

企业自愿披露社会报告的风险与成本

暨南大学管理学院 龚明晓 宋献中(博士生导师)

【摘要】 本文在对现有文献的调查数据进行再分析的基础上,讨论了企业自愿披露社会报告的风险,并得出结论,即企业在进行社会报告披露时面临着各种风险,需要花费大量的成本,因而企业可能会选择不披露社会报告。

【关键词】 文献分析法 企业社会报告 风险 成本 收益

一、企业自愿披露社会报告的风险

1.招致额外批评的风险。Jenny Dawkins的调查显示:公众对企业社会责任方面的期望高于企业自身。70%的一般公众认为企业没有对它们的社会责任给予足够的重视,而企业的管理层中持有这一观点的比例仅是43%。这种期望的差异会因为企业的社会报告而在利益相关者的心目中得到进一步的确认,甚至是放大。而且,这种认识的存在会导致信息使用者对企业的正面报告产生不信任,认为企业社会报告仅仅是企业的广告或公关策略。所以,调查显示关键利益相关者对企业的社会报告不满意就不足为奇了。63%的企业认为自身的环境、社会和可持续绩效的报告质量是好的,而只有32%的分析师、28%的投资者和20%的记者认为是好的。因此,

度、有效的治理结构加上适当的激励约束机制是处理所有者财务与经营者财务的基点。

从所有者财务与企业的利益相关者的关系来看,应明确提出所有者财务并非必然损害其他利益主体的利益。笔者认为,企业是一个由相关利益者签订的契约结点。利益相关者追求的是固定或相对固定的收益,而所有者追求的利益是不能事先确定的,或者说所有者追求的是剩余收益,拥有企业的控制权会带来利益,但这种“控制权私有利益”要受到法律法规、合同、公司章程等的约束。

财务控制权在所有者和经营者之间存在一个划分问题。权利划分合理、制衡有效,企业财务决策就会有效,财务资源的配置也会有效。企业财务战略的实施、企业筹资、投资分配决策等这些引导企业财务资源流动和配置的各种举措,都依赖于所有者与经营者财务管理职能的有效发挥。因此,合理确定所有者财务与经营者财务的边界具有重要的理论意义与实际价值。回避所有者财务将导致经营者侵犯所有者利益,致使资本大量流失;而无视经营者财务,将使大股东侵犯利益相关者的利益。

3.树立财务主体二元性观念的现实意义。提出财务主体二元性的目的在于,一方面,要转换企业的运行机制,建立现代企业制度,确立企业的财务主体地位;另一方面,要明晰国有企业产权,确立对企业的投资公司,即确立所有者财务主体。笔者认为,经营者财务与企业财务可视为同义词,也就是

如果在公众已经感觉不好的情况下,披露负面信息将使公众的感觉得到确认,从而造成其对企业社会责任履行情况的不满;即使披露正面的信息,企业社会报告的质量仍会招致怀疑和非议。

2.无法满足利益相关者预期的风险。有研究发现,一般公众对企业的社会责任关心程度很低,公众对企业社会报告的需求是一种被动的需求。这种信息的实际需求在企业供给不足的情况下完全由供给决定。即对公众而言,如果有企业发布无偿的社会报告信息,那么在决策时可以采用,如果没有也不会花费成本去获取。而且80%的英国民众认为企业应该在社会责任的信息披露方面投入资金,无论其是否有在社会

说,经营者与所有者同为财务主体,所有者具有财务决策权、调节控制权,而不仅仅是分配权。

大量的事实已经证明,所有者与经营者追求的财务目标存在着重大差异,因此所有者财务对于国家以所有者身份加强国有资本管理,对于现代企业构建有效的法人治理结构、保护股东的合法利益具有十分重要的理论价值和实践意义。多年来,由于我国理论界没有认识到这一点,没有遵循所有者财务活动规律,导致大量国有资本流失的教训告诉我们:两权分离导致财务主体出现二元化特征是必然的,必须重视对所有者财务与经营者财务关系的处理。

目前,我国企业尤其是国有企业,效益低下,财务运营效果很不理想。从企业财务源头上分析主要在于企业所有者在企业的产权关系、内部组织、机制的安排设计,而不仅仅在于经营者。如果将治理的办法仅着眼于经营者的层次,难以达到根治的目的。只有明确所有者的主导地位并用制度约束、激励约束使其发挥最大正向作用,明确财务责任,并强化财务约束,才有可能从根本上解决我国企业财务管理上存在的种种问题。

主要参考文献

①千胜道.两权分离与财务主体的二元性研究.财会月刊,2002;A4

②王跃武.论财务主体一元性与财权主体多元性.财会月刊(会计),2005;10

很高,但对企业的社会责任行为却并没有那么高的热情。企业如果披露社会报告,就增加了公众在做购买决策时要考虑的因素,而企业通常不能确定这种决策是否有利于消费者最终选择自己的产品。但是,企业能够确定的是本期披露的社会责任履行情况一定是公众下期期望的底线,因为披露使得信息使用者关注,而且提醒他们关注报告没有披露的社会问题,尤其那些可能会带来负面的影响。

3.关系损害的风险。不同的利益相关者对企业有不同的利益要求,其对社会报告信息的内容和质量要求也会不同。Jenny Dawkins的数据明显揭示出不同利益相关者的差距。满足所有人的需求对企业来说是个巨大的挑战。严重的是,在利益相关者之间存在利益冲突的情况下,企业的一项披露可能会招致另一个利益相关者的不满。企业在这两种风险考虑下,最终选择不披露。

