

关于企业环境税的公众认知与 税收效应预期的问卷调查

张长江(博士) 殷海燕

(南京工业大学经济与管理学院 南京 211816)

【摘要】 本文以南京市 376 份公众调查问卷为样本,探讨企业环境税的公众认知现状和效应预期。结果显示:70%以上的公众认为认知程度对环保工作有重要影响,51.60%的公众听说过企业环境税,其中绝大多数在 1~4 年内听说,媒体是公众认知企业环境税的主要途径;近 6 成受访者认为企业环境税的开征会影响到自己的生活,尽管其中多数认为影响不太大;征收和使用公平问题以及企业污染物排放量的计量困难被公众认为是开征企业环境税的主要难点;公众对企业环境税的预期效应主要包括治理环境、增强企业环保意识、促进企业技术创新、加快企业产业结构升级等。

【关键词】 企业环境税 公众认知 预期效应 问卷调查

本文试图通过公众问卷调查的方法,重点了解公众对企业环境税的认知情况和公众对开征企业环境税会产生什么样的预期,以为企业环境税政策制定提供参考。

一、调查设计及基本情况

1. 问卷设计与发放。问卷共设计了 20 个问题,分成三个部分:一是关于受访者基本情况;二是关于受访者对我国环境问题及企业环境税认知情况;三是关于受访者对开征企业环境税的可能效应预期情况。在问卷的最后加入了“请您对我们的本项调查提出建议和评价”环节,以弥补我们在问卷设计上可能存在的漏洞。

问卷采取现场访问的形式获取数据,该项工作由南京工业大学 2007 级会计学专业本科生完成。2011 年 5 月,该专业 71 名学生以抽签方式决定进驻的调查地点。在南京市 11 个区(不含高淳县和溧水县)各设 2 个调查点,共计 22 个调查点,共发出问卷 400 份,回收有效问卷 376 份。

2. 受访者基本情况。我们从性别、年龄段、文化程度、专业背景、职业、行业 6 个方面了解受访者基本情况。

从受访者性别结构看,男性占 52.93%,女性占 47.07%。参照世界卫生组织最新对人的年龄段的划分方法,本问卷将受访者年龄段分为 18 岁以下、19~34 岁、35~44 岁、45~59 岁和 60 岁以上等 5 个阶段,受访者上述各年龄段比重分别为 8.24%、69.15%、15.96%、5.85%和 0.80%。

受访者文化程度情况:高中及以下占 13.83%,大专占 21.01%,本科占 51.06%,硕士研究生占 9.57%,博士研究生占 4.52%。

考虑到对企业环境税的认知程度与个人专业背景有关,本问卷试图考察经济学、管理学、法学、理学、工学等与企业环境税关系较密切的专业学科背景对认知程度和效应预期的影响,因此将上述专业单独列示,受访者来自上述专业背

景的分别占 27.34%、30.34%、14.23%和 14.67%,来自其他专业的为 13.48%。

受访者的职业类型涉及:①国家机关、党群组织、企事业单位负责人(17.29%);②专业技术人员(26.33%);③办事人员和有关人员(15.69%);④商业、服务业人员(12.50%);⑤其他类型(28.19%)。从受访者行业背景看,来自企业的受访者占 68.62%,其中来自重污染行业(包括火电、钢铁、水泥、电解铝、煤炭、冶金、化工、石化、建材、造纸、酿造、制药、发酵、纺织、制革和采矿业等 16 类)的约占 60%。

二、调查结果分析

1. 南京市公众对企业环境税认知程度的调查结果分析。本部分调查设计了 6 项问题,涉及我国环境问题认知、环境意识对环保的影响、企业环境税认知、企业环境税认知途径、国外企业环境税认知等。

(1)对我国环境问题的整体认知及其与环境保护的关系。在问及“您认为我国的环境问题如何”时,我们设置“非常严重”、“严重”、“比较严重”、“一般”和“较轻”5 个选项,回收问卷的回答情况见图 1。上述选项的回答比重分别为 39.63%、28.19%、18.09%、8.24%和 5.85%。从前 3 项的合计数来看,认为我国环境问题达到比较严重以上程度的占 85.91%,说明南京市公众已普遍认识到环境问题的严重性。

