

社会责任行为、制度环境与企业国际竞争力

张佳佳, 杨蓉

(华东师范大学 经济与管理学部, 上海 200062)

摘要:企业国际竞争力是企业管理领域的热点话题,本文对于社会责任行为与企业国际竞争力的关系机理及制度环境调节效应展开研究。以我国A股上市公司2010—2019年数据为研究样本,实证分析社会责任行为对企业国际竞争力的动态影响。研究表明,社会责任信息披露对企业国际竞争力的影响存在时滞性,发布社会责任报告短期内对企业国际竞争力无明显影响,长期则可以提升企业国际竞争力;社会责任表现具有时效性,良好的社会责任绩效对于滞后一期的企业国际竞争力具有显著的提升效应;进一步研究发现,制度环境对于企业社会责任动态影响企业国际竞争力具有正向调节作用。研究结论对中国企业国际竞争力的培育和提高具有借鉴意义。

关键词:社会责任行为;企业国际竞争力;动态影响;制度环境

中图分类号:F235.19 **文献标志码:**A **文章编号:**1002—980X(2021)10—0149—13

一、引言

随着“走出去”及“一带一路”倡议的深度实施,我国致力于发展对外直接投资,不断扩大投资规模,逐步形成与“引进来”双向纵深发展的阶段。2017年中国对外直接投资高达1250亿美元,仅次于美国和日本。在全球经济一体化进程中,越来越多的国内企业开展国际化经营,融入全球市场经济体系,国际影响力不断提升。2018年《财富》世界500强企业中,中国企业位列第二位,占据120席,与第一名美国仅差5%。党的十九大报告亦提出“培育具有全球竞争力的世界一流企业”,为国内企业国际竞争力发展指明方向。然而我国企业在国际化竞争的实践中,也面临着诸多的社会问题,特别是部分高速成长企业背后的“生态破坏”和“责任缺失”等事件曝光,引发了社会公众日益关注企业社会责任。企业社会责任的战略价值融企业目标与社会目标于一体,培育企业国际竞争力的同时实现经济、社会与环境的绿色高质量发展,但由于经济下行压力加剧、外部监管制度不完善等原因,目前我国企业社会责任实践发展状况还停留在表层阶段,不利于企业国际竞争力的有效提升。在此背景下,深入探讨社会责任行为与企业国际竞争力的内在关系是十分必要的。

国外诸多学者对社会责任行为与企业国际竞争力两者关系展开相关研究,结论存在一定差异。Porter和Kramer(2006)⁷⁸指出社会责任行为能够形成企业的竞争优势,以实现企业价值与社会价值的共赢;Jung et al(2016)从道德伦理视角出发,研究发现企业社会责任对于企业国际化绩效具有负向影响;而Ruf et al(2001)以美国企业作为研究对象,得出社会责任与企业国际化战略并无显著正向关系存在。依据制度理论,国外发达经济市场体制与国内发展中新兴经济市场体制存在较大差异,因而我国企业在社会责任实践与国际化进程方面处于相对劣势的地位,具备较少的知识储备和经验积累,上述研究成果在中国制度情境下是否具有普适性还有待进一步的验证。鉴于此,本文深入研究我国本土情境下的企业履行社会责任对企业国际竞争力的影响,以及这种影响是否会受到制度环境的约束,为实现绿色国民经济可持续发展的长远战略目标提供决策依据。

基于上述分析,本文尝试把社会责任行为、制度环境与企业国际竞争力纳入同一框架开展研究,通过理论假设和实证检验,厘清三者之间的逻辑关系与作用机理。本文可能的贡献主要有:首先,本文将社会责任行为对于企业国际竞争力的短期与长期影响效应进行区分,并将短期影响到长期影响的变化过程定义为社

收稿日期:2020—11—12

基金项目:华东师范大学经济与管理学部研究生科研创新项目“中国制度情境下企业社会责任行为与国际竞争力的互动关系及治理机制研究”(2018FEM-BCKYB007)

作者简介:张佳佳,华东师范大学经济与管理学部博士研究生,研究方向:财务会计与公司治理;杨蓉,经济学博士,华东师范大学审计处处长,教授,博士研究生导师,研究方向:公司治理与财务管理。

会责任行为对于企业国际竞争力的动态影响,为管理者依据企业的发展规划与战略布局制定长短期企业社会责任战略提供应用启示;其次,发布社会责任报告与开展社会责任实践存在本质差异,文章从两个方面分别进行检验,增加了研究的科学性与严谨性;最后,本文为政府及监管部门鼓励引导企业积极参与社会责任实践、高质量披露社会责任报告提供政策制定依据,同时为企业合理制定社会责任战略以提升企业国际竞争力提供理论和证据支持。

二、文献综述

“国际竞争力”这一特定概念,源于20世纪70年代末的美国。直到20世纪80年代,哈佛大学商学院迈克尔·波特教授完结著作“竞争三部曲”,完美阐释了竞争力的形成过程与演变规律,为后续研究及现代竞争理论的形成奠定理论基础(Porter, 1980)²⁰。按照层次不同,国际竞争力从宏观到微观可以分为国家国际竞争力、产业国际竞争力和企业国际竞争力。国家国际竞争力指的是一国经济、科技、国民素质等诸多方面在国际上的影响力和地位,也即一个国家通过国际交换和交流以保障并扩大国民利益的能力(Freeman, 2004)。产业国际竞争力是指一个国家特定产业以其比其他国家相关产业更具优势的生产管理能力,向国际市场出口并销售产品或提供服务,或进入国外市场出资创办企业实现有续发展的能力(金碚, 1996)。企业国际竞争力是在全球经济一体化的大背景下,企业作为竞争主体,面对动态多变的国际市场环境,比国际对手获取更具优势的各种资源以实现高效利用,不断满足消费者需求,推出超过竞争者的产品或服务,实现企业长足发展的一种综合能力(王核成, 2001)。企业国际竞争力包括要素市场竞争力、运营效率竞争力和产品国际竞争力。在运营效率竞争力下,企业将要素市场竞争力转化为产品国际竞争力,有效实现企业国际竞争力,在此基础上形成产业国际竞争力和国家国际竞争力。因而企业国际竞争力居于基础地位,是重要的核心主体,也是本文的研究重点。

目前已有大量成果关注企业国际竞争力问题,相关研究可概括为两大范畴:一是企业国际竞争力测度研究,国际上瑞士洛桑国际管理发展学院(IMD)和世界经济论坛(WEF)发布的《国际竞争力评价报告》更具参考价值。IMD指标更多的是静态分析,体现了一个国家创造有利于提升企业国际竞争力环境的能力(Reid, 1997); WEF侧重于动态分析,体现一个国家保持人均国内生产总值持续增长的能力(Ralf和Michael, 2005)。国内关于企业国际竞争力评价体系的研究,金碚和黄群慧的成果更具借鉴作用。金碚(2003)初步设计了涉及企业国际竞争力指标的评价体系,并选取了若干行业企业进行初步测评;黄群慧等(2017)从资源基础、动态能力、战略柔性和价值导向等维度挖掘了具有全球竞争力企业的关键要素。更多的集中于另一范畴即在测度的基础上考察其影响因素,主要从资源(Barney, 1992; 江玉国和范莉莉, 2015; Cavusgil和Knight, 2015)、能力(Prahalad和Hamel, 2010; 宋春华等, 2017; 徐国军和杨建君, 2019)、制度(Lichtentchaler, 2008; 姚文韵和郭艳红, 2012; 周立新, 2020)、环境(Gereffi和Lee, 2012; 金碚和龚健健, 2014; 王群等, 2020)4个方面展开研究。

