

中国纺织外贸企业履行社会 责任与企业绩效的关系 ——基于 20 家上市公司的面板数据分析

王 瑾 李国胜 程 婷

(绍兴文理学院经管学院, 浙江 绍兴 312000)

摘 要:企业履行社会责任与企业绩效的关系一直是社会责任实践和理论研究中的热点问题。纺织行业作为典型的劳动力密集型行业,社会责任问题随着全球社会责任运动备受关注。本文以利益相关者理论为理论基础,以中国 20 家纺织业上市公司 2001 ~ 2010 年的数据为样本,利用实证的方法,从财务角度分析企业履行社会责任对企业经济效益的影响。从整体分析看,履行对各利益相关者的责任与企业绩效呈现较强的正相关性。

关键词:社会责任;纺织企业;利益相关者;绩效

中图分类号:F717.5 **文献标识码:**A **文章编号:**1006 - 1894(2012)04 - 0039 - 06

一、文献回顾

20 世纪初,现代大公司和大公司中所有权和经营权的两权分离催生的管理者资本主义开始挑战自由经济及其所信奉的利润最大化原则,从而产生现代公司的社会责任思想。在此背景下,Clark(1916)最早提出企业经济和社会责任的概念。20 世纪 70 年代以后,形成了两大主流观点:一种观点是新自由主义经济学学派代表 Freedman 的“股东中心主义”理论或“利益唯一论”,认为“企业仅有一种而且只有一种社会责任,在法律许可的范围内,利用它的资源从事旨在增加它的利润的活动”,1980 年 Freedman 修正了他的观点,认为企业负担社会责任能够给企业带来直接的经济利益,或者企业履行社会责任缘自其股东的指示,企业利润最大化可以与企业社会责任和谐共存。另一种

观点是基于利益相关者理论的现代企业社会责任观,Bowen(1953)把企业的社会责任定义为“商人具有按照社会的目标 and 价值,去确定政策、做出决策或采取理想的具体行动的义务”。在此基础上,Carroll(1979)提出了“公司社会表现的三维概念模型”,认为公司社会责任、社会问题管理和公司社会回应共同构成公司社会表现的三维空间;Davis 和 Blamstram(1971)等学者从企业履行社会责任应采纳的措施的角度指出,“决策者采取行动保护和改善那些与他们的利益相一致的整个社会的福利”;Edward Freeman(1984)提出利益相关者理论。Waddock 和 Graves(2004)基于社会影响理论和资源松弛理论,认为好的企业绩效能够促使企业更好地履行社会责任。

收稿日期:2011 - 10 - 13。

作者简介:王瑾,女,硕士,绍兴文理学院经管学院教授,研究方向:国际贸易理论与政策、企业社会责任;李国胜,男,经济学博士,绍兴文理学院经管学院讲师,研究方向:国际经济学、计量经济学;程婷,女,绍兴文理学院国际贸易专业 07 级本科生。

大多数研究表明,社会责任与企业绩效存在正相关关系。Bragdon 和 Marlin (1972) 研究了环境污染与企业社会责任, Schnietz (2005) 研究了公司危机时期, 企业履行社会责任所带来的声誉能够防止企业的股票价格下跌, 晁罡 (2008) 等从企业领导者的社会责任取向、企业社会表现与组织绩效的关系进行研究, 沈洪涛、杨熠 (2008) 研究了公司社会责任信息的价值相关性, Weber (2008) 从社会责任对企业形象和声誉、与利益相关者之间的关系、企业收入的影响等进行了研究, 都表明社会责任与企业绩

效正相关。也有一些学者研究发现, 企业社会责任与企业绩效具有负相关或没有相关性。贺小刚 (2008) 通过调查研究发现, 社会责任的作用主要体现在非财务价值方面, 而对财务价值没有影响; Wagner 和 Schaltegger (2002) 检验了环境责任与企业绩效之间的 u 型曲线关系, 即既有正向又有负向关系的研究结果。

