

民营企业高管背景与社会责任“迎合”行为研究

吴丽君^{1,2}, 卜华²

(1. 徐州工程学院 金融学院, 江苏 徐州 221008; 2. 中国矿业大学 经济管理学院, 江苏 徐州 221116)

摘要:我国民营企业社会责任表现整体水平较低,并存在“两极合流”的现象。本文以高管背景为研究切入点,分析民营企业社会责任“迎合”行为。本文研究发现:第一,高管背景显著促进了民营企业的超额社会责任表现,但同时并未显著抑制企业社会责任履行中存在的不足。证实民营企业社会责任履行存在“迎合倾向”,是一项“象征性”或“策略性”行为,回答了“两极合流”现象的成因。第二,薪酬差距激励会削弱高管背景与民营企业超额社会责任表现之间的正相关关系。表明薪酬激励对高管背景的“政府干预”倾向具有治理效应。第三,高管过度自信则在高管背景与民营企业超额社会责任表现之间发挥着正向调节效应。上述研究揭示新型政商关系的建立对民营企业社会责任履行良性机制的构建具有十分重要的意义。

关键词:高管背景;超额社会责任表现;薪酬差距;过度自信

中图分类号:F275.1 **文献标志码:**A **文章编号:**1002—980X(2020)11—0165—10

随着一系列社会责任缺失事件的浮现,为提升国有企业社会责任履行水平,国务院、国资委及证券监督管理部门先后出台了一系列政策文件,期望国有企业在社会责任履行方面能够对其他产权性质的企业发挥先进示范作用,进而提高我国企业整体的社会责任表现水平。虽然国有企业的社会责任表现成绩突出^[1],但中国企业社会责任整体表现水平并不高^[2]。2017年,中国企业社会责任发展指数“300强企业”平均值为37.4分,国企100强社会责任发展指数平均值为58.7,而民营企业100强社会责任发展指数平均值仅为29.7,虽然这是近十年来的顶峰,但中国企业社会责任表现水平仍处于起步者阶段^[3]。国有企业和民营企业社会责任表现演进趋势相似但又存在显著差异,这似乎说明中国企业社会责任表现的形成机制比较复杂^[4]。另一方面,民营企业社会责任表现水平整体偏低的现状下,又存在着“两极合流”现象^[5]。即一方面积极甚至超额履行高级社会责任-慈善责任,而另一方面又忽视初级社会责任如经济责任与法律规范的遵守。那么低水平的民营企业社会责任表现是否与其自身特征相匹配?民营企业超额履行社会责任的动机是什么?

一、文献回顾

众多文献已经证实,不论是在发达国家还是在发展中国家,政治联系对企业战略及经营行为都发挥着重要的影响。与国有企业相比,政治联系对民营企业高管显得尤为重要。将政治联系界定为上市公司的高管(董事长或总经理)现任或者曾任政府部门官员、人大代表或政协委员已经成为众多学者的一致选择^[6-7]。对于公司政治联系对企业业绩的影响,存在着“政府干预说”“关系说”两种竞争性观点。“政府干预说”认为政治联系程度亦代表着政府对企业经营行为的干预程度,会“干扰”企业的各项经营决策,进而降低企业业绩表现^[8]。而“关系说”认为政治联系是不完善制度环境的有效替代机制^[9],为稳固政治联系所支付的成本能够为企业争取到政府管制资源,进而提升企业绩效^[10]。但既有研究忽略了差异性政治联系方式会对企业绩效及行为产生不同的效应。杜兴强等^[11-12]研究发现民营企业高管政府官员类政治关联发挥“政府干预”效应,对企业业绩具有显著负向的影响,降低了企业信息透明度。而代表委员类政治联系则发挥“关系”效应,提高了民营企业的信息透明度,对企业业绩具有显著正向的影响。宋增基等^[13]研究发现民营企业高管代表委员类身份背景与财务绩效正相关。但是,鲜有文献从高管背景角度对民营企业异常社会责任的成因展开研究。

印象整饰理论认为,企业为管理社会形象,倾向于采用利益相关者认同的策略。迎合行为是典型的印象整饰行为,资源的稀缺性、任务的明确性、管理风格的差异性等等是迎合行为被激发或被抑制的重要影响因素。高管代表委员类身份背景是一项稀缺性资源,为了维护这一政治资源,具有迎合心态的高管是否倾向于超额

收稿日期:2020—04—27

基金项目:江苏高校哲学社会科学研究项目“制度环境、公司治理与企业社会责任信息披露质量研究”(2016SJD630085)

作者简介:吴丽君(1982—),女,河南漯河人,博士,徐州工程学院副教授,研究方向:财务管理理论与实务;卜华(1963—),男,江苏镇江人,博士,中国矿业大学教授,研究方向:公司财务、内部控制等。

履行社会责任?

本文的贡献体现在:①在研究视角上,从高管背景研究视角出发,突破以往不区分政治联系方式的研究模式,能够进一步明确高管背景对民营企业行为的影响;②在研究方法上,为厘清高管背景对企业社会责任的影响,回答民营企业社会责任表现“两极合流”的现实问题,将异常社会责任表现区分为超额社会责任表现与社会责任表现不足,拓展了企业社会责任研究的方法。

