

企业的社会契约

——一个新的企业行为规范研究框架

李伟

(上海财经大学 国际工商管理学院, 上海 200433)

摘要: 社会契约论将契约分成两个层次, 一个是经济层面, 一个是经济伦理层面。企业作为一个社会主体, 一成立时便应当自然而然地承担对社会公众、政府以及内部员工的责任和承诺。企业社会契约具有层次性且内容丰富。社会契约论突破了经济学研究前提假设的约束, 为企业行为分析开辟了新的研究思路。

关键词: 企业; 社会契约; 分析框架

中图分类号: F270 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-9952(2003)10-0026-05

一、社会契约的提出

唐纳森和邓菲在《有约束力的关系: 对企业伦理学的一种社会契约论的研究》中举了 1995 年壳牌石油公司事件, 即该公司在尼日利亚推行一项巨额天然气采集计划, 引发了环保人士的反对, 并未能阻止尼日利亚军人政府践踏人权而遭到世界的普遍谴责, 最终导致贸易遭抵制, 直至 1997 年该公司作出积极调整后, 公司形象才缓慢恢复。作者以此提出一个十分重要的命题: “需要以一种不同的方法来探讨企业伦理学, 这种方法要揭示隐蔽的然而极其重要的协议或‘契约’, 它们把各种行业、公司和经济制度连接成道德的共同体……出人意料的是, 我们所采用的方法, 也是一种要论及压倒一切个别契约的更深层、更普遍的‘契约’的方法”,^①即认为企业与社会有一种隐性的契约^②, 这种隐性契约的核心内容是基于企业伦理的企业社会责任。企业作为一个社会主体, 一成立时便应当自然而然地承担起对社会公众、政府以及内部员工的责任和承诺。

社会契约最初作为一种社会规范是自然而然地产生的^③。在人类肇始阶段, 在比较封闭、环境恶劣的氏族部落中, 由于家庭关系, 氏族成员对公共权利的均占性保证了生活资料分配的公平, 诚信就自然而然地渗透到人们的血缘感情中去了; 随着对偶婚和父权社会的出现, 新的财产继承方式的产生导致财富分配的分化, 氏族最高军事首领及其下一级军事首领称为瓜分互利剩余的第一批自利者, 原始的存在于血缘感情的社会契约连同旧的家庭关系一起崩溃了, 自利释放的无穷贪婪和攫取财富的破坏力摧毁了原始的社会契约(特别是诚信契约)。

此后, 社会契约开始了艰难的重建过程, 在不断的斗争和妥协中向前融和演进。在人充当生产资料时期, 出于互利的需要, 人们之间产生了互信、互助的行为规则。人们发现保持诚信是生存下去必需的“技巧”, 这时就产生了对人的伦理形成要求的社会契约。随着技术发展和工业文明的到来, 企业的出现, 使人们自然而然地要求企业去遵守有利于人类自身发展的最基本的社会契约。

收稿日期: 2003-05-09

作者简介: 李伟(1975—), 男, 山东烟台人, 上海财经大学国际工商管理学院博士生。

二、企业社会契约的层次性

1. 企业社会契约的“超规范”层面。按照唐纳森和邓菲的理解,就是人类社会基本的伦理要求或大多数宗教所公有的基本的规定。它们所代表的价值观是所有企业和组织都能接受的,即“有些似乎是永恒的,诸如那些支持信守诺言和诚实的规范。”^①其实,可解释为人类社会对企业行为最基本价值观上的要求,这种要求是社会内在形成的,虽然说是“契约”,实际上是企业无法拒绝的“天然承诺”,是社会最为广泛和朴素的伦理基础。“之所以说这种诚信是朴素的,是因为它还带有原始社会时期遗留下来的后来被休谟称为‘公共感情’的东西。”^②

唐纳森、邓菲等对企业社会契约的“超规范”分为三类:即结构性、程序性和实体性,见表 1。

表 1 社会契约“超规范”的类型

类型	定义	来源	超规范举例	提出者
结构性的	建立并支持社会必要的背景制度的原则	(经济体系层面上的)微观社会契约	形成并履行与足以获得必要社会利益的社会结构相联系的职责的义务	亚当·斯密
程序性的	维持微观契约中的一致意见的必要条件	宏观社会契约	维持微观社会一致意见所必需的发言权和退出权	尤尔根斯·哈贝马斯
实体性的	权利和善的基本概念	人类经验和理智的会合	信守诺言,尊重人的尊严	迈克尔·沃尔泽, 千仓广池