纵观社会责任发展的历史, 社会责任运动与劳动者关系表现最为密切, 大多出现在纺织服装等劳动密集型行业, 研究纺织企业社会责任对企业绩效的影响具有较强的现实意义。

二、理论基础

一个组织的利益相关者可以影响到组织目标实现或受其影响的群体和个人 (Freeman, 1984), 它包括员工、客户、供应商、社会团体、投资者、债权人、政府等等, 这些利益相关者既受到企业决策与活动的直接或间接影响, 同时又能够影响企业经营活动与绩效 (卢来珍, 2005)。利益相关者理论的基本思想是企业创造利润、为股东负责任的同时, 还应承担对股东之外的利益相关者的社会责任。根据 Carroll (1979) “企业责任的三维概念模型”, 企业的责任概括为“经济责任、法律责任、道德责任和慈善责任”。企业的经济责任要求企业在盈利的同时, 提供社会需要的产品或服务。法律责任是一类硬约束条件, 要求企业应承担为遵守法律而牺牲其利润的义务。道德责任指企业在生产经营活动中自觉履行伦理准则和道德规范, 行为模式遵循公序良俗, 包括积极保障职工合法权益, 关注职工生命安全和身体健康, 遵守商业道德, 尊重自然、保护环境、节约资源能源等等。慈善责任指社会期望企业的活动在超越其经济、法律、道德责任的同时, 能够承担更有利于社会的义务, 如捐助社会公益活动等。履行慈善责任反映了企业对社会的回报, 实现与社会的和谐发展。经济责任是企业生存的根本, 法律责任是企业立足的基本义务与保障, 道德责任是企业与社会和谐发展的条件, 慈善责

任是企业对社会的付出与回报。

基于以上理论, 将利益相关者概括为七类主体: 政府、员工、股东、供应商、社会、环境、消费者, 企业履行对股东等利益相关者的社会责任与企业绩效之间的关系, 有如下合理的预期:

(1) 对政府的预期。企业对政府的责任与企业绩效显著正相关。企业自觉履行对国家的社会责任有利于获得政府的支持甚至是扶持, 有利于政府有动力和有能力为企业提供优质的服务, 为企业发展奠定良好外部环境。

(2) 对员工的预期。企业对员工的责任与企业绩效显著正相关。提高企业人力资源素质, 不但能够提高员工的忠诚度和积极性, 经过企业培训后能熟练掌握操作技能的员工具有较高的劳动生产率, 有利于降低生产成本, 从而提高企业绩效。

(3) 对股东的预期。企业对股东的责任与企业绩效正相关。股东的价值会随着公司对社会做出不负责任或不合法的行为而减少 (Frooman, 1997)。企业主动承担对投资者的责任, 有利于赢得投资者对企业经营活动的信任, 从而为企业绩效的增长提供持续而稳定的资金基础。

(4) 对供应商的预期。企业对供应商的责任与企业绩效显著正相关。企业正常运转, 需要有供应商正常提供原料, 所以企业只有及时承担对供应商的责任和约束供应商, 才可以得

到供应商的信任,以保证企业的正常运转,从而间接提高企业的利益。

(5)对社会的预期。对社会的责任与企业绩效的相关性取决于投入与回报的权衡,当投入大于回报时表现为负相关,回报大于投入时

呈现正相关。从长期看,企业对社会的责任与企业绩效正相关。社会捐赠是对社会付出的成本,显示了对公益事业的贡献,一般短期内得不到相应的效果,通过长期的投资,会逐步建立相应的社会地位并得到回报。

三、模型构建

本文选择评价企业绩效的财务指标作为被解释变量,从财务角度解读企业履行社会责任对企业经济效益的影响。

企业对上述利益相关者贡献的社会责任指标为解释变量,构建企业绩效与社会责任关系的计量模型。基于纺织企业运行环境的微观基础,考虑到研究目标以及数据可得性,企业绩效指标选择总资产报酬率和平均净资产收益率两个指标;利益相关者指标分别选取所得税税率、职工工资福利率、股利支付率、应付账款周转率、社会捐赠支出率来衡量对政府、员工、股东、供应商、社会五类利益相关者的社会责任。另外,是否通过 ISO9002 反映的是对消费者的责

任,是否通过 ISO14001 反映的是对环境的责任,本文选取的样本企业皆通过该两项认证,这些指标对企业财务指标的贡献体现在计量分析的常数项中。各变量的具体解读见表 1。

