

# 水利企业社会责任的经济分析

郭萍<sup>1</sup> 胡孟<sup>2</sup>

(1. 北京工业大学继续教育学院, 北京 100044; 2. 中国水利水电科学研究院, 北京 100048)

**摘要:** 在经济社会中, 企业逐利活动应受社会发展总体目标的约束, 但由于外部性问题和由信息不对称所可能引致的道德风险行为, 使企业的逐利活动与社会的整体利益之间可能会产生矛盾。从经济学的角度分析了企业的本质是对市场的替代, 从水利企业的历史使命和现代社会发展等方面对水利企业的外在要求指出了其履行社会责任的历史必然性, 并从意识、标准和监督等方面提出了相关建议和措施。

**关键词:** 水利企业 社会责任 经济学

中图分类号: F270

文献标识码: A

文章编号: 1003-9511(2010)06-0024-03

随着我国经济的快速发展, 国家对水资源问题特别重视, 将水利纳入重点支持的领域, 部署了一系列加强水利工作的政策措施。水利企业是水利行政职能的承接和落实的重要载体之一。在水利事业单位改革尤其是经营性质的事业单位转企改制以来, 如各级勘测设计、施工监理以及咨询研究等单位的转企改制, 水利企业数量日渐增多, 对整个水利行业的影响也愈加突出。水利企业的健康快速发展, 能够巩固和壮大水利基础产业, 但实现水利企业的健康快速发展, 首先必须明确水利企业的社会责任, 并积极履行其社会责任。所谓企业的社会责任, 传统的观点认为, 就是为股东创造利润, 改良的观点则认为, 企业的责任除此以外, 还应扩大到所有的利益相关者<sup>[1]</sup>。换言之, 水利企业的社会责任, 就是要求水利企业在追求利润最大化的同时或经营过程中, 对社会应承担相应的责任或义务, 这是水利企业生存发展和获取利润的手段, 是最终实现水利企业可持续发展的前提。我国政府对企业履行社会责任提出了更高的要求。国务院国资委以 2008 年 1 号文件发布了《关于中央企业履行社会责任的指导意见》, 对中央企业履行社会责任进行了重要部署。企业履行社会责任, 开展企业社会责任理论与实践创新已成必然趋势。

## 1 对企业社会责任的经济解释

经济学理论从理性假设出发, 认为决定企业在一

个竞争性市场中绩效的是资本、土地和劳动力这些基本的生产要素, 企业对市场价格信号做出的反应必然导致稀缺资源的合理配置<sup>[2]</sup>。美国经济学家科斯运用交易费用理论说明了企业的本质是对市场的替代, 即通过内部交易用组织行为替代市场价格机制来配置资源, 从而实现交易费用的降低; 美国经济学家威廉姆森发展了科斯的理论, 提出了交易特征与交易机制的关系, 论证了决定企业对市场替代的条件和因素<sup>[3]</sup>。现代企业理论的形成标志着经济学对现代企业研究的突破和进展。现代企业理论认为企业是由一系列的长期和短期契约组成的, 因此企业本身就具有很强的社会联系与社会承认的性质。从社会学的角度, 企业是社会系统中的一个组成部分, 它和社会系统中的其他要素与部分存在着千丝万缕的联系, 企业存在的价值和意义有赖于社会各界公众的认可和支撑。所以, 企业的生产经营活动不可能脱离社会而孤立存在。企业追求利润最大化的目标将受到社会发展目标的约束。经济学家林逸夫认为: “在这些互动过程中, 由于外部性问题和由信息不对称所可能引致的道德风险行为, 使企业的逐利活动与社会的整体利益之间可能会产生矛盾<sup>[4]</sup>。”

所谓外部性, 是指企业的生产经营活动所产生的收益超出了企业自身的边界而向外部溢出<sup>[4]</sup>。市场经济中的外部性使个别生产成本和社会生产成本之间产生差额, 差额会导致社会利益的损失。正的

外部性是指企业的健康发展、创新能力的增强、利润的增长,生产效率的提高不仅可以增加就业、贡献税收,而且会产生乘数效应、消费带动效应及社会资本效应,带动周边社区的发展,促进当地经济的繁荣。负的外部性就等于企业把自己负担的成本转移给了社会。除了外部性之外,在现代工业化社会中,由于产品生产过程的复杂性,在企业和消费者之间,也会出现产品信息不对称的现象。当市场的一方无法观察到另一方的行为,或者无法获知另一方行为的完全信息时,就出现了信息不对称的现象<sup>[5]</sup>,一些企业就可能利用这种信息不对称性来获取不当收益,其后果是社会要付出很高代价。例如2008年9月,“三鹿奶粉”、“九江大堤竹筋代替钢筋”等事件的爆发引发了食品安全和产品质量等一系列社会责任底线的问责。温家宝总理近年来多次明确指出:企业家的身上应该流淌着道德的血液。他指出:“对于我们企业来讲,对于整个社会来讲,道德问题十分重要。我以为诚信和道德是现代企业应该解决的紧迫问题<sup>[6]</sup>”。企业不仅与外部社会之间有信息不对称,在企业与内部员工之间也有信息不对称,导致有些企业利用这种信息不对称与权利不对等,降低自身所应遵循的安全标准。安全生产标准的降低,所带来的恶果是显而易见的。例如煤矿矿难频频发生,给遇难家庭带来了痛苦,同时也给社会和国家带来了损失和不稳定因素。2010年3月的王家岭矿难,更是令人触目惊心。