资料来源:唐纳森、邓菲著,赵月瑟译,《有约束力的关系:对企业伦理学的一种社会契约论的研究》,上海社会科学院出版社,2001年版,第69页。

社会契约的“超规范”层面就是社会最基本的道德基础,即对生命和自由的尊重,人与人之间不能相互残杀,尊重人的基本权利。“道德的基本要素是全人类共同的道德信仰,如仁爱、诚实、守信、慷慨等。”^③否则,社会就会回到野蛮的状态,处于霍布斯所说的“全体人反对全体人的战争”中。^④为了实现这种保证,西方的启蒙运动把生命、财产和自由权利作为文明和野蛮的分界线,私人财产神圣不可侵犯就成为社会之本。由私人财产的排他性、对私人财产的尊重而派生出的道德共识就使对财富的追求具有了合理性和正义基础,重诺守信就成为一种美德。

而且,西方社会中的宗教强调的责任问题,对人及企业的社会契约的形成影响十分深远:“上帝应许的惟一生存方式,不是要人们以苦修的禁欲主义超越世俗道德,而是要人完成个人在现世里所获取地位赋予他的责任和义务。这是他的天职。”^⑤韦伯认为,正是这种对社会不可推卸的责任是企业作为社会主体所必须遵守的社会伦理最具代表性的东西。C. C. 卡特说:从来没有一种成文法比得到民意支持的不成文的习惯法更具有约束力。“超规范”社会契约是企业信用系统中契约要素的核心,是其他契约的伦理基础。

2. 企业社会契约的多元性层面。企业的社会契约会受到文化、历史、制度等人为环境的影响而有所变化,不同地区企业所面对的社会契约会有所不同。如在墨西哥,向客户赠送礼品是很正常的现象,符合社会伦理要求,而在美国则可能会被拒绝。这种层次的契约也是外在的,只是不同的文化环境中企业所面对的要求会有所不同。

3. 企业社会契约的操作层面(见表 2)。在道德自由空间里,企业伦理学的许多重要内容存在于有关正确行为的默认的协议中,而这些协议大部分来自于企业从业人员在应对不断变化的目标和环境时所作的决策。从这一过程中出现的真实伦理规范,通常是公司、市场和各种交易形式所特有的。该层面的社会契约主要体现在两个方面:一个体现于为公司、企业和行业内部有效、适当的行为而确立的行业规则,如反映了企业自身对诚信、环保等方面的一些自我要求;另一个则是一些企业设立的对各自要求而形成的企业价值观,他们通过设定自己的价值观,形成对社会的一种承诺,形成社会契约,进行自我约束。如著名的强生公司的公司准则和美国电话电报公

司的“共同保证”。

表2 操作层面的企业社会契约

分类	举例	社会性契约
高级管理组织表达的标准	直接营销协会:企业道德行为准则 注册财务审计师学会:伦理学法则和行为准则	第10条:每一运件都应该注明直销商的姓名和地址。 I. B. d.: 审计师必须披露以佣金酬金名义得到的补偿金。如果从联营公司接受佣金,不能声称“只有佣金”。 “大多数供应商……期望并需要公正的采购行为和及时付款”。
公司信条	企业圆桌协会:关于公司责任的声明 康克斯圆桌协会:企业强生公司 默克对公司目的的陈述 蒙桑托公司:道德习俗和利益冲突	第3节:“在工作场所保护雇员防止可避免的伤害和疾病”。 “我们首先要对使用我们的产品和服务的医生、护士和病人负责”。 “我们坚持最高的道德标准和诚实原则……营销方法绝对诚实、非常冷静地描述我们的产品”。 V. D.:“禁止为了任何不合法的目的……使用资金,包括政治的或商业的贿赂……蒙桑托的政策允许利用‘有促进作用的’支付”。

资料来源:唐纳森、邓菲著,赵月瑟译,《有约束力关系:对企业伦理学的一种社会契约论的研究》,上海社会科学院出版社,2001年版,第140页。

三、各层次社会契约的关系

我们已经将企业的社会契约分为三个层次:第一层,即“超规范”层,对所有企业都是一致的,即作为人类组织,社会对企业的最基本的要求,如诚实守信的要求。第二层,“多元性”层面,是个过渡性层面,强调的是国际社会中文化的差异、社会观念的不同而对企业行为要求的差异,相对来说,各国之间企业的社会契约差异不大。第三层,在操作层面,各企业由于行业不同、企业自我要求不同,而显示出不同的内容。

