关于浅谈企业社会责任的理解范文

关于浅谈企业社会责任的理解范文8篇

企业文化正式作为一种管理理论和管理方法产生于20世纪70、80十年代的日美管理比较研究，下面给大家分享关于浅谈企业社会责任的理解范文，欢迎阅读！

浅谈企业社会责任的理解篇1

一、完善企业财务制度和履行企业社会责任的内在关联

就企业而言，履行社会责任就要不断地变革与优化其财务制度，并把其扩大至整个国民经济管理的范围中，同时把企业的财务核算扩展到企业社会成本及效益中。从总体上看，企业财会是实现企业自身责任和社会责任相通的桥梁，也可视为微观经济和宏观经济连接的桥梁。从社会学角度来看，企业是有社会价值的，所以企业要履行社会责任，并维护整体的利益，如果企业只是重视社会财务收益，而对社会多数人的利益不关注，就会使企业无法融入社会环境中，这会极大地影响企业的声誉，以及无法保持其可持续发展。所以，对企业财会和企业社会责任之间的关系有全面的认识是我们当前的一大重要任务所在。

二、企业履行社会责任财会制度中的问题

(一)缺乏社会责任意识

从目前的情况来看，市场竞争已经越来越激烈。而把此作为研究背景，不少的企业在经营过程中缺乏社会责任意识，这种思想上的问题引发了部分财务人员采取各种手段，并为获得最大的经济利益而丧失职业道德，一味把追求资本收益作为工作的中心，这使企业的社会责任无法得到完全地履行。

(二)社会责任财会核算内容模糊

企业社会责任是一个大众化的问题，但是本身内容就存在一系列的问题需要进一步加以界定。以往的财会制度主要是把企业的利润作为其中的工作内容，而社会责任财会制度则不同，它主要是采用计算和记录企业社会成本以及收益，进而全面反映企业的社会贡献及损害，所以两者的切入点不同，因此核算的内容也就大不一样。所以，只有将企业社会责任财会核算内容一一确定以后，才可以更好地实施这一制度。

(三)相关法律不健全

从企业履行社会责任来看，虽然当前存在一系列的法规。然而，从客观上来看，相当多的法规内容都是比较模糊的，而且在实践中可操作性不强，尤其需要注意的是未能对企业无法或者是不愿意承担社会责任所需要接受的处罚加以明确。

(四)信息披露形式单一，财会制度内容未定

我国有相当一部分学者花很多的时间来讨论非正规财务会计形式或一些文字来对社会责任会计信息进行披露,这固然可以起到一定的作用。但是，这样根本无法达到社会各界对会计信息进行定量分析.社会责任财务会计与传统财务会计在核算的内容上是有一定区别的。从现在来看，企业的财务会计制度还未能明确其中的核算内容,特别是和这有关的会计科目、计量方法也不是十分规范，这极大地阻碍了社会责任财务会计核算体系的全面推行。

三、完善企业财务会计制度的建立

(一)转变思想观念

企业首先要采取的措施就是要尽可能地履行更多的社会责任,并主动规范自己的行为，以及更好地实现资源的合理配置,提升社会的总效益，以促进社会的可持续发展。所以，企业要抛弃以往的财会观念的束缚,大力宣传企业履行社会责任的优势所在,使企业意识到其履行社会责任财会制度不只是有利于社会,同时也有利于企业自身的发展,以此更好地促进更多的企业把履行社会责任作为一种自觉的行为。

(二)完善相关法律

有关企业财会披露社会责任信息的法律规定也比较少,只是在会计法中稍有提到，而具体如何实施则没有明确的规定,这也使得很多企业不会考虑把社会责任信息公开。为了改变这一现状，就要强化企业在这方面的法律建设工作,要求企业披露这方面的信息。所以说,法律要对规定企业必须执行社会责任财会制度,并对各类信息进行披露,防止企业利用法律的漏洞实施一系列对社会责任不利的生产及经营活动，所以要走上用法律规范其发展的道路。

