

بررسی ارتباط بین مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد مالی شرکت

مرجان امیری^۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۰۱ تاریخ چاپ: ۱۴۰۴/۰۲/۱۸

چکیده

هدف اصلی این تحقیق، بررسی ارتباط بین مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد مالی شرکت در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. در راستای هدف پژوهش، یک فرضیه تدوین شد. جهت آزمون این یک فرضیه با استفاده از روش حذف سیستماتیک، نمونه ای متشکل از ۱۴۵ شرکت از بین شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در طی سال های ۱۳۹۱ لغایت ۱۴۰۰ انتخاب گردید. برای تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیه از مدل های رگرسیون چند متغیره به روش داده های تلفیقی استفاده شده است. نتایج فرضیه های پژوهش نشان داد بین مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد شرکت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

واژگان کلیدی

مسئولیت پذیری، عملکرد مالی، مسئولیت پذیری اجتماعی

۱. کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خرم آباد، خرم آباد، ایران.

مقدمه

فرآیند جهانی شدن، قدرت شرکت‌ها را افزایش داده و شرکت‌ها با افزایش فشار از طرف جامعه برای برخورداری از یک نگرش وسیع‌تر به اهداف و فعالیت‌های خود در ابعاد اجتماعی و محیطی مواجه هستند. فشار به شرکت‌ها برای داشتن رفتار مسئولانه‌تر در مقایسه با نگرش اقتصادی و حداکثر سازی سود و ارزش، به یک معمای جدید برای تصمیم‌گیری در شرکت‌ها تبدیل شده است. در حال حاضر اثرات اقتصادی شرکت‌ها بر جامعه یک دغدغه جهانی است و انتظارات ذی‌نفعان از نقش واحدهای تجاری در جامعه در حال افزایش است. رهنمودها، اصول، قوانین و مقررات برای رفتار شرکت‌ها در جامعه به دنبال افزایش تقاضا برای شفافیت و پاسخگویی درباره عملیات شرکت و اثرات این عملیات بر جامعه در حال توسعه است و شرکت‌ها به طور اختیاری یا الزامی گزارشات خود را در خصوص عملکرد خود در ابعاد اجتماعی، اخلاقی و محیطی تحت عناوین مختلفی منتشر می‌کنند. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها موضوع حساسیت برانگیز و مورد توجه در سال‌های اخیر بوده است و تمایل به سرمایه‌گذاری در شرکت‌هایی که اعمال و گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را دارند، در حال افزایش است و در حوزه گزارشگری مالی بالاخص در حسابداری مدیریت اهمیت برجسته‌ای یافته است.

از این رو پژوهش حاضر به دنبال یافتن پاسخی به این سؤال اصلی است که آیا بین مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد مالی شرکت

شرکت ارتباطی وجود دارد؟

مبانی نظری

مسئولیت اجتماعی شرکت

انقلاب صنعتی که منشأ تحولات بزرگی در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فن‌آوری بود، موجب گسترش روزافزون بنگاه‌های اقتصادی شد. هدف اولیه تشکیل این بنگاه‌های اقتصادی انجام فعالیت‌های سودآور و کسب درآمد بود. مدیران و اداره‌کنندگان شرکت‌ها عمدتاً بر اجرای عملیات سود ده تمرکز نموده و تمام تلاش خود را در راه جلوگیری از کاهش سود و یا ایجاد زیان بکار می‌گرفتند (کارول^۱، ۲۰۰۸). به تدریج در گذر زمان انواع محصولات ضروری و لوکس به تولید انبوه رسیده و صنایع مختلف با رشد چشمگیری رو به گسترش بودند. گسترش تولید و افزایش عرضه، شرایط کسب و کار را دستخوش تغییرات زیادی نمود و مسئله کمبود کالا و خدمات در مقابل تقاضای زیاد را در بخش‌های مختلف حل کرد. این وضعیت تحولات مهمی از جمله رقابتی‌تر شدن بازارها را به همراه داشت که موجبات تحولات بزرگ اقتصادی و مالی را فراهم نمود، چرا که در بازار رقابتی و با وجود عرضه و تقاضا، مهم‌ترین عامل تنظیم بازار مطلوبیت کالایی است که مصرف‌کننده خریداری می‌نماید (چیویانو^۲، ۲۰۱۰). مطلوبیت عمدتاً تحت تأثیر دو عامل قیمت و کیفیت کالای مورد نظر است؛ کیفیت بیان‌کننده دوام، کاربری، بسته‌بندی، زیبایی و خدمت کالاست و استانداردها جز این نیست که زمینه‌های ارتقای کیفیت را در ابعاد مختلف فراهم می‌سازد. از طرفی قیمت کالا نقش تعیین‌کننده‌تری در تنظیم بازار عرضه و تقاضا دارد. بروز مفاهیمی چون کنترل کیفیت، هزینه کیفیت، مدیریت کیفیت جامع و ... به این امر اشاره دارند که یکی از تغییرات مهم قرن بیستم در محیط فعالیت شرکت‌ها ارجحیت کیفیت

