

【工商管理】

# 网络组织视角下产业集群社会责任建设研究

张丹宁, 唐晓华

(辽宁大学商学院, 辽宁 沈阳 110136)

[摘要] 产业集群是产业网络诸多组织形态中的一种。由于地理临近性和紧密的网络关系, 集群内企业的社会责任不再是一种“个体行为”, 从产业集群层面寻求合作共赢而共同推进社会责任建设已经成为必然趋势。因而, 本文引入“网络组织”分析视角, 提出了“产业集群社会责任”的概念。在此基础上, 提出了基于“Hub 节点企业”助推的产业集群社会责任“层级建设”模式, 首先利用网络分析工具, 构建产业集群 Hub 节点企业识别指数, 继而提出遵循产业集群“点式—链式—网式”社会责任建设的层级推进模式。

[关键词] 网络组织; 产业集群社会责任; 企业社会责任; Hub 节点企业

[中图分类号]F424.4 [文献标识码]A [文章编号]1006-480X(2012)03-0082-13

## 一、问题提出

企业的飞速扩张和发展在扩充社会财富、提高人们生活质量的同时, 也导致社会和企业共同面临着日益复杂的难题: 企业本身日渐成为“社会”, 企业的规模越大, 其与社会问题发生的关联就越多, 引起的社会矛盾也就日益复杂和扩大(罗布·范图尔特, 2011)。“社会责任”正在重塑市场, 并成为继资金、成本、技术和人才之后企业新的竞争要素, 是否履行社会责任已经不是企业面临“要不要”的选择, 而是企业必须不断践行的战略举措, 企业履行社会责任的时代已经来临。

诚然, 加强企业社会责任(Corporate Social Responsibility, 简称 CSR)建设已经成为企业谋求可持续发展的必然选择。然而, 随着产业集群在拉动区域乃至国家经济增长中的重要作用日益显著, 从产业集群层面对企业社会责任进行的研究正引起学界和业界的普遍关注(刘静, 2010; 陈军, 2009; 朱华友等, 2006)。对于企业而言, 商业活动是在社会文化系统中发生的, 而通过社会规范和企业的不同角色, 这一系统概括了对特定环境做出回应的特殊方式, 并且详细阐述了从事商业活动的特定方式(Johnson, 1971)。从生态价值观的角度出发, “共生体”是一个自我诠释、自我限制的群体, 群体内的成员在共同任务、共同价值观和共同目标的相互作用之下, 能够为自身建立伦理行为规范, 当某一特定规范在共同体内得以确定, 就能够依托共同体内的契约机制将其运行下去(Thomas

[收稿日期] 2012-02-06

[基金项目] 国家社会科学基金重大项目“我国先进装备制造业发展路径研究”(批准号 08&ZD040); 中国博士后第4批特别资助“网络视角下产业社会责任建设研究”(批准号 201104573); 辽宁省科技厅项目“辽宁省装备制造业产业集群发展路径研究”(批准号 2011401044); 辽宁省高校人才支撑计划“网络强节点助推视角下产业社会责任构建研究”; 辽宁大学青年基金项目“产业社会责任建设研究”。

[作者简介] 张丹宁(1980—), 女, 辽宁沈阳人, 辽宁大学商学院讲师, 博士; 唐晓华(1956—), 男, 广西桂林人, 辽宁大学商学院院长, 教授, 博士生导师。

et al., 1994)。产业集群即是一个“产业生态共同体”,由于“地理临近性”,集群内部往往会围绕某些龙头企业形成弹性专精的本地化生产网络,企业之间在诸多领域形成了复杂而紧密的网络联系,如“外包”、“合作性创新”、“营销网络共享”等。因此,集群内的每个企业和组织都会被吸纳到无形的网络系统中,很难游离于这种网络所产生的“场”之外,在这样的环境中,一个只注重自身社会责任建设的企业,会因产业链上任一个环节合作伙伴的“失误”甚至是竞争对手的“声誉危机”而受到“多米诺骨牌效应”的波及。同时,在产业集群内,经济行为是根植于(嵌入到)本地的网络与制度之中的,网络关系越紧密,这种根植性就越强,集群内的企业受到本地文化的影响就会越大。因而,通过企业在本地集群形成的网络关系“粘性”会为企业之间构筑起交流与合作的平台,从而使集群内社会责任共建联盟更容易建立和推进。

总之,健康的产业集群社会责任环境是集群内每个企业生存和可持续发展的必要保障,企业的社会责任不再是一种“个体行为”,寻求“独善其身”而仅仅关注自身社会责任建设的时代已经过去,从产业集群层面寻求合作共赢而共同推进社会责任建设已成为必然趋势。

## 二、产业集群社会责任的界定

在企业社会责任的研究过程中,出现过由于缺少清晰统一的定义而导致理论研究裹足不前以及实践管理常常陷入误区等问题。因此,产业集群社会责任理论研究和实践发展的基础是对产业集群社会责任(Industrial Cluster Social Responsibility,简称 ICSR)概念和范围的清晰界定。

### 1. 理论基础

产业集群社会责任概念的提出是基于三个经典理论:“契约理论”、“共生理论”以及企业社会责任中的“回应理论”。

(1)从契约理论角度出发,Thomas et al.(1994)在研究企业伦理的统一概念时,提出了“综合社会契约理论”(Integrative Social Contracts Theory),这一理论来源于经典的契约理论以及社会契约理论,它承认以两个层面的认可为基础的伦理义务:一是所有理性订约人在理论层面上的“宏观社会”契约;二是众多地方团体成员订立的实际“微观社会”契约,这些地方团体成员包括企业、非正式团体、专业协会、行会以及国家经济组织等。从本质上讲,产业集群社会责任的伦理基础就是集群内部成员之间订立的“微观社会契约”。由于“地理临近性”以及“社会文化制度的嵌入性”,产业集群这种组织形式先天就具有“契约精巧化设计”的特征。集群中的成员企业之间很多关系就是依靠精巧的契约安排来维系的,契约的制定、修改贯穿于整个执行过程中,表现为交易主体之间在生产过程中的深入交流,频繁互动过程中诚意的累积以及对交易成功信心的不断建立等。在此种契约系统中,产业集群成员更易形成共同的价值观,建立具有根植性特征的伦理行为规范,并依托契约机制将其运行下去。

(2)从共生理论角度出发,共生不仅是一种生物现象,也是一种社会现象;共生不仅是一种自然状态,也是一种可塑形态;共生不仅是一种生物识别机制,也是一种社会科学方法。因此,在一个大的社会环境中,多个利益主体同时存在,为了自身的需求,需要在一个共同的游戏规则下保持着动态的竞争与合作,最终达到共同发展。产业集群是“产业网络”组织形态的一种,它的网络节点不仅包括企业,在更广泛的范围上还包括政府、教育和科研机构、中介组织以及金融机构等。从共生模式看,产业集群内存在以偶然性的市场交易为特征的“点共生”模式;以不连续的间歇性市场交易为特征的“间歇共生”模式;以连续性的合作活动为特征的“连续共生”模式以及以一体化进程为特征的“一体化共生”模式。在不同的模式中,“市场机制”、“中间性机制”以及“科层制”等内生和外生媒介都发挥着重要的作用,使得产业集群内的共生个体之间形成了错综复杂的产业共生网络。

