

بررسی تاثیر شاخص‌های کلان اقتصادی بر میزان تغییرات افشای مسئولیت اجتماعی

دکتر فرهاد عزیزی

مدرس گروه حسابداری، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول).
azizi.f7@gmail.com

دکتر عباس قدرتی زوارم

گروه حسابداری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه فنی حرفه ای، شیروان، ایران.
abbas.ghodratizoeram@gmail.com

مرضیه روزخوش

دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، دانشکده علوم انسانی، موسسه آموزش عالی اشراق، بجنورد، ایران.
roozkhosh93@gmail.com

هادی قلی پور پاشا

دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، موسسه آموزش عالی آمل، آمل، ایران.
hgholipoor@nicico.com

چکیده

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها موضوع حساسیت‌برانگیز و رو به توجه در سال‌های اخیر بوده است تا آنجا که سازمان‌های بین‌المللی مانند سازمان ملل و اتحادیه اروپا، استانداردهایی را در این زمینه ارائه کرده‌اند. گروهی از صاحب‌نظران معتقدند که اگرچه دولت‌ها مسئول اصلی حل مشکلات جامعه‌اند، ولی مشارکت سازمان‌ها در این زمینه راهگشاست. این دسته از صاحب‌نظران معتقدند که، از آنجا که امروزه، قدرت اقتصادی، از دولت‌ها به سازمان‌ها انتقال یافته، مشارکت سازمان‌ها در حل مشکلات اجتماعی ضروری و لازم است. لذا بر پایه این استدلال، هدف از پژوهش حاضر بررسی تاثیر شاخص‌های کلان اقتصادی بر میزان تغییرات افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران است. جامعه آماری پژوهش حاضر متشکل از ۹۶ شرکت پذیرفته‌شده در بورس طی دوره زمانی ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۹ است. نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که شاخص‌های کلان اقتصادی بر میزان تغییرات افشای مسئولیت اجتماعی تاثیر معناداری دارد.

واژگان کلیدی: شاخص کلان اقتصادی، مسئولیت اجتماعی، نرخ تورم، تولید ناخالص داخلی.

مقدمه

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها موضوع حساسیت‌برانگیز و رو به توجه در سال‌های اخیر بوده است تا آنجا که سازمان‌های بین‌المللی مانند سازمان ملل و اتحادیه اروپا، استانداردهایی را در این زمینه ارائه کرده‌اند. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به‌عنوان یک استراتژی بالقوه نقش مهمی را در تعیین ارزش شرکت و در نتیجه تعیین ارزش سهام شرکت ایفا می‌کند و باعث تاثیر بر واکنش سرمایه‌گذاران و صندوق‌های سرمایه‌گذاری و عملکرد شرکت‌های سرمایه‌پذیر خواهد شد (لوانو و سرافیم، ۲۰۱۰). البته نباید از نظر ای نکته را دور داشت که اتخاذ اصول مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای سازمان‌ها امری هزینه‌بر است. این هزینه‌ها ممکن است شامل موارد زیر باشد: خرید تجهیزات جدیدی که به محیط‌زیست آسیب کمتری می‌رساند؛ تغییر ساختار مدیریتی و یا ایجاد کنترل‌های کیفیت شدیدتر باشد. منافع اتخاذ اصول مسئولیت‌پذیری اجتماعی

برای سازمان‌ها عبارت است از: اعتلای نام یا علائم تجاری و افزایش اعتبار؛ امکان جذب بیش‌تر منابع سرمایه‌ای به علت اعتبار تجاری بالا؛ کاهش مخاطرات ناشی از حوادث و اتفاقات تلخ؛ بهبود شرایط محیط کار و در نتیجه، ارتقای بهره‌وری و افزایش توانایی برای جذب و نگهداری کارکنان که منجر به کاهش جابجایی، غیبت و هزینه‌های آموزش آنان می‌شود (تسوتسورا، ۲۰۰۴).

حیدریور (۱۳۹۲) به نقل از محققانی همچون فریدمن (۱۹۷۰)، اپرل (۱۹۸۵)، ویلیامز (۱۹۹۷) و جنسن (۲۰۰۲) در اقتصاد نئوکلاسیک سستی بیان می‌دارد: از نظر تئوریک، استراتژی‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در دنیای رقابتی امروز به‌طور غیرضروری هزینه‌های شرکت را افزایش می‌دهد در نتیجه زیان رقابتی در مقابل رقابت‌کنندگان ایجاد می‌کند. برامر و میلینگتون از منظر تئوری نمایندگی، تحقیقات نشان داده‌اند که به کار بردن منابع ارزشمند شرکت برای استراتژی‌های عملکرد اجتماعی مثبت، بیشتر از این که منافع مالی برای سهام‌داران داشته باشد، برای مدیران منفعت دارد. در مورد مشروعیت و ارزش اتخاذ اصول مسئولیت‌پذیری اجتماعی توسط شرکت‌ها، دیدگاه‌های مختلفی وجود دارد. برخی از صاحب‌نظران معتقدند که مشکلات اجتماعی باید به‌طور کل توسط دولت‌ها حل شود. این گروه معتقدند که منابع سازمانی برای حل مشکلات اجتماعی کافی نیست و نباید منابع سازمانی را به‌منظور حل مشکلات جامعه هدر داد. گروه دیگری از صاحب‌نظران معتقدند که اگرچه دولت‌ها مسئول اصلی حل مشکلات جامعه‌اند، ولی مشارکت سازمان‌ها در این زمینه راهگشا است. این دسته از صاحب‌نظران معتقدند که، از آنجاکه امروزه، قدرت اقتصادی، از دولت‌ها به سازمان‌ها انتقال یافته، مشارکت سازمان‌ها در حل مشکلات اجتماعی ضروری و لازم است (تسوتسورا، ۲۰۰۴).

