



民营企业承担社会责任的 理论与实证研究

—— 以浙江民营企业为例

易开刚 著



中国社会科学出版社

民营企业承担社会责任的 理论与实证研究

——以浙江民营企业为例

易开刚 著

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

民营企业承担社会责任的理论与实证研究：以浙江民营企业为例 / 易开刚著. —北京：中国社会科学出版社，2010. 12
ISBN 978 - 7 - 5004 - 9451 - 5

I. ①民… II. ①易… III. ①私营企业 - 社会 - 责任 - 研究 - 中国 IV. ①F279. 245

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 265349 号

责任编辑 官京蕾
特约编辑 励 隼
责任校对 石春梅
封面设计 弓禾碧
技术编辑 李 建

出版发行 **中国社会科学出版社**

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号 邮 编 100720

电 话 010 - 84029450 (邮购)

网 址 <http://www.csspw.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京奥隆印刷厂 装 订 广增装订厂

版 次 2010 年 12 月第 1 版 印 次 2010 年 12 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16

印 张 16.75

字 数 296 千字

定 价 35.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书，如有质量问题请与本社发行部联系调换
版权所有 侵权必究

序 言

改革开放 30 年来，中国发生了翻天覆地的变化。其中变化最大的莫过于经济的快速增长和社会的全面进步。经济的增长来源于中国企业尤其是数以千万计的民营企业雨后春笋般的诞生和发展。以浙江为例，涌现了一批诸如万向集团、娃哈哈集团、西子联合控股集团、华立集团、传化集团、奥康集团、吉利集团、正泰集团、方太集团、雅戈尔集团等的明星级民营企业，它们几乎都从草根起步，大胆尝试，锐意进取，敢于学习，走出了一条条各具特色的民营企业成长之路。在我们为国家综合实力增强、人民生活水平提高、现代化企业增多而自豪和感叹的同时，中国也不可避免地陷入了“城市化程度提高与生态环境恶化”、“人民收入水平提高与幸福指数下降”、“企业现代化程度提高与不良责任事件频发”等矛盾之中。日益严重的环境污染、频繁爆发的食品安全事故、随处可见的“假冒伪劣”、经常发生的矿难事故、市场信用的缺失等现实表明，如果我们还是沿袭传统的“牺牲生态环境换取利润”、“牺牲员工身体换取利润”、“牺牲市场信用换取利润”等类似的发展模式，我们的发展因为与人类追求品质生活、幸福生活的目标背道而驰将变得毫无意义，极端情况下我们将变得不能生存。因此，企业承担社会责任不是企业的自由选择，而是必然选择。正是在这个背景下，本书被确定为国家社科基金项目并获得资助，于 2007 年 9 月正式开展研究。

经过我们的调查，对于广大民营企业而言，社会责任还只是一个新名词、新概念。绝大多数企业对“什么是企业社会责任？为什么要承担社会责任？要承担哪些社会责任？如何承担社会责任？”等问题没有明确而清晰的思考，很多民营企业主往往把社会责任仅仅等同于“捐款”和发展公益事业，殊不知遵守法律法规，照章纳税吸纳就业，保护环境和员工的健康，维护市场秩序等都是企业必尽和应尽的社会责任。正如笔者采访方太集团总裁茅忠群先生所言：“今天中国的企业首先最应该加强的还是法律责任。如果一个企业连法律都不遵守，就没有资格谈其他的社会责任。其次，应该是道德责任。道德地获取利润，道德地对待自然界和所有公民，是企业的基本责任。然后才是发展责任。发展是硬道理，但发展应该建立在法律和道德基

