

从“捐款门事件”看企业社会责任

杨正灼

(四川省社会科学院 法学所, 四川 成都 610071)

[摘要] 四川汶川大地震所引发的“捐款门事件”,一方面反映了不同文化背景下企业履行社会责任的差异;另一方面也反映出我国尚未形成完善的企业社会责任。在国内企业实力不断增强、社会责任意识日益被唤起的同时,必须强化政府、非政府组织、消费者、社会公众等相关利益主体对企业履行社会责任的外部推力,以形成企业履行社会责任的良好动力机制。文章以此次地震所引发的一系列事件为切入点,分析了中西方对企业社会责任观念的差异,进而提出了完善中国企业社会责任的一些设想。

[关键词] 捐款门事件; 企业社会责任; 完善

[中图分类号] F27 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1673-0755(2010)01-0046-04

在四川汶川这场震撼中国的巨大地震灾难发生后,许多企业,特别是中国本土企业积极斥巨资捐款捐物,而一些在华投资的知名跨国公司及其国内企业,则因捐款与其实力不符、捐款不及时、不到位而备受网络舆论的谴责,从而引发轰动一时的“捐款门”事件。“捐款门事件”背后反映的是企业承担社会责任的问题。

一 企业社会责任的概念

企业的社会责任,这一概念在 20 世纪 20 年代,随着资本的不断扩张而引起一系列社会矛盾,诸如贫富分化、社会贫困,特别是劳工问题和劳资冲突等而被广泛提出。20 世纪 80 年代,企业社会责任开始在欧美发达国家逐渐兴起。1996 年 6 月欧美的商业组织及相关组织召开了制定企业社会责任规范的初次会议。2000 年 7 月,《全球契约》论坛第一次高级别会议召开,参加会议的 50 多个著名跨国公司的代表承诺,在建立全球化市场的同时,要以《全球契约》为框架,改善工人工作环境、提高环保水平。2002 年联合国正式推出《联合国全球协约》,协约共有 9 条原则,包括人权、劳工标准和环境方面,联合国恳请公司对待其员工和供货商都要遵守其规定的 9 条原则。

虽然,企业的社会责任已经不是一个陌生的概念,但是,理论界对社会责任的概念尚没有达成一

致。教科书上说的是“采取行动的时候,要关注自己公司采取行动的影响,尤其是那些弱势群体的影响。”以经济学家弗里德曼为代表的一部分学者认为,企业的责任仅限于经济方面,企业介入社会和政治领域会危及自由。弗里德曼有句名言:“企业就是在遵循社会基本原则(包括法定的和道义的)的同时赚取尽可能多的钱。”相反,以德鲁克为代表的另一批学者却主张,在我们的社会里,企业不可能处于真空状态,企业的作用更宽泛,应包括社会责任在内。笔者认为,在现代社会企业规模、作用日趋扩大的情况下,企业理所当然的承受这社会责任的期望,但是企业绝对不可能真正承担起公众所期望的全部社会责任^[1]。因此,笔者比较倾向于目前国际上普遍认同的理念,即:企业社会责任(Corporate Social Responsibility,简称 CSR)是指,在市场经济体制下,企业在创造利润,对股东利益负责的同时,还要承担对利益相关者的社会责任,包括对自己的员工负责,维护他们的利益;对向它提供产品和服务的供应商负责;对自己所提供产品和服务的客户或消费者负责;对由它产生的社会效果和环境效果负责等等。

二 “捐款门事件”始末及引起的反思

汶川地震发生后,举国上下在无比悲痛的同时,不忘向灾区人民慷慨解囊,纷纷捐款捐物。不少企

[收稿日期] 2009-11-18

[作者简介] 杨正灼(1986-),女,四川卢州人,四川省社会科学院法学所硕士研究生。

业,特别是中国本土企业,纷纷以巨额捐助践行“兼济天下”的传统观念,极大彰显了儒家文化中重义轻利的价值观念。这些在赈灾中表现积极、捐款较多的本土企业得到公众的空前追捧。相比之下,一些恪守西方商业伦理、实力雄厚的跨国企业(如可口可乐、肯德基、麦当劳、诺基亚、LV、大金、宝洁、摩托罗拉、三星、戴尔、IBM等)和个别国内企业,则因捐款较少、捐款不及时、捐款不到位而遭到网络舆论的强烈抨击,甚至其产品也遭到了消费者的抵制。为何一向作为国际社会责任先行者和国内企业社会责任推动者的跨国公司,却在这次事件中被推到风口浪尖?笔者认为,主要原因有三:

其一,企业社会责任的理论分歧,以及不同层次企业社会责任的强制程度和履行机制的差异,使得不同企业基于自身不同经营理念及其所处的环境,有所选择地承担社会责任的范围和程度。长期受西方文化价值观念影响的跨国公司始终把经济和法律责任作为履行社会责任的重点,而对伦理和道德责任则只是适度履行,通常以不影响其经济责任的履行为限度。与之相反,深受中国传统文化影响的不少本土企业,虽然一向在履行经济和法律责任方面与跨国公司无法比拟,但在巨大灾难面前,他们却能比跨国公司更好地履行各种伦理和道德责任,从而极大彰显了儒家文化中的重义轻利思想^[2]。

其二,作为理性经济人的企业,其追求自身利益最大化的本质决定了它一般不会去自觉自愿地承担社会责任,除非该种行动能给自己带来利益。这意味着企业社会责任的承担必须有外部力量的推动,而且这种外部力量只有与企业追求自身利益的内在动力形成良好的配合,才能形成推动企业承担社会责任的良好动力机制。在发达国家社会责任形象良好的跨国公司为何到中国发生了变异?这主要是因为国内尚未形成企业履行社会责任的有效外部推动力量,特别是这些外部力量没能与企业内部力量形成有效对接。

其三,国民对外国跨国公司的捐赠数额期望值过高,并且夹杂着较多的文化偏执。跨国公司社会责任的概念广义上讲是指由三个概念共同构成的概念框架:母国社会责任、东道国社会责任、国际社会责任。跨国公司母国的社会责任是指其对总部所在国的社会责任,由于跨国公司的特殊企业形式不可能否认它的母国属性,所以无论其经营的范围和导向是国内的还是国际的,在本国与一般企业社会责任概念并无本质区别。跨国公司东道国的社会责任是指跨国公司在总部以外其他国家版图内的社会责

任,由于跨国公司的母国属性以及各东道国之间差异巨大,因此这一概念应用于东道国会诱发一些特殊的问题和反应,尤其是发达国家的跨国公司在发展中东道国的社会责任。一般来讲,母国社会责任在跨国公司社会责任框架内处于核心地位,东道国社会责任是母国社会责任的延伸,它的辐射性不可能超越母国社会责任,是一种次要公司社会责任。汶川地震是发生在中国的空前的自然灾害,中国企业在捐赠的参与度、热情度、数额等方面明显高于外国公司,甚至双方对比会形成一个巨大的“落差”,是很自然的事情。

三 从社会责任运动的产生和发展看西方企业社会责任

研究企业社会责任的西方社会,早在概念 CSR 以前,人们已经认识到,追求企业利润最大化的企业活动对社会造成的负面影响,并产生不满。因此,为了保护自己的利益以及人民的生活环境以及长远利益的人类,进行了劳工运动,消费者运动,环保运动,女权运动和企业的社会责任运动。企业社会责任理论产生在美国,企业社会责任运动在 20 世纪初对政府产生了一定的影响,如总统罗斯福极力主张通过国家干预,以保护自然资源和生态环境;总统肯尼迪和尼克松总统提出了五个消费者权益(人身安全权,了解权,选择权,意见受到尊重的请求权等权利)。以及这些运动与政府的答复保护企业利益相关者有关的法律。这些法律,一方面,强制企业承担社会责任;另一方面,为企业经营管理者考虑非股东利益相关者的利益提供了法律依据,并通过企业捐赠税收优惠法规,以鼓励企业承担社会责任,这有利于落实企业社会责任^[3]。如美国,到 20 世纪 90 年代后期,国家已经在公司法里规定了公司的社会责任的内容;日本和德国也部分修改了公司法,以突出保护利益相关者。这期间西方企业社会责任理论的发展经历了三个阶段:

(一)“经济责任观”阶段

持经济责任观点的人不在少数,至今仍有很多学者持此观点。典型代表是著名经济学家密尔顿·弗里德曼(M. Friedman)。持这种观点的学者认为,企业及其管理者只对股东负责,企业并非社会道德的承载者,只有个人才是道德约束的对象,他们认为企业创造利润是存在的唯一目的。