资源基础观认为企业作为一种重要的社会经济组织,并不是完全独立存在,需要与诸多利益相关者合作以获取资源,实现自身发展需求。企业社会责任(corporate social responsibility)是企业拥有和控制的重要战略资源,具备的前瞻性、专属性、向心性、组织性则是评估能否转化为可持续竞争优势的有效标准,由此成为学术界研究的重要议题(郑琴琴和陆亚东, 2018)。企业是否承担社会责任历经肯定、否定、实现共享价值等动态发展过程。Bowen(1953)出版的《商人的社会责任》认为,商人承担社会责任即依据社会目标的有关政策作出决策并采取行动;Bragdon和Marlin(1972)基于股东财富最大化角度,指出企业承担社会责任势必会消耗大量资源,不利于增加股东价值;石军伟等(2009)从战略互动的视角分析发现企业承担社会责任与否是一个多元化发展的认知过程,融入了利益相关者理论的社会责任战略有利于实现企业经济价值和社会价值的共享共建。

企业承担社会责任必然分散已有资本与资源,那么这种投资对于提升企业竞争力有没有意义呢?学者们主要从两个方面展开研究:其一,直接分析社会责任行为对企业竞争力的影响,从总体出发分析企业社会责任可以改善公司财务绩效(Wagner, 2010),增强公司声誉以更好地抵御商业风险(Minor, 2010),提升企业核心竞争力(杨蓉和杨宇, 2008),随着战略性社会责任理论的发展,学术界对于企业承担社会责任增强企业竞争力的观点给予更多积极的回应;其二,通过利益相关者如投资者、政府等,间接验证社会责任行为对企业竞争力的影响,公司实施企业社会责任战略对公司的主要利益相关者产生影响(寇小宣等, 2014),进而影响

公司的销售、供应、融资、生产等主要环节,间接作用于企业竞争力(张进财和左小德,2013);叶陈云等(2018)依据利益相关者理论,探析社会责任与企业核心竞争力联动效应及提升路径。

综上所述,国内外对国际竞争力、企业社会责任、社会责任行为与企业竞争力两者关系的研究已经取得了丰富的研究成果,为本文的后续研究奠定了较好的前期基础。现有文献大多研究企业竞争力或核心竞争力,较少直接研究社会责任行为与企业国际竞争力的关系,同时也缺乏社会责任行为对企业国际竞争力的动态影响与调节效应的实证研究。因此,本文基于中国情境,全面理清和认识社会责任行为与企业国际竞争力的内在关系,并检验制度环境对两者关系的调节作用,弥补现有相关文献的研究不足,丰富和拓展利益相关者、社会责任和企业国际竞争力理论等研究文献;并在实务中,为企业合理制定企业社会责任战略,为政府部门建立健全企业社会责任相关法律法规,落实五大发展理念提供理论依据和政策建议,帮助中国企业提升国际竞争力,为实现绿色国民经济可持续发展做出新贡献。

三、理论分析与研究假设

企业实施社会责任战略不仅仅是成本、约束或慈善需要,而是长久的企业创新和竞争优势获取,这样的战略思维在未来竞争中是不可或缺的(Porter和Kramer,2006)⁷⁸。企业社会责任理念贯穿于企业组织各个环节,致力于“深耕细作”内部要素集合的同时有效组织管理外部利益相关者参与内部资源培育,形成“内外结合”的竞争优势,助力于企业可持续发展。社会责任行为对企业国际竞争力的长期影响可以从内部交易成本的节约、外部不完全竞争市场的构建及经济租金的最终获得三个视角进行论证。

(1)基于节约交易成本视角。在企业国际化进程中,内部交易愈加频繁而复杂,极大程度上增加了由于信息不对称带来的交易成本不确定性。国际化企业发布社会责任报告,有效补充了企业财务报告之外的非财务信息披露,可以向社会公众传达企业遵守环保法规、雇员法规等要求的信号,长期来看有利于缓解内外部信息不对称程度(倪恒旺等,2015),获得国内外投资者信任,降低融资成本。同时,具有身份意识的跨国企业会有动力区分国内环境与国际环境,关注全球利益相关者的社会责任标准,针对性改变社会责任策略与行为,展现负责任的企业形象,弱化东道国利益相关者的既有印象,并有助于增强企业在国际市场上的组织合法性,有利于降低风险投资成本与经营成本。国际化企业开展社会责任活动以更低的成本获得了更多的收益,获取竞争优势,提升企业效率和国际竞争力。

(2)基于构建不完全竞争市场视角。资源基础理论认为企业需要依赖外部角色参与者获取满足发展需求的资源,以此提升自身竞争优势。国际化企业积极履行社会责任,获得外部利益相关者的认同,获取和形成更多的无形资源,如企业文化、人才资源、消费者响应和企业声誉等(Hillman和Keim,2001)。企业管理层可以把社会责任作为区别于其他竞争者的战略工具,用来建立顾客忠诚,吸引和保留高质量的员工、提高运营效率,同时,企业社会资本可以帮助企业与产业链上下游企业形成良好合作关系,实现互利共赢。此外,跨国企业进入国际市场,往往会根据东道国对环境保护、劳工权益等的重视程度调整社会责任策略,以期获得国际市场各利益相关者的更多社会认同,建立良好声誉效应。国际化企业进行社会责任实践,涓涓挹注,积累企业声誉、品牌形象、社会资本等无形资产,有利于其顺利进入国际市场和攻克贸易壁垒,获取并保持持续竞争优势,构建不完全竞争市场,攫取超额利润,提升企业国际竞争力。

(3)基于获取经济租金视角。学术界把经济租金定义为某种资源要素的收入减去机会成本的剩余部分。从内部来说,企业制定社会责任战略有利于降低融资成本、投资成本及经营成本等,从外部来说,企业开展社会责任实践有益于获取多方利益相关者资源,构建不完全竞争市场,而内外兼修提高了“生产者剩余”和“消费者剩余”,获取了更多的经济租金。企业社会责任是一种需要内部长期投入和开发的无形资源,可以帮助企业抓住机会或化解风险,形成企业可持续的竞争优势,即经济租金是企业有效利用社会责任这一无形资源的有形“回报”,获取长期经济价值,提升企业国际竞争力。

综上所述,企业积极参与社会责任实践,披露社会责任信息,从长期来看必定有利于企业发展,增加企业价值和国际竞争力。因而,本文提出第一个研究假设:

从长期来看,企业实施社会责任战略会提升企业国际竞争力(H1)。

企业履行社会责任行为带来的无形资源与能力在短期内可能无法立即反映于经济绩效。一些研究发现不同时期的社会责任表现对企业绩效有不同的影响(张兆国等,2013)。国际化企业积极参与社会责任实践如慈善事业、环境保护等,必然会占用大量流动性资源,且投资于环保设备、废物回收等方面的长期资本支

出,也会形成无法回收的成本。本文认为,社会责任行为在短期内对于企业国际竞争力不会产生显著有利影响。

首先,商业企业是个生产要素的集合,合理有效的资源配置可以提高要素回报率,实现价值最大化的目标。企业对于社会责任的投资不是一朝一夕,而是根植于企业成长与发展的历史,必然会分散企业资本与其他资源,一定程度上影响了短期内可以取得更高投资效益的组织资源配置,形成了较大的社会责任投资机会成本和沉没成本,在短期内对企业国际竞争力不具有显著的积极影响。特别是在一定周期内,企业将宝贵的资源投资于慈善捐赠、排污治理等社会责任活动,使得内源融资无法满足成长性需求,同时,社会责任行为带来的无形资源与能力又尚未形成,无法获得较低成本的外源融资,因而企业承担社会责任不会在短期内具有明显的积极效应(肖翔等,2019)。

