

食品企业社会责任会计信息披露制度研究

Study on disclosure systems of accounting information in food enterprises for social responsibility

蔺海潮

LIN Hai-chao

(国内专用通信局,北京 100017)

(Domestic Special Communication Board, Beijing 100017, China)

摘要:随着中国社会经济的不断发展,食品安全问题日益突出。食品存在安全问题的一个重要原因是企业社会责任的缺失。社会责任制度在中国食品企业存在重大缺陷,食品企业存在社会责任会计信息披露不完善、企业社会责任意识薄弱、相关法律法规不健全等问题,食品企业应当实行部分社会责任会计信息的强制公开,政府应当制定并完善社会责任会计的相关法律、法规,同时也应当加强企业社会责任的社会媒体的监督与宣传。

关键词:食品企业;社会责任;会计信息披露

Abstract: With the continuous development of China's economy, food security issues have become increasingly prominent. An important reason for food safety problems is the lack of corporate social responsibility. Chinese food enterprises are lack of social responsibility accounting system. The social responsibility accounting information disclosure is imperfect and weak sense of corporate social responsibility to food companies. The relevant laws are inadequate. Food companies should be part of the social responsibility of compulsory disclosure of accounting information. The government should develop and improve social responsibility accounting of relevant laws and regulations, and also should strengthen supervision and promote corporate social responsibility by social media.

Keywords: food enterprises; social responsibility; publication of accounting information

尽管国内外已经制定了许多保障食品安全的标准,但近十年来食品安全事故仍不断出现,食品质量问题令人堪忧,这些食品质量问题不但造成了消费者生命与财产的重大损失,还有可能导致国家政局的动荡与国际间食品贸易的争端。频发的食品安全事故以及食品质量问题都显示出少数食品企业存在一些严重质量安全问题,即食品企业由于盲目

追求企业利益的最大化,而严重忽视保持企业与社会健康、持续发展所应尽到的社会责任。完善食品企业的社会责任会计信息披露制度是提高食品安全与食品质量、保障企业履行社会责任的重要途径。

1 食品企业的社会责任与社会责任会计信息披露制度

企业社会责任会计信息披露制度是企业承担社会责任的一种具体制度措施。企业作为市场经济社会的一个重要组成部分,在谋求自身利益最大化的同时,为了企业的长远发展,应当为增进和维护社会的利益承担一定的责任,称之为“企业的社会责任”,企业承担社会责任的相对人范围较广,即包含了所有利益相关者在内的企业都应对其承担一定的义务,这种企业的社会义务既包含法律义务,又包含道德义务。

食品企业所生产的产品与普通企业不同,其所要承担的社会责任较其他企业而言因此也更为丰富。具体而言,关于食品企业的社会责任主要包括 4 个方面^[1]:① 法律责任,这要求食品企业必须按照法律所规定的要求来生产作业,按照法律的要求为社会提供营养、优质、安全的食品,保护法律规定范围内利益相关者的利益,法律责任是企业社会责任最为基础的要求;② 经济责任,企业的经济责任是与其自身利益相统一的,企业在生产过程中按照市场规律生产满足消费者质量与数量要求的食品,最终来实现自身的企业利润;③ 道德责任,食品企业的道德责任要求较法律要求更高,它体现了对雇员、消费者等利益相关者的全面关注,要求企业生产食品“凭良心”,不仅要符合法律要求,还要符合行业的准则和规范;④ 慈善责任,是食品企业一种广义社会责任,属于企业社会责任的较高层次,是企业自愿承担的一种责任,并不负担强制义务。

