

## گروه های تجاری و مسئولیت اجتماعی شرکت

حسین پورمه‌دیان

کارشناسی ارشد حسابداری، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.  
hosseinpourmahdian@gmail.com

شماره ۴۲ / تابستان ۱۴۰۰ (جلد اول) / صص ۹۸-۱۱۴  
چشم انداز حسابداری و مدیریت (دوره چهارم)

### چکیده

امروزه گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت به عنوان یک پدیده بسیار مهم به شمار می‌رود. علی‌رغم اینکه هدف گزارش‌های مسئولیت اجتماعی پرداختن به دغدغه‌های وسیع‌تر ذینفعان در ابعاد گوناگون زیست محیطی، اجتماعی و اقتصادی است. اما طبق تحقیقات انجام شده غالباً عملکرد مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های وابسته به گروه تجاری نسبت به شرکت‌های مستقل متفاوت است. بر همین اساس در این پژوهش به بررسی تاثیر گروه‌های تجاری بر مسئولیت اجتماعی پرداخته شده است. در این پژوهش تعداد ۱۱۸ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در دوره زمانی ۱۳۹۸-۱۳۹۱ بررسی شده است. جهت آزمون فرضیه‌ها از مدل‌های رگرسیون پانلی استفاده شده، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که شرکت‌های وابسته به گروه‌های تجاری بر عملکرد مسئولیت اجتماعی تاثیر منفی و معناداری دارد. اما شرکت‌های وابسته به گروه‌های تجاری بر عملکرد مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های متعلق به دولت تاثیر معناداری ندارد.

**واژه‌های کلیدی:** شرکت‌های وابسته به گروه‌های تجاری، مسئولیت اجتماعی، شرکت‌های متعلق به دولت.

### مقدمه

از زمانی که ارتباط بین نقش‌های اجتماعی، سیاسی، محیط زیستی، اقتصادی در تجارت رو به افزایش گذاشته است، سازمان‌ها با پویایی‌های جدیدی مواجه شده‌اند. چالشی که سازمان‌ها با آن روبرو هستند این است که آن‌ها باید همزمان به رعایت حقوق ذینفعان و پاسخ‌گویی به انتظارات اجتماعی جدید و سپس مدیریت همزمان این دو پیامد به ظاهر متناقض که نیازمند توسعه استراتژی‌های کاربردی است و اثرات مثبتی هم بر جامعه و هم بر سازمان دارد، دست یابند. پیاده‌سازی مسئولیت اجتماعی و توجه به همه ذینفعان در سطح سازمان، از جمله ساز و کارها و راهبردهای موثر در این خصوص است. در واقع امروزه سازمان‌ها علاوه بر انجام وظایف سنتی خود به انجام فعالیت‌های دیگری نیز مکلف شده‌اند، که هدف این فعالیت‌ها، پاسخ‌گویی به انتظارات جامعه و سطح گسترده تری از ذینفعان است. در این دوران، مدیریت موثر مدیریتی است که از محدوده اندیشه سازمان خود را رها ساخته و به جامعه و محیط‌های وسیع تری می‌اندیشد، چرا که نه سازمان‌ها می

توانند خود را از جامعه جدا کنند و نه جامعه می تواند بدون سازمان ها تداوم یابد. از نظر بین المللی نیز نگرانی فزاینده ای در خصوص تاثیر اجتماعی و زیستی فعالیت های سازمانی وجود دارد. در عین حال، گزارشگری و حسابداری مالی سنتی امکانات لازم را برای اندازه گیری پیامدهای اجتماعی و زیستی سازمان ها نداشته و در نتیجه نیاز به گزارشگری گسترده تری در سازمان ها احساس می شود. در سال های اخیر افزایش قابل توجهی در گزارش های مربوط به مسائل اجتماعی و محیط زیست از سوی شرکت های بزرگ مشاهده شده است. نگرانی سازمان ها در خصوص توسعه پایداری منجر به توجه به تغییر شیوه عملکرد و گزارشگری نوین توسط آن ها شده است (ملکیان، ۱۳۹۲). بدون شک یکی از با اهمیت ترین تحولات جهان صنعتی در قرن هجدهم، ظهور شرکت های سهامی و تفکیک مالکیت از مدیریت بود. در نتیجه این تحولات، شرکت های سهامی محل تجمع منافع ذینفعان در شرکت ها، شامل سهامداران، مدیران، اعتبار دهندگان، کارکنان و سایر ذینفعان شده و در پی آن بازار مالی سازمان یافته در اکثر کشورها به وجود آمد. اشخاص حقیقی و حقوقی، سازمان ها، موسسات اعتباری و دولت، عرضه کنندگان سرمایه در بازار مالی را تشکیل می دهند. جذب و تجمع و هدایت آنها به سوی سرمایه گذار های کوتاه مدت و بلند مدت از اهداف اصلی این بازارها است. برای کارایی این بازارها، تشویق مشارکت عمومی و حمایت قانونی از تامین کنندگان سرمایه ها ضروری است و این موجب رونق اقتصادی و گسترش فرهنگ سهامداری در اکثر کشورها شده است (سعیدی و شیرینی قهپی، ۱۳۹۱). بر همین اساس با توجه به اهمیت موضوعات مطرح شده و نقشی که گروه های تجاری بر مسئولیت اجتماعی شرکت دارد در ادامه برای شفاف سازی موضوع ابتدا به بیان مساله، ضرورت انجام پژوهش، فرضیات و قلمرو پژوهش پرداخته می شود.

### مبانی نظری و پیشینه پژوهش

وجود گروه های تجاری موجب آسانتر شدن انتقال اطلاعات در بین شرکتهای عضو (گروه) می شود و در نتیجه سطح عدم تقارن اطلاعاتی کاهش پیدا می کند. همچنین گروه ممکن است قادر به ایجاد بازارهای سرمایه داخلی که یک راه تأمین مالی بی خطر هست، باشند تا از این طریق بتوانند مشکل عدم تقارن اطلاعاتی و وابستگی مالی خارجی را از پیش رو بردارند. تونی هسیه و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۰) یک گروه تجاری را به عنوان یک نوع مالکیت تعریف می کنند که شامل مجموعه ای از بنگاه های اقتصادی مستقل است که تحت کنترل و مالکیت مشابه هدایت میشوند جایی که هر یک از اعضای گروه از اهداف مستقل شرکت حمایت و آن را حفظ می کند و به دستیابی اهداف مشترک گروه تجاری کمک می کنند. گروه های تجاری، اشکال رایج سازمانی در سراسر جهان هستند (باومیک و گرگوریو،<sup>۲</sup> ۲۰۱۰) و در بیشتر اقتصادهای در حال توسعه و نوظهور، شایع هستند (باومیک و گرگوریو، ۲۰۱۰؛ خاننا و پالپو،<sup>۳</sup> ۲۰۰۰؛ گیلن،<sup>۴</sup> ۲۰۰۰). در یک گروه، شرکت های فردی منابع و توانایی های لازم برای پیشرفت دو جانبه اهداف گروهی به اشتراک می گذارند (یوی و همکاران،<sup>۵</sup> ۲۰۰۷). اعضای گروه می توانند از طریق ایجاد بازارهای داخلی محصولات، و استعدادهای سرمایه ای و مدیریتی به عنوان تامین کنندگان بالقوه منابع در داخل گروه عمل کنند (خاننا و پالپو، ۲۰۰۰).