(3)从企业回应理论角度出发,社会环境迫使企业应该学会如何对许多迫在眉睫的社会需求做出回应。一个实施社会回应的企业应采取三个典型而必须的行动:①检测和评估环境状况,即环境

评估;②关注利益相关方的需求,即利益相关方管理;③制定计划和政策来回应不断变化的环境和利益相关方的状况(Ackerman et al.,1973)。因此,企业回应理论从实际层面关注企业如何更负责任地回应周边环境所形成的有形压力。对于产业集群内的企业而言,如何更负责任地回应集群环境所带来的压力是企业生存的首要考虑。由于集群环境具有“根植性”、“整合性”和“独特性”的特征,所以,会形成浓厚的产业集群特有的区域氛围,这种氛围与当地的文化习俗融合在一起,并在区域内不断强化。因此,企业要想在集群内生存,就必须融入到集群特有的氛围中,对集群环境所产生的压力予以积极的回应,以免“被孤立”。所以,集群内的企业要能够适时地判断和评估集群环境的变化,在制定决策时不仅要从自身出发,同时还要兼顾集群内诸多其他成员的利益,以回应不断变化的环境和利益相关方的诉求。

## 2. 产业集群社会责任的定义

从组织结构看,产业集群网络可以分为两个层面:第一个层面是基于价值链而紧密联系的具有一定产业关联的企业群,可称其为“价值链网络”,其中既包括处于不同生产链环之上的上下游企业,即纵向的“价值链网络”;同时,还包括处于同一生产链环之上的同业竞争企业,即横向的“价值链网络”,由纵向和横向交互融合而形成的“价值链网络”可被视为产业集群的生产系统,这是产业集群的核心网络。第二个层面是为协助生产企业不断提供各种资源以提升企业竞争力的各种服务组织机构,可称其为“产业生态网络”,这是产业集群的辅助网络,包括提供政策支持由政府;提供知识技术及人力资源服务的教育和科研机构;提供资金的金融机构以及提供各种信息、技术的行业协会和科技中介(比如,生产力促进中心、科技咨询机构、创业中心等)。产业生态网络是企业生存外在环境的重要组成部分,该网络越健全、越完善,就越能够为企业有力的支持和服务,如图1所示。

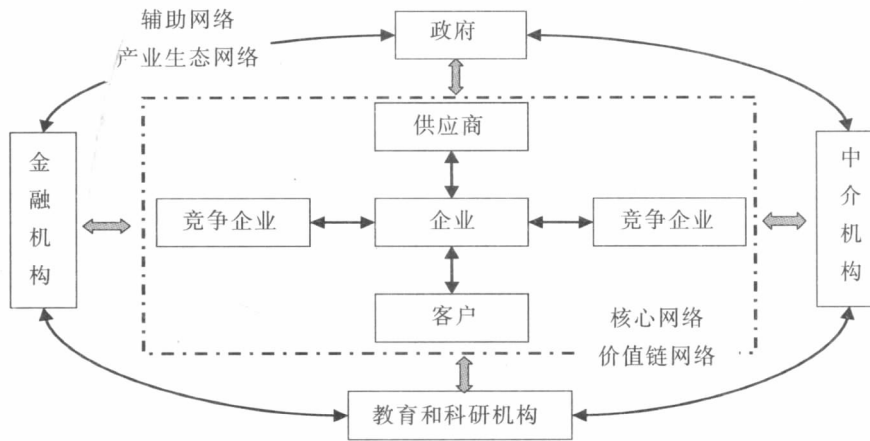


图1 产业集群网络结构

从“价值链网络”(核心网络)和“产业生态网络”(辅助网络)的结构看,根据不同的网络层次,产业集群社会责任可分为狭义和广义两个层面:狭义的产业集群社会责任建设主体是以产业集群生产系统中的企业为主的“核心网络”成员,是基于“产业集群供应链责任管理”的社会责任,即企业不仅致力于自身社会责任建设,同时还需对其贸易伙伴的行为负责,如供应商、第三方物流提供者和没有所有权的中间商等;广义的产业集群社会责任除了包括以企业为主体的核心网络社会责任外,还兼顾了产业生态网络中“多利益相关者”的社会责任,这些相关者的范围拓展至政府、当地行业协会、金融集团以及大学和科研机构等,广义产业集群社会责任致力于构建基于“和谐共生”的价值创造系统。因而,根据“契约关系”、“产业共生”以及“环境回应”的思想,结合产业集群网络组织结构特征,产业集群社会责任可以界定为:产业集群内的企业及相关组织对其活动给其他共生主体和环境

带来的影响承担责任的行为实践集合,这些行为要符合集群成员共同达成的“微观社会契约”,包括遵守集群伦理道德,保障集群整体利益,并推动产业集群的可持续发展。

### 3. 产业集群社会责任与企业社会责任的比较研究

产业集群社会责任(ICSR)是企业社会责任(CSR)的拓展和创新,二者之间具有紧密的联系,主要体现在以下四个方面:

(1)企业社会责任是产业集群社会责任的微观基础。产业集群的核心网络是由处于供应链上下游以及同一生产环节上的企业群体所组成的,所以,集群内企业社会责任的建设水平,必将决定整个集群社会责任建设的效果,尤其是集群内的领军企业。因此,如果集群内的企业缺乏良好的社会责任感和行动实践,则产业集群社会责任的建设就缺少了微观基础的支持,所以,脱离企业社会责任来谈产业集群社会责任的建设是不现实的。

(2)产业集群社会责任形成了企业社会责任建设的外在压力。由于产业集群的网络化组织特征,一个企业在产业集群中拥有的话语权以及资源控制能力的强弱就取决于其所占据的网络位置以及在该位置上所拥有的网络关系的多寡。所以,企业要想在集群中生存下去,就必须作为一个“节点”融入到本地的网络中去。对于集群外的企业而言,是否履行社会责任是一个“自觉与否”的道德选择过程,而对于产业集群内的企业,社会责任构成了“生存壁垒”,即如果某一企业没有加入到产业集群社会责任建设体系中来,就会失去与其他处于社会责任体系中节点的网络关系,而无法在集群中生存下去。所以,产业集群社会责任建设增加了群内企业加强自身社会责任建设的外在压力。

(3)产业集群社会责任有利于中小企业社会责任建设的推动。由于中小企业在拉动经济增长、增加就业和可持续发展方面起到的重要作用,如何提高中小企业社会责任建设的参与度至关重要,该问题已经引起了很多欧洲国家的普遍关注。但是,相对于大公司而言,中小企业更倾向于一种非正式和主观化的企业社会实践,更需要科学地设计鼓励措施。产业集群,尤其是中小企业集群恰恰可以利用“网络粘性”来吸纳诸多中小企业加入到本地产业集群社会责任体系的建设中来,强调依托集群已经形成的“共生网络”,基于“合作共赢”的机制来激励中小企业加强自身社会责任建设,对其进行有效的约束和促进。

