

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 داده‌ها با استفاده از تکنیک آماری رگرسیون خطی و با استفاده از نرم افزار Eviews مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها 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 یافته‌های بدست آمده می‌توان اینگونه نتیجه گرفت که وضع قوانین و اجرای آنها در خصوص مسئولیت‌های اجتماعی، الزامات قانونی در جهت افشای الزامی اطلاعات مالی، توجه سرمایه‌گذاران 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 مزیت‌های 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

۱- مقدمه

این پژوهش تاثیر مؤلفه‌های حاکمیت شرکتی و ساختار مالکیت، بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را بررسی می‌نماید. 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 آن جهت دارای اهمیت است که به مدیران، سرمایه‌گذاران، سهامداران و تحلیل‌گران 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 قابل توجهی از سهام شرکت‌ها از نفوذ قابل ملاحظه‌ای در شرکت‌های سرمایه‌پذیر 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 جنبه‌های اخلاقی و اخلاقیات در تصمیم‌گیری 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 می‌باشد (گریس-گیل^۱، ۲۰۱۶؛ ۲).

در سال‌های اخیر نظریه‌ای بیان شده 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. در صورتی که 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 کرده‌اند که شرکت‌ها مسئول طیف وسیعی از ذینفعان هستند که شامل نه تنها سهامداران بلکه کارمندان، تامین‌کنندگان، واحدهای دولتی، جوامع و محیط طبیعی می‌باشند (الی^۳ و همکاران، ۲۰۱۶؛ ۳۰۷). مسئولیت اجتماعی شرکت می‌تواند منفعتی 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

رعایت نمایند. مهر و وب^۵ (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 گرینینگ^۶، 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^۷ (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 به تبع آن تقلب در گزارشگری مالی به واسطه دست‌کاری سود حسابداری به نحو چشمگیری کاهش خواهد یافت (ملکیان و دریایی، ۱۳۹۰؛ ۱۴۶). به بیان بنابو و تیرو^۸ (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 به جای 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^۹ (۲۰۰۵؛ ۷)، بیان می‌کند که تمرکز مالکیت عاملی تعیین‌کننده در سرمایه‌گذاری بر مسئولیت اجتماعی شرکت است. جانسون و گرینینگ^{۱۰} (۱۹۹۹؛ ۵۶۲) و نوبائوم و زهرا^{۱۱} (۲۰۰۶؛ ۱۱۲)، نیز تأثیر مثبت بودجه‌های مقرر شده در مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را نشان داده‌اند. جو و هارجوتو^{۱۲} (۲۰۱۲؛ ۵۴)، با اثر مثبت سازمان‌های نهادی به طورکلی موافق بوده‌اند. 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 مولفه‌های ساختار مالکیت و حاکمیت شرکتی و تأثیر 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 مولفه‌های حاکمیت شرکتی و مالکیت بر عملکرد اجتماعی شرکت‌ها تأثیر گذار هستند؟ در ادامه مقاله به مبانی نظری و پیشینه تحقیق، روش تحقیق، یافته‌ها و نتیجه‌گیری و پیشنهادات پرداخته شده است.

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 موتاندرائو^{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 صلاحیت اعطا شده به مدیران شرکت لحاظ کنیم (دنيس^{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 پیشینه 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

