

心理学视域下民营企业社会责任的培育路径

佟海龙

北方民族大学马克思主义学院, 宁夏 银川

收稿日期: 2024年10月18日; 录用日期: 2024年12月17日; 发布日期: 2024年12月26日

摘要

心理学是一门实践性极强的学科, 其通过各种作用机制影响着社会生活的方方面面, 社会责任是企业发展与社会进步的必然要求, 培育企业的社会责任离不开心理学考量。从价值逻辑来看, 培育民营企业社会责任具有重要的经济价值、生态价值、社会价值。从作用机制来看, 心理学既可以赋能民营企业社会责任培育的认知机制、情感机制与行为意向机制, 也对提升民营企业履责能力具有重要影响。从实践路径来看, 心理学视域下民营企业社会责任的培育可从认知加强、情感影响和行为倡导三个方面展开。

关键词

心理学, ESG, 社会责任

The Cultivation Path of Social Responsibility of Private Enterprises from the Perspective of Psychology

Hailong Tong

School of Marxism, North Minzu University, Yinchuan Ningxia

Received: Oct. 18th, 2024; accepted: Dec. 17th, 2024; published: Dec. 26th, 2024

Abstract

Psychology is a highly practical discipline that influences all aspects of social life through various mechanisms. Social responsibility is an inevitable requirement for the development of enterprises and social progress, and cultivating corporate social responsibility cannot be separated from the discipline of psychology. From the perspective of value logic, cultivating social responsibility of private enterprises has important economic value, ecological value, and social value; from the perspective of its mechanism of action, psychology can not only empower the cognitive, emotional, and

behavioral intention mechanisms for cultivating social responsibility in private enterprises, but also have an important impact on enhancing the ability of private enterprises to fulfill their responsibilities; from a practical perspective, the cultivation of social responsibility in private enterprises from a psychological perspective can be carried out from three aspects: cognitive strengthening, emotional influence, and behavioral advocacy.

Keywords

Psychology, ESG, Social Responsibility

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

截至 2024 年 5 月,中国民营经济主体总量超过 1.8 亿,占有经营主体比例为 96.4%,在“新兴产业发展中发挥着主力军作用”[1]。社会责任是企业可持续发展评价体系即“ESG 理念”的核心组成。越来越多的民营企业以“共同富裕为企业社会责任价值目标”[2],开设主管社会责任履行的部门,这将会推动民营经济主体在“扎实推进共同富裕,完善分配制度,构建初次分配、再分配、第三次分配协调配套的制度体系”[3]发挥重要作用。作为一门具有极强交叉性与实践性的社会科学,在培育民营经济主体社会责任实践中应用心理学是应有之义。

2. 培育民营企业社会责任的价值逻辑

2.1. 经济价值：形成经济高质量发展重要推动力

马克思主义政治经济学视域下,生产力发展状况是评价建设成就的核心指标,民营经济体作为发展新质生产力的重要主体,以科技创新为动力开辟中国产业体系新赛道、调整充实中国产业结构进而推动中国经济高质量发展是民营经济主体重要的经济价值。科学技术是“历史的有力的杠杆”[4],科技创新是突破经济生产率的关键所在,自然成为民营经济体追求高质量发展的必由之路。推进科技创新是民营经济体特别是“民营企业的天然意识。”[5]

一方面,民营经济是中国市场经济的直接参与者,面对着国内外激烈的竞争局势,只有始终抓住产品质量、生产成本等方面的优势才能存续发展。另一方面,民营企业更为了解市场需求,人才队伍更为丰富,其科技创新产品更贴近生产生活所需。这些科技创新产品不仅更加贴近人们的生产生活所需,更能够引领产业的发展方向,推动产业结构的优化升级。两方面叠加起来,形成了民营经济体的内生创新力,既能够助力企业增收,也能够为科技创新、产业创新提供市场支持。同时,具有高度社会责任感的民营企业在进出口额、税收收入方面也具有突出贡献。因此,培育民营企业的社会责任能够为中国经济高质量发展提供重要的推动力。

2.2. 生态价值：助力美丽中国建设

“美丽中国”是社会主义现代化强国的内在要义,“环境(Environmental)”是企业可持续发展评价体系的核心之一。随着绿色发展理念的实践。越来越多的民营企业在技术创新、资金投入等方面履行起更多的生态文明建设责任,特别是“边疆行”系列活动的开展,为筑牢民族地区和民族群众走向现代化的

生态安全屏障提供了重要助力。

从利益相关者理论来看,民营企业的发展有赖于各利益相关方的支持。从政策角度考量,生态文明建设是中国特色社会主义总体布局的组成部分之一,作为市场重要主体的民营企业会在政策引导下对生态环保投入更多资金与技术;从生产和消费角度考量,生产就是消费,消费为再生产创造条件。一方面,民营企业在生产方式上更多采用绿色、环保的生产方式将极大提升生产资料利用效率并为绿色消费创造充分动力;另一方面,随着消费者环保意识的提高,企业会加大对环保生产方式的投入。政策、生产和消费作用叠加,将生成民营企业的绿色发展意识,进而成为美丽中国建设的重要助力。

