

ارتباط بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی و ارزش شرکت با تأکید بر دوره تصدی مدیرعامل

ناصر خداداده‌ی شاملو

گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تبریز، تبریز، ایران. (نویسنده مسئول).
n.khodadadeh@yahoo.com

میشم صفری

کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.
meisam.sfari68@gmail.com

رحیم رزمی

دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، واحد مرنند، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
rahimrazmi88@gmail.com

رامین صفری

دانشجوی دکتری حسابداری، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.
ramin.sozen@gmail.com

چکیده

مسئولیت اجتماعی شرکت معمولاً به عنوان یک مدل تجاری تعریف می‌شود که در آن شرکت‌ها به‌جای در نظر گرفتن سود اقتصادی، نگرانی‌های اجتماعی و زیست‌محیطی را در عملیات تجاری و تعاملات خود با سهامداران خود ادغام می‌کنند. نگرانی اصلی ذینفعان توجه به منافع آن‌ها و در نتیجه ایجاد ارزش برای آن‌ها است. مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی می‌تواند منافع تمامی گروه‌های ذینفعان را شامل شود. از این‌رو هدف پژوهش حاضر، تعیین ارتباط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی و ارزش برای شرکت با تأکید بر دوره تصدی مدیرعامل است. پژوهش حاضر از لحاظ هدف جزو تحقیقات کاربردی می‌باشد. جامعه آماری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران هستند و با روش نمونه‌گیری هدفمند ۱۳۳ شرکت در نمونه آماری قرار گرفته‌اند. دوره زمانی پژوهش سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۴۰۱ است. ارزش شرکت با استفاده از معیار نسبت کیو تو بین، نرخ بازده دارایی‌ها و نرخ بازده حقوق صاحبان سهام اندازه‌گیری شد. مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی نیز با استفاده از چک لیست آقایی و کاظم پور (۱۳۹۵)، مورد سنجش قرار گرفت. دوره تصدی مدیرعامل نیز از طریق تعداد سال‌های متوالی مدیریت یک شرکت سنجش گردید. نتایج نشان می‌دهد، بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و ارزش شرکت (کیوتو بین) ارتباط مستقیم و معناداری وجود دارد. در حالی که بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و ارزش شرکت (بازده دارایی‌ها و بازده حقوق صاحبان سهام) ارتباط معناداری وجود ندارد. همچنین دوره تصدی مدیرعامل وقتی زیاد باشد می‌تواند مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت را افزایش داده و در نتیجه منجر به افزایش ارزش بازار شرکت (کیو تو بین) می‌شود.

واژگان کلیدی: مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی، ارزش شرکت، دوره تصدی مدیرعامل.

مقدمه

با شروع بهبود روابط کسب و کارها با سهامداران در دهه ۱۹۸۰، مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی پذیرش همگانی یافت. چرا که سازمان‌های بین‌المللی به‌شدت از این مفهوم حمایت کرده و در نتیجه مسئولیت‌پذیری اجتماعی در ادبیات مرتبط با استراتژی سازمانی معنا پیدا کرد. بطوریکه در دهه ۲۰۰۰، مسئولیت‌پذیری اجتماعی به یک موضوع استراتژیک مهم

تبدیل شد. در طول سال‌ها تمرکز مسئولیت‌پذیری اجتماعی تغییر کرد و از هدف‌گذاری بر بشردوستی و مسئولیت‌پذیری اخلاقی به بهبود عملکرد سازمان پیشرفت کرد. دی ولد و همکاران^۱ (۲۰۰۵)، سرمایه‌گذاری در مسئولیت اجتماعی شرکتی را به‌عنوان تکنیکی تعریف کردند که با آن منافع سرمایه‌گذاران با آگاهی از مسائل اخلاقی، اجتماعی و محیطی در حین کنترل فعالیت‌های سازمانی تحقق می‌یابد. در صورت مشارکت در مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، وجهه و شهرت شرکت تا حد زیادی بهبود می‌یابد و این امر آن را برای هر کارگر، مشتری و سرمایه‌گذار علاقه‌مند علاوه بر مزیت ایمن بودن شرکت با خودداری از انجام هرگونه تصمیمی که منجر به رفتار غیراخلاقی و افزایش ریسک اعتبار آن می‌شود، جذاب‌تر می‌کند. نوریامان^۲ (۲۰۱۳)، و سوزانتو^۳ (۲۰۰۹)، اظهار داشتند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی، شرکت را از دخالت در انجام کارهای غیراخلاقی در امان نگه می‌دارد. استیوان و درام وان^۴ (۲۰۱۱)، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را مجموعه اقداماتی می‌دانند که در آن شرکت‌ها دخالت خود در فعالیت‌های اجتماعی را در نظر می‌گیرند و همچنین اثرات مخرب کسب‌وکار بر جامعه و محیط طبیعی را کاهش می‌دهند. با این حال در قرن ۱۸ نقش شرکت‌ها صرفاً اقتصادی بود و به ایجاد حداکثر سازی سود سهامداران محدود می‌شد و نقش مدیران و سهامداران مطرح بود، در حالیکه در قرن حاضر ایده مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، پاسخگوی این چالش گسترده می‌باشد که نه تنها درگیر بحث‌های اقتصادی و مالی بلکه درگیر تعاملات اجتماعی، انسانی و نیز زیست‌محیطی می‌باشد ولی در مقابل هر شرکتی که می‌خواهد از توسعه پایدار اطمینان یابد، مجبور است از مزیت تعامل در یک رویکرد اجتماعی چشم‌پوشی کند (دخیلی و انسی^۵، ۲۰۱۲). بنابراین شرکت‌ها با آنکه موسسه اقتصادی مطرح می‌شوند، اساساً یک نهاد اجتماعی هستند و بایستی به پیامدهای اجتماعی فعالیت‌های خود اهمیت بدهند و بین مسئولیت‌های متضادی که نسبت به گروه‌های ذینفع مختلف دارند، تعادل برقرار سازند و خود را به‌عنوان شرکت‌هایی با مسئولیت اجتماعی به تصویر بکشند (احمد و همکاران، ۲۰۱۲). تئوری مشروعیت بخشی بیان می‌دارد یک شرکت با جامعه قرارداد اجتماعی دارد، به این معنا که واحد تجاری ملزم است در چارچوب هنجارهای جامعه فعالیت کند (دیاگان، ۲۰۰۷). در مقابل تئوری نهادی بیان می‌دارد که سازمان‌ها در یک محیط زیست فعالیت می‌کنند و نمی‌توانند چشم انداز اقتصادی مبتنی بر منفعت شخصی را بکار گیرند. بلکه سازمان‌ها را به‌عنوان یک بنگاه در نظر می‌گیرد که دنبال کسب و کار مشروع هستند. بر اساس جنبه اخلاقی تئوری ذینفعان همه ذینفعان توسط سازمان بطور عادلانه در نظر گرفته شوند. لذا شرکت در قبال فعالیت‌های ذینفعان از طریق گزارشگری مسئولیت اجتماعی پاسخگو است. جنبه مدیریتی تئوری ذینفعان با همه ذینفعان بطور مساوی برخورد نمی‌کند. بر این اساس، ذینفعانی که کنترل بیشتر بر شرکت دارند از اهمیت بیشتری برخوردارند. مدیران بیشترین کنترل را بر شرکت و ذینفعان دارند که می‌توانند عملکرد شرکت و مسئولیت‌پذیری آن را تحت تأثیر قرار دهند. هرچه دوره تصدی مدیران بیشتر باشد، امکان تسلط و آگاهی از وضعیت شرکت بیشتر می‌شود. لذا با آگاهی بیشتر از وضعیت شرکت، امکان بهبود عملکرد مالی نیز افزایش خواهد یافت. سلیمی پور و همکاران (۱۴۰۰)، در بررسی رابطه بین قدرت اجرایی مدیر عامل و عملکرد اجتماعی با نقش تعدیل‌گری استقلال هیات مدیره و دوره تصدی مدیرعامل نشان دادند، بین قدرت اجرایی مدیر عامل و عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین بین تصدی مدیر عامل و استقلال هیات مدیره و دوره تصدی مدیرعامل رابطه معناداری وجود دارد. از طرفی بین قدرت اجرایی مدیرعامل و عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی با توجه به نقش تعدیل‌گری استقلال هیات مدیره و دوره تصدی مدیر عامل رابطه معناداری وجود دارد. در واقع مدیر عامل موسس شرکت، که در آغاز اقدام به تأسیس شرکت کرده است، با داشتن اختیارات زیاد و توان اجرایی بالا

¹ Van de Velde

² Nuryaman

³ Susanto

⁴ Setiawan and Darmawan

⁵ Dkhili and Ansi

می‌تواند از بدهی‌های کوتاه‌مدت، بدهی‌های بلندمدت و حقوق صاحبان سهام را افزایش دهد و سبب بهبود عملکرد شرکت شود. فرجی و همکاران نیز در بررسی تأثیر مدیریت سود بر رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش شرکت نشان دادند، فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی ارزش بازار سهام شرکت را افزایش می‌دهد. گروسی و همکاران (۱۳۹۹)، با بررسی ارتباط سطح افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی به این نتیجه رسیدند، شرکت‌ها با مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالاتر، ارزش بازار بیشتری و هزینه سرمایه کمتری دارند ولی جریان نقدی عملیاتی بالاتری ندارند. در نتیجه، مطابق با پیش‌بینی، استفاده کنندگان از گزارش‌های مالی به مقوله مسئولیت‌پذیری اجتماعی توجه دارند و افشای این اطلاعات بار اطلاعاتی داشته و جزء اطلاعات مربوط در تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران محسوب می‌شود.

