

Globethics Repository

The logo for Globethics, featuring the word "Globethics" in white, sans-serif font centered within a solid blue rectangular background.

信用经济视野下企业社会责任的新内涵——信用责任

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

Item Type	Preprint
Authors	丛一文
Rights	All rights reserved
Download date	2026-04-12 20:05:25
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/170159



第四届“企业社会责任”征文大赛

THE FOURTH CSR PAPER COMPETITION -2010

信用经济视野下企业社会责任的 新内涵——信用责任

姓名 丛一汶

学校 中国政法大学

专业 法律硕士（非法学）

联系方式

导师

时间 2011 年 3 月 18 日

大赛论文（设计）诚信声明书

本人声明：我所提交的大赛论文（设计）《信用经济视野下企业社会责任的新内涵——信用责任》是我在指导教师指导下独立研究、写作的成果，论文中所引用他人的无论以何种方式发布的文字、研究成果，均在论文中加以说明；有关教师、同学和其他人员对本文的写作、修订提出过并为我在论文中加以采纳的意见、建议，均已在我的致谢辞中加以说明并深致谢意。

论文作者 丛一汶 （签字） 时间： 2011 年 3 月 20 日

信用经济视野下 企业社会责任的新内涵——信用责任

【内容摘要】企业社会责任的内涵是动态发展，在不同时期与不同阶段和不同国情会有不同的内涵；结合具体时代特点，提出新时期企业社会责任的内涵应该包括信用责任并分析了在信用经济时代作为企业社会责任新内涵的信用责任应该具备的三点特征；从利益相关者理论与层次结构理论中的金字塔模型来详细分析信用责任对于丰富企业社会责任内容的重要性；结合信用经济的时代特点与企业信用责任的特点，提出在信用经济视野下有关企业承担信用责任的几点探索：建立企业的社会责任管理部门统筹各项社会责任的管理；加强社会媒体舆论对企业信用责任实施的监督；充分利用 NGO 等第三部门将企业信用责任纳入征信数据库；完善相关法律法规对企业信用责任建立有效的奖惩机制

【关键词】信用经济 信用责任 企业社会责任

目录

摘要	3
一. 企业社会责任的新内涵——信用责任	5
二. 信用责任对丰富企业社会责任内涵的重要性分析	7
1. 从利益相关者理论角度来分析信用责任对企业社会责任的重要性	8
2. 从金字塔模型角度来分析信用责任对企业社会责任的重要性	10
三. 信用经济视野下有关企业承担信用责任的探索	14
1. 建立企业的社会责任管理部门统筹各项社会责任的管理	14
2. 加强社会媒体舆论对企业信用责任实施的监督	14
3. 充分利用 NGO 等第三部门将企业信用责任纳入征信数据库	14
4. 完善相关法律法规对企业信用责任建立有效的奖惩机制	15
四. 总 结	16
参考文献	18

自从上世纪西方学者提出了企业社会责任的概念后,有关企业社会责任的研究就不断深入,企业社会责任的内涵也在不断的丰富和发展。通过分析已有的研究不难发现,不同的历史时期与特定的国情对企业社会责任的内容有不同的要求,企业社会责任的内容是一动态变化与不断发展的。历史上,德国经济学家布鲁诺·希尔德布兰(Bruno Hildrand, 1812-1878),就以交易方式作为划分经济时期的标志,认为社会经济的发展经历了三个时期,即自然经济时期、货币经济时期、信用经济时期。可以说,现代经济就是信用经济^[1]。那么在信用经济时代,企业的社会责任的内容有何变化?又应增添哪些新的内涵?新内涵对于企业社会责任的发展又有哪些意义?这将是本文探索和研究的重点。

一. 企业社会责任的新内涵——信用责任

由于不同的历史时期有着不同阶段的发展特点,对于企业的性质的认识也有着不同的观点,同样学者对企业社会责任的认识也经历了是否企业该承担社会责任到究竟企业该承担怎样的社会责任的发展阶段。就目前企业社会责任理论的发展而言,有关企业社会责任的认识主要有以下几种:

埃德温·埃普斯坦(Edwin M. Epstein)认为企业社会责任主要与组织对特别问题的决策结果有关,决策要达成的结果应对利益相关者是有益而不是有害的。企业社会责任主要关注企业行为结果的规范性、正确性。^[2]