其次,企业履行社会责任承诺所带来的利益回报存在时间效应。Brammer和Millington(2008)通过实证研究发现社会责任与企业财务绩效存在U型关系,即降低短期绩效而提升长期绩效。企业承担社会责任所带来的无形资产如企业文化、良好的品牌形象等,在短时间内成效不明显,反映企业“干中学”的成长历程,容易引发企业管理者的资源错配。管理者基于利己动机与短视主义,追求短期私人收益,忽略社会责任重点而形成资本错配,从而消耗企业资源的同时导致非效率投资,影响利益相关者利益和企业价值增值(祁怀锦和刘艳霞,2018)。

最后,利益相关者理论认为存在利益冲突的各方利益相关者如政府、供应商及消费者等通过对企业施加压力影响企业决策。基于利他行为开展社会责任实践的企业,倾向于满足所有利益相关者的需求。为了有效缓解各方冲突,企业管理者需要花费大量的时间和精力给予调和的对策,或者牺牲部分短期回报率较高的项目投资来增加社会责任投资(Bhandari和Javakhadze,2017)。如果企业国际化进程中坚守完全利他主义社会责任行为标准,过于关注多重利益相关者的短期需求,必然与股东价值最大化的企业目标存在冲突,短期内不利于企业国际竞争力的有效提升。

基于此,本文提出第二个研究假设:

企业承担社会责任在短期内不会显著提升企业国际竞争力(H2)。

从外部制度环境来看,相较于西方发达国家,各地区发展程度及市场化进程差异显著在新兴市场国家表现更为明显(夏立军和陈信元,2007)。市场化水平综合反映一个国家经济、政治、社会及环境等多个体制发展进程,近年来我国市场化进程成效显著,但由于资源禀赋、地理位置等不同,各地区市场化发展不平衡,使得上市公司所处地区治理环境存在较大悬殊。专有成本假说指出企业管理层进行社会责任信息披露或实践时需要权衡成本与收益,而外部宽松有序的制度环境、法律环境和政策支持会影响企业披露信息的成本与收益比值,增加管理者披露社会责任信息意愿,进而会影响企业非财务信息披露质量。已有文献充分论证了制度环境对企业竞争力的影响,以及对于企业绩效的提高(周阳敏和赵亚莉,2019)。也就是说,外在制度环境和政策可以通过影响交易成本、完善竞争市场、改善信息不对称等提升企业国际竞争力。制度环境调节社会责任行为与企业国际竞争力的动态关系,将分别从长期和短期两个方面进行论证。

从长期来看,企业有效披露社会责任信息或积极开展社会责任实践可以提升企业国际竞争力,而制度环境对于社会责任行为动态提升企业国际竞争力具有调节作用。基于节约交易成本视角,较好的制度环境下,“服务型”政府通过控制企业承担社会目标的动机减弱,要素市场与产品市场发展越发达,非国有经济发展程度越高,企业面临的竞争越强(杨兴全等,2014)³⁶,企业倾向于根据发展需求披露社会责任信息或参与社会责任实践传递积极信号,长期有利于缓解信息不对称的程度,获取投资者信任以降低交易成本,吸引高回报率的社会资本流入企业,对企业国际竞争力产生积极影响(陈建英等,2019)。基于构建不完全竞争市场视角,在制度环境较好的地区,市场监管与法制环境相对成熟,对国内外投资者的保护力度更为有效,如果部分企业为了粉饰漏税逃税、财务舞弊等虚假陈述行为而进行社会责任实践也更容易被市场和监管部门发现,所以,在这种市场情境下,企业披露社会责任信息的有效传递和积极影响得以实现,企业愈加倾向于向外界传达更多有价值的非财务信息,拓宽企业的投融资渠道和市场份额,有助于构建不完全竞争市场,无形中提升企业国际竞争力。基于获取经济租金视角,较好的制度环境下,内部交易成本得以有效降低,外部不完全竞争市场得以构建,内外融合的基础上必然带来更多的经济租金,获取长期经济价值,提升企业国际竞争力。

虽然企业承担社会责任从长期来看可以提升企业国际竞争力,但是这种投资带给企业的优势在短期内难以体现,而较好的制度环境能够调节社会责任行为对企业国际竞争力的短期影响。第一,企业对于社会责

任的投资影响了短期内能够获得更高投资效益的组织资源配置,而制度环境较好的地区法制环境相对成熟,对国内外投资者的保护力度更为有效,有利于吸引投资者并获取信任以降低融资成本,从而缩短投资回收期,助力于企业国际竞争力;第二,制度环境较好的地区市场配置效率较高,契约经济处在重要的位置,使得管理者与股东诉求一致、共担风险和共享利润,有利于抑制高管完全利他主义行为,减少非效率的社会责任投资,以提升企业国际竞争力;第三,制度环境较好的地区,要素市场与产品市场发展相对完善,政府不断由“干预型”向“服务型”转化(杨兴全等,2014)³⁶,有利于缓和各个利益相关者之间的冲突,有助于企业合理配置资源,高效开展社会责任实践,因而较好的制度环境能够调和企业与关联利益方的关系,减少因各方诉求矛盾而牺牲股东利益的问题,从而影响企业国际竞争力(万寿义和李新丽,2019)。

鉴于此,本文提出第三个研究假设:

制度环境对企业社会责任动态影响企业国际竞争力具有正向调节作用。具体而言,较完善的制度环境有利于促进社会责任对于企业国际竞争力的长期正向影响,同时缓解社会责任对于企业国际竞争力的短期不显著影响(H3)。

基于上述理论分析与假设,本文理论研究模型如图1所示。

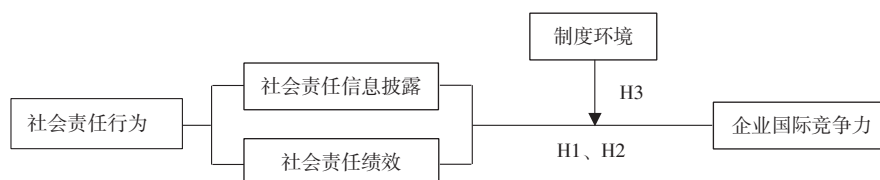


图1 理论研究模型

四、研究设计

(一)样本选取和数据来源

本文研究对象即沪深证券交易所A股上市公司,选取区间为2010—2019年。以2010年作为样本起始年份主要是因为,2009年起部分上市企业按照证监会要求,开始披露其社会责任信息,按期发布社会责任报告,自此我国上市企业逐渐注重和规范社会责任信息披露。为了研究样本的合理性,本文剔除了金融保险类、特别处理(special treatment)和特别转让(particular transfer)类、数据异常类公司样本数据,最终得到10年共25566个观测样本。本文采用的企业社会责任信息披露数据来自于国泰安数据库,社会责任绩效数据来源于润灵环球社会责任报告,市场化进程数据选自《中国分省份市场化指数报告(2018)》;其他财务数据取自WIND数据库。本文采用的统计分析及检验软件为STATA14.0。

(二)变量定义

1. 被解释变量

企业国际竞争力(*Eic*)。基于数据可获性和研究一致性(黄胜等,2017),本文采用营收指标度量企业国际竞争力,将其定义为一定时间内一国特定企业在海外市场上获取的营业收入的数值。以往研究主要采用显示性比较优势指数、显示性竞争优势指数、贸易竞争力指数等指标评价一国某个产业的国际竞争力,但对于企业国际竞争力,营收指标具有更多的优势:首先,它能够更好地衡量企业国际市场投入回报的经济效益;其次,一国企业国际竞争力主要表现在对外贸易中销售产品和服务获取盈利的能力、对外投资中创办海外投资企业实现持续发展的能力(Porter, 1980)²²,海外营业收入的数值能够比较直观反映企业以全球战略的姿态在国际市场上进行竞争的能力,注重经济效益有助于扩大出口份额、增加对外投资规模和提高生产率。