<sup>1</sup> Hsieh and Et al

<sup>2</sup> Bhaumik and Gregoriou

<sup>3</sup> Khanna and Palepu

<sup>4</sup> Guillen and Et al

<sup>5</sup> Yiu and Et al

شرکت های وابسته نسبت به شرکتهای مستقل، بیشتر تمایل به کسب سرمایه مالی، استعداد علمی، دانش و فن آوری با ارزش و تکنولوژی بالا برای حمایت از فعالیت های نوآورانه خود دارند. مطابق با این مشاهدات، تونی هسیه و همکاران (۲۰۱۰) متوجه میشوند که شرکت های وابسته به گروه، بهتر از شرکت های مستقل، نوآور هستند. علاوه بر این، گروه های کسب و کار نیز می توانند از طریق انتقال منابع از یک شرکت وابسته به شرکتی دیگر سود کسب نمایند (خاننا و یافه، ۲۰۰۵). چانگ و هنگ<sup>۱</sup> (۲۰۰۰) خاطرنشان می کنند که شرکت های گروهی انواع مختلفی از منابع نامشهود و تکنولوژیکی را به کار می برند و اقتصاد وسیعی از مقیاس را تولید می کنند. وابستگی به گروه تجاری نیز با جهت گیری طولانی مدت شرکت ها مرتبط است. در نتیجه، مالکیت گروه تجاری با افق های طولانی سرمایه گذاری همراه است که می تواند انگیزه های تصمیم گیری های سرمایه گذاری معکوس (سرمایه گذاری های زیان ده و پر ریسک) توسط مدیران را کاهش دهد (جیمز<sup>۲</sup>، ۱۹۹۹) به این ترتیب به حداقل رساندن مشکلات احتمالی ناشی از سازمانهای سنتی، یکی از پیامدهای آن می باشد.

با توجه به مسئولیت اجتماعی، شرکت های جهانی صدور گزارش CSR از سال ۱۹۹۰ آغاز کرده اند، و بیش از ۵۰ درصد از ۲۵۰ شرکت بزرگ در جهان گزارش خود را تا سال ۲۰۰۵ و بیش از ۹۰٪ تا سال ۲۰۱۱ ارائه داده اند (گوا و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۸). مشخص نیست که کدام یک از شرکت ها (وابسته به گروه های تجاری و مستقل) در CSR بهتر عمل می کنند. اما طبیعی است که انتظار داشته باشید که گروه های تجاری، مطابق با منافع ابراز شده ی دولت، در CSR عمل کنند زیرا دولت از گروه ها حمایت کرده است. علاوه بر این، تحقیقات پیشین (به عنوان مثال بلکاؤ و کارپیک ۱۹۸۹ و روتی ۲۰۰۹)<sup>۴</sup> دریافتند که شرکت های بزرگ و شرکت هایی با دیدگاههای سیاسی و اجتماعی بالاتر، بیشتر درگیر فعالیت های CSR هستند. به نظر می رسد که گروه های تجاری، در برآورده ساختن مسئولیت های اجتماعی شرکتهای با توجه به اندازه نسبتاً بزرگتر، وضعیت معتبرتر اجتماعی و سیستم های قویتری برای اعضاء خود دارند.

از این رو، شرکت های عضو گروه های تجاری، احتمالاً در CSR، بهتر از سایر شرکت ها عمل می کنند. از سوی دیگر، دلایلی وجود دارد که نشان می دهد چرا شرکت های وابسته به گروه تجاری ممکن است عملکرد CSR ضعیف تر از سایر شرکت ها داشته باشند. فعالیت کردن در چارچوب اجتماعی مسئولیت پذیری می تواند به عنوان یک استراتژی برای شرکت ها به منظور دنبال کردن مشروعیت سیاسی تلقی شود (مارکی و کیان، ۲۰۱۴) در حالی که مشتریان و سرمایه گذاران اغلب به عنوان مهم ترین حوزه های انتخابی برای یک شرکت غربی مورد توجه قرار می گیرند. دولت ها معمولاً منابع بحرانی را تحت تاثیر قرار می دهند که محیط تجاری و مزایای اقتصادی آنها را تحت تاثیر قرار دهند. به عنوان مثال، یک دولت می تواند مقرراتی را اعمال کند که بر یک صنعت خاص تاثیر گذارد و سیاست های مالیاتی را برای حمایت از مناطق خاص و یا کمک به واردات برای حمایت از شرکت ها در رقابت های خارجی توسعه دهد (جونز ۱۹۹۱، ۱۹۹۱- بارون ۱۹۹۵- شولر و ربین ۱۹۹۷)<sup>۵</sup>.

یک شرکت وابسته به گروه تجاری به احتمال زیاد مشروعیت سیاسی قویتری نسبت به یک همتای غیر وابسته به گروه تجاری، دارد، زیرا دولت از آن حمایت می کند و همچنان به عنوان بخشی از اصلاحات اقتصادی خود، از گروه های تجاری

<sup>1</sup> Chang and Hong

<sup>2</sup> James and Et al

<sup>3</sup> Guo and Et al

<sup>4</sup> Belkaoui & Karpik، 1989؛ Reverte، 2009

<sup>5</sup> Jones، 1991؛ Baron، 1995؛ Schuler & Rebbin، 1997

حمایت می کند. مارکیس و کیان (۲۰۱۴) معتقدند که برای شرکت های دارای مشروعیت سیاسی، نیازی به استفاده از فعالیت های تشویق دولتی برای دنبال کردن وضعیت مطلوب و دریافت منابع ارزشمند از سوی دولت ندارند. استدلال آنها نشان می دهد که چگونه انواع مختلف شرکت ها در چین به سیگنال های دولت پاسخ می دهند: دولت همه شرکت ها را تشویق می کند تا در اجتماع مسئول باشند، اما این پیام تأثیر قویتری بر کسانی دارد که نیاز قویتری به ارتقاء مشروعیت سیاسی خود دارند. در مقایسه با یک شرکت وابسته به گروه تجاری، یک شرکت مستقل دارای مشروعیت سیاسی نسبتاً پایین است و از این رو نیاز به مشارکت در فعالیت های CSR برای ایجاد حسن نیت با دولت و به دست آوردن منابع لازم دارد که این مهم برای شرکت وابسته به گروه تجاری آسان تر است.

انگیزه های بالقوه شرکت ها برای شرکت در فعالیت های CSR نه تنها برای کسب مشروعیت سیاسی از سوی دولت است بلکه برای رسیدن به مشروعیت به طور کلی از سوی مردم نیز هست (ساشمن ۱۹۹۵- روبرت و چن ۲۰۱۰)<sup>۱</sup> پیشنهاد می کند که بقای یک شرکت، بستگی به توانایی آن در برآوردن انتظارات جامعه ای دارد که در آن فعالیت می کند. با توجه به مبانی نظری ارائه شده، این پژوهش این چنین مطرح می گردد که تأثیر گروه های تجاری بر مسئولیت اجتماعی در شرکت های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران چگونه است.

### فرضیه های پژوهش

بازارهای سرمایه داخلی در گروه های تجاری متنوع و بزرگ در مقایسه با گروه های غیر متنوع از ثبات و پایداری بیشتری برخوردار می باشد همچنین ثبات و پایداری بازارهای سرمایه داخلی در گروه های تجاری متنوع و بزرگ باعث شده است تا این گروه های تجاری حساسیت کمتری داشته باشند. از طرفی تحقیقات قبلی یک همبستگی بین اعتبار افشای داوطلبانه مسئولیت اجتماعی و انگیزه های اصلی شرکت ها در ایجاد چنین افشاگری هایی را پیشنهاد می کند (کاری و همکاران، ۲۰۱۷). برای مثال، انتشار خبرهای مثبت در گزارشات افشای داوطلبانه مسئولیت اجتماعی توسط ایفاکننده های مناسب افشای داوطلبانه مسئولیت اجتماعی می تواند به عنوان پروسه ای از افشای قانونی در نظر گرفته شود (هافز و همکاران، ۲۰۰۱).<sup>۲</sup> برعکس، افشاگری یا اقداماتی که هدفشان تقویت تصویر یک ایفاکننده ضعیف افشای داوطلبانه مسئولیت اجتماعی است در تحقیق به عنوان پروسه ای از قانونی سازی یا ظاهر سازی مشخص شده اند (گری و همکاران، ۱۹۹۵).<sup>۳</sup> امروزه سیستم های اطلاعاتی حسابداری نقش بسیار مهمی در گردش فعالیت سازمان ها ایفا نموده و در مجموعه محیط اقتصادی کشورها، وظیفه ای بااهمیت برعهده دارند. بسیاری از تصمیمات اقتصادی بر اساس اطلاعات حاصل از این سیستم ها اتخاذ می شوند. همچنین سهم عمده ای از مبادلات اوراق بهادار به خرید و فروش سهام شرکت ها اختصاص دارد که آن نیز به نوبه خود می تواند تحت تأثیر ارقام و اطلاعات حسابداری باشد. بنابراین هرگونه تحقیق در زمینه نحوه اثرگذاری اطلاعات حسابداری بر طیف وسیع تصمیم گیرندگان ذی نفع در شرکت ها، به درک بهتر از چگونگی و نقش این اطلاعات و ضرورت افشای بهتر آن ها کمک می کند (ثقفی و عرب مازار، ۱۳۸۹). لذا این پژوهش بر اساس عنوان مطرح شده و دستیابی به اهداف، به دنبال آزمون فرضیات زیر است:

<sup>1</sup> Suchman، 1995، Chen & Roberts، 2010

<sup>2</sup> Hughes et al

<sup>3</sup> Gray et al

فرضیه ۱: عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR) بین شرکت های وابسته به گروه تجاری (شرکت های BG) و شرکت های مستقل (شرکت های غیر BG) متفاوت است.  
فرضیه ۲: شرکت هایی که وابسته به گروه های تجاری و متعلق به دولت هستند (شرکت های BGplus-SOE) مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR) متفاوتی در مقایسه با سایر شرکت ها دارند.

### روش شناسی و مدل های پژوهش

کلید پژوهش های علمی، بر اساس دو مبنای هدف و ماهیت و روش گردآوری داده ها، طبقه بندی می شوند. تحقیقات بر مبنای هدف در سه دسته ی تحقیقات بنیادی، کاربردی و عملی قرار گرفته و بر مبنای ماهیت و روش، تحقیقات علمی را می توان در پنج گروه تاریخی، توصیفی، علی (پس رویدادی) و تجربی و همبستگی (هم خوانی) قرار داد. این پژوهش از جهت همبستگی و روش شناسی از نوع شبه تجربی و پس رویدادی و در حوزه تحقیقات اثباتی حسابداری است که با اطلاعات واقعی صورت می گیرد. از لحاظ ماهیت و اهداف از نوع کاربردی است. انجام پژوهش در قالب استدلالات قیاسی - استقرائی است. بدین معنای که چارچوب نظری و پیشینه پژوهش از راه کتابخانه، مقالات به صورت قیاسی و جمع آوری اطلاعات برای تایید یا رد فرضیه ها به صورت استقرائی می باشد. در ادامه بر اساس پژوهش گوا و همکاران (۲۰۱۸) برای آزمون فرضیه های پژوهش از مدل های رگرسیونی زیر استفاده می شود.

مدل آزمون فرضیه اول:

$$CSR\ Score = \beta_0 + \beta_1 BGroup + \beta_2 Size + \beta_3 ROA + \beta_4 Cash + \beta_5 Leverage + \beta_6 FirmAge + \beta_7 B-Size + \beta_8 B-Indep + \beta_9 Own-Con + \beta_{10} Eimd + \beta_{11} Dp + \beta_{12} SH-Exch + \varepsilon$$

مدل آزمون فرضیه دوم:

$$CSR\ Score = \beta_0 + \beta_1 BGroup + \beta_2 SOE + \beta_3 BGroup * SOE + \beta_4 Size + \beta_5 ROA + \beta_6 Cash + \beta_7 Leverage + \beta_8 FirmAge + \beta_9 B-Size + \beta_{10} B-Indep + \beta_{11} Own-Con + \beta_{12} Eimd + \beta_{13} Dp + \beta_{14} SH-Exch + \varepsilon$$

جدول (۱): نماد متغیرهای پژوهش

نماد	نام متغیر	نماد	نام متغیر
SOE	شرکت متعلق به دولت	CSR Score	عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت
B-Size	اندازه هیئت مدیره	BGroup	وابستگی به گروه تجاری
B-Indep	استقلال هیئت مدیره	Size	اندازه شرکت
Own-Con	تمرکز مالکیت	ROA	بازده دارایی
Eimd	مدیر عامل متخصص در صنعت	Cash	جریان نقدی
Dp	رتبه افشای شرکت	Leverage	اهرم مالی
SH-Exch	استقرار شرکت در پایتخت	FirmAge	سن شرکت

### نحوه اندازه گیری متغیر وابسته

متغیر ساختگی افشای داوطلبانه CSR می باشد، برای سنجش افشاء مسئولیت اجتماعی، ابتدا با توجه به تحقیقات قبلی (جیاناراکیس، ۲۰۱۴؛ لو و همکاران، ۲۰۱۶؛ پورعلی وحجایی، ۱۳۹۳؛ مرانجوری و علی‌خانی، ۱۳۹۳) و نظرخواهی از صاحب‌نظران مالی، چک لیستی متشکل از ۳۹ مورد افشای مسئولیت اجتماعی که با محیط گزارشگری کشور سازگار می‌باشد، تهیه گردید. سپس با مشاهده صورت‌های مالی، یادداشت‌های توضیحی و گزارش فعالیت هیئت مدیره شرکت‌های نمونه، وجود یا نبود اقلام موجود در چک لیست بررسی می‌گردد. به طوری که در صورت وجود هر یک از این اقلام، امتیاز یک و در غیر این صورت امتیاز صفر برای شرکت مورد نظر لحاظ شده و در نهایت، شاخص افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی هر شرکت از تقسیم جمع موارد افشاء شده بر کل موارد قابل افشاء بدست می‌آید.  
به طوری که:

$$CSR_{i,t} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{\sum_{i=1}^m T_i}$$

که در آن:

$CSR_{i,t}$  = شاخص افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت  $i$  در سال  $t$

$\sum_{i=1}^n Y_i$  = کلیه موارد افشا که شرکت از آن امتیاز یک را گرفته و

$\sum_{i=1}^m T_i$  = کل موارد قابل افشاء می‌باشد (کاری و همکاران، ۲۰۱۷).

عناوین کلی و مولفه‌های چک لیست مسئولیت‌پذیری اجتماعی بکار رفته در تحقیق، در جدول (۲) نشان داده شده است: (درضمن تمامی افشاهای مربوط به مسئولیت اجتماعی در صورت‌های مالی کشور ایران به صورت اختیاری می‌باشد)

جدول (۲): چک لیست مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت

عنوان کلی	مولفه‌ها
مسائل محیطی	کنترل الودگی، جلوگیری از خسارات زیست محیطی، بازیافت یا جلوگیری از ضایعات، حفظ منابع طبیعی، تحقیق و توسعه، سیاست زیست محیطی، سرمایه‌گذاری در پروژه‌های زیست محیطی، سایر مسائل محیطی.
محصولات و خدمات	توسعه محصول/سهم بازار، کیفیت محصول/ISO، ایمنی و سلامت محصول، توقف تولید، سایر محصولات و خدمات.
منابع انسانی	تعداد کارکنان، حقوق ماهانه/پاداش نقدی و مزایا، سهام تحت تملک کارمندان، بازنشستگی و مزایای پایان خدمت، سلامتی و ایمنی در محیط کار، برنامه‌های آموزش و توسعه کارکنان، ورزشی و رفاهی، وام یا بیمه کارمندان، روحیه و ارتباطات کارمندان، سایر منابع انسانی.
مشتریان	سلامتی مشتریان، شکایات/رضایت‌مندی مشتریان، سیاست پرداخت دیرتر برای مشتریان خاص، تدارک تسهیلات و خدمات پس از فروش، پاسخگویی به نیاز مشتریان، سایر مشتریان.
مسئولیت‌های جامعه	سرمایه‌گذاری اجتماعی، حمایت از فعالیتهای جامعه، هدایا و خدمات خیریه، اقدامات قانونی/دعای قضایی، فعالیتهای مذهبی/فرهنگی، سایر مسئولیتهای جامعه.
انرژی	حفظ و صرفه جویی در انرژی، توسعه و اکتشاف منابع جدید، استفاده از منابع جدید، سایر انرژی.