سایمون اسمیت کوزنتس در مقاله مشهور خود با عنوان رشد اقتصادی و نابرابری درآمد، در سال ۱۹۹۵ این سؤال را مطرح کرد که چگونه نابرابری درآمد طی فرآیند رشد اقتصادی یک کشور تغییر می‌کند. در سال‌های اخیر اقتصاددانان محیط‌زیست و رشد اقتصادی بر پایه نظریه کوزنتس بپردازند. نتیجه تلاش آن‌ها به کشف رابطه‌ای به شکل U معکوس، بین کیفیت محیط‌زیست و رشد اقتصادی منجر شده است (داسگویتا و همکار، ۱۹۹۴). برخی از داده‌های اقتصادی نشان داده‌اند که با رشد درآمد سرانه، توجه شرکت‌ها به محیط‌زیست تغییر معنی‌داری خواهد داشت (بانک توسعه آسیا، ۲۰۰۱). از طرف دیگر، اتخاذ اصول مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای سازمان‌ها امری هزینه‌بر است. این هزینه‌ها ممکن است شامل موارد زیر باشد: خرید تجهیزات جدیدی که به محیط‌زیست آسیب کمتری می‌رساند؛ تغییر ساختار مدیریتی و یا ایجاد کنترل‌های کیفیت شدیدتر باشد. منافع اتخاذ اصول مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای سازمان‌ها عبارت است از: اعتلای نام و علائم تجاری و افزایش اعتبار؛ امکان جذب بیش‌تر منابع سرمایه‌ای به علت اعتبار تجاری بالا؛ کاهش مخاطرات ناشی از حوادث و اتفاقات تلخ؛ بهبود شرایط محیط کار و در نتیجه، ارتقای بهره‌وری و افزایش توانایی برای جذب و نگهداری کارکنان که منجر به کاهش جابجایی، غیبت و هزینه‌های آموزش آنان می‌شود. بیش‌تر صاحب‌نظران معتقدند که هزینه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی، کوتاه‌مدت و منافع آن اغلب از نوع بلندمدت است. مسئولیت‌پذیری اجتماعی در واقع نوعی سرمایه‌گذاری برای آینده به امید کسب مزیت رقابتی پایدار و بلندمدت است. مدیران ارشدی که دارای دید کوتاه‌مدت هستند، هزینه‌های کوتاه‌مدت مسئولیت اجتماعی را بر نمی‌تابند. با این استدلال که مشکلات اجتماعی فقط به دست دولت‌ها قابل حل است، از کنار این مقوله به‌راحتی می‌گذرند. برعکس، مدیرانی که دارای دید بلندمدت می‌باشند حاضرند برای بهبود رفاه جامعه، حل مشکلات اجتماعی، آلودگی محیط‌زیست، بهبود شرایط محیط کار، رعایت حقوق بشر، شرکت در امور عام‌المنفعه و... هزینه کنند تا در بلندمدت بتوانند از پیشرفت اجتماعی بهره‌مند شده و از سوی دیگر، در جامعه و در بین مشتریان و ذی‌نفعان خود، برای خود اعتبار و شهرت کسب کنند (قاسمی، ۱۳۷۴). حال با توجه به پیچیدگی و نیازهای جامعه امروزی و قوانین و ارزش‌های تعیین‌شده از سوی جامعه که تبعیت از آن‌ها و احترام گذاشتن به خواسته‌های جامعه بشری همواره این سؤال را به ذهن متبادر می‌سازد:

شاخص‌های کلان اقتصادی و تغییرات بورس اوراق بهادار چه تأثیری بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها دارد؟

پیشینه تجربی پژوهش

موهانگا (۲۰۱۶) به بررسی نحوه گزارشگری مسئولیت اجتماعی و تأثیرات آن در شرکت‌های نفتی چندملیتی بر کشورهای کمتر توسعه‌یافته پرداخته و بیان می‌دارد: شرکت‌های بزرگ‌تر در جهت حفظ مشروعیت عملکرد خود و کسب منافع مالی در مقایسه با شرکت‌های کوچک‌تر، مسئولیت اجتماعی را بهتر و بیش‌تر افشا می‌نمایند و در کشورهایی که این مهم به وقوع پیوسته، تولید ناخالص ملی نیز رشد معنی‌داری داشته است.

لی و مورو (۲۰۱۶) به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی پرداخته‌اند. نتایج کسب‌شده از تحقیق ایشان نشان داد رابطه مستقیم و مثبتی بین مسئولیت اجتماعی و شاخص‌های عملکرد مالی (نرخ بازده حقوق صاحبان سهام، نرخ بازده دارایی‌ها و کیوتوبین) وجود دارد.

استرو و همکاران (۲۰۱۴) به بررسی تأثیرات آلودگی هوا و مرگ‌ومیر پس از رشد اقتصادی پرداختند. نتایج کسب‌شده از کار ایشان که به روش میدانی انجام‌شده بود، نشان داد، مدیران شرکت‌ها و تصمیم‌گیرندگان دولتی در سطح کلان علاقه‌ای به ارائه اطلاعات دقیق در زمینه مشکلات و مسائل ناشی از تصمیمات و اقدامات انجام‌شده در زمینه زیست‌محیطی ندارند و پیوسته در تلاش برای پنهان‌سازی ابعاد منفی اقدامات انجام‌شده در محدوده کاری خود می‌باشند. همچنین ایشان بیان می‌دارند به‌جز موارد نادری که در گزارش‌های مالی حسابرسی شده شرکت‌ها و یا محکومیت‌های قضایی که اطلاعات منفی در این زمینه افشا نموده‌اند، شرکت‌ها پیوسته در تلاش برای مثبت نشان دادن عملکرد خویش از طریق افشای اختیاری و مصاحبه برای بهتر نشان دادن مسئولیت‌پذیری اجتماعی و زیست‌محیطی می‌باشند.

دهلیوال و همکاران (۲۰۱۴) در تحقیقی به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و هزینه‌های سرمایه‌ای پرداخته‌اند، که در این تحقیق با استفاده از متغیرهایی از قبیل وضعیت حقوق این رابطه مورد مطالعه قرار گرفته است و نتایج حاصل از آن نشان می‌دهد بین مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی و هزینه‌های سرمایه‌ای رابطه منفی وجود دارد.

مین چانگ و هانگ هی (۲۰۱۴) در تحقیقی تحت عنوان مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش سهام شرکت‌های رستورانی، رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ریسک سیستماتیک و همچنین عملکرد مالی (Q توبین) مورد مطالعه قرار گرفته است و نتایج نشان می‌دهد با تقویت مسئولیت اجتماعی به‌منظور افزایش ارزش سهام، عملکرد مالی نیز افزایش پیدا می‌کند، درحالی‌که با ضعیف شدن مسئولیت اجتماعی، ارزش سهام کاهش و ریسک سیستماتیک افزایش می‌یابد.

