

由赈灾捐款事件对企业社会责任的再思考

作者：浙江工业大学 徐晋 李鸽翎

[摘要] 本文从“5.12”赈灾捐款事件出发,对我国企业社会责任问题再次进行探讨,试图阐明有关企业社会责任的一些基本观点和判断。一个优秀的企业,应该将社会责任看做是企业的道德资本。社会责任感是一个企业的内在的价值取向,拥有道德资本也就拥有了持续的竞争力。成功的企业离不开和谐的社会,反之亦然,两者之间如唇齿相依。企业只有找到与社会共同发展的契合点,才能踏上通往可持续发展之路。

[关键词] 企业; 事件; 社会责任; 思考

“企业社会责任”这一概念经 30 年代哈佛大学多德教授第一次提出,到 80 年代企业社会责任运动在欧美发达国家逐渐兴起,到 90 年代 LEVI-STRAUSS 海外虐待女工事件被曝光后,生产守则、社会责任标准纷纷出台,企业社会责任问题日益吸引着世人的关注。进入 21 世纪以来,受西方经营理念(如 SA8000)的影响以及出于对企业可持续发展的深层思考,我国企业社会责任意识逐步增强。经历了 2008 年汶川大地震后的中国社会,有关企业社会责任问题的讨论正方兴未艾。本文将回顾万科“捐款门”事件,同时针对“企业社会责任”在中国的歧义展开观点辩证。

一、万科“捐款门”事件中的“企业社会责任”观

“5.12”地震过后,社会上的各类团体、组织和个人纷纷抗震捐款。但是,万科集团却因捐款数目和王石言论而备受诟病。万科销售额达 460 亿元,但总部只捐款 200 万元,员工捐款 20 万元左右,两者差距很大。面对“吝啬”的指责,王石“200 万已尽到企业责任,捐赠活动不应成为负担,员工捐款以 10 元为上限”的辩解,致使谴责之火越烧越旺,据说在个别地区已影响到万科房子的销售。于是万科“亡羊补牢”,宣布出资 1 亿元参与地震灾区灾后百姓安置、房屋修复和重建工作。但是一些网民还是认为其举动是堵塞众人口水的一种公关技巧、一种转移人们视线的营销手段而已。

与之相对应的是香港加多宝集团第一时间在央视赈灾晚会上一口气捐出 1 亿元人民币,使得其产品红色罐装王老吉一夜之间进行了一次“病毒式营销”,形成了口碑效应,打了一场漂亮的情感营销战。

公众对企业的慈善表现,用买不买企业产品来表达对企业的好恶,这是权利,也有利于引导企业的社会责任观念。但企业社会责任真的只是单纯意义上的慈善事业吗?

二、对企业社会责任的再认识

企业社会责任(CSR)是舶来品。世界银行、欧盟、世界经济论坛等机构都给 CSR 下过定义,却仍莫衷一是。目前国际上普遍认同 CSR 理念:企业在创造利润、



对股东利益负责的同时，还要承担对员工、对社会和环境的社会责任，包括遵守商业道德、生产安全、职业健康、保护劳动者的合法权益、节约资源等。另一种比较通俗的理解是：企业对社会合乎道德的行为，其要求企业或组织在赚取利润的同时，必须主动承担对环境、社会和利益相关者的责任。

企业社会责任不同于其他的技术标准，它超越了企业只强调技术性指标，把赚取利润作为唯一目标的传统理念，而更强调在生产过程中对人和对社会价值的关注，注重生产过程中人和社会的整体利益。理解企业社会责任的内涵应注意以下几方面：

- 1、企业社会责任的相对方是非企业的非股东利益相关者。即在股东以外，受企业决策与行为现实的和潜在的、直接的和间接的影响所有的人和组织。
- 2、企业的社会责任不等于企业所有者的社会责任。企业和企业所有者是不同的主体，作为一种独立的社会经济主体，企业负有不同于企业所有者的义务和责任。
- 3、企业社会责任是对传统的企业利润最大化原则的补充和修正。传统理论以股东为本位，认为实现股东利润最大化是企业的惟一标准。企业社会责任则以社会为本位，除实现企业利润最大化之外，还应尽可能地维护社会利益。
- 4、企业社会责任是企业的法律责任和道德责任的统一。法律责任是对义务人的“硬约束”，而道德责任是对义务人的“软约束”。企业社会责任作为企业对社会负有的一种责任，并非单纯的法律责任或道德责任，而是两者的统一体。
- 5、企业的社会责任不同于企业的社会贡献。企业社会贡献是由补偿社会损害而发生的，带有被动性，而企业的社会责任是积极地改善社会条件，具有能动性；企业的社会贡献局限于和企业活动直接相关联的领域，而企业的社会责任却扩展到了文化、教育、福利等与企业并无直接联系的领域。

