فصلنامه حسابداری مالی/سال دهم/ شماره ۳۹ /پاییز ۹۷/صفحات ۱۴۰- ۱۱۱

تأثیر استقلال اعضای هیئت‌مدیره و تمرکز مالکیت بر ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی

سید علی واعظ*
ابراهیم انواری**
علی رودبار شجاعی***
زینب کریمی****

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۱/۲۹ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۹/۱۶

چکیده

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به روابط بین شرکت‌ها و جامعه مربوط می‌شود و به‌طور مشخص این مفهوم به بررسی تأثیرات فعالیت شرکت‌ها روی افراد و جامعه می‌پردازد. جدا از مفهوم مسئولیت اجتماعی، بسیاری نیز در انگیزه‌ی شرکت‌ها در برنامه‌ها و فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی آنان، تردید دارند. برخی دیگر، بر این باورند که انگیزه‌های شرکت‌ها از فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی ممکن است سیاسی باشد و بدین طریق می‌خواهند با برخی از مقامات سیاسی و محلی لابی کنند تا امتیازاتی در راستای اهداف اقتصادی کسب نمایند. در راستای تحقق هدف‌های پژوهش، ۱۶۶ شرکت طی بازه‌ی زمانی ۱۳۹۵-۱۳۸۹ با استفاده از روش حذفی سیستماتیک انتخاب و فرضیه‌های پژوهش با استفاده از رگرسیون خطی آزمون شده است. در این پژوهش برای اولین بار از شیوه‌ی نوین ارزیابی ابعاد اقتصادی، اخلاقی و قانونی مسئولیت‌پذیری اجتماعی استفاده گردیده است و برای کمی کردن هر بعد از

*استادیار حسابداری، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران (نویسنده مسئول).
Email: sa.vaez@yahoo.com
**استادیار اقتصاد، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران.
Email: Ebrahiman@gmail.com
***استادیار حسابداری، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران.
Email: shojaie@yahoo.com
****دانشجوی دکترای حسابداری، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران.
Email: Zeynabkarimi11@yahoo.com

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-24]

مسئولیت‌پذیری (بعد قانونی، اقتصادی، اخلاقی) چند متغیر در نظر گرفته‌شده و از شاخص ترکیبی جیو و همکاران برای ترکیب متغیرها استفاده شده است. نتایج پژوهش حاکی از وجود عدم رابطه بین تمرکز مالکیت با ابعاد اقتصادی و اخلاقی و همچنین عدم رابطه بین استقلال اعضای هیئت‌مدیره با ابعاد قانونی و اقتصادی مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌باشد، در حالی که نتایج نشان‌دهنده رابطه‌ی مثبت معناداری بین استقلال اعضای هیئت‌مدیره با بعد اخلاقی و تمرکز مالکیت با بعد قانونی مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: مسئولیت‌پذیری قانونی، استقلال اعضای هیئت‌مدیره، تمرکز مالکیت، مسئولیت‌پذیری اقتصادی و مسئولیت‌پذیری اخلاقی.

۱- مقدمه

مسئولیت اجتماعی شرکت عبارت است از الزام به پاسخگویی و ارضای توقعات گروه‌های ذی‌نفع خارجی اعم از مشتریان، تأمین‌کنندگان، توزیع‌کنندگان، پاسداران محیط‌زیست و اهالی محل فعالیت واحد تولیدی یا خدماتی همراه با حفظ منافع گروه‌های ذی‌نفع داخلی اعم از مالکان یا سهام‌داران و کارکنان واحد (عظیمی و گنجی ارجنکی، ۱۳۹۴) مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در طول چندین دهه همگام با توسعه‌های اجتماعی، سیاسی و تجاری تکامل‌یافته و به‌شدت تحت تأثیر و نفوذ جهانی‌شدن، ارتباطات وسیع، روندهای جهانی و تغییرات در قوانین در سطح بین‌الملل بوده است. نگرش و مدل مدیریت مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و سازمان‌های مدرن در ماهیت پیچیده و پویای محیط اجتماعی مستلزم شناسایی تغییرات و رفع نیازهای اطلاعاتی گروه‌های مختلف ذینفعان با نظارت مستمر و رویکردی جامع و پویا است (شاه‌ویسی، رضایی و موسوی، ۱۳۹۵). فرآیند جهانی‌شدن، قدرت شرکت‌ها را افزایش داده و شرکت‌ها با افزایش فشار از طرف جامعه برای برخورداری از یک نگرش وسیع‌تر به اهداف و فعالیت‌های خود در ابعاد اجتماعی و محیطی مواجه هستند. فشار به شرکت‌ها برای داشتن رفتار مسئولانه‌تر در مقایسه با نگرش اقتصادی و حداکثر سازی سود و ارزش، به یک معمای جدید برای تصمیم‌گیری در شرکت‌ها تبدیل‌شده است. در حال حاضر اثرات اقتصادی شرکت‌ها بر جامعه یک دغدغه جهانی است و انتظارات ذینفعان از نقش واحدهای تجاری در جامعه در حال افزایش است. رهنمودها، اصول، قوانین و مقررات برای رفتار شرکت‌ها در جامعه به دنبال افزایش تقاضا برای شفافیت و پاسخگویی درباره عملیات شرکت و اثرات این عملیات بر جامعه درحال‌توسعه است و شرکت‌ها به‌طور اختیاری یا الزامی گزارش‌های خود را در خصوص عملکرد خود در ابعاد اجتماعی، اخلاقی و محیطی تحت عناوین مختلفی منتشر می‌کنند (حساس یگانه و برزگر، ۱۳۹۳).

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-24]

حرفه حسابداری نیز باید این روند را به‌خوبی شناسایی و خود را بر اساس تقاضای موجود در محیط به دلیل نقش آن تعدیل کند و در این روند، تکامل گزارشگری شرکت‌ها با رویکرد پایداری و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها همراه و هماهنگ باشد. ازآنجایی‌که مخاطب گزارشگری مالی طیف وسیعی از استفاده‌کنندگان هستند؛ بنابراین توجه به پوشش حداکثری نیازهای اطلاعاتی مخاطبان می‌تواند سودمندی اطلاعات حسابداری را بهبود بخشد. کیفیت و شفافیت اطلاعات بدون توجه خاص به مقوله مسئولیت اجتماعی مورد مطالبه سرمایه‌گذاران و سایر استفاده‌کنندگان نمی‌باشد. لیکن رعایت الزامات مدنی در جامعه که لزوم تداوم زندگی اجتماعی-اقتصادی آحاد مردم می‌باشد، در تهیه اطلاعات حسابداری، مطلوبیت آن اطلاعات را بهبود می‌بخشد (شاه‌ویسی و همکاران، ۱۳۹۵). یکی از سازوکارهایی که توسط سیاست‌گذاران اقتصادی و مالی در بیشتر کشورها وضع‌شده تا همبستگی بین نتایج و عملکرد شرکت با تصمیم‌گیری و قضاوت مدیران به‌ویژه بعد از تقلب‌های حسابداری، کاهش یابد سازوکارهایی راهبری شرکتی بوده است. راهبری شرکتی سیستمی است شامل سیاست‌ها، فرآیندها و روش‌هایی که در خدمت نیازهای سهامداران و سایر ذینفعان بوده و از طریق هدایت، کنترل و نظارت فعالیت‌های مدیران باعث اتخاذ رویه‌های تجاری درست، قابل‌اعتماد و یکپارچه‌ای شده که در نتیجه باعث کاهش مسائل نمایندگی ناشی از افزایش تضاد منافع بین مدیر-ذینفع می‌شود که از جدایی مالکیت و کنترل سرچشمه می‌گیرد (کیونگ[1]،۲۰۱۳، حسن و احمد[2]، ۲۰۱۲).

حساس یگانه (۱۳۸۵) حاکمیت شرکتی را به معنای قوانین، مقررات، ساختارها، فرهنگ‌ها و سیستم‌هایی می‌داند که موجب دستیابی به هدف‌های پاسخگویی، شفافیت، عدالت و رعایت حقوق ذینفعان می‌شود. قائمی و شهریاری (۱۳۸۸) نظام حاکمیت شرکتی را به عنوان یک نظام مرتبط کننده چند شاخه علمی از قبیل؛ حسابداری، اقتصاد، مالی و حقوق و با حفظ تعادل میان اهداف اجتماعی و اقتصادی و اهداف فردی و جمعی که موجب ترغیب و تقویت استفاده‌ی کارآمد از منابع و الزام پاسخگویی شرکت‌ها در قبال سایر صاحب ذینفع‌ها بیان می‌کنند. در این پژوهش به بررسی رابطه برخی از مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی (استقلال اعضای هیئت‌مدیره و تمرکز مالکیت) بر ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌پردازد.

1 Keung
2 Hasan and Ahmed

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-24]

۲- مبانی نظری پژوهش

با توجه به فروپاشی و رسوایی مالی برخی شرکت‌ها از جمله انرون در اوایل قرن ۲۱، بحث در خصوص جایگاه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در اقتصاد جهانی و خصوصاً شرکت‌های بین‌المللی برای بهبود شرایط محیطی و اجتماعی افزایش‌یافته است. همگام با توسعه‌ی تجارت جهانی، پژوهش‌های اخیر حرکت در مسیر افشای بیشتر در سطح بین‌المللی را نشان می‌دهد. در قرن جدید، مقایسه‌ی درک ملل از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و نقش واحدهای تجاری در جامعه بسط یافته است و توسعه بین‌المللی قابل‌ملاحظه‌ای در جنبش مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در این قرن رخ داده است و در سطح جهانی توجه به حقوق انسانی، اجتماعی و محیطی بسیار مورد توجه است. این توسعه در تکامل پژوهش‌های حوزه‌ی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به وضوح قابل مشاهده است و حتی ارتباط میان دولت و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نیز مورد بررسی قرار گرفته است. محققین آکادمیک حوزه کسب و کار، افزایش علاقه‌مندی و توجه به مسئولیت اجتماعی شرکت را در طول سال‌های اخیر نشان داده‌اند. مقوله‌ی مسئولیت اجتماعی و محیطی در برخی از مستندات سیاسی و قانونی هم به وجود آمده و اهمیت روزافزونی در سطح بین‌المللی یافته است. امروزه، مدیران شرکت‌ها با وظیفه‌ی پویا و چالش‌برانگیز برای به‌کارگیری استانداردهای اخلاقی اجتماعی برای مسئول بودن در قبال اعمال تجاری مواجه‌اند. افزایش فشار برای مسئولیت اجتماعی یکی از مهم‌ترین چالش‌های تجاری برای شرکت‌ها محسوب می‌شود. شرکت‌ها، خصوصاً آن‌هایی که در بازارهای جهانی فعالیت دارند، در حالی که حداکثر کردن ارزش سهامداران را دنبال می‌کنند، بیش‌ازپیش مستلزم تعادل و توازن عناصر اجتماعی، اقتصادی و محیطی تجاری‌شان هستند. در هزاره‌ی جدید مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نقش و جایگاه برجسته و بالایی را در حوزه‌ی آکادمیک به‌دقت آورده است. بسیاری آن را برای شرکت‌ها یک ضرورت مطلق در نظر می‌گیرند تا بتوانند نقششان را در جامعه تعریف کنند و استانداردهای مسئولانه‌ی اجتماعی، اخلاقی، قانونی و محیطی را در کسب‌وکارشان به‌کارگیرند (حساس یگانه و برزگر، ۱۳۹۲).

