

企业社会责任报告鉴证影响因素研究

戴慧婷 秦信任

(暨南大学管理学院 广州 510632)

【摘要】 本文基于利益相关者理论、信号传递理论和代理理论,以我国 2008~2010 年在沪深两市发布社会责任报告的公司为研究对象,通过 Logistic 回归分析,从社会责任表现、企业特征、公司治理和审计师类型四个方面来分析影响我国企业提供社会责任报告鉴证的因素。研究结果表明,企业特征、公司治理和审计师类型都会对我国企业的社会责任报告鉴证行为产生影响,公司规模较大、董事会规模较大以及年报审计师是“四大”的企业更倾向于提供社会责任报告鉴证。

【关键词】 社会责任报告鉴证 社会责任表现 企业特征 公司治理 审计师类型

一、引言

进入 21 世纪以来,社会日益关注企业社会责任。在过去的数年间,我国的企业社会责任报告数量迅速增加,从 2006 年的 10 份增加到 2010 年的 703 份。随着社会责任报告数量的增加,人们开始关注社会责任报告的质量,尤其是其可信度(沈洪涛等,2010)。然而,由于缺乏社会责任报告原则和标准,企业在社会责任报告的形式和内容上都有很大的随意性。这导致不同企业发布的社会责任报告质量差异较大,有些企业

度上取决于待开发的产品,而非那些早已面市销售的产品。而这些无形资产的真实价值只有企业自身或少数业务伙伴知道,外部投资者鲜有了解。正是由于知识型企业产品技术(潜在价值)上的隐蔽性,在资本市场上无形资产融资阻力重重,这是限制此类企业扩张的一个重要原因。因此,知识型企业应充分考虑研发行为及无形资产融资对当期现金流的影响。

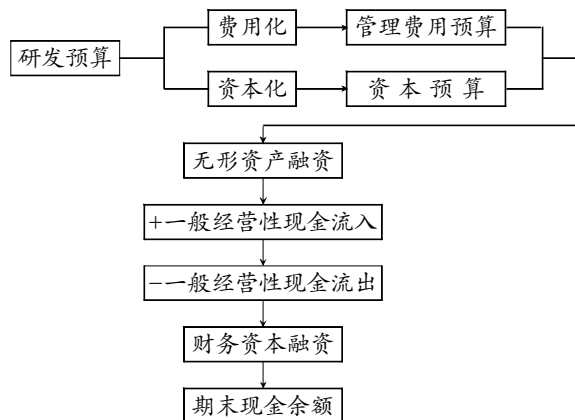


图2 建立在无形资产融资基础上的现金预算流程

如图 2 所示,有必要以预算为切入点,根据其相应的资本化和费用化的处理结果,预测无形资产融资规模;然后结合预期一般经营性现金净流量(在很大程度上受无形资产融资规模的影响)及财务资本融资状况,测定期末现金余额。该余额

的社会责任报告似乎只是一个“花瓶”。在这种情况下,独立的第三方鉴证就成为提高社会责任报告可信度和有效性的重要方法。

2006 年,中远集团发布了我国第一份经过鉴证的企业社会责任报告。截止到 2011 年 12 月 31 日,我国累计共有 88 家企业的 163 份社会责任报告经过了鉴证。鉴证是一项有成本的行为,到底是什么因素使得企业自愿提供社会责任报告鉴证?这是实务界和学术界最为关注的问题。本文试图从企业社

又将作为下一轮研发活动的一个“资本储备”。不难看出,无形资产融资、研发活动、一般经营性现金流之间存在着紧密内在关系,三者之间的良性互动成为知识型企业保持财务弹性、赢得快速反应能力的一个关键因素。

四、结论

预算管理中的市场导向表明,预算管理是“反风险性”的。这一点在敏捷型组织中得到了完美的印证,即当敏捷型组织面对变化万千的市场竞争时,它们应对风险的态度应该是以预算管理来以变制变,而不是被动地受制于风险。从组织结构变革的视角来看,敏捷型组织本身就是巨型航母式企业在速度经济下的“华丽转身”,而实现这一转身的平台即市场,支撑力量即创新能力。因此,不论是销售预算、现金预算还是资本预算,敏捷型组织均应以外部市场与内部研发的有机整合为切入点,实施动态预算管理。

