



ابعاد مسئولیت اجتماعی و بهبود عملکرد مالی و غیر مالی شرکت‌ها

محمد فروغی نسب^۱

گروه حسابداری، واحد بین‌الملل کیش، دانشگاه آزاد اسلامی، جزیره کیش، ایران

دکتر فاطمه صراف^۲ ©

استادیار گروه حسابداری، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

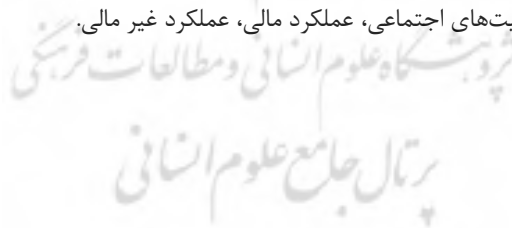
دکتر علی نجفی مقدم^۳

استادیار گروه حسابداری، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۲ خرداد ۱۳۹۹؛ تاریخ پذیرش: ۱۵ مهر ۱۳۹۹)

هدف از این پژوهش مطالعه اثرات ابعاد گوناگون مسئولیت اجتماعی در بهبود عملکرد مالی و غیر مالی شرکت‌ها است. برای این منظور اطلاعات ۱۰۷ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی سال ۱۳۸۹ تا پایان سال ۱۳۹۸ استخراج گردید و با استفاده از روش‌های آماری و اقتصادسنجی به بررسی و آزمون فرضیه‌ها پرداخته شد. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که بعد قانونی و اخلاقی مسئولیت اجتماعی بر تغییرات نسبت کیوتوبین تأثیر معناداری نداشته، در حالی که بعد اجتماعی مسئولیت اجتماعی بر تغییرات نسبت کیوتوبین تأثیر مثبت و معناداری دارد. از طرف دیگر بعد اجتماعی مسئولیت اجتماعی بر تغییرات سرمایه‌ساختاری تأثیر مثبت و معنادار و بعد اخلاقی و قانونی مسئولیت اجتماعی بر تغییرات سرمایه‌ساختاری تأثیر معناداری ندارد.

واژه‌های کلیدی: مسئولیت‌های اجتماعی، عملکرد مالی، عملکرد غیر مالی.



¹ mohamad.foroghi@yahoo.com

² aznyobe@yahoo.com

³ alirezam@yahoo.com

مقدمه

مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت، تعهدات و وظایفی است که واحدهای تجاری در برابر جامعه دارند. این تعهدات شامل تعهدات و وظایفی است که واحدهای تجاری نسبت به اقتصاد، جامعه، محیط زیست، بهبود زندگی و سلامت شهروندان و سایر ذینفعان به عهده دارند. موضوعاتی چون کنترل آلودگی های زیست محیطی، ایمنی و سلامت محیط کار، ایجاد فرصت های برابر شغلی برای اقلیت ها و زنان، ارتقای کیفیت محصولات شرکت، رعایت حقوق بشر و کارگر از جمله انتظاراتی است که در چند دهه اخیر به عنوان مسئولیت اجتماعی شرکت ها در قبال جامعه از سوی مراجع قانونی و ذینفعان مورد توجه بوده است. عدم رعایت وظایف، تا حد زیادی تداوم فعالیت شرکت ها را تحت تاثیر خود قرار خواهد داد [۲]. مطالعات اخیر نشان می دهد که شرکت های با مسئولیت اجتماعی، عملکرد متفاوتی نسبت به سایر شرکتها در مدیریت سود و گزارشگری مالی دارند و میتوانند اطلاعات سودمندی را برای افزایش ارزش شرکت و عملکرد مالی ارائه کنند. در این مسیر؛ کروگر^۱ (۲۰۱۵) بیان میکند که مسئولیت اجتماعی شرکتها به سادگی ظهور مشکلات نمایندگی در داخل شرکت است [۱۵]. از طرفی افشای مسئولیت اجتماعی تنها، دقت، تجزیه و تحلیل پیشبینی را بهبود میبخشد [۹].

بیان مساله و اهمیت آن

مسئولیت اجتماعی شرکتها به ارائه روشهایی می پردازد که سازمانها در فضاهای کسب و کار خود به آن عمل می کنند و پاسخگوی توقعات جامعه، انتظارات تجاری، قانونی، اخلاقی و اجتماعی آنان هستند. چرا که سازمانها مسئولیت های بزرگی در زمینه اجتماعی، اقتصادی و محیطی در قبال کارکنان، سهامداران، مشتریان، دولت، تامین کنندگان و تمامی ذینفعان خود بر عهده دارند. بدون شک، چنانچه افراد، گروهها، سازمانها و مؤسسات مختلف جامعه، خود را نسبت به رویدادها، اتفاقات و بحران های مختلف مسئول دانسته و هریک در حدود مسئولیت و حیطة کاری خویش در حل بحران های فوق تلاش نمایند، بسیاری از مشکلات کاسته شده و جامعه سالم و آرامی به وجود خواهد آمد. به عبارت دیگر، سازمان به هر نحوی که عمل کند، عملکردش روی جامعه تأثیر می گذارد. سازمان هایی که نتوانند خود را با این شرایط تطبیق دهند، در عرصه عمل موفق نخواهند بود. سازمانها برای آنکه بتوانند جایگاه خود را در جامعه حفظ نموده یا ارتقاء بخشند، به نحوی که باعث ادامه بقای آنها و موفقیت شان در کار شود، لازم است که به مسئولیت اجتماعی توجه لازم را داشته باشند. بنابراین مسئولیت اجتماعی سازمانها عامل اساسی، بقای هر سازمان است [۷]. شرکتها و موسسات در جامعه ای کار می کنند که آن جامعه برای آنها فرصت های مختلفی را جهت کسب سود و تحقق اهدافشان ایجاد کرده است، در مقابل این رفتار جامعه، سازمان های مذکور نیز باید متعهد باشند که نیازها و خواسته های جامعه را آنگونه که مورد توجه ذینفعان است، برآورده کنند. مسئولیت اجتماعی در سطح وسیعی مورد پذیرش قرار گرفته و معنای آن حوزه هایی چون ایمنی، محصول، صداقت در تبلیغات، حقوق کارکنان، پایداری محیط زیست، رفتار

^۱ Kruger

اخلاقی و مسئولیت‌های جهانی را در بر می‌گیرد و ذینفعان وسیعی از کارکنان، مشتریان، جوامع، محیط زیست، رقبا، شرکای تجاری، سرمایه‌گذاران، سهامداران و دولت‌ها را شامل می‌شود. در عرصه رقابت شرکت‌ها برای کسب مزیت رقابتی، خلق ارزش برای مشتریان و جلب رضایت آنها، می‌کنند. بحث مسئولیت‌پذیری اجتماعی موضوع مهم و تعیین‌کننده در سال‌های اخیر بوده است، بطوری که نهادهای مهم مرتبط با کیفیت در دنیا، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را به عنوان یکی از ارزش‌های تعالی و ارزیابی خود برای سازمانها قرار داده‌اند. مسئولیت‌های اجتماعی بخشی از دانش حسابداری است که هدف آن اندازه‌گیری و گزارشگری اثرات اجتماعی (هزینه‌ها و منافع اجتماعی) ناشی از فعالیت‌های واحد تجاری است. از آنجایی که هر واحد تجاری عضوی از جامعه‌ای است که در آن فعالیت می‌کند و به طور مستمر در تعامل با سایر اعضای جامعه است و با استناد به قراردادهای نانوشته اجتماعی بین اعضای جامعه که برای حفظ منافع تمامی اعضا وضع شده‌اند، ضرورت دارد واحد تجاری از تعهدات و مسئولیت‌های خودآگاه باشد و آنها را محدود به حفاظت منافع سهامداران نداند، بلکه تعهدات و مسئولیت‌های دیگری در قبال سایر گروه‌های اجتماع از قبیل اعتباردهندگان، کارکنان، مشتریان و فروشندهان و گروه‌های موجود در جامعه و همچنین محیط زیست پیرامون خود احساس کرده و از این طریق عملکرد خود را بهبود بخشد [۱]. بر این اساس؛ هدف اصلی پژوهش حاضر، بررسی نقش ابعاد مسئولیت اجتماعی در بهبود عملکرد مالی و غیر مالی شرکت‌ها می‌باشد.

