

用户:  密码:   [网站首页](#) [在线投稿](#)[应用伦理学基础理论](#) | [生命伦理](#) | [环境伦理](#) | [经济伦理](#) | [政治伦理](#)[社会伦理](#) | [科技伦理](#) | [法律伦理](#) | [媒体伦理](#) | [网络伦理](#) | [性和婚姻伦理](#)[国际伦理](#)[首页](#) → [学术文章](#) → [经济伦理](#)

## 王唤明：企业社会责任的伦理学思考

### 一、企业社会责任理论综述

|boraid|80

对于企业的社会责任，SA8000企业社会责任标准从九个主要的标准来界定：(1)童工。公司不应使用或者支持使用童工，应与其他人员或利益团体采取必要的措施确保儿童和应受当地义务教育的青少年的教育，不得将其置于不安全或不健康的工作环境或条件下；(2)强迫性劳动。公司不得使用或支持使用强迫性劳动，也不得要求员工在受雇起始时交纳“押金”或寄存身份证件；(3)健康与安全。公司应具备避免各种工业与特定危害的知识，为员工提供健康、安全的工作环境，采取足够的措施，最大限度地降低工作中的危害隐患，尽量防止意外或伤害的发生；为所有员工提供安全卫生的生活环境，包括干净的浴室、厕所、可饮用的水；洁净安全的宿舍；卫生的食品存储设备等；(4)结社自由和集体谈判权。公司应尊重所有员工自由组建和参加工会以及集体谈判的权利；(5)歧视。公司不得因种族、社会等级、国籍、宗教、身体、残疾、性别、性取向、工会会员、政治归属或年龄等而对员工在聘用、报酬、培训机会、升迁、解职或退休等方面有歧视行为；公司不干涉员工行使信仰和风俗的权利和满足涉及种族、社会阶层、国籍、宗教、残疾、性别、性取向、工会会员和政治从属需要的权利；公司不能允许强迫性、虐待性或剥削性的性侵犯行为，包括姿势、语言和身体的接触；(6)惩戒性措施。公司不得从事或支持体罚、精神或肉体胁迫以及言语侮辱；(7)工作时间。不得经常超过48小时，同时，员工每7天至少有一天休息时间。所有加班工作应支付额外津贴，任何情况下每员工每周加班时间不得超过12小时，且所有加班必须是自愿的；(8)工资报酬。公司支付给员工的工资不应低于法律或行业的最低标准，并且必须足以满足员工的基本需求，以及提供一些可随意支配的收入并以员工方便的形式如现金或支票支付；对工资的扣除不能是惩罚性的，并应保证定期向员工清楚详细地列明工资、待遇构成；应保证不采取纯劳务性质的合约安排或虚假的学徒工制度以规避有关法律所规定的对员工应尽的义务；(9)管理系统。高层管理阶层应根据本标准制定公开透明、各个层面都能了解并实施的符合社会责任与劳工条件的公司政策，要对此进行定期审核；委派专职的资深管理代表具体负责，同时让非管理阶层自选出代表与其沟通；建立并维持适当的程序，证明所选择的供应商与分包商符合本标准的规定。

|boraid|80

在2003年，全球CEO聚首的世界经济论坛认为，企业公民包括四个方面：一是好的公司治理和道德价值；主要包括遵守法律、现存规则以及国际标准，防范腐败贿赂，包括道德行为准则问题，以及商业原则问题。二是对人的责任；主要包括员工安全计划，就业机会均等、反对歧视、薪酬公平等等。三是对环境的责任；主要包括维护环境质量，使用清洁能源，共同应对气候变化和保护生物多样性等等。四是会发展的广义贡献；主要指广义的对社会和经济福利的贡献，比如传播国际标准、向贫困社区提供要素产品和服务，如水、能源、医药、教育和信息技术等，这些贡献在某些行业可能成为企业的核心战略的一部分，成为企业社会投资、慈善或者社区服务行动的一部分。