约瑟夫·麦奎尔(McGuire)认为企业社会责任是指企业不仅仅要承担经济和法律方面的义务,而且还承担着其他社会责任。^[3]

法学家卢代富认为企业社会责任具有以下显著特点:1. 企业社会责任以企业的非股东利益相关者为企业义务的相对方。2. 企业社会责任是企业的法律义务和道德义务,或者正式制度安排和非正式制度安排的统一体。^[4]

世界银行把企业的社会责任定义为:企业与关键利益相关者的关系、价值观、遵纪守法以及尊重人、社区和环境有关的政策和实际的集合,是企业为改

[1]陈潜、唐民皓:信用·法律制度及运行实务.[M].法律出版社.2005.第一版.第 128 页

[2] Edwin Epstein. The Corporate Social Policy Process :Beyond Business Ethics Corporate Social Responsibility And Corporate Social Responsiveness. [J] .California Management Review, 1987, (3).

[3] McGuire, J.B Sundered A. Schneeweis. Corporate Social Responsibility and Firm Financial Performance [J]. Academy of Management Journal, 1988, (12) .

[4]卢代富: 国外企业社会责任界说述评 [J].现代法学,2001, (3) .

善利益相关者得生活质量而贡献于可持续发展的一种承诺。^[5]

欧盟把企业社会责任定义为：公司在资源的基础上把社会和环境关系整合到它们的经营运作及它们与其利益相关者得互动中。^[6]

社会责任国际机构（Social Accountability International）对企业社会责任概括的表述为：企业社会责任区别于商业责任，它是指企业除了对股东负责，即创造财富之外，还必须对社会全体承担责任，一般包括遵守商业道德，保护劳工权利，保护环境，发展慈善事业，捐赠公益事业，保护弱势群体等。

[7]

中国劳动与社会保障部劳动科研所“企业社会责任运动应对策略研究”课题组认为：企业社会责任是指企业在为股东谋取最大利润的同时，应当充分考虑利用关系人的利益，主要包括人权、劳工权益和环境三个方面，其中劳工权益是核心。^[8]

.....

由以上定义，我们不难发现，主要学者以及部分国际组织包括我国的相关研究部门在给企业社会责任定义时，大都采用了利益相关者理论。该理论强调企业经营者应对所有与企业有利害关系的人或股东的其他利害关系负责人负责。“弗里曼将利害相关者定义为‘任何能够影响或被企业达到目标影响的组织或个人’，具体包括股东、雇员、消费者、供应者、社会和政府。”^[9]而卡罗尔提出了企业社会责任的金字塔模型，从底层到塔尖依次为经济责任、法律责任、伦理责任和道德责任。除此之外，对于企业社会责任的内容在理论界还有企业与社会契约关系理论、企业社会影响理论、企业绩效框架、企业公民理论、经济伦理理论、以及我国学者陈志昂、陆伟（2003）从企业社会责任的供给与需求较大分析，发展了企业社会责任三角模型等不同理论。通过对以上理论的分析，笔者发现这些理论均没有提出企业社会责任应包括信用责任。当处于信

[5]辛杰：企业社会责任研究——一个新的理论框架与实证分析[M].经济科学出版.2010年.第一版.第30页

[6] 陆致瑛：商业利益与社会责任——企业社会责任的历史 现实及未来.[M]. 新华出版社.2010年.第6页

[7] [8] [9]辛杰：企业社会责任研究——一个新的理论框架与实证分析[M].经济科学出版.2010年.第一版.第30页.第31页.第49页

用经济阶段时，将信用责任作为企业社会责任内涵的一部分就显得尤为重要。

信用责任作为任何一个企业在商业活动中应该遵守的基本责任和道德义务，是任何企业所不能推脱的。当今市场经济也是信用经济，任何一个企业要在市场竞争中生存和获得发展都不能漠视企业信用。

在信用经济时代，作为企业社会责任的新内涵的信用责任，笔者认为应该具备以下特征：

1. 在企业内部，信用责任与岗位责任密切相关，它关系到企业的生存，是企业承担社会责任的基础。具体而言，信用责任是上到企业管理者，下到雇员必须恪守的职业准则：管理者要坚持信用管理，对企业的股东负责，对雇员负责；而雇员要坚持信用生产，对产品的质量负责，对消费者负责。