مروری بر پیشینه تحقیق

پیشینه داخلی

قدردان و همکاران (۱۳۹۹) به ایفای نقش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی با تأکید بر نقش سرمایه فکری پرداختند [۱۱]. برای آزمون فرضیه‌ها از تکنیک رگرسیون چند متغیره به روش داده‌های تابلویی استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد که بین سرمایه فیزیکی و سرمایه ساختاری با مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه منفی و معنادار برقرار است. ولی بین سرمایه انسانی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی هیچ گونه رابطه معناداری مشاهده نشد. اشرفی و همکاران (۱۳۹۸) به بررسی نظریه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتها پرداختند. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که نظریه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت متنوع و گوناگون می‌باشند [۲]. این نظریه‌ها در چهار گروه نظریه‌های ابزاری، نظریه‌های سیاسی، نظریه‌های یکپارچه و مکمل؛ و نظریه‌های اخلاقی قابل طبقه‌بندی است. در نظریه‌های ابزاری، شرکت بعنوان ابزاری برای خلق ثروت دیده می‌شود، و فعالیت‌های اجتماعی آن تنها وسیله‌ای برای دستیابی به نتایج اقتصادی هستند. نظریه‌های سیاسی، بر قدرت شرکتها در جامعه و استفاده مسئولانه از این قدرت در عرصه سیاسی تأکید دارند. نظریه‌های یکپارچه و مکمل، بر برآورده ساختن مطالبات اجتماعی توسط شرکت متمرکز می‌شوند. نظریه‌های اخلاقی نیز بر مسئولیت‌های اخلاقی شرکتها نسبت به جامعه اشاره دارند. در واقع، این نظریه‌ها بر چهار بُعد سودآوری، عملکرد سیاسی، مطالبات اجتماعی و ارزش‌های اخلاقی متمرکز می‌شوند. این یافته‌ها نشان‌دهنده چهار گروه از نظریه‌ها، که می‌توان نظریه جدیدی در رابطه با مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، تدوین نمود. مددی

(۱۳۹۸) به بررسی ارزیابی تاثیر کنترل‌های داخلی و افشای اطلاعات مسئولیت‌های اجتماعی بر عملکرد مالی با توجه به نقش تعدیل‌کنندگی سهامداران نهادی پرداخت [۱۳]. در نهایت نتیجه این شد که افشای اطلاعات مسئولیت‌های اجتماعی بر عملکرد مالی تأثیر مثبت و معنادار داشته و سهامداران نهادی تعدیل‌کننده این تأثیر است. کاشانی‌پور و همکاران (۱۳۹۷) به بررسی مسئولیت‌پذیری اجتماعی در صنعت بانکداری کشورهای مختلف جهان پرداختند [۱۲]. در نهایت، پس از مرور مدل‌ها و مطالعات این حوزه، مشخص شد که بانک‌های آمریکایی در بحث مسئولیت‌پذیری اجتماعی به مراتب موفق‌تر از بانک‌های فعال در کشورهای استرالیا، انگلیس و رومانی بوده‌اند. صراف و همکاران (۱۳۹۷) به بررسی هموارسازی سود، مسئولیت اجتماعی و ارزش شرکت پرداختند. نتایج به دست آمده از پژوهش حاکی از آن است که بین هموارسازی و مسئولیت اجتماعی با کیو توبین در شرکت‌های هموارساز پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار با مسئولیت اجتماعی بالا، رابطه معناداری وجود دارد. یعنی ارزش، در شرکت‌های هموارساز با مسئولیت اجتماعی بالا، نسبت به شرکت‌های غیرهموارساز با مسئولیت اجتماعی پایین، بیشتر است. خواجه‌وی و همکاران (۱۳۹۷) به بررسی نقش تعدیل‌کنندگی خودشیفتگی مدیران در تبیین رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند [۴]. پس از تجزیه و تحلیل‌های آماری صورت گرفته با استفاده از تکنیک معادلات ساختاری (تحلیل مسیر)، نتایج حاصل از فرضیه‌های پژوهش حاکی از آن است که رابطه‌ای مستقیم و معنادار بین خودشیفتگی مدیران و مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی وجود دارد. هم‌چنین، نتایج حاکی از وجود رابطه مستقیم و معنادار بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی است. افزون بر این، نقش تعدیلی خودشیفتگی مدیران در تبیین رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی تأیید شد. زنگنه کرد حیدری و همکاران (۱۳۹۶) به بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند [۸]. آنان دریافتند که یک رابطه مثبت و معنادار میان مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی برقرار است. امیدوی و همکاران (۱۳۹۵) به بررسی تأثیر مسئولیت‌های اجتماعی شرکت بر عملکرد اجتماعی و واکنش‌های مصرف‌کننده در صنایع غذایی پرداختند [۳]. آنان دریافتند که مدل پژوهش با داده‌های جمع‌آوری شده از جامعه آماری مورد نظر ارزش دارد. بدین ترتیب مسئولیت اجتماعی بطور مستقیم و هم با میانجی‌گری عملکرد اجتماعی و واکنش‌های مصرف‌کننده، بر عملکرد مالی تأثیر می‌گذارد.

پیشینه خارجی

شهباز و همکاران (۲۰۲۰) به بررسی ارتباط میان افشای اطلاعات مسئولیت‌های اجتماعی و عملکرد مالی در صنایع انرژی پرداختند [۱۸]. آنان دریافتند که افشای اطلاعات مسئولیت‌های اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت‌های حاضر در صنایع انرژی تأثیر مثبت و معناداری دارد. تونی و تسه (۲۰۱۸) به بررسی رابطه میان مسئولیت‌های اجتماعی و پایداری عملکرد مالی پرداختند. آنان دریافتند که مقوله مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها، چالش‌هایی را در سازمان‌های مختلف بین‌المللی، ملی و منطقه‌ای در فرآیند تدوین استانداردها برای گزارشگری اطلاعات غیر مالی به همراه داشته است و افشاهای مرتبط با آن پارادایم

تحقیقاتی در طی سال‌های اخیر بوده است و بیان داشتند که بین افشای اطلاعات مسئولیت‌های اجتماعی و معیارهای سنتی و نوین مورد استفاده برای سنجش عملکرد مالی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. یونگمینگ و یینی (۲۰۱۷) به بررسی تاثیر کنترل‌های داخلی و افشای اطلاعات مسئولیت‌های اجتماعی بر عملکرد مالی با توجه به نقش تعدیل‌کنندگی سهامداران نهادی پرداختند [۱۹]. آنان دریافتند که حاکمیت شرکتی و افشای اطلاعات مسئولیت‌های اجتماعی کنترل‌های داخلی را بهبود بخشیده و موجب بهبود عملکرد مالی می‌شود.

