

水权使用者的 社会责任论

■ 谢文轩 田贵良 崔培 邵璇 著



黄河水利出版社

水权使用者的社会责任论

谢文轩 田贵良 崔培 邵璇 著

黄河水利出版社

· 郑州 ·

内 容 提 要

本书从水权使用者的水权获取与交易出发,引申出水权使用者的社会责任,辨析水权使用者社会责任内涵,构建我国水权使用者社会责任框架,分析促使水权使用者履行社会责任的动力因素,建立水权使用者履行社会责任的动力机制,以促进水资源的有效节约和水环境的长效改善。

本书可作为水资源与水环境管理部门制定相关政策的参考,亦可供水资源经济、水环境管理领域学者研究参考。

图书在版编目(CIP)数据

水权使用者的社会责任论/谢文轩等著. —郑州:黄河水利出版社,2011.11

ISBN 978-7-5509-0135-3

I. ①水… II. ①谢… III. ①水资源管理-社会责任-研究 IV. ①TV213.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第220861号

策划编辑:李洪良 电话:0371-66024331 E-mail: hongliang0013@163.com

出版社:黄河水利出版社

地址:河南省郑州市顺河路黄委会综合楼14层 邮政编码:450003

发行单位:黄河水利出版社

发行部电话:0371-66026940、66020550、66028024、66022620(传真)

E-mail: hhslebs@126.com

承印单位:河南地质彩色印刷厂

开本:787 mm×1092 mm 1/16

印张:12.5

字数:289千字

版次:2011年11月第1版

印数:1—1000

印次:2011年11月第1次印刷

定价:38.00元

前 言

水资源作为基础性的自然资源,是可持续发展的物质基础,是生态环境的控制要素。虽然我国水资源总量高于世界平均水平,但人均水资源占有量约为世界人均占有量的1/4,排名百位之后,被列为世界几个人均水资源最贫乏的国家之一。为实现水资源的高效配置,解决水资源短缺危机,我国行政主管部门允许并鼓励水权交易。然而,水权交易的开展虽然为我国缓解水资源短缺、保证经济社会健康发展指明了前进方向,但在水权交易的过程中,还是暴露出来许多亟待解决的问题。其中一个重要方面就是水权使用者权利和责任的不对等,水权使用者在获得水资源的使用权后,大多只注重对其权利的使用,而没有履行其应承担的义务,存在水权使用者责任严重缺失的问题。与此同时,随着西方国家掀起的企业社会责任运动在中国的推广,企业履行社会责任的观念已经深入人心。水权使用者作为大型用水企业,履行社会责任更是责无旁贷。

本书在构建我国水权使用者社会责任框架的基础上,分析促使水权使用者履行社会责任的动力因素,最终建立起水权使用者履行社会责任的动力机制,来促进水权使用者社会责任的履行以及水资源的开发利用与保护。本书研究的创新点可以归纳为以下几点:

(1)由我国水权交易中水权使用者责任缺失的现状出发,对水权使用者以及水权使用者的社会责任进行了阐述,建立了包括法律责任、经济责任、生态责任以及道德责任在内的我国水权使用者社会责任体系。

(2)对水权使用者履行社会责任的动力因素进行了分析,指出利益相关者推动、水权使用者自身要求、外部环境、声誉、竞争力以及可持续发展能力都会促使水权使用者履行社会责任。

(3)从外部压力与内部驱动的角度对水权使用者履行社会责任动力机制进行了深入分析,设计了现阶段水权使用者被动履责的动力模式与理想阶段水权使用者主动履责的动力模式。

本书由谢文轩、田贵良、崔培、邵璇共同撰写。具体分工如下:第1章由邵璇撰写,第2章由崔培撰写,第3章、第4章、附录1、附录4、附录6由田贵良撰写,第5章~第8章、附录2、附录3、附录5由谢文轩撰写。全书由谢文轩、田贵良统稿。

本书的出版得到国家自然科学基金项目(编号:41001377)、教育部人文社会科学研究基金项目(编号:09YJC790067)、中央高校基本科研业务费专项资金项目(编号:2009B22514)资助,特此致谢!

作 者

2011年8月

目 录

前 言

第1章 绪 论	(1)
1.1 研究背景	(1)
1.2 研究意义	(2)
1.3 国内外相关文献综述	(3)
1.4 相关概念界定	(19)
1.5 研究内容及技术路线	(20)
1.6 可能的创新点	(21)
第2章 水权使用者的水权获取与交易	(23)
2.1 区域层面的水权分配	(23)
2.2 水权使用者的水权及其获取	(35)
2.3 水权使用者的水权交易	(45)
2.4 水权使用者的水权终止	(57)
第3章 水权使用者社会责任及其架构	(59)
3.1 水权使用者社会责任的内涵	(59)
3.2 水权使用者履行社会责任的现实需要	(59)
3.3 水权使用者履行社会责任的理论基础	(70)
3.4 水权使用者社会责任框架	(74)
3.5 本章小结	(78)
第4章 水权使用者履行社会责任的成本—收益分析	(79)
4.1 成本—收益分析的经济学范式	(79)
4.2 水权使用者履行社会责任的成本分析	(81)
4.3 水权使用者履行社会责任的收益分析	(83)
4.4 水权使用者履行社会责任的成本—收益模型	(85)
4.5 本章小结	(88)
第5章 水权使用者履行社会责任的动力因素与模型研究	(89)
5.1 水权使用者履行社会责任的动力因素分析	(89)
5.2 基本假设与概念模型	(94)
5.3 结构方程模型	(98)
5.4 问卷设计	(100)
5.5 抽样设计与数据收集	(102)
5.6 本章小结	(103)

