

DOI 编码: 10.3969/j.issn.1672-884x.2014.11.012

论企业伦理责任在企业社会责任中的核心地位

周祖城

(上海交通大学安泰经济与管理学院)

摘要: 企业社会责任受到国内外广泛关注已有时日,但企业社会责任定义尚未有共识;企业社会责任实践与企业社会责任观念提出初衷不尽一致的状况依然存在。究其原因,与企业社会责任的核心是什么这个问题一直没有得到应有的重视不无关系。由此,首先界定了企业伦理责任并回答了相关问题;其次,论证了为何企业伦理责任是企业社会责任的核心;最后,讨论了明确提出企业伦理责任及其在企业社会责任中的核心地位对未来研究和实践的重要意义。

关键词: 企业伦理责任; 核心; 企业社会责任

中图分类号: C93 **文献标志码:** A **文章编号:** 1672-884X(2014)11-1663-08

The Core of Corporate Social Responsibility Is Corporate Ethical Responsibility

ZHOU Zucheng

(Shanghai Jiao Tong University, Shanghai, China)

Abstract: The notion of corporate social responsibility (CSR) has received extensive attention for many years, but no consensus has been reached on what CSR is. One important reason for such a frustrating situation is that the core of CSR is ambiguous and the research on the core of CSR is limited. This study argues that the core of CSR is corporate ethical responsibility. It first defines corporate ethical responsibility, then expounds why the core of CSR is corporate ethical responsibility, and finally the implications for future research and practices are discussed.

Key words: corporate ethical responsibility; core; corporate social responsibility

1 问题提出

现实中,存在着对企业社会责任的种种不同理解,而且,典型的对企业社会责任的理解遇到了无法自圆其说的困境。例如,有人认为企业社会责任的首要责任是经济责任;有人认为企业社会责任的底线责任是法律责任;有人认为企业社会责任就是慈善责任。可是,盈利的企业一定是对社会负责的吗?不违法的企业一定是对社会负责的吗?做慈善的企业一定是对社会负责的吗?显然不一定是。

既然追求自身利益不等同于履行了企业社会责任,不违法不等同于履行了企业社会责任,做慈善不等同于履行了企业社会责任,那么,怎

样才算履行了企业社会责任?

要回答怎样才算履行了企业社会责任,实质上是要回答什么是企业社会责任。

遗憾的是,对什么是企业社会责任这个重要问题,学术界的回答可谓众说纷纭、莫衷一是。有的从“事实如何”理解企业社会责任;有的从“应当如何”理解企业社会责任。有的从企业角度理解企业社会责任;有的从社会角度理解企业社会责任。有的认为企业应当对股东负责;有的认为应该对股东以外的利益相关者负责;有的认为应该对包括股东在内的所有利益相关者负责;有的认为应该对整个社会负责。有的认为企业社会责任是超越法律的责任;有的认为企业社会责任是企业针对社会(既包括

收稿日期: 2014-07-28

基金项目: 国家自然科学基金资助项目(71172125)

股东也包括其他利益相关者)的合乎道德的行为;有的认为企业社会责任是做慈善;有的认为企业社会责任是解决社会问题;有的认为企业社会责任包含经济、法律、伦理和慈善责任。有人从底线责任来理解企业社会责任;有人认为超越社会义务的部分才是企业社会责任。

上述研究在丰富对企业社会责任的认知的同时,使得企业社会责任是什么更加难以达成共识。MCWILLIAMS 等^[1]指出,“几乎没有其他管理学科像企业社会责任一样引起那么多分歧与争论,关于企业社会责任的定义至今仍没有形成共识”。CAMPBELL^[2]发现,“企业负责任行为在不同时间、不同地点,对不同的人,有不同的含义”。BAUMAN 等^[3]认为,“关于企业社会责任的定义至今仍没有形成共识”。

笔者把企业社会责任定义的乱象描述为“企业社会责任定义的丛林”,并试图通过对 6 个关键问题(包括两个前提性问题:事实如何还是应当如何?部分责任还是综合责任?4 个基础性问题:由谁负责?对谁负责?负责什么?负责到什么程度?)的讨论,寻求达成共识的途径^[4]。这些问题的提炼与讨论对梳理形形色色的定义,并逐渐形成较为一致的看法是有益的。