¹ Carroll

² Chioveanu

بر قیمت کالا بود. با گذر زمان، در کنار اهمیت مسائل کیفی محصولات، به تدریج مسائل محیطی و مسئولیت‌های شرکت در قبال جامعه و ذینفعانش مورد توجه سراسری قرار گرفت. مسائلی نظیر رفتار اخلاقی شرکت، پایبندی به تعهدات به عنوان شهروندی از یک جامعه، توجه به مسئولیت‌های اجتماعی شرکت و ... به موضوعات مورد توجه محققان و رسانه‌ها تبدیل شد و مطالعات این حوزه افزایش یافت (حجازی و نصیری، ۱۳۹۳).

از آنجایی که، مفهوم توسعه پاینده به چالشی برای نگرش کلاسیک ارزش سهامداران در واحدهای تجاری و نقش آن‌ها در جامعه تبدیل شده است. اکنون شرکت‌ها برای اثرات اعمال و فعالیت‌هایشان بر محیط و جامعه متعهد و مسئول هستند، به گونه‌ای که توسعه پاینده به عنوان یک بخش ذاتی در ادبیات تجاری تلقی می‌شود و روش‌های متفاوتی برای در نظر گرفتن و توجه به ابعاد پایندگی در واحدهای تجاری وجود دارد. یکی از مفاهیم اصلی که به توصیف فعالیت‌های پاینده اشاره دارد، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها است که این مفهوم با نگرش‌های متفاوت روی پایندگی شرکت‌ها تاکید دارد. در دو دهه اخیر، این توجه به اثرات شرکت‌ها در جامعه، منجر به ظهور این مفهوم نوظهور و مهم در ادبیات کسب و کار به نام مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها گردیده است (نصر، ۳، ۲۰۱۰). مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به مشارکت داوطلبانه شرکت برای توسعه پاینده فراسوی الزامات قانونی اشاره دارد و یک روش برای کاهش شکاف بین شرکت‌ها و انتظارات ذینفعان در قالب گزارشگری و افشاء اطلاعات اضافی با رویکرد پایندگی به شمار می‌رود. شرکت‌ها، واکنش‌های مختلفی در جهت پاسخگویی به تقاضاهای جدید دارند به گونه‌ای که برخی شرکت‌ها فرهنگ خود را تغییر داده و در نظر گرفتن مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را به عنوان هسته اصلی فعالیت‌های تجاری‌شان پذیرفته‌اند (حساس یگانه و برزگر، ۱۳۹۳).

مروری بر پیشینه پژوهش

کیم و یو (۲۰۲۲) به بررسی تأثیر عدم شفافیت شرکتی بر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR) و رابطه بین CSR و عملکرد مالی را بررسی می‌کند. شرکت‌های بزرگ، دارای شخصیت حقوقی مبهم نشان دهنده سطوح مختلف بررسی بازار و مشکل نفوذ احتمالی نسبت به سرمایه‌گذاران است. با اعمال تحلیل رگرسیون، که شفافیت شرکت با عملکرد CSR شرکت ارتباط منفی دارد و با افزایش شفافیت، اثر مثبت CSR بر سودآوری بلندمدت ضعیف می‌شود. برای ارزیابی اثربخشی فعالیت‌های CSR بر عملکرد مالی شرکت، در نظر گرفتن عدم شفافیت شرکتی را پیشنهاد می‌کنیم.

