

# 商业银行制度压力、 社会责任战略与财务绩效

朱 蓉

(北京工商大学 北京 100048)

**摘要** 研究发现制度压力,即监管压力、媒体和公众的压力以及社会认可的压力,对财务绩效有正向影响,而且企业社会责任战略在制度压力和财务绩效之间起完全中介作用,社会责任战略对滞后一年、滞后两年以及滞后三年的财务绩效都有显著的正向影响。

**关键词** 商业银行 制度压力 社会责任战略 财务绩效

**文章编号** :1003-4625(2014)09-0057-05 **中图分类号** F832.33 **文献标志码** A

## 一、引言

组织变革实际上是一种生态学现象,即组织的各个部分对环境的各个方面同时做出响应,我们可以将组织和环境的适应看作双向的,即组织在适应环境的同时环境也在适应组织,因此组织响应环境,也创造环境<sup>[1]</sup>。Scott(1995)认为企业通常面对规制、规范和文化-认知三个维度的制度要求<sup>[2]</sup>,企业与制度环境产生双向互动,中国商业银行也不例外。在规制层面,中国商业银行受到央行和银监会的金融监管。2014年银监会相继颁布的《商业银行服务价格管理办法》《商业银行流动性风险管理办法》《商业银行保理业务管理暂行办法》等规定必然对各个银行的发展战略产生影响,尤其是对商业银行社会责任战略的修订和实施产生深远影响。在规范层面,商业银行既要满足公众日益多样化的金融需求,提供合适的产品和优质的服务;又要进行金融创新,推动社会发展。媒体也在监督银行履行社会责任、促进社会和谐发展方面扮演着积极的角色。在文化-认知层面,中国传统文化认为“君子爱财,取之有道”,“穷则独善其身,达则兼济天下”。从认知层面要求企业承担社会责任,在自身发展的同时不忘回馈社会。制度压力在上述三个层面对企业战略产生影响,同时企业变革与实践也作用于制度环境,让监管规定促进银行可持续发展,让银行与社会大众互利共赢,让金融创新赋予传统文化以新的时代认知。那么,制度压力、企业社会责任战略和财务绩效之间究竟是怎样的关系?本文通过理论演绎和实证

分析对这个问题进行了研究和探讨。

## 二、研究理论和假设

近年来,学者们开始超越任务环境,去探索制度、组织和战略之间的互动关系<sup>[3-4]</sup>。Mike Peng在2002年首次正式提出了战略的制度基础观存在,认为制度基础观可以与传统产业理论、资源基础观并驾齐驱<sup>[5]</sup>。产业理论和资源基础观产生于发达国家的研 究,都假定制度是既有的,因此制度不会从背景中出现。Peng(2006)认为在新兴经济体,例如:中国,制度条件及其转变非常重要,因此要将制度放在显著位置,这也为研究者利用该情景检验现有理论、发展新的理论视角提供了机遇<sup>[6]</sup>。正如Boisot和Child(1996)等中国研究和其他新兴经济体研究所证明的,这个领域更加意识到制度和组织之间关系的重要性。将制度作为自变量,战略的制度基础观关注制度和组织之间的动态互动,把企业战略和绩效视为这种互动的结果。本研究中所指的制度压力即监管压力、媒体和公众压力、社会认可的压力,正是从制度合法性的规制、规范和认知三方面细分出来的。从“制度-战略-绩效”的研究公式出发,我们认为制度压力对企业绩效具有正向影响,而且制度压力对绩效的影响是通过企业社会责任战略实现的。

首先,监管压力对社会责任战略及绩效的影响。我们从几个具体指标加以分析。2011年银监会发布了《中国银监会关于支持商业银行进一步改进小型微型企业金融服务的补充通知》,要求商业银行加大对小型微型企业的贷款投放。有观点认为小

