

«مدیریت بهره‌وری»

سال هفتم - شماره 28 - بهار 1393

ص ص 164 - 139

تاریخ دریافت مقاله: 92/07/30

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: 92/10/08

بررسی ارتباط بین مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

دکتر یونس بادآور نهندی^{1*}

دکتر رسول برادران حسن زاده²

ژیلا جلالی فر³

چکیده

هدف این پژوهش بررسی ارتباط بین مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. ارزش افزوده اقتصادی، ارزش افزوده بازار، ارزش شرکت (شاخص Q-Tobin)، محدودیت مالی (شاخص KZ)، نرخ بازده حقوق صاحبان سهام و نرخ بازده دارائیهها به عنوان شاخصهای عملکرد در نظر گرفته شده اند. دوره زمانی مطالعه سالهای 1385 تا 1389 است. متغیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتها از طریق پرسشنامه امتیاز بندی شده است و اندازه نمونه 79 شرکت می باشد. آزمون فرضیات در دو مرحله انجام گشته است: مرحله اول، با استفاده از داده های سال 1389 و مرحله دوم، با استفاده از میانگین داده های سالهای 85-89. آزمون فرضیه با استفاده از روش تجزیه و تحلیل رگرسیون چند متغیره (OLS) و نرم افزار Eviews 7 اجرا شده است. نتایج پژوهش نشان می دهد که پس از کنترل اندازه شرکت، اهرم مالی و ریسک سیستماتیک، بین مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد شرکتها ارتباط مثبت و معنی داری وجود دارد.

واژه های کلیدی: مسئولیت پذیری، عملکرد شرکت، ارزش افزوده اقتصادی، ارزش افزوده، شاخص Q-Tobin، شاخص KZ، نرخ بازده.

¹-استادیار، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تبریز، گروه حسابداری، تبریز، ایران (نویسنده مسئول) badavarnahandi@iaut.ac.ir

²-استادیار، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تبریز، گروه حسابداری، تبریز، ایران Baradaran313@iaut.ac.ir

³-دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تبریز، گروه حسابداری تبریز، ایران

مقدمه

مسئولیت اجتماعی سازمان، عامل اساسی بقای هر سازمان است. شرکتها و موسسات در جامعه ای کار می کنند که آن جامعه برای آنها فرصتهای مختلفی را جهت کسب سود و تحقق اهدافشان ایجاد کرده است، در مقابل این رفتار جامعه، سازمانهای مذکور نیز باید متعهد باشند که نیازها و خواسته های جامعه را آنگونه که مورد توجه ذینفعان است، برآورده کنند. در واقع مسئولیت اجتماعی مفهومی است در جهت تعریف تعهد ذکر شده در مطالب فوق که به نوعی بر عهده سازمانها می باشد. مسئولیت اجتماعی شرکتها یک مفهوم جدید است که هنوز تعریف واحدی که در سطح جهانی مورد قبول باشد برای آن ارائه نشده است. می توان گفت مسئولیت اجتماعی در یک تعریف عام طریقی است که بنگاهها به وسیله آن رویکردهای اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی را با ارزش ها، فرهنگ، استراتژی ها، ساختار تصمیم گیری و شیوه های عملیاتی خود به شکلی شفاف و قابل حسابرسی یکپارچه می کنند و در نتیجه فرآیندها و رویه های بهتری را در درون سازمان خود جاری می سازند و به این ترتیب ثروت می آفرینند و وضعیت جامعه را بهبود می بخشند. امروزه این مفهوم در سطح وسیعی مورد پذیرش قرار گرفته و معنای آن حوزه هایی چون ایمنی، محصول، صداقت در تبلیغات، حقوق کارکنان، پایداری محیط زیست، رفتار اخلاقی و مسئولیت های جهانی را در برمی گیرد و ذینفعان وسیعی از کارکنان، مشتریان، جوامع، محیط زیست، رقبا، شرکای تجاری، سرمایه گذاران، سهامداران و دولت ها را شامل می شود. در عرصه رقابت شرکتها برای کسب مزیت رقابتی، خلق ارزش برای مشتریان و جلب رضایت آنها، بحث مسئولیت پذیری اجتماعی موضوع مهم و تعیین کننده در سال های اخیر بوده است. بطوری که نهادهای مهم مرتبط با کیفیت در دنیا، مسئولیت اجتماعی شرکتها را به عنوان یکی از ارزشهای تعالی و ارزیابی خود برای سازمانها قرار داده اند. از طرفی تاکیدات آموزه های دینی حاکم بر جامعه نسبت به مباحثی مانند سلامت انسان، حفظ محیط زیست و رعایت مسائل انسانی و ارزشی که از جمله مباحث مهم در بحث مسئولیت اجتماعی شرکتها می باشند، توجه هر انسان پایبند به آموزه های دینی را به خود جلب می کند (بهنام حیدریان، 1389).

از سوی دیگر لازمه موفقیت سازمان، عملکرد مناسب آن است. شاخص هایی مانند: سودآوری، بقا، رشد میزان دستیابی به اهداف و قابلیت های رقابتی را می توان به

عنوان نتیجه عملکرد مناسب تلقی کرد. عملکرد هر شرکت حاصل فعالیتهای هدفدار است که در جهت کسب سود اقتصادی به انجام می رسد. معمولاً شرکتهای با عملکرد مالی بالا کانالهای کسب سود را به خوبی شناخته و در آن کانالها سرمایه گذاری می کنند. هرچند هدف اصلی سازمانها، افزایش کارایی و کسب سود است، ولی در عصر اطلاعات و جهانی سازی برای دستیابی به موفقیت، باید به انتظارات اجتماعی و احکام اخلاقی، واکنش مناسب نشان دهند و به بهترین شکل این گونه انتظارات را با اهداف اقتصادی سازمان تلفیق کنند، تا دستیابی به اهداف بالاتر و والاتری را امکان پذیر سازند. موضوع همراستا بودن عملکرد مالی و مسئولیت پذیری اجتماعی یکی از موضوعاتی است که همواره بین نظریه پردازان محل اختلاف بوده است. علی رغم مقبولیت بالای اصول مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتهای، یک منازعه طولانی درباره اینکه آیا مدیران باید سیاستهای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتهای را در تصمیمات تاکتیکی و استراتژیکی خود دخالت دهند یا نه؟ منتقدان معتقدند که مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتهای یک ساختار مبهم دارد و مدیران جهت تعیین اینکه مسئولیت اجتماعی آنها چیست ناتوان هستند. از طرفی مسئولیت پذیری اجتماعی باعث افزایش هزینه های عملیاتی می شود و ثروت سهامدار را از بین می برد. پس نگرانی اصلی منتقدان مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتهای این است که هزینه های مربوط به بهبودهای عملکرد اجتماعی شرکت ممکن است از منافع آن بیشتر شود (ایوب یزدانی، 1388).

در مقابل محققانی همچون اسپیسر¹ (1978)، پورتر و وان در لینده² (1995) و فوم برون و دیگران³ (2000) لیست بلند بالایی از مزایای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتهای را مطرح می کنند و ادعا می کنند که ابتکارات مسئولیت پذیری اجتماعی می تواند به مزایای نیک نامی و بهبودهایی در اعتماد سرمایه گذاران، استفاده کارا از منابع و فرصتهای جدید بازار منجر شود که همه اینها می توانند توسط بازارهای سرمایه درک شوند. همچنین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتهای ممکن است نو آوری و ابتکار را منعکس کند که تغییر ساختاری در تولید و فرآیندهای توزیع و ارائه خدمات را الزامی می کند (همان منبع).

¹. Spicer

². Porter & Van der linde

³. Fom brun et al

پیچیدگی عوامل و متغیرهای تأثیرگذار بر پدیده‌هایی که به نوعی به اجتماع باز می‌گردند، ارائه تعریف واحدی از آنها را غیرممکن ساخته است. مسؤولیت اجتماعی نیز از این امر مستثنی نیست.

گریفین و بارنی¹ (1992) در کتاب خود، مسؤولیت اجتماعی را این‌گونه تعریف کرده‌اند: «مسؤولیت اجتماعی، مجموعه وظایف و تعهداتی است که سازمان باید در جهت حفظ، مراقبت و کمک به جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کند، انجام دهد».

