مجله اقتصادی
شماره‌های ۳ و ٤، خرداد و تیر ١٣٩٦، صفحات ۷۸-۵۳

مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران

غلامرضا حیدری کردزنگنه
استادیار دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب
gh.kordzanganeh@yahoo.com

ایرج نوروش
استاد حسابداری و مدیر گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد الکترونیک
irajnoravesh@yahoo.com

محمدحسن جعفری
کارشناس ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد الکترونیک، تهران، ایران
mhjafari56@gmail.com

هدف از انجام این تحقیق، بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران است. این تحقیق به روش توصیفی- همبستگی انجام شده و از نوع تحقیقات کاربردی است. جامعه آماری تحقیق را کلیه شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۳ تشکیل می‌دهند، که تعداد ۱۲۵ شرکت در تمام طول دوره تحقیق در بازار بورس فعال بوده و مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. داده‌های تحقیق از صورت‌های مالی شرکت‌ها استخراج شده و با استفاده از مدل‌های رگرسیونی به روش داده‌های ترکیبی مورد تجزیه‌وتحلیل قرار گرفت. در این تحقیق برای سنجش عملکرد مالی و سودآوری شرکت‌ها، از شاخص‌های بازده دارایی، بازده حقوق صاحبان سهام و کیوتوبین استفاده شد. یافته‌های تحقیق نشان داد شرکت‌هایی که مسئولیت اجتماعی بهتری از نظر هریک از شاخص های شفافیت سازمانی، پایداری اقتصادی- اجتماعی، مسئولیت بشردوستانه و حاکمیت شرکتی خوب دارند، به سوددهی بالاتری می رسند. همچنین نتایج نشان داد سودآوری شرکت ها از نظر بازده دارایی، منجر به افزایش سطح مسئولیت اجتماعی آن‌ها نیز می‌شود.

واژگان کلیدی: مسئولیت اجتماعی، سودآوری، حاکمیت شرکتی.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-09]

۱. مقدمه

مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی[1] و افشاگری‌های مرتبط با آن از سال‌ها پیش در دستور کار قرار گرفته است. حرکت در مسیر مسئولیت های اجتماعی عاملی ضروری است که به تداوم شرکت و سازمان در بلندمدت منجر می‌شود. منظور از مسئولیت‌پذیری اجتماعی این است که شرکت باید همواره خود را جزئی از اجتماع بداند و نسبت به جامعه احساس مسئولیت داشته باشد و در جهت بهبود رفاه عمومی به‌گونه‌ای مستقل از منافع مستقیم شرکت تلاش کند. ابزار آگاه‌سازی جامعه از مسئولیت های اجتماعی شرکت و سازمان، افشاگری و گزارشگری اجتماعی است. افشاگری و گزارشگری اجتماعی، فرایند انتقال اطلاعات مرتبط با تأثیرات اجتماعی و زیست‌محیطی عملکرد اقتصادی شرکت به جامعه است. گسترش مسئولیت‌پذیری سازمان بر این موضوع دلالت دارد که مسئولیت های سازمان از آنچه در گذشته بوده است، یعنی «فراهم کردن پول برای سهام‌داران»، فراتر رفته است. مطالعات و تحقیقات گسترده در اواخر سال ۲۰۰۲ توسط مؤسسه پرایس واتر هاواس در سطح بین‌الملل بیانگر این بود که قریب ۷۰ درصد مدیران ارشد بر این اعتقادند که نشان دادن مسئولیت‌های اجتماعی شرکت در سودآوری فعالیت‌های شرکت تأثیر بسزایی دارد.

شواهد تجربی نشان می‌دهد که گروه‌های مختلف در جامعه، متقاضی اطلاعات پاسخ‌گویی زیست‌محیطی و اجتماعی هستند و برخی بر گزارش‌های شرکت برای آگاهی از فعالیت های سازمان تکیه می‌کنند (ویلیامز[2]، ۲۰۰۶). پاسخ گویی می‌تواند به عنوان تعهد سازمان‌ها برای ارائه صورت فعالیت‌هایی که بابت آن مسئول هستند تعریف شود (لی[3] و همکاران (۲۰۱۱). گزارشگری زیست‌محیطی و اجتماعی ابزاری جهت پاسخ گویی و حساب‌دهی شرکت‌ها در قبال عملکرد خویش است. گزارش‌ها باید اطلاعات بی‌طرفانه‌ای فراهم کنند که به ذی نفعان اجازه دهد برآورد قابل‌اطمینانی از عملکرد زیست‌محیطی و اجتماعی سازمان داشته باشند (گرای[4]، ۲۰۰۶).

دیگان[5] (۲۰۰۷) با مرور ادبیات گذشته دریافت که افشای گزارش زیست‌محیطی و اجتماعی ابزاری برای حفظ مشروعیت است. مشروعیت منبعی است که حیات سازمان به آن وابسته است، اما

1. CSR
2. Villiers&Van
3. Lee
4. Gray
5. Deegan

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-09]

سازمان می‌تواند بر این منبع اثر گذاشته و یا آن را دستکاری کند. به عبارتی، مدیران برای ادامه حیات سازمان به هرشکلی سعی می‌کنند تا مشروعیت آن را افزایش دهند (مران‌جوری و علی‌خانی، ۱۳۹۳).

تئوری مدیریت به‌طور کلی برای توضیح گزارش اجتماعی به کار می رود. تئوری مشروعیت بر این مبنا استوار است که میان واحد تجاری و جامعه‌ای که واحد تجاری در آن فعالیت می‌کند قرارداد اجتماعی وجود دارد (دیگان، ۲۰۰۷).

مفهوم قرارداد اجتماعی پیشنهاد می‌کند که وجود یک سازمان متکی بر حمایت همه‌جانبه جامعه است. اگر مشاهده شود که یک شرکت درگیر فعالیت های اجتماعی ناخوشایند شده است، جامعه از تأیید شرکت صرف‌نظر می‌کند و این امر منجر به نابودی آن می‌شود. به همین جهت مدیران ممکن است اطلاعات مرتبط با فعالیت‌های با مسئولیت اجتماعی‌شان را به‌منظور حفظ موقعیتشان در جامعه، منتشر کنند (ویلیامز، ۲۰۰۶). همچنین این دیدگاه پیشنهاد می‌کند که هرچه احتمال ناسازگاری فعالیت های شرکت با توقعات جامعه بیشتر باشد، تلاش بیشتری برای تأثیر گذاشتن بر فرایندها از طریق افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی شرکت نیاز است (دیگان، ۲۰۰۷). افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی بخش مهمی از روش ارتباط شرکت‌ها با ذی نفعانشان است (جونز[1]، ۲۰۱۱). همچنین از دیدگاه اخلاقی تئوری ذی‌نفعان گزارش اجتماعی می‌تواند به عنوان مکانیزم پاسخ گویی در نظرگرفته شود که تعهد سازمان را برای افشای فعالیت هایش نشان می‌دهد. افشا می‌تواند به هر نحوی که امکان گزارش آن وجود دارد انجام شود، مثلاً در متن صورت‌های مالی (درصورت بااهمیت بودن آن)، در یادداشت‌های توضیحی همراه و یا تهیه گزارش‌های خاص صورت پذیرد. افشای داده‌های اجتماعی بخش‌های مختلف جامعه را قادر می‌سازد موقعیت شرکت در خصوص حفاظت از محیط زیست را درک کنند و چگونگی توجه سازمان به موضوع‌های زیست‌محیطی و اجتماعی را بررسی کنند (یگانه، ۱۳۹۲). شرکت‌ها باید در مقابل اثرات مثبت و منفی واردشده به اقتصاد، اجتماع و محیط مسئول باشند. هدف نهایی این امر برقرار ساختن توازن بین کارایی اقتصادی، آسایش عمومی و نگه‌داری از محیط است. این تحقیق با این امید انجام

1. John

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-09]

می‌شود که جامعه می‌تواند منافعی را از مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت بردارد. لذا مسئله اصلی تحقیق این است که افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی چه تأثیری بر عملکرد شرکت‌ها دارد؟

۲. تعاریف مسئولیت اجتماعی

پیچیدگی عوامل و متغیرهای تأثیرگذار بر پدیده‌هایی که به‌نوعی به اجتماع بازمی‌گردند ارائه تعریف واحدی از آنها را غیرممکن ساخته و مسئولیت اجتماعی نیز از این امر مستثنا نیست. در اینجا از چند صاحب‌نظر تعاریفی را ارائه می‌دهیم:

گریفین و بارنی مسئولیت اجتماعی را چنین تعریف می‌کنند: «مسئولیت اجتماعی، مجموعه وظایف و تعهداتی است که سازمان باید در جهت حفظ، مراقبت و کمک به جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کند انجام دهد» (مشبکی و شجاعی، ۱۳۸۹).

فرنچ و ساورد نیز در کتاب *فرهنگ مدیریت* در خصوص مسئولیت اجتماعی می‌نویسند: «مسئولیت اجتماعی وظیفه‌ای است بر عهده مؤسسات خصوصی، به این مبنا که سود بر زندگی اجتماعی که در آن کار می‌کنند تأثیر نگذارد. میزان این وظیفه عموماً مشتمل است بر وظایفی چون: آلوده نکردن، تبعیض قائل نشدن در استخدام، نپرداختن به فعالیت‌های غیراخلاقی و مطلع کردن مصرف‌کننده از کیفیت محصولات. همچنین وظیفه‌ای است مبتنی بر مشارکت در زندگی افراد جامعه» (همان).

