

企业社会责任信息披露动因及质量影响因素研究

孔 龙, 马 媛

(兰州财经大学 会计学院, 兰州 730020)

摘要:随着社会责任成为全社会关注的焦点,企业社会责任报告披露的数量实现了迅速的增长。研究发现,企业社会责任信息披露受到来自法律法规、政府、社会舆论、企业规模以及公众形象的力量驱动,同时,其披露的质量受到经营者社会责任意识、会计人员专业素质、计量技术的影响。因此,需制定相应的对策,以保证企业社会责任信息披露的质量。

关键词:企业;社会责任;信息披露;影响因素

中图分类号:F272.3 **文献标志码:**A **文章编号:**1672-349X(2016)05-0105-04

DOI:10.16160/j.cnki.tsxyxb.2016.05.020

A Study on the Motivation and the Quality-Influencing Factors of Information Disclosure of Corporation Social Responsibility

KONG Long, MA Yuan

(School of Accounting, Lanzhou University of Finance and Economics, Lanzhou 730020, China)

Abstract: As the social responsibility has become the focus of society, the number of CSR reports has rapidly grown. Studies show that the information disclosure of CSR is driven by laws and regulations, governments, public opinions, enterprise scale and the public images of the enterprise. Meanwhile, the quality of the information disclosure is influenced by the social responsibility awareness of the managers, the professional quality of accountants and the measurement techniques. Therefore, it is necessary to formulate the corresponding measures to ensure the quality of CSR information disclosure.

Key Words: enterprise; CSR; information disclosure; influencing factors

当前,我国正处于经济转轨的关键时期。在这样的背景下,我国政府大力倡导可持续发展,开创社会责任履行新局面,由此,企业的社会责任得到了人们的广泛关注,而人们对企业社会责任信息披露的认同和兴趣是与对企业社会责任的关注同步增长的^[1]。根据《中国企业社会责任报告白皮书(2015)》的数据显示,从 2006 年中国企业社会责任元年 to 2015 年这 10 年间,社会责任报告的总量从 32 份增长到了 1 703 份,呈现逐年递增的趋势,但其披露质量仍有待提高。那么,企业社会责任信息披露的背后动力究竟是什么? 又是什么因素影响了信息披露

的质量? 本文借鉴前人的研究成果,归纳出企业社会责任信息披露的动因以及影响信息披露质量的因素,并提出提高企业社会责任信息质量的对策。

一、社会责任信息披露的动因

企业披露大量社会责任信息,不仅有外在强制性披露的因素,也有企业自愿性披露的因素。

(一)法律法规的强制性要求

企业依照所有者或股东的期望管理公司事务,应在遵守法律和规范的前提下创造尽可能多的利润^[2]。法律的约束是企业维持生存的前提,权威机构颁布的法规和规章对企业社会行为进行管制,能

够确保一个组织自身的合法性地位,推动企业社会责任信息的强制性披露。一旦企业试图回避或对抗这些政策法规,就将面临严厉处罚与巨大损失。因此,出于对企业可持续发展的考虑,法律法规成为企业披露社会责任信息最有效的保障方式。目前,我国已出台了一系列相关的法律法规,如《上市公司社会责任指引》《关于中央企业履行社会责任的指导意见》和《上市公司环境信息披露指引》等,对信息披露要求进行严格规范,并提供了一些可操作性指导和可行的建议。

(二)政府的监管需求

政府是社会责任信息披露监管的主导力量。我国学者蔡刚和干胜道通过实证研究,逐步分析了发布社会责任报告的企业特点,提出企业履行社会责任的原因主要来自于政府,进行信息披露的企业以满足政府法律制度和证交所监管为主要目标^[3]。对于政府来说,经济的高速发展导致的一系列现实问题必须得到解决,企业社会责任建设日益重要,因此对企业社会责任信息披露提出了明确的要求和定位。对于企业来说,政治关联可使其获得生存和发展的关键资源,在提高财务业绩的同时能够很好地促进企业社会责任的履行,使企业得到综合发展^[4]。因此,企业进行社会责任信息披露以满足政府监管的需求,而政府也借此推动社会责任履行的政策导向。