امروزه مسؤولیت اجتماعی سازمان‌ها در جامعه مفهومی وسیع‌تر از فعالیت‌های گذشته دارد. مسؤولیت اجتماعی در مفهوم نوین را می‌توان به اشکال زیر تعریف کرد (خلیلی عراقی و یقین‌لو، 1384):

* مسؤولیت اجتماعی، برنامه و ابزاری است برای گفتمان بخش اقتصاد، سیاست و جامعه با هدف ایجاد و ارتقای اعتماد عمومی به سرمایه‌گذاران و بنگاه‌های اقتصادی آنان.

* مسؤولیت اجتماعی، روشی است در مدیریت اقتصادی برای توانمند کردن بنگاه و ایجاد رشد و توسعه پایدار در سه بعد اقتصاد، محیط زیست و اجتماع.

* مسؤولیت اجتماعی، ایجاد فرصت برای بنگاه‌های اقتصادی است تا بتوانند مطالبی را که برای آنها از درجه اهمیت زیادی برخوردار است، در جامعه مطرح کنند.

* مسؤولیت اجتماعی باعث ایجاد باور در بنگاه‌ها می‌شود که خود را عضوی مسؤول در جامعه بدانند.

امروزه سازمان‌ها بیش از گذشته، به اهمیت مسؤولیت اجتماعی خود پی برده‌اند. لذا سازمان‌های جهانی، نهادهای مدنی و نظارت مردمی باید همچنان در جهت ارتقای مردم‌سالاری با رعایت حقوق انسانی، برای توسعه، رشد و ارتقای استانداردهای زندگی و رفاه عمومی کوشا باشند.

ارزیابی عملکرد یعنی اندازه‌گیری و بررسی چگونگی استفاده از منابع و دارایی‌های موسسه در جهت اهداف شرکت. اندازه‌گیری عملکرد مالی و عملیاتی، پایه بسیاری از تصمیمات از قبیل پاداش مدیران، قیمت سهام، ریسک سهام، تصمیم‌گیری مربوط به سرمایه‌گذاریها و بسیاری از موارد دیگر است. این تصمیم‌گیری‌ها باید بر اساس نتایج ارزیابی‌ها انجام (با معیارها و شاخص‌های عملکرد) و متناسب با فرآیند کاری سازمان

¹ Griffin & Barnay

باشد. بنابراین عملکرد واحدهای تجاری بر اساس دستیابی به اهداف تعیین شده کوتاه مدت و بلندمدت ارزیابی می شود. از این رو عملکرد عملیاتی معیار مناسبی جهت دسترسی به اهداف تعیین شده قلمداد می گردد. در حال حاضر، ارزیابی عملکرد بسیاری از شرکتهای و سازمانها بر اساس شاخصهای مالی صورت می گیرد (خالقی مقدم، 1382).

گرچه حاکمیت اخلاق کار بر سازمان، منافع زیادی برای سازمان از بعد داخلی از جنبه های بهبود روابط، افزایش جو تفاهم و کاهش تعارضات، افزایش تعهد و مسئولیت پذیری بیشتر کارکنان، افزایش چندگانگی و کاهش هزینه های ناشی از کنترل دارد ولی از دیدگاه مسئولیت اجتماعی نیز از راه افزایش مشروعیت سازمان و اقدامات آن، التزام اخلاقی در توجه به اهمیت ذینفعان، افزایش درآمد، سودآوری و بهبود مزیت رقابتی، و...، توفیق سازمانی را تحت تاثیر قرار می دهد توجه به تمام افراد و گروه هایی که ذینفع هستند، میزان سود شرکتهای را در بلندمدت افزایش خواهد داد، زیرا موجب انگیزش نیروی انسانی، افزایش حسن نیت اجتماعی و اعتماد مردم به یکدیگر و نیز کاهش جریمه ها می شود (رحمان سرشت و دیگران، 1388). مسئولیت اجتماعی با کاهش هزینه های عملیاتی، تقویت اعتبار و برند شرکت، افزایش فروش و وفاداری مشتریان، افزایش بهره وری و کیفیت، افزایش توانایی برای جذب و نگهداری کارکنان، کاهش مقررات دست و پاگیر و دستیابی به سرمایه منجر به بهبود عملکرد مالی می شود. مسئولیت اجتماعی می تواند هزینه های عملیاتی را کاهش دهد. برای مثال، بهبود عملکرد محیطی از قبیل کاهش نشر گاز که موجب تغییر آب و هوا می شود و یا کاهش ورود آلاینده های شیمیایی به خاک. در سطح منابع انسانی، برنامه های تثبیت و سایر برنامه های زندگی کاری به کاهش درکناره گیری و افزایش حفظ و نگهداری نیروی کار منجر می شود و در نتیجه اغلب اعتبار اختصاصی سازمان ها به این منظور از طریق افزایش بهره وری و کاهش هزینه های آموزش و استخدام ذخیره می شود. سازمان هایی که به مسئولیت پذیری اجتماعی توجه می کنند، می توانند از نظر تقویت شهرت و اعتبار سود کسب کنند. این اعتبار و شهرت در جامعه تجاری، موجب افزایش توانایی شرکت برای جذب سرمایه و مشارکت شرکا می شود. از آنجایی که تجارت، ابتدا باید شاخص های کلیدی خرید مصرف کنندگان را از قبیل قیمت، کیفیت، ایمنی، در دسترس بودن و راحتی را برآورده کند، مطالعات نشان می دهند که تمایل برای خرید (یا نخریدن) بر پایه شاخص های ارزش محور از قبیل پوشش آزادی کار کودکان، کاهش اثرات زیست

محیطی و آزادی در خرید افزایش می‌یابد. تلاش سازمان‌ها بر بهبود شرایط کاری است، کاهش اثرات محیطی یا افزایش به‌کارگیری نیروی انسانی در تصمیم‌گیری، اغلب به افزایش بهره‌وری منجر می‌شود. برای مثال، سازمان‌هایی که شرایط کاری را بهبود می‌دهند و کارکنان در تصمیم‌گیری مشارکت می‌کنند، در میان سایر تولیدکنندگان، اغلب تجربه کاهش در تولید کالای ناقص، معیوب و فروخته نشده ندارند. سازمان‌های متعهد به مسؤلیت اجتماعی بالا، اغلب در حفظ و نگهداری کارکنان، کاهش جابه‌جایی و تعهدات استخدام و هزینه‌های آموزش به نتایج مؤثرتری رسیده‌اند. شرکت‌های دارای مسؤلیت اجتماعی بالا به سرمایه‌هایی دست می‌یابند که دستیابی دیگران به آن سرمایه‌ها ممکن نیست (چاوش باشی، 1389). همچنین به‌طور بالقوه امکان تلاقی و ناهماهنگی برخورد بین توسعه اجتماعی پایدار و توسعه تجاری پایدار بر حسب قابلیت ماندگاری و کسب سود وجود دارد. در حالی که تجارت می‌تواند در کوتاه‌مدت به واسطه اقدامات غیر اصولی با کارگران، مشتریان، محیط زیست و ... سود ساز باشد اما بعضی معتقدند که سود سازی در کوتاه‌مدت نمی‌تواند در درازمدت دوام بیاورد. تجاری که خواهان پایداری باشند، پذیرفته‌اند که فقط با پایداری اجتماعی است که آنها قادر خواهند بود تا رویکردی بلندمدت در تجارت اتخاذ کنند. بسیاری از مدافعان مسؤلیت اجتماعی شرکتها معتقدند که به منظور ماندگاری تجارت در درازمدت، سود سازی مداوم برای نسل‌های بعدی سهامداران، لازم است که تجارت تدابیری را اتخاذ کند که جوانب اجتماعی را هم دربرگیرند (امیدوار، 1385). با توجه به مطالب فوق و تحقیق در نتایج پژوهش‌های انجام شده در این راستا می‌توان نتیجه گرفت که رعایت مسؤلیت‌پذیری اجتماعی شرکتها باعث بهبود عملکرد مالی می‌گردد بنابراین رابطه مثبتی بین مسؤلیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی وجود دارد.

در بررسی 95 مطالعه تجربی که در بین سال‌های 1972 تا 2001 صورت گرفته است، مارگولیس و والش (2001) به این نتیجه رسیدند که: در مواردی که عملکرد اجتماعی شرکت به عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته شده است، در 42 مطالعه (53%)، این متغیر با عملکرد مالی رابطه مثبت، در 19 مطالعه (24%)، رابطه خنثی و در 4 مطالعه (5%)، رابطه منفی دارد (تقفیان، 1388).

