

بررسی مسئولیت اجتماعی شرکت بر سیاست سود سهام

حامد سیار ۱، علیرضا اسکندری ۲، محسن ریاحی پور ۳

۱. استادیار گروه حسابداری، دانشکده حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی - واحد ورامین - پیشوا، ورامین، تهران، ایران
 ۲. کارشناسی ارشد حسابداری، دانشکده حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی - واحد ورامین - پیشوا، ورامین، تهران، ایران

چکیده

با توجه به اهمیت سیاست تقسیم سود در مدیریت مالی شرکت و همچنین افزایش توجه به مسئولیت اجتماعی، هدف اصلی این مطالعه، بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و سیاست سود سهام است. با استفاده از نمونه پژوهش متشکل از ۷۵۵ سال شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سالهای ۱۳۹۲ الی ۱۳۹۶ و روش رگرسیون چند متغیره، به این نتیجه رسیدیم که شرکتهایی که از مسئولیت اجتماعی بالاتری برخوردارند، درصد تقسیم سود بالاتری دارند. در خصوص بررسی ارتباط هر یک از ابعاد مسئولیت اجتماعی با تقسیم سود سهام نیز به این نتیجه رسیدیم که غیر از بعد زیست محیطی مسئولیت اجتماعی، ابعاد اجتماعی و اقتصادی نیز رابطه مثبتی با مسئولیت اجتماعی دارند، اما ارتباط بعد زیست محیطی با تقسیم سود سهام تأیید نشد. علاوه بر این دریافتیم که بین رتبه بالای مسئولیت اجتماعی و پایداری تقسیم سود سهام رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. این نتایج نشان میدهد که شرکتهای فعال در زمینه مسئولیت اجتماعی، از سیاست تقسیم سود به منظور مدیریت و کنترل مشکلات نمایندگی استفاده میکنند. همچنین نشان میدهد که شرکتهایی که از نظر اجتماعی مسئولیتپذیرترند، نه تنها در فرآیند خلق ثروت بلکه در توزیع ثروت نیز منصفانه تر عمل میکنند و دارای سیاست تقسیم سود سهام پایدارتری هستند.

واژه‌های کلیدی: مسئولیت اجتماعی، سیاست سود سهام، پایداری تقسیم سود

مقدمه و بیان مسئله

هدف از این پژوهش، ارائه اطلاعاتی کلی در خصوص موضوع مورد پژوهش؛ مسئولیت اجتماعی شرکت و سیاست سود سهام در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. در سال‌های اخیر تحولات قابل توجهی در مسئولیت اجتماعی شرکتی (مسئولیت اجتماعی) به وجود آمده است، به‌ویژه به‌این ترتیب که شرکت‌ها شروع به استفاده از مسئولیت اجتماعی شرکتی به‌عنوان استراتژی جدیدی جهت بهبود تصویر شرکت در نزد عموم و به دست آوردن مزیت رقابتی کرده‌اند؛ رابینسون و همکاران (۲۰۱۱) نیز نشان دادند که مسئولیت اجتماعی شرکتی می‌تواند منجر به افزایش ارزش شرکت شود.

در ابتدا ادبیات مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکتی تنها متمرکز بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و عملکرد شرکت بود، اما در سال‌های اخیر با افزایش استفاده شرکت‌ها از مسئولیت اجتماعی، به چندین موضوع مرتبط دیگر با امور مالی شرکت‌ها، مثل تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی بر هزینه سرمایه، بلوغ بدهی، ساختار سرمایه و عدم تقارن اطلاعات تغییر یافته است. در واقع، تمرکز بسیاری از مطالعات قبلی بر روی ارزش ایجاد شده ناشی از مشارکت در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی بود. تمرکز پژوهش حاضر بر چگونگی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی بر توزیع ثروت یا همان سیاست‌های سود سهام است (بنلملیح، ۲۰۱۹).

یکی از عمده تصمیم‌های مالی برای اکثر شرکت‌ها سیاست‌های سود سهام می‌باشد. سود سهام، رایج‌ترین شیوه پرداخت سود در دنیای شرکت‌های بزرگ محسوب می‌شود.

سود تقسیمی به‌واسطه عینیت و ملموس بودن از جایگاه ویژه‌ای نزد مالکان شرکت برخوردار است و سرمایه‌گذاران شرکت باهدف آگاهی از توان ایجاد نقدینگی و توزیع آن بین سهامداران، علاقه ویژه‌ای به این مقوله دارند. از این‌رو بخشی از توان توجه مدیران شرکت‌ها معطوف به مقوله سیاست سود سهام می‌باشد. با توجه به شواهد موجود، سیاست‌های تقسیم سود هنوز به‌عنوان یک معما در امور مالی شرکت‌ها مطرح است (قالیباف اصل و ولی زاده، ۱۳۹۵).

به‌طور بالقوه دو استدلال مهم نظری وجود دارد که می‌تواند توضیح دهد که چرا فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی ممکن است بر سیاست‌های سود سهام شرکت‌ها تأثیرگذار باشد. از یک طرف، اولین استدلال بر اساس جریان نقد آزاد جنسن (۱۹۸۶) می‌باشد. جنسن استدلال می‌کند که مدیرانی با دسترسی به مقادیر بالای جریان نقد آزاد، انگیزه بیشتری برای بیش سرمایه‌گذاری دارند. سیاست پرداخت سود تقسیمی بالا منابع تحت کنترل مدیران را کاهش می‌دهد و مانع از سوی هدایت جریان نقد آزاد می‌شود. بر اساس تئوری نمایندگی^۱ نیز، پرداخت سود سهام نقش مهمی در کنترل هزینه‌های نمایندگی جریان نقدی آزاد دارد. پرداخت سود سهام منجر به کاهش منابع تحت کنترل مدیران و در نتیجه کاهش استفاده ناکارآمد از منابع شرکت‌ها می‌شود. از دیدگاه مسئولیت اجتماعی شرکتی، استدلال می‌شود که مدیرانی که به شهرت خوبی در مسئولیت اجتماعی به دست می‌آورند، منافع خصوصی از این شهرت کسب خواهند کرد (براون و همکاران، ۲۰۰۶). این منافع خصوصی مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکتی احتمالاً موجب سرمایه‌گذاری بیش از حد آنان در فعالیت‌های اجتماعی و محیط‌زیست می‌شود. این استدلال به‌ویژه هنگامی به واقعیت نزدیک‌تر است که شرکت‌ها به پول نقد زیاد دسترسی داشته باشند (بارنیا و روبین، ۲۰۱۰). اگر سیاست سود سهام به‌عنوان یک مکانیسم انضباطی از سرمایه‌گذاری بیش از حد در سرمایه اجتماعی جلوگیری کند و مانع از اتلاف پول از طریق هزینه‌های بالای اجتماعی شود، انتظار می‌رود که رابطه مثبت بین مسئولیت

¹ Robinson et al.

² Benlemlih

³ Jensen

⁴ Agency Theory

⁵ Brown et al.

⁶ Barnea & Rubin

اجتماعی شرکتی و پرداخت سود سهام وجود داشته باشد. از سوی دیگر، استدلال دوم بر اساس نظریه علامت‌دهی سود سهام بتاچار یا (۱۹۷۹)، است. مدیران نتایج آینده شرکت را از طریق تغییرات سود سهام به بازار علامت می‌دهند. به‌عنوان مثال افزایش سود خالص می‌تواند نشانه افزایش نتایج مورد انتظار برای بازار باشد. از دیدگاه مسئولیت اجتماعی شرکتی، شرکت‌ها باید به ادعاهای صریح و ضمنی ذینفعان مالی و غیرمالی خود احترام بگذارند (نظریه ذینفعان). استراتژی پرداخت سود تقسیمی بالا نشان‌دهنده توانایی شرکت در احترام به ادعاهای ذینفعان مالی است. همچنین به این مفهوم است که هزینه‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی در حال اتلاف وجه نقد شرکت نبوده بلکه منجر به تخصیص بهتر منابع شرکت شده است (بنلملیح، ۲۰۱۹).

با توجه به توضیحات فوق، پژوهش به دنبال پاسخ دادن به این پرسش است که آیا مسئولیت اجتماعی شرکت بر سیاست سود سهام تأثیرگذار است یا خیر؟ و اگر تأثیرگذار است، این تأثیر چگونه خواهد بود؟

اهداف تحقیق

۱. تبیین ارتباط مسئولیت اجتماعی و تقسیم سود سهام.
۲. تبیین ارتباط ابعاد مختلف مسئولیت اجتماعی و تقسیم سود سهام.
 - ۲.۱. تبیین ارتباط بعد زیست محیطی و تقسیم سود سهام.
 - ۲.۲. تبیین ارتباط بعد اجتماعی و تقسیم سود سهام.
 - ۲.۳. تبیین ارتباط بعد اقتصادی و تقسیم سود سهام.
۳. تبیین ارتباط رتبه بالای مسئولیت اجتماعی و پایداری تقسیم سود سهام.

