

مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادر 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 پذیرفته شده در بورس اوراق بهادر تهران است. این تحقیق به روش توصیفی- همبستگی انجام شده و از نوع تحقیقات کاربردی است. جامعه آماری تحقیق را کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادر 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 تجزیه و تحلیل 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 شاخص‌های شفافیت سازمانی، پایداری اقتصادی- اجتماعی، مسئولیت بشردوستانه و حاکمیت شرکتی خوب دارند، به سوددهی بالاتری می‌رسند. همچنین نتایج نشان داد سودآوری شرکت‌ها از نظر بازده دارایی، منجر به افزایش سطح مسئولیت اجتماعی آن‌ها نیز می‌شود.

واژگان کلیدی: مسئولیت اجتماعی، سودآوری، حاکمیت شرکتی.

۱. مقدمه

مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی^۱ و افشاگری‌های مرتبط با آن از سال‌ها پیش در دستور کار قرار گرفته است. حرکت در مسیر مسئولیت‌های 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 به گونه‌ای مستقل از منافع مستقیم شرکت تلاش کند. ابزار آگاه‌سازی جامعه از مسئولیت‌های 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 مسئولیت‌های سازمان از آنچه در گذشته بوده است، یعنی «فراهمن 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 فعالیت‌های سازمان تکیه می‌کنند (ویلیامز^۲، ۲۰۰۶). پاسخ‌گویی می‌تواند به عنوان تعهد سازمان‌ها برای ارائه صورت فعالیت‌هایی که بابت آن مسئول هستند تعریف شود (لی^۳ و همکاران ۲۰۱۱). گزارشگری زیستمحیطی و اجتماعی ابزاری جهت پاسخ‌گویی و حساب‌دهی شرکت‌ها در قبال عملکرد خویش است. گزارش‌ها باید اطلاعات بی‌طرفانه‌ای فراهم کنند که به ذی نفعان اجازه دهد برآورد قابل اطمینانی از عملکرد زیستمحیطی و اجتماعی سازمان داشته باشند (گرای^۴، ۲۰۰۶).

دیگان^۵ (۲۰۰۷) با مرور ادبیات گذشته دریافت که افشاری 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

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

تئوری مدیریت به طور کلی برای توضیح گزارش اجتماعی به کار می‌رود. تئوری مشروعيت بر این مبنای 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 در گیر فعالیت‌های اجتماعی ناخواهای شده است، جامعه از تأیید شرکت صرف نظر می‌کند و این امر منجر به نابودی آن می‌شود. به همین جهت مدیران ممکن است اطلاعات مرتبط با فعالیت‌های با مسئولیت اجتماعی شان را به منظور حفظ موقعیتشان در جامعه، منتشر کنند (ویلیامز، ۲۰۰۶). همچنین این دیدگاه پیشنهاد می‌کند که هر چه احتمال ناسازگاری فعالیت‌های 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^۱، ۲۰۱۱). همچنین از دیدگاه اخلاقی تئوری ذی نفعان گزارش اجتماعی می‌تواند به عنوان مکانیزم پاسخ‌گویی در نظر گرفته شود که تعهد سازمان را برای افشای فعالیت‌هایی شناخت نشان می‌دهد. افشا می‌تواند به هر نحوی که امکان گزارش آن وجود دارد انجام شود، مثلاً در متن صورت‌های مالی (در صورت بالاهمیت 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 زیست محیطی و اجتماعی را بررسی کنند (دیگانه، 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

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

۲. تعاریف مسئولیت اجتماعی

پیچیدگی عوامل و متغیرهای تأثیرگذار بر پذیده‌هایی که بهنوعی به اجتماع بازمی‌گردند ارائه تعریف واحدی از آنها را غیرممکن ساخته و مسئولیت اجتماعی نیز از این امر مستثنای 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 مبنای 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 مصرف کننده 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 به وسیله مدیران سازمان‌های تجاری بخشن خصوصی که آن‌گونه تصمیم‌گیری کنند که در کنار کسب سود برای مؤسسه، سطح رفاه کل جامعه نیز بهبود یابد» (عرaci 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 حداقل رساندن سود، را صورتی متعالی بخشد» (کاووسی 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).

ایران نژاد در کتاب مسئولیت‌های اخلاقی و اجتماعی مدیریت، مسئولیت اجتماعی را این گونه 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 تعییض در امور استخدامی، بی‌توجهی به تأمین نیازهای کارکنان خود، تولید کردن محصولات زیان‌آور و نظایر آن که به سلامت جامعه لطمہ می‌زنند پرهیزنند. سرانجام سازمان‌ها باید با اختصاص منابع مالی در بهبود رفاه اجتماعی مورد قبول اکثربیت جامعه بکوشند. این قبیل موارد عبارتند از: کمک به فرهنگ کشور و مؤسسات فرهنگی و بهبود کیفیت زندگی (عزیزی و باقری، ۱۳۸۹).

