

# 论巨大自然灾害中的企业社会责任

## ——以汶川地震为例

许佳君,王沛沛

(河海大学 公共管理学院中国移民研究中心,江苏 南京 210098)

**摘 要** :汶川大地震给受灾地区造成了惨重的人员伤亡和严重的经济损失,存在着企业承担社会责任的诉求。在支援灾区的行动中,在政府主导下,我国企业的捐助体现了企业应承担的社会责任。阐述了企业承担社会责任的方式,并指出了存在问题及其原因,提出了企业应承担的社会责任的内容,企业承担社会责任应该坚持一定的原则,不仅可以提高企业的品牌形象,还可以获得良好的社会效益。

**关键词** :灾害;企业;社会责任

中图分类号 :C913

文献标识码 :A

文章编号 :1671-4970(2009)01-0025-04

2008 年 5 月 12 日 14 时 28 分,四川汶川发生 8.0 级强烈地震,北京、重庆、湖南、湖北、山西、陕西、上海、江苏、浙江、河北等近半个中国有震感。据有关专家估计,汶川大地震的能量相当于 100 颗广岛原子弹,是唐山大地震能量的两倍,给灾区造成巨大的人员伤亡、财产损失,并使社会功能失调,造成灾民沉重的心理问题。这充分说明,我国经济快速发展的背后也承担着巨大的自然、社会风险,尤其是最近几年自然灾害频频发生,一方面使我国的国民经济受到严重损失,另一方面我们国家又不得不拿出大量人力、物力、财力进行灾后重建工作。企业在其中应当承担什么样的社会责任,则是本文的关注点。

### 一、企业承担社会责任的诉求

#### 1. 企业的社会责任

企业社会责任研究作为一个研究领域,在西方大约有 50 年的发展历程,时至今日仍然是一个关注的热点和焦点话题。如何界定企业的社会责任,国际上普遍认同 CSR(Corporate Social Responsibility)理念,企业承担越多的利益相关者的责任,在追求利润、对股东利益负责的同时,还要对员工、消费者、供应商、社会、环境和政府等承担更多的责任,包括遵守商业道德、生产安全、职业健康、保护劳动者合法

权益、保证产品质量、爱护环境、节约资源等<sup>[1]</sup>。目前,在我国存在不同性质、不同规模的企业。比如国有企业、集体企业、私营企业、跨国公司等等。但他们有一个共同点就是赚取利润,实现自身利益的最大化。在这一基点上讨论企业的社会责任就会发现,目前在我国企业中,存在着忽视企业社会责任,目光短浅的经营管理行为。从当今世界经济的发展趋势来看,人们对环境、社会问题的重视程度越来越高,企业如果要长远发展仅仅考虑利润与股东的利益是远远不够的,必须考虑其他各方利益相关者,承担起社会责任,使企业的生产、经营与企业的发展真正融入和谐社会的建设。

#### 2. 巨灾要求企业承担社会责任

在我国,巨大自然灾害主要是地震、洪灾、旱灾、雪灾和风灾等类型,这些强烈的自然灾害给人类社会带来巨大的灾难。一是危害人的生命安全;二是造成巨大的经济损失,据估计,汶川地震造成的直接经济损失高达 1 500 亿元;三是引发社会功能的紊乱,任何灾害都会给受灾地区人们的经济活动和社会生活带来不利影响,使他们已经熟悉、适应的生存环境发生破坏性改变,由此使人们正常的物质生产活动和社会生活受到妨害与破坏<sup>[2]</sup>。汶川地震的发生,当地居民原有的社会生活秩序被打破,生活的环境也发生了巨大的变化;四是引发沉重的心理负担,那些在地震中失去亲人的灾民,他们的心理阴影长

收稿日期 2008-11-10

基金项目 河海大学人文社会科学基金重点项目(2008420111)

