

Influence of Executives' Political Association on Corporate Social Responsibility

—An Empirical Study Based on Chinese Listed Companies

Caihong Wang¹, Jingxin Zhang²

¹Wuhai Broadcasting Launch Center, Inner Mongolia Autonomous Region Radio and Television Bureau, Wuhai Inner Mongolia

²School of Economics and Management, Inner Mongolia University, Hohhot Inner Mongolia
Email: nmgxiemaohua@163.com, nmgwhwangcaihong@sina.com

Received: Apr. 26th, 2019; accepted: May 8th, 2019; published: May 15th, 2019

Abstract

For enterprises, their social responsibility activities are affected in many ways, including enterprise size corporate culture, corporate governance structure and political association. This paper mainly studies the relationship between political association and corporate participation in social responsibility activities. This paper empirically studies the political association and social responsibility data of Chinese listed company executives and finds that the political associations of listed company executives have a positive correlation with the fulfillment of their social responsibilities. The influence of executive political association on corporate social responsibility is mainly in the following two aspects. On the one hand, corporate executives with political association will attract more attention of the public, and then the public will exert more pressure on their social responsibility behavior, prompting them to change the relevant strategic decisions. On the other hand, the degree of political association of executives is different, that is, the difference in senior management level will lead to different levels of social pressure, and will affect the company's social responsibility. The conclusion part of this paper puts forward some suggestions, hoping to provide some inspiration and reference in realizing enterprise development and social progress.

Keywords

Political Association, Corporate Social Responsibility, Listed Companies

高管政治关联对企业履行社会责任影响研究

——基于中国上市公司的实证研究

王彩虹¹, 张婧鑫²

¹内蒙古自治区广播电视台乌海广播发射中心台, 内蒙古 乌海

²内蒙古大学经济管理学院, 内蒙古 呼和浩特
Email: nmgxiemaohua@163.com, nmgwhwangcaihong@sina.com

收稿日期: 2019年4月26日; 录用日期: 2019年5月8日; 发布日期: 2019年5月15日

摘要

对于企业来讲, 其社会责任活动受到多方面的影响, 包括企业规模、企业文化、公司治理结构以及政治关联情况等等。本文主要研究的是政治关联与企业参与社会责任活动之间的关系, 通过对中国上市公司高管的政治关联和社会责任的数据进行实证分析发现: 上市公司高管的政治关联与其社会责任的履行具有正相关关系。高管政治关联对企业社会责任的影响主要在以下两个方面: 一方面, 公司高管具有政治关联会更加吸引大众的注意, 进而社会大众会对其社会责任行为施加更多的压力, 促使其改变相关战略决策。另一方面, 高管政治关联的程度不同, 即高管级别差异会导致企业受到不同程度的社会压力, 也会影响企业承担社会责任的情况。本文结论部分提出建议, 希望能够在实现企业发展与社会进步等方面产生一些启发和借鉴。

关键词

政治关联, 企业社会责任, 上市公司

Copyright © 2019 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 研究意义

随着社会的发展, 企业之间的竞争越来越激烈, 仍然只一味追求盈利而忽视其他因素、不承担社会责任的企业已无法在市场立足。我国改革开放深入发展, 市场经济面临关键转折期。企业在享受发展红利的同时也应该为社会整体的进步作出相应的贡献, 积极承担社会责任, 推动我国社会主义市场经济的良性发展。

近年来国内出现的一系列食品安全、生产安全、环境污染等事件, 更是让企业的社会责任问题受到重视和关注。民众渴望企业能增强责任意识, 积极履行义务, 主动承担相应的社会责任。各级政府也通过颁布和出台相关法规政策并建立清洁生产、安全生产等各类社会责任标准来督促和引导企业履行社会责任。2012年国家信息中心举办“首届中荷企业社会责任国际高层论坛”, 学习国外优秀经验, 积极推动中国企业的社会责任行为向国际看齐。随后, 各种形式的交流会、论坛等在各地逐渐兴起。同时, 企业社会责任中国网、上海浦东新区企业社会责任网等网站也纷纷建立。由此可见, 公众和政府对于企业社会责任的广泛关注和重视。