گraham و کترامعتقدند: «حمایت از محیط خارجی اختیاری نیست، بلکه بخش مهمی از فرایند کسب و کار به حساب می‌آید» (کاووسی و چاوه باشی، ۱۳۸۸).

استوارت و سالمون، مسئولیت اجتماعی را چنین تعریف می‌کنند: «شیوه‌ای از مدیریت که طبق آن، سازمان‌ها فعالیت‌هایی را که اثر مثبتی بر جامعه و ترفع 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، ۲۰۰۶).

۳. تعاریف سازمان‌ها از مسئولیت اجتماعی

بر اساس مطالعات و تعاریف مرکز ابتكارات 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 دلبتگی کارکنان تخصصی به سازمان.
- شناسایی ترجیحات مصرف‌کننده برای شرکت‌ها و توجه به وجودان اجتماعی.
- افزایش انتظار سهامدارانی که برآوردن نیازهای آنان برای جامعه، حساس و ضروری است. پروژه‌های اجتماعی ابزاری هستند که شرکت‌ها به وسیله آن، ارزش‌هایی را که بر اساس آن در سطح وسیعی در جامعه قرار می‌گیرد، تسهیم می‌کند (کاووسی و چاوشی، ۱۳۸۸).
- شورای تجاری جهان برای توسعه پایدار^۱، 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^۲. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها عبارت است از «تعهدات داوطلبانه از طریق تجارت برای مدیریت کردن فعالیت شرکت در امر پاسخ‌گویی».
- کمیسیون اروپایی^۳، 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).

۴. مبانی نظری عملکرد مالی

در گذشته سازمان‌ها 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، 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

مالی و حسابداری و مقررات نسنجیده، مانند قلب نارسای یک بیمار، پیکره سازمان را مریض کرده و ادامه حیات آن را متزلزل می‌سازد. شاخص‌های عملکرد مالی سازمان شامل بازده دارایی، بازده حقوق صاحبان سهام، بازده فروش و نسبت هزینه‌های عملیاتی به درآمدهای عملیاتی هستند. مدیریت مالی نیز از گرایش‌های مدیریت کسب و کار است شاخص‌های گوناگونی از جمله نرخ بازگشت سرمایه، نرخ فروش، نرخ بازده حسابداری، ارزش فعلی خالص و نسبت‌های گوناگونی از جمله نسبت جاری، نسبت آنی، نسبت گرددش 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 گرددش یا بازده دارایی^۱، بازده ارزش ویژه یا بازده حقوق صاحبان سهام^۲، بازده فروش^۳، و نسبت هزینه‌های عملیاتی سازمان به درآمدهای عملیاتی آن^۴ اطلاق می‌شود. 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 می‌رسانند و تغییر ساختار مدیریتی و یا ایجاد کنترل‌های کیفیت شدیدتر. منافع اتخاذ اصول مسئولیت اجتماعی برای سازمان‌ها عبارت است از: اعتلای برنده 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 در واقع 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)

مدیران ارشدی که دارای دید کوتاه‌مدت هستند، هزینه‌های کوتاه‌مدت مسئولیت اجتماعی را برنمی‌تابند. بر عکس، 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 نظام مند؛
- 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 حداقل 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).

جدول ۱. 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- تعهد و الزامات اخلاقی را رعایت می‌کند.	۳- هزینه‌ها افزایش می‌باید.
۴- از گسترش قوانین و مقررات دولتی جلوگیری می‌کند.	۴- موجب بی‌میلی سهامداران و سرمایه‌داران می‌شود.
۵- شهرت و اعتبار سازمان را افزایش می‌دهد.	۵- موجب کم‌رنگ‌تر شدن و کاهش اهداف سازمان می‌شود.
۶- موجب تعارض در معیار عملکرد مدیران می‌شود.	۶- استعدادها می‌شود.
۷- علاج و پیشگیری قبل از وقوع حادثه تلقی می‌شود.	۷- علاج و پیشگیری قبل از وقوع حادثه تلقی می‌شود.

