

地理分散、内部控制有效性与企业社会责任

——以我国食品行业为例

苏芳,蔡莎,范冰冰

(陕西科技大学 经济与管理学院,陕西 西安 710021)

[摘要]近年来,企业社会责任问题频发,尤其是食品行业企业社会责任履行状况令人担忧,挖掘影响食品行业企业社会责任水平的因素十分必要。以2010—2017年我国沪深A股食品行业上市公司为样本,考察地域多元化背景下地理分散对企业社会责任的影响,研究发现:地理分散与食品企业社会责任显著负相关;企业内部控制有效性在地理分散对食品企业社会责任的影响中具有一定的中介效应。这一研究不仅丰富了企业社会责任影响因素的研究,而且还有助于揭示和审视我国食品企业社会责任的现状及其成因,从而提出相应改进措施。

[关键词]地域多元化;地理分散;内部控制有效性;企业社会责任;食品行业企业;母子公司

[中图分类号] F230 **[文献标志码]** A **[文章编号]** 2096-3114(2020)02-0040-09

一、引言

一直以来,企业社会责任都是社会各界关注的焦点。纵观各行业,食品行业与社会责任有着天然不可分割的联系,食品行业企业承担社会责任的重要性不容忽视。然而,近年来频频爆出的“毒奶粉”“地沟油”“黑心肉”“染色馒头”等食品制假造假事件和食品安全问题,无不反映出食品行业企业社会责任履行状况令人担忧这一事实。那么造成这一事实的原因是什么?根据我国企业社会责任的相关文献分析,现有研究绝大多数从企业自身特征和外部因素等方面发现了影响我国企业社会责任的积极因素,如制度环境、披露制度、企业文化、高管海外背景、行业协会等^[1-5],而有关我国企业社会责任的消极影响因素挖掘较少。Shi等人以美国上市公司为样本,并基于地域多元化的背景,发现了地理分散是影响企业社会责任的一个负面因素,即地理分散企业往往拥有更低的企业社会责任评分^[6]。这一研究结果为本文提供了非常重要的研究视角,即地域多元化是否同样也会影响我国食品行业企业社会责任?

地域多元化是企业战略的一个重要组成部分,是提高国内外市场占有率和市场竞争力的重要途径。因而,诸多企业在全国各地乃至海外设立子公司,这在食品行业中表现得尤为明显。具体来说,食品行业是事关国计民生的基础产业,也是国家重点关注行业,却又不可避免地具有其本身特有的脆弱性。例如,食品行业的受众群体是全体人民,消费面广,但产品单价低、单位利润小,而且受原料市场价格波动的影响较大,市场拓展空间不大。因此许多食品企业纷纷实施业务经营的地域多元化战略,通过扩大经营范围、依靠广泛的市场覆盖实现更大的盈利。美国的百盛餐饮集团、我国的双汇发展和伊利股份等的成功

[收稿日期] 2019-07-01

[基金项目] 教育部人文社会科学研究规划基金项目(19YJAZH076);陕西省软科学研究计划一般项目(2018KRM065);中国科学院A类战略性先导科技专题“美丽中国生态文明建设科技工程”子课题(XDA23060304);国家社会科学基金西部项目(17XJY018);陕西省千人计划青年项目

[作者简介] 苏芳(1981—),女,甘肃兰州人,陕西科技大学经济与管理学院教授,博士生导师,主要研究方向为区域可持续发展及管理会计,邮箱:sufang@sust.edu.cn;蔡莎(1996—),女,陕西安康人,陕西科技大学经济与管理学院硕士生,主要研究方向为会计理论与实务;范冰冰(1996—),女,陕西安康人,陕西科技大学经济与管理学院硕士生,主要研究方向为企业管理及会计实务。

经验说明了这一点。近些年,国外一些研究强调地域多元化的重要性,并探讨了地理分散对企业决策、企业价值、企业股票回报以及盈余管理等的影响^[7-10]。地域多元化使得越来越多的企业在全国各地发展子公司,子公司的数量及其分布位置拉大了其与母公司的空间地理距离,加剧了企业的地理分散性,这对信息不对称和代理成本问题的影响是十分显著的^[11]。我国学者以此研究了母子公司在地理距离上的分散对企业价值、内部控制、企业投资行为、公司效率和审计质量的影响^[12-15],却忽略了对企业社会责任的影响问题。履行社会责任是企业的经营发展过程中的一种战略选择,是企业价值的一个代理^[6],同样受企业地域多元化的影响。作为企业实施地域多元化的结果,母公司和子公司在地理距离上的分散是否会影响我国食品企业社会责任将是本文探讨的重点。而内部控制作为企业一项重要的制度安排,对企业社会责任具有重要影响,它是否受到地理分散的影响,并在地理分散与食品企业社会责任的关系中扮演中介角色,同样值得探讨。

