

doi:10.3969/j.issn.1671-5152.2018.02.007

# 燃气企业的企业公民社会责任

□ 成都市城建投资管理集团有限责任公司(610037) 郑尚钦

□ 成都燃气集团股份有限公司(610041) 刘晓辰

**摘 要:** 一个企业的价值不仅在于所创造的财富,更在于所承担的社会责任及能否扮演好一个有良心的企业公民。燃气企业是构成社会有机整体的基本单元之一,作为公用事业单位和“社会人”,必须评估自身活动对社会所产生的影响,考虑社会的整体利益和长远发展,自觉承担相应的社会责任。

**关键词:** 燃气 企业公民 社会责任

## 1 前言

进入21世纪,人们对企业的期望已经不仅仅是解

决就业、赚取利润和缴纳税收,更希望看到企业能有效地承担起在推动社会进步、保护环境和生态、维护市场秩序、扶助社会弱势群体、参与社区发展、保障

价格体系。

(7)“引导”:及时发布市场信息,合理引导社会预期

①加强天然气供需情况的监测分析,及时掌握天然气市场产、供、销动态情况,准确预测未来需求和资源供应情况,完善对上游气源、储气库等冬季保供资源数量、流向的监测,并对外公布,给市场以明确信息。

②进一步加强市场价格监管,对部分LNG生产企业和中间商恶意炒作和哄抬气价的行为,予以严厉查处,维护市场正常秩序。

③考虑到当前气源短缺,市场供应主体不多,应暂缓天然气交易中心竞价行为,避免引发涨价预期。

(8)“协调”:加强央地、部门、能源品种间协调和政策配套

①加强中央与地方、不同部门在治理雾霾、应对“气荒”方面顶层设计与政策落实之间的协调。顶层设计既要科学合理,又要统筹兼顾,对治理雾霾、应对“气荒”应做好长期作战的准备。地方政府在具体落实政策时,既要严格按照中央政策办事,又要考虑当地实情,不能搞“一刀切”或“运动式执法”,将指标任务层层加码,急功近利。

②天然气只是众多清洁能源中的一种,不能将大气治理的重担全部集中于天然气行业上。应充分发挥太阳能、风能、生物能、水能、地热能等其它清洁能源的作用,不同品种能源各司其职,协调发展,共同实现清洁发展。

③在进行天然气价格市场化改革的同时,推进财政、税收、社会保障等相关配套政策的改革,降低因改革所带来的对低收入阶层的冲击,兜住民生底线。

员工权益等一系列社会问题上的责任和义务。于是，“企业公民社会责任”这一概念便应运而生。

燃气企业的企业公民社会责任不仅仅局限于抓好安全供气、优质服务工作，更应该为构建和谐社会、遏制环境污染等方面多贡献一些物质和精神资源，努力塑造公用事业企业带头、全社会企业共同跟进的良好氛围。因此，燃气企业应当从多角度、多途径、多种方法探索承担企业公民社会责任的内容。

## 2 企业公民的定义

企业公民是指一个企业将社会基本价值与企业日常商业实践、运作和政策相整合的行为特征。一个企业公民认为企业的成功与社会的健康和福利密切相关，因此，它会全面考虑对所有利益相关者的影响，包括雇员、客户、社区、供应商和自然环境。

企业公民在中国是一个新鲜的提法，但在欧美发达国家的一些国际性大企业中，早已成为一个重要的发展策略。企业公民概念的关键词是公民，公民是法律概念，是宪法法律关系中的主体，公民在享有权利的同时必须履行相应的义务。企业公民的提出，是要将企业视为法律主体，强调一个企业要有主体意识，要像社会公民一样承担社会责任，履行社会义务。企业是社会的细胞，社会是企业利益的源泉，企业在享受社会赋予的条件和机遇时，也应该以符合伦理、道德的行动回报社会、奉献社会，如为员工提供更好的工作环境和福利，为社会创造就业机会和为社会发展做贡献，为消费者提供安全可靠的产品，同经营合作伙伴建立良好的关系，关注环境和社会公益事业等等。实际上，能否做一个合格的企业公民体现了一个企业的价值取向和长远追求。

