

经济与管理

烟草企业公民建设研究

王毅辉

中国烟草总公司广东省公司, 广州市天河区林和东路 128 号 510610

摘 要: 选择烟草行业作为切入点, 从理论和实践归纳出加快烟草企业公民建设的必要性和紧迫性。随后在概要梳理企业公民概念发展历程的基础上, 结合企业社会责任的共性和烟草行业的特性, 剖析了“企业公民”优于“企业社会责任”的理由, 并对烟草企业公民的内涵进行分析; 最后, 给出加快建设烟草企业公民的建议, 以期为我国烟草企业构建“负责任的企业公民”和“受人尊敬的企业”提供借鉴和思考。

关键词: 企业社会责任; 企业公民; 经济责任; 慈善

doi:10.3969/j.issn.1004-5708.2014.03.018

中图分类号: F279.23

文献标志码: A

文章编号: 1004-5708 (2014) 03-0108-05

A preliminary study on tobacco enterprise citizenship

WANG Yihui

Guangdong Provincial Tobacco Monopoly Administration, Guangzhou 510610, China

Abstract: The necessity and urgency to accelerate citizenship building in tobacco enterprises were addressed on theoretical and practical levels. The connotation of enterprise citizenship and the reasons why it is more relevant than enterprise social responsibility were investigated taking into consideration of common features of enterprise social responsibility and the uniqueness of tobacco enterprises. Suggestions were therefore given on how to speed up the building of tobacco enterprises citizenship with an aim to rendering some reference for building responsible and respectable enterprises in China's tobacco industry.

Keywords: enterprise social responsibility; enterprise citizenship; economic responsibility; charity

2011 年, 美国第一大烟草公司奥驰亚集团位列美国最重要的三大企业排行榜之一的“百佳企业公民榜”第三十五位。与国外形成强烈对比的是, 我国烟草企业一旦出现任何一个极小问题, 都可能会被媒体有意无意扩大化, 使得作为独立法人的烟草企业遭到不公平的社会“歧视”^[1]。烟草企业作为社会的一员、国家的法人公民之一, 而且对国家财政有重要贡献, 理应受到同其他企业一样公平的无差别待遇, 但是国内烟草行业却屡遭质疑。企业社会责任是经济学、管理学、法学、社会学乃至宗教等共同关注的课题, 也是当今社会的焦点问

题。在企业社会责任成为全球普世价值观的今天, 研究烟草企业如何正面应对企业社会责任拷问, 如何加快建设优秀烟草企业公民不仅迫在眉睫, 而且具有深远意义。不同于“企业社会责任”, “企业公民”赋予企业人格化, 既注重义务又关注权利。优秀企业公民指能自觉主动并圆满地履行企业社会责任的企业。从国内理论研究来看, 国内虽有探讨烟草企业社会责任的文献, 却鲜见烟草企业公民的专项研究。

鉴于此, 本文选取“企业公民”为切入视角, 对烟草企业公民建设问题展开探讨。下文安排如下: 首先从社会发展、行业发展、公司发展、法定要求和烟草行业特殊性五个方面阐述建设烟草企业公民的必要性, 然后基于文献演进和实践发展的角度阐述采取“企业公民”优于“企业社会责任”的缘故, 并从弹性和刚性分别剖析烟草企业公民的内涵, 最后给出政策建议。