础之上,只有这种发展才是有价值和有意义的发展。方太厨具的目标是建设世界级的厨具品牌。”正是因为有这种社会责任感,方太厨具已经成为我国市场占有率和市场美誉度最高的厨具企业,方太厨具每年能吸引超过150名左右的大学生加盟,人才流失率极低。还如,浙江现代集团的董事长章鹏飞先生在浙江大学校庆113周年之际向母校捐款1亿元人民币用以支持管理学院大楼的建设并设立浙江大学长美教育基金。他说:“我不是浙商中最有钱的企业家,但回报社会是财富最好的走向,我选择这样的方式感恩母校和回报社会。这次捐款绝对不是句号。”现代集团这种强烈的社会责任感无疑让社会公众肃然起敬。

放眼全国,我们也可以找到很多在社会责任方面表现优秀的民营企业。比如江苏黄埔再生资源利用有限责任公司本是一家名不见经传的民营企业,但在2008年5月12日我国四川汶川大地震发生时,其董事长陈光标先生“毅然结束正在召开的董事会,组织60台挖掘机开赴地震现场展开生死救援,并现场给灾民发放善款”的举动至今仍然感动着中国人民,在他身上那种强烈的爱国情怀、责任意识和慈善精神无疑是中国优秀企业家的典型代表。笔者曾经与陈光标先生进行了面对面的交流,他的观点是“做慈善应该成为企业家的一种生活方式,在当今社会,如果有人说做慈善也是作秀的话,希望大家都来作这种秀,作这种秀怎么做也不过分!”而且他还表达了对“承担社会责任与企业回报之间关系”的观点。他说,也许承担社会责任本身不是为了回报,但却有可能带来最大的回报。据他介绍,2008年企业经营规模达到70亿元,远远超过过去的经营业绩。原因就在于全国人民都对这家企业充分认可,希望得到江苏黄埔服务的客户电话接连不断。因为陈光标先生的先进事迹,他被中宣部、民政部、中华慈善总会等评为“中华首善”。

当然,有先进的,就有落后的。我们还有很多民营企业没有认识到“承担社会责任不仅仅有利于社会更是企业的社会资本投资”,不是主动承担社会责任而是被动承担社会责任,不是系统地、战略地、可持续地承担社会责任,而是偶然地、随意地、间断地承担社会责任,无疑,这种情况导致的一定不是基业常青、持续发展,而是前途渺茫和生命力低下。

本书在对民营企业社会责任研究进行国内外文献梳理的基础上,建构了民营企业承担社会责任的理论分析框架;在分析民营企业承担社会责任的现状与问题的基础上,对民营企业社会责任的评价指标选择进行了实证分析,得出了衡量民营企业承担社会责任的关键评价指标;从社会资本转化、多元

主体博弈、企业文化构建、企业家人格转型等视角对企业社会责任的实现与内化机制进行了分析；选取了西子联合控股集团、娃哈哈集团、华立集团、传化集团、奥康集团、吉利集团六家承担社会责任表现优异的企业进行了动因、模式和效应分析，以期对其他民营企业承担社会责任有较好的借鉴意义；最后从“理念变革—规制保障—责任实践—外部监督”四个方面提出了促进民营企业承担社会责任的对策和建议。

在建设社会主义和谐社会的今天，对民营企业而言，社会责任观就是企业的科学发展观。承担企业社会责任，将成为企业未来能否立足于社会，能否基业常青和持续发展的最为重要的考量指标。我们深信，只要我们的民营企业真正树立社会责任理念，制定企业社会责任战略，加强企业社会责任治理，将企业社会责任理念内化到企业各项经营管理活动中，中国的民营企业就大有希望，就能得到社会大众的认同，就能够在世界舞台上有所作为，占据一席之地。