سرمایه گذاری در مسئولیت اجتماعی تاثیر مثبتی بر شهرت و اعتبار دارد، رضایت روانی سهامداران بزرگ برای سرمایه گذاری بیشتر در مسئولیت اجتماعی را می طلبد. این رفتار منشا تعارض بین سهامداران اکثریت و اقلیت می شود، 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 می کنند. مقالات رو به رشدی از یک فرضیه برای تفکیک تعارض استفاده می کنند (کالتون و پین^{۲۲}، ۲۰۰۳؛ ۱۵۳)، تا به شرکت ها پیشنهاد دهند که از مشارکت مسئولیت اجتماعی برای حل تعارضات بین مدیران و سهامداران 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 می یابد. برامر و میلینگتون (۲۰۰۵؛ ۹) یافته های مشابهی را ارائه دادند: کمک به خیریه ها در شرکت هایی 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 صلاح دیدی که باید برای اهداف مورد نظرشان دارند، بستگی داشته باشد به طوری که با تقویت مدیریتی افزایش می یابد و با نظارت خارجی کاهش می یابد. 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 می تواند بر تصمیمات شرکت تاثیر بگذارد. سهامداران بسته به نوعشان اهداف متفاوتی را دنبال می کنند، بنابراین پیش بینی می شود که مدیران به طور متفاوت عمل کنند و این تفاوت در تصمیمات مسئولیت اجتماعی آن ها نیز وجود دارد. هدف اصلی مدیریت شرکتهای دستیابی به ارزش سهامداران بلند مدت است؛ چرا که رهبران شرکتهای 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 اجتماعی شان متفاوت عمل می کنند (دوکیسی و موتاندراو، ۲۰۱۵؛ ۳۸۶). سرمایه گذاران نهادی به نیابت از دیگران پولشان را سرمایه گذاری می کنند، به گونه ای که نقش نظارت وکالتی دارند (اسکولتنس و ون ونسوین^{۲۵}، ۲۰۰۰) و به دنبال پیشینه سازی رابطه ریسک-بازده هستند. سرمایه گذاران نهادی، با هزینه های کمتر برای دسترسی و پردازش اطلاعات از شرکتهایی که عدم تقارن اطلاعاتی دارند، اجتناب می کنند و کنترل موثرتری را نسبت به دیگر دسته های سهامداران اعمال می کنند (کارنی^{۲۶}، ۱۹۹۷؛ ۷۷). آن ها 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

گرینینگ (۱۹۹۹؛ ۵۶۹) و ثوباوم 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 روین (۲۰۱۰؛ ۷۷) هیچ تاثیر قابل توجهی نیافتند و ووداک 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 می دهند، اما در کره طبق مطالعه آهه^{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، سازمان ها و قواعد و رویه هایی را که توان مدیران را مشروعیت می بخشد، معین می کند 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 رویه های عملکرد اجتماعی را تشکیل می دهند، نشان دادند. نه تنها مدیران بلکه تمام سهامداران علایق آشکار و مشروعی در شرکت، مخصوصاً در ارتباط با مسائل محیطی، دارند. سهامداران باید رویه های 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 جونز^{۳۳}، ۱۹۹۲؛ 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.

۲-۴- هیئت مدیره

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 هنگامی که محدودیت‌های خارجی بر رفتار مدیران اجرایی ضعیف است، بهتر است تا اکثراً اعضا هیئت مدیره از مدیران غیرموظف باشند (سلمن و سلمن، ۱۳۸۴؛ ۴۹). اگر مدیرعامل از اعضای هیئت مدیره 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 هیئت مدیره را به‌طور مؤثری کنترل کند و از نظارت مؤثر جلوگیری به عمل آورد (آقایی و چالاکی، ۱۳۸۹؛ ۷). دسندر و ایور (۲۰۱۳؛ ۶) در پژوهشی با عنوان، حاکمیت شرکتی و عملکرد اجتماعی شرکتی، به بررسی این مطلب پرداختند که آیا استقلال هیئت مدیره 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 هیئت مدیره و به‌صورت منفی با تمرکز مالکیت در ارتباط است. همچنین، نتایج نشان دادند که نوع مالکیت تأثیری بر عملکرد اجتماعی ندارد. بنابراین فرضیه‌های چهارم تا ششم بدین شرح می‌باشند:

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

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

فرضیه ششم: استقلال هیئت مدیره 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

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 مورد بررسی قرار گرفت. او ساختار حاکمیت را به صورت 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 می‌گردد: فرضیه هفتم: اندازه شرکت تأثیر مثبتی بر عملکرد اجتماعی شرکت دارد.