作者简介: 王毅辉 (1981—), 博士, 会计师、审计师、经济师, 主要从事财务学和企业管理的研究, Email: wongyihui@126.com

收稿日期: 2013-05-03

1 烟草企业公民建设的必要性

1.1 社会发展的必然要求

烟草企业公民建设是构建和谐社会的必然要求。首先,企业社会责任是全球普世价值观。全球达成共识,企业的发展离不开履行社会责任;履行社会责任有利于企业和社会的可持续性发展。烟草企业也不例外。其次,从理论上,根据社会组织理论、系统论和社会契约论,和谐社会的构建离不开政府、企业、民间社团、基层社区等各层次组织的社会责任。特别是企业(包括烟草企业)的社会责任在整个组织的责任体系中发挥着重要作用。再次,中共十六届六中全会审议通过的《中共中央关于构建社会主义和谐社会若干重大问题的决议》中明确提出“广泛开展和谐创建活动,形成人人促进和谐的局面。着眼于增强公民、企业、各种组织的社会责任”。烟草企业作为社会重要组员之一,完全有必要有能力增加自身的社会责任建设。最后,时代愈发展,环境保护、员工权益、民族平等、合法经营、可持续性发展等愈受重视。关注社会的环境、劳工权益的保护、合法经营和可持续发展等方面的内容,也正是社会和谐性所强调和关注的重点。社会的发展呼唤优秀烟草企业公民的出现。

1.2 烟草行业健康稳定发展的需求

优秀烟草企业公民的建设是构建和谐烟草的出路。竞争程度的持续激化、控烟情绪的高涨、舆论环境的严苛、社会责任的拷问、税利占国家财政收入比重的下降等使烟草企业面临诸多考验^[1]。构建负责任的现代烟草企业公民,有利于彰显烟草行业正面形象,有助于进一步深化内部改革和巩固专卖体制,为“卷烟上水平”战略的实现营造一个相对稳定的大环境。

1.3 烟草企业可持续发展的诉求

企业的可持续发展离不开社会环境这个大系统。企业不只是获利的工具,更应是负责任的公民,有权力更有义务去维护社会环境的发展。未来的领导级企业,不只是商业世界的领导,也是社会环境的积极保护者。烟草企业在积极追求税利贡献、保护消费者利益的同时,也应保持社会生态系统稳定繁荣,促进人与自然、社会的良性互动、和谐发展,真正成为绿色的、生态的、负责任的烟草企业公民。

1.4 公司法和专卖法的法定要求

《中华人民共和国公司法》第五条明确指出“公司从事经营活动,必须遵守法律、行政法规,遵守社会公德、商业道德,诚实守信,接受政府和社会公众的监督,承担社会责任”。《中华人民共和国烟草专

卖法》第一条开宗明义“提高烟草制品质量,维护消费者利益,保证国家财政收入”。烟草企业不仅是公民法人,亦是专卖法的承载主体。烟草企业承担企业社会责任是公司法和专卖法的法定要求。

1.5 产品特殊性天生决定了烟草企业承担社会责任的必然性

烟草企业承担着生产出满足消费者需求的产品,而产品具有一定健康风险这一特殊性使得烟草企业天生就是承担企业社会责任的主体。事实上,烟草企业从未间断地加大在减害降焦、改进产品质量等方面的投入来保障消费者权益。这本身也属于企业公民建设的内涵。

2 “烟草企业公民”内涵的分析

要剖析“烟草企业公民”的内涵,必须先研究企业社会责任、烟草企业社会责任和企业公民三个概念。

2.1 企业社会责任的定义

企业社会责任是一个历史悠久的、宽泛的、不确定性但不断发展的概念。现代企业社会责任概念的明确提出发轫于1953年Bowen对“商人的社会责任”的定义^[2],即“商人具有按照社会的目标和价值观去确定政策、做出决策和采取行动的义务。”自此,企业社会责任呈现蓬勃发展态势。作为研究企业社会责任的经典著作,Carroll^[3]的“三维概念模型”将企业社会责任分解为经济责任、法律责任、伦理责任和自愿责任四大部分;且这四大部分的权重不同,呈4、3、2、1逐次降低。所谓经济责任指企业必须负有生产、盈利及满足消费者需求的责任;所谓法律责任指企业必须在法律范围内履行其经济责任;所谓伦理责任指企业必须符合社会准则、规范和价值观;所谓自愿责任指企业应具有坚定意志和慈爱胸怀^[2]。后续很多探讨企业社会责任的实务和理论文章常以这四大责任为参照。事实上,企业社会责任是一个从“什么都不做(do nothing)”到“做很多(do much)”的连续统(continuum)^[3]。概而言之,20世纪以前,企业社会责任思想的演变,大致经历了企业慈善、狭义的企业社会责任、社会回应、社会表现、相关利益者管理等阶段^[2]。不过,企业社会责任概念至今尚无统一定义。