对于企业来讲, 积极履行社会责任不仅能维护自身的良好声誉, 赢得公众好感, 进而占领市场, 获取利润; 还能实现企业社会价值, 赢得广阔的发展前景。更重要的是, 目前我国市场经济正处于转型期, 经济的健康持续发展离不开作为市场主体的企业的发展, 而企业作为市场经济最重要的不可或缺的主体之一, 要想获得发展也同样离不开社会经济整体的进步。因此, 企业积极参与社会责任活动既可以促进社会经济良性运转, 又可以为自身赢得有利的发展条件, 有助于实现社会和企业的良性互动, 实现双赢。

企业行为受到多方面的影响, 本文主要从政治关联的角度出发, 分析高管政治关联与企业社会责任活动之间的相关关系, 并以此为基础进行讨论和分析, 得出关于促进企业积极承担社会责任的一些建议。

2. 文献综述与研究假设

2.1. 企业社会责任

企业社会责任(CSR)这一概念自提出以来就受到社会各界的密切关注, 但实际上, 目前学术界对其内涵的理解还没有取得一致的意见。特别是 Milton Friedman (1984)指出, 对于股东来说, 企业履行社会责任的行为是一种道德风险, 因为企业的唯一责任应该是在法律限制和基本社会规范之内力求股东价值最大化, 也就是利润最大化[1]。这一观点引发了学术界的广泛讨论。在研究不断深入发展的过程中, 大量证据考察了不同类型的公司参与企业社会责任以及参与程度, 影响企业履行社会责任的因素有哪些问题。

本文将企业社会责任(CSR)定义为企业出于某种社会利益而自愿参与的“超出企业利益和法律要求的行为”(McWilliams 和 Siegel, 2006) [2]。这意味着将经济、法律、道德和慈善责任纳入企业决策过程中 (Carroll, 1979) [3], 且有违于股东理论的基本假设。股东理论一直是经济、金融和会计研究的主要假设, 认为企业行为的目的是为了实现在实现股东利益最大化。市场中的企业都是理性经济, 企业行为包括社会责任行为都是自利的。企业承担社会责任是为了获得良好的社会声誉, 或是作为规避政府管制、缓解制度压力的手段, 目的都是为了吸引投资、扩大生产、促进消费, 进而获取利润。如 Goyal (2006)通过研究发现, 以盈利为目标的企业参与社会责任活动实际上是为了宣传, 吸引公众关注[4]。Kotchen (2003)认为, 企业承担社会责任可以被看作是吸引投资者的一种方式, 尤其是对于发展中国家的企业而言[5]。此外, Maxwell (2000)等通过一个模型说明, 企业可以通过履行社会责任的行为来规避更严格的政府监管[6]。

企业的社会责任之所以引人关注, 是因为它表明有其他动力促使企业做出决定, 而不仅仅是出于追求股东财富最大化。在现实生活中, 某些情况下, 企业参与社会责任活动并不总是意味着利润的增加。事实上, 社会行为和利润之间的权衡是必要的(Aupperle, 1985) [7]。除了利润之外, 影响企业社会责任的因素可能有很多, 主要是企业规模、公众压力、投资者和员工、客户等其他利益相关者, 也包括公司高管的政治关联情况等等。如 Udayasankar (2008)认为公司规模越大, 其曝光度就越高, 因此也会遭遇更多的公众关注和外部压力, 进而会投入足够的资源来参与社会责任活动[8]。还有学者认为, 大企业履行社会责任正的外部性较为明显, 而中小型企业参与社会责任活动获得的奖励较少。而 Besser (1999)指出, 社会声誉的好坏对小型企业来说尤为重要, 影响较大, 因此其会更愿意参与相关社会责任活动[9]。对投资者和企业社会责任的关系研究, 主要体现在投资者的社会偏好可能会影响企业社会责任行为的实施 (Campbell, 2006; Ullah, 2010) [10] [11]。Epstein 和 Freedman (1994)通过调查发现, 个人投资者对于社会责任信息披露与企业道德承诺审计有强烈偏好[12]。此外, Greening 和 Turban (2000)通过一系列分析指出, 具有社会责任意识的企业无论对客户还是员工都更具有吸引力[13]。

