



社会责任会计涵义研究



湖南衡阳 李冬生 阳秋林

随着市场经济的确立和发展,我国经济已逐步融于世界经济之中。与此同时,日益激烈的竞争给社会带来了许多负面影响,如环境污染、伪劣产品销售、做假账、偷税漏税、工作条件恶劣、职工生活无保障等。如何在我国经济快速发展的同时,消除这些负面影响,成为当今会计学者研究的一个重要课题。会计的职能是对经济进行反映和监督,因此必将要求在传统会计模式的基础上建立一种新型的会计模式——社会责任会计。可以预言,社会责任会计是走向 21 世纪的现代会计。在此,本文只探讨企业社会责任的涵义并对有关社会责任会计涵义的不同观点进行评述。

一、企业社会责任的涵义

企业社会责任一直受到关注,最初的企业社会责任就是追求利润最大化。正如经济学家 Milton Friedman 所认为的:“在一个自由社会,公司组织所承担的社会责任仅仅只有一个,即在从事公开的、自由的和无欺诈的竞争游戏规则下,使用自己的资源从事旨在实现公司股东利益的行为。”

而“企业社会责任”这个概念最早于 1924 年由美国的谢尔顿提出。谢尔顿把企业社会责任与企业经营者满足企业内外各种人的需要的责任联系起来,认为企业社会责任含有道德因素,这种崭新的哲学思想主张企业经营战略应对社区提供有利于增进社区利益的服务,社会利益作为一项衡量尺度,远远高于企业的盈利。

英国产业联合会总干事班汉姆爵士指出,公司经营者的首要责任是确保公司成为良好的法人市民。不仅要照料好那些与公司具有直接利益关系的股东、职工、客户和供应商,而且要照料好最广泛意义上的社会公众和环境。

世界银行把企业社会责任定义为:企业与关键利益相关者的关系、价值观、遵纪守法以及尊重人、社区和环境有关的政策和实践的集合,它是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。

欧盟则把企业社会责任定义为:公司在资源的基础上把社会和环境整合到它们的经营运作以及与其利益相关者的互动中。

Business for Social Responsibility 是美国权威的帮助会员企业实施社会责任战略进而实现商业成功的组织。它这样定义企业社会责任:通过尊崇伦理价值以及对人、社区和自然环境的尊重,实现商业的成功。

赵琼(2004)认为,企业社会责任是一个整体概念,它既包括基本的社会责任,也包括高层次的社会责任。企业最基本的社会责任是企业的法律责任,包括遵守国家的各项法律,

不违背商业道德。企业高层次的社会责任是企业对社区和环境的保护、对社会公益事业的支持和捐助。

就定义而言,目前国际上对企业社会责任仍没有统一的定义。笔者将其定义为:企业追求有利于社会的长远目标的一种义务,它超越了法律和经济所要求的义务。具体来说,企业社会责任就是企业在创造利润、对所有者利益负责的同时,还要承担对员工、消费者、社区和环境的社会责任,包括遵守商业道德、保障生产安全和职业健康、保护劳动者的合法权益、保护环境、支持慈善事业、参与社会公益活动、保护弱势群体等等。定义企业社会责任应把握以下几个方面:

1. 企业社会责任有广义和狭义之分。广义的企业社会责任包括法定责任和道德责任。法定方面的企业社会责任是指由法律、行政法规明文规定的企业应当承担的对社会的责任。如《环境保护法》规定排污者要承担污染治理和缴纳排污费的责任等。如果企业违反法定的社会责任,就应当承担相应的法律后果。道德方面的企业社会责任是指虽然没有法律的规定,但企业为了在消费者心目中保持良好的形象而承担的对社会的责任。道德责任一般不能以强制手段保障其履行。道德方面的企业社会责任是法定方面的企业社会责任的必要补充,二者相互依存、相互促进,共同构成企业全部社会责任。狭义的企业社会责任仅指企业根据伦理道德而对社会承担的责任,也就是道德责任。本文研究的是广义的企业社会责任。

