

بررسی نقش تعدیلی سرمایه فکری و مزیت رقابتی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی شرکت‌ها

علی صمدی سروکلانی^۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۲/۰۱ تاریخ چاپ: ۱۴۰۴/۰۴/۲۸

چکیده

هدف این پژوهش بررسی نقش تعدیلی سرمایه فکری و مزیت رقابتی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی شرکت‌ها می‌باشد. بدین منظور ۱۲۵ شرکت از بین شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار که در بازه زمانی ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۲ اطلاعات لازم برای محاسبه متغیرهای پژوهش را داشته‌اند به عنوان نمونه انتخاب گردیدند. در این پژوهش برای محاسبه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از رتبه‌بندی معیارهای اجتماعی و زیست محیطی؛ برای محاسبه عملکرد مالی از معیار بازده حقوق صاحبان سهام؛ برای محاسبه سرمایه فکری از نسبت کیوتوبین و برای محاسبه مزیت رقابتی از شاخص لرنر استفاده شده است. به منظور آزمون فرضیه پژوهش از مدل رگرسیون چندگانه با استفاده از داده‌های تلفیقی استفاده گردید. این پژوهش از آن جهت که از منابع و صورت‌های مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس استفاده می‌کند از جمله پژوهش‌های کتابخانه‌ای می‌باشد. بر اساس نتایج فرضیه‌های پژوهش با اطمینان ۹۵٪ پذیرفته شدند.

واژگان کلیدی

سرمایه فکری، مزیت رقابتی، مسئولیت اجتماعی، عملکرد مالی

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد، حسابداری، دانشگاه آزاد واحد قائمشهر، قائمشهر، مازندران، ایران.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

تئوری مشروعیت بیان می‌کند میان شرکت‌ها و جامعه‌ای که شرکت‌ها در آن فعالیت می‌کنند قراردادی اجتماعی وجود دارد، شرکت‌ها در برابر کل جامعه، نسل‌های آینده و منابع طبیعی (محیط زیست) مسئولیت دارند و سیستم حاکمیت-شرکتی اهرم تعادل درون‌سازمانی و برون‌سازمانی برای شرکت‌هاست که تضمین می‌کند آن‌ها مسئولیت خود را نسبت به تمام ذینفعان انجام می‌دهند و در تمام زمینه‌های فعالیت تجاری، به صورت مسئولانه عمل می‌کنند. همچنین، استدلال منطقی در این دیدگاه آن است که منافع سهامداران را فقط می‌توان با در نظر گرفتن منافع ذینفعان برآورده کرد (کلارکسون^۱ و همکاران، ۲۰۱۳).

بنابراین مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR) و افشاگری مرتبط با آن عامل ضروری است که به تداوم شرکت‌ها منجر می‌شود؛ زیرا همه شرکت‌ها ارتباط‌هایی با جامعه دارند. لذا جامعه از فعالیت‌ها و رفتار شرکت‌ها بهره می‌گیرد و بقای شرکت‌ها را در درازمدت فراهم می‌آورد.

مسئولیت اجتماعی شرکت به مجموعه فعالیت‌هایی گفته می‌شود که صاحبان سرمایه بنگاه‌های اقتصادی به صورت داوطلبانه به عنوان یک عضو مؤثر و مفید در جامعه انجام می‌دهند. در مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها پیوستگی و اتحاد میان فعالیت‌ها و ارزش‌های سازمان به گونه‌ای است که منافع کلیه ذینفعان شامل سهامداران، مشتریان، کارکنان، سرمایه‌گذاران و عموم جامعه، در سیاست‌ها و عملکرد سازمانی منعکس گردد. به عبارت دیگر سازمان باید همواره 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، ۱۳۸۸).

سرمایه‌گذاران و به ویژه سهامداران نیازمند معیارهایی هستند که بتوانند عملکرد مدیریت شرکت را به درستی ارزیابی کنند. قدیمی‌ترین و مهمترین رویکردهای ارزیابی عملکرد شرکت‌ها، ارزیابی مالی شرکت‌ها بوده و غالباً مبتنی بر صورت‌های مالی است (قدرت‌یان کاشان و انوار رستمی، ۱۳۸۳). بررسی عوامل تعیین کننده عملکرد مالی می‌تواند سبب بهبود تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران و تخصیص بهینه منابع شود. در واقع با مشخص شدن عوامل تاثیرگذار بر عملکرد مالی شرکت‌ها، ذهنیت سرمایه‌گذاران در خصوص شرکت‌ها اصلاح خواهد شد. معیارهای اندازه‌گیری عملکرد را با توجه به مفاهیم حسابداری و مفاهیم اقتصادی می‌توان به دو دسته حسابداری و اقتصادی تقسیم کرد. در معیارهای حسابداری، عملکرد شرکت با توجه به داده‌های حسابداری ارزیابی می‌شود در حالی که در معیارهای اقتصادی، عملکرد شرکت با توجه به قدرت کسب سود دارایی‌های موجود و سرمایه‌گذاری بالقوه و با عنایت به نرخ بازده و نرخ هزینه سرمایه ارزیابی می‌گردد (شورورزی و آزادوار، ۱۳۸۹).

یک سازمان برای موفقیت علاوه بر پاسخگویی مناسب به بازار رقابتی محصول (کالا و خدمات) باید پاسخگوی بازار سرمایه نیز باشد و برای این منظور باید هزینه این استراتژی‌ها برای تولیدکننده و سود عملیاتی شرکت برای سهامداران،

¹ Clarkson

قابل پذیرش باشد. دو عامل اول، به مزیت رقابتی سازمان در بازار محصول و عامل سوم به مزیت رقابتی در بازار سرمایه منجر می‌شود. نکته بسیار مهم و اساسی این است که بدون توجه به منافع سرمایه‌گذاران، تداوم خلق ارزش برای مشتری نیز امکان‌پذیر نخواهد بود. برای رقابت‌پذیری پایدار، علاوه بر ایجاد رقابت، تداوم آن نیز مهم و اساسی است (نمازی و ابراهیمی، ۱۳۹۱).

سرمایه فکری موضوع جدیدی است که به لحاظ نظری جایگاه ویژه‌ای را در سطح جهانی به خود اختصاص داده است و به عنوان منبعی پرارزش برای سازمان‌ها و شاخصی در توسعه‌یافتگی کشورها و سرمایه‌ای کلیدی در رشد کار آفرینی به حساب می‌آید. امروزه ضرورت توسعه و مدیریت سرمایه فکری به یک الزام جدی هم در سطح ملی و هم در عرصه کسب و کار تبدیل شده است. به ویژه شرایط اقتصادی جدید، کشورها را به فکر ایجاد چارچوب‌ها و راهکارهای جدید اقتصادی و توسعه ظرفیت‌های موجود و توسعه سرمایه ارتباطی انداخته است و رقابت شدیدی را در دستیابی به منابع و بازارهای رقابتی در این زمینه را نمایان می‌کند تا جایی که امروزه عرصه رقابت جهانی، بر عناصر سرمایه فکری تاکید نموده و سازمان‌های بین‌المللی به طرح چارچوب‌های جهانی برای مدیریت سرمایه فکری می‌پردازند. بر این اساس، سنجش سرمایه فکری هم در سطح کلان و هم در سطح خرد به ضرورتی غیرقابل انکار برای پذیرش و رقابت در بازارهای بین‌المللی و به عنوان شرطی برای سرمایه‌گذاری تبدیل شده است (بنتیس^۲، ۲۰۰۴).

احمدپور و فرمانبردار (۱۳۹۴) به بررسی مسئولیت اجتماعی و تاثیر آن بر اعتبار شرکت‌ها پرداختند. با توجه به این که اجرای آن نیازمند هزینه می‌باشد و تاثیر مثبت و سوآوری افشای شاخص‌های مسئولیت اجتماعی و گزارشگری آن در بلند مدت حاصل می‌شود، انتظار می‌رود شرکت‌های با سودآوری بالاتر توجه بیشتری نسبت به این موضوع داشته باشند.

امیدی و همکاران (۱۳۹۵) به بررسی تأثیر مسئولیت‌های اجتماعی شرکت بر عملکرد اجتماعی و واکنش‌های مصرف‌کننده در صنایع غذایی پرداختند. برای پاسخ به سؤال پژوهش، بررسی فرضیه‌ها و تجزیه و تحلیل یافته‌های جمع‌آوری شده، از آمار توصیفی و آمار استنباطی با نرم افزارهای SPSS و Amos استفاده شده است. بر اساس نتایج بدست آمده، تمامی فرضیه‌های پژوهش در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید شد. به علاوه، نتایج پژوهش نشان داد که مدل پژوهش با داده‌های جمع‌آوری شده از جامع آماری مورد نظر برازش دارد. بدین ترتیب مسئولیت اجتماعی هم بطور مستقیم و هم با میانجی‌گری عملکرد اجتماعی و واکنش‌های مصرف‌کننده، بر عملکرد مالی تأثیر می‌گذارد.

مومنی طاهری و صادقی (۱۳۹۶) به بررسی رابطه بین ساختار سرمایه و عملکرد مالی با تاکید بر ادوار تجاری: تحلیلی از شرکت‌های سهام محور و بدهی محور پرداختند. نتایج با استفاده از الگوی GMM نشان می‌دهد در هر دو گروه از شرکت‌ها، ساختار سرمایه اثر منفی و معناداری بر عملکرد مالی شرکت‌ها دارد. البته این اثر منفی در شرکت‌های بدهی محور، بزرگ‌تر است. همچنین واکنش عملکرد مالی شرکت‌ها نسبت به رکود اقتصادی در شرکت‌ها با ساختار

² Bontis

سرمایه بدهی محور نسبت به سهام محور، شدیدتر است. به عبارت دیگر، در دوران رکود اقتصادی شرکت ها با ساختار سرمایه سهام محور از عملکرد بهتری برخوردارند. بر اساس نتایج، پیشنهاد می شود شرکت ها به منظور داشتن الگوی تامین مالی مناسب به ویژه در شرایط رکود اقتصادی، از میزان سهام بیشتری در تامین منابع مالی مورد نیاز خود استفاده نمایند.

کیم^۳ و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهشی تحت عنوان رابطه مسئولیت اجتماعی شرکت ها و ریسک سقوط قیمت سهام نتیجه گیری نمودند که مسئولیت اجتماعی شرکت ها به طور معکوس با ریسک سقوط سهام همراه است.

ونیریس^۴ و همکاران (۲۰۱۵) به بررسی تاثیر سرمایه فکری سازمان ها بر چسبندگی هزینه ها پرداختند. نتیجه پژوهش نشانگر تاثیر منفی سرمایه فکری سازمان ها بر چسبندگی هزینه ها دارد. بدین معنی که با افزایش سرمایه شرکت ها میزان چسبندگی هزینه ها کاهش می یابد و با کاهش سرمایه میزان چسبندگی افزایش می یابد.

پارک^۵ و همکاران (۲۰۱۶) به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت ها و ریسک سیستماتیک پرداختند. نتایج تحقیق نشان دهنده این است که هر چه شرکت ها هر چه مسئولیت خود را نسبت به جامعه بیشتر انجام داده باشند میزان ریسک سیستماتیک کاهش خواهد یافت.

فرضیه های تحقیق

برای دستیابی به پاسخ سوال تحقیق و در راستای دستیابی به هدف تحقیق، نیازمند طراحی فرضیه هستیم تا آزمون های آماری بر روی آن اجرا گردد. بر این اساس فرضیه تحقیق حاضر به شرح زیر می باشد:

- ✓ بین مسئولیت اجتماعی شرکت ها و عملکرد مالی رابطه معناداری وجود دارد.
- ✓ بین مسئولیت اجتماعی شرکت ها و مزیت رقابتی رابطه معناداری وجود دارد.
- ✓ بین مسئولیت اجتماعی شرکت ها و سرمایه فکری رابطه معناداری وجود دارد.
- ✓ بین سرمایه فکری و مزیت رقابتی رابطه معناداری وجود دارد.
- ✓ بین سرمایه فکری و عملکرد مالی رابطه معناداری وجود دارد.
- ✓ بین مزیت رقابتی و عملکرد مالی رابطه معناداری وجود دارد.

روش تحقیق

نوع تحقیق از نظر ماهیت و محتوایی از نوع همبستگی و از نظر هدف کاربردی می باشد. انجام این تحقیق در چارچوب استدلال قیاسی استقرایی صورت می پذیرد، بدین معنی که مبانی نظری و پیشینه از راه مطالعات کتابخانه ای در چارچوب استدلال قیاسی و گردآوری اطلاعات برای تأیید و یا رد فرضیه ها در قالب استقرایی انجام می پذیرد.

³ Kim

⁴ Venieris

⁵ Park

روش گردآوری داده‌ها و اطلاعات

در جمع‌آوری داده‌های مربوط به ادبیات موضوعی از روش متن‌کاوی و جستجوی اینترنتی استفاده شده و این اطلاعات از کتاب‌ها، مقالات لاتین، مقالات فارسی و همچنین پایان‌نامه‌های فارسی استخراج شده است. همچنین داده‌های مربوط به فرضیات و متغیرها از صورت‌های مالی، یادداشت‌های همراه صورت‌های مالی، پایگاه‌های اطلاعاتی سازمان بورس و اوراق بهادار تهران، ماهنامه‌های بورس، آمارهای مستند سازمان بورس و اوراق بهادار و همچنین از نرم‌افزار ره‌آورد نوین استخراج شده است.

جامعه و نمونه آماری تحقیق

جامعه آماری این پژوهش از کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره زمانی ۱۳۹۸ الی ۱۴۰۲ (دوره ۵ ساله) تشکیل می‌شود. در این پژوهش برای انتخاب روش نمونه‌گیری از روش غربالگری استفاده شده است. در این پژوهش، نمونه با کل جامعه آماری شروع می‌شود و پس از در نظر گرفتن شرایط زیر نمونه انتخاب می‌شود:

۱. تا پایان سال ۱۳۹۷ در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته شده باشند.
 ۲. به منظور افزایش قابلیت مقایسه، سال مالی آن‌ها منتهی به پایان اسفندماه باشد.
 ۳. در دوره زمانی ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۲، تغییر فعالیت یا تغییر سال مالی نداده باشند.
 ۴. جزء گروه خاص از جمله شرکت‌های سرمایه‌گذاری، واسطه‌گرهای مالی، بانک‌ها و لیزینگ نباشد.
- در نهایت، با توجه به شرایط فوق، داده‌های ۱۲۵ شرکت بورسی در بازه زمانی ۵ سال بررسی شدند.

مدل‌ها و متغیرهای تحقیق

تحقیق حاضر به دنبال بررسی نقش تعدیلی سرمایه فکری و مزیت رقابتی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد مالی است؛ بنابراین پژوهش حاضر از رگرسیون چندگانه به شرح زیر برای آزمون فرضیات استفاده خواهد کرد (جین و روی^۶، ۲۰۱۷):

$$\text{Performance}_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 \text{CSR}_{i,t} + \beta_2 \text{Size}_{i,t} + \beta_3 \text{Lev}_{i,t} + \beta_4 \text{MTB}_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad \text{مدل (۱)}$$

$$\text{CA}_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 \text{CSR}_{i,t} + \beta_2 \text{Size}_{i,t} + \beta_3 \text{Lev}_{i,t} + \beta_4 \text{MTB}_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad \text{مدل (۲)}$$

$$\text{IC}_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 \text{CSR}_{i,t} + \beta_2 \text{Size}_{i,t} + \beta_3 \text{Lev}_{i,t} + \beta_4 \text{MTB}_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad \text{مدل (۳)}$$

$$\text{CA}_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 \text{IC}_{i,t} + \beta_2 \text{Size}_{i,t} + \beta_3 \text{Lev}_{i,t} + \beta_4 \text{MTB}_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad \text{مدل (۴)}$$

⁶ Jain and Roy

$$\text{Performance}_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 \cdot \text{IC}_{i,t} + \beta_2 \cdot \text{Size}_{i,t} + \beta_3 \cdot \text{Lev}_{i,t} + \beta_4 \cdot \text{MTB}_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

(۵) مدل

$$\text{Firm Performance}_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 \cdot \text{CA}_{i,t} + \beta_2 \cdot \text{Size}_{i,t} + \beta_3 \cdot \text{Lev}_{i,t} + \beta_4 \cdot \text{MTB}_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

(۶) مدل

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها

در این پژوهش، سطح افشای مسئولیت اجتماعی (CSR) است. برای اندازه‌گیری آن از ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی که شامل شاخص‌های کمک‌های خیریه و عام‌المنفعه، نظام اطلاعاتی مدیریت محیط زیست، خرید و نصب تجهیزات برای جلوگیری از آلودگی محیط زیست، آموزش و رفاه و بهداشت کارکنان، اقداماتی جهت کاهش انرژی و کیفیت محصولات است، استفاده می‌شود (الهادی و همکاران، ۲۰۱۷). در پژوهش حاضر اگر هر شرکتی حداقل ۲ معیار از معیارهای فوق را رعایت و افشاء کرده باشد عدد یک و در غیر اینصورت صفر قرار می‌دهیم.

عملکرد مالی

در این پژوهش، عملکرد مالی شرکت‌ها، متغیر وابسته می‌باشد که برای محاسبه آن از معیار بازده حقوق صاحبان سهام (ROE) مورد سنجش قرار می‌دهیم. این نسبت بیانگر بازده سرمایه‌گذاری سهامداران شرکت می‌باشد و برای تشخیص توانایی مدیریت در کسب سود از حقوق صاحبان سهام استفاده می‌شود (عرب مازار یزدی و طاهرخانی، ۱۳۹۰).

$$\text{جمع حقوق صاحبان سهام} / \text{سود خالص} = \text{بازده حقوق صاحبان سهام}$$

سرمایه فکری

متغیر سرمایه فکری از نسبت کیوتوبین حاصل می‌شود (التونر و همکاران، ۲۰۱۵).

$$\text{کیوتوبین} = \text{ارزش دفتری کل دارایی‌ها} / (\text{ارزش دفتری کل بدهی‌ها} + \text{ارزش بازار سهام عادی})$$

مزیت رقابتی

در این پژوهش از شاخص لرنر (حاشیه قیمت منهای هزینه‌های عمومی، اداری و فروش تقسیم بر فروش) به عنوان معیار اندازه‌گیری رقابت بازار محصول استفاده خواهد شد. شاخص لرنر برابر است با قیمت محصول شرکت، منهای هزینه نهایی تولید. این شاخص به صورت مستقیم نشان‌دهنده ویژگی قدرت بازار، یعنی توانایی شرکت برای منظور نمودن قیمتی بیشتر از هزینه نهایی می‌باشد. چالش پیش روی به کارگیری شاخص لرنر در پژوهش‌های تجربی این است که هزینه‌های نهایی قابل مشاهده نیستند. از این رو، معمولاً محققان شاخص لرنر را از طریق حاشیه قیمت - هزینه تقریب می‌زنند (خواجوی و ابراهیمی، ۱۳۹۱). به پیروی از گاسپر و ماسا (۲۰۰۶) شاخص لرنر بر حسب سود عملیاتی تقسیم بر فروش تعریف می‌شود. با افزایش شاخص لرنر میزان رقابت افزایش می‌یابد؛ بدین معنی که شاخص لرنر با رقابت رابطه مستقیم دارد.

$$LI = \frac{SALE - COGS - SG\&A}{SALE}$$

SALE: فروش

COGS: بهای تمام شده کالای فروش رفته

SG&A: هزینه‌های عمومی، اداری و فروش

۵-۷. متغیرهای کنترلی

متغیرهای کنترلی مورد استفاده در این تحقیق به شرح زیر می‌باشند:

- اندازه شرکت (Size): لگاریتم طبیعی مجموع دارایی‌های شرکت برای سنجش اندازه استفاده می‌شود.
- اهرم مالی (Lev): اهرم مالی شرکت برابر است با تقسیم کل بدهی‌ها بر کل دارایی‌های شرکت.
- نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری سهام (MTB): از تقسیم ارزش بازار سهام به ارزش دفتری سهام بدست می‌آید.

یافته‌های تحقیق

آمار توصیفی

جدول (۱)، آمار توصیفی متغیر وابسته و متغیرهای مستقل و کنترلی مدل‌های اصلی مرتبط با فرضیه‌های تحقیق را نشان می‌دهد. تعداد مشاهدات مورد بررسی برای برآورد مدل بازده سهام ۶۲۵ مشاهده از ۱۲۵ شرکت است.

جدول ۱: آمار توصیفی متغیرهای تحقیق

متغیرهای پژوهش	میانگین	میانه	بیشینه	کمینه	انحراف معیار
مسئولیت اجتماعی	۰/۲۶۰	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۴۳۹
عملکرد مالی	۰/۳۷۶	۰/۰۲۸	۱۴/۵۸۶	-۰/۳۸۹	۴/۶۹۷
سرمایه فکری	۴/۷۷۹	۰/۷۴۹	۲۴/۹۶۲	۰/۴۸۹	۲/۶۸۱
مزیت رقابتی	۰/۳۸۴	۰/۱۵۸	۰/۹۸۰	-۰/۶۸۰	۰/۱۷۲
اندازه شرکت	۵/۹۲۷	۵/۸۶۴	۸/۰۰۸	۴/۵۶۲	۰/۵۶۳
اهرم مالی	۰/۶۹۱	۰/۶۵۸	۷/۰۶۴	۰/۰۰۸	۰/۴۹۹
نسبت ارزش بازار به دفتری	۱/۷۸۳	۱/۷۹۴	۸/۷۰۷	-۴/۵۵۹	۸/۳۴۳

آزمون فرضیه تحقیق

آزمون فرضیه اول

برای آزمون فرضیه تحقیق و برآورد مدل، ابتدا به منظور گزینش یکی از روش‌های داده‌های تابلویی یا ترکیبی، از آزمون قابلیت ادغام استفاده شده است. جدول (۲) نتایج حاصل از آزمون قابلیت ادغام برای مدل برآورد شده برای فرضیه تحقیق را نشان می‌دهد.

جدول ۲: نتایج حاصل از آزمون قابلیت ادغام

آماره آزمون	معناداری
۲/۰۰۳	۰/۴۲۲

چنانچه جدول (۲) نشان می‌دهد، مقدار معناداری آماره F بزرگتر از ۰/۰۵ است که برتری استفاده از روش داده‌های ادغام شده در برابر روش داده‌های تابلویی را نشان می‌دهد، بنابراین نیازی به انجام از آزمون هاسمن نیست. نتایج حاصل از برآورد مدل رگرسیون، در جدول (۳) ارائه شده است.

جدول ۳: نتایج حاصل از بررسی ضرایب جزئی مدل

متغیرها	ضرایب	خطای استاندارد	آماره t	معناداری
مسئولیت اجتماعی	۶۳/۹۰۶	۳۰/۳۶۰	۲/۱۰۴	۰/۰۳۵
اندازه شرکت	-۱۲۹/۰۲۵	۲۶/۹۷۴	-۴/۷۸۳	۰/۰۰۰
اهرم مالی	۱۴/۰۷۲	۷/۹۸۵	۱/۷۶۲	۰/۰۷۸
نسبت ارزش بازار به دفتری	۶/۶۴۲	۴/۱۵۸	۱/۵۹۷	۰/۱۱۰
مقدار ثابت	۸۴۵/۴۶۳	۱۵۰/۶۱۱	۵/۶۱۳	۰/۰۰۰
ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	آماره F	معناداری آماره F	آماره دوربین-واتسون
۰/۶۳۷	۰/۶۳۵	۲۵/۲۷۷	۰/۰۰۰	۱/۶۵۲

همان‌طور که در جدول شماره ۳ ملاحظه می‌شود، مقدار آماره F و سطح معناداری مربوط به این آماره، بیانگر این است که فرضیه صفر آماری که همان بی‌معنا بودن کل مدل (صفر بودن تمام ضرایب) است، رد می‌شود و مدل رگرسیون برآورد شده، در کل معنادار است. در این مدل، ضریب تعیین برابر با ۰/۶۳۷ است. یعنی ۶۳/۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل و کنترلی قابل توضیح است. همچنین، مقدار آماره دوربین-واتسون مدل که برابر با ۱/۶۵۲ است، در فاصله بین ۱/۵۰۰ و ۲/۵۰۰ قرار دارد و نشان‌دهنده این است که بین خطاهای مدل خودهمبستگی وجود ندارد.

ضریب منفی متغیر مستقل مورد بررسی، بیانگر رابطه مثبت بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد است. سطح معناداری مربوط به آماره t متغیر مستقل نیز بیانگر این است که این رابطه از لحاظ آماری معنادار است. فرضیه پژوهش در سطح اطمینان ۹۵ درصد تایید می‌شود. ضریب مربوط به متغیر مستقل بیانگر این است که با یک واحد افزایش در مسئولیت اجتماعی، به میزان $۶۳/۹۰۶$ واحد در میزان عملکرد افزایش می‌یابد. این در حالیست که سطح معناداری متغیرهای کنترلی نشان دهنده این است که رابطه اندازه شرکت با عملکرد مثبت و معنادار شد. در حالی که رابطه اهرم مالی و ارزش بازار به دفتری سهام با عملکرد معنادار نشد.

۸-۲-۲. آزمون فرضیه دوم

برای آزمون فرضیه تحقیق و برآورد مدل، ابتدا به منظور گزینش یکی از روش‌های داده‌های تابلویی یا ترکیبی، از آزمون قابلیت ادغام استفاده شده است. جدول (۴) نتایج حاصل از آزمون قابلیت ادغام برای مدل برآورد شده برای فرضیه تحقیق را نشان می‌دهد.

جدول ۴: نتایج حاصل از آزمون قابلیت ادغام

آماره آزمون	معناداری
۱۴/۳۸۸	۰/۰۰۰

چنانچه جدول (۴) نشان می‌دهد، مقدار معناداری آماره F کوچک‌تر از $۰/۰۵$ است که برتری استفاده از روش داده‌های تابلویی در برابر روش داده‌های ادغام شده را نشان می‌دهد، بنابراین برای انتخاب یکی از روش‌های اثرات ثابت و اثرات تصادفی، از آزمون هاسمن استفاده شده است. جدول شماره ۵ نتایج حاصل از آزمون هاسمن برای مدل مربوط به فرضیه دوم پژوهش را نشان می‌دهد.

جدول ۵: نتایج حاصل از آزمون هاسمن

آماره کای مربع	معناداری
۴/۲۷۹	۰/۳۶۹

همان‌طور که جدول شماره ۵ نشان می‌دهد، مقدار معناداری آماره کای مربع بزرگتر از $۰/۰۵$ است که نشان‌دهنده مرجح بودن استفاده از روش داده‌های تابلویی اثرات تصادفی در مقابل اثرات ثابت است. بنابراین، برای برآورد مدل مربوط به فرضیه از روش داده‌های تابلویی اثرات تصادفی استفاده شده است که نتایج حاصل از برآورد مدل رگرسیون، در جدول شماره ۶ ارائه شده است.

جدول ۶: نتایج حاصل از بررسی ضرایب جزئی مدل

متغیرها	ضرایب	خطای استاندارد	آماره t	معناداری
مسئولیت اجتماعی	۰/۱۵۹	۰/۰۲۴	۶/۳۸۷	۰/۰۰۰
اندازه شرکت	-۰/۰۷۶	۰/۱۲۵	-۰/۶۱۴	۰/۵۳۸
اهرم مالی	-۰/۰۴۷	۰/۲۵۸	-۰/۱۸۴	۰/۸۵۳
نسبت ارزش بازار به دفتری	۰/۰۰۱	۰/۰۰۰۴	۲/۸۹۷	۰/۰۰۳
مقدار ثابت	۰/۷۳۵	۰/۷۲۶	۱/۰۱۴	۰/۳۱۲
ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	آماره F	معناداری آماره F	آماره دورین-واتسون
۰/۵۶۷	۰/۵۶۶	۴۵/۳۳۸	۰/۰۰۰	۱/۹۴۵

همان‌طور که در جدول شماره ۶ ملاحظه می‌شود، مقدار آماره F و سطح معناداری مربوط به این آماره، بیانگر این است که فرضیه صفر آماری که همان بی‌معنا بودن کل مدل (صفر بودن تمام ضرایب) است، رد می‌شود و مدل رگرسیون برآورد شده، در کل معنادار است. در این مدل، ضریب تعیین برابر با ۰/۵۶۷ است. یعنی ۵۶/۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل و کنترلی قابل توضیح است. همچنین، مقدار آماره دورین-واتسون مدل که برابر با ۱/۹۴۵ است، در فاصله بین ۱/۵۰۰ و ۲/۵۰۰ قرار دارد و نشان‌دهنده این است که بین خطاهای مدل خودهمبستگی وجود ندارد.

ضریب منفی متغیر مستقل مورد بررسی، بیانگر رابطه مثبت بین مسئولیت اجتماعی و مزیت رقابتی است. سطح معناداری مربوط به آماره t متغیر مستقل نیز بیانگر این است که این رابطه از لحاظ آماری معنادار است. فرضیه پژوهش در سطح اطمینان ۹۵ درصد تایید می‌شود. ضریب مربوط به متغیر مستقل بیانگر این است که با یک واحد افزایش در مسئولیت اجتماعی، به میزان ۰/۱۵۹ واحد در میزان مزیت رقابتی افزایش می‌یابد. این در حالیست که سطح معناداری متغیرهای کنترلی نشان‌دهنده این است که رابطه نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری سهام عادی با مزیت رقابتی مثبت و معنادار شد. در حالی که رابطه اهرم مالی و اندازه شرکت با مزیت رقابتی معنادار نشد.

آزمون فرضیه سوم پژوهش

برای برآورد مدل، ابتدا به منظور گزینش یکی از روش‌های داده‌های تابلویی و داده‌های تلفیقی، از آزمون قابلیت ادغام^۷ (روش اثرات مشترک یا ادغام) استفاده شده است. جدول شماره ۹ نتایج حاصل از آزمون قابلیت ادغام برای مدل برآورد شده برای فرضیه پژوهش را نشان می‌دهد.

^۷ Pooled

جدول ۷: نتایج حاصل از آزمون قابلیت ادغام

سطح معناداری	آماره آزمون
۰/۰۰۰	۹/۵۵۳

چنانچه جدول شماره ۷ نشان می‌دهد، مقدار معناداری آماره F کوچک‌تر از ۰/۰۵ است که برتری استفاده از روش داده‌های تابلویی در برابر روش داده‌های ادغام شده را نشان می‌دهد، بنابراین برای انتخاب یکی از روش‌های اثرات ثابت و اثرات تصادفی، از آزمون هاسمن استفاده شده است. جدول شماره ۸ نتایج حاصل از آزمون هاسمن برای مدل مربوط به فرضیه پژوهش را نشان می‌دهد.

جدول ۸: نتایج حاصل از آزمون هاسمن

معناداری	آماره کای مربع
۰/۰۸۸	۸/۰۸۹

همان‌طور که جدول شماره ۸ نشان می‌دهد، مقدار معناداری آماره کای مربع بزرگتر از ۰/۰۵ است که نشان‌دهنده مرجح بودن استفاده از روش داده‌های تابلویی اثرات تصادفی در مقابل اثرات ثابت است. بنابراین، برای برآورد مدل مربوط به فرضیه از روش داده‌های تابلویی اثرات تصادفی استفاده شده است که نتایج حاصل از برآورد مدل رگرسیون، در جدول شماره ۹ ارائه شده است.

جدول ۹: نتایج حاصل از بررسی ضرایب جزئی مدل

متغیرها	ضرایب	خطای استاندارد	آماره t	معناداری
مسئولیت اجتماعی	۰/۵۸۲	۰/۱۲۸	۴/۵۲۷	۰/۰۰۰
اندازه شرکت	۰/۱۸۳	۰/۳۰۲	۰/۶۰۴	۰/۵۴۵
اهرم مالی	-۳/۸۵۹	۱/۵۱۰	-۲/۵۵۵	۰/۰۱۰
نسبت ارزش بازار به دفتری	-۰/۰۰۰۲	۰/۰۰۱	-۰/۲۵۳	۰/۷۹۹
مقدار ثابت	۲/۰۷۰	۱/۶۱۵	۱/۸۱۵	۰/۲۰۰
ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	آماره F	معناداری آماره F	آماره دوربین-واتسون
۰/۵۷۴	۰/۵۷۲	۲۰/۷۸۹	۰/۰۰۰	۱/۸۳۶

همان‌طور که در جدول شماره ۹ ملاحظه می‌شود، مقدار آماره F و سطح معناداری مربوط به این آماره، بیانگر این است که فرضیه صفر آماری که همان بی‌معنا بودن کل مدل (صفر بودن تمام ضرایب) است، رد می‌شود و مدل رگرسیون برآورد شده، در کل معنادار است. در این مدل، ضریب تعیین برابر با $0/574$ است. یعنی $57/4$ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل و کنترلی قابل توضیح است. همچنین، مقدار آماره دوربین-واتسون مدل که برابر با $1/836$ است، در فاصله بین $1/500$ و $2/500$ قرار دارد و نشان‌دهنده این است که بین خطاهای مدل خودهمبستگی وجود ندارد.

ضریب منفی متغیر مستقل مورد بررسی، بیانگر رابطه مثبت بین مسئولیت اجتماعی و سرمایه فکری است. سطح معناداری مربوط به آماره t متغیر مستقل نیز بیانگر این است که این رابطه از لحاظ آماری معنادار است. فرضیه پژوهش در سطح اطمینان 95 درصد تایید می‌شود. ضریب مربوط به متغیر مستقل بیانگر این است که با یک واحد افزایش در مسئولیت اجتماعی، به میزان $0/582$ واحد در میزان سرمایه فکری افزایش می‌یابد. این در حالیست که سطح معناداری متغیرهای کنترلی نشان‌دهنده این است که رابطه بین اهرم مالی با سرمایه فکری منفی و معنادار شد. در حالی که رابطه نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری سهام عادی و اندازه شرکت با سرمایه فکری معنادار نشد.

۸-۲-۴. آزمون فرضیه چهارم پژوهش

برای برآورد مدل، ابتدا به منظور گزینش یکی از روش‌های داده‌های تابلویی و داده‌های تلفیقی، از آزمون قابلیت ادغام^۸ (روش اثرات مشترک یا ادغام) استفاده شده است. جدول شماره ۱۰ نتایج حاصل از آزمون قابلیت ادغام برای مدل برآورد شده برای فرضیه پژوهش را نشان می‌دهد.

جدول ۱۰: نتایج حاصل از آزمون قابلیت ادغام

سطح معناداری	آماره آزمون
$0/000$	$14/388$

چنانچه جدول شماره ۱۰ نشان می‌دهد، مقدار معناداری آماره F کوچک‌تر از $0/05$ است که برتری استفاده از روش داده‌های تابلویی در برابر روش داده‌های ادغام شده را نشان می‌دهد، بنابراین برای انتخاب یکی از روش‌های اثرات ثابت و اثرات تصادفی، از آزمون هاسمن استفاده شده است. جدول شماره ۱۱ نتایج حاصل از آزمون هاسمن برای مدل مربوط به فرضیه پژوهش را نشان می‌دهد.

⁸ Pooled

جدول ۱۱: نتایج حاصل از آزمون هاسمن

معناداری	آماره کای مربع
۰/۴۸۲	۳/۴۶۷

همان‌طور که جدول شماره ۱۱ نشان می‌دهد، مقدار معناداری آماره کای مربع بزرگتر از ۰/۰۵ است که نشان‌دهنده مرجح بودن استفاده از روش داده‌های تابلویی اثرات تصادفی در مقابل اثرات ثابت است. بنابراین، برای برآورد مدل مربوط به فرضیه از روش داده‌های تابلویی اثرات تصادفی استفاده شده است که نتایج حاصل از برآورد مدل رگرسیون، در جدول شماره ۱۲ ارائه شده است.

جدول ۱۲: نتایج حاصل از بررسی ضرایب جزئی مدل

متغیرها	ضرایب	خطای استاندارد	آماره t	معناداری
سرمایه فکری	-۰/۱۶۶	۰/۰۳۹	-۴/۱۸۲	۰/۰۰۰
اندازه شرکت	۰/۰۵۰	۰/۰۹۶	۰/۵۲۶	۰/۵۹۹
اهرم مالی	-۱/۱۱۰	۰/۲۱۱	-۵/۲۳۸	۰/۰۰۰
نسبت ارزش بازار به دفتری	۰/۰۰۰۹	۰/۰۰۰۳	۲/۶۴۰	۰/۰۰۸
مقدار ثابت	۰/۷۶۴	۰/۵۷۷	۱/۳۲۳	۰/۱۸۶
ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	آماره F	معناداری آماره F	آماره دوربین-واتسون
۰/۶۵۵	۰/۶۵۴	۳۳/۱۰۴	۰/۰۰۰	۱/۸۸۶

همان‌طور که در جدول شماره ۱۲ ملاحظه می‌شود، مقدار آماره F و سطح معناداری مربوط به این آماره، بیانگر این است که فرضیه صفر آماری که همان بی‌معنا بودن کل مدل (صفر بودن تمام ضرایب) است، رد می‌شود و مدل رگرسیون برآورد شده، در کل معنادار است. در این مدل، ضریب تعیین برابر با ۰/۶۵۵ است. یعنی ۶۵/۵ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل و کنترلی قابل توضیح است. همچنین، مقدار آماره دوربین-واتسون مدل که برابر با ۱/۸۸۶ است، در فاصله بین ۱/۵۰۰ و ۲/۵۰۰ قرار دارد و نشان‌دهنده این است که بین خطاهای مدل خودهمبستگی وجود ندارد.

ضریب منفی متغیر مستقل مورد بررسی، بیانگر رابطه مثبت بین سرمایه فکری و مزیت رقابتی است. سطح معناداری مربوط به آماره t متغیر مستقل نیز بیانگر این است که این رابطه از لحاظ آماری معنادار است. فرضیه پژوهش در سطح

اطمینان ۹۵ درصد تایید می‌شود. ضریب مربوط به متغیر مستقل بیانگر این است که با یک واحد افزایش در سرمایه فکری، به میزان ۰/۱۶۶ واحد در میزان مزیت رقابتی کاهش می‌یابد. این در حالیکه سطح معناداری متغیرهای کنترلی نشان دهنده این است که رابطه بین اهرم مالی با سرمایه فکری منفی و معنادار؛ رابطه بین ارزش بازار به دفتری سهام عادی با مزیت رقابتی مثبت و معنادار شد. در حالی که رابطه اندازه شرکت با سرمایه فکری معنادار نشد.

۸-۲-۵. آزمون فرضیه پنجم پژوهش

برای برآورد مدل، ابتدا به منظور گزینش یکی از روش‌های داده‌های تابلویی و داده‌های تلفیقی، از آزمون قابلیت ادغام^۹ (روش اثرات مشترک یا ادغام) استفاده شده است. جدول شماره ۱۳ نتایج حاصل از آزمون قابلیت ادغام برای مدل برآورد شده برای فرضیه پژوهش را نشان می‌دهد.

جدول ۱۳: نتایج حاصل از آزمون قابلیت ادغام

سطح معناداری	آماره آزمون
۰/۴۲۰	۱/۰۲۴

چنانچه جدول شماره ۱۳ نشان می‌دهد، مقدار معناداری آماره F بزرگتر از ۰/۰۵ است که برتری استفاده از روش داده‌های ادغام شده در برابر روش داده‌های تابلویی را نشان می‌دهد، بنابراین نیازی به انجام از آزمون هاسمن نیست. نتایج حاصل از برآورد مدل رگرسیون، در جدول شماره ۱۴ ارائه شده است.

جدول ۱۴: نتایج حاصل از بررسی ضرایب جزئی مدل

متغیرها	ضرایب	خطای استاندارد	آماره t	معناداری
سرمایه فکری	۶/۷۵۶	۱/۵۸۳	۴/۲۶۷	۰/۰۰۰
اندازه شرکت	۸/۲۸۶	۲۸/۱۹۰	۰/۲۹۳	۰/۷۶۸
اهرم مالی	-۳۳/۰۱۰	۹۳/۹۸۹	-۰/۳۵۱	۰/۷۲۵
نسبت ارزش بازار به دفتری	۲۳/۲۷۴	۵/۳۱۰	-۴/۳۸۲	۰/۰۰۰
مقدار ثابت	۱۰۵/۵۴۱	۱۳۲/۵۵۹	۰/۷۹۶	۰/۴۲۶
ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	آماره F	معناداری آماره F	آماره دوربین-واتسون
۰/۷۲۰	۰/۷۱۹	۶۴/۳۵۸	۰/۰۰۰	۱/۸۶۴

⁹ Pooled

همان‌طور که در جدول شماره ۱۴ ملاحظه می‌شود، مقدار آماره F و سطح معناداری مربوط به این آماره، بیانگر این است که فرضیه صفر آماری که همان بی‌معنا بودن کل مدل (صفر بودن تمام ضرایب) است، رد می‌شود و مدل رگرسیون برآورد شده، در کل معنادار است. در این مدل، ضریب تعیین برابر با $۰/۷۲۰$ است. یعنی ۷۲ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل و کنترلی قابل توضیح است. همچنین، مقدار آماره دورین-واتسون مدل که برابر با $۱/۸۶۴$ است، در فاصله بین $۱/۵۰۰$ و $۲/۵۰۰$ قرار دارد و نشان‌دهنده این است که بین خطاهای مدل خودهمبستگی وجود ندارد.

ضریب منفی متغیر مستقل مورد بررسی، بیانگر رابطه مثبت بین سرمایه فکری و عملکرد است. سطح معناداری مربوط به آماره t متغیر مستقل نیز بیانگر این است که این رابطه از لحاظ آماری معنادار است. فرضیه پژوهش در سطح اطمینان ۹۵ درصد تایید می‌شود. ضریب مربوط به متغیر مستقل بیانگر این است که با یک واحد افزایش در سرمایه فکری، به میزان $۶/۷۵۶$ واحد در میزان عملکرد افزایش می‌یابد. این در حالیست که سطح معناداری متغیرهای کنترلی نشان‌دهنده این است که رابطه ارزش بازار به دفتری سهام با عملکرد مثبت و معنادار شد. در حالی که رابطه اهرم مالی و اندازه شرکت با عملکرد معنادار نشد.

۸-۲-۶. آزمون فرضیه ششم پژوهش

برای برآورد مدل، ابتدا به منظور گزینش یکی از روش‌های داده‌های تابلویی و داده‌های تلفیقی، از آزمون قابلیت ادغام^{۱۰} (روش اثرات مشترک یا ادغام) استفاده شده است. جدول شماره ۱۵ نتایج حاصل از آزمون قابلیت ادغام برای مدل برآورد شده برای فرضیه پژوهش را نشان می‌دهد.

جدول ۱۵: نتایج حاصل از آزمون قابلیت ادغام

سطح معناداری	آماره آزمون
$۰/۴۱۶$	$۱/۰۲۶$

چنانچه جدول شماره ۱۵ نشان می‌دهد، مقدار معناداری آماره F بزرگتر از $۰/۰۵$ است که برتری استفاده از روش داده‌های ادغام شده در برابر روش داده‌های تابلویی را نشان می‌دهد، بنابراین نیازی به انجام از آزمون هاسمن نیست. نتایج حاصل از برآورد مدل رگرسیون، در جدول شماره ۱۶ ارائه شده است.

¹⁰ Pooled

جدول ۱۶: نتایج حاصل از بررسی ضرایب جزئی مدل

متغیرها	ضرایب	خطای استاندارد	آماره t	معناداری
مزیت رقابتی	۸۶/۴۷۸	۳۷/۶۱۲	۲/۲۹۹	۰/۰۲۱
اندازه شرکت	۷۶/۸۹۸	۲۲/۷۹۶	۳/۳۷۳	۰/۰۰۰
اهرم مالی	۶۲/۹۹۵	۶۹/۳۵۴	۰/۹۰۸	۰/۳۶۴
نسبت ارزش بازار به دفتری	۱۰/۰۲۸	۳/۶۱۳	۲/۷۷۵	۰/۰۰۵
مقدار ثابت	۴۷۷/۵۰۷	۱۲۶/۰۰۹	۳/۷۸۹	۰/۰۰۰
ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	آماره F	معناداری آماره F	آماره دوربین-واتسون
۰/۶۲۰	۰/۶۱۹	۶۱/۵۷۱	۰/۰۰۰	۱/۸۶۲

همان‌طور که در جدول شماره ۱۶ ملاحظه می‌شود، مقدار آماره F و سطح معناداری مربوط به این آماره، بیانگر این است که فرضیه صفر آماری که همان بی‌معنا بودن کل مدل (صفر بودن تمام ضرایب) است، رد می‌شود و مدل رگرسیون برآورد شده، در کل معنادار است. در این مدل، ضریب تعیین برابر با ۰/۶۲۰ است. یعنی ۶۲ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل و کنترلی قابل توضیح است. همچنین، مقدار آماره دوربین-واتسون مدل که برابر با ۱/۸۶۲ است، در فاصله بین ۱/۵۰۰ و ۲/۵۰۰ قرار دارد و نشان‌دهنده این است که بین خطاهای مدل خودهمبستگی وجود ندارد.

ضریب منفی متغیر مستقل مورد بررسی، بیانگر رابطه مثبت بین مزیت رقابتی و عملکرد است. سطح معناداری مربوط به آماره t متغیر مستقل نیز بیانگر این است که این رابطه از لحاظ آماری معنادار است. فرضیه پژوهش در سطح اطمینان ۹۵ درصد تایید می‌شود. ضریب مربوط به متغیر مستقل بیانگر این است که با یک واحد افزایش در مزیت رقابتی، به میزان ۸۶/۴۷۸ واحد در میزان عملکرد افزایش می‌یابد. این در حالیکه سطح معناداری متغیرهای کنترلی نشان‌دهنده این است که رابطه اندازه شرکت و ارزش بازار به دفتری سهام با عملکرد مثبت و معنادار شد. در حالی که رابطه اهرم مالی با عملکرد معنادار نشد.

نتیجه‌گیری

هدف این تحقیق، بررسی نقش تعدیلی سرمایه فکری و مزیت رقابتی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد مالی است. بدین منظور ۱۲۵ شرکت از بین شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار که در بازه زمانی ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۲ بوده و اطلاعات لازم برای محاسبه متغیرهای تحقیق را داشته‌اند به عنوان نمونه انتخاب گردیدند. یک شرکت، زمانی به تعهد اجتماعی خود عمل می‌کند که به مسئولیت‌های قانونی و اقتصادی خود عمل کند و نه بیشتر؛ به عبارت دیگر، شرکت به حداقل مسئولیتی که قانون از او خواسته است، عمل می‌کند. چنانچه شرکتی، هدف اجتماعی

را ترغیب کند، تنها به منظور رسیدن به اهداف اقتصادی خود است و نه چیز دیگر. مسئولیت اجتماعی با ورود خود، یک چارچوب حاکمیت اخلاقی را اضافه می‌کند که براساس آن، شرکت‌ها به فعالیت‌هایی اقدام می‌کنند که وضع جامعه را بهتر کرده و از انجام کارهایی که باعث بدتر شدن وضعیت جامعه می‌شود نیز پرهیز کنند. پاسخگویی اجتماعی اشاره به توان و ظرفیت شرکت در جهت عمل و اقدام نسبت به خواسته‌ها و انتظارات جامعه دارد (هاشمی، ۱۳۹۰).

سرمایه فکری موضوع جدیدی است که به لحاظ نظری جایگاه ویژه‌ای را در سطح جهانی به خود اختصاص داده است و به عنوان منبعی پرارزش برای سازمان‌ها و شاخصی در توسعه‌یافتگی کشورها و سرمایه‌ای کلیدی در رشد کار آفرینی به حساب می‌آید. امروزه ضرورت توسعه و مدیریت سرمایه فکری به یک الزام جدی هم در سطح ملی و هم در عرصه کسب و کار تبدیل شده است. به ویژه شرایط اقتصادی جدید، کشورها را به فکر ایجاد چارچوب‌ها و راهکارهای جدید اقتصادی و توسعه ظرفیت‌های موجود و توسعه سرمایه ارتباطی انداخته است و رقابت شدیدی را در دستیابی به منابع و بازارهای رقابتی در این زمینه را نمایان می‌کند تا جایی که امروزه عرصه رقابت جهانی، بر عناصر سرمایه فکری تأکید نموده و سازمان‌های بین‌المللی به طرح چارچوب‌های جهانی برای مدیریت سرمایه فکری می‌پردازند. بر این اساس، سنجش سرمایه فکری هم در سطح کلان و هم در سطح خرد به ضرورتی غیرقابل انکار برای پذیرش و رقابت در بازارهای بین‌المللی و به عنوان شرطی برای سرمایه‌گذاری تبدیل شده است (بنتیس^{۱۱}، ۲۰۰۴).

مزیت رقابتی از طریق فرآیند پیچیده‌ای ایجاد می‌شود. تفاوت در ساختار اقتصاد ملی، فرهنگی، ارزش‌ها و نهادها و تاریخ کشورها بر مزیت رقابتی تأثیر دارد و کشوری که بتواند از این عوامل در توسعه نقش بنگاه‌های خود استفاده مؤثر نماید، شرایطی را فراهم می‌آورد که نقش بنگاه‌های اقتصادی آن در اقتصاد بین‌الملل به‌طور مستمر افزایش یابد. در این دیدگاه به نقش دولت‌ها در ایجاد چنین محیطی تأکید می‌شود. مایکل پورتر رشد مستمر و ماندگاری یک کشور در صحنه جهانی را به توانایی آن کشور در ایجاد محیطی برای خلق مزیت رقابتی توسط بنگاه‌های داخلی مرتبط می‌داند و به نقش دولت‌ها در ایجاد چنین محیطی تأکید دارد (پورتر، ۱۹۹۰).

رشد و شکوفایی اقتصاد هر کشوری به سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی مناسب بستگی دارد. هدایت صحیح جریان‌های نقدی به سمت سرمایه‌گذاری‌های مناسب باعث رشد اقتصادی، افزایش تولید ناخالص ملی، ایجاد اشتغال، افزایش درآمد سرانه و نهایتاً رفاه عمومی خواهد شد. بدون شک، عمده‌ترین اقدام در جهت تشویق مردم به سرمایه‌گذاری یا خرید سهام شرکت‌ها، بهبود شاخص‌های عملکرد و کاهش ریسک شرکت‌هاست. در این میان، عوامل مختلفی می‌توانند بر عملکرد شرکت‌ها تأثیرگذار باشند (چاتو^{۱۲} و همکاران، ۲۰۰۷).

سرمایه‌گذاران برای انجام سرمایه‌گذاری‌های خود به اطلاعات مالی نیاز دارند تا بتوانند سرمایه‌گذاری‌های مناسبی انجام دهند. صورت‌های مالی نقش عمده‌ای در تشریح وضعیت مالی و عملکرد مالی شرکت‌ها دارند. تجزیه و تحلیل درست

¹¹ Bontis

¹² Chathoth

عوامل موثر بر عملکرد مالی شرکت‌ها می‌تواند سرمایه‌گذاران را در جهت اتخاذ تصمیمات بهینه کمک کند. علاوه بر آن آشنایی مدیران با عوامل موثر بر عملکرد شرکت‌ها نیز موجب خواهد شد تا آنان تصمیماتی را اتخاذ نمایند که بهترین تصمیم برای شرکت تابعه آنان باشد. مفاهیم مالی اصول نظری مدیریت استراتژیک بیانگر این موضوع هستند که شرکت‌ها قبل از اتخاذ تصمیم در مورد سرمایه‌گذاری‌های خود باید منابع مالی خود را بررسی کرده، وجوه خود را به نحوی تخصیص دهند که ضمن گردش عملیات شرکت در کوتاه‌مدت، موفقیت بلندمدت خود را در نظر گرفته باشند. در این راستا، بررسی همه جانبه و کلی عوامل اثرگذار بر عملکرد شرکت ضروری به نظر می‌رسد. برخی از این عوامل ناشی از محیط فعالیت شرکت هستند که در سطوح کلان، صنعت و خود شرکت می‌توانند بر کارایی و سودآوری شرکت موثر واقع شوند. عامل دیگر، سیاست‌های تدوین شده توسط مدیریت عالی است که بر عملکرد شرکت موثر هستند. علاوه بر آن ساختار سرمایه نیز از طریق هزینه سرمایه و ریسک ناشی از وام‌گیری می‌تواند بر عملکرد شرکت تاثیرگذار باشد (اولسن^{۱۳} و همکاران، ۱۹۹۸).

سودآوری و عملکرد مطلوب یک شرکت، ثروت صاحبان سهام و اعتباردهندگان را تحت تاثیر قرار می‌دهد. این در حالیکه این دو گروه (سهامداران و اعتباردهندگان) دارای تضاد منافع با یکدیگر بوده، به سودآوری و عملکرد شرکت از دیدگاه‌های متفاوتی توجه می‌کنند (کاپون^{۱۴} و همکاران، ۱۹۹۰).

در راستای پژوهش انجام شده و نتایج بدست آمده از آن برخی از پیشنهادهاى تحقیق به شرح زیر بیان می‌شود:

- شرکت‌ها مزیت رقابتی را بطور دقیق‌تر و صحیح‌تری انجام دهند تا با مشکلات درون سازمانی و برون سازمانی مواجه نشوند.
- شرکت‌ها بطور مدرن‌تری به تحلیل سرمایه‌فکری بپردازند تا موفقیت شرکت افزایش یابد.
- یکی از مسئولیت‌هایی که شرکت‌ها دارند مسئولیت در قبال عموم مردم است؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود شرکت‌ها بطور جد توجه بیشتری نسبت به این مقوله داشته باشند.
- مدیران باید سطح دید خود را گسترش دهند تا بتوانند برنامه‌های بلندمدت‌تری را ایجاد کنند.

منابع و مآخذ

۱. حاجیه‌ها، زهره و سرافراز، بهمن، (۱۳۹۳)، «بررسی رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها و هزینه حقوق صاحبان سهام در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران»، پژوهش‌های تجربی حسابداری، سال چهارم، شماره ۱۴، صص ۱۰۵-۱۲۳.
۲. خواجوی، شکر اله و ابراهیمی، مهرداد، (۱۳۹۱). «بررسی تأثیر قدرت بازار محصول بر نقد شوندگی سهام شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران»، چشم‌انداز مدیریت مالی، شماره ۵، صص ۱۰۵-۹۱.

¹³ Olsen

¹⁴ Capon

۳. خواجهی، شکر اله؛ محسنی فرد، غلامعلی؛ رضایی، غلامرضا؛ حسینی راد، سید داود، (۱۳۹۲). «بررسی اثرهای رقابت بازار محصول بر مدیریت سود شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران»، فصلنامه علمی-پژوهشی مدیریت دارایی و تأمین مالی، شماره ۳، سال اول، صص ۱۱۹-۱۳۴.
۴. ستایش، محمدحسین و کارگر فرد جهرمی، محدثه، (۱۳۹۰)، «بررسی تأثیر رقابت بازار محصول بر ساختار سرمایه»، پژوهش‌های تجربی حسابداری مالی، سال اول، شماره ۱.
۵. سعیدی، علی و شیرینی قهقی، امیر، (۱۳۹۱)، «ساختار مالکیت و عملکرد شرکت‌ها (شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران)»، فصلنامه بورس اوراق بهادار تهران، شماره ۱۸، سال پنجم.
۶. شورورزی، محمدرضا و آزادوار، ایمان، (۱۳۸۹)، «تجزیه و تحلیل ارتباط میان فرصت‌های سرمایه‌گذاری و عملکرد شرکت‌ها»، مجله حسابداری مدیریت، سال سوم، شماره ششم.
۷. صادقی، حسین و رحیمی، پریسا، (۱۳۹۱)، «بررسی رتبه بین ساختار مالکیت و عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس با استفاده از سیستم معاملات همزمان»، مجله پژوهش‌های حسابداری مالی، سال چهارم، شماره چهارم، صص ۸۹-۱۰۲.
۸. عرب مازار یزدی، محمد و طاهرخانی، رضا، (۱۳۹۰)، «تأثیر ترکیب هیئت‌مدیره بر عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران»، فصلنامه مطالعات حسابداری، شماره ۲۹، صص ۹۷-۱۱۳.
۹. فاریابی، محمد؛ صنوبر، ناصر؛ قدرتی، اکبر و میدانداری، فهیمه، (۱۳۹۳)، «بررسی تأثیر اقدامات مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها (CSR) بر مصرف مسئولانه»، جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، دوره ۲، شماره ۲، صص ۹۷-۱۱۹.
۱۰. فروغی، داریوش و نادم، مسعود، (۱۳۸۹)، «بررسی تأثیر ویژگی‌های خاص سازمانی بر رابطه سود و بازده»، حسابداری مالی، دوره ۲، شماره ۷، صص ۷۳-۹۶.
۱۱. نمازی، محمد و ابراهیمی، شهاب، (۱۳۹۱). «بررسی ارتباط بین ساختار رقابتی بازار محصول و بازده سهام»، پژوهش‌های تجربی حسابداری مالی، سال دوم، شماره ۱، صص ۹-۲۷.
12. Bagnoli, M., Watts, S., (2010). Oligopoly, Disclosure, and Earnings Management. The Accounting Review, 85(4), 1191-214.
13. Cheng, P., Man, P. and h. Yi, C. (2013), The Impact of Product Market Competition on Earnings Quality, Accounting and finance, 53, 137 – 162.
14. Clarkson, P. M., Fang, X., Li, Y., & Richardson, G. (2013). The relevance of environmental disclosures: Are such disclosures incrementally informative? Journal of Accounting and Public Policy, 32(5), 410-431.
15. Christian Andres, (2008), Large shareholders and firm performance: An empirical examination of founding-family ownership, Journal of Corporate Finance 14(431-445).
16. Karuna, C. Subramanyam. And Tian, F. (2012), Industry Product Market Competition and Earnings Management, <http://experiments.cob.calpoly.ed>.

17. Lank, E. (1997). Leveraging invisible assets: The human factor, Long Range Planning, Vol. 30 No. 3, pp. 406-412.
18. Mishra, Dev R., Sadok El Ghoul., Omran Guedhami., Chuk C. Y. Kwok., (2011). Does Corporate Social Responsibility Affect the Cost of Capital?. Journal of Banking & Finance, Vol. 35, Issue 9, pp. 2388-2406.
19. Panayiotis C. Andreou, Daphna Ehrlich and Christodoulos Louca, (2013), Managerial Ability and Firm Performance: Evidence from the Global Financial Crisis, www.efmaefm.org
20. Park, Sungbeen, Sujin Song, Seoki Lee. (2017). corporate social responsibility and systematic risk of restaurant firms: The moderating role of geographical diversification, Tourism. Management 59 (2017) 610e620.
21. Priyanka Jain Vishal Vyas Ankur Roy, (2017), Exploring the Mediating Role of Intellectual Capital and Competitive Advantage on the Relation between CSR and Financial Performance in SMEs, Social Responsibility Journal, Vol. 13 Iss 1.
22. Samy, Martin; Odemilhin, Godwin; Bampton, Roberta. (2010). Corporate social responsibility: a strategy for sustainable business success. An analysis of 20 selected British companies, Journal of Corporate Governance, 10 (2), 203-217.
23. Sandhu, H S; Kapoor, Shveta. (2010). Corporate social responsibility initiatives: An analysis of voluntary corporate disclosure. South Asian Journal of Management, 17 (2), 47-80.

Abstract

The purpose of this study is to examine the moderating role of intellectual capital and competitive advantage on the relationship between social responsibility and financial performance of companies. For this purpose, 125 companies were selected from among listed companies listed in the stock market during the period from 1398 to 1402. They were selected as the sample. In this research, to calculate social responsibility of companies, the ranking of social and environmental criteria; to calculate the financial performance of the equity return criterion; to calculate the intellectual capital of the ratio of kyotubin and to calculate the competitive advantage of the Lerner index is used. In order to test the research hypothesis, multiple regression models was used using integrated data. This research is based on the use of financial resources and financial statements of companies admitted to the stock exchange, including library research. Based on the results of the research hypotheses, 95% confidence was accepted.