为说明三个层次社会契约之间的关系,我们给出企业社会契约层次关系图(见图1):每个企业社会契约C包括三个集合,即 $C_i = J + K_i + E_i$ (注:这里的下标i在公式中前后的含义并不一致),其中将集合J作为“超规范”层次社会契约, K_1 、 K_2 、 K_3 等是“多元性”社会契约, E_1 、 E_2 、 E_3 等作为操作层契约;其中,J是企业各层社会契约C等的交集,即 $J = \bigcap_{i=1}^n C_i$,也就是说J作为核心契约是各个企业社会契约中均有的、不可或缺的组成部分;而作为“多元性”社会契约的集合K则只是某些企业社会契约集合中去掉“超规范”契约的那一部分,如 $K_3 = C_3 \cap C_2 - J$ 。

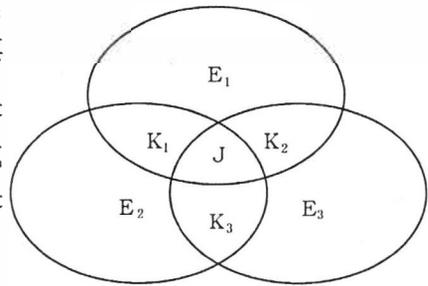


图1 企业社会契约三个层次关系

通过这种图形与公式的表达,我们想说明几点:第一,“超规范”社会契约对每个企业都是一样的,即社会要求企业作为人类社会的一个组织所具备的基本素质。第二,“多元性”社会契约相对是不一样的,由于各地文化、信仰的差异对企业的要求会有所不同。第三,各个企业由于行业不同、所处环境不同,他们面对的社会要求也会有所不同;而且有些企业自己对自己有伦理上的自我约束,形成各自不同的操作层面的社会契约。第四,这三个层面的契约关系密切,总体上是保持一致的伦理要求,但同时也保持各自的特色,层次清楚。

四、企业社会契约的具体内容

企业社会契约强调的是企业内在的对社会的责任和承诺,由于企业面对的对象是多方面的,

因此,企业社会契约也是多对象性的,当然企业社会契约主要是操作层面的。由于唐纳森和邓菲提出的企业社会契约是一个笼统的概念,难以深入探讨企业契约组合因素在企业信用系统中的作用。因此,我们将企业社会契约分为企业内部社会契约和企业外部社会契约(见图2)。

1. 企业内部。企业内部社会契约是企业对内部员工及管理者的责任和保证,包括企业对员工的人身安全保证、自由保证、尊严保证,等等。在管理通讯《优秀经理》中,巴尔巴拉·施特兰德(Barbara Strandell,1991)写道:“我们的公共持股大公司的管理层与股东、顾客与雇员之间存在一种默认的社会契约,……与雇员的社会契约正在被打破。”她列出了各种违背契约的实例,包括:要求雇员在假日里“抽出一部分时间无报酬地工作”;实施“胜负预定地”雇员竞赛;动用公司资源为经理们改建住宅、工作室或度假用房。

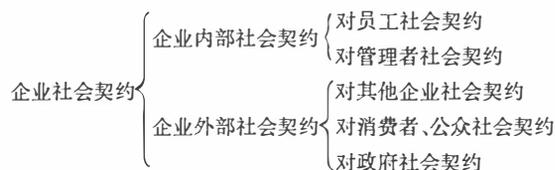


图2 企业社会契约的详细分类

企业社会契约要求企业解决各种歧视现象,要做到一切机会真正向所有员工开放,公平解决收益分配问题,所有员工无论地位高低在人格上一律平等。

2. 企业外部。企业对社会公众、其他企业以及社会管理者政府的责任和保证,如对其他企业的诚信保证,对公众产品和服务质量保证、信息发布准确保证,对政府的按期缴税保证,等等。

(1)企业对消费者的社会契约。企业与消费者之间产生关于产品或服务的经济契约关系,同时也产生了企业要维护消费者权益和平等交易的社会契约。首先,企业提供的产品和服务不应侵害顾客的基本权利,不得提供假冒伪劣产品;其次,企业应对顾客诚实不欺、信守承诺、保证相关信息透明,商品的用途、使用方法、有效性、质量等方面的信息准确,无欺诈;再次,无价格欺诈,信守平等交易原则。

(2)企业对其他企业的社会契约。社会契约的基本要求是企业应当公平地对待供应商和竞争者,履行企业对其他企业的承诺或经济契约,按期付款,信守合同,公平交易。

(3)企业对公众的社会契约。企业是社会的成员,不仅要面对直接发生交易关系的其他企业或消费者,还要面对不与其直接发生交易关系的一般公众,履行企业对社会公众的社会契约。对社会公众的社会契约要求企业保护公众的基本权益,譬如:首先,不得污染社会环境,所形成的空气污染、水污染、噪音污染要在公众可接受的范围之内;其次,对公众的安全要有保证,要充分考虑因工厂选址、开办和关闭对社会公众的影响,对公众信息发布保证准确、真实。

