

# 企业公民与信用治理

叶陈毅 赵艳荣

信用作为现代化的生命线，亦是企业立身之本。提升企业公民形象不可缺少对信用治理的重视，它与企业伦理、诚信、社会责任与可持续战略等系列理论问题紧密相关。

## 一、企业伦理的国际化挑战：责任缺失与信用危机

(一) 塑造企业公民是推动永续经营与社会和谐的迫切需要

市场经济是法制经济，也是诚信经济。“企业公民”不仅仅应满足利润与股东利益，而且应在理性选择下承担所有社会责任，这就意味着企业不能只满足于做个“经济人”，还要做一个有社会责任感和信用道德感的“人”。

民无信不立，国无信不强。党的十六届四中全会首次提出“构建社会主义和谐社会”的执政理念，2008年10月十七届三中全会通过的《关于完善社会主义市场经济体制若干问题的决定》指出“形成以道德为支撑、产权为基础、法律为保障的社会信用制度，是建立现代市场经济体系的必要条件，也是规范市场经济秩序的治本之策。”对于企业来说，就是要构建社会主义市场经济中的和谐型信用企业，承担应有的社会责任，在社会上有良好的社会责任表现，为企业稳健发展打下坚实的基础。

企业公民、社会责任与信用有着如同孪生兄弟姐妹般的亲密友爱关系，三者之间相互作用、相互促进与相互提高，形成互利互动的良性循环。一个诚实信用的成熟型优秀“企业公民”必然是拥有超常战略远见与高度社会责任感的企业，而主动履行保护生态环境与慈善关怀、服务人群、造福全球等社会责任，往往会促进其自身信誉、品牌价值和形象的全面提升，长期赢得广大顾客、市场的忠诚度和满意度，从而增强其核心竞争力，推动自身稳健、快速、可持续发展。

(二) 重视伦理责任：企业国际化竞争的必由之路

在当今经济全球化的浪潮中，倡导伦理责任已成为国际竞争的新潮流，承担伦理责任被列入无数企业守则，纽约交易所规定申请上市公司的准入资格之一就是“全面履行企业的社会责任”。未来具有国际竞争力的公司，应是技术领先、管理先进并对社会负责任的具有“企业公民”意识的企业，是能将社会、环境以及企业利益相关者的责任成功地融入到企业战略、组织结构和商业经营过程的企业。而伦理信用已成为企业提高国际竞争力的重要因素。

然而近年来国外却披露出系列令世人震惊的财务丑闻，如美国世通公司和

安然公司的虚假财务报告，引发全球范围内的诚信危机与金融风暴。舆论媒体频频爆出的企业诚信问题也令人堪忧。从巨能钙双氧水、地沟油、瘦肉精，到苏丹红、“达芬奇”天价家具造假、肯德基“豆浆门”公众道歉、光明山盟“变质奶加工再造”等系列事件，引致了企业严重的信任危机，使得企业伦理受到前所未有的质疑。当代企业只有把伦理观建设放在头等位置，才能为企业培育无法模仿的核心竞争力，取得道德层面与经济层面的互利共赢。伦理责任已成为对优秀企业高标准严格要求的公认指标。从1997年美国推出SA8000、1999年推出“道琼斯可持续发展指数”，2001年英国的FTSE4 GOOD，到澳大利亚的Repu Tex，可以看出国际社会更加重视可量化的伦理责任。

兰德公司对世界500强企业跟踪调查发现：百年昌盛的企业能够一直占据广阔的国际市场，保持着强劲的增长趋向，当然有长期积累的实力、现金等原因，而在企业管理中提倡伦理道德观念的文化熏陶以及运用道德方法推行柔性管理却是最重要的因素。近年来许多国家日益重视企业伦理问题，如美国公司聘请专门伦理顾问，制定伦理章程；我国海尔集团从亏损企业发展到今天中国最具价值品牌榜首，大多源于其企业伦理和海尔精

神。铸造优秀文化,推行道德化决策有助于企业增强工作效率、节省契约成本、善用人力资源,从而提升其经济效益与核心竞争力。

## 二、企业信用治理:“利润”与“诚信”关系的协调统一

(一) 信用评价:企业信用治理的必要前提

随着我国市场经济体制的建立与完善,信用评价已引起学术界和企业界的极大关注,研究出许多定量技术、支持工具和软件。然而,现行企业信用评价中还存在着一些缺陷,如过度偏重于偿债能力指标、仅反映企业过去的财务状况、不能充分体现未来的发展潜能等。