مأخذ: راینر و کالچر، ۲۰۰۷

بنابراین به نظر می‌رسد مسئولیت اجتماعی، میزان موفقیت شرکت‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد (براین و همکاران، ۲۰۰۷). از آنجایی که عملکرد مالی شرکت واضح‌ترین نمود موفقیت آن است، این پژوهش در صدد بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی در شرکت‌های پذیرفته شده 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، به طوری 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 و این گزارش‌ها عموماً بر اساس سلیقه و خواست مدیریت ارائه می‌شود. تئوری‌های مطرح در مورد مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها (تئوری مشروعيت، تئوری گروه‌های ذی نفع، تئوری اقتصاد سیاسی) همگی بیانگر این مطلب هستند که مدیران به دلایل مختلفی همچون کسب مشروعيت سازمانی و یا فشار گروه‌های ذی نفع مایل به افشاء 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 با وجود اینکه

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

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 دستور کارهای تحقیقی بوده است که سال‌ها بر روی آن تحقیقاتی انجام شده است. مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت به عنوان نتیجه‌ای از تضاد بین اجتماع و شرکت 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 ایجاد تغییراتی 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 در کم بهتر منافع بالقوه آن می‌تواند منجر به بازده‌های زیاد سرمایه گذاری برای شرکت‌ها 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 (ساندھو و کاپور^۱، 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. از جمله منافع دیگر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها می‌توان به افزایش توانایی در استخدام کارکنان تازه وارد و نگه داشتن کارکنان با تجربه اشاره کرد. شرکت‌ها با پیشرفت در جهت مسئولیت اجتماعی این مسئله را در می‌بینند که راحت‌تر می‌توانند نیروی تازه به کار بگیرند و کارکنان با تجربه را برای یک دوره زمانی کافی، که برای موفقیت واحد تجاری واجب هستند، حفظ کنند (تربان و گرنینگ، 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 قانون گذاران، که ممکن است حکومت یا ممیزین مالیاتی باشند، دریافت می‌کنند (ساندھو و کاپور، ۲۰۱۰).

1. Sandhu, H S; Kapoor, Shveta.

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

۷. پیشینه پژوهش

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

رضایی و همکاران (۱۳۹۱)، در مقاله‌ای با عنوان آشنایی اجمالی با حسابداری اجتماعی و حسابداری مسئولیت‌های اجتماعی بیان کردند هدف سرمایه‌گذاری در سهام شرکت‌ها، حداقل 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، به عنوان یکی از رویکردهای بالهیت حسابداری مطرح است که در صورت اجرا می‌تواند اطلاعات بالرزشی را در اختیار استفاده کنندگان از اطلاعات حسابداری، از جمله سرمایه‌گذاران قرار دهد. در این مقاله با مروری بر تاریخچه حسابداری مسئولیت‌های اجتماعی، به توصیف مفهوم آن به عنوان 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 معین الدین (۱۳۹۲)، در پژوهشی رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته شده 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

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 ذی نفعان، تئوری مشروعيت و تئوری سازمانی، معرفی شد و تحقیقات انجام شده در زمینه تئوری‌های مذکور ارائه شد.

موجودی و همکاران (۱۳۹۳)، پژوهشی را تحت عنوان بررسی تأثیر مسئولیت‌پذیری 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 رابطه‌ای مثبت بین رضایت و وفاداری رفتاری و نگرشی مشتریان بانک بود. این تحقیق نتایجی را درخصوص مسئولیت اجتماعی شرکت و کیفیت خدمات ادراک شده می‌دهد که می‌تواند مورد استفاده مدیران بانک‌ها قرار بگیرد.

خاکسار (۱۳۹۳)، در تحقیقی به بررسی تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر عملکرد کارخانه‌های سیمان استان فارس پرداخته است. در تحلیل وضعیت متغیرهای تحقیق با استفاده از آزمون تی یک نمونه، مشخص شد که متغیرهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد در شرکت‌های سیمانی در وضعیت مطلوبی قرار دارند و درنهایت با توجه به نتایج آزمون رگرسیون، تأثیر مسئولیت‌پذیری 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 شرکت‌ها شامل بازده دارایی، بازده حقوق صاحبان سهام، بازده واقعی سهام، نسبت کیوتوبین، ارزش بازار حقوق صاحبان سهام، ارزش افزوده 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

تأثیر یا عدم تأثیر 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 ^۱ جفتی برای بررسی سطح مورد انتظار با سطح واقعی استفاده شده است. نتایج نشان دهنده تأثیر حسابداری محیط‌زیست بر شاخص‌های مالی و عملیاتی شرکت‌ها، شامل میزان تولید شرکت‌های تولیدی، میزان کاهش تولید ضایعات، کمک‌های بلاعوض فنی بیرون از سازمان به شرکت‌های تولیدی، نوع کالاهای تولید شده و نسبت بدھی خدمات (بازپرداخت اصل و فرع بدھی‌های بلندمدت) به کل بدھی‌های شرکت‌های تولیدی است.