بهادوری و سلارکا (۲۰۲۰) در تحقیقی به بررسی تأثیر حاکمیت شرکتی بر مسئولیت اجتماعی پرداختند. نتایج آنان نشان داد شرکت‌های بزرگتر، با قدمت بیشتر و شرکت‌هایی که بین سهامداران سود تقسیم می‌کنند، تمایل بیشتری به سرمایه‌گذاری در پروژه‌های مسئولیت اجتماعی دارند. همچنین رابطه مثبت و معناداری بین نسبت سهامداران نهادی و مسئولیت اجتماعی وجود دارد. در مقابل نسبت مدیران مستقل در هیئت مدیره، تأثیری بر مسئولیت اجتماعی ندارد. همچنین سودآوری رابطه‌ی معناداری با مسئولیت اجتماعی ندارد.

³ Nasr

⁴ Kim and Yoo

⁵ Bhaduri and Selarka

آرشاد و رازاک^۶ (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان «افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی و اثر متقابل ساختار مالکیت بر عملکرد شرکت» به بررسی افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی و عملکرد شرکت‌های مالزی پرداختند. در این پژوهش اطلاعات ۲۴۲ شرکت مالزی در سال‌های ۲۰۱۶ تا ۲۰۱۸ جمع‌آوری شدند. نتایج این مطالعه نشان داد که افشای فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها اثر قابل توجهی بر روی موفقیت شرکت‌ها دارد و بطور بالقوه‌ای منجر به عملکرد مالی قوی و ایجاد ارزش برای شرکت‌ها می‌شود. همچنین ساختار مالکیت غالب باعث بهبود فعالیت‌های افشاء مسئولیت اجتماعی می‌گردد.

نیکبخت و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی تحت عنوان "بررسی ارتباط بین مدت تصدی مدیرعامل و عدم شفافیت اطلاعاتی شرکت" پرداختند. فرضیه‌های پژوهش بر مبنای یک نمونه آماری متشکل از ۱۰۶ شرکت طی دوره ۹ ساله از سال ۱۳۸۸ لغایت ۱۳۹۶ و با استفاده از الگوهای رگرسیونی چند متغیره مورد آزمون قرار گرفت. نتایج پژوهش نشان می‌دهد بین مدت تصدی مدیرعامل و عدم شفافیت اطلاعات شرکت (شامل: رتبه شاخص عدم شفافیت اطلاعات شرکت، معاملات تجاری و اختلاف قیمت خرید و فروش سهام) رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین، بین مدت تصدی مدیرعامل و عدم شفافیت اطلاعات شرکت (شامل: خطای پیش بینی تحلیل گران بازار سهام و اقلام تعهدی اختیاری) رابطه معناداری وجود ندارد.

نیکبخت و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی تحت عنوان "بررسی تأثیر پیچیدگی شرکت بر ارتباط بین توانایی مدیریت و عدم شفافیت اطلاعات" پرداختند. فرضیه‌های پژوهش بر مبنای نمونه آماری متشکل از ۱۰۶ شرکت طی دوره ۹ ساله از سال ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۷ و با استفاده از الگوی داده‌های تابلویی آزمون شدند. نتایج پژوهش نشان می‌دهند بین توانایی مدیریت و عدم شفافیت اطلاعات شرکت رابطه منفی و معناداری وجود دارد. همچنین، پیچیدگی شرکت بر ارتباط بین توانایی مدیریت و عدم شفافیت اطلاعات تأثیر منفی می‌گذارد. به طور کلی، نتایج نشان دادند هرچه توانایی مدیریت افزایش یابد، عدم شفافیت اطلاعات کاهش می‌یابد؛ به طوری که این کاهش نشان از شفافیت شرکتی دارد. با وجود این، پیچیدگی در محیط شرکت بر توانایی مدیران در پردازش اطلاعات تأثیر می‌گذارد و شفافیت اطلاعات را کاهش می‌دهد.