收稿日期 2014-06-26

基金项目 本文受到北京工商大学青年教师科研启动基金项目“语料库视角的中国商业银行制度合法性研究”(QNJJ2012-06)的资助。

作者简介 朱蓉(1980-),女,江苏扬州人,博士,讲师,研究方向:组织战略。

微信贷风险高,容易形成不良贷款。但是在小微信贷业务上,通过降低运营成本、信贷创新等方法在扩大覆盖面的基础上实现银行可持续发展,国际上已有成功范例。孟加拉国的格莱明银行、玻利维亚的阳光银行和印度尼西亚人民银行都是实现可持续发展的小额信贷银行。在国内,招商银行重点发展小微企业和小微企业业务,打造优秀小型微型企业金融服务商,招商银行不良贷款率2012年、2013年分别为0.61和0.83,净利润率分别为0.40和0.39。民生银行落实民营企业的银行、小微企业的银行、高端客户的银行三大战略定位,以小微金融和小区金融为突破口,实现战略进一步聚焦。2012年、2013年民生银行的不良贷款率分别是0.76和0.85,净利润率是0.36和0.36。

在环境风险管理方面,监管部门要求银行实施绿色信贷和金融创新。例如,2013年北京银行紧贴国家宏观经济政策,强化绿色金融特色品牌建设,成为国内首家在节水领域与国际金融公司(IFC)合作的银行,推出面向节能减排中小企业的新模式,具有良好的社会和经济效益。商业银行在绿色金融和创新方面的监管压力通过银行社会责任战略,促进了财务绩效的改善。因此,可以推测:

假设1a:监管压力对财务绩效具有正向影响。

假设1b:监管压力对财务绩效的影响是通过企业社会责任战略实现的。

其次,媒体和公众的压力对社会责任战略及绩效的影响。银行面对的媒体和公众的压力集中在两个方面:一是银行作为金融服务企业,需要为公众提供完善、便捷的金融产品,满足公众金融活动的需要;二是公众需要银行为之提供安全、优质的服务。要做到第一点,银行必须不断创新,来满足日益增加的金融需要,我们可以将之理解为银行硬实力的改善。要做到第二点,银行必须提高服务质量,成为媒体和公众可以信赖的企业,我们可以将之理解为银行软实力的提高。不管是第一点,还是第二点,都将对银行的财务绩效产生积极作用,而且是通过银行社会责任战略来实现的。因此,我们推断:

假设2a:媒体和公众的压力对财务绩效具有正向影响。

假设2b:媒体和公众的压力对财务绩效的影响是通过企业社会责任战略实现的。

再次,社会认可的压力对社会责任战略及绩效的影响。越是社会认可的企业往往会获得长期稳定的财务绩效回报,因为社会认可的企业必然获得了最广泛利益相关者的支持。感受社会认可压力越大

的企业,越会在社会责任战略选择方面加大投入,以获得合法性。因此,可以推测:

假设3a:社会认可的压力对财务绩效具有正向影响。

假设3b:社会认可的压力对财务绩效的影响是通过企业社会责任战略实现的。

斯蒂芬·P.罗宾斯(2004)认为企业社会责任对经济绩效产生正向影响,企业履行社会责任为企业所带来的利益,足以补偿其付出的成本,这些利益包括良好的企业形象、讲究奉献的员工团队、政府和社区的支持等,罗宾斯指出没有足够的证据表明,企业履行社会责任的行为明显降低了企业长期经济绩效<sup>[7]</sup>。而Freeman(1984)指出对企业社会责任的关注可以改善主要利益相关者之间的关系<sup>[8]</sup>,从而带来企业整体效益的提高。Prahalad和Hamel(1994)认为积极的顾客关系、政府关系和社区关系正逐步成为企业竞争的基础。这些企业外部利益相关者的正面感知有助于增加企业产品销量,降低利益相关者的管理成本。Baron(1995)也认为企业的成功不仅依赖于产品和服务、分销渠道、供应链等市场因素,也依赖于企业与政府、社会公众等各种利益相关者关系。

制度理论认为企业社会责任是市场经济条件下,利益相关者对企业逐利行为进行非正式约束的一种必然的制度选择,企业承担和履行社会责任取决于利益相关者能否建立起一套关于企业道德、声誉、信任和互助机制的行为规则,鼓励企业积累社会资本,引导企业不断通过权衡社会资本的边际收益和社会责任的边际成本优化内在价值,从而实现资源投入和产出的帕累托最优<sup>[9]</sup>。从制度合法性的视角来看,社会责任战略意味着企业与政府、公众、客户、供应商等利益相关者建立了良好关系,获得了合法性,从而取得了进一步发展所需要的内部和外部资源以及各方面的支持。因此,可以推测:

