

بررسی تاثیر مادی گرایی هیأت مدیره بر مسئولیت اجتماعی شرکت

آزاده افزلی

دانشجوی دکتری گروه حسابداری، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران
Afzali_azadeh@yahoo.com

مجید اشرفی

استادیار گروه حسابداری، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران (نویسنده مسئول)
mjd_ashrafi@yahoo.com

آرش نادریان

استادیار گروه حسابداری، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران.
Arashnaderian@yahoo.com

جمادوردی گرگانلی دوجی

استادیار گروه حسابداری، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۶/۱۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۰/۰۶

چکیده

علی‌رغم نقش مهمی که مسئولیت اجتماعی شرکت در تصمیم‌گیری بازیگران بازار سرمایه دارد اما چنین به نظر می‌رسد همواره تحت‌تاثیر ویژگی‌های رفتاری هیأت‌مدیره قرار گرفته است. جهت سنجش ویژگی‌های رفتاری هیأت‌مدیره به مادی‌گرایی توجه نشده است و تاکنون پژوهشی در داخل کشور در این زمینه انجام نگرفته است. هدف این پژوهش بررسی تاثیر مادی‌گرایی هیأت‌مدیره بر مسئولیت اجتماعی شرکت است. متغیر مسئولیت اجتماعی شرکت توسط چک لیست مسئولیت اجتماعی کارول (۱۹۹۸) و متغیر مادی‌گرایی با پرسشنامه استاندارد ریچینز و داوسون (۱۹۹۲) اندازه‌گیری شد. جهت انجام این پژوهش تعداد ۱۰۹ شرکت برای یک دوره ۶ ساله بین سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۹ در بورس اوراق بهادار تهران به‌عنوان نمونه آماری بررسی گردید. فرضیات پژوهش با استفاده از روش رگرسیون پانل دیتا و رگرسیون ترکیبی در نرم‌افزار EViews10 تجزیه و تحلیل گردید. برای آزمون فرضیه از مدل رگرسیون خطی چند متغیره و داده‌های مقطعی استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد مادی‌گرایی هیأت‌مدیره بر مسئولیت اجتماعی شرکت تاثیر معناداری دارد. مادی‌گرایی هیأت‌مدیره بر مسئولیت اقتصادی شرکت تاثیر گذار نیست. مادی‌گرایی هیأت‌مدیره بر مسئولیت قانونی شرکت تاثیر منفی و معناداری دارد. مادی‌گرایی هیأت‌مدیره بر مسئولیت اخلاقی شرکت تاثیر گذار است. مادی‌گرایی هیأت‌مدیره بر مسئولیت خیرخواهانه (بشردوستانه) شرکت تاثیر منفی و معناداری دارد.

واژه‌های کلیدی: مادی‌گرایی، مسئولیت اجتماعی شرکت، هیأت‌مدیره.

۱- مقدمه

در طول سال‌های اخیر سرمایه‌گذاری در مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در جهان به شکل فزاینده‌ای متداول شده است. این فعالیت‌ها معمولاً به تشخیص هیأت مدیره و تصمیم‌گیری‌های آنها در شرکت انجام می‌گیرد (موسلی و همکاران^۱، ۱۹۹۶) تعهد مدیران جهت تعیین خط‌مشی‌ها، تصمیم‌گیری‌ها و تبعیت از آنها فراتر از الزامات قانون و از منظر ارزش‌ها و هدف‌های جامعه مطلوب می‌باشد. از این، رو بررسی ویژگی‌ها، هدف‌ها و انگیزه‌های هیأت مدیره شرکت و عواقب چنین فعالیت‌هایی در درک این مسئله حائز اهمیت می‌باشد (والدمن و سیگل^۲، ۲۰۰۸). دیرگاه است که پژوهشگران و محققان به اهمیت ارزش‌ها، صفات و انگیزه‌های افراد در پیگیری مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR^۳) پی برده‌اند (وود و همکاران^۴، ۱۹۸۶؛ سوانسون^۵، ۲۰۰۸؛ والدمن و سیگل^۶، ۲۰۰۸). چارچوبی که در این ادبیات برای توضیح فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت ارائه شده است، تئوری اخلاقی می‌باشد، جایی که یک شرکت بایستی مسئولیت اجتماعی را به‌عنوان یک تعهد اخلاقی بپذیرد و اخلاقی که در آن وجود دارد، ضروری است که مدیران اقدامات صحیح را انجام دهند (کارول^۶، ۱۹۷۹؛ جونز^۷، ۱۹۹۵). این دیدگاه بیان‌کننده این است که اخلاقی یا اخلاق فردی که عهده‌دار تصمیمات مرتبط با مسئولیت اجتماعی است، تبدیل به یک عامل بااهمیت در اقدامات مسئولیت اجتماعی شرکت می‌شود (جونز، ۱۹۹۵). بعضی از پژوهشگران تلاش می‌کنند به‌طور مستقیم ارزش‌های اخلاقی هیأت مدیره را به‌وسیله نظرسنجی کسب کرده و شواهد جالب را ثبت می‌نمایند (گودوس دیز و همکاران^۸، ۲۰۱۱؛ پاپاگیاناکیس و لیوکاس^۹، ۲۰۱۲). براساس این استدلال‌ها، چنین پژوهشی همبستگی جالبی میان ویژگی‌های هیأت مدیره شرکت و ویژگی مسئولیت اجتماعی شرکت را ثابت می‌کند و قصد داریم ارزش‌ها و تعصبات شناختی و رفتاری افراد را در بررسی این انتخاب‌های استراتژیک درک و بررسی کنیم. ماتریالیسم خصوصیت منحصر به فردی می‌باشد که بررسی آن به‌منزله سیستم سنجش رفتاری فرد مطرح می‌گردد و نقش رفتار مورد بحث قرار گرفته به‌منزله عامل بااهمیتی در تبیین نتایج عملکرد افراد و تاثیر در جامعه و نهایت در شرکت‌ها تبیین نتایج مسئولیت اجتماعی شرکت می‌باشد. مادی‌گرایی پدیده‌ای است که بیان می‌کند اموال مادی (پول، ثروت، ماشین، خانه و ...) در

زندگی اصل قرار می‌گیرند و آن را کلید سعادت می‌دانند (پدوشن و همکاران^{۱۰}، ۲۰۱۱). مالکیت هیأت مدیره در خصوص کالاهای لوکس، از جمله اتومبیل‌های با قیمت بالا، قایق‌ها و املاک و مستغلات، به‌عنوان علامتی از مادی‌گرایی نسبتاً بالا تفسیر می‌شود. اندازه‌گیری بر اساس ادبیات روان‌شناسی؛ ماتریالیسم را به‌عنوان روشی از زندگی تعریف می‌کند که در آن فرد وابستگی خود را به داشته‌های دنیوی و نیازها و خواسته‌های مادی نشان می‌دهد (ریچینز و رودمین^{۱۱}، ۱۹۹۴). تمرکز ما در این پژوهش بر روی هیأت مدیره است که تصمیم‌گیرنده اصلی شرکت هستند؛ مسئولیت تدوین استراتژی شرکت را بر عهده دارند و اغلب به شدت درگیر ارتقا تصویر شرکت از طریق مسئولیت اجتماعی آن هستند. در دوره‌ای که بنگاه‌های اقتصادی بزرگتر و بزرگتر می‌شوند و تعداد آنها در حال افزایش است، به طور طبیعی تأثیر آنها بر ساختار و سیستم اجتماعی نیز افزایش می‌یابد. مسئولیت پاسخگویی در برابر سهامداران تنها به عهده سازمان‌ها و شرکت‌ها نیست، بلکه مصرف‌کنندگان، مشتریان و اعضای جامعه که بقا و پایداری یک شرکت را تضمین می‌کنند ذینفع هستند و انتظار دارند شرکت‌ها مسئول عواقب و پیامدهای فعالیت‌های خود باشند و در جهت بهبود مشکلات اجتماعی گام بردارند. مدیران و ذینفعانی در محیط‌های با عدم اطمینان بالای مسئولیت اجتماعی را در برآورده ساختن منافع خود چندان اثربخشی نمی‌بینند، زیرا این مسئولیت در چارچوب زمانی مطلوب کوتاه‌مدت، مزایای مشخص و لحظه‌ای به ارمغان نمی‌آورد. به خاطر اینکه بازارهایی با عدم اطمینان بالا تحمل کمتری در قبال عدم قطعیت و ابهام دارند، از آنها انتظار نمی‌رود که سرمایه‌گذاری‌های بلندمدتی مثل پیاده‌سازی مسئولیت اجتماعی را ترجیح دهند که پیامدهای کوتاه‌مدت ملموس آن کمتر قابلیت پیش‌بینی دارد (مران جوری و علی خانی، ۱۳۹۹). ویژگی‌های ذاتی شخصیت مدیران اجرایی مانند مادی‌گرایی، قدرت، خودشیفتگی، اعتماد به نفس و غرور ممکن است بر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیرگذار باشد. شواهد مؤثری در برخی موارد نشان می‌دهد شرکت‌هایی که توسط مدیران عامل برون‌گرا هدایت می‌شوند عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی بهتری را تجربه می‌کنند. به‌عنوان مثال دیویدسون و همکاران^{۱۲} (۲۰۱۹) مادی‌گرایی مدیران عامل بر اساس مالکیت نسبی آنها بر اقدامات مسئولیت اجتماعی