ادبیات و چارچوب نظری

مقاله مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها، چالش‌هایی را در سازمان‌های مختلف بین‌المللی، ملی و منطقه‌ای در فرآیند تدوین استانداردها برای گزارشگری اطلاعات غیر مالی به همراه داشته است و افشاهای مرتبط با آن پارادایم تحقیقاتی در طی سال‌های اخیر بوده است [۵]. مسئولیت اجتماعی شرکت؛ عموماً دارای طبیعت داوطلبانه و اختیاری است و به فعالیت‌هایی که بیش از انطباق با قانون است؛ اشاره می‌کند. در واقع، شرکت‌ها مسئولیتی فراتر از تولید کالا و خدمات برای سودآوری دارند و این مسئولیت عبارت از کمک به حل مشکلات مهم اجتماعی می‌باشد. یکی از مزایای مسئولیت اجتماعی برای شرکت ارتباط مثبت آن با بهبود عملکرد مالی و غیر مالی است. محققان دریافتند که مکانیزم اتصال عملکرد مالی به فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی مسئله بسیار مهم است. برخی از نظریه پردازان تلاش دارند تا برخی از نظریه‌های مختلف مسئولیت اجتماعی در حوزه بهبود عملکرد را باهم ترکیب نمایند. یکی از این نظریه پردازان کارول (۱۹۹۱) می‌باشد. به عقیده او شرکت‌ها باید به دنبال مشروعیت اجتماعی خود باشند. از این رو، مسئولیت اجتماعی شرکت شامل مجموع تعهداتی است که یک شرکت نسبت به جامعه دارد. از جمله این تعهدات، تعهدات اقتصادی، قانونی، اخلاقی و تعهدات اختیاری درباره عملکرد واحد تجاری است. نظریه پردازان دیگر مانند وارتیچ و کوکران (۱۹۸۵) مشارکت اجتماعی شرکت‌ها را مبتنی بر اصول مسئولیت اجتماعی، فرایند پاسخگویی اجتماعی و خط مشی مربوط به مدیریت موضوعات اجتماعی می‌دانند. وادوک و همکاران (۲۰۱۵) اظهار داشتند که شرکت‌های غیر قانونی و مسئولیت‌ناپذیر به احتمال زیاد دارای سودآوری عملکرد مالی خوب نبوده و در درازمدت این شرکت‌ها درآمدزایی ندارند. امروزه سازمان‌ها در زمینه‌های گوناگون مرتبط با مسئولیت‌های اجتماعی در راستای بهبود عملکرد مالی؛ تحت فشار شدید برای جلب اعتماد عمومی و حفظ رقابت در بازار جهانی قرار دارند.

پرسش‌ها و فرضیه‌های پژوهش

پرسش‌ها

- اول: بعد قانونی مسئولیت اجتماعی بر تغییرات نسبت کیوتوبین، چه تأثیری دارد؟
- دوم: بعد اخلاقی مسئولیت اجتماعی بر تغییرات نسبت کیوتوبین، چه تأثیری دارد؟
- سوم: بعد اجتماعی مسئولیت اجتماعی بر تغییرات نسبت کیوتوبین، چه تأثیری دارد؟
- چهارم: بعد قانونی مسئولیت اجتماعی بر تغییرات سرمایه‌ساختاری، چه تأثیری دارد؟

پنجم: بعد اخلاقی مسئولیت اجتماعی بر تغییرات سرمایه ساختاری، چه تأثیری دارد؟
ششم: بعد اجتماعی مسئولیت اجتماعی بر تغییرات سرمایه ساختاری، چه تأثیری دارد؟

فرضیه‌ها

اول: بعد قانونی مسئولیت اجتماعی بر تغییرات نسبت کیوتوبین، تأثیر معناداری دارد.
دوم: بعد اخلاقی مسئولیت اجتماعی بر تغییرات نسبت کیوتوبین، تأثیر معناداری دارد.
سوم: بعد اجتماعی مسئولیت اجتماعی بر تغییرات نسبت کیوتوبین، تأثیر معناداری دارد.
چهارم: بعد قانونی مسئولیت اجتماعی بر تغییرات سرمایه ساختاری، تأثیر معناداری دارد.
پنجم: بعد اخلاقی مسئولیت اجتماعی بر تغییرات سرمایه ساختاری، تأثیر معناداری دارد.
ششم: بعد اجتماعی مسئولیت اجتماعی بر تغییرات سرمایه ساختاری، تأثیر معناداری دارد.

روش تحقیق

روش پژوهش حاضر از نوع توصیفی-همبستگی است که طرح آن از نوع تجربی و با استفاده از رویکرد پس‌رویدادی است. به منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش، از رگرسیون خطی چند متغیره که مبتنی بر داده‌های پانل و ترکیبی از سری‌های مقطعی و زمانی بوده، استفاده شده است که با استفاده از روش‌های آماری و اقتصادسنجی به بررسی تأثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته می‌پردازد. برای جمع‌آوری اطلاعات از روش کتابخانه‌ای استفاده شده و اطلاعات و داده‌های مورد نیاز جهت اثبات فرضیه‌های پژوهش، از طریق مطالعه صورت‌های مالی شرکت‌های موجود در جامعه آماری گردآوری شده و از صورت‌های مالی مندرج در بانک‌های اطلاعاتی و سایت اینترنتی سازمان بورس اوراق بهادار تهران استخراج شده است و برای تحلیل آنها از نرم افزارهای اس.پی.اس.اس نسخه ۲۲ و ایویوز نسخه ۸ استفاده شده است.

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات

- ۱) انجام آمار توصیفی (جهت بررسی وضعیت عمومی و نمایش عمومی وضعیت متغیرها بر اساس شاخص‌های پراکندگی).
- ۲) آزمون جارک برا (بررسی نرمال بودن جملات خطای مدل آزمون فرضیه‌ها).
- ۳) آزمون نبودهمخطی (نبود همخطی میان متغیرهای مستقل و کنترلی براساس شاخص‌های تلورانس و عامل تورم واریانس).
- ۴) آزمون نبود واریانس ناهمسانی (همسانی واریانس‌ها با استفاده از آزمون وایت).
- ۵) آزمون چاو (برای بررسی انتخاب داده‌های تابلویی در برابر داده‌های تلفیقی).
- ۶) آزمون هاسمن (برای بررسی انتخاب روش اثرات ثابت در برابر اثرات تصادفی).

مدل‌های تحلیلی پژوهش

مدل‌های رگرسیونی بشرح زیر تبیین می‌شود.

$$H1-3: \Delta Q_{it} = \beta_0 + \beta_1 LAW_{it} + \beta_2 ETH_{it} + \beta_3 SOC_{it} + \beta_4 CONTROLS_{it} + \varepsilon_{it}$$

$$H4-6: \Delta SCAP_{it} = \beta_0 + \beta_1 LAW_{it} + \beta_2 ETH_{it} + \beta_3 SOC_{it} + \beta_4 CONTROLS_{it} + \varepsilon_{it}$$

که در روابط فوق:

ΔQ: تغییرات نسبت کیوتوبین، **ASCAP**: تغییرات سرمایه ساختاری، **LAW**: بعد قانونی مسئولیت‌های اجتماعی، **ETHI**: بعد اخلاقی مسئولیت‌های اجتماعی، **SOC**: بعد اجتماعی مسئولیت‌های اجتماعی و **CONTROLS**: مجموعه متغیرهای کنترلی می‌باشد.