假设4:企业社会责任战略对未来的财务绩效(即:滞后一年、滞后两年、滞后三年的净利润率)产生正向影响。

### 三、研究设计

#### (一)研究对象

本文以能够找到公开财务数据的62家中国商业银行为研究对象,包括17家全国性商业银行和45家城市商业银行。本研究这些商业银行2008-2013年的财务数据、年报、社会责任报告、媒体报道和监管规定作为样本数据。

#### (二)变量测量

内容分析法是一种对于传播内容进行客观、定

量描述的研究方法,即通过一定的方法对大众媒体,包括广播、电视、报刊中的新闻报道,采用一定标准对其进行量化评价。内容分析法作为一种分析文本资料的方法被广泛应用到各种管理研究中。本文在测量自变量和中介变量时均涉及内容分析法。

表1 行业监管机构对商业银行社会责任的要求

	关键点	具体内涵	编码
环境方面	促进绿色环保事业	▲ 对国家确定的节能重点工程、节能减排技术研发等项目要有重点地满足其信贷需求	1
		▲ 绿色信贷 退出 两高一剩 行业	2
		▲ 节约资源 保护环境 减少日常营运对环境的影响	3
经济方面	实践 绿色金融 实现和谐发展	▲ 改善资产质量 防范和控制金融风险	4
		▲ 提高运营效率	5
		▲ 为中小企业提供金融服务	6
		▲ 重视 三农 金融服务供给	7
		▲ 开展银企合作 实现互利双赢	8
		▲ 开展同业合作 实现优势互补和风险隔离	9
		▲ 加强 产品渠道 建设 创新并发展各类业务	10
社会方面	推动社会和谐稳定发展	▲ 拓展国际业务 扩大跨境贸易人民币结算	11
		▲ 维护股东合法权益	12
		▲ 以人为本 重视和保护员工的合法权益	13
		▲ 诚信经营 维护金融消费者合法权益	14
		▲ 反不正当竞争 反商业贿赂 反洗钱 反假币	15
		▲ 改善社区金融服务 促进社区发展	16
		▲ 关心社会发展 支持社会公益事业和民生事业	17

监管压力 笔者根据2007年以来银监会网站和央行网站发布的与商业银行相关的通知、文件和规定,并结合《金融时报》2008—2010年所有报道所进行的内容分析,对原始二手数据进行编码,形成定量数据,以测量监管压力。具体而言,笔者首先对银监会和央行网站发布的规定和通知进行总结,归纳出监管机构对商业银行在社会责任方面的要求,然后分析《金融时报》的报道,研究哪些银行在多大程度上履行了监管机构在环境、经济、社会三方面对银行社会责任的要求,统计有关要求的报道数量、加总并除以总条目数来给监管压力赋值。例如,2010年农行在表1所示的具体内涵方面共满足378次,那么农行在2010年监管压力这一指标上的赋值为22.24(378/17)。我们对内容分析所得数据进行了信度检验,发现Cronbach's Alpha=0.914,说明这些指标内在一致性较好,较全面地涵盖了行业监管机构对商业银行的要求,能稳定衡量监管压力这一变量。

媒体和公众的压力 对媒体和公众压力的测量与监管压力的测量类似,仍然是对《金融时报》

2008—2010年的所有报道进行内容分析,编码并形成定量数据,具体评价指标见表2中我们对内容分析所得数据进行了信度检验,发现Cronbach's Alpha=0.710,说明这些指标较内在一致性较好,能稳定衡量媒体和公众对商业银行的要求这一变量。最终,我们将凡是涉及表2中任何一条或多条具体指标的银行赋值为1,完全没有涉及的银行赋值为0。

社会认可的压力 中国商业银行的社会认可主要包括金融服务、金融创新、社会公益、金融产品、国际国内排名等几个方面。社会认可的评价组织主要包括人民网、搜狐网、雅虎中国、和讯网、凤凰网等网站,《银行家》《福布斯》《亚洲货币》《亚洲金融》《证券时报》《首席财务官》《第一财经日报》等出版物,中国银行业协会、中国金融工会、国务院扶贫办以及各级政府、大学的银行业研究中心,中国银联、MasterCard国际组织、VISA国际组织等组织机构。我们用银行年报、社会责任报告、可持续发展报告和网站上公开披露的社会认可次数和排名提升次数的总和的自然对数作为该变量的值。