فرضیه های تحقیق

۱. بین مسئولیت اجتماعی و تقسیم سود سهام رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.
۲. بین ابعاد مختلف مسئولیت اجتماعی و تقسیم سود سهام رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.
 - ۲.۱. بین بعد زیست محیطی و تقسیم سود سهام رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.
 - ۲.۲. بین بعد اجتماعی و تقسیم سود سهام رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.
 - ۲.۳. بین بعد اقتصادی و تقسیم سود سهام رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.
۳. بین رتبه بالای مسئولیت اجتماعی و پایداری تقسیم سود سهام رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

پیشینه تحقیق

فرجی و همکاران (۱۳۹۸)، به پژوهشی با عنوان "مسئولیت پذیری اجتماعی و ارزش شرکت: نقش تعدیل گر مدیریت سود" پرداختند. بدین منظور نمونه ای شامل ۱۵۰ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۵ برای آزمون فرضیه‌های پژوهش مورد استفاده قرار گرفته است. یافته‌های پژوهش بر اساس تحلیل رگرسیونی نشان می‌دهد که انجام فعالیتهای مسئولیت پذیری اجتماعی، ارزش بازار سهام شرکت را افزایش می‌دهد، اما مدیریت سود نمی‌تواند رابطه مسئولیت پذیری اجتماعی و ارزش بازار سهام شرکت را تحت تاثیر قرار دهد. به نظر می‌رسد که از یک طرف باتوجه به نو بودن موضوع مسئولیت پذیری اجتماعی در ایران، هم در بعد انجام و هم در بعد افشا، مدیران به اثر پوششی افشای فعالیت های اجتماعی بر سوءاستفاده از اختیاراتشان واقف نیستند و از طرف دیگر، به دلیل نقص در کارایی بازار سرمایه در ایران، سرمایه گذاران پی به کیفیت مخدوش شده مسئولیت پذیری اجتماعی نخواهند برد. کردستانی و همکاران (۱۳۹۷)، به پژوهشی با عنوان "تأثیر افشای مسئولیت اجتماعی بر معیارهای حسابداری، اقتصادی و بازار ارزیابی عملکرد شرکت‌ها" پرداختند. در راستای هدف پژوهش، داده‌های ۱۰۴ شرکت تولیدی پذیرفته‌شده در بورس اوراق

بهادار تهران، طی دوره زمانی ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۴، تحلیل شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که سطح افشای مسئولیت اجتماعی تأثیر مثبت معناداری بر نرخ بازده دارایی‌ها، سود هر سهم و ارزش‌افزوده اقتصادی شرکت‌ها دارد؛ همچنین سطح افشای مسئولیت اجتماعی تأثیر منفی معناداری بر نرخ هزینه سرمایه شرکت‌ها دارد. با این حال سطح افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر معیارهای ارزش‌افزوده بازار و نرخ بازده سهام تأثیر معناداری نداشته است.

نهری و رازدار (۱۳۹۶)، به پژوهشی با عنوان "تحلیلی بر سیاست تقسیم سود در شرکت‌های پذیرفته‌شده بورس اوراق بهادار تهران" پرداختند. آزمون فرضیه‌های تحقیق به کمک تجزیه و تحلیل رگرسیون چندگانه انجام شده است. جامعه آماری تحقیق، کلیه شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران از سال ۱۳۹۰-۱۳۹۵ می‌باشد که نمونه‌گیری با استفاده از روش حذف سیستماتیک انجام شد. نمونه آماری شامل ۸۵ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران است. یافته‌ها نشان می‌دهد حفظ مشتری می‌تواند یک عامل تعیین‌کننده اصلی از قابلیت سوددهی عرضه‌کننده باشد و روند و مسیر حرکت معین بین شرکت‌ها برای استفاده از عرضه‌کنندگان محدود را مشخص کند. هدف نهایی تمام شرکت‌های فعال در بورس، بقا و به دست آوردن سود در طولانی مدت است و سود شرکت عرضه‌کننده، با رفتار مطلوب خریدار و دفعات و مقدار خرید بیشتر به وسیله خریدار افزایش می‌یابد؛ بنابراین، پیشنهاد می‌شود که مدیران، سازمان‌ها و شرکت‌های عرضه‌کننده، خریداران خود را بهتر شناخته و سعی در متعهد کردن آنان به رابطه نمایند. برای این کار می‌توانند از ارائه خدمات اضافی و غیررسمی استفاده کنند.

حسینی القار و مرفوع (۱۳۹۵)، در پژوهشی با عنوان "بررسی تأثیر توانایی مدیریت بر سیاست تقسیم سود" تعداد ۱۱۸ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۳ را مورد بررسی قرار دادند. در این پژوهش مقیاس توانایی مدیریت، بخشی از کارایی شرکت است که تحت تأثیر عوامل ذاتی شرکت قرار نمی‌گیرد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه پژوهش نشان می‌دهد توانایی مدیریت تأثیر مثبت معناداری بر تقسیم سود شرکت دارد. به عبارت دیگر، مدیران توانا تر سود تقسیمی بیشتری را پرداخت می‌کنند. بر اساس بررسی‌های بیشتر میزان جریان‌های نقدی بر سطح تقسیم سود شرکت تأثیرگذار است. تأثیرگذاری جریان‌های نقدی بر سطح تقسیم سود بیانگر وجود حساسیت سود تقسیمی نسبت به جریان‌های نقدی است.

احمدپور و فرمانبردار (۱۳۹۴) به پژوهشی با عنوان "بررسی رابطه بین افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و رقابت بازار محصول" پرداختند. جامعه مورد مطالعه، بدون نمونه‌گیری شامل صنایع شیمیایی، فرآورده‌های نفتی و سیمانی پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران ۵۴ (شرکت) می‌باشد که برای دو دوره مالی ۱۳۹۰ و ۱۳۹۱ مورد بررسی قرار گرفته است. سطح افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با استفاده از تحلیل محتوای گزارش سالانه هیئت‌مدیره و رقابت بازار محصول با استفاده از شاخص هرفیندال - هیرشمن اندازه‌گیری شده است. نتایج این پژوهش نشان داد؛ بین سطح افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و رقابت بازار محصول ارتباط معناداری وجود ندارد. همچنین، بین سطح افشای عملکرد اجتماعی و زیست‌محیطی شرکت با رقابت بازار محصول ارتباط معناداری وجود ندارد.

برزگر (۱۳۹۲)، تحقیق گسترده‌ای را تحت عنوان "الگوی برای افشای مسئولیت اجتماعی و پایداری شرکت‌ها و وضعیت موجود آن در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار ایران" انجام داد. یافته‌های این پژوهش نشان داده است که از ۶۰ شاخص سنجش شده در این تحقیق، حدود ۴۵ شاخص یعنی ۷۵ درصد آن‌ها، در گزارش‌های سالانه فعالیت هیئت‌مدیره شرکت‌های بورسی افشاء نمی‌گردد. از این رو، سطح پایین افشای ابعاد مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های بورسی نشان‌دهنده شکاف وضعیت موجود از انتظارات ذینفعان است.

بنلملیح (۲۰۱۹)، در پژوهشی با عنوان "مسئولیت اجتماعی شرکت و سیاست سود سهام" با استفاده از نمونه‌ای شامل ۲۲۸۳۹ مشاهدات شرکت-سال ایالات متحده در طول دوره ۱۹۹۱-۲۰۱۲، دریافت که شرکت‌هایی که بیشتر در فعالیت‌های CSR درگیر هستند، سود بیشتری نسبت به سایر شرکت‌ها پرداخت می‌کنند. همچنین پرداخت سود سهام در شرکت‌هایی که فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی بالاتری دارند، ثبات و پایداری بیشتری نسبت به سایر شرکت‌ها دارد.

چئونگ و همکاران (۲۰۱۸)، در پژوهشی با عنوان "مسئولیت اجتماعی شرکت و سیاست سود سهام" نتایج نشان داد که فعالیت‌های CSR، پروژه‌هایی با NPV مثبت هستند که درآمد را افزایش می‌دهد و از این رو پرداخت سود تقسیمی نیز افزایش می‌یابد.

لئو و ژانگ (۲۰۱۷)، پژوهشی با عنوان "بررسی رابطه بین حاکمیت شرکتی، افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی و ارزش شرکت" را در شرکت‌های چینی طی سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۴ انجام دادند. نتایج این پژوهش نشان داد که بین مکانیسم‌های راهبری شرکتی و افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی رابطه مثبت معنادار وجود دارد. نتایج این پژوهش همچنین نشان داد که افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی اثر مثبت بر ارزش شرکت دارند.

ژو و همکاران (۲۰۱۶)، پژوهشی با عنوان "بررسی نقش مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در کاهش ریسک عملیاتی شرکت‌ها" در شرکت‌های چینی طی بازه زمانی ۲۰۰۷ تا ۲۰۰۹ انجام دادند. نتایج این پژوهش نشان داد که به‌طور معناداری در شرکت‌هایی که اطلاعات مسئولیت اجتماعی افشاشده است، ریسک عملیاتی به‌طور معناداری کمتر شده است.

کیم و جئون (۲۰۱۵)، پژوهشی با عنوان "سیاست تقسیم سود و مسئولیت اجتماعی شرکت: تجزیه و تحلیل مقدماتی شرکت‌های فرعی شرکت‌های چند ملیتی و شرکت‌های داخلی در کره" انجام دادند. شواهد تجربی نشان داد که سیاست‌های تقسیم سود شرکت‌های وابسته به شرکت‌های مادر در کره جنوبی به‌طور کلی مصمم به رعایت الزامات تقسیم سود تعیین‌شده توسط شرکت مادر خود هستند و همبستگی ضعیفی بین CSR و سیاست تقسیم سود وجود دارد.

بنلملیح (۲۰۱۴)، در پژوهشی با عنوان "سطح افشای مسئولیت اجتماعی و سیاست تقسیم سود" در آمریکا به این نتیجه رسید که بین سطح افشای مسئولیت اجتماعی و سیاست تقسیم سود رابطه مثبت وجود دارد. علاوه بر این، به بررسی رابطه اجزای مسئولیت اجتماعی با سیاست تقسیم سود نیز پرداخت. نتایج وی حاکی از وجود رابطه مثبت بین ابعاد راهبری شرکتی، محیط‌زیست، کارکنان، تنوع جامعه با سیاست تقسیم سود بوده است.

آکتاس و کارگین (۲۰۱۳)، به پژوهشی با عنوان "عناصر گزارشگری پایداری شرکت‌ها و تحلیل گزارش پایداری" در برخی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس ترکیه، بر اساس شاخص‌های سازمان گزارشگری جهانی پرداختند. نتایج نشان داد که در شرکت‌های مورد مطالعه، افشاء پروفایل سازمانی شامل ابعاد حاکمیت شرکتی و افشای نگرش مدیریت، عمدتاً در گزارش‌های سالانه شرکت‌ها وجود دارد؛ اما شاخص‌های عملکرد پایدار در ابعاد اقتصادی، اجتماعی و محیطی در این گزارش‌ها مشاهده نگردید.

جامعه و نمونه آماری

جامعه و نمونه آماری در این تحقیق کلیه شرکت‌های پذیرفته‌شده در سازمان بورس اوراق بهادار تهران از سال ۱۳۹۲ هجری شمسی تا پایان سال ۱۳۹۶ هجری شمسی می‌باشد.

شرایط انتخاب نمونه:

۱- به لحاظ افزایش قابلیت مقایسه، دوره مالی آن‌ها منتهی به ۲۹ اسفندماه باشد.