2.3. 社会价值:提供社会治理积极因素

民营企业提供慈善帮扶性社会价值。履行社会责任的民营企业通过慈善捐赠、产业协作等方式,为落后地区提供资金、技术、产业支持。这些有高度社会责任感的企业关注弱势群体,通过提供教育资助、医疗援助等方式,帮助落后地区的群众解决生活中的实际困难,为他们带来了希望和信心,让他们感受到社会的温暖和关爱。

除了直接的慈善捐赠,民营企业以产业协作为落后地区提供技术和产业帮扶。这些有高度社会责任感的企业利用自身的技术优势和产业资源,与地方政府和企业合作,带动先进的技术和管理经验传播。同时,民营企业还通过提供就业机会、缴纳税收等方式,为当地经济注入活力。它们积极招聘当地劳动力,为他们提供稳定的工作和收入来源,改善他们的生活条件,而企业缴纳的税收也为当地政府提供了重要的财政支持,用于改善民生、推动基础设施建设等。此外,民营企业还通过自身的努力,为社会治理提供了积极因素。它们积极参与社会公益事业,推动社会文明进步。它们倡导诚信经营、公平竞争,为市场环境的优化贡献力量。同时,它们还关注环境保护、节能减排等议题,为可持续发展贡献力量。

3. 民营企业社会责任培育的心理学赋能机制

3.1. 心理学赋能民营企业社会责任培育的认知机制、情感机制与行为意向机制

一是利用心理学赋能培育民营企业社会责任的认知机制,这主要通过社会责任认知、利他主义认知、道德认知三个层面构成。第一,社会责任认知。这里主要是指通过教育社会责任的定义、重要性以及其对企业发展的影响,形成清晰的社会责任认知,进而积极塑造和强化企业家的社会责任感和使命感,有助于形成对社会、环境、员工等各方利益负责的理念。第二,利他主义认知。这里主要指通过心理调节,使得民营企业的管理者理解利他主义的价值,认识到企业不仅要追求自身利益,还要承担社会责任,进而为社会作出贡献。第三,道德认知。这里主要指通过教育推动企业家树立道德意识,遵循道德规范,将社会责任融入企业经营活动中。

二是利用心理学赋能培育民营企业社会责任的情感机制,这主要通过共情能力培养、价值观认同塑造、社会责任感驱动三个层面构成。第一,共情能力培养。通过心理干预使得企业家具备良好的共情能力,能够理解社会需求,感受社会问题带来的负面影响,对低收入者产生同情心和责任感。第二,价值观认同塑造。通过开展各种各样的组织心理活动推动企业家认同社会主义核心价值观,将推动全体人民共同富裕作为企业价值目标体系的核心并融入企业文化中。第三,社会责任感驱动。社会对民营企业的期望和压力是培育其社会责任的重要心理因素,这里包含社会公众对企业履行社会责任的期望和关注,促使企业积极履行社会责任。企业家需要感受到承担社会责任的责任感,并将其作为企业发展的重要驱动力。

三是利用心理学赋能培育民营企业社会责任的行为意向机制,这主要通过行为意愿构建、行为能力培养、行为规范树立三个层面构成。第一,行为意愿构建。企业家需要有强烈的社会责任行为意愿,愿

意将社会责任融入企业经营活动中。第二，行为能力培养。企业家需要具备相应的知识、技能和资源，能够有效地实施社会责任行为。第三，行为规范树立。企业需要建立完善的社会责任管理制度，制定相应的行为规范，引导员工践行社会责任。

3.2. 心理韧性训练赋能民营企业履责能力

通过心理训练，可以强化心理韧性，进而提高民营企业履行社会责任的能力，具体包含两个层面：风险承受与复原能力、认知能力。风险承受与复原能力，即敢于承担因市场竞争与战略变革产生的风险的能力。在市场竞争条件下，企业增强对资本的管控，“造成管理者不得不节约资源处理突发事件”[6]，进而“采取保守的管理措施减少冒险行为，最大限度地规避风险，节省更多资源应对偶发事件”[7]。然而，这种保守的策略可能会限制企业的创新和发展。同时，当企业遭遇困境时，也需要有足够的复原能力，快速调整策略，重新出发。这时，通过一定的心理韧性训练，使得企业成员能够有面对风险、改革创新勇气和决心，以更好履行社会责任。认知能力，即冷静应对外部环境变化，敏锐发现变化带来的机遇。心理韧性越强，认知能力也会越强。在发展新质生产力的浪潮下，很多企业在追求“数字化转型”过程中同样面对着“数字化挑战”。因此，企业需要具备更加敏锐的洞察力和判断力，以快速识别外部环境的变化并把握其中的机遇。基于这样的外界刺激，数字化转型不仅要求企业具备先进的技术和设施，更需要企业具备适应数字化时代的管理思维和能力，认知的中心性与复杂性使管理者无法忽视这些现实挑战。心理韧性训练可以帮助企业成员更好地应对数字化转型带来的压力和挑战，增强他们的自信心和创新能力，使他们能够更加积极地拥抱数字化变革，推动企业实现数字化转型并更好地履行社会责任。