【注】 本文系徐州工程学院 2011 年度科研项目“KIBS 企业智力资本融资问题研究”(项目编号: XKY2011513)的阶段成果。

主要参考文献

1. 王斌. 企业预算管理及其模式. 会计研究, 1999; 11
2. 张云亭. 顶级财务总监——战略、资源、理财与控制. 上海: 上海财经大学出版, 2002
3. 王建军. 教育营销: 现代社会营销观念的具体体现. 华东经济管理, 2006; 2

会责任表现、公司特征、公司治理和审计师类型四个方面验证影响我国企业对社会责任感报告进行鉴证的因素。

二、理论分析与研究假设

利益相关者理论、信号传递理论和代理理论都为企业的社会责任报告鉴证行为提供了理论解释。根据利益相关者理论,企业是由各个相关利益者构成的“契约联合体”。企业的资本中不仅有来自于股东的财务资本,还有来自于员工、消费者、政府、社区和社会公众等利益相关者的其他资本。因此,企业不仅要承担经济责任,还要承担对各个利益相关者的社会责任,并披露社会责任信息,使得利益相关者了解企业的社会责任履行情况。为了提高社会责任信息的可信度,维护利益相关者的利益,企业有必要聘请独立的第三方对社会责任报告进行鉴证。

信号传递理论认为,信号有效性必须具备非强制性和不易模仿性两个重要前提(Scott,2006)。而社会责任报告鉴证属于企业的一种自愿行为,并且具备相应的信号成本,使得潜在的模仿者望而却步,因此符合信号传递的前提条件。如果社会责任报告鉴证能够有效地提高企业社会责任业绩及其报告的可信度和有效性,就能增加企业高水平努力承诺的可信度,避免陷入无效的低水平努力均衡。正如 Mailath 和 Samuelson (2001)所强调,市场中企业博弈均衡的结果是“有能力的企业通过选择高的努力程度来将自己区别于低能企业”。

代理理论认为,在经济资源的所有者与使用者之间存在委托代理关系。由于代理人拥有比委托人更多的信息,代理人在追求利益最大化的过程中会产生道德风险和逆向选择问题,解决这些问题的主要方法是监督和激励。企业社会责任报告鉴证作为一种监督方式,可以对委托代理关系中存在的问题起到缓解的作用。

由以上分析可以看出,企业可能出于维护利益相关者的利益、传递信号和缓解代理问题等的考虑,对其发布的社会责任报告进行鉴证。具体而言,企业的社会责任表现、企业特征、公司治理和审计师类型都可能对鉴证行为产生影响。

1. 企业社会责任表现与社会责任报告鉴证。企业的存续发展离不开利益相关者,Donaldson 和 Preston(1995)认为当企业在满足其利益相关者的某些方面需求的同时,也会反过来受到其更多的关注,而企业社会责任行为无疑是利益相关者的重要需求之一。当公司社会责任履行较好的时候,根据信号传递理论,公司管理层将非常愿意将这一信息传递给利益相关者,而且不仅会主动传递社会责任信息,还会通过鉴证提升信息的可信度,以突出他们的社会责任表现,提升公司形象;当公司履行社会责任较差的时候,公司管理层会企图阻碍信息的正常传递、尽量隐藏不利的信息,以维护公司形象。由此,本文提出如下假设:假设 1:企业社会责任履行越好,越倾向于提供社会责任报告鉴证。

2. 企业特征与社会责任报告鉴证。本文分别从企业规模和盈利能力两个方面来描述企业特征与社会责任报告鉴证之间的关系。

从企业规模来看,根据代理理论,规模越大的企业代理成

本越高,大规模企业为了降低代理成本会披露更多的信息。Abdel-khalik(1993)认为大公司更有可能发布自愿性鉴证。此外,Deepphouse 和 Carter(2005)从相关利益者理论出发,认为大规模的企业与利益相关者之间存在更多的联系,所以大企业更倾向于提供社会责任报告鉴证。因此,本文提出如下假设:假设 2-1:企业规模越大,越倾向于提供社会责任报告鉴证。

从盈利能力来看,盈利能力好的企业更可能来维持和增强企业的声誉(Robert 和 Dowling,2002),包括企业社会责任建立的声誉。同时,企业只有拥有良好的财务绩效才能更多地关注社会责任问题,才能在披露社会责任信息的基础上选择提供社会责任报告鉴证来获得更多的优势。因此本文提出如下假设:假设 2-2:企业盈利能力越好,越倾向于提供社会责任报告鉴证。