کیت دیویس درباره مسئولیت اجتماعی معتقد است: «مسئولیت اجتماعی یعنی نوعی احساس تعهد به‌وسیله مدیران سازمان‌های تجاری بخش خصوصی که آن‌گونه تصمیم‌گیری کنند که در کنار کسب سود برای مؤسسه، سطح رفاه کل جامعه نیز بهبود یابد» (عراقی و یقین‌لو، ۱۳۸۳).

رابینسون می‌گوید: «مسئولیت اجتماعی یکی از وظایف و تعهدات سازمان در جهت منتفع ساختن جامعه است، به‌نحوی که هدف اولیه سازمان، یعنی به حداکثر رساندن سود، را صورتی متعالی بخشد» (کاوسی و طلوعی، ۱۳۸۶).

ساموئل سترومکس داگلاس در کتاب *تجارت* می‌گویند: «مسئولیت اجتماعی از تعهدات مدیریت است که علاوه بر حفظ و گسترش منافع سازمان، در جهت رفاه عمومی جامعه نیز انجام می‌گیرد» (عزیزی و باقری، ۱۳۸۹).

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-09]

ایران‌نژاد در کتاب *مسئولیت‌های اخلاقی و اجتماعی مدیریت*، مسئولیت اجتماعی را این‌گونه تعریف می‌کند: «مسئولیت اجتماعی، تعهد تصمیم‌گیران برای اقداماتی است که به‌طور کلی علاوه بر تأمین منافع خودشان، موجبات بهبود رفاه جامعه را فراهم می‌آورد.» در این تعریف عناصر چندی وجود دارد:

۱. مسئولیت اجتماعی یک تعهد است که مؤسسات باید در قبال آن پاسخ‌گو باشند.
۲. مؤسسات مسئول هستند که از آلوده کردن محیط زیست، اعمال تبعیض در امور استخدامی، بی‌توجهی به تأمین نیازهای کارکنان خود، تولید کردن محصولات زیان‌آور و نظایر آن که به سلامت جامعه لطمه می‌زند بپرهیزند. سرانجام سازمان‌ها باید با اختصاص منابع مالی در بهبود رفاه اجتماعی مورد قبول اکثریت جامعه بکوشند. این قبیل موارد عبارتند از: کمک به فرهنگ کشور و مؤسسات فرهنگی و بهبود کیفیت زندگی (عزیزی و باقری، ۱۳۸۹).

گراهام و کترا معتقدند: «حمایت از محیط خارجی اختیاری نیست، بلکه بخش مهمی از فرایند کسب‌وکار به حساب می‌آید» (کاوسی و چاوه باشی، ۱۳۸۸).

استوارت و سالمون، مسئولیت اجتماعی را چنین تعریف می‌کنند: «شیوه ای از مدیریت که طبق آن، سازمان‌ها فعالیت‌هایی را که اثر مثبتی بر جامعه و ترفیع کالاهای عمومی داشته باشد انجام می‌دهد.» در واقع استوارت و سالمون خواهان حذف آثار منفی سازمان بر جامعه بوده و سعی داشتند تا بتوانند در نگرش و رفتار مصرف‌کنندگان تغییر ایجاد کنند (همان).

مسئولیت‌پذیری یعنی ارزش قائل شدن برای ارتباطات به هم وابسته است که بین سازمان، گروه‌های ذی‌نفع، نظام اقتصادی و جوامع مرتبط وجود دارد. مسئولیت‌پذیری اجتماعی وسیله است برای بحث تعهداتی که یک سازمان باید نسبت به جامعه خود داشته باشد، شیوه‌ای است برای پیشنهاد ایده‌های سیاست‌گذاری در مورد عمل به تعهدات ذکر شده و نیز ابزاری است که به کمک آن می‌توان دوجانبه سازمان و جامعه را در عمل به تعهدات معین نمود. به طور خلاصه، مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر ارتباطات یک سازمان با ذی‌نفعشان تأکید می‌کند (چاندلر[1]، ۲۰۰۶).

1. chandler

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-09]

۳. تعاریف سازمان ها از مسئولیت اجتماعی

بر اساس مطالعات و تعاریف مرکز ابتکارات اجتماعی و توسعه روستایی، مسئولیت اجتماعی اصولی را ایجاد می‌کند که باعث ایجاد سیستم ارزشی می‌شود که عبارتند از:

- «عامل خوب احساسی» در مورد شرکت، که عاملی است جهت دلبستگی کارکنان تخصصی به سازمان.
- شناسایی ترجیحات مصرف‌کننده برای شرکت‌ها و توجه به وجدان اجتماعی.
- افزایش انتظار سهامدارانی که برآوردن نیازهای آنان برای جامعه، حساس و ضروری است.

پروژه‌های اجتماعی ابزاری هستند که شرکت‌ها به‌وسیله آن، ارزش‌هایی را که بر اساس آن در سطح وسیعی در جامعه قرار می‌گیرد، تسهیم می‌کند (کاوسی و چاوشی، ۱۳۸۸).

شورای تجاری جهان برای توسعه پایدار[1]، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را تعهد تجاری برای مشارکت و همکاری توسعه اقتصادی پایدار، کار با کارگران، خانواده‌هایشان، جوامع محلی و جامعه در سطح وسیع‌تر برای بهبود کیفیت زندگی می‌داند.

از نظر دفتر بین‌المللی تجاری[2]. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها عبارت است از «تعهدات داوطلبانه از طریق تجارت برای مدیریت کردن فعالیت شرکت در امر پاسخ‌گویی».

کمیسیون اروپایی ۲۰۰۲، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را به عنوان مفهومی که از طریق آن تعامل اجتماعی و اهمیت محیطی در عملیات تجاری و تعاملشان با سهامداران مقایسه می‌شود، تعریف می‌کند (امیدوار، ۱۳۸۴).

٤. مبانی نظری عملکرد مالی

در گذشته سازمان ها با استفاده از روش‌های سنتی حسابداری قادر بودند تا ارزش و اندازه عوامل تولید خود را به‌طور کامل محاسبه کنند، امروزه این روش‌ها دیگر دارای کارایی لازم نیستند(گتچالک[3]، ۲۰۰۵). این مسئله که امور مالی به عنوان نبض هر سازمان باید از سلامت و دقت بالایی برخوردار باشد، در دوره‌های اخیر اهمیت بیشتری یافته است. روش‌ها و فرایندهای ناصحیح

1 .World Business Council for Sustainable Development
2 .International Chamber of Commerce
3. GottschalK

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-09]

مالی و حسابداری و مقررات نسنجیده، مانند قلب نارسای یک بیمار، پیکره سازمان را مریض کرده و ادامه حیات آن را متزلزل می سازد. شاخص‌های عملکرد مالی سازمان شامل بازده دارایی، بازده حقوق صاحبان سهام، بازده فروش و نسبت هزینه های عملیاتی به درآمدهای عملیاتی هستند. مدیریت مالی نیز از گرایش‌های مدیریت کسب‌وکار است شاخص‌های گوناگونی ازجمله نرخ بازگشت سرمایه، نرخ فروش، نرخ بازده حسابداری، ارزش فعلی خالص و نسبت‌های گوناگونی از جمله نسبت جاری، نسبت آنی، نسبت گردش کالا، دوره وصول مطالبات، بازده فروش، بازده ارزش ویژه، بازده دارایی و ... را تعریف می‌کند.

عملکرد مالی سازمان در این مقوله به چهار نسبت از نسبت‌های نام‌برده، یعنی بازده سرمایه در گردش یا بازده دارایی[1]، بازده ارزش ویژه یا بازده حقوق صاحبان سهام[2]، بازده فروش[3]، و نسبت هزینه های عملیاتی سازمان به درآمدهای عملیاتی آن[4] اطلاق می شود. بنابراین، عملکرد مالی درجه یا میزانی است که شرکت به هدف‌های مالی سهام‌داران در راستای افزایش ثروت نائل می‌آید.

۵. تشریح و بیان موضوع

اتخاذ اصول مسئولیت اجتماعی برای سازمان‌ها امری هزینه‌بر است. این هزینه‌ها ممکن است شامل موارد زیر باشد: خرید تجهیزات جدیدی که به محیط زیست آسیب کمتری می‌رساند و تغییر ساختار مدیریتی و یا ایجاد کنترل‌های کیفیت شدیدتر. منافع اتخاذ اصول مسئولیت اجتماعی برای سازمان ها عبارت است از: اعتلای برند و افزایش اعتبار، امکان جذب بیشتر منابع سرمایه‌ای به علت اعتبار تجاری بالا، کاهش مخاطرات ناشی از حوادث و اتفاقات تلخ، بهبود شرایط محیط کار و درنتیجه ارتقای بهره‌وری و افزایش توانایی برای جذب و نگه‌داری کارکنان که منجر به کاهش جابه‌جایی، غیبت و هزینه‌های آموزش می‌شود. بیشتر صاحب‌نظران معتقدند که هزینه‌های مسئولیت اجتماعی کوتاه‌مدت و منافع آن اغلب از نوع بلندمدت است. مسئولیت اجتماعی درواقع نوعی سرمایه‌گذاری برای آینده به امید کسب مزیت رقابتی پایدار و بلندمدت است.

