



“金蜜蜂”系列丛书

企业社会责任管理 基础教程

殷格非 崔生祥 郑若娟 主编

gtz



 中国人民大学出版社

企业社会责任管理基础教程

主 编 殷格非 崔生祥 郑若娟
副主编 于志宏 吴福顺

中国人民大学出版社

• 北京 •

图书在版编目(CIP)数据

企业社会责任管理基础教程/殷格非等主编
北京:中国人民大学出版社,2008
ISBN 978-7-300-09767-1

I. 企…
II. 殷…
III. 企业-社会-职责-培训-教材
IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 145900 号

企业社会责任管理基础教程

主 编 殷格非 崔生祥 郑若娟
副主编 于志宏 吴福顺

出版发行	中国人民大学出版社	
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码 100080
电 话	010-62511242 (总编室)	010-62511398 (质管部)
	010-82501766 (邮购部)	010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)	010-62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn	
	http://www.1kao.net (中国 1 考网)	
经 销	新华书店	
印 刷	北京东君印刷有限公司	
规 格	185 mm×260 mm 16 开本	版 次 2008 年 9 月第 1 版
印 张	16.75	印 次 2008 年 9 月第 1 次印刷
字 数	390 000	定 价 36.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换



序

全面责任管理时代

企业社会责任 (corporate social responsibility, CSR) 的概念自 20 世纪 20 年代在西方发达国家产生到现在已有近百年的时间。

近十几年来,企业管理实践最重要的发展可能是企业社会责任管理体系的形成。伴随企业社会责任全球化的过程,企业管理实践经历了从质量管理 (其标志是 1987 年发布的 ISO 9000)、环境管理 (其标志是 1997 年发布的 ISO 14000) 到以社会责任管理 (其标志是 2010 年将发布的 ISO 26000) 为核心的全面管理 (以上三者融合的全面管理体系) 三个阶段,企业管理也开始进入企业社会责任管理时代。

在质量管理阶段,企业管理的重心是产品,竞争的手段主要是改善产品质量,价廉物美是最有效的竞争规则,获得 ISO 9000 认证是获得顾客和消费者信任的重要手段;在环境管理阶段,除了保持产品质量要求和关心顾客的需求外,还要顾及环境的要求,企业获得 ISO 14000 认证将在市场中具有竞争优势;在质量管理、环境管理的基础上,又提出了对社会责任的要求,企业要从更广泛的公众利益和社会发展的角度考虑问题,自觉接受社会和公众对自己的监督、检验和认可。企业要实现经济、环境和社会效益平衡发展,就要对有关产品质量、顾客、环境、社会等所有的利益相关方负责,企业管理开始进入包含质量、环境的以企业社会责任管理为核心的新阶段,即全面责任管理时代。

企业如何对利益相关方负责,负什么样的责任,怎样负责,负责任的好坏又如何衡量和改进,既是摆在广大企业面前的现实课题,也是经济学界、管理学界需要回答的新课题,同时也是本书力图回答的课题。本书作者长期从事企业管理的研究、教学、咨询和实践工作,近几年一直专注企业社会责任和企业公民的理论和实践的研究、推广和咨询工作,有的作者在公司里还负责企业社会责任的工作。特别是《WTO 经济导刊》企业社会责任团队,自 2004 年以来一直跟踪企业社会责任国际理论和实践发展的最前沿,紧密联系中国企业社会责任发展实际,在科学发展观的指导下,以服务社会主义和谐社会建设为



宗旨,在大量研究国内外企业社会责任实践的基础上,提出了一系列关于企业履行社会责任的新观点,如责任竞争力概念,全面责任竞争观点,企业社会责任的必尽、应尽和愿尽三层次责任的观点,得到了同行和企业的响应和赞同。本书既是作者们几年来在企业社会责任领域探索的结晶,也在一定程度上反映了国内外企业社会责任理论和管理研究的最新成果。本书有三大特点:

特点之一:紧扣需求,实践性强。

针对我国企业社会责任管理的具体需求,全面回答了企业社会责任管理所面临的基本和关键性问题,包括企业对哪些利益相关方负责,负责任的程度如何,如何衡量,如何改进,如何与创新结合等等。在实践性环节,每章都选有国内外公司的典型案例,特别是从我们历年研究的案例中选编了58个案例编写了《责任竞争力——企业社会责任最佳实践案例集》,作为本书案例配套教材,力求使读者更为直观、更加容易地理解和掌握本书核心内容。

