

基于效率内涵的企业社会责任边界假说

刘文彬

(厦门大学 管理学院, 福建 厦门 361005)

摘 要:企业社会责任的边界是研究企业社会责任问题的基础,含混不清的企业社会责任边界论将有碍于其在实践过程中的具体操作。基于对企业效率内涵演进的分析,指出其边界理应囿于法律责任和道德责任之内。虽然在这一边界内有着数量众多,并且可以准确描述的具体的社会责任需要企业去履行,但不能要求所有的企业都承担同样的社会责任,应针对不同企业的具体情况,提出具有针对性,并且具有可操作性的社会责任要求。

关键词:企业社会责任; 边界; 动态假说

中图分类号: F270

文献标识码: A

文章编号: 1001-7348(2007)11-0135-04

0 前言

企业社会责任的思想自提出之日起就是一个充满争议的话题,学术界围绕企业是否应当承担社会责任的问题展开了多场论战。从20世纪30年代到60年代之间,关于企业社会责任思想最集中和最有力度的争论主要有两次,第1次是20世纪30年代至50年代期间Berle与Dodd之间关于管理者受托责任的论战;第2次则是20世纪60年代Berle与Manne之间关于现代公司作用的论战。前一次论战,学术界普遍认为其更像是一次应和,因为Berle与Dodd的观点在根本上是一致的,即都认同现代公司是一个负有社会责任的社会组织,管理者负有宽泛的受托责任,他们分歧的焦点只在于现实中是否存在一个使得现代公司及其受托人承担社会责任的机制。而后一次论战,由于Manne始终坚持自由市场经济的思想,而Berle认为Adam Smith在《国富论》中提出的古典自由市场理论不再适用于现代公司,因此二者始终没有取得理论上的共识,甚至由于针锋相对,两位学者在言辞上都充满了火药味^[1]。在上述两场旷日持久的论战发生的同时,其他学者也分别发表了自己对此问题的见解。Friedman就是20世纪60年代初企业社会责任思想的批判者中最有代表性和影响力的一位学者。由于其本人是一位坚定的自由主义者,因此他对社会责任的抨击基本可以归为一点,那就是企业社会责任思想是对自由市场经济的根本颠覆。他曾指出,很少有像要求企业管理者去接受社会责任而不是为股东赚取尽可能多的钱这样的思想,这类思想将彻底动摇我们

自由社会的根基^[2]。Levitt则是另一位持有与Friedman相同观点的著名学者。他同样认为,企业的功能就是持续不断地产出高额利润;自由企业的本质在于以符合其自身作为一种经济组织而幸存的方式追逐利润,福利和社会并非企业应负责任的事情^[3]。

上述简要回顾说明,早期企业社会责任思想之争论的焦点主要集中于:管理者是否应该承担社会责任以及现代企业是否应该承担社会责任的问题。也就是说,大家在“要不要”的问题上始终存在分歧。但是,随着理论研究的不断深入,尤其是各种社会现象的不断印证,学者们对于企业社会责任的认识不再仅仅停留在“要不要”的问题上了,而是上升到了“在什么范围内要”和“怎么要”的层面上。于是,对于企业社会责任的理论研究开始进入了一个涉及其具体内容的更深层次。

1 企业社会责任的基本边界论

事实上,直到20世纪80年代左右,大多数反对企业承担社会责任的学者,对这一思想的诟病都主要集中于其概念边界(或者说是内涵)的模糊性上。例如Smith(1988)就认为“企业社会责任”一词内涵模糊,单凭此点它就失去了存在的意义。在他看来,企业社会责任只不过是一种宣传工具而已,这一词语从未对企业的行为标准做出过任何描述,它仅仅是充当企业、管理者及消费者团体之间相互斗争的武器罢了^[4]。这种思想也影响了亚洲国家的部分学者,例如韩国学者李哲松就曾指出,企业社会责任的内容具有相当的模糊性,因此根本无法起到行为规范的作用。而作

