

کارایی هیئت مدیره و عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت: نقش تعدیلی پیشینه دانش مالی مدیرعامل

سجاد برندک

گروه حسابداری، موسسه آموزش عالی مقدس اردبیلی، اردبیل، ایران. (نویسنده مسئول).
sajadbarandak@gmail.com

فاطمه منصوری حبیب آبادی

کارشناس ارشد حسابداری، گروه حسابداری، موسسه آموزش عالی فیض الاسلام، خمینی شهر، ایران.
akhfm4550@gmail.com

شماره ۱۹ / زمستان ۱۳۹۸ (جلد چهارم) / صص ۱۰۸-۱۲۷
چشم انداز حسابداری و مدیریت (دوره دوم)

چکیده

مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و افشاگری های مرتبط با آن، عامل مهمی است که به تداوم فعالیت شرکت منجر می شود. زیرا شرکت ها در ارتباط با جامعه هستند و جامعه امکان بقای شرکت را در دراز مدت فراهم می آورد و جامعه از فعالیت و رفتار شرکت بهره می گیرد. گسترش مسئولیت پذیری شرکت ها بر این موضوع دلالت دارد که مسئولیت های شرکت از آنچه در گذشته بوده یعنی فراهم کردن پول برای سهامداران، فراتر رفته است. اگر چه از مدیریت ارشد به خصوص مدیرعامل انتظار می رود وظایف خود را بی طرفانه انجام دهد. اما میزان تجربه و نوع دانشی که دارند، می تواند بر استراتژی شرکت تاثیر پذیر باشد. از این رو هدف پژوهش بررسی تأثیر کارایی هیئت مدیره بر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بین سال های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۷ است. برای آزمون فرضیه از رگرسیون خطی چند متغیر و داده های ترکیبی استفاده شده است. نتایج آزمون فرضیه اول نشان داد که کارایی هیئت مدیره رابطه معنادار با عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت دارد. هرچقدر هیئت مدیره ها از کارایی بیشتری برخوردار باشند شرکت های نیز در همان جهت عملکرد مسئولیت اجتماعی بهتری از خود نشان می دهند. از این رو پیشنهاد می شود شرکت ها برای داشتن عملکرد بهتر در زمینه مسئولیت اجتماعی از هیئت مدیره هایی با کارایی بالا انتخاب کنند نتایج فرضیه دوم نشان داد پیشینه مالی مدیرعامل رابطه بین کارایی هیئت مدیره و عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت را تعدیل می کند از این رو می توان پیشنهاد نمود شرکت ها برای مطلوبیت در گزارش دهی عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت از داشتن مدیرعامل هایی با پیشینه دانش مالی غافل نشوند.

واژگان کلیدی: کارایی هیئت مدیره، عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت، پیشینه دانش مالی مدیرعامل.

مقدمه

امروزه نقش واحدهای تجاری در اجتماع دستخوش تغییرهای بسیار زیادی شده است. به گونه ای که انتظار می رود واحدهای تجاری نه تنها به فکر افزایش سود خود بوده بلکه نسبت به اجتماع نیز پاسخگو و برای جامعه ای که در تعامل با آن هستند مفید باشند. واحد تجاری نمی تواند از اجتماع فرار کند و جامعه نیز نمی تواند بدون واحد تجاری وجود داشته باشد، بنابراین یک

ارتباط دوطرفه بین واحد تجاری و اجتماع وجود دارد (ساندهو^۱ و کاپور^۲، ۲۰۱۰). سهام‌داران از طریق اجتماعات معمولی و کلی، نقش خود را جلب تقاضا با نگرش‌های اخلاقی و رفتارها در سطح شرکت ایفا کرده که بدین‌وسیله تأثیر قوی خود را بر شکل‌گیری استراتژی‌ها توسط هیئت‌مدیره اعمال می‌کنند. آن‌ها به شفافیت، کارایی و تأثیرگذاری بر بخشی از مدیران نیاز دارند تا منافع اقتصادی کسب کنند، در نتیجه یکپارچگی کار شرکت را در درازمدت تضمین می‌کنند. چنانچه سیاست‌گذاران خط‌مشی‌ها و دستورالعمل‌هایی را در راستای مسئولیت‌های اجتماعی تدوین نمایند در نتیجه بتواند در بین شرکت‌ها به‌طور یکپارچه اعمال شود. از نقطه‌نظر فعالیت‌های دانشگاهی، یک تقاضای در حال افزایش برای توسعه اخلاق تجاری وجود دارد که اهداف تحقیقاتی در ردیابی تجارت‌های غیرقانونی و برخلاف حقوق اجتماعی را به‌طور یکپارچه دنبال می‌کند. اخلاق تجاری و کسب‌وکار، یک موضوعی جدیداً توسعه‌یافته نیست، بلکه یک موضوع با روند مشخصی از گذشته که تاکنون ادامه یافته است. مطالعات نشان می‌دهد که تأیید استانداردهای اخلاقی و اصول منطقی، یک موضوع دارای تداوم بوده که در طی سال‌ها توسعه‌یافته و آزمون‌های متفاوتی را در طول زمان تحمل کرده است (فرناندز^۳، ۲۰۱۶).

با گسترش شرکت‌های سهامی و افزایش وظایف و اختیارات هیئت مدیره شرکت‌ها، این سوال مطرح می‌گردد که مدیران چگونه پی‌گیر منافع سهامداران خواهند بود و چه تضمینی برای تأمین منافع کلیدی و سهامداران و سایر گروه‌های ذینفع وجود دارد؟ زیرا همواره به‌طور بالقوه این امکان وجود دارد که مدیران اقداماتی انجام دهند که در جهت منافع خودشان و عکس منافع سهامداران باشد. این امر ناشی از وجود عدم تقارن اطلاعاتی بین مدیران و سهامداران شرکت می‌باشد. به این دلیل که برای مدیران امکان دسترسی انحصاری به بخشی از اطلاعات و نیز تهیه و ارائه اطلاعاتی همچون اطلاعات مالی وجود دارد و سهامداران نمی‌توانند اعمال و فعالیت‌های مدیران را به‌طور مستمر مشاهده و کنترل نمایند. استفاده‌کنندگان از اطلاعات مالی نیز همواره از عدم تقارن اطلاعات حسابداری ناراضی بوده‌اند و همواره به دنبال اطلاعاتی هستند که بتوانند جهت تصمیم‌گیری‌های منطقی از آن استفاده نمایند. در صورتی که اطلاعاتی قابل اتکاء وجود داشته باشد که بتوان از آن‌ها در فرآیند تصمیم‌گیری استفاده نمود، آنگاه اطلاعات مذکور، مربوط تلقی خواهند. بنابراین شناسایی سازوکارهایی که بتواند به ایجاد معیارهای با قابلیت اتکاء و کاهش تضاد منافع موجود بین ذینفعان کمک نماید، بسیار حائز اهمیت خواهد بود. این امر منجر به بحث‌های متعددی شده است که موضوع حاکمیت شرکتی از اصلی‌ترین آن‌هاست. حاکمیت شرکتی راهکاری جهت از بین بردن عدم تقارن اطلاعاتی موجود بین مدیران و سهامداران، از طریق تضاد منافع می‌باشد و یکی از مهم‌ترین مکانیزم‌های آن بهبود ساختار هیئت مدیره می‌باشد (پروین، ۱۳۹۷). تفکیک مالکیت از مدیریت در سطح شرکت‌ها باعث به وجود آمدن ناسازگاری میان مدیران و مالکان می‌شود. هیئت مدیره واحدی مهم در ساختار سازمانی هر شرکت می‌باشد که محور ارتباطی میان سهامداران و مدیران تلقی می‌شود و به واسطه همین موضوع، ایفا کننده نقش مهمی در حاکمیت شرکتی در سطح شرکت‌هاست (حساس‌یگانه و معیری، ۱۳۸۷).

منظور از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، پیوستگی و اتحاد میان فعالیت‌ها و ارزش‌های سازمان به‌گونه‌ای است که منافع کلیه ذی‌نفعان شامل سهام‌داران، مشتریان، کارکنان، سرمایه‌گذاران و عموم جامعه در سیاست‌ها و عملکرد سازمان منعکس گردد. به‌عبارت‌دیگر سازمان باید همواره خود را جزئی از اجتماع بداند و نسبت به جامعه احساس مسئولیت داشته باشد و در جهت

¹ Sandhu, Hs

² Kapoor, Shveta

³ Mercedes Rodriguez-Fernandez

بهبود رفاه عمومی به گونه‌ای مستقل از منافع مستقیم شرکت، تلاش کند. شرکت‌هایی که عملکرد اجتماعی بالایی دارند تمایل بیشتری به افشای عمومی فعالیت‌های اجتماعی خود دارند (فروغی و همکاران، ۱۳۸۷). سطح بالای شفافیت در اطلاعات باعث کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بین شرکت و سرمایه‌گذاران می‌شود و این خود باعث کاهش ریسک می‌گردد (سرافیم و همکاران^۱، ۲۰۱۲). مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها موضوع حساسیت‌برانگیز و مورد توجه در سال‌های اخیر بوده است و تمایل به سرمایه‌گذاری در شرکت‌هایی که اعمال و گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را دارند، در حال افزایش است و در حوزه گزارشگری مالی به‌ویژه در حسابداری مدیریت اهمیت برجسته‌ای یافته است. مفهوم مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها جایگاه به‌مراتب رفیع‌تری در دستور کار سازمان‌های کسب‌وکار دارد (امیرحسینی و همکاران، ۱۳۹۴).

