

企业家声誉对企业研发投资长期绩效的影响

张晓波 陈海声(博士生导师)

(华南理工大学工商管理学院 广州 510640)

【摘要】本文以企业股权性质作为考察背景,实证研究了企业家声誉对企业研发投资长期绩效的影响,得出研究结论如下:①不区分股权性质情况下,企业家声誉对企业研发投资长期绩效具有积极影响,说明声誉激励能弥补显性激励契约的不足,促使企业家从长远利益出发,努力完成研发任务,提高企业研发投资长期绩效。②区分股权性质情况下,非国有企业、国有企业企业家声誉均能促进研发投资长期绩效的提升,但与非国有企业相比,国有企业企业家声誉与企业研发投资长期绩效的正相关关系相对较弱。

【关键词】企业家声誉 研发投资 股权性质

一、引言

从长远发展来看,创新构成了企业获得竞争优势从而实现长期收益最大化的最终源泉。根据美国学者Dara等人的观点,理想状态下,一个创新声誉好的企业应该是研发投入大、专利申请数量多、商业化的产品和服务多、收益大的企业。因此企业要实现技术创新,必须加大研发投入力度。虽然我国政府、企业和高校科研机构在研发投入方面做出了不懈努力,但与发达国家相比,我国研发投入构成中,企业贡献率和参与度明显偏低(梁立魁,2012)。并且不同区域的研发投入有较大差异。出现以上问题的原因在于,目前我国企业在战略层面还没有形成成熟的研发投入机制,政府资助性质的研发投入缺乏稳定渠道,政府对企业研发资助往往因信息不完整、市场不成熟而出现问题,加之政府对投入的研发资金在管理和调控上缺乏有效的整合机制和激励机制,以致企业把政府补助的研发资金看做是一笔冒险基金,将其投资于自己不愿投资的期望报酬率低的高风险项目,从而造成社会资源的浪费。

本文在声誉理论、现代产权理论、委托代理理论的基础上,尝试以定量方法研究企业家声誉对研发投资长期绩效的影响,说明声誉激励对解决政府和企业家信息不对称问题的重要性,相关部门不仅应关注企业研发投入强度,而且应关注企业家完成研发投资项目的努力程度。在实施政府资助之前,相关部门应从多个渠道获取能体现企业家声誉的信息,通过综合评估,审慎进行研发资助,从而避免企业将政府给予的资助用于无价值的研发项目之中,使企业在研发工作的努力程度、精力、时间、产出水平等方面能符合政府的投资目标。

二、理论分析与研究假设

1. 企业家声誉与研发投资长期绩效。政府和企业都是研发活动的主体,但二者分工不同、责任不同。政府是以增加国家和社会利益为出发点的公益性委托人,在企业进行研发投入过程中主要起引导和推动作用,而企业则是以赚得政府激励优惠为目的的理性代理人。政府因为无法监督企业研发行为的努力程度,所以二者之间存在信息不对称,二者之间的关系是委托代理关系。

根据Fama(1980)、KMRW(1982)的声誉理论,企业家声誉作为隐形激励机制能有效地控制委托代理成本,促使企业家从个人和企业长远利益考虑,努力完成研发任务,审慎进行研发投资,从而促进研发投资长期绩效的提升。基于此,本文提出如下假设:

H1:企业家声誉与企业研发投资长期绩效正相关。

2. 非国有企业企业家声誉与研发投资长期绩效。非国有企业具有以下特征:①企业家不仅拥有控制权,而且拥有剩余收益索取权。根据剩余价值占有理论,当剩余收益全部归企业所有者时,即是对“自然人”完善的激励机制,因此,非国有企业企业家有绝对的理由为企业和个人努力完成政府布置的研发任务。②非国有企业资产及与之相关的收益由企业家个人占有,具有排他性,规避了负外部性。根据资产拥有理论,产权具有排他性就可以减少搭便车行为,企业家只要努力工作,就能获得研发投资收益。③非国有企业获取资源的能力弱,希望获得政府的资助,因此愿与政府合作,并努力完成研发任务。

