

企业社会责任视角下的绩效评价研究

宋 丽 梦

[摘 要] 企业绩效评价的发展依赖于经济学和管理学理论的发展,企业社会责任理论使得企业绩效评价有了新的理论基础,企业绩效评价体系的各组成要素,如评价主体、客体、目的、指标体系、标准、报告等在企业社会责任理论上体现出新的特征和作用,这种作用的有效发挥依赖于企业社会责任绩效的科学测度和评价。

[关键词] 企业社会责任;企业绩效评价;社会责任绩效

[中图分类号] F234.4 [文献标识码] A [文章编号] 1672-7320(2009)06-0810-04

评价是一种判断,存在于人类生活中,是人们把握客体、对人的意义、价值的一种观念性活动^[1](第 1-2 页)。通过建立评价指标和评价的参照系统、获取评价信息,评价主体就可以对评价客体形成价值判断,进而实现评价的选择、预测和导向等功能。近两百年来企业绩效评价的理论和实践随着企业管理实践、经济理论和外部环境的发展而逐步完善和丰富。然而,无论是财务评价模式、价值评价模式还是综合评价模式,主流企业绩效评价体系所秉承的核心价值导向均是“股东至上”主义,受其“禁锢”,企业绩效评价的发展往往局限于指标体系的修正、创新和对企业内部组织协同关系的不断深入发掘,所带来的问题是企业决策行为效用的短期化,忽视企业可持续发展能力的培养,忽视非核心利益相关者的利益。

我国企业在高速增长并获得丰厚的经济利益的同时,企业社会责任缺失(如忽视消费者权益、劳工利益、环境保护等)的问题日益突出。导致企业甚至行业出现危机的现象也越来越普遍,政府和社会逐步开始高度重视企业的社会责任问题。然而,企业首先是一个经济组织,要承担经济责任,如何将企业的经济责任和社会责任有机结合起来,让二者相互促进而非相互对立,成为实现企业社会责任的重要前提。本文认为由于企业绩效评价在企业战略实现和日常管理中的重要作用,结合企业社会责任来研究企业绩效评价并提供可实现的思路和工具是实现企业经济责任和社会责任相互促进的重要条件之一。

一、企业社会责任理论与企业绩效评价的理论基础

经济和管理理论为企业绩效评价体系的建立和完善提供理论支持及方法论的引导,每一次理论的创新都会促进企业绩效评价体系的发展和完善。重要的理论包括:(1)委托代理理论。这一理论是现代企业绩效评价体系建立的最重要理论基础之一。根据该理论,企业绩效评价作为重要的激励约束手段,可以调动经营者的积极性和创造性,降低代理成本,规避“道德风险”和“逆向选择”,实现经营者与所有者目标的一致性。(2)战略管理理论。该理论要求企业绩效评价体系为企业战略服务,使得企业绩效评价体系必须具备总体目标的长期性、指标体系设计的全面性和环境适应性。1992 年卡普兰和诺顿提出了“平衡计分卡”的绩效评价体系,并给出了具备可操作性的实施步骤,使平衡计分卡成为战略管理的有效工具^[2](第 116-194 页)。(3)利益相关者理论。此理论认为企业绩效评价体系应兼顾企业各利益相关者的目标要求,而非仅追求股东财富最大化,指标体系要反映不同利益相关者的期望和需求。其他重要

的理论还包括系统管理理论、权变管理理论、组织行为理论、激励理论、全面预算理论等。

理论基础是企业绩效评价不断发展和完善的源泉,但主流经济学中的自由经济理论和企业理论强调的均是“股东财富最大化”,同时利益相关者理论缺乏对利益相关者、其利益及其相互关系的明确界定和实现机制,这导致虽然在企业绩效评价体系中出现了大量的社会责任因素,如在非财务指标中考虑客户和员工的满意度,考虑供应商、社区等其他利益相关者的利益等,但由于没有系统的企业社会责任理论作为基础,企业承担社会责任与经济责任之间的有机联系未能揭示,导致其目的还是为股东利益服务,只是被动地履行社会责任而非主动履行社会责任以促进经济责任的实现。

企业社会责任理论是20世纪30年代以来涉及众多学科领域的一个重要理论,是缓和及解决公司巨型化带来的一系列严重社会问题的有效途径,也是融洽公司与社会的关系、促进建设一个更加和谐的社会的一种理念。1953年鲍恩(Bowen)的划时代著作《商人的社会责任》则被公认为标志着现代公司社会责任概念构建的开始,尔后企业社会责任经历了20世纪70年代的“社会回应”,80年代的“社会表现”,90年代的与利益相关者理论的全面结合以及进入21世纪以来的“公司公民”等主要的四个阶段。企业社会责任理论由于与古典和新古典经济学为基础的自由经济理论和企业理论关于企业本质的认识背道而驰,同时又缺乏坚实的理论基础,遭到了自由经济主义拥护者如哈耶克(Hayek)和弗里德曼(Friedman)等人的猛烈抨击。虽然利益相关者理论与企业社会责任的结合改变了后者长期缺乏理论基础的窘况,但关于企业社会责任的概念、内涵、测度、评价和实现等问题仍然处于争论之中。不断完善理论以成为企业绩效评价的理论基础是企业社会责任能够在企业绩效评价中实现的前提条件之一。

