



在经济全球化的背景下,全球社会兴起了一场企业社会责任运动。社会责任运动已经在全球范围内产生了广泛的影响,并带来了一些令人关注的现象与趋势。它给我们带来了诸多启示:对政府来说,要倡导和鼓励企业承担起社会责任,发挥法律在强化企业社会责任方面的推动和规范作用;对于企业来说,要逐步承担起社会责任,建立社会责任管理体系,与社会其他企业和社会团体建立伙伴关系,并增加企业的透明度,以有助于企业与社会各方的沟通、协作。

全球企业社会责任的历史缘起

企业是社会发展的产物,本身是个历史的概念,因此企业社会责任运动也是在历史进程中逐渐形成的。西方国家企业社会责任历史可以分成五个阶段:

(1) 古典时期(公元前5000年至公元550年),商人的社会和法律地位十分卑微,其角色被定位为社区提供服务,强大的社区精神和压力迫使商人开展社会公益性活动;

(2) 中世纪时期(1000年至1500年),在教会势力异常强大甚至凌驾于国家之上的中世纪,盈利性活动被视为违背基督教精神的洪水猛兽,商人存在的目的就是服务于公共利益;

(3) 重商主义时期(1500年至1800年),商人以盈利最大化对自我利益的追求受到鼓励,但同时要求商人对社区、慈善事业等履行社会义务;

(4) 工业化时期(1800年至1920年),随着工业革命的产生和发展,资本主义市场经济制度逐步建立起来,企业社会经济生活中逐渐占据主导地位。自由放任的经济思想,更是极力鼓吹政府对企业自由和市场自由的鼓励,而非政府干预,对于企业社会责任更是强烈抵制。这时企业的理念就是股东个人利益绝对化,企业经营者的实现盈利最大化。由于企业的存在和发展对国家和地方的社会经济生活影响甚巨,企业社会责任的初步观念也处于胎动之中;

(5) 现代意义上的企业社会责任强化时期(1920年至今),从20世纪30年代开始,社会对企业的要求是,生产越来越多的商品、提供越来越多的服务,不断提高社会的生活水平。因此经济目标不是企业的唯一目标。一些企业的经营者开始积极解决环境保护、失业和有效利用人力资源等社会问题。这实际上是现代意义上的企业社会责任的起源。

社会已经从不要企业履行社会责任转变为要求企业履行各种社会责任;社会要求企业负担的责任,已经由昔日的经济与法律责任,扩大到法律规范以外的道德性及自发性责任。因此,在社会环境因素的变迁影响下,现代企业只有积极主动地承担起社会责任,并扩大其关注范围及思考层次才能符合现代社会公众的期望。这些变化自20世纪90年代开始变得日益明显,许多国家的政府、公众和利益相关组织意识到劳工标准的重要性,认识到企业在解决社

会问题方面的重要作用,积极推行企业社会责任活动。公司的责任仅归结为股东利益最大化,公司对股东以外的其他个人、群体同样负有责任,这就是公司的社会责任。

社会责任运动已经在全球范围内产生了广泛的影响,出现了一些社会责任准则和标准,从而带来了一些令人关注的现象与趋势,其发展的情况主要表现在以下几个方面:

1. “生产守则”。“生产守则”往往根据国际劳工组织的公约和本国的劳动法规制定,每一家公司的守则可能内容各不相同,但基本内容均包括:消除剥削性童工;废除强迫劳动;就业无歧视;结社自由和集体谈判权。另外,也有一些公司加入环境保护、慈善活动和社区关系等内容。

1991年,美国牛仔牌品牌商 Levi-Strauss 在被攻击其产品是在“血汗工厂”生产之后,率先制定生产守则。此后,许多国际知名的跨国公司都制定了相应的企业守则,如通用电气、锐步、沃尔玛、麦当劳等。它们要求合作伙伴严格执行这些规则,对于严重违反规则或者拒不遵守规则的工厂,会对其取消采购订单,甚至供应商资格。沃尔玛公司制定了供应商守则,内容涉及多项基本劳工标准。每年定期评估,以确保合约工厂持续符合标准并不断改进。麦当劳公司于1993年首次发表“社会责任守则”,并于1998年决定首先在中国实施其供应商社会责任监督计划。

