Archive of SID

مجله علمی- پژوهشی دانش حسابداری مالی
دوره ۵- شماره(۱)، پیاپی ۱۶، بهار ۱۳۹۷ صفحه‌های ۱۲۷-۱۵۱

بررسی رابطه بین عملکرد اجتماعی، ساختار مالکیت و حاکمیت شرکتی

نسترن صبوحی
گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران
امیر محمدزاده*
استادیار گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی ارتباط بین عملکرد اجتماعی، ساختار مالکیت و حاکمیت شرکتی در بورس اوراق بهادار تهران طی بازه زمانی ۱۳۸۹-۱۳۹۴ انجام شده است .روش تحقیق بدین صورت است که پس از اعمال محدودیت‌ها بر جامعه آماری ۹۲ شرکت (۵۵۵ سال-شرکت) به عنوان نمونه انتخاب شدند. در این پژوهش از داده‌های ترکیبی (سال- شرکت) استفاده شده است و داده ها با استفاده از تکنیک آماری رگرسیون خطی و با استفاده از نرم افزار Eviews مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. یافته های حاصل از تجزیه و تحلیل داده ها حاکی از آن است که بین تمرکز مالکیت، مالکیت نهادی، مالکیت دولتی، استقلال هیئت مدیره، اندازه شرکت، اهرم مالی و مسئولیت اجتماعی رابطه معناداری وجود ندارد، اما بین اندازه هیئت مدیره، دوگانگی وظیفه مدیرعامل، نرخ بازده دارایی، نقدینگی و مسئولیت اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به یافته های بدست آمده می توان اینگونه نتیجه گرفت که وضع قوانین و اجرای آنها در خصوص مسئولیتهای اجتماعی، الزامات قانونی در جهت افشای الزامی اطلاعات مالی، توجه سرمایه گذاران و سهامداران به رویکردها و اهداف شرکتها و ساختار مالکیتی و ترکیب هیئت مدیره آنها تاثیر بسزایی در عملکرد اجتماعی شرکتها دارد و نتایج مثبت عملکردهای اجتماعی باعث بوجود آمدن مزیت های رقابتی شرکتها و تبعات مثبت در سایر عملکردهای مالی شرکت خواهد شد.

واژگان کلیدی: عملکرد اجتماعی، حاکمیت شرکتی، ساختار مالکیت، مالکیت دولتی.

---

* تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۸/۵ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۹۶/۱۲/۲۲
آدرس الکترونیکی نویسنده عهده‌دار مکاتبات: amn_1378@yahoo.com

www.SID.ir

Archive of SID

۱- مقدمه

این پژوهش تاثیر مؤلفه‌های حاکمیت شرکتی و ساختار مالکیت، بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را بررسی می نماید. در واقع پژوهش به منظور فراهم آوردن شواهدی در ارتباط با نقش مسئولیت اجتماعی از منظر ارتباط افشای اطلاعات مربوط به مسئولیت اجتماعی و ابعاد آن با ویژگی‌های شرکت، صورت پذیرفت. این تحقیق از آن‌جهت دارای اهمیت است که به مدیران، سرمایه‌گذاران، سهامداران و تحلیل گران مالی نشان می‌دهد که افشای مسئولیت اجتماعی به واسطه نقشی که می‌تواند در حفظ ارتباطات میان واحد تجاری و ذینفعانشان داشته باشد، موجب افزایش آگاهی ذینفعان، در خصوص مسئولیت‌ها و تعهدات اخلاقی شرکت نسبت به جامعه می‌شود و در تصمیمات سرمایه‌گذاری و مالی مورد توجه قرار می‌گیرد و متعاقب آن سرمایه‌گذاران را تشویق می‌کند که باید از حق قانون‌گذاری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها حمایت کنند و الزام به پاسخگویی و تعهد یک شرکت در قبال عملکرد خود در برابر اجتماع باشند.

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، بخش جدایی‌ناپذیری از کتب و مقالات مالی و اقتصادی جهان تلقی می‌شود و تمایل به سرمایه‌گذاری در شرکت‌هایی که اعمال و گزارشگری مسئولیت اجتماعی دارند، در حال افزایش است. افشای مسئولیت اجتماعی به‌عنوان پل ارتباطی بین واحد تجاری و ذینفعان است و باعث جذب سرمایه‌گذاران نهادی می‌شود. سرمایه‌گذاران نهادی با توجه به مالکیت بخش قابل‌توجهی از سهام شرکت‌ها از نفوذ قابل‌ملاحظه‌ای در شرکت‌های سرمایه پذیر برخوردار بوده و می‌توانند رویه‌های مدیران را تحت تأثیر قرار دهند و با ارائه اطلاعات دقیق از سوی شرکت‌ها به رعایت اخلاق حرفه‌ای بپردازند (پور علی و حجامی، ۱۳۹۳؛ ۱۳۷). مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها مربوط به جنبه های اخلاقی و اخلاقیات در تصمیم گیری و رفتار سازمانی است و به این ترتیب مربوط به مسائل پیچیده مانند حفاظت از محیط زیست، مدیریت منابع انسانی، بهداشت و ایمنی در محل کار، روابط اجتماعی و روابط با مشتریان می باشد (گریس-گیل[۱]، ۲۰۱۶؛ ۲).

در سال‌های اخیر نظریه‌ای بیان‌شده است مبنی بر اینکه واحدهای تجاری می‌توانند ایجاد ثروت، اشتغال و نوآوری کنند، بازار را تأمین نمایند و فعالیتشان را تقویت کرده و رقابتشان را بهبود بخشند. درصورتی‌که برای حفظ اجتماعی که خود در راه‌اندازی آن نقش اساسی داشته‌اند، همکاری کنند و در مقابل جامعه نیز با فراهم کردن شرایط لازم به‌منظور کسب بازده توسط سرمایه‌گذاران و ایجاد اطمینان برای ذینفعان از نبود فعالیت‌های ناعادلانه، بسترهای مناسبی جهت توسعه و پیشرفت واحدهای تجاری را فراهم کند (ساندهو و کاپور[۲]، ۲۰۱۰؛ ۵۰). محققان ادعا کرده اند که شرکت‌ها مسئول طیف وسیعی از ذینفعان هستند که شامل نه تنها سهامداران بلکه کارمندان، تامین کنندگان، واحدهای دولتی، جوامع و محیط طبیعی می باشند (لی[۳] و همکاران، ۲۰۱۶؛ ۳۰۷). مسئولیت اجتماعی شرکت می‌تواند منافعی را برای سازمان و مشتری ایجاد کند. کریر و راس[۴] (۱۹۹۷؛ ۴۲۳)، دریافتند که مشتریان از واحدهای تجاری انتظار دارند که اخلاق را در اداره واحدهای تجاری خود

www.SID.ir

Archive of SID

رعایت نمایند. مهر و وب[5] (۲۰۰۵؛ ۱۲۴)، نیز اثبات کردند که مشتریان ترجیح می‌دهند تا از شرکت‌هایی که نسبت به مسئولیت اجتماعی خود آگاه هستند، خرید نمایند. شرکت‌ها با پیشرفت در جهت مسئولیت اجتماعی این مسئله را درمی‌یابند که راحت‌تر می‌توانند نیروی تازه به‌کارگیرند و کارکنان باتجربه را برای یک دوره زمانی کافی که برای موفقیت یک واحد تجاری واجب هستند حفظ کنند (توربان و گرنینگ[6]،۱۹۹۷؛ ۶۶۱). حمایت دولت نیز از منافع دیگر مسئولیت اجتماعی به شمار می‌رود، زیرا سازمان‌های تجاری نوع‌دوست که در برابر مسئولیت اجتماعی خودشان تعهد بیشتری دارند، دعاوی کمتری را از طرف قانون‌گذاران، که ممکن است حکومت یا ممیزین مالیاتی باشند، دریافت می‌کنند (ساندهو و کاپور، ۲۰۱۰؛ ۵۰). ملکیان و دریایی (۱۳۹۰) به نقل از بارنیا و روبین[7] (۲۰۱۰؛ ۷۳)، بیان داشتند که سرمایه‌گذاری بر روی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها اثرات مثبتی بر شهرت و اعتبار دارد، سهامداران و مدیران تمایل به سرمایه‌گذاری در مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها دارند. این رفتار منبع درگیری بین سهامداران عمده و خرد می‌شود، چرا که اولی به دنبال دستیابی به اهداف شخصی از طریق سرمایه‌گذاری فراتر از آستانه مطلوب می‌باشد و دومی مخالف این هزینه‌ها می‌باشد زیرا بر این باور است که این سرمایه‌گذاری می‌تواند کاهش‌دهنده‌ی ارزش شرکت باشد. وجود سهامداران عمده، هزینه‌های نمایندگی را کاهش می‌دهد، زیرا با این وجود تمایل مدیران در جهت گام برداشتن در راستای منافع سهامداران افزایش می‌یابد و به‌تبع آن تقلب در گزارشگری مالی به‌واسطه دست‌کاری سود حسابداری به نحو چشمگیری کاهش خواهد یافت (ملکیان و دریایی،۱۳۹۰؛ ۱۴۶). به بیان بنابو و تیرول[8] (۲۰۰۶؛ ۱۶۵۸)، تلاش بیش‌ازحد برای اعتبار اجتماعی می‌تواند زیان‌بار باشد، تا آنجا که هرچه فعالیت‌ها در این زمینه بیشتر رسانه‌ای شوند، بیشتر تعقیب یک تصویر دروغین به‌جای نوع‌دوستی واقعی خواهند بود. برخی دیگر بر این باورند که شرکت‌ها می‌توانند از مسئولیت اجتماعی برای حل و فصل اختلافات بین مدیران و سهامداران استفاده کنند. برامر و میلینگتون[9] (۲۰۰۵؛ ۷)، بیان می‌کند که تمرکز مالکیت عاملی تعیین‌کننده در سرمایه‌گذاری بر مسئولیت اجتماعی شرکت است. جانسون و گرینینگ[10] (۱۹۹۹؛ ۵۶۲) و نئوبائوم و زهرا[11] (۲۰۰۶؛ ۱۱۲)، نیز تأثیر مثبت بودجه‌های مقرر شده در مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را نشان داده اند. جو و هارجوتو[12] (۲۰۱۲؛ ۵۴)، با اثر مثبت سازمان‌های نهادی به طورکلی موافق بوده اند. اما بارنیا و روبین (۲۰۱۰؛ ۷۴)، هیچ تأثیر قابل‌توجهی نیافتند. با توجه به مطالب فوق و با توجه به اینکه هیچ پژوهشی در خصوص بررسی همزمان مولفه های ساختار مالکیت و حاکمیت شرکتی و تاثیر آن بر عملکرد اجتماعی شرکت مورد بحث و بررسی قرار نگرفته است، در این پژوهش این روابط پرداخته شده است. همچنین در این پژوهش سعی شده است به این سوال پاسخ داده شود که آیا مولفه های حاکمیت شرکتی و مالکیت بر عملکرد اجتماعی شرکت‌ها تاثیر گذار هستند؟ در ادامه مقاله به مبانی نظری و پیشینه تحقیق، روش تحقیق، یافته ها و نتیجه گیری و پیشنهادات پرداخته شده است.

www.SID.ir

Archive of SID

۲- مبانی نظری، ادبیات و فرضیه ها

بر اساس نظریه سازمانی جدید، شرکت‌ها با محیط اجتماعیشان ارتباط داشته و ساخته می‌شوند (مهدوی و همکاران، ۱۳۹۴؛ ۸۸). رویه‌های شرکت، ارزش‌های منفرد آن‌ها را دیگر انعکاس نمی‌دهند، بلکه توسط جامعه هدایت می‌شوند و آن‌ها را قادر می‌سازد تا برای وضعیت "سازمان‌های خوب" شایسته باشند. از این رو، مسئولیت اجتماعی و اتخاذ رویه‌های حاکمیتی مشخص، پاسخی به فشارهای سازمانی و تضمین کننده دوام آن باشد. بنابراین نظریه مشروعیت، تشابه بین رویه‌های حاکمیتی و رفتارهای اجتماعی مسئولانه اتخاذ شده توسط شرکتها را ذکر می‌کند (دو کیسی و مونتاندرائو[۱۳]، ۲۰۱۵؛ ۳۸۵).