تعریف متغیرها و شیوه محاسبه آن‌ها

متغیرهای مستقل

افشای اطلاعات بعد قانونی مسئولیت‌های اجتماعی

این متغیر بر اساس اطلاعات مندرج در نگاره زیر قابلیت سنجش پیدا می‌کند. بدین صورت که در صورت احراز هر کدام از موارد، امتیاز یک و در غیراین صورت، امتیاز صفر مبنای محاسبات خواهد بود.

ردیف	شرح
۱	اشاره به وضعیت کلی شرکت، اهداف و استراتژی‌های آن.
۲	اشاره به محصولات و خدمات اصلی، فرآیندهای تجاری و روش‌های توجه به سرمایه فکری.
۳	اشاره به موقعیت رقابتی شرکت در بازار.
۴	اشاره به ساختار شرکت، امکانات عملیاتی اصلی، طرفیت منابع، بهره‌وری و کارایی عملیاتی.
۵	اشاره به توجه شرکت به ویژگی‌های قانونی، اجتماعی، سیاسی و نظارتی محیط رقابتی.
۶	اشاره توجه شرکت به روابط بین مشتریان، عرضه‌کنندگان، تامین‌کنندگان و کارکنان کلیدی
۷	اشاره به استراتژی‌های موجود در شرکت.
۸	اشاره به ساختار مدیریت، نمودار سازمانی، فهرست شعبات و نمایندگی‌ها.
۹	اشاره به اهداف، نقاط عطف و راهبردهای مالی.
۱۰	اشاره به عوامل حیاتی در موفقیت واحد تجاری.
۱۱	اشاره به ریسک‌های عمده و ابهامات موجود در کسب و کار.
۱۲	تغییر در فعالیت‌های مرتبط با وضعیت مالی؛ عملکرد بخشی نظیر گردش مالی، سهم بازار و سود
۱۳	اشاره به محدودیت‌های عمده مربوط به رشد و پیشرفت شرکت.
۱۴	اشاره به مفاهیم اساسی سیاست‌های دولت در رابطه با اهداف سازمان.
۱۵	اشاره به سیاست‌های مهم و قانونی شرکت.
۱۶	اشاره به قراردادهای عمده، نحوه اجرا و مفاد آن‌ها.

ردیف	شرح
۱۷	اشاره به سفارشات موجود برای شرکت و شرایط تجارت.
۱۸	اشاره به برنامه‌ها و چشم‌انداز آتی برای عملکرد شرکت.

افشای اطلاعات بعد اخلاقی مسئولیت‌های اجتماعی

این متغیر در صورت احراز هر کدام از موارد، امتیاز یک و در غیر این صورت، امتیاز صفر مبنای محاسبات خواهد بود.

ردیف	شرح
۱	اشاره به تامین مواد اولیه
۲	اشاره به کشف منابع جدید
۳	اشاره به پیشرفت های تکنولوژیکی و محصولات
۴	اشاره به پرداخت مالیات برای نیازهای عمومی
۵	اشاره به تولید سرمایه سرمایه گذاری لازم برای رشد اقتصادی

افشای اطلاعات بعد اجتماعی مسئولیت‌های اجتماعی

این متغیر بر اساس اطلاعات مندرج در نگاره زیر قابلیت سنجش پیدا می‌کند. بدین صورت که در صورت احراز هر کدام از موارد، امتیاز یک و در غیر این صورت، امتیاز صفر مبنای محاسبات خواهد بود.

ردیف	شرح
۱	استفاده از اعضای غیرموظف در هیئت مدیره
۲	جدا کردن نقش مدیرعامل از رئیس هیئت مدیره
۳	ثبات مدیرعامل
۴	چرخش شرکای موسسه حسابرسی
۵	بودن سهامداران دارای حق کنترل
۶	سهامدارای نهادی
۷	معامله با اشخاص وابسته
۸	توان اتکا (تعدیلات سنواتی)
۹	توان اتکا (اظهار نظر حسابرس)
۱۰	وجود واحد حسابرسی داخلی

متغیرهای وابسته

نسبت کیوتوبین (معیار قابل سنجش برای عملکرد مالی)

$$Q_{i,t} = \frac{COMVAL + SBOND + STDEPT}{SRC}$$

متغیر مذکور از طریق رابطه قابل محاسبه است.

که در این رابطه:

Q: نسبت کیوتوبین شرکت **i** در سال **t**: **COMVAL**: ارزش بازار سهام عادی در پایان سال، **SBOND**: ارزش دفتری بدهی‌های بلند مدت در پایان سال، **STDEPT**: ارزش دفتری بدهی‌های کوتاه مدت **SRC**: ارزش دفتری دارایی‌های شرکت در پایان سال می‌باشد. تغییرات متغیر مذکور از رابطه زیر قابل محاسبه است.

$$\Delta Q = \frac{Q_{it} - Q_{it-1}}{Q_{it-1}}$$

سرمایه ساختاری (معیار قابل سنجش برای عملکرد غیر مالی)

این متغیر بر اساس مدل پالیک (۱۹۹۱) قابل محاسبه است.

الگوی ضریب ارزش افزوده فکری مبتنی بر چند مرحله است. ابتدا الگو با محاسبه توانایی شرکت در خلق ارزش افزوده **VA** شروع می‌شود. **VA** تفاوت بین ارزش خروجی‌ها و ورودی‌های شرکت است که در معادله **VA = OUT - IN** نشان داده می‌شود. استهلاک - هزینه‌های کالاها و خدمات فروش رفته - کل درآمد حاصل از فروش **VA =** خروجی‌ها (**OUT**) کل درآمدها و عایدات ناشی از فروش کالاها و خدمات در بازار را نشان می‌دهد و شامل تمامی محصولات و خدمات فروش رفته در بازار است. ورودی‌ها (**IN**) نیز تمام مخارجی که در کسب درآمدها به وجود آمده است را به استثنای هزینه نیروی انسانی شامل می‌شود. توجه به این نکته مهم است که در این الگو، نیروی انسانی به عنوان منبع کلیدی تلقی می‌شود؛ به این صورت که پرداخت دستمزد به عنوان یک سرمایه‌گذاری محسوب می‌شود و نه یک عامل هزینه. به عبارت دیگر، شرکت در دانش و مهارت کارکنان که از طریق بازار ارزش‌گذاری می‌شود، سرمایه‌گذاری می‌کند. در حقیقت شرکت یا سازمان با پرداخت به نیروی انسانی خود در میزان تلاش، خلاقیت، وفاداری و شایستگی آنان سرمایه‌گذاری می‌کند. بنابراین، جنبه کلیدی در الگوی پالیک نقش نیروی کاری به مثابه یک موجود خلق‌کننده ارزش است که در ورودی جای نمی‌گیرد. دومین مرحله، رابطه بین ارزش افزوده و سرمایه انسانی به کار گرفته شده است. هزینه نیروی انسانی یعنی حقوق و دستمزدی که به کارکنان پرداخت می‌شود و برابر با سرمایه نیروی انسانی است.

