

中国企业社会责任研究专家文库



公路货运 企业社会责任研究

GONGLU HUOYUN QIYE SHEHUI ZEREN YANJIU

■ 姜斌远 著 ■

和谐社会构建

企业可持续发展

应急物流社会责任

物流成本管理

公路货运安全管理

企业社会责任

华南理工大学出版社

中国企业社会责任研究专家文库

公路货运 企业社会责任研究

GONGLU HUOYUN QIYE SHEHUI ZEREN YANJIU

■ 姜斌远 著 ■

华南理工大学出版社
· 广州 ·

内 容 简 介

本书结合公路货运企业的实际情况,对公路货运企业履行企业社会责任进行探讨,围绕公路货运企业为什么承担社会责任、如何承担社会责任、怎样承担社会责任的思路进行研究,为公路货运企业承担社会责任指明方向,有利于提高公路货运企业的竞争力和可持续发展能力,有利于促进我国和谐社会的构建。

本书面向公路货运企业和物流业,探索公路货运企业社会责任建设,同时对其他行业领域的企业社会责任研究具有一定的借鉴作用,也可供相关领域政府部门研究人员借鉴、参考。

图书在版编目(CIP)数据

公路货运企业社会责任研究/姜斌远著. —广州:华南理工大学出版社, 2011. 8
(中国企业社会责任研究专家文库)
ISBN 978-7-5623-3491-0

I. ①公… II. ①姜… III. ①公路运输: 货物运输 - 运输企业 - 社会责任 - 研究 - 中国 IV. ①F542. 6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 149264 号

总 发 行: 华南理工大学出版社 (广州五山华南理工大学 17 号楼, 邮编 510640)
营销部电话: 020 - 87113487 87110964 22236386 87111048 (传真)
E-mail: scutcl3@scut.edu.cn http://www.scutpress.com.cn