三、对于企业社会责任的再思考

1、企业社会责任：长期投资还是增加成本？

王石在为万科进行辩护的博客反映出有些企业对于承担企业社会责任的态度是“负担论”和“限制说”。弗里德曼也曾认为如果商人拿出钱来进行降低污染、雇佣那些经常失业、进行企业慈善等“有责任”的行为，将导致企业成本上升，由此企业效率低下，将影响企业长期效益。对这个问题应该从动态和投资的观点去认识，而不只是从静态和成本的角度来观察。从静态的成本角度来看，履行企业社会责任，企业的制造费用、管理费用等在一定时期内确实是上升的，但从动态的投资的观点来看，显然是有利于企业的健康发展。所谓的履行企业社会责任不会增加企业成本，更不会影响企业竞争能力，也就是这个道理。

担心履行社会责任会增加企业成本，实际上就是担心会造成内部不经济，这是可以理解的。但应该看到，这种内部不经济是暂时的，从资本运作的角度看，它只是投资方式的一种而已，而投资收益的实现是有个过程的，最终还是体现内部经济，并且达到内部经济和外部经济的和谐状态。这就要求我们树立起动态的观点来，千万不能只盯住眼前的一点得或失。明白了这一点，也就自然不会认为履行社会责任是成本，而会把它当成是一种会有足够回报的长期投资了。

2、企业社会责任：公益慈善还是战略需求？

承担社会责任已经是企业必须履行的一项任务了，谁在这一方面落后必然会导致它在整个产业发展社会进步的过程中落后，但企业承担社会责任，不应该是只进行慈善捐助、参加公益活动，也不可能是投入到全部社会问题的解决当中去，这样实际上是对企业承担社会责任的一种误解，体现不了企业履行社会责任的实质。

迈克尔·波特把企业社会责任分为两类：反应型社会责任和战略型社会责任。现在许多企业从事的企业社会责任都是反应型的。他们致力于做一个良好的企业公民，参与解决普通社会



问题。在他看来，履行反应型社会责任虽然能给企业带来竞争优势，但这种优势通常很难持久。战略型社会责任就是寻找能为企业和社会创造共享价值的机会。这样的战略型社会责任包括价值链上的创新，或者针对竞争环境的投资，或者在企业的核心价值主张中考虑社会利益。

只有通过战略性地承担社会责任，企业才能对社会施以最大的积极影响，同时收获最丰厚的商业利益。企业社会责任中最重要的任务，就是要在运营活动和竞争环境的社会因素这两者间找到共享价值，从而不仅促进经济和社会发展，也改变企业和社会对彼此的偏见。企业应该在明确战略意图的前提下去参与社会活动，应该将与企业发展紧密相关的社会问题结合起来，应该与企业具体战略活动结合，这样才能有的放矢，才能达到社会与企业的双赢，达到整体效应最大。

3、企业社会责任：随心所欲还是系统管理？

从公司构架的法律范围的角度看，万科和王石在处理捐款的过程中是正确的。万科的大权是掌握在股东大会手里的。在法律范围内，没有股东大会的授权，王石作为一个只占有 0.02% 股份的小股东，是不能擅自增加捐款数额，不能够“随心所欲”来承担社会责任的。一个好的现代企业必须要有好的规章制度来保障，并且还要有一群守法的操作者。

吉登斯和贝克认为，应该对企业社会责任行为进行“专家级”的管理。在他们看来，很少的企业管理者和利益相关者会有足够的时间、知识或是经验来正确理解和评估企业承担社会责任将带来的潜在影响，而随意或消极地承担社会责任又会使企业无论是在利益相关者、政府管理者和社会大众中间产生某种程度的“信任危机”，所以他们需要“专家级”的帮助。

对企业社会责任的系统管理需要制度的保证。笔者认为，良好的企业社会责任管理制度给企业带来的好处至少有以下两点：1、管理制度如果能被独立制定，并且被严格执行，就可以预防一些会带来内外部不经济的社会、环境事故发生，从而降低企业运营的风险。2、严格而有效的企业社会责任管理制度能够赢得与企业发展密切相关的利益相关者的信任和商业信誉，从而又大大降低了交易成本，即获得了目前大为推崇的责任竞争力。

四、结论

在我国，企业社会责任还是一个较新的话题，但在我们当前面临经济转型期和人均收入跨越关键性门槛的大背景下，又是一个非常有研究意义和实践价值的领域。一个优秀的企业，应该将社会责任看做是企业的道德资本。社会责任感是一个企业的内在的价值取向，拥有道德资本也就拥有了持续的竞争力。成功的企业离不开和谐的社会，反之亦然，两者之间如唇齿相依。企业只有找到与社会共同发展的契合点，才能踏上通往可持续发展之路。

参考文献

- [1] David Bornstein, “How to Change the World” [M], Oxford University Press, 2004
- [2] Becchetti and Ciceretti , 2006 ,
Corporate Social Responsibility and Stock Marker Performance [J], CEIS Working Paper Vo1 . 2
7. No. 79
- [3] Michael E. Porter and Mark R. Kramer, Strategy & Society—The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility[J], Harvard Business Review, December 2006

[作者简介]

徐晋，（1975—），浙江工业大学之江学院经贸分院教师，助理研究员，研究方向：中小企业创新创业、企业社会责任、农村问题。

