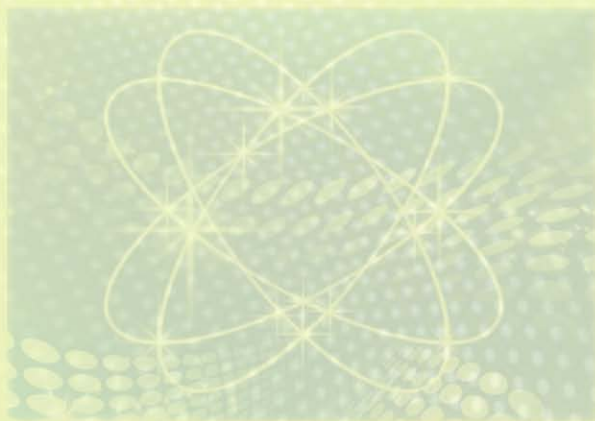


企业社会责任理论及其推动力研究

李恒 黄雯 著



四川大学出版社

责任编辑:王 冰
责任校对:吴近宇
封面设计:黄 雯
责任印制:王 伟

图书在版编目(CIP)数据

企业社会责任理论及其推动力研究 / 李恒, 黄雯著.
成都: 四川大学出版社, 2015. 1
ISBN 978-7-5614-8315-2

I. ①企… II. ①李… ②黄… III. ①企业责任—社
会责任—研究—中国 IV. ①F279.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 015959 号

书名 企业社会责任理论及其推动力研究
QIYE SHEHUI ZEREN LILUN JIQI TUIDONGLI YANJIU

著 者	李 恒 黄 雯
出 版	四川大学出版社
地 址	成都市一环路南一段 24 号 (610065)
发 行	四川大学出版社
书 号	ISBN 978 7 5614 8315 2
印 刷	四川永先数码印刷有限公司
成品尺寸	148 mm×210 mm
印 张	6.25
字 数	167 千字
版 次	2015 年 3 月第 1 版
印 次	2015 年 3 月第 1 次印刷
定 价	22.00 元

版权所有◆侵权必究

◆读者邮购本书,请与本社发行科联系。
电话:(028)85408408/(028)85401670/
(028)85408023 邮政编码:610065
◆本社图书如有印装质量问题,请
寄回出版社调换。
◆网址:<http://www.scup.cn>

目 录

1 绪论

- 1.1 研究背景与研究意义
- 1.2 研究思路和方法
- 1.3 可能存在的创新与不足
- 1.4 本章小结

2 国内外企业社会责任行为的研究述评

- 2.1 企业社会责任的概念研究评述
- 2.2 关于企业社会责任行为的维度研究评述
- 2.3 企业社会责任行为评价研究述评
- 2.4 企业社会责任行为与企业财务绩效的关系研究评述

2.5 企业社会责任行为的影响因素评述

3 企业社会责任行为的理论基础及其评价

- 3.1 新古典经济学视角下的企业社会责任行为
- 3.2 利益相关者理论与企业社会责任行为
- 3.3 企业社会契约理论与企业社会责任行为
- 3.4 社会公民理论与企业社会责任行为
- 3.5 本章小结

