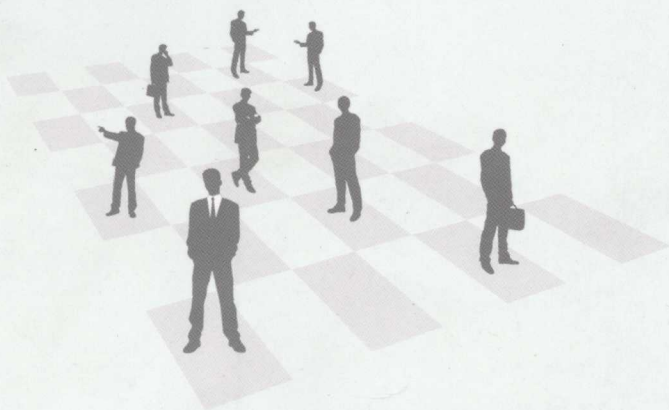


企业社会责任 发生机理研究

On the Mechanism of
Corporate Social Responsibility

唐更华 ◎著

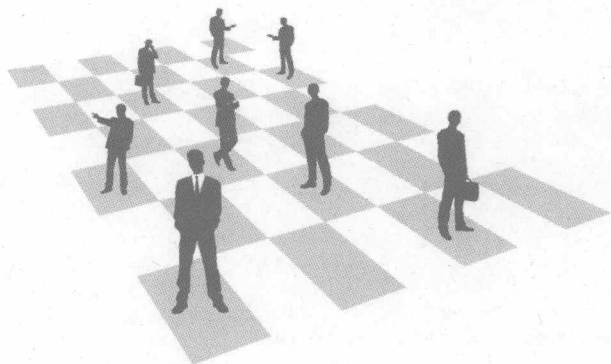


湖南人民出版社

企业社会责任 发生机理研究

On the Mechanism of
Corporate Social Responsibility

唐更华 著



湖南人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

企业社会责任发生机理研究 / 唐更华著. —长沙: 湖南人民出版社, 2008. 8

ISBN 978 - 7 - 5438 - 5387 - 4

I. 企... II. 唐... III. 企业 - 社会 - 职责 - 研究 - 中国
IV. F279.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 126974 号

企业社会责任发生机理研究

作 者: 唐更华

出 版 人: 李建国

责 任 编 辑: 郝 静

装 帧 设 计: 张 锋

出版、发行: 湖南人民出版社

网 址: <http://www.hnppp.com>

地 址: 长沙市营盘东路 3 号

邮 编: 410005

经 销: 湖南省新华书店

印 刷: 长沙富洲印刷厂

印 次: 2008 年 8 月第 1 版第 1 次印刷

开 本: 850 × 1168 1 / 32

印 张: 8.125

字 数: 200000

书 号: ISBN 978 - 7 - 5438 - 5387 - 4

定 价: 18.00 元

营销电话: 0731 - 2226732

(如发现印装质量问题请与承印厂调换)

摘 要

本文从经济学角度研究企业社会责任发生机理。这项研究不仅能够弥补长期以来国内外企业社会责任理论忽视企业社会责任发生机理研究的缺陷,而且能够为公共管理机构制定更为科学合理的企业社会责任政策以及企业策略性地承担社会责任提供理论和方法论指导。本文主要采用规范分析与实证分析相结合、理论分析与典型案例分析相结合的研究方法进行研究。主要研究成果与研究结论有以下几点:

企业社会责任是企业迫于外部压力或出于企业自身赢利动机而对非股东利益相关者所承担的责任,其实质是企业出于自我保护和经济利益动机投入经济资源服务于社会公共利益。企业社会责任可以区分为两大类,即压力推动型企业社会责任和利益驱动型企业社会责任;前者包括法律法规推动型企业社会责任和伦理道德推动型企业社会责任,后者包括内部商业利益驱动型社会责任和外部商业利益驱动型社会责任。

