

بررسی تاثیر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت بر عدم تقارن اطلاعاتی (مورد مطالعه: شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران)

مهدي محمودي

کارشناسی ارشد حسابداری، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

چکیده

هدف اصلی این تحقیق تاثیر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت بر عدم تقارن اطلاعاتی با در نظر گرفتن نقش تعدیل کننده تمرکز مالکیت در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. در این تحقیق داده‌های مربوط به ۸۴ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و در دوره زمانی ۱۳۹۲-۱۳۹۹ مورد بررسی قرار گرفت. آزمون فرضیات با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون و آزمون F لیمر در محیط نرم‌افزار Eviews10 انجام شد. بررسی مانایی متغیرها با استفاده از آزمون هادری انجام شد و مشخص گردید همه متغیرها از مانایی کافی برخوردار می‌باشند. آزمون نرمال بودن داده‌ها نشان داد که توزیع داده‌ها نرمال می‌باشد. نتایج نشان داد که فرضیه این تحقیق مورد تأیید قرار گرفت. ضریب تبیین مدل رگرسیون کلی این تحقیق برابر با ۰,۲۰۵ شده است که نشان می‌دهد که مدل رگرسیونی برآورد شده توانایی پیش بینی ۲۰,۵ درصد از تغییرات متغیر وابسته را دارا می‌باشد. در انتها با توجه به نتایج پژوهش پیشنهادهای کاربردی ارائه شده است.

واژه‌های کلیدی: عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت، عدم تقارن اطلاعاتی، تمرکز مالکیت.

۱- مقدمه

امروزه اخلاق و مسئولیت های اجتماعی مدیران بیش از گذشته مورد توجه صاحب نظران رشته مدیریت قرار گرفته است. مدیران کسانی که تصمیماتی را که علاوه بر داشتن مبانی واقعیت، مستلزم قضاوت ارزشی و اخلاقی نیز هست، اتخاذ می کنند. انتخاب یک شق از میان شقوق مختلف با توجه به تصمیمات قبلی، فشارهای لحظه ای، ارزش های مذهبی، سنتها، و عوامل اجتماعی و اقتصادی به عمل می آید (جلیلی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۴۹).

مسئولیت اجتماعی، مجموعه وظایف و تعهداتی است که سازمان باید در جهت حفظ و مراقبت و کمک به جامعه ای که در آن فعالیت می کند انجام دهد. همچنین درک فرنچ و هینر ساورد در کتاب فرهنگ مدیریت در خصوص مسئولیت اجتماعی و محیطی که شرکت ها و سازمان ها در آن کار می کنند بیان می دارند که میزان این وظیفه عموماً مشتمل بر وظایفی چون: آلوده نکردن، تبعیض قائل نشدن در استخدام، نپرداختن به فعالیت های غیراخلاقی و مطلع کردن مصرف کننده از کیفیت محصولات، همچنین وظیفه ای مبتنی بر مشارکت مثبت در زندگی افراد جامعه می باشد (نقیبی و ملک زاده، ۱۳۹۳: ۱۵).

و در بیانی دیگر می توان گفت که مسئولیت اجتماعی، تعهد تصمیم گیران برای اقداماتی است که به طور کلی علاوه بر تأمین منافع خودشان موجبات بهبود رفاه جامعه را نیز فراهم می آورد. در این تعریف عناصر مختلفی وجود دارد که بشرح زیر بدان می پردازیم:

اولاً: مسئولیت اجتماعی یک تعهد است که مؤسسات باید در قبال آن به جامعه پاسخگو باشند.

ثانیاً: مؤسسات و سازمان ها مسئول هستند که از آلوده کردن محیط زیست، اعمال رفتارهای تبعیض آمیز در خصوص امور استخدامی، بی توجهی به تأمین نیازهای کارکنان خود، تولید کردن محصولات زیان آور و نظایر آن که به سلامت جامعه لطمه می زنند بپرهیزند (نقیبی و ملک زاده، ۱۳۹۳: ۱۵).

ثالثاً: سازمان ها باید با اختصاص منابع مالی در بهبود رفاه اجتماعی مورد قبول اکثریت جامعه بکوشد. این قبیل اقدامات عبارتند از کمک به فرهنگ کشور و مؤسسات فرهنگی، بهبود کیفیت زندگی. در نهایت مقصود از مسئولیت اجتماعی این است که چون سازمان ها تأثیر عمده ای بر سیستم اجتماعی دارند لاجرم چگونگی فعالیت آن ها باید به گونه ای باشد که در آن زبانی به جامعه نرسد و در صورت رسیدن زیان سازمان ها ملزم به جبران آن هستند.

شرکتها از نقش تاریخی شان که کسب سود، پرداخت مالیات، استخدام کارکنان و تبعیت از قوانین است فراتر می روند و در تحقق هدف های اجتماعی گسترده تر نقش بسزایی خواهند داشت. درواقع مسئولیت اجتماعی شرکتها رویکردی متعالی به کسب و کار است که تأثیر اجتماعی یک سازمان بر جامعه چه داخلی و چه خارجی را مدنظر قرار می دهد و هدف اصلی آن گردهم آوردن تمامی بخشها اعم از دولتی، خصوصی و داوطلبان جهت همکاری با یکدیگر است تا از یک سو موجب همسویی منافع اقتصادی با محیط زیست و ازسوی دیگر سبب توفیق، رشد و پایداری کسب و کار گردد. درباره موضوع و مفهوم مسئولیت اجتماعی همانند سایر مفاهیم علوم اجتماعی هیچگونه تعریف واحدی وجود ندارد و میان صاحب نظران این موضوع و دانشمندان علم مدیریت اتفاق نظری وجود ندارد. در زیر به تعاریفی از مسئولیت اجتماعی شرکت ها از دیدگاه صاحب نظران مختلف اشاره می کنیم. (اصلائی و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۲)

مسئولیت اجتماعی شرکت ها یعنی رویه های باز و شفاف کسب و کار، یعنی روش هایی که مبتنی بر ارزش های اخلاقی و احترام به کارکنان، جامعه و محیط زیست می باشد. مسئولیت اجتماعی شرکتها به این منظور برنامه ریزی می شود که برای جامعه به طور کلی و برای سهامداران حامل ارزشهای پایدار باشد. حوزه مربوط به روش یا رویه کسب و کار دربرگیرنده یکی از پویاترین و چالش پذیرترین موضوع هایی است که امروز رهبران شرکتها با آن روبرو هستند. برای مدیران امروز دیگر کافی نیست که وظایفی چون برنامه ریزی، سازماندهی و کنترل را انجام دهند و خود را اثربخش بنامند بلکه پاسخگویی به نیازهای جامعه و خواست شهروندان و مشتریان داخلی و خارجی سازمانهایشان از زمره وظایف با اهمیت تر آنان محسوب می شود. به دلیل تاثیرات مسائل عمومی، در طول ده های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ شاهد تغییرات اساسی در فعالیت

ها و ساختار شرکتها ها بوده ایم. مجموعه ای از مسئولیت ها بنام مسئولیت های اجتماعی به مسئولیت های سنتی اقتصادی شرکتها اضافه شده است (اصلائی و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۲-۲۳).

واضح است که هر تصمیم مدیر می تواند طی یک روند سلسله وار دیر یا زود سرنوشت تمامی نهادهای جامعه را به مقدار کم یا زیاد دستخوش تغییر نماید. این موضوع به ویژه در کشور ما به خاطر شرایط خاص و نیاز به توسعه اقتصادی و صنعتی از اهمیت بیشتری برخوردار است. اگر مدیران شرکت ها به اهداف اجتماعی خود حرمت نگذارند، آلودگی محیط، بیماری، تبعیض و نابسامانی محیط شان را فراخواهد گرفت و اگر با اندکی دوراندیشی به قضیه ننگرند، این مشکلات آخرا امر گریبان خودشان را خواهد گرفت مسئولیت اخلاقی و اجتماعی یک تعهد مداوم صاحبان صنعت و تجارت و دولت است که آنها راملزم به رعایت اصول اخلاقی و توسعه اقتصادی هم زمان با ارتقاء سطح زندگی نیروی کار و خانواده آنها در جامعه در سطح گسترده می نماید. همچنین مسئولیت اجتماعی شرکت ها، تعهد صاحبان صنعت و تجارت در مقابل اجتماع می باشد که می بایست ضمن احترام به فرهنگهای مختلف موقعیت های شغلی جهت تولید، مهارت نیروی کار، اجتماع و دولت ایجاد نماید (جلیلی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۴۹).

مالن^۱ معتقد است مدیریت مسئولیت اجتماعی شرکت مانند اداره کردن دیگر بخش های شرکت است. وی می گوید شما می توانید آن را به خوبی انجام دهید و هم می توانید آنرا به بدی انجام دهید اگر فرآیند مدیریت مسئولیت اجتماعی باعث شود که شما از انجام دیگر امور مهم باز بمانید، این به معنی آن نیست که اشکال از نفس مدیریت مسائل اجتماعی است بلکه، اشکال از نحو انجام آن کار توسط شماست. مدیریت صحیح مسئولیت های اجتماعی می تواند از اهداف اقتصادی شرکت به خوبی پشتیبانی نماید، می تواند روابط خوبی با سرمایه گذاران که در مواقع بحرانی نظرشان در رابطه با کار بسیار مهم است بنا نماید و می تواند هزینه های شرکت را کاسته و سودآوری را افزایش دهد. با توجه به افزایش مشارکت آحاد جامعه در فعالیت های اقتصادی ارائه الگویی برای تبیین اصول اخلاقی و اجتماعی و ارزیابی بر آن اساس بسیار ضروری می نماید. در این زمینه می توان به منابعی همچون ، متون مذهبی، عرف و اصول فنی و علمی و استانداردهای مربوطه استناد کرد، البته دین اسلام با انبوهی از توصیه های عملی در زمینه رعایت اصول اخلاقی و اجتماعی در بین دیگر ادیان از جایگاه ممتازی برخوردار است. از این نظر مسلمانان دارای پشتوانه ای قوی هستند این موضوع حتی دربرگیرنده های بسیاری از توصیه ها و الزاماتی است که تحت عنوان سرمایه گذاری اجتماعی مطرح شده است. از اقدامات جالب توجهی که کشور ما در سالهای اخیر انجام داده است، پیشنهاد برای اعطای جایزه بین المللی اخلاق در علم ابن سینا است که مورد استقبال جهانی قرار گرفت و از چند سال گذشته هر ساله به کسانی اعطا می شود که در زمینه علمی شرایط لازم را احراز نمایند (جلیلی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۵۰).

البته اهمیت مسئولیت اجتماعی و اخلاقی مدیران بر هیچ کس پوشیده نیست. امروزه کسانی که به هر نحو درگیر کارهای اقتصادی هستند به خوبی آگاه هستند که اعمال مسئولانه و منصفانه و اقداماتی که موجب بهبودی کیفیت زندگی افراد ذینفع مجموعه می شود منجر به توسعه اقتصادی یعنی سود آوری برای هر دو طرف معامله خواهد شد، با استفاده از راهکارهای لازم در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکت ها روش تأثیربرکارمندان، مصرف کنندگان، و در سطح بالاتر حتی جامعه و محیطی را که در آن مشغول فعالیت هستند را تغییر داده اند. شرکت ها با افزایش روابط کاری و احترام به حقوق اساسی کارمندان مانند ایجاد موقعیت های یکسان برای آنها، عدم تبعیض و مدرنیزه کردن کارها سعی می کنند تا کیفیت زندگی نیروی کار، خانواده و موقعیت زندگی آنها را بهبود بخشند. اکنون شرکت ها به مزایای کارکردن بر مبنای کیفیت کالا و خدمات با در نظر گرفتن سلامتی مصرف کنندگان پی برده اند و می دانند که دیگر میزان سود دهی یا زیان دهی آنان مقیاس ارزش آنها نیست. اما چرا مدیران سازمان ها باید اصول اخلاقی را یاد گرفته و آن را بکاربرند از آن رو که در این حوزه اعمال غیر قانونی یا سوال برانگیز مدیران همچنین انگیزه های چنین رفتارهایی مورد بحث فراوان قرار می گیرد. دیگر آنکه معضلات اخلاقی شامل مشکلات و مسائل اخلاقی می شود که مدیران هر روز با انواعی از آنها مواجه هستند مانند تعارض منافع، استفاده ناصحیح از منافع، نقض

¹ Mallen baker

قرارداد ها، موافقتنامه ها. توجه به مسائل اخلاقی مدیران از آن رو اهمیت دارد که مدیر می تواند ادعا نماید که ما اخلاقی هستیم چرا که در چهارچوب قانون عمل می نماییم و در عین حال اعمالش غیر اخلاقی باشد (جلیلی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۵۰).

ایجاز الرحمن و همکاران (۲۰۲۰) پژوهشی تحت عنوان " عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت و عدم تقارن اطلاعات: نقش تعدیل کننده تمرکز مالکیت" را اینگونه بیان کردند: هدف این مقاله بررسی اثر تعدیل کننده تمرکز مالکیت بر رابطه بین عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت و عدم تقارن اطلاعاتی با استفاده از نمونه‌ای از شرکت‌های چینی است. نویسندگان از نمونه ای از ۲۰۸ شرکت فهرست شده از ۹ بخش مختلف در چین در دوره ۲۰۰۸-۲۰۱۸ استفاده کردند. آنها از روش تعمیم یافته رویکرد لحظه ای برای بررسی رابطه پویا بین عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت، عدم تقارن اطلاعات و تمرکز مالکیت استفاده می کنند. شاخص عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت با استفاده از معیارهای عملکرد محیطی، عملکرد اجتماعی و عملکرد حاکمیت شرکتی ساخته شده است. نتایج نشان می دهد که عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت به طور مثبت بر عدم تقارن اطلاعات تأثیر می گذارد. علاوه بر این، با در نظر گرفتن تمرکز مالکیت به عنوان یک متغیر تعدیل کننده، نتایج نشان می دهد که تمرکز مالکیت به طور منفی ارتباط بین عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت و عدم تقارن اطلاعات را تعدیل می کند. یافته‌های این مطالعه درک شیوه‌های عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت را در چین ارتقا می‌دهد. این یافته‌ها پیامدهای مهمی برای تنظیم‌کننده‌ها و مدیران در چین برای اتخاذ فعالیت‌های مسئولیت‌پذیر اجتماعی برای بهبود عملکرد شرکت و حمایت از حقوق سهامداران دارد. این مطالعه تحقیقات موجود در مورد ارتباط بین عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت و عدم تقارن اطلاعات را با گنجاندن تمرکز مالکیت به عنوان یک متغیر تعدیل کننده گسترش می‌دهد. این تحقیق نشان داد که عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت نقش مهمی در کاهش شکاف اطلاعاتی بین مدیران و ذینفعان خارجی دارد. با این حال، رابطه بین عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت و عدم تقارن اطلاعات با نقش تعدیل کننده تمرکز مالکیت هنوز مورد مطالعه قرار نگرفته است.

فیری و همکاران (۲۰۱۹) نتایج تحقیق خود با عنوان " بررسی تاثیر تعاملات متقابل و مسئولیت اجتماعی شرکتی: " را اینگونه بیان نمودند: هدف این مقاله تشریح و نقد روابط ذینفعان اصلی و اثر گذاری آنها بر فعالیت های مسئولیت اجتماعی شرکتی در صنعت استخراج مس در کشور زامبیا می‌باشد. در این مقاله، محققان، به طور ویژه پویایی قدرت را در روابط ذینفع مورد بررسی قرار می دهند. محققین روابط ذینفع را بر اساس میزان برتری ذینفع و توان همکاری خلاق مورد تحلیل و ارزیابی قرار می دهند و ۴۳ مصاحبه انجام شده با ذینفعان مختلف در بخش استخراج مس در کشور زامبیا در نظر قرار خواهد گرفت. این پژوهش به ناهمگونی های جدی در روابط بین دولت، جامعه مدنی و شرکت های معدنی پی برد که در اثر عوامل مختلفی مانند دسته بندی بین ذینفعان اصلی تشدید می شوند. با این وجود، علیرغم این ناهمگونی ها، برخی فعالیت های محدود امکان پذیر هستند، مانند جامعه مدنی که ذینفعان غیر فعال گذشته را به همکاری می پذیرد تا برتری خود را افزایش دهد و دولت را تقویت نماید. این مقاله نقش ویژه ای را در ادبیات روابط ذینفعان اصلی که شکل دهنده مسئولیت اجتماعی شرکتی در کشورهای در حال توسعه می باشد، ایفا می کند. این پژوهش، این مباحث را در یکی از صنایع اصلی کشور زامبیا، بخش استخراج مس که اقتصاد به آن بسیار وابسته است مورد بررسی قرار می دهد. در زمینه تشریح روابط بین ذینفعان اصلی و تاثیر آنها بر اقدامات مسئولیت اجتماعی شرکتی در صنعت استخراج مس در کشور زامبیا، ما ناهمگونی های زیادی را در قدرت و رابطه بین شرکت های معدنی و دولت دیدیم. این ناهمگونی با وجود دخالت های پیوسته جامعه مدنی همچنان ادامه یافته اند و تحت پوشش موضوع شراکت متناسب در توافقات امضا شده توسط شرکت های معدنی و دولت قرار داشته اند. موضوعاتی از قبیل تقسیم بندی در دولت و جامعه مدنی، این ناهمگونی ها را تشدید کرده اند. با توجه به این پیش زمینه، پژوهش ما برای گسترش ادبیات در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکتی در کشورهای در حال توسعه به صورت زیر ادامه یافت. در ابتدا، تاکید ما بر پیچیدگی روابط بین ذینفعان اصلی در صنعت مس کشور زامبیا، شرکت ها را در مرکز تحلیل و ارزیابی قرار نداد. در عوض، ذینفعان مختلف در ارتباط با یکدیگر محسوب شده و یک شبکه پیچیده از روابط محلی در نظر قرار داده شد.

این پژوهش با توجه به توضیحات داده شده به دنبال رفع خلاءهای پژوهشاتی موجود است و در این مسیر تلاش می‌کند به سوال اصلی این پژوهش پاسخ دهد که آیا عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت بر عدم تقارن اطلاعاتی در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تاثیر دارد؟

۲- روش پژوهش

پژوهش حاضر را از نظر دسته بندی تحقیقها بر حسب نحوه گردآوری داده‌ها از نوع علی و پسا رویدادی می‌باشد. همچنین با توجه به تقسیم‌بندی تحقیقات از نظر هدف، پژوهش حاضر از نوع کاربردی است. روش تحقیق، همبستگی می باشد، یعنی بررسی وجود رابطه و همبستگی بین متغیرها از طریق رگرسیون، و روش شناسی تحقیق از نوع پس رویدادی (با استفاده از اطلاعات گذشته) می‌باشد. در این تحقیق برای بررسی و آزمون فرضیه های پژوهش استفاده از رگرسیون خطی سری زمانی از نوع رگرسیونهای ترکیبی است. از آزمون هاسمن برای تعیین نوع برآورد مدل با اثرات ثابت یا اثرات تصادفی استفاده خواهد شد. نرم افزار مورد استفاده در این پژوهش نرم افزار Eviews خواهد بود.

برای انتخاب جامعه آماری، به شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران رجوع شده است زیرا، اولاً: اطلاعات شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران توسط حسابرسان رسمی معتمد سازمان بورس و اوراق بهادار حسابرسی می شود، بنابراین نسبت به اطلاعات سایر شرکت ها از قابلیت اتکاء بالاتری برخوردار است. ثانیاً، دسترسی به اطلاعات این شرکت‌ها نسبت به اطلاعات سایر شرکت‌ها آسان تر است. جامعه آماری پژوهش کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در بین سال های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۹ می باشد که اطلاعات مالی مورد نیاز به ویژه صورت های مالی، گزارش حسابرسان مستقل و یادداشت‌های همراه صورت های مالی به منظور استخراج داده های مورد نیاز در دسترس باشند. به علت گستردگی حجم آماری جامعه و وجود برخی ناهماهنگی ها میان اعضاء جامعه، شرایط زیر برای انتخاب نمونه آماری قرار داده شده که شامل موارد زیر است:

- ۱- این شرکت ها باید قبل از سال ۱۳۹۲ در بورس حضور داشته و از ابتدای سال ۱۳۹۹ سهام آنها در بورس مورد معامله قرار گیرد.
 - ۲- پایان سال مالی شرکت ۲۹ اسفند ماه باشد.
 - ۳- شرکت ها در طول این سال ها (دوره مورد بررسی) تغییر سال مالی نداده باشند.
 - ۴- طی قلمرو زمانی تحقیق نماد معاملاتی شرکت فعال و بیش از ۶ ماه در سال توقف نماد معاملاتی نداشته باشد.
 - ۵- طی سال های مالی مذکور از بورس خارج نشده باشند.
 - ۶- نوع فعالیت شرکت تولیدی بوده و شرکت ها جزء بانک ها و سایر مؤسسات مالی، شرکت های سرمایه‌گذاری و واسطه‌گری و هلدینگ و لیزینگ نباشد، زیرا نحوه گزارشگری مالی و ماهیت درآمدها و هزینه ها در آنها متفاوت است.
 - ۷- اطلاعات کامل هر یک از شرکت های مورد مطالعه طی قلمرو زمانی تحقیق موجود باشد.
- بنابراین با اعمال محدودیت های فوق، شرکت های نمونه آماری پژوهش دارای ویژگی های یکسانی خواهند شد که از میان جامعه آماری به دست آمده، نمونه آماری پژوهش حاضر به صورت هدفمند و با روش حذف سیستماتیک انتخاب خواهند شد. نمونه آماری این پژوهش داده های مربوط به ۸۴ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بین سالهای (۱۳۹۲ تا ۱۳۹۹) می‌باشد. برای تعیین حجم نمونه از روش غربالگری سیستماتیک استفاده خواهد شد.
- در این پژوهش برای جمع آوری اطلاعات از روشهای کتابخانه ای استفاده خواهد شد. از روشهای کتابخانه ای جهت گردآوری اطلاعات در زمینه مبانی نظری و ادبیات پژوهش موضوع، از منابع کتابخانه‌ای، مقالات و کتاب‌های مورد نیاز استفاده شده است و همین طور برای بدست آوردن اطلاعات آماری از سایت بورس اوراق بهادار تهران و نرم افزار رهاورد نوین استفاده خواهد شد. از آزمون رگرسیون و همبستگی و نرم افزار Eviews برای تجزیه و تحلیل داده ها استفاده خواهد شد و داده ها در دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی تجزیه و تحلیل خواهند شد که در بخش آمار توصیفی از شاخصهای پراکندگی، میانگین، میانه، مد و

نمودارهای مربوط به آمار توصیفی، واریانس، انحراف معیار و ... استفاده خواهد شد و در قسمت آمار استنباطی از آزمونهای کلموگروف اسمیرنوف برای آزمون نرمال بودن متغیرها و از آزمون همبستگی و رگرسیون برای بررسی رابطه بین متغیرها استفاده خواهد شد.

۳- یافته‌ها

آمار توصیفی متغیرهای تحقیق

در بخش آمار توصیفی، تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از شاخص‌های مرکزی هم‌چون میانگین و میانه و شاخص‌های پراکندگی انحراف معیار، چولگی^۲ و کشیدگی^۳ انجام پذیرفته است. در این ارتباط میانگین، اصلی‌ترین شاخص مرکزی بوده و متوسط داده‌ها را نشان می‌دهد، به طوری که اگر داده‌ها بر روی یک محور به صورت منظم ردیف شوند، مقدار میانگین دقیقاً نقطه تعادل یا مرکز ثقل توزیع قرار می‌گیرد. انحراف معیار از پارامترهای پراکندگی بوده و میزان پراکندگی داده‌ها را نشان می‌دهد. چولگی نیز از پارامترهای تعیین انحراف از قرینگی بوده و شاخص تقارن داده‌هاست. در صورتی که جامعه از توزیع متقارن برخوردار باشد، ضریب چولگی مساوی صفر، در صورتی که جامعه چوله به چپ باشد، ضریب چولگی منفی و در صورتی که دارای چوله به راست باشد، ضریب چولگی مثبت خواهد بود. کشیدگی نیز شاخص سنجش پراکندگی جامعه نسبت به توزیع نرمال می‌باشد (مومنی و قیومی، ۱۳۹۰). خلاصه وضعیت آمار توصیفی مربوط به متغیرهای مدل پس از غربالگری و حذف داده‌های پرت^۴ به کمک نرم افزار Eviews10 در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱: شاخص‌های آمار توصیفی داده‌ها

| متغیرها | تعداد | میانگین | انحراف معیار | چولگی | کشیدگی | حداقل | حداکثر |
|-----------------------------|-------|---------|--------------|-------|--------|-------|--------|
| عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت | ۸۴ | ۰,۳۳۹ | ۰,۲۲۱ | ۲,۷۱ | ۰,۹۵۴ | ۰,۰۱۶ | ۰,۸۸۴ |

بر اساس نتایج آمار توصیفی که در جدول فوق ارائه شده است:

داده‌های متغیر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت مربوط به ۸۴ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بوده که با میانگین ۰,۳۳۹، حداقل ۰,۰۱۶، حداکثر ۰,۸۸۴، انحراف معیار ۰,۲۲۱، چولگی ۲,۷۱ و کشیدگی ۰,۹۵۴ می‌باشد.

آزمون فرضیه تحقیق: عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت بر عدم تقارن اطلاعاتی تاثیر معنی‌داری دارد.

هدف از آزمون فرضیه اول بررسی تاثیر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت بر عدم تقارن اطلاعاتی و فرضیه آماری آن به صورت زیر تعریف می‌شود:

H_0 : عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت بر عدم تقارن اطلاعاتی تاثیر معنی‌داری ندارد.

H_1 : عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت بر عدم تقارن اطلاعاتی تاثیر معنی‌داری دارد.

^۲- Skewness

^۳- Kurtosis

^۴ داده‌های پرت (outliers) مشاهداتی هستند که در فاصله دورتری از سایر داده‌ها قرار گرفته و مقادیر آن‌ها نسبت به مقادیر دیگر در بین مجموعه داده‌ها بزرگ‌تر یا کوچک‌تر است. داده‌های پرت می‌تواند بر تحلیل‌های آماری اثرات نامطلوبی از قبیل افزایش واریانس خطا، کاهش توان آزمون، برهم زدن توزیع نرمال داده‌ها و برآورد اریب پارامترها بگذارد و لازم است محقق پس از شناسایی آن‌ها در جهت حذف آن‌ها تصمیم‌گیری نماید.

$$\begin{cases} H_0 : \beta_1 = 0 \\ H_1 : \beta_1 \neq 0 \end{cases}$$

جدول ۲: آزمون همبستگی عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت و عدم تقارن اطلاعاتی

| عدم تقارن اطلاعاتی | عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت | |
|--------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| -۰,۳۸۶ | ۱ | عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت |
| ۱ | -۰,۳۸۶ | عدم تقارن اطلاعاتی |
| | ۰,۰۰۰ | سطح معنی داری |

همانطوری که ملاحظه می شود که ضریب همبستگی بین این دو متغیر یعنی عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت و عدم تقارن اطلاعاتی $-۰,۳۸۶$ و شاخص معنی داری $۰,۰۰۰$ می باشد که منفی بودن این مقادیر نشان دهنده رابطه منفی یا معکوس بین متغیرها و با توجه به مقدار سطح معنی داری که کمتر از ۱ درصد می باشد فرض H_1 تأیید و وجود رابطه معکوس و معنادار در سطح خطای ۱ درصد تأیید می شود. یعنی بین عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت و عدم تقارن اطلاعاتی رابطه معناداری منفی یا معکوسی در سطح ۹۹ درصد وجود دارد و بنابراین فرضیه اول تأیید می شود.

همانطوری که ملاحظه گردید متغیر مستقل عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه خطی معکوس با متغیر وابسته عدم تقارن اطلاعاتی دارند (یعنی اینکه با افزایش متغیر مستقل مقدار متغیر وابسته کاهش می یابد). همچنین این رابطه ها در سطح خطای ۱ درصد معنادار می باشند.

جدول ۳: آزمون رگرسیون (F لیمر)

| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
|----------|-------------|------------|-------------|--------|
| C | -0.065637 | 0.045743 | -1.434914 | 0.1518 |
| CSR | 0.323607 | 0.038738 | 8.353658 | 0.0000 |
| LEV | -0.147045 | 0.024388 | -6.029352 | 0.0000 |
| SIZE | 0.013427 | 0.003006 | 4.466967 | 0.0000 |
| BM | -8.93E-06 | 4.56E-06 | -1.960234 | 0.0504 |

Effects Specification

Period fixed (dummy variables)

| | | | |
|--------------------|----------|-----------------------|-----------|
| R-squared | 0.269117 | Mean dependent var | 0.098876 |
| Adjusted R-squared | 0.256936 | S.D. dependent var | 0.141918 |
| S.E. of regression | 0.122335 | Akaike info criterion | -1.346411 |
| Sum squared resid | 9.877470 | Schwarz criterion | -1.265870 |
| Log likelihood | 464.3940 | Hannan-Quinn criter. | -1.315218 |
| F-statistic | 22.09247 | Durbin-Watson stat | 1.598487 |
| Prob(F-statistic) | 0.000000 | | |

نتایج آزمون رگرسیون نشان می دهد که تاثیر منفی یا معکوس معنی دار در سطح ۹۹ درصد بین عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت و عدم تقارن اطلاعاتی وجود دارد. به عبارت دیگر هر چقدر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت بیشتر شود یا روند صعودی داشته باشند، عدم تقارن اطلاعاتی نیز کمتر شده یا روند نزولی خواهد داشت. همان طور که در جدول بالا مشاهده می شود، مقدار دوربین - واتسون برابر با ۱,۵۹ شده است. بنابراین فرض استقلال خطاها برای آزمون رگرسیون تایید می گردد و نتایج این رگرسیون قابل قبول و معتبر است. ضریب تبیین مدل رگرسیون این فرضیه برابر با ۰,۲۶۹ شده است که نشان می دهد که مدل رگرسیونی برآورد شده توانایی پیش بینی ۲۶,۹ درصد از تغییرات متغیر وابسته را دارا می باشد.

خطاها دارای توزیع نرمال با میانگین صفر هستند، بنابراین فرض نرمال بودن خطاها تایید می گردد و در نتیجه این آزمون رگرسیون از اعتبار برخوردار بوده و نتایج آن قابل قبول خواهد بود. بر اساس جداول بالا می توان نتیجه گرفت که با اطمینان ۹۹ درصد عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت متغیر مناسبی برای عدم تقارن اطلاعاتی می باشند. بنابراین الگوی رگرسیونی انتخاب شده بصورت زیر می باشد:

$$Y = -0.65637 - 0.323607X1 - 0.147045X2 - 0.013427X3 - 0.008X4$$

در این مدل:

Y = عدم تقارن اطلاعاتی

$X1$ = عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت

$X2$ = اهرم مالی

$X3$ = اندازه شرکت

$X4$ = نسبت ارزش بازاری به ارزش دفتری

و ۰,۶۵۶۳۷ - عدد ثابت معادله می باشد.

۴- نتیجه گیری

داده های متغیر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت مربوط به ۸۴ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بوده که با میانگین ۰,۳۳۹، حداقل ۰,۰۱۶، حداکثر ۰,۸۸۴، انحراف معیار ۰,۲۲۱، چولگی ۲,۷۱ و کشیدگی ۰,۹۵۴ می باشد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر یعنی عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت و عدم تقارن اطلاعاتی ۰,۳۸۶ - و شاخص معنی داری ۰,۰۰۰ می باشد که منفی بودن این مقادیر نشان دهنده رابطه معکوس بین متغیرها و با توجه به مقدار سطح معنی داری که کمتر از ۱ درصد می باشد فرض H_1 تائید و وجود رابطه معکوس و معنادار در سطح خطای ۱ درصد تائید می شود. یعنی بین عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت و عدم تقارن اطلاعاتی رابطه معناداری منفی یا معکوسی در سطح ۹۹ درصد وجود دارد و بنابراین فرضیه اول تایید می شود. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش های انجام شده توسط رحیمی (۱۴۰۰)، عبدالرحیمیان و همکاران (۱۴۰۰)، گلچین و همکاران (۱۳۹۹)، شهرابی فراهانی و همکاران (۱۳۹۹)، کاظم پور و همکاران (۱۳۹۹)، امیدوی منش (۱۳۹۹)، ایجاز الرحمن و همکاران (۲۰۲۰)، فیری و همکاران (۲۰۱۹)، خلیل و همکاران (۲۰۱۹)، فیری و همکاران (۲۰۱۹)، نینیمایی (۲۰۱۸) و چوی و همکاران (۲۰۱۳) همسو و در یک راستا می باشد.

به مدیران پیشنهاد می گردد در جهت پاسخگویی به انتظارات اجتماعی از سازمان ها و کاهش نابرابری اطلاعاتی، سیاست های لازم و مؤثر مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکتها را توسعه دهند.

۲. این نتایج نهادهای قانون گذار و استاندارد گذاران را به لزوم تدوین استانداردها، آیین نامه و بکارگیری اقدامات لازم در الزام شرکت ها برای توجه ویژه بر مسئولیت اجتماعی در راستای شفافیت و پاسخگویی به ذینفعان خود در قبال عملکردشان و کاهش شرایط عدم اطمینان، قادر می سازد.

منابع

۱. اصلانی، علی. خدابخشی، ناصر. حسین پور، غلامرضا. (۱۳۹۳). بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی بر کیفیت سود شرکت های گروه محصولات شیمیایی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. اولین کنفرانس اقتصاد و مدیریت کاربردی با رویکرد ملی.
 ۲. جلیلی، صابر و قیصری، فرزاد. (۱۳۹۳). بررسی ارتباط بین کیفیت سود و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، دانش حسابرسی، سال چهاردهم دوره چهارم، شماره ۵۷، صص ۱۴۷-۱۷۰.
 ۳. عبدالرحیمیان، محمدحسین و دوره گیران یزد، حمیدرضا، ۱۴۰۰، تاثیر تمرکز مالکیت و درصد مالکیت دولتی بر نقاط ضعف کنترل داخلی در شرکت ها، هشتمین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری، شیروان.
 ۴. نقیبه، سعید. ملک زاده، غلام. (۱۳۹۳).، ارائه مدلی به منظور بررسی نقش مسئولیت اجتماعی در ارزیابی عملکرد مؤسسات کوچک و متوسط (مطالعه موردی: مراکز آموزش عالی غیرانتفاعی مشهد)، سومین کنفرانس ملی حسابداری و مدیریت، تهران، موسسه اطلاع رسانی نارکیش.
1. Booze, Y. Bozec, R. (2007). Ownership concentration and corporate governance practices: substitution or expropriation effects?. *Canadian Journal of Administrative Sciences / Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 24 (3), 182 – 195.
 2. Chioun, Jeng-Ren, Lin, & Yi-Hua, (2005). The Structure of Corporate Ownership: A Comparison of China and Taiwan's Security Markets. *The Journal of American Academy of Business*, Cambridge. 6(2), 123-127.
 3. Cormier, D. Aerts, W. Ledoux, M-J and M, Magnan. (2009). "Attributes of Social and Human Capital Dislosure and Information Asymmetry between Managerees and Investors". *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 26(1): 71-88.
 4. Cornett, Marcia Millon, Marcus, Alan, Tehranian, Hassan and Saunders, Anthony (2007). " The impact of institutional ownership on corporate operating performance", *Journal of Banking & Finance* ,31 (2007) 1771–1794.
 5. Garcia-Meca, E. and Sanchez-Ballesta, J.P. (2010) The Association of Board Independence and Ownership Concentration with Voluntary Disclosure: A Meta-Analysis. *European Accounting Review*, 3, 603-627.
 6. Khan, M. H. U. Z. 2010. The effect of corporate governance elements on corporate social responsibility ((CSR)) reporting: Empirical evidence from private commercial banks of Bangl.
 7. Li, K., and X. Zhao. (2008). "Asymmetric Information and Dividend Policy". *Financial Management*, 37(4): PP 673-694.
 8. Navissi, Farshid; Naiker, Vic (2006). Institutional Ownership and corporate value, *Managerial Finance* 32 (3): 247-256.
 9. Yao, K.N. (2018) Cost Stickiness, Ownership Concentration and Enterprise Risk—Empirical Evidence from Chinese Listed Manufacturing Companies. *American Journal of Industrial and Business Management*, 8, 163-173.