بچتی و همکاران (۲۰۱۳) مسئولیت اجتماعی شرکت را در چهار عامل شامل، شفافیت حسابداری، حاکمیت شرکتی، ریسک ذینفعان و پیش سرمایه‌گذاری تجزیه کرده‌اند. با بررسی ارتباط بین قدر مطلق خطای پیش‌بینی سود هر سهم با خالص نقاط قوت (-) و ضعف (+) بیش سرمایه‌گذاری، ریسک ذینفعان، حاکمیت شرکتی و شفافیت حسابداری (با استفاده از معیارهای رتبه‌بندی اجتماعی) نشان دادند که قدر مطلق خطای پیش‌بینی سود هر سهم با خالص نقاط قوت و ضعف بیش سرمایه‌گذاری، ریسک ذینفعان و عدم شفافیت حسابداری شرکت ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد درحالی‌که با کیفیت حاکمیت شرکتی رابطه منفی دارد.

حیدرپور و قرنی (۱۳۹۴) در خصوص تأثیر حسابداری زیست‌محیطی بر شاخص‌های مالی و عملیاتی شرکت‌های تولیدی نشان داد که حسابداری زیست‌محیطی بر شاخص‌های مالی و عملیاتی شرکت‌ها شامل میزان تولید شرکت‌های تولیدی، میزان کاهش ضایعات، کمک‌های بلاعوض فنی برون‌سازمانی به شرکت‌های تولیدی، نوع کالاهای تولیدشده و نسبت بدهی خدمات به کل بدهی‌های شرکت تأثیرگذار است.

وحیدی الیزایی و فخاری (۱۳۹۴) تحت عنوان تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی بر عملکرد مالی شرکت پرداختند و نتایج تحقیق آن‌ها بیانگر ارتباط مثبت و معنی‌داری بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی و عملکرد مالی شرکت است. احمدپور و فرمان‌بردار (۱۳۹۴) در تحقیقی به بررسی ارتباط بین افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و رقابت در بازار محصول پرداختند. نتایج تحقیقات آن‌ها نشان می‌دهد که بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و رقابت بازار محصول ارتباط معنی‌داری وجود ندارد. همچنین بین سطح افشای عملکرد اجتماعی و زیست‌محیطی شرکت با رقابت بازار محصول ارتباط معناداری وجود ندارد.

مران جویری و علی‌خانی (۱۳۹۳) در تحقیقی تحت عنوان افشای مسئولیت اجتماعی و راهبری شرکتی پرداختند. نتایج تحقیقات آن‌ها بیانگر این مطلب بود که بین اندازه شرکت با سطح افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی رابطه معنی‌دار مثبتی وجود دارد، اما بین سطح افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی و سرمایه‌گذاران نهادی و مدیران غیرموظف رابطه معنی‌داری مشاهده نشد.

جلیلی و قیصری (۱۳۹۳) به بررسی رابطه بین مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی و کیفیت سود شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته و نشان دادند بین مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی و مدیریت سود رابطه مثبت غیر معنادار وجود داشته و در مدل وجوه نقد عملیاتی غیرعادی و مدل هزینه‌های اختیاری غیرعادی بین مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی و کیفیت سود رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه پژوهش

فرضیه اول: نرخ تورم بر میزان تغییرات افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها تأثیر معنی‌داری دارد.
فرضیه دوم: میزان تولید ناخالص داخلی بر تغییرات افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها تأثیر معنی‌داری دارد.
فرضیه سوم: نرخ بازده بدون ریسک بر میزان تغییرات افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها تأثیر معنی‌داری دارد.
فرضیه چهارم: نوسان قیمت سهام بر میزان تغییرات افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها تأثیر معنی‌داری دارد.
فرضیه پنجم: حجم مبادله سهام شرکت‌ها بر میزان تغییرات افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها تأثیر معنی‌داری دارد.
فرضیه ششم: نسبت ارزش بازار شرکت به خالص دارایی‌ها بر میزان تغییرات افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها تأثیر معنی‌داری دارد.

روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نظر هدف، پژوهشی کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها از نوع تحقیقات نیمه تجربی پس‌رویدادی در حوزه تحقیقات اثباتی حسابداری است، یعنی بر مبنای تجزیه و تحلیل اطلاعات گذشته انجام گرفته است. از نظر روش تحلیل داده‌ها نیز تحقیق همبستگی است، زیرا پژوهش حاضر در پی یافتن رابطه بین متغیرهای پژوهش در یک جامعه آماری است. داده‌های پژوهش از لوح‌های فشرده آرشيو آماری و تصویری سازمان بورس اوراق بهادار تهران، پایگاه اینترنتی بورس اوراق بهادار تهران، نرم‌افزار ره‌آورد نوین گردآوری گردید. در نهایت، با توجه به حجم نمونه‌ها، از نرم‌افزار ایوبوز نسخه دوازدهم و استاتا برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد. جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش شامل کلیه شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۹ است.

الگوی رگرسیونی و نحوه اندازه گیری متغیرهای پژوهش

برای آزمون فرضیات پژوهش نیز از مدل رگرسیونی زیر استفاده می شود:

$$\Delta CSR_{it} = \beta_0 + \beta_1 INF_{it} + \beta_2 LnGDP_{it} + \beta_3 RFR_{it} + \beta_4 \left(\frac{\Delta StPr_{it-1}}{StPr_{it-1}} \right) + \beta_5 \left(\frac{VolSt_{it-1}}{TotalSt_{it-1}} \right) + \beta_6 \left(\frac{Market_{it-1}}{Book_{it-1}} \right) + \beta_7 Size_{it} + \beta_8 Age_{it} + \varepsilon_{it}$$

متغیرهای مدل:

CSR_{it} : مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها it مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت بر اساس شاخص KLD.

β_1 : عدد ثابت.

B_i : ضرایب رگرسیون.

IO_{it} : درصد مالکیت نهادی.

INF_{it} : نرخ تورم در سال t بر اساس شاخص بانک مرکزی.

$LnGDP_{it}$: تولید ناخالص داخلی در سال t .

RFR_{it} : نرخ بازده بدون ریسک در سال t که برابر است با نرخ بازده سپرده های بانکی یک ساله که از سوی بانک مرکزی تعیین شده است.

$\Delta StPr_{it-1}/StPr_{it-1}$: نسبت تغییرات قیمت سهام شرکت i در سال $t-1$ تقسیم بر قیمت سهام ابتدای سال $t-1$.

$VolSt_{it-1}/TotalSt_{it-1}$: نسبت حجم سهام مبادله شده شرکت i در سال $t-1$ تقسیم بر کل سهام شرکت در همان سال.