در پژوهشی که توسط تسوتسورا¹ (2004) با عنوان «مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و عملکرد مالی» در آمریکا صورت گرفته است، وجود رابطه مثبت (با معنی داری بالا) بین مسئولیت اجتماعی شرکتهای² (CSR) و عملکرد مالی تأیید گردیده است. در پژوهشی که توسط براین و دیگران³ (2007) با عنوان «مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتهای و عملکرد مالی در استرالیا» صورت گرفته است، بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی آن، رابطه آماری معنی داری یافت نشده است.

میتال و همکاران⁴ (2008) در تحقیق با عنوان «تجزیه و تحلیل ارتباط بین ارزش افزوده اقتصادی و مسئولیت اجتماعی شرکتهای» در هند به این نتیجه رسیدند که اگر چه مسئولیت اجتماعی شرکتهای رابطه منفی با ارزش افزوده اقتصادی دارد ولی ارتباط بین مسئولیت اجتماعی شرکتهای و ارزش افزوده بازار مثبت و قابل توجه است و این به معنی است که بهبود در خط پایین است ولی درک سرمایه گذاران و ذینفعان در مورد شرکت قطعاً مثبت است.

بیتینگ چنگ و همکاران⁵ (2011) در تحقیقی با عنوان «مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتهای و دسترسی به منابع مالی» در امریکا دریافته اند که شرکت های با مسئولیت پذیری اجتماعی بالاتر با محدودیت های کمتر سرمایه روبرو هستند. در واقع مسئولیت پذیری اجتماعی و محدودیت مالی رابطه معکوس دارند.

اولینکا مارته اوادیله و تمیتوپ اولامیده فاگبمی⁶ (2012) در مقاله خود با عنوان «مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد مالی در توسعه اقتصادی در نیجریه» با بررسی 40 شرکت نیجریه ای دریافته اند که بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتهای و ROA و ROE به عنوان شاخص های عملکرد ارتباط مثبت وجود دارد.

نیکولا کامینکیولی و دیگران⁷ (2012) در مقاله ای با عنوان «مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد شرکتهای: یک تجزیه و تحلیل استراتژیکی» در ایتالیا ارتباط بین

1. Tsoutsoura

2. Corporate Social Responsibility

3. Brine et al

4. Mittal R.K et al

5. Beiting Cheng

6. Olayinka Marte Uadiale & Temitope Olamide Fagbemi

7. Nicola Comincioli et al

CSR و ارزش افزوده اقتصادی (MVA)¹ را به عنوان شاخص عملکرد مورد تجزیه و تحلیل قرار داده و به ارتباط مثبت و معنی‌دار دست یافتند. آنان به این نتیجه رسیدند که MVA در شرکتهایی که در فعالیتهای مسؤلیت‌پذیری اجتماعی مشارکت می‌کنند، بیشتر از آن شرکتهایی است که CSR را رعایت نمی‌کنند.

صفا نانا عقیف و ساموئل پی دی آنانتادجایا² (2013) در مقاله‌ای با عنوان «مسؤلیت‌پذیری اجتماعی شرکتها و عملکرد: شواهدی از اندونزی» به این نتیجه رسیدند که مسؤلیت‌پذیری اجتماعی شرکتها در حوزه کارکنان و اجتماع، اندازه شرکت، سودآوری و اهرم مالی تاثیر مثبت معنی‌داری بر قیمت سهام دارند. بنابراین می‌توان گفت شواهدی وجود دارد که CSR بر سطح عملکرد شرکتها تاثیر می‌گذارد.

کوتیما وانچرون³ (2013) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی ارتباط بین مسؤلیت‌پذیری اجتماعی شرکتها و عملکرد آنها در صنعت هتلداری جزیره خوساموئی در تایلند» به ارتباط مثبت بین مسؤلیت‌پذیری اجتماعی و ROA و ROE به عنوان شاخص‌های عملکرد دست یافت.

در داخل کشور نیز مطالعاتی در این زمینه به شرح زیر انجام شده است: مهدیزاده (1387) در پایان‌نامه‌ای با عنوان «بررسی رابطه بین توجه به مسؤلیت اجتماعی و عملکرد بازاریابی شرکت‌ها»، به این نتیجه دست یافته است که توجه به مسؤلیت اجتماعی در ایران باعث ارتقای عملکرد بازاریابی از سه بعد افزایش سهم بازار، اعتلای مارک تجاری و کسب مزیت رقابتی می‌گردد.

ثقفیان (1388) در تحقیقی با عنوان «بررسی رابطه بین مسؤلیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی شرکت‌های تولیدی سازمان بورس اوراق بهادار تهران» به بررسی رابطه بین CSR و عملکرد مالی شرکت‌های فعال در صنعت مواد و محصولات دارویی پرداخته است. بر اساس نتایج این پژوهش بین CSR و عملکرد مالی در شرکت‌های تولیدی بورس رابطه مثبت به اثبات نرسیده است.

چاوش باشی (1389) در مقاله‌ای با عنوان «مسؤلیت اجتماعی و نقش آن در ارتقای بهره‌وری و مزیت رقابتی شرکت‌ها» بیان می‌کند که یک ارتباط واقعی و

1. Market Value Added

2. Saffana Afiff & Samuel PD Anantadjaya

3. Chutima Wuncharoen

مثبت بین کاربرد مسؤلیت پذیری اجتماعی در تجارت و عملکرد مالی شرکت ها در ایران وجود دارد.

حیدریان (1389) در تحقیقی با عنوان «بررسی تاثیر ساختار صنعت بر مسؤلیت پذیری اجتماعی شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران» درصد پاسخ به این سوال برآمد که آیا عملکرد مالی بر میزان مسؤلیت پذیری اجتماعی شرکت تاثیر دارد یا نه؟ و نهایتاً به جواب منفی رسید. این یافته با آنچه در کار حامد تقفیان (1388) بدست آمده بود همراستا و یکسان است.

دیوخار تیمورلویی و عابدین پور تیمورلویی (1390) در مقاله ای با عنوان «بررسی تاثیر مسؤلیت پذیری اجتماعی شرکتهای بر عملکرد آنها با استفاده از کارت ارزیابی متوازن» با بررسی 248 شرکت از شرکتهای تولیدی واقع در استانهای شمال غرب ایران به این نتیجه دست یافتند که مسؤلیت پذیری اجتماعی شرکتهای مورد بررسی در هر چهار منظر ارزیابی متوازن عملکرد (مشتری، فرآیندهای داخلی، رشد و یادگیری و منظر مالی) تاثیر مثبت دارند ولی تعدادی از جنبه های مسؤلیت پذیری اجتماعی بر منظرهای ارزیابی عملکرد تاثیر مستقیم ندارند.

بادآور نهندی و دیگران (1391) در مقاله ای با عنوان «بررسی ارتباط کارآمدی زیست محیطی با ارزش و بازده داراییهای شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران» با بررسی 53 شرکت از شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در طی 5 سال، به این نتیجه رسیدند که بین کارآمدی زیست محیطی و معیارهای عملکرد (ارزش شرکت و بازده داراییها) ارتباطی وجود ندارد.

علی رغم افزایش کمی و کیفی مطالعات در این زمینه نتایج بحث انگیزی وجود دارند که دلیل اصلی آن می تواند مشکل تعریف معیارهای کمی دقیق و قابل اتکا برای مفهوم مسؤلیت پذیری اجتماعی باشد. از طرفی تفاوتهای روش شناختی و تفاوت در متغیرهای بکار گرفته شده نیز می تواند علت این تناقض باشد.

