

## تاثیر ویژگی‌های ساختاری و فرهنگی مدیران بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها

عباس صالحی\* ۱، افشین مرادی ۲، فریده جانباز ۳

۱ کارشناس ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی قزوین، قزوین، ایران.

۲ کارشناس حسابداری، دانشگاه پیام نور قزوین، قزوین، ایران.

۳ کارشناس حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی زنجان، زنجان، ایران.

\* نویسنده مسئول: عباس صالحی abassalehi3156@gmail.com

### چکیده

مسئولیت اجتماعی سازمان، عامل اساسی بقای هر سازمان است. شرکت‌ها و مؤسسات در جامعه‌ای کار می‌کنند که آن جامعه برای آن‌ها فرصت‌های مختلفی را جهت کسب سود و تحقق اهدافشان ایجاد کرده است، در مقابل این رفتار جامعه، سازمان‌های مذکور نیز باید متعهد باشند که نیازها و خواسته‌های جامعه را آنگونه برآورده کنند که مورد توجه ذی‌نفعان است. هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر ویژگی‌های ساختاری و فرهنگی مدیران بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. برای این منظور از اطلاعات مالی ۶۶ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۹-۱۳۹۳ استفاده شد. نتایج پژوهش حاکی از آن است که بین استقلال هیأت مدیره و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد و همچنین بین دوگانگی وظیفه مدیرعامل و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ارتباط منفی و معناداری وجود دارد در ادامه نتایج بیان گر آن بود که بین فاصله قدرت مدیران و مردمنشی مدیران با مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ارتباط منفی و معناداری وجود دارد و بین جمع-گرایی مدیران و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ارتباط مثبت و معناداری وجود داشت اما بین اجتناب از عدم اطمینان مدیران و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ارتباط معناداری یافت نشد.

**کلمات کلیدی:** حاکمیت شرکتی، ابعاد فرهنگی، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، تحلیل پوششی داده‌ها.

## ۱. مقدمه

در جهان پرتلاطم امروزی که سازمان‌ها و جوامع با تحولات شگرف محیطی و تکنولوژی و به تبع آن تجارت جهانی و جهانی شدن روبه‌رو هستند، توان دستیابی به سطح مطلوب و مورد انتظاری از عملکرد در هاله‌ای از ابهام فرورفته است. در این رهگذر آنچه می‌تواند حیات بالنده و رو به رشد شرکت‌ها را تضمین کند، وجود نظام مدیریتی مقتدر و کارآمد است. به عبارت دیگر، در صورت اقتدار و توانمندی رکن مدیریت شرکت است که می‌توان حُسن عملکرد شرکت‌ها را در شرایط فعلی انتظار داشت (فرهی بوزنجانی، ۱۳۸۴).

با جدا شدن مالکیت از مدیریت، مدیران به عنوان نمایندگان مالکان (سهامداران) شرکت را اداره می‌کنند. با شکل‌گیری رابطه نمایندگی، تضاد منافع بین مدیران و سهامداران ایجاد می‌گردد. رابطه نمایندگی طبق تعریف جنسن و مک‌لینگ قراردادی است که براساس آن صاحبکار یا مالک، نماینده یا عامل را از جانب خود منصوب و اختیار تصمیم‌گیری را به او تفویض می‌کند. اگر هر دو طرف رابطه خواهان حداکثر مطلوبیت باشند، بنابراین دلیل خوبی برای ابراز این عقیده وجود دارد که نماینده همیشه همسو با منافع صاحبکار عمل نخواهد کرد. صاحبکار می‌تواند این واگرایی از منافع خود را با برقرار کردن مشوق‌های مناسب برای نماینده و تحمل هزینه‌های نظارت، که برای محدود کردن فعالیت‌های انحرافی نماینده طراحی شده‌اند، کنترل نماید. علاوه بر این در بعضی مواقع صاحبکار می‌تواند، نماینده را متحمل هزینه‌های ضمانت نماید تا از عدم انجام فعالیت‌هایی که نماینده با انجام آنها به منافع صاحبکار لطمه خواهد زد، اطمینان حاصل نماید؛ یا به عبارتی آنها را جبران کند. هزینه‌های ناشی از رابطه نمایندگی، هزینه‌های نظارت، هزینه‌های ضمانت و زیان باقیمانده می‌باشد (جنسن و مک‌لینگ، ۱۹۷۶).

به دلیل مشکلات نمایندگی، مالکان (سهامداران) برای حداکثرسازی ثروت بر کار مدیران (نمایندگان) نظارت می‌کنند و عملکرد آنها را مورد ارزیابی قرار می‌دهند. از این رو عموماً تصور می‌شود که ساختار مالکیت شرکت‌ها ممکن است به تغییر رفتار شرکت‌ها منجر شود. این امر از فعالیت‌های نظارتی که سرمایه‌گذاران مختلف در این ساختار انجام می‌دهند نشأت می‌گیرد (ولوری و جنکینز، ۲۰۰۶).

هم‌چنین طبق نظریه نمایندگی، شرکت‌ها با ساختارهای مالکیت متفاوت دارای نمودگرها و رفتارهای خاصی هستند؛ بدین معنی که ویژگی‌های مالی و اقتصادی یک شرکت تحت تأثیر ساختار مالکیت آن شرکت قرار دارد و دوره تصدی مدیرعامل، در محتاط‌تر شدن یا جسورتر شدن مدیرعامل به هنگام استفاده از توانایی‌های مدیریتی در اتخاذ تصمیمات مالی و غیرمالی متفاوت، می‌تواند نقش به‌سزایی ایفا کند. به‌عنوان مثال، مدیرعاملی که به تازگی به مقام مدیریت یک شرکت منصوب شده است نسبت به مدیرعاملی که جایگاه تثبیت شده‌ای در مقام مدیریت دارد، با احتیاط‌تر عمل می‌نماید.

فرهنگ سازمانی نشان دهنده‌ی شخیصت سازمان است. فرهنگ دربرگیرنده‌ی پنداشت‌ها، ارزش‌ها و هنجارها و نمادهای ملموس اعضای سازمان و اعتقادات‌شان است. اعضای یک سازمان فرهنگ خاص یک سازمان را ایجاد می‌کنند. فرهنگ واژه‌ای است که به طور روشن و واضح بیان‌کننده‌ی دشنش دشوار است، اما هرکس که آن را احساس می‌کند، درکش می‌نماید.

در سال‌های اخیر، رعایت نکردن آیین رفتار حرفه‌ای، امانت‌داری و اصول اخلاقی به چندین رسوایی مالی منجر شده است. انرون<sup>۲</sup>، ورلدکام<sup>۴</sup>، آدلفی<sup>۵</sup>، تایکو<sup>۶</sup>، مارتا استوارت<sup>۷</sup> و پارمالات<sup>۸</sup> شرکت‌هایی هستند که دارای رویه‌های غیراخلاقی و غیرحرفه-

<sup>۱</sup> Jensen & Meckling

<sup>۲</sup> Velury & Jenkins

<sup>۳</sup> Enron

<sup>۴</sup> Worldcom

<sup>۵</sup> Adelphi

<sup>۶</sup> Tyco

<sup>۷</sup> Martha Stewart

<sup>۸</sup> Parmalat

ای بوده‌اند. لغزش‌های اخلاقی دیگری نیز در صنعت صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشترک<sup>۹</sup> و در صنعت رهن اولیه گزارش شده است که البته رفتارهای غیراخلاقی در صنعت رهن اولیه، سهم به‌سزایی در مشکلات جهانی داشته است (دونالدسون<sup>۱۰</sup>، ۲۰۰۵). کاپلند<sup>۱۱</sup> (۲۰۰۵) معتقد است هرچند تأثیر رفتارهای غیرحرفه‌ای و لغزش‌های اخلاقی ممکن است کم باشد، ولی فروپاشی بزرگ-ترین شرکت‌های جهان را به دنبال دارد و باعث از دست رفتن صدها میلیارد دلار ارزش سرمایه‌سپارندگان می‌شود. همچنین، این رسوایی‌ها باعث از بین رفتن اعتبار و شهرت صدها هزار نفر افرادی می‌شود که زمان خود را صرف رعایت امانت و انجام درست کارها کرده‌اند. در تجزیه و تحلیل این وقایع، عده‌ای با استفاده از فرض‌های بنیادین اقتصادی، ذات بشر را فرصت‌طلب و بی‌توجه به اخلاق بیان کرده‌اند. برخی دیگر، افول ارزش‌های اخلاقی در اجتماع را دلیل زیر پا گذاشتن معیارهای اخلاقی می‌دانند (اعتمادی و دیبانتی دیلمی، ۱۳۸۸). سما و شواف<sup>۱۲</sup> (۲۰۰۸) معتقدند فرهنگ مؤسسه از عوامل موثر بر رفتار افراد در درون سازمان است. اگر فرهنگ حاکم بر مؤسسه مناسب نباشد باعث بروز مشکلاتی در رهبری خواهد شد. به عنوان نمونه، در مورد آرتور اندرسن، فرهنگ مؤسسه مورد اتهام بوده است. وایات<sup>۱۳</sup> (۲۰۰۴)، معتقد است که فرهنگ مؤسسه‌ای مثل آرتور اندرسون از رفتار حرفه‌ای، به رفتار حریصانه تغییر کرده و بازگشت به فرهنگ حرفه‌ای ضروری است.