(4)产业集群社会责任有助于降低企业社会责任的建设成本。自20世纪30年代的“哈佛论战”时起,“履行企业社会责任”与“利益至上”的碰撞就一直没有停息。直至今日,仍有一些企业秉承这样的观点:履行社会责任是一种“额外的成本”,会降低企业的利润,在这种思想影响下,很多企业在大幅减少排污投入的同时却不断加大广告的巨额投入。因而,如何降低投入成本是推动企业社会责任建设的一个有效措施。本质上看,产业集群社会责任体系是基于“本地共生网络”的社会责任共建联盟,在这个联盟中,企业之间可以交流社会责任履行的经验;政府和中介组织等机构可以对企业社会责任的建设提供支持;“泛家族化”的区域文化根植性也可以增强彼此之间的信任,从而促进合作,降低单个企业社会责任的建设成本。

## 三、Hub 节点企业助推的产业集群社会责任“层级建设”模式

目前,国内外很多的企业、政府以及相关的组织机构都高度重视“社会责任联盟”的建设,比如,2006年,欧盟建立了由其成员国组成的企业社会责任联盟,并承诺将对该联盟的形成和发展都给予有力的政治支持。在国内,作为“金蜜蜂项目”<sup>①</sup>的发起人,德国化工企业巴斯夫集团2008年与华峰集团、立白集团等6家企业签订了协议,在这条价值链上,供应链上下游不再仅仅是贸易关系,而

<sup>①</sup> 2007年,中国可持续发展工商理事会(CBCSD)倡导并由巴斯夫(中国)带头发起和参与的“1+3”金蜜蜂企业社会责任项目的思路是:一个CBCSD会员与供应链上的三家合作伙伴组成企业社会责任建设团队,这三家合作伙伴最好是一个客户,一个供应商以及一个物流服务提供商,其精髓在于先让“1”带“3”,再让“3”变成“1”,继而带动更多的“3”,从而产生“蜜蜂的传播效应”。

成为社会责任建设的战略伙伴。2011年,江淮乘用车联合300余家核心部件供应企业、400余家渠道合作伙伴共同成立了江淮乘用车品质保障联盟,并发布《江淮乘用车品质保障公约》,宣告汽车行业首家产业链“品质保障联盟”成立,这些成功的实践范例和经验为产业集群社会责任体系的建设提供了值得借鉴的思路与经验。基于产业集群的网络组织特征,在借鉴成功实践案例的基础上,本文提出了基于“Hub节点企业”助推的产业集群社会责任“层级建设”模式。

### 1. 产业集群网络“Hub节点企业”的选择

(1)Hub节点企业。从实践中看,社会责任联盟的形成多是由诸如巴斯夫集团、江淮汽车等领军企业发起,在这些企业加强自身社会责任建设的基础上,凭借其在产业链中的影响力和话语权来积极带动上下游其他企业的加入。因此,“助推企业”的选择是推动社会责任联盟建立和发展的关键所在。

从网络组织的视角看,由于不同节点在产业集群中所处的网络位置不同,拥有的话语权和影响力也截然不同。在网络中,有一些节点占据核心地位,处于许多交往网络的路径之上,这种位置的优势可以使该节点通过控制资源的传递和共享而影响整个网络群体,这些节点就是网络中的“Hub节点”,它们在很大程度上掌控资源,对网络具有很强的影响力和领导力,是网络规则的制定者。复杂网络理论中研究的鲁棒性(Robustness)与脆弱性(Vulnerability)就充分表明了Hub节点在网络连通中所起到的关键作用。假设有一个网络,如果从该网络中不断地移除节点,则会同时移除与这些节点相连的所有的边而导致节点之间的路径出现中断。如果在移走一些节点后,网络中的大部分节点仍然是相通的,即网络的连通性没有遭到破坏,则称该网络的连通性对于这些节点故障具有“鲁棒性”。反之,如果移除一些节点后,导致网络的连通性遭到破坏,则称该网络的连通性对于这些节点故障具有“脆弱性”,这样的节点就是典型的“Hub节点”(汪小帆等,2006)。从上述分析中可以看出,Hub节点是网络中的“阿基里斯之踵”,由于占据了重要的位置,它们起到了保证整个网络连通的作用,影响了资源在网络中的流通与共享,从而对网络具有极强的控制力。鉴于“助推企业”在产业集群社会责任共建联盟中起到的重要作用,其自身就可视为是一个典型的“Hub节点”,即可以理解为,在产业集群社会责任建设的过程中,首先要选择出产业集群网络中的“Hub节点企业”。

(2)Hub节点企业的选择主体。Hub节点企业的选择主体可以包括政府、中介组织以及企业本身,哪一种主体在选择的过程中居于主导地位还要取决于产业集群的发展类型。根据形成机理,产业集群可以分为“自下而上”型和“自上而下”型,前者强调该集群是由市场自发形成的,很少受到非市场因素的影响;而后者则是在地方政府积极主动的规划和扶持下出现、发展和壮大的。

在“自下而上”型产业集群中,选择的主体多是Hub节点企业本身或是民间性质的中介组织机构等,是在“成本—收益”分析的基础上做出的自我选择。虽然Hub节点企业在产业集群社会责任建设的过程中要起到“助推”的作用,并需承担相应的协调和控制成本,但是,社会责任共建联盟带来的预期收益会实现Hub节点企业以及供应链整体社会责任价值的最大化,所以,Hub节点企业具有推动产业集群社会责任建设的动力。在“自上而下”型产业集群中,选择的主体多是政府或具有官方性质的中介组织。由于在此类产业集群的发展中起到了重要的扶持作用,所以,政府及相关组织机构会出台相应的鼓励政策措施以减少Hub节点企业在推动产业集群社会责任体系建设过程中所需承担的成本,而增大其收益,起到很好的激励作用。

(3)Hub节点企业的选择方法。网络学者从“关系”的角度对节点的权力进行了定量研究,一般选取“中心度指数”来对节点的个体权力进行量化分析。以下给出产业集群Hub节点企业识别的方法,并以上海张江集成电路产业集群为实例进行说明。

Hub节点企业识别指数 $I_H$ 。“中心度”指数有很多种类型,包括“度数中心度”、“中间中心度”和“接近中心度”等,每种指标都有不同的含义和侧重点:①度数中心度(Point Centrality)是一个比较简单的指数,可以分为两类,即绝对中心度和相对中心度,前者就是与该节点直接相连的点数,后者