4 企业逐利行为与企业社会责任行为

- 4.1 企业的利润最大化动机与逐利行为
- 4.2 企业逐利行为与社会责任行为相容

- 4.3 企业逐利行为与社会责任行为相斥
- 4.4 企业逐利行为与社会责任行为的取舍问题
- 5 政府推动对企业社会责任行为的影响
 - 5.1 政府推动企业社会责任行为的必要性分析
 - 5.2 政府和企业之间的动态博弈分析——基于企业
 责任行为
 - 5.3 政府规制对企业社会责任行为的影响
 - 5.4 政府推进对企业社会责任行为的影响
- 6 非政府组织推动对企业社会责任行为的影响
 - 6.1 非政府组织推动企业社会责任的必要性
 - 6.2 非政府组织与企业之间的动态博弈分析——基于企业
 社会责任行为
 - 6.3 非政府组织推动企业社会责任行为的模式
- 7 企业社会责任行为缺失的实验研究
 - 7.1 实验经济学的方法论介绍
 - 7.2 政府和非政府组织不作为的情况下企业的社会责任
 行为表现
 - 7.3 政府积极推动的情况下企业的社会责任行为表现
 - 7.4 非政府组织积极推动的情况下企业的社会责任行为
 表现
- 8 我国企业社会责任推动力量存在的问题及政策建议
 - 8.1 我国企业社会责任行为推动力量存在的问题
 - 8.2 推动企业履行社会责任的原则和思路
 - 8.3 推动企业履行社会责任的建议
 - 8.4 本研究的不足与进一步研究方向

参考文献	
后 记	

1 绪论

1.1 研究背景与研究意义

企业是一个神奇的组织，自诞生以来，就迸发出巨大的经济活力，加速了人类社会的进步；与此同时，企业也存在种种问题。纪录片《公司的力量》指出：“自公司诞生之日起，关于它的种种指责就从未消失过，根植于人性深处的贪婪，并非公司之罪，却因公司而被无限地放大了，逐利的欲望和自利的动机既是灾难和危机的培育液，又是公司永葆活力的不竭之源。”关于公司方方面面的指责很大程度上源自企业社会责任行为的缺失。随着社会的进步、经济的发展、企业的不断壮大，企业在生产经营过程中可能带来的灾难和危机也在逐渐变大。频频见诸报端的企业社会责任缺失案例及其严重后果一次又一次冲击着社会公众的心理防线，激起了社会公众的不信任和恐慌情绪，这些情绪可能导致整个社会幸福感的下降。于是人们以企业社会责任的名义对企业提出了道德诉求，期望企业能控制生产对外界产生的负面影响并致力于提高社会福利。然而，张五常先生曾指出一个值得玩味的现象——“社会同情工人失业，不同情业主破产”。

1.1.1 研究背景

由于信息不对称,外界无法了解企业的全部信息,因此,纯粹的制度约束很难使企业完备地履行社会责任,而必须依靠企业决策者一定程度的道德自律。然而,对企业社会责任问题的认识不应该夹杂过多的道德情感,而应该理性地对待。目前,企业社会责任更多地被情绪化地看待了,似乎人们对企业的一切不满都可归结于企业社会责任缺失。从字面意思来看,“责任”一词充满了道德意味,于是,人们给企业社会责任贴上了道德的标签,往往倾向于从自身利益出发,以企业社会责任的名义提出企业应该做什么、不应该做什么。经济系统是一个紧密联系的系统,牵一发而动全身,但社会公众往往更加重视企业行为可能带来的好处,而比较容易忽视实现这些好处需要付出的成本。企业在日常经营活动中,无时无刻不和环境、个人或其他组织发生互动,不可避免地会产生可正可负的影响。随着企业规模的不断扩大,其对社会的影响力逐渐膨胀,在改善人类生活的同时也带来了很多负面影响。企业社会责任的概念就是基于企业行为的负面影响提出的,因此,很多研究者往往“不自觉地”站在企业的对立面,分析思路沿袭了“庇古传统”,认为应该制止损害行为或者通过征税等方式进行补偿。更有甚者,要求企业将经营目标设定为提高社会福利;却很少有研究者注意到,人们对企业行为的要求也许会增加企业的成本,损害企业的利益。科斯在《社会成本问题》中指出,类似的问题实际上存在“交互性质”,“人们一般将该问题视为甲给乙造成损害,因而所要决定的是:如何制止甲”,但真正的问题在于“避免对乙的损害将会使甲遭受损害”。也就是说,以社会责任的名义要求企业行为满足社会公众的期望会对企业造成损害,于是不得不做出是“损害企业”还是“损害社会”的选择。从经济学的角度来看,在不明确社会公众的