1. Return On Investment (ROI)
2. Return On Equity (ROE)
3. Return On Sales (ROS)
4. Operating Expenses/Operating Incomes (OE/OI)

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-09]

مدیران ارشدی که دارای دید کوتاه‌مدت هستند، هزینه‌های کوتاه‌مدت مسئولیت اجتماعی را برنمی‌تابند. برعکس، مدیرانی که دارای دید بلندمدت هستند، حاضرند برای بهبود رفاه جامعه، حل مشکلات اجتماعی، آلودگی محیط زیست، بهبود شرایط محیط کار، رعایت حقوق بشر، شرکت در امور عام‌المنفعه و ... هزینه کنند تا در بلندمدت بتوانند از پیشرفت اجتماعی بهره‌مند شده و از سوی دیگر در جامعه و در بین مشتریان و ذی‌نفعان خود برای خود اعتبار و شهرت کسب کنند.

۵-۱. دلایل موافقین و مخالفین مسئولیت اجتماعی سازمان:

دلایل موافقت نسبت به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و سازمان‌ها، از مزایای بالقوه که نصیب سازمان‌ها و جامعه می‌شود، ناشی می‌شود. یکی از دلایل مذکور این است که انجام مسئولیت اجتماعی باعث می‌شود سازمان در بلندمدت به منافع خود دست یابد، از سوی دیگر فعالیت‌های اجتماعی باعث می‌شود، دولت دخالت کمتری در مسائل داشته باشد که این نیز در بلندمدت به نفع سازمان است (خلیلی عراقی و یقین‌لو، ۱۳۸۴).

دلایل موافقت نسبت به مشارکت و مسئولیت‌های اجتماعی

۱- التزام اخلاق؛
۲- محیط اجتماعی بهتر؛
۳- ممانعت از گسترش قوانین و مقررات دولتی؛
۴- وابستگی‌های متقابل نظام‌مند؛
۵- کمک در حل مشکلات اجتماعی؛
۶- بهبود چهره عمومی؛
۷- جلب منابع ارزشمند سازمان‌ها.

دلایل مخالفت نسبت به مشارکت و مسئولیت‌های اجتماعی

۱- لزوم کسب حداکثر سود؛
۲- تعدد هدف‌های سازمان؛
۳- هزینه مشارکت اجتماعی؛
۴- تضعیف تراز پرداخت‌های بین‌المللی؛
۵- فقدان مهارت‌های اجتماعی؛
۶- عدم حساب‌پس‌دهی؛
۷- ناتوانی سازمان در انتخاب گزینه‌های اخلاقی (خلیلی عراقی و یقین‌لو، ۱۳۸۴).

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-09]

جدول۱. دلایل موافقین و مخالفین مسئولیت اجتماعی سازمان

مخالفان مسئولیت اجتماعی	موافقان مسئولیت اجتماعی
۱- سودآوری سازمان‌ها را کوتاه‌مدت کاهش می‌دهد.	۱- انتظارات عمومی را برآورده می‌سازد.
۲- توانایی تولید را کاهش می‌دهد.	۲- سودآوری را در بلندمدت افزایش می‌دهد.
۳- هزینه‌ها افزایش می‌یابد .	۳- تعهد و الزامات اخلاقی را رعایت می‌کند.
۴- موجب بی‌میلی سهام‌داران و سرمایه‌داران می‌شود.	۴- از گسترش قوانین و مقررات دولتی جلوگیری می‌کند.
۵- موجب کم‌رنگ‌تر شدن و کاهش اهداف سازمان می‌شود.	۵- شهرت و اعتبار سازمان را افزایش می‌دهد.
۶- موجب تعارض در معیار عملکرد مدیران می‌شود.	۶- موجب ایجاد محیطی برتر در راستای کشف و جذب استعدادها می‌شود.
	۷- علاج و پیشگیری قبل از وقوع حادثه تلقی می‌شود.

مأخذ: رابینز و کالچر، ۲۰۰۷

بنابراین به نظر می‌رسد مسئولیت اجتماعی، میزان موفقیت شرکت‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد (براین و همکاران[1]، ۲۰۰۷). از آنجایی که عملکرد مالی شرکت واضح‌ترین نمود موفقیت آن است، این پژوهش درصدد بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران است.

۶. ضرورت انجام تحقیق

در حال حاضر، کیفیت گزارشگری اجتماعی شرکت‌ها بسیار ضعیف و اغلب این گزارش‌ها ناقص و ناکارآمد است، به‌طوری که مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را به‌طور دقیق و مناسب مشخص نمی‌کند. شاید دلیل این امر آن باشد که هنوز الزامات قانونی در این زمینه وضع نشده واین گزارش‌ها عموماً بر اساس سلیقه و خواست مدیریت ارائه می‌شود. تئوری‌های مطرح در مورد مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها (تئوری مشروعیت، تئوری گروه‌های ذی‌نفع، تئوری اقتصاد سیاسی) همگی بیانگر این مطلب هستند که مدیران به دلایل مختلفی همچون کسب مشروعیت سازمانی و یا فشار گروه‌های ذی‌نفع مایل به افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی سازمان هستند، ولی در تئوری اقتصاد سیاسی اعتقاد بر لزوم تدوین قوانین و استانداردهایی در این زمینه است. کشورهایی همچون انگلستان، آمریکا، استرالیا که در زمینه تحقیق در مورد مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها پیشگام بوده‌اند، در این عرصه نیز دست به اقدام زده و استانداردها و قوانینی تدوین کرده‌اند. ولی در ایران باوجود اینکه

1. Brine, Mathew. Brown, Rebecca & Hackett, Gred

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-09]

طبق بند (ز) بیانیه مفاهیم نظری گزارشگری مالی، جامعه و نیازهای اطلاعاتی آنها مدنظر قرار گرفته است، عملاً در جهت رفع این نیاز اطلاعاتی اقدامی صورت نگرفته است. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها یکی از دستورکارهای تحقیقی بوده است که سال‌ها بر روی آن تحقیقاتی انجام شده است. مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت به عنوان نتیجه‌ای از تضاد بین اجتماع وشرکت پدیدار شد که به دلیل تأثیراتی بوده است که از وجود و عملیات شرکت‌ها در آن محیط برخاسته است. بدون وجود آن، شرکت نمی‌تواند درون جامعه به عنوان یک حمایت‌کننده محیطی گسترش یابد. این ویژگی مهم باید برای ایجاد همکاری بین آنها ایجاد شود. وجود شرکت‌ها باعث ایجادتغییراتی برای روند بهتر و توسعه کشور و گسترش استانداردهای زندگی است. درنتیجه مسئولیت شرکت نسبت به اجتماع هم برای خود واحد تجاری و هم برای اجتماع سودمند است و درک بهتر منافع بالقوه آن می‌تواند منجر به بازده های زیاد سرمایه گذاری برای شرکت ها شود. از جمله این منافع می‌توان به افزایش فروش و وفاداری مشتریان اشاره کرد. شماری از مطالعات به یک بازار در حال رشد و بزرگ برای تولیدات و خدماتی که از طریق شرکت‌های با مسئولیت اجتماعی بالا ایجاد شده است، اشاره می‌کنند (ساندهو و کاپور[1]، ۲۰۱۰). کریر و راس (۱۹۹۷) به طور تجربی دریافتند که مشتریان از واحدهای تجاری انتظار دارند تا اخلاق را در اداره واحدهای تجاری خود رعایت کنند. مهر و وب (۲۰۰۵) نیز اثبات کردند مشتریان ترجیح می‌دهند از شرکت‌هایی خرید کنند که نسبت به مسئولیت اجتماعی خود آگاهی دارند. ازجمله منافع دیگر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها می‌توان به افزایش توانایی در استخدام کارکنان تازه وارد و نگه داشتن کارکنان باتجربه اشاره کرد. شرکت‌ها با پیشرفت در جهت مسئولیت اجتماعی این مسئله را درمی‌یابند که راحت‌تر می‌توانند نیروی تازه به کار بگیرند و کارکنان باتجربه را برای یک دوره زمانی کافی، که برای موفقیت واحد تجاری واجب هستند، حفظ کنند (تربان وگرنینگ، ۱۹۹۷). حمایت دولت نیز از منافع دیگر مسئولیت اجتماعی به شمار می‌رود، زیرا سازمان‌های تجاری نوع دوست، که در برابر مسئولیت اجتماعی خودشان تعهد بیشتری دارند، دعاوی کمتری را از طرف قانون‌گذاران، که ممکن است حکومت یا ممیزین مالیاتی باشند، دریافت می‌کنند (ساندهو وکاپور، ۲۰۱۰).

1. Sandhu, H S; Kapoor, Shveta.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-09]

با توجه به نقش و اهمیت مسئولیت اجتماعی، این پژوهش سعی دارد به بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران بپردازد.

