

رابطه بین پیچیدگی شرکت و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران

دکتر فرزین خوشکار

مدرس گروه حسابداری و مدیریت، موسسه آموزش عالی ناصر خسرو، ساوه، ایران.

f.khoshkar@hnhk.ac.ir

سامان سیفی

دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، موسسه آموزش عالی ناصر خسرو، ساوه، ایران. (نویسنده مسئول).

samanseyf@yahoo.com

محمد معین نعمتی

دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، موسسه آموزش عالی ناصر خسرو، ساوه، ایران.

mohamadmoein7976@gmail.com

چکیده

مسئولیت اجتماعی تعهد واحدهای تجاری و جامعه به اعمال قانونی، اخلاقی و انسان دوستانه مناسب در حمایت و بهبود رفاه جامعه و هم واحدهای تجاری است. مسئولیت اجتماعی شرکت به‌طور گسترده‌ای از دیدگاه‌های مختلف مورد تحقیق قرار گرفته است. یکی از جریان‌های تحقیقی جدید، تأثیر پیچیدگی شرکت بر مسئولیت اجتماعی شرکت است که نشان می‌دهد شرکت‌های پیچیده‌تر به گزارش‌دهی و شیوه‌های مدیریتی پیچیده‌تری نیاز دارند. هدف این پژوهش رابطه بین پیچیدگی شرکت و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. اطلاعات مورد نیاز این پژوهش برگرفته از صورت‌های مالی ۱۴۶ شرکت در بازه زمانی ۱۳۹۲-۱۳۹۹ می‌باشد. پژوهش انجام‌شده از نظر نوع هدف جزء پژوهش‌های کاربردی است و روش پژوهش از نظر ماهیت و محتوایی همبستگی می‌باشد و برای تجزیه و تحلیل فرضیه از تحلیل پانلی کمک گرفته شده است. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش نشان داد بین پیچیدگی شرکت (معیار اندازه شرکت و اهرم مالی) و مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد؛ اما بین پیچیدگی شرکت (معیار ترکیبی از پیچیدگی و عدم اطمینان محیطی) و مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود ندارد.

واژگان کلیدی: مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، پیچیدگی شرکت، عدم اطمینان محیطی.

مقدمه

مسئولیت اجتماعی تعهد واحدهای تجاری و جامعه به اعمال قانونی، اخلاقی و انسان دوستانه مناسب در حمایت و بهبود رفاه جامعه و هم واحدهای تجاری است که باید با ساختار اقتصادی و توانمندی بخش‌های ذینفع همراه باشد (حساس یگانه و برزگر، ۱۳۹۳). ادبیات حسابداری به مسئولیت اجتماعی شرکت به‌عنوان یک فعالیت ارزش‌آفرینی استراتژیک می‌پردازد. از این‌رو، بر اساس تئوری، از نظر استراتژیک بر شرکت تأثیر می‌گذارد. طرفداران نظریه نهادی معتقدند که شرکت‌هایی با مسئولیت‌پذیری اجتماعی مناسب، بهتر از هم‌تایان خود عمل می‌کنند که حاکی از اهمیت آن در بهبود عملکرد شرکت است (ستیوان و همکاران^۱، ۲۰۲۲)؛ بنابراین مسئولیت اجتماعی شرکت به‌طور گسترده‌ای از دیدگاه‌های

¹ Setiawan

مختلف مورد تحقیق قرار گرفته است. یکی از جریان‌های تحقیقی جدید، تأثیر پیچیدگی شرکت^۱ بر مسئولیت اجتماعی شرکت است که نشان می‌دهد شرکت‌های پیچیده‌تر به گزارش‌دهی و شیوه‌های مدیریتی پیچیده‌تری نیاز دارند (لئو و همکاران^۲، ۲۰۱۷). تحقیقات در مورد پیچیدگی شرکت، بسیار محدود است و نحوه اندازه‌گیری آن نیز همیشه مورد مناقشه بوده است. با این حال، پیچیدگی شرکت یک ساختار نظری است که نمی‌توان آن را مستقیماً در یک محیط تجربی مشاهده کرد (لوگران و مک دونالد^۳، ۲۰۲۰). رابطه مثبت بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و پیچیدگی شرکت به‌طور کلی توسط نظریه اقتضایی^۴ در ارتباط با نظریه انتخاب منطقی پیشنهاد شده است. با فرض اینکه تصمیم یک شرکت برای پیروی از تئوری انتخاب منطقی در مواجهه با مجموعه‌ای از گزینه‌ها، تصمیمی منطقی است، شرکت آن گزینه را با حداکثر مطلوبیت مورد انتظار انتخاب می‌کند (سالین^۵، ۲۰۱۲). در این نظریه ارزیابی با رتبه‌بندی گزینه‌های مختلف همراه با اولویت‌ها و ارزش‌ها انجام می‌شود (گرون-یانوف^۶، ۲۰۱۲)؛ بنابراین، شرکت‌هایی که به‌طور منطقی تصمیم‌گیری می‌کنند، تلاش می‌کنند تا سطح بهینه و حداکثر سودمندی را از مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت ایجاد کنند. تئوری اقتضایی شرکت‌ها را به‌عنوان سیستم‌های باز بدون ساختار بهینه کاملاً معتبر، در نظر می‌گیرد (بورکرت و همکاران^۷، ۲۰۱۴). به‌طور کلی، ساختار پیچیدگی شرکت با اندازه شرکت (به‌عنوان مثال، تعداد کارکنان یا شدت دارایی) نشان داده شده است. در حالی که برخی از مطالعات در مورد استفاده از شاخص‌های دیگری تأکید دارند. به‌عنوان مثال مطالعات لارگر و همکاران (۲۰۲۲) از تمایز فضایی، عملکردی، عمودی و افقی برای اندازه‌گیری پیچیدگی شرکت استفاده کرده است؛ اما در اغلب مطالعات از اندازه شرکت و یا دیگر معیارهایی مانند اهرم مالی و نسبت مشخص آنها برای اندازه‌گیری پیچیدگی شرکت استفاده شده است. به‌عنوان مثال تحقیق درمپتیک و همکاران^۸ (۲۰۲۰) تأثیر اندازه شرکت را بر رتبه‌بندی محیطی، اجتماعی و حکمرانی^۹ یک شرکت بررسی کرد و نتایج مثبت قابل‌توجهی پیدا کرد. این نتیجه مطابق با تحقیقاتی است که نشان می‌دهد شرکت‌های بزرگ دارای ویژگی‌هایی هستند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت را تقویت می‌کنند؛ بنابراین به نظر می‌رسد اندازه شرکت ارتباط مثبتی با گزارش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت دارد (گالو و کریستنسن^{۱۰}، ۲۰۱۱). با توجه به اهمیت مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت برای ارزش‌آفرینی و بهبود عملکرد شرکت و همچنین تأثیر آن بر تصویر و برند شرکت و اهمیت آن از دیدگاه سرمایه‌گذاران برای پایداری به موارد اجتماعی و زیست‌محیطی در این تحقیق با استفاده از دو معیار متفاوت و نوین به بررسی رابطه بین پیچیدگی شرکت و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته می‌شود.