امیرحسینی و قبادی (۱۳۹۹) در پژوهش خود به بررسی اثر واسطه‌ای عملکرد مالی بر رابطه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با مالکیت نهادی می‌پردازد. ۲۳ شرکت سرمایه‌گذاری در بازه زمانی ۹۲ تا ۹۹ به عنوان نمونه آماری تحقیق در دو مرحله مورد آزمون قرار گرفته است. ابتدا رابطه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با عملکرد مالی مورد بررسی قرار گرفت و سپس رابطه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با مالکیت نهادی با تأثیر متغیر میانجی عملکرد مالی بررسی شده است. نتایج حاکی از تأثیر متغیر واسطه‌ای عملکرد مالی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و مالکیت نهادی می‌باشد.

پورعلی و حجامی (۱۳۹۹) به بررسی رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و ابعاد آن یعنی میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان، مشارکت اجتماعی، تولید و محیط زیست با مالکیت نهادی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته‌اند. نمونه آماری پژوهش به صورت حذفی سیستماتیک شامل ۶۰ شرکت، در طی دوره ی زمانی ۱۳۹۵-۱۳۹۸ می‌باشد. به منظور افزایش درجه اطمینان نسبت به نتایج حاصل از آزمون فرضیات، از روش داده‌های تلفیقی ایستا استفاده شده است و تخمین سیستم معادلات به کمک روش اقتصاد

⁶ Arshad and Razak

سنجی حداقل مربعات تعمیم یافته انجام گردیده است. یافته‌های پژوهش حاکی از رابطه‌ی معنادار منفی بین افشای مسئولیت اجتماعی، میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان، تولید و محیط زیست با مالکیت نهادی می‌باشد. این در حالی است که بین میزان افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی با مالکیت نهادی رابطه‌ی معناداری وجود ندارد.

فرضیه‌های پژوهش

بین مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد مالی شرکت رابطه معناداری وجود دارد.

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر براساس روش مطالعات کتابخانه‌ای بوده و اطلاعات لازم جهت انجام پژوهش با استفاده از کتب، نشریات، مقالات و مجلات جمع آوری گردیده است. از آنجایی که موضوع تحقیق در ارتباط با شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد، لذا نمونه آماری نیز از این شرکت‌ها بوده و به گونه‌ای انتخاب شده است که از کلیه صنایع فعال در بورس، نمونه انتخاب شده و این نمونه قابلیت تعمیم نتایج حاصله از تحقیق بر کل جامعه آماری (شرکت‌های پذیرفته شده در بورس تهران) را دارا می‌باشد.

در این تحقیق برای جمع آوری داده‌ها از نرم افزار ره آورد نوین استفاده شده است، جامعه آماری این پژوهش، کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار طی دوره زمانی ۱۳۹۱ تا ۱۴۰۱ است، از میان این شرکت‌ها، شرکت‌هایی که طی دوره پژوهش فعالیت مستمر داشته و وقفه معاملاتی بیشتر از شش ماه نداشته باشند در نظر گرفته شدند.

مدل پژوهش

$$1ROE = \beta_0 + \beta_1 CSR_{i,t} + \beta_2 LEV_{i,t} + \beta_3 SIZE + \beta_4 ROA_{i,t} + \beta_5 RND_{i,t} + \beta_6 GRW_{i,t} + \beta_7 AGE_{i,t} + \beta_8 ADV_{i,t} + \beta_9 OUTBOD_{i,t} + \varepsilon_{it}$$