۷. پیشینه پژوهش

بزرگ اصل و همکاران در سال (۱۳۹۱) مقاله‌ای به نام عکس‌العمل سرمایه‌گذاران نسبت به انواع افشاهای اجتماعی شرکت ارائه کردند و نتایج پژوهش نشان داد که سرمایه گذاران به انواع افشاهای اجتماعی عکس‌العمل نشان می‌دهند، اما بین عکس‌العمل سرمایه‌گذاران حرفه‌ای و کمتر حرفه‌ای به چهار نوع افشاهای اجتماعی، تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

رضایی و همکاران (۱۳۹۱)، در مقاله ای با عنوان آشنایی اجمالی با حسابداری اجتماعی و حسابداری مسئولیت‌های اجتماعی بیان کردند هدف سرمایه‌گذاری در سهام شرکت‌ها، حداکثر کردن سود و رفاه سرمایه‌گذار است که برای رسیدن به این هدف، باید تصمیمات سرمایه‌گذاری مناسبی اتخاذ شود. یکی از پارامترها و معیارهایی که سرمایه‌گذاران در تصمیم‌گیری از آن بهره می‌برند، اطلاعات حسابداری منتشرشده توسط شرکت‌هاست. امروزه حسابداری و گزارشگری اجتماعی شرکت‌ها، به‌عنوان یکی از رویکردهای بااهمیت حسابداری مطرح است که در صورت اجرا می‌تواند اطلاعات باارزشی را در اختیار استفاده‌کنندگان از اطلاعات حسابداری، ازجمله سرمایه‌گذاران قرار دهد. در این مقاله با مروری بر تاریخچه حسابداری مسئولیت‌های اجتماعی، به توصیف مفهوم آن به‌عنوان بخشی از دانش حسابداری و اهداف آن پرداخته شده است. همچنین به مزایا و مشکلات اجرای سیستم حسابداری مسئولیت‌های اجتماعی و معیارهای موجود برای تفکیک هزینه‌های اجتماعی از هزینه‌های اقتصادی واحد تجاری، و در پایان به دو روش تهیه گزارش اجتماعی، اشاره کرده است.

عرب صالحی، صادقی و معین‌الدین (۱۳۹۲)، در پژوهشی رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران را از طریق پرسشنامه‌ای که حاوی ۵۳ سؤال در زمینه مسئولیت اجتماعی آن‌ها نسبت به مشتریان، کارکنان، محیط‌زیست و نهادهای موجود در جامعه (نهادهای آموزشی، نهادهای فرهنگی، نهادهای ورزشی، سازمان‌های بهداشت بیمارستان‌ها، نهادهای خیریه، مراکز توان‌بخشی و غیره) است، اندازه‌گیری کردند. نتایج نشان داد که عملکرد مالی با مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به مشتریان و نهادهای موجود در جامعه ارتباط

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-09]

دارد، ولی عملکرد مالی با مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به کارکنان و محیط زیست رابطه معناداری ندارد.

علی‌خانی و مران جوری (۱۳۹۲)، مقاله‌ای با عنوان کاربرد تئوری‌های افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی ارائه کرده‌اند که در این تحقیق تئوری‌هایی که انگیزه شرکت‌ها را برای افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی شرکت‌ها توضیح می‌دهند، شامل تئوری اقتصاد سیاسی، تئوری ذی‌نفعان، تئوری مشروعیت و تئوری سازمانی، معرفی شد و تحقیقات انجام‌شده در زمینه تئوری‌های مذکور ارائه شد.

موجودی و همکاران (۱۳۹۳)، پژوهشی را تحت عنوان بررسی تأثیر مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان بر وفاداری مشتریان بانک پاسارگاد اهواز انجام داده‌اند. نتایج تحقیق نشان داد که مسئولیت اجتماعی شرکت بر کیفیت خدمات ادراک شده و رضایت، تأثیر مثبت و مستقیمی دارد. همچنین نتایج حاکی از وجود رابطه ای مثبت بین رضایت و وفاداری رفتاری و نگرشی مشتریان بانک بود. این تحقیق نتایجی را درخصوص مسئولیت اجتماعی شرکت و کیفیت خدمات ادراک‌شده می‌دهد که می‌تواند مورد استفاده مدیران بانک‌ها قرار بگیرد.

خاکسار (۱۳۹۳)، در تحقیقی به بررسی تأثیر مسئولیت پذیری اجتماعی بر عملکرد کارخانه های سیمان استان فارس پرداخته است. در تحلیل وضعیت متغیرهای تحقیق با استفاده از آزمون تی یک نمونه، مشخص شد که متغیرهای مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد در شرکت های سیمانی در وضعیت مطلوبی قرار دارند و درنهایت با توجه به نتایج آزمون رگرسیون، تأثیر مسئولیت پذیری اجتماعی بر عملکرد شرکت‌های سیمانی مورد تأیید قرار گرفت.

امیری و وکیل‌زاده روح‌الامینی (۱۳۹۳)، در پژوهشی به بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت‌ها پرداخته‌اند. طراحی الگوی جدید مسئولیت اجتماعی به روش DEA است و معیارهای عملکرد شرکت ها شامل بازده دارایی، بازده حقوق صاحبان سهام، بازده واقعی سهام، نسبت کیوتوبین، ارزش بازار حقوق صاحبان سهام، ارزش‌افزوده اقتصادی و هزینه سهام عادی است. نتایج حاکی از وجود یک رابطه معنادار بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد شرکت‌ها بوده است.

حیدرپور و قرنی (۱۳۹۴)، در پژوهشی به بررسی تأثیر حسابداری زیست‌محیطی بر شاخص‌های مالی و عملیاتی شرکت‌های تولیدی پرداخته‌اند. در این پژوهش از آزمون t- استودنت در راستای

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-09]

تأیید یا عدم تأیید فرضیات به کار گرفته شده است. از آزمون فریدمن برای بررسی میزان تأثیرگذاری و تعیین میزان رتبه تأثیر هر عامل استفاده شده است. از آزمون t جفتی برای بررسی سطح مورد انتظار با سطح واقعی استفاده شده است. نتایج نشان‌دهنده تأثیر حسابداری محیط‌زیست بر شاخص‌های مالی و عملیاتی شرکت‌ها، شامل میزان تولید شرکت‌های تولیدی، میزان کاهش تولید ضایعات، کمک های بلاعوض فنی بیرون از سازمان به شرکت های تولیدی، نوع کالاهای تولیدشده و نسبت بدهی خدمات (بازپرداخت اصل و فرع بدهی های بلندمدت) به کل بدهی های شرکت‌های تولیدی است.

مرسدس[1] (۲۰۱۵)، در مقاله‌ای کیفیت افشای مسئولیت‌های اجتماعی و عملکرد مالی شرکت‌ها را بررسی کرد. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که کیفیت افشای مسئولیت‌های اجتماعی با عملکرد مالی شرکت‌ها ارتباط دارد. یافته‌های این تحقیق حاکی از وجود رابطه مستقیم بین دو متغیر مذکور بوده است.

سالوسکی و زولچ[2] (۲۰۱۴)، در پژوهش خویش به بررسی ارتباط بین میزان افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی و کیفیت سود پرداختند. نتیجه این پژوهش حاکی از آن است که روند روبه‌رشد شرکت ها در خصوص افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی شرکت ها، لزوماً منجر به افزایش کیفیت سود نمی‌شود و یک ارتباط منفی بین میزان افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و کیفیت سود وجود دارد. همچنین نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که بین مسئولیت اجتماعی شرکت با درجه محافظه‌کاری شرکت و کیفیت اقلام تعهدی رابطهٔ منفی، و با مدیریت سود رابطهٔ مثبت وجود دارد.

اورتاس[3] و همکاران (۲۰۱۴) در تحقیقی به بررسی نقش مسئولیت اجتماعی و زیست‌محیطی شرکت ها بر عملکرد پرتفوی پرداختند. نتایج این تحقیق حاکی از آن است که افزایش سطح مسئولیت اجتماعی شرکت ها منجر به افزایش بازده پرتفوی و جذابیت سرمایه‌گذاری در پرتفوی می‌گردد. نتایج همچنین نشان داده که میزان واکنش بازده پرتفوی شرکت‌ها به مسئولیت‌های زیست‌محیطی، بیشتر از مسئولیت‌های اجتماعی آن‌ها بوده است.

1. Mercedes
2. Salewski and Zu¨lch
3. Ortas

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-09]

لی[1] و همکاران (۲۰۱۱) اثر ابعاد مختلف مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در عملکرد مالی شرکت در صنایع مرتبط با گردشگری را مورد بررسی قرار می دهند. نتایج نشان داد که اثر هر یک از ابعاد مسئولیت اجتماعی بر روی سودآوری کوتاه مدت و بلندمدت معنادار بوده و این تأثیر در چهار صنعت متفاوت است.

اویونو و همکاران[2] (۲۰۱۱)، در مطالعه‌ای با عنوان بررسی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد مالی، به بررسی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد مالی ۵۰ شرکت مالزیایی پرداختند. تجزیه‌وتحلیل آن‌ها نشان داد که رابطه مثبت و تقریباً ضعیفی بین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد مالی وجود دارد. بنابراین آن‌ها ادعا کردند که گزارش فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها باعث بهبود عملکرد مالی می‌گردد.