مرسدس^۲ (۲۰۱۵)، در مقاله‌ای کیفیت افشاری مسئولیت‌های اجتماعی و عملکرد مالی شرکت‌ها را بررسی کرد. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که کیفیت افشاری 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^۳ (۲۰۱۴)، در پژوهش خویش به بررسی ارتباط بین میزان افشاری مسئولیت اجتماعی شرکتی و کیفیت سود پرداختند. نتیجه این پژوهش حاکی از آن است که روند روبرشد شرکت‌ها در خصوص افشاری اطلاعات مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، لزوماً منجر به افزایش کیفیت سود نمی‌شود و یک ارتباط منفی بین میزان افشاری مسئولیت اجتماعی شرکت و کیفیت سود وجود دارد. همچنین نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که بین مسئولیت اجتماعی شرکت با درجه محافظه کاری شرکت و کیفیت اقلام تعهدی رابطه منفی، و با مدیریت سود رابطه مثبت وجود دارد. اورتاس^۴ و همکاران (۲۰۱۴) در تحقیقی به بررسی نقش مسئولیت اجتماعی و زیست‌محیطی شرکت‌ها بر عملکرد پرتفوی پرداختند. نتایج این تحقیق حاکی از آن است که افزایش سطح مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها منجر به افزایش بازده پرتفوی و جذایت 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 Zülch

3. Ortas

لی^۱ و همکاران (۲۰۱۱) اثر ابعاد مختلف مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در عملکرد مالی شرکت در صنایع مرتبط با گردشگری را مورد بررسی قرار می‌دهند. 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^۲ (۲۰۱۱)، در مطالعه‌ای با عنوان بررسی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد مالی، به بررسی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد مالی ۵۰ شرکت مالزیایی پرداختند. تجزیه و تحلیل 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^۳ 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^۴ و همکاران (۲۰۱۰)، در تحقیقی به بررسی تأثیر مسئولیت‌های 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 به منظور تعهد به مسئولیت‌های کارکنان با عملکرد مالی شرکت رابطه مستقیم و معناداری داشته است.

نلینگ و وب^۵ (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 یافته‌های 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

بر اساس مطالب پیش گفته، فرضیه های پژوهش به شرح زیر تدوین شدند:

فرضیه ۱: شرکت هایی که شاخص بهتری در شفافیت سازمانی به دست می آورند، نتایج مالی بهتری دارند.

فرضیه ۲: شرکت هایی که شاخص بهتری در پایداری اقتصادی- اجتماعی به دست می آورند، نتایج مالی بهتری دارند.

فرضیه ۳: شرکت هایی که شاخص بهتری در مسئولت بشردوستانه به دست می آورند، نتایج مالی بهتری دارند.

فرضیه ۴: شرکت هایی که شاخص بهتری در حاکمیت شرکتی خوب به دست می آورند، نتایج مالی بهتری دارند.

فرضیه ۵: شرکت های سودآورتر، شرکت هایی هستند که مسئولیت اجتماعی بهتری دارند.

۸. روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، از دسته پژوهش های کاربردی به شمار می رود و از نظر روش، پژوهشی توصیفی مبتنی بر تحلیل رگرسیونی است که در آن، از روش تحلیل داده های ترکیبی و ادغام استفاده شده است. داده های مورد نیاز از لوح فشرده شرکت تدبیرپرداز، نرم افزار ره آورد نوین و گزارش های انتشار یافته سازمان بورس و اوراق بهادر جمع آوری شده است. تجزیه و تحلیل داده های پژوهش با استفاده از نرم افزار Eviews و در سطح معناداری ۹۵ درصد انجام گرفت.

جامعه آماری پژوهش، شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادر تهران طی سال های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۳ هستند. انتخاب نمونه از جامعه آماری بیان شده، بر اساس معیارهای زیر انجام گرفته است:

- شرکت های سرمایه گذاری و هلدینگ نباشد.
- برای رعایت قابلیت مقایسه پذیری، سال مالی شرکت ها منتهی به ۲۹ اسفندماه هر سال باشد.
- شرکت طی سال های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۳ تغییر سال مالی نداشته باشد.
- شرکت تا پایان ۱۳۸۸ در بورس اوراق بهادر تهران پذیرفته شده و طی سال های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۳ از بورس اوراق بهادر تهران نیز خارج نشده باشد.
- اطلاعات و صورت های مالی آن در دسترس باشد.
- بیش از سه ماه وقفه معاملاتی نداشته باشد.

شرکت‌هایی که شرایط فوق را نداشتند، از نمونه آماری حذف شدند. با لحاظ محدودیت‌های مذکور، تعداد ۱۲۵ شرکت به عنوان نمونه‌های آماری پژوهش انتخاب شدند.

