

Globethics Repository

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

企业社会责任履行度影响因素的实证研究——来自上证A股的经验证据

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 | Preprint |
| Authors | 李四海 |
| Rights | All rights reserved |
| Download date | 2026-07-10 04:15:42 |
| Link to Item | http://hdl.handle.net/20.500.12424/170169 |

企业社会责任履行度影响因素的实证研究

——来自上证 A 股的经验证据

中南财经政法大学 李四海

摘要: 选取 2006-2007 年我国沪市 A 股上市公司 803 样本点就企业社会责任履行度影响因素进行了研究, 表明企业的盈利能力、财务风险和来自政府、银行、社会公众的压力以及企业的成长性是企业社会责任履行度显著的影响因素, 但是对于不同规模的企业来说影响因素又有差异, 大规模企业社会责任的履行具有稳定性和战略性, 而规模小的企业更容易受短期机会左右。

关键词: 社会责任履行度; 盈利能力; 公共压力; 成长性

企业作为经济组织, 是市场经济的主体, 是构建社会主义和谐社会不可或缺的重要组成部分。企业的社会责任在整个社会组织的责任体系中发挥着重要作用, 社会和谐, 企业有责。对企业社会责任 (Corporate Social Responsibility, 简称 CSR) 的研究理论可上溯到上个世纪初, 早在 1924 年就被美国学者谢尔顿提出, 但没有引起多少关注。1953 年, 霍华德·鲍恩出版了《企业家的社会责任》一书, 使公司社会责任正式走进人们的视野, 但真正对其进行系统研究则是最近几十年的事, 我国学者对企业的社会责任研究主要是 20 世纪 90 年代以后开始的。在经历了 2008 这个中国的多事之年, 中国的企业和公众深切的感受到了企业社会责任的意义。1 月份的南方特大冰雪灾害、5·12 四川汶川里氏 8.0 级地震, 以及后来的“三鹿奶粉”事件都是对中国企业承担社会责任的重大考验。目前国内对企业社会责任研究的文献已经比较丰富, 但主要集中在对企业社会责任的理论以及企业社会责任与财务绩效、企业价值的相关性研究, 对现实中企业履行社会责任存在着显著差异的影响因素的研究文献还是比较少, 尤其是定量研究, 本文选择对企业社会责任履行度影响因素来进行实证研究, 希望通过研究以为那些提高我国企业社会责任的相关政策的制定提供理论依据。

一、文献回顾

诺贝尔经济学奖获得者西蒙以及弗兰奇为代表的伦理学派认为公司在具有独立法人地位的同时也具有道德人格,就应该履行道德义务,承担对社会整体利益应尽的责任,主张伦理先于利润。但究竟是哪些因素导致了企业社会责任行为表现的差异,一些学者已经开始关注这方面的问题。国外学者在研究时往往关注于企业高层管理人员个体因素,Thomas和Simerly(1995)研究发现,企业高层管理人员的职业背景对企业社会责任表现具有显著影响,任职期限尽管也有显著影响,但受产业类型的调节。Norcia和Tigner(2000)从一般意义上讨论企业社会责任的动机。他们认为,在企业决策中同时存在多种动机,包括财务的、实践的、管理、技术的、经济的、竞争的、公司的、组织的、社会的、个人的、伦理的,等等。Browne(2003)在其博士论文中运用多元线性回归检验了高层管理人员人口统计变量、薪酬、权力对企业承担社会责任的影响。Rashid和Ibrahim对企业管理人员的社会责任态度及其影响因素进行了实证研究。结果发现,企业社会责任态度最重要的影响因素是家庭教养,其他依次是传统信仰与习俗、产业惯例、宗教方面的训练、同事的行为、上司的行为以及学校或大学训练。国内学者李双龙(2005)把企业社会责任的影响因素归纳为以下几个方面:(1)一国的历史、文化、制度与社会发展水平;(2)发达国家和跨国公司对企业社会责任的态度;(3)各利益相关者对企业社会责任的需求;(4)企业的所有制性质;(5)预期心理;(6)企业规模。^[1]《上海企业诚信与社会责任研究》课题组(2005)通过对上海企业的调查得出结论,企业实施社会责任的程度受企业的成立时间、企业所有制形式、企业所处行业和企业规模等因素影响。李立清(2006)在构建企业社会责任评估体系基础上,以湖南省293家企业为研究样本,以单因素方差分析为主要分析技

术,研究了企业履行社会责任状况在行业属性、规模属性和所有制属性上的差异性。结果表明,企业履行社会责任的状况在这三个变量上具有显著性差异。陈留彬(2007)以问卷调查得到的数据进行实证研究,发现企业行业特征,企业规模特征,企业盈利能力与企业社会责任状况具有显著的相关性。^[2]陈小林(2008)以2002年至2006深圳A股上市公司为研究对象,通过多元线性回归等分析技术,实证研究了公共压力、社会信任、内部治理对企业环境信息披露的影响。本文拟在上述文献的基础上,侧重从企业的盈利能力、公共压力、内部治理、财务风险以及企业的成长性来分析其对企业社会责任履行的影响。