7- Jones

8- Godos-Di'ez

9- Papagiannakis, G. and Lioukas

10- Podoshen et al

11- Richins and Rudmin

12- Davidson et al

1- Mosley et al

2- Waldman et al

3- Corporate Social Responsibility

4- Wood et al

5- Swanson

6- Carroll

انسان‌شناسی، جامعه‌شناسی، روان‌شناسی و تحقیقات مصرف‌کننده بحث شده است. این مطالعات نشان می‌دهد که ماتریالیسم متشکل از مجموعه‌ای از تصاویر و موقعیت ارزش‌ها؛ اهداف متمرکز بر ثروت؛ دارایی‌ها است. این اهداف جنبه اساسی ارزش انسانی است. این سیستم می‌تواند با اهداف مرتبط با رفاه دیگران و همچنین اهداف شخصی و رشد معنوی در تعارض نسبی باشد (کاسر^۴، ۲۰۱۶). دانشمندان در این خصوص، ماتریالیسم را شیوه‌ای از زندگی وصف می‌نمایند که با ارادت به نیازها و خواسته‌های مادی تعیین می‌شود (ریچینز و رودمین، ۱۹۹۴)، ارزش و اهمیتی که شخص به اموال دنیوی می‌دهد (بلک^۵، ۱۹۸۵). افراد مادی‌گرا، خرید کالاهای مادی را مرکز زندگی قرار می‌دهند و برای چنین اشخاصی شیوه زندگی با سطح بالایی از مصرف ماده به‌عنوان یک هدف اساسی است؛ تنها کوشش آنها جهت رسیدن به خوشبختی و سعادت از طریق کسب یا تصرف مادی می‌باشد و نه از روش دیگر، که ماتریالیسم را از دیگر صفات متمایز می‌نماید (فورنیر و ریچینز^۶، ۱۹۹۱؛ ریچینز و رودمین، ۱۹۹۴). اشخاص ماتریالیستی برای اشیاء با قیمت بالا و مواردی که پرستیژ و جایگاه اجتماعی دارد و نشانه موفقیت می‌باشند ظاهر خود را بهتر می‌کنند (ریچینز^۷، ۱۹۹۴). ریچینز و داوسون^۸ (۱۹۹۲) ماتریالیسم را به‌منزله یک ارزش مصرفی با سه مولفه اساسی کسب مرکزیت، خوشبختی و موفقیت فرض می‌کنند و اشخاصی که در مقیاس خود امتیاز ماتریالیسم بالاتری کسب می‌کنند میل کمتری جهت تقسیم ثروت و دارایی خود با دیگران دارند. همچنین بیان می‌شود که مادی‌گرایی بیشتر مرتبط با از دست دادن احساس اجتماع می‌باشد، که امکان دارد به‌نوبه خود حساسیت اشخاص نسبت به رفتارهایی که بر روی دیگران اثر منفی دارد، را کم نماید (بلک، ۱۹۸۸). مادی‌گرایی بر باورهای محیطی تأثیر منفی دارد و این باورها تأثیر بر نگرانی محیط‌زیست و رفتارهای مسئولانه محیط‌زیست می‌گذارد (کیلبورن و پیکت^۳، ۲۰۰۸). مثال‌هایی از موارد موجود در مادی‌گرایی عبارت است از: داشتن خانه‌های با قیمت زیاد، اتومبیل و لباس. افراد مادی‌گرا در خصوص عملکردشان در زندگی بیان می‌کنند که من تمایل دارم دارای چیزهایی باشم که مردم را تحت‌تأثیر قرار دهد؛ دارا بودن چیزهای لوکس قسمت مهمی از زندگی است؛ من مواردی را خریداری می‌نمایم، چرا که می‌دانم که آنها سایر افراد را متأثر می‌کند (دیویدسون و همکاران، ۲۰۱۹).

مدیریتی اثرگذار است (هرازدیل و همکاران^۱، ۲۰۲۱). مادی‌گرایی هیأت مدیره به‌خصوص به‌علل زیر با نتایج مسئولیت اجتماعی شرکت مرتبط است: اولاً ماتریالیسم یک خصوصیت منحصر به فردی می‌باشد که به‌منزله یک عنصر اصلی در سیستم ارزش فردی مطرح می‌گردد و نقش ارزش‌ها همانطور که در تبیین نتایج مسئولیت اجتماعی شرکت بسیار حائز اهمیت است مورد بحث قرار گرفته است (جونز، ۱۹۹۵؛ هامبریک و میسون^۲، ۱۹۸۴). ثانیاً ادبیات ماتریالیسم نتایج پژوهش را در خصوص نحوه ارتباط مادیات با رفتارهای فرد نسبت به محیط، مردم و جامعه مستند می‌کند که سبب ایجاد تئوری‌های جذاب در خصوص تعهد هیأت مدیره به مسئولیت اجتماعی شرکت می‌شود (کیلبورن و پیکت^۳، ۲۰۰۸). با توجه به اینکه در این پژوهش مادی‌گرایی هیأت مدیره مورد بررسی قرار گرفته است و تاکنون در کشورمان پژوهشی در زمینه مادی‌گرایی هیأت مدیره و تأثیر آن بر مسئولیت اجتماعی شرکت صورت نگرفته است، این پژوهش دارای نوآوری در این زمینه می‌باشد. این پژوهش پیوند قانع‌کننده‌ای بین ماتریالیسم هیأت مدیره و فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت ایجاد می‌کند. همچنین به‌دلیل نبود پژوهشی جامع و کامل در خصوص بررسی تأثیر مادی‌گرایی بر مسئولیت اجتماعی شرکت، ضروری به نظر می‌رسد که با مطالعه بیشتر در مورد این دو متغیر، بستر مناسبی جهت کسب رضایت‌مندی مشتریان، سرمایه‌گذاران و ذی‌نفعان را مهیا نموده و در نهایت به کسب سهم بازار و سودآوری بیشتر شرکت‌ها در شرایط رقابتی نائل شویم. امید است با انجام این تحقیق رابطه مادی‌گرایی هیأت مدیره و مسئولیت اجتماعی شرکت، مورد بررسی قرار گیرد و در نهایت پیشنهادات موثر و مفیدی برای شکوفایی این موضوع در جامعه ارائه گردد. نتایج حاصل از پژوهش می‌تواند هیأت مدیره، سرمایه‌گذاران و ذی‌نفعان شرکت‌ها که افشای شفاف مسئولیت اجتماعی را یک هدف مهم می‌دانند آگاه سازد. در این پژوهش سعی داریم تأثیر مادی‌گرایی هیأت مدیره را بر مسئولیت اجتماعی شرکت بررسی کنیم که آیا مادی‌گرایی هیأت مدیره تأثیری بر مسئولیت اجتماعی شرکت دارد؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

ادبیات مربوط به ماتریالیسم بسیار گسترده است. درباره ماتریالیسم در فلسفه، اقتصاد سیاسی، الهیات، اقتصاد،

⁵ - Belk

⁶ - Fournier and Richins

⁷ - Richins

⁸ - Richins and Dawson

¹ - Hrazdil et al

² - Hambrick and Mason

³ - Kilbourne and Pickett

⁴ - Kasser

زیست، لازم است، زیرا کاهش منابع طبیعی، آلودگی، تولید زباله و سایر اثرات منفی زیست محیطی همه به دلیل مادی‌گرایی و عواقب اتخاذ حفظ چنین گرایشی در زندگی فردی و اجتماعی است. تئوری‌ها و یافته‌های موجود در ادبیات ماتریالیسم انگیزه بررسی این ویژگی در خصوص مسئولیت اجتماعی شرکت می‌باشد: اولاً ماتریالیسم یک خصوصیت منحصر به فرد است که به‌عنوان یک جز اصلی در سیستم ارزش افراد مطرح گردیده است، امکان بررسی مستقیم‌تر ارزش‌های اشخاص در تبیین نتایج مسئولیت اجتماعی شرکت را مهیا می‌کند (هامبریک و میسون، ۱۹۸۴)، ثانیاً اشخاص مادی‌گرا فاقد نگرانی برای محیط زیست و دیگر ارزش‌های اجتماعی هستند و همچنین فاقد فرضیه‌های قانع‌کننده‌ای در خصوص ایجاد تعهد برای مدیران در راستای ایفای رفتار مسئولانه اجتماعی هستند. درنهایت، گرایش‌های مادی یک شخص در زندگی شخصی وی می‌تواند سبب از بین رفتن هرگونه اثرات مشوق‌های سطح شرکت باشد. در سال‌های کنونی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، به یکی از موضوعات حساسیت‌برانگیز و اساسی برای بقای سازمان تبدیل شده است. گسترش این موضوع بدین خاطر است که ذینفعان داخلی شامل اعضای هیئت‌مدیره، کارکنان و سهامداران و ذینفعان خارجی شامل عموم مردم جامعه، مشتریان و متقاضیان، تأمین‌کنندگان، رقبا، دولت و نهادهای اجتماعی شرکت‌ها را ترغیب به ایفای وظایف مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌کنند تا نسبت به درخواست‌های آن‌ها مانند تضمین محافظت از محیط‌زیست، تنوع و مناسب بودن محیط کاری، شرایط کاری مطلوب و ایمن برای کارکنان و سایر مسائل محیطی پاسخگو باشند؛ بنابراین، سازمان‌های قدر و مشهور به‌عنوان یک سازمان مسئول و پاسخگو در قبال ذینفعان، برای ایجاد شفافیت و پاسخگویی به ذینفعان خود، باید تعهدات و تمایل خود را نسبت به انجام فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی متناسب با ارزش‌های شرکت بیان نمایند و اطمینان حاصل کنند که این تعهدات در کل سازمان اجرا خواهد شد (اسمعیلی و یعقوبی، ۱۴۰۰). مدیران باید روش‌های حکمرانی خود را به ذینفعان نشان می‌دهد. در راستای این رویکرد، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به یک دغدغه اصلی تبدیل می‌شود که شرکت باید به‌طور قابل‌توجهی به ذینفعان ارائه دهند. مسئولیت اجتماعی شرکت می‌تواند ابزاری برای به حداکثر رساندن درآمد شرکت یا برآوردن منافع خود مدیران در هیئت‌مدیره باشد. مسئولیت اجتماعی موجب کسب وجه و شهرت مثبت مدیران نزد مشتریان می‌شود.

اصطلاحات مادی‌گرا و ماتریالیسم اغلب توسط نویسندگان بدون تعریف در مکالمه عادی و آزادانه استفاده می‌شود. ماتریالیسم ابتدا به این مفهوم فلسفی اشاره دارد که چیزی جز ماده و حرکات آن وجود ندارد (لانگ^۱، ۱۹۲۵). گرچه مادی‌گرایی اثرات مثبتی از جمله ارضای نیاز به تمایز یافتگی دارد، اما تحقیقات بسیاری وجود دارد که نتایج منفی آن، مانند افسردگی، سطح پایین شادی و عدم رضایت از زندگی را نشان می‌دهد (ژانگ و همکاران^۲، ۲۰۱۴). زیرا افراد مادی بر آنچه ندارند تمرکز می‌کنند و جنبه‌های مثبت زندگی را در نظر نمی‌گیرند. طبق نظریه بلک (۱۹۸۵) مصرف‌کنندگان مادی‌گرا تمایل کمتری به سخاوت دارند و همچنین تمایل کمتری برای به اشتراک گذاشتن داشته‌های خود، از جمله پول، لباس یا دارایی‌های دیگر، با دیگران دارند. به‌علاوه آنها نسبت به مردم اطراف و سازمان‌های اکولوژیکی دیدگاه منفی دارند و تمایل کمتری به کمک دوستان و خانواده دارند. همچنین بلک (۱۹۸۵) اعتقاد دارد که مادی‌گرایی و سبک زندگی مادی در جهان امروز روز به روز در حال افزایش است و تعداد افرادی که این مدل سبک زندگی را بدون توجه به نتایج آن، دنبال می‌کنند در حال گسترش است. به باور آنها، امروزه نگرانی اصلی در مورد محیط زیست، این است که رفتارهای مصرفی انسان و سبک‌های زندگی مادی‌گرایی، پیامد منفی زیست‌محیطی دارد (کیلبورن و پیکت، ۲۰۰۸).

