



Securities & Exchange Organization, Research, Development & Islamic Studies (RDIS)
Journal of Securities and Exchange, Fall 2023, V. 16, No.63, pp. 255-274

The Moderating Role of Corporate Social Responsibility on the Relationship between Related Party Transactions and Firm Value¹

Seyed Mostafa Alavi², Reza Kalantari³

Received: 2023/04/07

Accepted: 2023/09/11

Research Paper

Abstract

In this study, the moderating role of corporate social responsibility on the relationship between related party transactions and firms has been investigated. The statistical population of the study was all companies listed on the Tehran Stock Exchange in the period 2014 to 2020 and the purposeful removal method was used to determine the statistical sample size. Finally, 102 companies were selected as a statistical sample. Data analysis and testing were performed using the combined data approach and the fixed effects data method. The results showed that related party transactions on the firm value have a significant relationship, so sales transactions increase the value of the company, and purchase transactions lead to a decrease in the value of the company. In examining the fourth hypothesis, it was found that the company's social responsibility had a moderating role in the relationship between related party transactions and the firm value. The results of the study indicate the effectiveness of related party transactions dependent on the value of the company and show the market response to such transactions. Social responsibilities are also a factor affecting the above relationships.

Key Words: Corporate Social Responsibility, Related Party Transactions, Firm Value.

JEL Classification: M41, G32, G14.

1. DOI: 10.22034/JSE.2023.11992.1992

2. Ph.D. Department of Accounting, Imam Khomeini International University, Qazvin, Iran. (Corresponding Author). (Dr.seyedalavi@gmail.com).

3. M.Sc. Student, Department of Accounting, Imam Khomeini International University, Qazvin, Iran. (Reza2020.kalantar@gmail.com).



سازمان بورس و اوراق بهادار، مرکز پژوهش، توسعه و مطالعات اسلامی
فصلنامه بورس و اوراق بهادار، سال شانزدهم، شماره ۶۳، پاییز ۱۴۰۲، صص ۲۷۴-۲۵۵

نقش تعدیلی مسئولیت های اجتماعی شرکت بر ارتباط بین معاملات با اشخاص وابسته و ارزش شرکت^۱

سید مصطفی علوی^۲، رضا کلانتری^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۱/۱۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۶/۲۰

مقاله پژوهشی

چکیده

در این پژوهش نقش تعدیل کنندگی مسئولیت اجتماعی شرکت بر ارتباط بین معاملات با اشخاص وابسته و ارزش شرکت بررسی شده است. جامعه آماری پژوهش کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی ۱۳۹۳ الی ۱۳۹۹ بوده است که برای تعیین حجم نمونه آماری از روش حذف هدفمند استفاده شد. در نهایت تعداد ۱۰۲ شرکت به عنوان نمونه آماری انتخاب شد. تحلیل و آزمون داده ها با بهره گیری از رویکرد داده های ترکیبی و استفاده از روش داده های اثرات ثابت انجام گرفته است. نتایج نشان داد معاملات با اشخاص وابسته با ارزش شرکت ارتباط معناداری دارد به طوری که معاملات فروش منجر به افزایش ارزش شرکت و معاملات خرید منجر به کاهش ارزش شرکت می شود. در بررسی آزمون فرضیه چهارم مشخص شد مسئولیت اجتماعی شرکت بر ارتباط بین معاملات با اشخاص وابسته و ارزش شرکت نقش تعدیلی داشته است. نتایج پژوهش بیانگر اثرگذاری معاملات با اشخاص وابسته بر ارزش شرکت هستند و نشان دهنده واکنش بازار به این گونه معاملات است. همچنین مسئولیت های اجتماعی عاملی موثر بر ارتباطات بالا است.

واژه های کلیدی: مسئولیت اجتماعی شرکت، معاملات با اشخاص وابسته، ارزش شرکت.

طبقه بندی موضوعی: M41, G32, G14

DOI: 10.22034/JSE.2023.11992.1992

۲. دکتری، گروه حسابداری، دانشگاه بین المللی امام خمینی (ره)، قزوین، ایران. (نویسنده مسئول). (Dr.seyedalavi@gmail.com).

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه حسابداری، دانشگاه بین المللی امام خمینی (ره)، قزوین، ایران.

(Reza2020.kalantar@gmail.com)

مقدمه

شفافیت یک موضوع مهم در حوزه‌هایی مانند مدیریت، امور مالی و روابط عمومی است و افزایش اعتماد ذینفعان برای یک شرکت ضروری است (اشناکنبرگ و تاملینسون^۱، ۲۰۱۶). افشای اطلاعات برای به حداقل رساندن عدم تقارن اطلاعاتی، برآورده کردن نیازهای اطلاعاتی سهام‌داران و برای افزایش اعتماد ذینفعان ضروری است. آرمیتاژ و مارستون^۲ (۲۰۰۸) بیان می‌کنند، مدیران برای افزایش و بهبود شفافیت دارای انگیزه‌های زیادی هستند، زیرا با دادن اطلاعات داوطلبانه و بدست آوردن اعتماد سهام‌داران اعتبار شرکت را تضمین می‌کنند، ممکن است این امر موجب افزایش قیمت سهام و یا سایر مزایای تجاری شود. با این حال، سهام‌داران شرکت‌ها در بسیاری از کشورهای آسیایی مطابق با دیدگاه نمایندگی از تضاد منافع بین سهام‌داران اکثریت و اقلیت نگران‌اند، افراد داخلی شرکت‌های بسیار متمرکز با موقعیت‌های چانه‌زنی بهتر و دسترسی بهتر به اطلاعات، توانایی و قدرت سلب مالکیت منافع سهام‌داران اقلیت را دارند که یکی از این روش‌ها، معاملات مربوط به اشخاص وابسته است (تیفانی و زونی^۳، ۲۰۲۰). دو دیدگاه مخالف در مورد معاملات با اشخاص وابسته وجود دارد. در دیدگاه اول، معاملات با اشخاص وابسته را به عنوان ساز و کار رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیران در نظر می‌گیرد، زیرا ممکن است توسط مدیران برای به حداکثر رساندن منافع خود باعث ایجاد هزینه و کاهش سود برای سهام‌داران شود (کولبک و همکاران^۴، ۲۰۱۰). دیدگاه دوم، معاملات با اشخاص وابسته را به صورت بالقوه کارآمد می‌داند زیرا ممکن است از طریق یک مذاکره ساده برای انجام معامله، منجر به کم شدن هزینه‌های معامله مزایایی را هم برای شرکت‌ها فراهم کند (گوردون و همکاران^۵، ۲۰۰۴). برخی از مطالعات قبلی نشان می‌دهند، شرکت‌هایی که دارای نگرانی‌های اخلاقی هستند و برنامه‌های مسئولیت اجتماعی را اجرا و پیاده سازی می‌کنند و گرایش به داشتن رفتار فرصت‌طلبانه کمتری دارند در این خصوص بهتر عمل می‌کنند (اسکولز و کانگ^۶، ۲۰۱۳). کیم و همکاران^۷ (۲۰۱۲)، دیدگاهشان این است، شرکت‌ها ممکن است از گزارش مسئولیت اجتماعی برای انجام رفتارهای پنهان و انگیزه‌های فرصت‌طلبانه