本文选取2010—2017年我国沪深A股中食品行业上市公司为样本,基于地域多元化背景,从母子公司地理距离角度,考察地理分散对我国食品企业社会责任的影响,并进一步分析其内在作用机制。研究发现,企业在地理上越分散,企业社会责任水平越低;通过中介效应检验发现,地理分散对企业社会责任的影响一定程度上是通过内部控制有效性来实现的。另外,在进一步分析中,本文通过构造母子公司制度环境差异变量来反映地理分散,检验其与企业社会责任的关系。本文的主要贡献在于:(1)挖掘并证明了影响我国食品行业企业社会责任的一大因素——地理分散,同时拓展了已有关于地理分散对企业社会责任的影响研究。Shi等依据美国公司不同经营州的数目来定义地理分散企业,以此研究企业地理分散是如何影响企业社会责任(CSR)的^[6]。不同于Shi等的研究,本文从母子公司地理距离角度来定义地理分散,即在地域多元化背景下,母子公司地理距离越远,企业在地理上越分散;同时,文章还验证了内部控制有效性在地理分散与企业社会责任关系中的中介作用。(2)突破已有文献主要从企业整体出发研究企业社会责任的模式,而从母子公司地理距离和制度环境差异的个体异质性层面探讨企业社会责任,拓展了我国现有对企业社会责任的研究,尤其是在我国食品企业社会责任方面。

二、理论分析与研究假设

(一)地理分散与企业社会责任

本文试图从以下几个方面理解地理分散与我国食品企业社会责任之间的关系。

一方面,企业社会责任的履行与企业所面临的社会环境和公共压力密切相关。基于社会互动的观点^[6],在企业地理集中情况下,投资者可以通过简单熟悉和社会互动的渠道更好地获取软信息,从而更容易、更频繁地影响企业与利益相关者有关的决策;相反,在企业地理分散情况下,由于企业在总部以外的其他各地方经营业务,包括客户和员工在内的主要利益相关者难以及时与企业进行互动,因此社交互动效应会急剧下降,这也意味着企业面对的利益相关者的压力减小,进而影响企业社会责任的履行。食品企业社会责任涉及面较广,受单位利润较小、集中度较低、价格竞争激烈等特点的影响,在地理分散情况下,一些企业可能抱有“侥幸心理”,忽视社会责任,利用与利益相关者之间的信息不对称谋取不当利益。

另一方面,社会责任的履行作为企业一项战略决策,可能受闲置资源的约束。通常,企业的闲置资源不仅能够保障企业在面临内外部环境变化的压力时得以生存和正常经营^[16],而且还能支持企业积极履行社会责任,维系好与各利益相关者的关系,更加注重对环境的保护^[17]。食品企业在空间分布上具有靠近原材料产地的特点,而原材料市场价格的波动对其盈利能力的影响较大。为扩大市场占有率,提高竞争能力和盈利能力,一些食品企业越来越倾向于地域多元化,形成企业在地理上的分散,难免带来一定程度上企业管理、经营和交易成本的增加,而造成一定的资源内耗。在此情况下,营利性特征及目的使得食品企业更多地考虑保留财务灵活性,将更多的闲置资源(尤其是财务资源)用于维持企业投资及日常经营所

需的资金需求以缓解外部融资约束^[18],而减少在企业社会责任方面的资源投入。食品安全是食品企业社会责任的核心内容,随着子公司或分公司、门店的快速扩张,企业的监督管理成本也在不断升高。一旦企业缺乏足够的监督指导,就会产生食品安全问题。基于以上分析,本文提出如下假设。

H₁:地理分散与我国食品企业社会责任显著负相关。

(二)内部控制有效性的中介效应

现代企业制度下,内部控制作为公司治理的重要机制之一,在生产经营活动中具有极为重要的自我调节和制约功能。我国虽疆域辽阔,但不同地区的经济、要素市场及法律等制度环境具有明显的差异性^[12],地域多元化的实施使得母子公司分别处于不同的制度环境之下,导致企业整体的控制环境参差不齐,内部控制的有效性因此受到制约。随着异地子公司数量的增加,企业整体组织结构也越来越庞大复杂,企业面临的内外部风险也会随之增加,制度环境的差异性加剧了风险发生的概率^[15]。同时,母子公司地理越分散,企业对母子公司的管理和内部监督越弱,甚至导致内部监督流于形式,相关控制活动的执行力度也会降低。此外,异地子公司数量以及地理距离的增加,一定程度上降低了信息传递的及时性,发生信息传递扭曲的可能性增大^[19],各项重大信息在母子公司间传递的真实性和及时性无法得到保障,从而降低信息与沟通的效率。基于以上分析,可以得出地理分散通过影响内部控制要素,从而影响内部控制整体有效性。为此,本文提出如下假设。