二、理论基础与假设发展

(一) 盈利能力与企业社会责任

企业的本质是各种生产要素所有者通过一系列合约关系联接而成的特殊组织,通过这种结合能够形成某种“集体生产力”,创造出一个大于单个成员从事生产经营活动净收益的剩余,这个剩余称为“组织租金”。^[3]现实中由于组织租金的概念十分抽象,现有的会计方法无法准确的计量和表达,因此我们采用反映企业盈利能力的财务指标进行衡量企业创造组织租金的能力和大小。企业盈利能力大小对企业各方面的行为都产生着不可低估的影响,盈利能力强的企业可能有更多的精力和实力去承担社会责任,盈利是企业履行社会责任的基石。美国学者Keith Davis等人(1975)认为盈利能力强的大企业对诸如少数民族平等就业和环境保护等重大社会问题有重大影响力,运用这种影响力来解决这些社会问题也就理所应当。盈利能力强的企业更加注重与利益相关者的长期合作,这些企业通常拥有稳定的发展战略,企业战略要求企业与利益相关者尤其是关键利益相关者建立起长期稳定的合作关系,为企业发展创造良好的环境,规避风险,创造机遇。

要建立与利益相关者的长期合作关系，必须充分考虑它们的利益要求，这恰恰是企业社会责任的固有含义。Mcwillimas和Siegel还提出了一种新的解释：企业社会责任是企业实施差异化战略的一种工具，是本企业区别于其他企业的一种产品属性。企业要向市场提供这种产品属性，必须进行专门的投资。这种投资的数额通常较大，而且伴有可观的后续成本。只有在盈利能力强的企业中，才有充分的资源和实力进行这些投资，并且只有在盈利能力强的大企业中才能实现投资的规模经济，这对那些盈利能力差的企业来说都是不可能的。因此，只有盈利能力强的企业才有能力向社会提供这种特殊的产品属性，其社会责任行为表现当然要好于盈利能力差的企业。陈留彬（2007）以问卷调查得到的数据进行实证研究，采用利润率作为评价企业盈利能力的指标，依据一定的标准将调查企业分成三组：盈利能力差、盈利能力一般、盈利能力较强三组，采用单因素方差分析方法，对不同盈利能力企业社会责任得分之间的差异进行分析，发现盈利能力差的企业社会责任履行状况明显差于盈利能力较好企业的社会责任履行状况。Waddock和Graves(1997)、Hillman和Keim(2001)、Berman、Wicks、Kotha和Jones(1999)等学者运用事件研究方法，通过大样本的回归分析了财务绩效与企业社会责任的关系，发现企业财务绩效与企业的社会责任之间存在显著的正相关关系。据此，我们提出假设1：

假设1：盈利能力越强的企业，社会责任履行状况越好。

（二）公共压力与企业社会责任

企业作为社会公民要参与各种社会交换活动，企业参与社会交换的目的在于赢利，能否赢利在很大程度上取决于企业能否得到社会的认同，而企业社会责任是企业赢得社会认同的利润的一种不可或缺的资源（Aronson、Wilson、Akert，

2005)。企业在进行社会责任投入时（资源付出），得到了社会大众的认可（如形成了负责任的品牌个性）和赞许（如顾客满意），这种认同和赞许是社会大众对企业社会责任的回报。企业的这种社会责任的投入与社会大众对其品牌个性的认可和满意，一旦形成良性互动后，就会建立起一种基于信任的隐性契约(Hum和Reilly, 1992)。由于社会交换遵循的是互惠和公平原则，这种基于信任的隐性契约形成后，社会公众就自然对有隐性契约关系的企业产生期望和要求，而影响社会公众对企业社会责任期望的因素主要有：企业实力、品牌的社会责任个性、民族中心主义。^[4]根据经典的认知—态度—行为理论，社会公众会依据对企业实力、品牌的社会责任个性的感知，对企业社会责任付出产生期望，并对企业社会责任的期望与企业社会责任履行度的感知进行比较，如果不相匹配，社会公众就会对企业社会责任履行度表示不满意，并产生抵制性的大众行为，对企业施加公共压力(Walden、Swartz, 1997)。如在汶川地震捐款中，同样是捐款1000万的联想和中国石化，社会公众对二者的评价却是截然相反。

对企业施加公共压力的主体除了社会公众外还包括政府、供应商、债权人等利益团体。如政府不满意企业的纳税行为和环保政策，债权人不满意企业的信用表现和社会公众形象，这些不满意的情绪将转换成压力，促使企业更好的履行社会责任，如政府基于社会管理和发展的需要，会对企业施加压力，要求企业改进环保措施、积极合法纳税；作为债权人如银行，为了避免坏账损失，可能要求企业提高贷款利率并对贷款提供担保甚至对那些社会形象很差的企业拒绝贷款。企业履行社会责任与公共压力存在联系，企业通过履行社会责任，缓解公共压力，维持其与社会公众、政府、债权人等各方的良好关系，以免遭到公众抵制、政府处罚、债权人停止合作、股东反对等重重危机中，树立企业良好的社会形象，给

企业带来长期的、潜在的利益。据此，我们提出假设2：

假设2：公共压力越大的企业，企业社会责任履行状况越好。

（三）内部治理与企业社会责任

通过国外有关公司内部治理与企业社会责任关系进行研究的文献发现，内部治理是影响企业社会责任的重要因素。独立董事是内部治理的重要力量，独立董事比例越高，董事会独立性越强，对管理层的监督效果越好，可以有效的防止管理层的机会主义行为和道德风险，促使企业管理层为维护企业利益相关者利益勤勉工作，使管理者的行为更加与投资人利益以及其他利益相关者的利益一致。同时独立董事比例越高，独立董事越能发挥相关专业技能，为企业的发展提供服务，提高企业的业绩，从而为企业履行社会责任提供物质基础，潭劲松等（2003）研究独立董事人数及薪酬与公司业绩（ROA和ROE）的关系发现，独立董事人数与公司业绩粗略正相关。据此，我们提出假设3：

假设3：独立董事比例越高，企业社会责任履行状况越好。

（四）财务风险与企业社会责任

由于财务结构不合理、融资不当使的企业可能丧失偿还到期债务的能力，从而产生财务风险，企业财务风险越大，企业出现财务危机的可能性也越大，因此企业为了防止财务危机的出现，会对企业的资源进行合理有序的安排，在企业资源有限的情况下，企业会优先安排扩大再生产所需资源，而会忽视对企业社会责任所需资源的投入。Prestonet al (1997)提出的“提供资金假说”认为，好的财务状况使企业有更宽裕的资源投入到企业社会责任(CSR)中去，而不好的财务状况会使企业无心也无力来承担更多的社会责任(CSR)。这其中的财务状况就包括了企业的财务风险。据此，我们提出假设4：

假设4：财务风险越大的企业，社会责任履行状况越差。

（五）成长性与企业社会责任

企业不同的成长阶段对社会责任的承担不同，对企业社会责任的认识也是不同，企业根据自己的发展阶段去调整 and 适应社会对自己的要求（孙为民，2008）。Sethi (1975) 提出了一个企业社会责任行为的三阶段模型：社会义务阶段 (Social-Obligation)—社会责任阶段 (Social-Responsibility)—社会响应阶段 (Social-Responsiveness)。在社会义务阶段，企业行为由市场力量和法律法规推动，企业处于被动、强制地位，态度消极；在社会责任阶段，企业行为与主流的社会规范、价值观和社会期望相一致，企业基本接受这些约定性、惯例性的内容，消极态度逐渐缓解，但也不会主动采取更多的措施；在社会响应阶段，企业不是对眼前社会压力做出反应，而是从长远发展角度考虑自己在动态社会系统应当扮演的角色，其行为是预测性的和预防性的，企业不但没有消极态度，而且会积极主动地承担一些当前社会规范没有期望的社会责任。^[5]

在企业的成长时期，由于企业资源的缺乏，同时自身处于成长时期需要大量的资源，企业社会责任意识往往不太自觉，大多数企业仍抱着“企业的唯一社会责任就是创造利润”的信条，对企业与人、环境、社会的关系认识不清；即使有的企业已经有所认识，但仍处于朴素阶段，往往将企业社会责任停留在“慈善”的认识上，往往对企业社会责任持消极的态度。而当企业进入成熟稳定阶段后，企业规模扩大，品牌形成，履行更多社会责任的条件也具备，社会也自然而然对企业有很多的期望和要求，同时企业必须得要满足社会的这种期望和要求（孙为民，2008），企业通过积极履行社会责任树立良好的社会形象，给企业带来长期的、潜在的利益。有的学者认为，一个企业的发展大致会经历三个阶段：纯粹的

挣钱阶段；追求规模阶段；企业社会公民时期。据此，我们提出假设5：

假设5：企业处于成长阶段，社会责任履行状况较差；企业进入成熟稳定阶段，社会责任履行状况较好。

三、研究设计

（一）变量定义

1. 企业社会责任履行度

目前国内外关于企业社会责任主要有狭义和广义两种观点，其中狭义社会责任观的代表人物为美国学者布鲁梅尔(Brummer)，他认为企业责任可划分为经济责任、法律责任、道德责任和社会责任四种，其中社会责任是企业责任的一个组成部分，广义社会责任观的代表人物为美国学者卡罗尔(Carroll)，该观点认为企业社会责任等同于企业责任，包括经济责任、法律责任、伦理责任、自由裁量责任等全部责任，广义的社会责任观是企业社会责任问题的泛化，容纳了各种对企业社会责任的一般性认识，它将企业与自然、经济和社会融于一体进行考察，它体现的是一种企业的价值观念或商业行为模式，而非仅是一种责任。^[6]相比于狭义的企业社会责任观将企业社会责任区别于其他企业责任，将企业视为相对独立的经济主体，而非将企业置于整个经济社会系统中予以考察，本文更赞成广义的企业社会责任观，将社会责任的基本思想、方法与企业的商业行为模式相结合，并贯穿于每个经济活动的环节，以达到持续创造价值的目的。

在广义的社会责任观下影响最大的两种定义框架分别是carroll(1979)的四责任概念框架和利益相关者框架。前者根据责任属性对企业社会责任进行划分，后者根据责任对象对企业社会责任进行划分。carroll(1979)的四责任概念框架认为企业的社会责任包括经济责任、法律责任、伦理责任和自愿责任后来改为

“慈善责任”。而利益相关者框架认为公司并非简单地被视为属于股东们的实物资产的集合体,而是一种具有治理所有在公司的财富创造活动中作了专用投资的主体的相互关系功能的法律框架结构。国内外学者在研究企业社会责任影响因素时往往基于利益相关者框架。究竟哪些主体是企业的利益相关者, Freeman (1994) 给予利益相关者的经典定义为:“企业的利益相关者是指那些能够影响企业目标的实现或被企业的目标的实现所影响的个人或群体”。这种影响可能是单向的也可能是双向的,包含了关系、交易或合约等形式,合约边界遍及社区、政府、供应商、客户等在内的所有利益关系人。^[7] 本文根据 Freeman 的经典定义,将企业的利益相关者界定为:股东、债权人、员工、供应商、客户、政府以及社会大众。本文以这七类企业利益相关主体来评价企业的社会责任履行度,并主要以对相关利益者社会责任履行过程中的实际现金支出来体现社会责任履行程度,陈玉清等 (2005) 也认为,上市公司对利益相关者承担的真实社会责任,表现为上市公司在既定的收入条件下已经对各利益相关者支付了多少现金。具体评价方法见表1:

表1 企业社会责任评分体系

| 利益相关者 | 评分指标 |
|-------|----------------------|
| 股东 | 分配股利所支付的现金/营业收入 |
| 员工 | 支付给职工以及为职工支付的现金/营业收入 |
| 债权人 | 利息保障倍数 |
| 供应商 | 应付账款周转率 |
| 客户 | 营业收入/营业成本 |
| 政府 | (支付税费-收到的税费返还)/营业收入 |
| 社会大众 | 捐赠支出/营业收入 |

确定了利益相关者的评分指标后，对具体指标进行评分的步骤是：第一步，划分等级。将同一年样本公司该指标的值从高到低排序，平均划分为4组，依次定为第一、二、三和四等级。第二步，划分级别，设定级别基础分。分别计算这四个等级的平均值，指标值大于第一等级平均值的为优秀级别，基础分为80分；小于第一且大于第二等级平均值的定为良好级别，基础分为60分；小于第二且大于第三等级平均值的定为中等级别，基础分为40分；小于第三且大于第四等级平均值的定为较差级别，基础分为20分；小于第四等级平均值的定为差级别，基础分为0分。第三步，计算各指标得分。优秀级别指标得分=优秀级别基础分+(样本指标值-第一等级平均值)/(优秀级别最高值-第一等级平均值)×20；其他级别指标得分=所在级别基础分+(样本指标值-所在等级平均值)/(上一等级平均值-所在等级平均值)×20

在企业社会责任履行度的评价中对于各利益相关主体权重的设定目前国内研究还没有得到一致的结论。国内学者沈洪涛（2005）通过建立在公司财务报表基础上的“相关利益者识别与权重”方法来识别我国公司相关利益者并赋予相应的权重，得到的权重数：股东为46.37%、债权人为25.16%、客户为15.39%、供应商为11.38%、员工1.17%、政府0.53%。^[8]但员工所占权重为1.17%很难让人信服。徐光华（2007）结合“卡罗尔结构”设计了社会责任各利益相关者权重模型。“卡罗尔结构”认为，企业社会责任可定义为经济责任、法律责任、伦理责任和自愿责任四大部分，权重分别为4-3-2-1。徐光华认为企业在社会责任方面的总支出是一定的，在经济、法律、伦理及自愿四方面责任的支出按“卡罗尔结构”权重进行分配，并且在各利益相关者之间进行再次分配。在各方面责任支出时遵循的原则是：经济、伦理和自愿责任支出在内部利益相关者与外部利益相关

者之间分配的权重分别为0.6和0.4，同时在kui内部或外部利益相关者内部分配时采用平均分配方式，法律责任在所有利益相关者之间平均分配。根据上述方法得到各利益相关者权重：股东28.29%，员工22.29%，债权人12.29%，供应商8.29%，客户18.29%，政府4.29%，其他利益相关者6.26%。^[9]从各利益相关者权重数来看具有一定的合理性，在一定程度上代表了企业社会责任中各相关利益主体的地位，本文参照此权重数来评价企业社会责任的履行度，社会责任履行度的得分计算公式：
$$\text{企业社会责任履行度得分} = \sum \text{利益相关者得分} \times \text{利益相关者权重}。$$

2. 公共压力

如果企业履行的社会责任没用达到公众与利益相关者的期望，将会产生公众与利益相关者对企业的不满，对企业施加公共压力。对企业来说，来自外部的公共压力主要有：政府压力、债权人压力、社会公众压力。一般来说，国有股比重越大，政府对企业的控制力越强，政府越能通过企业贯彻政策、主张的愿望，也就是政府干预企业行为的影响力更大，对企业来说压力也就越大。^[10]因此，本文采用国有股比例作为政府对企业施加压力大小的替代变量。公司的债权人可以分成两种，一种是商业信用往来形成的债权人，一种是因借贷关系形成的债权人，商业信用债权人分散，容易有搭便车的动机，而借贷主要来自银行，债权人集中，随着银行系统监管力度的加大，为了保证资金安全，银行对企业的监督也越来越多，对企业能施加重要影响，因此，本文采用银行贷款占贷款比重作为债权人压力的替代变量，该比重越大，银行在该公司的相对利益越大，银行对企业的压力和影响就越大。社会公众对企业施加的压力主要来自公众对企业社会责任履行度的期望，公众期望值越大对企业的公共压力也就越大，影响社会公众对企业社会责任期望的因素主要有企业的实力与企业所处行业的盈利水平，如果企业所处行

业是暴利行业，那么公众会对企业社会责任表现施加更大的压力。因此，本文采用资产规模和营业收入净利率作为公众对企业施加压力大小的替代变量，资产规模越大，反映企业的实力越雄厚，企业的营业收入净利率越高，反映企业所处行业的获利水平比较高。

综上所述，公共压力替代变量包括：国有股比例、银行贷款比例、营业收入净利率、企业资产规模。

（二）研究模型

为了研究企业社会责任履行度的影响因素，本文采用下述 OLS 线性回归模型。模型 1：

$$ER = \alpha + \beta_1 ROE + \beta_2 SOE + \beta_3 CRED + \beta_4 ROR + \beta_5 LNSIZE + \beta_6 OUTSIZE + \beta_7 LEV + \beta_8 GROWTH + \varepsilon$$

在考虑了变量之间交互影响之后设定模型 2：

$$ER = \alpha + \beta_1 ROE + \beta_2 SOE + \beta_3 CRED + \beta_4 ROR + \beta_5 LNSIZE + \beta_6 OUTSIZE + \beta_7 LEV + \beta_8 GROWTH + \beta_9 LEV * SOE + \beta_{10} LEV * CRED + \beta_{11} LEV * ROR + \beta_{12} GROWTH * SOE + \beta_{13} GROWTH * CRED + \beta_{14} GROWTH * ROR + \varepsilon$$

ER, 为社会责任履行度，是模型的被解释变量，根据表 1 的评分体系计算得出。

ROE、SOE、CRED、ROR、LNSIZE、OUTSIZE、LEV、GROWTH 为解释变量，分别代表净资产收益率、国有股比例、银行贷款占负债的比例、营业收入净利润、资产规模、独立董事比例、财务杠杆、成长性。其中 SOE、CRED、ROR、LNSIZE 是公共压力的替代变量。各变量的详细含义见表 2。

表 2

变量定义表

| 变量 | 预期符号 | 变量说明 |
|--------------|------|-----------------------------------|
| 被解释变量： ER | | 社会责任履行度，其计算方法见定义 |
| 解释变量 ROE | + | 净资产收益率，度量经营盈余业绩 |
| SOE | + | 国有股股数除以总股数 |
| CRED | + | 短期借款和长期借款之和除以负债总额 |
| ROR | + | 净利润除以主营业务收入 |
| LNSIZE | + | 总资产的自然对数 |
| OUTSIZE | + | 独立董事人数除以董事总人数 |
| LEV | - | 负债总额除以所有者权益 |
| GROWTH | - | 本年主营业务收入减去上年主营业务收入再 除以上年主营业务收入 |

（三）样本来源

本文选取2006-2007年我国沪市A股上市公司为研究样本，剔除变量数据记录不全的以及变量中存在极端异常值的上市公司，最终得到的研究样本数为803个样本点，研究中的样本数据主要来自CSMAR数据库以及巨潮资讯网站，并通过必要的计算得到所需的变量数据。

四、研究结果和分析

(一) 描述性统计

表 3 列示了描述性统计结果。从表中可以看出企业社会责任得分总体上并不是很理想, 得分均值为 48.2269, 说明我国企业社会责任的履行度还有待提高。从样本公司总体的得分来看, 有五家上市公司 06 年度和 07 年度得分均位列前十位, 07 年度社会责任得分位列第二位的中国神华(股票代码: 601088)在由中共中央党校学习时报、中华民族品牌协会、中华企业社会责任研究会等多家权威机构与主流媒体联合举办的评选活动中获得 2007 年“20 大中华社会责任奖”, 在 06 年度社会责任得分位列第五位的招商轮船(股票代码: 601872)被评为 2006 年度“最具责任感上市公司”, 并且得分位列前十位的中国神华和福建高速(股票代码: 600033)是我国上市公司中较早实施企业社会责任报告和建立社会责任制度。这些在一定程度上说明本文采用的社会责任评分方法所得到的结果具有一定的代表性。从表 3 得知, 上市公司国有股比例的均值为 29.27%, 说明上市公司国有股比例仍然比较大。银行贷款比例的均值为 50.02%, 最大值为 93.32%, 说明银行贷款的比重较大, 有的公司的负债基本上都来自银行贷款。此外从表 3 还可知独立董事比例平均为 35.44%, 基本上达到了证监会的要求: 独立董事占总董事会人数的 1/3。财务杠杆的均值为 1.6063, 负债是权益的 1.6 倍, 反映我国上市公司的负债比例比较高, 财务风险比较大。

表 3 描述性统计量

| | N | 最小值 | 最大值 | 均值 | 标准差 |
|---------|-----|---------|---------|---------|---------|
| ER | 803 | 19.1670 | 79.4671 | 48.2269 | 12.5130 |
| ROE | 803 | -1.0824 | 1.2407 | 0.0952 | 0.1672 |
| SOE | 803 | 0.0000 | 0.8629 | 0.2927 | 0.2275 |
| CRED | 803 | 0.0269 | 0.9332 | 0.5002 | 0.1880 |
| ROR | 803 | -7.6790 | 0.6375 | 0.0521 | 0.3084 |
| LNSIZE | 803 | 19.3448 | 27.6251 | 21.9018 | 1.0870 |
| OUTSIZE | 803 | 0.1111 | 0.6000 | 0.3544 | 0.4497 |
| LEV | 803 | 0.2680 | 9.9069 | 1.6063 | 1.1732 |
| GROWTH | 803 | -0.8684 | 3.7745 | 0.2719 | 0.4497 |

表 4 列示的变量之间的 Pearson 相关系数。从表 4 可知，企业社会责任履行度 ER 与净资产收益率 ROE、国有股比例 SOE、银行贷款比例 CRED、营业收入净利率 ROR 呈正相关，且均在 1%水平上显著，这些结果初步表明，盈利能力越好，公共压力越大的公司社会责任履行度越高。企业社会责任履行度 ER 与财务杠杆 LEV、成长性 GROWTH 呈负相关，且都在 1%水平上显著，与假设的预期一致，与独立董事比例 OUTSIZE 正相关但不显著。从各自变量之间的相关系数来看都不是很高，说明不存在严重的共线性问题。表 4 的结果仅是初步的结论，更稳健的结果还需要做多元回归分析。

表 4

Pearson 相关系数

| | ER | ROE | SOE | CRED | ROR | LNSIZE | OUTSIZE | LEV | GROWTH |
|-------------|----|------------------|------------------|-------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|
| ER | 1 | 0.129** 0.000 | 0.139** 0.000 | 0.292** 0.000 | 0.163** 0.000 | 0.067 0.057 | 0.019 0.594 | -0.174** 0.000 | -0.102** 0.004 |
| ROE | | 1 | 0.031 0.383 | -0.137** 0.000 | 0.383** 0.000 | 0.241** 0.000 | 0.066 0.062 | -0.221** 0.000 | 0.276** 0.000 |
| SOE | | | 1 | -0.009 0.800 | 0.094** 0.008 | 0.316** 0.000 | -0.078* 0.027 | -0.025 0.471 | 0.095** 0.007 |
| CRED | | | | 1 | -0.018 0.603 | -0.078* 0.028 | -0.058 0.100 | -0.050 0.155 | -0.113** 0.001 |
| ROR | | | | | 1 | 0.125** 0.000 | 0.033 0.349 | -0.123** 0.000 | 0.128** 0.000 |
| LNSIZ E | | | | | | 1 | 0.063 0.076 | 0.062 0.079 | 0.148** 0.000 |
| OUTSIZ E | | | | | | | 1 | -0.001 0.972 | -0.021 0.551 |
| LEV | | | | | | | | 1 | 0.062 0.080 |
| GROWTH | | | | | | | | | 1 |

注：**表示在 0.01 水平（双侧）上显著相关 *表示在 0.05 水平（双侧）上显著相关

（二）多元回归结果

进行多元回归的结果列示在表 5。表 5 中模型 1 是未考虑交互影响的结果，模型 2 是考虑变量间交互影响后的结果。从模型 1 的结果可以看出，盈利能力 ROE 与企业社会责任履行度是显著正相关，企业盈利能力越强，企业社会责任履行度越高。国有股比例 SOE 与企业社会责任履行度显著正相关，说明国有股比例越高，政府对企业社会责任的履行具有显著的促进作用；银行贷款比例 CRED 也在模型中显著为正，说明银行贷款比例越高，企业社会责任履行度越高；营业收入净利率 ROR 与企业社会责任履行度显著正相关，企业规模 LNSIZE 与企业社会责任履行度正相关，但不显著。这些结果说明社会公众压力、政府压力、作为债权人的银行压力是促使企业提高社会责任履行度的重要因素。财务杠杆系数 LEV 与企业社会责任履行度显著负相关，表明企业财务杠杆系数越大，企业财务风险越大，社会责任履行度就越低。成长性与企业社会责任的履行度成显著负相关，表明企业在成长时期，并不太关注社会责任的履行，企业成长性越大，需要更多的资源来支撑自身的发展，社会责任履行就越差。独立董事比例的系数在模型中为正但不显著，表明独立董事比例在企业社会责任履行中没有发挥显著作用。

在考虑变量间交互影响后的模型 2 中可以发现，财务杠杆系数和国有股比例的交叉项与企业社会责任履行度显著正相关，表明国有控股比较高的企业的社会责任履行度受自身财务风险的影响相对要弱；财务杠杆系数和营业收入净利率的交叉项与企业社会责任履行度显著正相关，表明在获取高额利润的行业中，企业因受社会公众压力比较大而不会因为自身的财务风险而降低社会责任履行度；国有股比例和成长性的交叉项与企业社会责任履行度正相关，这表明企业在政府的引导下能够在一定程度上正确处理成长性与社会责任履行的关系；成长性和营业

收入净利率的交叉项与企业社会责任履行度显著正相关,表明在考虑了行业的获利水平之后,企业的成长性对社会责任履行度的影响有所减弱。从以上的结论我们发现国家、银行在企业社会责任履行中起着积极的促进作用,行业的获利水平也是影响企业社会责任履行的重要因素。

表 5 全样本 OLS 回归结果

| 自变量 | 模型 1 | | 模型 2 | |
|------------|-----------|--------|-----------|--------|
| | 回归系数 | t | 回归系数 | t |
| INTERCEPT | 27.737*** | 3.022 | 37.517*** | 4.181 |
| ROE | 9.543*** | 3.331 | 7.455** | 2.153 |
| SOE | 7.147*** | 3.766 | 10.466*** | 3.404 |
| CRED | 19.761*** | 9.034 | 20.349*** | 5.210 |
| ROR | 4.279*** | 2.999 | 39.055*** | 8.627 |
| LNSIZE | 0.332 | 0.810 | 0.271 | 0.696 |
| OUTSIZE | 8.285 | 0.911 | 9.527 | 1.141 |
| LEV | -1.162*** | -3.226 | -1.370*** | -3.721 |
| GROWTH | -3.510*** | -3.691 | -6.855*** | -2.963 |
| LEVSOE | | | 3.370** | 2.121 |
| LEVCREC | | | -1.642 | -0.808 |
| LEVROR | | | 12.177*** | 8.776 |
| GROWTHSOE | | | 8.832*** | 3.207 |
| GROWTHCREC | | | 3.350 | 0.793 |
| GROWTHROR | | | 53.359*** | 10.002 |

| | | | | |
|-------------|-----------|--|-----------|--|
| N | 803 | | 803 | |
| F-statistic | 20.717*** | | 25.144*** | |
| Adj. R^2 | 0.164 | | 0.297 | |

注：***、**和*分别表示 1%、5%和 10%的显著性水平

考虑到不同规模的企业，社会责任履行度影响因素的是否也不同，表 6 列示了大规模企业和一般规模企业回归的结果。

表 6 子样本回归结果

| 自变量 | 大规模公司回归结果 | | 一般规模公司回归结果 | |
|-------------|-----------|--------|------------|--------|
| | 回归系数 | t | 回归系数 | t |
| INTERCEPT | 29.490*** | 5.891 | 38.922*** | 7.837 |
| SOE | 3.674 | 1.473 | 6.449** | 2.534 |
| CRED | 22.314*** | 7.711 | 13.085*** | 4.323 |
| ROR | 44.973*** | 9.468 | 2.868** | 2.114 |
| OUTSIZE | 11.900 | 0.958 | 8.937 | 0.726 |
| LEV | -0.322 | -0.600 | -1.110** | -2.421 |
| GROWTH | -1.862 | -1.525 | -4.204*** | -3.268 |
| N | 347 | | 456 | |
| F-statistic | 33.344*** | | 8.695*** | |
| Adj. R^2 | 0.359 | | 0.092 | |

注：***、**和*分别表示 1%、5%和 10%的显著性水平

表 6 显示,在一般规模公司样本中,国有股比例 SOE 与企业社会责任履行度显著正相关,而在大规模公司样本中正相关但不显著,表明政府对规模小的企业社会责任履行度的影响要比大规模公司显著,小规模企业社会责任的履行更容易受政府政策和行政的影响,而大规模企业对社会责任的履行更具有稳定的、长远性战略规划,没小规模企业那么容易受政府政策和行政的影响。财务杠杆系数 LEV 与一般规模企业社会责任履行度显著负相关,而与大规模企业社会责任履行度负相关,但不显著,表明大规模企业社会责任履行度受企业自身财务风险的影响没有一般规模企业显著,小规模企业社会责任履行度更容易受自身财务状况的影响。从表 6 中还可以发现,一般规模企业社会责任履行度受自身成长性的影响比大规模企业显著,大规模企业社会责任履行更具有稳定性。这些结果说明大规模企业拥有稳定的发展战略,更注重与利益相关者建立起长期稳定的合作关系,为企业发展创造良好的环境,规避风险,创造机遇,因此企业社会责任的履行也更具有稳定性和战略性。相比之下,规模小的企业更容易受短期机会左右,与利益相关者的合作具有临时性,社会责任的履行容易受外部政府的压力和自身财务风险以及成长性的影响。

五、研究结论及政策意义

本文以上证 A 股 2006 年和 2007 年横截面数据为基础研究了盈利能力、公共压力、内部治理、财务风险以及企业的成长性对企业社会责任履行的影响。研究发现,企业的盈利能力、财务风险和来自政府、银行、社会公众的压力以及企业的成长性是企业社会责任履行度显著的影响因素,但是对于不同规模的企业来说影响因素又有差异,大规模企业社会责任的履行具有稳定性和战略性,而规模小的企业更容易受短期机会左右。因此那些为提高我国企业社会责任履行度的相关政

策制定时要有针对性,对于大规模企业应重在引导,而对中小规模企业重在规范,通过相应的规范,减少其在社会责任履行中的机会主义行为,使其社会责任的履行具有稳定性和长远性。要注重国有股以及银行贷款在企业社会责任履行中的显著影响意义,加强对企业社会责任履行的引导,对于那些社会责任履行积极、社会形象比较好的企业,银行可以适当放宽贷款条件、降低贷款利率,刺激和促进企业社会责任的履行。同时要强化那些垄断行业以及那些获取高额利润行业的企业社会责任履行的意识,促使他们承担更多的企业社会责任。当然企业的盈利能力是履行社会责任的基石,只有把企业经营好,企业经济效益提高了,才有能力和精力去履行更多的社会责任。企业的社会责任在整个社会组织的责任体系中发挥着重要作用,促使企业积极履行社会责任,强化企业的社会责任意识是构建和谐社会的重要内容。

参考文献:

- [1] 李双龙. 试析企业社会责任的影响因素[J]. 经济体制改革, 2005, (4): 76-79.
- [2] 陈留彬. 中国企业社会责任评价实证研究[J]. 山东社会科学, 2007, (11): 145-150.
- [3] 杨瑞龙. 论利益相关者合作逻辑下的企业共同治理机制[J]. 中国工业经济, 1998, (8): 50-55.
- [4] 黄敏学. 企业被“逼捐”现象的剖析: 是大众“无理”还是企业“无良”[J]. 管理世界, 2008, (10): 34-40.
- [5] Sethi A conceptual Framework for Environmental Analysis of social Issus and Evaluation of Business Response Patterns[J] Academy of Management Review,1979, (4): 63-74.
- [6] Cornell Shapiro Corporate Stakeholders and Corporate Finance [J] Financial Management,1987, (1): 165-181.
- [7] Freemanetal Corporate Social Responsibility: A Critical Approach[J] Business Horizons,1991, (7): 321-335.
- [8] 沈洪涛. 公司社会责任与公司财务业绩关系研究[D]. 厦门大学博士学位论文, 2005.
- [9] 徐光华, 张瑞. 企业社会责任与财务绩效相关性研究[J]. 财会通讯, 2007, (12): 70-73.
- [10] 高敬忠, 周晓苏. 经营业绩、终极控制人性质与企业社会责任履行度——基于我国上市公司1999-2006年面板数据的检验[J]. 财经论丛, 2008, (6): 36-40.

An Empirical Study on the Factors Which Influence the Degree of Social Responsibility Fulfillment

—Empirical Evidence from the Listed Companies Belonging to A Share of Shanghai Securities Exchange

Li Sihai

(School of Accounting, Zhongnan University of Economics and Law, Wuhan 430073, China)

Abstract: Research of 803 Listed Companies of the Shanghai Securities Exchange suggests that the profitability of enterprises, financial risks, the pressure from the government, banks, public and the growth of corporate are the significant factors which influence the social responsibility fulfillment. But for enterprises of different sizes, the influence factors are different, the social responsibility that large-scale corporate fulfill is more stability and strategic, the social responsibility that small-scale corporate fulfill is more vulnerable to short-term opportunities.

Key words: Degree of Social Responsibility Fulfillment; Profitability of Enterprises; Public Pressure; Growth of Company