اسکات[3] و همکاران (۲۰۱۰)، در پژوهشی تحت عنوان مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی شرکت، به بررسی رابطه بین عملکرد مالی و عملکرد اجتماعی شرکت پرداختند که نتایج پژوهش آن‌ها حاکی از وجود رابطه مثبت بین عملکرد مالی و عملکرد اجتماعی شرکت بود.

سوروکا[4] و همکاران (۲۰۱۰)، در تحقیقی به بررسی تأثیر مسئولیت های شرکت بر عملکرد مالی با تأکید بر نقش منابع نامشهود شرکت پرداخته‌اند. نتایج این تحقیق حاکی از آن است که سرمایه‌گذاری در دارایی‌های نامشهود شرکت به‌منظور تعهد به مسئولیت‌های کارکنان با عملکرد مالی شرکت رابطه مستقیم و معناداری داشته است.

نلینگ و وب[5] (۲۰۰۸)، در تحقیقی به بررسی ارتباط بین عملکرد مالی و مسئولیت اجتماعی پرداختند. نتایج پژوهش حاکی از وجود یک ارتباط منفی و ضعیف بین عملکرد مالی و عملکرد اجتماعی شرکت بوده است. مطابق با یافته های این تحقیق، افزایش سطح مسئولیت اجتماعی منجر به افول سطح عملکرد شرکت گردیده است.

1. Lee
2. Oeyono, et al.
3. Scott
4. Surroca
5. Nelling and Webb

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-09]

بر اساس مطالب پیش‌گفته، فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر تدوین شدند:

فرضیه ۱: شرکت‌هایی که شاخص بهتری در شفافیت سازمانی به دست می‌آورند، نتایج مالی بهتری دارند.

فرضیه ۲: شرکت‌هایی که شاخص بهتری در پایداری اقتصادی- اجتماعی به دست می‌آورند، نتایج مالی بهتری دارند.

فرضیه ۳: شرکت‌هایی که شاخص بهتری در مسئولت بشردوستانه به دست می‌آورند، نتایج مالی بهتری دارند.

فرضیه ۴: شرکت‌هایی که شاخص بهتری در حاکمیت شرکتی خوب به دست می‌آورند، نتایج مالی بهتری دارند.

فرضیه ۵: شرکت‌های سودآورتر، شرکت‌هایی هستند که مسئولیت اجتماعی بهتری دارند.

۸. روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، از دسته پژوهش‌های کاربردی به شمار می‌رود و از نظر روش، پژوهشی توصیفی مبتنی بر تحلیل رگرسیونی است که در آن، از روش تحلیل داده‌های ترکیبی و ادغام استفاده شده است. داده‌های مورد نیاز از لوح فشردهٔ شرکت تدبیرپرداز، نرم‌افزار ره‌آورد نوین و گزارش‌های انتشاریافتهٔ سازمان بورس و اوراق بهادار جمع‌آوری شده است. تجزیه‌وتحلیل داده‌های پژوهش با استفاده از نرم‌افزار Eviews و در سطح معناداری ۹۵ درصد انجام گرفت.

جامعهٔ آماری پژوهش، شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۳ هستند. انتخاب نمونه از جامعهٔ آماری بیان‌شده، بر اساس معیارهای زیر انجام گرفته است:

- شرکت‌های سرمایه‌گذاری و هلدینگ نباشند.
- برای رعایت قابلیت مقایسه‌پذیری، سال مالی شرکت‌ها منتهی به ۲۹ اسفندماه هر سال باشد.
- شرکت طی سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۳ تغییر سال مالی نداشته باشد.
- شرکت تا پایان ۱۳۸۸ در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته شده و طی سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۳ از بورس اوراق بهادار تهران نیز خارج نشده باشد.
- اطلاعات و صورت‌های مالی آن در دسترس باشد.
- بیش از سه ماه وقفه معاملاتی نداشته باشد.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-09]

شرکت‌هایی که شرایط فوق را نداشتند، از نمونهٔ آماری حذف شدند. با لحاظ محدودیت های مذکور، تعداد ۱۲۵ شرکت به‌عنوان نمونه‌های آماری پژوهش انتخاب شدند.

۹. مدل پژوهش

به‌منظور آزمون فرضیه‌های تحقیق، از مدل زیر استفاده شده است. به‌طوری‌که عملکرد مالی شرکت‌ها از طریق ۳ شاخص بازده دارایی، بازده حقوق صاحبان سهام و شاخص کیوتوبین شرکت مورد سنجش واقع شده است.

$$ROA_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 GRI_{i,t} + \beta_2 DJSI_{i,t} + \beta_3 COMPL - RECOM_{i,t} + \beta_4 GC_{i,t} + \beta_5 Size_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$
$$ROE_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 GRI_{i,t} + \beta_2 DJSI_{i,t} + \beta_3 COMPL - RECOM_{i,t} + \beta_4 GC_{i,t} + \beta_5 Size_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$
$$Tobin'sQ_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 GRI_{i,t} + \beta_2 DJSI_{i,t} + \beta_3 COMPL - RECOM_{i,t} + \beta_4 GC_{i,t} + \beta_5 Size_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$
$$CSR_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 ROA_{i,t} + \beta_2 ROE_{i,t} + \beta_3 Tobin'sQ_{i,t} + \beta_4 Size_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

(۱)

۹-۱. شاخص‌های سنجش عملکرد شرکت

- $ROA_{i,t}$: بازده دارایی های شرکت i در سال t و برابر با نسبت سود خالص به ارزش دفتری دارایی‌های شرکت است.
- $ROE_{i,t}$: بازده حقوق صاحبان سهام شرکت i در سال t و برابر با نسبت سود خالص به ارزش حقوق صاحبان سهام شرکت است.
- $Tobin'sQ_{i,t}$: نسبت Q- توبین شرکت i در سال t و برابر با نسبت ارزش بازار به ارزش دارایی‌های شرکت است.

۹-۲. شاخص‌های سنجش مسئولیت اجتماعی

- $GRI_{i,t}$: شاخص شفافیت سازمانی شرکت i در سال t است و درصورتی‌که شرکت در گزارش های مالی خود، هریک از اصول جامعیت گزارش برای ذی نفعان، کامل بودن، داشتن قابلیت مقایسه، دقت، به موقع بودن، شفافیت، قابلیت اعتماد، استراتژی و تحلیل، پروفایل سازمانی، جنبه ها و مرزهای بااهمیت شناسایی‌شده، حکمرانی، اطلاع رسانی در مورد رویکرد مدیریت، شاخص های اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی را رعایت کرده باشد، به ازای هر اصل، ۱ امتیاز دریافت می‌دارد و میانگین امتیازات به‌دست‌آمده از این اصول، به‌عنوان امتیاز شاخص GRI برای شرکت لحاظ می‌شود.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-09]

- $DJSI_{i,t}$: شاخص های پایداری اقتصادی- اجتماعی برای شرکت i در سال t است که بر اساس تحلیل اقتصادی شرکت، عملکرد اجتماعی و زیست محیطی، ارزیابی موضوعاتی از قبیل حاکمیت شرکتی، مدیریت ریسک، برندسازی، کاهش تغییرات آب و هوایی، استانداردهای زنجیره تأمین و فعالیت کارکنان طراحی شده است. بنابراین اگر شرکت در گزارش صورت های مالی خود، به هریک از موارد مذکور اشاره داشته باشد، امتیاز ۱ و در غیر این صورت، امتیاز صفر خواهد گرفت. میانگین امتیازات این شاخص ها برابر با امتیاز شرکت از شاخص پایداری اقتصادی- اجتماعی لحاظ می‌شود.
- $COMPL - RECOM_{i,t}$: شاخص حاکمیت شرکتی خوب برای شرکت i در سال t است. شاخص‌های حاکمیت شرکتی خوب در راستای تعهد شرکت نسبت به مسئولیت‌های اجتماعی آن، مبتنی بر پیشنهادهای ۵۴ تا ۶۴ چک لیست حاکمیت شرکتی خوب در گزارش حاکمیت شرکتی اسپانیا (۲۰۱۵) سنجیده می شود که شامل شاخص هایی از قبیل: تعهد مدیریت به رویه های گزارشگری؛ افشای اطلاعات مربوط به تغییرات حاکمیتی یا مدیران ارشد و اجرایی؛ اعلان دارایی‌های در دسترس و اکتسابی شرکت؛ اعلان گزارش های عمده مؤثر بر حقوق سهامداران و بازده سهام شرکت؛ افشای اطلاعاتی برای شفاف‌سازی در مورد مواد اولیه که منجر به تأثیر بر روی قیمت سهام شرکت می‌شود؛ افشای درآمدهای عملیاتی ماهیانه شرکت و شرکت های تابعه؛ افشای ماهیان اطلاعات مربوط به وام‌دهی و ضمانت‌نامه‌های شرکت؛ افشای اطلاعات مربوط به تعداد کارکنان شرکت؛ افشای سطح تخصص مدیران و حسابداران شرکت و ارزیابی‌های کیفی آنان؛ ارائه گزارش های مربوط به مواد اولیه و کالا و انتشار بیانیه های تأکیدی پیش‌بینی شاخص‌های مالی شرکت در صورت‌های مالی است.
- $GC_{i,t}$: شاخص مسئولیت بشردوستانه برای شرکت i در سال t است و عبارت از گزارش فعالیت های شرکت و کمک های مالی داوطلبانه در حوزه امور بشردوستانه و عام‌المنفعه است. درصورتی‌که حمایت‌های شرکت از این فعالیت‌ها در گزارش‌های مالی افشا شود، امتیاز ۱ و در غیر این صورت امتیاز صفر برای شرکت لحاظ می‌شود.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-09]

- $CSR_{i,t}$: شاخص مسئولیت اجتماعی شرکت i در سال t است که از میانگین حسابی مؤلفه‌های فوق‌الذکر محاسبه می‌شود.