2.2. 政治关联与企业社会责任

除了上述所列利润、投资者等因素会对企业社会责任产生作用之外, 高管的政治关联也会对企业社会责任产生影响。贾明和张喆(2010)实证研究发现, 政治关联能够促进上市公司进行慈善行为, 例如慈善捐款[14]。

研究表明, 企业是否愿意承担社会责任以及承担社会责任的程度受到各方相关者施加压力的影响。一方面, 政府、立法机构等通过制定和出台相应的制度文件等形成规范性机制对企业行为进行管控, 包括安全生产、环境保护、职工权益保障、反商业贿赂等等。唐跃军等(2014)经过分析指出, 企业进行慈善

可能是出于商业原因,是由于业务经营本身的需要;也可能是出于制度原因,即对制度压力作出的反应[15]。近年来,随着社会主义市场经济体制的不断改革发展和完善,国家相继颁布了一系列法律法规、政策规范,以及建立社会责任标准来规制和引导企业社会责任活动。中央及地方政府除了在环保、生产等方面积极履行监督职能,还通过各种方式鼓励和引导企业积极参与社会责任活动,例如举办交流会、分享会等。总的来说,中国市场经济目前正处于转型发展的关键期,企业的生存和发展在很大程度上依然受到政府、法律制度等规范性机制的管控。因此,他们需要与政府、法律权威机构等组织建立某些非正式联系来保障自身的生存发展,提高在市场中的竞争力,而高管政治关联就是建立关系的一种主要方式。就社会责任来说,高管具有政治关联的企业更便于与政府等机构进行沟通交流,能够更加及时地了解相关的政策规定,有助于企业更加有针对性地制定和实施企业发展战略和社会责任策略,使其社会责任行为更具有预见性,进而帮助提高企业的良好声誉和政府的好感度,赢得更多的发展便利。

另一方面,供应商、消费者等也会对企业社会责任行为产生影响。一方面,供应商希望企业能遵守行业规范,诚实守信,不故意甚至是恶意压低价格,不进行商业贿赂、拒绝商业腐败等。另一方面,企业社会责任行为也受到消费者施加的压力,主要是在产品质量、环境保护、消费者权益保护等方面。企业负责任的行为能够带来良好的企业声誉,增强消费者的认同度和忠诚度,吸引更为广泛的关注;而企业不负责任的行为将会使其面临顾客流失的问题。此外,其他相关者也会在社会责任方面对企业产生压力,例如大众媒体。媒体通过对企业承担社会责任行为的宣传增强企业的吸引力,也可以通过曝光企业不负责任的行为降低其声誉。一方面,公司高管具有政治关联会吸引大众更广泛的注意,对其社会责任行为施加更多的压力,促使其改变社会责任战略。另一方面,高管政治关联的程度不同也就是级别差异会导致企业受到相关者压力的程度不同,也会影响承担企业社会责任情况。承受压力的程度大小会促使企业进行不同的行为选择,即社会责任压力越大时,企业做出回应可能性也越大。张萍和梁博(2012)通过研究发现,中国民营企业的政治关联与其社会责任的履行具有正相关关系[16]。因此,根据以上分析,本文提出以下假设:

上市公司高管政治关联与其社会责任的履行呈正相关关系。

3. 研究设计

3.1. 样本选择与数据来源

本文以 2009~2015 年中国 A 股上市的公司为研究样本,参照梁莱歆和冯延超(2010) [17]研究中对于政治关联企业的定义,并剔除(1)金融保险类公司(2)高层背景披露不详或财务数据缺失的样本(3)ST、*ST 等特殊处理的上市公司(4)有异常值的样本,最终得到 3580 个样本观测值。本文样本的公司控制人背景资料来自国泰安数据库(CSMAR)的“A 股上市公司数据库”,政治关联数据根据样本公司披露的实际控制人及高层管理者的背景资料手工整理获得,企业社会责任评分来自润灵数据库,具体行业社会责任披露情况和年度社会责任披露情况见表 1 和表 2。