## 3 企业公民社会责任的内容

2005年初，中国企业公民委员会委托清华大学研究制定的《中国优秀企业公民评估评价标准》，是国内第一部企业公民评估权威标准，紧扣中国国情将企业公民社会责任的评估标准分为了10个方面，包含对所有者的责任、对员工的责任、对消费者的责任、对供应商的责任、对政府的责任、对社区的责任、对环

境的责任、对公益慈善的责任、对知识产权的责任以及定期发布企业公民报告。

随后，2010年11月1日，国际标准化组织（ISO）发布的 ISO 26000社会责任国际标准明确提出了企业公民社会责任所包含的内容，为全球所有类型组织提供了一个履行社会责任的指南。其中提出了所有组织履行社会责任的7个核心主题，并将其细化为37个方面，以便每个组织能够根据这些重要主题和其中与其相关的基本问题进行有意识的选择，主要内容有：

（1）组织治理

（2）人权：尽责审查、人权风险状况、避免同谋、处理投诉、歧视和弱势群体、公民和政治权利、经济、社会和文化权利、工作中的基本原则和权利。

（3）劳工实践：就业和雇佣关系、工作条件和社会保护、社会对话、工作中的健康和安全生产、工作场所人的发展和培训。

（4）环境：防止污染、资源可持续利用、缓和并适应气候变化、环境保护及生物多样性、自然栖息地的回复。

（5）公平运营：反腐败、负责人的政治参与、公平竞争、在价值链中促进社会责任、尊重财产权。

（6）消费者问题：公平营销、真实公正的信息和公平的合同惯例、保护消费者的健康和安全生产、可持续消费、消费者的服务、支持和投诉及争议解决、消费者的资料保护和隐私、基本服务获取、教育和意识。

（7）社会参与和发展：社区参与、教育和文化、就业创造和技能发展、技术开发和获取、财富和收入创造、健康、社会投资。

## 4 企业公民社会责任的意义

从上世纪90年代起，我国企业在融入经济全球化的过程中，面对国际竞争环境和竞争规则的新变化，开始把目光投向社会责任。作为全球资本与产业链中的一环，国际社会正在兴起的企业社会责任活动以及相应的“游戏规则”，越来越直接影响到我国经济社会发展，社会责任标准已成为我国企业进入跨国公司供应链、生产链及出口发达国家的重要门槛。面对席卷而来的“企业社会责任”浪潮，国内不少企业把此看作是发达国家继反倾销、绿色壁垒之后，针对中国企

业发起的新型贸易壁垒。但从发展趋势来看,将社会责任标准与国际贸易某种形式的挂钩或联系将是一个必然的要求和趋势。面对这种趋势,中国企业要增强国际竞争力,就必须将自己放在国际社会责任标准的体系中进行丈量。从这个角度看,承认国际社会责任标准代表着中国企业的胸怀与气量,而能否践行国际社会责任标准,则考验着中国企业的勇气和能力。

企业承担社会责任,善待自己的员工,善待所处的社会,本来就没有国内国外之分。近年来,我国企业面临着经济增长方式转变的挑战,随着“以人为本、全面协调可持续发展”的科学发展观的提出和构建资源节约型、环境友好型社会的推进,我国企业承担社会责任已不仅仅是国际竞争的需要,也是国内发展变化提出的要求。

企业承担社会责任,还是其自身发展的需要。把企业社会责任当作一项长期的战略投资,往往会获得丰厚的回报。从交易成本理论来看,一方面,承担社会责任的企业使得产品生产、使用的信息更加透明,消费者购买有社会责任感的企业的产品风险系数小,交易成本随之降低;另一方面,企业在社会责任上的投资可能赋予产品“社会责任”属性,企业社会责任可以作为一种差异化战略,为企业创造一种可靠和诚实的声誉,消费者通常认为可靠和诚实的企业产品会有较高的品质。