به‌طورکلی یک چارچوب کلی برای دنبال کردن مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها وجود ندارد. هر شرکتی دارای خصوصیات ویژه و منحصربه‌فرد خود می‌باشد که تأثیرگذار بر دیدگاه‌ها روی نحوه عملکرد و تبیین استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی می‌باشد. حرکت به سمت نهادینه کردن مسئولیت اجتماعی شرکتی در نظام راهبری شرکت‌ها می‌بایست با فرهنگ‌سازمانی، چشم‌انداز و استراتژی‌های بلندمدت شرکت در یک راستا باشد تا اجرای برنامه‌های مسئولیت

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-24]

اجتماعی به صورت یک برنامه هزینه‌بر از سوی کارکنان و سهامداران تلقی نگردد (منصوری، ابراهیمی و رحمانی احمدآبادی، ۱۳۹۳).

در الگو هرمی کارول[1] (۱۹۷۹) مسئولیت اجتماعی شرکت از چهار قسمت اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشردوستانه تشکیل شده است که در زیر به تفصیل به آن اشاره می‌شود:

مسئولیت اقتصادی: مسئولیت اولیه هر بنگاه اقتصادی کسب سود است لذا وقتی شرکت سود لازم را به دست آورد و حیات خود را تضمین کند، می‌تواند به مسئولیت‌های دیگر بپردازد.

مسئولیت قانونی: در بُعد قانونی شرکت‌ها ملزم می‌شوند که در چارچوب قوانین و مقررات، فعالیت کنند. جامعه این قوانین را تعیین می‌کند و کلیه شهروندان و شرکت‌ها موظف هستند به این مقررات به عنوان ارزش اجتماعی، احترام بگذارند.

مسئولیت اخلاقی: تعهدات اخلاقی بازگوکننده فعالیت‌هایی است که مانند تعهدات اقتصادی و تعهدات حقوقی، تدوین و از طرف افراد جامعه به صورت دستورالعمل ارائه نشده‌اند. در واقع وظایف اخلاقی محدودیت‌های وظایف قانونی را برطرف می‌کند و شامل اخلاقی بودن، انجام آنچه که صحیح، منصفانه و عادلانه است و احترام به حقوق اخلاقی مردم و اجتناب از ضرر یا آسیب اجتماعی می‌باشد.

مسئولیت بشردوستانه: واحدهای اقتصادی از منابع طبیعی و انسانی برای شروع و تداوم فعالیت خود استفاده می‌کنند. درنتیجه باید احساس تعهد خود را نسبت به این منابع به‌روشنی بیان کنند و سهمی مؤثر در زندگی اجتماعی اعضای آن داشته باشند. بدین ترتیب شرکت‌ها برای استفاده درست از منابع و حمایت از جامعه ملزم به پاسخگویی در برابر بحران‌های اجتماعی چون آلودگی محیط‌زیست، بیکاری و ... هستند (رضایی و محمدپور، ۱۳۹۶).

بنابراین با توجه به اهمیت مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و افشاگری‌های مرتبط با آن، در گزارش‌های مالی بایستی مراقبت‌های کافی به عمل آید. اعمال نظارت و مراقبت در این زمینه می‌تواند مستلزم وجود سازوکارهای حاکمیت شرکتی باشد (بهارمقدم و زین‌العابدین صادقی، ۱۳۹۲).

تعاریف ارائه‌شده از راهبری شرکت‌ها، عمدتاً دو دیدگاه محدود و گسترده را دربر می‌گیرد. در دیدگاه‌های محدود که در قالب تئوری نمایندگی بیان می‌شود، راهبری شرکت به رابطه شرکت و سهامداران محدود می‌شود. از طرف دیگر، در دیدگاه گسترده، راهبری شرکت‌ها را می‌توان به صورت شبکه‌ای از روابط در نظر گرفت که نه‌تنها میان شرکت و مالکان آن‌ها، بلکه

1 Carroll

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-24]

میان شرکت و تعداد زیادی از ذی‌نفعان، از جمله کارکنان، مشتریان، فروشندگان، دارندگان اوراق قرضه و غیره وجود دارد. چنین دیدگاهی در قالب نظریه ذی‌نفعان ارائه می‌شود. بررسی تعاریف و مرور دیدگاه‌های صاحب‌نظران، حکایت از آن دارد که راهبری شرکت‌ها مفهومی فراگیر است و هدف نهایی آن دستیابی به موارد و اهدافی چون پاسخگویی، عدالت، شفافیت و رعایت حقوق ذی‌نفعان در شرکت‌هاست (حساس یگانه، ۱۳۸۴). در واقع، هدف نهایی نظام راهبری شرکت‌ها، نه‌تنها کاهش مشکل نمایندگی و همسو نمودن منافع کارگمار با منافع کارگزار، بلکه تأمین منافع تمام گروهای ذی‌نفع در شرکت‌ها و واحدهای تجاری است.

وجود چنین سیستمی در واحدهای تجاری زمانی افزایش می‌یابد که مدیران انگیزه‌ی فرصت‌طلبانه برای گمراه ساختن منافع سهامداران و افزایش منافع خود باشند. مدیریت سود نمونه‌ی بارز چنین شکافی میان منافع دو طرف است (کریستای و زیمرمن[1]،۱۹۹۴). ازاین‌رو نظارت و کنترلی که با به‌کارگیری یک سیستم راهبری شرکتی ایجاد می‌شود، از قدرت مدیران برای اعمال مدیریت سود کاسته و در مقابل ممکن است به محتوای اطلاعاتی سود بیفزاید (پیسنل، پاپ و یانگ[2]،۲۰۰۰). در این پژوهش از بین سازوکارهای مختلف حاکمیت شرکتی، سازوکارهای استقلال اعضای هیئت‌مدیره و تمرکز مالکیت در نظر گرفته شده است.

واژه‌ی استقلال در ادبیات راهبری شرکتی اغلب به عنوان جایگزینی برای شفافیت و افشای اطلاعات بکار گرفته شده است (گونزالس و جارگا[3]، ۲۰۱۴). ممکن است به‌خاطر همین موضوع باشد که هرگاه کیفیت اطلاعات مالی بررسی می‌شود، استقلال هیئت‌مدیره نیز به عنوان یکی از معیارهای سنجش آن مطرح می‌شود. گانک، لیونگ، موریس و گری[4] (۲۰۱۳) مهم‌ترین سازوکار داخلی راهبری شرکتی برای نظارت مؤثر و کارا بر رفتار مدیران را استقلال هیئت‌مدیره می‌داند.

بر اساس تئوری نمایندگی، مدیران (نمایندگان) شرکت ممکن است تابع مطلوبیت خود را به قیمت زیر پا گذاری منافع سهامداران حداکثر نمایند. ازاین‌رو سهامداران کنترل و نظارت بر مدیریت شرکت را به هیئت‌مدیره واگذار نموده‌اند (فاما و جنسن[5]، ۱۹۸۳). یکی از مباحث طرح‌شده در زمینه‌ی موضوع هیئت‌مدیره، بر مسئله‌ی ترکیب هیئت‌مدیره تمرکز دارد. ترکیب هیئت‌مدیره به‌عنوان نسبت اعضای غیرموظف هیئت‌مدیره به کل تعداد اعضای هیئت‌مدیره

1 Christie and Zimmerman
2 Peasnell, Pope and Young
3 Gonzalez and Garcıa
4 Kang, Leung, Morris and Gray
5 Fama and Jensen

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-24]

نگریسته می‌شود. هرچه ترکیب هیئت‌مدیره از اعضای مستقل‌تری تشکیل شده باشد، مشکلات نمایندگی کمتر می‌گردد (هرمالین و ویسبچ[1]،۱۹۹۱). معمولاً هیئت‌مدیره‌ی موظف هم‌تراز مدیرعامل قرار دارد. مدیرعامل بالاترین مقام اجرایی شرکت است و در انتخاب مدیران اجرایی (موظف)، قدرت کامل دارد. ازاین‌رو با توجه به ارتباط تلویحی اعضای موظف هیئت‌مدیره با مدیرعامل، مدیران موظف شاید نتوانند وظایف نظارتی خود را به نحو اثربخش انجام دهند. ضمن آنکه مدیران موظف ممکن است از موقعیت خود از طریق کنترل بر طرح‌های حقوق و مزایا و امنیت شغلی سوءاستفاده نمایند. برخلاف مدیران موظف، مدیران غیرموظف از مدیریت شرکت مستقل هستند و به همین دلیل در ایفای نقش نظارتی خود مؤثرتر عمل می‌نمایند. ازاین‌رو از دیدگاه نظری، هنگامی که هیئت‌مدیره مستقل و از نسبت بالایی از اعضای غیرموظف تشکیل شده باشد، عملکرد شرکت ارتقا می‌یابد (مد و دونالدسون[2]، ۱۹۹۸). در کشور انگلستان و استرالیا، حضور حداقل ۳ عضو غیرموظف در ترکیب هیئت‌مدیره الزامی است. همچنین قوانین موجود در آمریکا، شرکت‌ها را ملزوم نموده‌اند که حداقل دو سوم ترکیب هیئت‌مدیره، متشکل از اعضای غیرموظف باشد (باگات و برنارد[3]،۲۰۰۰). گزارش‌های کادبری و هیگز نیز تأکید زیادی بر هیئت‌مدیره‌ی مستقل که دارای حداقل ۳ عضو غیرموظف داشته باشند، دارند. تمرکز مالکیت عبارت است از چگونگی توزیع سهام بین سهامداران یک شرکت که هرچه تعداد سهامداران کمتر باشد، مالکیت متمرکزتر خواهد بود. ژو و لی[4] (۲۰۰۸) خاطر نشان می‌سازد حضور چند سهامدار عمده در ساختار مالکیت شرکت‌ها منجر به بروز شرایط متعادلی می‌شود؛ زیرا حضور چند سهامدار عمده در شرکت می‌تواند به‌طور مؤثری توانایی بزرگترین سهامدار را برای اعمال کنترل بر شرکت و مصادره‌ی منابع آن، محدود کند؛ بنابراین، حضور چند سهامدار عمده می‌تواند نقش عظیمی در حمایت از منافع سهامداران اقلیت داشته باشد. در این شرایط، متناسب با افزایش قدرت محدودکننده‌ی سایر سهامداران عمده، سطح محافظه‌کاری در تهیه‌ی صورت‌های مالی نیز افزایش می‌یابد.

سهامداران بزرگ، توان و انگیزه لازم را برای نظارت موثر بر هیئت‌مدیره دارند و می‌توانند با استفاده از این موقعیت در عزل و نصب مدیران، نقش مؤثری را ایفا کنند؛ بنابراین، مدیران برای حفظ موقعیت خود و همچنین دریافت پاداش بیشتر به دنبال تأمین منافع سهامدار بزرگ خواهند بود. حتی اگر فعالیت آن‌ها به ضرر سهامداران جز باشد، به این وضعیت فرضیه‌ی

1 Hermalin and Weisbach
2 Muth and Donaldson
3 Bhagat and Bernard
4 Zhu and Li

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-24]

مصادره اطلاق می‌شود. مدیران این دسته از شرکت‌ها برای تأمین منافع سهامدار بزرگ، سطح محافظه‌کاری پایینی را در انتخاب رویه‌های حسابداری اعمال می‌کنند (دالیوال و وانگ[1]، ۱۹۹۲).