2. 企业社会责任是从社会学和经济学中派生出来的,有着深厚的社会学和经济学理论基础。从社会学的角度来看,企业社会责任源于个人本位到社会本位的转变。自中世纪以后,随着社会的进步和家族的解体,社会秩序实现了从身份到契约的社会演进,产生了以保护个人权利、崇尚个人自由、尊重个人意识、以个人为本位的思想。与此相呼应,法律制度表现为极度尊重个人财产。对企业来说,企业被视为所有者的财产,坚持所有者本位。然而,个人本位思想的泛滥终究导致了劳资对立等严重的社会后果。于是,在 19 世纪末期兴起了社会利益理论,这一理论的诞生昭示着个人本位思想向社会本位思想的转变。与此相呼应,所有者本位思想招来质疑,谋求所有者利益最大化不再是企业存在的惟一目的,企业还应该关注和促进其他社会利益,即对社会承担责任。因此,企业社会责任的产生与社会本位思想有着密切的关系,社会本位思想为企业社会责任理论的出台奠定了社会学基础。

从经济学的角度来看,企业社会责任源于企业权利的转移。随着企业规模的扩大,股权的分散,股东的核心控制地位招来越来越多的质疑。如果企业权利不再为股东所操纵,那么

股东利益就不是经营者惟一考虑的对象。也就意味着,在公司治理中被动的股东丧失了主张只为自身利益经营企业的权利。从经济学角度看企业理论的发展历程可以得出,以董事为代表的群体取代股东成为企业的实际掌门人已成为一种确定的趋势。因此,企业的目标由股东的利益转变为整个社会的利益成为一种必然。

3.企业社会责任理论建立在所有者利益与社会利益不矛盾的基础之上。在企业实际经营过程中,所有者利益并不必然地与社会利益发生矛盾,即使有矛盾,也并非不可调和,股东利益和社会利益完全可以统一起来。就企业经营者看来,对社会利益的兼顾不是目的,而是手段,借助对其他利益的平衡来达到内部团结和和谐、外部获取声誉和信任的目的,从而实现所有者利益最大化。应该说,一个理性的经营者会不自觉地把各种影响利润创造的因素考虑在内,使各种利益形成一种推动企业发展的合力。如果一个企业在经营中损害了其他利益相关者的利益,而致使企业与各利益相关者矛盾重重,则企业必然会举步维艰。尽管可能使股东获取短期利益,但从长远来看,股东必须为这种短期经营行为付出代价,从而使所有者利益最大化的目标难以实现。

4.企业自愿承担的社会责任范围较大。企业社会责任可分为经济责任、文化责任、教育责任、环境责任等。就经济责任来说,企业要为社会创造财富,提供物资产品,改善人民的生活水平;就文化责任和教育责任来说,企业要为员工提供符合人权的劳动环境,教育职工在行为上符合社会公德,在生产方式上符合环保要求。对企业管理者来说,他们要了解本企业的产品是否会为用户造成危害;了解本企业生产所释放出来的废水、废气、废渣对周边环境产生的影响以及如何治理、应交多少排污费等;了解职工培训和受教育情况;了解职工福利情况等等。因此应做到:保障职工合法的收入权益,创造良好的工作环境;不生产假冒伪劣产品,不欺骗消费者;依法纳税,不偷税漏税;有公益心,为社会公益活动做贡献;治理周边环境,保护自然资源,采取措施进一步控制污染、保护环境。

二、有关社会责任会计涵义的各种观点评述

首次提出“社会责任会计”的概念,是美国的戴维·林诺维斯在《会计职业与社会进步》一文中提出来的,发表于美国《会计师》杂志1968年第11期。1973年,美国注册会计师协会确立将履行社会责任会计作为企业会计报表的一项重要目标。1974年,美国出版了奥斯特斯的《企业社会责任会计》。目前,社会责任会计在世界各国得到了广泛的传播和发展。

关于社会责任会计的涵义,各国有不同的观点。国外较早的观点主要有以下四种:第一种,美国的戴维·林诺维斯认为社会责任会计是会计在社会学、政治学和经济学等社会科学中的应用;第二种,美国会计学教授 Sylil C.Mobley 认为社会责任会计是整理、衡量和分析政府及企业行为所引起的社会后果和经济后果;第三种,美国会计学教授 Ahmed Belkaoui 认为社会责任会计是测定和报告企业在经营活动中对社会造成不利影响时,防止和处理这些消极因素并加以恢复和补偿的有关事宜;第四种,日本的《新版会计学大辞典》认为社会责任会计是把企业与社会之间的相互关系当做社