### نحوه اندازه گیری متغیر مستقل

وابستگی به گروه تجاری: متغیر ساختگی برابر با یک (۱) اگر یک شرکت به یک گروه تجاری در سال  $t$  وابسته باشد و در غیر این صورت برابر است با صفر (۰) است (سعادت، ۱۳۹۷).

### نحوه اندازه گیری متغیر تعدیلگر

شرکتهای متعلق به دولت: متغیر ساختگی برای نشان دادن یک شرکت دولتی (SOE) در مقابل یک شرکت خصوصی است. اگر یک شرکت متعلق به دولت (درصد مالکیت بیشتر از ۵۰ درصد) باشد متغیر مجازی ۱ (یک) و در غیر اینصورت (درصد مالکیت کمتر از ۵۰ درصد) متغیر مجازی ۰ (صفر) ارائه می گردد (همان منبع). با توجه به اینکه نحوه محاسبه متغیر مالکیت دولتی با توجه به مالکیت ضربدری در ایران بسیار دشوار و در برخی از شرکتها غیر قابل محاسبه است لذا حتی الامکان تا مالکیت نهایی شرکتها، یادداشت‌های سرمایه پیوست صورتهای مالی ردیابی شده است و برای شرکت‌هایی که امکان محاسبه وجود نداشته باشد از نمونه پژوهش حذف گردیده است.

### نحوه اندازه گیری متغیرهای کنترلی

متغیرهای کنترلی پژوهش به شرح زیر می باشد:

ویژگی های اقتصادی شرکت

اندازه شرکت: محاسبه به صورت لگاریتم کل دارایی شرکت.

بازده دارایی: محاسبه شده به صورت درآمد خالص شرکت تقسیم بر کل دارایی های کل.

جریان نقدی: از تقسیم پول نقد شرکت بر دارایی های کل می باشد.

اهرم مالی: از مجموع بدهی های شرکت تقسیم بر کل دارایی ها محاسبه می شود.

سن شرکت: لگاریتم تعداد سالها از زمانی که یک شرکت تاسیس شد.

### شاخص های حاکمیت شرکتی

اندازه هیئت مدیره: با توجه به تعداد کل مدیران در هیئت مدیره محاسبه می گردد.

استقلال هیئت مدیره: با توجه به نسبت مدیران خارجی در هیئت مدیره محاسبه می گردد.

تمرکز مالکیت: درصد سهم بزرگترین سهامدار شرکت.

تخصص در صنعت مدیر عامل: برای محاسبه این متغیر اگر تحصیلات مدیر عامل شرکت در راستای صنعت شرکت باشد از

متغیر مجازی ۱ (یک) و در غیر اینصورت از متغیر مجازی ۰ (صفر) استفاده می شود.

### سایر عوامل مرتبط

رتبه افشای شرکت: برای اندازه گیری این متغیر از رتبه های افشاء شده شرکتها که بورس اوراق بهادار تهران ارائه می کند استفاده می شود.

استقرار شرکت در پایتخت: اگر شرکت در پایتخت مستقر باشد از متغیر مجازی یک (۱) و در غیر اینصورت صفر (۰).

## یافته های پژوهش نتایج آمار توصیفی

آمار توصیفی متغیرهای پژوهش به شرح زیر ارائه می گردد:

جدول (۳): نتایج تحلیل توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	میانه	بیشینه	کمینه	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR_SCORE)	۰/۴۴۱	۰/۵۰۰	۰/۷۷۷	۰/۱۰۰	۰/۲۰۴	۰/۱۰۶	۲/۳۵۹
اندازه شرکت (SIZE)	۱۳/۸۸۳	۱۳/۷۴۱	۱۹/۰۶۶	۱۰/۰۳۱	۱/۴۲۶	۰/۶۶۶	۲/۱۸۰
بازده دارایی (ROA)	۰/۰۹۹	۰/۰۸۵	۰/۶۲۱	-۰/۳۹۷	-۰/۱۳۱	۰/۴۵۸	۴/۷۰۲
جریان نقدی (CASH)	۰/۰۴۰	۰/۰۲۶	۰/۴۶۰	۰/۰۰۰	-۰/۰۴۳	۲/۷۸۹	۱۶/۸۴۳
اهرم مالی (LEV)	۰/۶۱۸	۰/۶۲۳	۱/۷۵۲	۰/۰۹۰	-۰/۲۱۶	۰/۶۳۵	۲/۴۴۵
سن شرکت (FIRMAGE)	۳/۵۸۶	۳/۶۸۸	۴/۱۷۴	۲/۰۷۹	-۰/۳۸۰	-۰/۸۵۵	۳/۳۶۳
اندازه هیئت مدیره (BSIZE)	۵/۰۰۹	۵/۰۰۰	۷/۰۰۰	۳/۰۰۰	-۰/۱۹۷	۶/۰۱۹	۹۰/۹۶۲
استقلال هیئت مدیره (BINDEP)	۰/۶۴۹	۰/۶۰۰	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	-۰/۱۹۸	-۰/۴۵۵	۳/۳۸۳
تمرکز مالکیت (OWNCON)	۰/۳۳۸	۰/۳۱۹	۰/۹۸۹	۰/۰۰۰	-۰/۲۰۴	۰/۷۴۳	۳/۳۵۷
رتبه افشای شرکت (DP)	۷۱/۷۲۷	۷۵/۲۵۳	۹۹/۹۰۶	-۱/۱۵۸	۱۹/۴۹۱	-۰/۶۸۳	۲/۸۱۴

جدول (۴): آمار توصیفی فراوانی متغیرهای تحقیق

متغیر	میانگین
وابستگی به گروه تجاری (BGROUP)	سال شرکت های با وابستگی به گروه تجاری: ۵۷۲ سال شرکت های فاقد وابستگی به گروه تجاری: ۳۷۲
مدیر عامل متخصص در صنعت (EIMD)	سال شرکت های دارای مدیر عامل متخصص در صنعت: ۵۵۶ سال شرکت های فاقد مدیر عامل متخصص در صنعت: ۳۸۸
استقرار شرکت در پایتخت (SH_EXCH)	سال شرکت هایی که در پایتخت مستقر هستند: ۳۵۴ سال شرکت هایی که در پایتخت مستقر نیستند: ۵۹۰
شرکت متعلق به دولت (SOE)	سال شرکت های متعلق به دولت: ۳۹۲ سال شرکت های عدم تعلق به دولت: ۵۵۲

با توجه به جدول (۳) و (۴) تعداد مشاهدات سال- شرکت بر اساس داده های ترکیبی متوازن، ۹۴۴ مشاهده برابر با ۱۱۸ شرکت در ۸ سال بوده است. با توجه به آماره توصیفی، می توان شاخص های بالا را به شاخص های مرکزی، پراکندگی و سایر شاخص ها تقسیم نمود، که شاخص های مرکزی عبارت از شاخص میانگین و میانه، شاخص های پراکندگی عبارت از شاخص انحراف معیار و سایر شاخص ها عبارت از شاخص بیشینه، کمینه، چولگی و کشیدگی می باشد. به طور خلاصه متغیر اهرم مالی نشان می دهد که میانگین نمونه ۶۱/۸ درصد می باشد لذا می توان گفت که شرکتهای جامعه آماری برای تامین



ساختار سرمایه خود بیشتر از بدهی استفاده می کنند لذا از لحاظ تامین اعتبار در جایگاه خوبی برخوردار هستند. همچنین وابستگی به گروه تجاری نشان می دهد که سال شرکت های دارای وابستگی به گروه تجاری ۵۷۲ مشاهده و سال شرکت های فاقد وابستگی به گروه تجاری ۳۷۲ مشاهده بوده است. در مورد ضریب چولگی منفی برخی از متغیرها نیز میتوان گفت که این موضوع حاکی از وجود چوله به راست و تمایل این متغیرها به مقادیر کوچکتر است، همچنین مثبت بودن ضرایب کشیدگی، حکایت از این مطلب دارد که از توزیع نرمال بلندتر بوده و داده ها حول میانگین متمرکز شده است.