$$HC = VAHU = VA / HC$$

VAHU نشان می‌دهد که به ازای هر واحد پول دستمزد پرداختی به کارکنان، چه میزان ارزش افزوده ایجاد می‌شود. سهم سرمایه ساختاری (**SC**) در ایجاد ارزش در یک دوره است. طبق نظر ادوینسون، سرمایه ساختاری برابر با ارزش افزوده منهای سرمایه انسانی است. هنگامی سهم سرمایه ساختاری از ارزش افزوده افزایش می‌یابد که سرمایه انسانی کاهش یابد. سهم کمتر **HC** در خلق ارزش، موجب

افزایش سهم **SC** می‌شود. در بخش‌های صنایع سنتی همانند صنایع سنگین و صنایع معدن، **VA** اندکی بزرگتر از **HC** و همراه با بخش کوچکی از **SC** است. در مقابل در صنایع دارویی و امنیتی، محققان متوجه شدند که اوضاع کاملاً متفاوتی حکم فرماست. در این حوزه‌ها **HC** تنها ۲۵ تا ۴۰ درصد کل ارزش را ایجاد می‌کرد و سهم اصلی متعلق به **SC** است. در برخی موارد که **VA** کمتر از سرمایه‌گذاری در **HC** است، **SC** محقق نمی‌شود. مرحله سوم، رابطه بین **VA** و سرمایه‌گذاری به کار گرفته شده است که با توجه به واقعیت نسبت معکوس **HC** و **SC**، به گونه‌ای متفاوت محاسبه خواهد شد؛ چرا که اگر **SC** همانند روش محاسبه کارایی سرمایه انسانی (**VA/HC**) محاسبه شود، یک نتیجه غیرمنطقی به دست خواهیم آورد. به این معنی که رشد کارایی سرمایه‌گذاری به معنی افت کارایی سرمایه انسانی خواهد بود که غیر ممکن است؛ چرا که منطقی است که کارایی هر دو سرمایه یعنی **HC** و **SC** با هم منجر به افزایش کارایی کل سرمایه فکری شود. ضریب **SCVA** سهم **SC** را در خلق ارزش جدید نشان می‌دهد.

$$SC = VA - HC$$

$$SCVA = SC / VA$$

متغیرهای کنترلی

- ۱) اندازه شرکت: از طریق لگاریتم طبیعی مانده دارائی‌ها در پایان سال قابل محاسبه است.
- ۲) اهرم مالی: نسبت کل بدهی‌ها به کل دارائی‌ها.
- ۳) گزارش زیان: متغیر مذکور بصورت یک متغیر دو وجهی تعریف می‌گردد که اگر شرکت زیان خالص گزارش کند؛ امتیاز یک و در غیر این صورت امتیاز صفر مبنای محاسبه خواهد بود.
- ۴) جریان‌های نقدی عملیاتی: نسبت جریان ورود یا خروج وجه نقد به کل دارایی‌ها.

جامعه آماری، روش نمونه‌گیری و حجم نمونه

جامعه آماری در این پژوهش، شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران از ابتدای سال ۱۳۸۹ تا پایان سال ۱۳۹۸ به مدت ده سال می‌باشد. جامعه آماری با استفاده از شرایط و محدودیت‌های زیر تعدیل شده است:

- شرکت‌های نمونه در طی دوره پنج ساله، عضویت خود را در بورس حفظ کرده باشند.
 - شرکت‌های نمونه، به لحاظ قابلیت مقایسه، دارای سال مالی منتهی به پایان ۲۹ اسفند باشند
 - داده‌های متغیرهای پژوهش برای شرکت‌های نمونه مورد نظر قابل دسترس باشد.
 - شرکت‌های نمونه در طول دوره بررسی، تغییر سال مالی نداده باشند.
 - شرکت‌های نمونه جزء بانک‌ها و سایر مؤسسات مالی، شرکت‌های سرمایه‌گذاری و واسطه‌گری و هلدینگ و لیزینگ نباشد.
- بر این اساس؛ تعداد ۱۰۷ شرکت بعنوان نمونه آماری انتخاب شد.

تحلیل اطلاعات

بررسی آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

آمار توصیفی متغیرهای پژوهش در نگاره زیر نشان داده شده است.

مشاهدات	انحراف معیار	کمترین	بیشترین	میانه	میانگین	نماد	متغیر
۱۰۷	۰,۱۳۰	-۰,۱۴۳	۰,۸۵۴	۰,۵۸۳	۰,۶۰۲	QQ	تغییرات نسبت کیوتوبین
۱۰۷	۰,۲۳۲	-۰,۳۰۹	۰,۹۸۸	۰,۶۴۲	۰,۶۱۶	ΔSAAP	تغییرات سرمایه ساختاری
۱۰۷	۳,۱۰۰	۰,۱۵۰	۰,۸۵۰	۰,۳۰۰	۰,۳۵۰	LAW	بعد قانونی مسئولیت‌های اجتماعی
۱۰۷	۳,۲۵۹	-۰,۱۶۶	۰,۸۳۳	۰,۵۰۰	۰,۳۳۳	ETHI	بعد اخلاقی مسئولیت‌های اجتماعی
۱۰۷	۴,۵۹۲	۰,۱۸۱	۰,۸۱۸	۰,۳۶۳	۰,۲۷۲	SOC	بعد اجتماعی مسئولیت‌های اجتماعی
۱۰۷	۰,۸۵۵	۱۱,۳۶۷	۲۱,۸۴۶	۱۵,۷۴۴	۱۵,۸۳۵	SIZE	اندازه شرکت
۱۰۷	۰,۲۴۰	۰,۲۹۹	۰,۸۸۱۳	۰,۶۷۵	۰,۶۳۸	LEV	اهرم مالی
۱۰۷	۰,۰۴۳	۰,۰۰۰	۱,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۲۹۰	LOSS	گزارش زیان
۱۰۷	۱,۵۸۶	-۱,۸۷۲	۱,۵۶۱	۰,۴۰۳	۰,۴۲۳	CFO	جریان‌های نقدی عملیاتی

بر اساس اطلاعات مندرج در نگاره فوق در می‌یابیم که بصورت متوسط، شرکت‌های نمونه حدود ۳۵ درصد موارد مورد انتظار برای افشای اطلاعات بعد قانونی مسئولیت‌های اجتماعی، ۳۳ درصد موارد مد نظر برای افشای اطلاعات بعد اخلاقی، ۲۷ درصد اطلاعات مورد انتظار برای افشای اطلاعات بعد اجتماعی، ۴۰ درصد موارد مد نظر برای افشای اطلاعات بعد محیطی و حدود ۳۰ درصد موارد ذکر شده برای بعد اقتصادی را افشا نموده‌اند. باید توجه داشت که در همه حالت‌های مد نظر برای افشای اطلاعات مسئولیت‌های اجتماعی، بیشتر از ۸۰ درصد موارد طرح شده توسط شرکت‌های نمونه افشا شده اند که این امر نشانگر این امر است که ابعاد مختلف مد نظر برای افشای اطلاعات مسئولیت‌های اجتماعی بصورت گسترده‌ای افشا شده‌اند.

آزمون نرمال بودن متغیرهای وابسته پژوهش

بدین منظور، برای بررسی نرمال بودن داده‌ها از آزمون جارک - برا در محیط نرم افزاری ایویوز استفاده شده است. نتایج آزمون مذکور در نگاره زیر ارائه شده است.