۲- در طی دوره موردبررسی (۱۳۹۶-۱۳۹۲) تغییر سال مالی نداشته باشد.

¹ Cheung et al.	0
¹ Liu & Zhang	1
¹ Zhao et al.	2
¹ Kim & Jeon	3
¹ Aktas & Kayalidere	4

۳- اطلاعات مالی آن قابل دسترس باشد.

۴- جزء شرکت‌های مالی (مانند بانک‌ها، مؤسسات مالی، بیمه) و شرکت‌های سرمایه‌گذاری یا شرکت‌های واسطه‌گری مالی نباشد.

روش تحقیق

روش پژوهش این تحقیق از نظر ماهیت و محتوا از نوع همبستگی است که با استفاده از داده‌های ثانویه مستخرج از صورت‌های مالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران به تحلیل رابطه‌ی همبستگی می‌پردازد. انجام این پژوهش در چهارچوب استدلال قیاسی - استقرایی صورت خواهد گرفت. علت استفاده از روش همبستگی کشف روابط همبستگی بین متغیرها است. تحقیق همبستگی یکی از انواع تحقیقات توصیفی است. در پژوهش حاضر ابتدا همبستگی بین متغیرهای پژوهش را مورد آزمون قرار داده و در صورت وجود همبستگی بین متغیرهای پژوهش اقدام به برآورد مدل‌های رگرسیونی چندگانه خواهیم نمود. از سوی دیگر پژوهش حاضر از نوع پس رویدادی (نیمه تجربی) است، یعنی بر مبنای تجزیه و تحلیل اطلاعات گذشته و تاریخی (صورت‌های مالی شرکت‌ها) انجام می‌گیرد. همچنین این پژوهش از نوع مطالعه‌ی کتابخانه‌ای و تحلیلی - علی بوده و مبتنی بر تحلیل داده‌های تابلویی (پانل دیتا) نیز می‌باشد. پژوهش از حیث هدف کاربردی و از حیث روش توصیفی - همبستگی قلمداد می‌شود.

معرفی مدل و متغیرهای تحقیق

برای آزمون فرضیات پژوهش مدل‌های رگرسیونی زیر برآزش می‌شود (بنلملیح، ۲۰۱۹):

آزمون فرضیه اول و دوم:

$$\text{Dividend}_{it} = \alpha + \beta_1 \times \text{CSR}_{it} + \beta_2 \times \text{SIZE}_{it} + \beta_3 \times \text{CASH}_{it} + \beta_4 \times \text{GROWTH}_{it} + \beta_5 \times \text{DEBT}_{it} + \beta_6 \times \text{ROA}_{it} + \beta_7 \times \text{RE_TE}_{it} + \text{INDUSTRYFIXEDEFFECTS} + \text{YEARFIXEDEFFECTS} + \varepsilon_{it}$$

جهت آزمون فرضیه اول، متغیر CSR رتبه کلی به دست آمده از مسئولیت اجتماعی شرکتی است اما جهت آزمون فرضیه دوم و فرضیات فرعی، متغیر CSR رتبه هریک از ابعاد به دست آمده برای هر شرکت خواهد بود.

آزمون فرضیه سوم:

$$\Delta \text{Div}_{i,t} = \alpha_{i,t} + \beta_{11} \text{Div}_{i,t-1} + \beta_{21} \text{E}_{i,t} + \mu_{i,t}$$

جهت برآورد مدل فوق شرکت‌ها به دو نمونه بر اساس رتبه مسئولیت اجتماعی بالا و پایین تقسیم می‌شوند. سپس از مدل لینتنر (۱۹۵۶)، استفاده می‌کنیم و^{۱۵} SOA یا سرعت تعدیل سود تقسیمی و^{۱۶} TPR یا درصد پرداخت سود سهام هدف را برای هر دو زیر نمونه برآورد می‌کنیم.

مدل لینتنر (۱۹۵۶)، احتمالاً بهترین ارتباط شناخته شده بین تغییرات سود سهام و سود تقسیمی را نشان داده است. این تحقیق کلاسیک بیان می‌کند که سیاست تقسیم سود شرکت، به همان ترتیب که مدیران در ذهن خود به عنوان سود سهام هدف در نظر می‌گیرند، بخش ثابتی از سودهای جاری است. اما مدیران، این هدف از سود تقسیمی سال قبل را به تدریج به سطح هدف، بر اساس یک پارامتر، تعدیل می‌کنند.

مدل هموارسازی سود تقسیمی سنتی لینتنر بیان می‌کند که سود تقسیمی براساس سودهای جاری و گذشته است. به طور کلی مدل لینتنر بر دو مفهوم اصلی تمرکز دارد: (۱) سرعت تعدیل سود تقسیمی و (۲) درصد پرداخت سود سهام هدف سرعت تعدیل سود تقسیمی به سمت سود تقسیمی هدف براساس مدل لینتنر (۱۹۵۶) و با توجه به مدل دوم پژوهش که نسخه تعدیل شده مدل لینتنر میباشد، به صورت زیر محاسبه میشود:

$$\text{SOA} = -\beta_1$$

¹⁵Speed of adjustment

¹⁶Target payout ratio

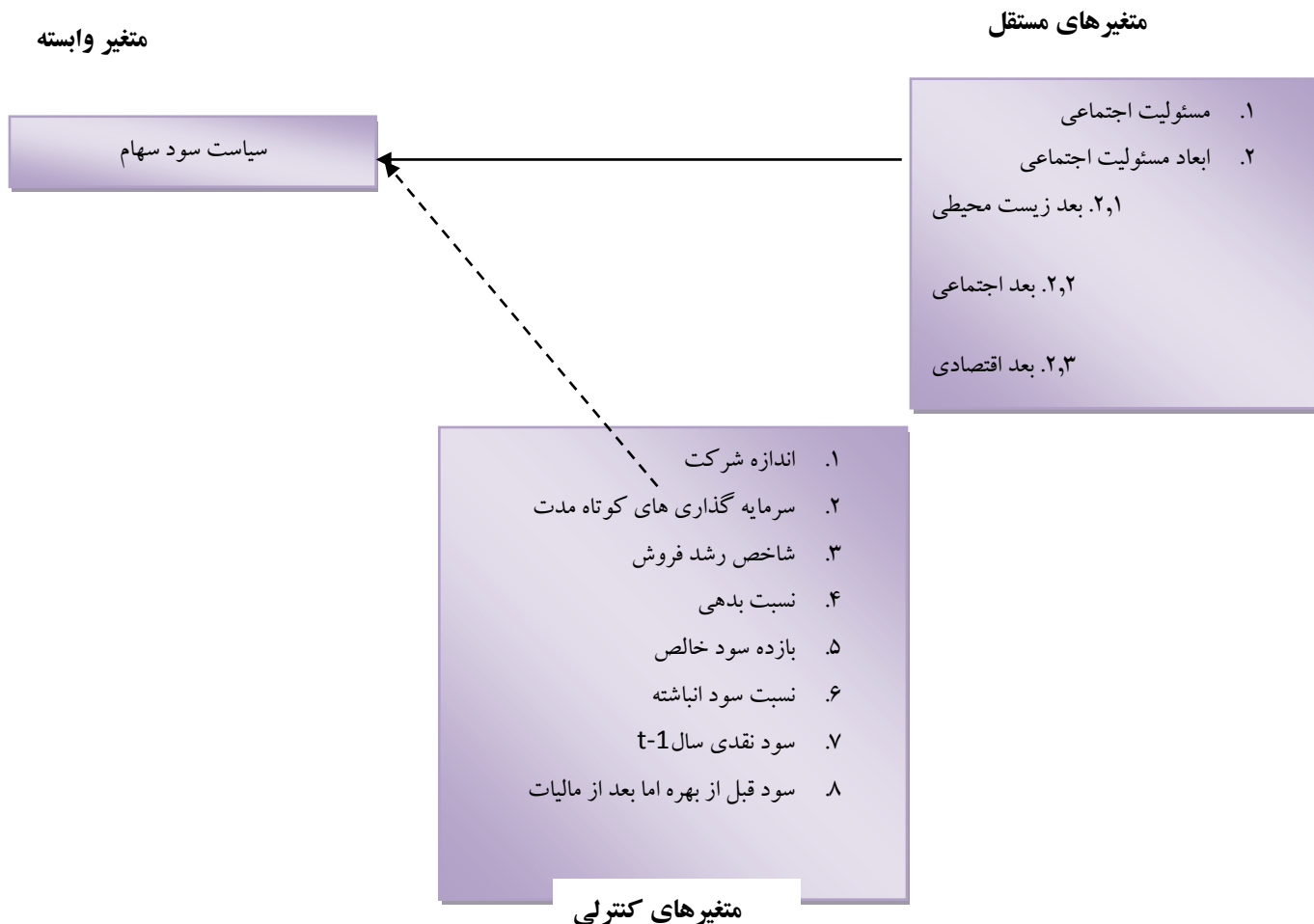
در رابطه فوق β_1 ضریب متغیر سود نقدی سال $t-1$ می باشد.

همچنین درصد پرداخت سود سهام هدف نیز به صورت زیر محاسبه میشود:

$$TPR = -\beta_2/\beta_1$$

در رابطه فوق β_2 ضریب متغیر سود قبل از بهره اما بعد از مالیات به عنوان سود دوره جاری می باشد و β_1 ضریب متغیر سود نقدی سال $t-1$ است. رابطه فوق نشان خواهد داد درصد مورد انتظار برای سود سهام هدف شرکت، چقدر خواهد بود.

مدل مفهومی:



مدل (۱): مدل مفهومی کلی تحقیق

روش تحلیل داده‌ها

داده‌ها و مشاهدات متغیرهای موجود در یک مدل به‌طور معمول در سه نوع مختلف می‌تواند وجود داشته باشد: داده‌های سری زمانی، داده‌های مقطع زمانی و داده‌های تلفیقی. داده‌های سری زمانی، مقادیر یک متغیر را در نقاط متوالی در زمان، اندازه‌گیری می‌کند. این توالی می‌تواند سالانه، فصلی، ماهانه، هفتگی یا حتی به‌صورت پیوسته باشد. داده‌های مقطع زمانی، مقادیر یک متغیر را در زمان معین و روی واحدهای متعدد اندازه‌گیری می‌کند. این واحدها می‌توانند افراد، خانوارها، واحدهای تولیدی، صنایع، نواحی مختلف و حتی کشورهای مختلف باشند. داده‌های تلفیقی در واقع بیان‌کننده داده‌های مقطعی در طی زمان هستند. بنابراین حجم مشاهدات در داده‌های تلفیقی نسبتاً زیاد است. داده‌های این تحقیق به کمک Excel طبقه بندی،

به کمک نرم افزار ایویوز آنالیز خواهد شد. برای برآورد مدل تحقیق از روش رگرسیون چند متغیره استفاده می شود (مومنی و قیومی، ۱۳۹۰).

آزمون فرضیه های تحقیق

آزمون فرضیه اول

با توجه به تعیین روش آزمون فرضیات، نتایج حاصل از آزمون فرضیات در جداول زیر ارائه می شود.

جدول ۱- آزمون فرضیه اول متغیر وابسته DIV_SALESit

متغیرها	ضرایب	انحراف استاندارد	آماره t	احتمال
مسئولیت اجتماعی	۰۱۳۵۰۵۰	۰۰۶۶۷۰	۰۲۳۴۵۹۰۲	۰۴۳۵۰
اندازه شرکت	۰۱۳۴۳۰۰	۰۰۰۴۸۰	۸۸۴۴۰۲۷-	۰۰۰۰۰
سرمایه گذاری های کوتاه مدت	۰۵۲۷۱۰۰	۰۱۵۰۲۰	۵۰۸۱۴۰۳-	۰۰۰۵۰
شاخص رشد فروش	۰۱۳۰۴۰۰	۰۰۲۹۰	۵۰۰۴۶۰۴-	۰۰۰۰۰
نسبت بدهی	۰۱۳۳۷۰۰	۰۰۵۷۶۰	۳۲۳۳۵۰۲-	۰۲۰۵۰
بازده سود خالص	۰۸۱۲۹۳۰	۰۱۵۸۱۰	۱۴۳۴۳۷۰۵	۰۰۰۰۰
نسبت سود انباشته	۰۰۰۱۵۰۰	۰۰۰۴۹۰	۳۱۷۷۷۰۰	۷۵۰۸۰
C	۲۵۷۲۹۱۰	۰۰۹۱۰	۲۶۳۷۷۰۲۸	۰۰۰۰۰
آماره های مدل				
ضریب تعیین تعدیل شده	۷۵۶۰۶۲۰	آمار دوربین واتسون	۰۲۰۳۷۰۲	
آماره F	۸۸۵۰۱۰۱۵	احتمال آماره F	۰۰۰۰۰	

بر اساس فرضیه اول پژوهش انتظار می رود بین مسئولیت اجتماعی و تقسیم سود سهام رابطه مثبت و معناداری وجود داشته باشد. با توجه به آماره t و سطح معناداری که در جدول فوق نیز مشخص است اظهار میگردد که مسئولیت اجتماعی رابطه مثبت و معناداری با تقسیم سود سهام دارد. آماره t و سطح معناداری متغیر مسئولیت اجتماعی برای مدل اول با متغیر وابسته DIV_SALESit که مربوط به آزمون فرضیه یک می باشد به ترتیب برابر با ۰,۱۳ و ۰,۰۴۳ می باشد، از این رو فرضیه اول پژوهش را نمیتوان رد نمود. این نتیجه بیانگر آن است که با افزایش مسئولیت اجتماعی، تقسیم سود شرکتها افزایش میابد و شرکتها تمایل دارند سیاست تقسیم سود افزایشی را در پیش گیرند.

آماره دوربین-واتسون برای مدل فوق معادل ۲,۰۲ می باشد. با توجه به اینکه مقدار آماره فوق بین ۱/۵ تا ۲/۵ می باشد خودهمبستگی شدید مرتبه اول بین اجزای باقیمانده مدل وجود ندارد. آماره و سطح معناداری F فیشر نیز نشان می دهد کل مدل فوق از لحاظ آماری معنادار میباشند. ضریب تعیین تعدیل شده نیز در مدل فوق برابر ۰,۷۶ می باشد و بیانگر آن است که تقریباً ۷۶ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیر مستقل قابل تبیین است.

جدول ۲- آزمون فرضیه اول و متغیر وابسته DIV_ASSETSit

متغیرها	ضرایب	انحراف استاندارد	آماره t	احتمال
مسئولیت اجتماعی	۰۲۳۹۱۷۰	۰۱۰۴۵۲۰	۲۸۸۲۰۰۰۲	۰۲۲۵۰
اندازه شرکت	۰۲۲۵۱۹۰۰	۰۰۱۶۱۲۰	۹۶۸۷۰۰۱۳-	۰۰۰۰۰
سرمایه گذاری های کوتاه مدت	۰۵۳۷۴۳۰۰	۰۱۳۰۶۶۰	۱۱۳۱۰۴۰۴-	۰۰۰۰۰

۰۳۴۴.۰	۱۱۹۹۵۲.۲-	۰۰۳۷۵۵.۰	۰۰۷۹۶۱.۰-	شاخص رشد فروش
۰۱۸۷.۰	۳۵۸۰۶۹.۲-	۰۱۱۲۷۴.۰	۰۲۶۵۸۶.۰-	نسبت بدهی
۰۰۰۰.۰	۵۷۹۳۳۶.۸	۰۱۴۱۵۶.۰	۱۲۱۴۴۵.۰	بازده سود خالص
۲۱۱۶.۰	۲۵۰۵۵۷.۱-	۰۰۱۰۳۷.۰	۰۰۱۲۹۷.۰-	نسبت سود انباشته
۰۰۰۰.۰	۶۱۶۸۳.۱۴	۰۲۵۳۴۹.۰	۳۷۰۵۱۵.۰	C
آماره های مدل				
۹۱۲۸۸۰.۱	آمار دوربین واتسون	۷۴۲۷۶۵.۰	ضریب تعیین تعدیل شده	
۰۰۰۰.۰	احتمال آماره F	۸۶۷۳۵.۱۴	آماره F	

بر اساس فرضیه اول پژوهش انتظار می رود بین مسئولیت اجتماعی و تقسیم سود سهام رابطه مثبت و معناداری وجود داشته باشد. با توجه به آماره t و سطح معناداری که در جدول فوق نیز مشخص است اظهار میگردد که مسئولیت اجتماعی رابطه مثبت و معناداری با تقسیم سود سهام دارد. آماره t و سطح معناداری متغیر مسئولیت اجتماعی برای مدل اول با متغیر وابسته DIV_ASSETS_{it} که مربوط به آزمون فرضیه یک می باشد به ترتیب برابر با $۰,۰۲۴$ و $۰,۰۲۲۵$ میباشد، از این رو فرضیه اول پژوهش را نمیتوان رد نمود. این نتیجه بیانگر آن است که با افزایش مسئولیت اجتماعی، تقسیم سود شرکتها افزایش میابد و شرکتها تمایل دارند سیاست تقسیم سود افزایشی را در پیش گیرند.

همچنین با مقایسه ضرایب متغیر مسئولیت اجتماعی در جداول ۲ و ۱ مشاهده می شود که رابطه مسئولیت اجتماعی با متغیر وابسته DIV_ASSETS_{it} قوی تر است.

آماره دوربین-واتسون برای مدل فوق معادل $۱,۹$ میباشد. با توجه به اینکه مقدار آماره فوق بین $۱/۵$ تا $۲/۵$ میباشد خودهمبستگی شدید مرتبه اول بین اجزای باقیمانده مدل وجود ندارد. آماره و سطح معناداری F فیشر نیز نشان می دهد کل مدل فوق از لحاظ آماری معنادار میباشند. ضریب تعیین تعدیل شده نیز در مدل فوق برابر $۰,۷۵$ میباشد و بیانگر آن است که تقریباً ۷۵ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیر مستقل قابل تبیین است.

نتیجه گیری: بین مسئولیت اجتماعی و تقسیم سود سهام (با هر یک از معیارهای نسبت سود تقسیمی به فروش و نسبت سود تقسیمی به داراییها)، رابطه مثبت و معناداری وجود.

آزمون فرضیه دوم

آزمون فرضیه فرعی اول

جدول ۳- آزمون فرضیه فرعی اول و متغیر وابسته DIV_SALES_{it}

متغیرها	ضرایب	انحراف استاندارد	آماره t	احتمال
بعد زیست محیطی مسئولیت اجتماعی	۰۰۷۰۶۰.۰	۰۰۴۱۳۱.۰	۷۰۹۲۰۸.۱	۰۸۷۹.۰
اندازه شرکت	۰۱۳۳۸۹.۰-	۰۰۰۷۱۴.۰	۷۵۳۶۳.۱۸-	۰۰۰۰.۰
سرمایه گذاری های کوتاه مدت	۰۵۰۲۷۰.۰-	۰۱۵۲۵۰.۰	۲۹۶۳۱۳.۳-	۰۰۱۰.۰
شاخص رشد فروش	۰۱۳۳۰۷.۰-	۰۰۲۸۷۴.۰	۶۳۰۳۵۴.۴-	۰۰۰۰.۰
نسبت بدهی	۰۱۳۶۶۸.۰-	۰۰۶۹۰۴.۰	۹۷۹۸۶۵.۱-	۰۴۸۲.۰
بازده سود خالص	۰۸۱۴۷۰.۰	۰۱۵۹۹۳.۰	۰۹۴۰۲۵.۵	۰۰۰۰.۰
نسبت سود انباشته	۰۰۰۲۶۸.۰-	۰۰۰۵۸۵.۰	۴۵۸۰۱۲.۰-	۶۴۷۱.۰

.....	۷۳۷۳۳.۲۶	۰۰۹۶۹۵.۰	۲۵۹۲۲۰.۰	C
آماره های مدل				
۰.۱۹۳۳۰.۲	آمار دوربین واتسون	۷۵۴۰۳۶.۰	ضریب تعیین تعدیل شده	
.....	احتمال آماره F	۷۲۲۸۴.۱۵	آماره F	

بر اساس فرضیه فرعی اول پژوهش انتظار می رود بین بعد زیست محیطی و تقسیم سود سهام رابطه مثبت و معناداری وجود داشته باشد. با توجه به آماره t و سطح معناداری که در جدول فوق مشخص است اظهار میگردد که بعد زیست محیطی مسئولیت اجتماعی رابطه معناداری با تقسیم سود سهام ندارد. سطح معناداری متغیر بعد زیست محیطی مسئولیت اجتماعی برای مدل اول با متغیر وابسته DIV_SALES_{it} که مربوط به آزمون فرضیه فرعی اول می باشد برابر با $۰,۰۸۷۹$ و بزرگتر از سطح معناداری $۰,۰۵$ است، از این رو فرضیه فرعی اول پژوهش براساس متغیر وابسته DIV_SALES_{it} رد می شود. این نتیجه بیانگر آن است که با افزایش مشارکت در بعد زیست محیطی مسئولیت اجتماعی، تقسیم سود شرکتها تغییری نمیابد.

آماره دوربین-واتسون برای مدل فوق معادل $۲,۰۱$ میباشد. با توجه به اینکه مقدار آماره فوق بین $۱/۵$ تا $۲/۵$ میباشد خودهمبستگی شدید مرتبه اول بین اجزای باقیمانده مدل وجود ندارد. آماره و سطح معناداری F فیشر نیز نشان می دهد کل مدل فوق از لحاظ آماری معنادار میباشد. ضریب تعیین تعدیل شده نیز در مدل فوق برابر $۰,۷۵$ میباشد و بیانگر آن است که تقریباً ۷۵ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیر مستقل قابل تبیین است.

جدول ۴- آزمون فرضیه فرعی اول و متغیر وابسته DIV_ASSETS_{it}

متغیرها	ضرایب	انحراف استاندارد	آماره t	احتمال
بعد زیست محیطی مسئولیت اجتماعی	۰۰۹۷۱۱.۰	۰۰۷۲۴۷.۰	۳۳۹۹۲۱.۱	۱۸۰۸.۰
اندازه شرکت	۰۲۲۷۷۵.۰-	۰۰۱۹۰۳.۰	۹۷۰۲۶.۱۱-
سرمایه گذاری های کوتاه مدت	۰۵۱۵۲۷.۰-	۰۱۳۳۰۹.۰	۸۷۱۵۰۳.۳-	۰۰۰۱.۰
شاخص رشد فروش	۰۰۸۰۹۵.۰-	۰۰۳۸۱۷.۰	۱۲۰۸۸۰.۲-	۰۳۴۳.۰
نسبت بدهی	۰۲۸۰۷۱.۰-	۰۱۲۴۱۱.۰	۲۶۱۸۱۲.۲-	۰۲۴۱.۰
بازده سود خالص	۱۲۰۴۳۳.۰	۰۱۴۱۶۸.۰	۵۰۰۱۱۵.۸
نسبت سود انباشته	۰۰۱۳۱۳.۰-	۰۰۱۱۵۴.۰	۱۳۷۸۸۱.۱-	۲۵۵۶.۰
C	۳۸۰۸۸۴.۰	۰۲۶۵۹۷.۰	۳۲۰۵۷.۱۴
آماره های مدل				
ضریب تعیین تعدیل شده	۷۴۰۶۵۸.۰	آمار دوربین واتسون	۹۰۷۴۹۱.۱	
آماره F	۷۱۵۶۸.۱۴	احتمال آماره F	

بر اساس فرضیه فرعی اول پژوهش انتظار می رود بین بعد زیست محیطی و تقسیم سود سهام رابطه مثبت و معناداری وجود داشته باشد. با توجه به آماره t و سطح معناداری که در جدول فوق مشخص است اظهار میگردد که بعد زیست محیطی مسئولیت اجتماعی رابطه معناداری با تقسیم سود سهام ندارد. سطح معناداری متغیر بعد زیست محیطی مسئولیت اجتماعی برای مدل اول با متغیر وابسته DIV_ASSETS_{it} که مربوط به آزمون فرضیه فرعی اول می باشد برابر با $۰,۱۸۰۸$

و بزرگتر از سطح معناداری ۰,۰۵ است، از این رو فرضیه فرعی اول پژوهش براساس متغیر وابسته DIV_ASSETS_{it} رد می شود. این نتیجه بیانگر آن است که با افزایش مشارکت در بعد زیست محیطی مسئولیت اجتماعی، تقسیم سود شرکتها تغییری نمیابد.

آماره دوربین-واتسون برای مدل فوق معادل ۱,۹ میباشد. با توجه به اینکه مقدار آماره فوق بین ۱/۵ تا ۲/۵ میباشد خودهمبستگی شدید مرتبه اول بین اجزای باقیمانده مدل وجود ندارد. آماره و سطح معناداری F فیشر نیز نشان می دهد کل مدل فوق از لحاظ آماری معنادار میباشد. ضریب تعیین تعدیل شده نیز در مدل فوق برابر ۰,۷۴ میباشد و بیانگر آن است که تقریباً ۷۴ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیر مستقل قابل تبیین است. نتیجه گیری: بین بعد زیست محیطی مسئولیت اجتماعی و تقسیم سود سهام (با هریک از معیارهای نسبت سود تقسیمی به فروش و نسبت سود تقسیمی به داراییها)، رابطه معناداری وجود ندارد.

آزمون فرضیه فرعی دوم

جدول ۵- آزمون فرضیه فرعی دوم و متغیر وابسته DIV_SALES_{it}

متغیرها	ضرایب	انحراف استاندارد	آماره t	احتمال
بعد اجتماعی مسئولیت اجتماعی	۰۰۹۸۰۹۰	۰۰۴۹۳۹۰	۹۸۶۰۳۰۰۱	۰۴۷۵۰
اندازه شرکت	۰۱۲۸۳۸۰۰	۰۰۰۴۳۶۰	۴۳۲۹۰۰۲۹-	۰۰۰۰۰
سرمایه گذاری های کوتاه مدت	۰۵۳۵۵۱۰۰	۰۱۴۲۴۱۰	۷۶۰۲۹۳۰۳-	۰۰۰۲۰
شاخص رشد فروش	۰۱۲۹۷۴۰۰	۰۰۲۷۹۴۰	۶۴۳۱۰۰۰۴-	۰۰۰۰۰
نسبت بدهی	۰۱۴۸۷۰۰۰	۰۰۵۱۷۲۰	۸۷۵۲۲۲۰۲-	۰۰۴۲۰
بازده سود خالص	۰۸۰۳۱۵۰	۰۱۵۸۲۸۰	۰۷۴۳۴۶۰۵	۰۰۰۰۰
نسبت سود انباشته	۰۰۰۱۷۹۰۰	۰۰۰۵۴۴۰	۳۲۸۷۰۲۰۰-	۷۴۲۵۰
C	۲۵۲۰۶۵۰	۰۰۷۴۹۲۰	۶۴۳۳۲۰۳۳	۰۰۰۰۰
آماره های مدل				
ضریب تعیین تعدیل شده	۷۵۵۶۵۸۰	آمار دوربین واتسون		۰۲۴۹۱۴۰۲
آماره F	۸۵۲۵۰۰۱۵	احتمال آماره F		۰۰۰۰۰

بر اساس فرضیه فرعی دوم پژوهش انتظار می رود بین بعد اجتماعی و تقسیم سود سهام رابطه مثبت و معناداری وجود داشته باشد. با توجه به آماره t و سطح معناداری که در جدول فوق نیز مشخص است اظهار میگردد که بعد اجتماعی مسئولیت اجتماعی رابطه مثبت و معناداری با تقسیم سود سهام دارد. آماره t و سطح معناداری متغیر بعد اجتماعی مسئولیت اجتماعی برای مدل اول با متغیر وابسته DIV_SALES_{it} که مربوط به آزمون فرضیه فرعی دوم می باشد به ترتیب برابر با ۰,۰۹۸ و ۰,۰۴۷۵ میباشد، از این رو فرضیه فرعی دوم پژوهش را نمیتوان رد نمود. این نتیجه بیانگر آن است که با افزایش مشارکت شرکتها در بعد اجتماعی مسئولیت اجتماعی، تقسیم سود شرکتها افزایش میابد و شرکتها تمایل دارند سیاست تقسیم سود افزایشی را در پیش گیرند.

آماره دوربین-واتسون برای مدل فوق معادل ۲,۰۲ میباشد. با توجه به اینکه مقدار آماره فوق بین ۱/۵ تا ۲/۵ میباشد خودهمبستگی شدید مرتبه اول بین اجزای باقیمانده مدل وجود ندارد. آماره و سطح معناداری F فیشر نیز نشان می دهد کل مدل فوق از لحاظ آماری معنادار میباشد. ضریب تعیین تعدیل شده نیز در مدل فوق برابر ۰,۷۶ میباشد و بیانگر آن است که تقریباً ۷۶ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیر مستقل قابل تبیین است.

جدول ۶- آزمون فرضیه فرعی دوم و متغیر وابسته DIV_ASSETS_{it}

متغیرها	ضرایب	انحراف استاندارد	آماره t	احتمال
بعد اجتماعی مسئولیت اجتماعی	۰۱۶۳۹۲۰	۰۰۵۱۲۲۰	۲۰۰۳۲۲۰۳	۰۰۱۴۰
اندازه شرکت	۰۲۱۸۶۴۰۰-	۰۰۱۳۹۲۰	۷۰۳۱۵۰۱۵-	۰۰۰۰۰
سرمایه گذاری های کوتاه مدت	۰۵۳۷۸۲۰۰-	۰۱۳۲۲۸۰	۰۶۵۶۳۳۰۴-	۰۰۰۱۰
شاخص رشد فروش	۰۰۷۸۶۲۰۰-	۰۰۳۶۲۷۰	۱۶۷۸۳۶۰۲-	۰۳۰۶۰
نسبت بدهی	۰۲۹۶۹۹۰۰-	۰۱۰۸۰۳۰	۷۴۹۰۷۷۰۲-	۰۰۶۲۰
بازده سود خالص	۱۱۹۷۵۴۰	۰۱۴۲۴۶۰	۴۰۵۹۵۷۰۸	۰۰۰۰۰
نسبت سود انباشته	۰۰۱۱۴۲۰۰-	۰۰۱۰۵۴۰	۰۸۳۴۸۴۰۱-	۲۷۹۰۰
C	۳۶۷۳۱۳۰	۰۲۲۹۸۵۰	۹۸۰۸۲۰۱۵	۰۰۰۰۰
آماره های مدل				
ضریب تعیین تعدیل شده	۷۴۱۳۷۴۰	آمار دوربین واتسون	۹۱۳۸۸۳۰۱	
آماره F	۷۶۶۹۱۰۱۴	احتمال آماره F	۰۰۰۰۰	

بر اساس فرضیه فرعی دوم پژوهش انتظار می رود بین بعد اجتماعی و تقسیم سود سهام رابطه مثبت و معناداری وجود داشته باشد. با توجه به آماره t و سطح معناداری که در جدول فوق نیز مشخص است اظهار میگردد که بعد اجتماعی مسئولیت اجتماعی رابطه مثبت و معناداری با تقسیم سود سهام دارد. آماره t و سطح معناداری متغیر بعد اجتماعی مسئولیت اجتماعی برای مدل اول با متغیر وابسته DIV_ASSETS_{it} که مربوط به آزمون فرضیه فرعی دوم می باشد به ترتیب برابر با ۰،۰۱۶۳ و ۰،۰۱۴ می باشد، از این رو فرضیه فرعی دوم پژوهش را نمیتوان رد نمود. این نتیجه بیانگر آن است که با افزایش مشارکت شرکتها در بعد اجتماعی مسئولیت اجتماعی، تقسیم سود شرکتها افزایش میابد و شرکتها تمایل دارند سیاست تقسیم سود افزایشی را در پیش گیرند.

آماره دوربین-واتسون برای مدل فوق معادل ۱،۹ می باشد. با توجه به اینکه مقدار آماره فوق بین ۱/۵ تا ۲/۵ می باشد خودهمبستگی شدید مرتبه اول بین اجزای باقیمانده مدل وجود ندارد. آماره و سطح معناداری F فیشر نیز نشان می دهد کل مدل فوق از لحاظ آماری معنادار میباشند. ضریب تعیین تعدیل شده نیز در مدل فوق برابر ۰،۷۴ می باشد و بیانگر آن است که تقریباً ۷۴ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیر مستقل قابل تبیین است. نتیجه گیری: بین بعد اجتماعی مسئولیت اجتماعی و تقسیم سود سهام (با هریک از معیارهای نسبت سود تقسیمی به فروش و نسبت سود تقسیمی به داراییها)، رابطه معناداری وجود دارد.

آزمون فرضیه فرعی سوم

جدول ۷- آزمون فرضیه فرعی سوم و متغیر وابسته DIV_SALES_{it}

متغیرها	ضرایب	انحراف استاندارد	آماره t	احتمال
بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی	۰۴۳۷۳۸۰	۰۰۸۳۷۰۰	۲۲۵۸۷۰۰۵	۰۰۰۰۰
اندازه شرکت	۰۱۳۰۶۲۰۰-	۰۰۰۳۸۲۰	۱۷۱۸۷۰۳۴-	۰۰۰۰۰
سرمایه گذاری های کوتاه مدت	۰۵۵۹۱۳۰۰-	۰۱۲۳۰۸۰	۵۴۲۸۶۷۰۴-	۰۰۰۰۰

.....	۷۱۲۴۳۹.۴-	۰۰۲۷۵۵.۰	۰۱۲۹۸۳.۰-	شاخص رشد فروش
۰۰۴۸.۰	۸۳۳۱۹۲.۲-	۰۰۵۰۰۶.۰	۰۱۴۱۸۴.۰-	نسبت بدهی
.....	۱۰۶۰۲۵.۵	۰۱۶۰۱۵.۰	۰۸۱۷۷۱.۰	بازده سود خالص
۴۹۹۴.۰	۶۷۵۷۸۴.۰-	۰۰۰۵۰۵.۰	۰۰۰۳۴۲.۰-	نسبت سود انباشته
.....	۰۴۲۴۹.۲۶	۰۰۹۳۰۲.۰	۲۴۲۲۴۸.۰	C
آماره های مدل				
۰۲۵۴۰۰.۲	آمار دوربین واتسون	۷۵۵۳۹۴.۰	ضریب تعیین تعدیل شده	
.....	احتمال آماره F	۸۳۱۲۳.۱۵	آماره F	

بر اساس فرضیه فرعی سوم پژوهش انتظار می رود بین بعد اقتصادی و تقسیم سود سهام رابطه مثبت و معناداری وجود داشته باشد. با توجه به آماره t و سطح معناداری که در جدول فوق نیز مشخص است اظهار میگردد که بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی رابطه مثبت و معناداری با تقسیم سود سهام دارد. آماره t و سطح معناداری متغیر بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی برای مدل اول با متغیر وابسته DIV_SALESit که مربوط به آزمون فرضیه فرعی سوم می باشد به ترتیب برابر با ۰،۰۴۳۷ و ۰،۰۰۰۰ میباشد، از این رو فرضیه فرعی سوم پژوهش را نمیتوان رد نمود. این نتیجه بیانگر آن است که با افزایش مشارکت شرکتها در بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی، تقسیم سود شرکتها افزایش میابد و شرکتها تمایل دارند سیاست تقسیم سود افزایشی را در پیش گیرند.

آماره دوربین-واتسون برای مدل فوق معادل ۲،۰۲ میباشد. با توجه به اینکه مقدار آماره فوق بین ۱/۵ تا ۲/۵ میباشد خودهمبستگی شدید مرتبه اول بین اجزای باقیمانده مدل وجود ندارد. آماره و سطح معناداری F فیشر نیز نشان می دهد کل مدل فوق از لحاظ آماری معنادار میباشند. ضریب تعیین تعدیل شده نیز در مدل فوق برابر ۰،۷۶ میباشد و بیانگر آن است که تقریباً ۷۶ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیر مستقل قابل تبیین است.

جدول ۸- آزمون فرضیه فرعی سوم و متغیر وابسته DIV_ASSETSit

متغیرها	ضرایب	انحراف استاندارد	آماره t	احتمال
بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی	۰۴۴۵۹۷.۰	۰۰۴۱۹۲.۰	۶۳۷۷۵.۱۰
اندازه شرکت	۰۲۱۸۷۵.۰-	۰۰۱۴۰۲.۰	۶۰۵۴۸.۱۵-
سرمایه گذاری های کوتاه مدت	۰۵۵۹۹۵.۰-	۰۱۲۹۹۵.۰	۳۰۸۸۸۲.۴-
شاخص رشد فروش	۰۰۷۸۲۹.۰-	۰۰۳۵۷۵.۰	۱۸۹۹۰۱.۲-	۰۲۸۹.۰
نسبت بدهی	۰۲۹۳۷۹.۰-	۰۱۰۷۵۸.۰	۷۳۰۷۷۸.۲-	۰۰۶۵.۰
بازده سود خالص	۱۲۰۲۵۷.۰	۰۱۴۶۴۸.۰	۲۰۹۹۰۶.۸
نسبت سود انباشته	۰۰۱۲۶۸.۰-	۰۰۱۰۲۴.۰	۲۳۸۵۶۴.۱-	۲۱۶۰.۰
C	۳۵۷۳۷۵.۰	۰۲۴۰۲۲.۰	۸۷۷۱۰.۱۴
آماره های مدل				
ضریب تعیین تعدیل شده	۷۴۱۵۰۳.۰	آمار دوربین واتسون	۹۱۳۷۸۰.۱	
آماره F	۷۷۶۲۱.۱۴	احتمال آماره F	

بر اساس فرضیه فرعی سوم پژوهش انتظار می رود بین بعد اقتصادی و تقسیم سود سهام رابطه مثبت و معناداری وجود داشته باشد. با توجه به آماره t و سطح معناداری که در جدول فوق نیز مشخص است اظهار میگردد که بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی رابطه مثبت و معناداری با تقسیم سود سهام دارد. آماره t و سطح معناداری متغیر بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی برای مدل اول با متغیر وابسته Div_ASSETS_{it} که مربوط به آزمون فرضیه فرعی سوم می باشد به ترتیب برابر با ۰,۰۴۴ و ۰,۰۰۰ میباشد، از این رو فرضیه فرعی سوم پژوهش را نمیتوان رد نمود. این نتیجه بیانگر آن است که با افزایش مشارکت شرکتها در بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی، تقسیم سود شرکتها افزایش میابد و شرکتها تمایل دارند سیاست تقسیم سود افزایشی را در پیش گیرند.

آماره دوربین-واتسون برای مدل فوق معادل ۱,۹ میباشد. با توجه به اینکه مقدار آماره فوق بین ۱/۵ تا ۲/۵ میباشد خودهمبستگی شدید مرتبه اول بین اجزای باقیمانده مدل وجود ندارد. آماره و سطح معناداری F فیشر نیز نشان می دهد کل مدل فوق از لحاظ آماری معنادار میباشد. ضریب تعیین تعدیل شده نیز در مدل فوق برابر ۰,۷۴ میباشد و بیانگر آن است که تقریباً ۷۴ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیر مستقل قابل تبیین است.

نتیجه گیری: بین بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی و تقسیم سود سهام (با هریک از معیارهای نسبت سود تقسیمی به فروش و نسبت سود تقسیمی به داراییها)، رابطه معناداری وجود دارد.

آزمون فرضیه سوم

جدول ۹ - آزمون فرضیه سوم

متغیرها	ضرایب	انحراف استاندارد	آماره t	احتمال	رتبه بالا: مسئولیت اجتماعی
سود نقدی سال $t-1$	۰۵۶۵۰۸.۰-	۰۱۲۰۹۴.۰	۶۷۲۲۹۳.۴-	۰۰۰۰.۰	
سود قبل از بهره اما بعد از مالیات	۰۴۲۶۲۶.۰	۰۰۸۶۶۸.۰	۹۱۷۶۸۴.۴	۰۰۰۰.۰	
C	۰۰۱۷۵۵.۰-	۰۰۰۷۵۳.۰	۳۳۰۲۲۴.۲-	۰۲۰۳.۰	
آماره های مدل					
ضریب تعیین تعدیل شده	۲۶۳۲۰۰.۰	آمار دوربین واتسون		۱۵۶۴۳۳.۲	رتبه پایین: مسئولیت اجتماعی
آماره F	۰۰۵۱۴.۲۶	احتمال آماره F		۰۰۰۰۰۰.۰	
متغیرها	ضرایب	انحراف استاندارد	آماره t	احتمال	رتبه پایین: مسئولیت اجتماعی
سود نقدی سال $t-1$	۰۶۷۹۴۶.۰-	۰۴۳۰۹۷.۰	۰۰۲۴۸۴.۰	۰۲۵۹.۰	
سود قبل از بهره اما بعد از مالیات	۰۴۳۱۵۹.۰	۰۱۲۲۳۰.۰	۵۲۸۸۶۱.۳	۰۰۰۴.۰	
C	۰۰۰۳۷۹.۰	۰۰۰۲۲۸.۰	۶۶۳۸۶۷.۱	۰۹۷۱.۰	
آماره های مدل					
ضریب تعیین تعدیل شده	۲۳۲۲۷۳.۰	آمار دوربین واتسون		۲۷۴۱۳۰.۲	رتبه پایین: مسئولیت اجتماعی
آماره F	۳۲۷۷۲۸.۹	احتمال آماره F		۰۰۰۰.۰	

بر اساس فرضیه سوم پژوهش انتظار می رود بین رتبه بالای مسئولیت اجتماعی و پایداری تقسیم سود سهام رابطه مثبت و معناداری وجود داشته باشد.

جهت آزمون ثبات پرداخت سود سهام، نمونه به دو زیر نمونه تقسیم شد: شرکت های با رتبه بالای مسئولیت اجتماعی و شرکت های با رتبه پایین مسئولیت اجتماعی. سپس از مدل لینتنر (۱۹۵۶)، استفاده میکنیم و SOA یا سرعت تعدیل ساختار سرمایه و TPR یا درصد پرداخت سود سهام هدف را برای هر دو زیر نمونه برآورد می کنیم. در جدول ۹ نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل مدل مرتبط با فرضیه سوم، ارائه شده است. با استفاده از اطلاعات فوق، SOA و TPR برابر است با:

$0.75, TPR=0.56 \cdot SOA=$	$SOA = -\beta_1$ $TPR = -\beta_2/\beta_1$	مسئولیت اجتماعی قوی
$0.64, TPR=0.67 \cdot SOA=$		مسئولیت اجتماعی ضعیف

نتایج فوق نشان می دهند که شرکت های غیرمسئول اجتماعی، سود سهام را سریعتر از شرکت های مسئول اجتماعی تعدیل می کنند. SOA برای شرکت هایی با رتبه پایین مسئولیت اجتماعی برابر ۰.۶۷ است که بالاتر از ۰.۵۶ برای شرکت هایی با رتبه بالای مسئولیت اجتماعی است. این نشان می دهد که پرداخت سود سهام در شرکت های با رتبه بالای مسئولیت اجتماعی پایدار تر از شرکت های با رتبه پایین مسئولیت اجتماعی است. همچنین مقدار بدست آمده برای TPR، بین دو نمونه (۰.۷۵) برای شرکتهای با رتبه بالای مسئولیت اجتماعی و ۰.۶۴ برای شرکتهای با رتبه پایین مسئولیت اجتماعی) اختلاف کمی را در درصد پرداخت سود سهام هدف بین شرکتهای با رتبه بالا و پایین مسئولیت اجتماعی نشان می دهد. نتیجه گیری: بین رتبه بالای مسئولیت اجتماعی و پایداری تقسیم سود سهام رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

جدول ۱۰ - خلاصه آزمون فرضیه ها

شماره فرضیه	شرح فرضیه	احتمال	تایید/عدم تایید	نوع رابطه
۱	بین مسئولیت اجتماعی و تقسیم سود سهام رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.	۰.۰۴۳۵	تایید	مثبت
		۰.۰۲۲۵		مثبت
۲،۱	بین بعد زیست محیطی و تقسیم سود سهام رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.	۰.۰۸۷۹	عدم تایید	-
		۰.۱۸۰۸		-
۲،۲	بین بعد اجتماعی و تقسیم سود سهام رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.	۰.۰۴۷۵	تایید	مثبت
		۰.۰۰۱۴		مثبت
۲،۳	بین بعد اقتصادی و تقسیم سود سهام رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.	۰.۰۰۰۰	تایید	مثبت
		۰.۰۰۰۰		مثبت
۳	بین رتبه بالای مسئولیت اجتماعی و پایداری تقسیم سود سهام رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.	۰.۰۰۰۰	تایید	مثبت
		۰.۰۲۵۹		مثبت

نتیجه گیری بر اساس فرضیات تحقیق

فرضیه اول

بین مسئولیت اجتماعی و تقسیم سود سهام رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. با توجه به سطح معناداری مسئولیت اجتماعی که کوچکتر از سطح خطای ۵٪ اندازه گیری شده و ضریب این متغیر که دارای علامت مثبت می باشد، بین مسئولیت اجتماعی و تقسیم سود سهام رابطه مثبت و معناداری در سطح اطمینان ۹۵٪ وجود دارد. بر اساس تئوری نمایندگی، پرداخت سود سهام نقش مهمی در کنترل هزینه نمایندگی جریان نقدی آزاد دارد و پرداخت سود سهام کمک می کند تا منابع تحت کنترل مدیران و متعاقباً استفاده ناکارآمد از منابع شرکت ها کاهش یابد. شرکت های مسئول اجتماعی، از سیاست های سود سهام خود برای مدیریت مشکلات نمایندگی استفاده می کنند. همچنین این نتیجه نشان می

دهد که شرکت های مسئول اجتماعی نه تنها در فرآیند ایجاد ثروت، بلکه در فرایند توزیع عادلانه ثروت نیز مسئولیت اجتماعی دارند.

بر اساس نظریه علامت‌دهی، استراتژی تقسیم سود بالا، باعث تقویت شهرت شرکت‌ها در ارتباط با ذینفعان مالی شرکت می‌شود. همچنین یک راه خوب برای برقراری عدالت و راهی اخلاقی برای توزیع ثروت در میان کسانی است که به ایجاد آن کمک کرده اند.

افزایش تقسیم سود به بازار نشان دهد که هزینه‌های مسئولیت اجتماعی منجر به تخصیص بهینه منابع شرکت شده و رضایت سهامداران بالا می‌رود؛ بنابراین، از یک طرف، سیاست تقسیم سود بالا، پول نقد در دسترس مدیران را کاهش می‌دهد و آن‌ها را از سرمایه‌گذاری بیش از حد در مسئولیت اجتماعی باز می‌دارد. از سوی دیگر، سیاست پرداخت سود تقسیمی بالا، راه خوبی برای علامت دادن شهرت شرکت به ذینفعان مالی است. نتایج فوق مطابق با نتایج حاصل از پژوهش بنلملیح (۲۰۱۹)، چئونگ و همکاران (۲۰۱۸) و برزگری و کناری (۱۳۹۵)، می‌باشد.

فرضیه دوم

بین ابعاد مختلف مسئولیت اجتماعی و تقسیم سود سهام رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

۲.۱. بین بعد زیست محیطی و تقسیم سود سهام رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

۲.۲. بین بعد اجتماعی و تقسیم سود سهام رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

۲.۳. بین بعد اقتصادی و تقسیم سود سهام رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

با توجه به سطح معناداری بعد زیست محیطی مسئولیت اجتماعی که بزرگتر از سطح خطای ۵٪ اندازه‌گیری شده، بین بعد زیست محیطی مسئولیت اجتماعی و تقسیم سود سهام رابطه معناداری وجود ندارد.

با توجه به سطح معناداری ابعاد اجتماعی و اقتصادی مسئولیت اجتماعی که کوچکتر از سطح خطای ۵٪ اندازه‌گیری شده و ضریب این متغیر که دارای علامت مثبت می‌باشد، بین ابعاد اجتماعی و اقتصادی مسئولیت اجتماعی و تقسیم سود سهام رابطه مثبت و معناداری در سطح اطمینان ۹۵٪ وجود دارد.

با توجه به رابطه بین مسئولیت اجتماعی و سیاست تقسیم سود، به نظر می‌رسد که ابعاد مسئولیت اجتماعی که مرتبط با ذینفعان اولیه هستند، بیشتر از ابعاد مرتبط با ذینفعان ثانویه، در تأثیرگذاری بر سود سهام شرکت‌ها نقش دارند. بر این اساس با توجه به اینکه بعد زیست محیطی مسئولیت اجتماعی مرتبط با ذینفعان ثانویه است، با تقسیم سود سهام مرتبط نبوده و به احتمال زیاد بر جنبه‌های کلی، مثلاً بهبود شهرت مدیران یا بهبود شهرت شرکت تأثیرگذار است.

ابعاد اجتماعی و اقتصادی مسئولیت اجتماعی، مرتبط با ذینفعان اولیه شرکت هستند و همانطور که نتایج پژوهش نیز نشان داد، رابطه معناداری با تقسیم سود سهام دارند.

افشای ابعاد اجتماعی و اقتصادی مسئولیت اجتماعی منجر به نگرش مطلوب ذینفعان اولیه به شرکت و کاهش ریسک مالی شرکت می‌شود. به عنوان مثال با تمرکز بر کارکنان، مطالعات متعدد نشان داده است که شرکت‌هایی که نمره رضایت کارکنان بالایی دارند، ریسک کمتر و رتبه اعتباری بهتری دارند. شرکت‌هایی که علاقه‌مند به سلامت کارکنان هستند، احتمال ورشکستگی خود را با کاهش اهرم مالی، کاهش می‌دهند. بنابراین، با رفتار عادلانه با کارکنان، شرکت‌ها ریسک دعاوی حقوقی خود را کاهش داده و حمایت کارکنان را به خصوص در زمان بی‌ثباتی مالی به دست می‌آورند و دسترسی به جریان‌های نقدینگی پایدارتری دارند، لذا منابع شرکت‌ها می‌توانند به تصمیمات استراتژیکی همچون توزیع سود سهام اختصاص یابد.

در خصوص بعد اقتصادی نیز، در شرکت‌هایی که رتبه بالایی در بعد اقتصادی دارند، استراتژی پرداخت سود بالا، احتمالاً باعث تقویت شهرت شرکت‌ها در ارتباط با ذینفعان مالی شرکت می‌شود. همچنین یک راه خوب برای برقراری عدالت و راهی اخلاقی برای توزیع ثروت در میان کسانی است که به ایجاد آن کمک کرده اند.

نتایج فوق از لحاظ ارتباط مثبت و معنادار ابعاد اجتماعی و اقتصادی با تقسیم سود سهام، مطابق با نتایج حاصل از پژوهش بنلملیح (۲۰۱۹) و از لحاظ عدم ارتباط بعد زیست محیطی با تقسیم سود سهام، مغایر با نتایج حاصل از پژوهش بنلملیح

(۲۰۱۹) می‌باشد. با توجه به عدم وجود پژوهش‌های داخلی مشابه، امکان مقایسه نتایج با پژوهش‌های داخلی برای محقق وجود ندارد.

فرضیه سوم

بین رتبه بالای مسئولیت اجتماعی و پایداری تقسیم سود سهام رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نتایج نشان می‌دهند که شرکت‌های غیرمسئول اجتماعی، سود سهام را سریعتر از شرکت‌های مسئول اجتماعی تعدیل می‌کنند. SOA برای شرکت‌هایی با رتبه پایین مسئولیت اجتماعی برابر ۰,۰۶۷ است که بالاتر از ۰,۰۵۶ برای شرکت‌هایی با رتبه بالای مسئولیت اجتماعی است. این نشان می‌دهد که پرداخت سود سهام در شرکت‌های با رتبه بالای مسئولیت اجتماعی پایدارتر از شرکت‌های با رتبه پایین مسئولیت اجتماعی است.

یکی از مهم‌ترین شرایطی که باید برقرار باشد تا سیاست سود سهام به‌عنوان یک وسیله انضباطی برای کاهش هزینه‌های نمایندگی عمل کند، ثبات پرداخت سود است. سود سهام در کنترل هزینه‌های نمایندگی برای شرکت‌هایی با رتبه مسئولیت اجتماعی بالا نقش مهمی ایفا می‌کند. به این ترتیب، شرکت‌هایی با رتبه بالا مسئولیت اجتماعی باید سود سهام را سریع‌تر از شرکت‌هایی با رتبه پایین مسئولیت اجتماعی تعدیل کنند؛ لذا پرداخت سود سهام احتمالاً در شرکت‌هایی با رتبه بالا مسئولیت اجتماعی پایدارتر از شرکت‌های دیگر است. همچنین ویژگی‌های شرکت‌هایی با رتبه بالا مسئولیت اجتماعی، مانند شهرت در کنترل کارآمد هزینه‌ها و استفاده بهینه از منابع، نیز بر پایداری سیاست تقسیم سود مؤثر است. شرکت‌های با رتبه بالا مسئولیت اجتماعی ممکن است سیاست‌های تقسیم سود پایدارتری را برای نشان دادن شفافیت و مدیریت صحیح ترجیح دهند.

نتایج فوق مطابق با نتایج حاصل از پژوهش بنلملیح (۲۰۱۹) می‌باشد. با توجه به عدم وجود پژوهش‌های داخلی مشابه، امکان مقایسه نتایج با پژوهش‌های داخلی برای محقق وجود ندارد.

منابع

۱. احمدپور، احمد و فرمانبردار، مریم. (۱۳۹۴). "بررسی ارتباط بین افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و رقابت بازار محصول"، حسابداری مالی، شماره ۲۶، صص ۱۲۴-۱۰۳.
۲. اسلامی بیدگلی، غلامرضا. (۱۳۷۰). "مروری بر تئوری‌ها، سیاست‌ها و خط مشی تقسیم سود"، فصلنامه دانش مدیریت، ۱۴.
۳. اعتمادی، حسین و اسمعیلی کجانی؛ محمد. (۱۳۹۴). "مروری جامع بر تئوری‌های سیاست تقسیم سود"، مطالعات حسابداری و حسابرسی، ۲۲.
۴. برزگر، قدرت‌الله و غواصی کناری، محمد (۱۳۹۴). "مطالعه رابطه سطح افشای مسئولیت اجتماعی و سیاست تقسیم سود در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران". مجله علمی-پژوهشی دانش حسابداری، ۷(۲۴)، ۱۸۰-۱۵۵.
۵. حساس یگانه، قدرت‌الله برزگر، یحیی. (۱۳۹۳). "مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و پارادایم تحقیقاتی آن در حرفه حسابداری"، حسابداری مدیریت، ۱۰۹-۱۳۳.
۶. حسنی القار، مسعود و مرفوع، محمد (۱۳۹۵). "بررسی تأثیر توانایی مدیریت بر سیاست تقسیم سود". پژوهش‌های تجربی حسابداری، ۶(۳)، ۱۲۹-۱۰۳.
۷. حسینی امیری، سید محمود و خراسانی اجبارکلایی، زهرا. (۱۳۹۷). "کارکردهای مسئولیت اجتماعی بر ارتقای سطح عملکرد کسب و کارها"، کاوش‌های مدیریت بازرگانی، ۹۱-۱۱۴.
۸. خواجهی، شکراله و اعتمادی جوریبی، مصطفی. (۱۳۹۴). "مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و گزارشگری آن"، فصلنامه حسابداری سلامت، ۲، ۱۰۴.
۹. ذوالفقاری، مهدی و عشوری خطیبی، نگین. (۱۳۹۷). "تأثیر گزارشگری مسئولیت اجتماعی (CSR) بر موفقیت رقابتی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران"، چشم انداز حسابداری و مدیریت، دوره اول.

۱۰. عظیمی، مجید و ارجنکی، سمیه. (۱۳۹۴). "تأثیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت بر کیفیت گزارشگری مالی"، مطالعات حسابداری و حسابرسی، شماره ۱۷، صص ۲۰-۱.
۱۱. فخاری، حسین و رضائی پسته نوئی، یاسر و نوروزی، محمد. (۱۳۹۵). "افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و کارایی سرمایه گذاری". راهبرد مدیریت مالی. ۸۵-۱۰۶.
۱۲. فرجی، امید و جنتی دریکناری، فاطمه و منصوری، کفسان و یونسی مطیع، فاطمه. (۱۳۹۸). "مسئولیت پذیری اجتماعی و ارزش شرکت: نقش تعدیل گر مدیریت سود". مدیریت سرمایه اجتماعی.
۱۳. قالیباف اصل، حسن و ولی زاده، فریده. (۱۳۹۵). "بررسی رابطه بین سیاست تقسیم سود با عدم تقارن اطلاعاتی و نقدشوندگی سهام". راهبرد مدیریت مالی، ۴(۳)، ۲۳-۱.
۱۴. کردستانی، غلامرضا و قادرزاده، سید کریم و حقیقت، سعید (۱۳۹۷). "تأثیر افشای مسئولیت اجتماعی بر معیارهای حسابداری، اقتصادی و بازار ارزیابی عملکرد شرکتها". پیشرفت‌های حسابداری، ۱۰(۱)، ۲۱۰-۱۸۱.
۱۵. معصومی، سید رسول و صالح نژاد، سید حسن و ذبیحی زرین کلایی، علی. (۱۳۹۷). "شناسایی متغیرهای موثر بر میزان گزارشگری پایداری شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، دانش حسابرسی. ۱۹۵-۲۲۱.

منابع خارجی

1. Baker, M.; Wurgler, J.; (2004); "A catering theory of dividends"; Journal of Finance, 59:1125-1165.
2. Barnea, A., Rubin, A., (2010). "Corporate social responsibility as a conflict between shareholders". J. Bus. Ethics 97, 71-86.
3. Benlemlih, M. (2014). "Why do socially responsible firms pay more dividends?" Thesis, Grenoble University.
4. Benlemlih, M. (2019). "Corporate social responsibility and dividend policy. Research in International Business and Finance", 47, 114-138.
5. Bhattacharya, S., (1979). "Imperfect information, dividend policy, and the "bird in the hand" fallacy". Bell J. Econ. 10 (1), 259-270.
6. Cheung, A. Hu, M. & Schwiebert, J. (2018). "Corporate social responsibility and dividend policy". Accounting & Finance, 58(3), 787-816.
7. Foong, S. S.; Zakaria, N. B.; Tan, H. B.; (2007); "Firm performance and dividend-related factors: the case of Malaysia"; Labuan Bulletin of International Business & Finance, 5:597-111.
8. Jaafari, M. (1993). "Social Accounting Theory", The Iranian Accounting and Auditing Review, Vol. 2, No. 2, pp. 79-80.
9. Jensen, M.; (1986); "Agency costs of free cash-flow, corporate finance and takeovers"; American Economic Review, 48:831-80.
10. Kok, P.; Wiele, T.; McKenna, R.; and A. Brown (2001). "A Corporate Social Responsibility Audit within a Quality Management Framework", Journal of Business Ethics, Vol. 31, No. 4, pp. 287-297.
11. Liu, X and Zhang, C. (2017). "Corporate governance, social responsibility information disclosure, and enterprise value in China, Journal of Cleaner Production", 142, PP. 1075-1084.
12. Nirwanto, Mirza.Zulaikha. Rahardja, H. (2011), "Corporate social responsibility disclosure and its relation on institutional ownership: Evidence from public listed companies in Malaysia 2008-2010", Managerial Auditing Journal.
13. Saeidi, S. P., Sofian, S., Saeidi, P., Saeidi, S. P., & Saeidi, S. A. (2015). "How does corporate social responsibility contribute to firm financial performance? The mediating

- role of competitive advantage, reputation, and customer satisfaction”. Journal of business research, 68(2), 341-350.
14. Saleh,M, Zulkifli,N, RusnahMuhamad, (2010). ”Corporate social responsibility disclosure and its relation on institutional ownership: Evidence from public listed companies in Malaysia”, Managerial Auditing Journal,Vol. 25 Iss: 6 pp. 591 – 613.
 15. Servaes, Henri.Tamayo, Ane. (2013). “The Impact of Corporate Social Responsibility on Firm Value: The Role of Customer Awareness”. Management Science, Vol 59, Issue 5, pp. 1045-1061
 16. Smith, K. (2002). “ISO Considers Corporate Social Responsibility Standards”, Journal for Quality and Participation, Vol. 25, No. 3, pp. 42-25.
 17. Zhao,C. Hang, Song Wanyi Chen. (2016). “Can social responsibility reduce operational risk: Empirical analysis of Chinese listed companies”, Technological Forecasting & Social Change 112, PP. 145–15۰