

نوع مقاله: پژوهشی

صفحات ۱۲۴ - ۸۹

ارزیابی تاثیر سطح افشای مسئولیت پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی بانک‌ها با تاکید بر اخلاقیات

محمد سعادت نیا^۱

فرهاد دهدار^۲

محمد رضا عبدلی^۳

چکیده

مسئولیت اجتماعی شرکت تعهدی فراتر از الزمات قانونی و اقتصادی است که در آن، شرکت مسائل اخلاقی و مشارکت در توسعه اقتصادی را ضمن بهبود کیفیت نیروی کار، در مقیاسی وسیع تر یعنی جامعه مورد توجه قرار می‌دهد و فرآیند تجاری خود را به گونه‌ای مدیریت می‌کند که اثرات مثبتی در جامعه به همراه داشته باشد. بانک‌ها با پیامدهای اجتماعی و محیطی سرمایه‌گذاری یکی از حساسترین بنگاه‌های اقتصادی در رابطه با مسئولیت‌پذیری اجتماعی است که به دنبال جنبش بانکداری اخلاقی در جهت توسعه اجتماعی و اقتصادی در یک جامعه می‌باشد. بر این اساس هدف از این پژوهش ارزیابی تاثیر سطح افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی بانک‌ها است. در راستای هدف پژوهش، داده‌های ۱۰ بانک پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، طی دوره زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۷، با استفاده از نرم افزار Eviews تجزیه و تحلیل شد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که سطح افشای مسئولیت-پذیری اجتماعی بانک‌ها تاثیر مثبت و معناداری بر حاشیه سود قبل از کسر بهره و مالیات و استهلاک (EBITDA) دارد، همچنین سطح افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی بانک‌ها تاثیر منفی و معناداری بر نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری سهام (MTB) دارد. این نتایج لزوم توجه بانک مرکزی برای ایجاد استانداردهای مدون و الزام به گزارشگری یکپارچه برای افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی در بانک‌ها را مطرح می‌سازد.

واژگان کلیدی

ارزیابی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، عملکرد مالی.

۱. دانشجوی دکتری حسابداری، واحد شاهرود، دانشگاه آزاد اسلامی، شاهرود، ایران.

Email: saadatnia.acc@gmail.com

۲. استادیار گروه حسابداری، واحد شاهرود، دانشگاه آزاد اسلامی، شاهرود، ایران. (نویسنده مسئول)

Email: farhad_13500830_tmu@yahoo.com

۳. دانشیار گروه حسابداری، واحد شاهرود، دانشگاه آزاد اسلامی، شاهرود، ایران.

Email: mra830@yahoo.com

پذیرش نهایی: ۹۹/۱/۵

تاریخ دریافت: ۹۸/۱۰/۱۵

طرح مسأله

اصطلاح مسئولیت اجتماعی به شیوه‌های متنوعی تعریف شده است، از دیدگاه اقتصادی، حداکثر کردن ثروت سهامداران تا ملاحظه‌های اخلاقی، قانونی احتیاطی، محیطی و در نهایت رویکرد سازمان به عنوان یک شهروند خوب را دربرمیگیرد. مسئولیت اجتماعی عموماً به تصمیم‌گیری تجارت بر مبنای اصول اخلاقی، اطاعت از ابزارهای قانونی و احترام به مردم، اجتماع و محیط زیست اطلاق می‌شود. درحقیقت مسئولیت اجتماعی در شرکت‌ها عملکرد شرکت‌ها به شیوه‌ای که توقعات عمومی و همگانی، اخلاقی و قانونی را که جامعه از تجارت دارد، برآورده می‌سازد. در سالهای اخیر مسئولیت اجتماعی در بنگاه‌ها به دغدغه‌ای جهانی در میان دولت‌ها و مدیران بنگاه‌ها تبدیل شده است. رشد جهانی بنگاه‌ها موجب حرکت به سمت مسئولیت اجتماعی در سطح جهانی شده است. رشد و توسعه بنگاه‌ها در سطح جهانی علاوه بر کمک به رونق اقتصادی جوامع، افزایش نگرانی عمومی و کاهش اعتماد نسبت به نحوه فعالیت بنگاه‌ها را نیز در پی داشته است. بنگاه‌ها نقشی حیاتی در دستیابی به منافع جهانی شدن بازی می‌کنند و مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها این امکان را فراهم می‌سازد تا در حین بهره‌مندی از مزایای جهانی شدن بتوان تا حد امکان از آثار سوء اجتماعی و زیست محیطی فعالیت در سطح جهانی دوری جست.

در مقایسه با سایر بنگاه‌ها، با توجه نقش بانک‌ها در اقتصاد و تجارت به عنوان تسهیل‌گر و محرک چرخ‌های اقتصاد و تجارت و همچنین به عنوان فراهم‌آورندگان خدمات برای اجتماعات محلی، ملی و بین‌المللی، نقشی کلیدی در نهادینه‌سازی و توسعه مسئولیت‌پذیری اجتماعی در جامعه ایفا می‌کنند. بانک‌ها به عنوان نهادهای مولد ثروت اهمیت زیادی در به جریان انداختن حرکت فکری مسئولیت‌پذیری اجتماعی در کل جامعه دارند. در سالهای اخیر بانک‌ها و موسسات مالی با توجه به وسعت دامنه فعالیت‌های اجتماعی و زیست محیطی خود، نقشی بسزایی در تشویق و ایجاد انگیزه برای مشتریان (حقیقی و حقوقی) خود در راستای کاهش اثرات سوء اجتماعی و زیست محیطی فعالیت‌های خود دارند. همچنین از آنجاکه مهم‌ترین عامل اثرگذاری بر ارتقای سطح اعتماد و اطمینان مشتریان به نظام بانکی منوط به رعایت اصول اخلاقی از سوی این مجموعه است بانک‌ها بر عملکرد کسب و کارهای تحت حمایت خود از طریق کنترل جریان سرمایه، وام‌دهی، تامین مالی پروژه‌ها و سیاست‌ها و اقدامات بیمه‌ای، نظارت و کنترل دارند. از این رو بانک‌ها می‌توانند از طریق نظارت بر اجرای فعالیت‌های اجتماعی و زیست محیطی در بنگاه‌ها آنها را مجبور به پاسخگویی در خصوص مسئولیت اجتماعی و زیست محیطی در کسب و کار خود نماید. در ادامه، پس از بررسی مبانی نظری و پیشینه پژوهش، فرضیه‌ها و روش پژوهش معرفی خواهد شد. سپس، متغیرهای پژوهش و یافته‌های به دست آمده از تجزیه و تحلیل اطلاعات مطرح می‌شود. بحث و نتیجه‌گیری نیز در بخش پایانی این پژوهش بیان خواهد شد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

مسئولیت‌پذیری اجتماعی

منظور از مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی (CSR^۱) این است که واحد اقتصادی باید نسبت به پیامدهای زیست محیطی و اجتماعی فعالیت‌های تجاری‌شان مسئولیت‌پذیر باشند. علاوه بر دلایل اخلاقی برای پذیرش مسئولیت اجتماعی توسط شرکت‌ها، شرکت‌ها ممکن است به خاطر تقویت چهره بیرونی‌شان در زمینه سود سبز به منظور جذب سرمایه‌گذاران مسئول‌پذیر اجتماعی، تصمیم بگیرند تا در خصوص مباحث اجتماعی مسئول‌پذیرتر باشند (دیانتی دیلمی و خداکرمی، ۱۳۹۶).

با توجه به فروپاشی و رسوایی مالی برخی شرکت‌ها از جمله انرون در اوایل قرن ۲۱، بحث در خصوص جایگاه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در اقتصاد جهانی و خصوصاً شرکت‌های بین‌المللی برای بهبود شرایط محیطی و اجتماعی افزایش یافته است. همگام با توسعه تجارت جهانی، پژوهش‌های اخیر حرکت در مسیر افشای بیشتر در سطح بین‌المللی را نشان می‌دهد. در قرن جدید، مقایسه درک ملل از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و نقش واحدهای تجاری در جامعه بسط یافته است و توسعه بین‌المللی قابل ملاحظه‌ای در جنبش مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در این قرن رخ داده است و در سطح جهانی توجه به حقوق انسانی، اجتماعی و محیطی بسیار مورد توجه است. این توسعه در تکامل پژوهش‌های حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به وضوح قابل مشاهده است و حتی ارتباط میان دولت و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نیز مورد بررسی قرار گرفته است (حساس یگانه و برزگر، ۱۳۹۲). به منظور رقابت در محیط جهانی، کسب و کارهای دارای اقتصادهای در حال ظهور نیاز به توجه بیشتر در ارزیابی عملکرد کسب و کار خود را دارند. علاوه بر این، برای اندازه‌گیری عملکرد به معنا و ارائه اطلاعات مفید، برای مقایسه بین و درون سازمانی نیاز است. این مقایسه می‌تواند در ارزیابی پیشرفت دستیابی به اهداف، ارزیابی روند در عملکرد یا وزن‌دهی به عملکرد یک سازمان در مقابل سازمان‌های دیگر موثر باشد (وای دیا و چیتنس، ۲۰۱۲).

تعاریف مسئولیت‌پذیری اجتماعی

پیچیدگی عوامل و متغیرهای تأثیرگذار بر پدیده‌هایی که به نوعی به اجتماع باز می‌گردند ارائه تعریف واحدی از آنها را غیرممکن ساخته و مسئولیت اجتماعی نیز از این امر مستثنا نیست. در اینجا از چند صاحب‌نظر تعاریفی را ارائه می‌دهیم:

بر اساس نظر تراکر مسئولیت‌پذیری اجتماعی، یک مفهوم در حال تکامل است به عنوان

روشی است که شرکت‌ها دغدغه‌های اجتماعی، محیطی و اقتصادی خود را در ارزش‌ها، فرهنگ-ها، تصمیمات، استراتژی و عملیات؛ به گونه‌ای شفاف برای پاسخگویی یکپارچه کرده است و در نتیجه، رویه‌های بهتر برای شرکت، ایجاد رفاه و بهبود جامعه تدوین کنند (تراکر، ۲۰۰۹). استوارت و سالمون، مسئولیت اجتماعی را چنین تعریف می‌کنند: شیوه‌ای از مدیریت که طبق آن، سازمان‌ها فعالیت‌هایی را که اثر مثبتی بر جامعه و ترفیع کالاهای عمومی داشته باشد انجام می‌دهد. در واقع استوارت و سالمون خواهان حذف آثار منفی سازمان بر جامعه بوده و سعی داشتند تا بتوانند در نگرش و رفتار مصرف‌کنندگان تغییر ایجاد کنند (کاوسی و چاوه باشی، ۱۳۸۹).

انجمن کیفیت آمریکا (ASQ^۱) «مسئولیت اجتماعی» را به عنوان رفتار و مشارکت تجاری مردم و سازمان‌ها از نظر اخلاقی با در نظر گرفتن جامعه، فرهنگ و اقتصاد تعریف نموده و آن را تلاشی می‌داند که افراد، سازمان‌ها و دولت‌ها از طریق آن می‌توانند اثر مثبتی بر توسعه، تجارت و جامعه داشته باشند.

تجارت برای مسئولیت‌پذیری اجتماعی (BSR^۲) مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را روشی برای دستیابی به موفقیت تجاری از طریق ارزش‌های اخلاقی و محترم شمردن مردم، تعهدات و محیط طبیعی تعریف می‌کند.

کمیسیون اروپایی (۲۰۰۲)، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را به عنوان مفهومی که از طریق آن تعامل اجتماعی و اهمیت محیطی در عملیات تجاری و تعاملشان با سهامداران مقایسه می‌شود، تعریف می‌کند (حیدری کرد زنگنه، نوروش و جعفری، ۱۳۹۶).

بانک‌ها و مسئولیت اجتماعی

بانک‌ها نقشی کلیدی در رونق اقتصادی هر کشور ایفا می‌کنند. نقش بانک به عنوان تسهیل‌گر و محرک چرخه‌های اقتصاد و تجارت، به عنوان نهاد مولد ثروت و همچنین به عنوان تامین‌کننده خدمات برای اجتماعات محلی، ملی و بین‌المللی حیاتی و غیر قابل انکار است. با توجه به مسئولیت عظیم بانک‌ها در توسعه اقتصادی اجتماعات، چه در سطح ملی و چه در سطح بین‌المللی، مسئولیت اجتماعی بانک‌ها در مقایسه با سایر بنگاه‌های فعال در عرصه صنعت و اقتصاد پررنگتر است و در عین حال تاثیر مستقیم بر عملکرد مسئولان سایر بنگاه‌ها دارد. اگرچه بانک‌ها و بازارهای مالی در معرض نوسانات بازار هستند و با مشکلاتی از قبیل بدهیهای پرداخت نشده و مسائل مربوط به ساختار ترازنامه مواجهند ولی بانک‌ها موظفند با این مشکلات به صورت

1 - American Society for Quality

2 - Business for Social Responsibility

مسئولانه به مقابله پردازند. به علاوه، بانکها وظیفه دارند در قبال مشکلاتی که برای جامعه و شهروندان اجتماعی خود به وجود می‌آورند، پاسخگو باشند.