1 - Schnackenberg and Tomlinson

2 - Armitage and Marston

3 - Tiffany and Zuni

4 - Kohlbeck et al

5- Gordon et al

6 -Scholtens and Kang

7 -Kim et al

استفاده کنند. بر این اساس، این پژوهش با استفاده از نمونه‌ای متشکل از ۱۰۲ شرکت از بورس اوراق بهادار تهران، به بررسی این موضوع می‌پردازد که آیا مسئولیت اجتماعی شرکت بر ارتباط بین معاملات با اشخاص وابسته و ارزش شرکت تاثیر دارد یا خیر؟ معاملات با اشخاص وابسته در ایران نیز به شدت مورد توجه قرار گرفته است، در استاندارد حسابداری شماره ۱۲ افشای معاملات اشخاص وابسته، این استاندارد تصریح می‌کند روابط بین واحدهای تجاری اصلی و فرعی باید صرف نظر از انجام دادن یا ندادن معامله بین آنها افشاء شوند. برخی مطالعات قبلی استدلال می‌کنند که چنین معاملاتی به طور بالقوه سوء استفاده هستند و بنابراین نیاز به شفافیت بیشتری برای استفاده کنندگان صورت‌های مالی دارند (چانگ و همکاران، ۲۰۰۹). اگرچه مسئولیت اجتماعی توجه عمومی را در سراسر جهان به خود جلب کرده است، اما مطالعات تجربی کمابیش کمی در زمینه مسئولیت اجتماعی در کشورهای در حال توسعه مانند ایران وجود دارد. این پژوهش شواهدی را در مورد این که آیا معاملات با اشخاص وابسته در ایران برای پنهان کردن رفتارهای فرصت طلبانه مدیران است، یا کارآمد، سودمند و اجتناب ناپذیر است و همچنین شواهدی را در رابطه با این که آیا نگرانی‌های اخلاقی، شرکت‌ها را به سمت مشارکت در معاملات با اشخاص وابسته که باعث بهبود ارزش شرکت می‌شود به جای انجام معاملات با اشخاص وابسته‌ای که باعث انجام رفتار فرصت طلبانه می‌شود سوق می‌دهد یا خیر، فراهم می‌کند. این پژوهش روشن می‌سازد که چگونه گزارش مسئولیت اجتماعی افزون بر مدیریت سود و عملکرد مالی، بر سایر رفتارهای شرکت، یعنی معاملات با اشخاص وابسته نیز تاثیر می‌گذارد. در نهایت، این پژوهش ممکن است برای سرمایه‌گذاران فعلی و بالقوه که تصمیمات سرمایه‌گذاری می‌گیرند، مفید باشد.

مبانی نظری و توسعه فرضیه‌های پژوهش

دو دیدگاه متفاوت در خصوص معاملات با اشخاص وابسته وجود دارد: دیدگاه اول آنرا معاملات فرصت طلبانه می‌داند، در حالی که دیدگاه دوم آنرا سودمند می‌داند (گوردون و همکاران، ۲۰۰۴). کوهلبک و همکاران (۲۰۱۷)، بیان می‌کنند که معاملات با اشخاص وابسته شامل منافع بالقوه برای مدیران ارشد، صاحبان مواد و کالا، مدیران اجرایی و سرمایه‌گذاران

است. چندین پژوهش از این دیدگاه حمایت کرده و نشان می‌دهند، همانطور که معاملات با اشخاص وابسته می‌تواند شاخص مشکلات هزینه نمایندگی باشد، سرمایه گذاران آن‌ها را فرصت طلبانه هم در نظر می‌گیرند (جیان و وانگ^۱، ۲۰۱۰). از آنجا که افراد داخلی در شرکت‌های با ساختار بسیار متمرکز، مانند مدیران، دسترسی بهتری به اطلاعات دارند، در موقعیت چانه‌زنی بهتری قرار دارند و باعث می‌شود، سلب مالکیت توسط افراد خودی در برابر منافع خارجی رخ دهد. در چنین شرایطی، لاپورتا و همکاران^۲ (۱۹۹۹) بیان می‌کنند، مالکان کنترل‌کننده شرکت تمایل دارند قدرت بیشتری برای سلب مالکیت منافع سهامداران اقلیت داشته باشند. برخی پژوهش‌های دیگر استدلال می‌کنند معاملات با اشخاص وابسته می‌تواند مفید باشد زیرا ممکن است منجر به صرفه‌جویی در هزینه‌های معامله و بهبود استفاده از منابع یک شرکت شود (چین و هسو^۳، ۲۰۱۰). بر این اساس، معاملات با اشخاص وابسته لزوماً معاملات مبتنی بر اهداف فرصت طلبانه یا رفتارهای پنهانی را نشان نمی‌دهند. در عوض، معاملات با اشخاص وابسته ممکن است نشان‌دهنده فعالیت‌های تجاری عادی باشد (ونگ و همکاران^۴، ۲۰۱۵). مطالعات نشان می‌دهند، شرکت‌های دارای مسئولیت اجتماعی بیش‌تر قابل اعتماد بوده و به احتمال زیاد در تصمیمات عملیاتی اخلاقی مشارکت می‌کنند. کیم و همکاران (۲۰۱۲) و اسکولز و کانگ (۲۰۱۳) نشان می‌دهند، شرکت‌های دارای مسئولیت اجتماعی احتمال کمتری برای مشارکت در مدیریت سود دارند. به طور مشابه، بنبو و تیول^۵ (۲۰۱۰) بیان می‌کنند، مسئولیت اجتماعی می‌تواند احتمال رفتار فرصت طلبانه کوتاه‌مدت توسط مدیران را کاهش دهد. گائو و همکاران^۶ (۲۰۱۴) نیز بیان می‌کنند، مدیران شرکت‌های دارای مسئولیت اجتماعی با احتمال کم‌تری قبل از افشا لازم در معامله شرکت می‌کنند و سود قابل توجهی از معامله با اشخاص وابسته کسب می‌کنند. در نتیجه، انتظار می‌رود، براساس اخلاق، شرکت‌هایی که به عنوان مسئول اجتماعی شناخته می‌شوند، با احتمال کم‌تری در رفتار فرصت طلبانه مانند معاملات با اشخاص وابسته که باعث کاهش ارزش است شرکت کنند، اگر چه مطالعات بیانگر آن است که شرکت‌ها ممکن است برای فعالیت‌های پنهانی به ضرر ذینفعان، رفتاری اخلاقی با مسئولیت