第 6 章 样本数据的实证分析	(105)
6.1 描述性统计分析	(105)
6.2 测量数据分析	(107)
6.3 SEM 模型验证与假设检验	(117)
6.4 实证结论分析	(124)
6.5 本章小结	(125)
第 7 章 水权使用者履行社会责任的动力机制设计	(126)
7.1 水权使用者履行社会责任的方式	(126)
7.2 水权使用者被动履责的动力机制	(127)
7.3 水权使用者主动履责的动力机制	(136)
7.4 政策建议	(138)
7.5 本章小结	(140)
第 8 章 结论与展望	(141)
8.1 主要结论	(141)
8.2 展 望	(142)
附录 1 中华人民共和国水法	(143)
附录 2 关于水权转让的若干意见	(153)
附录 3 水权制度建设框架	(156)
附录 4 取水许可和水资源费征收管理条例	(163)
附录 5 取水许可管理办法	(172)
附录 6 调查问卷	(179)
参考文献	(187)

第1章 绪论

1.1 研究背景

我国已经进入了全面建设小康社会的新阶段,水资源的可持续利用已成为保障我国社会经济健康发展的重大战略性问题。为实现水资源的高效配置,解决水资源短缺危机,我国已逐步开始实施水权交易。2000年10月22日,水利部汪恕诚部长在中国水利学会第一届学术年会暨七届二次理事会上作了《水权和水市场——谈实现水资源优化配置的经济手段》的重要论述,由此拉开了全国水利界和相关部门对水权与水市场的大讨论序幕。从最早的东阳—义乌水权转让,到宁夏、内蒙古两地“投资节水,转让水权”的大规模、跨行业水权交易,再到面临生态环境危机的新疆塔里木河流域水权发展,我国几个水权交易的成功实践为节水型社会的建设开创了一条新途径。

然而,我国水权交易目前还处于起步阶段,在水权市场和水权交易中存在很多问题,其中一个重要方面就是水权使用者权利和责任的不对等。水权使用者大多只注重对其权利的使用,而没有履行其应尽的义务,存在着水权使用者社会责任严重缺失的问题,这就造成了现阶段在水资源的开发利用过程中,大量水资源浪费与用水污染的现象。2003年,浙江嘉兴发生了近年来最大的一次自来水污染风波,占全市居民饮用水80%的自来水出现恶臭异味,原因是该市石臼漾水厂取水口所在上游生猪养殖场排污。2004年,四川化工股份有限公司对技术改造项目进行投料试生产,在试生产过程中,给料泵没有运行,尿素水解系统未能投运,大量高浓度氨氮废水直接排放,流入沱江,造成沱江流域特大水污染事故。2005年,中国石油吉林石化公司双苯厂车间发生爆炸事故,大约100t苯类污染物注入松花江,造成松花江吉林市以下河段严重污染。自2005年以来,我国共发生140多起水污染事故,平均每两三天便发生一起,而这些事故大都是由于工业废水、污水非法排放所致。用水安全事故频发,凸显了水权使用者法律观念的淡薄和责任意识的缺失。如何在激烈的市场竞争中,诚信守约、规范经营,承担自己应尽的责任和义务,保护国家水资源的安全,做一个合格的企业公民,已是摆在每个水权使用者面前亟待解决的问题。

与此同时,随着西方国家掀起的企业社会责任运动在中国的推广,中国从2000年开始,政府、企业、社会团体组织和消费者逐渐开始重视企业社会责任。2005年12月18日,由国有资产监督管理委员会中国企业改革与发展研究会发起的“中国企业社会责任联盟”宣告成立,国内第一部综合性的《中国企业社会责任标准》同时推出,并发表了《中国企业社会责任北京宣言》。“中国企业社会责任联盟”是我国企业社会责任领域的第一个规范化组织,它的诞生是企业社会责任在我国达成共识的证明。“中国企业社会责任联盟”成立的目的是增强企业的社会责任感,促使企业在创造利润的同时,自觉地承担

起更多的社会责任,从而推动企业、社会、自然的和谐共存与健康发展,推动和谐社会的建设。

一方面是水权使用者社会责任的缺失,另一方面是企业社会责任运动的蓬勃发展,因而探索水权使用者如何结合自身条件履行社会责任,水权使用者、政府与社会之间如何通力合作,推进水权使用者社会责任的履行,是保证我国经济健康持续发展的关键。