چندین مطالعه در کشورهای مختلف نقش مسئولیت‌پذیری اجتماعی را در صنعت بانکی از جمله: سیمپسون و کوهرز (۲۰۰۲)، کورنت و همکاران (۲۰۱۶)، بوتون (۲۰۱۳) و نانیدس (۲۰۱۹)، اسکولتن (۲۰۰۷)، مناسا (۲۰۱۰)، کالادو و اوترو (۲۰۱۱)، ادین و حسن (۲۰۱۲)، ساکسنا و کهلی (۲۰۱۲)، کمال (۲۰۱۳)، آدوال و رحمن (۲۰۱۴)، مالک و نادم (۲۰۱۴)، پائولیم و همکاران (۲۰۱۵) مورد بررسی قرار داده اند که در ادامه به ابعاد مسئولیت‌پذیری پرداخته می‌شود.

ابعاد مسئولیت اجتماعی در بانکها

برای مسئولیت اجتماعی شش بعد جامعه، روابط کارکنان، تنوع قدرت، محصول، حاکمیت شرکتی و انرژی در نظر گرفته شده است که در ادامه توضیح مختصری در باره هر یک از این ابعاد ارائه می‌گردد.

جامعه

توجه به رفاه عمومی جامعه در اصول اخلاقی و اعتقادات و ارزش‌های مذهبی ما نیز وجود داشته و در جای‌جای کتب و نوشته‌های اجتماعی و مذهبی ما به این مهم، تأکید و توجه شده است. خداوند متعال در کتاب آسمانی خود، مسلمانان را نسبت به یکدیگر مسئول دانسته و با صراحت و دقت، مسئولیت آنان را نسبت به یکدیگر تعیین و مشخص نموده است. بدین جهت بسیاری از مردم معتقدند که سازمان‌ها و نهادهای اقتصادی باید در بهبود و گسترش رفاه عمومی جامعه مشارکت داشته باشند؛ مشارکت در مسائلی همچون کمک به مؤسسات و انجمن‌های خیریه و غیر انتفاعی، فقرا و مستضعفان، افراد سالخورده و کودکان بی بضاعت (گریفین، ۱۹۸۷).

مسئولیت اجتماعی یک تعهد مستمر رفتار به سبک اخلاقی در راستای بهبود کیفیت زندگی افراد و در سطح فراتر جامعه می‌باشد (کاستکا و بالزارووا، ۲۰۰۷). مسئولیت اجتماعی مراعات و احترام به حقوق دیگران، رقابت میان فردی، توسعه اخلاقی، داشتن احساس تصمیم‌گیری، خلاقیت و تفکر مستقل است که در مقابل اطاعت و رفتار سلطه‌پذیر است (ونتزل، ۱۹۹۱).

روابط کارکنان

به منظور جلب اعتماد مردم، سازمانها نه تنها محصولات و خدمات با کیفیت ارائه می‌دهند، بلکه افراد مسئول و با اخلاق را نیز توسعه می‌دهند. توانمندسازی در ایجاد فرهنگ سازمانی باز دارای اهمیت است. مدیریت باید به کارمندان خود برای مشارکت در سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری اعتماد داشته باشد. توانمندسازی نه تنها به معنای مشارکت کارکنان در تدوین

سیاست‌های سازمانی بلکه علاوه بر آن تفویض و مشارکت در تصمیم‌گیری است. شیوه مدیریت باز باید به کارکنان آزادی تصمیم‌گیری دهد تا بهره‌وری و کیفیت کار خود را افزایش دهد (یونگ، ۲۰۱۱).

میشالوس (2006) بیان کرده است که تعهد کارکنان بسیار مهم است و تجربه یادگیری و تجربه رضایت شخصی از زندگی می‌تواند به سازمانها و کارمندان اجازه دهد تا برای پیشرفت بهتر شوند. طبق گفته هریسون (۲۰۰۰)، اصلی‌ترین عوامل مؤثر بر عملکرد فرد عبارتند از "دانش، مهارت، انگیزه و محیط."

بخش عمده‌ای از نیروی انسانی هر جامعه‌ای در سازمان‌ها و مؤسسات مختلف مشغول به کار هستند و از آنجا که اکثر مردم، بیشترین وقت خود را در درون سازمان‌ها می‌گذرانند، این انتظار از مدیران وجود دارد که به کارکنان تحت امر خود توجه بیشتری داشته باشند. به عبارت دیگر، مردم از مدیران می‌خواهند که به نیازهای کارکنانشان بیشتر توجه کرده و تلاش کنند نیازهای آنها را برآورده سازند. جامعه از مدیران این توقع را دارد که یار و غمخوار کارکنان خود بوده، به شخصیت آنها به عنوان یک هم‌نوع احترام گذارده و در زمان لازم به عملکرد خوب آنها پاداش دهند. همچنین، امروزه جامعه اعمال تبعیض آمیز مدیران نسبت به کارکنان خود را زشت قلمداد کرده، آنان را از چنین رفتاری برحذر می‌دارند. با وجود این، چون نیروی انسانی جزء مهم‌ترین منابع هر جامعه‌ای است، این توقع را هم از مدیران و سازمان‌ها دارد که از کارکنان خود به بهترین شکل استفاده کرده و بهره‌وری نیروی انسانی خود را بالا ببرند. همچنین، از مدیران انتظار می‌رود که با اختصاص حداکثر زمان ممکن برای هدایت و آموزش پرسنل زبردست خود، آنها را در انجام صحیح وظایفشان راهنمایی کنند و در صورت ارائه روش‌های جدید و طرح‌های نو از سوی آنها، از طرح‌های فوق‌استقبال‌کننده و تلاش به خرج دهند تا حس نوآوری در افراد تقویت شود (هرسی و بلانچارد، ۱۳۷۱).

تنوع قدرت

در جوامع امروزی، توسعه پایدار بر توانمندسازی زنان تکیه دارد. به طوری که اندیشمندان اجتماعی همواره بر رفع موانع جنسیتی به عنوان لزوم تحقق توسعه اقتصادی و اجتماعی تأکید دارند (بیابانی و گرکز، ۱۳۹۳). در راستای ارتقاء مسئولیت‌پذیری اجتماعی و حمایت از حقوق سهامداران اقلیت، حضور زنان در هیات مدیره و نقش سهامداران اقلیت در تصمیم‌گیری شرکت‌ها دارای اهمیت می‌باشد.

محصول

جامعه از سازمان‌ها انتظار دارد که در زمینه‌های مختلف نسبت به مشتریان احساس مسئولیت کنند، از جمله اینکه به موقع و به درستی نیازهای مشتریان را بشناسد و محصول سالم

و خدمات درست به آنها عرضه کنند، آنها را از جنبه های مختلف محصول و نظارت ایمنی نسبت به آنها مطلع کنند و نیز این حق را به مشتریان بدهند که آنچه را که دولت داشته و تمایل دارند، اتباع نمایند. چنانچه مشتری از مصرف کالا یا دریافت خدمتی، زبانی متحمل شد، خسارت وی را تقبل و تلاش کنند که رضایت او را جلب سازند. به علاوه، مردم از سازمان ها می خواهند در ازای ارائه محصول یا خدمت به مشتری، رعایت انصاف را به عمل آورده و نسبت به آن اجحاف نکنند.

حاکمیت شرکتی

تعریف صندوق بین المللی پول (IMF^۱) و سازمان توسعه و همکاری های اقتصاد (OECD^۲) از حاکمیت شرکتی: ساختار روابط و مسئولیت ها در میان یک گروه اصلی شامل سهامداران، اعضاء هیأت مدیره، مدیر عامل و سایر طرف های ذیربط برای ترویج عملکرد بهتر در رقابت به منظور دستیابی به اهداف اولیه مشارکت و تنظیم معیارها و مکانیزم های نظارتی و کنترلی- تعریف فدراسیون بین المللی حسابداران (IFAC^۳) در سال ۲۰۰۴: حاکمیت شرکتی عبارت است از مسئولیت ها و شیوه های اعمال شده توسط هیأت مدیره و مدیران با هدف مشخص کردن مسیر راهبردی است که تضمین کننده دستیابی به اهداف، کنترل مناسب ریسک ها و مصرف منابع بطور مسئولانه باشد. تری گر (۱۹۹۴)، حاکمیت شرکتی تنها مربوط به اداره عملیات شرکت نیست بلکه مربوط به هدایت، نظارت و کنترل اعمال مدیران اجرایی و پاسخگویی آنها به تمام ذینفعان شرکت یا اجتماع می باشد. پارکینسون (۱۹۹۴)، حاکمیت شرکتی عبارت است از فرایند نظارت و کنترل برای تضمین اینکه مدیریت شرکت مطابق با منافع سهامداران عمل می نماید. در تعاریف فوق به موضوع حاکمیت شرکتی از دیدگاه های متفاوتی توجه شده است. در یک طیف تأکید و توجه بر روابط بین سهامداران و مدیریت در قالب مالی می باشد و در طیف دیگر اشاره به پاسخگویی شرکت در برابر ذینفعان از جمله جامعه دارد. اما به نظر می رسد وجه مشترک تمام تعاریف به عمل آمده اشاره به یک نکته یا مفهوم اساسی "پاسخگویی" دارد. پاسخگویی در برابر حقوق سهامداران، پاسخگویی در برابر ذینفعان، پاسخگویی در برابر کل جامعه و نسل های آتی.

1 – International Monetary Fund

2 – Organization for Economic Co-operation and Development

3 – International Federation of Accountants

انرژی

با آغاز انقلاب صنعتی و گسترش روز افزون صنایع مختلف، آلودگی‌های گوناگون زیست محیطی رشد فزاینده یافت؛ به نحوی که امروزه یکی از اساسی‌ترین زمینه‌های مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها، حفظ محیط زیست است. افزایش گازهای سمی در نتیجه فعالیت واحدهای مختلف سازمان‌های تولیدی و ایجاد آلودگی در هوا و آب رودخانه و دریاچه‌ها بر اثر ریختن پساب‌های صنعتی و مواد زائد، صدای شدید برخورد چرخ‌های ماشین‌های صنعتی و ... که همگی حاصل فعالیت مؤسسات تولیدی است، باعث شده‌اند که محیط زیست آلوده‌ای در اطراف خود داشته باشیم. کارخانجات و مؤسسات تولیدی با اشاعه آلودگی‌های مختلف (اعم از آلودگی هوا، آلودگی زمین، آلودگی آب، آلودگی صدا و بخش ضایعات) ادامه حیات را برای نسل انسان با مشکل همراه کرده‌اند.

مزایای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها

پتتلا (۲۰۱۰) مزایای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را به صورت زیر بیان می‌کند:

- ۱- مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها می‌تواند هزینه ثابت را کاهش دهد مثل هزینه مواد، انرژی، اتلاف زمان.
- ۲- مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها می‌تواند بهره‌وری کارکنان را از طریق افزایش انگیزه و علائق آنان نسبت به کار خود؛ افزایش دهند.
- ۳- مسئولیت اجتماعی می‌تواند ریسک مدیریت را کاهش دهد (مثل دسترسی آسان به اعتبارات، افزایش ارزش‌داری‌ها برای سرمایه‌گذاران، حمایت از جانب ذینفعان و غیره).
- ۴- مسئولیت اجتماعی شرکت می‌تواند تصویر رقابتی شرکت را بهبود ببخشد (پتتلا، ۲۰۱۰).