1 - Jian and Wong

2 - La Rorta et al

3 - Chien and Hsu

4 - Wong et al

5 - Be´nabou and Tirole

6 - Gao et al

اجتماعی نشان دهند (موتکین و همکاران^۱، ۲۰۱۵). فروش‌های مربوط به اشخاص وابسته برای بهبود بهره‌وری و تخصیص بهینه منابع انجام می‌شود. (ونگ و همکاران، ۲۰۱۵) با این حال، از آنجا که قیمت‌های تعیین شده در معاملات فروش شخص وابسته ممکن است در مقایسه با قیمت‌های متوسط صنعت ناعادلانه باشند (کانگ و همکاران^۲، ۲۰۱۴). چانگ و همکاران (۲۰۰۹) نشان داده‌اند، معاملات با اشخاص وابسته می‌تواند هزینه‌های معامله را کاهش دهد، که به نوبه خود عملکرد عملیاتی را بهبود بخشیده و منجر به بهبود سود می‌شود. تامبونان و همکاران^۳ (۲۰۱۷) شواهدی از تاثیر افزایش ارزش شرکت در کوتاه مدت در صورت انجام خریدهای مربوط به اشخاص وابسته را ارائه می‌کنند. کیم و همکاران (۲۰۱۲) و اسکولز و کانگ (۲۰۱۳) بیان کرده‌اند، مسئولیت اجتماعی یک شرکت به طور کلی رابطه معکوسی با مدیریت سود آن دارد. چندین پژوهش بیان می‌کنند، مسئولیت اجتماعی علائم مثبتی را در مورد شهرت یک شرکت ارائه دهد، پس شرکت‌هایی که برای شهرت خود ارزش قائل هستند می‌خواهند از آن محافظت کنند و از فعالیت‌های غیرقابل قبول اجتماعی که می‌تواند به طور بالقوه به شهرت آنها آسیب برساند اجتناب کنند (چوی و مون^۴، ۲۰۱۶). اگرچه انگیزه‌های اخلاقی و شهرت برای مسئولیت اجتماعی ممکن است رابطه منفی بین مسئولیت اجتماعی و رفتارهای فرصت طلبانه شرکت را توضیح دهند، اما مطالعات دیگر خلاف آن را بیان می‌کنند. به عنوان مثال، پرایر و همکاران^۵ (۲۰۰۸) بیان می‌کنند، شرکت‌ها ممکن است از مسئولیت اجتماعی برای تحت الشعاع قرار دادن اقدامات و رفتارهایی که باعث کاهش ارزش شرکت می‌شود استفاده کنند. رمضان و همکاران^۶ (۲۰۲۱)، پژوهشی بر داده‌های سالانه ۲۰ بانک تجاری پاکستان برای دوره ۲۰۰۷-۲۰۱۷ را بررسی کردند. نتایج نشان می‌دهد که مسئولیت اجتماعی شرکت و همچنین سن و اندازه بانک، تأثیر مثبتی بر عملکرد مالی، شمول مالی و ثبات مالی دارد. با این حال، سطح بالای اهرم موجب کاهش شمول مالی و ثبات مالی می‌شود، در حالی که شمول مالی ارتباط منفی با ملموس بودن دارایی‌ها دارد. شهرزاد و همکاران^۷ (۲۰۲۱)، در پژوهشی ۲۱۳۲ شرکت آمریکایی را در نظر گرفت و مسائل درون‌زایی را در تحلیل‌های دوره ۲۰۰۹-۲۰۱۸

1 - Muttakin et al
 2 - Kang et al
 3 - Tambunan et al
 4 - Choi and Moon
 5 - Prior et al
 6 - Ramzan et al
 7 - Shahzad et al

در نظر گرفت، یافته‌ها نشان می‌دهند که مسئولیت‌های اجتماعی با سرمایه فکری ارتباط دارد و به طور غیرمستقیم بر عملکرد شرکت تأثیر می‌گذارد، ارتباط بین مسئولیت‌های اجتماعی و عملکرد شرکت تا حدی توسط کارایی سرمایه فکری واسطه می‌شود. همایون و همکاران^۱ (۲۰۲۱)، در پژوهشی که با نمونه بزرگی متشکل از ۳۷۰۱ شرکت در کشورهای توسعه یافته و در حال ظهور بود، نشان دادند که عملکرد پایداری کسب و کار به طور مثبت با عملکرد مالی شرکت مرتبط است، در نهایت، تحلیل‌های بیش‌تر نشان می‌دهد که ارتباط مثبت بین عملکرد پایداری و کارایی سرمایه‌گذاری برای شرکت‌هایی که مقر آن‌ها در کشورهای توسعه یافته است، قوی‌تر از شرکت‌هایی است که در کشورهای در حال ظهور واقع شده‌اند. نالت و همکاران^۲ (۲۰۱۶)، در پژوهشی دوره زمانی پژوهشی در دوره ۲۰۰۷-۲۰۱۱ نشان داد بین عملکرد مسئولیت‌های اجتماعی و نرخ بازده سرمایه رابطه مثبت معناداری وجود دارد. همچنین نتایج بیانگر وجود رابطه غیرخطی بین عملکرد مسئولیت‌های اجتماعی و معیارهای حسابداری تعهدی بوده است. صداقت و بیات (۱۴۰۰)، که نمونه آماری پژوهش ۱۰۵ شرکت از بورس تهران طی سال‌های ۱۳۹۳ الی ۱۳۹۸ است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که بین مسئولیت‌های اجتماعی و عملکرد مالی شرکت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و بهره‌وری کارکنان موجب تشدید رابطه یاد شده می‌شود. خلیلی (۱۳۹۸)، در این پژوهش داده‌های ۱۰۵ شرکت بورس تهران در بازه زمانی ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۶، بیان داشت که بین سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی با عملکرد مالی؛ رابطه مثبت و معناداری وجود دارد ولی افشای اطلاعات زیست محیطی؛ تقویت‌کننده رابطه سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی با عملکرد مالی نیست. برزگر و حقیقت (۱۳۹۹)، در پژوهشی نشان می‌دهند بین افشای هزینه پژوهش و توسعه و ارزش شرکت رابطه مثبت و نیز بین معاملات با اشخاص وابسته و ارزش شرکت رابطه منفی و معناداری وجود دارد. افزون بر آن معاملات با اشخاص وابسته، رابطه بین افشای هزینه پژوهش توسعه و ارزش شرکت را تضعیف می‌کند. همچنین، فرجی و همکاران (۱۳۹۹)، در پژوهشی دیگر نشان دادند فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی، ارزش بازار سهام شرکت را افزایش می‌دهند، اما مدیریت سود نمی‌تواند بر رابطه مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش بازار سهام تأثیر بگذارد. سعید واصلی، بابک جمشیدی نوید و مهرداد قنبری (۱۴۰۰)، در پژوهشی در بازه زمانی ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۷، تعداد

1 - Homayoun et al

2 - Nolllet et al

۹۷ شرکت بود. یافته‌های این پژوهش نشان داد معاملات با اشخاص وابسته باعث افزایش احتمال ناتوانی حسابرس (قصور حسابرسی ناشی از تقلب در شرکت) می‌شود. همچنین احمد پور و فرمانبردار (۱۳۹۲)، در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که بین سطح افشا مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با قدرمطلق خطای پیش‌بینی سود هر سهم ارتباط معکوس معنی‌داری وجود دارد. همچنین، بین سطح افشا عملکرد اجتماعی و زیست‌محیطی شرکت با قدرمطلق خطای پیش‌بینی سود هر سهم رابطه معکوس معنی‌داری مشاهده شد.

بر اساس مبانی نظری و پیشینه پژوهش‌های گذشته فرضیه‌های زیر مطرح می‌شود:

- فرضیه ۱: بین فروش مربوط به اشخاص وابسته و ارزش شرکت ارتباط معناداری وجود دارد.
فرضیه ۲: بین خرید مربوط به اشخاص وابسته و ارزش شرکت ارتباط معناداری وجود دارد.
فرضیه ۳: مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه بین فروش مربوط به اشخاص وابسته و ارزش شرکت را تعدیل می‌کند.
فرضیه ۴: مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه بین خرید مربوط به اشخاص وابسته و ارزش شرکت را تعدیل می‌کند.

