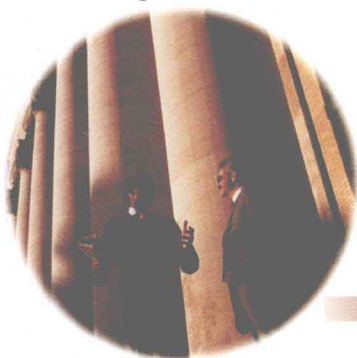


普通高等教育“十二五”规划教材

企业社会责任 教程

Corporate Social Responsibility



田虹 编著



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

普通高等教育“十三五”规划教材

企业社会责任教程

田虹 编著



机械工业出版社

本书吸收了国内外有关企业社会责任研究的成果,系统地阐述了企业社会责任的基本理论与实践。本书逻辑清晰,沿着企业社会责任理论—内外部驱动力—实施与评价—规范和操守的研究脉络,详细介绍了企业社会责任的理论框架与实践过程。本书首先介绍了企业社会责任的概念及其演变、企业社会责任的发展现状和发展趋势,并对不同视角下的企业社会责任内容分类进行梳理,从整体上对企业社会责任理论进行论述。在企业社会责任驱动力部分,介绍了企业社会责任的外部驱动力和内部驱动力;在外部驱动力方面,主要从企业的宏观环境、行业环境等方面进行了介绍;在内部驱动力方面,主要介绍了企业社会责任与企业竞争力、企业绩效、企业价值和企业可持续发展的关系。企业社会责任的实施与评价部分详细介绍了企业社会责任战略实施、企业社会责任投资和企业社会责任实施与各职能部门的关系、企业社会责任评价的模型方法与指标体系,以及企业社会责任管理的有关问题。最后,在规范和操守部分,主要介绍了企业社会责任的国内外标准和企业社会责任报告编制、发布和审验。

本书的特点是针对每个问题结合相关的案例进行分析,注重理论与实践的结合,重点突出,层次分明,颇具启发性,注重于培养读者的分析能力和解决实际问题的能力。

本书既可以作为我国高等院校经济管理类专业的本科生和研究生的教材,也可以作为 MBA、EMBA 以及在职管理人员培训或自学教材,还可以作为管理专业教学、科研人员以及企业和各经济管理部门实际工作者的参考书。

图书在版编目 (CIP) 数据

企业社会责任教程/田虹编著. —北京:机械工业出版社, 2012. 6
普通高等教育“十二五”规划教材
ISBN 978-7-111-38366-6

I. ①企… II. ①田… III. ①企业责任—社会责任—高等学校—教材
IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 096623 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)
策划编辑: 曹俊玲 责任编辑: 曹俊玲 宋 燕 冯 铤
版式设计: 刘怡丹 责任校对: 张 力
封面设计: 张 静 责任印制: 乔 宇
北京瑞德印刷有限公司印刷 (三河市胜利装订厂装订)
2012 年 8 月第 1 版第 1 次印刷
184mm×260mm·18 印张·440 千字
标准书号: ISBN 978-7-111-38366-6
定价: 36.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心: (010) 88361066

门户网: <http://www.cmpbook.com>

销售一部: (010) 68326294

教材网: <http://www.cmpedu.com>

销售二部: (010) 88379649

读者购书热线: (010) 88379203 封面无防伪标均为盗版

前 言

企业社会责任在企业生存和发展的历程中发挥着越来越重要的作用。随着经济的发展和公众社会意识的提高,特别是近年来发生的一系列食品安全、环境污染等问题,再次激起了人们对企业社会责任问题的关注。企业社会责任成为现阶段企业打造和保持竞争优势的又一新的手段。

企业社会责任是企业实现可持续发展的重要途径,它不但能够改善企业绩效,而且对于提高企业竞争力和声誉有着重要的作用。因此,在现阶段对企业社会责任进行学习和研究,对于企业在激烈的市场竞争中生存和发展有着至关重要的意义。

作为一门应用性很强的学科,国内外的许多学者和专家对此已有很多描述。本书作为管理学科的基础教材,在体系设计和内容安排上,更多地考虑了学习者的要求,并适当地兼顾了该学科的系统性与整体性。根据这一思想,设计了本书的框架:第一篇,对企业社会责任的概念、发展现状、发展趋势、内容进行了详述,使读者了解企业社会责任的概况;第二篇,对企业社会责任的驱动力进行了介绍;第三篇,介绍了企业社会责任的实施与评价,并对企业社会责任战略,企业社会责任投资,企业社会责任评价的模型、方法与指标体系等内容进行了详细的介绍;第四篇,在对企业社会责任各项内容分析的基础上,详细介绍了企业社会责任的国内外标准和企业社会责任报告。

本书内容具有以下特点:

第一,学科前沿性。将近年来国内外有关企业社会责任前沿问题研究的结果体现在本书中。

第二,结构系统性。从企业社会责任的概念、驱动力、实施与评价、规范与操守等角度,编排了十一章内容,论述了企业社会责任的理论与实践,便于读者对本课程知识体系的清晰掌握。

第三,案例成熟性。为方便读者了解和掌握企业社会责任理论与实践,本书每章均编写了导入案例并设思考题。案例选取既保留国外经典案例,又结合中国本土化实际,选取了中国企业的案例。

全书共四篇,分为十一章,由吉林大学商学院田虹教授结合多年的该课程教学、科研工作编写。

本书适用于高等院校经济管理类专业研究生和本科生使用,也可供 MBA、EMBA 课程教学以及企业和各经济管理部门实际工作者作为参考书使用。

企业社会责任作为一门较新的学科,其基本理论和实践还在不断地完善中。本书在编写过程中,也参考并采纳、吸收了多位专家学者的相关文献和思想,谨此表示衷心地感谢!由于编者受水平和时间所限,书中难免存在错讹之处,恳请同行及读者批评指正。