نتایج آزمون نرمال بودن متغیرهای وابسته فرضیه‌های پژوهش

متغیر	نماد	آماره جاکر برا	احتمال آماره جاکر برا
تغییرات نسبت کیوتوبین	QQ	۱۸۷,۱۴۵۱	۰,۰۵۲
تغییرات سرمایه ساختاری	SSCAP	۳۴۱,۷۲۷۷	۰,۰۵۷

با توجه به آنکه مقدار احتمال آماره جاکر - برای بیشتر از سطح خطای ۵٪ می‌باشد، می‌توان نتیجه گرفت متغیر وابسته پژوهش، دارای توزیع نرمال است.

آزمون واریانس ناهمسانی

در پژوهش حاضر، برای تشخیص واریانس ناهمسانی از آزمون وایت^۱ استفاده شده است و نتایج در نگاره زیر بیان شده است.

نتایج بررسی واریانس ناهمسانی

نام آزمون	فرضیه	آماره وایت	درجه آزادی	احتمال آماره وایت
وایت	اول تا سوم	۲,۲۶۹	(۳,۱۵۷)	۰,۰۷۴۱
	چهارم تا ششم	۳,۳۱۹	(۳,۲۷۸)	۰,۰۶۰۹

نتایج به دست آمده حاکی از آن است مقدار احتمال آزمون مذکور، بیشتر از سطح خطای ۰/۰۵ است، لذا حاکی از همسانی واریانس بوده و ملاحظه شد که مشکل ناهمسانی واریانس وجود ندارد.

بررسی همخطی میان متغیرهای مستقل و کنترلی پژوهش

نتایج بررسی همخطی میان متغیرهای مستقل و کنترلی درنگاره زیر بیان شده است.

آماره‌های همخطی		متغیرهای مستقل و کنترلی	
عامل تورم واریانس	تلرانس	نماد	نام متغیر
۲,۰۶۲	۰,۴۸۵	LAW	بعد قانونی مسئولیت‌های اجتماعی
۲,۱۹۸	۰,۴۵۵	ETHI	بعد اخلاقی مسئولیت‌های اجتماعی
۲,۰۳۷	۰,۴۹۱	SOC	بعد اجتماعی مسئولیت‌های اجتماعی
۲,۴۸۸	۰,۴۰۲	SIZE	اندازه شرکت
۱,۵۲۲	۰,۶۵۷	LEV	اهرم مالی
۲,۰۹۲	۰,۴۷۸	LOSS	گزارش زیان
۲,۱۰۵	۰,۴۷۵	CFO	جریان‌های نقدی عملیاتی

^۱ White Test

مقدار تفرانس در همه متغیرها، بیشتر از ۰/۲ بوده و مقدار عامل تورم واریانس کمتر از ۵ قرار دارد، لذا می‌توان نتیجه گرفت که میان متغیرهای مذکور، همخطی وجود ندارد.

آزمون اف لیمر و هاسمن

با استفاده از آزمون اف لیمر، به انتخاب الگوی داده‌های تلفیقی در برابر داده‌های تابلویی پرداخته شده است. نتیجه آزمون مذکور در نگاره زیر نشان داده شده است.

انتخاب الگوی داده‌های تابلویی در مقابل داده‌های تلفیقی در فرضیه‌های پژوهش

نام آزمون	فرضیه	آماره اف لیمر	درجه آزادی	احتمال آماره اف لیمر
اف لیمر	اول تا سوم	۱۲,۴۲۴	(۱۲۲,۴۸۵)	۰,۰۰۰۰
	چهارم تا ششم	۳,۳۱۹	(۳,۲۷۸)	۰,۰۶۰۹

مقدار احتمال آماره اف لیمر، کمتر از سطح خطای ۵٪ می‌باشد. لذا الگوی مناسب برای فرضیه‌های پژوهش، استفاده از روش داده‌های تابلویی می‌باشد. انتخاب مدل داده‌های تابلویی در برابر داده‌های تلفیقی، بمنظور انتخاب الگوی اثرات ثابت در برابر الگوی تصادفی، جهت انجام رگرسیون داده‌های ترکیبی، از آزمون هاسمن استفاده شده است.

انتخاب الگوی اثرات ثابت در مقابل اثرات تصادفی در فرضیه‌های پژوهش

نام آزمون	فرضیه	آماره هاسمن	درجه آزادی	احتمال آماره هاسمن
هاسمن	اول تا سوم	۳۷,۰۲۴	۷	۰,۰۰۰۰
	چهارم تا ششم	۱۶,۳۴۹	۷	۰,۰۰۰۰

مقدار احتمال آماره آزمون هاسمن کمتر از سطح خطای ۵٪ می‌باشد. لذا استفاده از الگوی ثابت در برابر الگوی اثرات تصادفی در فرضیه‌های پژوهش تأیید می‌گردد.

آزمون فرضیه‌های اول تا سوم پژوهش

مدل رگرسیونی اثرات ثابت فرضیه‌های اول تا سوم پژوهش

متغیرها	آماره ها	نماد	ضرایب رگرسیونی	مقدار آماره تی	احتمال آماره تی
مقدار ثابت		C	۵,۸۵۵	۰,۷۵۴	۰,۴۵۱۱
بعد قانونی مسئولیت‌های اجتماعی		LAW	۳,۱۳۴	۰,۷۲۴	۰,۴۶۹۰
بعد اخلاقی مسئولیت‌های اجتماعی		ETHI	۲,۱۹۹	۰,۹۲۷	۰,۳۵۴۳

متغیرها	آماره ها	نماد	ضرایب رگرسیونی	مقدار آماره تی	احتمال آماره تی
بعد اجتماعی مسئولیت‌های اجتماعی	SOC	۱,۰۱۴	۳,۱۲۷	۰,۰۱۱۸	
اندازه شرکت	SIZE	۱,۰۷۹	۰,۹۵۲	۰,۳۴۱۲	
اهرم مالی	LEV	-۱۱,۳۱۱	-۳,۲۲۲	۰,۰۰۱۴	
گزارش زبان	LOSS	۴,۹۲۰	۳,۹۳۵	۰,۰۰۱۳	
جریان‌های نقدی عملیاتی	CFO	-۲,۱۲۴	-۰,۸۴۹	۰,۳۹۵۷	
ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	دوربین واتسون	آماره اف	احتمال آماره اف	
۰,۵۶۷	۰,۵۰۳	۲,۰۰۵	۹,۶۵۲	۰,۰۰۰۰	

بر اساس مندرجات نگاره فوق بعد قانونی مسئولیت اجتماعی بر تغییرات نسبت کیوتوبین، تأثیر معناداری ندارد؛ زیرا سطح معنی‌داری آن (۰,۴۶۹۰)، بیشتر از سطح خطای ۵٪ می‌باشد که یافته‌های فوق در راستای فرضیه تعریف شده؛ نبوده و حاکی از رد آن دارد. بعد اخلاقی مسئولیت اجتماعی بر تغییرات نسبت کیوتوبین، تأثیر معناداری ندارد؛ زیرا سطح معنی‌داری آن (۰,۳۵۴۳) و بیشتر از سطح خطای ۵٪ است و فرضیه رد می‌شود. بعد اجتماعی مسئولیت اجتماعی بر تغییرات نسبت کیوتوبین، تأثیر مثبت و معناداری دارد؛ زیرا علامت ضریب رگرسیونی (۱,۰۱۴) مثبت و سطح معنی‌داری آن (۰,۰۱۱۸) بوده و کمتر از سطح خطای ۵٪ می‌باشد که یافته‌های فوق در راستای فرضیه تعریف شده؛ بوده و فرضیه تأیید می‌گردد. بر اساس ضریب تعیین تعدیل شده مدل، حدود ۵۰٪ تغییرات متغیر وابسته، ضمن توجه به تأثیر متغیرهای کنترلی، توسط تغییرات متغیرهای توضیحی که در مدل مذکور پیش بینی شده بود، قابل توضیح است.