2. 在企业外部，信用责任与企业社会责任密切相关，它关系到企业的发展，是企业承担社会责任的具体表现。具体而言，信用责任是企业在一切经济活动中诚信经营，遵守商业惯例，做到对债务人负责；必须保证产品质量，绝不生产假冒伪劣产品，对社会负责；必须遵守相关法律法规按时交纳各种税款，不偷税漏税，做到对政府负责。

3. 总之，信用经济时代，企业的信用责任事关企业的生存与发展，贯穿于企业与其利益相关者之间的所有经济、社会等活动中。信用责任不仅可以保证企业在激烈的竞争中得以生存，也是企业承担社会责任的具体表现，有利于社会秩序的健康发展。

随着信用经济的不断深化和发展，信用责任不仅是企业在优胜劣汰的激烈竞争中的重要砝码，也是衡量企业是否承担社会责任，能否做好一个企业公民的重要标准。新时期，信用责任作为企业社会责任的新内涵就显得尤为重要。

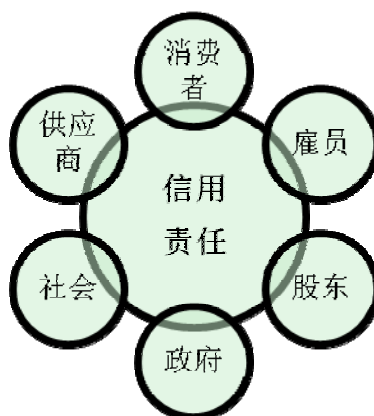
二. 信用责任对丰富企业社会责任内涵的重要性分析

通过对已有的企业社会责任内容的相关理论以及众多国际组织对企业社会责任的定义分析，笔者提出了新时期企业社会责任的内涵应该包括信用责任。信用责任作为一种企业应承担的独立的社会责任，并不是独立于现有理论之外而成为一种新的理论，而是其作为企业社会责任内容的一部分，与其他理论提出的有关社会责任内容共同构成了适应信用经济时代的新企业社会责任

内容构成。可见，信用责任对丰富企业社会责任具有重要作用。接下来，笔者将从利益相关者理论与层次结构理论中的金字塔模型来详细分析信用责任对于丰富企业社会责任内容的重要性。

1. 从利益相关者理论角度分析信用责任对企业社会责任的重要性

利益相关者理论强调企业经营者应对所有与企业有利害关系的人或股东的其他利害关系负责人负责。“弗里曼（1984）率先运用利益相关者理论回答了企业经营活动承担社会责任的对象问题，他将利害相关者定义为‘任何能够影响或被企业达到目标影响的组织或个人’，具体包括股东、雇员、消费者、供应者、社会和政府。”^[10]



图表 1

从利益相关者理论来分析，企业与各利益相关者的交往和互动过程中不能背信弃义，相反还应该负起最基本的信用责任，而且这种信用责任贯穿于企业与股东、雇员、消费者、供应者、社会和政府等所有的利益相关者的经济、社会等活动中，如图表 1。由此可见，信用经济时代企业对利益相关者承担信用责任是企业承担社会责任的重要表现形式，对于企业社会责任内涵的发展具有重要的意义。

(1) 企业对股东承担信用责任的意义

企业董事会与股东之间是一种信托关系，那么董事会作为企业的世界经营和管理者，就要到对股东负责，而作为信托关系的一方当事人，股东有权利要

[10] 辛杰：企业社会责任研究——一个新的理论框架与实证分析[M].经济科学出版.2010年.第一版.第49页

求董事会真实、准确的反馈企业的经营状况，董事会也有义务承担这份责任。在这信托关系的背后就蕴含着企业对股东的信用责任，企业只有义无反顾的承担这份信用责任，保证如实地向股东反映有关企业经营的财务信息、经营决策等，才能建立起企业与股东的信用关系，股东才放心将资金投入企业，也能从中获得应有的报酬，相反，也有利于企业一如既往的获得股东的信任，从而保证企业有充足的资金来源。可见，企业承担起对股东的信用责任，对于股东和企业来说是一种双赢。