در گذشته هدف شرکت‌ها این بوده که تولیدات آن‌ها حداکثر ارزش و فایده را برای مشتریان داشته باشد، اما با پیدایش مفهوم مسئولیت اجتماعی، تعریف سنتی شرکت کمی تغییر پیدا کرده و بُعد اقتصادی- اجتماعی به آن اضافه شده است (سن و همکاران^۲، ۲۰۰۶). اکنون مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و اخلاق تجاری به‌طور پیچیده‌ای به نقطه‌نظرهای دانشگاهی و تجربی مربوط هستند. پاسخگو بودن به موضوعات اجتماعی به‌طور اساسی یک پدیده چندبعدی است که محدوده وسیع و گوناگونی را از عملکردهای شرکت‌ها در رابطه با منابع خود، فرآیندها و منابع خروجی را در برمی‌گیرد (فرناندز، ۲۰۱۶). عملکرد هر شرکت حاصل فعالیت‌های هدفدار است که در جهت کسب سود اقتصادی به انجام می‌رسد. معمولاً شرکت‌های با عملکرد مالی بالا شبکه‌های کسب سود را به‌خوبی شناخته و در آن‌ها سرمایه‌گذاری می‌کنند. هرچند هدف اصلی سازمان‌ها، افزایش کارایی و کسب سود است، ولی در عصر اطلاعات و جهانی‌سازی برای دستیابی به موفقیت، باید به انتظارات اجتماعی و احکام اخلاقی، واکنش مناسب نشان داد و به بهترین شکل این‌گونه انتظارات را با اهداف اقتصادی سازمان تلفیق کنند تا دستیابی به اهداف بالاتر و والاتری را امکان‌پذیر سازند. موضوع هم‌راستا بودن عملکرد مالی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی یکی از موضوعاتی است که همواره بین نظریه‌پردازان محل اختلاف بوده است. علی‌رغم مقبولیت بالای اصول مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، یک منازعه طولانی درباره اینکه آیا مدیران باید سیاست‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها را در تصمیمات تاکتیکی و استراتژیکی خود دخالت دهند یا نه؟ منتقدان معتقدند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها یک ساختار مبهم دارد و مدیران جهت تعیین اینکه مسؤولیت اجتماعی آن‌ها چیست ناتوان هستند. از طرفی مسئولیت‌پذیری اجتماعی باعث افزایش هزینه‌های عملیاتی می‌شود و ثروت سهامدار را از بین می‌برد. پس نگرانی اصلی منتقدان مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها این است که هزینه‌های مربوط به بهبودهای عملکرد اجتماعی شرکت ممکن است از منافع آن بیشتر شود (نهندی و همکاران، ۱۳۹۳).

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر مسؤولیت و پاسخ‌گویی به عنوان پایه و اساس رفتار یک سازمان در اجتماع تاکید دارد و ناظر بر چگونگی کسب و کار مسؤولانه همراه با تولید ثروت است. در نتیجه مسؤولیت شرکت نسبت به اجتماع هم برای خود واحد تجاری و هم برای اجتماع سودمند می‌باشد و درک بهتر منافع بالقوه آن می‌تواند منجر به بازده‌های زیاد سرمایه‌گذاری برای شرکت‌ها شود (ساندها کاپور^۳، ۲۰۱۰). امروزه مسؤولیت اجتماعی مدیران بیش از گذشته مورد توجه صاحب نظران رشته مدیریت قرار گرفته است. مدیران کسانی را که تصمیماتی علاوه بر داشتن مبانی واقعیت، مستلزم قضاوت ارزشی و اخلاقی نیز هست، اتخاذ می‌کنند. مسؤولیت اجتماعی یک تعهد مداوم صاحبان صنعت، تجارت و دولت است که آن‌ها را ملزم به رعایت

¹ Serafeim, George. ,Ioannou,Ioannis

² Sen et al

³ Sandaha Kapoor

اصول اخلاقی و توسعه اقتصادی هم زمان با ارتقا سطح زندگی نیروی کار و خانواده آن‌ها در جامعه در سطح گسترده می‌نماید. همچنین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، تعهد صاحبان صنعت و تجارت در مقابل اجتماع می‌باشد که می‌بایست ضمن احترام به فرهنگ‌های مختلف موقعیت‌های شغلی جهت تولید، مهارت نیروی کار، اجتماع و دولت ایجاد نماید (فردریک^۱، ۲۰۱۷). همچنین مسئولیت اجتماعی را می‌توان به عنوان یک سرمایه‌گذاری مشاهده کرد. زیرا مسئولیت اجتماعی انتظارات متقاضیان شرکت را برآورده می‌کند (تیناچن و همکاران^۲، ۲۰۱۸). تقاضای روز افزون ذی‌نفعان از شرکت‌ها برای پذیرش مسئولیت‌های اجتماعی، شرکت‌ها را به درگیر شدن در مسئولیت‌های زیست محیطی و اجتماعی تشویق کرده است. منظور از مسئولیت‌های اجتماعی سازمان، پیوستگی و اتحاد میان فعالیت‌ها و ارزش‌های سازمان به گونه‌ای است که منافع تمام ذی‌نفعان (شامل سهامداران، مشتریان، کارکنان، سرمایه‌گذاران و عموم جامعه)، در سیاست و عملکرد سازمان منعکس شود. همچنین شرکت‌ها، باید بدانند که گروه‌های مختلف جامعه، متقاضی اطلاعات پاسخگویی اجتماعی هستند. زیرا این اطلاعات در تصمیم‌گیری‌های آن‌ها، نقش مهمی دارد (علی‌خانی، ۱۳۹۳). مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و افشاگری‌های مرتبط با آن، عامل مهمی است که به تداوم فعالیت شرکت منجر می‌شود. زیرا شرکت‌ها در ارتباط با جامعه هستند و جامعه امکان بقای شرکت را در دراز مدت فراهم می‌آورد و جامعه از فعالیت و رفتار شرکت بهره می‌گیرد. گسترش مسئولیت پذیری شرکت‌ها بر این موضوع دلالت دارد که مسئولیت‌های شرکت از آنچه در گذشته بوده یعنی فراهم کردن پول برای سهامداران، فراتر رفته است. اگر چه از مدیریت ارشد به خصوص مدیرعامل انتظار می‌رود وظایف خود را بی‌طرفانه انجام دهد. اما میزان تجربه و نوع دانشی که دارند، می‌تواند بر استراتژی شرکت تاثیر پذیر باشد (همبریک، ماسون^۳، ۱۹۸۴). مطالعات مختلفی در زمینه تاثیر دانش و تجربه مدیرعامل در نحوه اداره شرکت انجام شده است به عنوان مثال (بارکر و مویلر^۴، ۲۰۰۲) دریافتند که مدیرعامل‌های دارای تجربه کار در واحد تحقیق و توسعه مقدار بیشتری منابع به بخش تحقیق و توسعه اختصاص می‌دهند. در مهر و موم‌های اخیر شرکت‌های زیادی در دنیا سعی در استخدام مدیرعامل با سطح دانش مالی نموده اند (دورفی^۵، ۲۰۰۵؛ کولینان و راش^۶، ۲۰۱۱). از این رو در این تحقیق به دنبال بررسی این موضوع هستیم که آیا کارایی هیئت مدیره بر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت با نقش تعدیلی پیشینه دانش مالی مدیرعامل تاثیر دارد؟

در ادامه، بیان نظری و پیشینه پژوهش، فرضیه‌های پژوهش، روش‌شناسی پژوهش (شامل نحوه انتخاب شرکت‌های مدنظر و نیز الگوها و متغیرهای پژوهش)، یافته‌های پژوهش و در پایان، نتایج و پیشنهادهای ارائه شده است.

بیان نظری

کارایی هیئت مدیره

هیئت‌مدیره از ارکان حاکمیت شرکتی محسوب می‌شود. مسئولیت اصلی هیئت‌مدیره، ایجاد راهبری کارآمد بر امور شرکت، در راستای منافع ذینفعان مختلف آن از جمله مشتریان، کارکنان، سرمایه‌گذاران و جوامع محلی می‌باشد. مسائل اساسی مربوط به

¹ Frederick

² Tina Chen et al.

³ Hambrick, D., Mason, P.

⁴ Barker, V., Mueller, G.

⁵ Durfee, D.

⁶ Cullinan, C., Roush, P.

هیئت‌مدیره ترکیب هیئت و پاداش مدیران اجرایی است. ویژگی‌های ترکیب هیئت‌مدیره شامل اندازه و ساختار آن، تعداد مدیرانی که هیئت‌مدیره را تشکیل می‌دهند، نسبت مدیران غیرموظف و ترکیب نقش مدیرعامل و رئیس آن می‌باشد که در این تحقیق از ویژگی‌های ترکیب هیئت‌مدیره، تفکیک نقش مدیرعامل و رئیس آن (استقلال هیئت‌مدیره) و نسبت مدیران غیرموظف به‌عنوان متغیرهای مستقل تحقیق موردبررسی قرار می‌گیرند. هیئت‌مدیره مهم‌ترین نقطه اتکای صاحبان و مدیران شرکت می‌باشند. هیئت‌مدیره به‌صورت تئوریک وظیفه اداره شرکت در مسیر تأمین منافع صاحبان سها را بر عهده دارد. قوانین نیز در این رابطه نقش مراقب را به‌صورت سخت و مطلق بر عهده هیئت‌مدیره گذارده است. در جریان ورشکستگی شرکت انرون و به دنبال آن سایر افتضاحات شرکتی، هیئت‌مدیره متهم به بی‌تفاوتی نسبت به عملکردهای مدیریت که سبب ورشکستگی شرکت گردید، شدند. در نتیجه، در ایالات‌متحده و بسیاری از کشورها در مورد قوانین مربوط به ترکیب هیئت‌مدیره، اداره آن‌ها و مسئولیت‌های آنان، تغییرات مهمی به عمل آمد (پاک مرام و دشتی، ۱۳۸۹).