با این حال عملکرد مالی در حوزه درون سازمانی مانند بازده دارایی‌ها یا حقوق مالکانه باشد یا در حوزه برون سازمانی مانند ارزش شرکت در بازار سهام؟ عملکرد برون‌سازمانی بیشتر تحت تأثیر و سنجش عموم استفاده کنندگان قرار می‌گیرد. با این حال بررسی هدف و استراتژی مدیران و سازمان‌ها در انتخاب استراتژی مسئولیت‌پذیری اجتماعی از منظر تئوری‌های مختلف جای بحث است و می‌تواند منافع گروه‌های مختلف را درگیر کند. بررسی منافع گروه‌های مختلف اعم از درون‌سازمانی و برون‌سازمانی در قبال انجام فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی هدف این پژوهش است که نقطه قوت آن تکیه بر اختیار عمل مدیران طی دوره تصدی مدیرعاملی می‌باشد. بطوریکه خراشادی (۱۴۰۰)، با بررسی تأثیر دوره تصدی مدیرعامل بر عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران نشان داد که دوره تصدی مدیرعامل تأثیر معناداری بر عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی ندارد. با این حال ثبات مدیرعامل جزو معیارهایی هست که می‌تواند آثار با اهمیتی داشته باشد و نباید به این سادگی از این مهم چشم‌پوشی کرد. از این‌رو بررسی این مهم ضروری به نظر می‌رسد. در همین راستا سؤال اصلی پژوهش عبارتست از:

تأثیر دوره تصدی مدیرعامل بر ارتباط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و ارزش شرکت چگونه است؟

مبانی نظری

واژه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به ظهور به یک جنبش اشاره دارد که در تلاش برای وارد کردن فاکتورهای محیطی و اجتماعی در تصمیمات تجاری شرکت‌ها، استراتژی تجاری و حسابداری است و هدف آن افزایش عملکرد اجتماعی و محیطی در کنار ابعاد اقتصادی است (مک کینلی، ۲۰۱۸).

منظور از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، پیوستگی و اتحاد میان فعالیت‌ها و ارزش‌های سازمان بگونه‌ای است که منافع کلیه ذینفعان شامل سهامداران، مشتریان، کارکنان، سرمایه‌گذاران و عموم جامعه در سیاست‌ها و عملکرد سازمان منعکس شود. به عبارت دیگر، سازمان باید خود را جزئی از اجتماع بداند و نسبت به جامعه احساس مسئولیت داشته باشد و در جهت بهبود رفاه عمومی به گونه‌ای مستقل از منافع مستقیم شرکت تلاش کند (فروغی و همکاران، ۱۳۹۶).

مطالعات قبلی نقش پیشنهادی مسئولیت اجتماعی شرکتی را در ممانعت از رابطه بین ارتباطات سیاسی و فرصت‌های سرمایه‌گذاری متمرکز بر اجتناب مالیاتی بررسی نکرده‌اند. مطالعه ما چهار ویژگی محیط مالیاتی یک کشور، از جمله پایه مالیاتی، اعمال مالیات بر درآمد بر سود سهام، فاصله زمانی زبان‌های مالی و تناسب برنامه ریزی مالیاتی را برای پر کردن شکاف‌های مطالعات قبلی مورد تجزیه و تحلیل قرار داد. این مطالعه افشای مسئولیت اجتماعی شرکت را به عنوان جنبه‌ای از تعهد اخلاقی شرکت در تعدیل تأثیر ارتباطات سیاسی و فرصت سرمایه‌گذاری که متعلق به شرکت‌های اندونزی بر رفتارهای اجتناب از مالیات است، به کار گرفت. جایگاه مسئولیت اجتماعی شرکت در تعیین اینکه آیا اجتناب مالیاتی با پاسخ‌پایداری جهانی که اکنون در حال رشد است مرتبط است یا خیر، بسیار مهم است. با این حال، نهاد‌های

نظارتی در اندونزی عمدتاً مؤلفه های زیست محیطی مسئولیت اجتماعی شرکت ها را کنترل می کنند، اگرچه در واقع جنبه های اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی را در بر می گیرد (فرمنیه و فاستیک، ۲۰۲۰).
بر مبنای نظریه ذینفعان، یک شرکت در قبال صاحبان یا سهامداران و سایر طرف های ذینفع که بر بقای آن تأثیر می گذارد مسئول است. افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی ابزاری برای ارتباط شرکت با ذینفعان است. چرا که شرکت ها تعهد اخلاقی دارند که همه منافع ذینفعان را در نظر بگیرند و همسو کنند (فریمن، ۲۰۱۰). طبق نظریه ذینفعان، شرکت هایی که فعالیت های مسئولیت اجتماعی شرکتی را به عنوان نوعی مسئولیت اخلاقی و پاسخگویی به جامعه انجام می دهند، از طریق تعهدات مالیاتی مناسب نیز همین کار را با دولت انجام می دهند. اجرای فعالیت های مسئولیت اجتماعی شرکتی می تواند جامعه و منافع دولت را به عنوان ذینفعان شرکت همسو کند. مالیات ها همچنین ارتباط نزدیکی با مسئولیت اجتماعی شرکت ها دارند چرا که می توانند به نفع جامعه باشند. مالیات بخشی از مسئولیت اجتماعی شرکت است (فالان و فالان، ۲۰۱۹).

مطالعات متعددی تأثیر افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی را بر اجتناب مالیاتی بررسی کرده اند. لانیس و ریچاردسون (۲۰۱۷)، تأثیر منفی افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی را بر اجتناب مالیاتی در سطح بین المللی یافتند. مطالعات دیگر نشان داد که افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها به طور مثبت بر اجتناب مالیاتی تأثیر می گذارد (گلزار و همکاران، ۲۰۱۸، لین و همکاران، ۲۰۱۷). در همین حال، در اندونزی، اکثر مطالعات تأثیر منفی افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی را بر اجتناب مالیاتی نشان دادند (آدیپوترا و همکاران، ۲۰۱۹). مطالعات دیگر ثابت کرده اند که اجرای فعالیت های مسئولیت اجتماعی شرکتی می تواند عملکرد شرکت را بهبود بخشد، چرا که شرکت ها می توانند تعهدات بلندمدتی را که دغدغه ذینفعان است (چریان و همکاران، ۲۰۱۹)، و ریسک مالیاتی کمتری دارد (تای و همکاران ۲۰۲۱)، حفظ کنند. علاوه بر این، خانگ و همکاران (۲۰۲۲)، به این نتیجه رسیدند که فعالیت های مسئولیت اجتماعی شرکت می تواند کیفیت گزارشگری مالی را بهبود بخشد چرا که شرکت هایی که مسئولیت اجتماعی شرکتی را اجرا می کنند قادر به حفظ ارتباط با ذینفعان و برآوردن خواسته های ذینفعان در نظر گرفته می شوند.

مجموعه فرصت سرمایه گذاری حاصل از سیاست سرمایه گذاری شرکت می تواند نرخ رشد شرکت را نشان دهد و بازار به آن پاسخ مثبت می دهد که منجر به افزایش سرمایه گذاری در شرکت می شود. در همین راستا، اسمیت و وات (۱۹۹۲)، نیز فرصت هایی را برای شرکت ها یافتند تا از طریق فرصت های سرمایه گذاری که از ترکیب های مختلف مجموعه فرصت های سرمایه گذاری مشاهده می شود، به رشد خود ادامه دهند. مجموعه فرصت های سرمایه گذاری ترکیبی از دارایی های ملموس متعلق به شرکت و گزینه های سرمایه گذاری سود آور است (میرز، ۱۹۷۷). در اندونزی، مقررات مربوط به مجموعه فرصت های سرمایه گذاری به صراحت در مقررات قانونی یا استاندارد های حسابداری تنظیم نشده است. مجموعه فرصت های سرمایه گذاری نیز یکی از عواملی است که شرکت ها در تدوین استراتژی های تجاری، از جمله استراتژی های برنامه ریزی مالیاتی، که شامل شیوه های اجتناب از مالیات است، در نظر می گیرند (مک گوایر و همکاران، ۲۰۱۹).