特点之二:继承创新,自成体系。

首先,本书既吸收了国内外的研究成果,同时又自成体系,对作者多年来从事的企业社会责任研究与实践进行了总结。贯穿了作者率先提出并一贯倡导的“企业责任竞争力”理念。其次,在国外法律责任、经济责任、道德责任和自愿责任的概念基础上,首次厘清了针对不同利益相关方的不同责任议题的三个层次、四个方面的责任,即必尽责任(包括法律责任和经济责任)、应尽责任(道德责任)和愿尽责任(自愿责任)。可以说,本书囊括了作者近年来在企业社会责任领域研究的核心成果。

特点之三:结构完整,通俗易懂。

本书分四篇,共十一章,还包括一个企业社会责任评估工具和一个中国企业社会责任实践基准报告。在基础篇,介绍了企业社会责任的基本概念和国内外的情况;在实践篇,具体介绍了四个大的利益相关方的责任管理;在提高篇,重点介绍了企业社会责任管理体系和企业社会责任工作流程;在创新篇,着重介绍了企业社会责任与企业创新的逻辑关系,并提供最新的案例加以说明。本书虽然囊括了企业社会责任的主要内容,但内容简明扼要,读者能够轻松而清晰地掌握本书脉络。本书阐述的内容与企业的经营管理及人们的日常生活密切相关,这一特点也决定了本书通俗易懂的特性。

读完本书,读者将会对企业社会责任各方面的主要内容有一个基本了解,对企业社会责任的管理有一个整体的把握。

本书十一章内容分述如下:

第一章,企业社会责任的起源与含义。本章主要介绍:西方和中国企业社会责任思想发展的轨迹,经济全球化下的企业社会责任理念;企业社会责任的概念与具体内涵,企业社会责任具体包括哪些责任;责任竞争力理念和责任竞争规则体系,企业社会责任给企业带来的机会和挑战。

第二章,企业社会责任现状与发展。本章从全球和中国的角度对企业社会责任发展现状和趋势进行全方位透视,介绍了企业社会责任全球发展现状和八大发展趋势以及中国企业社会责任的历史沿革和最新进展。

第三章,企业社会责任沟通。本章多角度阐述了企业社会责任与利益相关方的内容,



包括：利益相关方概念的由来，利益相关方与企业社会责任的关系，如何识别企业的利益相关方；与利益相关方沟通和参与的意义和形式。

第四章，企业社会责任与员工。本章详细阐述了企业对员工应承担哪些责任及中国目前企业员工责任现状，包括：介绍企业对员工应该承担哪些责任，并从三个层次对这些责任进行了分类和详细阐述；介绍了中国企业对员工责任管理的现状、面临的主要挑战及问题成因分析；企业对员工的责任管理。

第五章，企业社会责任与市场。本章同第四章一样，介绍企业应该承担的责任，从三个层次对相关责任进行分类阐述，进一步介绍中国企业的责任管理现状、面临的挑战及成因分析，企业可以采用哪些方法开展相应的责任管理。这一章具体阐述了企业在供应链建设中应当承担的社会责任。

第六章，企业社会责任与环境。本章内容有：企业在环境管理中应该承担哪些及哪类级别的社会责任；中国企业环境管理现状、存在的问题及原因；环境管理使用的规则和改进与提高的方法。

第七章，企业社会责任与社区。本章主要介绍企业对社区、政府、社团等组织应当承担的合作与发展责任、公益与慈善责任，特别介绍了企业在社区责任管理中的原则和实践。

第八章，企业社会责任管理体系。本章主要介绍企业社会责任的管理体系、企业社会责任的组织体系等相关内容，进而分析全面企业社会责任管理的相关内容。

第九章，企业社会责任报告。本章首先简单介绍企业社会责任报告的发展、现状及发展趋势；其次，详细介绍企业社会责任报告的编写和发布过程中的要领；再次，介绍企业社会责任编写完成后的审验工作及企业社会责任排名状况；最后，分析和介绍企业社会责任报告与透明度管理。