(二)“公众责任观”阶段

持该观点者认为,企业的行为活动应与社会责任及法律政策等保持一致。企业的行为应当与公共

准则保持一致,这里所说的公共准则不仅是指企业应遵循的法律和规则,还包括更广大范围内的诸如公共意见等,如果企业的行为有悖于公共准则,那么企业就须终止其行为以保护社会利益。但是,该观点对责任的合理范围未能做出明确界定。

(三)“社会责任感”阶段

社会责任感即企业能够积极主动地承担社会责任,鼓励与支持企业成为道德行为者,奉献于社会,企业能够以个体的标准严格要求自己。这个观点认为企业社会责任不仅仅是为满足社会最低期望承担义务,而应是最大限度地改善社会福利而采取的积极的实实在在的行为。如 Keith Davis 和 Robert Blamston 就认为企业的社会责任是指其决策者有如他们对待自己的利益一样采取保护与促进社会福利行动的义务。

随着企业社会责任运动和理论的发展,企业的社会责任的实践也随之发展。早在 20 世纪 90 年代,即 20 年前,也有少数企业,如石油大亨洛克菲勒和卡内基钢铁巨头,已经意识到这点的重要性,参与了社会和慈善事业,主动承担社会责任的一部分;在随后的很长一段时间,在劳工运动,社会责任运动中,有关企业在国内通过改善工作条件,增加工资和提供福利,如养老金保护;在外部通过继续承担捐赠或公益事业,以回报社会和公众。20 世纪 90 年代,一方面,在国际舞台,一个大规模的企业社会责任运动,形成以促进国际间合作的 CSR 公司的模式,如在 1999 年 1 月,联合国“全球契约”,要求跨国公司和民营企业在各自的受影响地区遵守、支持和实施人权、劳工标准和环境方面的 10 项基本原则。另一方面,许多知名的跨国公司,以加强自我意识的社会责任,必须制定代表自己的社会责任感,加上大量的工业为基础,区域国家和国际行业组织和非政府组织也形成了不同的“外部”的社会责任行为守则(高达 400 种)。2002 年 2 月在纽约召开的世界经济峰会上,有 36 位 CEO 宣扬企业社会责任是企业核心业务与运作最重要的一部分,并呼吁企业履行其社会责任。社会责任已成为企业的行为准则与企业形象诉求,成为旨在塑造品牌形象的非价格竞争手段。如今,西方企业的社会责任已远超过慈善义举阶段,并有专门的伦理官员、正式的公司社会责任履行计划、系统的项目设计、科学的决策机制和完善的执行程序与控制系统。财富杂志在对 1000 家公司的调查中发现,95% 的被调查者坚信在今后的几年中,他们将必须采用更具有社会责任感的企业行为以维持他们的竞争优势。

四 关于完善我国企业社会责任的几点设想

与西方发达国家相比,我国企业社会责任的发展相对滞后,国内企业履行社会责任的总体状况与国外企业也存在不少差距。改革开放三十年来,虽然不少企业已经具备履行社会责任的经济实力,但履行社会责任的实践状况却不容乐观,这主要是因为国内目前信息不完全、市场不统一、倡导企业社会责任的氛围没有形成、行业自律缺乏、社会组织欠发达、政府行政职能转变没到位以及法制不健全等因素的普遍存在,从而导致企业履行社会责任的外在动力和约束机制尚未形成。针对我国企业社会责任的现状,笔者认为应主要从以下几个方面对其作进一步的法律规制:

(一)强化企业社会责任的法律主体地位。我国现阶段规范企业行为的相关法律中,没有一部专门规范企业社会责任主体的法律。《全民所有制工业企业》第 3 条规定:“企业的根本任务是:根据国家计划 and 市场需求,发展商品生产,创造财富,增加积累,满足社会日益增长的物质和文化生活需要。”第 4 条规定:“企业必须坚持在建设社会主义物质文明的同时建设社会主义精神文明,建设有理想、有道德、有文化、有纪律的职工队伍。”第 6 条规定:“实现资产增值,依法缴纳税金、费用、利润。”从这些原则性的条款可看出,全民所有制企业的中心任务是发展经济,而第 4 条的规定只是为了迎合当时的政治需要。《企业法》《个人独资企业法》等法律虽规定了企业的一些义务,但并未明确规定企业承担社会责任的义务。

新《公司法》第 5 条规定:“公司从事经营活动,必须遵守法律、行政法规,遵守社会公德,商业道德,诚实守信,接受政府和社会公众的监督,承担社会责任。”第 5 条首次在法律中明确规定了公司(企业)的社会责任主体,意味着我国立法对传统企业角色定位的突破。这无疑是我国企业社会责任法制化进程中具有里程碑意义的重大成果。然而规制企业责任的法律远不止《公司法》这一部法律,但仅仅有《公司法》以法律的形式明确规定企业的社会责任。

所以,笔者认为,为强化企业的社会责任意识,有必要在其他规制企业的法律中明确规定企业社会责任的法律主体地位,或者专门制定一部《企业社会法》。通过制定企业社会法,可以要求企业把信息公开披露的内容由传统的财务性公开,扩大到包括财务性公开和社会性公开在内的广泛内容。强化对企业社会责任的监督,进一步完善职工代表参与企业决策的机制,同时积极鼓励非股东社会利益代

表参与企业决策。

(二)完善企业社会责任的各项具体制度。虽然,我国新《公司法》第 5 条明确规定了公司(企业)的社会责任主体地位,但这一条对企业社会责任规定得太过原则,缺乏可操作性,往往在一些具体问题上显得苍白无力。笔者认为,我们应该在彻底吃透新《公司法》第 5 条的立法精神的前提下具体规定企业社会责任的概念、性质、内容及企业不履行社会责任的法律后果,并规定一系列的程序性制度,使企业社会责任在实践中得以贯彻和落实。我们可以借鉴成熟市场经济国家的成功经验在企业治理结构中引入其他相关制度,如欧洲的“共同决定”模式,日本的“经济协调”模式,美国的“利益相关者论”模式等等,促使企业在经营决策过程中履行社会责任^[4]。

(三)统一企业社会责任的价值取向。我国经济法体系中与企业社会责任有关的内容分散在诸多法律中,如《公司法》《劳动法》《产品质量法》《消费者权益保护法》《环境保护法》等。这些法律对企业社会责任的规定均从各自的立法目的出发,规范之间缺乏统一性。为减少同一部门法内部的矛盾,必须统一它们的价值取向,即上述相关的法律制度的价值取向必须统一地体现社会利益本位的观念。

(四)强化对企业社会责任的法律监督。法律监督分为国家监督和社会监督。我国正处于社会主义初级阶段,社会监督还处于自发与分散阶段,即使有像新闻舆论这样有效的社会监督,但由于其是事后监督,总是在损失产生后才能获得救济,社会成本太高^[5]。因此,我国当前对企业社会责任的监督主要应依靠国家机关,在立法上加强与监督企业社会责任相关的部门,如工商、环保、质监等的监督权。保障这些部门依法行使权力,同时也应规定政府部门不作为或监管不力承担相应的法律责任,从外部督促企业履行社会责任。

[参考文献]

- [1] 金建江. 从利益相关者视角解读企业社会责任[J]. 财经科学, 2007(11): 85-105
- [2] 刘俊海. 公司的社会责任[M]. 北京: 北京法律出版社, 1999: 102
- [3] 刘俊海. 新公司法的制度创新: 立法争点与解释难点[M]. 北京: 法律出版社, 2006: 53
- [4] 王富华, 卞雅莉. 利益相关者管理理论及其在我国的应用[J]. 甘肃社会科学, 2004(6): 237-239
- [5] 赵旭东. 新公司法制度设计[M]. 北京: 法律出版社, 2006: 78

Talk on Corporate Social Responsibility from the Donating Case

YANG Zheng-zhuo

(Sichuan Academy of Social Sciences Chengdu 610071, China)

Abstract The donating case initiated by Wenchuan earthquake reflects some facts. On the one hand, it shows differences of corporate social responsibility between different corporations under different cultural backgrounds. On another hand, it reveals that there is an imperfect corporate social responsibility in China. Following the enhanced strength of domestic enterprises and the aroused consciousness of social responsibility, it is necessary that we must strengthen the external driving force from governmental non-governmental organizations, consumers, public and other stakeholders to force corporations fulfill their social responsibility, in order to form a good dynamic mechanism of corporate social responsibility. This paper, using the series of events caused by earthquakes as an entry point, analyses the difference of corporate social responsibility between China and the West and presents some ideas about China.

Key words Donating case; corporate social responsibility; perfect