二、理论分析与研究假设

公司关键高管取得代表委员类政治身份,对于企业而言是有价值的无形资产^[14]。依据资源依赖理论,公司并不拥有支持其持续发展所需要的所有资源,需要在最小约束的边界条件下提高对外部关键性资源的控制能力,对代表委员类身份这种关键资源亦需要投入相关成本加以培养与巩固。代理成本理论认为,代表委员类身份不仅是企业的关系型资产,也是高管重要的社会资本^[15],曾任或现任人大代表、政协委员的企业高管,代表着政府的形象,担负着为公众利益发声的职责,社会地位普遍较高^[16-17],因此相关利益群体对具有代表委员类身份的高管在社会责任表现方面有较高期许^[18],随着高管代表委员类身份级别的提高,这种期许也随之提升。另一方面,具有政治身份的高管积极履行社会责任,能够为个人带来较高的政治影响力与个人声誉,获得政府部门的认可或与政府官员之间建立私人关系,为民营企业高管稳固政治身份创造条件。由于代表委员类身份能够给高管个人带来收益,那么这种身份级别越高,高管为维护这种关系资产的投入也就会越多^[19]。不论是出于寻租动机、制度风险规避动机亦或是高管自利动机,在代表委员类身份驱动下,民营企业高管倾向于积极履行社会责任,提升社会责任表现水平。代表委员类身份可能会通过两条路径影响企业社会责任表现:其一是抑制社会责任履行中存在的不足,形成“被动回应路径”,其二是激发民营企业积极超额完成社会责任履行,形成“主动迎合路径”。相比于国有企业,民营企业以追求超额利润为目标,不具备履行社会责任的“自觉性”,因此,民营企业更多地是将社会责任履行作为一种策略性或迎合性行为,在高管特定身份背景影响下,亦是如此。依据心理学中的知觉生长模型理论,只有超过一般优秀或者是最优秀的企业或个人才能引起别人的注意。对于民营企业而言,只有超额完成社会责任表现,才能赢得政府与社会公众的关注。印象整饰理论亦发现,民营企业高管为了稳固政治身份积累资源,赢得良好的声誉,树立有责任感的社会形象,也存在超额履行社会责任的现实动机。因此,无论是企业高管具有较高的道德素养,为提升个人声誉或是为了获得政府和公众的认可,亦或是为了稳固政治身份所采取的政治策略,这些原因均会促使企业高管采取高尚道德的行为^[20],倾向于超额履行社会责任。而对于社会责任履行存在的不足,对其进行弥补并不能为民营企业或者高管个人带来相应的回报与资源的流入。相反,以Friedman为代表的社会责任反对派认为,社会责任履行会占用企业的资源,降低企业的绩效与发展速度,会发挥限制企业资源的效应。这就解释了民营企业社会责任表现为何会出现“两极合流”的现象。基于此,提出如下假设:

高管背景与民营企业与超额社会责任表现正相关(H1)。

民营企业以追求超额利润作为首要目标,相比较于社会绩效,民营企业更注重财务绩效的提升。“资源掠夺假说”认为履行社会责任将会使股东承担不必要的成本和风险,一定程度上弱化了企业资源配置水平,形成企业资源的浪费,将企业置于竞争劣势,降低企业财务绩效表现。权衡假说认为,履行社会责任则需要对企业资源配置进行重新选择,企业将本来应用于提升企业成长能力的资源用于履行社会责任,会导致企业丧失竞争优势,进而降低企业价值^[21],这与管理者提高企业业绩的目标相悖。但由于市场准入、融资困境等方面的限制,民营企业不得不通过捐赠等社会责任行为获取关键性资源。而另一方面,高管背景的存在又为民营企业社会责任履行打开了合理的通道。因此民营企业对社会责任持有的是一种“欲拒还迎”态度^[4],具有“伪善”特征,存在寻租性动机,是一种由非利益相关群体的压力所引发的一种“象征性”行为^[22]。锦标赛理论指出,薪酬差距是对员工所开展的一种有效的激励,员工为获取高职位、高报酬,会为提升公司价值而努力工作。相比于国有企业,民营企业更看重员工的价值创造能力,晋升机制相对更加公平,薪酬差距的激励效果更好^[23]。虽然高管代表委员类身份对民营企业发挥着“政府干预”与“关系”双重作用,但薪酬激励对代表委员类身份的作用倾向发挥着治理效应,薪酬激励越强,此种身份的“政府干预”作用越弱,“关系”作用越强^[24]。民营企业之中大部分企业属于家族控制,社会情感财富理论认为,不论是为了增强合作伙伴之间的社会纽带,抑或是为了提升家族内部情感认同,家族企业都倾向于积极实现社会责任表现^[25-26]。但家族企业

对高管实施强薪酬激励政策时,会降低家族企业社会责任表现水平,尤其是企业绩效下降时^[27]。可见强薪酬激励会导致高管减少对企业社会责任这一非财务目标的关注,民营企业薪酬差距激励与高管代表委员类身份背景在企业超额社会责任表现方面应该存在替代效应。基于此,提出如下假设:

薪酬差距在高管背景与民营企业超额社会表现之间发挥着负向调节效应(H2)。

过度自信是由于个体对自身能力高估而产生的一种认知偏差^[28]。Busenitz和Barney^[29]研究发现相比较于一般人,企业高管或者企业家过度自信的心理倾向更为严重,这必将对企业的经营行为及决策产生影响。具有过度自信心理特征的高管,易高估企业风险投资成功的概率及所产生的预期收益^[30],而对盈利能力的乐观估计能够促进高管积极履行社会责任。Wallace和Baumeister^[31]研究发现对权力、声誉具有较高的追求是过度自信个体的另一表现特征。而良好的企业社会责任表现是满足过度自信高管塑造良好企业形象、提升个人名望、彰显个人能力、满足自我优越感的有效手段。李思飞等^[32]、祁怀锦和刘艳霞^[33]研究均发现管理者过度自信能够显著提升企业社会责任表现。相比较于国有企业,高管背景更容易导致非国有企业高管产生“派生”过度自信^[34]。体现在由此所建立的政治联系及所取得的有形与无形资源,在自我归因心态的影响下,会导致高管将这些优势资源的获取归功于自身的“关系能力”,从而对自身能力产生高估倾向,乐观估计企业业绩,进而对社会责任进行过度投资。综合考虑高管原生过度自信心理,以及由于高管背景所“派生”的过度自信状态,基于此,提出如下假设:

过度自信在高管背景与民营企业超额社会表现之间发挥着正向调节效应(H3)。

三、研究设计

(一)样本选择及数据来源

选取2010—2017年国泰安数据库中深沪A股发起上市时便是自然人或民营企业控股的公司为初始样本,并且剔除以下企业:①金融企业;②特殊处理公司(ST、*ST、S*ST类公司)、暂停上市公司;③社会责任评分小于零的企业;④数据缺失及相关数据异常样本;⑤高管薪酬信息披露不完整样本;⑥高管内部垂直薪酬差距为零的样本。为消除异常值影响,本文对所有连续型变量最大和最小1%的数据进行了Winsorize处理。为控制潜在的自相关问题,回归分析中使用了稳健标准误。财务类数据来源于CSMAR数据库,社会责任数据来源于和讯网企业社会责任表现评分,高管背景数据在收集了企业董事长和总经理个人资料后通过一一查阅,手工赋值形成。