هر سازمان در رسیدن به اهداف خود به میزان قابل‌ملاحظه‌ای به ایفای وظایف مدیران آن بستگی دارد. امروزه سازمان‌ها در محیطی پویا و متغیر فعالیت می‌کنند، از این‌رو جهت تداوم فعالیت باید از انعطاف‌پذیری زیادی برخوردار باشند و این آمادگی را داشته باشند که به‌صورت هم‌زمان نسبت به تغییرات محیطی عکس‌العمل مناسب نشان دهند. حسابداری مدیریت به‌عنوان یکی از سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت نقش مهمی را در این راستا ایفا می‌کند. یک سیستم اطلاعاتی مفید می‌تواند سازمان‌ها را جهت تولید محصولات یا ارائه خدمات با بهای تمام‌شده پایین، کیفیت بالا و ارائه به هنگام یاری رساند (نمازی، ۱۳۷۷). هیئت‌مدیره مهم‌ترین عامل در کنترل و نظارت بر مدیریت شرکت و محافظت از منابع سهامداران قلمداد می‌شود (فاما و جنسن^۱، ۱۹۸۳). نتایج مطالعات و بررسی‌های انجام‌شده نشان می‌دهد که هیئت‌مدیره در ارتقای، عملکرد و ارزش شرکت نقش بااهمیتی ایفا می‌کند. این نقش از تئوری نمایندگی نشأت می‌گیرد و قدیمی‌ترین نقش هیئت‌مدیره در شرکت است (حساس یگانه و تاجیک، ۱۳۸۷)؛ تقلب‌ها و فروپاشی‌های اخیر مؤسسات مالی، اهمیت هیئت‌مدیره و نقش آن را به‌عنوان معتمد سهامداران و خط اول دفاع از حقوق آن‌ها برجسته کرده است (لایتل و هم کاران^۲، ۲۰۰۹). در دیدگاه تئوری نمایندگی فرض به این است که مدیران بر اساس منافع شخصی خود عمل می‌نمایند و منافع سهامداران در اولویت امور قرار نمی‌گیرد. این دیدگاه بر اساس این عقیده استوار است که در شرکت بین مالکیت و مدیریت نوعی جدایی وجود دارد و این منجر به هزینه‌هایی می‌گردد که مربوط به حل اختلاف بین مالک و مدیران است (بیلر و مینز^۳، ۱۹۳۲؛ ایزنهارت^۴، ۱۹۸۹). فرض اساسی تئوری نمایندگی تضاد بین مدیر و مالک می‌باشد. در بطن شرکت‌ها، مدیران منابع مالکان را در اختیاردارند و از منابع آن‌ها استفاده می‌کنند (لاندهلم و وینکل^۵، ۲۰۰۶).

عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها مبحثی نوین در کسب و کار امروزی است که بحث و جدل‌های زیادی پیرامون آن انجام شده است. به طور کلی، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با روابط بین شرکت‌ها و جامعه سرو کار دارد و به طور مشخص این مفهوم به

¹ Fama and Jensen

² Lightle and et al

³ Berle and Means

⁴ Eisenhardt

⁵ Lundholm and Winkle

بررسی تأثیرات فعالیت شرکت‌ها روی افراد و جامعه می‌پردازد. برخی منتقدان، اشاره دارند که مفهوم مسئولیت اجتماعی دست مدیران اجرایی شرکت‌ها را باز گذاشته است تا تعهدات اجتماعی شرکت را با توجه به نظر و خواست خود تعیین کنند. گروهی دیگر از منتقدان، به رسوایی‌های مالی شرکت‌های بزرگی چون انرون و وردکام اشاره و بیان می‌کنند که رغم رشد جنبش مسئولیت پذیری شرکتی، این رسوایی‌ها ثابت می‌کند که شرکت‌ها و مدیران آن‌ها تنها به فکر سود خود هستند و مسئولیت اجتماعی شرکتی تنها یک واژه زیبا است. جدا از مفهوم مسئولیت اجتماعی، بسیاری نیز در انگیزه شرکت‌ها در برنامه‌ها و فعالیت‌های مسئولیت پذیری اجتماعی آنان، تردید دارند. برخی دیگر، بر این باورند که انگیزه‌های شرکت‌ها از فعالیت‌های مسئولیت پذیری اجتماعی ممکن است سیاسی باشد و بدین طریق می‌خواهد با برخی از مقامات سیاسی و محلی لابی کنند تا امتیازاتی در راستای اهداف اقتصادی کسب نمایند. در واقع، شرکت‌ها می‌توانند از فعالیت‌های مسئولیت پذیری اجتماعی در تنظیم محیط سیاسی و پیشبرد اهداف سیاسی خود استفاده کنند یا حتی فعالیت‌های مسئولیت پذیری اجتماعی را ابزاری برای حفظ منافع سیاسی خاص خود در چانه زنی سیاسی، معاملات سیاسی و قراردادهای اقتصادی به کار گیرند. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، حرکتی فراتر از حداقل الزامات قانونی است که به صورت داوطلبانه پذیرفته شده است، زیرا موسسات اقتصادی آن را از زمره منافع بلند مدت خود تلقی می‌کنند. با وجود همه این موضوعات، بدیهی است که کسب و کار امروزی نیاز خود را به هم زیستی مسالمت آمیز با جامعه و محیط کسب و کار درک کرده و این حقیقت را دریافته است که با آسیب دیدن و تضعیف اجتماع و محیط پیرامون، پایداری کسب و کار و توسعه پایدار اجتماع که می‌تواند عامل اصلی بقای سازمان باشد، به خطر می‌افتد (حساس یگانه، ۱۳۹۵).

مسئولیت اجتماعی شرکت معانی مختلفی دارد و برای همه افراد یکسان نیست. بعضی از آن، معنی تعهد یا مسئولیت قانونی را برداشت می‌کنند و برخی دیگر آن را به معنی رفتار مسئولانه اجتماعی بر حسب رعایت مسائل اخلاقی می‌دانند. برای برخی دیگر معنی آن مسئول بودن و یا معادل هدایای صدقه‌ای و کمک‌های خیریه است، بعضی نیز آن را به معنی آگاهی اجتماعی می‌پندارند، بسیاری از آنانی که مشتاقانه این مفهوم را پذیرفته‌اند، آن را به معنی مشروعیت و مقبولیت می‌دانند و تعداد کمی هم آن را به مثابه نوعی وظیفه محول شده برای اعمال ضوابط رفتاری عالی‌تر بر روی بنگاه‌های اقتصادی، بازرگانان، صنعتگران و نه شهروندان می‌پندارند (والاس^۱، ۲۰۱۸). بطور خلاصه، واژه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به ظهور یک جنبش اشاره دارد که به دنبال وارد کردن عوامل محیطی و اجتماعی در تصمیمات تجاری شرکت‌ها، استراتژی تجاری و حسابداری با هدف افزایش عملکرد اجتماعی و محیطی در کنار ابعاد اقتصادی است به گونه‌ای که برای واحد تجاری، جامعه و محیط مفید و سودمند باشد (مک کینلی^۲، ۲۰۱۷). مسئولیت اجتماعی را می‌توان اینگونه تعریف کرد: مجموعه فعالیت‌های مربوط به اندازه‌گیری و پردازش عملکرد سازمان‌های تجاری و نقش آن‌ها در نگهداری و محافظت از محیط زیست و ارائه خدمات متفاوت به جوامع محلی خود مستقیم و غیر مستقیم و گزارش این نتایج به گونه‌ای که جامعه قادر به ارزیابی عملکرد اجتماعی آن سازمان باشد. وظیفه سازمان‌ها محدود به پیشینه‌سازی سود و بازده اقتصادی نیست، بلکه شامل تمام جنبه‌های محیطی و خدمات اجتماعی می‌شود. بنابراین تمامی سازمان‌های تجاری باید چهار نوع از مسئولیت‌های اجتماعی را که در ادامه بیان شده است اجرا کنند (رهااله^۳، ۲۰۱۸):

¹ Wallace

² McKinley

³ Rahul

- ۱) **مسئولیت های بشر دوستانه یا داوطلبانه:** مزایا و امتیازاتی که جامعه امیدوار است به طور مستقیم از واحد تجاری کسب کند. همچون، حمایت از پروژه‌هایی که هدف آن‌ها بهبود زندگی جامعه محلی است.
- ۲) **مسئولیت های اخلاقی:** مشارکت‌ها و فعالیت‌هایی که انتظار می‌رود توسط سازمان برای جامعه انجام گردد، بدون این که قید و شرط مستقیم قانونی وجود داشته باشد.
- ۳) **مسئولیت های قانونی:** قوانینی که برای حفاظت از جامعه طراحی شده اند و شرکت‌ها باید از آن تبعیت کنند.
- ۴) **مسئولیت اقتصادی:** وظیفه تدارک محصولات و خدمات مورد نیاز و ارائه آن‌ها با قیمتی که مورد پذیرش جامعه است و سود و منفعت رسانی به سرمایه‌گذاران.

تخصص مالی مدیر عامل

معیارهای اندازه گیری تخصص مالی عبارتند از: تجربه کاری (طول دوره تصدی حداقل ۵ سال مدیرعامل در شرکت مورد مطالعه)، تحصیلات دانشگاهی (دارای حداقل مدرک کارشناسی در رشته‌های مالی از قبیل حسابداری، اقتصاد، مدیریت) و تجربه حرفه‌ای (دارای گواهینامه‌های حسابداری). بازار بورس اوراق بهادار به طور واضح محیطی است که مستلزم دانش و تخصص مالی برای اخذ تصمیمات سرمایه‌گذاری است. وقتی مدیر شناخت خوبی از لحاظ ادبیات مالی، راهبردهای سرمایه‌گذاری و نتایج ضمنی راهبردهای تأمین مالی دارد، احتمال این که رفتاری ناعقلانی داشته باشد می‌تواند کاهش یابد. بر خلاف این، مدیرعاملی که تخصص غیرمالی دارد، ممکن است حساسیت سرمایه‌گذاری جریان نقدی را افزایش دهد. علتش آن است که وی فاقد روحیه مالی است (قنبری و همکاران، ۱۳۹۶).

