个概念因其不具有法律地位，以后可能会消失，除非约定俗成并给它明确的法律地位。

当然，从严格意义上讲，民营企业和私营企业仍有区别，民营偏向于从经营机制上进行理解，私营则是从产权所有上进行理解。民营企业强调的是一种雇佣劳动关系，本质上并不是一个所有制概念，仅指以民为经营主体的企业，与民营企业相对应的概念狭义上只能是国有企业。而私营企业是按照企业的资本来源来定义企业的，只要企业的资本以本国的民间资产（包括资金、动产和不动产）作为投资来源，即可称之为私营企业；私营企业强调企业的资产所有形态，通常与全民所有制企业、集体所有制企业和外资企业相对应与并列。可见，从我国的现状看，民营企业包括了个人独资企业、合伙制企业、有限责任公司和股份有限公司；从企业的经营权和控制权的角度看，含一小部分国有资产和（或）外商投资资产、但不具企业经营权和控制权的有限责任公司和股份有限公司亦可称之为民营企业。

在我国《公司法》中，企业类型是按照企业的资本组织形式来划分，包括国有独资、国有控股、有限责任公司、股份有限公司、合伙企业和个人独资企业等。我国先后制定了《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国个人独资企业法》《中华人民共和国合伙企业法》等，这些法律对相应的企业在各方面都做了具体的法律规定，基本上涵盖了现阶段我国各种类型的企业，但没有“民营企业”。可见，概念流行的民营企业，并没有相应的法律地位，它只是在我国经济体制改革过程中产生的特色称谓。民营企业只与国有独资企业相对，而与任何非国有独资企业是相容的，甚至可以包括国有持股和控股企业，因此，从广泛意义上讲，民营企业的概念包括了所有非国有独资企业。本书也正是在这个意义上使用“民营企业”这

个概念的，民营企业更切近企业的本质，同时具有广泛的代表意义。

1.1.2 民营企业形成、成长的社会背景

(1) 经济体制改革之前的计划经济困局

1978 年之前，我国实行的是计划经济体制，生产资料归全民所有或集体所有，社会经济活动中的生产经营、资源配置、产品消费等各个方面都由政府按计划进行安排，作为市场经济主体的民营企业自然没有生存的空间。计划经济体制有其优点，可以保障所有社会成员都有工作，对于自然资源的消耗和浪费可以通过计划调控，计划经济体制下的社会贫富差距也不会很大，身份等级差别较小。计划经济体制也有很多弊端，由于对复杂的微观经济活动和多变的现实社会需求很难准确把握、安排，在社会经济活动中很容易出现生产与需求之间的脱节现象，而且，由于生产过程依靠计划推进，经济主体之间的经济利益关系很难恰当地给予承认和进行调整，导致生产过程缺乏动力、缺乏活力，进而造成社会经济活动的效率低下、资源浪费、“搭便车”现象等通过计划难以克服的问题，使整个社会经济陷入普遍贫穷的困境。因而，假以时日，如果计划经济体制面对日益复杂化、动态化的社会经济环境，其诸多弊端终将酿成社会生产活力的丧失、资源的浪费和社会的普遍化贫困。

对于 1949 年成立的新中国来说，由于几千年封建社会和一百多年殖民、半殖民地的历史创伤，也由于意识形态原因而陷入的国际上的封锁，当时的计划经济体制对于消解现实中所面临的内忧外患确实能够起到很好的作用。但是，到 20 世纪 70 年代末，近 30 年的计划经济已经造成了严重的经济社会问题，由于全民所有或集体所有的单位几乎垄断了所有的生产经营活动，平均主义盛行，社会资源得不到有效配置，社会生产

者个人的劳动积极性不断降低，物质上的贫乏成为一种常态。而且，经过长达十年的文化大革命运动，正常的社会生产生活秩序也已被彻底破坏，整个社会处于现实中的崩溃边缘。在这种情况下，如果不进行社会经济体制上的改革，历史上无数次重复出现的因物质短缺和制度失灵而导致的政府合法性危机就可能出现。所以，1978年，我国开始“摸着石头过河”，探索进行社会经济体制改革，事实证明，这种向着社会主义市场经济体制渐进的改革开放，不仅解除了当时混乱的社会危局，而且使我国的社会主义制度焕发出了新活力。我国民营企业作为社会主义市场经济体系中最具活力的市场主体，也正是在这样的计划经济体系已经难以继续运转下去的社会大背景下，产生和发展起来的。

（2）效率优先价值追求中的民营企业崛起及影响

我国1978年以来向着社会主义市场经济体制渐进的改革是自上而下的，是在政府的指导、引导之下进行的。党和国家通过对计划经济体制的反思和试点摸索，逐步调整社会的价值追求偏向，由原来支配社会经济生活的公平优先原则逐渐调整为效率优先原则，并通过国家新闻媒体宣扬这一调整。在我国改革开放初期，“打破铁锅饭”“落后就要挨打”“时间就是金钱”“效率就是生命”，等等宣传，大都是强调经济效率的重要性，所谓“发展才是硬道理”“不管白猫黑猫能抓住老鼠就是好猫”，其实质就是效率才是硬道理，善抓老鼠的猫就是好猫。这种自上而下的面向社会主义市场经济体制的改革，在新闻媒体异口同声的频繁、密集宣传中，获得了全社会的广泛响应和认同，激发了社会生产者的工作积极性，也从经济体制的根本极大解放了社会生产力。所以，随着改革开放政策的不断推出与实施，及改革开放事业不断走向深入，与效率优先价值追求天然吻合的我国民营企业快速崛起与发展，也就是情理之中的事情了。