根据表 1 的被解释变量和解释变量,构建如下的基准模型对假设进行检验。

$$y_1 = \alpha_0 + \alpha_1 x_1 + \alpha_2 x_2 + \alpha_3 x_3 + \alpha_4 x_4 + \alpha_5 x_5 + \varepsilon_1$$
(1)

$$y_2 = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \beta_4 x_4 + \beta_5 x_5 + \varepsilon_2$$
(2)

其中 α_0, β_0 为截距, $\alpha_1 \sim \alpha_5, \beta_1 \sim \beta_5$ 为系数, ε_1 和 ε_2 为随机误差项。

表 1 企业社会责任变量解析表

变量类型	变量	变量名称	变量涵义
被解释变量	y_1	总资产报酬率	(利润总额 + 利息支出)/平均总资产 * 100%
	y_2	平均净资产收益率	净利润/平均净资产 * 100%
解释变量	x_1	所得税税率	所得税总额/利润总额 * 100%
	x_2	工资福利率	应付员工薪酬/主营业务收入总额 * 100%
	x_3	股利支付率	分配股利、利润和支付的各项税费/主营业务收入 * 100%
	x_4	应付账款周转率	(主营业务成本 + 期末存货 - 期初存货)/平均应付账款 * 100%

四、实证分析

(一) 样本选取与数据来源

本文选取鲁泰纺织股份有限公司、中纺投资发展股份有限公司等 20 家中国纺织上市公司为样本,其中,东部 15 家,中部 3 家,西部 2

家,中国纺织产业近 80% 的产能分布在东部地区,样本具有针对研究目标的行业和地理位置代表性。选择 2001 ~ 2010 年 20 家公司的财务数据,个别数据无法取得,对其进行适当处理,即将不完整或有异样的数据补充、剔除,

其中,华芳纺织股份有限公司 2002 年、2001 年数据是利用 2003 年以后的数据进行平均加以计算。所有数据使用 evIEWS5.0 统计软件进行数据分析。

本文数据从深圳证券交易所网(www.szse.cn)和上海证券交易所网(www.sse.com.cn)上市公司的年报中获得的。具体而言,总资产是从合并资产负债表中得到的;主营业务收入、主营业务成本、总利润、净利润、所得税、每股收益从合并利润分配表中获得;应付账款、初期存

货、末期存货以及为应付职工薪酬从合并现金流量表上获得;净资产收益率是从财务指标分析表中得到的;利息支出是从财务费用表中获得。

(二) 相关性统计分析

相关性分析是利用 evIEWS5.0 分析软件对总资产报酬率、平均净资产收益率与所得税税率、工资获利水平等变量进行相关分析,得出变量间的 person 相关系数,从而体现社会责任与企业绩效之间的关系。

表 2 相关性分析

	所得税税率	工资福利水平	股利支付率	应付账款周转率	社会捐赠支出率	总资产报酬率	平均净资产收益率
所得税税率	1.000000	0.024146	-0.089092	-0.030547	-0.051564	0.114269	0.077583
工资福利水平	0.024146	1.000000	0.218552	0.066396	0.040150	0.110524	0.113588
股利支付率	-0.089092	0.218552	1.000000	-0.043652	0.166101	0.242474	0.081655
应付账款周转率	-0.030547	0.066396	-0.043652	1.000000	0.057376	0.033893	0.053408
社会捐赠支出率	-0.051564	0.040150	0.166101	0.057376	1.000000	0.080907	0.051973
总资产报酬率	0.114269	0.110524	0.242474	0.033893	0.080907	1.000000	0.590265
平均净资产收益率	0.077583	0.113588	0.081655	0.053408	0.051973	0.590265	1.000000

