

关于企业社会责任的经济分析

夏恩君

(北京理工大学,北京 100081)

摘要:本文从经济学意义上分析了企业的社会责任问题,并基于承担社会行为的成本和利润最大化之间的辩证关系给以阐述,得出的基本观点是要着眼于企业的长期利润最大化来看待社会责任问题,最后结合我国的情况提出了几点建议。

关键词:企业;社会责任;经济学分析

中图分类号:F270

文献标识码:A

文章编号:1009-3370(2001)01-0014-04

20世纪末,在人们的经济生活中,全球发生了多起令人震惊的事件,其中英国的“疯牛病”、比利时的“二恶英”和美国的“可口可乐”事件等引起了国际上的广泛关注。从表面上看,这些污染事件出在生产加工过程的监督管理上,但究其深层次原因乃是产品质量的责任困境所致。在我国,涉及到产品质量责任的问题不仅存在,而且在某种程度上说更为严重,譬如“豆腐渣”工程、假冒伪劣商品、环境污染、定价上的欺诈、对员工的不公正待遇和行贿受贿等一系列极为明显的社会责任问题在全国各地屡见不鲜,危害性相当大。从国内外对类似问题的处理方式和态度的比较上看,企业的社会责任问题在我国并没有引起全社会的足够重视,主要表现在全体公民对企业所应承担的社会责任缺乏一个统一的认识,企业自身也缺乏对这个问题的认识,缺乏如何把企业的某些社会行为与自身经济利益结合起来去深入、有效地思考。为此,本文试从理论上对企业的社会责任问题做一经济学意义分析,希望引起企业界的共识和社会的关注。

一、两种不同的企业社会责任观

20世纪中叶以前,人们对企业的社会责任问题几乎还没有认识。进入20世纪60年代以后,在一些发达国家,人们才开始认识到企业除追求利润最大化外,还应承担更宽泛的社会责任,并由此展

开了关于企业社会责任问题的广泛研究与讨论,主要形成了两种不同的理论观点。

1. 关于企业社会责任的传统古典观。

持古典观的学者认为,当今社会大部分经理一般都是职业经理,他们并不拥有他们所经营的公司或企业,他们是公司的雇员,对股东负有责任(只不过他们的职责与普通雇员的职责有所不同罢了),要按股东的利益来经营公司,而股东们关心的只有一件事,即财务收益率。由此他们进一步认为:

(1)当公司的经理们将组织的资源用于“社会产品”时,他们实际上是在削弱市场机制的基础,因为有人必须要为这种资产的再分配付出成本代价。企业的社会责任行为可能导致四个方面的结果:一是降低了公司的利润和股东的分红,股东们将会受到损失;二是降低员工的工资和福利来支付社会行为,广大的员工将会受到损失;三是用提价来补偿社会行为,广大的消费者将受到损失;四是如果市场不接受提高市场价格,则市场份额和公司的销售额便会下降,企业也就生存不下去了,在这种情况下,组织的全部组成要素都将受到损失。基于上述可能的结果分析,古典观学者进一步认为当职业经理们追求利润以外的目标时,他们隐晦地将自己作为非选举产生的政策制定者,而他们是否真正具备怎样来决定社会发展的能力值得怀疑。因此,应选择专门的政治代表来决策社会的行为。

从经济学观点来分析能更好地理解企业社会

收稿日期:2000-10-25

作者简介:夏恩君,北京理工大学管理与经济学院工商管理教研室主任,副教授,博士。

责任的古典观点。如果企业承担社会责任的行为增加了社会成本,则这些成本或者必须以提高价格转嫁给消费者,或者必须以较低的边际利润由股东们承担。在一个不完全竞争的市场上,如果由于承担社会责任而提高价格,则必然会减少销售额。在一个完全竞争的市场上,这种竞争并没有假设成本中含有社会责任成本,因此,提高价格不可能不损失一部分市场分额,这也就意味着市场交换本身必须吸收那些成本,最终将导致公司的利润下降。