ادبیات تحقیق

مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت

در اواسط قرن بیستم، عنوان مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، توسط متفکرین و متخصصین مدیریت کسب‌وکار، در آمریکا مطرح شده و در بسیاری از محافل علمی، سیاسی و اقتصادی کشورهای پیشرفته و در حال توسعه، به دغدغه مهمی در مدیریت، بازاریابی و سرمایه‌گذاری، تبدیل شد؛ اما از لحاظ تاریخی این مفهوم در دهه ۱۹۶۰ به‌طور گسترده مورد توجه

¹ firm complexity

² Luo et al

³ Loughran & McDonald

⁴ Contingency theory

⁵ Sahlin

⁶ Grüne-Yanoff

⁷ Burkert

⁸ Drempetic et al

⁹ Environmental, Social, and Governance (ESG)

¹⁰ Gallo & Christensen

قرار گرفت و برای پوشش مسئولیت اخلاقی و قانونی شرکت‌ها مورد توجه قرار گرفت (امیری، ۱۳۹۹). امروزه مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها نه تنها بخش مهمی از ادبیات و فرهنگ مدیریت را به خود اختصاص داده است، بلکه بحث‌های آکادمیک، مجامع حرفه‌ای، سازمان‌های غیردولتی، مصرف‌کنندگان، کارکنان، تأمین‌کنندگان، سهامداران و سرمایه‌گذاران شده است. گسترش این موضوع بدین خاطر است که ذینفعان داخلی شامل کارکنان و سهامداران و ذینفعان خارجی شامل عموم مردم جامعه، مشتریان و متقاضیان، تأمین‌کنندگان، رقبا، دولت و نهادهای اجتماعی شرکت‌ها را ترغیب به ایفای وظایف مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌کنند تا نسبت به درخواست‌های آنها مانند تضمین محافظت از محیط‌زیست، تنوع و مناسب بودن محیط کاری، شرایط کاری مطلوب و ایمن برای کارکنان و سایر مسائل محیطی پاسخگو باشند (اسمعیلی و یعقوبی، ۱۴۰۰). مسئولیت اجتماعی تعهد واحدهای تجاری و جامعه به اعمال قانونی، اخلاقی و انسان دوستانه مناسب در حمایت و بهبود رفاه جامعه و هم واحدهای تجاری است که باید با ساختار اقتصادی و توانمندی بخش‌های ذینفع همراه باشد. (قادرزاده، ۱۳۹۶). مطالعات هو و همکاران^۱ (۲۰۱۶) کیم و استاتمن^۲ (۲۰۱۲) نشان می‌دهد که افشای مسئولیت اجتماعی به‌عنوان پل ارتباطی بین واحد تجاری و ذینفعان شناخته می‌شود و علاوه بر اینکه منجر به بهبود اصول اخلاقی شرکت می‌گردد قادر است با ایجاد اثر روانی مثبت باعث جذب سرمایه‌گذاران نهادی شود، از این‌رو رابطه مستقیمی با اخلاق تجاری شرکت‌ها دارد. علاوه بر این شرکت‌هایی که عملکرد اجتماعی بالایی دارند تمایل بیشتری به افشای عمومی فعالیت‌های اجتماعی خود دارند. از این‌رو سطح بالای شفافیت در اطلاعات باعث کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بین شرکت و ذینفعان می‌شود و این خود باعث کاهش ریسک و افزایش بازده سهام می‌گردد (صرافیم و همکاران^۳، ۲۰۱۱) بنابراین از آنجاکه مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها به مشارکت داوطلبانه‌ی شرکت برای توسعه پاینده، فراسوی الزام‌های قانونی اشاره دارد و یک روش برای کاهش شکاف بین شرکت و انتظارهای ذینفعان در قالب گزارشگری نتایج ارزیابی‌ها محسوب می‌شود (سپاسی و رضایت، ۱۳۹۴). لذا افشای این اطلاعات، رویکرد پایداری به شمار می‌آید و می‌تواند منجر به بهبود عملکرد واحد انتفاعی در درازمدت گردد.

پیچیدگی شرکت

در یک محیط پیچیده تعداد زیادی از عوامل خارجی با هم در ارتباط هستند و بر سازمان تأثیر می‌گذارند که این پیچیدگی باعث افزایش عدم اطمینان محیطی می‌شود. در پژوهش‌های انجام شده پیچیدگی محیط شرکت این‌گونه تعریف شده است؛ پیچیدگی بیانگر تنوع و تمرکز منابع در محیط خارجی است و وجود تهدیدهای بالقوه زیاد و رقابت شدید در بازار محصولات به عنوان محیط‌های پیچیده توصیف می‌شوند (حسنی توابع و همکاران، ۱۳۹۲). پیچیدگی محیط شرکت یک متغیر ساختاری هست که عملیات و فرآیند ارتباطی یک شرکت را توصیف می‌کند. پیچیدگی محیط شرکت با تعداد عناصر مختلفی که مدیر به‌طور هم‌زمان، با آنها سروکار دارد افزایش می‌یابد. این عناصر می‌تواند شامل فعالیت‌ها یا سیستم‌های فرعی داخل شرکت باشد. رسالت یا مأموریت سازمان ایجاب می‌کند استراتژی‌هایی درباره ماهیت و دامنه فعالیت‌های کنونی و آتی آن بیندیشند و در عرصه رقابت و تغییرات فناوری، گام‌های لازم برای موفقیت و بقا را طی نمایند. استراتژی‌هایی مانند یکپارچگی عمودی به پایین، یکپارچگی عمودی به بالا، یکپارچگی افقی، رسوخ در بازار، توسعه بازار، توسعه محصول، تنوع همگون، تنوع ناهمگون، تنوع افقی، مشارکت و مواردی از این قبیل در پاسخ به تحولات محیط تجاری، حفظ موقعیت رقابتی و بهره‌مندی از مزیت‌های نسبی در بازار مورد استفاده قرار می‌گیرد (محمدیان و همکاران، ۱۳۹۸).

