

بررسی رابطه ی مسولیت اجتماعی شرکت، نوآوری و عملکرد در شرکت های پذیرفته شده در اوراق بهادار تهران

میلاذ شکاریان 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

هدف از این پژوهش بررسی رابطه ی مسولیت اجتماعی شرکت، نوآوری و عملکرد در شرکت های پذیرفته شده در اوراق بهادار تهران بود. در این پژوهش برای جمع آوری داده ها و اطلاعات مورد نیاز، ابتدا از روش کتابخانه ای و مطالعات اسنادی استفاده می شود که براین اساس، مبانی نظری و ادبیات پژوهش از کتب و مجلات تخصصی لاتین و و یادداشت های توضیحی شرکت های منتخب، لوح های فشرده آرشیو تصویری و آماری سازمان بورس اوراق بهادار تهران فارسی گردآوری می گردد. سپس داده های لازم برای آزمون فرضیه های تحقیق از طریق مراجعه به صورت های مالی، پایگاه اینترنتی بورس اوراق بهادار و دیگر پایگاه های مرتبط و نیز از نرم افزار ره آورد نوین و بانک جامع اطلاعات بورس استخراج می شود. به منظور بررسی رابطه ی بین متغیرها از نرم افزار Eviews استفاده شده است. نتایج حاصل از این پژوهش بیانگر این موضوع است که مسولیت اجتماعی شرکت، نوآوری و عملکرد در شرکت های پذیرفته شده در اوراق بهادار تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

واژگان کلیدی: مسؤلیت پذیری اجتماعی، نوآوری، عملکرد

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 شرکت ها 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 ی مسئولیت اجتماعی شرکت، نوآوری و عملکرد در شرکت های پذیرفته شده در اوراق بهادار تهران می پردازد.

امروزه نقش واحدهای تجاری در اجتماع دست خوش تغییرات بسیار زیادی شده است. به گونه ای که انتظار می رود واحدهای تجاری نه تنها به فکر افزایش سود خود بوده بلکه نسبت به اجتماع نیز پاسخ گو، و برای جامعه ای که در تعامل با آن هستند مفید باشند. واحد تجاری نمی تواند از اجتماع فرار کند و جامعه نیز نمی تواند بدون واحد تجاری وجود داشته باشد. بنابراین، یک ارتباط دو طرفه بین واحد تجاری و اجتماع وجود دارد. در سال های اخیر نظریه ای بیان شده مبنی بر اینکه، واحدهای تجاری می توانند ایجاد ثروت، اشتغال و نوآوری کنند، بازار را تامین نمایند و فعالیت های خود را تقویت کرده و رقابتشان را بهبود بخشند، در صورتی که برای حفظ اجتماعی که خود در راه اندازی آن نقش اساسی داشته اند، همکاری کنند و در مقابل جامعه نیز با فراهم کردن شرایط لازم به منظور کسب بازده توسط سرمایه گذاران و ایجاد اطمینان برای ذینفعان از نبود فعالیت های آربیتراژ و غیر عادلانه، بسترهای مناسب جهت توسعه و پیشرفت واحدهای تجاری را فراهم کند (ساندهو، کاپور، ۲۰۱۰).

در نتیجه مسئولیت شرکت نسبت به اجتماع هم برای خود واحد تجاری و هم برای اجتماع سودمند می باشد و درک بهتر منافع بالقوه آن می تواند منجر به بازده های زیاد سرمایه گذاری برای شرکت ها شود. از جمله این منافع می توان به افزایش فروش و وفاداری مشتریان اشاره کرد، شماری از مطالعات، به یک بازار در حال رشد و بزرگ برای تولیدات و خدماتی که از طریق شرکت های با مسئولیت اجتماعی بالا ایجاد شده است، اشاره می کنند (ساندهو، کاپور، ۲۰۱۰).^۱ کریر و راس (۱۹۹۷)^۲ به طور تجربی دریافتند که مشتریان از واحدهای تجاری انتظار دارند تا اخلاق را در اداره واحدهای تجاری خود رعایت نمایند، مهر و وب (۲۰۰۵)^۳ نیز اثبات کردند که مشتریان ترجیح می دهند تا از شرکت هایی که نسبت به مسئولیت اجتماعی خود آگاهی دارند خرید نمایند. از جمله منافع دیگر مسئولیت اجتماعی شرکت ها می توان به افزایش توانایی در استخدام کارکنان تازه وارد و نگه داشتن کارکنان با تجربه اشاره نمود، شرکت ها با پیشرفت در جهت مسئولیت اجتماعی این مسئله را در می یابند که راحت تر می توانند نیروی تازه به کار بگیرند و

¹ Sandhu, H S; Kapoor, Shveta. (2010) . Corporate social responsibility initiatives: An analysis of voluntary corporate disclosure. South Asian Journal of Management, 17 (2) , 47-80.

² Creyer, Elizabeth H.; Ross, William T. (1997) . The influence of firm behavior on purchase intention: Do consumers really care about business ethics?. Journal of Consumer Marketing, 14 (6) , 421-432.

³ Mohr, Lois A.; Webb, Deborah J. (2005) . The effect of corporate social responsibility and price on consumer responses. Journal of Consumer Affairs, 39 (1) , 121-147

کارکنان با تجربه را برای یک دوره زمانی کافی که برای موفقیت واحد تجاری واجب هستند حفظ کنند (تربان، گرینینگ، ۱۹۹۶).^۴ حمایت دولت نیز منافع دیگر مسئولیت اجتماعی به شمار می رود، زیرا سازمان های تجاری نوع دوست که در برابر مسئولیت اجتماعی خودشان تعهد بیشتری دارند، دعاوی کمتری را از طرف قانون گذاران، که ممکن است حکومت یا ممیزین مالیاتی باشند، دریافت می کنند (ساندهو، کاپور، ۲۰۱۰).

اهرم مالی شرکت در بازار یکی از نگرانی های اصلی سرمایه گذاران است و پژوهش در این زمینه می تواند برای بازار سرمایه حائز اهمیت باشد. افزایش پدیده ریزش قیمت سهام، سبب بدبینی سرمایه گذاران در مورد سرمایه گذاری در بورس اوراق بهادار می شود، که این مسأله در نهایت می تواند سبب خارج ساختن منبع سرمایه گذاران توسط آنها از بورس اوراق بهادار شود. بنابراین دانستن علل وجود این پدیده، راه کارهایی که از بروز این پدیده در بازارهای سرمایه جلوگیری به عمل می آورد و نیز مدل هایی که بتواند این پدیده را پیش بینی کند از اهمیت بسزایی برای اداره کنندگان بازار سرمایه که همواره در پی رونق این بازار از طریق جذب سرمایه های راكد است، برخوردار است.

با توجه به مطالب ذکر شده، این سؤال در ذهن نگارنده این پژوهش نقش می بندد که آیا بین مسئولیت اجتماعی شرکت، نوآوری و عملکرد در شرکت های پذیرفته شده در اوراق بهادار تهران رابطه معناداری وجود دارد.

اهمیت و ضرورت انجام پژوهش

فضای سازمان ها به سرعت در حال تغییر بوده و بر اثر روند جاری به سوی نشان های تجاری جهانی به پیش رفته و سازمان های چند ملیتی با زنجیره های تامین جهانی نیز آن را تشدید می کنند. بسیاری از سازمان ها به نحو فزاینده ای از ارزش مستقیم اقتصادی مسئولیت اجتماعی آگاهی یافته و با ادغام آن به منزله سرمایه گذاری راهبردی با راهبرد اصلی کسب و کار و فعالیت های مدیریتی خود، توانستند تاثیر مثبتی بر جامعه و محیط خود داشته باشند و در ضمن، شهرت و اعتبار خود را نیز تقویت کنند. با پیروی از این روش نه تنها برای امروز خود سود تولید می کنند بلکه موقعیت آینده خود را نیز تثبیت می نمایند. نمونه های مزایای مستقیم ناشی از مسئولیت اجتماعی برای سازمان شامل موارد زیر هستند:

- افزایش ارزش تجاری، نشان تجاری
- دسترسی بیشتر به منابع مالی
- نیروی کار سالم تر و ایمن تر
- مدیریت ریسک و نظارت مؤثرتر بر امور سازمان
- کارکنان مشتاق
- وفاداری مشتری
- ارتقای اعتماد و اطمینان طرف های ذینفع
- تقویت وجهه عمومی

از طرف دیگر، اتخاذ اصول مسئولیت پذیری اجتماعی برای سازمان ها امری هزینه بر است. این هزینه ها ممکن است شامل موارد زیر باشد: خرید تجهیزات جدیدی که به محیط زیست آسیب کمتری می رساند؛ تغییر ساختار مدیریتی و یا ایجاد کنترل های کیفیت شدیدتر باشد. منافع اتخاذ اصول مسئولیت پذیری اجتماعی برای سازمانها عبارت است از: اعتلای برند و افزایش اعتبار؛ امکان جذب بیشتر منابع سرمایه ای به علت اعتبار تجاری بالا؛ کاهش مخاطرات ناشی از حوادث و اتفاقات تلخ؛ بهبود شرایط کارکنان که منجر به کاهش جابجایی، غیبت و هزینه های آموزش آنان می شود. بیشتر صاحب نظران معتقدند که هزینه های

⁴Turban, Daniel B.; Greening, Daniel W. (1996) . Corporate social performance and organizational attractiveness to prospective employees. *Academy of Management Journal*, 40 (3) , 658-672.

مسئولیت اجتماعی، کوتاه مدت و منافع آن اغلب از نوع بلند مدت است. مسئولیت اجتماعی در واقع نوعی سرمایه گذاری برای آینده به امید کسب مزیت رقابتی پایدار و بلندمدت است. مدیران ارشدی که دارای دید کوتاه مدت هستند هزینه های کوتاه مدت مسئولیت اجتماعی را بر نمی تابند. با این استدلال که مشکلات اجتماعی فقط به دست دولت ها قابل حل است، از کنار این مقوله به راحتی میگذرند. برعکس، مدیرانی که دارای دید بلندمدت می باشند حاضرند برای بهبود رفاه جامعه، حل مشکلات اجتماعی، آلودگی محیط زیست، بهبود شرایط محیط کار، رعایت حقوق بشر، شرکت در امور عام المنفعه و ... هزینه کنند تا در بلندمدت بتوانند از پیشرفت اجتماعی بهره مند شده و از سوی دیگر، در جامعه و در بین مشتریان و ذینفعان خود، برای خود اعتبار و شهرت کسب کنند. با توجه به اهمیت موضوع، این پژوهش به بررسی رابطه ی مسئولیت اجتماعی شرکت، نوآوری و عملکرد در شرکت های پذیرفته شده در اوراق بهادار تهران خواهد پرداخت.

پیشینه تحقیق

پیشینه خارجی

- شیخ^۵ (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.

- اویونو و همکاران^۶ (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.

- آرشد و رازاک^۷ (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^۸ (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 تاثیر مثبت دارد و وجود همین رابطه ی مثبت بین این دو متغیر، باعث تاثیر منفی بر عملکرد مالی شرکت می شود.

چای و همکاران^۹ (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.

- راج گوپال و وناکاتا چالام^۱ (۲۰۱۳)؛ در مطالعه 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.

⁵ sheykh

⁶ Oeyono, et al

⁷ Arshad and Razak

⁸ Pryor and colleagues

⁹ Chih et al

¹ Rajgvpal and Nakata Chalanf

- سالوسکی و زولج^۱(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^۲(۲۰۱۲) 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^۳ و کیم و همکاران^۴ 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 درزدنکو^۵(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 ماشین بنیاد، سطح مسئولیت پذیری اجتماعی و اخلاقیات بالایی دارند.

- فرمز و پراکاش^۶(۲۰۱۲)؛ توسعه گزارشگری مسئولیت اجتماعی را بر روی شرکت 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^۷(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

¹ Salewski and Zu'lich	1
¹ Service Tamayo	2
¹ Hutton, et al.	3
¹ Kim, et al.,	4
¹ Jane and hair	5
¹ Fermez and Prakash	6

قیمت سهام به گونه عمده ناشی از مؤسسات موقتی است. مؤسسات اختصاصی نقش نظارتی در کاهش ریسک سقوط آتی قیمت سهام دارند.

- کیم و دیگران (۲۰۱۲)^۲ 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)^۸ 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)^۹ 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)^{۱۰}، 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^۱ (۲۰۰۹) 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.

1 Kim and others	7
1 Cullen and Fang	8
1 Kim and Zhang	9
2 Kim, et al.	0
2 Werner	1

- هاتن و همکاران^۲(۲۰۰۹)، گزارشات مالی مبهم، ضریب تعیین و ریسک سقوط قیمت سهام، تحقیق آن‌ها به بررسی ارتباط بین شفافیت صورت‌های مالی و توزیع بازده سهام، می‌پردازد. آن‌ها با استفاده از مدیریت سود به عنوان شاخص ابهام، فهمیدند که شرکت‌هایی که گزارشگری مالی مبهم دارند، بیشتر مستعد سقوط قیمت سهام هستند که یافته‌های آنان مطابق با مدل پیش‌بینی جین و همکاران^۳(۲۰۰۶)، می‌باشد.

پیشینه داخلی

- 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.

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

- جلیلی و قیصری (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان بررسی ارتباط بین کیفیت سود و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج تحقیق آن‌ها نشان داد که در مدل اقلام تعهدی اختیاری و مدل هزینه‌های 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 هزینه‌های اختیاری غیر عادی بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و کیفیت سود رابطه معناداری وجود دارد.

- حاجیپها و سرافراز (۱۳۹۳) به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و هزینه حقوق صاحبان سهام در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. یافته‌های پژوهش آنان نشان داد که مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها 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 سرمایه‌گذاران (هزینه حقوق صاحبان سهام) شده، و هزینه‌های تامین مالی کمتری برای شرکت به ارمغان می‌آورند. به عبارت دیگر اطلاعات مسئولیت پذیری شرکت‌ها برای سرمایه‌گذاران محتوای اطلاعاتی دارد.

- حاجیپها و شاکر (۱۳۹۴)، تحقیقی تحت عنوان بررسی تاثیر بی‌ثباتی سود و عدم شفافیت بر ریسک کاهش قیمت سهام در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران انجام دادند. آن‌ها تعداد ۱۲۴ شرکت در دوره زمانی ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۱ را مورد بررسی قرار دادند. جهت آزمون فرضیه‌ها از مدل رگرسیونی لجستیک استفاده کردند. یافته‌های آنها نشان داد که عدم شفافیت سود و بی‌ثباتی سود بر ریسک کاهش قیمت سهام تاثیر مثبت و معناداری دارد. در این پژوهش به منظور افزایش درجه اطمینان

² Hutton, et al. 2

² Jin, et al. 3

نسبت به نتایج حاصل از آزمون فرضیات، از روش داده های تلفیقی ایستا استفاده شده است و تخمین سیستم معاملات به کم 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 درحالی است که بین میزان افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی با مالکیت نهادی رابطه ی معناداری وجود ندارد.

- حجاجی (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 تأثیر 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 تأثیر منفی دارد.

- خواجوی 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.

- دیانتي دیلمی 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.

- دیانتي و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان، بررسی تأثیر 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.

فرضیات تحقیق

بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد در شرکت های پذیرفته شده در اوراق بهادار تهران رابطه معناداری وجود دارد
بین نوآوری و عملکرد در شرکت های پذیرفته شده در اوراق بهادار تهران رابطه معناداری وجود دارد.

روش تحقیق

روش پژوهش این تحقیق از نظر ماهیت و محتوا از نوع همبستگی است، که با استفاده از داده‌های ثانویه مستخرج از صورت‌های مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران به تحلیل رابطه‌ی همبستگی می‌پردازد. 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 مدل‌های رگرسیونی چندگانه خواهیم نمود. از سوی دیگر پژوهش حاضر از نوع پس رویدادی (نیمه تجربی) است، یعنی بر مبنای تجزیه و تحلیل اطلاعات گذشته و تاریخی (صورت‌های مالی شرکت‌ها) انجام می‌گیرد. همچنین این پژوهش از نوع 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.

همچنین جامعه آماری پژوهش شامل شرکت هایی است که شرایط زیر را دارا باشند.

- اطلاعات مربوط به متغیر های انتخاب شده در این تحقیق را دارا باشند.
- دوره مالی آن ها آخر اسفند ماه هر سال باشد.
- در دوره ی مورد بررسی، توقف معاملاتی نداشته باشند
- صورت های مالی آن ها حسابرسی شده باشد.
- جزء بانک ها و موسسات مالی اعتباری نباشند.
- شرکت هایی که قبل از سال ۱۳۹۴ وارد بورس شده باشند.

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^۲ 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.

² Linear regression

تعریف واژه های تخصصی**مسئولیت اجتماعی شرکت ها^۲**

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 تعریف شده است: مسئولیت اجتماعی شرکت فعالیت هایی است که پیش برنده سود و منفعت اجتماعی بوده و فراتر از منافع سازمان و آن چیزی است که قانون بایسته می دارد.

عملکرد شرکت

عملکرد مالی معیار یک معیار ذهنی در خصوص چگونگی استفاده یک شرکت از دارایی ها و روش کسب و کار به منظور تولید درآمد است. از این اصطلاح همچنین به عنوان یک معیار کلی از سلامت مالی شرکت در دوره معین استفاده می شود. (ثقفی، ۱۳۸۸).

نوآوری شرکت

نوآوری عبارت است از انتخاب ایده های درست و اجرای صحیح فرآیند تبدیل آن به محصولات، خدمات، و فرآیندهایی به منظور دستیابی به سود و رشد. اگر یک سرمایه گذار بخواهد ظرفیت نوآوری خود را افزایش دهد، سطح بالایی از خلاقیت مورد نیاز است.

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 (عملکرد مالی)

بازده دارایی ها (ROA):

میزان سود به ازای هر ریال از وجوه سرمایه گذاری شده در شرکت است (جهانخانی و پارسسیان، ۱۳۸۶). یک جزء کلیدی سوددهی شرکت، کارایی عملیات می باشد که تحت تاثیر هزینه بهره و مالیات یا میزان بدهی های مورد استفاده شرکت جهت تامین مالی دارایی هایش قرار نمی گیرد. 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

متغیرهای مستقل:

متغیر مستقل اول پژوهش سطح افشای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتهاست که برای اندازه گیری آن از روش تحلیل محتوی استفاده شد. تحلیل محتوی یک روش کدگذاری متن به گروههای مختلف با توجه به معیارهای از قبل تعریف شده است که به طور گسترده ای در پژوهش های مرتبط با افشای اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی به کار می رود. این روش برای پژوهشگران یک

² Corporate Social Responsibility

رویکرد سیستماتیک به منظور تحلیل داده های غیر ساختاری بزرگ فراهم می کند. در تحلیل محضری، پژوهشگر باید از ابزار چک لیست کدگذاری برای ارزیابی سلح افشای اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی استفاده کند. ابزار چک لیسته به منظور به رمز درآوردن اطلاعات کیفی موجود در گزارش های سالانه، طراحی می شود (ویلیامز، ۱۹۹۹) روش کدگذاری عبارت است از: خواندن گزارش های سالانه و مششی کردن هر گونه اطلاعات مرتبط به مسائل زیست محیطی و اجتماعی و طبقه بندی آنها به بخش و زیر بخش مناسب.

بدین ترتیب در پژوهش حاضر برای سنجش افشاء مسئولیت اجتماعی، ابتدا با توجه به پژوهش های قبلی و نظرخواهی از صاحب نظران مالی، چک لیستی متشکل از ۳۰ مورد افشای مسئولیت اجتماعی که با محیط گزارشگری کشور سازگار می باشد، تهیه گردید (صفری گرایی، ۱۳۹۷).

سپس با مشاهده صورتهای مالی، یادداشت های توضیحی و گزارش فعالیت هیئت مدیره شرکت های نمونه، وجود یا نبود اقلام موجود در چک لیست بررسی گردید. به طوری که اگر هر یک از اطلاعات موجود در چک لیست توسط شرکت افشاشده باشد، امتیاز او در غیر این صورت امتیاز صفر برای شرکت مورد نظر لحاظ شده و در نهایت، نمره افشاه مسئولیت پذیری اجتماعی هر شرکت از تقسیم جمع امتیاز متعلق به هر شرکت بر کل موارد قابل افشاء (۳۹) به دست می آید به طوری که:

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

که در آن:

$CSR_{i,t}$ = امتیاز افشای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت i در سال t

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

$\sum_{i=1}^n T_i$ = کل موارد قابل افشاء می باشد.

عناوین کلی و مولفه های چک لیست مسئولیت پذیری اجتماعی بکار رفته در پژوهش، در جدول ۱ نشان داده شده است:

عنوان کلی	مولفه ها
مسائل محیطی	کنترل آلودگی، جلوگیری از خسارت های زیست محیطی، بازیافت با جلوگیری از شایعات، حفظ منابع طبیعی، پژوهش و توسعه سیاست زیست محیطی، سرمایه گذاری در پروژه های زیست محیطی، سایر مسائل محیطی
محصولات و خدمات	توسعه محصول مهم بازار کیفیت محصول ISO/ایمنی و سلامت محصول، توقف تولید، سایر محصولات و خدمات
منابع انسانی	تعداد کارکنان، حقوق ماهانه پاداش نقدی و مرایا، سهام تحت تملک کارمندان، بازنشستگی و مزایای پایان خدمت، سلامتی و ایمنی در محیط کاری برنامه های آموزش و توسعه کارکنان ورزشی و رفاهی، وام یا بیمه کارمندان روحیه و ارتباطات کارمندان، سایر منابع انسانی
مشتریان	سلامتی مشتریان، شکایت ها رضایتمندی مشتریان، سیاست پرداخت دیرتر برای مشتریان حامی، تدارک تسهیلات و خدمات پس از فروش، پاسخگری به نیاز مشتریان، سایر مشتریان
مسئولیت های جامعه	سرمایه گذاری اجتماعی، حمایت اور العالیت 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 نوآوری شرکت: برای اندازه گیری نوآوری شرکت از شاخص نسبت هزینه تحقیق و توسعه سال جاری استفاده شده است.

$$\text{نسبت هزینه تحقیق و توسعه سال جاری} = \frac{\text{نسبت هزینه تحقیق و توسعه سال جاری}}{\text{فروش خالص جاری}}$$

متغیرهای کنترلی:

متغیرهای کنترلی که می توانند به صورت بالقوه، رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی و اهرم مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران 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 تنوع بخشی بیشتر، امکان استفاده از منابع مالی مختلف و افشای منظم اطلاعات، ریسک کمتری دارند (ثقفی و بولو، ۱۳۸۸). 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، از اهرم مالی کمتر برخوردارند 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:

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

که در آن:

$GWH_{i,t}$: 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.