要真正理解现代企业社会责任观念的精髓,抓住其关键,还必须回答“企业社会责任的核心是什么”这一问题,但学界鲜见讨论这一问题。

正是因为不清楚企业社会责任的核心是什么,才出现了对企业社会责任的种种片面认识,甚至出现了履行企业社会责任就是做表面文章、新瓶装旧酒、换汤不换药的现象。即使是真正想要认真履行社会责任的企业,也感到困惑和迷茫:履行企业社会责任究竟应该做什么?因此,明确企业社会责任的核心对于理解现代企业社会责任的内涵,深化企业社会责任研究,以及在实践中更加有效地落实企业社会责任,都是极为重要的。

没有“破”,就不可能有“立”。在回答什么是企业社会责任的核心之前,首先需要回答什么不是企业社会责任的核心。

(1) 经济责任不是企业社会责任的核心

对于经济责任,有两种典型的看法:一种看法是,经济责任即企业追求自身经济利益,如 CARROLL^[5]认为,经济责任的特征是:追求企业利益最大化;致力于尽可能盈利;保持强势的竞争地位;保持高水平的运作效率;保持长期盈

利。另一种看法,经济责任是指企业应当对经济活动产生的影响承担责任,如全球报告倡议组织(CRI)发布的《可持续发展报告指南》就持这种观点。

企业追求自身经济利益不可能成为企业社会责任的核心,因为企业会自发地追求自身经济利益,且不必通过企业社会责任观念来强化;相反,企业社会责任概念的提出就是要反对企业不顾社会利益和利益相关者利益,一味地追求自身利润最大化。

企业应当对经济活动产生的影响承担责任是企业社会责任的内容,但是企业对社会的影响,除了经济方面的影响外,还有社会、政治、环境方面的影响,对这些可能产生的影响,企业也一样要承担责任,而且,没有理由说,对经济影响的责任是优先于对其他影响的责任的。

(2) 法律责任不是企业社会责任的核心

CARROLL^[5]认为,法律责任是符合政府、法律的期望,遵守各种联邦、州和地区法律,做遵纪守法的企业公民,充分履行法律义务,提供至少达到最低法律要求的产品和服务。

遵守法律是必要的,是企业社会责任的要求,但是企业社会责任的兴起,不可能只是为了重申企业经营守法。这是因为自从有法律诞生,守法的要求自然就出现了。在存在法律的情况下还要提出企业社会责任,恰恰说明仅仅遵守法律是不够的。

(3) 慈善责任不是企业社会责任的核心

CARROLL^[5]认为慈善责任是:符合社会对慈善的期望;赞助表演艺术;企业经理和员工参加当地社区的志愿和慈善活动;向私人的和公立的教育机构提供帮助;自愿参加能提高社区“生活质量”的项目。

慈善是企业回馈社会的一种方式,是企业社会责任的组成部分,但它不是企业社会责任的核心,因为,完全可能出现这样的公司:慈善做得很多,但企业经营的日常活动却严重损害利益相关者和社会的正当权利。例如,安然公司在企业慈善方面表现抢眼,然而,安然文化中极注重个人主义、野心和投机取巧,缺乏有同情心和责任感的领导者;安然鼓励的是不惜一切代价追求利润的冒险精神,用高赢利换取高报酬、高奖金、高回扣、高期权。在这样一个潜移默化中,道德和规范就成为了获得更大的经济利益的障碍^[6],最终,因业务作假,导致企业破产,给利益相关者造成了巨大损失。没有人会

认为安然是一家对社会负责任的公司。

本研究认为,企业社会责任的核心是企业伦理责任,为此,拟着重讨论以下3个问题:什么是企业伦理责任?为什么说企业伦理责任是企业社会责任的核心?提出企业伦理责任有何意义?

2 什么是企业伦理责任

2.1 企业伦理责任的定义

有学者认为,“企业社会责任包含企业道德责任,就内容所指的东西来看二者所说的是一个东西,都是指企业作为社会主体应当做的事情”^[7]。也有学者认为,“企业伦理责任是指企业在生产经营及其他活动中所应该承担的对员工、客户、社会 and 环境保护等的社会责任和义务”^[8]。还有学者认为,“企业的道德责任是社会成员及其一定的社会组织对企业的一种道德期待,这种道德期待除了要满足不施害的最低的法律要求外,还包括自愿行善的较高的道德要求”^[9]。

笔者认为,要回答企业伦理责任是什么,需要从责任及伦理责任的基本含义入手进行分析。

对于“责任”一词的理解,有两种代表性观点。一种观点认为,“责任”有两层含义,如谢军^[10]认为,“责任的含义应当至少包含两个方面:一是指分内应做的事,即我们日常所讲的‘应尽的责任’;二是指没有做好分内应做的事而必须承担的过失或责罚,也就是我们通常所讲的‘应追究的责任’”。