۹. مدل پژوهش

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

$$\begin{aligned} \text{ROA}_{i,t} &= \beta_0 + \beta_1 \text{GRI}_{i,t} + \beta_2 \text{DJSI}_{i,t} + \beta_3 \text{COMPL} - \text{RECOM}_{i,t} + \beta_4 \text{GC}_{i,t} + \beta_5 \text{Size}_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \\ \text{ROE}_{i,t} &= \beta_0 + \beta_1 \text{GRI}_{i,t} + \beta_2 \text{DJSI}_{i,t} + \beta_3 \text{COMPL} - \text{RECOM}_{i,t} + \beta_4 \text{GC}_{i,t} + \beta_5 \text{Size}_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \\ \text{Tobin'sQ}_{i,t} &= \beta_0 + \beta_1 \text{GRI}_{i,t} + \beta_2 \text{DJSI}_{i,t} + \beta_3 \text{COMPL} - \text{RECOM}_{i,t} + \beta_4 \text{GC}_{i,t} + \beta_5 \text{Size}_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \\ \text{CSR}_{i,t} &= \beta_0 + \beta_1 \text{ROA}_{i,t} + \beta_2 \text{ROE}_{i,t} + \beta_3 \text{Tobin'sQ}_{i,t} + \beta_4 \text{Size}_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \end{aligned} \quad (1)$$

۱-۹. شاخص‌های سنجش عملکرد شرکت

$\text{ROA}_{i,t}$: بازده دارایی‌های شرکت i در سال t و برابر با نسبت سود خالص به ارزش دفتری دارایی‌های شرکت است.

$\text{ROE}_{i,t}$: بازده حقوق صاحبان سهام شرکت i در سال t و برابر با نسبت سود خالص به ارزش حقوق صاحبان سهام شرکت است.

$\text{Tobin'sQ}_{i,t}$: نسبت Q -توبین شرکت i در سال t و برابر با نسبت ارزش بازار به ارزش دارایی‌های شرکت است.

۲-۹. شاخص‌های سنجش مسئولیت اجتماعی

$\text{GRI}_{i,t}$: شاخص شفافیت سازمانی شرکت i در سال t است و در صورتی که شرکت در گزارش‌های مالی خود، هریک از اصول جامعیت گزارش برای ذی‌نفعان، کامل بودن، داشتن قابلیت مقایسه، دقت، به موقع بودن، شفافیت، قابلیت اعتماد، استراتژی و تحلیل، پروفایل سازمانی، جنبه‌ها و مرزهای بالهمیت شناسایی شده، حکمرانی، اطلاع‌رسانی در مورد رویکرد مدیریت، شاخص‌های اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی را رعایت کرده باشد، به ازای هر اصل، ۱ امتیاز دریافت می‌دارد و میانگین امتیازات به دست آمده از این اصول، به عنوان امتیاز شاخص GRI برای شرکت لحاظ می‌شود.

- DJSI_{i,t}: شاخص های پایداری اقتصادی- اجتماعی برای شرکت α در سال t است که بر اساس تحلیل اقتصادی شرکت، عملکرد اجتماعی و زیست محیطی، ارزیابی موضوعاتی از قبیل حاکمیت شرکتی، مدیریت ریسک، برنده‌سازی، 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 می شود.

- COMPL – RECOM_{i,t}: شاخص حاکمیت شرکتی خوب برای شرکت α در سال t است. شاخص های حاکمیت شرکتی خوب در راستای تعهد شرکت نسبت به مسئولیت های 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 دارایی های در دسترس و اکتسابی شرکت؛ اعلان گزارش های عمدۀ مؤثر بر حقوق سهامداران و بازده سهام شرکت؛ افشای اطلاعاتی برای شفاف سازی در مورد مواد اولیه که منجر به تأثیر بر روی قیمت سهام شرکت می شود؛ افشای درآمدهای عملیاتی ماهیانه شرکت و شرکت های تابعه؛ افشای ماهیان اطلاعات مربوط به وام دهی و ضمانت نامه های شرکت؛ افشای اطلاعات مربوط به تعداد کارکنان شرکت؛ افشای سطح تخصص مدیران و حسابداران شرکت و ارزیابی های کیفی آنان؛ ارائه گزارش های مربوط به مواد اولیه و کالا و انتشار بیانیه های تأکیدی پیش بینی شاخص های مالی شرکت در صورت های مالی است.

- GC_{i,t}: شاخص مسئولیت بشردوستانه برای شرکت α در سال t است و عبارت از گزارش فعالیت های شرکت و کمک های مالی داوطلبانه در حوزه امور بشردوستانه و عام المنفعه است. در صورتی که حمایت های شرکت از این فعالیت ها در گزارش های مالی افشا شود، امتیاز ۱ و در غیر این صورت امتیاز صفر برای شرکت لحاظ می شود.