در این تحقیق متغیر مسؤلیت پذیری اجتماعی بوسیله پرسشنامه اندازه گیری می شود. در تحقیقات قبلی برای ارزیابی عملکرد شرکت تنها از نسبت بازده داراییها و نسبت Qتوبین استفاده شده است اما در این تحقیق علاوه بر این دو نسبت از متغیرهای ارزش افزوده اقتصادی، ارزش افزوده بازار، شاخص ¹KZ برای مشخص نمودن میزان

¹. Kaplan and Zingales

محدودیت مالی و نسبت بازده حقوق صاحبان سهام نیز استفاده گردیده است. همچنین متغیرهای اندازه شرکت، ریسک سیستماتیک و اهرم مالی شرکت نیز به عنوان متغیرهای کنترلی در نظر گرفته شده است. از این رو تحقیق حاضر می‌تواند تکمیل‌کننده مطالعات قبلی در حوزه‌ی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتها باشد. این تحقیق با پاسخ دادن به این سوال که چه ارتباطی بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد شرکتها وجود دارد، سازمانها را در رسیدن به عملکرد بهتر و کسب سود بیشتر و همچنین داشتن جایگاه اجتماعی بهتر یاری می‌رساند و نتیجه آن می‌تواند کار درک چگونگی تاثیرپذیری تصمیمات سرمایه‌گذاری از مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتها و به تبع آن ارزش و بازده را آسان کند. اگر شرکتها به خاطر رعایت یا عدم رعایت ملاحظات مسئولیت‌پذیری اجتماعی تشویق یا تنبیه شوند، مدیران و سرمایه‌گذاران شاخص‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی را به عنوان یکی از معیارهای ارزیابی در تصمیمات سرمایه‌گذاری لحاظ می‌کنند.

در مورد ضرورت تحقیق می‌توان به این موضوع اشاره کرد که میزان توجه شرکتها به مسئولیت‌پذیری اجتماعی به جایگاه این موضوع نزد گروه‌های ذینفع شرکتها بستگی دارد و این تحقیق شاید به نوعی از این موضوع پرده بردارد و زمینه ورود متغیرهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت در تصمیمات گروه‌های ذینفع را فراهم نموده و توجه بیشتر به مسائل CSR را در پی داشته باشد. لذا می‌توان اهداف این مطالعه را به شرح زیر عنوان نمود:

هدف اصلی این تحقیق تعیین ارتباط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است به عبارت دیگر این تحقیق به تعیین ارتباط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و شاخص‌های ارزیابی عملکرد شامل ارزش افزوده اقتصادی، ارزش افزوده بازار، ارزش شرکت، محدودیت مالی، نرخ بازده حقوق صاحبان سهام و نرخ بازده دارایی‌ها می‌پردازد.

ابزار و روش

این پژوهش از نوع کاربردی بوده و طرح آن با استفاده از رویکرد علی پس از وقوع است. با توجه به اینکه در این تحقیق، رابطه بین متغیرها مورد مطالعه است روش تحقیق، همبستگی و با توجه به اینکه شرایطی برای دستکاری متغیر انجام نمی‌گیرد و نتایج بدست آمده عیناً مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد، توصیفی است.

دوره مورد مطالعه از سال 1385 تا پایان 1389 و جامعه آماری، تمامی شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. نمونه، با توجه به موارد زیر برگزیده شده است:

- 1) شرکتهای نمونه باید قبل از سال 1385 در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته شده باشند و تا پایان سال 1389 از تابلوی بورس خارج نشده باشند.
- 2) شرکت موردنظر به دلیل تفاوت ماهیت فعالیت و جلوگیری از آوردن داده ها به صورت مضاعف، از نوع سرمایه گذاری و مالی نباشد.
- 3) اطلاعات موردنیاز برای محاسبه امتیاز مسؤولیت پذیری اجتماعی که از طریق پرسشنامه انجام می گیرد، توسط شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تکمیل شده باشد.

پرسشنامه مسؤولیت پذیری اجتماعی شرکتهای توسط 95 شرکت پاسخ داده شد که پس از اعمال محدودیتهای یاد شده 79 شرکت به عنوان نمونه آماری این تحقیق انتخاب شدند. پرسشنامه مذکور شامل گویه های زیر می باشد:

* وضع محیط کار: عبارت است از بهبود مستمر شرایط کار، ارزیابی مهارتهای شغلی و فرآیند گزینش کارکنان، بهبود روابط صنعتی و برقراری دیالوگ اجتماعی بین مدیریت ارشد و کارکنان. این گویه دارای مولفه های عملیاتی زیر می باشد:

- شرایط کاری .

- سلامت و امنیت کارکنان .

- کیفیت سیستم ارتقای کارکنان و مدیریت .

* محیط زیست: به میزان توجه شرکت به تاثیرات عملیاتی بر آلودگی محیط زیست دلالت دارد. این گویه دارای مولفه های عملیاتی زیر می باشد:

- توجه به حفاظت محیط زیست در فرآیندهای تولیدی .

- توجه به حفاظت محیط زیست در فرآیندهای توزیع .

- استفاده بهینه از منابع کمیاب .

- بازیافت کالاها .

* رفتار کسب و کار: به معنای توجه به نیازها و خواسته های مشتریان و تامین کنندگان و نگرش منعطف و شفاف نسبت به آنها می باشد. این گویه شامل مؤلفه های عملیاتی زیر می باشد:

- کیفیت روابط با مشتریان .
 - کیفیت روابط با تامین کنندگان .
 - کیفیت روابط با مقاطعه کاران فرعی .
 - پیشگیری از فساد و انحراف .
- * جامعه و اجتماع محلی: عبارت است از نحوه همسوسازی منافع شرکت با منافع جامعه و قلمرویی که شرکت عملیات خود را در آن انجام می‌دهد. این گویه شامل مؤلفه‌های عملیاتی زیر می‌باشد:
- ارتقای سطح اقتصادی و اجتماعی جامعه .
 - پیامدهای اجتماعی کالاها و خدمات تولیدی شرکتها.
 - مشارکت در منافع عمومی .
- * راهبری شرکت: دلالت دارد بر میزان شفافیت و کارایی مدیریت یک شرکت درقبال سهامداران و دیگر ذینفعان. این گویه شامل مؤلفه‌های عملیاتی زیر می‌باشد:
- هیئت مدیره .
 - مکانیزم‌های کنترل داخلی و حسابرسی ها .
 - حقوق سهامداران .
 - سیستم پاداش دهی به مدیریت (ثقفیان، 1388).

در این پژوهش برای جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات، از روش پیمایشی و اسنادی استفاده شده است. گردآوری داده‌ها و اطلاعات مالی موردنیاز از طریق صورتهای مالی موجود در سایت سازمان بورس اوراق بهادار (www.rdis.ir) و همچنین نرم افزارهای موجود انجام شده است. افزون بر این، برای جمع‌آوری اطلاعات جهت امتیازدهی شرکتهای نمونه از لحاظ مسؤلیت پذیری اجتماعی، از پرسشنامه استفاده شده که از طریق مراجعه حضوری، فکس، ایمیل، طراحی سایت و... جمع‌آوری شده است. پرسشنامه مذکور از دو بخش تشکیل شده است: بخش اول مربوط به چگونگی مسؤلیت پذیری اجتماعی شرکتهای است که در آن از طیف لیکرت استفاده شده است و بخش دوم مربوط به نظر سنجی از افرادی است که پرسشنامه را تکمیل کرده اند. برای سنجش متغیر مسؤلیت پذیری اجتماعی شرکتهای، از نظر مدیران مالی و کارکنان امور مالی شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران از طریق این پرسشنامه

استفاده شده است. تکمیل کنندگان هر پرسشنامه، وضعیت شرکت خود را در خصوص شاخصهای میزان مسئولیت پذیری اجتماعی ارزیابی نموده اند و این پرسشنامه در واقع کارت امتیازی است که پرسش شونده در مورد مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت محل فعالیت خود به آن پاسخ می دهد. همچنین به منظور بررسی روایی پرسشنامه طراحی شده از روش دلفی استفاده و نظر چند تن از استادان در آن اعمال شده است. از آزمون آلفای کرونباخ به منظور سنجش پایایی پرسشنامه استفاده شده است. در صورتی که مقدار ضریب آلفای کرونباخ بیشتر از 0,7 باشد پایایی پرسشنامه در حد مطلوب است. ضریب آلفای کرونباخ برای 79 شرکت عضو نمونه آماری این تحقیق، 0,783 است که نشان دهنده پایایی خوب پرسشنامه می باشد.