二、企业社会责任与对企业绩效评价要素的影响

一个有效的企业绩效评价系统是由下列因素有机组成的:评价主体、评价客体、评价目标、评价指标、评价标准、评价方法和评价报告^[3](第84页)。这些因素因理论基础的发展和现实经济的需要而不断发展变化。企业社会责任理论改变了主流经济学对企业本质的认识,其并非是对以往理论基础的“小修小补”,在很多方面是“颠覆性”的,对企业绩效评价体系的各要素有着重大的影响。

(一)对绩效的重新定义

1997年英国学者约翰·埃尔金顿(John Elkington)最早提出了三重底线或称作三重盈余的概念,即企业盈利、社会责任、环境责任三者的统一,企业兴趣从财务绩效转移至三重底线绩效与长期价值的创造。由于环境责任(或生态责任)很早就被包含在了企业社会责任思想中,所以三重底线及三重绩效实质上体现的就是企业的经济责任和社会责任。

“三重绩效”的模式体现了可持续发展企业的基本特征:(1)多重身份。其体现了现代企业的经济功能、社会功能、生态功能,正确反映了现代企业的本质。(2)多重资本。其要求企业在重视传统的物质(财务)资本的同时,还要关注人力资本、社会资本(如诚信、合作、社区和谐等)以及生态资本(如自然资源和环境等)。(3)多重目标。其要求企业从传统的单一的“利润最大化”转向经济、社会、生态的“三重盈余”绩效目标。(4)多重公平。其体现了可持续发展条件下企业的利益相关者之间的平等关系。

(二)评价目标与评价指标体系

企业绩效评价的目标实质上就是企业绩效评价的导向也就是企业目标,其决定了体系的内容、指标和标准等其他要素。最早的企业绩效评价目标为利润最大化,此时的评价指标主要是单一的财务评价指标如成本类和利润类财务指标等。由于认识到利润指标没有考虑风险因素,易导致决策的短期行为等缺陷,评价目标发展为股东财富最大化,评价指标也从单一的财务指标发展成为综合财务评价体系如杜邦分析系统,同时对传统的财务指标进行改良如考虑现金和风险因素的净现值、内含报酬率等,经济增加值(EVA)和修正的经济增加值(REVA)等。随着社会经济的发展,越来越多的企业认识到,企业的长期价值有赖于员工的知识与能力,企业与投资者、客户、政府以及其他利益相关者之间的关系,着眼于更广泛的利益相关者。因此,企业价值最大化也成了企业评价的目标。詹森(Jensen)为利益相关者

理论提出了一个“改良的”价值最大化原则即公司的目标函数为最大化公司总的市场价值,而公司总的市场价值等于“资产、负债以及所有其他公司在外的可能的索取权的市场价值之和”^[4](第 239 页)。这一阶段的评价指标进入到综合评价模式,将大量非财务指标纳入到评价指标体系之中。

西蒙(Simon)指出:“明显地,有机体能够足够好地适应以达到‘满意’,但一般而言,他们不能达到‘最优’”^[5](第 253 页)。个体实现自身利益是在集体的前提下,集体的行为依靠规则(制度),制度被认为是众多决策者行为未来预期的总体结果。因此企业目标或企业绩效评价目标的“最大化”提法是一种极端化表述。利益相关者理论和企业社会责任理论认为企业的运行实际上是利益相关者契约纽结组成的系统由均衡到不均衡再到均衡的循环过程,而推动企业运动的力量便是利益相关者的利益,从这个意义上,企业的存在和发展是由利益均衡所产生的一种依存状态。但这种均衡并非是静态的、单一的瓦尔拉斯(Walras)均衡,而是动态、发展的均衡。这要求企业绩效评价的指标体系也必须是动态和发展的。

(三)评价主体

无论是一元评价主体(股东)还是二元评价主体(股东和债权人)遵循的都是物资资本逻辑,这与物资资本在传统企业中的重要资源作用以及其投资者在传统企业权力结构中的强权地位是相适应的,“资本强权观”或“股东至上主义”强调企业是物资资本投资者投资所建立的,投资者是企业的所有者,因而企业也就是为投资者利益服务的工具。尤其在企业的所有权和经营权相分离时,投资者凭借财产所有权或剩余控制权来选择和解雇经营者,并且设计各种制度来约束和激励代理人。债权人尤其是银行成为评价主体的原因在于银行贷款在商业经营中成为不可或缺的资源来源和债务的固定回报,银行为了规避本金损失的风险必须要对企业的偿债能力进行评价。

利益相关者理论的出现使得企业绩效评价主体进入多元化时代,其认为评价主体应扩展到包括股东、债权人、管理者、员工、供应商、消费者、政府在内的众多利益相关者,其关注的是自身的利益,而企业社会责任理论首先使得多元评价主体具有动态发展的特点,也具有了更丰富的内涵,其所关注的焦点除了自身利益之外,还关注大量具有正外部效应的绩效。

三、企业社会责任绩效评价

将企业社会责任与企业绩效评价有机结合起来的核心是进行企业社会责任的测度(衡量)和评价即企业社会责任绩效评价。20 世纪 70 年代开始的企业社会责任测度评价主要采用的是声誉指数法(reputation index)和内容分析法(content analysis),但是由于前者具有很强的主观性以及可采用的研究样本很小,后者选择变量较主观且主要是根据企业自己的表述而非真实行动进行判断,考克兰(Cochran)和伍德(Wood)指出:“无论是声誉指数法还是内容分析法,均无法被完全认为是公司社会责任充分的衡量标准”^[6](第 44 页)。20 世纪 80 年代初期企业社会责任的衡量主要采用《财富》杂志所创的“公司声誉评级法”,其指标是四个财务指标(财务稳健、长期投资价值、资产使用和管理质量)和四个社会责任指标(创新、产品和服务质量、人才吸引、培养与使用以及社区和环境责任)。“公司声誉评级法”本质上仍是一种声誉指数法,其在企业社会责任概念方面不清晰且各指标之间存在高度相关性。在 20 世纪 80 年代后期还出现了两种新的衡量企业社会责任的方法,即“TRI 法”和“公司慈善法”,TRI 为有毒物体排放量(Toxics Release Inventory),而“公司慈善法”则是由美国公共管理协会(Public Management Institute)推出的“慷慨指数”(generosity index),其主要依据的是每家公司的捐赠总额和捐赠占税前利润的百分比两个指标。“TRI 法”和“公司慈善法”最大的缺陷在于只是反映了企业社会责任的某个方面,因而难以全面体现企业社会责任。

总体来看,20 世纪 70、80 年代对企业社会责任的测度方法与这一阶段对企业社会责任的理论研究是相适应的,由于这一阶段对企业社会责任概念和内涵的研究缺乏坚实的理论基础,所以这一阶段对于企业社会责任的测度也主要是单维度或某几个方面的。20 世纪 90 年代利益相关者理论与企业社会责任的结合使得多维度测度的方法被广泛应用在企业社会责任的研究中,最具代表性的是 KLD 指数,其

是 KLD 公司 (Kinder, Lydenberg, Domini, and Company) 的分析师独立创设的一种评价公司与利益相关者之间关系的评级标准。KLD 指数的缺陷在于政治性和时效性较强, 尤其是从“核能、军备和南非事务”这三个方面来衡量社会责任饱受争议。综合来看, 一个理论上严谨, 方法上全面、客观、一致, 具有内部和外部有效性且经济环境普适性的企业社会责任测度评价体系依然只是一个理想。

研究企业社会责任绩效评价的目的在于可以回答“谁从企业社会责任中受益”的问题, 如果能够证明公司可以“行善并赚钱”或“通过行善来赚钱”, 那么企业社会责任就能得到管理者的支持, “改良的自利”可以为社会责任提供最终的理由^[7] (第 240 页), 就可以实现绩效评价的“导向”功能。企业社会责任绩效评价体系与企业履行社会责任之间存在密切的相互作用关系 (如 SA8000、道琼斯可持续发展指数和多米尼道德指数等作为国际贸易合作的“门槛”在某种程度上促进了特定企业履行社会责任), 前者的科学构建是后者的重要环节, 而后者则为前者的构建提供重要指导和支持。

[参 考 文 献]

- [1] 冯 平:《评价论》, 北京: 东方出版社 1997 年版。
- [2] [美] 彼得·F. 德鲁克:《公司绩效测评》, 李焰、江娅译, 北京: 中国人民大学出版社 1999 年版。
- [3] 王化成、刘俊勇:《企业业绩评价模式研究》, 载《管理世界》2004 年第 8 期。
- [4] Jensen, M C. 2002. “Value Maximization, Stakeholder Theory, and The Corporate Objective Function,” *Business Ethics* 19(4).
- [5] Simon, H. A. 1959. “Theories of decision Making in Economics and Behavioral Science,” *American Economic Review* 49.
- [6] Cochran, P. L. & R. A. Wood. 1984. “Corporate Social Responsibility and Financial Performance,” *Academy of Management Journal* 27.
- [7] Wood, D. J. & R. E. Jones. 1995. “Stakeholder Mismatching: A Theoretical Problem in Empirical Research on Corporate Social Performance,” *International Journal of Organizational Analysis* 3(3).

(责任编辑 于华东)

Study on the Performance Evaluation Based on Corporate Social Responsibility

Song Limeng

(Accounting School, Zhongnan University of Economics & Law, Wuhan 430073, Hubei, China)

Abstract: The development of corporate performance evaluation depends on the development of economics and management theories. The theory of the corporate social responsibility makes a new theoretical foundation of performance evaluation. Various components of the corporate performance evaluation system such as the evaluation subjective and objective, aims, indicators, standards, reports, etc. indicate new identities and functions, and the effective performance of such functions depends on the scientific measurement and evaluation of the corporate social responsibility performance.

Key words: corporate social responsibility; corporate performance evaluation; social responsibility performance