第十章，企业社会责任与创新。本章首先介绍企业创新的概念、种类和作用，接下来介绍利益相关者沟通参与和创新的关系，最后分析创新对企业可持续发展的影响。

第十一章，企业社会责任绩效。本章主要介绍企业社会责任指标、评价体系、社会责任绩效的内涵和内容。

企业社会责任无论是在理论上，还是在管理实践上，都还是新生事物，为了更好地满足广大企业经营者、大专院校师生和研究人员的需要，我们尝试编写了这本教程，由于水平有限，不当之处在所难免。恳请读者能给出宝贵意见，以使我们及时修订和完善，为中国企业的社会责任管理发展作出更大的贡献。

编者

2008年8月



目 录

第一篇 基础篇

第一章 企业社会责任的起源与含义	(3)
第一节 企业社会责任的起源	(3)
第二节 企业社会责任的概念和内涵	(12)
第三节 企业社会责任的价值及其实现	(17)
本章思考题	(23)
第二章 企业社会责任现状与发展	(24)
第一节 全球企业社会责任的发展	(24)
第二节 中国企业社会责任的发展阶段	(35)
本章思考题	(42)
第三章 企业社会责任沟通	(43)
第一节 企业社会责任与利益相关方	(43)
第二节 企业社会责任沟通	(51)
第三节 利益相关方参与	(54)
本章思考题	(57)

第二篇 实践篇

第四章 企业社会责任与员工	(61)
第一节 企业对员工的社会责任	(61)



第二节 企业对员工的社会责任现状	(68)
第三节 企业对员工的社会责任管理	(73)
本章思考题	(84)
第五章 企业社会责任与市场	(85)
第一节 企业对市场的社会责任	(85)
第二节 企业对市场履行社会责任的现状	(90)
第三节 企业对市场社会责任的管理	(93)
本章思考题	(98)
第六章 企业社会责任与环境	(99)
第一节 企业对环境的社会责任	(99)
第二节 企业对环境的社会责任现状与挑战	(104)
第三节 企业对环境的社会责任管理	(110)
本章思考题	(120)
第七章 企业社会责任与社区	(121)
第一节 企业对社区的社会责任	(121)
第二节 企业对社区的社会责任现状	(126)
第三节 企业对社区的社会责任管理	(130)
本章思考题	(136)

第三篇 提高篇

第八章 企业社会责任管理体系	(139)
第一节 企业社会责任管理体系	(139)
第二节 企业社会责任组织管理体系	(145)
第三节 全面社会责任管理	(148)
本章思考题	(159)
第九章 企业社会责任报告	(160)
第一节 企业社会责任报告的发展与现状	(160)
第二节 企业社会责任报告的编制与发布	(170)
第三节 企业社会责任报告的审验与排名	(178)
本章思考题	(192)

第四篇 创新篇

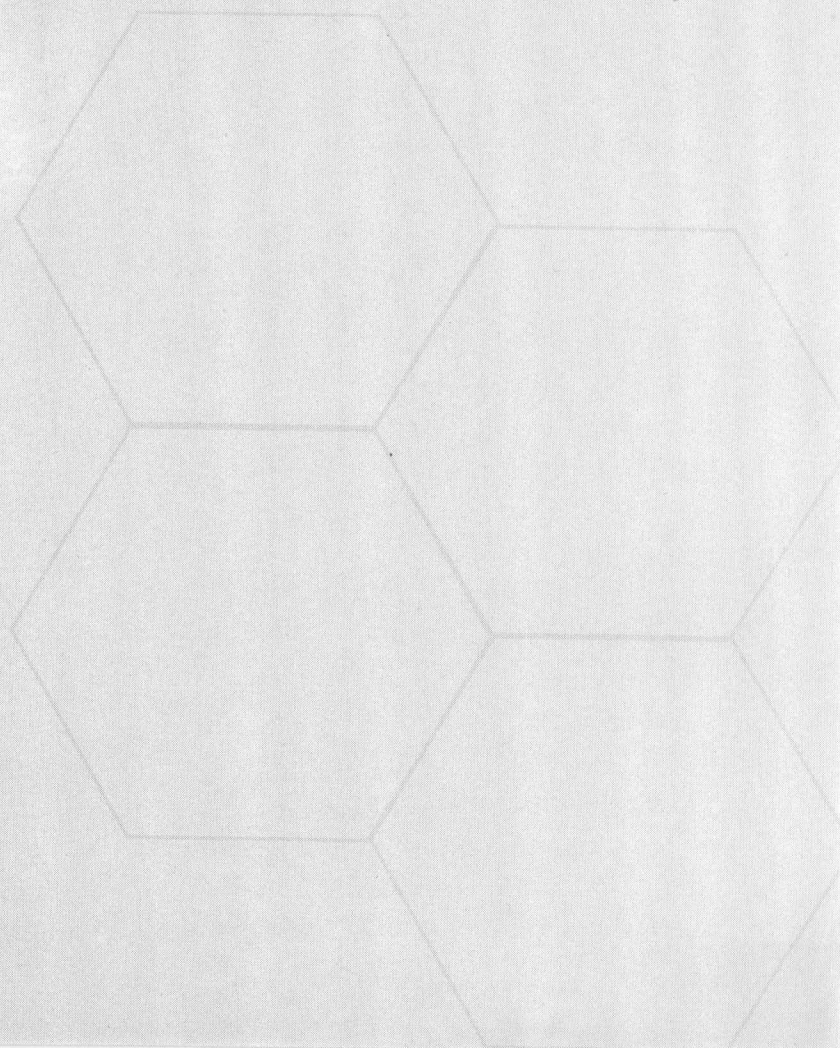
第十章 企业社会责任与创新	(195)
第一节 企业创新的本质	(195)
第二节 企业社会责任与创新	(200)
第三节 负责任的创新——企业可持续发展的不竭动力	(206)



