

浅析企业社会责任信息质量及其影响因素

钱美琴

(安徽经济管理学院 合肥 230051)

【摘要】 企业社会责任信息是反映企业社会责任理念及其履行社会责任情况的信息,其质量高低直接决定了社会责任信息的决策价值。本文试图分析社会责任信息质量特征,探讨社会责任信息质量的影响因素。

【关键词】 企业社会责任 社会责任信息质量 影响因素

一、企业社会责任信息的内涵

随着社会责任理论不断发展,企业利益相关者对社会责任信息的需求不断增强,理论界对社会责任信息的研究也不断深入。企业社会责任信息是反映企业社会责任理念及其履行社会责任情况的信息,其本质是利益相关者知情权的体现。

综观国内外研究,笔者认为,企业社会责任信息应从动态的角度进行界定,不仅要包括环境、社区、人力资源和产品等方面的信息,还应当包括企业经济性信息、与股东关系的信息、公司治理(包含社会责任治理)信息、企业供应链管理信息;不仅要包括历史信息的总结,还应当包括企业社会责任的绩效分析和中长期规划。社会责任信息要随着社会的发展而不断变化,要符合时代的要求,其内容也应不断创新。

型投资带来利益共享(各占50%),更高的价格意味着更高的市场容量; $(I_A, D)=(100, 0)$, 计算同式二; $(D, I_B)=(0, 100)$, 计算同式三; $(D, D)=(75, 75)$, 计算同式四,策略互补应变型投资带来利益共享(各占50%),纳什均衡解是 $(I_A, I_B)=(73, 73)^*$ 。

②当需求低时($V^-=60$):

$(I_A, I_B)=(-2.5, -2.5)$, 市场价值变大并共享, $I_A=I_B=1/2 \times 5/4 \times V - 40 = -2.5$, 计算同式五; $(I_A, D)=(-20, 0)$, 计算同式六; $(D, I_B)=(0, -20)$, 计算同式七; $(D, D)=(10.1, 10.1)$, 计算同式八,期权价值是共享的,纳什均衡解是 $(D, D)=(10.1, 10.1)^*$ 。

③归纳①和②,企业在 $T=0$ 时, $NPV^* = -30 + [P \times 73 + (1-P) \times 10.1] / (1+r) = 2.6$,应变型投资带来策略性优势,战略互补带来更大的市场价值。

(4)竞争者的行动是战略替代应变型投资。

①当需求高时($V^+=180$):

$(I_A, I_B)=(50, 50)$, 计算同式一; $(I_A, D)=(100, 0)$, 计算同式二; $(D, I_B)=(0, 100)$, 计算同式三; $(D, D)=(52.9, 52.9)$, $I_A=I_B=[P \max(1/2 \times V^{++} - 1/2 \times I_2, 0) + (1-P) \max(1/2 \times V^+ - 1/2 \times I_2, 0)] / (1+r) = 52.9$, 纳什均衡解是 $(I_A, I_B)=(50, 50)^*$ 。

②当需求低时($V^-=60$):

$(I_A, I_B)=(-10, -10)$, 计算同式五; $(I_A, D)=(-20, 0)$,

二、企业社会责任信息质量及其特征分析

1. 企业社会责任信息质量。社会责任信息质量是指社会责任信息满足信息使用者需求的特征总和。现行的社会责任信息质量研究主要是采用指数分析法、三值打分法和内容分析法来判断社会责任信息质量的高低。事实上,社会责任信息质量很难通过技术手段进行量化,只能从信息本身的角度出发,看其是否与决策相关、是否真实可靠、是否可比等等。换言之,具有与决策相关、真实、可靠及可比等特征的信息就是高质量的社会责任信息。这种据以判断社会责任信息质量高低的标准,称之为社会责任信息质量特征。

2. 企业社会责任信息质量特征界定。企业社会责任信息质量特征就是对社会责任信息应具有的质量标准所作的具体

计算同式六; $(D, I_B)=(0, -20)$, 计算同式七; $(D, D)=(5.1, 5.1)$, 计算同式八,期权价值是共享的,纳什均衡解是 $(I_A, I_B)=(D, D)=(5.1, 5.1)^*$ 。

③归纳①和②,企业在 $T=0$ 时, $NPV^* = -30 + [P \times 50 + (1-P) \times 5.1] / (1+r) = -8.6$, 战略替代应变型投资利益被竞争者分享,说明投资并不具有竞争优势。