(二)变量定义

1. 民营企业高管背景(PP)

借鉴宋增基等^[13]研究,本文采用民营企业关键高管(董事长或总经理)曾经或现在担任人大代表或者政协委员(不包括人大或政协常设机构成员)作为高管背景的代表变量。若民营企业关键高管(董事长或总经理)曾经或现在担任人大代表或者政协委员(不包括人大或政协常设机构成员),则赋值为1,否则为0。在稳健性检验变量替换法中,采用代表委员类身份级别表征这一变量,若公司关键高管(董事长或总经理)曾经或现在担任人大代表或者政协委员(不包括人大或政协常设机构成员),按照级别赋值:区县级赋值为1,市级赋值为2,省级赋值为3,国家级赋值为4,否则赋值为0,取其中最大值表征民营企业关键高管背景。

2. 异常企业社会责任表现

借鉴张宏亮和王靖宇^[35]的研究,本文区分正常社会责任表现与异常社会责任表现,其中正常社会责任表现是指与企业现有的资产规模、盈利能力、负债水平等特征相匹配社会责任履行水平。与之相对应的是,异常社会责任表现是指与企业特征不相匹配的企业社会责任表现。借鉴现有文献资料,构建模型(1):

$$CSP_{i,t} = \partial_0 + \partial_1 Size_{i,t-1} + \partial_2 Lev_{i,t-1} + \partial_3 RoA_{i,t-1} + \partial_4 Growth_{i,t-1} + \partial_5 Ncf_{i,t-1} + \partial_6 Age_{i,t-1} + \partial_7 \sum Ind + \partial_8 \sum Year + \xi_{i,t} \quad (1)$$

模型(1)用于测度企业的异常社会责任表现,其中CSP表示社会责任评分;Size表示企业规模,采用资产总额的自然对数;Lev表示企业财务风险水平,采用资产负债率;ROA表示企业盈利能力,采用总资产报酬率;Growth表示企业成长能力,采用营业收入增长率;Ncf表示企业现金流量水平,采用经营活动产生的现金流净值与总资产之比;Age表示企业成立年限。Ind与Year表示行业与年份哑变量。

本文进一步将异常社会责任分为超额社会责任表现(Overcsp)与社会责任表现不足(Undercsp)。超额社

会责任表现等于企业实际社会责任表现扣减企业预期社会责任表现大于零的部分,即模型(1)中的残差大于零的部分。社会责任表现不足等于实际社会责任表现扣减企业预期社会责任表现小于零的部分,即模型(1)中的残差小于零的部分。

3. 薪酬差距(Vgap)

参考缪毅和胡奕明^[23]、张兴亮和夏成才^[36]的研究,薪酬差距采用企业关键高管(董事长或总经理)平均薪酬与其他高管平均薪酬之差取自然对数。考虑到薪酬差距对企业社会责任的影响具有滞后性,采用高管团队滞后一期的薪酬差距。

4. 高管过度自信(OC)

借鉴魏哲海^[37]研究,对总经理人物特征从性别、年龄、学历、是否两职合一进行评分,取平均值测度管理者过度自信。变量定义见表1。

表1 变量定义表

变量名称	变量标识	定义
超额社会责任表现	<i>Overcsp</i>	模型1中回归残差大于零的部分
社会责任表现不足	<i>Undercsp</i>	模型1中回归残差小于零的部分,取其绝对值
民企高管背景	<i>PP</i>	见变量定义
高管内部薪酬差距	<i>Vgap</i>	$\ln(\text{董事长与总经理平均薪酬}-\text{其他高管平均薪酬})$
高管过度自信	<i>OC</i>	见变量定义
公司规模	<i>Size</i>	期末资产总额的自然对数
财务风险	<i>Lev</i>	企业期末负债总额与资产总额之比值
盈利能力	<i>ROA</i>	息税前利润与总资产平均余额之比值
经营现金流量	<i>Ncf</i>	经营活动产生的现金流净值与总资产之比值
成立年龄	<i>Age</i>	数据披露年度减去公司成立年度
第一大股东持股比例	<i>Share1</i>	第一大股东持股数量占总股本的比例
两职合一	<i>Dual</i>	董事长与总经理两职合一取1,否则取0
独董比例	<i>Idr</i>	独董人数与董事会总人数之比值
高管团队规模	<i>Gsize</i>	高管团队总人数
年度哑变量	<i>Year</i>	2010—2017年度,设置7个年度虚拟变量
行业哑变量	<i>Ind</i>	根据证监会《上市公司行业分类指引》(2012),制造业行业代码取前两位数,其他行业代码取前一位数

(三)模型设计

为检验高管背景对企业异常社会责任表现的影响,构建模型(2)、模型(3):

$$Overcsp_{i,t} = \partial_0 + \partial_1 PP_{i,t} + Controls + \sum Ind + \sum Year + \xi \quad (2)$$

$$Undercsp_{i,t} = \partial_0 + \partial_1 PP_{i,t} + Controls + \sum Ind + \sum Year + \xi \quad (3)$$

为检验薪酬差距在高管背景与超额社会责任表现之间的调节效应,构建模型(4),若交互项 $Vgap_{i,t-1} \times PP_{i,t}$ 回归系数显著为负,则说明薪酬差距在高管背景与超额社会责任表现之间发挥着负向调节效应。

$$Overcsp_{i,t} = \partial_0 + \partial_1 PP_{i,t} + \partial_2 Vgap_{i,t-1} + \partial_3 Vgap_{i,t-1} \times PP_{i,t} + Controls + \sum Ind + \sum Year + \xi \quad (4)$$

为检验高管过度自信在高管背景与超额社会责任表现之间的调节效应,构建模型(5),若交互项 $OC_{i,t} \times PP_{i,t}$ 回归系数显著为正,则说明高管过度自信在高管背景与超额社会责任表现之间发挥着正向调节效应。

$$Overcsp_{i,t} = \partial_0 + \partial_1 PP_{i,t} + \partial_2 OC_{i,t} + \partial_3 OC_{i,t} \times PP_{i,t} + Controls + \sum Ind + \sum Year + \xi \quad (5)$$