پیشینه پژوهش

نمه و جیزی^۱ (۲۰۱۸) در پژوهش خود با عنوان تأثیر کار آیی هیئت‌مدیره بر هزینه‌های حسابرسی که در بین مؤسسات مالی FTSE بین سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۵ انجام دادند به این نتیجه دست یافتند که هیئت‌مدیره با اندازه بزرگ‌تر و استقلال بیشتر، هزینه‌های حسابرسی بیشتری را برای افزایش ظرفیت نظارت و محافظت از گروه وسیعی از سهامداران پرداخت می‌کنند. رحمان و سایما^۲ (۲۰۱۸) در پژوهشی به بررسی کارایی ترکیب هیئت‌مدیره بر عملکرد شرکت: شواهد تجربی از شرکت‌های تولیدی بنگلادش بین سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۶ را مورد بررسی قرار دادند و آن‌ها به دنبال یافتن کارایی هیئت‌مدیره از طریق اندازه هیئت‌مدیره، استقلال هیئت‌مدیره و تنوع جنسیتی هیئت‌مدیره بر عملکرد شرکت بودند که نتایج یافته‌های آنان نشان داد هیئت‌مدیره‌های بزرگ در بهبود عملکرد شرکت مؤثر هستند اما استقلال هیئت‌مدیره و تنوع جنسیتی هیئت‌مدیره ارتباط معناداری با عملکرد شرکت ندارند که این امر نشان می‌دهد که سازوکار سازمانی اداره شرکت به‌ویژه کارایی ترکیب هیئت‌مدیره بسیار ضعیف است.

آرشداد و رازاک^۳ (۲۰۱۸) پژوهشی را با عنوان بررسی افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد شرکت‌های مالزیایی انجام دادند. در این پژوهش اطلاعات ۲۴۲ شرکت مالزی در سال‌های ۲۰۱۴ - ۲۰۱۲ جمع‌آوری شدند. نتایج این مطالعه نشان داد

¹ Nehme, R., & Jizi, M

² Rahman, M., & Saima, N. F

³ Arshad and Razak

که افشای فعالیت های مسئولیت اجتماعی شرکت ها اثر قابل توجهی بر روی موفقیت شرکت ها دارد و بطور بالقوه ای منجر به عملکرد مالی قوی و ایجاد ارزش برای شرکت ها می شود. همچنین ساختار مالکیت غالب باعث بهبود فعالیت های افشای مسئولیت اجتماعی می گردد.

آرانی^۱ (۲۰۱۸) پژوهشی را با عنوان عملکرد مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی، مطرح ساخت. مسئولیت پذیری اجتماعی تأثیر مستقیمی بر عملکرد مالی شرکت و بهبود آن دارد. آن ها با در نظر گرفتن یک نمونه از داده ها و اطلاعات صورت های مالی ۳۱۰ شرکت های آمریکایی، طی یک دوره زمانی ۲۰ ساله بین سال های ۲۰۱۸-۱۹۹۷ نشان دادند، بی توجهی به مسئولیت پذیری اجتماعی، باعث تأثیر منفی بر عملکرد شرکت در بلندمدت شده و با خدشه دار کردن روابط ما بین طیف وسیعی از ذینفعان با مدیران شرکت، می تواند باعث صدمه دیدن عملکرد مالی شرکت شود.

تامایو^۲ (۲۰۱۷) پژوهشی را با عنوان تأثیر مسئولیت پذیری اجتماعی بر ارزش شرکت انجام دادند. در این پژوهش اطلاعات ۱۲۰ شرکت بریتانیایی در طی سال های ۲۰۱۵ - ۲۰۱۲ جمع آوری شدند. نتایج حاصل از تحقیق نشان می دهد که مسئولیت پذیری اجتماعی با ارزش شرکت در شرکت هایی که میزان آگاهی مشتریان و یا آگاهی عموم مردم از طریق تبلیغاتی که شرکت انجام می دهد، بیشتر باشد رابطه مثبت وجود دارد و برای شرکت هایی که آگاهی مشتریان و یا عموم مردم پایین است، این رابطه ضعیف و یا منفی می باشد. همچنین نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که تأثیر آگاهی بر رابطه مسئولیت پذیری اجتماعی و ارزش شرکت در مورد شرکت هایی که شهرت کمی در اجتماع دارند، منفی است.

جیانگ، ژو و هوانگ^۳ (۲۰۱۳) در تحقیقی با عنوان تأثیر دانش مالی مدیرعامل بر مدیریت سود در کشور چین به این نتیجه رسیدند که مدیرعامل های دارای دانش مالی، مدیریت سود بر مبنای ارقام واقعی کمتری انجام می دهند. این در حالی است که بین دانش مالی مدیرعامل و مدیریت سود بر مبنای ارقام تعهدی اختیاری رابطه ای وجود ندارد. آن ها بر اساس یافته های خود، نتیجه گرفتند که مدیرعامل های دارای دانش مالی، اطلاعات سود دقیق تر و صورت های مالی با کیفیت تری را ارائه می کنند.

یاری (۱۳۹۸) پژوهشی را با عنوان تأثیر قدرت تصمیم گیری مدیرعامل بر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران انجام دادند. برای این منظور از میان جامعه آماری بورس اوراق بهادار تهران، به روش حذف سیستماتیک تعداد ۹۱ شرکت در طی دوره زمان ۱۳۹۶-۱۳۹۲ به عنوان نمونه آماری انتخاب گردید و داده های آن ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج حاصل از آزمون فرضیه ها نشان دهنده این موضوع است که بین درصد تملک سهام مدیر عامل، تنها عضو موظف بودن مدیر عامل و دوگانگی وظیفه مدیر عامل با عملکرد مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران رابطه معناداری وجود دارد.

سرافراز (۱۳۹۷) پژوهشی را با عنوان بررسی رابطه بین هزینه حقوق صاحبان سهام و مسئولیت پذیری اجتماعی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، طی سال های ۱۳۹۵-۱۳۹۱ پرداختند. آن ها در پژوهش خود مسئولیت اجتماعی شرکت ها را به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته و برای اندازه گیری آن از معیارهای مؤسسه آمریکایی معروف به نام کال.دی که هر ساله سازمان ها را بر اساس معیارهای اجتماعی و زیست محیطی رتبه بندی می کند استفاده نمودند. یافته های آن ها نشان داد که هزینه حقوق صاحبان سهام، رابطه معکوس و معناداری با مسئولیت پذیری اجتماعی دارد.

¹ Aranya

² Tamayo

³ Jiang, F., Zhu, B., and Huang, J.

پروین (۱۳۹۷) در بررسی تأثیر هیئت‌مدیره بر مدیریت سود در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران بین سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۶ و با نمونه مشتمل بر ۱۳۶ شرکت انجام داد. و نتایج تجزیه و تحلیل آزمون فرضیه نشان داد که ابعاد کارایی هیئت‌مدیره بر مدیریت سود در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران تأثیر معناداری دارد.

ملازاده و همکاران (۱۳۹۵)، در تحقیقی به بررسی تأثیر دانش مالی مدیرعامل بر روی مدیریت سود شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بین سال‌های ۱۳۸۴-۱۳۹۱ و با استفاده از داده‌های ۱۳۰ شرکت پرداختند، یافته‌های آنها نشان داد که دانش مالی مدیرعامل بر روی مدیریت سود شرکت بر اساس رویدادهای واقعی و ارقام تعهدی اختیاری تأثیر ندارد. از طرف دیگر تفاوت معنی‌داری بین مدیریت سود مبتنی بر ارقام تعهدی اختیاری و مبتنی بر رویدادهای واقعی در شرکت‌های با مدیرعامل دارای دانش مالی و سایر شرکت‌ها وجود ندارد.

نخعی، نخعی و مهرپرور (۱۳۹۵) در بررسی ارتباط بین کارایی هیئت‌مدیره و ریسک کوتاه‌مدت در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران بین سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۳ انجام دادند به این نتیجه دست یافتند که بین کارایی هیئت‌مدیره (اعضای غیرموظف هیئت‌مدیره و تفکیک وظایف مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره) و ریسک کوتاه‌مدت در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران رابطه معناداری وجود ندارد.

زرگریان (۱۳۹۴) در بررسی رابطه بین کارایی هیئت‌مدیره و ریسک کوتاه‌مدت در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران بین سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۲ با نمونه مشتمل بر ۷۴ شرکت انجام داد به این نتیجه دست یافت که اندازه هیئت‌مدیره و سهامداری مدیران و ریسک کوتاه‌مدت سهام شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران رابطه معکوسی و معنی‌داری وجود دارد. ولی بین تعداد مدیران مستقل و ریسک کوتاه‌مدت سهام شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

فرضیه‌های پژوهش

فرضیه ۱: کارایی هیئت‌مدیره بر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر معناداری دارد.

فرضیه ۱-۱: کارایی هیئت‌مدیره (اندازه هیئت‌مدیره) بر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر معناداری دارد.

فرضیه ۱-۲: کارایی هیئت‌مدیره (استقلال هیئت‌مدیره) بر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر معناداری دارد.

فرضیه ۱-۳: کارایی هیئت‌مدیره (تنوع جنسیتی هیئت‌مدیره) بر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر معناداری دارد.

فرضیه ۲: پیشینه دانش مالی مدیرعامل بر رابطه بین کارایی هیئت‌مدیره و عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر معناداری دارد.

فرضیه ۲-۱: پیشینه دانش مالی مدیرعامل بر رابطه بین کارایی هیئت‌مدیره (اندازه هیئت‌مدیره) و عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر معناداری دارد.

فرضیه ۲-۲: پیشینه دانش مالی مدیرعامل بر رابطه بین کارایی هیئت‌مدیره (استقلال هیئت‌مدیره) و عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر معناداری دارد.

فرضیه ۲-۳: پیشینه دانش مالی مدیرعامل بر رابطه بین کارایی هیئت‌مدیره (تنوع جنسیتی هیئت‌مدیره) و عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر معناداری دارد.

