

欧洲委员会以前将企业社会责任定义为企业在自愿基础上将社会与环境关怀整合入自身运作和与利益相关者的互动中的观念。企业社会责任关注企业在法律责任之外对社会和环境的行爲。特定的管理措施能为企业自愿承担社会责任创造更有利的环境。企业社会责任的战略方式对企业的竞争力来说越发重要。它能就风险管理、成本节约、筹集资本、与消费者关系、人力资源管理和创新能力等带来诸多益处。由于企业社会责任要求与企业内外的利益相关者建立联系，它使企业能够更好地预期和利用日新月异的社会期望和运作条件。因此，它也能促进新市场的发展，创造经济增长的机遇。通过承担自身的社会责任，企业能建立员工、消费者和公民间长期的信任作为可持续商业模式的基础。更高层次的信任也相应地帮助创造有利于企业创新和成长的环境。通过企业社会责任，企业能够为欧盟条约中可持续发展和高度竞争的社会市场经济做出显著贡献。企业社会责任将支撑起欧洲 2020 年集约型、可持续、包容性发展的目标。当私企经营者提供公共服务时，合理的企业行为尤为重要。帮助降低经济危机带来的社会影响（包括失业），是企业社会责任的一部分。企业社会责任提供了一整套价值观，为更团结的社会和向可持续发展经济体制奠基。理事会和欧洲议会均呼吁委员会进一步发展其企业社会责任政策。在欧洲 2020 年战略中，委员会承诺更新欧盟推广企业社会责任的战略。在工业政策的通讯上，委员会宣称，将颁布企业社会责任的新政策提案。在《单一市场法案》中，它宣称将采用新的对企业社会责任的说法。经济危机及其社会影响在某种程度上损害了消费者的自信和对企业的信心。公众将注意力一种在企业的社会和道德绩效上。现在通过重新努力推广企业社会责任，委员会致力于创造中长期内有利于可持续增长、负责任的企业行为和持续就业的条件。委员会在发展推广企业社会责任的公共政策上起着先导性的作用。委员会发布了一项新政策，其重点在于对欧洲企业社会责任联盟的商业倡议的强烈支持。该政策也列出了欧盟的 8 项重点领域：增强意识、优秀实践交流、支持各种利益相关者的倡议、成员国合作、信息对消费者公开透明、科研、教育、中小型企业 和国际层面上的企业社会责任。该政策推动了企业社会责任的进程。通过欧洲企业社会责任联盟，带头企业在关键事务上发展了一系列实际的工具。国家员工协会也支持联盟，并采取许多行动推进企业社会责任。尽管有所进步，目前仍有许多重大挑战。欧盟许多企业尚未完全将社会与环境关怀融入自身运作和核心战略中，而还有小部分企业被控告涉嫌伤害人权和不尊重核心劳动标准。只有 15 个欧盟成员国有推动企业社会责任的国家政策框架。委员会已经列出若干有助于进一步增强企业社会责任政策影响的因素，包括：——需要有均衡多样化的持股者，考虑到企业、非企业持股者及成员国的看法；——需要更加明确对企业的期望，令欧盟对企业社会责任的定义与最新的国际原则和指导一致；——需要推动市场对负责任的企业行为的奖励，包括投资政策优惠和公共采购。——需要考虑自我管理和共同管理机制，这是企业承担自身社会责任的重要方式。——需要令企业在社会和环境事务上做到向所有持股者公开透明，包括对企业自身；——需要对人权给予更大关注，人权在企业社会责任中显然将更加突出；——需要承认现代管