اگر سازمان خواهان حیاتی بلندمدت باشد، باید اهداف سودآوری و ثروت زایی خود را از طریق شیوه‌هایی دنبال کند که برای جامعه قابل‌قبول باشد. پذیرش مسئولیت اجتماعی از سوی بنگاه‌ها، گامی اساسی در جهت ارتقای اعتماد عمومی سرمایه‌گذاران به بنگاه‌ها و نیز تشویق نیروی کار متخصص به همکاری با بنگاه‌های مسئولیت‌پذیر محسوب شده و درعین‌حال مصرف‌کنندگان را به مصرف کالا و خدمات تولیدی بنگاه‌های دارای سطح بالای مسئولیت‌پذیری اجتماعی تشویق می‌کند. مسئولیت‌پذیری اجتماعی در واقع نوعی سرمایه‌گذاری برای آینده به امید کسب مزیت رقابتی پایدار و بلندمدت است (وحیدی الیزایی و فخاری، ۱۳۹۴). باتوجه به ظهور اقتصاد مبتنی بر دانش و تغییرات ایجادشده در ماهیت فعالیت شرکت‌ها در سطح تجارت جهانی و نقش حیاتی مسئولیت‌پذیری اجتماعی، این پژوهش تأثیر استقلال اعضای هیئت‌مدیره و تمرکز مالکیت بر ابعاد مختلف مسئولیت‌پذیری اجتماعی (ابعاد اقتصادی، اخلاقی، قانونی) را مورد مطالعه قرار می‌دهد.

۳- پیشینه‌ی تجربی پژوهش

۳-۱- پیشینه‌ی خارجی

لیو، شی، ویلسون و یو[2] (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان تأثیر مسئولیت اجتماعی بر مدیریت سود حسابداری و واقعی در شرکت‌های خانوادگی به بررسی داده‌های ۵۰۰ شرکت طی سال‌های ۲۰۰۳ تا ۲۰۱۰ پرداختند. آن‌ها به این نتیجه دست یافتند که مسئولیت اجتماعی با مدیریت سود واقعی در شرکت‌های خانوادگی و شرکت‌های غیرخانوادگی ارتباط معناداری ندارد. همچنین یافتند که مسئولیت اجتماعی با مدیریت سود حسابداری در شرکت‌های خانوادگی و شرکت‌های غیرخانوادگی ارتباط منفی و معناداری دارد.

گلوریا و مانتوانی[3] (۲۰۱۷)، در پژوهشی به بررسی رابطه بین ویژگی‌های مالکیت شرکت و سازوکارهای حاکمیت شرکتی بر عملکرد شرکت پرداختند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد در شرکت‌های با مالکیت خصوصی، رابطه معناداری میان سازوکارهای حاکمیت شرکتی و عملکرد شرکت وجود ندارد، اما در شرکت‌های بزرگ بین این دو، رابطه قوی و معناداری برقرار است.

1 Dhaliwal and Wang
2 Liu, Shi, Wilson and Wu
3 Gloria and Mantovani

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-24]

سانگبین، سوجین و سوکی[1] (۲۰۱۷) در پژوهشی تحت عنوان افشای مسئولیت اجتماعی و ریسک سیستماتیک شرکت‌های رستورانی با نقش تعدیلی تنوع جغرافیایی به این نتیجه رسیدند که تنوع جغرافیایی به عنوان نقش تعدیل‌کننده بر رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی و ریسک سیستماتیک تأثیر مثبت معنی‌داری دارد.

حمید و اله[2] (۲۰۱۵) به بررسی رابطه بین معاملات با اشخاص وابسته و مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی پرداختند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که استقلال هیئت‌مدیره و مالکیت نهادی نقش حیاتی در رابطه با مکانیزم‌های داخلی حاکمیت شرکتی بازی می‌کنند. در حالی که مالکیت مربوط به شرکت، دوگانگی وظیفه مدیرعامل و مالکیت مدیریتی موجب سلب مالکیت سهامداران جزئی، از طریق معامله با اشخاص وابسته می‌شوند.

سروافیم و انیس[3] (۲۰۱۳) به پژوهشی با عنوان تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر ارزش شرکت پرداختند. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی با ارزش شرکت، در شرکت‌هایی که میزان آگاهی مشتریان و یا آگاهی عموم مردم از طریق تبلیغاتی که شرکت انجام می‌دهد بیشتر باشد، رابطه مثبت وجود دارد و برای شرکت‌هایی که آگاهی مشتریان و یا عموم مردم پایین است این رابطه ضعیف و یا منفی می‌باشد. همچنین نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که تأثیر آگاهی بر رابطه مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش شرکت در مورد شرکت‌هایی که شهرت کمی در اجتماع دارند منفی است.

کیم، هیدان و سیکیو[4] (۲۰۱۴) به بررسی نقش افشای گزارشگری اجتماعی بر ریسک سقوط قیمت سهام پرداختند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که شرکت‌هایی که اقدام به گزارشگری اجتماعی می‌کنند کمتر در معرض خطر سقوط قیمت سهام می‌باشند.

ویدیانان[5] (۲۰۱۳) پژوهشی در بورس اندونزی انجام داده است که در آن نمونه پژوهش ۶۹ شرکت تولیدی در سال ۲۰۱۱ در نظر گرفته شده است. نتیجه این پژوهش با استفاده از آزمون رگرسیون خطی چندگانه اوراق بهادار نشان می‌دهد که مسئولیت اجتماعی شرکت بر عملکرد مالی شرکت و ارزش شرکت تأثیرگذار است و فعالیت‌های اجتماعی انجام شده توسط شرکت‌ها می‌تواند شهرت و تصویر شرکت را بهبود بخشد. عملکرد مالی مناسب باعث افزایش سود می-شود و میزان اعتماد سرمایه‌گذار به شرکت را افزایش می‌دهد، علاوه بر این، سرمایه‌گذار به

1 Sungbeen, Sujin and Seoki
2 Shah and Ullah
3 Serafeim and Ioannis
4 Kim, Haidan and Siqi
5 Vidiananda

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-24]

داشتن سهم در شرکت تمایل بیشتری خواهد داشت. افزایش تقاضا برای سهام باعث افزایش قیمت‌ها در بازار و منجر به افزایش ارزش شرکت می‌شود.

رحمان خان و موتاکین[1] (۲۰۱۲) مطالعه‌ای تحت عنوان حاکمیت شرکتی و افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، شواهدی مبتنی بر اقتصاد نوظهور در کشور بنگلادش انجام داده اند. در این پژوهش رابطه برخی از مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی شامل: مالکیت مدیریتی، مالکیت عمومی، مالکیت خارجی، نسبت مدیران غیرموظف در هیئت‌مدیره، دوگانگی مدیرعامل و حضور کمیته حسابرسی با افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها مورد آزمون قرار گرفت. نتایج نشان داد که افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی با مالکیت مدیریتی رابطه‌ی منفی دارد و مالکیت عمومی و خارجی و مدیران غیرموظف در هیئت‌مدیره و حضور کمیته حسابرسی اثر مثبت و معناداری با افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی دارد. همچنین نتایج نشان داد که اثر دوگانگی مدیرعامل بر افشای مسئولیت اجتماعی هیچ‌گونه رابطه قابل‌توجهی ندارد.

هو، چانگ و مارتینو[2] (۲۰۱۱) در مطالعه‌ای تحت عنوان اثر ساختار مالکیت بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی شواهدی تجربی از کشور کره سهامداران را با توجه به داشتن انگیزه‌های متفاوت به گروه‌هایی از جمله سهامداران با مالکیت نهادی، مالکیت مدیریتی و مالکیت خارجی تقسیم‌بندی کردند. داده‌های آن‌ها شامل یک نمونه ۹۹۳ تایی از شرکت‌های بزرگ کره بود. نتایج نشان داد که مالکیت نهادی و مالکیت خارجی با مسئولیت اجتماعی شرکتی رابطه مثبت و معناداری دارد؛ اما رابطه مالکیت مدیریتی با مسئولیت اجتماعی شرکتی مثبت و معنادار نیست. پژوهش آن‌ها نشان داد که گروهای مختلف سهامداران اثر متفاوتی بر افشای مسئولیت اجتماعی دارند.

جین و درزدنکو[3] (۲۰۱۰) در پژوهشی درباره‌ی رابطه بین اخلاقیات، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد سازمانی به این نتیجه رسیدند که مدیران سازمان‌های نظام‌یافته در مقایسه با سازمان‌های ماشین بنیاد، سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی و اخلاقیات بالایی دارند.

چی، شین و کانگ[4] (۲۰۰۸) در پژوهشی با عنوان مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، محافظت از سرمایه‌گذار و مدیریت سود: شواهد بین‌المللی، به این نتیجه رسیدند که در نظر عموم، ویژگی‌های مربوط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، بر روی کیفیت اطلاعات مالی منتشرشده اثر مثبت یا منفی دارد.

1 Rahman Khan and Mottakin
2 Oh, Chang and Martynov
3 Jin and Drozdenko
4 Chih, Shen and Kang

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-24]

پاگانو و ولپین[1] (۲۰۰۵) بیان می‌کنند که مدیران شرکت‌ها ممکن است از فعالیت‌های مربوط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی، به عنوان ابزاری جهت جلوگیری از قبضه‌ی مالکیت به وسیله بازار سرمایه، استفاده نموده و از این طریق موجبات رضایت سهام‌داران را فراهم نمایند. از این‌رو می‌توان فرض کرد، مدیرانی که با هدف دستیابی به منافع شخصی و گمراه کردن دیگران دست به رفتارهای مدیریت سود فرصت‌طلبانه می‌زنند، جهت سرپوش گذاشتن به اقداماتشان و جلب رضایت گروه‌های ذینفع شرکت، مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالایی داشته باشند.

۳-۲- پیشینه‌ی داخلی

فروغی، امیری و جوانمرد (۱۳۹۷) به بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر نگهداشت وجه نقد از طریق اثر هم‌زمان متغیرهای منتخب پرداخت و نتایج پژوهش نشان می‌دهد مسئولیت اجتماعی از طریق ریسک غیر نظام‌مند بر نگهداشت وجه نقد تأثیر معنادار و مثبتی دارد. همچنین، مسئولیت اجتماعی از طریق ریسک نظام‌مند بر نگهداشت وجه نقد تأثیر معنادار و منفی دارد. نتایج نشان می‌دهد مسئولیت اجتماعی از طریق حاکمیت شرکتی بر نگهداشت وجه نقد تأثیر معنادار و مثبتی دارد.

رضایی و محمدپور (۱۳۹۶) به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و هزینه سرمایه ضمنی، با بهره‌گیری از الگوی مسئولیت اجتماعی کارول، شاخص‌هایی برای ابعاد اقتصادی، قانونی، اخلاقی و انسان دوستانه در نظر گرفته شد. از روش تحلیل پوششی داده‌ها، برای اندازه‌گیری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و الگوی ایستون برای محاسبه هزینه سرمایه ضمنی استفاده گردید. نتایج حاکی است رابطه منفی و معناداری بین مسئولیت اجتماعی و هزینه سرمایه ضمنی آن‌ها وجود دارد.

فخاری، ملکیان و جفایی رهنی (۱۳۹۶) به تبین و رتبه‌بندی مؤلفه‌ها و شاخص‌های گزارشگری زیست‌محیطی، اجتماعی و راهبری شرکتی به روش تحلیل سلسله مراتبی پرداختند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که میانگین امتیاز افشای ای اس جیدر ایران حدود ۲۹ درصد است. افشای اطلاعات راهبری شرکتی در گزارش‌های شرکت‌های ایرانی طی سال‌های مورد مطالعه روند صعودی داشته است، در حالی که افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی و درنهایت افشای ای اس جی روند متغیری داشته است. سطح پایین افشای ابعاد ای اس جیدر شرکت‌های ایرانی، نشان‌دهنده‌ی شکاف وضعیت موجود از انتظارات خبرگان است.

