

企业承担社会责任的约束条件分析^{*}

安徽财经大学工商管理系 王晶晶

[摘要] 本文从企业和它的利益相关者之间的关系是委托—代理关系入手,用经济学的理论和方法,对现实社会中约束企业实施社会责任行为的因素(社会制度安排约束、与利益相关者保持长期合作期望的约束、竞争因素约束)进行了分析。

[关键词] 企业社会责任,约束条件

在日益竞争的市场环境中,人们对企业的社会预期在变化,企业价值最大化应该是企业追求的重要目标。企业和它的利益相关者(stakeholders)之间的关系是委托—代理关系,企业已经不应该仅仅对股东负责,还需要对雇员、消费者、债权人、政府、社区以及环境负责。由于企业与它的利益相关者追求的利益函数是不同的,企业实施社会责任行为与否是基于企业自身的成本、收益权衡。因此我们不能仅仅指望通过社会呼吁、舆论宣传或者指望企业道德良心发现来激励企业实施社会责任行为,这些措施有时也有效,但不是普遍规律,不会有很长的持久性。

那么,现实社会中有哪些因素会促使企业承担社会责任。本文的任务就是要推导企业实施社会责任的约束条件,即社会制度安排的约束、保持与利益相关者的长期合作期望以及竞争因素约束。

一、制度安排对企业承担社会责任的约束

制度安排对经济发展的重要性现在已经形成共识。对一个企业而言,它是否有动力实施社会责任行为,即确保投资者在企业中的利益;对消费者提供满意的服务和优质的服务,不欺诈消费者和谋取暴利;对企业职工的安全、福利、教育等方面承担义务;为债权人提供借贷安全;企业按照政府有关法律、法规的规定、照章纳税和承担政府规定的其他责任义务;以及企业对社区、环境的责任等,这些行为都是在现有制度框架下权衡后进行的。

1. 法律制度缺乏或司法不公的制度安排对企业社会责任形成不了“可置信威胁”

新古典经济学认为,健全的法律制度是维护和推进交易的惟一必要条件,法律制度通过提供合约的执行机制使得劳动分工和交易得以进行;如果没有法律对合同的执行、人们之间的交易就很难进行(张维迎2002)。

从博弈论的角度看,法律制度安排与企业行为是完全信息的动态博弈,政府先制订法律制度,规定了企业哪些行为对社会造成损害要承担哪些惩罚成本,由于企业知道若自己不遵守法律制度,将有严厉的司法惩罚,这样法律制度安排对企业的行为就是“可置信威胁”,该博弈的均衡解将是政府制定公正法律,企业严格遵守法律、履行社会责任。但是如果整个社会缺乏法律制度或者司法不公,那么企业就不会有多大的动力去实施社会责任行为。改革开放以后,我国加强了社会法制建设,截止2003年底,我国已颁布了有关市场经济法规40余部,法律法规的基本完善,将使市场经济秩序切实得到法律保障。但不能回避的是,法律体系不完善,司法腐败,司法不公,以及“地方保护主义”造成司法效力受限等问题依然存在。从媒体曝光资料看,偷税漏税、坑蒙拐骗,侵犯员工利益等企业不履行社会责任的行为比比皆是。来自工商部门的统计表明,目前我国每年订立的合同约40亿份,但履约率仅有一半。张维迎和柯荣住对北京某区法院1999年10月至2000年5月受理的620个经济纠纷案件分析表明,上诉到法院的案件都是非常简单的案件,而对复杂案件,人们很少求助于法院。在违约最多的423起欠款未付的案件中,被告没有提供任何辩护理由或者不到庭的案件高达290起,占该类案件总数的68.6%,也就是说,没有理由成了违约的最大理由(张维迎,2002)。

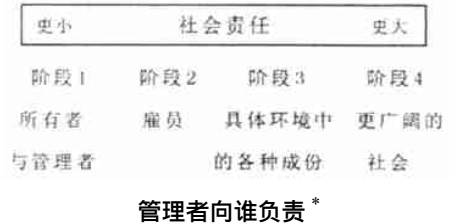
由于法制不完善,企业违法之后,通过贿赂地方政府、法院,企业照样可以逃避社会责任,或者在有些情况下,企业即使违反了法律,给企业利益相关者带来损失,但现有的法律文件中却没有对此惩罚规定,或者惩罚规定很轻,这样企业就根本没有动力去遵守法律规定。而由法律规定的投资者、债权人、消费者、员工等利益相关者的利益就会被触犯,这在我们现实生活中比比皆是。因此要想使企业实施社会责任行为,首先应该从法制建设着手,使企业承担社会责任行为得到相应的法律支持和法律约束。