会责任并以它为中心而展开的会计。从这四种观点来看,社会责任会计的使用范围已从公共部门扩展到整个社会,其目的从单纯的整理、衡量和分析发展到指导企业防止和处理消极因素并加以恢复和补偿的层面上来,把企业与社会间的相互关系作为研究的重点。

随着社会责任会计研究的层层深入,在吸取国外研究成果的基础上,我国会计学者发展和补充了一些新观点。其中有代表性的有以下几种:

第一种观点:社会责任会计是把企业与社会之间的相互关系当做社会责任,并以此为中心而展开的会计,它对企业所产生的社会效益和社会成本加以计量和报告,其目的在于提高企业的整体效益。

第二种观点:社会责任会计作为会计发展的新领域和新分支,是社会责任同会计学的结合,它是以会计特有的方法和技术对某一企业经营活动所带来的社会贡献和社会损害进行反映和控制的会计。

第三种观点:社会责任会计是会计学在社会学、环境学、生态学、伦理学等方面的涉足,是社会责任同传统会计学的有机结合。

第四种观点:社会责任会计是从微观角度测定企业的各种经营活动所带来的社会成本和社会效益,将企业行为置于社会监督之下,使企业在追逐经济效益的同时兼顾社会效益,是承担企业社会责任的会计。

第五种观点:社会责任会计是从宏观经济角度计量和反映企业社会责任的履行情况。

第六种观点:社会责任会计是对企业创造的巨额财富与其所带来的负面影响进行权衡,进而对企业行为所产生的经济与社会后果进行计量和分析的一种管理活动。

上述第一种观点突出社会责任会计是社会责任同会计学的有机结合,强调的是实用性,将会计学有效地运用于解决企业与社会形成的社会责任中,其目的在于提高企业的整体效益;第二种观点与第一种观点有点类似,指出社会责任会计是作为会计学发展的新领域和新分支,强调以会计特有的方法和技术对企业的社会贡献和社会损害进行反映和控制;第三种观点强调社会责任会计的哲学原理,提出社会责任会计是会计学在社会学、环境学、生态学、伦理学等方面的涉足,是社会责任同传统会计学的有机结合;第四种观点是从微观角度来解释社会责任会计的涵义,并将企业行为置于社会监督之下,使企业在追逐经济效益的同时兼顾社会效益,承担企业社会责任,它强调的是社会的监督作用对企业承担社会责任的影响;第五种观点是从宏观经济角度计量和反映企业社会责任的履行情况,它强调的是从宏观经济角度来反映和监督企业承担社会责任的情况;第六种观点认为社会责任会计是对企业创造的巨额财富与其所带来的负面影响进行权衡的一种管理活动,它强调的是企业权利和义务之间的均衡。

以上六种观点从不同角度定义了社会责任会计这一概念,第一、第二和第四这三种观点阐述得比较全面,都强调了企业与社会之间的相互关系这一社会责任中心,用会计方法核算企业经营活动产生的社会成本和社会效益,最终反映社



基于现金流量与价值创造的财务战略

南昌 袁业虎

在价值管理时代,企业财务在企业管理中的地位日益重要,财务战略已不仅仅局限于通过维持现金流量的平衡以支持企业战略,它还能评价企业战略的价值,并直接通过资本市场的运作创造企业价值。因此,实现价值创造成为价值管理时代财务战略的又一内涵。

一、财务战略实施的标准:价值创造与现金流量的平衡

财务战略的实施主要基于两方面:一方面,它作为企业战略的职能方面,从现金流量平衡的角度来支持与约束企业战略;另一方面,它又作为企业战略的价值方面,评价企业战略的价值,并实施价值增值的战略。因此,财务战略的具体实施应建立在价值创造与现金流量的平衡的二维标准上。