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

۳-۹. متغیر کنترلی

$Size_{i,t}$: اندازه شرکت که بر اساس لگاریتم طبیعی کل دارایی محاسبه می‌شود، 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. به عبارت دیگر 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 بیشینه داده‌ها، بیانگر دامنه 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	۰.۱۴۶۴۶۳
شاخص پایداری اقتصادی-اجتماعی	DJSI	۰.۲۴۳۶۰۰	۰.۲۵۰۰۰۰	۰.۵۰۰۰۰۰	۰.۱۷۷۳۶۸
حاکمیت شرکتی خوب	COMPL_RECOM	۰.۲۲۷۹۲۷	۰.۱۸۱۸۱۸	۰.۴۵۴۵۴۵	۰.۱۵۳۸۰۹
مسئولیت بشردوستانه	GC	۰.۳۹۶۸۰۰	۰.۰۰۰۰۰۰	۱.۰۰۰۰۰۰	۰.۴۸۹۶۲۶
مسئولیت اجتماعی	CSR	۰.۲۷۰۱۹۶	۰.۲۳۴۱۷۲	۰.۵۹۵۷۷۹	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 تصمیم گیری در مورد انتخاب یکی از دو

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

جدول ۳ آزمون اف. لیمر

مدل	مدار 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	۰.۹۶۰۵۲۲	(۱۲۴,۴۹۶)	۰.۵۸۶۱

مأخذ: یافته‌های پژوهش

به منظور آزمون چهار فرضیه اول تحقیق، تأثیر هریک از ابعاد مسئولیت اجتماعی بر روی شاخص‌های عملکرد شرکت به طور جداگانه در مدل‌های رگرسیونی مورد سنجش واقع شد. نتایج حاصل از برآش این مدل‌ها در جدول (۴) ارائه شده است.

جدول ۴ نتایج آزمون اثر مسئولیت‌های اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت

متغیر وابسته	بازده دارایی‌ها	بازده حقوق صاحبان سهام	کیو تویین	سطح معناداری
متغیر مستقل				سطح معناداری
GRI	۰.۰۰۰۷۸۹	۰.۰۰۰۵۷	۰.۰۰۰۸	۰.۲۹۲۷
DJSI	۰.۰۰۰۲۷۰۴	۰.۰۰۰۰۰	۰.۰۰۰۷۸۴	۰.۰۲۴۹۷۲
COMPL_RECOM	۰.۰۰۰۶۵۴۸	۰.۰۰۰۲۴۶۲۸	۰.۰۰۰۹۴۶۸	۰.۰۰۱۳۰۱۱
GC	۰.۰۰۰۳۱۷۱	۰.۰۰۰۸۱۳	۰.۰۰۰۳۹۷۴۲	۰.۰۰۰۶۹۹۵
SIZE	۰.۰۰۰۳۶۹۳۳	۰.۰۰۰۱۶۷۸۹	۰.۰۰۰۱۴۱۷	۰.۰۰۰۳۰۷۱۵
Constant	۰.۰۰۰۵۸۱۲۶۱	۰.۰۰۰۵۹۶۶۲۸	۰.۰۰۰۰۶	۴.۸۲۹۲۷۳
معناداری آزمون تحلیل واریانس	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰
معناداری آزمون بروش پاگان (همسانی واریانس خط)	۰.۳۶۹۸	۰.۲۷۱۹	۰.۲۷۱۹	۰.۲۲۱۹
معناداری آزمون جارک-بیرا (نمایل بودن خط)	۰.۰۲۴۴۵	۰.۰۴۰۰۸	۰.۰۴۰۰۸	۰.۰۴۰۹۶
ضریب تعیین تعدیل شده	۰.۰۲۷۱۴۶۰	۰.۰۲۱۴۶۳۲	۰.۰۲۱۴۶۳۲	۰.۰۵۰۰۸۵۶
آماره دورین واتسون (استقلال خط)	۱.۹۰۱۰۴۳	۲.۰۰۲۰۸۰۷	۱.۹۹۳۵۸۰	۱.۹۹۳۵۸۰