2.2 烟草企业社会责任的内涵研究

国内对烟草企业社会责任的研究主要有四种观点:

第一,烟草企业应当承担基础性社会责任和特殊社会责任^[6]。烟草企业承担的基础性社会责任包括法

定性社会责任和道德性社会责任。法定性社会责任包括对企业员工的责任、对消费者的责任、对环境和资源的保护与合理运用的责任；道德责任主要包括对社会福利、社会公益事业的责任和对社会所在社区经济社会发展的责任。特殊社会责任主要包括危害警示社会责任和降焦减害社会责任。

第二，烟草企业应当承担内部和外部的社会责任^[7]。内部社会责任主要包括公司治理的道德、保护劳动者的合法权益、遵守商业道德等。烟草企业的内部责任同其他企业并无差异；主要是外部社会责任，主要包括树立“国家利益至上、消费者利益至上”的价值观、积极参与环境保护和社会公益、慈善事业、积极参与控烟和法律规定范围的禁烟、改善产品、开发新的替代产品、减少烟草企业数量。

第三，烟草企业主要承担经济、法律、伦理方面的社会责任^[4]。

第四，烟草企业主要承担对消费者、环境和雇员的责任^[5]。

很显然，现有文献对烟草企业应承担的社会责任内容总体上比较一致，只是包含内容或者分析的视角有差异；也仅研究了烟草企业公民应承担的义务，未涉及烟草企业公民的权利问题。

2.3 企业公民和烟草企业公民

2.3.1 企业公民和企业社会责任的关系

进入21世纪后，企业社会责任思想被“企业公民”概念所替代^[2]。企业公民和企业社会责任之间有三种关系^{[2][8]}：局部观、等同观和延伸观。企业公民局部观，仅将企业公民视为企业社会责任中的一部分，主要指其中的自愿责任；企业公民等同观，将企业公民等同于原有的企业社会责任概念；企业公民延伸观，因引入公民权这一核心理念将企业公民看作是对企业社会责任概念的超越。现有研究，倾向支持延伸观，即企业公民概念是对企业社会责任思想的继承、发展和突破^[2]。“‘企业公民’相对而言是一个内涵更宽、更能生动反映企业和社会和商业活动中的角色和身份的概念，它的出现是‘企业社会责任’实践与研究的结果，是‘企业社会责任’的进一步发展^[9]。”

2.3.2 企业公民的内涵

企业公民是对企业法人的进一步人格主体化、人性化。企业公民概念的核心和本质是公民权。公民权是公民拥有的对于“生命、自由和财产”的天赋权利^[2]。企业是社会的一个主要部分；企业是国家的公民之一。如同公民拥有权力和义务一样，企业公民也有自己的权力和义务。企业公民的权利就是根据国家有关企业

的各种法律如《物权法》、《公司法》以及企业注册登记时所享有的各种权利，如人格权利、财产权利、生产经营权利、法律保护权利、信息权利和使用资源的权利^[10]等。企业公民的义务主要是企业公民的社会责任。企业公民的社会责任可概况为经济责任、法律责任、自然环境责任以及人本、伦理和道德责任^{[9][10]}。

事实上，正如企业社会责任没有统一的定义一般，企业公民到目前为止也没有统一的定义。根据2004年世界经济论坛提出的标准，企业公民包括四个方面的内涵：好的公司治理和道德价值、对人的责任、对环境的责任和对社会发展的广义贡献^[9]。美国波士顿学院企业公民研究中心给出的定义是：企业公民是指一个公司将社会基本价值与日常商业实践、运作和政策相整合的行为方式。一个企业公民认为公司的成功与社会的健康和福利密切相关，因此，它会全面考虑公司对所有利益相关人的影响，包括雇员、客户、社区、供应商和自然环境^[11]。目前国内致力于企业公民和企业社会责任理念普及和实施的全国性社团组织中国社工协会企业公民委员会认为企业公民的内涵是：企业在经营活动中，以地球环境和人类幸福为出发点，按照为客户提供满意的产品和服务为基本原则，自觉承担社会责任，实现全面、协调、可持续的线性发展^[11]。综上所述，不管何种定义，企业公民理念都强调：企业有权利，也有义务；企业有责任为社会的一般发展做出贡献。未来的领导级企业，不只是商业世界的领导，也将是社会的领导力量。