很明显,战略互动在不确定性情况下影响了投资决策,标准的净现值投资决策中应该引入战略价值和灵活性价值要素。总体来说,战略投资的净现值受到两个主要效应(灵活性效应和战略互动效应)的影响,故决策时必须做出权衡。

【注】 本文系国家自然科学基金(编号:70471066)和上海市重点学科项目“投资者行为规律与行为模型研究”(项目编号:T0502)阶段性成果。

主要参考文献

1. 洪开荣. 期权博弈评价理论. 武汉: 武汉大学出版社, 2007
2. 周焯华. 实物期权存在的问题及其前沿述评. 重庆大学学报(自然科学版), 2005; 11
3. 陈君宁, 许团次. 基于实物期权的IT投资机会分析与价值评估. 评价与预测, 2004; 12
4. 石杰, 赵睿. 实物期权研究的回顾. 北京工商大学学报(社会科学版), 2008; 1

描述或要求,也是对社会责任信息质量进行评判的最基本的依据。社会责任信息作为企业信息系统的—部分,与传统会计信息相比有其特殊性,要理解社会责任信息质量特征,就需要从两个方面进行把握:一是社会责任信息内容质量特征,企业依据与信息使用者的决策内容相关的要求,约束社会责任信息应披露哪些内容,是对社会责任信息的内容的规定;二是社会责任信息披露质量特征,企业披露的信息内容应当可靠,所披露的信息应当能用于跨时间和跨机构的分析比较,所提供的信息应当准确、可靠,能供决策之用。同样重要的是,披露的信息应当以公正的、没有偏见的方式进行表述。

(1)相关性。Chambers(1955)是最早强调信息相关性的会计学家。Shwayde(1968)认为相关性概念是一种独立于计量过程的特征。美国财务会计概念公告第2号(SFAC No.2)中将相关性解释为“信息要满足相关性的标准,它必须能对它所促成的活动或预期产生的结果施加影响或与之有效地联系在一起。这就要求信息或传递信息的活动应对拟进行的活动施加影响”。因此,相关性是指信息通过改变或证实管理人员关于活动或事项的后果预测来影响他们决策的能力。

如果某个信息能改变或影响决策,则它具有相关性。企业社会责任信息是否具有相关性主要是从决策者角度进行判断。决策者是指企业社会责任信息的使用者(或称为企业的利益相关者),主要包括股东、员工、政府、供应商、社会公众等,他们所关注的社会责任信息包括企业社会责任理念、社会责任治理及社会责任活动绩效、有关社会责任的中长期规划、股东的责任、对环境的责任、对员工的责任、对客户的责任、对社区的责任和对供应链的管理状况等。对于相关性,决策者不仅要求社会责任信息具有预测价值、反馈价值,而且还要求信息能得到及时的传送。

(2)可靠性。可靠性是指信息应合理,能够真实反映它意欲反映的。美国财务会计准则委员会认为,一个指标的可靠性应以真实地反映它意欲反映的情况为基础,同时通过核实向用户保证它具有这种反映情况的能力。企业社会责任信息的可靠性是指信息应该能够真实反映企业与社会、经济、环境有关的各种情况。

社会责任信息的可靠性特征与传统会计信息的可靠性特征是有区别的。会计信息的可靠性是依据会计准则,严格按照经济业务的实际发生情况和交易价格确定信息的内容和数量。社会责任信息的可靠性主要强调的是事实,它主要是从信息产生的程序、与其他信息的相互验证性以及第三方对信息的审核验证等方面确保其可靠性。无论是收集和提供信息的人员还是审核验证的审计人员,都应该遵循这样的原则。

(3)中立性。中立性是在信息使用者多元化情况下信息所必须具备的质量特征。企业在选择和表述信息时,应当避免偏见,努力以不偏不倚的形式进行表述。这与会计信息要综合考虑相关者各方的利益的中立性是有区别的。笔者认为,决策者关心的信息内容应在相关性中体现,而此处的中立性更强调社会责任信息披露的表现,就是既披露正面信息,也披露负面信息,而不是有选择地披露正面信息。就企业社会责任而言,