根据Holmstrom(1982)提出的代理人市场声誉模型,企业产出由企业家的努力程度、能力等因素决定,而企业家声誉又由企业产出决定,所以努力完成研发工作的非

国有企业企业家会为企业带来较高的研发产出,而高研发产出能为企业家带来较好的声誉,从而能增加企业的市场价值和获得政府对企业的资助。而不努力完成研发工作的非国有企业企业家为企业带来的是低研发产出,显然,低研发产出为企业家带来的是不好的声誉,从而会降低企业的市场价值。因此由于声誉成本的存在,理性的企业家会坚持努力完成研发任务,进而为企业带来高研发产出。基于此,本文提出如下假设:

H2:非国有企业企业家声誉越好,则企业研发投资长期绩效就越好。

3. 国有企业企业家声誉与研发投资长期绩效。与非国有企业企业家相比,我国国有企业企业家具有一定的特殊性,表现在:①国有企业不具有选拔、更换企业家的权力,企业家受命于政府,并且在受命之前已具有一定的行政级别,以晋升激励为主,其晋升由政府决定;②在政府任命制条件下,由于国有企业企业家业绩考核的有效程度较低,所以无论企业家是否努力、在国企内部如何调动都能获得稳定的工资和福利待遇;③国有企业企业家任期不确定。

根据王君(2001)的研究结论:国有企业业绩越好,CEO晋升的机会就越多,在企业内任职的期限就越短;国有企业业绩越差,CEO被调离的可能性就越大,任职期限也越短。所以企业家无论是否努力完成研发任务,研发收益对其个人不会带来长期回报,企业家很难根据由研发收益决定的声誉做个人长远利益预期,容易出现短期行为。与非国有企业相比,国有企业企业家声誉对研发投资长期绩效的影响较弱。基于此,本文提出如下假设:

H3:相比非国有企业,国有企业企业家声誉与研发投资长期绩效呈弱正相关关系。

三、研究设计

(一)企业家的设定

现代企业中企业家大体分为两种:一种是企业所有者企业家;另一种是受雇于所有者的职业企业家,也称职业经理人。在健全的公司治理结构中,董事长是企业的法人代表,是企业形象的象征,是事实上的企业家,拥有更多的决策权,所以本文设定董事长为企业家。

(二)企业家声誉测量

1. 企业家声誉各指标的确定。本文用Rep表示企业家声誉,从企业家个人能力、个人特征、社会影响和承担的社会责任四个维度,选取各维度中以往学者常用指标作为企业家声誉的代理变量。①借鉴李焰和秦义虎的方法选取企业家学历层次作为个人能力维度的评价指标,用Edu表示;②借鉴Milbourn(2003)的方法,采用企业家任期作为个人特征维度的指标度量声誉,用Tenure表示;③借鉴Milbourn(2003)、Francis等人的方法,用媒体曝光率衡量企业家的社会影响力,用News表示媒体曝光率。

④本文借鉴谭建军的方法,用企业家对利益相关者的贡献表示企业家所承担的社会责任,选取的利益相关者是消费者,如果企业对消费者的贡献越大,企业家声誉就越好,本文用Mar表示企业产品市场占有率。

2. 企业家声誉测量体系各指标权重的确定。本文借鉴郭亚军教授在AHP(改进层次分析法)的基础上提出的G1方法,按照专家意见确定各个指标的重要程度,再对指标赋予权重,确定各指标的权重分三步进行:

第一步:确定序关系。设某个评价目标或者准则的评价指标 A_i 的重要程度大于(或不小于)某评价指标 A_j 的重要程度,即 $A_i > A_j$;并设评价指标 A_1, A_2, \dots, A_m 的重要程度具有如下关系式,即:

$$A_i > A_j > \dots > A_k \quad i, j, \dots, k = 1, 2, \dots, m \quad (1)$$

则 A_1, A_2, \dots, A_m 之间按“>”确定了序关系。

第二步:确定相邻指标之间的重要程度。相邻指标之间的重要程度用 R_k 表示, R_k 取值很重要,可以取最次要指标 $R_m=1$ 。具体取值如表1所示:

表1 两指标之间对比相对重要程度

R_k	说明	R_k	说明
1.0	同样重要	1.1	介于同样重要和稍微重要之间
1.2	稍微重要	1.3	介于稍微重要和明显重要之间
1.4	明显重要	1.5	介于明显重要和强烈重要之间
1.6	强烈重要	1.7	介于强烈重要和极端重要之间
1.8	极端重要		

