



مسئولیت اجتماعی و عملکرد شرکت: با توجه به نقش تعدیل گر سطح تحصیلات و دوره تصدی مدیرعامل

(ارسلان زنوبی)

کارشناسی ارشد حسابداری دانشگاه آزاد رودهن، تهران، ایران
(arsalanzonobi@gmail.com)

(رسول یوسفی)

کارشناسی ارشد حسابداری دانشگاه آزاد قم، قم، ایران
(Rasoull_accounting@yahoo.com)

چکیده

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ادبیات و پژوهش‌های حسابداری و مالی موضوع جدیدی است و از جنبه‌های مختلف، سرمایه‌گذاران، تحلیلگران، مدیران و پژوهشگران به آن توجه کرده‌اند. هدف پژوهش حاضر، پایداری شرکت و عملکرد شرکت: با توجه به نقش تعدیل گر سطح تحصیلات و دوره تصدی مدیرعامل است. در این راستا داده‌های ۱۰۴ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران برای دوره ۱۳۹۵ الی ۱۴۰۱ آزمون شده است. برای بررسی و معناداری آزمون فرضیه پژوهش از روش رگرسیون مربعات معمولی استفاده گردیده است. نتایج نشان داد پایداری شرکت بر عملکرد شرکت تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین در ادامه، نتایج پژوهش نیز حاکی از آن بود ویژگی‌های مدیرعامل شامل سطح تحصیلات و دوره تصدی مدیرعامل بر ارتباط میان مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد شرکت تأثیر مثبت و معناداری داشته است.

واژگان کلیدی: عملکرد شرکت، سطح تحصیلات مدیرعامل، دوره تصدی مدیرعامل

مقدمه

پایداری با یک رویکرد مبتنی بر اصول برای انجام تجارت آغاز می‌شود (سازمان ملل جهانی کمپکت، ۲۰۲۲). مفهوم توسعه پایدار به محوریت سیاست‌گذاری بین‌المللی در بسیاری از کشورها می‌شود. توسعه پایدار به‌عنوان توسعه‌ای تعریف شده است که خواسته‌های فعلی را بدون خطر بودن توانایی نسل‌های آینده در دیدار با خودشان برآورده می‌کند. پایداری غالباً به‌عنوان یک هدف یا چشم‌انداز بلندمدت، مانند یک شرکت پایدار یا یک دنیای پایدار تصور می‌شود؛ درحالی‌که توسعه پایدار شامل روش‌ها و رویکردهای مختلفی است که هدف آن دستیابی به اهداف توسعه از جمله یک سیستم حاکمیتی خوب، پیشرفت‌های فناوری است. بنابراین، پایداری یک مفهوم گسترده است که شامل اقدامات و نتایج زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی است.

سرمایه‌گذاران و کارشناسان مالی از ظرفیت تیم مدیریت تجاری برای ادغام پایداری در استراتژی شرکت ابراز نگرانی کرده‌اند و نیاز به گزارش‌های غیرمالی افزایش یافته است؛ زیرا توجه بیشتری به پایداری و ابعاد مسئولیت‌های اجتماعی، زیست‌محیطی و اقتصادی می‌شود. هیئت‌مدیره باید مسئولیت اعتراض به تعادل بین اهداف شرکت مالی و غیرمالی را بر عهده داشته باشند و به نفع سهامداران و ذینفعان عمل کنند.

اصطلاح پایداری مدت‌هاست که به‌طور متناوب با مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR) استفاده می‌شود. مفهوم CSR در سال‌های متمرکز، هم در مطالعه دانشگاهی و هم در دنیای تجارت، توجه زیادی را به خود جلب کرده است. CSR توسط مشاغل مورد استفاده



قرار می‌گیرد تا حاشیه رقابتی را به دست آورند و با ذینفعان خود رابطه‌ای پایدار برقرار کنند. در این راستا، نظریه خط پایین سه‌گانه (TBL) یک چارچوب گسترده برای مفهوم‌سازی ابعاد چندگانه پایداری است. این به جستجوی ترکیبی از پیشرفت اقتصادی، عدالت اجتماعی و حفاظت از محیط‌زیست اشاره دارد. جوهر پایداری تجارت، طبق منطق TBL، تحقق اهداف مالی، اجتماعی و محیط‌زیست به روشی به‌هم‌پیوسته و متقابل است. CSR در کشورهای صنعتی مشهور است و اجرای آن یک فعالیت اساسی برای حفظ محیط برای توسعه طولانی‌مدت است که دارای مزایای اجتماعی، زیست‌محیطی، ذینفعان و مشاغل است. CSR به تدریج در کشورهای در حال توسعه محبوبیت پیدا می‌کند، اما کاربرد آن در محیط کار داوطلبانه نیست و مزایای اصلی آن دست‌کم گرفته می‌شود. در این راستا، تعداد زیادی از ادبیات بر چگونگی تأثیر پایداری شرکت‌ها بر عملکرد تجارت متمرکز شده است. با این حال، مطالعات در مورد رابطه بین این سازه‌ها قطعی نیست. در واقع، برخی از محققان از تأثیر مثبت پایداری بر عملکرد تجارت حمایت می‌کنند، در حالی که سایر محققان تصریح می‌کنند که این رابطه نسبتاً منفی یا غیر معنادار است.

طرفداران پایداری شرکت بر این باورند که CSR ارزش شرکت را افزایش می‌دهد و همچنین موقعیت‌ها، شهرت و تصویر برند شرکت را بهبود می‌بخشد، که به نوبه خود عملکرد مالی را در طولانی‌مدت بهبود می‌بخشد. غالباً فرض بر این است که استفاده مناسب از استانداردهای اقتصادی، اجتماعی و حاکمیتی (ESG) حاکی از بازده بالاتر و عملکرد مالی است. نکته اصلی این استدلال این است که مشارکت در فعالیت‌های پایداری هویت قومی یک شرکت را تقویت می‌کند و در نتیجه با رضایت ذینفعان بالاتر و عملکرد مالی بهبود یافته روبرو است. بخش دیگری از ادبیات ادعا می‌کند بین CSR و عملکرد مالی رابطه منفی دارد. اول، مشاغل فقط یک مسئولیت اجتماعی دارند: برای مدیریت منابع خود و شرکت در فعالیت‌هایی که سود را افزایش می‌دهد. شرکت‌هایی که درگیر تلاش‌های پایداری هستند، هزینه‌های بالاتری را متحمل می‌شوند و نشان دادن بازده مالی مطلوب را برای آن‌ها دشوارتر می‌کنند. فرضیه فرصت‌طلبی مدیریت پ تصریح می‌کند که CSR تأثیر منفی بر عملکرد مالی دارد. برای خاص تر بودن، هنگامی که نتایج مالی روند خوبی را نشان می‌دهد، مدیران هزینه‌های اجتماعی را به منظور افزایش ثروت شخصی خود به حداقل می‌رسانند. از طرف دیگر، آن‌ها ممکن است با شرکت در پروژه‌های گران‌قیمت اجتماعی، نتایج مالی ضعیف را جبران کنند. محققان قبلی دریافته‌اند که مدیرعامل یک شرکت می‌تواند تأثیر قابل توجهی در گزارش CSR داشته باشد. در نتیجه، مشوق‌ها و خصوصیات مدیرعامل می‌تواند اختلافات در گزارش CSR را در بین شرکت‌ها توضیح دهد. برخی از ویژگی‌های خاص قابل مشاهده ممکن است مانع یا شروع تصمیم‌گیری مانند تصمیم به شرکت در CSR شود. مدیرعاملان اعضای مهم تیم رهبری یک شرکت هستند و آن‌ها قدرت هدایت و انتخاب‌هایی را دارند که بر تلاش‌های CSR شرکت تأثیر می‌گذارد. بر این اساس، خصوصیات مدیرعامل به وضوح به عنوان یکی از جنبه‌های بسیاری که CSR را هدایت می‌کند شناخته شده است. با توجه به اهمیت مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد شرکت‌ها با عنایت به این که ارتباط این‌ها در هاله‌ای از ادبیات نظری و تجربی متناقض به سر می‌برد، این پژوهش سعی دارد یا بررسی پایداری شرکت و عملکرد شرکت: با توجه به نقش تعدیل‌گر سطح تحصیلات و دوره تصدی مدیرعامل به توسعه ادبیات نظری و تجربی این موضوع کمک کند.