### نتایج بررسی نحوه توزیع داده‌ها

اولین مرحله جهت آغاز فرآیند آزمون فرضیه ها، بررسی نرمال بودن داده ها است. لذا برای نرمال بودن از آزمون k-z استفاده شده است که نتایج آن در جدول (۵) ارائه شده است.

جدول (۵): نتایج آزمون نرمالیت

نتایج آزمون KS (نرمالیت)					متغیر
سطح معنی داری	آماره k-z	منفی	مثبت	انحراف معیار میانگین	
۰/۰۸۹	۱/۱۹۸	۰/۱۰۰	۰/۷۷۷	۰/۲۰۴	عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR_SCORE)

با توجه به اینکه، بعد از آزمون نرمالیت، سطح معنی داری آماره Z آزمون KS برای متغیر عملکرد واقعی به بالاتر از ۰/۰۵ افزایش یافته بنابراین فرضیه  $H_0$  مبنی بر نرمال بودن توزیع این متغیر پذیرفته می شود و گویای آن است که این متغیر دارای توزیع نرمال می باشد بر همین اساس برای آزمون فرضیات از روش های آماری پارامتریک استفاده می گردد.

### نتایج آمار استنباطی و برآورد مدل فرضیات

#### نتایج آزمون فرضیه اصلی اول

فرضیه اول: عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR) بین شرکت های وابسته به گروه تجاری (شرکت های BG) و شرکت های مستقل (شرکت های غیر BG) متفاوت است.

جدول (۶): نتایج برآورد مدل برای فرضیه اصلی اول پژوهش

نام و نماد متغیر	ضریب رگرسیون	آماره t	سطح معنی داری	آماره VIF
وابستگی به گروه تجاری (BGROUP)	-۰/۱۱۹	-۲/۳۷۴	۰/۰۱۹	۱/۳۹۸
اندازه شرکت (SIZE)	۰/۰۵۶	۲/۸۳۵	۰/۰۰۱	۱/۱۴۰
بازده دارایی (ROA)	۰/۰۸۲	۰/۹۴۵	۰/۳۴۴	۱/۶۴۲
جریان نقدی (CASH)	-۰/۲۰۳	-۱/۱۳۴	۰/۲۵۷	۱/۰۸۲
اهرم مالی (LEV)	۰/۰۳۶	۰/۶۲۳	۰/۵۳۳	۱/۹۳۲

۱/۱۲۹	۰/۰۱۵	۲/۴۳۵	۰/۲۸۹	سن شرکت (FIRMAGE)
۱/۰۴۸	۰/۴۲۶	۰/۷۹۵	۰/۰۳۵	اندازه هیئت مدیره (BSIZE)
۱/۱۰۹	۰/۵۳۶	۰/۶۱۸	۰/۰۳۰	استقلال هیئت مدیره (BINDEP)
۱/۳۴۷	۰/۰۲۸	-۲/۱۹۱	-۰/۱۶۷	تمرکز مالکیت (OWNCON)
۱/۰۳۰	۰/۵۴۰	۰/۶۱۱	۰/۰۰۸	مدیر عامل متخصص در صنعت (EIMD)
۱/۲۳۸	۰/۰۳۱	۲/۱۵۳	۰/۰۰۱	رتبه افشای شرکت (DP)
۱/۲۳۵	۰/۰۲۶	۲/۱۹۳	۰/۱۰۳	استقرار شرکت در پایتخت (SH_EXCH)
-	۰/۰۸۱	-۱/۷۴۵	-۰/۶۵۰	مقدار ثابت
۲/۰۹۴	آماره دوربین واتسون	۳/۲۴۳ (۰/۰۰۰)	آماره F (سطح معنی داری)	
۱۲/۷۶۲ (۰/۰۹۵)	آماره جارکو برا (سطح معنی داری)	۰/۳۳۹	(ضریب تعیین)	
۰/۱۴۵Prob.		۱/۲۳۳	آماره Godfrey	
۰/۲۱۹Prob.		۱/۱۲۲	آماره ARCH	
۰/۰۰۰Prob.		۱۱۴/۳۸۲	آماره H-hausman	
۰/۰۰۰ Prob.		۲/۷۶۴	آماره F-limer	

نتایج آزمون فرضیه اصلی اول در جدول (۶) ارائه شده است، سطح معنی داری آماره F-limer کمتر از سطح خطای مورد پذیرش (۵ درصد) بوده، بنابراین روش داده های پانل نسبت به روش داده های پولد ارجحیت دارد. همچنین با توجه به اینکه سطح معنی داری آماره H-hausman کمتر از سطح خطای مورد پذیرش (۵ درصد) بوده، روش رگرسیون با اثرات ثابت نسبت به روش رگرسیون با اثرات تصادفی ارجحیت دارد. در مرحله بعد با توجه به سطح معنی داری آماره ARCH، که ۰/۲۱۹ بوده، لذا رگرسیون دارای ناهمسانی واریانس نمی باشد، در مرحله بعد آماره Godfrey نیز مورد آزمون واقع شد لذا سطح معنی داری این آماره بیشتر از سطح خطای مورد پذیرش (۵ درصد) بوده، این موضوع بیانگر این است که رگرسیون دارای مشکل خود همبستگی سریالی نمی باشد. در ادامه با توجه به اینکه آماره F (۰/۰۰۰) دارای سطح معناداری زیر (۵ درصد) می باشد، بنابراین رگرسیون قدرت تبیین دارد.

ضریب تعیین مدل نیز گویای آن است که ۳۳/۹ درصد از تغییرات متغیر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت، توسط متغیرهای وارد شده در مدل تبیین می شود. همچنین در بررسی مفروضات رگرسیون کلاسیک نتایج آزمون جارکو برا گویای آن است که باقیمانده های حاصل از برآورد مدل در سطح اطمینان ۹۵٪ از توزیع نرمال برخوردار می باشند بطوری که سطح معنی داری مربوط به این آزمون بزرگتر از ۰/۰۵ است (۰/۰۹۵). همچنین با توجه به این که مقدار آماره دوربین واتسون مدل مابین ۱/۵ و ۲/۵ است (۲/۰۹۴) لذا می توان گفت در مدل، مشکل خود همبستگی باقیمانده ها وجود ندارد. در نهایت با توجه به سطح معناداری متغیر وابستگی به گروه تجاری (متغیر مستقل) که زیر ۰/۰۵ است (۰/۰۱۹) لذا شرکت های وابسته به گروه های تجاری بر عملکرد مسئولیت اجتماعی تاثیر منفی و معناداری دارد. از متغیرهای کنترلی نیز اندازه شرکت، سن شرکت، رتبه افشای شرکت و استقرار شرکت در پایتخت بر عملکرد مسئولیت اجتماعی تاثیر مثبت معنادار و تمرکز مالکیت بر عملکرد مسئولیت اجتماعی تاثیر منفی معنادار دارد. در نهایت با آزمون همخطی میان متغیرهای پژوهش نیز مقدار آماره VIF (عامل

تورم واریانس) برای تمامی متغیرها از ۵ کوچکتر بوده و بیانگر این است که میان متغیرهای پژوهش مشکل همخطی شدید وجود ندارد.