عملکرد مالی

در گذشته سازمان‌ها با استفاده از روش‌های سنتی حسابداری قادر بودند تا ارزش و اندازه عوامل تولید خود را به طور کامل محاسبه کنند، امروزه این روش‌ها دیگر دارای کارایی لازم نیستند (گتچالک، ۲۰۰۵). این مسئله که امور مالی به عنوان نبض هر سازمان باید از سلامت و دقت بالایی برخوردار باشد، در دوره‌های اخیر اهمیت بیشتری یافته است. روش‌ها و فرایندهای ناصحیح مالی و حسابداری و مقررات نسنجیده، مانند قلب نارسای یک بیمار، پیکره سازمان را مریض کرده و ادامه حیات آن را متزلزل می‌سازد. شاخص‌های عملکرد مالی سازمان شامل بازده دارایی، بازده حقوق صاحبان سهام، بازده فروش و نسبت هزینه‌های عملیاتی به درآمدهای عملیاتی هستند. مدیریت مالی نیز از گرایش‌های مدیریت کسب و کار است شاخص‌های

گوناگونی از جمله نرخ بازگشت سرمایه، نرخ فروش، نرخ بازده حسابداری، ارزش فعلی خالص و نسبت‌های گوناگونی از جمله نسبت جاری، نسبت آئی، نسبت گردش کالا، دوره وصول مطالبات، بازده فروش، بازده ارزش ویژه، بازده دارایی و ... را تعریف می‌کند (حیدری کرد زنگنه، نوروش و جعفری، ۱۳۹۶).

در این پژوهش، عملکرد مالی مورد بررسی بازده حسابداری شامل حاشیه EBITDA و نسبت MTB است. حاشیه EBITDA توسط تعدادی از محققان از جمله گرگوری و همکاران (۲۰۱۴) و سعیدی و همکاران (۲۰۱۵) مورد استفاده قرار گرفته است. MTB بیانگر نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری سهام است، که در پژوهش وو و شن (۲۰۱۳) و حاجیها و سرفراز (۱۳۹۳) مورد استفاده قرار گرفته است.

پیشینه پژوهش

پیشینه خارجی

گونن و شوولتز (۲۰۱۹) رابطه بین عملکرد مالی و مسؤلیت‌پذیری اجتماعی در صنعت بانکی را مورد مطالعه قرار دادند. نتایج مطالعه آنها نشان داد که نسبت کفایت سرمایه به طور معنادار و مثبت با شاخص‌های مسؤلیت‌پذیری اجتماعی همراه است. بر همین اساس، موسسات قوی‌تر می‌توانند با مسؤلیت‌پذیری بیشتری عمل کنند و این مسؤلیت‌پذیری اجتماعی سلامت بانک‌ها را نشان می‌دهد.

لی و همکاران (۲۰۱۹) مسؤلیت‌پذیری اجتماعی شرکتی و تأثیر آن بر عملکرد شرکت‌ها در چین برای سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۱۶ را مورد بررسی قرار دادند و نتایج این بررسی نشان می‌دهد که اجرای هر دو پروژه زیست‌محیطی و مسؤلیت‌پذیری اجتماعی تأثیرات مثبتی بر عملکرد مالی شرکت‌ها داشته است. و روندها، زمینه‌ها و تأثیرگذاری پروژه‌ها با توجه به زمان، نوع شرکت و مکان (استان) متفاوت است. علاوه بر این، نتایج حاکی از آن است که شرکت‌هایی که در مناطقی با شرایط اقتصادی پایین‌تر فعالیت می‌کنند (تولید ناخالص داخلی سرانه) انگیزه کمتری برای اجرای پروژه‌های پایداری زیست‌محیطی و مسؤلیت‌پذیری اجتماعی در مقایسه با شرکت‌هایی که در مناطقی با شرایط اقتصادی بالاتر فعالیت می‌کنند، دارند.

گنجی و همکاران (۲۰۱۹) به بررسی تأثیر دانش مسؤلیت‌پذیری اجتماعی شرکت (CSR) بر عملکرد مالی شرکت‌ها؛ در صنعت بانکداری اروپا پرداختند. به این منظور 72 بانک از ۲۰ کشور اروپایی را طی هفت سال (۲۰۰۹-۲۰۱۵) مورد تجزیه و تحلیل قرار دادند. نتایج این بررسی نشان داد که CSR داخلی بانک‌ها بر عملکرد شهروندی تأثیر مثبت می‌گذارد و همچنین عملکرد شهروندی بر عملکرد مالی بانک تأثیر مثبت دارد.

مقبوان و زاهر (۲۰۱۸) به بررسی مسؤلیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی در بانک‌های هند

پرداختند. در این پژوهش داده‌های ۲۸ بانک تجاری هند در بورس اوراق بهادار بمبئی (BSE) به مدت ۱۰ سال (۲۰۱۶-۲۰۰۷) جمع‌آوری و بررسی شده است. نتایج نشان می‌دهد که مسئولیت اجتماعی تاثیر مثبتی بر عملکرد مالی بانک‌های هند دارد.

استفان سانچز و همکاران (۲۰۱۷) شواهد بین‌المللی عملکرد اجتماعی شرکتی و ارتباط آن با عملکرد مالی در صنعت بانکی را بررسی نمودند. نتایج این بررسی نشان داد که بانک‌هایی که حاکمیت شرکتی و روابط کارمند بهتری داشته شرکتی عملکرد مالی بهتری دارند. با این وجود، بحران منفی این اثر را در دومین بار تعدیل کرد، که نشانگر شکست در مکانیزم‌های مدیریت شرکت است. همچنین ابعاد مسئولیت محصول بر عملکرد مالی شرکت تأثیری مثبتی نداشت. این پژوهش نشان داد که در طول بحران روابط بهتر با جامعه می‌تواند توسط سرمایه‌گذاران مثبت ارزیابی شود که به نوبه خود باعث افزایش عملکرد مالی شرکت می‌شود.

آلانی گابادمیوس (۲۰۱۶) در پژوهشی با عنوان مسئولیت اجتماعی شرکتی و عملکرد مالی بانک‌ها در ایالات متحده در نمونه‌ای از ۷۱ بانک ایالات متحده، داده‌های اقتصادی اخلاقی عمومی، اطلاعات مالی و اطلاعات بازار سهام با استفاده از مدل‌های رگرسیون چندگانه مورد تجزیه و تحلیل قرار داد. این بررسی نشان داد که رابطه اداری، تنوع و کارکنان با بازده حسابداری رابطه مثبت دارد در حالیکه عوامل تولیدی و اجتماعی منفی است به سود. هزینه بالاتری از افزایش سرمایه متعاقبا در تعامل با فعالیت‌های اجتماعی درس‌هایی برای مدیران شرکت‌ها است که در رفتار اجتماعی خود با احتیاط رفتار کنند و سرمایه‌گذاران را همراهی کنند.

گیناراکیس و همکاران (۲۰۱۶) به بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی بر عملکرد مالی پرداختند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که دخالت در ابتکارات اجتماعی مسئولانه تاثیر مثبتی بر عملکرد مالی دارد. علاوه بر این، متغیرهای کنترل مانند جبران خسارت به مدیران، دوگانگی مدیر عامل و حضور زنان در هیئت مدیره از لحاظ آماری برای عملکرد مالی تاثیر قابل توجهی دارد.

جو و همکاران (۲۰۱۵) به بررسی مسئولیت محیط زیست و عملکرد شرکت در بخش خدمات مالی پرداختند. آنها استدلال می‌کنند که عملکرد محیطی بانک‌ها باعث افزایش کارایی عملیاتی آنها و در نتیجه عملکرد اقتصادی بهتر می‌شود.

تیوهین (۲۰۱۴) اثر هزینه‌های مرتبط با فعالیت‌های اجتماعی بر عملکرد مالی بانک‌های اسلامی در بنگلادش را مورد بررسی قرار داد. برای این منظور نسبت‌های ROA^1 و ROE^2 را

1- Return on Asset

2- Return On Equity

به عنوان معیارهای عملکرد مالی برای بانک‌های اسلامی در نظر گرفت. نتایج این پژوهش نشان داد که مخارج مرتبط با ایفای مسئولیت‌های اجتماعی بر عملکرد مالی بانک‌های اسلامی بی‌تأثیر می‌باشد.

مالین و همکاران (۲۰۱۴) رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد مالی را در بانک‌های اسلامی مورد بررسی قرار دادند. به این منظور آن‌ها با استفاده از شاخص‌های جامع مسئولیت اجتماعی و با پوشش دهی ده بعدی، سطح افشای شاخص‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را در ۹۰ بانک اسلامی در ۱۳ کشور، مورد تجزیه و تحلیل قرار دادند. نتایج این پژوهش نشان داد که بین افشای مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی رابطه مثبت وجود دارد. علاوه بر آن بین اندازه هیئت نظارت شرعی و شاخص مسئولیت اجتماعی رابطه مثبت و معنی داری برقرار می‌باشد.

وو و شن (۲۰۱۳) استدلال می‌کنند که هرچه بانک‌ها بیشتر با مسئولیت‌پذیری درگیر شوند، عملکرد مالی آنها بهتر خواهد بود زیرا در چندین نسبت کارایی و عملکرد بانک منعکس می‌شود.

زبیر و همکاران (۲۰۱۲) به بررسی روش‌های گزارشگری اجتماعی بانک‌های اسلامی در عربستان پرداختند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که تفاوت معنی داری میان سطح افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی در بانک‌های اسلامی و بانک‌های متعارف وجود ندارد.

آلپرهام (۲۰۱۲) در پژوهش خود نشان داد که شکاف بزرگی میان ادعای نظری بانک‌های اسلامی در مورد فعالیت‌های اجتماعی آنها و یافته‌های تجربی وجود دارد. این بانک‌ها کمتر، فعالیت‌های اجتماعی را در گزارش‌های مالی یا سایت‌ها افشا می‌کنند.

عباسی (۲۰۱۲) به مقایسه شاخص مسئولیت‌پذیری اجتماعی در بانک‌های اسلامی و متعارف پرداخت. یافته‌های او نشان داد که تفاوت اندکی در سطح و اندازه افشا بین این دو گروه از بانک‌ها هست.

نتایج بررسی‌های موسعید و بوتی (۲۰۱۲) نشان می‌دهد که افشای مناسبی از مسئولیت‌پذیری اجتماعی - اسلامی در گزارش‌های سالانه بانک‌های اسلامی انجام نمی‌شود و هیچ‌گونه رابطه معنی داری بین عملکرد مالی و شاخص افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی - اسلامی در این بانک‌ها نیست.

ارشد و همکاران (۲۰۱۲) به بررسی اثر افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی اسلامی بر عملکرد مالی بانک‌های اسلامی پرداختند. در این پژوهش از نسبت‌های ROA و ROE برای متغیر عملکرد مالی استفاده شده است. نتایج این پژوهش نشان داد که افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی اسلامی به طور قابل توجهی، رابطه مثبتی با عملکرد مالی بانک‌های اسلامی دارد.

حسن (۲۰۱۰) به بررسی گزارشگری مسئولیت‌پذیری اجتماعی در بانک‌های اسلامی پرداخت. نتایج این بررسی نشان می‌دهد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای بانک‌های اسلامی اهمیت چندانی ندارد.

چوی و همکاران (۲۰۱۰) یک مرور کلی در مورد مسئولیت‌پذیری اجتماعی ارائه می‌دهند و نتیجه می‌گیرند که بسیاری از ویژگی‌های اصلی عملکرد اجتماعی با نسبت‌های مالی و شاخص‌های عملکرد در صنعت بانکداری به طور مثبت همراه است

حنیفا و حدیب (۲۰۰۷) با طراحی چک لیست هویت اخلاقی به بررسی هویت اخلاقی بانک‌های اسلامی در کشورهای حوزه خلیج فارس پرداختند. چک لیست هویت اخلاقی طراحی شده توسط این محققان حاوی هشت بعد می‌باشد. نتایج این بررسی نشان داد که در بانک‌های اسلامی فاصله زیادی میان سطح واقعی افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و سطح مطلوب آن وجود دارد.

سیسمسون و کوهر (۲۰۰۲) در پژوهشی با عنوان "ارتباط بین عملکرد مالی و عملکرد اجتماعی شرکت" در صنعت بانکداری کشور هلند به بررسی رابطه بین عملکرد مالی و عملکرد اجتماعی بانک‌ها پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داد که بین عملکرد مالی و عملکرد اجتماعی بانک‌ها رابطه مثبت وجود دارد.

پیشینه داخلی

طالب نیا، رجب دری و خانی ذلان (۱۳۹۷) به بررسی عوامل موثر بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها از دیدگاه اسلام پرداختند. یافته‌های این بررسی نشان داده است که در ابتدا نظام اخلاقی اسلامی، در مرحله دوم اصول تجارت اسلامی، سپس سامانه سود و زیان و در انتها مقررات حسابداری و حسابرسی اسلامی دارای بیشترین میزان اهمیت است.

