

بررسی تاثیر شاخص های مسئولیت اجتماعی شرکت بر روش های مدیریت ریسک در شرکت های پذیرفته شده در سازمان بورس اوراق بهادار تهران

دکتر محمد محمدی

استادیار گروه حسابداری، موسسه آموزش عالی پرندک، ساوه، ایران.
mkz.mohamadi@gmail.com

بهنام کریمی دلدار

دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری مدیریت، دانشگاه خاتم، تهران، ایران. (نویسنده مسئول).
behnamdeldar.67.1388@gmail.com

شماره ۴۰ / بهار ۱۴۰۰ (جلد سوم) / صص ۶۵-۸۳
چشم انداز حسابداری و مدیریت (دوره چهارم)

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر شاخص های مسئولیت اجتماعی شرکت بر روش های مدیریت ریسک در شرکت های پذیرفته شده در سازمان بورس اوراق بهادار تهران و ارائه راهکارهای کاربردی می باشد. پژوهش حاضر بر حسب هدف از نوع تحقیقات کاربردی است. این پژوهش از نوع توصیفی همبستگی و روش شناسی پژوهش از نوع پس رویدادی است. برای آزمون فرضیه ها، از مدل رگرسیون چند متغیره استفاده شده است. اطلاعات اخذ شده در رابطه با متغیرهای تحقیق وارد صفحه گسترده اکسل شده و سپس با استفاده از نرم افزارهای EViews و Stata تحلیل شدند. جامعه آماری این پژوهش به روش حذف سیستماتیک از میان تمام شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، طی دوره زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۹ می باشد. نتایج فرضیه نخست پژوهش نشان داد که شاخص های مسئولیت اجتماعی شرکت بر مدیریت ریسک استراتژیک شرکت تاثیر معناداری و مثبت دارد. نتایج فرضیه دوم پژوهش نشان داد که شاخص های مسئولیت اجتماعی شرکت بر مدیریت ریسک عملیاتی شرکت تاثیر معناداری و منفی دارد. نتایج فرضیه سوم پژوهش نشان داد که شاخص های مسئولیت اجتماعی شرکت بر مدیریت ریسک گزارشگری شرکت تاثیر معناداری ندارد. نتایج فرضیه چهارم نیز نشان داد که شاخص های مسئولیت اجتماعی شرکت بر مدیریت ریسک عدم رعایت قوانین و مقررات شرکت تاثیر معناداری و منفی دارد.

واژه های کلیدی: مسئولیت اجتماعی شرکت، روش های مدیریت ریسک، بورس اوراق بهادار تهران.

مقدمه

دانشمندان مدیریت بیش از ۵۰ سال، ساز و کارهای مسئولیت اجتماعی شرکت^۱ ها را به طور گسترده مورد بررسی قرار داده اند (ماتان و موون^۲، ۲۰۲۰). دلیل اصلی فعالیت های مسئولیت اجتماعی شرکت تاثیر مثبت آنها بر شهرت نزد ذینفعان بوده است (الاکرمی و همکاران^۳، ۲۰۱۸). به عنوان مثال، هیلمن و کیم^۱ (۲۰۰۱) استدلال کردند که فعالیت های مسئولیت اجتماعی

¹ Corporate social responsibility (CSR)

² Matten & Moon

³ El Akremi et al

شرکت، اعتماد سهامداران را افزایش می دهد و منجر به افزایش معاملات بین شرکت و سهامداران آن و در نهایت منجر به افزایش ارزش سهامدار می گردد. لینز و همکاران^۲ (۲۰۱۷) دریافته اند که عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت بالاتری دارند اعتماد بیشتری از سهامداران و سرمایه گذاران به دست می آورند، بنابراین بازدهی بالاتری نسبت به شرکت های دارای مسئولیت اجتماعی شرکت پایین تر در طول بحران مالی ۲۰۰۸ کسب کرده اند. فلامر^۳ (۲۰۱۸) پیشنهاد کرد که عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت نشان دهنده درک قابل اعتماد بودن یک شرکت است و بر رقابت آن در بازار خریدهای دولتی تأثیر می گذارد. دانشمندان همچنین یادآور شده اند که عملکرد خوب مسئولیت اجتماعی شرکت نشانه توانایی مدیریتی قوی برای سرمایه گذاران است (لیو و همکاران^۴، ۲۰۲۰). پژوهشگران، بیشتر به تأثیرات مسئولیت اجتماعی شرکت در کاهش ریسک هم از نظر تأثیرات قبلی و هم از نظر تأثیرات قبلی اشاره کرده اند (باوتین - دیوفرنز و ساواریا^۵، ۲۰۰۴؛ جیا و همکاران^۶، ۲۰۲۰) همچنین عنوان شده است فعالیت های مسئولیت اجتماعی شرکت باید منجر به سیگنال های اولیه از ریسک نوظهور شود و از طریق قابلیت های مدیریتی بهتر، تکرار ریسک ها را کاهش دهد. به طور خاص، روش های متناسب مسئولیت اجتماعی شرکت باید به ریسک ویژه کمتر منجر شود، ریسک کلی غیرویژه پایین تر و ریسک مالی کمتر منجر گردد (آلبوکرک و همکاران^۷، ۲۰۱۹؛ چیونگ^۸، ۲۰۱۶). با این حال، فعالیت های مسئولیت اجتماعی شرکت همچنین باید از شدت ریسک جلوگیری کند (جیا و همکاران^۹، ۲۰۲۰). برنامه های موثر مسئولیت اجتماعی شرکت منجر به شهرت مثبت شرکت و ایجاد سرمایه اخلاقی می شود (شیو و یانگ^۹، ۲۰۱۷). مشخص شده است که روش های موثر مسئولیت اجتماعی شرکت مبتنی بر روابط همکاری با سهامداران اصلی است؛ با این حال، تأثیر یک رابطه همکاری با سهامداران ثانویه کمتر اثبات شده است. به عنوان مثال، هیلمن و کیم (۲۰۰۱) دریافته اند که فعالیتهای مسئولیت اجتماعی شرکت با هدف قرار دادن ذینفعان اصلی باعث ایجاد ارزش و کاهش ریسک ها می شود، در حالی که فعالیت هایی که ذینفعان ثانویه را هدف قرار می دهند کمترین تأثیر را داشتند زیرا از مشروعیت و قدرت برخوردار نبودند. در مقابل، گادفری و همکارانش^{۱۰} (۲۰۰۹) نتیجه گرفتند که فقط فعالیت های مسئولیت اجتماعی شرکت با هدف قرار دادن ذینفعان ثانویه توسط جامعه امری صادقانه تلقی می شود. عدم توافق در مورد ارزش روابط مسئولیت اجتماعی شرکت با ذینفعان اولیه و ثانویه، نیاز به بررسی بیشتر کانال هایی را فراهم می کند که مسئولیت اجتماعی شرکت از طریق آنها می تواند بر ریسک های شرکت تأثیر بگذارد. پژوهشگران دیگر دریافته اند که روش های موفقیت آمیز مسئولیت اجتماعی شرکت می تواند از سایر فعالیت های داخلی به صورت مثبت حمایت کند. به عنوان مثال، فلامر و لو^{۱۱} (۲۰۱۷) دریافته اند فعالیت های مسئولیت اجتماعی شرکت با هدف افزایش مزایای کارکنان، استراتژی منابع انسانی سازمان را تکمیل می کند. کوهن^{۱۲} (۲۰۱۷) بیان داشت که ترکیبی از روش های مسئولیت اجتماعی شرکت و منابع