برای بررسی رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد شرکتهای متغیرهای مستقل و وابسته در مدل های مفروض در دو مرحله بررسی شده اند. یکبار با استفاده از داده های سال 89 فرضیه ها آزمون شده اند و یکبار با استفاده از میانگین داده های سالهای 1385 تا 1389 این آزمون ها انجام شده اند. شایان ذکر است داده ها برای محاسبه متغیرهای پژوهش به صورت سالانه محاسبه گردیده اند. متغیرهای تحقیق با نرم افزار Excel محاسبه و سپس داده ها با استفاده از نرم افزار Eviews 7 تجزیه و تحلیل شده اند. از آزمون های انجام شده می توان به آزمون معناداری ضرایب رگرسیون، آزمون معناداری مدل رگرسیون، آزمون نرمال بودن جملات خطا، آزمون خودهمبستگی و آزمون کشف ناهمسانی واریانس و ... اشاره کرد. همچنین تخمین مدل از نوع Panel بوده و از رگرسیون چند متغیره به روش OLS استفاده شده است.

یافته ها

فرضیه های پژوهش به شرح زیر تدوین شده اند:

فرضیه اول: بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتهای و ارزش افزوده اقتصادی ارتباط مثبت وجود دارد.

فرضیه دوم: بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتهای و ارزش افزوده بازار ارتباط مثبت وجود دارد.

فرضیه سوم: بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتهای و ارزش شرکت ارتباط مثبت وجود دارد.

فرضیه چهارم: بین مسؤولیت پذیری اجتماعی شرکتها و محدودیت مالی ارتباط منفی وجود دارد.

فرضیه پنجم: بین مسؤولیت پذیری اجتماعی شرکتها و نرخ بازده حقوق صاحبان سهام ارتباط مثبت وجود دارد.

فرضیه ششم: بین مسؤولیت پذیری اجتماعی شرکتها و نرخ بازده دارائیه‌ها ارتباط مثبت وجود دارد.

مدل‌های زیر برای آزمون فرضیه‌های پژوهش تخمین زده شده‌اند:

جدول شماره 1. مدل‌های تحقیق

$EVA_{it} = a_0 + a_1 CSR_{it} + a_2 BETA_{it} + a_3 LEV_{it} + a_4 SIZE_{it} + e$	فرضیه اول
$MVA_{it} = a_0 + a_1 CSR_{it} + a_2 BETA_{it} + a_3 LEV_{it} + a_4 SIZE_{it} + e$	فرضیه دوم
$Q_{it} = a_0 + a_1 CSR_{it} + a_2 BETA_{it} + a_3 LEV_{it} + a_4 SIZE_{it} + e$	فرضیه سوم
$KZ_{it} = a_0 + a_1 CSR_{it} + a_2 BETA_{it} + a_3 LEV_{it} + a_4 SIZE_{it} + e$	فرضیه چهارم
$ROE_{it} = a_0 + a_1 CSR_{it} + a_2 BETA_{it} + a_3 LEV_{it} + a_4 SIZE_{it} + e$	فرضیه پنجم
$ROA_{it} = a_0 + a_1 CSR_{it} + a_2 BETA_{it} + a_3 LEV_{it} + a_4 SIZE_{it} + e$	فرضیه ششم

CSR: مسؤولیت پذیری اجتماعی شرکتها

EVA: ارزش افزوده اقتصادی

MVA: ارزش افزوده بازار

Q-Tobin: شاخص ارزش شرکت

KZ: شاخص محدودیت مالی

کاپلان و زینگالس

ROE: نرخ بازده حقوق صاحبان سهام

ROA: نرخ بازده دارائیه‌ها

SIZE: اندازه شرکت

LEV: اهرم مالی

BETA: ریسک سیستماتیک

تمامی آزمون ها با این فرض انجام می شود که فروض کلاسیک مدل رگرسیون برقرار باشند. از این رو به بررسی آزمون های موجود در این زمینه می پردازیم (عباس افلاطونی و لیلی نیکبخت، 1389):

صفر بودن مقدار میانگین خطاها

اولین فرض لازم این است که مقدار میانگین خطاها صفر است. در واقع اگر یک جمله ثابت در رگرسیون داشته باشیم، این فرض هرگز نقض نخواهد شد. با انجام آزمون مربوطه با استفاده از آماره t ، p مقدار تمامی فرضیات هم در سال 89 و هم در میانگین سالهای 85-89 عدد 1,00 است که چون بیشتر از 5% (سطح خطای قابل قبول) است فرضیه صفر مبنی بر صفر بودن مقدار میانگین جملات خطا قبول می شود. همسانی واریانس

فرض می شود که واریانس خطاها مقدار ثابتی است. این فرض به همسانی واریانس معروف است. اگر خطاها واریانس ثابت نداشته باشند گفته می شود آنها ناهمسان هستند. در این پژوهش با استفاده از آزمون وایت، ناهمسانی در جملات خطا در صورت وجود کشف و نسبت به رفع آنها اقدام شده است. عدم خودهمبستگی خطاها

فرض سوم در مدل رگرسیون خطی این است که کوواریانس بین اجزای اخلاص در طول زمان صفر است. به عبارت دیگر فرض می شود که خطاها با یکدیگر همبستگی ندارند. در این پژوهش از آزمون دوربین واتسون برای کشف خودهمبستگی استفاده شده است و در صورت وجود نسبت به رفع آنها با استفاده از روش حداقل مربعات تعمیم یافته (GLS) اقدام شده است. نتایج آزمون دوربین واتسون در آزمون هر یک از فرضیات آمده است.

نرمال بودن توزیع خطاها: به منظور اجرای آزمون فرضیه جداگانه یا مشترک در مورد پارامترهای رگرسیون، فرض نرمال بودن باقیمانده ها ضروری است. یکی از مهمترین آزمونهایی که برای بررسی نرمال بودن اجزای اخلاص رگرسیون به کار می رود، آزمون جارکو- برا (JB) است. در صورتی که سطح معنا داری این آماره بیشتر از 5% سطح خطای قابل قبول باشد جملات خطا نرمال هستند. در مواردی که جملات خطا نرمال نیستند با حذف داده های پرت نسبت به نرمال نمودن آنها اقدام شده است. نهایتاً نتایج آزمون نرمال بودن جملات خطا در فرضیات به شرح زیر است:

جدول شماره 2. نتایج آزمون جارکو- برا

p- مقدار آماره JB		شرح
89- میانگین	89	
0/1366	0/8274	فرضیه اول (EVA)
0/2306	0/0722	فرضیه دوم (MVA)
0/1194	0/0794	فرضیه سوم (QTobin)
0/0626	0/0584	فرضیه چهارم (KZ)
0/1311	0/9601	فرضیه پنجم (ROE)
0/7204	0/4572	فرضیه ششم (ROA)

عدم هم خطی: یکی از فرضیاتی که در زمان استفاده از روش حداقل مربعات در نظر گرفته می‌شود، این است که متغیرهای توضیحی به هم وابسته نیستند. زمانی که بین متغیرهای توضیحی ارتباطی وجود نداشته باشد گفته می‌شود آنها نسبت به هم متعامد هستند. اگر متغیرهای توضیحی نسبت به هم متعامد باشند، افزودن یک متغیر توضیحی به مدل یا حذف یک متغیر توضیحی از مدل، تغییری در ضرایب سایر متغیرها ایجاد نمی‌کند. پس از انجام آزمون هم خطی، ملاک مطلوبیت که $(VIF < 2)$ است در نظر گرفته می‌شود. هرچقدر مقدار VIF به یک نزدیکتر باشد بیشتر می‌توان نتیجه گرفت که هم خطی وجود ندارد و هرچه به عدد دو نزدیکتر باشد هم خطی در حد پایین وجود دارد که در حالت کلی مشکلی برای مدل ایجاد نمی‌کند. نتیجه آزمون هم خطی مدل‌های پژوهش به شرح زیر می‌باشد که همانطور که مشاهده می‌کنید نشانگر نبود هم خطی است:

جدول شماره 3. نتایج حاصل از آزمون هم خطی (سال 89)

VIF / متغیر	فرضیه اول EVA	فرضیه دوم MVA	فرضیه سوم Q Tobin	فرضیه چهارم KZ	فرضیه پنجم ROE	فرضیه ششم ROA
CSR	1/12	1/17	1/17	1/36	1/22	1/14
BETA	1/11	1/05	1/06	1/05	1/85	1/06
LEV	1/16	1/14	1/11	1/025	1/49	1/13
SIZE	1/33	1/31	1/27	1/63	1/71	1/29

جدول شماره 4. نتایج حاصل از آزمون هم خطی (میانگین 85-89)

فرضیه ششم ROA	فرضیه پنجم ROE	فرضیه چهارم KZ	فرضیه سوم Q Tobin	فرضیه دوم MVA	فرضیه اول EVA	VIF متغیر
1/79	1/15	1/15	1/19	1/18	1/17	CSR
1/24	1/08	1/06	1/05	1/05	1/06	BETA
1/65	1/01	1/03	1/04	1/04	1/03	LEV
1/68	1/13	1/15	1/19	1/18	1/16	SIZE

همانگونه که مشاهده می شود تمامی پیش فرض های رگرسیون برقرار هستند بنابراین در ادامه آزمون فرضیات با استفاده از رگرسیون انجام می شود. جدول شماره (2) و (3) نتایج آزمون 6 فرضیه پژوهش را نشان می دهد.