本书得到了西子联合控股集团、方太集团、传化集团、宁波东力传动设备股份有限公司等企业的大力支持，在此表示感谢！课题研究得到了西子联合控股董事长王水福先生、方太集团总裁茅忠群先生、《市场导报》记者万晓玲女士、浙江华盟咨询的陈金荣先生、叶小军先生、叶建宏先生等的大力支持，他们为本书提供了丰富的观点和素材，在此表示衷心的感谢！本书写作过程中还得到了笔者的研究生谢小辉、茅一岚、王丰超、俞富强、金宝玉、高晓梅、沈培玲、林肖肖、刘凯、叶晓青等在收集整理资料、梳理文献、文稿撰写和文字校对方面的协助，浙江财经学院金通博士、浙江大学公共管理学院李佳博士给本书提出了宝贵的意见，一并表示谢意！同时，还要感谢所引用文献的作者，没有他们的研究作为借鉴，也是不可能有本书成果的。此外还需指出的是，由于时间相对仓促，本书研究肯定还存在着很多不足之处，笔者将在未来的学术生涯中进一步深入展开研究，以为中国企业的社会责任事业贡献自己的微薄力量！

易开刚

2010年6月4日凌晨于浙江工商大学

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 研究背景——问题的缘起	(1)
第二节 研究思路与框架	(3)
第三节 研究的重点与难点	(5)
第四节 研究方法	(5)
第五节 研究意义	(6)
第六节 研究的创新点与不足	(7)
一、研究的创新点	(7)
二、不足之处	(7)
第七节 值得进一步研究的方向	(8)
第二章 国内外企业社会责任研究文献回顾与述评	(9)
第一节 企业社会责任概念的研究综述	(9)
一、国外关于企业社会责任概念的代表性观点	(9)
二、国内关于企业社会责任概念的代表性观点	(11)
三、国内外企业社会责任概念研究评述与比较	(12)
第二节 企业社会责任范围与层次研究综述	(13)
一、国外企业社会责任的范围与层次研究代表性观点	(14)
二、国内企业社会责任的范围与层次研究代表性观点	(16)
三、国内外企业社会责任的范围与层次研究评述与比较	(18)
第三节 企业社会责任相关理论研究综述	(20)
一、社会契约理论与社会责任	(20)
二、利益相关者理论与企业社会责任	(21)
三、可持续发展与企业社会责任	(22)
第四节 企业社会责任的影响因素及其效用研究综述	(23)
一、企业承担社会责任的影响因素研究综述	(23)
二、企业社会责任的效用研究综述	(26)
第五节 企业社会责任文献研究述评	(30)

第三章 我国民营企业承担社会责任的影响因素与理论分析

框架的构建	(31)
第一节 我国民营企业承担社会责任的影响因素分析	(31)
一、我国民营企业承担社会责任的影响因素研究模型假设	(31)
二、我国民营企业承担社会责任影响因素的变量操作化定义	(32)
三、我国民营企业承担社会责任影响因素指标的设计	(32)
四、我国民营企业社会责任影响因素模型中控制变量选择和 测量	(34)
五、我国民营企业承担社会责任影响因素正式问卷的形成	(35)
六、我国民营企业承担社会责任影响因素正式问卷数据分析	(36)
第二节 我国民营企业承担社会责任的动因分析	(46)
一、动因一：利润的吸引力	(46)
二、动因二：法律法规的强制力	(46)
三、动因三：社会监督力	(46)
四、动因四：企业道德伦理	(47)
第三节 我国民营企业承担社会责任理论分析框架的构建	(47)
第四节 本章小结	(49)

第四章 我国民营企业社会责任评价指标选择与体系构建

第一节 企业社会责任评价理论回顾	(51)
一、相关理论	(51)
二、支持理论	(52)
第二节 企业社会责任评价体系的主要代表	(57)
一、企业社会责任标准研究总结	(58)
二、国内外主要的企业社会责任评价体系介绍	(59)
第三节 我国民营企业社会责任评价体系的构建	(64)
一、我国民营企业社会责任指标体系建立的原则	(64)
二、我国民营企业社会责任内容的基本构成	(65)
三、我国民营企业社会责任评价指标有关说明	(69)
四、我国民营企业社会责任评价指标实证分析	(80)
第四节 本章小结	(87)