在市场经济条件下,由于外部性与信息不对称问题的存在,企业行为常常会自觉或不自觉地超出自身应有的边界,对社会、员工等利益相关者可能产生不利的影响。所以,为了使企业实现可持续发展,维护社会和谐稳定,企业履行社会责任是其必要条件。

## 2 水利企业承担社会责任的必要性

水利企业承担社会责任并非偶然的,而是有着不以人的意志为转移的客观因素和多方面主观因素相互作用的结果。其必要性主要表现如下。

a. 水利企业承担社会责任是由水利企业的历史使命所决定的。水利企业是在社会经济发展过程中,随着社会化大分工,逐步从水利产业的基础上形成和发展起来的,是一种能够实现自我发展的生产经营型的水利产业。水利企业的历史使命是通过“兴水利,除水害”来为整个国民经济和社会发展服务,即水利企业不是为谋求最大利润的实现而存在的经济组织,而是一开始就担负着重要的历史使命。例如水利供水为日常生活和工矿企业生产提供了重

要水源,水土保持为保护水生态环境、涵养水源提供保障,水力发电促进了国民经济的发展,水利工程建设公益性较强,具有巨大的社会效益和生态环境效益,等等。这种历史使命决定了水利企业必须以承担社会责任作为其获取利润的前提。

b. 水利企业承担社会责任是现代社会发展对水利企业的外在要求。随着改革开放的深入和市场经济的进一步发展,对于供水、灌溉、发电、水利旅游、水库渔业等多种经营的水利企业,尽管其具有基础性和公益性特征,但同时具有独立的经济地位和自主权。这意味着这些水利企业正在成为独立的市场主体,同样参与市场竞争,实行优胜劣汰。现代社会发展要求水利企业在实现利润最大化目标的同时,还应承担包括道德责任在内的社会责任,尽可能维护和增进社会利益,使追求利润和承担社会责任两方面相统一,促进可持续发展等水利目标的实现。

c. 水利企业承担社会责任是水利企业自身发展的主观需要。在市场经济条件下,水利企业具有长期性、公益性和一定程度的垄断性。要保证生存,水利企业除了增强市场竞争观念和效益观念,进行管理改革外,更重要的是要积极承担社会责任。水利企业的生存是为了发展和赢利,而积极承担社会责任可以促进水利企业的长期发展,一方面,积极承担社会责任可以赢得政府认同和社会声誉;另一方面,积极承担社会责任既可以增强企业内部员工的凝聚力和工作的热情,避免与利益相关者摩擦所造成的损失,又可以更好地体现企业的文化取向和价值观念,为企业发展营造和谐的工作氛围,使企业得以保持生命力,保持长期可持续发展。

## 3 如何有效承担企业的社会责任

为了使企业能够实现可持续发展,企业应履行社会责任。而水利企业由于其历史使命和所处地位,决定了水利企业履行社会责任的历史必然性。

### 3.1 存在的问题

由于历史和现实等诸多方面的原因,从现状来看,水利企业在承担社会责任中还存在许多问题,主要表现如下。

a. 没有形成正确的社会责任意识。由于历史形成等原因,部分水利企业存在权责不明、管理弱化、规章制度不健全、岗位责任不明确等问题,使企业缺乏应有的社会责任观念,部分水利企业的决策、人事和分配权仍实际掌握在上级行政主管部门,政企分开不彻底,企业与政府在所承担的社会责任方面界限不清,使企业没有树立正确的社会责任意识。

b. 缺乏正确的经营理念。经营理念是水利企业的支柱和灵魂。正确的经营理念要求水利企业不仅要考虑到自身利益,而且能够承担起应有的社会责任。在市场经济条件下,部分水利企业在履行社会责任方面没有树立正确的经营理念,有的片面地追求企业利润的最大化,忽略了社会效益和环境效益;有的思想不够解放,“固守着金山,过着穷日子”。

c. 社会责任体系不健全。长期的计划经济和水利行业的特殊性使水利企业形成的旧思想观念、思维模式还没有从根本上消除,有些水利企业尚未真正实现面向社会需求服务,导致企业社会责任体系不够健全。主要表现在企业的领导者忽视了企业文化建设,没有明确履行社会责任的规范要求,没有建立自我改进的社会责任管理机制。