مطالعات قبلی که فرصت های سرمایه گذاری تعیین شده را با اجتناب مالیاتی مرتبط می کند، هنوز از نظر تعداد، محدود می باشند. مطالعات قبلی به طور کلی اثر مجموعه فرصت های سرمایه گذاری را بر ارزش، سیاست تقسیم سود شرکت و همچنین کیفیت درآمد بررسی کرده اند. تنها یک مطالعه یعنی مک گوایر و همکاران (۲۰۱۷)، تأثیر فرصت سرمایه گذاری تنظیم شده بر اجتناب از مالیات را در یک زمینه بین المللی مورد بحث قرار می دهد. این مطالعه نشان می دهد که مجموعه فرصت های سرمایه گذاری بر اجتناب مالیاتی اثر منفی دارد. در همین حال، در اندونزی، مطالعاتی که تأثیر مجموعه فرصت های سرمایه گذاری را بر اجتناب مالیاتی بررسی کرده اند توسط فیرومانسیا و بایواجی (۲۰۱۹)، هندایانی

(۲۰۱۸)، و روسلی و همکاران (۲۰۱۵)، انجام شده‌اند و اثر منفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری اجتناب مالیاتی را یافته‌اند. با این حال، هاندیوانی (۲۰۱۸)، شواهد تجربی ارائه کرد که مجموعه فرصت‌های سرمایه‌گذاری بر اجتناب مالیاتی تأثیر نمی‌گذارد.

شرکت‌ها برای رهایی از مالیات، روش‌های متفاوتی را در پیش می‌گیرند و بدین منظور به روش‌های گوناگون سعی در کاهش سود قبل از کسر مالیات به منظور کاهش مالیات پرداختی دارند. به این جهت سعی در برجسته کردن ارقام و اعداد کاهنده سود حسابداری دارند و با نشان دادن وضعیتی نامناسب از شرکت، انگیزه‌های سازمان‌هایی چون سازمان امور مالیاتی و غیره را کاهش داده و فشارها و تهدیدات ناشی از افزایش هزینه‌های سیاسی، هزینه مالیات بر درآمد که منجر به خروج وجه نقد از شرکت و کاهش ارزش شرکت می‌شود را می‌کاهند (رضایی و جعفری نیارکی، ۱۳۹۴).

در این میان اجتناب مالیاتی از جمله تدابیری است که شرکت‌ها برای کاهش بدهی‌های مالیاتی به کار می‌برند. از منظر کلی، اجتناب مالیاتی نوعی روش صرفه‌جویی مالیاتی محسوب می‌گردد که تنها انگیزه اقتصادی آن، صرفه‌جویی در پرداخت مالیات است (دسای و همکاران، ۲۰۱۷).

اجتناب مالیاتی یک نوع سوء استفاده رسمی از قوانین مالیاتی است و با یافتن راه‌های گریز از پرداخت مالیات در قوانین مالیاتی یا تلاش در جهت یافتن راه‌های قانونی به منظور کاهش میزان مالیات پرداختی مرتبط می‌باشد (ضیایی بیگدلی، ۱۳۹۳).

حال از آنجایی که افشای مسئولیت اجتماعی سبب می‌شود اجتناب مالیاتی از سوی مدیران شرکت کاهش یابد و از سوی دیگر، ارتباطات قوی سیاسی باعث می‌شود اجتناب مالیاتی در شرکت افزایش یابد.

روش‌شناسی پژوهش

از آنجا که نتایج این پژوهش می‌تواند مورد استفاده سهامداران، سازمان بورس اوراق بهادار، مدیران و غیره در تصمیم‌گیری قرار گیرد، لذا از نوع پژوهش‌های کاربردی می‌باشد. از طرفی با توجه به اینکه به بررسی ارتباط دو یا چند متغیر می‌باشد، لذا از نوع تحقیقات همبستگی است. همچنین با توجه به اینکه، به بررسی فرضیه بعد از وقوع رخداد می‌پردازد، لذا از نوع تحقیقات علی پس رویدادی می‌باشد.

در ادامه ابتدا فرضیه‌های پژوهش مطرح و در ادامه، قلمرو پژوهش، جامعه آماری و تعریف عملیاتی متغیرهای پژوهش مطرح می‌شود.

فرضیه‌های پژوهش

با توجه به سؤالات مطرح شده و مبانی نظری جهت نیل به اهداف پژوهش فرضیه‌های این پژوهش به صورت زیر صورت‌بندی می‌شوند:

فرضیه‌ها

- فرضیه اول: بین افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و ارزش شرکت ارتباط وجود دارد.
- فرضیه ۱-۱: بین افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و نسبت کیوتوبین ارتباط وجود دارد.
- فرضیه ۱-۲: بین افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و بازده دارایی‌ها ارتباط وجود دارد.
- فرضیه ۱-۳: بین افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و بازده حقوق صاحبان سهام ارتباط وجود دارد.
- فرضیه دوم: دوره تصدی مدیرعامل بر ارتباط بین افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و ارزش شرکت تأثیر دارد.
- فرضیه ۲-۱: دوره تصدی مدیرعامل بر ارتباط بین افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و نسبت کیوتوبین تأثیر دارد.

فرضیه ۲-۲: دوره تصدی مدیرعامل بر ارتباط بین افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و بازده دارایی‌ها تأثیر دارد.
فرضیه ۳-۲: دوره تصدی مدیرعامل بر ارتباط بین افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و بازده حقوق صاحبان سهام تأثیر دارد.

قلمرو مکانی پژوهش

محدوده مکانی این پژوهش شامل تمامی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است.

قلمرو زمانی پژوهش

محدوده زمانی پژوهش از ابتدای سال ۱۳۹۲ تا پایان سال ۱۴۰۱ می‌باشد.

نمونه آماری

جامعه‌ی آماری این پژوهش شامل تمامی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران برای سال‌های ۱۳۹۲-۱۴۰۱ می‌باشد.

جامعه آماری این تحقیق، کلیه شرکت‌هایی هستند که حداقل از ابتدای سال ۱۳۹۲ در بورس اوراق بهادار پذیرش شده و دارای شرایط ذیل باشند:

- ✓ به منظور قابل مقایسه بودن اطلاعات، پایان سال مالی شرکت‌ها آخرین روز اسفند ماه باشد.
 - ✓ به منظور همگن بودن اطلاعات، ماهیت فعالیت آنها واسطه‌گری مالی نباشد.
 - ✓ معاملات سهام آنها طی دوره پژوهش بیش از سه ماه در بورس اوراق بهادار تهران متوقف نشده باشد، بدین منظور که بازده سالانه سهام قابل محاسبه باشد.
 - ✓ اطلاعات مربوط به متغیرهای انتخاب شده در این تحقیق قابل دسترسی باشد.
- در نهایت ۱۳۳ شرکت به عنوان نمونه آماری پژوهش با اعمال شرایط فوق انتخاب گردید.

تعریف عملیاتی متغیرها

متغیرهای این پژوهش شامل متغیر وابسته (ارزش شرکت)، متغیر مستقل (افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها)، متغیر تعدیل (دوره تصدی مدیرعامل) و متغیرهای کنترلی (اندازه شرکت، اهرم مالی، مالکیت نهادی، سن شرکت) می‌باشد.

متغیر وابسته: ارزش شرکت

ارزش شرکت در این پژوهش با استفاده از سه معیار؛ نسبت کیو تووین، نرخ بازده دارایی‌ها و نرخ بازده حقوق صاحبان سهام اندازه‌گیری شده است.

نرخ بازده دارایی‌ها (ROA)

از بازده دارایی‌ها (ROA) به عنوان معیاری برای اندازه‌گیری متغیر وابسته عملکرد مالی استفاده شده است. بازده دارایی‌ها (ROA) یک شاخص مهم برای تشخیص کیفیت مدیریت در اداره امور جاری است و از تقسیم سود عملیاتی قبل از استهلاک بر کل دارایی‌ها در اول دوره (AT) به دست می‌آید (خداداده‌ی شاملو و شقاقی، ۱۴۰۲).