امروزه مادی‌گرایی به جزئی جدایی‌ناپذیر از زندگی مردم تبدیل شده است و در جامعه‌ای که در اصل مادی است، افراد برای دستیابی به هویت فردی و رشد توانایی‌ها و ادراکات خود به روش‌های مختلف از جمله دستیابی به شهرت، قدرت، جذابیت بدنی و ثروت تلاش می‌کنند. در نظریه مقایسه اجتماعی، افراد تمایل دارند خود را با دیگران مقایسه کنند و در این مقایسه به تدریج می‌آموزند که ارزش‌های مادی برای دیگران قابل قبول است و آن را به‌عنوان یک هنجار اجتماعی می‌پذیرند (جان و همکاران^۳، ۲۰۱۷). پوریت^۴ (۱۹۸۴) اعتقاد دارد که مادی‌گرایی یکی از اصلی‌ترین دلایل تخریب محیط‌زیست و تخلیه منابع طبیعی است. در جوامع صنعتی امروز، ماتریالیسم یک مدل زندگی تک بعدی است که زندگی خوب و دستاوردهای آن را هدف اصلی زندگی اجتماعی می‌نامند. به‌عبارت‌دیگر، افرادی که مادی هستند و این سبک زندگی را دارند، دلیل یا علاقه کمتری برای تغییر رفتارهای مصرفی خود برای سازگاری با محیط دارند، وی معتقد است، توجه و انتقاد از مادی‌گرایی در زمینه محیط

³ - John et al

⁴ - Porritt

¹ - Lange

² - Zhang et al

ادبیات داخلی موضوع تحقیق و همچنین بهبود تصمیم‌گیری‌های مدیریتی، رفتاری و سرمایه‌گذاری در کشور بگذارد.

مران جوری و علی خانی (۱۳۹۹) در تحقیقی با عنوان نقش تعدیل‌کنندگی خودشیفتگی مدیران بر رابطه بین عدم اطمینان محیطی و افشای مسئولیت‌های اجتماعی نشان دادند بین عدم اطمینان محیطی و افشای مسئولیت اجتماعی رابطه منفی معنا دار وجود دارد. همچنین خودشیفتگی مدیران بر رابطه بین عدم اطمینان محیطی و افشای مسئولیت اجتماعی اثر مثبت دارد.

دلیری و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیقی با عنوان بررسی تأثیرگذاری کوتاه‌بینی مدیران بر مولفه‌های اجتماعی-اقتصادی گزارش عملکرد پایداری نشان دادند در میان مولفه‌های اقتصادی عملکرد پایداری که شامل پایداری رقابت و پایداری گزارشگری می‌باشند، رابطه میان کوتاه‌بینی مدیریت با هر دو پایداری رقابت و گزارشگری منفی و معنا دار است و در میان مولفه‌های اجتماعی عملکرد پایداری که از طریق پایداری اجتماعی حاصل می‌شود و خود پایداری اجتماعی شامل تأثیر اجتماعی، تعهد اجتماعی و منافع اجتماعی می‌باشند، رابطه میان کوتاه‌بینی مدیریت با پایداری اجتماعی و تأثیر اجتماعی و تعهد اجتماعی منفی و معنا دار است اما با منافع اجتماعی مثبت و بی‌معنی است و در آخر عدم کوتاه‌بینی مدیران و عملکرد پایداری که از ترکیب دو مولفه اجتماعی و اقتصادی است منفی و معنا دار است.

کشاورزی و جامعی (۱۳۹۸) در پژوهشی به بررسی تأثیر مادی‌گرایی بر رفتار بعد از خرید پرداختند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که تفاوت بین رفتار بعد از خرید مادی‌گراها و غیر مادی‌گراها وجود دارد؛ به طوری که میزان گرایش‌های محیطی مادی‌گراها از غیر مادی‌گراها بیشتر بوده و میل به شرکت در بازیافت در بین غیر مادی‌گراها از مادی‌گراها بیشتر است.

کردستانی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی به تأثیر افشای مسئولیت اجتماعی بر معیارهای حسابداری، اقتصادی و بازار ارزیابی عملکرد شرکت‌ها پرداختند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که سطح افشای مسئولیت اجتماعی بر نرخ بازده دارایی‌ها، سود هر سهم و ارزش افزوده اقتصادی شرکت‌ها تأثیر مثبت معنا داری دارد. همچنین سطح افشای مسئولیت اجتماعی بر نرخ هزینه سرمایه شرکت‌ها تأثیر منفی معنا داری دارد.

ادبیات فراوانی عنوان می‌کند مسئولیت اجتماعی شرکت یک رویکرد فنی، مبتنی بر اخلاق در فرایند تصمیم‌گیری و یک رویکرد سیاسی در نزد مدیران و هیئت‌مدیره است (کوکوی^۱، ۲۰۲۱). شواهد تجربی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و قدرت مدیران عامل، پاداش بیش از حد، طمع، خودشیفتگی، صداقت و فروتنی را به اثبات می‌رسانند (پترنکو و همکاران^۲، ۲۰۱۹؛ فام و تران^۳، ۲۰۲۰). علاوه بر این برخی مطالعات رابطه بین تسلط مدیرعامل و مشارکت در مسئولیت اجتماعی شرکت و همچنین تنوع در هیئت‌مدیره و مسئولیت اجتماعی شرکت را تایید می‌کنند (یارام و آداپا^۴، ۲۰۲۱).

تصمیمات مدیران تأثیرات عمیقی بر اقشار مختلف جامعه دارد، بنابراین توجه مدیران به مسئولیت‌های اجتماعی هنگام تصمیم‌گیری برای جلوگیری از آسیب رساندن به جامعه بسیار مهم است. برای حفظ و بهبود موقعیت خود در جامعه، سازمان‌ها باید به مسئولیت‌های اجتماعی توجه داشته باشند تا جامعه دامن‌ناپذیر آنها را محدود نکند و در جامعه مشروعیت داشته باشد؛ زیرا آنها به هر روشی عمل می‌کنند، عملکرد آنها بر جامعه تأثیر می‌گذارد و این تأثیر خوب یا بد در سازمان منعکس می‌شود. بنابراین رفتار بد مدیران مشکلاتی را برای جامعه ایجاد می‌کند که سرانجام آنها را نیز تحت تأثیر قرار خواهد داد. اگر یک شرکت اطلاعات مرتبط با مسئولیت اجتماعی خود را به مردم کاملاً افشا کند، بازار نیز نشان می‌دهد که این شرکت از لحاظ قانونی دارای اعتبار، صادق، قابل اعتماد و سخت‌گیرانه در انجام فعالیت‌هایش بوده است. این امر منجر به کاهش ریسک، اعتماد بیشتر سرمایه‌گذاران و تأمین مالی آسان و ارزان‌تر می‌شود (کارگرپور و همکاران، ۱۳۹۹).

پیشینه پژوهش‌های داخلی

شفاعت و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی تحت عنوان تأثیر متغیر تیپ شخصیتی مدیران بر مدیریت سود و نقش تعدیلی آن در رابطه بین مدیریت سود با افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت به این نتیجه رسیدند که متغیر تیپ شخصیتی مدیران تأثیر مثبت و معنا دار بر مدیریت سود دارد و همچنین این متغیر در تعامل با متغیر مدیریت سود تأثیر مثبت و معنا دار بر افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت دارد. طبق نتایج پژوهش، مدیران دارای تیپ شخصیتی A در سال‌هایی که سود شرکت مدیریت شده است بیشتر به افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت خود می‌پردازند. نتایج این پژوهش می‌تواند اثر مثبت بر گسترش

³- Pham and Tran
⁴- Yarram and Adapa

¹- Kouki
²- Petrenko et al

زیست‌محیطی عمل می‌نمایند؛ کار و انگیزه تحصیلی نامطلوبی دارند.

دکپ^۳ (۲۰۱۵) در پژوهشی خود تحت عنوان ماتریالیسم و رفتارهای محیطی کار دریافت که ارزش‌های ماتریالیست به پیامدهای منفی رفتاری منجر می‌شود که به نوبه خود بر کارکنان سازمان تاثیر دارد.

بورگری و همکاران^۴ (۲۰۱۴) در پژوهشی تحت عنوان سرمایه‌گذاری‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها: نوع دوست بودن، اعتبار و سهامدار مدیرعامل دریافتند که بین سطح نظارت رسانه‌ای پیرامون شرکت و مدیرعامل آن و سطح سرمایه‌گذاری مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه مثبت و محکمی وجود دارد.

فرضیه های پژوهش

بر اساس مبانی نظری و پیشینه تجربی مطرح شده در رابطه با تاثیر مادی‌گرایی هیأت مدیره بر مسئولیت اجتماعی شرکت، فرضیه‌های زیر طراحی گردیده است:

فرضیه اصلی: مادی‌گرایی هیأت مدیره بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت تاثیر گذار است.

فرضیه فرعی اول: مادی‌گرایی هیأت مدیره بر مسئولیت اقتصادی شرکت تاثیر گذار است.

فرضیه فرعی دوم: مادی‌گرایی هیأت مدیره بر مسئولیت قانونی شرکت تاثیر گذار است.

فرضیه فرعی سوم: مادی‌گرایی هیأت مدیره بر مسئولیت اخلاقی شرکت تاثیر گذار است.