روش‌شناسی پژوهش

از آن جهت که با استفاده از مدل‌ها، روش‌ها و نظریه‌های موجود به دنبال بهبود وضعیت تصمیم‌گیری در شرکت‌های مورد پژوهش است، از لحاظ هدف، پژوهش کاربردی است. در بیان نتایج در ارتباط با نمونه از روش توصیفی و در تعمیم نتایج به جامعه آماری از روش استنتاج استقرایی استفاده خواهد شد. بنابراین روش پژوهش از دیدگاه استنتاج، توصیفی تحلیلی (استقرایی) است. از آن جهت که در گردآوری داده‌ها از اطلاعات عملکردی شرکت‌ها بر مبنای صورت‌های مالی تاریخی استفاده می‌شود، از نظر طرح پژوهش، پس‌رویدادی است. جامعه آماری پژوهش کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در دوره زمانی ۱۳۹۳ الی ۱۳۹۹ پس از اعمال شرایط بوده است. شرایط یادشده به شرح زیر است:

۱. تاریخ پذیرش آن‌ها در سازمان بورس اوراق بهادار قبل از سال ۱۳۹۳ بوده و تا پایان سال ۱۳۹۹ نیز در فهرست شرکت‌های بورسی باشند.
۲. به منظور افزایش قابلیت مقایسه، سال مالی آنها منتهی به پایان اسفند ماه باشد.
۳. طی دوره‌های مورد نظر تغییر فعالیت و یا تغییر سال مالی نداشته باشند.

۴. جزء شرکت های سرمایه گذاری و واسطه گری های مالی نباشند (شرکت های سرمایه گذاری به علت تفاوت ماهیت فعالیت با بقیه شرکت ها در جامعه آماری منظور نشدند). تعداد شرکت های نمونه ۱۰۲ شرکت است.

مدل ها، متغیرهای پژوهش و نحوه اندازه گیری آنها

برای آزمون فرضیه های پژوهش از مدل های رگرسیونی زیر استفاده می شود:

مدل اول

$$FValue_{i,t+1} = \beta_0 + \beta_1 RP-Sale_{i,t} + \beta_2 RP-Purchases_{i,t} + \beta_3 FAge_{i,t} + \beta_4 FSize_{i,t} + \beta_5 Lev_{i,t} + \beta_3 ROA_{i,t} + \epsilon_{i,t}$$

مدل دوم

$$FValue_{i,t+1} = \beta_0 + \beta_1 RP-Sale_{i,t} + \beta_2 RP-Purchases_{i,t} + \beta_3 CSR_{i,t} + \beta_4 RP-Sale_{i,t} * CSR_{i,t} + \beta_5 RP-Purchases_{i,t} * CSR_{i,t} + \beta_6 FAge_{i,t} + \beta_7 FSize_{i,t} + \beta_8 Lev_{i,t} + \beta_9 ROA_{i,t} + \epsilon_{i,t}$$

متغیر مستقل: معاملات با اشخاص وابسته شامل دو نوع است، معاملات با اشخاص وابسته فروش (RPT-sale) و معاملات با اشخاص وابسته خرید (RPT-Purchases) است، که بر مجموع دارایی های اول سال اسکیل می شوند.

متغیر وابسته: ارزش شرکت (FValue) که برابر است با مجموع ارزش بازار حقوق صاحبان سهام و ارزش دفتری بدهی ها بر مجموع ارزش دارایی های شرکت.

متغیر تعدیل گر: مسئولیت اجتماعی (CSR)، برای اندازه گیری مسئولیت اجتماعی شرکتها از معیارهای مؤسسه آمریکایی معروف به KLD، مطابق با چهار معیار اجتماعی و زیست محیطی رتبه بندی و استفاده شد. مسئولیت اجتماعی دارای چهار بعد مشارکت اجتماعی، روابط کارکنان، محیط زیست و ویژگیهای محصولات است. برای جمع آوری داده های مسئولیت های اجتماعی از گزارش فعالیت هیات مدیره استفاده شده است، در صورت افشا هر یک از شاخص ها، متغیر مجازی یک و در غیر این صورت عدد صفر در نظر گرفته می شود و بعد از تعیین صفر و یک ها از همه متغیرها میانگین گرفته شده است و از میانگین این داده ها برای هر شرکت به عنوان متغیر تعدیلگر استفاده شده است.

$$CSR\ Score = CSR_{COM} + CSR_{EPML} + CSR_{ENW} + CSR_{PRO}$$

CSR Score، نمره کلی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها؛

CSR_{COM}، نمره افشای مشارکت اجتماعی؛

CSR_{EPML}، نمره افشای روابط کارکنان؛

CSR_{ENW}، نمره افشای محیط زیست؛

CSR_{PRO}، نمره افشای ویژگی‌های محصول.

جدول ۱. ابعاد مسئولیت‌های اجتماعی شرکت

روابط کارکنان	مشارکت اجتماعی	تولیدات	محیط زیست
- سلامت محیط کارکنان - آموزش کارکنان - مزایای کارکنان - مشخصات کارکنان - مالکیت سهم کارکنان - ایمنی و بهداشت کارکنان	- برنامه اهدا وجه نقد - برنامه خیریه - برنامه بورس تحصیلی - حامیان مالی برای فعالیت‌های ورزشی - پروژه‌های عمومی	- ایمنی محصول - کیفیت محصول - توسعه محصول - خدمات پس از فروش	- کنترل آلودگی هوا - برنامه پیشگیری و جبران خسارت - استفاده از محصولات ناشی از بازیافت - جایزه در زمینه محیط زیست

متغیرهای کنترل

اندازه شرکت (FSize)، در این پژوهش برابر است با لگاریتم طبیعی ارزش بازار سهام شرکت در سال جاری.

سن شرکت (FAge): در این پژوهش لگاریتم طبیعی از سال ورود به بورس اوراق بهادار تهران محاسبه می‌شود.

نسبت بدهی‌ها (LEV): برابر است با نسبت مجموع بدهی‌ها بر مجموع دارایی‌ها.
سودآوری (ROA): در این پژوهش از نسبت سود خالص بر مجموع دارایی‌ها به دست می‌آید.

یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی

خلاصه وضعیت آمار توصیفی مربوط به متغیرهای مدل در جدول (۲) ارائه شده است. نتایج نشان می‌دهد میانگین ارزش شرکت‌های نمونه که با استفاده از نسبت کیوتین محاسبه شده است دارای میانگین ۳/۲۲۹ بوده است و انحراف معیار متغیر فوق ۳/۷۹۲ و بیشینه‌ای معادل ۳۵/۶۴۱ و کمینه ۰/۶۴۸.

بوده است. فروش به اشخاص وابسته و خرید به اشخاص وابسته به ترتیب دارای میانگین ۳۵ و ۳۲ درصد از مجموع دارایی های شرکت های نمونه بوده است. همچنین مسئولیت های اجتماعی دارای مقدار ۳۸ درصد میانگین بوده است و متاسفانه کمینه آن صفر و بیشینه ای معادل ۸۴ درصد بوده است. نسبت بدهی ها نشان می دهد ۵۶ درصد از شرکت های نمونه دارایی هایشان را از محل بدهی ها تامین کرده و بیشینه آن ۱/۲۶۹ و کمینه ای معادل ۳ درصد داشته است. همچنین سودآوری ۱۱ درصد میانگین و بیشینه آن ۶۰ درصد و کمینه ای معادل ۳۷ درصد منفی دارد.