四、实证结果分析

表2报告了民营企业主要变量的描述性统计,发现61%的民营企业存在社会责任履行不足,39%企业存在超额社会责任表现。*Overcsp* 中位数为0.06,大大低于均值0.12,标准差为0.14,说明大部分民营企业超额社会责任表现水平低于均值,且企业之间差异性较大。*Undercsp* 为逆指标,数值越大代表企业社会责任表现不足越严重,均值为0.08,中位数0.06,二者较为接近,显示民营企业社会责任表现不足处于0.07左右。32.8%的民营企业高管具有代表委员类身份(*PP*)。高管内部垂直薪酬差距(*Vgap*)均值为12.58,中位数为12.60,标准差为0.90,表明民营企业高管内部垂直薪酬差距比较大,与既有研究相符。民营企业高管过度自

信倾向(*OC*)的中位数小于均值,显示大部分样本企业高管自信水平并未超过均值。

控制变量中*Size*最小值为19.54,最大值为26.00,标准差为1.05,说明样本之间资产规模相差较大。样本中有34%的公司存在两职合一。独董比例均值是0.38,大于法律要求的三分之一。*Lev*、*ROA*、*Ncf*、*Age*、*Share1*、*Gsize*平均值与中位数比较接近,显示样本数据分布较均衡。

表3报告民营企超额社会责任表现与主要变量之间的相关系数,显示高管背景(*PP*)与超额社会责任表现(*Overcsp*)正相关,初步验证H1。控制变量资产规模(*Size*)、企业风险水平(*Lev*)、企业盈利水平(*ROA*)、现金流量水平(*Ncf*)、第一大股东持股比例(*Share1*)以及高管规模(*Gsize*)均与民营企业超额社会责任表现显著正相关,企业成立年限(*Age*)、两职合一(*Dual*)、独董比例(*Idr*)与民营企业超额社会责任表现显著负相关。变量之间的相关系数较小,说明不存在严重的多重共线性。

表3 超额社会责任表现与主要变量相关系数

变量	<i>Overcsp</i>	<i>PP</i>	<i>Vgap</i>	<i>OC</i>	<i>Size</i>	<i>Lev</i>	<i>ROA</i>	<i>Ncf</i>	<i>Age</i>	<i>Share1</i>	<i>Dual</i>	<i>Idr</i>	<i>Gsize</i>
<i>Overcsp</i>	1	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
<i>PP</i>	0.08***	1	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
<i>Vgap</i>	0.07***	0.03**	1	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
<i>OC</i>	-0.08***	-0.05***	-0.04***	1	—	—	—	—	—	—	—	—	—
<i>Size</i>	0.24***	0.08***	0.38***	-0.08***	1	—	—	—	—	—	—	—	—
<i>Lev</i>	0.14***	0.02*	0.15***	-0.04***	0.48***	1	—	—	—	—	—	—	—
<i>ROA</i>	0.09***	0.02***	0.13***	-0.01	0.12***	-0.20***	1	—	—	—	—	—	—
<i>Ncf</i>	0.08***	0.02**	0.07***	-0.01	-0.03**	-0.21***	0.41***	1	—	—	—	—	—
<i>Age</i>	-0.04*	-0.07***	0.13***	-0.07***	0.16***	0.17***	-0.04***	-0.04***	1	—	—	—	—
<i>Share1</i>	0.08***	0.05***	-0.01	0.03**	0.07***	0.06***	0.10***	0.05***	-0.15***	1	—	—	—
<i>Dual</i>	-0.08***	-0.03**	0.01	0.71***	-0.09***	-0.08***	-0.01	-0.01	-0.07***	0.01	1	—	—
<i>Idr</i>	-0.04**	-0.02*	-0.02	0.05***	-0.06***	-0.04***	-0.04***	-0.02**	-0.02*	0.02	0.12***	1	—
<i>Gsize</i>	0.16***	0.02*	0.09***	-0.10***	0.27***	0.17***	0.015	-0.01	0.06***	-0.06***	-0.13***	-0.16***	1

注:***、**、*分别表示1%、5%、10%水平显著。

表4显示高管背景与超额社会责任表现的回归系数为0.011,在5%水平显著正相关。高管背景与社会责任表现不足的回归系数为-0.001,不显著。说明高管背景与民营企业超额社会责任表现显著正相关,与社会责任表现不足负相关但不显著,结果支持H1。对控制变量而言,民营企业资产规模(*Size*)、总资产报酬率(*ROA*)、现金流量水平(*Ncf*)、企业成立年限(*Age*)与超额社会责任表现显著正相关,说明随着资产规模的增大、盈利能力的提高、现金流量充裕度的提升、企业成立年数的增加,民营企业易超额履行社会责任。股权集中度(*Share1*)与超额社会责任表现显著负相关,表明随着第一大股东持股比例的增加,社会责任投入与企业业绩增长目标相悖,损害了股东利益,因此会抑制超额社会责任投资。两职合一(*Dual*)抑制了民营企业超额社会责任表现,对于民营企业而言,两职

表2 主要变量描述性统计

变量	样本量	均值	标准差	中位数	最小值	最大值
<i>Overcsp</i>	2805	0.12	0.14	0.06	1.75×10 ⁵	0.58
<i>Undercsp</i>	4415	0.08	0.06	0.06	0.01	0.20
<i>PP</i>	7220	0.33	0.47	0.00	0.00	1.00
<i>Vgap</i>	7220	12.58	0.90	12.60	10.00	14.84
<i>OC</i>	7220	0.50	0.16	0.44	0.12	0.89
<i>Size</i>	7220	21.83	1.05	21.73	19.54	26.00
<i>Lev</i>	7220	0.39	0.20	0.38	0.050	0.89
<i>ROA</i>	7220	0.050	0.05	0.05	-0.16	0.21
<i>Ncf</i>	7220	0.040	0.07	0.040	-0.19	0.24
<i>Age</i>	7220	14.92	5.52	15	4.00	29.00
<i>Share1</i>	7220	0.30	0.15	0.29	0.02	0.75
<i>Dual</i>	7220	0.34	0.47	0	0.000	1.00
<i>Idr</i>	7220	0.38	0.05	0.33	0.33	0.57
<i>Gsize</i>	7220	17.76	4.29	17	9	52