$Market_{it-1}/Book_{it-1}$: نسبت ارزش بازار شرکت (تعداد سهام * قیمت سهام در پایان سال) به کل دارایی های شرکت i در آخرین روز سال $t-1$.

$Size_{it}$: لگاریتم طبیعی دارایی های شرکت i در سال t .

AGE_{it} : طول عمر شرکت برحسب سال.

ε_{it} : خطای مدل.

ویژگی های توصیفی متغیرها

این ویژگی ها شامل اطلاعات آماری همانند میانگین، میانه، ماکزیمم، مینیمم، انحراف معیار و تعداد مشاهدات است که اطلاعات اولیه ای از چگونگی داده های مورد استفاده در مدل به ما می دهد.

جدول (۱): آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

عمر شرکت	اندازه شرکت	نسبت ارزش بازار به دفتری	نسبت حجم سهام	نسبت تغییرات قیمت سهام	نرخ بازده بدون ریسک	تولید ناخالص داخلی	نرخ تورم	مسئولیت اجتماعی	آمار توصیفی
۱۶/۷۲۲	۱۲/۰۸۶۷۴	۰/۰۶۶۱۵۲	۰/۱۰۵۶۹	۰/۱۴۵۸۰	۰/۱۴۹۸۹	۴/۵۱۳۳	۱۷/۹۷۰۰	۱۳/۷۷۵۴	میانگین
۱۵/۰۰۰۰	۱۱/۹۸۷۸۱	۰/۱۰۲۸۳۶	۰/۰۹۳۴۷	۰/۱۴۳۸۵	۰/۱۴۹۳۰	۴/۵۱۶۶	۱۵/۰۰۰۰	۳/۸۸۹۵	میانه
۴۱/۰۰۰	۱۴/۵۶۳۷۳	۰/۲۰۶۴۶	۰/۴۸۱۳۱	۰/۱۹۹۲۰	۰/۱۹۹۰	۱۴/۰۳۳۳	۳۴/۷۰۰۰	۱۵/۱۲۵۶۴	بیشینه
۱۰/۰۰۰۰	۹/۸۶۵۱۰	۰/۲۲۰۹۳۷	۰/۰۰۷۷۰۶	۰/۱۰۲۲۰	۰/۱۰۱۲۰	۰/۸۰۰۰	۹/۵۰۰۰	۰/۲۴۰۳۱	کمینه
۰/۹۲۰۶۸	۰/۷۵۹۳۹	۰/۶۴۵۲۳	۰/۰۸۸۱۹	۰/۰۲۹۲۵	۰/۰۲۸۷۶	۵/۶۱۱۳۸	۷/۹۴۷۳۳	۰/۶۸۳۶۴	انحراف معیار

در جداول فوق برخی از مفاهیم آمار توصیفی متغیرها شامل میانگین، میانه، حداقل، حداکثر مشاهده ها به عنوان شاخص های مرکزی و انحراف معیار به عنوان شاخص پراکندگی و ضریب کشیدگی، ضریب چولگی به عنوان شاخص های توزیعی ارائه شده است. اصلی ترین شاخص مرکزی، میانگین است که بیانگر نقطه ی تعادل و مرکز ثقل توزیع است و

شاخص خوبی برای نشان دادن مرکزیت داده‌ها است. برای مثال مقدار میانگین برای متغیر به مسئولیت اجتماعی برابر با ۱۳/۷۷۵۴ است که نشان می‌دهد بیشتر داده‌ها حول این نقطه تمرکز یافته‌اند. میانه یکی دیگر از شاخص‌های مرکزی است که وضعیت جامعه را نشان می‌دهد. همان‌طور که نتایج نشان می‌دهد میانه متغیر تولید ناخالص داخلی برابر با ۴/۵۱۶۶ است که بیانگر این است که نیمی از داده‌ها کمتر از این مقدار و نیمی دیگر بیشتر از این مقدار هستند. انحراف معیار یکی از مهم‌ترین پارامترهای پراکندگی است و معیاری برای میزان پراکندگی مشاهدات از میانگین است؛ مقدار این پارامتر برای متغیر انحراف معیار نسبت حجم سهام برابر با ۰/۷۳۱۶- است.

ناهمسانی واریانس

یکی از موضوعات مهمی که در اقتصادسنجی به آن برخورد می‌کنیم موضوع واریانس ناهمسانی است. واریانس ناهمسانی به این معناست که در تخمین مدل رگرسیون مقادیر جملات خطا دارای واریانس‌های نابرابر هستند. به‌منظور برآورد واریانس ناهمسانی در این تحقیق از آزمون وایت استفاده شده است. نتایج حاصل از این آزمون به‌صورت نگاره (۲) بیان می‌شود.

جدول (۲): نتایج حاصل از ناهمسانی واریانس

مدل	فرضیه صفر (H_0)	آماره t	p-value	نتیجه آزمون
اول	واریانس‌ها همسان‌اند	-۵/۰۱۰۳	۰/۰۰۰۰	H_0 رد می‌شود (ناهمسانی واریانس وجود دارد)

نتایج حاصل از آزمون وایت در نگاره (۲) آورده شده است. نتایج نشان‌دهنده این است که آماره F مدل‌های پژوهش در سطح خطای ۵ درصد در مدل اول تا سوم معنی‌دار است. در نتیجه فرضیه صفر مبنی بر عدم وجود ناهمسانی واریانس در بین داده‌های مدل‌های در سطح خطای ۵ درصد تأیید نمی‌شود.

پس از آگاهی از اینکه در بین داده‌های مدل باوجود ناهمسانی واریانس روبرو هستیم، برای برآورد مدل پژوهش به‌منظور انتخاب بین روش داده‌های تلفیقی یا تابلویی از آزمون F لیمر استفاده شده است، که در ادامه به شرح آن پرداخته می‌شود.

آزمون مانایی متغیرهای پژوهش

یکی از عمده‌ترین مشکلات که در رگرسیون سری‌های زمانی ممکن است پیش آید، پدیده رگرسیون ساختگی است. رگرسیون ساختگی به وضعیتی اطلاق می‌شود که در آن علی‌رغم وجود R^2 بالا، رابطه معناداری بین متغیرها وجود ندارد. در پژوهشات مبتنی بر داده‌های سری زمانی فرض بر آن است که سری زمانی ایستا (پایا) است. هر سری زمانی را می‌توان نتیجه یک فرایند استوکاستیک^۱ یا تصادفی دانست. یک فرایند تصادفی هنگامی ایستا تلقی می‌شود که میانگین، واریانس و خود کوواریانس در وقفه‌های مختلف سری در طول زمان یکسان بوده و ثابت باقی بماند.

