

江苏盐阜人民商场有限公司热烈祝贺《企业家日报》精彩问世！

用平凡故事演绎“苏商”现代意境——江苏盐阜人民商场基层员工剪影

江苏盐阜人民商场从 1979 年建场到 2001 年,作为本土的一家商业国企逐步成长为一个很有知名度的老字号品牌。由于改革开放的不断深入,传统国有商企的诸多弊端逐渐浮出水面,成为严重制约商场发展的瓶颈。2002 年,亟待破解的诸多难题,把以杨永奎为首的新一届领导班子推到了企业改革发展的前沿,新班子以产权改革拉开了商场跨越发展的序幕,使商场成为盐城市最大的商业航母。

30 多年来,商场先后荣获“全国文明单位”、“中国商业名牌企业”、“全国‘百城万店无假货’活动示范店”、“全国精神文明建设先进单位”、“全国商业行业顾客满意企业”、“保护消费者杯”、“全国守合同重信用企业”、“全国厂务公开民主管理先进单位”、“全国质量效益奖”、“全国巾帼文明示范岗”、“全国青年文明号”、“江苏省文明单位标兵”、“江苏省消费者满意商场”、“盐城市先进基层党组织”、“文明创建之星”等上百项荣誉称号。

董事长、总经理、党委书记杨永奎说,商场与改革开放同步前行的发展历程及其所取得的业绩,除了上级领导的关怀支持外,每一个员工的忠诚勤勉是搞好企业极为重要的因素。他们用饱蘸心血和激情的一言一行,证明了他们永远是市场舞台当之无愧的主角。

杨总言简意赅。让我们把镜头对准商场基层一线员工,看他们——

■ 本报记者 李丙驹

龙年之秋,又一次走进盐阜人民商场(以下简称“商场”)的记者,禁不住涌起一股“苏商情结”,觉得不失为打开商场成功之门的一把“心灵的钥匙”。言及商场车水马龙、繁荣昌盛的景象,杨总开宗明义地对记者表示,把镜头对准基层和一线员工。杨总说,除了全国“五一”劳动奖章获得者朱建华、原商业部劳模庄学华、内贸部劳模胡美娟、韩玉,江苏省劳模史爱梅、董少玲等“金榜题名”的优秀员工而外,那些“榜上无名”的普通员工,也有许多引人入胜的故事。某种意义上,正是他们继承和发扬了底蕴厚重的“苏商精神”,才在激烈的市场竞争中打响了商场“现代苏商”的名号。

镜头之一： 龙年商场,生意兴“龙”

春节前,盐阜人民商场生意十分火爆。从一楼到四楼,人头攒动购年货,兴高采烈迎佳节。除夕下午,还有不少工作忙碌没顾上置办年货的市民来此购物。在外打工的市民张先生不光在此买好了自己穿的新衣裳,还给操劳一辈子的母亲买了一件款式新颖的棉袄,让老人眉开眼笑。张先生说,这也叫“衣锦还乡”嘛!一楼的副食品柜是最热闹的地方。家住盐马路畔一小区的一位女士,去年春节就近在路边摊买的糖果,口感实在太差无人问津,过了年便当垃圾扔了。今年吸取教训,特地到商场一楼买了 280 多元的糖果。她说:“辛辛苦

■ 平文艺 苏东来

第二讲 关于社会的定义

社会一词的含义,古今中外已有许多种解释。这里仅就汉语词源学的意义上做些归纳。在我国古籍《国语·鲁风》中就有“社”的概念,指土地神,祭祀时的木制牌位之一,春秋时的社日迎赛土神的集会;古代常有“社稷”一词在古籍和民间使用,先是指土神和谷神,后来指称宗庙、国家、江山、天下,那时所说的“保社稷”就是保江山、保天下;在《旧唐书·玄宗上》(本纪第八)中已有“社会”一词:“礼部奏请千秋节休假三日,及村间社会。”此处“社会”个动名词,指村民集会的意恩;古时的“社会”一词,还指一种由志趣相同的人结成的组织或团体,不仅祭祀时在一起,红白喜事也要集中在一起,开展跳舞、唱歌、聚餐等活动。总的看来,社会一词的含义,在我国古时主要有两个意思,一是祭祀、集会;二是江山、天下。发展到今天,社会一词,主要是指由一定的经济基础和上层建筑构成的整体;也泛指由于共同物质条件而联系起来的人群,犹如人们常说的利益相关者。