企业社会责任是政治经济制度、文化传统、企业整体实力、法律制度等众多因素共同作用的结果。企业社会权势、利益集团发展状况、以及社会对企业社会经济功能的预期等三个因素,对企业社会责任产生与发展演变具有至关重要的直接作用。企业社会权势是企业社会责任产生与发展演变的内在条件,社会利益集团发展状况和社会预期构成企业社会责任发展演变的外部力量。

企业承担社会责任本质上也是企业权益在各种利益相关者之间的合理配置问题。传统“股权至上”企业所有权配置模式排斥企业社会责任。现代企业权益配置格局应该依据现代企业的“双重依赖性”（物质资本和人力资本共创财富、共担风险）进行实质性变革；其基本方向是“双加强型”模式对“股权至上”模式的替代，即在强化股东权益的同时，相应提高非股东利益相关者的权益份额。换言之，企业也应该关注以人力资本投入者为代表的非股东利益相关者权益，即承担社会责任。

企业之所以迫于外部压力而承担社会责任，是由于企业作为社会经济环境的组成部分与其他社会经济主体相互依赖。其他经济与社会主体对企业的依赖主要体现为企业作为一种“团队生产”方式具有更高的要素生产率；企业对其他经济与社会主体的依赖则体现为企业必须依靠它们所投入的资源而赢得生存与发展机会。企业试图采取各种策略以消解来自外部环境的压力。企业应对社会压力的不同策略实质上就是企业承担社会责任的不同态度。企业迫于外部压力而承担社会责任也是企业追求认同和肯定性评价的过程，即追求合法性的过程。

凭借自身所拥有的稀缺资源，各种非股东利益相关者对企业生产经营活动能够产生重要影响。这为企业通过改善与利益相关者的关系而赢得商业利益提供了潜在可能性，企业因此能够通过承担社会责任而赢得竞争优势。企业通过承担社会责任所能够获得的商业利益包括内部商业利益和外部商业利益；前者意味着劳动生产率和内部资源使用效率的提高，后者意味着企业吸引外部利益相关者能力的增强。

我国企业社会责任具有四个特点：部分企业社会责任缺失、企业社会责任实践缺乏策略性、企业社会责任预期基本形成、国际因素发挥了重要影响作用。企业社会权势相对较弱、缺乏有效组织的独立性利益集团、相关法律法规不健全以及学

本研究滞后等,是我国企业社会责任实践的主要制约因素。针对我国企业社会责任的特点及其成因,本文从两个不同角度(政府与企业)提出推动我国企业承担社会责任的对策建议。

关键词

企业社会责任、压力机制、动力机制、对策

Abstract

This paper studies generic mechanism of Corporate Social Responsibility (CSR) from the point of view of economics. Not only can this study remedy the defect that the study of generic mechanism of CSR has long been ignored, but also can provide theory and methodology guidance for public sector to work out more reasonable CSR policies and corporations to take on CSR strategically. This paper applies a research method which combines normative analysis with positive analysis, theory analysis with typical case analysis. The main research achievements and conclusions are as follows:

CSR is a kind of responsibility which is taken on by corporations under outside pressures and their own motivation to get profit for the welfare of the non-stockholder stakeholders. The nature of CSR is that corporations spend economic resources in satisfying public welfare under the motivation to self-protect and to get economic profit. CSR can be divided into two categories. One is the CSR forced by outside pressures, another is the CSR driven by profit. The former includes CSR forced by laws and CSR forced by ethics, the latter is made up of CSR driven by insider profit and CSR driven by outside profit.