第五章 我国民营企业承担社会责任的现状与问题

第一节 我国民营企业承担社会责任的历史过程和现实状况	(90)
----------------------------------	------

一、我国民营企业承担社会责任的历史过程	(90)
二、我国民营企业承担社会责任的现实状况	(93)
第二节 我国民营企业承担社会责任的特征	(98)
一、优秀民营企业积极承担全面社会责任	(99)
二、多数普通民营企业承担部分直接利益相关者责任	(99)
三、部分民营企业基本责任履行不善却热衷承担高层次 社会责任	(100)
四、民营企业承担社会责任的随意性和偶然性强, 缺乏 系统性和可持续性	(100)
第三节 我国民营企业在承担社会责任中存在的问题及其原因 ..	(101)
一、我国民营企业在承担社会责任中存在的问题	(101)
二、我国民营企业在承担社会责任中存在问题原因探析	(103)
第四节 我国民营企业承担社会责任面临的困惑	(106)
一、怎样才算尽了社会责任	(106)
二、不同阶段的企业应该承担哪些相应的社会责任	(106)
三、如果周围企业不承担责任, 还需要严于律己吗	(107)
第五节 本章小结	(107)
 第六章 民营企业承担社会责任的内化机制研究	(109)
第一节 社会资本视角下民营企业社会责任的内化	(109)
一、社会资本的内涵	(109)
二、基于社会资本视角的民营企业社会责任内化机制	(110)
第二节 基于多元主体博弈视角的民营企业社会责任实现机制 ..	(113)
一、基于“企业—政府”博弈的企业社会责任实现机制	(115)
二、基于“企业—传媒”博弈的企业社会责任实现机制	(118)
三、基于“企业—消费者”博弈的企业社会责任实现机制	(120)
第三节 基于企业文化视角的民营企业社会责任内化	(122)
一、企业文化的内涵与层次结构	(122)
二、构建社会责任导向的企业文化	(126)
第四节 基于企业家人格转型的民营企业社会责任内化	(129)
一、企业家价值的哲学思考——企业家承担社会责任的 人性基础	(130)
二、企业家的价值本位决定企业家的行为和价值生命实践	(131)

三、企业家人格范式转型是企业家承担社会责任、实现 价值的必由路径	(133)
第五节 本章小结	(135)
第七章 浙江省民营企业承担社会责任的典型案例研究	(136)
第一节 杭州西子联合控股——“全面承担社会责任”的 先行者	(136)
一、杭州西子联合控股有限公司简介	(136)
二、西子联合承担社会责任的综合表现	(136)
三、西子联合承担社会责任的动因、模式和效应	(143)
第二节 杭州娃哈哈集团——“以人为本促发展”的社会 责任代表	(148)
一、杭州娃哈哈集团有限公司简介	(148)
二、娃哈哈承担社会责任的综合表现	(148)
三、娃哈哈承担社会责任的动因、模式和效应	(153)
第三节 传化集团——“以社会责任为核心价值观”的社会 责任代表	(159)
一、传化集团简介	(159)
二、传化承担社会责任的综合表现	(161)
三、传化承担社会责任的动因、模式和效应	(167)
第四节 华立集团——“将一切成功归于责任”的社会 责任代表	(170)
一、华立集团简介	(170)
二、华立承担社会责任的综合表现	(174)
三、华立承担社会责任的动因、模式和效应	(178)
第五节 奥康集团——“永远将推动行业发展作为企业使命”的 社会责任代表	(181)
一、奥康集团简介	(181)
二、奥康承担社会责任的综合表现	(182)
三、奥康承担社会责任的动因、模式和效应	(187)
第六节 吉利控股集团——“实现责任与发展最大程度双赢”的 社会责任代表	(191)
一、浙江吉利控股集团有限公司简介	(191)
二、吉利承担社会责任的综合表现	(193)