信息使用者对负面信息的关注有时会大大超过正面信息。

(4)可比性。在韦伯斯特词典中,可比性被解释为“能予以比较的属性”,它能够使信息使用者从两组反映同性质情况的数据中区别其异同。可比性是以一致性为基础的,主要体现在其横向可比性与纵向可比性上。横向可比性是指同一时期不同企业之间性质相同信息的比较,纵向可比性是指同一企业不同时期性质相同信息的比较。社会责任信息的可比性是指企业社会责任业绩信息不但能与前期相比较,而且可以和其他机构相比较,使企业内外部有关各方得以考核其业绩,进而支持评级活动、投资决策和其他活动的开展。对企业社会责任业绩信息可比性的判断有赖于对会计准则和制度的评价以及对企业的遵循性评价。

(5)可理解性。可理解性也叫明晰性,指信息的描述方式、详细程度恰到好处,能够为信息使用者所理解。不能被理解的信息对决策者来说是无用的。企业有义务不断了解利益相关者的背景 and 不同需要,尽可能多地为信息使用者提供信息,而且保证信息的详细程度恰到好处。信息能否被理解取决于信息使用者的理解能力和信息本身的清晰度。因此,可理解性涉及两个方面:一是信息本身的清晰度,二是信息使用者的理解能力。对于信息本身,可理解性要求企业提供的社会责任信息清晰、明了;对于信息使用者的理解能力,可理解性要求信息使用者具有一定的专业知识和判断能力。在社会责任信息质量特征分析中,我们更多关注信息本身,只要没有过于高深的专业术语,或对相关专业术语进行了解释,或在适当的地方提供了清晰的图表,就应当认为该信息是可理解的。

(6)准确性。准确性是指所披露的社会责任信息应达到一定的高精确率和低错误率,使信息使用者有信心依此进行决策。经济、环境和社会指标可以通过很多方式表示,从定性的反映到详尽的定量描述都可以应用。决定信息准确性的特征因信息性质而异。一方面,定性信息的准确性在很大程度上取决于表述的清晰、完整和平衡程度。另一方面,定量信息的准确性可能取决于从很多业务部门收集数据的具体抽样方式。社会责任信息应当精确到什么程度,在一定程度上取决于对信息的使用意图以及不同信息的具体收集状况,有些决策要求所披露的信息具有相对较高的准确性。当然,这种准确性并不是要求社会责任信息应当绝对准确,而是要求对社会责任信息进行准确定位,只能采用定性披露的,应当表述得清晰、明了,应当采用定量描述的就必须要要有定量描述。准确性有助于提高社会责任信息的可信度,也使社会责任信息易于为信息使用者所接受。

三、企业社会责任信息质量影响因素分析

企业社会责任信息作为企业对外披露的信息是有一定经济后果的,是相关决策者进行决策的重要依据之一。社会责任信息质量直接关系到利益相关者的决策。企业社会责任信息质量的高低是由众多因素影响和决定的,主要包括外部因素和内部因素。

1. 外部因素。

(1)社会责任理论的完善程度。社会责任理论的完善程度

是影响企业社会责任信息质量的关键因素。社会责任信息质量能否满足信息使用者的需求,在很大程度上受到社会责任理论能否合理界定、解释并提供信息质量特征的制约。理论上无法解决的问题在实践中必然受到限制。早在1980年,英国会计准则筹划委员会(ASSC)出版了《公司报告》一书,鼓励企业编制社会责任报告,即在传统的财务报表之外,还需编制增值报告、就业报告、公司前景表、公司目标表等一系列社会报告,以满足股东以外的关心企业的社会各界信息使用者的需求。1982年,国际会计与报告准则专家小组(GEISA)提出了《联合国跨国公司行为准则草案》,该草案就有关企业社会责任信息披露问题提出了较广泛的建议,在建议中要求跨国公司提供财务和非财务方面的诸多信息。1987年,欧洲财经会计联合会发表的研究报告建议企业应披露企业的社会责任信息。但到目前为止,社会责任理论研究还停留在对社会责任定义及内容、社会责任信息披露的影响因素和披露模式以及社会责任信息披露的数量等方面的探讨上,缺乏对社会责任信息质量的规范性研究。由于缺少对社会责任信息披露的理论指导,就使得已披露的社会责任信息随意性很大,信息质量水平低,没有或者只有很低的决策价值。

完善社会责任理论,有利于从理论上引导信息使用者对社会责任信息的需求,增加社会责任信息的供给,提高社会责任信息决策价值,建立一套完善的社会责任信息披露机制,为披露高质量的社会责任信息提供保障。

