

بررسی رابطه میان مسئولیت های اجتماعی، سهامداران نهادی و ارزش شرکت

قدرت اله طالب نیا^۱ و زهرا بابایی مجید آباد*^۲

^۱دانشیار دانشگاه علوم و تحقیقات تهران

^۲کارشناسی ارشد حسابداری، موسسه آموزش عالی آبیگ، قزوین، ایران (نویسنده مسئول)

Babaei4694@gmail.com

چکیده

در مطالعه حاضر، رابطه میان مسئولیت های اجتماعی، سهامداران نهادی و ارزش شرکت در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران مورد واکاوی و بررسی قرار گرفته است. به منظور حصول اهداف و آزمون فرضیه های تدوین شده، محقق ضمن انتخاب ۱۱۰ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران با استفاده از نمونه گیری به روش حذف سیستماتیک برای یک قلمروی زمانی پنج ساله از ابتدای سال ۱۳۹۲ تا پایان سال ۱۳۹۷، به انجام آزمون فروض کلاسیک پرداخت. یافته های تحلیل، ضمن استفاده از رگرسیون خطی چند متغیره با استفاده از داده های تابلویی و روش اثرات ثابت، حاکی از این امر بود که میان مسئولیت های اجتماعی و ارزش شرکت؛ رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و میان سهامداران نهادی و ارزش شرکت؛ رابطه معناداری وجود ندارد.

واژه های کلیدی: مسئولیت های اجتماعی، سهامداران نهادی، ارزش شرکت.

مقدمه

با پیشرفت جوامع و توجه به حقوق بشر، افزون بر مسئولیت متداول شرکت‌ها یعنی سود دهی، مسئولیت شرکت‌ها در قبال جامعه و محیط نیز مورد توجه قرار گرفته است. سهامداران دیگر تنها ذی‌نفعان شرکت نیستند بلکه شهروندان، مشتریان، کارکنان و دولت و حتی نسل‌های آینده نیز ذی‌نفعان شرکت محسوب می‌شوند. هم‌اکنون شرکت‌های زیادی در سراسر جهان، به این مسئولیت خود واقف بوده و در جهت ایفای آن تلاش می‌کنند. گزارشگری مسئولیت‌های اجتماعی، ابزاری برای ارزیابی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها است و با استفاده از آن شرکت‌ها می‌توانند اقدامات خود را در جهت ارتقای کیفیت زندگی آحاد جامعه به اطلاع کلیه افراد جامعه و نهادهای ذی‌نفع برسانند (بوننی و همکاران، ۲۰۱۸). هدف اصلی پژوهش حاضر، بررسی رابطه میان مسئولیت‌های اجتماعی، سهامداران نهادی و ارزش شرکت می‌باشد.

بیان مساله

پیدایش تضاد منافع بین مدیران و مالکان با جدایی مالکیت از مدیریت، پیدایش بازارهای اوراق بهادار و گروه‌های مدیران حرفه‌ای صورت گرفت و شرکت سهامی به عنوان پدیده‌های اجتماعی مطرح شد. ترکیب سهامداران شرکت‌های مختلف، متفاوت است. بخشی از مالکیت شرکت‌ها در اختیار سهامداران جزء و اشخاص حقیقی قرار دارد. این گروه برای نظارت بر عملکرد مدیران شرکت عمدتاً به اطلاعات در دسترس عموم، همانند صورت‌های مالی منتشره اتکاء می‌کنند. این در حالی است که بخش دیگری از مالکیت شرکت‌ها در اختیار سهامداران حرفه‌ای عمده قرار دارد که بر خلاف گروه سهامداران نوع اول، اطلاعات داخلی با ارزش از طریق ارتباط مستقیم با مدیران شرکت در اختیار ایشان قرار می‌گیرد؛ لیکن سهامداران نقش اساسی در نظام راهبری شرکت می‌توانند داشته باشند، لذا ترکیب مختلف آنها در شرکت‌ها می‌تواند اثرهای متفاوتی بر عملکرد شرکت‌ها و همچنین نحوه انعکاس اطلاعات شرکت در بازار و تقارن اطلاعات شرکت داشته باشد. بنابراین با توجه به نوع مالکیت، نحوه نظارت بر عملکرد مدیریت شرکت‌ها نیز می‌تواند متفاوت باشد. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نیز واژه‌ای وسیع و گسترده است و به طور کلی به تلاش‌های یک شرکت برای افزایش موقعیت و جایگاه خود در جامعه اطلاق می‌شود. به طور کلی می‌توان گفت شرکت‌هایی که نسبت به تعهدات و وظایف خود در تمام زمینه‌ها پایبند هستند، نسبت به سایر شرکت‌ها و سازمان‌هایی که تلاش و تمرکز بر روی مسئولیت اجتماعی خود ندارند؛ دارای فرآیند ارزش آفرینی بهتری هستند. زیرا تصور عمومی جامعه از یک شرکت مستقیماً با برنامه‌های اجتماعی شرکت برای ایفای وظایف خود و همچنین آگاهی مشتریان از این برنامه‌ها و طرح‌ها در ارتباط است. شرکت‌ها و سازمان‌ها می‌توانند از طریق کمک‌های داوطلبانه و خیرخواهانه به موسسات خیریه و غیرانتفاعی و مشارکت‌های موثر با این مراکز در بین مردم جایگاه قابل قبولی پیدا کنند. در قدم بعد، با آگاه ساختن مردم نسبت به این کمک‌ها و مشارکت‌ها، شرکت‌ها و سازمان‌ها می‌توانند فرصت بیشتری برای محبوبیت در بین مردم و جامعه داشته باشند. در واقع، هر چقدر یک شرکت بتواند در جامعه اقدامات مثبت و مثمر ثمر بیشتری انجام دهد، رابطه بیشتری نیز با مشتریان خود برقرار کرده و در نهایت از ارزش بیشتری برخوردار خواهد بود. به تدریج و با توجه به بحران‌های مالی شرکت‌های سرمایه‌پذیر، لزوم ایجاد نظام جدیدی از حاکمیت شرکت‌ها احساس شد. از مهمترین معیارهای کنترلی حاکمیت شرکتی حضور سهامداران نهادی در شرکت است. شرکت‌های سرمایه‌گذاری مشترک، شرکت‌های سرمایه‌گذاری محدود، شرکت‌های بیمه عمر که اندوخته اعضا را به شکل سبد سهام و اوراق قرضه نگهداری می‌کنند، همه از نمونه‌های سرمایه‌گذار نهادی هستند. این دسته از سرمایه‌گذاران به دلیل حجم بالای دادوستدهایی که انجام می‌دهند، همواره نقش به‌سزایی در فرآیند ارزش آفرینی شرکت به عهده دارند. در بیشتر نظام‌نامه‌های حاکمیت شرکتی بر حضور آنها در جهت افزایش منافع سهامداران تأکید شده است. گزارش‌های حاکمیت شرکتی حاکمی از آن است که سهامداران نهادی به علت درصد بالای مالکیت خود توانایی اعمال کنترل بر اقدامات شرکت را دارند. پتانسیلی که به ندرت برای سهامداران کوچک وجود دارد. بر اساس ادبیات نمایندگی، سهامداران نهادی به عنوان معیاری اثرگذار در

بهبود حاکمیت شرکتها و کنترلی قوی در نظارت بر بکارگیری اصول حاکمیت شرکتی می باشند. حضور سهامداران نهادی در هیئت مدیره شرکت به عنوان ابزاری نظارتی بر تخصیص بهینه منابع و ایجاد ارزش شرکت توسط مدیریت مطرح میشود. بنابراین انتظار میرود که حضور آنها باعث بهبود حاکمیت و افزایش نظارت مؤثر به منظور جلوگیری از اقدامات منفعت طلبانه مدیریت شده و زمینه های ارزش آفرینی بهتر فراهم گردد (بونی و همکاران، ۲۰۱۸).

بر این اساس؛ این سؤال بوجود می آید که چه رابطه ای میان مسئولیت های اجتماعی، سهامداران نهادی و ارزش شرکت وجود دارد؟

اهمیت و ضرورت موضوع

تحقیقات قبلی نشان میدهد در میان نهادها، ویژگیهای نظیر افق سرمایه گذاری بلند مدت، تمرکز مالکیت سهام و استقلال از مدیریت شرکت منجر به ایجاد انگیزه های بالاتر نظارت در میان برخی نهادها نسبت به سایر آنها می شود افق سرمایه گذاری بلندمدت به سرمایه گذاران این اجازه را می دهد که به قدر کافی به عنوان سهامدار باقی بمانند تا از منافع نظارت بهره مند شوند. برخلاف سرمایه گذاران مستقل، سرمایه گذاران وابسته دارای روابط تجاری بلند مدت با شرکت هستند؛ و در نتیجه آنها به احتمال زیاد دسترسی مستقیم بیشتری به مدیران شرکتها دارند. از این رو کمتر بر اطلاعات حسابداری تکیه می کنند. مطابق با این نظریه، تحقیقات پیشین به این نتیجه رسیدند که نهاد هایی که دارای افق بلند مدت بوده، و مستقل از مدیریت می باشند (نهادهای نظارتی) به احتمال زیاد بر مدیران نظارت می کنند. بنابراین اگر سرمایه گذاران نهادی خواهان محافظه کاری به عنوان یک ابزار حاکمیتی باشند، این تقاضا به احتمال زیاد توسط نهادهای نظارتی مطرح خواهد شد تا نهادهای غیر نظارتی. سرمایه گذارانی که سرمایه خود را در یک شرکت هزینه می کنند، به طور طبیعی دوست دارند مطمئن شوند این پول در جای مناسب استفاده می شود و حتی سود ناشی از آن به آنها باز خواهد گشت. این بدان معنیست که نه تنها شرکتها باید برنامه های کسب و کار منطقی و طرح و برنامه ریزی برای بودجه خود داشته باشند، بلکه به آن معنیست که باید بتوانند نشان دهند به مسئولیت اجتماعی خود در قبال جامعه نیز به درستی عمل می کنند. زمانی که شرکتها بودجه خود را به کارهای داوطلبانه و خیرخواهانه اختصاص می دهند و کارمندان به انجام این کارها تشویق می کنند، این پیام مهم را به سرمایه گذاران ابلاغ می کنند که ما تنها به فکر سود خود نیستیم، بلکه به جامعه خود نیز اهمیت می دهیم. و چه چیزی برای اعتبار یک شرکت بالاتر از این پیام. بالطبع، سرمایه گذاران نیز تمایل بیشتری برای حمایت و پشتیبانی از شرکت هایی دارند که باور دارند به تعهدات خود در قبال کارمندان، جامعه و مخاطبانشان پایبند هستند و حتی بر جامعه پیرامون خود تاثیر مثبت دارند. (بونی و همکاران، ۳، ۲۰۱۸).

از این رو؛ بررسی رابطه میان مسئولیت های اجتماعی، ارزش شرکت و سهامداران نهادی اهمیت و ضرورت خود را نشان می دهد.

مروری بر پیشینه پژوهش

پیشینه داخلی

محمدسلطانی (۱۳۹۷) به بررسی و ارزیابی تأثیر مسئولیت اجتماعی بر نقدشوندگی سهام در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخت. در نهایت این نتیجه حاصل شد که ارائه اطلاعات مربوط به روابط کارکنان، اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی و اطلاعات مربوط به تولید بر نقدشوندگی سهام، تأثیر مثبت و معناداری دارند. اما از نظر آماری؛ تأثیر مثبت ارائه اطلاعات مربوط به محیط زیست بر نقدشوندگی سهام معنادار نبود.

مران جوری و علی خانی (۱۳۹۵) به بررسی مسئولیت های اجتماعی و راهبری شرکتی پرداختند. یافته ها بیانگر آن بود که بین اندازه شرکت با سطح اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی رابطه معنی دار مثبتی وجود دارد، اما بین سطح اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی و سرمایه گذاران نهادی و مدیران غیر موظف رابطه معنی داری مشاهده نشد.

2 Bonnie et al

3 Bonnie et al

آرمان (۱۳۹۴) به بررسی رابطه بین مسئولیتهای اجتماعی و سلامت روان در شهر تهران پرداخت. نتایج این پژوهش نشانگر این است که از بین شاخص‌های مختلف سرمایه اجتماعی، شاخص اعتماد اجتماعی، احساس تعلق و مشارکت غیر رسمی در سطوح مختلف سرمایه اجتماعی (خانواده، خویشاوندی، دوستان، محله و کل) دارای تاثیر معنی‌دار بر سلامت روانی می‌باشد. شاخص روابط اجتماعی نیز در همه سطوح به جز سرمایه اجتماعی محله، دارای تاثیر معنی‌دار بر سلامت روانی می‌باشد. شاخص نوع دوستی نیز تنها در سطح سرمایه اجتماعی خویشاوندی دارای تاثیر معنی‌داری بر سلامت روان است و در سایر سطوح سرمایه اجتماعی فاقد تاثیر معنی‌دار می‌باشد. همچنین، نتایج نشان داد که در سطوح مختلف سرمایه اجتماعی از بین شاخص‌های مختلف سرمایه اجتماعی، اعتماد اجتماعی بیشترین تاثیر را بر سلامت روان دارد. بر اساس یافته‌ها از بین سطوح مختلف سرمایه اجتماعی، سرمایه اجتماعی خویشاوندی بیشترین نقش در تبیین سلامت روانی ایفا می‌کند. در مجموع مطالعه حاضر نشان می‌دهد که بعد شناختی سرمایه اجتماعی (اعتماد، احساس تعلق، ارزشها) تعیین کننده مهم‌تری در حوزه بهداشت روانی است.

بختیاری (۱۳۹۳) به بررسی مسئولیتهای اجتماعی و برخی عوامل موثر بر آن (مطالعه موردی شهر قم) پرداخت. یافته‌های این تحقیق نشان داد که میانگین اعتماد اجتماعی پاسخگویان در حد متوسط و بالا بر روی یک طیف ۵ درجه ای ۱/۸۵ (از ۱-۳) بوده است. متغیرهای استفاده شده در این تحقیق توانسته اند ۵ درصد از واریانس متغیر وابسته را تبیین کنند. از بین عوامل موثر بر اعتماد اجتماعی، احساس تعلق به محله و دینداری به ترتیب دارای تاثیر معنی‌داری به میزان ۱۴ و ۱۲ درصد بوده اند ولی سایر متغیرها دارای تاثیر معنادار بر اعتماد اجتماعی نبوده اند. البته زمانی که متغیر مصرف رسانه ای در دو بعد رسانه ای داخلی و خارجی در نظر گرفته شد رابطه هر دو بعد، در مورد برخی رسانه‌ها و برخی ابعاد اعتماد اجتماعی، معنادار گردید بطوریکه رابطه رسانه‌های داخلی با اعتماد اجتماعی مثبت و رابطه رسانه‌های خارجی با اعتماد اجتماعی منفی شده است. واقعیت این است که این دو نوع رسانه تاثیر یکدیگر را در جامعه تحت تاثیر قرار داده و کاهش می‌دهند بطوریکه در کل باعث میشود تاثیر رابطه رسانه‌ها با اعتماد اجتماعی معنا دار نگردد.

حساس یگانه و برزگر (۱۳۹۳) به بررسی ارائه مؤلفه‌ها و شاخص‌های بعد اجتماعی مسئولیت شرکت‌ها و وضعیت موجود آن در ایران پرداختند. یافته‌های پژوهش مذکور بیان کننده این بود که مهمترین مؤلفه‌های بعد اجتماعی از نظر انتظارات ذینفعان عبارتند از: اخلاق کسب و کار، فساد و رشوه خواری و مشارکت در توسعه جامعه و همچنین بیشترین افشای اجتماعی در وضعیت موجود گزارش‌های شرکت‌ها عبارتند از: مؤلفه‌های کار و کارکنان، مشتریان و مصرف‌کنندگان. در مجموع، سطح پایین افشای بعد اجتماعی در شرکت‌های ایرانی نشان دهنده شکاف بالای وضعیت موجود از انتظارات جامعه است و مستلزم وجود مقررات، الزامات و استانداردهای مناسب در حوزه گزارشگری و افشای شرکت‌ها برای پاسخگویی به انتظارات ذینفعان و جامعه است.

پیشینه خارجی

احسان و همکاران ۴ (۲۰۱۹) ابعاد مورد استفاده برای سنجش مسئولیتهای اجتماعی شرکت‌ها شامل دو بعد کارکنان و مشارکت اجتماعی (هدایا و کمک‌های بلاعوض) را مورد بررسی قرار دادند. یافته‌ها بیان کننده این بود که شرکت‌های پاکستانی در امور اجتماعی و بهبود استانداردهای زندگی و تسهیلات بهتر برای آموزش و سلامت کارکنان و حمایت‌های محیطی در تغییرات هزاره جدید توجه دارند و اعتقاد بر این است که این امر سبب ایجاد اعتماد و اطمینان کارکنان شان بر شرکت خواهد شد.

بونی و همکاران ۵ (۲۰۱۸) به بررسی رابطه میان مسئولیت‌های اجتماعی، ارزش شرکت و سهامداران نهادی پرداختند. آنان دریافتند که رابطه میان مسئولیت‌های اجتماعی، ارزش شرکت و سهامداران نهادی مثبت و معنادار است.

گودل ۶ (۲۰۱۷) به بررسی رابطه میان مسئولیتهای اجتماعی و حاکمیت شرکتی با تمرکز بر نقش تعدیل کنندگی فرهنگ سازمانی پرداخت. وی دریافت که میان اعتماد اجتماعی و حاکمیت شرکتی؛ رابطه معنادار، و میان اعتماد اجتماعی و فرهنگ سازمانی؛ رابطه معناداری وجود دارد و فرهنگ سازمانی؛ تعدیل کننده رابطه میان اعتماد اجتماعی و حاکمیت شرکتی است.

فلوریا و همکاران ۷ (۲۰۱۷) به بررسی رابطه بین مسئولیتهای اجتماعی و مشارکت اجتماعی پرداختند. نتایج تحلیل آماری نشان داد که متغیرهای نوع مدرک، محل تولد، اعتماد اجتماعی، احساس امنیت اجتماعی، احساس تعهد اجتماعی، احساس منزلت اجتماعی، احساس اقتدار اجتماعی، احساس انومی اجتماعی، احساس همبستگی اجتماعی، احساس نظم اجتماعی و امیدواری به ارضای نیازها با متغیر مشارکت اجتماعی رابطه معنی داری دارند.

گو و همکاران ۸ (۲۰۱۷) بررسی مسئولیتهای اجتماعی و عوامل موثر بر آن در بین معلمان و دانشگاهیان پرداختند. نتایج تحقیق نشان می دهد که احساس محرومیت نسبی و احساس تبعیض به میزان قابل ملاحظه ای در جامعه مورد تحقیق بالا می باشد و احساس عدالت اجتماعی پایین است که پایین بودن اعتماد اجتماعی را به دنبال داشته است.

آنا و همکاران ۹ (۲۰۱۷) به بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی موثر بر میزان مسئولیتهای اجتماعی دانشجویان پرداختند. نتایج نشان داد که از مجموع متغیرهای مطرح شده؛ متغیرهای میزان دینداری، خانواده خوش بنیه، احساس عدالت اجتماعی، احساس امنیت اجتماعی، قومگرایی، پایگاه اجتماعی - اقتصادی، مشارکت اجتماعی، خلقیات اجتماعی به صورت مستقیم بر میزان اعتماد اجتماعی تأثیرگذار هستند و دو متغیر قومگرایی و پایگاه اجتماعی - اقتصادی رابطه معکوس با میزان اعتماد اجتماعی داشته است به این معنا که هر پایگاه اجتماعی و اقتصادی افراد بالاتر رفته میزان اعتماد اجتماعی کاهش یافته و هر چه افراد قومگراتر باشند از میزان اعتماد اجتماعی پایین تری برخوردارند. و متغیر خلقیات اجتماعی بر اعتماد تأثیر مستقیم نداشته اما بر میزان مشارکت اجتماعی و احساس عدالت اجتماعی تأثیر مثبت و مستقیم داشته است.