期待的情况下，“一刀切”地选择任何一边都是不明智的行为。遗憾的是，当前对社会责任问题的研究结果几乎一致认为应该“损害企业”。情绪化地看待企业社会责任问题容易导致“感情用事”，只有从经济学的角度理性分析才有利于揭示事物的本质。

1.1.2 研究意义

企业社会责任的概念及理论基础自提出以来就充满了争议。从现有的理论研究结果来看，人们对企业社会责任的想法感性成分多于理性成分。很少有人注意到，企业之外以企业社会责任名义向企业提出诉求的人也具有“经济人”属性，其所站的立场并非中立的而是对自身有利的。事实上，企业社会责任运动的兴起虽然激发了人们对企业社会责任问题的重视，但不得不承认的是，这些运动以及由此而产生的企业社会责任概念及理论基础往往包含非理性因素。很多研究在思考企业社会责任问题时，对受到企业损害的个人或组织充满了同情，这种源自于道德的情感很自然地使人们站在企业的对立面，认为企业社会责任就是要制止损害并充分考虑利益相关者的利益。持类似的想法本无可厚非，但是当这类想法以制度或经济政策的形式表现出来时，带来的结果也许并不如预期，甚至可能与理想背道而驰。哈耶克在《通向奴役之路》中引用阿克顿公爵的话谈道“人们将天堂变成地狱的东西，正是将地狱变成天堂的努力。”例如，在生活水平不断提高的今天，人们对某些工厂开出的工资水平表示愤慨，这一情绪体现在我国的新《劳动合同法》中。张五常先生先后写了11篇评论文章痛批我国的新《劳动合同法》，认为该法仅仅维护了少数劳动者的权益却可能带来大面积的失业。可以说，当前理论界对企业社会责任的非理性看法使人们难以看清企业社会责任问题的本质，从而很难为推动企业社会责任实践提供理论参考。

换句话说，应该提出符合经济理性的企业社会责任概念和企业社会责任理论体系。本书不仅梳理了理论界对企业社会责任的各种看法，还从社会成本和社会收益的角度重构了企业社会责任的理论基础，提出了符合经济理性的企业社会责任概念。从国内外文献来看，从社会成本和社会收益的角度来探讨企业社会责任的几乎没有，由以上角度着手研究，可以充实这一领域的研究成果，有助于弥补这一领域研究的不足，对企业社会责任理论研究的学术创新有重要作用。

从实践的角度来看，自改革开放以来，我国经济蓬勃发展，但也产生了不少社会问题。我国劳动力资源丰富、供给充足，用人单位在某种情况下处于买方垄断地位。在市场竞争激烈的情况下，为了节约成本，相当一部分企业无视社会责任，导致非法用工、拖欠工资、性别歧视、劳动保护措施不力等现象大量出现。食品质量问题和药品质量问题造成的社会影响更加恶劣。民以食为天，但近年来，“毒奶粉”“毒大米”，超过保质期的发霉馒头，二氧化硫严重超标的烟熏竹笋，酪蛋白过多可能严重影响婴儿健康的奶粉，农药残留过量的茶，铅中毒的松香鸭等，让人们“谈吃色变”。此外，企业经营过程中的诚信问题、环境污染问题等对社会造成的负面影响也越来越不容忽视。政府、非政府组织、社会公众都在呼吁企业履行社会责任。研究企业社会责任问题的终极目标是推动我国企业社会责任的发展，使越来越多的企业自觉承担社会责任。要做到这一点，首先必须深刻认识到企业社会责任问题的本质，然后找到影响企业履行社会责任的逻辑因素。

1.2 研究思路和方法

1.2.1 研究思路

本书一共分为 8 部分，主要内容安排如下。

第一部分：主要介绍本书的研究背景、研究意义、研究思路和方法等。企业社会责任是一个被理论界和实践界广泛关注的问题，已有的研究成果较多。本章旨在点出对该问题进行再研究的必要性。

第二部分：对国内外学者对企业社会责任问题的研究成果进行梳理和总结，并对现有成果进行评述。主要包括：国内外有关企业社会责任行为概念的研究评述、国内外有关企业社会责任行为维度的研究评述、国内外有关企业社会责任行为评价的研究评述、国内外有关企业社会责任行为与企业绩效的研究评述、国内外有关企业社会责任行为影响因素的研究评述。

第三部分：对企业社会责任行为的理论基础进行梳理、总结和评价。主要包括：新古典经济学视角下的企业社会责任理论的贡献与不足、利益相关者理论视角下的企业社会责任理论的贡献与不足、社会契约理论视角下的企业社会责任理论的贡献与不足、社会伦理理论视角下的企业社会责任理论的贡献与不足。本章旨在指出当前理论界对企业社会责任研究的空白之处与不足之处。

第四部分：首先论证企业追求利润的合理性，然后通过论证企业逐利行为与社会责任行为之间的关系，证明两者之间可能相容也可能相斥。当两者的关系相容时，企业会主动履行社会责任；当两者的关系相斥时，企业倾向于在追求利润的过程中忽视

社会责任，这就突出了外部约束的重要性。

第五部分：从市场失灵和政府的公共管理职能两个角度论证了政府推动企业履行社会责任的必要性。采用动态博弈的方法，对政府和企业有关企业社会责任的关系进行了机制性探讨。细致分析了政府规制和推进履行社会责任的手段与途径。

第六部分：从市场失灵、政府失灵和非政府组织可以作为弱势群体的“代言人”等角度论证非政府组织推动企业履行社会责任的必要性。采用动态博弈的方法，对非政府组织和企业有关企业社会责任的关系进行了机制性探讨，细致分析了非政府组织推动企业履行社会责任的模式。

第七部分：采用实验经济学的方法探索企业在各种情形下履行社会责任的情况。首先，介绍实验经济的方法；然后通过在我国重复进行“普强实验”，验证企业在无外界约束的情况下是否会主动履行社会责任；接着，在加入政府推动力量和非政府组织推动力量后再做“普强实验”，分析加入推动力量前后企业对履行社会责任的态度是否会发生显著变化。

第八部分：本章首先分析了我国企业社会责任行为推动力量存在的问题，然后提出了推动我国企业社会责任实践的措施，最后指出了本研究尚存的不足之处与进一步研究的方向。

1.2.2 研究方法

本书采用的研究方法主要包括文献综述法、案例研究法、理论实证研究法以及实验研究法等。

第一，规范经济学与实证经济学相结合的研究方法。

规范经济学是指那些依据一定的价值判断，提出某些分析和处理经济问题的标准，并以此树立经济理论的前提，作为经济政策制定依据的方法。本书主要采用规范经济学的方法来明确“负责任的企业应该做些什么”的问题。实证经济学不涉及价值

判断，是指描述、解释、预测经济行为的经济理论部分，也就是经济规律。本书利用经济规律来解释企业社会责任行为的现象，并基于这些规律提出推动我国企业社会责任实践的建议。

第二，归纳与演绎相结合的研究方法。

归纳和演绎是两种非常基本的逻辑分析方法。归纳法是根据一类事物的部分对象具有某种性质，推出这类事物的所有对象都具有这种性质的推理，又叫做归纳推理。演绎法就是从一般性的前提出发，通过推导即“演绎”，得出具体陈述或个别结论的过程，也称为演绎推理。本书从企业逐利动机出发推导企业社会责任行为，以及从企业利益相关者的逐利动机推导利益相关者对企业社会责任行为的影响等，采用的就是演绎法。

第三，经济实验研究法。

经济学实验是研究者在受试对象参与的情况下，按照一定的游戏规则并给予一定的物质报酬，以仿真方法创造与实际经济相似的一种实验室环境。不断改变实验参数，对得到的实验数据进行分析、整理、加工，用以检验已有的经济理论及其前提假设，或者发现新的理论，或者为一些决策提供理论分析。本书采用经济学实验的方法对理论实证得到的结论在不同的场景下进行验证。