1.价值创造衡量标准。企业战略实施所产生的价值创造可反映为资本市场上投资者财富的增长。广义的投资者即指企业资金的提供者,包括债权人与股东。由于债权人的收益有债务合同及破产机制的保障,使其具有优先索偿权的性质,因此在健全的公司治理结构下,企业的价值创造即实现股东财富(收益)的增长。

会收益,目的是增进社会福利,谋求社会整体效益,指导企业制定经营方针。而第三、第五和第六这三种观点不够严谨,包含的内容不够全面。

社会责任会计是社会福利经济学的延伸与拓展,是以社会福利的形式回报社会、履行社会责任的会计。社会责任会计源于西方福利经济学的社会责任观念,认为履行社会责任是企业义不容辞的一项义务,范围扩大到企业对环境保护、社会发展、职工和公众福利等应负的社会责任,企业只有在完成了社会福利目标后还能获得令人满意的利润,才能说明其履行了社会责任,因此,正确理解社会责任会计应把握:

1.社会责任会计是会计学的一个分支。

(1)作为会计学的一个分支,社会责任会计自然要继承会计学(包括财务会计、管理会计)的基本原理和基本方法。

(2)作为一个新的分支,社会责任会计面临许多新的问题,同时也将丰富和发展会计学理论。

(3)社会责任会计的主体是相对独立的企业,会计主体的传统认识需要修正。

2.社会责任会计是社会学、经济学、会计学、信息学、控制论和系统论等多门学科相结合的产物。社会责任会计除有会计学的基本原理和方法外,还要借鉴、吸收经济学(生态经济学、环境经济学、发展经济学等)、社会学、信息学、控制论和系统论等学科和领域的观念和方法,形成一套社会责任会计

而资本市场上股东收益应反映为实际现金收益(包括红利与资本利得)与其必要收益之差。所谓必要收益即同类资本投资于其他有类似风险的项目(或公司)时所能获取的投资回报,即资本的机会成本(资本成本)。从长远来看,股东每期所获现金收益(股权自由现金流量)为其资本成本折现后所得到的总的净现值(NPV)。若 $NPV > 0$,则股东财富得到了增长,即创造了企业价值;反之则毁损股东财富或企业价值。

战略实施的价值创造=战略实施后所带来的股东财富增长=战略实施后每期股权自由现金流量折现值之和=战略实施后所得净现值(NPV) ①

在这里,股权自由现金流量是指企业经营所产生的现金净流量扣除维持企业正常增长所需再投资(包括资本性支出与营运资本支出),并进行了债务本金与利息偿还之后的剩余现金流量。该部分现金流量应归股东所有,反映股东的真实现金收益。

股权自由现金流量(FCFE)=经营活动现金净流量-(资本性支出+营运资本支出)-本期应偿还的债务本金与利息 ②

的理论和方法体系。如社会责任会计的主体一般是指相对独立的企业,而不包括政府部门或事业单位,因为只有企业才能用其经营所得对其所实施的行为向社会负责。

3.社会责任会计的基本职能仍是反映和监督。作为会计学的一个分支,会计学的基本职能在社会责任会计中应用的基本原理不会发生太大的变化,即使稍有变化,也是在履行反映职能时引入多重计量属性,即在社会责任会计中同时采用货币和非货币两类计量形式。因此应将社会责任会计的目标界定为两个方面:基本目标是对外提供有用的社会责任会计信息;最终目标是提高社会效益。

4.社会责任会计的对象是企业实现社会收益(社会效益减去社会成本)的活动。社会责任会计的对象即社会责任会计所反映和监督的客体,是企业反映和监督社会责任及其履行情况的活动。具体包括七个方面的活动:与环境有关的活动;能源保护和利用方面的经济活动;矿产开采、保护和利用活动;人力资源开发、利用和保护活动;与产品质量有关的活动;公益性经济活动;与精神文明有关的活动等。

综上所述,我们不妨对社会责任会计的涵义作如下归纳:社会责任会计是会计学的一个分支,它运用会计学的基本原理和方法,采用多种计量属性和手段,对企业社会责任及其履行情况进行反映和监督,以便于向利益相关者提供有用的社会责任信息,其最终目的是提高社会效益。□