۲-۶- عملکرد مالی

از آنجا که ابعاد اقتصادی گسترده و متشکل از بسیاری از جنبه‌های 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 می‌دهند، مطالعات متعددی انجام شده است که تلاش می‌کند 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، سرمایه‌گذاری استراتژیک نیستند، بلکه هزینه‌هایی هستند که سوددهی را کاهش می‌دهند. هرچند بررسی‌های اخیر بر دشواری مقایسه مطالعات قبلی به علت عدم یکنواختی در اندازه‌گیری عملکرد مالی و عملکرد اجتماعی تأکید 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 پایین‌تری را به هدف تولید ارزش سهامدار می‌دهد، اما شامل استدلال‌هایی برای توسعه پایدار، اخلاق و سرمایه‌داری مسئولانه است. این دیدگاه، تفکیک جنبه‌های اقتصادی و اخلاقی را مورد پرسش قرار می‌دهد. بر اساس نظریه سهامداری، که مسئولیت‌های شرکت را فراتر از پیشینه‌سازی سود تشریح می‌کند، رفتار اجتماعی تأثیر 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، محدودکننده هستند؛ با یادآوری پیمان اجتماعی بین شرکت و جامعه، بر مسیری که قواعد در آن ایجاد می‌شود (از جمله بهترین رویه‌های موجود برای حاکمیت، مشخصات رفتار اجتماعی مسئولانه)، تأکید می‌کنند. بنابراین هر شرکتی که مسئولیت‌های خود را

فرض نکند یا از قدرت وابسته به مقام خود سوءاستفاده کند، از طریق پس گرفتن مسئولیتهای آن، توسط جامعه تحریم می شود دونالدسون و دانفی^{۴۱} (۱۹۹۵؛ ۶۹). با توجه به اینکه اهرم مالی از تقسیم کل بدهی ها بر کل دارایی ها محاسبه می گردد، ما فرضیه هشتم را به صورت زیر در نظر می گیریم:
فرضیه هشتم: اهرم مالی تاثیر مثبتی بر عملکرد اجتماعی شرکت دارد.

۲-۷- نرخ بازده دارایی ها

پارادایم های حسابداری مالی متفاوت از مطالعات افشای مسئولیت اجتماعی است و تفاوت اصلی درباره سود واقعی است. در دیدگاه افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها، سود واقعی نامربوط است زیرا تمرکز روی اهداف مالی، با نگرش مسئولیت اجتماعی شرکت ها 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 به کارگیری شیوه های افشا باید بین افشای داوطلبانه و غیرداوطلبانه تفاوت قائل شد. بنیان های نظری افشای اجتماعی شرکت به آسانی شناسایی نمی شود و چندین نظریه اقتصاد سیاسی و نظریه های اقتصادی دیگر در گذشته به کار برده شده است، در حالی که این نظریه ها، هرگز به طور کامل در این زمینه آزمون نشده است و فقط فرضیات هزینه سیاسی با اندازه مورد آزمون قرار گرفته است (دو کیسی و مونتاندراو، 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 در نظر گرفته شده است:

فرضیه نهم: نرخ بازده دارایی بر عملکرد اجتماعی شرکت تاثیر منفی دارد.

۲-۸- نقدینگی

نقدینگی و هزینه های تجاری می تواند دشواری ها و زیان بیشتری برای سرمایه گذاران نهادی به وجود آورد (پاوند^{۴۳}، ۱۹۹۲؛ ۸۶). مالکیت متمرکز می تواند سطح فعالیت تجاری را کاهش دهد یا بر قیمت های سهام تاثیر گذارد؛ کاهش نقدینگی بازار می تواند بر توانایی سرمایه گذاران برای فروش سهامشان تاثیر بگذارد (هولمستروم و تیروول^{۴۴}، ۱۹۹۳؛ ۶۸۳). شواهد تجربی نشان می دهد که نقدینگی بازار سهام در کشورهایی با قانون مدنی کاهش می یابد (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 (السوارپو 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.

