

高新技术企业社会责任模型研究

李建中

(东北财经大学 人文学院, 辽宁 大连 116025)

摘要: 企业社会责任正成为理论研究的热点,但鲜有专注于高新技术企业社会责任的研究。结合高新技术企业的行业特点,运用利益相关者理论、企业契约论和制度经济学的理论构建了高新技术企业社会责任模型。

关键词: 高新技术企业; 社会责任; 核心竞争力; 利益相关者理论; 企业契约论; 制度经济学理论

DOI: 10.3969/j.issn.1001-7348.2010.20.020

中图分类号: F276.44

文献标识码: A

文章编号: 1001-7348(2010)20-0080-04

0 引言

自20世纪以来,随着工业化进程的推进,人类社会在获得经济快速增长的同时,也承受着诸如环境污染、产品质量安全等负外部性的压力,特别是企业在追逐利润最大化时所带来的外部问题,促使人们不得不重新思考企业的社会角色。在理论界,自1924年美国学者谢尔顿提出了企业社会责任(Corporate Social Responsibility, CSR)这一概念后,西方的一些经济学者和管理学者对企业是否应该承担社会责任展开了激烈的争论。以弗里德曼为代表的自由主义经济学家认为,企业有且仅有一种社会责任,就是在法律和规章制度许可的范围内,利用它的资源从事旨在增加其利润的活动^[1]。而另一部分学者则认为企业作为单位公民,必须如同自然人承担一定的社会责任一样,承担相应的企业社会责任,比如卡罗尔^[2]在其著名的“企业责任三维概念模型”中指出,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是企业的经济责任、法律责任、伦理责任或道德责任,以及自行裁量责任即慈善责任之和。而后,随着经济全球化的深入和以人为本社会价值观念的强化,企业社会责任正在被越来越多的人接受,比如著名的《财富》

杂志和《福布斯》杂志均将企业社会责任列为企业排名的计分标准,沃尔玛等著名企业在进行采购时有包含企业社会责任内容的验厂标准,SA8000(Social Accountability 8000,社会责任标准)也正获得越来越多的认可。

近几年随着我国经济的发展以及与世界经济交流与合作的深入,国内的理论界与企业界也开始关注我国企业的社会责任问题。有调查表明,81.13%的公众对企业社会责任“非常关注”或“关注”^[3]。中国证券监督管理委员会已要求上市公司发布年度企业社会责任报告;国有资产监督管理委员会也鼓励中央企业带头发布企业社会责任报告;现在很多企业都把本公司的企业社会责任报告放在公司主页上,并接受社会的监督。在理论界,不少学者结合我国实际,对企业社会责任进行了深入的研究,但这些研究鲜有专注于与我国经济和社会发展紧密联系的高新技术企业的社会责任。高新技术企业是我国面对金融危机,积极调整产业结构、转变经济增长方式的重要抓手。传统的研究更多地关注于企业如何依靠技术创新获得竞争优势,而忽视了科学技术是一柄“双刃剑”,一些经济发达地区出现的环境污染、劳工保障缺失等问题正不断警醒人们。因此,如何促使高新技术企业自觉履行企业社会责任、树立负责任的企业形象,这不仅对提升我国的经济竞争力有

[J].The Leadership Quarterly 2003(14).

[3] LUCIAN A. BEBCHUK, MICHAEL S. WEISBACH. The state of corporate governance research [C]. Discussion Paper 2009.

[4] JOHN J. SOSIK. The role of personal values in the charismatic leadership of corporate managers: A model and preliminary field study [J]. The Leadership Quarterly 2005(16).

[5] JACQUELINE N. HOOD. The relationship of leadership style and CEO values to ethical practices in organizations [J]. Journal of Business Ethics 2003(43).

[6] COLES, JERILYN W, MCWILLIAMS, VICTORIA B., SEN, NILANJAN. An examination of the relationship of governance mechanisms to performance [J]. Journal of Management 2001, 27.