روش پژوهش

روش پژوهش در این تحقیق از نوع علی یا پس رویدادی است. این نوع روش پژوهش برای انجام پژوهش‌هایی به کار می‌رود که در صدد بررسی علت یا علل روابط معینی است که در گذشته روی داده و به اتمام رسیده است. این نوع روش پژوهش، از آن جهت که در صدد دستیابی به رابطه علی و یا علت و معلولی بین عوامل پژوهش می‌باشد، از اعتبار نسبتاً زیادی برخوردار است. در این نوع پژوهش‌ها، امکان دست‌کاری متغیرها توسط پژوهشگر و یا ایجاد شرایط مصنوعی و یا آزمایشگاهی توسط وی، بنا به علل متعددی امکان پذیر نمی‌باشد. این پژوهش از لحاظ روش اجرا در زمره پژوهش‌های همبستگی قرار دارد. همچنین بر اساس هدف، پژوهش مذکور کاربردی است. فرضیه‌های پژوهش بر اساس داده‌های تلفیقی/ ترکیبی آزمون و تحلیل‌های آماری به کمک نرم افزار ایویوز ۹ انجام شده است. جامعه آماری پژوهش، کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بین بازه زمانی ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۷ هست. در این پژوهش، برای تعیین نمونه آماری از روش غربالگری استفاده شد: بدین صورت که در هر مرحله از بین کلیه شرکت‌های موجود در پایان سال، شرکت‌هایی که دارای شرایط زیر نبوده‌اند، حذف شده و شرکت باقی‌مانده برای انجام آزمون انتخاب شدند: شرکت‌هایی که سال مالی آن‌ها به انتهای اسفندماه ختم می‌شود، جزء شرکت‌های بیمه، بانک‌ها و واسطه‌گری‌های مالی و مؤسسات تأمین مالی نباشند، شرکت‌هایی که در طی دوره موردنظر تغییر سال مالی نداشته باشند و شرکت‌هایی که اطلاعات مالی موردنیاز آن‌ها جهت سنجش متغیرها در دسترس باشند. بعد از اعمال این شرایط ۱۰۰ شرکت به‌عنوان نمونه پژوهش انتخاب شد.

متغیرهای عملیاتی پژوهش و نحوه اندازه‌گیری آن‌ها متغیر مستقل:

- **کارائی هیئت مدیره:** متغیرهای مستقلی که در رابطه با متغیر وابسته کارایی هیئت مدیره مطابق با پژوهش (رزمیان فیض‌آبادی و هشی، ۱۳۹۲؛ نمه و جیزی، ۲۰۱۸؛ رحمان و سایما، ۲۰۱۸) در این پژوهش مورد بررسی خواهند گرفت عبارتند از اندازه هیئت مدیره، استقلال هیئت مدیره و تنوع جنسیتی هیئت مدیره که در ادامه هر یک توضیح داده شده است:
- ✓ اندازه هیئت مدیره (**BRDSZE**^۱): در پژوهش حاضر منظور از اندازه هیئت مدیره تعداد اعضای هیئت مدیره شرکت می‌باشد که از صورت‌های مالی و گزارش هیئت مدیره استخراج می‌شود.
 - ✓ استقلال هیئت مدیره (**BRDIND**^۲): در پژوهش حاضر از نسبت مدیران غیرموظف هیئت مدیره به کل اعضا برای سنجش میزان استقلال اعضا هیئت مدیره استفاده خواهد شد. عضو غیر موظف هیئت مدیره عضوی است که فاقد مسئولیت اجرای در شرکت است.
 - ✓ تنوع جنسیتی هیئت مدیره (**FEM**): متغیر ساختگی است که اگر حداقل یک نماینده زن در هیئت مدیره حضور داشته باشد عدد یک در غیر این صورت مقدار آن صفر خواهد بود.

¹ Board size

² Board Independence

متغیر وابسته: عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت^۱

متغیر وابسته پژوهش حاضر، مسئولیت پذیری اجتماعی میباشد که با توجه به معیارهایی که موسسه آمریکایی معروف به KLD که هر ساله سازمانها را بر اساس معیارهای اجتماعی و زیست محیطی رتبه بندی می کند اندازه گیری شده است. مسئولیت پذیری اجتماعی در این پژوهش دارای چهار بعد می باشد، هر بعد آن دارای نقاط قوت و ضعف مخصوص به خود میباشد. با تفاضل نقاط قوت از نقاط ضعف مربوطه نمره آن بعد بدست می آید. در نهایت با جمع تمام ابعاد فوق یک نمره کلی برای مسئولیت پذیری اجتماعی بدست خواهد آمد. لازم به ذکر است که در صورت وجود هر نقطه ضعف یا نقطه قوت مربوطه، عدد یک و در صورت نبود آنها عدد صفر در نظر گرفته خواهد شد. اطلاعات لازم برای این متغیرها در گزارش هیات مدیره شرکتها افشاء می شود و در تحقیق حاضر برای معرفی هر یک از ابعاد، با توجه به ماهیت افشاگری در ایران، از شاخصهای مسئولیت پذیری اجتماعی در ایران و همچنین از گواهینامه های ISO 9001 سیستم مدیریت کیفیت، ISO 14001 مدیریت زیست محیطی، OHSAS 18001 استاندارد ایمنی و بهداشت استفاده شده است. بنابراین در این تحقیق صرفاً از مدل KLD استفاده نشده بلکه معیارها مطابق استاندارد ایران می باشد که همانطور که پیشتر توضیح داده شد در گزارش هیات مدیره افشاء می شود. مدل حاضر مدل عینی و کمی معروفیست که تا کنون از طریق نهادهای رسمی در بسیاری از کشورها برای اندازه گیری مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت استفاده شده است. مدل به صورت زیر می باشد: (حاجیها و سرافراز، ۱۳۹۳).

$$CSR-S = CSR-COM-S + CSR-EMP-S + CSR-ENV-S + CSR-PRO-S$$

$CSR-S =$ نمره مسئولیت پذیری اجتماعی، $CSR-COM-S =$ نمره افشای مشارکت اجتماعی که از تفاضل نقاط قوت و نقاط ضعف خاص خود به صورت زیر محاسبه می شود:

$$CSR-COM-S = \sum Strengths - \sum Concerns$$

همین طور می توان نمره های ابعاد دیگر مسئولیت پذیری اجتماعی، همچون: $CSR-EMP-S$ (نمره افشای روابط کارکنان)، $CSR-ENV-S$ (نمره افشای محیط زیست)، $CSR-PRO-S$ (نمره افشای ویژگی محصولات) را از طریق ذکر شده در بالا محاسبه کرد (میشرا و همکاران، ۲۰۱۱).
پاره ای از نقاط قوت و ضعف ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی به طور خلاصه در نگاره ۱ ارائه شده است:

¹ Corporate Social Responsibility

نگاره ۱: ابعاد مسؤلیت پذیری اجتماعی همراه با نقاط قوت و ضعف آن ها

نقاط قوت	نمره	نقاط ضعف	نمره	ابعاد مسؤلیت اجتماعی
۱- کمک های خیریه ۲- کمک های نوآورانه (کمک به سازمان های غیرانتفاعی، مشارکت در طرح های عمومی)		۱- اثر منفی اقتصادی (تأثیر منفی بر کیفیت زندگی، تعطیلی کارخانه) ۲- عدم پرداخت		مشارکت اجتماعی
جمع نمره میزان افشای مشارکت اجتماعی				
۱- به اشتراک گذاشتن سود نقدی ۲- مزایای بازنشستگی		۱- ضعف بهداشت و ایمنی ۲- کاهش نیروی کار		روابط کارکنان
جمع نمره میزان افشای روابط کارکنان				
۱- انرژی پاک (استفاده از سوخت یا آلودگی کمتر) ۲- کنترل آلودگی هوا و کاهش گاز گلخانه ای		۱- تولید زباله های خطرناک ۲- پرداخت جریمه به دلیل نقض مدیریت زباله		محیط زیست
جمع نمره میزان افشای محیط زیست				
۱- کیفیت محصول ۲- ایمنی محصول		۱- پرداخت جریمه در مورد ایمنی محصول ۲- پرداخت جریمه برای تبلیغات منفی		ویژگی محصول
جمع نمره میزان افشای ویژگی محصولات				
جمع نمره ها				

منبع: میسرا و همکاران (۲۰۱۱)

متغیر تعدیلی: پیشینه دانش مالی مدیرعامل (CEOFE)

جیانگ، ژو و هوانگ (۲۰۱۳) مدیران عاملی که مدرک مالی دارند و یا قبلاً در سمت های مدیر مالی، رئیس حسابداری و معاون اداری و مالی بوده اند را به عنوان مدیران دارای دانش مالی طبقه بندی نموده است. در این پژوهش مدیران عاملی که دارای مدرک تحصیلی حداقل لیسانس در رشته های مالی از قبیل حسابداری، مدیریت و اقتصاد باشند، بعنوان مدیران دارای دانش مالی در نظر گرفته شده است.

پیشینه دانش مالی مدیرعامل یک متغیر ساختگی (مصنوعی) است؛ به این صورت که اگر مدیرعامل شرکت دارای مدرک حداقل لیسانس در رشته های مالی از قبیل حسابداری، مدیریت و اقتصاد باشد مقدار این متغیر یک و در غیر اینصورت صفر فرض می شود.