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 علی 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

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

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 واسطه‌گری مالی، بانک‌ها، بیمه و سرمایه‌گذاری‌ها نباشند.
- 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.

۳-۱- مدل عملیاتی و متغیرهای تحقیق

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

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

نگاره ۲. معرفی متغیرها

نوع متغیر	متغیر	نماد	تعریف	نحوه اندازه گیری
وابسته	مسئولیت اجتماعی شرکت	CSR	مسئولیت شرکت در مقابل محیط و اجتماع	استفاده از گزارش های هیئت مدیره و چک لیست های مربوط به آنها (توضیحات به تفصیل 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 بانک ها، شرکت های بیمه، شرکت های هلدینگ، نهادهای مالی، صندوق های بازنشستگی، شرکت های سرمایه گذاری می باشد
		SO	مالکیت دولتی	درصدی از سهام شرکت که در اختیار ارگان های دولتی می باشد.
	حاکمیت شرکتی	BS	اندازه هیئت مدیره	تعداد مدیران اعم از موظف و غیرموظف که عضو هیئت مدیره هستند
		DD	دوگانگی وظیفه مدیرعامل	در صورتی که در شرکتی مدیرعامل، رئیس یا نایب رئیس هیئت مدیره باشد، عدد یک در غیر این صورت عدد صفر در نظر گرفته می شود.
		IB	تعداد اعضای مستقل	نسبت تعداد اعضای غیرموظف به کل اعضای 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 قابل فروش = دارایی های نقد و شبه نقد)

$CSR =$ مسئولیت اجتماعی شرکت که در این تحقیق به عنوان متغیر وابسته می باشد و به صورت زیر سنجیده می شود.

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 محیط زیست (ENVD) می باشد. در این تحقیق برای ارزیابی متغیر وابسته از تجزیه و تحلیل محتوا استفاده شده است. تجزیه و تحلیل محتوا در مورد طبقه بندی از جملات در متن یادداشت های پیوست صورت های مالی دسته بندی می شوند.

ارزش کلی افشای مسئولیت اجتماعی شرکتها از جمع ارزش جزئی ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکتها به دست می آید و از رابطه ی (۱) قابل محاسبه است :

$$\text{CSR} = \text{EMPD} + \text{COMD} + \text{PROD} + \text{ENVD} \quad \text{رابطه ی (۱)} \quad \text{CSR} = \sum X/N$$

اگر موارد افشا به صورت کمی و جزئیات آن به صورت 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 به صورت غیر کمی و توضیحات به صورت شرح بند باشد، نمره افشا ۲، و در صورتی که موارد افشاء به صورت کیفی و توضیحات به صورت 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 می آید:

$$\text{EMPD} = \sum A/6 \quad \text{رابطه ی (۲)}$$

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) پروژه های عمومی
 نمره افشای مشارکت اجتماعی از رابطه ی (۳) به دست می آید:

$$\text{COMD} = \sum B/6 \quad \text{رابطه ی (۳)}$$

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 می آید:

$$\text{PROD} = \sum C/4 \quad \text{رابطه ی (۴)}$$

میزان افشای اطلاعات مربوط به محیط زیست

برای نشان دادن میزان افشای اطلاعات مربوط به محیط زیست 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 محیط زیست ایزو ۱۴۰۰۰
 نمره افشای بعد محیط زیست از رابطه ی (۵) به دست می آید:

$$ENVD = \sum D/4$$

رابطه ی (۵)

۴- 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 مسئله‌ای 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).

۴-۱- 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. به‌عنوان مثال برای متغیر تمرکز مالکیت (CO) میانگین، میانه، بیشترین، کمترین و انحراف معیار به ترتیب ۷۴/۸، ۷۸/۴۳، ۱۰۰/۰۰، ۲۰/۲۲ و ۱۸/۶۴ می‌باشد. کمترین در متغیر مسئولیت اجتماعی شرکت مربوط به شرکت‌های الکترونیک خودرو شرق در سال ۹۱ و ایران مریوس 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 شرکت‌های پارس‌دارو، پارس‌مینو و چادرملو در سال‌های ۹۳ می‌باشد.