The appearance of CSR is dependent upon political and economic systems, culture tradition, corporations strength, law sys-



特。素因的储要主由题定社责会球业全国研委，学司部实际本
重商同个两从主本，因此其区系林社社责会球业全国研
。新策策权的社责会球业全球承业全国研研群出界（业企社组联）

Abstract

同勤关

策权，持社代权，持社代丑，社责会球业企

This paper studies genetic mechanism of Corporate Social Responsibility (CSR) from the point of view of economics. Not only can this study remedy the defect that the study of genetic mechanism of CSR has long been ignored, but also can provide theory and methodology guidance for public sector to work out more reasonable CSR policies and corporations to take on CSR strategically. This paper applies a research method which combines normative analysis with positive analysis, theory analysis with typical case analysis. The main research achievements and conclusions are as follows:

CSR is a kind of responsibility which is taken on by corporations under outside pressures and their own motivation to get profit for the welfare of the non-stockholder stakeholders. The nature of CSR is that corporations spend economic resources in satisfying public welfare under the motivation to self-protect and to get economic profit. CSR can be divided into two categories. One is the CSR forced by outside pressures, another is the CSR driven by profit. The former includes CSR forced by laws and CSR forced by ethic rules, the latter is made up of CSR driven by insider profit and CSR driven by outside profit.

The appearance of CSR is dependent upon political and economic systems, culture tradition, corporations strength, law sys-

tems, and so on. Corporation social power, development of interest group, and social expectation of corporation are the most important three factors which can affect the appearance and development of CSR. Corporation social power is the internal condition of CSR. Development of interest group and social expectation of corporation are external conditions of CSR.

CSR is essentially the problem of allocating rights and interests among all stakeholders rationally. The traditional allocating model of rights and interests which is called Supreme Stockholder Rights does not support CSR. The model of allocating rights and interests of modern corporations should be reformed completely according to Double-dependence Character (material capital and human capital create wealth together and undertake risk jointly) of modern corporations. Replacing Supreme Stock Rights Model by Double-strengthened Model is the basic direction of the reform, namely corporations should not only strengthen stockholder interests but also increase non-stockholder stakeholder interests. That is to say, corporations should also satisfy non-stockholder stakeholder rights and interests, or should take on CSR.

As one of the components of the social and economic environment, corporations are interdependent with its environment, so corporations have to take on CSR under the pressures from its environment. The dependence of the other social and economic components upon corporations is embodied by corporations higher factor productivity. The dependence of corporations upon other social and economic components means that corporations have to get resources from the environment for their own survival and development. Corporations try to use all kinds of strategies to eliminate pressures from the environment. The different strategies used by corporations are in

fact different attitudes to CSR of corporations. The process of taking on CSR under the outside pressures is also the process of trying to get confirmation and affirmation from the environment, namely the process to get legitimacy.

By right of their own scarce resources, all different kinds of non-stockholder stakeholders can affect production and management activities of corporations greatly, so corporations can get commercial interests by improving their relation with stakeholders. Corporations can thus get competitive advantage by taking on CSR. The commercial interests got by taking on CSR includes inside commercial interests and outside commercial interests. The former means improvement of labor productivity and efficiency of inside resources, the latter means the increase of the corporation ability to attract outside stakeholders.

CSR in China has the following four characteristics: Some corporations give up taking on CSR, most of its CSR practice lacks reasonable strategies, CSR expectation has come into being, international organizations have important effect on its CSR, and so on. Weaker corporation social power, lack of well-organized and independent interest groups, unsoundness of relative laws and rules, lag of academic research of CSR are the main four adverse conditions of CSR practice in China. According to its characteristics and causes, this paper provides some policy suggestions to promote CSR practice from the angles of government and corporations respectively.

Key Words

Corporate Social Responsibility, Pressure System, Motivity System, Policy Suggestions

目 录

第一章 绪论	001
1.1 研究缘起	/001
1.2 研究思路和结构	/005
第二章 文献综述与概念界定	007
2.1 文献综述	/007
2.2 企业社会责任概念述评	/015
2.3 企业社会责任的实质与发生机制	/024
2.4 几个相关概念	/030
第三章 企业社会责任的发展演变与一般成因	039
3.1 企业社会责任的产生与发展演变	/039
3.2 企业社会责任的一般成因	/049
第四章 企业社会责任的动机与合理性	074
4.1 企业社会责任的动机	/074
4.2 企业社会责任的合理性与基本逻辑	/082
第五章 推动企业承担社会责任的压力机制	100
5.1 企业面临来自利益相关者的压力	/100
5.2 利益相关者的施压方式	/104