为前者的标准化形式;②中间中心度(Betweenness Centrality)测度的是一个节点是否处于许多节点网络交往的路径之上,如果一个节点拥有很高的中间中心度,则可以认为此节点是该网络中的关键节点,因为它可以通过控制或者扭曲信息的传递来影响整个网络群体;③接近中心度(Closeness Centrality)测度的是某节点是否容易受到他人的控制,可以用距离来测量,如果一个节点与网络中所有其他节点的距离都很短,则称该节点具有较高的接近中心度。上述衡量节点“权力”的中心度指标测度的重点有所不同:“度数中心度”刻画的是行动者的局部中心指数,测量网络中行动者自身的交易能力,而没有考虑到该节点能否控制他人;“中间中心度”研究一个行动者在多大程度上居于其他两个行动者之间,因而是一种“控制能力”的指数;“接近中心度”考虑的是行动者在多大程度上不受其他行动者的控制(刘军,2009)。据此,本文构建了“Hub 节点企业识别指数  $I_H$ ”,即:

$$I_H = \lambda_p D_p + \lambda_B D_B + \lambda_C D_C \quad (1)$$

式(1)中, $D_p$ 表示节点的度数中心度, $D_B$ 表示节点的中间中心度, $D_C$ 表示节点的接近中心度。为确保数据的“可加和性”,需要消除  $D_p$ 、 $D_B$  和  $D_C$  的量纲及量级差异,进行统一的数据规范化处理。 $\lambda_p$ 、 $\lambda_B$ 、 $\lambda_C$  为分配于度数中心度、中间中心度和接近中心度三项指标的权重系数,要求  $\lambda_p, \lambda_B, \lambda_C \geq 0, \lambda_p + \lambda_B + \lambda_C = 1$ 。

应用示例。现以上海张江集成电路产业集群<sup>①</sup>为例来进行说明,集群内的企业以及相关机构已经形成了紧密的产业集群网络,如图 2 所示。

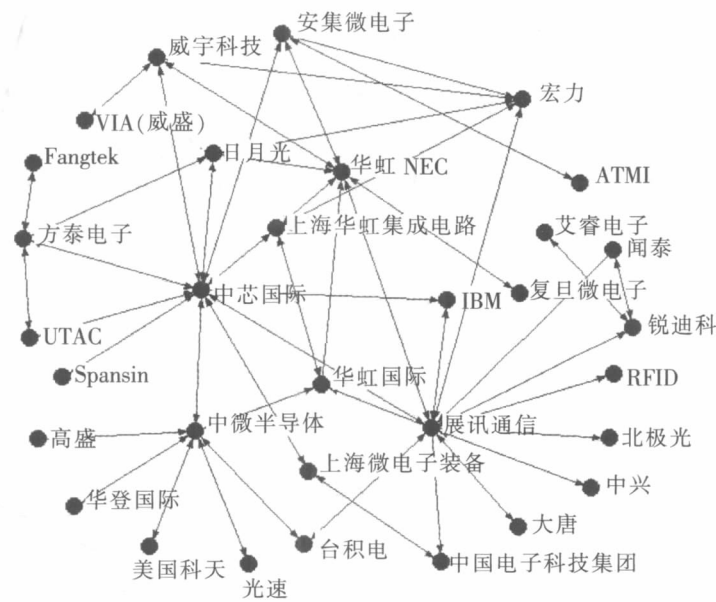


图 2 上海张江集成电路产业集群网络结构

运用 UCINET 软件,可以计算出产业集群内每个节点的度数中心度、中间中心度和接近中心度,将指标值进行规范化处理<sup>②</sup>,并取  $\lambda_p = \lambda_C = 0.25, \lambda_B = 0.5$ <sup>③</sup>,通过式(1)可计算得出上海张江集成电路产业集群中每个节点的  $I_H$ ,如表 1 所示。

- ① 上海张江集成电路产业集群是在承接国际集成电路产业二次转移的时代背景下,依托自身优越的地理位置而快速发展起来的具有最高集聚度、最先进的综合技术水平以及拥有最为完整产业链的国内集成电路高科技产业集群。产业集群网络结构图是根据《中国产业集群创新发展报告 2010—2011——构筑集群创新能力》中相关资料绘制而成的。
- ② 本例中选用“归一化处理法”,具体方法参见郭亚军(2007)。
- ③ 鉴于“中间中心度”更能突出“Hub 节点”的重要特点,所以,文中取  $\lambda_p = \lambda_C = 0.25, \lambda_B = 0.5$ ,实际应用时,决策者也可以根据不同网络的特点、数据的可获得性以及决策者的意图对权重进行相应的调整。

表 1 上海张江集成电路产业集群节点中心度指标与 Hub 节点企业识别指数

节点	$D_p$	$D_B$	$D_C$	$I_H$	节点	$D_p$	$D_B$	$D_C$	$I_H$
展讯通信	0.135	0.249	0.260	0.190	IBM	0.021	0.000	0.002	0.001
中芯国际	0.115	0.261	0.227	0.187	UTAC	0.021	0.000	0.001	0.000
中微半导体	0.073	0.139	0.150	0.107	VIA	0.010	0.000	0.001	0.000
华虹 NEC	0.073	0.068	0.078	0.054	ATMI	0.010	0.000	0.001	0.000
锐迪科	0.031	0.050	0.036	0.034	艾睿电子	0.010	0.000	0.001	0.000
安集微电子	0.042	0.039	0.042	0.300	Spansin	0.010	0.000	0.001	0.000
威宇科技	0.042	0.039	0.042	0.300	大唐	0.010	0.000	0.001	0.000
方泰电子	0.042	0.035	0.037	0.270	RFID	0.010	0.000	0.001	0.000
宏力	0.052	0.026	0.027	0.200	Fangtek	0.010	0.000	0.001	0.000
上海微电子装备	0.021	0.020	0.033	0.180	中兴	0.010	0.000	0.001	0.000
上海华虹集成电路	0.042	0.020	0.016	0.140	光速	0.010	0.000	0.001	0.000
华虹国际	0.042	0.020	0.010	0.130	美国科天	0.010	0.000	0.001	0.000
台积电	0.021	0.021	0.008	0.130	复旦微电子	0.010	0.000	0.001	0.000
日月光	0.042	0.009	0.011	0.007	北极光	0.010	0.000	0.001	0.000
中国电子科技集团	0.021	0.003	0.002	0.002	高盛	0.010	0.000	0.001	0.000
闻泰	0.021	0.000	0.002	0.001	华登国际	0.010	0.000	0.001	0.000

从表 1 可以清晰看出,“展讯通信”、“中芯国际”与“中微半导体”是该产业集群网络中的“Hub 节点企业”,这些节点控制了上海张江集成电路产业集群网络中大部分的资源,对于网络的连通性以及资源在网络内的传递与共享起到了至关重要的作用,可以选择成为产业集群社会责任体系建设的助推点。

## 2. 产业集群社会责任“层级建设”模式

产业集群社会责任层级建设模式的思路是:以产业集群网络中的“Hub 节点企业”为助推点,逐步建立起“‘点式’社会责任—‘链式’社会责任—‘网式’社会责任”的层级建设体系,在该过程中,产业集群内会有越来越多的企业和相关的组织机构加入到社会责任共建联盟中来,如图 3 所示。