本章思考题	(210)
第十一章 企业社会责任绩效	(211)
第一节 企业社会责任指标体系	(211)
第二节 制定企业社会责任绩效指标	(217)
本章思考题	(225)
附录一 2007 中国企业社会责任实践基准报告	(226)
附录二 金蜜蜂企业社会责任评估体系	(250)
后 记	(255)

第一篇

基础篇





第一章

企业社会责任的起源与含义

第一节 企业社会责任的起源

一、西方企业社会责任思想发展的轨迹

(一) 企业社会责任的早期思想

企业社会责任是一个现代概念,而对经济行为是非或规范的讨论可以追溯到几千年前,并且在东西方文化中都有相当悠久的历史。《旧约全书》中就包含了对贿赂行为、从穷人身上获利行为、滥用土地行为的鞭挞;《汉默拉比法典》中也描述了公元前 18 世纪巴比伦王国盛行的各种经济行为准则;柏拉图在《理想国》中批判了私人财产;阿里士多德在《政治学》中指责了商人的敛财行为。此外,在新教、基督教和犹太教的经文中,也可以找到大量对教徒们经济活动行为的劝诫和规范,在日常的宗教布道以及许多神学院或宗教学校的课堂中也不乏对商业道德问题的讨论。但这些早期思想,几乎主要涉及的是经济活动中个人的道德和伦理问题,尤其关注用普遍的伦理原则来反对经济活动中个人的撒谎、偷窃或欺骗等不道德和不伦理行为。^①

这些早期思想不仅渗透于西方文化之中,一些具体的实践也反映了企业社会责任思想的悠久渊源。公元前 3000 年,就有关于森林保护的记录,这被认为是第一部环境法的雏形;公元前 1792 年,古代美索不达米亚(mesopotamia)罕默拉比国王颁布了一项法则,对因为自身疏忽而导致他人死亡的建筑者、监管人和农夫处以死刑,这被认为是最早的健