¹ Ho et al

² Kim & Statman

³ Serafeim, et al

پیشینه تحقیق

تحقیقات در مورد این موضوع و به خصوص در مورد پیچیدگی شرکت بسیار محدود است و تنها می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

لاگر و همکاران (۲۰۲۱) در تحقیقی با عنوان رابطه بین پیچیدگی شرکت و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت با پیروی از یک رویکرد اقتضایی و متناسب با ماهیت چندبعدی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، نشان دادند که سطح بالاتری از مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت در شرکت‌های پیچیده‌تر مشهود است. کامون^۱ (۲۰۲۱) در تحقیقی با عنوان بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش شرکت، نشان دادند میان جنبه اجتماعی و توجه شرکت به موارد اجتماعی با عملکرد آن رابطه مثبتی وجود دارد. نتایج تحقیق فهد و بوسور^۲ (۲۰۲۱) نشانگر تأثیر منفی افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر سودآوری شرکت و ارزش شرکت در هند بود. این اثر منفی عمدتاً تحت تأثیر امتیاز افشای محیطی و امتیاز افشای اجتماعی است. همچنین اثر نامطلوب سودآوری شرکت و ارزش شرکت بر افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی نیز مشاهده شد تا این رابطه معکوس تأکید کند. درمپتک و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان تأثیر اندازه شرکت بر امتیاز محیطی، اجتماعی و حکمرانی: رتبه‌بندی‌های پایداری شرکت، با استفاده از رتبه‌بندی تامسون رویترز ASSET4 ESG برای تجزیه و تحلیل تأثیر اندازه شرکت، منابع موجود شرکت برای ارائه داده‌های محیطی، اجتماعی و حکمرانی و در دسترس بودن آنها بر عملکرد پایداری شرکت، همبستگی مثبت و معناداری میان این متغیرها با مشروعیت سازمانی پیدا کردند. چابوفسکی و همکاران (۲۰۱۹) در بررسی رابطه بین عدم اطمینان محیطی با مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در بین شرکت‌های ایالات متحده آمریکا نشان داد رابطه منفی و معنی‌داری بین عدم اطمینان محیطی با مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها برقرار می‌باشد.

نیکبخت و همکاران (۱۳۹۹) در بررسی تأثیر پیچیدگی شرکت بر ارتباط بین توانایی مدیریت و عدم شفافیت اطلاعات، نشان دادند بین توانایی مدیریت و عدم شفافیت اطلاعات شرکت رابطه منفی و معناداری وجود دارد. همچنین، پیچیدگی شرکت بر ارتباط بین توانایی مدیریت و عدم شفافیت اطلاعات تأثیر منفی می‌گذارد. به‌طور کلی، نتایج نشان دادند هرچه توانایی مدیریت افزایش یابد، عدم شفافیت اطلاعات کاهش می‌یابد؛ به‌طوری‌که این کاهش نشان از شفافیت شرکتی دارد. با وجود این، پیچیدگی در محیط شرکت بر توانایی مدیران در پردازش اطلاعات تأثیر می‌گذارد و شفافیت اطلاعات را کاهش می‌دهد. گروسی و همکاران (۱۳۹۹) در بررسی تأثیر سطح افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر ارزش بازار شرکت نشان دادند که شرکت‌ها با مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالاتر، ارزش بازار بیشتری و هزینه سرمایه کمتری دارند ولی جریان نقدی عملیاتی بالاتری ندارند. حاجیها (۱۳۹۷) در تحقیقی با عنوان راهبردهای رقابتی، عملکرد شرکت و مسئولیت‌پذیری اجتماعی به عنوان راهبرد سوم، نشان داد راهبردهای رقابتی بر عملکرد تأثیر مستقیم و معنی‌دار دارند. همچنین تأثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد مستقیم و معنی‌دار است، اما با حضور افشای بیشتر مسئولیت اجتماعی راهبرد تمایز نسبت به کاهش هزینه، تأثیر بیشتری بر عملکرد دارد.

چارچوب نظری و فرضیات تحقیق

رابطه مثبت بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و پیچیدگی شرکت به‌طور کلی توسط نظریه اقتضایی در ارتباط با نظریه انتخاب منطقی پیشنهاد شده است (سالین، ۲۰۱۲). نظریه اقتضایی استدلال می‌کند که چنین سطوحی به زمینه‌ای که شرکت‌ها در آن فعالیت می‌کنند بستگی دارد (چنهال^۳، ۲۰۰۳). تطبیق شرایط خاص با جنبه‌های خاص یک شرکت، در

¹ Kammoun

² Fahad.P and Busru,

³ Chenhall

این مورد با سطح مناسبی از مسئولیت‌پذیری اجتماعی، منجر به شرایط مناسب می‌شود (اتلی^۱، ۲۰۱۶). مسئولیت‌پذیری اجتماعی در راستای نظریه اقتضایی به عنوان یک عامل وابسته به زمینه توصیف شده است که توسط عوامل خارجی و همچنین توسط ساختار داخلی و فرآیندهای یک شرکت تعیین می‌شود (شرک و رایتهل^۲، ۲۰۱۸). به‌طور معمول اندازه شرکت برای عنوان شاخصی برای نشان دادن پیچیدگی شرکت مورد استفاده قرار گرفته است و بخشی جدایی‌ناپذیر از پیچیدگی شرکت است که با پراکسی‌های رایج مختلف مانند تعداد کارکنان، کل دارایی‌ها، کل درآمد و ارزش بازار تعریف می‌شود. تحقیقات نشان می‌دهد شرکت‌های بزرگ‌تر به‌طور قابل‌توجهی بیشتر از هم‌تایان کوچک‌تر خود در معرض توجه هستند (گالو و کریستنسن، ۲۰۱۱) و این افزایش توجه منجر به محیط پیچیده‌تری می‌شود که توسط سیستم‌های مدیریتی پیچیده‌تر که منجر به افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌شود، مورد توجه قرار می‌گیرد. همچنین شرکت‌هایی که پیچیده‌تر هستند، با ساختار پیشرفته‌تری همراه هستند که در عملیات پیچیده‌تر هستند بروز می‌یابد. مورد دیگر اینکه شرکت‌های پیچیده‌تر به منابع بسیار بیشتری دسترسی دارند (هوریش و همکاران^۳، ۲۰۱۵). کمبود منابع محدودیتی است که شرکت‌های کمتر پیچیده با آن مواجه هستند و انتظار می‌رود بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی آنها تأثیر بگذارد. کمبود منابعی که شرکت‌های بزرگ‌تر از آن برخوردارند، به سرمایه مالی و انسانی (گالو و کریستنسن، ۲۰۱۱) و همچنین به دانش منابع مربوط می‌شود (هوریش و همکاران، ۲۰۱۵). در تحقیق درمپتیک و همکاران (۲۰۲۰) سطح بالاتری از مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای شرکت‌های بزرگ‌تر یافت شد. با این حال، برخی مطالعات بین عملکرد یا اجرای مسئولیت‌پذیری اجتماعی از یک سو و گزارش مسئولیت‌پذیری اجتماعی از سوی دیگر تفاوت قائل می‌شوند. اجرای مسئولیت‌پذیری اجتماعی به احتمال زیاد توسط شرکت‌های بزرگ نسبت به هم‌تایان کوچک‌تر آنها محقق می‌شود (هوریش و همکاران، ۲۰۱۵). علاوه بر این، شرکت‌های کوچک‌تر با اتخاذ شیوه‌های زیست‌محیطی به‌عنوان عنصر دیگری از اجرای مسئولیت‌پذیری اجتماعی ارتباط کمتری دارند (دارنال و همکاران^۴، ۲۰۱۰). یافته‌های مشابهی توسط (شرک و رایتهل، ۲۰۱۸) ارائه شده است که عموماً سطوح بالاتری از افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی را برای شرکت‌های بزرگ‌تر گزارش می‌دهند، اما این رابطه را غیرخطی با کاهش انگیزه برای گزارش برای شرکت‌های بسیار بزرگ توصیف می‌کنند.