为法学家的李哲松教授进一步指出,在司法实践中,企业社会责任的权利、义务对象都不明确。谁承担社会责任,谁作为权利请求人,社会责任理论无法对此做出令人满意的回答。而如果笼统地以消费者、一般大众、企业等全体来回答的话,则有违现实法律的规定,因为在法律上并不存在这些集团^[6]。与企业社会责任反对者的态度迥然有别,企业社会责任的倡导者对“企业社会责任思想”表现出了极大的热情。Davis(1960/1967)就曾针对企业社会责任问题发表过一系列论著,在他看来,虽然企业社会责任是一个比较含糊的想法,因此它可以有多种不同的定义,但这些不同的定义并不妨碍“责任铁律(iron law of responsibility)”在现实中的执行^[7]。Votaw(1975)则认为,虽然企业社会责任的具体内涵在不同人的心目中并非总是一致(许多人仅将其与慈善捐赠等而视之,某些人则认为它意指社会良心,还有一部分人把它当作正当性的同义语,而另有少数人将其看作是一种信义义务),但它绝对是一个确有所指的精妙词汇^[7]。作为一个反对企业社会责任思想的学者,Manne(1972)在批评企业社会责任的支持者从来不关心如何给其下一个清晰的定义的过程中,提出了企业社会责任必须包含的三要素^[8]。当然,更多的还是那些企业社会责任思想的倡导者,面对反对者们就企业社会责任语焉不详之状况所作的指责,他们在力图揭示企业社会责任应有之义的过程中,形成了各种企业社会责任的边界论。

一种颇具代表性的企业社会责任边界论是在“企业的责任”这一属概念之下,通过对各种企业责任的比较,来把握企业社会责任的内涵,它以 Brummer 的认识为代表。依此种思路探讨企业社会责任内涵的学者认为,企业的责任可划分为4种,即企业经济责任、企业法律责任、企业道德责任和企业社会责任。在对前3种责任进行相应界定的基础上,他们通过对比研究的方法展现了企业社会责任在其心目中的基本含义^[9]。在他们看来,企业经济责任与企业社会责任之不同,在于前者重点反映和关注的是一类范围相对狭窄的人的利益与要求,这些人主要是指与企业有着最直接牵连的股东;而后者侧重体现和强调的是更为广泛的社会公众的利益和愿望。企业社会责任并不一定如企业法律责任那样直接规定于法律之中,被学者们视作是企业社会责任与企业法律责任的根本区别。至于企业社会责任与企业道德责任的区分,学者们有着不同的表达,有人就认为,与企业道德责任不同,企业社会责任在很大程度上是基于某个集团或社会公众的期望而形成的,此等期望可能与社会的道德观点有着惊人的一致,但又并非总是如此^[10]。总的来说,这类学者认为企业的社会责任是区别于经济责任、法律责任和道德责任以外的其它责任,他们共同构成企业作为社会成员应当履行的责任体系。

另一种同样颇具代表性的企业社会责任边界论,则把企业社会责任看作是一个涵盖各个层面的责任体系,美国佐治亚大学的 Carroll 教授是这种观点的代表人物。Carroll(1979)在提出其著名的“公司社会表现的三维概念模型”的

过程中,将企业社会责任定义为社会寄希望于企业履行之义务。社会不仅要求企业实现其经济上的使命,而且期望其能够遵法度、重伦理、行公益,因此,完整的企业社会责任,乃企业经济责任、法律责任、道德责任和慈善责任之和^[11]。Carroll(2000)进一步解释道,经济责任反映了企业作为营利性经济组织的本质属性,在理解企业社会责任时,不能像有些学者那样,将企业的经济功能与企业的社会功能对立起来,而应把它们作为相互匹配、相互补充的两个方面,共同纳入企业社会责任的框架之中。而企业法律责任于某种意义上讲就是编辑成典的道德(Codified Ethics),因为它包含着“正义”这一基本的伦理道德观念。与企业法律责任不同,企业道德责任是未上升为法律但企业应予履行的义务,它含蓄着广泛的企业行为规范和标准,这些企业行为规范和标准体现了对消费者、雇员和当地社区中的正义价值观的全面关注,也反映了尊重和保护股东权利的道德精神。至于慈善责任,Carroll 认为它是指企业参与非强制性的或者非由法律和道德所要求的社会活动的责任^[12]。

以上两种典型的企业社会责任边界论,集中反映了目前学者们对于企业社会责任内涵和外延的不同认识,前者认为社会责任与经济责任、法律责任、道德责任并行构成企业的责任体系,此派学者用对比这种类似打“太极拳”的方式,使企业社会责任的内涵与边界显得更加扑朔迷离;而后者虽然明确提出经济责任、法律责任、道德责任加之慈善责任共同构成企业的社会责任体系,但这种界定缺乏明确的进一步阐释,使得企业社会责任似乎变成了一个“大箩筐”,所有的社会要求和希望都被匡入其中,一旦真正运行起来,难免出现权利和义务对象不明确的问题,因而可操作性很差。