4.面临难以解决的社会问题的风险。企业处于社会环境中,每天都会面临各种各样的社会问题。一些特殊的社会心理和现象可能也会使得企业在报告社会责任履行情况时非常谨慎。比如,目前我国贫富差距很大,社会上存在一种仇富心态,人们质疑财富集中的过程是否透明、公平。富裕的企业和个人都害怕“露富”。因此,企业的社会捐赠和慈善事业可能给人留下“很有钱”的印象,从而受到极端分子的嫉恨或者社会上贫困的无赖的骚扰,从而导致企业的生产、财产乃至员工生命等的安全受到威胁。

二、企业自愿披露社会报告的成本

自愿性披露与强制性报告在成本上还存在较大的差异,主要有以下成本会阻碍企业自愿披露社会报告:

1.因为利益相关者众多,企业在每次披露社会报告之前都需要全面分析利益相关者,清楚地确定关键的利益相关者,即社会报告的关键使用对象,通过意见反馈进一步评估他们的信息需求,并权衡其他利益相关者的利益冲突,最终确定披露的内容和程度。

2.因为企业面临的社会问题很多,不同的社会问题需要不同的计量和报告,不同的社会环境也要进行不同的分析。

3.考虑到不同的受众,社会报告所需采用的专用术语、措辞等也需要费尽心思。这和有着明确的会计准则限定的财务会计报告明显不同。

4.互联网的广泛使用虽然可以降低一些社会报告的披露成本,但是要想获得好的效果,其他途径仍然是必要的。如报纸等媒体以及利益相关者会议等方式对即时反馈有很大的帮助。但是,这一切都需要花费很大成本。

5.为保证社会报告的可靠性,社会报告的内、外部审计也必不可少,而社会审计的难度也是财务会计审计所不能比拟的。

三、企业自愿披露社会报告的收益不确定

与风险成本相比,企业自愿披露社会报告的收益则是微乎其微,而且存在不确定性。至今还没有证据显示企业披露社会报告一定会给企业带来经济利益。

1.企业社会报告对投资者的价值。根据Hansen和Hill的机构近视理论,机构投资者因为其考核的基础是年度业绩指标

或者更短的季度业绩指标因而比一般的个人投资者更为短视。企业社会责任的好处在于企业的可持续发展,在于更为长远的利益,而对长远利益的忽视,自然会体现在对社会报告的忽视。虽然调查显示,机构投资者对企业的社会报告质量不满意(只有28%的认为信息质量好),但是还是有59%的机构投资者认为在判断一个企业时,其社会责任并不重要。企业提高社会表现并不影响机构投资者,社会表现与机构持股比例没有显著相关关系。

Teoh和Shiu于1990年对机构投资者对社会责任信息来源的态度进行了检验,发现机构投资者并不是按照常规报表中关于社会责任的陈述的基础做出他们的投资决策的,如果社会责任信息是量化,那么他们会关注社会责任信息,在通常情况下,他们更愿意将注意力放在特别的社会问题上,并且是从非利益团体那里获得。所以,对于机构投资者来说,企业自愿披露的社会责任报告通常并没有什么决策价值。

2.企业社会报告对社会公众的价值。一般公众很少被企业作为社会报告的主要目标,但是研究表明公众使用消费者的“投票权”(购买决策)表达意愿的趋势在增加。社会报告对于公众的价值在不同的社会环境下有不同的体现,公众的对社会报告的理解程度、使用能力、消费文化特征也影响社会报告的价值。在消费者关注的企业社会责任的信息中,产品本身的标签标识、电视、杂志媒体公布的信息更符合消费者的需求,而不是专门的社会报告或者其他综合性的年报。尽管公众使用者目前并没有使用社会报告的信息进行购买决策,但是对于沟通的需要,社会报告也应有其独特的价值,这部分的公共关系价值高于决策信息价值。企业虽然有此认识,但是公共关系价值正如无形资产的价值一样不确定。

3.企业社会报告对其他利益相关者的价值。其他利益相关者利用企业社会报告做出决策在近年有增加的趋势,但并没有那么大的范围,少数企业在选择供应商时考虑企业社会责任的履行情况,但是没有证据表明这些企业仅仅是依赖了企业自己报出的社会报告而做出选择。一些权威机构的社会责任认证(如SA8000、ISO14000等认证)在这种情况下往往起到关键的作用。除客户、供应商等利益相关者以外,社区、政府等利益相关者对社会报告的需求相对没有那么高,他们更在意企业采取何种更为贴近和专门的沟通方式,企业社会报告的公共关系价值特征更为明显。

利益相关者对企业社会报告的需求、期望会因为企业的供给而变化,但是随着社会的发展,需求可能会呈扩大的趋势。企业披露社会报告时面临的风险、承担的成本以及可能的收益,会因为社会环境、利益相关者的不同而有不同表现。总的来说,企业现阶段自愿披露社会报告还是非常谨慎的。

主要参考文献

①Jenny Dawkins. Corporate responsibility: The Communication Challenge. Journal of Communication Management. Henry Stewart Publications, 2004

②Michael Littlechild. The Reporting Dilemma. European Business Forum, 2003/2004