2. WTO与“社会条款”。“社会条款”在WTO中是一个与劳工标准紧密相关的词汇。如果说WTO重点规定了企业和政府的权利和义务的话,那么社会条款所关注的却是劳动者的权利。“社会条款”是对国际公约中有关社会保障、劳动者待遇、劳工权利、劳动标准等方面规定的总结。

对于社会来说,企业社会责任运动是一种社会进步,我们必须适



应这种历史发展趋势。在西方发达国家,企业社会责任并不完全是靠企业家自身的觉醒形成的,而是靠市民社会的基础和各种社会运动的推动发展起来的。发达国家的经验表明,企业履行社会责任需要一个坚实的社会基础,这就是社会公众的责任意识,最基本的就是对人的尊严和权利的尊重意识和对自然环境的保护意识。这种责任意识不仅需要法律和公共政策去规范和引导,

还需要通过培训、教育和宣传等各种方式,培育社会公众对他人的和社会的责任意识,鼓励社会公众参与和支持企业履行社会责任的行动。另外,媒体在发达国家的企业社会责任中起到了重要的推动作用,因此社会也需要媒体积极行动起来,宣传和报道企业履行社会责任的情况,通过监督和批评给不负责任的企业施加压力。
 (来源:《经济研究导刊》)

欧盟理念与企业CSR政策

欧盟官方对CSR定义

有关CSR的概念存在有多种认识。欧盟目前的官方定义为“企业社会责任CSR是指企业在自愿的基础上,将对社会和环境的关注融入到其商业运作以及企业与其利益相关方的相互关系中”。

对于该定义需要强调的是:

第一,欧盟认为CSR实际上既包括社会问题也包含环境问题,使用企业社会责任这样的定义是因为它已经被广泛接受和认可,事实上,企业社会责任是一个具有广泛内涵的概念,包含了企业对社会整体应负的责任,具体话题包括:健康、安全、环境污染等,当然也包含更广泛的一些内容。

第二,定义中特别指出了CSR包括企业如何协调与利益相关方的相互关系,也就是企业如何在商业运作中协调、考虑雇员、消费者、商业合作伙伴、地方社区与整个社会的一些合法的关切。欧盟确认企业是实践CSR最基本的主体,但同时企业的CSR实践需要在企业内部和外部的利益相关方之间进行讨论和协调。

第三,欧盟强调CSR是将对社会和环保的关注融入到商业运作之中,也就是企业如何在商业活动之外附加的一系列附加活动,相反CSR恰恰应该是一个企业每天如何运作的问题:产品的研发、生产过程、销售与市场、人力资源管理等等。

最后,定义强调CSR自愿的性质,也就是说欧盟认为CSR意味着企业如何在最低限度的法律义务之上关注社会和环境问题。从这一角度来讲,遵守法律是CSR的前提条件,但是不等同于CSR。这一定义对欧洲是有益的,但是我们也意识到,它不一定非常符合中国对CSR的理解。

CSR为什么是重要的

欧盟认为可以从两方面来认识CSR的重要性,从企业自身的角度和社会整体获益的角度。

从企业自身来看,CSR的重要性体现在其是增强企业竞争力的一个重要途径。

但是必须澄清,CSR并不是在所有情况下对所有企业都能增强竞争力的魔棒,但是CSR的确可以带来商业“优势”advantages,包括吸引、留住、激励员工;通过降低能耗和其他投入而降低成本;通过开发新产品和服务以帮助解决社会问题,带来创新。同时CSR也有助于树立品牌形象和提高企业声誉。最后,CSR也是持续满足消费者需要的一种方法,即在欧洲或者其他地方,产品是以一种对社会和环境负责任的方式生产出来的。