^① 参见郑若娟:《经济伦理:理论演进与实践考察》,100~101 页,厦门,厦门大学出版社,2007。



康和安全法。公元前 218 年，古罗马元老院的议员向商人提出社会捐赠的要求。公元 1622 年，荷兰东印度公司的股东向经营者提出了商业透明化的要求。^①

18 世纪开始的工业革命的产生和发展，在为欧美国家创造巨大物质财富的同时，也导致了西方企业制度史上的重大变革——现代企业的出现。这一时期，企业家出于怜悯之心，有伦理地经营企业，参与社区建设、捐款、兴办教育等慈善活动；这一时期的企业将改善经营所在地社区及雇员的生活看做企业成功的基本要素。譬如，18 世纪 90 年代，英国消费者抵制购买加勒比海奴隶生产的糖，因此东印度公司改变了其经营方式，从不存在奴隶问题的孟加拉国进口食糖；19 世纪的维多利亚时代，贵格教会制铅公司在英格兰为工人建小镇，为家庭建学校和图书馆，并在生产过程中利用水泵回收废水；此外，如英国的吉百利家族（Cadbury）、朗特里公司（Rowntrees），爱尔兰的健力士公司（Guinness），美国好时家族公司（Hershey）在 19 世纪都设立了具有社会责任含义的项目。^② 这些早期的社会责任实践主要来自宗教信仰的影响，特别关注以下三个方面的伦理行为：一是有伦理地对待顾客及商业伙伴，如商业交易中的诚实和公正，并且认为这是道德使然，而不是法律规定。二是慈善捐赠，富裕的商人认为应该将自己的财富与社区分享。三是管家及家长主义，特别涉及雇员福利。家长主义认为，社会中有特权或财富的人，应该在各种决策中考虑到那些较不幸或较弱小者的利益。

（二）现代企业社会责任的争论

1. “伯利-多德之争”

现代企业中管理者权限的急剧膨胀给企业利益相关方带来了损害。出于对这一问题的担忧，20 世纪 30 年代，美国哥伦比亚大学法学教授阿道夫·A·伯利（Adolf A. Berle）与哈佛大学 E·梅里克·多德教授（E. Merrick Dodd）围绕“企业的管理者是谁的受托人”展开了激烈的争论。伯利认为，管理者只是公司股东的受托人，而股东的利益总是在其他对公司有要求权的人的利益之上。^③ 而多德反对“公司存在的唯一目的是为股东创造利润”的观点。他强调，法律之所以允许和鼓励经济活动，不是因为它是其所有者利润的来源，而是因为它能服务于社会。^④ 随后，在对多德进行回应时，伯利同意多德提出的公司负有社会责任的观点，认为公司的管理者以及那些控制着大公司的人更像是工业社会里的君王和大臣，而不是执行者和商人，“这一点就可以为公司社会责任提供理由”^⑤。后来，在对现代公司的特征进行分析后，他总结出现代公司“不再是一个私人经营单位，已经成为一个机构”^⑥。50 年代，在他与多德的这场争论中，伯利完全赞同多德的观点，并再次

① See RESPONSE CSR+innovation teaching deck.

② See ISO Advisory Group on Social Responsibility (April 30, 2004), “Working Report on Social Responsibility”.

③ See Berle, Adolf A., 1931, “Corporate Powers as Powers in Trust”, *Harvard Business Review*, 44 (7), p. 1049.

④ See Dodd, E. Merrick, 1932, “For whom are Corporate Managers?” *Harvard Business Review*, 45 (7), pp. 1147-1148.

⑤ Berle, Adolf A., 1932, “For whom are Corporate Managers, A note”, *Harvard Business Review*, 45 (8), p. 1366.

⑥ Berle, Adolf A. and Means, Gardiner C., 1932, *The Modern Corporation and Private Property*, New York: Macmillan Co., preface.



强调了公司的社会责任,“有理由认为,在这个革命的世纪美国的公司不是经营单位而是一种社会组织”^①。

2. “伯利-曼恩之争”

1962年,美国著名经济法学教授亨利·G·曼恩(Henry G. Manne)在探讨现代公司的政治地位、作用时,认为伯利关于现代公司的理论只是一种“传说”^②,并驳斥了伯利关于现代公司要承担社会责任的观点。他不反对管理者个人要做一个有社会责任感的公民,要采取对公司长期发展有利的行动,但如果将这些事情提到公司社会责任的高度,就会带来根本性的改变,即改变了自由经济的基础。对此,伯利认为,最初由亚当·斯密提出的古典的自由市场经济理论已经不再适用。完全自由竞争的市场条件根本就不存在,而是表现为少数几百家公司占据了整个经济,同时大量的股票分散在股东手中,因此,传统的企业理论已经失去了解释力。^③

在这两场争论中,首先,从问题的焦点来看,前者针对的是管理者受托责任,后者围绕的是以古典自由市场经济理论为基础的传统企业理论与现代企业理论之争。其次,就基本立场而言,伯利和多德都认同公司是一种社会组织,利润最大化不是公司的唯一目标,因此两人最终达成共识;而伯利和曼恩由于对公司存在的市场基础有着截然不同的看法,因此两人各执一词。

