

是只对股东负责的独立实体,它还要对社会负责,管理者必须承担社会义务以及由此产生的成本;社会责任理论则认为企业最基本的价值是生产出消费者需求并认可、有价值的商品,同时,企业的生产经营会影响到社会和环境,因此应承担相应社会责任。卡罗尔教授的社会责任金字塔理论认为企业社会责任由企业的经济、法律、伦理和自愿责任共同组成,其中经济责任指按照社会需要生产产品并提供服务,同时以公平的价格对外销售,满足消费者需求,实现盈利;法律责任指公司应遵守法律,承担法律所规定的责任;伦理责任指企业经营行为必须符合社会准则和规范,根据公平、正当和正确的原则,实现企业社会价值,满足社会成员的期望;自愿责任(又称慈善责任)指公司有慈悲的心,法律或伦理都没有明确要求企业履行该责任,而是企业自愿行为。^[4]美国学者马克·施瓦兹(Mark S. Schwartz)的企业责任动力模型认为企业之所以承担社会责任,是因为有三个方面的动力,包括经济动力、制度动力与道德动力。^[5]其中制度动力指国家法律法规的约束,道德动力指整个社会道德观念的取向、企业自身的价值追求与认同。

我国《公司法》(2006)首次以法律条文的形式规定了企业的社会责任,而教育责任是企业社会责任的组成部分。从人才培养的角度看,高校是人才供给方,企业是人才需求方。通过校企合作教育培养企业所需人才,能够实现人才供需的对接,达到高校与企业的互利共赢。^[6]我国《教育法》(2015)第四十八条也规定,国家机关、军队、企业事业组织及其他社会组织应当为学校组织的学生实习、社会实践活动提供帮助和便利。

基于上述分析,本文构建企业参与校企合作教育的经济利益-社会责任动力系统。经济利益动力指能满足企业经济利益需要,推动企业参与校企合作教育的动力因素集合。社会责任动力指促使企业参与校企合作教育以承担社会责任的动力因素集合,包括制度动力和道德动力。

2. 内部动力-外部动力系统

德国社会心理学家勒温的场动力理论认为,任何主体行为的产生都是由主体因素与外界环境因素相互影响和作用的结果,即 $B=f(P, E)$, B 表示行为, P 为主体变量, E 代表环境变量。^[7]企业是存在于一定环境中的利益相关者组织,参与校企合作教育必然受到主体变量和环境变量的影响。主体变量是企业内部动力因素的集合;环境变量是企业外

部能够唤起诱导、驱动或转化为企业内在动力,推动企业参与校企合作教育的动力因素集合。

根据对校企合作教育系统界面的分析,企业参与校企合作教育的外部动力主要来源于政府、高校和宏观环境。其中宏观环境按照PEST法分析包括政治、经济、社会、科技四个方面。政治环境主要指对企业参与校企合作教育具有实际与潜在影响的法律法规等因素。鉴于法律法规均由政府颁布,本文将政治因素归属于政府的动力因素。经济环境指企业所在行业市场状况。科技环境指国家科学技术发展情况。社会环境指影响企业参与校企合作教育的文化传统、价值观念、风俗习惯等非正式规范。

综上所述,本文构建的企业参与校企合作教育“经济利益-社会责任”、“内部动力-外部动力”双维动力系统具体分为内部-经济利益动力,即自身利益追求驱动力;内部-社会责任动力,即企业对校企合作教育的价值认同和追求;外部-经济利益动力,即外部利益刺激力;外部-社会责任动力,包括法律法规约束力和非正式规范约束力。

(二) 动力因素界定

1. 内部-经济利益动力:自身利益追求驱动力

获取人力资本。合作教育为学生提供真实的实践环境,使学生在实践中适应需要而有方向地学习,在社会生活中自我发展。有研究表明,参加合作教育的学生对各行各业的员工该做什么有一个全面理解,比没有参与合作教育的学生更了解自己长处和不足,有效缓解了学生由学校到工作的过渡问题。^[8]因此,企业可从合作教育学生中考察未来员工,降低人员选聘风险,节省新员工培训费用。

获取科技资源。校企合作教育不仅有利于提高人才培养质量,还有利于促进科技成果尽快转化为生产力。随着企业竞争范围的扩大和竞争程度的加剧,技术创新成为企业竞争中能否取得成功的关键因素之一。企业通过校企合作,可以利用学校的技术优势和人员优势,进行新产品研发、技术更新改造等。^[9]

获得经济利益。校企合作教育中,企业最大的动力因素来自于其追求利益最大化的目标。企业为社会提供产品或服务,将其以合理的价格出售,与此同时获得利益,实现经济增长。企业还可以利用高校的人才、专利技术等智力资源以解决经营管理和技术研发等方面的难题,增加企业无形资产,提高企业竞争力。

2. 内部-社会责任动力:企业价值认同和追求