

# Globethics Repository

The logo for Globethics, featuring the word "Globethics" in white, sans-serif font centered within a solid blue rectangular background.

## 试论企业社会责任会计评价体系的构建[Construction of the CSR evaluation system of accounting]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

Item Type	Article
Authors	叶, 陈刚;叶, 丽娜
Publisher	湖北省中央企业会计学会
Rights	With permission of the license/copyright holder
Download date	2026-07-11 02:46:21
Link to Item	<a href="http://hdl.handle.net/20.500.12424/191530">http://hdl.handle.net/20.500.12424/191530</a>

## 试论企业社会责任会计评价体系的构建

对外经济贸易大学国际商学院 叶陈刚 叶丽娜

**摘要** 企业社会责任(CSR)之所以备受关注,是因为建设和谐社会、又好又快地发展我国经济需要企业履行社会责任,并要求其披露履行情况以便评价和管理。同时企业履行社会责任也对提高其自身的综合竞争力,从而能更好地面对国际国内的竞争有利。那些不履行社会责任的企业将受到越来越大的舆论压力,所以,企业主动承担社会责任也是一种战略选择。本文试图构建了一套企业社会责任会计的评价体系,希望能给企业评价其社会责任的履行情况提供一种有价值的参考,从而促进形成企业积极履行社会责任的氛围。

**关键词** 企业社会责任 社会责任会计 评价体系

### 一、引言

国外从上世纪 70 年代起就开始了对企业社会责任的探讨。1971 年,美国经济发展委员会发表了一个声明,提出“企业的职责是要得到公众的认可,企业的基本目的就是积极地服务于社会的需要——达到社会的满意。”但是社会责任运动是在 90 年代初逐渐走向

高潮的。那时,国际社会制定了一批关于企业社会责任的标准,基本上可以分为三大类:第一类是政府及政府间组织制定的标准,包括国际劳工组织、世界卫生组织、联合国环境规划署等组织制定的有关公约、联合国人权宣言等;第二类是非政府组织制定的许多民间标准,其中最典型的 SA8000,它是全球第一个针对企业的社会责任认证标准,但该认证标准仅关注劳工的权益问题,而这只是社会责任所关注内容的一个极小部分,且它在全球的影响目标还非常有限;第三类是各跨国企业自身制定的以生产安全、职业健康、保护环境和员工权益保障等为主要内容的企业社会责任生产守则。这些标准对于我们认识和评价企业社会责任问题起到了很好的指导和借鉴作用,但是这些标准并没有涵盖企业社会责任的所有内容,并且在很多方面都与我国的国情严重背离,故我们不能盲目地予以套用。

我国学术界和企业界在上世纪 90 年代也逐渐认识到企业的社会责任问题的重要性,并参与到全球企业社会责任运动中来。但从总体来说,国内外对于企业社会责任的评价研究,大多数都是定性研究,定量研究比较少。因此,建立一套科学而完善的企业社会责任评价体系,以此来衡量企业履行社会责任的情况,引导我国企业重视社会责任的履行,无疑有着十分重要的意义。同时,从企业自身绩效评价的角度来说,建立一套切实可行的企业社会责任会计评价体系也是很必要的。以前我国在评价企业绩效时,往往注重企业内部的经济效益,并且建立起了比较完整的内部经济效益的评价体系,而对企业的社会效益亦即社会责任,往往不够重视,更没有建立一套以定量分析为依据的科学的评价方法。

### 二、企业社会责任会计评价体系的设计

企业社会责任会计评价体系是将企业的社会责任以会计要素的形式进行确认和计量,以系统、全面反映企业的社会责任贡献大小和收益的信息系统。从企业与社会的关系出发,以利益相关者理论为基础,根据企业社会责任本质内容进行分类,我们把评价体系包括的内容

分为以下几个方面：企业对职工的社会责任指标、企业对环境保护的社会责任指标、企业对政府的社会责任指标、企业对社区的社会责任指标、企业对政府的社会责任指标、企业对社区的社会责任指标、企业对投资者的社会责任指标、企业对消费者和客户的社会责任指标。