(4)企业对政府的社会契约。政府是社会多数人利益的代表,并拥有社会强制力,出于维护社会利益角度的考虑,政府对企业行为的合理性有基本的要求,譬如对企业保护环境、希望企业参与社会公益等方面的期望。

值得讨论的是,我们不认为代表社会意志并由政府实施的法律是一种社会契约,社会契约更多的是一种社会内在的伦理要求,企业作为社会主体,自我认可的应当承担的责任;对于法律,我们将其归入企业信用系统的外部环境中去,因为法律是外在的强制性手段,强制企业必须履行相应的责任和义务,进行信用行为。

六、结论与探讨

社会契约论将契约分成两个层次,一个是经济层面,一个是经济伦理层面。自从亚当·斯密提出经济人假设并作为经济学理论的一个基本假设以来,认为企业只关注经济效益,不管其他。经济学研究者在解释社会、政治、经济现象时,不考虑其他的可能因素,较多地顾及现象中人们对经济利益的追求,忽视了企业文化、企业伦理等方面对企业发展的影响分析和研究。社会契约则突破了这些问题的约束,为企业行为分析开辟了新的研究思路。

我们将企业社会契约的对象细化,可以对企业与其利益相关者如消费者、供应商、政府、公众等之间的关系加以进一步分析,认为企业与这些利益相关者不仅有经济契约,同时也存在社会契约;企业要信守承诺,不仅要履行经济契约,同时也必须履行社会契约,注意企业整体各方面的表现,才能成为受社会尊敬的现代企业。至于企业应该如何协调经济契约和社会契约之间关系的问题则是需要进一步研究的课题。

注释:

- ①唐纳森、邓菲著,赵月瑟译:《有约束力的关系:对企业伦理学的一种社会契约论的研究》,上海社会科学院出版社,2001年版,第5页。
- ②茅于軾教授也提出道德是一种隐性契约,是“个人和社会的单方面的不成文契约,契约内容是我愿意为社会提供道德服务”,并提出这种契约“存在于每个人的心里”(茅于軾:《中国人的道德前景》,暨南大学出版社,1997年版,第265页)。这个角度与企业的社会契约的视角是一致的。
- ③孙国锋:“社会信用的制度分析”,《社会科学研究》,2002年第5期,第106~107页。
- ④唐纳森,邓菲著,赵月瑟译:《有约束力的关系:对企业伦理学的一种社会契约的研究》,上海社会科学院出版社,2001年版,第176页。
- ⑤孙国锋:“社会信用的制度分析”,《社会科学研究》,2002年第5期,第107页。
- ⑥茅于軾:《中国人的道德前景》,暨南大学出版社,1997年版,第265页。
- ⑦阮赞林:《区域信用建设研究》,中国社会科学出版社,2002年11月版,第9页。
- ⑧韦伯:《新教伦理与资本主义精神》,三联书店,1987年版,第59页。

参考文献:

- [1]唐纳森,邓菲(赵月瑟译). 有约束力的关系:对企业伦理学的一种社会契约论的研究[M]. 上海:上海社会科学院出版社,2001.
- [2]茅于軾. 中国人的道德前景[M]. 广州:暨南大学出版社,1997.
- [3]孙国锋. 社会信用的制度分析[J]. 社会科学研究,2002,(5).
- [4]韦伯. 新教伦理与资本主义精神[M]. 上海:上海三联书店,1987.
- [5]萧瀚. 全球化视野中的企业伦理——读《有约束力的关系:对企业伦理学的一种社会契约论的研究》[J]. 开放时代,2002,(2).
- [6]张维迎. 企业的企业家——契约理论[M]. 上海:上海三联书店、上海人民出版社,1995.

Social Contracts Theory

—A New Research Framework to Analyze Corporate Behaviors

LI Wei

(School of International Business and Management, Shanghai University
of Finance and Economics, Shanghai 200433, China)

Abstract: Social contracts theory divides contracts into two layers: one is economic, the other is economic ethics. As a social entity, a corporate should simultaneously shoulder its responsibility and keep its promise to the social public, government and its employees the moment it was established. The corporate social contract contains layers and is abundant in contents. The theory breaks through the restraint of hypothesis of economic research, and builds a new research framework to analyze corporate behavior.

Key words: corporate; social contracts; framework of analysis