1.2 研究意义

我国水资源危机正牵制着社会经济的发展,实行水权交易已是当务之急,现实所迫。2005年1月水利部下发了《关于水权转让的若干意见》(简称《意见》)。《意见》认为,健全水权转让制度的政策法规,促进水资源的高效利用和优化配置是落实科学发展观,实现水资源可持续利用的重要环节。近来一连串的“地方水权交易”实际上都是在水利部的引导和精心组织下完成的,显示了水利部推动水权交易工作的决心。为使水权交易长期健康开展,在水权交易时,交易双方不但要充分行使自身的权力,也要注重履行自身的社会责任,从而提高水权交易效率、优化配置水资源。因此,本书研究意义在于以下三个方面。

1.2.1 推进水权使用者社会责任理论的深入研究

我国现阶段对于水权领域的研究主要集中在水权制度的构建、水权分配以及水权交易价格确定等方面。这些方面的研究大多侧重于水权中“权利”的赋予与使用,但是世界上没有无权利的责任,也没有无责任的权利,因此为了更好地保护水资源,更好地利用水资源,就必须加强对水权“责任”的研究。通过本书的研究,构建包括法律责任、经济责任、生态责任和道德责任在内的我国水权使用者社会责任体系,分析促使水权使用者履行社会责任的动力因素,并建立起相应的动力机制,从而完善我国学者在水权使用者社会责任方面的研究,推动水权理论研究的发展,为我国的水权制度建设提供相应的理论支撑。

1.2.2 促进水资源的优化配置与高效利用

我国一方面面临水资源的严重紧缺,另一方面水资源利用效率低下。实现水资源的优化配置,提高用水效率是水权交易以及用水过程中必须关注的重要问题。水资源作为公共资源,在侧重效率的同时,还要兼顾用水的公平性。在现实生活中,公平和效率时常会发生矛盾。由于用水过程中涉及各方面利益,为了协调和处理用水各方的关系、利益和矛盾,实现水资源的优化配置,水权使用者必须肩负起履行包括法律、经济、生态和道德等各方面的责任。本书寄希望于通过完善水权使用者的社会责任,达到优化水资源配置,提高用水效率的目的。

1.2.3 实现经济增长与生态友好的双赢

政府、水权使用者与社会在水权使用者的社会责任方面,共同关注的核心问题是经济增长与社会发展的关系问题。政府强调兼顾“经济增长”(经济责任、法律责任)和“社会

发展”(生态责任、道德责任)两个方面,水权使用者则把“经济增长”这个经济责任放在社会责任的第一位来考虑,往往容易忽视生态责任与道德责任,最终导致以生态环境的破坏换取短期的经济效益。本书从水权使用者的社会责任角度入手,正是希望通过加强对社会责任的研究,使得水权使用者能够正视自身的权利与义务,最终积极主动地履行社会责任,以求实现经济增长与社会发展的双赢。

1.3 国内外相关文献综述

1.3.1 关于企业社会责任的研究综述

1.3.1.1 企业社会责任的产生与争论

1. 企业社会责任的萌芽和产生

企业社会责任思想起源于西方国家。起初由于亚当·斯密的传统自由经济理论占主导地位,企业只追求经济利润最大化的认识被人们所接受,而企业社会责任在很长一段时间内没有得到人们的重视。直到19世纪末,随着美国企业和经济工业化发展的大力推进,在经济和社会中拥有越来越大主导权力的大企业开始出现,其在经济、政治和社会中影响力的逐渐增强,引起了人们对企业与社会关系的思考,人们开始要求这些企业承担与其权力和影响力相适应的对社会与环境的责任。周敏、刘倩提出了公司社会责任的观点:认为公司为社会其他人托管财物,可以把钱用在社会认为合法的任何用途上,通过对负责看管的资源进行投资,实现自身财产的增加和社会财富的增长。然而受历史背景所限,当时的观点主要针对大公司,且主要是企业家个人慈善行为,在当时并没有引起社会的关注。

“企业社会责任”一词最早是由英国学者谢尔顿(Oliver Sheldon)在美国提出来的。他在著作《管理的哲学》中,首次把企业社会责任与企业经营者满足产业内外人类需要的各种责任联系起来,认为企业经营应有利于增进社区服务和利益,而社区利益作为一项衡量尺度,应远高于企业赢利。此外,企业社会责任还应包括道德因素等。

2. 企业社会责任问题的争论

根据文献资料的研究,关于企业社会责任问题的争论主要经历了两次比较集中的阶段。

第一个阶段是在20世纪30年代开始的,以“贝利-多德论战”为代表,主要围绕企业受托责任问题展开了争论。随着西方企业的所有权和经营权的分离,企业的经营者或管理者作为股东和投资者的受托人,应该负有什么样的责任成为了争论的焦点。贝利认为经营者和管理者的权利应该用于全体股东的利益,体现了古典自由经济理论的想法。多德则认为企业的经营者应该培养对职工、消费者和社会大众的社会责任感。经过一段时间的争论,二者的想法有所趋同,贝利承认多德观点占主导地位。但是这次争论把企业社会责任问题提到了学术界和社会大众的范围。