建立企业信用等级评价体系,是加强信用建设、整顿市场秩序、提高会计信息质量的现实需要。只有建立和完善企业信用评价制度,才能依据评价结果形成相应的市场准入、退出机制和奖惩机制,才能有效地规范企业市场行为,帮助企业成为依法经营、自负盈亏、自我发展、自我约束的市场竞争主体,才能推动我国市场经济健康稳定发展。统计显示,我国企业坏账率高达5%~10%,而美国企业坏账率仅为0.25%~0.5%。不仅如此,美国企业的账款拖欠期平均是7天,我国平均却有90多天。因此,建立一套基于企业价值、着眼于企业成长性、评价企业信用现状和未来发展潜力的信用评价体系就显得尤为重要。

(二) 制度建设:铸造企业伦理信用的可靠保证

根据新制度经济学制度变迁理论,与正式制度相比,非正式制度更为原始和深层。道德、习俗、伦理规范、文化、意识形态是属于诱致性制度变迁中的非正式的制度安排(林毅夫,1989)。道德与法律只不过是一种特别的给人们的行为及其后果进行社会定价的装置,均起节约交易费用的作用。

依据科斯理论,失信会增加交易费

用,降低资源配置效率。失信行为的蔓延不能简单地归因于普遍性的道德沦丧,而应反思现行制度,如果导致经济人发现选择机会主义的失信行为有利可取,损人利己行为惩罚不够,就会出现经济学当中所讲的“格雷欣法则”:劣币驱逐良币。吴敬铨(1998)认为发生信用风险的根本原因在于信息不对称,为控制这种风险,当务之急是建立整套严格的信用管理体系。机会主义倾向只能靠道德、信誉、制度来解决(尹伯成,2000)。而解决目前市场经济中存在信用缺失问题,需要从制度建设入手进行系统治理(张孝德,2009)。

目前我国企业伦理责任建设的突出弊端就是与企业经营管理活动难以结合,无异于空中楼阁,缺少制度保证。欧美国家的绝大多数企业伦理制度非常完备,从伦理规章到伦理教育早已构建出系统化的制度。要借鉴国外企业伦理责任建设的先进经验,唯有适应特殊的国情,建立具有中国特色的企业伦理责任制度,使特定的规章制度与企业的经营管理活动紧密联系,推动伦理分析、评价和选择融入企业的决策、计划、组织、指导、协调和控制过程。政府部门要加强行政监管,对败德失信者严格问责追究,依法制裁,杜绝形式化的监督。

(三) 会计信用治理:企业信用治理的关键

构建会计信用治理体系是企业信用治理的基础和关键。建立会计信用治理体系是长期而艰巨的社会系统工程,必须注重长效管理、标本兼治,既要借鉴国外成功经验,又要立足本国实际。会计信用治理体系应由制度安排、信用文化和运行机制三大部分组成。其中作为有形约束的法律制度是保障,作为无形约束的道德文化是灵魂,运行机制是体系发挥作用的必要前提,三者相辅相成,缺一不可。会计信用治理体系的制度安排框架是:会计信用的法律奖惩制度、信息披露监管制度、内部控制制度、激励约束制

度。其中,法律奖惩制度是有力保障,信息披露监管制度是确保会计信用质量的重要手段,内部控制制度是决定会计信息真实性的关键,激励约束制度是防范企业造假的根本措施。

法律制度是底线,伦理道德是高标准、高要求的内在约束。然而制度不能解决一切问题,会计信用体系建设仅靠正式制度的有形约束远远不够,它还需要借助于会计道德准则的力量才能得以切实执行。为了形成良好的会计信用文化氛围,应由政府、企业、社会联手治理,加强沟通与合作,群策群力,营造全员参与、安定和谐的社会环境,从而彻底遏制会计失信行为的发生。

信用道德作为一种意识形态,可视为文化软实力,其优点在于考虑长期的目标。升华信用道德可赢取进入国际市场的通行证,增强企业的整体盈利能力。运用伦理判断可评估技术的社会效用,以优化社会整体福利。信用道德的战略体现现在道德投入到利润产出之间的恒久性,以及道德对经营发展具有的持续推动力。信用道德力可激发企业内在潜能,平衡与利益相关者之间的利益。借助优化与整合资源,提高企业绩效,使公司赢得公众、顾客、投资和供应商信任,从而获得竞争优势。■

[本文获国家自然科学基金(70772008)、河北高校学科拔尖人才选拔与培养计划资助项目(CPRC049)、河北省科技厅软科学项目(11457201D-34)的资助]

(作者单位:石家庄经济学院会计学院 河北省体育局财务结算中心)

责任编辑 周愈博

### 参考文献:

1. 李心合. 2006. 会计制度的信誉基础. 会计研究, 4
2. 邹国庆. 2010. 我国企业社会责任战略研究. 经济纵横, 11