水利部部长陈雷指出:“以人为本是水利工作的根本要求。以人为本体现在水利工作中,就是要大力发展民生水利,这不仅是可持续发展治水思路的应有之义,也是积极践行可持续发展治水思路的着力点。我们必须深刻认识到,水利工作与民生息息相关,不能简单地把民生水利局限于某些具体工程项目上。强调民生水利,旨在树立一种发展理念,倡导一种价值取向,确立一种实践要求,实现一种目标追求。<sup>[7]</sup>发展民生水利,使人人共享水利发展成果,这对水利企业履行社会责任提出了更高要求。”

### 3.2 促进水利企业承担社会责任的措施

对于水利企业而言,顺应市场潮流,积极履行社会责任是其必然趋势。

a. 加强水利企业社会责任意识。要使企业认识到承担社会责任是社会发展的必然趋势。一个企业在获得利润的同时,应对社会相关利益方承担相应责任,这是社会进步的结果,是人类文明的表现。所以,水利企业要加强社会责任意识。特别是企业的管理层,要有社会责任意识,要坚持以人为本,加强规章制度建设,改善职工待遇,尽量将企业的社会责任融入企业的管理体系和企业文化之中。

b. 借鉴相关国际通用的企业社会责任标准和我国其他行业的相关标准,制定适合水利企业的社会责任标准。国际社会流行的社会责任标准主要有 SA8000(2007)社会责任标准等,SA8000 标准是 1997 年美国经济优先委员会(现改名为社会责任国际,SAI)制定的社会责任认证标准。作为全球首个企业社会责任认证体系,其宗旨是确保供应商所提供的产品符合社会责任的要求。自 2004 年 5 月 1 日起,该标准在欧美一些国家强制推行。我国一些组织借鉴此标准颁布了行业标准或要求,如 2006 年,中国纺织工业协会发布了 CSC9000T《中国纺织企业社会责任管理体

系导则》。2007 年中国企业联合会制定了《中国企业社会责任推荐标准》。同年,中国消费者协会发布《良好企业保护消费者利益社会责任导则》,国家电网公司发布《国家电网公司履行社会责任指南》。2008 年,浦东新区的《企业社会责任导则》上升为上海市地方标准。为加强水利企业的社会责任管理,建议水利企业行业主管部门可以借鉴上述规范性文件,制定适合水利企业的社会责任标准。

c. 建议水利企业开展关于社会责任方面的培训教育,进一步贯彻落实《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国安全生产法》等相关法律法规和规范性文件并有效实施。明确水利企业应承担的社会责任,提高企业履行社会责任的自觉性。

d. 水利企业行业主管部门应对水利企业落实社会责任的情况定期监督检查,及时公布监督检查结果,完善劳动保障诚信制度建设,建立一定的奖惩机制。

## 4 结 语

随着经济的发展,企业的社会责任问题越来越得到广泛的关注。在我国,企业社会责任应是一个非常具有研究意义和实践价值的课题。企业在追求经济效益的同时,应该在市场运作中采取谨慎、稳妥、负责任的态度,充分顾及整个经济平稳运行,这是市场经济条件下企业追求经济效益与履行社会责任的辩证关系。履行社会责任既是政府和社会对水利企业的期望、要求与约束,也是水利企业提升核心竞争力、落实可持续治水思路、发展民生水利的内在需要。

### 参考文献:

- [1] 胡德平. 企业的社会责任 [N]. 中华工商时报, 2006-07-10 (1).
- [2] 高洪深. 区域经济学 [M]. 2 版. 北京: 中国人民大学出版社, 2007: 110-111.
- [3] 梁标. 企业的社会目标 [N]. 中华工商时报, 2006-07-10 (6).
- [4] 林逸夫. 企业承担社会责任的经济分析: 学者谈企业社会责任之二 [N]. 中华工商时报, 2006-08-07 (7).
- [5] 黄亚钧. 微观经济学 [M]. 2 版. 北京: 高等教育出版社, 2005: 209.
- [6] 温家宝. 企业家身上应该流淌着道德的血液 [EB/OL]. [2010-02-27]. [http://www.cnr.cn/allnews/201002/t20100227\\_506072070.html](http://www.cnr.cn/allnews/201002/t20100227_506072070.html).
- [7] 陈雷. 深入贯彻中央水利工作新要求全面推进民生水利新发展: 在全国水利厅局长会议上的讲话 [J]. 中国水利, 2010(2): 5-7. (收稿日期: 2010-06-10 编辑: 张志琴)