نرخ بازده حقوق صاحبان سرمایه

بازده حقوق صاحبان سهام (ROE) که نشان دهنده بازدهی است که سرمایه‌گذاران به ازای هر واحد سرمایه‌گذاری خود کسب می‌کنند و شاخصی برای ارزش سهامدار و واحد تجاری محسوب می‌گردد (جهان خانی و پارسائیان، ۱۳۸۵، ۵۳). این شاخص از رابطه زیر به دست می‌آید (خداداده ی شاملو و شقاقی، ۱۴۰۲):

$$ROE (\text{بازده حقوق صاحبان سهام}) = \frac{\text{سود خالص}}{\text{جمع صاحبان حقوق سهام}}$$

متغیر مستقل: افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها

مسئولیت‌پذیری اجتماعی در پژوهش حاضر با استفاده از چک لیست مورد استفاده در مطالعات آقای و کاظم پور (۱۳۹۵)، که شامل مسائل محیطی، محصولات و خدمات، منابع انسانی، مشتریان، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و انرژی می‌باشد، موردسنجش قرار می‌گیرد.

ردیف	شرح	بله	خیر
مسائل محیطی	آیا اطلاعاتی راجع به کنترل آلودگی و جلوگیری از خسارت زیست محیطی ارائه شده است؟		
	آیا راجع به بازیافت یا جلوگیری از ضایعات ارائه شده است؟		
	آیا اطلاعاتی راجع به حفظ منابع طبیعی ارائه شده است؟		
	آیا اطلاعاتی راجع به تحقیق و توسعه ارائه شده است؟		
محصولات و خدمات	آیا اطلاعاتی راجع به سرمایه‌گذاری در پروژه‌های زیست محیطی ارائه شده است؟		
	آیا اطلاعاتی راجع به توسعه محصول / سهم بازار ارائه شده است؟		
	آیا اطلاعاتی راجع به کیفیت محصول / ایزو ارائه شده است؟		
	آیا اطلاعاتی راجع به ایمنی و سلامت محصول ارائه شده است؟		
منابع انسانی	آیا اطلاعاتی راجع به تعداد کارکنان ارائه شده است؟		
	آیا اطلاعاتی راجع به حقوق ماهیانه / پاداش ارائه شده است؟		
	آیا اطلاعاتی راجع به سهام تحت تملک کارمندان ارائه شده است؟		
	آیا اطلاعاتی راجع به بازنشستگی و مزایای پایان خدمت ارائه شده است؟		
	آیا اطلاعاتی راجع به سلامت و ایمنی در محیط کار ارائه شده است؟		
	آیا اطلاعاتی راجع به برنامه‌های آموزش، ورزشی و رفاهی ارائه شده است؟		
	آیا اطلاعاتی راجع به وام / بیمه کارمندان ارائه شده است؟		
مشتریان	آیا اطلاعاتی راجع به روحیه و ارتباطات کارمندان ارائه شده است؟		
	آیا اطلاعاتی راجع به شکایت‌ها / رضایت مندی مشتریان ارائه شده است؟		
	آیا اطلاعاتی راجع به سیاست پرداخت دیرتر برای برخی مشتریان خاص ارائه شده است؟		
	آیا اطلاعاتی راجع به تدارک تسهیلات و خدمات پس از فروش ارائه شده است؟		
مسئولیت‌های اجتماعی	آیا اطلاعاتی راجع به پاسخگویی به نیاز مشتریان ارائه شده است؟		
	آیا اطلاعاتی راجع به سرمایه‌گذاری اجتماعی ارائه شده است؟		
	آیا اطلاعاتی راجع به حمایت از فعالیت‌های اجتماعی ارائه شده است؟		
	آیا اطلاعاتی راجع به هدایا و خدمات خیریه ارائه شده است؟		
	آیا اطلاعاتی راجع به اقدامات قانونی یا دعاوی قضایی ارائه شده است؟		
	آیا اطلاعاتی راجع به فعالیت‌های مذهبی / فرهنگی ارائه شده است؟		

	آیا اطلاعاتی راجع به حفظ و صرفه جویی در انرژی ارائه شده است؟	عزتی
	آیا اطلاعاتی راجع به توسعه و اکتشاف منابع جدید ارائه شده است؟	
	آیا اطلاعاتی راجع به استفاده از منابع جدید ارائه شده است؟	
	در نهایت مجموع امتیازات بدست آمده، به تعداد سوالات که ۲۸ مورد می باشد، تقسیم می گردد.	

هرچه نسبت بدست آمده بیشتر باشد، بیانگر این است که افشای مسئولیت اجتماعی بیشتر بوده و برعکس (عزتی و همکاران، ۱۴۰۰).

متغیر تعدیل گر: دوره تصدی مدیرعامل

عبارتست از تعداد سال‌هایی که مدیر عامل در یک شرکت حضور داشته است (مختاریان و عزیزاده، ۱۳۹۸؛ علی نژاد و همکاران، ۱۳۹۴).

متغیرهای کنترلی

اندازه شرکت:

اندازه شرکت از طریق لگاریتم طبیعی کل دارایی‌ها اندازه‌گیری شده است. انتظار بر این است هرچه اندازه شرکت بیشتر باشد، ارزش شرکت نیز بیشتر شود. چرا که شرکت‌های با دارایی‌ها بیشتر امکان بازدهی بیشتری نیز دارند (خداداده‌ی شاملو و شقاقی، ۱۴۰۲).

اهرم مالی:

اهرم مالی نشان دهنده ریسک شرکت می باشد و برابر است با نسبت کل بدهی‌ها به کل دارایی‌ها. انتظار بر این است با ریسک بیشتر میزان عملکرد شرکت‌ها نیز بهتر شود و در نتیجه سودآوری بیشتری حاصل گردد (خداداده‌ی شاملو و شقاقی، ۱۴۰۲).

مالکیت نهادی:

به پیروی از کالاتزیس، پلیکانی و موشلین (۲۰۱۰)، به عنوان یکی از عوامل موثر برای تشخیص محدودیت‌های مالی، میزان مالکیت نهادی است. بر مبنای بند ۲۷ ماده یک قانون بازار اوراق بهادار جمهوری اسلامی ایران مالکیت نهادی از طریق نسبت در اختیار مالکان نهادی (مالکان بیش از ۵٪ سرمایه شرکت) به کل سهام منتشر شده شرکت محاسبه می شود (عزتی و همکاران، ۱۴۰۰).

سن شرکت:

سن شرکت برابر است با لگاریتم طبیعی تفاوت سال مورد بررسی و سال تأسیس شرکت. به این معنی که با افزایش اندازه سن شرکت و رسیدن به دوره بلوغ آنها، امکان رسیدن به سود بیشتر می شود (خداداده‌ی شاملو و شقاقی، ۱۴۰۲).

نتایج و یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش در قالب یافته‌های توصیفی و استنباطی به شرح زیر می باشد.

آمار توصیفی

ابتدا جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها، آماره های توصیفی داده‌های تحت مطالعه محاسبه می‌گردد. جدول (۱)، آمار توصیفی متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد که بیانگر مقدار پارامترهای توصیفی برای هر متغیر بصورت مجزا می‌باشد و شامل اطلاعات مربوط به میانگین، انحراف معیار و ... است.

جدول (۱): آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	تعداد مشاهدات	میانگین	انحراف معیار	کمترین	بیشترین
افشای مسئولیت اجتماعی	۱۳۳۰	۰/۷۰۲۳	۰/۱۰۶۴	۰/۲۱۴۲	۰/۸۹۲۸
نسبت کیو توبین	۱۳۳۰	۰/۳۵۰۱	۲/۰۱۰۷	۰/۶۲۲۰	۱/۴۲۵۳
نرخ بازده دارایی ها	۱۳۳۰	۰/۲۰۱۸	۰/۱۷۰۹۸	۰/۵۸۱۱	۰/۹۶۰۱
نرخ بازده حقوق صاحبان سرمایه	۱۳۳۰	۰/۲۲۱۶	۲/۱۹۴۶	۰/۶۹۵۶	۳/۳۷۸۱
دوره تصدی مدیرعامل	۱۳۳۰	۲/۶۳۶۲	۲/۰۵۳۷	۱	۱۰
اندازه شرکت	۱۳۳۰	۱۴/۹۰۶۳	۱/۵۸۶۷	۱۱/۰۳۵۲	۲۱/۵۷۱۶
اهرم مالی	۱۳۳۰	۰/۵۳۹۶	۰/۲۱۸۰	۰/۰۳۱۴	۰/۹۵۰
مالکیت نهادی	۱۳۳۰	۰/۶۸۱۸	۰/۱۸۹۵	۰/۰۵۹	۰/۹۵۴۵
سن شرکت	۱۳۳۰	۳/۶۵۰۰	۰/۳۵۲۲	۲/۵۶۴۹	۴/۲۶۲۶

با توجه به جدول ۱ طی ۱۰۴۰ سال شرکت مشاهده، کمترین میزان نرخ بازده دارایی ها برابر با (۰/۵۸۱۱) و بیشترین مقدار آن برابر با (۰/۹۶) می باشد. میانگین این متغیر نشان می دهد دارایی های شرکت های فعال در بورس تهران بطور متوسط ۲۰ درصد می توانند سود عملیاتی ایجاد نمایند. از طرفی دیگر طبق نتایج متغیر نرخ بازده حقوق صاحبان سرمایه این مقدار در بازدهی حقوق صاحبان سرمایه نیز تایید می گردد. در حالی که میانگین نسبت کیو توبین ۳۵ درصد را نشان می دهد و برتری بازده بازار نسبت به بازدهی داخلی حکایت دارد.