اگر فرهنگ اخلاقی ایجاد می‌شود و مدیران و حساب‌برسان به صورت مسئولانه رفتار می‌کردند، رفتارهای غیراخلاقی شرکت‌های آمریکایی منجر به شکست‌ها و رسوایی‌های ابتدای قرن ۲۱ نمی‌شد. برخی از پژوهشگران معتقدند که فرهنگ سازمانی، از جمله مواردی است که رهبران سازمان‌ها باید مورد توجه قرار دهند. فروپاشی آرتور اندرسون، فرصتی برای پرورش فرهنگ اخلاقی به‌وسیله رهبران است (جنکینز و همکاران<sup>۱۴</sup>، ۲۰۰۸).

باید توجه داشت که اگرچه فرهنگ متشکل از رفتارهای اکتسابی است اما شرایط فیزیولوژیک و زیست‌شناختی بر رفتارها اثر می‌گذارند.

مسئولیت اجتماعی سازمان، عامل اساسی بقای هر سازمان است. شرکت‌ها و مؤسسات در جامعه‌ای کار می‌کنند که آن جامعه برای آن‌ها فرصت‌های مختلفی را جهت کسب سود و تحقق اهدافشان ایجاد کرده است، در مقابل این رفتار جامعه، سازمان‌های مذکور نیز باید متعهد باشند که نیازها و خواسته‌های جامعه را آنگونه که مورد توجه ذی‌نفعان است، برآورده کنند. رابطه بین سازمان و فعالیت‌های آن از یک سو و بین سازمان و جامعه از سوی دیگر، موضوعی دیرینه است که همواره در میان پژوهشگران مورد بحث و تبادل نظر بوده است. اما این رابطه، به شکل امروزی که از آن به مسئولیت اجتماعی سازمان یاد می‌شود، از دهه ۱۹۵۰ آغاز شد. در این دهه، پژوهشگران، آزمون و تحلیل مفاهیم و نظریه‌های مرتبط با مسئولیت‌های سازمان را در قبال جامعه آغاز کردند. همزمان با گروه یاد شده که قابل به وجود آمدن مسئولیت‌های سازمان در قبال جامعه بودند، برخی دیگر از پژوهشگران جایگاه نقیض مسئولیت اجتماعی سازمان را به رسمیت شناختند. برخی از محققان مسئولیت اجتماعی شرکت را به عنوان فعالیت‌هایی تعریف می‌کنند که به منظور پیشرفت بعضی از اهداف اجتماعی که فراتر از اهداف مالی هستند، انجام می‌گردد.

<sup>9</sup> . Mutual Fund Industry

<sup>1</sup> . Sub Prime Mortgage Industry

<sup>1</sup> . Donaldson 1

<sup>1</sup> . Copeland 2

<sup>1</sup> . Sama & Shoaf 3

<sup>1</sup> . Wyatt 4

<sup>1</sup> . Jenkins et al 5

گروه دیگری از نویسندگان مسئولیت اجتماعی شرکت را بدین صورت تعریف می‌کنند: مسئولیت اجتماعی شرکت بدین مفهوم است که شرکت‌ها نسبت به گروه‌های سازنده در جامعه غیر از سهامداران و فراتر از آن چیزی که از طبق قانون و قرارداد اتحادیه توصیف شده، وظیفه دارند (هانسن و همکاران، ۲۰۱۰).<sup>۱</sup>

فریدمن در زمره اولین نفراتی بود که در سال ۱۹۷۰ به بررسی موضوع مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها پرداخت او نتیجه گیری کرد که مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها هیچ‌گونه تاثیری بر افزایش ثروت سهامداران ندارد این درحالی است که امروزه محققان (ژیائو، ۲۰۱۱؛ ادمنس، ۲۰۱۱؛ دنگ و همکاران، ۲۰۱۳؛ چنگ و همکاران، ۲۰۱۴؛ فلامر، ۲۰۱۵) به نتیجه‌ای خلاف آن‌چه فریدمن اعتقاد داشت دست یافته‌اند. همچنین تحقیقات اخیر نشان می‌دهد که برخی ویژگی‌های شخصی مدیران بر سیاست‌های شرکت‌ها از جمله پوشش ریسک تاثیر گذارند (مک کارتی و همکاران، ۲۰۱۷).<sup>۲</sup>

تحقیقات اخیر در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با اتکا بر نگرش نظریه مشروعیت و نظریه ذی‌نفعان بوده است. نظریه ذی‌نفعان بیانگر این واقعیت است که اکثر شرکت‌ها دارای یک مجموعه یکپارچه و بزرگ از ذی‌نفعان هستند، لذا، شرکت‌ها نسبت به آن‌ها تعهد و مسئولیت دارند (حساس‌یگانه و برزگر، ۱۳۹۳). به طور کلی ذی‌نفعان سازمان، گروه‌هایی هستند که از یک سو می‌توانند از شرکت تاثیر گرفته و از سویی دیگر بر آن تأثیر بگذارند. این گروه‌ها معمولاً شامل سرمایه‌گذاران، عرضه‌کنندگان، کارکنان، مشتریان، رقبای اتحادیه‌ها و نهادهای قانون‌گذاری هستند. ذی‌نفعان از آن جهت که به سازمان در دستیابی به اهداف کمک می‌کنند، ارزش هستند. از این رو سازمان در تدوین و اجرای برنامه‌های مختلف، نمی‌تواند نسبت به آن‌ها بی‌تفاوت باشد. از طرف دیگر، در نظریه مشروعیت فرض می‌شود که سازمان‌ها به طور مستمر به دنبال اطمینان از این هستند که فعالیت‌هایشان با سیستم ارزشی جامعه مطابقت دارد. در واقع، مشروعیت یک مفهوم عمومیت یافته است که اعمال هر شرکت مطلوب و متناسب با عمده هنجارها، ارزش‌ها و باورها در ساختار اجتماعی می‌باشند و سازمان‌ها می‌خواهند نشان دهند که عملیات آنها در راستای هنجارهای جامعه هستند. از سوی دیگر بر اساس تئوری نمایندگی وجود تضاد منافع، موجب نگرانی مالکان (سهامداران) می‌شود تا جایی که آنها برای اطمینان از تخصیص بهینه منابع خود از سوی مدیران، اقدام به بررسی و ارزیابی عملکرد مدیران می‌کنند. به مرور زمان مشخص شده است که برخی از تصمیم‌های مدیران ممکن است موجب اتلاف منابع شرکت و از بین رفتن ثروت مالکان شود. از سوی دیگر، مدیران همواره به دنبال این بوده‌اند تا ضمن حداکثر کردن منافع خود، به مالکان این اطمینان را بدهند که تصمیم‌های اتخاذ شده از سوی آنها در جهت منافع مالکان است.

با توجه به مطالب ذکر شده در این پژوهش به بررسی تاثیر ویژگی‌های ساختاری و فرهنگی مدیران بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها پرداخته می‌شود.

## روش پژوهش

در این تحقیق اطلاعات مورد نیاز برای بیان کلیات تحقیق به روش کتابخانه‌ای جمع‌آوری شده است. داده‌های مورد نیاز این تحقیق از صورت‌های مالی به همراه یادداشت‌های توضیحی و پرسشنامه از شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران استخراج شده است. داده‌های جمع‌آوری شده از طریق نرم‌افزار اکسل طبقه بندی شده و تجزیه و تحلیل نهایی نیز به کمک نرم‌افزار اقتصادسنجی Eviews و نرم افزار MAX DEA انجام می‌شود. جمع‌آوری اطلاعات مربوط به ویژگی‌های فرهنگی

1 -Hansen et al	6
1 -Jiao	7
1 -Edmans	8
1 -Deng et al	9
2 -Cheng et al	0
2 -Flammer	1
2 -McCarthy et al	2