2. 解释变量

社会责任行为(*CSR*)。基于以往文献研究,从企业社会责任信息披露与企业社会责任履行绩效两个不同维度,综合考察社会责任行为对于企业国际竞争力的动态影响。本文使用国泰安数据库统计的企业社会责任披露数据,对每一个样本是否发布企业社会责任报告进行区分,构造企业社会责任信息披露(*CSR_Di*)变量。若公司*i*第*t*年发布了社会责任报告,则取值为1,否则取值为0。在我国特殊的制度背景下,一些企业被强制要求披露社会责任报告,所以即使发布了社会责任报告并不一定代表其具有良好的社会责任绩效。目前,国内对于企业社会责任的学术研究普遍使用润灵环球责任评级(*RKS*)的专家打分,作为企业发布的社

会责任报告质量的代理变量。本文使用润灵环球的企业社会责任评分作为企业社会责任绩效(CSR_Sc)的代理变量。

3. 调节变量

市场化进程($Market$)。对于外部制度环境,本文采用王小鲁等(2019)在《中国分省份市场化指数报告(2018)》一书中构建的市场化总指数来反映。中国市场化指数综合考虑政府、非国有经济、产品市场、要素市场、市场中介组织和法制环境 5 个特定方面,每个方面分指数由下辖各分项指数合成,最终按等权重原则将 5 个分指数合成市场化总指数。基于指标构体系构建的全面性与计算过程的复杂性,选用该指标能很好的反映我国制度环境。

4. 控制变量

本文选取企业年龄、企业性质、资产负债率、股权集中度、两职合一、机构持股比例、经济环境等变量作为控制变量。同时,加入年度($Year$)和行业($Industry$)虚拟变量来控制时间和行业效应。具体变量定义和说明见表 1。

表 1 变量定义

变量名称	变量符号	定义说明
企业国际竞争力	Eic	海外市场上获取的营业收入
社会责任信息披露	CSR_Di	若公司 i 第 t 年发布社会责任报告取值为 1, 否则为 0
社会责任绩效	CSR_Sc	依据润灵环球(RKS)指数评分
市场化进程	$Market$	依据王小鲁等(2019)《中国分省份市场化指数报告(2018)》原始值
企业年龄	Age	观测年份与成立年份的差值
企业性质	$State$	若为国有控股企业取值为 1, 否则取值为 0
资产负债率	Lev	总负债与总资产的比值
股权集中度	$Herfin10$	公司前 10 位大股东持股比例的平方和
两职合一	$Dual$	总经理兼任董事长时, 取值为 1, 否则为 0
机构持股比例	$Instihold$	机构持股数与公司总股数的比值
经济环境	$Developed$	若公司注册地为北京、上海、广东、浙江、福建、江苏、天津、辽宁、河北、山东取 1, 否则取 0
年度变量	$Year$	年度哑变量
行业变量	$Industry$	行业哑变量

(三)模型构建

本文通过实证研究的方法,考察社会责任行为对于企业国际竞争力的短期与长期影响差异,其中,短期界定为滞后一期,长期为滞后三期,并在此基础上进一步检验制度环境对于社会责任动态影响企业国际竞争力的调节作用。

为了检验社会责任行为对于企业国际竞争力的动态影响,进一步区分社会责任行为对于企业国际竞争力的短期影响效应与长期影响效应,本文分别构建如下面板计量模型(1)和模型(2)。其中,因变量 $Eic_{i,t}$ 反映当期企业国际竞争力,自变量 $CSR_{i,t-1}$ 、 $CSR_{i,t-3}$ 分别代表滞后一期与滞后三期的企业社会责任行为,前面系数 β_1 分别代表短期影响和长期影响, $Control$ 表示相关的控制变量, $Year$ 和 $Industry$ 表示控制时间与行业效应, $\varepsilon_{i,t}$ 是随机误差项。

$$Eic_{i,t} = \lambda_0 + \lambda_1 CSR_{i,t-1} + \lambda_2 \sum Control_{i,t-1} + \lambda_3 \sum Year + \lambda_4 \sum Industry + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

$$Eic_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{i,t-1} + \beta_2 \sum Control_{i,t-3} + \beta_3 \sum Year + \beta_4 \sum Industry + \varepsilon_{i,t} \quad (2)$$

为了检验研究假设 3, 本文将市场化进程 $Market$ 变量加入回归模型中, 建立模型(3)和模型(4), 分别检验制度环境对社会责任行为影响企业国际竞争力的短期调节效应和长期调节效应。其中, 因变量 $Eic_{i,t}$ 反映当期企业国际竞争力, $Market_{i,t-1}$ 、 $Market_{i,t-3}$ 分别表示为滞后一期与滞后三期的市场化进程, $CSR_{i,t-1} \times Market_{i,t-1}$ 、 $CSR_{i,t-3} \times Market_{i,t-3}$ 分别代表制度环境对企业社会责任影响企业国际竞争力的短期调节效应和长期调节效应, $Control$ 是相关的控制变量, $\varepsilon_{i,t}$ 是随机误差项。

$$Eic_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 CSR_{i,t-1} \times Market_{i,t-1} + \alpha_2 CSR_{i,t-1} + \alpha_3 Market_{i,t-1} + \alpha_4 \sum Control_{i,t-1} + \alpha_5 \sum Year + \alpha_6 \sum Industry + \varepsilon_{i,t} \quad (3)$$

$$Eic_{i,t} = \theta_0 + \theta_1 CSR_{i,t-3} \times Market_{i,t-3} + \theta_2 CSR_{i,t-3} + \theta_3 Market_{i,t-3} + \theta_4 \sum Control_{i,t-3} + \theta_5 \sum Year + \theta_6 \sum Industry + \varepsilon_{i,t} \quad (4)$$

五、实证结果与分析

(一)描述性分析

本文对主要研究变量的相关样本数据进行了检验,具体的描述性统计结果见表2。需要说明的是,统计数据时部分观测值存在缺失,所以观测值数目不一致,表中显示有效数据值。从统计结果来看,部分企业国际竞争力出现负值,表明我国A股上市公司间国际竞争力悬殊较为明显,有待进一步提升。披露社会责任报告的企业不到全部样本的26%,总体上说我国企业发布社会责任报告的比例依然很低;社会责任绩效方面,最大值为89,最小值为13.33,各个企业存在较大差异,标准差为12.1633,说明样本企业的社会责任绩效差异波动较大。市场化进程的中位值为8.94,均值为8.1913,可见我国市场化进程取得良好成效,同时市场化进程好的地区最大值达到10,市场化进程较差的地区数值为负,也说明各地区之间市场化进程的差距还是比较大的。企业性质的均值为39.71%,可以看出上市公司中超过3/5为民营企业,相比于国有企业有足够的动机通过更多的披露信息提升企业国际竞争力。其他控制变量一定程度上也会对企业国际竞争力造成影响,在此就不进行赘述。

表2 变量描述性统计

变量	Mean 均值	Max 最大值	Min 最小值	P50 中值	Sd 标准差	N 观测值
<i>Eic</i>	1.7×10 ⁹	5.1×10 ¹¹	-5.0×10 ⁷	2.2×10 ⁸	9.3×10 ⁹	15018
<i>CSR_Di</i>	0.2583	1	0	0	0.4377	25566
<i>CSR_Sc</i>	39.9526	89	13.3300	37.3100	12.1633	4887
<i>Market</i>	8.1913	10	-0.2300	8.9400	1.7370	25566
<i>Age</i>	16.6025	61	0	17	5.8265	25566
<i>State</i>	0.3971	1	0	0	0.4893	25566
<i>Lev</i>	0.4170	4.0260	0.0071	0.4070	0.2119	25566
<i>Herfin10</i>	0.1691	0.8099	0	0.1415	0.1185	25546
<i>Dual</i>	0.2773	1	0	0	0.4477	25263
<i>Instihold</i>	0.3117	1.9885	0	0.2434	0.2574	25434
<i>Developed</i>	0.6980	1	0	1	0.4591	25566

