

煤炭企业 社会责任研究

孙春升 高峰 刘玉鹏 郭建利◎著

— Coal Corporate —
Responsibility Research



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

煤炭企业 社会责任研究

孙春升 高峰 刘玉鹏 郭建利◎著

—○Coal Corporate○—
Responsibility Research



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

· 北 京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

煤炭企业社会责任研究/孙春升等著.

北京: 中国经济出版社, 2013. 11

ISBN 978 - 7 - 5136 - 2873 - 0

I. ①煤… II. ①孙… III. ①煤炭企业—社会责任—
研究—中国 IV. ①F426. 21

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 253159 号

责任编辑 张 户

责任审读 贺 静

责任印制 张江虹

封面设计 任燕飞

出版发行 中国经济出版社

印 刷 者 北京科信印刷有限公司

经 销 者 各地新华书店

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 17. 25

字 数 275 千字

版 次 2013 年 11 月第 1 版

印 次 2013 年 11 月第 1 次

书 号 ISBN 978 - 7 - 5136 - 2873 - 0/F · 9915

定 价 46. 00 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换(联系电话: 010 - 68319116)

版权所有 盗版必究(举报电话: 010 - 68359418 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心(举报电话: 12390)

服务热线: 010 - 68344225 88386794

企业社会责任思想产生于19世纪末20世纪初。随着企业所处发展环境的变化、企业管理水平的提高以及社会各界对企业期望值的改变,企业社会责任日益受到关注,理论界和企业界对企业社会责任展开了广泛的理论研究,并开展了大量的实践活动,企业社会责任逐步得到了国际社会的认同。煤炭企业是我国国民经济的重要组成部分,在我国社会经济的发展过程中起到了举足轻重的作用,如何更好的履行企业社会责任,关系到煤炭企业能否提高国际竞争力、满足社会经济发展需求、保障我国能源供给安全、实现企业自身可持续健康发展。煤炭企业与一般企业存有共性,也具有自身的特殊性,针对目前企业履行社会责任实际而言,多数企业对社会责任的概念认知存在一定的偏差,亟待解决如何履行社会责任、如何提升履责能力等社会责任相关领域热点问题。就理论、实践中存在的这些问题,本书开展了煤炭企业社会责任相关研究,重点研究了煤炭企业社会责任的内涵、内容、框架和评价指标体系等重要问题。

本书属于企业社会责任研究领域,具有较强的理论性、前瞻性、实用性。本书出版的作用在于:①推动企业社会责任理论发展。企业社会责任自诞生以来,就存在大量争论,就企业社会责任概念、企业社会责任内容、范围、如何履行企业社会责任等问题,尚未在学术界和企业界形成共识。针对这些问题,本书在对相关理论研究的基础上,构建了煤炭企业社会责任的理论框架,在一定程度上推动了企业社会责任的理论发展。②促进企业社会责任实践活动。本书搭建的企业社会责任理论框架以及煤炭企业社会责任评价指标体系,帮助煤炭企业加深对企业社会责任的理解,为企业如何履行社会责任提供参

考,可推动煤炭企业履行社会责任工作的开展。

本书具有以下主要特点:①追本溯源。本书详细的阐述了企业社会责任的起源、历史发展、理论基础和最新研究进展,清晰地呈现了企业社会责任发展脉络,较为深刻地把握了企业社会责任理论的精髓和本质,为煤炭企业社会责任研究奠定了理论基础。②构建了完整的煤炭企业社会责任理论体系。本书作者根据我国经济、社会和煤炭企业发展的历史、特征和所处的阶段,科学地吸收各种理论的精华,相对完整的构建了煤炭企业社会责任理论体系,深刻地揭示了煤炭企业社会责任的各方面内容,搭建了较为完整的企业社会责任理论框架。③理论研究和实证研究的有机结合。理论研究应用于实际,才能检验其正确性和合理性。笔者在研究过程中,通过发放调查问卷、访谈、专家咨询等多种方法,深入多家煤炭企业,针对其社会责任履行实际情况进行调研,对煤炭企业履行社会责任情况进行了科学评价,评价结果与实际情况基本符合,增强了评价指标体系的实操性。

本书内容总共由十章组成,主要内容如下:

第一章 介绍煤炭企业社会责任起源,以及国内外企业社会责任的发展历史

第二章 企业社会责任研究理论基础,不同企业社会责任理论体系阐述与评价

第三章 企业社会责任主要体系介绍、基本依据及煤炭企业社会责任建设应遵循的相关法律法规

第四章 煤炭企业履行社会责任的主要意义、煤炭企业社会责任概念和内涵

第五章 煤炭企业履行企业社会责任现状分析,及煤炭企业履行社会责任情况评价

第六章 煤炭企业履行社会责任的具体分类和内容

第七章 煤炭企业社会责任绩效评价指标体系构建

第八章 煤炭企业社会责任评价实证研究

第九章 煤炭企业社会责任的实施途径

第十章 煤炭企业履行社会责任的政策建议。

本书受到中国煤炭工业协会相关研究课题的支持，研究小组历经两年时间，进行了多次内部研讨，并与国际、国内各方面专家大量交流，国内煤炭行业经济研究领域姜智敏、苏立功、张文山等专家等为本书提供了大量的指导与帮助，同时，也获得了多家大型煤炭企业的协助，在对企业进行深入调研的基础上，最终完成了《中国煤炭企业社会责任研究》这本著作。

本著作写作分工如下：孙春升负责总体框架设计，第1至3章，由孙春升、郭建利完成；第4至7章，由高峰完成；第8至10章，由刘玉朋完成。同时感谢康淑云、孙政、程蕾、史越瑶、李宏军、李修东、何花、张树武、包兴等提出宝贵意见，并进行了编校工作。

非常感谢本书所引用参考文献的作者。正是在各位专家、学者的启发和指导下，本书才能得以顺利完成，在此表示最衷心的感谢。

本书可作为管理学、社会学和公司法学等相关领域及专业本科生、研究生、MBA参考书，或作为从事企业社会责任领域学者研究资料，也可作为煤炭企业开展企业社会责任的理论指导材料和培训教材。

需要说明的是，由于企业社会责任是一个新兴领域，本书所反映的仅是初步的研究结果，许多问题还有待进一步深入细致的研究。本书存在的不足之处，希广大读者批评指正。

笔者

2013年9月

第1章 企业社会责任概述

- 1.1 企业社会责任的起源 3
- 1.2 国外企业社会责任的历史发展 5
- 1.3 国内企业社会责任的历史发展 8

第2章 企业社会责任的理论与争论

- 2.1 企业社会责任的理论基础 15
- 2.2 企业社会责任的理论 27
- 2.3 企业社会责任的历史论战 40

第3章 企业社会责任体系、法律法规及相关依据

- 3.1 企业社会责任体系 53
- 3.2 我国企业社会责任建设的法律法规及
基本依据 86

第4章 煤炭企业社会责任的本质属性、概念与内涵

- 4.1 煤炭企业履行企业社会责任的必要性 105
- 4.2 煤炭企业本质属性分析 110
- 4.3 企业社会责任的概念 114

第5章 煤炭企业社会责任现状与评价

- 5.1 煤炭企业社会责任现状 121
- 5.2 煤炭企业社会责任现状评价 140

第6章 煤炭企业社会责任内容及其分类

- 6.1 煤炭企业社会责任内容的界定依据 145
- 6.2 煤炭企业社会责任内容的界定原则 149
- 6.3 煤炭企业社会责任内容的边界 152
- 6.4 煤炭企业社会责任的具体分类与内容 159

第7章 煤炭企业社会责任绩效评价指标体系的构建

- 7.1 煤炭企业社会责任指标的定义 177
- 7.2 指标体系构建的目的、原则及来源 178
- 7.3 煤炭企业社会责任综合评价 181
- 7.4 煤炭企业社会责任调查问卷设计 197

第8章 煤炭企业社会责任评价实证研究

- 8.1 A集团企业社会责任评价实证研究 205
- 8.2 B集团企业社会责任评价实证研究 214
- 8.3 C集团企业社会责任评价实证研究 221
- 8.4 结论 229

第9章 煤炭企业社会责任实施

- 9.1 将社会责任管理纳入企业战略目标 233
- 9.2 明确管理职能 233
- 9.3 健全企业社会责任管理制度 237
- 9.4 增强企业履行社会责任能力 238
- 9.5 培养企业社会责任文化 240

第10章 政策建议

- 10.1 完善社会责任相关的法律法规 245
- 10.2 加强政府社会责任管理能力建设 245

10.3	建立煤炭企业社会责任报告和审计制度	246
10.4	加强煤炭企业与国内外企业间的 交流与合作	246
10.5	建立煤炭企业与相关利益主体的 交流沟通机制	247
10.6	深化煤炭价格市场形成机制	247
10.7	区别对待煤炭企业不同生命周期的 社会责任	248
参考文献		249