策划编辑: 潘宜玲

责任编辑: 朱彩翩

印 刷 者: 广州市穗彩彩印厂

开 本: 787mm × 960mm 1/16 印张: 14.5 字数: 292 千

版 次: 2011 年 8 月第 1 版 2011 年 8 月第 1 次印刷

印 数: 1 ~ 1 000 册

定 价: 38.00 元

版权所有 盗版必究

《中国企业社会责任研究专家文库》

编辑委员会

主 任 刘延平 黎友煊

主 编 黎友煊 刘延平

委 员 （以姓氏笔画为序）

丁慧平 北京交通大学经济管理学院教授、博士生导师

万俊毅 华南农业大学经济管理学院副院长、教授、博士

王 浩 华南农业大学副校长、研究员、博士生导师

王再文 中央财经大学企业公民研究中心主任、教授、博士

叶 龙 北京交通大学经济管理学院副院长、教授、博士生导师

叶祥松 广东商学院经济贸易与统计学院院长、教授、博士生导师

刘纪显 华南师范大学经济管理学院教授、博士生导师

刘延平 北京交通大学经济管理学院院长、教授、博士生导师

刘明贵 嘉应学院副院长、教授、博士

向晓梅 广东省社会科学院产业经济研究所所长、研究员、博士

孙红梅 陕西科技大学管理学院院长、教授、博士

孙明泉 光明日报理论版副主任、主编、博士

陈宏辉 中山大学岭南学院副院长、教授、博士生导师

陈德萍 广东外语外贸大学副校长、教授、博士

何 斌 仲恺农业工程学院副院长、研究员、博士

李 业 华南理工大学工商管理学院教授

李树民 西北大学经济管理学院教授、博士生导师

李丽辉 西安财经学院学科建设办公室主任、教授、博士

吴克昌 华南理工大学公共管理学院院长、教授、博士

吴成娟（韩）美国加州大学伯克利分校（University of California, Berkeley）

政治学系伯克利亚太经济合作组织研究中心博士

余鸿华（美）美国凤凰城大学（University of Phoenix）博士

张 群 北京科技大学经济管理学院院长、教授、博士生导师

- 张明玉 北京交通大学经济管理学院党委书记、教授、博士生导师
- 林 军 广东恒健投资控股有限公司总经理、高级经济师、博士
- 林 勇 华南师范大学经济管理学院院长、教授、博士生导师
- 赵景峰 西北大学经济管理学院教授、博士生导师
- 高 闯 首都经贸大学校长助理、教授、博士生导师
- 郭文美 美国新墨西哥大学 (University of New Mexico) 博士
- 曹明福 天津工业大学经济学院教授、副院长、博士
- 喻卫斌 广东商学院人事处副处长、教授、博士
- 黎友焕 广东省企业社会责任研究会会长、《企业社会责任》杂志社社长兼总编辑、广东省社会社科综合开发研究中心主任、研究员、博士

序

黎友焕

长期以来“利润最大化理论”在经济发展中起着主导作用，然而现实生活中，伴随着企业不断盲目追求利润和扩张的同时，出现的诚信缺失、环境污染、资源浪费、人权忽视和生态破坏，给经济社会的发展带来了不容忽视的巨大外部成本。尤其近年来，我国频频出现的产品质量安全问题等社会责任事故，严重损害了消费者的合法权益，破坏了社会诚信氛围，企业社会责任逐渐成为人们关注的热点问题。

企业社会责任是在经历了一个较长的历史发展之后逐渐演变为今天较为系统的理论，其最初是在西方发达国家兴起的。早期关于企业社会责任的研究都散见于其他领域的研究之中，并没有形成专门的企业社会责任理论，直到1932年，英国学者谢尔顿在美国进行企业考察时，提出了“公司社会责任”这一概念，引起了人们对企业社会责任的激烈讨论，促使企业社会责任研究在争议中获得发展。目前得到大家普遍认同的企业社会责任概念是由美国学者阿奇·卡罗尔提出的，他认为完整的企业社会责任包括企业经济责任、企业法律责任、企业伦理责任和企业慈善责任四个层面。企业的经济责任作为企业的基本责任，反映企业作为营利性组织的本质属性；企业的法律责任要求企业在追求利润的同时必须遵守法律的约束；企业的伦理责任是指企业的行为必须对利益相关者负责；企业的慈善责任是企业的自愿性责任，是企业参与法律和伦理所要求的社会活动的义务。

企业社会责任涉及多方面的内容，各层次的社会责任都必须以实现经济利润为前提，因此企业的经济责任处于最基础和最重要的地位，只有企业的经济利益得以实现，才能够使企业有更多的力量来承担社会责任。20世纪90年代以来，我国企业最初履行社会责任是在受到国际贸易标准或产业链约束等外在客观条件而被动承担社会责任的，因此，多数企业最初并不认为企业社会责任会促进企业实现经济效益，相反他们认为履行企业社会责任会增加企业的成本，降低企业的经济利润，所以，对于追求利润最大化的企业来说就缺少了承担社会责任的积极性，大多数企业简单地认为参加慈善活动就是承担企业社会责任，并没有将企业社会责任与企业长期可持续发展联系起来，且没有将企业社会责任理念融入企业的管理中，造成我国企业社会责任的发展与西方国家相比较为落后。

目前我国企业履行社会责任存在着社会责任意识淡薄、法律监管不力、社会

责任审核体系不完善等问题。我国大部分企业还没有设置专门的企业社会责任管理机构,将社会责任作为企业一项专门工作对待。甚至部分企业仅把社会责任当做宣传的手段而没有真正承担社会责任。另外,由于我国企业社会责任研究时间较为短暂,大多数企业对社会责任的理解仍有偏差。在实际工作中,企业履行社会责任具有很大的随意性,企业损害员工权益,生产经营过程中忽视环境保护,缺少责任安全意识,向消费者提供不合格的产品或服务,缺乏诚信和公平竞争意识等情况仍然时有发生。在这种情况下,外部的法律和政府监管不力,也导致更多的企业忽视社会责任,给我国企业社会责任的发展带来重重困难,使我国经济社会无法获得平衡发展。

企业社会责任是经济社会发展到一定历史阶段对企业提出的期望与要求,企业承担社会责任不仅可以促进经济社会的良性发展,也是提高企业自身竞争力和降低经营风险的有效途径。目前在构建和谐社会、贯彻科学发展观的大氛围下,我国企业有必要抓住国内机遇、适应国际标准,积极探索如何将企业社会责任融入到企业管理中,加快促进企业社会责任在实践中的贯彻与落实,从而提升企业的竞争力,实现企业长远发展的战略规划。

企业履行社会责任应当遵循一定的路径,将承担社会责任纳入到企业的发展目标,在一个合理的责任范围内履行社会责任,实施融合企业社会责任的管理制度对我国企业社会责任的发展有重要意义。首先,企业管理者是企业战略的决策者,贯彻落实企业社会责任的系统工程首先由企业的管理层发起。因此,我们需要培养企业家精神,只有当企业管理者高瞻远瞩,率先意识到企业社会责任战略重要性,形成了系统的企业社会责任理念,才能够将这种理念融入到企业的管理指导思想中。其次,需要各业务部门支持与配合,将企业社会责任理念贯彻到各个部门平时的生产管理中,通过制定出各业务部门的业务管理制度,将企业社会责任建设细化到各个部门中。因此,对于企业管理中的人力资源管理、财务管理、生产管理、效率管理等,应该针对具体情况制定相应的企业社会责任战略。最后,企业的战略管理也很重要,将企业社会责任融入战略管理,通过企业文化将社会责任理念贯彻到每一个员工身上。这样就形成了一个自上而下的融合企业社会责任的管理系统,能够为企业带来提升企业形象和声誉、提高消费者忠诚度、增强企业激励、节省运营成本、提高销售额和市场占有率、降低和控制风险等利益。

一个企业只有在实现经济效益的同时,关注消费者、投资者以及社会公众的利益,履行保护环境、节约能源、慈善捐助、支持社会公益等社会责任,才会为企业发展创造更广阔的生存空间和环境,给企业决策和经营活动带来更大的自主性和灵活性。虽然我国企业社会责任的研究还处在一个初级阶段,但是从全球企

业界的趋势来看，承担社会责任已经是不可阻挡的大趋势。相信随着国内企业社会责任意识的逐步提高，通过构建企业社会责任融入企业管理的制度，能够为我国企业的发展壮大提供一条新的发展思路。

从2003年起，笔者开始把大部分时间和精力花在企业社会责任的研究工作上。早在2004年初，中国经济出版社的同志向笔者约稿出版企业社会责任研究专著时，笔者就提出我国要加快企业社会责任学科体系的建设。在过去4年的广东省企业社会责任研究会年会上，笔者总是不断呼吁要加快企业社会责任学科体系的建设步伐。在广东省社会科学院、北京交通大学经济管理学院、广东省社会科学综合开发研究中心、广东省企业社会责任研究会、《企业社会责任》杂志社等单位的大力支持下，笔者的企业社会责任研究团队从2004年起在广东人民出版社出版《广东企业社会责任建设蓝皮书》，2010年起改在人民出版社出版《中国企业社会责任建设蓝皮书》。为响应越来越多的高等院校开设企业社会责任课程的需要，2010年开始我们陆续出版了《企业社会责任研究系列丛书》（华南理工大学出版社出版，共8本）。这些大型系列丛书的出版发行推动了我国企业社会责任理论研究的新进展，越来越多的专家、学者和企业家要求我们再接再厉，出版更多企业社会责任研究成果精品。在此背景下，我们决定从2011年至2013年用3年的时间分别公开出版发行《中国企业社会责任研究专家文库》和《中国企业社会责任研究优秀文库》两套大型系列丛书。目前两套系列丛书接受申报出版12种，绝大部分都已成稿，编辑委员会对各书稿也在陆续论证和修订之中。我们相信这两套丛书的出版将进一步推动我国企业社会责任学科体系的建设和完善。同时也期待，更多的企业社会责任专家、学者和企业家关心、支持我们的企业社会责任研究和出版工作。

2011年3月

（作者系北京交通大学经济管理学院博士后，广东省企业社会责任研究会会长，《企业社会责任》杂志社社长兼总编辑，广东省社会科学综合开发研究中心主任、教授，英国诺丁汉大学高级访问学者。）

前 言

现在,企业社会责任问题已经得到世界各国的重视,企业社会责任理念也得到我国社会的广泛认同,其内涵和外延随着社会经济的发展得到丰富和升华。我国著名学者、广东省企业社会责任研究会会长、经济学教授黎友焕博士对这一问题作了长期深入的研究,为我国企业社会责任理论发展及实践做出了重要贡献,笔者有幸成为广东省企业社会责任研究会第一届、第二届理事会理事,几年来认真拜读了黎友焕教授的一系列大作,受到了很大的启发,也不断激发本人对企业社会责任研究的热情。

随着我国企业社会责任运动的不断深入,使企业社会责任理论研究向企业界渗透和发展。本书的理论框架和思路主要是依据黎友焕教授2007年西北大学博士论文《企业社会责任研究》中提出的“企业社会责任三层次理论模型”及其相关的研究成果,结合公路货运企业的情况,对公路货运企业履行企业社会责任进行初步探讨,围绕公路货运企业为什么承担社会责任、如何承担社会责任、怎样承担社会责任的思路进行研究。本书对微观企业社会责任研究具有一定的参考价值和借鉴作用。

感谢广东培正学院对此书的出版资助!

姜斌远

2011年3月

目 录

第一章 公路货运企业社会责任概论	(1)
第一节 公路货运企业社会责任问题研究的重要性	(1)
一、问题的提出	(1)
二、公路货运企业履行社会责任的重要性	(3)
第二节 企业社会责任的理论综述	(10)
一、企业社会责任的涵义	(10)
二、利益相关者视角下企业社会责任的理论	(12)
三、社会契约视角下企业社会责任的理论	(16)
四、企业伦理视角下企业社会责任的理论	(18)
第三节 公路货运企业社会责任的理论	(23)
一、国内物流专家学者对企业社会责任的理论研究	(23)
二、公路货运企业社会责任的理论研究	(24)
第二章 公路货运企业对国民经济发展的的重要性	(25)
第一节 物流业在国民经济发展中的地位和作用	(25)
一、物流业是国民经济发展的基础产业	(25)
二、物流是社会生产力的重要组成部分	(26)
三、物流是制造业发展的重要支撑力量	(26)
四、运输是“第三个利润源”的主要源泉	(27)
第二节 公路货运企业对社会经济发展的作用	(28)
一、公路货运是社会物质生产的必要条件	(28)
二、公路货运企业为生产和消费提供门到门的服务	(28)
三、公路货运企业对农业经济发展的作用	(29)
四、公路货运企业在应急物流中的作用	(32)
五、公路货运企业在城市配送中的作用	(34)
六、公路货运企业在逆向物流中的作用	(36)
七、公路货运企业在危险品物流中的作用	(41)
第三章 公路货运企业承担社会责任的内容及经济指标	(43)
第一节 公路货运企业社会责任内容确定的特色	(43)
一、公路货运企业社会责任内容确定的原则	(43)

二、公路货运企业承担社会责任成本的特点	(47)
三、公路货运企业社会责任与经营目标的协调统一	(49)
第二节 公路货运企业承担社会责任的内容	(50)
一、公路货运企业的经济责任	(50)
二、公路货运企业的法规责任	(51)
三、公路货运企业的伦理责任	(51)
四、公路货运企业的自愿性慈善责任	(52)
第三节 公路货运企业承担社会责任的评价指标体系的建立	(53)
一、国外学者对企业社会责任评价指标体系的研究	(54)
二、国内学者对企业社会责任评价指标体系的研究	(56)
三、公路货运企业社会责任评价指标设计的原则	(64)
四、公路货运企业承担社会责任评价指标的建立	(65)
第四章 公路货运企业承担社会责任的意义和原则	(76)
第一节 公路货运企业承担社会责任的意义	(76)
一、推动公路货运企业更好地履行多样化、重大的企业社会责任	(76)
二、扩大资本积累,更好地为社会经济发展服务	(78)
三、提高公路货运企业的服务水平	(79)
四、保护利益相关者的合法利益	(81)
第二节 公路货运企业承担社会责任的指导思想	(83)
一、承担企业社会责任要符合企业可持续发展目标	(83)
二、承担企业社会责任要量力而行	(84)
三、承担企业社会责任要围绕与社会共同发展的目标	(85)
四、承担企业社会责任要促进社会和谐发展	(86)
五、承担企业社会责任实现战略联盟的发展目标	(87)
第三节 公路货运企业承担社会责任的原则	(87)
一、有利于公路货运企业生存和发展的原则	(88)
二、结合公路货运企业经营性质的原则	(88)
三、基于公路货运企业自身能力的原则	(89)
四、符合社会需要的原则	(90)
五、公路货运企业在不同发展阶段承担不同社会责任的原则	(90)
六、资源整合与其他运输方式协调发展的原则	(91)
第四节 公路货运企业社会责任建设的理论研究	(91)
一、社会责任与公路货运企业社会责任的理论研究	(92)

二、企业社会责任和企业经营责任的理论研究	(93)
三、实现公路货运企业社会责任建设的原则	(94)
第五章 公路货运企业承担社会责任的途径和方法	(96)
第一节 公路货运企业承担经济责任的途径和方法	(96)
一、提供多元化的产品和服务	(96)
二、提供更多的就业机会	(97)
三、提高社会资源的利用效率	(97)
四、促进企业利润和社会财富的共同增长	(99)
五、坚持科学发展观,推动我国社会经济又好又快地发展	(100)
六、围绕核心企业建立供应链战略联盟,提高利润降低成本	(101)
七、采用高科技手段降低运输成本	(103)
第二节 公路货运企业承担法规责任的途径和方法	(104)
一、遵守执行国际公约和国际通用标准	(104)
二、遵守国家的法规	(105)
三、公路货运企业要依法经营	(105)
四、执行道路运输规范、行业标准和行业道德准则	(106)
五、执行公路货运企业内部的规章制度	(107)
六、加强诚信建设	(108)
第三节 公路货运企业承担伦理责任的途径和方法	(109)
一、维护股东权益	(109)
二、维护消费者权益	(109)
三、维护职工权益	(111)
四、积极参与社区建设	(113)
五、承担公共设施使用成本	(114)
六、保持资源、环境与社会可持续的发展	(114)
第四节 公路货运企业承担自愿性慈善责任的途径和方法	(116)
一、把自愿性慈善责任当作战略性行为	(116)
二、把承担社会慈善责任作为公路货运企业长远发展的保障	(117)
三、将慈善活动与运输经营活动相整合	(117)
四、直接支持其他慈善机构或组织	(118)
五、政府积极引导和激励公路货运企业承担自愿性慈善责任	(118)
第六章 公路货运企业承担国民经济发展的社会责任	(120)
第一节 公路货运企业在社会经济发展中承担的社会责任	(120)

一、承担农业物流的企业社会责任	(120)
二、承担应急物流的企业社会责任	(125)
三、承担城市配送的企业社会责任	(131)
四、承担逆向物流的企业社会责任	(138)
五、承担危险品物流的企业社会责任	(144)
第二节 公路货运企业承担可持续发展的社会责任	(147)
一、公路货运企业承担自身可持续发展的社会责任	(147)
二、公路货运企业承担物流业可持续发展的社会责任	(157)
三、公路货运企业实现可持续发展的对策	(161)
第七章 公路货运企业承担社会责任建设成绩及存在的问题	(165)
第一节 公路货运企业社会责任建设成绩	(165)
一、经济责任方面	(165)
二、法规责任方面	(167)
三、伦理责任方面	(168)
四、慈善责任方面	(170)
第二节 当前公路货运企业社会责任建设存在的问题	(173)
一、经济责任方面	(173)
二、法规责任方面	(174)
三、伦理责任方面	(176)
四、慈善责任方面	(180)
第三节 公路货运企业社会责任建设存在问题的原因	(180)
一、宏观原因	(180)
二、微观原因	(183)
第四节 强化公路货运企业社会责任建设的措施	(186)
一、政府强化公路货运企业社会责任建设的措施	(187)
二、公路货运企业强化社会责任建设的措施	(191)
三、其他社会各界强化公路货运企业社会责任建设的措施	(199)
参考文献	(202)
后 记	(216)

第一章 公路货运企业社会责任概论

企业社会责任 (Corporate Social Responsibility, CSR) 观念起源于美国, 并于 20 世纪 50 年代以后在学术界形成了比较完整系统的企业社会责任思想。它强调企业在创造利润, 对股东利益负责的同时, 还要承担对员工、社会和环境的责任, 包括遵守商业道德、安全生产、职业健康、保护劳动者合法权益、节约资源等。自 20 世纪 90 年代以来, 伴随着劳工运动、消费者运动、环境保护运动等可持续发展运动的蓬勃发展, 企业社会责任成为近年来社会广泛讨论的热点问题, 理论界和实业界通过研究和实践给予了充分的关注。在我国, 企业社会责任运动起步较晚。20 世纪 90 年代中期 (1995 年出现社会责任审核), 理论界开始对其进行研究探讨, 发表相关论文和书籍, 并初步取得一定成果。目前我国企业社会责任运动逐渐由理论研究向行业及企业渗透, 涉及的产业范围越来越广, 产生影响也越来越大。企业社会责任运动的快速发展对我国经济和社会的诸多领域产生了一定的影响。^①

第一节 公路货运企业社会责任问题研究的重要性

一、问题的提出

物流业是融合运输、仓储、货运代理和信息等行业的复合型服务产业, 涉及领域广, 吸纳就业人数多, 促进生产、拉动消费作用大。从纵向看, 物流服务几乎涉及国民经济的各个方面, 是一个跨行业、跨部门、跨地区的基础性产业, 具有强大的经济渗透能力与带动效应。从横向看, 现代物流涉及运输、储存、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、信息处理以及为以上各个环节提供装备和配套服务的诸多领域, 其本身就是一个庞大的系统。^② 从这个意义上来看, 发展现代物流产业, 对其他相关产业和国民经济全局带动作用明显。在国际上, 物流业被认为是“一块经济界的黑大陆”, 具有极大的利润创造空间, 是降低资源消

① 郑玲. 创新一体化航空物流服务运营模式 [J]. 中国经贸导刊, 2010 (5): 74-75.

② 袁卓玲. 基于新农村建设农村物流发展的影响因素分析 [J]. 科技经济市场, 2009 (8): 80-

耗、提高劳动生产率之后的“第三利润源泉”，其发展程度成为衡量一国现代化程度和综合国力的重要标志之一。在我国，物流业被认为是国民经济发展的动脉和基础产业，是服务业的主导产业，是国民经济的重要组成部分和发展新的经济增长点，是衡量一个国家综合国力的重要指标，^① 被喻为促进国民经济增长的“加速器”。近年来，我国物流业发展势头迅猛，全国大多数省市和中心城市已经形成了一批各具特色的现代物流企业，可以说，我国物流业发展已经进入了高速发展期。^②