جدول شماره 5. نتایج آزمون فرضیه ها (سال 89)

فرضیه ششم ROA	فرضیه پنجم ROE	فرضیه چهارم KZ	فرضیه سوم Q Tobin	فرضیه دوم MVA	فرضیه اول EVA	متغیر
0/1508	0/2671	-3/1837	0/2303	0/3108	0/2078	CSR
2/3168 (0/0234)	0/9041 (0/3736)	-1/1298 (0/2622)	0/8552 (0/3957)	1/1537 (0/2526)	2/7798 (0/0071)	
-0/3302	-0/1091	0/16604	0/2871	0/1302	-0/1160	LEV
-0/12869 (0/0000)	-0/5565 (0/5823)	5/5223 (0/0000)	2/1799 (0/0330)	1/0001 (0/3208)	-2/9987 (0/0038)	
-0/0006	-0/0305	-0/0237	-0/0508	-0/0161	0/0288	BETA
-0/0908 (0/9279)	-0/3859 (0/7024)	-0/0551 (0/9562)	-1/6779 (0/0983)	-0/5181 (0/6060)	3/4562 (0/0010)	
0/0181	0/0535	0/3273	0/0720	0/0557	0/0055	SIZE
3/7817 (0/0003)	2/4628 (0/0202)	-1/1680 (0/2465)	3/6166 (0/0006)	2/7386 (0/0079)	0/9066 (0/3679)	
0/7205	0/4413	0/5244	0/2335	0/1533	0/4465	R ²
45/1128 (0/0000)	2/4580 (0/0331)	0/23998 (0/0000)	4/7997 (0/0019)	3/0795 (0/0216)	0/16505 (0/0000)	آماره F
1/5874	1/9989	1/9856	1/6165	1/8083	1/9584	D-W

* سطر اول مقدار ضرایب، سطر دوم مقدار آماره t و سطر دوم p- مقدار (ارزش احتمال) را نشان می دهند.

** در مورد آماره F، سطر اول مقدار آماره F و سطر دوم p- مقدار (ارزش احتمال) را نشان می دهد.

با توجه به جدول فوق که مربوط به داده‌های سال 89 است، فرضیه اول و ششم که p - مقدار آماره t در آنها کمتر از 5% است مورد قبول واقع شده و نشان می‌دهد که بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و دو متغیر ارزش افزوده اقتصادی و نرخ بازده دارایی‌ها رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. فرضیه‌های دوم تا پنجم به این دلیل که p - مقدار مسئولیت‌پذیری اجتماعی در رابطه با متغیرهای وابسته بیشتر از 5% می‌باشد رد شده و بیانگر این موضوع است که هیچ رابطه‌ای بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و متغیرهای ارزش افزوده بازار، ارزش شرکت، محدودیت مالی و نرخ بازده حقوق صاحبان سهام وجود ندارد.

با توجه به p - مقدار آماره F که در تمامی آزمون‌ها کمتر از 5% می‌باشد نتیجه می‌گیریم که تمامی مدل‌های آزمون شده در حالت کلی از نظر آماری معنادار می‌باشند. آماره دوربین واتسون نیز نشانگر عدم خود همبستگی جدی در مدل‌های تحقیق می‌باشد.

جدول شماره 6. نتایج آزمون فرضیه‌ها (میانگین سالهای 85 تا 89)

متغیر	فرضیه اول EVA	فرضیه دوم MVA	فرضیه سوم Q Tobin	فرضیه چهارم KZ	فرضیه پنجم ROE	فرضیه ششم ROA
CSR	0/1763	0/7162	0/7455	-5/9057	0/6502	0/1045
	2/6343	2/9576	2/9842	-2/4342	2/4574	1/9432
	(0/0103)	(0/0042)	(0/0039)	(0/0174)	(0/0165)	(0/0559)
LEV	-0/0950	0/1177	0/1522	11/480	-0/4587	-0/2760
	-2/2515	0/7121	0/8995	7/6211	-2/7818	-8/4090
	(0/0273)	(0/4788)	(0/3715)	(0/0000)	(0/0069)	(0/0000)
BETA	0/0371	-0/0516	-0/0462	-0/0072	-0/0399	-0/0028
	4/7028	-1/8178	-1/5907	-0/0257	-1/9437	-0/4839
	(0/0000)	(0/0734)	(0/1163)	(0/9795)	(0/0559)	(0/6299)
SIZE	0/0105	0/0693	0/0658	-0/5908	0/0661	0/0151
	2/0526	3/7246	3/4136	-3/2083	4/2276	3/7470
	(0/0436)	(0/0004)	(0/0011)	(0/0020)	(0/0001)	(0/0004)
R^2	0/4150	0/3327	0/3214	0/5391	0/4257	0/5910
آماره F	13/1274	8/6020	8/0527	21/0564	0/13786	0/28124
	(0/0000)	(0/0000)	(0/0000)	(0/0000)	(0/0000)	(0/0000)
D-W	1/7103	1/6563	1/5664	1/6533	1/9613	1/8708

* سطر اول مقدار ضرایب، سطر دوم مقدار آماره t و سطر دوم p - مقدار را نشان می‌دهند.

** در مورد آماره F ، سطر اول مقدار آماره F و سطر دوم p - مقدار را نشان می‌دهد.

با توجه به جدول فوق که مربوط به میانگین داده های سالهای 85 تا 89 می باشد، فرضیه اول تا پنجم در سطح اطمینان 95% و فرضیه ششم نیز در سطح اطمینان 90% تایید شده است بنابراین می توان گفت بین مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد شرکتهای نمونه رابطه مثبت و معنا داری وجود دارد. البته این ارتباط در مورد EVA، MVA، Q-Tobin، ROE و ROA مثبت و معنی دار و در مورد محدودیت مالی، منفی و معنا دار می باشد. در حالت کلی نتیجه این پژوهش با نتیجه پژوهش های خارجی اسپیسر (1978)، تسوتسورا (2004)، وان ده والده و دیگران (2005)، میتال و دیگران (2008)، چنگ و دیگران (2011)، اوادیله و فاگیمی (2012)، کامینکیولی و دیگران (2012)، عقیف و آنتادجایا (2013) و وانچرون (2013) و پژوهش های داخلی مهدیزاده (1387)، منصوری (1387)، چاوش باشی (1389) و دیوچار و عابدین پور تیمورلوی (1390) سازگار است ولی با نتیجه پژوهش های خارجی اوپرله و دیگران (1985) و براین و دیگران (2007) و با پژوهش های داخلی ثقفیان (1388)، حیدریان (1389)، بادآور نهندی و دیگران (1391) ناسازگار است.

در خصوص متغیرهای کنترلی، درباره ارتباط بین متغیر اندازه شرکت با عملکرد، باید یادآور شد که در فرضیه چهارم (KZ) این ارتباط منفی و معنادار است و در فرضیه اول، دوم، سوم، پنجم و ششم، مثبت و معنا دار است. از این رو، می توان نتیجه گرفت بین اندازه شرکت و عملکرد ارتباط مثبت و معنا داری وجود دارد.

درباره ارتباط بین متغیرکنترلی اهرم مالی و عملکرد باید گفت که در فرضیه اول، چهارم، پنجم و ششم منفی و معنا دار است ولی در فرضیه دوم و سوم مثبت و بی معنی است، بنابراین در مورد این دو متغیر نمی توان به نتیجه قطعی دست یافت ولی با توجه به تایید 4 فرضیه از 6 فرضیه می توان گفت که بین اهرم مالی و عملکرد ارتباط منفی و معناداری وجود دارد.