(一) 建立我国企业社会责任会计评价体系的原则

1.科学性原则。以经济学等学科理论为基础建立企业社会责任会计评价体系。

2.客观性原则。充分考虑现阶段我国企业社会责任会计信息披露现状，准确地反映企业生产经营活动的客观实际情况，克服因人而异的主观因素的影响。

3.可测性原则。设置企业社会责任会计评价体系时，尽力使用可测量的指标和易于获取的数据，以提高企业社会责任会计评价体系在实际工作中执行和应用的可行性。对于那些在准确计量方面存在技术困难的社会责任会计要素，可采用文字性说明方式。

4.实用性原则。选取指标时应突出重点，以点带面，力图使所选指标具有代表性，从而全面反映企业履行社会责任的情况。

5.全局性原则。要求企业社会责任会计评价体系应能完整、全面地反映企业社会责任各方面的情况，成为企业社会责任履行情况的综合体现。

6.可比性原则。所选用指标应符合国际通行的社会责任会计信息披露标准和规范，能够进行国际比较分析，能够与同行业企业在同一指标上进行比较分析。

7.独立性原则。设计各类指标时，应相对独立，不能兼容或重复，避免出现自相关。

时效性原则。计算指标得分时，应尽可能地采用最近的各种统计资料，以使计算结果能更好地反映当下的情况。

(二) 企业社会责任会计评价指标权重设计及计算

(见下页表 1)

根据企业社会责任会计评价体系，把每个指标的最终得分乘以相应的权重，就可以得到该企业社会责任履行情况的总分。把这个总分与前期或同行的数据

表 1 企业社会责任会计评价体系

类别	权重	序号	指标名称	折算方法(某指标得分)	权重	满分
职工	0.32	1	职工所得率	职工所得率×100(分)	0.03	3
		2	工资支付率	工资支付率×100(分)	0.06	6
		3	职工平均周工作时间	抽取 5%的职工某半年的周工作时间,计算平均数,以 44 小时为标准,每超过一小时扣 5 分,总分为 100 分	0.02	2
		4	劳动合同签订率	劳动合同签订率×100(分)	0.02	2
		5	职工是否享受带薪年休假	享受为 100 分,不享受为 0 分,若部分享受,按比例×100(分)	0.02	2
		6	职工培训比率	职工培训比率×100(分)	0.03	3
		7	是否建立了工会组织	建立为 100 分,否则为 0 分	0.01	1
		8	劳动保护条件比率	与同行平均数据相比,每低一个百分点,扣 2 分,总分为 100 分	0.03	3
		9	职工安全事故率	(1-职工安全事故率)×100(分)	0.06	6
		10	是否使用童工	发现使用童工就为 0 分,否则为 100 分	0.02	2
		11	职工的满意度	按调查表的结果计算平均分	0.02	2

环境保护	0.16	12	环境保护投入占当期销售额比重	与同行数据进行比较,每低一个百分点扣2分,总分为100分	0.04	4
		13	单位利润不可再生资源消耗量	(1-单位利润不可再生资源消耗量)×100(分)	0.02	2
		14	能耗净利润率	能耗净利润率×100(分)	0.02	2
		15	工业废物回收利用率	工业废物回收利用率×100(分)	0.03	3
		16	单位净利润废物排放量	与上期数据相比,每增加一个百分点扣2分,总分为100分	0.03	3
		17	年绿化费用	与上期数据相比,每降低一个百分点扣2分,总分为100分	0.02	2
		政府	0.16	18	社会职能负荷率	社会职能负荷率×100(分)
19	资本金利率率			与同行平均数据相比,按比较结果分远大于(100分)、大于(80分)、等于(60分)、小于(40分)、远小于(20分)五个等级给分	0.03	3
20	社会贡献率			与同行平均数据相比,按比较结果分远大于(100分)、大于(80分)、等于(60分)、小于(40分)、远小于(20分)五个等级给分	0.04	4
21	社会积累率			社会积累率×100分	0.04	4
22	政府所得率			与同行平均数据相比,按比较结果分远大于(100分)、大于(80分)、等于(60分)、小于(40分)、远小于(20分)五个等级给分	0.03	3
社区	0.09	23	社会捐助率	与同行平均数据相比,按比较结果分远大于(100分)、大于(80分)、等于(60分)、小于(40分)、远小于(20分)五个等级给分	0.03	3
		24	企业创造就业岗位年增长率	该指标为正时,用企业创造就业岗位年增长率×100%(分);该指标为负时,该项得分为0分	0.01	1
		25	无偿服务次数	每服务一次加20分,总分为100分	0.01	1
		26	慈善捐赠金额占税前利润的百分比	与同行平均数据相比,按比较结果分远大于(100分)、大于(80分)、等于(60分)、小于(40分)、远小于(20分)五个等级给分	0.04	4
投资者	0.13	27	资本增值率	资本增值率×100(分)	0.03	3
		28	成本费用利润率	与上期数据相比,每降低一个百分点,扣2分,总分为100分	0.01	1
		29	主营业务收入增长率	主营业务收入增长率×100(分)	0.02	2
		30	净资产收益率	净资产收益率×100(分)	0.02	2
		31	资本保值增值率	资本保值增值率×100(分)	0.02	2
		32	股东所得率	股东所得率×100(分)	0.03	3
消费者和客户	0.14	33	企业营销形象	按照优(100分)、较优(80分)、一般(60分)、较差(40分)、很差(20分)五个等级给分	0.02	2
		34	退货或返修率	(1-退货或返修率)×100(分)	0.01	1
		35	产品质量保证率	按优(100分)、良(80分)、合格(60)、不合格(0分)四个等级给分	0.04	4
		36	消费者投诉次数	每投诉一次扣20分,总分为100分	0.02	2
		37	履行合同率	履行合同率×100(分)	0.01	1
		38	商业道德	每出现一次纠纷扣50分,总分为100分	0.04	4
合计	1.00				1.00	100