（2）企业对雇员承担信用责任的意义

当今企业在市场上的激烈竞争说到底就是人才的竞争，雇员就是由具有不同专业技能的人才构成的，其是企业的重要资源之一。企业对于雇员的信用责任不仅要求企业按时支付雇员应得的薪酬以及福利，更重要的是要兑现企业对于员工的改善工作条件，提供职业技能培训等增强雇员对于企业认同感的承诺。这会使得雇员真正认同企业的文化，更好的融入到企业中来，顺利实现企业的战略目标。企业承担对雇员的信用责任具有重要的意义，有利于企业吸引优秀的人才来企业，也容易形成企业自身的激励机制，从而可以留住人才，培养人才，提升企业的竞争力^[11]。

（3）企业对消费者承担信用责任的意义

消费者可以说是企业的衣食父母，消费者是否认可企业的产品事关企业的生存与发展。概括而言，企业对消费者的责任的衡量指标包括消费者对企业的满意度、企业产品和服务的满意度等。^[12]这也是企业对消费者的信用责任的基本要求，即将消费者满意最大化视作企业生产经营的最高目标。消费者偏好能够承担信用责任的企业产品，这对于扩大企业产品的市场占有率，增强企业同竞争对手的砝码来说具有重要意义。同时，消费者的口碑是最好的广告，不仅可以降低企业的广告成本，更可以提高企业产品的销售量。可见，企业承担起对消费者的信用事关企业的生存与发展。

[11]任荣明、朱晓明：企业社会责任多视角透视.[M].北京大学出版社.2009年.第一版.第108页

[12][13]辛杰：企业社会责任研究——一个新的理论框架与实证分析[M].经济科学出版.2010年.第一版.第105页

(4) 企业对供应商承担信用责任的意义

供应商是企业生产的重要参与者，为企业提供必要的生产要素，同样是企业生存发展必不可少的因素之一。因此，企业必须要对供应商承担信用责任，主要体现在要信守合同、不拖欠货款、谋求双方共同的利益最大化。企业通过对供应商承担信用责任，这样可以建立长期稳定的供货商，不仅可以节省生产成本，还可以减少现金支付，从而可以增加生产过程中的现金的周转，还可以从供应商那里反馈社会的需求，从而进行有效的生产，对供货商承担信用责任使得企业在控制生产成本，保证生产活动的正常进行具有重要的意义。

(5) 企业对政府承担信用责任的意义

政府与企业之间的关系既是管理者与被管理者的关系，也是服务者与服务对象的关系。企业与政府的关系不仅要看政治的、法律的、经济的、行政的手段来调控，而且道德在其中发挥的作用也不容忽视。^[13]作为被管理者，企业应该对政府承担信用责任，就应该遵守政府制定的法律法，按时交纳税款，不偷税漏税；就应该理解政府为满足社会公共利益而采取的政策。而作为服务对象，企业同样也应该承担对政府的信用责任。这就要求企业应该合法经营，依靠正当合法的手段获取政府分配的资源，而不应该向政府的官员行贿，进行利益“寻租”；企业也不能依靠自身的财力与经济实力而不顾社会的公共利益来向政府提出过分的要求，而应该充分考虑到政府作为一个服务者，一个社会资源的分配者，也应照顾到其他的利益相关者。企业对政府承担信用责任，有利于企业获得政府的支持，从而在竞争中获得优势。

(6) 企业对社会承担信用责任的意义

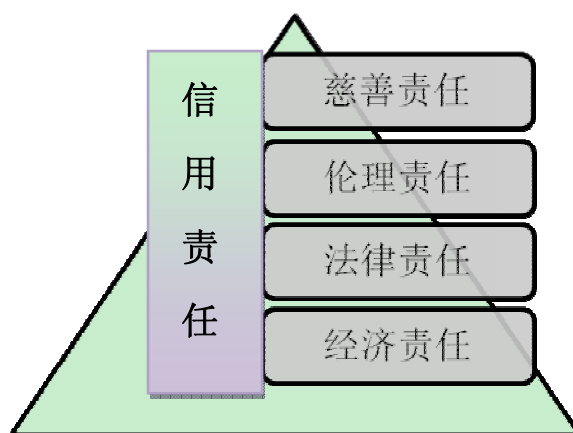
企业是社会的细胞，企业的生存与发展肯定无法脱离社会。企业不仅要从社会获取各种生产的资源，还得要将自己的产品推销给社会，同时，在生产的过程中所产生的废气、废水、废渣等废弃物也要排放的自然环境中。这是一个索取与贡献循环反复的过程，而在这个过程中不能一味的索取，尤其对自然资源的索取，而应该对社会付出相应的贡献，而这种对社会的贡献必须得以实现，这就是企业应该承担对社会的信用责任。企业承担对社会的信用责任，保证企