2.4 烟草企业公民

2.4.1 采取“企业公民”视角的缘由

本文采取“企业公民”而非“企业社会责任”视角来研究烟草企业公民建设问题，理由有三：

第一，彰显思想新潮和管理时尚。企业公民是国际上盛行的用来表达企业责任的新术语。企业公民概念体现当代企业社会责任文献演进的最新进展和管理时尚。企业公民建设本身就是来自管理实务的问题。它首先是由公司在实践中运用，然后又得到政府的推动，最终激发起了学者们的研究热情^[2]。

第二，从暗含被动到自愿主动。尽管企业社会责任经历了公司慈善、社会回应、社会表现、相关利益者管理等思想内涵的演变，但是这些概念有被动式甚至被迫式地承担社会责任的嫌疑，让人觉得企业社会责任的承担不是自觉自发的，而是消极地暗合社会要求；而企业公民概念所展示的恰是作为社会一员积极主动地承担责任的良好形象。企业不仅能够自觉主动

承担社会责任,而且也具备社区、社会环境改造的参与权利。

第三,烟草行业体制、产品特殊,采取“企业公民”这一主动且人性化的概念一定程度上有助于化解社会对烟草行业的误解和偏见。虽然烟草及其制品是有争议、有健康风险的特殊嗜好产品,但是烟草企业所要展示的是它从来一直都在积极、主动、自觉地努力把自身建设成为“负责任的企业公民”和“受人尊敬的企业”。烟草企业同其他企业一样,都是大家身边的“好邻居”、“好伙伴”。

2.4.2 烟草企业公民的内涵剖析

烟草行业历来重视企业社会责任的建设,每年投入大量的资源进行社会责任投资,而且已把“责任烟草”融入到企业文化建设中去。烟草行业文化架构体系中“行业愿景”里的第一要素就是“责任烟草”。尽管如此,但是鲜见“烟草企业公民”的提法,更不用提其定义。

“烟草企业公民”,强调烟草企业应辩证去享有权利和义务。在积极承担企业公民义务的同时,烟草企业同样享有普通企业具备的各项权利。这些权利来自公司法、物权法等国家相关法律的规定。烟草企业作为社会、社区的一员,不仅有义务为社会、社区发展贡献出力,也具备主观能动性,具有参与或不参与的选择权、对备选方案的选择权、社会和社区赋予的各项权力。烟草企业任何议题的研究都必须考虑其产品和体制的特殊性^[12]。烟草企业公民内涵的剖析也不例外。除了享有其他企业享有的权利外,烟草企业还享有专卖法规定的对烟草市场的经营专权。但是烟草产品带有一定的健康风险这一特性天然决定了烟草企业公民建设应突出其承担的义务,而非尊享权利。即使强调烟草企业享有的权利也是为“国家利益至上”和“消费者利益至上”这“两个至上”服务。

烟草企业公民义务,主要是指烟草企业承担的社会责任。根据社会责任对企业的约束程度,将社会责任大致分为刚性社会责任和弹性社会责任。烟草企业不仅要承担刚性的社会责任,更要以积极主动的姿态去承担弹性的社会责任。刚性社会责任主要是法律责任和经济责任。烟草企业承担的刚性社会责任主要包括(1)依法纳税责任。“合法经营,依法纳税”是烟草行业承担最基本的社会责任^[13]。烟草企业应该合法经营,规范管理,不断降低制度运行成本,依法依规会计核算,稳步提升税利贡献额度和质量。(2)产品质量责任。烟草企业不断加大科研投入、降低焦油含量,不断改善产品、开发新的替代产品,为消费