جدول ۲. آمار توصیفی متغیرها

شرح	میانگین	میانه	بیشینه	کمینه	انحراف معیار	چولگی
ارزش شرکت	۳/۲۲۹	۱/۸۹۶	۳۵/۶۴۱	۰/۶۴۸	۳/۷۹۲	۴/۴۴۸
فروش به اشخاص وابسته	۰/۳۵۲	۰/۰۹۲	۵/۱۳۶	۰	۰/۶۱۱	۳/۶۲۹
خرید اشخاص وابسته	۰/۲۲۴	۰/۰۴۳	۴/۸۳۳	۰	۰/۵۱۶	۴/۸۸۳
مسئولیت های اجتماعی	۰/۳۸۱	۰/۳۶۸	۰/۸۴۲	۰	۰/۱۷۵	۰/۰۵۲
سن شرکت	۲/۸۴۶	۲/۸۳۳	۳/۸۰۶	۱/۷۹۱	۰/۳۲۷	۰/۱۱۶
اندازه شرکت	۱۴/۶۳۸	۱۴/۳۲۸	۲۰/۶۸۸	۱/۱۹۱	۱/۶۳۱	۰/۸۰۲
نسبت بدهی ها	۰/۵۶۹	۰/۵۷۵	۱/۲۶۹	۰/۰۳۶	۰/۱۸۸	۰/۰۰۹
سودآوری	۰/۱۱۱	۰/۰۹۱	۰/۶۰۳	-۰/۳۷۰	۰/۱۲۲	۰/۵۳۳
تعداد مشاهدات	۶۱۲					

آزمون ناهمسانی واریانس

بنابر نتایج حاصل از آزمون بروش پاگان که در جدول (۳) آورده شده است، در مدل دوم پژوهش مشکل ناهمسانی واریانس وجود دارد (زیرا احتمال یا p-value محاسبه شده کمتر از ۰/۰۵ است). به منظور رفع این مشکل، از روش حداقل مربعات تعمیم یافته برآوردی (EGLS) استفاده شد.

جدول ۳. آزمون ناهمسانی واریانس

شرح مدل	آماره خی دو	p-value	نتیجه آزمون
مدل اول	۱/۹۵۰	۰/۰۷۱	وجود همسانی واریانس
مدل دوم	۲/۰۳۰	۰/۰۳۳	وجود ناهمسانی واریانس

انتخاب آزمون های تشخیصی

در این پژوهش از آزمون F لیمر به عنوان آزمون تشخیص بین داده های تلفیقی و تابلویی استفاده شد که فرضیه صفر و یک آن به شرح زیر است:

H_0 : انتخاب داده های تلفیقی

H_1 : انتخاب داده های تابلویی

در صورت انتخاب و تایید فرضیه یک (داده های تابلویی) باید آزمون هاسمن به عنوان آزمون تشخیص بین داده های اثرات ثابت و تصادفی استفاده شد که فرضیه صفر و یک آن به شرح زیر است:

H_0 : انتخاب داده های اثرات ثابت

H_1 : انتخاب داده های اثرات تصادفی

در جدول (۴) نتایج نشان می دهد در آزمون فرضیه ها باید از روش داده های اثرات ثابت استفاده شود.

جدول ۴. نتایج آزمون تعیین داده های ترکیبی

شرح مدل	شرح آزمون	آماره	درجه آزادی	p-value	نتیجه آزمون
مدل اول	اف لیمر	۳/۶۵۶	۱۰۱	./۰۰۰	انتخاب داده های تابلویی
	هاسمن	۲۱۵/۲۵۷	۶	./۰۰۰	انتخاب داده های اثرات ثابت
مدل دوم	اف لیمر	۳/۵۸۰	۱۰۱	./۰۰۰	انتخاب داده های تابلویی
	هاسمن	۲۱۲/۳۳۲	۹	./۰۰۰	انتخاب داده های اثرات ثابت

آزمون مدل اول پژوهش

آزمون رگرسیون خطی

آماره دورین واتسون پس از برآورد ضرایب، مقدار ۲/۱۲۲ را نشان می دهد که به معنی عدم وجود همبستگی پیاپی در جزء اخلاص می باشد. در نتیجه مشکل خودهمبستگی سریالی در این فرضیه مشاهده نمی شود. با توجه به مقدار سطح معنی داری بدست آمده برای آماره F به میزان (۰/۰۰۰۰) می توان ادعا کرد که مدل رگرسیونی برازش شده معنادار است. با توجه به ضریب تعیین مدل های برازش شده می توان ادعا کرد، حدود ۶۱ درصد از تغییرات در متغیر وابسته مدل توسط متغیرهای مستقل توضیح داده می شود. با توجه به ستون آخر مقدار VIF برای کلیه

متغیرهای مستقل کمتر از ۱۰ ($VIF < 10$) است، بنابراین بین متغیرهای مستقل هم خطی وجود ندارد، بنابراین مدل برازش شده دارای اعتبار است.

جدول ۵. خلاصه نتایج آماری آزمون مدل اول پژوهش

متغیر	ضریب	انحراف معیار	آزمون تی	سطح معناداری	VIF
عرض از مبدا	-۳۰/۷۱۰	۱/۴۸۱	-۲۰/۶۵۴	/۰۰۰	-
فروش به اشخاص وابسته	/۸۸۱	/۲۸۴	۳/۰۹۴	/۰۰۲	۲/۲۲۵
خرید اشخاص وابسته	-/۸۱۸	/۲۸۳	-۲/۸۸۷	/۰۰۴	۲/۱۵۲
سن شرکت	۷/۱۲۷	/۶۶۵	۱۰/۷۱۳	/۰۰۰	۱/۰۰۵
اندازه شرکت	/۹۲۱	/۰۸۴	۱۰/۸۶۵	/۰۰۰	۱/۲۹۱
نسبت بدهی ها	-/۰۱۲	/۶۶۹	/۰۱۸	/۹۸۵	۱/۵۲۵
سودآوری	/۳۷۵	/۸۷۰	/۴۳۱	/۶۶۷	۱/۷۹۵
آماره اف فیشر	۱۰/۳۱۳		آزمون دوربین واتسون		۲/۱۲۲
سطح معناداری اف فیشر	/۰۰۰		ضریب تعیین تعدیل شده		/۶۱۹

فرضیه ۱: بین فروش مربوط به اشخاص وابسته و ارزش شرکت ارتباط معناداری وجود دارد. در فرضیه اول ارتباط بین فروش مربوط به اشخاص وابسته به عنوان متغیر مستقل و ارزش شرکت به عنوان متغیر وابسته بررسی شده است. نتایج در جدول (۵) نشان می دهد، ضریب برآوردی متغیر فروش مربوط به اشخاص وابسته ۸۸ درصد مثبت و قدر مطلق آزمون تی بزرگتر از دو بوده و سطح معناداری به دست آمده کمتر از ۵ درصد ($/۰۰۲$) است. از این رو می توان بیان کرد بین فروش مربوط به اشخاص وابسته و ارزش شرکت ارتباط معناداری وجود دارد. نوع ضریب متغیر بیانگر وجود ارتباط مثبت و مستقیم با ارزش شرکت است. در نتیجه فرضیه پژوهش در سطح خطای ۵ درصد تایید می شود.

