

رابطه بین حاکمیت شرکتی و تعهد به ایفای مسئولیت‌های اجتماعی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

سید علی حسینی^۱، سرور حقیقت^۲

چکیده

تاریخ دریافت: ۹۵/۰۱/۱۱

تاریخ پذیرش: ۹۵/۰۵/۰۴

در این پژوهش به بررسی رابطه بین حاکمیت شرکتی و ایفای مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته شده است. برای دستیابی به این هدف، بورس اوراق بهادار تهران به عنوان جامعه آماری پژوهش در نظر گرفته شد و نمونه‌ای متشکل از ۱۲۵ شرکت در بازه زمانی بین سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۳ (در مجموع ۷۵۰ سال-شرکت) جهت بررسی جمع آوری گردید. برای سنجش حاکمیت شرکتی از شاخص‌های تعداد جلسات هیئت مدیره، کمیته‌های تخصصی، استقلال هیئت مدیره، دوگانگی وظیفه مدیر عامل و سهامداران نهادی استفاده شده است. برای سنجش مسئولیت اجتماعی از شاخص‌هایی از قبیل استراتژی کارکنان و سایر ذی نفعان، اثر اقتصادی غیر مستقیم، مشارکت در محیط پیرامون شرکت، رقابت عادلانه، ارتباط با ذی نفعان و سایر تعهدات استفاده شده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد بین تعداد جلسات هیئت مدیره و دوگانگی وظیفه مدیر عامل با تعهد به ایفای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها رابطه معناداری وجود دارد، اما بین استقلال هیئت مدیره، کمیته‌های تخصصی هیئت مدیره و سهامداران نهادی با مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها رابطه‌ای پیدا نشد.

واژه‌های کلیدی: حاکمیت شرکتی، تعهد به ایفای مسئولیت اجتماعی شرکتی، بورس اوراق بهادار تهران.

طبقه‌بندی موضوعی: G۳۰

کد DOI مقاله: ۱۰.۲۲۰۵۱/ijar.۲۰۱۷.۹۱۳۲.۱۰۸۸

^۱ استادیار حسابداری دانشگاه الزهراء (س)، (hosseinira@yahoo.com)

^۲ کارشناسی ارشد حسابداری دانشگاه الزهراء (س)، (نویسنده مسئول)، (soroor.haghighat@yahoo.com)

مقدمه

فرآیند جهانی شدن، قدرت شرکت‌ها را افزایش داده و شرکت‌ها با افزایش فشار از طرف جامعه برای برخورداری از یک نگرش وسیع تر به اهداف و فعالیت‌های خود در ابعاد اجتماعی و محیطی مواجه هستند. فشار به شرکت‌ها برای داشتن رفتار مسئولانه‌تر در مقایسه با نگرش اقتصادی و حداکثر سازی سود و ارزش، به یک معمای جدید برای تصمیم‌گیری در شرکت‌ها تبدیل شده است. در حال حاضر اثرات اقتصادی شرکت‌ها بر جامعه یک دغدغه جهانی است و انتظارات ذینفعان از نقش واحدهای تجاری در جامعه در حال افزایش است. رهنمودها، اصول، قوانین و مقررات برای رفتار شرکت‌ها در جامعه به دنبال افزایش تقاضا برای شفافیت و پاسخگویی درباره عملیات شرکت و اثرات این عملیات بر جامعه در حال توسعه است و شرکت‌ها به طور اختیاری یا الزامی گزارشات خود را در خصوص عملکرد خود در ابعاد اجتماعی، اخلاقی و محیطی تحت عناوین مختلفی منتشر می‌کنند (حساس یگانه و همکاران، ۱۳۹۳).

در سال ۱۹۲۹ بحرانی بزرگ در بورس آمریکا پدید آمد که علت اصلی آن، عدم مسئولیت‌پذیری بود. مسئولیت‌پذیری و تفکیک مالکیت از مدیریت توسط آدام اسمیت در سال ۱۷۷۶ مطرح شد و برای اولین بار توسط برل و مینز (۱۹۳۲) تجزیه و تحلیل شد. امروزه این جدایی با نام مشکل «کنندگی» شناخته می‌شود و بدین معنا است که چگونه می‌توان اطمینان داشت که مدیران از آزادی عمل خویش در راستای منافع سرمایه‌گذاران استفاده خواهند کرد. پس از پیدایش مشکلات کنندگی به جهت حفظ منافع عمومی باید اطلاعات مصون‌سازی شده و منافع مدیران و مالکان همسو شود. از ابزارهای مختلفی در این خصوص شامل کاربرد تئوری اخلاق در حسابداری، ایجاد استانداردهای حسابداری، کنترل‌های داخلی، حسابرسی داخلی و مستقل، وجود مدیران غیرموظف در هیئت مدیره و به کارگیری رویه‌های بلندمدت پاداش استفاده شد، اما باز هم مشکلات کمتر نشد، بلکه پیچیدگی‌های آن بیشتر شده است؛ و معیارهای کنترلی که به منظور کاهش مشکلات کنندگی در نظر گرفته شده بود، نه تنها کارا نبود بلکه حداقل نظارت‌ها را نیز اجرا نمی‌نمود. در واقع تمامی معیارهای ذکر شده به صورت ظاهری و فقط در جهت رعایت قوانین بودند، بدون آنکه بتوانند از منافع سهامداران در مقابل مدیران حمایت نمایند، زیرا سازوکارهای از حاکمیت شرکتی که بتواند علاوه بر مطابقت با تمام

معیارهای گفته شده، به هدف غایی شرکت یعنی افزایش منافع سهامداران و نیز بهبود عملکرد شرکت منجر شود، وجود نداشت (حساس یگانه و باغومیان، ۱۳۸۴). بنابراین، این پژوهش به بررسی رابطه بین حاکمیت شرکتی و فعالیت‌های تعهد اجتماعی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته است. در ادامه با ارائه توضیحاتی جامع در ارتباط با حاکمیت شرکتی و معیارهای آن و ارائه تعاریف کامل درباره تعهد اجتماعی به سراغ ادبیات مربوطه موجود رفته و ضمن توصیف شرایط و موارد موجود، نتیجه نهایی بر اساس تحلیلهای ارائه شده، تبیین می‌شود.

مبانی نظری راهبری شرکتی

اصطلاح "Governance" از ریشهی لاتین "Gubernare" (به معنای هدایت کردن) برگرفته شده است و قبل از آن برای هدایت کردن کشتی به کار می‌رفته است. تعاریف متنوعی برای راهبری شرکتی ارائه شده است که همانطور که پیش‌تر گفته شد، عمده‌ترین عامل متمایزکننده این تعاریف را می‌توان پهنه یا گستره‌ی شمول راهبری شرکتی دانست. راهبری شرکتی را می‌توان رابطه مدیران با سهامداران دانست که مبنای نظری آن "تئوری نمایندگی" در شکل محدود خود است و یا آن را در نگرشی وسیع، رابطه شرکت با تمام ذی‌نفعان دید که پشتوانه‌ی نظری آن را می‌توان "تئوری ذی‌نفعان" دانست. سایر تعاریف و نگرش‌های موجود در خصوص راهبری شرکتی درون طیفی میان این دو دیدگاه قرار می‌گیرد (بدری، ۱۳۸۷). راهبری شرکتی بیان می‌دارد که چگونه شرکت‌ها، اداره، هدایت و کنترل شوند و معیارهایی را برای کنترل و هدایت مدیریت تعیین می‌نماید (بیک بشرویه، ۱۳۹۰).

شلیفر و ویشنی^۱ (۱۹۹۷) معتقد بودند که حاکمیت شرکتی مؤثر از طریق یک چارچوب قانونی پیشرفته و بازار سرمایه فعال و یا از طریق مالکیت متمرکز ایجاد می‌شود. این تحلیل توسط پیستور و سایرین^۲ (۲۰۰۰) با تاکید بیشتر بر اثربخشی و تأثیر نهادهای قانونی و تامین مالی خارجی^۳، به اقتصادهای در حال گذار بسط داده شد. حاکمیت شرکتی اثربخش یک عامل بنیادی در فرآیند بازسازی اقتصادهای در حال گذار است. این سیستم با تطبیق دادن و تنظیم کردن تضاد منافع و کاهش رفتارهای فرصت طلبانه و متقلبانه عملکرد شرکت‌ها را بهبود می‌بخشد، کیفیت اطلاعات موجود برای مشارکت کنندگان در بازار سرمایه را ارتقا داده و دستیابی به سرمایه خارجی را تسهیل می‌کند. تمام اقتصادهای در حال گذار، پیشرفت‌های زیادی

در بسط چارچوب حاکمیت شرکتی داشته‌اند و به سمت انطباق با اصول سازمان توسعه اقتصادی به صورت اختیاری یا اجباری حرکت کرده‌اند (هشی، ۲۰۰۳).