由表 2 可以看出,所得税税率、工资福利水平、股利支付率、应付账款周转率、社会捐赠支出率与总资产报酬率都是正相关。其中,对股东的贡献率与总资产报酬率相关性为 24%,最为显著;对政府、员工的贡献率与总资产报酬率相关性在 11% ~ 12% 之间,较为显著;而对供应商、社会的贡献率与总资产报酬率在 10% 以下,呈弱相关。所得税税率、工资福利水平、股利支付率、应付账款周转率、社会捐赠支出率与平均净资产收益率也都是呈正相关性。其中,员工的福利水平与平均净资产收益率相关性为 11%,最为显著;政府、股东、供应商、社会的贡献率与平均净资产收益率在 10% 以下,呈弱相关。通过企业相关者与总资产报酬率和平均净资产收益率的相关性总体分析,结果如下:

1. 反映企业对政府的社会责任的指标所得税税率与企业财务绩效呈正相关 这与预期 1 相符,企业所付的所得税税金占总资产的比例

越大,不仅不会损害企业的利益,而且还有可能会提高企业的收益。因为,只有当企业能够纳税,而且纳税够多时,才能证明企业经营状况好,支付能力强,使企业能得到政府提供的公共产品和服务,进而提高财务绩效。

2. 员工社会责任的指标职工工资福利率与企业财务绩效呈正相关 这与验证结果与预期 2 相符,说明支付给职工的工资及福利等的增加,企业的财务绩效也会相应提高。一方面,说明职工工资福利占利润总额的比例不大,而且相应的提升也比较平缓,因此工资福利等作为费用支出对财务绩效影响相对较小;另一方面,增加一定的工资福利,在一定程度上提高员工的积极性,由此带来的收入增加比费用增加幅度大。

3. 反映对股东社会责任的指标与企业财务绩效弱正相关 验证结果与预期 3 相符,这表明当对股东做出相应的责任,则股东便会加

大对企业的投资与支持,使得企业有充足的资金进行经营,从而就会使企业的财务绩效提高。

4. 反映对供应商社会责任的指标应付账款周转率与企业财务绩效呈正相关 这与预期4相符,说明通过对供应商的责任,获取供应商的资金作为低成本或无成本的融资,以便降低财务费用,即应付账款周转率越慢,应付账款的付款期限长,占用供应商资金越长,企业财务绩效将会提升。从长期来看,企业还是应该保持一个合理的应付账款周转率,以便维护企业声誉,实现双赢。

5. 反映社会捐赠对企业财务绩效正相关 验证结果与预期5不相符,这表明一方面企业从事慈善、公益事业,大量资金物资流出企业,营业外支出增加。但是,企业大多在绩效良好的情况下才会有社会捐赠支出。对社会公益事业的付出,长期内能提升企业正面形象和社会地位,促进整个社会 and 企业的和谐发展。所以,总的来说,企业的财务绩效是有所提升的。

(三) 面板数据固定效应分析

基于研究目标的经济意义和统计关系的显著性程度,为了减少截面成员之间的异方差,本文选择截面加权(Cross-section Weights)的回归方法,以尽可能提高估计的可靠程度。同时,考虑到应用面板数据还面临着固定效应或随机效应模型的选择问题,由于我们仅对中国纺织行业自身的效应进行分析,因此宜采用固定效应模型。

选择面板数据固定效应模型进行估计,估计出的方程的表达形式见表3。

从 $A - R^2$ 数据可以近似认为,估计的显性回归方程解释被解释变量的力度较大,即可以认为线性方程预测和解释被解释变量具有合理性。因为常数项大小反映了解释变量以外的因

素影响,不是我们关注的对象,为书写简洁予以省略。从回归模型(1)回归方程系数看, x_1 所得税税率、 x_3 股利支付率、 x_5 社会捐赠支出率系数皆为正,这说明企业支付所得税、分发股利、向社会捐赠给企业带来了较好的回报;从回归模型(2)回归方程系数看, x_1 所得税税率、 x_3 股利支付率、 x_4 应付账款周转率、 x_5 社会捐赠支出率系数皆为正,这也说明企业支付所得税、分发股利、向社会捐赠给企业带来了较好的回报;综合回归模型(1)和回归模型(2),说明企

表3

变量	回归结果(y_1)	回归结果(y_2)
x_1	0.037* (1.973)	0.126** (2.046)
x_2	-0.003 (-0.030)	0.327 (0.579)
x_3	0.620*** (3.565)	1.30** (2.178)
x_4	0.024 (1.332)	0.147** (2.523)
x_5	1.242* (1.841)	3.799* (1.854)
$A - R^2$	0.78	0.61
观察值个数	200	200