فرضیه ۲: بین خرید مربوط به اشخاص وابسته و ارزش شرکت ارتباط معناداری وجود دارد. در فرضیه دوم ارتباط بین خرید مربوط به اشخاص وابسته به عنوان متغیر مستقل و ارزش شرکت به عنوان متغیر وابسته بررسی شده است. نتایج در جدول (۵) نشان می دهد، ضریب برآوردی متغیر خرید مربوط به اشخاص وابسته ۸۱ درصد منفی و قدر مطلق آزمون تی بزرگتر از دو بوده و سطح معناداری به دست آمده کمتر از ۵ درصد ($/۰۰۴$) می باشد. از این رو می توان بیان کرد بین خرید مربوط به اشخاص وابسته و ارزش شرکت ارتباط معناداری وجود دارد. نوع

ضریب متغیر بیانگر وجود ارتباط منفی و معکوس با ارزش شرکت می‌باشد. در نتیجه فرضیه پژوهش در سطح خطای ۵ درصد تایید می‌شود.

آزمون مدل دوم پژوهش

آزمون رگرسیون خطی

آماره دوربین واتسون پس از برآورد ضرایب، مقدار ۲/۱۲۷ را نشان می‌دهد که به معنی عدم وجود همبستگی پیاپی در جزء اخلاص است. در نتیجه مشکل خودهمبستگی سریالی در این فرضیه مشاهده نمی‌شود. با توجه به مقدار سطح معنی‌داری بدست آمده برای آماره F به میزان (۰/۰۰۰۰) می‌توان ادعا کرد که مدل رگرسیونی برازش شده معنادار است. با توجه به ضریب تعیین مدل‌های برازش شده می‌توان ادعا کرد، حدود ۶۱ درصد از تغییرات در متغیر وابسته مدل توسط متغیرهای مستقل توضیح داده می‌شود. با توجه به ستون آخر مقدار VIF برای کلیه متغیرهای مستقل کمتر از ۱۰ ($VIF < 10$) است، بنابراین بین متغیرهای مستقل هم‌خطی وجود ندارد، بنابراین مدل برازش شده دارای اعتبار است.

جدول ۶. خلاصه نتایج آماری آزمون مدل دوم پژوهش

متغیر	ضریب	انحراف معیار	آزمون تی	سطح معناداری	VIF
عرض از مبدا	-۳۰/۸۷۱	۱/۴۹۳	-۲۰/۶۶۸	/۰۰۰	-
فروش به اشخاص وابسته	/۲۷۵	/۷۶۳	/۳۶۱	/۷۱۷	-
خرید اشخاص وابسته	۱/۰۶۳	/۷۱۹	۱/۴۷۸	/۱۴۰	-
مسئولیت اجتماعی	-۲/۸۲۳	۱/۲۵۶	-۲/۲۴۷	/۰۲۵	۱/۵۶۸
فروش به اشخاص وابسته* مسئولیت اجتماعی	۲/۳۹۰	۱/۶۲۰	۱/۴۷۴	/۱۴۰	-
خرید اشخاص وابسته* مسئولیت اجتماعی	-۵/۷۰۰	۱/۷۹۷	-۳/۱۷۰	/۰۰۱	-
سن شرکت	۷/۵۰۹	/۶۸۵	۱۰/۹۵۴	/۰۰۰	۱/۰۲۶
اندازه شرکت	/۹۳۷	/۰۸۶	۱۰/۸۳۲	/۰۰۰	۱/۳۴۵
نسبت بدهی‌ها	-/۰۸۸	/۶۷۰	-/۱۳۱	/۸۹۵	۱/۵۳۰
سودآوری	-/۱۲۶	/۸۵۵	-/۱۴۷	/۸۸۲	۱/۸۰۸
آماره اف فیشر	۹/۹۵۴		آزمون دوربین واتسون		۲/۱۲۷
سطح معناداری اف فیشر	/۰۰۰		ضریب تعیین تعدیل شده		/۶۱۷

فرضیه ۳: مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه بین فروش مربوط به اشخاص وابسته و ارزش شرکت را تعدیل می کند.

در فرضیه سوم ارتباط بین فروش مربوط به اشخاص وابسته به عنوان متغیر مستقل و ارزش شرکت به عنوان متغیر وابسته و نقش مسئولیت اجتماعی شرکت به عنوان متغیر تعدیل گر بررسی شده است. از اینرو تایید یا رد فرضیه سوم با استفاده از ضریب تعاملی فروش به اشخاص وابسته* مسئولیت اجتماعی انجام شده است، نتایج نشان می دهد، ضریب برآوردی متغیر بالا در جدول (۶) ۲/۳۹۰ مثبت و قدر مطلق آزمون تی کوچکتر از دو بوده و سطح معناداری به دست آمده بیشتر از ۵ درصد (۰/۱۴۰) است. از این رو می توان بیان کرد مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه بین فروش مربوط به اشخاص وابسته و ارزش شرکت را تعدیل نمی کند. در نتیجه فرضیه پژوهش در سطح خطای ۵ درصد رد می شود. همچنین در بررسی ارتباط بین مسئولیت اجتماعی و ارزش شرکت ارتباط منفی معناداری مشاهده می شود. نتایج جدول (۶) نشان می دهد با توجه به اینکه مسئولیت های اجتماعی سبب خروج وجه نقد از بابت فعالیت های اجتماعی در شرکت ها می شود بازار سرمایه نسبت به این موضوع واکنش منفی نشان می دهد که سبب کاهش ارزش شرکت می شود و می تواند نشان دهنده نیاز به بازنگری و وضع قوانین در خصوص پاداش و جریمه در خصوص گزارش عملکرد مسئولیت اجتماعی در گزارشات شرکت ها در ایران است.

فرضیه ۴: مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه بین خرید مربوط به اشخاص وابسته و ارزش شرکت را تعدیل می کند.

در فرضیه چهارم ارتباط بین خرید مربوط به اشخاص وابسته به عنوان متغیر مستقل و ارزش شرکت به عنوان متغیر وابسته و نقش مسئولیت اجتماعی شرکت به عنوان متغیر تعدیل گر بررسی شده است. از اینرو تایید یا رد فرضیه سوم با استفاده از ضریب تعاملی خرید به اشخاص وابسته* مسئولیت اجتماعی انجام شده است، نتایج نشان می دهد، ضریب برآوردی در جدول (۶)، ۵/۷۰۰ منفی و قدر مطلق آزمون تی بزرگتر از دو بوده و سطح معناداری به دست آمده کمتر از ۵ درصد (۰/۰۰۱) است. از این رو می توان بیان کرد مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه بین خرید مربوط به اشخاص وابسته و ارزش شرکت را تعدیل می کند. در نتیجه فرضیه پژوهش در سطح خطای ۵ درصد تایید می شود.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج نشان داد، معاملات با اشخاص وابسته با ارزش شرکت ارتباط معناداری دارد به طوری که معاملات فروش منجر به افزایش ارزش شرکت و معاملات خرید منجر به کاهش ارزش شرکت می‌شود. در بررسی آزمون فرضیه چهارم مشخص گردید مسئولیت اجتماعی شرکت بر ارتباط بین معاملات با اشخاص وابسته و ارزش شرکت نقش تعدیلی داشته است. مبانی نظری گذشته در خصوص ارتباط بین معاملات با اشخاص وابسته و ارزش شرکت بیان داشته اند، وجود رابطه مثبت و معنادار بین معاملات با اشخاص وابسته و ارزش شرکت مؤید تئوری تضاد منافع (رفتار فرصت طلبانه) است. در تئوری‌های موجود دو نگرش نسبت به معاملات با اشخاص وابسته وجود دارد که عبارتند از نگرش رفتار فرصت طلبانه (تئوری تضاد منافع) و نگرش رفتار کارا (فرضیه معاملات کارا) که وجود یا عدم وجود هر یک از این رفتارها تابعی از راهبری شرکتی، قوانین حفاظت از سرمایه‌گذاران و به طور کلی فضای کسب و کار کشورها است. تئوری تضاد منافع با مسأله نمایندگی سازگار است و بیان می‌دارد که این گونه معاملات به جهت کسب منافع شخصی برای مدیران به کار گرفته می‌شود و موجب متضرر شدن شرکت و سهام‌داران می‌شود. در مقابل فرضیه‌ی معاملات کارا، معاملات با اشخاص وابسته را بخشی از تقاضای واحد تجاری قلم‌داد می‌کند و آن را تضمین‌کننده‌ی کار مدیران در شرکت می‌داند. این دیدگاه معاملات با اشخاص وابسته را مضر نمی‌داند و حتی ممکن است برای سهام‌داران سودمند نیز باشد (چانگ و هونگ^۱، ۲۰۰۰). به طور کلی، تصاحب منابع شرکت از طریق معاملات با اشخاص وابسته در کشورهای توسعه یافته مرسوم است. اما در اقتصادهای نوظهور به دلیل نقص بازارهای خارجی و ضعف راهبری شرکتی بیش‌تر مشاهده می‌شود. در اقتصادهای نوظهور که انتصاب و ابقای مدیران با نفوذ سهام‌داران عمده انجام می‌گیرد تصاحب منابع شرکت‌ها رواج دارد و بین سهام‌داران عمده و خرد عدم تقارن اطلاعاتی و تضاد منافع به وجود می‌آید. در بازار نوظهور سرمایه ایران نیز به دلیل تمرکز مالکیت بالا و سطوح بالای عدم تقارن اطلاعاتی میان مدیران و مالکان، وجود نگرش رفتار فرصت طلبانه چندان دور از انتظار نیست. تجربیات