سهامداران نهادی

یکی از مهم‌ترین سازوکارهای حاکمیت شرکتی، مالکیت سهامداران نهادی است. نقش سرمایه‌گذاران نهادی در کاهش مسأله نمایندگی و اثر آن بر مالیه شرکت‌ها در مطالعات زیادی مورد بحث بوده است. تحقیقات نشان می‌دهد که مالکان در اقلیت، بخش بسیار اندکی از مسأله سواری مجانی^۶ را حل می‌کنند و تمرکز در مالکیت در ترغیب مدیران به کار و ترغیب سهامداران به نظارت بر کار مدیریت مؤثر است. ادبیات مدیریت استراتژیک نشان می‌دهد که نظارت سرمایه‌گذاران نهادی، بر سودآوری شرکت، چرخش مدیران در شرکت‌های با عملکرد ضعیف، افزایش تحقیق و توسعه در سازمان، عملکرد جاری و عملکرد شرکت در دوره‌های گذشته و آینده و سیاست‌های صندوق‌های بازنشستگی عمومی تأثیرگذار است. در خصوص رابطه سهامداران عمده و نهادی با بازده و ارزش شرکت نیز مطالعات گوناگونی انجام شده و بر حسب شرایط مختلف اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی به نتایج گوناگونی دست یافته‌اند.

در برخی تحقیقات دولت از منظر یک سرمایه‌گذار عمده مورد توجه قرار گرفته و در برخی دیگر نقش مالکیتی دولت فراتر از صرفاً یک سهامدار مورد توجه قرار گرفته است. در گزارش حاضر رویه اول به کار گرفته شده و مالکیت دولتی در کنار مالکیت سایر نهادها و مالکان عمده مورد بررسی قرار گرفته است (جعفری سرشت، ۱۳۹۰). به عقیده برخی صاحب‌نظران، وجود سهامداران عمده در شرکت از یک سو زمینه‌ها و انگیزه‌های نظارت بر عملکرد مدیران را تقویت می‌کند و از سوی دیگر، گاهی به دلیل عدم انطباق منافع و اهداف سهامداران بزرگ با منافع و انتظارات سهامداران خرد، هزینه‌های کنترل و همسو کردن خواسته‌های سهامداران عمده با منافع سایر سهامداران افزایش می‌یابد (آنجلین و همکاران^۷، ۲۰۱۱).

استقلال هیئت مدیره^۸

هیات مدیره یکی از سازوکارهای مهم حاکمیت شرکتی تلقی می‌شود و نقش مهمی در بهبود کیفیت گزارشگری مالی و افزایش پاسخگویی ایفا می‌کند. مدیران مستقل می‌توانند با

درک درست نقش نظارتی و راهبری خود، سلامت مالی بنگاه را به ارمغان آورده و مانع تضاد منافع بین بازیگران نظام حاکمیت شرکتی شوند (اسماعیل زاده و همکاران، ۱۳۸۹). بدلیل نقش هیئت مدیره خصوصاً در نظارت بر مدیریت ساختار هیئت جز یکی از مهمترین عوامل تعیین کننده کارایی حاکمیت شرکتی به حساب می آید. بنابراین، شرکتی که می خواهد برنامه های حاکمیت شرکتی خوبی داشته باشد باید تضمین کند که هیئت مدیره این ویژگی ها را دارد.

مسئولیت های اصلی هیئت مدیره ایجاد راهبری کارآمد بر امور شرکت در راستای منافع سهامداران و تعادل در منافع ذینفعان مختلف آن از جمله مشتریان، کارکنان، سرمایه گذاران و جوامع محلی است. در کلیه اقداماتی که هیئت مدیره به عمل می آورد، از مدیران انتظار می رود تصمیمات تجاری خود را به گونه ای اتخاذ نمایند که معتقدند بهترین منافع شرکت در آن است. در ایفای این تعهد، مدیران می توانند به صداقت و درستکاری عوامل ارشد اجرایی و مشاوران و حسابرسان مستقل آن تکیه نمایند. اکثریت اعضاء هیئت مدیره باید از مدیران غیرموظف باشند. موظف شدن اعضاء هیئت مدیره با تصویب هیئت مدیره می باشد و مدیر ذینفع در مورد حقوق صاحبان سهام رای ندارد (آقایی و چالاکی، ۱۳۸۹).

دوگانگی وظیفه مدیرعامل

دوگانه بودن مسئولیت مدیرعامل هنگامی رخ می دهد که مدیرعامل شرکت به عنوان رئیس هیات مدیره انتخاب شود. در این حالت مدیرعامل به طور بالقوه اختیار بیشتری دارد. ساختار دوگانه هم چنین، به مدیرعامل اجازه می دهد تا اطلاعات در دسترس سایر اعضاء هیئت مدیره را به طور مؤثری کنترل کند که ممکن است از نظارت مؤثر جلوگیری نماید. اگر دوگانگی از نظارت مؤثر ممانعت به عمل آورد، ممکن است با استفاده بیشتر از اقلام تعهدی غیرعادی ارتباط پیدا کند (اسماعیل زاده و همکاران، ۸۹). چانگ و سان^۷ (۲۰۰۸) بر این عقیده اند که پس از رسوایی های مالی، سرمایه گذاران به این موضوع بیشتر توجه می نمایند که دوگانگی وظیفه مدیرعامل ممکن است وظیفه امانتداری هیئت مدیره در نظارت بر گزارشگری مالی را به مخاطره اندازد. هم چنین، آنها عنوان می کنند که دوگانگی وظیفه مدیرعامل می تواند به طور بالقوه ریسک تصمیم گیرنده نهایی بودن مدیرعامل در زمینه گزارشگری مالی را افزایش دهد.

مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی

موضوع مسئولیت اجتماعی به طور ملموس به زمان آدام اسمیت یعنی اواخر قرن هجدهم بر می‌گردد. او به موضوع ارتقاء رفاه عمومی پرداخت و معتقد بود کوشش کارآفرینان رقیب طبعاً در جهت حمایت از منافع عموم خواهد بود. در دهه ۱۳۶۵ آندریو کارنگی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را مشخص نمود. دیدگاه کارنگی بر پایه دو اصل، اصل خیرخواهی و اصل قیومیت یا سرپرستی، گزارده شده بود. اصل خیرخواهی به عنوان یکی از مسئولیت‌های افراد، و نه یک سازمان، به حساب می‌آید، اما به موجب اصل قیومیت سازمان‌ها و افراد ثروتمند باید خود را قیوم و سرپرست افراد فقیر بدانند. در مقابل این دیدگاه، در دهه ۱۹۵۱ تا ۱۹۶۳ میلادی مجموعه مسائل محیطی منجر به طرح مجدد موضوع مسئولیت اجتماعی شد. میلندون فریدمن، اقتصاددان مشهور، از پیشگامانی است که مسئولیت سازمان‌های تجاری را به حداکثر رساندن سود در محدوده قانون بدون هرگونه دسیسه یا نیرنگی عنوان می‌کند و معتقد است مسئولیت‌های اجتماعی را باید به افراد و نهادهای دولتی واگذار کرد، زیرا تعیین نیازهای نسبی و میزان آنها، در حد مدیران شرکت‌ها نبوده و در صورت انجام، بر درآمد شرکت‌ها اثرگذار است. در حال حاضر نیز محققان برای مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها تعاریف مختلفی ارائه کرده‌اند که در زیر به بعضی از این تعاریف اشاره می‌شود. مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها در برگیرنده اقتصاد، قانون، اخلاقیات، و انتظارات بشردوستانه واحدهای تجاری است که به کلیه ذینفعان تعمیم می‌یابد. در اینجا ذینفعان به عنوان هر فرد یا گروهی که می‌توانند بر فعالیت‌ها، تصمیمات، سیاست‌ها، رویه‌ها و یا اهداف سازمان اثر گذارند، تعریف شده است (دانکو و همکاران^۸، ۲۰۰۸). برخی از محققان مسئولیت اجتماعی شرکت را به عنوان فعالیت‌هایی تعریف می‌کنند که به منظور پیشرفت بعضی از اهداف اجتماعی که فراتر از اهداف مالی هستند، انجام می‌گردد (به عنوان مثال ام سی ویلیام، سیگل^۹، ۲۰۰۱؛ هارجوتو^{۱۰}، ۲۰۱۱).

