



企业社会责任原理 ◀◀◀

▶▶▶▶ 刘红叶 著

 中国社会科学出版社

西北民族大学重点学科建设基金资助

西北民族大学中央高校基本科研业务费项目《中小企业社会责任问题研究》（ZYZ2011040）资助

企业社会责任原理

刘红叶 著

中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

企业社会责任原理/刘红叶著. —北京: 中国社会科学出版社,
2015. 8

ISBN 978-7-5161-6144-9

I. ①企… II. ①刘… III. ①企业责任—社会责任—研究
IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 107015 号

出 版 人 赵剑英
选题策划 陈肖静
责任编辑 陈肖静
责任校对 刘 娟
责任印制 戴 宽

出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号
邮 编 100720
网 址 <http://www.csspw.cn>
发 行 部 010-84083685
门 市 部 010-84029450
经 销 新华书店及其他书店

印 刷 北京君升印刷有限公司
装 订 廊坊市广阳区广增装订厂
版 次 2015 年 8 月第 1 版
印 次 2015 年 8 月第 1 次印刷

开 本 710×1000 1/16
印 张 15.25
插 页 2
字 数 246 千字
定 价 56.00 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营销中心联系调换
电话:010-84083683
版权所有 侵权必究

目 录

第一章 导论	(1)
第一节 什么是企业的社会责任	(1)
第二节 古典观与社会经济观	(7)
第三节 企业社会责任的研究意义、方法与思路	(12)
第二章 企业的性质	(15)
第一节 什么是企业	(15)
第二节 企业制度的演进	(23)
第三节 利益相关者理论	(34)
第三章 企业社会责任的伦理学基础	(41)
第一节 “斯密问题”	(41)
第二节 效果论	(46)
第三节 义务论	(58)
第四节 德性论	(65)
第四章 企业与消费者	(76)
第一节 消费者的需求	(76)
第二节 产品质量责任	(85)
第三节 营销与社会责任	(90)
第五章 企业与员工	(98)
第一节 企业与员工关系	(98)

第二节	工作场所中的员工	(111)
第三节	企业对员工的责任	(117)
第六章	企业与社区	(122)
第一节	企业对社区的影响	(122)
第二节	社会责任与社区发展	(132)
第七章	企业与环境	(145)
第一节	环境问题	(145)
第二节	外部性:企业对环境影响的经济学分析	(154)
第三节	企业的环境责任	(165)
第八章	企业与政府	(174)
第一节	放任与干预:理论综述	(174)
第二节	政府的经济职能	(193)
第三节	政府、企业与管制	(199)
第九章	公司治理	(212)
第一节	公司治理与企业社会责任	(212)
第二节	改善公司治理	(219)
参考文献		(231)
后记		(238)

第一章 导论

企业的性质和目的是什么？企业追逐利润的边界在哪里？企业逐利行为的底线是什么？对这些问题的回答，涉及一个最基本的认识，即企业的社会责任是什么？本章首先探讨企业社会责任的概念，然后分析两种相反的社会责任观，在此基础上，提出企业社会责任的研究意义、方法和思路。

第一节 什么是企业的社会责任

企业的社会责任是在实践中逐渐产生的。20 世纪 40 年代，随着社会经济的发展和物质生活的充裕，企业在人们生活中的地位和作用日益加强，企业活动的影响也日益渗透到社会生活的方方面面。产品质量问题和企业生产引起的环境污染问题凸显出来，引起公众的不满，要求企业承担社会责任的呼声日渐高涨。20 世纪 60 年代以来，企业的社会责任不仅在实践中而且在理论层面引起更为广泛的社会关注。许多学者开始研究企业的社会责任。

一 西方学者对社会责任的认识

一般认为最早是欧利文·谢尔顿于 1923 年提出了企业社会责任的概念。他把企业社会责任与企业满足产业内外人们需要的责任相联系，认为企业社会责任含有道德因素。1953 年，霍华德·R·鲍恩出版了《企业家的社会责任》，认为企业具有按照社会的目标和价值观确定政策、做出决策和采取行动、自愿承担社会责任的义务。鲍恩著作的出版，大大推动了

有关社会责任的讨论。此后，管理学家从不同角度对企业社会责任进行了定义，有代表性的观点有如下几种。

1. 哈罗德·孔茨和海因茨·韦里克

孔茨和韦里克认为：“企业的社会责任就是认真地考虑公司的一举一动对社会的影响。”^①“我们不应该认为企业管理人员应对解决所有社会问题负责，从任何一点来说，不可能把提供学校教育或者把应由政府负责的治安、防火等许多事务都作为企业的工作，但是，像任何一种事业单位那样，工商企业必须同其所存在的环境相互作用。”^②从企业生存的角度来看，企业应该考虑自身对社会的影响。“换句话说，管理人员对他们的环境必须做出反应并且成为社区活动的积极参与者，以便改善生活质量。这就是他们必须从事的工作，因为企业的生存取决于企业同所有环境因素富有成效的相互影响。”^③

2. 斯蒂芬·P. 罗宾斯对社会责任的分析

罗宾斯认为社会责任是一种工商企业追求有利于社会的长远目标的义务，而不是法律和经济所要求的义务。他说：“注意：这一定义假设企业遵守法律，并追求经济利益。我们的前提是，所有的企业（承担社会责任的和不承担社会责任的）都会遵守社会颁布的所有法律。同时，这一定义将企业看作一种道德机构，在它努力为社会做贡献的过程中，它必须分清正确的和错误的行为。”^④

罗宾斯将社会责任与社会义务和社会响应进行了比较。首先，社会责任不同于社会义务。社会义务是工商企业参与社会的基础。一个企业当它符合了其经济和法律责任时，它已经履行了它的社会义务。社会责任加入了一种道德规则，促使人们从事使社会变得更美好的事情，而不做那些有损于社会的事情。其次，社会责任也不同于社会响应。社会响应是一个企业适应变化的社会状况的能力。社会责任要求工商企业决定什么是对的，

① [美] 哈罗德·孔茨、海因茨·韦里克：《管理学》（第10版），经济科学出版社1998年版，第42页。

② 同上书，第43页。

③ 同上书，第44页。

④ [美] 斯蒂芬·P. 罗宾斯：《管理学》（第4版），中国人民大学出版社1997年版，第97页。

什么是错的,从而找出基本的道德真理。社会责任的内涵是一种道德责任,企业从长期来看什么对社会有益,并积极采取行动,这就是在履行社会责任。总之,罗宾斯认为社会责任是企业做对社会有益的事情,做能够增进社会利益的事情,即让社会变得更美好。

罗宾斯进一步提出了企业社会责任扩展的四阶段模型。处在第一阶段的管理者,将通过寻求使成本最低和使利润最大来提高股东的利益。在第二阶段上,管理者将承认他们对雇员的责任,并集中注意力于人力资源管理,因为他们想获得、保留和激励优秀的雇员。他们将改善工作条件、扩大雇员权利、增加工作保障等。在第三阶段上,管理者将扩展其目标,包括公平的价格、高质量的产品和服务、安全的产品、良好的供应商关系以及类似的方式。处在第三阶段的管理者,觉察到他们只有通过间接地满足其他利害攸关者的需要,才能履行对股东们的责任。最后,第四阶段同社会责任的严格意义上的社会经济定义一致。在这一阶段,管理者对社会整体负责。他们经营的事业被看作公众财产,他们对提高公众利益负有责任。承担这样的责任意味着管理者积极促进社会公正、保护环境、支持社会活动和文化活动。即使这样的活动对利润产生消极影响,他们的态度也不改变。^①

3. 彼得·德鲁克对企业社会责任的分析

著名管理学家彼得·德鲁克在《管理——任务、责任、实践》一书中对企业社会责任做了专门研究。德鲁克指出:早期有关工商企业社会责任的讨论集中于三个领域。第一个领域是有关私德和公德的关系这个永恒的问题。第二个主要论题是有关雇主由于其权力和财富而对职工所承担的社会责任。最后,社会责任过去常常是指要求或指派工商业者在社会“文化”方面的领导责任:资助艺术、博物馆、歌剧院、交响乐队;担任教育机构和宗教机构理事会的理事;为慈善事业和其他社会公益事业出钱。第二次世界大战以后,日益强调工商业的贡献。但从60年代早期以来,“工商企业的社会责任”这个词的含义已彻底改变了。“这种有关企业社会责

^① [美] 斯蒂芬·P. 罗宾斯:《管理学》(第4版),中国人民大学出版社1997年版,第97—102页。

任的新概念不再问一问企业有些什么限制条件,或者企业对直接在它控制之下的应该做些什么,而要求企业为各种社会问题、社会事件、社会目标 and 政治目标负起责任来,并成为社会良心的维护者和各种社会问题的解决者。”^① 德鲁克主张应该“把对社会的关心作为企业本身行为的中心”。德鲁克认为组织对社会所要承担的责任可能在两个领域中产生:一个领域是机构对社会的影响,另一个领域是社会本身的问题。

4. 菲利普·科特勒

“现代营销学之父”科特勒 2005 年提出“开发对社会负责的商业实践”。他认为:“企业的社会责任是企业通过自由决定的商业实践以及企业资源的捐献来改善社区福利的一种承诺。”^② 企业社会责任不是法律要求的或者本质上符合道义和伦理并因此应当实施的商业活动。相反,我们指的是一家企业在选择和实施这些实践、进行这些捐献时做出的一种“自愿的”承诺。

5. 阿奇·卡罗尔的企业社会责任金字塔

目前,广泛认可的一个定义是卡罗尔的企业社会责任定义:“企业社会责任意指某一特定时期社会对组织所寄托的经济、法律、伦理和自由决定(慈善)的期望。”^③ 卡罗尔的定义有助于我们了解企业社会责任是由哪些方面组成的。第一,企业必须承担经济责任,即生产或提供社会需要的商品或服务,并以公平的价格进行销售。第二,是企业的法律责任,即企业在法律框架内开展活动。第三,伦理责任包括消费者、雇员、股东和社区认为公平、正义的,同时也能尊重或保护利益相关者道德权利的所有规范、标准、期望。第四是企业的自愿自由处理或慈善责任,这样的一些活动包括企业捐款、赠送产品和服务、义务工作、与当地政府和其他组织的合作,以及企业及其雇员自愿参与社区或其他利益相关者活动。卡罗尔认为企业社会责任是由经济、法律、伦理、慈善四个方面的责任构成的,如

① [美] 彼德·F. 德鲁克:《管理——任务、责任、实践》,中国社会科学出版社 1987 年版,第 398 页。

② [美] 菲利普·科特勒、南希·李:《企业的社会责任》,机械工业出版社 2011 年版,第 2 页。

③ [美] 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》,机械工业出版社 2006 年版,第 23 页。

图1-1所示,可以用一个四个层次的金字塔图形加以形象说明。

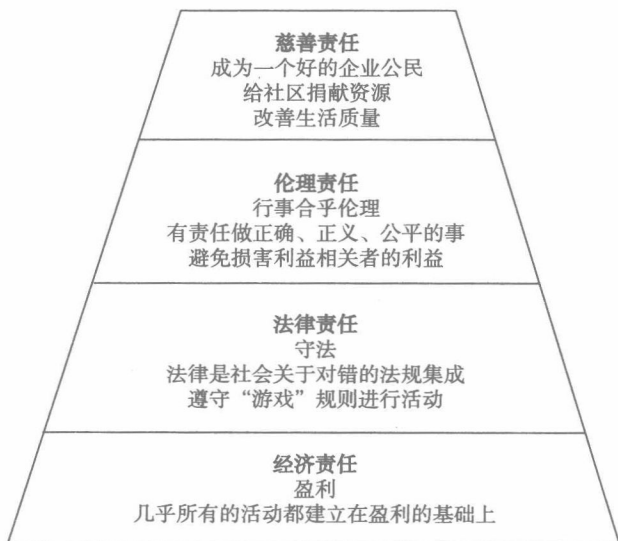


图 1-1 企业社会责任金字塔

资料来源:[美]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》(第5版),机械工业出版社2006年版,第26页。

二 我国学者对企业的社会责任的认识

关于企业的社会责任我国学者结合我国企业的实际情况进行了深入的研究,这里对有代表性的观点做如下介绍:

1. 企业的社会责任,是指一个企业组织对国家、对社会应尽的义务和贡献。我国企业组织的社会责任主要包括:(1)最大限度地满足社会和广大人民日益增长的物质生活和文化生活的需要。要承担这一首要的社会责任,要求企业必须在深化改革中不断地提高自己的管理水平,提高本组织的工作效率和经济效益。(2)要自觉地为社会、为人民多做贡献。在这方面,首先要自觉守法经营;要努力摆好国家、集体与个人三者之间的关系;要确保国家税利的上缴,决不能允许有隐瞒利润和偷税、漏税、欠税或抗税的行为。(3)积极参加对组织所在社区有益的各种活动:如净化空气、防止环境、饮水的污染,减少噪声、植树、美化环境,开展对当地儿

童、青年、妇女、老年人及伤残人员身心健康有益的各种活动。^①

2. 企业社会责任是指企业为实现自身与社会的可持续发展, 遵循法律、道德和商业伦理, 自愿在运营全过程中对利益相关方和自然环境负责, 追求经济、社会 and 环境的综合价值最大化的行为。按照企业能否进行自我选择的程度, 可以划分为: (1) 必尽责任, 如经济责任和法律责任。(2) 应尽责任, 如道德责任。(3) 愿尽责任, 如慈善责任。^②

3. 周三多认为企业社会责任本质上是一个企业道德的概念。“社会责任是企业管理道德的要求, 完全是企业出于义务的自愿行为。”^③ 企业社会责任大体上可以体现在以下五个方面: (1) 办好企业, 把企业做强、做大、做久。努力增强企业的竞争力, 不断创新, 向社会提供更好、更新、更多的产品和服务, 使人民的物质和文化生活更美好。(2) 企业一切经营管理行为应符合道德规范。包括企业内部管理、产品设计、制造、质量保证、广告用语、营销手段、售后服务、公关工作, 等等。(3) 社区福利投资。对企业所在社区或其他特定社区的建设进行福利投资, 包括医院、学校、幼儿园、老人院、住宅、公共娱乐设施、商业中心、图书馆等有关社区居民福利的一切设施的投资, 均不应以赚取商业利益为目的, 因为社区为本企业的发展已经做出了太多牺牲和贡献。(4) 社会慈善事业。对社会教育, 医疗公共卫生、疾病防治、福利设施及对由于特殊的天灾人祸所引起的一切需要帮助的人, 企业应根据自身优势适当定位, 及时伸出援助之手, 尽到应尽的社会责任。尤其对那些突发性社会灾难事件, 例如, 地震、海啸、飓风与恐怖袭击等造成的巨大灾难, 企业应给予特别的关注, 并争取在第一时间做出快速而适当的反应。(5) 自觉保护自然环境, 主动节约能源和其他不可再生资源的消耗, 尽可能减少企业活动对生态的破坏。积极参与节能产品的研究开发, 参与地球荒漠化和地球变暖所引发的各种灾害的研究和治理。^④

① 杨洪兰主编:《现代实用管理学》, 复旦大学出版社 1996 年版, 第 60、61 页。

② 徐盛华、林业霖编著:《现代企业管理学》, 清华大学出版社 2011 年版, 第 112 页。

③ 周三多、陈传明、鲁明泓编著:《管理学——原理与方法》, 复旦大学出版社 2013 年版, 第 164 页。

④ 同上书, 第 168 页。

三 企业的社会责任界说

通过考察中外学者对企业社会责任的认识,不难看出,企业社会责任的概念可以从广义和狭义两个角度来理解。广义的企业社会责任是指企业在经营活动中为谋求对社会有利的长远目标所应承担的经济责任、法律责任、道德义务和慈善责任的总和。这种意义的责任意味着必须做好随时满足社会需要的准备,不仅要做法律规定的事,而且要做法律没有规定的却对社会有益的事。狭义的社会责任是指企业对自己的行为及其后果负责,履行法律、法规明文规定应该履行的义务。正如周苏友所说:“公司社会责任概念严格来说是不够准确的,因为这里所讲的社会责任实际上指企业对社会承担的一种义务,即应当或必须为一定行为或不为一定行为的必要性。从法律上讲,责任是在主体不履行义务时才产生,责任对主体而言,是一种对行为后果的承受,或者说是受到的一种惩罚,而义务才是对主体的一种约束。因此应当称为公司社会义务更准确。”^①

综上所述,我们以为,对于企业的社会责任应当做广义的理解。企业的社会责任是指企业在追求自身利益的同时,为谋求对社会有利的长远目标所应尽的义务。企业的社会责任首先包括提供安全的产品或服务,满足社会的需要;其次应努力消除对社会的不利影响,在自身能力范围内积极参与社会问题的解决;最后要为增进社会福利做贡献。在社区建设、环境保护、支持慈善事业、捐助社会公益、保护弱势群体等方面尽到应尽的义务。

第二节 古典观与社会经济观

社会责任问题自产生后,便有两种不同的争论。一方面,按照古典的(或纯经济的)观点,认为企业唯一的社会责任就是使利润最大化;另一方面,社会经济观认为企业的社会责任不仅是使利润最大化,而且还要保护和增加社会财富。下面分别对这两种观点进行分析。

^① 环境与发展研究所主编:《企业社会责任在中国》,经济科学出版社2004年版,第341页。

一 古典观

古典观最直率的支持者是经济学家和诺贝尔殊荣获得者米尔顿·弗里德曼。他认为：“公司当局和工人领导者不仅要维护股东及其成员利益，而且有超越其上的社会责任，这种观点已被广泛认可。这种观点表现了对自由经济性质和特征的一个根本错误观念。在这种经济中，有一种而且仅有一种企业责任——运用它的资源，从事旨在增加利益的活动，只要保持在游戏规则之内活动。也就是说，投身于开放和自由的竞争之中而没有欺骗和虚假。相似地，工人领导者的社会责任是服务于工会成员的利益。建立一个法律框架则是我们其余人的责任，这样个体在追求他自身利益的过程中，如斯密所言，被一只看不见的手引导以达到不是他刻意期望的目的，对社会而言，这个目的也不是太糟。通过追求他自身的利益，他往往更有效地提高了社会利益，这比有意去这样做更有效。我从未听到过有比这更好的行为了。”^①

他认为，今天大部分管理者是职业管理者，即他们并不拥有他们经营的公司，他们是雇员，对股东负责。因此，他们的主要责任就是按股东的利益来经营业务。那么这些利益是什么呢？弗里德曼认为股东们只关心一件事：财务收益率。^②在弗里德曼看来，当管理者自行决定将公司的资源用于社会目的时，他们是在削弱市场机制的作用。有人必然为此付出代价。具体来说，如果社会责任行动使利润和股利下降，则它损害了股东的利益。如果社会行动使工资和福利下降，则它损害了员工的利益。如果社会行动使价格上升，则它损害了顾客的利益。如果顾客不愿支付或支付不起较高的价格，销售额就会下降，从而企业很难维持下去，在这种情况下，企业的所有利益相关者都会遭受或多或少的损失。除此之外，弗里德曼还认为，当职业管理者追求利润以外的其他目标时，他们其实是在扮演非选举产生的政策制定者的角色。他怀疑企业管理者是否具有决定“社会应该怎样”的专长，至于“社会应该怎样”，据弗里德曼说，应该由我们

^① Milton Friedman, *Capitalism and Freedom*, The University of Chicago Press, 1962, p. 133.

^② [美] 斯蒂芬·P. 罗宾斯：《管理学》（第4版），中国人民大学出版社1997年版，第94页。

选举出来的政治代表来决定。

与弗里德曼同时代的另一位新自由主义经济学家哈耶克认为,企业的唯一目的是作为出资人的受托者赚取长期利润,若将资金作为追求长期最大利润之外的用途,就会赋予企业危险的权力,即他主张企业应只对股东尽义务。“他认为企业社会责任是有悖于自由的,因为企业参与社会活动必将导致政府干预的强化,企业履行社会责任的结果将使企业不得不受制于政府权威而损害自身自由。”^①

二 社会经济观

社会经济观主张企业承担超越自身利益的社会责任。社会经济观认为,时代已经变了,社会对企业的预期也发生了变化。公司的法律形式可以很好地说明这一点。公司的设立和经营要经过政府的许可,政府也可以撤销许可。因此,公司不是一个仅对股东负责的独立实体,同时要对产生和支持它的社会负责。

社会经济观的支持者认为,管理者应该关心长期的资本收益率最大化。为了实现这一点,他们必须承担社会义务以及由此产生的成本。他们必须以不污染、不歧视、不从事欺骗性的广告宣传等方式来保护社会福利,他们还必须融入自己所在的社区及资助慈善组织,从而在改善社会中扮演积极的角色。

德鲁克指出:“社会责任的要求显然并不像大多数书籍、文章和演说所讲的那么简单。但也不能像芝加哥的杰出的经济学家米尔顿·弗里德曼所极力主张的那样对它置之不理。事实上很多人都接受了弗里德曼的下述论点,即企业是一个经济机构,应该专注于经济方面的任务。如果企业承担社会责任就有危及经济成绩及其社会的可能。肯定还有一个更大的危险,即如果企业承担社会责任则企业管理人员就可能在他们并无合法权力的领域中篡夺了权力。但同样清楚的是,社会责任也不能回避。这不仅是由于公众需要、社会需要,而且由于在现代社会中除了管理人员以外,没有其他的领导集团。如果我们的主要机构、特别是工商企业的管理人员不

^① 徐盛华、林业霖编著:《现代企业管理学》,清华大学出版社2011年版,第113页。

为共同的利益而承担起责任来，那就没有其他人能够或将会承担起这个责任了。政府在一个由各种组织组成的多元社会中已经不再能成为‘统治者’或‘共同利益的守护者’，虽然政治理论仍然认为它还可以做得到。这个社会中的领导集团即关键机构的管理人员，不论他们是否愿意——事实上也不论他们是否胜任——都必须认真考虑他们能够并应该承担些什么责任，在哪些领域并为了什么目标而承担责任。”^①

“在我们这个多组织社会中，企业和其他机构，保持纯粹的经济立场是不可能的，不管那是多么的可取。它们自己的自我利益也迫使他们关心社会和社区并准备承担它们自己的主要领域的工作和责任以外的责任。”^②

三 赞成和反对社会责任的争论

关于企业社会责任，赞成和反对的双方各有论据，罗宾斯对于赞成和反对的争论进行了总结，如表 1-1 所示。赞成的论据包括：公众期望；长期利润；道德义务；公众形象；更好的氛围；减少政府调节；责任与权利的平衡；股东利益；资源占有；预防社会弊端的优越性。反对的论据包括：违反利润最大化原则；淡化使命；成本；权力过大；缺乏技能；缺乏明确规定的责任；缺乏大众支持。

表 1-1 赞成和反对社会责任的论据

赞成的论据	反对的论据
公众期望； 长期利润； 道德义务； 公众形象； 更好的氛围； 减少政府调节； 责任与权利的平衡； 股东利益； 资源占有； 预防社会弊端的优越性。	违反利润最大化原则； 淡化使命； 成本； 权力过大； 缺乏技能； 缺乏明确规定的责任； 缺乏大众支持。

资料来源：[美] 斯蒂芬·P. 罗宾斯：《管理学》（第 4 版），中国人民大学出版社 1997 年版，第 96 页。

① [美] 彼德·F. 德鲁克：《管理——任务、责任、实践》，中国社会科学出版社 1987 年版，第 410 页。

② 同上书，第 441 页。

虽然对于企业社会责任的争论各执一词,但不可否认的事实是,企业与社会之间有着千丝万缕的联系。萨缪尔森和诺德豪斯指出:“现代社会的公民享受着巨大的特权。我们每个人都能以低价购买大量品种繁多的非常有用的物品。这显然是一种令人愧疚的思想意识。如果你认识的某个人正在夸耀自己的工作效率如何高,或者正在解释自己的实际工资如何高的时候,你不妨建议他们冷静下来思考一番。如果把拥有专业技术的他们送到荒无人烟的岛屿上,那么,他们的工资又能购买多少东西呢?事实上,如果没有一代又一代人积累下来的技术知识,我们每个人又能生产出多少东西呢?很显然,我们所有的人都从我们未曾出力的经济世界中获得了利益。正如伟大的英国社会学家霍布豪斯所说:某些行业的组织者认为,他们靠‘自我奋斗’获得了成功,并‘创造’了自己的企业。而在事实上,是整个社会向他提供了技术工人、机器、市场、安定和秩序——这一系列条件和整个社会环境是千百万人经过许多代人的努力共同创造出来的。如果将这些社会条件统统收回,那么,我们只不过是……以树根、野果和野兽为生的野人。”^①这段话可以作为企业承担社会责任、为社会尽义务的必要性的最好注解。

早在20世纪70年代,德鲁克就对企业社会责任出现的必然性进行了分析。^②其一是,企业的成功导致对企业提出责任要求。20世纪以来经济的发展,使很多地区摆脱了贫困状态,人类的生活质量有了很大提高。人们很合理而自然地期望那些负责提供了生活数量的集团,对生活的质量也负起责任来。要求企业承担社会责任的呼吁期望过高,但它所期望的事情却是合理的。其根源并不是对当局的敌视,而是对管理人员和管理当局信赖过高。其二是,对政府不再抱有幻想,日益不相信政府能解决重大的社会问题。其三是,总起来说,对管理人员提出承担社会责任的要求的原因在于管理当局承担了社会中的领导地位。20世纪以来,在每一发达国家以及绝大多数发展中国家中,一些大机构的管理人员成了社会的领导者,

^① [美] 保罗·萨缪尔森、威廉·诺德豪斯:《经济学》(第17版),人民邮电出版社2004年版,第77页。

^② [美] 彼得·F. 德鲁克:《管理——任务、责任、实践》,中国社会科学出版社1987年版,第401—403页。

他们控制着社会的资源和人力。因此，人们期望他们担当起领导的角色并承担起主要社会问题和主要社会课题的责任，则完全是合乎逻辑的。

第三节 企业社会责任的研究意义、方法与思路

20 世纪 90 年代以来，企业社会责任的研究在我国兴起。当时由于跨国企业对其供应商进行社会责任标准的认证，这样对作为生产制造基地的中国企业从采购到出口两个方面都形成了严格的限制，企业社会责任开始引起企业界和理论界的高度关注。目前，企业社会责任的研究在中国方兴未艾。本节主要结合我国企业实际，提出企业社会责任研究的意义、方法和思路。

一 研究意义

首先，企业社会责任的研究，有助于重新认识企业在社会发展中的地位与作用。企业经济利益与社会利益孰轻孰重？这是一个时代反反复复叩问我们的问题，对于该问题的解答关系到如何定位企业在社会发展中的地位与作用。2008 年，中国乳制品行业的三鹿婴儿配方奶粉事件被媒体曝光，三鹿奶粉由于“三聚氰胺”超标，引起多起婴儿死亡、致病事件，最终三鹿乳业集团宣布破产重组。三鹿事件令人深思，企业在追求自身经济利益的过程中是否可以将社会利益置若罔闻？研究企业的社会责任有助于我们重新认识企业的地位与作用，引导企业实现自身经济利益与社会利益的平衡。

其次，有助于在全社会逐步树立起企业的社会责任理念。西方国家对于企业的社会责任认知比较早，社会对于此问题的关注不仅仅限于企业，而且在社会中已形成了深厚的社会责任理念。工业革命以来，随着资本主义工业化的实现，对于企业社会责任的要求也逐渐形成了较为完善的要求，比如，反对雇佣童工、反对血汗工厂、保护和改善环境、维护消费者权益等都形成了相关的法律和道德规范。欧盟自 20 世纪 90 年代以来，就把推动企业社会责任作为一项重要工作。2006 年 3 月，欧盟通过企业社会责任最新政策声明，把企业社会责任列入经济增长和就业发展战略的核