(二)相关性分析

在多元回归分析前对研究变量进行了相关性检验,便于知晓各变量之间相关关系方向与显著情况。表3列示了Pearson相关系数的检验结果,可以看出*Eic*与*CSR_Di*、*CSR_Sc*均呈显著正相关关系,方差膨胀因子(VIF)均明显小于5,说明各变量之间不存在明显的多重共线性关系。

表3 相关性分析结果

变量	<i>Eic</i>	<i>CSR_Di</i>	<i>CSR_Sc</i>	<i>Market</i>	<i>Age</i>	<i>State</i>	<i>Lev</i>	<i>Herfin10</i>	<i>Dual</i>	<i>Instihold</i>	<i>Devel-oped</i>
<i>Eic</i>	1										
<i>CSR_Di</i>	0.1760***	1									
<i>CSR_Sc</i>	0.3310***	0.0000	1								
<i>Market</i>	0.0364***	-0.0242***	0.1042***	1							
<i>Age</i>	0.0304***	0.0836***	0.0458***	0.0360***	1						
<i>State</i>	0.1285***	0.2691***	0.1333***	-0.2524***	0.2206***	1					
<i>Lev</i>	0.1788***	0.1865***	0.1544***	-0.1015***	0.1912***	0.3293***	1				
<i>Herfin10</i>	0.0983***	0.1060***	0.2037***	-0.0078	-0.1150***	0.1482***	0.0434***	1			
<i>Dual</i>	-0.0397***	-0.1269***	-0.0743***	0.1296***	-0.1019***	-0.2951***	-0.1569***	-0.0409***	1		
<i>Instihold</i>	0.1408***	0.1589***	0.2473***	0.0425***	0.2291***	0.1617***	0.0890***	0.2290***	-0.0787***	1	
<i>Developed</i>	0.0430***	0.0059	0.0758***	0.7751***	-0.0470***	-0.2221***	-0.0937***	0.0096	0.1041***	-0.0229***	1

注:*,**、***分别表示在10%、5%、1%水平显著。

(三)多元回归分析

1. 社会责任行为对企业国际竞争力影响的主效应研究

使用模型(1)和模型(2)检验社会责任信息披露对企业国际竞争力的影响结果见表4,其中列(1)和列(2)、列(3)和列(4)分别表示短期影响、长期影响效应。通过对比研究发现,企业社会责任信息披露对企业国际竞争力的影响存在时滞性。发布报告对于下一年企业国际竞争力不会产生显著影响,发布社会责任报告给企业带来的积极效应会在三年后得以体现,具体表现为显著提升企业国际竞争力。在短期,企业发布社会责任报告对于下一期的影响并不显著,说明社会责任为企业带来的无形资源,需要经过一定周期才能转化为企业竞争优势,如品牌形象、消费者响应、社会资本等。在长期,企业社会责任信息披露的系数显著为正,可以看出企业发布社会责任报告可以有效缓解信息不对称和代理问题,降低企业管理层进行逆向选择和道德风险的可能性,由此降低企业非效率投资,因而可以显著提升企业长期的国际竞争力。此外,企业披露社会责任信息有利于形成良好的企业形象,利益相关方更倾向于为社会责任企业供给满足其发展需求的各类资

源,有助于降低交易成本,构建不完全竞争市场,获取持续竞争优势,提升企业国际竞争力。由此,研究假设 1 与研究假设 2 通过验证。

企业社会责任报告随着年度财务报告一起定期予以披露,是企业非财务信息的一种补充形式,自然存在一定的滞后效应。而企业社会责任绩效不同于社会责任信息披露,表现为企业实际参与社会责任实践情况,市场参与方随时可以通过媒体、网络等途径知晓,因而对于企业财务绩效、投融资活动等具有及时的反馈。本文进一步检验了社会责任履行绩效对于企业国际竞争力的影响。使用模型(1)和模型(2)的面板数据进行回归的结果在表 5 中予以呈现。

由表 5 的实证结果可知,企业较好的社会责任表现可以提升短期国际竞争力,这种积极影响在下一年显著性有所显现,但会随着时间在未来期间有所削弱。在短期,企业社会责任绩效系数显著为正,说明企业的社会责任表现具有及时性,一时间较为轰动,有利于提升企业形象和企业价值,同时,当期的年度报告在下一年初发布,所带来的利好效应进一步促进企业国际竞争力的提升。在长期,企业社会责任绩效系数为正但并不显著,可能的原因在于企业开展社会责任活动在媒体的报道下的消息红极一时,很少有人会持续关注,那么三五年后企业承担社会责任带来的利好绩效对于企业国际竞争力的提升作用也会有所减弱。相对于企业年度社会责任报告来说,通过媒体报道、企业宣传等非正式信息传递的社会责任表现具有时效性,长期成效相对微弱。

表 4 社会责任信息披露对企业国际竞争力影响的回归结果

变量	(1)		(2)	
	短期影响		长期影响	
Constant	0.1138(0.5802)	0.1884(1.3640)	-0.0434(-0.1728)	0.0140(0.0557)
CSR _{-Di_{t-1}}	0.0446(1.5976)	0.0446(1.5253)		
CSR _{-Di_{t-3}}			0.0235**(1.9651)	0.0252**(2.0944)
Age		0.0898*** (4.4639)		0.1290*** (6.7214)
State		-0.1455(-1.4010)		0.0133(0.2547)
Lev		0.0629*(1.7117)		-0.0368***(-3.2748)
Herfin10		0.0451**(1.9640)		0.0379**(2.4241)
Dual		0.0093(1.2551)		0.0151*(1.9138)
Instihold		0.0496*** (4.4492)		0.0218*** (2.7057)
Developed		0.1110(0.9993)		0.1567** (2.4863)
行业、年度	控制	控制	控制	控制
Adj-R ²	0.8307	0.8363	0.8458	0.8494
F	3.6086***	3.1728***	6.8479***	6.5744***
N	13006	12878	9215	9131

注: *、**、***分别表示在 10%、5%、1% 水平显著;括号中是 t 值。

表 5 社会责任绩效对企业国际竞争力影响的回归结果

变量	(1)		(2)	
	短期影响		长期影响	
Constant	0.4033(0.7347)	0.4607(0.8382)	0.3079(0.5242)	0.3530(0.5958)
CSR _{-Sc_{t-1}}	0.0620** (2.2952)	0.0636** (2.3310)		
CSR _{-Sc_{t-3}}			0.0122(0.3587)	0.0129(0.3740)
Age		0.2346*** (5.1089)		0.3290*** (5.4852)
State		-0.0215(-0.2085)		0.0798(0.4790)
Lev		0.0646** (2.1023)		-0.0426(-1.0897)
Herfin10		0.1390*** (3.6776)		0.1009** (2.0107)
Dual		0.0390*(1.8442)		0.0476*(1.8483)
Instihold		0.0560*** (2.8670)		0.0001(0.0027)
Developed		0.0167(0.1366)		-0.0025(-0.0185)
行业、年度	控制	控制	控制	控制
Adj-R ²	0.9049	0.9095	0.9023	0.9056
F	8.4155***	7.5254***	5.3390***	4.2868***
N	2716	2692	2320	2303