۹-۳. متغیر کنترلی

$Size_{i,t}$: اندازه شرکت که بر اساس لگاریتم طبیعی کل دارایی محاسبه می شود، لگاریتم طبیعی دارایی‌های کل در پایان سال مالی است. استفاده از لگاریتم طبیعی باعث می‌شود تا ضریب احتمالی این متغیرها در مدل، تحت تأثیر اثرات مقیاس‌های بزرگ قرار گیرد. به‌عبارت‌دیگر متغیر اندازه شرکت از لگاریتم طبیعی مجموع دارایی‌ها (شامل کل دارایی‌های جاری و غیرجاری) در پایان دوره به دست می‌آید.

۱۰. یافته‌های پژوهش

شاخص‌های مرکزی و پراکنش متغیرهای تحقیق در جدول (۲) ارائه شده است. اختلاف بین کمینه و بیشینهٔ داده‌ها، بیانگر دامنهٔ مناسب برای استفاده از متغیرهاست.

جدول ۲. آمار توصیفی متغیرها

متغیر	نماد	میانگین	میانه	بیشینه	کمینه	انحراف معیار
بازده دارایی	ROA	۰.۲۷۸۵۱	۰.۱۶۲۱۱	۰.۴۱۳۱۰۵	-۰.۰۷۸۹۵	۰.۰۵۱۹۵۶
بازده حقوق صاحبان سهام	ROE	۰.۳۱۱۲۶۵	۰.۵۶۱۳۳۶	۰.۶۸۰۷۰۷	-۰.۶۴۳۵۹	۰.۴۱۴۳۸۴
کیوتوبین	TOBQ	۰.۲۴۰۲۲۰	۰.۱۳۶۶۵۵	۱.۷۶۲۴۳۵	۰.۰۵۰۰۲۲	۰.۲۴۹۰۱۷
شاخص شفافیت سازمانی	GRI	۰.۲۱۲۴۵۷	۰.۲۱۴۲۸۶	۰.۴۲۸۵۷۱	۰.۰۰۰۰۰۰	۰.۱۴۶۴۶۳
شاخص پایداری اقتصادی-اجتماعی	DJSI	۰.۲۴۳۶۰۰	۰.۲۵۰۰۰۰	۰.۵۰۰۰۰۰	۰.۰۰۰۰۰۰	۰.۱۷۷۳۶۸
حاکمیت شرکتی خوب	COMPL_RECOM	۰.۲۲۷۹۲۷	۰.۱۸۱۸۱۸	۰.۴۵۴۵۴۵	۰.۰۰۰۰۰۰	۰.۱۵۳۸۰۹
مسئولیت بشردوستانه	GC	۰.۳۹۶۸۰۰	۰.۰۰۰۰۰۰	۱.۰۰۰۰۰۰	۰.۰۰۰۰۰۰	۰.۴۸۹۶۲۶
مسئولیت اجتماعی	CSR	۰.۲۷۰۱۹۶	۰.۲۳۴۱۷۲	۰.۵۹۵۷۷۹	۰.۰۰۰۰۰۰	۰.۱۴۱۶۱۴
اندازه شرکت	SIZE	۱۴.۹۱۳۵۶	۱۵.۱۴۶۳۵	۱۵.۷۴۴۵۰	۱۲.۷۰۳۳۲	۰.۷۲۴۷۵۱

مأخذ: یافته‌های پژوهش

در گام اول پژوهش، از آماره آزمون اف. لیمر برای تشخیص داده‌های تلفیقی از پانل استفاده می‌شود. در صورت انتخاب داده‌های پانل، گام بعدی تصمیم‌گیری در مورد انتخاب یکی از دو

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-09]

روش اثرات ثابت یا تصادفی است. برای این کار، معمولاً آزمون هاسمن به کار گرفته می شود. نتایج به‌دست‌آمده از آزمون اف.لیمر، بیانگر استفاده از روش داده‌های تلفیقی است.

جدول ۳. آزمون اف. لیمر

مدل	مقدار آماره	درجه آزادی	سطح معناداری
مدل بازده دارایی‌ها	۱.۲۳۶۵۸۰	(۱۲۴,۴۹۵)	۰.۰۶۰۲
مدل بازده حقوق صاحبان سهام	۱.۰۶۰۵۸۴	(۱۲۴,۴۹۵)	۰.۳۲۸۳
مدل Q- توبین	۱.۱۸۵۱۲۹	(۱۲۴,۴۹۵)	۰.۱۰۶۹
مدل مسئولیت اجتماعی	۰.۹۶۵۵۲۲	(۱۲۴,۴۹۶)	۰.۵۸۶۱

مأخذ: یافته‌های پژوهش

به‌منظور آزمون چهار فرضیه اول تحقیق، تأثیر هریک از ابعاد مسئولیت اجتماعی بر روی شاخص های عملکرد شرکت به‌طور جداگانه در مدل‌های رگرسیونی مورد سنجش واقع شد. نتایج حاصل از برازش این مدل‌ها در جدول (۴) ارائه شده است.

جدول ٤. نتایج آزمون اثر مسئولیت‌های اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت

متغیر وابسته	بازده دارایی‌ها		بازده حقوق صاحبان سهام		کیو توبین	
متغیر مستقل	ضریب تأثیر	سطح معناداری	ضریب تأثیر	سطح معناداری	ضریب تأثیر	سطح معناداری
GRI	۰.۰۰۰۷۸۹	۰.۰۰۵۷	۰.۰۸۵۴۰۷	۰.۰۰۰۸	۰.۰۱۶۰۴۵	۰.۲۹۲۷
DJSI	۰.۰۲۲۷۰۴	۰.۰۰۰۰	۰.۲۵۹۷۸۴	۰.۰۰۰۰	۰.۰۱۴۴۷۲	۰.۲۴۹۷
COMPL_RECOM	۰.۰۰۶۵۴۸	۰.۲۵۸۶	۰.۰۲۴۶۲۸	۰.۶۴۶۸	۰.۰۱۳۰۱۱	۰.۰۰۰۰
GC	۰.۰۰۳۱۷۱	۰.۰۸۱۳	۰.۰۳۹۷۴۲	۰.۰۱۸۶	۰.۰۰۶۹۹۵	۰.۰۱۵۸
SIZE	۰.۰۳۶۹۳۳	۰.۰۰۰۰	۰.۰۱۶۷۸۹	۰.۱۴۱۷	۰.۳۰۷۷۱۵	۰.۰۰۰۰
Constant	۰.۵۸۱۲۶۱	۰.۰۰۰۰	۰.۵۹۶۶۲۸	۰.۰۰۰۶	۴.۸۲۹۲۷۳	۰.۰۰۰۰
معناداری آزمون تحلیل واریانس	۰.۰۰۰		۰.۰۰۰		۰.۰۰۰	
معناداری آزمون بروش پاگان (همسانی واریانس خطا)	۰.۳۶۹۸		۰. ۲۷۱۹		۰. ۲۲۱۹	
معناداری آزمون جارک-برا (نرمال بودن خطا)	۰.۲۴۴۵		۰. ۴۰۰۸		۰. ۴۰۹۶	
ضریب تعیین تعدیل‌شده	۰.۲۷۱۴۶۰		۰. ۲۱۴۶۳۲		۰. ۵۰۰۸۵۶	
آماره دوربین واتسون (استقلال خطا)	۱.۹۰۱۰۴۳		۲.۰۲۰۸۰۷		۱.۹۹۳۵۸۰	

مأخذ: یافته‌های پژوهش

با توجه به نتایج آزمون معناداری اثر هریک از متغیرهای مستقل تحقیق و مقایسه سطوح معناداری به‌دست‌آمده از آزمون تی-استودنت در جهت تعیین معناداری اثرات متغیرهای مستقل بر روی متغیر

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-09]