[1] Pagano and Volpin

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-24]

کامیابی و صابری (۱۳۹۶) به بررسی اثر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر رابطه‌ی بین افشای هزینه پژوهش و توسعه و بازده سهام پرداختند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که با افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شدت ارتباط بین افشای هزینه پژوهش و توسعه و بازده سهام افزایش می‌یابد

شاه‌ویسی و همکاران (۱۳۹۵) به بررسی تبین الگوی ایفای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و تـأثیر آن بـر ریسک سقوط پرداختند. نتـایج پژوهش نشـان می‌دهد که بین ایفای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و ریسک سقوط قیمت سهام، رابطه‌ی معناداری وجود ندارد.

حجازی، ابوحمزه و میرزایی (۱۳۹۴) به بررسی مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکتی (مطالعه موردی اداره کل امور مالیاتی مؤدیان بزرگ) پرداخت. در این پژوهش برای سنجش مسئولیت اجتماعی شرکتی، از ابزار پرسشنامه و برای اندازه‌گیری تمکین مالیاتی شرکتی، از معیاری مبتنی بر تفاوت مالیات ابرازی و قطعی شرکت‌ها استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که هرچه شرکت‌ها در فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی بیشتر مشارکت می‌نمایند، تمکین مالیاتی آن‌ها نیز بیشتر است.

راه چمنی و کاوسی (۱۳۹۴) در پژوهشی پیرامون تأثیر ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان و اعتماد مصرف‌کننده بر شهرت سازمان به این نتیجه رسیدند که ابعاد مسئولیت اجتماعی با اعتماد مصرف‌کننده رابطه‌ی معناداری داشته و اعتماد مصرف‌کننده نیز بر شهرت سازمان ارتباط معناداری دارد.

مهرانی و نوروزی (۱۳۹۴) در پژوهشی نشان می‌دهند که سهامداران مدیریت سود را فرصت‌طلبانه تلقی کرده و مدیریت سود دارای اثری منفی بر ارزش شرکت می‌باشد ولی در شرکت‌های دارای حاکمیت شرکتی قوی چنین اثری کاهش می‌یابد. به‌عبارت دیگر سازوکار حاکمیت شرکتی بر رابطه بین مدیریت سود و ارزش شرکت تأثیر مثبت دارد و شرکت‌های دارای رتبه حاکمیت شرکتی بالاتر با اثر منفی کم‌تری مواجه هستند.

کردستانی، رضایی و شهری (۱۳۹۳) به بررسی رابطهٔ بین ساختار حاکمیت شرکتی با نرخ موثر مالیاتی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بازار بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. یافته‌ها نشان می‌دهند که بین ساختار حاکمیت شرکتی با نرخ موثر مالیاتی ارتباط مستقیم و معنادار برقرار می‌باشد.

حاجیها و سرفراز (۱۳۹۳) رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و هزینه حقوق صاحبان سهام را مورد بررسی قرار دادند. برای اندازه‌گیری متغیر مستقل مسئولیت‌پذیری اجتماعی

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-24]

شرکت از معیارهای مؤسسه آمریکایی و برای اندازه‌گیری هزینه حقوق صاحبان سهام از الگو گوردون استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان داد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی، رابطه معکوس و معناداری با هزینه حقوق صاحبان سهام دارد.

پورعلی و حجامی (۱۳۹۳) به بررسی رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و ابعاد آن، میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان، مشارکت اجتماعی، تولید و محیط‌زیست با مالکیت نهادی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. یافته‌های پژوهش حاکی از رابطه معنادار منفی بین افشای مسئولیت اجتماعی، میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان، تولید و محیط‌زیست با مالکیت نهادی می‌باشد، این در حالی است که بین میزان افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی با مالکیت نهادی رابطه معناداری وجود ندارد.

مران جوری و علی خانی (۱۳۹۳) در پژوهشی تحت عنوان افشای مسئولیت اجتماعی و راهبری شرکتی به این نتیجه رسیدند که بین اندازه شرکت با سطح افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اندازه شرکت با مدیریت سود پرداخته که طبق نتایج پژوهش بین سازوکارهای حاکمیت شرکتی شامل تعداد اعضای هیئت‌مدیره، تعداد و کفایت مدیران غیرموظف، تفکیک وظایف مدیرعامل از رئیس هیئت‌مدیره، ساختار مالکیت و وجود حسابرسی داخلی با مدیریت سود رابطه معناداری وجود ندارد.

مهرانی، حسینی، حیدری و پویانفر (۱۳۹۲) به بررسی اثر ساختار مالکیت بر ارزش شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران شامل مالکیت دولتی، مالکیت شرکتی، مالکیت نهادی و مالکیت انفرادی تقسیم شده است و از توبین، به عنوان معیار ارزش استفاده شده است. نتایج تخمین‌های روش حاکی از تأثیر مثبت و معنادار مالکیت نهادی و عدم تأثیر انواع دیگر مالکیت بر ارزش شرکت‌ها است. این نتایج تأییدی بر فرضیه نظارت کارا در رابطه بین مالکیت نهادی و عملکرد شرکت است.

برادران حسن‌زاده، بادآورنهندی و حسین بابایی (۱۳۹۱) در پژوهشی نشان دادند که از هشت مکانیزم حاکمیت شرکتی مورد بررسی در این پژوهش، چهار مکانیزم (میزان نفوذ و مالکیت دولت، میزان مالکیت سهامداران نهادی، ساختار سرمایه و میزان سهام شناور آزاد) با ارزش ایجادشده برای سهامداران رابطه دارند. همچنین از هشت مکانیزم حاکمیت شرکتی مورد بررسی در این پژوهش، سه مکانیزم (میزان نفوذ و مالکیت دولت، میزان مالکیت سهامداران نهادی و میزان سهام شناور آزاد) با ارزش افزوده اقتصادی رابطه دارند.

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-24]

مدرس و فملی (۱۳۸۷) برای بررسی نقش سهامدار نهادی و درصد مدیران غیرموظف به عنوان نمونه‌هایی از شاخص‌های نظام راهبری شرکتی بر ارزش شرکت، اطلاعات ۴ ساله ۹۷ شرکت را مورد بررسی قرار داد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که وجود سهامدار نهادی و وجود مدیران غیرموظف در هیئت‌مدیره شرکت‌ها، ارزش شرکت را افزایش می‌دهد.

حساس یگانه، شعری، صابر و خسرونژاد (۱۳۸۷) در پژوهش خود به بررسی رابطه سازوکارهای حاکمیت شرکتی در بازار سرمایه ایران و وجود رابطه احتمالی میان این سازوکارها، نسبت بدهی‌ها و اجتماعی رابطه معنی‌دار مثبتی وجود دارد، اما بین سطح افشای اطلاعات زیست‌محیطی، اجتماعی، سرمایه‌گذاران نهادی و مدیران غیرموظف رابطه معنی‌داری دیده نشد.

۴- فرضیه‌های پژوهش

در تلاش برای ارزیابی تأثیر تمرکز مالکیت شرکت بر ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی، فرضیه‌هایی به شرح زیر طراحی و مورد آزمون قرار گرفت:

فرضیه اول: تمرکز مالکیت تأثیر مثبت معناداری بر بعد قانونی مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارد.

فرضیه دوم: استقلال اعضای هیئت‌مدیره تأثیر مثبت معناداری بر بعد قانونی مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارد.

فرضیه سوم: تمرکز مالکیت تأثیر مثبت معناداری بر بعد اقتصادی مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارد.

فرضیه چهارم: استقلال اعضای هیئت‌مدیره تأثیر مثبت معناداری بر بعد اقتصادی مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارد.

فرضیه پنجم: تمرکز مالکیت تأثیر مثبت معناداری بر بعد اخلاقی مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارد.

فرضیه ششم: استقلال اعضای هیئت‌مدیره تأثیر مثبت معناداری بر بعد اخلاقی مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارد.

۵-روش‌شناسی و طرح پژوهش

۵-۱- جامعه و نمونه آماری

جامعه‌ی آماری این پژوهش شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۵- ۱۳۸۵ بوده است. نمونه‌گیری با استفاده از روش حذفی منظم صورت پذیرفته است. شرکت‌هایی در نمونه منظور شدند که حائز شرایط زیر باشند:

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-24]

۱. جزء شرکت‌های صنایع واسطه‌گری، سرمایه‌گذاری، لیزینگ و شرکت‌های بیمه و بانک نباشند.
۲. به دلیل افزایش قابلیت مقایسه، دوره مالی آن‌ها منتهی به پایان اسفندماه باشد.
۳. در طی دوره مورد بررسی تغییر سال مالی نداده باشند.
۴. از سال ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۴ گزارش مردود یا عدم اظهارنظر دریافت نکرده باشد.

با توجه به محدودیت‌های یاد شده تعداد ۱۶۶ شرکت انتخاب شده است.

۵-۲- نحوه جمع‌آوری داده‌ها

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی است زیرا از طریق بررسی روابط بین متغیرها سعی می‌شود به تبیین این روابط و ارائه پیشنهادات لازم جهت ارتقای کارایی بازار سرمایه پرداخته شود. در این پژوهش برای جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات از روش کتابخانه‌ای استفاده گردیده است. اطلاعات مالی مورد نیاز، از طریق مراجعه به صورت‌های مالی حسابرسی‌شده و یادداشت‌های توضیحی، گزارش‌های بورس اوراق بهادار، گزارش فعالیت هیئت‌مدیره شرکت‌ها، سایت سازمان بورس و اوراق بهادار تهران، سامانه جامع اطلاع‌رسانی ناشران (کدال) و با استفاده از نرم‌افزارهای ره‌آورد نوین و تدبیر پرداز فراهم‌شده‌اند. سپس اطلاعات مرتبط با ابعاد قانونی، اخلاقی، اقتصادی جمع‌آوری‌شده و متغیرهای مربوط محاسبه می‌شوند ضمناً روش‌شناسی این پژوهش از نوع پس‌رویدادی (یعنی با استفاده از وقایع گذشته) است. جهت برآورد مدل‌های پژوهش از روش رگرسیون چند متغیره استفاده شده است.

۵-۳- متغیرهای پژوهش و مدل‌های آزمون فرضیه‌ها و نحوه‌ی سنجش آن‌ها

این پژوهش استقلال اعضای هیئت‌مدیره و تمرکز مالکیت را بر ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی (بعد قانونی، اقتصادی و اخلاقی) در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران را بررسی می‌کند. از مدل تعدیل‌شده لیو و ژانگ[1] (۲۰۱۷) با توجه به محدودیت‌های موجود جهت آزمون فرضیه‌ها استفاده می‌شود.