第二个阶段是在20世纪60年代和70年代,对现代企业社会责任的内涵产生了争论。一种观点是米尔顿·弗里德曼提出的,他认为“企业的一个也是唯一的社会责任是

运用其资源从事计划好的活动,来增加企业的利润,只要不破坏游戏规则就可以,也就是说,在没有欺骗或诈骗的基础上从事开放和自由的竞争”。这种观点其实把企业社会责任和企业利润最大化目标等同起来,间接地否定了企业承担社会责任。另一种观点则认为现代企业社会责任不仅包含利润最大化的经济责任,应该还有某些社会义务。持这种观点的学者除了 Davis、Blomstrom、Carroll,还有 Frederick、安德鲁斯、彼得·德鲁克等。美国管理学家安德鲁斯认为,利润最大化是公司的第二位目标,而非第一位目标,公司的第一位目标是保证自身的生存。彼得·德鲁克在 1973 年出版的《管理:任务、责任、实践》中提出:“企业的目的必须在企业本身之外……必须在社会之中,因为工商企业是社会的一种器官。”从这些学者的观点看,现代企业的社会责任不仅是追求股东利润最大化这个单一目标,还包含了企业作为社会整体的一部分而应拥有多维的责任。这种认识越来越被人们所接受,拓展了企业社会责任的研究。

1.3.1.2 企业社会责任的内涵

通常人们对企业社会责任的理解可大致分为广义和狭义两种,分别从内涵和外延两方面进行分析。从内涵上来说,狭义的企业社会责任只包括企业的义务与责任;广义的企业社会责任不仅包括义务与责任,还包括企业社会责任的行为与活动、产出与结果,是哲学原则、行为过程和社会结果的统一体。广义内涵几乎涵盖了整个企业社会责任研究领域,是企业社会责任问题的泛化,容纳了各种对企业社会责任的一般性认识。从外延上来说,Carroll 的四大责任概念框架和利益相关者框架最为主流。前者根据责任属性对企业社会责任进行划分,后者根据责任对象对企业社会责任进行划分。Carroll 的四大责任概念框架认为,企业的社会责任包括经济责任、法律责任、伦理责任和自愿责任(后来改为慈善责任)。基于这一框架,狭义的企业社会责任外延有多种理解:可以仅指慈善责任,也可以是慈善责任和伦理责任之和。但最典型的一种狭义理解是指慈善责任、伦理责任与法律责任之和,即经济责任之外的所有责任,这种理解与最早期对企业社会责任概念的界定是一致的。

20 世纪最著名的企业社会责任研究学者 Davis 在《企业能否承担忽视社会责任的代价》一文中指出:社会责任是指“商人所做出的决策和所采取的行为至少有部分应超越企业直接的经济或技术利益”。如果社会责任与权利是匹配对等的,那么对社会责任的规避便会逐渐削弱企业的社会权利。Walton 在《企业社会责任》一书中围绕现代社会中企业和商人的角色这一主题,探讨了一系列企业社会责任问题。1972 年,经济学教授 Manne 在由美国企业协会所赞助的辩论会上提出企业社会责任的定义:为了让企业的行为具有社会责任,一个企业的支出或活动必须是它对企业内部的边际回报要小于其他可选支出对企业内部的回报,同时这种行为是出于绝对自愿的,并且必须是企业确实的支出,而不是出自于个人的慷慨解囊。在 20 世纪 80 年代, Jones 参与了对企业社会责任的研究探讨并提出了一个有趣的观点。他认为企业社会责任是指:企业有职责对除股东之外的群体负责,并且应该超越法律以及规范的范畴。此定义也是对 Walton 和 Manne 所提出的“自愿性”的进一步响应。

国际组织和政府对企业社会责任也有着自己的解释。国际劳工组织认为,企业社会责任是指企业在经济、社会和环境领域承担某些超出法律要求的义务,而且绝大多数是自

愿性质的;因此企业社会责任并不仅仅是遵守国家法律,劳工问题只是企业社会责任的一部分。欧盟委员会在有关文件中把企业社会责任描述为:企业在自愿基础上,把对社会及环境的关心整合到其经营运作以及与其利益相关各方的互动过程中。非政府组织和社会团体从不同角度对企业社会责任进行了定义。世界可持续发展工商理事会(WBCSD)对企业社会责任下的定义是:企业对经济可持续发展、员工及其家庭、当地社区与社会作出贡献,从而提高人们的生活质量。国际商会(ICC)从商业角度把企业社会责任定义为:公司负责管理其活动并主动承担社会责任,等等。