نمازی و مقیمی (۱۳۹۷) به بررسی تأثیر نوآوری و نقش تعدیلی مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی شرکتها در صنایع مختلف پرداختند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که در صنایع دارویی، شیمیایی و پلاستیک نسبت به صنایع دیگر، نوآوری تأثیری بیشتری روی عملکرد مالی شرکت‌ها دارد. همچنین در صنایع کانی‌ها و دارویی، شیمیایی و لاستیک نسبت به صنایع دیگر، مسئولیت‌پذیری اجتماعی تأثیر بیشتری بر عملکرد مالی شرکت‌ها دارد. افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی، موجب بهبود عملکرد مالی شرکت‌ها می‌شود. علاوه بر این هنگامی که مسئولیت اجتماعی به عنوان متغیر تعدیلی در نظر گرفته شود، قدرت مدل در تمامی صنایع افزایش می‌یابد، اما تأثیر آن در صنعت کاشی، سیمان، آهک و گچ و همچنین صنعت کانی‌ها بیشتر از سایر صنایع است.

فخاری و فلاح پور (۱۳۹۶) به بررسی اثر میانجی عملکرد مالی بر رابطه بین مسئولیت

اجتماعی و ارزش افزوده بازار با روش تحلیل ترکیبی داده‌ها پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داد که سود هر سهم و شاخص کیوتوین نقش میانجی کامل را در رابطه مسؤلیت‌پذیری اجتماعی و ارزش افزوده بازار ایفا می‌نماید.

حیدری کرد زنگنه، نوروش و جعفری (۱۳۹۶) به بررسی مسؤلیت اجتماعی و عملکرد مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران با استفاده از بازده داری، بازده حقوق صاحبان سهام و کیوتوین به عنوان شاخص‌های عملکرد مالی شرکت‌ها پرداختند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که شرکت‌هایی که از نظر شاخص‌های شفافیت سازمانی، پایداری اقتصادی-اجتماعی، مسؤلیت بشر دوستانه و حاکمیت شرکتی، مسؤلیت اجتماعی بهتری دارند، عملکرد مالی بهتری دارند. علاوه بر این، این بررسی نشان داد که سودآوری شرکت‌ها از نظر بازده دارایی، منجر به افزایش سطح مسؤلیت اجتماعی آن‌ها می‌شود.

گرمسیری، وکیلی فرد و طالب نیا (۱۳۹۶) در پژوهشی به بررسی اثر کیفیت گزارشگری مسؤلیت اجتماعی شرکت‌ها، ویژگی‌های حاکمیت شرکتی، عملکرد مالی، بر شهرت اجتماعی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که کیفیت گزارشگری مسؤلیت اجتماعی با شهرت اجتماعی شرکت ارتباط مستقیم دارد، و همچنین از میان ویژگی‌های حاکمیت شرکتی عامل دوگانگی پست مدیر عامل با شهرت اجتماعی دارای رابطه‌ای معکوس، میزان مالکیت هیئت مدیره و عضویت صنعتی دارای رابطه مستقیم با شهرت اجتماعی دارند و سه عامل اندازه هیئت مدیره، اندازه شرکت و نسبت اعضای موظف هیئت مدیره فاقد رابطه معناداری با شهرت اجتماعی هستند. علاوه بر این بین عملکرد مالی و شهرت اجتماعی شرکت رابطه معناداری وجود ندارد.

جبارزاده کنگرلوئی، فاتحی و متوسل (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان "ایدئولوژیهای اخلاقی، مسؤلیت‌پذیری اجتماعی و عدم تقارن اطلاعاتی در شرکت‌ها" به این نتیجه رسیدند که بین مسؤلیت‌پذیری اجتماعی و عدم تقارن اطلاعات رابطه وجود ندارد. همچنین مؤلفه‌های ایدئولوژی اخلاقی، نسبی‌گرایی و عدم تقارن اطلاعات رابطه مثبت و معنادار با یکدیگر دارند ولی ایده‌آل‌گرایی رابطه‌ای با عدم تقارن اطلاعات ندارد.

امیرحسینی و قبادی (۱۳۹۵) در شرکت‌های سرمایه‌گذاری به بررسی گزارشگری مسؤلیت اجتماعی، عملکرد مالی و مالکیت نهادی در سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۲ پرداختند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که عملکرد مالی بر رابطه بین مسؤلیت اجتماعی و مالکیت نهادی تأثیر دارد.

احمدی نیاسانی، رستمی، صبوری (۱۳۹۴) در پژوهشی به بررسی رابطه بین شاخص‌های مسؤلیت اجتماعی شرکت‌ها و اجزای عملکرد مالی پرداختند. در این پژوهش اثر سه شاخص تأثیر اجتماعی فعالیت‌ها، تعهدات اجتماعی و منافع اجتماعی بر عملکرد شرکت‌ها مورد بررسی

قرار گرفت. نتایج این پژوهش بیانگر این است که ارتباط میان شاخص‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با اجزای عملکرد مالی شرکت‌ها مثبت و معنی‌دار می‌باشد.

کرمی، قیومی و ابراهیمی کردلر (۱۳۹۳) در پژوهشی به ارزیابی شاخص افشای مسئولیت پذیری اجتماعی و بررسی ارتباط این شاخص با عملکرد مالی بانک‌ها در ایران (تحت رویکرد اسلامی) پرداختند. پژوهشگران به این نتیجه رسیدند که بانک‌ها در ایران به طور مناسبی به ایفای مسئولیت‌های اجتماعی - اسلامی نمی‌پردازند و نیز ایفای این مسئولیت‌ها بر عملکرد مالی آنها تأثیری ندارد.

بادآور نهندی، برادران حسن زاده و جلالی فر (۱۳۹۳) به بررسی ارتباط بین مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داده است که پس از کنترل اندازه شرکت، اهرم مالی و ریسک سیستماتیک، بین مسؤولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد شرکت‌ها ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

حاجیها و سرافراز (۱۳۹۳) رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و هزینه حقوق صاحبان سهام در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران را مورد بررسی قرار دادند. پژوهشگران مسئولیت‌پذیری اجتماعی را به عنوان متغیر مستقل در نظر گرفتند. معیارهای مؤسسه آمریکایی KLD¹ که هر ساله سازمان‌ها را بر اساس معیارهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی رتبه‌بندی می‌کند برای سنجش مسئولیت‌پذیری اجتماعی استفاده نمودند. یافته‌های آن نتایج این پژوهش‌ها نشان داد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی با هزینه حقوق صاحبان سهام، رابطه معکوس و معنی‌داری دارد.

حساس‌یگانه و برزگر (۱۳۹۲) با ارائه مؤلفه‌ها و شاخص‌های بُعد اجتماعی مسئولیت شرکت‌ها به بررسی وضعیت موجود آن در ایران پرداختند. پژوهشگران از طریق پرسشنامه مؤلفه-ها و شاخص‌های افشای بعد اجتماعی مسئولیت شرکت‌ها از روش تحلیل مدل مسیر با رویکرد توسعه پایدار مورد تجزیه و تحلیل قرار دادند. نتایج این پژوهش نشان داد که مؤلفه‌های اخلاق کسب و کار، فساد و رشوه خواری و مشارکت در توسعه جامعه از مهمترین مؤلفه‌های بعد اجتماعی و مؤلفه‌های کار و کارکنان، مشتریان و مصرف‌کنندگان بیشترین افشای اجتماعی را در گزارش‌های شرکت‌ها دارند. سطح افشای بعد اجتماعی در شرکت‌های ایرانی پایین بوده و بیانگر اختلاف زیاد وضعیت موجود با انتظارات جامعه می‌باشد.

عرب صالحی، صادقی و معین‌الدین (۱۳۹۲) در پژوهشی به بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته شده

در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. در این پژوهش مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، از طریق پرسشنامه در زمینه مسئولیت اجتماعی آن‌ها نسبت به مشتریان، کارکنان، محیط زیست و نهادهای موجود در جامعه اندازه‌گیری گردید. نتایج این پژوهش نشان داده است که عملکرد مالی با مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به مشتریان و نهادهای موجود در جامعه ارتباط دارد. ولی عملکرد مالی با مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به کارکنان و محیط زیست رابطه معناداری ندارد.

بهار مقدم، صادقی و صفرزاده (۱۳۹۲) رابطه مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در بورس اوراق بهادار تهران را مورد بررسی قرار دادند. نتایج این پژوهش در یازده زمانی ۱۳۸۹-۱۳۸۵ بیان داشت که، متغیرهای حاکمیت شرکتی به استثناء مسئولیت دوگانه مدیرعامل در هیأت مدیره با افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها رابطه مثبت و معناداری داشته و سطح افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در شرکت‌های مورد بررسی پایین می‌باشد.

صنوبر، خلیلی و ثقفیان (۱۳۸۹) به بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی با عملکرد مالی شرکت‌ها در شرکت‌های سهامی عام تولیدکننده مواد و محصولات دارویی در استان‌های آذربایجان شرقی و تهران پرداختند. پژوهشگران متغیرهای اندازه و ریسک سازمان را به عنوان متغیرهای تعدیل‌کننده استفاده نمودند و از ضریب همبستگی اسپیرمن و رگرسیون چندگانه برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، استفاده نمودند. نتایج این پژوهش بیان می‌دارد که رابطه‌ای میان مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی شرکت‌ها، وجود نداشته و همچنین، بین اندازه و ریسک سازمان با عملکرد مالی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

فرضیه‌های تحقیق

در این پژوهش عملکرد حسابداری بانک‌ها شامل حاشیه سود قبل از کسر بهره و مالیات و استهلاک (EBITDA) و نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری (MTB) می‌باشد. از این رو دو فرضیه به شرح زیر تدوین شده است:

فرضیه ۱: مولفه‌های نظام مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی، بعد از کنترل اثر همسانی شرکتی و ترجیحات مدیریتی، قادر به پیش‌بینی حاشیه سود قبل از کسر بهره و مالیات و استهلاک بانک‌ها و موسسات اعتباری غیر بانکی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد.

فرضیه ۲: مولفه‌های نظام مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی، بعد از کنترل اثر همسانی شرکتی و ترجیحات مدیریتی، قادر به پیش‌بینی نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری سهام بانک‌ها و موسسات اعتباری غیر بانکی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد.

اهداف اساسی از انجام این تحقیق

هدف اصلی پژوهش این است که اجزای مسئولیت‌پذیری اجتماعی به چه میزان می‌تواند عملکرد مالی بانک‌ها و هزینه‌های سرمایه بانک‌ها را پیش‌بینی نماید. اگر چه، صنعت بانکداری برای مدتی طولانی، به عنوان بخشی با تاثیرات منفی زیست محیطی و اجتماعی قابل چشم‌پوشی در نظر گرفته می‌شد، اما موسسات مالی در سال‌های اخیر به وسعت دامنه فعالیت‌های اجتماعی و زیست محیطی قابل اجرا در موسسات خود پی برده‌اند. موسسات مالی علاوه بر نقشی که از طریق مدیریت و ارزیابی تاثیر عملکرد خود بر جامعه دارند، نقشی حیاتی و مهم در تشویق و انگیزش مشتریان خود به اقدام مسئولانه و کاهش اثرات سوء اجتماعی و زیست محیطی فعالیت‌های خود دارند. از آنجا که موسسات مالی نظارت و کنترل جریان سرمایه، وام دهی، تامین مالی پروژه‌ها و سیاست‌ها و اقدامات بیمه‌ای را بر عهده دارند، قادرند در نحوه عملکرد کسب و کارهای تحت حمایت خود اعمال نفوذ نمایند. مسائل و معضلات اجتماعی و زیست محیطی می‌توانند ریسک‌های سرمایه‌گذاری و اعتباری چشمگیری به همراه داشته باشند.

روش شناسی پژوهش

این پژوهش از لحاظ هدف از دسته پژوهش‌های کاربردی به شمار می‌رود و از نظر روش، پژوهشی توصیفی مبتنی بر تحلیل رگرسیونی است که در آن از روش تحلیل داده‌های ترکیبی و ادغام استفاده شده است. داده‌های مورد نیاز از نرم افزار ره آورد نوین، لوح فشرده شرکت تدبیر پرداز و گزارشات انتشار یافته سازمان بورس و اوراق بهادار تهران استخراج گردیده است. تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش با استفاده از نرم افزار Eviews انجام شده است.