第三讲 责任概念的含义

什么是“责任”?这一概念的含义是指行为主体对行为及其后果的担当。具体分析,可



●江苏省人大代表,江苏盐阜人民商场有限公司董事长、总经理杨永奎

苦苦忙一年,大过年的,不能为省这两个小钱,让家里大大小小的都不愉快。”由于一些小店的烟酒“便宜”得令人生疑,不少市民宁可舍近求远,特地赶到商场来买货真价实的名烟名酒。他们对商场的“真烟真酒真情”,最为信赖和放心。

黄金珠宝百货鞋帽各区域人流如潮,穿着类商品更为热销。据了解,营业员成交一笔生意,最快用时不到十分钟。比其,珍珠、猫人、雅鹿、红妮、雪竹、金苹果、欧丝璐、梦特娇、金利来、堂皇家纺、鄂尔多斯奥群……琳琅满目的名牌商品,让顾客满目生春,大有“乱花渐欲迷人眼”之势,选择的余地非常大。

大年头一天,平时统一着装的营业员姑娘们,也穿上了节日的盛装开门迎宾,为消费者朋友提供一流的商品,优质的服务。不少忠实顾客纷至沓来,边逛商场边互相拜年。这个声名远播的“老字号”商家重情重意,不忘盐阜乡乡亲。早在春节前,以董事长、总经理、党委书记杨永奎为首的领导班子,兵分数路先给 100 位普通的消费者朋友拜年。大年初一,杨总一行又来到经营一线,给坚守岗位的员工们拜年,派发压岁红包,同时送上一份新春的祝福……

镜头之二： 仅有鞠躬与微笑是不够的

商场大丰购物中心总服务台的一名新员工说,上班后,首先思忖应该如何接待顾客,觉得“伸手不打笑脸人”那句俗语应该管用,相信没有人会向对自己鞠躬微笑的人生气刁难。然而,事实并非如此。

有一天,一名女顾客拿着一件衣服往服务台上一摔,气冲冲地对我大声吼叫道:“看看,这就是你们卖出的衣服,质量太差了,我要退货。”我连忙走过去,面带微笑地对她说:“您好,请问有什么需要,我会尽量为您解决。”可顾客仍然对我怒目相视。接过衣服,我的笑容僵在了脸上。我哪里懂这件衣服有什

么质量问题,更不懂服装“三包”到底包什么内容和具体要求。于是,我打电话通知该柜台的管理员。管理员很快就到了,她一眼就看出衣服起绉是洗涤不当造成的,先答应顾客会整烫如新,不用担心,又耐心向顾客说明洗涤及保养中应当注意的事项。一边说着,一边领顾客去整烫衣服了。对我来说十分棘手的问题转眼间便被她轻易化解了。

站在一旁的我当即意识到,要想做好工作,特别是商业服务工作,仅有鞠躬和微笑是不行的,还必须熟悉和掌握相关商业知识,这样才能熟练、妥善地处理各种问题。

镜头之三： 一个“铁杆”顾客的来信

去年 3 月 2 日,杨永奎收到杨文龙老先生的来信,他在信中说去年在商场购买的一件衣服,穿了一段时间后,内料有些变形,感觉不太满意,信中列举了商场所获得的“全国商业名牌企业”、“全国文明单位”、“全国百城万店无假货活动示范店”等荣誉称号,字里行间流露出对商场的信任,委婉而中肯的批评里充满了对商场的关爱和期待。

3 月 3 日上午,服装一部董经理和二支部刘书记,带着杨总的嘱托,驱车 60 多里来到杨老先生家中。他们看到,杨老先生从家里拿出一叠发票,不管是家用电器,还是生活日用品,都是商场的,真是商场的一名“铁杆”消费者。

董经理凭着多年的经验,经过认真的查看和仔细的询问,确定服装没有质量问题,主要是由于这件衣服的内料是腈纶的,在穿着过程中,与其他衣服摩擦产生了静电,久而久之,导致了衣服内料的变形。董经理首先承认了商场的销售员在销售时,没有说明衣服在穿着过程中应注意的事项,并表示将建议厂家对这种衣服内料的质地做出整改。最后,董经理站在消费者的立场上,对这件衣服作了妥善的处理,令老先生全家非常感动。

杨老先生说,你们人民商场就是我们老

百姓的商场。我随意的一封信,你们却给了我全家无限的温暖。过去、现在和将来,我们全家都是你们的忠实顾客。不仅如此,我还要就此事,在我的同事和亲朋好友中宣传你们商场,让他们都成为像我一样的“铁杆”顾客。

镜头之四： “下回买表,肯定还会找你——655102!”