(三)社会公众的诉求

社会舆论是指公众对普遍关注的社会事件或社会问题公开表达的一致意见,它对社会产生的影响力不容小觑。舆论传播速度快,传播范围广,而且信息传媒技术能够放大企业的一言一行。社会公众关注与监督企业的行为,凭借道德伦理与规范来判断企业是否对生态环境造成不良影响,是否淡漠公益慈善事业,是否有确实诚信的举动。如果企业通过披露信息获得了良好的声誉,进而取得了利益相关者的信任,那么舆论发挥着激励的引导作用,否则,一旦发生负面新闻,媒体的传播会加速企业形象的坍塌。总之,为满足社会公众的诉求,降低企业与外部的信息不对称性,缓解舆论压力,企业会严格约束自身各项行为,披露社会责任信息的动机会更加强烈,从而维持企业声誉,扩大企业的影响力。

(四)规模大的企业自愿性披露

随着社会责任意识的增强,社会责任信息披露

从最初的强制披露向自愿性披露逐渐转变,并且随着企业规模的扩大,自主披露社会责任信息的意愿会变得更加强烈。有研究表明,公司规模与自愿性信息披露水平之间存在显著的正相关性,规模较大的企业相对于小企业更重视社会责任的履行。事实上,大企业与小企业的区别在于:第一,大企业受到外界关注程度较高,更加注重打造品牌效应和信誉资本;第二,大企业为了吸引消费者和供应商等更多资源,会以更完善的管理模式与技术手段保证一定程度的信息披露,以获得更大的收益;第三,大企业在市场中具有一定的号召力,更愿意出具独立的社会责任报告彰显其模范作用,以获取竞争优势。

(五)良好公众形象的需要

良好的公众形象是现代企业重要的无形资产,不仅能为企业的日常经营带来更加稳定的收益以及潜在的资本市场,而且在遭遇困难时更有助于企业顺利渡过公关危机。因为信息不对称性的存在,好的公司为了避免被市场误认为是“柠檬”,会设法将自己与差的公司区别开来,自愿性信息披露是“好公司”常用的一种做法^[5]。因此,企业充分披露履行社会责任的信息,虽然在短期之内可能会付出一些额外成本,但长远看势必为企业带来十分丰厚的回报。通过向外界传达一种值得对其长期信赖的讯息,表明其社会贡献率较高,经营业绩优良,既能帮助企业获得较多的融资机会,又能获取良好的外在形象。

二、影响社会责任信息披露质量的因素

虽然企业披露社会责任信息的动因很多,发布的社会责任报告也随之增加,但各个企业信息披露水平不一,质量也受到多种因素的影响。

(一)经营者的社会责任意识

企业在履行社会责任及相关信息披露中所暴露出的认识和理解上的偏差,直接影响了社会责任报告的质量和效果^[6]。国外学者通过研究关于企业管理层对社会责任信息披露所持观点和态度,发现披露水平较高的企业设立了社会责任报告委员会,高度重视社会责任信息的披露。可以看出,经营者的重视程度将会直接影响到企业履行社会责任的表现,如果经营者对社会责任抱有一种强烈的责任心,那么他愿意将自然环境、消费者权益和员工福利等问题在社会责任报告里真实反映,树立企业高价值、

高成长的良好形象。相反,如果经营者对社会责任持有一种封闭、自私的态度,那么他在履行时会采取消极态度,把承担社会责任看成是对企业发展的制约,可能出现披露内容随意的状况,甚至有回避信息披露的举动。因此,企业经营者只有强化社会责任意识,持续关注相关信息的对外公布,才能促使企业对社会责任信息披露质量加以改善。