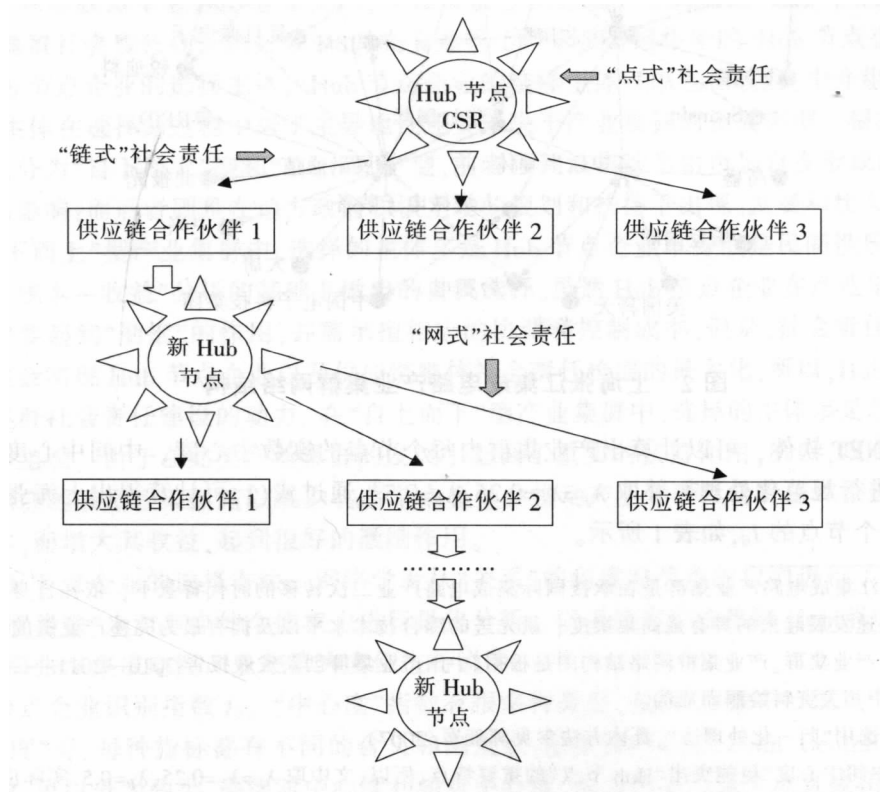


图 3 基于 Hub 节点企业助推的产业集群社会责任层级建设模式

(1)“点式”社会责任建设。“点式社会责任”的建设即“Hub 节点企业”推进 CSR 的过程。由于 Hub 节点企业社会责任建设的成效显著与否会影响产业集群社会责任建设的总体效果,所以,“Hub 节点企业”必须具备双重特征:一是在产业集群网络中起到“Hub”的连通功能,占据关键位置,掌握核心资源,并拥有很大的网络控制力和话语权;二是“Hub 节点企业”必须是“负责任的”。

目前,国内外的学者对企业社会责任建设的类型和水平都进行了相关研究。Clarkson(1991)根据不同企业在社会责任建设方面存在的差异提出了 RDAP 标准,即“反应型—防御型—适应型—前瞻型”标准,如表 2 所示。“反应型企业”秉持的是一种“被动的”社会责任建设战略,甚至拒绝履行企业本应承担的社会责任,远达不到社会公众的责任预期;“防御型企业”虽然承认履行社会责任是企业应该承担的职责任,但是在“利润至上”的经营理念下迫于外部压力而选择承担最基本的职责;“适应型企业”是“负责任”的企业,在秉承社会责任理念的同时也付诸于积极的实践,但是却固守“本职”而缺乏行业“引领性”;“前瞻型企业”是将企业社会责任建设视为“长期战略”的“领军型企业”,它们在承担现有社会责任的同时,会根据内外部环境的变化,预先判断社会责任的发展趋势,并不断更新升级企业的社会责任发展战略,同时,这些企业也是社会责任建设的“领军者”,在发展自身社会责任的同时,也致力于带动其他合作伙伴组成社会责任联盟,谋求共赢。国内学者陈佳贵等(2010)针对中国企业在社会责任建设方面存在的差异提出了“企业社会责任发展指数”,并依据综合评价的得分将企业分成了“卓越者”(80 分以上)、“领先者”(60—80 分)、“追赶者”(40—60 分)、“起步者”(20—40 分)和“旁观者”(20 分以下)五种类型。“卓越者”具有较为完善的社会责任管理体系,社会责任信息披露完整,是我国社会责任的领导企业;“领先者”已经逐步建立起企业社会责任体系,披露的信息较为完整,属于社会责任建设的先驱;“追赶者”已经着手于社会责任管理工作,能够披露基本的信息,处于追赶“卓越者”和“先驱者”的社会责任发展阶段;“起步者”的社会责任工作刚刚起步,尚未建立起系统的社会责任管理体系,披露的信息也比较零散和片面,与前三种类型企业的社会责任建设水平差距较大;“旁观者”尚未推进社会责任建设,信息披露严重不足,如表 3 所示。因而,“点式”社会责任建设是产业集群社会责任“层级建设”模式的基础,是网络中的“Hub 节点企业”自身社会责任建设水平向“前瞻型”或“卓越者”进行转化和升级的过程。

表 2 反应型—防御型—适应型—前瞻型 (RDAP) 标准

等级	态度或策略	绩效
反应型	否认责任	比要求做得少
防御型	承认责任但是反对	做要求中最少的
适应型	承担责任	要求的全都做到
前瞻型	预定责任	比要求做得更多

资料来源:根据 Clarkson, M.B.E(1991)。

表 3 企业社会责任发展类型

类型	CSR 发展指数得分	代表企业(2009)
卓越者	80 分以上	仅有中国远洋运输(集团)总公司 1 家企业
领先者	60—80 分	中国移动通信集团公司、国家电网等共计 13 家
追赶者	40—60 分	中国华电集团公司、中国中钢集团公司等共计 33 家
起步者	20—40 分	中国人寿保险(集团)公司、上海贝尔股份有限公司等共计 35 家
旁观者	20 分以下	中国电力投资集团公司、沃尔玛(中国)投资有限公司等共计 18 家

资料来源:根据陈佳贵、黄群慧、彭华岗、钟洪武(2010)。



(2)“链式”社会责任建设。“链式”社会责任建设就是基于“负责的 Hub 节点企业”助推的产业集群“供应链社会责任”建设过程。对于企业而言,随着供应结构的日趋复杂,每个企业都拥有自身利润链条体系,这个体系越庞大,企业社会责任和供应链社会责任之间的关系就越紧密,因此,供应链对于企业的重要性日趋增强。在供应链视角发展的任何一个阶段,链上各个企业社会责任意识与行为的欠缺都将损害各个企业最重要的无形资产,那就是“信誉”(Fabian,2000)。目前,越来越多的跨国公司开始在其供应链视角下推行企业社会责任,通过跟踪供应链上各个合作伙伴的劳工使用、环境保护和社会责任实践情况,确保他们履行社会责任,以保证企业自身处于一个有力的竞争态势,并将在供应链视角内实施企业社会责任作为其战略管理的重要内容(Julien,2006)。产业集群,作为集中于一定区域内众多具有分工合作关系的企业与相关组织机构的集聚群落,就更有必要加强供应链社会责任的建设,因为“集群品牌”会对集群内的每一个企业都产生深远影响,这种信誉的共振性使得“供应链社会责任”的建设必不可少。

