

CSR推进机制建设的主要问题及应对

Problems and Solutions on CSR Promotion Mechanism

文 | 肖红军 郑若娟

2013年,在社会责任推进主体、社会责任制度建设、社会责任组织管理、社会责任信息披露、社会责任融入、社会责任绩效评价等方面,我国企业社会责任推进机制建设取得较大进展,但仍存在一些亟待理论和实践加以解决的问题。

存在的问题

缺乏科学的顶层设计

由于宏观或微观层面上都缺乏科学的顶层设计,导致我国企业社会责任实践中存在种种困惑、异化甚至误区。首先是缺乏从国家层面上制定企业社会责任战略。我国目前缺乏一部国家层面上关于企业社会责任的战略性文件,无法对我国企业社会责任的推进工作提供一个统领性指导。二是缺乏统一的社会责任国家标准。由于企业社会责任本身的复杂性和争议性,导致企业社会责任认识和实践都存在众多分歧,我国不同行业、地区或不同特征的企业参考的标准不统一。三是缺乏国家层面的企业社会责任推进机构,缺乏一个独立的部门从总体上统一部署、规划和推进全国范围内的企业社会责任。此外,在微观层面上,企业社会责任实践往往从社会责任报告入手,普遍缺乏社会责任战略和社会责任规划,因此,企业社会责任实践仍以议题管理、项目或活动为主的状况,而这些实践活动常与企业战略相脱节,各种企业社会责任实践活动之间也缺乏关联性。

缺乏扎实的专业研究

在学术界方面,由于企业社会责任领域的学者有着不同的学科背景,其研究往往基于不同的学术理论视角,对企业社会责任的研究一般只关注于与其学科有关的议题或特定的实践问题,主要集中于应用层面,缺乏理论高度,也缺乏对企业社会责任的基础性问题进行深入研究,导致目前企业社会责任缺乏一个完整的理论框架,许多基础性问题无法得到解答,表现为理论远远滞后于实践的需求,甚至理论与实践的脱节;与此同时,现有研究的分析方法主要是静态的,很少和我国的社会发展程度、经济发展阶段、行业特征相联系,导致得到的研究结论缺乏针对性和指导意义。在企业方面,近年来国内一些领先企业也开展了不少企业社会责任研究工作,但多数企业主要是借鉴现有的理论成果或者是其他企业的经验,总体上存在二次开发不足的现象。

缺乏内生的推进动力

企业社会责任在实践的发展很大程度上是来自外部环境的要求或压力,是出于压力或风险控制的动机。但是,内部动力才是推动企业社会责任的根本,只有基于内生动机的企业社会责任才能真正实现其创造综合价值的功能。我国企业缺乏推动社会责任的内生动力,因此,其实际价值或透明度均不高,这将会阻碍我国企业社会责任的可持续发展。

缺乏适宜的推进模式

近年来,我国企业尤其是中央企业在社会

责任推进方面已经取得很大进展，一些优秀的企业形成了独特而适宜的社会责任推进模式。大多数中国企业仍未形成适合企业自身特点的社会责任推进模式，与世界一流企业相比，仍面临基础管理的短板和可持续发展方面的瓶颈，在体制机制、方法路径和管理工具上尚存诸多困扰，在实践中，由于在缺乏适宜的模式，企业社会责任的推进工作往往是支离破碎的，而企业社会责任价值创造的功能也难以实现。

缺乏有效的激励约束

就目前而言，我国在政府层面上没有形成针对企业社会责任的实质性激励措施，但各级政府通过政策、倡议、指南等在一定程度上形成企业履行社会责任的压力；同时，行业组织、媒体、社会公众等所形成的压力也超过了对企业履行社会责任的激励，因此，这种主要基于外部压力而不是出于企业内在动机的社会责任实践，可能导致企业和利益相关方之间的博弈，利益相关方的压力和企业的逃避相互交织形成恶性循环。此外，许多地方政府为了追求GDP而信奉“资本万能论”，强调企业经济贡献而淡化企业的社会贡献，甚至很多政府官员对企业社会责任认知也存在偏差，无法对企业社会责任给予正确的规范和引导。

缺乏前瞻的管理转型

一方面，多数企业没有根据社会责任的理念改进原有的生产经营管理制度；另一方面，多数企业的社会责任管理制度建设滞后，特别是在社会责任组织机构建设、企业社会责任指标体系构建、企业社会责任绩效考核制度制定等方面进展相当缓慢。就目前而言，我国企业社会责任管理在管理理念、管理目标、管理对象和管理工具等方面缺乏先进性和前瞻性，与国外一流企业存在较大的差距。

对策建议

科学开展统一顶层设计

推进我国企业社会责任发展需要科学地开展顶层设计，就宏观层面而言，一是积极制定

和出台国家层面的企业社会责任战略性文件，服务国家可持续发展的战略目标，从国家层面上认识和推动企业社会责任。二是制定统一的社会责任国家标准，从国家高度上明确企业社会责任的内容、范围、意义，有利于提升和统一全社会对企业社会责任的认识，加强和提升中国企业履行社会责任的实践水平。目前，中国标准化研究院根据中国标准化委员会的工作部署，其所制定的《社会责任指南》和《社会责任报告编制指南》已经进入意见征求阶段，这将为形成对企业社会责任的统一认识，并为企业社会责任实践提供重要依据。就微观层面而言，一是企业要基于社会责任理念，重新提炼企业价值观、使命和愿景，明确企业社会责任工作目标；二是企业要重视社会责任战略和规划的制定，以此作为企业内部推进社会责任工作的基础和保障。

建立健全分类推进模式

企业社会责任发展具有多元化和渐进性的特征，因此，企业社会责任推进既不是一蹴而就的工作，也不只是可适用于所有企业的某一套推进模式。2013年4月，国资委副主任邵宁在中央企业社会责任指导委员会会议上明确要求“要引导企业紧密结合所处的行业特点、企业特点，在业务影响范围内开展有比较优势的社会责任实践，形成各具特色的社会责任模式”，综合考虑意愿、总体设想、切入点，并结合自身性质、规模、运营业务、地域分布等各方面因素，构建不同类型的社会责任模式。

充分发挥多元协同力量

国内外的社会责任发展历程都表明，企业社会责任推进是多方力量协同促进的结果。因此，推进我国企业社会责任的发展一方面要充分发挥外部的行政力量、市场力量和社会力量，整合和充分发挥政府、消费者、环境保护运动、责任投资运动、商业伙伴、新闻媒体、非政府组织等各方优势和资源，为企业社会责任发展注入新的动力，并构建有利于社会责任实践的社会环境；另一方面，企业社会责任的推进更

加有赖于企业的内在动力，充分发挥企业社会责任的自主性，通过调整企业自身的理念、战略和管理方式，以实现企业自身履行社会责任的目标并且满足外部社会环境对企业履行社会责任的期望和要求，确保企业能够长期对社会负责的方式从事经营活动。

持续完善激励约束机制

完善的激励约束机制是推进企业履行社会责任的持久动力，其关键在于营造企业承担社会责任的良好外部环境，对此，各国举措和方法有所不同。2001年的《欧洲企业社会责任框架绿皮书》、2002年的《关于企业社会责任的报告：企业对可持续发展的贡献》等，在这些文件和政策框架中体现了欧盟对企业承担社会责任的政策导向和激励措施。基于上述经验，目前我国在完善企业社会责任激励和约束机制的构建方面，一是政府要从思想上重视企业社会责任，以政策、标准等加强政府对企业的引导和规范，通过市场准入、金融或税收等政策鼓励负责任的企业，同时制定和建立相应的惩罚制度和机制，让那些责任缺失的企业付出代价；二是社会公众要以自身的力量推动企业履行社会责任，例如，消费者可通过责任消费的途径，以货币投票的方式支持负责任的企业，惩罚不负责任的企业；投资者可通过责任投资的途径，以资本力量影响企业的经营效益，从而引导企业做出更加负责任的决策、采取更加负责任的行为方式。

加快探索社会责任转型

国务院国资委在2012年就将社会责任作为中央企业管理十三项管理提升的内容之一，目标是力争用两年时间全面提升企业管理水平，通过将社会责任管理列入中央企业管理提升重点领域，希望通过此次管理提升活动，使社会责任管理成为企业管理的一个重要内容，成为提升中央企业管理水平的重要手段，这标志着社会责任进入到企业社会责任管理的新阶段。企业实施社会责任管理本质上是对传统企业管

理模式的全面变革，它要求企业的管理目标、管理方式、管理对象、管理机制、管理内容等都要加以变革。概括而言，社会责任管理是一项需要持之以恒地实践和持续改进完善的系统管理工程，需要重塑企业的管理理念、管理目标、管理对象等诸多方面，这意味着企业实施社会责任必须遵循管理变革的一般规律和基本路径，即“理念导入—认识改变—管理变革—行为改变—绩效提升—定期评审—持续改进”。

全面加强社会责任研究

企业社会责任在我国仍是一个新兴的研究领域，而当前企业社会责任实践的迅速发展对理论研究形成了倒逼的态势，许多实践问题亟待得到解答，需要特别关注为企业如何履行社会责任提供理论基础和解决方案。首先要注重对其基础研究，尽管企业社会责任这一概念提出已有近百年历史，但至今仍没有一个能被广泛接受的定义，对社会责任内涵和边界的界定也纷繁复杂，实践中也无法形成有效的企业社会责任推进机制，其根源在于企业社会责任基础理论研究的缺失。其次，当前企业社会责任研究要注重本土化，由于现代企业社会责任的理念和实践均起源于欧美国家，其理论、管理模式和管理工具等必然蕴含西方的思维、价值观和文化，一定程度上与中国经济社会发展以及文化存在差异甚至冲突，因此，应该研究如何在中国特定的社会文化背景下企业社会责任的特殊性和独特推进方式。最后，企业社会责任研究要基于动态的观点，当前我国还处于社会经济快速发展阶段，意味着企业社会责任推进的外部环境不断在发生变化，倘若以静态视角研究企业社会责任，必然会造成理论与实践的脱节。WTO（本文为中央高校基本业务经费专项资金项目“企业社会责任绩效评价研究”（2011221036）的阶段性成果。作者单位：肖红军，中国社会科学院工业经济研究所；郑若娟，厦门大学经济学院）

编辑 | 刘书梅 shumei.liu@wtoguide.net