

财务视角下企业社会责任对企业价值影响研究

梅钧琦 张 喻

湖北商贸学院, 中国·湖北 武汉 430070

【摘要】在新发展理念的推动下,企业社会责任已成为企业发展战略的重要组成部分,从财务视角来看,企业不再单纯追求利润最大化,而是将环境、社会和治理(ESG)因素纳入决策体系,企业履行社会责任不仅关乎社会福祉,也与自身的财务状况和价值提升密切相关。本文旨在通过深入分析,阐述企业社会责任对企业价值的具体影响,为企业可持续发展提供理论与实践依据。

【关键词】企业社会责任;企业价值;财务视角;价值提升

引言:

在经济全球化和社会可持续发展理念日益深入人心的背景下,企业面临的经营环境发生了深刻变化。利益相关者对企业的期望不再局限于经济利益的创造,更加关注企业在环境保护、社会公平、员工权益等方面的表现。企业社会责任(CSR)作为企业与社会互动关系的重要体现,逐渐从边缘性议题转变为企业战略管理的核心内容,从财务视角研究企业社会责任对企业价值的影响,有助于企业清晰认识履行社会责任的经济意义,为企业在社会责任实践与财务目标之间寻求平衡提供理论指导,进而推动企业实现长期可持续发展。

1 企业社会责任与企业价值的概念界定

1.1 企业社会责任

企业社会责任是指企业在创造利润、对股东负责的同时,还应承担对员工、消费者、社区和环境等利益相关者的责任,这一概念涵盖了多个维度的责任范畴。经济责任作为企业社会责任的基础层面,要求企业通过合法经营活动创造经济价值,提供就业岗位,促进经济增长,为社会发展奠定物质基础;法律责任强调企业必须严格遵守国家和地方的各项法律法规,包括劳动法规、环境保护法规、消费者权益保护法规等,确保企业经营活动在法律框架内有序开展;伦理责任涉及企业的道德规范和商业行为准则,要求企业在经营决策过程中秉持公平、公正、诚信的原则,尊重利益相关者的权益,避免不正当竞争和损害他人利益的行为;慈善责任则体现为企业对社会公益事业的支持与投入,通过捐赠、志愿服务等方式回馈社会,助力解决社会问题,提升社会整体福祉。这四个维度相互关

联、层层递进,共同构成了企业社会责任的完整体系^[1]。

1.2 企业价值

企业价值是企业未来现金流量的现值,是衡量企业经营绩效和发展潜力的重要指标,从财务角度来看,企业价值的构成具有多元性。一方面,企业的有形资产,如固定资产、流动资产等,以及净利润等财务指标直观地反映了企业当前的经济实力和盈利能力,是企业价值的重要组成部分;另一方面,企业的无形资产,如品牌价值、客户忠诚度、员工满意度等,虽然难以通过传统的财务报表进行精确计量,但它们对企业的长期发展具有不可忽视的作用。良好的品牌形象能够吸引消费者,提高产品或服务的市场份额;高客户忠诚度有助于稳定企业的收入来源,降低营销成本;员工满意度的提升可以增强员工的工作积极性和创造力,提高企业的运营效率,这些无形资产带来的潜在收益共同构成了企业价值的重要补充,企业价值的提升意味着企业在市场中竞争力的增强,能够为股东和利益相关者创造更多的长期价值。

2 财务视角下企业社会责任对企业价值的影响路径

2.1 降低运营成本,提升经济效益

企业积极履行社会责任能够在资源管理、人力资源管理和供应链管理等多个层面形成成本优化机制,进而提升经济效益,为企业价值的增长提供持久支撑。在资源管理维度,企业践行环境保护责任可通过系统化的资源管理策略实现成本控制,从技术革新层面,企业可通过引入先进的节能减排技术,对生产设备进行智能化改造,优化能源消耗结构,降低对高成本、不可再生能源的依赖,直接减少能源采购支出,同时,通过构建循环经济体系,建立废