第1章

企业社会责任概述

1.1 企业社会责任的起源

企业社会责任(Corporate Social Responsibility, CSR)思想起源于19世纪末20世纪初,它的产生引起了学术界的广泛关注,成为公司法学界以及整个社会科学领域百年来争论不休的话题。

1.1.1 企业社会责任思想的萌芽

早在18世纪中后期英国完成第一次工业革命后,现代意义上的企业就有了充分的发展,但企业社会责任观念还未出现,实践中的企业社会责任仅仅局限于业主个人的道德行为之内。企业社会责任思想的起点是亚当·斯密(Adam Smith)的“看不见的手”理论。古典经济学理论认为,一个社会通过市场能够最直接地确定其需要,如果企业尽可能高效率地使用资源以提供社会需要的产品和服务,并以消费者愿意支付的价格销售它们,企业就尽到了自己的社会责任。

到了18世纪末期,西方企业的社会责任观开始发生了微妙的变化,表现为小企业的业主们经常捐助学校、教堂和穷人。

进入19世纪以后,两次工业革命的成果带来了社会生产力的飞跃,企业在数量和规模上有了较程度的发展。一方面,大企业的出现导致了企业在经济和社会中权力的膨胀,人们开始要求公司承担与其权力相匹配的社会责任;另一方面,大企业所拥有的对经济、政治和社会的影响力与其对社会或环境所承担的责任之间存在的巨大差距,也引起了人们对企业与社会之间关系的思考,人们开始要求企业培养“企业良知”。

到19世纪中后期企业制度逐渐完善,劳动阶层维护自身权益的要求不断高涨,加之美国政府接连出台《反托拉斯法》和《消费者保护法》以抑制企业不良行为,客观上对企业履行社会责任提出了新的要求,企业社会责任的观念和思想逐渐形成。

1.1.2 企业社会责任思想产生的历史背景

在经济学中,企业一直被视为有理性的、追求价值最大化的“经济人”。从本质上说,“经济人”思想是继文艺复兴时期解放了人的主体资格后,对在经济活动中行为能力的一次再解放。“经济人”思想释放出企业潜在的、无穷的力量,这一力量在推动资本主义社会和经济发展的同时,也直接导致了企业规模的不断扩张,逐渐形成一股巨大的力量。以美国为例,经历了19世纪末20世纪初的第一次企业合并浪潮之后,大企业占统治地位的经济格局已初现端倪。据相关研究,1880年洛克菲勒的标准石油公司合并了40家炼油产商,控制了全美近90%的炼油能力。同样,19世纪80年代,200多家钢铁厂商合并成了20家大公司,1901年,J. P. 摩根进一步将其中的12家大公司合并成立了美国钢铁公司,后者掌握了全美65%的市场份额。

在20世纪初,伴随着企业规模和力量的扩张,企业本身的性质也在悄悄地发生着质的变化,即现代企业制度逐步形成。现代企业制度的一个重要特征就是企业所有权和经营权的分离。贝利(Berle)和米恩斯(Means)在他们的名著《现代公司和私有财产》一书中进行了统计,20世纪30年代初,美国最大200家公众公司里,只有不超过5%的公司是由大股东所拥有,23%和44%的公司则是由所有权相当分散的少数股东和管理者所拥有。此外,与企业所有权的高度分散相对应的是企业控制权的高度集中。1932年,贝利和米恩斯在他们的书中谈到,在公司制度下,对行业财富的控制可以而且正在被以最少的所有权利益来完成。财富所有权没有相应的控制权,而财富的控制权没有相应的所有权,这似乎是公司演进的逻辑结果。1941年,美国经济学家詹姆斯·白恩汉(James Burnham)在《经理革命:世界上正在发生什么》一书中甚至认为,对于大多数股票持有人来说,所有权有着非常次要的性质,因为他们很少有接近生产手段的管理权,也没有实际的决策权,而经理阶层则不然,他们因为拥有管理决策权,所以是企业实际的所有者。

在经过了工业革命的财富掠夺和积累后,超大规模的公司企业在20世纪初得到足够多的资源,变成一个个金钱帝国。它们在不同的行业中

雄踞霸主地位,压制打击任何的竞争者,对政府的主权行为偶尔也敢虎视眈眈。社会开始为这些企业的存在和行为不安,美国当时着手制定了反垄断法,以此制约大公司在市场经济环境中滥用经济优势地位压制竞争的行为。