متغیر کنترلی

$Size_{it}$: لگاریتم طبیعی جمع دارایی‌های سال مالی t شرکت i جهت کنترل اندازه شرکت‌ها. این شاخص جهت کنترل اندازه شرکت در بازار سرمایه است. انتظار بر آن است که شرکت‌ها بزرگتر با توجه به وسعت دارایی‌ها، بازده بیشتری را ایجاد نمایند.
 LEV_{it} : بدهی بلندمدت سال مالی t شرکت i تقسیم بر جمع کل دارایی‌ها جهت کنترل ریسک شرکت‌ها؛ این شاخص جهت کنترل پوشش بدهی و کنترل فرصت طلبی مدیران است.
 ROA_{it} : نسبت سود خالص به کل دارایی‌های پایان دوره شرکت i در سال t است.
ضمن آنکه اثرات زمانی و مقطعی (سال - صنعت) به طور کامل در نظر گرفته شده و کنترل شد.
بدین ترتیب برای آزمون فرضیه ۱-۱ پژوهش مدل شماره (۱) به صورت زیر ارائه می‌شود:

مدل (۱)

$$CSR_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 BRDSZE_{it} + \beta_2 Size_{it} + \beta_3 Lev_{it} + \beta_4 ROA_{it} + \Sigma Year + \Sigma Industry + \varepsilon_{i,t}$$

بدین ترتیب برای آزمون فرضیه ۲-۱ پژوهش مدل شماره (۲) به صورت زیر ارائه می‌شود:

مدل (۲)

$$CSR_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 BRDIND_{it} + \beta_2 Size_{it} + \beta_3 Lev_{it} + \beta_4 ROA_{it} + \Sigma Year + \Sigma Industry + \varepsilon_{i,t}$$

بدین ترتیب برای آزمون فرضیه ۳-۱ پژوهش مدل شماره (۳) به صورت زیر ارائه می‌شود:

مدل (۳)

$$CSR_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 FEM_{it} + \beta_2 Size_{it} + \beta_3 Lev_{it} + \beta_4 ROA_{it} + \Sigma Year + \Sigma Industry + \varepsilon_{i,t}$$

بدین ترتیب برای آزمون فرضیه ۱-۲ پژوهش مدل شماره (۴) به صورت زیر ارائه می‌شود:

مدل (۴)

$$CSR_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 BRDSZE_{it} + \beta_2 CEOFE_{it} + \beta_3 (BRDSZE_{it} \times CEOFE_{it}) + \beta_4 Size_{it} + \beta_5 Lev_{it} + \beta_6 ROA_{it} + \Sigma Year + \Sigma Industry + \varepsilon_{i,t}$$

بدین ترتیب برای آزمون فرضیه ۲-۲ پژوهش مدل شماره (۵) به صورت زیر ارائه می‌شود:

مدل (۵)

$$CSR_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 BRDIND_{it} + \beta_2 CEOFE_{it} + \beta_3 (BRDIND_{it} \times CEOFE_{it}) + \beta_4 Size_{it} + \beta_5 Lev_{it} + \beta_6 ROA_{it} + \Sigma Year + \Sigma Industry + \varepsilon_{i,t}$$

بدین ترتیب برای آزمون فرضیه ۳-۲ پژوهش مدل شماره (۶) به صورت زیر ارائه می‌شود:

مدل (۶)

$$CSR_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 FEM_{it} + \beta_2 CEOFE_{it} + \beta_3 (FEM_{it} \times CEOFE_{it}) + \beta_4 Size_{it} + \beta_5 Lev_{it} + \beta_6 ROA_{it} + \Sigma Year + \Sigma Industry + \varepsilon_{i,t}$$

یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی: اصلی‌ترین شاخص مرکزی، میانگین است که نشان‌دهنده نقطه تعادل و مرکز ثقل توزیع است و شاخص خوبی برای نشان دادن مرکزیت داده‌هاست. برای مثال مقدار میانگین برای بازده دارایی‌ها برابر با (۰/۱۸) می‌باشد که نشان می‌دهد بیشتر داده‌ها حول این نقطه تمرکز یافته‌اند. یا به عبارت دیگر اکثر شرکت‌های مورد بررسی دارای بازده دارایی مثبت هستند. به طور کلی پارامترهای پراکندگی، معیاری برای تعیین میزان پراکندگی از یکدیگر یا میزان پراکندگی آن‌ها نسبت به میانگین است. از مهم‌ترین پارامترهای پراکندگی، انحراف معیار است. مقدار این پارامتر در آمار توصیفی، برای اندازه شرکت (۱/۶۱) و برای بازده دارایی برابر است با (۰/۱۱) می‌باشد که نشان می‌دهد این دو متغیر به ترتیب دارای بیشترین و کمترین انحراف معیار هستند. میانگین عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت برابر (۴/۱۲) و انحراف معیار آن (۱/۱۰) است همچنین بیشترین و کمترین مقدار عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت که به عنوان متغیر وابسته است برابر با (۶/۰۰) و (۱/۰۰) است. همچنین تعداد مشاهدات برابر با ۵۰۰ سال - شرکت است که نتایج حاصل از آماری توصیفی در جدول (۱) ارائه شده است.

جدول ۱: شاخص‌های توصیفی متغیرها

متغیر	میانگین	میانه	انحراف معیار	بیشترین	کمترین
عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت	۴/۱۲	۴/۰۰	۱/۱۰	۶/۰۰	۱/۰۰
اندازه هیئت مدیره	۵/۰۳	۵/۰۰	۰/۲۷	۷/۰۰	۵/۰۰
استقلال هیئت مدیره	۰/۶۶	۰/۶۱	۰/۳۱	۱/۰۰	۰
تنوع جنسیتی هیئت مدیره	۰/۰۶	۰	۰/۱۸	۱	۰
پیشینه دانش مالی مدیرعامل	۰/۴۰	۰	۰/۴۸	۱	۰
اندازه شرکت	۱۴/۱۲	۱۴/۱۱	۱/۶۱	۱۸/۱۱	۱۰/۱۲
اهرم مالی	۰/۵۳	۰/۵۵	۰/۱۸	۲/۳۲	۰/۰۲
بازده دارایی	۰/۱۸	۰/۱۴	۰/۱۱	۰/۶۱	-۰/۴۱

آزمون همسانی واریانس

نتایج حاصل در جدول ۲ نشان می‌دهد که سطح معنی داری آزمون تعدیل شده در مدل‌های پژوهش کمتر از ۵ درصد می‌باشد و بیانگر وجود ناهمسانی واریانس در جملات اخلاقی می‌باشد. لازم به توضیح است که این مشکل در تخمین نهایی مدل پژوهش رفع گردیده (با روش وزن دهی به داده‌ها از طریق دستور gls) است.

جدول ۲: نتایج آزمون ناهمسانی واریانس

مدل های پژوهش	آماره آزمون	سطح معنی داری	نتیجه
مدل ۱-۱	۴/۸۰	۰/۰۰۰۰	وجود ناهمسانی واریانس
مدل ۲-۱	۵/۷۷	۰/۰۰۰۰	وجود ناهمسانی واریانس
مدل ۳-۱	۵/۷۰	۰/۰۰۰۰	وجود ناهمسانی واریانس
مدل ۱-۲	۴/۵۷	۰/۰۰۰۰	وجود ناهمسانی واریانس
مدل ۲-۲	۵/۷۰	۰/۰۰۰۰	وجود ناهمسانی واریانس
مدل ۳-۲	۶/۸۳	۰/۰۰۰۰	وجود ناهمسانی واریانس

آزمون فرضیه‌های تحقیق: فرضیه تحقیق به صورت زیر بیان شده است که در ادامه برای بررسی آن از رگرسیون چند متغیره استفاده می‌شود.

فرضیه ۱: کارایی هیئت مدیره بر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت تاثیر معناداری دارد.

جدول ۳: نتایج تخمین فرضیه تحقیق

متغیر	مدل ۱-۱	مدل ۲-۱	مدل ۳-۱
	ضریب متغیر	ضریب متغیر	ضریب متغیر
مقدار ثابت	۰,۰۵۸	۰,۰۴۸	۰,۰۶۹
کارایی هیئت مدیره (اندازه هیئت مدیره)	***۰,۶۷	-	-
کارایی هیئت مدیره (استقلال هیئت مدیره)	-	***۰,۱۶	-
کارایی هیئت مدیره (تنوع جنسیتی هیئت مدیره)	-	-	***۰,۱۷
اندازه شرکت	*۰,۰۴	*۰,۰۵	**۰,۰۰۹
اهرم مالی	-۰,۱۳	-۰,۱۳	-۰,۱۴
بازده دارایی	**۰,۲۷	**۰,۱۹	**۰,۱۹
ضریب تعیین	۰/۸۹	۰/۸۸	۰/۸۹
آماره F	۳۱/۸۱*	۱۴۸/۰۱*	۴۱/۳۴*
دوربین واتسون	۱/۵۲	۱/۵۲	۱/۶۷
اثرات زمانی (سال)	✓	✓	✓
اثرات مقطعی (صنعت)	✓	✓	✓

*سطح معناداری ۱٪، **سطح معناداری ۵٪، ***سطح معناداری ۱۰٪

با توجه به جدول (۳) در بررسی معنی‌دار بودن کل مدل با توجه به این که سطح معناداری آماره F از ۱ درصد کوچک‌تر است (۰/۰۰) لذا مدل معنادار بوده و فرضیه H_1 آزمون F در سطح اطمینان ۹۹ درصد پذیرفته می‌شود و همه مدل‌های پژوهش معنی‌دار هستند. در مدل رگرسیونی (۱-۱) ضریب تعیین مدل ۸۹ درصد به دست آمده است که نشان می‌دهد ۸۹ درصد تغییرات متغیر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت، توسط متغیر کارایی هیئت مدیره تبیین می‌گردد. در مدل رگرسیونی (۲-۱) ضریب تعیین مدل ۸۸ درصد به دست آمده است که نشان می‌دهد ۸۸ درصد تغییرات متغیر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت، توسط متغیر کارایی هیئت مدیره تبیین می‌گردد. در مدل رگرسیونی (۳-۱) ضریب تعیین مدل ۸۹ درصد به دست آمده است که نشان می‌دهد ۸۹ درصد تغییرات متغیر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت، توسط متغیر کارایی هیئت مدیره تبیین می‌گردد. مقدار دوربین واتسون برای مدل (۱-۱)، (۲-۱) و (۳-۱) برابر با (۱/۵۲، ۱/۵۲ و ۱/۶۷) بدست آمده که چون در بازه قابل قبولی است مشکل خود همبستگی در این مدل‌ها وجود ندارد. از آنجایی که سطح معناداری متغیر کارایی هیئت مدیره (اندازه هیئت مدیره) کوچک‌تر از ۱۰ درصد است در نتیجه وجود رابطه معنی‌داری کارایی هیئت مدیره (اندازه هیئت مدیره) و عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح اطمینان ۹۰ درصد تأیید می‌شود. از این رو فرضیه (۱-۱) تحقیق مبنی بر کارایی هیئت مدیره (اندازه هیئت مدیره) بر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر معناداری دارد تأیید می‌شود. سطح معناداری متغیر کارایی هیئت مدیره (استقلال هیئت مدیره) کوچک‌تر از ۵ درصد است در نتیجه وجود رابطه معنی‌داری کارایی هیئت مدیره (استقلال هیئت مدیره) و عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود. از این رو فرضیه (۱-۱)