H₂:地理分散与内部控制有效性显著负相关。

已有研究表明,高质量的内部控制能够显著促进企业社会责任的履行^[20-21],内部控制主要是通过对企业社会责任承担情况进行管理、监督和制约实现的,包括以下两个途径:一是通过制定执行企业社会责任的决策机制、处理流程和定期评估制度^[22],促进企业社会责任履行的合理化和规范化;二是实行有效的社会责任风险管控,通过对损害公众利益、逃避甚至不履行社会责任的行为进行随时监督和及时纠正,有效规避企业社会责任风险。综上所述,有效的内部控制对企业社会责任产生积极影响。相反,低质量内部控制则会阻碍企业社会责任水平的提高。结合假设H₁(地理分散负向影响企业社会责任)以及假设H₂(地理分散负向影响内部控制有效性),我们推断,企业在地理上的分散性引起了公司内部控制有效性的降低,从而削弱其对企业社会责任的监督和制约,进一步造成企业社会责任水平的降低。由此,本文提出如下假设。

H₃:内部控制有效性在地理分散与我国食品企业社会责任的负相关关系中具有中介效应。

三、实证设计

(一)样本选取与数据来源

本文选取我国2010—2017年沪深A股中食品行业(包括农副食品加工和食品制造)上市公司为初始样本。在收集数据过程中,对没有子公司或未披露子公司的样本以及企业社会责任评分和相关财务指标数据缺失的样本予以剔除。最终样本包括71家食品行业上市公司的380个有效观测值。企业社会责任数据取自和讯网,其他财务数据均来源于国泰安数据库(CSMAR)。数据处理主要通过EXCEL 2010和STATA 15.0两大统计分析软件来完成。

(二)变量设定

1.被解释变量

借鉴文雯和宋建波的研究^[4],并基于数据的可获得性和权威性,本文采用和讯网企业社会责任评分(总分为100分)来衡量企业社会责任(CSR)。该评分是依托企业社会责任报告及年报对企业社会责任进行评价得来,可以全面综合反映上市公司企业社会责任的履行情况(即评分越高,代表企业社会责任水平越高)。2009年证监会要求上市公司必须随年报一起披露其社会责任报告,和讯网基于多数企业披露的

社会责任报告(从2010年开始),产生了相应的企业社会责任评分数据,这正是本研究将2010年作为样本年限起点的原因。

2. 解释变量

根据我国学者李彬的研究结论^[12],即上市公司母子公司地理距离越远,上市公司在地理上越分散。因此,本文将地理分散(*DIS*)作为解释变量,并从上市公司母子公司地理距离的角度进行衡量,具体指标设计如下。

首先,根据上市公司年报(来源于巨潮网)收集上市公司母公司和所有子公司^①所在地,并利用Google地图中的拾取坐标功能查询母公司和子公司的经纬度;然后,依据公式(1)和公式(2)计算出母公司分别与其各个子公司的空间地理距离;最后,采用加权平均法得出母公司与所有子公司的平均地理距离并取对数,见公式(3),作为地理分散(*DIS*)的衡量指标。*DIS*值越大,说明上市公司母子公司之间的空间地理距离越远,上市公司越分散。

$$\Delta_{i,j} = \cos(lat_{i,j}) \times \sin(lon_{i,j}) \times \cos(lat_i) \times \sin(lon_i) + \cos(lat_{i,j}) \times \cos(lon_{i,j}) \times \cos(lat_i) \times \cos(lon_i) + \sin(lat_{i,j}) \times \sin(lat_i) \quad (1)$$

$$DISTANCE_{i,j} = AR \cos(\Delta_{i,j}) \times \pi r / 180 \quad (2)$$

$$DIS = LOG\left(\sum DISTANCE_{i,j} / n\right) \quad (3)$$

其中,*i*和*j*分别代表上市公司的母公司及其第*j*个子公司;*DISTANCE_{i,j}*表示的是母公司与子公司*j*之间的空间地理距离; π 和*r*分别为圆周率和表示赤道半径(*r*=6378千米);*lon*和*lat*为经纬度;*n*为上市公司的子公司总数;*DIS*则表示的是母公司与各子公司之间的平均地理距离的对数。

3. 中介变量

根据我国《企业内部控制评价指引》要求,企业应该对其内部控制运行效果做出全面评价并披露相关报告。因此,在对内部控制有效性(*IC*)进行衡量时,借鉴李越冬和严青的研究方法^[23],根据上市公司披露的内部控制自我评价报告自行考量,从内部控制是否整体有效以及是否存在重大缺陷两个方面综合反映内部控制有效性。若上市公司自我评价为内部控制有效且不存在重大缺陷时,变量*IC*取值为1,表示内部控制有效,否则为0。

