

国家社会科学基金资助项目成果(2-)

企业社会责任管理概论

项目负责人：白全礼

所在单位：郑州航空工业管理学院

项目名称：企业社会责任管理的理论与方法研究

项目批准号：96CJB010

二〇〇三年十一月

一.不道德行为与社会责任

——负责任就是讲道德

- (一) 令人震惊的事实
- (二) 企业的道德行为约束与控制
 - 1. 约束、控制道德行为的不同方式
 - (1) 自然经济的约束和控制方式——道德约束
 - (2) 商品经济初期的主要约束方式——法制约束
 - (3) 法制约束的欠缺与不足
 - 2. 法制约束与道德约束相结合
 - (1) 前提条件
 - (2) 三个层次的制度建设
- (三) 社会责任——企业应该承担的道德义务
 - 1. 社会责任的含义
 - 2. 社会责任的基本内容
 - 3. 社会责任的作用
 - 4. 中国企业社会责任的特点

二.我国企业社会责任问题现状分析

- (一) 企业逃避社会责任的现象
 - 1. 假冒伪劣充斥市场
 - 2. 企业相互拖欠现象严重
 - 3. 虚假信息
 - 4. 虚假广告
 - 5. 制假凭证骗取利益
- (二) 企业道德行为的伦理学分析
 - 1. 不讲诚信是一种利己主义行为
 - 2. 三类利己主义
 - (1) 极端利己主义
 - (2) 商业利己主义
 - (3) 集体利己主义
 - 3. 利己主义利益论的共同特点
 - 4. 市场经济下企业活动的基本准则

一.不道德行为与社会责任

——负责任就是讲道德

- (一) 令人震惊的事实
- (二) 企业的道德行为约束与控制
 - 1. 约束、控制道德行为的不同方式
 - (1) 自然经济的约束和控制方式——道德约束
 - (2) 商品经济初期的主要约束方式——法制约束
 - (3) 法制约束的欠缺与不足
 - 2. 法制约束与道德约束相结合
 - (1) 前提条件
 - (2) 三个层次的制度建设
- (三) 社会责任——企业应该承担的道德义务
 - 1. 社会责任的含义
 - 2. 社会责任的基本内容
 - 3. 社会责任的作用
 - 4. 中国企业社会责任的特点

二.我国企业社会责任问题现状分析

- (一) 企业逃避社会责任的现象
 - 1. 假冒伪劣充斥市场
 - 2. 企业相互拖欠现象严重
 - 3. 虚假信息
 - 4. 虚假广告
 - 5. 制假凭证骗取利益
- (二) 企业道德行为的伦理学分析
 - 1. 不讲诚信是一种利己主义行为
 - 2. 三类利己主义
 - (1) 极端利己主义
 - (2) 商业利己主义
 - (3) 集体利己主义
 - 3. 利己主义利益论的共同特点
 - 4. 市场经济下企业活动的基本准则

三.企业社会责任与社会负担

(一) 企业社会负担与企业的社会责任的关系

1. 企业社会责任与社会负担的联系
2. 企业社会负担与企业社会责任的区别
3. 区分社会责任与社会负担的意义

(二) 沉重的负担——豫新机械厂社会责任状况的实际调查与分析

1. 豫新机械厂的基本情况 & 生产现状
2. 豫新机械厂亏损的主要原因
3. 豫新机械厂的社会负担具体情况
4. 企业社会负担对该厂生产所产生的破坏作用
 - (1) 扰乱正常生产秩序, 降低企业竞争力
 - (2) 严重的社会负担, 使企业错失发展良机
 - (3) 影响企业声誉, 使银行不再盲目贷款
 - (4) 过重的社会负担, 使企业职工丧失了工作热情

(三) 理清责任, 剥离负担

1. 企业办社会的弊端
 - (1) 企业办社会是国有企业经营绩效差、资产贬值重要原因
 - (2) 企业办社会是国企改革重要障碍
 - (3) 建立现代企业制度受限
 - (4) 建立企业产权激励机制受限
 - (5) 国有资产流动重组优化配置受限
2. 剥离企业负担要调整好三个矛盾
 - (1) 调整企业办社会与同级政府的矛盾
 - (2) 调整企业办社会与政府间纵向矛盾
 - (3) 调整企业办社会与政府间的横向矛盾
3. 解决企业办社会问题的途径

