

企业伦理与社会责任 ——如何形成具有现代伦理责任的企业

郭昊旻¹ 陈伯温² 尹俊¹

1. 广东外语外贸大学南国商学院 广州广东 510000

2. 厦门同耀科技有限公司 福建厦门 361000

摘要: 企业内部的道德管理, 经过企业各人员的共同努力, 营造出了良好的工作气氛, 但公司的社会责任却更重视利益相关者, 如合作者、顾客、竞争对手、社会、政府等。目前, 经济全球化已经将每个人的社会责任提升到了前所未有的高度。综上所述, 现代企业不仅仅是资金和智力的单纯合作, 更是道义、良心、人性的充分凝聚。企业履行社会责任, 在企业中建立较好的声誉与形象, 有助于增强企业的实力和竞争力。在此基础上, 本文将探讨伦理管理和社会责任对现代伦理责任企业形成的意义。

关键词: 道德管理; 经济一体化; 社会责任; 伦理管理

Corporate Ethics and Social Responsibility – How to form enterprises with modern ethical responsibility

Haoyang Guo¹, Bowen Chen², Jun Yin¹

1. Nanguo Business School, Guangdong University of Foreign Studies, Guangzhou 510000

2. Xiamen Tongyao Technology Co., Ltd. Xiamen, Fujian 361000

Abstract: Enterprise internal moral management, through the efforts of employees at all levels of the enterprise, to create a good atmosphere, but corporate social responsibility is more concerned with stakeholders, such as partners, customers, competitors, communities, the government and so on. At present, the global economic integration has raised everyone's social responsibility to an unprecedented height. In short, modern enterprises are not only simple cooperation between capital and wisdom, but also the perfect cohesion of morality, conscience and personality. Enterprises undertake social responsibility and establish a good reputation and image among stakeholders, which is conducive to improving the competitiveness of enterprises. On this basis, this paper will discuss the significance of ethical management and social responsibility to the formation of modern ethical responsibility enterprises.

Keywords: moral management; Economic integration; Social responsibility; Ethical governance

1. 企业社会责任

根据传统经济学中的“理性经济人”的假设, 企业

作者简介:

郭昊旻 (1994-), 男, 汉族, 广东广州, 职称: 助教, 硕士研究生, 研究方向: 企业管理, 区域经济;

陈伯温 (1992-), 男, 汉族, 福建厦门, 硕士研究生, 研究方向: 企业管理, 区域经济, 供应链管理;

尹俊 (2001-), 男, 汉族, 湖南省益阳市, 广东外语外贸大学南国商学院, 本科, 研究方向: 市场营销。

以利润最大化为唯一目标, 在法律框架内开展生产经营活动, 为社会提供产品或服务, 在盈利的同时满足他人的需要。然而, 法律限制不能提供一个有效和有效的经济, 当今企业的发展只能依靠法律约束来发展。许多企业在其经营活动过程中不但会制造出大批社会所不需求的商品, 还导致了污染、经济发展失调、各种资源缺乏、社会生产条件恶化等严重后果。在此基础上, 人们提出了一个问题, 即除了赚钱之外, 企业的职业道德是什么, 企业的社会责任是什么? 这是一个在面对工业文明和经

济繁荣时必须得到认真回答的问题。

其中,企业的社会责任在企业道德中扮演者着关键角色,它一般是指企业所履行的超出了企业自身目标范围的社会义务,近年来也日益成了社会热点议题。企业的社会责任,可分为经营责任、法律责任、道德责任和公益责任四大层面。

经营责任是指企业在努力获取经济效益的同时,也努力实现企业价值,即为社会提供经济财富,奉献物质产品,以提高普通民众的生存质量。企业通常是指以营利为目的,在当代,企业除了正常营利之外,必须以达到投资者、顾客、雇员、企业和社区的共同利益最大化为目标,透过提供商品及服务换取适当的收益。在中国,民营企业在持续提升经济效益和劳务生产力,以完成国家固定资产的保值增长目标的时候,其特殊属性就需要民营企业担当起在增加就业机会、保持社会稳定、发扬社会主义先进文明等方面的重要责任。这便是中国民营企业经营责任具体表现。