کمترین میزان دوره تصدی مدیرعامل ۱ سال و بیشترین آن ۱۰ سال مشاهده گردید. میانگین دوره تصدی مدیرعامل در بورس تهران نزدیک به ۳ سال می باشد.

بیشترین مقدار افشای مسئولیت پذیری اجتماعی ۸۹ درصد و کمترین مقدار آن ۲۱ درصد می باشد. میانگین این متغیر در بورس تهران ۷ درصد می باشد.

میانگین اندازه شرکت از حجم و گستردگی نسبی دارایی های شرکت های بزرگ حکایت دارد.

متوسط سن شرکت های فعال در بورس تهران برابر با ۳/۶۵ می باشد

میانگین اهرم مالی نشان می دهد بطور متوسط ۵۳ درصد دارایی های شرکت های بزرگ از محل بدهی تامین می شود و این نشان از ریسک نسبی در بورس تهران برای تداوم فعالیت می باشد.

میانگین مالکیت نهادی نشان می دهد، ۶۸ درصد از سهام شرکت های بزرگ معمولاً در اختیار مالکان نهادی می باشد.

آزمون نرمال بودن متغیرهای پژوهش

برای بررسی نرمال بودن متغیرهای پژوهش از آزمون شاپیرو، فرانسوا استفاده شده است، که جدول (۲)، نتایج این آزمون را نشان می‌دهد.

جدول (۲): آزمون نرمال بودن متغیرهای پژوهش

متغیر	ضریب	سطح معنی داری
افشای مسئولیت اجتماعی	۹/۳۱۱	۰/۰۰۰۰۱

نسبت کیو توبین	۱۲/۶۹۰	۰/۰۰۰۰۱
نرخ بازده دارایی ها	۸/۶۷۶	۰/۰۰۰۰۱
نرخ بازده حقوق صاحبان سرمایه	۱۵/۵۴۹	۰/۰۰۰۰۱
دوره تصدی مدیرعامل	۱۰/۰۹۲	۰/۰۰۰۰۱
اندازه شرکت	۷/۱۴۱	۰/۰۰۰۰۱
اهرم مالی	۶/۰۹۴	۰/۰۰۰۰۱
مالکیت نهادی	۹/۷۵۴	۰/۰۰۰۰۱
سن شرکت	۸/۸۳۲	۰/۰۰۰۰۱

قبل از ارائه جدول فوق برای متغیرهای پژوهش، آزمون نرمال بودن بررسی شد و نتایج برای تمامی متغیرها از حالت عدم نرمالیتی حکایت داشت. در مرحله بعد با استفاده از روش حذف داده های پرت تعدیلی در سطح ۱ درصد به نرمال کردن متغیرهای پژوهش اقدام گردید و نتایج نشان داد متغیرهای پژوهش در سطح اطمینان ۹۵ درصد از پیش فرض نرمال بودن برخوردار نمی باشند. با توجه به اینکه اطلاعات حسابداری از اطلاعات اقتصادی تورمی در محیط ایران تبعیت می کند، امکان نرمال بودن خارج از تصور است. با توجه به قضیه حد مرکزی این آزمون صرفاً جهت تعیین نوع آزمون همبستگی انجام گردید.

آزمون مانایی متغیرهای پژوهش

برای بررسی نرمال بودن متغیرهای پژوهش از آزمون شاپیرو، فرانسیا استفاده شده است، که جدول (۳)، نتایج این آزمون را نشان می دهد.

جدول (۳): آزمون مانایی متغیرهای پژوهش

متغیر	ضریب	سطح معنی داری
افشای مسئولیت اجتماعی	-۱۱/۴۸۰۰	۰/۰۰۰۰
نسبت کیو توبین	-۱۲/۲۹۳۰	۰/۰۰۰۰
نرخ بازده دارایی ها	-۹/۱۵۱۶	۰/۰۰۰۰
نرخ بازده حقوق صاحبان سرمایه	-۱۸/۶۸۴۲	۰/۰۰۰۰
دوره تصدی مدیرعامل	-۱۳/۲۴۵۷	۰/۰۰۰۰
اندازه شرکت	-۲۰/۲۵۲۰	۰/۰۰۰۰
اهرم مالی	-۱۶/۱۶۶۱	۰/۰۰۰۰
مالکیت نهادی	-۱۵/۷۵۹۶	۰/۰۰۰۰
سن شرکت	-۱۷/۱۸۷۷	۰/۰۰۰۰

مانایی متغیرهای پژوهش دارای سطح معناداری کمتر از ۵ درصد را نشان می دهد که مانا بودن متغیرها مورد پذیرش قرار می گیرد.

آزمون فرضیه های پژوهش

برای آزمون فرضیه های پژوهش ابتدا پیش فرض های رگرسیون خطی بررسی می شود و در ادامه نتایج فرضیات مطرح می شود.

آزمون اف لیمر (چاو)

جدول (۴): نتایج آزمون اف لیمر (چاو)

نتیجه آزمون	سطح معنی داری	مدل آزمون
پذیرش الگوی داده‌های تابلویی	۰/۰۰۰۰	فرضیه ۱-۱
پذیرش الگوی داده‌های تابلویی	۰/۰۰۰۰	فرضیه ۲-۱
پذیرش الگوی داده‌های پولد	۰/۴۷۱۵	فرضیه ۳-۱
پذیرش الگوی داده‌های تابلویی	۰/۰۰۰۰	فرضیه ۱-۲
پذیرش الگوی داده‌های تابلویی	۰/۰۰۰۰	فرضیه ۲-۲
پذیرش الگوی داده‌های پولد	۰/۴۷۳۷	فرضیه ۳-۲

طبق نتایج آزمون چاو در جدول ۴، مشاهده می‌شود سطح معناداری آزمون برای فرضیه‌های ۱-۱ و ۱-۲ و همچنین ۲-۲ و ۲-۱ پژوهش کمتر از ۵ درصد بوده و بیانگر پذیرش الگوی داده‌های تابلویی (پانل) می‌باشد. در حالی که برای فرضیه ۳-۱ و ۳-۲ بیانگر پذیرش الگوی داده‌های پولد می‌باشد.

آزمون هاسمن

جدول (۵): نتایج آزمون هاسمن

نتیجه آزمون	سطح معنی داری	مدل آزمون
اثرات ثابت عرض از مبدأ	۰/۰۰۰۰	فرضیه ۱-۱
اثرات تصادفی عرض از مبدأ	۰/۷۶۸۷	فرضیه ۲-۱
--	--	فرضیه ۳-۱
اثرات ثابت عرض از مبدأ	۰/۰۰۰۰	فرضیه ۱-۲
اثرات ثابت عرض از مبدأ	۰/۰۰۰۰	فرضیه ۲-۲
--	--	فرضیه ۳-۲

طبق نتایج آزمون هاسمن در جدول ۵، سطح معناداری آزمون در فرضیه ۲-۱ پژوهش بیشتر از ۵ درصد بوده و بیانگر پذیرش اثرات تصادفی برای عرض از مبدأ برای مدل‌های رگرسیونی مطرح شده می‌باشد. در حالی که برای فرضیه ۱-۱ و ۲-۱ و ۲-۲ کمتر از ۵ درصد بوده و بیانگر اثرات ثابت عرض از مبدأ می‌باشد. همچنین با توجه به نتایج آزمون F لیمر در فرضیه‌های ۳-۱ و ۳-۲ نیاز به بررسی آزمون هاسمن نمی‌باشد.

آزمون ناهمسانی واریانس

جدول (۶): نتایج آزمون ناهمسانی واریانس

نتیجه آزمون	سطح معنی داری	مدل آزمون
وجود ناهمسانی واریانس	۰/۰۰۰۰	فرضیه ۱-۱

وجود ناهمسانی واریانس	۰/۰۰۰۰	فرضیه ۱-۲
وجود ناهمسانی واریانس	۰/۰۰۰۰	فرضیه ۱-۳
وجود ناهمسانی واریانس	۰/۰۰۰۰	فرضیه ۲-۱
وجود ناهمسانی واریانس	۰/۰۰۰۰	فرضیه ۲-۲
وجود ناهمسانی واریانس	۰/۰۰۰۰	فرضیه ۲-۳

نتایج حاصل در جدول ۶ نشان می‌دهد که سطح معنی‌داری آزمون در همه مدل‌ها کمتر از ۵ درصد می‌باشد و بیانگر وجود ناهمسانی واریانس در جملات اخلاقی می‌باشد که این مشکل در تخمین نهایی مدل با اجرای دستور gls رفع شده است.