(责任编辑: 万贤贤)

收稿日期: 2009-12-22

作者简介: 李建中(1976-), 男, 四川内江人, 东北财经大学人文学院讲师, 研究方向为企业伦理。

重要意义,而且还关乎社会的可持续发展。本文拟从分析高新技术企业的行业特征入手,探讨高新技术企业社会责任的本质内涵,进而构建高新技术企业社会责任模型,将高新技术企业社会责任具体化、模型化,为这类企业履行企业社会责任提供理论借鉴和行动指导。

1 高新技术企业社会责任内涵的界定

关于企业社会责任的内涵,不同学者与研究机构进行了不同的界定。早在 200 多年前,亚当·斯密^[4]就在《国富论》中指出,社会最大部分成员境遇的改善决不能视为对社会全体不利,有大部分成员陷于贫困悲惨状态的社会决不能说是繁荣幸福的社会。凯斯·戴维斯和罗伯特·L·卢布姆斯特朗^[5]认为,企业社会责任是指谋求企业利益的同时,在保护和增加整个社会福利方面所应承担的义务;斯蒂芬·P·罗宾斯^[6]认为企业的社会责任是超过社会法律和经济要求的、企业为谋求对社会有利的长远目标所承担的责任。

自斯坦福研究所(Stanford Institute)于 1963 年首次提出“利益相关者”(Stakeholder)这一概念后,安索夫^[7]是最早使用该概念的经济学家,他认为要制定理想的企业目标,就必须综合考虑企业诸多利益相关者之间可能存在的相互冲突的索取权,这些人包括管理人员、工人、股东、供应商以及顾客。卡罗尔借用利益相关者概念发展出“企业责任三维概念模型”,认为企业社会责任包括经济责任、法律责任、伦理责任和自愿责任^[8]。卡罗尔将利益相关者引入企业社会责任理论,为后来的研究指明了方向。利益相关者理论强调关注与企业经营和发展相关的任何人和群体。高新技术企业也具有和其它企业一样的内外部利益相关者,包括企业的股东、雇员、消费者、当地社区以及自然环境等。因此,从一般意义上看,高新技术企业应该对上述利益相关者承担社会责任,比如为股东获利、保障员工的应有权利和提供必要的劳动保护措施、为消费者提供安全的产品和服务,以及与社区和自然环境和谐相处。但是,高新技术企业的生命支柱是技术创新,在这一过程中,企业既要关注创新的主体雇员,也要关注创新的客体技术。如果说一般企业的社会责任是经济责任、法律责任和道德责任的综合体,那么,高新技术企业的社会责任对其中的道德责任要求更高。

2 高新技术企业社会责任模型的理论基础

利益相关者理论认为,企业不仅要为股东服务,而且还要为众多的利益相关者服务,任何一个公司的发展都离不开各利益相关者的投入或参与;企业追求的是利益相关者的整体利益,而不仅仅是某些主体的利益。企业利益相关者理论是构建企业社会责任模型的理论基础,现有企业社会责任模型大多是以该理论为基础发展而来的。但目前的企业社会责任研究常常只能为企业提供一些一般意义的参考和借鉴,对具体的企业由于缺乏对行业特点的关注而难于进行实质性的指导。高新技术企业的最大特点是对知识和技术创新的追求,

这就要求高新技术企业不仅要有创新的能力,而且要主动选择符合社会价值取向的技术及其实现方式。

企业契约理论认为,企业和社会之间也是一种契约的关系,这些契约可能是显性的,也可能是隐性的。企业作为社会组织,其存在的意义不完全是提供产品和服务、创造利润和就业机会,企业的价值在于创造社会财富。企业是一种人格化的组织,在创造社会财富的同时应当自觉履行其契约。比如,按照合同的约定为消费者提供安全的产品和服务,给雇员提供劳动的保护措施。有些约定是隐含的,比如给雇员提供公平的晋升机会、保护环境和节约不可再生资源。

