企业社会责任:责任与权利的对应与统一

——反思义乌“小商品城事件”

吴树畅

(山东工商学院 山东烟台 264005)

【摘要】本文以“小商品城事件”为例,提出了企业社会责任是责任与权利的对应与统一的观点,同时对于企业加强社会责任管理提出了相关对策。

【关键词】企业社会责任 利益相关者 小商品城

企业社会责任虽然强调的是企业对社会应承担的责任,但是履行社会责任也能给企业带来机遇。如果不认真履行社会责任,企业就会失去现有或潜在的商机,如小商品城(600415)因为社会责任问题,就失去了义乌国际商贸城三期所带来的商机。

一、社会责任缺失,小商品城错失商机

浙江中国小商品城集团股份有限公司创建于1993年12月,系国有控股现代化股份制企业。公司以独家经营开发、管理、服务义乌中国小商品城为主业。2006年,距离义乌仅8公里的东阳世贸城的兴建,使义乌小商品城遭遇了自创设以来最强有力的挑战。面对东阳世贸城扑面而来的竞争攻势,义乌市政府于2006年7月决定,在国际商贸城一期、二期的基础上,全面启动总占地面积约840亩的国际商贸城三期市场规划建设。然而,关于国际商贸城三期的产权问题却引起了争议。一种观点认为,虽然小商品城的兴起一开始是由民间力量推动的,但在后来的发展进程中,政府的引导、调控和规范起到了决定性作用。小商品城追求的是股东经济利益的最大化,并没有承担相应的社会责任,这并不利于小商品城的持续繁荣和发展。因此,国际商贸城三期的产权应由义乌国资委掌控。另一种观点认为,将国际商贸城三期交给义乌国资委经营,势必造成同业竞争,引起小商品城客户的流失,损害小商品城股东的利益,这并不利于小商品城的发展。因此,国际商贸城三期的产权仍应由小商品城掌控。然而,小商品城最终未能获得国际商贸城三期的产权。

国际商贸城产权的旁落不仅造成小商品城内生市场增长源头的断流,而且加剧了小商品城与东阳世贸城、国际商贸城三期之间的竞争,直接影响到小商品城业绩的持续稳定增长。消息一出,小商品城股价应声而落,由最高的119.88元跌到67.01元。痛定思痛,公司管理层认为作为提供准公共物品的上市公司必须承担推进当地小商品市场长期持续发展的社会责任,而不应仅以追求股东利益最大化为目标。此后,公司试图通过向义乌慈善总会捐款、利用一期市场续租收入增加部分反哺市场、小幅度调整续租租金等措施来改善公司的社会形象。但是,公司管理层履行社会责任的行为并没有获得流通股股东的认同。面对公司2007年上半年收入增长减速、反哺市场费用大幅度增加的现实,不少股东在股东大会上站出来质疑公司为何不按市场化标准提高租金,并反对慈善捐款,造成公司管理层与流通股股东之间产生极大的分歧。

二、从小商品城事件反思企业履行社会责任的必要性

由小商品城事件可以看出,政府是公司重要的利益相关者,政府的态度将关系到公司未来的发展。企业并非简单意义上的“法律虚构物”,它代表的是特定利益集团的意志。特定利益集团不仅包括股东,而且包括债权人、员工、客户、政府和社区等其他利益相关者。企业不仅要为股东的利益着想,而且要为其他利益相关者服务。股东为企业提供的资源是实物资本,享受的是剩余收益,承担了比其他利益相关者更大的风险;债权人、员工、客户等通过合同的形式为企业提供不同资源,获得的是合同收益;政府为企业的生产经营提供了公共物品,而政府所提供的公共物品依赖于企业缴纳的税款。如果企业依法纳税,就有理由享受政府提供的各种服务,否则企业将遭受相应的惩罚。另外,在经济转轨的过程中,政府会将其所拥有的资源不断交给企业去经营,而这些资源又具有准公共物品的性质,与政府密切相关。强调企业的社会责任,不仅要强调企业对股东的责任,而且要强调企业对债权人、员工、客户、政府和社区的责任。特别是对于类似于小商品城的公司,政府向其提供的经营性资源是一种特许经营权,这种特许经营权具有典型的准公共物品的性质,如果只顾及股东的利益,而不顾及政府、客户等的利益,该公司的发展壮大就失去了依托。

影响企业长期生存与发展的因素是多方面的,其中企业责任就是影响企业可持续发展的重要因素之一。企业责任包括企业的经济责任、环境责任和社会责任三个方面。企业一般较注重经济责任,但却常常忽视环境责任和社会责任。企业在追求经济利益时,不会顾及是否损害环境利益和社会利益,特别是在一个国家或地区的经济工业化过程的初期和中期,这种观念不容改变。也正因为如此,当一个国家或地区的经济发展到工业化中后期时,资源短缺、环境污染和社会动荡等问题就会逐渐显露,成为制约经济持续发展的因素。此时,这些看似与企业不相关的问题就会成为企业生存与发展的绊

脚石。

三、企业社会责任是责任与权利的统一体

小商品城之所以会失去义乌国际商贸城三期的产权,其中一个重要的原因是企业社会责任的缺失。事实上,如果小商品城能够主动承担相应的社会责任,改变其在当地的社会形象,那么国际商贸城三期的产权理所当然归其所有。因为,仅仅强调企业的经济利益,可能会破坏义乌发展的模式,在这种情况下,政府当然会选择其他持股策略。通过这个事件,笔者认为企业履行社会责任是要付出一定代价的,这种代价是企业获得更多商机必须付出的成本。