3. 公司治理与社会责任报告鉴证。根据利益相关者理论和代理理论,一个良好、健康的公司治理结构能够妥善处理各利益相关者的关系,消除委托代理关系的弊病,从相关利益者利益最大化的角度出发进行充分、完善的社会责任信息披露,并通过鉴证提高可信度。本文从股权性质与董事会规模两方面来衡量公司治理。

我国企业的股权性质主要有国家股、法人股和社会公众股。法人股是国有法人股和社会法人股的总称。国家股和国有法人股控制的企业由于拥有较多的政策扶持,常常形成某种形式的垄断,因此受公众关注的程度较高。为了回应公众对企业社会责任表现的关注,加强与公众之间的沟通,增强公众对企业的信任,国有股东控股的企业更可能选择提供社会责任报告鉴证。因此,本文提出如下假设:假设 3-1:国有股东控股的企业更倾向于提供社会责任报告鉴证。

董事会是一个企业的经营决策机构,能够对管理层的经营管理活动进行监督和控制。董事会规模越大,其代表性越广泛,从而更可能从众多利益相关者的角度出发,促使管理层及时、充分、准确地披露企业的社会责任信息,并通过社会责任报告鉴证提高社会责任报告中信息的可信度。因此,本文提出如下假设:

研究假设 3-2:企业董事会规模越大,越倾向于提供社会责任报告鉴证。

4. 审计师类型与社会责任报告鉴证。在审计研究中,大多以审计师是否为“四大”作为衡量审计质量的替代变量。通常认为,“四大”具有良好的声誉和可观的资源,因此能比非“四大”提供更有效的控制机制(DeAngelo,1980;Watts 和 Zimmerman,1986)。我国的社会责任报告鉴证业务起步较晚,鉴证水平也并不是很高。而“四大”在社会责任报告鉴证业务领域位于领先地位。在我国现有的社会责任报告鉴证中,“四大”提供的鉴证远远多于非“四大”。当企业的年报审计师为“四大”时,企业更有可能继续选聘其为社会责任报告进行鉴证。因此,本文提出如下假设:假设 4:与年报审计师为非“四大”相比,年报审计师为“四大”的企业更倾向于提供社会责任报告鉴证。

三、实证检验及结果

1. 样本选取与数据来源。本文以 2008~2010 年间在上交所和深交所发布社会责任报告的 503 家上市公司为研究对象,在剔除了连续亏损和退市的公司以及资料不全的公司后,最终的研究样本由 1 437 家公司年报组成。

本文使用的企业社会责任表现数据根据上市公司年报手工收集和计算获得,样本公司 2008 至 2010 年度社会责任报告主要通过巨潮资讯网以及公司的网站手工收集取得,企业社会责任报告鉴证数据通过“企业可持续发展报告资源中心”网站和巨潮资讯网手工收集和整理。其余数据来自 CSMAR 数据库。

2. 研究变量。根据研究假设,本文将企业社会责任表现、企业规模、盈利能力、股权性质、董事会规模和审计师类型作为主要的解释变量,分别采用经过标准化的每股社会贡献值、总资产的自然对数、权益报酬率、控股股东性质、董事会人数、年报审计师是否为“四大”分别作为上述解释变量的衡量方法。

每股社会贡献值根据上海证券交易所 2008 年 5 月份发布的《关于加强上市公司社会责任承担工作的通知》中的定义进行计算,公式为:

每股社会贡献值=(净利润+所得税费用+营业税金及附加+支付给职工以及为职工支付的现金+本期应付职工薪酬-上期应付职工薪酬+财务费用+捐赠-排污费及清理费)/期初和期末总股数的平均值。

在计算出每股社会贡献值后又对其进行了 Z-score 标准化处理。

本研究还引入了上市地点、所属行业、上市年限作为控制变量。根据 Simnett 等(2009)对不同行业社会责任敏感度不同的区分,本文将制造业和金融、保险业划分为社会责任敏感行业,其余为非社会责任敏感行业。变量的具体定义见表 1。

我们将样本划分为有鉴证和无鉴证两个子样本,然后分别对总样本和子样本进行了描述性统计分析,结果列示在表 2 中。从表 2 的数据可以看出,在作为研究样本的 1 437 份社会责任报告中,只有 78 份(5.4%)进行了第三方鉴证,这个比例相对来说还是比较低的,说明我国上市公司社会责任报告的鉴证程度并不是很高。各变量按是否提供社会责任报告鉴证分组后,在鉴证组中,除盈利能力之外,企业社会责任表现、企业规模、控股股东性质、董事会规模和审计师类型的均值均高于非鉴证组的均值。