三、吉利承担社会责任的动因、模式和效应	(198)
第七节 本章小结	(202)
第八章 推进我国民营企业承担社会责任的对策与建议	(203)
第一节 理念变革	(203)
一、企业社会责任观是科学发展观在企业层面的直接体现	(204)
二、企业承担社会责任：从被动而为走向战略导向	(205)
三、企业承担社会责任：外于形而内于心的内外兼修	(207)
四、提升企业家素养，强化企业家高度的企业社会责任感	(208)
第二节 规制保障	(210)
一、政府规制	(211)
二、行业规制	(214)
三、企业规制	(215)
第三节 责任实践	(216)
一、战略实践：企业社会责任战略制定	(217)
二、行为实践：企业社会责任管理行为与制度	(219)
三、文化实践：企业社会责任管理文化	(223)
第四节 外部监督	(226)
一、政府层面：强化政府的服务与监督职能	(227)
二、消费者层面：唤醒消费者维权意识，强化消费者 监督机制	(229)
三、媒体层面：加强媒体的宣传和舆论监督作用，保证 公信力	(230)
四、其他层面：充分发挥 NGO 的监督作用	(231)
第五节 本章小结	(232)
参考文献	(233)
附录一	(244)
附录二	(247)
附录三	(251)
附录四	(255)

第一章 绪论

第一节 研究背景——问题的缘起

改革开放 30 多年来,我国民营企业进入了前所未有的高速发展时期,民营企业在整个国家中的地位和作用发生了历史性变化。事实证明,民营经济的快速成长和崛起已经成为推动中国经济增长和社会发展最重要的力量之一,尤其是中小民营企业数量众多,生存能力极强,通过形成产业集群、自发式技术创新和管理升级等手段,已经在我国经济社会发展中发挥着不可替代的作用。据全国工商联统计,截止到 2009 年 9 月,全国登记注册的私营企业已达 718.5 万户,注册资本达到 13.6 万亿元,中小民营企业占我国企业总数的 99%,创造了 GDP 总量的 3/4 以上,占据了工业比重的 60%,创造了 80% 以上的就业岗位,解决了 90% 以上城镇新增就业人口^①。在民营经济特别发达的浙江、广东等地,民营经济甚至到了“六分天下有其五”的阶段,可以说,民营经济在促使工业现代化、带领百姓创业和创富、改变国民价值观念和提升国民生活品质等方面发挥了巨大的作用。不管是现在还是未来,大力发展民营经济都是中国走向全面现代化、实现中华民族伟大复兴的重要途径。

但是,我们也必须认识到,任何国家、社会、企业都有一个从不成熟走向成熟、从非理性走向理性的过程,我国的民营企业在改革开放前 30 年中主要贯彻的是“以利润最大化为第一追求”的观点,在推动企业发展、经济增长、社会进步的同时,也带来了环境污染、诚信缺失、违反法制、健康受损等一系列与社会全面进步和发展相冲突和矛盾的问题。有人会说:“这是发展的代价,这是阶段性必然,这是理性选择。”但在面对“没有蓝天白云的天空,没有新鲜的水和空气,没有基本的诚信和正义,没有生存和发展的前提和基础”时,我们不禁要追问:曾经为经济增长作

^① 苏琳:《中国民营经济发展形势分析会在京举行》,中国经济网,2010-01-29 [2010-06-03], <http://finance.sina.com.cn/roll/20100129/13557335516.html>