آزمون خودهمبستگی

جدول (۷): نتایج آزمون خودهمبستگی سریالی

مدل آزمون	سطح معنی‌داری	نتیجه آزمون
فرضیه ۱-۱	۰/۰۰۰۰	عدم وجود خودهمبستگی
فرضیه ۲-۱	۰/۰۰۰۰	عدم وجود خودهمبستگی
فرضیه ۳-۱	۰/۱۵۳۲	وجود خودهمبستگی
فرضیه ۱-۲	۰/۰۰۰۰	عدم وجود خودهمبستگی
فرضیه ۲-۲	۰/۰۰۰۰	عدم وجود خودهمبستگی
فرضیه ۳-۲	۰/۱۵۴۴	وجود خودهمبستگی

با توجه به نتایج جدول شماره ۷ مشاهده می‌شود که سطح معناداری آزمون والدريج برای فرضیه‌های ۱-۳ و ۲-۳ کمتر از ۵ درصد بوده و بیانگر وجود خودهمبستگی سریالی در مدل‌ها می‌باشد. برای رفع این امر در تخمین نهایی مدل پس از رفع توسط آزمون والدريج این مورد اقدام به بررسی فرضیه شده است.

آزمون هم‌خطی

اگر آماره آزمون VIF به یک نزدیک بود نشان‌دهنده عدم وجود هم‌خطی است. به‌عنوان یک قاعده تجربی مقدار VIF بزرگ‌تر از ۱۰ باشد هم‌خطی چندگانه بالا می‌باشد (سوری، ۱۳۹۴).

جدول (۸): آزمون هم‌خطی (فرضیه مدل پژوهش)

فرضیه	فرضیه	فرضیه	فرضیه	فرضیه	فرضیه	فرضیه نام متغیر
۳-۲	۲-۲	۱-۲	۳-۱	۲-۱	۱-۱	
VIF	VIF	VIF	VIF	VIF	VIF	

۱/۰۲	۱/۰۲	۱/۰۲	۱/۰۲	۱/۰۲	۱/۰۲	افشای مسئولیت پذیری اجتماعی
۳/۲۶	۳/۲۷	۳/۲۶	--	--	--	دوره تصدی مدیرعامل
۲/۴۸	۲/۵۲	۲/۵۶	--	--	--	افشای مسئولیت پذیری اجتماعی* دوره تصدی مدیرعامل
۱/۰۳	۱/۰۳	۱/۰۳	۱/۰۳	۱/۰۳	۱/۰۳	اندازه شرکت
۱/۰۳	۱/۰۳	۱/۰۳	۱/۰۳	۱/۰۳	۱/۰۳	اهرم مالی
۱/۰۱	۱/۰۱	۱/۰۱	۱/۰۱	۱/۰۱	۱/۰۱	مالکیت نهادی
۱/۰۲	۱/۰۲	۱/۰۲	۱/۰۲	۱/۰۲	۱/۰۲	سن شرکت

همان طور که در نتایج آزمون هم خطی در جدول ۸ قابل مشاهده است، مقادیر عامل تورم واریانس کمتر از عدد ۱۰ می باشد که بیانگر عدم وجود هم خطی می باشد.

نتیجه آزمون فرضیه ها

فرضیه اول

با توجه به تعریف عملیاتی متغیر ارزش شرکت فرضیه اول در قالب سه فرضیه فرعی مطرح می شود:
فرضیه ۱-۱ بیان می دارد: بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و ارزش شرکت (نسبت کیوتوبین) ارتباط وجود دارد.

جدول (۹): نتیجه آزمون فرضیه ۱-۱

متغیر وابسته: نسبت کیو توبین				
متغیرها	ضرایب	خطای استاندارد	آماره Z	سطح معناداری
مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت	۰/۶۵۴۱	۰/۴۸۵۱	۱/۳۵	۰/۰۱۷۸
اندازه شرکت	۰/۰۶۹۹	۰/۰۴۸۱	۱/۴۵	۰/۰۰۰۰
اهرم مالی	-۱/۸۸۶۶	۰/۳۲۹۳	-۵/۷۳	۰/۰۰۰۰
مالکیت نهادی	۰/۳۸۵۳	۰/۲۳۵۷	۱/۶۳	۰/۰۰۰۰
سن شرکت	۰/۳۹۵۴	۰/۱۳۶۹	۲/۸۹	۰/۰۰۰۴
مقدار ثابت	۳/۱۰۴۵	۱/۰۰۵۸	۳/۰۹	۰/۰۰۰۲
ضریب تعیین	۲۶ درصد			
آماره والد	۲۴۶/۴۴			
سطح معناداری	۰/۰۰۰۰			

نتایج جدول ۹، نشان می دهد که متغیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت با ضریب (۰/۶۵۴۱) و سطح معنی داری (۰/۰۱۷۸) نشان می دهد ارتباط مثبت (مستقیم) با میزان کیو توبین دارد و فرضیه ۱-۱ در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد پذیرش قرار می گیرد. متغیرهای کنترلی اندازه شرکت، مالکیت نهادی و سن شرکت با سطح معنی داری کمتر از ۵ درصد و ضریب مثبت، ارتباط مستقیم و معناداری با نسبت کیو توبین را نشان می دهد. همچنین متغیر اهرم مالی نیز ارتباط منفی را با نسبت کیو توبین نشان می دهد. ضریب تعیین برابر با ۲۶ درصد می باشد که نشان می دهد متغیرهای مستقل و کنترلی موجود در مدل توانسته اند ۲۶ درصد از تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهند. آماره والد برابر با ۲۴۶/۴۴ و سطح معناداری آن کمتر از ۵ درصد می باشد از این رو می توان گفت که مدل برازش شده از اعتبار کافی برخوردار است.
فرضیه ۱-۲ بیان می دارد: بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و ارزش شرکت (نرخ بازده دارایی ها) ارتباط وجود دارد.

جدول (۱۰): نتیجه آزمون فرضیه ۲-۱

متغیر وابسته: نرخ بازده دارایی ها				
متغیرها	ضرایب	خطای استاندارد	آماره Z	سطح معناداری
مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت	۰/۰۱۱۶	۰/۰۲۴۹	۰/۴۷	۰/۶۴۰
اندازه شرکت	۰/۰۱۶۳	۰/۰۰۳۸	۴/۲۳	۰/۰۰۰۰
اهرم مالی	-۰/۲۸۷۵	۰/۰۲۳۱	-۱۲/۴۲	۰/۰۰۰۰
مالکیت نهادی	-۰/۰۰۷۶	۰/۰۱۲۳	-۰/۶۲	۰/۵۳۷۰
سن شرکت	۰/۰۰۲۳	۰/۰۰۸۰	۰/۲۹	۰/۷۶۹۰
مقدار ثابت	۰/۰۹۶۲	۰/۰۶۹۶	۱/۳۸	۰/۱۶۷۰
ضریب تعیین	۱۹ درصد			
آماره والد	۱۹۸/۹۱			
سطح معناداری	۰/۰۰۰۰			

نتایج جدول ۱۰، نشان می دهد که متغیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت دارای سطح معنی داری (۰/۶۴۰) بیشتر از ۵ درصد بوده و دارای ضریب (۰/۰۱۱۶) می باشد که ارتباط معناداری با نرخ بازده دارایی ها ندارد و فرضیه ۲-۱ در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد پذیرش قرار نمی گیرد. متغیر کنترلی ارتباط مستقیم با نرخ بازده دارایی ها دارد در حالی که متغیر اهرم مالی ارتباط معکوس را با نرخ بازده دارایی ها نشان می دهد. سایر متغیرهای کنترلی ارتباط معناداری با نرخ بازده دارایی ها ندارد. ضریب تعیین برابر با ۱۹ درصد می باشد که نشان می دهد متغیرهای مستقل و کنترلی موجود در مدل توانسته اند ۱۹ درصد از تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهند. آماره والد برابر با ۱۹۸/۹۱ و سطح معناداری آن کمتر از ۵ درصد می باشد از این رو می توان گفت که مدل برازش شده از اعتبار کافی برخوردار است. فرضیه ۳-۱ بیان می دارد: بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و ارزش شرکت (نرخ بازده حقوق صاحبان سهام) ارتباط وجود دارد.