¹ Hillman and Keim

² Lins et al

³ Flammer

⁴ Lu et al

⁵ Boutin-Dufresne & Savaria

⁶ Jia et al

⁷ Albuquerque et al

⁸ Cheung

⁹ Shiu & Yang

¹⁰ Godfrey et al

¹¹ Flammer and Luo

¹² Cohen

انسانی منجر به افزایش رضایت سهامداران و پایداری طولانی مدت آنها شده است. محققان همچنین استدلال کرده اند که بهره گیری درست از شاخص ها و روش های مسئولیت اجتماعی شرکت می تواند به نوآوری بیشتر شرکت منجر شود (لیو و همکاران، ۲۰۲۰). نوآوری با هدف بهبود پایداری (به عنوان مثال، نوآوری مسئولانه) توسط مشتریان، به صورت بهتری شناخته شده و پذیرفته می شود، که این امر منجر به عملکردهای اجتماعی و اقتصادی بهتر فعالیت های مسئولیت اجتماعی شرکت می شود؛ از این رو، فعالیت های مسئولیت اجتماعی شرکت ممکن است تأثیر داخلی گسترده تری نسبت به آنچه که در حال حاضر شناخته شده است، داشته باشند، به خصوص اگر تأثیر روابط با ذینفعان ثانویه نیز در آن باشد (کاندی و همکاران^۱، ۲۰۱۹). رابطه بین فعالیت های مسئولیت اجتماعی شرکت و شهرت شرکت از منظرهای مختلف مورد بررسی قرار گرفته است. با این حال، تأثیر شیوه های جمع آوری اطلاعات مسئولیت اجتماعی شرکت بر روی سایر روش های داخلی مانند کاهش ریسک و ارزش ایجاد روابط مبتنی بر دانش با ذینفعان اولیه و ثانویه، نیاز به بررسی بیشتر دارد. روش های مسئولیت اجتماعی شرکت می تواند با ایجاد روابط با ذینفعان اصلی و ثانویه، دانش مورد نیاز در مورد نگرانی های اجتماعی و زیست محیطی در جامعه ایران که در حال ظهور هستند را ایجاد کند. روابط با گروه های مختلف ذینفعان باید اطلاعات دقیق در مورد ریسک ها و همچنین درک بهتر از نحوه جمع آوری اطلاعات معتبر را فراهم سازد. هر دوی این نتایج باید به فرایندهای مدیریت یکپارچه ریسک بهتر منجر شود. بنابراین، استدلال مسئولیت اجتماعی شرکت باید شامل تأثیر غیرمستقیم آن بر سایر روش های داخلی و نه فقط تأثیر مثبت آن بر اعتبار یا قانونی بودن شرکت باشد. از نقطه نظر ابزاری، سرمایه گذاری مسئولیت اجتماعی شرکت حتی بدون توجیه شهرت ممکن است یک گزینه قابل قبول استراتژیک باشد. این مطالعه با بررسی ساز و کارها و شاخص های مسئولیت اجتماعی شرکت به عنوان ابزاری به منظور کاهش ریسک و بررسی تناسب داخلی بین مسئولیت اجتماعی شرکت و شیوه های مدیریت ریسک شرکت ها، خلا موجود در ادبیات پژوهشی موجود را تکمیل می کند و در صدد پاسخگویی به این سوال است که آیا بکارگیری شاخص های مسئولیت اجتماعی شرکت بر روش های مدیریت ریسک در قالب روش های مدیریت ریسک استراتژیک، مدیریت ریسک عملیاتی، مدیریت ریسک گزارشگری و مدیریت ریسک عدم رعایت قوانین و مقررات در شرکت های پذیرفته شده در سازمان بورس اوراق بهادار تهران تأثیر معناداری دارد یا خیر؟

مبانی نظری پژوهش و پیشینه های پژوهشی

مسئولیت اجتماعی شرکت با تایید این موضوع که شرکت ها باید به طور واضح تری به مسائل اجتماعی پاسخ دهند، به یک فعالیت داوطلبانه شرکت ها تبدیل شده است. معرفی اصول والدز راهنمایی برای شرکت ها بود تا علاوه بر حمایت از حقوق بشر، استراتژی های مسئولیت پذیری در قبال محیط زیست را نیز تدوین کنند. شیوه های مسئولیت اجتماعی شرکت اکنون به عنوان مکانیزمی برای افزایش مشروعیت و حفظ حسن نیت و اعتماد در میان ذینفعان، مانند سازمان های زیست محیطی، قانونگذار، نهادهای نظارتی و برخی از نهاد های بین المللی در نظر گرفته می شود (جیونگ و کیم، ۲۰۱۹؛ وانگ و همکاران، ۲۰۱۶). به عنوان مثال، فعالیت های مسئولیت اجتماعی شرکت که از نظر استراتژیک به منافع مشتریان پاسخ می دهند، می توانند منجر به افزایش اعتماد مشتری شوند و به عنوان منبع بالقوه مزیت رقابتی باشند. فعالیت های مسئولیت اجتماعی شرکت

¹ Candi et al

با هدف بهبود شفافیت و کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بین شرکت و سرمایه گذاران آن می تواند باعث افزایش اعتماد و کاهش هزینه سرمایه شود (چنگ و همکاران، ۲۰۱۴). در حالی که فعالیت هایی که بر عملکرد محیطی متمرکز هستند می توانند از تاثیر منفی بالقوه سازمان های زیست محیطی کاسته و مشروعیت سازمان را افزایش دهند (لیو و همکاران، ۲۰۲۰). تغییرات اخیر در شیوه های مدیریت ریسک، یک محیط ایده آل برای بررسی هم افزایی بین مسئولیت اجتماعی شرکت و مدیریت ریسک فراهم می کند. شیوه های سنتی مدیریت ریسک در داخل یک واحد کسب و کار معین، بدون در نظر گرفتن ارتباط بالقوه میان ریسک ها و تأثیرات اجتماعی، جهت گیری داخلی داشته است. تحت این رویکرد، هر واحد تجاری، تصمیم گیری در زمینه مدیریت ریسک را بدون مشورت با سایر عملیات تجاری یا حتی دفتر مرکزی انجام می دهد، که منجر به حداقل هماهنگی بین واحدهای تجاری شده است. ناکارآمدی در این روش برای مدیریت ریسک با افزایش پیچیدگی ریسک ها در حال افزایش است، به ویژه هنگامی که ریسک ها بیش از یک بخش را تحت تأثیر قرار می دهد (فراسیر و همکاران، ۲۰۱۰). استراتژی های موفق مسئولیت اجتماعی شرکت فعالیت های به ظاهر متفاوتی را شامل می شود و می تواند دربردارنده حمایت از برنامه های داوطلبانه و محیط زیستی، پاسخ به طیف گسترده ای از روابط با نهادهای حفاظت از محیط زیست، مدیران منابع انسانی، جوامع محلی، تأمین کنندگان و مصرف کنندگان باشد و منافع خاص سهامداران را برآورده نماید (وانگ و همکاران، ۲۰۲۰). این یکپارچگی باید منجر به بهبود ارزیابی ریسک شود زیرا به دانش گسترده و عمیق تری از ریسک های نوظهور کمک می نماید. به عنوان مثال، مطالعه موردی اینگنلیک و ایمینیکز (۲۰۱۰) نشان داد که منافع متنوع ذینفعان با استفاده از ذینفعان در تدوین استانداردها و فرایندهای مسئولیت اجتماعی شرکت شرکت به طور موثرتری مدیریت می شود. فلامر و لیو (۲۰۱۷) اثر افزایش مزایای بیکاری دولت بر رفتارهای نامطلوب کارکنان (به عنوان مثال، شرک، غیبت) را مطالعه کردند و دریافتند که شرکت ها می توانند با افزایش سرمایه گذاری خود در مسئولیت اجتماعی شرکت جهت کمک به هم ترازی منافع بین کارمندان، کارفرمایان و قوانین و مقررات دولتی کمک نمایند. در مقایسه با روش های سنتی مدیریت ریسک، مدیریت ریسک سازمانی باید منجر به شناسایی موثرتر ریسک ها و ارتباطات اجتماعی در بین ریسک های مختلف شود. برای تحقق این هدف، شرکت باید نیازهای ذینفعان مختلف و چگونگی تأثیر روش های آنها در پورتفوی ریسک آن را درک کند. بنابراین، اقدامات موثر مسئولیت اجتماعی شرکت، که منجر به دانش منحصر به فرد و جامع در مورد گروه های ذینفع مختلف و جوامع آنها می شود، باید مبنایی و پایه ای را به منظور بکارگیری مدیریت ریسک سازمانی فراهم نماید (گاتزرت و همکاران، ۲۰۱۶).

نقی زاده (۱۳۹۹) پژوهشی با عنوان تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر ریسک سرمایه گذاری شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار ایران انجام داد. در این پژوهش به بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر ریسک سرمایه گذاری شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار ایران پرداخته شد. بدین منظور داده های مربوط به ۱۳۰ شرکت در بورس اوراق بهادار تهران، طی دوره زمانی ۱۳۹۰-۱۳۹۴ گردآوری شده است. نتایج حاصل از پژوهش با استفاده از تحلیل رگرسیون خطی چند متغیره فرضیه ها را بیان می کند: فرضیه اول- تأثیر روابط کارکنان بر ریسک سرمایه گذاری، فرضیه دوم- تأثیر مشارکت بر ریسک سرمایه گذاری، فرضیه سوم- تأثیر تولید بر ریسک سرمایه گذاری، فرضیه چهارم- تأثیر محیط زیست بر ریسک

¹ Fraser et al

سرمایه گذاری. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده ها بیانگر این است که مسئولیت اجتماعی شرکت بر ریسک سرمایه گذاری در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تأثیر دارد.

اقدامی و همکاران (۱۳۹۹) پژوهشی با بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و نگاهداشت وجه نقد با تأکید بر نقش واسطه‌ای عوامل ریسک سیستماتیک و حاکمیت شرکتی انجام دادند. داده‌های مورد نیاز پژوهش بر اساس یک نمونه آماری متشکل از ۱۱۸ شرکت در طی سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۵ به روش نمونه‌گیری حذف سیستماتیک انتخاب شدند. جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش از روش تحلیل رگرسیون چند متغیره و روش داده‌های ترکیبی با استفاده از نرم افزار اقتصادسنجی Eviews استفاده گردید. نتایج پژوهش حاکی از آن است که ریسک سیستماتیک و حاکمیت شرکتی نقش واسطه‌ای بر رابطه مسئولیت اجتماعی و نگهداشت وجه نقد دارند، در واقع ریسک سیستماتیک باعث تضعیف اما حاکمیت شرکتی باعث تقویت رابطه بین مسئولیت اجتماعی و نگهداشت وجه نقد می‌شود.