者提供低危害卷烟,保护消费者合法权益。(3)市场净化责任。切实加强经济运行与市场管理,密切关注市场、强化部门协作,创新市场监管方式,不断提升市场净化率,为消费者营造一个质量保证、价格稳定的消费环境等。

弹性社会责任主要是道德责任和自愿责任。烟草企业承担的弹性社会责任主要包括:(1)对雇员责任。人力资源问题是近年来烟草企业发生的危机事件的根由之一。由于历史和体制的原因,烟草企业可能存在着员工心理危机、用工制度不尽完善、人才流入渠道欠顺畅等问题^[1]。烟草企业应完善用工制度,确保职业通道顺畅,营造良好的用人氛围,创造和谐的企业文化与理念。(2)公益慈善事业。烟草企业每年投入大量的资金支持各项公益慈善事业。比如通过各种补贴,让烟农得到更多实惠。(3)遵守高尚道德标准。烟草企业必须符合社会准则、规范和价值观,并应具有坚定意志和慈爱胸怀去遵守高尚道德标准。

值得注意的是,由于烟草体制和产品的特殊性,最能彰显烟草企业追求优秀企业公民以及塑造良好媒体和公众形象的是对弹性社会责任的积极、一贯的履行。但是,最能破坏烟草企业公众形象的恰是刚性社会责任的担当。刚性社会责任稍有疏忽,最容易招致媒体有意无意的放大,直至毁损烟草企业形象。

综合来看,烟草企业公民是指烟草企业在生产经营过程中,以国家利益和消费者利益为出发点,享有普通企业应有和专卖法赋予权利的同时,自觉承担起对利益相关者的刚性社会责任,并积极主动、一贯地承担对利益相关者的弹性社会责任,追求全面、协调、可持续发展。

3 加快建设优秀烟草企业公民的建议

3.1 站在战略的高度看待烟草企业公民建设

企业公民建设应当作为烟草企业非市场战略的重要组成部分,至少应与政治战略、公众与媒体战略并列^[13]。烟草企业要在完整地理解企业公民概念的前提下,自觉地按照企业公民的标准约束自己,进行决策和选择行动,不断化解当前社会对烟草行业存在的误解。

3.2 不断提升企业公民意识,走出企业公民建设存在的误区

源于企业公民概念与企业社会责任概念的纠结,企业公民建设的误区主要由企业社会责任引起的误区。

误区一:企业社会责任被视为有钱企业的“游戏”。

事实上,企业社会责任除了经济责任、伦理责任和慈善责任外,还包括法律责任。而法律包含着基本伦理道德的法典规定,具有广泛约束性,对绩效差的企业也适用。

误区二:企业社会责任=企业家社会责任。企业社会责任的责任主体是企业,而企业家社会责任的责任主体是企业家,两者虽然关系密切,但存在本质的不同。企业是一种组织,而企业家是自然人。企业社会责任不是一种个人责任,而是一种由组织承担的社会责任。

误区三:企业公民建设=慷慨解囊。企业老总的慷慨解囊与企业承担社会责任有关,但两者不能简单地划等号。

误区四:企业社会责任=企业办社会。“企业办社会”,主要是针对传统的国有企业而言,企业承担了如社会保障职能、办教育职能、办医院职能、办浴室和理发室职能。企业社会责任与“企业办社会”完全不同的。从产生的背景不同,前者产生于市场经济时代,后者产生于计划经济时代。“企业办社会”是国家投入,从单位制度本身来看,受益者只能是本企业的职工及其家属,现实中也的确如此,企业所在的社区、地方,以及企业附近的居民很难合法受益。而企业社会责任的投入来自企业本身,受益的范围也扩展到了企业外的相关利益者如利益相关者的合法权益,如员工的权益、客户的权益、社区的权益、合作伙伴的权益等,政府对其控制依靠法律法规。