注:***、**、* 分别表示在1%、5%、10%的显著性水平下显著,()括号中为t统计量。

业支付所得税、分发股利、向社会捐赠给企业带来了较好的回报,具有稳健型,回报程度依照重要性程度排序分别为 x_5 社会捐赠支出率、 x_3 股利支付率、 x_1 所得税税率,这说明社会捐赠对企业绩效改善最高、股利支付次之、所得税的支付最低。当然,我们所得的结论是数据依存的,即我们选择的样本企业是20家纺织业公司的相关数据,这些上市公司在同类企业中经济效益较好,所尽的社会责任也较多和较广,我们的结论仅仅是针对这部分企业而言的,当针对其他企业而言,需要谨慎使用本文的结论。

五、结 语

上述相关分析显示了20家纺织上市公司2001年~2009年。企业财务绩效与各利益相

关者之间的关系,可以看出,企业对政府、员工、股东、供应商、社会的社会责任支出将带来企业

总体绩效的提高,即政府、员工、股东、供应商、社会的社会责任与企业财务指标呈正相关性。

尽管企业对供应商、社会的责任支出将会带来财务上短期的不利影响,面板数据固定效应分析的结果显示,20 家企业大多数对政府、员工、股东的社会责任支出将会对企业绩效带来有利的影响。对供应商的责任因短期内应付账款周转率高,可能会影响企业的资金使用效率,所以短期可能呈现不利的影响;但从长期看,有利于与供应商建立良好的信用关系,及时保证企业原材料的供应,提高企业的绩效。企业对社会的责任表现为慈善责任,短期内社会捐赠等慈善、公益投入,可能对企业树立良好的社会形象没有显著影响,表现为慈善投入反而不利于企业财务绩效的提高,但通过长期的投资,企业会逐步建立相应的社会地位,树立良好的社会形象,有利于企业绩效的提高。所以,企业尽社会责任产生的短期财务损失可以通过履行社会责任获取长期回报而改善企业绩效在纺织业上市公司是存在的。

参考文献:

- [1] 沈洪涛,沈艺峰. 公司社会责任思想起源与演变[M]. 上海:上海人民出版社,2007.
- [2] 李红玉,陆智强,姚海鑫. 社会责任对公司绩效的作用机理[J]. 软科学,2009,(10).
- [3] 李正. 企业社会责任与企业价值的相关性研究:来自沪市上市公司的经验证据[J]. 中国工业经济,2006,(2).
- [4] 晁罡,袁品等. 企业领导者的社会责任取向、企业社会表现和组织绩效的关系研究[J]. 管理学报,2008,(3).
- [5] 唐洁. 企业社会责任与财务绩效相关性研究综述[J]. 现代商贸工业,2010,(3).
- [6] 孔玉生,李菊. 企业社会责任和财务绩效相关性研究——以沪市 A 股制造业为例[J]. 财会月刊. 2010,(9).
- [7] Carroll, Archir B. A Three - Dimensional Model of Corporate Performance. Academy of Management Review, 1979,8(1).
- [8] Friedman, Milton. The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profit. New York Times ,September 1962.
- [9] Freeman, R. E. , Strategic Management: A Stakeholder Approach. Pitman Publishing Inc. ,1984.

Research on the Relationship between Corporate Social Responsibility and Performance of China's Textile Trade Enterprises —Panal Data Analysis Based on 20 Listed Companies

WANG Jin LI Guo-sheng CHENG Ting

Abstract: Relationship between corporate social responsibility and performance has been a hot issue in the study of social responsibility practice and theory. Social responsibility problems in textile industry are being closed watched with the development of global social responsibility movement. Based on the stakeholder theory, this paper makes use of empirical research analyzing the influence of corporate social responsibility on the enterprise economic benefits from a financial perspective, which takes the public data of China's 20 listed textile companies in 2001 - 2010. In general, the responsibility to stakeholders and the enterprise performance have a strong positive correlation.

Key words: social responsibility; textile trade enterprise; stakeholder; performance