دلپسند و همکاران (۱۳۹۷) پژوهشی با عنوان بررسی ساز و کار اثرگذاری مسئولیت‌پذیری اجتماعی، ریسک و حاکمیت شرکتی بر نگهداشت وجه نقد: رویکرد مدلسازی معادلات ساختاری انجام دادند. جهت آزمون فرضیه‌ها از مدلسازی معادلات ساختاری (تحلیل مسیر) مختص داده های پانلی استفاده گردید، سپس با توجه به ضرایب بدست آمده، بوسیله آزمون سوبل نقش میانجی گری و میزان اثر آن مورد بررسی قرار گرفت. برای نیل به اهداف مذکور، تعداد ۵۹۷ مشاهده (سال - شرکت) مربوط به شرکت های عضو بورس اوراق بهادار تهران از سال ۱۳۸۹ تا سال ۱۳۹۴ بررسی گردید. نتایج حاکی از آن است که ریسک سیستماتیک، درصد سهامداران نهادی و استقلال هیئت مدیره بر نگهداشت وجه نقد اثر معناداری دارد. همچنین مسئولیت پذیری اجتماعی نیز به طور مستقیم بر نگهداشت وجه نقد اثر معناداری ندارد اما با توجه به تأیید نقش میانجی گری ریسک سیستماتیک، اثر غیر مستقیم مسئولیت پذیری اجتماعی بر نگهداشت وجه نقد از طریق ریسک سیستماتیک معنادار می باشد.

رمضان نیا و رضایی (۱۳۹۶) پژوهشی با عنوان بررسی اثر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت بر ریسک سیستماتیک و ریسک غیرسیستماتیک: با استفاده از مدل تحلیل پوششی داده ها انجام دادند. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از اطلاعات ۹۰ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره زمانی ۱۳۹۴-۱۳۹۰ استفاده شد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی ورودی محور و مسئولیت‌پذیری اجتماعی خروجی محور، اثری منفی و معنادار بر ریسک سیستماتیک و ریسک غیرسیستماتیک دارند. مسئولیت اجتماعی موجب کاهش ریسک (سیستماتیک و غیرسیستماتیک) می‌شود، چرا که شرکت‌های دارای سرمایه اجتماعی بالا، دارای توانایی بالایی در مواجهه با شوک‌های داخلی یا خارجی می‌باشند. خصوصاً ارتباط مناسب بین سهامداران باعث می‌گردد تا چنین شرکت‌هایی دارای امنیت بیمه‌مانند باشند، که تقاضا و عرضه را در زمان بحران ثابت نگه داشته و انعطاف‌پذیری در رخدادهای ناگهانی را بهبود می‌بخشد و باعث تسهیل در بازیافت و رشد پایدار می‌گردد.

موسوی و همکاران (۱۳۹۵) پژوهشی با عنوان بررسی تبیین ایفای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها و تأثیر آن بر ریسک سقوط قیمت سهام انجام دادند. با نمونه آماری مشتمل بر ۸۶ شرکت طی دوره ی زمانی ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۳ بر اساس روش تحلیل پوششی داده ها، میزان ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت ها محاسبه شد. برای محاسبه ریسک سقوط قیمت سهام نیز از مدل ضریب منفی چولگی بازده سهام چن و همکاران (۲۰۰۱) استفاده گردید. جهت مطالعه تأثیر ضریب ایفای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت بر ریسک سقوط قیمت سهام با بکارگیری روش داده های ترکیبی و رگرسیون خطی چند متغیره،

یافته های پژوهش نشان داد که بین ایفای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها و ریسک سقوط قیمت سهام، رابطه معناداری وجود ندارد.

لیو و همکاران (۲۰۲۰) پژوهشی با عنوان بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر روش های مدیریت ریسک انجام دادند. در این پژوهش استدلال می شود که کارآیی مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت فراتر از شهرت یک شرکت و در راستای مدیریت نگرانی های اجتماعی و زیست محیطی می باشد که به طور خاص، می تواند روی سایر روش های کسب و کار مانند مدیریت ریسک تأثیر بگذارد. نتایج نشان می دهد که: (الف) به طور کلی، شرکت هایی که عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت بهتری دارند، احتمالاً روش های مدیریت ریسک یکپارچه را اتخاذ می کنند و (ب) فعالیت های مسئولیت اجتماعی شرکت که هم ذینفعان اصلی و هم ذینفعان ثانویه را هدف قرار می دهند، در تسهیل اتخاذ چنین شیوه های مدیریت ریسک، به همان اندازه مهم هستند.

نسیم و همکاران^۱ (۲۰۲۰) پژوهشی با عنوان مشارکت مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد شرکت در آسیا و اقیانوسیه: نقش مدیریت ریسک شرکت انجام دادند. با استفاده از نظریه ذینفعان و استفاده از نمونه بزرگی از ۱۰۲۱ شرکت آسیا و اقیانوسیه در طول سالهای ۲۰۰۶ تا ۲۰۱۶، نتایج نشان می دهد که اجتماعی بودن شرکتها با عملکرد شرکتها ارتباط مثبت دارد. نتایج نشان می دهد که مسئولیت اجتماعی شرکت با مدیریت ریسک شرکت مرتبط است. با این حال، تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر عملکرد شرکت مستقیم و غیرمستقیم است. شواهدی ارائه می گردد که مدیریت ریسک شرکت تا حدی نقش میانجی بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد شرکت است.

تران و همکاران^۲ (۲۰۱۹) پژوهشی با عنوان تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت و مدیریت ریسک بر عملکرد مالی: مورد شرکت های نساجی ویتنام انجام دادند. این مطالعه بر روی نمونه ای از ۳۸۹ شرکت نساجی ویتنامی انجام شده است. نتایج نشان می دهد مسئولیت اجتماعی شرکت اقدامی بهینه برای به حداقل رساندن ریسک ها و بهبود عملکرد مالی بود. سیاست مناسب مسئولیت اجتماعی شرکت ریسک شرکت را کاهش می دهد و عملکرد مالی را بهبود می بخشد. از راه دیگر، سیاست بد مسئولیت اجتماعی شرکت ریسک شرکت را افزایش می دهد و بر عملکرد مالی تأثیر منفی می گذارد. علاوه بر این، نقش میانجی اندازه شرکت در رابطه بین مدیریت ریسک و عملکرد مالی از نظر آماری قابل توجه است.

چن و همکاران^۳ (۲۰۱۹) پژوهشی با عنوان مسئولیت اجتماعی شرکت ها و ریسک های غیرعادی در بازارهای کشورهای مختلف انجام دادند. نتایج نشان می دهد شرکت هایی که عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت بهتری دارند می توانند ریسک غیرعادی خود را کاهش دهند. علاوه بر این، در کشورهای مختلف بازار، مسئولیت اجتماعی شرکت می تواند به طور قابل توجهی ریسک غیرعادی را کاهش دهد، در حالی که شرکت هایی که عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت ضعیف تری دارند، ریسک غیرعادی تری دارند.

¹ Naseem et al

² Tran et al

³ Chen et al

فرضیه های پژوهش

فرضیه های فرعی پژوهش

- فرضیه ۱: شاخص های مسئولیت اجتماعی شرکت بر مدیریت ریسک استراتژیک شرکت تاثیر معناداری دارد.
فرضیه ۲: شاخص های مسئولیت اجتماعی شرکت بر مدیریت ریسک عملیاتی شرکت تاثیر معناداری دارد.
فرضیه ۳: شاخص های مسئولیت اجتماعی شرکت بر مدیریت ریسک گزارشگری شرکت تاثیر معناداری دارد.
فرضیه ۴: شاخص های مسئولیت اجتماعی شرکت بر مدیریت ریسک عدم رعایت قوانین و مقررات شرکت تاثیر معناداری دارد.

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر بر حسب هدف از نوع تحقیقات کاربردی است. این پژوهش از نوع توصیفی همبستگی و روش شناسی پژوهش از نوع پس رویدادی است. برای آزمون فرضیه ها، از مدل رگرسیون چند متغیره استفاده خواهد شد. به منظور گردآوری اطلاعات در مورد ادبیات موضوع و پیشینه تحقیق و فرمولهای استخراج متغیرهای تحقیق از روش کتابخانه ای استفاده می شود. اطلاعات مورد نیاز برای آزمون فرضیه های تحقیق، از اطلاعات دسته دوم شرکت های نمونه بود که از منابع مختلفی از جمله نرم افزار ره آورد نوین و صورت های مالی استخراج شدند. اطلاعات اخذ شده در رابطه با متغیرهای تحقیق وارد صفحه گسترده اکسل شده و سپس با استفاده از نرم افزارهای EViews و Stata تحلیل شدند. جامعه آماری این پژوهش به روش حذف سیستماتیک از میان تمام شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، طی دوره زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۹ می باشد که نمونه آماری به با در نظر گرفتن شرایط زیر انتخاب شده است:

- ۱) برای رعایت امکان مقایسه پذیری، پایان سال مالی شرکت ها ۲۹ اسفند ماه باشد.
 - ۲) شرکت های مورد نظر از ابتدای سال ۱۳۹۰ تا انتهای سال ۱۳۹۹ در عضویت بورس اوراق بهادار باشند.
 - ۳) صورت های مالی شرکت ها، حسابرسی شده و غیر تلفیقی باشد.
 - ۴) به دلیل شفاف نبودن مرزبندی بین فعالیتهای عملیاتی و تامین مالی شرکت های مالی (شرکت سرمایه گذاری، واسطه گری مالی، هلدینگ، بانک و لیزینگ) این شرکت ها از نمونه حذف شده اند.
- با وجود محدودیتهای فوق نهایتاً تعداد ۱۱۵ شرکت برای بررسی انتخاب شدند.

مدل های رگرسیونی پژوهش

مدل رگرسیونی فرضیه اول

$$SRit = \gamma_0 + \gamma_1 CSR_{it} + \gamma_2 SIZE_{it} + \gamma_3 LEV_{it} + \gamma_4 TANGI_{it} + \gamma_5 INTANGI_{it} + \gamma_6 CF_{it} + \gamma_7 ROA_{it} + \gamma_8 ROE_{it} + \epsilon_{it}$$

مدل رگرسیونی فرضیه دوم

$$ORit = \gamma_0 + \gamma_1 CSR_{it} + \gamma_2 SIZE_{it} + \gamma_3 LEV_{it} + \gamma_4 TANGI_{it} + \gamma_5 INTANGI_{it} + \gamma_6 CF_{it} + \gamma_7 ROA_{it} + \gamma_8 ROE_{it} + \epsilon_{it}$$

مدل رگرسیونی فرضیه سوم

$$RRit = \gamma_0 + \gamma_1 CSR_{it} + \gamma_2 SIZE_{it} + \gamma_3 LEV_{it} + \gamma_4 TANGI_{it} + \gamma_5 INTANGI_{it} + \gamma_6 CF_{it} + \gamma_7 ROA_{it} + \gamma_8 ROE_{it} + \epsilon_{it}$$

مدل رگرسیونی فرضیه چهارم

$$CRit = \gamma_0 + \gamma_1 CSR_{it} + \gamma_2 SIZE_{it} + \gamma_3 LEV_{it} + \gamma_4 TANGI_{it} + \gamma_5 INTANGI_{it} + \gamma_6 CF_{it} + \gamma_7 ROA_{it} + \gamma_8 ROE_{it} + \epsilon_{it}$$

تعاریف عملیاتی متغیرهای پژوهش

متغیر وابسته

مدیریت ریسک شرکت

مدیریت ریسک شرکت که توسط کمیته سازمان های حامی^۱ مربوط به کمیسیون تردوی ارائه گردیده است. چهار هدف مدیریت ریسک استراتژیک، مدیریت ریسک عملیاتی، مدیریت ریسک گزارشگری و مدیریت ریسک عدم رعایت قوانین و مقررات برای مدیریت ریسک شرکت تعریف کرده که پژوهش حاضر نیز از این مدل پیروی می کند (تعریف و نحوه محاسبه متغیرها در جدول شماره ۱ آورده شده است).

متغیر مستقل

شاخص های مسئولیت اجتماعی شرکت

متغیر مستقل این پژوهش، سطح افشای اطلاعات مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکت ها می باشد. روش تحقیقی که به طور رایج برای اندازه گیری آن مورد استفاده قرار می گیرد، تحلیل محتوا است (ابو توماسن، ۱۹۹۷). در تحلیل محتوا، محقق باید از ابزار چک لیست کدگذاری شده در جهت ارزیابی سطح افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی استفاده نماید (اریبی و جائو، ۲۰۱۰). این ابزار به منظور به رمز در آوردن اطلاعات کیفی موجود در گزارش های سالانه طراحی می شود ویلیامز، ۱۹۹۹). روش کدگذاری عبارت است از خواندن گزارش های سالانه و مشخص کردن هر گونه اطلاعات مرتبط به مسائل زیست محیطی و اجتماعی و طبقه بندی آنها به بخش و زیربخش مناسب (حساس یگانه و برزگر، ۱۳۹۴)

معیارهای مورد استفاده برای سنجش سطح افشاء مسئولیت اجتماعی شرکت ها در این پژوهش، از تلفیق رهنمودهای بین المللی و منطقه گزارشگری مسئولیت اجتماعی و ژایندهی در سطح جهانی و منطقه ای به ویژه رهنمود سازمان گزارشگری جهانی و استاندارد ۲۶۰۰۰ سازمان بین المللی استاندارد اقتباس شده است. از این رو، چک لیستی شامل ۱۷ مؤلفه و ۶۰ نوع اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی تهیه شد که انتظار می رود به صورت اجباری یا داوطلبانه در گزارش های مالی سالانه شرکت های ایرانی افشاء شود. این چک لیست سه بعد اجتماعی، محیطی و اقتصادی مسئولیت اجتماعی شرکت ها را در نظر می گیرد. رویه امتیازدهی برای سنجش سطح مسئولیت اجتماعی شرکت ها بر اساس روش ارنست و ارنست (۱۹۷۸) و ابوت و مانسن (۱۹۷۹) است که اگر یک قلم از افشاء مسئولیت اجتماعی شرکتها انجام شده باشد، امتیاز یک و اگر افشاء نشده باشد امتیاز صفر داده می شود؛ بنابراین تعداد اقلام افشاشده به کل اقلام قابل افشاء در گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت ها بر

^۱ COSO

اساس داده های مندرج در گزارشهای سالانه شرکتها، بیانگر امتیاز مسئولیت اجتماعی شرکت ها است (حساس یگانه و برزگر، ۱۳۹۴):

تعداد کل اقلام قابل افشاء / تعداد کل اقلام افشاء شده = امتیاز مسئولیت اجتماعی

جدول (۱): تعاریف عملیاتی متغیرهای پژوهش

علامت اختصاری در مدل رگرسیون	تعریف و چگونگی محاسبه	معادل لاتین	نوع متغیر
			متغیرهای وابسته
$ERisk_{it}$	از طریق چهار معیار زیر اندازه گیری می شود: مدیریت ریسک استراتژیک، مدیریت ریسک عملیاتی، مدیریت ریسک گزارشگری و مدیریت ریسک عدم رعایت قوانین و مقررات	Enterprise Risk Management	مدیریت ریسک
SR_{it}	از طریق فرمول زیر محاسبه می گردد: $strategy = \frac{sales_i - \mu sales}{\sigma sales}$ که در آن $sales_i$: به معنای درآمد فروش و خدمات $\mu sales$: نشان دهنده میانگین درآمد فروش و خدمات در هر سال در هر صنعت می باشد. $\sigma sales$: نشان دهنده انحراف معیار درآمد فروش و خدمات در هر سال در هر صنعت می باشد.	Strategic Risk Management	مدیریت ریسک استراتژیک
OR_{it}	از طریق فرمول زیر محاسبه می گردد: $Operation = \frac{sales}{total\ assets}$ sales: نشان دهنده فروش assets total: نشان دهنده جمع کل دارایی هاست.	Operation Risk Management	مدیریت ریسک عملیاتی
RR_{it}	از طریق فرمول زیر محاسبه می گردد: $reporting = \frac{ NormalAccruals }{ NormalAccruals + AbnormalAccruals }$	Report Risk Management	مدیریت ریسک گزارشگری
CR_{it}	از طریق فرمول زیر محاسبه می گردد: $Compliance = \frac{Auditor\ Fees}{Total\ Assets}$ Auditor Fees: حق الزحمه حسابرسی Total Assets: جمع کل دارایی ها	Compliance Risk Management	مدیریت ریسک عدم رعایت قوانین و مقررات
علامت اختصاری در مدل رگرسیون	تعریف و چگونگی محاسبه	معادل لاتین	متغیرهای مستقل
CSR_{it}	رویه امتیازدهی برای سنجش سطح مسئولیت اجتماعی شرکتها بر اساس روش ارنست و (۱۹۷۸) و ابوت و مانسن (۱۹۷۹) ست که اگر یک قلم از افشاء مسئولیت اجتماعی شرکت ها انجام شده باشد، امتیاز یک و اگر افشاء نشده باشد امتیاز صفر داده میشود؛ بنابراین تعداد اقلام افشاء شده به کل اقلام قابل افشاء در گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت ها بر اساس داده های مندرج در گزارشهای سالانه شرکتها، بیانگر امتیاز مسئولیت اجتماعی شرکت ها است (حساس یگانه و برزگر، ۱۳۹۴):	Corporate Social Responsibility	مسئولیت اجتماعی شرکت

	تعداد کل اقلام قابل افشاء / تعداد کل اقلام افشاء شده = امتیاز مسئولیت اجتماعی		
علامت اختصاری	تعریف و چگونگی محاسبه	معادل لاتین	متغیرهای کنترلی
SIZE _{i,t}	لگاریتم جمع دارایی های شرکت است.	SIZE	اندازه
LEV _{i,t}	بیان کننده سطح اهرم مالی است که بر اساس رابطه ذیل محاسبه شده است (نیکومرام و همکاران، ۱۳۹۳): $LEV(\text{اهرم مالی}) = \frac{\text{کل بدهی ها}}{\text{کل دارایی ها}}$	Leverage	اهرم
TANGI _{i,t}	از طریق اندازه گیری نسبت دارایی های ثابت به کل دارایی ها در سال مالی t محاسبه می شود.	fixed assets	دارایی های ثابت
INTANGI _{i,t}	از طریق اندازه گیری نسبت دارایی نامشهود به کل دارایی در سال مالی t محاسبه می شود.	intangible asset	دارایی های نامشهود
CF _{i,t}	از طریق اندازه گیری نسبت جریان نقدینگی به درآمد خالص کسب و کار در سال مالی t تعریف می شود	cash flow	جریان نقدی
ROA _{i,t}	نرخ بازده دارایی ها است و از رابطه ذیل محاسبه می گردد (نیکومرام و همکاران، ۱۳۹۳): $ROA(\text{نرخ بازده دارایی}) = \frac{\text{سود خالص}}{\text{کل دارایی ها}}$	Return on total assets	بازده دارایی ها
ROE _{i,t}	بازده حقوق صاحبان سهام از رابطه ذیل محاسبه می گردد = (بازده حقوق صاحبان سهام) $ROE = \frac{\text{سود خالص}}{\text{بازار ارزش حقوق صاحبان سهام}}$	Return on equit	بازده حقوق صاحبان سهام

یافته های تحلیلی پژوهش

جدول (۲): آمار توصیفی متغیرهای کمی پژوهش

متغیر	نماد متغیر	میانگین	میان	حداکثر	حداقل	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
اهرم مالی	LEV	۰,۵۹۵	۰,۵۸۶	۲,۶۲۳	۰,۰۳۶	۰,۲۵۹	۱,۹۶۴	۱۴,۵۱۱
دارایی ثابت	TANGI	۰,۲۶۱	۰,۲۱۶	۰,۹۳۲	۰,۰۰۷	۰,۱۸۵	۰,۹۷۷	۳,۴۴۹
نرخ بازده دارایی ها	ROA	۰,۱۰۸	۰,۰۸۹	۰,۶۲۶	-۰,۶۰۵	۰,۱۴۹	۰,۱۲۴	۵,۰۰۷
دارایی نامشهود	INTANGI	۰,۰۰۵	۰,۰۰۲	۰,۰۵۷	۰,۰۰۰	۰,۰۰۸	۳,۱۵۹	۱۵,۱۸
اندازه شرکت	SIZE	۱۴,۴۵۲	۱۴,۲۴۲	۲۰,۱۸۳	۱۰,۵۳۲	۱,۵۲۳	۰,۸۵۵	۴,۳۳۳
بازده حقوق صاحبان سهام	ROE	۰,۲۵۴	۰,۲۴۱	۲,۶۱۹	-۱,۹۵۸	۰,۳۶۶	۰,۲۱۶	۱۳,۹۱۵
مسئولیت پذیری اجتماعی	CSR	۰,۴۶۳	۰,۴۸۳	۰,۷۶۶	۰,۱۰	۰,۱۵۲	-۰,۲۷۷	۱,۹۳۷
مدیریت ریسک عدم رعایت قوانین و مقررات	CR	-۰,۰۰۷	-۰,۱۵۵	۰,۷۹۶	-۰,۵۷۸	۰,۳۷۸	۰,۵۵۵	۱,۸۱۷
مدیریت ریسک گزارشگری	RR	۰,۴۸۶	۰,۴۶۷	۰,۹۸۹	۰,۰۰۳	۰,۲۹۲	۰,۰۰۷	۱,۷۵۱

۸,۹۶۵	۱,۶۱۴	۰,۰۴۳	-۰,۰۸۴	۰,۲۷۴	۰,۰۱۹	۰,۰۲۵	SR	مدیریت ریسک استراتژیک
۶,۹۵۱	۱,۵۷۶	۰,۵۱۵	۰,۰۰۳	۳,۶۵۰	۰,۷۳۴	۰,۸۴۶	OR	مدیریت ریسک عملیاتی

آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

پس از جمع آوری داده ها و محاسبه متغیرهای مورد استفاده در پژوهش، پارامترهای توصیفی هر متغیر به صورت مجزا محاسبه شده است. این پارامترها شامل اطلاعات مربوط به شاخص های مرکزی نظیر میانگین، میانه، کمینه و بیشینه و همچنین اطلاعات مربوط به شاخص های پراکندگی همچون انحراف معیار، چولگی و کشیدگی است. جدول شماره (۲) آمار توصیفی متغیرهای کمی مورد بررسی را نشان می دهد. از بین شاخص های مرکزی بیان شده میانگین مهم ترین آن ها محسوب می شود که نشان دهنده نقطه تعادل و مرکز ثقل توزیع است. میانگین شاخص مناسبی برای نشان دادن مرکزیت داده ها است. برای مثال میانگین متغیر اهرم مالی، برابر $0/595$ می باشد که نشان می دهد بیشتر داده های مربوط به این متغیر حول این نقطه تمرکز یافته اند. میانه یکی دیگر از شاخص های مرکزی است. همانگونه که در جدول (۲) مشاهده می شود میانه همین متغیر برابر با $0/586$ است که نشان می دهد نیمی از داده های این متغیر کمتر از این و نیمی بیشتر از این مقدار می باشد. متغیر اهرم مالی حداقل $0,036$ و حداکثر $2,623$ می باشد بدین معنی می باشد در بین ۱۵۹ شرکت برای ۷ سال یعنی حدود ۱۱۱۳ مشاهده بالاترین اهرم مالی $2,623$ می باشد و کمترین مقدار $0,036$ می باشد و بقیه شرکتها مابین این ارقام می باشد.

آزمون مانایی متغیرها

قبل از تخمین مدل باید داد ها از لحاظ پایایی مورد آزمون قرار گیرند. مانا نبودن متغیرها باعث بروز مشکل رگرسیون کاذب میشود. در این پژوهش به منظور تشخیص مانایی متغیرها از آزمون لیون، لین و چاو و و ایم، پسران ووشین استفاده می کنیم. نتایج آزمون پایایی داده ها به صورت خلاصه در نگاره شماره (۳) گزارش شده است:

جدول (۳): آزمون مانایی متغیرهای پژوهش

متغیر	علامت	مقدار آماره لوین، لین و چو	احتمال آماره لوین، لین و چو
اهرم مالی	LEV	-۱۷,۵۶۴	۰,۰۰۰
دارایی ثابت	TANGI	-۲۱۰,۰۰۶	۰,۰۰۰
نرخ بازده داراییها	ROA	-۱۷,۶۷	۰,۰۰۵
دارایی نامشهود	INTANGI	-۳۳,۵۶	۰,۰۰۰
اندازه شرکت	SIZE	-۲۴,۳۵	۰,۰۰۰
بازده حقوق صاحبان سهام	ROE	-۳۶,۱۲۵	۰,۰۰۰
مسولیت پذیری اجتماعی	CSR	-۲۹,۵۴۲	۰,۰۰۰
مدیریت ریسک عدم رعایت قوانین و مقررات	CR	-۵۱,۵۷۴	۰,۰۰۰
مدیریت ریسک گزارشگری	RR	-۱۹,۳۲۶	۰,۰۰۰۰
مدیریت ریسک استراتژیک	SR	-۳۰,۶۵۴	۰,۰۰۰
مدیریت ریسک عملیاتی	OR	-۲۶,۷۹۵	۰,۰۰۰

همانطور که از نتایج آزمون لیون، لین وچاو در جدول شماره (۳) مشخص است تمامی داده ها در سطح معناداری ۵ درصد پایا هستند.

تجزیه و تحلیل مدل آزمون فرضیه های پژوهش نتایج آزمون فرضیه اول پژوهش

جدول (۴): نتایج آزمون F لیمیر و آزمون هاسمن

نتیجه	معناداری	اماره	آزمون
تایید مدل ترکیبی (پانل) در برابر مدل تلفیقی	(۰,۰۰۰)	۱,۵۹۱	آزمون F- لیمیر (چاو)
تایید اثرات ثابت در مقابل اثرات تصادفی	۰,۰۰۰	۱۱۴,۱۵	آزمون هاسمن

نتایج آزمون لیمیر که در جدول شماره (۴): ارائه شده است، نشان می دهد که احتمال اماره آزمون F لیمیر کمتر از ۵ درصد می باشد و لذا برای تخمین مدل از روش ترکیبی استفاده می شود. نتایج آزمون هاسمن کمتر از ۵ درصد است بنابراین اثرات ثابت استفاده می شود.

نتایج برآورد مدل

جدول (۵): نتایج آزمون فرضیه اول

نام متغیر	نماد	ضریب Beta	آماره t	P-Value	عامل تورم واریانس VIF
مقدار ثابت	α	-۰,۲۳۹	-۲,۷۵۶	۰,۰۰۶	----
مسئولیت پذیری اجتماعی	CSR	۰,۰۱۵	۲,۶۵۵	۰,۰۰۸	۱,۲۱۰
اندازه شرکت	SIZE	-۰,۰۰۶	-۱,۴۲۷	۰,۱۵۳	۱,۷۹۹
اهرم مالی	LEV	۰,۰۴۳	۵,۲۸۰	۰,۰۰۰	۳,۲۶۵
نرخ بازده داراییها	ROA	۰,۱۸۹	۱۰,۵۲۵	۰,۰۰۰	۱,۰۰۵
نرخ بازده حقوق صاحبان سهام	ROE	۰,۰۰۲	۲,۵۶۷	۰,۰۱۰	۱,۰۰۹
دارایی ثابت	TANGI	-۰,۰۲۵	-۳,۸۵۴	۰,۰۰۰	۱,۰۳۴
دارایی نامشهود	INTANGI	۰,۱۲۷	-۰,۸۶۴	۰,۳۸۷	۲,۳۵۴
کل مدل رگرسیون	آماره F	P-Value	D-W	R^2 $AdjR^2$	
	۳,۹۸۰	۰,۰۲۶	۲,۱۰۳	$R^2 = ۰,۴۰$ $AdjR^2 = ۰,۳۰$	
نوع آزمون	مقدار	احتمال	نوع آزمون	مقدار	احتمال
گادفری	۲/۰۵۷	۰/۱۲۸	وایت	۱/۱۸۶	۰/۲۴۸

با توجه به نتایج آزمون فرضیه که در جدول شماره (۵): ارائه شده است نشان می دهد که مقدار آماره، F برابر $۳,۹۸۰$ Prob محاسبه شده برای آماره F مدل کمتر از سطح خطای ۵ درصد بوده و معنادار می باشد. معناداری آماره F نشان دهنده معناداری کل مدل است. ضریب متغیر مسولیت اجتماعی برابر $۰,۰۱۵$ و با توجه به سطح خطای مورد پذیرش $۰,۰۰۸$ ، که کمتر از پنج درصد است، معنی دار می باشد. که نشان میدهد شاخص های مسولیت اجتماعی شرکت بر مدیریت ریسک استراتژیک شرکت تاثیر معناداری و مثبت دارد. مقدار آماره دوربین واتسون برابر $۲,۱۰۳$ که در بازه $۱,۵$ تا $۲,۵$ قرار دارد و بیانگر عدم وجود خودهمبستگی بین جملات خطا در رگرسیون است. میزان ضریب تعیین و ضریب تعیین تعدیل شده به ترتیب ۳۰% و ۴۰% هستند که نشان می دهد تقریباً ۴۰ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیر مستقل و متغیرهای کنترلی قابل تبیین است. با توجه به اینکه مقادیر آماره VIF برای همه متغیرها کمتر از ۱۰ می باشد. بنابراین میتوان نتیجه گرفت که بین متغیرهای مستقل تحقیق همخطی وجود ندارد. با توجه به آماره دوربین-واتسون، فاقد مشکل خودهمبستگی است. همچنین نتایج آزمون گادفری و وایت به ترتیب حاکی از نبود خودهمبستگی سریالی (نوع دوم) و ناهمسانی واریانس در مدل رگرسیونی است.

نتایج آزمون فرضیه دوم پژوهش

جدول (۶): نتایج آزمون F لیمیر و آزمون هاسمن

نتیجه	معناداری	آماره	آزمون
تایید مدل ترکیبی (پانل) در برابر مدل تلفیقی	(۰,۰۰۰)	۱۹,۷۵۲	آزمون F - لیمیر (چاو)
تایید اثرات ثابت در مقابل اثرات تصادفی	۰,۰۰۰	۴۲,۹۷۶	آزمون هاسمن

نتایج برآورد مدل

جدول (۷): نتایج آزمون فرضیه دوم

نام متغیر	نماد	ضریب Beta	آماره t	P-Value	عامل تورم واریانس VIF
مقدار ثابت	α	۱,۱۷۷	۲,۱۱۷۹	۰,۰۳۴	---
مسولیت پذیری اجتماعی	CSR	-۰,۱۸۸	-۲,۲۵۰	۰,۰۲۴	۱,۶۱۳
اندازه شرکت	SIZE	-۰,۰۱۱	-۰,۳۸۲	۰,۷۰۲	۱,۴۷۷
اهرم مالی	LEV	۰,۰۴۷	۰,۴۳۴	۰,۶۶۴	۱,۴۳۶
نرخ بازده داراییها	ROA	۰,۳۱۷	۳,۵۸۶	۰,۰۰۰	۱,۰۰۲
نرخ بازده حقوق صاحبان سهام	ROE	۰,۱۰۱	۵,۵۲۳	۰,۰۰۰	۱,۰۳۳
دارایی ثابت	TANGI	-۰,۶۷۴	-۱۱,۴۱۶	۰,۰۰۰	۱,۰۳۵
دارایی نامشهود	INTANGI	۰,۳۰۵	۰,۲۵۱	۰,۸۰۱	۱,۳۶۲
کل مدل رگرسیون	آماره F	P-Value	(D-W)	R^2 Adj R^2	

$R^2 = 0,37$ $AdjR^2 = 0,23$		۱,۶۷۸	۰,۰۰۳	۱۶,۳۲۶	
احتمال	مقدار	نوع آزمون	احتمال	مقدار	نوع آزمون
۰/۸۶۰	۰/۶۸۸	وایت	۰/۱۲۴	۲/۰۸۶	گادفری

ضریب متغیر مسولیت پذیری اجتماعی برابر ۰,۱۹۹- و با توجه به سطح خطای مورد پذیرش ۰,۰۲۴، که کمتر از پنج درصد است، معنی دار می باشد. که نشان می دهد شاخص های مسؤلیت اجتماعی شرکت بر مدیریت ریسک عملیاتی شرکت تاثیر معناداری و منفی دارد. مقدار اماره دوربین واتسون برابر ۱,۶۷۸ که در بازه ۱,۵ تا ۲,۵ قرار دارد و بیانگر عدم وجود خودهمبستگی بین جملات خطا در رگرسیون است. میزان ضریب تعیین وابسته توسط متغیر مستقل و متغیرهای کنترلی قابل تبیین است. هستند که نشان می دهد تقریباً ۳۰ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیر مستقل و متغیرهای کنترلی قابل تبیین است. با توجه به اینکه مقادیر آماره VIF برای همه متغیرها کمتر از ۱۰ می باشد. بنابراین میتوان نتیجه گرفت که بین متغیرهای مستقل تحقیق همخطی وجود ندارد. با توجه به آماره دوربین- واتسون، فاقد مشکل خودهمبستگی است. همچنین نتایج آزمون گادفری و وایت به ترتیب حاکی از نبود خودهمبستگی سریالی (نوع دوم) و ناهمسانی واریانس در مدل رگرسیونی است.

نتایج آزمون فرضیه سوم پژوهش

جدول (۸): نتایج آزمون F لیمیر و آزمون هاسمن

نتیجه	معناداری	آماره	آزمون
تایید مدل ترکیبی (پانل) در برابر مدل تلفیقی	(۰,۰۰۰)	۳۱,۱۳۰	آزمون F- لیمیر (چاو)
تایید اثرات ثابت در مقابل اثرات تصادفی	۰,۰۰۰	۵۶,۵۷۲	آزمون هاسمن

نتایج برآورد مدل

جدول (۹): نتایج آزمون فرضیه سوم

نام متغیر	نماد	ضریب Beta	آماره t	P-Value	عامل تورم واریانس VIF
مقدار ثابت	α	۰,۲۳۰	۲,۸۸۲	۰,۰۰۴	----
مسولیت پذیری اجتماعی	CSR	۰,۱۵۹	۱,۶۷۸	۰,۰۹۳	۲,۰۳۰
اندازه شرکت	SIZE	۰,۰۰۳	۰,۹۱۴	۰,۳۶۰	۱,۶۳۵
اهرم مالی	LEV	۰,۱۱۱	۲,۵۴۷	۰,۰۱۱	۱,۰۰۶
نرخ بازده داراییها	ROA	۰,۰۱۲	۰,۲۳۰	۰,۸۱۸	۱,۰۰۳
نرخ بازده حقوق صاحبان سهام	ROE	۰,۰۲۱	۱,۳۵۵	۰,۱۷۵	۱,۰۴۰
دارایی ثابت	TANGI	۰,۱۸۸	۲,۳۳۵	۰,۰۱۹	۱,۰۴۰

۱,۰۰۷	۰,۴۱۵	۰,۸۱۴	۱,۳۰۰	INTANGI	دارایی نامشهود
R ² AdjR ²		D-W	P-Value	آماره F	کل مدل رگرسیون
R ² = ۰,۲۷ AdjR ² = ۰,۱۴		۲,۳۷۹	۰,۰۰۰	۲,۱۳۲	
احتمال	مقدار	نوع آزمون	احتمال	مقدار	نوع آزمون
۰/۹۲۴	۰/۶۱۰	وایت	۰/۲۸۶	۱/۲۵۱	گادفری

ضریب متغیر مسئولیت اجتماعی برابر ۰,۱۵۹ و با توجه به سطح خطای مورد پذیرش ۰,۰۹۳، که بیشتر از پنج درصد است، معنی دار نمی باشد. که نشان می دهد شاخص های مسئولیت اجتماعی شرکت بر مدیریت ریسک گزارشگری شرکت تاثیر معناداری ندارد. مقدار آماره دوربین واتسون برابر ۲,۳۷۹ که در بازه ۱,۵ تا ۲,۵ قرار دارد و بیانگر عدم وجود خودهمبستگی بین جملات خطا در رگرسیون است. میزان ضریب تعیین ضریب تعیین تعدیل شده به ترتیب ۱۴٪ و ۲۷٪ هستند که نشان می دهد تقریباً ۲۵ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیر مستقل و متغیرهای کنترلی قابل تبیین است. با توجه به اینکه مقادیر آماره VIF برای همه متغیرها کمتر از ۱۰ می باشد. بنابراین می توان نتیجه گرفت که بین متغیرهای مستقل تحقیق همخطی وجود ندارد. با توجه به آماره دوربین- واتسون، فاقد مشکل خودهمبستگی است. همچنین نتایج آزمون گادفری و وایت به ترتیب حاکی از نبود خودهمبستگی سریالی (نوع دوم) و ناهمسانی واریانس در مدل رگرسیونی است.

نتایج آزمون فرضیه چهارم پژوهش

جدول (۱۰): نتایج آزمون F لیمر و آزمون هاسمن

نتیجه	معناداری	آماره	آزمون
تایید مدل ترکیبی (پانل) در برابر مدل تلفیقی	(۰,۰۰۰)	۲,۲۴۸	آزمون F- لیمر (چاو)
تایید اثرات ثابت در مقابل اثرات تصادفی	۰,۰۰۰	۳۵,۰۰۰	آزمون هاسمن

نتایج برآورد مدل

جدول (۱۱): نتایج آزمون فرضیه چهارم

عامل تورم واریانس VIF	P-Value	آماره t	ضریب Beta	نماد	نام متغیر
----	۰,۰۰۰	۴,۸۸۵-	۰,۳۵۳-	α	مقدار ثابت
۱,۰۰۳	۰,۰۰۰	-۳,۵۲۳	-۰,۰۷۹	CSR	مسئولیت پذیری اجتماعی
۱,۰۰۱	۰,۰۰۰	۵,۶۰۳	۰,۰۲۵	SIZE	اندازه شرکت
۱,۰۳۳	۰,۵۲۴	۰,۶۳۷	۰,۰۰۶	LEV	اهرم مالی
۱,۰۳۴	۰,۵۴۲	۰,۶۰۹	۰,۰۲۱	ROA	نرخ بازده داراییها
۱,۰۱۵	۰,۵۰۷	۰,۶۶۳	۰,۰۰۳	ROE	نرخ بازده حقوق صاحبان سهام

۱,۳۲۱	۰,۳۴۲	۱,۱۶۸	۰,۰۱۵	TANGI	دارایی ثابت
۱,۰۶۵	۰,۸۹۲	۰,۱۳۵	۰,۰۹۰	INTANGI	دارایی نامشهود
R^2 Adj R^2		D-W	P-Value	F آماره	کل مدل رگرسیون
$R^2 = ۰,۷۱$ Adj $R^2 = ۰,۶۶$		۲,۳۰۰	۰,۰۱۳۵	۱۴,۴۸۸	
احتمال	مقدار	نوع آزمون	احتمال	مقدار	نوع آزمون
۰/۷۰۶	۰/۷۵۶	وایت	۰/۱۱۹	۲/۱۲۶	گادفری

ضریب متغیر مسئولیت اجتماعی برابر ۰,۰۷۹- و با توجه به سطح خطای مورد پذیرش ۰,۰۰۰، که کمتر از پنج درصد است، معنی دار می باشد. که نشان می دهد شاخص های مسئولیت اجتماعی شرکت بر مدیریت ریسک عدم رعایت قوانین و مقررات شرکت تاثیر معناداری و منفی دارد مقدار اماره دوربین واتسون برابر ۲,۳۰۰ که در بازه ۱,۵ تا ۲,۵ قرار دارد و بیانگر عدم وجود خودهمبستگی بین جملات خطا در رگرسیون است. میزان ضریب تعیین و ضریب تعیین تعدیل شده به ترتیب ۶۶٪ و ۷۱٪ هستند که نشان می دهد تقریباً ۶۵ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیر مستقل و متغیرهای کنترلی قابل تبیین است. با توجه به اینکه مقادیر آماره VIF برای همه متغیرها کمتر از ۱۰ می باشد. بنابراین میتوان نتیجه گرفت که بین متغیرهای مستقل تحقیق همخطی وجود ندارد. با توجه به آماره دوربین-واتسون، فاقد مشکل خودهمبستگی است. همچنین نتایج آزمون گادفری و وایت به ترتیب حاکی از نبود خودهمبستگی سریالی (نوع دوم) و ناهمسانی واریانس در مدل رگرسیونی است.

بحث و بررسی نتایج و یافته های پژوهش

نتایج فرضیه نخست پژوهش نشان داد که شاخص های مسئولیت اجتماعی شرکت بر مدیریت ریسک استراتژیک شرکت تاثیر معناداری و مثبت دارد. در این خصوص و با توجه به نتایج حاصل می توان بیان داشت که شرکت های مورد بررسی در این پژوهش از طریق بکارگیری دقیق شاخص های مسئولیت اجتماعی عنوان شده می توانند با تأثیر بر شهرت، ارزیابی ریسک پذیری و هزینه بدهی، ارزش هایی را برای خود و دیگران ایجاد کنند که در نهایت منجر به بهبود عملکرد اقتصادی آنها شود. افشاگری های زیست محیطی می تواند ریسک و هزینه بدهی شرکت ها را کاهش دهد که این امر خود می تواند بر ساختار شرکت های ایرانی و همچنین بر استراتژی و سودآوری آن ها نیز تأثیر بگذارد. از طریق بکارگیری روش های مدیریت ریسک می توان ارزش سهامداران را بهبود بخشید. نتایج حاصل همچنین با پژوهش های نقی زاده (۱۳۹۹) با عنوان تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر ریسک سرمایه گذاری شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار ایران؛ اقدامی و همکاران (۱۳۹۹) با عنوان بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و نگه داشت وجه نقد با تاکید بر نقش واسطه ای عوامل ریسک سیستماتیک و حاکمیت شرکتی؛ موسوی و همکاران (۱۳۹۵) با عنوان بررسی تبیین ایفای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها و تأثیر آن بر ریسک سقوط قیمت سهام و همچنین پژوهش های لیو و همکاران (۲۰۲۰) با عنوان بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر روش های مدیریت ریسک، نعیم و همکاران (۲۰۲۰) با عنوان مشارکت مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد شرکت در آسیا و اقیانوسیه؛ نقش مدیریت ریسک شرکت و تران و همکاران (۲۰۱۹) پژوهشی با عنوان تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت و مدیریت ریسک بر عملکرد مالی؛ مورد شرکتهای نساجی ویتنام همخوانی و تطابق نسبی دارد. نتایج فرضیه دوم پژوهش نشان

داد که شاخص های مسئولیت اجتماعی شرکت بر مدیریت ریسک عملیاتی شرکت تاثیر معناداری و منفی دارد. در این خصوص و با توجه به نتایج حاصل می توان بیان داشت که شرکت های مورد بررسی کماکان به جایگاه ریسک عملیاتی در شرکت واقف نیستند و باید این نکته مهم را درک کنند که پذیرش این ریسک، مشخصاً به منظور کسب بازده مورد انتظاری در قبال آن صورت نمی پذیرد بلکه ریسک عملیاتی در مسیر طبیعی فعالیت شرکت قرار دارد و این امر بر فرآیند مدیریت ریسک اثر می گذارد. قصور در مدیریت مناسب ریسک عملیاتی ممکن است به ارائه تصویر نامناسبی از وضعیت ریسک یک شرکت منجر شود و آنرا در معرض زیان های عمده قرار دهد. نتایج با یافته های پژوهش لیو و همکاران (۲۰۲۰) با عنوان بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر روش های مدیریت ریسک در تضاد است. نتایج فرضیه سوم پژوهش نشان داد که شاخص های مسئولیت اجتماعی شرکت بر مدیریت ریسک گزارشگری شرکت تاثیر معناداری ندارد. در این خصوص و با توجه به نتایج حاصل می توان بیان داشت که شرکت های ایرانی تا رسیدن به نقطه مطلوب نهادینه کردن ساز و کارهای مسئولیت اجتماعی و ریسک گزارشگری مالی فاصله زیادی دارند. اساساً جهت گیری شرکت ها نسبت به ریسک بر تصمیمات، معاملات و قیمت های تاثیر می گذارد. شرکت های ایرانی باید تصمیمات درست را بر مبنای اطلاعاتی اخذ کنند که ریسک و شرایط عدم اطمینان را تشریح نماید و یا به شناخت آنها کمک کنند. مهمترین جز یک سیستم اطلاعاتی، گزارشگری مالی آن است. گزارشگری مالی شرکت، خواسته یا ناخواسته اثر انواع ریسک بر شاخص های ارزیابی، سود خالص و جریان نقدی آن را جهت دهی می کند و بر تصمیمات استفاده کنندگان اثر خواهد گذاشت. نتایج با یافته های پژوهش لیو و همکاران (۲۰۲۰) با عنوان بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر روش های مدیریت ریسک در تضاد است. نتایج فرضیه چهارم نیز نشان داد که شاخص های مسئولیت اجتماعی شرکت بر مدیریت ریسک عدم رعایت قوانین و مقررات شرکت تاثیر معناداری و منفی دارد. در این خصوص و با توجه به نتایج حاصل می توان بیان داشت که فقدان ریسک عدم رعایت قوانین و مقررات که ارتباط تنگاتنگی با شاخص های مسئولیت اجتماعی شرکت دارد می تواند همراه با اعمال تنبیهات قانونی، نظارتی، زیان های مالی یا آسیب های وارده بر اعتبار شرکت ها در نتیجه عدم رعایت قوانین و مقررات، ضوابط و استانداردهای مرتبط با فعالیت های اجتماعی و محیطی باشد و لذا مدیریت باید نسبت به تطبیق و حصول اطمینان از استقرار و اجرای خط مشی رعایت قوانین و مقررات در تمامی سطوح شرکت و در ارتباط با مسئولیت های اجتماعی موظف و مقید باشد.

پیشنهادات کاربردی پژوهش

- پیشنهاد می شود مدیران نسبت به زمینه سازی و پشتیبانی مورد نیاز به منظور افشای شاخص های مسئولیت اجتماعی در شرکت ها همراه با سهامداران نهادی و مسوولین ذیربط نسبت به آموزش و فرهنگ سازی عملکرد اجتماعی پایدار شرکت ها در ایران همت بیشتری داشته باشند.
- پیشنهاد می شود به منظور تاثیرگذاری بیشتر شاخص های مسئولیت اجتماعی بر شاخص های مدیریت ریسک در شرکت های ایرانی، مدیریت ریسک به یک کمیته خبره و کاربلد محول گردد تا بتواند گزارش رسمی سالانه در خصوص تشریح ریسک های مهم شرکت به هیئت مدیره به ویژه در حوزه مسئولیت اجتماعی را ارائه نماید و دستورالعمل و معیارهایی ویژه در مورد چگونگی ارزیابی ریسک را در دستور کار خود قرار دهد.
- پیشنهاد می شود شرکت از طریق افشاء کافی و عام، این امکان را برای مشارکت کنندگان در بازار فراهم آورند که روش خود را در مورد مدیریت ریسک عملیاتی، مورد ارزیابی قرار دهند.

- افشاء بهنگام، مکرر و عام مسئولیت اجتماعی از سوی شرکت ها می تواند به پیشرفت نظم بازار و در نتیجه مدیریت موثرتر ریسک بیانجامد. مقدار افشاء می بایست متناسب با اندازه، وضع ریسک و پیچیدگی عملیات یک شرکت باشد.

منابع

- ✓ اقدامی، اسماعیل، مشکی میاوقی، مهدی، کرد رستمی، سهراب، خریدار، سینا، (۱۳۹۹)، بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و نگاهداشت وجه نقد با تاکید بر نقش واسطه‌ای عوامل ریسک سیستماتیک و حاکمیت شرکتی، دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، دوره ۹، شماره ۳۴، صص ۳۵-۴۵.
- ✓ دلپسند، چکامه، نصیرزاده، فرزانه، حصارزاده، رضا، (۱۳۹۸)، ساز و کار اثرگذاری مسئولیت‌پذیری اجتماعی، ریسک و حاکمیت شرکتی بر نگهداشت وجه نقد: رویکرد مدلسازی معادلات ساختاری، پژوهش‌های حسابداری مالی، دوره ۱۰، شماره ۴، صص ۵۹-۷۸.
- ✓ رمضان نیا، حسن، رضایی، فرزین، (۱۳۹۶)، بررسی اثر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت بر ریسک سیستماتیک و ریسک غیرسیستماتیک: با استفاده از مدل تحلیل پوششی داده‌ها، دو فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری، دوره ۲، شماره ۴، صص ۱۸۹-۲۱۴.
- ✓ موسوی، سید احمد، رضایی، فرزین، شاه ویسی، فرهاد، (۱۳۹۵)، تبیین ایفای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و تأثیر آن بر ریسک سقوط قیمت سهام، دانش حسابداری مالی، دوره ۳، شماره ۳، صص ۴۷-۷۴.
- ✓ نقی زاده، رازق، (۱۳۹۹)، تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر ریسک سرمایه‌گذاری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار ایران، هفتمین کنفرانس بین‌المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب و کار، تهران.
- ✓ Albuquerque, R., Koskinen, Y., & Zhang, C. (2019). Corporate social responsibility and firm risk: Theory and empirical evidence. *Management Science*, 65(10), 4451-4469.
- ✓ Boutin-Dufresne, F., & Savaria, P. (2004). Corporate social responsibility and financial risk. *The Journal of investing*, 13(1), 57-66.
- ✓ Candi, M., Melia, M., & Colurcio, M. (2019). Two birds with one stone: the quest for addressing both business goals and social needs with innovation. *Journal of Business Ethics*, 160(4), 1019-1033.
- ✓ Cheung, A. (2016). Corporate social responsibility and corporate cash holdings. *Journal of Corporate Finance*.
- ✓ El Akremi, A., Gond, J. P., Swaen, V., De Roeck, K., & Igalens, J. (2018). How do employees perceive corporate responsibility? Development and validation of a multidimensional corporate stakeholder responsibility scale. *Journal of Management*, 44(2), 619-657.
- ✓ Flammer, C. (2018). Competing for government procurement contracts: The role of corporate social responsibility. *Strategic Management Journal*, 39(5), 1299-1324.
- ✓ Flammer, C., & Luo, J. (2017). Corporate social responsibility as an employee governance tool: Evidence from a quasi-experiment. *Strategic Management Journal*, 38(2), 163-183.
- ✓ Fraser, J., & Simkins, B. (Eds.). (2010). *Enterprise risk management: Today's leading research and best practices for tomorrow's executives* (Vol. 3). John Wiley & Sons.

- ✓ Godfrey, P. C., Merrill, C. B., & Hansen, J. M. (2009). The relationship between corporate social responsibility and shareholder value: An empirical test of the risk management hypothesis. *Strategic management journal*, 30(4), 425-445.
- ✓ Hillman, A. J., & Keim, G. D. (2001). Shareholder value, stakeholder management, and social issues: What's the bottom line?. *Strategic management journal*, 22(2), 125-139.
- ✓ Jia, Y., Gao, X., & Julian, S. (2020). Do firms use corporate social responsibility to insure against stock price risk? Evidence from a natural experiment. *Strategic Management Journal*, 41(2), 290-307.
- ✓ Lins, K. V., Servaes, H., & Tamayo, A. (2017). Social capital, trust, and firm performance: The value of corporate social responsibility during the financial crisis. *the Journal of Finance*, 72(4), 1785-1824.
- ✓ Lu, H., Liu, X., & Falkenberg, L. (2020). Investigating the Impact of Corporate Social Responsibility (CSR) on Risk Management Practices. *Business & Society*, 0007650320928981.
- ✓ Matten, D., & Moon, J. (2020). Reflections on the 2018 decade award: The meaning and dynamics of corporate social responsibility. *Academy of management Review*, 45(1), 7-28.
- ✓ Naseem, T., Shahzad, F., Asim, G. A., Rehman, I. U., & Nawaz, F. (2020). Corporate social responsibility engagement and firm performance in Asia Pacific: The role of enterprise risk management. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(2), 501-513.
- ✓ Shiu, Y. M., & Yang, S. L. (2017). Does engagement in corporate social responsibility provide strategic insurance-like effects?. *Strategic Management Journal*, 38(2), 455-470.
- ✓ Tran, H., Bui, V., Phan, T., Dau, X., Tran, M., & Do, D. (2019). The impact of corporate social responsibility and risk management on financial performance: The case of Vietnamese textile firms. *Management Science Letters*, 9(7), 1029-1036.