- 5.3 六种企业社会责任态度 /109
- 5.4 作为追求合法化手段的企业社会责任 /116
- 5.5 推动企业承担社会责任的制度体系 /122

第六章 推动企业承担社会责任的动力机制 138

- 6.1 承担社会责任有助于企业获得商业利益 /138
- 6.2 利益驱动型企业社会责任的产生 /144
- 6.3 企业承担社会责任的两类商业利益 /149
- 6.4 企业社会责任与企业竞争优势 /156

第七章 耐克公司为什么承担社会责任 163

- 7.1 耐克公司的经营模式与独特社会责任问题 /163
- 7.2 外部压力推动耐克公司承担社会责任 /167
- 7.3 商业利益驱动耐克公司承担社会责任 /174
- 7.4 耐克公司企业社会责任态度演变 /182
- 7.5 小结 /189

第八章 我国企业社会责任的特点与成因 192

- 8.1 我国企业社会责任的特点 /193
- 8.2 我国企业社会责任特点的成因 /205
- 8.3 小结 /217

第九章 推动我国企业承担社会责任的对策建议 219

- 9.1 针对政府的对策建议 /219
- 9.2 针对企业的对策建议 /225

参考文献 231

后记 246

第一章 绪 论

1.1 研究缘起

改革开放以来,企业日益发展成为我国社会最重要的社会经济主体之一。企业社会经济地位的凸现首先体现为外资企业逐步对我国社会与经济所产生的巨大影响。从20世纪80年代初开始,在我国巨大的市场潜力、廉价而高素质的劳动力、稳定的政治环境、良好的基础设施和投资促进政策的推动下,外资企业或投资人纷纷进入中国大陆。1988年以前,我国外商投资规模增长速度较快,除了1986年外,年增长率都在20%以上,但这一阶段进入中国的主要是来自港澳地区的中小企业;20世纪80年代末90年代初,由于非经济因素的影响,外商直接投资流入量增长停滞,规模较小,增长幅度微弱(毛蕴诗、袁静,2005)。1992年以后,外商直接投资规模增长迅速,并保持较大的规模。根据《中国对外经济贸易年鉴》(2002年)的统计,1991年我国利用外商直接投资为43.7亿美元,2002年增长到527亿美元,年平均增长26.7%;2002年中国超出美国,成为世界上吸引外资最多的国家。这一时期外商投资的一个重要特点是跨国公司在我国的投资呈现出不断增加的趋势;商务部《2003年中国外商投资报告》显示,全球最大的500家跨国公司已有400多家在华投资,其中近30

家在中国大陆设立了地区总部，中国正成为许多跨国公司重要的生产基地、采购基地和研发基地。凭借巨大的经济实力、技术开发能力以及社会经济影响力，跨国公司在我国国民经济和社会生活中的地位日益突出。《人民日报》2005年1月28日转载的《世界投资报告》(2004)的数据显示，2003年跨国公司工业增加值占全国工业增加值的28%，税收达到税收总额的1/5；外商企业出口额已超过出口总额的57%，解决了全国11%劳动力人口的就业。

在跨国公司和外资企业在中国社会政治经济生活中的影响日益扩大的同时，国内企业规模、竞争力以及社会经济影响力也在不断快速扩展。这一点不仅可以通过与发达市场经济国家企业规模的横向比较表现出来，也可以通过我国企业发展历史性的纵向比较观察到。首先，从横向比较的角度看，《财富》杂志1995年以来公布的历年全球企业500强排名显示：1995年和1996年中国大陆企业上榜数都只有2家，此后上榜企业数逐年增加，2001年突破10家，达到11家，2005年增加到19家，上榜企业数仅次于美国、日本、德国、英国和法国。其次，从纵向比较的角度看，2006年中国企业500强的营业收入达14.14万亿元，与2002年中国企业500强相比，2006年中国企业500强的营业收入大幅增长131.60%，平均增幅为23.36%；这一数值超过同期GDP增幅的一倍还多；中国500强企业的平均营业收入从2002年的122亿元，跃增为2006年的283亿元，增幅为131.96%，平均增幅为23.41%。2006年中国企业500强资产总额达41.17万亿元，2002—2006年5年间资产总额大幅攀升58.16%，平均增幅为12.14%。随着企业规模的扩大和竞争力的增强，国内企业在社会经济生活中的地位和影响力也不断增强；仅以企业500强而言，中国500强只占国内企业总数的很小一部分，但它在国民经济中却占有十分重要的地位，2002—2006年间，中国企业500强的