3. 检验模型。本文的被解释变量是二分变量,所以采用 logistic 回归来检验研究假设。

表 1 研究变量的说明

变量类型	变量名称	变量符号	变量定义	
被解释变量	社会责任报告鉴证	ASSURANCE	提供了社会责任报告鉴证,赋值为1,否则为0	
	企业社会责任表现	CSP	经过标准化的每股社会贡献值	
解释变量	企业特征	企业规模	SIZE	期末资产总额的自然对数
		盈利能力	ROE	净利润/股东权益
	公司治理	控股股东性质	STATE	控股股东的性质为国家股或者国有法人股时,赋值为1,否则为0
		董事会规模	BOD	董事会总人数
	审计师类型	BIG4	年报审计师为“四大”时,赋值为1,否则为0	
控制变量	行业性质	IND	敏感行业赋值为1,非敏感行业赋值为0	
	上市地点	LIST	在上交所上市赋值为1,在深交所上市为0	
	上市年限	YEAR	上市当年至2010年底的年数	

表 2 研究变量描述性统计

	全部样本(N=1 437)				鉴证组(N=78)		非鉴证组(N=1 359)	
	最小值	最大值	均值	标准差	均值	标准差	均值	标准差
ASSURANCE	0.000	1.000	0.054	0.000	1.000	0.000	0.000	0.000
CSP	-1.583	6.366	0.009	0.982	0.206	1.139	-0.002	0.971
SIZE	18.266	30.231	22.872	1.744	25.605	2.545	22.715	1.547
ROE	-1.162	62.887	0.170	1.666	0.140	0.109	0.172	1.713
STATE	0.000	1.000	0.413	0.492	0.440	0.499	0.410	0.492
BOD	4.000	20.000	9.888	2.424	12.270	3.592	9.750	2.267
BIG4	0.000	1.000	0.175	0.380	0.630	0.486	0.149	0.356
IND	0.000	1.000	0.556	0.497	0.470	0.503	0.560	0.496
LIST	0.000	1.000	0.626	0.484	0.850	0.363	0.610	0.487
YEAR	0.000	1.000	0.354	0.478	7.290	4.215	10.850	4.788

Logistic 回归拟合的方程是:

$$\ln(P/1-P) = \alpha + \sum \beta_k X_k + \gamma_i Y_i + \epsilon$$

(k=0, 1, 2, ..., 8; i=1, 2, 3)

其中,P 是上市公司是否提供社会责任报告鉴证的概率, X_k 代表各类解释变量,包括企业社会责任表现、企业规模、盈利能力、控股股东性质、董事会特征、审计师类型的相应衡量变量;Y_i 代表各类控制变量,包括行业性质、上市地点和上市年限。α 是常数项,β、γ 分别是解释变量和控制变量的回归系数向量集,ε 是残差项。

4. 实证结果及分析。本文先分别将企业社会责任表现、企业特征、公司治理和审计师类型变量单独放入方程中,与控制变量一起进行回归检验,然后将四组变量同时放入方程中进行检验。表 3 的回归结果显示,将四组变量分别放入模型进行检验时:

(1)企业社会责任表现与提供社会责任报告鉴证正相关,且在 10%的水平上显著,这与假设 1 相符,说明当企业社会责任履行较好的时候,企业更愿意通过鉴证来提高社会责任报告的可信度。

(2)从企业特征来看,公司规模与提供社会责任报告鉴证正相关,并通过了 1%的显著性检验,这说明规模越大的企业为了与利益相关者进行更多的交流,以降低代理成本,越有

表3 Logistic 回归结果

变量	企业社会责任表现	企业特征	公司治理	审计师类型	全部变量
常量	-2.175 *** (33.862)	-17.197 *** (96.497)	-5.088 *** (70.409)	-2.784 *** (44.769)	-14.692 *** (51.623)
CSP	0.197 * (3.748)				-0.016 (0.018)
SIZE		0.640 *** (83.354)			0.491 *** (28.375)
ROE		-0.291 (0.103)			-0.272 (0.083)
STATE			-0.013 (0.003)		-0.067 (0.057)
BOD			0.292 *** (50.644)		0.096 * (3.705)
BIG4				1.916 *** (52.979)	0.563 * (2.796)
IND	-0.264 (17.662)	-0.737 ** (6.414)	-0.613 ** (5.458)	-0.220 (0.774)	-0.890 *** (8.584)
LIST	1.382 *** (17.662)	0.348 (0.946)	1.030 *** (9.530)	0.731 ** (4.644)	0.238 (0.432)
YEAR	-0.178 *** (38.514)	-0.178 ** (6.493)	-0.152 *** (27.497)	-0.130 *** (21.192)	-0.089 *** (8.473)
-2 Log likelihood	537.962	435.242	491.960	487.634	428.784
Cox & Snell R ²	0.046	0.112	0.076	0.079	0.116
Nagelkerke R ²	0.135	0.326	0.222	0.230	0.337
观察值	1 437	1 437	1 437	1 437	1 437