20 世纪 90 年代开始,学者们明确地提出在解决企业应该为谁负责的问题上引入利益相关者理论。Carron 认为应该将利益相关者理论应用于社会责任的研究中,借用它可以为企业社会责任“指明方向”,针对每一个主要的相关利益群体就可以界定企业社会责任的范围。Clarkson 也认为,利益相关者理论可以为企业社会责任研究提供“一种理论框架”,在这个理论框架里,企业社会责任被明确界定在“企业与利益相关者之间的关系”上。目前具有广泛影响力的概念是基于利益相关者视角的概念,Epstein 认为企业社会责任主要与组织对特别问题的决策结果有关,决策要达成的结果应对利益相关者有益而不是有害的,企业社会责任主要关注企业行为结果的规范性和正确性。该定义的价值在于将企业社会责任与企业管理对利益相关者和伦理规范日益增多的关注联系在一起。

综上,国外对企业社会责任的具有代表性的定义如表 1-1 所示。

表 1-1 国外对企业社会责任的定义^①

代表人物或组织	定义
Oliver Sheldon(1924)	把企业社会责任与企业经营者满足产业内外人类需要的各种责任联系起来,并认为企业社会责任包含道德因素
H Bowen(1953)	商人按照社会的目标 and 价值,向有关政策靠拢,作出相应的决策,采取理想的具体行动的义务
Davis(1960)	企业社会责任是企业作出的那些至少部分超越了其经济或技术利益的决策和行动
Davis 等(1975) Committee for Economic Development	“扩展圈”理论认为,企业社会责任有内、中、外圈,内圈是能有效完成公司经济功能的最基本责任;中圈包括行使经济功能必须保持的对改变社会价值和优先权的敏感知觉;外圈是公司应承担的新出现的和未明确的责任
Eells & Walton(1961)	企业社会责任涉及的是由于企业对社会的影响所产生的问题,以及应如何确立适当的伦理原则来约束企业和社会的关系
Andrews	指企业对社会福利科学的、长远的关切,这种关切限制个人或企业具有破坏性结果的行为,即使这种行为能迅速地带来利润,同时,这种关切应使企业为改善人类福利水平作出自己的贡献

①资料来源:王丽丽.利益相关者视角下的企业社会责任分析[D].南宁:广西师范大学,2007.

续表 1-1

代表人物或组织	定义
David Engel	所谓公司的社会责任,“乃指营利性的公司,于其决策机关确认某一事项为社会上多数人所希望之后,该营利性公司便应放弃赢利的意图,符合多数人的期望”
Joseph McGuire	企业社会责任是指企业不仅负有经济和法律的义务,它们还应该在这些之外对社会承担一定的责任
Sethi	企业社会责任意味着把企业行为提高到一个符合普遍的社会规范价值和期望的层次上
Davis & Blomstrom (1975)	社会责任就是决策制定者在追求自身利益的同时,也有义务采取措施保护和促进社会整体的福利。其中保护就是企业应避免对社会造成负面影响,促进是指企业需为社会创造积极的利益
Carroll	企业社会责任是某一特定时间社会寄希望于企业履行的义务;社会不仅要求企业实现其经济上的使命,而且希望其能够遵法度、重伦理、行公益,完整的企业社会责任为企业的经济、法律、伦理和自由决定其履行与否的责任(慈善责任)之和
Bauer	企业社会责任是关于企业行为对社会影响的认真考虑
Brummer	企业社会责任是与企业经济责任、法律责任、道德责任相对应的社会责任
里基·格里芬	企业社会责任是指提高本身利润的同时,对保护和增加整个社会福利方面所承担的责任
斯蒂芬·罗宾斯	企业的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,它要求工商企业决定什么是对的,什么是错的,从而找出基本的道德真理
哈罗德·孔茨 海因茨·韦里克	公司社会责任就是认真考虑公司的一举一动对社会的影响
德鲁克	企业首要的社会责任是经济责任,但利润不是企业的目的,而只是一个限制因素,满足社会需要才是企业永恒的目的,利润只不过是企业社会责任的回报
埃德温·埃普斯坦	企业社会责任主要与组织对特别问题的决策结果有关,决策要达成的结果应对利益相关者有益而不是有害的,企业社会责任主要关注企业行为结果的规范性和正确性
Wood(1991)	社会责任是企业社会互动的基本理念。其三项基本原则为制度层次的合法性、组织层次的公共责任、个人层次的管理自主原则等

续表 1-1

代表人物或组织	定义
普拉利(1999)	在最低水平上,必须承担三种责任:对消费者的关心、对环境的关心、对最差工作条件的关心
乔治·恩德勒	企业社会责任包含三个方面,即经济责任、社会责任和环境责任。其中环境责任主要是指“致力于可持续发展——消耗较少的自然资源,让环境承受较少的废弃物”
马休斯	公司的社会责任就是认真考虑公司的一举一动对社会的影响
弗里德曼	企业的一个也是唯一的社会责任,就是在游戏规定的范围内,利用其资源并参加所有增加利润的活动,即无欺骗地参加公开自由的活动
世界可持续发展工商理事会	企业社会责任是企业致力于可持续性的经济发展和员工、员工的家庭、本地社区和社会最大范围共同协作以提高他们的生活质量的承诺
社会责任商业联合会 BSR	企业社会责任即“通过遵守道德观,尊敬人、社区和自然环境来达到或取得商业成功”
欧盟委员会	企业社会责任就是企业在自愿基础上,把对社会及环境的关心整合到其经营运作以及与利益相关各方的互动过程中
Institute of Business Ethics	公司采取的自愿行动,为了表示对公司经营行为的道德的、社会的、环境的影响,以及对主要利益相关者的关心
世界银行	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
社会责任国际 SAI	企业社会责任区别于商业责任,它是指企业除对股东负责,即创造财富之外,还必须对全体社会承担责任,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
菲利普·科特勒	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

1.3.1.3 企业社会责任的理论演进

人们对企业社会责任的研究一直都是围绕企业与社会的关系来讨论和发展的。自从18世纪世界工业革命之后,在社会中兴起的企业受到了公众的关注。在有关企业与社会关系的研究方面,出现了商人伦理、企业伦理、企业社会责任、社会契约理论、利益相关者理论、企业社会回应、企业社会绩效、企业公民等概念和理论。

1. 商人伦理和企业伦理

所谓伦理,是指人文道德之理,是一个社会的道德规范系统,它赋予人们在动机或行为上善恶的判断标准。商人伦理是伦理的一个重要组成部分,是指商人在市场经济实践

活动的基础上形成的调节和规范商人市场行为的各种道德规范的总和。商人伦理作为商人在商业中的个人行为,早在人类有文字出现时就有帮助弱势群体的记载,说明个人从事慈善公益活动在很早就有了。

随着时代的发展,人类社会步入资本主义社会和工业革命后,企业的大量出现给整个社会带来了巨大的变革。最初受到资本主义主流经济学和自由经济理论的影响,企业行为唯独以利润最大化为目标,一方面给股东和资本家带来了巨额财富,另一方面给社会、环境、劳动者、消费者等的利益和发展带来了不利的影响。有些企业和企业家为了缓和这种局面,参与一些慈善公益活动,推动了企业伦理的产生和发展。1985年美国学者刘易斯在对254种关于企业伦理的文章、教材和专著进行分析的基础上,总结了一个较具普遍性的定义:企业伦理是为企业及其员工在具体情境中的行为道德提供指南的各种规则、标准、原则。美籍学者成中英教授则认为:“企业伦理是指任何商业团体或机构以合法手段从事营利时所应遵守的伦理规则。”

2. 社会契约理论

最早提出社会契约理论的学者是 Thomas Hobbes,他的核心观点为:企业是以个人、组织、机构之间的契约为基础形成的一系列协议,这些契约不断地演化,这样可以使所有相关个人、机构、组织能够生活在和平中,并且形成能维护和平的政府。学者们认为,社会契约理论是企业社会责任的基础。因为,企业存在于社会期望中,企业要遵守社会建立的指导准则,企业所拥有的权利和义务会受到社会契约的约束。

3. 利益相关者理论

斯坦福研究所于1963年首次提出了“利益相关者”的概念,但最早正式使用“利益相关者”一词的经济学家是 Ansoff(1965),他认为要制定理想的企业目标,就必须综合平衡考虑企业的诸多利益相关者之间相互冲突的索取权,他们可能包括管理人员、工人、股东、供应商,以及顾客。起初人们对利益相关者的认识还局限在那些影响企业生存的个人和群体之内。到1984年,Freeman认为利益相关者是指那些能够影响企业目标实现,或者能够被企业实现目标的过程影响的任何个体和群体。这个定义不仅把影响企业生存的个人和群体列入了利益相关者,还把受到企业目标实现过程中所采取的行为影响的个人和群体纳入了利益相关者,大大地扩展了利益相关者的研究范畴和内容。

随着利益相关者理论的不断发展和完善,它也引起了各类学者的关注。今天已经有很多研究企业社会责任的学者引入利益相关者理论,这为企业社会责任逐步提供了较为明确的负责对象。尽管目前学者对于企业究竟应为哪些利益相关者负责还有争议,但是在企业除要为股东负责之外还要对员工、消费者、社会共同利益及其他利益相关者负责方面,已基本达成一致。利益相关者理论也是本书的主要理论基础。

4. 企业社会回应

每一个企业的生存和发展都受到社会环境的影响,企业的一切行动都是在这种社会环境中去实践和完成的。这种社会环境包括宏观和微观两个层面,宏观层面包括政治、经济、社会、技术环境,微观层面包括企业的各个利益相关者的行为和期待。因此,企业需要找到一种方式对各种社会事项作出反应,提高自身在社会环境中的生存和发展能力。所

以,人们把企业与社会环境联系起来的战略称为企业社会回应。Frederick 认为:“企业社会回应是指一个企业对社会压力作出回应的能力。”高勇强认为:“企业社会回应是指企业进行环境扫描和分析,并在此基础上针对企业有重要影响的关键社会事项和关键利益相关者,采取各种措施加以引导或影响的企业管理过程。”