4. 心理学视域下培育民营企业社会责任的实践路径

心理学视域下的民营企业社会责任的培育可从认知加强、情感影响和行为倡导三个方面展开。

4.1. 认知层面：加强培训教育，营造积极企业文化

首先，是正确认识“社会责任”。根据全国工商联发布的《中国民营企业社会责任报告(2023)》，我国民营企业的社会责任主要体现于：助推发展、吸纳就业、科技创新、乡村振兴、绿色发展、公益慈善等六方面[2]。可以通过提供专业的培训课程和教育机会，让员工深入了解社会责任的重要性及其在公司运营中的具体体现。其次，通过各种各样的心理辅导活动，建立积极向上的企业文化。这种文化的基本要求应是鼓励各级管理者和员工在日常工作中体现出对社会福祉的关注和贡献，推动将个人的职业发展与企业的社会使命相结合，从而激发主动承担社会责任的意愿。同时，设立社会责任奖励机制，对在社会责任方面表现突出的员工给予表彰和奖励，并定期向公众发布企业的社会责任报告和进展情况等。这些措施将有助于营造一个积极向上、充满活力的企业文化氛围，为企业履行社会责任提供坚实的文化支撑。

4.2. 情感层面：开展公益活动，建设公益项目

从心理学角度看，良好的市场秩序和社会形象能够激发企业家的社会责任感，进而激发其创造更多财富的动力。在这样一种环境下，企业会更加自觉地承担起相应的社会责任，在内部管理、市场营销等方面都会更加注重社会效益。这对民营企业社会责任的培育具有非常重要的作用。首先，企业管理者要积极投身于公益事业中，通过举办各式各样的公益活动和建立长期的公益项目，激发员工对承担社会责任的深刻理解与深厚情感。这样的实践活动不仅能增强员工之间的情感联系，还能共同营造一个充满正能量、责任感和归属感的工作环境。其次，在民营企业内部建立健全员工沟通机制，打造员工利益共同体，加强员工对企业的认同感和归属感，激励员工以主人翁意识参与到企业经营管理中来。当员工们感受到企业的温暖和关怀时，会将企业的社会责任理念内化于心、外化于行，在日常工作中积极履行自己

的社会责任，为企业赢得更多的社会声誉和信任。这样的良性循环不仅有助于企业的长期发展，也为社会的和谐稳定作出了积极的贡献。

4.3. 行为层面：大力弘扬企业家精神，切实履行社会责任

首先，企业管理者的引领作用不可忽视，企业管理者本身要敢于担当，敢于斗争。中国社会发展的进程必定不是一帆风顺的，必须要“准备经受风高浪急甚至惊涛骇浪的重大考验” [3]，作为市场经济体制重要组成的民营企业也同样如此。要大力弘扬企业家精神，以点带面，以上率下，形成有利于企业履行社会责任的整体环境。其次，将社会责任理念转化为具体的行动和实践。认识的获得要经过“两次飞跃”，即从实践到认识，再从认识到实践。要想将社会责任的概念真正塑造为企业经营者和员工的自觉意识，需要大量的实践工作，如在产品研发和生产过程中，企业可以注重环保和可持续性，减少对环境的污染和破坏；在市场营销和品牌建设，企业可以注重诚信和公正，树立良好的企业形象和口碑；在员工管理和福利待遇方面，企业可以关注员工的成长和发展，提供良好的工作环境和福利待遇等。

参考文献

- [1] 新华社. 我国民营经济主体占比稳步提升[EB/OL]. https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202406/content_6957092.htm, 2024-06-13.
- [2] 央视网. 全国工商联发布《中国民营企业社会责任报告(2023)》[EB/OL]. <https://news.cctv.com/2023/12/27/ARTI8NbtOIL6B1fz1KWYFyQv231227.shtml>, 2024-06-30.
- [3] 高举中国特色社会主义伟大旗帜为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗[N]. 人民日报, 2022-10-26(001).
- [4] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯全集: 第 19 卷[M]. 北京: 人民出版社, 2006: 372.
- [5] 周文, 李雪艳. 民营经济高质量发展与新质生产力: 关联机理与互动路径[J]. 河北经贸大学学报, 2024, 45(2): 1-10.
- [6] 贺小刚, 邓浩, 吕斐斐, 等. 期望落差与企业创新的动态关系——冗余资源与竞争威胁的调节效应分析[J]. 管理科学学报, 2017, 20(5): 13-34.
- [7] Staw, B.M., Sandelands, L.E. and Dutton, J.E. (1981) Threat Rigidity Effects in Organizational Behavior: A Multilevel Analysis. *Administrative Science Quarterly*, 26, 501-524. <https://doi.org/10.2307/2392337>