چیونگ ۱۰ (۲۰۱۶) در پژوهشی تحت عنوان رابطه مسئولیت اجتماعی شرکتها و سطح نگهداشت وجه نقد، نتیجه گیری نمودند که ریسک اختصاصی، ریسک سیستماتیک، مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی بر نگهداشت وجه نقد تأثیر دارد، مسئولیت اجتماعی بر ریسک اختصاصی شرکت تأثیر دارد، مسئولیت اجتماعی بر ریسک سیستماتیک شرکت تأثیر دارد و مسئولیت اجتماعی بر حاکمیت شرکتی تأثیر دارد.

سئو ۱۱ (۲۰۱۶) به بررسی رابطه بین مسئولیتهای اجتماعی و گرایش به نوسازی در بین دانشجویان پرداخت نتایج بدست آمده حاکی از آن است که اعتماد در سطح خرد با میزان گرایش افراد به نوسازی ارتباط دارد. اما بین اعتماد در سطح کلان و گرایش به نوسازی رابطه ای مشاهده نشد. این موضوع نشانگر آن است مکانیسم اعتماد به نهادها و اصناف با مکانیسم اعتماد به افراد متفاوت است. به گونه ای که در اعتماد در سطح خرد، فرد هم نقش اعتماد کننده را دارد و هم نقش اعتماد شونده. از این رو همزمان با اعتماد کردن به دیگران بایستی قابل اعتماد نیز باشد. اما در مورد اعتماد نهادی مانند اعتماد فرد به یک نهاد حقوقی یا قضایی، فرد فقط نقش اعتماد کننده را دارد و نهاد یادشده نقش اعتماد شونده. این کارکرد آن نهاد است که اعتماد به آن را افزایش یا کاهش می دهد. در مورد گرایش به نوسازی نیز دانشجویان همچنان سطح بالایی از خاص گرایی را در مقابل عام گرایی نشان می دهند. اما از لحاظ میزان پخشیدگی در سطح نسبتاً بالایی قرار دارند. این موضوع به علت قرار گرفتن دانشجویان در معرض دانش تخصصی است.

فرضیه های پژوهش

فرضیه اول: میان مسئولیتهای اجتماعی و ارزش شرکت؛ رابطه معناداری وجود دارد.

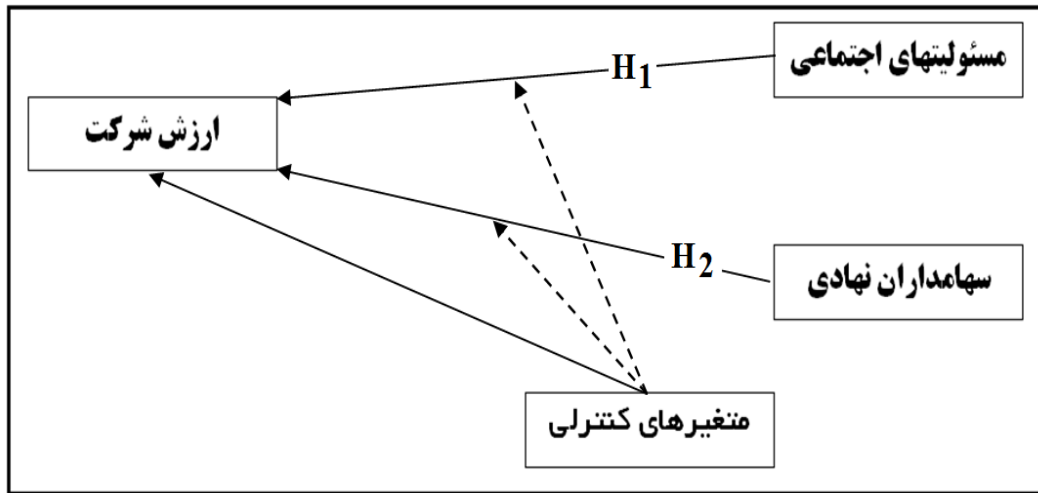
فرضیه دوم: میان سهامداران نهادی و ارزش شرکت؛ رابطه معناداری وجود دارد.

-
- 6 Goodell
 - 7 Feloria et al
 - 8 Gou et al
 - 9 Anna et al
 - 10 Cheung
 - 11 Seo

مدل پژوهش

در ابتدا مدل مفهومی پژوهش بر اساس پژوهش بونی و همکاران (۲۰۱۸) تعریف خواهد شد.

مدل مفهومی پژوهش



منبع: بونی و همکاران (۲۰۱۸)

بر اساس پژوهش بونی و همکاران (۲۰۱۸) و به منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش از مدل‌های رگرسیونی زیر استفاده خواهد شد.

$$\beta_7ROA_{it} + \epsilon_{it} + \beta_6CASH_{it} + \beta_5BM_{it} + \beta_4LEV_{it} + \beta_3CRISIS_{it} + \beta_2INST_{it} + \beta_1CSR_{it} + TOBINSQ_{it} = \beta_0 +$$

متغیر وابسته

ارزش شرکت (TOBINSQ)

به منظور سنجش ارزش شرکت از نسبت کیوتوبین استفاده شده که نسبت مذکور از رابطه زیر قابل محاسبه است:

$$Q_{i,t} = \frac{COMVAL + SBOND + STDEPT}{SRC}$$

که در این رابطه:

Q: نسبت کیوتوبین شرکت t در سال t ,

COMVAL: ارزش بازار سهام عادی در پایان سال،

SBOND: ارزش دفتری بدهی‌های بلند مدت در پایان سال،

STDEPT: ارزش دفتری بدهی‌های کوتاه مدت و

SRC: ارزش دفتری دارایی‌های شرکت در پایان سال می‌باشد (بونی و همکاران، ۲۰۱۸).

متغیرهای مستقل

مسئولیت‌های اجتماعی (CSR)

متغیر مستقل اول در این پژوهش، سطح مسئولیت اجتماعی است. سنجش مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر اساس فاکتورهای مورد بررسی واقع می‌گردد. متغیرهای مربوطه، بصورت مجازی تعریف می‌گردند. بدین صورت که در صورت احراز، امتیاز یک و در غیر این صورت، امتیاز صفر، مبنای محاسبات خواهد بود (بونی و همکاران، ۲۰۱۸).

چک لیست سنجش مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها

ردیف	آیتم
۱	سلامت محیط کارکنان
۲	آموزش کارکنان
۳	مزایای کارکنان
۴	مشخصات کارکنان
۵	مالکیت سهم کارکنان
۶	ایمنی و بهداشت کارکنان
۷	ایمنی محصول
۸	کیفیت محصول (ایزو ۹۰۰۰)
۹	توسعه محصول
۱۰	خدمات پس از فروش
۱۱	برنامه اهدا وجه نقد
۱۲	برنامه خیریه
۱۳	برنامه بورس تحصیلی
۱۴	حامیان مالی برای فعالیت ورزشی
۱۵	حامیان غرور ملی
۱۶	پروژه های عمومی
۱۷	کنترل آلودگی هوا
۱۸	برنامه پیشگیری و جبران خسارت
۱۹	حفاظت و استفاده از محصولات ناشی از بازیافت
۲۰	جایزه در زمینه محیط زیست

در نهایت، در صورت احراز تمامی اطلاعات، هر شرکت امتیازی بین $\frac{1}{20}$ تا $\frac{20}{20}$ در هر سال - شرکت خواهد داشت.

سهامداران نهادی (INST)

مجموع سهام تحت تملک سهامداران بالای ۵ درصد (بونی و همکاران، ۲۰۱۸).

متغیرهای کنترلیبجران مالی (CRISIS)

متغیر مذکور بصورت یک متغیر مجازی تعریف میگردد. بدین صورت که در صورت کاهش شاخص بورس، امتیاز یک و در غیر این صورت امتیاز صفر مبنای محاسبات خواهد بود (بونی و همکاران، ۲۰۱۸).

اهرم مالی (LEV)

اهرم مالی از رابطه زیر بدست می آید (بونی و همکاران، ۲۰۱۸).

$$LEV = \frac{\text{کل بدهی‌ها}}{\text{...}}$$

کل دارایی‌ها

نسبت ارزش دفتری به ارزش بازار حقوق صاحبان سهام (BM)

نسبت مذکور از رابطه زیر قابل محاسبه است (بونی و همکاران، ۲۰۱۸).

$$BM = \frac{\text{حقوق صاحبان سهام عادی}}{\text{تعداد سهام} * \text{ارزش بازار هر سهم}}$$

نگهداشت وجه نقد (CASH)

نسبت مذکور از رابطه زیر قابل محاسبه است (بونی و همکاران، ۲۰۱۸).

$$CASH = \frac{\text{وجه نقد}}{\text{کل دارایی‌ها}}$$

نرخ بازده دارایی‌ها (ROA)

نرخ بازده دارایی‌ها از رابطه زیر قابل محاسبه است (بونی و همکاران، ۲۰۱۸).

$$ROA = \frac{\text{سود (زیان) خالص}}{\text{کل دارایی‌ها}}$$

روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر از نوع توصیفی-همبستگی است که طرح آن از نوع تجربی و با استفاده از رویکرد پس‌رویدادی است. به منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش، از رگرسیون خطی چند متغیره که مبتنی بر داده‌های پانل و ترکیبی از سری‌های مقطعی و زمانی بوده، استفاده شده است که با استفاده از روش‌های آماری و اقتصادسنجی به بررسی تأثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته می‌پردازد. برای جمع‌آوری اطلاعات از روش کتابخانه‌ای استفاده شده و اطلاعات و داده‌های مورد نیاز جهت اثبات فرضیه‌های پژوهش، از طریق مطالعه صورت‌های مالی شرکت‌های موجود در جامعه آماری گردآوری شده و از صورت‌های مالی مندرج در بانک‌های اطلاعاتی و سایت اینترنتی سازمان بورس اوراق بهادار تهران استخراج شده است و برای تحلیل آنها از نرم افزارهای اس.پی.اس.اس نسخه ۲۲ و ایویوز نسخه ۸ استفاده شده است.

۱-جامعه آماری، روش نمونه‌گیری و حجم نمونه

جامعه آماری در این پژوهش، شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران از ابتدای سال ۱۳۹۳ تا پایان سال ۱۳۹۷ به مدت پنج سال می‌باشد. برای دستیابی به نتایج قابل اتکا، شرکت‌هایی که پس از سال ۱۳۹۳ وارد بورس شده یا در طی دوره پژوهش از بورس خارج شده‌اند در جامعه آماری قرار نگرفتند. افزون بر این، برای حصول به نمونه آماری مطلوب از روش حذف سیستماتیک استفاده شده است. لذا، جامعه آماری با استفاده از شرایط و محدودیت‌های زیر تعدیل شده است:

۴۵۵	کل شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران از ابتدا تا پایان سال ۱۳۹۷
۶۷	شرکت‌هایی که سال مالی آنها منتهی به پایان اسفند ماه هر سال نمی‌باشد.
۷۱	شرکت‌هایی که عضویت پنج ساله خود را در بورس حفظ ننموده‌اند.
۶۹	شرکت‌هایی که اطلاعات مالی آنها برای سنجش متغیرها کافی نبوده است.
۵۵	شرکت‌هایی که در دوره مورد بررسی، سال مالی خود را تغییر داده‌اند.
۸۲	شرکت‌هایی که جزو بانک‌ها و موسسات اعتباری، واسطه‌گری، بیمه و هلدینگ بوده‌اند.
(۳۵۵)	کل شرکت‌هایی که فاقد شرایط نمونه‌گیری بودند.

یافته‌های پژوهش

بررسی آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

آمار توصیفی متغیرهای پژوهش در نگاره زیر نشان داده شده است.

آمار توصیفی متغیرهای پژوهش در دوره مورد بررسی

مشاهدات	کشیدگی	چولگی	انحراف معیار	کمترین	بیشترین	میان	میانه	نماد	متغیر
۵۵۰	-۴.۱۲۵	-۲.۷۳۰	۱.۵۲۰	۱.۵۸۳	۴.۰۰۹	۲.۶۶۴	۲.۸۳۰	TOBINSQ	ارزش شرکت
۵۵۰	۲.۴۷۲	۰.۴۲۶	۰.۴۱۴	-۰.۱۵۰	۰.۹۰۰	۰.۴۵۰	۰.۵۰۰	CSR	مسئولیت های اجتماعی
۵۵۰	۱.۱۶۲	۰.۴۰۳	۲.۲۵۶	-۰.۰۵۶	۰.۴۴۱	۰.۲۴۲	۰.۲۹۸	INST	سهامداران نهادی
۵۵۰	-۶.۳۵۱	-۱.۵۶۷	۰.۸۱۵	۰.۰۰۰	۱.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۱۹۶	CRISIS	بحران های مالی
۵۵۰	-۳.۰۳۸	-۰.۲۳۱	۰.۳۵۸	۰.۱۹۹	۰.۸۸۷	۰.۵۳۳	۰.۵۲۶	BM	نسبت ارزش دفتری به ارزش بازار
۵۵۰	-۱.۱۷۶	-۰.۰۶۴	۴.۱۹۸	۰.۱۴۳	۰.۵۷۱	۰.۲۸۶	۰.۴۲۹	CASH	نسبت وجه نقد
۵۵۰	-۲.۷۷۰	-۰.۷۱۳	۰.۲۲۴	۰.۳۲۵	۰.۹۴۸	۰.۶۹۱	۰.۶۵۷	LEV	اهرم مالی
۵۵۰	۳.۴۹۵	۰.۵۰۰	۲.۲۰۱	-۰.۲۸۶	۱.۷۱۴	۰.۴۲۹	۰.۵۷۱	ROA	نرخ بازده دارایی ها

بررسی پایایی متغیرهای پژوهش

پایایی به این معناست که میانگین و واریانس متغیرها در طول زمان، و کوواریانس آنها، در بین سال های مختلف، ثابت بوده است. بدین منظور، از آزمون لوین، لین و چو ۱۲ استفاده شده و نتایج آزمون مذکور در نگاره زیر نشان داده شده است. توزیع آماری آزمون مذکور بصورت زیر است:

داده ها پایا نیستند: H0

داده ها پایا هستند: H1

نتایج آزمون پایایی متغیرهای پژوهش

نام متغیر	نماد	آماره لوین، لین و چو	احتمال آماره لوین، لین و چو
ارزش شرکت	TOBINSQ	-۱۰,۶۵۵	۰,۰۰۰۰
مسئولیت های اجتماعی	CSR	-۱۰,۲۱۸	۰,۰۰۰۰
سهامداران نهادی	INST	-۱۱,۴۰۰	۰,۰۰۰۰
بحران های مالی	CRISIS	-۱۰,۶۵۵	۰,۰۰۰۰
نسبت ارزش دفتری به ارزش بازار	BM	-۱۲,۹۶۵	۰,۰۰۰۰
نسبت وجه نقد	CASH	-۱۶,۰۸۵	۰,۰۰۰۰
اهرم مالی	LEV	-۱۵,۰۰۵	۰,۰۰۰۰
نرخ بازده دارایی ها	ROA	-۱۴,۸۵۴	۰,۰۰۰۰

بر اساس نتایج بدست آمده، این نتیجه حاصل شد که متغیرهای پژوهش در دوره بررسی، پایا بوده اند. زیرا احتمال آماره آزمون لوین، لین و چو در تمامی متغیرها، کمتر از سطح خطای ۵٪ بوده است.

آزمون نرمال بودن جملات خطای مدل فرضیه های پژوهش

پیش فرض آنکه آزمون های آماری، نتایج صحیحی را تبیین نمایند، کسب اطمینان از نرمال بودن داده ها ضروری می باشد. بدین منظور، برای بررسی نرمال بودن داده ها از آزمون جارک - برا در محیط نرم افزاری ایویوز استفاده شده است. توزیع آماری آزمون مذکور بصورت زیر است:

جملات خطای مدل فرضیه پژوهش دارای توزیع نرمال است: H0

جملات خطای مدل فرضیه پژوهش دارای توزیع نرمال نیست: H1

نتایج آزمون مذکور در نگاره زیر ارائه شده است.

نتایج آزمون نرمال بودن جملات خطای مدل فرضیه‌های پژوهش

مدل	نماد	آماره جاک برا	سطح معنی داری
پسماند مدل فرضیه‌ها	RESIDUAL01	۱۲,۰۱۶	۰,۰۸۰

با توجه به آنکه مقدار احتمال آماره جاک - برا، بیشتر از سطح خطای ۵٪ می‌باشد، می‌توان نتیجه گرفت جملات خطای مدل فرضیه‌های پژوهش، دارای توزیع نرمال است.

بررسی همخطی میان متغیرهای مستقل و کنترلی پژوهش

نتایج بررسی همخطی میان متغیرهای مستقل و کنترلی پژوهش در نگاره زیر نشان داده شده است. چنانچه تیرانس ۱۳ کوچکتر از ۰/۲ یا مقدار عامل تورم واریانس ۱۴ در بازه یک تا پنج قرار نگیرد، در آن صورت می‌توان نتیجه گرفت همخطی محتمل است.

بررسی همخطی میان متغیرهای مستقل و کنترلی پژوهش

متغیرهای مستقل و کنترلی		آماره‌های همخطی	
نام متغیر	نماد	تیرانس	عامل تورم واریانس
مسئولیت‌های اجتماعی	CSR	۰,۴۸۶	۲,۰۶۸
سهامداران نهادی	INST	۰,۵۵۵	۲,۰۴۵
بحران‌های مالی	CRISIS	۰,۴۹۱	۲,۰۳۷
نسبت ارزش دفتری به ارزش بازار	BM	۰,۵۰۷	۲,۰۴۸
نسبت وجه نقد	CASH	۰,۴۸۵	۲,۰۶۴
اهرم مالی	LEV	۰,۴۹۹	۲,۰۱۱
نرخ بازده دارایی‌ها	ROA	۰,۴۸۸	۲,۰۶۶

با توجه به آنکه مقدار تیرانس در همه متغیرها، بیشتر از ۰/۲ بوده و مقدار عامل تورم واریانس کمتر از پنج قرار دارد، لذا می‌توان نتیجه گرفت که میان متغیرهای مذکور، همخطی وجود ندارد.

آزمون واریانس ناهمسانی

در پژوهش حاضر، برای تشخیص واریانس ناهمسانی از آزمون وایت ۱۵ استفاده شده است و نتایج در نگاره زیر بیان شده است. توزیع آماری آزمون مذکور بصورت زیر است:

H0: همسانی واریانس:

H1: ناهمسانی واریانس:

نتایج بررسی واریانس ناهمسانی

نام آزمون	فرضیه	آماره وایت	درجه آزادی	احتمال آماره وایت
وایت	همه فرضیه‌ها	۲,۲۶۹	(۳,۱۵۷)	۰,۰۷۴۱

نتایج به دست آمده حاکی از آن است مقدار احتمال آزمون مذکور، بیشتر از سطح خطای ۵٪ است، لذا حاکی از همسانی واریانس بوده و ملاحظه شد که مشکل ناهمسانی واریانس وجود ندارد.

13 Tolerance

14 VIF

15 White Test

آزمون اف لیمر و هاسمن

قبل از آزمون فرضیه‌های پژوهش، به انتخاب الگوی رگرسیونی مناسب پرداخته شده است. در مرحله نخست، با استفاده از آزمون اف لیمر، به انتخاب الگوی داده‌های تلفیقی در برابر داده‌های تابلویی پرداخته شده است. فرض‌های مربوط به این آزمون بصورت زیر تبیین می‌گردند:

H0: پذیرش داده‌های تلفیقی

H1: پذیرش داده‌های تابلویی

نتیجه آزمون مذکور در نگاره زیر نشان داده شده است.

انتخاب الگوی داده‌های تابلویی در مقابل داده‌های تلفیقی در فرضیه‌های پژوهش

نام آزمون	فرضیه	آماره اف لیمر	درجه آزادی	احتمال آماره اف لیمر
اف لیمر	همه فرضیه‌ها	۱۲,۴۲۴	(۱۲۲,۴۸۵)	۰,۰۰۰۰

بر طبق داده‌های نگاره فوق، مقدار احتمال آماره اف لیمر، کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ می‌باشد. لذا الگوی مناسب برای فرضیه‌های پژوهش، استفاده از روش داده‌های تابلویی می‌باشد. به دلیل انتخاب مدل داده‌های تابلویی در برابر داده‌های تلفیقی، به منظور انتخاب الگوی اثرات ثابت در برابر الگوی تصادفی، از آزمون هاسمن استفاده شده است. فرض‌های مربوط به این آزمون بصورت زیر تبیین می‌گردند:

H0: استفاده از روش اثرات تصادفی

H1: استفاده از روش اثرات ثابت

نتیجه آزمون مذکور در نگاره زیر نشان داده شده است.

انتخاب الگوی اثرات ثابت در مقابل اثرات تصادفی در فرضیه‌های پژوهش

نام آزمون	فرضیه	آماره هاسمن	درجه آزادی	احتمال آماره هاسمن
هاسمن	همه فرضیه‌ها	۳۷,۰۲۴	۷	۰,۰۰۰۰

همانگونه که مشخص است، مقدار احتمال آماره آزمون هاسمن کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ می‌باشد. لذا استفاده از الگوی ثابت در برابر الگوی اثرات تصادفی در فرضیه‌های پژوهش تأیید می‌گردد.

آزمون فرضیه‌های پژوهش

مدل رگرسیونی اثرات ثابت فرضیه‌های مذکور در نگاره زیر به نمایش گذاشته شده است.

مدل رگرسیونی اثرات ثابت فرضیه‌های اول و دوم پژوهش

متغیرها	آماره‌ها	نماد	ضرایب رگرسیونی	مقدار آماره تی	احتمال آماره تی
مقدار ثابت	C	۲,۹۰۲	۳,۳۹۹	۰,۰۰۰۰	
مسئولیت‌های اجتماعی	CSR	۳۲,۴۹۷	۳,۹۷۰	۰,۰۱۱۹	
سهامداران نهادی	INST	۶,۹۱۹	۰,۵۹۲	۰,۲۴۱۲	
بحران‌های مالی	CRISIS	-۰,۱۹۸	-۰,۴۳۵	۰,۰۰۰۰	
نسبت ارزش دفتری به ارزش بازار	BM	۱,۴۹۶	۱,۱۵۲	۰,۷۰۹۴	
نسبت وجه نقد	CASH	-۱,۴۳۱	-۰,۴۷۷	۰,۱۸۳۳	
اهرم مالی	LEV	-۱۰,۸۲۰	-۲,۱۴۶	۰,۰۰۰۰	
نرخ بازده دارایی‌ها	ROA	۲,۵۴۸	۲,۸۸۵	۰,۰۰۰۱	
ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	دوربین واتسون	آماره اف	احتمال آماره اف	
۰,۴۶۹	۰,۴۶۱	۱,۹۸۵	۲۱,۰۰۵	۰,۰۰۰۰	

بر اساس مندرجات نگاره فوق در می‌یابیم که:

* میان مسئولیتهای اجتماعی و ارزش شرکت؛ رابطه معناداری وجود دارد. زیرا ضمن مثبت بودن علامت ضریب رگرسیونی (۳۲,۴۹۷) سطح معنی‌داری آن (۰,۰۱۱۹)، کمتر از سطح خطای ۵٪ می‌باشد که یافته‌های فوق در راستای فرضیه اول بوده و حاکی از تأیید آن دارد.

* میان سهامداران نهادی و ارزش شرکت؛ رابطه معناداری وجود ندارد. زیرا ضمن مثبت بودن علامت ضریب رگرسیونی (۶,۹۱۹) سطح معنی‌داری آن (۰,۲۴۱۲)، بیشتر از سطح خطای ۵٪ می‌باشد که یافته‌های فوق در راستای فرضیه دوم نبوده و حاکی از رد آن دارد.

* بر اساس ضریب تعیین تعدیل شده مدل، حدود ۸۶٪ تغییرات متغیر وابسته، ضمن توجه به تأثیر متغیرهای کنترلی، توسط تغییرات متغیرهای توضیحی که در مدل مذکور پیش بینی شده بود، قابل توضیح است.

* برای بررسی خود همبستگی میان متغیرهای پژوهش از آزمون دوربین - واتسون استفاده شده است که چون مقدار آن در بازه بهینه ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد، بیان کننده این مطلب است که همبستگی بین واریانس جملات خطا دارای تأثیر گذاری جدی نبوده؛ دارای استقلال بوده و فرض وجود خودهمبستگی میان متغیرها، رد می‌گردد.

* به منظور بررسی معنادار بودن مدل، از آزمون اف استفاده شد و چون احتمال آماره آزمون مذکور (۰,۰۰۰)، کمتر از سطح خطای ۵٪ می‌باشد، معنادار بودن رگرسیونی برآزش شده تأیید می‌گردد؛ بعبارت دیگر؛ کلیت رگرسیون بصورت خطی، قابل اعتماد است.

بحث و نتیجه‌گیری حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش

بحث و نتیجه‌گیری حاصل از آزمون فرضیه اول پژوهش

فرضیه اول پژوهش حاضر به شرح زیر تشریح می‌گردد.

میان مسئولیتهای اجتماعی و ارزش شرکت؛ رابطه معناداری وجود دارد.

فرض‌های آماری فرضیه مذکور بشرح زیر تبیین می‌گردد:

H0: میان مسئولیتهای اجتماعی و ارزش شرکت؛ رابطه معناداری وجود ندارد.

H1: میان مسئولیتهای اجتماعی و ارزش شرکت؛ رابطه معناداری وجود دارد.

در این مسیر پس از انجام آزمون فروض کلاسیک با استفاده از آزمون‌های وایت، چاو هاسمن؛ ضمن تایید عدم وجود واریانس‌های ناهمسانی، از روش داده‌های تابلویی با استفاده از روش استفاده از اثرات ثابت استفاده شد که نتایج حاصله، تاکید بر این مطلب داشت که میان مسئولیتهای اجتماعی و ارزش شرکت؛ رابطه معناداری وجود دارد.

این رابطه مثبت، با توجه به ضریب تعیین تعدیل شده (۰,۸۶) قوی و با توجه احتمال آماره تی (۰,۰۱۱۹) کاملاً معنادار می‌باشد که یافته‌های مذکور در انطباق با فرضیه اول بوده و حاکی از تایید آن دارد. این یافته‌ها در انطباق با بونی و همکاران (۲۰۱۸) می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری حاصل از آزمون فرضیه دوم پژوهش

فرضیه دوم پژوهش حاضر به شرح زیر تشریح می‌گردد.

میان سهامداران نهادی و ارزش شرکت؛ رابطه معناداری وجود دارد.

فرض‌های آماری فرضیه مذکور بشرح زیر تبیین می‌گردد:

H0: میان سهامداران نهادی و ارزش شرکت؛ رابطه معناداری وجود ندارد.

H1: میان سهامداران نهادی و ارزش شرکت؛ رابطه معناداری وجود دارد.

در این مسیر پس از انجام آزمون فروض کلاسیک با استفاده از آزمون‌های وایت، چاو هاسمن؛ ضمن تایید عدم وجود واریانس‌های ناهمسانی، از روش داده‌های تابلویی با استفاده از روش استفاده از اثرات ثابت استفاده شد که نتایج حاصله، تاکید بر این مطلب داشت که میان سهامداران نهادی و ارزش شرکت؛ رابطه معناداری وجود ندارد.

این تأثیر مثبت، با توجه به ضریب تعیین تعدیل شده (۰/۸۶) قوی و با توجه احتمال آماره تی (۰,۲۴۱۲) معنادار نمی‌باشد که یافته‌های مذکور در انطباق با فرضیه دوم نبوده و حاکی از رد آن دارد. این یافته‌ها در انطباق با بونی و همکاران (۲۰۱۸) می‌باشد.

پیشنهادات

پیشنهادات مبتنی بر فرضیه اول

* به مدیران واحدهای تجاری پیشنهاد می‌گردد که از طریق افشای بیشتر اطلاعات مسئولیتهای اجتماعی در واحدهای تحت کنترل خود؛ زمینه‌های بهبود ارزش شرکت را فراهم آورند.

* به سرمایه‌گذاران پیشنهاد می‌گردد که واحدهای هدف سرمایه‌گذاری را بر اساس افشای اطلاعات مسئولیتهای اجتماعی رتبه‌بندی نموده و انجام فعالیت‌های سرمایه‌گذاری را در واحدهایی انجام دهند که در سطح بالایی از نظر افشای اطلاعات قرار باشند؛ زیرا به تبع این امر؛ در اینگونه واحدها، ارزش شرکت در سطح بالاتری بوده و که این امر می‌تواند زمینه‌ساز انجام فعالیت‌های سرمایه‌گذاری کارا و موفق باشد.

* به مراجع استانداردگذاری سازمان بورس پیشنهاد می‌گردد که از طریق تدوین دستورالعمل‌ها و الزامات لازم در جهت افشای اطلاعات مسئولیتهای اجتماعی؛ موجبات بهبود ارزش شرکت را فراهم آورند.

پیشنهادات مبتنی بر فرضیه دوم

* به مدیران واحدهای تجاری پیشنهاد می‌گردد که از طریق واگذاری بیشتر سهام به سهامداران نهادی در واحدهای تحت کنترل خود؛ زمینه‌های بهبود ارزش شرکت را فراهم آورند.

* به سرمایه‌گذاران پیشنهاد می‌گردد که واحدهای هدف سرمایه‌گذاری را بر اساس میزان سهام تحت تملک سهامداران نهادی رتبه‌بندی نموده و انجام فعالیت‌های سرمایه‌گذاری را در واحدهایی انجام دهند که در سطح بالایی از نظر فاکتور یاد شده قرار باشند؛ زیرا به تبع این امر؛ در اینگونه واحدها، ارزش شرکت در سطح بالاتری بوده و که این امر می‌تواند زمینه‌ساز انجام فعالیت‌های سرمایه‌گذاری کارا و موفق باشد.

* به مراجع استانداردگذاری سازمان بورس پیشنهاد می‌گردد که از طریق تدوین دستورالعمل‌ها و الزامات لازم در جهت سنجش صحیح سهامداران نهادی؛ موجبات بهبود ارزش شرکت را فراهم آورند.

پیشنهادات برای پژوهش‌های آتی

بررسی نقش بحران‌های مالی در تعدیل رابطه میان مسئولیت‌های اجتماعی، سهامداران نهادی و ارزش شرکت. بررسی نقش ویژگی‌های نظام راهبری شرکتی در تعدیل رابطه میان مسئولیت‌های اجتماعی، سهامداران نهادی و ارزش شرکت.

بررسی نقش کیفیت گزارشگری مالی در تعدیل رابطه میان مسئولیت‌های اجتماعی، سهامداران نهادی و ارزش شرکت.

بررسی نقش مدیریت سود در تعدیل رابطه میان مسئولیت‌های اجتماعی، سهامداران نهادی و ارزش شرکت.

بررسی نقش ترکیب هیأت مدیره در تعدیل تأثیر رابطه میان مسئولیت‌های اجتماعی، سهامداران نهادی و ارزش شرکت.

منابع و مأخذ

منابع داخلی

آرمان، فاطمه. (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و سلامت روان در شهر تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه مازندران - دانشکده ادبیات و علوم انسانی.

بختیاری، مهدی. (۱۳۹۴). اعتماد اجتماعی و برخی عوامل موثر بر آن (مطالعه موردی شهر قم). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان - دانشکده ادبیات و علوم انسانی.

حساس یگانه، یحیی و برزگر، قدرت اله. (۱۳۹۶). بررسی ارائه مؤلفه‌ها و شاخص‌های بُعد اجتماعی مسئولیت شرکت‌ها و وضعیت موجود آن در ایران. فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی فرهنگی، دوره دوم، شماره ۱.

محمود سلطانی، محراب.(۱۳۹۷). تأثیر مسئولیت اجتماعی بر نقد شونددگی سهام در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خدابنده

مران جوری، مهدی، علی خانی، مرضیه.(۱۳۹۵). افشای مسئولیت های اجتماعی و راهبری شرکتی. بررسی‌های حسابداری و حسابرسی. دوره ۲۱، شماره ۳.

منابع خارجی

- Anna, Baumert, Anna, Halmburger, Tobias, Rothmund, Christian, Schemer.(2016).Everyday dynamics in generalized social and political trust. *Journal of Research in Personality*. Volume 69, August 2017, Pages 44-54
- Bonnie Buchanan, Cathy Xuying Cao, Chongyang Chen.(2018).Corporate social responsibility, firm value, and influential institutional ownership. *Corfin*. doi:10.1016/j.jcorpfin.2018.07.004
- Cheung, Adrian (Wai Kong).(2016).Corporate social responsibility and corporate cash holdings. To appear in: *Journal of Corporate Finance*. DOI: doi: 10.1016/j.jcorpfin.2016.01.008
- Ehsan, B, Kalim, G, S.(2012).Corporate Social Responsibility among Pakestan.*Journal of Accounting & Management*, Vol 13, Issue 12.
- Florian Justwana, Ryan Bakkerb, Jeffrey D. Berejikianb.(2017).Measuring social trust and trusting the measure. *The Social Science Journal*. Available online 27 October 2017
- Goodell, J.W., Trust and Governance: The conditioning role of national culture, *Finance Research Letters* (2017), <http://dx.doi.org/10.1016/j.frl.2017.02.008>
- Guo Guibing, a, Jie Zhangb, Feida Zhuc, Xingwei Wanga.(2017).Factored similarity models with social trust for top-N item recommendation. *Knowledge-Based Systems*. Volume 122, 15 April 2017, Pages 17–25.
- Seo-YoungCho.(2016).Does Gender Equality Promote Social Trust? An Empirical Analysis. *World Development*. Volume 88, December 2016, Pages 175-187