另一种观点认为,“责任”有3层含义,如VELASQUEZ^[11]区分了责任的3种用法:美德意义的责任,如某个人做事很负责任,或者说,某个人有责任感;道义意义的责任,指的是义务和职责,如企业应该对利益相关者负责;因果意义的责任,指人或事应该对发生的事情负责。

可以看出,责任含有“应尽的责任”和“应追究的责任”两个方面,对此是有共识的。在日常使用中,“责任”主要也是指这两层含义,而且,这两者是高度关联的,因为有“应尽的责任”的要求,如果没有尽到“应尽的责任”,就会被追究责任。鉴于此,本研究采用两层含义说。

相应地,伦理责任也有两层含义:①行为主体有责任按照伦理要求去做;②行为主体应当对没有达到伦理要求而引起的后果负责。

明确了责任、伦理责任的含义,就能够对企

业伦理责任进行界定了。所谓企业伦理责任,是指企业在从事各项活动时,应当合乎伦理地对待利益相关者和社会,并应当对没有达到伦理要求而引起的后果负责。

这个定义包含以下几个特征:①企业伦理责任的主体是企业;②企业应该对利益相关者和社会负责;③企业伦理责任的内涵包括两个方面:一是企业应当合乎伦理地从事各项经营活动;二是应当对没有达到伦理要求而引起的后果负责。

2.2 关于企业伦理责任的若干问题

2.2.1 企业是否为合适的伦理责任主体

这个问题的核心是,企业是不是合适的道德行为主体?或者说,可不可以追究企业的伦理责任?关于这个问题,西方学术界曾经有过争论。

在反对企业是道德行为主体的声音中,VELASQUEZ^[12]的观点颇具代表性。他认为,把伦理责任归之于某个主体,须具备两个条件:①该主体制订了计划或形成了意愿;②该主体通过能受自身直接控制的行为实施了计划或意愿,然而,公司不具备这两个条件:首先,公司没有行为而是其成员有行为。企业成员是自主的,其行为直接受个人而不是受公司控制,因而公司成员应该对公司行为负责;其次,只有当行为者按自身的意愿行动时,才能说这种行为是故意的,由于公司没有行为,就算有意愿,也不能说公司从事某一行为是故意的。由此,公司没有伦理责任。

支持企业是道德行为主体的观点认为,企业决策、政策、惯例是企业集体的产物而不是个人的产物,如FRENCH^[13]指出,企业内部结构能够把个人的知识、感觉、动机整合起来形成不同于个人决策过程之和的企业决策;GOODPASTER^[14]认为,可以在很多组织中发现感知、推理、协调和实施等认知特征,以及理性、尊重等道德要素。由此,企业可以视为是道德行为主体。

企业在提供产品或服务的过程中,研究开发、采购、生产、营销、财务、人事、后勤等部门无不参与其中。许多企业行为是整体行为而不是个人行为。企业从事那些行为是有意的,而这种意愿很多时候也只能归之于企业,不能归之于企业中任何一个人。企业的一般意愿反映在企业的宗旨、使命、企业目标、企业战略、企业价值观之中。企业具体意愿(一项决策或一个计

划)既受制于一般意愿,又往往是集体参与而形成的。以企业决定生产某个新产品为例,可能首先由营销部门提供市场信息,计划部门会同技术部门、财务部门做可行性分析,而在决策时高层管理者可能都参与了讨论、表决。在整个酝酿过程中,对方案进行不断修改,最终选定的方案可能与每一个人原先的意愿都不完全相同了。

虽然只有有思考的人才提出、讨论、修改、通过、实施政策与战略,但他们在这一过程中受到企业意愿的限制,受到所在岗位的任务、责任、权力的限制,因而不可能拥有与独立的个人一样多的自由。换言之,其意愿的自主性已受到一定的限制。尽管是否采取行动的最终决定权仍在个人手中,但不采取行动,意味着不履行企业赋予的职责,意味着可能失去工作,这样高的代价增加了对意愿选择的难度。

鉴于此,企业中个人所从事的行为,大多数代表的是企业的行为。诚然,也有一些个人行为明显违背公司价值观和政策,不能代表企业。如汽车维修公司明确反对过度维修,但个别维修人员为了增加销售收入而过度维修,应该属于个人行为,而不是企业行为。假如个别员工长期这样做,应当被发现而没有发现,企业有失察的责任;假如企业中有很多员工都这样做,则问题很可能出在企业层面,企业有责任。