出巨大贡献的民营企业，是否已经到了必须深刻反思原有发展模式的时刻？未来应该树立什么样的生存观和发展观？未来究竟应该采取什么样的发展模式？这些问题的核心便是社会责任问题，是企业在追求利润最大化之余还应承担什么责任和义务的问题。纵观西方发达国家的历史，我们也清晰地看到，西方国家的企业同样在这个问题上经历了“迷惑—徘徊—觉醒—行动”的过程，从最开始的不承担社会责任，到承担少量社会责任，到全方位地承担社会责任。笔者曾经走访过美国、瑞典、日本、韩国的部分企业，在社会责任的问题上，一个普遍性的共同点是：“一个企业是否成熟，绝对不是看企业有多少赚钱的能力，赚了多少钱，而是有没有全方位承担社会责任的意识和能力。一个不承担社会责任的企业在成熟的市场经济环境下能够生存简直是难以想象的。承担社会责任是成熟企业的基本标志，是企业持续健康发展的唯一途径。”反观中国当今的现状，中国在全球经济社会的地位与日俱增，有的提“大国崛起”，有的提“东方巨龙”，有的甚至认为“中国即将迈入与美国一争天下的 G2 时代”，不管怎么形容，可以肯定的是，中国正在成为国际竞争力日益强大的经济体。但我们冷静客观地分析，一旦将 GDP 除以人口总数，一旦将国民素质、生态环境、可持续发展能力等指标加以比较，我们又必须充满忧患感和紧迫感，我们必须在关系到企业未来发展的最关键的价值观上拨云见雾，明辨是非，厘清思路，高扬大旗。站在 21 世纪前十年即将结束的这一时点，我们的广大民营企业必须痛定思痛，深刻反思，坚决树立“社会责任之道就是企业科学发展观”的价值理念，坚决摒弃“只顾利润，牺牲环境；只求利润，牺牲健康；为了利润，牺牲诚信”的落后价值观。

为此，中国学者自 20 世纪 90 年代开始重视研究社会责任。从国内外研究对比来看，国内关于企业社会责任的研究呈以下特点：泛泛探讨的较多，针对性强的较少；定性研究的较多，定量研究的较少；从国外学习借鉴的较多，切合中国实际的较少。因此，有针对性的、定性定量结合、中西方结合的研究才具有更强的现实意义。

本书认为，国有企业由于其股权特性理应在承担社会责任方面走在前列，当下最应解决的是我国广大民营企业社会责任的理论与实践问题。为此，本书以民营企业社会责任为研究对象，选取浙江民营企业为研究样本，着重研究：民营企业为什么要承担社会责任？承担社会责任对企业成长有什么样的影响？民营企业应该承担哪些社会责任？如何评价民营企业的社会责任？民营企业承担社会责任现状如何？民营企业社会责任如何得以实现？如

何全方位推进民营企业社会责任建设?这些问题的正确回答,有利于我国民营企业在科学发展观的指导下践行社会责任,创建“和谐企业”和“百年企业”,从而为构建我国社会主义和谐社会作出贡献。

本书正是在这样的时代背景和现实要求下,以浙江民营企业为研究重点,分析了民营企业承担社会责任的重要意义,实证研究了民营企业承担社会责任的影响因子,构建了我国民营企业社会责任关键评价指标体系,然后在此基础上分析了我国民营企业在承担社会责任方面的现状与问题,并提出了民营企业社会责任得以实现的内化和保障机制。最后,通过对具有代表性的浙江民营企业承担社会责任的典型案例进行分析总结,提出了推进我国民营企业承担社会责任的对策与建议。本书的研究对推进与强化民营企业对社会责任的履行,具有较高的理论价值和现实意义。

第二节 研究思路与框架

企业社会责任的概念传入中国近 20 年的时间,要让广大企业尤其是民营企业真正理解“企业社会责任”的内涵,知道什么样的阶段承担多少和哪些社会责任,如何承担社会责任,还需要经历一个“理论明晰—理念传播—案例示范—企业效仿”的“理念扩散和行动示范”过程。中国的社会责任问题是一个需要宣传、教育和强化的问题,是一个逐步普及和内化的问题。本书的研究目标就是要构建一个理论分析框架,探析企业承担社会责任的动因,找到企业社会责任评价的关键指标,总结典型民营企业承担社会责任的案例,最后为推动和强化民营企业承担社会责任提供对策和建议。

鉴于此,本书首先在文献梳理的基础上构建了我国民营企业承担社会责任的理论分析框架,通过对浙江民营企业按区域进行样本调查(样本总数为 550 份,主要分布在杭州、宁波、温州等 11 个地区,每个地区 50 份),实证研究了民营企业承担社会责任的内在动因,提出了浙江民营企业承担社会责任的关键评价指标。然后在对民营企业承担社会责任的现状与问题进行深入剖析的基础上,对民营企业承担社会责任的实现机制进行了深层次挖掘,对浙江省承担社会责任表现优异的民营企业进行了案例分析,最后提出了相关的对策建议。研究思路和层次模块如图 1-1。