به‌منظور اطمینان از نتایج پژوهش و ساختگی نبودن روابط موجود در رگرسیون و معنادار بودن متغیرها، اقدام به انجام آزمون مانایی و محاسبه ریشه واحد متغیرهای پژوهش در مدل EGLS شده است. آزمون مزبور با استفاده از نرم‌افزار Eviews نسخه نهم و آزمون‌های فیشر-دیکی فولر تعمیم‌یافته و فیشر-فیلیپس، پرون و با استفاده از مقیاس بارتلت^۲ انجام شده است. نتایج آزمون‌ها مانایی متغیرها را نشان می‌دهند، لذا فرضیه صفر مبنی بر ریشه واحد داشتن متغیرها رد می‌شود.

¹ Stochastic Process

² Bartlett

جدول (۳): آزمون مانایی متغیرهای پژوهش

فیشر- فیلیس، پرون		لوین، لین و چو		متغیرها	آزمون
احتمال	آماره	احتمال	آماره		
۰/۰۰۰۰	-۲۲/۹۵۰۳	۰/۰۰۰۰	-۱۴/۷۱۷۵	CSR	
۰/۰۰۰۰	-۲۶/۳۲۰۵	۰/۰۰۰۰	-۲۶/۲۰۸۵	Inflation	
۰/۰۰۰۰	-۹/۴۴۰۸	۰/۰۰۰۰	-۹/۷۶۴۴	GDP	
۰/۰۰۰۰	-۱۶/۵۸۷۱	۰/۰۰۰۰	-۱۶/۱۵۹۹	Rate_Without_Risk	
۰/۰۰۰۰	-۲۳/۰۳۶۹	۰/۰۰۰۰	-۲۲/۰۳۵۴	SF	
۰/۰۰۰۰	-۱۳/۷۵۲۱	۰/۰۰۰۰	-۱۳/۲۳۸۹	SEV	
۰/۰۰۰۰	-۷/۷۶۱۲	۰/۰۰۰۰	-۸/۰۱۲۴	MVA	
۰/۰۰۰۰	-۲۰/۷۸۹۹	۰/۰۰۰۰	-۲۰/۷۸۹۹	SIZE	
۰/۰۰۰۰	-۱۶/۲۶۷۸۴	۰/۰۰۰۰	-۱۶/۶۳۴۸۷	LEV	

آزمون F لیمر

ابتدا لازم است آزمون‌های آماری لازم برای تبیین نوع داده‌ها انجام گیرد. نتایج آزمون F لیمر در جدول (۴) برای تخمین مدل، روش به‌کارگیری داده‌ها تلفیقی یا تابلویی را نشان می‌دهد. مقدار احتمال مربوط به این آماره برای مدل‌های پژوهش کمتر از ۰/۰۵ است، بنابراین فرض اول آزمون مبنی بر تابلویی بودن داده‌ها برای مدل‌های پژوهش پذیرفته می‌شود (پیوست).

جدول (۴): نتایج آزمون F لیمر

نوع آزمون	نوع مدل	P-Value	مقدار آماره
آزمون F لیمر	پانل	۰/۰۰۰۰	F= ۱/۹۹۹۶

آزمون هاسمن

با توجه به آزمون F لیمر، لازم است آزمون هاسمن برای مدل‌های پژوهش جهت تعیین نوع داده‌های تابلویی انجام گیرد. همان‌طور که در جدول (۵) مشاهده می‌شود نتیجه آزمون هاسمن برای مدل‌های پژوهش نشان می‌دهد که داده‌ها، تابلویی با اثرات ثابت هستند. مقدار احتمال مربوط به این آماره از ۵ درصد کمتر است، بنابراین مدل‌های پژوهش بر اساس رویکرد داده‌های تابلویی با اثرات ثابت تخمین زده می‌شود (پیوست).

جدول (۵): نتایج آزمون هاسمن

نوع آزمون	نوع مدل	P-Value	درجه آزادی	مقدار آماره
آزمون هاسمن	اثرات ثابت	۰/۰۲۲۹	۷	$\chi_2 = ۴/۴۸۲۲$

نتایج فرضیه‌های پژوهش

پس از انجام آزمون‌های آماری لازم، به‌منظور تعیین به‌کارگیری داده‌ها و اطمینان از صحت الگوی برازش شده، نتایج نهایی حاصل از تخمین مدل‌های پژوهش در ادامه ارائه می‌گردد.

نتایج تخمین مدل اول پژوهش

جدول (۶): نتایج مربوط به تخمین مدل اول پژوهش

$CSR_{it} = \beta_1 Inflation_{it} + \beta_2 GDP_{it} + \beta_3 Rate_Without_Risk_{it} + \beta_4 SF_{it} + \beta_5 SEV_{it} + \beta_6 MVA_{it} + \beta_6 SIZE_{it} + \beta_6 LEV_{it} + \varepsilon$				
متغیر وابسته (مسئولیت اجتماعی)	ضرایب	انحراف معیار	آماره t	سطح معناداری (sig)
C (عرض از مبدأ)	۰/۰۰۰۳	۰/۰۰۰۰۱	۲/۱۲۳۹	۰/۰۳۴۱
Inflation (نرخ تورم سالانه)	۱/۶۱۳۷۶	۰/۷۳۷۸	۲/۱۸۷۱	۰/۰۲۹۵
GDP (تولید ناخالص داخلی)	۰/۱۵۲۹۶	۰/۰۲۴۳۶	۶/۲۸۷۶	۰/۰۰۰۰
Rate_Without_Risk (نرخ بازده بدون ریسک)	۳/۷۰۸۳	۱/۷۶۹۲	۲/۰۹۵۹	۰/۰۳۶۸
SF (نوسان قیمت سهام)	۰/۲۷۲۲	۰/۰۳۶۷	۷/۴۰۱۰	۰/۰۰۰۰
SEV (حجم مبادله سهام)	۰/۸۶۹۴	۰/۰۲۹۱	۲۹/۸۷۷۸	۰/۰۰۰۰
MVA (ارزش بازار به خالص دارایی)	۸/۰۸۰۰	۱/۱۶۰۰	۶/۹۷۹۹	۰/۰۰۰۰
SIZE (اندازه شرکت)	۰/۸۵۵۸	۰/۰۶۷۶	۱۲/۶۴۵۴	۰/۰۰۰۰
LEV (اهرم مالی)	-۰/۱۸۱۰	۰/۰۲۴۶	-۷/۳۳۱۱	۰/۰۰۰۰
آماره F فیشر (سطح معنی داری)	۳/۱۸۲۷۷۰ (۰/۰۰۰۰۰)	آماره دوربین واتسون	۲/۱۴۰	
ضریب تعیین	۰/۴۰۴	ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۲۷۷	

از آزمون فرضیه پژوهش بر اساس نتایج به دست آمده، باید از صحت نتایج اطمینان حاصل نمود. بدین منظور برای بررسی معناداری کل مدل از آزمون F استفاده گردید. با توجه به احتمال آماره F محاسبه شده (۰/۰۰۰۰)، می توان ادعا نمود که مدل رگرسیونی برازش شده معنادار است.