表4 高管背景与民营企业异常社会责任表现回归结果

变量	<i>Overcsp</i>	<i>Undercsp</i>
<i>PP</i>	0.011** (2.280)	-0.001 (-0.410)
<i>Size</i>	0.030*** (11.01)	0.024*** (17.06)
<i>Lev</i>	0.010 (0.720)	-0.023*** (-3.97)
<i>ROA</i>	0.169** (2.430)	-0.559*** (-16.90)
<i>Ncf</i>	0.104*** (2.970)	0.043*** (3.40)
<i>Age</i>	0.001** (2.050)	0.001*** (5.110)
<i>Share1</i>	-0.067*** (-4.270)	-0.024*** (-4.32)
<i>Dual</i>	-0.010** (-2.100)	0.001 (0.40)
<i>Idr</i>	-0.019 (-0.440)	0.023* (1.65)
<i>Gsize</i>	0.001 (1.610)	0.001** (2.49)
常量	-0.447*** (-7.130)	-0.357*** (-12.58)
<i>Ind</i>	控制	控制
<i>Year</i>	控制	控制
<i>R</i> ²	0.270	0.314
<i>F</i>	38.19***	34.44***
<i>N</i>	2805	4415

注:***、**、*分别表示1%、5%、10%水平显著。

合一激励模式有利于减少代理成本,协调统一管理层与股东的目标,在追求超额利润最大化的目标下,会抑制占用企业资源的超额社会责任表现行为。

表 5 显示 $Vgap1 \times PP$ 交互项的回归系数 -0.013, 在 5% 的水平下显著为负, 说明薪酬差距会削弱高管背景与超额社会责任表现之间的正相关关系, 薪酬差距在高管背景与超额社会责任表现之间发挥着负向调节效应。民营企业薪酬差距的业绩敏感性高, 传统的代理理论认为, 社会责任会占用提升企业业绩的资源, 且在短期内难以形成经济利益的流入。在薪酬差距的激励下, 会较少关注社会责任这一非财务目标, 降低由政治动机所引致的超额社会责任表现, 结果支持 H2。

交互项 $OC \times PP$ 与超额社会责任表现的回归系数为 0.027, 在 1% 水平下显著, 说明高管过度自信增强了高管背景与超额社会责任表现之间的正相关关系, 发挥着正向调节效应。显示社会责任的高管背景迎合倾向在高管过度自信心理的调节下, 会得以增强。结果支持 H3。

表 5 薪酬差距、高管过度自信在高管背景与民营企业超额社会责任表现之间调节效应

变量	<i>Overcsp</i>	<i>Overcsp</i>
<i>PP</i>	0.168** (2.250)	-0.002 (-0.330)
<i>Vgap</i>	0.004 (1.150)	—
<i>OC</i>	—	-0.008 (-1.390)
$Vgap1 \times PP$	-0.013** (-2.130)	—
$OC \times PP$	—	0.027*** (2.650)
<i>Size</i>	0.031*** (10.15)	0.031*** (10.25)
<i>Lev</i>	0.011 (0.750)	0.011 (0.670)
<i>ROA</i>	0.139* (1.910)	0.166** (2.200)
<i>Ncf</i>	0.116*** (3.120)	0.101*** (2.660)
<i>Age</i>	0.001* (1.860)	0.001** (2.380)
<i>Share1</i>	-0.068*** (-4.080)	-0.062*** (-3.670)
<i>Dual</i>	-0.008* (-1.690)	-0.011** (-2.090)
<i>Idr</i>	-0.008 (-0.180)	-0.036 (-0.790)
<i>Gsize</i>	0.001* (1.880)	0.0004 (0.740)
常量	-0.503*** (-6.990)	-0.440*** (-6.340)
<i>Ind</i>	控制	控制
<i>Year</i>	控制	控制
R^2	0.275	0.277
<i>F</i>	35.21***	35.09***
<i>N</i>	2628	2516

注: **、*、* 分别表示 1%、5%、10% 水平显著。

五、稳健性检验

(一) 变量替换法

重新计算异常社会责任表现。对社会责任评分取自然对数, 在控制变量中加入市场化进程、内部控制。采用代表委员类身份级别 (*PPI*) 表征高管背景。关键高管与非关键高管之间的薪酬差距 (*Vgap*) 替换为前三名高管平均薪酬与其他高管平均薪酬之间的差距 ($VgapT3$), 公式为: $VgapT3 = \ln(\text{前三名高管平均薪酬} - \text{其他高管平均薪酬})$, 其中: 前三名高管平均薪酬 = 前三名高管薪酬总额 / 3, 其他高管平均薪酬 = (管理层人员薪酬总额 - 前三名高管薪酬) / (领薪高管人数总和 - 3)。借鉴余明桂等^[38]研究, 从性别、年龄、教育背景、专业背景、是否两职合一测度总经理过度自信 (*OC*)。

稳健性检验回归结果见表 6、表 7, 研究结论并无显著差异, 具有很强稳健性。

(二) 倾向得分匹配法

高管背景可能存在自选择问题, 即使我们观察到高管背景与超额社会责任表现正相关, 这也有可能是公司自身的差异造成的, 而不是由于高管的背景所导致了企业的超额社会责任表现, 这一点无法观察。此外社会责任履行越好的民营企业越容易获得代表委员类身份, 这种情况下直接运用 OLS 回归, 回归结果会存在偏差。为解决自选择问题, 采用倾向得分匹配法 (PSM)。依据高管是否具有高管背景, 将高管具有代表委员类身份的, 作为处理组, *PP* 赋值为 1, 否则, 作为控制组, *PP* 赋值为 0。宋增基等^[13]研究发现民营上市公司规模、公司绩效、政府干预、政府经历均有助于民营上市公司获取代表委员类身份。选取下列指标建立模型 (6) 进行回归:

表 6 高管背景与民营企业异常社会责任表现稳健性检验

变量	<i>Overcsp</i>	<i>Undercsp</i>
<i>PPI</i>	0.008** (2.030)	-0.0001 (-0.24)
<i>Size</i>	0.025*** (3.340)	0.0181 (1.490)
<i>Lev</i>	0.196*** (5.050)	0.122** (2.010)
<i>ROA</i>	0.104 (0.700)	-6.014*** (-16.93)
<i>Ncf</i>	0.009 (0.100)	0.343** (2.390)
<i>Age</i>	0.003*** (2.620)	0.004** (2.270)
<i>Share1</i>	-0.167*** (-4.350)	-0.100* (-1.650)
<i>Dual</i>	-0.022* (-1.910)	-0.0136 (-0.740)
<i>Idr</i>	0.003 (0.030)	0.288* (1.820)
<i>Gsize</i>	0.001 (0.650)	0.005** (2.170)
常量	0.046 (0.280)	0.296 (1.240)
<i>Ind</i>	控制	控制
<i>Year</i>	控制	控制
R^2	0.094	0.245
<i>F</i>	11.18***	11.96***
<i>N</i>	3603	3334

注: **、*、* 分别表示 1%、5%、10% 水平显著。

$$PP_{i,t} = \partial_0 + \partial_1 Size_{i,t-1} + \partial_2 Lev_{i,t-1} + \partial_3 ROA_{i,t-1} + \partial_4 Growth_{i,t-1} + \partial_5 Market + \partial_6 GovPP + \sum Ind + \sum Year + \xi \quad (6)$$

其中解释变量包括公司规模(*Size*)、财务风险(*Lev*)、资产报酬率(*ROA*)、营业收入增长率(*Growth*)、市场化进程(*Market*)、高管官员类政治关联(*GovPP*),同时控制年度与行业因素。针对模型进行回归并进行选择倾向打分,寻找同一年度概率得分最近的作为配对样本。由于存在较多具有可比性的控制组个体,为提高匹配效率,采用一对四进行匹配。控制组处理效应ATT的估计值为2.22,在5%水平显著。采用PSM匹配之后的样本进行回归,表8显示高管背景与超额社会责任表现显著正相关,与社会责任表现不足不相关,再次验证H1。

表9采用PSM匹配之后的样本检验了薪酬差距、高管过度自信在高管背景与超额社会责任表现之间的调节效应,结果与前一致,不再赘述。

表7 薪酬差距、高管过度自信在高管背景与民营企业超额社会责任表现之间调节效应稳健性检验

变量	<i>Overcsp</i>	<i>Overcsp</i>
<i>PPI</i>	0.014*(1.780)	-0.143**(-2.590)
<i>VgapT3</i>	0.111** (1.970)	—
<i>OC</i>	—	-0.018(-1.340)
<i>VgapT3×PPI</i>	-0.008*(-1.840)	—
<i>OC×PPI</i>	—	0.055** (2.110)
<i>Size</i>	0.026*** (3.200)	0.031*** (3.90)
<i>Lev</i>	0.174*** (4.300)	0.177*** (4.130)
<i>ROA</i>	0.042 (0.270)	0.035 (0.220)
<i>Ncf</i>	0.049 (0.530)	0.069 (0.740)
<i>Age</i>	0.003*** (3.030)	0.004*** (3.30)
<i>Share1</i>	-0.158*** (-3.880)	-0.166*** (-4.100)
<i>Dual</i>	-0.018 (-1.480)	0.00124 (0.070)
<i>Idr</i>	0.023 (0.210)	-0.070 (-0.650)
<i>Gsize</i>	0.001 (0.940)	-0.001 (-0.570)
常量	-0.110 (-0.590)	0.069 (0.380)
<i>Ind</i>	控制	控制
<i>Year</i>	控制	控制
<i>R</i> ²	0.099	0.102
<i>F</i>	10.46***	10.66***
<i>N</i>	3376	3227

注:***、**、*分别表示1%、5%、10%水平显著。

表8 民营企业高管背景与异常社会责任表现PSM匹配样本回归结果

变量	<i>Overcsp</i>		<i>Undercsp</i>	
<i>PP</i>	0.009*(1.790)	—	-0.002(-1.20)	—
<i>PPI</i>	—	0.004** (2.010)	—	-0.001(-1.09)
<i>Size</i>	0.033*** (9.320)	0.033*** (9.100)	0.022*** (17.71)	0.022*** (17.77)
<i>Lev</i>	-0.006(-0.310)	-0.005(-0.270)	-0.023*** (-4.120)	-0.023*** (-4.150)
<i>ROA</i>	0.044 (0.640)	0.045 (0.650)	-0.842*** (-29.12)	-0.841*** (-29.08)
<i>Ncf</i>	0.116*** (2.680)	0.116*** (2.680)	0.055*** (4.120)	0.055*** (4.100)
<i>Age</i>	0.001*** (2.690)	0.001*** (2.600)	0.001*** (4.020)	0.001*** (4.140)
<i>Share1</i>	-0.061*** (-3.130)	-0.061*** (-3.170)	-0.026*** (-4.560)	-0.026*** (-4.540)
<i>Dual</i>	-0.007(-1.180)	-0.007(-1.220)	-0.0003(-0.190)	-0.0002(-0.130)
<i>Idr</i>	0.012 (0.220)	0.013 (0.240)	0.035** (2.330)	0.036** (2.370)
<i>Gsize</i>	0.001 (1.430)	0.001 (1.420)	0.001*** (3.010)	0.001*** (3.060)
常量	-0.582*** (-7.420)	-0.569*** (-7.230)	-0.314*** (-11.88)	-0.317*** (-11.99)
<i>Ind</i>	控制	控制	控制	控制
<i>Year</i>	控制	控制	控制	控制
<i>R</i> ²	0.279	0.279	0.304	0.304
<i>F</i>	34.69***	34.77***	45.06***	44.84
<i>N</i>	2361	2361	3746	3746