(三)构建社会责任财会核算体系

就行业的不同,其社会责任的内容也有很大的差异,这对于其社会责任财会

信息的比较也极不有利，然而就同一行业不同企业，其社会责任会有一定的相似性。因此，采取这一措施完全可以实施的。在实施过程中，我们要确保计量单位以及计量方法较为灵活，以实现其多样化的发展，如根据可以使用货币进行计量的情况则使用货币，而不可以使用货币的时候就要采用实物进行记录。

(四)提升财会人员综合素质

在新的环境下，企业履行社会责任对财务从业人员也提出了更高的要求。如今财务人员不只是要掌握基本的财务知识，同时还要学会政治学、伦理学以及社会学等多个方面知识，所以要对财会从业人员进行相应的培训，以便尽快地提高其综合素质，保证其能力可以达到企业的要求。

(五)充实社会责任会计信息披露的内容

企业的生存和发展脱离不了其周围的生存环境。我国有一些地区生态环境失衡、失业人员过多等问题，已经引发了社会矛盾，企业在经营过程中不仅要考虑到经济效益，社会效益，同时还要注重环保，要走出一条既要金山银山，又要绿水青山的道路，以达到以上各方面的内在统一，同时还要对各行各业的社会责任会计信息披露进行统一规范。

四、结束语

在社会市场市场经济条件下，随着社会不断向高处发展，企业社会责任财会制度也会慢慢走向完善。本文对于企业的社会责任，以及企业财务制度问题只是做了一个初步的分析，具体如何在我国实施还要进行不断地探索，以便共同促进社会责任财务制度可以在全国得到推广和发展。

浅谈企业社会责任的理解篇 2

近年来，企业的社会责任在法律领域引起了广泛关注，尤其是经济法中常被提及。毫无疑问，企业的社会责任作为一种自觉义务的承担在社会生活中产生了巨大的效力，但是同时众多弊端也暴露无遗，假冒伪劣产品以及对环境的严重破坏等问题都充分体现了部分企业对社会责任意识的高度缺乏。

笔者看来，企业的社会责任主要包括企业对消费者、对职工、对环境、对社会公益及精神文明的责任等六大主体。而由于不同的主体对企业诉求的不同，致使企业在社会责任的实现上出现了众多问题。本文拟从具体责任对象的立法探究为切入点，探究完善我国企业社会责任的缺失问题。

一、企业社会责任的概述

企业社会责任，最早在 20 世纪为美国学者所提出，英语中被称为“Corporate social responsibility”(□□ CSR)。20 世纪 80 年代伊始，美国发生了著名的伯利与多德的论战，伴随着有关公司社会责任的争论，以宾夕法尼亚州为首的各州相继在公司法中制定了“利益相关者条款”，使得企业的社会责任法定化。

之后，美国法协会在《公司治理准则——分析与建议》中明确规定：

“公司在从事其经营行为时：

①承担与自然人同等的、在法律设定的框架下行为的义务；

②可以考虑可合理被视为与负责任的经营行为相适应的道德因素；

③可以把合理的资源投入到公共利益、人权、教育和慈善事业。”

我国在法律法规中对企业社会责任的明确规定最早见于《公司法》的第五条第一款：“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，诚实信用，接受政府和社会公众的监督，承担社会责任。”此外，我国在《合伙企业法》、《私营企业暂行条例》等诸多法律也都直接或间接地涉及到企业的社会责任。

二、企业社会责任的立法现状

(一)企业对职工的责任

90 年代初期，美国劳工及人权组织针对成衣业和制鞋业所发动“反血汗工厂运动”使得消费者的关注点由单一关心产品质量，转向关心职工的权益保障。2023 年的《全球契约》将改善工人工作环境、提高环保水平以法律形式确定。我国企业对雇员的责任的法律约束集中在《劳动法》和《劳动合同法》。

从历史角度看，企业的社会责任问题首先起源于外部社会对企业内部保护劳工合法权益的要求和压力。企业与职工具有天然的依附关系，职工对于企业有着经济上的依附和人身依附，企业的经营与发展，达成经济目标，取得经济利益也必须依靠职工。