مأخذ: یافته‌های پژوهش

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

وابسته مدل با مقدار خطای نوع اول $\alpha = 0,05$ ، مشاهده می‌شود که شاخص شفافیت سازمانی ($p-value = 0,0057$)، شاخص پایداری اقتصادی-اجتماعی ($p-value = 0,000$) و اندازه شرکت ($p-value = 0,000$) اثرگذاری معناداری بر روی بازده دارایی شرکت‌ها داشته‌اند، درحالی که تأثیر شاخص حاکمیت خوب ($p-value = 0,2586$) و معیار مسئولیت بشردوستانه ($p-value = 0,0813$) بر بازده دارایی شرکت‌ها معنادار به دست نیامده است. همچنین با توجه به سطح معناداری به دست آمده برای عامل اندازه شرکت که کوچک‌تر از خطای $\alpha = 0,05$ 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 حاکمیت آن است که شاخص شفافیت سازمانی ($p-value = 0,0008$)، شاخص پایداری اقتصادی-اجتماعی ($p-value = 0,000$) و معیار مسئولیت بشردوستانه ($p-value = 0,0186$) اثرگذاری معناداری بر روی بازده حقوق صاحبان سهام شرکت‌ها داشته‌اند، درحالی که تأثیر شاخص حاکمیت خوب ($p-value = 0,06468$) و اندازه شرکت ($p-value = 0,1417$) بر بازده حقوق صاحبان سهام شرکت‌ها معنادار به دست نیامده است. همچنین با توجه به سطح معناداری به دست آمده برای عامل اندازه شرکت که بزرگ‌تر از خطای $\alpha = 0,05$ 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 ($p-value = 0,000$)، معیار مسئولیت بشردوستانه ($p-value = 0,0158$) و اندازه شرکت ($p-value = 0,000$) اثرگذاری معناداری بر روی شاخص کیو-توبین شرکت‌ها داشته‌اند، درحالی که تأثیر شاخص شفافیت سازمانی ($p-value = 0,2927$) و شاخص پایداری اقتصادی-اجتماعی ($p-value = 0,2497$) بر شاخص کیو-توبین شرکت‌ها معنادار به دست نیامده است. همچنین با توجه به سطح معناداری به دست آمده برای عامل اندازه شرکت که کوچک‌تر از خطای $\alpha = 0,05$ 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.

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

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	۰.۰۰۸۶۹
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 خطای):	۰.۰۷۵۸	
معناداری آزمون جارک-برا (نرمال بودن خطای):	۰.۰۵۳۸۵	
ضریب تعیین تعدیل شده	۰.۲۰۸۴۵۲	
آماره دوربین واتسون (استقلال خطای)	۱.۹۹۰۴۲۳	

مأخذ: یافته‌های پژوهش

با توجه به نتایج آزمون معناداری اثر هریک از متغیرهای مستقل تحقیق و مقایسه سطوح معناداری به دست آمده از آزمون تی- استودنت در جهت تعیین معناداری اثرات متغیرهای مستقل بر روی متغیر وابسته مدل با مقدار خطای نوع اول 0.05 ، مشاهده می‌شود که معیار عملکردی بازده دارایی‌ها $p-value = 0.0002$ و اندازه شرکت $(p-value = 0.0011)$ اثرگذاری معناداری بر روی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها داشته‌اند، در حالی که تأثیر بازده حقوق صاحبان سهام $(p-value = 0.0869)$ و شاخص کیو-توین $(p-value = 0.1688)$ بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها معنادار به دست نیامده است. همچنین با توجه به سطح معناداری به دست آمده برای عامل اندازه شرکت که کوچک‌تر از خطای 0.05 است، می‌توان نتیجه گرفت اندازه شرکت‌ها تأثیر معناداری بر روی مسئولیت پذیری 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، در حالی که 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