注: *、**、***分别表示在 10%、5%、1% 水平显著;括号中是 t 值。

2. 制度环境的调节效应研究

本文进一步考察了制度环境对于社会责任信息披露与企业国际竞争力之间动态关系的调节作用。其中,代表制度环境的变量市场化进程 *Market* 由 5 个分指数按权重合成得到。表 6 报告了使用模型(3)和模型(4)的面板数据进行回归的结果。

表 6 的多元回归结果显示,企业社会责任信息披露的系数与表 4 研究结论一致,依然验证了社会责任信息披露对企业国际竞争力的动态影响效应,说明企业社会责任信息披露的正向影响在长期仍然存在。在短期,企业社会责任信息披露与市场化进程交乘项的系数显著为正,表明市场化进程对企业社会责任信息披露与企业国际竞争力之间关系具有显著的正向调节作用。在长期,两者交乘项系数在 1% 的水平上显著为正,进一步看出市场化进程对于企业社会责任信息披露与企业国际竞争力动态影响的正向调节效应有所增强,即市场化进程越高,企业社会责任信息披露所带来的企业国际竞争力提升效应越显著。由此,通过研究假设 3 的验证。

表 7 使用模型(3)和模型(4)列示了制度环境对社会责任履行绩效动态影响企业国际竞争力的调节作用的回归结果。综合表 7 中短期影响与长期影响回归结果可以发现,较高的市场化进程会对企业社会责任绩效影响企业国际竞争力产生正向调节作用,进一步验证了研究假设 3。在短期,企业社会责任绩效的系数显著为正,说明企业社会责任绩效所带来的利好效应对企业国际竞争力产生正向影响,企业社会责任绩效与市场化进程的交乘项系数显著为正,说明市场化进程会对企业社会责任绩效与企业国际竞争力的正向关系存在促进效应。在长期,两者交乘项的系数在 1% 的水平上显著为正,一定程度上说明良好的制度环境可以推动企业履行社会责任以提升国际竞争力。

表 6 制度环境对社会责任信息披露动态影响企业国际竞争力的调节效应

变量	(3)		(4)	
	短期影响		长期影响	
<i>Constant</i>	0.1140(0.5736)	0.1998(1.4074)	-0.0215(-0.0857)	0.0353(0.1401)
<i>CSR_Di_{t-1}</i>	0.0418(1.5335)	0.0416(1.4647)		
<i>CSR_Di_{t-3}</i>			0.0202*(1.6862)	0.0220*(1.8257)
<i>Market</i>	0.0146(0.9899)	0.0082(0.6433)	0.0143(1.0804)	0.0098(0.7118)
<i>CSR_Di_{t-1}×Market_{t-1}</i>	0.0170*(1.7587)	0.0174*(1.7304)		
<i>CSR_Di_{t-3}×Market_{t-3}</i>			0.0210*** (3.9229)	0.0185*** (3.4228)
<i>Age</i>		0.0903*** (4.4909)		0.1296*** (6.7582)
<i>State</i>		-0.1483(-1.4078)		0.0114(0.2193)
<i>Lev</i>		0.0636*(1.7225)		-0.0355*** (-3.1580)
<i>Herfin10</i>		0.0442*(1.9380)		0.0367** (2.3436)
<i>Dual</i>		0.0091(1.2266)		0.0149*(1.8891)
<i>Instihold</i>		0.0489*** (4.4426)		0.0213*** (2.6397)
<i>Developed</i>		0.0997(0.8940)		0.1391** (2.1546)
行业、年度	控制	控制	控制	控制
Adj-R ²	0.8320	0.8365	0.8469	0.8497
<i>F</i>	3.5109***	3.2117***	6.9883***	6.5585***
<i>N</i>	13006	12878	9215	9131

注: *、**、*** 分别表示在 10%、5%、1% 水平显著; 括号中是 *t* 值。

表 7 制度环境对社会责任绩效动态影响企业国际竞争力的调节效应

变量	(3)		(4)	
	短期影响		长期影响	
<i>Constant</i>	0.4581(0.8413)	0.5116(0.9377)	0.3529(0.6025)	0.3891(0.6584)
<i>CSR_Sc_{t-1}</i>	0.0617** (2.3002)	0.0628** (2.3200)		
<i>CSR_Sc_{t-3}</i>			0.0142(0.4175)	0.0151(0.4385)
<i>Market</i>	-0.0125(-0.3777)	-0.0100(-0.2947)	0.0061(0.1652)	0.0079(0.2084)
<i>CSR_Sc_{t-1}×Market_{t-1}</i>	0.0055*** (6.1623)	0.0053*** (5.8776)		
<i>CSR_Sc_{t-3}×Market_{t-3}</i>			0.0040*** (3.6897)	0.0039*** (3.5659)
<i>Age</i>		0.2185*** (4.7835)		0.3101*** (5.1644)
<i>State</i>		-0.0420(-0.4106)		0.0807(0.4859)
<i>Lev</i>		0.0591*(1.9345)		-0.0473(-1.2125)

续表

变量	(3)		(4)	
	短期影响		长期影响	
<i>Herfin</i> 10		0.1301*** (3.4644)		0.0905* (1.8048)
<i>Dual</i>		0.0367* (1.7480)		0.0457* (1.7809)
<i>Instihold</i>		0.0571*** (2.9349)		0.0010 (0.0425)
<i>Developed</i>		0.0552 (0.4454)		0.0127 (0.0911)
行业、年度	控制	控制	控制	控制
Adj-R ²	0.9074	0.9109	0.9037	0.9062
F	9.6191***	8.3912***	5.5327***	4.4837***
N	2716	2692	2320	2303

注：*、**、***分别表示在 10%、5%、1% 水平显著；括号中是 *t* 值。

(四) 稳健性检验

为了验证研究结果的可靠性与严谨性,文章通过如下方法进行了稳健性检验。

(1)在前述实证研究中,对核心变量进行了滞后期检验,以尽可能消除“国际竞争力越强的企业,为满足资源需求而进行更多的社会责任行为”这一反向因果关系导致的内生性问题。但即便如此,实证回归方程中仍会存在着遗漏变量等偏差。因此本文添加部分变量如企业高管团队规模(*TMTsize*)、前两位大股东持股比例的比值(*Z*)、权益市值账面价值比(*Mtb*)等,使用模型(1)和模型(2)重新进行实证检验。回归结果见表 8 和表 9 所示,与前文的研究结论一致。

表 8 遗漏变量的稳健性检验(*CSR_Di*)

变量	(1)		(2)	
	短期影响		长期影响	
<i>Constant</i>	0.1138 (0.5802)	0.1873 (1.3345)	-0.0434 (-0.1728)	0.0099 (0.0391)
<i>CSR_Di_{t-1}</i>	0.0446 (1.5976)	0.0442 (1.4801)		
<i>CSR_Di_{t-3}</i>			0.0235** (1.9651)	0.0235* (1.9079)
<i>Age</i>		0.0879*** (3.9471)		0.1310*** (6.6426)
<i>State</i>		-0.1451 (-1.4019)		0.0143 (0.2737)
<i>Lev</i>		0.0648* (1.6747)		-0.0360*** (-3.0716)
<i>Herfin</i> 10		0.0471** (1.9764)		0.0391** (2.4360)
<i>Dual</i>		0.0084 (1.0982)		0.0139* (1.7266)
<i>Instihold</i>		0.0490*** (4.1710)		0.0210** (2.5451)
<i>Developed</i>		0.1148 (1.0440)		0.1580** (2.5008)
<i>Msize</i>		0.0189* (1.6719)		0.0054 (0.6182)
<i>Z</i>		-0.0012 (-0.2296)		-0.0036 (-0.4921)
<i>Mtb</i>		-0.0061 (-1.3068)		-0.0550*** (-6.8922)
行业、年度	控制	控制	控制	控制
Adj-R ²	0.8307	0.8374	0.8458	0.8512
F	3.6086***	2.9772***	6.8479***	7.3881***
N	13006	12666	9215	8941