(二)会计人员的专业素质

企业进行社会责任信息披露,其披露过程始终由企业内部会计人员加以控制和总结。较低的理论水平且素质不高的会计人员,是难以做好企业理财帮手,更谈不上协助企业真实、完整、准确地反映社会责任信息的^[7]。一般而言,具备社会责任信息披露的相关知识,才能够准确核算和监督企业社会责任的实施情况。然而现有的会计人员往往是传统财务会计环境下培养出来的,已不能满足社会责任信息发展的要求,会计人员社会责任的思想偏差又极大影响着社会责任信息披露的质量,所以,对会计人员进行相关知识的培训非常重要。只有提高了会计人员自身的专业素质,加强其社会责任意识,向社会提供高质量的企业社会责任信息才能有基本保证。

(三)计量技术

目前我国关于社会责任信息的披露以文字性叙述和说明为主,以货币计量的财务数据较少。虽然有些企业对税额问题提供了较为详细的真实数据,但对社区关爱、公益项目的捐资和环境污染的预防治理等只泛泛而谈,定量数据零散分布。比如对环境保护与资源节约问题,样本企业对其重要性进行了大篇幅的说明,但针对自身生态环境保护社会责任的履行情况仅仅进行描述性披露,而且可检验的量化信息以及各种具体指标在企业的社会责任报告中也不充分。宋献中、龚明晓认为货币化的社会责任信息本身能被验证,可以直接反映社会责任活动,此类信息被认为披露水平较高^[8]。社会责任自身的特点决定了有些社会责任项目是无法进行(至少是目前无法进行)会计计量的,但是这些信息又是至关重要的^[9]。因此对于企业披露的社会责任情况,如果可以用统计分析或数据证明,应优先采用量化处理并精确反映,对于确实无法进行量化的,再通过文字表述的形式进行披露,这样才能够确保社会责任报告的客观性和可比性。

三、提高企业社会责任信息披露质量的对策

针对目前企业披露社会责任信息的动机以及存在的影响信息质量的因素,提出以下对策,以提高信息的真实、完整和可比性。

(一)强化经营者的社会责任意识

加强社会责任的宣传,促使企业将社会责任逐渐上升到信念的高度,将社会责任融入到企业文化的建设中去,让企业逐渐自觉地意识到自己不仅是一个自主经营、自负盈亏的经济实体,而且自身的社会贡献也会对整个社会产生影响。政府需要对积极履行社会责任的企业予以表彰和奖励,促使企业发挥主观能动性披露社会责任信息;对忽视社会责任工作的企业给予通报批评,使其深刻认识到社会责任信息披露的义务与责任,让经营者相信企业对社会责任的履行与企业的经济效益和良好的公众形象密切相关。

(二)开展企业社会责任的教育和培训

一些机构积极开展了企业社会责任(报告)的教育和培训,对会计人员从思想上加以教育,从职业道德上加以规范,引导其规范地报告企业社会责任。如中国社会科学院2013年发布《中国企业社会责任系列教材》,开启“分享责任——中国企业社会责任公益讲堂”,成为中国企业社会责任事业的专业人才培养基地^[10]。商道纵横举办的2015年企业社会责任报告G4认证培训中,不同企业相关负责人彼此分享和交流自己在编制企业社会责任报告中的经验,深刻认识到社会责任报告不仅可用于向公众及媒体交代企业发展情况,而且可作为企业的管理工具,用于分析企业的优势、劣势、挑战及风险,为企业的战略制定提供依据。

(三)增加社会责任报告中的定量信息

披露社会责任信息是为企业经营者提供有利于企业发展决策的相关社会责任信息。空洞的描述性披露增加了企业经营者对社会责任信息使用的难度,甚至无法利用社会责任报告真实传递企业在履行社会责任方面的具体措施及其效果。所以在社会责任报告中,定性信息应与定量信息并存,尽量以定量信息为主。通过明确社会责任指标的口径及计量方法提高社会责任信息的可靠性,采用绝对数据和