理在创造有助于企业自愿承担自身社会责任的环境中所起的作用。企图内容呈现了对企业社会责任的现代理解，包括定义更新和新的行动日程。这是欧盟在重新确认在这一领域的全球性影响，它能让欧盟更好地向有关的其他地区和国家推广自身利益和价值观。它也有利于指导和协调欧盟成员国政策，从而降低管理方式不一可能为在多个成员国运作的企业增加成本这一风险。欧盟委员会重新定义了企业社会责任——企业为自身社会影响承担的责任。尊重合适的立法和社会各方共识，是承担责任的先决条件。要充分实现社会责任，企业应该与持股者密切合作，将社会、环境、伦理道德、人权和消费者关怀切实整合到企业运行和核心战略中。这一进程的复杂性将取决于企业规模及其运作特点。对于大多数中小型，特别是小微企业，承担企业社会责任的过程可能仍是依靠直觉，而非正式行事。为了最大化共有价值的创造，委员会鼓励企业对社会责任进行长期战略规划，不断探索创新型产品、服务和商业模式，造福社会，并创造更高品质、生产效率更高的职业。为了认清、防止和减轻可能的不利影响，大型企业以及很可能有此类影响的企业则被鼓励在有风险的情况下尽职尽责，包括供应链环节。特定类型的企业，如合作社、互助会和家族企业，其所有制和管理结构尤其有助于负责任的商业行为。对于寻找承担企业社会责任的正式途径的企业，特别是大型企业来说，国际认可的原则和指导，特别是最近更新的《跨国企业经济合作发展指南》会提供权威指南。国际认可的原则和指导的核心体系代表了一套与时俱进且在最近得到强化的全球性企业社会责任框架。欧洲推进企业社会责任的政策也应该与该框架一致。根据这些原则和指导，企业社会责任至少涵盖了人权、劳动与就业、环境问题、打击行贿腐败几项议题。集体参与与发展、残障人士融入、消费者利益（包括隐私）也是企业社会责任议程的部分。通过供应链推广社会和环境责任以及非金融信息公开也被认为是重要的交叉议题。欧盟委员会已经接受了欧盟政策与志愿服务之间的沟通，承认员工志愿行动也是企业社会责任的一种表现。此外，在成员国之间委员会还推进三项合理税收管理原则——公开透明、信息交换、公平竞争。委员会也鼓励企业在恰当的时候努力贯彻落实这些原则。企业社会责任的发展应由企业自己引领。公共部门应当起支持作用，既志愿衡量政策，又在必要的时刻（如推动信息公开透明，为负责人的企业行为创造市场动力，确保企业责任）进行补充管理。企业必须享有根据自身情况灵活创新和发展合适的承担企业社会责任的权利。尽管如此，许多企业重视公共部门支持的原则和指导，以之衡量自身的政策和表现，将自身领域推向更高层次。贸易联盟和公民社会组织能发现问题，为改善问题施压，并与企业共同建立解决之道，起到建设性的作用。消费者和投资者通过消费和投资选择，也能加强市场对承担社会责任的企业回馈。媒体可以提升对企业积极和消极影响的关注。公共部门和其他利益相关者应当展现社会责任感，包括在与企业的关系上。企业社会责任适用于一切企业。这一信息和相互补充但有所区别的社会企业倡议一同被采纳。其支持一种特定的企业，它们的基本目标明确表达社会责任和环境责任，并将盈利再投资这一目标，且内在组织也反映社会目标。社会企业倡议与社会企业和社会创新所要求的生态系统有

关，并为欧洲的社会市场经济做出贡献。近年来，委员会几个部门的对话推广了良好的企业社会责任实践和已有的指导。委员会支持社会创新，并认同企业社会责任促进并补充了社会对话。跨国企业与欧洲（或全球性的）工人组织签订的协议也能发展出创新而有效的企业社会责任政策。欧盟积极支持跨国企业协议，并将启动此类协议的可搜索数据库。该行动议程包含了委员会自身的承诺以及对企业、成员国及其他持股组织的建议。