注：*、**、***分别表示在 10%、5%、1% 水平显著；括号中是 *t* 值。

表 9 遗漏变量的稳健性检验(*CSR_Sc*)

变量	(1)		(2)	
	短期影响		长期影响	
<i>Constant</i>	0.4033 (0.7347)	0.4402 (0.8102)	0.3079 (0.5242)	0.3282 (0.5556)
<i>CSR_Sc_{t-1}</i>	0.0620** (2.2952)	0.0573** (2.1131)		
<i>CSR_Sc_{t-3}</i>			0.0122 (0.3587)	0.0087 (0.2513)
<i>Age</i>		0.2271*** (4.7619)		0.3200*** (5.1677)
<i>State</i>		-0.0237 (-0.2324)		0.0779 (0.4689)
<i>Lev</i>		0.0703** (2.2752)		-0.0341 (-0.8568)
<i>Herfin</i> 10		0.1410*** (3.6909)		0.0973* (1.9119)
<i>Dual</i>		0.0346 (1.6445)		0.0445* (1.7167)
<i>Instihold</i>		0.0526*** (2.6592)		-0.0027 (-0.1174)
<i>Developed</i>		0.0082 (0.0676)		-0.0114 (-0.0836)
<i>Msize</i>		0.0269 (1.5287)		0.0159 (0.7300)
<i>Z</i>		-0.0038 (-0.3074)		-0.0053 (-0.3272)
<i>Mtb</i>		-0.1640 (-1.1029)		-0.1391 (-1.1649)

续表

变量	(1)		(2)	
	短期影响		长期影响	
行业、年度	控制	控制	控制	控制
Adj-R ²	0.9049	0.9118	0.9023	0.9063
F	8.4155***	6.6735***	5.3390***	3.7720***
N	2716	2682	2320	2293

注：*、**、***分别表示在10%、5%、1%水平显著；括号中是t值。

(2)前文选用的是非平衡面板数据,可能存在一定程度上的偏误,此处使用模型(1)和模型(2)带入平衡面板数据重新执行。考虑到社会责任绩效样本数量因素,主要进行社会责任信息披露情况的平衡面板数据检验,实证结果与前文研究结论相比较,没有发现实质性差异,具体见表10。

表10 平衡面板的稳健性检验(CSR_{Di})

变量	(1)		(2)	
	短期影响		长期影响	
Constant	-0.1206*(-2.2178)	0.0074(0.1406)	-0.0916(-0.8346)	0.0070(0.0642)
CSR _{Di,t-1}	0.0372(1.5196)	0.0356(1.5026)		
CSR _{Di,t-3}			0.0297*(1.8683)	0.0322**(2.0286)
Age		0.1661*** (4.0794)		0.1951*** (7.6541)
State		-0.0655(-1.1375)		-0.0036(-0.0574)
Lev		0.0355(1.6451)		0.0353**(2.3804)
Herfin10		0.0763*(1.8045)		0.1019*** (4.8958)
Dual		-0.0042(-0.3793)		0.0044(0.4180)
Instihold		0.0678*** (2.7439)		0.0380*** (3.6132)
Developed		0.0255(0.3192)		0.0001(0.0008)
行业、年度	控制	控制	控制	控制
Adj-R ²	0.7639	0.7769	0.8235	0.8323
F	13.9128***	13.2951***	12.0876***	11.0238***
N	6210	6210	5201	5201

注：*、**、***分别表示在10%、5%、1%水平显著；括号中是t值。

六、研究结论与对策建议

国际化企业致力于建构社会责任战略,以明确长期战略布局和发展规划,同时通过履行社会责任向外界传递积极的信号,获得利益相关者的资源投入,进一步提升企业形象和国际竞争力。本文以2010—2019年沪深证券交易所A股上市公司为样本,探究社会责任行为、制度环境与企业国际竞争力之间的逻辑关系。研究表明,社会责任行为对企业国际竞争力的影响存在动态性,长短期存在差异,进一步加入制度环境,发现制度环境对于社会责任行为与企业国际竞争力之间的动态关系具有正向调节作用。

本文研究结论对监管部门或企业利益相关者具有如下重要启示:①对于政府而言,首先,完善相关法律制度,规范企业社会责任信息标准化披露,同时加大对企业履行社会责任的财税补贴与减免力度,积极引导企业主动地承担社会责任,促进企业挖掘和培育社会责任资源;其次,加强对企业社会责任履行情况的监管力度与制度创新,逐步制定规范的企业社会责任监管细则,实现企业社会责任监管的法制化、常态化;最后,积极推动市场化进程,完善外部制度环境,研究表明制度环境对企业社会责任与企业国际竞争力的正向关系存在正向调节效应,因而制度环境的改善将有助于企业社会责任有效披露与国际竞争力提升;②对于企业利益相关者如投资者、供应商等而言,可以通过企业社会责任战略来识别企业的长期发展规划与战略布局,同时依据企业社会责任实践表现客观判断企业内部公司治理与未来发展前景,进而科学合理的做出决策,降低风险的同时实现多方共赢;③对于国际化企业及其管理层而言,加强对企业社会责任重要性的认识,根据长短期差异合理制定企业社会责任战略。其一,企业需要将社会责任战略与可持续发展战略结合起来,将全方位的社会责任管理理念贯穿于企业成长的方方面面,提升企业竞争“软实力”;其二,规范社会责任信息披露内容,构建良好的利益相关者关系,社会责任行为带来的社会资本、声誉机制等无形资源与能力,具备持续性和竞争优势,在经济“新常态”背景下,可以加速企业转型升级;其三,强化社会责任创新机制,培育企业国际竞争力,创新是企业发展的关键要素,依据企业战略布局的同时不断与国际标准接轨及时更新社会责任战略,提升社会责任创新能力,在推陈出新过程中保持持续竞争优势,逐步提高企业国际竞争力。

本文的局限性在于:第一,目前学术界研究社会责任普遍采用润灵环球平台发布的数据,可能存在专家打分评价不客观的问题;第二,由于数据的可获性问题,结论的推广可能受到一定的限制;第三,关于社会责任行为对于企业国际竞争力的动态影响研究中的时期问题,学术界和实务界尚未明确定义和区分,本文依据中国资本市场发展状况及企业生命周期进行区分,尚且缺乏理论支撑。