由此决定企业必须尊重和保障职工的劳动权和休息权，维护职工的合法权益和身心健康，尊重职工的人格尊严。职工权益就其本质而言，属于生存权，它与企业的财产权相比，应当具有优先地位。因此，在企业财产权与职工生存权发生

冲突时，企业必须执行和实施有关的劳动标准以实现在劳动过程中对于劳动者的保护。

(二)企业对消费者的责任

“人本主义”的经济法基本理念是贯彻经济法的典例，也是企业管理和法律调整两者共同追求的目标。随着企业欺诈行为的频繁出现，消费者作为法律关系中的弱势群体，利益受到了严重损害。出于对消费者弱势地位的补救，对企业的社会责任进行约束与规范，我国出台了《消费者权益保护法》和《产品质量法》。

《产品质量法》第一条指出企业加强管理、明确责任的根本目的在于保护消费者的合法权益。而《消费者权益保护法》适用的准则是惩罚性赔偿制度。其第49条规定的双倍赔偿制度，第35条的追偿制度都是基于整体主义考虑而对社会公共利益的保护。此外，《反不正当竞争法》、《食品生产安全法》等多部法律表明，企业在追求利润最大化的同时对消费者负有保证期产品可靠，不作虚假广告，抑制通货膨胀，接受消费者监督等法律义务和道德义务。

(三)企业对政府的责任

就笔者看来，企业对政府的社会责任更多意义上指的是税收。对政府来说，企业履行社会责任降低了政府监管成本，促进了经济发展，有利于维护公共利益。

同时，企业形象往往和企业承担社会责任的程度呈正比，企业为政府公共利益作的贡献越大，企业形象越好，越有利于保持长期竞争优势。汶川地震后，王老吉(加多宝集团)以一亿元人民币的捐款，成功树立了“中国饮料第一罐”的良好形象。由此可见，企业积极履行对政府的责任是必不可缺的。

(四)企业对股东和债权人的责任

企业首要的责任是维护股东的利益，承担起代理人的角色，保证股东的利益最大化以，这是最基本的东西。按照契约论的说法，企业是利益相关者之间各种契约交易所形成的一种法律实体。在所有的契约关系中，最核心的就是经营者与股东之间的关系，这也是现代企业制度的核心问题。再者，企业作为整体债权人负有合法经营、善意交易、切实履行等义务以保证债权人预期利益的实现，因而具有相应的社会责任。

中国目前很多企业所谓的社会负担过重，实际上就在于企业把最基础的东西丢掉了，它在承担外围的，所谓的对政府、对社区、对整个社会的责任的时候，

忽略了对股东和债权人的责任。股东利益最大化受到损害以后，企业就根本无法长久地维护其他利益相关者的利益，比如，企业圈钱后破产，雇员失业、无法向银行还贷、无法向政府纳税等等，这是一个连环的效应。同时，企业利益的受损也使得债权关系也因此处于极不稳定的状态。

(五)企业对环境资源的责任

企业在追逐利润的过程中，极易造成对环境的破坏。因此，企业对环境的责任主要体现在企业在追求自身经济发展的同时必须协调好与资源的关系，实现可持续发展，也有利于创建企业的商誉。这一社会责任主要包含了污染防治责任和能源节约责任两方面。

每一个有社会责任感的企业，都应该主动学习并自觉遵守环保法律法规，要把遵纪守法作为企业生存发展的道德底线。《环境保护法》第 25 条强调企业对资源的高度利用以及对环境的保护。法律的正义价值在环境保护上体现为维护社会成员之间的公平正义，即每个主体在自然环境和资源的利用上都是平等的。企业不应以获得利润最大化为理由强行剥夺其他主体的合法权益，这对自然人以及其他组织单位皆缺乏公正性。

因此，企业应自觉承担对环境资源保护的社会责任。《节约能源法》、《水污染防治法》等法律针对不同领域对企业社会责任规定了要求，并规定了企业违反义务时所应承担的责任。

(六)企业对精神文明和社会公益的责任

企业对精神文明和社会公益的责任更多的是一种道德义务，在社会责任中处于最高阶段。这一责任以高于法律的标准对企业做出要求，且必须处于企业自愿。企业承担这一责任有利于企业目的的实现，其本质仍是企业的利己行为。企业的公益行为应具有一定限度，应维持股东利益和社会利益的平衡。由于“社会伦理进入法律”，私法超越了保障个人自决的目标，其服务于社会正义的实现。