۲-۱- تمرکز مالکیت و مسئولیت اجتماعی

برامر و میلینگتون به نقل از جنسن و مکلینگ[۱۴] (۱۹۷۶) بیان داشتند که در نظریه نمایندگی، سهامداران به مدیران مجوز اعطا می‌کنند تا به نیابت از آن‌ها عمل کنند. مسائل نمایندگی به این علت رخ می‌دهد که سهامداران تنها می‌توانند اندکی بر کار مدیران نظارت داشته باشند که اهداف آن‌ها متفاوت است. ممکن است مدیران، منابع شرکت را برای تامین ترجیحات شخصی شان شامل سرمایه گذاری مسئولیت اجتماعی اختصاص دهند (برامر و میلینگتون، ۲۰۰۸؛ ۶۵). از این رو باید مسئولیت اجتماعی بزرگتری را به عنوان نتیجه مالکیت پراکنده، با درجات بالای صلاحدید اعطا شده به مدیران شرکت لحاظ کنیم (دنیس[۱۵]و همکاران، ۲۰۱۲؛ ۱۰۳). مالکیت متمرکز موجب ایجاد تعارضات بین سهامدار– مدیر و نیز سهامداران اکثریت و اقلیت می‌شود (گینگلینگر و لهر[۱۶]، ۲۰۰۶؛ ۸۱). نویسندگان متعددی، دسته بندی نقش ایفا شده توسط سهامداران بر اساس اندازه شان را مطرح کرده اند؛ برای مثال، ادمتی[۱۷]و همکاران (۱۹۹۴؛ ۱۱۰۰) ادعا کردند که سهامداران با سهام دارای تنوع خوب، انگیزه‌های بیشتری (ریسک بیشتر، صرفه جویی‌های مقیاس) برای مشارکت در نظارت دارند، ولو اینکه با مسئله بهره‌وری بی‌هزینه روبرو شوند. هلدرنس و شیهان[۱۸] (۱۹۸۸؛ ۳۱۹) به نقل از ائوکی[۱۹] (۱۹۸۴) نیز از نظریات مدیریتی قوی تر سهامداران بزرگ گفته اند، که آن‌ها بهترین تصمیم گیری در سرمایه گذاری را دارند، چرا که در ارزیابی جایگزین‌های مختلف، بهتر عمل می‌کنند. کنترل اعمالی از طرف سهامداران بزرگ، به تمام سهامداران نفع می‌رساند، هرچند تمام آن‌ها متحمل هزینه ای نمی‌شوند. برای مثال، فعالیت‌ها و هزینه صرف شده توسط سهامداران بزرگ، با پاداش روبرو نمی‌شود، چرا که سرمایه گذاری‌های مسئولیت اجتماعی، به تمام سهامداران سود می‌رساند (دم و اسکولتنس[۲۰]، ۲۰۱۳؛ ۱۲۰). هرچه سهم یک سهامدار بیشتر باشد، احتمال پرداختن به برنامه‌های مسئولیت اجتماعی که بازگشت آشکاری به سرمایه گذاری ندارد کمتر است، ولو اینکه از نظر اجتماعی بهینه باشند. از آنجا که سهامداران بزرگ هم انگیزه و هم توان تاثیر بر مدیران را دارند، می‌توانند آن‌ها را از سرمایه گذاری در فعالیت‌های بیشینه سازی ارزش که سهامدار از آن نفعی نمی‌برد، بازدارند (دسندر و اپور[۲۱]، ۲۰۱۳؛ ۸). بارنیا و رابین (۲۰۱۰) نیز یک رابطه منفی را پیش بینی کردند: از آن جا که

www.SID.ir

Archive of SID

سرمایه گذاری در مسئولیت اجتماعی تاثیر مثبتی بر شهرت و اعتبار دارد، رضایت روانی سهامداران بزرگ برای سرمایه گذاری بیشتر در مسئولیت اجتماعی را می‌طلبد. این رفتار منشا تعارض بین سهامداران اکثریت و اقلیت می‌شود، زیرا اکثریت با سرمایه گذاری فراتر از آستانه بهینه به دنبال اهداف شخصی هستند و اقلیت، در صورتی که این مخارج ارزش شرکت را پایین بیاورد، با آن مخالفت می‌کنند. مقالات رو به رشدی از یک فرضیه برای تفکیک تعارض استفاده می‌کنند (کالتون و پین[۲۲]، ۲۰۰۳؛ ۱۵۳)، تا به شرکت‌ها پیشنهاد دهند که از مشارکت مسئولیت اجتماعی برای حل تعارضات بین مدیران و سهامدارن استفاده کنند (جو وهارجوتو، ۲۰۱۲؛ ۵۶). دم و اسکولتنس (۲۰۱۳؛ ۱۲۲)، با چند نمونه از شرکتهای اروپایی، رابطه منفی آن با عملکرد اجتماعی را نشان دادند به طوری که با افزایش درصد سهم بزرگترین سهامدار، کاهش می‌یابد. برامر و میلینگتون (۲۰۰۵؛ ۹) یافته‌های مشابهی را ارائه دادند: کمک به خیریه‌ها در شرکت‌هایی که مالکیت متمرکز دارند، کمتر است. در نهایت، بارون[۲۳]و همکاران (۲۰۰۸؛ ۲۵) نشان دادند که عملکرد اجتماعی باید به منابع در دسترس مدیران و صلاحدیدی که باید برای اهداف موردنظرشان دارند، بستگی داشته باشد به طوری که با تقویت مدیریتی افزایش می‌یابد و با نظارت خارجی کاهش می‌یابد. ما با ترکیب مباحث گفته شده، فرضیه اول را به صورت زیر مطرح می کنیم:

فرضیه اول: تمرکز مالکیت تاثیر منفی بر عملکرد اجتماعی شرکت دارد.

۲-۲- سهامداران و مسئولیت اجتماعی

توزیع سهام بین سهامداران و نیز انواع سهامداران می‌تواند بر تصمیمات شرکت تاثیر بگذارد. سهامداران بسته به نوعشان اهداف متفاوتی را دنبال می‌کنند، بنابراین پیش بینی می‌شود که مدیران به طور متفاوت عمل کنند و این تفاوت در تصمیمات مسئولیت اجتماعی آن‌ها نیز وجود دارد. هدف اصلی مدیریت شرکتها دستیابی به ارزش سهامداران بلند مدت است؛ چرا که رهبران شرکتها از بهترین شیوه های مدیریت می توانند عملکرد مالی و ارزش بازار را برای شرکتهایشان به ارمغان بیاورند (میسیری[۲۴]، ۲۰۱۴؛ ۴۹). توزیع سهام در میان سهامداران می تواند بر تصمیمات شرکت مانند تصمیمات انواع سهامداران تاثیر بگذارد. با توجه به نوع آنها، سهامداران اهداف متفاوتی را دنبال می کنند، بنابراین مدیران در تصمیم گیریهای مسئولیت اجتماعیشان متفاوت عمل می کنند (دوکیسی و مونتاندرائو، ۲۰۱۵؛ ۳۸۶). سرمایه گذاران نهادی به نیابت از دیگران پولشان را سرمایه گذاری می‌کنند، به گونه ای که نقش نظارت وکالتی دارند (اسکولتنس و ون ونسوین[۲۵]، ۲۰۰۰) و به دنبال بیشینه سازی رابطه ریسک–بازده هستند. سرمایه گذاران نهادی، با هزینه‌های کمتر برای دسترسی و پردازش اطلاعات از شرکت‌هایی که عدم تقارن اطلاعاتی دارند، اجتناب می‌کنند و کنترل موثرتری را نسبت به دیگر دسته‌های سهامداران اعمال می‌کنند (کارنی[۲۶]، ۱۹۹۷؛ ۷۷). آن‌ها باید در به چالش کشیدن یا پرسش از تصمیمات مدیریت، بیشتر حساس باشند. بسیاری از مطالعات تجربی این نقش سرمایه گذاران نهادی، خصوصاً در بازار امریکا با نتایج متناقضی، را نشان داده اند. جانسون و

www.SID.ir

Archive of SID

گرینینگ (۱۹۹۹؛ ۵۶۹) و نئوباوم و زهرا (۲۰۰۶؛ ۱۱۲) از تاثیر مثبت وجوه بازنشستگی بر عملکرد اجتماعی سخن گفته اند و جو و هارجوتو (۲۰۱۲؛ ۵۷) در مورد تاثیر مثبت موسسه های نهادی به طور کلی هم عقیده هستند. اما بارنیا و روبین (۲۰۱۰؛ ۷۷) هیچ تاثیر قابل توجهی نیافتند و وداک و گریوز[۲۷] (۱۹۹۴؛ ۱۰۳۶) نشان دادند که هیچ پاداشی برای عملکرد اجتماعی بهبود یافته از نظر مالکیت نهادی وجود ندارد. خارج از ایالات متحده، به گفته دم و اسکولتنس (۲۰۱۲؛ ۱۲۵)، در اروپا نتایج، رابطه ناملموسی نشان می‌دهند، اما در کره طبق مطالعه اَهه[۲۸] و همکاران (۲۰۱۱؛ ۲۸۷)، رابطه ای مثبت وجود دارد. بنابراین فرضیه دوم تحقیق به قرار زیر خواهد بود:

فرضیه دوم: مالکیت نهادی بر عملکرد اجتماعی شرکت تاثیر منفی دارد.

۲-۳- نقش حاکمیت شرکتی

حاکمیت شرکتی می تواند نقش مهمی در ثبات بازارهای مالی و توسعه اقتصادی داشته باشد. محققان حاکمیت شرکتی با توجه به روابط بین حاکمیت شرکتی و عملکرد مالی شرکت ها و ارزش بازار، نتایج بحث برانگیزی ارائه داده اند. سیستم قوی حاکمیت شرکتی ابزاری مهم برای کاهش تضاد منافع بین ذینفعان و مدیریت است. محققان تاکید می کنند که حاکمیت شرکت ها به عنوان عاملی حیاتی در ثبات و رشد اقتصادی بازارهای مالی به رسمیت شناخته شده است (درویش[۲۹]، ۲۰۱۵؛ ۴). حاکمیت شرکتی، سازمان‌ها و قواعد و رویه‌هایی را که توان مدیران را مشروعیت می‌بخشند، معین می‌کند اگرچه مشخصه های حاکمیت شرکتی نقش های مختلفی در تضمین موفقیت شرکتها دارند، اما در نهایت تنها نقش پاسخگویی است که بر اقتصاد تجاری تاثیر می گذارد. با توجه به تحقیقات انجام شده، اگر شرکتها برای بهبود و توسعه مدیریت شرکت تلاش کنند، تاثیر مثبتی بر عملکرد و ارزش شرکت خواهد داشت (منافی[۳۰] و همکاران، ۲۰۱۵؛ ۵۷). کارهای تجربی متعددی، تاثیر حاکمیت شرکتی بر عملکرد اجتماعی را مورد بررسی قرار داده اند (اگیلرا[۳۱] و همکاران، ۲۰۰۶؛ ۱۴۹). برونو گومز-مجیا[۳۲] (۲۰۰۹؛ ۱۰۵) سودمندی سازوکارهای حاکمیتی برای کاهش علایق متنوعی که چارچوب نظریه نمایندگی مرتبط با رویه‌های عملکرد اجتماعی را تشکیل می‌دهند، نشان دادند. نه تنها مدیران بلکه تمام سهامداران علایق آشکار و مشروعی در شرکت، مخصوصاً در ارتباط با مسائل محیطی، دارند. سهامداران باید رویه‌های خوب حاکمیتی را ارتقا دهند و از این رو رویه های خوب را برای تحریک شرکت ها به سمت مسئولیت اجتماعی تشویق کنند (هیل و جونز۱۹۹۲،[۳۳]؛ ۱۳۵). یعنی حاکمیت شرکتی باید نه تنها بر قرارداد صریح بین مدیران و سهامداران، بلکه بر قرارداد ضمنی بین مدیران و سایر سهامداران نیز تاثیر بگذارد. با توجه به مطالب بیان شده فرضیه سوم تحقیق به شرح زیر می باشد:

فرضیه سوم: مالکیت دولتی تاثیر مثبتی بر عملکرد اجتماعی شرکت دارد.

www.SID.ir

Archive of SID

۲-٤- هیئت‌مدیره

تحقیقات پیشین با توجه به رویه‌های حاکمیتی، نقش مهمی را به ترکیب هیئت مدیره تخصیص می‌دهند. درجه تاثیر هیئت مدیره شدیداً به سطح استقلال آن بستگی دارد، چرا که مدیران مستقل ظرفیت بیشتری برای شنیده شدن و اعمال نیازهای سهامدار دارند. حضور مدیران "طرفدار سهامدار" یا حتی آن‌هایی که ارتباطات خاصی ندارند، برای مسئله مسئولیت اجتماعی، مخصوصاً در حضور نماینده‌های دولتی، محققان یا اساتید، باید تمایلاتشان را ارتقا دهد (والز[۳۴] و همکاران، ۲۰۱۲؛ ۲۵۸). سهامداران با ادعاهای مشروع محیطی، مدیران را برای مشارکت در معیارهای محیطی در تصمیمات حقوق اداری شان ترغیب می‌کنند (بارونو گومز–مجیا، ۲۰۰۹؛ ۱۰۵). این مدیران مستقل باید برای پاسخ گویی به فشارها از جانب سهامداران با ایجاد کمیته‌های مشخص، بیشتر فعالیت کنند. تاثیر هیئت مدیره بر فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی، موضوع تعدادی از مطالعات نظری و تجربی بوده است. تاثیر مثبت مدیران مستقل بر کمیته‌های مسئولیت اجتماعی، در مطالعه انجام شده توسط هارجوتو و جو (۲۰۱۱) با توجه به عملکرد زیست محیطی آشکار شده است. این ارتباط بر طبق مطالعه والز و همکاران (۲۰۱۲) قابل توجه نبود. به عقیده فاما[۳۵]و همکاران (۱۹۸۳)، مدیران غیرموظف به تفکیک تصمیمات مدیریت کمک می‌کنند و هنگامی‌که محدودیت‌های خارجی بر رفتار مدیران اجرایی ضعیف است، بهتر است تا اکثراً اعضا هیئت‌مدیره از مدیران غیرموظف باشند (سلمن و سلمن، ۱۳۸۴؛ ۴۹). اگر مدیرعامل از اعضای هیئت‌مدیره باشد، به این وضعیت دوگانگی وظیفه مدیرعامل اطلاق می‌گردد. در واقع در این حالت مدیرعامل به‌طور بالقوه اختیار بیشتری دارد. ساختار دوگانه همچنین به مدیرعامل اجازه می‌دهد تا اطلاعات در دسترس سایر اعضا هیئت‌مدیره را به‌طور مؤثری کنترل کند و از نظارت مؤثر جلوگیری به عمل آورد (آقایی و چالاکی، ۱۳۸۹؛ ۷). دسندر و اپور (۲۰۱۳؛ ۶) در پژوهشی با عنوان، حاکمیت شرکتی و عملکرد اجتماعی شرکتی، به بررسی این مطلب پرداختند که آیا استقلال هیئت‌مدیره و تمرکز مالکیت و نوع مالکیت بر عملکرد اجتماعی شرکتی تأثیرگذار است. نتایج حاصل از پژوهش آن‌ها نشان دادند که عملکرد اجتماعی شرکتی به‌صورت مثبت با استقلال هیئت‌مدیره و به‌صورت منفی با تمرکز مالکیت در ارتباط است. همچنین، نتایج نشان دادند که نوع مالکیت تأثیری بر عملکرد اجتماعی ندارد. بنابراین فرضیه های چهارم تا ششم بدین شرح می باشند:

فرضیه چهارم: اندازه هیئت‌مدیره تاثیر منفی بر عملکرد اجتماعی شرکت دارد.

فرضیه پنجم: دوگانگی وظیفه مدیرعامل تاثیر منفی بر عملکرد اجتماعی شرکت دارد.

فرضیه ششم: استقلال هیئت‌مدیره تاثیر مثبتی بر عملکرد اجتماعی شرکت دارد.

۲-۵- اندازه شرکت

در تحقیقات مختلف از معیارهای متفاوتی برای سنجش اندازه شرکت استفاده شده است. مسکو[۳۶] (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان «رابطه بین ساختارهای مالکیت و سرمایه شرکت‌های فهرست شده

www.SID.ir

Archive of SID

در بورس بخارست» به بررسی تأثیر ساختار سرمایه و ساختار حاکمیت پرداخته است. برای این منظور اطلاعات تعداد ۵۲ شرکت فعال در بورس بخارست طی سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۲ با استفاده از مدل رگرسیونی موردبررسی قرار گرفت. او ساختار حاکمیت را به‌صورت اندازه هیئت‌مدیره، اعضای هیئت‌مدیره، دوگانگی رئیس شرکت، رئیس هیئت‌مدیره و ساختار سهامداران در نظر گرفت. نتایج نشان داد که سودآوری شرکت‌ها ساختار سرمایه را تحت تأثیر قرار داده و هرچه شرکت‌ها بزرگ‌تر باشند، سودآوری بیشتر است. همچنین بیان نمود که ساختار مالکیت بر ساختار سرمایه تأثیرگذار است. علاوه بر این زمانی که شرکت بزرگ‌تر است، قابلیت سودآوری شرکت بیشتر است (مهدوی و همکاران، ۱۳۹۴؛ ۹۰). بنابراین فرضیه هفتم تحقیق حاضر به صورت زیر بیان می گردد:

فرضیه هفتم: اندازه شرکت تاثیر مثبتی بر عملکرد اجتماعی شرکت دارد.

۲-٦- عملکرد مالی

از آنجا که ابعاد اقتصادی گسترده و متشکل از بسیاری از جنبه های مختلف است، تعیین اینکه چگونه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی ارتباط دارد، دشوار است. به منظور ارزیابی مزایای مالی بالقوه، شرکتهایی که چنین فعالیتهایی را انجام می دهند، مطالعات متعددی انجام شده است که تلاش می کند ارتباط بین مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی را تشخیص دهد (کارلسون[۳۷] و همکاران، ۲۰۱۵؛ ۲۹). براساس دیدگاه اقتصاد نئوکلاسیک و آزاد، مسئولیت اجتماعی رابطه معکوسی با عملکرد مالی دارد (فریدمن[۳۸]، ۱۹۷۰؛ ۱۲۴). تعهدات یا مخارج اجتماعی، سرمایه گذاری استراتژیک نیستند، بلکه هزینه‌هایی هستند که سوددهی را کاهش می‌دهند. هرچند بررسی‌های اخیر بر دشواری مقایسه مطالعات قبلی به علت عدم یکنواختی در اندازه گیری عملکرد مالی و عملکرد اجتماعی تاکید دارند. با این وجود به طور کلی، بررسی‌ها در مورد ارتباط مثبت بین عملکرد اجتماعی و عملکرد مالی شرکت هم رای هستند. فراتحلیل انجام شده توسط مارگولیسو والش[۳۹] (۲۰۰۷) ارتباط مثبت و نیز وجود چرخه اخلاقی را تایید می‌کند: عملکرد مالی خوب منجر به عملکرد مالی بالاتر می‌شود که به بهبود عملکرد مالی شرکت می‌انجامد(مارگولیس و والش[۳۹]، ۲۰۰۷؛ ۲۳). بنابراین یک انگیزه اخلاقی جایگزین، اولویت پایین تری را به هدف تولید ارزش سهامدار می‌دهد، اما شامل استدلال‌هایی برای توسعه پایدار، اخلاق و سرمایه داری مسئولانه است. این دیدگاه، تفکیک جنبه‌های اقتصادی و اخلاقی را مورد پرسش قرار می‌دهد. بر اساس نظریه سهامداری، که مسئولیت‌های شرکت را فراتر از بیشینه سازی سود تشریح می‌کند، رفتار اجتماعی تاثیر مثبتی بر عملکرد مالی دارد. چرا که هرچه هزینه‌های ضمنی برای یک شرکت مشهور کمتر باشد، عملکرد تجاری آن بهتر است و رفتار اجتماعی یک مزیت رقابتی ارائه می‌دهد که می‌تواند سوددهی را بهبود بخشد (کرنل و شپیرو[۴۰]، ۱۹۸۷؛ ۸). قواعد قانونی، اخلاقی، مشروع و عادلانه، محدود کننده هستند؛ با یادآوری پیمان اجتماعی بین شرکت و جامعه، بر مسیری که قواعد در آن ایجاد می‌شود (ازجمله بهترین رویه‌های موجود برای حاکمیت، مشخصات رفتار اجتماعی مسئولانه)، تاکید می‌کنند. بنابراین هر شرکتی که مسئولیت‌های خود را

www.SID.ir

Archive of SID

فرض نکند یا از قدرت وابسته به مقام خود سوءاستفاده کند، از طریق پس گرفتن مسئولیتهای آن، توسط جامعه تحریم می‌شود دونالدسون و دانفی[۴۱] (۱۹۹۵؛ ۶۹). با توجه به اینکه اهرم مالی از تقسیم کل بدهی‌ها بر کل دارایی‌ها محاسبه می گردد، ما فرضیه هشتم را به صورت زیر درنظر می گیریم:
فرضیه هشتم: اهرم مالی تاثیر مثبتی بر عملکرد اجتماعی شرکت دارد.

۲-۷- نرخ بازده دارایی ها

پارادایم‌های حسابداری مالی متفاوت از مطالعات افشای مسئولیت اجتماعی است و تفاوت اصلی درباره سود واقعی است. در دیدگاه افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، سود واقعی نامربوط است زیرا تمرکز روی اهداف مالی، با نگرش مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها سازگار نیست و لذا پارادایم و متدولوژی آن نیز ضرورتاً باید تغییر یابد و الگوی تحقیقاتی برای افشاهای اختیاری مطرح شود و این الگوها شامل استانداردسازی، قابلیت ارزیابی و قابلیت اعتماد افشاهای اختیاری باشد. همچنین، در به‌کارگیری شیوه‌های افشا باید بین افشای داوطلبانه و غیرداوطلبانه تفاوت قائل شد. بنیان‌های نظری افشای اجتماعی شرکت به‌آسانی شناسایی نمی‌شود و چندین نظریه اقتصاد سیاسی و نظریه‌های اقتصادی دیگر درگذشته به‌کاربرده شده است، در حالی‌که این نظریه‌ها، هرگز به‌طور کامل در این زمینه آزمون نشده است و فقط فرضیات هزینه سیاسی با اندازه مورد آزمون قرارگرفته است (دو کیسی و مونتاندرائو، ۲۰۱۵؛ ۳۸۹). رابینز و کالتر[۴۲] (۲۰۰۵) معتقدند که معیارهای مورد استفاده برای اندازه گیری عملکرد مالی یک سازمان عینی بوده و فقط عملکرد مالی کوتاه مدت را اندازه می گیرد (نوربخش و فیض آبادی، ۱۳۹۵؛ ۲). با توجه به مطالب بیان شده، فرضیه نهم تحقیق به قرار زیر درنظر گرفته شده است:
فرضیه نهم: نرخ بازده دارایی بر عملکرد اجتماعی شرکت تاثیر منفی دارد.