مبانی نظری پژوهش

مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد شرکت

توجه به افراد و گروه‌های ذینفع، میزان سود شرکت‌ها را در بلندمدت افزایش خواهد داد، زیرا موجب انگیزش نیروی انسانی، افزایش حسن نیت اجتماعی و اعتماد مردم به یکدیگر و نیز کاهش جریمه‌ها می‌شود. دیوید بر این باور است که: روزبه‌روز باور سازمان‌ها در این مورد راسخ‌تر می‌شود که ترویج اصول اخلاقی و تقویت فرهنگ معنوی موجب ایجاد مزیت‌های استراتژیک خواهد شد (دیوید، ۱۳۸۲). طی دو دهه‌ی گذشته مسئولیت اجتماعی شرکت به‌طور قابل توجهی از سوی واحدهای اقتصادی مورد توجه



قرار گرفته است. مسئولیت اجتماعی شرکت بر مسائل مهمی از قبیل اخلاق، محیط، امنیت، آموزش، حقوق بشر و تأکید دارد. اگرچه اجرای مسئولیت اجتماعی شرکت دارای هزینه‌های اولیه‌ای برای شرکت است اما در نهایت به دلیل بهبود شرکت، کاهش هزینه‌ها در بلندمدت و افزایش تقاضا، موجب افزایش فروش و سود و منجر به بهبود عملکرد شرکت در بلندمدت می‌شود (پودی و ورجالی، ۲۰۰۹). در کشورهای غربی امروزه، شرکت‌های مشاوره خیزی را در جهت نحوه‌ی اجرای مسئولیت اجتماعی شرکت برداشته‌اند و به عموم مردم اجازه می‌دهند در مورد اجرای آن چیزهایی بدانند. بسیاری از شرکت‌های چندملیتی نیز یک مدیر ارشد را برای توسعه و هماهنگی عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت استخدام کرده‌اند (دو سو کی ۲، ۲۰۰۸). از آنجاکه مسئولیت اجتماعی شرکت استراتژی اقدام شرکت‌ها و دارای نتایجی بر هزینه می‌باشد، ممکن است بر عملکرد مالی شرکت تأثیر بگذارد. علاوه بر این، مسئولیت اجتماعی انجام‌شده توسط سازمان، باعث کاهش خطرات و ریسک اجتماعی می‌شود و ممکن است در درازمدت مزایا یا معایب و ضررهایی برای شرکت‌هایی که به‌طور مؤثر و فعالانه مسئولیت اجتماعی شرکت را به کار می‌برند و در نظر می‌گیرند، داشته باشد (استیوان و دارماوان، ۲۰۱۱). ارتباط بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد به‌طور گسترده در ادبیات مدیریت، اقتصاد و مالی مورد بررسی قرار گرفته و منابعی غنی از مطالعات تجربی انجام‌شده، به‌منظور پیدا کردن تعاملات بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد وجود دارد که تقریباً به نتایج متناقضی دست یافته‌اند. دانشمندان دریافته‌اند رابطه‌ای منحنی شکل مثبت، منفی و حتی خنثی (بدون تأثیر) میان مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد شرکت وجود دارد (لین، یانگ و لیو، ۲۰۰۹). از دلایل اصلی این محدودیت‌ها و نتایج متناقض، فقدان بنیاد نظری و مشکلات روش‌شناختی می‌باشد (اسچولتنس، ۲۰۰۸). تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر روی عملکرد شرکت مشروط به ویژگی‌های صنعت می‌باشد که اغلب به‌عنوان سطح قابل قبول سیرت، اخلاقیات و اهمیت فعالیت‌های اجتماعی مسئولانه یا غیرمسئولانه تعریف شده است (کنگ، لی و هو، ۲۰۱۰، لی، سین گال و کنگ ۳، ۲۰۱۲). برخی از محققان مسئولیت اجتماعی شرکت را به‌عنوان هزینه‌ی سربار مالی برای شرکت در نظر گرفته و بیان کرده‌اند که دارای تأثیر منفی بر عملکرد شرکت می‌باشد. فریدمن کار در این زمینه را با بحث و اظهار نظر در مورد رابطه‌ای منفی بین عملکرد اجتماعی شرکت و عملکرد مالی آغاز کرد (احسان، کالم و جابین، ۲۰۱۲؛ برامر، بروکس و پاولین ۴، ۲۰۰۶). در حالی که مخالفان این دیدگاه استدلال می‌کنند که شرکت‌ها دارای طبقات و کلاس‌های مختلفی از ذینفعان داخلی و خارجی می‌باشند و به‌منظور برآوردن خواسته‌های اجتماعی و جلوگیری از برخوردهای منفی مانند تحریم، شکایت، اعتراض، تظاهرات و غیره، شرکت‌ها تعهدات اجتماعی را در تصمیم‌گیری‌های خود مدنظر قرار داده‌اند (لین، یانگ و لیو، ۲۰۰۹). یونگ یانگ (۲۰۰۹) بیان کرده که سازمان‌های درگیر با مسئولیت اجتماعی، می‌توانند نظر مثبت مشتریان را نسبت به ارزیابی مارک تجاری، انتخاب و پیشنهاد آن به دیگران به دست آورند و نگرش و تصویر خوب نسبت به سازمان و حتی خشنودی و رضایت از پرداخت اضافی را نیز به دست آورند. ویلیامز و بارت (۲۰۰۰) در تحقیق خود نشان دادند که فعالیت‌های اجتماعی و بشردوستانه سازمان می‌تواند اثرات مضر فعالیت‌های مجرمانه و رفتارهای بد را نیز کاهش دهد. بر من و همکاران (۱۹۹۹) در مطالعه‌ای بیان کردند که داشتن روابط خوب با ذینفعان باعث بهبود عملکرد مالی شرکت می‌شود. اسچولتنس (۲۰۰۸) بیان کرده که فعالیت‌های اجتماعی نه‌تنها به شرکت‌ها در بهبود سودآوری کمک می‌کند بلکه ارزش اجتماعی و اعتبار شرکت را در بازار افزایش می‌دهد؛ بنابراین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی با یکدیگر دارای ارتباط می‌باشند. نیکولا (۲۰۰۸) با انجام مطالعه‌ای از دو هتل در اسپانیا که در طول دوره ۱۹۹۶-۲۰۰۶ انجام شد، نشان داد که آگاهی از سطح طرح‌های مسئولیت اجتماعی شرکت باعث افزایش بازده غیرعادی می‌شود. از سوی دیگر، مطالعات دیگر تأثیر منفی مسئولیت اجتماعی شرکت بر عملکرد مالی شرکت‌ها را گزارش کرده‌اند. بر اساس استدلال فریدمن، مسئولیت اجتماعی شرکت که به‌عنوان مسئولیت در برابر جامعه در نظر گرفته‌شده، ممکن است به عملکرد مالی یک شرکت با ایجاد موانع در تخصیص بهینه منابع آسیب برساند (کنگ، لی و هو، ۲۰۱۰). با این حال، در جریان تحقیقات مالی، شماری از محققان نیز بیان کردند که تعاملات منفی بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد وجود دارد. آن‌ها بیان کردند که مسئولیت اجتماعی شرکت، یک هزینه‌ی سربار و بار مالی برای شرکت‌ها می‌باشد و تأثیر منفی بر روی عملکرد شرکت می‌گذارد (جنسن ۳، ۲۰۰۱). همچنین کنگ، لی و هو (۲۰۱۰) بیان کردند



که مسئولیت اجتماعی شرکت دارای تأثیر قابل توجه و معناداری بر سودآوری یک شرکت و ارزش بازار نیست. اما به‌طور کلی می‌توان گفت که طبیعتاً ارتباط مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد آن‌ها مثبت است و مسائل مسئولیت اجتماعی شرکت برای بهبود عملکرد شرکت‌ها ضروری می‌باشد. دلیل اصلی پیدا کردن ارتباط میان مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد شرکت‌ها، تعداد زیادی از عوامل گیج‌کننده و پیچیده است که از عوامل تعیین‌کننده مهم به‌منظور مطالعه‌ی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر سود می‌باشند. ماهیت تعامل میان مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد برای محققان نامشخص باقی‌مانده است و این ممکن است به دلیل این باشد که محققان موفق به نتیجه‌گیری در مورد رابطه‌ی خاص بین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد مالی نشده‌اند چراکه این رابطه پیچیده و در آن نیز دشوار است (احسان، کالم و جابین، ۲۰۱۲).