3. 弗里德曼反对企业社会责任的观点

除上述两场争论之外,一些主张自由经济的学者也对企业社会责任的观点展开了批判,其中影响最为广泛的是美国经济学家米尔顿·弗里德曼(Milton Friedman)的观点。1962年,在《资本主义与自由》一书中,弗里德曼认为,鼓吹或拥护企业社会责任,从而减少对股东的回报、提高价格、降低员工工资是对“自由社会根本性的破坏”^④。他认为,“在没有欺诈、开放并自由竞争的经济下只要它处于游戏规则之中,企业具有而且仅有一个社会责任——利用资源并从事经营活动以增加利润”^⑤。

1970年,在其发表于《纽约时报》(*New York Times*)的一篇文章中,弗里德曼再次强调“企业的社会责任是提高利润”。在这篇文章中,弗里德曼分析了企业管理者作为个体委托人和股东代理人两者之间的差异。首先,他批判“企业社会责任”这一概念分析上的不严密和不精确。他认为,只有个人能够承担责任,而企业只具有法人责任,因此,如果论及企业社会责任承担者,实际上是指公司管理者。其次,弗里德曼认为,“在私人财产制度中,公司管理者是企业所有者的雇员,他对雇主有着直接的责任,他要使自己的经营行为遵循蕴涵在法律和伦理习惯中的基本社会规则、符合雇主的愿望,通常是尽可能为他们赚更多的钱”^⑥。与此同时,弗里德曼并不否定管理者作为个人应对社会履行社会责

① Berle, Adolf A., 1954, *The 20th Century Capitalist Revolution*, New York: Harcourt, Brace and Company, p. 169e.

② See Manne, Henry G., 1962, “The ‘Higher Criticism’ of the Modern Corporation”, *Columbia Law Review*, 62 (3), p. 406.

③ See Berle, Adolf A., 1962, “Modern Functions of the Corporate System”, *Columbia Law Review*, 62 (3), p. 433.

④⑤ Milton Friedman, 1962, *Capitalism and Freedom*, Chicago: University of Chicago Press. p. 133.

⑥ Friedman, M., 1970, “The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits”, *New York Times*, September 13, 1970.



任,但他认为,这时公司管理者是自己的委托人,而不是企业的代理人。因此,如果管理者以公司代理人的身份履行社会责任,他是在花费别人的钱来实现普遍的社会利益,从而侵犯他人如股东、消费者或雇员的权益。1989年,《商业与社会评论》(*Business and Society Review*)刊登了对弗里德曼的访谈记录,他仍坚持认为公司确实有社会责任,即“在遵守法律和相应道德标准的前提下,挣尽可能多的钱”^①。

(三) 现代企业社会责任思想的确立

1. 企业社会责任思想的唤醒

19世纪末20世纪初,第一次企业并购浪潮加快了欧美现代大公司发展的步伐。大型公司的数量急剧增长,这不仅引发了市场竞争,同时,大型公司所形成的两权分离特征、代理阶层控制现象,及其不断增强的对国内、国际的重大影响力,使人们更多地思考经济组织和经济制度层面的道德和责任问题,即探讨除股东价值最大化之外的其他目标和义务。譬如,在《美国社会学杂志》第一卷中,美国著名社会学家斯摩尔提出“不仅政府机构,私人企业也担负着公众期望”^②。这一看法反映了当时知识分子以及其他人对大公司的极大关切,包括对这些大型经济组织快速增长后所拥有的经济、政治和社会权利的担忧,开始意识到有必要赋予这些经济组织对公众应承担相应的责任。

同时,伴随着公司所有权与经营权的分离,管理专业化的程度迅速提高,公司的权力日益从所有者手中转移到管理者手中,这种转移催生了管理者资本主义(managerialism)。在管理者资本主义看来,管理者应该培养一种“公司良知”,也就是要考虑公司中不同群体的利益,那些掌握着大规模经济组织的人应该对所有受到这个组织影响的群体的利益负责。越来越多的企业家开始意识到企业与社会之间密切的关系,推崇勤俭节约、乐善好施的品德。随着企业财富的积累,企业家为社会和慈善项目捐款的数额越来越大。其中最为著名的是石油大亨洛克菲勒和钢铁大王卡耐基,洛克菲勒和卡耐基所创建的公共图书馆使他们被誉为“现代慈善捐助的先驱”。

但在这个阶段,企业在承担其他类型的社会责任方面并不积极。其中主要原因有以下两方面:一是人们认为,企业的责任就是为股东赚钱,除此之外没有必要考虑其他,企业在销售产品和赚钱的同时,也就满足了一定的社会需要,因此,企业唯一的任务就是在法律允许的范围内,在经营中追求利润最大化;二是受一些思想意识的影响,在当时法庭的判决方面,也不鼓励企业承担除实现股东利益最大化之外的责任或行为,否则,将被判为“过度活跃”,或侵犯股东的权益。^③在20世纪初对美国现代公司特征进行考察的基础上,美国学者J·莫里斯·克拉克(J. Maurice Clark)于1916年提出“迄今为止,大家并没有认识到社会责任中有很大一部分是企业的责任”^④。此后,经济大萧条以及第二次世界大战冲淡了人们对此的关注。

① Friedman, M. 1989, “Freedom and Philanthropy: An Interview with Milton Friedman”, *Business and Society Review*, Fall: 11-18.

② Small, A. W., “Private Business is a Public Trust [J]”, *American Journal of Society*, 1895 (1).

③ 参见乔治·斯迪纳等:《企业、政府与社会》,127页,北京,华夏出版社,2002。

④ Clark, J. Maurice, 1916, “The Changing Basis of Economic Responsibility”, *Journal of Political Economy*, Vol. 24 (3), p. 229.



2. 企业社会责任思想的确立和发展

1953年,鲍恩(Bowen)在其著作《商人的社会责任》中提出“商人应该为社会承担什么责任”的问题后,给出了商人社会责任的最初定义,即“商人有义务按照社会所期望的目标和价值,来制定政策、进行决策或采取某些行动”^①。这个定义正式提出了企业及其经营者必须承担社会责任的观点,开创了企业社会责任研究的领域,他因此被誉为“企业社会责任之父”^②。

在鲍恩提出企业社会责任概念之后,围绕着“企业为什么要履行社会责任”、“企业应该履行什么社会责任”以及“企业如何履行社会责任”的问题,先后出现了各种不同的观点和思想。

“责任铁律”观点认为,商人或企业所承担的社会责任必须与社会赋予他们的权利相称,强调权利和责任的对等和平衡。^③

“社会回应”的观点,将企业社会责任的研究从“企业是否应当承担社会责任”的道德争论引向企业的管理过程,即企业在实践中应当如何对外部的社会压力作出回应,控制外部社会压力对企业的影响,降低企业面临的社会风险。^④

企业伦理的观点,从伦理的角度提出企业可以作为道德代理人,应该与个人一样,秉持一定的道德规范和准则,遵从一定的商业伦理。

“企业社会绩效”的观点,全面考察了企业社会责任的动机、过程和结果,描述、衡量和分析了企业与其他社会因素之间的关系,以及公司应当如何作为及其结果。^⑤

“综合性社会契约理论”的观点,从社会契约的传统角度来考虑企业与社会的关系,认为企业与社会之间存在一个社会契约:企业应对为它的存在而提供条件的社会履行社会责任,社会应对企业的发展承担责任。^⑥

“利益相关方”的观点,清晰地指明了企业社会责任管理的对象及其相关责任,突破了股东利益至上的传统观点,为企业社会责任的实施提供了一个新的分析平台。^⑦

“企业公民”的观点,从法学的角度强调企业作为社会经济主体,与自然人类类似,是社会的法人公民,在享有权利的同时,必须对企业的行为负责、担负社会责任。

传统的西方经济思想以亚当·斯密的自由市场经济为基础,倡导对个人利益追求的合理性,正如弗里德曼的观点所表明的,股东利益最大化是企业经营者的唯一目的。20世

① Bowen, H. R., *Social Responsibilities of the Businessman*, New York: Harpor & Row, 1953.

② Carroll, Archie B., 1999, “Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definition Construct”, *Business and Society Review*, 38 (3), p. 269.

③ See Davis, K., 1960, “Can Business Afford to Ignore Social Responsibilities”, *California Management Review*, (2;3), pp. 70-76.

④ See Frederick, W. C., 1978, “From CSR1 to CSR2: The maturing of business and society thought”, *Working Paper*, No. 279, Pittsburgh, PA: University of Pittsburgh, Graduate School of Business.