作者简介 许佳君(1966—),男,江苏淮安人,教授,博士,从事移民理论与实践、建设项目评价研究。

时间难以离去,这种沉重的心理负担显然不利于他们以后的生活。面对各种灾害,在政府的引领与号召下,中国人民进行着自救以及灾后重建。在这个过程中,企业的作用无疑是一个亮点。在我国,民间组织尚不发达,慈善意识有待提升,在巨灾和救助之间能起到连接作用的无疑是种类繁多而又性质各异的不同规模的企业。

3. 承担相应的社会责任是企业自身发展的必然要求和内在选择

企业的永恒主题是追求利润,但并不能只追求单一的经济利益,只有自愿并努力承担一定社会责任的企业,才能保证企业永续利润之源。另外,激烈的市场竞争需要企业的知名度以吸引消费者的注意力,因此企业需要有自己独特的经营方式,通过承担一定的社会责任,可以获得商品识别和政府相关管理部门的“绿灯效应”<sup>[1]</sup>。企业的员工需要较为稳定的工作、优越的工作环境和可观的报酬。只有企业负责任地相对满足员工的要求,才能在市场上寻觅到合适的雇员,并有利于加强企业的凝聚力,树立企业美好的形象。

4. 政府希望企业承担起社会责任

目前,在我国非政府组织发展还不是很完善的情况下,企业担负社会责任是对政府的支持。在政府大力发展经济的政策下,企业是财富的创造者,也是技术进步的推动者,因此政府一方面希望企业做大做强,促进经济的发展,另一方面政府也希望企业承担起公共利益的诉求,促进社会的和谐与进步。

5. 受灾的商品需求者呼唤企业承担社会责任

受灾的商品需求者的要求就是能获得物美价廉的商品,同时他们的最低要求就是自身的生存和生活利益能受到保护,在这些方面企业应当承担起社会责任。就全球贸易一体化进程的加快而言,商品的要求标准越来越苛刻,企业不得不加快相关产品领域的升级,这也是企业社会责任的体现。

## 二、汶川大地震中企业承担社会责任的体现

在这次巨大自然灾害面前,国人没有退缩,进行着顽强的抗争。一方面,力求将灾害的损失降至最小,保护人们的生命和财产安全;另一方面,进行灾后重建、恢复家园。在灾后重建的过程中,需要众多参与者,大至政府,小至家庭、个人。政府理所应当地充当着主导者的角色,制定详细的重建步骤、方案,配置各方资源等等。但是政府与个人的力量毕竟有限,这就需要更多的社会力量进入。企业由于其灵活性、组织性,在灾后重建中是一股重要的社会力量,同时也体现企业的社会责任。

### 1. 企业社会责任的承担方式

自汶川大地震发生以来,我国的许多企业都积极地承担起企业应有的责任,尽一个企业应有的义务。他们都是采取怎样的方式?这些方式体现了怎样的社会责任?

#### (1) 捐款

至2008年7月,我国企业的捐款总额已达到713147万元。像中国工商银行、日照钢铁、天津荣程钢铁等企业独立捐款都超过了1亿元。捐款是大多数企业选择的方式,直接且便于公众熟知,在支持灾区抗震救灾的同时,也有利于企业品牌形象的提升,这也是企业承担社会责任的重要体现。

#### (2) 物资帮助

灾区群众的生活物资十分紧缺,在直接的资金帮助难以迅速生效的情况下,许多企业直接捐赠物资,或者是直接将物资运送至灾区。例如中国电信、中国石化和国家电网的物资捐赠都超过了亿元。

#### (3) 灾害救助

许多灾区的企业在地震发生时,都立即投入到救灾工作中,在一定程度上弥补了政府的不足。这不仅源于他们对当地情况的熟悉,还要得益于企业所具有的强大的协调组织能力。如长虹集团、九洲集团、新希望集团等企业,他们组织的救援队伍以及救援物资,在第一时间到达了重灾区<sup>[3]</sup>。