实行议程的过程中，委员会将一直考虑中小企业的特点，尤其是有限的资源，避免给其带来不必要的行政负担。让公众认同企业承担企业社会责任，欧盟能帮助推广好的实践、形成同行相互学习的氛围，并鼓励更多企业发展适合自身的承担企业社会责任的方式。委员会吸取不同成员国的创新经验，将支持中小企业中间组织的能力建设，改进对中小企业的建议，提高可行性。在关键的社会和环境问题上，委员会发起了一系列范围广泛的与企业和其他利益相关者的合作项目。因此，委员会将在就业、人口变化、积极老龄化、职场挑战（如多样化管理、性别平等、教育培训、员工健康和福利）等议题上推动企业和其他利益相关者的对话，重点尤其在部门方式和通过供应链宣传负责任的企业行为。正如包括政府和欧盟在内的一切组织，企业需要得到公民的信任。欧洲企业群体应努力进入社会上最受信任的组织这一团体之中。目前，公民对企业行为的期望和看到的现实之间常常有巨大的落差。这一落差产生的原因，一部分是一些企业不负责任的行为以及一些企业夸大了自己的环境和社会资质。有时，则是因为一些企业对于快速进步的社会期待理解不足，还有公民对企业成就和运作过程中的限制因素关注不足。委员会计划就企业在 21 世纪的作用和潜力这一话题在公民、企业和其他利益相关者间发起公开辩论，目标在于鼓励达成共识和一致期望，并定期调查公民对企业的信任程度和对企业社会责任的态度。企业经常参与自我管理和共同管理的过程，例如全行业规范对与行业有关的社会问题的处理。如果此类过程设计合理，将赢得利益相关者的支持，并成为保证负责任的企业行为的有效方式。欧盟承认自我管理和共同管理是更好的管理议程的一部分。经验显示，如果一开始建立在与所有有关利益相关者公开分析问题的基础上，由类似欧洲委员会这样的公共部门见证并发起（如有必要），并且包含处理有关不服从的意见的有效责任机制，自我管理和共同管理将非常有效。企业社会责任对竞争力的积极影响得到越来越多的认同，但企业仍面临困境——至少在短期内，最有社会责任的行动也许不是最有经济效益的。欧盟应当在消费、公共采购和投资领域实行借贷政策以增强企业社会责任的市场动力。近年来，消费者也增加了对企业社会责任话题的关注，但也存在明显的障碍，例如对此意识不足，有时需要额外费用，缺乏方便的获得必要信息做出选择的方式。一些企业在帮助消费者做出更加可持续的选择上发挥了领先作用。可持续消费和农产品行动计划的复苏可以为更合理的消费新方式提供机遇。委员会发布了一份有关有社会责任感的公共采购指南，解释如何在尊重欧盟既有的法律框架下将社会关怀融入公共采购。该指南包括公共部门怎样积极帮助如中小企业一类少有代表的企业以让其进入公共采购市场的行为指南。成员国和一切公共部门均被鼓励充分利用目前公共

采购的法律框架所提供的一切可能。将环境和社会标准整合进公共采购，尤其不能歧视中小企业，并且要遵守《条约》中非歧视、公平对待和公开透明的原则。通过充分考虑相关的非金融信息后，投资者们能更有效地利用资本，更好地实现长期的投资目标。委员会将支持投资者进行把非金融信息整合进投资决策的能力建设。在这一语境下，委员会鼓励企业宣传有关实行合理税收管理标准的信息。欧洲资产管理者和所有者，特别是养老基金，被邀请签署《联合国合理投资原则》。公共部门有向自己拥有或投资的企业推广企业社会责任的特别责任。委员会计划考虑向所有投资基金和金融机构提出要求，告知其所有的客户所贯彻落实的伦理道德和负责任的投资标准及准则。公布社会和环境信息，包括气候变化，有助于与利益相关者建立联系并认清物质材料可持续性的风险。它也是责任的重要组成部分，并有利于建立公众对企业的信任。要满足企业和其他利益相关者的需要，信息应当充分，并且收集有成本效益。一些成员国在既有的欧盟立法之外引入了非财务的公开要求。存在这样一种可能性，不同国家的要求会让跨国企业产生额外成本。越来越多的企业公开了社会和环境信息。中小企业经常非正式地交流此类信息，且出于自愿。有许多公布社会和环境信息的国际框架。整合财务和非财务报告代表着中长期中长期重要的目标，委员会遵从国际综合报告委员会的工作。为了保证市场水平，如同《单一市场法案》宣布的那样，委员会将提出所有行业的企业实现社会和环境信息透明公开的提案。这份提案中可能选择项的影响力评估正在进行，将包括竞争力证明和中小企业测试。委员会也正在将普遍的生命周期法用于宣传目的，研究鼓励企业衡量自身环境绩效的政策。一切组织，包括公民社会组织和公共部门，被鼓励采取措施假期自身社会和环境绩效的宣传。企业社会责任的进一步发展要求新的技巧以及价值观和行为的改变。成员国通过鼓励教育机构将企业社会责任、可持续发展和负责任的公民意识整合进相关课程中，包括中学和大学，可发挥重要作用。欧洲的高学院也鼓励签署《联合国责任管理教育原则》。优质的学术研究可以支持企业在企业社会责任领域的实践和公共政策的发展。进一步的研究应当建立在第六和第七代欧盟框架计划提供财务支持的项目成果的基础上。委员会将探索机遇，支持在企业社会责任领域更深入的研究和创新，在第七代欧盟框架计划及之后的地平线 2020 计划资助的研究中支持企业社会责任原则和指导，并支持建立欧洲研究区。许多支持企业社会责任的公共政策措施最好在国家、区域和地区层次上实行。鼓励地区和区域部门灵活利用欧盟结构性资金支持企业社会责任的发展，特别是中小企业，并与更好解决贫困和社会融入等问题的企业展开合作。欧盟应该在国际企业社会责任政策发展中推广欧盟的利益，同时保证将国际认可的原则和指南融入自身政策。为了提升全球性，委员会将加快和成员国、伙伴国家和相关国际论坛的合作，从而促进对国际认可的原则和指南的尊重，形成与其的一致性。这也要求欧盟企业重新作出努力来尊重这些原则和指导。《经合组织指南》由政府推荐给跨国企业。委员会也欢迎非经合国家遵守这套指南。除了政府的认可，《指南》还有一套独特的执行机制和苦情处理机制，以及所有参与过建立的国家联络点网络。这能帮助企业及其利