اثربخشی کنترل‌های داخلی، توانایی مدیریت و کارایی سرمایه‌گذاری

توجه به افراد و گروه‌های ذینفع، میزان سود شرکت‌ها را در بلندمدت افزایش خواهد داد، زیرا موجب انگیزش نیروی انسانی، افزایش حسن نیت اجتماعی و اعتماد مردم به یکدیگر و نیز کاهش جریمه‌ها می‌شود. دیوید بر این باور است که: روزبه‌روز باور سازمان‌ها در این مورد راسخ‌تر می‌شود که ترویج اصول اخلاقی و تقویت فرهنگ معنوی موجب ایجاد مزیت‌های استراتژیک خواهد شد (دیوید، ۱۳۸۲). طی دو دهه‌ی گذشته مسئولیت اجتماعی شرکت به‌طور قابل توجهی از سوی واحدهای اقتصادی مورد توجه قرار گرفته است. مسئولیت اجتماعی شرکت بر مسائل مهمی از قبیل اخلاق، محیط، امنیت، آموزش، حقوق بشر و تأکید دارد. اگرچه اجرای مسئولیت اجتماعی شرکت دارای هزینه‌های اولیه‌ای برای شرکت است اما درنهایت به دلیل بهبود شرکت، کاهش هزینه‌ها در بلندمدت و افزایش تقاضا، موجب افزایش فروش و سود و منجر به بهبود عملکرد شرکت در بلندمدت می‌شود (پودی و ورگالی، ۲۰۰۹). در کشورهای غربی امروزه، شرکت‌های مشاوره خیزی را در جهت نحوه‌ی اجرای مسئولیت اجتماعی شرکت برداشته‌اند و به عموم مردم اجازه می‌دهند در مورد اجرای آن چیزهایی بدانند. بسیاری از شرکت‌های چندملیتی نیز یک مدیر ارشد را برای توسعه و هماهنگی عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت استخدام کرده‌اند (دو سو کی ۲، ۲۰۰۸). از آنجاکه مسئولیت اجتماعی شرکت استراتژی اقدام شرکت‌ها و دارای نتایجی بر هزینه می‌باشد، ممکن است بر عملکرد مالی شرکت تأثیر بگذارد. علاوه بر این، مسئولیت اجتماعی انجام‌شده توسط سازمان، باعث کاهش خطرات و ریسک اجتماعی می‌شود و ممکن است در درازمدت مزایا یا معایب و ضررهایی برای شرکت‌هایی که به‌طور مؤثر و فعالانه مسئولیت اجتماعی شرکت را به کار می‌برند و در نظر می‌گیرند، داشته باشد (استیوان و دارماوان، ۲۰۱۱). ارتباط بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد به‌طور گسترده در ادبیات مدیریت، اقتصاد و مالی مورد بررسی قرار گرفته و منابعی غنی از مطالعات تجربی انجام‌شده، به‌منظور پیدا کردن تعاملات بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد وجود دارد که تقریباً به نتایج متناقضی دست‌یافته‌اند. دانشمندان دریافته‌اند رابطه‌ی منحنی شکل مثبت، منفی و حتی خنثی (بدون تأثیر) میان مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد شرکت وجود دارد (لین، یانگ و لیو، ۲۰۰۹). از دلایل اصلی این محدودیت‌ها و نتایج متناقض، فقدان بنیاد نظری و مشکلات روش‌شناختی می‌باشد (اسجولتنس، ۲۰۰۸). تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر روی عملکرد شرکت مشروط به ویژگی‌های صنعت می‌باشد که اغلب به‌عنوان سطح قابل قبول سیرت، اخلاقیات و اهمیت فعالیت‌های اجتماعی مسئولانه یا غیرمسئولانه تعریف‌شده است (کنگ، لی و هو، ۲۰۱۰، لی، سین گال و کنگ ۳، ۲۰۱۲). برخی از محققان مسئولیت اجتماعی شرکت را به‌عنوان هزینه‌ی سربار مالی برای شرکت در نظر گرفته و بیان کرده‌اند که دارای تأثیر منفی بر عملکرد شرکت می‌باشد. فریدمن کار در این زمینه را با بحث و اظهارنظر در مورد رابطه‌ی منفی بین عملکرد اجتماعی شرکت و عملکرد مالی آغاز کرد (احسان، کالم و جابین، ۲۰۱۲؛ برامر، بروکس و پاولین ۴، ۲۰۰۶). درحالی‌که مخالفان این دیدگاه استدلال می‌کنند که شرکت‌ها دارای طبقات و کلاس‌های مختلفی از ذینفعان داخلی و خارجی می‌باشند و به‌منظور برآوردن خواسته‌های اجتماعی و جلوگیری از برخوردهای منفی مانند تحریم، شکایت، اعتراض، تظاهرات و غیره، شرکت‌ها تعهدات اجتماعی را در تصمیم‌گیری‌های خود مدنظر قرار داده‌اند (لین، یانگ و لیو، ۲۰۰۹). یونگ یانگ (۲۰۰۹) بیان کرده که سازمان‌های درگیر با



مسئولیت اجتماعی، می‌توانند نظر مثبت مشتریان را نسبت به ارزیابی مارک تجاری، انتخاب و پیشنهاد آن به دیگران به دست آورند و نگرش و تصویر خوب نسبت به سازمان و حتی خشنودی و رضایت از پرداخت اضافی را نیز به دست آورند. ویلیامز و بارت (۲۰۰۰) در تحقیق خود نشان دادند که فعالیت‌های اجتماعی و بشردوستانه سازمان می‌تواند اثرات مضر فعالیت‌های مجرمانه و رفتارهای بد را نیز کاهش دهد. بر من و همکاران (۱۹۹۹) در مطالعه‌ای بیان کردند که داشتن روابط خوب با ذینفعان باعث بهبود عملکرد مالی شرکت می‌شود. اسپولتنس (۲۰۰۸) بیان کرده که فعالیت‌های اجتماعی نه تنها به شرکت‌ها در بهبود سودآوری کمک می‌کند بلکه ارزش اجتماعی و اعتبار شرکت را در بازار افزایش می‌دهد؛ بنابراین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی با یکدیگر دارای ارتباط می‌باشند. نیکولا (۲۰۰۸) با انجام مطالعه‌ای از دو هتل در اسپانیا که در طول دوره ۱۹۹۶-۲۰۰۶ انجام شد، نشان داد که آگاهی از سطح طرح‌های مسئولیت اجتماعی شرکت باعث افزایش بازده غیرعادی می‌شود. از سوی دیگر، مطالعات دیگر تأثیر منفی مسئولیت اجتماعی شرکت بر عملکرد مالی شرکت‌ها را گزارش کرده‌اند. بر اساس استدلال فریدمن، مسئولیت اجتماعی شرکت که به‌عنوان مسئولیت در برابر جامعه در نظر گرفته شده، ممکن است به عملکرد مالی یک شرکت با ایجاد موانع در تخصیص بهینه منابع آسیب برساند (کنگ، لی و هو، ۲۰۱۰). با این حال، در جریان تحقیقات مالی، شماری از محققان نیز بیان کردند که تعاملات منفی بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد وجود دارد. آن‌ها بیان کردند که مسئولیت اجتماعی شرکت، یک هزینه‌ی سربار و بار مالی برای شرکت‌ها می‌باشد و تأثیر منفی بر روی عملکرد شرکت می‌گذارد (جنسن ۳، ۲۰۰۱). همچنین کنگ، لی و هو (۲۰۱۰) بیان کردند که مسئولیت اجتماعی شرکت دارای تأثیر قابل توجه و معناداری بر سودآوری یک شرکت و ارزش بازار نیست. اما به‌طور کلی می‌توان گفت که طبیعتاً ارتباط مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد آن‌ها مثبت است و مسائل مسئولیت اجتماعی شرکت برای بهبود عملکرد شرکت‌ها ضروری می‌باشد. دلیل اصلی برای پیدا کردن ارتباط میان مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد شرکت‌ها، تعداد زیادی از عوامل گیج‌کننده و پیچیده است که از عوامل تعیین‌کننده مهم به‌منظور مطالعه‌ی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر سود می‌باشند. ماهیت تعامل میان مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد برای محققان نامشخص باقی مانده است و این ممکن است به دلیل این باشد که محققان موفق به نتیجه‌گیری در مورد رابطه‌ی خاص بین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد مالی نشده‌اند چراکه این رابطه پیچیده و در آن نیز دشوار است (احسان، کالم و جابین، ۲۰۱۲).