(2) 在一个不完全竞争的市场上,存在着种种压力使得投资基金通过资本市场流向能获得最高回报率的企业。一般来讲,如果承担社会责任的公司不能将增加的这部分社会成本转嫁给消费者的话,他们就不得不在内部吸收这部分成本,公司的利润将因此而下降。这样,在资本市场上投资于该公司的投资基金的回报率将降低。经过一段时期以后,投资基金就会从这些承担社会责任的公司中流出来,转向那些不需承担社会责任的公司中,获取更高的回报率。

(3) 在一个开放的经济里,如果管理当局认识到社会责任是企业的目标之一而引起了额外的社会成本,那么全部国内产业的生存可能会受到不产生社会成本的国外竞争者的威胁,或者因增加成本而失去部分市场份额,或者因效益下降而失去优秀的员工等。

2. 现代社会经济观。

现代社会经济观认为,企业的责任不仅仅是使利润最大化,而且还要保护和增加社会财富。这是基于企业作为“社会人”而非纯理性人的假设和利他主义的考虑。持现代社会经济观的学者认为,随着社会的进步和经济的发展,企业的社会责任应该发生转变,因为人们对企业的社会预期发生了变化,我们可以从现代企业的制度形式上得到很好的引证。企业的成立与经营是需要政府许可的,同样,政府也可以依法解散它们。因此,公司或企业不再是只对股东负有责任的独立实体了,从更深层的意义上讲,它还要对建立和维持其生存与发展的更大的社会负责。一是企业应该关心长期的资本收益率最大化。为了实现这一目标,它们必须承担有利于社会长远发展目标的义务以及由此产生的成本;它们必须以积极的态度和方式保护社会福利和增加社会财富。另外,它们还必须融入所在的社区以及资助公益事业和慈善事业,从而在社会中扮演积极的角色,以树立一个良好的形象。二是随着

社会的发展和进步,现代企业已不再仅仅是经济组织了。它们游说和左右政府政策及从事其它活动,为实现自己的利益而影响政治进程。社会接受甚至鼓励工商企业卷入社会、政治和法律环境中。上述观点可以从如下两个方面来理解:

(1) 从社会人的角度来看,企业的存在是建立在社会需求基础之上的,社会需求是由无限的并且表现出多种多样的个人需求所构成的集合。也就是说,企业与广大的消费者是相互依存的。正是这种依存关系,才促进了社会的经济发展和财富的增加。因此,企业的生存与发展首先要维系这种相互依存关系,对社会广大消费者要负有一定的责任感——既要为人们提供某种产品或服务以满足某种需求,同时又不能损害人们对其它方面的需求,如污染、产品质量等对人们健康需求的损害。

(2) 从利他主义方面看,企业在考虑股东利益即实现利润最大化的同时,首先应考虑的是如何来增加社会的财富或福利。社会财富的增加和人们福利状况的改善会进一步促进社会需求的扩大,进而给企业的发展带来机遇和更大的拉动。因此,企业在把利润的一部分用于投资扩建或其它社会行为时,是在为社会承担更大的责任——提供新的就业、增加税收、满足新的更高需求等。

二、社会责任与企业经济行为——现实的判断

从上述关于企业承担社会责任的两种观点看,无论是从长期的还是从短期行为来认识这个问题,企业经济行为的发生,其根本目的还是盈利性的,只是现代企业的社会责任比以前宽泛了。我们所讨论的社会责任指的是一种工商企业追求有利于社会发展的长远目标的义务,而不是法律和经济所要求的义务。这种有利于社会长远目标的义务最终还是体现在企业的长期利润最大化。因此,管理者必须以此作为企业决策的一个准则。下面我们以下两方面做一分析和判断。

1. 社会责任与经济绩效。

企业承担一定的社会责任,或者说参与社会活动,会给自身的经营带来一定影响,包括积极和消极两个方面。但从长期的观点看,积极的一面远大于消极的一面。第一,就企业自身来讲,社会参与是需要成本支出的,就财务上看,这部分成本支出一般都是从企业上年度利润留成中提取的,并不影响本年度的经营业绩。如果说有影响的话,那是影