第三步:计算权重。根据指标的重要程度,设相邻指标 X_{k-1} 和 X_k 之间的权重之比为:

$$R_k = W_{k-1} / W_k \quad k = m, m-1, m-2, \dots, 3, 2 \quad (2)$$

W_k 代表第k个指标的权重。于是有:

$$W_{k-1} = R_k W_k \quad k = m, m-1, m-2, \dots, 3, 2 \quad (3)$$

$$W_m = (1 + \sum_{k=2}^m \prod_{i=k}^m R_i) \cdot 1 \quad (4)$$

3. 企业家声誉测量体系各指标数据处理。由于本文所选择指标数据的单位差异很大,因此在建立企业家声誉评价模型时不能直接求和,需先对数据进行无量纲化处理。无量纲化方法包括直线型、折线型和曲线型三种。目前,通常使用的是直线型中的标准化方法,本文选用标准化方法对数据进行处理。正向指标数值越大表明企业家声誉越好,公式如下:

$$P_{i,j} = \frac{v_{i,j} - \min(v_{i,j})}{\max(v_{i,j}) - \min(v_{i,j})} \quad (5)$$

式中: $P_{i,j}$ 表示第i个准则层的第j个指标的标准化后的值; $v_{i,j}$ 表示第i个准则层的第j个指标的原始数据。

负向指标数值越小表明企业家声誉越好,标准化方

法为指标数据的最大值与指标数据之间的差额除以最大值与最小值的差额,公式如下:

$$P_{i,j} = \frac{\max(v_{i,j}) - v_{i,j}}{\max(v_{i,j}) - \min(v_{i,j})} \quad (6)$$

公式中各变量表示意义与上式相同

(4)企业家声誉评价模型。通过上述分析,本文构建以下模型测量企业家声誉水平,即:

$$\text{Rep} = \alpha_1 \text{Edu} + \alpha_2 \text{Tenure} + \alpha_3 \text{News} + \alpha_4 \text{Mar} \quad (7)$$

式中:Rep表示企业家声誉水平,α代表指标权重,且Σα=1。

本文首先对各指标重要程度进行排序:企业产品市场占有率的重要性位居第一,因为企业家声誉很大程度上由企业产出决定,该指标既能体现企业家业绩水平,也能体现企业家的能力,还能体现企业家承担社会责任情况。媒体曝光率的重要性位居第二,因为媒体对企业家形象的宣传对企业家和企业声誉的影响巨大,而且媒体曝光率也被很多学者用来衡量企业家声誉。企业家任期的重要性排第三,一般来说,企业家任期越长,对企业长远利益预期越多,企业研发投资长期绩效越好。重要性排名最后的指标是企业家的学历层次。

指标排序确定后,接着确定各指标之间的相对重要程度,企业产品市场占有率与企业家媒体曝光率相比,前者对社会和企业有直接贡献,而后者对企业家和企业的现在和未来也有影响,所以前者比后者重要;而媒体曝光率与企业家任期相比,前者对企业家个人、员工、消费者等众多利益相关者有直接影响,而后者对企业家个人、员工、消费者有潜在影响,所以前者比后者重要;任期的企业家一般抱有长远利益预期,因而能努力工作;而学历层次作为企业家能力的衡量指标之一并不意味着企业家学历层次越高,能力越强,所以本文判定企业家任期与企业家学历层次相比稍微重要。

基于上述判断,本文根据G1法计算各指标权重,结果如表2所示:

	α ₁	α ₂	α ₃	α ₄
权重计算结果	0.17	0.20	0.29	0.34

因此,企业家声誉的模型可以用下式表示:

$$\text{Rep} = 0.17\text{Edu} + 0.20\text{Tenure} + 0.29\text{News} + 0.34\text{Mar} \quad (8)$$

在对各指标数据进行标准化处理后代入上式,即可得到企业家声誉的数值。

(三)模型和变量定义

根据上文分析,本文构建以下多元回归模型来检验前面提出的假设,即:

$$\text{Per} = \alpha_0 + \alpha_1 \times \text{Rep} + \alpha_2 \times \text{Roa} + \alpha_3 \times \text{Cash} + \alpha_4 \times \text{Age} + \alpha_5 \times \text{JR} + \alpha_6 \times \text{Techni} + \alpha_7 \times \text{Hi-tech} + \varepsilon \quad (9)$$