درباره ارتباط بین متغیرکنترلی ریسک سیستماتیک و عملکرد نیز با توجه به نتایج آزمون فرضیه ها که ریسک سیستماتیک فقط با ارزش افزوده اقتصادی ارتباط مثبت و معنی داری دارد می توان گفت ارتباطی بین ریسک سیستماتیک و عملکرد وجود ندارد. با توجه به سطح معناداری آماره F که در تمامی آزمون ها کمتر از 5% می باشد نتیجه می گیریم که تمامی مدل های آزمون شده در حالت کلی از نظر آماری معنادار

می‌باشند. آماره دوربین واتسون نیز نشانگر عدم خود همبستگی جدی در مدل‌های تحقیق می‌باشد.

در این پژوهش یک آزمون اضافی فرضیه نیز انجام شده است. در این فرضیه ارتباط بین مسؤولیت‌پذیری اجتماعی شرکتها و عملکرد آنها علاوه بر داده‌های کمی، با استفاده از پرسشنامه نظرسنجی از مدیران ارشد شرکتها نیز به شرح زیر آزمون شده است:

برای آزمون اضافی فرضیه از آزمون t یکطرفه در نرم افزار آماری SPSS استفاده شده است که نتایج آن در جدول (6) ارائه شده است. مبنای آزمون اضافی فرضیه 80% کل امتیاز نظرسنجی است که برابر با عدد 88 می‌باشد.

جدول شماره 7. نتایج آزمون فرضیه فرعی هفتم

نوع آزمون	مقدار آماره	سطح معنی داری
t یکطرفه	170/581	0/8650

با توجه به سطح معناداری آماره t که بیشتر از 5% است می‌توان گفت طبق نظرسنجی انجام شده از مدیران ارشد شرکتها، 80% از شرکتها معتقد به رابطه بین مسؤولیت‌پذیری اجتماعی شرکتها و عملکرد آنها هستند.

نهایتاً خلاصه نتایج به دست آمده از آزمون فرضیات به شرح زیر می‌باشد:

با آزمون فرضیه فرعی اول با استفاده از داده‌های سال 89 این نتیجه حاصل شد که ارتباط مثبت و معناداری بین مسؤولیت‌پذیری اجتماعی شرکتها و ارزش افزوده اقتصادی وجود دارد. همین نتیجه نیز با استفاده از میانگین داده‌های سالهای 85-89 به دست آمد. این بدان معنی است که با افزایش مسؤولیت‌پذیری اجتماعی شرکتها، ارزش افزوده اقتصادی که یکی از معیارهای ارزیابی عملکرد می‌باشد نیز افزایش پیدا می‌کند.

با آزمون فرضیه فرعی دوم با استفاده از داده‌های سال 89 این نتیجه حاصل شد که هیچ ارتباط معناداری بین مسؤولیت‌پذیری اجتماعی شرکتها و ارزش افزوده بازار آنها وجود ندارد در حالی که با آزمون همین فرضیه با استفاده از میانگین داده‌های سالهای 85-89 نتایج متفاوتی به دست آمد که وجود ارتباط مثبت و معنی دار بین مسؤولیت‌پذیری اجتماعی شرکتها و ارزش افزوده بازار آنها را تایید می‌کند که این نتیجه تاییدی بر پدیدار شدن آثار مسؤولیت‌پذیری اجتماعی شرکتها در بلندمدت می‌باشد. بنابراین

می توان گفت هرچه مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتها بیشتر شود ارزش افزوده بازار نیز افزایش می یابد.

با آزمون فرضیه فرعی سوم با استفاده از داده های سال 89 این نتیجه حاصل شد که هیچ ارتباط معناداری بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتها و ارزش شرکت آنها وجود ندارد. با آزمون همین فرضیه با استفاده از میانگین داده های سالهای 85-89 نتایج متفاوتی به دست آمد که وجود ارتباط مثبت و معنی دار بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتها و ارزش شرکت را تایید می کند و این نتیجه چندان هم دور از انتظار نبود چرا که متغیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتها متغیری است که آثار آن در بلند مدت نمایان می شود. با توجه به مطالب فوق می توان گفت در صورتی که شرکتها فعالیتهای مسئولیت پذیری اجتماعی را بیشتر مدنظر قرار داده و آنها را هرچه بهتر و بیشتر انجام دهند شاهد افزایش ارزش شرکت خود خواهند بود.

با آزمون فرضیه فرعی چهارم با استفاده از داده های سال 89 این نتیجه حاصل شد که هیچ ارتباط معناداری بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتها و محدودیت مالی آنها وجود ندارد در حالی که با آزمون همین فرضیه با استفاده از میانگین داده های سالهای 85-89 نتایج متفاوتی به دست آمد که وجود ارتباط منفی و معنی دار بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتها و محدودیت مالی آنها را تایید می کند و بنابراین با توجه به آثار مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتها در بلند مدت هرچقدر شرکتها مسئولیت پذیری اجتماعی را بیشتر رعایت کنند در آینده کمتر با محدودیت مالی مواجه می شوند.

با آزمون فرضیه فرعی پنجم با استفاده از داده های سال 89 به این نتیجه رسیدیم که هیچ ارتباط معنی داری بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتها و نرخ بازده حقوق صاحبان سهام آنها وجود ندارد، همچنین با آزمون همین فرضیه با استفاده از میانگین داده های سالهای 85-89 نتیجه متفاوتی به دست آمد که نشانگر رابطه مثبت و معنی دار بین مسئولیت پذیری اجتماعی و نرخ بازده حقوق صاحبان سهام بود. در واقع هرچه شرکتها بیشتر مسئولیت پذیری اجتماعی را رعایت نمایند با افزایش سود شرکت به نرخ بازده حقوق صاحبان سهام بالاتری دست خواهند یافت.

با آزمون فرضیه فرعی ششم با استفاده از داده های سال 89 این نتیجه حاصل شد که ارتباط مثبت و معناداری بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتها و نرخ بازده داراییها وجود دارد. با آزمون این فرضیه با میانگین داده های سال های 85-89 نیز همین نتیجه

در سطح معنی داری 90% حاصل شد که نشان می‌دهد که هر چه مسئولیت‌پذیری اجتماعی در شرکتها بیشتر رعایت شود با افزایش سود شرکت، نرخ بازده دارایی‌ها نیز تا حدی افزایش می‌یابد.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف اصلی این تحقیق پاسخ دادن به این سوال است که چه ارتباطی بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتها و عملکرد آنها وجود دارد؟ به همین منظور فرضیاتی با توجه به معیارهای عملکرد تدوین و آزمون شده است. فرضیه‌ها در دو بازه زمانی سال 89 و میانگین سالهای 85 تا 89 آزمون شده است. همچنین داده‌ها به صورت سالانه محاسبه گردیده‌اند. متغیرهای تحقیق با نرم افزار Excel محاسبه و سپس داده‌ها با استفاده از نرم افزار Eviews 7 تجزیه و تحلیل شده‌اند. تخمین مدل نیز از نوع Panel بوده و از رگرسیون چند متغیره به روش OLS استفاده شده است. نتیجه آزمون‌ها با داده‌های سال 89 حاکی از این است که بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتها با ارزش افزوده اقتصادی و نرخ بازده داراییها به عنوان معیارهای عملکرد از نظر آماری ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد ولی بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتها و سایر معیارهای عملکرد از جمله ارزش افزوده بازار، ارزش شرکت، محدودیت مالی و نرخ بازده داراییها ارتباط معنی داری مشاهده نشد. همین آزمون‌ها با میانگین داده‌های سالهای 85-89 نتایج بهتری را نشان داد که حاکی از این بود که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتها با معیارهای عملکرد از جمله ارزش افزوده اقتصادی، ارزش افزوده بازار، ارزش شرکت و نرخ بازده حقوق صاحبان سهام ارتباط مثبت و معنی دار و با محدودیت مالی ارتباط منفی و معنی داری از نظر آماری دارد. بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتها و نرخ بازده داراییها ارتباط مثبت مشاهده شد که از نظر آماری در سطح 90% معنی دار بود. البته همین‌طور که ملاحظه می‌کنید نتایج آزمون فرضیه‌ها با میانگین داده‌های سالهای 85-89 بیشتر نزدیک به واقعیت است و با این موضوع که آثار مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتها در بلندمدت نمایان می‌شود مطابقت می‌کند. در نهایت با تایید شش فرضیه این پژوهش، نتیجه می‌گیریم که ارتباط مثبت و معنی داری بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد شرکتها نمونه وجود دارد. این جمله بیانگر این موضوع است که با افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی، عملکرد شرکتها نیز بهبود می‌یابد یعنی هرچه قدر شرکتها اصول و شاخصهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی را بیشتر رعایت نمایند در

بلندمدت شاهد عملکرد بهتری خواهند بود. با بهبود شرایط محیط کار و حقوق کارکنان، رفتار کسب و کار، حفاظت از محیط زیست، همسوسازی منافع شرکت با منافع جامعه، اهمیت به خواستها و نیازهای مشتریان و... با اینکه ممکن است شرکت هزینه هایی را در این راستا متحمل شود اما در بلندمدت منافع رعایت این شاخص ها بیشتر از مخارج آن شده و همین امر باعث بهبود عملکرد، ارتقای بهره وری و کسب مزیت رقابتی می شود. با رعایت حقوق کارکنان و بهبود شرایط محیط کار، کارکنان با انگیزه بیشتری به کار خود می پردازند و همین امر باعث ارتقای کارایی و بهره وری آنان می شود که نتیجه آن متوجه شرکت خواهد بود. با رعایت رفتار کسب و کار، شاخص های زیست محیطی و اهمیت به خواستها و نیازهای مشتریان، تعداد مشتریان افزایش یافته و همین امر موجب افزایش فروش شرکت خواهد شد که در آخر بهبود عملکرد را در پی خواهد داشت.

پیشنهادهایی که با نتایج به دست آمده می توان ارائه کرد به شرح زیر می باشد:

- 1) به سازمان بورس و اوراق بهادار تهران پیشنهاد می شود:
 - با توجه به رابطه مثبت بین مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد شرکتهای افشای شاخص های مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتهای و امتیاز مربوط به آن را برای شرکتهای پذیرفته شده در بورس الزامی کند و اطلاعات مربوط به مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتهای را به صورت کارآمد سازمان دهد.
- 2) به کلیه متصدیان مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتهای اعم از دانشگاهیان، مدیران، نهاد های اجرایی، تحلیلگران و سرمایه گذاران پیشنهاد می شود:
 - با توجه به اینکه بین مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد شرکتهای رابطه مثبت وجود دارد، همه بخشهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را در جهت بهبود مسئولیت پذیری اجتماعی و حرکت به سمت توسعه پایدار هماهنگ سازند.
 - سرمایه گذاران در تصمیمات سرمایه گذاری در شرکتهای به امتیاز مسئولیت پذیری اجتماعی آنها به عنوان عامل مؤثر و مرتبط با عملکرد شرکت توجه نمایند.
- 3) به مدیران شرکتهای پیشنهاد می شود:
 - مسئولیت پذیری اجتماعی را به عنوان یک روش مدیریتی در مجموعه خود اجرا کنند تا فرآیندهای عملیاتی را در این جهت و به تبع آن کسب منافع اقتصادی بلندمدت و تسریع در نوآوری بهبود دهند.

منابع:

- افلاطونی، عباس و لیلی، نیکبخت (1389)، کاربرد اقتصاد سنجی در تحقیقات حسابداری، مدیریت مالی و علوم اقتصادی، انتشارات ترمه، صص 74-113
- امیدوار، علیرضا (1385)، مفاهیم مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکتها، انتشارات مرکز ترویج مسئولیت اجتماعی شرکتها، <http://www.csiran.com/Portals/Rainbow/Documents/10-sd-cc-cl1.pdf> 91/2/20
- ثقفیان، حامد (1388)، بررسی ارتباط بین مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد مالی شرکت‌های تولیدی سازمان بورس اوراق بهادار تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه الغدیر تبریز
- چاوش باشی، فرزانه (1389)، مسئولیت اجتماعی و نقش آن در ارتقای بهره‌وری و مزیت رقابتی شرکتها، پژوهشنامه مسئولیت اجتماعی سازمان، انتشارات پژوهشکده تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام، شماره 4، صص 89-80
- حیدریان، بهنام (1389)، بررسی تاثیر ساختار صنعت بر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تبریز
- خالقی مقدم، حمید (1382)، ارتباط بین رویکردهای مختلف در اندازه‌گیری عملکرد مالی شرکتها، فصلنامه مطالعات حسابداری، تابستان، شماره 2
- خلیلی عراقی، مریم و مهرانگیز، یقین لو (1384)، سایه روشن‌هایی از مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتها، ماهنامه تدبیر، سال پانزدهم، شماره 144
- دیوخار تیمورلوئی، سعید و علیرضا، عابدین پور تیمورلوئی (1390)، بررسی تاثیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتها بر عملکرد آنها با استفاده از کارت ارزیابی متوازن، اولین همایش ملی رویکردهای نوین در حسابداری دولتی، آمل، دانشگاه شمال، <http://www.civilica.com/>، 1392/01/15
- رحمان سرشت، حسین، محمود، رفیعی و مرتضی، کوشا (1388)، مسئولیت اجتماعی؛ اخلاقیات فراسازمانی، ماهنامه علمی آموزشی تدبیر، شماره 204، صص 26-22
- مهدیزاده، نسرین (1378)، بررسی ارتباط بین توجه به مسئولیت اجتماعی و عملکرد بازاریابی شرکتها، پایان نامه کارشناسی ارشد، مؤسسه آموزش عالی الغدیر.
- یزدانی، ایوب (1388)، بررسی ارتباط کارآمدی زیست محیطی با ارزش و بازده دارائی‌های شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی تبریز

- بادآور نهندی، یونس، رسول، برادران حسن زاده و ایوب، یزدانی (1391)، بررسی ارتباط کارآمدی زیست محیطی با ارزش و بازده دارائی های شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، دانش حسابداری، سال سوم، بهار 91، شماره 8، صص 95-112

- Afiff, Saffana & Samuel, P.D. Anantadjaya (2013), Csr & Performance: Any Evidence from Indonesian LQ45 ?, Review of Integrative Business & Economics Research, Vol 2 (1), pp 85-101
- Brine, Matthew, Rebecca, Brown & Greg, Hackett (2007), Corporate Social Responsibility and Financial Performance in the Australian Context, Economic Roundup, Vol.31, no.4, pp 47-58.
- Cheng, Beiting, Ioannis, Ioannou & George, Serafeim (2011), Corporate Social Responsibility and Access To Finance, Strategic Management Journal, VOL 34, pp 7-14
- Comincioli, Nicola, Laura, Poddi & Sergio, Vergalli (2012), Corporate Social Responsibility and Firm's Performance: a strati graphical Analysis, Publication Note di Lavoro, Available at SSRN:<http://ssrn.com/abstract=2132202>, 1392/01/15
- Garcia-Castro, Roberto, Miguel A., Ariño & Miguel A., Canela (2007), Does Social Performance Really Lead to Financial Performance? Accounting for Endogeneity, Journal of Business Ethics, Volume 92, Issue 1, pp 107-126
- Kinsman, Michel D. & Joseph A. Newman (1998), Debt tied to lower firm performance: Finding calls for review of rise in debt use, Graziadio Business Review, vol 1, issue 3.
- Mittal, R.K., Neena, Sinha & Archana, Singh (2008), An analysis of linkage between economic value added and corporate social responsibility , Management Decision Vol. 46 No.9, pp 1437-1443
- Tsoutsoura, Margarita (2004), Corporate Social Responsibility and Financial Performance, Working Paper, University of California, Haas School of Business, Berkeley, 1392/01/15

http://responsiblebusiness.haas.berkeley.edu/documents/FinalPaperonCSR_PDFII.pdf

- Uadiale, Olayinka Marte & Temitope Olamide, Fagbemi (2012), Corporate Social Responsibility and Financial Performance in Developing Economies: The Nigerian Experience, Journal of Economics and Sustainable Development, Vol.3, No.4, pp 44- 54.
- Wuncharoen, Chotima (2013), The Relationship between Corporate Social Responsibility and Firm Performance From The Hotel Industry of Kho samui Island, Thailand, Proceeding of 3rd Global Accounting, Finance and Economics Conference, 5-7 May 2013, Rydges Melbourne, Australia. [http://www.wbiworldconpro.com/uploads/melbourne conference 2013/accounting/ 1367471032 _ 123-Chutima.pdf](http://www.wbiworldconpro.com/uploads/melbourne%20conference%202013/accounting/1367471032_123-Chutima.pdf), 1392/01/15.