فرضیه فرعی چهارم: مادی‌گرایی هیأت مدیره بر مسئولیت خیرخواهانه (بشردوستانه) شرکت تاثیر گذار است.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با توجه به کاربرد نتایج آن، اهمیت بسزایی برای مدیران و سرمایه‌گذاران و نهادهای مالی دارد و از نظر هدف کاربردی است و توسعه‌ای کاربردی می‌باشد. این پژوهش از نظر روش، پیمایشی می‌باشد. پژوهش پیمایشی برای گردآوری داده‌های مربوط به زمان حال به کار می‌رود. در این روش پژوهشگر در شرایطی نیست که بتواند متغیرهای محیط را دستکاری کند و کنترل کمتری بر محیط پژوهش دارد و به دنبال آشنایی بهتر و کامل‌تر از وضع موجود است. در این پژوهش، از مطالعات کتابخانه‌ای برای تدوین مبانی نظری و ادبیات پژوهش و از نظرسنجی و پژوهش پیمایشی برای گردآوری داده‌ها جهت

وکیلی فرد و حسین پور (۱۳۹۶) در مطالعه‌ای به بررسی اثر شدت نگرش مذهبی حسابداران بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت پرداختند. آنان نشان دادند که حسابداران با گرایش‌های مذهبی بیشتر، نسبت به حسابداران با گرایش‌های مذهبی کمتر دیدگاه‌های متفاوتی دارند. همچنین یافته‌ها نشان داد که حسابداران که مذهبی شناخته شدند (با توجه به شدت نگرش مذهبی) اهمیت بیشتری به مسئولیت‌پذیری اجتماعی در شرکت‌ها می‌دهند و در حقیقت تمایل بیشتری به رعایت اصول مسئولیت‌پذیری اجتماعی و روش‌های آن در شرکت‌ها دارند.

پیشینه پژوهش‌های خارجی

رگورا-آلواردو و براوو-یورکیوزا^۱ (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان تاثیر سرمایه اجتماعی هیئت مدیره در گزارش مسئولیت اجتماعی شرکت نشان دادند که با تکیه بر دیدگاه وابستگی به منابع، ارتباط مثبت و معناداری بین چندین مدیر به لحاظ سرمایه اجتماعی و سطح گزارشگری مسئولیت اجتماعی وجود دارد. به طور خاص، این رابطه هم از نظر اندازه هیئت مدیره و هم از نظر تنوع جنسیتی تعدیل می‌شود.

دویدسون و اسمیت (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان مادی‌گرایی و مسئولیت اجتماعی شرکت دریافتند که بنگاه‌های اقتصادی تحت رهبری مدیرعاملان مادی‌گرا، دارای نمرات مسئولیت اجتماعی کمتری هستند و همچنین دارای نقاط قوت کمتر و ضعف‌های بیشتر هستند؛ امتیازات مسئولیت اجتماعی در بنگاه‌های دارای مدیرعامل غیرمادی ارتباط مثبت با حسابداری و عملکرد قیمت سهام دارد؛ امتیاز مسئولیت اجتماعی در بنگاه‌های دارای مدیرعاملان مادی‌گرا، مدیرعاملان ارتباطی به سودآوری ندارند.

یوان و همکاران^۲ (۲۰۱۹) در پژوهشی تحت عنوان توانایی مدیرعامل و مسئولیت اجتماعی شرکت دریافتند که مدیرعاملان توانمندتر نگرانی شغلی کمتری داشته به گونه‌ای که این مدیرعاملان تمایل بیشتری برای ادغام سرمایه‌گذاری‌های طولانی‌مدت در فعالیت‌های مفید دارند و به عملکرد بهتر مسئولیت اجتماعی شرکت منجر می‌شود.

کاسر (۲۰۱۶) در پژوهش خود با عنوان ارزش‌ها و اهداف ماتریالیستی بیان نمود که افرادی که اولویت بر ارزش‌ها و اهداف مادی‌گرایی دارند، متحمل بدهی بیشتری می‌شوند. روابط بین فردی با کیفیت پایین‌تر دارند، به روش‌های مخرب‌تر از نظر

³ - Deckop et al

⁴ - Borghesi et al

¹ - Reguera-Alvarado and Bravo-Urquiza

² - Yuan et al

و <http://fipiran.ir>. ۵. استفاده از چک لیست برای جمع‌آوری داده‌ها از گزارش‌های هیأت مدیره شرکت‌ها.

مدل عملیاتی پژوهش

مدل زیر جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش به اقتباس از پژوهش دویسدون و اسمیت در سال ۲۰۱۹ ارائه شده است:

$$CSR\ Net\ Score_i = \beta_1 Material_i + \beta_2 Age_i + \beta_3 Return\ on\ Assets_i + \beta_4 Market - to - Book_i + \beta_5 Debt - to - Equity_i + \beta_6 Financial\ Constraint_i + \beta_7 Abnormal\ Return_i + \varepsilon_i$$

(۱)

متغیرهای پژوهش

متغیرهای مورد بررسی در مدل پژوهش به شرح زیر اندازه‌گیری شده‌اند:

امتیاز مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR Net Score): برای محاسبه امتیاز مسئولیت اجتماعی شرکت گزارش هیأت مدیره شرکت و یادداشت‌های همراه صورت‌های مالی مطالعه شده و از چک لیست مسئولیت اجتماعی استفاده شده است. در این پژوهش برای تهیه چک لیست مسئولیت اجتماعی شرکت از چهار بعد مسئولیت اجتماعی کارول (۱۹۹۱، ۱۹۹۸) که شامل: مسئولیت اقتصادی (ECO)؛ مسئولیت قانونی (RULE)؛ مسئولیت اخلاقی (MORAL)؛ مسئولیت بشر دوستانه (BASHAR) می‌باشد استفاده شده است.

مادی‌گرایی (Material): برای محاسبه مادی‌گرایی از پرسشنامه استاندارد ریچینز و داوسون سال ۱۹۹۲ استفاده شده است و همچنین کیم و لیانگ در تحقیق خود در سال ۲۰۰۷ از این پرسشنامه استاندارد برای جمع‌آوری داده‌های مادی‌گرایی استفاده کرده‌اند. از طیف پنج گزینه‌ای لیکرت استفاده گردیده است که یکی از رایج‌ترین مقایس‌های اندازه‌گیری به‌شمار می‌رود لذا پنج‌رتبه (کاملاً مخالف، مخالف، بی نظر، موافق، کاملاً موافق) وجود دارد که به هرکدام امتیازی اختصاص داده شده است.

عمر شرکت (Age): عمر شرکت معیار استاندارد از شهرت شرکت است. شرکت‌های جوان تر ریسک اطلاعاتی بیشتری دارند. می‌توان سن شرکت را به‌عنوان زمان بین تأسیس اولیه یک شرکت و زمان حال شرکت برحسب سال اندازه‌گیری کرد (کی ایشنک و موسوی، ۲۰۱۸). به پیروی از لی ۲۰۱۰ و هادلوک و پیرس ۲۰۱۰ سن شرکت از طریق تعداد سال‌هایی که از تأسیس شرکت سپری شده، اندازه‌گیری می‌شود (کریم‌پور و همکاران، ۱۳۹۶). این متغیر بر اساس لگاریتم تعداد سال‌هایی که شرکت در بورس فعال بوده محاسبه می‌شود.

آزمون فرضیه‌های پژوهش استفاده شده است. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از مدل رگرسیون خطی چندگانه و با استفاده از نرم افزار Eviews10 استفاده شده است.

جامعه آماری پژوهش

جامعه آماری این پژوهش شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشند. که هیأت مدیره این شرکت‌ها مورد مطالعه و پرسش قرار گرفته است.

نمونه آماری پژوهش

در این پژوهش به دلیل لزوم ارائه توضیحات به پاسخ‌دهندگان توسط محقق در حین تکمیل پرسشنامه‌ها به طریق حضوری و مکاتبه، پرسشنامه‌ها توزیع و جمع‌آوری گردیده است. پرسشنامه استاندارد بین همه شرکت‌های فعال توزیع شده است و از اعضای هیأت مدیره شرکت‌ها که حداقل دو سال سابقه کار داشتند درخواست شد به پرسشنامه پاسخ دهند و به‌دلیل محدودیت‌های موجود در جمع‌آوری پرسشنامه، تعداد پرسشنامه‌هایی که تکمیل و جمع‌آوری شده است به‌عنوان نمونه مورد استفاده قرار گرفته است و اطلاعات سایر داده‌های مورد نیاز برای تجزیه و تحلیل برای سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۹ جمع‌آوری شده و میانگین آنها مورد استفاده قرار گرفته است. نمونه شرکت‌های مورد مطالعه شرایط زیر را دارا باشند:

۱. به منظور افزایش قابلیت مقایسه پایان سال مالی آنها پایان اسفند ماه باشد. ۲. اطلاعات آنها در دسترس باشد. ۳. در طول دوره مورد مطالعه تغییر سال مالی نداده باشد. ۴. شرکت‌های مورد مطالعه در بورس اوراق بهادار تهران نماد آنها فعال باشد. ۵. شرکت نباید در طول دوره زمانی انتخاب شده تغییر فعالیت داده باشد. با توجه به شروط بیان شده تعداد ۱۰۵ شرکت به‌عنوان نمونه پژوهش انتخاب شد.

نحوه گردآوری داده‌ها

در این پژوهش از روش‌های زیر برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است: ۱. بررسی و مطالعه کتب و پایان‌نامه‌هایی که در رابطه با متغیرهای این پژوهش نگاشته شده است. ۲. استفاده از مقالات داخلی و خارجی که پیرامون موضوع‌های مرتبط با پژوهش به رشته تحریر درآمده است. ۳. استفاده از پرسشنامه به‌عنوان مهمترین ابزار جمع‌آوری داده‌ها. ۴. استفاده از صورت‌های مالی شرکت‌های پذیرفته در بورس اوراق بهادار تهران از طریق وب سایت کدال <http://tsetmc.com/>، www.codal.ir

وضعیت مالی یک شرکت، به کار گرفتند و نشان می‌دهد اندازه (حجم) و عمر، شاخص مفیدی برای محدودیت‌های مالی است (کریم پور و همکاران، ۱۳۹۶).

شاخص SA، (هادلوک و پیرس، ۲۰۱۰):

$$SA = -0.737(Size_{i,t}) + 0.043(Size^2_{i,t}) - 0.040(Age_{i,t}) \quad (5)$$

لگاریتم طبیعی از کل دارایی‌ها، $Size^2$ لگاریتم طبیعی از کل دارایی‌ها Age عمر شرکت.

Abnormal Return_i: بازده غیرعادی (Abnormal Return)

(Return): تفاضل بازده واقعی شرکت مورد نظر و بازده بازار

نشانگر بازده غیرعادی سهام است (ودیدی و حسینی، ۱۳۹۱):

$$1. ab_{it} = r_{it} - r_{mt} \quad (6)$$

$$2. r_{it} = \frac{p_1 - p_0 + Dps + (p_1 - 1000) * \alpha + (p_1 * \beta)}{p_0} \quad (7)$$

$$3. r_{mt} = \frac{I_{mt} - I_{mo}}{I_{mo}} \quad (8)$$

در رابطه‌های ۱ تا ۳ متغیرها به شرح زیر می‌باشد:

ab_{it} : بازده غیر عادی سهام i در دوره t	r_{it} : بازده سهام شرکت i در دوره t
r_{mt} : بازده شاخص قیمت سهام و بازده نقدی در دوره t	p_1 : قیمت سهام در انتهای دوره
p_0 : قیمت سهام در ابتدای دوره	Dps : سود نقدی ناخالص هر سهم
α : درصد افزایش سرمایه از محل مطالبات و آورده نقدی	β : افزایش سرمایه از محل سود انباشته و اندوخته
I_{mt} : شاخص کل بورس در ابتدای دوره t	I_{mo} : شاخص کل بورس در پایان دوره t

یافته های پژوهش

نتایج آمار توصیفی متغیرهای این پژوهش را می‌توان در نگاره ۱ مشاهده کرد.

بازده دارایی‌ها (Return on Assets): بازده دارایی در واقع، شاخص میزان سودآوری شرکت را نشان می‌دهد. بازده دارایی‌ها گویای میزان موفقیت مدیریت در استفاده از دارایی‌ها برای کسب سود است. به پیروی از کلپش و همکاران در سال ۲۰۱۹ بازده دارایی به‌عنوان یکی دیگر از عوامل مؤثر برای تشخیص سوددهی استفاده شده و برای اندازه‌گیری آن، سود خالص به کل دارایی‌ها تقسیم شده است (کریم پور و همکاران، ۱۳۹۶). این نسبت از تقسیم سود خالص پس از مالیات بر کل دارایی‌ها بدست می‌آید:

$$ROA = \frac{\text{سودخالص پس از مالیات}}{\text{کل دارایی‌ها}} \quad (2)$$

نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری (Market-to-Book): از

این نسبت برای مقایسه ارزش بازار یک سهم با ارزش دفتری آن سهم استفاده می‌شود. نسبت کل ارزش بازار سهام شرکت به ارزش دفتری سهام شرکت (ستایش و کاظم نژاد، ۱۳۸۸).

و همچنین بادآورنده‌ی و درخور در سال ۱۳۹۲ اینگونه بیان کردند:

$$\text{نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری} = \frac{M_{it}}{B_{it}} \quad (3)$$

بدهی به حقوق صاحبان سهام (Debt-to-Equity): نشان

می‌دهد شرکت چه مقدار از حقوق صاحبان سهام و بدهی را برای تامین مالی استفاده می‌کند که به صورت زیر محاسبه می‌شود (سلیمانی امیری و رحیمی، ۱۳۹۳):

$$Debt - to - Equity_i = \frac{Debt}{Equity} \quad (4)$$

محدودیت مالی (Financial Constraint): محدودیت‌های

مالی به توانایی شرکت در تامین مالی سرمایه‌گذاری‌های خود در سطح مطلوب گفته می‌شود (پروتی و وسناور، ۲۰۰۴). شاخص SA را کاپلان و زینگلز برای اندازه‌گیری و سنجش

نگاره (۱): آمار توصیفی محاسبه شده متغیرهای پژوهش

نام متغیر	نماد	میانگین	میانه	حداکثر	حداقل	انحراف معیار	ضریب چولگی	ضریب کشیدگی
مسئولیت اجتماعی	CSR	۲۷.۶۷۰	۲۹.۰۰۰	۴۰.۰۰۰	۱۰.۰۰۰	۷.۸۰۴۱	-۰.۱۹۶۸	۱.۸۵۸۲
مادی گرایی	Material	۵۰.۷۳۵	۵۱.۰۰۰	۷۵.۶۰۰	۳۰.۶۰۰	۵.۵۰۸۸	۰.۱۵۷۶	۸.۵۹۷۴
بازده غیرعادی	Abnormal Return	۲.۵۶۳۵	۲.۵۴۳۰	۱۰.۲۷۶	-۱۳.۲۱۹۰	۲.۲۴۵۸	-۳.۴۵۰۱	۳۱.۵۴۵۵
عمر شرکت	AGE	۴۲.۷۵۲	۴۴.۰۰۰	۹۲.۰۰۰	۱۱.۰۰۰	۱۶.۹۸۳۸	۰.۲۳۴۵	۲.۶۵۰۲
بدهی به حقوق صاحبان سهام	Debt-to-Equity	۲.۲۸۳۰	۱.۳۵۵	۳۶.۴۵۴۰	-۲۳.۱۳۳۰	۶.۵۴۵۴	۱.۴۲۲۱	۱۴.۲۱۶۵
محدودیت مالی	Constraint	-۵.۶۶۸	-۵.۶۲۶	-۴.۱۴۰۰	-۷.۶۷۱۰	۰.۷۲۵۹	-۰.۳۸۴۶	۲.۷۸۴۹
نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	Market-to-Book	۴.۸۹۰	۳.۷۳۷	۳۴.۲۲۹۰	-۱۴.۲۹۵۰	۶.۸۵۹۱	۱.۸۸۶۵	۹.۴۹۱۳
بازده دارایی‌ها	Return on Assets	۰.۰۷۰	۰.۰۷۶	۰.۳۸۱۰	-۰.۳۶۹۰	۰.۱۲۳۵	-۰.۷۶۰۵	۴.۷۵۹۷

فرضیه اصلی مادی‌گرایی هیأت مدیره بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت تاثیر گذار است (پذیرش).

با توجه به نتایج قابل مشاهده در نگاره ۲ در ارتباط با مدل پژوهش، متغیر مادی‌گرایی دارای سطح معنی داری ۰.۰۱۹ است. از این رو مادی‌گرایی هیأت مدیره بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت تاثیر معناداری دارد و تاثیر مادی‌گرایی هیأت مدیره بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت به لحاظ آماری تایید گردید. ضریب منفی مادی‌گرایی هیأت مدیره بیانگر آن است که افزایش مادی‌گرایی هیأت مدیره موجب کاهش افشای مسئولیت اجتماعی شرکت می‌شود. در مدل پژوهش آماره دوربین واتسن در بازه ۱.۵ تا ۲.۵ قرار دارد که عدم همبستگی بین متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد.

نگاره (۱) دربردارنده آمار توصیفی متغیرهای تحقیق است. در این جدول، کمترین میانگین مربوط به متغیر محدودیت مالی شرکت و بیشترین میانگین مربوط به متغیر مادی‌گرایی هیأت مدیره می‌باشد. همچنین در بین متغیرهای تحقیق کمترین انحراف معیار مربوط به متغیر بازده دارایی‌ها و بیشترین انحراف معیار مربوط به عمر شرکت است. همچنین مثبت بودن ضرایب کشیدگی نشان از تمایل پراکندگی مشاهدات به سمت میانگین دارد.

آزمون فرضیه‌ها (آمار استنباطی)

نتایج برازش الگوی پژوهش در نگاره‌های ۲، ۳، ۴، ۵ و ۶ جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش درج شده است.

نگاره (۲): نتایج برآورد مدل (متغیر وابسته مسئولیت اجتماعی شرکت CSR)

متغیر	نماد	ضریب	خطای استاندارد	آماره t	prob
مادی‌گرایی	Material	-۰.۲۵۶	۰.۱۰۷	-۲.۳۸۸	۰.۰۱۹
بازده غیرعادی	Abnormal Return	-۰.۷۸۷	۰.۲۵۸	-۳.۰۴۶	۰.۰۰۳
عمر شرکت	AGE	-۰.۱۴۲	۰.۰۷۴	-۱.۹۱۷	۰.۰۵۸
بدهی به حقوق صاحبان سهام	Debt-to-Equity	-۰.۱۵۸	۰.۰۹۷	-۱.۶۱۵	۰.۱۱۰
محدودیت مالی	Constraint	-۲.۸۴۰	۱.۸۶۵	-۱.۵۲۲	۰.۱۳۲
نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	Market-to-Book	۰.۰۷۴	۰.۱۴۹	۰.۴۹۶	۰.۶۲۰
بازده دارایی‌ها	Return on Assets	۱۳.۶۹۵	۵.۹۷۹	۲.۲۹۰	۰.۰۲۴
مقدار ثابت c		۳۱.۷۵۴	۱۲.۰۰۱	۲.۶۴۶	۰.۰۰۹
ضریب تعیین تعدیل شده		۰.۳۹۲	آماره والد		۴.۶۲۶
آماره F		۸.۲۱۹	آماره دوربین واتسن		۲.۲۶۲
Prob (سطح معنی داری)		۰.۰۰۰			

فرضیه فرعی اول مادی‌گرایی هیأت مدیره بر مسئولیت اقتصادی شرکت تاثیر معناداری ندارد و تاثیر مادی‌گرایی هیأت مدیره بر افشای مسئولیت اقتصادی شرکت به لحاظ آماری تایید نمی‌گردد. در مدل پژوهش آماره دوربین واتسن در بازه ۱.۵ تا ۲.۵ قرار دارد که عدم همبستگی بین متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد.

نتایج برازش الگوی پژوهش در نگاره ۳ در ارتباط با مدل پژوهش، متغیر مادی‌گرایی دارای سطح معنی داری ۰.۰۲۳۳ است. از این رو مادی‌گرایی هیأت مدیره بر افشای مسئولیت

اقتصادی شرکت تاثیر گذار است (رد). با توجه به نتایج قابل مشاهده در نگاره ۳ در ارتباط با مدل پژوهش، متغیر مادی‌گرایی دارای سطح معنی داری ۰.۰۲۳۳ است. از این رو مادی‌گرایی هیأت مدیره بر افشای مسئولیت

نگاره (۳): نتایج برآورد مدل (متغیر وابسته مسئولیت اقتصادی ECO)

متغیر	نماد	ضریب	خطای استاندارد	آماره t	prob
مادی‌گرایی	Material	-۰.۰۳۵	۰.۰۲۹	-۱.۲۰۰	۰.۲۳۳
بازده غیرعادی	Abnormal Return	-۰.۰۸۵	۰.۰۸۶	-۰.۹۸۷	۰.۳۲۶
عمر شرکت	AGE	-۰.۰۳۹	۰.۰۲۱	-۱.۸۴۴	۰.۰۶۸
بدهی به حقوق صاحبان سهام	Debt-to-Equity	-۰.۰۵۱	۰.۰۲۷	-۱.۸۸۰	۰.۰۶۳
محدودیت مالی	Constraint	-۰.۹۸۳	۰.۵۷۵	-۱.۷۰۹	۰.۰۹۱
نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	Market-to-Book	-۰.۰۰۴	۰.۰۴۰	-۰.۱۱۸	۰.۹۰۶

متغیر	نماد	ضریب	خطای استاندارد	آماره t	prob
بازده دارایی ها	Return on Assets	۷.۴۹۴	۲.۱۴۸	۳.۴۸۸	۰.۰۰۰
مقدار ثابت c		۴.۳۰۸	۳.۵۲۶	۱.۲۲۱	۰.۲۲۵
ضریب تعیین تعدیل شده					
آماره F		۹.۴۱۰	آماره والد		۳.۲۷۶
آماره F		۹.۴۱۰	آماره دوربین واتسن		۲.۰۰۶
Prob (سطح معنی داری)					
۰.۰۰۰					

مدیره بر افشای مسئولیت قانونی شرکت به لحاظ آماری تایید گردید. ضریب منفی مادی‌گرایی هیأت مدیره بیانگر آن است که افزایش مادی‌گرایی هیأت مدیره موجب کاهش افشای مسئولیت قانونی شرکت می‌شود. در مدل پژوهش آماره دوربین واتسن در بازه ۱.۵ تا ۲.۵ قرار دارد که عدم همبستگی بین متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد.

فرضیه فرعی دوم مادی‌گرایی هیأت مدیره بر مسئولیت قانونی شرکت تاثیر گذار است (پذیرش).

با توجه به نتایج قابل مشاهده در نگاره ۴ در ارتباط با مدل پژوهش، متغیر مادی‌گرایی دارای سطح معنی داری ۰.۰۳۹ است. از این رو مادی‌گرایی هیأت مدیره بر افشای مسئولیت قانونی شرکت تاثیر معناداری دارد و تاثیر مادی‌گرایی هیأت

نگاره (۴): نتایج برآورد مدل (متغیر وابسته مسئولیت قانونی (RULE))

متغیر	نماد	ضریب	خطای استاندارد	آماره t	prob
مادی‌گرایی	Material	-۰.۰۶۷	۰.۰۳۱	-۲.۱۶۱	۰.۰۳۹
بازده غیرعادی	Abnormal Return	-۰.۲۲۳	۰.۰۶۷	-۳.۲۲۸	۰.۰۰۱
عمر شرکت	AGE	-۰.۰۲۹	۰.۰۱۶	-۱.۸۲۲	۰.۰۷۲
بدهی به حقوق صاحبان سهام	Debt-to-Equity	-۰.۰۳۲	۰.۰۱۸	-۱.۷۰۵	۰.۰۹۲
محدودیت مالی	Constraint	-۰.۷۸۷	۰.۴۱۳	-۱.۹۰۴	۰.۰۶۰
نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	Market-to-Book	۰.۰۳۰	۰.۰۲۲	۱.۳۴۹	۰.۱۸۱
بازده دارایی ها	Return on Assets	۲.۰۲۷	۱.۸۳۱	۱.۱۰۶	۰.۲۷۱
مقدار ثابت c		۶.۳۶۸	۲.۹۷۷	۲.۱۳۸	۰.۰۳۵
ضریب تعیین تعدیل شده					
آماره F		۷.۸۰۲	آماره والد		۴.۳۱۰
آماره F		۷.۸۰۲	آماره دوربین واتسن		۱.۸۸۴
Prob (سطح معنی داری)					
۰.۰۰۰					

اخلاقی شرکت تاثیر معناداری ندارد و تاثیر مادی‌گرایی هیأت مدیره بر افشای مسئولیت اخلاقی شرکت به لحاظ آماری تایید نمی‌گردد. در مدل پژوهش آماره دوربین واتسن در بازه ۱.۵ تا ۲.۵ قرار دارد که عدم همبستگی بین متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد.

فرضیه فرعی سوم مادی‌گرایی هیأت مدیره بر مسئولیت اخلاقی شرکت تاثیر گذار است (رد).

با توجه به نتایج قابل مشاهده در نگاره ۵ در ارتباط با مدل پژوهش، متغیر مادی‌گرایی دارای سطح معنی داری ۰.۰۳۹ است. از این رو مادی‌گرایی هیأت مدیره بر افشای مسئولیت

نگاره (۵): نتایج برآورد مدل (متغیر وابسته مسئولیت اخلاقی (MORAL))

متغیر	نماد	ضریب	خطای استاندارد	آماره t	prob
مادی‌گرایی	Material	-۰.۰۱۳	۰.۰۲۷	-۰.۴۶۹	۰.۶۳۹
بازده غیرعادی	Abnormal Return	-۰.۱۶۲	۰.۰۵۰	-۳.۲۰۳	۰.۰۰۲
عمر شرکت	AGE	-۰.۰۱۹	۰.۰۱۴	-۱.۳۸۸	۰.۱۶۹
بدهی به حقوق صاحبان سهام	Debt-to-Equity	-۰.۰۱۳	۰.۰۳۲	-۰.۴۱۵	۰.۶۷۹

متغیر	نماد	ضریب	خطای استاندارد	آماره t	prob
محدودیت مالی	Constraint	-۰.۵۱۹	۰.۳۳۶	-۱.۵۴۵	۰.۱۲۶
نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	Market-to-Book	۰.۰۱۲	۰.۰۳۱	۰.۳۹۱	۰.۶۹۶
بازده دارایی‌ها	Return on Assets	۳.۰۲۱	۱.۰۲۴	۲.۹۴۹	۰.۰۰۴
مقدار ثابت c		۷.۳۰۴	۲.۲۲۳	۳.۲۸۴	۰.۰۰۱
ضریب تعیین تعدیل شده		۰.۲۰۶	آماره والد		۴.۶۹۲
آماره F		۷.۰۷۳	آماره دوربین واتسن		۲.۰۸۹
Prob (سطح معنی داری)		۰.۰۰۰			

آماره تایید گردید. ضریب منفی مادی‌گرایی هیأت مدیره بیانگر آن است که افزایش مادی‌گرایی هیأت مدیره موجب کاهش افشای مسئولیت بشردوستانه شرکت می‌شود. در مدل پژوهش آماره دوربین واتسن در بازه ۱.۵ تا ۲.۵ قرار دارد که عدم خود همبستگی بین متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد. سطح معناداری در مدل پژوهش در تمامی معیارهای مسئولیت اجتماعی کمتر از ۰.۰۵ است که نشان می‌دهد مدل برازش شده از اعتبار کافی برخوردار است.

فرضیه فرعی چهارم مادی‌گرایی هیأت مدیره بر مسئولیت خیرخواهانه (بشردوستانه) شرکت تاثیر گذار است (پذیرش). با توجه به نتایج قابل مشاهده در نگاره ۶ در ارتباط با مدل پژوهش، متغیر مادی‌گرایی دارای سطح معنی داری ۰.۰۱۴۶ است. از این رو مادی‌گرایی هیأت مدیره بر افشای مسئولیت خیرخواهانه شرکت تاثیر معناداری دارد و تاثیر مادی‌گرایی هیأت مدیره بر افشای مسئولیت خیرخواهانه شرکت به لحاظ

نگاره (۶): نتایج برآورد مدل (متغیر وابسته مسئولیت بشردوستانه BASHAR)

متغیر	نماد	ضریب	خطای استاندارد	آماره t	prob
مادی‌گرایی	Material	-۰.۱۰۸	۰.۰۴۳	-۲.۴۹۹	۰.۰۱۴
بازده غیرعادی	Abnormal Return	-۰.۲۷۷	۰.۱۲۳	-۲.۲۵۱	۰.۰۲۷
عمر شرکت	AGE	-۰.۰۲۲	۰.۰۲۴	-۰.۹۲۵	۰.۳۵۷
بدهی به حقوق صاحبان سهام	Debt-to-Equity	-۰.۰۳۷	۰.۰۳۵	-۱.۰۴۵	۰.۲۹۹
محدودیت مالی	Constraint	-۰.۲۱۵	۰.۵۴۴	-۰.۳۹۵	۰.۶۹۳
نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	Market-to-Book	۰.۰۱۷	۰.۰۵۳	۰.۳۱۸	۰.۷۵۱
بازده دارایی‌ها	Return on Assets	۱.۹۴۲	۱.۹۹۹	۰.۹۷۱	۰.۳۳۴
مقدار ثابت c		۱۳.۳۲۵	۴.۰۳۶	۳.۳۰۱	۰.۰۰۱
ضریب تعیین تعدیل شده		۰.۲۱۴	آماره والد		۲.۲۰۰
آماره F		۷.۱۷۴	آماره دوربین واتسن		۲.۲۷۸
Prob (سطح معنی داری)		۰.۰۰۰			

مدیره بر مسئولیت اجتماعی شرکت مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج پژوهش نشان داد که در مدل برآوردی مادی‌گرایی هیأت مدیره تاثیر معناداری بر مسئولیت اجتماعی شرکت دارد و در بازه زمانی مورد مطالعه، متغیر مادی‌گرایی توانسته است بر مسئولیت اجتماعی شرکت تاثیر بگذارد. این نتایج نشان داد مادی‌گرایی هیأت مدیره تاثیر منفی بر مسئولیت اجتماعی شرکت دارد، از علل این یافته می‌توان به منفعت طلبی افراد مبتنی بر مادی‌گرایی اشاره کرد. افراد مادی‌گرا در زندگی تنها به دنبال کسب منافع مادی هستند و هیأت مدیره دارای

بحث و نتیجه گیری

عوامل متعددی می‌تواند بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تأثیرگذار باشد که شناسایی این عوامل و بررسی تأثیرگذاری آنها حائز اهمیت است. عوامل رفتاری و اخلاقی هیأت مدیره مانند مادی‌گرایی هیأت مدیره از عواملی است که می‌تواند تاثیر مهمی بر اجرای برنامه‌های مسئولیت اجتماعی در شرکت داشته باشد. از این‌رو، بررسی تاثیر مادی‌گرایی هیأت مدیره بر مسئولیت اجتماعی شرکت از اهمیت ویژه‌ای برخوردار خواهد بود. در این پژوهش با استفاده از مدل مورد مطالعه تاثیر مادی‌گرایی هیأت

را بر عهده دارند، نتایج بیانگر این مطلب است که هیأت مدیره مادی‌گرا تمایل کمتری به ارائه گزارش شفاف و کامل مسئولیت اجتماعی شرکت دارند. هیأت مدیره مادی‌گرا نمره مسئولیت اجتماعی پایین‌تری دارند و در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکت نقاط ضعف بیشتری دارند. یافته‌های پژوهش همچون زنگ هشدار برای شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران و جامعه می‌باشد که سبک زندگی و ویژگی‌های رفتاری مدیران را نادیده می‌گیرند و در نهایت با ساز و کارهای سازنده، شرکت‌ها اطمینان حاصل کنند جلوی رخ دادن مشکلات احتمالی را خواهند گرفت. همچنین این یافته‌ها می‌تواند برای سرمایه‌گذاران و تحلیلگران در اخذ تصمیمات اقتصادی مفید باشد. همچنین بر اساس نتایج می‌توان گفت صفات روانی و رفتاری هیئت‌مدیره که در بسیاری از شرکت‌ها برای به‌کارگیری مدیران نادیده گرفته می‌شود مانند مادی‌گرایی، می‌تواند بر روی ایفای نقش مسئولیت اجتماعی که می‌تواند عملکرد بلندمدت و پایدار شرکت را افزایش دهد، تأثیر منفی داشته باشد.

پیشنهاد‌های راهبردی:

بر اساس نتایج پیشنهاد می‌گردد سازمان‌های تدوین‌کننده استاندارد حسابداری و مقررات بورس اوراق بهادار در ایران توجه بیشتری به مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها نموده و با وضع مقررات الزام‌آور خصوصاً برای شرکت‌های بزرگ، آنان را ملزم به رعایت و افشای مسئولیت اجتماعی بنمایند تا به رفع سردرگمی شرکت‌ها در این زمینه کمک کرده و باعث بهبود شفافیت اطلاعات و افزایش اعتماد سرمایه‌گذاران و رعایت عدالت در مورد تمامی ذی‌نفعان گردد.

پیشنهاد می‌گردد سازمان بورس اوراق بهادار، قوانین و مقرراتی را اتخاذ نماید تا حد امکان بتواند میزان واقعی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها را در طول سال‌های متممادی فعالیت آنها اندازه‌گیری و مشخص نماید تا بتواند به رفع نیازهای اطلاعاتی همه ذی‌نفعان کمک نماید.

پیشنهاد می‌شود با توجه به پیامدهای مطلوب گزارشگری مسئولیت اجتماعی، مدیران سازمان‌ها به مقوله مسئولیت‌پذیری اجتماعی، به‌عنوان عامل بقای سازمان در بلندمدت، توجه بیشتری نموده و آن را به‌عنوان یک استراتژی بلندمدت برای پایداری موفقیت تجاری خود مدنظر قرار داده و اقدامات جدیدتری در زمینه بالا بردن عملکرد اجتماعی خود انجام دهند؛ زیرا افشای این اطلاعات سبب می‌شود سرمایه‌گذاران بیشتری جذب شرکت شوند که این امر خود منجر به جریانات نقدی پایدارتر شده و هزینه‌های تأمین مالی آنها کاهش می‌یابد.

ویژگی مادی‌گرایی برای کسب منافع و سود بیشتر تمایلی به هزینه در راستای مسئولیت اجتماعی نخواهد داشت. نتایج تجربی پژوهش با نتایج پژوهش دیویدسون و اسمیت در سال ۲۰۱۹ که به این نتیجه دست یافتند؛ بنگاه‌های اقتصادی تحت رهبری مدیرعاملان مادی‌گرا نمرات مسئولیت اجتماعی کمتری دارند و نقاط قوت کمتر و ضعف‌های بیشتر دارند، همسو می‌باشد. همچنین در این پژوهش تأثیر مادی‌گرایی هیأت مدیره بر اجزای مسئولیت اجتماعی شرکت که شامل مسئولیت اقتصادی، مسئولیت قانونی، مسئولیت اخلاقی، مسئولیت بشردوستانه است به صورت جداگانه مورد بررسی قرار گرفته است؛ نتایج پژوهش نشان داد که مادی‌گرایی هیأت مدیره تأثیر معناداری بر افشای مسئولیت اقتصادی و مسئولیت اخلاقی ندارد. دیویدسون و اسمیت در سال ۲۰۱۹ که به این نتیجه دست یافتند نمره مسئولیت اجتماعی در بنگاه‌های دارای مدیرعاملان مادی‌گرا، مدیرعاملان ربطی به سودآوری ندارند و همچنین مادی‌گرایی هیأت مدیره بر افشای مسئولیت قانونی و مسئولیت بشردوستانه شرکت تأثیر معناداری دارد، این بدین معناست مدیران در هیأت مدیره بر اساس ایفای وظایف قانونی مجبور به افشای مسئولیت قانونی و مسئولیت بشردوستانه هستند. کاسر در سال ۲۰۱۶ که به این نتیجه دست یافتند افرادی که اولویت بر ارزش‌ها و اهداف مادی‌گرایی دارند به شیوه‌های مخرب‌تر از نظر زیست محیطی عمل می‌کنند؛ کشاورزی و جامعی در سال ۱۳۹۸ که به این نتیجه دست یافتند؛ تمایل به شرکت در بازیافت در بین غیرمادی‌گراها از مادی‌گراها بیشتر می‌باشد و کیلبورن و پیکت در سال ۲۰۰۸ به این نتیجه دست یافتند ماتریالیسم بر رفتارهای محیط‌زیستی تأثیر معنی‌داری دارد. لذا نتایج به دست آمده در تحقیق حاضر با نتایج پژوهش دیویدسون و اسمیت (۲۰۱۹)، کاسر (۲۰۱۶)، کشاورزی و جامعی (۱۳۹۸) و کیلبورن و پیکت (۲۰۰۸) همسو می‌باشد. با توجه به نتایج آزمون فرضیات فرعی چنین استنباط می‌گردد که مادی‌گرایی مدیران را به سمت رعایت مقررات و الزامات قانونی محیط کسب و کار و مسئولیت خیرخواهانه و بشردوستانه سوق نمی‌دهد، به عبارت دیگر، معنای آن این است که برای هیأت مدیره مادی‌گرا رعایت قوانین و مقررات و پرهیز از نقص قوانین و فعالیت بشردوستانه اهمیت کمتری دارد. افرادی که مادی‌گرایی برایشان در اولویت قرار دارد، کمتر به دیگران اهمیت می‌دهند و تمایل کمتری به رفتارهای بشردوستانه و مسئولیت اجتماعی دارند. طبق نتایج این پژوهش افرادی که توجه به مادیات را در زندگی خود اصل قرار می‌دهند و مادی‌گرا می‌باشند، در انجام فعالیت‌های اجتماعی بی‌اهمیت می‌باشند. با توجه به اینکه هیأت مدیره در شرکت‌ها نقش کلیدی تصمیم‌گیری و اجرای مسئولیت اجتماعی

- * بادآورندهندی، یونس و درخور، سعید. (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین محدودیت مالی، ارزش وجه نقد و خالص سرمایه‌گذاری. پژوهش‌های تجربی حسابداری، ۲(۸)، ۱۶۷-۱۸۹.
- * دلیری، جواد؛ رضایی، فرزین و محمدی نوده، فاضل. (۱۳۹۹). بررسی تاثیرگذاری کوتاه بینی مدیران بر مولفه های اجتماعی-اقتصادی گزارش عملکرد پایداری. دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۹(۳۶)، ۱۹-۴۰.
- * ستایش، محمدحسین و کاظم نژاد، مصطفی. (۱۳۸۸). بررسی تأثیر سرمایه فکری بر عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. مجله پیشرفت‌های حسابداری دانشگاه شیراز، ۱۱(پیاپی ۵۷/۳)، صص ۶۹-۹۴.
- * سلیمانی امیری، غلامرضا و رحیمی تمرین، عاطفه. (۱۳۹۳). رابطه‌ی بین به موقع بودن گزارشگری مالی و عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. پژوهش‌های تجربی حسابداری، ۴(۱)، ۲۱-۳۵.
- * شفاعت، احمدرضا؛ کاشانی پور، محمد؛ غلامی جمکرانی، رضا؛ جهانگیر نیا، حسین. (۱۴۰۰). تاثیر متغیر تیپ شخصیتی مدیران بر مدیریت سود و نقش تعدیلی آن در رابطه بین مدیریت سود با افشای مسئولیت های اجتماعی شرکت. دو فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری، ۶(۱۲)، پاییز و زمستان ۱۴۰۰.
- * کارگریور، خاطره؛ خدادادی، ولی؛ جرجزاده، علیرضا؛ صالحی، اله کرم؛ کعب عمیر، احمد. (۱۳۹۹). بررسی اثر قرارداد‌های انگیزشی بر رابطه گزارشگری مسئولیت اجتماعی با ریسک خاص و هزینه سرمایه شرکت‌ها. فصلنامه حسابداری مالی، ۱۲(۴۶)، ۱۰۰-۱۲۶.
- * کریم پور، علیرضا؛ برادران حسن زاده، رسول؛ بادآورندهندی، یونس؛ زینالی، مهدی. (۱۳۹۶). الگوی برای محدودیت مالی در شرکت‌های ایرانی. تحقیقات مالی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، ۱۹(۳)، ۳۶۵-۳۸۸.
- * کشاورزی، مهرزاد و جامعی، سالار. (۱۳۹۸). بررسی تاثیر مادی‌گرایی بر رفتار بعد از خرید در میان دانشجویان دانشگاه پیام نور شیراز، دومین کنفرانس بین المللی پیشرفت در مدیریت کسب و کار، تجارت، اقتصاد و امور مالی، برلین-آلمان.
- * مران جوری، مهدی و علی خانی، رضیه. (۱۳۹۹). نقش تعدیل‌کنندگی خودشیفتگی مدیران بر رابطه بین عدم اطمینان محیطی و افشای مسئولیت های اجتماعی. دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۹(۳۵)، ۲۶۳-۲۷۲.

پیشنهاد می شود سرمایه‌گذاران برای سرمایه‌گذاری شرکت‌هایی را در اولویت قرار می‌دهند که از نظر گزارشگری مسئولیت اجتماعی دارای امتیاز بالایی باشند؛ زیرا این‌گونه شرکت‌ها با ریسک پایین‌تری مواجه خواهند بود.

پیشنهادهای آتی

- به پژوهشگران پیشنهاد می‌گردد در تحقیقات آتی به بررسی تاثیر مادی‌گرایی هیأت مدیره بر سرمایه اجتماعی شرکت پرداخته شود.
- پیشنهاد می‌گردد در تحقیقات آتی به بررسی تاثیر مادی‌گرایی هیأت مدیره بر مدیریت سود اجتماعی شرکت پرداخته شود.
- پیشنهاد می‌گردد در تحقیقات آتی به بررسی تاثیر مادی‌گرایی هیأت مدیره بر کارایی سرمایه گذاری شرکت پرداخته شود.
- پیشنهاد می‌گردد در تحقیقات آتی به بررسی تاثیر مادی‌گرایی هیأت مدیره بر مسئولیت اجتماعی بانک های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته شود.

محدودیت‌های پژوهش

یکی از محدودیت‌ها اندازه‌گیری مادی‌گرایی هیأت مدیره بود. جهت اندازه‌گیری مادی‌گرایی هیأت مدیره و جمع‌آوری داده‌ها؛ پایگاه اطلاع‌رسانی و سازمانی که بتواند اطلاعات مربوط به دارایی‌های مدیران قبل و بعد از دوره تصدی در داخل کشور را نشان دهد، وجود ندارد. وجود رویه‌های یکسان برای افشای مسئولیت اجتماعی به وسیله شرکت‌ها وجود ندارد و حائز اهمیت است و به سازمان بورس پیشنهاد می‌شود، چگونگی ایجاد رویه‌های یکسان به‌منظور افشای مسئولیت اجتماعی را بررسی نماید. داده‌های استخراج شده از صورت‌های مالی شرکت‌ها، بابت تورم تعدیل نشده‌اند در صورت تعدیل اطلاعات مذکور، ممکن است نتایج متفاوتی از نتایج کنونی حاصل گردد.

فهرست منابع

- * اسمعیلی حلیمه و یعقوبی الهه. (۱۴۰۰). عوامل مؤثر بر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها. فصلنامه علمی تخصصی رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، ۵(۶۴)، ۱۱۳-۱۲۸.

- * Kilbourne, W. and Pickett, G. (2008). How materialism affects environmental beliefs, concern, and environmentally responsible behavior. *Journal of Business Research*, 61(9), 885-893.
- * Klepsch, C., Elsas, R. and Breitkopf, N. (2019). A new measure of financial constraints applicable to private and public firms. *Journal of Banking and Finance*, Forthcoming, Available at SSRN, 88.
- * Kouki, A. (2021). Does gender diversity moderate the link between CEO dominance and CSR engagement? A two-step system GMM analysis of UK FTSE 100 companies. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 1-26.
- * Lange, F.A. (1925). *The History of Materialism*. London, Routledge & Kegan Paul.
- * Li, D. (2010). *Financial Constraints, R&D Investment, and Stock Returns*. PhD Dissertation. University of California San Diego.
- * Manner, M. (2010). The impact of CEO characteristics on corporate social performance. *Journal of Business Ethics*, 93(1), 53-72 .
- * McWilliams, A. and Siegel, D. (2000). Corporate social responsibility and financial performance: Correlation or misspecification?. *Strategic Management Journal*, 21(5), 603-609 .
- * Mosley, D., Pietri, P. and Megginson, L. (1996). *Management: Leadership in Action*. New York, NY: HarperCollins.
- * Papagiannakis, G. and Lioukas, S. (2012). Values, attitudes and perceptions of managers as predictors of corporate environmental responsiveness. *Journal of Environmental Management*, 100, 41-51.
- * Perotti, E. and Vesnaver, L. (2004). Enterprise finance and investment in listed Hungarian firms. *Journal of Comparative Economics*, 32(1), 73-87.
- * Petrenko, O.V., Aime, F., Recendes, T. and Chandler, J.A. (2019). The Case for Humble Expectations: CEO Humility and Market Performance. *Strategic Management Journal*, 40(12), 1938-1964.
- * Pham, H.S. and Tran, H.T. (2020). CSR Disclosure and Firm Performance: The Mediating Role of Corporate Reputation and Moderating Role of CEO Integrity. *Journal of Business Research*, 127-136.
- * Podoshen, J., Li, L. and Zhang, J. (2011). Materialism and Conspicuous Consumption in China: a Cross-Cultural Examination. *International Journal of Consumer Studies*, 35, 17-25.
- * Porritt, J. (1984). *Seeing green: the politics of ecology explained*. Oxford, UK, Basil Blackwell.
- * Reguera-Alvarado, N. and Bravo-Urquiza, F. (2021). The influence of board social capital on corporate social responsibility reporting. *Journal of Intellectual Capital*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JIC-11-2020-0359>.
- * Richins, M. and Dawson, S. (1992). A consumer values orientation for materialism and its measurement: Scale development and validation. *Journal of Consumer Research*, 19(3), 303-316.
- * ودیعی، محمدحسین و حسینی، سیدمحمد. (۱۳۹۱). رابطه معیارهای ارزیابی عملکرد و بارده غیر عادی سهام. پژوهش‌های تجربی حسابداری، ۱(۴)، ۷۳-۸۷.
- * Belk, R. (1988). Third world consumer culture. *Research in Marketing* 4: 102-127.
- * Belk, R. (1985). Materialism: Trait aspects of living in the material world. *Journal of Consumer Research*, 12(3), 265-280 .
- * Carroll, A. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34(3), 39-48.
- * Carroll, A.B. (1998). The four faces of corporate citizenship. *Business & Society Review*, 100/101(1), 1-7.
- * Carroll, A. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- * Davidson, R., Dey, A. and Smith, A. (2019). CEO Materialism and Corporate Social Responsibility. *American Accounting Association. THE ACCOUNTING REVIEW*, 94(1), 101-126 .
- * Fournier, S. and Richins, M.L. (1991). Some theoretical and popular notions concerning materialism. *Journal of Social Behavior & Personality*, 6(6) و 403-414.
- * Godos-Dí'ez, J., Ferná'ndez-Gago, R. and Martí'nez-Campillo, A. (2011). How important are CEOs to CSR practices? An analysis of the mediating effect of the perceived role of ethics and social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 98(4), 531-548.
- * Hambrick, D. and Mason, P. (1984). Upper echelons: The organization as a reflection of its top managers. *Academy of Management Review*, 9(2), 193-206.
- * Hrazdil, K., Mahmoudian, F. and Nazari, J.A. (2021). Executive personality and sustainability: Do extraverted chief executive officers improve corporate social responsibility?. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 1-15.
- * John, N. A., Seme, A., Roro, M.A. and Tsui, A.O. (2017). Understanding the meaning of marital relationship quality among couples in peri-urban Ethiopia. *Culture. Health & Sexuality*, 19(2), 267-278.
- * Jones, T. (1995). Instrumental stakeholder theory: A synthesis of ethics and economics. *Academy of Management Review*, 20(2), 404-437.
- * Kasser, T. (2016). Materialistic values and goals. *Annual Review of Psychology*, 67, 489-514.
- * Kaplan, S.N. and Zingales, L. (1997). Do financing constraints explain why investment is correlated with cash flow?. *Quarterly Journal of Economics*, 112(1), 169-215.

- * Richins, M. (1994). Special possessions and the expression of material values. *Journal of Consumer Research*, 21(3), 522–533.
- * Richins, M. and Rudmin, F. (1994). Materialism and economic psychology. *Journal of Economic Psychology*, 15(2), 217–231 .
- * Rochberg-Halton, E. (1986). *Meaning and Modernity: Social Theory in the Pragmatic Attitude*. Chicago, University of Chicago Press.
- * Swanson, D. (2008). Top managers as drivers for corporate social responsibility. In *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, 227–248.
- * Yarram, S.R. and Adapa, S. (2021). Board Gender Diversity and Corporate Social Responsibility: Is There a Case for Critical Mass?. *Journal of Cleaner Production*, 278, 1-30.
- * Yuan, Y., Gaoliang, T., Louise, Y.L. and Yangxin, Y. (2019). CEO Ability and Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 157(2), 391-411 .
- * Waldman, D. and Siegel, D. (2008). Defining the socially responsible leader. *Leadership Quarterly*, 19 (1), 117–131 .
- * Wood, V., Chonko, L. and Hunt, S. (1986). Social responsibility and personal success: Are they incompatible?. *Journal of Business Research*, 14(3), 193–212 .
- * Zhang, J.W., Howell, R.T., Caprariello, P.A. and Guevarra, D.A. (2014). Damned if they do, damned if they don't: Material buyers are not happier from material or experiential consumption. *Journal of Research in Personality*, 50, 71–83.



Accounting Knowledge & Management Auditing

Vol. 13/ No. 50/ Summer 2024

The Impact of Board materialism on Corporate Social Responsibility

Azadeh Afzali

PhD Student in Accounting, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran.
Afzali_azadeh@yahoo.com

Majid Ashrafi

Assistant Professor of Accounting, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran
(Corresponding Author).
mjd_ashrafi@yahoo.com

Arash Naderian,

Assistant Professor of Accounting, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran.
Arashnaderian@yahoo.com

Jamadorodi Gorganli Doji

Assistant Professor of Accounting, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran.
jgorganlid@gmail.com

Abstract

Despite the important role that corporate social responsibility plays in the decision-making of capital market players, it seems that it has always been influenced by the behavioral characteristics of the board. Materialism has not been considered to assess the behavioral characteristics of the board of directors and no research has been conducted in this field in the country so far. The purpose of this study is to investigate the effect of board materialism on corporate social responsibility. The corporate social responsibility variable was measured by the Carol's social responsibility checklist (1998) and the materialism variable was measured by the standard Richins and Dawson (1992) questionnaire. To conduct this research, 109 companies for a period of 6 years between 2016 to 2021 in the Tehran Stock Exchange were surveyed as a statistical sample. The research hypotheses were analyzed using data panel regression and combined regression in EViews10 software. Multivariate linear regression model and cross-sectional data were used to test the hypothesis. Findings show that the materialism of the board of directors has a significant effect on corporate social responsibility. The materialism of the board does not affect the financial responsibility of the company. The materialism of the board of directors has a negative and significant effect on the legal responsibility of the company. The materialism of the board affects the ethical responsibility of the company. The materialism of the board of directors has a negative and significant effect on the benevolent (humanitarian) responsibility of the company.

Keywords: Materialism, Corporate Social Responsibility, Board of Directors.