Per是被解释变量,表示企业研发投资的长期绩效,研发投资绩效有三个不同的维度,即技术绩效、财务绩效和价值绩效。技术绩效一般用专利数量Pat来表示;财务绩效一般用企业收益指标来表示,本文用净利润与研发投入之比RTR表示。由于企业市场价值难以准确计量,所以本文的研究不考虑其价值绩效,仅以技术指标和财务指标来衡量研发投资的长期绩效。

Rep是解释变量,表示企业家声誉。

股权性质(Stat)的判断:本文根据聚源数据库所提供的样本公司的实际控制人性质确定其股权性质,实际控制人性质按照第一大股东性质来判断。

高新技术企业的判断:丛明(2003)在研究高新技术企业的特征和类型的文章中指出,我国高新技术产业主要包括计算机与通信技术、生命科学技术、电子技术、计算机集成制造技术、航空航天技术、光电技术、生物技术、材料技术八大类。据此,本文通过查找样本公司的主营业务范围来判断其是否属于高新技术企业。

为了消除其他因素对研发投资长期绩效的影响,本文引入六个控制变量,具体定义如表3所示:

表3 变量定义

	变量名	符号	变量定义	
被解释变量				
企业研发投资长期绩效	技术绩效	Pat	研发投资当年及之后三年申报专利数量之和	
	财务绩效	RTR	研发投资当年及之后三年净利润与研发投入之比的平均值	
解释变量				
企业家声誉(Rep)	个人能力	学历层次	Edu	企业家大学专科以下学历取0,大专取1,本科取2,硕士取3,博士取4
	个人特征	任期	Tenure	截止研发投资当年企业家任期, Tenure=研究年份-企业家上任年份+1
	社会影响	媒体曝光率	News	在“中国资讯行——中国经济新闻库”中搜索企业家名字,统计研发投资当年及之前四年企业家被报道的次数
	社会责任	产品市场占有率	Mar	研发投资上年营业收入与行业总收入之比
控制变量				
总资产收益率		Roa	研发投资上年的总资产收益率	
期初现金余额与期初总资产之比		Cash	期初现金余额与期初总资产之比	
企业年限		Age	截止研发投资当年企业成立年限, Age=研究年份-企业成立日期+1	
是否两职合一		JR	如果董事长兼任总经理或总裁或执行董事,则视为两职合一,取1,否则取0	
研发人员占比		Techni	研发人员占企业员工总人数的百分比	
是否属于高新技术企业		Hi-tech	研发投资当年如果是高新技术企业,取1,否则取0	

(四)样本选择与数据来源

1. 样本选择。本文以聚源数据库中沪市A股和深圳主板A股2007~2009年间的企业为初始样本。考虑到本文的被解释变量研发技术绩效是以企业研发投资当年及之后三年的专利数量来衡量的,因此为了减小研究误差,选取2007~2012年间均有专利数据的企业作进一步的数据收集。采用手工方法收集了每家企业2007~2009年间的董事长姓名、任期、学历、媒体曝光率等数据,并进行了以下筛选:①剔除ST、PT类上市公司;②剔除含缺失值、异常值的上市公司。最终得到有效非国有样本197个,国有样本374个。

2. 数据来源。本文所选取的企业专利数据指标来自于中国佰腾网,媒体曝光率来源于“中国资讯行——中国经济新闻库”,其他企业家声誉指标的数据来源于聚源数据库,并参考了巨潮信息咨询网和百度百科等网站的有关介绍。关于研发费用,本文借鉴李丹蒙和夏立军(2008)的研究,采用现金流量表中“支付的其他与经营活动有关的现金流量”这一项目的数据表示研发费用,研发费用和其他财务数据均来源于聚源数据库。

四、实证检验与分析

(一)描述性统计

表4是本文对所选取的国有企业与非国有企业两组样本有关变量的描述性统计。从中可以看出,国有样本专利均值显著高于非国有样本,而两类样本的标准差都很大,说明各个企业的专利数量差异显著;样本总体RTR均值大于1,说明从长期看企业进行研发投资是有财务回报的,并且非国有样本RTR均值高于国有样本,说明非国有企业研发成果商业价值实现比国有企业效果好;国有企业Rep均值大于非国有企业,说明国有企业企业家声誉高于非国有企业企业家声誉。