业对社会的索取与贡献的平衡，才有利于企业的可持续发展，才能维护社会的公平，进一步就有利于整个社会的可持续发展。

总之，倡导企业信用责任有利于企业增强与利益相关者之间的融洽关系，改善了企业的发展自然环境与社会环境，从而更好的获得自身的生存与发展。与此同时，企业承担信用责任的过程中，也促进了企业所处的社会的微妙变化，而这种变化有利于促进社会的公平，增进社会的财富，保证社会的可持续发展。可见，企业承担对社会的信用责任，这将是一个双赢的选择。

2. 从金字塔模型角度来分析信用责任对企业社会责任的重要性

卡罗尔（1991）提出了企业社会责任的金字塔模型，该模型是根据企业的各种社会责任的性质进行了比较分析，有清晰易懂的特点，对企业社会责任理论研究尤其是企业社会责任内容的界定有着明显的突破，正因为如此，目前理论界把卡罗尔的四责任理论作为分析企业社会责任的主要理论之一。卡罗尔同时指出虽然这四方面责任是经常是相互冲突的，但是他们也紧密的联系在一起。^[14]而笔者认为，将这四种责任紧密联系在一起的纽带就是信用责任。



图表 2

从金字塔模型中看，信用责任虽然是一个单一的责任，但该责任不是位于金字塔的那一层，而是贯穿于金字塔的中轴线，也就是说信用责任是贯穿于企业经济责任、法律责任、伦理责任、慈善责任之中，如图表 2。这就为企业社会责任的内涵适应现代信用经济的发展具有重要的意义。

（1）信用责任与经济责任竞合对企业社会责任的意义

[14]辛杰：企业社会责任研究——一个新的理论框架与实证分析[M].经济科学出版.2010年.第一版.第46页

经济活动是企业最基础的活动，企业存在的目的就是进行经济活动创造利润，从而实现自己的股东利益最大化。而在这个过程中，由于外部性的存在，企业在积极的方面是满足的社会对产品的需要，而在消极的方面就消耗了社会的资源，部分企业还造成了自然环境的污染。从而企业要义不容辞的承担起对社会的经济责任，这种责任就是企业在追求股东利益最大化的前提下，还要以最小的成本来最大程度化的满足社会发展的需要。而这种责任的本身来源于社会对企业的要求，企业在承担这份经济责任的同时也就是对社会的一种承诺，从另一个角度来看，就是企业要对社会承担的信用责任，这就是说，企业对社会承担信用责任有利于保证企业的经济责任的实现，从而可以实现企业社会责任的效用的最大化。

（2） 信用责任与法律责任竞合对企业社会责任的意义

信用本质上是一种经济关系，但具有准法律的特征，这在功能与目标上与法律责任具有一致性，然而这种特征应该归属于一种道德义务范畴。企业承担对社会的法律责任，很大程度上是畏惧法律的强制性，而企业对社会的信用责任，则是基于一种道德上的义务，其是出于一种自觉性，这就有利于企业自觉的遵守相关的法律法规。当信用责任与法律责任竞合时，就可以保证企业在维护利益相关者利益的基础上，合法经济，去完成哪些正确、公正、有意义的事情，做出有利于社会进步的事情。当信用责任与法律责任竞合后，就会形成企业的内外控制机制，可以更大程度上限制企业的合规风险，减少企业违法违规情况的出现，也是对企业承担社会责任的一种推进。

（3） 信用责任与伦理责任竞合对企业社会责任的意义

企业的信用责任无论是从企业的内部来看还是外部来看，其实应该归属于企业伦理责任的一部分，但是由于其在整个信用经济时代具有更突出的地位，其又不能简单的就归属于伦理责任。这也是有些学者认为，卡罗尔的金字塔模型中有些责任的归类界限模糊的原因。信用责任作为一纽带将四类不同的责任紧密地连接到一起，当其与伦理责任相竞合时，更加突出了伦理责任在道德上的自觉性，在范围上的有限性。这就将伦理责任与法律责任的强制性相区别，从而将伦理责任限定在一种道德责任的范畴；也将伦理责任与慈善责任的无限