2. 制度演进的不同阶段形成企业社会责任的不同约束

如上所述,制度安排对企业的社会责任行为形成制约,但是制度安排却是企业和利益相关者之间利益冲突和协调的结果,这是一个动态的过程。在不同制度安排下,企业和它的利益相关者追求将会不一样,制度演进的不同阶段会对企业社会责任提出不同的要求或约束。随着经济环境的变化,制度安排是在不断变化的,而不同的制度安排显然会在企业和它的利益相关者之间形成不同的预期,会约束企业实施不同的社会责任行为。根据罗宾斯的企业社会责任扩展的四阶段模型,在市场经济发展的不同阶段,由于具有不同的制度安排,企业承担着不同的社会责任。第一阶段,是现代市场经济初始发展阶段,此时社会制度安排更多地注重所有权与经营权实现初始分离,《公司法》、《财产法》等法律开始出现。因此,在这一阶段企业社会责任是

^{*} 本文为安徽省教育委员会人文社会科学研究项目《企业社会责任研究》的部分成果。项目编号:01jw206

股东利益最大化,管理者更多地在于寻求使成本最低和使利润最大来提高股东的利益。第二阶段,随着市场法律制度的不断健全,投资者权益能够得到有效保证,人们开始思考企业应该如何对待员工,同时随着人权运动的发展,整个社会要求尊重人权,取消歧视,因此在这样的社会制度安排下,管理者开始承担对雇员的社会责任,改善工人工作条件,扩大雇员权力,增加工作保障。第三阶段,随着市场经济的进一步发展,社会商品日趋丰富,营销观点也从原本以产定销,以销定产,到现在为顾客创造价值,同时《雇员责任法》、《反不正当竞争法》等保障消费者利益的法律日益健全,这些都促使企业承担对顾客、供应商等利益相关者的责任。第四阶段,随着现代市场经济的成熟,社会对企业责任使命期望也在进一步增加。《环保法》、《防污染法》等社会法律制度正日趋完善,而这些制度安排促使企业承担更为广泛的社会责任。



2002 年美国经济界最为震惊的事件之一要数美国公司假账丑闻:安然破产、安达信陨落、世界通信造假、美林证券欺诈等一系列事件使人们困惑,在人们看来,在美国如此发达的市场经济制度下,都会如此违背社会责任,那么指望那些市场经济制度尚不完善的国家一下子建立完全的信用经济,岂不是天方夜谭。

其实从制度和企业社会责任关系的动态演变的角度看,这一切都是可以得到解释。之所以会产生丑闻,是因为在原有制度安排下,在会计法律、证券法规中,对信息披露、财务会计处理准确性、审计师独立性、公司治理方面的监管措施制定不完善,惩罚成本较低。加上股票期权激励盛行,股票价格上涨将对 CEO、CFO 的收入产生巨大影响。因此在这样的制度安排下,丑闻事件就不可避免的发生。

2002 年 7 月 30 日索克斯法案(Sarbanes—Oxley Act 简称 SOX Act)正式生效,对现行的证券、公司和会计法律进行了多处重大修改。对上市公司 CEO、CFO 们设置了一项附有刑事责任的书证要求,要求上市公司 CEO 和 CFO 以特别书证的形式保证其公司年报和季报中的财务报表的真实性、准确性,违反者将被处以可高达 500 万美元的罚款和上至 20 年的监禁。针对股票期权这一弊端,索克斯法案规定一旦上市公司出现了财务报表需要重新核实的情况,CEO 和 CFO 必须向公司返还其在先前 12 日之内获得的所有基于职务表现的奖励性薪酬(奖金和期权等)。在新制度规定下,高级主管人员就不再敢为了个人私利而在财务数据上大动手脚,蓄意抬高公司股价以中饱私囊。因为与原先东窗事发之后,普通投资者和企业雇员饱受其害,但 CEO 和 CFO 早已通过变现期权赚的钵满盆满不同,这次如果 CEO 和 CFO 作了假,它吃进去多少,却仍然要吐出来,而且还有严厉的刑事责任。

3. 经济制度安排形成企业社会责任的“路径依赖”