作者简介: 蔺海潮(1981—),男,国内专用通信局会计师。

E-mail: haichao0008010@163.com

收稿日期: 2015-02-09

《企业会计准则》已将企业社会责任会计纳入了中国企业会计事项,并对特别业务、特殊企业进行了企业会计的特别规定。就社会责任会计而言,新修订的《公司法》首次规定企业应当承担社会责任,沪、深交易所在其制定的《上市公司社会责任指引》对于加强上市公司的社会责任都有规定,该《指引》中要求上市公司要承担相应的社会责任,来保护消费者和其他利益相关者的利益^[2]。虽然社会责任会计在实践 中较为活跃,但是该规则在理论上却并不完善,关于社会责任 会计信息披露制度在理论上仍然存在一些争议之处,也有一些 理论上尚难以突破的难题,这些都阻碍了实践中企业社会 责任会计的发展与落实。同时,实践中对企业社会责任会计 规范主要针对的是大型企业,如上市公司,但对于中小型 企业却往往难以实现应有的约束,而食品企业中中小企业占 据了绝大多数,这些企业往往对企业的社会责任会计缺乏重 视,因此企业的社会责任会计信息披露制度难以真正的贯彻 起来^[3]。另外,制约企业社会责任会计发展的另一个原因在 于难以对社会效益和成本进行较为精确的计量和确认,企业 相关会计信息的获取和收集较为困难且成本较高。所以,理 论和实践的双重制约使企业社会责任制度处于一种自发的 状态,往往仅限于报告和披露企业社会责任的履行状况,而 对于企业社会责任的财务处理、计量、确认等尚处于常识、研 究、完善的起步阶段。正是由于立法上缺乏制度规范、政府 缺乏有效监督、企业缺乏社会责任意识,导致企业社会责任 会计信息披露制度的缺失,由于逐利的本性决定了企业盲目 追求自身利益最大化,肆意侵害消费者的利益,致使食品安 全事件频频出现,严重影响和损害了社会公共利益。

2 食品企业社会责任会计信息披露制度的现状

2.1 披露内容不完整

就食品企业社会责任信息披露而言,股东利益、企业供 应商、客户、股东人员信息、消费者、员工等方面信息披露 较为详细,这部分信息往往有关的法律、法规已经做出了规 定。但是有关食品安全的内容较少披露,难以体现食品企业 生产食品的安全状况。在现行的法律、法规体系下,食品企 业几乎没有披露本企业社会责任会计信息的,食品企业往往 会隐瞒对企业本身不利的信息,报喜不报忧,未能把食品企 业关乎社会责任的全部信息披露出来。这些都严重损害了 与食品企业利益相关者的利益,严重危害了社会秩序、经济 秩序,同时也影响到了企业的长远发展^[4]。

2.2 食品企业社会责任意识薄弱,自愿披露意识较差

随着经济社会的不断发展中国食品企业也在不断壮大 并高速发展,但绝大多数的食品企业社会责任意识薄弱,大 都盲目追求利润的最大化,认为企业为独立个体,不需要承 担额外的社会责任,忽视其为经济社会的重要一员,在其追 求利润最大化的同时也利用了大量社会资源,增大了社会的

负担。因此,企业对社会责任的会计报表少有披露,这样就 潜在地忽视了食品的安全,无形中增加了其生产的食品危害 社会大众生命安全、健康的概率。

2.3 相关法律法规及准则的不健全

与西方发达国家完善的企业社会责任会计信息披露制 度相比,中国企业社会责任会计信息披露制度尚处在起步阶 段,相关法律、法规对于企业的责任会计信息披露制度规定 还相当不完善,加之企业缺乏社会责任意识,因此企业的责 任会计信息披露制度难以落到实处。同时,由于有关企业责 任会计信息披露制度的相关法律、法规不健全,政府作为食 品企业的监管机关难以有效实施企业社会责任会计制度的 监督、执法,监管力度较为薄弱。