جامعه آماری این پژوهش، بانک‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۷ هستند. انتخاب نمونه جامعه آماری، بر اساس معیارها و شرایط زیر انجام گرفته است:

تا قبل از پایان سال ۱۳۹۰ در بورس اوراق بهادار پذیرفته شده باشند.
به منظور افزایش قابلیت مقایسه دوره مالی آن‌ها منتهی به ۲۹ اسفند ماه باشد.
طی سال‌های مالی مذکور تغییر سال مالی و توقف فعالیت (بیش از ۶ماه) نداشته باشند.
اطاعات مدیریتی مورد نیاز (گزارش‌های هیات مدیره) در دسترس باشد.
بانک‌هایی که معیارهای فوق را نداشتند از نمونه آماری حذف شدند. با در نظر گرفتن محدودیت‌های بالا تعداد ۱۰ بانک به عنوان نمونه‌های آماری پژوهش انتخاب شدند. برای آزمون فرضیه این پژوهش از مدل رگرسیونی به شرح زیر استفاده شده است:

$$FPit = \beta_0 + \beta_1 CSR_{jit-1} + \beta_2 \log TotAsset_{it} + \beta_3 NPLR_{it} + \beta_4 LLPR_{it} + \beta_5 AssetGrowth_{it} + \beta_6 \log FP_{it-1} + \beta_7 CapexR_{it} + \epsilon_{it}$$

که در آن $FPit =$ عملکرد مالی بانک‌ها، به صورت حاشیه EBITDA و نسبت MTB به طور جداگانه

$CSR =$ میانگین امتیاز شاخص مسئولیت‌پذیری اجتماعی

$TotAssett =$ مجموع دارایی‌های هر بانک

$NPLRit =$ مجموع مطالبات غیر جاری (معوق، سررسید گذشته، مشکوک

الوصول) / مجموع مطالبات جاری و غیر جاری

$LLPRit =$ مجموع ذخائر عام و خاص برای مطالبات غیر جاری / مجموع مطالبات جاری

و غیر جاری

$AssetGrowth =$ نسبت کل دارایی در دوره جاری به کل دارایی‌ها در دوره قبل

$FPit-1 =$ عملکرد سال گذشته (ROA)

$CapexRt =$ نسبت هزینه‌های سرمایه‌ای به کل دارایی برای اندازه‌گیری اولویت مدیریت

i و t به ترتیب نماد بانک و سال هستند

شکل شماره ۱ مدل مفهومی این پژوهش را نشان می‌دهد. این مدل براساس مبانی

نظری و پیشینه پژوهش ارائه شده و روابط بین متغیرهای مستقل، وابسته و کنترلی را نشان

می‌دهد.



شکل شماره ۱ مدل مفهومی پژوهش

متغیر مستقل

شاخص مسئولیت‌پذیری اجتماعی بانکها (CSR) به عنوان متغیر مستقل پژوهش استفاده شده است. برای سنجش افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی بانک‌ها و شناسایی ابعاد، شاخص‌ها و مولفه‌های آن اگرچه هنوز هیچگونه اجماعی میان پژوهشگران و سازمان‌ها وجود ندارد، با این حال معیارها و استانداردهای بین‌المللی زیادی را پژوهشگران در کشورهای مختلف برای بررسی نقش مسئولیت‌پذیری اجتماعی در بانک‌ها از جمله سیمپسون و کوهرز (۲۰۰۲)، کورنت و همکاران (۲۰۱۶)، بوتون (۲۰۱۳)، نایدس (۲۰۱۹)، اسکولتن (۲۰۰۷)، مناسا (۲۰۱۰)، کالادو و

اوترو (۲۰۱۱)، ادین و حسن (۲۰۱۲)، ساکسنا و کهلی (۲۰۱۲)، کمال (۲۰۱۳)، آدوال و رحمن (۲۰۱۴)، مالک و نادم (۲۰۱۴)، پائولیم و همکاران (۲۰۱۵) و سازمان تدوین استاندارد و شاخص KLD تهیه و مورد استفاده قرار داده اند. بر این اساس به منظور تهیه و تدوین چک لیست افشای مسئولیت پذیری اجتماعی بانک‌ها ابتدا با استفاده از مبانی نظری، پیشینه پژوهش، استانداردها و معیارهای بین‌المللی مرتبط در حوزه مسئولیت‌پذیری اجتماعی بررسی شد و با توجه به فراوانی ابعاد، شاخص‌ها و مولفه‌های استفاده شده در پژوهش‌های قبلی و همچنین با ترکیب استانداردها و رهنمودهای بین‌المللی و در نظر گرفتن شرایط محیطی ایران، چک لیست نهایی مسئولیت‌پذیری اجتماعی بانک‌ها به شرح جدول شماره ۱ استخراج گردید.

جدول شماره ۱ ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی

ایجاد زیرساخت برای عموم مردم در جامعه و منطقه بومی / محلی از جمله احداث پل، جاده و ...	جامعه	ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی
استخدام / جذب کارآموز پاره وقت دانشجو / دانش آموز و ارتباط با دانشگاهها و مراکز پژوهشی		
حامی یا اسپانسر برای پروژه‌های مربوط به سلامت و بهداشت جامعه و کمک و حمایت از تحقیقات پزشکی		
حامی یا اسپانسر همایش‌های آموزشی، سمینارها و نمایشگاه‌های هنری		
منابع مصرفی / کمک‌های مالی به صورت نقدی، محصولات، خدمات برای حمایت از فعالیت‌های اجتماعی، آموزشی، پرورشی و هنری		
کمک‌های مالی برای قربانیان بلایای طبیعی شامل سیل، زلزله و ...		
پرداخت تسهیلات قرض الحسنه مانند وام ازدواج		
حمایت از توسعه صنایع کوچک و کارآفرین بویژه افراد بومی / محلی		
پرداخت تسهیلات جهت حمایت از تولید و اشتغال		
بینش، نگرش، استراتژی و مسئولیت‌های هیئت مدیره و مدیران ارشد نسبت به CSR		
جوایز / گواهینامه‌های دریافتی مربوط به فعالیتهای اجتماعی، فرهنگی، زیست محیطی، آموزشی، ورزشی	روابط کارکنان	
عضویت در انجمن‌ها، نهادها و جوامع ملی / منطقه ای / بین‌المللی فعال در حوزه CSR		
کل کارکنان بر حسب نوع استخدام، گروه سنی، منطقه جغرافیایی، جنسیت و ...		
فرایندها و سیاستهای ارتباط با کارکنان شرکت و نظر سنجی از کارکنان و بررسی نتایج آن در محیط شرکت		
تشریح فعالیت‌ها و ساعات آموزش و تعداد و درصد کارکنان/کارگران آموزش		

دیده بر حسب طبقات و گروه‌ها.		
توصیف / تشریح معیارها و فعالیتهای بهداشتی و ایمنی و سلامت شغلی کارکنان و رعایت قوانین بهداشت و استانداردهای ایمنی و سلامت کار		
دریافت گواهینامه یا جوایز مربوط به امنیت شغلی، ایمنی، بهداشت و سلامت کارکنان		
راه اندازی و یا مشارکت در ایجاد مرکز آموزش نیروی کار یا واحد مستقل آموزش در شرکت		
فعالیت‌های رفاهی کارکنان (طرح خانه کارگری، صندوق رفاه کارکنان و بیمه عمر و ...)		
افشای سیاست‌ها و رویه‌های جذب و استخدام، حقوق و دستمزد، پاداش کارگران و ...		
عضویت زنان در هیات مدیره	تنوع قدرت	
نقش سهامداران اقلیت در تصمیم‌گیری		
جوایز یا گواهینامه‌های کیفیت / رعایت حقوق مصرف‌کنندگان و ...		
افشای مشخصات محصول مطابق با استانداردهای ایمنی و وجود دستورالعمل‌های استفاده از محصولات و خدمات شرکت	محصول	
سیستم‌های مدیریت رضایت مشتریان و اقدامات مربوط به رضایت مندی مشتری		
افشای اطلاعات در خصوص توسعه محصولات شرکت و پروژه‌های تحقیقاتی برای بهبود محصولات شرکت شامل نوآوری، مخارج D&R و ...		
کد/ نظام نامه / منشور اخلاقی / اجتماعی شرکت		
قوانین، آیین‌نامه‌ها و اصول داوطلبانه مرتبط با ارتباطات، روابط صنعتی، بازاریابی، تبلیغات و ...		
تشریح اقدامات انجام شده برای جلوگیری و مقابله با فساد، رشوه‌خواری، پول‌شوئی		
تعهد مدیریت به رویه‌های گزارشگری	حاکمیت شرکتی	
افشای اطلاعات مربوط به تغییرات حاکمیتی با مدیران ارشد و اجرایی		
اعلان دارای‌های در دسترس اکتسابی شرکت		
اعلان گزارش‌های عمده موثر بر حقوق سهامداران و بازده سهام شرکت		
افشای اطلاعاتی برای شفاف‌سازی در مورد مواد اولیه که منجر به تأثیر بر روی قیمت سهام شرکت می‌شود.		
افشای درآمد عملیاتی ماهانه شرکت و شرکت‌های تابعه		

افشای ماهیانه اطلاعات مربوط به وام دهی و ضمانت نامه های شرکت		
افشای اطلاعات مربوط به تعداد کارکنان شرکت		
افشای سطح تخصص مدیران و حسابداران شرکت و ارزیابی کیفی آنها		
ارائه گزارش های مربوط به مواد اولیه و کالا		
انتشار بیانیه های تأکیدی پیش بینی شاخص های مالی شرکت		
اقدامات و ابتکارات برای ارائه محصولات و خدماتی مبتنی بر مواد قابل بازیافت و کاهش مصرف انرژی	انرژی	
میزان انرژی ذخیره شده یا صرفه جوئی شده به دلیل بهبود فرآیندها و عملیات شرکت		

سپس برای محاسبه و سنجش میانگین مسئولیت پذیری اجتماعی از روش تحلیل محتوا مطابق رابطه شماره ۱ استفاده شده است
رابطه شماره ۱:

$$CSR = \frac{\text{تعداد مولفه های افشا شده}}{\text{تعداد کل مولفه های قابل افشا}}$$

در رویکرد تحلیل محتوا استنباط نتایج بر اساس افشا شدن و یا نشدن مولفه هایی که تعریف شده است، می پردازد. در این رویکرد اگر یک مولفه از مولفه های مسئولیت پذیری اجتماعی بانک ها افشا شده باشد، امتیاز یک و اگر افشا نشده باشد امتیاز صفر داده می شود. در پژوهش حاضر در صورتیکه هر یک از شاخص ها و مولفه های مطرح شده در جدول شماره ۱ در گزارش های هیات مدیره بانک ها افشا شده باشد به آن مولفه عدد یک و در صورتیکه افشا نشده باشد عدد صفر تعلق می گیرد. سپس برای هر بانک میانگین مولفه های افشا شده به کل مولفه های قابل افشا، بیان کنند درصد افشای مسئولیت پذیری اجتماعی بانک ها است.

متغیر های کنترلی

با توجه به پیشینه و میانی نظری پژوهش متغیرهای اندازه شرکت، ریسک بانکی (اعتباری)، رشد، عملکرد مالی سال قبل و اولویت مدیریت به عنوان متغیرهای کنترلی این پژوهش به شرح زیر در نظر گرفته شده اند.

اندازه بانک عبارت است از مجموع دارایی های هر بانک
ریسک بانکی و اعتباری شامل مجموع مطالبات غیر جاری (معوق، سررسید گذشته، مشکوک الوصول) / مجموع مطالبات جاری و غیر جاری و همچنین مجموع ذخائر عام و خاص برای مطالبات غیر جاری / مجموع مطالبات جاری و غیر جاری
رشد عبارتست از نسبت کل دارایی در دوره جاری به کل دارایی ها در دوره قبل

عملکرد مالی سال قبل عبارتست از عملکرد سال گذشته (ROA) اولویت مدیریت عبارت است از نسبت هزینه‌های سرمایه‌ای به کل دارایی

متغیرهای وابسته

استفاده کنندگان گزارش‌های مالی با استفاده از معیارهای مختلف عملکرد بانک‌ها را ارزیابی می‌کنند. در این پژوهش از دو متغیر سود قبل از بهره و مالیات و استهلاک (EBITDA) و نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری سهام (MTB) برای اندازه‌گیری عملکرد مالی بانک‌ها استفاده شده است.