نگاره ۳. آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

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

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 شرکت‌ها 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 آلومنتک 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.

۴-۲- ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

در نگاره (۴) میزان همبستگی بین متغیرهای پژوهش در سطح $(\text{sig} \leq 0/01)$ و $(\text{sig} \leq 0/05)$ نشان داده شده است. میزان ضریب همبستگی بین متغیر تمرکز مالکیت و مسئولیت اجتماعی شرکت به میزان $0/120$ مثبت (هم‌جهت) می‌باشد که در سطح خطای $0/01$ معنادار می‌باشد. میزان ضریب همبستگی بین متغیر مالکیت نهادی و مسئولیت اجتماعی شرکت به میزان $0/103$ مثبت (هم‌جهت) می‌باشد که در سطح خطای $0/05$ معنادار می‌باشد. میزان ضریب همبستگی بین متغیر مالکیت دولتی و مسئولیت اجتماعی شرکت به میزان $0/067$ می‌باشد که این رابطه معنادار نمی‌باشد. میزان ضریب همبستگی بین متغیر اندازه هیئت‌مدیره و مسئولیت اجتماعی شرکت به میزان $0/074$ منفی (غیر هم‌جهت) می‌باشد که در سطح خطای $0/10$ معنادار می‌باشد. میزان ضریب همبستگی بین متغیر دوگانگی وظیفه مدیرعامل و مسئولیت اجتماعی شرکت به میزان $0/034$ - می‌باشد که این رابطه معنادار نمی‌باشد. میزان ضریب همبستگی بین متغیر استقلال هیئت‌مدیره و مسئولیت اجتماعی شرکت به میزان $0/033$ می‌باشد که این رابطه معنادار نمی‌باشد. میزان ضریب همبستگی بین متغیر اندازه شرکت و مسئولیت اجتماعی شرکت به میزان $0/114$ مثبت (هم‌جهت) می‌باشد که در سطح خطای $0/01$ معنادار می‌باشد. میزان ضریب همبستگی بین متغیر اهرم مالی و مسئولیت اجتماعی شرکت به میزان $0/010$ می‌باشد که این رابطه معنادار نمی‌باشد. میزان ضریب همبستگی بین متغیر نرخ بازده دارایی و مسئولیت اجتماعی شرکت به میزان $0/004$ - می‌باشد که این رابطه معنادار نمی‌باشد. میزان ضریب همبستگی بین متغیر نقدینگی و مسئولیت اجتماعی شرکت به میزان $0/038$ می‌باشد که این رابطه معنادار نمی‌باشد.

نگاره ۴. ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

		CSR	CO	IO	SO	BS	DD	IB	SIZE	LEV	ROALIQ	
CSR	Pearson Correlation	1										
	Sig. (2-tailed)											
CO	Pearson Correlation	**0/120	1									
	Sig. (2-tailed)	0/005										
IO	Pearson Correlation	*0/102	**0/292	1								
	Sig. (2-tailed)	0/015	0/000									
SO	Pearson Correlation	0/067	**0/196	**0/406	1							
	Sig. (2-tailed)	0/116	0/000	0/000								
BS	Pearson Correlation	-0/074	-0/029	-0/046	0/025	1						
	Sig. (2-tailed)	0/083	0/494	0/285	0/412							
DD	Pearson Correlation	-0/024	0/023	0/073	0/028	-0/017	1					
	Sig. (2-tailed)	0/430	0/442	0/084	0/272	0/686						
IB	Pearson Correlation	0/023	**0/125	0/052	**0/125	**0/209	0/001	1				
	Sig. (2-tailed)	0/426	0/002	0/211	0/002	0/000	0/979					
SIZE	Pearson Correlation	**0/114	**0/127	**0/197	**0/221	0/026	0/062	0/018	1			
	Sig. (2-tailed)	0/008	0/001	0/000	0/000	0/404	0/127	0/679				
LEV	Pearson Correlation	0/010	0/079	**0/168	**0/202	0/020	-0/009	**0/205	0/051	1		
	Sig. (2-tailed)	0/819	0/062	0/000	0/000	0/628	0/825	0/000	0/222			
ROA	Pearson Correlation	-0/004	**0/151	**0/227	**0/245	0/002	0/002	**0/129	0/052	**0/457	1	
	Sig. (2-tailed)	0/929	0/000	0/000	0/000	0/971	0/922	0/001	0/224	0/000		
LIQ	Pearson Correlation	0/028	0/025	*0/092	0/071	0/007	-0/022	0/066	0/024	**0/307	**0/252	1
	Sig. (2-tailed)	0/274	0/559	0/031	0/098	0/869	0/602	0/124	0/574	0/000	0/000	