سال های اخیر نیز گواهی بر این ادعا است که معاملات با اشخاص وابسته نه تنها می تواند باعث اخلال در امر ارزش آفرینی به عنوان اصلی ترین وظیفه مدیریت شود، بلکه موجبات فروپاشی شرکت ها را نیز به تدریج فراهم می کند. براین اساس بود که پس از ورشکستگی انرون کنگره آمریکا قانون سارینز آکسلی را به تصویب رسانید که در بخشی از آن به معاملات با اشخاص وابسته اشاره دارد و بر همین اساس است که سازمان بورس اوراق بهادار آمریکا قوانین سخت گیرانه ای را درباره لزوم افشای معاملات با اشخاص وابسته برای شرکت های پذیرفته شده وضع کرده است (گردون و همکاران، ۲۰۰۴). همچنین سازوکارهای نظارتی شرکت، معاملات اشخاص وابسته را از تضاد منافع به معاملات کارآمد سوق می دهد. مؤسسه های حسابرسی دارای هیئت های ناظر، در رابطه با معاملات اشخاص وابسته، نقش و رفتار متعادل تری از خود بروز می دهند، بنابراین مسئله شفافیت اطلاعات مالی، موضوع بسیار مهم در زمینه مدیریت مالی در راستای افزایش اعتماد سهامداران برای شرکت است. از محدودیت های پژوهش حاضر می توان به عدم اعمال تورم در صورتهای مالی شرکت های بورس تهران اشاره داشت. همچنین نتایج این پژوهش مربوط به شرکت های بورس است و در تعمیم یافته های پژوهش به سایر شرکت ها و یا یک صنعت خاص باید احتیاط کرد. یکی دیگر از محدودیت های پژوهش حاضر، افشاء نشدن اطلاعات کامل مسئولیت اجتماعی در برخی شرکت ها است که با توجه به اجباری نبودن افشای این اطلاعات از سازمان بورس اوراق بهادار باعث کاهش تعداد نمونه آماری نیز شد. در همین راستا، به بورس اوراق بهادار تهران پیشنهاد می شود با وضع قوانین و مقررات و ارائه یک چارچوب برای افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی، شرکت ها را به افشای این نوع از اطلاعات ملزم کنند. همچنین، براساس سطح اهمیت اطلاعات افشای مسئولیت اجتماعی بر تصمیمات سرمایه گذاری پیشنهاد می شود سازمان بورس اوراق بهادار به رتبه بندی شرکت ها از نظر میزان افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی پردازد. همچنین پیشنهاد می شود سرمایه گذاران شرکت ها در خصوص ارزیابی میزان اطلاعات معامله شده با اشخاص وابسته دقت نظر بیشتری داشته باشند و اطلاعات بالا را بیش تر مورد توجه قرار دهند. به حسابرسان صورتهای مالی نیز پیشنهاد می شود میزان و حجم اطلاعات معاملات با اشخاص وابسته را در گزارش حسابرسی خود قید

کنند که با توجه به محتوای اطلاعاتی گزارش حسابرسی این اطلاعات در اختیار استفاده‌کنندگان گزارش حسابرسی قرار گیرد. به پژوهشگران برای پژوهش‌های آتی نیز پیشنهاد می‌شود که تأثیر مسئولیت اجتماعی بر سایر متغیرهای مالی رفتاری از جمله احساسات و رفتار سرمایه‌گذاران در بازار سرمایه ایران بپردازند. همچنین پیشنهاد می‌شود نقش تعدیلی ویژگی‌های مدیرعامل بر ارتباط بین معاملات با اشخاص وابسته و ارزش شرکت بررسی شود.



منابع

- احمد پور، فرمانبرداری، مریم. (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و خطای پیش بینی سود هر سهم. فصلنامه بورس اوراق بهادار، ۶(۲۴)، ۶۳-۷۸.
- برزگر، قدرت اله؛ حقیقت، طوبی. (۱۳۹۹). بررسی اثر تعدیل کنندگی معاملات با اشخاص وابسته بر رابطه بین افشای هزینه پژوهش و توسعه و ارزش شرکت. پژوهش های تجربی حسابداری، ۱۰(۱)، ۲۰۳-۲۲۵. doi: 10.22051/jera.2018.21086.2091
- خلیلی، پویا. (۱۳۹۸). بررسی ارتباط میان سرمایه فکری، سرمایه اجتماعی و عملکرد مالی با تمرکز بر نقش تعدیلی افشای اطلاعاتی زیست محیطی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد صفادشت.
- سازمان حسابرسی. (۱۳۸۶). استاندارد حسابداری ۱۲: افشای اطلاعات اشخاص وابسته. ۲۶۴-۲۷۹.
- صداقت، علی و بیات، علی. (۱۴۰۰). بررسی تاثیر بهره‌وری کارکنان بر رابطه بین مسئولیت های اجتماعی و عملکرد مالی. چشم انداز حسابداری و مدیریت، ۴(۴۴)، ۱۳۵-۱۴۷.
- فرجی، امید؛ جنتی دریاکناری، فاطمه؛ منصوری، کفسان و یونسی مطیع، فاطمه. (۱۳۹۹). مسئولیت پذیری اجتماعی و ارزش شرکت: نقش تعدیلگر مدیریت سود. مجله علمی "مدیریت سرمایه اجتماعی"، ۷(۱)، ۲۵-۵۸. doi: 10.22059/jscm.2019.276161.1792
- واصلی، سعید؛ جمشیدی نوید، بانک و قنبری، مهرداد. (۱۴۰۰). تأثیر معاملات با اشخاص وابسته بر ناتوانی حسابرس در کشف تقلب شرکت ها با استفاده از تجزیه و تحلیل سطح حسابرسان. فصلنامه بورس اوراق بهادار، ۱۴(۵۴)، ۲۰۷-۲۳۲. doi: 10.22034/jse.2021.11470.1619