在产业集群“链式”社会责任建设的过程中,Hub 节点企业在加强自身社会责任建设的基础上带动供应链上下游的若干家商业伙伴(可视集群规模以及该企业在集群中的影响力而确定具体的带动数量),以最佳范例、专业知识及量身定制的解决方案带动合作伙伴积极承担社会责任建设。基于“合作共赢”的“供应链社会责任”建设机制弱化了“成本”的思想,而更多地体现了加入社会责任共建联盟将给合作企业带来的“商业机会”,尤其对于具有“二元结构”特征的产业集群而言。以日本丰田汽车城为例,丰田集团是产业集群内的“Hub 节点企业”,其周围存在着大量为其提供配套服务的中小企业,这些企业之间进行着激烈的争夺丰田集团订单的竞争,因此,如果能够成为丰田集团推动建立的供应链社会责任建设体系中的一员,也就意味着该企业与丰田集团之间的关系会更加长久和稳定,从而获得更大的收益;对于丰田集团而言,稳定的零部件供应商也会减少集团更换伙伴而带来的大量成本,进而实现共赢。“链式”社会责任建设可以采取“项目”的推进模式,具体包括以下几个步骤:①立足于未来可持续发展的需要,结合当前社会对企业实践 CSR 的要求,确定议题,参与议题拟定的主体可以是企业,可以是政府或行业协会等相关组织机构,也可以是多方参与的联合决策。②由“Hub 节点企业”发出倡议,在供应链的上下游选择适宜的“合作伙伴”,组成社会责任共建联盟,项目正式启动。③Hub 节点企业与其他加入共建联盟的企业共同制定行动方案,包括项目实施过程要具备的行动纲要、内外部守则和评价标准等,以确保项目的顺利实施。④在项目结束时,要与项目启动之初确立的目标进行对比,整合供应链资源,开展专项论坛、国际研讨、利益相关者沟通等形式的活动,以分享实践经验,对项目的实施情况进行有效总结。

在“链式”社会责任建设的推进过程中应该明确以下几个主要的管理原则:一是 Hub 节点企业是社会责任建设联盟的核心推动力,因此,Hub 节点企业的企业社会责任建设水平直接关系到整个供应链社会责任基线的高低;二是供应链社会责任联盟中的成员要共同参与行动纲领、守则和评价标准的制定,既包括强制性的规则条令,也包括“社会责任文化”的软约束;三是社会责任建设联盟中的每个参与企业都要为其社会责任行为负责,并且意识到,不遵守企业社会责任会给自己和合作伙伴都带来损失,违约的成本要大于收益,以此来确保每个企业的行为能够受到根本的约束,整个供应链社会责任共建联盟不会被打破;四是虽然供应链共建联盟中的每个企业都承担了相应的社会责任,但是程度是各不相同的,应该按照各个企业对整个供应链的贡献程度来决定其承担社会责任的大小,因此,Hub 节点企业理应承担最多的社会责任。

(3)“网式”社会责任建设。“网式”社会责任是“链式”社会责任建设模式的“复制升级”,即在“链式”社会责任建设取得良好效果的基础上,在“原 Hub 节点企业”带动的合作伙伴中选择“新 hub 节点企业”,以其为助推点,在该企业所处的供应链上下游选择新的合作伙伴,组成新的社会责任共建联盟,该过程会不断被“复制”。在这个过程中,随着“Hub 节点企业”的不断增多,更多条“供应链”上的企业和相关组织机构加入到社会责任建设体系中,从而形成了纵横交错的“社会责任网络”,并产

生巨大的几何效应,如图 4 所示。企业社会回应方法的倡导者强调对社会压力的过程或系统趋向,需要建立一个预测扫描程序以发现可能出现的突发问题。产业集群“网式”社会责任建设就是一个“多触点的预测扫描系统”,集群的网络关系越紧密,集群内的企业对于突发问题的预测就越全面和及时,也就越有利于社会责任的建设。

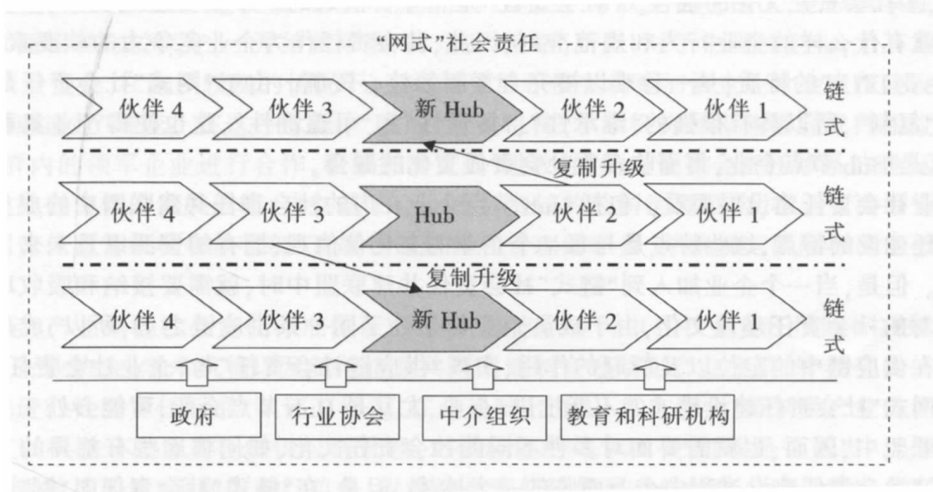


图 4 “网式”社会责任建设机制

“网式”社会责任不是“链式”社会责任的简单“复制”,而是基于知识和经验积累的社会责任建设的“升级”,主要体现在以下几个方面:

第一,新 Hub 节点企业的选择。初始时 Hub 节点企业的选择是以该节点在网络中的“中心度”作为标准的。然而,这些 Hub 节点企业在选择供应链上的合作伙伴组建“链式”社会责任共建联盟时,并不一定严格按照每个伙伴在集群网络中影响力的大小来进行决策,而多是出于这些合作伙伴与 Hub 节点企业自身交易的频率、交易关系的紧密程度以及彼此之间企业文化的相似性等因素,因此,“原 Hub 节点企业”和“新 Hub 节点企业”的选择标准不能完全一样,而需要考虑更多因素。