552N=

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

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

۳-۴- 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. در نتیجه 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. با توجه با اینکه P-value همه متغیرهای تحقیق کمتر از ۵ درصد است، بنابراین متغیرهای پژوهش در سطح پایا قرار دارند.

نگاره ۵. نتایج آزمون دی کی فولر جهت بررسی مانایی متغیرهای پژوهش

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

۴-۴- تعیین روش به کارگیری 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 به کارگیری این گونه داده‌ها در تخمین، تصمیم‌گیری 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 در نهایت، انتخاب روش کلاسیک یا روش داده‌های پانل تصمیم‌گیری می‌شود. نتایج آزمون به شرح نگاره (۶) می‌باشد.

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	HO 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.

۴-۵- 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.

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

فرضیه صفر (H ₀)	آماره 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)

۴-۶- 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 به این ترتیب حل شود.

۴-۷- 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)	۰/۰۰۰۲	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 تعدیل شده	۰/۴۰۸۸	

با توجه به نگاره (۹) مقدار VIF برای کلیه متغیرهای مستقل کمتر از ۵ ($VIF < 5$) می‌باشد. بنابراین بین متغیرهای مستقل هم خطی وجود ندارد. بنابراین مدل برازش شده دارای اعتبار می‌باشد. آماره دوربین واتسون پس از برآورد ضرایب، مقدار $1/7295$ را نشان می‌دهد که به معنی عدم وجود همبستگی پیاپی در جزء اخلاص 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 ($0/087$)، 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 $0/05$ است. زیرا میزان p-value محاسبه شده برای ضریب این متغیر مستقل تحقیق، بیشتر از $0/05$ به دست آمده است ($0/8589$). بنابراین می‌توان گفت بین تمرکز مالکیت و مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح اطمینان ۹۵٪ رابطه معناداری وجود ندارد. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها 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 می‌شود.

فرضیه دوم: ضریب برآوردی متغیر مستقل نشان‌دهنده عدم رابطه معنادار میان مالکیت نهادی و مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح خطای $0/05$ است. زیرا میزان p-value محاسبه شده برای ضریب این متغیر مستقل تحقیق، بیشتر از $0/05$ به دست آمده است و فرضیه تحقیق رد می‌شود. فرضیه سوم: ضریب برآوردی متغیر مستقل نشان‌دهنده عدم رابطه معنادار میان مالکیت دولتی و مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح خطای $0/05$ است. زیرا میزان p-value محاسبه شده برای ضریب این متغیر مستقل تحقیق، بیشتر از $0/05$ به دست آمده است. بنابراین می‌توان گفت بین مالکیت دولتی و مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح اطمینان ۹۵٪ رابطه معناداری وجود ندارد و فرضیه تحقیق رد می‌شود.