注:***、**、*分别表示1%、5%、10%水平显著。

表 9 薪酬差距、高管过度自信在高管背景与超额社会责任表现之间的调节效应 PSM 样本回归结果

变量	<i>Overcsp</i>	<i>Overcsp</i>
<i>PP</i>	0.167** (2.220)	0.0003 (0.040)
<i>Vgap</i>	0.005 (1.420)	—
<i>OC</i>	—	-0.002 (-0.260)
<i>PP×Vgap</i>	-0.012** (-2.110)	—
<i>OC×PP</i>	—	0.022** (2.090)
<i>Size</i>	0.031*** (8.630)	0.033*** (9.310)
<i>Lev</i>	0.013 (0.770)	0.008 (0.480)
<i>ROA</i>	0.109 (1.290)	0.120 (1.400)
<i>Ncf</i>	0.125*** (3.230)	0.108*** (2.710)
<i>Age</i>	0.001** (2.190)	0.001*** (2.730)
<i>Share1</i>	-0.060*** (-3.400)	-0.052*** (-2.920)
<i>Dual</i>	-0.005 (-0.960)	-0.009 (-1.570)
<i>Idr</i>	0.010 (0.210)	-0.018 (-0.370)
<i>Gsize</i>	0.002** (2.540)	0.001 (1.590)
常量	-0.569*** (-6.810)	-0.535*** (-6.750)
<i>Ind</i>	控制	控制
<i>Year</i>	控制	控制
<i>R²</i>	0.297	0.296
<i>F</i>	32.68***	32.82***
<i>N</i>	2219	2131

注：***、**、*分别表示 1%、5%、10% 水平显著。

六、结论

本文基于我国民营企业社会责任表现整体水平较低,并存在“两极合流”的现实背景,以民营企业高管背景为研究切入点,分析企业异常社会责任表现的形成机制。研究发现:

(1) 高管背景显著促进了民营企业的超额社会责任表现,但同时并未显著抑制企业社会责任表现不足。表明民营企业社会责任履行存在“迎合倾向”,是一项“象征性”或“策略性”行为,这就解释了民营企业为何会出现一方面重视高级慈善责任,另一方面又忽视初级合法合规责任的“两极合流”现象。

(2) 薪酬差距激励会削弱高管背景与民营企业超额社会责任表现之间的正相关关系。表明薪酬激励对高管背景的“政府干预”倾向具有治理效应。

(3) 高管过度自信会增强高管背景与民营企业超额社会责任表现之间的正相关关系,提升社会责任履行的高管背景迎合效应。

上述研究表明新型政商关系的建立是民营企业形成正确的社会责任感、建立社会责任履行良性机制的外部重要环境。政府与市场的关系是经济体制改革的核心问题,民营企业超额社会责任表现的行为背后的目的是获取政府资源配置的优先权、政策上的倾斜等现实需求,这虽然促进了企业社会责任表现水平的提升,但不利于企业良性社会责任的建立,仅仅将社会责任履行作为政治迎合工具,会降低民营企业社会责任履行的内生驱动力与主动性。长此以往,社会责任履行难以形成有效良性激励,进而不利于社会责任履行长效机制的建立。另一方面,地方政府应当改变工作方式,减少乱摊派及“设租”行为,不可采用涸泽而渔的方式挫伤民营企业社会责任履行的积极性,增强企业特别是民营企业社会责任履行行为的自主选择权。

参考文献

- [1] 丁晓钦, 陈昊. 国有企业社会责任的理论研究及实证分析[J]. 马克思主义研究, 2015(12): 68-79.
- [2] 唐鹏程, 杨树旺. 企业社会责任投资模式研究: 基于价值的判断标准[J]. 中国工业经济, 2016(7): 109-126.
- [3] 黄群慧, 钟宏武, 张蕙. 企业社会责任蓝皮书: 中国企业社会责任研究报告[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2018.
- [4] 刘春济, 朱梦兰. 谁影响了谁: 产权性质、企业社会责任溢出与表现[J]. 经济管理, 2018, 40(12): 105-122.
- [5] 苏姗姗. 民营企业社会责任“两极合流”影响因素的实证研究[D]. 石家庄: 河北经贸大学, 2019.
- [6] 雷光勇, 李书锋, 王秀娟. 政治关联、审计师选择与公司价值[J]. 管理世界, 2009(7): 145-155.
- [7] 陈浩, 刘春林, 鲁悦. 政治关联与社会责任报告披露[J]. 山西财经大学学报, 2018, 40(4): 75-85.
- [8] BOUBAKRI N, COSSET J C, SAFFAR W. Political connections of newly privatized firms[J]. Journal of Corporate Finance, 2008, 14(5): 654-673.
- [9] RAJAN R G, ZINGALES L. Which capitalism? Lessons from the East Asian Crisis [J]. Journal of Applied Corporate