جدول (۱۱): نتیجه آزمون فرضیه ۳-۱

متغیر وابسته: نرخ بازده حقوق صاحبان سهام				
متغیرها	ضرایب	خطای استاندارد	آماره Z	سطح معناداری
مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت	-۰/۴۰۰۴	۰/۳۳۸۰	-۱/۱۸	۰/۲۳۶
اندازه شرکت	۰/۰۸۳۷	۰/۲۰۷۸	-۰/۴۰	۰/۶۸۷
اهرم مالی	-۱/۵۶۴۱	۰/۹۷۹۸	-۱/۶۰	۰/۱۱۰
مالکیت نهادی	۰/۲۰۳۰	۰/۱۸۸۱	۱/۰۸	۰/۲۸۱
سن شرکت	-۰/۰۷۷۶	۰/۱۱۸۴	-۰/۶۶	۰/۵۱۲
مقدار ثابت	۲/۶۱۴۳	۳/۹۰۱۵	۰/۶۷	۰/۵۰۳
ضریب تعیین	۱۳ درصد			
آماره والد	۲۳۵/۱۰			
سطح معناداری	۰/۰۰۰۰			

نتایج جدول ۱۱، نشان می دهد که متغیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت دارای سطح معنی داری (۰/۲۳۶) بیشتر از ۵ درصد بوده و دارای ضریب (-۰/۴۰۰۴) می باشد که ارتباط معناداری با نرخ بازده حقوق صاحبان سهام ندارد و فرضیه ۳-۱ در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد پذیرش قرار نمی گیرد. متغیرهای کنترلی پژوهش ارتباط معناداری با نرخ بازده حقوق

صاحبان سهام ندارد. ضریب تعیین برابر با ۱۳ درصد می‌باشد که نشان می‌دهد متغیرهای مستقل و کنترلی موجود در مدل توانسته‌اند ۱۳ درصد از تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهند. آماره والد برابر با $235/10$ و سطح معناداری آن کمتر از ۵ درصد می‌باشد از این رو می‌توان گفت که مدل برازش شده از اعتبار کافی برخوردار است.

۶-۲ فرضیه دوم

با توجه به تعریف عملیاتی متغیر ارزش شرکت فرضیه دوم در قالب سه فرضیه فرعی مطرح می‌شود:
فرضیه ۱-۲ بیان می‌دارد: دوره تصدی مدیرعامل بر ارتباط بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و ارزش شرکت (نسبت کیوتوبین) تأثیر دارد.

جدول (۱۲): نتیجه آزمون فرضیه ۱-۲

متغیر وابسته: نسبت کیو توبین				
متغیرها	ضرایب	خطای استاندارد	آماره Z	سطح معناداری
مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت	۰/۵۸۳۸	۰/۷۳۷۰	۰/۷۹	۰/۰۰۰۱
دوره تصدی مدیرعامل	۰/۲۷۲۵	۰/۱۵۷۶	۱/۷۳	۰/۰۰۲۴
مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت* دوره تصدی مدیرعامل	۰/۴۷۵۷	۰/۲۱۹۳	۲/۱۷	۰/۰۳۰۰
اندازه شرکت	۰/۰۷۹۸	۰/۰۴۸۲	۱/۶۵	۰/۰۰۸۱
اهرم مالی	-۱/۷۵۵۱	۰/۳۳۱۱	-۵/۳۰	۰/۰۰۰۰
مالکیت نهادی	۰/۳۷۲۶	۰/۲۳۶۵	۱/۵۸	۰/۰۱۱۵
سن شرکت	۰/۳۸۳۷	۰/۱۳۷۶	۲/۷۹	۰/۰۰۵۰
مقدار ثابت	۳/۹۳۵۷	۱/۰۷۳۰	۳/۶۷	۰/۰۰۰۰
ضریب تعیین	۴۳ درصد			
آماره والد	۲۶۰/۱۸			
سطح معناداری	۰/۰۰۰۰			

نتایج جدول ۱۲، نشان می‌دهد که متغیر تعاملی دوره تصدی مدیرعامل* مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت با ضریب (۰/۴۷۵۷) و سطح معنی‌داری (۰/۰۳۰۰) نشان می‌دهد ارتباط مثبت (مستقیم) با میزان کیو توبین دارد و فرضیه ۱-۲ در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد پذیرش قرار می‌گیرد. متغیرهای کنترلی اندازه شرکت، مالکیت نهادی و سن شرکت با سطح معنی‌داری کمتر از ۵ درصد و ضریب مثبت، ارتباط مستقیم و معناداری با نسبت کیو توبین را نشان می‌دهد. همچنین متغیر اهرم مالی نیز ارتباط منفی را با نسبت کیو توبین نشان می‌دهد. ضریب تعیین برابر با ۴۳ درصد می‌باشد که نشان می‌دهد متغیرهای مستقل و کنترلی موجود در مدل توانسته‌اند ۴۳ درصد از تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهند. آماره والد برابر با $260/18$ و سطح معناداری آن کمتر از ۵ درصد می‌باشد از این رو می‌توان گفت که مدل برازش شده از اعتبار کافی برخوردار است.

فرضیه ۲-۲ بیان می‌دارد: دوره تصدی مدیرعامل بر ارتباط بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و ارزش شرکت (نرخ بازده دارایی‌ها) تأثیر دارد.

جدول (۱۳): نتیجه آزمون فرضیه ۲-۲

متغیر وابسته: نرخ بازده دارایی‌ها				
متغیرها	ضرایب	خطای استاندارد	آماره Z	سطح معناداری

۰/۳۸۴	۰/۸۷	۰/۰۳۸۱	۰/۰۳۳۲	مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت
۰/۵۸۵	۰/۵۵	۰/۰۰۷۶	۰/۰۰۴۱	دوره تصدی مدیرعامل
۰/۴۲۴	--/۸۰	۰/۰۱۰۷	--/۰۰۸۶	مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت* دوره تصدی مدیرعامل
۰/۰۰۰۰	۴/۳۲	۰/۰۰۳۸	۰/۰۱۶۷	اندازه شرکت
۰/۰۰۰۰	-۱۲/۳۶	۰/۰۲۳۴	-۰/۲۸۹۷	اهرم مالی
۰/۰۰۰۰	--/۶۲	۰/۰۱۲۳	--/۰۰۷۶	مالکیت نهادی
۰/۰۰۰۰	۰/۰۳۱	۰/۰۰۸۰	۰/۰۰۲۵	سن شرکت
۰/۲۷۳۰	۱/۱۰	۰/۰۷۲۴	۰/۰۷۹۴	مقدار ثابت
۲۹ درصد				ضریب تعیین
۱۹۶/۹۶				آماره والد
۰/۰۰۰۰				سطح معناداری

نتایج جدول ۱۳، نشان می دهد که متغیر تعاملی دوره تصدی مدیرعامل* مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت دارای سطح معنی داری (۰/۴۲۴) بیشتر از ۵ درصد بوده و دارای ضریب (-۰/۰۰۸۶) می باشد که ارتباط معناداری با نرخ بازده دارایی ها ندارد و فرضیه ۲-۲ در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد پذیرش قرار نمی گیرد. متغیر کنترلی اندازه و سن شرکت ارتباط مستقیم با نرخ بازده دارایی ها دارد در حالی که متغیر اهرم مالی و مالکیت نهادی ارتباط معکوس را با نرخ بازده دارایی ها نشان می دهد. ضریب تعیین برابر با ۲۹ درصد می باشد که نشان می دهد متغیرهای مستقل و کنترلی موجود در مدل توانسته اند ۲۹ درصد از تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهند. آماره والد برابر با ۱۹۶/۹۶ و سطح معناداری آن کمتر از ۵ درصد می باشد از این رو می توان گفت که مدل برازش شده از اعتبار کافی برخوردار است. فرضیه ۲-۳ بیان می دارد: دوره تصدی مدیرعامل بر ارتباط بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و ارزش شرکت (نرخ بازده حقوق صاحبان سهام) تأثیر دارد.