فرضیه چهارم: ضریب برآوردی متغیر مستقل نشان‌دهنده وجود رابطه منفی و معنادار میان اندازه هیئت‌مدیره و مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح خطای $0/05$ است. زیرا میزان p-value محاسبه شده برای ضریب این متغیر مستقل تحقیق، کمتر از $0/05$ به دست آمده است. بنابراین می‌توان گفت بین اندازه هیئت‌مدیره و مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح اطمینان ۹۵٪ رابطه منفی و معناداری وجود دارد و فرضیه تحقیق تأیید می‌گردد.

فرضیه پنجم: ضریب برآوردی متغیر مستقل نشان‌دهنده وجود رابطه منفی و معنادار میان دوگانگی وظیفه مدیرعامل و مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح خطای $0/10$ است. زیرا میزان p-value محاسبه شده برای ضریب این متغیر مستقل تحقیق، کمتر از $0/10$ به دست آمده است. بنابراین می‌توان

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

فرضیه ششم: ضریب برآوردی متغیر مستقل نشان دهنده عدم رابطه معنادار میان استقلال هیئت مدیره 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 به دست آمده است. بنابراین می توان گفت بین استقلال هیئت مدیره و مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح اطمینان ۹۵٪ رابطه معناداری وجود ندارد و فرضیه تحقیق رد می شود.

فرضیه هفتم: ضریب برآوردی متغیر مستقل نشان دهنده 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 به دست آمده است. بنابراین می توان 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 نشان دهنده 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 به دست آمده است. بنابراین می توان گفت بین اهرم مالی و مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح اطمینان ۹۵٪ رابطه معناداری وجود ندارد و فرضیه تحقیق رد می شود.

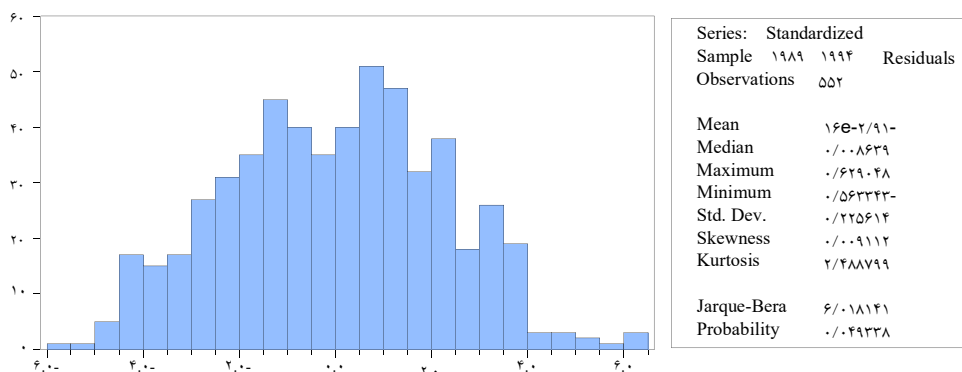
فرضیه نهم: ضریب برآوردی متغیر مستقل نشان دهنده وجود رابطه منفی و معنادار میان نرخ بازده دارایی و مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح خطای ۰/۰۱ است. زیرا میزان p-value محاسبه شده برای ضریب این متغیر مستقل، کمتر از ۰/۰۱ به دست آمده است. بنابراین می توان گفت بین نرخ بازده دارایی و مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح اطمینان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

فرضیه دهم: ضریب برآوردی متغیر مستقل نشان دهنده 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 به دست آمده است. بنابراین می توان گفت بین نقدینگی و مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح اطمینان ۹۰٪ رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و فرضیه تحقیق تأیید می گردد.