تحلیل داده‌ها

به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، ابتدا آماره‌های توصیفی متغیرهای پژوهش شامل شاخص‌های مرکزی و پراکندگی و سپس آماره استنباطی ارائه شده است. در این پژوهش اطلاعات مربوط به میانگین و میانه از گروه شاخص‌های مرکزی، کمینه، بیشینه و انحراف معیار از گروه شاخص‌های پراکندگی ارائه شده است. که در جدول شماره ۲ ارائه شده است.

جدول شماره ۲ داده‌های مربوط به آمار توصیفی

متغیر	مشاهدات	میانگین	میانه	حداقل	حداکثر	انحراف معیار
CSR	80	0.4161	0.4048	0.3810	0.6905	0.0634
MTB	80	1.2536	1.1141	-14.981	9.9660	2.5690
LogTotAsset	80	33.4919	33.6125	30.5996	35.7641	1.1691
ROAt	80	0.0107	0.0087	-0.0458	0.0507	0.0163
ROAt-1	80	0.0129	0.0109	-0.0458	0.0507	0.0157
TotAsset	80	33.4919	33.6125	30.5996	35.7641	1.1691
NPLR	80	0.0775	0.1634	-6.8565	0.4200	0.7903
LLPR	80	0.0568	0.0489	0.0208	0.3541	0.0392
AssetGrowth	80	0.2338	0.2018	-0.0258	0.5689	0.1406
CapexR	80	0.0072	0.0028	-0.0017	0.0788	0.0127
EBITDAMGN	80	0.1229	0.1197	-0.3404	0.3701	0.1266
EBITDA_t-1	70	0.1106	0.1023	-0.3404	0.3701	0.1263
MTB_t-1	70	1.1381	1.0767	-14.981	9.9660	2.5452

اصلی‌ترین شاخص مرکزی میانگین است که نشان‌دهنده نقطه تعادل و مرکز ثقل توزیع

است و شاخص خوبی برای نشان دادن مرکزیت داده‌ها است. برای مثال مقدار میانگین برای متغیر مستقل مسئولیت‌پذیری اجتماعی (CSR) ۰/۴۱۶ می‌باشد که نشان می‌دهد بیشتر داده‌ها حول این نقطه تمرکز یافته‌اند. به طور کلی پارامترهای پراکندگی معیاری برای تعیین میزان پراکندگی داده‌ها از یکدیگر یا میزان پراکندگی آنها نسبت به میانگین می‌باشد به عنوان مثال انحراف معیار متغیر مستقل مسئولیت‌پذیری اجتماعی (CSR) ۰/۰۶۳ و حداقل این شاخص ۰/۳۸۱ و حداکثر آن ۰/۶۹۰ ریال می‌باشد.

اختلاف بین حداقل و حداکثر داده‌ها، بیانگر دامنه مناسب برای استفاده از متغیرهاست.

۴-۳- آزمون فرضیه پژوهش

برای آزمون فرضیه‌های این پژوهش از دو مدل رگرسیونی فرعی استفاده شد که نتایج آنها در ادامه ارائه شده است.

در هر یک از مدل‌ها متغیر مستقل مورد بررسی ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌باشد. در مورد مدل‌های رگرسیون پژوهش، ابتدا الگوی مناسب برازش مدل‌ها با استفاده از آزمون‌های F لیمر، هاسمن و بررسی اثرات ادغام شده، تشخیص داده شده و سپس مدل‌ها برازش داده شده‌اند. پس از تشخیص مدل مناسب جهت برازش فرضیه زیربنایی شامل بررسی همسانی واریانس‌ها، خودهمبستگی سریالی و مانایی باقیمانده‌های مدل، بررسی شده و در صورت عدم برقراری این فرضیات از مدل رگرسیون تعمیم یافته جهت برازش نهایی مدل استفاده شده است. برای بررسی نتایج برازش مدل‌های رگرسیون پژوهش مواردی مانند معنی‌داری کلی مدل، معنی‌داری ضرایب متغیرهای مدل و ضریب تعیین مدل گزارش و مورد بررسی قرار گرفته است.

۴-۳-۱- آزمون فرضیه اول پژوهش

با استفاده از مدل رگرسیونی زیر، تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی بانک‌ها (EBITDA) در فرضیه اول پژوهش مورد بررسی قرار گرفته است:

$$FPit = \beta_0 + \beta_1 CSR_{jit-1} + \beta_2 \text{LogTotAsset}_{it} + \beta_3 NPLR_{it} + \beta_4 LLPR_{it} + \beta_5 \text{AssetGrowth}_{it} + \beta_6 \text{LogFPit}_{-1} + \beta_7 \text{CapexRit} + \varepsilon_{it}$$

در ابتدا و پیش از بررسی مدل‌های مورد نظر، مقادیر شاخص VIF برای بررسی همخطی میان متغیرها در مدل‌های مورد نظر در جدول شماره ۳ ارائه شده است. این شاخص بیان می‌کند که چه میزان از تغییرات مربوط به ضرایب برآورد شده بابت همخطی افزایش یافته است. در صورت عدم وجود همخطی انتظار می‌رود این شاخص کمتر از مقدار ۱۰ باشد.

جدول شماره ۳ آزمون VIF برای فرضیه اول

نام متغیر	CapexR	EBITDA_t-1	Asset Growth	LLPR	NPLR	LogTotAsset	CSR
VIF شاخص	1.2338	1.1039	1.2462	7.6884	7.9699	2.1920	1.1366

نتایج جدول شماره ۳ نشان می‌دهد که مشکل همخطی در بین متغیرهای فرضیه اول پژوهش وجود ندارد. برای اینکه بتوان مشخص نمود که آیا استفاده از روش داده‌های پانل در برآورد مورد نظر کارآمد است یا خیر از آزمون چاو استفاده می‌گردد.

همانگونه که نتایج آزمون چاو در جدول شماره ۴ نشان می‌دهد، مقدار سطح معنی داری برای مدل رگرسیونی کمتر از سطح خطای آزمون یعنی ۰,۰۵ است. بنابراین در این مدل فرضیه H_0 در سطح اطمینان ۹۵٪ رد شده و بیانگر این است که می‌توان از روش داده‌های پانل برای برازش استفاده نمود. در مرحله بعد آزمون هاسمن با هدف تعیین مدل مناسب میان مدل‌های پانلی با اثرات ثابت و پانلی با اثرات تصادفی، انجام شده است. همان‌طور که در جدول شماره ۴ مشاهده می‌شود سطح معنی داری آماره‌های هاسمن نشان می‌دهد که الگوی اثرات ثابت بر الگوی اثرات تصادفی برتری دارد. در نتیجه با توجه به نتایج حاصل از آزمون‌های ترکیب‌پذیری چاو و اثرپذیری هاسمن، مدل پانلی با اثرات ثابت جهت برازش مدل رگرسیون در این مرحله انتخاب شد.

جدول شماره ۴ آزمون انتخاب الگوی رگرسیون مدل فرضیه اول پژوهش

آزمون	آماره	مقدار	درجه آزادی	احتمال	نتیجه
ترکیب‌پذیری چاو	اف لیمر	۷,۴۴۷	(۹و۵۳)	< ۰,۰۰۱	مدل پانلی
اثرپذیری هاسمن	کای دو	۱۶,۹۹	۷	۰,۰۱۷	اثرات ثابت

جهت پرهیز از نادیده گرفتن نقض فرض همسانی واریانس و رخداد نتایج کاذب در روند تخمین، آزمون تشخیص وجود یا عدم وجود ناهمسانی واریانس از آماره F روش پاگان استفاده شده است که نتایج حاصل در جدول شماره ۵ نشان می‌دهد که سطح معنی داری حاصل بیش از سطح خطای ۰,۰۵ است بنابراین فرضیه H_0 صفر آزمون یعنی برقراری همسانی واریانس‌ها

تایید شده است. برای آزمون وجود یا عدم وجود خود همبستگی سریالی از آزمون بروش گادفری-ولدریج استفاده شده است. نتایج حاصل در جدول شماره ۵ نشان می‌دهد که سطح معنی داری حاصل بیش از سطح خطای ۰,۰۵ است بنابراین خودهمبستگی میان متغیرهای مدل وجود ندارد. در مورد مانایی باقیمانده‌های مدل ملاحظه می‌شود که با توجه به نتیجه آزمون دیکی فولر در سطح معنی داری ۰/۰۵ عدم برقراری مانایی تایید نمی‌شود. بنابراین، مدل رگرسیون پانلی با اثرات ادغام شده را برازش داده و نتایج حاصل را مورد بررسی قرار می‌دهیم.

جدول شماره ۵ بررسی فرضیات زیربنایی مدل رگرسیون پژوهش

آزمون	آماره	مقدار	درجه آزادی	احتمال	نتیجه
همسانی واریانس‌ها	بروش پاکان	۱۲,۰۹	۷	۰,۰۹۷	برقراری همسانی واریانس‌ها
خودهمبستگی سریالی	بروش گادفری-ولدریج	۱۳,۲۲	۷	۰,۰۶۷	عدم وجود خودهمبستگی
آزمون مانایی	دیکی فولر	-۵,۶۴	۴	۰,۰۱	برقراری مانایی

جدول شماره ۶ آزمون مدل فرضیه اول پژوهش

مدل رگرسیون پانل اثرات ادغام شده

متغیر وابسته: EBITDA_{i,t}

متغیرهای توضیحی	ضرایب	خطای استاندارد	آماره T	احتمال آماره
CSR	0.516	0.193	2.670	0.010
LogTotAsset	-0.183	0.041	-4.523	0.000
NPLR	-0.137	0.045	-3.063	0.003
LLPR	-3.655	0.969	-3.771	0.000
AssetGrowth	0.118	0.082	1.443	0.155
EBITDA _{t-1}	-0.043	0.111	-0.389	0.699
CapexR	0.901	0.890	1.013	0.316
ضریب تعیین	۰,۶۲۳	آماره آزمون		۱۲,۵۳
ضریب تعیین تعدیل شده	۰,۵۰۹	احتمال آماره آزمون		<۰,۰۰۱

نتایج جدول شماره ۶ نشان می‌دهد که سطح معنی‌داری متغیر مستقل سطح افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی کمتر از ۰,۰۵ می‌باشد که مبین این موضوع است که میان مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد ملی بانک‌ها (EBITDA) رابطه معنی‌داری وجود دارد. با توجه به ضریب متغیر سطح افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی (۰/۵۱۶)، معنی‌دار و مثبت است. از این رو می‌توان بیان داشت که با افزایش سطح افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی، عملکرد مالی

بانک‌ها (EBITDA) افزایش می‌یابد و این موید تایید فرضیه اول پژوهش با استفاده از معیار EBITDA می‌باشد. علاوه بر این ضریب متغیرهای کنترلی اندازه بانک (-۰/۱۸۳) و ریسک بانکی و اعتباری (به ترتیب ۰/۱۳۷- و ۳/۶۵۵-) نیز معنی‌دار هستند، به عبارتی بانک‌ها با اندازه کوچکتر و ریسک بانکی و اعتباری کمتر از عملکرد بهتری بر اساس معیار EBITDA برخوردار هستند.

همچنین همان‌طور که نتایج جدول شماره ۶ نشان می‌دهد، مقدار ضریب تعیین ۰/۶۲۳ و ضریب تعیین تعدیل شده ۰/۵۰۹ می‌باشد که بیانگر این است که قدرت توضیح دهنده و برازش مدل در سطح خوبی قرار دارد و حدود ۵۱ درصد از تغییرات عملکرد مالی بانک‌ها (EBITDA) ناشی از تغییر متغیر مستقل سطح افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی بانک‌ها می‌باشد.

۴-۳-۱- آزمون فرضیه دوم پژوهش

در این بخش نیز پیش از بررسی مدل آماری مورد نظر، مقادیر شاخص VIF برای بررسی همخطی میان متغیرها در مدل‌های مورد نظر ارائه شده است. در صورت عدم وجود همخطی انتظار می‌رود این شاخص کمتر از مقدار ۱۰ باشد.