(2)政府监管。政府监管是指政府对社会责任信息披露的干预,包括对信息的供求关系、披露要求、信息质量以及表现形式的监督和管理。通过强制性信息披露以及法律法规等强有力的保障,政府监管部门对企业及其内部人进行强制性制度安排。政府监管的目的是使强制性信息披露得以实现,缩小企业社会责任信息供给与投资者信息需求之间的差距,实现公平与效率的最佳结合。通过政府监管可以弥补社会责任信息作为公共物品所带来的缺陷,一方面控制社会责任信息的产生过程,保证信息质量;另一方面通过实践总结,促进社会责任信息披露准则的改进、完善和标准化,提高社会责任信息披露质量。

(3)非政府组织的“软法”监管。非政府组织近年来已成为全球社会政治的一个重要组成部分,是除了政府与市场之外解决社会事务和推动社会进步的第三力量,如全球报告倡议组织、社会和伦理责任协会、挪威船级社等。非政府组织是一类特殊的社会组织,它们通过发表报告、支持人类社会发展等活动影响政府、影响市场,号召社会公众支持进而加入到创建和谐社会的行列中,一同践行社会责任。非政府组织对社会责任信息质量的影响,主要是通过社会责任信息披露的“软法”实现。

“软法”指原则上没有法律约束力但有实际效力的行为规则,包括宣言、决议、守则、准则、标准等,并在制定主体、产生方式、表现形式、适用范围等方面区别于道德、习惯、潜规则、法理、政策和行政命令。在企业社会责任领域,由非政府组织制定的各种标准和守则等已成为其主要的规范渊源之一。其

中,全球报告倡议组织发布的《可持续发展报告指南》以及社会和伦理责任协会制定的AA1000鉴证标准试图从社会责任信息的发布和社会责任信息的鉴证两个方面提高社会责任信息质量。

2. 内部因素。

(1)公司治理结构。公司治理是现代企业制度的核心。布莱尔(1999)认为,公司治理可以被归纳为一种法律、文化和制度性安排的有机整合。这一整合将决定上市公司可以做什么、谁来控制它们、这种控制是如何进行的、它们从事的活动所产生的风险与回报是如何分配的。公司治理作为社会责任信息披露的微观环境,在很大程度上会影响社会责任信息的质量,有效的公司治理结构有助于社会责任信息质量的提高。2002年我国颁布的《上市公司治理准则》明确规定上市公司应严格按照法律、法规和公司章程的规定,真实、准确、完整、及时地披露信息;上市公司除按照强制性规定披露信息外,还应主动、及时地披露所有可能对股东和其他利益相关者决策产生实质性影响的信息,并保证所有股东有平等的机会获得信息。Eng和Mak(2003)考察了在新加坡上市的158家上市公司不同所有权结构和董事会构成对公司自愿性信息披露的影响,研究显示公司治理程度与上市公司信息披露存在明显的正相关关系。更多的实践也证明:不完善的公司治理是所有问题产生的重要根源,同时也无法保证社会责任信息的高质量。

(2)社会责任信息披露成本。社会责任信息披露成本是指企业为进行社会责任信息披露而可能发生的一切支出项目,以及由于某一披露行为可能为企业带来的损失(机会成本)。企业社会责任信息披露行为往往是信息需求和信息供给共同作用的结果,但披露的信息质量会受到披露信息成本的很大影响。

一般来说,社会责任信息质量与其披露成本成正相关关系。每一个企业都是理性经济人,根据经济学原理,只有当企业从社会责任信息披露行为中所获取的收益大于其披露成本时,企业才会主动进行信息披露。当企业想提高信息质量时,企业就需要建立更加完善的信息系统,提高信息获取能力及加工能力,这无疑会提高信息披露成本;当企业认为提高信息质量不能给企业带来超额收益时,企业就会选择放弃提高信息质量。

值得一提的是,利益相关者对社会责任信息质量的要求不是一成不变的,而是不断变化的。随着企业社会责任理论的不完善,企业提供的社会责任信息质量也将越来越高。

主要参考文献

1. 葛家澍,林志军.现代西方会计理论.厦门:厦门大学出版社,2006
2. 李正,向锐.中国企业社会责任信息披露的内容界定、计量方法和现状研究.会计研究,2007;7
3. 马连福,赵颖.上市公司社会责任信息披露影响因素研究.证券市场导报,2007;3
4. M.布莱尔著.张荣刚译.所有权与控制——面向21世纪的公司治理探索.北京:中国社会科学出版社,1999