چندین مطالعه از یافته‌های UET برای شناسایی ویژگی‌های مختلف مدیران عامل، از جمله تحصیلات، دوره تصدی و پیشینه عملکردی استفاده می‌کنند که ممکن است بر عملکرد اجتماعی-محیطی یک شرکت تأثیر بگذارد. در UET نقش آموزش رسمی را در میان ویژگی‌های مختلف پیشینه مدیریتی که بر نتایج سازمانی تأثیر می‌گذارد، برجسته کرد. در این خط، پیشینه شخصی می‌تواند سطح آگاهی محیطی را منعکس کند. هر چه سطح تحصیلات بیشتر باشد، آگاهی از حفاظت از محیط‌زیست بیشتر می‌شود. بر اساس مطالعات گذشته، سطوح تحصیلی مدیران بر ارزش‌ها و دیدگاه‌ها و همچنین فرآیند تصمیم‌گیری آن‌ها تأثیر می‌گذارد. رفتار اجرایی بسته به سطح تحصیلات به دلیل مجموعه مهارت‌های متنوع و دانش کسب‌شده متفاوت است.

پیشینه تجربی

قاردالو (۲۰۲۲) به بررسی اثر ویژگی‌های مدیرعامل بر رابطه میان مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد شرکت پرداخت. یافته‌های پژوهش وی نشان داد که شرکت‌هایی که درگیر مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی هستند، عملکرد مالی بهتری دارند. مهم‌تر از آن، مشخص شد که در رابطه تعدیل عملکرد مالی شرکت با پایداری شرکت، تحصیلات و دوره تصدی مدیرعامل به‌عنوان تعدیل‌کننده‌های مثبت عمل می‌کنند. به‌طور خاص، نتایج نشان می‌دهد که مدیران عامل دارای مدرک مهندسی یا علمی به‌طور

¹ Ghardallou



مثبت بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد تجاری تأثیر معناداری می‌گذارند. مادامی که مدیرعامل دارای مدرک MBA باشد، این رابطه بیشتر تقویت می‌شود.

ماری (۲۰۲۲) به بررسی مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد شرکت پرداختند. با استفاده از نمونه‌ای از شرکت‌های فهرست شده از ۲۳ کشور توسعه‌یافته نشان دادند، بهبود مسئولیت‌های اجتماعی به‌طور مثبتی با سودآوری آینده در شرکت‌های جستجوگر و رشد مرتبط است. همچنین، هر دو استراتژی رشد و جستجوگر عملکرد فعالیت‌های مسئولیت‌های اجتماعی شرکت را بهبود می‌بخشد.

آنگ و همکاران (۲۰۲۱) به بررسی مسئولیت‌های اجتماعی بر عملکرد شرکت و اثر ساختار مالکیت بر رابطه آن دو پرداختند. آن‌ها از داده‌های نمونه ۶۳۰۶ شرکت چینی فهرست شده به‌شدت آلاینده از سال ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۹ برای بررسی تأثیر مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌های به‌شدت آلوده‌کننده بر عملکرد مالی شرکت استفاده بهره بردند. علاوه بر این، ساختار مالکیت به تمرکز مالکیت، تعادل مالکیت و نوع مالکیت تقسیم می‌شود تا تأثیر تعدیل‌کننده آن بر رابطه میان مسئولیت‌های اجتماعی و عملکرد شرکت بررسی شد. نتایج پژوهش آن‌ها حاکی از آن بود که مسئولیت‌های اجتماعی بر عملکرد شرکت داشته است. تمرکز مالکیت این تأثیر مثبت را کاهش می‌دهد، در مقابل، تعادل مالکیت می‌تواند تأثیر مثبت مسئولیت‌های اجتماعی و عملکرد شرکت را ارتقا دهد.

سرواس و تامایو (۲۰۱۳) به پژوهشی با عنوان تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر ارزش شرکت پرداختند. نتایج حاصل از تحقیق نشان می‌دهد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی با ارزش شرکت، در شرکت‌هایی که میزان آگاهی مشتریان و یا آگاهی عموم مردم از طریق تبلیغاتی که شرکت انجام می‌دهد بیشتر باشد، رابطه مثبت وجود دارد و برای شرکت‌هایی که آگاهی مشتریان و یا عموم مردم پایین است این رابطه ضعیف و یا منفی می‌باشد. همچنین نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که تأثیر آگاهی بر رابطه مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش شرکت در مورد شرکت‌هایی که شهرت کمی در اجتماع دارند منفی است.

فرمز و پراکاش (۲۰۱۲)، توسعه‌ی گزارشگری مسئولیت‌پذیری اجتماعی را بر روی شرکت‌های موجود در کشورهای اروپای شرقی و آمریکای شمالی مورد بررسی قرار دادند. نتایج تحقیق آن‌ها نشان داد که گزارش‌های اجتماعی منتشرشده‌ی شرکت‌های اروپایی، سطح پاسخ‌گویی اجتماعی بالاتری نسبت به شرکت‌های آمریکای شمالی دارند. در اروپای شرقی کیفیت گزارش‌های اجتماعی از کشوری به کشور دیگر متفاوت است، اما آن‌ها در مقایسه با شرکت‌های مشابه در آمریکای شمالی، دارای موضوعات تفصیلی گزارشگری اجتماعی می‌باشند.

میشرا و همکاران (۲۰۱۱) به این نتیجه رسیدند که شرکت‌هایی که در افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی در گزارش‌های خود سرمایه‌گذاری کرده‌اند هزینه سرمایه‌ای بالطبع پایین‌تر از شرکت‌هایی داشته‌اند که این افشاگری را انجام نمی‌دادند.

درزندکو (۲۰۱۰) در پژوهشی درباره رابطه بین اخلاقیات، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد سازمانی به این نتیجه رسیدند که، مدیران سازمان‌های نظام‌یافته در مقایسه با سازمان‌های ماشین بنیاد، سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی و اخلاقیات بالایی دارند. در سال ۲۰۰۶ بسن و همکاران در پژوهشی با موضوع تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر هزینه سرمایه شرکت‌ها به بررسی روابط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی شرکت‌ها پرداخته آن‌ها در نهایت به این نتیجه رسیدند که شرکت‌هایی با عملکرد اجتماعی بالا ریسک پایین‌تری دارند و همچنین هزینه سرمایه شرکت‌ها با افزایش عملکرد اجتماعی کاهش می‌یابد.

حاجی‌ها و سرفراز (۱۳۹۳) به بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و هزینه حقوق صاحبان سهام در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. یافته‌های پژوهش آن‌ها نشان می‌دهد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه معکوس و معناداری با هزینه حقوق صاحبان سهام دارد. بنابراین مدیران با افزایش افشاگری در زمینه عملکرد اجتماعی، باعث

² Maury



کاهش در نرخ بازده مورد انتظار سرمایه‌گذاران (هزینه حقوق صاحبان سهام) شده، و هزینه‌های تأمین مالی کمتری برای شرکت به ارمغان می‌آورند. به عبارت دیگر اطلاعات مسئولیت‌پذیری شرکت برای سرمایه‌گذاران محتوای اطلاعاتی دارد.