表4 描述性统计

N	非国有样本		国有样本		总体样本	
	197	374	374	197	571	571
	均值	标准差	均值	标准差	均值	标准差
Pat	197.45	343.20	269.60	604.56	244.71	529.96
RTR	1.46	2.23	1.21	3.73	1.30	3.29
Rep	0.19	0.10	0.21	0.08	0.20	0.09
Edu	2.29	1.11	2.69	0.83	2.56	0.95
Tenure	3.91	2.08	3.21	1.93	3.45	1.98
News	32.15	59.28	36.07	85.05	34.72	77.11
Mar	0.01	0.01	0.02	0.05	0.01	0.04

从总体上看,Edu均值大于2,说明大多数企业家具有本科以上学历,国有样本Edu均值高于非国有样本,说明国有企业企业家学历层次高于非国有企业;从任期上看,企业家任期大于3年,非国有企业企业家任期长于国

有企业;国有企业News均值大于非国有企业,说明国有企业企业家受媒体关注度更高;国有企业Mar均值高于非国有企业,说明我国市场用品供给主要由国有企业提供。

(二)多元回归分析

1. 企业家声誉对企业研发投资长期绩效的影响。本文以Rep、RTR为因变量对全样本进行多元回归分析,结果如表5所示:

表5 企业家声誉对研发投资长期绩效的影响

	Pat			RTR		
	B	t值	Vif	B	t值	Vif
Rep	1 669.94***	8.202	3.628	0.188*	1.740	3.628
RoA	2.391	0.753	2.568	0.062***	2.986	2.568
Cash	6.220*	1.780	2.041	0.031*	1.724	2.041
Age	0.019*	1.848	3.654	0.058**	2.429	3.654
JR	2.249*	1.794	3.461	0.045*	1.806	3.461
Techni	6.269	0.084	1.534	0.466	0.950	1.534
Hi-tech	106.356*	1.942	1.458	0.130	0.361	1.458
N	571			571		
Adj-R2	0.268			0.235		

注:B表示非标准化系数,t值表示t统计值,Vif表示方差膨胀因子,如果Vif>10,表明变量之间存在非常严重的多重共线性问题,***、**、*分别表示统计值在1%、5%、10%的水平上显著,下同。

由表5可知,企业家声誉与企业研发投资长期技术绩效在1%的水平上显著正相关,而与企业研发投资长期财务绩效均在10%的水平上显著正相关,说明企业家声誉与企业研发投资长期绩效正相关,本文假设1成立。

由表5还可以看出,企业研发投资上年的总资产收益率与企业研发投资长期财务绩效正相关,而企业研发投资期初现金余额与期初总资产之比、企业成立年限、企业董事长兼任总经理或总裁或执行董事均与研发投资长期技术、财务绩效正相关,说明企业研发投资期初现金余额与期初总资产之比越高、企业成立年限越长,企业研发投资长期绩效越好,企业采取两职合一的治理结构有利于企业家从长远考虑、兼顾各方利益、从战略上和执行上做出有利于企业研发投资长期绩效的决策。

Hi-tech与研发投资长期技术绩效在1%的水平上显著正相关,但与研发投资长期财务绩效无显著相关性,说明高新技术企业往往只重视专利成果的申报,但却忽略了专利成果的应用,没能很好地将专利技术运用于产品开发,转化为产业成果,以实现企业价值。

方差膨胀因子Vif均小于4,处于较低水平,因此各变量之间不存在严重的多重共线性问题。

2. 非国企、国企企业家声誉对企业研发投资长期绩效的影响。本文以Pat、RTR为因变量分别对非国有、国有样本进行多元回归分析,结果如表6所示。

表 6 企业家声誉对研发投资长期绩效的影响

	Pat				RTR		
	B	t值	Vif	B	t值	Vif	
非 国 有 样 本	Rep	1 585.342***	5.293	3.159	5.632***	2.887	3.159
	Roa	3.297*	1.779	2.171	0.067***	3.363	2.171
	Cash	6.678	0.873	2.870	0.040	0.797	2.870
	Age	3.669*	1.860	3.859	0.147***	5.296	3.859
	JR	62.610***	3.431	3.005	0.309***	2.600	3.005
	Techni	81.139	0.487	2.619	0.003	0.003	2.619
	Hi- tech	61.905*	1.732	1.731	0.600*	1.684	1.731
	N	197			197		
	Adj- R2	0.324			0.368		
	国 有 样 本	Rep	2 137.643**	2.445	3.768	1.935*	1.675
Roa		4.408*	1.714	1.999	0.092***	3.204	1.999
Cash		170.323	0.477	1.597	0.864	0.365	1.597
Age		4.780	0.996	3.016	0.019	0.604	3.016
JR		30.398	0.330	1.157	- 0.413	- 0.677	1.157
Techni		22.741	0.120	2.600	0.371	0.295	2.600
Hi- tech		125.255*	1.762	1.781	0.132	0.280	1.781
N		374			374		
Adj- R2		0.280			0.300		