新制度经济学派代表之一诺斯认为“现存的制度矩阵中的变化都是渐进性的变化,所有制度变化以经济的规模和范围的方式表现出来”。“此外,由于组织在制度矩阵中的存在它们会成为利益集团保证现存制度的持续存在的力量。”因此在制度变迁中存在路径依赖。“路径依赖”指今天的选择受历史因素的影响(道·诺斯,1995)。在我国,不同企业之间存在着不同社会责任,国有企业承担过多的社会责任,而那些非国有企业却承担较少的社会责任。而造成这一格局的根本原因乃是我国的经济制度安排。国有企业从它诞生之日起就肩负着国家责任、社会责任之使命,从严格意义上讲,国有企业不是真正的企业。国有企业在享受着较低价格的资金、原材料、劳动力的同时,它也必然要承担许多政策性负担,优惠政策和政策性负担都是由国有经济制度这一制度安排内生决定的。由于要承担政策性负担,所以国有企业不需要承担企业亏损的责任,这样企业就可以把经营亏损,甚至贪污归于政策性负担,因此激励问题就始终成为国企改革的难点,1979 年以来,国企改革始终是热点、难点问题。利润留成、承包制、股份制改革都因为无法解决这一问题,而始终绩效微弱。不解决国企老职工、富余职工的社会保障问题,或者说无视这一问题,国企的改革必然会带来社会动乱。

与国企相反的是,改革开放以来,非公有制经济是在体制外的夹缝中成长起来的。计划经济体制制度中较少要求非国有企业承担社会责任的,因为在计划经济中,信用、法律都极度缺乏,同时,由于非国有企业对我国宏观政策未来预期不确定,害怕资金被没收,因此,短期经营、投机行为在所难免,这就是我们看到为什么改革开放之初,假冒伪劣、欺行霸市、坑蒙拐骗等不负责任行为盛行,在制度经济学的框架下,这些都是由于经济制度安排形成了企业社会责任的“路径依赖”。

二、与利益相关者保持长期合作期望的约束

企业和它的利益相关者之间是委托代理关系。作为代理人,他知道自己经营状况、经理人的道德品质、财务状况等,而企业利益相关者却知道较少,因此委托者和代理人之间信息是不对称的,因为这是一个不完全信息动态博弈。企业发展离不开它的利益相关者支持,这是毋庸置疑的问题,但问题是顾客、投资者、债权人、政府等企业利益相关者由于信息不对称,它们并不知道哪家企业值得信赖。因此企业为了在市场竞争

* 斯蒂芬·P·罗宾斯著,《管理学》P101 中国人民大学出版社 1996

中取得更大的市场份额,取得更高的效益,他们会选择某种信号,作为区别其他企业的暗示,表明自己是值得信赖的,当然企业的利益相关者也不会轻易地相信你的信号,因此,要求企业发出的信号是有成本的,以此防止别的竞争者轻易模仿,这在博弈上称为分离均衡(sorting equilibrium)。我们构建一个模型来说明它。

在模型中,我们假设企业利益相关者不知道企业禀赋特性,如:消费者不了解企业产品设计的安全性;投资者、债权人不知道企业经营状况;政府不知道企业纳税积极性;雇员不知道企业的企业文化等,企业社会责任行为函数是根据一阶随机占优(the first - order stochastic dominance)排序的,在市场竞争中,越是好的企业,越愿意承担社会责任。

企业的效用是市场价值最大化,企业经营者用实施社会责任这一信号向利益相关者传递企业素质,企业承担社会责任有助于提高公众对公司的期望,包括一个消费者导向的形象,良好的公众形象,致力于环境保护,使员工拥有更融洽的工作氛围。大部分研究表明公司承担社会责任与经济绩效之间存在一种正相关的关系,将使股东受益,它的逻辑基础是为企业提供了大量长期利益,足以补偿其付出的成本。

承担社会责任需要成本,质量较低的企业,是不会过度参与社会活动,因为社会责任行为对企业利润的贡献可能要许多年后才会见效,这一时间滞后效应足以吓倒那些规模小,资金弱的企业,这也是为什么我们看到倡导社会责任的企业都是那些大企业,知名企业。假设两个时期,两个参与人(企业经理和企业利益相关者)。令 π 为企业第二时期的利润, π 在区间 $[0, \theta]$ 上均匀分布,经理知道 θ ,但企业利益相关者只知道 θ 的概率分布 $\mu(\theta)$ (因此 θ 是企业的类型)。在第 1 时期,经理选择一定的社会参与活动 A ,因为信息不完全,企业利益相关者只能根据预测到的社会责任活动 A 决定企业的市场价值 V_0 ,在时期 2,企业利润实现,假定经理的目标是最大化企业在时期 1 的市场价值和时期 2 的期望价值(减去社会参与成本)的加权平均值,即:

$$u(A, V_0(A), \theta) = (1 - r) V_0(A) + r \frac{\theta}{2} - C \cdot \frac{A}{\theta}$$