۴-۸- 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 می یابد. این فرض به خصوص وقتی که حجم نمونه بزرگ باشد، معقول است. در صورت نقض

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 پرداخته ایم. نتایج این تحقیق نشان می دهد که بین تمرکز مالکیت و مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه معنی داری 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 برنامه ها و سیاست های شرکت که غالباً در جهت منافع آنهاست را از دیگران پنهان نگه دارند. با توجه به این نتیجه پیشنهاد می شود با داشتن الزامات قانونی و افشای الزامی اطلاعات مالی در خصوص مسئولیت اجتماعی شرکت ها و سازمان ها، بتوان به عنوان 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 معنی داری وجود ندارد. از منظر پژوهشگران می توان سرمایه گذاران 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 کوتاه مدت و گذرا هستند و عملکرد جاری را به عملکرد بلندمدت ترجیح می دهند. در مقابل سرمایه گذاران 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 در نتیجه ارتقای عملکرد شرکت خواهد شد که ممکن است این امر بر رابطه بین مالکیت نهادی و مسئولیت اجتماعی تأثیرگذار باشد.

همانطور که نتیجه تحقیق نشان داد بین مالکیت دولتی با مسئولیت اجتماعی رابطه معنی داری وجود ندارد و این نشان دهنده این است که شرکتهای دولتی به چنین اهداف و استراتژی‌هایی 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 معنی داری وجود دارد. با توجه به اینکه هیچ‌گونه اتفاق نظری در خصوص اندازه هیئت‌مدیره وجود ندارد و گروهی معتقدند که تعداد اعضای هیئت‌مدیره باید محدود باشد تا امکان بحث و تبادل نظر در خصوص مسائل و مشکلات شرکت مهیا گردد و هیئت‌مدیره بزرگ‌تر از قدرت کمتری برخوردارند و در این‌گونه 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 سرمایه‌گذاران پیشنهاد می شود که در جهت افزایش منافع خود در راستای افزایش مسئولیت اجتماعی، در شرکتهایی سرمایه‌گذاری کنند که تعداد اعضای هیات مدیره آن محدودتر باشد.

بین دوگانگی وظیفه مدیرعامل با مسئولیت اجتماعی رابطه منفی و معنی داری وجود دارد و این بدان معناست که چنانچه مدیرعامل رئیس هیئت مدیره نباشد، تصمیمات و جهت‌دهی 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 مدیرعامل از وظایف هیئت مدیره موجب روشن شدن دامنه‌ی مسئولیت اجتماعی و رفع ابهامات در زمینه‌ی این دو نهاد می شود و افزون بر این، دوگانگی وظیفه‌ی مدیرعامل می تواند به طور بالقوه ریسک تصمیم‌گیرنده‌ی نهایی بودن مدیرعامل در زمینه‌ی 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 نمایند. نتیجه پژوهش نشان داد که بین استقلال هیئت‌مدیره و مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه معنی داری وجود ندارد. بنابراین وجود یا عدم وجود تعداد افراد غیر موظف در هیئت مدیره تأثیری بر تصمیمات و استراتژی‌های 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، متغیر نرخ بازده دارایی با متغیر مسئولیت اجتماعی تأثیر منفی و معنی دار و متغیر نقدینگی با متغیر مسئولیت اجتماعی تأثیر 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

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 دریاورند ، بدین ترتیب صاحب مزیت های رقابتی خواهند شد که خود باعث شهرت شرکت و همچنین رشد روزافزون عملکردهای مالی آن خواهد شد.

یادداشت ها

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

کتابنامه

۱. اعرابی، سید محمد و هاشم آقازاده. (۱۳۸۵). تحقیق سازمانی، دفتر پژوهش های فرهنگی، تهران.
۲. آقایی، محمدعلی و پری چالاکلی. (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین ویژگی های حاکمیت شرکتی و مدیریت سود در شرکت های پذیرفته شده 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 شرکت های پذیرفته شده 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 پوریانسنب، ماهنامه حسابدار، ۱۹ (۴)، ۴۶-۵۶.

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، پژوهش‌های تجربی حسابداری، ۴ (۱۵)، ۸۷-۱۰۳.
۷. نوریخس، 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 بین‌المللی 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 institutional 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.

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 Dissrtation 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-country analysis. *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. *Linnaeus 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

- 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 investment 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 evidence from 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.