响企业下年度或今后一段时期的投资和扩大规模。但是,现代金融体系日益完善和发达,货币市场和资本市场为企业融资提供可能和保证,这一点可弥补再投资的制约。从另一个角度来认识,社会参与为企业带来巨大的长远利益,这些长远的利益包括为企业树立了一个良好的企业形象,向社会展示了企业有一支讲究奉献精神的员工队伍,展示了一种企业家的使命感和责任感,以及换来更少的政府干预等,这些都是企业的无形资产,可以赢得社会广大消费者和机构投资者的认同,并最终给企业带来长期的、潜在的利益,足以支付承担社会责任的成本。如1998夏秋季节的特大洪灾,国内许多企业都纷纷表现出相当高的社会责任感并付诸行动,但它并未因此而影响自身的经营业绩。另外,一般来说,在实际生活中人们都采用净收入、资产收益率、股票价格等指标做为衡量企业经济绩效的尺度。这些指标一般来说可能只表明短期的财务绩效,但在存在一定的时间滞后情况下,利用这些短期的财务报表中的指标数据通常也能反映出一些非常有效的结果。而这些结果又证实了社会责任与企业经济绩效之间的因果关系。根据美国的调查资料显示,公司或企业的社会参与行为与其经济绩效之间存在着一种正相关关系:承担社会责任的公司其股票价格并不低于股票价格的全国平均指数。我国的一些上市公司在进行社会参与的过程中并未因此而使得其市值下降,如海尔、华为、春兰等。

2. 社会责任与利润最大化行为。

认识企业的社会责任不能脱离企业的宗旨而将其完全社会化,脱离了这一点来讨论企业的社会责任是虚幻的。我们所说的社会责任是指企业承担的法定义务和责任之外的延伸、拓展。从深层次来认识的话,企业的社会责任必须体现在一种“激励兼容”条件下,即企业的目标与社会的目标协调一致。基于这样的出发点,我们可从以下几方面做进一步的分析。

(1) 表明责任感。企业的社会参与行为发生时,一方面付出了成本,但同时又向社会表明自己是一个富有责任感的企业,能够在经营活动中把公众利益和社会整体利益放在重要的位置,诸如无污染、无欺诈、关心员工等,这能带来社会公众的认同,为今后发展和获得更大的潜在利益埋下伏笔。

(2) 展示经济实力。只有那些有经济实力的企业才能承担一定的社会参与活动,或者说只有企业发展到一定规模或一定阶段时才有能力承担一定

的社会责任。因此,企业承担社会责任的同时,也向社会、向竞争对手展示了企业的经济实力。竞争是需要经济实力的,只有人们看到了企业的实力,认同企业今后发展的后市前景乐观,企业发展才能在融资、聚集人才方面获得优势。

(3) 产生广告效应。从某种程度上说,企业承担社会责任是一种实施由利润驱动的社会行为,也就是所谓“起因相关营销”。通过关注公益事业,如教育、慈善事业等,企业承担更广泛的社会责任,为自己树立一个好的社会公众形象,可以起到“营销诱饵”的作用。我们深入分析则会认识到这种“起因相关营销”的逻辑基础是企业寻找与其所提供的产品和服务相吻合的社会原因,然后以互利的方式把它们联系起来付诸实施,是一种双赢的策略。

(4) 取得政府支持。企业承担社会责任,一个非常重要的方面就是换取政府的强有力支持。公众对政府在承担社会责任方面的角色期待有时会使政府陷入到一种角色冲突之中,这时企业的社会参与将会帮助政府摆脱困境,减轻政府来自于社会公众的压力,如减少失业、缓解通胀压力、治理污染和投资于公用事业等。企业承担了一部分有利于政府实施宏观政策的社会责任,相应地就会获得政府对其社会参与行为的积极认同,在制定和实施政策上向其倾斜,对其发展给以支持。

三、企业社会责任扩展四阶段模型

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、国民整体素质、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。然而,在企业的不同发展阶段,这些因素作用的结果是不一样的。为此,我们借助于组织生命周期理论,把企业的社会参与行为分为四个阶段来展开讨论,这将有助于我们对该问题的认识。