|boraid|80

斯蒂芬·P·罗宾斯的《管理学》把社会责任定义为：“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。”（罗宾斯，1997年）。这一定义的隐含假设是企业都是遵守法律，企业社会责任在经济学是一个外部性问题。即在遵守社会法律、法规的前提下，企业承担社会责任的行为就纯粹是基于其自身的管理道德认识，这是他的额外附加行为。企业承担了社会责任，它就要承担一定的额外的附加社会成本，而企业利益相关者无须付出却能享受到社会收益，这是企业社会责任的正外部性。反之，如果企业不实施社会责任，但却又不违反现有法律制度，社会不能对企业行为进行惩罚，那么企业“不作为”行为的社会成本就将企业利益相关者承担，这是负外部性。在罗宾斯的理论框架下，企业社会责任问题就是求解外部性的问题。在经济学领域，庇古认为边际私人收益与边际社会收益、边际私人成本与边际社会成本相背离的情况下，依靠自由竞争是不可能达到社会福利最大，因此他主张政府征收“庇古税”。科斯认为当市场存在交易费用时，制度安排与选择是重要的，在他看来市场交易形式即自愿协商可能会比征收“庇古税”更加有效。

|boraid|80

事实上，现实社会生活中的企业并不是完全遵守法律，罗宾斯的企业遵守法律理论假设前提是不符合实际的，因此我们需要变换思路，从另外角度审视企业社会责任问题。米尔顿·弗里德曼是“企业唯一社会责任是使利润最大化”古典观点的支持者，作为货币主义开创者，弗里德曼坚持新古典经济学理论框架，信奉自由市场竞争。在他看来，大部分经理是职业经理，在完全竞争的市场上，企业社会责任行为会增加经营成本，而这些成本要么高价转嫁给消费者，或是通过较低的边际利润由股东承担。管理当局提价，就会减少销售，从而使生产者剩余、消费者剩余下降，导致社会总剩余减少即社会福利损失。此外，如果公司承担社会责任，不能将高成本转嫁给消费者，那么就必须由企业自身承

担这一成本, 这样会造成企业回报率下降, 在完全竞争的市场上, 投资者就会丧失对该企业的兴趣转而投资其他企业, 这样在国内竞争的市场上, 由于社会责任是公司额外社会成本, 全部国内企业的生存可能会受到不产生社会成本的外国竞争者的威胁。弗里德曼观点隐含的前提是: 他质疑经理有能力思考社会问题, 弗里德曼主张“术业专攻”, 即选择政治代表来解决这一社会责任问题, 而企业管理的唯一使命只是组织生产, 实现利润最大化, 如果将这些资源用于“社会产品”时, 他们会削弱市场机制的基础。

|boraid|80

随着社会的发展, 人们对公司的社会预期也在变化。公司不再只是对股东负责的独立实体, 它还要建立和维持它们的更大社会负责。因此, 与古典观相反, 社会经济观认为“利润最大化是公司第二位目标, 而不是第一位目标, 公司第一位目标是保证自身的生存和发展。”同时社会经济观批评了古典派现实的时间框架, 认为管理者应该关心长期的资本收益最大化。

|boraid|80

综合上述分析可知, 企业社会责任是指除了为股东追求利润外企业也应该承担相应的社会责任, 即要考虑相关利益者, 也就是影响和受影响于企业行为的各方的利益, 追求社会利益相关者的满意, 如关注企业和社会的持续发展、员工职业生涯规划和工作条件、寻求阳光下的最大化利润等。

|boraid|80

## 二、企业社会责任的伦理学分析

|boraid|80

从伦理学的角度分析, 当前企业主要存在着五种不道德的行为: 贿赂、强制、欺骗、窃取、歧视。这些不道德行为产生的首要因素是行为人不顾他人权益的自利动机; 其次是信息不对称(易产生“逆向选择”和“道德风险”); 最后是垄断的存在。在经济领域, 由于信息的不完全和不确定性的存在, 任何决策都有可能带来某种利益, 但也可能带来某种损失, 也就是所谓的机遇与风险并存。康德伦理学的基本观点认为: 人是理性生物, 所以他的行为只应当听从理性的命令, 而理性的命令只不过是说, 你应当遵循的行为准则必须能够不自相矛盾地同时成为所有人的行为准则。于是, 就企业的社会责任来说, 伦理学分析所要解决的两个根本问题而言, 遵从先验理性的行为不仅是人生的目的或意义所在, 同时也是道德行为的标准: 目的的“善”与手段的“善”是统一为一体的。企业作为一“企业公民”, 以整体价值最大化和社会财富最大化为最终目标; 在利益相关者的满意的情况下寻求最大化价值。