当然,说企业是伦理行为主体,并不排斥企业成员是伦理行为主体。企业的伦理责任和企业的伦理责任是两个既有联系但又相对独立的问题,它们同样重要,不可相互取代。事实上,因为企业有伦理责任,企业成员特别是企业领导人,除了自身要讲道德外,还要为企业的道德负责,因而多了一份伦理责任。

2.2.2 企业应当对谁承担伦理责任

只要有利益关系,就需要伦理,就会有相应的伦理责任。

(1)企业与利益相关者存在利益关系,因而应该对利益相关者负责 “利益相关者是指可能对组织的决策和活动施加影响或可能受组织的决策和活动影响的所有个人、群体和组织。”^[15]所有者、员工、顾客、供应商、竞争者、政府、社区、环境等都是企业的利益相关者。企业经营须臾也离不开利益相关者,企业与利益相关者之间存在着相互依存的关系。企业需要所有者的投入,所有者需要通过企业经营获得投资收益;企业需要顾客购买其产品或服务,顾客

需要企业提供其所需的产品或服务;企业需要员工开发、生产、销售产品或服务,员工需要通过劳动获得报酬和完善自身;企业需要供应商提供原材料、技术、资金等,供应商需要通过交换获得回报;企业需要与竞争者一道才能营造良好的行业环境,竞争者也同样需要企业公平竞争;企业需要政府的指导与规范,政府需要企业的支持与合作;企业需要社区提供良好的设施和环境,社区需要企业的参与与资助;企业需要自然环境提供经营所需的资源条件,自然环境需要企业的保护。可以说,企业的任何决策、任何行为都会对利益相关者产生或多或少的影响;反之,利益相关者也随时随地在影响企业的决策和行为。

(2)企业与社会存在利益关系,因而应该对社会负责 企业与社会的关系表现在:①企业是社会存在物,是社会的一个细胞,而一个社会的文明进步,既需要经济的繁荣,又需要政治、道德等的同步发展,作为社会一分子的企业,要造福于社会,使社会因企业的存在而变得更美好;②企业是社会资源的受托管理者,既然社会委托企业运用包括人员、资金、物资、信息、时间、空间、土地、空气、水在内的社会资源,企业就应该为创造更加美好的社会而合理运用资源;③企业对社会能产生重要而深远的政治影响、经济影响、文化影响、技术影响、环境影响,因此,要考虑企业一举一动对社会的影响,使企业对社会施加尽可能多的正面影响,尽可能少的负面影响。

2.2.3 企业伦理责任包含的内容

有学者试图列举企业伦理责任的具体内容,如王泽应^[8]认为,企业的道德责任体现在经济、法律和精神文化 3 个方面,并列出了 9 项责任。李秋华^[16]认为,企业道德责任包括人本伦理责任、社会伦理责任、生态伦理责任。具体列举企业伦理责任内容的优点是要求明确、有实践指导意义;但也存在一旦具体列举,难免会有遗漏的缺憾。那么,应当怎么理解企业伦理责任的内涵呢?

前面指出,伦理责任是指行为主体有责任按照伦理要求去做,并为行为结果承担道德上的责任。对企业来说,按照伦理要求去做,就是要合乎伦理地对待利益相关者和社会。

伦理要求通常以伦理原则、规范、准则的形式出现。对应该遵循的行为准则,人类一直孜孜以求,提出过很多伦理原则、规范,如己所不

欲,勿施于人;己欲立而立人,己欲达而达人。社会主义道德的基本原则:为人民服务原则、集体主义原则、人道主义原则、公平正义原则、诚实守信原则^[17]215~221;蒂洛等^[18]概括的5项伦理规范:生命价值原则、善良原则、公正原则、诚实原则、个人自由原则。这些规范不是专门针对企业的,但对企业从业人员同样有指导作用。有一些准则与企业经营有更直接的联系,如ISO 26000 社会责任国际标准;“全球契约”四大原则:人权原则、劳工原则、环境原则和反腐败原则;考克斯圆桌委员会商务原则(该原则源于两个基本的道德观念:为共同利益生活和工作及人格尊严);经济合作与发展组织的跨国公司准则。此外,结果论、非结果论、美德论等伦理学理论有助于伦理推理。