شاخص شفافیت سازمانی، شاخص پایداری اقتصادی-اجتماعی و مسئولیت پذیری بشردوستانه اثرگذاری معناداری بر روی بازده حقوق صاحبان سهام شرکت‌ها داشته‌اند، در حالی که تأثیر شاخص حاکمیت خوب بر بازده حقوق صاحبان سهام شرکت‌ها معنادار به دست نیامد. همچنین نتایج برآش مدل بر روی شاخص کیو-تویین نیز حاکمیت آن بود که شاخص حاکمیت شرکتی خوب و مسئولیت پذیری بشردوستانه اثرگذاری معناداری بر روی شاخص کیو-تویین شرکت‌ها داشته‌اند، در حالی که تأثیر شاخص شفافیت سازمانی و شاخص پایداری اقتصادی-اجتماعی بر شاخص کیو-تویین 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. از این‌رو به منظور بهبود عملکرد شرکت از طریق فعالیت در حوزه مسئولیت‌های 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 فرضیه‌ها نمی‌توان روابط معنادار بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد شرکت را نادیده انگاشت و از این‌رو می‌توان ادعا نمود که شرکت‌هایی که مسئولیت اجتماعی بهتری دارند به سوددهی بالاتری می‌رسند. یافته‌های تحقیقات پیشین نیز حاکمیت از نقش معنادار مسئولیت اجتماعی در بهبود عملکرد مالی بنگاه‌های تجاری بوده است که از آن جمله می‌توان به تحقیقات علی‌خانی و همکاران (۱۳۹۲)، بزرگ‌اصل و همکاران (۱۳۹۱)، عرب صالحی، صادقی و معین‌الدین (۱۳۹۲)، امیری و وکیل‌زاده روح‌الامینی (۱۳۹۳)، مرسدس (۲۰۱۵)، سالوسکی و زولچ (۲۰۱۴)، سی‌پتا و همکاران (۲۰۱۳)، لی و همکاران (۲۰۱۱) و اویونو و همکاران (۲۰۱۱) اشاره کرد. همچنین نتایج آزمون این فرضیه حاکمیت آن بود که معیار بازده دارایی‌ها از شاخص‌های سنجش عملکرد شرکت، اثرگذاری معناداری بر روی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها داشته، در حالی که تأثیر بازده حقوق صاحبان سهام و شاخص کیو-تویین 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 بدھی‌ها و ارزش بازار شرکت نمی‌تواند فعالیت‌های اجتماعی شرکت در راستای توسعه عملکرد آن در مسئولیت‌های اجتماعی را تحت تأثیر قرار دهد. به عبارت دیگر می‌توان این گونه نتیجه گرفت که صاحبان سهام و ارزش بازار شرکت

نمی‌توانند منجر به ایجاد فشار و یا تنش برای افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت گردند در حالی که تغییر در نسبت سود به دارایی‌های شرکت که در قالب بازده دارایی‌های 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 شرکت‌هایی هستند که مسئولیت اجتماعی بهتری دارند و از این رو 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. از این‌رو یافته‌های این فرضیه با نتایج حاصل از تحقیقات علی‌خانی و همکاران (۱۳۹۲)، بزرگ‌اصل و همکاران (۱۳۹۱)، عرب صالحی، صادقی و معین الدین (۱۳۹۲)، امیری و وکیل‌زاده روح‌الامینی (۱۳۹۳)، مرسدس (۲۰۱۵)، سالوسکی و زولج (۲۰۱۴)، سی‌پتا و همکاران (۲۰۱۳)، لی و همکاران (۲۰۱۱) و اویونو و همکاران (۲۰۱۱) همسو بوده است. از این‌رو 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 به منظور تقویت سطح مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و التزام به تعهد نسبت به این مسئولیت در شرکت‌ها، الزامات قانونی از سوی سازمان بورس نسبت به افشاء مسئولیت‌های اجتماعی، زیست محیطی، تعهد به حقوق صاحبان سهام، آموزش کارکنان و مواردی این‌چنین در نظر گرفته شود.

❖ پیشنهاد می‌شود به منظور 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.

منابع

- احمدپور، احمد؛ فرمانبردار، میریم (۱۳۹۲). «بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و خطای پیش‌بینی سود سهم». *فصلنامه بورس اوراق بهادار*. شماره ۲۴. صص ۶۳-۷۸.
- امیری، سید خسرو؛ وکیل‌زاده روح‌الامینی، 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 شاخص‌های مالی و عملیاتی شرکت‌های تولیدی». *پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی*. دوره ۷. شماره ۲۶.
- خاکسار، ابو‌اهیم (۱۳۹۳). *تأثیر مسئولیت پذیری اجتماعی بر عملکرد (مطالعه کارخانه‌های سیمان استان فارس)*. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه هرمزگان، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
- رحمانی، علی؛ بشیری‌منش، نازنین (۱۳۹۳). «مروری بر ادبیات افشاء اطلاعات در ایران». *فصلنامه پژوهش حسابداری*. دوره ۴. شماره ۳.
- رضایی، ندا؛ تقنگ‌ساز، 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 پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران». *پژوهش‌های تجربی حسابداری*. سال سوم. شماره ۹.
- علی‌خانی کشکک، راضیه (۱۳۹۲). *ارزیابی کمیت و ماهیت افشاء اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی و رابطه آن با برخی خصوصیات شرکت‌های پذیرفته شده 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 افشاء اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی». *مطالعات حسابداری و حسابرسی*. شماره ۹.

- مران جویی، مهدی، علی خانی، 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)». مکاترات بازاریابی. دوره ۹. شماره ۲۲.
- یگانه، یحیی، بروزگو، قدرت الله (۱۳۹۲). «ارائه مؤلفه‌ها و شاخص‌های بعد اجتماعی مسئولیت شرکت‌ها و وضعیت موجود آن در ایران». فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی فرهنگی. شماره ۱. صص ۲۰۹-۲۲۴.

- 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.

- **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.