这是 $V_0(A)$ 是给定社会参与水平 A 时企业在时期内 1 的市场价值, $\theta/2$ 是企业期望在时期 2 的期望价值, $C \cdot \frac{A}{\theta}$ 表示社会参与时企业将承担的社会成本, r 是权数。这个目标函数隐含地反映了这样一个假设:企业经理的福利随企业市场价值的增加而增加,随将要承担社会成本的上升而减少。

当经理选择社会参与水平 A 时,他预测到企业利益相关者将从 A 推断 θ ,从而选择 $V_0(\theta)$ 如果经理选择 A 时企业利益直关者认为企业属于类型 Q 的期望值是 $\theta(A)$ 那么,企业的市场价值是: $V_0(A) = \frac{\theta(A)}{2}$

我们只考虑分离均衡。首先注意到,因为: $\frac{\partial^2 u(A, V_0(A), \theta)}{\partial A \partial \theta} = \frac{r \cdot C}{\theta^2} > 0$

即质量()越好的企业,越愿意社会参与,这一条件满足斯宾塞——莫里斯条件。将 $V_0(A)$ 代入经理的效用函数并对 A 求得一阶条件:

$$\frac{\partial u}{\partial A} = \frac{1}{2} (1 - r) \cdot \frac{\partial \theta(A)}{\partial A} - r \cdot C \cdot \frac{1}{\theta} = 0$$

在均衡情况下,投资者从 A 正确地推断出 θ ,也就是说如果 $A(\theta)$ 是属于类型 θ 的企业经理的最优选择,那么 $\theta(A(\theta)) = \theta$ 因此, $\left(\frac{\partial \theta}{\partial A}\right) = \left(\frac{\partial A}{\partial \theta}\right)^{-1}$,将此等式代入一阶条件得微分

$$\text{方程: } 2r \cdot C \cdot \frac{\partial A}{\partial \theta} - (1 - r) \theta = 0$$

$$\text{解上述微分方程得: } A(\theta) = \left(\frac{1-r}{4rc}\right) \theta^2 + C_1$$

这就是经理的均衡战略, (C_1 是常数), 逆转上式将 θ 代入 $V_0\left(\frac{\theta}{2}\right)$ 得企业的市场价值(即企业利益相关者的均衡战略)为:

$$V_0(A) = \left((A - C_1) \cdot \frac{r \cdot C}{1 - r}\right)^{\frac{1}{2}}$$

(在这个博弈中,因为类型 θ 是连续分布的,没有非均衡路径,因此对于每一个可观测到的 A , 贝叶斯法则定义一个后验概率 $\mu(\theta^{-1}(A)/A) = 1$ 和 $\mu(\theta \neq \theta^{-1}(A)/A) = 0$, 其中 $\theta^{-1}(A)$ 是经理均衡战略 $A(\theta)$ 的逆函数。)

上述精炼贝叶斯均衡意味着,越是高质量的企业,越是愿意参与社会活动,尽管利益相关者不能直接观测到企业的质量,但是如果能够观测到企业有积极性承担社会责任,那么企业利益相关者显然愿意与该企业建立良好长期合作关系。

三、竞争因素约束

企业在市场上不仅要与它的利益相关者建立良好的长期合作关系,同样地它还要面对同行业激烈的竞争。在现代管理理论中,许多学者认为公司的某些社会责任行为主要是由利润动机驱动的,称之为起因相关营销(cause - related marketing),如美国运通公司、可口可乐公司、通用食品公司等毫无顾忌的利用社会公众的良心,美国运通的一位总经理说“社会责任是一个很好的营销诱饵”。

发展证券投资咨询业 提高资本市场运行质量

上海第二工业大学经济管理学院 王婉薇 童建良 王忠彬

[摘要] 本文结合我国资本市场发展的趋势,针对我国证券投资咨询业面临的挑战,论述了发展证券投资咨询业,促进我国资本市场运行质量提高的问题,并提出了发展证券投资咨询业的对策。