法律责任,是指公司的所有经济行为活动均应当按照法律规定的条件,依法经营。只有这样,他们才能同时实现效率和财产安全。不久前华为公司因为五名造谣员工发布了一些对公司造成影响的谣言而将他们开除,根据我国的相关法律规定,造谣传谣可能会面临着行政,刑事处罚和民事赔偿。华为公司主动承担起企业的法律责任,对造谣的员工给予开除处理,遵守了企业的法律责任。

道德责任,是指公司在生产经营活动中做出了有益、合理、正当、公开的事情,并要尽量避免伤害利益相关者的行为。企业承担道德责任,是社会的要求,是人民通过斗争迫使企业家缓和矛盾的结果。所以,从现今通行的现代社会经济学的观念看来,公司不但是对公司负责的独立实体,而且还必须对社区负责,所以公司的社会责任并不只有提供盈利,而且还应该包含环境保护和促进社会福利。因此福耀玻璃公司从一开始就确立的管理宗旨就是具备了社区负责:福耀公司一直秉承以“发展自身,兼善世界”为社区负责宗旨,以“为中国人做一块属于自己的汽车玻璃”为理想,以“成为世界最具竞争性的车用玻璃材料专门提供商”的历史交汇期,积极实践了勤奋、朴实、学习、创造的企业核心价值观。经过自身的探索和蓬勃发展,通过健全公司管理,提升产品质量,坚持“以人为本”,承诺环保,积极投入公益,实现了公司的经济效益和社会效益相统一,公司的蓬勃发展与经济社会的蓬勃发展相互平衡。

公益责任是指企业自觉自愿地为社会文明进步做贡献。企业承担慈善责任不仅有利于实现企业的根本目的,客观上有利于促进和谐社会的发展与维护社会公平与正义。现代社会里,商业可以拒绝任何道德绑架,社会对于一个企业的评价,不能以其做了多少慈善与公益事业为依据,对于企业来说,他们的商业成绩就是他们的公益贡献清单。换言之,企业以及企业家完全可以卸下慈善与公益的道德负担,一心一意做大做强自己的商业帝国,便可以心安理得地哪怕与世界上最大的公益慈善家坐在一起也不必面带愧色。从这种角度去分析,近年来蓬勃发展、高速壮大的阿里巴巴平台,无疑是用其突出的社会经济成果,给社会各界提交了一张足够傲娇的“国家公益清单”:不算淘宝、天猫等电子商务网站所带来的自助创新、就业的机遇,仅其公司就带来了30000余个直接就业机会职位,并且每年贡献了一百多亿元税金,相当于每天纳税三、四千万元;与此同时,阿里的社会经济发展帝国版图也不断扩展:除了支付宝、蚂蚁金服等中国传统现代支付、金融公司以外,阿里视频、阿里教育、阿里旅游以及其规模巨大的“千县万村”农业淘宝行动计划,更在发挥其互联网企业的便利性与资源优势,加大对中国传统模式通过“互联网+”的进一步优化与改革,推进中国传统产业结构化转变,推进农业社会消费提升毋庸置疑,阿里巴巴的扩展是顺应其发展的经济行为,但明眼人应该发现,这种经济行为也很明确地形成了市场经济上的“正外部性”,其公益性效果的外溢也证明了“商家,才是最高的公益”这句名言。这也体现着阿里巴巴这家公司积极承担起其企业的公益责任。

2. 加强企业道德和企业社会责任的方法

2.1 内部方面

(1) 加强管理层的社会责任价值

企业管理者应首先深入认识到该集合的重要性、企业道德文化的权利、创造道德责任感。实际上,企业正式接受和雇佣企业社会责任可能与经理个人价值感的改变有关。2017年,哈里斯为格拉斯门进行的一项民意调查发现,75%的求职者希望他们的雇主能为有需要的人提供帮助。如果员工发现企业领袖在事业上投入了时间和资源,就鼓励他们找到合适的贡献方法。

(2) 对员工的参与情况表示尊重和赞赏

公司必须确保从事此类活动的员工得到他们应得的尊重,这是免费的市场营销,并增加了公司的利益。企业社会责任倡议做出贡献时,公司应该公开赞扬他们的工作,举办活动来讨论优秀员工的案例,不要让员工觉