从社会认同理论来看,履行社会责任具有较高声誉的企业,能够吸引上下游产业链同样具有良好信誉的原材料供应商、零部件配套商和产品经销商加盟,他们会给企业带来新的合力,并使企业形成环环紧扣,各负其责的价值链和拥有巨大声誉的战略联盟。同样,具有较高声誉和吸引力的企业,能够吸引那些同样富有吸引力的优秀人才加入企业员工队伍,他们会给企业带来较高的生产力。

## 5 燃气企业企业公民社会责任的履行

### 5.1 燃气企业应承担的企业公民社会责任

燃气企业作为供应城市生产、生活能源的公用企业,其发展情况直接关系到社会千家万户,是城市经济发展中不可缺少的一部分。

不同的发展阶段、不同的企业,企业公民社会责

任的内涵除去共性之外也有显著的个性。公用事业的相对自然垄断性,决定消费者对公用事业产品的可选择性受到很大的限制,所以,公用事业类企业的企业公民社会责任同其他企业相比具有很大的特殊性。燃气企业作为公用事业企业,生产的是特殊的商品,决定了不能因追求利润而忽视公众利益和社会责任,客观上要求我们应有正确的企业价值观。在企业价值取向上,也应更突出社会责任感,应追求企业价值最大化,追求合理利润而不是利润最大化。合理利润保障企业经营和可持续发展投入,保障企业更好提供公共产品和服务,并以此有效推动落实企业公民社会责任的履行。

燃气企业应承担的企业公民社会责任可从以下两个方面进行划分:

第一,是“业内责任”,这是直接的企业公民社会责任。它包括为社会和公众提供优质燃气产品与安全服务;规范企业自身行为,自觉地守法经营,自觉地维护市场经济秩序;尊重消费者的权益,满足员工的成长,实现公众满意等。

第二,是“业外责任”,这是间接的企业公民社会责任。社会的需要是企业公民社会责任的用武之地。企业为教育、卫生、文化、环保、慈善、救灾等社会事业做出善举,为国家和社会排忧解难等。

可以说,“业内责任”体现了企业的经营能力和管理水平,“业外责任”则体现了企业的道德准则。中国的传统文化强调和谐共赢,古人形容理想的人格应该是“穷则独善其身,达则兼济天下”。对于企业而言,如果每个企业都能兢兢业业、遵纪守法、创新发展,并造福社会、服务社会、贡献社会,那就充分体现了企业公民社会责任的根本目标,体现了以社会责任感为核心的丰富内涵。

### 5.2 燃气企业应如何承担企业公民社会责任

#### (1) 以诚信之意履行企业公民社会责任

“诚信”二字乃是中国立人、立业、立国之本,中国古代哲人曾经讲过“修身齐家治国平天下”,均取信于“诚信”的道理,这是企业履行企业公民社会责任的前提。

结合燃气企业的性质,应牢牢把握销售生产、售后服务两个环节来落实诚信之意。其一,售前生产:燃气企业作为一种提供特殊产品的企业,其受众

面广，影响范围大，在售前生产环节要严格按照相关标准，无论自行生产或外部采购都应该把牢质量关、安全关，确保燃气生产、输送、供应的安全稳定。其二，售后服务：这是重点环节，由于燃气具有相对自然垄断性，往往给人“朝南坐”的感觉，因此落实服务质量，提高“亲民”度，把“微笑服务”落到实处，是燃气企业提升品牌、承担社会责任的重要课题。