4. 控制变量

考虑到公司个体差异因素的影响,本文控制了反映企业财务状况和公司治理的指标。财务状况指标中,采用总资产的自然对数(*SIZE*)反映公司规模,产权比率(*DEBT*)反映偿债能力,总资产增长率(*GRO*)反映成长状况,总资产收益率(*ROA*)反映盈利能力,每股企业自由现金流量(*FCA*)反映自由现金流量状况;而公司治理指标选取了独立董事比例(*DR*)、股权集中度(*SHC*)和产权性质(*STATE*),其中股权集中度采用第一大股东持股比例衡量。此外,考虑到年份固定效应,在模型中还加入了年份虚拟变量(*YEAR*)。

(三) 模型构建

为检验本文提出的假设,分别构建以下实证模型:

$$CSR = \beta_0 + \beta_1 DIS + \beta_2 SIZE + \beta_3 DEBT + \beta_4 GRO + \beta_5 ROA + \beta_6 FCA + \beta_7 DR + \beta_8 SHC + \beta_9 STATE + YEAR + \varepsilon \quad (1)$$

$$IC = \beta_0 + \beta_1 DIS + \beta_2 SIZE + \beta_3 DEBT + \beta_4 GRO + \beta_5 ROA + \beta_6 FCA + \beta_7 DR + \beta_8 SHC + \beta_9 STATE + YEAR + \varepsilon \quad (2)$$

$$CSR = \beta_0 + \beta_1 DIS + \beta_2 IC + \beta_3 SIZE + \beta_4 DEBT + \beta_5 GRO + \beta_6 ROA + \beta_7 FCA + \beta_8 DR + \beta_9 SHC + \beta_{10} STATE + YEAR + \varepsilon \quad (3)$$

① 需要说明的是,考虑数据的可获得性,本文计算过程中只包括上市公司分布在中国大陆地区的样本。

其中, β 为待估计参数, ε 为随机误差项, 其他变量定义见表 1。

四、实证结果与分析

(一) 描述性统计分析

表 2 为样本及关键变量(CSR)在 2010—2017 年的分布情况。可以看出, 2010—2017 年的样本量呈上升趋势。这是因为, 本文的样本选取是根据可获得的食物行业上市公司的企业社会责任评分数据, 而从 2010 年开始, 披露企业社会责任报告的上市公司逐渐增多, 因此, 可获得的企业社会责任评分数据也越来越多。2010—2017 年, CSR 得分情况并不稳定, 呈上下波动趋势, 样本中 CSR 平均得分仅为 27.34, 表明食品行业企业社会责任履行情况并不理想。

表 3 为样本中其他变量的描述性统计结果。其中, 用来衡量地理分散的指标——母子公司平均地理距离(DISTANCE)的最大值为 304.15(公里), 最小值为 0.002(公里), 平均值为 119.05(公里), 标准差为 54.371(公里), 这反映了我国食品行业上市公司普遍存在母子公司地理距离较远, 企业地理位置较为分散的情况。这可能是食品行业自身特点导致的, 即食品行业消费面广而产品单价低、单位利润小, 且受原料市场价格波动的影响较大, 市场拓展空间不大等原因使得许多食品企业纷纷实施业务经营的地域多元化战略。此外, 内部控制有效性的平均值为 0.795, 说明食品行业上市公司内部控制整体是有效的。控制变量的描述性统计情况体现了样本公司在规模、财务状况及公司治理水平等方面的差异。

(二) 相关性分析

表 4 为变量的相关性检验结果。表 4 显示, 地理分散(DIS)与企业社会责任(CSR)在 10% 的水平上显著负相关, 这与本文预期假设相符。控制变量中, SIZE、FCA、DR、SHC 均与企业社会责任在 1% 的水平上显著正相关, 说明样本中食品企业规模越大、自由现金流量状况越好、公司治理水平越高, 企业社会责任水平越高; 产权比率(DEBT)与 CSR 在 5% 的水平上显著负相关, 说明样本中食品企业偿债能力越弱, 企业社会责任水平越低。

(三) 主要回归分析

为验证前文的研究假设, 通过 OLS 多元回归方法实证检验地理分散对食品行业企业社会责任的影响以及内部控制有效性在二者之间关系的中介作用。另外, 在对变量之间关系进行回归时使用了稳健标准

表 1 变量定义

变量类型	变量名称	符号	变量定义
被解释变量	企业社会责任	CSR	和讯网社会责任评分
解释变量	地理分散	DIS	母子公司平均地理距离的对数
中介变量	内部控制有效性	IC	内部控制有效且不存在重大缺陷时为 1, 否则为 0
	公司规模	SIZE	总资产的自然对数
财务状况指标	公司偿债能力	DEBT	产权比率
	公司成长状况	GRO	总资产增长率
	公司盈利能力	ROA	总资产收益率
控制变量	自由现金流量状况	FCA	每股企业自由现金流量
	独立董事比例	DR	独立董事人数占董事会总人数的比例
	股权集中度	SHC	第一大股东持股比例
	产权性质	STATE	若上市公司为国有企业, 则为 1, 否则为 0
	年份	YEAR	年份虚拟变量