不要忘记,企业社会责任的提出从其本意上来讲就是为了与企业经济责任相区分,但这种区分又不能脱离企业最大化利润(或效用)函数这一企业本质。因此,为了将企业的社会责任既与其经济责任相区分,又在社会责任与企业本质之间建立起必要的联系,我们发现可以从分析企业效率的角度入手。因为企业效率的内涵既包括了经济效率,又包括了经济效率以外的其它效率,所以以分析企业效率内涵的演进作为突破点,来正确认识企业社会责任的边界似乎是一条可选择的路径。

2 基于效率内涵的企业社会责任边界论

对效率的分析一直是企业理论的重要内容,而企业理论的3个重要发展阶段,即新古典经济学、新制度经济学和新经济社会学对企业效率问题都给出了相应的分析,由此先后出现了“资源配置效率”、“交易效率”和“适应性效率”3种不同的效率范畴。

在新古典经济学看来,产出是与企业组织中每个人的决策行为无关的纯技术性因素。企业生产要素的配置一旦确定,企业的效率也就确定,企业只要实现要素配置最优也就实现了效率最优。因此,新古典理论研究的企业效率

是不包含制度变量的纯粹的“资源配置效率”。而新制度企业理论将企业的生产扩展到带有制度结构的生产过程,生产如何选择它自己的制度结构,也就是说生产是通过市场分工进行,还是在企业内部进行,取决于这两种制度安排成本比较。由此可见,本质上新制度企业理论将企业看作作为一种相比市场而言更加节约交易成本的制度安排。因此,企业效率的基本内涵也就相应被理解为交易成本的节约,这就是企业的“交易效率”。新古典企业理论的“资源配置效率观”在本质上仍旧只是对市场配置资源效率的证明,它还不是严格意义上的企业效率,其最大缺陷是忽视了企业的组织和制度形态。新制度企业理论的“交易效率观”虽然打破了“企业黑箱”,揭示了企业制度作为交易关系规制结构所发挥的节约交易成本的功能,但却由于过分强调企业与市场之间的区分,而忽视了企业之间大量存在的动态竞争优势和利润差距。他们所存在的一个共同缺陷,就是缺乏对企业制度与其制度环境之间契合关系的考察。

回顾历史,企业演进是效率追求与制度环境选择的统一;考察现实,有效率的企业制度安排与制度环境必然是高度“契合”的,亦即企业制度必须适应制度环境才能产生效率。新经济社会学的“嵌入”和“社会建构”理论是对上述现象的敏锐发现和精辟概括。张其仔(2001)认为,从制度整体主义视角出发,经济组织、经济制度和经济生活其实是“嵌入”于社会网络当中的。也就是说,企业制度是“社会建构”的,企业制度不可能以某种必然的形式自动地产生,而只能通过“社会建构”。新经济社会学从制度个体主义视角出发,摒弃了“社会化不足”和“过度社会化”这两种非现实的观点,现实企业当中的行为人并非是纯粹意义上的经济人,而是理性被“社会化”了的经济人。于是,在经济人参与博弈所达成的动态均衡中,不仅会有纯粹经济因素的考虑,其他非经济性质的考量也会在最终的企业合约或制度安排中沉淀下来。于是,企业在制度环境变量的约束条件下,所达致的效率只能是“适应性效率”^[13]。

从简单的“资源配置效率”到“交易效率”,再到揭示了现实世界中企业效率的“适应性效率”这一演化过程来看,企业效率内涵的本质给我们的一个基本启示在于:企业必须“嵌入”一个由“社会建构”而形成的制度环境并与其相“契合”,亦即企业必须与制度环境相契合。因此,基于企业效率内涵的这一本质,企业与制度环境的契合既体现了社会对企业的要求,也反过来满足了企业最大化利润(或效用)函数的要求。所以,制度环境应该是企业社会责任的“源边界”。于是,我们接下来需要思考的问题就是,制度环境包括哪些内容,也就是企业要从哪些方面去实现与制度环境的契合。