اما همان‌طور که ذکر شد در تحقیقات جدیدتر در جستجوی شاخص‌های مؤثر برای اندازه‌گیری پیچیدگی شرکت از شاخص‌هایی مانند تمایز فضایی، عملکردی، عمودی و افقی استفاده شده است. مطابق با مطالعه لارگر و همکاران (۲۰۲۲) یک شرکت پیچیده یک سیستم باز متشکل از چندین بخش وابسته به هم است که با محیط در تعامل است. پیچیدگی شرکت را می‌توان به ابعاد مختلف تمایز تقسیم کرد. سه بعد تمایز عمودی، افقی و فضایی پیچیدگی ساختاری را تشکیل می‌دهند که پیچیده‌ترین ساختارها، ناشی از تمایز زیاد در طول هر سه بعد است. او به پیروی از بلاو^۵ (۱۹۷۰)، تمایز افقی را به دو بخش عملکردی و شغلی تقسیم می‌کند و معتقد است شرکت‌هایی با سطوح بالایی از تمایز در امتداد چهار بعد پیچیدگی، باید بیشتر درگیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشند. در این تقسیم‌بندی تمایز عمودی با تعداد کارکنان، تمایز عملکردی با وجود کمیته مسئولیت‌پذیری اجتماعی در شرکت، تمایز شغلی با وجود حمایت در تربیت کارکنان و تمایز فضایی نیز بر اساس تفاوت میان فروش (دارایی) خارجی بر کل فروش محاسبه می‌شود. در نهایت نتایج تحقیق او به تأثیر مثبت قابل‌توجهی از ابعاد عمودی، عملکردی و شغلی پیچیدگی اشاره می‌کند اما هیچ ارتباطی بین تمایز فضایی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی دست پیدا نمی‌کند.

¹ Otley

² Schreck & Raithe

³ Hörisch et al

⁴ Darnall et al

⁵ Blau

بر این اساس فرضیات تحقیق به شرح زیر ارائه می‌شوند:

فرضیه اول: بین پیچیدگی شرکت (معیار اندازه شرکت و اهرم مالی) و مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

فرضیه دوم: بین پیچیدگی شرکت (معیار پیچیدگی و عدم اطمینان محیطی) و مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها، از نوع تحقیقات نیمه تجربی پس رویدادی در حوزه تحقیقات اثباتی حسابداری است که با استفاده از روش رگرسیون چند متغیره (استفاده از روش پانل با اثرات ثابت) و مدل‌های اقتصادسنجی انجام شده است. اطلاعات مربوط به طور کلی مالی شرکت‌ها، از طریق نرم‌افزار تدبیر پرداز و ره‌آورد نوین و پایگاه‌های اینترنتی بورس اوراق بهادار تهران جمع‌آوری شده است و برای تجزیه و تحلیل داده‌های از نرم‌افزارهای EViews9 استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بازار سرمایه ایران در یک بازه زمانی ۸ ساله طی دوره زمانی ۱۳۹۲-۱۳۹۹ می‌باشد که با استفاده از روش حذف سیستماتیک و بعد از مدنظر قرار دادن معیارهای زیر تعداد ۱۴۶ شرکت به عنوان جامعه آماری انتخاب شدند:

۱. شرکت قبل از سال ۱۳۹۲ در بورس پذیرفته شده و تا پایان سال ۱۳۹۹ در بورس فعال باشد؛
۲. سال مالی شرکت منتهی به ۲۹ اسفند باشد و طی زمان تحقیق تغییر سال مالی نداشته باشد؛
۳. فعالیت اصلی شرکت سرمایه‌گذاری، بانکداری، لیزینگ و نهاد مالی نباشد؛
۴. اطلاعات مورد نیاز در بخش تعریف متغیرها در دسترس باشد و
۵. شرکت در دوره مورد مطالعه تغییر سال مالی نداشته باشد.

متغیرها و مدل تحقیق

متغیر وابسته: در این تحقیق مسئولیت‌پذیری اجتماعی (CSR) است. برای بررسی معیار گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از چهار عامل محیط‌زیست، رفاه کارکنان، فعالیت اجتماعی و خیریه و مصرف انرژی استفاده شده است و طی بررسی‌های انجام شده برای شرکت‌هایی که در هر یک از این زمینه‌ها گزارش ارائه نموده‌اند متغیر مصنوعی ۱ و در غیر این صورت ۰ استفاده شده است و در نهایت شرکت‌هایی که از نظر گزارشگری اجتماعی در مجموع عدد ۱ تا ۴ کسب کنند به عنوان شرکت‌ها با مسئولیت اجتماعی (استفاده از متغیر مصنوعی ۱ در مدل رگرسیون) و در غیر این صورت شرکت‌ها بدون مسئولیت اجتماعی (استفاده از متغیر مصنوعی ۰ در مدل رگرسیون) شناسایی می‌شوند (فروغی و همکاران، ۱۳۸۷).