表 2 2010—2017 年 380 个样本及 CSR 的分布

年份	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Sum
N	20	26	43	47	54	57	62	71	380
CSR	613.41	813.55	1408.29	1493.19	1281.54	1310.92	1921.91	1546.33	10389.14
Mean	30.67	31.29	32.75	31.77	23.73	23.00	31.00	21.78	27.34

表 3 变量的描述性统计

变量	样本量	平均值	中位数	标准差	最小值	最大值
DIS	380	119.050	122.409	54.371	0.002	304.815
IC	380	0.795	1.000	0.404	0.000	1.000
SIZE	380	21.820	21.700	0.958	19.300	24.600
DEBT	380	1.660	0.576	11.140	-18.054	186.114
GRO	380	0.205	0.097	0.493	-0.371	3.816
ROA	380	0.134	0.044	1.718	-0.323	33.514
FCA	380	-0.169	-0.033	0.988	-8.047	3.231
DR	380	0.384	0.364	0.064	0.273	0.667
SHC	380	0.347	0.350	0.137	0.088	0.714
STATE	380	0.382	0.000	0.486	0.000	1.000

误,以此避免异方差,回归结果如表5所示。

表4 相关性分析

	CSR	DIS	IC	SIZE	DEBT	GRO	ROA	FCA	DR	SHC	STATE
CSR	1.000										
DIS	-0.096 [*]	1.000									
IC	0.058	-0.069	1.000								
SIZE	0.349 ^{***}	0.136 ^{***}	-0.177 ^{***}	1.000							
DEBT	-0.109 ^{**}	0.071	-0.039	-0.012	1.000						
GRO	0.062	0.057	0.039	0.100 [*]	-0.039	1.000					
ROA	-0.031	-0.099 [*]	0.030	-0.115 ^{**}	-0.012	-0.054	1.000				
FCA	0.140 ^{***}	-0.003	-0.165 ^{***}	0.092 [*]	0.000	-0.353 ^{***}	0.051	1.000			
DR	0.257 ^{***}	-0.046	0.076	0.131 ^{**}	-0.014	-0.014	-0.005	0.060	1.000		
SHC	0.181 ^{***}	-0.008	0.017	0.048	-0.115 ^{**}	0.085 [*]	0.039	0.039	0.148 ^{***}	1.000	
STATE	-0.073	-0.031	-0.231 ^{***}	0.093 [*]	0.013	-0.132 ^{**}	0.059	0.122 ^{**}	0.039	-0.041	1.000

注:*,**,***分别表示在10%、5%、1%水平上显著。

表5中模型(1)的结果显示,地理分散的系数在1%的水平上显著为负,表明地理分散与我国食品企业社会责任具有显著的负相关关系,企业在空间地理上越分散,社会责任得分越低,验证了假设H₁。这可能是因为食品企业地域扩张,导致其主要的利益相关者压力减小,信息不对称滋生的管理层机会主义使得其忽视社会责任;管理、监督、经营以及交易等方面成本的提高,可能促使了企业在社会责任方面的投入减少;再加上对各子公司监管难度的提升,更是增加了食品企业社会责任问题产生的可能性。

此外,模型(2)显示地理分散与内部控制有效性在5%的水平上显著负相关,说明企业在地理上的分散,一定程度上导致了企业内部控制有效性的降低。模型(3)显示变量IC的系数在10%的水平上显著,且与企业社会责任正相关,DIS的系数在5%的水平上显著为负。这表明,内部控制有效性在地理分散与企业社会责任的负向关系中具有部分中介效应,这一结果验证了我们的假设H₃。

(四)进一步分析

在地域多元化背景下,子公司的数量及其分布位置拉大了其与母公司的空间地理距离,加剧了企业的地理分散性,也进一步造成了母子公司在制度环境上的差异^[12]。由于母子公司所在地的不同,其面临的制度环境也有所不同。随着异地子公司数量的增多,母子公司地理距离逐渐拉大,制度环境的差距也逐渐显现。因此,本研究试图通过母子公司在制度环境上的差异来进一步反映企业在地理上的分散,并分析其与食品行业企业社会责任的关系。

母子公司制度环境差异数据是通过计算得来的。首先,根据每家上市公司母公司和子公司所在省份的市场化指数^①,计算每个子公司与其母公司之间市场化指数的差值;然后,利用差值进行加权平均以得出各上市公司的母公司与所