با توجه به ضریب تعیین مدل برازش شده می توان ادعا نمود، حدود ۴۰ درصد از تغییرات در متغیر وابسته مدل (مسئولیت اجتماعی)، توسط متغیرهای مستقل توضیح داده می شود.

ضریب برآوردی متغیر مستقل Inflation در جدول بالا نشان دهنده رابطه معنادار میان نرخ تورم سالانه با مسئولیت اجتماعی در سطح خطای ۰/۰۵ است. زیرا میزان p-value محاسبه شده برای ضریب این متغیر مستقل پژوهش، کمتر از ۰/۰۵ به دست آمده است. بنابراین می توان گفت که بین نرخ تورم سالانه با مسئولیت اجتماعی در سطح اطمینان ۹۵٪ رابطه معناداری وجود دارد.

ضریب برآوردی متغیر مستقل GDP در جدول بالا نشان دهنده رابطه معنادار میان تولید ناخالص داخلی با مسئولیت اجتماعی در سطح خطای ۰/۰۵ است. زیرا میزان p-value محاسبه شده برای ضریب این متغیر مستقل پژوهش، کمتر از ۰/۰۵ به دست آمده است. بنابراین می توان گفت که بین تولید ناخالص داخلی با مسئولیت اجتماعی در سطح اطمینان ۹۵٪ رابطه معناداری وجود دارد.

ضریب برآوردی متغیر مستقل Rate_Without_Risk در جدول بالا نشان دهنده رابطه معنادار میان نرخ بازده بدون ریسک با مسئولیت اجتماعی در سطح خطای ۰/۰۵ است. زیرا میزان p-value محاسبه شده برای ضریب این متغیر

مستقل پژوهش، کمتر از ۰/۰۵ به دست آمده است. بنابراین می توان گفت که بین نرخ بازده بدون ریسک با مسئولیت اجتماعی در سطح اطمینان ۹۵٪ رابطه معناداری وجود دارد.

ضریب برآوردی متغیر مستقل SF جدول بالا نشان دهنده رابطه معنادار میان نوسان قیمت سهام با مسئولیت اجتماعی در سطح خطای ۰/۰۵ است. زیرا میزان p-value محاسبه شده برای ضریب این متغیر مستقل پژوهش، کمتر از ۰/۰۵ به دست آمده است. بنابراین می توان گفت که بین نوسان قیمت سهام با مسئولیت اجتماعی در سطح اطمینان ۹۵٪ رابطه معناداری وجود دارد.

ضریب برآوردی متغیر مستقل SEV در جدول بالا نشان دهنده رابطه معنادار میان حجم مبادله سهام با مسئولیت اجتماعی در سطح خطای ۰/۰۵ است. زیرا میزان p-value محاسبه شده برای ضریب این متغیر مستقل پژوهش، کمتر از ۰/۰۵ به دست آمده است. بنابراین می توان گفت که بین حجم مبادله سهام با مسئولیت اجتماعی در سطح اطمینان ۹۵٪ رابطه معناداری وجود دارد.

ضریب برآوردی متغیر مستقل MVA جدول بالا نشان دهنده رابطه معنادار میان ارزش بازار به خالص دارایی با مسئولیت اجتماعی در سطح خطای ۰/۰۵ است. زیرا میزان p-value محاسبه شده برای ضریب این متغیر مستقل پژوهش، کمتر از ۰/۰۵ به دست آمده است. بنابراین می توان گفت که بین ارزش بازار به خالص دارایی با مسئولیت اجتماعی در سطح اطمینان ۹۵٪ رابطه معناداری وجود دارد.

ضریب برآوردی متغیر کنترلی SIZE جدول بالا نشان دهنده رابطه معنادار میان اندازه شرکت با مسئولیت اجتماعی در سطح خطای ۰/۰۵ است. زیرا میزان p-value محاسبه شده برای ضریب این متغیر کنترلی پژوهش، کمتر از ۰/۰۵ به دست آمده است. بنابراین می توان گفت که بین اندازه شرکت با مسئولیت اجتماعی در سطح اطمینان ۹۵٪ رابطه معناداری وجود دارد.

ضریب برآوردی متغیر کنترلی LEV جدول بالا نشان دهنده رابطه معنادار میان اهرم مالی با مسئولیت اجتماعی در سطح خطای ۰/۰۵ است. زیرا میزان p-value محاسبه شده برای ضریب این متغیر کنترلی پژوهش، کمتر از ۰/۰۵ به دست آمده است. بنابراین می توان گفت که بین اهرم مالی با مسئولیت اجتماعی در سطح اطمینان ۹۵٪ رابطه معناداری وجود دارد.

نتیجه گیری و پیشنهادات پژوهش

نتیجه گیری فرضیه اول

هدف اولیه از آزمون این فرضیه ها که از راه رگرسیون و همبستگی در فصل چهارم انجام شد، بررسی و ارزیابی رابطه میان نرخ تورم بر میزان تغییرات افشای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها می باشد، که مورد آزمون و بررسی قرار گرفت. نتایج آزمون ها حاکی از آنست که نرخ تورم بر میزان تغییرات افشای مسئولیت پذیری اجتماعی رابطه معناداری دارد. نتیجه به دست آمده از این فرضیه را می توان این گونه استدلال کرد که هرچه میزان تورم در کشور افزایش یابد، شرکت ها جهت مهار کردن ضررهای ناشی از تورم به مسائل مرتبط با زیست محیطی و اجتماعی می پردازند تا با نشان دادن افشای مسائل مسئولیت اجتماعی جلب توجه نمایند. نتیجه به دست آمده را می توان با نتایج مشابه پژوهش های صورت گرفته در این زمینه از جمله محققانی نظیر سونولا و ماهر (۲۰۱۰)، مورکی و دیگران (۲۰۰۸) مطابقت دارد.

