

بررسی رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی و مالکیت نهادی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

محمدرضا پورعلی

استادیار حسابداری، گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد چالوس

محدثه حجامی

دانش آموخته دوره کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات گیلان (مسئول مکاتبات)

mo_hajjami@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۹۲/۶/۲۰ تاریخ پذیرش: ۹۲/۱۱/۳۰

چکیده

هدف این تحقیق بررسی رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و ابعاد آن یعنی میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان، مشارکت اجتماعی، تولید و محیط زیست با مالکیت نهادی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. نمونه آماری پژوهش به صورت حذفی سیستماتیک شامل ۶۰ شرکت، در طی دوره‌ی زمانی ۱۳۸۵ لغایت ۱۳۸۹ می‌باشد. تحقیق حاضر «توصیفی-همبستگی» و از حیث هدف «کاربردی» می‌باشد و روش گردآوری داده‌ها «کتابخانه‌ای» است. به منظور افزایش درجه اطمینان نسبت به نتایج حاصل از آزمون فرضیات، از روش داده‌های تلفیقی ایستا استفاده شده است و تخمین سیستم معادلات به کمک روش اقتصادسنجی حداقل مربعات تعمیم یافته انجام گردیده است. به منظور انجام محاسبات و تجزیه و تحلیل آن‌ها از نرم افزار Excel و Eviews6 در سطح خطای ۵ درصد استفاده شده است. یافته‌های پژوهش حاکی از رابطه‌ی معنادار منفی بین افشای مسئولیت اجتماعی، میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان، تولید و محیط زیست با مالکیت نهادی می‌باشد. این در حالی است که بین میزان افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی با مالکیت نهادی رابطه‌ی معناداری وجود ندارد.

واژه‌های کلیدی: افشای مسئولیت اجتماعی، مالکیت نهادی، روابط کارکنان، مشارکت اجتماعی، تولید، محیط زیست.

۱- مقدمه

افشای مسئولیت اجتماعی به عنوان پل ارتباطی بین واحد تجاری و ذی نفعان است و باعث جذب سرمایه گذاران نهادی می شود (اپستین و فریدمن^۱، ۱۹۹۴). سرمایه گذاران نهادی با توجه به مالکیت بخش قابل توجهی از سهام شرکت ها از نفوذ قابل ملاحظه ای در شرکت های سرمایه پذیر برخوردار بوده و می توانند رویه های مدیران را تحت تأثیر قرار دهند و با ارائه اطلاعات دقیق از سوی شرکت ها به رعایت اخلاق حرفه ای بپردازند. بدین ترتیب کارکرد درونی افشای مسئولیت اجتماعی و مالکیت نهادی می تواند منجر به بهبود جایگاه شرکت در نهایت افزایش بازده و سود آوری و سرانجام بقای بلند مدت شرکت ها شود. با افشای مسئولیت اجتماعی از طریق گزارش سالانه یا از طریق گزارش پایداری، می توان حمایت سهامداران، بخصوص سرمایه گذاران نهادی را از نظر مادی و غیر مادی (اجتماعی) توسط شرکت ها بدست آورد.

بر اساس مبانی تئوریک می توان ابراز داشت که مسئولیت اجتماعی شرکت به عنوان پاسخگو بودن در برابر نیازهای جامعه و ذینفعانشان در نظر گرفته می شود، که می تواند در جذب سرمایه گذاران نهادی مؤثر باشد. تحقیق حاضر برای فراهم کردن شواهدی در ارتباط با نقش مسئولیت اجتماعی از این منظر که آیا افشای اطلاعات مربوط به مسئولیت اجتماعی و ابعاد آن با مالکیت نهادی ارتباط دارد، صورت می پذیرد.

این تحقیق از آن جهت دارای اهمیت است که به مدیران، سرمایه گذاران، سهامداران و تحلیل گران مالی نشان می دهد که افشای مسئولیت اجتماعی به واسطه نقشی که می تواند در حفظ ارتباطات میان واحد تجاری و ذی نفعانشان داشته باشد، موجب افزایش آگاهی ذی نفعان، در خصوص مسئولیت ها و تعهدات اخلاقی شرکت نسبت به جامعه می شود و در تصمیمات سرمایه گذاری و مالی مورد توجه قرار می گیرد و متعاقب آن سرمایه گذاران را تشویق می کند که باید از حق قانون گذاری مسئولیت اجتماعی شرکتها حمایت کنند و الزام به پاسخگویی و تعهد یک شرکت در قبال عملکرد خود در برابر اجتماع باشند.

هدف تحقیق حاضر شناسایی رابطه ی تجربی بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها با مالکیت نهادی است، که باعث افزایش شفافیت اطلاعاتی و به کمک آن جذب مالکان نهادی می شود و می تواند ریسک سرمایه گذاری را کاهش به عبارتی امنیت سرمایه گذاری و ارزش افزوده شرکت را بالا برد.

۲- مبانی نظری و مروری بر پیشینه پژوهش افشاء

اصطلاح افشاء در گسترده ترین مفهوم خود به معنای ارائه ی اطلاعات است. حسابداران از این عبارت به صورت محدودتری استفاده می کنند و منظور آنان انتشار اطلاعات مالی مربوط به یک شرکت در گزارش های مالی (معمولاً در قالب گزارشهای سالانه) است. در برخی موارد، این مفهوم باز هم محدودتر و به معنی ارائه اطلاعاتی است که در متن صورت های مالی منظور نشده است. انتشار اطلاعات در ترازنامه، صورت سود و زیان به صورت جریان وجوه نقد، اغلب تحت عنوان شناخت و اندازه گیری در نظر قرار می گیرد. بنابراین در محدودترین مفهوم، افشای اطلاعات شامل بحث و تحلیل های مدیریت، یادداشت های همراه صورت های مالی و گزارش های مکمل است. هیأت استانداردهای حسابداری مالی آمریکا (۱۹۸۴) نیز در بیانیه ی مفاهیم حسابداری شماره ۵ (شناخت و اندازه گیری در صورت های مالی واحد تجاری) بین شناخت و افشاء تمایز قائل شده و معتقد است که شرکت ها اطلاعات مالی خود را از طریق افشاء و شناخت به جامعه سرمایه گذاران ابلاغ می کنند. افشاء به فرایند ارائه ی اطلاعات اقلام صورت های مالی از طریق یادداشت ها، جداول تکمیلی یا سایر ابزارها، گفته می شود در حالیکه شناخت به فرایند رسمی گنجاندن اقلام (در قالب اعداد و ارقام) در صورتهای مالی اشاره دارد (بندهای ۶ و ۹). با این وجود، یکی از کاربردهای نظریه ی بازار اوراق بهادار کارا اهمیت یکسان اطلاعات تکمیلی (موجود در یادداشت ها و سایر مکان ها) و اطلاعات موجود در متن صورتهای مالی است. افشاء به ارائه ی اطلاعات در صورتهای مالی و موارد تکمیلی شامل یادداشتها، رویکردها پس از تاریخ ترازنامه، بحث و تحلیل های مدیریت درباره ی عملیات سال آینده،

پیش بینی های مالی و عملیاتی، خلاصه رویه های با اهمیت حسابداری و گزارش های مالی مکمل اشاره دارد (ستایش، کاظم نژاد، ۱۳۸۹).

اخلاق تجاری و مسئولیت اجتماعی شرکت ها

اخلاق تجاری یعنی مسئولیت شرکت در پاسخگویی به پیامدهای فعالیت هایی که جامعه را تحت تأثیر قرار می دهد، شرکت باید در اتخاذ تصمیمات و انجام فعالیت ها و اجرای عملیات خود، منافع همه ذینفعان را در نظر بگیرد. ذینفعان شرکت همه کسانی هستند که نتایج و پیامدهای تصمیمات و اعمال شرکت ها بر آن اثر می گذارد. ذینفعان داخلی، کارکنان و سهامداران هستند که به طور مستقیم تحت تأثیر تصمیمات و عملیات سازمان قرار دارند و ذینفعان خارجی شامل شهروندان، مشتریان، عرضه کنندگان، رقبا، دولت و نهادهای اجتماعی اند. توجه به منافع ذینفعان و به طور کلی جامعه، برای شرکت ضروری است، شرکت در برابر تمامی ذینفعان مسئولیت هایی دارند. یکی از انگیزه های لازم برای تشویق به ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت ها، ناشی از این باور است که شرکت ها مسئولیت اجتماعی دارند، می باید به صورتی اخلاقی عمل کنند و منافع تمام ذینفعان را در نظر بگیرند. بنابراین اخلاق تجاری پیش شرط یک کسب و کار موفق است که می تواند منجر به رشد و توسعه همه جانبه گردد.

کمیسیون اروپا مسئولیت اجتماعی شرکت ها را مفهومی می داند که علاوه بر گزارشگری فعالیت های تجاری، موضوعاتی مثل مسائل زیست محیطی، گزارشگری اجتماعی و تعاملات شرکت با ذینفعان متعدد را شامل می شود. کمیسیون اروپا معتقد است اگر چه مفهوم فوق، در حال حاضر تعداد افزونی از شرکت ها مشمول فرهنگ مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها می گردد، ولیکن رویکردهای متفاوتی برای ارتقای مسئولیت اجتماعی شرکت ها وجود دارد، در هر حال وجود چنین مسئولیتی از طرف همه شرکت ها امری پذیرفته شده است وظیفه ای که در حال حاضر به صورت داوطلبانه انجام می شود و باعث حفظ منافع بلند مدت شرکت ها خواهد شد. مهمترین موضوعی که این کمیسیون به آن

اشاره دارد، موضوع ذینفعان به جای سهامداران است. این موضوع از این امر ناشی می شود که نگاهی دنیایی امروزی به شرکت ها یک نگاه کلی نگر می باشد، بدین معنا که مبنای نظری رویکرد نوین در مورد شرکت ها مبتنی بر تئوری ذینفعان می باشد. اساس این تئوری این است که شرکت ها بسیار بزرگ شده اند، تأثیر آن ها بر جامعه چنان عمیق است که باید به جز سهامداران، به بخشهای بسیار بیشتری از جامعه توجه کرده و پاسخگو باشند (سولمون^۲، ۲۰۰۷).

با این حال برای انجام فعالیت های پیچیده، در دنیای امروز هیچ راهی جز تقسیم کار وجود ندارد. همانگونه که آدم اسمیت گفته بود، اگر می خواهید کارها قابل انجام شوند آنها را تقسیم کار نمائید. تحقق اهداف اجتماعی دولت در راستای توسعه پایدار نقش با اهمیت شرکت ها را در قالب مسئولیت پذیری اجتماعی مطرح می سازد. شرکت ها اعم از دولتی و خصوصی مکمل بخش اقتصادی، اجتماعی دولت می باشند و امروزه به آن ها به جای تمرکز صرف به سودآوری به عنوان راهکاری برای حل دغدغه های دولت در زمینه های مختلف همچون، محیط زیست، اشتغال، سلامت نیروی کار و از همه مهمتر توسعه پایدار با دیدگاه بازاریابی سبز نگریسته می شود. یکی از مهمترین سازوکارهایی که شرکت ها می توانند در تحقق این امر کمک نماید، نظام راهبری شرکتی می باشد، بدین معنا که اخلاق تجاری شرکت ها در قالب اصولی مدون و تعریف شده و تحت نظارت یک مرجع صلاحیت دار مانند سازمان بورس و اوراق بهادار تهران به منصفه ظهور درآید و به تبع آن گزارشگری اجتماعی که مهمترین بخش آن محیط زیست می باشد، تحقق یابد (دریایی و همکاران، ۱۳۹۲).

رویکردهای مسئولیت اجتماعی^۳

به طور کلی سه رویکرد در مورد مفهوم مسئولیت های اجتماعی شرکتها وجود دارد:

رویکرد اول از تئوریهای کلاسیک اقتصادی منشاء می گیرد. طبق این مفهوم شرکت فقط و فقط یک هدف دارد و آن به حداکثر رسانیدن سود و به تبع آن حداکثر نمودن ثروت سهامداران است. البته این موضوع تا جایی پذیرفته

شده و قابل حمایت است که در جهت تلاش برای رسیدن به هدف، چارچوبی اخلاقی و حقوقی وجود داشته باشد.

رویکرد دوم در دهه ۱۹۷۰ میلادی ارائه گردیده است و بر اساس آن اهداف اجتماعی در رابطه با به حداکثر رسانیدن سود مورد توجه قرار می گیرد. طبق این رویکرد مدیران شرکت ها باید تصمیماتی اتخاذ نمایند که بین حقوق سهامداران، کارکنان، مشتریان، عرضه کنندگان کالاها و خدمات و عامه مردم تعادل ایجاد کند. در نتیجه باید یک ائتلاف و پیوستگی بین منافع و ملاحظات متعدد ایجاد شود و این ائتلاف تنها راهی است که شرکت را از هدف حداکثر سود در دراز مدت مطمئن می سازد.

بر اساس رویکرد سوم، سود نقطه پایانی اهداف موسسه نیست و مدیران اجرایی شرکتها پس از کسب سود با مشکل خواسته های کارکنان برای افزایش دستمزد، لزوم اجرای طرحهای توسعه، درخواست قیمت های پایین تر از جانب مشتریان و افزایش کیفیت محصولات، سود سهام بیشتر برای سهامداران و ... رو به رو می شوند. در این حالت تصمیم گیری های سازمانی لازم است به جای تلاش در جهت حداکثر نمودن سود به دنبال کسب سطح مناسبی باشد که طی آن هم سود کسب شود و هم سطح مطلوبی از اقدامات اجتماعی تأمین گردد. تغییر از رویکرد دوم به رویکرد سوم مسئولیت اجتماعی موسسات تجاری بر مبنای منافع سهامداران به یک مفهوم گسترده تر می باشد. یعنی در رویکرد دوم ملاک ایجاد سود برای سهامداران بود که با حقوق دیگر گروه های علاقمند از قبیل مشتریان، کارکنان و... مرتبط می شد در صورتی که رویکرد سوم بر این تأکید دارد که مسئولیت موسسات تجاری در قبال تمامی افراد ذینفع بوده و نیز سود و زیان تنها به عنوان یکی از نتایج فعالیت های آنها محسوب می شود و باید تصمیمات سازمانی بر اساس آن دسته از راه کارهایی که در اجتماع مسئولیت بیشتری را بوجود می آورد اتخاذ گردد (انصاری، ۱۳۹۱).

مالکیت نهادی^۴

سرمایه گذاران نهادی بزرگترین گروه سهامداران شرکت های سهامی عام محسوب می شوند. سه دیدگاه

متفاوت مالکان نهادی در شرکت ها به شرح زیر است (نمازی و همکاران، ۱۳۸۸):

۱- فرضیه نظارت کارا: بیانگر این است که یک نهاد به علت ملاحظات ریسک خود، بیشتر متقاضی نظارت بر مدیران است. منطق این فرضیه این است که به علت بالا بودن هزینه های نظارت، فقط سهامداران بزرگ نظیر سرمایه گذاران نهادی می توانند به مزایای کافی دست یابند تا انگیزه نظارت را داشته باشند. در واقع، سرمایه گذاران نهادی بزرگ، فرصت، منابع، تخصص و توانایی نظارت و تأثیرگذاری بر مدیران را دارند. به هر حال، اینکه آیا نهادها از توانایی خود برای تأثیر گذاری بر تصمیمات شرکت استفاده می کنند یا نه، تابعی از سهام متعلق به آن ها است. اگر سهام متعلق به سرمایه گذاران نهادی زیاد باشد، این سهام کمتر قابل داد و ستد است و بنابراین برای دوره های طولانی تر نگهداشته می شود. این دسته، سرمایه گذاران نهادی پایا (بلند مدت) هستند. آن ها به احتمال زیادی در امر نظارت شرکت می کنند؛ زیرا زمان طولانی تری برای یادگیری در مورد شرکت ها و همچنین فرصت های بیشتری برای تأثیرگذاری بر مدیریت دارند. اما زمانی که سرمایه گذاران نهادی تعداد سهام به طور نسبی کمی در شرکت دارند، می توانند در صورت ضعیف بودن عملکرد شرکت به راحتی سرمایه های خود را نقد کنند و در نتیجه انگیزه کمی برای نظارت دارند. این ها سرمایه گذاران نهادی ناپایا (کوتاه مدت) هستند؛ زیرا تمایل به انجام معاملات مکرر بر اساس اطلاعات دارند و بر سود های تجاری کوتاه مدت تأکید می کنند.

۲- فرضیه تضاد منافع: این فرضیه بیان می کند که سرمایه گذاران نهادی به علت تضاد منافع به مدیریت کنونی رأی می دهند. این رفتار از ساختار مقررات کنونی سرچشمه می گیرد. در این ساختار، مدیران شرکت های سرمایه گذاری نهادی در رأی دهی یا افشاء آراء خود در قبال سهامداران خویش هیچ مسئولیتی بر عهده ندارند، اما مدیریت شرکت سرمایه پذیر از آراء هر یک از سهامداران اطلاع دارند. با وجود این قوانین، مدیران مزبور در رأی دهی تحت سلطه روابط تجاری جاری با مدیریت کنونی قرار دارند.

۳- فرضیه همسویی راهبردی: طبق این فرضیه،

سرمایه گذاران نهادی با مدیریت کنونی نوعی اتحاد راهبردی به وجود می آورند. دو پژوهشگر (ماگ^۵، ۱۹۹۸ و باید^۶، ۱۹۹۴) نتیجه گرفتند که هدف سرمایه گذاران نهادی مبنی بر حفظ نقدینگی سهام خود و تمایل به کسب سود در کوتاه مدت بر مزایای حاصل از نظارت بر مدیریت به امید کسب سود بیشتر در بلند مدت غلبه می کند.

بنابراین تأثیر سرمایه گذاران نهادی بر رویه های اتخاذ شده شرکت مشابه هم نبوده و انگیزه های یکسانی برای نظارت بر این رویه ها وجود ندارد. بنابراین بر اساس دیدگاه متفاوت می توان سرمایه گذاران نهادی را به دو دسته ی فعال و منفعل تقسیم کرد (نویسی و نایکر^۷، ۲۰۰۶ و کرن و همکاران^۸، ۲۰۰۷).

سرمایه گذاران نهادی منفعل دارای گردش پرتفوی بالا بوده و استراتژی معاملاتی لحظه ای دارند. برای مثال، با یک خبر خوب، سهام می خردند و با خبر بد، سهام را می فروشند. برای این مالکان، قیمت جاری سهام بسیار مهم بوده، دارای دیدگاه کوتاه مدت و گذرا هستند و عملکرد جاری را به عملکرد بلند مدت شرکت ترجیح می دهند. بنابراین انگیزه زیادی برای نظارت بر مدیریت و داشتن نماینده ای در هیئت مدیره شرکت های سرمایه پذیر ندارند؛ زیرا بعید است که منافع این نظارت در کوتاه مدت نصیب آن ها شود. در مقابل سرمایه گذاران نهادی فعال، دیدگاه بلند مدت شرکت را مدنظر دارند. بنابراین، انگیزه زیادی برای داشتن نماینده در هیئت مدیره شرکت های سرمایه پذیر دارند. گردش پایین سبد سهام سرمایه گذاران بزرگ بیانگر انگیزه این سهامداران برای نگهداری سهام و تشویق مدیران به بهبود عملیات و افزایش ثروت سهامداران است. این سهامداران با نظارت فعالانه بر مدیریت و تصمیمات وی،

انگیزه هایی را برای مسئولیت پذیری بیشتر مدیریت فراهم می آورند (کرن و همکاران، ۲۰۰۷). بنابراین سرمایه گذاران نهادی مدیران شرکت ها را به افشای اطلاعات اجتماعی در گزارش سالانه خود تشویق می کنند، تا بتوانند مشروعیت و افزایش ارزش شرکت را از طریق

مکانیسم های بازار سرمایه که قیمت سهام شرکت را تحت تأثیر قرار می دهد، بدست آورند.

رحیمی (۱۳۹۰)، در تحقیقی به بررسی «تأثیر درصد هیئت مدیره غیرموظف و مالکیت نهادی بر مسئولیت پذیری اجتماعی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران» پرداخت. در این پژوهش نمونه ای متشکل از ۵۶ شرکت در طی سال های ۱۳۸۸-۱۳۸۱ می باشد و جمع آوری اطلاعات مربوط به مسئولیت اجتماعی از طریق پرسشنامه استاندارد سینگاپکدی و همکاران (۲۰۰۷) بوده است. یافته های پژوهش نشان می دهد که در طی دوره پژوهش رابطه ای بین درصد هیئت مدیره غیرموظف و مالکیت نهادی بر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها وجود ندارد.

فروغی و همکاران (۱۳۸۷)، تحقیقی با عنوان «نگرش مدیران درباره افشای اطلاعات حسابداری اجتماعی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران (۱۳۸۶)» انجام دادند. برای جمع آوری اطلاعات مورد نیاز تحقیق از پرسشنامه استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می دهد که مدیران شرکت های ایرانی مایل به افشای اطلاعات مربوط به منافع اجتماعی و مسایل رفاهی کارکنان خود هستند ولی برای افشای اطلاعات مربوط به هزینه اجتماعی سازمان خود تمایل ندارند.

خوش طینت و راعی (۱۳۸۳)، تحقیقی با عنوان «تأثیر ارائه اطلاعات حسابداری اجتماعی بر تصمیم گیری سرمایه گذاران» انجام داد. این تحقیق تئوری اشخاص ذینفع را مبنا قرار داده و روشی که برای تحقیق، مورد استفاده قرار گرفته، «روش آزمایشی» با طرح «پس آزمون بدون استفاده از گروه کنترل» است. نتیجه حاصل از آزمون های انجام گرفته حاکی از آن بود که گزارشگری اجتماعی، تأثیری مابین ۲۶ درصد تا ۳۸ درصد، در تصمیمات سرمایه گذاران خواهد گذاشت.

دامایانتي و همکاران (۲۰۱۱)^۹، در زمینه «تأثیر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها و مالکیت نهادی» تحقیقی تجربی انجام داد. متغیر افشای مسئولیت اجتماعی شامل چهار بعد روابط کارکنان، مشارکت اجتماعی، تولید و محیط زیست می باشد. نتایج نشان

۴- روش شناسی پژوهش

این تحقیق بر اساس هدف از نوع «کاربردی» و از لحاظ روش گردآوری اطلاعات از نوع تحقیقات «غیرآزمایشی و توصیفی» بوده و هدف اصلی آن تعیین رابطه بین متغیرهای مورد آزمون است. جامعه تحقیق کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران از سال ۱۳۸۵ لغایت ۱۳۸۹ می باشد. ویژگی های مشترک لحاظ شده شرکت ها برای تعیین جامعه آماری به شرح زیر است:

- (۱) اطلاعات مورد نظر هریک از شرکت های مورد مطالعه در دسترس باشد.
- (۲) نوع فعالیت شرکت تولیدی بوده و لذا مؤسسات مالی، سرمایه گذاری ها و بانک ها به دلیل ماهیت متفاوت آن ها در نمونه آورده نمی شوند.
- (۳) شرکت در طول دوره تحقیق تغییر سال مالی نداده باشد.
- (۴) قبل از سال ۱۳۸۴ در بورس پذیرفته شده باشند.
- (۵) پایان سال مالی شرکت های مورد مطالعه ۲۹ اسفند ماه هر سال باشد.
- (۶) حداقل دارای استاندارد مدیریت کیفیت ISO 14000 یا گزارش عملکرد اجتماعی باشد.

به این ترتیب با استفاده از روش حذفی سیستماتیک شرکت های عضو جامعه آماری، بالغ بر ۷۱ شرکت تعیین گردید که با استفاده از فرمول کوکران ۶۰ شرکت به عنوان عضو نمونه آماری برای تحقیق حاضر انتخاب شده است. داده های مورد نیاز از یادداشت های پیوست صورت های مالی، گزارش های عملکرد اجتماعی نمونه آماری و همچنین از طریق بانک های اطلاعاتی رایانه ای مانند نرم افزار شرکت تدبیر پرداز و ره آورد نوین و گاهی مراجعه به سازمان حسابرسی، جمع آوری و وارد نرم افزار Excel شد و سپس با استفاده از نرم افزار Eviews6 اقدام به آزمون فرضیه ها شده است.

در این پژوهش به منظور آزمون فرضیات از مدل داده های تلفیقی ایستا استفاده شده است. در مدل داده های تلفیقی ایستا^{۱۳} پس از آزمون هاسمن و انتخاب روش اثرات ثابت اقدام به برآورد ضرایب مدل با استفاده از روش حداقل مربعات تعمیم یافته برآوردی (EGLS)^{۱۴} شد.

می دهد که هیچ یک از چهار بعد و افشای مسئولیت اجتماعی اثر قابل توجهی بر مالکیت نهادی نداشتند.

نیروانوتو و همکاران (۲۰۱۱)^{۱۰}، تحقیقی در زمینه «بررسی ارتباط بین افشای مسئولیت اجتماعی و درصد مالکیت نهادی در صنعت چوب سازی و کاغذ سازی» در طول دوره ی ۲۰۰۸ لغایت ۲۰۱۰ انجام دادند. نتایج تحقیق بر آن بوده است که بین درصد مالکیت نهادی با افشای مسئولیت اجتماعی و روابط کارکنان رابطه معنی دار و مثبتی وجود دارد. بین درصد مالکیت نهادی و مشارکت جامعه و محیط زیست رابطه معنی داری وجود ندارد و بین درصد مالکیت نهادی با تولید رابطه منفی و معنی دار وجود دارد.

ماهونی و رابرتز (۲۰۰۷)^{۱۱}، به «بررسی رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی و مالکیت نهادی در شرکت های پذیرفته شده در بورس» پرداختند و نتایج نشان می دهد که رابطه معنادار منفی بین افشای مسئولیت اجتماعی و مالکیت نهادی وجود دارد.

کاکس و همکاران (۲۰۰۴)^{۱۲}، به بررسی «رابطه بین مالکیت نهادی و عملکرد اجتماعی شرکت ها» پرداختند و نتایج نشان می دهد که سرمایه گذاران نهادی ترجیح می دهند در شرکت هایی سرمایه گذاری کنند که دارای عملکرد اجتماعی بهتری باشد.

۳- فرضیه های پژوهش

فرضیه اصلی: بین افشای مسئولیت اجتماعی و مالکیت نهادی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران رابطه معنادار وجود دارد.

فرضیه فرعی اول: بین میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان و مالکیت نهادی رابطه معنادار وجود دارد.

فرضیه فرعی دوم: بین میزان افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی و مالکیت نهادی رابطه معنادار وجود دارد.

فرضیه فرعی سوم: بین میزان افشای اطلاعات مربوط به تولید و مالکیت نهادی رابطه معنادار وجود دارد.

فرضیه فرعی چهارم: بین میزان افشای اطلاعات مربوط به محیط زیست و مالکیت نهادی رابطه معنادار وجود دارد.

X_{ij} = اگر موارد افشا بصورت کمی و جزئیات آن بصورت اعداد، شرح مفصلی از فعالیت و در صورت امکان تصاویر، نمودارها، جداول، نمره افشا ۳ می باشد. اگر اطلاعات بصورت غیر کمی و توضیحات به صورت شرح بند، نمره افشا ۲ می باشد. اگر موارد افشاء بصورت کیفی و توضیحات به صورت جمله یا پاراگراف، نمره افشا ۱ می باشد. اگر موردی افشاء نشود، نمره افشا صفر می باشد.

میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان (EMPD)

برای نشان دادن میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان نیاز به شش معیار داریم:

- ۱) سلامت محیط کارکنان
 - ۲) آموزش کارکنان
 - ۳) مزایای کارکنان
 - ۴) مشخصات کارکنان
 - ۵) مالکیت سهم کارکنان
 - ۶) ایمنی و بهداشت کارکنان (ایزو ۱۸۰۰۰)
- نمره افشای بعد روابط کارکنان از فرمول زیر بدست می آید:

$$EMPD = \frac{\sum A}{6}$$

EMPD: نمره افشای روابط کارکنان
A: نمره افشا برای هر یک از معیارهای روابط کارکنان در شرکت ز

عدد شش در مخرج نشان دهنده شش معیار مربوط به میزان افشای روابط کارکنان می باشد.

میزان افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی (COMD)

برای نشان دادن میزان افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی نیاز به شش معیار داریم:

- ۱) برنامه اهدا وجه نقد
- ۲) برنامه خیریه
- ۳) برنامه بورس تحصیلی
- ۴) حامیان مالی برای فعالیت ورزشی
- ۵) حامیان غرور ملی
- ۶) پروژه های عمومی

یکی از مزایای به کارگیری روش بالا در افزایش قدرت آماری ضرایب نسبت به استفاده از تجزیه و تحلیل مجزای داده های آماری به صورت سری زمانی یا مقطعی است. در نتیجه مشاهدات سری زمانی و مقطعی و استفاده از اطلاعات به مراتب گسترده تر در روش داده های تلفیقی در مقایسه با روش های دیگر، ناهمسانی واریانس در مؤسسات محدود، همخطی بین متغیرها کاهش یافته و به واسطه ی افزایش درجه آزادی، برآورد کاراتر انجام می شود. استفاده از داده های تلفیقی می تواند به حل مشکل تورش برآوردهای معادلات مقطعی کمک نماید.

۵- متغیرهای پژوهش و روش محاسبه متغیرها (الف) متغیر مستقل: افشای مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR) ^{۱۵}

شامل چهار بعد، میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان (EMPD) ^{۱۶}، میزان افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی (COMD) ^{۱۷}، میزان افشای اطلاعات مربوط به تولید (PROD) ^{۱۸} و میزان افشای اطلاعات مربوط به محیط زیست (ENVD) ^{۱۹} می باشد. در این تحقیق برای ارزیابی متغیرهای مستقل از تجزیه و تحلیل محتوا استفاده شده است. تجزیه و تحلیل محتوا در مورد طبقه بندی از جملات در متن یادداشت های پیوست صورت های مالی دسته بندی می شوند.

افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها

ارزش کلی افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها از جمع ارزش جزئی ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت ها بدست می آید و از فرمول زیر قابل محاسبه است (نیروانتو و همکاران، ۲۰۱۱ و صالح و همکاران، ۲۰۱۰):

$$CSR = EMPD + COMD + PROD + ENVD$$

نمره کل افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها:

$$CSR_j = \frac{\sum_{t=1}^{n_j} X_{ij}}{n_j}$$

CSR_j = نمره افشای CSR در شرکت ز می باشد.

n_j = تعداد موارد تخمین زده شده برای شرکت ز می باشد.

نمره افشای مشارکت اجتماعی از فرمول زیر بدست می آید:

$$COMD = \frac{\sum B}{6}$$

COMD: نمره افشای روابط کارکنان

B: نمره افشا برای هر یک از معیارهای روابط اجتماعی در شرکت J

عدد شش در مخرج نشان دهنده شش معیار مربوط به میزان افشای مشارکت اجتماعی می باشد.

میزان افشای اطلاعات مربوط به تولید (PROD)

برای نشان دادن میزان افشای اطلاعات مربوط به تولید نیاز به چهار معیار داریم:

(۱) ایمنی محصول

(۲) کیفیت محصول (ایزو ۹۰۰۰)

(۳) توسعه محصول

(۴) خدمات پس از فروش

نمره افشای بعد تولید از فرمول زیر بدست می آید:

$$PROD = \frac{\sum C}{4}$$

PROD: نمره افشای تولید

C: نمره افشا برای هر یک از معیارهای تولید در شرکت J
عدد چهار در مخرج نشان دهنده چهار معیار مربوط به میزان افشای تولید می باشد.

میزان افشای اطلاعات مربوط به محیط زیست (ENVD)

برای نشان دادن میزان افشای اطلاعات مربوط به محیط زیست نیاز به چهار معیار داریم:

(۱) کنترل آلودگی هوا

(۲) برنامه پیشگیری و جبران خسارت

(۳) حفاظت و استفاده از محصولات ناشی از بازیافت

(۴) جایزه در زمینه محیط زیست (ایزو ۱۴۰۰۰)

نمره افشای بعد محیط زیست از فرمول زیر بدست می آید:

$$ENVD = \frac{\sum D}{4}$$

ENVD: نمره افشای محیط زیست

D: نمره افشا برای هر یک از معیارهای محیط زیست در شرکت J

عدد چهار در مخرج نشان دهنده چهار معیار مربوط به میزان افشای محیط زیست می باشد.

(ب) متغیر وابسته

مالکیت نهادی (IO): نسبت سهام عادی در اختیار سرمایه گذاران نهادی در ابتدای هر سال که از تقسیم تعداد سهام عادی شرکت در اختیار سرمایه گذاران نهادی بر تعداد سهام عادی در جریان شرکت بدست می آید.

(ج) متغیر کنترل

اندازه شرکت (SIZE): برای محاسبه متغیر اندازه شرکت از لگاریتم مجموع دارایی ها در پایان سال مالی شرکت استفاده شده است.

با توجه به اهداف پژوهش و فرضیه های مطرح شده، از پنج مدل رگرسیون چندمتغیره به منظور بررسی روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته استفاده شده است (نیروئتو و همکاران، ۲۰۱۱ و صالح و همکاران، ۲۰۱۰).

مدل (۱). بررسی رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی و مالکیت نهادی

$$PIO_{it} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \varepsilon_{it}$$

مدل (۲). بررسی رابطه بین میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان و مالکیت نهادی

$$PIO_{it} = \beta_0 + \beta_1 EMPD_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \varepsilon_{it}$$

مدل (۳). بررسی رابطه بین میزان افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی و مالکیت نهادی

$$PIO_{it} = \beta_0 + \beta_1 COMD_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \varepsilon_{it}$$

مدل (۴). بررسی رابطه بین میزان افشای اطلاعات مربوط به تولید و مالکیت نهادی

$$PIO_{it} = \beta_0 + \beta_1 PROD_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \varepsilon_{it}$$

مدل (۵). بررسی رابطه بین میزان افشای اطلاعات مربوط به محیط زیست و مالکیت نهادی

$$PIO_{it} = \beta_0 + \beta_1 ENVD_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \varepsilon_{it}$$

۶- یافته‌های پژوهش

الف- مطالعه توصیفی داده‌ها. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات، ابتدا آمار توصیفی داده‌ها شامل شاخص‌های مرکزی، شاخص‌های پراکندگی و انحراف از قرینگی و همچنین آزمون جارگ برا که توزیع نرمال پسماندها را تأیید می‌کند، محاسبه شده و در جدول (۱) ارائه شده است.

ضریب چولگی در رابطه با کلیه متغیرهای تحقیق به جز SIZE منفی می‌باشد که حاکی از وجود چوله به چپ و تمایل متغیرها به مقادیر بزرگتر می‌باشد. و برای متغیر SIZE مثبت می‌باشد که این موضوع حاکی از وجود چوله به راست و تمایل این متغیر به مقادیر کوچکتر است، همچنین مثبت بودن ضرایب کشیدگی، حکایت از این مطلب دارد که از توزیع نرمال بلندتر بوده و داده‌ها حول میانگین متمرکز شده است. در نهایت آزمون جارگ- برا با توجه به اینکه سطح خطای محاسبه شده

کوچکتر از ۰/۰۵ است، نشان دهنده توزیع غیر نرمال برای متغیرهای تحقیق به جز متغیر COMD می‌باشد، اما با توجه به زیاد بودن تعداد نمونه و استناد به قضیه حد مرکزی عدم نرمال بودن توجیه می‌گردد. لازم به ذکر است برای اجرای آزمون فرضیات تحقیق از کلیه متغیرهای تحقیق لگاریتم طبیعی گرفته شده است.

ب- مطالعه استنباطی داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها
یافته‌های تحقیق به تفکیک هر یک از فرضیه‌ها به شرح زیر است:

(۱) یافته‌های منتج از فرضیه اصلی

فرضیه اصلی: بین افشای مسئولیت اجتماعی و مالکیت نهادی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران رابطه معناداری وجود دارد.
نتایج حاصل از آزمون فرضیه اصلی با استفاده از روش EGLS در جدول (۲) ارائه شده است.

جدول (۱) آماره توصیفی داده‌های تحقیق

متغیرها	میانگین	میان	حداکثر	حداقل	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی	آماره	جارگ برا احتمال
IO	-0/180	-0/08	0/000	-4/605	0/503	-7/276	61/406	45288/32	0/0000
CSRD	0/296	0/34	1/909	-3/06	0/459	-1/959	17/532	2832/105	0/0000
EMPD	0/627	0/693	1/098	-1/791	0/4127	-2/241	11/086	1068/57	0/0000
COMD	-0/552	-0/69	1/098	-1/791	0/5668	-0/207	3/35723	3/758	0/1527
PROD	0/5189	0/55	1/098	-0/693	0/3724	-0/902	3/422	42/963	0/0000
ENVD	-0/021	0/00	1/098	-1/386	0/6546	-0/676	2/753	23/63	0/0000
SIZE	2/616	2/6	2/98	2/4	0/1114	0/5017	3/02913	12/5979	0/0018

جدول (۲) نتایج آزمون فرضیه اصلی

Model: $PIO_{it} = \beta_0 + \beta_1 CSRD_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \epsilon_{it}$ Method: Pooled EGLS(Cross-Section Effects) Linear estimation after one-step weighting matrix White cross-section standard errors & covariance (d.f corrected)				
متغیر	ضریب متغیر	انحراف معیار	آماره t	معنی داری P-Value
مقدار ثابت (C)	-3/935239	1/218224	-3/230308	0/0016
افشای مسئولیت اجتماعی (CSRD)	-0/030790	0/003682	-8/361722	0/0000
اندازه شرکت (SIZE)	1/425160	0/206956	3/145410	0/0021
خود رگرسیونی مرحله دوم (2)AR	0/607535	0/206956	2/935571	0/0040
آماره F	17/89866	ضریب تعیین تعدیل شده		0/654082
احتمال آماره F	0/000000	آماره دوربین واتسون		2/439071

ارائه سود حسابداری جهت نیل به اهداف کوتاه مدت، فراهم آورد. بنابراین به نظر می رسد این مالکان انگیزه زیادی به افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها ندارند و همچنین متغیر کنترلی اندازه شرکت نیز رابطه مثبت و معناداری با مالکیت نهادی دارد. اندازه شرکت تعیین کننده حجم و گستردگی فعالیت شرکت است و نشان می دهد که شرکت های بزرگتر به دلیل ارتباط بیشتر با ذی نفعانشان از ریسک تجاری کمتری برخوردارند.

۲) یافته های منتج از فرضیه فرعی اول

فرضیه فرعی ۱: بین افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان و مالکیت نهادی رابطه معنادار وجود دارد. نتایج آزمون فرضیه فرعی اول با استفاده از روش EGLS در جدول (۳) ارائه شده است.

همانطور که در جدول ملاحظه می کنید، مقدار آماره F در سطح خطای ۵ درصد و میزان اطمینان ۹۵ درصد معنی دار بوده و فرض خطی بودن مدل و معنی داری آن پذیرفته می شود و بر اساس آماره t معنی دار بودن ضرایب رگرسیون تأیید می شود و در مجموع متغیرهای استفاده شده در مدل توانسته اند ۴۸ درصد تغییرات متغیر وابسته مالکیت نهادی را توضیح دهند. مقدار دوربین واتسون با عدد ۱/۹۳۸۱۸۰ عدم همبستگی بین خطاها را نشان می دهد.

لازم به توضیح است که وجود متغیر $AR(2)$ در مدل حاکی از این مطلب می باشد که در جز اخلاص آن، خودهمبستگی از نوع درجه ۲ وجود دارد که با قرار دادن متغیر مزبور آن را رفع کرده ایم. همانطور که در جدول مزبور ملاحظه می کنید، مقدار آماره F در سطح خطای ۵ درصد و میزان اطمینان ۹۵ درصد معناداری کلی مدل رگرسیون برازش شده و فرض خطی بودن مدل آن پذیرفته می شود و بر اساس آماره t معنی دار بودن ضرایب رگرسیون تأیید می شود. با توجه به R^2 مدل برازش شده می توان ادعا کرد در مجموع متغیرهای استفاده شده در مدل توانسته اند ۶۵ درصد تغییرات دوربین واتسون با عدد ۲/۴۳۹۰۷۱ عدم همبستگی بین خطاها را نشان می دهد. نتایج حاصل از بهترین برازش مدل فرضیه اصلی تحقیق، حاکی از وجود رابطه ی منفی و معناداری بین افشای مسئولیت اجتماعی و مالکیت نهادی می باشد بنابراین فرضیه اصلی تحقیق پذیرفته می شود و نتایج آن با تحقیق ماهونی و رابرتز (۲۰۰۷) مطابقت دارد.

طبق مبانی نظری، مالکان نهادی انگیزه زیادی برای نظارت بر مدیریت و داشتن نماینده ای در هیئت مدیره شرکت های سرمایه پذیر ندارند، زیرا بعید می دانند که منافع این نظارت در کوتاه مدت نصیب آن ها شود. تمرکز بیش از حد این سهامداران بر عملکرد و سود جاری، ممکن است انگیزه هایی را برای خوش بینی مدیریت در

جدول (۳) نتایج آزمون فرضیه فرعی اول

Model: $PIO_{it} = \beta_0 + \beta_1 EMPD_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \epsilon_{it}$ Method: Pooled EGLS(Cross-Section Weights) Cross-Sections included:60 Linear estimation after one-step weighting matrix White cross-section standard errors & covariance (d.f corrected)				
معنی داری P-Value	آماره t	انحراف معیار	ضریب متغیر	متغیر
0/0000	-18/5952	0/114259	-2/124670	مقدار ثابت (C)
0/0000	-15/9558	0/002312	-0/036896	میزان افشای روابط کارکنان (EMPD)
0/0000	17/21728	0/043676	0/751975	اندازه شرکت (SIZE)
۰/۴۸۴۶۲۰			ضریب تعیین تعدیل شده	آماره F 84/60738
۱/۹۳۸۱۸۰			آماره دوربین واتسون	احتمال آماره F 0/000000

نتایج حاصل از برازش مدل فرضیه ی فرعی اول، حاکی از وجود رابطه منفی و معناداری بین افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان و مالکیت نهادی می باشد در نتیجه فرضیه فرعی اول پذیرفته می شود و نتایج آن با تحقیق ماهونی و رابرتز (۲۰۰۷) مطابقت دارد. همچنین متغیر کنترلی اندازه شرکت نیز رابطه مثبت و معناداری با مالکیت نهادی دارد. طبق مبانی نظری تحقیق میزان تأثیر گذاری افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان با مالکیت نهادی، بر توانایی شرکت در ایجاد ارزش بلند مدت برای سهامداران بستگی دارد که به عنوان بخشی از سرمایه گذاران در شرکت ها فعالیت می کنند و اگر شرکت ها توانایی پذیرش سود در بلند مدت را نداشته باشند، افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان کاهش می یابد.

لازم به توضیح است که وجود متغیر AR(2) در مدل حاکی از این مطلب می باشد که در جز اخلال آن، خود همبستگی از نوع درجه ۲ وجود دارد که با قرار دادن متغیر مزبور آن را رفع کرده ایم و مقدار آماره دوربین واتسون با عدد 2/423589 عدم همبستگی بین خطاها را نشان می دهد. بر اساس نتایج حاصل از برازش مدل فرضیه فرعی دوم تحقیق، با توجه به P-Value بدست آمده، رابطه معنی داری بین متغیر مستقل میزان افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی و متغیر وابسته مالکیت نهادی وجود ندارد و با نتایج تحقیقات دامایانته و همکاران (۲۰۱۱)، نیروانتو و همکاران (۲۰۱۱) و صالح و همکاران (۲۰۱۰) مطابقت دارد. طبق مبانی نظری تحقیق سرمایه گذاران نهادی مخالف دخالت شرکت در فعالیت های اجتماعی شرکت هستند.

۳) یافته های منتج از فرضیه فرعی دوم

فرضیه ی فرعی ۲: بین میزان افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی و مالکیت نهادی رابطه معناداری وجود دارد. نتایج آزمون فرضیه فرعی دوم با استفاده از روش EGLS در جدول (۴) ارائه شده است.

۴) یافته های منتج از فرضیه فرعی سوم

فرضیه فرعی سوم: بین میزان افشای اطلاعات مربوط به تولید و مالکیت نهادی رابطه معناداری وجود دارد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه فرعی سوم با استفاده از روش EGLS در جدول (۵) ارائه گردیده است.

جدول (۴) نتایج آزمون فرضیه فرعی دوم

Model: $PIOit = \beta_0 + \beta_1 COMDit + \beta_2 SIZEit + \epsilon it$ Method: Pooled EGLS (Cross-Section Weights) Cross-Sections included: 60 Linear estimation after one-step weighting matrix White cross-section standard errors & covariance (d.f corrected)				
متغیر	ضریب متغیر	انحراف معیار	آماره t	معنی داری P-Value
مقدار ثابت (C)	-0/018413	0/395071	-0/046607	0/9629
افشای مشارکت اجتماعی (COMD)	-0/005216	0/004120	-1/266002	0/2080
اندازه شرکت (SIZE)	0/059798	0/150961	0/396112	0/6927
خود رگرسیون مرحله دوم AR(2)	0/098056	0/043626	2/247636	0/0265
آماره F	17/89866	ضریب تعیین تعدیل شده		
احتمال آماره F	0/00000	آماره دوربین واتسون		
				0/539920
				2/423589

جدول (۵) نتایج آزمون فرضیه فرعی سوم

Model: $PIO_{it} = \beta_0 + \beta_1 PROD_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \epsilon_{it}$ Method: Pooled EGLS (Cross-Section Weights) Cross-Sections included: 60 Linear estimation after one-step weighting matrix White cross-section standard errors & covariance (d.f corrected)				
معنی داری P-Value	آماره t	انحراف معیار	ضریب متغیر	متغیر
0/0000	-6/24779	0/229075	-1/431211	مقدار ثابت (C)
0/0012	-3/28282	0/006502	-0/021346	میزان افشای تولید (PROD)
0/0000	5/481554	0/087987	0/482304	اندازه شرکت (SIZE)
0/511117	ضریب تعیین تعدیل شده			آماره F 165/8050
1/913842	آماره دوربین واتسون			احتمال آماره F 0/000000

معناداری با مالکیت نهادی دارد. طبق مبانی نظری تحقیق، زمانی که هدف سرمایه گذاران نهادی مبنی بر حفظ نقدینگی سهام خود و تمایل به کسب سود در کوتاه مدت بر مزایای حاصل از نظارت بر مدیریت به امید کسب سود بیشتر در بلند مدت غلبه کند، افشای اطلاعات مربوط به روابط تولید کاهش می یابد.

۵) یافته های منتج از فرضیه فرعی چهارم

فرضیه ی فرعی ۴: بین میزان افشای اطلاعات مربوط به محیط زیست و مالکیت نهادی رابطه معنادار وجود دارد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه چهارم با استفاده از روش EGLS در جدول (۶) ارائه گردیده است:

همانطور که در جدول ملاحظه می کنید، مقدار آماره F در سطح خطای ۵ درصد و میزان اطمینان ۹۵ درصد معنی دار بوده و فرض خطی بودن مدل و معنی داری آن پذیرفته می شود و بر اساس آماره t معنی دار بودن ضرایب رگرسیون تأیید می شود. در مجموع متغیرهای استفاده شده در مدل توانسته اند تقریباً ۵۱ درصد تغییرات متغیر وابسته مالکیت نهادی را توضیح دهند و مقدار دوربین واتسون با عدد ۱/۹۱۳۸۴۲ عدم همبستگی بین خطاها را نشان می دهد. نتایج حاصل از برازش مدل فرضیه فرعی سوم، حاکی از وجود رابطه منفی و معناداری بین افشای اطلاعات مربوط به تولید و مالکیت نهادی می باشد در نتیجه فرضیه فرعی سوم پذیرفته میشود و با نتایج تحقیقات ماهونی و رابرتز (۲۰۰۷) مطابقت دارد. همچنین متغیر کنترلی اندازه شرکت نیز رابطه مثبت و

جدول (۶) نتایج آزمون فرضیه فرعی چهارم

Model: $PIO_{it} = \beta_0 + \beta_1 ENVD_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \epsilon_{it}$ Method: Pooled EGLS (Cross-Section Weights) Cross-Sections included: 60 Linear estimation after one-step weighting matrix White cross-section standard errors & covariance (d.f corrected)				
معنی داری P-Value	آماره t	انحراف معیار	ضریب متغیر	متغیر
0/0000	-10/2281	0/211036	-2/158500	مقدار ثابت (C)
0/0002	-3/72513	0/002571	-0/009579	افشای محیط زیست (ENVD)
0/0000	9/367264	0/080705	۰/755983	اندازه شرکت (SIZE)
۰/۴۱۶۱۰۰	ضریب تعیین تعدیل شده			آماره F 140/6915
۲/۰۳۱	آماره دوربین واتسون			احتمال آماره F 0/000000

بنابراین فرضیه صفر مبنی بر ریشه واحد بودن متغیرها پذیرفته نمی‌شود.

۷- نتیجه گیری و بحث

نتایج تحقیق مبین رابطه معنی دار منفی بین افشای مسئولیت اجتماعی و مالکیت نهادی وجود دارد و این امر نشان می‌دهد که سرمایه گذاران نهادی نسبت به افشای مسئولیت اجتماعی بی تفاوت نیستند و از آن به عنوان یک منبع اطلاعاتی استفاده می‌کنند. رابطه معکوس نشان از آن دارد که آن دسته از سرمایه گذارانی که از انگیزه کافی برای نظارت بر مدیریت برخوردار نیستند، خواهان پذیرش سود فزاینده در مدت زمان کوتاه هستند و جذب شرکت هایی می‌شوند که سطح افشای مسئولیت اجتماعی کمتری داشته باشد؛ زیرا شرکت هایی که اطلاعات مربوط به مسئولیت اجتماعی را افشا می‌کنند نسبت به سایرین، تأکید بیشتری بر اثرات بلند مدت تصمیماتشان دارند. گفتنی است، جهت رابطه ی فرضیه با نتیجه پژوهش ماهونی و رابرتز (۲۰۰۷) مطابقت دارد، ولیکن در مغایرت با نتایج تحقیقات انجام گرفته توسط نیروانوتو و همکاران (۲۰۱۱)، صالح و همکاران (۲۰۱۰)، کاکس و همکاران (۲۰۰۴) می‌باشد.

از رابطه معنادار و منفی بین میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان، تولید و محیط زیست با مالکیت نهادی می‌توان درک کرد که سرمایه گذاران نهادی با افشای این اطلاعات در دوره های کوتاه مدت در شرکت ها با صرف هزینه هایی رو به رو می‌شوند و این باعث می‌شود که ریسک سرمایه گذاری در شرکت بالا رود و بعید می‌دانند که منافع این هزینه را در کوتاه مدت نصیب خود کنند. سهامداران نهادی که دارای افق کوتاه مدت سرمایه گذاری هستند به دلیل تمرکز افراطی به عایدات جاری می‌توانند موجب ایجاد محرک های مختلفی برای مدیران شرکت ها باشند و مدیران را تشویق می‌کنند تا برای بیشتر نشان دادن عایدات جاری از افشای کمتر مسئولیت اجتماعی و ابعاد آن استفاده کنند. گفتنی است جهت روابط بالا با نتایج پژوهش های انجام شده توسط ماهونی و رابرتز (۲۰۰۷) و صالح و همکاران (۲۰۱۰) مطابقت دارد. نداشتن رابطه معنی دار آماری بین میزان

همانطور که در جدول ملاحظه می‌کنید، مقدار آماره F در سطح خطای ۵ درصد و میزان اطمینان ۹۵ درصد معنی دار بوده و فرض خطی بودن مدل و معنی داری آن پذیرفته می‌شود و بر اساس آماره t معنی دار بودن ضرایب رگرسیون تأیید می‌شود. مجموع متغیرهای استفاده شده در مدل توانسته اند تقریباً ۴۲ درصد تغییرات متغیر وابسته مالکیت نهادی را توضیح دهند. مقدار دوربین واتسون با عدد ۲/۰۳۱ عدم همبستگی بین خطاها را نشان می‌دهد.

بر اساس نتایج حاصل از بهترین برازش مدل فرضیه فرعی چهارم تحقیق، با توجه به P-Value بدست آمده، رابطه منفی و معناداری بین میزان افشای اطلاعات مربوط به محیط زیست و مالکیت نهادی وجود دارد، در نتیجه فرضیه فرعی چهارم پذیرفته می‌شود و نتایج آن با تحقیقات صالح و همکاران (۲۰۱۰) و ماهونی و رابرتز (۲۰۰۷) مطابقت می‌کند و نشان می‌دهد که مالکان نهادی با افشای اطلاعات مربوط به زیست محیطی در ابتدای امر در دوره کوتاه مدت در شرکت ها با صرف هزینه هایی رو به رو می‌شوند که و این امر باعث افزایش ریسک سرمایه گذاری در شرکت ها می‌شود و از آنجایی که سرمایه گذاران نهادی در شرکت های بزرگ به دلیل ارتباط بیشتر با ذی نفعانشان خواهان ریسک در کوتاه مدت نیستند بنابراین علاقه ای به افشای اطلاعات زیست محیطی در کوتاه مدت ندارند.

آزمون مانایی

به منظور اطمینان از نتایج تحقیق و ساختگی نبودن روابط موجود در رگرسیون و معنی دار بودن متغیرها، اقدام به انجام آزمون مانایی و محاسبه ریشه واحد متغیرهای تحقیق در مدل EGLS گردید. آزمون مزبور با استفاده از نرم افزار Eviews 6 و روش های آزمون لوین، لین و چو^{۲۱} (۲۰۰۲)، آزمون ایم، پسران و شین^{۲۲} (۲۰۰۳) (۲۰۰۳)، آزمون ریشه واحد فیشر- دیکی فولر تعمیم یافته^{۲۳} و آزمون ریشه واحد فیشر- فلیپس پرون^{۲۴} (۱۹۹۹) انجام گردید. نتایج آزمون مانایی متغیرها در هر چهار روش نشان می‌دهد، متغیرهای پژوهش مانا بوده و

افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی با مالکیت نهادی نشان از این دارد که سرمایه گذاران نهادی مخالف دخالت شرکت در فعالیت های اجتماعی هستند. با این وجود، نتایج عمده پژوهش های انجام شده نظیر دامایانته و همکاران (۲۰۱۱)، نیروانته و همکاران (۲۰۱۱) و صالح و همکاران (۲۰۱۰) نتیجه فرضیه حاضر را تأیید می کند. لازم به توضیح است که عامل اندازه شرکت در کلیه مدل ها مبتنی بر رابطه مستقیم و معنادار با متغیر مالکیت نهادی می باشد و با نتیجه پژوهش نجار و تیلور^{۲۵} (۲۰۰۸) مطابقت دارد. حاکی از این مطلب است که سرمایه گذاران نهادی ترجیح می دهند تا در شرکت های بزرگ سرمایه گذاری کنند؛ زیرا شرکت های بزرگ کمتر در معرض خطرهای مالی و ریسک ورشکستگی قرار می گیرند.

در خاتمه می توان بر اساس نتایج تحقیق حاضر ادعا کرد که، سهامداران نهادی در سطوح مختلف می توانند از طریق افزایش به میل سود توسط مدیران یا به عنوان مکانیزمی جهت مقابله با سود اقدام کنند، بنابراین قبل از سرمایه گذاری و تصمیم گیری در خصوص شرکت های موجود در بازار سرمایه باید ترکیب و سطح سهامداران نهادی مورد بررسی قرار گیرد. در صورت داشتن رویکردی آینده نگر برای سرمایه گذاران نهادی، مسئولیت اجتماعی نه تنها سیاستی هزینه بر تلقی نخواهد شد بلکه نوعی سرمایه گذاری انسانی و اجتماعی تلقی می شود که باعث بهبود جایگاه شرکت ها می شود و بانفوذترین و نوآورترین شرکت های دنیا، با ایجاد استراتژی های پایدار، راه را برای ایجاد یک جامعه پایدار باز می کنند. لذا پیشنهاد می گردد:

(۱) با توجه به رابطه منفی و معنی دار بین افشای مسئولیت اجتماعی و ابعاد آن با مالکیت نهادی، لازم است آن دسته از سرمایه گذاران نهادی که توجه به سود های جاری و کوتاه مدت دارند و به منظور به حداکثر رساندن سودآوری خود، اولویت را به سرمایه گذاری در شرکت هایی دهند که کمترین افشای مسئولیت اجتماعی و ابعاد آن را داشته باشند.

(۲) مسئولیت اجتماعی شرکت ها می تواند به عنوان مفهومی در نظر گرفته شود که به موجب آن سازمان ها بر منافع ذینفعانشان از طریق الزامات قانونی، تأکید داشته باشند. بنابراین پیشنهاد می شود با داشتن الزامات قانونی و افشای الزامی اطلاعات مالی در خصوص مسئولیت اجتماعی شرکت ها و سازمان ها، بتوان به عنوان سازوکارهای موثر جهت گسترش روابط بین واحد تجاری و ذینفعانش تلاش نمود.

ضمناً برای تحقیقات آتی نیز پیشنهاد زیر ارائه می شود:

(۱) پیشنهاد می شود در تحقیقات آتی ماهیت ارتباط بین مالکیت نهادی و افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها از طریق تقسیم سرمایه گذاران نهادی با نهادهای با نماینده در هیئت مدیره و نهادهای بدون نماینده در هیئت مدیره، تقسیم و بررسی گردد.

(۲) در این تحقیق متغیر کنترل اندازه شرکت در نظر گرفته شده است، پیشنهاد می شود در تحقیقات آتی متغیرهای دیگری نظیر سود شرکت، ریسک سیستماتیک، افق برنامه ریزی و تصمیمات مدیریت مدنظر قرار گیرد.

(۳) رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها با عملکرد شرکت ها توسط معیار شاخص Q توبین مورد مطالعه قرار گیرد.

(۴) رابطه بین شاخص های حاکمیت شرکتی یا ساختار مالکیت بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها مورد مطالعه قرار گیرد.

فهرست منابع

- * انصاری، محمود، (۱۳۹۱)، "حسابداری مسئولیت های اجتماعی"، پروژه های مالی، رشته حسابداری و مدیریت، پروژه دات کام.
- * خوش طینت، محسن، راعی، حمید، (۱۳۸۳)، "تأثیر ارائه حسابداری اجتماعی بر تصمیم گیری سرمایه گذاران، فصلنامه بررسی حسابداری و حسابداری، سال یازدهم، شماره ۳۷، صص، ۷۳-۹۲.
- * رحیمی، رباب، (۱۳۹۰)، "تأثیر درصد هیئت مدیره غیرموظف و مالکیت نهادی بر مسئولیت پذیری

- responsibility disclosure and its relation on institutional ownership: Evidence from public listed companies in Malaysia", *Managerial Auditing Journal*.
- * Epstein, M.J. and Freedman, M. (1994), "Social disclosure and the individual investor", *accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 7 No. 4, pp. 94-109.
- * Mahoney, L. and Roberts, R.W. (2007), "Corporate social performance, and financial performance and institutional ownership in Canadian firms", *Accounting Forum*, Vol. 31, pp. 233-53.
- * Maug, (1998), "large shareholders as monitors: Is there a trade-off between liquidity", *Journal of finance*, Vol. 53, pp. 65-98.
- * Najjar, B. Taylor P. (2008), "The Relationship between capital structure and ownership structure", *managerial finance*, vol. 12, PP. 919-983.
- * Navissi, F. & V. Naiker, (2006), "Institutional ownership and corporate value", *Managerial Finance*, Vol. 32, PP. 247-257.
- * Nirwanto, Mirza. Zulaikha. Rahardja, H. (2011), "Corporate social responsibility disclosure and its relation on institutional ownership: Evidence from public listed companies in Malaysia 2008-2010", *Managerial Auditing Journal*.
- * Saleh, M., Zulkifli, N., Rusnah Muhamad, (2010), "Corporate social responsibility disclosure and its relation on institutional ownership: Evidence from public listed companies in Malaysia", *Managerial Auditing Journal*, Vol. 25 Iss: 6 pp. 591 – 613.
- * Solomon, J. (2007), "Corporate Governance & Accountability", 2 Th Edition
- اجتماعی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، همایش ملی ایده های نو در حسابداری و حسابرسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان.
- * ستایش، محمد حسین، کاظم نژاد، مصطفی، (۱۳۸۹)، "افشاء در حسابداری"، مجله حسابداری، سال بیست و پنجم، شماره ۲۲۷، صص ۶۶-۶۹.
- * عباسعلی، دریایی، پاکدل، عبدالله، مشعشعی، سید محمد، (۱۳۹۲)، "توسعه پایداریپایامد حسابداری و بازاریابی سبز و مسئولیت پذیری اجتماعی با تأکید بر راهبری شرکتی"، مجله دانش و پژوهش حسابداری، شماره ۳۲.
- * فروغی، داریوش، میر شمس شهشهانی، مرتضی، پور حسین، سمیه، (۱۳۸۷)، "نگرش مدیران درباره افشای اطلاعات حسابداری اجتماعی: شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران (۱۳۸۶)"، بررسی های حسابداری و حسابرسی، ش ۵۲، صص ۵۷-۷۰.
- * نمازی، محمد، حلاج، محمد، ابراهیمی، شهلا، (۱۳۸۸)، "بررسی رابطه ی مالکیت نهادی با عملکرد جاری و آتی شرکت های مالی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، بررسی های حسابداری و حسابرسی، دوره ۱۶، ش ۵۸، صص ۱۱۳-۱۳۰.
- * Baltaghi H.B. (2005), "Econometric analysis of Panel Data. (3rd edn)", New York: John Wily & Sons Ltd.
- * Bhide, A. (1994), "Efficient markets, deficient governance: u.s. securities Regulations protect investors and Enhance market liquidity. But do they Alienate managers and shareholders? Harvarad Business Review, Vol. 72, pp. 128-140.
- * Cornett, M. M., A. J. Marcus, A. Saunders, & H. Tehranian, (2007), "The impact of institutional ownership on corporate operating performance", *Journal of Banking and Finance*, Vol. 31, PP. 1771-1794.
- * Cox, P., Brammer, S. and Millington, A. (2004), "An empirical examination of institutional investor preferences for corporate social performance", *Journal of Business Ethics*, Vol. 52, No. 1, pp. 27-42.
- * Damayanti, M., DulMuid, M. Si., Abdul Rohman, SE, (2011), "Corporate social

یادداشت‌ها

1. Epstein & Freedman
2. Solomon
3. Approaches to Social Responsibility
4. Institutional Ownership
5. Maug
6. Bhide
7. Navissi, & Naiker
8. Cornett et. al
9. Damayanti et. al
10. Nirwanto et. al
11. Mahoney & Roberts
12. Cox et. al
13. Static panal data
14. Estimated Generalized Least Squares
15. Corporate Social Responsibility Disclosure
16. Employee Relation Disclosure
17. Community Involvement Disclosoure

-
18. Product Disclosure
 19. Environment Disclosure
 20. Saleh et.al
 21. Levin, Lin and Chu
 22. Im, Pesaran and Shin
 23. Fisher – Augmented Dickey-Fuller Unit Root Test (Fisher-ADF)
 24. Fisher-Phillips-Perron (Fisher-PP)
 25. Najjar,B.Taylor