表2 媒体和公众对商业银行社会责任的要求

	关键点	具体内涵	编码
环境方面	保护环境	▲ 信贷坚持环保导向	1
经济方面	促进经济发展	▲ 建设金融生态 推动金融创新	2
		▲ 促进国家和地方的经济发展 解决信贷资金和金融服务的缺失问题	3
		▲ 信用体系建设	4
		▲ 为客户提供优质的产品和服务	5
社会方面	推动社会和谐稳定发展	▲ 信用卡透支 推动消费经济发展	6
		▲ 发展新技术 打造良好银客关系	7
		▲ 加强银行网站安全建设 确保公众放心使用	8
		▲ 推动社会发展 合理收费 惠及大众	9

企业社会责任战略 社会责任战略在不同行业的表现相差很大,目前有些评级机构提供了评价企业社会责任的指标,如KLD和EIRIS等。美国道琼斯可持续发展指数(Dow Jones Sustainability Indexes)和英国富时社会责任指数(FTSE4Good)也常常被用来衡量企业社会责任。由于本文的研究对象是银行业,并不涉及其他行业,因此采用了Bert Scholtens(2009)提供的用于测量银行社会责任的量表。该量表包括四类指标(见表3),该量表在操作层面每个题项均为是否问题,因此每满足一条记为1,不满足记为0,所满足的标准条数要除以该方面所有的标准数量。例如,如果一家银行的社会责任战略满足商业伦理8条标准中的2条、环境管理8条标准中的5条、负责任金融产品7条中3条、社会行为6条标准



中的5条,那么其社会责任战略这一变量的赋值就等于 $(2/8+5/8+3/7+5/6)$ 。该方法借鉴了Bansal(2005)中测量企业可持续发展的定量研究方法。本研究对每个题项的判断信息来自企业年报、社会责任报告、可持续发展报告以及银行网站。我们对测量结果进行了信度检验,Cronbach's Alpha = 0.852,说明这些指标用于测量中国商业银行社会责任战略选择时也有较好的内在一致性。

表3 商业银行社会责任评价框架

指标类别	题项数
商业伦理、可持续发展报告以及环境管理系统	共8条
环境管理	共8条
负责任的金融产品	共7条
社会行为	共6条

资料来源:Scholtens B. Corporate Social Responsibility in the International Banking Industry [J]. Journal of Business Ethics, 2009, 86(2): 159-175.

财务绩效:净利润率是净利润与营业收入的比值,表示营业收入的收益水平。净利润率越高,说明银行的收益水平越高。在前人的研究中,Waldman et al.(2001)等都采用净利润率来衡量企业的财务绩效。本研究中,财务绩效用滞后一年、滞后两年和滞后三年的净利润率(净利润率t+1、净利润率t+2、净利润率t+3)加以衡量。

控制变量:前人的研究,例如Ullman(1985)和Waddock & Graves(1997)等,发现企业风险、企业规模和财务表现都影响企业社会责任战略,因此在研究中需要控制这些因素。

年份1和年份2:这两个变量是年份虚拟变量,用以控制时间。

企业风险:负债率是总负债和总资产的比值,本文用负债率来控制企业风险。

企业规模:该变量为虚拟变量,全国性商业银行为1,非全国性商业银行,也就是城市商业银行为0,用来控制企业规模。Brammer和Pavelin(2003)的研究发现企业规模对社会责任活动影响显著,大企业社会责任表现较好。我们推测规模越大的企业,越重视社会责任战略的改善,所以在研究中需要消除规模因素对企业社会责任战略的影响。由于全国性商业银行比城市商业银行的规模大很多,因此要对其加以控制。

财务表现:净资产收益率(ROE)是企业税后利润与净资产的比值,反映股东的收益水平。净资产收益率越高,说明投资带来的回报越高。银监会《商业银行风险监管核心指标》要求商业银行净资产收益

率不应低于11%,用净资产收益率来控制企业的财务表现。较好的财务表现为企业投资社会责任提供了所需的冗余资源(slack resources),Simpson和Kohers(2002)发现财务表现对社会责任产生显著的正向影响。财务表现是企业在社会领域投入的基本保证,在探讨企业战略选择时必须加以考虑。

四、数据分析和结果

本研究采用最常用的检验中介效应的方法,即Baron & Kenny(1986)提出的中介效应检验程序:第一步自变量影响因变量,第二步自变量影响中介变量,第三步控制中介变量后,自变量对因变量的作用消失了,或是明显减小了。

表4 社会责任战略在制度压力与财务绩效之间的中介效应

变量类型	社会责任战略		财务绩效(净利润率(t+1))				
(控制变量)	M5	M6	M1	M2	M3	M4	M7
年份1	0.021	-0.023	0.206**	0.198**	0.189**	0.208**	0.208**
年份2	0.038	-0.033	0.270***	0.267***	0.262***	0.225***	0.243***
企业风险	-0.045	-0.054	-0.120	-0.138	-0.124	-0.198	-0.223**
企业规模	0.750***	0.259***	0.061	-0.029	-0.113	-0.157	-0.376**
财务表现	0.009	0.052	0.206***	0.203**	0.216***	0.105	0.113
(自变量)		0.159**					
监管压力		0.314***		0.168*			0.092
媒体和公众压力		0.266***			0.261**		0.170
社会认可压力						0.400***	0.168
(中介变量)							
社会责任战略							0.288*
R <sup>2</sup>	0.538	0.688	0.090	0.109	0.126	0.198	0.257
调整R <sup>2</sup>	0.517	0.665	0.062	0.075	0.094	0.154	0.195
R <sup>2</sup> 更改	0.538***	0.150***	0.090***	0.019	0.037**	0.082***	0.026*

注: \*p<0.1(双尾); \*\*p<0.05(双尾); \*\*\*p<0.01(双尾)。

我们在检验企业社会责任战略在制度压力与财务绩效之间的中介作用时,遵循了上述步骤。第一步,在模型1中,我们引入控制变量对因变量的回归,发现财务表现对滞后一年的财务绩效,即净利润率(t+1)有显著影响( $\beta = 0.206$ ,  $p < 0.01$ );在模型2、模型3和模型4中分别引入自变量对因变量的回归,发现监管压力对财务绩效影响显著( $\beta = 0.168$ ,  $p < 0.1$ );媒体和公众压力对财务绩效影响显著( $\beta = 0.261$ ,  $p < 0.05$ );社会认可压力对财务绩效影响显著( $\beta = 0.400$ ,  $p < 0.01$ )。也就是说,自变量的变化能显著地解释因变量的变化。第二步,我们进行了自变量对中介变量的检验。在模型6中,我们引入自变量对中介变量的回归,发现监管压力对社会责任战略选

择有显著影响(  $\beta = 0.159$  , $p < 0.05$ ) ;媒体和公众压力对社会责任战略选择有显著影响(  $\beta = 0.314$  , $p < 0.01$ ) ;社会认可压力对社会责任战略选择有显著影响(  $\beta = 0.266$  , $p < 0.01$ ) 。也就是说 ,自变量的变化显著地解释了中介变量的变化。第三步 ,控制中介变量 ,检验自变量对因变量的影响。在模型 7 中 ,我们发现控制中介变量后 ,自变量对因变量没有显著影响 ,即监管压力对财务绩效无显著影响(  $\beta = 0.092$  , $ns$ ) ,媒体和公众压力对财务绩效无显著影响(  $\beta = 0.170$  , $ns$ ) ,社会认可压力对财务绩效无显著影响(  $\beta = 0.168$  , $ns$ ) ;同时中介变量社会责任战略选择对因变量财务绩效的影响显著(  $\beta = 0.288$  , $p < 0.1$ ) 。我们可以认为企业社会责任战略选择在社会压力与财务绩效之间起着完全中介作用。因此 ,假设 1a、假设 1b、假设 2a、假设 2b、假设 3a、假设 3b 都得到了数据支持。