企业的社会公益和精神文明责任体现在多部法律中。美国法律研究元通过并颁布的《公司治理原则：分析与建议》中规定“企业应适当考虑与商业行为相适应的道德因素”。又如，我国《公益职业捐赠法》鼓励企业捐赠，同时也防止假捐款等弄虚作假行为。

三、企业履行社会责任时面临的问题

(一)企业经营利益高于社会责任

《公司法》中充斥着股东优先主义，其中有许多制度都是依照股东优先主义而构建，强调的是公司所具有的财产权。然而，企业社会责任理论的确立妨碍了企业的营利性目标，它着重于对人权的维护。在资本和生存的双重压力下，很多中小企业根本无暇顾及社会责任,他们片面的认为承担社会责任会降低企业的当前利益，忽视了社会责任的承担能够树立企业良好的社会形象的事实。

(二)企业社会责任立法上存在诸多问题

1、立法过于分散

虽然我国对企业社会责任的立法数量多，规模庞大，但是这些规定分散在很多法律中。从《劳动法》到《公司法》，各个规定的法律效力不同，缺乏统一的标准,无法形成较为系统的法律体系。分散立法影响企业社会责任有效履行实施。

2、立法原则性过强

目前我国对企业社会责任的规定过于原则化，内容笼统，操作困难。如新公司法第 5 条第 1 款对企业社会责任的规定只是停留在宣示层面,而没有规定惩罚性条款。法律过强的原则性为社会责任的实践增加了难度。

(三)企业对企业社会责任的认知不足

在我国，企业对于社会责任认知程度处于较低水平。企业社会责任对于中国企业而言还是一个新生事物，大多企业于 2023 年才公开提倡社会责任的承担。与此同时，我们社会中的企业所承担社会责任的严重不均衡，这在很大程度上限制社会责任制度的推行。而在西方国家，这一认知已成为一种本能，受到道德与法律的双重保护，企业对这一责任的认知时间更久也更为深刻。

(四)社会诚信体系受到严重伤害

诚信是社会道德在企业经营中的体现。应该承认，由于整个社会道德水准的普遍下滑，我国企业在经营中也出现了严重的诚信缺失问题。很多企业在这样的社会背景下,出现了道德错位,这些企业为了追逐利益不惜损人利己、见利忘义，在经营活动中坑蒙拐骗、尔虞我诈、抢注商标、偷税漏税，所有这些都大大突破了应有的道德防线，也严重损害了企业的形象和消费者的利益。

四、如何解决企业的社会责任缺失

对企业社会责任缺失的解决是一个长久的过程，并非一朝一夕即可完成;同

时这也是一个全面的过程，只注重单方面关系的调节必定会引发其他的矛盾。因此，笔者认为应从以下三方面入手以解决该难题。

首先，应提倡企业目标二元化的普遍认知。虽然说对于社会责任的履行会使企业丧失一部分经济利益，但实质上企业社会责任是对传统的股东利润最大化原则的修正和补充。企业的目标应是二元的，除实现利润外，还应尽可能地维护和推进社会利益。良好的社会责任有利于企业商誉的实现，不失为长远的经营规划。因此，应加深对企业目标二元化的认识，对企业进行相应的思想培训，鼓励企业对社会负责。

其次，需完善我国企业社会责任立法体系。针对我国分散立法，原则性立法的弊端，相应机关有必要对其进行整合，以打造一个完整的体系。正如税法就规定对企业公益性、救济性捐赠实行扣减所得税，在体系中建立企业责任激励机制有利于企业对社会责任的承担。同时将企业责任纳入企业规章制度中，则为企业提供了明确的行为准则。

最后，企业应将法律规定与企业自觉相结合。法律从外部强制性规定企业“应该做”和“不应该做”，而企业的社会责任是从内部下手，通过内在机制自动地约束企业的行为，只有这两者结合才能最大限度地保护社会公众的共同利益。