自由竞争的制度安排符合资本主义社会的自然生存法则,这种法则的完美载体就是自由市场和企业资本主义。古典经济学家亚当·斯密(1776)在《国富论》中讲:“每个人都不断努力为他自己所能支配的资本找到最有利的用途。固然,他所考虑的不是社会的利益,而是他自身的利益,但他对自身利益的追求自然会或者毋宁说必然会引导他选定最有利于社会的用途。”这种理论所揭示的社会图景是,人们在追求自身利益最大化的过程中,社会进步和社会利益会自动实现;企业作为私人资本增值的社会工具,当然应当以本着企业利润最大化为目标运营,通过实现投资者最优回报而促进社会财富的积累和发展。同时,这种理论认为,完全自由的竞争环境是私人资本发展的绝佳条件,竞争的本质目的就是利益,不管这种利益是投资金钱的增长,是企业市场地位的巩固和扩张,还是各种经济资源的持续获得。这种理论事实上忽视了资本原始积累中的野蛮、残暴以及资本本身的血腥,忽视了人的灵魂被资本支配情景下的贪婪、自私对整体社会和谐和的践踏,特别是大型企业利用经济优势地位对整个经济秩序体系的毁坏。

正是出于对这种情形的认识和把握,美国率先制定反垄断立法,其宗旨是维护自由公平的市场经济竞争秩序,制约大公司对社会组织结构的损害,以维护社会公共利益。企业社会责任思想正是在这种历史背景下产生和发展的。

1.2 国外企业社会责任的历史发展

西方国家对企业社会责任的认知,经历了一个由广泛争议到普遍认可的过程,对社会责任内涵的认识也由肤浅而逐步深化。这一内涵认识的不断丰富和深化也是多方力量博弈的结果,其中既包括劳工对自身权益的追求和维护,也包括行业竞争者,甚至国际行业竞争者的压力和要

求。随着企业社会责任理论的演进和日渐成熟,国外企业社会责任运动也蓬勃发展起来,欧美国家相继掀起了一波又一波关于环境保护、劳动者权益保护、消费者权益保护等的运动。进入 20 世纪中后期,随着可持续发展的观念逐步为社会所广泛接受,企业社会责任的内容变得更加丰富。具体来说,西方国家企业社会责任建设方面最有成效的当属欧盟和美国。

欧洲委员会(The Council of Europe)早在 1961 年就开始实施“社会宪章”。该宪章确立了综合、一贯的社会政策基本原则,即:男女均可获得平等机会和平等待遇的权利;劳动者获得信息和咨询的权利;劳动者参与决策和提高工作条件、改善工作环境的权利;老年人获得社会保护的权利。欧洲委员会虽然不是欧洲经济共同体的正式机构,但它提出的这些基本原则却成为后来“欧共体社会权利宪章”的蓝本。之后,1974 年欧共体通过“欧共体社会行动方案”。该方案包括三个方面:充分和更好地就业;提高生活水平和工作条件;劳动者更多地参与企业活动和社会管理。欧共体在 20 世纪 70 年代采取的社会行动计划主要是关注贫困、残疾人以及那些在战后经济繁荣中未获得好处的受排斥的群体,这些群体的利益在一味强调效率、生产率和企业竞争力的时代曾被严重忽略。

欧盟企业社会责任的成功实践,体现在逐步建立了对企业雇工权益的制度性保护。欧共体在 20 世纪 70 年代初即将企业雇工的权益保护置于企业社会责任的考虑范畴之内,并尝试从制度、法律层面通过保障企业雇工的参与权来强化对雇工相关权益的保护。欧盟最早进行了环境会计信息披露研究和实践的尝试。20 世纪 90 年代开始的环境会计规划项目,具体包括企业环境报告、环境管理会计体系以及财务会计的环境问题指导等项目。欧盟为号召企业自觉建立和实施环境保护政策、目标和计划,颁布了《欧盟的环境政策和原则》;欧洲会计师联盟(FEE)进行了大量的环境会计报告和环境报告书保证业务的调查研究;欧洲委员会和荷兰环境部还将宏观统计目的、政策评价目的、环境成本定义进行统一化。不难看出,欧盟的环境信息披露研究已经扩展到相当宽泛的领域。

同样,美国也是较早对企业社会责任行为进行规范的国家之一。到 20 世纪 70 年代,美国已有 48 个州通过了“明确支持注册公司可不通过特别的章程条款来资助慈善事业”的法案。20 世纪 80 年代后,为减少恶