田 虹

于吉林大学匡亚明楼

目 录

前言

第一篇 企业社会责任理论

第一章 企业社会责任概念	2	第二章 企业社会责任内容	28
导入案例	2	导入案例	28
第一节 企业社会责任概念	3	第一节 企业社会责任的对象	29
第二节 企业社会责任的内涵衍生 和主题拓展	11	第二节 企业社会责任内容模型	39
第三节 企业社会责任的发展现状	15	第三节 企业社会责任内容的 其他分类	44
第四节 企业社会责任的发展趋势	21	本章小结	47
本章小结	27	思考题	47
思考题	27		

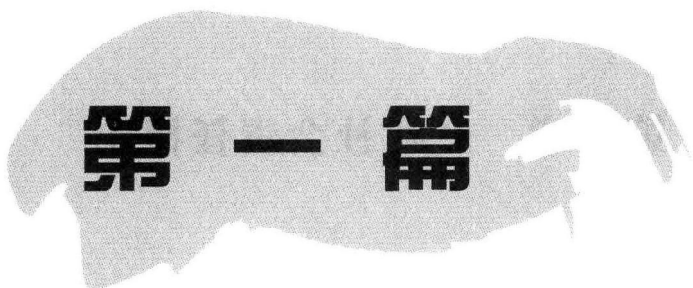
第二篇 企业社会责任驱动力

第三章 变化的环境与外部驱动力	50	导入案例	69
导入案例	50	第一节 企业社会责任与企业 竞争力	71
第一节 企业社会责任的 宏观环境	52	第二节 企业社会责任与 企业绩效	81
第二节 企业社会责任的 产业环境	55	第三节 企业社会责任与 企业价值	87
第三节 企业社会责任的其他 影响因素	62	第四节 企业社会责任与企业可 持续发展	92
本章小结	68	本章小结	96
思考题	68	思考题	97
第四章 企业社会责任的 内部驱动力	69		

第三篇 企业社会责任实施与评价

第五章 企业社会责任战略	100	因素分析	116
导入案例	100	第五节 企业社会责任战略管理 的措施	119
第一节 企业社会责任战略理论	101	本章小结	122
第二节 企业社会责任战略 管理模式	109	思考题	122
第三节 企业社会责任战略管理的 类型与动因	110	第六章 企业社会责任投资	123
第四节 企业社会战略选择的具体影响		导入案例	123
		第一节 社会责任投资的内涵	124

第二节 社会责任投资的发展	129	本章小结	168
第三节 社会责任投资的实现方式	136	思考题	168
第四节 社会责任投资指数	140	第八章 企业社会责任评价	169
本章小结	144	导入案例	169
思考题	144	第一节 企业社会责任评价的原则	171
第七章 企业社会责任实施	145	第二节 企业社会责任评价的模型	172
导入案例	145	第三节 企业社会责任评价方法	177
第一节 企业社会责任实施与 企业生产	146	第四节 企业社会责任评价的指标	187
第二节 企业社会责任的实施与 市场营销	150	本章小结	195
第三节 企业社会责任实施与人 力资源	155	思考题	195
第四节 企业社会责任实施与财 务管理	160	第九章 企业社会责任管理	196
第五节 企业社会责任实施与 信息沟通	164	导入案例	196
		第一节 企业社会责任管理概述	199
		第二节 企业社会责任管理评估	214
		本章小结	222
		思考题	222
		第四篇 企业社会责任规范和操守	
第十章 企业社会责任规范	224	第二节 企业社会责任报告的现状与 发展趋势	260
导入案例	224	第三节 企业社会责任报告的编制 与发布	267
第一节 国际企业社会责任标准	227	第四节 企业社会责任报告审验	273
第二节 国内企业社会责任标准	245	本章小结	276
本章小结	249	思考题	277
思考题	249	参考文献	278
第十一章 企业社会责任报告	250		
导入案例	250		
第一节 企业社会责任报告概述	251		

