

企業負面事件與盈餘管理之關聯性

黃雅芸

淡江大學會計學系

602600032@s02.tku.edu.tw

林谷峻

淡江大學會計學系

vaughn@mail.tku.edu.tw

李明德

銘傳大學會計學系

mingteli@mail.mcu.edu.tw

摘要

本研究係探討企業社會責任與盈餘管理之關聯性，透過企業發生之負面事件，以討論企業社會責任表現良好者是否較不會進行盈餘管理，或利用企業社會責任作為保護傘以掩蓋盈餘管理的行為。實證結果發現企業社會責任與盈餘管理間之關係，沒有證據顯示企業社會責任表現較佳之公司會同時進行盈餘管理。在企業的負面事件及受罰金額與盈餘管理之關係，沒有證據顯示企業社會責任表現良好者會因被公告負面事件的頻率而做盈餘管理，但企業社會責任表現良好者會因負面事件而遭主管機關罰款，罰款金額愈大者，盈餘管理的程度也愈高，表示企業受罰金額與事件重大性程度成正比，當企業被主管機關罰款時，也代表事件的嚴重性較高，便有盈餘管理之誘因，此外，商譽的影響會反映在財務績效，企業會因績效的波動而出現盈餘管理，利用企業社會責任作為保護傘以窗飾財務報表。冀望研究結果能提供財務報表使用者作為投資決策的依據，也可使企業思考社會責任的策略應如何發展。

關鍵詞：企業社會責任、負面事件、盈餘管理

壹、緒論

2008 年以美國為中心的金融風暴席捲了全球，劇烈地衝擊各國金融體系，全世界面臨大規模的經濟衰退、股市崩跌與房地產泡沫化等經濟動盪，國際組織、政府、民間機構及社會大眾逐漸意識到企業應善盡社會責任，而非一味地追求營利與增加股東財富，須兼顧利害關係人及整體社會之利益。世界企業永續發展委員會(World Business Council for Sustainable Development, WBCSD)將企業社會責任定義為：「企業承諾遵守規範，為求經濟發展做出貢獻，改善與營造其員工、家庭、當地整體社區、社會的生活品質¹」。換言之，企業投入社會責任是永續經營的方針，唯有積極履行企業公民之責任，企業與社會皆能共創雙贏的局面。

有鑑於美國安隆(Enron)、泰科(Tyco)、默克藥廠(Merck)及台灣博達、皇統、力霸等公司的財務弊案接連爆發，擊垮投資者對財務報表品質的信心。企業的管理階層運用龐大的業務結構和複雜的會計交易，發佈不實之財務報導，誤導報表使用者做出錯誤決策，而企業的盈餘操縱行為也更加引人重視。根據 Leuz, Nanda and Wysocki(2003)投資人保護機制與盈餘管理之跨國研究，台灣的盈餘管理綜合指標為第六名，發現企業的管理階層為保護個人利益，進行盈餘管理以掩蓋公司財務績效。亦即，我國企業為追求私利與維持經營獲利，透過盈餘管理以美化財務報表，除了對利害關係人造成傷害外，社會責任的履行仍有待加強。

Hillenbrand and Money(2007)認為企業社會責任與名譽不是相同的概念，但企業社會責任卻是創造良好名譽的關鍵因素。從事企業社會責任活動能建立美好的形象及商譽，並可降低企業發生負面事件時的傷害，形同為公司做了一層保護(Schnietz and Epstein, 2005)。Dowling(2006)研究結果發現企業擁有良好的聲譽，可使公司的價值增加。過去多數企業致力於慈善公益活動，而在弊案醜聞一連串發生後，顯現公司將企業社會責任作為美化形象的方法，提升利害關係人對企業的觀感，間接為企業帶來收益，並非履行實質的社會責任。Hemingway and Maclagan(2004)實證結果顯示經理人從事企業社會責任是為隱藏公司不當之行為，企業社會責任之履行可能為管理階層追求個人利益有關。Prior, Surroca and Tribó(2008)發現執行企業社會責任僅是作為盈餘管理的保護傘作用。反之，Hong and Andersen(2011)指出從事企業社會責任的公司較不會進行盈餘管理，社會責任表現良好之企業會有較高的應計品質和較少的盈餘管理，兩者因素將產生高品質的財務報導。致力於企業社會責任之公司較不會有盈餘管理行為，而道德的關係會驅使經理人編制財務報表的品質較好(Kim, Park and Wier, 2012)。

過去文獻多為探討企業社會責任與財務績效之關係²，反觀企業社會責任與盈餘管理間的研究較少著墨，且國內、外學者也仍未有一致性的結論，故本研究將探討企業社會責任與盈餘管理行為之關聯性。此外，近期國內接二連三的發生高雄氣爆、毒油風暴等事件，致使企業的聲譽毀於一旦，新聞媒體的曝光將影響企業之商譽，對公司績效也將有所反應，而企業是否會因績效的波動而出現盈餘操縱呢？公司履行企業社會責任時

¹引自中華民國企業永續發展協會網站，<http://www.bcsd.org.tw/>

²Bragdon and Marlin(1972)、Johnson and Greening(1994)、Barnea and Rubin(2010)等

要能被利害關係人感受到，當企業受到獎懲時，企業社會責任行為對財務績效才有影響 (Schuler and Cording, 2006)。商譽乃企業最佳的競爭優勢，倘若發生重創公司名聲的事件，將摧毀長年用心經營的信賴關係。而國內研究尚未有以負面事件的角度，探討履行企業社會責任之公司是否因負面事件曝光以進行盈餘管理，以窗飾作用美化財務報表。希冀透過實證結果分析，觀察企業社會責任表現對盈餘管理行為的影響，並透過台灣經濟新報資料庫整理企業發生之負面事件，加以研究企業的負面事件及受罰金額與盈餘管理之關係。

貳、文獻探討與假說建立

本研究先對企業社會責任及盈餘管理做介紹，因負面事件文獻較不足，故會在企業社會責任與盈餘管理之關係做相關文獻回顧，並進一步提出研究假說。

(一) 企業社會責任

1. 企業社會責任演變與定義

企業社會責任(Corporate Social Responsibility, CSR)最早是由英國學者 Sheldon(1923)所提出的概念，指出應將企業對利害相關者所需承擔的責任與企業社會責任做聯繫，而企業社會責任含有道德因素在內。隨著消費者意識抬頭，企業社會責任的觀念興起，Bowen(1953)認為企業有義務追求符合社會的價值觀與目標，並進行相對應之決策及組織營運活動。Davis(1960)指出企業制定決策應超越經濟利益和技術之外的條件，並提出「責任鐵律」(The Iron Law of Business)的原則，其強調企業的社會責任須與該企業的社會權力相當。換言之，當企業的權力不斷擴大時，社會將要求企業擔負更多責任，否則企業會喪失被賦予之權力。

爾後，學者將企業社會責任之定義發展出可解釋的理論模型，Carroll(1991)的企業社會責任金字塔結構模型由下到上分別為經濟、法律、道德與慈善公益。首先，企業基本的生存之道為追求利潤；其次，企業應遵守社會環境下的法律及規定；再者，企業應對利害關係人給予尊重與保護，避免傷害社會大眾；最後社會期盼企業能自願性地投入慈善活動，回饋社會以增進人類福祉。

近來永續經營是備受關注的熱門議題，國內學者也認為企業應擔負起社會責任，企業及社會存有相輔相成之關係。黃正忠(2001)表示企業對社會應合乎道德與誠信的行為，尤其企業不僅對股東負責，更應對所有利害關係人負責。錢為家(2009)認為企業應符合或超越社會大眾對公司在法律、道德、營運方面的期待水準，且促使社會正向發展。綜前所述，企業應重視股東權益外的利害相關者，須將道德倫理作為經營的守則，為企業創造長遠的價值。

2. 企業社會責任標準與規範

企業社會責任發展日漸蓬勃，其定義尚無統一標準，國際間也建立相關的綱領與規範，目前係以全球八大(Global Eight)為通則，包含聯合國全球盟約、國際勞工組織公約、OECD 多國企業指導綱領、全球蘇利文原則、全球永續性報告協會、社會擔當 SA 8000 系列、AA 1000、ISO 14000 環境系列。反觀國內的企業社會責任以遠見雜誌及天下雜誌評鑑較為人知，遠見雜誌於 2005 年開始辦理「遠見雜誌企

業社會責任大調查」，採用 OECD 多國企業指導綱領與其他國際間通用準則為指標，以進行問卷填答，初審小組參照德國評等機構 OEKOM 的評分權重準則，將公司填答結果做評分權重，並以分數高低選出企業社會責任表現良好之公司，再透過嚴格查核篩選得獎之企業，而天下雜誌於 2007 年成立「天下企業公民獎」，以聯合國全球盟約、OECD 多國企業指導綱領與美國道瓊永續指數等國際指標評量方法為評比依據，評選企業社會責任優異之企業。

3. 企業社會責任績效評等

企業社會責任認知度普及後，專業評鑑機構因應投資的需求，著手建立社會責任之評等，而企業為能入選社會責任投資(Social Responsibility Investment, SRI)指數或基金的成分股，將更加具體的實踐社會責任，而利害關係人可透過社會責任評等資訊加以瞭解企業對社會責任的承諾，進而選出投資標的。國際間企業社會責任評比趨於成熟，將針對道瓊永續性指數、富時社會責任指數二大社會責任評等內容概述之，此外，為因應國際趨勢及加強企業競爭力，政府與民間機構陸續發展企業社會責任評等機制，國內遠見雜誌的「企業社會責任獎」及天下雜誌的「天下企業公民獎」為社會大眾所認可之評比，以下將介紹之。

(1) 道瓊永續性指數(Dow Jones Sustainability Index)

美國道瓊指數與瑞士蘇黎士永續資產管理公司於 1999 年共同成立第一個永續性指數，道瓊永續性指數注重企業永續性的觀念，而評等考量是由經濟面、環境面與社會面以評價企業的商機及風險，再量化出企業間的永續性指數。

(2) 富時社會責任指數(FTSE4Good Index)

英國金融時報與倫敦證券交易所聯合設立的富時指數公司，推出的富時社會責任指數涵蓋永續發展的三大方向，以辨別達到全球公認社會責任水準之企業，著重於企業在環境、社會、人權方面的績效表現。

(3) 企業社會責任獎

遠見雜誌在 2005 年開始舉辦首屆「企業社會責任獎」，參考德國評等機構 OEKOM 的評分權重準則，問卷填答以社會績效、環境績效及財務資訊揭露來評分權重，篩選後的企業須經過四層關卡檢查，(1)查核問卷內容、新聞負面報導(2)與外部機構查核(3)淘汰近兩年曾有重大勞資爭議、環保公害處分案件、消費者重大糾紛及經營者因訴訟被限制出境(4)淘汰連續三年經營虧損等企業³，最後再由評審團投票選出得獎之企業。

(4) 天下企業公民獎

天下雜誌從 2007 年開始評選「天下企業公民 Top 50」，以公司治理、企業承諾、環境保護及社會參與為衡量面向並進行評鑑，調查對象則用年營收 100 億為區分，以上是「大型企業」、以下是「中堅企業」與「外商企業」共三組評選，評比過程會有三階段篩選，第一階段先從上市櫃及興櫃企業中挑選連續三年獲利之公司，及天下雜誌一千大調查與專家學者推薦的在台外商參與調查；第二階段為評比每家企業回覆的資料；第三階段由具有公信力和聲望的評審團

³遠見雜誌，2008 年 6 月，228 期，頁 145

評選之⁴。

(二) 盈餘管理

1. 盈餘管理定義與動機

盈餘管理(Earnings Management)一直是財務會計理論研究的熱門議題，Davidson, Stickney and Weil(1987)認為盈餘管理係公司管理階層在不逾越一般公認會計原則的規定下，為達到預期盈餘而採取的各種手段之過程。Schipper(1989)對盈餘管理定義為：「管理當局有目的之干預財務報表的編製過程，在合法範圍內且利用一般公認會計原則提供之彈性，以達到預期的盈餘目標」。其將盈餘管理區分為實質盈餘管理(Real Earning Management)及人為盈餘管理(Artificial Earning Management)，前者為企業透過實質經營活動以影響經濟所得及會計所得；而後者為運用應計基礎提供之彈性，藉會計程序的選擇以影響會計盈餘。綜上所述，經理人會運用會計原則賦予之彈性，選擇有利的會計方法以達到預期的利潤目標，企圖影響報表使用者對公司經營狀況的看法，便稱為盈餘管理。根據 Healy and Wahlen(1999)認為管理者在符合一般公認會計原則中主觀的判斷調整財務報表，將誤導利害關係人對公司的瞭解或影響契約結果，而管理者進行盈餘管理的動機可歸納為資本市場動機、契約動機、法令管制動機。

2. 盈餘管理工具

管理者基於不同動機且欲達到預期的盈餘目標，在符合一般公認會計原則的狀況下，利用會計原則的彈性以進行盈餘管理，而從事盈餘管理的常見方法可分為會計方法之選擇、裁決性應計項目之調整及交易時點之控制。胡永純(1997)針對上述三種盈餘管理工具表示，管理者最常利用裁決性應計項目來進行盈餘操縱，其次是交易時點之控制，會計方法之選擇為最少使用之。

(1) 會計方法之選擇

管理當局可藉由會計方法的選用以操縱盈餘，企業將原採用的會計原則改變成另一個會計原則，以達盈餘管理的目的，如存貨評價方法、折舊方法與固定資產耐用年限的改變等做法。Moses(1987)表示管理階層會運用會計原則的改變，使企業當年度的盈餘能穩定。然而，根據財務會計準則公報第八號之規定，會計原則變動須揭露累積影響數，並將變動之理由於財務報表附註說明及揭露，此舉容易引起外界對管理當局的質疑，故利用會計方法選擇的效果較有限。

(2) 裁決性應計項目之調整

應計項目可區分為裁決性應計項目(Discretionary Accruals)及非裁決性應計項目(Nondiscretionary Accruals)，裁決性應計項目可由管理當局在符合一般公認會計原則下自由裁決，運用自由裁量權之彈性以影響盈餘；非裁決性應計項目會隨企業營運活動而變動，管理當局無法刻意操縱。管理當局會因投機動機而利用裁決性應計項目，以達特殊目的(曹壽民、陳光政、紀信義、羅秀玲，2009)。

(3) 交易時點之控制

⁴引自天下雜誌網站，<http://topic.cw.com.tw/csr/>

財務報表外部使用者通常無法判斷企業交易發生時的確切時間點，故管理當局可藉由交易時點以進行盈餘管理，如提前或遞延銷貨時點、處分固定資產時點或負債清償的時點等。Bartov(1993)研究管理者是否會使用出售長期性資產之時點以達盈餘管理目的，實證結果發現管理者會傾向在財務報表第四季出售長期性資產及投資，以增加盈餘。

3. 盈餘管理類型

過去盈餘管理相關研究都著重於應計項目盈餘管理(Healy and Wahlen, 1999)。然而，近期盈餘管理文獻中也開始關注實質盈餘管理活動(Roychowdhury, 2006)。根據 Cohen, Dey and Lys(2008)發現沙賓法案(Sarbanes-Oxley Act)實施後，企業會從應計盈餘管理轉為實質盈餘管理。換言之，2002 年美國頒布且實施沙賓法案後，企業受到監管機構嚴格審查，將影響管理當局可利用應計項目的彈性，降低企業進行應計盈餘管理的空間。故以下將說明學者對應計基礎盈餘管理及實質盈餘管理的研究相關文獻。

(1) 應計基礎盈餘管理

Healy(1985)發現當企業的紅利計畫設有紅利上下限時，若企業本期盈餘已高於目標上限時，管理者會利用應計項目降低當期盈餘，將盈餘遞延下一期認列；若企業本期盈餘已低於目標下限時，管理者會選擇減少當期盈餘以增加下期盈餘；若企業本期盈餘在上下限之間時，管理者會採提高盈餘的會計方法，以追求紅利最大化。Jones(1991)探討面臨進口壓力之產業，是否在美國國際貿易委員會進行貿易保護的調查期間從事盈餘管理以降低盈餘，目的是讓政府制定貿易保護政策並通過法案限制進口，結果顯示企業於調查期間會利用應計項目而刻意降低盈餘，亦即，法案順利通過會使企業因法律的保護而得利。

(2) 實質盈餘管理

Graham, Harvey and Rajgopal(2005)探討財務主管進行盈餘管理行為所考量的原因，結果顯示 80% 的財務主管會減少廣告、研究發展費用等裁決性支出，而有 55% 的財務主管會延遲推動新計畫以達盈餘目標，證實經理人為達預期盈餘目標會操縱營業活動，且影響公司價值與未來的現金流量。Roychowdhury(2006)認為實質盈餘管理會導致公司價值降低，雖然可提高本期盈餘，但對未來各期的現金流量將有負向影響。

(三) 企業社會責任與盈餘管理

Petrovits(2006)以慈善捐款之美國企業為研究對象，探討企業是否有策略性的使用慈善捐贈計畫以達財務報導目的，實證結果顯示公司會藉由贊助基金會以從事盈餘管理，並選擇捐款的時間點來達到盈餘目標。Chih, Shen and Kang(2008)探討企業社會責任、投資者保護與盈餘管理之關聯性，發現企業社會責任較佳的公司，會從事較少的盈餘平穩化與不逃避盈餘的損失，故企業社會責任可有效抑制盈餘管理的行為。Hong and Andersen(2011)探討企業社會責任較佳的公司是否會有較高或較低的應計項目品質，結果證實致力於企業社會責任的公司較不會進行盈餘管理的行為，社會責任表現良好之企業會有較高的應計品質和較少的盈餘管理，亦將產生高品質的財務報導。Kim et al.(2012)

指出具有社會責任的公司較不會從事應計及實質盈餘管理的行為，企業的管理高層亦較少為證券交易委員會所調查的對象，意謂著道德因素可驅使管理當局編制品質較高的財務報表，企業社會責任扮演了避免發生操縱盈餘的角色。

綜上所述，企業社會責任與盈餘管理間的關係有正負向之影響，管理當局從事企業社會責任以企圖掩蓋盈餘操縱之行為，或者企業致力於社會責任活動且對利害關係人負責，較不會進行盈餘管理及隱瞞經營績效。以代理理論的角度來看，企業社會責任可能是管理者達到目標的工具，藉由執行社會責任以鞏固職權及私人目的(McWilliams, Siegel and Wright, 2006)。Barnea and Rubin(2010)表示公司過度投資在履行社會責任，未將資源運用在高生產力產品，致使經營績效無法達最大化，股東利益因此減少，而管理者之利益卻增加，衍生出代理問題。因此致力於社會責任可能為掩護經理人欲追求私利之目的之一。然而，在國內每年都有評鑑社會責任表現較佳的企業，社會大眾可透過評比瞭解企業履行社會責任的情況，從獲獎企業名單中，可發現大多是規模大且知名的企業，會背負政治成本及受更嚴格的檢視，而從事社會責任須長期規劃且為額外的成本。站在股東的立場，企業應以追求利益為目標並回饋於股東，故獲獎企業是否會因不辜負社會大眾的期望或管理者為個人利益而從事盈餘操縱的行為，因而提出假說一如下：

H1：獲獎企業較會進行盈餘管理。

正當性理論(Legitimacy Theory)是個廣義的揭露企業社會責任之理論，企業會受社會所約束及限制，因此企業的經營活動須與社會期待相符，致使企業可獲取營運的正當性地位的認可，一旦違背將使企業無法繼續生存(Brown and Deegan, 1998; Deegan, 2002)。正當性理論並非侷限於經濟層面，社會與政治面的影響是不容忽視的(Gray, Owen and Adams, 1996)。換言之，若企業想提升經營績效與持續發展，需注意營運過程中是否符合社會大眾的期盼，否則將喪失社會的支持和信任。

Fombrun(2005)指出企業致力於企業社會責任可建立良好聲譽，而不從事社會責任的企業會有聲譽上的風險。依據判斷與決策理論的文獻顯示當人們在評價時，傾向負面資訊的權重會多於正面資訊(Ito, Larsen, Smith and Cacioppo, 1998)。Bhattacharya and Sen (2004)也提及社會責任創造的良好名譽可供企業發生危機時使用，當企業爆發負面事件時，顧客會傾向諒解擁有較佳名譽的企業，因此從事企業社會責任可為公司帶來價值。亦即，公司履行企業社會責任能擁有好的名聲外，也被視為一種保險作用。根據Damiano-Teixeira and Pompermayer(2007)表示企業有負面的社會責任事件被懲處或被媒體揭露時，會失去社會大眾的信任且被相關供應鏈廠商剔除，造成無法和同業相互競爭。因負面事件的發生導致企業的財務績效下滑，管理當局為私利或其他特殊目的，便有強烈的動機進行盈餘操縱，並以窗飾財務報表欺騙利害關係人。而社會慈善活動可能為非法事件曝光後，欲提升企業社會責任形象的策略性工具(Werbel and Wortman, 2000)。故本研究想探討當負面事件發生後，企業社會責任較好之公司是否利用社會責任作為保護傘以從事盈餘管理的行為。然而，負面事件的發生未必會有罰款，因此當企業因負面事件而被主管機關罰款時，社會責任較好之公司是否會因成本增加而進行盈餘管理，因而建立假說二如下：

H2a：獲獎企業的負面事件愈多，愈會進行盈餘管理。

H2b：獲獎企業的受罰金額愈大，愈會進行盈餘管理。

參、研究方法

(一) 樣本選取與資料來源

本研究係以 2005 年至 2013 年在台灣上市、櫃公司為研究對象，由遠見雜誌的「企業社會責任獎」或天下雜誌的「天下企業公民獎 Top 50」評鑑企業社會責任表現良好的公司，因獲獎與未獲獎之企業家數的比率相差過大，參考 Lee and Yeh(2004)及黃瓊瑤、方世榮、陳育成(2012)的 1：2 樣本配對法，以一家獲獎企業(實驗組)配對兩家未獲獎企業(對照組)，對照組以同年度、同產業與企業規模相似的公司來篩選，並使用台灣經濟新報資料庫(TEJ)的產業別分類方式為依據，企業規模則為最接近的資產總額，若篩選結果大於兩家以上之企業，再採前一年稅後淨利率相近者挑選出對照組之樣本。

負面事件的資料為股市觀測站公開發行公司每日公告之重大訊息、交易所及櫃買中心公告之懲戒或缺失記點名單、經濟日報、工商時報和其他公開資訊所提供，主要分類為環保及安全問題、資訊公告問題、勞資關係與其他違法或違規問題⁵。

2005年至2013年獲獎企業為421家，經由樣本篩選程序後，刪除外商企業、金融保險業、重複樣本及公司已下市共157家，實驗組樣本為264筆資料，配對對照組528筆資料，再刪除變數有遺漏值的企業67筆，共計725筆觀測值。財務資料與負面事件取自於台灣經濟新報資料庫，並排除產業性質特殊的金融保險業、上市櫃公司已被併購或下市等因素及資料有缺漏者。

(二) 變數定義與衡量

1. 盈餘管理(DA)

國外學者對於衡量盈餘管理的研究很多，其中裁決性應計項目賦予管理者彈性空間，因此管理當局較常利用應計項目以進行盈餘管理行為，故本研究以裁決性應計項目作為盈餘管理的代理變數，並衡量盈餘管理的程度。Dechow, Sloan and Sweeney(1995)提出的Modified Jones Model，其認為Jones(1991)的Jones Model中的銷貨收入包含現銷與賒銷，而管理者可利用賒銷以操縱盈餘，賒銷應可被視為裁決性應計項目，故以銷貨收入變動數減去應收帳款變動數來估計之。本研究採Jones(1991)的Jones Model與Dechow et al.(1995)的Modified Jones Model為衡量方式，其模型列式如下：

$$DA_{i,t} = TA_{i,t} - NDA_{i,t}$$

$$TA_{i,t} = NI_{i,t} - CFO_{i,t}$$

其中， DA 為裁決性應計項目； TA 為總應計項目； NDA 為非裁決性應計項目； NI 為繼續營業部門稅後淨利； CFO 為營業現金流量。

關於非裁決性應計項目之衡量，本研究係以Dechow et al.(1995)的Modified Jones

⁵台灣經濟新報資料庫(TEJ)的公司治理之企業社會責任

Model計算之，先利用普通最小平方法計算出係數估計值 α_1 、 α_2 、 α_3 ，再求出係數估計值 $\hat{\alpha}_1$ 、 $\hat{\alpha}_2$ 、 $\hat{\alpha}_3$ 後，代入 $\hat{\alpha}_1$ 、 $\hat{\alpha}_2$ 、 $\hat{\alpha}_3$ 即可計算出非裁決性應計項目。

$$\frac{TA_{i,t}}{A_{i,t-1}} = \alpha_1 \frac{1}{A_{i,t-1}} + \alpha_2 \frac{\Delta REV_{i,t}}{A_{i,t-1}} + \alpha_3 \frac{PPE_{i,t}}{A_{i,t-1}} + \varepsilon_{i,t}$$

$$NDA_{i,t} = \frac{TA_{i,t}}{A_{i,t-1}} = \hat{\alpha}_1 \frac{1}{A_{i,t-1}} + \hat{\alpha}_2 \frac{\Delta REV_{i,t} - \Delta REC_{i,t}}{A_{i,t-1}} + \hat{\alpha}_3 \frac{PPE_{i,t}}{A_{i,t-1}}$$

其中， TA 為總應計項目； A_{t-1} 為第 $t-1$ 年之總資產； ΔREV 為銷貨收入淨額變動數； PPE 為固定資產總額； NDA 為非裁決性應計項目； ΔREC 為應收帳款變動數； ε 為殘差項。

2. 自變數

企業社會責任(CSR)係由 2005 年至 2013 年遠見雜誌的「企業社會責任獎」或 2007 年至 2013 年天下雜誌的「天下企業公民獎 Top 50」評選得獎之公司，獲獎之企業為 1，未獲獎之企業為 0；負面事件(NG)為每年每家公司所發生負面事件的次數；罰款金額(NGD)為每年每家公司因負面事件而被罰款之金額，並對罰款金額取自然對數。

3. 控制變數

公司規模(SIZE)以總資產取自然對數衡量；研究發展強度(RD)係研究發展費用除以總資產；負債比率(LEV)係總負債除以總資產；營收成長率(GROWTH)以(營業收入淨額－前一年同期營業收入淨額)/ABS(前一年同期營業收入淨額)衡量；稅後淨利率(NIR)以(稅後淨利/營業收入淨額*100)衡量之。

(三)實證模型

模型檢測為企業負面事件與盈餘管理之關聯性，利用一般線性迴歸為分析之方法，本研究係參考Balsam, Krishnan and Yang(2003)的研究作法，對裁決性應計項目取絕對值，觀察盈餘管理的程度，不考慮其方向。

1. 企業社會責任的表現對盈餘管理的影響

$$|DA_{i,t}| = \beta_0 + \beta_1 CSR_{i,t} + \beta_2 SIZE_{i,t} + \beta_3 RD_{i,t} + \beta_4 LEV_{i,t} + \beta_5 GROWTH_{i,t} + \beta_6 NIR_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

其中， DA 代表裁決性應計數； CSR 代表企業社會責任表現； $SIZE$ 代表公司規模； RD 代表研究發展強度； LEV 代表負債比率； $GROWTH$ 代表營收成長率； NIR 代表稅後淨利率； ε 代表殘差項。

2. 企業的負面事件對盈餘管理的影響

$$|DA_{i,t}| = \beta_0 + \beta_1 CSR_{i,t} + \beta_2 NG_{i,t} + \beta_3 CSR_{i,t} \times NG_{i,t} + \beta_4 SIZE_{i,t} + \beta_5 RD_{i,t} + \beta_6 LEV_{i,t} + \beta_7 GROWTH_{i,t} + \beta_8 NIR_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

其中， NG 代表負面事件； $CSR \times NG$ 代表企業社會責任與負面事件之交乘項。

3. 企業因負面事件而受罰對盈餘管理的影響

$$|DA_{i,t}| = \beta_0 + \beta_1 CSR_{i,t} + \beta_2 NGD_{i,t} + \beta_3 CSR_{i,t} \times NGD_{i,t} + \beta_4 SIZE_{i,t} + \beta_5 RD_{i,t} \\ + \beta_6 LEV_{i,t} + \beta_7 GROWTH_{i,t} + \beta_8 NIR_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

其中，*NGD*代表罰款金額；*CSR* × *NGD*代表企業社會責任與罰款金額之交乘項。

肆、實證結果

(一)敘述統計分析

表一為本研究的敘述統計量，以1：2的配對樣本數共為725個，盈餘管理(*DA*)的平均數為0.048，中位數為0.034；企業社會責任與負面事件之交乘項的平均數為0.132，中位數為0；企業社會責任與罰款金額之交乘項的平均數為0.329，中位數為0；在控制變數部分的公司規模平均數為17.368，中位數為17.515；研究發展強度平均數為0.023，中位數為0.014；負債比率平均數為0.465，中位數為0.476；營收成長率平均數為0.125，中位數為0.052；稅後淨利率平均數為0.056，中位數為0.047。

表一、敘述性統計 (N=725)

	最小值	最大值	平均數	中位數	標準差
<i>DA</i>	0.000	0.382	0.048	0.034	0.049
<i>CSR</i>	0.000	1.000	0.364	0.000	0.481
<i>SIZE</i>	12.620	20.956	17.368	17.515	1.681
<i>RD</i>	0.000	0.323	0.023	0.014	0.032
<i>LEV</i>	0.057	0.980	0.465	0.476	0.178
<i>GROWTH</i>	-0.553	9.724	0.125	0.052	0.565
<i>NIR</i>	-1.905	0.640	0.056	0.047	0.157
<i>NG</i>	0.000	13.000	0.353	0.000	1.009
<i>CSR</i> × <i>NG</i>	0.000	13.000	0.132	0.000	0.696
<i>NGD</i>	0.000	9.680	0.854	0.000	2.086
<i>CSR</i> × <i>NGD</i>	0.000	9.680	0.329	0.000	1.410

(二)迴歸結果分析

表二、三、四為檢測研究假說的實證結果，由表二結果發現獲獎企業與盈餘管理間無顯著關聯性，沒有證據顯示企業社會責任表現良好者會同時進行盈餘管理，未支持假說1的觀點。公司規模對盈餘管理有顯著負向影響(係數值為-0.155，*p*值為0.000)，營收成長率對盈餘管理呈顯著正向影響(係數值為0.125，*p*值為0.001)。

表三為驗證企業的負面事件對盈餘管理之關係，發現獲獎企業的負面事件與盈餘管理間無顯著關聯，並未支持假說2a。公司規模對盈餘管理有顯著負向影響(係數值為-0.149，*p*值為0.000)，營收成長率對盈餘管理呈顯著正向影響(係數值為0.124，*p*值為0.001)。

表四為檢驗企業受罰金額對盈餘管理之關係，結果顯示獲獎企業的受罰金額對盈餘

管理間有顯著正向影響(係數值為0.085, p值為0.089), 亦即, 獲獎企業因負面事件而受主管機關罰款, 罰款金額愈大者, 較會進行盈餘管理的行為, 支持假說2b。公司規模對盈餘管理呈顯著負向影響(係數值為-0.143, p值為0.001), 營收成長率對盈餘管理呈顯著正向影響(係數值為0.124, p值為0.001), 罰款金額對盈餘管理有顯著負向影響(係數值為-0.100, p值為0.038)。

在Durbin-Watson自我相關檢定方面, 實證模型的Durbin-Watson值分別為1.798、1.802及1.811, 殘差均無自我相關, 符合迴歸模型的殘差相互獨立。

表二、企業社會責任對盈餘管理之迴歸結果

$$|DA_{i,t}| = \beta_0 + \beta_1 CSR_{i,t} + \beta_2 SIZE_{i,t} + \beta_3 RD_{i,t} + \beta_4 LEV_{i,t} + \beta_5 GROWTH_{i,t} + \beta_6 NIR_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

	Beta	t	p	VIF
(Constant)		5.977	0.000	
CSR	-0.018	-0.475	0.635	1.137
SIZE	-0.155 ^{***}	-3.831	0.000	1.246
RD	0.054	1.403	0.161	1.122
LEV	0.062	1.434	0.152	1.440
GROWTH	0.125 ^{***}	3.393	0.001	1.033
NIR	-0.058	-1.441	0.150	1.235
N=725	R ² =0.053	DW=1.798		
F=6.732 ^{***}	adj R ² =0.045			

註：「*」、「**」、「***」分別代表 10%、5%、1% 之顯著水準。

表三、企業負面事件對盈餘管理之迴歸結果

$$|DA_{i,t}| = \beta_0 + \beta_1 CSR_{i,t} + \beta_2 NG_{i,t} + \beta_3 CSR_{i,t} \times NG_{i,t} + \beta_4 SIZE_{i,t} + \beta_5 RD_{i,t} + \beta_6 LEV_{i,t} + \beta_7 GROWTH_{i,t} + \beta_8 NIR_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

	Beta	t	p	VIF
(Constant)		5.784	0.000	
CSR	-0.028	-0.675	0.500	1.266
NG	-0.046	-0.932	0.352	1.872
CSR×NG	0.032	0.625	0.532	1.940
SIZE	-0.149 ^{***}	-3.597	0.000	1.297
RD	0.053	1.372	0.170	1.134
LEV	0.062	1.420	0.156	1.446
GROWTH	0.124 ^{***}	3.362	0.001	1.034
NIR	-0.058	-1.432	0.153	1.236
N=725	R ² =0.054	DW=1.802		

F=5.150^{***} adj R²=0.044

註：「*」、「**」、「***」分別代表 10%、5%、1% 之顯著水準。

表四、企業受罰金額對盈餘管理之迴歸結果

$$|DA_{i,t}| = \beta_0 + \beta_1 CSR_{i,t} + \beta_2 NGD_{i,t} + \beta_3 CSR_{i,t} \times NGD_{i,t} + \beta_4 SIZE_{i,t} + \beta_5 RD_{i,t} + \beta_6 LEV_{i,t} + \beta_7 GROWTH_{i,t} + \beta_8 NIR_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

	Beta	t	p	VIF
(Constant)		5.777	0.000	
CSR	-0.046	-1.103	0.270	1.328
NGD	-0.100 ^{**}	-2.077	0.038	1.768
CSR×NGD	0.085 [*]	1.701	0.089	1.904
SIZE	-0.143 ^{***}	-3.474	0.001	1.282
RD	0.051	1.308	0.191	1.147
LEV	0.057	1.305	0.192	1.446
GROWTH	0.124 ^{***}	3.359	0.001	1.033
NIR	-0.061	-1.514	0.131	1.237
N=725	R ² =0.059	DW=1.811		
F=5.637 ^{***}	adj R ² =0.049			

註：「*」、「**」、「***」分別代表 10%、5%、1% 之顯著水準。

伍、結論與建議

本研究探討企業社會責任表現良好者是否較不會進行盈餘管理；或是利用企業社會責任作為保護傘以從事盈餘管理的行為。實證結果發現無證據顯示企業社會責任表現較佳之公司會同時進行盈餘管理。在企業的負面事件及受罰金額與盈餘管理之關係中，沒有證據顯示獲獎企業會因被公告負面事件的頻率而做盈餘管理，但獲獎企業會因負面事件而遭主管機關罰款，罰款金額愈大者，盈餘管理的程度也愈高，原因可能為企業受罰金額與事件重大性程度成正比，當企業被主管機關罰款時，也代表事件的嚴重性較高，便有盈餘管理之誘因，此外，企業社會責任表現良好之公司爆發負面事件並受罰時，將影響商譽且反映在財務績效，企業會因績效的波動而出現盈餘管理，利用企業社會責任作為保護傘以窗飾財務報表。冀望本文能提供財務報表使用者作為投資決策的依據或判斷管理者的道德誠信，也可使企業思考社會責任的策略應如何發展，能實際投入在有效的資源中，兼顧利害關係人並回饋於社會，並善盡企業公民之義務。

在研究限制及建議方面，國內的企業社會責任評鑑是以天下與遠見雜誌較具公信力及影響力，但相較於國外專業的企業社會責任資料庫，仍需加強並建立一套客觀的標準，而本研究採 1:2 之樣本配對方法，未能以全部企業為觀察對象，可能產生實證結果的偏誤。其次，盈餘管理可採實質盈餘管理之方法，或許結果有別於以裁決性應計項目的衡量模式，提供後續研究之分析。再者，負面事件是由台灣經濟新報資料庫(TEJ)蒐集與整理，有資訊缺漏或不足的部分，會造成些許的誤差，而負面事件可利用種類再細分以驗

證，是否在不同產業間發生的負面事件會較為相同，未來研究可針對產業進行個別分析及探討。

參考文獻

1. 胡永純(1997)，盈餘預測與盈餘管理之關聯性研究，國立中興大學會計學系碩士論文。
2. 曹壽民、陳光政、紀信義、羅秀玲(2009)，「股權結構、盈餘管理與公司價值：衍生性金融商品與異常應計項目的角色」，會計學報，第1卷，第2期，頁63-91。
3. 黃正忠(2001)，企業社會責任-滿足變遷中的期望，台北：社團法人中華民國企業永續發展協會。
4. 黃瓊瑤、方世榮、陳育成(2012)，「家族控制與企業社會責任績效之關聯性」，中山管理評論，第20卷，第2期，頁673-711。
5. 錢為家(2009)，企業社會責任實務全書，台北：商周出版。
6. Balsam, S., Krishnan, J., and Yang, J. S. (2003). "Auditor industry specialization and earnings quality," *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 22(2), pp. 71-97.
7. Barnea, A., and Rubin, A. (2010). "Corporate social responsibility as a conflict between shareholders," *Journal of Business ethics*, 97(1), pp. 71-86.
8. Bartov, E. (1993). "The timing of asset sales and earnings manipulation," *The Accounting Review*, 68(4), pp. 840-855.
9. Bhattacharya, C. B., and Sen, S. (2004). "Doing better at doing good: when, why, and how consumers respond to corporate social initiatives," *California Management Review*, 47(1), pp. 9-24.
10. Bowen, H. R. *Social responsibilities of the businessman*, Harper & Row, New York, 1953.
11. Bragdon, J. H., and Marlin, J. T. (1972). "Is pollution profitable?" *Risk Management*, 19, pp. 9-18.
12. Brown, N., and Deegan, C. (1998). "The public disclosure of environmental performance information – a dual test of media agenda setting theory and legitimacy theory," *Accounting and business research*, 29(1), pp. 21-41.
13. Carroll, A. B. (1991). "The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders," *Business Horizons*, 34(4), pp. 39-48.
14. Chih, H. L., Shen, C. H., and Kang, F. C. (2008). "Corporate social responsibility, investor protection, and earnings management: some international evidence," *Journal of Business Ethics*, 79(1-2), pp. 179-198.
15. Cohen, D. A., Dey, A., and Lys, T. Z. (2008). "Real and accrual-based earnings management in the pre-and post-Sarbanes-Oxley periods," *The Accounting Review*, 83(3), pp. 757-787.
16. Damiano - Teixeira, K. M., and Pompermayer, M. M. (2007). "Corporate social responsibility: profile and diagnosis of 797 programs developed in Brazil," *Business and Society Review*, 112(3), pp. 343-367.

17. Davidson, S. D., Stickney, C., and Weil, R. *Accounting: The language of business* (7th ed.), Tomas Horton and Daughter, 1987.
18. Davis, K. (1960). "Can business afford to ignore social responsibilities?" *California Management Review*, 2(3), pp. 70-76.
19. Dechow, P. M., Sloan, R. G., and Sweeney, A. P. (1995). "Detecting earnings management," *The Accounting Review*, 70(2), pp. 193-225.
20. Deegan, C. (2002). "The legitimising effect of social and environmental disclosures—a theoretical foundation," *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), pp. 282-311.
21. Dowling, G. (2006). "In practice, how good corporate reputations create corporate value," *Corporate Reputation Review*, 9(2), pp. 134-143.
22. Fombrun, C. J. (2005). "A world of reputation research, analysis and thinking—building corporate reputation through CSR initiatives: evolving standards," *Corporate Reputation Review*, 8(1), pp. 7-12.
23. Graham, J. R., Harvey, C. R., and Rajgopal, S. (2005). "The economic implications of corporate financial reporting," *Journal of accounting and economics*, 40(1), pp. 3-73.
24. Gray, R., Owen, D., and Adams, C. A. (1996). "Accounting and Accountability: Changes and Challenges in Corporate Social and Environmental Reporting," *Prentice Hall, London, England*.
25. Healy, P. M. (1985). "The effect of bonus schemes on accounting decisions," *Journal of Accounting and Economics*, 7(1), pp. 85-107.
26. Healy, P. M., and Wahlen, J. M. (1999). "A review of the earnings management literature and its implications for standard setting," *Accounting Horizons*, 13(4), pp. 365-383.
27. Hemingway, C., and Maclagan, P. (2004). "Managers' personal values as drivers of corporate social responsibility," *Journal of Business Ethics*, 50(1), pp. 33-44.
28. Hillenbrand, C., and Money, K. (2007). "Corporate responsibility and corporate reputation: two separate concepts or two sides of the same coin?" *Corporate Reputation Review*, 10(4), pp. 261-277.
29. Hong, Y., and Andersen, M. L. (2011). "The relationship between corporate social responsibility and earnings management: an exploratory study," *Journal of Business Ethics*, 104(4), pp. 461-471.
30. Ito, T. A., Larsen, J. T., Smith, N. K., and Cacioppo, J. T. (1998). "Negative information weighs more heavily on the brain: the negativity bias in evaluative categorizations," *Journal of personality and social psychology*, 75(4), pp. 887-900.
31. Johnson, R. A., and Greening, D. W. (1994). "Relationships between corporate social performance, financial performance, and firm governance," *Best Paper Proceedings of the Academy of Management*, pp. 314-318.
32. Jones, J. J. (1991). "Earnings management during import relief investigations," *Journal of accounting research*, 29(2), pp. 193-228.

33. Kim, Y., Park, M. S., and Wier, B. (2012). "Is earnings quality associated with corporate social responsibility?" *The Accounting Review*, 87(3), pp. 761-796.
34. Lee, T. S., and Yeh, Y. H. (2004). "Corporate governance and financial distress: evidence from Taiwan," *Corporate Governance: An International Review*, 12(3), pp. 378-388.
35. Leuz, C., Nanda, D., and Wysocki, P. D. (2003). "Earnings management and investor protection: an international comparison," *Journal of Financial Economics*, 69(3), pp. 505-527.
36. McWilliams, A., Siegel, D., and Wright, P. (2006). "Guest editors' introduction corporate social responsibility: strategic implications," *Journal of Management Studies*, 43(1), pp. 1-18.
37. Moses, O. D. (1987). "Income smoothing and incentives: empirical tests using accounting changes," *The Accounting Review*, 62(2), pp. 358-377.
38. Petrovits, C. M. (2006). "Corporate-sponsored foundations and earnings management," *Journal of Accounting and Economics*, 41(3), pp. 335-362.
39. Prior, D., Surroca, J., and Tribó, J. (2008). "Are socially responsible managers really ethical? exploring the relationship between earnings management and corporate social responsibility," *Corporate Governance: An International Review*, 16(3), pp. 160-177.
40. Roychowdhury, S. (2006). "Earnings management through real activities manipulation," *Journal of Accounting and Economics*, 42(3), pp. 335-370.
41. Schipper, K. (1989). "Commentary on earnings management," *Accounting Horizons*, 3(4), pp. 91-102.
42. Schnietz, K. E., and Epstein, M. J. (2005). "Exploring the financial value of a reputation for corporate social responsibility during a crisis," *Corporate Reputation Review*, 7(4), pp. 327-345.
43. Schuler, D. A., and Cording, M. (2006). "A corporate social performance-corporate financial performance behavioral model for consumers," *Academy of Management Review*, 31(3), pp. 540-558.
44. Sheldon, O. *The Philosophy of Management*, Routledge, London, 1923.
45. Werbel, J. D., and Wortman, M. S. (2000). "Strategic philanthropy: responding to negative portrayals of corporate social responsibility," *Corporate Reputation Review*, 3(2), pp. 124-136.