对于网络而言,占据重要的网络位置并具有很强的网络控制力是“Hub 节点”必须具备的特征,所以,“中心度”仍然是选择“新 Hub 节点企业”的一个重要标准。此外,由于“网式”社会责任是“链式”社会责任的“复制”,所以,“链式”社会责任共建联盟中每位成员社会责任建设的绩效也是选择“新 Hub 节点企业”时考虑的另一个重要因素,只有一个成员企业在社会责任共建联盟中表现出很强的社会责任感,并付诸实践,同时与联盟成员之间保持良好的合作关系,并具有一定的领导能力,它才有资格成为新的 Hub 节点企业。据此,本文在“Hub 节点企业识别指数  $I_H$ ”的基础上构建了“新 Hub 节点识别指数  $I_{NH}$ ”,即:

$$I_{NH} = I_H^{\lambda_H} \cdot I_P^{\lambda_P} \quad (2)$$

式(2)中,  $I_H$  为集成节点度数中心度、中间中心度和接近中心度的综合性指数,主要是衡量节点在网络中的影响力,其计算方法与“Hub 节点企业识别指数”相同;  $I_P$  为节点在“链式”社会责任共建联盟中社会责任建设的绩效水平,该指标可以由共建联盟中包括初始 Hub 节点企业在内的联盟成员来进行测评<sup>①</sup>;  $\lambda_H$  为节点影响力指标的权重;  $\lambda_P$  为节点在“链式”社会责任共建联盟中社会责任建设绩效水平的权重,这里要求  $\lambda_H, \lambda_P \geq 0, \lambda_H + \lambda_P = 1$ ,如无特殊需要,通常可设  $\lambda_H = \lambda_P = 0.5$ 。新 Hub 节点

① 该指标既可以视做单一的感知型指标,即根据测评者综合的直观判断获取,也可以视为由多层次指标构成的综合性指数。应用中对于指标类型的选取有赖于数据的可获得性、专家质量、评价成本等多方面因素。

企业识别指数  $I_{NH}$  具有乘法合成函数的特征,强调均衡发展,即新 Hub 节点必须兼顾“Hub 功能”和“社会责任建设水平获得联盟成员认可”的双重特征。由于在新 Hub 节点识别指数中包含着两种类型的测度指标:客观性指标  $I_H$  和主观性指标  $I_P$ ,为了兼顾指标的信息量及决策者的判断,因而建议采用主客观相结合的评价方法进行选择<sup>①</sup>。

第二,多社会责任文化的融合。“社会责任”是企业价值观的一个重要组成要素,企业有什么样的价值观就有什么样的企业行为和规范准则,因此,社会责任作为企业竞争力的软要素之一,具有很强的“企业 DNA”的特质,是一种难以被完全复制的核心资源。由于“网式”社会责任是“链式”社会责任的“复制”,所以具有很强的“继承性”、“传递性”和“可追溯性”,这也使得产业集群网络中的节点,尤其是 Hub 节点企业,将面临多重社会责任文化的融合。

从企业社会责任建设层面看,包括 Hub 节点企业在内的社会责任共建联盟中的成员都有其自身社会责任建设的特点,这些特点是与每一个企业的文化价值观、拥有的资源以及未来发展战略紧密相关的。但是,当一个企业加入到“链式”社会责任共建联盟中时,就需要接纳和吸收联盟成员共同需要面对的社会责任建设文化,由于成员企业都是处于同一条供应链之上,所以,成员企业可以根据自身在供应链中的定位以及所起的作用,实现“供应链社会责任”与“企业社会责任”的有机结合。随着“网式”社会责任建设模式的不断推进,企业,尤其是 Hub 节点企业,可能会处于多个“链式”社会责任联盟中,因而,也就需要面对多种不同的社会责任文化,如何将这些有差异的文化进行融合是“网式”社会责任建设过程中企业面临的一个挑战。但是,在“链式”社会责任向“网式”社会责任不断发展的过程中,也伴随着大量社会责任建设知识和经验的积累,企业如何在多种社会责任文化中进行有效地消化和吸收,并结合企业发展情况,制定出具有自身特色的社会责任建设制度是企业产业集群中增强自身影响力的重要因素。

第三,产业生态网络的支持。与企业主体构成的“链式”社会责任共建联盟相比,“网式”社会责任建设体系中除了包括“价值链网络”中的企业主体之外,还包括政府、中介组织、大学和科研机构等在内的“产业生态网络主体”,因而,虽然“网式”社会责任建设体系的复杂性日趋加强,但企业从产业集群网络中获取的社会责任建设的支持也从“企业”群体层面拓展至“多利益相关者”群体层面。以政府为例,回顾欧盟、美国、日本以及中国在内的各个国家企业社会责任建设的国际经验和国内实践,政府发挥着至关重要的作用。因而,对于产业集群,尤其是“自上而下”型产业集群而言,政府在产业集群社会责任建设体系中起到了不可或缺的作用。钟宏武等学者(2010)将政府在社会责任建设工作中的角色定位为“规制者”、“推进者”和“监督者”。“规制者”的职责是负责制定责任立法,提出技术标准等;“推进者”的职责是负责建立组织,加强研究交流,推广引导,信息披露,责任采购,责任投资,制定激励机制等;“监督者”的职责是负责责任审计,责任标签和信息备查等。再以作为中介组织的企业基金会为例,由于资金雄厚,发展迅速,基金会在国内外社会公益行为中发挥着越来越重要的作用,并对企业的发展也大有助益,比如,慈善性的公益活动是最普适性的企业社会责任之一,企业基金会可以凭借其专业化的管理、充裕的资金以及信息资源帮助企业在慈善事业比较薄弱的国际和地区赢得声誉,改善公共关系,从而占领市场。因而,在“网式”社会责任建设的过程中,产业生态网络的健康有序发展会对产业集群社会责任的建设起到重要的支撑和促进作用。

## 四、结论与启示

与企业社会责任是否能够被自觉履行的不确定性相比,产业集群社会责任利用其“网络特征”

<sup>①</sup> 由于链式社会责任共建联盟中每位成员社会责任建设绩效难以在短期内用具体的量化指标进行测度,而是过多依赖于联盟成员的评价,所以主观性比较强。因此,本文将该指标界定为主观性指标。目前,很多学者提出了综合主、客观赋权法的组合赋权法,其主要有:方差最大化赋权法、目标规划法、最佳协调赋权法、组合最小二乘法及离差平方和法等,决策者可以根据需要选择适宜的方法进行评价。

形成了强大的“外部压力”,如果某一企业不能够被纳入到“社会责任网络”中来,也就意味着该企业将失去与“社会责任网络”中的 Hub 节点和其他节点之间的“经济合作关系”,而遭受利益损失。因而,产业集群社会责任层级建设模式降低了企业社会责任履行的不确定性。根据研究,为了更好地建立和推行产业集群社会责任的建设,本文给出以下政策建议:

(1)Hub 节点企业加强“进攻型”企业社会责任的建设。与欧美企业相比,亚洲国家在企业社会责任建设方面相对比较保守,一开始就采取“防守型”策略,所以,对于中国的企业,尤其是产业集群中的 Hub 节点企业,在起步较晚的情况下,必须要更加积极主动地加快企业社会责任建设,由“一路小跑”向“加速追赶”转变。在这一过程中,政府、行业机构、学术机构和媒体都应发挥相应的“助推”作用,与集群内的领军企业进行合作,积极推动更具“进攻性”的企业社会责任体系的建设。比如,制定基于企业社会责任的发展战略,建立基于企业社会责任的公司治理结构,在企业高级管理层设立专门的社会责任监管机构和执行部门,履行起监督和管理的职责,并重视与国际标准的接轨等积极举措。