第一层次是课题的基础部分。

首先是定义问题,问题一方面应该从实践中来,另一方面应该是真问

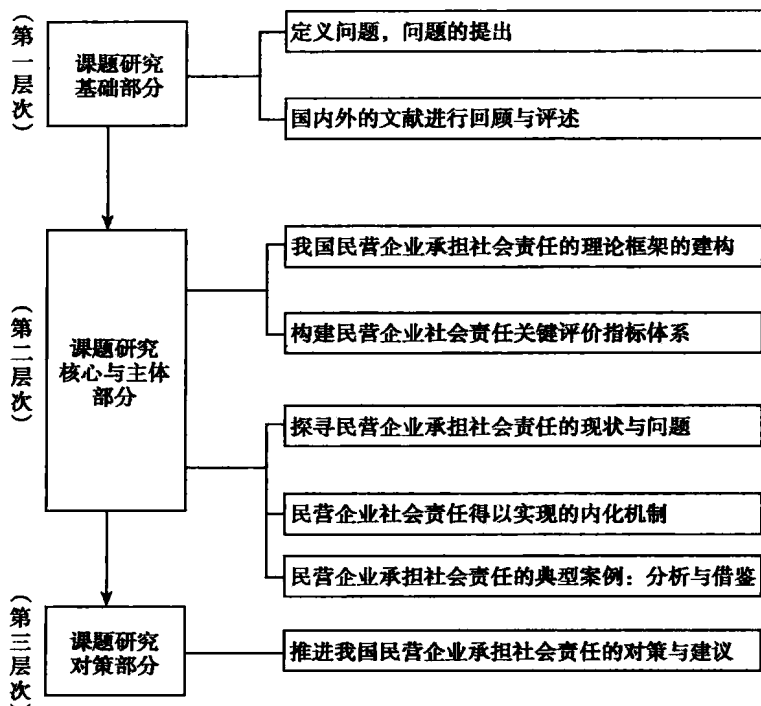


图 1-1 强化企业社会责任问题研究思路与层次模块

题，有相当的现实意义和理论价值。本书问题的提出首先就在于对以下问题的解读：民营企业承担社会责任的背景与西方国家有何差异？中国民营企业承担社会责任应该构建一个什么样的理论分析框架？民营企业承担社会责任的内在动因如何？如何评价民营企业承担社会责任的表现？民营企业承担社会责任的现状如何，问题何在？民营企业如何才能更加有效地承担社会责任？这些问题的思考和解答最终促使笔者展开企业社会责任问题的研究，期望借助哲学、伦理学、社会学、经济学等多学科打开问题之门，探寻民营企业的社会责任之道。