基于以上的分析,以及经济全球化形势,CSR代表了全世界各地当然也包括中国的企业发展的崭新的机遇。

从社会广泛的利益来看,CSR可以帮助我们更好地协调经济、社会和环境的发展和竞争。

如果更多的企业承担起对社会和环境的关注,使得我们能更好地追求可持续发展的目标。我们也相信,通过CSR企业可以对政府制定的公共政策目标有所贡献。例如通过企业从弱势群体中招募更多的员工,使得企业实际上为提高弱势群体参与社会的水平作出了贡献。

欧盟认为CSR还可以提升地区甚至国家的声誉,在欧洲,有许多国家致力于推进企业树立符合CSR的企业文化,使得该地区更加吸引投资者,该地区市场的产品具有更积极的品牌形象。

CSR目前在欧盟的现状

在某种程度上,欧盟是在此领域处于领先地位,但是也没有理由因此而满足,因为近5年来,欧盟在CSR方面取得了巨大进步,但是并不能说大部分的欧洲企业都已经接受了CSR的理念。

而且在欧盟成员国之间也存在着较大的差异,一些致力于在广泛的范围内推进CSR,例如制定国家的CSR标准(奥地利);一些推荐公司发布CSR报告(法国);一些致力于开展国家内的对话(西班牙、德国)。

欧洲委员会对CSR在欧洲的发展作出了巨大的贡献。2001年公布了第一次有关CSR的讨论文件,以此为基础,2002年时通过了第一份官方的政策文件。那份文件中一个重要的提案是为欧洲层面的主要利益相关方建立对话平台,即雇主政治、工会和社会团体。尽管参与者无法在所有的问题上达成一致,但这个平台是一个主要的创新和学习的平台,加深了欧盟对CSR的理解和进一步推进对这一理念达成共识。

欧盟对CSR的政策

2006年3月通过的欧盟在CSR方面的最新政策表明:

首先,欧盟已经将CSR列入在增长和就业方面的发展战略的核心部分,并作为希望于企业参与营造友好的欧洲商业环境的组成部分。同时强调通过CSR,企业可以对增长和就业的目标,以及其他有关可持续发展方面的公共政策目标作出很大的贡献。

第二,欧洲委员会不准备对CSR立法,也不会发展在欧洲范围内的CSR标准。这并不表明欧盟认为在CSR上形成标准不重要,很明显它对很多企业是很重要的,欧盟认为CSR标准或者其他的指引文件例如生产守则在全球的范围内发展很好,但是,欧盟坚持为了确保持续性,这类标准或者生产守则应该反映国际(例如国际劳工公约)认可的手段。

第三,新的政策指出了欧盟委员会将进一步关注的CSR领域,包括CSR的国际范围。欧盟承诺推进、与其他政府合作,密切关注和推行CSR的国际指引,例如国际劳工组织的《关于跨国公司和社会政策的三方原则宣言》、《OECD跨国公司指引》、联合国《全球契约》。

另一个欧盟将继续关注的问题是在中小企业(SMEs)中推进CSR的理念,因为SMEs构成了欧洲公司的绝大部分,因为如果欧盟决定使CSR成为欧洲普遍的商业实践,那么中小企业就是欧盟应予关注的重点,中小企业实践CSR比大企业需要更加灵活和直观的方式,因此进行适当调整以鼓励他们在此方面承担更多是必须的。

最后,新政策中欧盟表达了在CSR方面发动建立新欧洲联盟的强烈的政治支持。开放、商业导向的运动,不是会员俱乐部,需要有规则和条件加入,而是政治伞大企业、中小企业和它们的利益相关方发动的新的已经存在的CSR行动,通过联盟提供的网络和学习机会,对欧洲企业的CSR实践产生巨大的影响。

(文章来源:《WTO经济导刊》)

背景

欧美、日本企业CSR相关法规政策的发展

欧美、日本等国家关于企业社会责任的法规在不断地发展与完善过程实现了对企业行为的多方面严格约束。虽然法律对道德的关注使其对社会利益相关方的影响,但传统的企业法在企业角色的定位上仍然普遍遵从利润最大化的经营目标。利润最大化作为企业唯一目的并不一定直接规定在法律中,但这一观念无疑是构建企业法和指导企业司法实践的准绳。

自20世纪30年代以来,伴随着企业社会责任理念的兴起,利润不再是企业唯一目标,法律逐渐将利润目标与利润目标相结合,从只注重前者转变为寻求二者的协调。企业社会责任思想赋予了企业在守法方面以积极的角色,法律的主要任务在于为企业在社会中扮演这种角色提供激励或促进机制,以最终达致企业的利润目标与公益目标的良性互动。

环境税

环境税是防治环境污染,促进资源合理利用的有效手段,欧洲许多国家以及美国都通过多种独立的环境税限制企业行为对环境的负面影响。我国可以吸取他们的经验,开征独立的环境税种,内容包括对大气污染

税、废水污染税、固体废物税、噪音污染税等,根据不同的污染物种类对环境破坏作用的大小以及排放量确定课税方法。此外,我国现行资源税征收范围过窄,起不到严格约束企业行为,全面保护资源的作用,因此,应将土地资源、水资源、森林资源、草原资源、海洋资源等列入征收范围,以有效保护我国短缺的自然资源,保持生态平衡。借鉴英国、瑞典等的经验,不但要注重环境税的征收,而且要充分发挥环境税支出对企业的激励作用,协调好控制与激励这两种有效手段。

发布公共环境信息

正确的环保措施必须建立在真实可靠的环境信息基础之上,德国环境信息法第4条规定,每个人都有权利了解政府机关所拥有的环境信息,此外,该法还规定,联邦政府每4年要公布一次联邦德国的环境状态,以使各级政府、企业和公民对本国的环境状况有一个全面的了解。制定相关法规政策确保定期发布环境信息,让企业充分了解当前生态环境也是我国可以借鉴的。

公益诉讼与公益团体

美国的环境公益诉讼使得任何

人当自己利益受到有害影响时,都有权根据民事诉讼,控告排污者违反法律规定的标准,或者控告环保局没有采取有效措施执行法律规定,因此推动了环保团体提起诉讼以保护环境。公益诉讼的制度使得更多民众能够通过民间组织参与到对企业社会责任运动中,对约束和监督企业与政府发挥了不可磨灭的作用。这是我国可以借鉴的,当然,公益诉讼制度能够发挥积极作用还依赖于一系列的相关因素,包括环境信息公开制度,数量众多的环保团体的存在,公益基金会的大量资金支持,以及民众的法制观念和公民意识的提高。所以,要在我国实现公益诉讼还有比较长的道路。

加强消费者权益保护

德国、瑞典、日本的官方消费者保护机构形成了完整的运作体系,确保产品质量、保障消费者权益发挥了巨大的作用,行政保护是履行保护消费者权益的一项重要法律制度。近年来,食品安全成为我国产品质量的重要问题,美国不仅制定了食品生产企业规定了需要具备的条件,进行过程监管;此外还制定了食品进入市场的规章,要求食品进入市场前必须经过严格的检验和批准,并明确

规定了进入市场时需要检验的食品的种类和范围此外,扩大产品责任主体的范围。

荷兰政府内部没有消费者保护机构,只有民间的保护消费者权益组织;英国的环境组织制约着企业行为,而其发展离不开政府财政的大力支持;美国政府推动着非官方机构的发展,从而让企业社会责任运动全面展开;日本政府消费者保护行政管理部门对非官方的消费者组织进行持续指导,消费者团体的活动主要是在经济企划厅的国民生活局指导下进行。而仅仅依靠政府的力量不可能触及到企业社会责任的方方面面,我国也需要支持鼓励非官方企业社会责任相关组织的发展,为它们提供资金支持,加强与它们的合作和交流,让企业社会责任运动渗透到更多的领域。

综上,欧美、日本的企业能够较好行使社会责任是各国完善的法规,严格的控制和管理、适当的激励政策以及非政府组织的积极参与共同作用的结果,我国需要借鉴他们的经验并结合我国实际不断完善企业社会责任相关立法,改革管理机构,加强执法,配合经济激励手段,同时大力支持非政府机构的发展,鼓励全民参与,才能培育出有利于激励和督促企业履行社会责任的法规政策环境。
 (国研供稿)