进行比较,即可评价企业履行社会责任情况的好坏。

### (三) 企业社会责任会计评价体系各指标的说明

#### 1. 对职工的社会责任指标体系

(1) 职工所得率=职工工资和福利总额/增值总额\*100%,该指标反映了企业对职工的贡献,或者说是劳动所得在整个增值额的份额。但从社会角度来看,它并非越大越好。因为该指标的倒数是一个衡量产出的指标,即工资增值率,反映的是职工生产率,生产率低了肯定不是好事。在增值总额与职工工资及福利总额同时增加时,只有当职工工资和福利总额增加的幅度大于增值额增加的幅度时,才说明企业对职工履行的社会责任在提高,职工所得的实惠在增多。

(2) 工资支付率=全部已发放工资/全部应发放工资\*100%,这个指标体现了企业工资发放的及时程度,发放得越及时,说明企业对职工生活状况的关心越多,社会责任感越重。它可以用来与同行进行比较。在我国业主普遍拖欠工资的背景下,该指标是衡量企业社会责任履行情况的一个很好的参数。

(3) 职工平均周工作时间,标准时间为44小时每周每人。此数据反映了企业职工的工作劳度的大小,数据超过44越多,说明企业对职工的社会责任感越少。当然,数据也并非越小越好,工作时间太少,职能说明企业未有效利用资源。

(4) 劳动合同签订率=企业当期签订劳动合同的员工数/企业当期从业员工数\*100%,签订劳动合同是对员工合法权益最基本的保障和尊重,也反映了企业对法律起码的尊重。

(5) 职工是否享受带薪年假。该指标体现了企业职工的福利待遇优劣。

(6) 职工培训比率=职工接受培训的人数/职工平均总人数\*100%，它反映了企业新知识的普及程度，反映企业重视提高职工素质的程度。在企业其他因素（如净产出）不便的情况下，该指标越高越好，因为职工接受新知识越多，越能促使企业提高效率，从而形成良性循环。

(7) 是否建立了工会组织，该指标是对企业人权保障情况的一个很好反映。

(8) 劳动保护条件比率=年劳保支出总数/各项劳动保护措施的价值量。在企业其他因素（如净产出）不变的情况下，该指标越高，说明企业越重视职工的劳动保护。劳保支出能减少不安全事故的发生，能调动职工的生产积极性，它在促进企业提高经济效益的同时，也提高了社会效益。

(9) 职工安全事故率=工作中职工出现伤、残、病、亡的人数/职工总人数，这个指标反映了职工工作的安全保障程度，如果超过了国家的规定，则该企业要停止生产进行整顿。

(10) 是否使用童工：一旦企业使用了童工，不论多少，就说明企业在这方面的社会责任感为零。

(11) 职工的满意度：可通过调查表的形式获得数据。其中，满意为 100 分，比较满意为 80 分，一般为 50 分，比较不满意为 30 分，很不满意为 0 分。