جدول شماره ۷ آزمون VIF برای فرضیه دوم

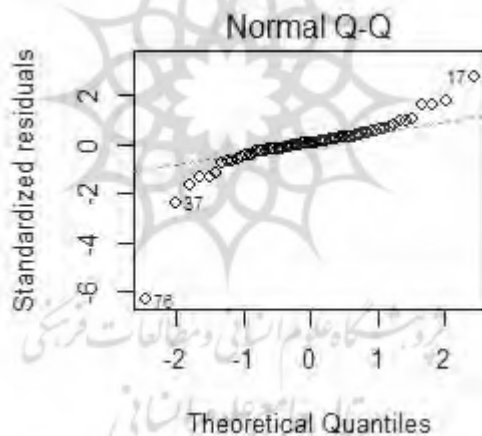
نام متغیر	CSR	LogTotAsset	NPLR	LLPR	AssetGrowth	MTB_t-1	CapexR
شاخص VIF	1.1531	2.3616	8.2694	7.9081	1.2375	1.1560	1.2777

نتایج جدول شماره ۷ نشان می‌دهد که در بین متغیرهای پژوهش همخطی وجود ندارد و جهت مشخص نمودن کارآمدی روش داده‌های پانل از آزمون چاو استفاده می‌گردد. همان‌طور که نتایج آزمون چاو در جدول شماره ۸ نشان می‌دهد، مقدار سطح معنی‌داری برای مدل رگرسیونی بیش از سطح خطای آزمون یعنی ۰,۰۵ می‌باشد. بنابراین در این مدل، فرضیه H0 در سطح اطمینان ۹۵٪ تایید شده و بنابراین بایستی در این مدل از مدل رگرسیون ساده OLS نمود.

جدول شماره ۸ آزمون انتخاب الگوی رگرسیون مدل فرضیه دوم پژوهش

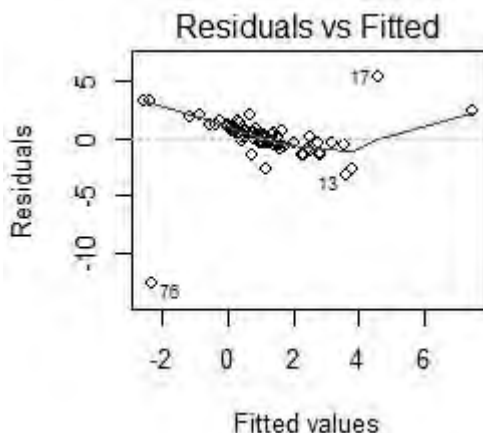
آزمون	آماره	مقدار	درجه آزادی	احتمال	نتیجه
ترکیب‌پذیری چاو	اف لیمر	۱,۸۴۷	(۹۰۵۳)	۰,۰۸۱	مدل رگرسیون ساده OLS

برای بررسی همسانی واریانس‌ها از آزمون بروش پاگان استفاده شده است. آزمون بروش - پاگان^۱ به منظور آزمودن واریانس ناهمسانی در مدل‌های رگرسیون خطی استفاده می‌شود و وابستگی واریانس جملات پسماند بدست آمده از رگرسیون خطی را به مقادیر متغیرهای توضیح دهنده مدل، بررسی می‌کند. نتایج جدول شماره ۹ نشان می‌دهد که سطح معنی داری حاصل بیش از سطح خطای ۰,۰۵ بوده و همسانی واریانس‌ها را بیان می‌کند. همچنین برای بررسی خودهمبستگی سریالی از آزمون دوربین واتسون استفاده شده است. در جدول شماره ۹ مشاهده می‌شود که سطح معنی داری حاصل بیش از سطح خطای ۰,۰۵ بوده و بنابراین عدم وجود خودهمبستگی سریالی تایید می‌شود. جهت بررسی نرمال بودن خطاهای مدل از آزمون کلموگروف اسمیرنف استفاده گردید که نتایج جدول شماره ۹ نشان می‌دهد که سطح معنی داری حاصل بیش از سطح خطای ۰,۰۵ بوده و خطاهای حاصل از مدل نرمال می‌باشد.



شکل شماره ۲ نمودار چندک چندک احتمال نرمال

1 - Breusch-Pagan test



شکل شماره ۳ نمودار خطاها در مقابل مقادیر پیش بینی شده برای بررسی نرمال بودن توزیع خطاها از نمودار چندک چندک احتمال نرمال (شکل شماره ۲) استفاده شده است که نشان دهنده نرمال بودن توزیع خطاها می‌باشد. همچنین برای بررسی ثبات واریانس خطاها از نمودار خطاها در مقابل مقادیر پیش بینی شده استفاده شده است (شکل شماره ۳) که نمودارهای فوق نشان می‌دهد ثبات واریانس خطاها برقرار است. که این نمودارها موید نتایج جدول شماره ۹ می‌باشد.

جدول شماره ۹ بررسی فرضیات زیربنایی مدل رگرسیون پژوهش

نتیجه	احتمال	درجه آزادی	مقدار	آماره	آزمون
برقراری همسانی واریانس ها	۰,۲۶۱	۷	۸,۸۷	بروش پاکان	همسانی واریانس ها
عدم وجود خودهمبستگی	۰,۵۰۴	-	۲,۰۳۵	دوربین واتسون	خودهمبستگی سریالی
برقراری نرمال بودن	۰,۶۹۷	-	۰,۰۸۲	کلموگروف اسمیرنوف	نرمال بودن خطاها

جدول شماره ۱۰ آزمون مدل فرضیه دوم پژوهش

مدل رگرسیون ساده OLS

متغیر وابسته: $MTBi,t$

احتمال آماره	آماره T	خطای استاندارد	ضرایب	متغیرهای توضیحی
<۰,۰۰۱	4.227	11.000	46.499	(Intercept)
0.036	-2.143	4.188	-8.975	CSR
<۰,۰۰۱	-3.757	0.351	-1.317	LogTotAsset
0.047	2.022	0.883	1.787	NPLR

0.041	2.088	17.639	36.835	LLPR
0.948	-0.066	1.987	-0.131	AssetGrowth
0.366	0.910	0.110	0.100	MTB_t-1
0.029	2.238	22.002	49.239	CapexR
۴,۹۱	آماره آزمون		۳۵۶.۰	ضریب تعیین
<۰,۰۰۱	احتمال آماره آزمون		۰,۲۸۴	ضریب تعیین تعدیل شده

نتایج جدول شماره ۱۰ نشان می‌دهد که سطح معنی‌داری متغیر مستقل سطح افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی کمتر از ۰,۰۵ می‌باشد که مبین این است که میان سطح افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد ملی بانک‌ها (نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری سهام MTB) رابطه معنی‌داری وجود دارد. با توجه به ضریب متغیر سطح افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی (-۸/۹۷۵)، معنی‌دار و منفی است. از این رو می‌توان استدلال کرد که با افزایش سطح افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی در بانک‌ها، نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری سهام (MTB) آنها کاهش خواهد یافت و این موید تایید فرضیه دوم پژوهش با استفاده از نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری سهام (MTB) می‌باشد. همچنین ضریب متغیرهای کنترلی اندازه بانک (۱/۳۱۷-)، ریسک‌های بانکی و اعتباری (به ترتیب ۱/۷۸۷ و ۳۶/۸۳۵) و اولویت مدیریت (۴۹/۲۳۹) نیز معنی‌داری هستند.

همان‌طور که نتایج جدول شماره ۱۰ نشان می‌دهد، مقدار ضریب تعیین ۰/۳۵۶ و ضریب تعیین تعدیل شده ۰/۲۸۴ می‌باشد که بیانگر این است که قدرت توضیح‌دهندگی و برازش مدل در سطح خوبی قرار دارد و ۲۸/۴ درصد از تغییرات نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری سهام بانک‌ها (MTB) ناشی از تغییر متغیر مستقل سطح افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی بانک‌ها می‌باشد.

نتیجه گیری

نظریه‌های مربوط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی مؤید آن هستند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی به دلیل در نظر گرفتن منافع همه ذی‌نفعان سازمان از جمله محیط زیست، به طور عمده تأثیر مثبتی بر عملکرد شرکت‌ها می‌گذارد (رحمان، رحمان و بنتلی، ۲۰۱۷).

نتایج به دست آمده برای فرضیه اول نشان می‌دهد که مولفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی بانک‌ها تأثیر دارد. علاوه بر این، مقدار ضریب به دست آمده مثبت می‌باشد یعنی افزایش سطح افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی بانک‌ها، عملکرد مالی بانک‌ها افزایش می‌یابد. به عبارت دیگر با ارتقا سطح افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی بانک‌ها، حاشیه سود قبل از کسر بهره و مالیات و استهلاک (EBITDA) در بانک‌ها بهبود خواهد یافت.

همچنین با توجه به نتایج فرضیه دوم، شاخص مسئولیت‌پذیری بانک‌ها همانند فرضیه اول پژوهش بر عملکرد مالی بانک‌ها تأثیر دارد و ضریب منفی آن بیانگر رابطه معکوس میان سطح افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی بانک‌ها و عملکرد مالی آنها می‌باشد. به بیان دیگر با افزایش سطح افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی بانک‌ها نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری سهام (MTB) کاهش می‌یابد.

در صنعت بانکداری، بانک‌ها و موسسات اعتباری که به مشارکت در مسئولیت اجتماعی پایبند هستند و خود را ملزم به رعایت شاخص‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌کنند، در بلندمدت عملکرد مالی بهتری بروز می‌دهند. در راستای همسوسازی اهداف بانک با منافع جامعه، بانک‌ها ممکن است متحمل هزینه‌هایی شوند، اما اگر منافع حاصل از آن بیشتر از هزینه‌های آن شود، عملکرد مالی و بهره‌وری و کارایی بانک بهبود می‌یابد. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش‌های گونن و شوولتز (۲۰۱۹)، لی و همکاران (۲۰۱۹)، گنجی و همکاران (۲۰۱۹)، مقبوان و زاهر (۲۰۱۸)، آلانی گابادمیوس (۲۰۱۶)، گیناراکیس و همکاران (۲۰۱۶)، جو و همکاران (۲۰۱۵)، نمازی و مقیمی (۱۳۹۷)، حیدری کرد زنگنه، نوروش و جعفری (۱۳۹۶)، امیرحسینی و قبادی (۱۳۹۵)، احمدی نیاسانی، رستمی، صبوری (۱۳۹۴)، بادآور نهندی، برادران حسن زاده و جلالی فر (۱۳۹۳) و کرمی، قیومی و ابراهیمی کردلر (۱۳۹۳) همسو است. همچنین نتایج پژوهش حاضر با نتایج پژوهش صنوبر و همکاران (۱۳۸۹)، حاجیها و سرافراز (۱۳۹۳)، استفان سانچز و همکاران (۲۰۱۷) و تیوهین (۲۰۱۴) همسو نمی‌باشد.

پیشنهاد‌های پژوهش

۱- بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران می‌تواند با تصویب قوانین و استانداردهای لازم برای نظارت بر فعالیت بانک‌ها از منظر توجه به مسئولیت‌های اجتماعی بانک‌ها، عملکرد بانک‌ها را نظارت نموده و ارزیابی نماید. از جمله اقداماتی که می‌توان جهت افزایش سطح افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی در بانک‌ها انجام داد می‌شود به برگزاری کنفرانس‌ها و سمینارها با موضوع مسئولیت‌پذیری اجتماعی در صنعت بانکداری و آثار آن، الزام بانک‌ها به ارائه گزارش‌های سالانه فعالیت‌های خود در خصوص مسئولیت‌پذیری اجتماعی، الزام شفافیت اطلاعات بانکی برای ذینفعان و همچنین وضع استانداردهای مناسب برای بانک‌ها به عنوان یکی از مهمترین نهاد‌های سرمایه‌گذاری فعال در جامعه اشاره نمود.

۲- عدم گزارشگری مسئولیت‌پذیری اجتماعی به صورت مجزا و نبود استانداردهای لازم در زمینه مسئولیت‌پذیری اجتماعی در ایران موجب گزارشگری و افشای مسئولیت‌پذیری به صورت سلیقه‌ای شده است. بنابراین این ضعف باعث شده است مه سرمایه‌گذاران و سپرده‌گذاران نتوانند از این منظر بانک‌ها را مقایسه نمایند. از این رو به بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران پیشنهاد می‌شود که بانک‌ها را به افشاء مسئولیت‌پذیری اجتماعی در چارچوب استانداردهای مدون و یک پارچه و ارائه گزارش‌های مجزا و مستقل ملزم نماید و به رتبه بندی بانک‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران به لحاظ کیفیت سطح افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی بپردازد.

۳- با توجه به رابطه مثبت بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی بانک‌ها، به سازمان بورس و اوراق بهادار تهران پیشنهاد می‌شود افشای شاخص‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی بانک‌ها و امتیاز مربوط به آن را برای بانک‌های پذیرفته شده در بورس الزامی نماید و این اطلاعات را را سازمان‌دهی نماید.