从生态环境保护的角度看,企业的社会责任可划分为环境责任、资源责任、质量责任等。从表面上看,承担上述社会责任会增加企业成本,但是成本只是利润的减项,考察企业的利润是否发生变化,还要考察企业的收入以及其他成本项目是否也随之发生了变化。从环境责任看,应减少废气、废水、废渣等有害物质的排放,企业需要加大资金投入,提高技术水平,直接表现为企业成本的增加。但是,如果废气、废水、废渣能够循环利用,则不仅能够降低企业的外部不经济性,而且能够降低企业的成本。从资源责任来看,企业降低资源消耗不仅直接表现为成本的降低,还表现为企业对资源的依赖程度的降低,从而提高了企业的成本竞争优势。从质量责任来看,企业提供质量合格的产品或服务虽然会导致质量成本的上升,但是会赢得消费者的信赖和认可,从而提高市场占有率。

从利益相关者的角度看,企业的发展前景有赖于管理层对公众不断变化的期望的满足。Freeman认为,企业不仅要对股东负责,也应该平衡其他利益相关者的利益。企业对债权人、员工、客户、政府和社区承担相应的责任,不仅不会损害股东的利益,而且有助于股东利益的长期稳定增长。企业依法经营纳税,不仅可以获得政府政策上的支持,而且有助于获得更多的政府采购合同。企业捐助或投资落后社区,为社区提供相应服务,不仅可以解决社区的实际困难,而且会给企业带来新的商机,挖掘新的利润增长点。

从经济全球化的角度看,企业承担相应的社会责任有利于突破贸易壁垒和市场壁垒。随着我国企业对外贸易额的不断增加,遭遇进口国利用社会标准设置贸易壁垒和市场壁垒的案例也越来越多。深圳创维集团公司为了应对欧盟RoHS等环保指令,禁止某些有害物质在电子电器产品中使用,专门成立了绿色环保供应链项目小组,以研究如何构建禁用物质管理体系。欧盟指令只管制铅、铬等6种有害物质,而深圳创维集团公司禁用物质已经增至33种。同时,深圳创维集团公司还要求其千余家上游供货商遵从这一系列标准,率先在行业内打造绿色环保供应链。由于遵循了绿色环保标准,深圳创维集团公司的产品得以打入欧盟市场,创造了新的利润增长点。正如彼得·德鲁克所说:管理层要将不可避免的问题转化为建设性的方案,设法让社会的要求不会威胁或限制企业行动自由,反而成为企业健全发展的契机。企业既是社会财富的创造者,也是社会资源的消耗者,企业与社会共生的关系决定了企业必须履行社会责任。

因此,企业社会责任不仅仅是一种责任,还是一种机遇,它不仅能够给企业带来新的商机,为企业长期利益的稳定增长提供保障,而且能够提升公司的生存能力和竞争能力。

四、企业加强社会责任管理的对策

1. *明确企业应承担的社会责任。*明确企业应当承担什么样的社会责任是制定企业社会责任战略规划的前提。追求利润是企业的基本目标,企业承担社会责任是为了协调企业的经济价值与社会公益价值之间的关系,经济价值的提升应有助于社会公益价值的提升。企业所处行业、经营范围的不同,决定了每个企业的社会责任也不尽相同。因此,企业应根据自己的经营范围和经营特点确定其应承担的社会责任。如小商品城在痛失国际商贸城三期产权之后,专门召集了专家、政府官员、机构投资者等对小商品城的社会责任问题进行讨论,其目的就是要弄清楚公司应当承担哪些社会责任。例如有专家认为,小商品城是义乌经济发展的龙头企业,企业今后的发展,一方面要确保市场的长期持续繁荣,这是企业对义乌当地社会发展承担的主要社会责任;另一方面,要确保公司效益的增长,处理好企业与政府、社会责任与经济效益、市(指市场客户资源)与场(指市场硬件)、市民与股民、企业与经营户、小商品指数与股价、主业与副业、部门与企业等八大关系。这就为小商品城未来加强社会责任管理指明了方向,避免了其盲目履行社会责任。

2. *完善公司治理结构下的专业委员会,为企业社会责任管理提供平台。*在英美等发达国家,公司董事会下一般设置公共政策关系委员会,该委员会负责处理公司与政府、社会、客户等之间的关系,制定公司社会责任战略规划等。从小商品城管理层与股东对待社会责任的态度来看,他们之间明显存在分歧,但这种分歧并不是不能消除的,关键是要确定公司应当承担什么样的社会责任,以及如何规范履行社会责任。因此,在公司内部应当设置类似于公共政策关系委员会的专业委员会,该专业委员会对股东大会负责,负责协调企业利益相关者之间的关系,正确处理企业经济价值与社会公益价值之间的关系。

3. *企业应将社会责任纳入战略管理框架。*社会责任是企业在发展过程中不容回避的问题,正确处理企业发展过程中的社会责任问题,有利于企业持续稳定发展,否则企业的发展将得不到资源的支持,也会失去许多有价值的商机。因此,为了进一步规范企业履行社会责任的行为,必须将企业社会责任纳入战略管理框架予以考虑,为具体履行企业社会责任提供指导。这样就可以避免企业盲目履行社会责任,同时有助于企业系统地分析影响其持续发展的各种因素,从而使企业获得健康发展。

主要参考文献

1. 徐晓巍.小商品城遭遇多事之“秋”.中国证券报.2007-09-24

2. 黄蕾.不同视角下的企业社会责任.上海企业,2007;3

3. 汪连海.当前国际企业社会责任投资发展趋势及对我国的启示.对外经贸财会,2006;5