نتیجه گیری فرضیه دوم

با توجه به نتیجه به دست آمده از فرضیه دوم تحقیق که به این مطلب می پردازد؛ میزان تولید ناخالص داخلی بر تغییرات افشای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها تاثیر معنی داری در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است. بدین گونه که هرچه تولید ناخالص داخلی کشور افزایش یابد، حمایت از تولیدکنندگان منجر به ایجاد انگیزه مدیران به مسائل مربوط به جامعه،

کارکنان و محصولات خود می‌گردد. لذا تولید ناخالص داخلی می‌تواند بر میزان افشای مسائل مرتبط با محیط‌زیست تأثیرگذار باشد. نتایج این فرضیه را می‌توان با نتیجه به‌دست‌آمده از تحقیقات بال (۲۰۰۶) همسو دانست.

نتیجه‌گیری فرضیه سوم

با توجه به نتیجه به‌دست‌آمده از فرضیه سوم تحقیق که به این مطلب می‌پردازد؛ نرخ بازده بدون ریسک بر میزان تغییرات افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها تأثیر معنی‌داری در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است. نتیجه به‌دست‌آمده را می‌توان این‌گونه تفسیر کرد که شرکت‌هایی که از نرخ بازده بدون ریسک استفاده می‌کنند مسائل بیشتری از افشای اطلاعات مرتبط با زیست‌محیطی، اجتماعی را عرضه می‌کنند. لذا میزان افشای این‌گونه مسائل با نرخ بازده بدون ریسک تأثیرگذار است. نتایج این فرضیه را می‌توان با نتیجه به‌دست‌آمده از تحقیقات بال (۲۰۰۶) همسو دانست.

نتیجه‌گیری فرضیه چهارم

با توجه به نتیجه به‌دست‌آمده از فرضیه چهارم تحقیق که به این مطلب می‌پردازد؛ نوسان قیمت سهام بر میزان تغییرات افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها تأثیر معنی‌داری در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است. نتیجه به‌دست‌آمده را می‌توان این‌گونه تفسیر کرد که شرکت‌هایی که با افزایش نوسان قیمت سهام منجر هستند، با میزان تغییرات در ارتباط با مسائل زیست‌محیطی دارند. چراکه ارتباط بین آن دو به‌صورت مستقیم و معنادار می‌باشد. لذا هنگامی که نوسانات قیمت سهام افزایش می‌یابد شرکت‌ها جهت کاهش این نوسانات از استراتژی به نام مسئولیت اجتماعی استفاده می‌کنند تا خود را در نزد سهامداران محبوب نشان دهند و این کار باعث کاهش نوسانات قیمت سهام شرکت گردد.

نتیجه‌گیری فرضیه پنجم

با توجه به نتیجه به‌دست‌آمده از فرضیه پنجم تحقیق که به این مطلب می‌پردازد؛ حجم مبادله سهام شرکت‌ها بر میزان تغییرات افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها تأثیر معنی‌داری در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است. نتیجه به‌دست‌آمده را می‌توان این‌گونه تفسیر کرد که حجم مبادله سهام شرکت‌ها به مسائل مرتبط با افشای مسئولیت اجتماعی بستگی دارد. بدین‌صورت؛ هنگامی که شرکت‌ها به مسائل مرتبط با مسئولیت اجتماعی در سطح مطلوبی می‌پردازند سهامداران و سرمایه‌گذاران به این شرکت‌ها روی آورده و این اطمینان را حاصل می‌کنند که شرکت در جهت حفظ منافع آنان گام برمی‌دارد و این خود منجر به افزایش حجم مبادله سهام شرکت می‌گردد.

نتیجه‌گیری فرضیه ششم

با توجه به نتیجه به‌دست‌آمده از فرضیه ششم تحقیق که به این مطلب می‌پردازد؛ نسبت ارزش بازار شرکت به خالص دارایی‌ها بر میزان تغییرات افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها تأثیر معنی‌داری در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است. نتیجه به‌دست‌آمده را می‌توان این‌گونه تفسیر کرد که شرکت‌هایی که از نسبت بالای ارزش بازار به خالص دارایی برخوردار می‌باشند از مسائل مسئولیت اجتماعی در جهت حفظ این نسبت برخوردار بوده‌اند. چراکه با گزارشگری اجتماعی شرکت، سرمایه‌گذاران در سهام شرکتی سرمایه‌گذاری نموده که مسائل مرتبط با افشای مسئولیت اجتماعی را بیشتر رعایت کرده و این خود منجر به افزایش ارزش بازار سهام می‌گردد.

پیشنهاد‌های پژوهش

- با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از فرضیات تحقیق می‌توان پیشنهاد‌های زیر را ارائه نمود:
- بسترسازی لازم برای افشای شاخص‌های اجتماعی در شرکت‌ها با حمایت و مساعدت مدیریت ارشد شرکت‌ها، سهامداران نهادی و مسئولین ذی‌ربط برای آموزش و فرهنگ‌سازی عملکرد اجتماعی پایدار شرکت‌ها در ایران.

- ایجاد انگیزه و مشوق‌های لازم در شرکت‌ها همراه با تدوین الزامات و مقررات مناسب توسط نهادهای مرتبط در حوزه گزارش‌گری شرکت‌ها از جمله سازمان بورس اوراق بهادار با همکاری نهادهای فعال در حوزه اجتماعی و فرهنگی کشور برای پاسخگویی به انتظارات جامعه
- از آنجایی که افشای مسائل مرتبط با مسئولیت اجتماعی یکی از ضرورت‌های مهم در سرمایه‌گذاری خارجی می‌باشد لذا به مدیران پیشنهاد می‌گردد که این مسائل را جدی گرفته و به رعایت آن‌ها در شرکت‌ها بپردازند چراکه علاوه بر ورود به عرصه جهانی بر شاخص‌های کلان اقتصادی نیز مؤثر است.