۲-۸- نقدینگی

نقدینگی و هزینه‌های تجاری می‌تواند دشواری‌ها و زیان بیشتری برای سرمایه گذاران نهادی به وجود آورد (پاوند[۴۳]، ۱۹۹۲؛ ۸۶). مالکیت متمرکز می‌تواند سطح فعالیت تجاری را کاهش دهد یا بر قیمت‌های سهام تاثیر گذارد؛ کاهش نقدینگی بازار می‌تواند بر توانایی سرمایه گذاران برای فروش سهامشان تاثیر بگذارد (هولمستروم و تیرول[۴۴]، ۱۹۹۳؛ ۶۸۳). شواهد تجربی نشان می‌دهد که نقدینگی بازار سهام در کشورهایی با قانون مدنی کاهش می‌یابد (چانگ[۴۵]و همکاران، ۲۰۱۲؛ ۶۹۰)؛ مالکیت توده ای برای نقدینگی بازار در فرانسه برای شرکت زیان آور است و هزینه تجاری به طور قابل توجهی در کشورهایی با قانون مدنی مانند فرانسه بیشتر است (السواراپو و ونکترمن[۴۶]، ۲۰۰۶؛ ۱۰۸۸). بنابراین فرضیه دهم تحقیق به شرح زیر بیان می گردد:
فرضیه دهم: نقدینگی تاثیر مثبتی بر عملکرد اجتماعی شرکت دارد.

www.SID.ir

Archive of SID

۳-روش تحقیق

در این پژوهش ما به توصیف و مطالعه آنچه هست می‌پردازیم، بنابراین روش تحقیق مناسب که در این روش به‌کار رفته است، روش تحقیق توصیفی است. از آنجا که هدف پژوهش حاضر ارتقای مسئولیت‌پذیری اجتماعی در بین شرکت‌های ایرانی است، لذا تحقیق حاضر از جنبه هدف کاربردی و از آنجا که پژوهش حاضر به کشف رابطه علی و معلولی بین متغیرها می‌پردازد، از نظر ماهیت تحقیق علّی می‌باشد. همچنین تحقیق حاضر با توجه به داشتن متغیرهای کمی و کیفی از نظر انواع داده ترکیبی است.

روش گردآوری داده‌ها میدانی بوده است. داده‌های لازم با مراجعه به سایت بورس اوراق بهادار تهران، لوح‌های فشرده سازمان بورس اوراق بهادار، صورت‌های مالی و یادداشت‌های توضیحی، گزارشات هیئت‌مدیره و نرم‌افزار ره‌آورد نوین گردآوری می‌شود.

جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران است که در دوره‌ای ۶ ساله از ۱۳۸۹-۱۳۹۴ در بورس اوراق بهادار تهران فعالیت داشته‌اند.

در این تحقیق ابتدا شرکت‌هایی که دارای شرایط ذکر شده در نگاره (۱) باشند، به‌عنوان نمونه مورد تحقیق قرار می‌گیرند.

نگاره ۱. جامعه آماری و نمونه

توضیح	تعداد شرکت ها
کل شرکت های موجود در بورس	۴۷۵
شرکت های غیر منطبق با ۲۹ اسفند	۱۰۹
شرکت های سرمایه‌گذاری، بانکها و بیمه	۹۰
شرکت هایی که بیشتر از ۳ ماه وقفه معاملاتی دارند	۷۰
شرکت هایی که بعد از سال ۸۹ در بورس پذیرفته‌شده‌اند (در طی سال‌های مورد بررسی فعال نیستند).	۸۶
شرکت های مشمول نمونه پژوهش	۱۲۰
تعداد نمونه انتخاب شده طبق جدول مورگان	۹۲

بنابراین ابتدا از طریق حذف سیستماتیک شرکت‌های واجد شرایط را در نمونه مشخص نموده و سپس با استفاده از جدول مورگان تعداد دقیق نمونه را محاسبه می‌کنیم، شرایط مذکور به شرح زیر است:

۱- جزو واسطه‌گری‌مالی، بانک‌ها، بیمه و سرمایه‌گذاری‌ها نباشد.
۲- سال مالی آن‌ها به ۱۲/۲۹ ختم شوند.
۳- در طی سال‌های مورد بررسی (از ابتدای ۸۹ تا انتهای ۹۴) تغییر سال مالی نداده باشند.
۴- در طی سال‌های مورد بررسی (از ابتدای ۸۹ تا انتهای ۹۴) شرکت‌ها در بورس فعال باشند.
۵- وقفه معاملاتی بیش از ۳ ماه نداشته باشند.

www.SID.ir

Archive of SID

۳-۱- مدل عملیاتی و متغیرهای تحقیق

$$CSR_{it} = \beta_0 + \beta_1 CO_{it} + \beta_2 IO_{it} + \beta_3 SO_{it} + \beta_4 BS_{it} + \beta_5 DD_{it} + \beta_6 IB_{it} + \beta_7 SIZE_{it} + \beta_8 LEV_{it} + \beta_9 ROA_{it} + \beta_{10} LIQ_{it} + \varepsilon_{it}$$ مدل (۱)

که در نگاره (۲) متغیرها تعریف و نحوه اندازه گیری آن‌ها بیان شده است:

نگاره ۲. معرفی متغیرها

نوع متغیر	متغیر	نماد	تعریف	نحوه اندازه‌گیری
وابسته	مسئولیت اجتماعی شرکت	CSR	مسئولیت شرکت در مقابل محیط و اجتماع	استفاده از گزارش های هیئت‌مدیره و چک لیست های مربوط به آن‌ها (توضیحات به‌تفصیل در ذیل جدول آورده شده است)
مستقل	مالکیت شرکتی	CO	تمرکز مالکیت	سهام تحت مالکیت سهامدار عمده/تعداد کل سهام شرکت
		IO	مالکیت نهادی	درصدی از سهام شرکت است که در اختیار بانک‌ها، شرکت های بیمه، شرکت های هلدینگ، نهادهای مالی، صندوق‌های بازنشستگی، شرکت_ های سرمایه‌گذاری می‌باشد
		SO	مالکیت دولتی	درصدی از سهام شرکت که در اختیار ارگان‌های دولتی می‌باشد.
	حاکمیت شرکتی	BS	اندازه هیئت‌مدیره	تعداد مدیران اعم از موظف و غیرموظف که عضو هیئت‌مدیره هستند
		DD	دوگانگی وظیفه مدیرعامل	درصورتی‌که در شرکتی مدیرعامل، رئیس یا نایب‌رئیس هیئت‌مدیره باشد، عدد یک در غیر این صورت عدد صفر در نظر گرفته می شود.
		IB	تعداد اعضای مستقل	نسبت تعداد اعضای غیرموظف به‌کل اعضائ هیئت مدیره
کنترل	مالی	Size	اندازه شرکت	لگاریتم طبیعی کل دارایی شرکت
		LEV	اهرم مالی	جمع بدهی ها / جمع دارایی ها
		ROA	نرخ بازده دارایی	سود خالص/ جمع دارایی ها
		LIQ	نقدینگی	جمع دارایی های نقد و شبه نقد / جمع دارایی ها (وجوه نقد+ اوراق بهادار قابل‌فروش= دارایی های نقد و شبه نقد)

CSR = مسئولیت اجتماعی شرکت که در این تحقیق به‌عنوان متغیر وابسته می‌باشد و به‌صورت زیر سنجیده می‌شود.

مسئولیت اجتماعی: شامل چهار بُعد، میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان (EMPD)، میزان افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی (COMD)، افشای اطلاعات مربوط به تولید (PROD)، افشای اطلاعات مربوط به محیط‌زیست(ENVD) می‌باشد. در این تحقیق برای ارزیابی متغیر وابسته از تجزیه‌وتحلیل محتوا استفاده شده است. تجزیه‌وتحلیل محتوا در مورد طبقه‌بندی از جملات در متن یادداشت‌های پیوست صورت‌های مالی دسته‌بندی می‌شوند.

www.SID.ir

Archive of SID

ارزش کلی افشای مسئولیت اجتماعی شرکتها از جمع ارزش جزئی ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکتها به دست می‌آید و از رابطه ی (۱) قابل‌محاسبه است :

رابطه ی (۱) CSRD= EMPD + COMD + PROD + ENVD CSRD=∑X/N

اگر موارد افشا به‌صورت کمی و جزئیات آن به‌صورت اعداد، شرح مفصلی از فعالیت و در صورت امکان تصاویر، نمودارها، جداول ذکر شده باشد، نمره افشا ۳ اختصاص داده خواهد شد. در صورتی که اطلاعات به‌صورت غیر کمی و توضیحات به‌صورت شرح بند باشد، نمره افشا ۲، و در صورتی که موارد افشاء به‌صورت کیفی و توضیحات به‌صورت جمله یا پاراگراف باشد، نمره افشا ۱ و در صورتی که موردی افشاء نشود، نمره افشا صفر خواهد بود.

میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان

برای نشان دادن میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان نیاز به شش معیار زیر است:
۱)سلامت محیط کارکنان؛ ۲)آموزش کارکنان؛۳)مزایای کارکنان؛ ۴) مشخصات کارکنان؛ ۵) مالکیت سهم کارکنان؛۶) ایمنی و بهداشت کارکنان ایزو ۱۸۰۰۰
نمره افشا از رابطه ی (۲) به دست می‌آید:

رابطه ی (۲) EMPD= ∑A/6

میزان افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی

برای نشان دادن میزان افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی نیاز به شش معیار داریم:
۱)برنامه اهدا وجه نقد؛ ۲) برنامه خیریه؛ ۳) برنامه بورس تحصیلی؛ ۴) حامیان مالی برای فعالیت ورزشی؛ ۵) حامیان غرور ملی؛ ۶) پروژه‌های عمومی
نمره افشای مشارکت اجتماعی از رابطه ی (۳) به دست می‌آید:

رابطه ی (۳) COMD=∑B/6

میزان افشای اطلاعات مربوط به تولید

برای نشان دادن میزان افشای اطلاعات مربوط به تولید نیاز به چهار معیار داریم:
۱) ایمنی محصول؛۲) کیفیت محصول ایزو ۹۰۰۰؛ ۳)توسعه محصول؛ ۴) خدمات پس از فروش
نمره افشای بعد تولید از رابطه ی (۴) به دست می‌آید:

رابطه ی (۴) PROD=∑C/4

میزان افشای اطلاعات مربوط به محیط‌زیست

برای نشان دادن میزان افشای اطلاعات مربوط به محیط‌زیست نیاز به چهار معیار داریم:
۱) کنترل آلودگی هوا؛ ۲) برنامه پیشگیری و جبران خسارت؛ ۳) حفاظت و استفاده از محصولات ناشی از بازیافت؛ ۴)جایزه در زمینه ی محیط‌زیست ایزو۱۴۰۰۰
نمره افشای بعد محیط‌زیست از رابطه ی (۵) به دست می‌آید:

www.SID.ir

Archive of SID

رابطه ی (۵) $ENVD=\sum D/4$

٤-یافته ها پژوهش

هر پدیده از نظر کمی و کیفی ویژگی‌هایی دارد که آگاهی در مورد این ویژگی‌ها، به ماهیت و نحوه دستیابی به آن‌ها وابسته است. هدف هر تحقیق اعم از توصیفی و تبیینی، دستیابی به اطلاعات در مورد این تغییرات است. یافتن پاسخ و راه‌حل برای مسئله‌ی انتخاب‌شده در هر تحقیق مستلزم دست یافتن به داده‌هایی است که از طریق آن‌ها بتوان فرضیه‌هایی که به‌عنوان پاسخ‌های احتمالی و موقتی برای مسئله تحقیق مطرح‌شده‌اند را آزمون کرد (اعرابی و آقازاده، ۱۳۸۵، ۷۴).