性相区别，从而将伦理责任限定在企业在经济、社会活动中应该做的最基本的合乎道德的事情。信用责任与伦理责任的竞合，在一定程度上推动了有关企业社会责任理论的发展。

(4) 信用责任与慈善责任竞合对企业社会责任的意义

慈善责任位于金字塔的顶端是企业的高价责任，这是企业在基本的经济活动中已经实现了股东相关利益的前提下，企业作为一个社会公民对社会应尽的义务。由于企业在扩大生产规模的同时，也会消耗更多的社会资源，因此，企业公民的慈善责任的范围会随着企业规模的扩大而无限的扩大。信用责任与慈善责任的竞合，就可以保证企业对社会慈善事业的承诺得以实现，防止某些企业打着做慈善活动的幌子来做免费广告。倡导企业的信用责任，就是让企业自己带上金箍咒，使得企业在做慈善活动时一方面要根据自身的实际能力来付出，另一方面要让企业能够自觉兑现对慈善事业的承诺，这样企业在履行社会公民义务的同时也推动了社会慈善事业的发展，也真正实现了企业社会责任的目标。

正如卡罗尔所说，企业需要从整体来看待金字塔模型，去关注在同时履行这些责任时所可能涉及的决策、行动、政策和活动。企业并不是按金字塔中有低到高的次序履行其责任，而是同时履行所有的责任，包括经济、法律、伦理和慈善四个方面的责任^[15]。信用责任是金字塔模型的四责任紧密相联系在一起的纽带，推动企业作为一名社会公民更好地履行社会责任。可见，其对于社会责任内涵的发展具有重要的意义。

由以上分析可以看出，在信用经济时代，倡导企业的信用责任具有重要的意义：从利益相关者理论分析，突出信用责任，将信用责任与利益相关者相结合，不仅有助于利益相关者的发展，同时也有利于为企业创造良好的生存环境，促进企业自身的发展；从层次结构的金字塔模型来分析，不仅有助于将四种社会责任结合起来，保证企业同时履行经济、法律、伦理和慈善责任，还有利于在理论上将这四种社会责任相区别。因此，在信用经济背景下倡导企业的信用

[15]辛杰：企业社会责任研究——一个新的理论框架与实证分析[M].经济科学出版.2010年.第一版.第45页

责任，对于企业社会责任内涵的发展具有重要意义。那么，企业又该如何来承担信用责任呢？

三. 信用经济视野下有关企业承担信用责任的探索

笔者经过分析发现，在归类上，很难将信用责任归于现有的理论提出的信用责任内容的分类中的哪一类，这说明信用责任是一中在现有理论上提炼出的一种适应当今信用经济发展的新的社会责任内容。因此，在具体实施上，信用责任是一种顺应时代发展，并与已有的理论相融合，其并不会增加企业的负担，相反，重视企业的信用责任会促进企业的快速发展。在信用经济时代，企业的信用责任的实施同样是一个系统工程，重视企业的信用责任，就要结合管理、监督、法律等多种手段，共同促使企业承担信用责任。

1. 建立企业的社会责任管理部门统筹各项社会责任的管理

企业社会责任的内容涵盖到方方面面，而信用责任只是其中的一部分，但是作为一个链条中的一环，而且是关键的一环，有必要将信用责任如同其他社会责任一起纳入到规范化的管理中，建立企业社会责任管理部门就是这种有效管理的前提。在信用经济视野下，要就企业的信用责任提升到战略地位，与企业追求的战略目标保持一致，这既是由于信用责任的重要性，也是企业要实现自己使命的需要。与此同时，将信用责任纳入到规范化管理，有助于企业综合统筹企业社会责任的管理，从而不仅有助于实现企业社会责任管理的规模效应，还有助于降低企业运行成本。更为方便的是，可以有利于企业在编辑本企业的企业社会责任报告时集中搜集相关的组织材料。因此，无论是从宏观角度还是微观角度来看，建立企业社会责任的管理部门，对于完善包括信用责任在内的企业社会责任管理具有重要的作用。

2. 加强社会媒体舆论对企业信用责任实施的监督

大众传媒是社会监督的利器，如三鹿奶粉的三聚氰胺事件等都是由大众传媒率先揭发出来。特别是随着互联网的发展，网络舆论监督也发挥着越来越重要的作用。在信用经济时代，企业的信用责任肯定会引起无论是大众传媒还是网络舆论的重点关注，要充分利用好这一点，来充分发挥媒体舆论的监督作用。绝大多数的企业已经从三鹿的事件中认识到企业社会责任，尤其是信用责任的