在制度经济学看来,企业作为一种制度安排,是显性契约和隐性契约的混合体。制度既包括正式的约束,也包括非正式的约束。正式制度作为一种社会规范体系,总有失效的时候。一方面,正式制度的约束空间有限,只能对那些违法、违规的行为进行约束,不可能穷尽所有的经济活动;正式制度的确定,如立法本身还有天生的“滞后性”。另一方面,正式制度的调节成本通常较高。诺贝尔经济学奖获得者诺思认为,即使在最先进的经济制度中,法律等正式规则在规范人们行为的总体约束中也只占少部分,大部分行为空间是由伦理道德、习俗等非正式规则来加以约束的。因此,只有正式制度显然不够,还必须充分发挥伦理道德这些非正式制度的作用。在高新技术企业的社会责任中,除了显性的规范外,更多的是需要企业自觉遵循的隐性规范。

3 高新技术企业社会责任模型的构建

技术创新是高新技术企业发展的灵魂。自从人类社会进入知识经济时代,知识和经济的联系越来越紧密。高新技术企业的生产是以技术为核心,企业的发展建立在知识的学习、挖掘、存储和使用上。模仿只能带来暂时的利益,一个企业要想获得竞争优势就必须通过技术创新来改造老产品、开发新产品,不断提升企业的核心竞争力。因此,高新技术企业的社会责任应该包括技术伦理责任、人本管理责任、产品和服务责任、环境和资源责任以及公益慈善责任。

3.1 技术伦理责任

现代高新技术不仅从物质上改变了人们的生活方式,而且也从精神上改变了人们的生活方式,甚至影响到了人们的衣食住行。比如基因技术在粮食领域的运用,既带来了产量的增加,也增加了基因食品是否安全的困惑;克隆技术推动了器官移植技术的发展,也冲击了传统的人类自然生殖行为;核技术可以解决人类目前正面临的能源紧张,但也在累积处理核废料的困难。技术应用上的复杂化趋势及其导致的观念与利益间的博弈,正影响着高新技术的研究和产业化。因而,高新技术企业在发展技术时不得不考虑相应的伦理问题。技术创新是高新技术企业的本质特征,也是高新技术企业保持强劲竞争优势的关键。但高新技术企业不能完全脱离人类的伦理价值观来发展技术,它既要

遵循科学创新的一般规律,也要尊重人类的伦理传统。实践证明,仅仅依靠技术本身的力量,将无法实现防范和减弱现代技术负面效应的目的。高新技术企业作为技术创新的重要力量,应该思考、预测、评估由科学知识带来的可能的社会后果,避免因技术的不当运用给社会和人类带来的潜在威胁,以免危害社会、危害人类。

3.2 人本管理责任

高新技术企业是知识密集型企业,员工的文化水平较高,这既是企业的宝贵财富,也给企业的管理提出了很高的要求。现代企业的生存和发展越来越依靠员工积极性的发挥,特别是掌握核心技术的知识员工的创新能力对企业的发展至关重要。对文化层次高的员工的管理显然和泰勒时代的管理有很大的不同。文化层次越高的人,其自尊心往往越强,越希望受到尊重。在企业管理中,越是关心员工、尊重员工,就越能激发出员工的积极性和创造性。特别是从事技术研发的人员,往往需要一个较宽松的研发环境。如果企业仅仅从短期目标出发,过于倚重短期考核和一些惩罚性措施,将难于让研发人员潜心进行大的研发项目。人本管理就是要尊重员工及其成果,不断致力于改善员工的工作环境,竭力促进员工的发展,把企业的发展建立在员工个人的发展基础上。

3.3 产品和服务责任

由高新技术企业提供的产品和服务与别的企业的最大不同就在于,其专业化程度较高,普通消费者进行使用和接受需要一个过程。因此,高新技术企业的产品和服务责任就是,一方面要提供安全的产品和服务,另一方面要增加其易用性。提供安全的产品是企业最基本的义务,其次才是赚取利润、为员工提供良好的薪酬、照章纳税等义务。如果企业提供的产品和服务存在安全忧患,将给企业带来巨大的潜在经营风险,甚至会影响到企业的存续,三鹿集团的破产就是最好的例子。由于企业与消费者之间的信息不对称,对于生产者和设计者看似简单的操作,但对于一般的消费者都可能是很复杂的。高新技术产品的专业化程度通常较高,普通的设计介绍和产品说明都可能增加消费者的使用难度,因此在产品的设计过程中要注重适宜用户使用、增强产品的易用性。