一个社会的制度环境大致可以划分为两类,即软制度环境和硬制度环境。硬制度中最核心部分不外乎是政治制度、经济制度和法律制度,而软制度主要包括社会文化、社会习俗和道德规范等。从理论上讲,这些软硬制度的构

成要素均应作为企业社会责任的内容而相应形成企业社会责任的边界。但是,通过进一步的分析会发现,政治制度往往内化于法律制度,而文化和习俗也往往内化于道德规范。因此,经济、法律和道德构成了一个社会的最基本制度环境体系,所以一个企业的社会责任边界理应囿于经济责任、法律责任和道德责任之内。而考虑到企业社会责任的提出背景,即为了与经济责任相区别,所以,事实上一个企业应承担的真正意义上的社会责任仅有法律责任和道德责任而已。除此之外,别无其他。我们发现,即使是那些早期不认同企业社会责任思想的学者,在其论著中其实也表现出对于法律责任和道德责任的不可抗拒。Friedman(1989)就认为,确实存在实实在在的社会责任,那就是在遵守法律和适当的道德标准的前提下,尽可能地挣更多的钱;而 Levitt(1958)觉得,企业应当承担的责任只有两种:诚实和赚钱,而诚实就可以近似理解为法律和道德的责任。因此,他们的认识事实上在一定程度上佐证了我们对于企业社会责任边界的基本判断。

在承认上述企业社会责任边界的前提下,摆在我们面前的新问题是,如何确定企业法律责任和道德责任的具体内容。这显然需要更进一步的研究才能对此问题做出回答。但我们发现,21世纪报系联合长江商学院、波士顿咨询公司和奥美公关3家专业咨询机构,在“2005中国企业最佳公民”评选活动中共同推出的“企业最佳公民评价体系”,既在一定程度上佐证了我们所提的企业社会责任应只包括法律责任和道德责任的结论,同时也为进一步研究企业法律责任和道德责任的具体内容提供了一个很好的方向。该评价体系认为,作为中国境内的企业最佳公民在其行为标准上应有如下6个方面的要求,亦即应承担如下6个方面的社会责任:公司治理与道德价值方面,主要包括对我国法律法规的遵守和积极倡导,防止腐败、贿赂等交易中违反道德准则的行为,加强对公司小股东权益的保护等;员工权益保护方面,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;环境保护方面,主要包括减少污染物排放,废物回收再利用,使用清洁能源,减少能源消耗,共同应对气候变化和保护生物多样性等;

社会公益事业方面,主要包括员工志愿者活动、慈善事业捐助、社会灾害事件捐助、奖学金计划、企业发起设立的公益基金等;供应链伙伴关系方面,主要包括对供应链上、下游企业提供公平的交易机会,能够通过定期的沟通和交流来提高双方的配合程度等;消费者权益保护方面,主要包括企业内部执行较外部标准更为严格的质量控制方法,对顾客满意度的评估和对顾客投诉的积极应对,以及对有质量缺陷的产品主动召回并给予顾客赔偿等^[14]。从上述要求可以看出,该指标体系基本不包括所谓的企业经济责任,而6大类一级指标中所涵盖的具体评价指标,基本上都可以被纳入企业的法律责任和道德责任范畴之内。正如中国最佳企业公民行为评选委员会自己所指出的那样,该指标体系虽有待于进一步完善,并保持渐进与更

新,但其基本方向不会变。

3 结语: 企业社会责任的动态边界假说

到目前为止,我们至少明确了,企业社会责任的边界理应囿于法律责任和道德责任之内,在这一边界内有着数量众多,并且可以准确描述的具体社会责任需要企业去履行。而如果将履行全部法律责任和道德责任,同实现企业的经济目标一样视为企业的一种目标,那么企业是否需要分阶段去实现这些目标呢?因为并不是所有的企业自诞生之日起就有能力、自觉地、积极地去承担所有的社会责任,这取决于多方面因素的综合作用,如政府机构、工会、员工、企业家的素质、企业文化、企业经营状况、企业综合实力、顾客、供应商、所在社区及公众利益集团等^[9]。为此,我们借助企业生命周期理论,把企业履行社会责任的过程简单地分为4个阶段来展开讨论,这将有助于我们认识企业的社会责任可能是动态变化的这一命题。