جدول (۷): نتایج برآورد آزمون تفاوت برای فرضیه اصلی اول

تفاوت میانگین ها	سطح معناداری t	سطح معناداری F	آماره F	انحراف معیار		میانگین		تعداد	
				عدم وابستگی به گروه تجاری	وابستگی به گروه تجاری	عدم وابستگی به گروه تجاری	وابستگی به گروه تجاری	عدم وابستگی به گروه تجاری	وابستگی به گروه تجاری
۰/۰۵۷	۰/۰۰۰	۰/۰۱۶	۵/۷۸۳	۰/۰۰۹	۰/۰۰۸	۰/۴۷۶	۰/۴۱۹	۳۷۲	۵۷۱
				عدم وابستگی به گروه تجاری	وابستگی به گروه تجاری	عدم وابستگی به گروه تجاری	وابستگی به گروه تجاری	عدم وابستگی به گروه تجاری	وابستگی به گروه تجاری

در جدول (۷) با توجه به اینکه در  $F_{5/783}$  سطح معناداری زیر ۵ درصد می باشد بنابراین از فرض نابرابری واریانس دو گروه استفاده می شود، در مرحله بعد با توجه به عدم تساوی میانگین ها سطح معنی داری را نیز بررسی می کنیم. از آن جایی که مقدار آماره t برابر با ۴/۳۱۵ بوده و سطح معنی داری آن کمتر از ۵٪ است، بنابراین با ۹۵٪ اطمینان می توان گفت که میانگین دو گروه با هم برابر نیستند، یا به عبارت دیگر عملکرد مسئولیت اجتماعی در شرکتهای دارای وابستگی به گروه تجاری کمتر از شرکتهایی است که دارای وابستگی به گروه تجاری نیستند.

نتایج آزمون فرضیه اصلی دوم

فرضیه دوم: شرکت هایی که وابسته به گروه های تجاری و متعلق به دولت هستند (شرکت های BGplus-SOE) مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR) متفاوتی در مقایسه با سایر شرکت ها دارند.

جدول (۸): نتایج برآورد مدل برای فرضیه اصلی دوم پژوهش

نام و نماد متغیر	ضریب رگرسیون	آماره t	سطح معنی داری	آماره VIF
وابستگی به گروه تجاری (BGROUP)	-۰/۱۱۷	-۲/۲۳۰	۰/۰۱۷	۲/۰۵۹
شرکت متعلق به دولت (SOE)	-۰/۱۸۰	-۰/۹۳۵	۰/۳۴۹	۱/۸۴۹
وابستگی به گروه تجاری و متعلق به دولت (BGROUP_SOE)	۰/۱۰۸	۰/۵۲۸	۰/۵۹۷	۲/۵۱۰
اندازه شرکت (SIZE)	۰/۰۴۶	۲/۳۲۷	۰/۰۱۸	۱/۳۵۴
بازده دارایی (ROA)	۰/۰۸۱	۰/۹۲۸	۰/۳۵۳	۱/۹۷۸
جریان نقدی (CASH)	-۰/۲۰۴	-۱/۱۴۰	۰/۲۵۴	۱/۱۱۷
اهرم مالی (LEV)	۰/۰۳۷	۰/۶۴۳	۰/۵۲۰	۱/۹۵۹
سن شرکت (FIRMAGE)	۰/۲۷۶	۲/۳۱۹	۰/۰۲۰	۱/۱۳۹
اندازه هیئت مدیره (BSIZE)	۰/۰۳۵	۰/۸۰۲	۰/۴۲۲	۱/۰۷۴
استقلال هیئت مدیره (BINDEP)	۰/۰۳۱	۰/۶۳۹	۰/۵۲۳	۱/۱۱۹

۱/۴۲۱	۰/۰۰۱	-۲/۵۲۹	-۰/۱۶۸	تمرکز مالکیت (OWNCON)
۱/۰۳۲	۰/۵۱۹	۰/۶۴۴	۰/۰۰۹	مدیر عامل متخصص در صنعت (EIMD)
۱/۲۶۵	۰/۰۳۲	۲/۱۴۱	۰/۰۰۱	رتبه افشای شرکت (DP)
۱/۲۳۵	۰/۰۳۱	۲/۱۵۰	۰/۱۰۱	استقرار شرکت در پایتخت (SH_EXCH)
-	۰/۱۳۳	-۱/۵۰۲	-۰/۵۶۸	مقدار ثابت
۲/۰۹۵	آماره دوربین واتسون	۳/۶۰۷ (۰/۰۰۰)		آماره F (سطح معنی داری)
۷/۱۲۹ (۰/۱۲۳)	آماره جارکو برا (سطح معنی داری)	۰/۳۴۰		(ضریب تعیین)
۰/۱۰۰ Prob.		۲/۳۲۶		آماره Godfrey
۰/۰۱۱ Prob.		۱/۳۶۲		آماره ARCH
۰/۰۰۰ Prob.		۱۱۶/۴۴۰		آماره H-hausman
۰/۰۰۰ Prob.		۲/۷۰۵		آماره F-limer

نتایج آزمون فرضیه اصلی دوم در جدول (۸) ارائه شده است، سطح معنی داری آماره F-limer کمتر از سطح خطای مورد پذیرش (۵ درصد) بوده، بنابراین روش داده های پانل نسبت به روش داده های پولد ارجحیت دارد. همچنین با توجه به اینکه سطح معنی داری آماره H-hausman کمتر از سطح خطای مورد پذیرش (۵ درصد) بوده، روش رگرسیون با اثرات ثابت نسبت به روش رگرسیون با اثرات تصادفی ارجحیت دارد. در مرحله بعد با توجه به سطح معنی داری آماره ARCH، که ۰/۰۱۱ بوده، لذا رگرسیون دارای ناهمسانی واریانس می باشد بنابراین پس از رفع مشکل ناهمسانی واریانس به روش حداقل مجزورات تعدیل شده، در مرحله بعد آماره Godfrey نیز مورد آزمون واقع شد لذا سطح معنی داری این آماره بیشتر از سطح خطای مورد پذیرش (۵ درصد) بوده، این موضوع بیانگر این است که رگرسیون دارای مشکل خود همبستگی سریالی نمی باشد. در ادامه با توجه به اینکه آماره F (۰/۰۰۰) دارای سطح معناداری زیر (۵ درصد) می باشد، بنابراین رگرسیون قدرت تبیین دارد.

ضریب تعیین مدل نیز گویای آن است که ۳۴ درصد از تغییرات متغیر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت، توسط متغیرهای وارد شده در مدل تبیین می شود. همچنین در بررسی مفروضات رگرسیون کلاسیک نتایج آزمون جارکو برا گویای آن است که باقیمانده های حاصل از برآورد مدل در سطح اطمینان ۹۵٪ از توزیع نرمال برخوردار می باشند بطوری که سطح معنی داری مربوط به این آزمون بزرگتر از ۰/۰۵ است (۰/۰۹۵). همچنین با توجه به این که مقدار آماره دوربین واتسون مدل مابین ۱/۵ و ۲/۵ است (۲/۰۹۵) لذا می توان گفت در مدل، مشکل خود همبستگی باقیمانده ها وجود ندارد. در نهایت با توجه به سطح معناداری متغیر وابستگی به گروه تجاری و متعلق به دولت (متغیر مستقل) که بالای ۰/۰۵ است (۰/۵۹۷) لذا شرکت های وابسته به گروه های تجاری بر عملکرد مسئولیت اجتماعی در شرکتهای متعلق به دولت تاثیر معناداری ندارد. از متغیرهای کنترلی نیز اندازه شرکت، سن شرکت، رتبه افشای شرکت و استقرار شرکت در پایتخت بر عملکرد مسئولیت اجتماعی تاثیر مثبت معنادار و تمرکز مالکیت بر عملکرد مسئولیت اجتماعی تاثیر منفی معنادار دارد. در نهایت با آزمون همخطی میان متغیرهای پژوهش نیز مقدار آماره VIF (عامل تورم واریانس) برای تمامی متغیرها از ۵ کوچکتر بوده و بیانگر این است که میان متغیرهای پژوهش مشکل همخطی شدید وجود ندارد.