表5 地理分散、内部控制有效性与企业社会责任

	模型(1)	模型(2)	模型(3)
	CSR	IC	CSR
DIS	-1.921 ^{***}	-0.0169 ^{**}	-1.854 ^{**}
	-0.741	-0.009	-0.732
IC			3.981 [*]
			-2.141
SIZE	6.984 ^{***}	-0.0533 ^{**}	7.196 ^{***}
	-0.894	-0.024	-0.893
DEBT	-0.118 ^{***}	-0.001	-0.114 ^{***}
	-0.038	-0.002	-0.033
GRO	2.060	-0.042	2.229
	-1.550	-0.039	-1.534
ROA	-0.232	0.000	-0.232
	-0.168	-0.002	-0.166
FCA	2.593 ^{***}	-0.0569 ^{***}	2.819 ^{***}
	-0.935	-0.018	-0.931
DR	58.29 ^{***}	0.560 [*]	56.06 ^{***}
	-13.960	-0.316	-13.890
SHC	15.23 ^{**}	0.044	15.06 ^{**}
	-6.915	-0.160	-6.915
STATE	-6.110 ^{***}	-0.189 ^{***}	-5.358 ^{***}
	-1.722	-0.047	-1.721
YEAR	YES	YES	YES
_cons	-134.3 ^{***}	2.095 ^{***}	-142.6 ^{***}
	-19.820	-0.494	-20.160
N	380	380	380
R ²	0.318	0.156	0.324

注:*,**,***分别表示在10%、5%、1%水平上显著。

① 在计算母子公司制度环境差异时,采用王小鲁等编制的市场化进程报告中的市场化指数^[24],但由于该报告中数据只更新到2016年,因此对2017年的市场化指数,采用平滑指数法进行预测。

有子公司的平均制度环境差异,并对平均距离取绝对值,作为母子公司制度环境差异(*IED*)的衡量指标。*IED*值越大,说明上市公司母子公司之间的制度环境差异越大,企业越分散。我们采用与前文相同的回归方法,利用OLS多元回归检验母子公司制度环境差异与企业社会责任的关系以及内部控制有效性的中介效应。另外,在对变量之间关系进行回归时使用了稳健标准误,以此避免异方差,回归结果如表6所示。

表6中模型(1)的结果显示,母子公司制度环境差异与企业社会责任在5%的水平上显著负相关。这表明,由于食品行业企业在空间地理上的分散性,导致母子公司制度环境的差异化,从而进一步影响企业社会责任的履行情况。主要原因可能在于,母子公司制度环境的差异化,造成企业整体所处的制度环境混乱,势必影响对企业社会责任的约束效果。同时,在这样较为宽松、混乱的外部环境下,可能导致企业信息不对称和代理问题进一步加剧恶化,因而进一步影响社会责任的履行。此外,模型(2)显示*IED*与*IC*在10%的水平上显著负相关;模型(3)显示变量*IC*的系数在10%的水平上显著,且与企业社会责任正相关,*IED*的系数在5%的水平上显著为负,这表明,内部控制有效性在母子公司制度环境差异与企业社会责任的负向关系中具有部分中介效应,这一结果进一步验证了前文的假设。

(五)稳健性检验

为保证主要回归结果的稳健性,本文进行了稳健性检验,主要采用替换变量法。(1)地理分散(*DISI*)的衡量。本文采用母子公司平均地理距离的对数衡量地理分散,但该方法可能会出现右尾效应,从而影响实证结果的稳健性,因此借鉴Agarwal和Hauswald的做法^[25],将所计算出的平均地理距离加1取对数,然后再进行实证研究;(2)内部控制有效性(*ICI*)的衡量。本文采用内部控制是否存在重大缺陷来反映内部控制有效性的高低,即若内部控制不存在重大缺陷,则*ICI*为1,否则为0。通过多元回归发现,主要研究结论并未发生实质性变化(见表7)。

五、结论性评述

本文以我国食品行业为例,从母子公司地理距离这一个体异质性角度研究了地理分散对企业社会责任的影响,结果发现:(1)企业的地理分散显著负向影响企业社会责任;(2)企业地理分散对企业社会责任的影响一定程度上是通过内部控制有效性实现的,内部控制有效性在二者关系中均具有明显的中介效应。

长期以来,我国食品行业企业社会责任的履行状况并不乐观。作为特殊的生产行业,相关部门应该完善食品行业规范,建立健全食品行业企业社会责任标准体系,促进我国食品企业社会责任的标准化和规范化。此外,由于食品行业企业自身的特性,地域多元化成为大多数食品企业实现盈利的重要战略之