مدل مورد استفاده برای آزمون فرضیه‌ها

به منظور آزمون فرضیه های تحقیق از الگویی که شیخ (۲۰۱۸) در پژوهش خود استفاده نمود، بهره گرفته شده است که الگوی مزبور به شرح زیر می باشد:

$$ROA_{it} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 INC_{it} + \beta_3 SIZE_{it} + \beta_4 GWH_{it} + \varepsilon_{it}$$

که در مدل فوق:

ROA: بازده داراییها (عملکرد مالی)

CSR: مسئولیت پذیری اجتماعی

INC: نوآوری شرکت

SIZE: اندازه شرکت

GWTH: فرصتهای رشد

 ε_{it} : جزء خطای مدل رگرسیون می باشد.

آمار توصیفی داده‌ها

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 داده‌های مربوط به متغیرهای مورد استفاده در تحقیق را نشان می‌دهد. آمار توصیفی مربوط به ۱۰۹ شرکت نمونه طی دوره زمانی ۵ ساله (۱۳۹۴ تا ۱۳۹۸) می‌باشد. نتایج تحلیل توصیفی داده‌ها را می‌توان در قالب موارد زیر خلاصه نمود: همان‌گونه که در این نگاره ملاحظه می‌شود، شرکت‌های نمونه به‌طور متوسط از تعداد کل اقلام قابل افشاء مسئولیت‌پذیری اجتماعی، حدود ۲۶ درصد آن را افشاء می‌کنند. نکته قابل توجه دیگر در این نگاره، بیشتر بودن ارزش بازار حقوق صاحبان سهام اغلب شرکت‌های نمونه از ارزش دفتری آن است که ملاحظه مقدار میانگین متغیر فرصت‌های رشد (۲/۸۸۹)، گواه این مدعا است.

نگاره (۱) - آمار توصیفی مربوط به متغیرهای تحقیق

متغیر	میانگین	میانه	حداقل	حداکثر	انحراف معیار
INC	۰/۵۶۱	۰/۵۶۶	۰/۰۱۳	۱/۲۷۴	۰/۲۰۱
ROA	۰/۱۲۷۸	۰/۱۱۰۰	-۰/۴۵	۰/۶۳	۰/۱۴۵۴۹
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

نتایج آزمون فرضیه

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

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

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: ROA

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
CSR	0.055195	0.025216	2.188909	0.0352

INC	0.00007	0.0003	2.1196	0.0344
SIZE	0.447863	0.115236	3.886502	0.0004
GWTH	0.208025	0.146429	1.420652	0.1640
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
Weighted Statistics				
R-squared	0.487937	Mean dependent var	21.86405	
Adjusted R-squared	0.452241	S.D. dependent var	18.74084	
S.E. of regression	0.129404	Sum squared resid	0.602833	
F-statistic	17.47350	Durbin-Watson stat	1.994770	
Prob(F-statistic)	0.000000			

ملاحظه مقدار آماره F در این نگاره و سطح معناداری آن (۰/۰۰۰) 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 دوربین‌واتسن (۱/۹۹۴) نیز مویعدم وجود خود همبستگی بین اجزای اخلاص مدل رگرسیون می‌باشد. همان‌گونه که از نتایج نگاره نیز مشهود است، ضریب برآوردی و آماره t مربوط به متغیرهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی (CSR) و نوآوری شرکت (INC) مثبت و در سطح خطای ۵ درصد معنادار بوده که حاکی از وجود رابطه مثبت معنادار بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی، نوآوری و عملکرد شرکت‌ها می‌باشد. بر مبنای این شواهد، فرضیه H_0 رد شده و فرضیه پژوهش پذیرفته می‌شود.

بحث و تفسیر و نتیجه گیری

هدف از انجام این پژوهش بررسی رابطه ی مسئولیت اجتماعی شرکت، نوآوری و عملکرد در شرکت های پذیرفته شده در 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 نمونه نهایی 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 اول تحقیق که بین مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. ضریب برآوردی متغیر مستقل CSR در جدول بالا نشان‌دهنده وجود رابطه مثبت و معنی‌دار میان مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد شرکتهای 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 مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

فرضیه دوم تحقیق که بین نوآوری و عملکرد شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. ضریب برآوردی متغیر مستقل INC در جدول بالا نشان‌دهنده وجود رابطه مثبت و معنی‌دار میان نوآوری و عملکرد شرکتهای 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 نوآوری و عملکرد 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 عملکرد شرکت 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 عملکرد شرکت رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

ضریب برآوردی متغیر مستقل GWTH در جدول بالا نشان‌دهنده عدم وجود رابطه معنی‌دار میان فرصت رشد و عملکرد شرکت در سطح خطای ۰/۰۵ است. زیرا میزان p-value محاسبه شده برای ضریب این متغیر مستقل تحقیق، بیشتر از ۰/۰۵ بدست آمده است. بنابراین می‌توان گفت در سطح اطمینان ۹۵ درصد بین فرصت رشد و عملکرد شرکت رابطه معنی‌داری وجود ندارد. در این بخش بر اساس مبانی نظری پژوهش و تحقیقات پیشین و همچنین مدلها و متغیرهای به کار گرفته شده در این تحقیق، به تفسیر نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌ها پرداخته می‌شود:

فرضیات این تحقیق، بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی، نوآوری و عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران را آزمون نموده است. نتیجه حاصل از آزمون فرضیات بیانگر آن است که بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و اهرم مالی رابطه منفی و معناداری وجود دارد. تایید فرضیه مذکور مبین این مطلب است که هرچه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی، نوآوری و عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، افزایش می‌یابد، هرچه قدر شرکتها اصول و شاخصهای مسئولیت‌پذیری 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 و افزایش نوآوری، 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 شیخ و همکاران (۲۰۱۸) همخوانی دارد. چرا که در پژوهش‌های مورد اشاره نیز رابطه مثبت بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و نوآوری شرکت بیشتر و عملکرد شرکت مورد تأیید قرار گرفته است.

پیشنهادات براساس نتایج تحقیق

با توجه به نتایج و دستاوردهای تحقیق، می‌توان محورهای زیر را در ارتباط با زمینه‌های کاربردی مشخص نمود:

۱. پیشنهاد می‌شود به منظور تقویت سطح مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و التزام به تعهد نسبت به این مسئولیت در شرکت‌ها، الزامات قانونی از سوی سازمان بورس نسبت به افشای مسئولیت‌های اجتماعی، زیست محیطی، تعهد به حقوق صاحبان سهام، آموزش کارکنان و مواردی این چنین در نظر گرفته شود.

۲. باتوجه به اینکه بین نوآوری و عملکرد شرکت رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد، به همه بخشهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را در جهت بهبود مسئولیت‌پذیری اجتماعی و حرکت به سمت توسعه پایدار هماهنگ سازند.

۳. به مدیران شرکتها پیشنهاد می‌شود که مسئولیت‌پذیری اجتماعی را به عنوان یک روش مدیریتی در مجموعه خود اجرا کنند تا فرآیند‌های 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 مسئولیت اجتماعی شرکتها رابطه مثبت بر عملکرد داشته باشد. این پژوهش به مدیران کمک خواهد کرد تا سیاست های مؤثر مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکت ها که برای افزایش عملکرد 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

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 ۱۹، ص ۶۶.
- دکتر نوروش 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 ۵۵ تا ۷۴
- 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 طباطبائی.
- علی خانی کشکک، راضیه (۱۳۸۹). "ارزیابی کمی 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 توبین 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 , Anempirical 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.