(1) 在现在企业国有资产管理体制框架里, 加快财政转型支持改革企业办社会

(2) 现在企业国有资产管理体制难以推进改革企业办社会, 就须继续改革管理体制

- (3) 在国有资产管理体制职能设计时, 必须相应考虑到社会责任体系
- (4) 建立合理的国有资产管理绩效评价体系

(四) 变负担为责任——株洲电力机车厂剥离负担, 承担社会责任的实践

1. 株洲电力机车厂概况
2. 株洲电力机车厂的改革实践
 - (1) 液化气改革
 - (2) 住房制度改革
 - (3) 生活服务改革
3. 株洲电力机车厂改革实践的评估

四.企业社会责任管理概述

- (一) 企业社会责任的无限性与有限性
- (二) 企业社会责任与社会责任管理
- (三) 中国国企社会责任管理的特殊性
- (四) 企业社会责任管理的实施及基本原则
 - 1. 分清层次
 - 2. 化问题为机会
 - 3. 承担份内责任
 - 4. 力所能及原则
 - 5. 拒绝越权原则

五.企业市场营销与社会责任管理

- (一) 市场营销的几个趋势
 - 1. 绿色营销
 - (1) 绿色革命的浪潮正在席卷全球
 - (2) 绿色营销的主要内容
 - 2. 政治营销
 - 3. 多国籍营销
- (二) 新形势下有关产品生产和销售责任的几种理论
 - 1. 契约论
 - 2. 当然关切论
 - 3. 社会成本论
- (三) 全面质量管理与企业的社会责任
 - 1. 全面质量管理的概念
 - 2. 全面质量管理的基本要求与的企业社会责任的目标
 - 3. 全面质量管理的原则与企业社会责任理念

六.员工管理与 SA8000 标准

- (一) 社会责任标准筑就新贸易壁垒
- (二) SA8000 标准与企业在员工管理上应承担的社会责任
 - 1. SA8000 标准的产生
 - 2. SA8000 标准的优点及其实施的益处
 - 3. 实施 SA8000 体系的要点
- (三) 企业社会责任与人力资源投资

七.企业的环境责任及管理

- (一) 环境污染与治理的案例分析
 - 1. 案例一：水俣湾有机汞污染
 - 2. 案例二：神通川流域的镉污染
- (二) 发展观的演进和可持续发展

1. 传统发展观
2. 零增长发展观
3. 可持续发展观
- (1) 可持续发展的含义
- (2) 可持续发展的内容
- (3) 可持续发展观提出的意义
- (三) 企业的环境责任与可持续发展
 1. 企业决策对环境与发展的综合影响
 2. 企业环境责任与国际贸易“绿色壁垒”
- (1) “绿色壁垒”是我国产品出口的“拦路虎”
- (2) “绿色壁垒”的种类繁多
- (3) “绿色壁垒”的对中国出口企业的利与弊
- (三) 用 ISO14000 应对绿色壁垒的挑战
 1. ISO14000 环境管理认证
 2. ISO14001 认证的特点
 3. 企业实施 ISO14001 的意义
 4. 企业实施 ISO14000 的效益分析
 5. 企业怎样建立环境责任管理体系

八.企业社会责任投资与无形资产管理

- (一) 什么是企业形象
- (二) 社会责任与企业形象
- (三) 南方航空动力机械公司企业形象现状调查分析
 1. 形象调查
 2. 形象分析
 3. 南方航空动力机械公司形象管理中的几个问题
 4. 有关建议
- (二) 企业社会责任投资与无形资产管理
 1. 无形资产及其的系统特征
 2. 无形资产系统管理方法和措施

九.企业社会责任核算

- (一) 企业社会责任核算的目标
 1. 提高社会效益是企业社会责任核算的基本目标
 2. 提供社会责任信息是企业社会责任核算的具体目标
- (二) 企业社会责任核算原则
 1. 社会性原则
 2. 可靠性原则
 3. 充分揭示原则
 4. 政策性原则
 5. 及时反馈原则

- (三) 企业社会责任核算假设和社会责任核算对象
 - 1. 提供产品和服务及企业利润方面的贡献的贡献
 - 2. 人力资源方面的贡献
 - 3. 对所在社区的贡献
 - 4. 改善生态环境的贡献
- (四) 企业社会责任核算要素
 - 1. 企业社会责任核算认为在资产要素中应包括自然资源
 - 2. 负债类要素
 - 3. 费用类要素必须包括社会成本
 - 4. 利润要素
- (五) 企业社会责任核算的计量和报告
 - 1. 货币计量法有两种
 - 2. 非货币计量方法

十.附录

参考文献

- 1. ISO 9001:2000 (质量管理体系认证) 简介
- 2. SA8000 (社会责任标准) 简介
- 3. ISO14001GB/T 24001-1996 (环境管理体系) 简介
- 4. OHSAS18001 (职业健康安全评估体系) 简介
- 5. OHSAS18000 (职业安全卫生管理体系认证) 简介
- 6. HACCP (食品卫生安全重点控制) 简介
- 7. ISO/IEC17799 (BS7799) (信息安全管理体系统认证) 简介
- 8. AS9000 (航空工业基本质量体系认证) 简介
- 9. CMM (软件开发企业能力成熟度认证) 简介
- 10. 计算机信息系统集成资质认证简介

一．企业不道德行为与社会责任

——负责任就是讲道德

全国人大常委会副委员长蒋正华 2003 年 7 月指出：中国企业在市场交易中因信用缺失、经济秩序问题造成的无效成本已占到我国 GDP 的 10%—20%，直接和间接经济损失每年高达 5855 亿元，相当于中国年财政收入的 37%，国民生产总值每年因此至少减少两个百分点。

（一）令人震惊的事实

《中国青年报》2003 年 11 月 20 日报道：金华火腿甲天下，有口皆碑。可是，2003 年 11 月 16 日中央电视台《每周质量报告》却告诉我们：不仅生产原料“死猪、母猪、公猪”都有，而且生产时，用敌敌畏浸泡“这道工序都是少不了的”。而采用如此“新工艺”制作的火腿，连苍蝇都避之不及。

然而，更令人震惊的是，面对新华社记者，浙江省食品有限公司总经理赵晓宁透露：“在当地，往火腿里添加敌敌畏早就是一个公开的秘密。”他指出：当地政府并非不知情，去年有关部门的一次调查便发现使用违禁药物生产火腿的企业有 25 家之多，但至今问题还是没得到彻底解决。

11 月 23 日，央视《每周质量报告》曝光台上又添一个实例：湖南祁东县一些厂商将红薯粉条刷上制皂的毛糠油、添加致癌的吊白块和肮脏色素，而如此“新工艺”，同样在秘密被公开之前已是当地公开的秘密。祁东县像这样的加工点共有 1000 多家，试想有多么恐怖？联系食品生产、其它商品生产中不断暴露出的类似问题，昧了良心的“新工艺”能在某些地方公然大行其道，显然已不能简单当作个案来看。

另外，企业间的三角债和赖账现象拖垮了多少国企或私企；我们生活圈子里充满的仿冒、伪造、作假等欺诈行为：大到金融财经的“基金黑幕”、“银广夏骗局”、“东方电子造假”，小到百姓民生的山西假酒、河南毒米、广东瘦肉精事件以及南京冠生园的“陈馅月饼”，多少人的辛苦钱不翼而飞，多少人被非法集资骗得倾家荡产。这种现象不仅局限在经济领域，事实上，不道德的企业行为已经像病毒一样蔓延到了政治和文化社会领域。如官员的受贿渎职、学术上的腐败等等。

（二）企业的不道德行为约束与控制

企业不道德行为的蔓延极大地阻碍了市场经济的正常发展。在骗子横行的社会中，交易成本急剧增长，市场预期极端混乱。

在这种社会中，无论确认某个商品的伪劣，还是确认一个生意对象的可靠，都需要耗费大量的时间和精力。要搞清楚一个商品生产者的信誉究竟如何，要想实证一个生意伙伴的资信状况太难了，因为一切都可以造假。而一旦上当受骗，在现有的极不完善和低效率司法制度下，无论是索赔还是追债都困难无比。因为诚信缺乏保障，或是企业行为短期，“三拍主义”流行——“拍脑袋经营、拍胸口决策、拍屁股走路”，留下一排破厂房和一堆半成品让诚信尴尬万分无地自容；或是责任虚置，义务模糊，受了骗都不知道找谁，诚信者倒落得个自作自受缺心眼的坏名声；或是市井无赖，蛮横经营，我是流氓我怕谁，骗了你又怎么样？钱已经花掉了，大不了命一条，诚信还能怎么办，只能自食其果自认倒霉——欺诈者的犯罪成本太低了，相对的是却是诚信者太高的道德风险。所有这些问题最终都不可避免地依赖于司法手段来解决，而司法机关的渎职腐败，却往往把诚信者推进了更加绝望的深渊。

1. 约束、控制不道德行为的不同方式

如果对此种现象不加以约束和控制，由不诚信、不道德所引发的社会矛盾与冲突，有可能把我国改革开放以来的经济、社会发展成果毁于一旦。那么，由那些约束方法呢？

• 自然经济的约束和控制方式——道德约束

自然经济状态下，由于商品经济很不发达，市场范围还局限在极小的区域内，因此，经济主体之间的交易行为基本上就表现为自然人之间的交换，并且，套用现今比较流行的经济学术语来讲，这样的交易还具有重复博弈的性质，即交易双方会重复地进行多次交易。

在自然经济环境下，一个经济人为了追求长远利益的最大化必然会恪守诚信，否则在下次交易时就很可能遭受别人的报复。“好借好还，再借不难”就成了该种市场环境下最优的行为准则。另外，在自然经济状态下由于个人经济活动的范围和交易范围的限制，使得信息的传播非常及时，仅仅是一些“闲言碎语”就可以将某个人不守信用的“名声”传播到所有可能的交易对象中，使得欺骗者在今后的生活中不仅面临被欺骗者的报复，而且更有可能面临来自所有潜在交易对象的报复。这样的诚信，经济学家费孝通认为是一种依附在身份关系前提下的道德约束，它只能在一个“熟人社区”中发挥行为规范的作用。

（2）商品经济初期的主要约束方式——法制约束

在商品经济高度发展后，人们的交易半径获得了极度的扩大，交易对象也比原先更加繁杂，这时，原先的重复交易可能就变成了有限次的甚至是一次性

的交易。

在这样的一次性博弈中，不再惧怕后续报复的“理性”经济人现在就有了欺骗的动机和条件。这时，如果信息在社会上的流通不再通畅、法制又不健全，从而对这种欺骗行为没能给予相应的惩罚；或者当欺骗者不诚实的信息没有为潜在的交易对象所了解，使他可以拒绝与欺骗者进行下一次的交易，或即使交易也会提高对欺骗者的要价，并要求欺骗者提供担保时，违背诚信带来的超额收益就足以诱惑欺骗者一再地重施故伎。

那么靠加强“监管”能不能解决问题？也不能根本解决问题。因为社会不可能对每一个经济运行环节都在资源支配者背后派一个“监管人”，然后在“监管人”背后再建立一个监管“监管人”的体系。一方面，这样一个依靠监管维持经济运行的制度成本实际上是任何社会都不可能承受的；另一方面，客观上也很难保证监管人不被收买以及和被监管方串通。

（3）法制约束的欠缺与不足

随着市场经济的发展，企业等法人组织逐渐代替个人成为市场交易的主体。作为一个依法设立的组织，法人不仅具有相应民事权利和义务，而且也可以通过市场行为建立自己的信誉，只不过法人的权利和义务以及其建立的信誉都将随着组织的解体而消失殆尽。但是，如果再重组一家企业的话，就又可以重新积累新组织的信誉了，而自然人只要不死，其应负的义务就不会消失。这样一来，只要企业的信用与个人信用之间没有确定的关系，理论上就可以无限次地通过注册？欺骗？注销？再注册这样的形式来多次地行骗而对个人又不造成什么影响。至于个人在为组织利益的旗号下实行的不择手段，大多数情况下还是作为一种企业行为来看待的，这样即使有什么处罚或后果，自然大部分也都落到了法人头上。就像目前的“安然事件”，在法院还没有弄清事实的真相之前，作为法人的安然和安达信已分崩离析了。

法制作为诚信的基础和保障，就要求不但法律必须是完善的，不能有太多的漏洞可钻，而且执法也必须是严明的，不能像橡皮筋一样可松可紧。而要真正做到这一点，就必须将依法治国落到实处，在全社会培育一种法治精神。现代法治社会的特征用一句著名的论断来表达，就是从身份到契约，而契约的精神实质是独立主体间的平等，只有建立在这种平等关系下的诚信才是一种与任何身份因素无关的、发生在所有陌生人之间的诚信，而只有这种诚信，才能支持陌生人之间的交易从而使市场交换行为能持续地在大范围内进行。

在当今这个世界上，支撑市场经济运行的制度仍停留在工业化阶段平衡社会利益构成的基础上。而在现实中，原有的资本补偿方式已经不能满足资本利益的基本要求，但新的方式还没找到。之所以出现许多世界著名大公司造“假账”的事件，根本原因在于世界还没有找到适应“新经济”的新制度。据2002年《财富》杂志公布的数据，上年全美收入最高的500家公司，其年盈利总额已经从2000年的4440亿美元跌至2001年的2060亿美元，下跌了53%。“世通”公司造假的方式其实很简单，就是把“经常性支出”的账记到了“资本性支出”栏目。通俗说就是，把应当摊入成本的支出还当成投资记在账上。用中国企业更熟悉的语言说，就是“不摊折旧”。不摊折旧不就虚增利润了么？

资本面临无法补偿的危机，于是就“饮鸩止渴”，靠造假账，特别是虚增利润的假账来吸引投资者，以促进资源向这个领域大规模集中。因为离开资源的大规模集中就不可能有新经济。可以断言的是，监管、审计、公司治理实际上都难以应对技术进步这个挑战。一个极其重大的新问题在考验人类智慧：新经济条件下，资本该怎么活？

也许会有人诘问，安然公司是一个传统的能源公司，技术进步导致的资本“无形损耗”远没有高科技领域那么显著，为什么安然公司也会造假呢？这个问题不难解释。前期全社会对“新经济”的过度乐观预期导致资源迅速向高科技企业集中，导致传统产业与高科技产业之间在争夺增量资源投入上的尖锐冲突。在对增量资源投入的竞争中，传统产业作出了两个选择：一个是安然公司的造假，一个是美国加州的大规模电力危机。这同样是新经济的挑战，不过是挑战的另一种提法而已。

特别有必要申明一点：中国“银广厦”们的造假账和技术进步的挑战无关。我们当前面对的是两方面制度缺陷：一是社会利益平衡机制存在着不合理的倾斜。在政府与市场之间、国有投资者与非国有投资者之间、与旧体制相连的企业职能与出资人利益之间，对一方利益的过度偏袒导致了制度对造假的容忍甚至纵容。例如一些地方政府帮助、支持企业造假上市，相当多的国有大股东靠欺骗公众投资者来获取利益，一些从旧体制延续而来的企业为了维护局部劳动者的就业、职工福利最大化等利益要求而不惜牺牲出资人所要求的利润目标等；二是对非法利益缺乏有效的抑制机制。一些公司在上市过程中发生的利用行政权力的“寻租”腐败、利用违规入市的银行资金操纵市场的“庄家”与上市公司的合谋串通、上市公司的“内部人”利用职权牟取个人利益等现象之所以展现不绝，关键是这些非法利益的存在成为了相当普遍的现象。当前我们最迫切要问的，其实不仅是否存在着制度“真空”，也不仅是违规成本是否足够大，而是哪些人，哪些利益群体从制度缺陷、从造假中获取了好处。这个问题需要我们全社会来回答。

2. 法制约束与道德约束的结合

在自然经济向商品经济的转轨过程中出现的个人诚信危机其实还可以通过一些制度安排来加以规范，比如可以用机构或组织的声誉来约束组织中的个人行为。其原因在于虽然商品经济条件下的个人具有了高度的流动性，但作为一个组织来讲，却是相对稳定的。比如任何一个法人都应该有个注册地，且要变更注册地的话一般还必须要到管理部门登记，同时，依法设立的组织理论上讲是可以无限期存续的，这样发生在组织间的交易行为就具有了某种重复博弈的性质，就像自然经济条件下的个人或家庭一样，一些志在长远的企业就具有了讲求诚信的内在动力，它会主动地规范、约束内部雇员的行为。

（1）前提条件

但是，要想使这一机制发生作用，就必须具备两个必要的前提条件。

一是个人的利益必须与组织的价值有高度的关联性，而组织的价值则要在很大程度上依赖于它的信誉。

二是个在企业里的利益在可预见的将来必须是可持续的。否则对于一个无甚关系的、不可持续的利益来源，个人没有必要去维护它的长期信誉而只会注重短期利益，这时，企业的行为也就不可能立足于长远。

三是要建立一种将企业的信用与管理者的信用有机联系起来的机制，像我国公司法第五十七条的规定：担任因经营不善而破产清算的公司、企业的董事或者厂长、经理，并对该公司、企业的破产负有个人责任的，自该公司、企业破产清算完结之日起未逾三年的，不得担任其他公司的董事、监事、经理。关键是这样的制度一定要落到实处，并有一个全国联网的对企业管理人员的诚信记录，否则就无法完全杜绝“异地做官”、换个地方照样办企业这样的现象。

现在很多的企业不讲信誉就是因为没有这种利益之间的关联性和长远的利益保障，而产生这种现象的最根本原因则在于产权不明晰。在传统的国有产权制度和分配制度下，决策者的利益与他所决策的企业价值之间没有根本性的长远关系，无论企业经营的好坏，管理者都可以得到（也只能得到）基本相同的报酬。根据2001年度上市公司年报数据，高管年薪排名第一的居然是亏损的ST科龙，达700余万元，而排名第二和第三的福耀玻璃和用友软件，则分别只有127万元和123万元。

国有企业如此，那么，理论上讲产权已非常清晰的民营企业为什么也频频发生不讲诚信的现象呢？关键在于，至今在法律上尤其是宪法上对私有财产的保护还不是十分的明确。加上意识形态上的考虑和对政府行为的不确定性预期，使得民营企业普遍缺乏安全感。这样，即使一个人对其财产有了法律上的所有权，但如果他预期这种所有权将来有可能被剥夺时，很难想象他会像真正的所有者那样采取长期化的行为。为此，不但要进行与十五大精神配套的立法、修宪，而且还要真正做到依法治国，依法行政。

（2）三个层次的制度建设

第一个层次就是人们常说的诚信或道德。

诚信的本意就是自觉地遵守制度。当人们意识到，遵守制度可以更大限度地维护自己利益时，大多数人都会选择自觉遵守制度。导致这样一个结果的基础是，制度必须能够使多方面的社会利益构成部分在矛盾冲突面前得到平衡。通俗说就是，制度得保证每一个社会利益群体的合法利益都能够得到必要程度的维护。

第二个层次是维护诚信或道德法制效率。

任何社会都会有缺乏诚信、唯利是图到企图依靠破坏制度来牟取私利的人。维护制度仅仅靠竞争、消费者选择等市场化力量不行。关键是要有能够及时发现那些违规者，并且对这些违规者施以惩罚的社会强制力量，例如政府的力量、法律的力量。而且这种惩罚还得强大到足以使违规成本远远超过违规收益。这就是“监管”。无须讳言的事实是，在低效率的制度背景下，好人也会被迫用“违规”来维护自己的利益。如果一个社会诚信不倡，那么首先就得检查这个社会维护诚信的制度效率是否太低。

第三个层次是对制度本身的纠错机制。

没有一个制度是可以永远“摆平”所有方面的社会利益群体的。当社会某一个群体已经无法用遵守制度来维护自己的利益时，他们就会转为选择破坏制度来主

张自己的利益。在资本主义工业化阶段，其“血汗工厂”制度的监管不可谓不严格。但当劳动要素的利益与资本要素的利益尖锐到无法调和时，“罢工”以致“暴力革命”等对制度的反抗就必然会发生。在我国改革开放前的农村，在“一大二公”的制度体系下，当农民无法用遵守制度来维护自己的利益时，无穷无尽的“政治运动”也无法阻止农民用“出工不出力”的办法来抵制制度。

这种情况下，“监管”已经无能为力，调整制度本身就成为必要。例如中国古代的农民起义，就是对失衡的利益的一种残酷的调整方式；在近代发达国家中，工人运动所引发的资本对劳动要素的利益妥协；中国城乡利益的失衡所导致的农村土地制度的改革与经济关系的调整等。但这些调整方式，几乎都是代价很高、甚至是极其残酷的。

那么，能否构建一种能够不断地、微量的、温和的调节机制？西方的民主制度给我们以启示，发达国家的市场和社会实践也提供了榜样，那就是构建企业和个人的信用记录，用法律手段加以保证和强化，用市场手段加以引导，使之形成一种流行、一种风气，进而由于长期而普遍的坚持形成一种文化价值的沉淀，最终形成一种讲道德的市场交易规则和个人生活习惯。

目前，面对企业经营中的不道德现象、面对政府官员的腐败等社会现象，许多有识之士已经认识到要构建中国信用体系的重要性，而且在上海、广州等城市已经开始了试点工作，这是值得欣慰的。

（三）社会责任——企业应该承担的道德义务

在经济全球化、世界多级化、信息网络化的当今，国与国之间由于国情不同和历史文化发展差异，使经济发展的差距不断增大，贫富差距、环境污染等正成为全球性问题。企业发展与社会环境休戚相关，社会是企业利益的来源，企业应当承担一定的社会责任，社会各界正日益关注企业的社会责任。

1999年1月的瑞士达沃斯世界经济论坛上，联合国秘书长科菲·安南提出了一项“全球协议”计划，“全球协议”要求世界各公司在各自具有影响的范围内遵守、支持和施行一套在人权、劳工标准及环境方面的基本原则。从企业角度看，这些原则成为“企业社会责任”（Corporate Social Responsibility，简称CSR）的重要组成部分。动员企业界以自主行为遵守商业道德、尊重基本人权、劳工标准和环境方面的国际公约。安南秘书长的倡议，得到了包括我国政府和企业家在内的世界各国的重视，一些国家和国际知名大公司积极响应，采取各种有效措施推动各项原则的执行和实施。

2001年12月8日，中国企业联合会和联合国在北京首次举办了题为“新世界的中国企业”研讨会，成为国际上第一个参与“全球协议”的国家级雇主组织，扩大了中国企业在国际上的影响。随后，中国企业联合会与有关方面合作，开展了一系列推动企业社会责任及“全球协议”的活动。联合国秘书长安南于2002年1月20日亲自致函中国企业联合会会长陈锦华，对中国企业联合会、中国企业家协会的工作给予了高度评价。2003年9月16-18日，在京、沪两地由中国企业联合会和英国政府合作召开的“生财有道——企业社会责任和公司治理”研讨

会上，英国著名社会和经济评论家约翰·凯、威尔·赫顿和企业代表与我国的有关专家、学者和企业代表共同探讨、交流了企业社会责任的经验和做法。

1．社会责任的含义

社会责任（Society Responsibility SR），在中国还是一个新名词。应该怎样理解中国企业的社会责任？怎样对中国企业的社会责任进行评估？还处在探索的过程中。目前，一些国际组织正在帮助中国的国有企业进行改革重组，以适应进入 WTO 以后的需要，其中的一项重要任务就是帮助企业建立起企业社会责任（CSR）体系。

什么是社会责任（SR）？按照中国政府与英国国际发展部（DFID）的一项“国有企业重组”合作计划（SOERED）中的解释是这样的：“社会责任（SR）承认建立企业经济能力的重要性，但认为只有把人力资源、社会因素与企业的经济能力整合在一起进行考虑，企业重组才能发挥最大的作用，企业的经济能力和可持续发展能力才能有坚实的基础”。

2．社会责任的基本内容

该项目认为，对目前的国有企业重组而言，SR 应包括以下五个方面的内容：

- 1．企业通过为劳动者提供符合国家、地方法律法规的劳动报酬、劳动条件、劳动安全保障、劳动保险和部分社会保险，履行对社会的相应责任。
- 2．企业通过运用自己的社会资产，履行对社会的相应责任。
- 3．企业规章制度中对职工和社会有益的习惯做法。
- 4．企业对员工的培训和再教育，使他们能在需要再次就业时有所裨益。
- 5．企业通过广告、捐助、参与社区活动等方式承担的社会公益投入。

“国有企业重组”合作计划是通过以上五个方面来帮助中国企业认识 and 了解 SR，并建立起自己的 SR 体系。为社会发展顾问参与了该项目对中国企业进行社会责任评估方面的指导工作。

在目前，对中国企业而言，企业的社会责任（CSR）是指：企业对投资人以外的、企业内外利益相关者的责任。即企业对员工、商务合作伙伴、消费者（服务对象）、社区以及代表社会利益的政府等各方面的责任。

3．社会责任的作用

首先，社会责任把各方面的关系规范化，有助于平等对话。

企业的 SR 体系，把企业与国家、社会、员工的联系通过企业的规章制度形式与予规范化、制度化。通过建立和实施企业 SR 体系，明确企业的社会地位、社会义务、社会贡献以及社会责任。这不仅有助于企业和员工认同本企业在社会主义市场经济条件下的社会贡献和社会价值，并在此基础上建立起符合社会主义市场经济要求的新型企业激励机制和新企业文化；也有助于劳动者认识到和体会到自己在企业的劳动也具有的社会价值和社会意义，在管理者和劳动者之间建立

起一种平等的对话平台，从而达成一种共识：企业家、管理者和劳动者（职工）都是“社会主义事业的建设者”。

其次，社会责任有助于企业提高盈利能力。

企业 SR 体系的建立和实施，从根本上讲：是为了提高企业的现代化水平；提高企业赢利能力；有助于形成企业长期的、有效的激励机制；帮助企业建立起适应发展—开放—交流要求的机制，以应对社会变革的消极影响，降低或减少由于社会变革因素而必须付出的改革成本；形成企业文化，树立企业形象。

再次，社会责任是审核企业社会贡献的指标。

体现社会主义市场经济原则的企业 SR 体系，表明企业是一个有社会责任感的经济组织，它所具有的经济能力，将对国家和社会有所贡献；同时，它的赢利能力越强，它对社会的贡献也就越大。企业的 SR 以企业的经济能力为基础，没有经济能力，SR 无从谈起；但是企业要成长、发展，没有相应的 SR 意识和完善的 SR 体系，也是绝对不可能的。

还有，社会责任还是企业社会形象的指针。

企业的社会责任（CSR）代表着企业的社会形象。这种形象认定不仅是企业的自我塑造，还要有社会专业机构的客观认定。也就是说：企业的文化理念、价值标准、社会贡献、社会地位等等，并不仅仅是企业的自我说明和解释；而是由来自专业社会评估机构在对企业所有的规章制度及其实际运作过程、实际经济效益、实际社会效果等进行全面考察后，所给予的“企业社会责任评估意见”。

最后，社会责任有助于与国际接轨。

企业的 SR 体系反映了企业的社会性、民主性、现代性和开放性。入世以后，我们的企业、尤其是中小企业，与国际经济和国际社会有更多的接触，有更多的合作/发展机会。而企业在社会责任方面的观念和做法，是国际企业界和金融界考察、了解中国企业的重要内容。如果我们对此一无所知或知之甚少，是不利于中国企业与国际经济组织交流、接轨和竞争的。

4. 中国企业社会责任的特点

公司的社会责任作为西方学者首先提出的先进理论，其适应了西方公司从自由资本主义到垄断资本主义的发展历程。我国作为一个刚刚走上社会主义市场经济道路的发展中国家，更加注重的是公司的经济效益，因此学者们更加关注的是国外那些有利于公司如何赢利的制度设计，而对公司的社会责任的讨论并不是很多，甚至有些抱回避的态度。

虽然中国现在面临的主要是公司的赢利问题，但同时我们也应该看到公司侵害利益相关者合法利益的事情时有发生，我们完全不必要只有到了问题严重地不能不治理时才想到公司还有一个社会责任问题。再者，我们主张在公司法中借鉴国外的先进制度，既体现了立法上要具有一定的超前性的做法，又符合了中国人世后法制上要与世界接轨的迫切要求。同时，需要指出的是我们主张公司的社会责任并不是从根本上否定公司的营利性，而是认为公司在经营过程中应当顾及利益相关者的合法权益，使这种营利性能更好地为整个社会服务。

因此，在公司的社会责任上，我们反对两种倾向，一种是完全否认公司的社

会责任，只看到股东们的利益，而看不到其他社会利益者的合法权益；另一种就是过度强化公司的社会责任，完全否认公司是以营利为目的的经济组织体，把公司完全看成计划经济体制下的企业，让企业来办社会，把过多的社会职能交由公司来完成。

总之，公司社会责任理念在中国的引进和探讨必将对我国公司法的修改和完善以及相关立法产生深远的影响，必将会给我国现代企业制度的完善提供宝贵的借鉴，公司也必将沐浴着二十一世纪新的曙光再一次以崭新的姿态为人类社会做出更大的贡献。

二. 我国企业社会责任问题现状分析

最近,中新社在政府权威部门的授权下,公布了几组惊人的数据:据国家工商部门统计,目前中国每年订立的合同约有40亿份,合同涉及的金额140亿元,但是却只有五成的合同履约;中国企业联合会的最新资料显示,中国每年因逃废债务造成的直接损失约1800亿元,产品质量低劣和假冒产品所造成的各种损失达2000亿元;缺失诚信同样给在华的外资企业带来不小的损失,几十家跨国公司产品被冒仿率均在50%左右,而各公司用于打击假冒产品的费用每年为50至200万美元,假冒产品造成的损失在2000亿元以上;近年来,中国由于缺失诚信所造成的经济损失惊人,据有关部门初步估算,从20世纪80年代迄今,共达6000亿元人民币在失信的“漏斗”中流逝。

全国人大常委会副委员长蒋正华日前指出:中国企业在市场交易中因信用缺失、经济秩序问题造成的无效成本已占到我国GDP的10%—20%,直接和间接经济损失每年高达5855亿元,相当于中国年财政收入的37%,国民生产总值每年因此至少减少两个百分点。

(一) 现象归类

企业的道德行为既导致生产经营者和消费者购买成本提高,并最终导致社会总成本的提高,信用的缺失也造成消费者对市场的不信任,导致市场的萎缩,对社会的投资和消费产生严重的负面影响,从而影响着整个社会市场经济的健康发展。主要有以下几类:

1、假冒伪劣充斥市场

非法造假是极端利己主义的典型表现。据统计,全国每年由于产品质量低劣或制假售假造成的各种损失达2000亿元。

假冒伪劣商品泛滥,制假贩假活动猖獗,是近几年我国社会信用缺失的最典型的表现。假酒、假烟、假药、假种子、假农药、假标签、冒牌光碟等等,这些本不应该出现的东西在全国各地的普遍泛滥,使“李逵”和“李鬼”常常在市场中互相交战,真假难辨,严重地背离了市场诚信原则。据有关研究资料介绍,我国一些企业由于信用不高乃至失信,导致直接和间接的经济损失约6000亿元人民币,光是国家和企业用于打假的经费,每年不少于100亿元人民币,仅仅是制假一项,国家为此年均损失税收高达250多亿元人民币。