益相关者解决实际问题，包括通过调解方式。提升欧盟有关企业和人权政策的统一性是一个巨大挑战。更好地实行联合国指导原则会促进欧盟实现特定的人权问题和核心劳动标准，包括童工、强制监禁劳动、人口贩卖、性别平等、非歧视、结社自由和集体谈判的权利。涉及企业、欧盟在合作国家的代表团、当地公民社会活动家（特别是人权组织和保护者）的流程将增进对企业在政府无法履行保护人权的义务的国家运作时所面临的困难的理解。国际认可的企业社会责任指导和原则代表了希望加入欧盟的国家应当拥护的价值观，委员会也会继续在准入流程中强调这点。委员会通过对外政策推广企业社会责任。它将通过全球宣传和补充立法持续进行，目标是更广泛地推广国际认可的企业社会责任指导和原则并确保欧盟企业对外国的经济社会有经济影响。委员会将在贸易和发展领域制定相关提案。另外，在合适的情况下，委员会也会在与合作国家和地区的已有对话中强调企业社会责任。欧盟的发展政策承认支持企业社会责任的需要。通过宣传对社会和环境标准的尊重，欧盟企业能形成更好的管理并更好融入发展中国家成长。将贫困人口作为消费者、生产者和分配者的商业模式有助于最大化发展效益。寻求和私企的合作将在欧盟发展合作和应对天灾人祸时越发重要。通过员工志愿参与此类活动，企业发挥了重要作用。在将来，欧洲人道主义志愿援助图案可以提供与私企更好合作的方式。委员会计划在未来的政策倡议中提出推广负责任的企业行为以期在第三世界国家更具有融入性和更加可持续的恢复与发展。委员会将与成员国、企业和其他利益相关者合作，对进程定期监管，并共同准备总结会议。为准备会议，委员会将发布一份本次会议提出的行动议程的执行报告。这要求欧洲企业社会责任利益相关者论坛和成员国企业社会责任优秀代表团体有更协作的工作方式。在此次会议的基础上，欧洲委员会欢迎与理事会、议会、经济社会委员会、地区委员会、企业和其他利益相关者的讨论以及承诺。委员会呼吁包括金融行业在内的欧洲企业领导者提出公开负责任的承诺以推进更多欧洲企业对负责任的企业行为的理解，寻求与公共部门及利益相关者的深度合作。企业文化与社会责任的关系 企业文化的形成和培养，最终决定了企业的命运。它是一个优秀企业区别其它企业的无法模仿和复制的主要标识，是企业真正的核心竞争力。企业文化作为一种较高级的文化管理模式，它需要企业发展到一定规模和一定阶段，才能将原有的价值、理念整合成独具特色的管理模式和经营方式。因此，根据企业自身的特点和发展阶段，结合战略分析和设计，提炼出独特的足以支撑企业所有行动的一系列道德规范和价值观念，是企业发展的高级阶段，也是推动企业的持续发展的动力。企业的社会责任超越了以往只对股东负责的范畴，强调对包括股东、员工、消费者、社区客户、政府等在内的利益相关者的社会责任。其本质是在经济全球化背景下，企业对其自身行为的道德约束，它既是企业的宗旨和经营理念，又是企业用来约束企业内部生产经营行为的一套管理和评估体系。社会是企业利益的来源，企业作为一个“社会公民”，必须融入社会群体中，与各种组织良性互动。企业承担社会责任，是企业自身伦理道德的要求，社会责任正在成为制约未来企业竞争力的新要素。在企业竞争力的问题上，企业的社会责任感不仅对