营业收入占国内生产总值的比例持续攀升；这一数字 2002 年为 63.64%，2006 年则达到了 77.60%，5 年间提高了 13.96 个百分点，平均每年提高 3.49%。

企业规模的扩大和企业在社会经济生活中地位的不断提高导致企业与整个社会关系的急剧变化，企业与社会传统关系格局不断受到挑战。传统关系格局变化的一个重要方面就是公众对企业社会经济职能预期的变化，其中的一个重要表现就是公众在要求企业承担或履行传统经济职能的同时，也要求企业关注社会公共利益，即承担社会责任。这种对企业承担社会责任的公众预期随着企业社会经济影响力的不断扩大以及现代企业制度的不断完善而变得日益强烈和迫切。20 世纪 80 年代末 90 年代初，除少数学者有所讨论和注意以外，企业社会责任并不是我国社会广泛关注的问题。然而，仅仅在 10 年左右的时间以后，企业社会责任问题迅速演变成成为受到社会各个阶层普遍关注的热门话题。根据本人的检索，《中国期刊网》1990—2007 年收录公开发表的以“企业社会责任”为核心关键词的文章 2248 篇，仅 2007 年就多达 951 篇；《中国期刊网》1990—2007 年收录公开发表的以“公司社会责任”为核心关键词的文章 446 篇，2007 年收录多达 175 篇。另一方面，作为企业社会责任的主体，企业或主动或被动地普遍给予企业社会责任问题和社会责任实践极大的关注。2002 年 11 月，施星辉等人主持的针对参与 2002 年中国企业领袖年会的 400 位企业高层的问卷调查显示，94.2% 的被访者表示企业社会责任对本企业具有重要意义，认为非常重要的占 77.1%，认为重要性一般的占 5.7%，没有被访者认为这一问题不重要。89.3% 的被访者甚至认为，即使经营不景气时，企业都将一如既往地承担社会责任，只有 10.7% 被访者认为企业可能在面临不景气时暂时放弃承担社会责任。随着我国社会各个阶层以及企业自身的普遍而强烈关注形成



巨大反差的是我国学术界以及社会公众对企业社会责任的理解和认识还存在一些缺陷和片面性。这些缺陷和片面性首先突出地体现在我国企业社会责任研究更多地体现为法学和立法对策研究，缺乏有说服力的基于经济学分析的企业社会责任发生机理的研究，而这种研究却是企业社会责任立法对策研究的基础和前提。20 世纪末期以来，我国陆续出现了一些产生较大影响的有关企业社会责任问题的专门研究成果，但这些研究成果主要是以法学或立法对策研究著作的面貌出现：刘俊海博士（1999）的研究成果如此，卢代富博士（2002）的研究成果虽成功地整合了法学与经济学（尤其是现代企业理论）研究方法，但仍主要是一个法学或立法对策研究成果。其次，我国企业社会责任文献基本忽略或回避法律法规以外的压力和动力机制对于推动企业社会责任的作用。尽管有些学者（卢代富等）看到了伦理道德机制以及利益机制对企业社会责任的推动作用，但这种机制常常被置于次要和从属地位。这种研究缺陷和片面性与当前我国代表性企业社会责任研究成果所采用的主导研究方法和研究思路（法学）有着直接的关系。第三，我国企业社会责任研究文献未能全面把握企业社会责任与企业商业利益的相互关系，两者相互冲突的一面被夸大，两者相互兼容的一面被忽略。