CSR : مسئولیت اجتماعی

OPACITY : عدم شفافیت مالی

LEV : اهرم مالی

SIZE : اندازه شرکت

ROA : بازده دارایی‌ها

RND : هزینه‌های تحقیق و توسعه

GRW : رشد شرکت

AGE : عمر شرکت

ADV : هزینه تبلیغات

OUTBOD : نسبت هیئت مدیره مستقل

جدول شماره (۱) متغیرهای پژوهش

نام متغیر	نماد متغیر	نحوه اندازه گیری متغیرها	منبع گردآوری
عملکرد مالی شرکت	ROE	عبارت است از کل سود خالص بر مجموع حقوق صاحبان سهام.	صورت سود و زیان و ترازنامه
(مسئولیت اجتماعی)	ESG	متغیر مستقل پژوهش حاضر، مسئولیت پذیری اجتماعی می باشد که با توجه به معیارهایی که مؤسسه آمریکایی معروف به KLD که هر سال سازمان را بر اساس معیارهای اجتماعی و زیست محیطی رتبه بندی می کند، اندازه گیری شده است. مسئولیت پذیری اجتماعی در این پژوهش دارای چهار بعد می باشد، هر بعد آن دارای نقاط قوت و ضعف مخصوص به خود می باشد. با تفاضل نقاط قوت از نقاط ضعف مربوطه نمره آن بعد بدست می آید. در نهایت با جمع تمام ابعاد فوق ی نمره کلی برای مسئولیت پذیری اجتماعی بدست خواهد آمد. لازم به ذکر است که در صورت وجود هر نقطه ضعف یا نقطه قوت مربوطه، عددی و در صورت نبود آن ها عدد صفر در نظر گرفته خواهد شد. اطلاعات لازم برای این متغیرها در گزارش هیأت مدیره شرکت ها افشا می شود و در تحقیق حاضر برای معرفی هر یک از ابعاد، با توجه به ماهیت افشاگری در ایران، از شاخص های مسئولیت پذیری اجتماعی در ایران و همچنین از گواهی نامه های ISO ۳۰۰۱ سیستم مدیریت کیفیت، ISO ۱۲۰۰۱ مدیریت زیست محیطی، OHSAS ۱۳۰۰۱ استاندارد ایمنی و بهداشت استفاده شده است. بنابراین در این تحقیق صرفاً از مدل KLD استفاده نشده بلکه معیارها مطابق با استاندارد ایران می باشد که همان طور که بیشتر توضیح داده شد در گزارش هیأت مدیره افشا می شود. مدل به صورت زیر می باشد: $CSR = CSR_{COM} + CSR_{EMP} + CSR_{ENV} + CSR_{PRO}$ CSR = نمره مسئولیت پذیری اجتماعی، CSR_{COM} = نمره افشای مشارکت اجتماعی که از تفاضل نقاط قوت و نقاط ضعف خاص خود به صورت زیر محاسبه می شود: $CSR_{COM} = \Sigma \text{Strengths} - \Sigma \text{Concerns}$ همین طور می توان نمره های ابعاد دیگر مسئولیت پذیری اجتماعی، همچون CSREMP (نمره افشای روابط کارکنان)، CSRENV (نمره افشای محیطی زیست)، CSR_{PRO} (نمره افشای ویژگی محصولات) را از طریق رابطه ذکر شده در بالا محاسبه کرد (حاجیها و سرفراز، ۱۳۹۳).	یادداشت های همراه صورت های مالی

متغیرهای کنترلی	اهرم مالی (LEV): نسبت کل بدهی ها به کل دارایی ها اندازه شرکت (SIZE): لگاریتم طبیعی کل دارایی ها بازده دارایی ها (ROA): سود خالص تقسیم بر کل دارایی ها هزینه های تحقیق و توسعه (RND): کل مخارج تحقیق و توسعه تقسیم بر کل دارایی ها رشد شرکت (GRW): رشد فروش شرکت عمر شرکت (AGE): تعداد سال هایی که از تاسیس شرکت می گذرد. هزینه تبلیغات (ADV): هزینه های تبلیغاتی تقسیم بر کل فروش شرکت نسبت هیئت مدیره مستقل (OUTBOD): تعداد مدیران مستقل تقسیم بر تعداد مدیران	ترازنامه - صورت سود و زیان - صورت جریان وجوه نقد و یادداشت های توضیحی
-----------------	---	--