مدل فرضیه ۱ و ۲:

$$Legal_CSR_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 INDP_{i,t} + \beta_2 Ins_Own_{i,t} + \beta_3 Lev_{i,t} + \beta_4 Size_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$ **مدل (۱)**

مدل فرضیه ۳ و ۴:

$$Eco_CSR_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 INDP_{i,t} + \beta_2 Ins_Own_{i,t} + \beta_3 Lev_{i,t} + \beta_4 Size_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$ **مدل (۲)**

1 Liu and Zhang

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-24]

مدل فرضیه ۵ و ۶:

مدل (۳)
$$Moral_{CSR_{i,t}} = \beta_0 + +\beta_1 INDP_{i,t} + \beta_2 Ins_{Own_{i,t}} + \beta_3 Lev_{i,t} + \beta_4 Size_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

CSR که معرف مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌باشد و برای اندازه‌گیری سه بعد اقتصادی، قانونی و اخلاقی مسئولیت‌پذیری اجتماعی از شاخص ترکیبی متغیرهای مذکور، مشابه روش جیو و رایونس[1] (۲۰۱۰) در خصوص محاسبه متغیر ترکیبی کیفیت سود (نوروش، مؤمنی یانسری و صفری گرایلی، ۱۳۹۴) استفاده گردید. برای اندازه‌گیری هر بعد، از ترکیب متغیرهای در نظر گرفته در هر بعد استفاده شده است بدین شرح که برای ترکیب چند متغیر، ابتدا اندازه هر متغیر از نزولی به صعودی مرتب شده، سپس هر متغیر دهک بندی شده و نمره ا تا ۱۰ به هر شرکت با توجه به محل قرار گرفتن در دهک دریافت کرده است، در هر متغیر نمره ۱ به دسته شرکت‌هایی داده می‌شود که از لحاظ آن متغیر نامطلوب و یا کارایی پایین دارند و نمره ۱۰ برای دسته شرکت‌هایی است که بالاترین کارایی را دارند مثلاً در متغیر ارزش افزوده اقتصادی، دسته شرکت‌هایی نمره ۱۰ را به دست می‌آورند که بالاترین ارزش افزوده اقتصادی را دارند، زیرا ارزش افزوده اقتصادی بالا نشان‌دهنده تخصیص بهینه منابع، ایجاد ارزش در شرکت و افزایش ثروت سهامداران است در حالی که ارزش افزوده اقتصادی منفی، بیانگر اتلاف منابع و تخصیص غیر بهینه و ناکارآمد منابع شرکت و به‌تبع آن کاهش ثروت است. مجموع نمرات به‌دست‌آمده برای متغیرها برای هر شرکت، جمع‌آوری‌شده و نمره نهایی به‌عنوان مبنایی برای داده_ شرکت در هر بعد در نظر گرفته‌شده است. تعریف اندازه‌گیری هر بعد به صورت زیر است. همچنین در جدول (۱) خلاصه‌ی از متغیرهای تشکیل‌دهنده هر بعد نمایش داده شده است.

الف) شاخص‌های بعد قانونی

در این بعد الزامات قانونی و محیط کسب و کار مورد توجه قرار می‌گیرد برای ایفای مسئولیت اجتماعی از این منظر، ابعاد اعتباردهندگان، رعایت قوانین سازمان امور مالیاتی، رعایت مقررات سازمان بورس و اوراق بهادار (آئین‌نامه نظام راهبری شرکتی)، رعایت قوانین وزارت کار و امور اجتماعی و رعایت مقررات تجارت در نظر گرفته شده است (شاه‌ویسی و همکاران، ۱۳۹۵).

الف-۱- اهرم مالی (LEV)

نسبت بدهی‌های بهره دار به کل دارایی‌ها.

1 Gaio and Raposo

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-24]

الف-۲- اجتناب مالیاتی (TAX AVO)

شرکت‌هـایی که اجتناب و فرار مالیاتی کمتر دارند نزد دولت از مشروعیت بیشتری برخوردار می‌شوند این متغیر از قدر مطلق حاصل تفریق مالیات تشخیصی از مالیات ابرازی تقسیم بر سود یا زیان قبل از کسر مالیات به دست می‌آید.

الف-۳- کیفیت افشا (QD)

از امتیاز کیفیت افشای داده‌شده به هر شرکت توسط سازمان بورس و اوراق بهادار تهران استفاده می‌شود. این امتیاز بر اساس دو معیار به موقع بودن و قابلیت اتکا محاسبه می‌شود.

الف-۴- نسبت سهام شناور آزاد (FFSR)

نسبت سهام شناور آزاد اعلام‌شده در اطلاعیه‌های سالانه بورس و اوراق بهادار. سهام شناور آزاد آن بخشی از سهام یک شرکت سهامی اطلاق می‌گردد که دارندگان آن آماده عرضه و فروش آن بخش از سهام می‌باشند و انتظار می‌رود که در آینده‌ی نزدیک قابل معامله باشد.

ب) شاخص‌های بعد اقتصادی

در این بعد، برای ایفای مسئولیت اجتماعی از منظر اقتصادی (آنچه سازمان باید برای حداکثر سازی سود انجام دهد) جنبه‌های مالی و عملکردی مورد توجه قرار می‌گیرد. شاخص‌های مورداستفاده به شرح زیر است:

ب-۱- جریان نقدی آزاد (FCF)

برای محاسبه جریان نقدی آزاد از فرمول زیر استفاده شده است.

$$A_{i,t}FCF_{i,t} = (INC_{i,t} - TAX_{i,t} - INTEP_{i,t} - CSDIV_{i,t})$$ **مدل (۴)**

$\boldsymbol{INC_{i,t}}$: سود عملیاتی، $\boldsymbol{TAX_{i,t}}$: مالیات بر درآمد پرداختنی، $\boldsymbol{INTEP_{i,t}}$: هزینه بهره پرداختنی، $\boldsymbol{CSDIV_{i,t}}$: سود پرداختنی به سهامداران عادی، $\boldsymbol{A_{i,t}}$ جمع کل دارایی‌ها. برای همگن کردن شرکت‌ها، صورت کسر بر جمع دارایی‌های ابتدای دوره تقسیم می‌شود (لن و پولسن، ۱۹۸۹).

ب-۲- ارزش افزوده اقتصادی (EVA)

این شاخص بازده باقیمانده‌ای است که از کسر هزینه سرمایه از سود خالص عملیاتی بعد از مالیات به دست می‌آید.

$$EVA = NOPAT - (WACC * CAPITAL)$$ **مدل (۵)**

NOPAT: سود عملیاتی پس از کسر مالیات، **WACC**: میانگین موزون هزینه سرمایه، **Capital**: سرمایه بکار گرفته‌شده

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-24]

ب-۳- نرخ بازده دارایی‌ها (ROA)

برای سنجش سودآوری از این شاخص استفاده می‌شود که از نسبت سود خالص به کل دارایی‌ها به دست می‌آید.

ب-۴- شاخص چرخه نقدینگی (CCC)

مدل (۶) $CCC = Inv + AR - AR$

Inv: میانگین موجودی کالا تقسیم بر بهای تمام‌شده کالای فروش رفته×۳۶۵

AR: میانگین حساب‌های دریافتنی تقسیم بر فروش خالص ×۳۶۵

AP: میانگین حساب‌های پرداختنی تقسیم بر خریدها ×۳۶۵

ب-۵- کارایی منابع مالی (FRE)

$$FRE = 1 - \left(\frac{\Delta I}{\Delta P}\right)$$

ΔI: درصد تغییرات سود

ΔP: درصد تغییرات فروش

این نسبت که یکی از نسبت‌های سودآوری می‌باشد و در واقع نشان‌دهنده این است که چند درصد از فروش، سود می‌باشد.

ج) شاخص‌های بعد اخلاقی

در این بعد، اخلاق کسب و کار و رویه‌های عملیاتی منصفانه مورد توجه قرار می‌گیرد.

ج-۱- انصاف (Fairness)

صداقت، انصاف و احترام به جامعه و ذینفعان شرکت یک ارزش اجتماعی محسوب می‌شود. برای رسیدن به این هدف شرکت‌ها خود را ملزم به رعایت اخلاق کسب و کار می‌نمایند؛ بنابراین مطابق با شاخص اخلاقی نظریه ذی‌نفعان و خطر اخلاقی عدم تقارن اطلاعاتی، استدلال می‌شود که کسب بازده غیرمتعارف در بازار سهام بیانگر عدم تقارن اطلاعاتی می‌باشد که خطر اخلاقی به همراه دارد. این خطر اخلاقی ناشی از بی‌انصافی در شناسایی، اندازه‌گیری و یا افشای اطلاعات است. بر این اساس یک منهای انحراف معیار بازده غیرعادی ماهانه، بیانگر انصاف است (شاه‌ویسی و همکاران، ۱۳۹۵).

ج-۲- کیفیت اظهارنظر حسابرس (QAD)

برای اندازه‌گیری کیفیت اظهارنظر حسابرس با توجه به نوع اظهارنظر حسابرس و بندهای اظهارنظر حسابرس، عددی بین ۱ تا ۱۰ به شرکت‌ها داده شده است. عدد یک به شرکت‌های که گزارش مردود یا عدم اظهارنظر دریافت کرده‌اند و عدد ۱۰ به شرکت‌هایی که گزارش مقبول

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-24]

دریافت کرده‌اند، داده شده است. عدد ۲ تا ۹ به شرکت‌هایی که اظهارنظر مشروط با توجه به بند دریافت کرده‌اند داده شده است بدین‌صورت که شرکتی با ۱ بند اظهارنظر مشروط عدد ۹ و شرکتی با ۲ بند اظهارنظر عدد ۸ را دریافت کرده است و هرچقدر تعداد بندهای گزارش مشروط بیشتر شود شرکت نمره کمتری را دریافت خواهد کرد و ازآنجاکه در نمونه انتخابی پژوهش حداکثر ۸ بند گزارش مشروط وجود داشته، بنابراین نمره ۲ متعلق به دسته شرکت‌هایی بوده که دارای ۸ بند گزارش باشند. همچنین قابل‌ذکر است که بندهای تأکید بر مطلب خاص و بندهای مربوط به رعایت قوانین و مقررات، به دلیل اینکه تأثیری بر اظهارنظر گزارش حسابرسی نداشته مورد بررسی قرار نگرفته است.

ج-۳- اقلام تعهدی (DAC)

اقلام تعهدی اختیاری قابل اعمال‌نظر توسط مدیریت هستند. مدیر اخلاق‌مدار با استفاده از اقلام تعهدی اختیاری، رفتاری جانب‌دارانه که منافع فردی را به همراه داشته باشد از خود نشان نمی‌دهد. چراکه مطابق با شاخه اخلاقی تئوری ذی‌نفعان، وی منافع جمع را بر منافع فرد ترجیح داده است به‌عبارت‌دیگر رفتار اخلاقی داشته است. در شرکت‌هایی که اقلام تعهدی اختیاری با ارزش بازار آن‌ها همبستگی دارد. چنین به نظر می‌رسد که مطابق با نظریه کارول، مسئولیت اجتماعی از منظر اخلاقی بهتر رعایت می‌شود. برای محاسبه اقلام تعهدی اختیاری از مدل کازنیک استفاده شده است.

$$\frac{\mathrm{T\,A_{i,t}}}{\mathrm{A_{i,t-1}}} = \alpha_{0,\mathrm{i}}\left(\frac{1}{\mathrm{A_{i,t-1}}}\right) + \alpha_{1,\mathrm{i}}\left(\frac{\Delta\mathrm{REV_{i,t}}-\Delta\mathrm{REC_{i,t}}}{\mathrm{A_{i,t-1}}}\right) + \alpha_{2,\mathrm{i}}\left(\frac{\mathrm{PPE_{i,t}}}{A_{\mathrm{i,t-1}}}\right) + \alpha_{3,\mathrm{i}}\left(\frac{\Delta\mathrm{CFO_{i,t}}}{\mathrm{A}_{i,t-1}}\right)$$

متغیر مستقل:

استقلال هیئت‌مدیره (INDP): نسبت اعضای غیرموظف هیئت‌مدیره به کل اعضاء (شاه‌ویسی و همکاران، ۱۳۹۵).