3.3 将企业公民建设融入烟草企业内部管理体系,加强社会责任信息披露

可以设立专门的企业公民职能部门或专业委员会,把督促企业公民建设作为公司内部应有的一项职能,建立起烟草企业公民建设的管理体系。这一体系应包括制度化和可操作的规范化程序,并且有明确的工作计划、专职专人和一定的经费保障。把履行企业社会责任作为实现企业好公民形象的条件,主动发布企业公民报告,积极参加企业公民实践。对优秀烟草企业公民行为事例要及时报道,起到引导宣传作用。

3.4 实施烟草企业公民建设年度考核,全面推进烟草优秀企业公民建设

如果可能,进一步将烟草企业公民建设纳入领导考核体系,正面嘉奖、负面惩罚。建立烟草企业公民评价标准体系。最佳企业公民的评选并非面面俱到,要抓主要特征和普遍存在的问题。

3.5 加强企业公民制度建设,形成企业公民建设的长效机制

烟草企业公民建设的长效机制有赖于制度建设。

烟草企业公民制度的建设,一方面应注重强化企业公民建设的基本原则,比如秉持“国家利益至上、消费者利益至上”的共同价值观、强调可持续性发展原则、积极主动原则等;另一方面要注重制度的技术性和可操作性,比如针对不同类型的企业公民义务制定相应的明细配套方案。烟草企业应该结合行业发展态势和企业所处的生命周期阶段,建立和完善企业公民建设和管理相关明细制度,真正形成有效的危机管理长效机制,整体上提升烟草企业形象,确保“卷烟上水平”战略的实现。

4 结语

不同于现有文献,本文选取“企业公民”而非“企业社会责任”视角研究烟草企业公民的权利和义务。研究发现,烟草企业享受企业公民的权利是为了更好地履行义务,更好地为“两个至上”服务;履行公民义务,强调烟草企业不仅要默然自觉接受刚性社会责任,更应该积极主动一贯地承担弹性社会责任。此外,烟草企业应从思想意识、误区识别、信息披露、考核奖惩和制度建设等方面加强企业公民建设。这些结论和措施以期为我国烟草行业构建“负责任的企业公民”和“受人尊敬的企业”提供借鉴和思考。

参考文献

- [1] 王毅辉.烟草企业危机管理研究初探[J].中国烟草学报,2012,18(3):78-81.
- [2] 沈洪涛,沈艺峰.公司社会责任思想起源与演变[M].上海:上海人民出版社,2007.
- [3] Carroll A. B. A three-dimensional conceptual model of corporate performance[J]. Academy of management review, 1979,4:113-143.
- [4] 冯建海.西烟企业社会责任的综合评价[J].长春理工大学学报:社会科学版,2011,24:33-36.
- [5] 白利静,魏帅.烟草公司的社会责任研究[J].法制与社会,2008,01:115-116.
- [6] 李海霞,杨永昆.论烟草企业的社会责任[J].玉溪师范学院学报,2010,26:26-29.
- [7] 唐一之.试论企业的社会责任——以烟草企业为例[J].湖南师范大学社会科学学报,2008(1):73-76.
- [8] Matten D, Andrew C. Corporate citizenship: toward a extended theoretical conceptualization[J]. Academy of management review, 2005, 30: 166-179.
- [9] 蒋正华.中国企业公民报告(2009)[M].北京:社会科学文献出版社,2009.
- [10] 邹东涛.“企业公民”:一个急需理正的话语体系和社会实践[N/OL].人民日报,2007-06-11.
- [11] 中国企业公民网.企业公民定义[EB/OL]. [2012-03-03]. http://www.chinacccc.org/jingdianwenxian/qygmndy_3267.html.
- [12] 王毅辉.基于战略视角的烟草企业文化构建研究初探[J].中国烟草学报,2013,19(2):90-94.
- [13] 季学林,方金.中国烟草行业实施非市场战略的构想[J].山东省农业管理干部学院学报,2010,27:64-65.