参考文献

- [1] 陈建英,杜勇,张欢,等,2019.慈善捐赠对业绩异质性企业价值的影响研究——来自中国上市公司的经验证据[J].中央财经大学学报(12):63-75.
- [2] 黄群慧,余菁,王涛,2017.培育世界一流企业:国际经验与中国情境[J].中国工业经济(11):5-25.
- [3] 黄胜,叶广宇,丁振阔,2017.国际化速度、学习导向与国际新创企业的国际绩效[J].科学学与科学技术管理,38(7):141-154.
- [4] 江玉国,范莉莉,2015.企业低碳竞争力的影响因素——基于碳无形资产视角的实证研究[J].技术经济,34(5):78-85.
- [5] 金碚,1996.产业国际竞争力研究[J].经济研究(11):39-59.
- [6] 金碚,2003.企业竞争力测评的理论与方法[J].中国工业经济(3):5-13.
- [7] 金碚,龚健健,2014.经济走势、政策调控及其对企业竞争力的影响——基于中国行业面板数据的实证分析[J].中国工业经济(3):5-17.
- [8] 寇小萱,孙艳丽,赵畔,2014.企业社会责任对企业竞争力的影响研究——基于利益相关者的角度[J].湖南社会科学(5):142-145.
- [9] 倪恒旺,李常青,魏志华,2015.媒体关注、企业自愿性社会责任信息披露与融资约束[J].山西财经大学学报,37(11):77-88.
- [10] 祁怀锦,刘艳霞,2018.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,40(5):141-156.
- [11] 石军伟,胡立君,付海艳,2009.企业社会责任、社会资本与组织竞争优势:一个战略互动视角——基于中国转型期经验的实证研究[J].中国工业经济(11):87-98.
- [12] 宋春华,马鸿佳,郭海,2017.学习导向、二元创新与天生国际化企业绩效关系研究[J].科学学与科学技术管理,38(9):126-140.
- [13] 万寿义,李新丽,2019.媒体关注、市场化进程与企业社会责任[J].东北财经大学学报(4):30-38.
- [14] 王核成,2001.中国企业国际竞争力的评价指标体系研究[J].科研管理(4):73-78.
- [15] 王群,黄慧媛,庄倩,等,2020.企业社会责任透明度、法律环境与企业价值——来自中国上市公司的经验证据[J].技术经济,39(9):196-206.
- [16] 王小鲁,樊纲,胡李鹏,2019.中国分省份市场化指数报告(2018)[M].北京:社会科学文献出版社:216-220.
- [17] 夏立军,陈信元,2007.市场化进程、国企改革策略与公司治理结构的内生决定[J].经济研究(7):82-95,136.
- [18] 肖翔,赵天骄,贾丽桓,2019.社会责任信息披露与融资成本[J].北京工商大学学报(社会科学版),34(5):69-80,103.
- [19] 徐国军,杨建君,2019.技术转移、新产品开发与企业绩效[J].科研管理,40(11):146-154.
- [20] 杨蓉,杨宇,2008.企业社会责任与核心竞争力——基于中国上市公司的实证研究[J].华东师范大学学报(哲学社会科学版)(5):90-96.
- [21] 杨兴全,张丽平,吴昊旻,2014.市场化进程、管理层权力与公司现金持有[J].南开管理评论,17(2):34-45.
- [22] 姚文韵,郭艳红,2012.公司内部治理机制与企业竞争力研究——“代理成本”的分析视角[J].产业经济研究(6):60-67.
- [23] 叶陈云,叶陈毅,张凤元,2018.基于价值创新驱动的企业社会责任及核心竞争力联动效应与提升路径研究[J].当代经济管理,40(6):29-36.
- [24] 张进财,左小德,2013.企业竞争力评价指标体系的构建[J].管理世界,29(10):172-173.
- [25] 张兆国,靳小翠,李庚秦,2013.企业社会责任与财务绩效之间交互跨期影响实证研究[J].会计研究(8):32-39.
- [26] 郑琴琴,陆亚东,2018.“随波逐流”还是“战略选择”:企业社会责任的响应机制研究[J].南开管理评论,21(4):169-181.
- [27] 周立新,2020.传承意愿与家族企业国际化:制度环境的调节效应[J].技术经济,39(7):176-183.
- [28] 周阳敏,赵亚莉,2019.制度环境、制度资本与企业绩效关系的实证检验[J].统计与决策,35(22):180-183.
- [29] BARNEY J B, 1992. Firm resources and sustained competitive advantage[J]. Journal of Management(17):99-120.
- [30] BHANDARI A, JAVAKHADZE D, 2017. Corporate social responsibility and capital allocation efficiency[J]. Journal of Corporate Finance(43):354-377.
- [31] BOWEN H R, 1953. Social responsibility of the businessman[M]. New York: Harper and Brothers.

- [32] BRAGDON J, MARLIN J, 1972. Is pollution profitable?[J]. *Risk Management*, 19: 9-18.
- [33] BRAMMER S, MILLINGTON A, 2008. Does it pay to be different? An analysis of the relationship between corporate social and financial performance[J]. *Strategic Management Journal*, 29(12): 1325-1343.
- [34] CAVUSGIL S T, KNIGHT G, 2015. The born global firm: An entrepreneurial and capabilities perspective on early and rapid internationalization[J]. *Journal of International Business Studies*, 46(1): 3-16.
- [35] FREEMAN C, 2004. Technological infrastructure and international competitiveness[J]. *Industrial and Corporate Change*, 6(3): 3.
- [36] GEREFFI G, LEE J, 2012. Why the world suddenly cares about global supply chains [J]. *Journal of Supply Chain Management*, 48(3): 24-32.
- [37] HILLMAN A J, KEIM G D, 2001. Shareholder value, stakeholder management, and social issues: What's the bottom line [J]. *Strategic Management Journal*, 22(2): 125-139.
- [38] JUNG S Y, LEE S, DALBOR M, 2016. The negative synergistic effect of internationalization and corporate social responsibility on US restaurant firms' value performance[J]. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(8): 1759-1777.
- [39] LICHTENTHALER U, 2008. Relative capacity: Retaining knowledge outside a firm's boundaries [J]. *Journal of Engineering&Technology Management*, 25(3): 200-212.
- [40] MINOR D, 2010. Corporate social responsibility reputation insurance: Theory and evidence[D]. Berkeley: UC Berkeley Working Paper.
- [41] PORTER M E, 1980. *Competitive strategy: Techniques for analyzing of industries and competitors*[M]. New York: Free Press.
- [42] PORTER M E, KRAMER M R, 2006. Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility[J]. *Harvard Business Review*, 84(12): 78-91.
- [43] PRAHALAD C K, HAMEL G, 2010. The core competence of the corporation [J]. *Harvard Business Review*, 68(3): 275-292.
- [44] RALF F, MICHAEL F, 2005. The international competitiveness of Germany and other European economies: The assessment of the global competitiveness report[J]. *Intereconomics*, 40(1): 29-35.
- [45] REID C D, 1997. World competitiveness yearbook 1996[J]. *Reference Reviews*(3): 23.
- [46] RUF B M, KRISHNAMURTY M, ROBERT M B, et al, 2001. An empirical investigation of the relationship between change in corporate social performance and financial performance: A stakeholder theory perspective[J]. *Journal of Business Ethics*, 32(2): 143-156.
- [47] WAGNER M, 2010. The role of corporate sustainability performance for economic performance: A firm-level analysis of moderation effects[J]. *Ecological Economics*, 69(7): 1553-1560.

Social Responsibility Behavior, Institutional Environment and Enterprise International Competitiveness

Zhang Jiajia, Yang Rong

(Department of Economics and Management, East China Normal University, Shanghai 200062, China)

Abstract: Enterprise international competitiveness is a hot topic in the field of enterprise management. The mechanism of the relationship between social responsibility behavior and enterprise international competitiveness and the regulatory effect of institutional environment are studied. Based on the data of A-share listed companies in China from 2010 to 2019, the dynamic effect of social responsibility behavior on enterprise international competitiveness is analyzed. The result shows that there is a time lag in the impact of social responsibility information disclosure on enterprise international competitiveness. The release of social responsibility report has no significant impact on enterprise international competitiveness in the short term, and it can improve enterprise international competitiveness in the long term. The performance of social responsibility has a timeliness, and good performance of social responsibility has a significant improvement effect on one-period lag enterprise international competitiveness. Further research shows that the institutional environment has a positive regulatory effect on the dynamic impact of corporate social responsibility on enterprises international competitiveness. The conclusions can be used for reference to cultivate and improve the international competitiveness of Chinese enterprises.

Keywords: social responsibility behavior; enterprise international competitiveness; dynamic effect; institutional environment