- Finance 1998, 11(3): 40-48.
- [10] LI H, MENG L, WANG Q, et al. Political connections, financing and firm performance: Evidence from Chinese private firms[J]. Journal of Development Economics, 2008, 87(2): 283-299.
- [11] 杜兴强, 郭剑花, 雷宇. 政治联系方式与民营上市公司业绩: “政府干预”抑或“关系”? [J]. 金融研究, 2009(11): 158-173.
- [12] 杜兴强, 陈韞慧, 杜颖洁. 寻租、政治联系与“真实”业绩——基于民营上市公司的经验证据[J]. 金融研究, 2010(10): 135-157.
- [13] 宋增基, 张国杰, 郭桂玺. 民营上市公司高管政治激励与绩效关系研究[J]. 审计与经济研究, 2013, 28(1): 95-103.
- [14] FACCIO M. Politically connected firms[J]. American Economic Review, 2006, 96(1): 369-386.
- [15] KIM Y, CANNELLA A. Social capital among corporate upper echelons and its impacts on executive promotion in Korea[J]. Journal of World Business, 2008, 43(1): 85-96.
- [16] MA D, PARISH W L. Tocquevillian moments: charitable contributions by Chinese private entrepreneurs[J]. Social Forces, 2006, 85(2): 943-964.
- [17] BATTILANA J. Initiating divergent organizational change: The enabling role of actors' social position [J]. Academy of Management Proceedings, 2007, 24(1): 432-463.
- [18] ANNEBEL H B H D, DEN HARTOG D N. Ethical and despotic leadership, relationships with leader's social responsibility, top management team effectiveness and subordinates' optimism: A multi-method study[J]. The Leadership Quarterly, 2008, 19(3): 297-311.
- [19] GODFREY P C. The relationship between corporate philanthropy and shareholder wealth: A risk management perspective [J]. Academy of Management Review, 2005, 30(4): 777-798.
- [20] BELL C M, HUGHES-JONES J. Power, self-regulation and the moralization of behavior [J]. Journal of Business Ethics, 2008, 83(3): 503-514.
- [21] PRESTON L E, O' BANNON D P. The corporate social financial performance relationship [J]. A Typology and Analysis, 1997, 36(4): 419-429.
- [22] 江诗松, 何文龙, 路江涌. 创新作为一种政治战略: 转型经济情境中的企业象征性创新[J]. 南开管理评论, 2019, 22(2): 104-113.
- [23] 缪毅, 胡奕明. 产权性质、薪酬差距与晋升激励[J]. 南开管理评论, 2014, 17(4): 4-12.
- [24] 郭剑花. 薪酬安排在高管政治关联发挥作用中的治理功能考察——基于政治关联“双刃剑”效应的研究[J]. 现代财经(天津财经大学学报), 2012, 32(7): 86-95.
- [25] LUIS R G M, CRISTINA C, PASCUAL B, et al. The bind that ties: Socioemotional wealth preservation in family firms [J]. Academy of Management Annals, 2011, 5(1): 653-707.
- [26] 陈建林, 温正杰. 家族控制、高管激励与企业社会责任——基于中国家族上市公司的实证研究[J]. 南京审计大学学报, 2017, 14(3): 66-74.
- [27] 陈志军, 闵亦杰. 家族控制与企业社会责任: 基于社会情感财富理论的解释[J]. 经济管理, 2015, 37(4): 42-50.
- [28] LAURIE L, WILLIAM W. Managerial myopia: Self-serving biases in organizational planning [J]. Journal of Applied Psychology, 1977, 62(2): 194-198.
- [29] BUSENITZ L W, BARNEY J B. Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: Biases and heuristics in strategic decision-making [J]. Journal of Business Venturing, 1997, 12(1): 9-30.
- [30] GALASSO A, SIMCOE T S. CEO overconfidence and innovation [J]. Management Science, 2011, 57(8): 1469-1484.
- [31] WALLACE H M, BAUMEISTER R F. The Performance of narcissists rises and falls with perceived opportunity for glory [J]. Journal of Personality and Social Psychology, 2002, 82(5): 819-834.
- [32] 李思飞, 侯梦虹, 王迪. 管理层过度自信与企业社会责任履行 [J]. 金融评论, 2015, 7(5): 58-69, 124
- [33] 祁怀锦, 刘艳霞. 管理者自信会影响企业社会责任行为吗? ——兼论融资融券制度的公司外部治理效应 [J]. 经济管理, 2018, 40(5): 141-156.
- [34] 文芳. 管理者政治联系与过度自信 [J]. 中国经济问题, 2011(1): 80-90.
- [35] 张宏亮, 王靖宇. 晋升激励与国有企业异常捐赠 [J]. 财经科学, 2017(4): 77-88.
- [36] 张兴亮, 夏成才. 非CEO高管患寡还是患不均 [J]. 中国工业经济, 2016(9): 144-160.
- [37] 魏哲海. 管理者过度自信、资本结构与公司绩效 [J]. 工业技术经济, 2018, 37(6): 3-12.
- [38] 余明桂, 李文贵, 潘红波. 管理者过度自信与企业风险承担 [J]. 金融研究, 2013(1): 149-163.

Study on Executives Background and Corporate Social Responsibility(CSP) “Catering” Behavior of Senior Executives in Private Enterprises

Wu Lijun^{1,2}, Bu Hua¹

(1. School of Finance, Xuzhou University of Technology, Xuzhou 221008, Jiangsu, China;

2. School of Economics and Management, China University of Mining and Technology, Xuzhou 221116, Jiangsu, China)

Abstract: The overall social responsibility level of private enterprises in China is low and there is a phenomenon of “confluence of two poles”. Based on the executives background of senior executives, the “catering” behavior of corporate social responsibility is analyzed. The research finds that the executives background of senior executives significantly promotes the CSP overinvestment of private enterprises, but does not significantly inhibit insufficient investment of social responsibility. It proves that there is a “catering tendency” in the social responsibility fulfillment of private enterprises, and that the fulfillment of social responsibility is a “symbolic” or “strategic” behavior. The empirical research has explained the phenomenon of “two-poles confluence”. Further studies find that pay gap weakens the positive correlation between executive’s executives background and CSP overinvestment of private enterprises. It shows that salary incentive has governance effect on “government intervention” of executives background. Empirical studies further indicates that executive’s overconfidence plays a positive regulating effect between executives background and CSP overinvestment. The above research reveals that the establishment of a new relationship between government and business is of great significance to the construction of a benign mechanism for private enterprises to fulfill their social responsibilities.

Keywords: senior executives executives background; CSP overinvestment; pay gaps; overconfidence

(上接第 164 页)

The Impact of Interpersonal Trust on Employee’s Creativity in Organizations: An Evidence Based on Meta-analysis

Yan Chun, Huang Shaosheng

(Faculty of Business Administration, Shanxi University of Finance and Economics, Taiyuan 030006, China)

Abstract: Meta-analysis method are used to carry out a re-analysis with 56 independent empirical research samples about the relationship between interpersonal trust and creativity. The results show as follows. Interpersonal trust can motivate employees’ creativity effectively, and there is a mid-level significantly positive relationship ($r=0.34$) between interpersonal trust and employees’ creativity. Felt trusted by leaders and Mutual trust between colleagues has more powerful impact on individual creativity than trust in leaders. When data come from the same individual, the impacting strength of the relationship will be higher. The impact of interpersonal trust in employee creativity is significantly greater in the new generation employee group than in the older employee group. The correlation level between interpersonal trust and employees’ creativity is stronger in organizations under eastern cultural background than that of western cultural background, so do the organizations in low development level nations compared with organizations in high development level nations.

Keywords: interpersonal trust; creativity; meta-analysis