#### (4) 媒体宣传与引导

媒体是一种较为特殊的企业,正是由于媒体报道的介入才使得广大群众了解到地震的真实情况。媒体对地震的报道是媒体承担社会责任的一种表现,是对社会负责,对人民负责。在众多媒体企业对地震的报道中,央视的作用是引领性的,特别是在抗震救灾的报道中,掌握了社会舆论的方向,树立了不少抗震英雄形象。

### 2. 企业承担社会责任存在的问题

#### (1) 救助方式单一

目前许多企业支持灾区的方式往往都是通过捐款和捐物进行的,方式比较单一。事实上,灾区不仅需要物质上的帮助,心理慰藉也是不可缺少的。可以说,我国的企业对灾区进行了有力的物资帮助,但是在精神层面上的救助还有待加强。

#### (2) 国有与民营企业的差异

面对这一巨大的地震灾害,许多企业表现出了不同的社会责任,而且这种社会责任因企业性质不同出现较大差异。许多捐款大户往往都是一些国有企业,他们资金雄厚,理所当然地承担起了救助重任。虽然民企的捐助数额不如国企,但也充分体现出他们承担社会责任的强烈愿望。

### (3) 跨国公司与国内企业的差异

在汶川这场震憾中国的巨大灾难发生之后,儒家文化中“重义轻利”的价值观得以彰显,中国本土企业纷纷以巨额捐助践行“兼济天下”的传统观念。但相比之下,恪守西方成熟化商业伦理的跨国企业却无法理解这种商业精神的行为,没有意识到这股力量的强大,以致在民意的激愤下,许多跨国公司都处在被动的地位<sup>3]</sup>。

### (4) 作秀与攀比之风

本来企业捐赠是企业关心灾区、体现社会责任的善事,但随后竟然引发企业捐款大比拼,尤其是网络上广为流传的一些捐款排行榜,把捐款数额贴成一种标签,由此把企业划分成不同的类别。更让人不解的是,某些国内的房地产大鳄不仅捐赠数额与企业实力和社会形象相去甚远,而且屡屡以救助灾区为企业作秀。这种风气与抗震救灾的氛围严重不符。

### (5) 公司治理结构的问题

企业捐款是个复杂的事情,大笔的捐赠,甚至是在捐款现场的当场追捐,让人不得不感慨企业勇于承担社会责任的愿望,但是这种“慷慨”举动凸现企业的治理结构存在着不稳定性。从财务角度看,国企及国有控股公司的捐款类似于财政转移支付。财政收入的根本来源是企业税收、未分配利润的分红或直接上缴,由此,国企及国有控股公司的捐款实际上是财政收入的转移支付,类似于提前将财政资金转移给受灾地区和群众。国有企业的捐赠既然是一种财政行为或财政转移支付行为,那它的决策权应该是在企业老板还是国家财政部手中?既然这是财政支付行为,企业负责人却怀着较大的冲动和决策权去做捐赠,显然这与上市公司的捐赠应该征求股东意见的程序有所不符<sup>4]</sup>。

### (6) 缺乏系统、长远的规划

到目前为止,企业捐赠行为弥漫着一种严重的功利主义倾向。一窝蜂地跟进,缺乏一种长远、系统的规划。但是灾后重建还需要更长的时间、更多的支持、更科学的规划,换言之,还需要企业在漫长的重建中承担起企业的社会责任,支持灾区人们重建家园。

## 3. 企业承担社会责任不足的原因

### (1) 对企业社会责任认识的偏差

目前,虽然人们已经接受了企业应当承担社会责任的观点,但是在现实层面上,种类繁多而又性质各异的不同规模的企业到底应该承担哪些社会责任,还没有一个明确的界定。换言之,这种责任也是不明确的。这在客观上造成大多数企业只能根据自

身的情况采取行动。由此产生的社会责任认识上的差异使得企业往往在巨大灾害面前采取不同的行动方式<sup>5]</sup>。

### (2) 缺乏对企业社会责任的考核、监督和激励

首先,企业社会责任的考核机制尚未建立,考核范围、考核结果和奖惩没有明确规定,造成了企业对承担社会责任的懈怠,以致各种企业不能根据不同情况制定相应的考核机制,或者说企业的权利没有和企业的责任义务相对应。其次,对企业社会责任的监督只是建立在政府层面和较高知识人群之中,多数员工和普通群众对企业社会责任的概念都不清楚。所以当个人权利或公共权利受到侵犯时,不知道拿起法律的武器来争取自己的权利,保护自己的利益。最后,对企业承担社会责任的激励也不足。没有建立奖励措施或政策来提高企业主动承担社会责任的积极性<sup>6]</sup>。

(3) 社会思想道德建设的滞后,造成道德约束匮乏

说到底,社会责任很大程度上是一个道德要求,很难对企业的社会责任提出严格的法律法规上的要求,只能依靠企业的自觉意识。但是这种自觉意识并不是自然而然形成的,它需要与之相匹配的社会道德氛围,比如诚信、守望相助、艰苦奋斗等等。我国当前正处于社会转型时期,人们的道德观念正在发生着前所未有的变化,而我们的思想道德建设从内容到形式如果不能适应这种变化,就很难发挥好促进企业确立社会责任意识的作用<sup>7]</sup>。

## 三、企业应当承担怎样的社会责任

在汶川大地震中,我国企业承担的社会责任有很多方面是值得称赞的,当然也有一些问题。那么在面对巨大灾害时企业到底应当承担怎样的社会责任?在这里,提出几条原则,并在此基础上,提出企业应当承担怎样的社会责任。

### 1. 企业承担社会责任的原则

#### (1) 与政府责任相区分

企业社会责任与政府责任有很大区别,笔者认为,政府责任在整个社会发展中居于主导地位,而企业承担的社会责任是政府力量以外的重要补充,其作用不应该也不可能超越政府的责任。因为,作为一个国家的行政机构,政府不仅有权力、有能力保证承担起各种各样的责任,而且还有义务为公民提供保障。在汶川地震中,只有中央政府有能力集全国之力来支援灾区,并提供政策支持、调动军队支援等等。因此,在巨大灾害面前,企业踊跃承担社会责任只能是企业自身价值的体现,是政府责任的重要补充<sup>5]</sup>。

## (2)以人为本的理念

以人为本,尊重生命的价值,尊重人的价值,这是企业在面对巨大灾害时应该首先考虑的因素。众所周知,企业是以市场为指向,盈利为目的的组织,这种盈利行为是正当合法的,但是我国目前处在市场转型时期,有我国的独特国情,我国的企业不可能完全不受社会环境影响,众多的社会伦理道德因素的制约乃至社会舆论对企业都有一定影响。因此,在灾区需要救助的时候,企业应该考虑到以人为本的价值理念,承担企业的社会责任<sup>[8-9]</sup>。

## (3)回报社会

社会对企业有所支持,企业对社会有所依赖,那么企业以“承担责任”的方式给社会以“回报”,是天经地义的。企业的发展,需要国防保护、工商协调、伙伴协作、政府支持等等,也需要依存社会环境的发展和给予,所以企业需要缴纳相关的管理费用、各种税款,也需要回报其它为企业服务、对企业付出的项目。在面对巨大灾害的时候,这种回报社会的需求更加强烈。在2008年初的暴风雪灾害中,社会各界纷纷通过各种方式给灾区人民捐款捐物,在这些善款和物资中,有75%以上属于我国民营企业的捐助,充分体现了企业的社会责任<sup>[1]</sup>。

### 2. 企业承担社会责任的建议

#### (1)与品牌形象相符的企业社会责任

企业的品牌形象是企业文化的重要体现,是企业无形的资产,对于企业的重要性是不言而喻的<sup>[10]</sup>。在汶川地震中,社会责任对企业品牌的影响是引人瞩目的。网络上出现了企业的捐款排行榜,一方面使人们知道了那些企业的捐款以及数目,另一方面还敦促其他企业捐款,承担社会责任。

上文谈及了在重大社会事件中企业承担社会责任不仅可以提高企业的经济效益,还可以提升企业的品牌形象。因此,笔者认为,在面对重大社会事件尤其是重大灾害时,企业应当承担与其品牌形象相符的社会责任。在这次捐款中,许多国有大型企业甚至民营企业都捐出了巨额的数目。

#### (2)长效的责任机制

企业的社会责任并不仅仅是捐款捐物,还有许多其他的表现,比如生产高质量的产品、上交税金、增加员工福利等等。虽然存在着SA8000标准认证,但是当前我国SA8000标准认证存在着企业数量少、行业类别少以及认证地区分布不均等问题<sup>[11]</sup>。在人类社会风险不断增强,生态日益脆弱以及灾害尤其重大灾害渐多的条件下,企业的社会责任遇到了较大的挑战。因此,应该建立一个由企业承担的长效的社会责任机制,包括对企业经营行为的监督和

重大社会事件的反应两个方面。通过这一责任机制,不仅可以监督企业承担社会责任的情况,还可以细水长流地应付社会突发事件。

#### (3)专门的公益性部门

国外企业比较通行的做法就是成立企业基金,或是设立专门对公益事业进行规划的机构,并统一筹划各种公益活动,明确企业责任的目标和方法<sup>[12]</sup>。由于我国对基金会的审批比较严格,因此,对于企业来说成立一个专门的公益性部门从事公益活动是一个理想的选择。比说中国移动一直在致力于成立一家慈善基金会,虽然申请一直未被批准,但是中国移动已经成立基金办公室,负责统一管理中国移动的各种捐助、扶贫等公益事业。近年来,中国移动一直在进行公益活动,如中西部贫困地区教育捐助、扶贫、建设爱心图书室、绿箱子环保计划等。

企业来自社会,也必须回馈社会。企业不仅要学会怎样挣钱,还要学习如何花钱,即取之于社会,用之于社会。企业积极主动承担相应责任,是其进步、文明的标志,借此可以赢得公众信赖,不断做大做强。因此,自觉履行社会责任,尤其是在重大灾害面前,既是社会的客观要求,也是企业自身发展的需要。

### 参考文献:

- [1] 刘倩倩.从2008年我国暴风雪灾看企业的社会责任[J].企业科技与发展,2008(8):32-33.
- [2] 段华明.灾害与人类社会[J].甘肃社会科学,1997(5):3-7.
- [3] 张春蔚.长虹志愿者震后5个半小时进入北川灾区实施救援行动[DB/OL].[2008-05-22].<http://www.infzm.com/content/12506/0>.
- [4] 肖华.灾害重建的七个重要问题[DB/OL].[2008-05-29].<http://www.infzm.com/content/12678/2>.
- [5] 陈玲,何博.企业社会责任:以Canon中国公司为例[J].时代经贸,2007(7):47-48.
- [6] 张凤英,岳梁.浅谈我国企业社会责任的不足和建议[J].财经界,2008(2):165-166.
- [7] 戴焰军.企业的社会责任[J].中外企业文化,2007(3):6-8.
- [8] 蔺耀昌.自然灾害应对中的行政征购及其法律规制[J].南京工业大学学报(社会科学版),2008,7(2):8-11.
- [9] 陈永正,贾星客,李极光.企业社会责任的本质、形成条件及表现形式[J].云南师范大学学报:哲学社会科学版,2005(3):34-42.
- [10] 刘凤军,王癸莹.略论企业社会责任与品牌影响力[J].市场营销导刊,2007(2):16-19.
- [11] 施国庆,张晓晨.企业社会责任标准实施现状与我国的应对措施[J].河海大学学报:哲学社会科学版,2008(2):60-63.
- [12] 陈秀峰,李莉.企业社会责任的兴起与中国公益基金会事业的发展[J].经济社会体制比较,2008(3):161-168.