٤-۱- آمار توصیفی

آمار توصیفی به محاسبه پارامترهای جامعه می‌پردازد و شامل شاخص‌های مرکزی و پراکندگی جامعه و ... می‌باشد. در نگاره (۳) آمار توصیفی متغیرهای پژوهش شامل میانگین، میانه، بیشینه، کمینه و انحراف معیار آورده شده است. به‌عنوان‌مثال برای متغیر تمرکز مالکیت (CO) میانگین، میانه، بیشترین، کمترین و انحراف معیار به ترتیب ۷۴/۸، ۷۸/۴۳، ۱۰۰/۰۰، ۲۰/۲۲و ۱۸/۶۴ می‌باشد.
کمترین در متغیر مسئولیت اجتماعی شرکت مربوط به شرکت های الکتریک خودرو شرق در سال ۹۱ و ایران مرینوس در سال ۹۳ و بیشترین مربوط کالسمین در سال ۸۹-۹۰ می‌باشد. کمترین در متغیر تمرکز مالکیت مربوط به شرکت معدنی دماوند در سال ۸۹ و بیشترین مربوط به شرکت های پارس‌دارو، پارس‌مینو و چادرملو در سال‌های ۹۳ می‌باشد.

نگاره ۳. آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	میانه	بیشترین	کمترین	انحراف معیار	مشاهدات
CSR (مسئولیت اجتماعی شرکت)	۰/۴۱۳۸	۰/۴۲۰۰	۱/۰۲۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۲۲۸۴	۵۵۲
CO (تمرکز مالکیت)	۷۴/۴۷۶۳	۷۸/۴۳۰۰	۱۰۰/۰۰۰۰	۲/۲۲۰۰	۱۸/۶۳۶۳	۵۵۲
IO (مالکیت نهادی)	۴۳/۴۴۹۰	۴۱/۲۴۰۰	۹۸/۲۹۰۰	۰/۰۰۰۰	۳۳/۷۷۶۱	۵۵۲
SO (مالکیت دولتی)	۱۸//۶۳۸۷	۸/۶۴۰۰	۸۵/۳۶۰۰	۰/۰۰۰۰	۲۲/۵۲۵۴	۵۵۲
BS (اندازه هیئت‌مدیره)	۵/۱۱۵۹	۵/۰۰۰۰	۹/۰۰۰۰	۵/۰۰۰۰	۰/۴۹۷۹	۵۵۲
DD (دوگانگی وظیفه مدیرعامل)	۰/۰۰۵۴	۰/۰۰۰۰	۱/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۰۷۳۶	۵۵۲
IB (استقلال هیئت‌مدیره)	۰/۶۶۳۵	۰/۶۰۰۰	۱/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۲۱۲۳	۵۵۲
SIZE (اندازه شرکت)	۱۲/۰۵۱۹	۱۱/۹۸۰۰	۱۴/۰۵۰۰	۱/۳۶۰۰	۰/۶۹۰۷	۵۵۲
LEV (اهرم مالی)	۰/۵۹۷۰	۰/۶۱۰۰	۰/۹۹۰۰	۰/۱۰۰۰	۰/۱۹۸۰	۵۵۲
ROA (نرخ بازده دارایی)	۰/۱۲۱۰	۰/۱۱۰۰	۰/۶۲۰۰	۰/۳۹۰۰-	۰/۱۳۷۱	۵۵۲
LIQ (نقدینگی)	۰/۰۵۸۷	۰/۰۴۰۰	۰/۵۲۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۰۷۳۵	۵۵۲

www.SID.ir

Archive of SID

کمترین در متغیر مالکیت نهادی مربوط به شرکت مربوط به بهسرام در سال‌های ۸۹-۹۴ و بیشترین مربوط به شرکت پتروشیمی شیراز در سال ۸۹ می‌باشد. کمترین در متغیر مالکیت دولتی مربوط به شرکت الکتریک خودرو شرق طی سال‌های ۸۹-۹۳ و بیشترین مربوط به شرکت خدمات انفورماتیک سال ۹۳ می‌باشد. کمترین عدد در متغیر اندازه هیئت‌مدیره ۵ می‌باشد چون معمولاً تعداد اعضا هیئت‌مدیره ۵ نفر است بیشتر شرکت ها را شامل می‌شود و بیشترین تعداد مربوط به پتروشیمی شیراز و داروسازی فارابی در سال ۹۳ می‌باشد. کمترین عدد در متغیر اندازه شرکت مربوط به شرکت معدنی دماوند سال ۸۹ و بیشترین مربوط به شرکت ملی صنایع مس ایران در سال ۹۳ می‌باشد. کمترین عدد در متغیر اهرم مالی مربوط به شرکت چادرملو در سال ۸۹ و بیشترین عدد مربوط به آلومتک و بهسرام در سال ۹۲ می‌باشند. کمترین عدد در متغیر نرخ بازده دارایی مربوط به شرکت گاز لوله در سال ۱۳۸۹ و بیشترین مربوط به شرکت پتروشیمی خارک در سال ۹۰ و ۹۲ می‌باشد. کمترین مقدار در متغیر نقدینگی مربوط به شرکت ایران دارو در سال ۸۹ و بیشترین مربوط به شرکت پتروشیمی خارک در سال ۸۹ می‌باشد.

٤-۲- ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

در نگاره (۴) میزان همبستگی بین متغیرهای پژوهش در سطح (sig ≤۰/۰۱) و (sig ≤۰/۰۵) نشان داده‌شده است. میزان ضریب همبستگی بین متغیر تمرکز مالکیت و مسئولیت اجتماعی شرکت به میزان ۰/۱۲۰ مثبت (هم‌جهت) می‌باشد که در سطح خطای ۰/۰۱ معنادار می‌باشد. میزان ضریب همبستگی بین متغیر مالکیت نهادی و مسئولیت اجتماعی شرکت به میزان ۰/۱۰۳ مثبت (هم‌جهت) می‌باشد که در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار می‌باشد. میزان ضریب همبستگی بین متغیر مالکیت دولتی و مسئولیت اجتماعی شرکت به میزان ۰/۰۶۷ می‌باشد که این رابطه معنادار نمی‌باشد. میزان ضریب همبستگی بین متغیر اندازه هیئت‌مدیره و مسئولیت اجتماعی شرکت به میزان ۰/۰۷۴- منفی (غیر هم‌جهت) می‌باشد که در سطح خطای ۰/۱۰ معنادار می‌باشد. میزان ضریب همبستگی بین متغیر دوگانگی وظیفه مدیرعامل و مسئولیت اجتماعی شرکت به میزان ۰/۰۳۴- می‌باشد که این رابطه معنادار نمی‌باشد. میزان ضریب همبستگی بین متغیر استقلال هیئت‌مدیره و مسئولیت اجتماعی شرکت به میزان ۰/۰۳۳ می‌باشد که این رابطه معنادار نمی‌باشد. میزان ضریب همبستگی بین متغیر اندازه شرکت و مسئولیت اجتماعی شرکت به میزان ۰/۱۱۴ مثبت (هم‌جهت) می‌باشد که در سطح خطای ۰/۰۱ معنادار می‌باشد. میزان ضریب همبستگی بین متغیر اهرم مالی و مسئولیت اجتماعی شرکت به میزان ۰/۰۱۰ می‌باشد که این رابطه معنادار نمی‌باشد. میزان ضریب همبستگی بین متغیر نرخ بازده دارایی و مسئولیت اجتماعی شرکت به میزان ۰/۰۰۴- می‌باشد که این رابطه معنادار نمی‌باشد. میزان ضریب همبستگی بین متغیر نقدینگی و مسئولیت اجتماعی شرکت به میزان ۰/۰۳۸ می‌باشد که این رابطه معنادار نمی‌باشد.

www.SID.ir

Archive of SID

نگاره ۴. ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

		CSR	CO	IO	SO	BS	DD	IB	SIZE	LEV	ROA	LIQ
CSR	Pearson Correlation	۱										
	Sig. (2-tailed)											
CO	Pearson Correlation	۰/۱۲۰**	۱									
	Sig. (2-tailed)	۰/۰۰۵										
IO	Pearson Correlation	۰/۱۰۳*	۰/۳۹۳**	۱								
	Sig. (2-tailed)	۰/۰۱۵	۰/۰۰۰									
SO	Pearson Correlation	۰/۰۶۷	۰/۱۹۶**	۰/۴۰۶**	۱							
	Sig. (2-tailed)	۰/۱۱۶	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰								
BS	Pearson Correlation	-۰/۰۷۴	-۰/۰۲۹	-۰/۰۴۶	۰/۰۳۵	۱						
	Sig. (2-tailed)	۰/۰۸۳	۰/۴۹۴	۰/۲۸۵	۰/۴۱۳							
DD	Pearson Correlation	-۰/۰۳۴	۰/۰۳۳	۰/۰۷۳	۰/۰۳۸	-۰/۰۱۷	۱					
	Sig. (2-tailed)	۰/۴۳۰	۰/۴۴۳	۰/۰۸۴	۰/۳۷۲	۰/۶۸۶						
IB	Pearson Correlation	۰/۰۳۳	-۰/۱۳۵**	۰/۰۵۳	۰/۱۲۵**	-۰/۲۰۹**	۰/۰۰۱	۱				
	Sig. (2-tailed)	۰/۴۳۶	۰/۰۰۲	۰/۲۱۱	۰/۰۰۳	۰/۰۰۰	۰/۹۷۹					
	N					۵۵۲N=						
SIZE	Pearson Correlation	۰/۱۱۴**	۰/۱۳۷**	۰/۱۹۷**	۰/۲۳۱**	۰/۰۳۶	۰/۰۶۳	۰/۰۱۸	۱			
	Sig. (2-tailed)	۰/۰۰۸	۰/۰۰۱	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۴۰۴	۰/۱۳۷	۰/۶۷۹				
LEV	Pearson Correlation	۰/۰۱۰	۰/۰۷۹	-۰/۱۶۸**	-۰/۲۰۳**	۰/۰۲۰	-۰/۰۰۹	۰/۲۰۵**	۰/۰۵۱	۱		
	Sig. (2-tailed)	۰/۸۱۹	۰/۰۶۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۶۳۸	۰/۸۳۵	۰/۰۰۰	۰/۲۳۳			
ROA	Pearson Correlation	-۰/۰۰۴	۰/۱۵۱**	۰/۲۷۱**	۰/۲۴۵**	۰/۰۰۲	۰/۰۰۳	۰/۱۳۹**	۰/۰۵۲	-۰/۴۵۷**	۱	
	Sig. (2-tailed)	۰/۹۲۹	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۹۷۱	۰/۹۴۲	۰/۰۰۱	۰/۲۲۴	۰/۰۰۰		
LIQ	Pearson Correlation	۰/۰۳۸	۰/۰۲۵	۰/۰۹۲*	۰/۰۷۱	۰/۰۰۷	-۰/۰۲۲	۰/۰۶۶	۰/۰۲۴	-۰/۳۰۷**	۰/۳۵۲**	۱
	Sig. (2-tailed)	۰/۳۷۴	۰/۵۵۹	۰/۰۳۱	۰/۰۹۸	۰/۸۶۹	۰/۶۰۳	۰/۱۲۴	۰/۵۷۴	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

٤-۳- آزمون ریشه واحد

قبل از تجزیه و تحلیل و آزمون فرضیه‌ها پایایی متغیرهای تحقیق مورد بررسی قرار گرفته است. پایایی متغیرهای پژوهش به این معنا است که میانگین و واریانس متغیرهای پژوهش بین سال‌های مختلف ثابت بوده است. درنتیجه استفاده از این متغیرها در مدل، باعث بوجود آمدن رگرسیون کاذب نمی‌شود. بدین منظور از آزمون دیکی فولر تعمیم یافته استفاده شده است که نتایج آن در نگاره (۵) نمایش داده شده است. باتوجه با اینکه P-value همه متغیرهای تحقیق کمتر از ۵ درصد است، بنابراین متغیرهای پژوهش در سطح پایا قرار دارند.

www.SID.ir

Archive of SID

نگاره ۵. نتایج آزمون دی‌کی‌فولر جهت بررسی مانایی متغیرهای پژوهش

متغیر	آماره χ^2 دیکی‌فولر	*p-value*	نتیجه آزمون
CSR (مسئولیت اجتماعی شرکت)	-۱۱/۰۵۲۹۷	۰/۰۰۰۰	*H0* رد می‌شود (متغیر موردنظر مانا است)
CO (تمرکز مالکیت)	-۸/۵۹۳۳۷۱	۰/۰۰۰۰	*H0* رد می‌شود (متغیر موردنظر مانا است)
IO (مالکیت نهادی)	-۸/۴۴۲۲۰۴	۰/۰۰۰۰	*H0* رد می‌شود (متغیر موردنظر مانا است)
SO (مالکیت دولتی)	-۷/۵۷۴۱۳۵	۰/۰۰۰۰	*H0* رد می‌شود (متغیر موردنظر مانا است)
BS (اندازه هیأت مدیره)	-۱۳/۱۴۷۳۶	۰/۰۰۰۰	*H0* رد می‌شود (متغیر موردنظر مانا است)
DD (دوگانگی وظیفه مدیر عامل)	-۲۳/۵۵۹۳۷	۰/۰۰۰۰	*H0* رد می‌شود (متغیر موردنظر مانا است)
IB (استقلال هیأت مدیره)	-۱۱/۱۶۰۰۸	۰/۰۰۰۰	*H0* رد می‌شود (متغیر موردنظر مانا است)
SIZE (اندازه شرکت)	-۷/۹۸۸۷۴۷	۰/۰۰۰۰	*H0* رد می‌شود (متغیر موردنظر مانا است)
LEV (اهرم مالی)	-۹/۴۱۱۰۶۱	۰/۰۰۰۰	*H0* رد می‌شود (متغیر موردنظر مانا است)
ROA (نرخ بازده دارایی)	-۱۰/۱۰۸۰۸	۰/۰۰۰۰	*H0* رد می‌شود (متغیر موردنظر مانا است)
LIQ (نقدینگی)	-۱۳/۵۷۷۷۹	۰/۰۰۰۰	*H0* رد می‌شود (متغیر موردنظر مانا است)

٤-٤- تعیین روش به‌کارگیری داده‌های ترکیبی

در این پژوهش، مدل‌های مربوطه با استفاده از داده‌های ترکیبی مربوط به ۹۲ شرکت تخمین زده شده است. پیش از تخمین مدل، باید در مورد روش مناسب به‌کارگیری این‌گونه داده‌ها در تخمین، تصمیم-گیری نمود. برای اخذ تصمیم از آماره آزمون F (لیمر) استفاده می‌شود. براساس نتایج آزمون، درباره رد یا پذیرش فرضیه برابری اثرات ثابت خاص شرکت‌ها و درنهایت، انتخاب روش کلاسیک یا روش داده‌های پانل تصمیم‌گیری می‌شود. نتایج آزمون به شرح نگاره (۶) می باشد.

نگاره ۶. نتایج آزمون F (لیمر)برای انتخاب روش ترکیبی[۴۷] یا تلفیقی[۴۸]

فرضیه صفر (H_0)	آماره	درجه آزادی	*p-value*	نتیجه آزمون
اثرات خاص شرکت معنی‌دار نیستند (روش ترکیبی مناسب است)	۴/۶۹۹۴	۹۱	۰/۰۰۰۰	H_0 رد می‌شود (روش داده‌های پانل انتخاب می‌شود)

در سطح اطمینان ۹۵ درصد در مدل پژوهش فرض صفر آزمون رد شده است، بنابراین باید از روش داده‌های پانل استفاده نمود. در نتیجه بحث انتخاب از بین مدل‌های اثرات ثابت و تصادفی پیش می‌آید که برای این منظور از آزمون هاسمن استفاده می‌شود.

٤-٥- آزمون هاسمن برای انتخاب بین مدل اثرات ثابت و اثرات تصادفی

برای انتخاب بین مدل اثرات تصادفی یا اثرات ثابت از آزمون هاسمن استفاده می‌شود. نتایج آزمون هاسمن به شرح نگاره (۷) می‌باشد. نتایج بیانگر آن است که در مدل پژوهش باید از روش اثرات تصادفی استفاده نمود.

www.SID.ir

Archive of SID

نگاره ۷. نتایج آزمون هاسمن برای انتخاب بین مدل اثرات ثابت و اثرات تصادفی

فرضیه‌ی صفر (H_0)	آماره‌ی χ^2	درجه آزادی	*p-value*	نتیجه آزمون
روش اثرات تصادفی مناسب است	۹/۹۲۶۱	۱۰	۰/۴۴۷۰	H_0 تأیید می‌شود (روش اثرات تصادفی مناسب است)

٤-٦- آزمون ناهمسانی واریانس

برای بررسی وجود مشکل ناهمسانی واریانس از آزمون بروش پاگان–کوک و ویسبرگ استفاده شده است.

نگاره ۸. نتایج آزمون بروش پاگان –کوک و ویسبرگ برای کشف ناهمسانی واریانس

فرضیه صفر (H_0)	آماره χ^2 بروش پاگان –کوک و ویسبرگ	p-value	نتیجه آزمون
واریانس‌ها همسان‌اند	۷/۴۰	۰/۰۰۶۵	H_0 رد می‌شود (ناهمسانی واریانس وجود دارد)

بنابر نتایج حاصل از این آزمون، مدل پژوهش مشکل ناهمسانی واریانس وجود دارد (زیرا احتمال یا p-value محاسبه شده کمتر از ۰/۰۵ است). بنابراین تخمین نهایی مدل با استفاده از آزمون GLS صورت می‌گیرد تا فرض همسانی واریانس‌ها در تحلیل رگرسیون برقرار بماند و مشکل ناهمسانی واریانس‌ها به‌این‌ترتیب حل شود.

٤-٧- نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

نتایج حاصل از برآورد مدل پژوهش در نگاره (۹) آورده شده است.

نگاره ۹. تاثیر ساختار مالکیت و حاکمیت شرکتی بر عملکرد اجتماعی

متغیر	ضرایب	انحراف معیار	آماره t	سطح معناداری (*p-value*)	VIF
B_0 (عرض از مبدأ)	۰/۲۱۱۴	۰/۱۷۰۶	۰/۲۳۹۱	۰/۲۱۵۸	----
CO (تمرکز مالکیت)	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۰۷	۰/۱۷۷۹	۰/۸۵۸۹	۱/۳۱
IO (مالکیت نهادی)	۰/۰۰۱۱	۰/۰۰۰۹	۱/۲۴۸۱	۰/۲۱۲۵	۱/۴۳
SO (مالکیت دولتی)	۰۱/۰۰۰۲	۰/۰۰۰۶	-۰/۳۶۹۳	۰/۷۱۲۰	۱/۲۹
BS (اندازه هیئت‌مدیره)	-۰/۰۲۴۵	۰/۰۱۱۴	-۲/۱۵۸۱	۰/۰۳۱۳	۱/۰۶
DD (دوگانگی وظیفه مدیرعامل)	-۰/۱۲۵۵	۰/۰۶۶۴	-۱/۸۸۹۱	۰/۰۵۹۳	۱/۰۱
IB (استقلال هیئت‌مدیره)	۰/۰۵۰۰	۰/۰۴۵۵	۱/۰۹۷۱	۰/۲۷۳۱	۱/۱۳
SIZE (اندازه شرکت)	۰/۰۱۹۰	۰/۰۲۳۱	۰/۸۲۴۰	۰/۴۱۰۳	۱/۱۰
LEV (اهرم مالی)	۰/۰۲۰۲	۰/۰۵۹۸	۰/۳۳۸۰	۰/۷۳۵۵	۱/۹۶
ROA (نرخ بازده دارایی)	-۰/۰۹۹۲	۰/۰۳۷۸	-۲/۶۲۶۵	۰/۰۰۸۹	۲/۰۲
LIQ (نقدینگی)	۰/۲۱۷۹	۰/۱۲۴۰	۱/۷۵۷۶	۰/۰۷۹۴	۱/۱۶
آماره F فیشر و سطح معنی-داری	۵/۴۹۱۵ (۰/۰۰۸۷)	آماره دوربین واتسون		۱/۷۲۹۵	
ضریب تعیین	۰/۴۲۶۸	ضریب تعیین تعدیل‌شده		۰/۴۰۸۸	

www.SID.ir

Archive of SID

با توجه به نگاره (۹) مقدار VIF برای کلیه متغیرهای مستقل کمتر از ۵ (VIF<۵) می‌باشد. بنابراین بین متغیرهای مستقل هم خطی وجود ندارد. بنابراین مدل برازش شده دارای اعتبار می‌باشد. آماره دوربین واتسون پس از برآورد ضرایب، مقدار ۱/۷۲۹۵ را نشان می‌دهد که به معنی عدم وجود همبستگی پیاپی در جزء اخلال می‌باشد. نتیجتاً مشکل خودهمبستگی سریالی مشاهده نمی‌شود. برای بررسی معناداری کل مدل از آزمون F استفاده گردید. با توجه به سطح معنی‌داری آماره F محاسبه شده (۰/۰۰۸۷)، می‌توان ادعا نمود که مدل رگرسیونی برازش شده معنادار است. با توجه به ضریب تعیین مدل برازش شده می‌توان ادعا نمود، حدود ۴۳ درصد از تغییرات در متغیر وابسته مدل (مسئولیت اجتماعی شرکت)، توسط متغیرهای مستقل توضیح داده می‌شود.

فرضیه اول: ضریب برآوردی متغیر مستقل نشان‌دهنده عدم رابطه معنادار میان تمرکز مالکیت و مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح خطای ۰/۰۵ است. زیرا میزان p-value محاسبه شده برای ضریب این متغیر مستقل تحقیق، بیشتر از ۰/۰۵ به‌دست‌آمده است (۰/۸۵۸۹). بنابراین می‌توان گفت بین تمرکز مالکیت و مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح اطمینان ۹۵٪ رابطه معناداری وجود ندارد. مسئولیت اجتماعی شرکت ها می‌تواند به‌عنوان مفهومی در نظر گرفته شود که به‌موجب آن سازمان‌ها بر منافع ذینفعانشان از طریق الزامات قانونی، تأکید داشته باشند و فرضیه تحقیق رد می شود.

فرضیه دوم: ضریب برآوردی متغیر مستقل نشان‌دهنده عدم رابطه معنادار میان مالکیت نهادی و مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح خطای ۰/۰۵ است. زیرا میزان p-value محاسبه شده برای ضریب این متغیر مستقل تحقیق، بیشتر از ۰/۰۵ به‌دست‌آمده است و فرضیه تحقیق رد می شود.

فرضیه سوم: ضریب برآوردی متغیر مستقل نشان‌دهنده عدم رابطه معنادار میان مالکیت دولتی و مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح خطای ۰/۰۵ است. زیرا میزان p-value محاسبه شده برای ضریب این متغیر مستقل تحقیق، بیشتر از ۰/۰۵ به‌دست‌آمده است. بنابراین می‌توان گفت بین مالکیت دولتی و مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح اطمینان ۹۵٪ رابطه معناداری وجود ندارد و فرضیه تحقیق رد می شود.