其次是对国内外的文献进行回顾与评述，了解国内外的研究动态。

第二层次是课题的核心主体部分。

首先是结合中国的现实背景，对民营企业承担社会责任的动因进行了分析，构建了中国民营企业承担社会责任的理论分析框架。

其次利用实证研究方法对评价企业社会责任的关键指标进行了研究，然

后以浙江为例对民营企业承担社会责任的现状和问题进行了分析,从机理层面探讨了民营企业承担社会责任的内化和保障机制。

最后选取了西子联合控股集团、娃哈哈集团、华立集团、传化集团、奥康集团、吉利集团 6 家社会责任表现良好的民营企业进行了案例分析。

第三层次是课题的对策思考部分。

主要从现实性的角度重点探讨了民营企业如何承担社会责任。主要对策包括:理念变革、规制保障、责任实践和外部监督。

第三节 研究的重点与难点

企业社会责任研究是一个涉及面广的系统性研究课题,行业性差异、阶段性差异、规模性差异、企业管理者差异等因素都决定了企业社会责任研究的难度。(1) 结合中国的转型背景,从经济学、伦理学、社会学等多学科的角度构建指导我国民营企业承担社会责任的理论分析框架,是本书的研究重点之一。构建理论的难点在于多学科的交叉与应用,计量模型的使用;(2) 构建我国民营企业社会责任关键指标体系是本书的重点之二。难点在于现有评价企业社会责任的指标多则上百个,少则几十个,怎样在这么多指标中通过计量方法挑选关键评价指标,有相当的难度;(3) 构建我国民营企业承担社会责任的内化和保障机制是重点之三。难点在于企业社会责任“精神”的内化机制很难量化研究,如何让“制度奏效”也并非易事。

第四节 研究方法

(1) 文献收集与理论建构。在对国内外企业社会责任文献进行梳理的基础上,结合我国民营企业的实际,建构出我国民营企业社会责任的理论分析框架。

(2) 问卷调查与实证计量。对大量浙江民营企业社会责任的承担情况进行全面调查,运用统计学和计量经济学方法,借助 SPSS 等统计软件,建立民营企业社会责任的关键评价指标体系,摸清民营企业承担社会责任的现状与问题。

(3) 案例研究方法。选取社会责任承担表现突出的 6 家典型浙江民营企业进行案例研究,总结民营企业承担社会责任的动因、模式与效应等。

(4) 博弈论研究方法。企业社会责任的承担涉及企业与政府、媒体、

客户、竞争者、其他公众等多因素的博弈。从一定程度上说,企业社会责任就是企业处理利益相关者各方关系的均衡解。本书在研究中利用博弈论分析方法,对民营企业承担社会责任进行了博弈与均衡分析。

第五节 研究意义

企业社会责任研究本质是企业价值观与发展模式研究,也就是企业应该树立什么样的生存观和发展观问题,这是企业是否能够持续健康发展的前提和基础。

研究意义之一:建构了中国背景下民营企业承担社会责任的理论分析框架与评价体系。中国是一个正在走向现代化的第三世界大国,与西方发达国家不一样的是,西方的企业已经较为成熟和理性,承担社会责任已经成为一种常识和规则。而我国当前的民营企业还处于“学习—摸索—适应—成长”阶段,部分民营企业仍然秉持着“先发展后治理,先利润后人性”的发展思路,承担社会责任还需要启蒙、动员、宣传和强化。因此,特别需要从中国的现实背景出发,在充分借鉴西方发达国家社会责任理论的基础上,构建具有中国特色的民营企业承担社会责任的理论分析框架和评价体系。从一定程度上也对企业社会责任相关理论的丰富有一定的贡献。

研究意义之二:为中国民营企业承担社会责任提供参照系和学习标杆。承担社会责任也是一把双刃剑,承担不足,说明对社会的贡献不够,没有负起应有的责任;但如果承担过度,就会杀鸡取卵,伤害企业的发展能力,违背企业发展的基本宗旨。因此,需要给当今中国民营企业提供一个可供学习和借鉴的实践标杆。本书选取的西子联合控股集团、娃哈哈集团、华立集团、传化集团、奥康集团、吉利集团6家企业都是将社会责任与企业发展统筹兼顾得很好的企业,不仅承担了应有的社会责任,企业也得到了持续发展,成为行业中的标杆企业。这些案例势必给中国其他民营企业提供示范和借鉴。

研究意义之三:为政府、媒体、消费者、其他公众等关系主体如何帮助推动民营企业承担社会责任提供了对策和建议。事实上,企业是否承担社会责任,承担多少社会责任绝不是企业一方的行为,任何利益相关主体的行为都会影响到企业的责任行为。如消费者不支持企业社会责任,大量购买无良企业的“假冒伪劣”产品,助长企业的作假造劣之风,势必会挫伤企业承担社会责任的积极性。媒体也是一样,如果媒体都没有监督企业承担社会责