وابسته مدل با مقدار خطای نوع اول ۰,۰۵، مشاهده می‌شود که شاخص شفافیت سازمانی (۰,۰۰۵۷ = p-value)، شاخص پایداری اقتصادی- اجتماعی (۰,۰۰۰ = p-value) و اندازه شرکت (۰,۰۰۰ = p-value) اثرگذاری معناداری بر روی بازده دارایی شرکت‌ها داشته اند، درحالی‌که تأثیر شاخص حاکمیت خوب (۰,۲۵۸۶ = p-value) و معیار مسئولیت بشردوستانه (۰,۰۸۱۳ = p-value) بر بازده دارایی شرکت‌ها معنادار به دست نیامده است. همچنین با توجه به سطح معناداری به‌دست‌آمده برای عامل اندازه شرکت که کوچک‌تر از خطای ۰,۰۵ است، می‌توان نتیجه گرفت اندازه شرکت‌ها تأثیر معناداری بر روی عملکرد آن‌ها داشته است و با استناد به ضریب تأثیر این متغیر، می‌توان انتظار داشت بازده دارایی شرکت‌های بزرگ‌تر، بیشتر از سایر شرکت‌ها باشد. همچنین نتایج حاکی از آن است که شاخص شفافیت سازمانی (۰,۰۰۰۸ = p-value)، شاخص پایداری اقتصادی- اجتماعی (۰,۰۰۰ = p-value) و معیار مسئولیت بشردوستانه (۰,۰۱۸۶ = p-value) اثرگذاری معناداری بر روی بازده حقوق صاحبان سهام شرکت‌ها داشته‌اند، درحالی‌که تأثیر شاخص حاکمیت خوب (۰,۶۴۶۸ = p-value) و اندازه شرکت (۰,۱۴۱۷ = p-value) بر بازده حقوق صاحبان سهام شرکت‌ها معنادار به دست نیامده است. همچنین با توجه به سطح معناداری به‌دست‌آمده برای عامل اندازه شرکت که بزرگ‌تر از خطای ۰,۰۵ است، می‌توان نتیجه گرفت اندازه شرکت‌ها تأثیر معناداری بر بازده حقوق صاحبان سهام آن‌ها نداشته است. با استناد به نتایج مدل با متغیر وابسته کیو- توبین، مشاهده می‌شود شاخص حاکمیت شرکتی خوب (۰,۰۰۰ = p-value)، معیار مسئولیت بشردوستانه (۰,۰۱۵۸ = p-value) و اندازه شرکت (۰,۰۰۰ = p-value) اثرگذاری معناداری بر روی شاخص کیو- توبین شرکت‌ها داشته‌اند، درحالی‌که تأثیر شاخص شفافیت سازمانی (۰,۲۹۲۷ = p-value) و شاخص پایداری اقتصادی-اجتماعی(۰,۲۴۹۷ = p-value) بر شاخص کیو-توبین شرکتها معنادار به دست نیامده است. همچنین با توجه به سطح معناداری به‌دست‌آمده برای عامل اندازه شرکت که کوچک‌تر از خطای ۰,۰۵ است، می‌توان نتیجه گرفت اندازه شرکت‌ها تأثیر معناداری بر روی نسبت کیو- توبین آن‌ها داشته است و با استناد به ضریب تأثیر این متغیر، می‌توان انتظار داشت با افزایش اندازه شرکت‌ها، بر نسبت کیو- توبین آن‌ها نیز افزوده شود.

به‌منظور آزمون فرضیه پنجم تحقیق نیز تأثیر هریک از ابعاد عملکرد شرکت بر روی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت مورد ارزیابی قرار گرفت. جدول (۵) خلاصه یافته‌های این مدل را نشان می‌دهد.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-09]

جدول ۵. نتایج آزمون اثر مسئولیت‌های اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت

متغیر مستقل	ضریب تأثیر	سطح معناداری
ROA	۰.۰۴۵۴۸۲	۰.۰۰۰۲
ROE	۰.۰۰۱۳۴۶	۰.۰۸۶۹
TOBQ	۰.۰۳۷۳۳۷	۰.۱۶۸۸
SIZE	۰.۰۲۸۴۹۱	۰.۰۰۱۱
Constant	۰.۷۰۲۳۸۲	۰.۰۰۰۰
معناداری آزمون تحلیل واریانس:	۰.۰۰۰۰۴۶	
معناداری آزمون بروش پاگان (همسانی واریانس خطا):	۰.۸۷۵۸	
معناداری آزمون جارک-برا (نرمال بودن خطا):	۰.۵۳۸۵	
ضریب تعیین تعدیل‌شده	۰.۲۰۸۴۵۲	
آماره دوربین واتسون (استقلال خطا)	۱.۹۹۰۴۲۳	

مأخذ: یافته‌های پژوهش

با توجه به نتایج آزمون معناداری اثر هریک از متغیرهای مستقل تحقیق و مقایسه سطوح معناداری به‌دست‌آمده از آزمون تی- استودنت در جهت تعیین معناداری اثرات متغیرهای مستقل بر روی متغیر وابسته مدل با مقدار خطای نوع اول ۰,۰۵، مشاهده می‌شود که معیار عملکردی بازده دارایی‌ها (p-value = ۰,۰۰۰۲) و اندازه شرکت (p-value = ۰,۰۰۱۱) اثرگذاری معناداری بر روی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها داشته‌اند، درحالی‌که تأثیر بازده حقوق صاحبان سهام (p-value = ۰,۰۸۶۹) و شاخص کیو- توبین (p-value = ۰,۱۶۸۸) بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها معنادار به دست نیامده است. همچنین با توجه به سطح معناداری به‌دست‌آمده برای عامل اندازه شرکت که کوچک‌تر از خطای ۰,۰۵ است، می‌توان نتیجه گرفت اندازه شرکت‌ها تأثیر معناداری بر روی مسئولیت‌پذیری اجتماعی آن‌ها داشته است و با استناد به ضریب تأثیر این متغیر می‌توان انتظار داشت با افزایش اندازه شرکت‌ها، بر میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی آن‌ها نیز افزوده شود.

۱۱. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

یافته‌های حاصل از آزمون فرضیه‌های اول تا چهارم تحقیق نشان داد که شاخص شفافیت سازمانی و شاخص پایداری اقتصادی-اجتماعی اثرگذاری معناداری بر روی بازده دارایی شرکت‌ها داشته‌اند، درحالی‌که تأثیر شاخص حاکمیت خوب و معیار مسئولیت‌پذیری بشردوستانه بر بازده دارایی شرکت‌ها معنادار به دست نیامد. بررسی نتایج برای شاخص بازده حقوق صاحبان سهام نشان داد که

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-09]

شاخص شفافیت سازمانی، شاخص پایداری اقتصادی- اجتماعی و مسئولیت پذیری بشردوستانه اثرگذاری معناداری بر روی بازده حقوق صاحبان سهام شرکت‌ها داشته‌اند، درحالی‌که تأثیر شاخص حاکمیت خوب بر بازده حقوق صاحبان سهام شرکت‌ها معنادار به دست نیامد. همچنین نتایج برازش مدل بر روی شاخص کیو- توبین نیز حاکی از آن بود که شاخص حاکمیت شرکتی خوب و مسئولیت‌پذیری بشردوستانه اثرگذاری معناداری بر روی شاخص کیو- توبین شرکت‌ها داشته‌اند، درحالی‌که تأثیر شاخص شفافیت سازمانی و شاخص پایداری اقتصادی- اجتماعی بر شاخص کیو- توبین شرکت‌ها معنادار به دست نیامد. بررسی این نتایج نشان از آن داشت که هریک از شاخص‌های عملکردی شرکت واکنش‌های متفاوتی به عملکرد شرکت در حوزه‌های مختلف مسئولیت اجتماعی دارند. ازاین‌رو به‌منظور بهبود عملکرد شرکت از طریق فعالیت در حوزه مسئولیت های اجتماعی باید به مشخصه عملکردی مورد نظر، توجه داشت. چراکه فعالیت در هریک از حوزه‌های مسئولیت اجتماعی اثرات جداگانه و متمایزی بر روی شاخص‌های مختلف عملکرد داشته است. اگرچه مطابق با یافته‌های این فرضیه ها نمی‌توان روابط معنادار بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد شرکت را نادیده انگاشت و ازاین‌رو می‌توان ادعا نمود که شرکت‌هایی که مسئولیت اجتماعی بهتری دارند به سوددهی بالاتری می‌رسند. یافته‌های تحقیقات پیشین نیز حاکی از نقش معنادار مسئولیت اجتماعی در بهبود عملکرد مالی بنگاه‌های تجاری بوده است که از آن جمله می‌توان به تحقیقات علی‌خانی و همکاران (۱۳۹۲)، بزرگ اصل و همکاران (۱۳۹۱)، عرب صالحی، صادقی و معین‌الدین (۱۳۹۲)، امیری و وکیل‌زاده روح‌الامینی (۱۳۹۳)، مرسدس (۲۰۱۵)، سالوسکی و زولچ (۲۰۱۴)، سی پتا و همکاران (۲۰۱۳)، لی و همکاران (۲۰۱۱) و اویونو و همکاران (۲۰۱۱) اشاره کرد. همچنین نتایج آزمون این فرضیه حاکی از آن بود که معیار بازده دارایی‌ها از شاخص‌های سنجش عملکرد شرکت، اثرگذاری معناداری بر روی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها داشته، درحالی‌که تأثیر بازده حقوق صاحبان سهام و شاخص کیو- توبین بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها معنادار به دست نیامده است. یافته‌های این فرضیه نشان از آن دارد که افزایش سود خالص شرکت نسبت به حقوق صاحبان سهام و تغییر در نسبت بدهی‌ها و ارزش بازار شرکت نمی‌تواند فعالیت‌های اجتماعی شرکت در راستای توسعه عملکرد آن در مسئولیت‌های اجتماعی را تحت تأثیر قرار دهد. به‌عبارت‌دیگر می‌توان این‌گونه نتیجه گرفت که صاحبان سهام و ارزش بازار شرکت