比例数据进行横向比较和纵向比较来增强披露信息的可比性。

(四)加强与利益相关方的沟通

与利益相关方建立良好的关系,可以帮助企业获得竞争优势,进而增加企业的财务回报。首先,建立良好的资源共享平台,比如鼓励国内一些领先的企业社会责任咨询机构创建企业可持续发展报告官方资源中心,通过网络平台信息共享的方式为利益相关方了解企业信息带来便利,同时方便企业与他们进行深入地沟通和交流。其次,企业应主动邀请利益相关方代表,探讨社会责任信息披露的重点内容和核心议题。最后,企业要多多听取利益相关方的意见和建议,并在信息披露中予以相应的回应,从根本上满足他们的期望,以使披露的信息更有意义。

四、结语

在社会责任备受关注的今天,企业不仅因外界因素的强制压力被迫披露社会责任信息,而且自身主动披露的意愿更加强烈,这使得企业社会责任报告披露数量迅猛增长。但社会各界对企业社会责任信息的要求早已超过以往的披露水平,企业不得不时刻关注影响其披露质量的各个因素。为此,企业需不断强化社会责任意识,通过提高会计人员自身的专业素质、改善计量技术、与利益相关方多加沟通等方式和途径,将企业社会责任信息的披露水平上升到一个新的高度,使履行社会责任转化为企业持续健康发展的动力。

参考文献:

- [1] Gray Rob. The social accounting project and accounting organizations and society[J]. Accounting, Organizations and Society, 2002(27): 687 - 708.
- [2] 史际春,肖竹,冯辉. 论公司社会责任:法律义务、道德责任及其他[J]. 首都师范大学学报:社会科学版, 2008(2): 44 - 56.
- [3] 蔡刚,干胜道. 公司社会责任信息披露主体特征研究——以四川省上市公司为例[J]. 科学经济社会, 2010(2): 67 - 70.
- [4] 孔龙,李蕊. 政治关联、财务绩效与企业社会责任的相互关系研究——以我国食品饮料行业为例[J]. 北京交通大学学报, 2015, 14(3): 58 - 66.
- [5] 沈洪涛. 公司特征与公司社会责任信息披露——来自我国上市公司的经验证据[J]. 会计研究, 2007(3): 11 - 18.
- [6] 毛洪涛,张正勇. 我国企业社会责任信息披露的现状分析及对策思考[J]. 会计之友(下旬刊), 2010(2): 91 - 93.
- [7] 阳秋林,陈秀梅. 我国实施社会责任会计的难点分析和对策[J]. 南华大学学报:社会科学版, 2004, 5(2): 27 - 30.
- [8] 宋献中,龚明晓. 公司会计年报中社会责任信息的价值研究——基于内容的专家问卷分析[J]. 管理世界, 2006(12): 112 - 118.
- [9] 黎精明. 关于我国企业社会责任会计信息披露问题的研究[J]. 武汉科技大学学报:社会科学版, 2004(3): 12 - 17.
- [10] 杨汉明,吴丹红. 企业社会责任信息披露的制度动因及路径选择——基于“制度同形”的分析框架[J]. 中南财经政法大学学报, 2015(1): 56 - 63.

(责任编辑:李秀荣)

(上接第 104 页)

- [4] 刘刚. 动态组织能力与企业组织的创新和演进[J]. 南开学报, 2006(6): 12 - 15.
- [5] 丁德明,茅宁,廖飞. 组织惯性、激励机制与新型企业的治理实践[J]. 经济管理, 2007(5): 33 - 35.

- [6] 邱国栋. 基于系统动力视角的企业动态能力研究[J]. 财经问题研究, 2008(4): 98 - 104.
- [7] 陆国庆. 论产业演进的系统动力机理[J]. 江汉论坛, 2002(4): 13 - 15.

(责任编辑:夏玉玲)