گروه دیگری از نویسندگان مسئولیت اجتماعی شرکت را وظیفه شرکت‌ها نسبت به گروه‌های سازنده در جامعه غیر از سهامداران و فراتر از آن چیزی که از طریق قانون و قرارداد اتحادیه توصیف شده، تعریف نموده‌اند (به عنوان مثال جونز^{۱۱}، ۱۹۸۰، جانسون و هم پژوهان^{۱۲}، ۲۰۱۰). همچنین، هولم و واتز^{۱۳} (۲۰۰۰) مسئولیت اجتماعی شرکت را به عنوان تعهد مستمر واحد تجاری که به طور اخلاقی رفتار نماید و در جهت پیشرفت اقتصادی همکاری نماید،

تعریف می‌کنند، به طوری که کیفیت عمر نیروی کار و خانواده آنها و همچنین نهادهای محلی و جامعه را در سطح وسیع بهبود بخشد. نگاهی مختصر به تعاریف نشان دهنده این موضوع است که نویسندگان هنوز بر سر یک تعریف واحد توافق نظر ندارند، اما از جهات زیادی شباهتهایی بین تعاریف مختلف مشاهده می‌شود. در مجموع می‌توان گفت تمامی تعاریف بر این اصل استوارند که مسئولیت اجتماعی، نشان دهنده وظایف سازمان‌ها نسبت به کلیه ذینفعان آنها می‌باشد.

ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت

در بیشتر پژوهش‌ها در زمینه مباحث اخلاقی، به منظور تعیین سطح مسئولیت اجتماعی شرکتی، ابعاد مختلفی شامل کارکنان، مشتریان، محیط زیست، بهداشت و سلامت، آموزش، توسعه روستایی و نهادهای موجود در جامعه در نظر گرفته شده است (به عنوان مثال، زمان خان^{۱۴}، ۲۰۱۰؛ هوانگ^{۱۵}، ۲۰۱۰؛ ساندهو، کاپور^{۱۶}، ۲۰۱۰). برای مسئولیت اجتماعی چهار بعد مشتریان، کارکنان، محیط زیست و نهادهای موجود در جامعه در نظر گرفته شده است که در ادامه توضیح مختصری در باره هر یک از این ابعاد ارائه می‌گردد.

مسئولیت اجتماعی شرکتی در ارتباط با مشتریان شامل فعالیت‌هایی است که یک شرکت انجام می‌دهد تا رضایت مشتریان را تأمین نماید. به طوری که از اصول مربوط به مدیریت کیفیت نیز، می‌توان به اصل مشتری‌مداری و اصل بهبود مستمر اشاره کرد. اصل مشتری‌مداری بیان می‌کند که شرکت‌ها به مشتریان خود وابسته هستند و بایستی نیازهای حال و آینده مشتریان را درک نمایند و در جهت فراتر رفتن از انتظارات مشتری تلاش نمایند. هدف از بهبود مستمر در یک سیستم مدیریت کیفیت نیز افزایش احتمال دستیابی به رضایت بیشتر، مشتریان و سایر طرف‌های ذینفع می‌باشد (استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰، ۱۳۸۹).

دومین بعد مسئولیت اجتماعی، منابع انسانی است که بخش مهمی از اجتماع را تشکیل می‌دهند و هیچ شرکتی نمی‌تواند بدون همکاری کارکنان خود موفق باشد. به طور کلی شرایط کاری بر کیفیت کار کارکنان و همچنین پیشرفت اقتصادی و اجتماعی آنها اثر می‌گذارد، زیرا هزینه‌های اجتماعی و مالی ناشی از بیماری‌ها، صدمات و مرگ ناشی از شرایط محیط کار، زیاد می‌باشد. همچنین آلودگی‌های غیرمترقبه و شدید و دیگر مخاطرات محیط کاری مضر برای کارکنان ممکن است بر جامعه یا محیط نیز پیامدهایی داشته باشد. قبول مسئولیت

اجتماعی در قبال فعالیت‌های ایمنی و بهداشت، می‌تواند هزینه‌ها را کاهش دهد، رفاه و روحیه کارکنان را بهبود بخشد و میزان تولیدات را افزایش دهد (استاندارد ایزو، ۲۶۰۰۰، ۱۳۸۹).

سومین بعد مسئولیت اجتماعی، مسئولیت‌پذیری محیطی است که به عنوان یک جنبه مهم مسئولیت اجتماعی شرط لازم برای بقا و موفقیت سازمان می‌باشد. مسائل محیطی با حقوق بشر، توسعه و مشارکت جامعه و دیگر موضوع‌های محوری مسئولیت اجتماعی پیوستگی تنگاتنگی دارند. یک شرکت نمی‌تواند مسائل و مشکلات محیطی که در آن فعالیت می‌کند را نادیده بگیرد. شرکت‌ها می‌توانند با اقدام برای حفاظت و ترمیم محیط زیست مانند کاشت درخت و حفظ مراتع و زمین‌های کشاورزی و جنگل‌ها و اکوسیستم آن، بسیار مسئولانه‌تر عمل نمایند. همچنین می‌توانند عملکرد زیست محیطی خود را با جلوگیری از آلودگی‌ها برای مثال جلوگیری از نشر آلودگی در هوا، ممانعت از تخلیه آلودگی در آب، عدم تولید پسماندهای جامد و مایع، جلوگیری از آلودگی زمین و خاک، عدم استفاده یا دفع مواد شیمیایی خطرناک و سمی و سایر آلودگی‌های ناشی از فعالیت‌ها، محصولات و خدمات، سازمان بهبود بخشند (استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰، ۱۳۸۹).

چهارمین بعد مسئولیت اجتماعی احساس مسئولیت در مورد نهادهای موجود در جامعه است. امروزه این موضوع پذیرفته شده که شرکت‌ها با جوامع و همچنین نهادهای که با آن در تعامل هستند، در ارتباط و تداوم و بقای آنها به سلامتی، پایداری و موفقیت این نهادها، وابسته می‌باشد. بنابراین یک شرکت برای رفاه و توسعه نهادهای پیرامون خود مسئول است. از مسئولیت‌های واحد تجاری نسبت به اجتماع، پرداخت بخشی از سود خود در جهت تسهیلات آموزشی و فرهنگی، بهداشتی و سلامت است، زیرا آموزش، پایه و اساسی برای هر نوع توسعه اقتصادی و اجتماعی است و فرهنگ، جزء مهمی از اجتماع و هویت اجتماعی است. ارتقای آموزش و ارتقاء و حفاظت از فرهنگ، تأثیر مثبتی بر توسعه و همبستگی اجتماعی دارد (استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰، ۱۳۸۹).

ما در این تحقیق از مدل مسئولیت اجتماعی هیلیم و کیم^{۱۷} (۲۰۰۱)، بارن و همکاران^{۱۸} (۲۰۱۱) و جو و هاجاتو^{۱۹} (۲۰۱۲) استفاده کردیم. این مدل شامل روابط با کارکنان (حقوق بشر، روابط با مردم و رعایت حقوق کارکنان)، تولید (ابداع، تحقیق و توسعه و افزایش کیفیت محصولات)، عوامل محیطی (بازیافت، جلوگیری از آلودگی هوا، جایگزین‌های سوخت و...)، روابط با

جامعه (کمک‌های خیرخواهانه از جمله حمایت مالی برای مسکن، تحصیلات، اشتغال معلولین و سایر کمک‌های بشر دوستانه) است.

پیشینه پژوهش

حساس یگانه و برزگر (۱۳۹۴) در مقاله‌ای به بررسی راهبری شرکتی، مسئولیت اجتماعی شرکتی و نظریه‌های حسابداری پرداختند. آنها بیان کردند که رهبران شرکت‌ها با وظیفه‌ای پویا و چالش برانگیز در زمینه‌ی استانداردهای اخلاقی اجتماعی با هدف عملیات تجاری مسئولانه مواجه هستند. امروزه، مسئولیت اجتماعی شرکتی، بخش جدایی‌ناپذیری از کتب و مقالات مالی اقتصادی جهان تلقی می‌شود و تمایل به سرمایه‌گذاری در شرکت‌هایی که اعمال و گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکتی دارند، در حال افزایش است. درحالی‌که، اصطلاح مسئولیت اجتماعی شرکتی نسبتاً جدید به نظر می‌رسد، بررسی آثار و مقالات نشان می‌دهد که این مفهوم در طول چندین دهه، همگام با توسعه‌های اجتماعی، سیاسی و محیط کسب و کار تکامل یافته است. مقوله مسئولیت اجتماعی شرکتی، چالش‌هایی را در سازمان‌های مختلف بین‌المللی، ملی و منطقه‌ای در فرایند تدوین استانداردها برای گزارشگری اطلاعات غیرمالی به همراه داشته است و افشاهای مرتبط با آن پارادایمی تحقیقاتی در طی سال‌های اخیر بوده است. همچنین تحقیق درباره تبیین ارتباط بین عملکرد اجتماعی شرکت و عملکرد مالی شرکت از دیدگاه اقتصاد سیاسی در عصر جهانی شدن با رویکرد نظریه‌های اثباتی بسیار مورد توجه بوده است. نتایج این تحقیق حاکی از آن است که عوامل تعیین‌کننده مسئولیت اجتماعی شرکتی در اقتصادهای نوظهور و حتی توسعه‌یافته جامع نیستند و در کل، بیانگر این است که نظریه‌های حسابداری اثباتی برای ارائه هرگونه شواهدی برای حمایت از مدیریت شرکت‌ها به منظور مشارکت در گزارشگری و افشای مسئولیت اجتماعی در گزارش‌های سالانه ناکام بوده‌اند و این نظریه نتوانسته است پایه نظری مناسبی برای توجیه و تبیین مسئولیت اجتماعی شرکتی در شرکت‌ها باشد.