## 2.对环境保护的社会责任指标体系

(1) 环境保护投入占当期销售额比重=当期各种环保投入费用/当期销售总额\*100%，指企业每增加一元销售额所增加的在环保上的投入。企业的生产经营直接影响所在地区的自然生态环境，而且这种影响随着企业的不断发展壮大会越来越广泛和深远。一个富有责任的企业必须充分认识到其经营行为对当地环境可能造成的危害，并采取切实有效的措施尽力减少这种不利影响。该指标反映了企业对环境保护的重视程度，主要与同行的数据进行比较分析，在内部比较没有太多意义。

(2) 单位利润不可再生资源消耗量=不可再生资源消耗量（价值量）/净利润\*100%，指企业每一元利润中包含的不可再生资源的价值，当然，消耗量越小对环境越好。

(3) 能耗净利润率=净利润/能耗消耗量（价值量）\*100%，指每投入一元能耗所能带来的净利润。该指标越高，表示企业越充分地利用了资源。

(4) 工业废物回收利用率=回收利用能产生值的废物量/工业废物产生量\*100%，该指标反映了企业回收利用废物的效率。企业生产过程中会产生外部效应，回收一切可利用的资源是企业在为承担此责任而付出的努力。如果企业该指标很低，媒体应对其进行公开批评，并令其歇业整顿，特别严重的还可令其关停。

(5) 单位净利润废物排放量=废物排放量（处理费用）/净利润\*100%，指每创造一元净利润环境索要付出的代价。该指标表明企业在实现利润时对社会造成的外部负效应，应越小越好。

(6) 年绿化费用。它反映了企业对周边环境的保护意识高低，一般来说，该数据应随着企业的发展壮大呈逐年增长的趋势。

## 3、对政府的社会责任指标体系

(1) 社会职能负荷率=承担社会职能的支出/企业费用总支出\*100%，反映了企业承担社会职能的多少。承担社会职能的支出主要是社会保障支出，包括上交社保部门的员工失业保险金、医疗保险金和支付给离退休员工的养老金支出等。

(2) 资本金利税率=税前利润总额/资本金\*100%，指每一元资本金所能带来的收益。该指标反映了资本金的创立能力，越高越好。

(3) 社会贡献率=企业社会贡献总额/平均资产总额\*100%，指企业每一元平均资产为社会带来的贡献。该指标是财政部规定的十大考核指标之一，是体现社会效益的重要指标之一。企业社会贡献总额包括：工资、劳保退休统筹及其他社会福利支出、利息支出净额、应

缴各种税金、净利润等内容。它反映了企业利用占有的社会经济资源所产生的社会经济效益的大小。

(4) 社会积累率=上交国家财政总额/企业社会贡献总额\*100%，指企业社会贡献总额中上交国家财政总额的比重。该指标也是财政部规定的十大考核指标之一。上交国家财政部，包括企业各种应交的非费用性税金。

(5) 政府所得率=各种税费/增值总额\*100%，指企业每增值一元所应向国家缴纳的税费的多少。各种税款包括增值税、营业税、消费税、所得税、城建维护税和教育费附加等。此指标反映了企业对国家的贡献。

#### 4.对社区的社会责任指标体系

(1) 社会捐助率=社会捐助额/增值总额\*100%，指企业对社会的捐赠额在增值额中所占的比重。一般来说，实力越强的企业，捐赠额越大。它是一种企业对社会所做的贡献，但是在捐赠的同时企业也赢得了声誉，提高了企业的品牌形象。

(2) 企业创造就业岗位年增长率=(本年末企业员工总数/上年末企业员工总数-1)\*100%，指企业本年度多创造的就业岗位占上年度就业岗位的比例，在其他因素不变的情况下，如该数字每年递增，则说明企业对社区贡献在增大。

(3) 无偿服务次数。从统计资料中取得。无偿服务次数越多，说明企业对社区贡献越大。

(4) 慈善捐赠金额占税前利润的百分比=慈善捐赠金额/税前利润\*100%，指企业每实现一元利润后对慈善捐赠的贡献额。对慈善的捐赠历来是企业社会责任的一个很好体现，捐赠额越大，捐赠次数越多，说明企业对社区的贡献越大。按照邓小平的改革理念——让一部分人先富起来，这部分先富起来的人有责任去带动大家富起来，作为企业也一样。卡耐基曾经也说过：“在巨富中死去是一种耻辱。”