۴- به کلیه متصدیان مسؤلیت‌پذیری اجتماعی بانک‌ها اعم از دانشگاهیان، مدیران، نهاد‌های اجرایی، تحلیلگران و سرمایه‌گذاران پیشنهاد می‌شود، با توجه به اینکه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی بانک‌ها رابطه مثبت وجود دارد، همه بخش‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را در جهت بهبود مسئولیت‌پذیری اجتماعی و حرکت به سمت توسعه پایدار هماهنگ سازند. سرمایه‌گذاران در تصمیمات سرمایه‌گذاری در بانک‌ها به امتیاز مسئولیت‌پذیری اجتماعی آنها به عنوان عامل مؤثر و مرتبط با عملکرد بانک توجه نمایند.

۵- به مدیران بانک‌ها پیشنهاد می‌شود که کلیه شاخص‌ها و مولفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی این پژوهش را در بانک تحت مدیریت خود اجرایی و عملیاتی نمایند و به تبع آن منافع اقتصادی بلندمدت حاصل از اجرای آن را کسب نمایند.

۶- به مدیران توصیه می‌شود به مسئولیت اجتماعی بانک‌ها، توجه ویژه‌ای داشته باشند و به سازمان بورس و اوراق بهادار تهران نیز پیشنهاد می‌شود، افشای شاخص‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی بانک‌ها و امتیاز مربوط به آن را برای بانک‌های پذیرفته شده در بورس الزامی کند.

پیشنهاد برای پژوهش‌های آتی

- ۱- بررسی رابطه مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی در صنایع دیگر مانند صنعت بیمه و شرکت‌های سرمایه‌گذاری
- ۲- بررسی کیفیت گزارشگری شاخص‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی در بانک‌ها بر اساس استانداردهای بین‌المللی
- ۳- مقایسه تطبیقی سطح افشای شاخص‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی بانک‌های داخلی با بانک‌های کشورهای حوضه خلیج فارس و سایر کشورهای اسلامی
- ۴- مقایسه تطبیقی سطح افشای شاخص‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی در بانک‌های دولتی و غیر دولتی



فهرست منابع

۱. احمدی نیاسانی، آسیه، رستمی، شعیب، صبوری، مریم، (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین شاخص‌های مسئولیت-پذیری اجتماعی شرکت‌ها و اجزای عملکرد مالی؛ شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران. ماهنامه پژوهش‌های مدیریت و حسابداری. ۱۴، ۴۲-۲۵
۲. امیرحسینی، زهرا، قبادی، معصومه. (۱۳۹۵). گزارشگری مسئولیت اجتماعی، عملکرد مالی و مالکیت نهادی. *حسابداری مدیریت*، ۹(۲۸)، 55-66.
۳. بادآور نهندی، یونس، برادران حسن زاده، رسول، جلالی فر، ژیلدا. (۱۳۹۳). بررسی ارتباط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. مدیریت بهره‌وری، ۸(۲۸) (بهار)، ۱۳۹-۱۶۴.
۴. بیابانی، سروش، گرکز، منصور. (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین حضور مدیران زن در هیئت مدیره با عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت. ۳(۱۲)، 63-74.
۵. بهار مقدم مهدی، صادقی زین العابدین، صفرزاده ساره. (۱۳۹۲). بررسی رابطه‌ی مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها. فصلنامه حسابداری مالی. ۵ (۲۰)، ۹۰-۱۰۷
۶. پال هرسی و کنت بلانچارد، مدیریت رفتار سازمانی کاربرد منابع انسانی، ترجمه علی علاقه بند، تهران: امیرکبیر، ۱۳۷۱
۷. جبارزاده کنگر لویی، سعید، فاتحی، سمیه، متوسل، مرتضی. (۱۳۹۵). ایدئولوژی‌های اخلاقی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عدم تقارن اطلاعاتی در شرکت‌ها. پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، ۸(۳۱)، 22-40.
۸. حاجیها، زهره، سرفراز، بهمن. (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و هزینه حقوق صاحبان سهام در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. پژوهش‌های تجربی حسابداری. ۴(۲)، 105-123.
۹. حساس یگانه یحیی، برزگر قدرت اله. (۱۳۹۲). ارائه‌ی مؤلفه‌ها و شاخص‌های بُعد اجتماعی مسئولیت شرکت‌ها و وضعیت موجود آن در ایران. مطالعات توسعه اجتماعی-فرهنگی. ۲ (۱)، ۲۰۹-۲۳۴
۱۰. حیدری کرد زنگنه غلامرضا، نوروش ایرج، جعفری محمد حسن. (۱۳۹۶). مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. مجله اقتصادی (دوماهنامه بررسی مسائل و سیاست‌های اقتصادی). ۱۷ (۳ و ۴)، ۷۸-۵۳
۱۱. دیانتی دیلمی، زهرا، خداکرمی، الهام. (۱۳۹۶). تأثیر انتشار اخبار زیست محیطی روی قیمت سهام شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. دانش سرمایه‌گذاری، ۶(۲۳)، ۱۸۹-۲۱۲.
۱۲. صنوبر، ناصر، خلیلی، مجید، ثقفیان، حامد. (۱۳۹۰). بررسی رابطه‌ی بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی با عملکرد مالی شرکت‌ها. کاوش‌های مدیریت بازرگانی. ۲(۴)، 28-52.

۱۳. عرب صالحی، مهدی، صادقی، غزل، معین الدین، محمود. (۱۳۹۲). رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. پژوهش‌های تجربی حسابداری. ۱۳(۱)، 1-20.
۱۴. طالب نیا، قدرت اله، رجب دری، حسین، خانی دلان، امیررضا. (۱۳۹۷). بررسی عوامل مؤثر بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها از دیدگاه اسلامی. فصلنامه مدیریت اسلامی. ۲۶(۲)، 183-211.
۱۵. فخاری، حسین، فلاح‌پور، فرهاد. (۱۳۹۶). بررسی اثر میانجی عملکرد مالی بر رابطه میان مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش افزوده بازار در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. چشم‌انداز مدیریت مالی، ۷(۲۰)، ۹۷-۱۱۴.
۱۶. کاوسی، اسماعیل؛ چاوش باشی، فرزانه (۱۳۸۹)، بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی و سرمایه اجتماعی در سازمان، پژوهشنامه. ۶۱ ۶۸-۵۱.
۱۷. کرمی، غلامرضا، قیومی، زهره، ابراهیمی کردلر، علی. (۱۳۹۴). ارزیابی شاخص افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و بررسی ارتباط این شاخص با عملکرد مالی بانک‌ها در ایران (تحت رویکرد اسلامی). فصلنامه مدیریت اسلامی، ۲۲(2)، ۱۳۱-۱۴۹.
۱۸. گرمسیری، صدیقه، وکیلی فرد، حمیدرضا، طالب‌نیا، قدرت‌اله. (۱۳۹۶). بررسی اثر کیفیت گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، ویژگی‌های حاکمیت شرکتی، عملکرد مالی، بر شهرت اجتماعی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. حسابداری مدیریت. ۱۰(۳۵)، 31-43.
۱۹. نمازی، محمد، مقیمی، فاطمه. (۱۳۹۷). تأثیر نوآوری و نقش تعدیلی مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت‌ها در صنایع مختلف. بررسی‌های حسابداری و حسابرسی. ۲۵(۲)، 289-310.
20. Abbasi, H. & et. al. (2012). The Tendency of Customers towards the Acceptance of Islamic Banking in Bahawalpur Region, Pakistan. Research Journal of Finance and Accounting.
21. Alperhan, B. (2012). Corporate social responsibility disclosure by Islamic financial institutions: an Australian case study. International Academy of Business and Economics.
22. Arshad, R. & et.al. (2012). Islamic Corporate Social Responsibility, Corporate Reputation and Performance. World Academic of Science, Engineering and Technology.
23. Cho, E., & Fiore, A. (2015). Conceptualization of a holistic brand image measure for fashion-related brands. Journal of Consumer Marketing, Vol. 32, No. 4, pp. 30-45.
24. Choi, J.-S., Kwak, Y.-M., & Choe, C. (2010). Corporate social responsibility and corporate financial performance: Evidence from Korea. Australian Journal of Management, 35(3), 291-311.
25. Esteban-Sanchez, P., de la Cuesta-Gonzalez, M., & Paredes-Gazquez, J. D. (2017). Corporate social performance and its relation with corporate financial performance: International evidence in the banking industry. Journal of Cleaner Production, 162, 1102-1110.

26. Gangi, F., Mustilli, M., & Varrone, N. (2019). The impact of corporate social responsibility (CSR) knowledge on corporate financial performance: evidence from the European banking industry. *Journal of Knowledge Management*, 23(1), 110-134.
27. Gbadamosi, W. A. (2016). Corporate social responsibility and financial performance of banks in the United States.
28. Giannarakis, Grigoris & et. al. (2016). The impact of corporate social responsibility on financial performance. *Investment Management and Financial Innovations*, 13, 170-182
29. Gonenc, H.; Scholtens, B. Responsibility and Performance Relationship in the Banking Industry. *Sustainability* 2019, 11, 3329.
30. Griffin, K. (1987). World hunger and the world economy. In *World Hunger and the World Economy* (pp. 1-24). Palgrave Macmillan, London.
31. Haniffa, R. & Hudaib, M. (2007). Exploring the Ethical Identity of Islamic Banks via Communication in Annual Reports. *Journal of Business Ethics*. 76(1), 97-116.
32. Harrison, N. 2000. *Improving Employee Performance*, Kogan Page Limited, London.
33. Castka, P. & Balzarova, A.M. (2007) "ISO 26000 and Supply Chains – on the Diffusion of the Social Responsibility Standards", *International Journal of Production Economics*, 111:274-286.
34. Hasan, A. (2010). "Exploring Corporate Social Responsibility Disclosure: The case of Islamic banks", *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, vol.3, no.3, 2010, pp.203-227.
35. Li, K.; Khalili, N.R.; Cheng, W. Corporate Social Responsibility Practices in China: Trends, Context, and Impact on Company Performance. *Sustainability* 2019, 11, 354.
36. Mallin, b.C., Farag, H. and Ow-Yonga, K (2014). Corporate social responsibility and financial performance in Islamic banks. *Journal of Economic Behavior & Organization*, Vol. 103, S21–S38.
37. Maqbool, S., & Zameer, M. N. (2018). Corporate social responsibility and financial performance: An empirical analysis of Indian banks. *Future Business Journal*, 4(1), 84–93.
38. Michalos, A.C. 2006. *Ancient Observations on Business Ethics: Middle East Meets West*.
39. Mosaid, F. & Bouti, R. (2012). Relationship between Corporate Social Responsibility and Financial Performance in Islamic Banking. *Research Journal of Finance and Accounting*.
40. Parkinson, J.E. (1994); "Corporate Power and Responsibility", Oxford University Press, Oxford.
41. Pettenella, D. (2010). CSR: What it is, what issues it incorporates? What costs/benefits of implementation? Paper presented at United Nations

Economic Commission for Europe, UNECE Workshop on Corporate Social Responsibility. Belgrade, Serbia, 13-14 April.

42.Ramanathan, R., Ramanathan, U., Bentley, Y. (2017). The debate on flexibility of environmental regulations, innovation capabilities and financial performance -A novel use of DEA, Omega, 75(5), 131-138.

43.Simpson, G.W. and Kohers, T (2002). The link between corporate social and financial performance: evidence from the banking industry.J. Bus. Ethics, Vol. 35(2), 97-109.

44.Tricker, R. (1994). " International Corporate Governance", Singapore: Prentice- Hall.

45.Tuhin, M.H. 2014. Dose Corporate Social Responsibility Expenditure Affect Financial Performance of Islamic Banks in Bangladesh?. Middle East Journal of Business. 9(2), 44-50.

46.Turker D, (2009)" Measuring Corporate Social Responsibility: A Scale Development Study". Journal of Business Ethics 85 (4), 411-27.

47.Vaidya, O., & Chitnis, A. (2012). Performance Evaluation in Indian Corporate Organizations: A Survey. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 37, 38-45.

48.Wu, M.-W., & Shen, C.-H. (2013). Corporate social responsibility in the banking industry: Motives and financial performance. Journal of Banking & Finance, 37(9), 3529-3547.

49.Wood, D. J. (1991). "Corporate social performance revisited". Acad. Manag. Rev, 16, pp. 691-718

50.Zubairu, U.M. & et.al. (2012). Evaluation of Social Reporting Practices of Islamic Banks in Saudi Arabia. Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies



شرویش گاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی