

Ніннін Сюе, Мінг Ян, Мьон-гун Лі

ESG-ефективність і фінансові показники корпорацій у Китаї: пом'якшувальний вплив уваги аналітиків і ЗМІ

Компанії по всьому світу впроваджують принципи екологічної відповідальності, соціального внеску та прозорого корпоративного управління (ESG) та підвищують свою ефективність у цій галузі для сприяння сталому розвитку. У цьому дослідженні використовуються дані по Китаю за п'ять років для вивчення взаємозв'язку між ESG-ефективністю та корпоративними фінансовими показниками, що вимірюються показником рентабельності власного капіталу (ROE), а також перевіряється вплив аналітиків і ЗМІ на ці показники за допомогою методу найменших квадратів (OLS) і моделі з фіксованими ефектами (HD-FE). Регресійний аналіз показав, що: (1) показники ESG мають значний позитивний вплив на ROE (коефіцієнт = 0,026, $p < 0,01$), і після затримки на один і два періоди ефект зберігається (коефіцієнт = 0,019/0,018, $p < 0,01$). (2) Увага аналітиків негативно впливає на зв'язок між ESG та ROE (коефіцієнт = -0,011, $p < 0,01$), а також взаємозалежність між корпоративною соціальною відповідальністю (коефіцієнт = -0,002, $p < 0,01$) та корпоративним управлінням (коефіцієнт = -0,011/-0,012, $p < 0,01$), однак вона може пом'якшити негативний вплив захисту довкілля на ROE (коефіцієнт = 0,002, $p < 0,01$). (3) Увага ЗМІ не має послідовного пом'якшувального впливу на співвідношення між ESG та ROE (коефіцієнт = -0,001, $p > 0,10$; коефіцієнт = -0,001, $p < 0,05$), але після класифікації за настроями, позитивне та нейтральне висвітлення в ЗМІ значно послаблює позитивний вплив ESG на ROE (коефіцієнт = -0,004/-0,005, $p < 0,01$; коефіцієнт = -0,003/-0,004, $p < 0,05/0,01$), а негативне – посилює (коефіцієнт = 0,003/0,002, $p < 0,05/0,10$). Отже, щоб відповідати очікуванням зовнішніх регулюючих органів чи громадськості, компаніям слід прагнути до розкриття більш докладної та достовірної інформації про ESG-фактори, а інвесторам та іншим зацікавленим сторонам – критично оцінювати подану інформацію.

Ключові слова: ESG-ефективність, увага аналітиків, увага ЗМІ, інформаційна асиметрія

Класифікація JEL: M14, G32, G14



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.