۲) تحقیق مبنی بر کارایی هیئت مدیره (استقلال هیئت مدیره) بر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر معناداری دارد تایید می‌شود. سطح معناداری متغیر کارایی هیئت مدیره (تنوع جنسیتی هیئت مدیره) کوچک‌تر از ۱۰ درصد است در نتیجه وجود رابطه معنی‌داری کارایی هیئت مدیره (تنوع جنسیتی هیئت مدیره) و عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح اطمینان ۹۰ درصد تأیید می‌شود. از این رو فرضیه (۱-۳) تحقیق مبنی بر کارایی هیئت مدیره (تنوع جنسیتی هیئت مدیره) بر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر معناداری دارد تایید می‌شود. همچنین با توجه به سطح معناداری متغیرهای کنترلی می‌توان نتیجه گرفت که متغیرهای اندازه شرکت و بازده دارایی رابطه معناداری با عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت دارند اما متغیر اهرم مالی رابطه معناداری با عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت ندارند.

فرضیه ۲: پیشینه دانش مالی مدیرعامل بر رابطه بین کارایی هیئت مدیره و عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر معناداری دارد.

جدول ۴: نتایج تخمین فرضیه تحقیق

متغیر	مدل ۱-۲	مدل ۲-۲	مدل ۳-۲
	ضریب متغیر	ضریب متغیر	ضریب متغیر
مقدار ثابت	۰,۰۶۸	۰,۰۶۶	۰,۰۶۰
کارایی هیئت مدیره (اندازه هیئت مدیره)	***۰,۵۹	-	-
کارایی هیئت مدیره (استقلال هیئت مدیره)	-	۰/۰۲**	-
کارایی هیئت مدیره (تنوع جنسیتی هیئت مدیره)	-	-	۰/۰۲۲***
پیشینه دانش مالی مدیرعامل	۰/۱۱*	۰/۱۰*	۰/۱۱*
کارایی هیئت مدیره (اندازه هیئت مدیره) × پیشینه دانش مالی مدیرعامل	۰/۰۰۱*	-	-
کارایی هیئت مدیره (استقلال هیئت مدیره) × پیشینه دانش مالی مدیرعامل	-	۰/۰۰۲*	-
کارایی هیئت مدیره (تنوع جنسیتی هیئت مدیره) × پیشینه دانش مالی مدیرعامل	-	-	۰/۰۰۱*
اندازه شرکت	*۰,۰۵	*۰,۰۶	**۰,۰۱
اهرم مالی	-۰,۱۲	-۰,۱۱	-۰,۱۲
بازده دارایی	**۰,۳۸	**۰,۳۲	**۰,۴۸
ضریب تعیین	۰/۷۵	۰/۷۲	۰/۷۴
آماره F	۱۴۴/۱۴*	۲۲۱/۵۱*	۱۷۴/۳۴*
دوربین واتسون	۱/۷۴	۱/۷۰	۱/۶۹
اثرات زمانی (سال)	✓	✓	✓
اثرات مقطعی (صنعت)	✓	✓	✓

*سطح معناداری ۱٪، **سطح معناداری ۵٪، ***سطح معناداری ۱۰٪

با توجه به جدول (۴) در بررسی معنی‌دار بودن کل مدل با توجه به این که سطح معناداری آماره F از ۱ درصد کوچک‌تر است (۰/۰۰) لذا مدل معنادار بوده و فرضیه H₁ آزمون F در سطح اطمینان ۹۹ درصد پذیرفته می‌شود و همه مدل‌های پژوهش معنی‌دار هستند. در مدل رگرسیونی (۱-۲) ضریب تعیین مدل ۷۵ درصد به دست آمده است که نشان می‌دهد ۷۵ درصد تغییرات متغیر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت، توسط متغیر کارایی هیئت مدیره تبیین می‌گردد. در مدل رگرسیونی (۲-۲) ضریب تعیین مدل ۷۲ درصد به دست آمده است که نشان می‌دهد ۷۲ درصد تغییرات متغیر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت، توسط متغیر کارایی هیئت مدیره تبیین می‌گردد. در مدل رگرسیونی (۳-۲) ضریب تعیین مدل ۷۴ درصد به دست آمده

است که نشان می‌دهد ۷۴ درصد تغییرات متغیر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت، توسط متغیر کارایی هیئت مدیره تبیین می‌گردد. مقدار دوربین واتسون برای مدل (۱-۲، ۲-۲ و ۳-۲) برابر با (۱/۷۴، ۱/۷۰ و ۱/۶۹) بدست آمده که چون در بازه قابل قبولی است مشکل خود همبستگی در این مدل‌ها وجود ندارد. از آنجایی که سطح معناداری متغیر تعاملی کارایی هیئت مدیره (اندازه هیئت مدیره) × پیشینه دانش مالی مدیرعامل کوچک‌تر از ۱ درصد است در نتیجه وجود رابطه معنی‌داری متغیر تعاملی کارایی هیئت مدیره (اندازه هیئت مدیره) × پیشینه دانش مالی مدیرعامل و عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح اطمینان ۹۹ درصد تأیید می‌شود. از این رو فرضیه (۱-۲) تحقیق مبنی بر تأثیر پیشینه دانش مالی مدیرعامل بر رابطه بین کارایی هیئت مدیره (اندازه هیئت مدیره) و عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر معناداری دارد تأیید می‌شود. سطح معناداری کارایی هیئت مدیره (استقلال هیئت مدیره) × پیشینه دانش مالی مدیرعامل کوچک‌تر از ۱ درصد است در نتیجه وجود رابطه معنی‌داری متغیر تعاملی کارایی هیئت مدیره (استقلال هیئت مدیره) × پیشینه دانش مالی مدیرعامل و عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح اطمینان ۹۹ درصد تأیید می‌شود. از این رو فرضیه (۲-۲) تحقیق مبنی بر تأثیر پیشینه دانش مالی مدیرعامل بر رابطه بین کارایی هیئت مدیره (استقلال هیئت مدیره) و عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر معناداری دارد تأیید می‌شود. سطح معناداری متغیر تعاملی کارایی هیئت مدیره (تنوع جنسیتی هیئت مدیره) × پیشینه دانش مالی مدیرعامل کوچک‌تر از ۱ درصد است در نتیجه وجود رابطه معنی‌داری کارایی هیئت مدیره (تنوع جنسیتی هیئت مدیره) × پیشینه دانش مالی مدیرعامل و عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح اطمینان ۹۹ درصد تأیید می‌شود. از این رو فرضیه (۳-۲) تحقیق مبنی بر متغیر تعاملی پیشینه دانش مالی مدیرعامل بر رابطه بین کارایی هیئت مدیره (تنوع جنسیتی هیئت مدیره) و عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر معناداری دارد تأیید می‌شود. همچنین با توجه به سطح معناداری متغیرهای کنترلی می‌توان نتیجه گرفت که متغیرهای اندازه شرکت و بازده دارایی رابطه معناداری با عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت دارند اما متغیر اهرم مالی رابطه معناداری با عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت ندارند.

بحث و نتیجه‌گیری و پیشنهادهای پژوهش

بررسی‌های انجام‌شده نشان می‌دهد که هیئت‌مدیره در ارتقای، عملکرد و ارزش شرکت نقش بااهمیتی ایفا می‌کند. این نقش از تئوری نمایندگی نشأت می‌گیرد و قدیمی‌ترین نقش هیئت‌مدیره در شرکت است؛ تقلب‌ها و فروپاشی‌های اخیر مؤسسات مالی، اهمیت هیئت‌مدیره و نقش آن را به‌عنوان معتمد سهامداران و خط اول دفاع از حقوق آن‌ها برجسته کرده است. مطالعات مختلفی در زمینه تأثیر دانش و تجربه مدیرعامل در نحوه اداره شرکت انجام شده است به عنوان مثال محققین دریافته‌اند که مدیرعامل‌های دارای تجربه کار در واحد تحقیق و توسعه مقدار بیشتری منابع به بخش تحقیق و توسعه اختصاص می‌دهند. در مهر و موم‌های اخیر شرکت‌های زیادی در دنیا سعی در استخدام مدیرعامل با سطح دانش مالی نموده‌اند. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر مسئولیت و پاسخ‌گویی به عنوان پایه و اساس رفتار یک سازمان در اجتماع تأکید دارد و ناظر بر چگونگی کسب و کار مسئولانه همراه با تولید ثروت است. در نتیجه مسئولیت شرکت نسبت به اجتماع هم برای خود واحد تجاری و هم برای اجتماع سودمند می‌باشد و درک بهتر منافع بالقوه آن می‌تواند منجر به بازده‌های زیاد سرمایه‌گذاری برای شرکت‌ها شود. هدف اول تحقیق بررسی تأثیر کارایی هیئت مدیره بر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت بود که نتایج نشان داد کارایی هیئت مدیره تأثیر معناداری بر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت دارد و هرچقدر هیئت مدیره‌ها از کارایی بیشتری برخوردار باشند شرکت‌های نیز در همان جهت عملکرد مسئولیت اجتماعی بهتری از خود نشان می‌دهند. از این رو پیشنهاد می‌شود شرکت‌ها