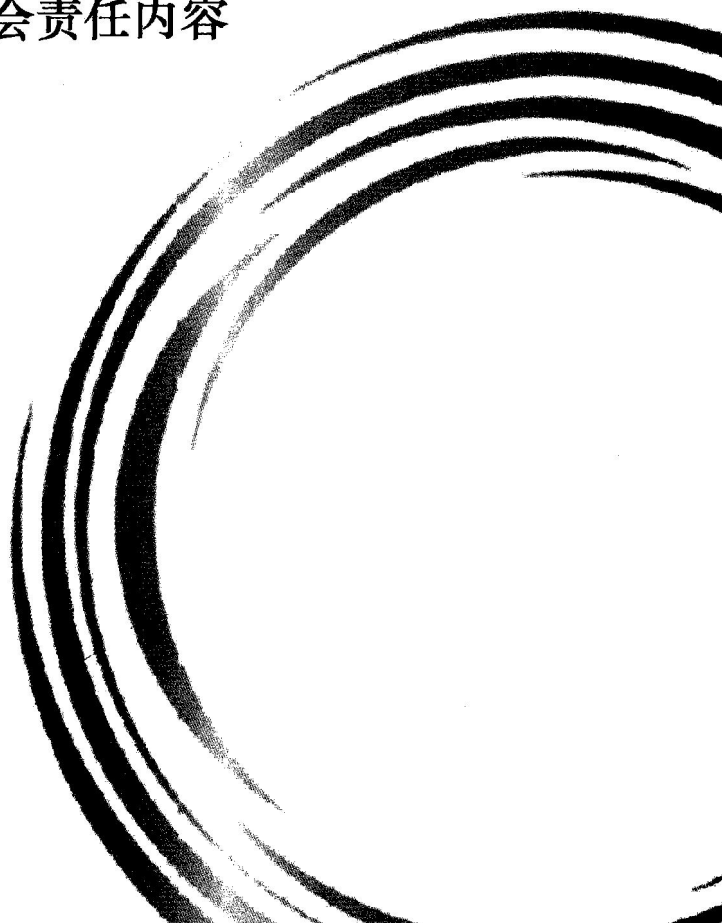


第一篇

企业社会责任理论

第一章 企业社会责任概论

第二章 企业社会责任内容



第一章 企业社会责任概论

【学习目标】

掌握企业社会责任的概念和特征；熟悉企业社会责任内涵、内涵衍生和主题拓展；了解企业社会责任的现状和发展趋势。

【关键词】

企业社会责任概念；特征；现状

【导入案例】

英特尔：企业社会责任 3.0

在中国对“企业社会责任”这个名词还陌生之时，英特尔公司（以下简称“英特尔”）在中国就开展了相关的工作。1999年它在全球启动了“未来教育项目”，2000年7月又在中国正式启动。到2010年年底，项目累计培训超过170万名中小学教师，17%的中国中小学教师都参加过英特尔的培训。除了对教师的培训项目，公司还有各层次的激励青少年创新的项目。比如，自2001年开始，英特尔领衔赞助全国青少年科技创新大赛，每年从中选拔20~30名优秀学生参加在美国举行的“英特尔国际科学工程大奖赛”；2004年，公司与中国科学技术协会合作，在社区青少年中心和学校课外活动中开展“英特尔求知计划”培训，专为贫困社区8~25岁的青少年提供社区活动中心的课外活动；2010年，将“英特尔科技教育创新学校奖”引入中国，旨在发掘并表彰在科技教育方面取得卓越成就并具有出色实践的中小学校，这是英特尔公司第一次在美国以外的国家设立该奖项。英特尔在教育上持续10年的投入，为它在中国获得了良好的声誉，连续八年被教育部授予“中国教育杰出贡献奖”。

教育、社区和环境是具体体现英特尔承担企业社会责任的三个领域。在社区方面，英特尔推行以员工技能为核心的志愿者服务。2010年，56%的英特尔中国公司员工参与志愿服务，服务时间达4.6万h。在环保领域，英特尔中国执行董事戈峻告诉《财富》（中文版）杂志，公司从来都是以最高的标准来要求自己，强调对环保责任的量化，并将此与员工的绩效挂钩。也就是说，没达到环保目标，会在员工的奖金上得到体现，这大大促进了员工的环保意识。

英特尔（全球）2011年有四大战略，其中一项就是“关心员工、关爱地球、激励下一代”。在中国，则有三大战略，分别是：技术领先，与产业链结合、推动中国的IT产业发展，做有责任的企业公民。作为英特尔中国的执行董事，戈峻直接负责企业社会责任工作并向总部汇报。公司在中国还设立了“首席责任官”的岗位，并且在每一个运营物理地点都有从事企业社会责任的核心团队。将企业社会责任提到战略的高度，并调整公司的组织结构以保证这种战略得到落实，这大概是英特尔在企业社会责任领域有出色表现的原因之一。

杨钟仁是英特尔中国首席责任官。他认为，英特尔企业社会责任已经从“1.0时代”进入“3.0时代”。所谓“1.0时代”，就是做公益、做慈善；“2.0时代”，就是将企业社会责任与公司的业务相结合；而“3.0时代”则是英特尔正在倡导的社会创新或企业责任的社会

化。《2009~2010 英特尔中国企业社会责任报告》的主题就是“以技术创新推动社会创新”。戈峻告诉《财富》(中文版)杂志,英特尔社会创新的核心理念就是搭建平台、资源贡献。英特尔认为,光靠政府、孤立的公益组织或者企业,是不可能解决人类和社会所面临的问题的,而是需要一个平台来发挥这三方的合力。英特尔希望政府、企业和社会组织共同合作,致力于使用创新技术推动教育创新、公益创新、社区创新、中小企业创新等,最终实现社会进步与和谐发展。

英特尔以技术创新推动社会创新的一个典型案例是,2010年1月公司与民政部社会福利和慈善事业促进司联合推出的首届“芯世界”公益创新奖。英特尔提供100万元奖金,奖励中国公益机构在组织发展、知识管理、财务管理、项目管理等方面创新应用信息技术的案例,帮助公益组织通过信息化手段,提高公信力和创新能力。北京惠泽人咨询服务中心(以下简称“惠泽人”)是一家公益组织,其“志愿者E学习中心”项目在“芯世界”评选中获得了“应用奖”三等奖。惠泽人的主任翟雁说,参与英特尔的项目,有力地推动了惠泽人的机制变革,员工能力以及组织运作水平得到了极大提高。

事实上,推动社会创新是英特尔实现企业社会责任的主要目标之一。它在IT领域的成功是搭建了一个健康的技术生态环境。戈峻表示,围绕着社会创新这个新的方向,英特尔将会有更多具体的创新项目推出,它在企业社会责任领域的愿景,就是搭建一个良好的社会生态环境。

资料来源:周展宏.财富中文网,2011年03月11日。

伴随着经济全球化趋势的加强和社会公众意识的逐渐提高,企业社会责任备受企业和社会公众的关注。企业社会责任开始上升到战略高度成为现代企业生产经营不可缺少的考虑因素。

第一节 企业社会责任概念

什么是企业社会责任?对于这一问题似乎人人都懂,但是对企业社会责任的理解却莫衷一是,关于企业社会责任的实现方式也多种多样。例如,美国的巴菲特和比尔·盖茨创建的基金捐赠资产,有600亿美元以上的资金用于贫困国家和地区的卫生医疗以及美国国内的教育领域;日本企业自古以来就是和股东一起,从事为员工、顾客以及当地社区等利益相关方创造价值的经营活动,“企业自我规范”可以说是日本的典范。为了更好地理解和认识企业社会责任,我们运用在MBA、EMBA、管理学科本科“企业社会责任”课程的讲授中,和学员们开发出了一个企业社会责任商数测试表。从这个问卷入手,会得出自己的结论,对于企业社会责任的研究,在理论和实践上都是十分必要的。

企业社会责任商数测试表

1. 您是否听说过以下概念?
A. 企业社会责任 B. SA8000 C. 跨国公司“生产守则” D. 不大清楚
2. 你是否接受过客户的有关企业社会人的检查或认证?
A. 经常 B. 偶尔 C. 从没接受过“生产守则”
3. 您认为企业社会责任包括:
A. 经济责任 B. 法律责任 C. 道德责任 D. 慈善责任
4. 您认为履行企业社会责任的表现有:

- A. 诚实纳税 B. 企业伦理 C. 股东利益
D. 员工利益 E. 公益活动
5. 您认为企业社会责任给本企业带来了什么?
A. 财务负担 B. 降低成本 C. 长期利益 D. 提高效率
6. 您认为跨国公司在发展中国家推行企业社会责任是:
A. 新的贸易壁垒 B. 有必要但不公平 C. 主要有利于跨国公司本身利益
D. 是经济社会发展的趋势 E. 仅仅增加中国公司的压力
7. 您的企业有过公益捐款吗?
A. 经常 B. 有过 C. 没有
8. 捐款主要用于哪些方面?
A. 环保 B. 救灾 C. 扶贫 D. 社区公益
E. 社会基础设施建设 F. 其他
9. 您的企业设置了下列哪个管理机构?
A. 企业社会责任部 B. 可持续发展部 C. 环境管理部
D. 公共关系部 E. 都没有
10. 您的企业在选择供应商时, 是否考虑对方已履行企业社会责任或其企业形象?
A. 考虑 B. 不考虑 C. 不一定
11. 您的企业是否发布过企业社会责任报告书, 公布履行企业社会责任的资讯?
A. 经常 B. 偶尔 C. 没有发布过
12. 您认为企业社会责任与企业可持续经营有关吗?
A. 有 B. 没有 C. 不清楚
13. 您认为企业社会责任对企业形象的树立:
A. 非常重要 B. 重要 C. 无所谓
14. 您的企业是否从企业社会责任中受益过?
A. 经常 B. 偶尔 C. 没有
15. 对于企业社会责任, 您打算:
A. 更深入地了解 A. 列入长远发展策略 C. 不关心
16. 您认为下列哪些企业应承担更多的企业社会责任问题?
A. 跨国企业 B. 国有垄断企业 C. 民营企业 D. 上市公司
17. 您认为下列哪些行业容易面临企业社会责任问题?
A. 金融业 B. 零售业 C. 纺织服装业 D. 食品饮料业
E. 医药 F. 石油

一、企业社会责任概念的演进

企业社会责任自成立之初起就伴随着各种争论, 但是随着经济的发展和时代的进步, 人们对企业社会责任的争论焦点不再是企业是否应该承担社会责任的问题, 而是对企业社会责任的界定问题。迄今为止, 对于企业社会责任的概念, 不同的学者有着不同的观点。

(一) 企业社会责任概念在国际发展中的演变

企业社会责任 (Corporate Social Responsibility, CSR) 观念起源于美国。20 世纪的二三

十年代在著名的哈佛大学法学院教授多德 (Dodd) 与哥伦比亚大学法学院教授贝利 (Berle) 之间展开了一场关于坚持公司只应对股东负责的传统模式, 还是建立除股东之外, 公司还应对其他利害关系人负责的新模式的论战, 最终这场辩论以多德教授的公司社会责任理论为优胜而告终, 企业社会责任思想逐渐形成。根据企业社会责任这一概念在欧美的发展过程, 结合社会对其关注程度和关注的范围, 企业社会责任的概念演变在欧美大致经历了三个阶段。

1. 企业社会责任概念的个别研究阶段 (20 世纪 20 ~ 60 年代)

在这一阶段, 企业社会责任刚刚出现萌芽, 仅有一些学者对企业社会责任进行了研究。

企业社会责任这一概念最早是由英国学者欧利文·谢尔顿 (Oliver Sheldon) 于 1924 年提出来的, 他认为企业应该为其影响到其他实体、社会和环境的所有行为负有责任, 并认为企业社会责任含有道德因素在内。他将企业社会责任与公司经营者满足产业内外各种人类需要的责任联系了起来。