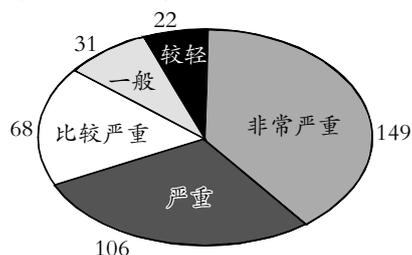


图 1 公众认为我国环境问题的严重程度

我们同时设置了“您认为公众对环境问题的认知程度对环境保护工作重要吗”一题,以考察公众对环境问题的关心程度。该问题的选项包括“重要”、“不太重要”和“不好说”3个选项,结果选择“重要”这一项的占70.74%,这表明南京市公众对环境问题给予了高度的重视,同时也认识到了自身参与的重要性。

(2)对企业环境税的认知程度与认知途径。从“您听说过企业环境税吗”一题的访问结果来看,有51.60%的受访者听说过企业环境税。对听说过企业环境税的受访者进一步访问发现,首次听说企业环境税的时间在1年以内的人数占51.55%,在2~4年的占36.60%,在5年以前就听说企业环境税的占11.85%。

据笔者从中国期刊网搜索的环境税相关文献来看,我国最早关于环境税研究的论文发表于1992年,截至2011年8月共有近1111篇环境税相关论文,发表于近5年的论文占全部文献的71.83%,这表明企业环境税真正开始从理论探讨向实践结合发展是近3年的事情。可以看出,上述调查结论与理论研究的步伐一致。

为进一步了解公众认知企业环境税的途径,我们对194名听说过企业环境税的受访者追加“您是通过什么方式知道企业环境税的”一题,包括媒体(报刊、网络、广播电视等)、学习和学术活动、亲朋好友介绍、其他方式4个选项。调查结果见图2:

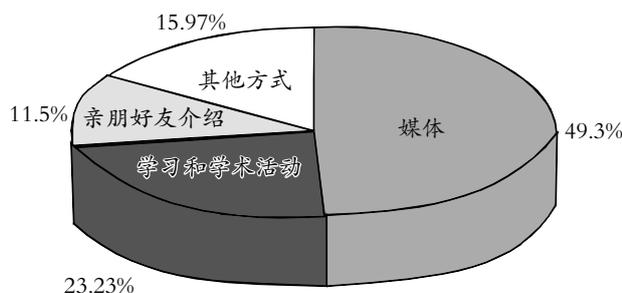


图2 公众对企业环境税的主要认知途径

不难看出,媒体宣传是公众了解企业环境税的重要途径,要使企业环境税的理念深入人心,继续强化媒体宣传是必经之路。近年来,随着公众对环境问题关注度的提高,主动学习和开始探究企业环境税的人数呈增加趋势,企业环境税的研究与出版物也获得了进一步的发展。通过亲朋好友了解企业环境税的比重为11.5%,这表明公众逐渐将企业环境税作为一个热门话题纳入了日常生活,开始关注和学会适应环境税对日常生活的影响。

此外,我们还考察了公众对国外企业环境税的认知情况,回答“很了解”的占17.84%，“有所了解”的占29.19%，“不了解”的占52.97%。

2. 南京市公众对企业环境税效应预期调查结果分析。

(1)企业环境税对环境保护和公众生活的影响。我们设置了“您认为开征企业环境税有助于缓解环境问题吗”一题,旨在了解公众意识中的企业环境税与环境保护之间的关系。在

3个选项中,选择“作用很大”的占42.25%,选择“作用不大”的占43.32%,选择“基本没有作用”的占14.44%。这说明80%以上的公众认为企业环境税对环境问题的解决有作用,但在环境税对环保的作用的认识上存在分歧,认为“作用很大”和认为“作用不大”的比重基本不相上下。

对公众而言,企业环境税的开征对其日常生活的影响应该是他们关注的重要问题之一。为此问卷设置了以下问题:“您认为,开征企业环境税会影响您的生活吗?”。其选项有:A.影响很大,会加大企业生产经营成本,导致产品价格提高;B.影响不太大,企业环境税起的是调剂作用;C.基本没影响,与普通人无关;D.不好说,要看企业环境税制定情况。

调查结果显示,选择A项的占21.87%,选择B项的占36.80%,选择C项的占19.46%,选择D项的占21.87%。这一结果表明:近六成受访者确认企业环境税的开征会影响到自己的生活,其中多数认为影响不太大。由于企业环境税的具体征收方案尚在酝酿中,税收的来源和税款使用主体尚不明朗,这可能是部分公众对企业环境税对生活影响的大小不感兴趣的主要原因。

(2)企业环境税的征收问题。我们拟对公众对企业环境税的征收中较为细节的问题做进一步调查,设置的问题是:“您认为企业环境税的纳税主体应该谁?”统计回答结果显示,54.52%的受访者认为应该是“向环境排放污染物的企业”,32.18%认为应该是“生产对环境有害的产品的企业”,只有13.30%认为应该是“购买对环境有害产品的消费者”。

毫无疑问,企业环境税的纳税主体应该是企业(主要是那些重污染行业的企业),在这个问题上,公众的看法基本上是一致的。尽管企业环境税的纳税主体本应是企业,但环境税征收在企业间的公平性问题受到关注,值得重视。同时,我们还发现公众对企业环境税是否会向消费者转嫁等问题表现出了担忧。

在“您认为企业环境税应该如何征收”一题的调查中,57.18%的受访者认为应以企业污染物排放量为标准来征收,选择“每年定额征收”和“专项征收”的分别占18.88%和16.49%,还有7.45%选择“其他标准”。同时,有些受访者提出了其他见解,如“在按排污量征收时要同时考虑污染程度”、“按排污量和专项同时征收,有些污染源很难以排污量来衡量”等。这说明公众有不少人已经认识到税基的确定是企业环境税征收中的关键问题之一。

我们还设计了“您认为开征企业环境税的难点主要在于什么(可多选)”一题。调查结果是:52.13%的受访者认为“企业环境税的征收和使用公平问题”(难点1)是企业环境税的主要难点,51.60%认为“企业污染物排放量的计量困难”(难点2)是难点,41.76%认为“企业环境税开征时机和力度把握”(难点3)是难点,36.44%认为“企业环境税理论尚不成熟”(难点4)是难点,29.52%认为“企业环境税征收执行困难”(难点5)是难点。具体见图3。此外,有些受访者还提出了其他难点问题,如地方保护主义问题、国有企业与民营企业的同等对待问题、国外环境税制度的本土化问题等等。

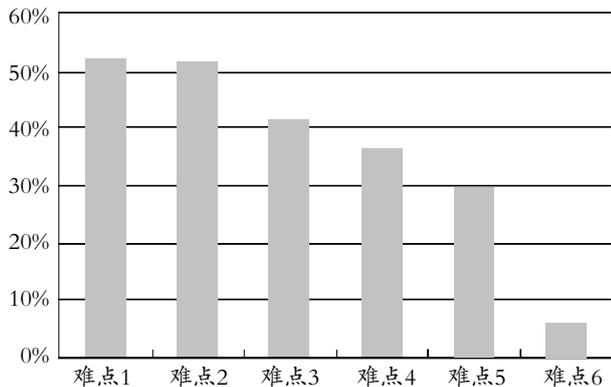


图3 开征企业环境税的主要难点调查结果

基于以上企业环境税的作用、影响和实施难点的调查,我们就公众对企业环境税的开征时间做了试探性询问,即“您认为应何时开征企业环境税”一题。设置了3个选项:1年内、2~3年内、3年以后。认为应在1年内开征企业环境税的占41.76%,认为应在2~3年内开征企业环境税的占39.89%,认为应在3年以后再开征的占18.35%。这说明8成以上受访者对企业环境税的实施表现出比较急切的期望。

(3)企业环境税的效应预期。环境税的“双重红利”理论认为,环境税具有纠正市场外部性从而提高市场效率和改善环境质量的双重效应,即效率红利和绿色红利。本问卷通过梳理国内外企业环境税效应的研究成果,主要从上述两个效应分解出若干公众易于理解的效应表述,以了解公众对企业环境税的效应预期。

为此,我们设计了“您认为开征企业环境税的主要效应是什么(可多选)”一题。供选择的选项有:A.治理环境;B.增加财政收入;C.促进企业技术创新;D.提高企业竞争力;E.增强企业环保意识;F.加快企业产业结构升级;G.增加企业负担;H.某些重污染企业将被淘汰;I.缓解全球环境压力;J.其他(供受访者自行表述)。调查结果见图4。

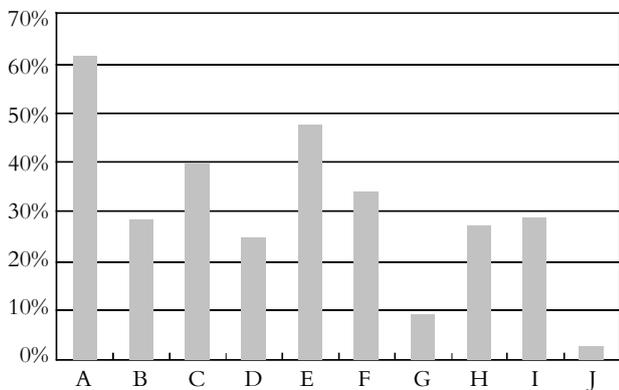


图4 南京市公众对开征企业环境税的效应预期

图4中A-J分别代表以上10个选项,数值为选该项人数占受访者总人数的百分比,分别为61.70%、28.72%、39.89%、25%、47.87%、34.04%、9.31%、27.13%、28.99%和2.66%。选项A和I代表了绿色效应。从调查结果看,公众对企业环境税的绿

色效应抱有比较高的期望。在企业环境税对企业及社会效率的影响方面,公众主要关注的是能否增强企业环保意识、促进企业技术创新、加快企业产业结构升级、增加财政收入、淘汰重污染企业等。应该说,调查结果反映了近年来公众对环境问题和环境税问题的关注程度,受访者的选择基本上也是学界和实务界正在研究和探讨的热点和重点问题,这表明南京市公众对企业环境税给予了高度的关注和期望。

3. 关联性分析。上文就南京市公众对企业环境税的整体认知和效应预期调查做了阐述,下文将分析企业环境税认知和效应预期的影响因素。我们将受访者学历情况与其对企业环境税的认知情况(以是否听说企业环境税为例)做了相关性分析,发现听说过企业环境税的受访者中本科和研究生学历的比例均高于未听说企业环境税的受访者的比例。来自企业的受访者更加关心和了解企业环境税,来自重污染行业企业的受访者对企业环境税了解程度最高,可见认知程度与行业背景有显著关系。

从效应预期的相关性分析来看,受访者的学历对企业环境税的效应预期也会产生影响,学历高的受访者的预期更趋于理性,既看到了企业环境税的正面效应,也提出了困惑甚至质疑。不同行业背景的受访者关注的效应亦有区别,企业人员更关注环境税对企业的影响,一般公众主要关心环境税对其日常生活的影响。另外,不同公众在了解企业环境税的途径选择上也各不相同,如学历较高者更多地通过学习和学术活动了解环境税,学历较低者主要通过媒体和亲朋好友介绍等方式来了解环境税。

三、结论与政策建议

本文选择南京市376位社会公众为受访者,对企业环境税的认知程度和效应预期做了调查分析。研究结论如下:其一,公众对企业环境税的认知程度是随着全球环境问题的日益凸显和媒体舆论的宣传而强化加深的,对普通公众而言,企业环境税尚为一较新的概念。其二,公众对企业环境税的开征持谨慎乐观态度,对开征企业环境税所可能产生的效应整体看好,但也反映了对某些关键问题的担忧。

主要政策建议如下:一是国家要在提高公众(包括个人和企业)环境意识方面加大宣传力度。二是要发挥好企业环境税的“双重红利”效应,公平和效率的兼顾是关键,要把企业环境税的征收和使用中的效率与公平放在重要位置,这样才能达到开征企业环境税的目的。三是在设计税率、税基等批标时,力争先试点后铺开,执行力度是成败的关键。四是要加强企业环境税的理论研究,为企业环境税的开征提供有效的理论支持。

主要参考文献

1. 兰相洁. 环境税“双重红利”论及其启示. 当代财经, 2010;9
2. 梁丽. 我国开征环境税:源起、机理与模式. 财经问题研究, 2010;9
3. 苏明, 许文. 中国环境税改革问题研究. 财政研究, 2011;2