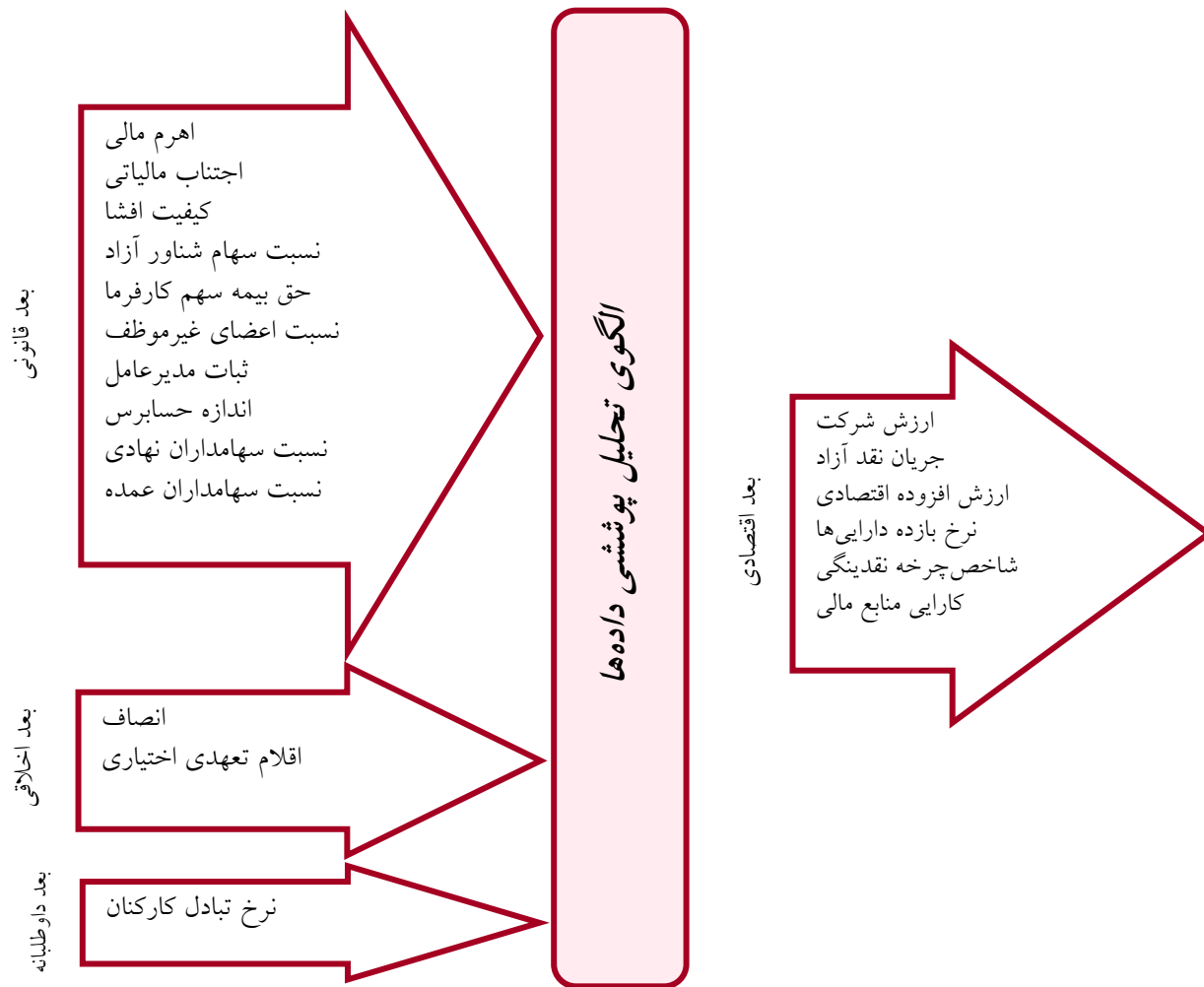
مدیران از طریق پرسشنامه نگرش‌های فرهنگی هافستد انجام می‌گیرد که در پیوست (الف) قرار گرفته است. جامعه آماری این پژوهش شامل ۶۶ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران که طی سال‌های ۱۳۹۹-۱۳۹۳ مورد بررسی قرار گرفتند. سنجه‌های محقق‌ساخته و سنجه‌هایی که اعتبار آن‌ها در فرهنگ‌ها و زبان‌های دیگر به تایید رسیده باشد نیازمند اعتبارسنجی است. آزمون‌های روایی استفاده شده در این پژوهش آزمون متوسط واریانس استخراجی و آزمون لاوشه می‌باشد. متوسط واریانس استخراجی از طریق نرم‌افزار Smart PLS محاسبه می‌شود. ضریب آزمون متوسط واریانس استخراجی بیش از ۰/۵ قابل قبول فرض می‌شود. ضریب آزمون لاوشه اگر کمتر از ۰/۷ باشد گویه رد می‌شود. اگر بین ۰/۷ تا ۰/۷۹ باشد باید بازبینی شود، اگر بیش از ۰/۷۹ بود قابل قبول است. برای سنجش پایایی پرسش‌نامه از آزمون آلفای کرونباخ شده است. ضریب آلفای کرونباخ از طریق نرم‌افزار SPSS محاسبه می‌شود. در تحقیقات علوم اجتماعی و مدیریت، ضریب آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۹ عالی، بین ۰/۸ تا ۰/۹ خوب، بین ۰/۷ تا ۰/۸ قابل قبول، بین ۰/۶ تا ۰/۷ قابل بحث، بین ۰/۵ تا ۰/۶ ضعیف، و کمتر از ۰/۵ غیر قابل قبول فرض می‌شود. ضریب آزمون پایایی مرکب بیش از ۰/۷ قابل قبول فرض می‌شود.

### تعریف عملیاتی متغیرهای پژوهش

#### متغیر وابسته

#### مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها (CSR)

در پژوهش حاضر به پیروی از موسوی و همکاران (۱۳۹۷)، برای تعیین این که تا چه اندازه شرکت‌ها در ایفای مسئولیت اجتماعی خود به نحو مطلوب عمل نموده‌اند، از الگوی تحلیل پوششی داده‌ها استفاده می‌شود. تحلیل پوششی داده‌ها، کارایی نسبی واحدهایی که دارای ورودی‌ها و خروجی‌های مشابهی می‌باشند را اندازه‌گیری می‌کند. برای اندازه‌گیری کارایی از منظر بازده به مقیاس، دو رویکرد چارنز، کوپر و رودرز (CCR) و بنکر، چارنز و کوپر (BCC) وجود دارد. در رویکرد CCR رابطه بین نهاده‌ها و ستاده‌ها از فرض بازده ثابت به مقیاس پیروی می‌کند. یعنی، مثلاً اگر نهاده‌ها دو برابر شوند، ستاده‌ها نیز دو برابر می‌شوند. در بسیاری از شرکت‌ها، فرض بازده به مقیاس ثابت برقرار نیست و این رویکرد زمانی مناسب است که همه بنگاه‌ها در سطح بهینه عمل نمایند. رویکرد BCC به ارزیابی کارایی نسبی واحدهایی با بازده متغیر نسبت به مقیاس می‌پردازد. یعنی هر مضربی از ورودی‌ها می‌تواند همان مضرب از خروجی‌ها یا کمتر از آن و یا بیش‌تر از آن را در خروجی‌ها تولید کند. هم‌چنین از منظر نهاده‌ها و ستاده‌ها نیز الگوهای تحلیل پوششی داده‌ها به دو مدل ورودی‌محور و خروجی‌محور تقسیم می‌شوند. در یک مدل ورودی‌محور، یک واحد در صورتی ناکارا است که امکان کاهش هر یک از ورودی‌ها بدون افزایش ورودی‌های دیگر یا کاهش هر یک از خروجی‌ها وجود داشته باشد و در یک مدل خروجی‌محور، یک واحد در صورتی ناکارا است که امکان افزایش هر یک از خروجی‌ها بدون افزایش ورودی یا کاهش یک خروجی دیگر وجود داشته باشد. در این پژوهش، به پیروی از موسوی و همکاران (۱۳۹۷)، برای محاسبه کارایی شرکت‌ها به لحاظ ایفای مسئولیت اجتماعی از مدل BCC خروجی‌محور استفاده می‌شود. بعد قانونی، بعد اخلاقی و بعد داوطلبانه (بشردوستانه) به‌عنوان ورودی، و بعد اقتصادی به‌عنوان خروجی الگوی تحلیل پوششی داده‌ها در نظر گرفته می‌شوند؛ هر بعد شامل شاخص‌هایی می‌باشد که در شکل (۱) مشخص شده است



شکل (۱): الگوی اندازه‌گیری مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت

**(۱) اهرم مالی (LEV):** نسبت این اهرم بیان‌گر آن است که شرکت تا چه حد به تأمین مالی از طریق ایجاد بدهی (استقراض) به‌جای افزایش سرمایه متکی است. در واقع این نسبت نشان می‌دهد که چند درصد از کل دارایی‌ها متعلق به بستانکاران است.

$$LEV_{it} = \frac{\text{جمع بدهی‌های بلندمدت}}{\text{جمع دارایی‌ها}}$$

**(۲) اجتناب مالیاتی (TaxAvo):** شرکت‌هایی که اجتناب و فرار مالیاتی کم‌تری دارند، نزد دولت از مشروعیت بیش‌تری برخوردار می‌شوند. در این پژوهش، به‌منظور شناسایی شرکت‌های درگیر در سطوح متفاوت اجتناب مالیاتی و مقایسه شرکت‌هایی که دارای سطوح بالای اجتناب مالیاتی می‌باشند با شرکت‌هایی که در سطوح پایینی قرار دارند، از معیار نقدی نرخ مؤثر

مالیاتی استفاده می‌نماییم. معیار نرخ مؤثر مالیاتی نقدی (CETR) به‌عنوان معیاری برای اندازه‌گیری اجتناب مالیاتی شرکت‌ها در نظر گرفته شده است که برابر است با نسبت مالیات بر درآمد پرداختی بر سود قبل از کسر مالیات (دایرنگ و همکاران، ۲۰۰۸).