表6 母子公司制度环境差异、内部控制有效性与企业社会责任

变量	模型(1) CSR	模型(2) IC	模型(3) CSR
<i>IED</i>	-1.929**	-0.0426*	-1.764**
	-0.904	-0.023	-0.895
<i>IC</i>			3.863*
			-2.137
<i>SIZE</i>	6.608***	-0.0572**	6.829***
	-0.891	-0.024	-0.890
<i>DEBT</i>	-0.106***	-0.001	-0.104***
	-0.039	-0.002	-0.034
<i>GRO</i>	2.111	-0.039	2.262
	-1.648	-0.041	-1.621
<i>ROA</i>	-0.162	0.000	-0.162
	-0.164	-0.002	-0.161
<i>FCA</i>	2.591***	-0.0565***	2.809***
	-0.933	-0.018	-0.932
<i>DR</i>	66.32***	0.702**	63.60***
	-14.570	-0.316	-14.590
<i>SHC</i>	14.68**	0.037	14.54**
	-7.037	-0.162	-7.026
<i>STATE</i>	-5.668***	-0.181***	-4.968***
	-1.720	-0.047	-1.733
<i>YEAR</i>	YES	YES	YES
_cons	-136.7***	2.077***	-144.8***
	-19.870	-0.493	-20.160
N	380	380	380
R ²	0.311	0.163	0.317

注:*,**,***分别表示在10%、5%、1%水平上显著。

一。作为地域多元化实施的后果,企业地理分散对企业社会责任具有一定的消极影响,同时也在一定程度上影响了企业内部控制有效性的提升。因此,食品企业要在地域多元化战略实施过程中,更加注重履行企业社会责任和内部控制建设。一方面,政府要加强对实施地域多元化经营战略企业的政策指导,加大监管力度,及时跟踪企业社会责任的履行情况,尤其是拥有大量异地子公司的食品企业。另一方面,食品企业自身要建立健全企业内部控制制度体系,保证内部控制的有效性,充分发挥内部控制在企业履行社会责任过程中的监督和保障作用;建立健全完善、有效的集团管理监督机制,保证信息传递的公开公平、真实及时;建立健全企业内外部成本管理制度和体系,减少企业经营过程中不必要的成本,合理分配企业闲置资源,保证企业社会责任投入。

此外,由于食品行业的特殊性,市场上中小企业占比较高,而这些企业的原始数据无从获取,且用来衡量地理分散的母子公司地理距离指标的原始数据需要手工收集,具有一定的复杂性。因此本研究的样本仅包括了71家我国食品行业的A股上市公司,也尚未考察创业板以及中小板上市公司的内容,得出的实证结果具有一定的片面性。另外,在分析地理分散作用于企业社会责任的过程中,仅考虑了内部控制有效性的影响,尚未挖掘其他因素对二者之间关系的影响,在未来的研究中会扩大研究样本,作进一步的细化研究。

表7 稳健性检验

变量	使用母子公司地理距离衡量			使用母子公司制度环境差异衡量		
	模型(1)	模型(2)	模型(3)	模型(1)	模型(2)	模型(3)
	CSR	IC1	CSR	CSR	IC1	CSR
DIS1	-3.000***	-0.0302**	-2.882***			
	-1.088	-0.015	-1.083			
IED				-1.929**	-0.0426*	-1.764**
				-0.904	-0.023	-0.895
IC1			3.893*			3.863*
			-2.137			-2.137
SIZE	7.049***	-0.0522**	7.252***	6.608***	-0.0572**	6.829***
	-0.902	-0.024	-0.901	-0.891	-0.024	-0.890
DEBT	-0.112***	-0.001	-0.108***	-0.106***	-0.001	-0.104***
	-0.038	-0.002	-0.032	-0.039	-0.002	-0.034
GRO	2.129	-0.041	2.290	2.111	-0.039	2.262
	-1.550	-0.039	-1.533	-1.648	-0.041	-1.621
ROA	-0.291*	-0.001	-0.288*	-0.162	0.000	-0.162
	-0.174	-0.002	-0.171	-0.164	-0.002	-0.161
FCA	2.562***	-0.0572***	2.784***	2.591***	-0.0565***	2.809***
	-0.939	-0.018	-0.934	-0.933	-0.018	-0.932
DR	59.68***	0.570*	57.46***	66.32***	0.702**	63.60***
	-13.870	-0.315	-13.800	-14.570	-0.316	-14.590
SHC	14.46**	0.037	14.32**	14.68**	0.037	14.54**
	-6.918	-0.159	-6.920	-7.037	-0.162	-7.026
STATE	-6.453***	-0.193***	-5.703***	-5.668***	-0.181***	-4.968***
	-1.719	-0.046	-1.720	-1.720	-0.047	-1.733
YEAR	YES	YES	YES	YES	YES	YES
_cons	-130.8***	2.134***	-139.1***	-136.7***	2.077***	-144.8***
	-19.920	-0.494	-20.290	-19.870	-0.493	-20.160
N	380	380	380	380	380	380
R ²	0.320	0.158	0.326	0.311	0.163	0.317

注:*,**,***分别表示在10%、5%、1%水平上显著。

参考文献:

[1] 周中胜,何德旭,李正. 制度环境与企业社会责任履行:来自中国上市公司的经验证据[J]. 中国软科学,2012(10):59-68.