### （2）以制度保障履行企业公民社会责任

企业社会责任的落实还应根据企业经营文化的要求，形成一套行之有效的现代企业管理制度与规则，这是企业履行社会责任的基础。企业履行社会责任需要结合企业的管理和运作，要通过企业的组织、结构、文化、政策来运行，既落实在制度规则之上，也深入到职工内心深处，化为自觉行动。从这个意义上说，企业的社会责任既要有清晰的理念认同，也要有坚强的制度作保障，而制度的建立对落实社会责任起着保障作用。应该说，社会责任不能仅仅依托理念的支持和企业的自觉行为，没有制度的约束，企业的社会责任履行就没有保障。

### （3）以慈善之举履行企业公民社会责任

企业除应承担的“业内”社会责任，也不能忽视“业外”社会责任，“业外”责任更体现出企业的道德准则。对于每个企业而言，为教育、环保、慈善、救灾等社会事业做出善举，为国家和社会排忧解难，取之社会，回馈社会，是责无旁贷的社会义务。社会赋予企业生存的权利，并为企业提供各种资源，离开稳定的社会环境，企业的发展就会受到阻碍，经济效益就会受到影响，进而影响整个社会的发展。因此企业在追求经济效益发展生产的同时，必须履行一定的社会责任，从大局出发，兼顾整个社会的利益，为企业营造一个良好的发展环境。

## 5.3 履行企业公民社会责任的实践

成都市城建投资管理集团有限责任公司是成都燃气集团股份有限公司的最大股东，始终要求成都燃气秉持“成为让社会满意、政府满意、客户满意、股东满意、员工满意的国内最受尊敬燃气服务企业”的宏伟愿景，为社会及客户提供清洁能源以及亲切、专业和高效的服务。同时，在安全供气、员工发展和环境保护等方面，做到以企业公民的身份保持与社会、经济和环境的协调发展：①开工建设总长度86km、储

气能力200余万m<sup>3</sup>的成都市四环路高压输储气管线，是目前国内管径最大的城市燃气管网，建成后 will 实现成都市“高压双环多支、线面结合”的天然气输配系统，显著提高人民生活质量，改善城市形象，为成都市健康快速发展提供可靠的能源保证；②引入RMLD激光枪、OMD激光巡检车等国际一流、国内领先的高新技术设备配备到管网巡查班组，保障管网及附属设施安全；③在全国城镇燃气行业中率先提出物联网研发、建设，通过对燃气管网、用户、燃气设施状态信息的实时采集和智能监控，有效提升燃气运行安全水平；④开通预存气费、银行代扣代缴、支付宝、网上银行、手机支付等多种缴费渠道，为客户提供便捷的缴费方式；⑤主动聘请第三方机构及义务监督员进行客户满意度调查，对服务水平进行客观公正的评价和监督，并对反馈的服务问题进行及时改进；⑥在安全巡检和安全宣传全面覆盖的基础上，针对大专院校、幼儿园、大型城市综合体、出租房等客户的特点，开展有针对性的安全宣传和巡检；⑦积极推广清洁能源，对煤炭、石油等用户开展替代能源改造；⑧开展“送温暖”活动，为低保户、困难户进行免费更换灶具、更换软管；⑨对无力缴纳天然气设施安装包干费的城乡低保户提供安装费优惠，减轻低保户的经济负担。

## 6 结束语

“在巨富中死去是一种耻辱”，美国钢铁大王卡耐基的一句名言，让越来越多的人寻味。而“饮水思源”，这一古训更体现在许多人的言行中。作为一个有责任感的企业，要高扬“履行社会责任，做好企业公民”的理念，积极倡导“财富源于责任，责任引领财富”的思想，在发展壮大自身的同时，在社会提供优质产品和服务的同时，应始终牢记肩负的社会责任，自觉承担起商业、社会、环境、文明的责任，积极投身公益慈善事业，做到利义共举，尽显企业公民之责。

### 参考文献

- 1 港华燃气企业公民社会责任报告指引
- 2 社会责任国际标准ISO 26000