حجامی (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان «بررسی رابطه بین افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و مالکیت نهادی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران» نشان داد که بین افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی در تمام ابعاد آن (مشارکت اجتماعی، محیط‌زیست، روابط کارکنان، ویژگی محصولات) با مالکیت نهادی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، رابطه منفی وجود دارد. بنابراین لازم است آن دسته از سرمایه‌گذاران نهادی که توجه به سودهای جاری و کوتاه‌مدت دارند به‌منظور به حداکثر رساندن سودآوری خود، اولویت را به سرمایه‌گذاری در شرکت‌هایی دهند که کمترین افشای مسئولیت اجتماعی را داشته باشند.

کنگرلویی و همکاران (۱۳۸۹) در پژوهش خود به بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تعهد سازمانی با محافظه‌کاری در گزارشگری مالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که رابطه بین سازه‌های اخلاقی (مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و تعهد سازمانی) و محافظه‌کاری مثبت بوده ولی تنها رابطه متغیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و محافظه‌کاری از لحاظ آماری معنی‌دار می‌باشد. بر اساس بررسی‌های انجام‌شده ظاهراً تحقیقی که در ایران به بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و هزینه حقوق صاحبان سهام پرداخته باشد تاکنون انجام‌نشده است، از این رو تحقیق حاضر می‌تواند در این رابطه به دانش حسابداری بیفزاید.

7

فرضیه‌های پژوهش

به‌منظور دستیابی به اهداف پژوهش و با توجه به مبانی نظری و پیشینه مطرح‌شده، فرضیه‌های پژوهش به شرح ذیل ارائه می‌گردد:

فرضیه اول: مسئولیت‌های اجتماعی بر عملکرد شرکت اثر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه دوم: سطح تحویلات مدیرعامل رابطه میان مسئولیت‌های اجتماعی و عملکرد شرکت را به‌صورت معناداری تشدید می‌کند.

فرضیه سوم: دوره تصدی مدیرعامل رابطه میان مسئولیت‌های اجتماعی و عملکرد شرکت را به‌صورت معناداری تشدید می‌کند.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش، از نظر هدف از نوع کاربردی، از نظر فرایند اجرا از نوع کمی، از نظر زمان انجام از نوع طولی - گذشته‌نگر و از نظر روش گردآوری داده از نوع توصیفی است که با استفاده از روش رگرسیون چندمتغیره و الگوهای اقتصادسنجی انجام شده است. جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش را شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۱ تشکیل می‌دهد و نمونه انتخابی پژوهش نیز شرکت‌هایی هستند که مجموعه شرایط زیر را دارا باشند:

۱. نام شرکت تا پایان سال مالی ۱۳۹۵ در فهرست شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران درج شده باشد و تا پایان سال مالی ۱۴۰۱ در فهرست باقی‌مانده باشد؛
 ۲. طی دوره زمانی مورد بررسی، تغییر سال مالی یا فعالیت نداده، حذف نشده و یا توقف فعالیت نداشته باشد؛
- به این ترتیب، پس از اعمال محدودیت‌های فوق تعداد ۱۰۴ شرکت به‌عنوان نمونه آماری پژوهش انتخاب گردید.



الگوی پژوهش

جهت آزمون فرضیه های اول و دوم پژوهش از مدل (۱) استفاده می گردد:

(۱) مدل

$$ROA_{it} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 Size_{it} + \beta_3 Board_{it} + \beta_4 Lev_{it} + \beta_5 Growth_{it} + \beta_6 Indep_{it} + \varepsilon_{it}$$

(۲) مدل

$$ROA_{it} = \beta_0 + \beta_1 Edu_{it} + \beta_2 CSR_{it} + \beta_3 Edu * CSR_{it} + \beta_4 Size_{it} + \beta_5 Board_{it} + \beta_6 Lev_{it} + \beta_7 Growth_{it} + \beta_8 Indep_{it} + \varepsilon_{it}$$

(۳) مدل

$$ROA_{it} = \beta_0 + \beta_1 Tenure_{it} + \beta_2 CSR_{it} + \beta_3 Tenure * CSR_{it} + \beta_4 Size_{it} + \beta_5 Board_{it} + \beta_6 Lev_{it} + \beta_7 Growth_{it} + \beta_8 Indep_{it} + \varepsilon_{it}$$

8

اندازه گیری متغیرهای پژوهش

متغیر وابسته

عملکرد شرکت (ROA): برابر است با بازده دارایی ها (حاصل تقسیم سود خالص بر کل دارایی های شرکت) (آنگ و همکاران،

۲۰۲۲).

متغیرهای مستقل

پایداری شرکت_مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR): متغیر وابسته در این پژوهش، پایداری شرکت است که از افشای مسئولیت اجتماعی به عنوان نماد از این طیف گزارشگری استفاده شده است. برای اندازه گیری آن از شاخص های کمک های خیریه و عام المنفعه، اقداماتی جهت کاهش مصرف انرژی، نظام اطلاعاتی مدیریت محیط زیست، خرید و نصب تجهیزات برای جلوگیری از آلودگی محیط زیست، آموزش و رفاه و ایمنی و بهداشت کارکنان و کیفیت محصولات و میزان توجه به مسائل مربوط به مشتریان و خدمات پس از فروش استفاده شده است. در صورتی که شرکتی هرکدام از شاخص های فوق را افشاء نموده باشد امتیاز یک و در غیر این صورت صفر در نظر گرفته می شود و از میانگین امتیازات استفاده گردیده شده است (کاشانی پور و همکاران، ۱۳۹۶).

متغیرهای تعدیل گر

سطح تحصیلات مدیرعامل (Edu): متغیر ساختگی است که از مدیرعامل دارای تحصیلات تکمیلی و بالاتر باشد عدد یک و در

غیر این صورت عدد صفر می گیرد

دوره تصدی مدیرعامل (Tenure): برابر است با دوره تصدی مدیرعامل در شرکت.



متغیرهای کنترلی

اندازه شرکت (**Size**): برابر است با لگاریتم طبیعی دارایی های شرکت می گیرد (آنگ و همکاران، ۲۰۲۲).

اندازه هیئت مدیره (**Board**): برابر است با تعداد اعضای هیئت مدیره (همان منبع).

اهرم مالی (**Lev**): برابر است با بدهی به کل دارایی های شرکت (همان منبع).

رشد شرکت (**Growth**): برابر است با نرخ افزایش درآمد حاصل از عملیات شرکت (همان منبع).

استقلال اعضای هیئت مدیره (**Indep**): برابر است با تعداد اعضای غیرموظف هیئت مدیره به کل اعضا (همان منبع).

یافته های پژوهش

بررسی مفروضات رگرسیون و نتایج آزمون فرضیه ها

در این پژوهش برای بررسی "نرمال بودن توزیع اجزای خطا"، "همخطی"، "ناهمسانی واریانس اجزای خطا" و "خودهمبستگی سریالی اجزای خطا" به ترتیب از "آماره جاک-برا"، "عامل تورم واریانس (VIF)"، "آزمون وایت" و "آماره دوربین واتسون" استفاده شده است. همچنین به منظور انتخاب روش برآورد مدل به صورت ترکیبی یا تلفیقی از آزمون اف لیمر و به منظور انتخاب رویکرد اثرات ثابت یا تصادفی از آزمون هاسمن بهره گرفته شده است.

نوع الگوی داده های تابلویی: نتایج آزمون اف لیمر برای فرضیه اول، دوم و سوم پژوهش به ترتیب با آماره (۷/۹۰۷)، (۷/۳۴۰) و (۴/۱۶۴) سطح معناداری (۰/۰۰۰)، (۰/۰۰۰) و (۰/۰۰۰) نشان می دهد که دارای ساختار تابلویی است و نتایج آزمون هاسمن برای فرضیه های پژوهش به ترتیب با آماره (۸/۴۹۶)، (۵۲/۰۹۸) و (۷۵/۰۸۶) سطح معناداری (۰/۰۰۰)، (۰/۰۰۰) و (۰/۰۰۰) نشان می دهد که با توجه به این نتایج از روش اثرات ثابت برای هر سه مدل پژوهش بهره گرفته شده است.

به منظور بررسی همخطی بین متغیرهای مستقل از معیار عامل تورم واریانس (VIF) استفاده شده است. با توجه به جدول شماره (۲) مقادیر آماره VIF برای تمام متغیرهای توضیحی پژوهش کمتر از ۱۰ می باشد، از این رو هم خطی بین متغیرهای مذکور وجود ندارد.

جدول شماره ۲. بررسی همخطی متغیرهای توضیح دهنده

متغیرهای توضیحی	نماد	عامل تورم واریانس
عملکرد شرکت	ROA	۱/۲۵
مسئولیت های اجتماعی	CSR	۱/۷۸
دوره تصدی مدیرعامل	TENURE	۱/۹۰
دوره تصدی مدیرعامل *مسئولیت های اجتماع	TENURE*CS	۱/۵۵
سطح تحصیلات مدیرعامل	EDU	۵/۲۲
سطح تحصیلات مدیرعامل *مسئولیت های اجتماع	EDU*CSR	۱/۳۸
اندازه شرکت	SIZE	۱/۱۳
اندازه هیئت مدیره	BOARD	۱/۰۹



۱/۱۲	LEV	اهرم مالی
۳/۱۲	GROWTH	رشد شرکت
۳/۳۹	INDEP	استقلال اعضای هیئت مدیره

به منظور آزمون بررسی ناهمسانی واریانس جمله خطا از آزمون وایت استفاده شده است که برای فرضیه اول با آماره (۲/۳۴۲) و سطح معناداری (۰/۲۴۱)، برای فرضیه دوم با آماره (۲/۲۴۱) و سطح معناداری (۰/۰۹۴) و برای فرضیه سوم با آماره (۱/۵۴۳) و سطح معناداری (۰/۱۳۸) نشان می دهد الگوی هر دو فرضیه دارای مشکل ناهمسانی جمله خطا نمی باشند.

به منظور تشخیص نرمال بودن توزیع اجزای خطا نیز از آزمون جارک-برا استفاده گردید. از آنجاکه نتیجه احتمال آماره جارک-برا، برای الگوهای پژوهش کمتر از ۰/۰۵ است، لذا فرض صفر مبنی بر نرمال بودن توزیع اجزای خطا رد می شود. زمانی که نمونه به اندازه کافی بزرگ باشد، انحراف از فرض نرمال بودن به طور معمول بی اهمیت و پیامدهای آن ناچیز است. در شرایط مذکور، با توجه به قضیه حد مرکزی می توان دریافت که حتی اگر باقیمانده ها نرمال نباشند، آماره های آزمون به طور مجانبی از توزیع نرمال پیروی می کنند، بدون تورش هستند و از کارایی برخوردارند. با توجه به این مطالب می توان فرض نرمال بودن جمله خطا را نادیده گرفت (رازقی و امیرحسینی، ۱۳۹۵).

فرضیه اول پژوهش

جدول شماره ۳. نتایج آزمون فرضیه اول پژوهش

متغیر وابسته: عملکرد شرکت					
روش: رگرسیون حداقل مربعات تعمیم یافته برآوردی (اثرات ثابت)					
متغیر	نماد	ضریب برآوردی	خطای استاندارد	آماره t	احتمال
مسئولیت های اجتماعی	CSR	0.013728	0.018075	0.759501	0.0478
اندازه شرکت	SIZE	0.009139	0.008386	1.089736	0.0763
اندازه هیئت مدیره	BOARD	-0.009056	0.013767	-0.657772	0.5109
اهرم مالی	LEV	-0.459731	0.025550	-17.99338	0.0000
رشد شرکت	GROWTH	0.071232	0.006702	10.62783	0.0000
استقلال اعضای هیئت مدیره	INDEP	-0.001660	0.004143	-0.400739	0.6888
مقدار ثابت (عرض از مبدأ)	C	0.277406	0.095741	2.897469	0.0039
ضریب تعیین تعدیل شده		۰.۶۷			
دوربین-واتسون		۱.۶۷			
آماره F		۱۰,۲۶۶			
احتمال (آماره F)		۰.۰۰۰۰			



نتایج حاصل از جدول (۳)، بیان کننده تأثیر مثبت و معنادار مسئولیت اجتماعی شرکت بر عملکرد شرکت می باشد. زیرا اولاً علامت ضریب رگرسیونی متغیر مربوطه (۰,۰۱۸)، مثبت و ثانیاً مقدار احتمال آماره تی آن (۰,۰۴۷)، کمتر از سطح خطای ۵٪ است؛ لذا فرضیه اول پژوهش رد نمی گردد.

سطح معناداری آماره F برای هر دو الگوی رگرسیونی ارائه شده در جدول شماره ۳ کمتر از ۰/۰۵ است، در نتیجه الگوهای رگرسیونی معنادار بوده و بین متغیرهای مستقل و وابسته یک رابطه خطی وجود دارد. همچنین، آماره دوربین واتسون نشان می دهد که اجزای خطا در الگوهای رگرسیونی، همبستگی معناداری باهم نداشته و رفتاری مستقل از هم دارند. همچنین مقدار ضریب تعیین تعدیل شده حاکی از آن است که این مدل ۶۷ درصد از تغییرات عملکرد شرکت را توضیح و تبیین می کند.

فرضیه دوم پژوهش

متغیر وابسته: عملکرد شرکت					
روش: رگرسیون حداقل مربعات تعمیم یافته بر آوردی (اثرات ثابت)					
احتمال	آماره t	خطای استاندارد	ضریب بر آوردی	نماد	متغیر
± ۰.۲۰۴	۱.۹۶۰۲۱۲	۰.۰۱۴۱۴۲	۰.۰۲۷۷۲۱	CSR	مسئولیت های اجتماعی
۰.۰۵۷۹	۰.۱۱۸۴۶۴	۰.۰۰۷۵۲۵	۰.۰۸۶۸۹۱	EDU	سطح تحصیلات مدیرعامل
۰.۰۱۷۳	۲.۳۸۴۹۰۵	۰.۰۰۱۲۵۸	۰.۰۷۲۹۹۹	EDU*CSR	سطح تحصیلات مدیرعامل *مسئولیت های اجتماع
۰.۰۰۰۱	۳.۹۷۵۳۷۴	۰.۰۰۵۰۶۲	۰.۰۲۰۱۲۳	SI ZE	اندازه شرکت
۰.۲۶۱۳	-۱.۱۲۴۲۰۵	۰.۰۱۱۶۱۴	-۰.۰۱۳۰۵۷	BOARD	اندازه هیئت مدیره
۰.۰۰۰۰	-۱۸.۰۸۰۰۷	۰.۰۱۹۸۷۴	-۰.۳۵۹۳۲۹	LEV	اهرم مالی
۰.۰۰۰۰	۷.۶۵۲۶۶۳	۰.۰۰۸۶۷۶	۰.۰۶۶۳۹۱	GROWTH	رشد شرکت
۰.۶۳۸۷	-۰.۴۶۹۷۰۶	۰.۰۰۳۷۹۱	-۰.۰۰۱۷۸۱	I NDEP	استقلال اعضای هیئت مدیره
۰.۰۲۳۸	۲.۲۶۵۳۱۹	۰.۰۶۹۴۰۳	۰.۱۵۷۲۲۰	C	مقدار ثابت (عرض از مبدأ)
		۰.۳۹			ضریب تعیین تعدیل شده
		۱.۸۸			دوربین-واتسون
		۱۳,۲۶۶			آماره F
		۰.۰۰۰۰			احتمال (آماره F)

جدول شماره ۴. نتایج آزمون فرضیه دوم پژوهش

نتایج حاصل از جدول (۴)، بیان کننده تأثیر مثبت و معنادار سطح تحصیلات مدیرعامل بر رابطه میان مسئولیت اجتماعی شرکت بر عملکرد شرکت می باشد. زیرا اولاً علامت ضریب رگرسیونی متغیر مربوطه (۰,۰۷۲)، مثبت و ثانیاً مقدار احتمال آماره تی آن (۰,۰۱۷)، کمتر از سطح خطای ۵٪ است؛ با توجه به این که این نتایج حاصل شده مطابق با فرضیه دوم پژوهش می باشد، لذا فرضیه دوم پژوهش رد نمی گردد.



سطح معناداری آماره F برای هر دو الگوی رگرسیونی ارائه شده در جدول شماره ۳ کمتر از ۰/۰۵ است، در نتیجه الگوهای رگرسیونی معنادار بوده و بین متغیرهای مستقل و وابسته یک رابطه خطی وجود دارد. همچنین، آماره دوربین واتسون نشان می دهد که اجزای خطا در الگوهای رگرسیونی، همبستگی معناداری باهم نداشته و رفتاری مستقل از هم دارند. همچنین مقدار ضریب تعیین تعدیل شده حاکی از آن است که این مدل ۳۹ درصد از عملکرد شرکت را توضیح و تبیین می کند.

فرضیه سوم پژوهش

جدول شماره ۵. نتایج آزمون فرضیه سوم پژوهش

متغیر وابسته: عملکرد شرکت					
روش: رگرسیون حداقل مربعات تعدیم یافته برآوردی (اثرات ثابت)					
متغیر	نماد	ضریب برآوردی	خطای استاندارد	آماره t	احتمال
مسئولیت های اجتماعی	CSR	۰.۰۱۶۴۹۶	۰.۰۲۰۳۴۸	۰.۸۱۰۶۸۹	۰.۰۱۷۹
دوره تصدی مدیرعامل	TENURE	۰.۰۰۲۰۲۶	۰.۰۰۲۱۳۴	-۰.۹۴۹۵۶۲	۰.۱۴۲۷
دوره تصدی مدیرعامل * مسئولیت های اجتماع	TENURE*CSR	۰.۰۰۵۴۶۱۰	۰.۰۰۳۳۵۴	-۰.۱۸۱۸۱۳	۰.۰۳۵۸
اندازه شرکت	SI ZE	۰.۰۰۸۶۷۷	۰.۰۰۸۳۸۰	۱.۰۳۵۴۳۴	۰.۳۰۰۹
اندازه هیئت مدیره	BOARD	-۰.۰۰۸۹۲۱	۰.۰۱۳۷۴۹	-۰.۶۴۸۸۲۴	۰.۵۱۶۷
اهرم مالی	LEV	-۰.۰۴۵۹۰۶۷	۰.۰۲۵۵۱۰	-۱۷.۹۹۵۴۹	۰.۰۰۰۰
رشد شرکت	GROWTH	۰.۰۷۰۹۷۷	۰.۰۰۶۶۹۷	۱۰.۵۹۸۲۸	۰.۰۰۰۰
استقلال اعضای هیئت مدیره	I NDEP	-۰.۰۰۱۱۵۹	۰.۰۰۴۱۴۴	-۰.۲۷۹۸۰۳	۰.۷۷۹۷
مقدار ثابت (عرض از مبدأ)	C	۰.۲۸۵۳۳۶	۰.۰۹۵۶۸۲	۲.۹۸۲۱۲۲	۰.۰۰۳۰
ضریب تعیین تعدیل شده		۰.۶۸			
دوربین-واتسون		۱.۶۷			
آماره F		۱۴,۹۸			
احتمال (آماره F)		۰.۰۰۰۰			

نتایج حاصل از جدول (۵)، بیان کننده تأثیر مثبت و معنادار دوره تصدی مدیرعامل بر رابطه میان مسئولیت اجتماعی شرکت بر عملکرد شرکت می باشد. زیرا اولاً علامت ضریب رگرسیونی متغیر مربوطه (۰,۰۵۴)، مثبت و ثانیاً مقدار احتمال آماره تی آن (۰,۰۳۵)، کمتر از سطح خطای ۵٪ است؛ با توجه به این که این نتایج حاصل شده مطابق با فرضیه دوم پژوهش می باشد، لذا فرضیه سوم پژوهش رد نمی گردد.

سطح معناداری آماره F برای هر دو الگوی رگرسیونی ارائه شده در جدول شماره ۳ کمتر از ۰/۰۵ است، در نتیجه الگوهای رگرسیونی معنادار بوده و بین متغیرهای مستقل و وابسته یک رابطه خطی وجود دارد. همچنین، آماره دوربین واتسون نشان می دهد



که اجزای خطا در الگوهای رگرسیونی، همبستگی معناداری باهم نداشته و رفتاری مستقل از هم دارند. همچنین مقدار ضریب تعیین تعدیل‌شده حاکی از آن است که این مدل ۶۸ درصد از عملکرد شرکت را توضیح و تبیین می‌کند.

نتیجه‌گیری و پیشنهاد

هدف از انجام این پژوهش، بررسی اثر ویژگی‌های مدیرعامل بر مسئولیت‌های اجتماعی و عملکرد شرکت در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. در این پژوهش، تعداد ۱۰۴ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران در دوره‌ی زمانی ۱۳۹۵-۱۴۰۱ بررسی شده است.

این مطالعه رابطه بین عملکرد پایداری و عملکرد شرکت را بررسی می‌کند. هدف آن بررسی این است که آیا ویژگی‌های مدیرعامل مانند تحصیلات و دوره تصدی مدیرعامل بر رابطه بین مسئولیت‌های اجتماعی و سودآوری شرکت تأثیر دارد یا خیر. این تحقیق برای درک بهتر تأثیر ویژگی‌های مدیرعامل بر مسئولیت اجتماعی شرکت و پایداری مالی شرکت‌ها مهم است. در ابتدا، نتایج نشان می‌دهد که مسئولیت اجتماعی شرکت ارتباط مثبتی با عملکرد مالی دارد که مطابق با بسیاری از مطالعات قبلی است. این ایده را تأیید می‌کند که عملکرد پایداری شرکت‌ها عملکرد مالی شرکت‌های بورسی را افزایش می‌دهد. علاوه بر این، یافته‌ها نشان می‌دهد که مدیران عامل با مدرک کارشناسی ارشد و دکتری تأثیر تعدیل‌کننده مطلوبی در ارتباط بین عملکرد شرکت و مسئولیت اجتماعی شرکت دارند. از این رو، مدیران عامل با سطح تحصیلات بالاتر نسبت به سایر مدیران عامل احتمال بیشتری برای افزایش عملکرد محیطی شرکت دارند. علاوه بر این، این نتیجه حاکی از آن است که مدیران اجرایی با مدرک مرتبط با علم آمادگی بیشتری برای مشارکت در تحقیق و توسعه دارند و می‌توانند از نظر تأثیرات اجتماعی و هنجارهای زیست‌محیطی ابتکار عمل خوبی داشته باشند.

در نهایت، یافته‌ها نشان می‌دهند که تلاش‌های مسئولیت‌های اجتماعی برای مدیران عاملی که برای مدت طولانی‌تری برای شرکت کار کرده‌اند جذاب‌تر است و تأثیر مثبتی بر عملکرد مالی دارد. یافته‌های این مطالعه اطلاعات مفیدی را برای افزایش عملکرد سازمانی به مدیران ارائه می‌دهد، در حالی که ویژگی‌های مدیران را به‌عنوان یکی از دلایلی که شرکت‌ها را به گزارش دهی در مورد مسئولیت‌های اجتماعی سوق می‌دهد، در نظر می‌گیرد. به‌طور خاص، اجرای سیاست‌هایی که مدیران اجرایی با ویژگی‌های خاص مانند مدیران عامل با مدرک مرتبط با علم را ارتقا می‌دهند، مهم است. همچنین تشویق مدیران عامل با سابقه طولانی‌مدت در شرکت‌ها مهم است، زیرا یک مدیرعامل با دوره طولانی‌تر با ابتکارات مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها بهتر همراه است.

برای تحقیقات آینده در مورد نقش مدیرعامل در رابطه بین مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد تجاری مفید باشد، جایی که سایر ویژگی‌های مدیرعامل ممکن است مورد بررسی قرار گیرد.

محدودیت پژوهش، تأثیر متغیرهای دیگری که کنترل آن‌ها خارج از دسترس پژوهشگر است و امکان تأثیرگذاری آن‌ها بر نتایج پژوهش دور از ذهن نیست. در نهایت آن که نتایج نباید به شرکت‌های سرمایه‌گذاری و واسطه‌گری مالی تعمیم داده شود؛ به دلیل آن که این گروه شرکت‌ها از نمونه آماری خارج شدند.



منابع

- حاجیها، زهره، سرفراز، بهمن. (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و هزینه حقوق صاحبان سهام در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. پژوهش‌های تجربی حسابداری، ۴(۴)، ۱۰۵-۱۲۳.
- حاجیها، زهره، قربانی، ایوب. (۱۴۰۰). تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر رتبه‌بندی اعتباری شرکت‌ها با توجه به نقش تعدیلی نوسان پایین به بالای بازده سهام. مجله دانش حسابداری، ۱۲(۲)، 105-121.
- حیدری کرد زنگنه غلامرضا، نوروش ایرج، جعفری محمد حسن. مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. مجله اقتصادی (دوماهنامه بررسی مسائل و سیاستهای اقتصادی). ۱۳۹۶؛ ۱۷ (۳ و ۴): ۵۳-۷۸
- فروغی، داریوش، مرتضی میر شمس شهشهانی و سمیه پور حسین. (۱۳۸۷). نگرش مدیران درباره افشای اطلاعات حسابداری اجتماعی: شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، دوره ۱۵، شماره ۵۲، تابستان ۱۳۸۷، ص ص ۷۰-۵۵.
- حجایی، محدثه. (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و مالکیت نهادی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات گیلان.
- جبارزاده کنگرلویی، سعید و انور بایزدی. (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تعهد سازمانی با محافظه‌کاری در گزارشگری مالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه بورس اوراق بهادار، سال سوم، شماره ۹، بهار ۱۳۸۹، ص ص ۹۶-۷۷.

- Abad-Segura, E., Cortés-García, F.J., Belmonte-Ureña, L.J., 2019. The Sustainable Approach to Corporate Social Responsibility: A Global Analysis and Future Trends. *Sustainability* 11(19).
- Ang, R., Shao, Z., Liu, C., Yang, C., & Zheng, Q. (2022). The relationship between CSR and financial performance and the moderating effect of ownership structure: Evidence from Chinese heavily polluting listed enterprises. *Sustainable Production and Consumption*, 30, 117-129.
- Assidi, S., 2020. The effect of voluntary disclosures and corporate governance on firm value: a study of listed firms in France. *International Journal of Disclosure and Governance* 17(2), 168-179.
- Bansal, P., & DesJardine, M. R. (2014). Business sustainability: It is about time. *Strategic organization*, 12(1), 70-78.
- Beck, C., Frost, G., & Jones, S. (2018). CSR disclosure and financial performance revisited: A cross-country analysis. *Australian Journal of Management*, 43(4), 517-537.
- Bachoo, K., Tan, R., Wilson, M. (2012). Firm value and the quality of sustainability reporting in Australia. *Australian Accounting Review*, 23(64), 67-87.
- Chen, S., Wang, Y., Albitar, K., Huang, Z., 2021. Does ownership concentration affect corporate environmental responsibility engagement? The mediating role of corporate leverage. *Borsa Istanbul Review* 21, S13-S24.
- Diebecker, J., Sommer, F. (2016). The Impact of corporate sustainability performance on information asymmetry: The role of institutional differences. *Review of Managerial Science*, 11(2), 471-517.



Farah, T., Li, J., Li, Z., Shamsuddin, A., 2021. The non-linear effect of CSR on firms' systematic risk: International evidence. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money* 71, 101288.

Gaur, S.S., Bathula, H., Singh, D., 2015. Ownership concentration, board characteristics and firm performance. *Management Decision* 53(5), 911-931.

Ghardallou, W. (2022). Corporate Sustainability and Firm Performance: The Moderating Role of CEO Education and Tenure. *Sustainability*, 14(6), 3513.

Hausman, J.A., 1978. Specification tests in econometrics. *Econometrica: Journal of the econometric society*, 1251-1271.

Hang, M., Geyer-Klingeberg, J., & Rathgeber, A. W. (2019). It is merely a matter of time: A meta-analysis of the causality between environmental performance and financial performance. *Business Strategy and the Environment*, 28(2), 257-273.

Kamalirezai, H., Anvary Rostamy, A.A., Saeedi, A., Khodaei Valeh Zaghari, M. (2019). Corporate social responsibility and bankruptcy probability: Exploring the role of market competition, intellectual capital, and equity cost. *Journal of Corporate Accounting & Finance*, 31(1), 53-63.

Laskar, N. (2018). Impact of corporate sustainability reporting on firm performance: An empirical examination in Asia. *Journal of Asia Business Studies*, 12(4), 571-593.

Loh, L., Thomas, T., Wang, Y. (2017). Sustainability reporting and firm value: evidence from singapore-listed companies. *Sustainability*, 9(11), 1-12.

Lourenço, I.C., Branco, M.C. (2013). Determinants of corporate sustainability performance in emerging markets: The Brazilian case. *Journal of Cleaner Production*, 57, 134-141.

Mohammadi, M.A.D., Mardani, A., Ali Khan, M.N.A., Streimikiene, D. (2018). Corporate sustainability disclosure and market valuation in a Middle Eastern Nation: Evidence from listed firms on the Tehran Stock Exchange: sensitive industries versus non-sensitive industries. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 31(1), 1488-1511.

Meseguer-Sánchez, V., Gálvez-Sánchez, F.J., López-Martínez, G., Molina-Moreno, V., 2021. Corporate 35 Social Responsibility and Sustainability. A Bibliometric Analysis of Their Interrelations. *Sustainability* 13(4).

Maury, B. (2022). Strategic CSR and firm performance: the role of prospector and growth strategies. *Journal of Economics and Business*, 118, 106031.

Mousiolis, D. T., Zaridis, A. D., Karamanis, K., & Rontogianni, A. (2015). Corporate social responsibility in SMEs and MNEs. The different strategic decision making. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 175, 579-583.

Nikolaou, I.E., Evangelinos, K.I., Allan, S., 2013. A reverse logistics social responsibility evaluation framework based on the triple bottom line approach. *Journal of Cleaner Production* 56, 173-184.

Nnamani, J.N., Onyekwelu, U.L., Ugwu, O.K. (2017). Effect of sustainability accounting and reporting on financial performance of firms in Nigeria brewery sector. *European Journal of Business and Innovation Research*, 5(1), 1-15.



- Okafor, A., Adeleye, B. N., & Adusei, M. (2021). Corporate social responsibility and financial performance: Evidence from US tech firms. *Journal of Cleaner Production*, 292, 126078.
- Price, J.M., Sun, W., 2017. Doing good and doing bad: The impact of corporate social responsibility and irresponsibility on firm performance. *Journal of Business Research* 80, 82-97.
- Serafeim, George. ,Ioannou,Ioannis. (2013). The Impact of Corporate Social Responsibility on Investment Recommendations. Available at: <http://ssrn.com/abstract=1507874>.
- Timbate, L., & Park, C. K. (2018). CSR performance, financial reporting, and investors' perception on financial reporting. *Sustainability*, 10(2), 522.
- Wan-Hussin, W. N., Qasem, A., Aripin, N., & Ariffin, M. S. M. (2021). Corporate responsibility disclosure, information environment and analysts' recommendations: Evidence from Malaysia. *Sustainability*, 13(6), 3568.
- Whetman, L.L. (2018). The impact of sustainability reporting on firm profitability. *Undergraduate Economic Review*, 14(10), 1-19.
- Yoon, B., Chung, Y., 2018. The effects of corporate social responsibility on firm performance: A stakeholder approach. *Journal of Hospitality and Tourism Management* 37, 89-96.
- Torelli, R., Balluchi, F., & Furlotti, K. (2020). The materiality assessment and stakeholder engagement: A content analysis of sustainability reports. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(2), 470-484.