فرضیه چهارم: ضریب برآوردی متغیر مستقل نشان‌دهنده وجود رابطه منفی و معنادار میان اندازه هیئت‌مدیره و مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح خطای ۰/۰۵ است. زیرا میزان p-value محاسبه شده برای ضریب این متغیر مستقل تحقیق، کمتر از ۰/۰۵ به‌دست‌آمده است. بنابراین می‌توان گفت بین اندازه هیئت‌مدیره و مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح اطمینان ۹۵٪ رابطه منفی و معناداری وجود دارد و فرضیه تحقیق تائید می گردد.

فرضیه پنجم: ضریب برآوردی متغیر مستقل نشان‌دهنده وجود رابطه منفی و معنادار میان دوگانگی وظیفه مدیرعامل و مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح خطای ۰/۱۰ است. زیرا میزان p-value محاسبه شده برای ضریب این متغیر مستقل تحقیق، کمتر از ۰/۱۰ به‌دست‌آمده است. بنابراین می‌توان

www.SID.ir

Archive of SID

گفت بین دوگانگی وظیفه مدیرعامل و مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح اطمینان ۹۰٪ رابطه منفی و معناداری وجود دارد و فرضیه تحقیق تائید می گردد.

فرضیه ششم: ضریب برآوردی متغیر مستقل نشان‌دهنده عدم رابطه معنادار میان استقلال هیئت‌مدیره و مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح خطای ۰/۰۵ است. زیرا میزان p-value محاسبه شده برای ضریب این متغیر مستقل تحقیق، بیشتر از ۰/۰۵ به‌دست‌آمده است. بنابراین می‌توان گفت بین استقلال هیئت‌مدیره و مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح اطمینان ۹۵٪ رابطه معناداری وجود ندارد و فرضیه تحقیق رد می شود.

فرضیه هفتم: ضریب برآوردی متغیر مستقل نشان‌دهنده عدم رابطه معنادار میان اندازه شرکت و مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح خطای ۰/۰۵ است. زیرا میزان p-value محاسبه شده برای ضریب این متغیر مستقل تحقیق، بیشتر از ۰/۰۵ به‌دست‌آمده است. بنابراین می‌توان گفت بین اندازه شرکت و مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح اطمینان ۹۵٪ رابطه معناداری وجود ندارد و فرضیه تحقیق رد می شود.

فرضیه هشتم: ضریب برآوردی متغیر مستقل نشان‌دهنده عدم رابطه معنادار میان اهرم مالی و مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح خطای ۰/۰۵ است. زیرا میزان p-value محاسبه شده برای ضریب این متغیر مستقل تحقیق، بیشتر از ۰/۰۵ به‌دست‌آمده است. بنابراین می‌توان گفت بین اهرم مالی و مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح اطمینان ۹۵٪ رابطه معنی‌داری وجود ندارد و فرضیه تحقیق رد می شود.

فرضیه نهم: ضریب برآوردی متغیر مستقل نشان‌دهنده وجود رابطه منفی و معنادار میان نرخ بازده دارایی و مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح خطای ۰/۰۱ است. زیرا میزان p-value محاسبه شده برای ضریب این متغیر مستقل، کمتر از ۰/۰۱ به‌دست‌آمده است. بنابراین می‌توان گفت بین نرخ بازده دارایی و مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح اطمینان ۹۹٪ رابطه منفی و معناداری وجود دارد. بنابراین می توان گفت فرضیه تحقیق تائید می گردد.

فرضیه دهم: ضریب برآوردی متغیر مستقل نشان‌دهنده وجود رابطه مثبت و معنادار میان نقدینگی و مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح خطای ۰/۱۰ است. زیرا میزان p-value محاسبه شده برای ضریب این متغیر مستقل تحقیق، کمتر از ۰/۱۰ به‌دست‌آمده است. بنابراین می‌توان گفت بین نقدینگی و مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح اطمینان ۹۰٪ رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و فرضیه تحقیق تائید می گردد.

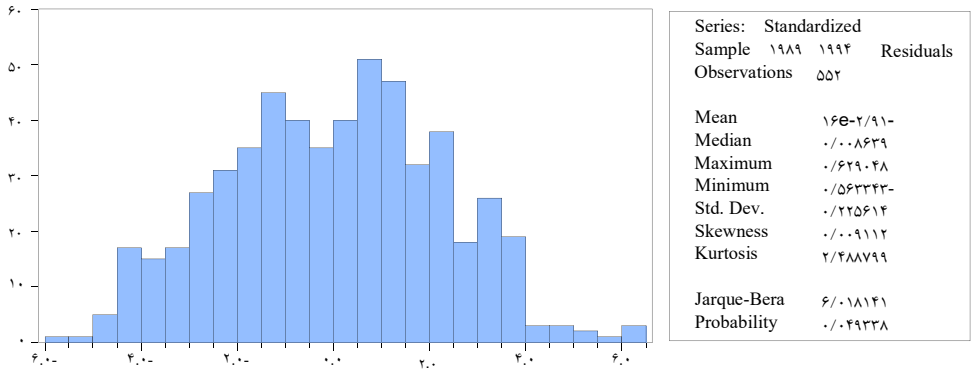
٤-٨- آزمون نرمال بودن توزیع اجزای خطا (باقیمانده) مدل پژوهش

فرض بر این است که جمله خطا (باقیمانده) به نحوی است که پراکندگی آن در مجاورت میانگین حداکثر است و هرچه از میانگین دورتر شویم پراکندگی در سمت راست و چپ آن به یک نسبت کاهش می‌یابد. این فرض به‌خصوص وقتی‌که حجم نمونه بزرگ باشد، معقول است. در صورت نقض

www.SID.ir

Archive of SID

این فرض، آزمون فرضیه و ساختن فاصله اطمینان در مورد پارامترهای رگرسیون به شیوه متداول از درجه اعتبار ساقط است. در این مطالعه از آماره جارک- برا استفاده شده است. همان گونه که در نمودار (۱) ملاحظه می شود، بررسی مقدار این آماره گویای آن است که فرض نرمال بودن جزء خطا (باقیمانده) برقرار است.



نمودار ۱. نتایج آزمون نرمال بودن توزیع اجزای خطا (باقیمانده) در مدل پژوهش

۵- بحث و نتیجه گیری

در این پژوهش به بررسی رابطه عملکرد اجتماعی، ساختار مالکیت شرکتی و حاکمیت شرکتی پرداخته‌ایم. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که بین تمرکز مالکیت و مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه معنی‌داری وجود ندارد. معمولاً مالکان عمده کمتر از دیگر مالکان تمایل به افشای اطلاعات شرکت در بازار دارند و علت آن نیز محروم نمودن سایر سهامداران و ذینفعان در شرکت از اطلاعات محرمانه است تا بدین شکل برنامه‌ها و سیاست‌های شرکت که غالباً در جهت منافع آن‌هاست را از دیگران پنهان نگه‌دارند. با توجه به این نتیجه پیشنهاد می‌شود با داشتن الزامات قانونی و افشای الزامی اطلاعات مالی در خصوص مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و سازمان‌ها، بتوان به‌عنوان ساز و کارهای مؤثر جهت گسترش روابط بین واحد تجاری و ذینفعانش تلاش نمود. همچنین نتایج این بررسی نشان می دهد که بین مالکیت نهادی با مسئولیت اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود ندارد. از منظر پژوهشگران می توان سرمایه‌گذاران نهادی را به دو دسته منفعل (حساس به فشار و مقاومت) و فعال (غیر حساس به فشار) تقسیم کرد که سرمایه گذاران منفعل دارای دیدگاه کوتاه‌مدت و گذرا هستند وعملکرد جاری را به عملکرد بلندمدت ترجیح می‌دهند. در مقابل سرمایه‌گذاران نهادی فعال دیدگاه بلند مدت داشته و عملکرد بلند مدت شرکت را مدنظر دارند. بر این اساس حضور هر چه بیشتر این سهامداران سبب افزایش عملکرد مدیران و درنتیجه ارتقای عملکرد شرکت خواهد شد که ممکن است این امر بر رابطه بین مالکیت نهادی و مسئولیت اجتماعی تأثیرگذار باشد.

www.SID.ir

Archive of SID

همانطور که نتیجه تحقیق نشان داد بین مالکیت دولتی با مسئولیت اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود ندارد و این نشان دهنده این است که شرکتهای دولتی به چنین اهداف و استراتژ هایی اهمیت زیادی قائل نیستند و باتوجه به اینکه دولت مورد اعتماد و پاسخگوی عموم مردم است در نتیجه به سازمانهای دولتی پیشنهاد می شود با اجرای قوانین و وضع دستورالعملهای مسئولیت اجتماعی باعث تشویق و فشار بر روی شرکت‌های دولتی در اجرای این امر شوند. تحقیق نشان داد که بین اندازه هیئت‌مدیره و مسئولیت اجتماعی رابطه منفی و معنی‌داری وجود دارد. با توجه به اینکه هیچ‌گونه اتفاق‌نظری در خصوص اندازه هیئت‌مدیره وجود ندارد و گروهی معتقدند که تعداد اعضای هیئت‌مدیره باید محدود باشد تا امکان بحث و تبادل‌نظر در خصوص مسائل و مشکلات شرکت مهیا گردد و هیئت‌مدیره بزرگ‌تر از قدرت کمتری برخوردارند و دراین‌گونه هیئت‌مدیره‌ها توافق و اجماع در مورد یک موضوع خاص بسیار دشوار است و با توجه به اینکه نتایج پژوهش ما با این اعتقاد همسو می باشد، لذا به سرمایه گذاران پیشنهاد می شود که در جهت افزایش منافع خود در راستای افزایش مسئولیت اجتماعی، در شرکت‌هایی سرمایه گذاری کنند که تعداد اعضای هیات مدیره آن محدودتر باشد.

بین دوگانگی وظیفه مدیرعامل با مسئولیت اجتماعی رابطه منفی و معنی‌داری وجود دارد و این بدان معناست که چنانچه مدیرعامل رئیس هیئت مدیره نباشد، تصمیمات و جهت دهی شرکت بیشتر به سمت مسئولیت اجتماعی سوق داده خواهند شد و این نشان دهنده نوع دیدگاه مدیران عامل در خصوص عملکردهای اجتماعی خواهد بود. تفکیک وظیفه مدیر عامل از وظایف هیئت مدیره موجب روشن شدن دامنه ی مسئولیت اجتماعی و رفع ابهامات در زمینه ی این دو نهاد می شود و افزون بر این، دوگانگی وظیفه ی مدیر عامل می تواند به طور بالقوه ریسک تصمیم گیرنده ی نهایی بودن مدیرعامل در زمینه ی مسئولیت اجتماعی را افزایش دهد. در نتیجه به سهامداران و اعضای هیئت مدیره پیشنهاد می شود که در جهت افزایش مسئولیت اجتماعی، مدیرعامل را به عنوان رئیس یا نایب رئیس هیات مدیره انتخاب ننمایند. نتیجه پژوهش نشان داد که بین استقلال هیئت‌مدیره و مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه معنی‌داری وجود ندارد. بنابراین وجود یا عدم وجود تعداد افراد غیر موظف در هیئت مدیره تاثیری بر تصمیمات و استراتژی های شرکت بر مبنای عملکرد اجتماعی نخواهد داشت. بنابراین به سهامداران پیشنهاد می‌شود در انتخاب اعضای هیئت‌مدیره، مدیرانی را انتخاب کنند که مستقل از شرکت باشند. در این مورد می‌توان گفت که آئین‌نامه راهبری شرکتی (الزام به داشتن مدیران غیرموظف در هیئت‌مدیره) تا حدودی توانسته موفق عمل کند.