注:括号内的数字为显著性水平。*、**、***分别表示显著性水平为10%、5%和1%(双尾检验)。

可能提供社会责任报告鉴证。盈利能力与社会责任报告鉴证负相关但不显著,这说明较好的盈利能力并不能促进企业的社会责任报告鉴证行为,这可能是因为盈利能力较好的企业大多已经拥有较好的声誉,因此没有通过鉴证来提高声誉的强烈需求。

(3)从公司治理来看,董事会人数与提供社会责任报告鉴证正相关,并在1%的水平上显著,说明增加董事会人数能够使得董事会的代表性更广泛,从而促进社会责任报告鉴证的提供。企业是否国有控股与提供社会责任报告鉴证负相关但不显著,说明国有控股企业在对其社会责任报告进行鉴证方面,并不一定比非国有控股企业承担的压力大。这可能是因为随着市场的开放,私营企业同样受到公众的高度关注。

(4)年报审计师是否为“四大”与企业是否提供社会责任报告鉴证正相关,且在1%水平上显著,这与假设4相符。说明在我国,企业利用年报审计师为“四大”的优势为社会责任报告提供鉴证的趋势较明显。

当四组变量一起放入检验模型时,公司规模、董事会规模与审计师类型这三个变量仍然与是否提供社会责任报告鉴证显著正相关,只是显著性水平发生了一些变化。公司规模仍然

在1%的水平上显著,而董事会人数和审计师类型的显著性水平由1%变化为10%,说明在共同作用下董事会人数和审计师类型对鉴证的促进作用下降了。当引入其他解释变量时,企业社会责任表现对社会责任报告鉴证的影响变得不显著了。另外,检验结果显示,行业变量和上市年限也会显著影响企业提供社会责任报告鉴证的行为。

四、研究结论及启示

本文以我国2008~2010年间在沪深两市发布社会责任报告的上市公司为研究对象,通过Logistic回归分析,从社会责任表现、企业特征、公司治理和审计师类型四个方面来研究影响上市公司社会责任报告鉴证的因素,结果表明:①规模越大的企业越倾向于对社会责任报告进行鉴证。②扩大董事会规模能够促进企业的社会责任报告鉴证行为。③年报审计师为“四大”的企业更可能继续聘请该事务所为其社会责任报告提供鉴证。上述结果说明,企业特征、公司治理和审计师类型都对企业提供社会责任报告鉴证有一定的解释力。

需要指出的是,我国目前发布的社会责任报告鉴证数量较少,在样本期间内,上市公司提供的社会责任报告鉴证数量只占社会责任报告数量的5.4%,由此导致本研究鉴证组和非鉴证组的样本数量存在较大差异,这可能会影响实证检验的结果。此外,由于非上市公司数据难以搜集,本文只研究了影响上市公司社会责任报告鉴证的因素,而对非上市公司未加以考虑。对非上市公司的社会责任报告鉴证行为进行研究,从而更全面地认识我国企业社会责任报告鉴证的影响因素,可以成为未来的研究方向。

【注】本文由“暨南大学优秀本科推免生科研创新培育计划”资助。

主要参考文献

1. 沈洪涛,万拓,杨思琴.我国企业社会责任报告鉴证的现状及评价.审计与经济研究,2010;5
2. Deephouse D. L.,S. M. Carter. An Examination of Differences between Organizational Legitimacy and Organizational Reputation. Journal of Management Studies, 2005;4
3. Donaldson T.,L. E. Preston. The Stakeholder Theory of the Corporation;Concepts, Evidence, and Implications. The Academy of Management Review,1995;2
4. Mailath G.J.,L. Samuelson. Who Wants a Good Reputation.The Review of Economic Studies,2001;6
5. Simnett R.,A. Vanstraelen,W.F. Chua.Assurance on Sustainability Reports: An International Comparison.Accounting Review,2009;8