从表 1 行业社会责任披露情况我们可以看出,电力、热力、燃气及水生产和供应业,交通运输、仓储和邮政业,文化、体育和娱乐业等行业应规披露比例较低;农、林、牧、渔业,批发和零售业,卫生和社会工作等行业自愿披露比例较高。从表 2 可以发现,我国上市公司应规披露社会责任的比例在逐年下降,自愿披露的比例逐渐上升。

3.2. 变量定义

3.2.1. 政治关联

“政治关联”(Political Relationship)的概念是 Fisman (2001) [18]提出的,继而引发了学术界的广泛议论,但目前为止,仍没有形成一个统一的界定。Fan (2007)认为,一个企业中的总经理是或者曾经是地方

Table 1. Industry social responsibility disclosure table
表 1. 行业社会责任披露情况表

行业类别	应规(百分比)	自愿(百分比)	总计
A 农、林、牧、渔业	25 (45%)	30 (55%)	55
B 采矿业	147 (83%)	30 (17%)	177
C1 制造业	133 (51%)	127 (49%)	260
C2 制造业	307 (55%)	256 (45%)	563
C3 制造业	724 (63%)	424 (37%)	1148
C4 制造业	16 (36%)	28 (64%)	44
D 电力、热力、燃气及水生产和供应业	145 (72%)	56 (28%)	201
E 建筑业	85 (71%)	35 (29%)	120
F 批发和零售业	84 (44%)	109 (56%)	193
G 交通运输、仓储和邮政业	206 (83%)	43 (17%)	249
H 住宿和餐饮业	7 (100%)	0	7
I 信息传输、软件和信息技术服务业	86 (61%)	55 (39%)	141
K 房地产业	164 (67%)	82 (33%)	246
L 租赁和商务服务业	17 (63%)	10 (37%)	27
M 科学研究和技术服务业	2 (50%)	2 (50%)	4
N 水利、环境和公共设施管理业	18 (60%)	12 (40%)	30
O 居民服务、修理和其他服务业	3 (100%)	0	3
Q 卫生和社会工作	3 (37.5%)	5 (62.5%)	8
R 文化、体育和娱乐业	27 (77%)	8 (23%)	35
S 公共管理、社会保障和社会组织	44 (64%)	25 (36%)	69
总计	2243	1337	3580

Table 2. Annual social responsibility disclosure table
表 2. 年度社会责任披露情况表

年度	应规(百分比)	自愿(百分比)	总计
2009	287 (73%)	105 (27%)	392
2010	279 (73%)	103 (27%)	382
2011	319 (66%)	162 (34%)	481
2012	334 (60%)	221 (40%)	555
2013	349 (58%)	248 (42%)	597
2014	364 (58%)	267 (42%)	631
2015	311 (57%)	231 (43%)	542
总计	2243	1337	3580

或中央的官员,就意味着该企业存在政治关系[19]。因此,对于政治关联的理解我们可以作如下解释,政治关联是企业与政府等政治权力组织之间的一种隐形的政治联系,包括公司的高管、董事曾经或者现时在政府部门任职等。

参考梁莱歆和冯延超(2010) [17]的研究,依照高管曾经或现时担任不同层级的政府官员或人大代表、政协委员等所形成的政治关联程度,构造政治关联指数。

3.2.2. 企业社会责任

关于企业社会责任(CSR)数据的测量方法有很多,由于重视科学性和准确性,通常使用较多的是专业机构提供的数据。目前在国外研究中使用最广泛的数据库是 MSCI ESG STATS (以前称为 KLD)。MSCI 分析师对主要类别(如社区、公司治理、多样性、环境、产品以及有争议的行业参与)中各种子类别(称为“强项”或“关注”)进行二元分数评级。本文企业社会责任数据来自国泰安数据库(CSMAR)的“A股上市公司数据库”企业社会责任评分。