物流创造的价值主要通过解决时间和空间上的差异得以实现，在物流的七大基本功能中，最为关键的两个环节就是运输和储存。而在现有的铁路、公路、水运、管道和航空五种运输方式中，公路运输是物流系统中的最重要运输方式之一。公路运输需求产生于人类生活和社会生产的各个方面，是生产过程的继续，公路货运企业利用自身灵活性的特点为生产制造企业和流通企业提供“门到门”的服务。公路运输在物流业中有着极为重要的地位，是各种运输方式中机动性最强、覆盖面最广的运输方式。在物流活动中公路货运企业承担了较大的货运量，为经济发展和社会进步作出了重大贡献。2008 年我国公路运输完成货运量 182 亿吨，约占全部货运量的 74.3%，同比增长 10.9%，公路运输货运周转量 12 999 亿吨，同比增长 14.5%。^③ 公路货运企业在促进我国经济增长，提供就业岗位、拉动消费等方面发挥着十分重要的作用。

我国经济高速发展带动了物流业发展突飞猛进，物流业也为社会经济发展作出许多贡献，但我国物流效率低下又拖了社会经济发展的后腿。我国物流成本占国民经济生产总值的比例比日本和美国多一倍以上，上千亿美元在物流环节中白白地损失掉了。根据《2007 年全国物流运行情况通报》数据显示，2007 年全国社会物流总费用为 45 406 亿元，同比增长 18.2%，增幅比 2006 年提高 4.7 个百分点。社会物流总费用与 GDP 的比率由 2006 年的 18.3% 提高到 18.4%，上升 0.1 个百分点。这意味着我国每实现 100 元 GDP 的产值，就需付出 18.4 元的物流成本。^④ 在发达国家，这一比例为 10%。我国的物流成本是发达国家的两倍，削弱了低劳动力成本带来的优势。按 2007 年 GDP 总量 246 619 亿元计算，我国物流成本占 GDP 的比重每降低 1 个百分点，则可以节约资金 2 466 亿元，如果我国能逐步达到发达国家的平均物流成本（物流成本占 GDP 的 10%），那就意味

① 丁俊发. 中国物流经济学思考 [J]. 物流技术, 2010 (2): 31-35.

② 李智彬. 我国物流业发展现状与应对策略 [J]. 山东社会科学, 2010 (4): 176-179.

③ 数据资料来源: 国家统计局网站.

④ 朱安明. 物流总费用接近两成 GDP 超发达国家一倍 [N]. 中国财经报, 2008-03-29.

着将带来近2万亿元的社会效益。

从我国货运量结构上看,物流业经济效益低下的主要原因之一是公路货物运输效益低下,而公路货物运输经济效益低下的原因之一是少数公路货运企业社会责任观念比较淡薄,履行企业社会责任意识不强,造成企业与政府、企业与职工、企业与消费者之间的不和谐的关系,不利于形成统一开放、竞争有序的现代市场体系,而且也成为社会中一些潜在的不稳定及不和谐的因素。因此,公路货运企业要按照社会道德规范调整经营管理思路,实现利益的途径要从原来依靠单纯的市场竞争转变为以实现社会公众利益和环境保护为前提,实施企业社会责任从初级阶段以被动地处理员工利益和环保问题为主要内容,提升到主动地实施企业社会责任的战略来提高企业市场竞争力为主要目的。所以,关注公路货运企业社会责任,解析这些企业社会责任缺失的原因也就成为当下迫切需要重视和解决的问题。

从古至今,谁都不能脱离企业社会责任而谈发展,企业社会责任是企业存在的前提,是企业价值的体现,是市场信誉的积累,更是创建世界名牌企业的基石。任何企业的发展不能超越自己的能力,责任永远比发展速度重要,任何私利都不能凌驾于公众利益之上。公路货运企业的创建、发展、壮大,都离不开社会的支持,离不开人才、资金、货源、市场等因素。一个乐于承担企业社会责任的公路货运企业,将会进一步融入社会,得到社会各方面更多的帮助与支持,从而使公路货运企业更加兴旺发达。

二、公路货运企业履行社会责任的重要性

1. 履行企业社会责任,实现经济效益和社会效益长期增长

公路货运企业作为社会创造财富的主体之一,履行创造利润、增加税收、提供运输服务的责任,将会直接促进社会物质和文化的繁荣,形成构建和谐社会的基石。但企业在创造利润、增加税收、提供运输服务的同时,需要各种利益相关者的参与。各利益相关者为以下五类:一是股东利益,二是劳动的提供者,三是各种资源的提供者(包括土地、资本、设备和原材料的提供者),四是顾客或消费者,五是社会和社会的代表——政府。这五种关系是企业存在所不可缺少的。“企业的多种社会利益关系包括企业员工、消费者、投资者、供货商、企业所在的社会和社会的代表——政府等”。在市场经济体制中,企业的经济性决定了公路货运企业的基本责任是最大限度地赢利,而企业的社会性又决定了公路货运企业还要承担对员工、消费者、社区和环境的社会责任,包括遵守商业道德、运输安全、职业健康、保护劳动者的合法权益、保护环境、支持慈善事业、捐助社会公益、保护弱势群体等。这样公路货运企业才能与社会环境和谐共生,与关

联企业合作共赢,积极参与公益事业,实现经济效益和社会效益共同增长。^①随着社会经济的发展和公众的关注,公路货运企业必须自觉地将企业社会责任纳入其经营战略,兼顾经济责任与社会责任,塑造良好形象,才能实现企业的可持续发展。

“企业利益与社会利益紧密相连,如果仅仅考虑企业和股东的营利而忽视其他社会利益,将会引起社会对企业信誉的怀疑,从而引起企业产品滞销、工人失业等大量社会问题,社会经济陷入恶性循环发展,企业自身的利益也必然受损。因此,在经济发展过程中,越来越需要在尊重企业营利的同时,兼顾消费者、雇员、债权人等诸多相关者的利益,要求企业承担一定的社会责任。”^②“企业负担社会责任也可以改善企业所处的社会环境和人们对企业的看法,达成企业与社会和谐互动的关系,并提升企业在人们心目中的形象(Corporate Image)。这些都利于企业的长期盈利(Long Term Profit)。此外,若企业积极善尽其社会责任,则可避免政府以不必要之外在法规钳制企业之活动,从而防止企业活动受到不应有的管制以致侵蚀自由企业制度的现象发生。”^③

2. 履行企业社会责任,为公路货运企业带来新的发展机遇

越来越多的公路货运企业实践和众多的研究成果充分说明,公路货运企业承担社会责任与企业的经济绩效成正相关的关系,而不是完全像传统经济学理论所认为的会加重公路货运企业负担、影响其利益,公路货运企业完全可以将企业社会责任转化为实实在在的竞争力。李立清、李燕凌(2005)认为,企业社会责任最本质的特征在于它的“内生性”,即这种责任是由于企业和社会领域内的自身行为引起的必然结果,而非任何外在压力推促下的企业义务。企业的社会责任随着社会的变迁具有“流动性”。^④企业社会责任是企业资源配置过程中“权利”与“义务”关系的交换结果。

公路货运企业履行社会责任会给企业带来更多货运量和忠诚的顾客群,从而提升财务业绩,增加企业利润,所以说履行企业社会责任对其自身的发展是一种机会。众多的研究成果显示:企业越注重社会责任,其产品和服务就越有可能获得更大的市场份额,也越能获得社会公众和消费者的支持,从而不断提高货物运输量和服务业绩,扩大服务范围和服务内容,这就做到了企业可持续发展的第一

① 李碧珍. 企业社会责任缺失:现状、根源、对策——以构建和谐社会为视角的解读[J]. 企业经济, 2006(6): 12-15.

② 王越, 孙文倩. 我国企业社会责任初探[J]. 长春工业大学学报:社会科学版, 2010(3): 28-30.

③ 卢代富. 企业社会责任的经济学与法学分析[M]. 北京:法律出版社, 2002: 178.

④ 赵丰年. 企业社会责任的宏观经济动因与促进策略研究[D]. 北京:北京邮电学院, 2008.