#### 5.对投资者的社会责任指标体系

(1) 资本增值率=增值总额/资本总额\*100%，反映了企业运用投资者投入的资本获得增值的能力。该比率越高，意味着企业运用一定量的资本为社会各部门（包括职工、政府、债权人、股东、企业本身）所作的贡献越大。

(2) 成本费用利润率=利润总额/(成本+管理费用+财务费用)\*100%，指企业每投入一元成本费用所能带来的利润。该指标越高，说明企业单位资本创利能力越强。

(3) 主营业务收入增长率=本期主营业务收入增长额/上期主营业务收入\*100%。该比率可以用来衡量企业的产品生命周期，判断企业发展所处的阶段，所以可以较好地考查企业的成长性。主营业务收入增长率高，表明企业产品的市场需求大，业务扩张能力强，对投资者越有保障。

(4) 净资产收益率=净利润/(期初所有者权益+期末所有者权益)/2\*100%。该比率是评价企业自有资本及其积累获得报酬水平的最具综合性与代表性的指标，充分体现了投资者投入企业的自有资本获得净收益的能力，反映出企业管理层的经营管理水平。该指标越高，表明企业自有资本获取收益的能力越强，运营效益越好，对企业投资人、债权人的保证程度越高。

(5) 资本保值增值率=期末所有者权益/期初所有者权益\*100%，指所有者权益在本期的增长比例，反映了企业发展壮大的速度和能力。

(6) 股东所得率=股息总额/增值总额\*100%，指每实现一元增值给股东带来的好处。该指标体现了企业为股东创利的能力。

#### 6.对消费者和客户的社会责任指标体系

(1) 企业营销形象。指企业采用各种营销方式塑造的整体形象。可以采用调查表的形式，由消费者给出评价，分为优、较优、一般、较差、很差五个等级。

(2) 退货或返修率=退货或返修产品的数量/销售产品总数量\*100%。如果某一产品该比率较高,就应该去查明原因,并及时解决问题。

(3) 产品质量保证率=合格品数量/全部产品数量\*100%,可以抽查一部分产品,根据结果评出四个等级:优、良、合格和不合格。对产品的质量平均达优,国家实行免检,并挂名牌商标;对不合格产品,国家在不同的媒体进行曝光。

(4) 消费者投诉次数。该指标可以反映顾客的满意度。投诉次数越多,表示企业对消费者的社会责任履行情况越不佳。

(5) 履行合同率=本年度签订合同数/已履行合同数\*100%,或=已履行合同金额数/本年度签订合同金额数\*100%,反映了企业对合同的遵循度,反映了企业对合同另一方的社会责任感。

(6) 商业道德。这是体现企业社会责任感很重要的一块内容,主要依据经济往来中与其他单位产生纠纷的次数、性质、金额进行认定。

#### (四) 企业社会责任评价指标的分类

1.财务类指标。职工所得率、职工培训比率、劳动合同签订率、工资支付率、劳动保护条件比率、职工安全事故率、环境保护投入占当期销售额比重、单位利润不可再生资源消耗量、能耗净利润率、工业废物回收利用率、单位净利润废物排放量、年绿化费用、社会职能负荷率、政府所得率、社会贡献率、社会积累率、资本金利税率、社会捐助率、慈善捐赠金额占税前利润的百分比、企业创造就业岗位年增长率、资本增值率、成本费用利润率、股东所得率、净资产收益率、资本保值增值率、主营业务收入增长率、退货或返修率、履行合同率和产品质量保证率。

2.非财务类指标。职工平均周工作时间、职工是否享受带薪年假、是否建立了工会组织、职工的满意度、是否使用童工、无偿服务次数、企业营销形象、商业道德和消费者投诉次数。

(本文是叶陈刚教授主持的国家自然科学基金项目<批准号:70672060>、教育部人文社会科学规划项目<批准号:06JA630014>阶段性成果。)

叶陈刚,湖北蕲春人,管理学博士,工商管理博士后,会计学教授,现为对外经济贸易大学现代会计与审计研究所所长、中国会计学会理事、中国注册会计师协会理事、国家会计学院高级访问学者。出版专著和译著,主编丛书、工具书及教材等30余部,主持或参与主持国家级、省部级与全国性专业学会、协会等科研课题9项,在《会计研究》《审计研究》《经济评论》个USA-China Business Review等相关期刊发表中英文学术论文120多篇。