$$CETR_{it} = \frac{\text{مالیات نقدی پرداختی}}{\text{سود قبل از کسر مالیات}}$$

در طول دوره‌های کوتاه‌مدت یک‌ساله، ممکن است این نرخ در نتیجه عواملی مانند مالیات‌های پرداختی برآوردی، مالیات‌های استردادی جهت تسویه اختلاف‌های مالیاتی سال‌های قبل، تسویه حسابرسی‌های دولت و تمیزی متصدیان مالیاتی در ارتباط با مالیات سال‌های قبل کمی تحریف شود. بنابراین اگر پرداخت‌های نقدی مالیاتی که در محاسبه نرخ مؤثر مالیاتی نقدی در صورت کسر قرار می‌گیرد، مالیات دوره‌های دیگر را نیز در بر بگیرد (در حالی که مخرج کسر تنها سود دوره جاری را شامل شود) این نرخ سالانه می‌تواند گمراه‌کننده باشد. به‌منظور کاهش خطاهای اندازه‌گیری ناشی از عدم تطابق صورت و مخرج کسر، از نرخ مؤثر مالیاتی نقدی بلندمدت (LCETR) که از میانگین پنج‌ساله نرخ مؤثر مالیاتی نقدی به‌دست می‌آید، استفاده می‌شود.

$$LCETR_{it} = \frac{\text{مجموع مالیات نقدی پرداختی سال جاری و چهار سال قبل}}{\text{سود قبل از کسر مالیات سال جاری و چهار سال قبل}}$$

در این پژوهش درصدد آن هستیم تا با محاسبه نرخ مؤثر مالیات، میزان نزدیکی این نرخ را با نرخ قانونی ۲۲/۵٪ بسنجیم. اگر نرخ مؤثر مالیاتی یک شرکت پایین باشد، حاکی از اجتناب مالیاتی بالای آن شرکت می‌باشد (حساس‌یگانه و گل-محمدی، ۱۳۹۰). به این شکل که هرچه این نرخ به نرخ قانونی مالیات نزدیک‌تر باشد، بیان‌گر این مسئله است که شرکت کم‌تر درگیر اجتناب مالیاتی می‌باشد (چنانچه نرخ مؤثر مالیاتی شرکتی برابر با نرخ قانونی مالیات شود، این‌گونه استنباط می‌شود که آن شرکت درگیر هیچ‌گونه فعالیت اجتناب مالیاتی نشده است)، حال آن‌که هرچه نرخ مؤثر مالیات شرکتی با فاصله بیشتری از نرخ قانونی آن و کم‌تر از نرخ قانونی مالیات اندازه‌گیری شود، بیان‌گر سطح بالای اجتناب مالیاتی در آن شرکت می‌باشد. سپس برای تعیین این مسئله که در کدام محدوده از نرخ مؤثر نقدی بلندمدت، متغیر مجازی مربوط به اجتناب مالیاتی را باید صفر و یا یک در نظر گرفت، با توجه به برخی تحقیقات مشابه در زمینه نرخ مؤثر مالیات از قبیل تحقیق انجام شده توسط دایرنگ و همکاران (۲۰۰۸)، تحقیق حساس‌یگانه و گل‌محمدی (۱۳۹۰)، شرکت‌ها را به سه گروه با سطح اجتناب مالیاتی پایین، متوسط و بالا طبقه‌بندی می‌کنیم. سپس متغیر اجتناب مالیاتی را برای شرکت‌هایی که در گروه با سطح اجتناب مالیاتی بالا قرار گرفته‌اند، برابر با یک در نظر می‌گیریم؛ برای سایر شرکت‌ها مقدار این متغیر را صفر در نظر می‌گیریم.

**(۳) کیفیت افشا (QD):** این متغیر برابر است با امتیاز افشا و شفافیت برای دوره ۱۲ ماهه منتهی به پایان اسفندماه هر سال، که توسط سازمان بورس اوراق بهادار تهران منتشر می‌شود. این امتیازهای ارزیابی بورس، میزان آگاهی‌بخشی افشای شرکتی را منعکس می‌نماید. امتیازهای مذکور، براساس میانگین وزنی معیارهای به‌موقع بودن و قابلیت اتکای اطلاعات افشا شده، محاسبه می‌گردد. اطلاعات ارزیابی شده بر اساس مقررات افشای اطلاعات در بورس، از جمله صورت‌های مالی سالانه، صورت‌های مالی میان دوره‌ای ۳، ۶ (حسابرسی شده) و ۹ ماهه، پیش‌بینی سود هر سهم در مقاطع زمانی ۳، ۶، ۹ و ۱۲ ماهه می‌باشد.

**(۴) نسبت سهام شناور آزاد (FFSR):** برابر است با درصد سهام شناور آزاد که در اطلاعیه‌های سالانه سازمان بورس اوراق بهادار تهران اعلام می‌شود.

۵) حق بیمه سهم کارفرما (IEC): برابر است با هزینه بیمه سهم کارفرما (که در یادداشت‌های همراه صورت‌های مالی افشا می‌شود) تقسیم بر جمع هزینه‌های عملیاتی و بهای تمام شده کالای فروش رفته.

$$IEC_{it} = \frac{\text{هزینه بیمه سهم کارفرما}}{\text{بهای تمام شده کالای فروش رفته} + \text{هزینه‌های عملیاتی}}$$

۶) نسبت اعضای غیرموظف (OutBM): برابر است با نسبت تعداد مدیران غیرموظف به تعداد کل اعضای هیأت مدیره.

$$Out\_BM_{it} = \frac{\text{تعداد مدیران غیرموظف هیأت مدیره}}{\text{تعداد کل اعضای هیأت مدیره}}$$

۷) ثبات مدیرعامل (Stability): یک متغیر دو وجهی است؛ در صورتی که مدیرعامل شرکت در طی دو سال (سال جاری و سال قبل) تغییر پیدا کرده باشد مقدار صفر، و در غیر این صورت مقدار یک را می‌پذیرد.

۸) اندازه حسابرس (AuditSize): یک متغیر دو وجهی است؛ اگر حسابرس مستقل، سازمان حسابرسی باشد مقدار یک و در غیر این صورت مقدار صفر را می‌پذیرد.

۹) نسبت سهامدارن نهادی (InsOwn): برابر است با درصد سهام در اختیار بانک‌ها، بیمه‌ها، شرکت‌های سرمایه‌گذاری، صندوق‌های بازنشستگی و سرمایه‌گذاری، هلدینگ‌ها، سازمان‌ها، نهادها و شرکت‌های دولتی.

۱۰) نسبت سهامداران عمده (MajOwn): برابر است با درصد سهام در اختیار سهامدارانی که مالک بیش از ۵ درصد سهام شرکت هستند.

۱۱) انصاف (Fairness): صداقت، انصاف و احترام به جامعه و ذی‌نفعان شرکت یک ارزش اجتماعی محسوب می‌شود. برای رسیدن به این هدف شرکت‌ها خود را ملزم به رعایت اخلاق کسب‌وکار می‌نمایند. بنابراین مطابق با شاخه اخلاقی نظریه ذی‌نفعان و خطر اخلاقی عدم تقارن اطلاعاتی، استدلال می‌شود که کسب بازده غیرمتعارف در بازار سهام بیان‌گر عدم تقارن اطلاعاتی می‌باشد که خطر اخلاقی به همراه دارد. این خطر اخلاقی ناشی از بی‌انصافی در شناسایی، اندازه‌گیری و یا افشای اطلاعات است. بر این اساس یک منهای انحراف معیار بازده غیرعادی ماهانه بیان‌گر انصاف می‌باشد.

$$Fairness_{it} = 1 - \sigma(AbRet_{i\theta-11}, AbRet_{i\theta-10}, \dots, AbRet_{i\theta})$$

$$AbRet_{i\theta} = Ret_{i\theta} - Ret_{m\theta}$$

Fairness: انصاف؛  $\sigma$ : انحراف معیار؛ AbRet: بازده غیرعادی؛ Ret: نرخ بازده؛ i: مؤلفه شرکت؛ m: مؤلفه بازار؛  $\theta$ :

مؤلفه دوره زمانی ماهانه؛

۱۲) اقدام تعهدی اختیاری (DAC): اقدام تعهدی اختیاری قابل اعمال نظر توسط مدیریت هستند. مدل اخلاق مدار با استفاده از اقدام تعهدی اختیاری، رفتاری جانبدارانه که منافع فردی را به همراه داشته باشد از خود نشان نمی‌دهد. چرا که مطابق با شاخه اخلاقی نظریه ذی‌نفعان، مدیر منافع جمع را بر منافع فرد یا گروهی خاص ترجیح می‌دهد. به عبارت دیگر، رفتاری اخلاق‌پسند دارد. از این رو، به نظر می‌رسد که در شرکت‌هایی که اقدام تعهدی اختیاری با ارزش بازار آن‌ها هم‌بستگی دارد، مسئولیت‌پذیری اجتماعی



از منظر اخلاقی بهتر رعایت می‌شود. بنابراین، در صورتی که ضریب هم‌بستگی بین مقادیر ارقام تعهدی اختیاری و ارزش بازار (که به صورت چرخشی چهارساله محاسبه خواهد شد)، بیش‌تر از میانه ضریب هم‌بستگی بین مقادیر ارقام تعهدی و ارزش بازار تمامی مشاهدات باشد و انحراف معیار چهارساله ارقام تعهدی اختیاری از میانه انحراف معیار ارقام تعهدی اختیاری تمامی مشاهدات کم‌تر باشد، برای متغیر مجازی ارقام تعهدی اختیاری عدد یک و در غیر این صورت عدد صفر منظور می‌شود.