یافته های پژوهش

آمار توصیفی

جدول شماره ۱ - آمار توصیفی متغیرهای فرضیه های پژوهش

نام متغیر	نماد	تعداد مشاهدات	میانگین	میان	حد اکثر	حداقل	انحراف معیار
عملکرد شرکت	ROE	۱۴۵۰	۰.۲۷۵	۰.۲۶۳	۰.۷۱۴	-۰.۲۱۸	۰.۲۴۷
مسئولیت پذیری اجتماعی	CSR	۱۴۵۰	۱۸.۷۶۷	۱۹	۲۷	۱۱	۴.۱۹۵
اهرم مالی	LEV	۱۴۵۰	۰.۵۶۸	۰.۵۸۲	۰.۹۰۴	۰.۱۸۶	۰.۱۹۹
اندازه شرکت	SIZE	۱۴۵۰	۱۴.۴۷۶	۱۴.۲۸۷	۲۰.۷۶۸	۱۰.۱۶۶	۱.۵۶۲
بازده دارایی ها	ROA	۱۴۵۰	۰.۱۲۷	۰.۱۰۱	۰.۴۱۵	-۰.۰۶۴	۰.۱۲۸
هزینه های تحقیق و توسعه	RND	۱۴۵۰	۰.۰۲۵	۰.۰۱۷	۰.۰۸۷	۰.۰۰۳	۰.۰۲۲
رشد شرکت	GRW	۱۴۵۰	۰.۳۰۲	۰.۲۳۶	۱.۱۶۸	-۰.۲۷۰	۰.۳۸۱
عمر شرکت	AGE	۱۴۵۰	۴۱.۴۹۳	۴۳	۷۰	۱۴	۱۲.۸۸۸
هزینه تبلیغات	ADV	۱۴۵۰	۰.۰۰۹	۰.۰۰۷	۰.۰۲۱	۰.۰۰۲	۰.۰۰۵
نسبت هیئت مدیره مستقل	OUTBOD	۱۴۵۰	۰.۶۵۹	۰.۶۰۰	۱	۰	۰.۱۸۴

آزمون فرضیه‌های پژوهش

بین مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد مالی شرکت رابطه معناداری وجود دارد.

جدول (۳) نتایج برآورد مدل پژوهش

متغیر وابسته: عملکرد شرکت					
روش: رگرسیون حداقل مربعات تعمیم یافته					
متغیر	نماد	ضریب برآوردی	خطای استاندارد	آماره t	احتمال
مقدار ثابت	C	۰.۲۶۹۱۸۰	۰.۰۴۰۱۰۸	۶.۷۱۱۴۴۳	۰.۰۰۰۰
مسئولیت پذیری اجتماعی	CSR	۰.۰۱۵۲۰۷	۰.۰۰۵۳۶۱	۲.۸۳۶۳۲۴	۰.۰۰۵۰
اهرم مالی	LEV	-۰.۵۷۹۹۴۳	۰.۰۲۰۸۸۳	-	۰.۰۰۰۰
				۲۷.۷۷۱۵۷	
اندازه شرکت	SIZE	۰.۰۰۵۰۶۱	۰.۰۰۲۰۹۵	۲.۴۱۵۳۳۵	۰.۰۱۵۸
بازده دارایی ها	ROA	۲.۱۱۶۴۲۴	۰.۰۳۴۰۴۱	۶۲.۱۷۲۷۲	۰.۰۰۰۰
هزینه های تحقیق و توسعه	RND	-۰.۰۴۴۷۲۱	۰.۰۲۰۳۸۶	-۲.۱۹۳۷۲۴	۰.۰۲۹۴
رشد شرکت	GRW	۰.۰۵۰۵۵۳	۰.۰۱۹۲۰۸	۲.۶۳۱۹۲۰	۰.۰۰۹۱
عمر شرکت	AGE	۰.۰۰۴۱۴۹	۰.۰۰۱۸۰۴	۲.۲۹۹۵۵۷	۰.۰۲۲۵
هزینه تبلیغات	ADV	-۰.۲۵۹۳۴۱	۰.۰۹۲۱۱۸	-۲.۸۱۵۳۳۰	۰.۰۰۵۳
نسبت هیئت مدیره مستقل	OUTBOD	۰.۰۳۵۱۸۸	۰.۰۱۷۳۸۶	۲.۰۲۳۹۳۲	۰.۰۴۳۲
ضریب تعیین تعدیل شده		۰.۷۲۰			
دوربین-واتسون		۱.۹۲۴			
آماره F		۴۷۲.۷۶۴			
احتمال (آماره F)		۰.۰۰۰۰			