جدول (۱): بررسی معیار گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها

نام شرکت	گزارش محیط‌زیست	گزارش رفاه کارکنان	گزارش فعالیت اجتماعی و خیریه	گزارش مصرف انرژی	جمع	نتیجه
الف	۱	۱	۱	۱	۴	دارای مسئولیت اجتماعی عدد ۴ در مدل رگرسیون
ب	۱	۰	۱	۱	۳	دارای مسئولیت اجتماعی عدد ۳ در مدل رگرسیون
ج	۱	۰	۰	۱	۲	دارای مسئولیت اجتماعی عدد ۲ در مدل رگرسیون

دارای مسئولیت اجتماعی عدد ۱ در مدل رگرسیون	۱	۰	۰	۰	۱	۵
عدم وجود مسئولیت اجتماعی عدد صفر در مدل رگرسیون	۰	۰	۰	۰	۰	۵

متغیرهای مستقل

همان‌طور که در بخش قبلی اشاره شد برای اندازه‌گیری پیچیدگی شرکت از دو معیار استفاده می‌شود:

معیار اول اندازه‌گیری پیچیدگی شرکت (complexity 1): معمولاً در تحقیقات قبلی برای سنجش این شاخص تنها به اندازه شرکت اکتفا شده است؛ اما در این تحقیق با در نظر داشتن معیاری کامل‌تر، به پیروی از ایگور^۱ (۲۰۱۷) و نیکیخت و همکاران (۱۳۹۹) پیچیدگی شرکت با استفاده از معیارهای اندازه شرکت و اهرم مالی اندازه‌گیری شده است. بدین ترتیب که اگر مقدار شاخص پیچیدگی شرکت برای هر دو معیار، مساوی یا بیشتر از ارزش میانه آن باشد، شرکت «پیچیده» نامیده می‌شود. به عبارت دیگر، برای شرکت‌هایی که به لحاظ هر دو معیار ارزش یک گرفته باشند، ارزش یک و در غیر این صورت، ارزش صفر در نظر گرفته شده است.

معیار دوم پیچیدگی شرکت (complexity 2): اگرچه در تحقیق لارگر و همکاران (۲۰۲۲) از معیارهای تمایز (عمودی، افقی، شغلی و عملکردی) برای اندازه‌گیری نوع دوم پیچیدگی استفاده شده است؛ اما با توجه به فقدان آمارهای موجود در این زمینه در این تحقیق به پیروی از محمدیان و همکاران (۱۳۹۸) از معیار مشابه زیر استفاده می‌شود: در این پژوهش برای متغیر پیچیدگی و عدم اطمینان محیطی شرکت شاخص تعریف شده است بدین صورت که در مورد شرکت‌های مورد مطالعه هفت مؤلفه پیچیدگی جغرافیایی، ریسک تجاری، تغییرات فروش، ساختار مالکیت، فرصت رشد، رقابت در بازار محصول، تکنولوژی مورد بررسی قرار می‌گیرد و هر یک از این مؤلفه‌ها به عنوان یک متغیر موهومی تعریف می‌شود و اگر شرکت‌های مورد بررسی دارای این ویژگی‌ها باشد کد یک و در غیر این صورت کد صفر را می‌پذیرد و شرکتی که دارای چهار یا تعداد بیشتری از این ویژگی‌ها باشد دارای پیچیدگی و عدم اطمینان محیطی در نظر گرفته می‌شود.

همچنین تأثیر متغیرهای کنترلی زیر نیز بر این رابطه بررسی شده است:

سودآوری (PROFIT): از نسبت سود سال جاری به مجموع دارایی‌ها شرکت به دست می‌آید؛

اهرم مالی (LEV): تقسیم کل بدهی‌ها به کل دارایی‌ها؛

اندازه شرکت (SIZE): لگاریتم طبیعی ارزش دفتری کل دارایی‌های شرکت در پایان سال و

بازده دارایی‌ها (ROA): تقسیم سود سالیانه به کل دارایی شرکت.

مدل آماری فرضیه اول:

$$CSR_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 complexity\ 1_{i,t} + \beta_2 PROFIT_{i,t} + \beta_3 LEV_{i,t} + \beta_4 SIZE_{i,t} + \beta_5 ROA_{i,t} + e_i$$

مدل آماری فرضیه دوم:

$$CSR_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 complexity\ 2_{i,t} + \beta_2 PROFIT_{i,t} + \beta_3 LEV_{i,t} + \beta_4 SIZE_{i,t} + \beta_5 ROA_{i,t} + e_i$$

¹ Uygur

یافته‌های پژوهش آمار توصیفی

جدول ۲، آماره‌های توصیفی متغیرهای پژوهش در طی سالهای ۱۳۹۲-۱۳۹۹ در جدول زیر نشان داده شده است

جدول (۲): آمار توصیفی متغیرها

شاخص‌های پراکندگی		شاخص‌های مرکزی			نام و تعداد متغیرها	
بیشینه	کمینه	انحراف معیار	میانگین	میانگین	علامت اختصاری	متغیرها
۴	۰	۱/۱۶	۲/۱۵	۲/۲۲	social responsibility	مسئولیت‌پذیری اجتماعی
۱	۰	۰/۴۳	۰/۰۰۰	۰/۲۱	complexity 1	معیار اول پیچیدگی شرکت
۱	۰	۰/۲۱	۰/۴۴	۰/۴۶	complexity 2	معیار دوم پیچیدگی شرکت
۰/۸۰	۰/۰۸	۰/۴۱	۰/۴۲	۰/۴۶	PROFIT	رشد شرکت
۲۰/۷۰	۱۱/۲۱	۱/۵۷	۱۴/۴۵	۱۴/۶۸	SIZE	اندازه شرکت
۱/۹۸	۰/۰۳	۰/۴۳	۰/۶۴	۰/۶۲	LEV	اهرم مالی
۰/۶۶	-۰/۵۴	۰/۱۵	۰/۱۴	۰/۱۷	ROA	بازده دارایی‌ها

آزمون نرمالیت

قبل از برازش مدل، نرمال بودن متغیر وابسته بررسی می‌شود. شایان ذکر است که نرمال بودن باقیمانده‌های مدل، شرط لازم برای اعتبار رگرسیونی است. فرض صفر و فرض مقابل در این آزمون به صورت زیر نوشته می‌شود:
 H_0 : داده‌ها برای متغیر وابسته از توزیع نرمال پیروی می‌کند.
 H_1 : داده‌ها برای متغیر وابسته از توزیع نرمال پیروی نمی‌کند.