|boraid|80

当然, 若从“企业光谱”的角度, 企业在不同的发展阶段关注的社会责任是不同的, 需要满足不同利益相关者的满意, 如同从企业的“生命周期”来分析, 利益满意的程度大小依次为所有者、经营者的满意; 其次是员工、顾客的满意; 再次是供应商、经销商等整个供应链利益相关者的满意; 最后是公众、社区、协会、政府等的满意。

|boraid|80

总之, 伦理学的企业社会责任主要是目的和手段的“道德”(经济效率与经济公平最优), 遵守相应的质量、环保、劳动等法规; 在政策上加大对不道德行为的“惩罚”, 加大“违约”成本, 健全诚信机制, 增强信息的透明度等等。

|boraid|80

## 三、在竞合中寻求社会责任最优

|boraid|80

企业在市场上不仅要与它的利益相关者建立良好的合作关系, 同样地它还要面对同行业激烈的竞争。在现代管理理论中, 许多学者认为公司的某些社会行为主要是由利润动机驱动的, 称之为起因相关营销(cause-related marketing), 如美国运通公司、可口可乐公司、通用食品公司等毫无顾忌的利用社会公众的良心, 美国运通的一位总经理说“社会责任是一个很好的营销诱饵”。起因相关营销背后的思想, 是发现与公司产品和服务相吻合的社会原因, 然后以互利的方式把他们联系起来。一些跨国公司们不约而同地将在中国开展的公益事业锁定在三个领域: 儿童教育、环保、体育事业。因为儿童代表未来, 有无限潜力, 对他们的点滴帮助, 都可能改变其人生的发展方向; 环境更关系到我们每一个人的生活质量和社会的生存与发展; 体育关系到人民的健康和富有激情。壳牌石油公司的原则是: 在强劲的收益率基础上为客户提供价值, 保护环境, 尊重和保护环境, 服务社区, 与相关利益方合作。柯达的HSE(健康、安全、环境); 可口可乐关注中国的体育事业和希望小学; 诺基亚公司除了为社会提供先进的科技、产品和服务外, 还积极投身于具有广泛影响的社会活动, 努力成为一个优秀的企业公民。十几年来, 诺基亚通过一系列创新活动, 积极参与和赞助中国各项社会、文化、体育和教育事业的发展; 安利公司自1995年以来, 安利公司已累计支持中国800多项慈善公益事业, 投入及捐赠累计超过8000万元, 涉及环保、儿童、教育、赈灾和精神文明等各方面。

|boraid|80

因此, 在激烈竞争的市场上, 企业可能会借助于承担社会责任, 作为营销方式, 进行产品推广创新。值得注意的是, 如果某一厂商采用起因相关营销方式, 那么相关厂商必定会对此做出反应, 否则将会丧失市场份额。假设在原来均衡市场基础上, 某一厂商突然增加社会参与, 并以此作为公司营销策略的一部分, 那么另一厂商也必然会采用相同的营销策略, 即参与社会活动, 寡头市场结构博弈分析思想告诉我们由于二个厂商都参与社会活动, 有时社会活动的重置造成社会资源浪费。此外, 在多数行业中, 都存在一些领头企业和跟随企业, 跟随企业产量、价格决策都是视领头企业而定的, 博弈分析表明领头企业因此能获得“先行一步优势”。同样地, 在社会参与中, 由于领头企业知道自己若参与社会活动, 承担社会责任, 那么它就会给跟随企业设置一个新的竞争壁垒。考虑领头企业愿意承担的平均社会成本(由于规模、实力大)将少于跟随企业, 因此通过这一策略, 领头企业可进一步扩大市场份额, 拉开它与跟随企业的距离, 这也是大公司为什么更热衷于公共关系事业, 做优秀的“企业公民”, 密切关注自身的社会责任。因为这样有

助于巩固市场领导地位和获取持续的竞争优势与资源，从而能长期健康成长发展。

|boraid|80

作者简介：王唤明（1980—），管理学硕士，安徽财经大学市场商务学院讲师，龙脉营销咨询公司项目总监，兼职安徽环亚集团总经理助理

|boraid|80

联系地址：王唤明 安徽省蚌埠市宏业路255号安徽财经大学商务学院（233041）

|boraid|80

联系电话：013956338439

来源：<http://www.boraid.com/darticle3/list1.asp?id=35104&pid=1184>

新网科技

中国社会科学院应用伦理研究中心  
北京建国门内大街5号 邮政编码：100732 电话与传真：0086-10-85195511  
电子信箱：[cassethics@yahoo.com.cn](mailto:cassethics@yahoo.com.cn)

