

# 企业社会责任研究中的几个基本理论问题

杨 自 业

[摘 要] 20 世纪 90 年代以来,随着全球性企业社会责任运动的蓬勃发展,企业社会责任问题已成为公司治理研究中的热门话题。人们对何谓企业社会责任、企业为何承担社会责任、如何促使企业承担社会责任、企业承担社会责任如何影响企业绩效等企业社会责任研究中的基本理论问题进行了大量研究,取得了许多创造性的理论成果,但时至今日仍未形成统一的认识。厘清国内外学术界对这些问题的研究现状,将有助于我们全面而深入地研究企业社会责任问题。

[关键词] 公司治理;企业社会责任;基本理论问题

[中图分类号] F234.4 [文献标识码] A [文章编号] 1672-7320(2009)06-0814-05

长期以来,在“股东至上”逻辑盛行的时代,企业社会责任问题一直没有得到人们应有的重视,直到 20 世纪 90 年代以后,随着全球性企业社会责任运动的掀起,才使得企业社会责任问题成为企业治理研究中的一个热门话题。目前,国内外学术界对企业社会责任问题的研究主要集中在如下四个方面:一是何谓企业社会责任;二是企业为何承担社会责任;三是如何促使企业承担社会责任;四是企业承担社会责任如何影响企业绩效。但是,时至今日尚未形成统一的认识。

## 一、何谓企业社会责任

自 1923 年谢尔顿(Sheldon)提出“企业社会责任”这一概念以来,随着企业社会责任的发展以及人们对企业本质认识的深化,人们对企业社会责任提出了诸多解释。其中权威性解释主要有:

1971 年美国经济发展委员会在其发布的《工商企业社会责任》报告中将企业社会责任解释为“三个中心圈”,即“内圈”代表企业的基本责任,包括为社会提供产品、服务和工作机会等;“中间圈”代表企业在承担经济职能时,对社会和环境所承担的责任,包括保护环境、善待雇员、回应顾客等;“外圈”代表企业在更大范围内促进社会进步的其他责任,如消除社会贫困、防止城市衰败等。

Carroll 认为,企业社会责任是指在特定时期,社会对企业所寄托的经济、法律、伦理以及企业自行慈善的期望,包括经济责任、法律责任、伦理责任和慈善责任。Carroll 从这些责任的先后次序及重要性出发,认为企业社会责任是一种“金字塔”结构,即经济责任是基础也占比例最大,而法律责任、伦理责任和慈善责任则依次递减<sup>[1]</sup>(第 497-505 页)。

Elkington 将企业社会责任解释为“三重底线”,即企业行为不仅要考虑经济底线,而且要考虑社会底线和环境底线。也就是说,企业责任包括经济责任、社会责任和环境责任。他还认为要用这三种责任来衡量和报告企业业绩<sup>[2]</sup>(第 69-75 页)。

1997 年社会责任国际认为,企业社会责任区别于商业责任,它是指企业除了对股东负责外,还要对整个社会负责,包括遵守商业道德、保护劳工权利、保护环境、发展慈善事业、捐赠公益事业、保护弱势群

体等。

2001年欧洲共同体委员会将企业社会责任定义为“在自愿的基础上,企业将对社会和环境的关注融入到企业经营以及与各利益相关者相互作用之中”。

2003年世界银行将企业社会责任定义为“企业与关键利益方的关系、价值观、遵纪守法以及尊重人、社区和环境有关的政策和实践的集合,它是企业为维护各利益相关者利益并实现可持续发展的一种承诺。”

2003年世界经济论坛认为,作为企业公民的社会责任包括四个方面:一是好的公司治理和道德标准,包括遵纪守法、道德准则和商业原则等;二是对人的责任,包括员工安全、就业机会、反对歧视和薪酬公平等;三是对环境的责任,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;四是对社会发展的责任,包括发展慈善事业、服务社区、捐赠公益事业和支持贫困地区等。

2006年国际标准化组织在其颁布的《社会责任指南(工作草案)》中指出,企业社会责任是指企业对其活动给社会和环境带来的影响承担责任的行为。这些行为要做到:符合社会利益和可持续发展、以道德行为为基准、遵守法律和政府规定、将责任融入各项活动之中。

2007年上海证券交易所研究中心在其发布的《中国公司治理报告》中认为,企业社会责任有广义和狭义之分,广义的社会责任包括法律责任和道德责任,狭义的社会责任仅指道德责任。

由上述可见,虽然学术界和有关组织对何谓企业社会责任提出了诸多不同的解释,但究其内涵却基本一致,即企业在承担经济责任(追求股东利益)的同时,还要对员工、债权人、供应商、客户、政府、社区等其他利益相关者以及自然环境承担社会责任。

## 二、企业为何承担社会责任

解释企业为何承担社会责任的理论有许多,但概括起来主要有“工具理论”、“利益相关者理论”和“社会契约理论”。

1. 工具理论。该理论认为,企业在法律和伦理框架下所承担的社会责任,是企业增强竞争优势,扩大销售,实现股东财富最大化的战略工具。诺贝尔经济学奖获得者、美国著名经济学家米尔顿·弗里德曼认为,企业承担社会责任就是在国家法律框架和伦理习惯下实现股东财富或利润最大化<sup>[3]</sup>(第173-178页)。Hart基于资源基础观所提出的竞争模型认为,资源的获取和竞争能力的提高都要受到外部环境的制约和挑战。也就是说,要获取各种资源,增强竞争优势,就必须整合各利益相关者,与他们建立良好的合作关系<sup>[4]</sup>(第986-1012页)。Burke和Lodgson认为,当慈善行为与企业使命相近时,企业承担社会责任比其他形式的捐助能创造更多的价值<sup>[5]</sup>(第495-502页)。Porter和Kramer运用波特的竞争优势模型研究了竞争环境下的投资问题,认为企业在社会责任方面的投资是企业获得竞争优势的一种重要方式<sup>[6]</sup>(第56-69页)。Prahalad et al认为,企业应进行适当的战略调整,把贫穷的人群转变成为现在的消费者,其首要任务是把贫穷的人作为未来发展的机会而不是作为一个问题者来看待。也就是说,企业要扩大销售,获得更多的利润,就必须调整战略,为低收入的人群提供产品和服务<sup>[7]</sup>(第48-58页)。姜启军和顾庆良认为,企业承担社会责任将有助于品牌建设,改善与顾客的关系,扩大销售,这就是“因善营销”<sup>[8]</sup>(第5-10页)。

2. 利益相关者理论。该理论以委托代理理论、契约理论、伦理理论等理论为基础,从不同的侧面论述了企业为何承担社会责任。Mitchell et al认为,企业承担社会责任,满足各利益相关者的需求,是因为满足各利益相关者的需求关系到企业的生存、竞争优势以及在目标顾客中建立起信任与忠诚<sup>[9]</sup>(第853-886页)。Brown和Dacin认为,企业承担社会责任是企业对所感知到的社会义务所作出的回应或具体行动,应维护各利益相关者的利益。Maignan和Farell认为,按照利益相关者理论,企业的存续和成功有赖于企业积极回应各利益相关者的要求。只有这样,企业才能实现其经济目标(利润最大化)和非经济目标(企业社会责任表现)。国内学者杨瑞龙、陈立勇和鲁德明、马力和万善鸿、田虹、张兆国等也运

用利益相关者理论对企业为何承担社会责任进行了解释。

3. 社会契约理论。该理论认为,企业与社会之间是一种契约关系,一方面企业不能超越社会而生存,要对社会承担责任,另一方面社会也要对企业承担责任。Donaldson 和 Dunfee 认为,企业与社会之间存在一种综合性的契约关系,而这种契约关系规范了双方的权利和义务以及相互之间应该承担的责任,因此企业承担社会责任将有助于提高企业经济交往的质量和效率<sup>[10]</sup>(第 252-284 页)。姜启军和顾庆良认为,按照社会契约理论,各利益相关者是各种社会契约关系的连接点,因此综合性社会契约是联系企业社会责任与各利益相关者利益要求的纽带。殷格非等认为,按照社会契约理论,企业追求经济目标(利润最大化)不会自动导致社会进步,相反可能会导致环境污染、工作条件恶化、对社会中某些利益团体的歧视及其他社会问题,因此企业有责任为整个社会经济的可持续发展而努力<sup>[8]</sup>(第 88-92 页)。

由上述理论解释可见,企业承担社会责任不是一种简单的利他主义,而是一种既利己也利他的最优选择,可以使企业获得各种社会资源和各方面支持,从而转化为稳定增长的财务收益。

### 三、如何促使企业承担社会责任

如何促使企业承担社会责任?关键在于建立起相应的公司治理机制。从公司治理的实践来看,随着全球性企业社会责任的蓬勃发展,各利益相关者在企业治理中的作用受到了广泛重视,各国政府、政府间组织和非政府间组织所颁布的一系列公司治理原则,如世界经济发展与合作组织的《公司治理原则》、美国的《公司治理声明》、英国的《Hamper 公告》、日本的《公司治理原则》、韩国的《公司治理最佳实务准则》以及我国的《公司治理原则》等都强调了这一点。从公司治理的理论来看,企业社会责任已成为公司治理研究的一个新领域,其理论研究成果或观点可概括为“共同治理观”和“相机治理观”两个方面。

一是利益相关者的共同治理观,认为各利益相关者都应该参与公司治理。也就是说,公司的各项制度安排(包括公司所有权安排)都要平等地对待各利益相关者,以促使公司承担社会责任,维护各利益相关者的合法权益<sup>[11]</sup>(第 337-359 页)<sup>[12]</sup>(第 16-19 页)。其内容主要包括共同的利益分享机制、共同的决策机制和共同的监督机制等<sup>[13]</sup>(第 39-43 页)。

二是利益相关者的相机治理观,认为在公司处于非正常经营状态下,要通过建立一套制度安排,使受损失的利益相关者能够争夺到公司的控制权,以改变既定的利益分配格局。它取决于公司所有权的状况依存性。其内容包括股东的相机治理、债权人的相机治理、员工的相机治理、供应商的相机治理、消费者的相机治理、政府的相机治理等。这些相机治理机制运作的基本原理是:当公司出现销售收入持续下降、股利持续低水平、资产负债率过高、内部人道德风险严重、环境污染、产品和服务质量低劣等不良情况时,某些利益相关者意识到其利益将会受到损失,就会通过相机治理机制(如破产机制、产品市场、控制权市场等)来要求重新分配公司的控制权;当这一请求得不到满足或效果仍不满意时,就可以通过法律制度来获得在公司控制权安排中的支配地位<sup>[14]</sup>(第 120-124 页)。

由上述可见,目前学术界有关如何促使企业承担社会责任的研究还略显不足,对如何建立与企业社会责任相适应的企业治理机制尚未形成具有较高理论参考价值的理论成果。因此,对这一问题迫切需要加以研究。

### 四、企业社会责任如何影响企业绩效

公司承担社会责任如何影响公司绩效?国内外学术界有不同的观点。Lee and Banon 将这些不同的观点归纳为 5 种理论假说<sup>[15]</sup>(第 419-429 页):(1)社会影响假说,认为公司履行社会责任越好,则公司的社会形象就越好,其绩效也就越高;(2)权衡假说,认为由于资源的有限性,公司只能在不同利益相关者之间进行权衡,如果履行社会责任,就会影响股东的利益,对公司绩效产生负面影响;(3)资金供给假说,认为尽管企业社会责任与公司绩效之间呈正相关关系,但由于公司履行社会责任取决于公司所能够提供的资源,因此公司绩效会影响企业社会责任,而不是反过来。(4)管理者机会主义假说,认为按照委托

代理理论,当管理者的报酬与公司绩效相联系时,管理者出于对自身利益的考虑,就会减少对企业社会责任的支出以增加现金流,从而导致公司绩效与企业社会责任之间呈负相关关系;(5)协同效应假说,认为企业社会责任与公司绩效之间的关系是相互影响、相互作用的,但这种相互关系可能为正也可能为负。

学术界对企业社会责任与公司绩效之间的关系不仅提出了各种理论假说,而且还运用大量经验数据对这些理论假说进行实证研究。根据 Margolis and Walsh 的统计,截至 2001 年,国外学者在这方面的实证研究论文共有 122 篇<sup>[16]</sup>(第 1-58 页)。Griffin and Mahon 通过对 1972—1997 年间 51 篇论文的统计分析发现,得出公司社会责任与公司绩效正相关的论文共 33 篇、负相关的论文共 20 篇,还有 9 篇论文没有得出明确的结论(在这 51 篇论文中,有部分论文同时得出正相关、负相关和不相关等多种结论)<sup>[17]</sup>(第 5-31 页)。Roman、Hayibor and Agle 在 Griffin and Mahon 的基础上,通过对同样的 51 篇论文和最新的 4 篇论文进行分类和筛选后发现,得出公司社会责任与公司绩效正相关的论文共 33 篇、负相关的论文共 5 篇和不存在相关性的论文共 14 篇(余下的论文因研究方法存在缺陷而被剔除)<sup>[18]</sup>(第 109-123 页)。此后, Ronald et al、Tsoutsoura、Schnietz 等实证研究发现,公司社会责任与公司绩效之间呈正相关关系,但 Gary and Kohers、McWilliams 和 Siegel、Pasaribu 等实证研究却得出了负相关或不相关的结论。与国外研究相比,国内学者对公司社会责任与公司绩效之间关系的实证研究起步较晚。宋献中和龚晓明、温素彬和方苑、沈洪涛和杨熠等实证研究表明,公司社会责任与公司绩效之间呈正相关关系,而且是互为因果、相互促进<sup>[19]</sup>(第 104-110 页)<sup>[20]</sup>(第 150-160 页)<sup>[21]</sup>(第 51-55 页)。而陈玉清、李正等实证研究却得出了与此相反或不相关的结论<sup>[22]</sup>(第 23-27 页)<sup>[23]</sup>(第 3-11 页)。

由上述理论研究和实证研究的不同结论可见,企业社会责任与公司绩效之间的关系十分复杂。这可能是因为两者之间的关系要受到公司的盈利状况、经营规模、市场竞争程度、制度环境等诸多控制性变量的影响。

### [参 考 文 献]

- [1] Carroll, A. B. 1979. "A Three Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance," *Academy of Management Review* 4.
- [2] John, E. 1980. *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21<sup>st</sup> Century Business*. Stony Creek, CT: New Society Publishers.
- [3] Friedman, M. 1970. "The Social Responsibility of Business is to Increase Its Profits," *New York Times Magazine* 9.
- [4] Hart, S. L. 1995. "A Natural-resource-based View of the Firm," *Academy of Management Review* 20(4).
- [5] Burke, L. & J. M. Logsdon. 1996. "How Corporate Responsibility Pays Off?" *Long Range Planning* 29(4).
- [6] Porter, M. E. & M. R. Kramer. 2002. "The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy," *Harvard Business Review* 80(12).
- [7] Prahalad, C. K. & A. Hammond. 2002. "Serving the World's Poor Profitably," *Harvard Business Review* 80(9).
- [8] 姜启军、顾庆良:《企业社会责任和企业战略选择》,上海:上海人民出版社 2008 年版。
- [9] Mitchell, R. K. & B. R. Agle, D. J. Wood. 1997. "Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts," *Academy of Management Review* 22(4).
- [10] Donaldson, T. & T. W. Dunfee. 1994. "Toward a Unified Conception of Business Ethics: Integrative Social Contracts Theory," *Academy of Management Review* 19(2).
- [11] Freeman, R. E. & W. M. Evan. 1990. "Corporate Governance: A Stakeholder Interpretation," *Journal of Behavioral Economics* 19.
- [12] Blair, M. M. 1995. "Corporate Ownership," *The Brookings Review* 13(1).
- [13] 张兆国、张庆、何威风:《企业财权安排的几个基本理论问题:基于利益相关者理论研究》,载《会计研究》2007 年第 11 期。

- [14] 杨瑞龙、周业安:《企业共同治理的经济学分析》,北京:经济科学出版社 2001 年版。
- [15] Preston, L E. & D. P. O. Bannon. 1997. "The Corporate Social-financial Performance Relationship: A Typology and Analysis," *Business and Society* 4.
- [16] Margolis, J D. & P. Walsh James. 2001. "Social Enterprise Series No. 19-misery Lves Companies, Whither Social Initiatives by Business?" *Harvard Business School Working Paper*.
- [17] Griffin, J.J. & J. F. Mahon. 1997. "The Corporate Social Performance and Corporate Financial Performance Debate: Twenty-five Years of Incomparable Research," *Business and Society* 36(1).
- [18] Roman, R. M. & Hayibor Sefa Agle, R. Bradley. 1999. "The Relationship Between Social and Financial Performance: Repainting a Portrait," *Business and Society* 38(1).
- [19] 宋献中、龚明晓:《企业会计年报中社会责任信息的价值研究——基于内容的专家问卷分析》,载《管理世界》2006 年第 12 期。
- [20] 温素彬、方 苑:《企业社会责任与财务绩效关系的实证研究——利益相关者视角的面板数据分析》,载《中国工业经济》2008 年第 10 期。
- [21] 沈洪涛、杨 熠:《我国企业对社会责任信息披露的认识和实践》,载《审计与经济研究》2008 年第 7 期。
- [22] 陈玉清、马丽丽:《我国上市公司社会责任会计信息市场反应实证分析》,载《会计研究》2005 年第 11 期。
- [23] 李 正、向 锐:《中国企业社会责任信息披露的内容界定、计量方法和现状研究》,载《会计研究》2007 年第 7 期。

(责任编辑 于华东)

## Research on Basic Theories of Corporate Social Responsibility

Yang Ziye

(School of Management, Huazhong University of Science & Technology, Wuhan 430074, Hubei, China)

**Abstract:** As the flourishingly development of corporate social responsibility movement since 1990s, problems on CSR have become the hot topic in corporate governance research. A lot of research on corporate social responsibility has been done, including "what's corporate social responsibility?" "why do corporations perform social responsibility?" "How to take corporations perform social responsibility?" "How does the CSR affect enterprise proficiency?" Researchers have obtained plentiful creative results, but they haven't get a united recognition. So knowing the current research situation will be helpful for us to take a further study comprehensively and deeply.

**Key words:** corporate governance; corporate social responsibility; basic theories