首先是生存阶段。在这一阶段企业所追求的最基本社会责任目标是通过使成本最低和利润最大化来保护所有股东的利益。同时公司要努力构建透明的管理和财务制度,最高执行官要就公司的实际运营状况向董事会做定期的、充分的汇报。其次是稳定阶段。经过一段时期的艰苦创业,企业发展会步入到一个相对稳定的阶段,这时其社会责任目标将转向承认公司对员工负有不可推卸的责任,并集中注意力于员工安全计划、公平就业计划、反对各种歧视和保证薪酬公平等。通过改善工作条件、增加员工福利和工作保障,而吸引和激励优秀的员工将有助于为其进一步的发展聚集资源和力量。再次是发展阶段。企业的成长经过了前两个阶段的积累,开始进入一个快速发展的良性循环阶段。在这一阶段,企业将会调整其发展战略,实现规模扩张。此时,由于企业开始追求股东长期利润最大化,因此,其社会责任的目标也将会随之扩展:公平的价格、高质量的产品和服务、良好的供应链中上下游企业关系等,都上升到企业社会责任目标的主流位置。最后是企业的社会化阶段或自我实现阶段。在这一阶段,企业的规模已达相当程度,其经济实力使得它对其所在社会的各个方面都可能产生一定影响,因此,它将开始对社会整体负有一定的责任感。这时的企业已非经营者个人所有或几个大股东所控制的事业,它们被看作是社会公众财产,它们的社会责任目标是提高社会公众的利益和促进经济的可持续性发展。承担这样的责任意味着企业应在其内部执行更为严格的质量控制标准,对顾客满意度不断进行评估,而对顾客投诉应积极应对。同时,它们应积极促进社会公正、保护生态环境、支持社会公益活动和文化教育活动等。即使这些责任的履行在短期内对企业的利润产生了消极影响,其社会责任感也不会有所降低,因为它们已经认识到企业的发展必须和社会发展的总体目标相一致,企业才会有一个更

加繁荣的未来。

上述企业社会责任的动态假说并不意味着企业履行社会责任的行为一定要遵循一个简单的由少到多、由简到繁的过程。也就是说,并不是处于发展初期的企业,就有借口漠视那些看上去应该由进入稳定期的企业才应承担的社会责任。因为我们经常看到一些刚刚成立的企业积极参与社会公益事业,也经常看到一个制度完善的企业从成立初期就非常重视对生态环境的保护。此假说的提出无非是为了说明,我们不能要求所有的企业都承担同样的社会责任,应针对不同企业的具体情况,提出具有针对性并且具有可操作性的社会责任要求,这样才能保证社会责任思想不仅仅只停留在喊口号的阶段。

参考文献:

- [1] 沈洪涛.公司社会责任与公司财务业绩关系研究[D].厦门大学管理学院,2005.(12).
- [2] M.Friedman. Capitalism and Freedom [M].Chicago:The University of Chicago Press,1982.
- [3] T.Levitt. The Danger of Social Responsibility[J].Harvard Business Review,1958,Sep- Oct,41- 50.
- [4] R.Smith. Social Responsibility: A Term We Can Do Without [J].Business and Society Review,1988,6,31.
- [5] 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,2002.
- [6] K.Dvais.Understanding the Social Responsibility Puzzle:What Dose the Businessman Owe to Society [J]. Business Horizon, 1967,Winter,45- 50.
- [7] D.Votaw.Becomes Rare in the Corporate Dilemma: Traditional Values and Contemporary Problem [M].New York:Monthly Review Press,1975.
- [8] G.Manne.The Social Responsibility of Regulated Utilities[J]. Wisconsin Law Review,1972,4,995- 009.
- [9] J.Brummer.Corporate Responsibility and legitimacy [M]. Greenwood Press,1991.
- [10] 卢代富.国外企业社会责任界说评述[J].现代法学,2001,(3):137- 144.
- [11] B.Carrdl.A Three- Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance [J].The Academy of Management Review, 1979,4,497- 505.
- [12] B.Carrdl.and K.Buchholtz. Business and Society: Ethics and Stakeholder Management [M]. South- Western Publishing, 2000,4th.
- [13] 张其仔.新经济社会学[M].北京:中国社会科学出版社, 2001.
- [14] 21世纪报系企业公民课题组.企业公民评价体系阐释[N]. 21世纪经济报道,2005- 11- 28(32).
- [15] 夏恩君.关于企业社会责任的经济分析[J].北京理工大学学报(社会科学版),2001(1): 14- 16.

(责任编辑:焱 焱)