به منظور آزمون این فرضیه از نتایج تخمین مدل ارائه شده در جدول (۳) بهره گرفته شده است. مقدار احتمال (یا سطح معنی داری) F برابر ۰,۰۰۰۰ بوده و چون این مقدار کمتر از ۰,۰۵ است، فرض صفر در سطح اطمینان ۹۵ درصد رد می شود، یعنی مدل معنی دار است. مقدار آماره دوربین-واتسون ۱,۹۲۴ می باشد که این مقدار، عدم وجود خود همبستگی خطاها را نشان می دهد. نتایج مربوط به ضریب تعیین تعدیل شده نشان می دهد، تقریباً ۷۲٪ تغییرات متغیر وابسته به وسیله متغیرهای مستقل و کنترلی مدل، توضیح داده می شوند. نتایج حاصل از متغیرهای کنترلی نشان می دهد که با توجه به آماره t در سطح اطمینان ۹۵٪، اهرم مالی، هزینه های تحقیق و توسعه و هزینه تبلیغات با عملکرد شرکت رابطه منفی و معناداری دارند. در حالی که، اندازه شرکت، بازده دارایی ها، رشد شرکت، عمر شرکت و نسبت هیئت مدیره مستقل با عملکرد شرکت رابطه مثبت و معناداری دارند.

در حالت کلی نتایج نشان می دهد که ضریب متغیر مسئولیت پذیری اجتماعی، ۰.۰۱۵۲۰۷ بوده که نشان دهنده رابطه مثبت بین مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد شرکت می باشد که با توجه به آماره t ضریب متغیر مسئولیت پذیری اجتماعی در سطح اطمینان ۹۵٪ معنی دار می باشد، با توجه به موارد فوق می توان در سطح اطمینان ۹۵٪ فرضیه را تأیید کرد این موضوع نشان دهنده این است که بین مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد شرکت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد به عبارت دیگر، با افزایش مسئولیت پذیری اجتماعی، عملکرد شرکت نیز افزایش می یابد.

نتیجه گیری

با توجه به مبانی مطرح شده فرضیه پژوهش بدین نحو تدوین شده است که: بین مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد شرکت رابطه معناداری وجود دارد. در نتیجه فرضیه پژوهش پذیرفته می شود. در هر حال نتیجه حاصل از آزمون این فرضیه با تئوری نمایندگی و تئوری عدم تقارن اطلاعاتی و مدیریت مبهم مطابقت دارد. زیرا از جمله عوامل موثر بر عملکرد شرکت، اطلاعات و به طور اخص، کیفیت اطلاعات ارائه شده در گزارش های مالی است و با توجه به تئوری نمایندگی و عدم تقارن اطلاعات و فرضیه مدیریت مبهم می توان استدلال کرد در اکثر مواقع مدیران نسبت به سهامداران شرکت ها، اطلاعات بیشتری دارند که این امر منتج به عدم تقارن اطلاعاتی بین شرکت و سهامداران می شود. فرضیه ی مدیریت مبهم نشان می دهد مدیران انگیزه دارند تا در شرایط بد اطلاعات صورت های مالی را به صورت پیچیده ارایه نمایند و یا به طور استراتژیک شفافیت افشا را کمتر کنند. در بین تحقیقات خارجی بهادوری و سلاکارا (۲۰۲۰) به این نتیجه رسیدند شرکت های بزرگتر، با قدمت بیشتر و شرکت هایی که بین سهامداران سود تقسیم می کنند، تمایل بیشتری به سرمایه گذاری در پروژه های مسئولیت اجتماعی دارند. همچنین رابطه مثبت و معناداری بین نسبت سهامداران نهادی و مسئولیت اجتماعی وجود دارد. در مقابل نسبت مدیران مستقل در هیئت مدیره، تأثیری بر مسئولیت اجتماعی ندارد. همچنین سودآوری رابطه ی معناداری با مسئولیت اجتماعی ندارد. اویونو و همکاران (۲۰۲۰) به این نتیجه رسیدند که رابطه مثبت و تقریباً ضعیفی بین مسئولیت اجتماعی شرکت ها و عملکرد مالی وجود دارد. بنابراین آن ها ادعا کردند که گزارش فعالیت های اجتماعی شرکت ها باعث بهبود عملکرد مالی می گردد. در بین تحقیقات داخلی امیرحسینی و قبادی (۱۳۹۹) در پژوهش خود ابتدا رابطه مسئولیت اجتماعی شرکت ها با عملکرد مالی مورد بررسی قرار گرفت و سپس رابطه مسئولیت اجتماعی شرکت ها با مالکیت نهادی با تأثیر متغیر میانجی عملکرد مالی بررسی شده است. نتایج حاکی از تأثیر متغیر واسطه ای عملکرد مالی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و مالکیت نهادی می باشد.