1. 生存阶段。企业在这一时期处于创建初期,生存并在社会上立足是其首选的目标。在这一阶段企业的管理者所追求的基本的社会目标是通过经济活动寻求使成本最低和使利润最大来提高股东的利益。唯有这样才能获得广大股东的支持,得到更大的发展。

2. 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阶段,这时其社会目标

将发生转移。因为企业进入到这一阶段,则表明它在市场中赢得了一席之地,占有了一定的市场份额。那么,接下来是如何巩固已有的根据地,蓄势扩展势力范围,寻求更高的发展。因此,它们承担社会责任的目标主要是承认对员工负有责任,并集中于人力资源管理。它们将通过获得、留住和激励优秀的员工,通过改善工作条件,扩大员工权力和增加工作保障等,为进一步的发展聚集资源和力量。

3. 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时期。在这一阶段,企业将会调整其发展战略,实现规模扩张,包括纵向一体化和横向一体化两方面的发展。此时,企业的管理者考虑的社会目标将由实现股东短期利润最大化开始转向企业长期利润最大化。因此,其社会责任的目标将会随之扩展,公平的价格、高质量的产品和服务、安全的产品、良好的供应商关系等则上升到企业经营理念上的主流价值取向。只有这样,才能间接地满足利害关系者的需要,企业的管理者才能最终履行对股东们的责任,并使股东的利益得到最大限度的实现。

4. 社会化阶段或自我实现阶段。犹如个人职业生涯的顶层设计一样,企业的发展最终也将会达到一个自我实现的最高境界。因为企业具有个性化的一面,是由个体、群体为实现一定目标而形成的一个有机体,企业家精神和价值观在某种意义上对企业发展的影响是深远的。在这一阶段,企业的规模已达相当程度,其经济实力对它所在的社会各个方面都能产生一定影响,因此,企业的社会目标

则应更加宏大,它将开始对社会整体状况负有一定的责任感。通常企业达到辉煌时期,并且规模得到空前发展,这样的企业已非经营者个人所有或几个大股东所控制的事业,它们被看作社会公众财产,它们的社会目标是对提高社会公众的利益负有责任。承担这样的责任意味着企业经营者积极促进社会公正、保护环境、支持社会公益活动和文化教育活动等。即使这些活动短期内对企业的利润产生消极影响,其责任感也不会有所降低,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时,企业自身的发展才会有一个更大、更加繁荣的未来。

四、结论性的认识

强化企业社会责任方面的认识是每一个社会必须面对的问题,因为它一方面关系到企业自身的发展和发达的利益所在;另一方面,它又是影响整个社会各个方面协调发展的一种价值观的精神因素体现。因此,我们要给以认真思考,严肃对待。就我国目前的状况而言,一是强化认识,提高企业经营者的素质,树立企业经营的社会观;二是加强企业文化建设,提高员工的责任感和良好的道德观;三是强化全民的社会监督意识,确立广大消费者对具有良好社会目标取向和社会行为的企业的认同感;四是加强法制建设,对有悖于企业社会责任的一些危害行为给以严厉制裁和打击;五是政府对承担社会责任的企业应给以某些政策上的倾斜,如信贷等。

参考文献:

- [1] [美] K. E. 凯斯, R. C. 费尔著. 经济学原理(上)[M]. 北京:中国人民大学出版社,1994.
- [2] [美] 加里·S·贝克尔著. 人类行为的经济分析[M]. 上海:上海三联书店,1995.
- [3] [美] 斯蒂芬·P·罗宾斯著. 管理学[M]. 北京:中国人民大学出版社,1997.

An Economic Analysis of an Enterprise's Social Responsibility

XIA En-jun

(Beijing Institute of Technology, Beijing 100081)

Abstract: At the point of economics the present paper analyzes the social responsibility assumed by an enterprise. Based on the statement of the relationship between the cost of assuming social responsibility and benefit maximum, a conclusion is drawn that the social responsibility should be viewed upon the long-termed benefit maximum of an enterprise.

Keywords: enterprise; social responsibility; an analysis of economics