五、结语

企业社会责任在中国还是一个比较新的问题。企业社会责任有其存在的必然性，在法律领域，它体现了企业权利和义务的辩证统一。本文从企业社会责任的立法现状以及如何解决现实中的相关问题提出了自己的观点，笔者坚信，随着企业社会责任意识的不断深化，法律体系的不断完善，我国企业在社会责任方面会跟进美国等先进西方国家的步伐。

但我国企业在责任实施中仍存在诸多问题，社会责任的实施仅为其中一部分。政府应加大对企业责任的监督，社会应加强对企业社会责任的监督。若要企业自觉履行社会责任，仍是一场长期战役。

浅谈企业社会责任的理解篇3

一、企业的社会责任与经济效益理论关系

(一) 企业的社会责任定义

1998 年世界企业发展委员会就企业的社会责任作出了定义: 企业社会责任

是企业承诺持续遵守道德的规范，为经济发展做出贡献，并改善员工及其家庭、当地整体小区、社会的生活质量。经过众多学者对企业社会责任方面的不断研究之后，可以概括出他们对社会责任的定义包括了经济性、法律性、道德性、慈善性。企业最基本的价值观是在遵守国家法律范围之内，追求企业利润的增长，除此之外，还应自觉地承担其社会责任，一般包括遵守职业道德、保护职工权利、保护生态环境、发展慈善事业、捐助公共设施、保护弱势群体，促进社会全面发展。

1995 年 Archie B.Carroll 提出企业社会责任模型（ Corporate SocialResponsibility ，CRSmodel），分别为经济责任、法律责任、道德责任、慈善责任四个方面。经济责任就是指企业作为社会经济的重要组成部分，基本功能就是减少成本，创造利润，实现股东价值最大化。而法律责任则规定了企业的任何商业行为都在法律允许的范围内进行，任何交易行为都应遵循规章制度，任何产品和服务都应符合法律标准，并做到依法纳税。道德责任是一种企业的自发行为，是一种道德标准，它传递的是一种被大众所期望，积极向上，充满正能量的行为，主要表现在企业品牌文化建设，员工的教育与发展等方面，并尊重企业所在地居民的意愿，积极参与环境保护和社区建设。慈善责任是企业自主决定的一种行为，通常指参与慈善活动、救助弱势群体等。任何一个有影响力的企业，都不仅仅只追求利润最大化，还应该促进社会的和谐发展，树立良好的企业品牌文化形象，提高企业核心竞争力。

（二）企业的社会责任对象

1984 年，弗里曼提出了利益相关者管理理论，认为任何一个公司的可持续发展都离不开利益相关者的投入或参与，企业追求的是利益相关者的整体利益，而不是某些主体的利益。企业的可持续发展与利益相关者密不可分，在企业生存和发展阶段，利益相关者投入生产资源，承担经营风险，规划企业发展方向，监管企业发展动态。企业的生存和发展不仅仅是企业追求股东价值最大化，更应满足各方利益相关者对企业的诉求。本文主要根据利益相关者对企业的影响方式来划分，将其划分为直接的和间接的利益相关者。

直接的利益相关者是指直接与企业发生市场交易行为的利益相关者，主要包括：投资者、债权人、企业员工、消费者、供销伙伴等。对投资者而言，股东价

较高的资产回报率就是企业对投资者的社会责任。而债权人则要求企业拥有良好的财务状况，到期有能力支付本息。企业员工则希望企业能给予他们足够的报酬和良好的工作环境以及相应的权益。供应商与销售商作为企业经营的商业伙伴，与企业的可持续发展休戚相关，期望获得公平合理的商业交易行为。消费者作为企业生存的基本条件，当然希望企业提供物美价廉的产品以及完善的售后服务，并履行相关的义务。