جهت محاسبه ارقام تعهدی اختیاری از مدل کازنیک<sup>۴</sup> (۱۹۹۹) استفاده می‌شود. جملات خطای مدل ارقام تعهدی کازنیک به‌عنوان ارقام تعهدی اختیاری در نظر گرفته می‌شود.

$$\frac{TACC_{it}}{TA_{it-1}} = \alpha_0 \left( \frac{1}{TA_{it-1}} \right) + \alpha_1 \left( \frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{TA_{it-1}} \right) + \alpha_2 \left( \frac{PPE_{it}}{TA_{it-1}} \right) + \alpha_3 \left( \frac{\Delta CFO_{it}}{TA_{it-1}} \right) + \varepsilon_{it}$$

TACC: کل ارقام تعهدی؛  $\Delta REV$ : تغییرات درآمد سال جاری نسبت به سال قبل؛  $\Delta REC$ : تغییرات حساب‌های دریافتی سال جاری نسبت به سال قبل؛ PPE: اموال، ماشین‌آلات و تجهیزات؛  $\Delta CFO$ : تغییرات جریان نقد عملیاتی نسبت سال قبل؛ TA: جمع دارایی‌ها؛  $\dot{i}$ : مؤلفه شرکت؛ t: مؤلفه دوره زمانی سالانه؛ E: جملات خطا؛

**(۱۳) نرخ تبادل کارکنان (EmpTrans):** نسبت تغییرات تعداد کارکنان سال جاری به سال قبل.

$$EmpTrans_{it} = \frac{\text{تعداد کارکنان سال قبل} - \text{تعداد کارکنان سال جاری}}{\text{تعداد کارکنان سال قبل}}$$

**(۱۴) ارزش شرکت (نسبت کیوتوبین) (TobinsQ):** برابر است با مجموع ارزش دفتری بدهی‌ها و ارزش بازار سهام شرکت تقسیم بر جمع دارایی‌های شرکت.

$$Q_{it} = \frac{MVE_{it} + TD_{it}}{TA_{it}}$$

Q: ارزش شرکت؛ MVE: ارزش بازار سهام؛ TD: جمع بدهی‌ها؛ TA: جمع دارایی‌ها؛  $\dot{i}$ : مؤلفه شرکت؛ t: مؤلفه دوره زمانی سالانه؛

**(۱۵) جریان نقد آزاد (FCF):** به پیروی از لن و پولسن<sup>۵</sup> (۱۹۸۹)، جریان نقد آزاد از رابطه زیر محاسبه می‌شود.

$$FCF_{it} = \frac{INC_{it} - Tax_{it} - IntExp_{it} - PsDiv_{it} - CsDiv_{it}}{TA_{it}}$$

FCF: جریان نقد آزاد؛ INC: سود عملیاتی قبل از هزینه استهلاک؛ Tax: مالیات پرداختی؛ IntExp: هزینه بهره پرداختی؛ PsDiv: سود پرداختی سهامداران ممتاز (در صورت وجود)؛ CsDiv: سود پرداختی سهامداران عادی؛ TA: جمع دارایی‌ها؛  $\dot{i}$ : مؤلفه شرکت؛ t: مؤلفه دوره زمانی سالانه؛

**(۱۶) ارزش افزوده اقتصادی (EVA):** برای محاسبه ارزش افزوده اقتصادی از رابطه زیر استفاده می‌شود.

$$EVA_{it} = NOPAT_{it} - (WACC_{it} * Capital_{it})$$

<sup>2</sup> - Kasznik

4

<sup>2</sup> - Lehn & Poulsen

5

EVA: ارزش افزوده اقتصادی؛ NOPAT: سود خالص عملیاتی پس از کسر مالیات؛ WACC: میانگین موزون هزینه سرمایه؛ Capital: سرمایه به کارگرفته شده؛  $t$ : مؤلفه شرکت؛  $t$ : مؤلفه دوره زمانی سالانه؛  
**(۱۷) نرخ بازده دارایی ها (ROA):** برابر است با نسبت سود خالص قبل از کسر بهره و مالیات به جمع دارایی ها در ابتدای سال مالی.

$$ROA_{it} = \frac{\text{سود خالص قبل از کسر بهره و مالیات}}{\text{جمع دارایی ها در ابتدای سال مالی}}$$

**(۱۸) شاخص چرخه نقدینگی (CCC):** این متغیر از روابط زیر قابل محاسبه است.

$$CCC = Inv + AR - AP$$

$$Inv = \frac{\text{میانگین موجودی کالا}}{\text{بهای تمام شده کالای فروش رفته}} \times 365$$

$$AR = \frac{\text{میانگین حساب های دریافتی}}{\text{فروش خالص}} \times 365$$

$$AP = \frac{\text{میانگین حساب های پرداختی}}{\text{بهای تمام شده کالای فروش رفته + خالص افزایش در موجودی کالا}} \times 365$$

**(۱۹) کارایی منابع مالی (FRE):** رابطه ارائه شده در صفحه بعد برای اندازه گیری کارایی منابع مالی استفاده می شود.

متغیرهای مستقل

### ۱. ویژگی های ساختاری مدیران

حاکمیت شرکتی به عنوان متغیر مستقل پژوهش در نظر گرفته می شود. در این راستا سه شاخص استقلال هیأت مدیره، دوگانگی وظیفه مدیرعامل، تجربه مدیرعامل، به عنوان معیارهای عملیاتی ویژگی های مدیران به صورت ذیل تعریف می شود.  
 استقلال هیأت مدیره (Independ):

برابر است با نسبت تعداد اعضای غیرموظف به تعداد کل اعضای هیأت مدیره .

دوگانگی وظیفه مدیرعامل (Duality):

یک متغیر دو وجهی است، اگر مدیر عامل رئیس هیأت مدیره باشد یک و در غیر این صورت صفر در نظر گرفته می شود.

### ۲. ویژگی های فرهنگی مدیران

ارزش های فرهنگی هافستد (فردگرایی، فاصله قدرت، اجتناب از عدم اطمینان، مردمنشی) یا «تئوری ابعاد فرهنگی هافستد» از چارچوبی با محوریت ارتباطات میان فرهنگی تشکیل شده که هافستد آن را ابداع کرده است. این ابعاد به طور کلی تأثیر فرهنگ موجود در جامعه را بر ارزش های اعضای آن جامعه به تصویر می کشند. این ابعاد، رابطه ی بین این ارزش ها و رفتار را توصیف

می‌کند. به عبارت دیگر، این نظریه جنبه‌های قابل توجهی از فرهنگ را مورد مطالعه قرار داده و بر مبنای سنجشی قیاسی به آن‌ها امتیاز می‌دهد.

جمع‌آوری اطلاعات مربوط به ویژگی‌های فرهنگی مدیران از طریق پرسشنامه نگرش‌های فرهنگی هافستد انجام می‌گیرد که در پیوست (الف) قرار گرفته است.

### متغیرهای کنترلی

اندازه حسابرس (**AuditSize**): یک متغیر دو وجهی است؛ اگر حسابرس مستقل، سازمان حسابرسی باشد مقدار یک و در غیر این صورت مقدار صفر را می‌پذیرد.

فرصت رشد (**MTB**): برابر است با نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام.

اندازه شرکت (**SIZE**): برابر است با لگاریتم طبیعی ارزش بازار شرکت

نرخ بازده دارایی‌ها (**ROA**): برابر است با نسبت سود خالص به جمع دارایی‌های شرکت در ابتدای سال مالی.

### فرضیه‌ها و مدل‌های پژوهش

- فرضیه ۱: بین استقلال هیأت مدیره و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ارتباط معناداری وجود دارد.

جهت آزمون فرضیه (۱) از مدل رگرسیونی ذیل استفاده می‌شود:

$$CSR_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 Independent_{it} + \alpha_2 AuditSize_{it} + \alpha_3 MTB_{it} + \alpha_4 SIZE_{it} + \alpha_5 ROA_{it} + \varepsilon_{it}$$

چنانچه بعد از برآورد مدل (۱)، ضریب متغیر استقلال هیأت مدیره ( $\alpha_1$ ) به صورت معناداری بزرگ‌تر از صفر باشد، فرضیه اول پژوهش تأیید می‌شود.

- فرضیه ۲: بین دوگانگی وظیفه مدیرعامل و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ارتباط معناداری وجود دارد.

جهت آزمون فرضیه (۲) از مدل رگرسیونی ذیل استفاده می‌شود:

$$CSR_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 Duality_{it} + \alpha_2 AuditSize_{it} + \alpha_3 MTB_{it} + \alpha_4 SIZE_{it} + \alpha_5 ROA_{it} + \varepsilon_{it}$$

چنانچه بعد از برآورد مدل (۲)، ضریب متغیر دوگانگی وظیفه مدیرعامل ( $\alpha_1$ ) به صورت معناداری بزرگ‌تر از صفر باشد، فرضیه دوم پژوهش تأیید می‌شود.

- فرضیه ۳: بین جمع‌گرایی مدیران و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ارتباط معناداری وجود دارد.

جهت آزمون فرضیه (۳) از مدل رگرسیونی ذیل استفاده می‌شود:

$$CSR_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 COL_{it} + \alpha_2 AuditSize_{it} + \alpha_3 MTB_{it} + \alpha_4 SIZE_{it} + \alpha_5 ROA_{it} + \varepsilon_{it}$$

چنانچه بعد از برآورد مدل (۳)، ضریب متغیر جمع‌گرایی مدیران ( $\alpha_1$ ) به صورت معناداری بزرگ‌تر از صفر باشد، فرضیه سوم پژوهش تأیید می‌شود.

- فرضیه ۴: بین فاصله قدرت مدیران و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ارتباط معناداری وجود دارد.

جهت آزمون فرضیه (۴) از مدل رگرسیونی ذیل استفاده می‌شود:

$$CSR_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 PD_{it} + \alpha_2 AuditSize_{it} + \alpha_3 MTB_{it} + \alpha_4 SIZE_{it} + \alpha_5 ROA_{it} + \varepsilon_{it}$$

چنانچه بعد از برآورد مدل (۴)، ضریب متغیر فاصله قدرت مدیران ( $\alpha_1$ ) به صورت معناداری بزرگ‌تر از صفر باشد، فرضیه چهارم پژوهش تأیید می‌شود.

- فرضیه ۵: بین اجتناب از عدم اطمینان مدیران و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ارتباط معناداری وجود دارد.

جهت آزمون فرضیه (۵) از مدل رگرسیونی ذیل استفاده می‌شود:

$$CSR_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 UA_{it} + \alpha_2 AuditSize_{it} + \alpha_3 MTB_{it} + \alpha_4 SIZE_{it} + \alpha_5 ROA_{it} + \varepsilon_{it}$$

چنانچه بعد از برآورد مدل (۵)، ضریب متغیر اجتناب از عدم اطمینان مدیران ( $\alpha_1$ ) به صورت معناداری بزرگ‌تر از صفر باشد، فرضیه پنجم پژوهش تأیید می‌شود.

• فرضیه ۶: بین مردمنشی مدیران و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ارتباط معناداری وجود دارد.

جهت آزمون فرضیه (۶) از مدل رگرسیونی ذیل استفاده می‌شود:

$$CSR_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 MAS_{it} + \alpha_2 AuditSize_{it} + \alpha_3 MTB_{it} + \alpha_4 SIZE_{it} + \alpha_5 ROA_{it} + \varepsilon_{it}$$

چنانچه بعد از برآورد مدل (۶)، ضریب متغیر مردمنشی مدیران ( $\alpha_1$ ) به صورت معناداری بزرگ‌تر از صفر باشد، فرضیه ششم پژوهش تأیید می‌شود.

در مدل‌های فوق، CSR: مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، Independ: استقلال هیأت مدیره، Duality: دوگانگی وظیفه مدیرعامل، ME: تجربه مدیران، COL: جمع‌گرایی مدیران، PD: فاصله قدرت مدیران، UA: اجتناب از عدم اطمینان مدیران، MAS: مردمنشی مدیران، AuditSize: اندازه حسابرس، MTB: فرصت رشد، SIZE: اندازه شرکت، ROA: نرخ بازده دارایی‌ها،  $\varepsilon$  باقیمانده مدل،  $t$  مؤلفه شرکت،  $i$  مؤلفه دوره زمانی می‌باشد.

### یافته‌ها

#### آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

به‌طور کلی، روش‌هایی را که به وسیله آن‌ها می‌توان اطلاعات جمع‌آوری شده را پردازش کرده و خلاصه نمود، آمار توصیفی می‌نامند. این نوع آمار صرفاً به توصیف جامعه یا نمونه می‌پردازد. در بخش آمار توصیفی، تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از شاخص‌هایی هم‌چون میانگین، میانه، کمینه، بیشینه، انحراف معیار و ضریب چولگی انجام می‌پذیرد. در این ارتباط میانگین، اصلی‌ترین شاخص مرکزی بوده و متوسط داده‌ها را نشان می‌دهد، به طوری که اگر داده‌ها بر روی یک محور به صورت منظم ردیف شوند، مقدار میانگین دقیقاً نقطه تعادل یا مرکز ثقل توزیع قرار می‌گیرد. انحراف معیار میزان پراکندگی داده‌ها را از حول میانگین نشان می‌دهد. ضریب چولگی نیز از پارامترهای تعیین انحراف از قرینگی بوده و شاخص تقارن داده‌ها است. خلاصه وضعیت آمار توصیفی مربوط به متغیرهای مدل‌های پژوهش در جدول (۱) ارائه شده است.

جدول ۱: آمار توصیفی متغیرهای مدل‌های پژوهش

نماد متغیر	تعداد مشاهدات	میانگین	میانه	بیشینه	کمینه	انحراف معیار	ضریب چولگی
$LEV_{it}$	۴۶۲	۰/۰۵۶	۰/۰۳۷	۰/۳۷۵	۰/۰۰۱	۰/۰۵۹	۲/۱۳۳
$TaxAvo_{it}$	۴۶۲	۰/۳۱۱	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۴۶۴	۰/۸۱۳
$QD_{it}$	۴۶۲	۷۷/۷۳۱	۸۱/۵۰۰	۱۰۰/۰	۱۰/۰	۱/۲۹۲	-۰/۸۱۷
$FFSR_{it}$	۴۶۲	۰/۲۱۴	۰/۱۸۹	۰/۷۲۲	۰/۰۲۰	۰/۱۳۹	۱/۰۰۳
$IEC_{it}$	۴۶۲	۰/۰۲۱	۰/۰۱۸	۰/۱۰۲	۰/۰۰۱	۰/۰۱۵	۱/۷۱۴
$OutBM_{it}$	۴۶۲	۰/۲۳۵	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۳۲۹	۰/۸۳۰
$Stability_{it}$	۴۶۲	۰/۷۵۹	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۴۲۷	-۱/۲۱۵
$InsOwn_{it}$	۴۶۲	۰/۴۴۲	۰/۴۴۵	۰/۹۸۲	۰/۰۰۰	۰/۳۱۶	۰/۰۴۰
$MajOwn_{it}$	۴۶۲	۰/۵۲۶	۰/۵۲۰	۰/۹۲۰	۰/۰۸۰	۰/۱۹۳	-۰/۰۵۹
$Fairness_{it}$	۴۶۲	۰/۸۷۶	۰/۸۹۵	۰/۹۸۰	۰/۳۲۲	۰/۰۷۱	-۲/۳۹۲

۰/۷۹۱	۰/۴۶۵	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۳۱۶	۴۶۲	$DAC_{it}$
۳/۵۶۰	۰/۱۸۷	-۰/۴۶۸	۱/۲۰۵	-۰/۰۰۱	۰/۰۱۸	۴۶۲	$EmpTrans_{it}$
۰/۹۸۱	۰/۴۵۷	۰/۷۴۷	۲/۹۲۵	۱/۴۱۶	۱/۵۱۸	۴۶۲	$TobinsQ_{it}$
۰/۶۴۰	۰/۰۸۹	-۰/۱۹۹	۰/۳۶۷	۰/۰۵۲	۰/۰۶۱	۴۶۲	$FCF_{it}$
۰/۶۶۲	۰/۰۸۲	-۰/۲۰۹	۰/۳۴۵	۰/۰۲۹	۰/۰۳۸	۴۶۲	$EVA_{it}$
۰/۷۴۶	۱۴/۱۱۵	۱/۸۷۲	۶۹۷/۲۸۱	۱۹۰/۵۴۴	۲۱۱/۱۰۰	۴۶۲	$CCC_{it}$
-۱/۲۱۱	۱/۰۴۸	-۳/۹۰۴	۴/۱۶۵	۰/۸۶۴	۰/۷۴۰	۴۶۲	$FRE_{it}$
۱/۱۶۱	۰/۴۳۳	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۲۴۹	۴۶۲	$AuditSize_{it}$
۱/۱۶۷	۱/۱۶۴	۰/۴۱۶	۷/۳۷۰	۱/۹۵۳	۲/۱۸۴	۴۶۲	$MTB_{it}$
۰/۸۲۴	۱/۴۷۹	۲۴/۹۰۴	۳۲/۲۶۹	۲۷/۵۸۱	۲۷/۸۴۲	۴۶۲	$SIZE_{it}$
۰/۸۱۷	۰/۱۱۸	-۰/۰۶۳	۰/۵۴۸	۰/۱۱۱	۰/۱۳۶	۴۶۲	$ROA_{it}$
-۱/۴۳۱	۰/۰۸۹	۰/۵۷۶	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۹۳۷	۴۶۲	$CSR_{it}$
۰/۶۵۶	۰/۳۵۹	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۲۸۲	۴۶۲	$Independ_{it}$
۱/۲۴۳	۰/۴۲۵	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۲۳۶	۴۶۲	$Duality_{it}$
-۰/۴۶۲	۰/۴۸۷	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۶۱۳	۴۶۲	$COL$
۰/۰۶۰	۰/۵۰۰	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۴۸۴	۴۶۲	$PD$
۰/۰۶۹	۰/۵۱۳	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۴۰۸	۴۶۲	$UA$
-۰/۳۴۳	۰/۴۹۳	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۵۸۴	۴۶۲	$MAS$

## اعتبار پرسش نامه

برای بررسی اعتبار پرسش نامه از متوسط واریانس استخراجی، آزمون لاوشه، پایایی مرکب، آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است. ضریب آزمون متوسط واریانس استخراجی بیش از ۰/۵ قابل قبول فرض می شود. ضریب آزمون لاوشه اگر کمتر از ۰/۷ باشد گویه رد می شود. اگر بین ۰/۷ تا ۰/۷۹ باشد باید بازبینی شود، اگر بیش از ۰/۷۹ بود قابل قبول است. ضریب آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۹ عالی، بین ۰/۸ تا ۰/۹ خوب، بین ۰/۷ تا ۰/۸ قابل قبول، بین ۰/۶ تا ۰/۷ قابل بحث، بین ۰/۵ تا ۰/۶ ضعیف، و کمتر از ۰/۵ غیر قابل قبول فرض می شود. ضریب آزمون پایایی مرکب بیش از ۰/۷ قابل قبول فرض می شود. نتایج مربوط به این آزمون ها در جدول (۲) ارائه شده است.

جدول ۲: اعتبار پرسش‌نامه

متغیر	متوسط واریانس استخراجی	آزمون لاوشه	پایایی مرکب	آزمون آلفای کرونباخ
جمع‌گرایی مدیران	۰/۶۹۱	۰/۸۳۱	۰/۸۶۸	۰/۷۴۸
فاصله قدرت مدیران	۰/۶۳۲	۰/۸۶۹	۰/۹۸۱	۰/۸۶۳
اجتناب از عدم اطمینان مدیران	۰/۵۵۳	۰/۸۰۳	۰/۸۵۴	۰/۷۸۷
مردم‌نشی مدیران	۰/۶۷۱	۰/۸۷۳	۰/۸۹۱	۰/۸۳۹

### مانایی متغیرهای پژوهش

در این قسمت مانایی متغیرها و آزمون‌های آن در داده‌های ترکیبی مورد بحث قرار می‌گیرد. مانایی متغیرهای پژوهش بدین معنی است که میانگین و واریانس متغیرها در طول زمان و کواریانس متغیرها بین سال‌های مختلف ثابت بوده است؛ در نتیجه، استفاده از این متغیرها در مدل، باعث به‌وجود آمدن رگرسیون کاذب نمی‌شود. بدین منظور در این پژوهش، از آزمون لوین، لین و چو استفاده می‌شود. لوین، لین و چو نشان دادند که در داده‌های ترکیبی، استفاده از آزمون ریشه واحد برای ترکیب داده‌ها، دارای قدرت بیشتری نسبت به استفاده از آزمون ریشه واحد برای هر مقطع به‌صورت جداگانه است. در این آزمون فرض صفر، نشان‌گر وجود ریشه واحد در سری است. نتایج آزمون لوین، لین و چو در جدول (۳) ارائه شده است. همان‌طور که از جدول (۳) پیدا است، تمام متغیرهای پژوهش در سطح مانا هستند.

جدول ۳: نتایج آزمون لوین، لین و چو برای متغیرهای پژوهش

نام متغیر	نماد متغیر	آماره t	احتمال	نتیجه
مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها	CSR	-۸۱/۰۵۳	۰/۰۰۰	مانا
استقلال هیأت مدیره	Independ	-۸/۴۸۱	۰/۰۰۰	مانا
دوگانگی وظیفه مدیرعامل	Duality	-۲/۳۱۹	۰/۰۱۰	مانا
جمع‌گرایی مدیران	COL	-۳/۵۱۲	۰/۰۰۰	مانا
فاصله قدرت مدیران	PD	-۳/۹۱۳	۰/۰۰۰	مانا
اجتناب از عدم اطمینان مدیران	UA	-۹/۳۶۲	۰/۰۰۰	مانا
مردم‌نشی مدیران	MAS	-۵/۵۹۳	۰/۰۰۰	مانا
اندازه حسابرس	AuditSize	-۷/۸۳۵	۰/۰۰۰	مانا
فرصت رشد	MTB	-۵۵/۳۹۳	۰/۰۰۰	مانا
اندازه شرکت	SIZE	-۶۱/۶۹۴	۰/۰۰۰	مانا
نرخ بازده دارایی‌ها	ROA	-۳۷/۲۳۳	۰/۰۰۰	مانا

## عدم وجود هم خطی

برای بررسی وجود یا عدم وجود هم خطی چندگانه از عامل تورم واریانس (VIF) استفاده می‌گردد. اگر این مقدار به طور قابل ملاحظه‌ای بیش از یک (معمولاً بیش از ۱۰) باشد، باید به وجود هم خطی شدید چندگانه شک کرد؛ در غیر این صورت وجود هم خطی بین متغیرهای توضیحی مدل رد می‌شود. عامل تورم واریانس برای متغیرهای مدل‌های پژوهش در جدول (۴) ارائه شده است.

جدول (۴): نتایج آزمون عامل تورم واریانس

نام متغیر	نماد متغیر	فرضیه ۱	فرضیه ۲	فرضیه ۳	فرضیه ۴	فرضیه ۵	فرضیه ۶
استقلال هیأت مدیره	<i>Independ</i>	۱/۰۴۳	.....	.....	.....	.....	.....
دوگانگی وظیفه مدیرعامل	<i>Duality</i>	.....	۱/۰۱۲	.....	.....	.....	.....
جمع‌گرایی مدیران	<i>COL</i>	.....	.....	۱/۰۴۷	.....	.....	.....
فاصله قدرت مدیران	<i>PD</i>	.....	.....	.....	۱/۰۸۸	.....	.....
اجتناب از عدم اطمینان مدیران	<i>UA</i>	.....	.....	.....	.....	۱/۰۲۷	.....
مردم‌نشی مدیران	<i>MAS</i>	.....	.....	.....	.....	.....	۱/۰۱۰
اندازه حسابرس	<i>AuditSize</i>	۱/۰۳۵	۱/۰۱۷	۱/۰۱۷	۱/۰۲۱	۱/۰۴۲	۱/۰۲۲
فرصت رشد	<i>MTB</i>	۱/۱۵۰	۱/۱۵۶	۱/۱۵۴	۱/۱۵۱	۱/۱۴۹	۱/۱۵۰
اندازه شرکت	<i>SIZE</i>	۱/۴۳۲	۱/۴۱۰	۱/۴۰۹	۱/۴۰۹	۱/۴۰۹	۱/۴۱۳
نرخ بازده دارایی‌ها	<i>ROA</i>	۱/۴۱۴	۱/۴۱۲	۱/۴۳۹	۱/۴۹۴	۱/۴۱۲	۱/۴۱۲

## نتایج آزمون فرضیه‌ها

جدول ۴-۱۴: نتایج آزمون فرضیه‌ها

متغیرها	فرضیه اول	فرضیه دوم	فرضیه سوم	فرضیه چهارم	فرضیه پنجم	فرضیه ششم
<i>C</i>	۰/۶۲۵ (۰/۰۰۰)	۰/۶۳۴ (۰/۰۰۰)	۰/۶۲۳ (۰/۰۰۰)	۰/۶۶۹ (۰/۰۰۰)	۰/۶۱۲ (۰/۰۰۰)	۰/۶۱۱ (۰/۰۰۰)
<i>Independ</i>	۰/۰۲۹ (۰/۰۲۲)	.....	.....	.....	.....	.....
<i>Duality</i>	.....	-۰/۰۳۴ (۰/۰۰۱)	.....	.....	.....	.....
<i>COL</i>	.....	.....	۰/۰۰۱ (۰/۰۴۶)	.....	.....	.....
<i>PD</i>	.....	.....	.....	-۰/۰۴۶ (۰/۰۰۰)	.....	.....
<i>UA</i>	.....	.....	.....	.....	۰/۰۰۷ (۰/۳۱۶)	.....
<i>MAS</i>	.....	.....	.....	.....	.....	-۰/۰۱۷ (۰/۰۳۳)
<i>AuditSize</i>	-۰/۰۲۴	-۰/۰۲۱	-۰/۰۱۸	-۰/۰۱۶	-۰/۰۱۹	-۰/۰۱۹

(۰/۱۴۷)	(۰/۱۴۹)	(۰/۱۷۱)	(۰/۱۸۳)	(۰/۱۱۱)	(۰/۰۷۷)	
۰/۰۰۷	۰/۰۰۷	۰/۰۰۸	۰/۰۰۷	۰/۰۰۷	۰/۰۰۸	<i>MTB</i>
(۰/۰۴۲)	(۰/۰۳۹)	(۰/۰۲۴)	(۰/۰۴۵)	(۰/۰۳۴)	(۰/۰۳۶)	
۰/۰۱۱	۰/۰۱۱	۰/۰۰۹	۰/۰۰۹	۰/۰۱۰	۰/۰۰۹	<i>SIZE</i>
(۰/۰۰۶)	(۰/۰۱۰)	(۰/۰۱۳)	(۰/۰۱۶)	(۰/۰۱۲)	(۰/۰۱۵)	
۰/۱۲۹	۰/۱۲۷	۰/۱۰۲	۰/۱۲۳	۰/۱۱۹	۰/۱۳۰	<i>ROA</i>
(۰/۰۰۲)	(۰/۰۰۳)	(۰/۰۱۲)	(۰/۰۰۳)	(۰/۰۰۴)	(۰/۰۰۲)	
۰/۵۲۴	۰/۵۲۲	۰/۵۴۵	۰/۵۲۷	۰/۵۳۸	۰/۵۲۷	ضریب تعیین
۰/۴۳۹	۰/۴۳۶	۰/۴۶۴	۰/۴۴۲	۰/۴۵۵	۰/۴۴۲	ضریب تعیین تعديل شده
۱/۷۱۴	۱/۷۱۹	۱/۶۰۴	۱/۷۱۹	۱/۵۰۲	۱/۵۰۹	دوربین واتسون
۹/۷۲۰	۸/۸۹۴	۱۶/۹۹۶	۱۰/۲۱۴	۱۱/۰۱۸	۹/۸۰۲	آماره F فیشر (احتمال)
(۰/۰۰۰)	(۰/۰۰۰)	(۰/۰۰۰)	(۰/۰۰۰)	(۰/۰۰۰)	(۰/۰۰۰)	

### بحث و نتیجه گیری:

بی تردید کارآمدی نظام مالی یک کشور به عنوان زیر مجموعه‌ای از نظام اقتصادی آن کشور و با توجه به روابط متقابل با دیگر اجزا، می‌تواند بر کارآمدی سیستم اقتصادی تأثیر بسزایی داشته باشد. بازار سرمایه در این میان به عنوان زیر مجموعه‌ای از نظام مالی، از جایگاه ویژه‌ای برخوردار بوده و نقش اساسی در جذب، هدایت و تخصیص سرمایه موجود در جامعه، به سمت سرمایه‌گذاری در امر تولید و اشتغال‌زایی بر عهده دارد. بازار بورس مانند هر بازار دیگری اصول و شرایط ویژه‌ای دارد که با در نظر گرفتن و عمل به این اصول پایه‌ای می‌توان به سرمایه‌گذاری و خرید و فروش سهام اقدام کرد و همچنین، به درک واقعی از مسائل موجود در بورس رسید. اصولاً سرمایه‌گذاران باید بررسی‌های وسیعی در موقع خرید یا فروش سهام انجام دهند؛ زیرا آن‌ها نقدترین دارایی خود را به سهام تبدیل می‌کنند. اگر آن‌ها بدون توجه به یک سری از عوامل به سرمایه‌گذاری اقدام کنند، نتایج مطلوبی از سرمایه‌گذاری عایدشان نخواهد شد. حسابداری مسئولیت اجتماعی بخشی از دانش حسابداری است که هدف از آن اندازه‌گیری و گزارشگری اثرات عضوی از جامعه است که در آن فعالیت می‌کند و به‌طور مستمر در تعامل با سایر اعضای جامعه می‌باشد که با استناد به قراردادهای نانوشته اجتماعی ضرورت دارد، واحد تجاری از تعهدات و مسئولیت‌های خود آگاه باشد و آن‌ها را محدود به حفاظت از منافع سهامداران نداند، بلکه تعهدات و مسئولیت‌های دیگری نیز در قبال سایر گروه‌های اجتماع از قبیل اعتباردهندگان، کارکنان، مشتریان، فروشندگان و گروه‌های موجود در جامعه و همچنین محیط زیست اطراف خود احساس کند. به دنبال تبیین مفهوم حسابداری مسئولیت‌های اجتماعی مفاهیم مربوط به پاسخ‌گویی اجتماعی نیز مطرح می‌شود. در تعریف پاسخ‌گویی اجتماعی می‌توان بیان نمود که مسئولیت پاسخ‌گویی، وظیفه‌ای است که در اجرای آن اشخاص، دلایل و توضیحات قانع‌کننده برای ادای مسئولیت‌هایی که به عهده داشته‌اند فراهم نموده و گزارش‌های لازم ارائه می‌کنند. مسئولیت پاسخ‌گویی دو وظیفه را دربرمی‌گیرد، یکی انجام دادن عمل مشخص و دیگری پاسخ‌گویی و ارائه دلایل منطقی برای عملی که انجام شده است. هدف پژوهش حاضر این است که تا تاثیر ویژگی‌های ساختاری و فرهنگی مدیران بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را مورد بررسی قرار داده و با تجزیه و تحلیل نمودن نتایج به دست آمده نوع رابطه بین آن‌ها را مشخص نماید. نتایج پژوهش حاکی از آن است که بین استقلال هیأت مدیره و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد و همچنین بین دوگانگی وظیفه مدیرعامل و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ارتباط منفی و معناداری وجود دارد در ادامه نتایج بیان‌گر آن بود که بین فاصله قدرت مدیران و مردمنشی



مدیران با مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ارتباط منفی و معناداری وجود دارد و بین جمع‌گرایی مدیران و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ارتباط مثبت و معناداری وجود داشت اما بین اجتناب از عدم اطمینان مدیران و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ارتباط معناداری یافت نشد.

### پیشنهادات برگرفته از نتایج پژوهش

بر اساس نتایج حاصل از این پژوهش به مدیران، سرمایه‌گذاران و اعتباردهندگان شرکت‌ها پیشنهاد می‌گردد برای اینکه بتوانند اطلاعات بهتر و کامل‌تری در مورد نحوه مدیریت و ترکیب منابع مالی شرکت‌ها در اختیار داشته باشند به ویژگی‌های ساختاری شرکت‌های مورد نظرشان توجه نمایند.

در این تحقیق دوگانگی وظیفه مدیر عامل و استقلال هیات مدیره به عنوان سازوکارهای حاکمیت شرکتی استفاده شد. به محققین پیشنهاد می‌شود که موضوع این تحقیق را با در نظر گرفتن سازوکارهای دیگری از حاکمیت شرکتی دنبال نمایند.

با توجه به رفتار متفاوت قیمت سهام شرکت‌ها در صنایع مختلف، پیشنهاد می‌شود که تحقیق حاضر به تفکیک صنعت یا با تأکید بر صنعتی خاص، صورت گیرد.

### مراجع

اعتمادی، حسین و دیانته دیلمی، زهرا. (۱۳۸۸). تأثیر دیدگاه اخلاقی مدیران مالی بر کیفیت گزارش‌های مالی شرکت‌ها، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، شماره‌های ۱ و ۲، ۱۱-۲۲.

حساس‌یگانه، یحیی و برزگر، قدرت‌الله. (۱۳۹۳). مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و پارادیم تحقیقاتی آن در حرفه حسابداری. فصلنامه حسابداری مدیریت، شماره ۲۲، صص ۱۰۹-۱۳۳.

فرهی بوزنجانی، برزو. (۱۳۸۴). معرفی الگوی توسعه توانایی‌های مدیریتی مورد نیاز مدیران. دانش مدیریت، شماره ۶۸، صص ۷۳-۹۲.

موسوی، سید احمد و شاه ویسی، فرهاد و رضایی، فرزین. (۱۳۹۷). تبیین الگوی ایفای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها و تأثیر آن بر کیفیت سود، تحقیقات حسابداری و حسابرسی، دوره ۱۰، شماره ۳۹، صص ۱۶۷-۱۸۸.

Donaldson, W. (2005). "Speech by SEC Chairman: Remarks before the Financial Services Roundtable. U.S. Securities and Exchange Commission." Retrieved from <http://www.sec.gov/>.

Hansen, J & Godfrey, P & Merrill, C. (2010). The Relationship Between Corporate Social Responsibility and shareholder Value :an Empirical Test of the risk Management Hypothesis. Journal Strategic Management, No. 30, 425-445.

Jenkins, J.; Deis, D.; Bedard, J.; and M. Curtis (2008). "Accounting Firm Culture and Governance: A Research Synthesis." Behavioral Research in Accounting, 20 (1), pp. 45-74.

Jensen, Michael, C., William H. Meckling, (1976), "Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure", Journal of Financial Economics, Vol. 3, PP. 305-360.

McCarthy, Scott & Oliver, Barry & Song, Sizhe. (2017). Corporate social responsibility and CEO confidence. Journal of Banking and Finance, No. 75, 280-291.

Velury, U., David S. Jenkins, (2006), "Institutional Ownership and Quality of Earnings", Journal of Business Research, Vol. 59, PP. 1043-1051.