منابع

- ✓ اصغری، مریم، سالارنظر رفسنجانی‌پور، سمیه، (۱۳۹۲)، تاثیر جریان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بر کیفیت محیط‌زیست کشورهای منتخب حوزه منا، فصلنامه تحقیقات توسعه اقتصادی، شماره ۹، صص ۱-۳۰.
- ✓ آماده، حمید، حق‌دوست، احسان، اعظمی، آرش، (۱۳۸۸)، بررسی رابطه حجم گازهای گلخانه‌ای و تولید ناخالص داخلی سرانه در ایران، پژوهشنامه اقتصادی، دوره ۹، شماره ۴، صص ۲۰۹-۲۳۷.
- ✓ امیدوار، علیرضا، (۱۳۸۷)، ترویج مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، تکمیل‌کننده و جایگزین سیاست‌ها و وظایف دولت (سیاست‌گذاری حکومت در ترویج مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها)، گروه پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی، پژوهشنامه شماره ۲۱.
- ✓ امیدوار، علیرضا، (۱۳۹۰)، سیاست‌گذاری حکومت در ترویج مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، پژوهشنامه مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها، مرکز تحقیقات استراتژیک.
- ✓ امیراصلانی، حامی، (۱۳۸۴)، نقش اقتصادی حسابرسی در بازارهای آزاد و بازارهای تحت نظارت، مدیریت تدوین استانداردها سازمان حسابرسی، نشریه شماره ۱۵۹.
- ✓ انصاری، عبدالمهدی، کریمی، محسن، (۱۳۸۷)، بررسی معیارهای مالی ارزیابی عملکرد مدیریت در ارزش‌آفرینی برای سهامداران با تأکید بر معیارهای اقتصادی، حسابدار، شماره ۲۰۰، صص ۱-۱۱.
- ✓ انواری رستمی، علی اصغر، تهرانی، رضا، سراجی، حسن، (۱۳۸۳)، بررسی ارتباط میان ارزش‌افزوده اقتصادی، سود قبل از بهره و مالیات و جریان‌های نقدی فعالیت‌های عملیاتی با ارزش بازار سهام شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، دوره ۱۱، شماره ۳۷، صص ۱-۱۷.
- ✓ باقرپور ولاشانی، محمد علی، ساعی، محمد جواد، حسن زاده کوجو، صادق، (۱۳۹۲)، بررسی میزان موافقت استفاده‌کنندگان صورت‌های مالی با تفاوت‌های بین استانداردهای حسابداری ملی و بین‌المللی، پیشرفت‌های حسابداری، دوره ۵، شماره ۲، صص ۲۵-۴۶.
- ✓ بزرگر، قدرت‌الله، (۱۳۹۲)، بررسی ارتباط بین رقابت در بازار محصول و مدیریت سود (مورد مطالعه: شرکت‌های پذیرفته‌شده در سازمان بورس اوراق بهادار تهران، پژوهش‌های حسابداری مالی، دوره ۳۲، صص ۷۷-۸۳.
- ✓ بنی‌مهد، بهمن، طالب‌نیا، قدرت‌الله، ازوجی، حسین، (۱۳۸۸)، بررسی رابطه بین عملکرد زیست‌محیطی و عملکرد مالی، پژوهشنامه حسابداری مالی و حسابرسی، دوره ۱، شماره ۳، صص ۱۴۹-۱۷۴.
- ✓ طالب‌نیا، قدرت‌الله، علی‌خانی، راضیه، مران‌جویری، مهدی، (۱۳۹۱)، ارزیابی کمیته و ماهیت افشا اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی در ایران، مجله بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، دوره ۱۹، شماره ۶۹، صص ۴-۴۳.
- ✓ Abdur Rouf, M. D., (2011), The Corporate Social Responsibility Disclosure, Business and Economic Research Journal, 2, (3): 19-32.

- ✓ Adam, C.A. (2002). Internal Organizational Factors Influencing Corporate Social and Ethical Reporting: Beyond Current Theorizing, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 15(2).
- ✓ AG Scherer, G Palazzo (2009). Marketing's consequences: Stakeholder marketing and supply chain corporate social responsibility issues, *Business Ethics Quarterly*, 20 (04), 617-641.
- ✓ Angley Diss, M, Ebrahim, L (1993), 'A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance', *The Academy of Management Review* 20, 92–117.
- ✓ Azizul Islam, M. (2008). Motivations for an organisation within a developing country to report social responsibility information: evidence from Bangladesh, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 21 (6), 850-874.
- ✓ Bacchetti, P., Pestana, C.B., & Chen, Z., (2015), an analysis of Asian airlines efficiency with two-stage TOPSIS and MCMC generalized linear mixed models. *International Journal of Production Economics*, 169: 110-126.
- ✓ Belal, AR. (2008), *Corporate social responsibility reporting in developing countries: The case of Bangladesh*, Ashgate Publishing, Ltd.
- ✓ Bello, Holtjan, Elvin Mekka, (2015). Auditing of Corporate Social Responsibility (Case Study– Albanian Banking Sector)., <http://ssrn.com/abstract=2693840> .
- ✓ Beretta, S Bozzolan, s (2008). Quality versus quantity: the case of forward-looking disclosure, *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 23 (3), 333-376
- ✓ Bolton, Brian (2013), *Corporate Social Responsibility and Bank Performance*.
- ✓ Brine, Mathew. Brown, Rebecca & Hackett, Gred (2007). "Corporate Social Responsibility and Financial Performance in the Australian Context". *Economic Roundup*. Vol.31. No.4. PP: 47-58.
- ✓ Carroll, A. (1996), "Ethical and stakeholder management", OH: South- Western Publishers.
- ✓ Cheung, Y. L., Tan, W., Ahn, H., Zhang, Z. H., (2009), Does Corporate Social Responsibility Matter in Asian Emerging Markets?, *Journal of Business Ethics*, (92): 401-413.
- ✓ Craig Deegan, Michaela Rankin, John Tobin, (2002). "An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983- 1997: A test of legitimacy theory", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 15 Iss: 3, pp.312 – 343.
- ✓ Cropper, M. and Griffiths, C, (1994), "The interaction of Population Growth and Environmental Quality"., *The American Economic Review*, (84), 250-254.
- ✓ Dam, Lammertjan, (2006). "Corporate Social Responsibility and Financial Markets". M.A Dissertation. University of Groningen: 25-28.
- ✓ Darrat, Ali, Kherfi, Samer, And Soliman, Mohamad, (2005), "FDI and Economic Growth in CEE and MENA countries: A Tale of Two Regions", *Economic Research Froum12 Annual Conference*, Grand Hyatt, Cairo, Egypt.
- ✓ Dasgupta, P. and Maler, (1994) K. G. "Poverty, Institutions, and the Environmental resource base"., *World Bank Environment Paper*, (9).
- ✓ Deegan, C and Blomquist, C 2006, 'Stakeholder influence on corporate reporting: An exploration of the interaction between WWF-Australia and the Australian minerals industry', *Accounting Organizations and Society*, vol. 31, no. 4-5, pp. 343-372.