得自己的努力工作被忽视了。

(3) 建立“以人为本”的企业文化，将企业道德融入企业文化

人本文化可以发展市场竞争优势、企业经济效益和发展各种优势。企业应当把社会责任作为基本价值观念，将社会责任意识融入企业文化。在这么一个以人为本的年代，自然需要以人为本的品牌。以人为本的品质，方能代表并推动以人为本的时尚。例如，沃尔沃轿车。从一九二七年第一台沃尔沃轿车驶下生产线，这位传奇品牌就以安全健康闻名，有口皆碑。而今在汽车安全性、卫生与环境、电气化与新能源、智慧互联与自动驾驶等五大前沿领域中，均居行业翘楚。而卫生和环境，也日益成为了这个年代、这个国家人们的共同追求目标。当雾霾笼罩着都市，当你考虑了离开，准备在身上去拥抱干净空气质量。而沃尔沃空气净化系列就提示你：好空气质量，一直在身旁。根据对PM2.5-PM10的过滤效率测算，在我们国内大部分城市，沃尔沃的车内空气品质良好，可较车外净化高20—100倍。哪里是以人为本？这便是以人为本。说到底，不论舒适或是卫生，无论是电气化改造或是洁净燃料，无论是智慧互联或是自动驾驶，都是以人为本的应有之义。

(4) 注重决策管理

企业要形成完备的科学决策制度，不但必须准确而科学的分析，还强调企业与员工、部门与员工、企业与雇员之间的交流和协调，来保证决策控制的效果。另外，重视决策也是企业的道德构建的主要体现。唯有确保决策在企业道德构建中处于关键位置，才能完成企业道德构建，完善机制，实现共同目标。企业在决策管理中需要遵循五大原则，即科学原则、民主原则、市场原则、先见原则和责权结合原则。企业如果不遵循这些原则，轻率进行决策与管理，将会对企业造成严重的后果。上世纪90年代，河南省一家名为洁达陶瓷公司，该公司原为全省建筑材料行业的顶梁柱之一。但在近年来市场经济改制的大潮影响下，该公司的领导层一意孤行，轻率拍板进行决策，既没有跟企业内部员工或核心成员民主

商量，也没有进行市场分析，导致洁达陶瓷公司6年来出现6次重大决策失误，逐渐债台高筑，失去往日的企业竞争力。

2.2 外部方面

(1) 指导责任消费到责任生产

消费者应做出自由、合理的消费选择，拒绝购买不负责任的产品。虽然消费者不了解企业的信誉，但企业需要引导消费者，以便理解并帮助企业实现社会责任。

(2) 将企业的责任引入考核制度

企业社会责任(CSR)评级的增长需求导致向投资者和消费者提供CSR评级的群体数量显著增加。将公司的社会责任指标体系导入了公司价值评估系统中，以更好地体现公司社会责任对公司价值提高的影响与贡献，然后更准确的评价企业综合价值。

(3) 引起了各政府的关注

政府部门应当建立专业化机构，统一主管企业负责建设工作，并综合研究和统筹企业的优惠政策举措，将推动企业负责建设工作当成了重点工作。今天，我们要大力宣扬企业的社会责任，激励广大职工，为总结公司、行业协会及其他利益相关者保护企业利益，并带动整个社区的密切关心和积极参与，对推动公司认真实现并履行社会责任的重大意义。也为了引导公司主动承担其社区负责，政府可以采取政策指导或财政激励措施。因此，企业在投资采购时，应当优先关注于劳动权益保障、节约、环境保护、诚信经营的企业精神，让中小企业意识到有更多获益于社会责任的机会。如果一个国家没有具体的企业社会责任环境政策，就很难期望通过企业实现其社会责任。

参考文献：

- [1] 鲍恩, H. (1953). 商人的社会责任. 纽约: 哈珀街.
- [2] 卡罗尔公司, A. ĀB. (1979年). 企业社会绩效的三维概念模型. 《管理学会评审》, 4, 497-505.
- [3] 卡罗尔公司, A. ĀB. (1991年). 企业社会责任金字塔: 对组织利益相关者的道德管理. 商业视野, 34 (4), 39-48.