References

- Ahmedpour, C; Farmanbordar, M. (2014). Investigating the Impact of Conditional and Unconditional Accounting Conservatism on Distress Risk of the Companies listed in the Tehran Stock Exchange. *Journal of Securities Exchange*, 6(24), 63-78. (In Persian).
- Armitage, S and Marston, C. (2008). Corporate disclosure, cost of capital and reputation: evidence from finance directors. *Br. Account. Rev.* 40(4), 314-337.
- Audit Organization. (1386). *Accounting Standard 12 of Iran: disclosure of related persons' information*. 264-279. (In Persian).
- Barzegar, G; & Haghghat, T. (2020). Moderating Effects of Related Party Transactions on the Relation between Disclosure of Research and Development Expenditures and Firm's Value. *Empirical Research in Accounting*, 10(1), 203-225. doi: 10.22051/jera.2018.21086.2091. (in Persian).
- Be' nabou, R and Tirole.J. (2010). Individual and corporate social responsibility. *Economica* 77 (305), 1-19.

- Chang, S.J and Hong, J. (2000). Economic performance of group-affiliated companies in Korea: intragroup resource sharing and internal business transactions. *Acad. Manag. J.* 43 (3), 429–448.
- Cheung, Y.L.,Jing, L.,Tong, L.,Rau, P.R and Stouraitis, A.(2009). Tunneling and propping up: an analysis of related party transactions by Chinese listed companies. *Pac.-Basin Fin. J.* 17 (3), 362–393.
- Chien, C.-Y; & Hsu, J. C. S. (2010). The Role of Corporate Governance in Related Party Transactions. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1539808> .
- Choi, H and Moon, D. (2016). Perceptions of corporate social responsibility in the capital market. *J. Appl. Bus. Res.* 32 (5), 1507–1518.
- Faraji, O; Jannati Daryakenari, F; Mansouri, K; & Younesi Moti, F. (2020). Corporate Social Responsibility and Firm Value: The Mediating Role of Earnings Management. *Social Capital Management*, 7(1), 25-58. doi: 10.22059/jscm.2019.276161.1792. (In Persian).
- Gao, F. Lisc, L.L and Zhang, I. (2014). Commitment to social good and insider trading. *J. Account. Econ.* 57 (2–3), 149–175.
- Gordon, E.A; Henry, E. and Palia, D. (2004), "RELATED PARTY TRANSACTIONS AND CORPORATE GOVERNANCE", Hirschey, M; and, K.J. and Makhija, A.K. (Ed.) Corporate Governance (Advances in Financial Economics), *Emerald Group Publishing Limited, Bingley*, (9). 1-27. [https://doi.org/10.1016/S1569-3732\(04\)09001-2](https://doi.org/10.1016/S1569-3732(04)09001-2).
- Homayoun, S; Mansourfar, G; Poursoleyman, E. and Rezaee, Z. (2022), "Business sustainability performance and corporate financial performance: the mediating role of optimal investment", *Managerial Finance*, 48(2), 348-369. <https://doi.org/10.1108/MF-01-2021-0040>
optimal investment. <https://www.emerald.com/insight/0307-4358.htm>
- Jian, M and Wong, T.J. (2010). Propping through related party transactions. *Rev. Acc. Stud.* 15 (1), 70–105.
- Kang, M.Lee.H.Y ,Lee.M.G and Park, J.C.(2014). The association between related-party transactions and control– ownership wedge: evidence from Korea. *Pac.-Basin Fin. J.* 29 (1), 272–296.
- Khalili, Poya. (2018). *Investigating the relationship between intellectual capital, social capital, and financial performance with a focus on the moderating role of environmental information disclosure in companies listed on the Tehran Stock Exchange*, master's thesis in accounting, Islamic Azad University, Safadasht branch. (in Persian)
- Kim, Y.Park, M and Wier, B. (2012). Is earnings quality associated with corporate social responsibility? *Account. Rev.* 87 (3), 761–796.
- Kohlbeck, Mark, Mayhew, Brian W, 2010. Valuation of firms that disclose related party transactions. *J. Account. Public Policy* 29 (2), 115–137.
- Kohlbeck, M.J and Mayhew.B.W. (2017). Are related party transactions red flags? *Contemp. Account. Res.* 34(2), 900–928.
- La Rorta, R, Lopez-de-S and Florencio.S.A. (1999).Corporate ownership around the world. *J. Fin.* 54 (2), 471–517.
- Muttakin, M.B; Khan, A and Azim, M.I. (2015). Corporate social responsibility disclosures and earnings quality. *Manag. Audit. J.* 30 (3), 277–298.

- Nollet, J. George. F and Evangelos, M. (2016). Corporate social responsibility and financial performance: A non-linear and disaggregated approach. *Economic Modelling* 52 (2016) 400–407.
- Prior, D. Surroca, J and Tribo, J.A; (2008). Are socially responsible managers ethical? Exploring the relationship between earnings management and corporate social responsibility. *Corp. Govern.* 16 (3), 160–177.
- Ramzan, M; Amin, M; & Abbas, M. (2021). How does corporate social responsibility affect financial performance, financial stability, and financial inclusion in the banking sector? Evidence from Pakistan. 55, 101314. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2020.101314>.
- Schnackenberg, A.K and Tomlinson, E.C. (2016). Organizational Transparency: A new perspective on managing trust in organization-stakeholder relationships. *J. Manage.* 42 (7), 1784–1810.
- Scholtens, B and Kang, F. (2013). Corporate social responsibility and earnings management: evidence from Asian economies. *Corp. Soc. Responsib. Environ. Manag.* 20(2), 95–112.
- Sedaghat, A; & Bayat, A. (2021). Investigating the effect of employee productivity on the relationship between social responsibilities and financial performance. *Journal of Accounting and Management Vision*, 4(44), 135-147. (in Persian).
- Shahzad, F, Baig, M.H, Rehman, I.U and Saeed, A. (2021). Does intellectual capital efficiency explain the corporate social responsibility engagement-firm performance relationship? Evidence from environmental, social and governance performance of US-listed firms, 22(2), 295-305 <http://www.elsevier.com/journals/borsa-istanbul-review/2214-8450>
- Tambunan, M.E; Siregar, H, Manurung, A.H and Priyarsono, D.S. (2017). Related party transactions and firm value in the business groups in the Indonesia stock exchange. *J. Appl. Fin. Bank.* 7(3), 1–20.
- Tiffany, D.H and Zuni, B. (2020). Related party transactions and firm value: The moderating role of corporate social responsibility reporting, *China Journal of Accounting Research*, 13(2), 223-236.
- Vaseli, S; Jamshidinavid, B; Ghanbari, M. (2021). The effect of transactions with dependents on the auditor's inability to detect corporate fraud using auditor level analysis. *Journal of Securities Exchange*, 14(54), 207-232. doi: 10.22034/jse.2021.11470.1619. (In Persian).
- Wong, R. M; Kim, J.B and Lo, A.W. (2015). Are related-party sales value-adding or value-destroying? Evidence from China. *J. Int. Financ. Manage. Account.* 26 (1), 1–38.

COPYRIGHTS



This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license.