1.3 可能存在的创新与不足

1.3.1 本研究可能存在的创新

本书作者认为，企业社会责任是一个较为模糊的概念，在以往的文献中，人们似乎认为企业应该做的事情都可以称为“企业社会责任”。然而，人们在思考“企业应该做什么”的时候很

少考虑到企业和社会因此而付出的代价。经济学研究的目的在于协调社会运作、提高社会总体福利，符合经济效率的经济行为应该是可以提高社会总体福利的行为。本书基于这一观点研究企业社会责任的行为，书中可能存在的主要创新点为：

第一，在对企业逐利行为与企业社会责任行为的分析中，重点研究了两者的取舍问题。本书认为只要企业采取了必要的措施来防止损害行为的发生或减轻损害行为产生的后果，企业的逐利行为就应该受到尊重，在这种情况下即使产生了损害行为，也不能说企业没有履行社会责任。除此之外，不应该期待企业在增进社会福利的其他方面负有“责任”；否则，这样的社会安排就会通过降低企业的效率来降低整个社会的福利。

第二，论述了企业的逐利行为与社会责任行为，指出两者之间时而相容时而相斥。两者相斥时，企业才会自觉履行社会责任；两者相容时，必须通过外界约束，改变企业的成本预算才能迫使企业履行社会责任。

第三，论述了政府推动企业社会责任实践的重要性与手段，指出政府推动力量存在的不足与非政府组织存在的必要性。

第四，对我国企业社会责任行为推动力存在的问题进行了理论探讨，指出我国企业普遍处于“非制度化生存”的状态中，产生了“劣币驱逐良币”的效应，加上部分地方政府片面追求经济增长，从而导致我国企业社会责任行为普遍缺失，并采用实验经济学的方法对理论分析的结果进行实验检验。

1.3.2 本研究存在的不足

学术研究是一个以论据支撑论点的过程，因此，第一手资料的真实性与翔实度直接影响学术成果的价值。然而，本研究涉及企业家不可观测的自律，需要深入企业调研，而企业为维护自身形象倾向于报喜不报忧，难以获得真实信息。为使研究免受不实

信息的干扰，本书采用实验研究方法对理论分析进行检验，虽然在方法论上或许是一种创新，但也因此缺乏一手资料。

1.4 本章小结

企业社会责任是一个被讨论得较多的话题，国内外学术成果颇丰。本章作为绪论，通过对研究背景的介绍点出了本研究的突破口，并梗概性地介绍了研究将如何展开、可能存在的创新与不足等，为接下来的研究奠定基础。

2 国内外企业社会责任行为的研究述评

企业社会责任并不是一个新的研究课题，从 20 世纪初企业社会责任的概念被提出以来，经济学家、管理学家、社会学家和法学家等都对这一课题进行过研究，产生了一大批有关企业社会责任的文献，本章将对其中一些比较有代表性的文献进行述评。

2.1 企业社会责任的概念研究评述

企业社会责任是一个非常有争议的概念，从 20 世纪初企业社会责任的概念被提出以来，学界从未停止过争论，到目前为止尚未形成权威、统一的概念。虽然企业社会责任是经济学和管理学的热门研究课题，但当前学者们在讨论企业社会责任时，所指的对象并不完全一致。

2.1.1 国外企业社会责任概念的研究综述

一般认为，企业的社会责任（Corporate Social Responsibility, CSR）概念最早于 1924 年由英国人 Oliver Sheldon 提出。他认为企业经理需要采用三个社会标准来进行管理：“（1）工业的政策、情况和方法应当有助于公共福利；（2）管理将努力达到整个社会最高的道德标准，并将社会正义应用到工业实践上；（3）管

理应当促成普遍的伦理标准和社会正义的提高。”^① Oliver Sheldon (1924) 将企业主动履行社会责任的思想引入关于企业社会责任的定义和模型后并未立即引起广泛的讨论。直至 1953 年 Howard Bowen 出版了《商人的社会责任》(② Social Responsibilities of the Businessman) ③一书之后, “企业社会责任”这一论题才开始受到广泛关注并引发了激烈的讨论。^④ 因此, Howard Bowen 被称为“企业社会责任之父”。他在《商人的社会责任》中对“企业社会责任”所下的定义是: 企业按照社会的目标的价值, 向有关政府靠拢、作出相应的决策或采取理想的具体行动的义务。这一定义仅仅指出了企业应该对社会负责, 但是没有说明企业应该对社会负有何种责任, 显得较为笼统和模糊。

从此之后, 越来越多的学者参与到对企业社会责任的讨论与研究中, 研究对象从最初的关注商人的个体行为逐渐过渡到关注企业的组织行为。20 世纪 60 年, Davis 提出了“责任铁律”, 认为按照“权责一致”的理论, 商人的社会权利实际上来自于他们对社会承担的责任, 商人“对企业社会责任的回避将逐步丧失社会所赋予的权利”, 因此, 企业社会责任是指对企业在经济、技术和立法之外的要求, 企业不但应该追求传统的经济目标, 还应该致力于促进社会利益。^⑤ 20 世纪 70 年代, 学术界对企业是否应该承担社会责任展开了激烈的讨论。部分学者认为企业不应该承担社会责任, 原因是企业承担社会责任会给企业带来

① Sheldon, O. ② The Social Responsibility of Management, The Philosophy of Management③ [M]. London: Sir Isaac Pitman and Sons Ltd., 1924: 115-118.

② Carroll, A. B. Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct [J]. ③Business & Society④ (USA), Sep. 1999 Vol. 38 No. 3.

③ Davis, K., 1960, Can business afford to ignore social responsibilities? [J]. ④ California Management Review⑤, (2: 3), 70-76.

额外的支出，这将降低企业的利润和生产效率（Levitt，1958^①；Hayek，1960^②；Friedman，1970^③）。而支持企业应该承担社会责任的学者则认为企业承担社会责任的行为可以使企业避免政府法律法规不允许的行为，避免了由企业引起的社会问题，通过尊重利益相关者的利益以及关心利益相关者的需求可以促进企业的长期效益（Davis，1960）。

进入 20 世纪 80 年代，利益相关者理论得到了更多学者的关注。1979 年，Carroll 提出了公司业绩的三维概念模型，标志着企业社会责任和利益相关者理论走向结合。他认为“企业社会责任包含了在特定时期内，社会对经济组织经济上的、法律上的、伦理上的和自行裁量的期望”^④。20 世纪末期，美国企业伦理学家托马斯·唐纳森、托马斯·邓菲在《有约束力的关系》一书中提出了综合性社会契约论，他们将企业与其利益相关者之间所遵循的所有契约形式总称为综合性社会契约，进而将企业与其利益相关者的利益要求统一起来。他们认为企业对利益相关者的利益要求必须作出反应，因为企业是社会系统中不可分割的一部分，是利益相关者显性契约和隐性契约的载体。倘若企业忽视其社会责任，那么它的长久生存和持续发展就很成问题了。虽然学术界已有很多关于 CSR 概念和分类的实证研究，但近年来有关 CSR 的维度和相关概念依然层出不穷（Swanson，1995；

① Levitt, T. The Dangers of Social Responsibility [J], ⑤Harvard Business Review, ⑤September-October, 1958: 179-183.

② Hayek, F. A. The Corporation in a Democratic Society: In Whose Interest Ought It. To and Will It Be Run [J], ⑤Reprinted in Studies in Philosophy, Politics and Economics ⑤(1967), Chicago: University of Chicago Press, 1960: 300-312.

③ Friedman, M. The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits [J], ⑤New York Times Magazine⑤, 1970, (13): 122-126.

④ Carroll, A. B. A Three-dimensional Conceptual Model of Corporate Performance [J]. ⑤The Academy of Management Review, ⑤1979, (4).