5. 企业社会绩效

企业社会绩效与企业社会责任是一对形影相随的概念,企业社会责任所产生的包含外部性维度的绩效就是企业社会绩效。在 20 世纪 70 年代,就有人提出了企业社会绩效的概念。具有代表性的有 Carroll、Wartick 和 Cochran 等。Carroll 把企业面临的社会问题定义为销售服务、环境保护、雇用歧视等,并从这三个方面建立了三维立体评价模型:第一维是企业行为和责任,包括经济责任、法律责任、道德责任和自由决定责任;第二维是社会反应,由反应、防御、适应和前摄行动组成;第三维由消费者至上、环境、歧视、产品和职业安全、股东等问题区域组成。这一模型为理解企业社会责任、企业社会绩效提供了工具,也明确了其内容。Wartick 和 Cochran 对 Carroll 的模型作了进一步的拓展。此外,他们依靠自己对企业文化的研究心得,将企业社会绩效与主管和其他雇员个人所持有的价值观和伦理规范联系起来,并认为企业主管的道德意识对环境评价、利益相关者管理与问题管理的政策和规划有着重要的影响。

6. 企业公民

从企业公民的产生和发展来看,就是对企业社会责任研究的进一步发展。20 世纪 80 年代,企业公民概念发源于美国的商业界,然后逐渐被一些大型跨国企业所接受,进而由实践进入了企业社会责任研究领域。最初,学者们对企业公民概念的认识还局限于其只是企业社会责任的一部分,这就是狭义的企业公民观。如 Carroll 把“成为一个优秀的企业公民”等同于企业社会责任中的一个特殊要素,置于企业社会责任金字塔的最高层级,并称之为慈善责任,作为其企业社会责任的第四个方面,意味着这是一个超越企业期望的自由决定的行为。企业公民被看做仅仅是社区的渴望而没有表现出任何意义上的伦理指令,作为一个结果,重要性次于其他三个方面。后来,学者们有了把企业公民等同或趋同于企业社会责任的观点。具有代表性的是 Carroll 在自己的论文《企业公民的四方面》中,和自己以前定义的企业社会责任一样,以同样的方式定义了企业公民,他认为企业公民依然包含经济的、法律的、道德的和慈善的四个方面。Maignan 等将企业公民定义为“企业满足利益相关者对其要求的经济、法律、伦理和可选择的慈善等方面责任的限度”。再后来,人们对企业公民的认识,从把企业看做社会的一个公民的角度出发,让公民权的观点渗入到企业公民和企业社会责任的研究中,肯定和充实了企业社会责任的内容范围、原因解释和推行机制等,从而形成了较为宽泛、广义的把企业社会责任和公民权相联系起来的企业公民观点。

1.3.1.4 企业履行社会责任的动力

从企业角度出发,企业承担社会责任的动力取决于企业及相关利益各方经济力量相互制约的情况,以及企业在短期与长期利益之间博弈的结果。因此,企业承担社会责任需要经历一个由低级向高级、由外生向内生的演化过程。对比分析西方国家企业社会责任

产生背景、演化过程,我国目前企业履行社会责任的状态是,企业承担社会责任内生的动力不大,绝大多数企业仍是以经济利益为中心,企业与利益相关者之间是以企业为核心的一种权利分配结构,其他利益相关方的诉求基本被忽视,导致制度结构的失衡,绩效不能体现可持续发展的需要。与西方强大的社会力量和完善的市场机制相比,我国市场机制还远未完善,企业履行社会责任的内生机制薄弱,导致企业社会责任缺失,这就需要作为原动力的外生力量来推动,如加强政府规制和法律约束,形成一个由多方主体平等参与并推动的企业社会责任动力机制,促使企业由外力推动向自愿承担演化,从而达到企业以及各利益相关方的利益均衡。

就企业履行社会责任的具体动力因素而言,王明华从企业需求的角度分析了企业为什么去履行社会责任,他认为:“企业需求是企业承担社会责任的动力,企业的需求层次与企业承担社会责任的层次是密切相关的。企业存在怎样的需求,同时就必须承担相应的社会责任。一方面,企业存在需求,需要通过一定的企业行为去实现它们;另一方面,企业通过承担社会责任,才能得到社会的认可和支持,从而推动企业的持续发展。因此,企业满足自身需求的过程必然成为企业承担社会责任的过程。”张兰霞则从利益相关者的角度分析认为,我国劳动关系层面企业社会责任的动力要素主要包括企业经营者与员工、企业工会、政府、媒体、非政府组织、消费者、竞争对手以及投资者,并最终将企业社会责任的动力来源归纳为经济动力、道德动力、法律制度动力。郑晓霞从内在驱动力和外在约束入手分析了企业社会责任的动因。其中内在驱动力包括文化因素、经济动因、企业家的伦理道德,而外在约束包括政府、国际贸易环境、媒体以及其他利益相关者,并最终构建了企业社会责任动力机制。罗重谱从多学科角度探讨了企业社会责任的动力机制,其中,长期利润是企业承担社会责任的根本动力和内因;与社会“生态”环境的契约关系、政府干预和公众的“货币投票”共同构成企业履行社会责任的外部压力和外因。企业的外部压力存在正向的激励功能和负向的监督约束功能。同时,外部压力可以通过市场机制转化为企业的经济利益,从而成为企业承担社会责任的内部动力。正是长期利润的内部动力和诸多外部压力的共同作用,企业才能主动履行其应担负的社会责任。

1.3.1.5 企业社会责任在我国实践

20世纪90年代以来,我国学术界开始重视对企业社会责任的研究,特别是90年代末以后,掀起了企业社会责任研究的热潮。我国的企业社会责任研究大体上可以分为三个阶段:

第一阶段是起步阶段(20世纪90年代初)。最早以企业社会责任为名的著作是1990年袁家方主编的《企业社会责任》。该书主要从纳税、自然资源、能源、环保、消费者等几个方面分析企业的社会责任,并将企业社会责任定义为“企业在争取自身的生存与发展的同时,面对社会需要和各种社会问题,为维护国家、社会和人类的根本利益,必须承担的义务”。该书为我国企业社会责任研究起到了奠基性的作用。但是作者过于强调企业社会责任中的法律层面,对企业社会责任的理解有些狭隘。这一阶段关于企业社会责任的研究基本上比较琐碎,著作比较少。张彦宁在《中国企业管理年鉴》中将企业社会责任含义表述为“企业为所处社会的全面和长远利益而必须关心、全力履行的责任和义务,表现

为企业对社会的适应和发展的参与”。

第二阶段是初步发展阶段(20世纪90年代中后期)。这一阶段的研究可以分为两个方面:一方面是从公司治理的角度提出的利益相关者理论;另一方面是从法学的角度研究企业社会责任。前者以杨瑞龙等的研究为代表。杨瑞龙等对批评新古典企业理论没有“直面现实”,认为企业是利益相关者的利益联结,因此企业的责任并非为股东负责,而是为所有利益相关者负责。但是杨瑞龙等的研究过于侧重共同治理的研究,忽视了在企业社会责任上的拓展。后者以刘俊海为代表,刘俊海在其专著《公司的社会责任》中将企业社会责任定义为“公司不仅仅以最大限度地地为股东营利或赚钱作为自己存在的唯一目的,而应当最大限度地增进股东利益之外的其他社会利益”。刘俊海指出:“公司应当最大限度地增进股东利益之外的其他所有社会利益。这种社会利益包括雇员(职工)利益、消费者利益、中小竞争者利益、当地社区利益、环境利益、社会弱者利益及整个社会公共利益等内容,既包括自然人的人权,尤其是《经济、社会和文化权利国际公约》中规定的社会、经济、文化权利,也包括自然人之外的法人和非法人组织的权利和利益。其中,与公司存在和运营密切相关的股东之外的利害关系人是公司承担社会责任的主要对象。”

第三阶段是快速发展阶段(2000年以来)。这一阶段企业社会责任的研究出现了一批有影响力的成果。比如,卢代富的《企业社会责任的经济学与法学分析》、谭深等的《跨国公司的社会责任与中国社会》、环境与发展研究所的《企业社会责任在中国》、陈宏辉的《企业利益相关者的利益要求:理论与实证》,等等。这一阶段的研究有以下三个特点:一是出现了实证研究;二是国外研究文献的引进;三是出现了SA 8000的专题研究。周祖城认为:“企业社会责任是指企业应该承担的,以利益相关者为对象,包含经济责任、法律责任和道德责任在内的一种综合责任。”卢代富指出,企业社会责任是创设于企业经济责任之外、独立于企业经济责任并与经济责任相对应的另一类企业责任,应是“企业在谋求股东利润最大化之外所应负有的维护和增进社会利益的义务”。林毅夫认为:“企业追求利润是天经地义的,但是由于外部性与信息不对称问题的存在,企业行为常常会自觉不自觉地超出自身应有的边界,对社会、员工等利益相关者产生不利的影响。为了社会的繁荣与和谐,要提倡企业加强社会责任感,并使企业的外部影响内部化。企业作为社会公民的一种,和其他类型的公民一样都对社会负有伦理道德义务,一方面在为社会创造财富,另一方面社会财富也更多地集中在这些成功的企业当中,它应该有责任帮助社会的弱势群体。”惠宁、霍丽认为:“企业承担社会责任与企业创造利润并不矛盾,且承担必要的社会责任,有利于树立良好的企业形象,从长远来看,更有利于企业经济效益的提高。”

1.3.2 关于水权基本理论的研究综述

1.3.2.1 水权的概念

1. 国外对水权的界定

如同其他资源一样,当水资源比较丰富时,较少有人关注其相应的各种权力问题,但当这种关键资源在世界上很多地方变得越来越稀缺,竞争越来越激烈时,在水资源管理方面文献中,水权问题受到了越来越多的重视,但是,这些文献大部分都是从较为狭窄的视