3.4 环境和资源责任

高新技术企业在进行生产经营活动并为社会创造财富的同时,也在不断消耗自然资源与能源,并影响到原有的自然生态。自然环境是人类生存和发展的基础,生态环境的好坏关乎人类的生活质量,严重的环境污染会影响到人类的生存。世界经济的快速发展加剧了自然资源的消耗,资源稀缺已成为人类面临的一个重大问题。最近几年,我国各种自然资源的供给日趋紧张,资源的供求矛盾日渐突出,而企业对自然环境的污染和资源消耗是主要原因。因此,高新技术企业要利用自身的研发优势,带头降低能源消耗和“三废”的排放,采用新技术和新工艺,实行清洁生产,开发节能产品,缓解人类赖以生存的自然环境与自

然资源日趋紧张的态势。

3.5 公益慈善责任

企业作为单位公民,应该如同自然人一样,在力所能及的情况下积极从事公益慈善事业,以回报社会,这也是积极践行企业社会责任的体现。积极从事公益慈善事业,不仅可以帮助企业树立正确的金钱观,而且能培养其后代和整个社会的奋斗精神。因此,许多富豪都认同卡内基的名言:“在巨富中死去,是一种耻辱。”比如“股神”巴菲特、微软创始人比尔·盖茨都热衷于慈善事业,他们把慈善行为看作生活的一部分。公益慈善行为作为一种特殊的财富转移支付方式,是以行为主体的爱心为基础的,属于道德范畴,通常不具有强制性,这就要求行为主体具有强烈的道德感和社会责任感。高新技术企业作为人类社会技术进步的重要载体,更应通过自己的行为在社会中树立良好的形象,倡导积极向上的道德风尚。

4 高新技术企业社会责任与企业核心竞争力分析

在知识经济时代,企业越来越难依靠速度、质量和服务等传统竞争要素获得比较优势,技术创新正在成为包括高新技术企业在内的众多企业生存与发展的内驱力。积极履行企业社会责任,可以培育企业的学习力和创造力,帮助企业获得技术比较优势,培育鼓励创新的企业文化,最终在创新团队的基础上形成创新型组织,从内涵上提升企业核心竞争力。

4.1 有利于提升企业的学习力和创造力

面对知识经济的到来,知识的学习和创新越来越重要,高新技术企业欲实现技术创新,首先就要提升组织的学习力和创造力。企业积极履行企业社会责任,能树立良好的企业形象,强化员工心中的企业愿景,增强企业的凝聚力。这又将进一步推动企业各部门和个体员工突破自己的学习壁垒,培养组织及员工的系统思考能力,形成组织学习的知识网络,加快企业的知识更新速度,提升组织的学习力和创造力。技术研发工作很多时候需要依靠研究者的灵感来推动,宽松、和谐的工作氛围更有利于促进研究者迸发出奇思妙想。人本管理通过真诚地尊重和关心雇员,使员工怀着愉快的心情全身心地投入到工作中,能有效激发员工的创造力。

4.2 有利于获得技术比较优势

面对技术生命周期越来越短的现实,企业获得技术比较优势的压力越来越大。高新技术企业积极履行企业社会责任,可以使企业的技术更具前瞻性和适用性,进而拥有技术比较优势。高新技术企业在技术的发展过程中关注技术伦理问题,可以让其研发的技术符合社会发展的趋势和价值标准,避免因不符合社会的价值标准而无法实现技术的产业化。另外,在研发过程中注重产品的安全性和易用性以及很好地处理环境和资源问题,其本身就可以提升

企业的研发水平，帮助研发部门在一个更高的起点上从事研究和设计工作。因此，积极履行企业社会责任可以更好地走在技术前沿。世界上的优秀企业，比如波音、通用电器等著名公司，无不积极履行社会责任。