商场微笑服务月的第二天,钟表柜台上来了一对母女。眼神交汇的同时,655102 号售货员热情地向她们招呼:“您好,欢迎光临。请问有什么需要为您服务的吗?”没想到,那位女士竟然朝售货员吼起来:“我要找你们领导,我花几千块钱买了只没用的手表,找你们经理过来!”

售货员仔细地询问了情况。原来,手表是前一天晚上她的先生为她选购的,当时没有上弦,晚上休息了又没有佩戴,而全自动手表就是依靠手腕的运动来上弦的,先生没有把柜台交待的手表使用注意事项转告给她。

“655102”一边耐心地解释,一边帮其调好时间,并且把手表使用的注意事项一一向她们详细交待。母女俩的脸上渐渐露出了笑容,抱歉地说:“真不好意思,是我们自己没有弄清楚。就冲着你们这种服务态度,下回买表,肯定还会找你——655102 号!”

果不其然,两天后,母女又买来了一款女孩戴的手表。

镜头之五： 了却聋哑老人的意愿

她,在当班的某天,透过玻璃橱窗无意中看到,一个高瘫老人坐在残疾车上,在超市门前朝着商场超市焦急地按喇叭,细心的她不顾刚卸完货的疲劳,三步并着两步跑出店门,上前询问老人的需要。但老人只是指指点点,原来是位聋哑老人。老人从口袋里拿出一张

折得很皱的 50 元钱和写得不很清楚的字条,又指了指超市。明白了老人的意思后,她二话没说,便一趟一趟地往返,一次又一次地换商品给老人挑选……也不知跑了多少个来回,老人终于选中了满意的商品,并朝她竖起了大拇指。直到帮老人装好货物,看到老人开着残疾车走远时,她才松了一口气。

她,就是人民大超市秦南店洗化柜促销员——相霞。

镜头之六： 一针一线缝住顾客好心情

记得有天中午,有位女士裤脚开缝了,到商场服装柜台想买条新裤子换上,趁她试穿的空当,售货员主动拿起针线帮她缝起了裤脚。顾客一连试穿了 7 条裤子,售货员却始终没有怨言。最后,顾客不好意思地对说:“真是给你添麻烦了,没有看中的款式,让你为我白忙了好一会。”售货员笑着对她说:“没事,我们常有新货上架,欢迎你下次再来。”

没过几天,那位顾客真来了,还带了几个朋友,一下子买了 3 条裤子。她们说的一句话深深触动了售货员:“其实在哪买衣服都差不多,但买一个好心情可不容易。”

镜头之七： 一份“不谋而合”的新年礼物

龙年初六,顾客袁女士给商场送去一面写着“顾客至上,服务一流”的锦旗。这个赠旗故事还得从年前说起。

袁女士有件衣服想调换,因为遗失了购物小票而不知如何是好。营业员热情地接待了袁女士,并告诉她近期有一批新款到货,可以过几天再来挑选合适的。离开柜台后,袁女士觉得还是先把衣服调换会更好,于是直接找到了部门刘经理。刘经理本着实事求是的原则办理了换衣事宜后,误以为是柜台拒绝了顾客的退货要求,便找来当班营业员进行了严厉的批评。袁女士看到营业员因为自己的缘故无端挨了批评,心里很是过意不去,于是找到了总经理室,要投诉刘经理,为营业员澄清事实真相。商场领导为素不相识的袁女士这种正直豪爽的关爱情怀深深感动,表示今后一定要改正“皂白不分”的工作作风。

随后不久,商场领导带着精心准备的礼物专程拜访了袁女士及其家人,对她的这种做法予以高度评价,并表示不仅要求当事干部深刻反省,并举一反三要求全体干部引以为鉴。袁女士非常感动地说,真没想到、这么小的事情竟然被如此重视。其实,你们今天不来,我也打算再次去拜访的,我也有份礼物要送给你们。于是,就出现了本文开头的一幕。

镜头之八、镜头之九……

记者感言——

以记者对江苏盐阜人民商场的了解,可以毫不夸张地说,他们员工的故事是“一千零一夜”也讲不完的。盐城甚至江淮大地,商场佳话不绝于耳。上列商场员工的鹤凤亮采,实在是“九牛一毛”而已。忍痛割爱的巨大的遗憾之中,记者只能用“见微知著”之类的话语聊以解嘲。