حساس یگانه و همکاران (۱۳۹۳)، در مقاله‌ای به بررسی مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و پارادایم تحقیقاتی آن در حرفه حسابداری پرداختند. آنها بر این باور بودند که شرکت‌ها، واکنش‌های مختلفی در جهت پاسخگویی به تقاضاهای جدید دارن، به گونه‌ای که برخی شرکت‌ها فرهنگ سازمانی و حاکمیتی خود را تغییر داده و در نظر گرفتن مسئولیت اجتماعی، شرکت‌ها را به عنوان هسته اصلی فعالیت‌های تجاری پذیرفته است. نتایج این تحقیق

حاکمی از آن است که ارتباط مثبت بین تلاش‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد مالی به عنوان یک پارادایم جدید در مطالعات مسئولیت اجتماعی در شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی وجود دارد.

مران جویری و علی خانی (۱۳۹۳)، به بررسی رابطه بین سطح افشای اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی با دو سازوکار راهبری شرکتی (سرمایه‌گذاران نهادی و مدیران غیر موظف) در شرکت‌های ایرانی پرداخته‌اند. برای اندازه‌گیری سطح مسئولیت اجتماعی از روش تحلیل محتوا استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش را شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تشکیل داده است و شامل ۶۶ شرکت فعال در صنایع مختلف طی سال‌های ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۰ است. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از روش رگرسیون چندگانه استفاده شده است. یافته‌ها بیانگر آن است که بین اندازه شرکت با سطح افشای اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی رابطه معنی‌دار مثبتی وجود دارد، اما بین سطح افشای اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی و سرمایه‌گذاران نهادی و مدیران غیر موظف رابطه معنی‌داری مشاهده نشد.

پورعلی و همکاران (۱۳۹۳)، در تحقیقی به بررسی رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی و مالکیت نهادی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج محققین حاکی از آن است که رابطه معنی‌دار منفی بین افشای مسئولیت اجتماعی و مالکیت نهادی وجود دارد. این امر نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاران نهادی نسبت به افشای مسئولیت اجتماعی بی‌تفاوت نیستند و از آن به عنوان یک منبع اطلاعاتی استفاده می‌کنند.

بهارمقدم و همکاران (۱۳۹۲) در مقاله‌ای به بررسی رابطه سازوکار حاکمیت شرکتی بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها پرداختند. آنها در تحقیق خود بیان کردند میان شرکت‌ها و جامعه‌ای که شرکت‌ها در آن فعالیت می‌کنند قراردادی اجتماعی وجود دارد. بنابراین انتظار می‌رود ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی که مجموعه‌ای از قواعد ناظر بر هدایت، کنترل و نظارت شرکت‌ها می‌باشد، بهبود یابد. نتایج آنها حاکی از آن است که بین سازوکار حاکمیت شرکتی از جمله تمرکز مالکان، درصد اعضای غیرموظف هیأت مدیره و اندازه حسابرس و سطح افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها رابطه معنادار وجود دارد. بنابراین در اختیار بودن سهام شرکت، در اختیار سهامداران عمده و حضور بیشتر مدیران غیرموظف در هیأت مدیره و انتخاب سازمان حسابرسی به عنوان حسابرس، باعث افشای بهتر

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها می‌گردد. همچنین اگر مدیر عامل یک شرکت سمت رئیس یا نائب رئیس هیئت مدیره داشته باشد، سطح افشای مسئولیت اجتماعی کاهش پیدا می‌کند. داشتن اختیارات بیشتر مدیر عامل باعث کاهش نظارت و همچنین کاهش افشاء مؤثر اطلاعات شرکت می‌گردد.

در پژوهش‌های خارجی، بهادوری و سلارکا^{۲۰} (۲۰۱۶)، در تحقیقی به بررسی تأثیر حاکمیت شرکتی بر مسئولیت اجتماعی پرداختند. نتایج آنها نشان داد شرکت‌های بزرگتر، با قدمت بیشتر و شرکت‌هایی که بین سهامداران سود تقسیم می‌کنند، تمایل بیشتری به سرمایه‌گذاری در پروژه‌های مسئولیت اجتماعی دارند. هم‌چنین رابطه مثبت و معناداری بین نسبت سهامداران نهادی و مسئولیت اجتماعی وجود دارد. در مقابل نسبت مدیران مستقل در هیئت مدیره، تأثیری بر مسئولیت اجتماعی ندارد. همچنین سودآوری رابطه‌ی معناداری با مسئولیت اجتماعی ندارد. رازک^{۲۱} (۲۰۱۴)، در تحقیقی به بررسی رابطه بین حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس مصر پرداخت. نتایج نشان می‌دهد که کیفیت حسابرسی داخلی، کمیته حسابرسی، دوگانگی وظیفه مدیرعامل و ساختار مالکیت بر مسئولیت اجتماعی تأثیرگذار است. لی سان و همکاران (۲۰۱۵)، در تحقیقی به بررسی حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی پرداختند. تحلیل‌های رگرسیونی یک رابطه مثبت و معنی‌دار میان حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی را اثبات کرد. نتایج نشان می‌دهد تجارت‌هایی که سازوکار حاکمیتی قوی دارند، عملکرد مسئولیت اجتماعی بهتری دارند. همچنین حاکمیت خوب نیز به عملکرد مسئولیت اجتماعی خوب منتهی می‌گردد. مزیت‌های عملکرد مسئولیت اجتماعی، از تلاش‌هایی که در شرکت‌های آمریکایی برای بهبود حاکمیت شرکتی صورت می‌گیرد، حمایت می‌نماید. سانگ و همکاران (۲۰۱۵)، در تحقیقی به بررسی مسئولیت اجتماعی شرکت و حاکمیت ذینفعان در سطح بین‌المللی پرداختند. آنها دریافتند که حاکمیت ذینفعان در مقایسه با حاکمیت هیئت مدیره، بیشتر به مسئولیت اجتماعی شرکت منتهی می‌گردد و بیشتر بر آن اثر می‌گذارد. اثرات ذینفعان در روی آوری به مسئولیت اجتماعی شرکت در شرایطی که حمایت از سرمایه‌گذار و حاکمیت شرکتی ضعیف است، مشهودتر و ژرف‌تر می‌باشد. ارشد و رازک (۲۰۱۱)، در تحقیقی به بررسی عملکرد اجتماعی شرکت، ساختار مالکیت و حاکمیت شرکتی پرداخت. شواهد تجربی نشان می‌دهد که مالکیت متمرکز یک اثر منفی بر عملکرد اجتماعی دارد. سهامدار اصلی

میلی به صرف پول در مسئولیت اجتماعی شرکت که می‌تواند به تمامی ذینفعان سود برساند، ندارد. در مقابل، مالکیت پراکنده عملکرد اجتماعی را تقویت می‌نماید که نشان‌دهنده تعهد شدید مدیران به مسئولیت اجتماعی شرکت می‌باشد. این امر به آنها اجازه می‌دهد تا تعارضات میان سهامداران و ذینفعان را حل نمایند. نوع مالکیت به نظر نمی‌رسد اثری بر مسئولیت اجتماعی شرکت داشته باشد.

فرضیه تحقیق

بر اساس ادبیات بررسی شده در حوزه حاکمیت شرکتی و مسئولیت‌های اجتماعی، در این مقاله فرضیه زیر مطرح است:

بین سازوکارهای حاکمیت شرکتی و تعهد به ایفای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها رابطه معناداری وجود دارد.

روش تحقیق

این تحقیق در حوزه تحقیقات بنیادی قرار دارد. هم‌چنین با توجه به ماهیت و روش تحقیق، نوعی پژوهش توصیفی-همبستگی به شمار می‌رود.

جامعه آماری و روش نمونه‌گیری

قلمرو مکانی این پژوهش را کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و قلمرو زمانی این پژوهش طی سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۳ می‌باشد. علاوه بر این، در تحقیق حاضر، برای تعیین نمونه آماری، از رابطه خاصی جهت برآورد حجم نمونه و نمونه‌گیری استفاده نشده است، بلکه، از روش حذف سیستماتیک استفاده گردیده است. در نتیجه، تعداد ۱۲۵ شرکت، به عنوان نمونه آماری انتخاب شد.