1953 年, 霍华德 R. 鲍恩 (Howard R. Bower) 的划时代著作《商人的社会责任》(Social Responsibility of the Businessman) 的发表被公认为是现代企业社会责任概念构建的开始。他在该书中明确提出了企业社会责任的概念, 他认为“商人具有按照社会期望的目标和价值观来制定政策、进行决策或采取行动, 自愿承担社会责任的义务。”鲍恩认为社会责任原则是一种思想, 商人们自愿承担社会问题是改善经济和更好地实现经济目标的可行方法。他认为社会责任的概念应该包括三个方面的内容: 首先, 承担社会责任的主体——现代大公司; 其次, 企业社会责任的实施者是公司的管理者; 最后, 社会责任的原则是自愿。但是对于自愿这一原则, 鲍恩后来又给予了新的解释。1967 年, 鲍恩在伊利诺伊大学召开的“公司与社会”研讨会上发表了《商人的社会责任——20 年后》一文, 对早期提出的“公司社会责任”概念中的自愿原则进行了修正。他认为, 公司与工会组织联盟权利强大、影响广泛, 以至于自愿性的原则已经不再能够有效地约束公司。对于企业承担社会责任还是社会顺从企业, 他认为这仍然是一个悬而未决的问题, 很多迫切的社会问题, 如环境污染、种族问题等, 不能仅靠公司自愿承担社会责任来解决, 所以最后鲍恩放弃了“自愿原则”转而提出了公司社会责任的有效性应该建立在社会控制公司的基础上。

戴维斯 (Davis) 认为, 企业社会责任是一个含糊的思想, 因此可以有很多不同的定义。在 20 世纪的 60 年代和 70 年代整整 20 年的时间里, 戴维斯对企业社会责任问题进行了一系列的研究。他对公司社会责任概念的扩展主要表现在两个方面: 首先, 发展了所谓的“责任铁律”, 即商人们的社会责任必须与他们的权利相对应。他认为, 企业对社会的责任不仅仅局限在经济方面, 还包括非经济方面。其次, 在 20 世纪 70 年代戴维斯提出了公司社会责任的五条定理: ①社会责任来自社会权利; ②企业应该作为一个双向开发的系统来经营, 一方面接受来自社会的投入, 另一方面还要向社会公众公开其基本经营的结果; ③企业在进行有关活动、产品或者服务的决策时应该全面地考虑和计算其社会成本和社会收益; ④企业的社会成本应该计入活动、产品或者服务的价格中, 使得消费者支付他对社会的消耗; ⑤企业作为公民, 除了要考虑社会成本外, 还有责任尽其所能地参与到社会需要的活动中去。戴维斯认为, “有企业社会责任感的组织在保护和提高社会生活的质量的同时也要保护和提高自身生存质量。从本质上看, 生活质量是指人们在多大程度上生活在与自己的内心、与他人以及与自然环境的和谐中。企业对于这种和谐, 尤其是后两种和谐具有重要的影响作用。如

果一个企业能够从一个更大的系统中看问题,就可以促进人与人之间、人与环境之间的和谐。”^①

综上所述,从这一时期学术界对企业社会责任的研究成果来看,人们对企业社会责任的界定并没有给出一个明确且可被广泛接受的定义,企业社会责任的内容、范围和性质还不清晰。

2. 企业社会责任概念的广泛关注阶段(20世纪70年代至21世纪初)

这一时期,“企业社会责任就是追求企业利润最大化”的观点逐步失去了它的统治地位,人们开始对企业社会责任问题进行深入的思考。

1971年,美国经济发展委员会在《商业公司的社会责任》中将企业的社会责任定义为三个同心圆:内层是范围清晰的有效履行经济功能的基本责任,包括产品、就业机会以及经济增长;中层是将履行经济功能的责任与对变化中的社会价值观和主要的问题的敏锐感相结合,如环境问题、与员工的关系等;外层是新近出现但还不是很清晰的责任,要求公司更广泛地积极介入到改善社会环境的活动中去,如贫困和城市问题。美国经济发展委员会的公司社会责任同心圆的概念反映了大公司的高层管理人员对20世纪60年代提出的社会问题的态度和关注。公司的社会责任管理者不仅仅意识到公司的社会责任,而且还积极地推动了公司社会责任思想和运动的发展。

曼尼(Manne)虽然是企业社会责任的反对者之一,但是他对企业社会责任的界定却有着更加严谨、独到的见解。1972年,曼尼提出了企业社会责任概念必须包含的三个要素:首先,公司的社会责任支出或者行动给公司带来的边际收益低于其他支出的边际收益,但是这并不意味着公司承担社会责任会赔钱,只是与其他活动相比,少赚了钱;其次,公司的社会责任行为必须是自愿的;最后,公司的社会责任行为必须是公司的行为而不是个人的行为,对于借助公司这个渠道进行的个人慈善活动不是公司社会责任。曼尼将鲍恩提出的“自愿原则”进行了明确和理论化,对公司社会责任概念的发展产生了重大的影响。但是曼尼对企业社会责任的界定也存在着一些明显的缺陷,这些缺陷主要体现在,他主要是从经济分析的角度来诠释企业社会责任,忽略了非经济因素的作用;另外,他关注的只是企业社会责任中有形的、能够衡量的部分,在实际中还是难以进行判断。在现实生活中,公司的很多行为都包含了复杂的动机,而很难将公司完全纯粹的慈善行为与带有私利的行为区分开。

1979年,卡罗尔(Archie B. Carroll)对企业社会责任进行了概括,他认为企业社会责任主要由经济责任、法律责任、伦理责任和自愿责任组成。在此基础上,1991年卡罗尔对该模型进行了进一步的修正,将自愿责任改为慈善责任,并提出了企业社会责任的“金字塔”模型。这一模型比较全面地概括了企业社会责任的多个维度。

在这一时期,另外一个具有代表性且影响较大的企业社会责任的概念是由英国学者约翰·埃尔金顿(John Elkington)最早于1997年提出来的“三重底线理论”。他认为在责任领域,企业社会责任可以分为经济责任、环境责任和社会责任。所谓的经济责任,也就是传统的企业责任;环境责任是指企业环境保护;社会责任是企业对其他利益相关者的责任。

在这一时期,除上述比较有代表性的企业社会责任概念外,众多的学者都对企业社会责任从各个维度进行了研究界定。特别是20世纪90年代后,企业社会责任与利益相关者理论

① 沈洪涛,沈艺峰.公司社会责任思想起源与演变[M].上海:上海人民出版社,2007.

呈现出相结合的趋势,这一趋势也为企业社会责任的发展提供了一个新的研究视角和研究手段。

3. 企业社会责任概念的全球发展阶段(21世纪初至今)

21世纪世界经济最显著的特征之一就是全球化。随着全球化趋势的不断深入和发展,企业社会责任问题也成为全球企业共同面临的责任、义务和挑战。此时国际组织成为推动企业社会责任发展的主要力量。

在21世纪,公司公民成为公司社会责任思想的主流。“公司公民”这一概念最早来自“公民社会”,于20世纪70年代被提出来,在20世纪90年代末得到了进一步的发展。卡罗尔认为,公司公民行为不仅仅指公司与社区之间的关系,还应该包括公司对其他利益相关者的回应,对此他提出了公司公民的“四面说”,即公司公民有经济面、法律面、道德面和慈善面四个面的责任。马特恩(Matten)认为,由于传统的政府角色的失败,公司进入公民权领域,国家不再是公民权的唯一保证人,公司接管了某些原来完全由政府承担的保护、形成和确保公民权的功能,所以“公司”和“公民”联系在了一起,出现了“公司公民”这一术语。在全球化经济的时代,全球公司公民的概念也应运而生,这一概念将公司公民从本地推向了全球。阿黛尔(Adele Queiroz)认为,全球公司公民是“看待跨越国界和文化界限的公司社会责任的一种方式。”^①

世界银行集团认为,企业社会责任是企业与关键利益相关者的关系、价值观、遵纪守法以及尊重人、社区和环境有关的政策和实践的集合。它是企业为改善利益相关者的生活质量而贡献于可持续发展的一种承诺。

社会责任国际组织(Social Accountability International, SAI)认为,企业社会责任有别于商业责任,它是指除了对股东负责,即创造财富之外,还必须对社会承担责任,一般包括遵守商业道德、保护劳工权利、保护环境、发展慈善事业、捐赠公益事业、保护弱势群体等。

联合国“全球契约”计划提出了企业履行社会责任应遵循的十项原则,这十项原则包括人权、劳工、环境和反贪污四个方面。

国际标准化组织在社会责任标准ISO26000中提出“组织社会责任是组织通过透明的道德行为来确保对自身决策和活动的社会与环境负责,这些行为的特点包括有利于可持续发展、健康和社会福利,充分考虑利益相关方的期望,符合法律法规和国际行为规范,并全面融入组织,在组织与社会、环境的关系中得到充分体现。”^②

综上所述,企业社会责任在这一阶段已经进入全球推进时期,国际组织在这一时期对企业社会责任的发展起到了巨大的推动作用。

(二) 企业社会责任概念在我国的演变

我国对企业社会责任的研究与西方发达国家相比,起步相对比较晚。随着经济时代的发展,近年来社会责任才逐步引起我国政府和学者的重视。我国学者对企业社会责任的界定,也与国外学者不尽相同。

中国人民大学李占祥教授从企业的社会角色担当视角分析,认为,“企业的社会责任是

① 沈洪涛,沈艺峰.公司社会责任思想起源与演变[M].上海:上海人民出版社,2007.

② 匡海波.企业社会责任[M].北京:清华大学出版社,2010.

指企业对社会履行的职责,应做的奉献和应尽的义务。也就是说,什么是企业社会责任;要由社会对企业的要求来回答”^①。对于企业社会责任的内容,他认为“企业必须为社会服务和健康发展承担责任”,包括经济责任与非经济责任,法律上的责任与道义上的责任,并指出企业社会责任的内容有:履行物质资料再生产的职责,为社会的存在和发展创造物质条件;对社会环境造成不良的、有害的影响承担责任;履行物质资料再生产领域以外的责任,如模范地贯彻执行国家法令法规,自觉遵守社会公德和职业道德;关心、支持社区文化教育、福利事业等。

周祖城认为,企业社会责任是指企业应该承担的,以利益相关者为研究对象,包括经济责任、法律责任和道德责任在内的一种综合性质的责任。^②黎友焕认为,在一定的社会发展时期,企业对其利益相关者负有经济、法律、伦理、慈善及其他方面的责任。

陈迅、韩亚琴依据社会责任与企业关系的紧密程度把企业社会责任分为三个层次:基本企业责任,它是企业首先必须做到的,包括对股东负责,体恤员工;中级企业社会责任,它是企业存在的保证,包括为消费者提供满意产品和服务,遵守政府法规,搞好与社区的关系,保护环境,珍惜资源;高级企业社会责任,它是企业的自愿性选择,包括积极捐助,热心公益和慈善事业。

卢代富认为,企业社会责任是创始于企业经济责任之外的,并且独立于经济责任,是与经济责任相对应的另一类企业责任,是企业在谋求股东利润最大化之外所应该承担的能够维护和增进社会利益的义务。他认为,公司社会责任必须具备四个特征:①公司社会责任是一种积极责任;②公司社会责任为除公司股东外的利益相关者承担义务;③公司社会责任是公司的道德义务和法律义务的统一体;④公司社会责任是对传统意义上的股东利润最大化原则的修补。总之,公司社会责任主要包括六个方面:对企业员工的责任;对消费者的责任;对债权人的责任;对环境的保护和资源的合理利用的责任;对所在社区的责任;对社会和公益事业的责任。^③

综上所述,结合国内外不同组织和学者对企业社会责任的定义,本书认为企业社会责任的本质是在经济全球化背景下,企业除了为股东(stockholder)追求利润外,也应该考虑相关利益人(stakeholder),即影响和受影响于企业行为的各方的利益。其中,雇员利益是企业社会责任中的最直接和最主要的内容,是企业对其自身经济行为的道德约束,它超越了以往企业只是强调技术性标准,超越了以往企业只对股东利益负责的范畴,只是赚取利润作为唯一目标这样的传统理念,强调对包括股东、员工、消费者、客户、政府、社区等在内所有利益相关者的社会责任,注重企业对社会的贡献,强调在生产过程中对人的价值关注,注重生产过程中人的健康、安全和应该享有的权益。

二、企业社会责任的发展阶段

任何一个事物的发生、发展都有其规律性与客观性。纵观企业社会责任在全球的发展历程不难发现,企业社会责任的发展也同样要经历一个渐进成熟的过程,其产生到发展、成熟

① 李占祥,论企业社会责任[J].中国工业经济研究,1993(2):58.

② 周祖城.企业伦理学[M].北京:清华大学出版社,2005.

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,1999.

大致要经历以下五个阶段（见图 1-1）。



图 1-1 企业社会责任的五个发展阶段

在我国，企业大多数处在被动应对企业社会责任阶段（警察抓小偷阶段），虽然也有个别企业走在前列，但是，总的来说，我们的路还很长。

随着社会各界对企业社会责任重视程度的提高，政府和企业已经开始思考如何能更好地履行企业社会责任的问题了。从既有研究看，较好的解决途径就是：法律监督、制度规范和机制保障。

王晶晶（2003）分析了制度安排的作用。她认为，由于企业与它的利益相关者追求的利益函数是不同的，通过社会呼吁、舆论宣传或者指望企业家道德良心发现来激励企业实施社会责任行为是不会有持久性的。在现实社会中，经济法律制度安排对企业承担企业社会责任具有重要影响。白永秀、赵勇（2006）则具体分析了企业承担社会责任的激励机制问题，通过对个体理性与集体理性冲突与平衡的分析，得出企业承担社会责任的动因和机理在于企业受到习俗、惯例等非正式制度以及由此逐渐演化为以标准、法律等为形式的正式制度的约束，并通过激励机制的传递使个体利益与集体利益趋于一致，从而使企业在实现自身利益时自发考虑非股东利益的内生行为。个体理性与集体理性的冲突与平衡即企业利润目标和社会利益目标的冲突与平衡，作为企业社会责任理论提出和构建的出发点和归宿，要求企业应该按照自身的情况承担相应层次的企业社会责任。

三、企业社会责任的特征

企业社会责任是企业作为主体对社会应该承担的责任。从整个社会的角度来看，企业是社会中的重要成员之一，其行为必然会对其他社会成员造成一定的影响。因此企业在社会生活中需要承担一定的社会责任。一般而言，企业应该承担的社会责任有以下特征：

（一）企业社会责任是对古典观的一种挑战和修正，是企业经济利益的要求

企业社会责任的概念经过了不同的发展阶段，其主要体现为企业社会对象及范围的变化。理论界将以美国新自由主义的经济学家密尔顿·弗里德曼（Milton Friedman）为代表的企业社会责任的理论观点称为企业社会责任的古典观，该观点认为，企业唯一的社会责任就

是追求股东利益的最大化,企业只需要对股东负责,而不需要对其他利益相关者承担责任。如果企业管理者将企业的一部分资源转移用来做社会责任,那么实际上是损害了股东的利益。随着经济和社会的发展,古典观逐渐暴露出一定的弊端,此时社会经济观应运而生。企业社会责任理论以社会本位为出发点,它认为企业的目标应该是二元的,除了最大限度地实现股东利益外,还应该尽可能地维护和增进社会利益。我们以企业社会责任观为横轴,企业社会责任的范围为纵轴绘出企业社会责任理论的扩展图(见图1-2),从中可以看出,由古典观到社会经济观,企业社会责任的对象越来越广泛。企业社会责任是对股东利润最大化的古典观的修正和补充,但是这一修正和补充并不否认股东利益最大化的原则,实践证明,企业积极地履行社会责任对企业长期经济效益的实现和提高有着积极的促进作用。

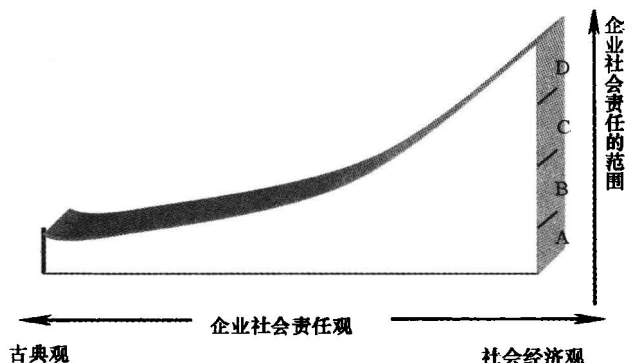


图 1-2 企业社会责任理论的扩展图

图1-2中,A代表企业仅对所有者和投资者负责,B代表企业对员工负责,C代表企业对能改善经营绩效的利益相关者负责,D代表企业对更广泛的社会负责。

(二) 企业社会责任的主体是企业

鲍恩认为,公司是企业社会责任的主体,管理者是社会责任的实施者。鲍恩认为在某种意义上,公司对社会责任的关注体现了公司在多大程度上能够被社会所接受,于是他明确了承担社会责任的主体是作为机构的公司。虽然这一问题在相当长的时间内都是社会责任争论不休的话题,但是从现今对企业社会责任的关注和理解来看,鲍恩的观点获得了普遍的认可。企业社会责任的主体是企业,而企业的管理人员只是企业社会责任的实施者。

(三) 企业社会责任的客体是利益相关者

企业社会责任所指向的对象即为企业社会责任的客体。利益相关者理论认为,企业的生产经营活动必然要与企业外部和外部的利益相关者主体发生一定的关系。企业的利益相关者主体主要包括企业的股东、员工、顾客、供应商、环境、政府、社区等。企业的活动或者行为会对利益相关者造成一定的危害和影响,因此,企业社会责任的客体是企业的所有利益相关者,而不单单是指企业的股东。但是这里我们所说的企业利益相关者,实质上是企业所涉及的社会结构中的责任关系者。因此,它不是固定不变的,而是随着社会和企业的发展不断进行变化的。例如,在早期企业社会责任活动仅仅是指企业的慈善活动,但是随着社会经济的发展,人们对生态、安全等社会问题的关注程度逐渐提高,相应地这些问题所涉及的对象也随之成为企业的利益相关者。在现行企业制度下,企业的利益相关者主要包括图1-3所示的全部内容。

(四) 企业社会责任的内容具有复杂性

企业社会责任的内容并不是单一的,而是具有不同的表达形式和表现形式。对于企业社会责任内容这一问题,不同的学者由于其研究的视角不同,所提出的理论有所区别。在这一问题上,获得广泛关注的理论主要有利益相关者理论和卡罗尔的“金字塔”模型。读者可

参照本书的第二章对这一问题进行仔细分析。

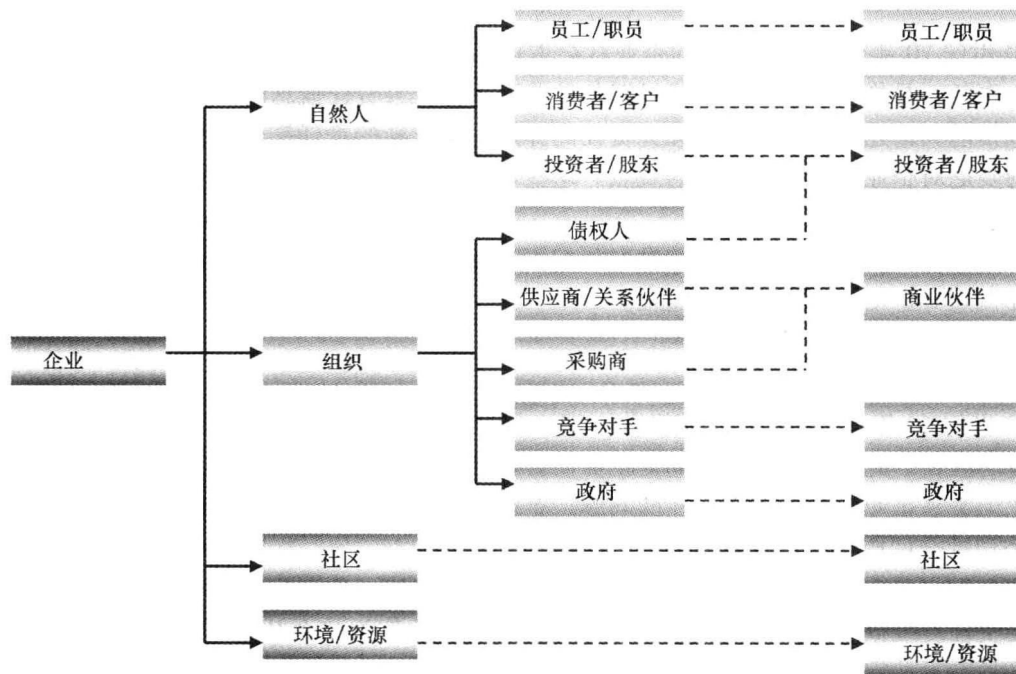


图 1-3 企业社会责任对象图

第二节 企业社会责任的内涵衍生和主题拓展

企业社会责任在不同的时期有着不同的表现（见图 1-4），这是由不同历史时期的特点与社会意识的发展决定的。20 世纪 70 年代以前，狭义的企业社会责任概念统治了企业社会责任的讨论；到了 70 年代，企业社会责任回应出现；80 年代，企业社会责任表现为企业社会责任思想演变过程的概念；而到 90 年代，融合了利益相关者理论；进入 21 世纪后，企业社会责任思想被企业公民所代替。

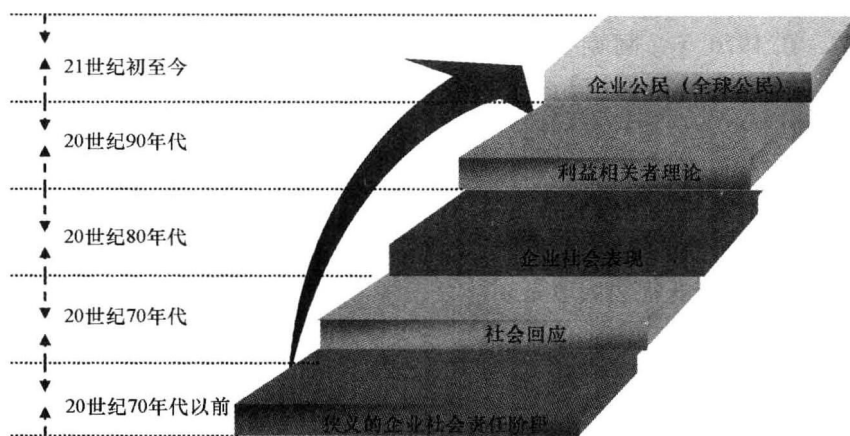


图 1-4 企业社会责任的内涵衍生和主题拓展