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-09]

نمی‌توانند منجر به ایجاد فشار و یا تنش برای افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت گردند درحالی‌که تغییر در نسبت سود به دارایی های شرکت که در قالب بازده دارایی های آن سنجیده شده، مدیران شرکت‌ها را در راستای مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالاتر ترغیب نموده است. لذا می‌توان نتیجه گرفت که تغییرات نسبتی سود به دارایی‌های شرکت از عوامل مهم نزد مدیران برای مسئولیت‌پذیری اجتماعی بیشتر است. اگرچه با استناد به این نتایج می‌توان ادعا نمود که شرکت‌های سودآورتر شرکت هایی هستند که مسئولیت اجتماعی بهتری دارند و ازاین‌رو فرضیه اصلی دوم تحقیق مورد تأیید قرار گرفته است. مطابق با نتایج تحقیقات پیشین نیز رابطه معناداری بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و عملکرد آن وجود داشته است. ازاین‌رو یافته‌های این فرضیه با نتایج حاصل از تحقیقات علی‌خانی و همکاران (۱۳۹۲)، بزرگ اصل و همکاران (۱۳۹۱)، عرب صالحی، صادقی و معین‌الدین (۱۳۹۲)، امیری و وکیل‌زاده روح‌الامینی (۱۳۹۳)، مرسدس (۲۰۱۵)، سالوسکی و زولچ (۲۰۱۴)، سی پتا و همکاران (۲۰۱۳)، لی و همکاران (۲۰۱۱) و اویونو و همکاران (۲۰۱۱) همسو بوده است. ازاین‌رو مطابق با یافته‌های تحقیق پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود.

- با توجه به نقش معنادار مسئولیت اجتماعی شرکت در بهبود عملکرد مالی آن، پیشنهاد می‌شود در گزارش‌های سالانه مالی شرکت‌ها، به کیفیت افشا در مورد حقوق صاحبان سهام و رویکردهای بشردوستانه شرکت توجه بیشتری شود.
- پیشنهاد می‌شود به‌منظور تقویت سطح مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و التزام به تعهد نسبت به این مسئولیت در شرکت‌ها، الزامات قانونی از سوی سازمان بورس نسبت به افشای مسئولیت های اجتماعی، زیست‌محیطی، تعهد به حقوق صاحبان سهام، آموزش کارکنان و مواردی این‌چنین در نظر گرفته شود.
- پیشنهاد می‌شود به‌منظور تقویت سطح مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نسبت به منافع ذی‌نفعان و سرمایه‌گذاران، از تحلیلگران مالی در شرکت‌ها بهره گرفته شده و تحلیل‌های اقتصادی عملکرد شرکت افشا شود.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-09]

منابع

- **احمدپور، احمد؛ فرمانبردار، مریم** (۱۳۹۲). «بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و خطای پیش‌بینی سود سهم». *فصلنامه بورس اوراق بهادار*. شماره ۲۴. صص ۶۳-۷۸.
- **امیری، سیدخسرو؛ وکیل‌زاده روح الامینی، مجتبی** (۱۳۹۳). «تأثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت‌ها». *کنفرانس بین‌المللی حسابداری، اقتصاد و مدیریت مالی*.
- **حیدرپور، فرزانه؛ قرنی، محمد** (۱۳۹۴). «تأثیر حسابداری زیست محیطی بر شاخص های مالی و عملیاتی شرکت‌های تولیدی». *پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی*. دوره ۷. شماره ۲۶.
- **خاکسار، ابراهیم** (۱۳۹۳). *تأثیر مسئولیت پذیری اجتماعی بر عملکرد (مطالعه کارخانه های سیمان استان فارس*. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه هرمزگان، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
- **رحمانی، علی؛ بشیری‌منش، نازنین** (۱۳۹۳). «مروری بر ادبیات افشای اطلاعات در ایران». *فصلنامه پژوهش حسابداری*. دوره ۴. شماره ۳.
- **رضایی، ندا؛ تفنگ‌ساز، آرش؛ خان‌احمدی، محبوبه** (۱۳۹۱). «آشنایی اجمالی با حسابداری اجتماعی و حسابداری مسئولیت‌های اجتماعی». اولین همایش ملی حسابداری و مدیریت.
- **عرب صالحی، مهدی؛ صادقی، غزل؛ معین الدین، محمود** (۱۳۹۲). «رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران». *پژوهش‌های تجربی حسابداری*. سال سوم. شماره ۹.
- **علی‌خانی کشکک، راضیه** (۱۳۹۲). *ارزیابی کمیت و ماهیت افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی و رابطه آن با برخی خصوصیات شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران*. پایان نامه کارشناسی ارشد رشته حسابداری. دانشکده مدیریت و اقتصاد. دانشگاه علوم و تحقیقات تهران.
- **علی‌خانی، راضیه؛ مران جوری، مهران** (۱۳۹۲). «کاربرد تئوری‌های افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی». *مطالعات حسابداری و حسابرسی*. شماره ۹.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-09]

- **مران‌جویی، مهدی، علی‌خانی، راضیه** (۱۳۹۳). «افشای مسئولیت اجتماعی و راهبری شرکتی». *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*. شماره ۳. صص ۳۲۹-۳۴۸.
- **موجودی، امین؛ درزیان عزیزی، عبدالهادی؛ قاسمی، پریا** (۱۳۹۳). «بررسی تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان به وفاداری مشتریان (بانک پاسارگاد اهواز)». *مدیریت بازاریابی*. دوره ۹. شماره ۲۲.
- **یگانه، یحیی، برزگر، قدرت اله** (۱۳۹۲). «ارائهٔ مؤلفه ها و شاخص های بُعد اجتماعی مسئولیت شرکت ها و وضعیت موجود آن در ایران». *فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی فرهنگی*. شماره ۱. صص ۲۰۹-۲۳۴.
- **Deegan, C.** (2007). "A study of the environmental disclosure practices of Australian corporations". *Accounting and Business Research*, Vol. 26, No. 3, pp. 187-99.
- **Gray, R.** (2006). "Social, environmental and sustainability reporting and organizational value creation. Whose value? Whose creation?" *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, vol. 19(6), pp 793–819.
- **Islam, M. A. and Deegan, C**. (2008). "Motivations for an organization within a developing country to report social responsibility information: Evidence from Bangladesh". *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 21, No. 6, PP. 850–874.
- **Jones, J. M.** (2011). "The nature, use and impression management of graphs in social and environmental accounting". *Accounting Forum*, vol. 35, pp. 75–89.
- **Kang, K.H. Lee, S. and Huh, C**. (2010). "Impacts of positive and negative corporate social responsibility activities on company performance in the hospitality industry". *International Journal of Hospitality Management*, vol. 29(1), pp. 72-82.
- **Lee, S.** (2010). "Financial impacts of socially responsible activities on airline companies". *Journal of Hospitality and Tourism Research*, vol. 34(2), pp. 185-203.
- **Mercedes Rodriguez-Fernandez.** (2015). "Social responsibility and financial performance:The role of good corporate governance". *BRQ Business Research Quarterly*. PP. 1-15.
- **Nelling, E. and Webb, E.** (2008). "Corporate social responsibility and financial performance: the ‘‘virtuous circle’’ revisited", *Review of Quantitative Finance and Accounting*, vol. 32(2), pp. 197-209.
- **Oeyono, J. Samy and M. Bampton, R.** (2011). "An Examination of Corporate Social Responsibility and Financial Performance: a Study of the Top 50 Indonesian Listed Corporations". *Journal of Global Responsibility*, vol. 2(1), pp. 100-112.
- **Ortas E. Alvarez I. Etxeberria I.** (2014). "Financial Factors Influencing the Quality of Corporate Social Responsibility and Environmental Management Disclosure: A Quantile Regression Approach". *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 22, Issue 6.
- **Salewski, M. Zulch, H.** (2014). "The Association between Corporate Social Responsibility and Earnings Quality Evidence from European Blue Chips". *Working Paper Series*, No. 112. Available at SSRN.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-09]

- **Scott, J. M. and Thompson, J. L.** (2010). "Environmental entrepreneurship: The sustainability challenge". *Institute of small business and entrepreneurship conference (ISBE)*, London, November 2010, Proceedings. ISBE.
- **Surroca, J. Tribo, J.A. and Waddock, S.** (2010). "Corporate responsibility and financial performance: the role of intangible resources". *Strategic Management Journal*, vol. 31(5), pp. 463-490.
- **Williams, S. M.** (2006). "Voluntary Environmental and Social Accounting Disclosure Practices in the Asia-Pacific Region: An International Empirical Test of Political Economy Theory" *The International Journal of Accounting*, vol. 34(2), pp. 209-238.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-09]