⑤ See Carroll, Archie B., 1979, “A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance”, *Academy of Management Review*, Vol. 4 (4).

⑥ See Donaldson, T., Dunfee, T., 1994, “Toward a unified conception of business ethics: integrative social contracts theory”, *Academy of Management Review*, 19 (2), pp. 252-284.

⑦ See Wood, Donna J., 1991, “Corporate Social Performance Revisited”, *Academy of Management Review*, Vol. 16 (4), p. 696.



纪 60 年代以来上述观点的发展,形成了西方企业社会责任思想的发展脉络(见图 1—1)。经历了从最初对企业是否应当承担社会责任的争论,到逐渐认同;从企业应该承担对雇员、社区的责任,逐步扩大到对环境、消费者等多元利益相关方的责任,最终形成经济、社会 and 环境的三方面责任;企业社会责任思想的发展,还经历了从概念、理念的讨论到对企业社会责任实践的管理过程和方法所进行的探索。在这一发展过程中,最终形成了这样一个思想:企业经营的目的是实现合理利润最大化而不是股东利润最大化,而合理利润是建立在企业对经济、社会和环境等各利益相关方负责的基础上所获得的利润。

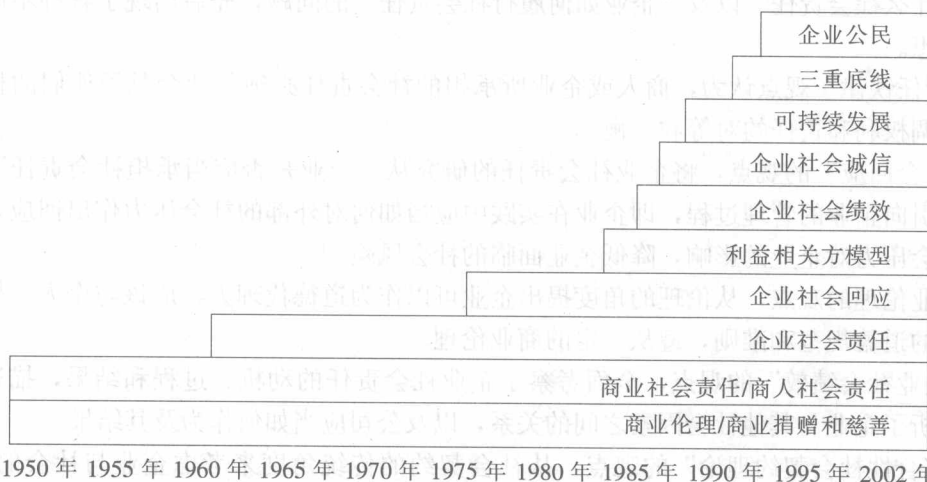


图 1—1 企业社会责任思想的发展

资料来源: Frank G. A. et al., “A Bibliometric Analysis of 30 Years of Research and Theory on Corporate Social Responsibility and Corporate Social Performance”, *Business and Society Review*, Sept. 2005, 44, 3, pp. 283-317.

二、中国企业社会责任思想发展

(一) 传统文化中的商人社会责任观

在中国传统文化中,伦理道德向来是人们考察、处理、评价一切社会问题的理论出发点。它以儒家道德为基础,同时吸收法家、道家、兵家诸家治国治人之道,以“义利之辨”为核心,以“重义轻利”的价值取向为主流,涉及了生产、交换、分配和消费等经济活动的各个方面,包含着广泛的对商人伦理道德的规范。因此,企业社会责任思想在中国的渊源,更多是来自传统文化中对个人商业行为的伦理和道德规范的阐释。在中国传统文化中,“经世济民”的商业理想表达了以发展商业作为提高社会福祉的手段和获取社会声誉的方式;“义”、“仁”、“信”则是商业活动中首要的道德原则;而“和为贵”的思想体现了中国传统文化中所蕴涵的利益相关方理念。

第一,“经世济民”的商业理想。基于儒家“内圣外王”、“修身、齐家、治国、平天下”的思想,中国传统文化提倡把“经商谋利”与“经世济民”结合起来,甚至把后者作为最高目的。在商业活动中,不把经商仅仅当作谋利的活动,而是以此作为实现“经世济民”的手段和获取社会功名的方式。

第二,“义”、“仁”、“信”的商业道德原则。孔子认为,“礼”、“义”是处理社会关系