意收购浪潮对公司相关者利益的侵害,美国 29 个州相继修改了公司法,要求经理人员对各利益相关者负责,而不仅仅是对股东负责,从而给予经理拒绝恶意收购的法律依据。20 世纪 90 年代,在美国就业问题日益严重、企业与工人之间的矛盾比较尖锐的情况下,1990 年,美国政府编制了《美国工商界的伦理政策与规程》,制定了一些与“决策伦理”密切相关的“检测项目”。1991 年美国颁布的《联邦判决指南》允许法官按照一企业所采取的社会责任方面的道德措施状况,酌情减少对其经理人员的罚款和监禁时间。在同一时期,克林顿总统主持了“公司公民会议”(Conference on Corporate Citizenship)。会议指出,公司应当在五个方面自觉约束自己的行为:为职工提供更佳的教育与培训;为职工提供更加优厚的健康与养老福利;安排更加灵活的时间表保证对儿童的照料,做到对职工的家庭更加友好;为对付利润与生产能力的波动与职工结成工作伙伴;确保工作场所的安全。克林顿总统的劳工秘书瑞奇(Robert Reich)还建议对那些表现良好的公司予以税收优惠。21 世纪初,在爆发安然、世通、安达信等公司财务作假丑闻后,为了强化上市公司内部治理和加强信息披露,美国政府颁布一系列严肃国内公司道德准则的法案,特别是 2002 年《萨班斯—奥克斯利法案》(Sarbanes - Oxley Act)的出台加大了对忽视社会责任、侵害利益相关者企业的处罚力度。该法案对上市公司的信息披露义务进行了特别的强化,对于违反财务报表披露要求的行为加大了处罚力度,客观上强化了美国企业承担社会责任的透明度和执行力。在美国影响下,法国、英国、德国、荷兰等也在各自的立法中确立了倾向于就业、工资、工作条件等劳动问题的企业社会责任。

西方国家企业建立社会责任的运动及其发展受到多重因素的影响和促进。20 世纪 80 年代以来,可持续发展的观念日益深入人心,欧美国家的政府逐渐转变思路,采取了许多新的措施推动企业社会责任发展,如更加依靠政企合作、依靠市民社会的规制等。在这一思路转变的过程中,相关非政府组织也开始大量涌现,形成了一系列新兴的咨询服务产业,从社会责任标准的制定与认证、社会责任评级与评奖到社会责任报告的编制与鉴定,无不与非政府组织的参与息息相关。这些非政府组织还开发出对企业承担社会责任具有可操作性的概念和管理工具,如三重底线、生态

效率模型等。政府、企业和社会逐步形成了良性循环,越来越多的企业将社会责任融入各项管理实践。加之伴随着信息技术的发展,信息扩散更快更广,不但增加了对企业活动透明度的要求,而且加强了利益相关方的力量,使得企业只能选择透明与公开,企业社会责任终于从抽象的观念和原则转变为具体的管理实践。

此外,西方企业社会责任的纵深发展,使人们普遍认识到主动承担社会责任的公司不但不会对盈利产生负面影响,反而还能够获得包括财务收益在内的竞争优势。各方面的调查统计显示,这种财务收益和竞争优势通常是间接的和长期的。比如可以提高企业产品市场认可度和占有份额,增加销售额和毛利;可以提高员工满意度和忠诚度,激励员工,招募和挽留优秀员工;可以改进企业创新能力,开发新产品,提高资源和材料效率;可以避免或者降低诉讼、罚款、罢工、消费者抵制等法律风险,也使得危机在第一时间能够得到妥善解决。事实上,已经有越来越多的案例和证据表明,企业社会责任与竞争优势之间存在着正相关关系。

1.3 国内企业社会责任的历史发展

回顾新中国成立 60 多年的历史,我国企业社会责任在前 30 年属于错位的社会责任,在后 30 年才逐步发展起来,尤其是进入新世纪以来,企业社会责任理念和实践发展迅猛,逐渐融入了经济全球化的历史进程。总的来说,我国企业社会责任的发展经历了 4 个阶段。

1.3.1 改革开放之前的计划经济体制阶段：错位的企业社会责任

此阶段企业办社会的现象非常突出,企业成了政府的延伸。企业承担了许多本来应该由政府承担的责任,企业主要是在行政命令的指导下执行,企业基本上没有自主权。所以计划经济阶段企业办社会模式的企业社会责任并不是真正意义的企业社会责任,或者说是一种不合理的、错位的企业社会责任。与此同时,很多时候企业又将企业发展的责任放在了政府的身上,使整个社会的经济效益低下,社会效益难以维系。企业