废弃物分类回收与再利用机制,将生产过程中的副产品和废弃物纳入资源循环系统,不仅避免了高昂的废弃物处理费用,还通过资源再生创造额外收益。此外,通过能源管理系统实时监测能耗数据,建立动态的能源消耗优化模型,持续挖掘节能潜力,形成长期的成本节约效应^[2]。在人力资源管理领域,企业对员工权益的重视可转化为显著的成本优势,通过打造安全健康的工作环境、建立科学的薪酬福利体系和完善的职业发展通道,企业能够有效提升员工的归属感和忠诚度,稳定的员工队伍减少了因频繁人员流动导致的招聘、培训和知识流失成本,同时降低了新员工适应期对生产效率的负面影响。此外,企业通过建立员工激励机制、提供多元化的培训与发展机会,能够激发员工的创新能力和工作积极性,实现人力资源的深度开发,这种良性的人力资源管理模式不仅优化了人力成本结构,更通过提升劳动生产率和创新能力,为企业创造更高的经济效益。在供应链管理环节,社会责任理念的深度融入能够构建更具韧性的供应网络,企业通过制定严格的供应商社会责任评估标准,将环境、社会和治理(ESG)指标纳入供应商筛选与考核体系,优先选择具有可持续发展能力的合作伙伴,通过与供应商建立长期战略合作关系,共同开展社会责任项目,推动供应链协同创新,优化采购流程和物流配送体系,降低交易成本和库存成本。同时,通过定期的社会责任审计和风险预警机制,企业能够提前识别并规避因供应商违规行为导致的运营风险,减少生产中断和质量问题带来的潜在损失,这种以社会责任为纽带的供应链管理新模式,不仅提升了供应链的稳定性和效率,更为企业创造了可持续的竞争优势,实现经济效益与财务价值的双重提升^[3]。

2.2 提升品牌形象,增强市场竞争力

企业履行社会责任是塑造良好品牌形象、增强市场竞争力的重要战略路径。在消费者主权时代,随着社会公众环保意识和责任意识不断觉醒,消费决策逻辑正发生深刻变革,消费者不再单纯关注产品或服务的功能价值,而是将企业的社会责任表现纳入价值评估体系,更倾向于为具有社会责任感的企业支付溢价,企业通过参与环境保护、公益慈善、员工关怀等社会责任实践,能够系统性地向消费者传递企业的价值取向与社会担当,这种价值共振所形成的情感认同,会逐步转化为消费者对品牌的深度信

任与长期忠诚,当消费者在面临同类产品选择时,这种基于社会责任构建的情感纽带,将直接影响其购买决策,促使其优先选择该企业的产品或服务,进而推动企业市场份额的持续扩张。从品牌传播维度来看,社会责任实践具有天然的传播优势,在信息化时代,传统广告的传播效能逐渐衰减,而企业社会责任行为因其蕴含的社会价值与人文关怀,往往具备更高的新闻价值与社会关注度,容易引发媒体的主动报道与公众的自发讨论,这种由社会责任事件引发的口碑传播,不仅能显著提升企业的品牌知名度,更能在潜移默化中塑造企业的品牌美誉度。相较于商业广告的单向信息灌输,基于社会责任实践的品牌传播具有更强的公信力与情感共鸣,能够帮助企业在消费者心智中建立独特的品牌认知,形成差异化的竞争优势^[4]。此外,这种传播方式还能有效降低企业的营销成本,通过社会传播的乘数效应,实现品牌价值的指数级增长。在市场竞争格局中,企业在社会责任领域的持续深耕与创新实践,能够帮助其在行业内树立标杆地位,当企业将社会责任理念融入战略规划与日常运营,形成可持续的社会责任实践体系时,不仅能够获得利益相关者的广泛认可,还能在行业标准制定、市场规则完善等方面获得更大的话语权,这种竞争优势的形成,能够吸引更多优质的合作伙伴与客户资源,促进产业链上下游的协同发展,进而巩固和扩大企业的市场份额,随着企业市场影响力的不断提升,其品牌价值与财务价值也将实现良性互动与协同增长,最终构建起企业可持续发展的核心竞争力。

2.3 优化风险管理,保障企业稳定发展

企业社会责任的履行对优化风险管理、保障企业稳定发展具有重要意义。在环境风险方面,全球气候变化带来极端天气频发、生态系统失衡等挑战,叠加各国环境法规从污染物排放标准到碳减排目标的持续收紧,企业面临的环境风险呈现指数级增长态势。通过系统性环境风险评估机制,企业可前瞻性识别潜在环境风险,结合生命周期评价法制定全流程绿色管理策略,从原料采购、生产工艺到末端处理实现低碳转型,规避因环境问题导致的停产整顿、高额罚款及诉讼赔偿等直接损失,同时避免因环境丑闻引发的品牌价值折损。在社会风险层面,企业需构建多层次利益相关者管理体系:在员工权益保障方面,建立科学的薪酬激励、职业培训和心理健康支持体系,提升员工满意

度与忠诚度,降低因劳资矛盾导致的生产效率下滑和人才流失风险;在消费者权益维护领域,搭建全渠道质量追溯系统与快速响应的客户服务机制,以零缺陷标准确保产品安全可靠,防范因质量问题引发的大规模退货、集体诉讼及品牌信任危机;在社区关系管理中,通过产业帮扶、文化共建等方式实现与社区的共生发展,避免因土地征用、噪音污染等问题引发群体性事件。在治理风险方面,企业应将社会责任理念深度嵌入公司治理架构,通过完善独立董事制度、强化内部审计监督、建立利益相关者参与决策机制,形成权力制衡与透明化管理体系,有效遏制管理层舞弊、关联交易违规等内部治理风险,这种全方位风险管理体系的构建,不仅能降低经营活动中的不确定性,更通过风险成本的有效控制、资源配置效率的提升及利益相关者信任资本的积累,为企业稳定发展奠定坚实基础,驱动企业价值在可持续发展轨道上实现稳步增长。

2.4 吸引投资与合作,拓展发展空间

企业积极履行社会责任能够吸引更多的投资和合作机会,为企业拓展发展空间创造有利条件。在资本市场,投资者的投资理念正经历深刻变革,从单纯追求短期财务回报转向更加关注企业的可持续发展能力和社会责任表现,这种转变源于全球经济环境的复杂化与利益相关者意识的觉醒,使得具有良好社会责任记录的企业被视为风险管控能力更强、发展韧性更足的优质标的。专业投资机构构建ESG评价体系,将企业节能减排、员工权益保障等纳入评估;绿色投资者以社会责任实践筛选投资组合。企业通过编制社会责任报告、建立常态化信息披露机制,展示环保投入、公益布局等成果,增强投资者信心,吸引长期资本注入。在商业合作生态中,社会责任形象成为构建信任关系的核心要素。供应链上下游合作方更倾向与社会责任管理体系完善的企业合作,这类企业将社会责任要求嵌入供应链管理,形成可持续协作网络。在战略联盟与业务拓展层面,社会责任表现优异的企业凭借品牌优势,吸引技术领先企业、行业龙头开展深度合作,实现资源共享。此外,积极参与行业标准制定、社会议题解决的企业,还能

获得政策扶持与资源倾斜,获取更多发展机遇。社会责任实践驱动的投资与合作网络,不仅为企业带来资金、技术与市场资源,更通过跨组织知识流动推动管理模式创新与业务边界拓展,企业在与外部合作伙伴的协同过程中,能够吸收先进的绿色生产技术、数字化管理经验,加速自身的技术迭代与商业模式创新,这种创新发展能力的提升,结合由此带来的市场份额扩张与品牌价值增值,最终转化为企业核心竞争力的全面提升,实现财务价值与社会价值的良性循环。

结语:

从财务视角来看,企业社会责任与企业价值之间存在着紧密的内在联系,企业积极履行社会责任,通过降低运营成本、提升品牌形象、优化风险管理、吸引投资与合作等多种路径,能够为企业带来直接和间接的经济效益,促进企业价值的提升。在新发展理念的指引下,企业应充分认识到社会责任对企业可持续发展的重要性,将社会责任理念融入企业战略规划和日常经营管理中,实现企业经济效益与社会效益的有机统一。

参考文献:

- [1] 颜虹. 财务管理视角下企业社会责任与可持续发展研究[J]. 知识经济, 2024(31): 117-119.
- [2] 王悦涵. 战略与财务视角下ESG对企业并购的影响研究[J]. 市场周刊, 2024, 37(26): 10-14.
- [3] 颜士祥. 价值链管理视角下关于企业财务战略管理的研究[J]. 质量与市场, 2023(5): 19-21.
- [4] 李金薇. 价值链视角下企业财务战略的研究[J]. 品牌研究, 2022(31): 267-270.
- [5] 李彪. 价值创造视角下企业管理会计实践研究[J]. 广东经济, 2023(10): 32-34.

作者简介:

梅钧琦(2002.9.16-)男,汉族,湖北省咸宁市,本科在读,研究方向:财会;

张喻(1993.9.5-)女,汉族,安徽省宿州市,硕士研究生,助教,研究方向:思想政治教育。