تمرکز مالکیت (OWNCON): تمرکز مالکیت برابر با مجموع درصد تملک سهامدارانی است که حداقل ۵ درصد سهام شرکت را در اختیار دارند (بهارمقدم و همکاران، ۱۳۹۲).

جدول (۱): تفکیک اجزای تشکیل‌دهنده ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی

بعد قانونی	بعد اقتصادی	بعد اخلاقی
۱. اهرم مالی (LEV)	۱. جریان نقدی آزاد (FCF)	۱. انصاف (Fairness)
۲. اجتناب مالیاتی (TAX AVO)	۲. ارزش افزوده اقتصادی (EVA)	۲. کیفیت اظهارنظر حسابرس (QAD)
۳. کیفیت افشا (QD)	۳. نرخ بازده دارایی‌ها (ROA)	۳. اقلام تعهدی (DAC)
٤. نسبت سهام شناور آزاد (FFSR)	٤. شاخص چرخه نقدینگی (CCC)	
	٥. کارایی منابع مالی (FRE)	

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-24]

در این پژوهش متغیرهای کنترل به شرح زیر می‌باشد:

اهرم مالی (LEV): نسبت بدهی‌ها به کل دارایی‌ها

اندازه شرکت (SIZE): برابر با لگاریتم طبیعی جمع کل دارایی‌ها.

۶-آماره‌های توصیفی

آماره‌های توصیفی متغیرهای پژوهش در جدول (۲) درج شده است:

جدول (۲): آماره‌های توصیفی

متغیر	نماد متغیر	میانگین	بیشینه	کمینه	انحراف استاندارد
استقلال هیئت‌مدیره	INDP	۰/٦٥	۱/۰۰	۰/۰۰	۰/۱۸
تمرکز مالکیت	OWNCON	۰/٥۹	۰/۹۹	۰/۰۰	۰/۲۲
بعد قانونی مسئولیت‌پذیری اجتماعی	Legal_CSR	۰/٦۰	۰/۹٥	۰/۲۰	۰/۱٥
بعد اقتصادی مسئولیت‌پذیری اجتماعی	Eco_CSR	۰/٦۰	۰/۹٦	۰/۲٤	۰/۱٥
بعد اخلاقی مسئولیت‌پذیری اجتماعی	Moral_CSR	۰/٥۸	۱/۰۰	۰/۲۰	۰/۱۸
اهرم مالی	Lev	۰/٦۳	۲/۰۸	۰/۰٤	۰/۲۲
اندازه شرکت	size	۰/۲۲	۱/۰۰	۰/۰۰	۰/٤۱

در این جدول خلاصه‌ای از آماره‌های توصیفی متغیرهای پژوهش آمده است. اهرم مالی به‌طور میانگین ۰/۶۳ است که بیانگر اهرمی بودن شرکت‌های نمونه است؛ بیشینه مقدار اهرم مالی (۲/۰۸) بالاتر از یک است که دلیل آن منفی بودن ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام در برخی سال-شرکت‌هاست که باعث می‌شود در این سال-شرکت‌ها جمع بدهی از جمع دارایی بیشتر باشد و متعاقباً نسبت اهرم مالی بزرگ‌تر از یک باشد.

۷-آمار استنباطی

۷-۱- آزمون F لیمر و آزمون هاسمن

با توجه به اینکه برای تخمین مدل‌های ترکیبی سه روش اثرات ثابت (Panel)، اثرات تصادفی و رگرسیون تجمیعی (Pool) وجود دارد بایستی به کمک آزمون‌های تشخیصی روش صحیح برآورد مدل‌ها را تعیین نمود. آزمون لیمر جهت انتخاب از بین روش رگرسیون ترکیبی (پانل) و رگرسیون تجمیعی انجام می‌شود (فرض صفر این آزمون روش رگرسیون تجمیعی است) و در صورتی که نتیجه آزمون روش رگرسیون ترکیبی (پانل) باشد (یعنی فرض صفر رد شود) آزمون هاسمن جهت انتخاب از بین روش‌های پانل اثرات ثابت و پانل اثرات تصادفی انجام خواهد شد. با تفاسیر مذکور نتایج آزمون‌های لیمر و هاسمن برای مدل پژوهش در جدول (۳) بیان شده‌اند. با توجه به جدول (۳) بجز مدل (۳) سایر مدل‌های پژوهش بایستی با روش پانل اثرات ثابت برآورد شوند.

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-24]

جدول (۳): نتایج آزمون‌های لیمر و هاسمن

مدل	معناداری آزمون لیمر	نتیجه آزمون لیمر	معناداری آزمون هاسمن	نتیجه آزمون هاسمن
مدل (۱)	۰/۰۰	روش ترکیبی (پانل)	۰/۰٤	روش پانل اثرات ثابت
مدل (۲)	۰/۰۰	روش ترکیبی (پانل)	۰/۰۰	روش پانل اثرات ثابت
مدل (۳)	۰/۰۰	روش ترکیبی (پانل)	۰/۰۷	روش پانل اثرات تصادفی

۸-یافته‌های پژوهش

۸-۱- نتایج تخمین مدل (۱)

نتایج برآورد مدل (۱) که جهت آزمون فرضیه اول و دوم پژوهش مورداستفاده قرار گرفته است در جدول (۴) آمده است با توجه به بخش آماره‌های موزون برآورد مدل در جدول (۴) مشخص می‌شود که آماره F و سطح معناداری آن بیانگر معنادار بودن رگرسیون است (معناداری آماره F limer کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ است). همچنین ضریب تعیین تعدیل‌شده مدل ۳۱ درصد است. برای آزمون فرضیه‌ها از آزمون t-student استفاده شده است. با توجه به مقدار VIF فرض عدم همخطی پذیرفته می‌شود (مقادیر آماره VIF کمتر از ۵ باشد، فرض عدم هم خطی پذیرفته می‌شود). با توجه به سطوح معناداری، اندازه متغیر استقلال هیئت‌مدیره (۰/۰) و ضریب آن منفی است بنابراین این فرضیه پذیرفته نمی‌شود، همچنین اندازه تمرکز مالکیت (۰/۰) می‌باشد که کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ می‌باشد، بنابراین این فرضیه رد نمی‌شود. در پژوهش، آزمون ولدریج جهت بررسی خودهمبستگی سریالی اجزا خطا استفاده شده است.

جدول (٤): نتایج برآورد مدل (۱)

متغیر	نماد	ضریب رگرسیون	آماره t	سطح معناداری	آماره VIF
جز ثابت	β_0	۰/۰۳٤۷٦	۰/۱۵	۰/۸۸	-
استقلال هیئت‌مدیره	INDP	۰/۰٦۵۱۵	۱/۷۹	۰/۰۷	۲/۳۸
تمرکز مالکیت	OWNCON	-۰/۰۷۵۷۲	-۱/۱۷	۰/۰۱	۱/۸٦
اهرم مالی	Lev	۰/۰۲۱۹۹	۰/۵٦	۰/۵۷	۱/۰۹
اندازه	Size	۰/۰۳۸۱۵	۲/٦٦	۰/۰۰	۱/۲۲
		آماره‌های موزون برآورد مدل			
ضریب تعیین تعدیل‌شده	۰/٤۳	آماره F		٦/۰۳	
آماره دوربین-واتسون	۲/۲۱	معناداری آماره F		۰/۰۰	
آزمون وایت تعمیم‌یافته (معناداری) ۰/۵۷	همسانی واریانس	آزمون ولدریج (معناداری)۰/۱۱		عدم خودهمبستگی	

۸-۱- نتایج تخمین مدل (۲)

نتایج برآورد مدل (۲) که جهت آزمون فرضیه سوم و چهارم پژوهش مورداستفاده قرار گرفته است در جدول (۵) آمده است.

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-24]

جدول (۵): نتایج برآورد مدل (۲)

متغیر	نماد	ضریب رگرسیون	آماره t	سطح معناداری	آماره VIF
جز ثابت	β_0	۰/۳۵۰۹۷	۱/۱۶	۰/۲٤	–
استقلال هیئت‌مدیره	INDP	-۰/۰۶۳۲۲	-۳/۰۱	۰	۱/۹
تمرکز مالکیت	OWNCON	۰/۰٤٤٤۰	۱/۵٤	۰/۱۲	۱/۵٤
اهرم مالی	Lev	-۰/۲۲۸۲۲	-۵/۳۹	۰/۰۰	۱/۳۸
اندازه	Size	۰/۰۳۰۷۹	۱/۵۲	۰/۱۳	۱/۷۸
		آماره‌های موزون برآورد مدل			
ضریب تعیین تعدیل‌شده	۰/۵۲	آماره F		۸/٤۰	
آماره دوربین-واتسون	۱/۸٦	معناداری آماره F		۰/۰۰	
آزمون وایت تعمیم‌یافته (معناداری) ۰/۸٤	همسانی واریانس	آزمون ولدریج (معناداری) ۰/۲		عدم خودهمبستگی	

با توجه به بخش آماره‌های موزون برآورد مدل در جدول (۵) مشخص می‌شود که آماره F-limer و سطح معناداری آن بیانگر معنادار بودن رگرسیون است. ضریب تعیین تعدیل‌شده مدل نیز ۵۲ درصد است. جهت آزمون فرضیه‌ها نیز از آزمون t-student با استدلالی مشابه فرضیه قبلی استفاده شده است. با توجه به مقدار VIF فرض عدم همخطی پذیرفته می‌شود (مقادیر آماره VIF کمتر از ۵ باشد، فرض عدم هم خطی پذیرفته می‌شود). با توجه به سطوح معناداری، اندازه متغیر استقلال هیئت‌مدیره (۰/۰) و ضریب آن منفی است بنابراین این فرضیه پذیرفته نمی‌شود، همچنین اندازه تمرکز مالکیت (۰/۱۲) می‌باشد که بالاتر از سطح خطای ۰/۰۵ می‌باشد، بنابراین این فرضیه نیز پذیرفته نمی‌شود. در پژوهش، آزمون ولدریج جهت بررسی خودهمبستگی سریالی اجزا خطا استفاده شده است.

۸-۳- نتایج تخمین مدل (۳)

نتایج برآورد مدل (۳) که جهت آزمون فرضیه پنجم و ششم پژوهش مورداستفاده قرار گرفته است در جدول (۶) آمده است.

جدول (٦): نتایج برآورد مدل (۳)

متغیر	نماد	ضریب رگرسیون	آماره t	سطح معناداری	آماره VIF
جز ثابت	β_0	۰/۰۳٤۷٦	۰/۱۵	۰/۸۸	–
استقلال هیئت‌مدیره	INDP	۰/۰٦۵۱۵	۱/۷۹	۰/۰۷	۱/۹٤
تمرکز مالکیت	OWNCON	-۰/۰۷۵۷۲	-۱/۱۷	۰/۰۱	۱/٦۵
اهرم مالی	Lev	۰/۰۲۱۹۹	۰/۵٦	۰/۵۷	۱/۲۵
اندازه	Size	۰/۰۳۸۱۵	۲/٦٦	۰/۰۰	۱/۸٦
		آماره‌های موزون برآورد مدل			
ضریب تعیین تعدیل‌شده	۰/٤۳	آماره F		٦/۰۳	
آماره دوربین-واتسون	۲/۲۱	معناداری آماره F		۰/۰۰	
آزمون وایت تعمیم‌یافته (معناداری) ۰/۷۹	همسانی واریانس	آزمون ولدریج (معناداری) ۰/۳۸		عدم خودهمبستگی	

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-24]

بـا توجه بـه بخش آماره‌های موزون برآورد مدل در جدول (۶) مشخص می‌شود که آماره F-limer و سطح معناداری آن بیانگر معنادار بودن رگرسیون است. ضریب تعیین تعدیل‌شده مدل نیز ۴۳ درصد است. برای آزمون فرضیه نیز از آزمون t-student با استدلالی مشابه فرضیه قبلی استفاده شده است. با توجه به مقدار VIF فرض عدم همخطی پذیرفته می‌شود (مقادیر آماره VIF کمتر از ۵ باشد، فرض عدم هم خطی پذیرفته می‌شود). با توجه به سطوح معناداری، اندازه متغیر استقلال هیئت‌مدیره (۰/۰۷) که بالاتر از سطح خطای (۰/۰۵) می‌باشد و فرضیه پذیرفته نمی‌شود. همچنین اندازه تمرکز مالکیت (۰/۰۱) می‌باشد که پایین‌تر از سطح خطای (۰/۰۵) می‌باشد ولی ضریب آن منفی می‌باشد که فرضیه پذیرفته نمی‌شود. در پژوهش، آزمون ولدریج جهت بررسی خودهمبستگی سریالی اجزا خطا استفاده شده است. نتایج آزمون ناهمسانی واریانس و آزمون خودهمبستگی در جدول آمده است.

۹- نتیجه‌گیری و پیشنهادها

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به روابط بین شرکت‌ها و جامعه مربوط می‌شود و به‌طور مشخص این مفهوم به بررسی تأثیرات فعالیت شرکت‌ها روی افراد و جامعه می‌پردازد. برخی منتقدان، اشاره دارند که مفهوم مسئولیت اجتماعی دست مدیران اجرایی شرکت‌ها را باز گذاشته است تا تعهدات اجتماعی شرکت را با توجه به نظر و خواست خود تعیین کنند. دسته‌ی دیگری از منتقدان، به رسوایی‌های مالی شرکت‌های بزرگی چون انرون و وردکام اشاره و بیان می‌کنند که به‌رغم رشد جنبش مسئولیت‌پذیری شرکتی، این رسوایی‌ها ثابت می‌کند که شرکت‌ها و مدیران آن‌ها تنها به فکر سود خود هستند و مسئولیت اجتماعی شرکتی تنها یک واژه‌ی زیبا است. جدا از مفهوم مسئولیت اجتماعی، بسیاری نیز در انگیزه‌ی شرکت‌ها در برنامه‌ها و فعالیت‌هـای مسئولیت‌پـذیری اجتماعی آنـان، تردید دارند. برخی دیگر، بر این باورند که انگیزه‌های شرکت‌ها از فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی ممکن است سیاسی باشد و بدین طریق می-خواهند با برخی از مقامات سیاسی و محلی لابی کنند تا امتیازاتی در راستای اهداف اقتصادی کسب نمایند. در واقع، شرکت‌ها می‌توانند از فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی در تنظیم محیط سیاسی و پیشبرد اهداف سیاسی خود استفاده کنند یا حتی فعالیت‌های مسئولیت-پذیری اجتماعی را ابزاری برای حفظ منافع سیاسی خاص خود در چانه‌زنی‌های سیاسی، معاملات سیاسی و قراردادهای اقتصادی به‌کارگیرند (حساس یگانه و برزگر، ۱۳۹۰). در این پژوهش تأثیر استقلال اعضای هیئت‌مدیره و تمرکز مالکیت بر ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران بررسی شد. در راستای تحقق هدف-های پژوهش، ۱۶۶ شرکت طی بازه زمانی ۱۳۸۷-۱۳۹۵ مورد بررسی قرار گرفت. لازم به ذکر

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-24]

است که تاکنون در ایران پژوهشی در خصوص ارتباط بین ابعاد قانونی، اخلاقی و اقتصادی مسئولیت‌پذیری اجتماعی با مؤلفه‌های حاکمیت شرکتی صورت نگرفته است و این پژوهش برای اولین بار به ارتباط پیرامون متغیرهای گفته‌شده پرداخته است؛ اما راه چمنی و کاوسی (۱۳۹۴) در پـژوهشی پیرامون تـأثیر ابعـاد مسئولیت‌پـذیری اجتماعی سازمان و اعتماد مصرف‌کننده بر شهرت سازمان به این نتیجه رسیدند که ابعاد مسئولیت اجتماعی با اعتماد مصرف‌کننده رابطه‌ی معناداری داشته و اعتماد مصرف‌کننده نیز بر شهرت سازمان ارتباط معناداری دارد. همچنین شـاه‌ویسی و همکاران (۱۳۹۵) به بررسی تبیین الگوی ایفای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و تأثیر آن بر ریسک سقوط سهام پرداختند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که بین ایفای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و ریسک سقوط قیمت سهام، رابطه‌ی معناداری وجود ندارد. در سایر پژوهش‌های انجام شده در حوزه مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌توان به پژوهش‌های مهمی مانند فروغی و همکاران (۱۳۹۷)، حجازی و همکاران (۱۳۹۴)، حاجیها و سرافراز (۱۳۹۳) اشاره کرد که تمامی این پژوهش‌ها در خصوص ارتباط بین مسئولیت‌های اجتماعی (بدون ریز شدن و ذکر ابعاد آن) با سایر متغیرهای که در حوزه‌ی این پژوهش نمی‌باشد، انجام شده است و به دلیل عدم مطابقت متغیرهای پژوهش‌های ذکرشده با این پژوهش، نتایج این پژوهش‌ها با این پژوهش قابلیت مقایسه را ندارد.

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده حاصل از آزمون فرضیات ۱،۳ و ۵ چنین استنباط می‌گردد که تمرکز مالکیت تأثیری بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها از نظر بعد اخلاقی و اقتصادی ندارد و سهامداران عمده شرکت‌ها، مدیران را به سمت رعایت انصاف و موازین اخلاقی و فشار به مدیران در جهت حداکثر کردن سود و ثروت سهامداران سوق نمی‌دهند، اما مدیران را به سمت رعایت مقررات و الزامات قانونی محیط کسب و کار متمایل می‌نماید؛ به‌عبارت‌دیگر معنای آن این است که برای سهامداران بزرگ رعایت قوانین و مقررات و پرهیز از نقض قوانین اهمیت بیشتری نسبت به سودجویی و رعایت موازین اخلاقی دارد. شاید این نتایج را بتوان به این شکل تفسیر نمود که در ایران ازآنجایی‌که سهامداران عمده بیشتر سهامداران نهادی (با ماهیت دولتی و یا وابسته به دولت) می‌باشند، در این سهامداران تفکر انتفاعی (کسب سود) و رعایت انصاف و موازین اخلاقی جایگاهی بااهمیتی نداشته ولی پرهیز از نقض قوانین و مقررات از اهمیت بیشتری برخوردار است، زیرا از نظر سهامداران بزرگ دولتی، یا شبه‌دولتی تفکر حداکثر کردن سود اهمیت قابل‌توجهی نداشته و همچنین این سهامداران به دلیل اینکه برای سهامداران جزء وزن قابل‌اعتنای قائل نبوده و به همین دلیل اصراری مبنی بر رعایت حقوق آنان و موازین اخلاقی ندارند و تنها دغدغه این سهامداران عمده پرهیز از برچسب خوردن عدم

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-24]

رعایت قوانین و مقررات است. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از آزمون فرضیات ۲،۴ و ۶ چنین استنباط می‌گردد که اعضای مستقل هیئت‌مدیره (اعضای غیرموظف) به‌عنوان یک مکانیزم نظارت و کنترل‌کننده فعالیت‌های فرصت‌طلبانه مدیران نمی‌باشد؛ زیرا نتایج گویای این است که استقلال هیئت‌مدیره نه‌تنها باعث افزایش تفکر رعایت قوانین و مقررات محیط کسب و کار و حداکثر کردن سود و ثروت سهامداران نمی‌شود بلکه این عقاید و انگیزه‌ها نزد مدیران تضعیف هم می‌نماید و به‌جای حداکثر کردن ثروت سهامداران به دنبال افزایش ثروت خود می‌باشند. ضمناً همین اعضای مستقل هیئت‌مدیره هیچ‌گونه تأثیرگذاری بر ایجاد تفکر رعایت انصاف و موازین اخلاقی نزد مدیران شرکت‌ها نمی‌نمایند به‌عبارت‌دیگر با جمع‌بندی نتایج به‌دست‌آمده فرضیات ۲،۴ و ۶ به نظر می‌رسد که اعضای مستقل هیئت‌مدیره به‌عنوان مانعی بر سر راه مدیران سودجو و فرصت‌طلب و رعایت حقوق سایر ذینفعان نمی‌باشند و تنها یک نقش ظاهری و تشریفاتی را ایفا می‌نمایند.

از منظر پیشنهادهای کاربردی با توجه به عدم تأثیر مثبت تمرکز مالکیت و استقلال اعضای هیئت‌مدیره (به‌جز یک مورد) بر ابعاد قانونی، اخلاقی و اقتصادی مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌توان به کم‌اهمیت بودن مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها در ایران پی برد و ضمناً می‌توان این نکته را به مشکلات زیست‌محیطی ایران مرتبط کرد. با این اوصاف می‌توان پیشنهاد نمود که سازمان‌های تدوین‌کننده استاندارد حسابداری و مقررات بورس اوراق بهادار در ایران توجه بیشتری به مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها نموده و با وضع مقررات الزام‌آور خصوصاً برای شرکت‌های بزرگ، آنان را وادار به رعایت و انجام مسئولیت‌های اجتماعی بنمایند تا شاید مشکلات اجتماعی حاصل از فعالیت‌های غیرمسئولانه شرکت‌ها کاهش یابد.

پژوهش حاضر نیز همانند سایر پژوهش‌ها با محدودیت‌هایی مواجه است. محدودیت‌های پژوهش حاضر به شرح زیر است.

۱) حاکمیت شرکتی یک سازه است که از مؤلفه‌های متعددی تشکیل‌شده است. در این پژوهش تنها برخی از مؤلفه‌های مربوط به این متغیر مدنظر قرار گرفته است.

۲) داده‌های استخراج‌شده از صورت‌های مالی شرکت‌ها، بابت تورم تعدیل نشده‌اند. در صورت تعدیل اطلاعات مذکور، ممکن است نتایج متفاوتی از نتایج کنونی حاصل گردد.

۳) وجود رویه‌های یکسان برای افشای مسئولیت اجتماعی به‌وسیله شرکت اهمیت دارد و به سازمان بورس اوراق بهادار تهران پیشنهاد می‌شود، چگونگی ایجاد رویه‌های یکسان به‌منظور افشای مسئولیت اجتماعی را بررسی نماید.

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-24]

۱۰- منابع

برادران حسن‌زاده، رسول؛ یونس بادآور نهندی و قادر حسین بابایی. (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین برخی مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی با ارزش ایجادشده برای صاحبان سهام و ارزش افزوده اقتصادی، **مجله بررسی‌های حسابداری و حسابرسی** ۱۹(۶۸): ۱۶-۱.

بهارمقدم، مهدی، و ساره زین‌العابدین صادقی. (۱۳۹۲). بررسی رابطه‌ی مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، **فصلنامه حسابداری مالی** ۵(۲۰): ۱۰۷-۹۰.

پورعلی، محمدرضا. (۱۳۹۳). بررسی رابطه افشای مسئولیت اجتماعی و مالکیت نهادی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، **فصلنامه دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت** ۳(۱۰): ۱۵۰-۱۳۵.

حاجیها، زهره، و بهمن سرافراز. (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و هزینه حقوق صاحبان سهام در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، **مجله پژوهش‌های تجربی حسابداری** ۴(۱۴): ۱۲۳-۱۰۵.

حجازی، رضوان؛ مینا ابوحمزه و محمدمهدی میرزایی. (۱۳۹۴). مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکتی (مطالعه موردی اداره کل امور مالیاتی مؤدیان بزرگ)، **فصلنامه دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت** ۴(۱۶): ۹۰-۷۷.

حساس یگانه، یحیی. (۱۳۸۴). **فلسفه حسابرسی**، تهران، انتشارات علمی و فرهنگی.

حساس یگانه، یحیی. (۱۳۸۵). حاکمیت شرکتی در ایران، **فصلنامه تحلیلی حسابرس** ۳۲: ۳۹-۳۲.

حساس یگانه، یحیی، و قدرت اله برزگر. (۱۳۹۲). ارائه‌ی مؤلفه‌ها و شاخص‌های بُعد اجتماعی مسؤولیت شرکت‌ها و وضعیت موجود آن در ایران، **فصلنامه‌ی مطالعات توسعه‌ی اجتماعی- فرهنگی** ۲(۱): ۲۳۴-۲۰۹.

حساس یگانه، یحیی، و قدرت اله برزگر. (۱۳۹۳). مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و پارادایم پژوهشاتی آن در حرفه حسابداری، **فصلنامه حسابداری مدیریت** ۷(۳): ۱۳۳-۱۰۹.

حساس یگانه، یحیی؛ صابر شعری و سیدحسین خسرونژاد. (۱۳۸۷). رابطه سازوکارهای حاکمیت شرکتی، نسبت بدهی‌ها و اندازه شرکت با مدیریت سود، **مجله مطالعات تجربی حسابداری مالی** ۲۴: ۱۱۵-۷۹.

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-24]

حساس یگانه، یحیی، و قدرت اله برزگر. (۱۳۹۱). مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها سیر تکامل مفاهیم و تعاریف، **حسابدار رسمی** ۲۹: ۳۱-۲۲.

راه‌چمنی، احمد، و کامیار کاوسی. (۱۳۹۴). تأثیر ابعاد مسئولیت اجتماعی سازمان و اعتماد مصرف‌کننده بر شهرت سازمان، **دو فصلنامه دانشگاه شاهد** ۲۲(۵): ۸۲-۶۹.

رضایی، فرزین، و مهدیه محمدپور. (۱۳۹۶). تبیین رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و هزینه سرمایه ضمنی آن‌ها. **پژوهش‌های نوین در حسابداری و حسابرسی** ۱(۱): ۱۱۷-۱۳۸.

شاه‌ویسی، فرهاد؛ فرزین رضایی و سید احمد موسوی. (۱۳۹۵). تبیین الگوی ایفای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و تأثیر آن بر ریسک سقوط قیمت سهام، **دانش حسابداری مالی** ۳(۳): ۷۳-۴۹.

عظیمی، مجید، و سمیه گنجی ارجنکی. (۱۳۹۵). تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت بر کیفیت گزارشگری مالی، **مطالعات حسابداری و حسابرسی** ۱۷: ۱۳۷-۱۱۷.

فخاری، حسین؛ اسفندیار ملکیان و منیر جفایی‌رهنی. (۱۳۹۶). تبیین و رتبه‌بندی مؤلفه‌های شاخص‌های گزارشگری زیست‌محیطی، اجتماعی و راهبری شرکتی به روش تحلیل سلسله مراتبی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، **مجله حسابداری ارزشی و رفتاری** ۲(۴): ۱۸۷-۱۵۳.

فروغی، داریوش؛ هادی امیری و مرضیه جوانمرد. (۱۳۹۷). تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت در نگهداشت وجه نقد از طریق اثر هم‌زمان متغیرهای منتخب پژوهش، **پژوهش‌های حسابداری مالی** ۱۰(۱): ۳۶-۱۹.

قائمی، محمدحسین، و مهدی شهریاری. (۱۳۸۸). رابطه بین حاکمیت شرکتی و عملکرد مالی، **پیشرفت‌های حسابداری شیراز** ۱(۱): ۱۲۸-۱۱۳.

کامیابی، یحیی، و فاطمه صابری. (۱۳۹۶). اثر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر رابطه‌ی بین افشای هزینه پژوهش و توسعه و بازده سهام، **فصلنامه حسابداری مالی** ۹(۳۳): ۷۷-۵۱.

کردستانی، غلامرضا. (۱۳۸۶). پاسخگویی و راهبری در شرکت‌های سهامی، **مجله حسابرس** ۳۷: ۹۵-۸۸.

کردستانی، غلامرضا؛ فرزین رضایی و محسن شهری. (۱۳۹۳). بررسی رابطه ساختار حاکمیت شرکتی با نرخ مؤثر مالیاتی شرکت‌ها، **پژوهشنامه مالیات** ۲۴(۷۲): ۲۰۰-۱۷۵.

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-24]

مدرس، احمد، و محمد فملی. (۱۳۸۷). نظام راهبری شرکتی با ارزش شرکت، **فصلنامه مطالعات حسابداری** ۲۳: ۱۰۶-۸۹.

مران جوری، مهدی، و رضیه علی‌خانی. (۱۳۹۳). افشای مسئولیت‌های اجتماعی و راهبری شرکتی، **بررسی‌های حسابداری و حسابرسی** ۲۱(۳): ۳۴۸-۳۲۹.

منصوری، احمد؛ لقمان ابراهیمی و لقمان رحمانی احمدآبادی. (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و رعایت حقوق مصرف‌کننده، **فصلنامه مدیریت صنعتی دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج** ۹(۳۰): ۹۶-۸۵.

مهرانی، ساسان، و سونا نوروزی. (۱۳۹۴). بررسی اثر حاکمیت شرکتی بر ارتباط بین ارزش شرکت و مدیریت سود، **دانش حسابداری مالی** ۲(۳): ۱۲۲-۱۰۵.

مهرانی، ساسان؛ احد حسینی؛ حسن حیدری و احمد پویانفر. (۱۳۹۲). بررسی اثر ساختار مالکیت بر ارزش شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، **تحقیقات مالی** ۱۵(۱): ۱۴۸-۱۲۹.

نوروش، ایرج؛ ابوالفضل مؤمنی یانسری و مهدی صفری گرایلی. (۱۳۹۴). کیفیت سود و ارزش شرکت: شواهدی از شرکت‌های ایرانی، **پژوهش‌های حسابداری مالی** ۷(۴): ۱۸-۱.

وحیدی الیزایی، ابراهیم، و ماندانا فخاری. (۱۳۹۴). تأثیر مسئولیت‌پذیری شرکت بر عملکرد مالی، **فصلنامه بورس اوراق بهادار** ۳: ۲۴-۱.

Bhagat, S. and B. Bernard. (2000). Board Independence and Long-Term Firm Performance. **Working Paper, University of Colorado**.

Carroll, A.B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. **Academy of management review** 4(4): 497-505.

Chih, H.L., C.H. Shen, and F.C. Kang. (2008). Corporate social Responsibility, investor protection, and earnings management. SomeInternational evidence. **Journal of Business Ethics** 79: 179–198.

Christie, A., and J. Zimmerman. (1994). Efficient versus opportunistic choices of accounting procedures. Corporate control contests. **Accounting Review** 69: 539- 566.

Dhaliwal, D., and S. Wang. (1992). The effect of book income adjustment inthe1986 alternative minimum tax on corporate reporting. **Journal of Accountingand Economics** 15(1): 7-26.

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-24]

Fama, E.F., and M.C. Jensen (1983). The Separation of Ownership and Control. **The Journal of Law and Economics** 26(2): 25-301.

Gaio, C., and C. Raposo. (2010). Earnings Quality and Firm Valuation: International Evidence. **Journal of Accounting and Finance** 51: 467-499.

Gloria, S., and G.M. Mantovani. (2017). On the Shareholders' Composition of the Company and the Governance Mechanisms of the Firm. Can this Contribute to the Firm Performance (Including the Capacity to Attract Capital and Bank Allowances)? **Ca' Foscari University in Venice – Department of Management; EM Strasbourg - Business School**. January 28, 2017.

Gonzalez, J.S., and E. Garcıa-Meca. (2014). Does corporate governance influence earnings management in Latin American markets? **Journal of Business Ethics** 121: 419-440.

Hasan, S.U., and A. Ahmed. (2012). Corporate governance, earnings management, finance performance**. American International Journal of Contemporary Research** 2 (7): 214-226.

Hermalin, B.E., and M.S. Weisbach. (1991). The effects of board composition and direct incentives on firm performance. **Financial Management Association** 20: 101–112.

Jin, G.K., and R.G. Drozdenko. (2010). relationships among erceivedorganizational core values, corporate social responsibility, ethics, andorganizational performance outcomes. An empirical study ofinformation technology professionals. **Journal of Business Ethics** 92:341–359.

Kang, H.S., K. Leung, R.D. Morris, and S.J. Gray. (2013). Corporate governance and earnings management: An Australian perspective. **Corporate Ownership & Control** 10(3): 95-113.

Keung, C. (2013). Corporate governance and earnings management: A survey of literature. **The Journal of Applied Business Research**: 29(2). 39-41

Kim, Y., L. Haidan, and L. Siqi. (2014). Corporate Social Responsibility and Stock Price Crash Risk (February 18, 2014). **Journal of Banking and Finance, Forthcoming**. Available atSSRN: http://ssrn.com/id/ 2397629

Liu, M., Y. Shi, C. Wilson, and Z. Wu. (2017). Does family involvement explain why corporate social responsibility affects earnings management?. **Journal of business research** 75, 8-16.

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-24]

Liu, X., and C. Zhang. (2017). Corporate governance, social responsibility information disclosure, and enterprise value in China. **Journal homepage: www.elsevier.com**.

Muth, M.M., and L. Donaldson. (1998). Steward Theory and board structure: A contingency approach. **Corporate Governance** 6: 5-28.

Oh, W.Y., Y.K. Chang, and A. Martynov. (2011). The Effect of Ownership Structure on Corporate Social Responsibility: Empirical Evidence from Korea. **Journal of Business Ethics** 104:.283-297.

Pagano, M., and P. Volpin. (2005). Managers, workers, and corporate Control. **The Journal of Finance** 60: 841-868.

Peasnell, K.V., P.F. Pope, and S. Young. (2000). Accrual management to meet earnings targets: UK evidence pre and post Cadbury. **British Accounting Review** 32: 415-45

Rahman Khan, A. and B. Mottakin. (2012). Corporate Governanceand Corporate Social Responsibility Disclosures: Evidence From anEmerging Economy. **Journal of Business Ethics.**

Serafeim, G., and I. Ioannis. (2013). The Impact of CorporateSocial Responsibility on Investmment Recommendations. **Available at: http: //ssrn. com**/ id/ 1507874

Shah, A., and H. Ullah. (2015). Related Party Transactions and Corporate Governance Mechanisms: Evidence from firms listed on the Karachi StockExchange. **Pakistan Business Review** 17: 663-680.

Sungbeen, P., S. Sujin, and L. Seoki. (2017). Corporate social responsibility and systematic risk of restaurant firms: The moderating role of geographical diversification. **Tourism management** 59: 610-620.

Vidiananda, G. (2013). The influence of corporate social responsibility (csr) on company financial performance and firm value (an empirical study on the manufacturingcompanies listed at Indonesia stock exchange (idx) in 2011. **Jurnal ilmiah mahasiswa**.

Zhu, C.F., and Z.W. Li. (2008). State ownership and accounting conservatism. **Accounting Research** 5: 38–45.

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-24]