人类对“什么是应当”的探索不会也不应该停滞,但不可否认,已有的伦理规范和伦理推理理论为道德判断提供了必要的依据。

2.2.4 企业伦理责任是不是超越底线的要求

有学者认为,伦理责任是超越法律的责任,是自愿的责任。如李秋华^[16]认为,“企业伦理责任包括满足没有写入法律中的其他社会期望,是未经法律化的、由责任主体自愿履行且以国家强制力以外的其他手段作为其履行保障的责任,它体现的是企业社会责任的自律层次,是企业社会责任的核心层次”。

也有学者认为,企业伦理责任有广义和狭义之分,如王泽应^[8]认为,“企业伦理责任的含义大体有广义和狭义两个方面:从较为广泛和普遍的意义,我们认为企业的道德责任是体现在企业的经济责任、法律责任和企业文化责任之中的;同时又是同企业伦理建设密切相关的诸种责任的有机统一。从狭义的视角来看,企业的道德责任是企业所肩负的对自己、对同道和对社会的道德义务的自觉承担和精神担纲,它在其精神实质上可以用‘敬业求精、贵和乐群’来概括”。王淑芹^[9]认为,“企业的道德责任有广义和狭义之分,广义的企业道德责任在外延上与企业的社会责任重合,二者可以通用;狭义的道德责任的外延要小于企业的社会责任,专指企业法定责任之外的较高道德期待且企业能够主动承担的责任”。

企业伦理责任是指超越底线的责任?还是既包括底线责任又包括超越底线的责任?要回答这个问题,需要从什么是伦理入手进行分析。

魏英敏^[17]78指出,“‘伦理’二字合起来连用,

是指人们处理相互关系时所应该遵循的行为准则”。由此,应该遵循的行为准则不可能也不应该仅仅指超越底线的要求。

底线责任,亦可称之为完全责任,是强制的责任。达不到底线责任要求,应该受到批评、谴责;达到了底线责任要求,既不该表扬,也不该指责。不准偷盗是伦理要求,慷慨解囊也是伦理所提倡的。前者是底线伦理要求,是禁止性伦理要求;后者是超越底线的伦理要求,是鼓励性伦理要求。理查德等^[19]指出,“如果我们不能履行基本的道德义务,则将会遭到道义上的谴责;如果我们仅仅履行最基本的道德义务,则既不会遭到谴责,也不会获得额外的赞扬;如果我们能够超越基本的道德义务,而以道德理想作为更高的标准来要求自己,则将会获得社会的称赞”。

为什么要区分底线伦理与超越底线伦理?虽然可以且应当要求所有人都履行底线责任,但无法要求所有人都履行超越底线责任。把伦理要求等同于超越底线责任,等于否定了伦理的普遍适用性,大大削弱了其现实指导性,因为现实中迫切需要解决的恰恰是底线责任问题。如果单纯提底线伦理,就难以为希望比满足底线要求做得更好的行为者指明方向。“尽管不是每个人都能成为圣人,但是绝大多数人仍然可以对自己提出更高的要求,至少超越最基本道德义务是完全可能的。”^[20]20

由此,企业伦理责任不只是“可履行可不履行的责任”,它既包括必须履行的责任,又包括可履行可不履行的责任。当然,这里的必须不是法律意义上的必须,而是伦理意义上的必须。

3 为什么说企业伦理责任是企业社会责任的核心

本研究从3个方面论证企业伦理责任在企业社会责任中的核心地位。

3.1 从现代企业社会责任观念的兴起原因看企业伦理责任的地位

虽然20世纪五六十年代已经有企业社会责任的讨论,但引起广泛讨论还是20世纪七八十年代的事情。无论是否有企业社会责任的讨论,只要企业存在,就有企业在社会中的责任问题。值得关心的是,企业社会责任讨论的兴起有什么特别的理由?想传递什么特别的信息?

