

بررسی رابطه بین عضویت در گروه های تجاری و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت

ابراهیم شمردی ۱ محمدرضا عبدلی ۲ محمد علی قزل سوفلو ۳

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، موسسه آموزش عالی شمس گنبد، گنبد، ایران

۲. دانشیار گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شاهرود، شاهرود، ایران

۳. مدرس و هیئت علمی گروه حسابداری، موسسه آموزش عالی شمس گنبد، گنبد، ایران

چکیده

یکی از ویژگی‌های قابل توجه اقتصادهای نوظهور، نقش با اهمیت گروه‌های تجاری است. هدف از این پژوهش بررسی رابطه بین عضویت در گروه های تجاری و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت بود. در این پژوهش برای جمع آوری داده‌ها و اطلاعات مورد نیاز، ابتدا از روش کتابخانه‌ای و مطالعات اسنادی استفاده می‌شود که براین اساس، مبانی نظری و ادبیات پژوهش از کتب و مجلات تخصصی لاتین و و یادداشت‌های توضیحی شرکت‌های منتخب، لوح های فشرده آرشیو تصویری و آماری سازمان بورس اوراق بهادار تهران فارسی گردآوری می‌گردد. سپس داده‌های لازم برای آزمون فرضیه‌های تحقیق از طریق مراجعه به صورت‌های مالی، پایگاه اینترنتی بورس اوراق بهادار و دیگر پایگاه‌های مرتبط و نیز از نرم‌افزار ره‌آورد نوین و بانک جامع اطلاعات بورس استخراج می‌شود. به منظور بررسی رابطه‌ی بین متغیرها از نرم افزار Eviews استفاده شده است. یافته های حاصل از این پژوهش بیانگر این موضوع است که بین عضویت در گروه های تجاری و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نتایج نشان داد که شرکت‌های وابسته به گروه‌های تجاری به دلیل نگرانی کمتر نسبت به منافع مالی کوتاه مدت، از انگیزه‌های بیشتری برای گزارشگری پایداری برخوردارند.

واژگان کلیدی: عضویت در گروه های تجاری، مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت، بورس اوراق بهادار تهران

مقدمه

هدف اصلی سرمایه گذاران از سرمایه گذاری در سهام شرکت ها کسب سود است که این امر از طریق شناسایی قیمت صحیحی از بازار سهام به دست می آید، ولی گاهی شناسایی قیمت صحیح شرکت ها بدون توجه به روندهای بازار کمکی به کسب سود سهامداران نمی نماید. بازارها عموماً روندها متفاوتی به خود می گیرند از رسیدن به بالاترین قیمت در حباب قیمت تا رسیدن به کف قیمت. گاهی در بازار شاهد هستیم که قیمت سهم برخی از شرکت ها ناگهان به زیر قیمت واقعی آنها می رسد و سهامداران بدون شناخت سهام را در صف فروش قرار می دهند(شاهینی، ۱۳۹۲).

امروزه بسیاری از صاحب نظران معتقدند که به دلایلی همچون خصوصی سازی و انتقال قدرت اقتصادی از دولت ها به سازمان ها و در نتیجه، کوچک شدن دولت ها، برای حل مشکلات اجتماعی و زیست محیطی، دولت ها دارای منابع و قدرت لازم نیستند و سازمانها باید دولت ها را در این زمینه یاری نماید. اگرچه در سالهای اخیر، در سطح جهان، پیشرفت های قابل ملاحظه ای در زمینه ی مسئولیت اجتماعی شرکتها صورت گرفته و مدیران و سازمانها توجه زیادی به این مفهوم می کنند، اما مدیران و سازمان های ایرانی با این مفهوم تاحدودی بیگانه اند. شاید یکی از دلایل این فقدان پیشرفت در ایران، اقتصاد دولتی باشد، اما می توان گفت که نوع نگرش و بینش مدیران ارشد سازمانها به این مقوله نیز در آن بی تأثیر نبوده است. تحقیق حاضر به بررسی رابطه بین عضویت در گروه های تجاری و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می پردازد. یک گروه تجاری یک ساختار سازمانی شایع در سراسر جهان، به ویژه در بازارهای در حال ظهور است. این ائتلافی از شرکت ها است که از نظر قانونی جدا هستند اما توسط یک شرکت کنترل کننده مستقیم یا غیرمستقیم از طریق ارتباطات اقتصادی یا اجتماعی به هم متصل می شوند. تأثیر گروه های تجاری را بر عملکرد مالی شرکت های عضو خود بررسی کرده اند، اما تأثیر عملکرد گروه های عضو در شرکت های عضو در مسئولیت اجتماعی شرکت هنوز مورد بررسی قرار نگرفته است. این مطالعه قصد دارد با بررسی عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت های وابسته به گروه های تجاری، خلا را پر کند. با توجه به علاقه روزافزون به مسئولیت اجتماعی شرکت در سراسر جهان، درک چگونگی گروه های تجاری، ساخت اقتصادی همه گیر در بازارهای نوظهور (به عنوان مثال، برزیل، شیلی، چین، هند، اندونزی، مکزیک، پاکستان و تایلند) و همچنین در برخی از کشورها مهم است. کشورهای پیشرفته مانند ایتالیا و سوئد، شرکت های عضو را از این جنبه تحت تأثیر قرار می دهند. ما تصمیم می گیریم که مطالعه را در زمینه بورس ایران انجام دهیم، زیرا فضای ویژه نهادی این کشور فرصت های زیادی را برای بررسی گروه های تجاری و مسائل مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکت در اختیار محققان قرار می دهد. با این حال، تاکنون هیچ مدرک سیستمی وجود ندارد که نشان دهد آیا گروههای تجاری در مسئولیت اجتماعی شرکت عملکرد بهتر یا بدتری نسبت به شرکتهای مستقل دارند. از نظر دانش ما، این مطالعه برای اولین بار است که نمونه گسترده ای از شواهد تجربی را در مورد این مسئله مهم ارائه می دهد(منگ منگ جئو وهمکاران^۱ (۲۰۱۹)).

در طی چند دهه گذشته و با افزایش سطح نگرانی ها و آگاهی نسبت به نیاز به توسعه پایدار و همچنین برآورده ساختن انتظارات ذینفعان، شرکت ها هدف خود را از به حداکثر رساندن سود به بهینه ساختن اهداف سه گانه، یعنی زیست محیطی، اجتماعی و اقتصادی تغییر داده اند. شرکت ها با بهره گیری از راهبرد پایداری زیست محیطی و انجام نو آوری های مختلف از جمله کاهش انتشار کربن و آلودگی، بازیافت منابع طبیعی و حفاظت از منابع انرژی، آب و دیگر منابع طبیعی اقدام به مشارکت در امر حفاظت از محیط زیست نموده، به این ترتیب اقدام به خلق ارزش زیست محیطی می نمایند. در بحث ایجاد ارزش اجتماعی نیز شرکت ها با اتخاذ راهبرد پایداری اجتماعی و انجام پروژه هایی در جهت کاهش فقر، عدالت و برابری اجتماعی و جنسیتی در توسعه و سلامت جامعه مشارکت می نمایند. این دو راهبرد در کنار راهبردهای اقتصادی، زمینه تشکیل راهبرد پایداری شرکت و دستیابی

1. Meng meng Guo et al

به اهداف سه گانه گزارشگری پایداری را فراهم می سازند. از سوی دیگر گروه های تجاری از جمله پدیده هایی است که در اقتصادهای نوظهور، اقتصادهای توسعه یافته و اقتصاد ایران نقش مهمی ایفا می کند اگر چه اهمیت گروه های تجاری در تحقیقات پیشین به طور تجربی اثبات شده است. اما درک اقتصاددانان از عملکرد گروه های تجاری هنوز هم ناچیز است. عضویت در گروه های تجاری می تواند پیامدهای مثبت زیادی برای شرکت ها در پی داشته باشد که از جمله آنها می توان به کاهش مسائل نمایندگی و عدم تقارن اطلاعاتی، نظارت مؤثر بر رفتار مدیران انعطاف پذیری بیشتر در تصمیم گیری ها، مشکلات کمتر نقدینگی و سهولت تأمین مالی اشاره نمود. علاوه بر این، اعتقاد بر این است که گروه های تجاری در انجام سرمایه گذاری های تکنولوژیکی، سازمانی و مالی در بخش حفاظت از محیط زیست و حمایت از نیازهای اجتماعی جوامع موجود در مناطق حوزه فعالیت آن شرکت ها نقش تعیین کننده ای داشته باشند (رضایی پسته نوئی و صفری گرایلی، ۱۳۹۸). بر پایه ادبیات موجود و مزایای متعدد عضویت در گروه های تجاری، انتظار می رود که گروه های تجاری و شرکت های وابسته به آنها، نگرانی کمتری نسبت به منافع کوتاه مدت داشته، با مشارکت فعال در امر توسعه پایدار، نقش بسزایی در رشد اقتصادهای نوظهور داشته باشند. این موضوع علاوه بر بهبود وجهه عمومی گروه های تجاری و شرکت های وابسته به آنها در بین ذینفعان، منافع بلند مدتی را هم به دنبال داشته که تا حد زیادی به نفع جامعه نیز خواهد بود بر این اساس، انتظار می رود که عضویت در گروه های تجاری موجب بهبود سطح مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها گردد. با وجود این در عمده مطالعات داخلی صورت گرفته، این موضوع نادیده انگاشته شده است و یک فضای خالی در ادبیات حسابداری و گزارشگری مالی برای تحقیق در این باره وجود دارد که این خود، انگیزه ای جهت انجام این پژوهش است. با توجه به مطالب ذکر شده، این سؤال در ذهن نگارنده این پژوهش نقش می بندد که آیا بین عضویت در گروه های تجاری و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران رابطه معناداری وجود دارد؟

اهمیت و ضرورت انجام پژوهش

یکی از ویژگی های قابل توجه اقتصادهای نوظهور، نقش با اهمیت گروه های تجاری است. خانا و ریو کین^۲ (۲۰۰۱) تعریفی از گروه های تجاری ارائه کرده و بیان می کنند که گروه های تجاری به عنوان «مجموعه ای از شرکت ها تعریف می شوند که هر چند از نظر قانونی مستقل هستند، اما با یکدیگر روابط رسمی و غیر رسمی دارند و به یکسری اقدامات هماهنگ عادت کرده اند». خانا و پالیو^۳ (۲۰۰۰) استدلال می کنند که گروه های تجاری با این هدف ایجاد می شوند تا به عنوان یک واکنش به محیط سازمانی ضعیف در اقتصادهای در حال ظهور باشند. در اقتصادهای در حال ظهور، معاملات مالی می تواند به دلیل حمایت از سرمایه گذاران، اجرای قراردادهای، ارتباطات و افشای پرهزینه اطلاعات انجام گیرد. از نظر قانونی گروه تجاری در استانداردهای حسابداری ایران تعریف شده است. بند ۴ استاندارد شماره ۱۸ گروه تجاری را به عنوان واحد تجاری اصلی و واحدهای فرعی آن تعریف می کند. در تعریف گروه تجاری از دو واژه واحد تجاری اصلی و واحد تجاری فرعی استفاده گردیده است. بند ۴ استاندارد ۱۸ و بند ۹ استاندارد ۱۹، واحد تجاری اصلی را به عنوان یک واحد تجاری که دارای یک یا چند واحد فرعی است و واحد تجاری فرعی را به عنوان یک واحد تجاری که تحت کنترل واحد تجاری دیگری (واحد تجاری اصلی) است، تعریف می کنند (کمیته تدوین استانداردهای حسابداری ایران، ۱۳۹۰).

عضویت در گروه های تجاری باعث ایجاد نوعی اطمینان در شرکت های وابسته خصوصاً شرکت های کوچک تر شده، آنها را در برابر هر گونه اقدام برای تصاحب مالکیت شرکت ها حفظ می کند و همچنین، نگرانی آنها را نسبت به منافع مالی کوتاه مدت کاهش می دهد. این نگرانی کمتر نسبت به منافع کوتاه مدت یکی از اصلی ترین ویژگی هایی است که باعث تمایز شرکت های

2 . Khanna, T., Rivkin

3 . Khanna, T., Palepu

عضو گروه های تجاری از سایر شرکت ها می شود. از سوی دیگر، گزارشگری پایداری شرکت که به مسائل زیست محیطی و اجتماعی می پردازد؛ مستلزم صرف منابع ارزشمندی است که ممکن است کاهش منافع کوتاه مدت را در پی داشته باشد. بنابراین، حساسیت کمتر گروه های تجاری نسبت به اهداف مالی کوتاه مدت باعث تشویق شرکت های عضو گروه به گزارشگری پایداری می شود (رأی و رای چادوری، ۲۰۱۸). علاوه بر این، بر اساس رویکرد شبکه ای، عضویت در گروه های تجاری به شرکت ها این امکان را می دهد تا از مزایای دسترسی به منابعی نظیر دانش تکنولوژیکی، منابع گسترده فناوری، منابع مشهود کمیاب و دانش و اطلاعات موجود در گروه های تجاری بهره مند گشته و ارتباطات بیشتری با سایر شرکت های مستقل دارای تخصص لازم در مسائل زیست محیطی و اجتماعی، داشته باشند. با توجه به مطالب مطرح شده، هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه بین عضویت در گروه های تجاری و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت می باشد. با توجه به مطالب مطرح شده سوال اصلی این پژوهش این است که آیا بین عضویت در گروه های تجاری و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران رابطه معناداری وجود دارد؟

پیشینه تحقیق

پیشینه داخلی

رضایی پیتته نوئی و صفری گرایلی (۱۳۹۸) در پژوهشی به بررسی تأثیر عضویت در گروه های تجاری بر سطح گزارشگری پایداری شرکت ها مورد بررسی قرار گرفت. برای سنجش سطح گزارشگری پایداری شرکت ها از چک لیست سازمان گزارشگری جهانی (GRI) استفاده شد. فرضیه تحقیق نیز توسط نمونه ای متشکل از ۱۰۲ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۶ و با بهره گیری از الگوی رگرسیون چندمتغیره مبتنی بر تکنیک داده های ترکیبی مورد بررسی قرار گرفت. نتایج پژوهش نشان می دهد که عضویت در گروه های تجاری موجب بهبود سطح گزارشگری پایداری شرکت ها می گردد. همچنین نتایج تجزیه و تحلیل اضافی حاکی از آن است که در شرکت های بزرگ تر، رابطه بین عضویت در گروه های تجاری و سطح گزارشگری پایداری قوی تر است.

یبلویی خمسلویی و همکاران (۱۳۹۷) تأثیر میزان شاخص های پایداری افشاء شده بر کیفیت سود شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۴ را مورد بررسی قرار دادند. یافته های پژوهش نشان داد که میزان شاخص های پایداری افشاء شده به صورت جامع تأثیر مثبت و معناداری بر کیفیت سود دارد.

معصومی و همکاران (۱۳۹۷) متغیرهای مؤثر بر میزان گزارشگری پایداری شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران را بررسی نمودند. نمونه آماری پژوهش شامل ۱۳۰ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بود. نتایج آزمون فرضیه های تحقیق بیانگر آن است که متغیرهای اندازه شرکت، نقدینگی، سهامداران نهادی و دوگانگی وظایف مدیر عامل بر میزان گزارشگری پایداری شرکت ها تأثیر معناداری دارند. همچنین عمر شرکت، دارایی نامشهود و استقلال هیات مدیره بر میزان گزارشگری پایداری شرکت ها تأثیر معناداری ندارند.

- رحمانی (۱۳۹۷) در پژوهشی به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و هزینه سرمایه در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته شده است. جامعه آماری در این تحقیق شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی سال ۱۳۹۳ الی ۱۳۹۷ میباشد. برای تجزیه و تحلیل از مدل پنل دیتا استفاده شده است. سه فرضیه در تحقیق مورد بررسی قرار گرفتند. فرضیه اول به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و هزینه سرمایه شرکت با توجه به عامل اندازه پرداخته است که فرضیه اول مبنی بر وجود رابطه تایید گردیده است. فرضیه دوم به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و هزینه سرمایه شرکت با توجه به عامل فرصت رشد پرداخته است که فرضیه دوم مبنی بر وجود رابطه تایید گردیده است. فرضیه سوم به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و هزینه سرمایه شرکت با توجه به عامل اهرم مالی پرداخته است که فرضیه سوم مبنی بر وجود رابطه تایید گردیده است.

فخاری و همکاران (۱۳۹۶) به ارائه الگویی برای رتبه بندی شرکت ها از لحاظ میزان گزارشگری زیست محیطی و اجتماعی و راهبری شرکتی ای اس جی) به روش تحلیل سلسله مراتبی در ایران پرداختند. داده های پژوهش به روش تحلیل محتوا از گزارش های مالی ۷۹ شرکت فعال صنایع مختلف طی سال های ۹۰ تا ۹۴، جمع آوری گردید. نتایج تحقیق نشان می دهد که ابعاد افشای اجتماعی، زیست محیطی و راهبری شرکتی به ترتیب دارای بیشترین امتیاز «ای اس جی» می باشند.

- پورعلی و حجامی (۱۳۹۶)، در پژوهشی که تحت عنوان بررسی رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی و مالکیت نهادی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی بازه زمانی ۱۳۸۵ تا ۱۳۸۹ پرداختند. آن ها ۶۰ شرکت را به عنوان نمونه آماری در نظر گرفتند. یافته های پژوهش آن ها حاکی از آن است که رابطه ی معنی دار منفی بین افشای مسئولیت اجتماعی، میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان، تولید و محیط زیست با مالکیت نهادی می باشد. این در حالی است که بین میزان افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی با مالکیت نهادی رابطه ی معنی داری وجود ندارد.

- جلیلی و قیصری (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان بررسی ارتباط بین کیفیت سود و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج تحقیق آن ها نشان داد که در مدل اقلام تعهدی اختیاری و مدل هزینه های تولیدی غیر عادی، بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و مدیریت سود رابطه مثبت غیر معنادار وجود داشته و در مدل وجوه نقد عملیاتی غیر عادی و مدل هزینه های اختیاری غیر عادی بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و کیفیت سود رابطه معناداری وجود دارد..

- حاجیها و شاکر (۱۳۹۴)، تحقیقی تحت عنوان بررسی تاثیر بی ثباتی سود و عدم شفافیت بر ریسک کاهش قیمت سهام در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران انجام دادند. آن ها تعداد ۱۲۴ شرکت در دوره زمانی ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۱ را مورد بررسی قرار دادند. جهت آزمون فرضیه ها از مدل رگرسیونی لجستیک استفاده کردند. یافته های آنها نشان داد که عدم شفافیت سود و بی ثباتی سود بر ریسک کاهش قیمت سهام تاثیر مثبت و معناداری دارد. در این پژوهش به منظور افزایش درجه اطمینان نسبت به نتایج حاصل از آزمون فرضیات، از روش داده های تلفیقی ایستا استفاده شده است و تخمین سیستم معاملات به کمک روش اقتصادسنجی حداقل مربعات تعمیم یافته انجام گردیده است. یافته های پژوهش آنان حاکی از رابطه ی معنادار منفی بین افشای مسئولیت اجتماعی، میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان، تولید و محیط زیست با مالکیت نهادی می باشد. این در حالی است که بین میزان افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی با مالکیت نهادی رابطه ی معناداری وجود ندارد.

- حاجیها و سرافراز (۱۳۹۳) به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت ها و هزینه حقوق صاحبان سهام در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. یافته های پژوهش آنان نشان داد که مسئولیت اجتماعی شرکت ها رابطه معکوس و معناداری با هزینه حقوق صاحبان سهام دارد. بنابراین مدیران با افزایش افشاگری در زمینه عملکرد اجتماعی، باعث کاهش در نرخ بازده مورد انتظار سرمایه گذاران (هزینه حقوق صاحبان سهام) شده، و هزینه های تامین مالی کمتری برای شرکت به ارمغان می آورند. به عبارت دیگر اطلاعات مسئولیت پذیری شرکت ها برای سرمایه گذاران محتوای اطلاعاتی دارد

- حجامی (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان بررسی رابطه بین افشای مسئولیت پذیری اجتماعی و مالکیت نهادی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، نشان داد که بین افشای مسئولیت پذیری اجتماعی در تمام ابعاد آن (مشارکت اجتماعی، محیط زیست، روابط کارکنان و ویژگی محصولات) با مالکیت نهادی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران رابطه منفی وجود دارد. بنابراین لازم است آن دسته از سرمایه گذاران نهادی که توجه به سودهای جاری و کوتاه مدت دارند به منظور به حداکثر رساندن سودآوری خود، اولویت را به سرمایه گذاری در شرکت هایی دهند که کمترین افشای مسئولیت اجتماعی را داشته باشند.

- حقیقت (۱۳۹۲)، در پژوهشی تحت عنوان، تأثیر سرمایه گذاران نهادی بر هم زمانی قیمت و ریسک سقوط قیمت سهام، استدلال می کند که سرمایه گذاران نهادی با توجه به مالکیت بخش قابل توجهی از سهام شرکت ها، از نفوذ قابل ملاحظه ای در شرکت های

سرمایه پذیر برخوردارند. حضور سرمایه گذاران نهادی ممکن است به تغییر رفتار شرکت ها منجر شود. این امر از فعالیت های نظارتی این سرمایه گذاران ناشی می شود. هدف از این پژوهش، بررسی تاثیر مالکیت نهادی بر هم زمانی قیمت و ریسک سقوط قیمت سهام می باشد. بدین منظور با استفاده از مدل رگرسیون به روش داده های ترکیبی، داده های ۹۵ شرکت از شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، طی دوره زمانی ۱۳۸۵ الی ۱۳۹۰ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. نتایج حاصل از آزمون فرضیه های پژوهش حاکی از آن است که وجود سرمایه گذاران نهادی در ساختار مالکیت بر هم زمانی قیمت و ریسک سقوط قیمت سهام تاثیر منفی دارد.

- خواجهی و دیگران (۱۳۹۰)، تحقیقی با عنوان بررسی رابطه بین مدیریت سود و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. یافته های پژوهش نشان داد که بین مسئولیت پذیری اجتماعی و مدیریت سود رابطه منفی وجود دارد.

- دیانتی دلمی و همکاران (۱۳۹۱)، به بررسی تأثیر مدیریت سرمایه در گردش بر کاهش احتمال ریسک ریزش قیمت سهام می پردازند. شواهد نشان می دهند، مدیریت سرمایه در گردش احتمال ریسک ریزش قیمت سهام را به صورت معناداری کاهش می دهد.

- دیانتی و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان، بررسی تاثیر سرمایه گذاران نهادی بر کاهش ریسک سقوط (ریزش) ارزش سهام، از سه مدل محاسبه تعداد دفعات ریزش قیمت سهام هاتن (۲۰۰۹) به منظور اندازه گیری ریزش قیمت سهام برای ۵۶ شرکت از شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در فاصله زمانی سال های ۱۳۸۹ الی ۱۳۹۰ استفاده شده است. نتایج این تحقیق نشان می دهد که وجود سرمایه گذاران نهادی احتمال رخ دادن سقوط قیمت سهام را به صورتی معنادار کاهش می دهد.

- عرب صالحی، صادقی و معین الدین (۱۳۹۲). در پژوهشی تحت عنوان رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، از طریق پرسشنامه ای که حاوی ۵۳ سوال در زمینه مسئولیت اجتماعی آن ها نسبت به مشتریان کارکنان، محیط زیست و نهادهای موجود در جامعه (نهادهای آموزشی، نهادهای فرهنگی، نهادهای ورزشی، سازمان های بهداشت بیمارستان ها، نهادهای خیریه، مراکز توان بخشی و غیره) است، اندازه گیری شد. از اطلاعات ۵۹ شرکت در طول سال های ۱۳۸۵ تا ۱۳۸۹ استفاده شد. نتایج این تحقیق نشان می دهد که عملکرد مالی با مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به مشتریان و نهادهای موجود در جامعه ارتباط دارد ولی عملکرد مالی با مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به کارکنان و محیط زیست رابطه معنی داری ندارد.

پیشینه خارجی

منگ منگ جئو و همکاران^۴ (۲۰۱۹) در پژوهشی به بررسی تأثیر وابستگی گروه های تجاری شرکت ها بر عملکرد آنها در مسئولیت اجتماعی شرکت ها (CSR) در چین را بررسی می کند. شرکت هایی که دارای وضعیت دوگانه عضویت در یک گروه تجاری و یک شرکت دولتی (SOE) هستند در عین حال عملکرد CSR ضعیف تری دارند. یافته های ما با این دیدگاه که مشارکت CSR یک استراتژی برای شرکت ها است تا مشروعیت سیاسی را از دولت دنبال کنند و به طور کلی از مردم مشروعیت می گیرند سازگار است. وابستگی گروه تجاری و هویت SOE با هم مشروعیت شرکت را دارند و نیاز آن را برای انجام فعالیت های CSR کاهش می دهند. در دسترس بودن داده ها: تمام داده های مورد استفاده در این مطالعه از منابع ذکر شده در متن در دسترس عموم است.

4. Meng meng Guo et al

رای و رای چادوری^۵ (۲۰۱۸) به بررسی ارتباط بین عضویت در گروه های تجاری و گزارشگری پایداری شرکت ها پرداختند. نمونه آماری این پژوهش شامل ۳۲۶ شرکت - سال مشاهده طی سالهای ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۵ بوده است. نتایج پژوهش حاکی از آن است که عضویت در گروه های تجاری باعث بهبود سطح گزارشگری پایداری شرکت ها می شود.

- شیخ^۶ (۲۰۱۸) در پژوهش خود به بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی بر اهرم مالی شرکتها پرداخت. با انتخاب نمونه ای از شرکت های آمریکایی طی سال های ۱۹۹۶ تا ۲۰۱۵؛ نتایج نشان داد که شرکت های با مسئولیت اجتماعی بالاتر، از اهرم مالی کمتری برخوردارند.

- اوینو و همکاران^۷ (۲۰۱۷)، در مطالعه ای با عنوان بررسی مسئولیت اجتماعی شرکت ها و عملکرد مالی به بررسی مسئولیت اجتماعی شرکت ها و عملکرد مالی ۵۰ شرکت مالزیایی پرداختند. تجزیه و تحلیل آن ها نشان داد که رابطه مثبت و تقریباً ضعیفی بین مسئولیت اجتماعی شرکت ها و عملکرد مالی وجود دارد. بنابراین آن ها ادعا کردند که گزارش فعالیت های اجتماعی شرکت ها باعث بهبود عملکرد مالی می گردد.

کازی و یار^۸ (۲۰۱۷) به بررسی عوامل تعیین کننده گزارشگری پایداری و تأثیر آن بر ارزش شرکت پرداختند. با انتخاب نمونه ای متشکل از ۲۹۷ شرکت حاضر در بورس سهام ترکیه، نتایج پژوهش بیانگر تأثیر مثبت گزارشگری پایداری بر کیفیت گزارشگری مالی و ارزش شرکت بود.

چیتور و همکاران^۹ (۲۰۱۵) به بررسی نقش گروه های تجاری در بازارهای سرمایه در حال توسعه پرداختند. نمونه آماری این پژوهش شامل ۱۰۴۵۳ شرکت- سال مشاهده طی سال های ۱۹۹۴ تا ۲۰۰۹ بوده است. نتایج پژوهش حاکی از آن است که عضویت در گروه های تجاری موجب بهبود عملکرد شرکت ها می گردد.

- آرشاد و رازاک^{۱۰} (۲۰۱۶)، در پژوهشی با عنوان افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی و عملکرد شرکت های مالزی پرداختند. نتایج این مطالعه نشان داد که افشای فعالیت های مسئولیت اجتماعی شرکت ها اثر قابل توجهی بر روی موفقیت شرکت ها دارد. همچنین ساختار مالکیت غالب باعث بهبود فعالیت های افشای مسئولیت اجتماعی می گردد.

- پریور و همکاران^{۱۱} (۲۰۱۵)، در پژوهش خود تحت عنوان " بررسی رابطه ی بین مدیریت سود و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت"، به این نتیجه رسیدند، که مدیریت سود بر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت تأثیر مثبت دارد و وجود همین رابطه ی مثبت بین این دو متغیر، باعث تأثیر منفی بر عملکرد مالی شرکت می شود.

چای و همکاران^{۱۲} (۲۰۱۴) به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت ها و مدیریت سود پرداختند. نتایج تحقیق آنان نشان داد که معیارهای مسئولیت اجتماعی شرکت ها منجر به کاهش مدیریت سود و بهبود کیفیت سود حسابداری شرکت ها می شود.

پاتنایک و همکاران^{۱۳} (۲۰۱۳) با انتخاب نمونه ای متشکل از ۲۵۱ شرکت سال مشاهده، تأثیر عضویت در گروه های تجاری بر شفافیت مالی شرکت ها را بررسی نمودند و به این نتیجه رسیدند که شرکت های عضو گروه تجاری از شفافیت کمتری برخوردارند.

منوس و همکاران^{۱۴} (۲۰۱۲) طی پژوهشی تأثیر عضویت در گروه های تجاری بر سیاست تقسیم سود شرکت های هندی را بررسی نمودند و دریافتند که در صد توزیع سود در شرکت های عضو گروه تجاری در مقایسه با شرکت های مستقل کمتر است.

5 . Ray, S., Ray Chaudhuri

6 .sheykh

7 Oeyono, et al

8 . Kuzey, C., Uyar

9 . Chittoor et al

10 Arshad and Razak

11 Pryor and colleagues

12 Chih et al

13 . Pattnaik et al

14 . Manos et al

- راج گوپال و وناکاتا چالام (۲۰۱۳)^{۱۵}، در مطالع ای با عنوان کیفیت گزارشگری مالی و نوسان پذیری تصادفی بازده سهام به بررسی رابطه ی بین کیفیت گزارشگری مالی و نوسانات بازده سهام پرداختند. آن ها با استفاده از معیار کیفیت سود دیچاو و دایچو و توان دوم اقلام تعهدی غیر عملیاتی به عنوان معیار کیفیت گزارشگری مالی، به این نتیجه رسیدند که در دوره ی زمانی ۱۹۶۲ - ۲۰۰۱ با کاهش کیفیت گزارشگری مالی، نوسان پذیری تصادفی بازده سهام افزایش یافته است. - سالوسکی و زولچ^{۱۶} (۲۰۱۲) در پژوهشی به بررسی ارتباط بین افشاء مسئولیت اجتماعی شرکتی و کیفیت سود پرداختند. نتیجه این پژوهش حاکی از آن است که روند رو به رشد شرکت ها در خصوص افشاء اطلاعات مسئولیت اجتماعی شرکت ها لزوماً منجر به افزایش کیفیت سود نمی شود و یک ارتباط منفی بین میزان افشاء مسئولیت اجتماعی شرکت و کیفیت سود وجود دارد. همچنین نتایج پژوهش آن ها نشان داد که بین مسئولیت اجتماعی شرکت با درجه محافظه کاری شرکت و کیفیت اقلام تعهدی رابطه منفی و با مدیریت سود رابطه مثبت وجود دارد. - سرواس تامایو (۲۰۱۲)^{۱۷} به پژوهشی با عنوان تاثیر مسئولیت پذیری اجتماعی بر ارزش شرکت پرداختند. نتایج حاصل از تحقیق نشان می دهد که مسئولیت اجتماعی شرکت با ارزش شرکت، در شرکت هایی که میزان آگاهی مشتریان و یا آگاهی عموم مردم از طریق تبلیغاتی که شرکت انجام می دهد بیشتر باشد، رابطه مثبت وجود دارد و برای شرکت هایی که آگاهی مشتریان و یا عموم مردم پایین است این رابطه ضعیف و یا منفی می باشد. همچنین نتایج حاصل از تحقیق آنان نشان داد که تاثیر آگاهی بر رابطه مسئولیت پذیری اجتماعی و ارزش شرکت در مورد شرکت هایی که شهرت کمی در اجتماع دارند منفی است. طبق تعریف هاتن و همکاران^{۱۸} و کیم و همکاران^{۱۹}، اگر قیمت سهم شرکتی در سال تحت بررسی دچار کاهش شدید شده باشد، قیمت سهم آن شرکت در آن سال سقوط کرده است. از آنجا که ممکن است کاهش های شدید قیمت سهم در نتیجه کاهش عمومی قیمت ها در بازار باشد، باید به وضعیت عمومی بازار نیز توجه داشت و کاهش شدید بازده سهم را باید در مقایسه با بازدهی بازار معنی کرد. در هر دو پژوهش پیش گفته، متغیر سقوط قیمت سهم به صورت یک متغیر کیفی تعریف شده است که مقدار آن برابر یک است اگر در سال تحت بررسی، شرکت سقوط قیمت را دست کم یک بار تجربه کرده باشد و در غیر آن صفر است. در هر دو پژوهش هاتن و همکاران و کیم و همکاران، برای تشخیص دوره هایی که در آن سقوط اتفاق افتاده است از رگرسیون مبتنی بر مدل بازار استفاده شده است. - جین و درزندکو^{۲۰} (۲۰۱۲)، در پژوهشی درباره ی رابطه بین اخلاقیات، مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد سازمانی به این نتیجه رسیدند، که مدیران سازمان های نظام یافته در مقایسه با سازمان های ماشینی بنیاد، سطح مسئولیت پذیری اجتماعی و اخلاقیات بالایی دارند. - فرمز و پراکاش^{۲۱} (۲۰۱۲)، توسعه گزارشگری مسئولیت اجتماعی را بر روی شرکت های های موجود در کشورهای اروپای شرقی و آمریکای شمالی مورد بررسی قرار دادند. نتایج تحقیق آن ها نشان داد که گزارش های اجتماعی منتشر شده ی شرکت های اروپایی، سطح پاسخ گویی اجتماعی بالاتری نسبت به شرکت های آمریکایی شمالی دارند. در اروپای شرقی کیفیت گزارش های اجتماعی از کشوری به کشور دیگر متفاوت است، اما آن ها در مقایسه با شرکت های مشابه در آمریکای شمالی، دارای موضوعات تفصیلی گزارشگری اجتماعی می باشند. - کالن و فانگ^{۲۲} (۲۰۱۲)، به بررسی رابطه مالکیت نهادی و ریسک سقوط آتی قیمت سهام پرداختند. نتایج پژوهش آن ها نشان داد که بین مالکیت نهادی و ریسک سقوط آتی قیمت سهام رابطه مثبتی وجود دارد. آن ها سرمایه گذاران نهادی را به کوتاه مدت، اختصاصی و شبه شاخص گذار تقسیم کردند. نتایج آن ها نشان داد که رابطه مثبت بین مالکیت نهادی و ریسک سقوط آتی قیمت سهام به گونه عمده ناشی از مؤسسات موقتی است.

15 Rajgvpal and Nakata Chalam

16 Salewski and Zu'lich

17 Service Tamayo

18 Hutton, et al.

19 Kim, et al.,

20 Jane and hair

21 Fermez and Prakash

مؤسسات اختصاصی نقش نظارتی در کاهش ریسک سقوط آتی قیمت سهام دارند. - کیم و دیگران (۲۰۱۲)^{۲۲}، به بررسی رابطه بین کیفیت سود و افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها پرداختند. به منظور بررسی کیفیت سود از معیارهای اقلام تعهدی اختیاری و مدیریت سود با استفاده از فعالیتهای واقعی پرداختند، معیارهای مسئولیت اجتماعی شرکت ها شامل مکانیزم های حاکمیت شرکتی، انجمن، تنوع، روابط کارمندان، محیط و حقوق انسانی پرداختند. نتایج آنان نشان داد که مسئولیت اجتماعی شرکت ها منجر به بهبود کیفیت سود شرکت ها خواهد شد. - کالن و فانگ (۲۰۱۱)^{۲۳} در تحقیقی به بررسی رابطه بین سرمایه گذاران نهادی و ریزش قیمت سهام شرکت پرداختند. این تحقیق دو دیدگاه مخالف از سرمایه گذاران نهادی را مورد آزمون قرار می دهد، دیدگاه نظارتی در مقابل سلب مالکیت. نتایج این تحقیق حاکی از آن است که شواهد محکمی در مورد رابطه معکوس بین مالکان نهادی و ریزش قیمت سهام در آینده وجود دارد. - کیم و همکاران (۲۰۱۱) به بررسی رابطه بین فرار از مالیات و پدیده ریزش قیمت سهام در سطح شرکت پرداختند. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که همواره رابطه ای معنادار بین فرار از مالیات و وقوع ریزش قیمت سهام وجود دارد. این پژوهشگران همچنین به این نتیجه رسیدند که احتمال ریزش قیمت سهام در شرکت هایی که در آن ها سازوکارهای نظارتی قوی خارجی مثل مالکیت نهادی بالا، پوشش تحلیل گران بالا و یا احتمال تصاحب و کنترل توسط شرکت های بزرگتر وجود دارد تضعیف می شود. این پژوهشگران بیان می دارند که نظریه های سنتی مالی همواره فرار از مالیات را به عنوان یک فعالیت افزایش دهنده ارزش، که ثروت را از دولت به سهامداران واحد تجاری منتقل می کند معرفی می نماید. اما در عین حال می تواند فرصت هایی را هم برای مدیران در مورد انجام فعالیت هایی که برای پنهان ساختن اخبار بد و در نهایت گمراه ساختن سرمایه گذاران طراحی شده است ایجاد نماید، که این مسأله در نهایت می تواند به پدیده ریزش قیمت سهام منجر شود. - کیم و ژانگ (۲۰۱۰)^{۲۴} در پژوهشی با عنوان آیا محافظه کاری حسابداری ریسک، سقوط قیمت سهام را کاهش می دهد؟ به بررسی رابطه ی بین محافظه کاری حسابداری و ریسک سقوط قیمت سهام پرداختند. نتایج بررسی های آن ها نشان داد که محافظه کاری انگیزه های مدیران را برای بیش نمایی عملکرد و عدم افشای اخبار بد محدود کرده و از این رو، ریسک سقوط قیمت سهام را کاهش می دهد. همچنین آن ها با استفاده از هزینه های تحقیق و توسعه، وضعیت بازار محصولات شرکت و ترکیب سهامداران شرکت به عنوان متغیرهای مؤثر بر عدم تقارن اطلاعاتی بین مدیران و سرمایه گذاران، اثبات کردند که در شرایط وجود عدم تقارن اطلاعاتی، توانایی محافظه کاری برای کاهش ریسک سقوط آتی قیمت سهام بیشتر است. - کیم و همکاران (۲۰۱۰)^{۲۵}، برای محاسبه متغیر وابسته ریسک سقوط قیمت سهام از دو معیار چولگی منفی بازده (متغیر موهومی احتمال سقوط قیمت سهام) و معیار سقوط سهام استفاده کرده اند. معیار اول، معیار اصلی پژوهش است که به دلیل ماهیت موهومی آن در آزمون ها از رگرسیون لجستیک استفاده شده است. معیار دوم بنا به ماهیت آن که از نوع کمی پیوسته است، صرفاً برای انجام آزمون اضافی و برای تایید بیشتر نتیجه حاصل از مدل رگرسیون اول به کار رفته است؛ از این رو، برای بررسی آن از رگرسیون خطی استفاده کرده اند. - ورنر (۲۰۰۹)^{۲۶} در پژوهشی با عنوان مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت مقدمه ای بر محدودیت های اجتماعی در بنگلادش به این نتیجه رسید که مسئولیت اجتماعی شرکت ها دارای اثرات بالقوه مثبت و پایدار در کشورهای در حال توسعه به ویژه در جوامع دارای محدودیت های اجتماعی است. - هاتن و همکاران (۲۰۰۹)^{۲۷}، گزارشات مالی مبهم، ضریب تعیین و ریسک سقوط قیمت سهام، تحقیق آن ها به بررسی ارتباط بین شفافیت صورت های مالی و توزیع بازده سهام، می پردازد. آن ها با استفاده از مدیریت سود به عنوان شاخص ابهام،

22 Kim and others

23 Cullen and Fang

24 Kim and Zhang

25 Kim, et al.

26 Werner

27 Hutton, et al.

فهمیدند که شرکت هایی که گزارشگری مالی مبهم دارند، بیشتر مستعد سقوط قیمت سهام هستند که یافته های آنان مطابق با مدل پیش بینی جین و همکاران^{۲۸} (۲۰۰۶)، می باشد.

فرضیات

جهت پاسخ به سؤال پژوهش، بر اساس مبانی نظری تحقیق و مطالعات تجربی انجام شده توسط (منگ منگ جئو و همکاران (۲۰۱۹) فرضیه زیر تدوین شده و مورد آزمون قرار می گیرد:

فرضیه ۱. بین عضویت در گروههای تجاری و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت رابطه معناداری وجود دارد.

روش تحقیق

روش پژوهش این تحقیق از نظر ماهیت و محتوا از نوع همبستگی است، که با استفاده از داده های ثانویه مستخرج از صورت های مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران به تحلیل رابطه ی همبستگی می پردازد. انجام این پژوهش در چهارچوب استدلال قیاسی - استقرایی صورت گرفته است. 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 مدل های 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 (صورت های مالی شرکت ها) انجام می گیرد. همچنین این پژوهش از نوع مطالعه ای کتابخانه ای و تحلیلی - علی بوده و مبتنی بر تحلیل داده های تابلویی (پانل دیتا) نیز می باشد. پژوهش از حیث هدف کاربردی و از حیث روش توصیفی - همبستگی قلمداد می شود.

روش گردآوری و تجزیه و تحلیل داده ها

اطلاعات مربوط به مباحث تئوریک این پژوهش از منابع کتابخانه ای شامل کتاب ها، مجلات و سایت های تخصصی حسابداری جمع آوری گردیده است. اطلاعات و داده های مورد نیاز در خصوص شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران که شامل صورت های مالی اساسی می باشد از سایت www.codal.ir و نرم افزارهای دنا سهم و تدبیر پرداز جمع آوری و با استفاده از نرم افزار Excel محاسبات مربوطه انجام و پس از انجام محاسبات لازم، خروجی های این نرم افزار در نرم افزار تحلیلی Eviews 8 مورد آزمون و تجزیه و تحلیل قرار می گیرد. روشی که در این پژوهش به منظور تجزیه و تحلیل داده ها مورد استفاده قرار خواهد گرفت، استفاده از رگرسیون خطی^{۲۹} به روش حداقل مربعات معمولی (OLS) با استفاده از نرم افزار تحلیلی Eviews 8 می باشد. روش رگرسیون خطی چندگانه می تواند تأثیر چند متغیر مستقل را بر متغیر وابسته توضیح دهد.

تعریف واژه های تخصصی

مسئولیت اجتماعی شرکت ها^{۳۰}

مسئولیت اجتماعی شرکت ها یا مسئولیت اجتماعی سازمان ها از جستارهای اخلاق کسب و کار است که به نقش شرکت ها در حوزه اجتماع می پردازد. مسئولیت اجتماعی شرکتی مجموعه وظایف و تعهداتی است که شرکت بایستی در جهت حفظ، مراقبت و کمک به جامعه ای که در آن فعالیت می کند، انجام دهد.

مسئولیت اجتماعی شرکت ها در پیوند با مسئولیت شرکت در برابر جامعه، انسان ها، و محیطی است که شرکت در آن فعالیت می کند و این مسئولیت از جستارهای اقتصادی و مالی فراتر می رود. مسئولیت اجتماعی شرکت در تعریفی روشن تر این گونه

28 Jin, et al.

29 Linear regression

30 Corporate Social Responsibility

تعریف شده است: مسئولیت اجتماعی شرکت فعالیت‌هایی است که پیش برنده سود و منفعت اجتماعی بوده و فراتر از منافع سازمان و آن چیزی است که قانون بایسته می‌دارد.

گروه های تجاری

از نظر قانونی گروه تجاری در استانداردهای حسابداری ایران تعریف شده است. بند ۴ استاندارد شماره ۱۸، گروه تجاری را به‌عنوان «واحد تجاری اصلی» و «واحدهای فرعی» آن تعریف می‌کند. در تعریف گروه تجاری از دو واژه «واحد تجاری اصلی» و «واحد تجاری فرعی» استفاده شده است. بند ۴ استاندارد ۱۸ و بند ۹ استاندارد ۱۹، «واحد تجاری اصلی» را به‌عنوان یک واحد تجاری که دارای یک یا چند واحد فرعی است و «واحد تجاری فرعی» را به‌عنوان یک واحد تجاری که تحت کنترل واحد تجاری دیگری (واحد تجاری اصلی) است، تعریف می‌کند.

جامعه آماری، نمونه آماری و شرایط انتخاب نمونه

جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش را شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تشکیل می‌دهد که تا پایان سال ۱۳۹۸ بوده است.

کلیه شرکت های عضو جامعه آماری که دارای شرایط زیر بودند، به عنوان نمونه آماری لحاظ شدند و آن دسته از شرکت های که این شرایط را نداشتند، از نمونه آماری حذف گردیدند که این شرایط عبارتند از:

- ۱- شرکت هایی که قبل از سال ۱۳۹۴ در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته شده و تا پایان سال ۱۳۹۸ از فهرست شرکت های بورسی حذف نشده باشند.
- ۲- به منظور افزایش قابلیت مقایسه، سال مالی آنها منتهی به ۲۹ اسفند ماه باشد.
- ۳- طی دوره مورد نظر، تغییر فعالیت و یا تغییر سال مالی نداده باشند
- ۴- جزء شرکت های سرمایه گذاری و واسطه گری مالی نباشند (شرکت های سرمایه گذاری، به علت تفاوت ماهیت فعالیت با بقیه شرکت ها، در جامعه آماری منظور نشدند).

جدول (۱). مراحل انتخاب شرکتهای عضو نمونه آماری به روش حذف سیستماتیک

تعداد شرکتهای باقیمانده	تعداد شرکتهای حذف شده	محدودیت
۵۴۵	۵۴۵	کل شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران
۳۹۳	۱۵۲	سال مالی منتهی به ۲۹ اسفند
۳۶۰	۳۳	بسته نبودن نماد شرکتهای
۲۸۳	۷۷	بیشتر از سه ماه نبودن طول وقفه
۱۸۴	۹۹	در دسترس بودن اطلاعات متغیرهای تحقیق
۱۰۹	۷۵	فعال بودن در زمینه های تولیدی

دلیل انتخاب شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، دسترسی آسان به اطلاعات مالی شرکتهای، قابلیت اتکای بالای اطلاعات و قابل مقایسه بودن این گونه اطلاعات است. در این پژوهش نمونه گیری با استفاده از روش حذفی سیستماتیک انجام شده است.

روش جمع آوری اطلاعات

اطلاعات مربوط به مباحث تئوریک این پژوهش از منابع کتابخانه ای شامل کتاب ها، مجلات و سایت های تخصصی حسابداری جمع آوری گردیده است. اطلاعات و داده های مورد نیاز در خصوص شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران که

شامل صورت های مالی اساسی می باشد از سایت www.codal.ir و نرم افزارهای دنا سهم و تدبیر پرداز جمع آوری و با استفاده از نرم افزار Excel محاسبات مربوطه انجام و پس از انجام محاسبات لازم، خروجی های این نرم افزار در نرم افزار تحلیلی Eviews 8 مورد آزمون و تجزیه و تحلیل قرار می گیرد.

متغیرهای تحقیق و نحوه اندازه گیری آنها

متغیرهای مورد مطالعه در این تحقیق، شامل متغیرهای وابسته، مستقل و کنترلی به شرح زیر اندازه گیری شده اند.
متغیر وابسته:

متغیر وابسته این پژوهش مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت (CSR) است که برای اندازه گیری آن، مطابق با پژوهش های قبلی (جیاناراکیس، ۲۰۱۴؛ یوانو و سرافیم، ۲۰۱۲؛ القول و همکاران، ۲۰۱۶)، از چک لیست افشای مسئولیت اجتماعی استفاده گردید. به طوری که در این پژوهش، به پیروی از رضائی پیتته نوئی و عبداللهی (۱۳۹۷)، صفری گرایلی (۱۳۹۷) و مران جویری و علی خانی (۱۳۹۳)، از چک لیستی متشکل از ۳۹ مورد افشای مسئولیت اجتماعی شرکتها که با محیط گزارشگری کشور سازگار بوده، استفاده شده است. سپس با مشاهده صورت های مالی، یادداشتهای توضیحی و گزارش فعالیت هیئت مدیره شرکت های نمونه، وجود یا نبود اقلام موجود در چک لیست بررسی گردید. به طوری که در صورت وجود هر یک از این اقلام، امتیاز یک و در غیر این صورت امتیاز صفر برای شرکت مورد نظر لحاظ شده در صورت توقف تولید، شرکت یک امتیاز مسئولیت اجتماعی دریافت نمی نماید، بلکه در صورت افشای توقف تولید شرکت باید یک امتیاز مسئولیت اجتماعی دریافت نماید. مهم افشای مولفه های موجود در چک لیست می باشد؛ نه خود مولفه ها. یعنی در صورت افشای توقف تولید توسط شرکت و اطلاع آن به سایر ذینفعان، شرکت باید یک امتیاز مسئولیت اجتماعی دریافت نماید؛ ولی در صورت عدم افشای توقف تولید، امتیازی به شرکت تعاق نمی گیرد. همچنین منظور از کلمه سایر در انتهای مولفه های هر عنوان کلی، این است که اگر موارد دیگری غیر از مولفه های بیان شده مربوط به آن عنوان، در گزارش هیئت مدیره افشا شده باشد؛ همگی به عنوان یک مولفه برای آن عنوان در نظر گرفته شده و به آن امتیاز ۱ اختصاص داده می شود. بعبارت دیگر سایر موارد غیر از مولفه های بیان شده مربوط به آن عنوان، هر کدام به تنهایی جزء آیتم های اصلی محسوب نشده و در کل به عنوان یک آیتم اصلی برای آن عنوان محسوب می شوند (کردستانی و همکاران، ۱۳۹۷؛ مران جویری و علی خانی، ۱۳۹۳). در نهایت، شاخص افشای مسئولیت پذیری اجتماعی هر شرکت از تقسیم جمع موارد افشاء شده بر کل موارد قابل افشاء بدست می آید. به طوری که:

$$CSR_{i,t} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{\sum_{i=1}^m T_i}$$

$CSR_{i,t}$ = امتیاز گزارشگری پایداری شرکت i در سال t

$\sum_{i=1}^n Y_i = 1$ = کلیه موارد افشا که شرکت از آن امتیاز یک را گرفته است.

$\sum_{i=1}^m T_i$ = کل موارد قابل افشاء است.

عناوین کلی و مولفه های چک لیست مسئولیت پذیری اجتماعی بکار رفته در تحقیق، در جدول (۲) نشان داده شده است:

جدول (۱) - چک لیست مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت (منبع: مران جویری و علی خانی، ۱۳۹۳)

عنوان کلی	تحلیل
مسائل محیطی	کنترل آلودگی، جلوگیری از خسارات زیست محیطی، بازیافت یا جلوگیری از ضایعات، حفظ منابع طبیعی، تحقیق و توسعه، سیاست زیست محیطی، سرمایه گذاری در پروژه های زیست محیطی، سایر مسائل محیطی
محصولات و خدمات	توسعه محصول اسهم بازار، کیفیت محصول /ISO، ایمنی و سلامت محصول، توقف تولید، سایر محصولات و خدمات
منابع انسانی	تعداد کارکنان، حقوق ماهانه /پاداش نقدی و مزایا، سهام تحت تملک کارمندان، بازنشستگی و مزایای پایان خدمت، سلامتی و ایمنی در محیط کار، برنامه های آموزش و توسعه کارکنان، ورزشی و رفاهی، وام یا بیمه کارمندان، روحیه و ارتباطات کارمندان، سایر منابع انسانی
مشتریان	سلامتی مشتریان، شکایتهای رضایت مندی مشتریان، سیاست پرداخت دیرتر برای مشتریان خاص، تدارک تسهیلات و خدمات پس از فروش، پاسخگویی به نیاز مشتریان، سایر مشتریان.
مسئولیت های جامعه	سرمایه گذاری اجتماعی، حمایت از فعالیت های جامعه، هدایا و خدمات خیریه، اقدامات قانونی دعاوی قضایی، فعالیت های مذهبی فرهنگی، سایر مسئولیت های جامعه
انرژی	حفظ و صرفه جویی در انرژی، توسعه و اکتشاف منابع جدید، استفاده از منابع جدید، سایر انرژی

متغیر مستقل:

متغیر مستقل این پژوهش، عضویت در گروه های تجاری " (BGA) است. متغیر مذکور، یک متغیر مجازی بوده که اگر شرکت، عضو گروه تجاری باشد؛ مقدار ۱ و در غیر اینصورت (شرکت مستقل)، صفر در نظر گرفته می شود (رأی و رای چادوری، ۲۰۱۸).

متغیرهای کنترلی:

متغیرهای کنترلی که می توانند به صورت بالقوه، رابطه بین عضویت در گروه های تجاری و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت را تحت تاثیر قرار دهند، به شرح زیر می باشند:

اندازه شرکت

هر چه اندازه شرکت بزرگ تر باشد، شرکت از اعتبار بیشتری برخوردار خواهد بود. علاوه بر این، شرکت های بزرگ به دلیل امکان نوع بخشی بیشتر، امکان استفاده از منابع مالی مختلف و افشای منظم اطلاعات، ریسک کمتری دارند (ثقفی و بولو، ۱۳۸۸). لذا سرمایه گذاران در مواجهه با این شرکت ها، بازده مورد انتظار کمتری را مطالبه می نمایند. در این پژوهش از لگاریتم طبیعی فروش خالص شرکت برای سنجش اندازه شرکت استفاده می گردد:

$$Size_{i,t} = \text{Log} S_{i,t}$$

که در آن:

$Size_{i,t}$: اندازه شرکت i در سال t و

$S_{i,t}$: خالص فروش شرکت i در سال t می باشد.

فرصت های رشد

فرناندو و همکاران (۲۰۱۰) بر این باورند که شرکت های با فرصت های رشد بالاتر، ریسک بیشتری نیز دارند. بنابراین، در این مطالعه از نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام، برای سنجش فرصت های رشد شرکت استفاده می گردد که به صورت زیر محاسبه می شود:

$$GWTH_{i,t} = \frac{MV_{i,t}}{BV_{i,t}}$$

که در آن:

$GWTH_{i,t}$: فرصت های رشد شرکت i در سال t ؛

$MV_{i,t}$: ارزش بازار حقوق صاحبان سهام شرکت i در سال t و

$BV_{i,t}$: ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام شرکت i در سال t می باشد.

اهرم مالی

در این تحقیق، اهرم مالی از طریق تقسیم مجموع بدهی به مجموع دارایی های شرکت و به صورت زیر محاسبه می گردد:

$$LEV_{i,t} = \frac{TD_{i,t}}{TA_{i,t}}$$

به طوری که در آن:

$LEV_{i,t}$: اهرم مالی شرکت i در سال t ؛

$TD_{i,t}$: مجموع بدهی های شرکت i در سال t و

$TA_{i,t}$: جمع دارایی های شرکت i در سال t می باشد.

بازده دارایی ها (ROA):

برای تعیین کارایی عملیات اجزای آن (سود قبل از بهره و مالیات یا سود عملیاتی و گردش دارایی ها) مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرد (جونز، ترجمه تهرانی و نوربخش، ۱۳۸۹).

$$ROA = NI/TA$$

که در آن:

NI = سود پس از کسر مالیات

TA = کل دارایی ها

مدل مورد استفاده برای آزمون فرضیه ها

به منظور آزمون فرضیه های تحقیق از الگویی که (منگ منگ جئو و همکاران^{۳۱} (۲۰۱۹) در پژوهش خود استفاده نمود، بهره گرفته شده است که الگوی های مزبور به شرح زیر می باشد:

$$CSR_{it} = \beta_0 + \beta_1 BGroup_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 ROA_{it} + \beta_4 LEV_{it} + \beta_5 GWTH_{it} + \varepsilon_{it}$$

که در مدل فوق:

CSR: مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت

³¹ .Meng meng Guo et al

BGroup: عضویت در گروه های تجاری

SIZE: اندازه شرکت

ROA: بازده داراییها

GROWTH: فرصتهای رشد

LEV: اهرم مالی

 $\varepsilon_{i,t}$: جزء خطای مدل رگرسیون می باشد.**آمار توصیفی داده ها**

به منظور بررسی مشخصات عمومی متغیرها و تجزیه و تحلیل دقیق آنها، آشنایی با آمار توصیفی مربوط به متغیرها لازم است. نگاره (۱)، آمار توصیفی داده های مربوط به متغیرهای مورد استفاده در تحقیق را نشان می دهد. آمار توصیفی مربوط به ۱۰۹ شرکت نمونه طی دوره زمانی ۵ ساله (۱۳۹۴ تا ۱۳۹۸) می باشد. نتایج تحلیل توصیفی داده ها را می توان در قالب موارد زیر خلاصه نمود: همان گونه که در این نگاره ملاحظه می شود، مقدار میانگین متغیر اهرم مالی حکایت از آن دارد که به طور متوسط حدود ۵۶ درصد از دارایی های شرکت های مورد بررسی از طریق استقراض، تامین مالی شده اند. علاوه بر این شرکت های نمونه به طور متوسط از تعداد کل ارقام قابل افشاء مسئولیت پذیری اجتماعی، حدود ۲۶ درصد آن را افشاء می کنند. نکته قابل توجه دیگر در این نگاره، بیشتر بودن ارزش بازار حقوق صاحبان سهام اغلب شرکت های نمونه از ارزش دفتری آن است که ملاحظه مقدار میانگین متغیر فرصت های رشد (۲/۸۸۹)، گواه این مدعاست.

نگاره (۱) - آمار توصیفی مربوط به متغیرهای تحقیق

متغیر	میانگین	میان	حداقل	حداکثر	انحراف معیار
LEV	۰/۵۶۱	۰/۵۶۶	۰/۰۱۳	۱/۲۷۴	۰/۲۰۱
CSR	۰/۲۵۸	۰/۲۳۱	۰/۱۵۴	۰/۴۸۷	۰/۰۹۱
SIZE	۱۲/۳۰۹	۱۲/۲۱۰	۱۰/۶۱۵	۱۴/۴۹۸	۰/۶۴۳
GWTH	۲/۸۸۹	۲/۳۷۱	-۵/۴۲۱	۱۰/۹۵۰	۱/۰۲۸
ROA	۰/۱۲۴	۰/۱۳۵	-۰/۸۴۲	۰/۵۶۱	۰/۱۳۲
BGroup	۰/۱۶۸۸۱	۰/۰۰	۱/۰۰	۰/۶۰۰۰	۰/۶۳۸۲

نتایج آزمون فرضیه

این بخش از پژوهش به ارائه نتایج حاصل از آزمون فرضیه می پردازد. در خصوص فرضیه های تحقیق، جزئیات کامل اطلاعات حاصل از نرم افزار در جداول خاصی ارائه می شود تا امر مقایسه و بررسی فرضیه تسهیل گردد. برای آزمون فرضیه پژوهش، الگوی زیر برآورد شده است:

$$CSR_{it} = \beta_0 + \beta_1 BGroup_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 ROA_{it} + \beta_4 LEV_{it} + \beta_5 GWTH_{it} + \varepsilon_{it}$$

نتایج حاصل از آزمون فرضیه تحقیق بر مبنای برآورد مدل فوق، در نگاره (۲) نشان داده شده است:

نگاره (۲) - نتایج آماری آزمون فرضیه تحقیق

Dependent Variable: CSR

Method: Panel EGLS (Cross-section weights)

Sample: 1 545

Periods included: 5
 Cross-sections included: 109
 Total panel (unbalanced) observations: 545
 Linear estimation after one-step weighting matrix

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.024913	0.007026	3.545684	0.0011
BGroup	-0.063195	0.027216	2.328909	0.0352
SIZE	0.447863	0.115236	3.886502	0.0004
GWTH	0.284400	0.039800	7.144900	0.0030
ROA	0.139700	0.040900	3.410400	0.0240
LEV	-0.055195	0.025216	-2.188909	0.0352

Effects Specification	
Cross-section fixed (dummy variables)	
Weighted Statistics	
R-squared	0.487937
Adjusted R-squared	0.452241
S.E. of regression	0.129404
F-statistic	17.47350
Prob(F-statistic)	0.000000
Mean dependent var	21.86405
S.D. dependent var	18.74084
Sum squared resid	0.602833
Durbin-Watson stat	1.994770

ملاحظه مقدار آماره F در این نگاره و سطح معناداری آن ($0/000$) بیانگر معناداری کلی مدل رگرسیونی برازش شده در سطح خطای ۵ درصد است. با توجه به مقدار ضریب تعیین تعدیل شده مدل می‌توان ادعا نمود که حدود ۴۵ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل و کنترلی مدل توضیح داده می‌شود. همچنین، بررسی مقدار آماره دوربین واتسن ($1/994$) نیز موید عدم وجود خود همبستگی بین اجزای اخلاص مدل رگرسیون می‌باشد. همان‌گونه که از نتایج نگاره نیز مشهود است، ضریب برآوردی و آماره t مربوط به متغیر عضویت در گروه‌های تجاری ($BGroup$) مثبت و در سطح خطای ۵ درصد معنادار بوده که حاکی از وجود رابطه مثبت معنادار بین عضویت در گروه‌های تجاری و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت می‌باشد. بر مبنای این شواهد، فرضیه H_0 رد شده و فرضیه پژوهش پذیرفته می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از انجام این پژوهش بررسی رابطه بین عضویت در گروه‌های تجاری و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بود. برای آزمون فرضیه‌های تحقیق از اطلاعات مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در فاصله زمانی سالهای ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۸ استفاده شده است و نمونه‌نهایی متشکل از ۱۰۹ شرکت که پس از اعمال محدودیتهای مورد نظر در این تحقیق انتخاب شده‌اند. پس از اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق، از تجزیه و تحلیل رگرسیون خطی چند متغیره برای آزمون فرضیه‌های تحقیق استفاده گردید. آزمون‌ها با استفاده از نرم افزار $EViews$ و تکنیک آماری داده‌های تلفیقی صورت پذیرفته است. نتایج حاصل از آزمون‌های آماری در فصل چهارم ارائه شد که در قسمت زیر نیز خلاصه یافته‌ها ارائه می‌گردد: فرضیه تحقیق که بین عضویت در گروه‌های تجاری و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران رابطه معناداری وجود دارد. ضریب برآوردی متغیر مستقل $BGroup$ در جدول بالا نشان‌دهنده وجود رابطه مثبت و معنی‌دار میان عضویت در گروه‌های تجاری و مسئولیت‌پذیری اجتماعی در سطح خطای $0/05$ است. زیرا میزان p -value محاسبه شده برای

ضریب این متغیر مستقل تحقیق، کمتر از ۰/۰۵ بدست آمده است. بنابراین می‌توان گفت در سطح اطمینان ۹۵ درصد بین عضویت در گروه‌های تجاری و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نتایج متغیرهای کنترلی تحقیق نشان داد که ضریب برآوردی متغیر مستقل SIZE در جدول بالا نشان‌دهنده وجود رابطه مثبت و معنی‌دار میان اندازه شرکت و مسئولیت پذیری اجتماعی در سطح خطای ۰/۰۵ است. زیرا میزان p-value محاسبه شده برای ضریب این متغیر مستقل تحقیق، کمتر از ۰/۰۵ بدست آمده است. بنابراین می‌توان گفت در سطح اطمینان ۹۵ درصد بین اندازه شرکت و مسئولیت پذیری اجتماعی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

ضریب برآوردی متغیر مستقل GWTH در جدول بالا نشان‌دهنده وجود رابطه معنی‌دار میان فرصت رشد و مسئولیت پذیری اجتماعی در سطح خطای ۰/۰۵ است. زیرا میزان p-value محاسبه شده برای ضریب این متغیر مستقل تحقیق، کمتر از ۰/۰۵ بدست آمده است. بنابراین می‌توان گفت در سطح اطمینان ۹۵ درصد بین فرصت رشد و مسئولیت پذیری اجتماعی رابطه مثبت معنی‌داری وجود دارد.

ضریب برآوردی متغیر مستقل ROA در جدول بالا نشان‌دهنده وجود رابطه معنی‌دار میان بازده داراییها و مسئولیت پذیری اجتماعی در سطح خطای ۰/۰۵ است. زیرا میزان p-value محاسبه شده برای ضریب این متغیر مستقل تحقیق، کمتر از ۰/۰۵ بدست آمده است. بنابراین می‌توان گفت در سطح اطمینان ۹۵ درصد بین بازده داراییها و مسئولیت پذیری اجتماعی رابطه مثبت معنی‌داری وجود دارد.

ضریب برآوردی متغیر مستقل LEV در جدول بالا نشان‌دهنده وجود رابطه معنی‌دار میان اهرم مالی و مسئولیت پذیری اجتماعی در سطح خطای ۰/۰۵ است. زیرا میزان p-value محاسبه شده برای ضریب این متغیر مستقل تحقیق، کمتر از ۰/۰۵ بدست آمده است. بنابراین می‌توان گفت در سطح اطمینان ۹۵ درصد بین اهرم مالی و مسئولیت پذیری اجتماعی رابطه منفی و معنی‌داری وجود دارد.

فرضیه این تحقیق، بین عضویت در گروه‌های تجاری و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران را آزمون نموده است. نتیجه حاصل از آزمون فرضیه بیانگر آن است که بین عضویت در گروه‌های تجاری و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. تایید فرضیه مذکور مبین این مطلب است که هرچه عضویت در گروه‌های تجاری بیشتر، مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، افزایش می‌یابد. هرچه قدر شرکتها اصول و شاخصهای مسئولیت پذیری اجتماعی را بیشتر رعایت نمایند در بلند مدت شاهد عملکرد بهتری خواهند بود. با بهبود شرایط محیط کار و حقوق کارکنان، رفتار کسب و کار، حفاظت از محیط زیست، همسوسازی منافع شرکت با منافع جامعه، اهمیت به خواستها و نیازهای مشتریان و... با اینکه ممکن است شرکت هزینه‌هایی را در این راستا متحمل شود اما در بلند مدت منافع رعایت این شاخص‌ها بیشتر از مخارج آن شده و همین امر باعث بهبود عملکرد، ارتقای بهره‌وری و کسب مزیت رقابتی می‌شود. با رعایت حقوق کارکنان و بهبود شرایط محیط کار، کارکنان با انگیزه بیشتری به کار خود می‌پردازند و همین امر باعث ارتقای کارایی و بهره‌وری آنان می‌شود.

که نتیجه آن متوجه شرکت خواهد بود. با رعایت رفتار کسب و کار، شاخص‌های زیست محیطی و اهمیت به خواستها و نیازهای مشتریان، تعداد مشتریان افزایش یافته و همین امر موجب افزایش فروش شرکت خواهد شد که در آخر بهبود عملکرد را در پی خواهد داشت. نتیجه به دست آمده از آزمون این فرضیه، با یافته‌های پژوهش منگ منگ جئو و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی به بررسی تأثیر وابستگی گروه‌های تجاری شرکت‌ها بر عملکرد آنها در مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها (CSR) در چین را بررسی می‌کند. همخوانی دارد. چرا که در پژوهش‌های مورد اشاره نیز رابطه مثبت بین عضویت در گروه‌های تجاری و مسئولیت پذیری اجتماعی مورد تأیید قرار گرفته است.

پیشنهادات براساس نتایج تحقیق

با توجه به نتایج و دستاوردهای تحقیق، می توان محورهای زیر را در ارتباط با زمینه های کاربردی مشخص نمود:

۱. پیشنهاد می شود به منظور تقویت سطح مسئولیت اجتماعی شرکت ها و التزام به تعهد نسبت به این مسئولیت در شرکت ها، الزامات قانونی از سوی سازمان بورس نسبت به افشای مسئولیت های اجتماعی، زیست محیطی، تعهد به حقوق صاحبان سهام، آموزش کارکنان و مواردی این چنین در نظر گرفته شود.
۲. باتوجه به اینکه بین عضویت در گروه های تجاری و مسئولیت پذیری اجتماعی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد، به همه بخشهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را در جهت بهبود مسئولیت پذیری اجتماعی و حرکت به سمت توسعه پایدار هماهنگ سازند.
۳. به مدیران شرکتهای پیشنهاد می شود که مسئولیت پذیری اجتماعی را به عنوان یک روش مدیریتی در مجموعه خود اجرا کنند تا فرآیند های عملیاتی را در این جهت و به تبع آن کسب منافع اقتصادی بلند مدت و تسریع در نوآوری بهبود دهند.
۴. نتایج این پژوهش نشان می دهد که عضویت در گروه های تجاری رابطه مثبت بر مسئولیت پذیری اجتماعی داشته باشد. این پژوهش به مدیران کمک خواهد کرد تا سیاست های مؤثر مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکت ها که برای افزایش عضویت در گروه های تجاری شرکت لازم است، را توسعه دهند.

پیشنهادات برای تحقیقات آتی

در نهایت پیشنهادهای ناشی از یافته های پژوهش به قرار زیر می باشد:

- ارتباط بین مسئولیت پذیری اجتماعی و فرصت های سرمایه گذاری و سود اقتصادی
- ارتباط بین مسئولیت پذیری اجتماعی، ساختار مالکیت و ارزش شرکت
- ارتباط بین مسئولیت پذیری اجتماعی، رقابت در بازار محصول، ریسک بازار و سیاست های تقسیم سود

محدودیت های تحقیق

همواره گام نهادن در راه رسیدن به هدف، با محدودیتهایی همراه است که باعث می شود رسیدن به هدف مورد نظر با کندی همراه شود. پژوهش نیز به عنوان فرآیندی در جهت نیل به هدف حل مسئله پژوهش، از این امر مستثنی نیست. لذا در این قسمت با ارائه محدودیتهای پژوهش، سعی بر آن است که به خواننده این پیام داده شود تا بتواند در تعمیم نتایج پژوهش با آگاهی بیشتری عمل کند و در مورد فرآیند پژوهش قضاوت عادلانه ای داشته باشد. در این راستا محدودیتهای پژوهش حاضر به شرح زیر قابل ذکر است:

- ۱- پژوهش حاضر با استفاده از داده های مربوط به ۱۰۹ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران انجام شده است و شرکتهای سرمایه گذاری، لیزینگ و بیمه به علت ماهیت خاص فعالیت آنها از جامعه آماری کنار گذاشته شده اند، لذا نتایج به دست آمده قابلیت تعمیم به تمامی شرکتهای را ندارد.
- ۲- تعمیم روند گذشته به آینده در صورتی معقول است که همان شرایط گذشته بر قرار باشد. مثلاً شرایط سیاسی و اقتصادی و قانونی موجود برای شرکت ها همانند گذشته باشند.

فهرست منابع

- اعتمادی و امیرخانی، ۱۳۹۰، محتوای ارزش افشای اجباری: شواهدی از شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، فصل نامه بورس اوراق بهادار، شماره ۱۳، صص ۲۳۵ تا ۲۵۲
- ایران نژاد پاریزی، مهدی و توسلی، سپیده (۱۳۸۹). "مسئولیت اجتماعی و مدیریت سبز"، پژوهش نامه شماره ۶۲ مسئولیت اجتماعی، معاونت پژوهش های فرهنگی و اجتماعی، نشر پژوهشکده تحقیقات کاربردی.

- پارسایان، علی، (۱۳۸۶). "حسابداری صنعتی با تاکید بر مسائل مدیریتی"، جلد سوم، انتشارات ترمه.
- جهانخانی، علی و سجادی، اصغر (۱۳۷۴). "کاربرد مفهوم ارزش افزوده اقتصاد در تصمیمات مالی"، فصلنامه علمی و پژوهشی تحقیقات مالی، سال دوم، شماره ۵ و ۶.
- جهانخانی، علی و ظریف فرد، احمد، (۱۳۷۴). "آیا مدیران و سهام داران از معیارهای مناسبی برای اندازه گیری ارزش شرکت استفاده می کنند". فصلنامه علمی و پژوهشی تحقیقات مالی، سال دوم، شماره ۷ و ۸.
- چاوش باشی، فرزانه (۱۳۸۹). "درآمدی بر مسئولیت اجتماعی در سطح سازمان". پژوهش نامه شماره ۶۲ مسئولیت اجتماعی، معاونت پژوهش های فرهنگی و اجتماعی، نشر پژوهشکده تحقیقات راهبردی.
- خلیلی عراقی، مریم و یقین لو، مهرانگیز (۱۳۸۳). "سایه روشن هایی از مسئولیت پذیری، مسئولیت اجتماعی شرکت ها". ماهنامه تدبیر، سال ۱۵، شماره ۱۱۹، ص ۶۶.
- دکتر نورووش و حسینی، ۱۳۸۸، بررسی رابطه بین کیفیت افشا (قابلیت اتکا و به موقع بودن) و مدیریت سود، بررسی های حسابداری و حسابرسی، شماره ۵۵، صص ۱۱۷ تا ۱۳۴
- ستایش و کاظم نژاد، ۱۳۹۰، بررسی تاثیر کیفیت افشا بر نقدشوندگی سهام و هزینه سرمایه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، مجله پژوهش های حسابداری مالی، شماره ۹، صص ۷۴ تا ۵۵
- سرمد، زهره، بازرگان، عباس، حجازی، الهه، (۱۳۸۰)، "روش های تحقیق در علوم رفتاری"، تهران، انتشارات آگاه، چاپ پنجم.
- شباهنگ، رضا (۱۳۹۱). "حسابداری مدیریت"، جلد اول، انتشارات سازمان حسابرسی، چاپ بیست و دوم.
- صالحی، عبدالعلی، (۱۳۸۰). "تأثیر وجود همبستگی بین Q ساده ترین و سایر نسخه های Q در ارزیابی عملکرد شرکت های پذیرفته شده در بورس تهران". پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی.
- علی خانی کشکک، راضیه (۱۳۸۹). "ارزیابی کمیت و ماهیت افشای اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی و رابطه آن با برخی خصوصیات شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران". پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته حسابداری، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه علوم و تحقیقات تهران.
- فقهی نجف آبادی، محمود (۱۳۸۸). "ارزیابی عملکرد شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران با رویکرد نسبت Q توپین به نسبت P/E". پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته حسابداری، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس تهران.
- کاوسی، اسماعیل و چاوش باشی، فرزانه (۱۳۸۹). "طراحی استراتژی پایدار در راستای ایجاد مسئولیت پذیری اجتماعی". پژوهش نامه شماره ۶۲ مسئولیت اجتماعی، معاونت پژوهش های فرهنگی و اجتماعی، نشر پژوهشکده تحقیقات راهبردی.
- مدرس، احمد و عبدالله زاده، فرهاد، (۱۳۸۴). "مدیریت مالی". جلد اول، انتشارات شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
- مسعودی، زهرا (۱۳۹۰). "بررسی تأثیر شفافیت سازمانی بر عملکرد سازمان (مورد مطالعه: صنعت مواد غذایی)". پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس تهران.
- نمازی، م. و شیرزاد، ج. (۱۳۸۴). بررسی رابطه ساختار سرمایه با سودآوری شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. بررسی های حسابداری و حسابرسی، ۷۵- ۹۵: (۴۲) ۱۲.
- نیکومرام، هاشم و بنی مهد، بهمن، (۱۳۸۸). "تئوری حسابداری مالی (مقدمه ای بر تئوری های توصیفی)". انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات، چاپ اول.

- نیکومرام، هاشم و فیض آبادی، بهنام، (۱۳۸۹). "مسئولیت اجتماعی از دیدگاه اسلام". گروه پژوهش های فرهنگی و اجتماعی، پژوهش شماره ۳.

- Adam, C.A. (2002), "Internal Organizational Factors Influencing Corporate Social and Ethical Reporting: Beyond Current Theorising", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol.15, No. 2
- Aerts, W., Cormier, D., 2009. Media legitimacy and corporate environmental communication. *Acc. Organ. Soc.* 34 (1), 1–27.
- Aerts, W., Cormier, D., Magnan, M., 2008. Corporate environmental disclosure, financial markets and the media: an international perspective. *Ecol. Econ.* 64, 643–659.
- Amran, A. & Devi, S. S., (2008), "The impact of government and foreign affiliate influence on corporate social reporting: The case of Malaysia", *Managerial Auditing Journal*, Vol. 23, No. 4, PP. 386–404.
- Aribi, A., & Gao, S. (2010). Corporate social responsibility disclosure. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 8(2), 72-91.
- Azizul Islam, M. (2009). Social and Environmental Reporting Practices Organizations Operating in, or Sourcing Products from, a Developing Country: Evidence from Bangladesh. University of Dhaka.
- Bushman, Robert, Piotroski, Joseph and Smith Abble. (۲۰۰۱). "What determines corporate transparency?" University of North Carolina, University of Chicago and Harvard Business School.
- Campbell, D. Craven, B. and P. Shrives, (2003). "Voluntary social Reporting in three FTSE sectors : A comment on perception and legitimacy", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol.16, NO.4, pp.558-581.
- Cho, CH. H., Guidry, R. P., Hageman, A. M., & Patten, D. M. (2012). Do actions speak louder than words? An empirical investigation of corporate environmental reputation. *Accounting, Organizations and Society*, 37, 14–25.
- Cormier, D. & Gordon, I. M., (2001), "An examination of social and environmental reporting strategies", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 14, No. 5, PP. 587–616.
- Deegan, C. and Gordon, B. (1996), "A study of the environmental disclosure practices of Australian corporations", *Accounting and Business Research*, Vol. 26 No. 3, pp. 187-99.
- Elijido-Ten, E., Kloot, L., & Clarkson, P. (2010). Extending the application of stakeholder influence strategies to environmental disclosures: An exploratory study from a developing country. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 23(8), 1032–1059.
- Gray, R. (2006). Social, environmental and sustainability reporting and organizational value creation. Whose value? Whose creation? *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 19(6), 793–819.
- Guidry, R. P. and Patten, D. M., (2012), "Voluntary disclosure theory and Financial control variables: An assessment of recent environmental disclosure research", *Accounting Forum*, Vol. 36, PP. 81– 90.
- Guthrie, J. E. & Parker, L. D., (1990), "Corporate social disclosure practice: a comparative international analysis", *Advances in Public Interest accounting*, Vol. 3, PP. 59-76.

- Haniffa, R.M., and T.E. Cooke. (2005), "The impact of culture and governance on corporate social reporting", *Journal of Accounting and Public Policy*, 24 (2005) 391–430.
- Hendriken, E.S. and M.F. Van Breda (1992). "Accounting Theory, 5th edition". United States of America: Irwin Inc.
- Hrasaky, S., (2012), "Visual disclosure strategies adopted by more and less sustainability-driven companies", *Accounting Forum*, www.elsevier.com/locate/accfor
- <http://www.codal.ir>
- <http://www.noormags.ir>
- <http://www.tsetmc.com>
- Islam, M. A. & Deegan, C., (2008), "Motivations for an organization within a developing country to report social responsibility information: Evidence from Bangladesh", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 21, No. 6, PP. 850–874.
- Jamali, D. (2008). A stakeholder approach to corporate social responsibility: a fresh perspective into theory and practice. *Journal of Business Ethics*, 82, pp. 213–231.
- James .D and Williams M.C ,(1968). Price/Earning and P-E Ratios. *Analysts Journal*.
- Jenkins, H. & Yakovleva, N., (2006), "Corporate social responsibility in the mining industry: Exploring trends in social and environmental disclosure", *Journal of Cleaner Production*, Vol. 14, PP. 271-284.
- Jones, J. M. (2011). The nature, use and impression management of graphs in social and environmental accounting. *Accounting Forum*, 35, 75–89.
- Kaler, J., (2003), "Differentiating Stakeholder Theories", *Journal of Business Ethics*, Vol. 46, PP. 71-83.
- Lang, L. and R. Stulz, (1994). Tobin's Q, Corporate Diversification, and Firm Performance. *Journal of Political Economy*.
- Lindenberg, E. B., & Ross, S. A. (1981). Tobin's Q ratio and industrial organization. *Journal of Business*, 54 (1): 1–32.
- Mahadeo, J., Oogarah-Hanuman, V., & Soobaroyen, T. (2011). Changes in social and environmental reporting practices in an emerging economy (2004–2007): Exploring the relevance of stakeholder and legitimacy theories. *Accounting Forum*, 38, 1–18.
- Marlene Plumlee & Darrell Brown & Rachel M. Hayes & R. Scott Marshall. (2015). Voluntary environmental disclosure quality and firm value: Further evidence. *J. Account. Public Policy* 34, 336–361.
- Parker, L. D., (2005), "Social and environmental accountability research: A view from the commentary box", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 18, No. 6, PP. 842–860.
- Perfect, Steven B. and Kenneth W. Wiles, (1994). Alternative construction of Tobin's Q, An empirical comparison. *Journal of Empirical Finance*.
- Rahaman, A. S., Lawrence, S., Roper, J., (2004), "Social and environmental reporting at the VRA: institutionalized legitimacy or legitimating crisis?"
- Saleh, M., Zulkifli, N., Rusnah Muhamad, (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.
- Skinner, D. (1994). Why Firms voluntarily disclose bad news. *J. Acc. Res.* 32, 38–60.
- Suchman, M.C. (1995), "Managing legitimacy: strategic and institutional approaches", *Academy of Management Review*, Vol. 20, pp. 571-610.

- Wernerfelt, Birger and Cynthia A. Montgomery (1988). Tobin's Q and the importance of focus in firm performance. American Economic Review.
- Williams, S. M. (1999). Voluntary Environmental and Social Accounting Disclosure Practices in the Asia-Pacific Region: An International Empirical Test of Political Economy Theory, The International Journal of Accounting, 34(2), 209-238.