重要性，也认识到传媒和舆论在社会监督中的重要角色。可以说，媒体舆论的监督既有积极的方面又有消极的方面，积极的作用是有利于扩大那些遵守企业信用责任的企业在社会的影响力，消极的作用是传媒以及舆论容易受到误导。因此，在充分发挥其积极监督作用的同时，要积极的引导和培养其理性和分辨能力，否则将会对企业信用责任的监督作用产生负面作用。

充分利用 NGO 等第三部门将企业信用责任纳入征信数据库

对企业进行征信管理建立征信数据库是信用经济的重要特征之一，将企业的信用责任的实施情况纳入到征信数据库，对于增强企业的社会责任来说具有重要的意义。就目前而言，大多数国家的企业征信管理是由 NGO 等第三部门来完成。据了解，目前在全世界被广泛采用的、影响巨大的社会责任标准 SA8000 就是非政府组织“社会责任国家组织”联合其他组织和公司于 1997 年制定的，非政府组织制定的各类标准和准则成为企业承担社会责任主要的“游戏规则”。^[16]由此可见，NGO 等第三部门在推动企业责任的过程中扮演重要角色，将 NGO 作为企业信用责任的征信采集者，有助于保证征信数据的客观、准确和公正，同时也方便消费者可以方便及时的查找目标企业的信用责任的征信情况。非政府组织已经成为监督企业行为、追究企业社会责任的主体，并被认为是除了政府和市场之外推动社会进步的第三股力量，在社会化责任领域发挥着无可替代的作用^[17]。

4. 完善相关法律法规对企业信用责任建立有效的奖惩机制

企业的信用责任本质上是一种道德责任，而道德责任主要靠企业的自觉能动性来维持，而企业违背信用责任就会给利益相关者带来巨大的损失，而且继而还可能违背经济责任、法律责任、乃至伦理责任和慈善责任。可见仅靠管理与监督的手段尚不足以保证企业履行应尽的信用责任，必须加以法律的强制性。从法律的社会平衡机制和公平正义分析，由于现代企业掌握着巨大的经济资源，从而对整个社会的经济、政治和社会生活有着重要而关键的影响，为了

[16][17]任荣明、朱晓明：企业社会责任多视角透视。[M]. 北京大学出版社. 2009 年. 第一版. 第 9 页

[18] 刘海俊：公司的社会责任[M].法律出版.1999 年版.第 9-12 页

广大社会公众的利益，有必要预防企业滥用其掌握的经济力量，从法律上、舆论上给企业以压力和约束，要求企业承担恰当的社会责任。^[18]在建立相关法律法规的同时，必须建立有效的奖惩机制，对于遵守信用责任的企业给予适当的奖励，而对于那些违背信用责任的企业给予严重的惩罚，让企业充分认识到违背信用责任的成本会很高，这样才可以保证企业承担相应的信用责任。

总之，在信用经济视野下，企业的信用责任的构建是一个系统的工程，要将管理、监督、法律等手段相结合。从制度上和实务中切实保证企业承担应有的信用责任，从而促进企业发展和社会进步的双赢。

四. 总 结

企业社会责任的内涵是动态发展的，在不同的时期与不同的阶段和不同的国情会有不同的内涵。在信用经济时期，笔者结合具体的时代特点，提出了新时期企业社会责任的内涵应该包括信用责任。

首先，信用责任作为一种企业应承担的独立的社会责任，并不是独立于现有理论之外而成为一种新的理论，而是其作为企业社会责任内容的一部分，与其他理论提出的有关社会责任内容共同构成了适应信用经济时代的新企业社会责任内容构成。在信用经济时代，作为企业社会责任的新内涵的信用责任，笔者认为应该具备以下特征：

1. 在企业内部，信用责任与岗位责任密切相关，它关系到企业的生存，是企业承担社会责任的基础。具体而言，信用责任是上到企业管理者，下到雇员必须恪守的职业准则：管理者要坚持信用管理，对企业的股东负责，对雇员负责；而雇员要坚持信用生产，对产品的质量负责，对消费者负责。