آزمون فرضیه‌های چهارم تا ششم

مدل رگرسیونی اثرات ثابت فرضیه‌های چهارم تا ششم

متغیرها	آماره ها	نماد	ضرایب رگرسیونی	مقدار آماره تی	احتمال آماره تی
مقدار ثابت	C	۱۲,۷۶۱	۵,۳۸۷	۰,۰۰۰۰	
بعد قانونی مسئولیت‌های اجتماعی	LAW	۱۴,۸۱۸	۱,۶۶۲	۰,۰۹۷۱	
بعد اخلاقی مسئولیت‌های اجتماعی	ETHI	۲,۰۴۶	۱,۶۲۲	۰,۱۰۵۴	
بعد اجتماعی مسئولیت‌های اجتماعی	SOC	۵,۵۸۸	۲,۰۶۰	۰,۰۰۰۰	

اندازه شرکت	SIZE	۷,۵۲۴	۰,۷۱۰	۰,۴۷۷۷
اهرم مالی	LEV	-۷,۳۰۴	-۵,۳۴۷	۰,۰۰۰۰
گزارش زیان	LOSS	۱,۱۷۲	۱,۱۹۰	۰,۲۳۴۳
جریان‌های نقدی عملیاتی	CFO	-۵,۸۷۴	-۳,۰۴۸	۰,۰۱۵۲
ضریب تعیین شده	ضریب تعیین تعدیل شده	دوربین واتسون	آماره اف	احتمال آماره اف
۰,۷۶۹	۰,۷۲۳	۱,۹۲۶	۳۲,۰۱۷	۰,۰۰۰۰

بر اساس مندرجات نگاره فوق بعد قانونی مسئولیت اجتماعی بر تغییرات سرمایه ساختاری، تأثیر معناداری ندارد؛ زیرا سطح معنی‌داری آن (۰,۰۹۷۱) و بیشتر از سطح خطای ۵٪ می‌باشد که یافته‌های فوق در راستای فرضیه تعریف شده؛ نبوده و حکایت از رد آن دارد. سطح معنی‌داری بعد اخلاقی مسئولیت اجتماعی (۰,۱۰۵۴)، بیشتر از سطح خطای ۵٪ می‌باشد که یافته‌های فوق در راستای فرضیه تعریف شده؛ نبوده و فرضیه قابل قبول قرار نمی‌گیرد. بعد اجتماعی مسئولیت اجتماعی بر تغییرات سرمایه ساختاری، تأثیر مثبت و معناداری دارد؛ زیرا ضمن مثبت بودن علامت ضریب رگرسیونی (۵,۵۸۸) سطح معنی‌داری آن (۰,۰۰۰۰)، کمتر از سطح خطای ۵٪ می‌باشد که یافته‌های فوق در راستای فرضیه تعریف شده؛ بوده و حاکی از تایید آن است. بر اساس ضریب تعیین تعدیل شده مدل، حدود ۷۲٪ تغییرات متغیر وابسته، ضمن توجه به تأثیر متغیرهای کنترلی، توسط تغییرات متغیرهای توضیحی که در مدل مذکور پیش بینی شده بود، قابل توضیح است.

نتیجه‌گیری

افشای اطلاعات در رابطه با مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، تصویر مثبتی از عملکرد شرکت در بین سهامداران ایجاد می‌کند. از طرفی توجه مدیران به مسئولیت‌های اجتماعی‌شان در زمان اتخاذ تصمیم، اهمیت زیادی دارد تا در راستای بهبود عملکرد مالی غیر مالی؛ از تحمیل خسارت به جامعه جلوگیری شود. چنانچه افراد، گروه‌ها، سازمان‌ها و مؤسسات جامعه خود را نسبت به رویدادها، اتفاقات و بحران‌های مختلف مسئول دانسته و در حل بحران‌ها تلاش کنند، عملکرد مالی و غیر مالی بهتر شده، بسیاری از بحران‌ها در زمان کوتاه حل شده و جامعه‌ای سالم و آرام به وجود می‌آید. سازمان‌ها برای حفظ عملکرد مطلوب و بهبود جایگاه رقابتی خود در جامعه باید به مسئولیت اجتماعی‌شان توجه کرده تا جامعه دامنه فعالیت‌های آنها را محدود نکند و از مشروعیت در جامعه برخوردار باشند. سازمان‌ها به هر نحوی عمل کنند، عملکردشان بر جامعه اثر می‌گذارد و این تأثیر، خوب یا بد، به خود سازمان‌ها منعکس می‌گردد. بنابراین بد عمل کردن مدیران موجب بروز مشکلاتی برای جامعه می‌شود که در نهایت گریبان خودشان را نیز خواهد گرفت. هزینه جامعه‌ای با مدیرانی که نسبت به آن احساس مسئولیت نمی‌کنند بسیار بالاست. بر اساس تئوری دینفعان، مدیریت خوب رابطه مثبت با دینفعان کلیدی را مد نظر قرار می‌دهد تا عملکرد

مالی را بهبود بخشد. فرض اصلی پشت این تئوری این است که مسئولیت‌پذیری اجتماعی به عنوان یک ابزار سازمانی است که باعث استفاده اثربخش از منابع سازمان شده و در نتیجه اثر مثبتی بر روی عملکرد مالی شرکت دارد.

ارائه پیشنهادها

پیشنهادهای مبتنی بر یافته‌های فرضیه‌های گروه اول

* به مدیران واحدهای تجاری پیشنهاد می‌گردد چنانچه به دنبال فاکتورهای مؤثر بر بهبود عملکرد مالی (بر اساس شاخص نسبت کیوتوبین) می‌باشند، بصورت جدی زمینه‌های بهبود افشای اطلاعات مسئولیت‌های اجتماعی را در واحدهای تجاری تحت کنترل، تقویت نمایند.

* به سرمایه‌گذاران و فعالان بازار بورس پیشنهاد می‌گردد، شرکت‌های هدف سرمایه‌گذاری خود را بر اساس افشای اطلاعات مسئولیت‌های اجتماعی رتبه‌بندی نموده و در واحدهایی اقدام به فعالیت‌های سرمایه‌گذاری نمایند که در سطح بالایی از نظر فاکتور یاد شده قرار داشته باشند؛ زیرا به تبع این امر، در اینگونه واحدها؛ عملکرد مالی (بر اساس شاخص نسبت کیوتوبین) در سطح مطلوبی بوده و این امر می‌تواند تسهیل‌کننده انجام فعالیت‌های سرمایه‌گذاری موفق باشد.

* به مراجع استانداردگذاری پیشنهاد می‌گردد استانداردهای مشخص، مدون و لازم‌الاجرائی را برای سنجش افشای اطلاعات مسئولیت‌های اجتماعی تدوین نمایند.

پیشنهادهای مبتنی بر یافته‌های فرضیه‌های گروه دوم

* به مدیران واحدهای تجاری پیشنهاد می‌گردد چنانچه به دنبال فاکتورهای مؤثر بر بهبود عملکرد غیر مالی (بر اساس شاخص سرمایه‌ساختاری) می‌باشند، بصورت جدی زمینه‌های بهبود افشای اطلاعات مسئولیت‌های اجتماعی را در واحدهای تجاری تحت کنترل، تقویت نمایند.

