

企业伦理与文化 案例精选

QIYE LUNLI YU WENHUA

ANLI JINGXUAN

魏文斌 编著



苏州大学出版社
Soochow University Press

苏州大学专业学位硕士案例教材

企业伦理与文化 案例精选

魏文斌 编著



苏州大学出版社
Soochow University Press

图书在版编目(CIP)数据

企业伦理与文化案例精选 / 魏文斌编著. —苏州:
苏州大学出版社, 2016. 9
苏州大学专业学位硕士案例教材
ISBN 978-7-5672-1854-3

I. ①企… II. ①魏… III. ①企业伦理—案例—研究生—教材②企业文化—案例—研究生—教材 IV.
①F270-05②F272-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 226139 号

内容简介

本书以《企业伦理与文化》课程内容为主题精选 10 篇典型案例和 1 篇专题案例,除第一部分综述企业伦理与文化研究进展外,所选案例的素材均源于对苏州本土企业的实地调研或对公开资料的收集整理。每个案例都包括案例正文和案例使用说明,部分案例提供了较为详细的分析过程,力求与国际国内 MBA 教学案例标准接轨,内容上完整呈现工商管理教学案例全貌。

本书适合 MBA 学员、工商管理专业本科生以及感兴趣的人员阅读。

企业伦理与文化案例精选

魏文斌 编著

责任编辑 王 亮

苏州大学出版社出版发行

(地址:苏州市十梓街 1 号 邮编:215006)

丹阳市兴华印刷厂印装

(地址:丹阳市胡桥镇 邮编:212313)

开本 710 mm×1 000 mm 1/16 印张 15 字数 260 千

2016 年 9 月第 1 版 2016 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5672-1854-3 定价:38.00 元

苏州大学版图书若有印装错误,本社负责调换

苏州大学出版社营销部 电话:0512-65225020

苏州大学出版社网址 <http://www.sudapress.com>

前言

企业伦理与文化管理问题是一个极具复杂性的世界性课题。近年来,面对一些企业发生的重大失信、社会责任缺失事件,国内外学者对企业伦理与文化管理的研究空前活跃,相关文献可谓汗牛充栋。与之相适应,各国商学院或管理学院纷纷开设《商业伦理学》《企业文化学》《企业伦理与文化》《企业社会责任》等课程。回顾中国的 MBA 教育,这个世界性课题也引起了主管部门和教育机构的重视。全国 MBA 教育指导委员会在 2009 年 5 月修订的《关于工商管理硕士 (MBA) 研究生培养过程的若干基本要求》中,规定 MBA 教育项目的“课程设置、教育环节或课程内容中应包含有企业社会责任和商业伦理教育方面的具体内容和明确要求”。

MBA 是我国于 1991 年试办的管理类第一个专业硕士学位,培养过程主要采用“三段式”培养方式,即结合课程学习、企业实践和学位论文来培养管理类专业型硕士研究生的综合素质。实践活动是专业学位硕士教育的重要环节之一,案例教学则是 MBA 教学的主要方法,即围绕一定培训目的,把企业实际中真实的情景加以典型化处理,形成供学员思考分析和决策的案例,通过独立研究和相互讨论的方式提高学员对企业经营管理问题分析和解决问题能力的一种方法。

苏州大学是国务院学位办 2003 年批准的第五批 MBA 培养院校,于 2004 年正式招生,已培养 MBA 毕业生 1500 多名,目前在读 MBA 学员超过 800 名。自开办 MBA 教育以来,积极探索 MBA 教学规律,注重培养学员的管理实践能力,取得了一定的办学效果,但案例教学仍然存在一些突出问题,尤其是缺少典型的本土企业教学案例。为

此,我们于2012年3月成立了MBA案例研究中心。2013年开始,苏州大学MBA积极响应全国MBA教育指导委员会“百篇优秀管理案例”评选工作,动员和组织专业教师开发、编写本土企业教学案例。

多年来,笔者主讲MBA《企业伦理与文化》课程,在编写理论著作的同时,关注苏州本土企业案例。特别是2012年6月苏州大学MBA和苏州市工商行政管理学会合作成立“企业案例研究基地”以来,确定了以“苏州本土品牌企业发展研究”为重点课题,先后实地调研了30多家本土品牌企业,共同主编出版了《苏州本土品牌企业发展报告》“三部曲”(驰名商标卷、老字号卷、上市公司卷),为本书的编写提供了第一手的企业案例素材。

为深入探讨MBA教学改革,笔者申请并主持了2013年度江苏省研究生创新工程教改项目:工商管理硕士(MBA)研究生课程教学改革研究与实践——以MBA项目为例(项目编号:JGZZ13_073),该项目于2016年2月通过了结题验收。在笔者提出的进一步发展和完善MBA互动式培养模式对策建议中,强调要持续开发本土企业教学案例,采编第一手教学案例应常态化。本书的编写即是持续开发本土企业教学案例的阶段成果。

本书除第一部分综述企业伦理与文化研究进展外,编写的案例具有三个方面的特点:一是案例对象典型,以原创型案例为主。本书所选取的案例对象具有典型性,所编案例的素材均源于对苏州本土企业的实地调研或对公开资料的收集整理。二是以正面剖析本土品牌企业社会责任和企业文化建设实践为主。学习、讨论和借鉴行业领先企业或典型企业的社会责任与文化管理实践,有助于学员提高运用理论知识分析企业实际问题的能力,有利于学员掌握企业社会责任与文化管理解决方案的操作性。三是案例编写具有规范性、可读性和专业性。案例格式上写作规范,兼顾行文上的可读性。每个案例都包括案例正文和案例使用说明,部分案例提供了较为详细的分析过程,力求与国际国内管理教学案例标准接轨,内容上完整呈现工商管理教学案例全貌。

在对本书所涉及企业的实地调研过程中,得到了苏州市市场监督管理学会(原工商行政管理学会)洪海秘书长的大力支持,得到了被调研企业高管和其他管理人员以及课题组成员的积极配合。笔者指导的硕士生沈正、汤华、雷星星、胡菊、华佩佩等同学参与了部分企业的调研和资料整理。本书的编写,得到了加拿大毅伟商学院案例教学资深教师陈时奋教授的指点和中国管理案例共享中心副主任、大连理工大学管理与经济学部案例教学与研究中心主任王淑娟以及国内同行在中国管理案例共享中心案例库的分享。本书的出版,得到了苏州大学研究生院、苏州大学东吴商学院、苏州大学出版社有关领导的关心和支持,获得了2014年度苏州大学专业学位硕士案例教材建设项目的资助。对于上述人员和支持,在此一并表示感谢!

编写面向 MBA 专业学位、以《企业伦理与文化》课程内容为主题的原创型苏州本土企业教学案例,对笔者而言还是初步尝试,而且对案例写作并无定论,因而书中不足及疏漏之处在所难免,恳请读者批评指正。

文 子

2016 年 5 月 4 日于苏州大学 MBA 案例研究中心

2016 年 7 月 15 日定稿于加拿大蒙城寓所

目 录

理 论 篇

企业伦理兴起的背景与研究进展 / 002

企业文化的兴起、理论标志及其发展趋势 / 012

案 例 篇

雷允上：三百年品牌传承与发展 / 024

亨通集团的社会责任体系 / 042

纽威阀门的利益相关者管理 / 060

昆山中荣公司爆炸事件 / 078

苏州上市公司社会责任信息披露与分析 / 096

宋郑还：追梦“好孩子” / 120

旭日装饰的企业文化升级之路 / 136

德胜洋楼：制度背后的立法精神 / 156

捷安特的品牌文化 / 175

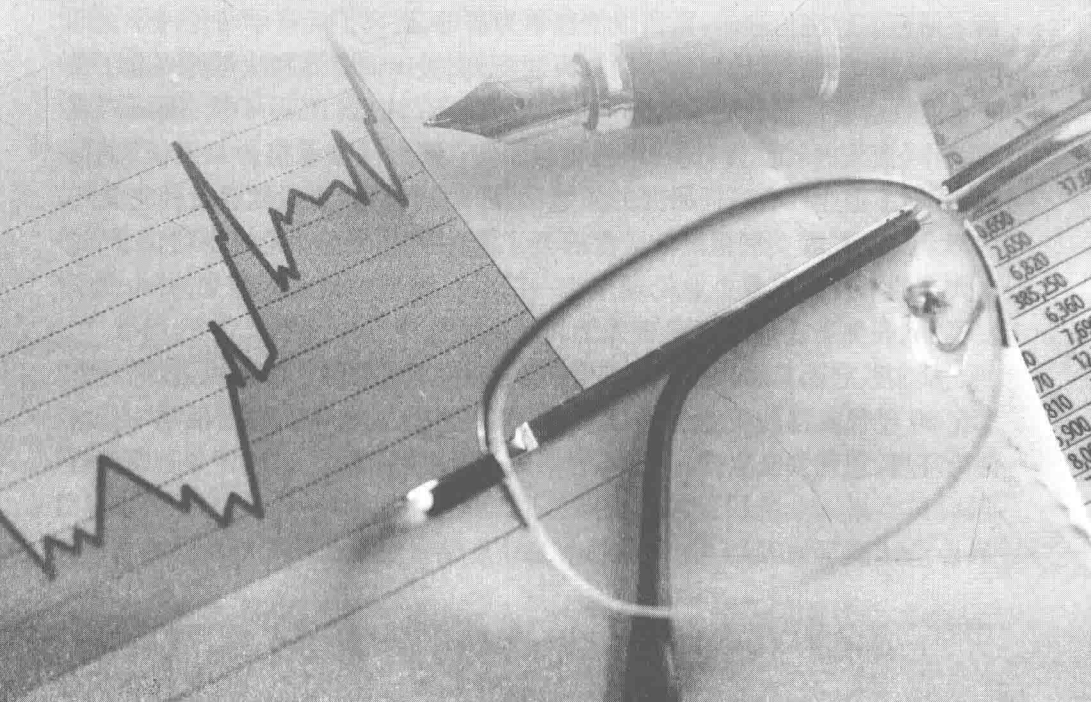
飞翔公司的企业文化建设如何优化 / 189

松鹤楼：餐饮老字号的品牌创新 / 207

附录：管理案例教学 / 222

理论篇

LILUNPIAN



企业伦理兴起的背景与研究进展

一、企业伦理兴起的背景

从全球范围的人类文明进程来看,人类活动在对社会进步不懈追求的同时,也让潘多拉打开了罪恶的盒子;随着“天使”的降临,“魔鬼”也跟踪而至。工业文明使人类找到了通过商品经济实现生产力高速增长的通道,但付出的成本却是生态环境的破坏、不可再生资源的丧失、道德的沦丧以及人性的扭曲。面对企业社会责任行为缺失的种种困境,人们提出了可持续发展、社会责任和利益相关者管理,呼吁构建企业责任文化。随着人们对企业管理行为进行伦理反思的不断深入,企业伦理和社会责任在世界范围内吸引了许多学者进行跨学科的讨论,已成为管理学科和应用伦理学中的一个极具活力的研究领域。

从理论层面来看,企业伦理研究经历了从经济伦理、商业伦理到企业社会责任这样一个历史发展脉络。其理论渊源可追溯到英国古典经济学家亚当·斯密的经济伦理学,斯密以伦理学为基础,研究了经济学与伦理学之间的关系,建立了经济伦理学基础。20世纪初,美国商业界和法学界兴起了关于企业社会责任的讨论。1953年,霍华德·R. 鲍恩(Howard R. Bowen)在其著作《商人的社会责任》^①中提出“商人应该为社会承担什么责任”的问题,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”。1974年11月,在美国堪萨斯大学召开了第一届全美企业伦理学讨论会,这次大会的举行标志着企业伦理作为一门学科得到了相应的确立,并由此引发了“利润先于伦理”与“伦理先于利润”之争。

从实践层面来看,对企业经营活动中的伦理道德因素的重视,发端于20世纪60年代美国的企业伦理运动。当时一些企业在生产经营活动中肆意污染环境、忽视安全生产、销售不合格产品、歧视员工等,这些不道德行为经

^① 霍华德·R. 鲍恩. 商人的社会责任[M]. 北京: 经济管理出版社, 2015.

媒体曝光后,引起了公众的强烈反响,并在全社会引发了一场保护消费者权益的运动。企业的反伦理行为,不仅扭曲了市场体系,导致资源配置效率低下,而且破坏了企业与其利益相关者的关系,直接影响到企业的形象和长期绩效。因此,企业不得不屈从于社会公众的压力和自我生存的需要,转而重视企业伦理问题。

20世纪80年代以后,企业伦理在理论和实践方面进入了全面发展的阶段。主要标志为:

第一,就范围来看,企业伦理学从美国迅速扩展到日本、欧洲等国家和地区。有关企业管理伦理方面的研究机构、出版物在美国、加拿大、欧洲、日本和韩国纷纷问世。欧洲对管理伦理的研究更是采取联合行动,1987年成立了“欧洲经济伦理网络”(EBEN),参加国有德国、瑞典、意大利、法国、西班牙、荷兰和英国等,其宗旨是要在所有的经济管理层次上为改进整个决策过程和伦理质量做出贡献。西方各国的政府和民间机构在推动管理伦理建设方面也发挥了重要的作用。一些民间组织,如美国的伦理资源中心、欧洲经济伦理网络、日本经营伦理学会等,则经常就一些管理伦理问题进行全方位、多层次的讨论,使管理伦理运动不断向纵深发展。

第二,在企业伦理教育和研究方面,绝大多数大学中的商学院开设了企业伦理和商业道德方面的课程。据统计,美国已有90%以上的商学院开设了企业伦理学课程,其中,哈佛大学商学院是最早强调企业伦理方面教育的学院之一。1987年,毕业于哈佛大学商学院的美国前证券交易委员会主席约翰·沙德(John Shad)先生,由于看到不少全美著名的管理学院与法学院的年轻人被卷入金钱交易和公物私用的商界丑闻,在颇感失望之余,给哈佛商学院捐款2000万美元,并提出倡议开设“管理决策与伦理价值”课程。一些学者也相继编写了企业伦理方面的教材,如汤姆·比彻姆和诺曼·鲍依的《企业与伦理理论》,施泰因曼和勒尔的《企业伦理学基础》,D. J. 弗里切的《商业伦理学》,O. C. 费雷尔、约翰·弗雷德里克和琰达·费雷尔的《商业伦理:伦理决策与案例》等。

第三,企业伦理在实践中也得到了广泛的应用。在西方企业伦理运动的演进过程中,企业界无疑扮演了核心的角色。20世纪80年代,大多数西方企业开始明确企业的价值观、信条和使命,制定企业经营管理守则和行为规范,对企业管理人员和一般员工进行伦理道德培训,建立企业伦理官员和伦理办公室制度。1988年,由各大公司总裁组成的美国企业圆桌委员会把企业良好的伦理道德风气看作是首要的企业资产,并以此促进美国企业界

的观念变革。1994年,欧美日三方企业界领袖在瑞士通过了《康克斯圆桌委员会商务原则》,呼吁全球企业特别是跨国公司本着“共生”和“人类尊严”的理念,处理好企业与其雇员、客户、竞争对手、所有人或投资者、供应商以及所在社区的关系,积极承担相应的责任,而不能仅仅依靠法律和市场的力量去规范企业活动。这一原则为企业经营管理提供了伦理道德上的重要参考。英国、德国等欧洲国家中越来越多的大企业已经和正在制定成文的企业管理伦理准则,有超过一半的企业设有专门的企业伦理机构,负责有关企业伦理方面的工作,在企业的实际运作中对于企业的文化氛围和道德形象均起到了良好作用。

另外,美国一流商学院纷纷成立企业伦理研究中心或企业社会责任研究中心。如沃顿商学院于1997年成立了“企业伦理研究中心”,圣母大学门多萨商学院于2001年成立了“全球道德经营研究所”,卡内基·梅隆大学商学院于2002年成立了“国际企业责任研究中心”,哥伦比亚大学商学院于2003年成立了“领导与伦理研究中心”,等等。可以看出,依托研究机构开展企业伦理和社会责任的教学与研究,培养具有社会责任感的管理者,已成为一流商学院在竞争中谋求发展的重要战略举措。

二、企业伦理研究的发展阶段和研究内容

(一) 企业伦理研究的发展阶段

20世纪以后,随着科技的发展和文明的进步,工业生产的规模进一步扩大,生产的社会性程度也大大增加,在此基础上,以泰罗科学管理理论为标志的管理学诞生了,该领域的各种理论也相继出现。由于管理活动涉及大量对人的管理问题,因此每种管理理论或多或少都涉及对管理中伦理问题的思考。特别是企业伦理学,自从其成为一门独立学科以来,吸引了世界范围内许多学者进行跨学科的讨论,取得了很多新的进展。

从企业伦理研究的发展历程来看,中外学者对企业伦理发展阶段的划分不尽一致。美国的O. C. 费雷尔等人将企业伦理的研究发展分为五个阶段:

(1) 1960年以前,企业伦理问题主要从宗教方面来讨论,宗教领袖提出了有关公平薪水、劳动行为和资本主义道德等方面的问题。

(2) 20世纪60年代,商业中许多社会问题开始出现,社会良知随之浮现。

(3) 20世纪70年代,企业伦理开始发展成为一个独立的研究领域。企

业伦理发展成为一门为人认可的学科,学者和实践者开始探讨伦理问题并试图理解个人和组织如何做出伦理的决策。

(4) 20 世纪 80 年代,企业伦理进入巩固阶段。美国的大学里设置了 500 多门商业伦理方面的课程,商业伦理中心提供出版物、课程、会议和研讨会。许多公司建立伦理委员会和社会政策委员会来处理伦理问题。

(5) 20 世纪 90 年代,是企业伦理的制度化阶段。进入 21 世纪后,企业伦理研究继续在发展。企业伦理问题可以从法律、哲学、神学或社会学的角度来着手处理;或者可以用实用主义精神来处理它们,寻求特殊管理问题的解决方案。企业管理者、学者和政府正在试图开发系统的指南来帮助个人或组织做伦理决策。当前的潮流是组织正在转向基于诚实正直的品质,它使伦理成为核心组织价值观的一部分。^①

(二) 企业伦理研究的主要内容

总体上看,企业伦理研究的主要内容分属于三个层面:

其一,微观层面,主要探讨企业活动中的相关个人之间的伦理关系,即雇主与雇员、管理者与被管理者、同事与同事之间,以及投资者、供应者、消费者等这些单个人之间的伦理关系。特别是对利益相关者的研究,已形成当今风靡于理论界,尤其是管理学界和企业伦理学界的利益相关者理论。1984 年,弗里曼(R. Edward Freeman)在其经典著作《战略管理——利益相关者方法》中强调利益相关者在企业战略分析、规划和实施中的作用。而动态演化的观点则认为利益相关者是不断变化的,他们与公司的利害关系也随着公司考虑战略问题的改变而改变。为此,卡罗尔和巴克霍尔茨提出两种利益相关者分类方法:一是根据利益相关者与公司关系的正式性,区分为主要的利益相关者和次要的利益相关者;二是将利益相关者区分为核心利益相关者、战略利益相关者和环境利益相关者。^②对此,公司战略必须考虑不同情境下利益相关者的变化与要求。总之,利益相关者理论的要旨在于为企业及其管理者对企业所有利益相关者负责提供深层次的理论证明,并践行企业社会责任,这是企业伦理微观层面研究的核心内容。

其二,中观层面,主要研究各种管理组织之间,特别是各种经济性组织之间的伦理关系问题。这类组织包括公司、厂家、贸易联盟、消费者组织、行业协会、工会等。尽管这些组织是由个人组成的,但是组织的行为却不能简

① O. C. 费雷尔等. 商业伦理: 伦理决策与案例[M]. 第 5 版. 北京: 清华大学出版社, 2005: 9-13.

② 阿奇·B·卡罗尔, 安·K·巴克霍尔茨. 企业与社会: 伦理与利益相关者管理[M]. 北京: 机械工业出版社, 2004: 46-48.

单地表述成单个成员的行为之和。组织有自己的目标、利益和行为方式,并能发展一定的自治性,因而具有超越个人行为特征。由于社会分工不同,各种组织在社会中扮演着不同的角色,这些组织在自身的行为中应有什么样的观念?如何以自身的独特作用为组织的管理伦理做出自己的贡献?如何处理与贸易伙伴、竞争对手的关系?如何积极吸纳其他组织参与管理伦理的建设?这类问题,是这一层面商业伦理研究的主要内容。

其三,宏观层面,主要研究社会或制度层次,包括经济制度和经济条件的形态,如经济秩序、经济政策、金融政策、社会政策、国际商务活动以及国际商务关系等方面的伦理问题。如:社会保障究竟是谁的责任?政府、企业、个人应如何分担?在国际贸易中应如何对待客国与母国的伦理规范和道德标准的差异?如何形成公平的国际商务关系?如何在国际社会构建公平、正义的贸易环境?等等。由于这些问题涉及市场经济、所有制及产权制度等的道德评价,与经济学、伦理学和社会学关系密切,因而除了管理学界外,一些伦理学家和经济学家也对企业伦理进行了讨论。

三、企业社会责任研究及其新进展

(一) 关于企业社会责任的争论

企业社会责任是一个交叉学科的研究领域,其演进历程反映了多元学科的视角。早在 20 世纪 30 年代,美国哈佛大学法学院教授伯利(Adolf A. Berle)与多德(E. Merrick Dodd)就引发了著名的论战,后人称之为“哈佛论战”。伯利认为,企业乃营利性经济组织,一切企业权力都是为股东的利益而委托的权力,企业管理者是只受股东委托、唯求股东利益而管理和控制企业的;法律的功能亦在于保护股东利益,防止管理层出现任何可能的放弃追求利润的动机。伯利的上述认识,立即引起了多德的激烈回应。多德认为,伯利提出的工商企业的唯一目的在于为股东赚取利润、企业管理者只是股东的受托人的观点,是不合时宜的,也是不可取的。在对日益高涨的企业社会责任的呼声、不断壮大的企业社会责任运动以及初见端倪的相应法律观念变革进行全面考察之后,多德进而认为,企业财产的运用是深受公共利益影响的,除股东利益外,法律和舆论在一定程度上正迫使企业同时承认和尊重其他人的利益;企业管理者应因此树立起对雇员、消费者和广大公众的社会责任观。

在伯利、多德及曼尼(Manne)等从法学角度对管理者作为受托人所应履行的责任以及现代公司的功能展开激烈争论后,鲍恩(Bowen)和弗里德曼

(Friedman)从经济学的角度分别提出支持和反对企业社会责任的观点。弗里曼(Freeman)从战略管理的角度提出利益相关方的观点;卡罗尔(Carroll)和伍德(Wood)等学者从企业与社会关系的视角对企业社会责任展开研究;唐纳森(Donaldson)等基于哲学和管理学的视角,提出综合性社会契约理论;琼斯(Jones)基于伦理学和经济学的视角,提出工具性的利益相关方模式;斯旺森(Swanson)基于伦理学和管理学的视角,提出价值协调的框架,以克服该领域中规范性和描述性研究相分离的局限性。

概括而言,在企业社会责任问题上的深入研究,引发了利润学派与伦理学派的论战,加深了企业管理伦理的理论基础。以M.弗里德曼为代表的利润学派认为,利润先于伦理,企业的社会责任就是增加利润,企业作为一种经济实体对社会只具有经济责任,其他任何责任都必须服从于经济责任或包含在经济责任中。以P.弗兰奇为代表的伦理学派则认为伦理先于利润,企业具有法人地位的同时意味着它具有道德人格,其社会责任应是指经济责任以外的责任,如企业对环境的责任、对政府和公众的责任等。以S.塞迪为代表的调和派认为,企业的社会责任就是指企业在一个动态的系统中所应具有的权利和义务,它不应被片面归结为经济或伦理方面的责任,企业的利润目标和伦理目标同样都属于企业和社会活动中所具有的权利范畴和义务范畴。

还有一种基于更广泛意义上的社会责任观,认为企业的社会责任是企业与人类社会之间的一种主动的纽带。因为企业是被社会所定义的,因此,企业对社会的责任就是对自己的责任,这两种责任是不可分割也是无法分割的。建立社会责任观是企业主动与社会构建纽带的过程,这一过程不仅是基于利益交换的考虑,更是基于公正原则和企业对社会关爱的考虑。

(二) 企业社会责任研究新进展

企业社会责任研究的新视角和新范式^①主要有:

1. 企业社会责任研究的政治视角

随着全球化进程和跨国经营的发展,企业日益具备政治行为主体的特征,这要求企业加强自我管制并承担一些以往由政府承担的传统责任。在此背景下,从政治视角分析企业社会责任或者企业政治角色的研究得以复苏。^② 讨论的议题包括企业社会责任的新兴全球制度背景(即从国家治理到

① 肖红军,李伟阳.国外企业社会责任研究新进展[J].经济管理,2013(9):179-188.

② Makinen J, Kourula A. Pluralism in political corporate social responsibility [J]. Business Ethics Quarterly, 2012, 22(4): 649-678.

全球治理)、作为自我管制的企业社会责任、企业社会责任范围的扩展(即从责任到社会联结)、企业合法性的环境变化、企业社会责任哲学基础的变化等。这一视角的特征可归结为:与利益相关方视角不同,它强调企业要超越其战略目标并要为利益相关方创造价值;与工具视角和企业政治活动不同,它认为企业决策不仅仅是基于股东利益;与企业伦理不同,它认为民主高于哲学,认为企业决策应该内嵌于各种民主机制中,如对话、透明和担责。

2. 企业社会责任研究的意义建构视角

根据组织理论中的建构主义思想和创生论观点,组织并非处于一个“真实的”而是感知到的环境中,并非以一个“真实的”而是自我感知的组织来采取行动。因此,企业社会责任活动不应该被视为外部需求的直接结果,而是源自那些内嵌于组织的认知和语言过程,即意义建构的过程。研究者将组织的意义建构过程分为认知的、语言的和意动的,并将企业社会责任定义为这样的过程:组织的管理者思考并讨论其与利益相关方之间的关系以及组织在实现共同利益中的作用,还包括组织在履行和实现这些角色和关系时所采取的行为倾向。同时,研究者还进一步从两个认知的维度(身份定位、合法性定位)、两个语言的维度(正当性和透明性的模式)和三个意动的维度(一致性、承诺以及其与利益相关方和社会总体进行接触时所采取的姿态)分析了企业社会责任过程。

3. 企业社会责任研究的动态视角

静态分析是以往企业社会责任研究的主要特征,近年来,越来越多的研究者从动态视角对企业社会责任展开研究。20世纪90年代中期以后,以布莱尔(Magarete M. Blair)为代表的研究者提出了利益相关者理论的“动态演化”观。动态演化的观点认为,企业和利益相关者的利害关系是不断变化的,随着企业考虑战略问题的改变而改变,因而应该动态看待利益相关者。Maon等从组织变革的角度分析了企业社会责任战略的制定和实施过程,提出成功履行社会责任要通过不断识别和管理利益相关方的期望,使组织管理与经营的动态需求与变化的社会环境相匹配。他们还将企业社会责任发展的阶段性模型与利益相关方的文化和社会回应连续体相联系,提出一个动态的企业社会责任发展阶段模型,将企业社会责任发展分为企业社会责任文化淡漠、企业社会责任文化理解、企业社会责任文化嵌入三个时期。^①

^① Maon F, Lindgreen A, Swaen V. Organizational stages and cultural phases: a critical review and a consolidative model of corporate social responsibility development[J]. International Journal of Management Reviews, 2010, 12(1): 20-38.

Bolton 等认为以往的研究主要关注外部压力 and 影响,而忽视将企业社会责任看作是一种动态的发展过程,因此,他们基于过程和相互作用的视角,考察企业社会责任发起、实施和成熟阶段中雇员的参与及影响。^①

4. 企业社会责任研究的综合视角

为全面反映企业社会责任的研究现状,Aguinis 和 Glavas 等构建了一个综合性的文献研究框架,从多领域、多层次、跨学科的整合视角,对来源于环境、组织行为、人力资源管理、营销、组织理论和战略等不同领域的文献加以全面梳理。^② 这一框架从制度、组织和个人三个分析层次,逐一梳理相关文献中所涉及的企业社会责任预测变量、中介变量、控制变量和因变量,提供了关于企业社会责任研究的全景图,改变了以往文献研究中单一脉络或维度的研究范式。

从国外最近几年企业社会责任研究的理论文献来看,研究热点主要集中在三个方面:(1) 企业社会责任行为与绩效的影响因素研究。学者们探讨为什么一些企业的社会责任行为和绩效优于另一些企业,也就是哪些因素会影响企业社会责任行为和绩效,重点放在高管团队的影响、公司治理的影响、组织特征与外部因素的影响。(2) 企业社会责任的影响效应研究。从层次上来看,企业社会责任的影响效应研究主要有微观的企业与特定利益相关方层面和宏观的区域或国家层面;从内容上来看,企业社会责任的影响效应研究主要集中在经济效率效应和非经济效率效应,前者的重点是企业社会责任的财务影响,后者的重点是企业社会责任的组织行为和消费者行为的影响。(3) 企业社会责任沟通与信息披露研究。利益相关方沟通与参与是企业社会责任的基本要求和核心议题,也是企业社会责任领域的重要研究问题,而新媒体对企业社会责任沟通的影响与企业社会责任信息披露的前因后果是这一领域当前的研究热点。

综上所述,目前世界上各国已经逐渐形成了一个以政府主导推广企业社会责任、民间组织(企业协会)协同、企业自身的社会责任管理等有机构成的认识和使用企业伦理的新范式——企业社会责任的体系。各种级别的企业社会责任研讨会、培训班、论坛,使企业社会责任的知识广为传播,目的在于形成全社会的关于企业社会责任的共识。在企业社会责任标准体系的制

① Bolton S C, Kim Chung-hee R, Gorman K D. Corporate social responsibility as a dynamic internal organizational process: a case study[J]. Journal of Business Ethics, 2011(101): 61-74.

② Aguinis H, Glavas A. What we know and don't know about corporate social responsibility: a review and research agenda[J]. Journal of Management, 2012, 38(4): 932-968.

定上,国外很多国家制定了关于企业社会责任的标准,如美国的 SA 8000、德国的 CSM 2000 等,在国际上反响较大。2010 年 11 月 1 日,国际标准化组织(ISO)在瑞士日内瓦国际会议中心举办了社会责任指南标准(ISO 26000)的发布仪式,该标准正式出台。这是首个国际社会责任标准,第一次在全球范围内统一了社会责任的定义并阐明了社会责任的特征属性。ISO 26000 将企业社会责任(CSR)概念拓展为社会责任的(SR)。社会责任适用于所有以不同形式存在的组织,七项原则(组织管理、人权、劳工实践、环境、公平运营、消费者权益、社区参与和发展)不仅适用于私人部门,同样适用于公共部门。ISO 26000 的社会责任概念适用于所有私立、公立和非营利的组织,这将使社会责任产生更为广泛的影响。

在立法上,企业社会责任内容已经渗透进相关法律。至今,美国已有近 30 个州相继在公司法中加入了公司的社会责任内容,要求公司经理为公司的“利益相关者”服务,而不仅仅是为股东服务。我国于 2006 年在修订的《公司法》中第 5 条明确规定,公司从事经营活动,必须诚实守信,接受政府和社会公众的监督,承担社会责任。首先从国有中央企业入手,推行企业社会责任报告制度,以期起到对全社会企业的示范作用。在 2009 年 11 月召开的中央企业社会责任工作会议上,明确提出中央企业必须在三年内发布社会责任报告。据《中国企业社会责任报告白皮书(2015)》统计,从社会责任报告发布的主体来看,国有企业是主力军。另外,上市公司发布的社会责任报告数量占到了总数量的四分之三。从 2006 年中国企业社会责任元年 to 2015 年这十年间,社会责任报告的总量从 32 份增长到了 1 703 份,实现了迅速的增长。^①

党的十八大以来,中央层面更加重视企业社会责任。十八届三中全会要求,国有企业应“以规范经营决策、资产保值增值、公平参与竞争、提高企业效率、增强企业活力、承担社会责任为重点,进一步深化国有企业改革”。十八届四中全会更是进一步提出“加强企业社会责任立法”的要求。2015 年 6 月 2 日,国家质检总局和国家标准委员会联合发布了社会责任系列国家标准(包括《社会责任指南》《社会责任报告编写指南》和《社会责任绩效分类指引》),并于 2016 年 1 月 1 日正式实施,为我国企业履行社会责任提供统一指导。

^① 张蕙等. 中国企业社会责任报告白皮书(2015)[M]. 北京: 经济管理出版社, 2015.