针对这些研究和认识缺陷，本文采用经济学的基本分析方法对企业社会责任发生机理，即企业社会责任发生的基本逻辑和具体机制，进行系统研究。其基本内容可以大略地区分为四个相对独立的部分：一是企业社会责任基本理论（企业社会责任实质、发展演变、动机与合理性等）研究，二是企业社会责任发生机制（压力机制和动力机制）研究，三是典型案例研究，四是对策研究。这些研究不仅能够弥补当前我国企业社会责任研究的缺陷，而且有助于推动企业承担社会责任，同时也能够为公共管理机构制定合理的企业社会责任政策提供

借鉴。

1.2 研究思路 and 结构

把握企业社会责任的实质是理解社会责任发生机理的基础与前提。基于这一看法,本文首先探讨企业社会责任的概念、实质、种类以及企业社会责任的主要内容。作为一种与企业其他生产经营活动没有本质区别的企业行为,企业社会责任的发生必须具备一定的条件;本文接着研究企业社会责任发展演变的历史及其发生发展的内部与外部条件。企业承担社会责任本质上也是企业权益在各种利益相关者之间的合理配置问题,本文尝试利用现代企业理论的研究成果对企业承担社会责任的合理性与基本逻辑进行初步研究。企业社会责任发生的具体机制是本文的研究重点,本文一方面注重推动企业承担社会责任外部压力机制的研究;另一方面也对企业承担社会责任的内部商业利益驱动机制进行初步的分析和探讨。目前,国内企业社会责任研究更多地注重外在压力(法律法规)机制的分析,较少涉及商业利益驱动机制的研究,本文的研究思路能够在一定程度上弥补目前国内企业社会责任研究的缺陷。由于相关统计数据的缺乏以及研究主题自身的特点,本文选择典型案例分析法进一步论证本文提出的企业社会责任发生机制假定。根据上述研究与分析思路,本文对我国企业社会责任的特点与成因进行初步研究,并从两个不同角度(政府与企业)提出推动我国企业承担社会责任的对策建议。

除绪论(第一章)外,本文余下部分共八章,具体结构安排如下:

第二章综述企业社会责任研究文献,界定企业社会责任概念,并对社会责任的种类、与企业社会责任密切相关的几个基本概念(企业经济责任、政府公共服务职能、公民社会责任等)进行研究。



第三章描述企业社会责任发展演变的历史,并从企业自身社会经济影响力和企业所面临的外部压力的状况两个角度探讨企业社会责任发生发展的一般原因,即企业社会责任发生的基本条件。

第四章对企业承担社会责任的动机进行初步分析,并借鉴现代企业理论的研究成果审视否定企业社会责任的古典观点,对企业承担社会责任的合理性与基本逻辑进行初步研究。

第五章研究推动企业承担社会责任的压力机制。尝试利用利益相关者的概念和分析思路对企业所面临的来自各种利益相关者的压力的性质、各种利益相关者的施压方式以及企业承担社会责任的方式和实质进行比较全面和深入的分析,同时也对推动企业承担社会责任的制度体系(法律法规和伦理规范)进行初步介绍和研究。

第六章研究推动企业承担社会责任的经济利益机制。对企业社会责任与商业利益相互兼容的可能性、利益驱动型企业社会责任实践的产生与发展演变趋势,以及企业社会责任与商业利益相互兼容的具体形态等进行分析。

第七章进行典型案例研究。对耐克公司 20 世纪 90 年代初以来在外部压力的推动下和商业利益的驱动下不断改变企业社会责任态度和社会责任策略的过程进行比较全面和系统的分析。

第八章根据上述研究与分析思路,对我国企业社会责任的特点及其成因进行研究。

第九章针对我国企业社会责任现状从两个不同角度(政府与企业)提出推动我国企业承担社会责任的对策建议。