不过,细入大舍的故事总能让人刻骨铭心。如果读者能从“一滴水”中,即使尚未看见,但也能想见“飞流直下三千尺”的壮观,商场员工的这些“平凡”故事也就“价值连城”了。

企业社会责任知识讲座

理解为,一是分内应该做的事;二是没有做好分内应做的事,因而应当承担的过失。

伦理学上的“责任”,是指一个人或一个团体的资格所赋予的,并且与此相适应的从事某些活动、完成某些任务以及承担相应后果的经济的、政治的、法律的、道德的等方面的要求。与此,从内容上看,责任包括经济的、政治的、法律的、道德的责任等。

如果仅就道德责任分析,应有两个方面的含义:是一个人或一个团体在一定的道德意识支配下,对他人、团体、社会所自觉承担的责任;二是一个人或一个团体对自己行为的过失及其不良后果在道义上锁应当负的责任。前者为应尽的责任,后者为应负的责任。

如果把道德责任与其他责任相比,道德责任主要是一个人或一个团体自觉自愿承担和履行的社会道义,虽然也有一定的强制性(比如社会舆论压力),但主要还是依靠人和团体的自觉性。这和法律责任、经济责任政治责任相比,相对要宽容一些。其他责任则主要依靠强制手段才得以落实,虽然也需要一定程度的自觉性,但主要还是建立在强制性的基础上,因此,相对道德责任来说要严格的多。

第四讲 企业社会责任的“综合性”特征

究竟什么是“企业社会责任”?理论界有许多观点,或者说自从这个概念诞生以来,就一直处于不休的争论之中。本文认为,“企业社会责任”是一个含义非常广泛的概念。既有硬性的责任内容,又有软性的责任内容;既有企业内部的责任内容,又有企业外部的责任内容;既有利益相关者之间的责任内容,又有非利益相关者的责任内容。因此,对于“企业社会责任”的理解,一定要从它的整体性、综合性的意义上来理解。

总观对于企业社会责任内含的纷纷争论,概括起来不外是两个方而,一是关于企业的社会责任是否就是谋求股东利益最大化的责任?二是关于企业的社会责任就是谋求包括股东在内的诸多企业利益相关者的责任?围绕着这两个问题的争论由来已久,而且还在继续进行之中。这里集中介绍三种观点。

(一)自由经济观的“股东利益最大化”思想。

以诺贝尔经济学奖获得者密尔顿·弗里德曼为代表的自由经济主义者认为,企业的责

任只有一个,“就是在公开、自由的竞争中,充分利用资源、能量去增加利润。如果企业管理者为股东以外的利益相关者负责,而不是尽可能地为股东创造价值,那就可能彻底地破坏我们这个社会的基础了。”这实际上是反对企业承担股东以外的社会责任。

(二)社会经济观的“利益相关者的社会责任”思想。

这是与自由经济观相反的观点。最有代表性的是美国佐治大学教授阿奇·B·卡罗尔先生的观点,他认为,企业社会责任是指某一特定时期企业对组织所寄托的经济、法律、伦理和自由(慈善)的期望,包括经济责任、法律责任、伦理责任、慈善责任等,这一观点后来衍生成成为著名的“企业社会责任金字塔模型”。

(三)全球化背景下的“社会可持续发展责任观”。

这是在进入 21 世纪以来,许多国际组织先后提出的具有新的意义的企业社会责任观。在 2001 年,欧盟的有关文件把企业社会责任描述为:企业在自愿基础上,把对社会及环境的关切整合到其营运作以及与其利益相关各方的互动过程中。

到 2003 年,世界银行将企业社会责任定义为:企业为改善利益相关者的生活质量而贡献于可持续发展的一种承诺。

到 2005 年,国际雇主组织认为,企业社会责任是一种企业自愿性的措施,企业应有权决定是否在超越国家法律范围之外作出其他社会贡献。

到 2007 年,我国广东省社科院黎友焕教授提出了相对较为完善的定义:在某特定社会发展时期,企业对利益相关者应该承担的经济、法规、伦理、自愿性慈善以及其他相关的责任。

2008 年汶川大地震以后,根据国内外企业界广泛参与抗震救灾和慈善捐助活动的大爱无疆,勇于担当责任的情况,理论界又进一步提出了“超利益相关者责任”观点。本文也认为,企业社会责任不仅应包括利益相关者的经济、法规、伦理、自愿性慈善以及其他相关的责任,还应该包括全人类和自然环境在内的责任特别是在重大灾害的情况下,更应表现出人类利益无界限的责任境界。

可以看出,在进入 21 世纪以来,随着全球化的推进,人们对企业社会责任的认识进入了一个新的层次,已将本企业社会责任提升到社会可持续发展的高度来认识。