جدول (۳): آزمون کولموگوروف - اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن متغیر وابسته تحقیق

مقدار احتمال	مقدار Z کولموگوروف - اسمیرنوف	بیشترین تفاوت			پارامترهای نرمال	
		منفی	مثبت	قدر مطلق	انحراف معیار	میانگین
۰/۰۰۰	۴/۱۲	-۰/۱۳	۰/۱۸	۰/۱۸	۱/۱۶	۲/۲۲
۰/۱۴۳	۰/۷۸	-۰/۰۳	۰/۰۹	۰/۰۹	۰/۲۶	۰/۱۱

همان‌طور که در جدول ۳ مشاهده می‌کنیم، سطح معناداری برای متغیر وابسته، برابر ۰/۰۰۰ و کمتر از ۰/۰۰۵ است، بنابراین لازم است قبل از آزمون فرضیه‌ها نرمال‌سازی شود؛ اما پس از بکارگیری تایع انتقال جانسون، متغیر وابسته با سطح معنی داری بالاتر از ۰/۰۰۵ نرمال شده است و در ادامه از توزیع نرمال شده‌ی متغیر وابسته استفاده می‌شود.

آزمون فرضیه اول

انتخاب مدل

در انتخاب مدل داده‌های ترکیبی با دو حالت کلی روبرو هستیم. در حالت اول عرض از مبدأ برای کلیه شرکت‌ها یکسان است که در این صورت با روش پول و در حالت دوم عرض از مبدأ برای تمام شرکت‌ها متفاوت است که در این حالت روش پانل انتخاب می‌شود. برای شناسایی دو حالت مذکور از آزمون اف-لیمر استفاده می‌کنیم.

جدول (۴): آزمون چاو یا لیمر و آزمون هاسمن

آماره آزمون	مقدار آماره آزمون	P-Value
آزمون F لیمر	۷/۳۱	۰/۰۰۰۴
آزمون هاسمن	۵۴/۳۰	۰/۰۰۰

با توجه به جدول ۴ مقدار احتمال آماره F و آماره کای - دو برای همه مدل‌ها کمتر از ۰/۰۵ هست؛ بنابراین فرض صفر یعنی برابری عرض از مبدأها رد می‌شود، بنابراین استفاده از روش پانل ارجحیت دارد. لذا لازم است برای انتخاب الگوی اثرات ثابت یا اثرات تصادفی آزمون هاسمن انجام شود. نتایج آزمون هاسمن نیز نشان می‌دهد که روش مورد استفاده پانل با اثرات ثابت هست.

جدول (۵): نتایج برآورد فرضیه اول تحقیق

متغیر	مقدار ضرایب	مقدار t	مقدار احتمال	VIF
complexity 1	۰,۰۹	۲,۲۱	۰,۰۳۱	۱,۰۸
PROFIT	۰,۵۲	۳,۱۲	۰,۰۰۰	۲,۱۷
SIZE	۲,۱۲	۷,۳۲	۰,۰۰۰	۱,۱۱
LEV	۰,۸۷	۱,۵۴	۰,۰۸۷	۱,۳۸
ROA	۰,۷۶	۰,۹۸	۰,۲۱۸	۲,۶۵
C (مقدار ثابت)	۰,۲۱	۲,۴۱	۰,۰۱۸	-
مقدار F		۹,۳۲	مقدار احتمال F	
ضریب تعیین (R ²)		۰,۳۲۱۸	دوربین واتسون	
ضریب تعیین تعدیل شده		۰,۲۹۸۰	۱,۷۴	

در بررسی معنی‌دار بودن کلی مدل، با توجه به این که مقدار احتمال (P-VALUE) آماره F از ۰/۰۵ کوچک‌تر می‌باشد (۰/۰۰۰۰) با اطمینان ۹۵٪ معنی‌دار بودن کلی مدل تأیید می‌شود. ضریب تعیین تعدیل شده مدل نیز گویای آن است که ۲۹/۸۰ درصد از تغییرات متغیر وابسته شرکت توسط متغیرهای وارد شده در مدل تبیین می‌شود؛ بر اساس نتایج ارائه شده در جدول ۴، سطح معنی‌داری آماره t مربوط به متغیر پیچیدگی شرکت (شاخص اول) کوچک‌تر از ۰/۰۵ بوده (۰/۰۳۱) یعنی معنی‌دار است، ضریب آن (۰/۰۹) مثبت می‌باشد و مقدار آماره t برای آن برابر با ۲/۲۱ می‌باشد این مقدار آماره t در ناحیه رد فرض صفر قرار می‌گیرد؛ بنابراین می‌توان گفت که بین پیچیدگی شرکت (معیار اندازه شرکت و اهرم مالی) و مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

آزمون فرضیه دوم

انتخاب مدل

در انتخاب مدل داده‌های ترکیبی با دو حالت کلی روبرو هستیم. در حالت اول عرض از مبدأ برای کلیه شرکت‌ها یکسان است که در این صورت با روش پول و در حالت دوم عرض از مبدأ برای تمام شرکت‌ها متفاوت است که در این حالت روش پانل انتخاب می‌شود. برای شناسایی دو حالت مذکور از آزمون اف - لیمر استفاده می‌کنیم.

جدول (۶): آزمون چاو یا لیمر و آزمون هاسمن

آماره آزمون	مقدار آماره آزمون	P-Value
آزمون F لیمر	۱۶/۴۳	۰/۰۰۰۰
آزمون هاسمن	۹۱/۳۲	۰/۰۰۰۰۸

با توجه به جدول ۵ مقدار احتمال آماره F و آماره کای - دو برای همه مدل‌ها کمتر از ۰/۰۵ هست؛ بنابراین فرض صفر یعنی برابری عرض از مبدأها رد می‌شود، بنابراین استفاده از روش پانل ارجحیت دارد. لذا لازم است برای انتخاب الگوی اثرات ثابت یا اثرات تصادفی آزمون هاسمن انجام شود. نتایج آزمون هاسمن نیز نشان می‌دهد که روش مورد استفاده پانل با اثرات ثابت هست.

جدول (۷): نتایج برآورد فرضیه دوم تحقیق

متغیر	مقدار ضرایب	مقدار t	مقدار احتمال	VIF
complexity 2	-۰,۱۷	-۱,۴۸	۰,۰۹۸	۱,۳۱
PROFIT	۰,۳۹	۱,۷۸	۰,۰۵۹	۲,۰۹
SIZE	۱,۴۳	۴,۲۱	۰,۰۰۰	۱,۱۸
LEV	-۰,۰۸	۱,۲۱	۰,۱۱۷	۱,۴۲
ROA	-۰,۲۵	۱,۳۲	۰,۱۳۲	۲,۴۷
C (مقدار ثابت)	۰,۷۶	۲,۱۲	۰,۰۴۱	-
مقدار F		۶,۴۵	مقدار احتمال F	۰,۰۰۰
ضریب تعیین (R ²)		۰,۳۶۵۱	دوربین واتسون	۱,۶۴
ضریب تعیین تعدیل شده		۰,۳۳۹۰		

در بررسی معنی‌دار بودن کلی مدل، با توجه به این که مقدار احتمال (P-VALUE) آماره F از ۰/۰۵ کوچک‌تر می‌باشد (۰/۰۰۰۰) با اطمینان ۹۵٪ معنی‌دار بودن کلی مدل تأیید می‌شود. ضریب تعیین تعدیل شده مدل نیز گویای آن است که ۵۷/۶۵ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای وارد شده در مدل تبیین می‌شود.