[关键词] 证券投资,证券投资咨询,资本市场

我国的资本市场已经走过十多年的历程,它日益成为给各类企业发展提供筹集资本金的重要渠道。1992年以来,我国工商企业已从股市筹集资金7700亿元。据统计,截止到2003年12月底,沪深两个市场共拥有上市公司(A、B股)1287家(资料来源:新闻晚报2004.1.30),通过股票市场累计筹资达10000亿元。沪深两市的总市值从1991年的109亿元增加到2003年底的42457.71亿元,从市值规模上看已经跃居亚洲第三。这一时期,我国的GDP从1991年的21万亿元,增加到2002年的1024万亿元,以证券市场总市值占GDP比重衡量的证券化率从0.51%提高到37.43%。全国证券公司数量达125家,证券营业部2800家,资产总额6660亿元,从业人员逾12万人^[1]。事实已证明我国以往间接融资占垄断地位的局面已不存在,数以千万计的投资者进入这个直接融资的市场。笔者以为积极发展证券投资咨询业服务,是如何发挥资本市场的资源优化配置作用,促进我国资本市场运行质量提高的必然选择;证券投资咨询服务业则要在机构组织创新、人员素质等方面不断求得发展。

一、现阶段我国投资者对证券投资咨询服务的需求迫切提升

自我国投融资体制改革以来,宏观储蓄分流状况和居民收入资本化的趋势是促使资本市场形成和壮大的重要条件,投资主体结构发生明显变化,企业和个人的投资比重上升,2002年集体和个人经济投资增长接近15%;政府投资的比重与改革前比有较大下降;同时2003年全国证券市场筹资1357.75亿元,同比增长41.17%。可见整个经济结构发生着深刻变化,国民收入分配格局的改变使得社会经济部门掌握的储蓄资金比重向个人与企业倾斜,而宏观储蓄是转化为投资,特别是证券投资的重要来源。

值得关注的是:我国证券市场还是一个“不完全资本市场”,即这个市场还没有充分发挥其融资功能、发现价格功能、资源配置功能、分散风险功能。投资者面对的资本市场体系还有某些制度缺陷、市场信息不对称,给其投资行为造成的非理性也就难以避免。但从追求盈利目标考虑,各类投资者们急需证券投资咨询服务,即需要提供证券、期货市场评论、预测、投资分析或建议、财务顾问、资产管理顾问等直接或间接的有偿咨询服务以减少风险或控制风险,这种迫切的需求具有客观性,主要表现在:

1. 从投资者类别分析,个人投资者居多,据有关资料反映截止到2003年底,我国证券市场投资者开户数为7025.41万户,比1991年约增长190倍,其中个人开户数约占99%以上;个人投资者大量涌入则说明居民收入增长后金融投资意识的加强,特别是1997年以后我国连续七次降低银行存款利率,促使了居民储蓄分流,最终表现为“居民收入资本化趋势”形成,即居民收入中追求资本收益的资本性支出比重逐渐上升。这种

起因相关营销背后的思想,是发现与公司产品和服务相吻合的社会因素,然后以互利的方式把他们联系起来。因此,在激烈竞争的市场上,企业可能会借助于承担社会责任,作为营销方式,进行产品推广创新。

值得注意的是,如果某一厂商采用起因相关营销方式,那么相关厂商必定会对此做出反应,否则将会丧失市场份额。假设在原来均衡市场基础上,某一厂商突然增加社会责任行为以此作为公司营销策略的一部分,那么另一厂商也必然会采用相同的营销策略,即参与社会活动。寡头市场结构博弈分析思想告诉我们,由于几个厂商都参与社会活动,有时社会活动的重复会造成社会资源浪费。此外,在多数行业中,都存在一些领头企业和跟随企业,跟随企业的产量、价格决策都是视领头企业而定的,博弈分析表明领头企业因此能获得“先行一步优势”。同样地,在社会行为中,由于领头企业知道自己如果参与社会活动,承担责任,那么它就会给跟随企业设置一个新的竞争壁垒。考虑领头企业承担的平均社会成本(由于规模、实力大)将少于跟随企业,因此通过这一策略,领头企业可进一步扩大市场份额,拉开它与跟随企业的距离,这可以用来解释大公司为什么更热衷于承担社会责任,因为这样将有助于巩固其市场领导地位。

[参考文献]

- [1] 斯蒂芬·P·罗宾斯著:《管理学》第四版[M], 中国出版社, 1997年版。
- [2] 张维迎著:《博弈论与信息经济学》[M], 上海人民出版社, 1996年版。
- [3] 恒方著:《亡羊补牢的索克斯法案》[N], 21世纪经济报道, 2002.8.12, P39版。
- [4] 张维迎著:《法律制度的信誉基础》[J], 经济研究 2002(1)。
- [5] 林毅夫:2002年11月4日复旦大学复旦汇丰经济论坛(第七期)上的讲演。