企业本身，而且对当地的社会都会产生深远的影响。企业承担社会责任，可以赢得声誉和社会各方认同，也可以更好地体现自己的文化取向和价值观念，为企业发展营造更好的社会氛围，使企业得以保持生命力，长期可持续地发展。企业承担社会责任行为，可以平衡个人与企业的权利与义务，可使员工和社会受益，使包括股东在内的所有企业利益相关者受益；履行社会责任，可以使企业减少政府管制，降低风险，扩大市场影响力，提高企业的盈利能力；社会责任声誉较好的企业能够吸引更多更好的员工，吸引优秀人才资源并且使员工对企业产生强烈的认同感、荣誉感和归属感，这些都将促进生产效率的提高。从经济学角度看，企业的基本目标是追求利润最大化，但要求得利润最大化，前提是求得企业的长远生存。为此必须承担社会义务以及由此产生的社会成本。当代最著名的已故美国管理学家明确指出：“企业的目的必须在企业本身之外，事实上，企业

的目的必须在社会之中，因为工商企业是社会的一种器官。”企业文化和社会责任是鱼水关系，企业是社会的组成部分，企业建立和发展离不开社会，社会是企业利益的来源，任何企业不管是提供产品还是提供服务都是为了社会的人们，都是在对社会作出贡献，在履行社会责任，所以企业文化首先应该具有社会责任，不管是企业的领导者还是职工，都要有为社会做贡献的思想。如松下的自来水哲学、强生的减少病人痛苦的信念、杜邦

公司安全炸药理论、迪斯尼公司给游客以欢乐的理念、日本九州电力公司要与社会携手共进，创造出丰富多彩美好的社会的理想都体现了企业的社会责任和企业为大众忠心服务的目标。虽然很多企业都把企业文化看做十分重要的东西，但在许多企业文化的内容里，很少有将自己的企业文化与社会责任联系到一起的，事实上这是一种认识、理念甚至是勇气的缺失。许多企业原始积累的时候，都不同程度地有过各种不规范的行为，当

他们做大做强以后，依然没有把社会责任当回事，至少对社会责任的理解存在着偏差。须知作为一个负责任的企业，必须以创建和谐社会为宗旨，将自己的企业文化与社会责任联系在一起，把自己的行为视为创建和谐社会的一部分。企业的目的是什么？企业的社会责任是什么？回答往往是这样的：企业的目的是经营利益的最大化。企业的社会责任呢？难道只是简单地捐捐款、做点公益活动而已吗？这些对企业责任的片面理解说明

了许多企业在热衷于自己企业文化的同时，并没有把企业的真正责任弄明白，甚至在激烈的市场竞争中忘记了自己的责任而随波逐流。企业的文化与企业社会责任是相互促进的关系：一方面，企业构建自己的核心文化时要充分考虑到社会责任，积极主动地承担社会责任，不仅会给企业带来好的声誉，吸引人才，而且能够增加顾客的满意度和忠诚度，使企业获得经济回报；另一方面，企业的社会责任感能够加强企业文化的凝聚功能、

增强企业文化的激励和约束能力、明确企业文化的发展方向。企业以承担的社会责任来打造自己的强势文化，进而将企业做大、做强、做长久、塑造强势品牌。通过对两者的分析与比较得出,企业文化与社会责任需要相互推动，相互配合，共同促进企业长足发展。