برای داشتن عملکرد بهتر در زمینه مسئولیت اجتماعی از هیئت مدیره‌هایی با کارایی بالا انتخاب کنند و سرمایه‌گذاران و اعتبار دهندگان و ذی‌نفعان این موارد را در نظر بگیرند که نتایج این تحقیق با نتایج بیکپه (۲۰۱۵)، پوستما و همکاران (۲۰۱۴) و راندی و جنسن (۲۰۱۵) همسو است. هدف دوم بررسی تاثیر پیشینه دانش مالی مدیرعامل بر رابطه بین کارایی هیئت مدیره و عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت بود که نتایج نشان داد پیشینه مالی مدیرعامل رابطه بین کارایی هیئت مدیره و عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت را تعدیل می‌کند از این رو می‌توان پیشنهاد نمود شرکت‌ها برای مطلوبیت در گزارش‌دهی عملکرد مسئولیت اجتماعی از داشتن مدیرعامل‌هایی با پیشینه دانش مالی غافل نشوند. برای پژوهش‌های آتی می‌توان پیشنهاد نمود که این موضوع را با توجه به صنایع مختلف در بازار بورس ایران به تفکیک صنایع انجام شود؛ همچنین دیگر جنبه‌های کارایی هیئت مدیره را نیز مد نظر قرار دهند.

منابع

- ✓ امیرحسینی، زهرا، قبادی، معصومه، (۱۳۹۵)، گزارشگری مسئولیت اجتماعی، عملکرد مالی و مالکیت نهادی، حسابداری مدیریت، سال نهم، شماره ۲۸، صص ۵۵-۶۶.
- ✓ پاک مرام، عسگر، دشتی، جعفر، (۱۳۹۱)، حاکمیت شرکتی و هیئت مدیره. دانشگاه آزاد اسلامی واحد بناب، چاپ اول.
- ✓ پروین، سپیده، (۱۳۹۷)، بررسی تأثیر کارایی هیئت مدیره بر مدیریت سود در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی علامه نایینی.
- ✓ حاجیه‌ها، علی، سرافراز، آرزو، (۱۳۹۳)، مطالعه رابطه بین مسئولیت اجتماعی و راهبری شرکتی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، پایان‌نامه کارشناسی ارشد.
- ✓ حساس یگانه، یحیی، تاجیک، کامران، (۱۳۸۷)، حاکمیت شرکتی، هیئت مدیره و تعامل با محیط، ماهنامه حسابداری، شماره ۲۰۵، صص ۶۲-۶۸.
- ✓ حساس یگانه، یحیی، (۱۳۹۵)، تأثیر ساختار راهبری شرکتی بر عملکرد مالی و ارزش شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، تحقیقات حسابداری و حسابرسی، سال چهارم، شماره ۱۵، صص ۸۸-۱۰۱.
- ✓ حساس یگانه، یحیی، معیری، مرتضی، (۱۳۸۷)، حاکمیت شرکتی، حسابرسی و کمیته حسابرسی، ماهنامه حسابداری، شماره ۲۰۰، صص ۶۶-۵۷.
- ✓ رزمیان فیض‌آبادی، علیرضا، هشی، عباس، (۱۳۹۲)، تأثیر ترکیب هیئت مدیره بر محتوای اطلاعاتی و کیفیت سود شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، دانش حسابداری، دوره ۴، شماره ۱۳، صص ۱۰۵-۱۲۷.
- ✓ سرافراز، داوود، (۱۳۹۷)، بررسی رابطه بین هزینه حقوق صاحبان سهام و مسئولیت پذیری اجتماعی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، سال ۱۱، شماره ۳۶، صص ۴۷-۶۳.
- ✓ علی‌خانی، مجید، (۱۳۹۳)، بررسی رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی و مالکیت نهادی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، سال سوم، شماره ۱۰، صص ۱۳۵-۱۵۰.
- ✓ قنبری، رضا، میرجلیلی، علی، بهشتی، مجید، (۱۳۹۶)، بررسی ارتباط بین مدیریت سود و کیفیت حسابرسی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک.

- ✓ ملازاده، محمد، لاری دشت بیاض، محمود، ساعی، محمدجواد، (۱۳۹۵)، تاثیر دانش مالی مدیر عامل بر روی مدیریت سود، پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی، دوره ۸، شماره ۳۰، صص ۳۷-۵۹.
- ✓ نمازی، محمد، (۱۳۷۷)، بررسی سیستم هزینه یابی بر مبنای فعالیت در حسابداری مدیریت و ملاحظات رفتاری آن، بررسی های حسابداری و حسابرسی، شماره ۲۶، صص ۷۱-۱۰۶.
- ✓ یاری، محسن، (۱۳۹۸)، تاثیر قدرت تصمیم گیری مدیرعامل بر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، فصلنامه مطالعات حسابداری، شماره ۳، صص ۱۲۷-۱۵۳.
- ✓ Aranya, K. (2018). Does corporate social responsibility (CSR) improve credit ratings? Evidence from geographic identification. *Financial Management*, 43, 505-531
- ✓ Arshad, S and Razak, A. (2018). The strategic use of decentralized institutions: Exploring certification with the ISO 14001 management standard. *Academy of Management Journal*, 48 1091-1106.
- ✓ Barker, V., Mueller, G., (2002), CEO Characteristics and Firm R&D Spending Management. *Science* 48 (6), PP. 782-801.
- ✓ Berle, A. and Means, C. (1932). "The Modern corporation and private property". New York: Macmillan, 9, 92.
- ✓ Cullinan, C., Roush, P., (2011), Has The Likelihood of Appointing a CEO with An Accounting/Finance Background Changed in The Post-Sarbanes Oxley era? *Res. Account. Regul.* 23, PP.71-77.
- ✓ Durfee, D., (2005), Why More Companies are Tapping Their Finance Chiefs for CEO. *CFO* 21, 52-60.
- ✓ Eisenhardt, K. M. (1989). Agency theory: An assessment and review. *Academy of Management Review*, 29 (2), 21-9.
- ✓ Fama, E. and M. Jensen (1983). "Separation of ownership and control". *Journal of Law and Economics*, Vol. 96, pp. 902-992.
- ✓ Frederick. H. (2017). Corporate social responsibility and media coverage. *Journal of Banking and Finance*, 59, 409-422.
- ✓ Hambrick, D., Mason, P., (1984), Upper echelons: The Organization as a Reflection of Its Managers. *Acad. Manag. Rev.* 9 (2), PP. 193-206.
- ✓ Jiang, F., Zhu, B., and Huang, J., (2013), CEO's Financial Experience and Earning Management, *J. of Multi. Fin. Manag.*, 23, PP.134-145.
- ✓ Lightle, S., Baker, B., and J. F. Castellano. (2009). "The Role of Boards of Directors in Shaping Organizational Culture". *The CPA Journal*. Vol. 12, Pp. 62-19.
- ✓ Lundholm, R., & Van Winkle, M. (2006). "Motives for disclosure and non-disclosure: a framework and review of the evidence". *Accounting and Business Research*, 96 (sup2), 99-92.
- ✓ McKinley. S. (2017). Corporate social responsibility and stakeholder value maximization: Evidence from mergers. *Journal of Financial Economics*, 110, 87-109.
- ✓ Mercedes Rodriguez-Fernandez, (2016), Social responsibility and financial performance: The role of good corporate governance, *BRQ Business Research Quarterly* 19, 137-151.

- ✓ Mishra, L, McCarthy, S., Oliver, B., & Song, S. (2011). Corporate social responsibility and CEO confidence. *Journal of Banking and Finance*, 75, 280-291.
- ✓ Nehme, R., & Jizi, M. (2018). The efficiency of corporate boards and firms' audit fees: the case of the FTSE financial institutions. *Pacific Accounting Review*, 30(3), 297-317
- ✓ Rahman, M., & Saima, N. F. (2018). Efficiency of Board Composition on Firm Performance: Empirical Evidence from listed Manufacturing Firms of Bangladesh. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 5(2), 53-61
- ✓ Rahul, L. (2018). Are red or blue companies more likely to go green? Politics and corporate social responsibility. *Journal of Financial Economics*, 111, 158-180
- ✓ Randy, C and Jensen. B. (2015). Board composition and corporate social responsibility: An empirical investigation in the post Sarbanes-Oxley era. *Journal of Business Ethics*, 114, 381-392.
- ✓ Sandaha Kapoor, A. (2010). Corporate socially responsible investments: CEO altruism, reputation, and shareholder interests. *Journal of Corporate Finance*, 26, 164-181
- ✓ Sandhu, H S; Kapoor, Shveta. (2010). corporate social responsibility initiatives: An analysis of voluntary corporate disclosure. *South Asian Journal of Management*, 17 (2), 47-80.
- ✓ Sen, S., C. B. Bhattacharya and D. Korschun: (2006), 'The Role of Corporate Social Responsibility in Strengthening Multiple Stakeholder Relationships: A Field Experiment', *Journal of the Academy of Marketing Science* 34(2), 158-166.
- ✓ Tamayo. S. (2017). The impact of corporate social responsibility on the cost of bank loans. *Journal of Banking and Finance*, 35, 1794-1810.
- ✓ Tina Chen, M. A., Geletkanycz, M. A., & Sanders, W. G. (2018). Upper echelons research revisited: Antecedents, elements, and consequences of top management team composition. *Journal of Management*, 30, 749-778
- ✓ Wallace, S. (2018). The effects of CEO pay structure on corporate social performance. *Journal of Management*, 32, 329-342

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی