

بررسی تأثیر قدرت مدیرعامل بر افشای مسئولیت اجتماعی با تأکید بر اثر تعدیل گر ساختار هیئت مدیره

وحید اسکو^{۱*}

مجتبی کاردگر^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۱/۱۵ تاریخ چاپ: ۱۳۹۹/۱۲/۰۸

چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی تأثیر قدرت مدیرعامل بر افشای مسئولیت اجتماعی با تأکید بر اثر تعدیل گر ساختار هیئت مدیره است. نمونه آماری متشکل از ۸۶ شرکت طی سالهای ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۷ است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل شرکت های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران است. روش تحقیق حاضر از نوع تحقیقات شبه تجربی و پس رویدادی در حوزه حسابداری است و از نظر ماهیت اجرا، تحقیق حاضر کاربردی است. تجزیه و تحلیل اطلاعات بر اساس روش حداقل مربعات تعمیم یافته با استفاده از نرم افزار ایویوز نسخه دهم صورت گرفته است. نتایج فرضیه اول تحقیق حاکی از آن است که بین قدرت مدیرعامل و مسئولیت اجتماعی شرکت ارتباط معناداری وجود دارد. همچنین نتیجه به دست آمده از فرضیه دوم نشان دهنده آن است که ساختار هیئت مدیره، ارتباط بین قدرت مدیرعامل و مسئولیت اجتماعی شرکت را تعدیل می کند.

واژگان کلیدی

ساختار هیئت مدیره، قدرت مدیرعامل، مسئولیت اجتماعی شرکتی.

^{۱*} استادیار، گروه علوم اداری و اقتصادی، دانشکده علوم انسانی و علوم ورزشی، گنبد کاووس، گنبد کاووس، ایران. (*نویسنده مسئول:

vahidoskou@gonbad.ac.ir

^۲ کارشناس ارشد حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه مازندران، بابل، ایران (Mojtabakardgar831@gmail.com)

۱. مقدمه

از زمان شروع جنبش وال استریت در آمریکا و سایر کشورهای موجود در اتحادیه اروپا نگرش عمومی بر این است که بخشی عمده‌ای از عوامل ایجادکننده جنبش‌ها و نارضایتی‌های مذکور ناشی از بروز بحران‌های اقتصاد جهانی می‌باشد. عده‌ای معتقدند که بخش عمده‌ای از این بحران ناشی از عدم توجه سازمان‌ها به مسئولیت‌های اجتماعی توسط بانک‌ها و مؤسسات اعتباری و سایر مؤسسات و سازمان‌ها در قبال جامعه بوده است. از زمان ایجاد این چالش بین‌المللی، سؤالات متعددی پیرامون اهداف و خواسته‌های این جنبش مطرح شده است. با این وجود هنوز پاسخ مناسبی برای این سؤال وجود ندارد (پترویس^۱، ۲۰۰۶؛ برزگر و همکاران^۲، ۱۳۹۵). با این اوصاف، اخیراً صحبت‌هایی توسط دولت‌ها و نهادهای مدنی از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به میان آمده است و برخی افراد معتقدند که دلیل اصلی این جنبش‌ها در حقیقت موضوع پرسش از مسئولیت اجتماعی شرکتی است (پریور و همکاران^۳، ۲۰۰۸). از طرفی، حاکمیت شرکتی به‌عنوان یکی از موضوعات مهم نظام مالی از دهه ۱۹۹۰ در انگلستان، آمریکا و کانادا در پاسخ به مشکلات ناشی از عدم اثربخشی هیئت‌مدیره در عملکرد شرکت‌های بزرگ مطرح شد. حاکمیت شرکتی را مجموعه روابط میان هیئت‌مدیره، مدیر، سهامداران و کلیه ذی‌نفعان (از جمله کارکنان) تعریف کرده‌اند که تأمین‌کننده منافع کلیه اشخاص ذی‌نفع باشد.

جدایی مدیریت از مالکیت و به وجود آمدن تضاد منافع میان مدیران و مالکان منجر به شکل‌گیری مشکلات نمایندگی میان این دو گروه شد، در صورتی که ساختار مالکیت را از جنبه سهامداران درونی (مالکان نهادی، بانکی، دولتی) و بیرونی (تمرکز یا عدم تمرکز مالکان) تقسیم‌بندی نماییم این دو گروه از سهامداران به دلیل ویژگی‌هایی که دارند، می‌توانند بر امور شرکت تأثیرگذار باشند و می‌تواند تعیین‌کننده میزان مشکلات نمایندگی میان سهامداران باشند. از سویی دیگر مسئولیت‌پذیری اجتماعی به کاهش توزیع نامتقارن اطلاعات در میان اشخاص درونی و بیرونی سازمان و همچنین کاهش نزاع بین گروه‌های مختلف و مشکلات نمایندگی کمک می‌نماید.

افشای مسئولیت اجتماعی به‌عنوان پل ارتباطی بین واحد تجاری و ذی‌نفعان است و باعث جذب سرمایه‌گذاران نهادی می‌شود. سرمایه‌گذاران نهادی با توجه به مالکیت بخش قابل‌توجهی از سهام شرکت‌ها از نفوذ قابل‌ملاحظه‌ای در شرکت‌های سرمایه‌پذیر برخوردار بوده و می‌توانند رویه‌های مدیران را تحت تأثیر قرار دهند و با ارائه اطلاعات دقیق از سوی شرکت‌ها به رعایت اخلاق حرفه‌ای پردازند (پور علی و حجامی، ۱۳۹۳؛ گریس-گیل^۴، ۲۰۱۶). برامر و میلینگتون^۵ (۲۰۰۵) بیان می‌کند که تمرکز مالکیت عاملی تعیین‌کننده در سرمایه‌گذاری بر مسئولیت اجتماعی شرکت است. جانسون و گرینینگ^۶ (۱۹۹۹) و نئوبائوم و زهرا^۷ (۲۰۰۶) نیز تأثیر مثبت بودجه‌های مقرر شده در مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را نشان داده‌اند. جو و هارجوتو^۸ (۲۰۱۲) با اثر مثبت سازمان‌های نهادی به‌طور کلی موافق بوده‌اند؛ اما بارنیا و روبین^۹ (۲۰۱۰) هیچ تأثیر قابل‌توجهی نیافتند. با توجه به مطالب فوق و با توجه اینکه هیچ پژوهشی در خصوص بررسی ساختار هیئت‌مدیره بر

1 - Petraeus

2 - Barzegar et al

3 - Perry et al

4 - Grace-Gill

5 - Bromer & Milington

6 - Johnson and Greening

7 - Neobaum and Zahra

8 - Joe and Harjotou

9 - Barnia and Rubin

روابط بین قدرت مدیرعامل و مسئولیت اجتماعی شرکت صورت نگرفته است، در این پژوهش این روابط پرداخته شده است. همچنین در این پژوهش درصدد پاسخگویی به این سؤال خواهیم بود که آیا ساختار هیئت مدیره بر روابط بین قدرت مدیرعامل و مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیرگذار خواهد بود یا خیر؟ در صورت مثبت بودن پاسخ فوق، نوع تأثیر به چه صورت است؟

۲. مبانی نظری و ادبیات پژوهش

۲-۱. مبانی نظری

بر اساس نظریه سازمانی جدید، شرکت‌ها با محیط اجتماعی‌شان ارتباط داشته و ساخته می‌شوند (مهدی و همکاران، ۱۳۹۴). رویه‌های شرکت، ارزش‌های منفرد آن‌ها را دیگر انعکاس نمی‌دهند، بلکه توسط جامعه هدایت می‌شوند و آن‌ها را قادر می‌سازد تا برای وضعیت سازمان‌های خوب شایسته باشند. از این رو، مسئولیت اجتماعی و اتخاذ رویه‌های حاکمیتی مشخص، پاسخی به فشارهای سازمانی و تضمین کننده دوام آن باشد؛ بنابراین نظریه مشروعیت تشابه بین رویه‌های حاکمیتی و رفتارهای اجتماعی مسئولانه اتخاذ شده توسط شرکت‌ها را ذکر می‌کند (دوکیسی و مونتاندراو^{۱۰}، ۲۰۱۵).

برامر و میلینگتون^{۱۱} به نقل از جنسن و مک‌لینگ^{۱۲} (۱۹۷۶) بیان داشتند که در نظریه نمایندگی، سهامداران به مدیران مجوز اعطا می‌کنند تا به نیابت از آن‌ها عمل کنند. مسائل نمایندگی به این علت رخ می‌دهد که سهامداران تنها می‌توانند اندکی بر کار مدیران نظارت داشته باشند که اهداف آن‌ها متفاوت است. ممکن است مدیران منابع شرکت را برای تأمین ترجیحات شخصی‌شان شامل سرمایه‌گذاری مسئولیت اجتماعی اختصاص دهند (برامر و میلینگتون، ۲۰۰۸). از این رو باید مسئولیت اجتماعی بزرگ‌تری را به عنوان نتیجه مالکیت پراکنده با درجات بالای صلاح‌دید اعطاشده به مدیران شرکت لحاظ کنیم (دنيس و همکاران^{۱۳}، ۲۰۱۲). مالکیت متمرکز موجب ایجاد تعارضات بین سهامدار-مدیر و نیز سهامداران اکثریت و اقلیت می‌شود (گینگلینگر و لهر^{۱۴}، ۲۰۰۶). نویسندگان متعددی، دسته‌بندی نقش ایفا شده توسط سهامداران بر اساس اندازه‌شان را مطرح کرده‌اند؛ برای مثال، ادمتی و همکاران^{۱۵} (۱۹۹۴) ادعا کردند که سهامداران با سهام دارای تنوع خوب، انگیزه‌های بیشتری (ریسک بیشتر، صرفه‌جویی‌های مقیاس) برای مشارکت در نظارت دارند، ولو اینکه با مسئله بهره‌وری بی‌هزینه روبرو شوند. هلدرنس و شیهان^{۱۶} (۱۹۸۸) به نقل از ائوکی^{۱۷} (۱۹۸۴) نیز از نظریات مدیریتی قوی‌تر سهامداران بزرگ گفته‌اند که آن‌ها بهترین تصمیم‌گیری در سرمایه‌گذاری را دارند، چراکه در ارزیابی جایگزین‌های مختلف، بهتر عمل می‌کنند. کنترل اعمالی از طرف سهامداران بزرگ، به تمام سهامداران نفع می‌رساند، هرچند تمام آن‌ها متحمل هزینه‌ای نمی‌شوند. برای مقال فعالیت‌ها و هزینه صرف شده توسط سهامداران بزرگ، با پاداش روبرو نمی‌شود، چراکه سرمایه‌گذاری‌های مسئولیت اجتماعی به تمام سهامداران سود می‌رساند (دم و اسکولتنس^{۱۸}، ۲۰۱۳). هرچه سهم یک سهامدار بیشتر باشد احتمال پرداختن به برنامه‌های مسئولیت اجتماعی که بازگشت آشکاری به سرمایه‌گذاری ندارد کمتر

10 - Duccia and Montenegro

11 - Bromer & Milington

12 - Jensen and Mackling

13 - Denise et al

14 - Ginglinger and Lohr

15 - Admtly et al.

16 - Helendens and Shihan

17 - Okei

18 - Tail and scouls

است، ولو اینکه از نظر اجتماعی بهینه باشند. از آنجاکه سهامداران بزرگ هم انگیزه و هم توان تأثیر بر مدیران را دارند، می‌توانند آن‌ها را از سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های بیشینه‌سازی ارزش که سهامدار از آن نفعی نمی‌برد، بازدارند (دسندر و اپور، ۲۰۱۳).

با توجه به مطالب بیان‌شده فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر می‌باشد.

فرضیه اول: بین قدرت مدیرعامل و مسئولیت اجتماعی شرکت ارتباط معناداری وجود دارد.

فرضیه دوم: ساختار هیئت‌مدیره، ارتباط بین قدرت مدیرعامل و مسئولیت اجتماعی شرکت را تعدیل می‌کند.

۲-۲. پیشینه تجربی

صبحی و محمدزاده (۱۳۹۷) به بررسی رابطه بین عملکرد اجتماعی، ساختار مالکیت و حاکمیت شرکتی با استفاده از یک نمونه متشکل از ۹۲ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۴ پرداختند. یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها حاکی از آن است که بین تمرکز مالکیت، مالکیت نهادی، مالکیت دولتی، استقلال هیئت‌مدیره، اندازه شرکت، اهرم مالی و مسئولیت اجتماعی رابطه معناداری وجود ندارد، اما بین اندازه هیئت‌مدیره، دوگانگی وظیفه مدیرعامل، نرخ بازده دارایی، نقدینگی و مسئولیت اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد.

کردستانی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی به بررسی تأثیر افشای مسئولیت اجتماعی بر معیارهای حسابداری، اقتصادی و بازار ارزیابی عملکرد شرکت‌ها با استفاده از یک نمونه متشکل از ۱۰۴ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۴ پرداختند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که سطح افشای مسئولیت اجتماعی تأثیر مثبت معناداری بر نرخ بازده دارایی‌ها، سود هر سهم و ارزش افزوده اقتصادی شرکت‌ها دارد. همچنین سطح افشای مسئولیت اجتماعی تأثیر منفی معناداری بر نرخ هزینه سرمایه شرکت‌ها دارد. باین‌حال، سطح افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر معیارهای ارزش افزوده بازار و نرخ بازده سهام تأثیر معناداری نداشته است.

صفری گرایی (۱۳۹۷) در پژوهشی به بررسی مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش‌گذاری بازار از نگهداشت وجه نقد شرکت با استفاده از یک نمونه متشکل از ۹۶ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۴ پرداختند. یافته‌های به‌دست‌آمده حاکی از آن است که افشای اطلاعات مسئولیت‌پذیری اجتماعی، ارزش بازار وجه نقد نگهداری شده شرکت را افزایش می‌دهد. به بیان دیگر، سرمایه‌گذاران برای وجه نقد نگهداری شده در شرکت‌های دارای سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالاتر، ارزش بیشتری قائل‌اند. به بیان دیگر، سرمایه‌گذاران برای وجه نقد نگهداری شده در شرکت‌های دارای سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالاتر، ارزش بیشتری قائل‌اند.

الهیاری و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی به اثربخشی ابعاد حاکمیت شرکتی بر رابطه مسئولیت اجتماعی و عدالت مالیاتی با استفاده از یک نمونه متشکل از ۱۳۳ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران در سال ۱۳۹۶ پرداختند. نتایج پژوهش با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزار اسمارت پی ال اس به دست آمد و مشخص شد تمامی متغیرهای حاکمیت شرکتی دارای رابطه مثبت و معنی‌داری بر رابطه مسئولیت‌های اجتماعی و عدالت مالیاتی است.

کاویان پور (۱۳۹۶) در پژوهشی به بررسی تأثیر ساختار هیئت‌مدیره و قدرت مدیرعامل بر افشای مسئولیت اجتماعی با استفاده از یک نمونه متشکل از ۱۱۲ شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۴ پرداختند. نتایج حاصل از آزمون متغیرها نشان داد که استقلال هیئت‌مدیره، دوره تصدی مدیرعامل و اندازه هیئت‌مدیره بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تأثیر مستقیم دارد و اما با دخالت دوره تصدی به‌عنوان تعدیل‌گر رابطه‌ای مشاهده

نگردید و از برآورد متغیرهای کنترلی اندازه شرکت و اهرم مالی در مدل بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها اثر مثبت معنادار مشاهده گردید.

حسینی و حقیقت (۱۳۹۵) در پژوهش خود به بررسی رابطه بین حاکمیت شرکتی و تعهد به ایفای مسئولیت های اجتماعی با استفاده از یک نمونه متشکل از ۱۲۵ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۳ پرداختند. برای سنجش مسئولیت اجتماعی از شاخص هایی از قبیل استراتژی کارکنان و سایر ذی نفعان، اثر اقتصادی غیرمستقیم، مشارکت در محیط پیرامون شرکت، رقابت عادلانه، ارتباط با ذی نفعان و سایر تعهدات استفاده شده است. نتایج این پژوهش نشان می دهد بین تعداد جلسات هیئت مدیره و دوگانگی وظیفه مدیرعامل با تعهد به ایفای مسئولیت های اجتماعی شرکت ها رابطه معناداری وجود دارد، اما بین استقلال هیئت مدیره، کمیته های تخصصی هیئت مدیره و سهامداران نهادی با مسئولیت های اجتماعی شرکت ها رابطه ای پیدا نشد.

خانقاه و جعفری تراجی (۱۳۹۵) به بررسی نقش ویژگی های شرکت و حاکمیت شرکتی در مشروعیت سازمانی با استفاده از یک نمونه متشکل از ۶۸ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۳ پرداختند. با توجه به یافته های این مطالعه، رابطه مثبت و معناداری بین اندازه شرکت، عملکرد شرکت و حضور مدیران مستقل با افشای مسئولیت اجتماعی و زیست محیطی شرکت وجود دارد. همچنین، رابطه منفی و معناداری بین مالکیت نهادی با افشای مسئولیت اجتماعی و زیست محیطی شرکت وجود دارد. باین حال، هیچ رابطه معناداری بین اهرم مالی، ساختار مالکیت، اندازه حسابرس و اندازه هیئت مدیره با افشای مسئولیت اجتماعی و زیست محیطی شرکت وجود ندارد. درنهایت، نتایج فرضیه نهم پژوهش نشان داد بین افشای مسئولیت اجتماعی و زیست محیطی در صنایع مختلف تفاوت معناداری وجود دارد. حجازی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی به بررسی مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکتی با استفاده از یک نمونه متشکل از ۳۰ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۱ پرداختند. با آزمون فرضیه پژوهش، به این نتیجه رسیدند که هرچه شرکت ها در فعالیتهای مرتبط با مسئولیت اجتماعی بیشتر مشارکت می نمایند، تمکین مالیاتی آنها نیز بیشتر است.

یاتردیس (۲۰۱۳) رابطه بین کیفیت افشای زیست محیطی و راهبری شرکتی را بررسی کرد و در تحقیق خود به این نتیجه رسید که کیفیت بالای افشاهای زیست محیطی، نشان دهنده راهبری شرکتی مؤثر و کارا است و منجر به رویارویی با مشکلات کمتر در دستیابی به بازارهای سرمایه می شود.

سان و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهشی به بررسی ارتباط بین عدم تقارن اطلاعاتی و حاکمیت شرکتی پرداختند. آنها در نتایج خود دریافتند که وقتی عدم تقارن اطلاعاتی بین مدیران موظف و غیرموظف کم است و سهم مدیران غیرموظف در هیئت مدیره زیاد است، شرکت به افشای مسئولیت های اجتماعی تمایل بیشتری دارد.

ساماها و همکاران (۲۰۱۲) تأثیر مجموعه جامعی از ویژگی های راهبری شرکتی را بر وسعت افشای مسئولیت های اجتماعی در مصر ارزیابی کردند. یافته های آنها نشان داد، وسعت افشا به تناسب درصد مدیران غیرموظف در هیئت مدیره و اندازه شرکت افزایش یافت. نتایج پژوهش ساماها و همکارانش از مباحث نظری حمایت می کند، به این معنا که شرکت ها اطلاعات راهبری شرکتی را به منظور کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و هزینه نمایندگی در اطلاعات حسابداری گزارش شده افشا می کنند.

کنگ و فریدمن (۲۰۱۱) در پژوهشی به آزمون رابطه راهبری شرکتی خوب و عملکرد زیست‌محیطی و افشا پرداختند. معیار راهبری شرکتی و سنجش افشا و آلودگی با توجه به تحقیقات گذشته حسابداری انتخاب شدند تا معیار عملکرد اصلی را تأیید کنند. نتایج نشان داد که هیچ‌گونه ارتباطی بین راهبری شرکتی خوب و عملکرد آلودگی خوب وجود ندارد. به‌علاوه، راهبری شرکتی خوب، به‌طور مثبت با افشای آلودگی رابطه دارد؛ درحالی‌که وقتی راهبری شرکتی بهبود یافت همبستگی وجود ندارد.

ابدور روف (۲۰۱۱) به بررسی وسعت و ماهیت افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت پرداخت و به آزمون رابطه آن با ویژگی‌های خاص شرکت اقدام کرد. نتایج رابطه مثبتی بین مدیران غیرموظف و افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت نشان داد اما اندازه شرکت بر سطح افشا تأثیر نداشت.

۳. روش‌شناسی پژوهش

جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران با در نظر گرفتن ویژگی‌های زیر می‌باشد:

- ✓ جامعه آماری شامل شرکت‌های سرمایه‌گذاری، بانک و مؤسسات تأمین مالی نباشند.
- ✓ سال مالی شرکت‌ها به پایان اسفندماه ختم شده باشند.
- ✓ شرکت‌ها باید از سال ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۷، دوره مالی خود را تغییر نداده باشند.
- ✓ وقفه معاملاتی بیش از شش ماه نداشته باشند.
- ✓ اطلاعات موردنیاز در رابطه با شرکت‌ها در دسترس باشند و دست‌کم از سال ۱۳۹۲ در بورس پذیرفته‌شده و تا پایان دوره پژوهش در بورس فعال باشند.

با مدنظر قرار دادن محدودیت‌های فوق، جامعه آماری این تحقیق شامل ۸۶ شرکت (۵۱۶ مشاهده شرکت-سال) می‌باشد. به‌منظور جمع‌آوری داده‌های موردنیاز از نرم‌افزار ره‌آورد نوین و صورت‌های مالی حسابرسی شده شرکت‌های تحت بررسی استفاده شد و برای انجام محاسبات اولیه از نرم‌افزار اکسل و آزمون فرضیه‌ها با استفاده از نرم‌افزار ایویوز ۱۰، صورت پذیرفته است.

۳-۱. مدل پژوهش

برای بررسی فرضیه مطرح‌شده، به تبعیت از بادرول و همکاران (۲۰۱۶) از مدل‌های رگرسیونی زیر استفاده شده است:

مدل (۱):

$$CSR_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 CEO_POWER_{i,t} + \beta_2 SIZE_{i,t} + \beta_3 LEV_{i,t} + \beta_4 ROA_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

مدل (۲):

$$CSR_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 CEO_POWER_{i,t} + \beta_2 CEO_POWER \times BOARD_SIZE_{i,t} + \beta_3 CEO_POWER \times BOARD_IND_{i,t} + \beta_4 SIZE_{i,t} + \beta_5 LEV_{i,t} + \beta_6 ROA_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

۳-۲. متغیر وابسته

جهت سنجش هر یک از ابعاد افشای مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های پذیرفته‌شده بورس اوراق بهادار، هر یک از ابعاد مدنظر را در گزارش‌های هیئت‌مدیره در بخش گزارش عملکرد اجتماعی شرکت یافته و پس از بررسی آن اگر هر یک از زیربخش‌های مرتبط با ابعاد مسئولیت اجتماعی افشا شده باشد عدد ۱ و در غیر این صورت عدد صفر خواهند گرفت.

بعد مسائل محیطی مسئولیت اجتماعی

مجموع نمرات به دست آمده از این مؤلفه شامل؛ کنترل آلودگی، جلوگیری از خسارات زیست محیطی، بازیافت یا جلوگیری از ضایعات، حفظ منابع طبیعی، تحقیق و توسعه، سیاست زیست محیطی، سرمایه گذاری در پروژه های زیست محیطی، سایر مسائل محیطی می باشد که در گزارش های هیئت مدیره شرکت های عضو نمونه، گزارش شده است. برای اندازه گیری بعد مسائل محیطی مسئولیت اجتماعی پس از آنالیز محتوای گزارش های هیئت مدیره شرکت های انتخاب شده، اگر در شرکتی هر یک از شاخص های فوق الذکر رعایت شده باشد به آن ارزش یک و در غیر این صورت ارزش صفر لحاظ می گردد (مران جوری و علی خانی، ۱۳۹۳).

بعد کارکنان مسئولیت اجتماعی

مجموع نمرات به دست آمده از این مؤلفه شامل؛ روابط اتحادیه، اشتراک در سود نقدی، مشارکت کارکنان، بهداشت ایمنی، مزایای بازنشستگی، سایر مشتریان می باشد که در گزارش های هیئت مدیره شرکت های عضو نمونه، گزارش شده است. برای اندازه گیری بعد کارکنان مسئولیت اجتماعی پس از آنالیز محتوای گزارش های هیئت مدیره شرکت های انتخاب شده، اگر در شرکتی هر یک از شاخص های فوق الذکر رعایت شده باشد به آن ارزش یک و در غیر این صورت ارزش صفر لحاظ می گردد (مران جوری و علی خانی، ۱۳۹۳).

$$CSR(x_{it}) = \sum CSR(x_{it}) \quad (1)$$

۳-۳. متغیر مستقل: قدرت مدیرعامل

در این پژوهش جهت اندازه گیری قدرت مدیرعامل از درصد مالکیت سهام مدیرعامل در شرکت استفاده شده است. هر چه درصد مالکیت مدیرعامل در واحد تجاری بیشتر باشد، تمایل به افزایش منافع شخصی به هزینه سهام داران خرد در مدیران عامل افزایش می یابد. بر این اساس می توان گفت هر چه درصد مالکیت سهام مدیرعامل در شرکت بیشتر باشد بیانگر قدرت بیشتر وی در شرکت می باشد. علاوه بر این، هر چه درصد مالکیت مدیرعامل در شرکت بیشتر باشد، تأثیر گذاری او بر عملیات شرکت بیشتر بوده و با توجه به موقعیت راهبری خود بر تصمیم گیری های حاکمیتی کنترل بیشتری دارند (لیسیچ و همکاران، ۲۰۱۶).

۳-۴. متغیر تعدیل گر: ساختار هیئت مدیره

در پژوهش حاضر از اندازه هیئت مدیره و استقلال هیئت مدیره به عنوان متغیرهای ساختار هیئت مدیره استفاده شده است: اندازه هیئت مدیره: در پژوهش حاضر منظور از اندازه هیئت مدیره تعداد اعضای هیئت مدیره شرکت می باشد. استقلال هیئت مدیره: در پژوهش حاضر از نسبت مدیران غیرموظف هیئت مدیره به کل اعضا برای سنجش میزان استقلال اعضای هیئت مدیره استفاده شده است. عضو غیرموظف هیئت مدیره عضوی است که فاقد مسئولیت اجرایی در شرکت است.

۳-۵. متغیرهای کنترلی

اندازه شرکت: با استفاده از لگاریتم طبیعی کل دارایی های شرکت به دست می آید.
 اهرم مالی: از طریق حاصل نسبت کل بدهی های شرکت به کل دارایی های شرکت به دست می آید
 نرخ بازده دارایی: از حاصل نسبت سود خالص به کل دارایی ها برآورد خواهد شد.

۴. یافته‌های پژوهش

۴-۱. آمار توصیفی

به منظور شناخت بهتر جامعه مورد پژوهش و آشنایی بیشتر با متغیرهای پژوهش، قبل از تجزیه و تحلیل داده‌های آماری، لازم است این داده‌ها توصیف شوند؛ بنابراین، پیش از آزمون فرضیه تحقیق، آمار توصیفی متغیرهای مورد استفاده در تحقیق محاسبه شده و در جدول ۱ ارائه شده است. همان گونه که در جدول ۱ ملاحظه می‌گردد اصلی‌ترین شاخص مرکزی، میانگین است که بیانگر نقطه‌ی تعادل و مرکز ثقل توزیع است و شاخصی برای نشان دادن مرکزیت داده‌ها است. برای مثال مقدار میانگین برای متغیر مسئولیت اجتماعی برابر با ۷/۳۹۵ است که نشان می‌دهد بیشتر داده‌ها حول این نقطه تمرکز یافته‌اند. میانه یکی دیگر از شاخص‌های مرکزی است که وضعیت جامعه را نشان می‌دهد. همان‌طور که نتایج نشان می‌دهد میانه قدرت مدیرعامل برابر با ۰/۳۹۸ است که بیانگر این است که نیمی از داده‌ها کمتر از این مقدار و نیمی دیگر بیشتر از این مقدار هستند. انحراف معیار یکی از مهم‌ترین پارامترهای پراکندگی است و معیاری برای میزان پراکندگی مشاهدات از میانگین است؛ مقدار این پارامتر برای متغیر انحراف معیار اندازه هیئت‌مدیره برابر با ۰/۴۵۸ است.

جدول ۱. نتایج آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

نوع متغیر	متغیر مستقل	متغیر وابسته	متغیر تعدیل گر	متغیرهای کنترلی		
نام متغیر	مسئولیت اجتماعی	قدرت مدیرعامل	اندازه هیئت‌مدیره	استقلال هیئت‌مدیره	اندازه شرکت	اهم مالی نرخ بازده دارایی
نماد متغیر	CSR	CEO_POWER	BOARD_SIZE	BOARD_IND	SIZE	LEV ROA
میانگین	۷/۳۹۵۴	۰/۴۲۵۵	۵/۱۴۸۸	۰/۳۴۹۴	۶/۱۹۴۹	۰/۵۶۹۸ ۰/۱۱۴۴
میانه	۷/۲۸۴۱	۰/۳۹۸۲	۵/۰۰۰۰	۰/۳۳۳۳	۶/۱۵۲۵	۰/۵۸۶۴ ۰/۱۰۱۳
بیشینه	۱۳/۰۰۰۰	۰/۹۸۵۶	۸/۰۰۰۰	۱/۰۰۰۰	۸/۲۷۳۵	۰/۹۵۵۶ ۰/۵۵۳۳
کمینه	۶/۰۰۰۰	۰/۱۲۴۵	۵/۰۰۰۰	۰/۲۰۰۰	۴/۵۵۶۸	۰/۱۰۸۰ ۰/۷۹۷۳
انحراف معیار	۰/۰۶۱۸	۰/۴۱۸۴	۰/۴۵۸۷	۰/۰۹۹۷	۰/۵۹۸۰	۰/۱۹۱۱ ۰/۱۴۶۸
ضریب چولگی	۰/۱۲۳۹	۰/۳۱۳۱	۰/۳۲۵۲	۰/۵۴۱۸	۰/۶۳۶۷	۰/۲۱۴۹ ۰/۸۲۷۶
ضریب کشیدگی	۲/۷۲۸۵	۲/۷۲۴۲	۱/۴۰۶۷	۲/۶۳۹۸	۲/۲۳۴۲	۲/۲۸۶۹ ۱/۰۳۰۵
مشاهدات	۵۱۶	۵۱۶	۵۱۶	۵۱۶	۵۱۶	۵۱۶

۴-۲. آمار استنباطی

با توجه به احتمال آماره آزمون F لیمر (جدول ۲) استفاده از روش داده‌های ترکیبی به جای روش داده‌های تلفیقی مناسب‌تر است.

جدول ۲. نتایج آزمون چاو

مدل	F-Statistic	P-Value	نتیجه آزمون
۱	۱۰/۷۲۱۳۰	۰/۰۰۰۱	مدل داده‌های پانلی
۲	۹/۶۵۱۲۸	۰/۰۰۰۵	مدل داده‌های پانلی

از آنجا که مدل داده‌های ترکیبی انتخاب شده است، در ادامه به اجرای آزمون هاسمن به منظور انتخاب الگوی اثرهای ثابت در برابر الگوی تصادفی پرداخته می‌شود. نتیجه آزمون هاسمن در جدول ۳ آمده است. مقدار احتمال آماره هاسمن برای هر دو فرضیه در جدول ۳ کمتر از سطح معناداری ۵ درصد است؛ بنابراین، برای آزمون فرضیه‌ها باید از الگوی اثرهای ثابت استفاده کرد.

جدول ۳. نتایج آزمون هاسمن

مدل	Chi-square Statistic	P-Value	نتیجه آزمون
۱	۱۲/۹۸۷۴	۰/۰۰۵۱	مدل آثار ثابت
۲	۱۰/۷۴۱۹	۰/۰۰۶۸	مدل آثار ثابت

۴-۳. نتایج آزمون مدل اول

نتایج آزمون فرضیه اول به شرح جدول ۴ است. قبل از آزمون فرضیه پژوهش بر اساس نتایج به دست آمده، باید از صحت نتایج اطمینان حاصل نمود. بدین منظور برای بررسی معناداری کل مدل از آزمون F استفاده گردید. با توجه به احتمال آماره F محاسبه شده (۰/۰۰۰۰)، می‌توان ادعا نمود که مدل رگرسیونی برازش شده معنادار است. با توجه به ضریب تعیین مدل برازش شده می‌توان ادعا نمود، حدود ۵۴ درصد از تغییرات در متغیر وابسته مدل (مسئولیت اجتماعی)، توسط متغیر مستقل و کنترلی مدل توضیح داده می‌شود.

نتایج مربوط به آزمون فرضیه برای دوره شش ساله تحقیق نشان می‌دهد، آماره t آزمون مدل در سطح خطای پنج درصد، معنادار و نوع رابطه مستقیم است؛ بنابراین فرضیه تحقیق مورد تأیید قرار می‌گیرد. همچنین در مورد متغیرهای اثرگذار بر مسئولیت اجتماعی که به عنوان متغیرهای کنترلی در مدل رگرسیونی پژوهش استفاده شد، نتایج نشان داد، اندازه شرکت، اهرم مالی و نرخ بازده دارایی با اطمینان ۹۵ درصد بر مسئولیت اجتماعی شرکت اثر مستقیم دارند.

جدول ۴. نتایج آزمون مدل اول پژوهش

$CSR_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 CEO_POWER_{i,t} + \beta_2 SIZE_{i,t} + \beta_3 LEV_{i,t} + \beta_4 ROA_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$					
نام متغیر	نماد	ضرایب	انحراف معیار	آماره t	سطح معناداری
عرض از مبدأ	C	۰/۰۰۳۹	۰/۰۱۳۰	۰/۲۹۸۷	۰/۷۶۵۲
قدرت مدیرعامل	CEO_POWER	۰/۲۸۲۵	۰/۰۸۹۹	۳/۱۴۱۷	۰/۰۰۱۸
اندازه شرکت	SIZE	۰/۰۵۱۳	۰/۰۱۹۳	۲/۶۴۸۱	۰/۰۰۸۳
اهرم مالی	LEV	۰/۰۰۲۰	۰/۰۰۰۵	۳/۹۰۶۹	۰/۰۰۰۱
نرخ بازده دارایی	ROA	۰/۰۰۳۴	۰/۰۰۱۳	۲/۴۸۹۹	۰/۰۱۳۱
آماره F فیشر (سطح معنی داری)	۱۵/۶۳۹۸۹ (۰/۰۰۰۰۰۰)				
ضریب تعیین	۰/۵۴۳۷۱۲	ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۵۲۹۳۶۱	آماره دوربین واتسون	۱/۸۴۱۲۶۳

۴-۴. نتایج آزمون مدل دوم

نتایج آزمون فرضیه دوم به شرح جدول ۵ است. قبل از آزمون فرضیه پژوهش بر اساس نتایج به دست آمده، باید از صحت نتایج اطمینان حاصل نمود. بدین منظور برای بررسی معناداری کل مدل از آزمون F استفاده گردید. با توجه به احتمال آماره F محاسبه شده (۰/۰۰۰۰)، می توان ادعا نمود که مدل رگرسیونی برازش شده معنادار است. با توجه به ضریب تعیین مدل برازش شده می توان ادعا نمود، حدود ۶۸ درصد از تغییرات در متغیر وابسته مدل (مسئولیت اجتماعی)، توسط متغیر مستقل و کنترلی مدل توضیح داده می شود.

نتایج مربوط به آزمون فرضیه برای دوره شش ساله تحقیق نشان می دهد، آماره t آزمون مدل در سطح خطای پنج درصد، معنادار و نوع رابطه مستقیم است؛ بنابراین فرضیه تحقیق مورد تأیید قرار می گیرد. همچنین در مورد متغیرهای اثرگذار بر مسئولیت اجتماعی که به عنوان متغیرهای کنترلی در مدل رگرسیونی پژوهش استفاده شد، نتایج نشان داد، اندازه شرکت، اهرم مالی و نرخ بازده دارایی با اطمینان ۹۵ درصد بر مسئولیت اجتماعی شرکت اثر مستقیم دارند.

جدول ۵. نتایج آزمون مدل دوم پژوهش

$$CSR_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 CEO_POWER_{i,t} + \beta_2 CEO_POWER \times BOARD_SIZE_{i,t} + \beta_3 CEO_POWER \times BOARD_IND_{i,t} + \beta_4 SIZE_{i,t} + \beta_5 LEV_{i,t} + \beta_6 ROA_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

نام متغیر	نماد	ضرایب	انحراف معیار	آماره t	سطح معناداری
عرض از مبدأ	C	۰/۱۶۱۱	۰/۰۳۱۶	۵/۰۹۸۲	۰/۰۰۰۰
قدرت مدیرعامل	CEO_POWER	۰/۰۷۸۰	۰/۰۲۵۳	۳/۰۷۵۹	۰/۰۰۲۳
نقش تعدیل کننده اندازه هیئت مدیره * قدرت مدیرعامل	CEO_POWER * BOARD_SIZE	۰/۰۴۰۳	۰/۰۱۱۵	۳/۵۰۶۳	۰/۰۰۰۵
نقش تعدیل کننده استقلال هیئت مدیره * قدرت مدیرعامل	CEO_POWER * BOARD_IND	۰/۰۳۲۶	۰/۰۰۷۶	۴/۲۶۷۳	۰/۰۰۰۰
اندازه شرکت	SIZE	۰/۰۰۸۹	۰/۰۰۳۸	۲/۳۴۵۷	۰/۰۱۹۶
اهرم مالی	LEV	۴/۰۹۴	۰/۴۴۴	۹/۲۱۱	۰/۰۰۰۰
نرخ بازده دارایی	ROA	۶/۸۹۶	۰/۸۲۹	۸/۳۰۹	۰/۰۰۰۰
آماره F فیشر (سطح معنی داری)	۱۷/۸۹۴۱۲ (۰/۰۰۰۰۰)				آماره دوربین واتسون ۱/۹۸۷۱۰۵
ضریب تعیین	۰/۶۸۳۶۲	ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۶۵۲۸۴		

۵. بحث و نتیجه گیری

با افشای داده‌های حسابداری زیست محیطی و اجتماعی، بخش‌های مختلف جامعه می‌توانند موقعیت شرکت را در خصوص حفاظت از محیط زیست درک کنند و به بررسی چگونگی توجه سازمان به موضوع‌های زیست محیطی و اجتماعی بپردازند. در این وضعیت حرفه حسابداری، نقش بسزایی در شفاف‌سازی اثرهای مالی و زیست محیطی فعالیت‌های اقتصادی دارد و باید در خصوص اندازه‌گیری، ارزیابی، افشای عملکرد زیست محیطی و اجتماعی در صورت‌های مالی یا پیوست‌های آن مسئول باشد. هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی تأثیر ساختار هیئت مدیره و قدرت مدیرعامل بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌های پذیرفته‌شده بورس اوراق بهادار تهران است.

نتیجه فرضیه اول نشان‌دهنده آن است که بین قدرت مدیرعامل و مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به آزمون فرضیه، ضریب برآوردی متغیر نشان‌دهنده آن است که بین قدرت مدیرعامل و مسئولیت اجتماعی رابطه معناداری ارتباط مثبت وجود دارد و از آنجایی که سطح معناداری آن کمتر از ۰/۰۵ است، لذا می‌توان بیان کرد که بین دو

متغیر فوق تأثیر معناداری وجود دارد. فرضیه دوم به بررسی این مطلب می‌پردازد که ساختار هیئت‌مدیره، ارتباط بین قدرت مدیرعامل و مسئولیت اجتماعی شرکت را تعدیل می‌کند. با توجه به آزمون فرضیه، از آنجایی که سطح معناداری آن کمتر از ۰/۰۵ است. نتایج به‌دست‌آمده را می‌توان این‌گونه استدلال کرد که مدیران جهت حفظ موقعیت اجتماعی خود و مسائل مرتبط با هزینه نمایندگی بین مدیران و مالکان سعی بر افشای اطلاعات بیشتر از جمله مسائل مرتبط با مسئولیت اجتماعی می‌نمایند. نتیجه به‌دست‌آمده را می‌توان با پژوهش بادرول موتاکین (۲۰۱۶)، ساماها و همکاران (۲۰۱۲) و بهارمقدم و همکاران (۱۳۹۲) همسو می‌باشد ولی با نتایج گنگ و فریدمن (۲۰۱۱)، مران جوری و علی‌خانی (۱۳۹۳) و هیلان (۲۰۱۰) غیرهمسو می‌باشد.

با توجه به نتایج حاصل از پژوهش پیشنهادهایی به شرح زیر ارائه می‌گردد:

- ✓ با توجه به یافته‌های پژوهش، شرکت‌هایی که دارای مسئولیت اجتماعی بهتری هستند ممکن است بهتر مورد حمایت مؤسسات و نهادهای مالی قرار بگیرند که این موضوع می‌تواند احتمال ورشکستگی در این شرکت‌ها را در حد قابل ملاحظه‌ای کاهش دهد؛ بنابراین توصیه می‌گردد که سرمایه‌گذاران این مورد مهم را مدنظر قرار دهند.
- ✓ هرچه مدیران دارای سمت تصدی بالاتری باشند درصدد آن هستند که چون موقعیت خودشان را خوب نشان دهند و استقرار در سمت نمایند کارایی مدیریت خودشان را با عملکرد اجتماعی (مسئولیت اجتماعی) نشان می‌دهند که این می‌تواند عواقبی را به همراه داشته باشد. لذا به سهامداران توصیه می‌شود که این مورد مهم را در نظر بگیرند.

۶. منابع و مآخذ

۱. برزگر، قدرت‌الله؛ اسکو، وحید و تاکر، رضا. (۱۳۹۵). بررسی رابطه بین ساختار مالکیت و مسئولیت اجتماعی شرکتی در شرکت‌های پذیرفته‌شده بورس اوراق بهادار تهران، *بررسی‌های حسابداری*، ۳ (۱۱)، ۴۴-۲۱.
۲. پورعلی، محمدرضا و حجامی، محدثه. (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی و مالکیت نهادی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، ۳ (۱۰)، ۱۳۵-۱۵۰.
۳. حجازی، رضوان؛ ابوحمزه، مینا و میرزایی، محمدمهدی. (۱۳۹۴). مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکت (مطالعه موردی اداره کل امور مالیاتی مؤدیان بزرگ)، *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، ۴ (۱۶)، ۹۰-۷۷.
۴. حسینی، سید علی و حقیقت، سرور. (۱۳۹۵). رابطه بین حاکمیت شرکتی و تعهد به ایفای مسئولیت‌های اجتماعی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، *پژوهش حسابداری*، ۶ (۴)، ۱۲۸-۱۰۳.
۵. خانقاه، جمال و جعفری تراجی، قاسم. (۱۳۹۵). بررسی نقش ویژگی‌های شرکت و حاکمیت شرکتی در مشروعیت سازمانی، *پژوهش‌های حسابداری مالی*، ۸ (۳)، ۱۲۰-۱۰۱.
۶. صبوچی، نسترن و محمدزاده، امیر. (۱۳۹۷). بررسی رابطه بین عملکرد اجتماعی، ساختار مالکیت و حاکمیت شرکتی، *دانش حسابداری مالی*، ۱ (۵)، ۱۲۷-۱۵۱.
۷. صفری گرایلی، مهدی. (۱۳۹۷). مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش‌گذاری بازار از نگهداشت وجه نقد شرکت، *راهبرد مدیریت مالی*، ۶ (۱)، ۱۸۳-۱۶۳.
۸. کاویان پور، محمد؛ ایزدی، رضا و رئیس زاده، سید محمدرضا. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر ساختار هیئت‌مدیره و قدرت مدیرعامل بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در شرکت‌های پذیرفته‌شده بورس اوراق بهادار تهران، *پایان‌نامه کارشناسی ارشد حسابداری*، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نور.

۹. کردستانی، غلامرضا؛ قادرزاده، سید کریم و حقیقت، حمید. (۱۳۹۷). تأثیر افشای مسئولیت اجتماعی بر معیارهای حسابداری، اقتصادی و بازار ارزیابی عملکرد شرکت‌ها، *پیشرفت‌های حسابداری*، ۱۰(۱)، ۲۱۰-۱۸۱.
۱۰. مران جوری، مهدی و علی‌خانی، راضیه. (۱۳۹۳). افشای مسئولیت اجتماعی و راهبری شرکتی، *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، ۲۱(۳)، ۳۴۸-۳۲۹.
۱۱. ملکیان، اسفندیار و دریایی، عباسعلی. (۱۳۹۰). تبیین رابطه بین ویژگی‌های مالکیتی و شرکتی با ساختار حاکمیت شرکتی (شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران)، *مجله پیشرفت حسابداری*، ۳(۱)، ۱۲۱-۱۴۳.
۱۲. الهیاری، عباس؛ پورزمانی، زهرا و ترابی، تقی. (۱۳۹۷). اثربخشی ابعاد حاکمیت شرکتی بر رابطه مسئولیت اجتماعی و عدالت مالیاتی، *حسابداری مدیریت*، ۱۱(۳۸)، ۴۶-۲۷.
13. Barnea, A., and Rubin, A., (2010). Corporate social responsibility as a conflict between shareholders. *J. Bus. Ethics* 97, 71-86.
14. Benabou, R., and Tirole, J., (2006). Incentives and prosocial behavior. *Am. Econ. Rev.* 96, 1652-1678.
15. Brammer, S., Millington, A., and Rayton, B. (2007). The Contribution of Corporate Social Responsibility to Organizational Commitment", University of Bath, school of management, Working Paper Series: 20, 1-42.
16. Gras-Gil, E., Manzano, M.P., and Fernandez, J.H., (2016). Investigating the relationship between corporate social responsibility and earnings management: Evidence from Spain. *BRQ Bus. Res. Q.* 2016, <http://dx.doi.org/10.1016/j.brq.2016.02.002>
17. Jo, H., and Harjoto, M.A., (2012). The causal effect of corporate governance on corporate social responsibility. *J. Bus. Ethics* 106, 53-72.
18. Johnson, R.A., and Greening, D.W., (1999). The effects of corporate governance and institutional ownership types on corporate social performance. *Acad. Manage. J.* 42, 564-576.
19. Johnson, R.A., and Greening, D.W., (1999). The effects of corporate governance and institutional ownership types on corporate social performance. *Acad. Manage. J.* 42, 564-576.
20. Lee, S., Kim, Y. K., (2016). Corporate Governance, Firm Risk and Corporate Social Responsibility; Evidence from Korean Firms. *The Journal of Applied Business Research*, 32 (1), 303-316.
21. Ling lei lisc, l. l., neal, t. l., zhang, i. x, (2016), "CEO Power, Internal Control Quality, and Audit Committee Effectiveness in Substance versus in Form", *Contemporary Accounting Research*. PP. 1-39.
22. Neubaum, D.O., and Zahra, S.A., (2006). Institutional ownership and corporate social performance: the moderating effects of investment horizon activism and coordination. *J. Manage.* 32 (1), 108-131.
23. Petrovits, C.M. (2006). "Corporate-sponsored Foundations and Earnings Management". *Journal of Accounting & Economics*, 41: 335-362.
24. Sandbur, H S; and Kapoor, S. (2010). Corporate social responsibility initiatives: An analysis of voluntary corporate disclosure. *South Asian Journal of Management*, 17 (2), 47-80.

Investigating the Effect of CEO Power on Disclosure of Social Responsibility with Emphasis on the Moderating Effect of the Board Structure

Vahid oskou^{*1}

Mojtaba Kardgar²

Date of Receipt: 2021/02/15 Date of Issue: 2021/02/27

Abstract

The purpose of this study is to investigate the effect of CEO power on disclosure of social responsibility with emphasis on the moderating effect of the board structure. The statistical sample consists of 86 companies during the years 1392 to 1397. The statistical population of the present study includes companies listed on the Tehran Stock Exchange. The method of the present research is quasi-experimental and post-event research in the field of accounting and in terms of the nature of implementation, the present research is applied. Data analysis was performed based on the generalized least squares method using Ives software version 10. The results of the first hypothesis of the research indicate that there is a significant relationship between CEO power and corporate social responsibility. Also, the result obtained from the second hypothesis shows that the structure of the board of directors moderates the relationship between the power of the CEO and the social responsibility of the company.

Keyword

Board structure, CEO power, Corporate social responsibility

1. Department of Administrative and Economic Sciences, Faculty of Humanities and Sport Science, University of GonbadKavous, Gonad, Iran (*Corresponding Author: vahidoskou@gonbad.ac.ir).
3. Master of Accounting, Babol, Mazandaran (Mojtabakardgar831@gmail.com).