(2)制定“产业集群社会责任标准体系”。Hub 节点企业可以在社会责任国际标准规则的指导下,与政府、行业协会、学术机构以及其他企业共同因地制宜地制定产业集群的“社会责任标准”,在产业集群内进行社会责任标准“认证工作”。在此基础上,Hub 节点企业,特别是产业链终端的 Hub 节点企业可以积极开展负责任的供应链管理,对供应链的每个环节“过程是否正当”、“是否遵守法律”以及“是否破坏环境”等问题进行监督,以将社会责任延伸至合作伙伴。通过制定具有本地集群特色的“标准体系”以及“Hub 节点”推行的链责任管理能够起到很好的“标杆作用”:一是让具有配套能力的中小企业具有提高生产和经营管理水平的目标,有的放矢地提升自身的产品质量以满足本地大企业的生产需求,从而实现由“点式”向“链式”进而向“网式”社会责任建设的转化升级;二是给缺少“社会责任”的企业带来生存的压力,没有通过“标准认证”就意味着企业已经“输在起跑线上了”,这样会迫使这些企业加强自身社会责任的建设以谋求在集群内的生存和发展。

(3)建立信息透明的“阳光奖惩披露制度”。产业集群内的企业社会责任标准的制定虽然提高了基于本地化集群生产网络进入的门槛,但是标准的执行情况也需要不断地监督与追踪,因此在制定了标准后,Hub 节点企业、本地政府以及行业协会等相关机构要协同建立起信息公开透明的“阳光奖惩披露制度”,以时时监督和追踪集群社会责任建设的进展情况。对于产业集群而言,网络化的组织形态使得建立起来的“信息披露制度”会产生非常良好的效果。同集群外的企业相比,集群内的企业会高度重视与本地化网络关系的维系与拓展,因为基于信任机制而形成的网络关系是企业社会资本重要的组成部分,决定了企业的核心竞争力。因而,建立起信息公开的“阳光奖惩披露制度”会将集群内每一个企业的社会责任建设情况公布于众,对于信誉良好的企业,可以增强其信用,会有更多的企业乐于与其进行合作,这会大大降低该企业本地化网络维系和拓展的成本,从而增强其在产业集群内的地位和话语权。相反,对于那些没有履行社会责任的企业而言,一旦其违规信息得到披露,其前期通过努力建立起来的信用会在一夕之间坍塌,由于产业集群内的连锁效应和共振性会更加明显,所以,其他企业为了避免受到危机的波及,会纷纷解除与违规企业的合作,从而导致违规企业成为产业集群内的“孤岛”而无法生存下去。

#### [参考文献]

- [1]Ackerman R.W., Bauer R.A. How Companies Respond to Social Demands[J]. Harvard Business Review,1973,51(4).
- [2]Christer, Karlsson. The Development of Industrial Networks[J]. International Journal of Operations and Production Management,2003,(23).
- [3]Clarkson,M.B.E. Defining, Evaluating and Managing Corporate Social Performance [J]. Research in Corporate Social Performance and Policy,1991,(12).

- [4]Fabian T. Supply Chain Management in an Era of Social and Environment Accountability [J]. Sustainable Development,2000,(12).
- [5]Johnson, H.L. Business in Contemporary Society: Framework and Issues[M]. Belmont: Wadsworth,1971.
- [6]Julien Levis. Adoption of Corporate Social Responsibility Codes by Multi-national Companies[J]. Journal of Asian Economics,2006,(17).
- [7]Matos S., Hall J. Integrating Sustainable Development in the Supply Chain: The Case of Life Cycle Assessment in Oil and Gas and Agricultural Biotechnology[J]. Journal of Operations Management,2007,(25).
- [8]Rowley, T., Berman S.A. New Brand of Corporate Social Performance[J]. Business and Society,2000,39(4).
- [9]Simon Croom. Supply Chain Management and Analytical Framework for Critical Literature Review [J]. Purchasing and Supply Management,2000,(6).
- [10]Thomas Donaldson,Thomas W. Dunfee. Toward a Unified Conception of Business Ethics: Integrative Social Contracts Theory[J]. Academy of Management Review,1994,19(2).
- [11]陈佳贵,黄群慧,彭华岗,钟洪武. 中国企业社会责任研究报告(2010)[M]. 北京:社会科学文献出版社,2010.
- [12]陈军. 企业社会责任视角下的产业集群治理研究[D]. 浙江师范大学,2009.
- [13]郭亚军. 综合评价理论、方法及应用[M]. 北京:科学出版社,2007.
- [14]刘东. 企业网络论[M]. 北京:中国人民大学出版社,2003.
- [15]刘静. 企业社会责任视角下的产业集群治理研究[D]. 西安工业大学,2010.
- [16]刘军. 整体网分析讲义——UCINET 软件实用指南[M]. 上海:格致出版社,2009.
- [17]李伟阳等. 企业社会责任经典文献导读[M]. 北京:经济管理出版社,2011.
- [18][荷]罗布·范图尔特. 动荡时代的企业社会责任[M]. 刘雪涛等译. 北京:中国经济出版社,2010.
- [19]缪朝伟,伍晓奕. 基于企业社会责任的绿色供应链管理——评价体系与绩效检验[J]. 经济管理,2009,(2).
- [20]申光龙,金炳秀,陈礼伟. 供应链视角下的企业社会责任管理研究[J]. 物流技术,2009,28(7).
- [21]唐晓华. 产业集群:辽宁经济增长的路径选择[M]. 北京:经济管理出版社,2006.
- [22]汪小帆等. 复杂网络理论及其应用[M]. 北京:清华大学出版社,2006.
- [23]袁纯清. 共生理论——兼论小型经济[M]. 北京:经济科学出版社,1998.
- [24]朱华友,丁四保. 产业集群治理:一个基于浙江省企业社会责任实证的视角[J]. 经济地理,2006,(11).
- [25]易平涛. 多属性综合评价的理论及应用研究[D]. 东北大学,2007.
- [26]张丹宁,唐晓华. 产业网络组织及其分类研究[J]. 中国工业经济,2008,(2).
- [27]钟宏武,张康楦,田瑾,李玉华. 政府与企业社会责任:国际经验与中国实践[M]. 北京:经济管理出版社,2010.

## Study on Industrial Cluster Social Responsibility Construction Based on Network Organization

ZHANG Dan-ning, TANG Xiao-hua

(Business School of Liaoning University, Shenyang 110136, China)

**Abstract:** Industrial cluster is one of industrial network organizations. Owing to proximity and network relationship, the construction of corporate social responsibility is not an individual behavior in the cluster. Therefore, it is significant to promote industrial cluster social responsibility based on win-win cooperation mechanism. Consequently, ICSR, which is short for industrial cluster social responsibility, is defined. On the basis, the hierarchy construction of ICSR based on the boost of hub enterprises is suggested. According to the network analysis method, the identify index of hub node in cluster network is suggested, based on which, the hierarchy construction mechanism of ICSR following on node-chain-network social responsibility is studied in the paper.

**Key Words:** network organization; industrial cluster social responsibility; corporate social responsibility; hub node enterprise

〔责任编辑:鲁舟〕