3 完善企业社会责任会计信息披露制度的具体措施

随着社会经济不断发展,企业的社会责任会计制度在 西方社会越来越受重视。在中国企业社会责任会计制度兴 起得较晚,但是越来越多的大公司已经开始重视企业社会 责任的会计核算,将企业社会责任的会计信息向政府主管部 门和利益相关者披露和公开,但中国企业社会责任会计制度 尚处于起步阶段,内容并不完备,还未建立完整的企业社会 责任会计体系。在食品安全保障社会责任领域,企业往往会 忽视其社会责任成本,严重损害消费者的利益,甚至危及到 社会经济生活秩序。为了加强对食品企业的监管,促进食品 企业的可持续发展,应保障和强化食品企业履行社会责任, 完善企业社会责任的会计体系,以实现食品企业安全责任的 会计核算^[5]。

3.1 实行食品企业信息报告的强制披露与公开

食品安全保障是关乎国计民生的重要问题,食品安全 保障产生问题的一个重要原因在于企业与利益相关者之间信 息不透明也不对称,因此法律规定部分食品企业信息报告强 制披露、公开制度非常重要。中国《会计法》、《证券法》、《公 司法》对国有、民营大型企业与上市公司的信息披露制度已 作出了具体规定,这些类型的食品公司应当及时向社会公众 和政府主管部门公布与披露相关财务会计信息,特别是有关 食品质量与安全相关方面的信息。就大量中小型食品企业 而言,信息完全公开尚难实现,可以采取向政府监督部门强 制信息报告制度^[6],待信息报告制度完善后,可逐步实现向 社会公开或披露信息,如果此时食品企业未向有关部门披露 或向公众公开有关信息,行政主管部门应当给予相应的处 罚。

3.2 扩大信息公开、披露的范围

3.2.1 企业监管信息的披露 政府对企业的监管信息主要 包括:因食品质量而给予的奖励或者处罚、企业违规、企业违 法生产、食品安全保障责任事故以及处理等。

3.2.2 非规范的财务会计信息报告信息的披露 食品企业

会计信息的重要组成部分是经营成本,生产经营成本及其成本结构是能够反映食品安全保障的重要信息。食品成本结构的相关信息能够一定程度上显示出食品的质量,以及食品是否使用添加剂或添加剂是否超标,同时能够了解到原材料的消耗、构成、产地等相关信息。所以,食品企业定期披露或公开成本信息无论对于主管部门监管还是利益相关者的利益保护都非常重要。但现行的规范性信息披露制度中并未包含产品成本的报表,食品产品的成本报表作为一种内部报表信息不予公布,而在食品领域对产品成本进行披露或公开是非常必要的。为保证食品质量,完善非规范的成本报告制度能有效实现政府对食品安全保障、食品成分等的有效监督^[7]。其应当成为信息公开与披露的重点,逐步实现由非规范性的财务信息到规范性财务信息的转换,逐步实现规范化。

3.2.3 非财务信息的披露逐步规范化 对于非财务信息,尤其是涉及食品安全保障以及保障利益相关者利益的非财务信息应当作为重点规范的对象,同食品成本报表信息需要披露一样,非财务信息在涉及主管部门的有效监督或者利益相关者的利益时同样应当予以披露,并逐步规范。应当披露的非财务信息主要包括 3 个方面:① 作为食品商品的经验品、搜寻品、信任品的特征信息。消费者获取的信息如香味、口感、口味等信息称之为经验品的特征信息,这些信息建议披露。消费者在购买食品过程中获得的一些信息,如包装标识、保质期、生产日期、产地特征等信息称之为搜寻品的特征信息,对于这些信息仅供参考,又需要以会计报表的形式披露。而一些信息,如食品的转基因、添加剂、农药残留、成分构成等信息通过感官难以获得,这些信息称之为信任品的特征信息,具有隐蔽性、技术性、专业性等特征,由于信息的不对称,消费者往往难以掌握,这些信息却又对消费者的生活有重大影响,应当进行强制披露,监管者应当同时对信息的真实性进行审查。② 保障食品质量安全的相关信息。如生产许可证明、质量安全证明以及能够保障食品安全和质量的产出、投入、效果等相关信息。③ 食品企业的风险管理与控制的相关信息。如企业风险管理机构的设置、安全事故的应对方案、企业组织内部机构的建设等。