روش گردآوری اطلاعات

پس از تعیین روش تحقیق و چگونگی نوع نمونه و گزینش آن، محقق باید با توجه به هدف و ویژگی‌های روش تحقیق به جمع‌آوری داده‌ها پردازد. گردآوری داده‌ها به روش‌های گوناگونی میسر است (سرمد و همکاران، ۱۳۸۵). به منظور تدوین مبانی نظری تحقیق از مطالعات کتابخانه‌ای و آرشیوی بهره برده می‌شود. سپس داده‌های لازم برای آزمون فرضیه‌های

تحقیق از طریق مراجعه به صورت‌های مالی و یادداشت‌های توضیحی شرکت‌های منتخب، لوح‌های فشرده آرشیو تصویری و آماری سازمان بورس اوراق بهادار تهران، پایگاه اینترنتی بورس اوراق بهادار و دیگر پایگاه‌های مرتبط و نیز از نرم افزار ره آورد نوین استخراج شد.

مدل و متغیرهای تحقیق

مدل رگرسیونی پژوهش به صورت زیر می‌باشد:

(مدل ۱)

$$CEI_{it} = \beta_0 + \beta_1 Effective\ Corporate\ Governance_{it} + \beta_2 Control\ Variables_{it} + \varepsilon_{it}$$

CEI_{it} : تعهد به ایفای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت؛

$Effective\ Corporate\ Governance_{it}$: سازوکارهای حاکمیت شرکتی؛

$Control\ Variables_{it}$: متغیرهای کنترلی؛

متغیرهای تحقیق و نحوه اندازه‌گیری آنها

متغیر وابسته: تعهد به ایفای مسئولیت اجتماعی

CEI_{it} : تعداد کل امتیاز تعهد اجتماعی در سال t برای هر شرکت را نشان می‌دهد. شاخص‌های محاسبه امتیاز شامل استراتژی کارکنان و سایر ذی‌نفعان، مشارکت فعال در محیط پیرامونی شرکت، ارتباط با ذی‌نفعان، رقابت عادلانه، اثر اقتصادی غیر مستقیم و سایر تعهدات اجتماعی است.

استراتژی کارکنان و سایر ذی‌نفعان: فعالیت ایمنی و بهداشت، تهیه دستورالعمل‌های ایمنی مخصوص هر یک از کارگاه تولیدی و غیر تولیدی، آموزش پرسنل در کلیه زمینه‌های ایمنی و بهداشت، انجام معاینات و آزمایشات ادواری، فعالیت‌های ورزشی، فعالیت‌های رفاهی از جمله اعطای وام‌های مختلف، برگزاری دوره‌های آموزشی عمومی و تخصصی جهت کارکنان و اقدام لازم جهت بازنشستگی کارکنان واجد شرایط است. همچنین استراتژی مشتریان شامل خدمات پس از فروش، کاهش زمان پاسخگویی به شکایات، ارتقا نمایندگی‌ها، گسترش ارائه

خدمات با توجه به تنوع افزایش محصولات و مشتریان می‌باشد. بهار مقدم و همکاران (۱۳۹۲) و مهدوی و همکاران (۱۳۹۴) نیز از این شاخص استفاده کردند.

مشارکت فعال: شامل شرکت در نمایشگاه‌ها و همایش‌های ملی و بین‌المللی، همکاری با دانشگاه‌ها در زمینه تحقیقاتی، شرکت در جلسات کشوری کارگروه ملی حمایت از تولید، کارگروه ملی صیانت از تولید، ستاد کارگری شورای امنیت، عضویت در انجمن تحقیق و توسعه، عضویت در اتاق بازرگانی و عضویت در شرکت بورس و اوراق بهادار است.

ارتباط با ذی‌نفعان: شامل دخالت ذی‌نفعان یک قسمت کلیدی در مسئولیت اجتماعی است. شرکت‌ها با ذی‌نفعان خود گفتگو می‌کنند تا مسائل محیطی و اجتماعی مربوط به عملکرد شرکت را که برایشان مهم تر است بشناسند، تا مسئولیت پاسخگویی و تصمیم‌گیری خود را بهتر ایفا نمایند. جفری در مقاله خود به چند ارزش‌های اصلی در راستای تحصیل مشارکت معنادار اشاره کرده است که سه معیار حیاتی آن شامل ۱) ذی‌نفعان باید در تصمیماتی که بر زندگی و محیط پیرامون آن‌ها تأثیر گذار است، مشارکت نمایند؛ ۲) شرکت باید تعهد نماید که مشارکت ذی‌نفعان بر تصمیمات تأثیر گذار خواهد بود؛ و ۳) ذی‌نفعان باید در طراحی نحوه ارتباط با آن‌ها مشارکت داشته باشند. پور علی و حجاجی (۱۳۹۳) مهدوی و همکاران (۱۳۹۴)، لین و همکاران (۲۰۱۰) نیز از این شاخص استفاده کردند.

معیارهای سنجش ارتباط با ذی‌نفعان: شامل ۱) مشتریان و سنجش میزان رضایت مشتریان با ارسال پرسشنامه، Email و روش مصاحبه و جمع‌آوری شکایات، نظرات و پیشنهادات مشتریان و ۲) تامین کنندگان و برگزاری جلسات دوره‌ای مشترک با نمایندگان شرکت مزبور، اعزام نیروهای متخصص برای حصول اطمینان از کیفیت مطلوب کالای تولید شده توسط تامین کنندگان است.

رقابت عادلانه: شامل بازاریابی، ورود به بازارهای جدید صادراتی، ارتباط و تعامل بیشتر با مشتریان، بروزرسانی تکنولوژی، ارتقای کیفیت محصولات تولیدی و کاهش عیوب آنها، تداوم روند کاهش ضایعات ناشی از تولید در راستای کاهش هزینه‌ها، تنوع محصول، افزایش مستمر بهره‌وری، کنترل قیمت‌ها، برخورداری از دانش فنی روز جهانی، ارائه خدمات پشتیبانی مناسب و مشتری‌محوری است. وادوک و اسمیت (۲۰۰۰) و لین و همکاران (۲۰۱۰) از این شاخص در تحقیقات خود استفاده کردند.

اثر اقتصادی غیر مستقیم: شامل اشتغال‌زایی و افزایش بهره‌وری است (Corporate Citizenship Update ۲۰۱۱). طبق نتایج تحقیقات نائینی و محمدی (۱۳۷۵)، احمد و سامجای (۱۹۹۵)، حاجی و کمیجانی صادرات تأثیر مثبتی بر بهره‌وری و رشد اقتصادی دارد. همچنین حمایت از تولید داخلی، جایگزینی نمایندگان داخلی با نمایندگان خارجی، اشتغال‌زایی و توسعه صادرات معیارهای از اثر اقتصادی غیر مستقیم می‌باشند. لین و همکاران (۲۰۱۰) از این معیار در تحقیق خود استفاده کرده‌اند.

سایر موارد: شامل بهبود و حفاظت از محیط زیست و کمک‌های عام المنفعه و همکاری با موسسات خیریه است.

متغیر مستقل: ویژگی‌های حاکمیت شرکتی

این متغیر بر اساس معیارهای زیر برآورد شده است:

تعداد جلسات هیئت مدیره: طبق پیش‌نویس آیین‌نامه حاکمیت شرکتی جلسات هیئت مدیره باید حداقل یک بار در ماه برگزار شود؛

استقلال هیئت مدیره: نسبت اعضای غیر موظف هیئت مدیره به کل اعضاء،

تفکیک سمت مدیر عامل از رئیس هیئت مدیره،

درصد سهامداران نهادی: نسبت تعداد سهام عادی شرکت در اختیار شرکت‌های سرمایه‌گذاری، تجاری، بانک، بیمه، صندوق بازنشستگی و شرکت‌های دولتی به تعداد کل سهام عادی شرکت،

وجود کمیته‌های تخصصی هیئت مدیره، کمیته بودجه، کمیته تحقیق و توسعه، کمیته بهینه‌سازی هزینه‌ها، کمیته گسترش بازار، کمیته صادرات، کمیته بهای تمام شده، کمیته بازاریابی و فروش، کمیته وصول مطالبات، کمیته حسابرسی.

متغیرهای کنترلی:

$Firm Size$ = اندازه شرکت

$Dividend$ = سود تقسیمی

$Profitability =$ سود آوری

$ROA =$ بازده دارایی ها

$ROE =$ بازده حقوق صاحبان سهام

تجزیه و تحلیل داده ها

خلاصه وضعیت آمار توصیفی مربوط به متغیرهای مدل در نگاره (۱) ارائه شده است.