[2] 冯丽艳,肖翔,程小可. 披露制度、社会绩效与社会责任信息披露[J]. 现代财经,2016(2):39-52.

[3] 靳小翠. 企业文化会影响企业社会责任吗?——来自中国沪市上市公司的经验证据[J]. 会计研究,2017(2):56-62.

[4] 文雯,宋建波. 高管海外背景与企业社会责任[J]. 管理科学,2017(2):119-131.

[5] 陈贵梧,胡辉华,陈林. 行业协会提高了企业社会责任表现吗?——来自中国民营企业调查的微观证据[J]. 公共管理学报,2017(4):102-117.

[6] Shi G, Sun J, Zhang L, et al. Corporate social responsibility and geographic dispersion[J]. Journal of Accounting and Public Policy, 2017,36(1):417-428.

[7] Landier A, Nair V B, Wulf J. Trade-offs in staying close: Corporate decision making and geographic dispersion[J]. Review of Finan-

- cial Studies, 2009, 22(3):1119-1148.
- [8] Gao W, Ng L, Wang Q. Does geographic dispersion affect firm valuation?[J]. Journal of Corporate Finance, 2008, 14(5):674-687.
- [9] García D, Norli O. Geographic dispersion and stock returns[J]. Journal of Financial Economics, 2012, 106(3):547-565.
- [10] Shi G, Sun J, Luo R. Geographic dispersion and earnings management[J]. Journal of Accounting & Public Policy, 2015, 34(5):490-508.
- [11] Ghoul S E, Guedhami O, Ni Y, et al. Does information asymmetry matter to equity pricing? Evidence from firms' geographic location[J]. Contemporary Accounting Research, 2013, 30(1):140-181.
- [12] 李彬. 母子公司距离、内部控制质量与公司价值[J]. 经济管理, 2015(4):95-105.
- [13] 李彬. 母子公司距离、公司治理与投资行为[J]. 山西财经大学学报, 2015(4):67-77.
- [14] 李彬, 郑雯. 母子公司距离、风险承担与公司效率[J]. 经济管理, 2018(4):50-68.
- [15] 万红波, 贾韵琪. 母子公司地理距离对审计质量影响研究——基于内部控制的中介作用[J]. 审计与经济研究, 2018(2):50-59.
- [16] Buchholtz A K, Amason A C, Rutherford M A. Beyond resources the mediating effect of top management discretion and values on corporate philanthropy[J]. Business & Society, 1999, 38(2):167-187.
- [17] Waddock S A, Graves S B. The corporate social performance-financial performance link [J]. Strategic Management Journal, 1997(18):303-319.
- [18] Francis B B, Waisman M, Hasan I. Does geography matter to bondholders?[J]. Social Science Electronic Publishing, 2007(2):1-46.
- [19] Wulf J. Influence and inefficiency in the internal capital market[J]. Journal of Economic Behavior & Organization, 2009, 72(1):305-321.
- [20] 王海兵, 刘莎, 韩彬. 内部控制、财务绩效对企业社会责任的影响——基于A股上市公司的经验分析[J]. 税务与经济, 2015(6):1-9.
- [21] 汤晓建. 内部控制、制度环境与企业社会责任信息披露质量[J]. 会计与经济研究, 2016(2):85-104.
- [22] 王加灿, 沈小裕. 企业社会责任与内部控制: 互动关系与优化路径研究[J]. 财会通讯, 2012(9):13-15.
- [23] 李越冬, 严青. 机构持股、终极产权与内部控制缺陷[J]. 会计研究, 2017(5):85-91.
- [24] 王小鲁, 樊纲, 胡李鹏. 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, 2019.
- [25] Agarwal S, Hauswald R. Distance and private information in lending[J]. Review of Financial Studies, 2010, 23(7):2757-2788.

[责任编辑:高 婷]

Geographical Dispersion and CSR: Taking China's Food Industry as an Example

SU Fang, CAI Sha, FAN Bingjie

(School of Economics and Management, Shaanxi University of Science & Technology, Xi'an 710021, China)

Abstract: In recent years, the issue of corporate social responsibility(CSR) occurs frequently, especially in the food industry. Therefore, determining the factors that affect the level of CSR in the food industry is necessary. Taking the listed companies of Shanghai and Shenzhen A-share food industry from 2010 to 2017 as the research sample, this paper investigates the impact of geographical dispersion on CSR in the context of geographical diversification. The research shows that geographical dispersion is negatively correlated with CSR in food industry, and the effectiveness of internal control has a certain intermediary effect on the impact of geographical dispersion on the social responsibility of food enterprises. This study not only enriches the study on factors affecting CSR but also helps to reveal and examine the current situation and causes of CSR of food industry in China, so as to put forward corresponding improvement measures.

Key Words: regional diversification; geographical dispersion; effectiveness of internal control; corporate social responsibility; enterprises in food industry; parent and subsidiary companies