表 5 社会责任战略对财务绩效的回归结果

变量	财务绩效					
	净利润率(t+1)	净利润率(t+2)	净利润率(t+3)			
	M8	M9	M10	M11	M12	M13
(控制变量)						
年份 1	0.206**	0.196**	0.123	0.113	0.027	0.016
年份 2	0.270***	0.246***	0.144	0.124	-0.053	-0.080
企业风险	-0.120	-0.115	-0.143	-0.138	-0.100	-0.092
企业规模	0.061	-0.216**	0.116	-0.112	0.174**	-0.043
财务表现	0.206***	0.177**	0.017	0.000	-0.030	-0.045
(自变量)						
社会责任战略		0.394***		0.323***		0.310***
R <sup>2</sup>	0.090	0.169	0.039	0.092	0.038	0.087
调整 R <sup>2</sup>	0.062	0.138	0.008	0.057	0.005	0.049
R <sup>2</sup> 更改	0.090***	0.079***	0.039	0.053***	0.038	0.049***

注 : \* $p < 0.1$ (双尾) ; \*\* $p < 0.05$  双尾) ; \*\*\* $p < 0.01$ (双尾)。

我们用回归模型检验了社会责任战略对企业未来财务绩效的影响。在模型 8、模型 10 和模型 12 中分别引入控制变量对结果变量净利润率(t+1)、净利润率(t+2)和净利润率(t+3)的回归。在模型 9、模型 11 和模型 13 中引入我们感兴趣的社会责任战略对结果变量进行解释 ,发现社会责任战略对滞后一年、滞后二年和滞后三年的净利润率均有显著正向影响(  $\beta = 0.394$  , $p < 0.01$  ;  $\beta = 0.323$  , $p < 0.01$  ;  $\beta = 0.310$  , $p < 0.01$ ) ,因此假设 4 得到了数据支持。

五、讨论

制度基础观作为战略三角的一个新支柱 ,采用制度 - 战略 - 绩效 的研究公式。本文沿用了这一

公式 ,实证结果表明监管压力、媒体和公众的压力、社会认可的压力对财务绩效的影响是通过企业社会责任战略实现的 ,社会责任战略在制度压力和财务绩效之间起完全中介的作用。同时 ,社会责任战略对企业未来的财务绩效有显著正向影响 ,这种影响甚至持续到几年之后 ,因此企业实施社会责任战略 ,其获得的经济回报将是长期的 ,社会责任战略是企业可持续发展的重要途径之一。

目前 ,中国商业银行大都初步建立了以利益相关方为出发点、以社会责任战略为核心的社会责任管理体系 ,努力使利益相关方的关注领域和企业社会责任关注领域更加一致。与传统的股东利益之上的主张所不同的是 ,利益相关者理论认为公司的发展离不开各种利益相关者的参与和支持 ,企业追求的是利益相关者的整体利益 ,而不仅仅是股东的利益。企业进行利益相关者管理 ,即兼顾监管机构、媒体和公众及社会整体利益等利益相关方的利益 ,在制度与战略的互动中寻找最佳平衡点 ,并通过实施企业社会责任战略 ,才能最终改善企业的财务绩效。

参考文献 :

[1][美]March, J M. 马奇论管理 :真理、美、正义和学问[M]. 丁丹 ,译.北京 :东方出版社 ,2010 :72-88.

[2]Scott W Richard. Institutions and Organizations [M]. London: Sage, 1995.

[3]Oliver C. Sustainable Competitive Advantage: Combining Institutional and Resource-based Views [J]. Strategic Management Journal, 1997, 18(9):697-713.

[4]Peng M W. Institutional Transitions and Strategic Choices [J]. Academy of Management Review, 2003, 28(2): 275-296.

[5]Peng M W. Toward an Institution-based View of Business Strategy [J]. Asia Pacific Journal of Management, 2002, 19(2): 251-267.

[6]Peng M W. Global Strategy[M]. Cincinnati: Thomson South-Western, 2006.

[7][美]Robbins, S. P. & Coulter, M. 管理学[M]. 孙健敏 ,等译.北京 :中国人民大学出版社 ,2004 :115-116.

[8]Freeman R E. Strategic Management: A Stakeholder Approach [M]. Boston, MA: Pitman, 1984.

[9]苏冬蔚 ,贺星星. 社会责任与企业效率:基于新制度经济学的理论与经验分析[J]. 世界经济 , 2011 (9) :138-159.

(责任编辑 :王淑云)