间接的利润相关者是与企业发生非市场交易行为的利益相关者，如政府、社会团体、媒体、生态环境等。政府在社会经济发展过程中发挥着十分重要的作用，制定与完善相关的法律制度，维护社会大众的公共利益，规划城市建设的基础设施，引导企业遵循相关的制度，承担相应的社会责任。社会团体和媒体作为企业履行社会责任的监督者，同样地，也需要大肆宣传企业应尽的社会的责任。近年来，生态环境受到污染的事件不在少数，如何更好的让企业的发展与生态环境和平共处，已成为亟待解决的问题。在企业生产活动过程中，废气废水都对当地的生态环境造成了不同程度的污染，严重影响了居民的居住环境，造成生活的不便，同时，也加大了政府对生态环境的治理费用。

无论作为直接的利益相关者，还是间接的利益相关者，他们在企业的可持续发展过程中，都不可避免地影响企业的经营状况和发展轨迹。履行相应的社会责任，都是作为优秀企业发展过程中不可或缺的一步。

（三）企业的社会责任与经济效益的关系

履行上述社会责任必然会造成企业成本的增加，那岂不是会导致企业经济效益的减少，答案是否定的。履行社会责任，在一定时期内，势必会造成企业成本的增加和利润的减少，但从企业长远的角度远看，履行社会责任形成了良好企业品牌形象，提高企业的竞争力，而这种竞争力却是独一无二的。

单纯的追求产品数量的增长在一定区间内会导致利润的增长，一旦超过相应的增长区间，数量的增长反而会导致利润的减少，而此时，应该考虑的是如何提高经济增长的质量。采取科学有效的经济增长方式才是企业可持续发展的前提。如何采取有效的方式，其中的一个方法就是提高企业的核心竞争能力，从而提高企业产品的售价，而企业品牌、公司形象、企业文化等都是企业核心竞争力的体现。奢侈品之所以成为奢侈品，就是因为他们有自己的核心竞争力，品牌溢价高。

通过履行社会责任能够帮助企业树立良好的企业品牌形象，能够确保利益相关者持续的向企业投入资源，实现企业的可持续化发展。一个良好的企业形象有助于企业在全球化进程中突破贸易壁垒，容易得到当地政府的鼎力支持，有助于获得投资者的青睐，投入生产资源，扩大生产线，实现规模经济，可以增加员工对企业的忠诚度，提高工作效率，也会提高顾客对企业的认知度，形成重复购买行为。所有的这一切，逐渐形成一个良性循环，最终提高企业的经济效益。

二、管理者应提高企业的社会责任认识

虽然不少中国企业每年都会组织参加一些社会公益活动，认为就是企业在履行社会责任，建立良好的社会企业文化，但是，我们对此的认识不应该这么狭隘。从企业的经济责任、法律责任、道德责任、慈善责任这个四个方面来认识，如果连最基本的经济责任和法律责任都没做好的话，谈何社会责任。一座高楼大厦如果没有坚固的基础，再美丽的装饰，在地震面前也会轰然坍塌。企业同样如此，一个企业的产品质量或服务如果没有过硬的质量保障及良好的体验效果，再多的公益活动都不会帮助企业实现有效的经济增长。企业的社会责任履行应该是全方面的，它包括依法坚持诚信经营、依法自觉纳税、提高产品质量和经营服务、改善企业研发能力与自主创新能力、提高企业盈利能力，追求利润增长，提高资源利用效率，保护生态环境，维护企业职工权利，参与社会慈善事业等等。

随着市场化经济的不断发展，企业之间的竞争力越来越激烈，企业的管理者不要因为短期利益而背弃社会责任，推出劣质的商品，愚弄消费者。一个优秀的企业家，是懂得如何通过履行社会责任提高企业声誉，为企业带来竞争优势，提高企业效益。

浅谈企业社会责任的理解篇 4

一、企业社会责任概述

企业社会责任的说法最早起源于西方国家，国外学者对企业社会责任的定义研究较早，最具权威性的就是美国经济学家米尔顿·弗里德曼的观点：“企业有且只有一种社会责任——在法律允许的范围内，合理利用其资源来增加它的利润”我国相关人士认为企业社会责任是指企业在创造经济效益，寻求股东利益最大化的同时，还应当维护和促进其他利益相关者的利益。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：https://d.book118.com/276152005243011013