从表 6 可以看出,非国有样本组中,企业家声誉与企业研发投资长期技术、财务绩效在 1%的水平上显著正相关,说明非国有企业企业家声誉与企业研发投资长期绩效正相关,本文假设 2 成立。

在国有样本组中,企业家声誉与企业研发投资长期技术绩效在 5%的水平上显著正相关,而与企业研发投资长期财务绩效在 10%的水平上显著正相关,与非国有样本相比,国有样本企业家声誉与企业研发投资长期技术、财务绩效的相关性均减弱,所以本文假设 3 成立。该结论说明国有企业企业家声誉激励不如非国有企业有力,相关部门应当采取市场化方式选聘国企企业家,从而使得国企企业家声誉在提升研发投资长期绩效方面起到与非国有企业企业家声誉同样的推动作用。

在非国有样本组中,企业研发投资上年的总资产收益率、企业成立年限、企业家两职合一均与企业研发投资长期技术、财务绩效显著正相关,而企业研发投资期初现金余额与期初总资产之比、企业研发人员占比均与企业研发投资技术、财务绩效无显著相关性,高新技术企业的认定能促进非国有企业研发投资长期技术、财务绩效的提升,说明非国有企业不仅重视技术开发,也重视将新技术应用于生产实践,转化为企业财富。

两组样本回归分析还表明,国有企业成立年限与企业研发投资长期技术、财务绩效无显著相关性,而企业研发投资期初现金余额与期初总资产之比、企业研发人员

占比均与企业研发投资技术、财务绩效无显著相关性。而企业家是否两职合一一对非国有企业研发投资长期绩效影响不大。高新技术企业的认定能促进国有企业研发投资长期技术绩效的提升,但不能促进其财务绩效的提升,而可以促进非国有企业财务绩效的提升。

五、研究结论

1. 企业家声誉对企业研发投资长期绩效具有积极影响,企业家声誉提高,其企业声誉必然提高,这有助于企业研发投资长期绩效的提升。

2. 非国有企业企业家不仅拥有控制权,而且拥有剩余收益索取权,因此企业家具有长期利益预期,企业家声誉能促进非国有企业企业家努力完成政府分派的研发任务,以寻求与政府的长期合作,增加企业和个人收益,从而促进研发投资长期绩效的提升。

3. 与非国企企业家相比,我国国企企业家具有一定的特殊性,所以相比非国有企业,国企企业家声誉在激励企业家努力完成研发任务方面作用较弱,国企企业家声誉与研发投资长期绩效呈弱正相关性。

4. 无论是国有企业还是非国有企业,高新技术企业的认定能促进企业研发投资长期技术绩效和市场价值的提升。而对于非国有企业来说,该认定能促进企业研发投资长期财务绩效的提升。

5. 无论是国有还是非国有企业,企业研发人员占比均与企业研发投资长期绩效无显著相关性。

6. 对于非国有企业,企业成立年限、企业家两职合一均与企业研发投资长期技术、财务绩效显著正相关,即非国有企业成立年限越长,研发投资长期绩效越高,采取两职合一治理结构有利于企业家从长远考虑、兼顾各方利益、做出有利于提升企业研发投资长期绩效的决策。

7. 对于国有企业而言,企业成立年限对企业研发投资长期技术、财务绩效无显著影响;企业家是否两职合一一对国有企业研发投资长期绩效影响不大。

六、启示

1. 企业家个人声誉具有积极效应,企业家个人声誉高,能树立企业形象、提升企业研发投资长期绩效、促进企业发展。我国应当建立更加完善有效的企业家声誉机制,为政府资助企业研发提供参考资料。