بر اساس نتایج ارائه شده در جدول ۶، سطح معنی‌داری آماره t مربوط به متغیر پیچیدگی شرکت (شاخص دوم) بزرگ‌تر از ۰/۰۵ بوده (۰/۰۹۸) یعنی بی معنی است، ضریب آن (-۰/۱۷) منفی می‌باشد و مقدار آماره t برای آن برابر با ۱/۴۸ می‌باشد این مقدار آماره t در ناحیه رد فرض صفر قرار نمی‌گیرد؛ بنابراین می‌توان گفت بین پیچیدگی شرکت (معیار ترکیبی از پیچیدگی و عدم اطمینان محیطی) و مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود ندارد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

در این تحقیق به بررسی رابطه بین پیچیدگی شرکت و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران بر اساس داده‌های ۱۴۶ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی ۱۳۹۲-۱۳۹۹ پرداخته شد.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه اول پژوهش نشان داد بین پیچیدگی شرکت (معیار اندازه شرکت و اهرم مالی) و مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. همان‌طور که ذکر شد در تحقیقات قبلی عموماً پیچیدگی شرکت، تنها با شاخص اندازه شرکت مورد محاسبه قرار گرفته بود؛ اما در این تحقیق از یک معیار ترکیبی همراه با اهرم مالی برای اندازه‌گیری آن استفاده شد. این نتیجه نشان می‌دهد که اگر مقدار شاخص پیچیدگی شرکت برای هر دو معیار، مساوی یا بیشتر از ارزش میانه آن باشد و شرکت «پیچیده» باشد؛ احتمال افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی آن افزایش می‌یابد؛ که می‌تواند بیانگر این باشد که در شرکت‌های با ساختار بزرگ‌تر و مدیریت پیچیده‌تر به دلیل آنکه بیشتر در معرض توجه عموم هستند و انتظارات ذینفعان و حتی اعتباردهندگان از آنها بالاتر است، پابندی آنها به مسئولیت‌پذیری اجتماعی افزایش می‌یابد. این نتیجه مطابق با یافته‌های لاگر و همکاران (۲۰۲۱) و درمپتک و همکاران (۲۰۲۰) است که نشان دادند شرکت‌های بزرگ‌تر، گزارشگری مسئولیت اجتماعی را تقویت می‌کنند.

اما نتیجه فرضیه دوم نشان داد بین پیچیدگی شرکت (معیار ترکیبی از پیچیدگی و عدم اطمینان محیطی) و مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود ندارد. در پژوهش لارگر از چندین شاخص، مربوط به تمایز برای اندازه‌گیری نوع دوم پیچیدگی شرکت استفاده شده بود؛ که در این تحقیق به دلیل عدم دسترسی به داده‌های آنها، از معیار مشابه دیگری با تأکید بر عدم اطمینان محیطی استفاده شد. نتایج این فرضیه نشان داد که بر اساس این شاخص رابطه‌ای میان پیچیدگی شرکت و مسئولیت‌پذیری اجتماعی وجود ندارد. بر اساس این نتیجه می‌توان استدلال کرده که مدیران در محیط‌های با عدم اطمینان بالا، مسئولیت اجتماعی شرکت را در برآورده ساختن منافع خود چندان اثربخش نمی‌بینند، زیرا این مسئولیت در چارچوب زمانی مطلوب کوتاه‌مدت، مزایای مشخص و لحظه‌ای به ارمغان نمی‌آورد. این نتیجه در تضاد با یافته‌های چابوفسکی و همکاران (۲۰۱۹) است که به رابطه‌ای منفی در این باره دست پیدا کرد؛ اگرچه شاخص مورد استفاده در تحقیق مذکور متفاوت با شاخص مورد استفاده در این تحقیق می‌باشد.

پیشنهادات برگرفته از نتایج تحقیق و پیشنهاد به محققان آتی

با توجه به یافته‌های فرضیه اول پیشنهاد می‌شود که ذینفعانی که مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را به عنوان یکی از عوامل موردنظر در انتخاب سهام شرکت‌ها و یا اعتبار دهی مورد توجه قرار می‌دهند، شاخص ترکیبی اندازه و اهرم مالی شرکت‌ها را مورد توجه قرار دهند. همچنین با توجه به نتایج فرضیه دوم، پیشنهاد می‌شود که عدم اطمینان محیطی شرکت‌ها و به‌خصوص موارد مربوط به آن مانند پیچیدگی جغرافیایی، ریسک تجاری، تغییرات فروش، ساختار مالکیت، فرصت رشد، رقابت در بازار محصول، تکنولوژی، مورد توجه ذینفعان قرار گیرد چراکه می‌تواند به دلیل افزایش عدم اطمینان در محیط تجاری، تمایل شرکت به افشای مسئولیت‌پذیری را کاهش دهد. همچنین با توجه به ضعف شدید در مورد متغیر پیچیدگی شرکت، پیشنهاد می‌شود تحقیقاتی در مورد اندازه‌گیری این متغیر به‌خصوص با تأکید بر معیارهای چندگانه تمایز (افقی، عمودی، شغلی و عملکردی) در بازار سرمایه ایران انجام شود و همچنین شرکت‌ها ملزم به افشای اطلاعات مربوط به این متغیر در بازار سرمایه برای آگاهی بخشی به ذینفعان شوند.

منابع

- ✓ امیری، علی، شهبابی، صالح، روستا، عباس، اسماعیلی، مختار، (۱۳۹۹)، تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی با نقش واسطه‌ای فعالیت‌های سیاسی شرکت، رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، سال ۴، شماره ۴۴، صص ۱۵-۳۹.
- ✓ اسمعیلی، حلیمه، یعقوبی، الهه، (۱۴۰۰)، عوامل مؤثر بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، سال ۵، شماره ۶۴، صص ۱۱۳-۱۲۸.
- ✓ حاجیها، زهره، (۱۳۹۷)، راهبردهای رقابتی، عملکرد شرکت و مسئولیت‌پذیری اجتماعی به عنوان راهبرد سوم، فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت، سال یازدهم، شماره ۳۶، صص ۳۱-۴۳.
- ✓ حساس یگانه، یحیی، برزگر، قدرت اله، (۱۳۹۳)، مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و پارادایم تحقیقاتی آن در حرفه حسابداری، حسابداری مدیریت، سال ۷، شماره ۲۲، صص ۱۰۹-۱۳۳.
- ✓ حسنی توابع، عبدالله، کاظمی، مصطفی، مهارتی، یعقوب، (۱۳۹۲)، تأثیر عدم اطمینان محیطی بر نوآوری سازمانی: تبیین نقش ساختار سازمانی به عنوان متغیر مداخله‌گر، پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی، دوره ۳، شماره ۳، صص ۶۸-۹۳.

