

بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی با تعدیل‌گری تصمیم‌گیری مدیران بر نوآوری شرکت

بهمن کیانی‌راد، عضو هیات علمی دانشگاه فنی و حرفه‌ای ایلام

bahmankianirad@gmail.com

مریم لاله ماژین، عضو هیات علمی دانشگاه فنی و حرفه‌ای ایلام

Maryamlaleh63@ymail.com

چکیده- تصمیمات مدیران و سرمایه‌گذاران در راستای افزایش بازده و ثروت است. تصمیمات سرمایه‌گذاری، تامین مالی و تقسیم سود شرکت‌ها باید به‌نحوی اتخاذ شود که ارزش شرکت را افزایش دهد، این تصمیمات به‌طور قطع نیازمند ارزشیابی‌هایی است که هزینه حقوق صاحبان سهام را نیز دربر می‌گیرند. بنابراین هدف از این مقاله بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی با تعدیل‌گری تصمیم‌گیری مدیران بر نوآوری شرکت است. این پژوهش از نظر هدف، ماهیت و نوع داده‌ها به ترتیب کاربردی، توصیفی مبتنی بر تحلیل رگرسیون و ترکیبی است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش رگرسیونی استفاده شده، جامعه آماری تحقیق شرکت‌ها پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار می‌باشند که با استفاده از روش نمونه‌گیری حذف ساده تعداد ۹۰ شرکت انتخاب شد. نتایج نشان داد که بین مسئولیت اجتماعی با تعدیل‌گری تصمیم‌گیری مدیران و نوآوری شرکت رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد به این صورت که تصمیم‌گیری مدیران نوآوری شرکت را تحت تاثیر قرار می‌دهد و تصمیمات مربوط به مسئولیت اجتماعی هر دو متغیر دیگر را تحت تاثیر قرار می‌دهد.

کلمات کلیدی: مسئولیت اجتماعی، تصمیم‌گیری مدیران، نوآوری شرکت

مقدمه

اتخاذ اصول مسئولیت اجتماعی برای سازمان‌ها امری هزینه‌بر است. این هزینه‌ها ممکن است شامل موارد زیر باشد: خرید تجهیزات جدیدی که به محیط زیست آسیب کمتری می‌رساند و تغییر ساختار مدیریتی و یا ایجاد کنترل‌های کیفیت شدیدتر. منافع اتخاذ اصول مسئولیت اجتماعی برای سازمان‌ها عبارت است از: اعتلای برند و افزایش اعتبار، امکان جذب بیشتر منابع سرمایه‌ای به علت اعتبار تجاری بالا، کاهش مخاطرات ناشی از حوادث و اتفاقات، بهبود شرایط محیط کار و در نتیجه ارتقای بهره‌وری و افزایش توانایی برای جذب و نگهداری کارکنان که منجر به کاهش جابجایی، غیبت و هزینه‌های آموزش می‌شود. بیشتر صاحب‌نظران معتقدند که هزینه‌های مسئولیت اجتماعی کوتاه مدت و منافع آن اغلب از نوع بلندمدت است. مسئولیت اجتماعی در واقع

نوعی سرمایه‌گذاری برای آینده به امید کسب مزیت رقابتی پایدار و بلندمدت است. مدیران ارشدی که دارای دید کوتاه‌مدت هستند، هزینه‌های کوتاه مدت مسئولیت اجتماعی را بر نمی‌تابند. برعکس، مدیرانی که دارای دید بلندمدت هستند، حاضرند برای بهبود رفاه جامعه، حل مشکلات اجتماعی، آلودگی محیط زیست، بهبود شرایط محیط کار، رعایت حقوق بشر، شرکت در امور عام‌المنفعه و ... هزینه کنند تا در بلندمدت بتوانند از پیشرفت اجتماعی بهره‌مند شده و از سوی دیگر در جامعه و در بین مشتریان و ذی‌نفعان خود برای خود اعتبار و شهرت کسب کنند.

پیشینه

اثنی عشری و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیقی به بررسی رفتار ریسک‌پذیر طی چرخه عمر شرکت و اثر آن بر عملکرد مالی آتی به روش گشتاورهای تعمیم یافته پرداختند. نتایج نشان داد شرکت‌ها در مراحل ظهور و افول ریسک بیشتری را در مقایسه با مرحله بلوغ می‌پذیرند. به علاوه، رفتار ریسک‌پذیر شرکت‌هایی که در مراحل ظهور و افول قرار دارند، عملکرد مالی ضعیف‌تری را در مقایسه با شرکت‌های فعال در مراحل رشد و بلوغ در دوره مالی بعد به همراه دارد.

فروغی و همکاران (۱۳۹۶) در تحقیقی به بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر نگهداشت وجه نقد از طریق اثر همزمان متغیرهای منتخب تعریف متغیرها پرداختند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد مسئولیت اجتماعی از طریق ریسک غیرنظام‌مند بر نگهداشت وجه نقد تأثیر معنی‌دار و مثبتی دارد. همچنین، مسئولیت اجتماعی از طریق ریسک نظام‌مند بر نگهداشت وجه نقد تأثیر معنادار و منفی دارد. مسئولیت اجتماعی از طریق حاکمیت شرکتی بر نگهداشت وجه نقد تأثیر معنادار و مثبتی دارد.

حسینی و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیقی به بررسی رابطه بین حاکمیت شرکتی و تعهد به ایفای مسئولیت‌های اجتماعی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد بین تعداد جلسات هیئت مدیره و دوگانگی وظیفه مدیرعامل با تعهد به ایفای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها رابطه معناداری وجود دارد، اما بین استقلال هیئت مدیره، کمیته‌های تخصصی هیئت مدیره و سهامداران نهادی با مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها رابطه‌ای پیدا نشد.

پارک و همکاران^۱ (۲۰۱۷) در تحقیقی به بررسی افشای مسئولیت اجتماعی و ریسک نظام‌مند شرکت‌های رستورانی با نقش تعدیلی تنوع جغرافیایی پرداختند. به آن نتیجه رسیدند تنوع جغرافیایی به‌عنوان نقش تعدیل‌کننده بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و ریسک نظام‌مند تأثیر مثبت و معناداری دارد.

^۱ Sungbeen, P., Sujin, S. and Seoki, L

چئونگ و همکاران^۱ (۲۰۱۶) در تحقیقی به بررسی مسئولیت اجتماعی بر نگهداشت وجه نقد پرداختند. نشان می‌دهد اثرگذاری مسئولیت اجتماعی بر نگهداشت وجه نقد هم‌زمان از سه عامل ریسک نظام‌مند، ریسک غیر نظام‌مند و حاکمیت شرکتی تأثیر می‌گیرد.

فرضیه

مسئولیت اجتماعی با تعدیل تصمیم‌گیری مدیران بر نوآوری شرکت تأثیر معناداری دارد.

روش تحقیق

در این پژوهش اطلاعات موردنیاز برای بیان کلیات پژوهش به روش کتابخانه‌ای جمع‌آوری شده است. داده‌های کمی موردنیاز این پژوهش از صورت‌های مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران از نرم افزار ره‌آورد نوین استخراج و همچنین، اطلاعات در مورد مسئولیت اجتماعی از گزارش هیئت مدیره از سایت کدال استخراج شده است.

این پژوهش از نظر هدف، ماهیت و نوع داده‌ها به ترتیب کاربردی، توصیفی مبتنی بر تحلیل رگرسیون و ترکیبی است. هدف پژوهش کاربردی توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص است. در پژوهش‌های توصیفی مبتنی بر تحلیل رگرسیون، متغیر(های) وابسته باکمک متغیر(های) مستقل پیش‌بینی می‌شود.

تعریف عملیاتی متغیرها

شاخص‌های سنجش مسئولیت اجتماعی

$GRI_{i,t}$: شاخص شفافیت سازمانی شرکت

$DJSI_{i,t}$: شاخص‌های پایداری اقتصادی - اجتماعی

$COMPL - RECOM_{i,t}$: شاخص حاکمیت شرکتی خوب برای شرکت

$CC_{i,t}$: شاخص مسئولیت بشردوستانه برای شرکت

$CSR_{i,t}$: شاخص مسئولیت اجتماعی شرکت، مجموع همه این شاخص‌ها می‌باشد.

تصمیم‌گیری مدیران: برای بررسی تصمیم‌گیری مدیران از داده‌های مجازی ۰ و ۱ استفاده شده است.

نوآوری شرکت: برای بررسی نوآوری از داده‌های مجازی ۰ و ۱ استفاده شده است.

¹ Cheung, A

متغیر کنترلی

SIZ: اندازه شرکت که براساس لگاریتم طبیعی کل دارایی محاسبه می‌شود، لگاریتم طبیعی دارایی‌های کل در پایان سال مالی است. استفاده از لگاریتم طبیعی باعث می‌شود تا ضریب احتمالی این متغیرها در مدل، تحت تأثیر اثرات مقیاس‌های بزرگ قرار گیرد. به عبارت دیگر متغیر اندازه شرکت از لگاریتم طبیعی مجموع دارایی‌ها (شامل کل دارایی‌های جاری و غیرجاری) در پایان دوره به دست می‌آید.
 اهرم مالی: براساس لگاریتم طبیعی اندازه گیری می‌شود.

یافته‌های پژوهش

در بخش آمار توصیفی، تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از شاخص‌های مرکزی همچون میانگین و میانه و شاخص‌های پراکندگی انحراف معیار چولگی و کشیدگی انجام پذیرفته‌اند. خلاصه وضعیت آمار توصیفی متغیرهای تحقیق پس از حذف نقاط پرت در جدول زیر ارائه شده‌اند.

جدول ۱- آمار توصیفی

متغیرها	میانگین	میانه	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی	آماره جارك - برا	سطح معناداری
مسئولیت اجتماعی	۱۸۱۲۹۵,۲	۱۸۶۹۳	۵,۷	۰,۶۸	۲,۹۹	۲,۷۷	۰,۰۶۷
تصمیم‌گیری مدیران	۱۱۸۳۱۴۹	۱۶۲۵۹۴	۴,۰۲	۰,۸	۲,۳۷	۱,۷۰	۰,۰۵۵
نوآوری شرکت	-۰,۱۸	-۰,۱۴	۰,۱۵	-۱,۱	۳,۵	۳,۱۲	۰,۰۵۱
اندازه شرکت	۱۴,۳	۱۴,۲۲	۱,۵۵	۰,۷	۳,۵۵	۳,۷۶	۰,۱۱
اهرم مالی	۰,۴۶	۰,۰۰۰	۰,۴۹	۰,۱۵	۱,۰۲	۴,۰۱۷	۰,۰۷۸

هر چه میزان انحراف معیار متغیرها کمتر باشد پراکندگی داده‌ها کمتر بوده و تمرکز داده بیشتر می‌گردد. با توجه به جدول فوق مشاهده می‌گردد جریان نقد عملیاتی دارای بیشترین پراکندگی در داده‌ها و نسبت دارایی‌های مشهود به کل دارایی‌ها کمترین میزان پراکندگی را دارد.
 در خصوص نرمال بودن داده‌ها نیز با توجه به سطح معناداری آزمون جارك برا و اینکه این مقدار برای تمامی متغیرها بجز نسبت دارایی‌های مشهود از ۰,۰۵ بیشتر است می‌توان نتیجه گرفت که تمام متغیر به‌غیر از نسبت دارایی‌های مشهود از توزیع نرمال پیروی می‌کنند.

آمار استنباطی:

- آزمون مانایی داده‌های پانلی

هنگامی که میانگین، واریانس و کوارینانس سری داده‌های پژوهش تابعی از زمان نباشند گوییم داده‌ها مانا هستند. جهت بررسی نامانایی از آزمون‌های لوین، لین و چو (LLC)، ایم، پسران و شین (IPS) و فیشر-فیلیپس پرون (PP) استفاده شده است. این سه آزمون از مهم‌ترین آزمون‌های ریشه واحد در داده‌های پانل می‌باشد. در تمام این آزمون‌ها فرضیه صفر مبنی بر وجود یک ریشه واحد می‌باشد.

جدول ۲- آزمون ریشه واحد داده‌های پانلی

متغیر	نتیجه	لوین، لین و چو	ایم و پسران و شین	فیشر-فیلیپس پرون
مسئولیت اجتماعی	مانا در سطح	مقدار آماره -۴۲٫۹	ایم و پسران و شین -۸٫۸۱	فیشر-فیلیپس پرون ۳۴۲٫۰۹
	سطح معناداری	۰٫۰۰۰	۰٫۰۰۰۰	۰٫۰۰۰
تصمیم‌گیری مدیران	مانا در سطح	مقدار آماره -۲۸٫۳	ایم و پسران و شین -۷٫۸	فیشر-فیلیپس پرون ۳۵۵٫۲۲
	سطح معناداری	۰٫۰۰۰	۰٫۰۰۰	۰٫۰۰۰
نوآوری شرکت	مانا در سطح	مقدار آماره -۲۷٫۲۰	ایم و پسران و شین -۱۰٫۷۲	فیشر-فیلیپس پرون ۳۹۹٫۴۲
	سطح معناداری	۰٫۰۰۰	۰٫۰۰۰۰	۰٫۰۰۰
اهرم مالی	مانا در سطح	مقدار آماره -۱۱٫۵۳	ایم و پسران و شین -۲٫۹۴	فیشر-فیلیپس پرون ۹۹٫۲۹
	سطح معناداری	۰٫۰۰۰	۰٫۰۰۱۶	۰٫۰۰۹
اندازه شرکت	مانا در سطح	مقدار آماره -۷۷٫۶۰	ایم و پسران و شین -۱۶٫۰۸	فیشر-فیلیپس پرون ۳۱۱٫۷
	سطح معناداری	۰٫۰۰۰	۰٫۰۰۰	۰٫۰۰۰

با توجه به جدول فوق و سطح معناداری به‌دست آمده از آزمون‌ها، چون سطح معناداری آزمون از ۰٫۰۵ کمتر است نتیجه می‌شود فرض صفر مبنی بر نامانایی متغیرهای پژوهش رد شده، بنابراین متغیرهای پژوهش در سطح مانا هستند.

آزمون F لیمر

برای انتخاب بین روش‌های داده‌های تابلویی و داده‌های تلفیقی، از آزمون F لیمر^۱ استفاده شد.

$$\left. \begin{array}{l} H_0: \text{روش داده‌های تلفیقی} \\ H_1: \text{روش داده‌های تابلویی} \end{array} \right\}$$

¹ Fleamer

جدول ۳- نتایج آزمون لیمر

شرح	آماره F	p-value	نتیجه آزمون	روش
مدل فرضیه	۲۲,۷	۰,۰۰۰۰	Ho رد می‌شود	ترکیبی (تابلویی)

نتایج آزمون F لیمر بیانگر این است که با توجه به سطح معناداری به دست آمده که از ۰,۰۵ کمتر است، فرض صفر مبنی بر وجود داده‌های تلفیقی رد می‌شود.

آزمون هاسمن (انتخاب بین اثرات ثابت و تصادفی)

فرض صفر و فرض مقابل برای آزمون هاسمن به شرح زیر می‌باشد:

$$\left. \begin{aligned} H_0: & \text{روش اثرات تصادفی} \\ H_1: & \text{روش اثرات ثابت} \end{aligned} \right\}$$

جدول ۴- نتایج آزمون هاسمن

شرح	آماره خی دو	p-value	نتیجه آزمون	روش
مدل فرضیه اصلی	۰,۶۹	۰,۷	Ho تایید می‌شود	اثرات تصادفی

بررسی فرضیات پژوهش

جدول ۵- ضرایب معادله رگرسیون برای فرضیات پژوهش

$\Delta C_{it} = \beta_0 + \beta_1 CFO_{it} + \beta_2 CFO_{it} * AC_{it} + \beta_3 SIZE_{it} + \beta_4 Tangible_{it} + \beta_5 LOSS_{it} + \beta_6 prof_{it} + \epsilon_{it}$					
متغیر وابسته	متغیر مستقل	B	خطای معیار	t	سطح معنی‌داری (Prob)
نوآوری شرکت	مسئولیت اجتماعی	۰,۰۷	۰,۰۲	۲,۸	۰,۰۰۲
	تصمیم‌گیری مدیران	۰,۰۹۹	۰,۰۴	۲,۴	۰,۰۱۷
	اندازه شرکت	-۱۵۰۴۶,۴	۱۶۰۹۸,۲	-۰,۹۳	۰,۳۵
	اهرم مالی	۰,۲۰	۰,۰۳	۶,۴	۰,۰۰۵
	ضریب ثابت	۳,۷	۱,۲	۳,۰۰۸	۰,۰۰۳
ضریب تعیین		۰,۸۵			
مقدار فیشر		۳۴۸			
سطح معنی‌داری فیشر		۰,۰۰۰			
مقدار دوربین واتسون		۱,۶۷			

در این فرضیه میزان ضریب تعیین برابر با ۰,۸۵ است که این مقدار نشان می‌دهد متغیر مستقل مسئولیت اجتماعی متغیر وابسته را دارد. آماره دورین - واتسون به منظور بررسی استقلال خطاها مورد استفاده قرار می‌گیرد. در صورتی که مقدار آماره دورین - واتسون در فاصله ۱/۵ تا ۲/۵ باشد فرض همبستگی بین خطاها رد می‌شود و می‌توان از رگرسیون استفاده کرد که در این فرضیه مقدار آن برابر ۱,۶۷ بوده که بین این رنج قرار می‌گیرد بنابراین فرض استقلال خطاها پذیرفته می‌شود.

از طرفی سطح معنی‌داری آزمون فیشر کمتر از ۵ درصد است، که این بدین معنا است مدل این فرضیه معنی‌داری شده است.

در جدول فوق سطح معنی‌داری آزمون t برای متغیر مسئولیت اجتماعی و تصمیم‌گیری مدیران کمتر از ۰,۰۵ می‌باشد بنابراین نتیجه می‌شود مسئولیت اجتماعی و تصمیم‌گیری مدیران شرکت مرتبط هستند و دارای رابطه مثبت و معنادار با نوآوری می‌باشند بنابراین فرضیه صفر مبنی بر ارتباط مسئولیت اجتماعی و تصمیم‌گیری مدیران با نوآوری تایید می‌گردد.

نتیجه‌گیری و بحث

این پژوهش تأثیر هم‌زمان مسئولیت اجتماعی و تصمیم‌گیری مدیران را بر نوآوری در سازمان مورد بررسی قرار می‌دهد. براساس نتایج این پژوهش، اگرچه مسئولیت اجتماعی و تصمیم‌گیری مدیران هر دو با نوآوری در ارتباط می‌باشند، تصمیم‌گیری مدیران تأثیر مستقیم بیشتری بر نوآوری در سازمان دارد. این پژوهش از نوع کیفی بوده و به منظور غنی‌سازی در ادامه می‌توان به تحلیل کمی پژوهش فوق پرداخت. در این پژوهش رابطه مستقیم بین مسئولیت اجتماعی و نوآوری مورد بررسی قرار گرفته نشده است. برای مثال در تحقیقی که بسن و همکاران (۲۰۰۶)، میسرا و همکاران (۲۰۱۱) همسان است به این نتیجه رسیدند که شرکت‌هایی که در افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی در گزارش‌های خود سرمایه‌گذاری کرده‌اند هزینه سرمایه‌ای بالطبع پایین‌تر از شرکت‌هایی داشته‌اند که این افشاگری را انجام نمی‌دادند. هرچند به نظر می‌رسد افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی در نوآوری شرکت‌های ایرانی و تأثیرگذاری آن بر متغیرهای تصمیم‌گیری مدیران در ابتدای راه است، اما باید به آن به‌عنوان یکی از معیارهای مهم در آینده نگریست.

منابع

۱. اثنی‌عشری، حمیده؛ ولی‌زاده لاریجانی، اعظم (۱۳۹۷)، رفتار ریسک‌پذیر طی چرخه عمر شرکت و اثر آن بر عملکرد مالی آتی به روش گشتاورهای تعمیم یافته، پژوهش‌های حسابداری مالی، سال دهم، شماره اول، صص ۱-۱۸
۲. فروغی، داریوش؛ امیری، هادی؛ جوانمرد، مرضیه (۱۳۹۶). تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر نگهداشت وجه نقد از طریق اثر همزمان متغیرهای منتخب، پژوهش‌های حسابداری مالی، سال دهم، شماره اول، صص ۱۹-۳۶
۳. حسینی، سیدعلی؛ حقیقت، سرور (۱۳۹۵) رابطه بین حاکمیت شرکتی و تعهد به ایفای مسئولیت‌های اجتماعی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پژوهش‌های حسابداری، شماره ۲۳
4. Bassen, Alexander. , Hölz, Hanns. -Michael Holz. , Schlange, Joachim. (2006). The influence of corporate responsibility on the cost of capital: An empirical analysis. Available at: <http://ssrn.com/abstract=984406>.
5. Cheung, A.(2016). "Corporate Social Responsibility and Corporate Cash Holdings" *Journal of Corporate Finance*, Vol.37, Pp. 412-430.
6. Sungbeen, P., Sujin,S.and Seoki,L. (2017). Corporate social responsibility and systematic risk of restaurant firms: The moderating role of geographical diversification, *Tourism Management*, Vol. 59, Pp.610-620.
7. Mishra, Dev R., Sadok El Ghouli. , Omran Guedhami. , Chuk C. Y. Kwok. , (2011). Does Corporate Social Responsibility Affect the Cost of Capital?. *Journal of Banking & Finance* , Vol. 35, Issue 9, pp. 2388-2406.