نگاره (۱): آمار توصیفی متغیرها

مشاهدات	انحراف معیار	حداقل	حداکثر	میانه	میانگین	نماد	متغیر
۷۵۰	۱/۲۵۶	۰/۰۰۰	۶/۰۰۰	۴/۰۰۰	۳/۵۷۰	CEI	مسئولیت اجتماعی شرکت
۷۵۰	۷/۸۶۲	۰/۰۰۰	۴۵/۰۰۰	۱۲/۰۰۰	۱۰/۲۹۳	BOARD_ MEETING	تعداد جلسات هیئت مدیره
۷۵۰	۰/۱۵۹	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۶۰۰۰	۰/۵۵۷	BOARD_ NON_ EXECUTIVE	استقلال هیئت مدیره
۷۵۰	۰/۲۸۳	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۸۸	BOARD_ SPECIALIZED_ COMMIT	کمیته‌های تخصصی هیئت مدیره
۷۵۰	۰/۴۲۴	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۲۳۴	CEO_ DUALITY	دوگانگی وظیفه مدیرعامل
۷۵۰	۱۰۲۰/۸۹۵	۰/۰۰۰	۹۰۰۰	۲۵۸/۵۹۹	۶۶۷/۱۵۱	DIVIDEND	سود تقسیمی
۷۵۰	۱/۳۴۷	۱۰/۰۳۱	۱۸/۴۵۴	۱۳/۵۴۳	۱۳/۶۶۷۹	FIRM_SIZE	اندازه شرکت
۷۵۰	۴۴/۸۷۷	۰/۰۰۰	۸۵۵	۴۳/۱۴۰	۴۶/۵۹۷۲	IS	سهامداران نهادی
۷۵۰	۰/۹۸۲	-۳/۱۹۸	۲/۳۲۹	۰/۰۱۲	۰/۰۰۱	PROFITABILITY	سوددهی
۷۵۰	۰/۱۲۸	-۰/۳۳۹	۰/۶۲۶	۰/۰۸۹	۰/۱۰۶	ROA	بازده دارایی ها
۷۵۰	۲/۷۷۹	۷۲/۶۹۵	۹/۴۸۶	۰/۲۶۶	۰/۱۶۸	ROE	بازده حقوق صاحبان سهام

همان طور که مشاهده می‌شود، کمیت‌های توصیفی متغیرهای تحقیق، از انواع نسبت و لگاریتم هستند که همگنی خوبی را بین داده‌ها ایجاد نموده است. شرکت‌های مورد مطالعه، ۱۲۵ شرکت بوده است که بر اساس شرکت / سال برابر ۷۵۰ مشاهده است. در بین شواهد ارایه شده، متغیرهای سوددهی، بازده دارایی‌ها و بازده حقوق صاحبان سهام منفی شده اند که نشان می‌دهد برخی از شرکت‌ها در بازه مورد بررسی سوددهی نداشته و زیان ده بوده اند. علاوه بر این، همان طور که نتایج نشان می‌دهد میانگین و میانه به دست آمده برای متغیر مسئولیت اجتماعی شرکت حدود ۴ (از شش در نظر گرفته شده) می‌باشد که نشان‌دهنده عدم توجه کامل شرکت‌ها به شاخص‌های مسئولیت اجتماعی می‌باشد.

بررسی نرمال بودن داده‌ها

یکی از پیش فرض‌های برآزش مدل رگرسیونی و انجام آزمون‌های پارامتری متناظر با آن، تأیید نرمال بودن توزیع تجربی مقادیر متغیر وابسته است. در این مطالعه این موضوع از طریق آماره جاک-براک^{۲۲} مورد بررسی قرار گرفته است. فرض صفر و فرض مقابل در این آزمون به صورت زیر می‌باشد:

H_0 : توزیع داده‌ها نرمال است

H_1 : توزیع داده‌ها نرمال نیست

اگر سطح اهمیت آماره این آزمون بیشتر از ۰/۰۵ باشد ($P\text{-Value} > 0.05$) فرضیه مبنی بر نرمال بودن توزیع متغیر پذیرفته می‌شود.

بررسی مانایی داده‌ها

یکی از مواردی که در بحث داده‌ها مطرح می‌باشد، پایایی یا مانایی داده‌ها است. به عبارتی داده‌های پایا، داده‌هایی هستند که دارای میانگین ثابت، واریانس ثابت، و خودکوریانس ثابت باشند و زمانی که داده‌ها پایا هستند، رگرسیون کاذب نخواهیم داشت. یکی از سودمندترین آزمون‌ها در زمینه مانایی (سکون) آزمون دیکی فولر تعمیم یافته است. نتایج این دو آزمون در نگاره (۲) ارائه شده است.

نگاره (۲): نتایج مربوط به آزمون‌های نرمال بودن و مانایی متغیرها

آزمون فیلپس و پرون		آزمون جارك-برا		نماد	متغیر
سطح معناداری	آماره	سطح معناداری	آماره		
۰/۰۰۰	-۲۱/۶۰۶	۰/۱۷۱	۳/۵۲۶	CEI	مسئولیت اجتماعی شرکت
۰/۰۰۰	-۱۱/۴۶۱	۰/۱۳۷	۳/۹۶۶	BOARD MEETING	تعداد جلسات هیئت مدیره
۰/۰۰۰	-۱۰/۵۳۲	۰/۰۶۹	۵/۳۴۳	BOARD NON EXECUTIVE	استقلال هیئت مدیره
۰/۰۰۱	-۴/۱۰۳	۰/۰۰۰	۲۳۶۱/۶۸	BOARD SPECIALIZED COMMIT	کمیته‌های تخصصی هیئت مدیره
۰/۰۰۰	-۱۱/۴۲۲	۰/۰۰۰	۲۰۱/۸۳	CEO DUALITY	دوگانگی وظیفه مدیرعامل
۰/۰۰۰	-۱۲/۵۰۶	۰/۰۰۰	۶۶۱۳/۷۵۲	DIVIDEND	سودتقسیمی
۰/۰۰۰	-۵/۳۳۶	۰/۰۰۰	۱۵۰/۰۲۹	FIRM SIZE	اندازه شرکت
۰/۰۰۰	-۱۰/۹۹۹	۰/۰۰۰	۶۰۴۸۷۲	IS	سهامداران نهادی
۰/۰۰۰	-۱۴/۳۳۳	۰/۱۵۰	۳/۷۸۵	PROFITABILITY	سوددهی
۰/۰۰۰	-۱۶/۰۳۹	۰/۰۰۰	۲۱۹/۵۲۲	ROA	بازده دارایی‌ها
۰/۰۰۰	-۲۷/۶۱۱	۰/۰۰۰	۱۲۴۳۳۷۹۹	ROE	بازده حقوق صاحبان سهام

نتایج به دست آمده برای آزمون دیکی فولر تعمیم یافته کوچک تر از ۰/۰۵ می‌باشند و در نتیجه فرضیه صفر آماری آزمون مبنی بر وجود ریشه واحد رد شده و می‌توان پذیرفت که سری‌های مورد مطالعه در این سطح خطا مانا هستند. بنابراین، رفتار مقادیر متغیرها، در طول زمان دستخوش تغییرات رونددار نخواهد شد. علاوه بر این، نتایج به دست آمده برای آزمون جارك برا برای برخی از متغیرها کوچک تر از ۰/۰۵ می‌باشد که نشان می‌دهد این متغیرها نرمال می‌باشند. در مجموع، بر اساس فروش کلاسیک، شرط نرمال بودن متغیر وابسته برای انجام آزمون کفایت می‌کند.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های تحقیق

در این بخش، ابتدا الگوی لازم برای تخمین مدل تعیین گردیده و سپس مدل تحقیق برآورد و نتایج حاصل از آن تفسیر می‌شود. در نتیجه برازش مدل، نتایج فرضیه‌های تحقیق ارائه می‌گردد. همچنین آزمون مفروضات آماری مربوط به مدل شامل استقلال باقیمانده‌ها ارائه می‌گردد. پیش از برازش مدل رگرسیونی به منظور تعیین تابلویی و یا تلفیقی بودن مدل، از آزمون چاو یا F مقید استفاده می‌شود. فرضیه صفر آماری در آمو چاو مبنی بر مناسب بودن مدل تلفیقی و فرضیه مقابل آن مبنی بر مناسب بودن مدل پانل است. نتایج حاصل از این آزمون چاو (F لیمیر) در نگاره (۳-۴) ارائه شده است.

نگاره (۳): نتایج آزمون چاو برای مدل رگرسیونی تحقیق

آزمون	مقدار آماره	P-Value	نتیجه
چاو	۵/۳۳۴	۰/۰۰۰	پانل
هاسن	۱۹/۰۹۹	۰/۰۰۴	مدل اثرات ثابت

با توجه به سطح معناداری آزمون چاو و هاسمن، نتایج به دست آمده بیان‌گر آن است که روش داده‌های تابلویی با اثرات ثابت برای برازش مدل‌های پژوهش روش مناسب‌تری می‌باشد.