جدول (۱۴): نتیجه آزمون فرضیه ۲-۳

متغیر وابسته: نرخ بازده حقوق صاحبان سهام				
متغیرها	ضرایب	خطای استاندارد	آماره Z	سطح معناداری
مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت	-۰/۵۲۸۴	۰/۵۰۰۷	-۱/۰۶	۰/۲۹۱
دوره تصدی مدیرعامل	-۰/۰۳۵۹	۰/۰۸۸۷	-۰/۴۱	۰/۶۸۵
مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت* دوره تصدی مدیرعامل	۰/۰۴۹۴	۰/۱۶۵۶	۰/۳۰	۰/۷۶۵
اندازه شرکت	-۰/۰۸۲۴	۰/۲۰۶۲	-۰/۴۰	۰/۷۸۴۱
اهرم مالی	-۱/۵۶۶۲	۱/۰۰۵۰	-۱/۵۶	۰/۲۶۲۵
مالکیت نهادی	۰/۲۰۴۴	۰/۱۸۸۷	۱/۰۸	۰/۱۱۱۴
سن شرکت	-۰/۰۷۷۷	۰/۱۱۵۹	-۰/۶۷	۰/۴۵۱۲
مقدار ثابت	۲/۶۸۹۸	۳/۸۸۳۱	۰/۶۹	۰/۴۸۹۰
۱۲ درصد				ضریب تعیین
۱۹۲/۱۰				آماره والد
۰/۰۰۰۰				سطح معناداری

نتایج جدول ۱۴، نشان می دهد که متغیر تعاملی دوره تصدی مدیرعامل* مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت دارای سطح معنی داری (۰/۷۶۵) بیشتر از ۵ درصد بوده و دارای ضریب (۰/۰۴۹۴) می باشد که ارتباط معناداری با نرخ بازده حقوق صاحبان سهام ندارد و فرضیه ۲-۳ در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد پذیرش قرار نمی گیرد. متغیرهای کنترلی پژوهش ارتباط معناداری با نرخ بازده حقوق صاحبان سهام ندارد. ضریب تعیین برابر با ۱۲ درصد می باشد که نشان می دهد متغیرهای مستقل و کنترلی موجود در مدل توانسته اند ۱۲ درصد از تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهند. آماره والد برابر با ۱۹۲/۱۰ و سطح معناداری آن کمتر از ۵ درصد می باشد از این رو می توان گفت که مدل برازش شده از اعتبار کافی برخوردار است.

جدول (۱۵): خلاصه نتایج آزمون فرضیه های پژوهش

فرضیه	فرضیه های پژوهش	نتایج فرضیه	نوع ارتباط یا تاثیر
۱-۱	بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و نسبت کیو توبین ارتباط وجود دارد	پذیرش	مثبت (مستقیم)
۲-۱	بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و نرخ بازده دارایی ها ارتباط وجود دارد	عدم پذیرش	----
۱-۲	بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و نرخ بازده حقوق صاحبان سهام ارتباط وجود دارد	عدم پذیرش	----
۱-۲	دوره تصدی مدیرعامل بر ارتباط بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و نسبت کیو توبین تاثیر دارد	پذیرش	مثبت (مستقیم)
۲-۲	دوره تصدی مدیرعامل بر ارتباط بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و نرخ بازده دارایی ها تاثیر دارد	عدم پذیرش	----
۳-۲	دوره تصدی مدیرعامل بر ارتباط بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و نرخ بازده حقوق صاحبان سهام تاثیر دارد	عدم پذیرش	----

نتیجه گیری و پیشنهادات

نتایج آزمون فرضیه های پژوهش نشان داد، بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها و ارزش شرکت (کیو توبین) ارتباط مستقیم و معناداری وجود دارد. در حالی که بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها و ارزش شرکت (با زده دارایی ها و بازده حقوق صاحبان سهام) ارتباط معناداری وجود ندارد. همچنین دوره تصدی مدیرعامل وقتی زیاد باشد می تواند مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت را افزایش داده و در نتیجه منجر به افزایش ارزش بازار شرکت (کیو توبین) می شود. از این رو نظریه جیمز توبین به وسیله مسئولیت پذیری اجتماعی معنا و تفسیر پیدا می کند و به نوعی ارزش جایگزینی در بازار را خواهند داشت. نتایج پژوهش حاضر از باب فرضیه اول با مطالعات گروسی و همکاران (۱۳۹۹)، همراستا بوده و منجر به ایجاد ارزش برای سهامداران می شود. در حالی که با مطالعه خراشادی (۱۴۰۰)، مخالف بوده و نقش دوره تصدی مدیرعامل را به عنوان معیار افزایش دهنده ارزش شرکت بیان می دارد. از این رو به بورس اوراق بهادار تهران پیشنهاد می شود، در راستای توجه به منافع ذینفعان، شرکت ها را ملزم به گزارشگری مسئولیت های اجتماعی در قالب گزارش های مکمل بنماید تا ذینفعان بتوانند منافع خود را بسنجند و در شرکت هایی سرمایه گذاری نمایند که در کنار مسئولیت اجتماعی، بتوانند ارزش نیز ایجاد نمایند. همچنین در ارتباط با دوره تصدی مدیرعامل نیز تدابیری اندیشیده شود تا استراتژی های مدیران هموار گردد و آثار مسئولیت اجتماعی را در آن شاهد باشیم. به ذینفعان شرکت ها پیشنهاد می گردد، به بحث مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و اعمال آن توسط مدیریت توجه نمایند، چرا که می تواند در بازار برای این گروه منافع ایجاد نماید. در اکثر مطالعات مشاهده شده است دوره تصدی مدیرعامل، جزو معیارهایی است که می تواند شایستگی مدیران را نمایش دهد، از این رو به این مهم نیز توجه نمایند تا مدیران با برنامه ها و استراتژی های بلندمدت و

استراتژیک را در ایجاد ارزش شاهد باشیم. به مدیران نیز پیشنهاد می‌گردد، به مسأله مسئولیت‌پذیری شرکتی توجه لازم را داشته باشند تا بتوانند حمایت ذینفعان را داشته باشند و برای جامعه نیز مفید واقع شوند. محدودیت اصلی پژوهش حاضر عدم ارائه گزارش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها بود که پرسشنامه‌ها و معیارهای غیرمستقیم زیادی برای سنجش آن تعریف شده است ولی با توجه به شرایط ایران از چک لیست آقای و کاظم پور (۱۳۹۵)، استفاده گردید.

منابع

- ✓ خداداده ی شاملو، ناصر، شقایق ترکداری، رضا، (۱۴۰۲)، ارتباط خالص سرمایه در گردش عملیاتی و عملکرد مالی با تاکید بر عدم اطمینان سیاست اقتصادی، چشم انداز حسابداری و مدیریت، دوره ۷، شماره ۷۹، صص ۱۳۳-۱۵۷.
- ✓ خراشادی، محمد، (۱۴۰۰)، تاثیر دوره تصدی مدیرعامل بر عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، دومین کنفرانس بین المللی چالش‌ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری، دامغان،
- ✓ سلیمی پور، مهدیه، شادکامی، مصطفی، قربانی، آرش، (۱۴۰۰)، بررسی رابطه بین قدرت اجرایی مدیرعامل و عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی با نقش تعدیل‌گری استقلال هیات مدیره و دوره تصدی مدیرعامل، چهاردهمین کنفرانس ملی رویکردهای نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، بابل.
- ✓ عزتی، زیبا، خداداده ی شاملو، ناصر، حاجی زاده، مسعود، (۱۴۰۰)، بررسی ارتباط افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و اجتناب مالیاتی با تاکید بر نقش ساختار مالکیت، چشم انداز حسابداری و مدیریت، دوره ۴، شماره ۴۰، صص ۱۳۱-۱۴۶.
- ✓ گروسی، حبیب اله، ایزدی نیا، ناصر، دستگیر، محسن، (۱۳۹۹)، تاثیر سطح افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر ارزش بازار شرکت، پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، دوره ۱۲، شماره ۴۶، صص ۵۱-۷۶.
- ✓ مختاریان هروی، حامد، عزیززاده، طاهره، (۱۳۹۸)، ارتباط دوره تصدی مدیرعامل و سطح نگهداشت وجه نقد با کارایی سرمایه‌گذاری، سومین کنفرانس ملی پژوهش‌های نوین حسابداری و مدیریت در هزاره سوم، کرج.
- ✓ Ahmed, S., Islam, M. and Hasan, I. (2012). Corporate Social Responsibility and Financial Performance Linkage Evidence from the Banking Sector of Bangladesh. *Journal of Organizational Management*, 1 (1): 14-21.
- ✓ Dkhili, H. and Ansi, H. (2012). The Link between Corporate Social Responsibility and Financial Performance: The Case of the Tunisian Companies”. *Journal of Organizational Knowledge Management*, 2012 (2012): 1-11.
- ✓ Eveline, Van de Velde; Wim, Vermeir; Wim, Vermeir Filip. (2005). Corten Corporate social responsibility and financial performance. July 2005, *Corporate Governance* 5(3):129-138 5(3):129-138.
- ✓ Nuryaman. (2013). The Effect of Corporate Social Responsivites on Profitability and Stock Price: Studies on the Companies Listed on Indonesia Stock Exchange. *Journal of Global Management* , 6 (1), 113-124.
- ✓ Setiawan, M. and Darmawan. (2011). “The Relationship between Corporate Social Responsibility and Firm Financial Performance: Evidence from the Firms Listed in LQ45 of The Indonesian Stock Exchange Market”. *European Journal of Social Sciences*, 23 (2): 288-293.