* به سرمایه‌گذاران و فعالان بازار بورس پیشنهاد می‌گردد، شرکت‌های هدف سرمایه‌گذاری خود را بر اساس افشای اطلاعات مسئولیت‌های اجتماعی رتبه‌بندی نموده و در واحدهایی اقدام به فعالیت‌های سرمایه‌گذاری نمایند که در سطح بالایی از نظر فاکتور یاد شده قرار داشته باشند؛ زیرا به تبع این امر، در اینگونه واحدها؛ عملکرد غیر مالی (بر اساس شاخص سرمایه‌ساختاری) در سطح مطلوبی بوده و این امر می‌تواند تسهیل‌کننده انجام فعالیت‌های سرمایه‌گذاری موفق باشد.

* به مراجع استانداردگذاری پیشنهاد می‌گردد استانداردهای مشخص، مدون و لازم‌الاجرائی را برای سنجش افشای اطلاعات مسئولیت‌های اجتماعی تدوین نمایند.

پیشنهادات برای پژوهش‌های آتی

- نقش تعدیلگری ترکیب هیات مدیره در رابطه ابعاد مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی و غیر مالی.
 - تأثیر ابعاد گوناگون مسئولیت اجتماعی در بهبود عملکرد شرکتی با تأکید بر چرخه عمر شرکت.
- انجام تحقیق حاضر به تفکیک صنعت و مقایسه نتایج بدست آمده در صنایع گوناگون.

فهرست منابع

۱. اسمعیل پور، سحر (۱۳۹۶). "بررسی رابطه میان محدودیت‌های مالی و مسئولیت اجتماعی". پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته حسابداری، گرایش حسابداری، موسسه آموزش عالی کوشیار.
۲. اشرفی، جواد، رهنمای رودپشتی، فریدون، بنی‌مهد، بهمین (۱۳۹۸). "نظریه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتها". دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، دوره ۸، شماره ۳۱.

۳. امید، فریدون، رضایی دولت آبادی، حسین، محمدشفیعی، مجید (۱۳۹۵). "تأثیر مسئولیت‌های اجتماعی شرکت بر عملکرد اجتماعی و واکنش‌های مصرف‌کننده در صنایع غذایی". **مجله تحقیقات بازاریابی**، مقاله ۱۰، دوره ۶، شماره ۱ - شماره پیاپی ۲۰، بهار ۱۳۹۵، صفحه ۱۶۱-۱۷۸.
۴. خواجوی، شکراله، دهقانی‌سعدی، علی‌اصغر، روستا، منوچهر (۱۳۹۷). "بررسی نقش تعدیل‌کنندگی خودشیفتگی مدیران در تبیین رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران". **تحقیقات حسابداری و حسابرسی**، انجمن حسابداری ایران. شماره نشریه ۳۹.
۵. رجائی، یداله، نصیری، مهین (۱۳۹۵). "بررسی ارتباط بین مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها و محدودیت تأمین منابع مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران". **فصلنامه مطالعات کمی**. پاییز ۱۳۹۵ - شماره ۲۶ (۲۲ صفحه - از ۹۷ تا ۱۱۸).
۶. زارع چاهوکی، محمد (۱۳۹۳). "ارزیابی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و کیفیت گزارشگری مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران". پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کاشان.
۷. زنگنه کرد حیدری، غلامرضا، ایرج، نوروش، محمدحسن، جعفری (۱۳۹۶). "مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران". **مجله اقتصادی**. شماره‌های ۴ و ۳، شماره خرداد و تیر ۱۳۹۶، صفحات ۸۷-۳۳.
۸. صراف، فاطمه، برزگر، قدرت اله، (۱۳۹۷). "هموارسازی سود، مسئولیت اجتماعی و ارزش شرکت". **تحقیقات حسابداری و حسابرسی (تحقیقات حسابداری)**. انجمن حسابداری ایران. پاییز ۱۳۹۷، دوره ۱۰.
۹. قدردان، احسان، مقدم، عبدالکریم، سلطانیان، چیمن، شاهمرادی، شهین (۱۳۹۹). "ایفای نقش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی با تأکید بر نقش سرمایه فکری". **نشریه تحقیقات حسابداری و حسابرسی**، انجمن حسابداری ایران. دوره ۱۲، شماره ۴۵.
۱۰. کاشانی‌پور، محمد، کاظم‌پور، مرتضی، اسماعیل‌بیگی، فروغ (۱۳۹۷). "مسئولیت‌پذیری اجتماعی در صنعت بانکداری کشورهای مختلف جهان". **مجله تحقیقات حسابداری و حسابرسی**، انجمن حسابداری ایران، شماره ۲۷.
۱۱. مددی، آسیه (۱۳۹۸). "تأثیر کنترل‌های داخلی و افشای اطلاعات مسئولیت‌های اجتماعی بر عملکرد مالی با توجه به نقش تعدیل‌کنندگی سهامداران نهادی". پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد مدیریت مالی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد الکترونیکی.
12. Kruger, P.(2015).Corporate goodness and shareholder wealth. *Journal of Financial Economics*, No.115, pp.304-329.
13. Shafat, MaqboolM,Nasir, Zameer.(2017). Corporate social responsibility and financial performance: An empirical analysis of Indian banks Author links open overlay panel. *Future Business Journal*, Future Business Journal, Volume 4, Issue 1, June 2018, Pages 84-93.
14. Shahbaz, Muhammad, Abdullah S. Karaman, Merve Kilic, Ali Uyar.(2020). Board attributes, CSR engagement, and corporate performance: What is the nexus in the energy sector? *Energy Policy*Volume 143August 2020Article 111582.
15. Yongming, Zhu, Yini,Sun.(2017). The impact of coupling interaction of internal control and CSR on corporate performance—Based on the perspective of stakeholder. 13th Global Congress on Manufacturing and Management, GCOMM 2016.



Dimensions of Social Responsibility and Improving the Financial and Non-financial Performance of Companies

Mohammad Foroghi Nasab¹

Ph.D Student of Accounting, Islamic Azad University, South of Tehran Branch, International Kish Branch, Kish, Iran

Fatemeh Sarraf (PhD)²©

M Department of Accounting, Islamic Azad University, South of Tehran Branch, Tehran, Iran

Ali Najafi Moghaddam (PhD)³

Department of Accounting, Islamic Azad University, South of Tehran Branch, Tehran, Iran

(Received: 1 June 2020; Accepted: 6 October 2020)

This research aims to study the effects of various dimensions of social responsibility on improving the financial and non-financial performances of companies. For this purpose, the information of 107 companies listed in the Tehran Stock Exchange in the time period of 2010-2019 was extracted, and the hypotheses were evaluated and examined using statistical and econometric methods. The research findings indicate that the legal and moral dimension of social responsibility has no significant effect on changes in Tobin's Q ratio, while the social dimension of social responsibility has a positive and significant effect on changes in Tobin's Q ratio. On the other hand, the social dimension of social responsibility has a positive and significant effect on changes in structural capital, and the moral and legal dimension of social responsibility does not have a significant effect on changes in structural capital.

Keywords: Social Responsibilities, Financial Performance, Non Financial Performance.

¹ mohamad.foroghi@yahoo.com

² aznyobe@yahoo.com © (Corresponding Author)

³ alirezanm@yahoo.com