نتایج حاصل از آزمون مدل رگرسیونی فرضیه پژوهش

فرضیه پژوهش به شرح زیر است که نتایج اجرای آزمون در نگاره ۴ ارائه شده است.

H: بین سازوکارهای حاکمیت شرکتی و تعهد به ایفای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها رابطه معناداری وجود ندارد.

H_۱: بین سازوکارهای حاکمیت شرکتی و تعهد به ایفای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها رابطه معناداری وجود دارد.

نگاره (۴): نتایج آزمون فرضیه اول

متغیر وابسته: تعهد اجتماعی شرکت ($CEI_{i,t}$)						
نتیجه	VIF	سطح معنی داری	آماره تی استیودنت	ضریب	نماد	متغیرهای مستقل و کنترلی
-	-	۰/۰۰۰	۷/۹۰۱	۳/۱۰۶	C	عرض از مبدا
تأیید	۱/۰۶۶	۰/۰۵۰	۱/۹۶۱	۰/۰۰۹	BOARD_MEETING	تعداد جلسات هیئت مدیره
رد	۱/۰۲۶	۰/۵۰۸	۰/۶۶۱	۰/۱۴۸	BOARD_ NON_ EXECUTIVE	استقلال هیئت مدیره
رد	۱/۰۳۱	۰/۲۰۲	۱/۲۷۵	۰/۱۶۱	BOARD_ SPECIALIZED_ COMMIT	کمیته‌های تخصصی هیئت مدیره
تأیید	۰/۰۸۰	۰/۰۰۵	-۲/۸۰۷	-۰/۲۴۱	CEO_DUALITY	دوگانگی وظیفه مدیرعامل
رد	۱/۰۷۴	۰/۵۸۶	-۰/۵۴۳	۰/۰۰۰۴	IS	سهامداران نهادی
تأیید	۱/۵۴۸	۰/۰۰۰	۳/۷۵۶	۰/۱۰۱	DIVIDEND	سود تقسیمی
رد	۱/۰۷۵	۰/۹۸۷	-۰/۰۱۵	-۰/۰۰۷	FIRM_SIZE	اندازه شرکت
رد	۲/۹۵۹	۰/۶۱۱	۰/۵۰۸	۰/۲۳۸	PROFITABILITY	سوددهی
رد	۳/۱۸۳	۰/۸۸۰	-۰/۱۵۰	-۰/۰۰۱	ROA	بازده دارایی‌ها
تأیید	۱/۰۳۴	۰/۰۰۰	۷/۹۰۱	۳/۱۰۶	ROE	بازده حقوق صاحبان سهام
۲/۰۹۱		دوربین - واتسون (D-W)		۰/۱۸۵	ضریب تعیین (R^2)	
۵۴/۴۶۱ (۰/۰۰۰)		آماره F (سطح معنی دار)		۰/۱۸۲	ضریب تعیین تعدیل شده ($Adj. R^2$)	
۰/۹۶۳		سطح معناداری		۰/۰۰۲	آماره آزمون آرچ	

همان‌طور که در نگاره ۴ مشاهده می‌شود، مقدار ضریب تعیین برابر ۰/۱۸۵ و ضریب تعیین تعدیل شده برابر ۰/۱۸۲ می‌باشد و برازش مدل در سطح خوبی قرار دارد. برای کشف خود همبستگی مرتبه اول از آزمون دوربین واتسون استفاده می‌شود. آماره دوربین واتسون برابر با ۲/۰۹۱ می‌باشد و از آنجایی که بازه ۱/۵ تا ۲/۵ نشان دهنده عدم وجود خود همبستگی از مرتبه اول می‌باشد، در نتیجه خود همبستگی از مرتبه اول در جزء خطای مدل وجود ندارد. در نهایت

مقدار آماره F برابر ۵۴/۴۶۱ و مقدار احتمال آن نیز برابر ۰/۰۰۰ می‌باشد و از آنجایی که مقدار احتمال آن کمتر از ۰/۰۵ است، بنابراین معنی‌داری مدل تأیید می‌شود. هم‌چنین بر اساس نتایج عدم همخطی بین متغیرهای تحقیق پذیرفته می‌شود. به منظور آزمون همسانی واریانس اجزای خطا از آزمون آرچ^{۲۳} استفاده شده است. سطح معناداری این آزمون نیز بزرگ‌تر از خطای نوع اول ۰/۰۵ برآورد شده که حاکی از همسانی واریانس اجزای خطای مدل است.

در مجموع نتایج حاصل از بررسی مدل رگرسیونی نشان می‌دهد که متغیر تعداد جلسات هیئت مدیره در نگاه ۴ بر مسئولیت‌های اجتماعی موثر است. بنابراین می‌توان گفت بین تعداد جلسات هیئت مدیره و تعهد به ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ارتباط معناداری وجود دارد. علاوه بر این، میزان به دست آمده برای برای ضریب مثبت است که نشان دهنده رابطه مثبت و مستقیم است. همچنین بین دوگانگی وظیفه مدیرعامل و تعهد به ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ارتباط معناداری منفی و معکوس وجود دارد. در نگاه ۴ با توجه به سطح معناداری متغیر استقلال هیئت مدیره، کمیته‌های تخصصی هیئت مدیره و سهامداران نهادی و تعهد به ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ارتباط معناداری وجود ندارد.

نتیجه‌گیری

در این پژوهش به بررسی رابطه بین حاکمیت شرکتی و تعهد به ایفای مسئولیت‌های اجتماعی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته شده است. برای دستیابی به این هدف، بورس اوراق بهادار تهران به عنوان جامعه آماری پژوهش در نظر گرفته شد و نمونه‌ای متشکل از ۱۲۵ شرکت در بازه زمانی بین سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۳ (در مجموع ۷۵۰ سال / شرکت) جهت بررسی جمع‌آوری گردید. نتایج نشان می‌دهد حاکمیت شرکتی بر ایفای مسئولیت اجتماعی تأثیرگذار است. در این میان متغیر تعداد جلسات هیئت مدیره و تعهد به ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت دارای ارتباط معناداری است. به عبارتی با افزایش جلسات هیئت مدیره، شاهد افزایش فعالیت‌های مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها خواهیم بود. بین دوگانگی وظیفه مدیرعامل و تعهد به ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نیز ارتباط معناداری وجود دارد. به عبارتی در صورتی که دوگانگی وظیفه مدیرعامل در شرکت وجود داشته باشد، تعارضات و هزینه‌های نمایندگی افزایش پیدا کرده و کاهش تعهدات اجتماعی شرکت را شاهد می‌باشیم.

نتایج نشان می‌دهد بین استقلال هیئت مدیره و تعهد به ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ارتباط معناداری وجود ندارد. مطابق با نظریه نمایندگی، مدیران غیر موظف هیئت مدیره در مقایسه با سایر اعضای هیئت مدیره، انگیزه قویتری برای نظارت بر کار مدیران اجرایی و فرایند گزارشگری دارند و درصد بالای آنها در هیئت مدیره، موجب افزایش گزارشگری مالی داوطلبانه میشود، اما با توجه به نتایج پژوهش به نظر میرسد در شرکتهای ایرانی، مدیران غیر موظف تأثیری بر سطح افشای مسئولیت اجتماعی ندارند. هم چنین، نتایج نشان می‌دهد بین کمیته‌های تخصصی هیئت مدیره و تعهد به ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ارتباط معناداری وجود ندارد. وجود کمیته‌های تخصصی هیئت مدیره در شرکت‌ها به منزله نظارت بیشتر بر فعالیت‌های شرکت می‌باشد که در این پژوهش نشان داده شد این کمیته‌ها توجهی به مسایل مربوط به تعهد اجتماعی شرکت‌ها ندارند. در نهایت بین سهامداران نهادی و تعهد به ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ارتباط معناداری وجود ندارد. در این مورد به نظر می‌رسد، سهامداران نهادی نقش نظارتی اندکی بر فعالیت‌های اجتماعی شرکت داشته‌اند.

در همین ارتباط و مطابق با نتایج پژوهش حاضر، بهارمقدم و همکاران (۱۳۹۲) اعلام کردند بین سازوکار حاکمیت شرکتی و سطح افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها رابطه معنادار وجود دارد. هم چنین، لی سان (۲۰۱۵) نشان داد حاکمیت شرکتی به طور مستقیم با تعهد اجتماعی شرکت در ارتباط است، اما مغایر با نتایج پژوهش حاضر، یگانه و همکاران (۱۳۹۴) اعلام کردند تعهد اجتماعی شرکت‌ها در اقتصادهای نوظهور و حتی توسعه یافته جامع نیستند و در کل، نظریه‌های حسابداری اثباتی برای ارائه‌ی هرگونه شواهد برای حمایت از مدیریت شرکت‌ها به منظور مشارکت در گزارشگری و افشای تعهد اجتماعی در گزارش‌های سالانه ناکام بوده است.