4.3 有利于形成创新团队

在知识经济时代，企业的竞争优势不仅来自于企业及其员工的学习和创新能力，还来自于企业对知识的整合能力。高新技术企业积极履行企业社会责任、实施人本管理，有助于形成创新团队。当今世界的竞争说到底就是人才的竞争，在企业的成长过程中，人力资本是其基础性资源，是企业竞争力的来源，在高新技术企业尤其如此。企业在经营的过程中，真心地关心和尊重员工、实施人本管理，将有效地增加员工对企业的归属感。在此基础上，员工会积极主动地学习和提高，快速地更新知识，有效地开发和利用知识。西门子公司“自己培养自己”的口号，正是公司在管理“人性化”上的深刻见解。同时，企业积极履行企业社会责任，可以使企业在社会中获得较高的美誉度，在招聘人才时，往往能吸引到更多优秀人才。

4.4 有利于培育鼓励创新的企业文化

企业文化是企业在长期的经营过程中形成的足以影响企业整体行为及员工行为的价值观念，是企业员工共同的价值观、理想和信念。技术是硬性的，但人是具有能动性的，企业员工的创新行为、团队协作均与企业内部的文化密切相关。技术创新离不开孕育创新的环境——鼓励创新的企业文化。实践证明，没有企业文化作为保障，即使全盘照搬某些优秀企业的运营模式，也难于复制其成功。比如，谷歌的文化核心就是快乐工作、激发创造力。高新技术企业在实践企业社会责任过程中对员工的尊重和关注，可以在企业内部形成民主、平等的文化氛围。企业对高品质产品和服务的不断追求、对人类社会环境和资源的责任诉求，也将激发员工的创造激情。

5 结语

企业的发展离不开社会，企业应在发展中关注利益相关者的共同利益。随着经济的发展、社会的进步和经济全球化的推进，高新技术企业作为现代经济发展的先锋，必将面临更加激烈的市场竞争，这种竞争也将传统的从质量、价格和服务上的竞争上升到企业社会责任的竞争。因此，高新技术企业应当适应时代的潮流，积极履行包括技术伦理责任、人本管理责任、产品和服务责任、环境资源责任和公益慈善责任在内的企业社会责任，进而从内涵上提升企业的核心竞争力。

参考文献：

- [1] [美] 弗里德曼. 资本主义与自由[M]. 张瑞玉, 译. 北京: 商务印书馆, 1986: 128.
- [2] ARCHIE B. CARROLL. A three dimensional conceptual model of corporate social performance [J]. *Academy of Management Review*, 1979 (4): 497-505.
- [3] 金碚, 李钢. 企业社会责任公众调查的初步报告 [J]. *经济管理*, 2006 (3): 13-16.
- [4] [英] 亚当·斯密. 国民财富的性质和原因的研究[M]. 郭大力, 王亚南, 译. 北京: 商务印书馆, 1981: 37.
- [5] KEITH DAVIS AND ROBERT L. Blomstrom. *business and society: environment and responsibility*, 3rd ed [M]. New York: McGraw-Hill, 1975: 39.
- [6] [美] 斯蒂芬·P. 罗宾斯. 管理学(第七版)[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2005: 113-136.
- [7] 贾生华, 陈宏辉. 利益相关者的界定方法述评 [J]. *外国经济与管理*, 2002(5): 13-18.

(责任编辑: 胡俊健)

Model of the Hi-tech Corporate Social Responsibility

Li Jianzhong

(School of Humanities, Dongbei University of Finance and Economics, Dalian 116025, China)

Abstract: Focus on the corporate social responsibility has been boosted up for many years, but few researches paid attention to the high-tech corporate social responsibility. On the basis of investigating the characteristics of high-tech corporate, the high-tech corporate social responsibility is modeled on the application the theory of stakeholder, corporate contract and institutional economics. The high-tech enterprise will enhance its core competitiveness by performing the social responsibility.

Key Words: Hi-tech, Corporate Management, Corporate Social Responsibility, Core Competitiveness