自20世纪七八十年代以来,除了企业社会责任,还出现了企业公民、社会创业、公平交易、

有良心的资本主义、企业可持续发展等概念,虽然它们的关注点各有侧重,但这些概念都有一个相同的目标:使企业与社会重新整合起来。其原因在于:人们越来越意识到原有的以利润最大化为目的的企业模式,从经济、社会、环境 3 个方面看,都是不可持续的。企业为了恢复其对社会有益的形象,重新赢得公众的信任,必须进行彻底的改革。这种改革的实质是,必须为经济和企业的创造力重新赋予伦理和政治意义^{[20]113}。

现代企业社会责任概念的提出,就是要求企业不能单纯追求自身经济利益,还要考虑对社会和利益相关者的影响;不能仅仅做到守法,还要合乎伦理地对待社会和利益相关者。

这一点在社会标准 ISO 26000 对社会责任的定义中可以清楚地看出来。国际标准化组织(ISO)于 2010 年 11 月 1 日颁布了 ISO 26000,该标准对社会责任的定义如下:“社会责任是指‘通过透明和道德行为,组织为其决策和活动给社会和环境带来的影响承担的责任。这些透明和道德行为有助于可持续发展,包括健康和社会福祉,考虑到利益相关方的期望,符合适用法律并与国际行为规范一致,融入到整个组织并践行于其各种关系之中’”^[21]。该定义清楚地表明,组织应该在其日常活动中合乎伦理地对待利益相关者、环境和社会。而企业在其日常活动中合乎伦理地对待利益相关者和社会(含环境)正是企业伦理责任所要求的。

3.2 从与企业社会责任 4 个基本问题的关系看企业伦理责任的地位

关于企业社会责任,有 4 个基本问题,即谁负责、对谁负责、负责什么、负责到什么程度。下面围绕这 4 个基本问题,分析企业伦理责任与企业社会责任之间的关系。

(1)谁负责 企业伦理责任和企业社会责任对这个问题的回答是一致的,是企业负责。当然,企业是由人组成的,所以,也意味着企业所有成员要负责。

(2)对谁负责 按照现代企业社会责任观点,企业要对利益相关者和社会负责。从字面上看,企业伦理责任没有明确对谁负责,但是,“伦”泛指个人、群体、社会、自然之间的利益关系,“理”即道理、规则和原则。伦理即处理个人、群体、社会、自然之间利益关系的道理、规则和原则。换言之,伦理,一定涉及到关系和应当

两个方面。企业要处理的关系包括企业与利益相关者、企业与社会等。由此,企业伦理责任必然包含企业要对利益相关者和社会负责。不仅如此,企业社会责任概念由于“社会”的含义不清,导致对需要负责任的对象模糊;而这个问题在企业伦理责任中却不可能出现,因为,说到伦理一定会涉及关系,谈及企业关系一定会包含企业与利益相关者、企业与社会关系等。

(3)负责什么 对利益相关者负责,就是要维护和增进他们的正当权益;对社会整体负责,就是要考虑企业一举一动对社会整体的影响,使企业对社会施加尽可能多的正面影响,尽可能少的负面影响,使社会因企业的存在而变得更美好。合乎伦理地对待利益相关者和社会,实质上就是要维护利益相关者的正当权益、增进社会福祉。

(4)负责到什么程度 有些人把企业社会责任等同于底线责任,有些人则把企业社会责任等同于超越底线的责任。其实,把企业社会责任区分为必须履行的责任,即底线责任,亦可称之为完全责任;以及鼓励履行的责任,即超越底线责任,亦可称之为不完全责任,是可取的。如前所述,伦理要求既包括底线要求又包括超越底线的要求,而且,如果正确地理解“伦理”,就不会出现类似于在企业社会责任中出现的是底线责任还是超越底线责任的纷争。

不难看出,就谁负责、对谁负责、负责什么、负责到什么程度 4 个基本问题而言,企业伦理责任不仅与企业社会责任在核心内容上是一致的,而且还可以避免企业社会责任常常引起的歧义和误解。

3.3 从与 CARROLL^[22]的 4 种责任观点的关系看企业伦理责任的地位

CARROLL^[22]早在 1979 年就指出,企业社会责任包含了在特定时期内社会对企业在经济、法律、道德和自行处理 4 个方面的期望。他认为一个完整的企业社会责任定义,一定要包含经济责任、法律责任、道德责任和自行处理的责任(自 1983 年起,CARROLL 把自行处理的责任称为慈善责任)。CARROLL 的定义影响了学术界几十年,至今仍在频繁引用。

企业伦理责任与 CARROLL 所说的 4 种责任是什么关系?

(1)与经济责任的关系 如果经济责任是指审慎决策,保持高水平的运作效率,注重企业可持续发展;那么也是企业对投资者应承担的

伦理责任,但是,如果说经济责任是指追求企业利益最大化,则是值得商榷的。现代企业社会责任观念的兴起恰恰是要改变企业把股东的利益置于社会和其他利益相关者之上的不当做法。

(2)与法律责任的关系 一般来说,法律是禁止性的规定,如果法律规定是用来保护正当利益的(通常如此),那么,法律责任属于底线伦理责任。如果法律规定损害人们的正当利益,则是伦理要反对的。

(3)与道德责任的关系 CARROLL^[22]所说的道德责任是指:符合社会规范和道德标准;认识并尊重社会中新形成的或发展着的道德规范;避免为实现企业目标而不顾道德规范。伦理责任与CARROLL的道德责任基本一致,但也有差别。CARROLL的道德责任强调的是按照社会道德规范行事的责任。一个社会所倡导的道德规范通常是合理的,应该遵守的,但也不尽然。只有当社会所倡导的道德规范是合理的,遵守这样的规范才是伦理责任,否则便不是。

(4)与慈善责任的关系 慈善本身是值得肯定的事物,属于超越底线伦理责任的内容。

可见,CARROLL主张的4种责任,如果是正当的,同时也是伦理责任:企业积极生产和提供社会需要的产品和服务,不断提升竞争力,给投资者应得的回报,是伦理所要求的。在生产经营过程中,遵守公正的法律也是伦理所要求的。如果是不正当的,就不是伦理责任。不合理的经济责任和法律责任是伦理责任要反对的,而这恰恰体现出伦理责任的独特价值。

4 结论与意义

现代企业社会责任概念的提出,就是要求企业不能单纯追求自身经济利益,还要考虑对社会和利益相关者的影响,不能仅仅做到守法,还要合乎伦理地对待社会和利益相关者。企业社会责任的核心是企业伦理责任。甚至可以这样来定义企业社会责任:企业社会责任是指企业应当合乎伦理地对待利益相关者和社会。

明确提出企业伦理责任及其在企业社会责任中的核心地位具有重要意义。这一点可以通过企业社会责任提出的初衷,以及企业社会责任实践的现状分析清楚地看出来:倡导企业社会责任的本意是要挑战传统的只对股东负责、追求利润最大化的企业模式,然而,在实践中,

这一初衷通过对企业社会责任片面的理解以及有利于维护传统模式的解释,被很大程度地消解了。首先是片面的理解,如认为企业生存和发展,或者说从事公益活动,即履行了企业社会责任。其次是证明履行企业社会责任对企业追求经济利益有利。这样一来,传统模式几乎可以不受任何影响地保留下来。一方面谈论企业社会责任,一方面抱持企业的目的是追求利润最大化的现象相当普遍。这与企业社会责任提出的初衷显然是不符的。

出现这种情况,与没有明确提出企业伦理责任及其在企业社会责任中的核心地位有极大的关系。事实上,离开对企业伦理责任的认识,不可能真正理解现代企业社会责任观念,不可能有效地开展企业社会责任活动。正如西塞罗所说:“任何一种生活,无论是公共的还是私人的,事业的还是家庭的,所作所为只关系到个人的还是牵涉他人的,都不可能没有其伦理责任;因为生活中一切有德之事均由履行这种责任而出,而一切无行之事皆因忽视这种责任所致。”^[23]回避谈论企业伦理责任不可能解决问题,现在到了直面问题的时候了!

企业伦理责任概念因为把企业的伦理责任明白无误地提了出来,而具有独特的价值。虽然,对于什么是合乎伦理的,会存在分歧,但是哪些规范必须遵守(底线伦理),哪些行为值得赞赏,哪些美德值得拥有,其实是有相当共识的。即使有分歧,也远没有目前对企业社会责任理解存在的分歧那么大。

需要指出的是,企业伦理责任概念不是也不可能取代企业社会责任概念。企业社会责任概念突出了企业应当对社会负责的含义,有其独特的存在价值。如同利益相关者概念、可持续发展概念虽然与企业社会责任概念密切相关,但因其有独特的价值(利益相关者概念突出对利益相关者负责的含义;可持续发展倡导既满足当代人的需求,又不对后代人满足其需求的能力构成危害的发展,突出了要对自然环境负责的含义)而存在。与同时作为独立的概念存在一样,企业伦理责任既是企业社会责任的核心,同时因其把伦理要求突显出来了,而具有独特的价值,有其独立存在的必要。事实上,把企业社会责任、利益相关者、可持续发展、企业伦理责任结合起来看,能更加全面、更加深刻地理解企业对社会的责任。

企业伦理责任概念的提出及其在企业社会

责任概念中核心地位的确立,为学术界提出了许多值得研究的课题:如企业伦理责任具体包括哪些内容?不同行业、不同性质、不同规模、不同发展阶段的企业的伦理责任是否存在差异?不同社会的伦理要求有何不同?在国际经营中如何履行伦理责任?如何评价企业履行伦理责任的表现?企业履行伦理责任对利益相关者的态度和行为会产生什么影响?企业履行伦理责任的动因是什么?促进企业履行伦理责任的内外部条件有哪些?

明确企业社会责任的核心是企业伦理责任,这对社会和企业管理实践均有启示。社会在监督、评价、调节企业行为时,要充分考虑到企业履行伦理责任的表现:对表现好的企业加以肯定、赞扬;对表现差的企业予以批评、谴责等。企业在从事各项经营活动时,要进行伦理思考,将企业伦理责任渗透到企业管理和日常经营活动之中。

参 考 文 献

- [1] MCWILLIAMS A, SIEGEL D S, WRIGHT P M. Corporate Social Responsibility: Strategic Implications [J]. *Journal of Management Studies*, 2006, 43 (1):1~18
- [2] CAMPBELL J L. Why Would Corporations Behave in Socially Responsible Ways? An Institutional Theory of Corporate Social Responsibility [J]. *Academy of Management Review*, 2007, 32 (3): 946~967
- [3] BAUMAN C W, SKITKA L J. Corporate Social Responsibility as a Source of Employee Satisfaction[J]. *Research in Organizational Behavior*, 2012, 32:63~86
- [4] 周祖城. 走出企业社会责任定义的丛林[J]. *伦理学研究*, 2011(3):52~58
- [5] CARROLL A B. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders [J]. *Business Horizons*, 1991, 34(4):39~48
- [6] SIMS R R, BRINKMANN J. Enron Ethics (or: Culture Matters More than Codes) [J]. *Journal of Business Ethics*, 2003, 45(3): 243~256
- [7] 曹凤月. 企业道德责任研究论纲[J]. *中国劳动关系学院学报*, 2005, 19(1):107~113
- [8] 王泽应. 论企业道德责任的依据、表现与内化[J]. *道德与文明*, 2005(3):36~41
- [9] 王淑芹. 企业伦理责任论[J]. *伦理学研究*, 2006(11): 68~71
- [10] 谢军. 责任论[M]. 上海:上海世纪出版集团, 2007: 28
- [11] VELASQUEZ M G. Debunking Corporate Moral Responsibility [J]. *Business Ethics Quarterly*, 2003, 13 (4): 531~562
- [12] VELASQUEZ M G. Why Corporations Are Not Morally Responsible for Anything They Do [J]. *Business and Professional Ethics Journal*, 1983, 2 (3): 1~18
- [13] FRENCH P. The Corporation as a Moral Person [J]. *American Philosophical Quarterly*, 1979, 16 (3): 297~317
- [14] GOODPASTER K. The Concept of Corporate Responsibility[J]. *Journal of Business Ethics*, 1983, 2 (1): 1~22
- [15] FREEMAN R E. Strategic Management: A Stakeholder Approach[M]. Boston: Pitman, 1984:25
- [16] 李秋华. 和谐社会视野下的企业伦理责任研究[J]. *浙江社会科学*, 2007(5):98~102
- [17] 魏英敏. 新伦理学教程 [M]. 北京:北京大学出版社, 2012
- [18] 蒂洛 J, 克拉斯曼 K. 伦理学与生活[M]. 程立显, 刘建, 译. 北京:世界图书出版公司, 2008:148~155
- [19] 理查德 T, 乔治 D. 经济伦理学[M]. 李布, 译. 北京:北京大学出版社, 2002:112
- [20] MUFF K, DYLLICK T, DREWELL M, et al. Management Education for the World: A Vision for Business Schools Serving People and Planet [M]. Northampton: Edward Elgar Publishing Limited, 2013
- [21] ISO. ISO 26000: Guidance on Social Responsibility [S]. 1st ed. Geneva: International Standard Organization, 2010
- [22] CARROLL A B. A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance[J]. *Academy of Management Review*, 1979, 4(4): 497~505
- [23] 西塞罗. 西塞罗三论[M]. 徐奕春, 译. 北京:商务印书馆, 1998:91

(编辑 丘斯迈)

作者简介:周祖城(1963~),男,浙江诸暨人。上海交通大学(上海市 200052)安泰经济与管理学院教授、博士研究生导师,博士。研究方向为企业伦理学、企业社会责任、组织行为学与企业文化。E-mail: zczhou@sjtu.edu.cn