3.3 制定、完善企业社会责任会计制度相关的法律、法规

中国《食品安全法》在“毒奶粉”事件后进行了重修^[8],《食品安全法》的修订主要包含举报制度、食品检验、召回制度、添加剂管理、小商贩管理、安全标准、风险监测、监管职责 8 个方面的内容,这些内容为食品企业完善其社会责任会计披露制度提供了良好的参考和依据^[9]。

另外,为提高企业公开社会责任会计信息披露的自觉性,国家有关监管部门应当制定相配套的食品企业社会责任会计公开与披露的相关法律、法规,对会计披露内容、披露形式、计量方法、核算内容等进行统一规范。企业社会责任会计信息披露内容应当明确,这有利于食品企业依据该内容有效实施企业会计信息的披露,完善食品企业的社会责任。食

品企业的会计信息披露内容主要包括:食品安全与性能方面的信息、可持续发展与环境保护方面的信息、人力资源的使用与开发情况信息、公司社会福利及社会贡献方面的信息等。应当借鉴西方成熟的经验并结合中国的实际情况来制定相关的法律、法规,最终确立强制披露与自愿披露的社会责任会计信息的内容。要求强制披露的信息主要包括食品安全、环境污染等关乎主管部门监督和利益相关者利益的相关内容。

3.4 加强社会监督和舆论宣传

由于传统企业会计关注的重心在企业利润上,而忽略企业的社会责任,这种思想往往导致企业盲目追求利润的最大化,而忽视社会成本漠视利益相关者尤其是消费者的利益,最终导致严重的社会后果。社会责任会计制度的建立,有效地增强了企业的社会意识,促使企业关注社会成本,预留企业社会责任资本,促进企业与经济社会之间的协调发展、互利共赢。所以,主管部门应当积极宣传社会责任会计、不断完善社会责任会计信息的披露,增强公众的维权意识,防止企业对社会成本的任意挥霍。

媒体舆论在社会监督方面发挥着重要的作用,媒体舆论的监督作用主要包括两个方面,对于那些牺牲社会利益只顾及企业利润的食品企业应当及时曝光,对那些积极履行社会责任的食品企业媒体也要做到广泛的宣传。“企业信用预警制度”2008 年在浙江全省推行,该制度规定了监管部门对企业失信行为通过一定平台进行披露、发布预警信息。媒体舆论监督所起到的社会作用巨大,让那些存在侥幸心理逃避社会责任的食品企业无处可藏,进而促进企业的长远发展,保障企业社会责任的履行,维护良好的社会秩序。

参考文献

- 1 阳秋林,付柏桥.两型社会建设中企业社会责任会计指标评价体系研究[J].求索,2012(2):17~19.
- 2 陈玉清.我国上市公司社会责任会计信息市场反应实证分析[J].会计研究,2005(5):39.
- 3 牛杰.企业社会责任评价指标体系构建[J].合作经济与科技,2010(2):44~45.
- 4 高茜.我国企业社会责任会计信息披露的问题及对策[J].企业导报,2013(7):146~147.
- 5 冯浩,吴铭.由食品安全问题引发的对食品企业社会责任的探讨——从内控角度谈食品企业的社会责任[J].中国总会计师,2011(1):52.
- 6 陈鑫.中国企业社会责任会计信息披露探析[J].中南财经政法大学研究生学报,2008(6):35.
- 7 马冬香,马素霞.浅谈中国社会责任会计信息披露现状[J].商业文献(下半月),2012(2):140.
- 8 陈月圆.企业社会责任的会计视角分析——从“三聚氰胺奶粉事件”引发的思考[J].消费导刊,2009(1):61.
- 9 高原.食品企业社会责任会计信息披露问题研究[J].中国证券期货,2013(9):138~139.