جدول (۹): نتایج برآورد آزمون تفاوت برای فرضیه اصلی دوم

تفاوت میانگین ها	سطح معناداری t	سطح معناداری F	آماره F	انحراف معیار		میانگین		تعداد	
				وابستگی به گروه تجاری و متعلق به دولت	عدم وابستگی به گروه تجاری و متعلق به دولت	وابستگی به گروه تجاری و متعلق به دولت	عدم وابستگی به گروه تجاری و متعلق به دولت	وابستگی به گروه تجاری و متعلق به دولت	عدم وابستگی به گروه تجاری و متعلق به دولت
۰/۰۱۱	۰/۱۰۱	۰/۰۰۲	۹/۸۲۰	۰/۰۰۷	۰/۰۱۳	۰/۴۵۶	۰/۴۴۵	۶۶۴	۲۷۹

در جدول (۹) با توجه به اینکه در  $F = ۹/۸۲۰$  سطح معناداری زیر ۵ درصد می باشد بنابراین از فرض نابرابری واریانس دو گروه استفاده می شود، در مرحله بعد با توجه به عدم تساوی میانگین ها سطح معنی داری را نیز بررسی می کنیم. از آن جایی که مقدار آماره t برابر با ۱/۳۴۵ بوده و سطح معنی داری آن بالاتر از ۵٪ است، بنابراین با ۹۵٪ اطمینان می توان گفت که میانگین دو گروه با هم به طور معناداری برابر نیستند، یا به عبارت دیگر عملکرد مسئولیت اجتماعی در شرکتهای دارای وابستگی به گروه تجاری و متعلق به دولت به طور معناداری دارای تفاوت نیست.

### بحث و نتیجه گیری پژوهش

امروزه گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت به عنوان یک پدیده بسیار مهم به شمار می رود. علی رغم اینکه هدف گزارش های مسئولیت اجتماعی پرداختن به دغدغه های وسیع تر ذینفعان در ابعاد گوناگون زیست محیطی، اجتماعی و اقتصادی است، لذا مشارکت شرکت در فعالیت های مسئولیت اجتماعی می تواند منجر به کاهش هزینه های نمایندگی و افزایش کیفیت اطلاعات شود. بر همین اساس این پژوهش نیز با توجه به اهمیت موضوع به بررسی تاثیر یکی از مولفه های تجاری شرکت با نام گروه های تجاری بر مسئولیت اجتماعی شرکت می پردازد. یافته های پژوهش نشان می دهد که گروه های تجاری بر عملکرد مسئولیت اجتماعی تاثیر مثبت و معنادار دارد اما شرکت هایی که وابسته به گروه های تجاری و متعلق به دولت هستند، مسئولیت اجتماعی متفاوت و معناداری در مقایسه با سایر شرکت ها ندارند. به طور کلی نتایج و یافته های به دست آمده فرضیات پژوهش با نتایج پژوهش گوا و همکاران (۲۰۱۸) مطابقت دارد. در مورد تحلیل حاصل از نتایج می توان گفت که سهامداران حاکم و صاحب قدرت گروه های تجاری از اطلاعات داخلی برای افزایش سهم شرکت های سودآور و انتقال سود بین اعضای گروه با انجام معاملات درون گروهی استفاده می کنند. بر همین اساس غالباً شرکتهایی که عضو گروه تجاری هستند از عملکرد مسئولیت اجتماعی کمتری برخوردار هستند احتمالاً علت این موضوع این است که برای آنها اقدامات مسئولیت اجتماعی، هزینه بر بوده و یا اینکه از دید آنها انجام این اقدامات پیامد مثبتی ندارد. در مورد عدم تاثیر متغیر دولتی

بودن شرکت نیز می توان گفت احتمالا دولت با توجه به نقشی که در جهت مسئولیت اجتماعی دارد در صورت مالکیت حتی بخشی قابل توجه ای از شرکت، تاثیر خنثی و بی معنایی بر عملکرد مسئولیت اجتماعی دارند.

### پیشنهادهای حاصل از نتایج پژوهش

با توجه به نتایج همواره استفاده کنندگان صورتهای مالی هنگام تجزیه تحلیل برای خرید سهام شرکتها به متغیرهایی مانند وابستگی به گروه تجاری توجه داشته باشند زیرا این متغیر منجر به کاهش مسئولیت اجتماعی می شود. همچنین با توجه به اینکه هدف مدیران این است که اعتماد مالکان شرکت را فراهم کنند پس بایستی این نکته را در نظر بگیرند که همواره به دنبال افزایش مسئولیت اجتماعی باشد تا این مهم منجر به کسب مشروعیت شرکت در جامعه گردد. به سازمان بورس اوراق بهادار پیشنهاد می شود برای مشخص شدن ارزش واقعی شرکتها، شفاف سازی اطلاعاتشان و درک بهتر عملکردشان، قوانین و مقرراتی را اتخاذ کنند که تا حد امکان شرکت های پذیرفته شده برای کاهش شکاف مشروعیت از عملکرد مسئولیت اجتماعی مطلوبی برخوردار باشند. نتایج پژوهش حاضر نیز برای مدیران اقتصادی، تحلیلگران مالی، پژوهشگران و دانشجویان نیز حاوی اطلاعات مفیدی است؛ زیرا تاثیر وابستگی به گروه تجاری بر عملکرد مسئولیت اجتماعی از اهمیت بالا برخوردار است.

### منابع

- ✓ یورحیدری، امید، دلدار، مصطفی، (۱۳۹۱)، بررسی تاثیر گروه های تجاری بر سیاست تقسیم سود شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، حسابداری مدیریت، سال پنجم، شماره ۱۴، صص ۶۷-۸۴.
- ✓ زنجویی، پژمان، قهرمانی، علیرضا، پرتونورالهی، سمیه، (۱۳۹۴)، تاثیر ساختار مالکیت و ترکیب هیات مدیره بر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتها، کنفرانس بین المللی مدیریت و علوم انسانی، امارات دبی، موسسه مدیران ایده پرداز پایتخت ویرا.
- ✓ سلاق، امین، سلاق، بهمن، (۱۳۹۴)، ارتباط بین میزان افشای اطلاعات محیط زیست شرکت ها با کیفیت سود (مطالعه موردی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران)، چهارمین کنفرانس ملی حسابداری، مدیریت مالی و سرمایه گذاری، آزادشهر، انجمن علمی و حرفه ای مدیران و حسابداران گلستان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد آزادشهر.
- ✓ کلیچ، محسن، (۱۳۹۰)، بررسی اثر گروه های تجاری بر سرمایه گذاری و کاهش محدودیت های تامین مالی در بورس اوراق بهادار، همایش بررسی ابعاد و تحول روشهای تامین مالی در کشور با تاکید بر نقش بانک، بیمه و بازار سرمایه، تهران.
- ✓ ملکیان، اسفندیار، سلمانی، رسول، شهسواری، معصومه، (۱۳۹۵)، مطالعه رابطه بین مالکیت دولتی و نهادی با مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها (شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران)، دانش سرمایه گذاری، سال پنجم، شماره ۱۷، صص ۵۵-۷۴.
- ✓ نیکومرام، هاشم، تقوی، مهدی، احمدزاده، حمید، (۱۳۹۳)، پیامدهای اقتصادی کیفیت اطلاعات حسابداری با تمرکز بر متغیر پایداری سود، حسابداری مدیریت، دوره ۷، شماره ۲۱، صص ۱-۱۵.
- ✓ Andersen ML, Hong Y, Olsen L.,;1; 2012. Accruals quality and corporate social responsibility: The role of industry. Journal of Accounting and Finance, 12 (2): 65-79.
- ✓ Andrew, A., 1983. Optimal investment under uncertainty. Am. Econ. Rev. 73, 228-233.

- ✓ Bixia Xu Tao Zeng , (2016), "Profitability, state ownership, tax reporting and corporate social responsibility: evidence from Chinese listed firms", *Social Responsibility Journal*, Vol. 12 Iss 1 pp. 23 – 31.
- ✓ Bona-S´anchez, Carolina, P´erez-Alem´an, Jer´onimo, Santana-Martin, Domingo J. (2016). SUSTAINABILITY DISCLOSURE, DOMINANT OWNERS AND EARNINGS INFORMATIVENESS. *Research in International Business and Finance* <http://dx.doi.org/10.1016/j.ribaf.2016.07.020>.
- ✓ Brown, N. & Deegan, C.,;1; 1998. The public disclosure of environmental performance information – a dual test of media agenda setting theory and legitimacy theory. *Accounting and Business Research*, 29(1): 21-42.
- ✓ Carey, P., Liu, L., Qu, W., Voluntary Corporate Social Responsibility Reporting and Financial Statement Auditing in China, *Journal of Contemporary Accounting & Economics* (2017), doi: <https://doi.org/10.1016/j.jcae.2017.09.002>
- ✓ Carroll, A.B. (1979), "A three-dimensional conceptual model of corporate performance", *Academy of Management Review*, Vol. 4 No. 4, pp. 497-505.
- ✓ Chen, F., Hope, O., Li, Q., Wang, X., 2011. Financial reporting quality and investment efficiency of private firms in emerging markets. *Account. Rev.* 86, 1255–1288.
- ✓ Chen, L., Srinidhi, B., Tsang, A., Yu, W. (2016). Audited financial reporting and voluntary disclosure of orporate social responsibility (CSR) reports. *Journal of Management Accounting Research*.
- ✓ Chen, L., Srinidhi, B., Tsang, A., Yu, W., 2012. Corporate social responsibility, audit fees, and audit opinions. SSRN, Elibrary.
- ✓ Chih, H. L., Shen, C. H., Kang, F. C., 2008. Corporate social responsibility, investor protection, and earnings management: Some international evidence. *Journal of Business Ethics* 79, 179-198.
- ✓ Choi, T. H. & Pae, J.,;1; 2011. Business Ethics and Financial Reporting Quality: Evidence from Korea. *Journal of Business Ethics*, 103: 403–427 .
- ✓ Crotty, J.R., 1992. Neoclassical and Keynesian approaches to the theory of investment. *J. Post Keynesian Econ.* 14, 483–496.
- ✓ Dai, Y. Y., Pan, Y., Feng, S., 2014. Are private firms' corporate charitable donations a 'political contribution' in China? *Research on Economics and Finance (in Chinese)* 2, 76-88.
- ✓ Dhaliwal, D. S., Radhakrishnan, S., Tsang, A., Yong, G. Y., 2012. Nonfinancial disclosure and analyst forecast accuracy: International evidence on corporate social responsibility disclosure. *Accounting Review* 87, 723-759.
- ✓ Doogar, R., Sivadasan, P., Solomon, I., 2015. Audit fee residuals: Costs or rents? *Review of Accounting Studies* 20, 1247-1286.
- ✓ Fan, J.P.H. & Wong, T.J.,;1; 2002. Corporate ownership structure and the informativeness of accounting earnings in East Asia. *Journal of Accounting Economics*, 33: 401–425 .
- ✓ Gao, Y., 2011. CSR in an Emerging Country: A Content Analysis of CSR Reports of Listed Companies. *Baltic Journal of Management* 6 (2), 263–291.'
- ✓ Gelb, D.S. & Strawser, J.A.,;1; 2001. Corporate social responsibility and financial disclosure: An alternative explanation for increased disclosure . *Journal of Business Ethics*, 33: 1-13.

- ✓ Gomariz, M.F.C., Bellesta, J.P.S., 2014. Financial reporting quality, debt maturity and investment efficiency. *J. Bank. Finance* 40, 494–506.
- ✓ Gordon, M.J., 1992. The Neoclassical and a post Keynesian theory of investment. *J. Post Keynesian Econ.* 14, 425–443.
- ✓ Gray, R., Kouhy, R., Lavers, S., 1995. Constructing a database of social and environmental reporting by UK companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 8 (2), 78-101.
- ✓ Hahn, R. & Lülfes, R.,;1; 2014. Legitimizing Negative Aspects in GRI-Oriented Sustainability Reporting: A Qualitative Analysis of Corporate Disclosure Strategies. *Journal of Business Ethics*, 123(3): 401–420.
- ✓ Ho, Daniel E., Kosuke Imai, Gary King, and Elizabeth A. Stuart, 2007, Matching as nonparametric preprocessing for reducing model dependence in parametric causal inference, *Political Analysis* 15, 199-236.
- ✓ Hogan, C., Wilkins, M., 2008. Evidence on the audit risk model: Do auditors increase audit fees in the presence of internal control deficiencies? *Contemporary Accounting Research* 25 (1), 219-42.
- ✓ Hoitash, R., Hoitash, U., Bedard, J., 2008. Internal control quality and audit pricing under the Sarbanes-Oxley Act. *Auditing: A Journal of Practice & Theory* 27 (1), 105-26.
- ✓ Hribar, P., Kravet, T., Wilson, R., (2014). A new measure of accounting quality. *Review of Accounting Studies* 19, 506-538.
- ✓ Hughes, S. B., Anderson, A., Golden, S., 2001. Corporate environmental disclosures: are they useful in determining environmental performance? *Journal of Accounting and Public Policy* 20, 217-240.
- ✓ Jensen, M., Meckling, W.H., 1976. Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure. *J. Financial Econ.* 3, 305–360.
- ✓ Kim, Y., Park, M. S., Wier, B., 2012. Is earnings quality associated with corporate social responsibility? *Accounting Review* 87, 761-796.
- ✓ Kim, Y., Li, H. D., Li, S. Q., 2014. Corporate social responsibility and stock price crash risk, *Journal of Banking and Finance* 43, 1-13.
- ✓ La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., Shleifer, A. & Vishny, R., 2000. Investor protection and corporate governance. *Journal of Financial Economics* 58: 3-27.
- ✓ Li, Z. F., Tang, X. D., Lian, Y. J., 2016. CSR in Private Chinese firms. *Management (in Chinese)* 9, 136-147.
- ✓ Lindblom, C., 1994. The implications of organizational legitimacy for corporate social performance and disclosure. Paper presented at the Critical Perspective on Accounting Conference, New York.
- ✓ Marquis, C., Zhang, J., Zhou, Y., 2011. Regulatory uncertainty and corporate responses to environmental protection in China. *Calif. Management Review* 54(1), 39-63.
- ✓ Marquis, C., Qian, C.L., 2014. Corporate Social Responsibility Reporting in China: Symbol or Substance? *Organization Science* 25(1), 127–148.
- ✓ McWilliams, A. and Siegel, D. (2001), “Corporate social responsibility: a theory of the firm perspective,” *Academy of Management Review*, Vol. 26 No. 1, pp. 117-127.
- ✓ McWilliams, A., Siegel, D.S. & Wright, P.M.,;1; 2006. Corporate social responsibility: strategic Implications. *Journal of Management Studies*, 43: 1-18.



- ✓ Milne, M.J. & Patten, D.,;1; 2002. Securing organizational legitimacy: an experimental decision case examining the impact of environmental disclosures, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 15(3): 372-405.
- ✓ Myers, S.C., Majluf, N.S., 1984. Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have. *J. Financial Econ.* 13, 187–221.
- ✓ Nikolaeva, R, Bicho, M.,;1; 2011. The role of institutional and reputational factors in the voluntary adoption of corporate social responsibility reporting standards. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(1): 136-157.
- ✓ O' Donovan, G.,;1; 2002. Environmental disclosures in the annual report: extending the applicability and predictive power of legitimacy theory. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 15(3): 344-371
- ✓ Patten, D.M.,;1; 1992. Intra-industry environmental disclosures in response to the Alaskan oil spill: a note on legitimacy theory. *Accounting, Organizations and Society*, 17: 471–475.
- ✓ Prado-Lorenzo, J.M., Gallego-Alvarez, I. & García-Sánchez, I.M.,;1; 2009. Stakeholder engagement and corporate social responsibility reporting: the ownership structure effect. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 16(2): 94-107
- ✓ Raghunandan, K., Rama, D., 2006. SOX section 404 material weakness disclosures and audit fees. *Auditing: A Journal of Practice and Theory* 25 (1), 99-114.
- ✓ Velury, U. & D. S. Jenkins. (2006). "Institutional ownership and the quality of earnings", *Journal of Business Research*, Vol. 59, PP. 1043-1051.
- ✓ Villalonga, B. & Amit, R.,;1; 2006. How do family ownership, control and management affect firm value? *Journal of Financial Economics*, 80: 385-417.
- ✓ Xue, S., Xiao, X., 2011. Donation - private firms' approach of building political connection in China. *Research on Economics and Finance (in Chinese)* 37 (11).