پیشنهادهای حاصل از یافته های پژوهش

در خصوص نتایج حاصل از فرضیه های پژوهش، پیشنهاد می شود:

به مدیران پیشنهاد می شود به منظور کاهش ریسک اطلاعاتی و کاهش عدم شفافیت و در نتیجه افزایش عملکرد شرکت ، در گزارش های خود از اطلاعات شفاف به دور از ابهام را در اختیار سرمایه گذاران قرار دهند. نهادهای مسئول و نظارتی با توجه به شرایط و موقعیت شرکت های ایرانی استانداردهایی را در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکتهای وضع نمایند تا همه شرکت ها بتوانند از آن تبعیت نمایند. بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی بر سودآوری و عملکرد مالی شرکت ها.

به دلیل افزایش قوانین و مقررات پاسخگویی اجتماعی، چگونگی انتشار اطلاعات مسئولیت اجتماعی با نیازهای اطلاعاتی استفاده کنندگان مورد بررسی قرار گیرد.

بررسی رابطه میان مسئولیت اجتماعی شرکتی و معیارهای مالی و اقتصادی مانند ارزش افزوده، ارزش افزوده بازار و ارزش افزوده اقتصادی.

منابع و مآخذ

امیرحسینی، زهرا؛ قبادی، معصومه (۱۳۹۵). گزارشگری مسئولیت اجتماعی، عملکرد مالی و مالکیت نهادی. فصلنامه حسابداری مدیریت، سال نهم، شماره ۲۸، ۵۵-۶۶.

پورعلی، محمدرضا؛ حجامی، محدثه (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی و مالکیت نهادی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، سال سوم، شماره دهم، ۱۳۵-۱۵۰.

حساس یگانه، یحیی؛ برزگر، قدرت اله (۱۳۹۳). مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و پارادایم‌های تحقیقاتی آن در حرفه حسابداری. فصلنامه حسابداری مدیریت، سال هفتم، شماره بیست و دو، ۱۰۹-۱۳۳.

حجازی، رضوان؛ نصیری، سپیده سادات (۱۳۹۳). مفاهیم شهروند شرکتی و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها. پژوهش حسابداری، سال چهارم، شماره ۱۵، ۱۶۳-۱۸۳.

Arshad, R. and Razak, S.N.A.A. (2011); corporate social responsibility disclosure and interaction effects of ownership structure on firm performance, Business, Engineering and Industrial Applications (ISBEIA), 111, 25-28.

Bhaduri, S., Selarka, E. (2016), "Corporate Governance and Corporate Social Responsibility of Indian Companies, CSR, Sustainability, Ethics & Governance", Springer Science, 87-113.

Carroll, A.B., (2008). A history of corporate social responsibility: Concepts and practices, The Oxford handbook of corporate social responsibility, Oxford University Press Online Publication, 19-46.

Kim, S., Jung, Y., 2012. The monitoring power of foreign ownership on corporate social responsibility: Evidence from Korea. Korea Accounting Review 37 (2), 1-62.

NASR, H. (2010). Corporate social responsibility disclosure: an examination of framework of determinants and consequences. Doctoral thesis, Durham University. Available at Durham E-Theses, Online: <http://etheses.dur.ac.uk/480/>

The Relationship between Cash Inefficiency and Future company Performance

Abstract

The main purpose of this research is to investigate the relationship between the inefficiency of cash and the future performance of the company. The statistical population of the current research is the companies admitted to the Tehran Stock Exchange during the years 2015 to 2023, and the sample size according to the screening method and after removing outliers is equal to 118 companies. In this research, in order to measure cash inefficiency, the absolute value of the difference between the actual cash balance of the company and the estimated optimal cash balance has been used. In this research, the inefficiency of cash is considered as an independent variable in order to investigate their impact on the performance and future returns of the company's shares. In this research, which uses consolidated and panel data with fixed effects, the results of the analysis of companies' data using multivariate regression at a 95% confidence level show the inefficiency of cash with performance. Companies have an inverse relationship.

Keywords

Inefficiency, Cash, Future Performance, Future Performance of the Company