پیشنهادات

نتایج این تحقیق قابل استفاده برای سرمایه‌گذاران، سهام‌داران، تحلیل‌گران و تمام افراد و سازمان‌های است که به نوعی با فعالیت سرمایه‌گذاری در بورس اوراق بهادار درگیر هستند. بنابراین پیشنهادات زیر ارائه می‌شود:

- با توجه به تأیید ارتباط مثبت و منفی بین تعداد جلسات هیئت مدیره و دوگانگی وظیفه مدیرعامل با فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی پیشنهاد می‌شود به منظور حداکثر سازی

منافع سهامداران و توجه به منافع ذی نفعان از طریق ایفای تعهد به مسئولیت‌های اجتماعی، زمینه‌های ایجاد حاکمیت شرکتی مناسب در شرکت از طریق برگزاری جلسات بیشتر در طول سال و تفکیک وظیفه مدیرعامل از رئیس هیئت مدیره به وسیله‌ی نهادهای قانون‌گذار و بورس اوراق بهادار تهران فراهم شود تا بهبود فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی را موجب گردند؛

- لازم است با ارایه راهکارهایی عملکرد مدیران غیرموظف در ترکیب هیئت مدیره را تقویت نمود. به عنوان مثال عضویت طولانی مدت مدیران غیرموظف در ترکیب هیئت مدیره ممکن است استقلال آن‌ها را خدشه دار کند و اثربخشی آن‌ها را کاهش دهد.

- با توجه به عدم تأیید ارتباط بین سهامداران نهادی با فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت، پیشنهاد می‌شود سهامداران نهادی توجه بیشتری به نقش نظارتی خود داشته باشند. توجه صرف به عملکرد مالی شرکت می‌تواند در بلندمدت موجب کاهش بازدهی آنها شود. بنابراین، سهامداران نهادی با توجه به قدرت و نفوذی که در هیئت مدیره شرکت‌ها دارند می‌توانند نظارت بیشتری بر عملکرد مالی اجتماعی شرکت‌ها داشته باشند؛

علاوه بر این، برای انجام برخی تحقیقات همسو با این موضوع و هم چنین توسعه آن، پیشنهادهایی به شرح ذیل برای انجام تحقیقات بعدی ارائه می‌شود:

- به دلیل افزایش روز افزون به قوانین و مقررات پاسخگویی اجتماعی، چگونگی انتشار گزارش عملکرد اجتماعی با نیازهای اطلاعاتی استفاده‌کنندگان بررسی شود؛

- تأثیر سایر سازو کارهای حاکمیت شرکتی دیگر از قبیل مالکیت مدیریتی، سهامداران نهادی و حضور کمیته حسابرسی بر افشای تعهد اجتماعی بررسی شود؛

- تأثیر مدیریت سود بر افشای تعهد اجتماعی شرکتی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بررسی شود؛

- برای افزایش ضریب اطمینان نتایج به دست آمده می‌توان بازه زمانی تحقیق را افزایش داد. به طور مثال دوره زمانی ده ساله را بررسی کرد؛

در نهایت مقایسه تطبیقی تحقیق حاضر با بورس های کشورهای دیگر، خصوصا کشورهای همسایه از قبیل هند و ترکیه مفید خواهد بود.

پی نوشت

- | | |
|-----------------------|----------------------------|
| ۱ Shleifer and Vishny | ۲ Pystvr and others |
| ۳ External Financing | ۴ Free - Rider |
| ۵ Njlyn et al | ۶ Board Independence |
| ۷ Chang and Sun | ۸ Danko et al. |
| ۹ C. William Siegel | ۱۰ Harjvtv |
| ۱۱ Jones | ۱۲ Johnson and researchers |
| ۱۳ Holm and Watts | ۱۴ Zaman Khan |
| ۱۵ Huang | ۱۶ Sandhv, Kapoor |
| ۱۷ Hillman and Keim | ۱۸ Baron et al |
| ۱۹ Jo and Harjoto | ۲۰ Bhaduri & Selarka |
| ۲۱ Razek | ۲۲ Jarque-Bra |
| ۲۳ ARCH Test | |

منابع

- آقایی، محمد علی، چالاک، پری، (۱۳۸۹)، بررسی رابطه بین ویژگی های حاکمیت شرکتی و مدیریت سود در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، بهار مقدم، مهدی، صادقی، زین العابدین، صفرزاده، ساره، (۱۳۹۲)، بررسی رابطه ی مکانیزم های حاکمیت شرکتی بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها، سال پنجم، شماره ۲۰، ص ۹۰-۱۰۷.
- پورعلی، محمدرضا، حجامی، محدثه، (۱۳۹۳)، بررسی رابطه افشای مسئولیت اجتماعی و مالکیت نهادی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، فصلنامه علمی پژوهشی دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، سال سوم، شماره دهم، ص ۱۳۵-۱۵۰.
- جعفری سرشت، داود، تهرانی، رضا، تبریزی، حسین عبده، (۱۳۹۰)، رابطه بین کیفیت حاکمیت شرکتی و عملکرد شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال چهارم، شماره ۱۳، ص ۷۵-۱۰۰.

حساس یگانه، یحیی، برزگر، قدرت اله، (۱۳۹۳)، مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و پارادایم تحقیقاتی آن در حرفه حسابداری، فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت، سال هفتم، شماره بیست و دوم، ص ۱۳۳-۱۰۹.

حساس یگانه، یحیی، رئیسی، زهره، حسینی، مجتبی، (۱۳۸۸)، رابطه بین کیفیت حاکمیت شرکتی و عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال چهارم، شماره ۱۳، ص ۱۰۰-۷۵.

Anjelin, A. , Starks, Laura T. and Sautner, Zacharias, (۲۰۱۱) , " Behind the Scenes: The Corporate Governance Preferences of Institutional Investors", Available at SSRN

Bhaduri,S. and Selarka,E (۲۰۱۶) , "Corporate Governance and Corporate Social Responsibility of Indian Companies, CSR, Sustainability, Ethics & Governance", Springer Science,PP. ۸۷-۱۱۳

Baron, D. , Harjoto, M. , Jo, H. , ۲۰۱۱ , “ The economics and politics of corporate social performance ”, Bus. Polit , ۱۳ (۲) , ۱-۴۶.

Chang,H. , Sun, A. M. , (۲۰۰۸) , “Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Synergies and Interrelationships”, CG AND CSR SYNERGIES AND INTERRELATIONSHIPS ,Volume ۱۶, Number ۵

Danko, D. , Crowther,David. , (۲۰۰۸) , “Corporate Governance and Corporate Social Responsibility in Context”, Global Perspectives on Corporate Governance and CSR.

Arshad, R. and Razak, S. N. A. A. , (۲۰۱۱) ,"Corporate social responsibility disclosure and interaction effects of ownership structure on firm performance", Business, Engineering and Industrial Applications (ISBEIA) , vol. ۱۱۱, pp. ۲۵-۲۸

Hillman, A. , Keim, G. , ۲۰۰۱, " Shareholder value, stakeholder management and social issues: what's the bottom line? " ,Strateg. Manag. J. ۲۲, ۱۲۵-۱۳۹.

Holm, E. S. R. , & Wats, I. (۲۰۰۰) ," Investor sophistication and patterns in stock returns ",The Accounting Review, ۱۲, ۴۳-۶۳.

Li. Sun. , A. Martynov (۲۰۱۵) ,"The Effect of Ownership Structure on Corporate Social Responsibility: Empirical Evidence from Korea", Journal of Business Ethics, Vol. ۱۰۴, pp. ۲۸۳-۲۹

- Lin. T, (۲۰۱۴) ,"Corporate social responsibility, ethics, and corporate governance",
Social Responsibility Journal, Vol. ۸ Iss ۴ pp. ۵۴۷ – ۵۶۰
- Philip T. Lin. , Bin Li. , Danlu Bu. , (۲۰۱۵) ,"The relationship between corporate
governance and community engagement: Evidence from the Australian mining
companies", Resources Policy ۴۳ (۲۰۱۵) ۲۸-۳۹
- Razek, M. A. (۲۰۱۴) ,"The association between corporate social responsibility
disclosure and corporate governance – a survey of Egypt" ,Research Journal of
Finance and Accounting, ۵ (۱) , ۹۳-۹۸
- Rochoska. , L. , Projazkova. , (۲۰۱۳). , An assessment of corporate social
responsibility practices in the mining and oil and gas industries. , Journal of
Cleaner Production xxx (۲۰۱۴) ۱۵۱۵
- Song, J. and Samy, M. and Bampton, R. (۲۰۱۵) , "An examination of corporate
social responsibility and financial performance: A study of the top ۵۰
Indonesian listed corporations",Journal of Global Responsibility, Vol. ۲, PP.
۱۰۰-۱۱۲