2. 在企业外部，信用责任与企业社会责任密切相关，它关系到企业的发展，是企业承担社会责任的具体表现。具体而言，信用责任是企业在一切经济活动中诚信经营，遵守商业惯例，做到对债务人负责；必须保证产品质量，绝不生产假冒伪劣产品，对社会负责；必须遵守相关法律法规按时交纳各种税款，不偷税漏税，做到对政府负责。

3. 总之，信用经济时代，企业的信用责任事关企业的生存与发展，贯穿于

企业与其利益相关者之间的所有经济、社会等活动中。信用责任不仅可以保证企业在激烈的竞争中得以生存，也是企业承担社会责任的具体表现，有利于社会秩序的健康发展。

其次，信用经济时代信用责任不仅对企业发展具有重要意义，而对于企业社会责任内涵的丰富也同样具有重要意义。为此，笔者从利益相关者理论与层次结构理论中的金字塔模型来详细分析信用责任对于丰富企业社会责任内容的重要性。

从利益相关者理论分析，突出信用责任，将信用责任与利益相关者相结合，不仅有助于利益相关者的发展，同时也有利于为企业创造良好的生存环境，促进企业自身的发展；从层次结构的金字塔模型来分析，不仅有助于将四种社会责任结合起来，保证企业同时履行经济、法律、伦理和慈善责任，还有利于在理论上将这四种社会责任相区别。因此，在信用经济背景下倡导企业的信用责任，对于企业社会责任内涵的发展具有重要意义。

最后，结合信用经济的时代特点与企业信用责任的特点，笔者提出了在信用经济视野下有关企业承担信用责任的几点探索：1. 建立企业的社会责任管理部门统筹各项社会责任的管理；2. 加强社会媒体舆论对企业信用责任实施的监督；3. 充分利用 NGO 等第三部门将企业信用责任纳入征信数据库；4. 完善相关法律法规对企业信用责任建立有效的奖惩机制。

总之，在信用经济视野下，企业的信用责任的构建是一个系统的工程，要将管理、监督、法律等手段相结合。从制度上和实务中切实保证企业承担应有的信用责任，从而促进企业发展和社会进步的双赢。

参考文献

Chinese:

- [1] 辛杰：企业社会责任研究——一个新的理论框架与实证分析[M]. 经济科学出版社. 2010年. 第一版
- [2] 周祖城：企业伦理精品案例. [M]. 上海交通大学出版社. 2010. 第一版
- [3]]陆致瑛：商业利益与社会责任——企业社会责任的历史 现实及未来. [M]. 新华出版社. 2010年
- [4] 任荣明、朱晓明：企业社会责任多视角透视. [M]. 北京大学出版社. 2009年. 第一版
- [5] 单忠东：中国企业社会责任调查报告. [M]. 经济科学出版社 . 2007. 第一版
- [6] 李凌燕：信用经济法律精论. [M]. 北京大学出版社. 2007. 第一版
- [7] 中国企业家调查系统编著：2007中国企业家成长与发展报告[M]. 机械工业出版社. 2007. 第一版
- [8] 陈潜、唐民皓：信用·法律制度及运行实务. [M]. 法律出版社. 2005. 第一版
- [9] 吴晶妹：信用管理概论. [M]. 上海财经大学出版社. 2005. 第一版
- [10] 谭中明等：社会信用管理体系. [M]. 中国科学技术大学出版社. 2005. 第一版
- [11] 刘海俊：公司的社会责任[M]. 法律出版. 1999年版
- [12] 禹海慧、曾 鹃：国外企业社会责任研究综述. [J]. 改革与战略. 2010年. 第3期
- [13] 杨建锋：企业社会责任研究进展述评. [J]. 技术经济. 2009. 28. (8)
- [14] 黎友焕，龚成威：国内企业社会责任理论研究新进展. [J]. 西安电子科技大学学报（社会科学版）. 2009年. 第1期
- [15] 夏明月：现代企业社会责任问题研究述评. [J]. 伦理学研究, 2008. (4)
- [16] 卢代富：国外企业社会责任界说述评 [J]. 现代法学. 2001. (3)

English:

- [1] <http://www.globethics.net/>. [OL].
- [2] McGuire, J.B Sundered A. Schneeweis. Corporate Social Responsibility and Firm Financial Performance [J]. Academy of Management Journal, 1988, (12) .
- [3] Edwin Epstein. The Corporate Social Policy Process :Beyond Business Ethics Corporate Social Responsibility And Corporate Social Responsiveness. [J] .California Management Review, 1987, (3).