3.2.3. 控制变量

本文控制了公司规模(Size)、成长性(Growth)、管理层持股比例(Mshare)、资产负债率(Lev)、总资产收益率(ROA)等变量。

具体变量定义见表 3:

Table 3. Variable definition table

表 3. 变量定义

变量	定义
企业社会责任评分(Score)	企业社会责任总体评分
政治关联程度(PR)	将其任职机构按级别赋值: 1 = 其他(乡镇及以下), 2 = 县区级, 3 = 市级, 4 = 省级, 5 = 中央, 取公司高管政治关联的最大值为该公司政治关联取值
公司规模(Size)	期末总资产的自然对数值
成长性(Growth)	期末总资产减去期初总资产之差除以期初总资产的比值
管理层持股比例(Mshare)	管理层持股数量占总股数的百分比
资产负债率(Lev)	期末负债总额除以期末资产总额
总资产收益率(ROA)	净利润除以平均资产总额

3.3. 模型设计

为了验证假设,本文构建以下模型:

$$\text{Score} = \alpha + \beta_1 PR + \beta_2 \text{Controls} + \varepsilon$$

上述模型中, α 为常数项, β_i 为回归系数, ε 为误差项, Controls 代表控制变量,包括 Size、Growth、Mshare、Lev、ROA、Age。

4. 实证分析

4.1. 描述性统计分析

表 4 列出样本的基本描述性统计结果。政治关联的平均值为 2.111,说明高管政治关联在中国上市公司中普遍存在。企业社会责任评分的平均值为 38.22,标准差为 12.13,说明企业之间的社会责任水平存在较大差异。表 5、表 6 分别是自愿和应规披露社会责任报告企业的社会责任评分的描述性统计结果,

可以发现, 应规披露的企业评分的均值高于自愿披露的企业, 说明制度压力对于企业实施社会责任行为具有一定促进作用; 但是应规披露的企业社会责任评分的标准差为 13.22, 也高于自愿披露的企业, 说明应规披露的企业之间也存在较大差异。

Table 4. Descriptive statistics

表 4. 描述性统计

变量	N	mean	min	max	p ²⁵	p ⁵⁰	p ⁷⁵	sd
Score	3580	38.22	11.69	87.95	29.95	35.42	43.61	12.13
PR	3580	2.111	1	5	1	2	3	1.033
Size	3580	13.61	10.87	17.61	12.56	13.47	14.47	1.414
Growth	3580	0.151	-0.467	1.79	-0.024	0.106	0.256	0.326
Mshare	3580	4.695	0	59.21	0	0.007	0.289	12.71
Lev	3580	0.502	0.066	0.863	0.36	0.514	0.653	0.196
ROA	3580	0.045	-0.111	0.206	0.016	0.038	0.069	0.05
Age	3580	4.759	2.89	5.598	4.394	4.956	5.247	0.642

Table 5. Voluntary disclosure social responsibility report corporate social responsibility score sheet

表 5. 自愿披露社会责任报告企业的社会责任评分表

变量	N	mean	min	max	p ²⁵	p ⁵⁰	p ⁷⁵	sd
Score	1337	36.83	11.69	82.89	29.92	34.95	41.51	9.897

Table 6. Should disclose the social responsibility score sheet of the social responsibility report company

表 6. 应规披露社会责任报告企业的社会责任评分

变量	N	mean	min	max	p ²⁵	p ⁵⁰	p ⁷⁵	sd
Score	2243	39.05	13.33	87.95	29.98	35.76	44.98	13.22

4.2. 回归结果分析

表 7 给出政治关联与企业社会责任的回归分析结果。第一列的回归结果中, 未控制其他相关因素, 回归结果发现, 政治关联程度越高, 企业的社会责任履行地越好, PR 的系数在 1% 的显著性水平下显著为正。第二列的回归中控制了行业和年度的固定效应。结果表明, 在控制了行业和年度的影响因素下, 研究结果依然存在, 即: 高程度的政治关联管理能够监督企业更好地履行企业的社会责任, PR 的系数在 1% 的显著性水平下显著为正。第三列, 加入了会影响到企业社会责任的相关控制变量之后, 研究结果发现, 政治关联程度越高, 企业履行社会责任的质量越高, PR 的系数在 10% 的显著性水平下显著为正。第四列的回归结果控制了行业和年度变量, 并列加入了模型中设定的其他控制变量。结果表明, 假设 1 仍然能够得到验证, 即政治关联程度越高, 企业社会责任履行的越好, PR 的系数在 10% 的显著性水平下显著为正, 为 0.2388。

5. 研究结论与政策建议

高管政治关联是企业 and 政府之间存在的一种隐形联系, 对于企业发展具有一定程度的影响。本文通过对中国上市公司高管政治背景和企业社会责任数据进行分析, 对高管政治关联和企业社会责任间关系

Table 7. Political correlation and corporate social responsibility regression results
表 7. 政治关联与企业社会责任回归结果

	Score	Score	Score	Score
截距	41.0490*** (89.58)	28.1979*** (16.90)	-19.4230*** (-7.67)	-18.0828*** (-6.51)
PR	1.3390*** (6.87)	1.0484*** (5.69)	0.2555* (1.98)	0.2388* (1.97)
Size			4.8071*** (31.29)	4.3241*** (26.86)
Growth			0.1183 (0.21)	0.6555 (1.17)
Mshare			0.0764*** (4.61)	0.0238 (1.43)
Lev			-10.2340*** (-8.33)	-5.1835*** (-4.01)
ROA			-4.7746 (-1.13)	4.7383 (1.14)
Age			-0.4715 (-1.46)	-1.4159*** (-4.30)
R ²	0.0127	0.1429	0.2365	0.3080
N	3580	3580	3580	3580
控制行业和年度的固定效应	未控制	控制	未控制	控制

进行研究得出以下结论：上市公司高管的政治关联与其社会责任的履行具有正相关关系；政治关联级别越高，社会责任的履行越好。企业是否具有政治关联以及政治关联的级别导致其所受到的政府、消费者、供应商、媒体、公众等相关者施加的压力不同，进而就会导致企业采取不同的社会责任策略，落实不同的政策行为。

本文的研究贡献大致如下：

第一，本文从我国社会主义市场经济转型期的背景出发，在已有研究的基础上，以 2009~2015 年中国 A 股上市的公司为样本，通过描述性统计分析和回归分析对高管政治关联和企业社会责任之间的关系进行研究，发现并分析了两者之间的相关关系。

第二，本文也拓展了企业承担社会责任行为的动机研究，具有政治关联的上市公司参与社会责任活动的部分动机是为了减少顾客、媒体、政府等相关者所施加的压力，增强相关者对自身的信任度和认同度。

据此，本文提出以下两点建议：

其一，政府应该通过各种方式督促和引导企业积极承担相应的社会责任，例如利用高管政治关联的作用，但同时也要注意把握一定的度，适当施加压力，防止物极必反。对于积极承担社会责任的，具有政治关联的企业及企业高管，政府应该将其树立为楷模，来鼓励和引导其他企业。政府部门也可以通过其他方式促进企业之间在社会责任方面的交流互动和沟通学习。但同时，政府也应该把握对企业施加压力的程度，避免过度施压掌握分寸。企业最基本的职能是创造经济利益，政府应该避免让企业背负沉重的社会责任负担。

其二，企业应该学会利用并强化通过高管政治关联这一途径来获取社会责任相关制度规范等信息，同时树立社会责任意识，将政府及社会的外在压力转变为企业内生性需求，制定科学的社会责任策略。

在现阶段我国市场经济转型期, 企业将积极承担社会责任, 能获得更多的社会认同, 既有助于企业自身的良好发展, 也利于市场和社会整体的可持续健康发展, 最终实现两者双赢。

参考文献

- [1] Frideman, M. (1970) The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits. *New York Times Magazine*, 173-178.
- [2] McWilliams, A. and Siegel, D. (2006) Corporate Social Responsibility: Strategic Implications. *Journal of Management Studies*, **43**, 1-18. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2006.00580.x>
- [3] Carroll, A. (1979) A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *The Academy of Management Review*, **4**, 497-505. <https://doi.org/10.5465/amr.1979.4498296>
- [4] Ashima, G. (2006) Corporate Social Responsibility as a Signaling Device for Foreign Direct Investment. *International Journal of the Economics of Business*, **13**, 145-163. <https://doi.org/10.1080/13571510500520077>
- [5] Kotchen, M.J. (2003) Green Markets and Private Provision of Public Goods. *Journal of Political Economy*, **114**, 816-845. <https://doi.org/10.1086/506337>
- [6] Maxwell, J., WLyon, T.P. and Hackett, S.C. (2000) Self-Regulation and Social Welfare: The Political Economy of Corporate Environmentalism. *The Journal of Law and Economics*, **43**, 583-617. <https://doi.org/10.1086/467466>
- [7] Aupperle, K.E. and Hatfield, J.D. (1985) An Empirical Examination of the Relationship between Corporate Social Responsibility and Profitability. *Academy of Management Journal*, **28**, 446-463. <https://doi.org/10.2307/256210>
- [8] Udayasankar, K. (2008) Corporate Social Responsibility and Firm Size. *Journal of Business Ethics*, **83**, 167-175. <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9609-8>
- [9] Besser, T. (1999) Community Involvement and the Perception of Success among Small Business Operators in Small Towns. *Journal of Small Business Management*, **37**, 16-29.
- [10] Campbell, J.L. (2006) Institutional Analysis and the Paradox of Corporate Social Responsibility. *American Behavioral Scientist*, **49**, 925-938. <https://doi.org/10.1177/0002764205285172>
- [11] Ullah, S. and Jamali, D. (2010) Institutional Investors and Corporate Social Responsibility: The Role of Islamic Financial Institutions. *International Review of Business Research Papers*, **6**, 619-630.
- [12] Epstein, M.J. and Freedman, M. (1994) Social Disclosure and the Individual Investor. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, **7**, 94-109. <https://doi.org/10.1108/09513579410069867>
- [13] Greening, D.W. and Turban, D.B. (2000) Corporate Social Performance: As a Competitive Advantage in Attracting A Quality Workforce. *Business and Society*, **39**, 254-280. <https://doi.org/10.1177/000765030003900302>
- [14] 贾明, 张喆. 高管的政治关联影响公司慈善行为吗[J]. *管理世界*, 2010(4): 99-113.
- [15] 唐跃军, 左晶晶, 李汇东. 制度环境变迁对公司慈善行为的影响机制研究[J]. *经济研究*, 2014(2): 56-58.
- [16] 张萍, 梁博. 政治关联与社会责任履行——来自中国民营企业的证据[J]. *会计与经济研究*, 2012, 26(5): 14-23.
- [17] 梁莱歆, 冯延超. 民营企业政治关联、雇员规模与薪酬成本[J]. *中国工业经济*, 2010(10): 127-137.
- [18] Fisman, R. (2001) Estimating the Value of Political Connections. *The American Economic Review*, **91**, 1095-1102. <https://doi.org/10.1257/aer.91.4.1095>
- [19] Fan, J.P., Wong, T.J. and Zhang, T. (2007) Politically Connected CEOs, Corporate Governance and Post-IPO Performance of China's Newly Partially Privatized Firms. *Journal of Financial Economics*, **84**, 330-357. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2006.03.008>

知网检索的两种方式：

1. 打开知网页面 <http://kns.cnki.net/kns/brief/result.aspx?dbPrefix=WWJD>
下拉列表框选择：[ISSN]，输入期刊 ISSN：2169-2556，即可查询
2. 打开知网首页 <http://cnki.net/>
左侧“国际文献总库”进入，输入文章标题，即可查询

投稿请点击：<http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱：ass@hanspub.org