در نهایت اینکه در این پژوهش در بین ۴ متغیر کنترل، متغیرنرخ بازده دارایی با متغیر مسئولیت اجتماعی تاثیر منفی و معنی دار و متغیر نقدینگی با متغیر مسئولیت اجتماعی تاثیر مثبت و معنی دار دارند و متغیرهای اندازه شرکت و اهرم مالی با متغیر مسئولیت اجتماعی رابطه معنی داری ندارند. اگرچه تعدادی از این متغیرهای مالی بطور جداگانه با متغیر مسئولیت اجتماعی رابطه معنی داری

www.SID.ir

Archive of SID

ندارند اما باید توجه داشت که چنانچه شرکتها رویکرد و استراتژی های بلند مدت از جمله رویکردهایی اجتماع محور داشته باشند و به تبع آن اهداف و قوانین و دستورالعمل های متناسب با آنها را تدوین و به اجرا دربیاورند ، بدین ترتیب صاحب مزیتهای رقابتی خواهند شد که خود باعث شهرت شرکت و همچنین رشد روزافزون عملکردهای مالی آن خواهد شد.

یادداشت ها

1- Grase-Gil
2- Sandbur and Kapoor
3- Lee
4- Creyer and Ross
5- Mohr and Webb
6- Turban and Greening
7- Barnea and Rubin
8- Benabou and Tirole
9- Brammer and Millington
10-Johnson and Greening
11-Neubaum and Zahra
12-Jo and Harjoto
13-Ducassy and Montandrau
14-Jensen and Meckling
15-Denis
16-Ginglinger and Lher
17-Admati
18-Holderness and Sheehan
19-Aoki
20-Dam and Scholtens
21-Desender and Epure
22-Calton and Payne
23-Baron
24-Messiri
25- Scholtens and Van Wensveen
26- Carney
27- Waddock and Graves
28- Ohe
29- Darweesh
30- Manafi
31- Aguilera
32- Berrone and Gomes-Mejia
33- Hill and Jones
34- Walls
35- Fama
36- Moscu
37- Karlsson
38- Friedman
39- Margolis and Walsh
40- Cornell and Shapiro
41- Donaldson and Preston
42- Robbins and Coulter
43- Pound
44- Holmstrom and Tirole
45- Chung
46- Eleswarapu and Venkataraman
47- Pooling
48- Panel

کتاب‌نامه

۱. اعرابی، سید محمد و هاشم آقازاده. (۱۳۸۵). تحقیق سازمانی، دفتر پژوهش های فرهنگی، تهران.

۲. آقایی، محمدعلی و پری چالاکی. (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین ویژگی‌های حاکمیت شرکتی و مدیریت سود در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، *تحقیقات حسابداری*، ۴، ۱-۲۴.

۳. پور علی، محمدرضا و محدثه حجامی. (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی و مالکیت نهادی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، *فصلنامه علمی پژوهشی دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، ۳ (۱۰): ۱۳۵-۱۵۰.

۴. سلمن، جیل و آریس سلمن. (۱۳۸۴). نقش سرمایه گذاران نهادی در حاکمیت شرکت های سهامی. ترجمه یحیی حساس یگانه و امیر پوریانسب، *ماهنامه حسابدار*، ۱۹ (۴)، ۴۶-۵۶.

www.SID.ir

Archive of SID

۵. ملکیان، اسفندیار و عباسعلی دریایی. (۱۳۹۰). تبیین رابطه بین ویژگی‌های مالکیتی و شرکتی با ساختار حاکمیت شرکتی (شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران)، *مجله پیشرفت حسابداری دانشگاه شیراز*، ۳ (۱)، ۱۲۱-۱۴۳.

۶. مهدوی، غلامحسین. دریائی، عباسعلی، علی خانی، رضیه و مهدی مرانجوری. (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین اندازه شرکت، نوع صنعت و سودآوری با افشای اطلاعات حسابداری زیست محیطی و اجتماعی، *پژوهش های تجربی حسابداری*، ۴ (۱۵)، ۸۷-۱۰۳.

۷. نوربخش، هانیه و یاسر فیض آبادی. (۱۳۹۵). بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد مالی با نقش میانجی مزیت رقابتی، شهرت و رضایت مشتری (مطالعه موردی: شعب بانک ملت شهرستان ساری)، *پنجمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت*، ۲۴ آذر، ۱-۱۵.

8. Admati, A.R., Pfleiderer, P., and Zechner, J., (1994). Large shareholder activism, risk sharing and financial market equilibrium. *J. Polit.Econ*. 102, 1097–1130.

9. Aguilera, R.V., Williams, C.A., Conley, J.M., and Rupp, D.E., (2006). Corporate governance and social responsibility: a comparative analysis of the UK and the US. Corp. Gov.: Int. Rev. 14, 147–158.

10. Barnea, A., and Rubin, A., (2010). Corporate social responsibility as a conflict between shareholders. *J. Bus. Ethics* 97, 71–86.

11. Baron, D.P., Harjoto, M., and Jo, H., (2008). The Economics and Politics of Corporate Social Performance. Working Paper Stanford, *Graduate School of Business Research Paper,* No. 1993.

12. Benabou, R., and Tirole, J., (2006). Incentives and prosocial behavior. *Am. Econ. Rev*. 96, 1652–1678.

13. Brammer, S., Millington, A., and Rayton, B. (2007). The Contribution of Corporate Social Responsibility to Organizational Commitment", University of Bath, school of management, Working Paper Series: 20, 1-42.

14. Berrone, P., and Gomez-Mejia, L.R., (2009). Environmental performance and executive compensation: an integrated agency institu-tional perspective. *Acad. Manage*. J. 52, 103–126.

15. Calton, J., and Payne, S., (2003). Coping with paradox. *Bus. Soc*. 42, 7–42.

16. Carney, W.J., (1997). Large bank stockholders in Germany: saviors or substitutes? J. Appl. - Corp. *Financ*. 9 (4), 74–81.

17. Creyer, E.H., and Ross, W.T., (1997). The influence of firm behavior on purchase intention: Do consumers really care about business ethics?, *Journal of Consumer Marketing*, 14 (6), 421-432.

18. Chung, K.H., Joon-Seok, K., Kwangwoo, P., and Taeyoon, S., (2012). Corporate governance, legal system, and stock market liquidity: evidence around the world. *Asia-Pac. J. Financ. Stud*. 41 (6), 686–703.

19. Cornell, B., and Shapiro, A., (1987). Corporate stakeholders and corporate finance. *Finance. Manage*. 16, 5–14.

www.SID.ir

Archive of SID

20. Dam, L., and Scholtens, B., (2013). Ownership concentration and CSR policy of European multinational enterprises. J. *Bus. Ethics*, 118(1), 117–126.
21. Darweesh, M., (2015). Correlations between Corporate Governance, Financial Performance, and Market Value. Walden Dissrtationa and Doctoral Studies, http://scholarworks.waldenu.edu/dissertations.
22. Denis, C., Pascale, L., (2012). Forecasts in IPO Prospectuses: The effect of corporate governance on earnings management: DOI: 10.1111/jbfa.12060.
23. Disender, K.A., Epure, M., (2013). Corporate Governance and Corporate Social Performance. https://repositori.upf.edu/handle/10230/21251.
24. Donaldson, T., Preston, L., (1995). The stakeholders' theory of the corporation: concepts evidence and implications. *Acad. Manage.Rev*. 20 (1), 65–91.
25. Ducassy, I., (2015). Corporate social performance, ownership structure, and corporate governance in France, *Research in International Business and Finance*, http://dx.doi.org/ 10.1016/ j.ribaf.2015.02.002.
26. Eleswarapu, V., and Venkataraman, K., (2006). The impact of legal and political institutions on equity trading costs: a cross-countryanalysis. *Rev. Financ. Stud*. 19, 1081–1111.
27. Friedman, M., (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Times Magazine,* 13 (8), 122–126.
28. Ginglinger, E., and Lher, J.F., (2006). Ownership structure and open market stock repurchases in France. Eur. J. *Financ*. 12 (1), 77–94.
29. Gras-Gil, E., Manzano, M.P., and Fernandez, J.H., (2016). Investigating the relationship between corporate social responsibility and earnings management: Evidence from Spain. *BRQ Bus. Res. Q.* 2016, http://dx.doi.org/10.1016/j.brq.2016.02.002
30. Hill, C.W.L., and Jones, T.M., (1992). Stakeholder-agency theory. J. *Manage. Stud*. 29, 131–154.
31. Holmstrom, B., and Tirole, J., (1993). Market liquidity and performance monitoring. J. *Polit. Econ*., 678–709.
32. Holderness, C.G., and Sheehan, D.P., (1988). The role of majority shareholders in publicly held corporations: an exploratory analysis.J. *Finance. Econ*. 20, 317–346.
33. Jo, H., and Harjoto, M.A., (2012). The causal effect of corporate governance on corporate social responsibility. J. *Bus. Ethics* 106, 53–72.
34. Johnson, R.A., and Greening, D.W., (1999). The effects of corporate governance and institutional ownership types on corporate social performance. *Acad. Manage*. J. 42, 564–576.
35. Karlsson, A., Hagberg, C., and Johansson, S., (2015). The relationship between CSR and financial performance – A quantitative study examining the Stockholm OMX stock exchange. *Linnaus Univrsity*. Course code: 2FE16.
36. Lee, S., Kim, Y. K., (2016). Corporate Governance, Firm Risk and Corporate Social Responsibility; Evidence from Korean Firms. *Th journal of Applied Businss Research*, 32 (1), 303-316.
37. Manafi, R., Mahmoudian, A., and ZAbihi, A., (2015). Study of the Relationship between Corporate Governance and Financial Performance of the Companies Listed

www.SID.ir

Archive of SID

in Tehran Stock Exchange Market. *Mediterranean Journal of Social Sciences, 6 (5).* Doi:10.5901/mjss.2015.v6n5p56.

38. Margolis, J.D., Elfenbein, H.A., Walsh, J.P., (2007). Does It Pay to be good? A Meta-analysis and Redirection of Research on the Relationship between Corporate Social and Financial Performance. Working Paper. Harvard University, Cambridge, MA.

39. Meesiri, N., (2014). Recognizing and implementing the costs of corporate governance over Thai listed companies during 2011 and 2012. *Annual International on Qualitative Economics Research*, 47-53. doi:10.5176/2251-2012_QQE14.14.

40. Mohr, L.A., and Webb, D.J., (2005). The effect of corporate social responsibility and price on consumer responses. Journal of Consumer Affairs, 39 (1), 121-147

41. Neubaum, D.O., and Zahra, S.A., (2006). Institutional ownership and corporate social performance: the moderating effects of invest-ment horizon activism and coordination. J. *Manage*. 32 (1), 108–131.

42. Oh, W.Y., Chang, Y.K., and Martynov, A., (2011). The effect of ownership structure on corporate social responsibility: empirical evidencefrom Korea. J. Bus. Ethics 104, 283–297.

43. Pound, J., (1992). Belong takeovers: politics comes to corporate control. *Harv. Bus. Rev*. 93, 83–92.

44. Sandbur, H S; and Kapoor, S. (2010). Corporate social responsibility initiatives: An analysis of voluntary corporate disclosure. *South Asian Journal of Management*, 17 (2), 47-80.

45. Scholtens, B., and Van Wensveen, D.M.N., (2000). A critique on the theory of financial intermediation. J. Bank. Financ. 24, 1243–1251.

46. Turban, D.B. and Greening, D.W. (1996). Corporate social performance and organizational attractiveness to prospective employees. *Academy of Management Journal*, 40 (3), 658-672.

47. Walls, J.L., Berrone, P., Phan, P., (2012). Corporate governance and environmental performance: is there really a link? *Strateg.Manage. J*. 33, 885–913.

48. Waddock, S.A., and Graves, S.B., (1994). Institutional owners and corporate social performance. Acad. Manage. J. 37, 1034–1046.

www.SID.ir