- ✓ سپاسی، سحر، رضایت، محیا، (۱۳۹۴)، شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر حسابرسی اجتماعی با استفاده از تکنیک تاپسیس، فصلنامه حسابداری مالی، سال هفتم، شماره ۲۸، صص ۱۲۷-۱۴۷.
- ✓ قادرزاده، سیدکریم، کردستانی، غلامرضا، حقیقت، حمید، (۱۳۹۶)، شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر سطح افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با رویکرد داده‌کاوی، نشریه پژوهش‌های کاربردی در گزارشگری مالی، دوره ۶، شماره ۱۱، صص ۷-۴۶.
- ✓ گروسی، حبیب‌اله، ایزدی‌نیا، ناصر، دستگیر، محسن، (۱۳۹۹)، تأثیر سطح افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر ارزش بازار شرکت، پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، سال ۱۲، شماره ۴۶، صص ۵۱-۷۶.
- ✓ محمدیان، زینب، حیدری، مهدی، چالاک، پری، (۱۳۹۸)، بررسی تأثیر پیچیدگی و عدم اطمینان محیطی بر صحت پیش‌بینی سود مدیریت با تأکید بر کیفیت حسابرسی به عنوان متغیر میانجی، پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، سال ۱۱، شماره ۴۳، صص ۲۴۷-۲۶۸.
- ✓ نیکبخت، محمدرضا، جهان دوست مرغوب، مهران، ویسی حصار، ثریا، (۱۳۹۹)، تأثیر پیچیدگی شرکت بر ارتباط بین توانایی مدیریت و عدم شفافیت اطلاعات، حسابداری مالی، سال ۱۲، شماره ۳، صص ۸۳-۱۰۴.
- ✓ Blau, P. M. (1970). A formal theory of differentiation in organizations. *American Sociological Review*, 35, 201-218.
- ✓ Burkert, M., Davila, A., Mehta, K., & Oyon, D. (2014). Relating alternative forms of contingency fit to the appropriate methods to test them. *Management Accounting Research*, 25, 6-29.
- ✓ Chabowski, B., Huang, S. X., & Sun, L. (2019). Environmental uncertainty and corporate social responsibility. *International Journal of Business and Systems Research*, 13(3), 364-389.
- ✓ Chenhall, R. H. (2003). Management control systems design within its organizational context: Findings from contingency-based research and directions for the future. *Accounting, Organizations and Society*, 28, 127-168.
- ✓ Dremptic, S., Klein, C., & Zwergel, B. (2019). The influence of firm size on the ESG score: Corporate sustainability ratings under review. *Journal of Business Ethics*, 30, 333-360.
- ✓ Fahad.P and Busru, S.A. (2021), "CSR disclosure and firm performance: evidence from an emerging market", *Corporate Governance*, Vol. 21 No. 4, pp. 553-568. <https://doi.org/10.1108/CG-05-2020-0201>.
- ✓ Gallo, P. J., & Christensen, L. J. (2011). Firm size matters: An empirical investigation of organizational size and ownership on sustainability-related behaviors. *Business & Society*, 50, 315-349.
- ✓ Grüne-Yanoff, T. (2012). Paradoxes of rational choice theory. In S. Roeser, R. Hillerbrand, P. Sandin, & M. D. Peterson (Eds.), *Handbook of risk theory: Epistemology, decision theory, ethics, and social implications of risk* (pp. 499-516). Springer.
- ✓ Hörisch, J., Johnson, M. P., & Schaltegger, S. (2015). Implementation of sustainability management and company size: A knowledge-based view. *Business Strategy and the Environment*, 24, 765-779.
- ✓ Ho, S. S.M., Li, A. Y., Tam, K. and Tong, J.Y., (2016), Ethical image, Corporate social responsibility, and R&D Valuation, *Pacific-Basin Finance Journal*, PII: S0927-538X(16)30008-7, pp: 813.
- ✓ Kammoun, Souhaila (2021) An examination of linkages between corporate social responsibility and firm performance: Evidence from Moroccan listed firms, DOI: 10.1002/csr.2219.

- ✓ Kim, Y., Statman, M., (2012). Do corporations invest enough in environmental responsibility? *Journal of Business Ethics*, vol 105(1), pp: 115±129.
- ✓ Läger, Frederic., Yassin Denis Bouzzine., Rainer Lueg (2021) The relationship between firm complexity and corporate social responsibility: International evidence from 2010–2019, DOI: 10.1002/csr.2219.
- ✓ Loughran, T., & McDonald, B. (2020). Measuring firm complexity. SSRN. <https://ssrn.com/abstract=364537>.
- ✓ Luo, X. R., Wang, D., & Zhang, J. (2017). Whose call to answer: Institutional complexity and Firms' CSR reporting. *Academy of Management Journal*, 60, 321–344
- ✓ Otley, D. (2016). The contingency theory of management accounting and control: 1980–2014. *Management Accounting Research*, 31, 45–62.
- ✓ Sahlin, N.-E. (2012). Unreliable probabilities, paradoxes, and epistemic risks. In S. Roeser, R. Hillerbrand, P. Sandin, & M. D. Peterson (Eds.), *Handbook of risk theory: Epistemology, decision theory, ethics, and social implications of risk* (pp. 477– 498). Springer.
- ✓ Schreck, P., & Raithel, S. (2018). Corporate social performance, firm size, and organizational visibility: Distinct and joint effects on voluntary sustainability reporting. *Business & Society*, 57, 742–778.
- ✓ Serafeim, George., Ioannou, Ioannis. (2013). The Impact of Corporate Social Responsibility on Investment Recommendations. Available at: <http://ssrn.com/abstract=1507874>.
- ✓ Setiawan, Doddy(2022) Role of Family Ownership in the Relationship between Corporate Social Responsibility and Firm Performance, <https://doi.org/10.1155/2022/1318875>
- ✓ Uygur, O. (2017). CEO ability and corporate opacity. *Global Finance*.