2. 我国国企企业家个人声誉积极效应较弱,相关部门应当优化国有企业企业家选聘政策,加速推进国有企业企业家市场化步伐,促使国有企业企业家声誉对企业研发投资长期绩效的提升起到与非国有企业企业家声誉一样显著的推动作用。

3. 高新技术企业是受国家政策鼓励的企业,显然能够获得更多的研发资助,被认定为高新技术的企业能提升研发投资的技术绩效,然而,本文的实证研究证明,它

营业税改革对保险业的影响预测

张学军(教授) 管程龙

(江苏科技大学经济管理学院 江苏镇江 221003)

【摘要】 营业税在平衡地方经济可持续发展中起到了重要的作用,但多年的实践也越来越明显地暴露出营业税的弊端,因此营业税税制的改革势在必行。本文针对我国现行营业税税制存在的问题,对营业税改革进行了方案设计,认为保险业继其他服务业之后实行“营改增”是大势所趋,并通过中国平安保险公司2009~2011年的报表数据深入分析了营业税改革对保险业企业税负的影响。

【关键词】 营业税 增值税 保险业 平安保险

一、我国现行营业税税制存在的问题

2009年1月1日起全国范围内实施增值税转型改革,标志着我国增值税改革迈出了重要一步,对我国宏观经济发展必将产生积极而又深远的影响,也使得营业税改革的呼声越来越高。2010年9月1日起,上海率先试点《营业税差额征税管理办法》,对八大类服务劳务进行营业税差额征税,可见,营业税改革已提上日程。

我国现行营业税由国家立法机关(全国人大常委会)

们总体上不能促进企业长期财务绩效的提升,原因是企业在专利技术商品化方面能力很弱,因此,单凭专利申请数量来衡量企业是否重视研发投入长期绩效是不够的,还应当从商业价值角度去衡量企业的研发成果。

4. 企业研发实力不是靠研发人员规模来衡量的,关键是要有一支高素质的研发队伍。因此,企业应当加强研发队伍建设,吸收具有真才实学的人加入研发团队,这样企业研发投入长期绩效才能得以提升。

5. 非国有企业的经营表现出经验累积效应的特点,企业经营时间越长,则经验越多,企业研发基础越强,所以企业研发投入长期绩效越高。

6. 非国有企业董事长兼任总经理或总裁或执行董事,凭借高度的集权,他们能综合分析企业资源和内外优劣势,从长远考虑、兼顾各方利益,从战略上和执行上做出有利于企业研发投入长期绩效的决策。

【注】 本文系国家自然科学基金重点项目“新形势下中国企业整合战略与动态竞争研究”(项目编号:70832003);广东省哲学社会科学“十二五”规划项目“技术并购中的投资者法律保护、估值的影响因素及整合研究”(项目编号:GD11CYJ02)的研究成果。

立法,确定统一的保险业营业税的税基和税率(除个别调整外),并制定统一的税收优惠政策。这种做法简单,容易推广且较为公平,但依然存在缺陷。具体表现在:

1. 税基过大。我国保险企业的营业税税基主要是保险企业的营业收入,这其中有相当一部分最终是以赔款形式存在的,是一种或有负债,以此为税基加重了保险公司的负担。而且,营业税税额的增加使得以营业税税额为计税依据的城市维护建设税及教育费附加也随之增加,

主要参考文献

1. Avimanyu Datta, Len Jessup, Richard Reed. Corporate Reputation and the Commercialization of Innovation: Does Reputation Match Reality, and Does Innovation Matter?. *Technology and Investment*, 2011; 2

2. 蒋建军.技术创新与税收激励.北京:方志出版社, 2007

3. 李焰,秦义虎.媒体监督、声誉机制与独立董事辞职行为. *财贸经济*, 2011; 3

4. 孙世敏,赵希男,朱久霞.国有企业CEO声誉评价体系设计. *会计研究*, 2006; 3

5. 吴梦云,赵喜仓,张济建.国企经营者长期化行为研究——控制权、声誉的长期激励效应. *中国人力资源开发*, 2005; 8

6. 宋德舜.国有控股、最高决策者激励与公司绩效. *中国工业经济*, 2004; 3

7. 王致远.CEO声誉对我国上市公司过度投资的制约机制研究. *复旦大学硕士学位论文*, 2012

8. 李丹蒙,夏立军.股权性质、制度环境与上市公司R&D强度. *财经研究*, 2008; 4