

Investigating the Impact of Social Criteria on the Financial Performance of Manufacturing Companies with an Emphasis on New Financial Criteria

Hooman Jafarpoor Inallo¹
Habibollah Nakhaei^{2}*
Ghodratollah Talebnia³

(Receipt: 2022.10.21- Acceptance: 2023.05.16)

Abstract

In the current research, the impact of social criteria on the financial performance of manufacturing companies was investigated with an emphasis on new financial criteria in accounting. According to the studies done, there are different classifications for corporate social responsibility disclosure, and in this research, indicators of legal measures, social responsibility committee, market pressure, product development/market share and responding to customers' needs were used as independent variables to measure social criteria. Also, dependent variables of economic added value, market added value, adjusted economic added value and Tobin's Q were investigated to measure the financial performance of companies. In terms of classification, the present research was of applied type and the research method was of quantitative type and in terms of data analysis, it was descriptive of the correlation type. The data needed to test the hypotheses was collected using the stock exchange website, accompanying notes and the activity report of the board of directors to the assembly of 108 manufacturing companies admitted to the Tehran Stock Exchange during the period from 2013 to 2020 and was analyzed using the multivariate regression method and the F-Limer, Hausman, Brosch-Godfrey and Brosch-Pagan with the help of R software. The results of the hypotheses test showed that there was a positive and significant relationship between the indicators used in the social criteria and the new financial criteria. According to the results of the current research, company managers can be effective in improving the company's performance by considering social criteria and take steps towards improving performance and sustainable development.

Key Words: Social criteria, Corporate social responsibility, Economic added value, Market added value, Adjusted economic added value

1.Ph.D.Student of Accounting department, Birjand branch, Islamic Azad University, Birjand, Iran. jafarpoor.h7@gmail.com

2.Assistant professor of Accounting department, Birjand branch, Islamic Azad University, Birjand, Iran.

*.Corresponding Author: hnakhaei@iaubir.ac.ir

3. Associate Professor of Accounting Department, Tehran Science and Research Unit, Islamic Azad University, Tehran, Iran. gh_talebnia@yahoo.com

بررسی تأثیر معیارهای اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت‌های تولیدی با تأکید بر معیارهای مالی نوین

هومن جعفرپور ایناللو^۱

حبیب اله نخعی^{۲*}

قدرت اله طالب نیا^۳

(دریافت: ۱۴۰۱/۰۷/۲۹-پذیرش نهایی: ۱۴۰۲/۰۲/۲۶)

چکیده

در پژوهش حاضر به بررسی تأثیر معیارهای اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت‌های تولیدی با تأکید بر معیارهای مالی نوین در حسابداری پرداخته شد. با توجه به مطالعات انجام شده، طبقه بندی‌های مختلفی برای افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها وجود دارد که در این پژوهش برای سنجش معیارهای اجتماعی از شاخص‌های اقدامات قانونی، کمیته مسئولیت اجتماعی، فشار بازار، توسعه محصول/سهم بازار و پاسخگویی به نیاز مشتریان به عنوان متغیرهای مستقل استفاده شد. همچنین متغیرهای ارزش افزوده اقتصادی، ارزش افزوده بازار، ارزش افزوده اقتصادی تعدیل شده و Q توین جهت اندازه گیری عملکرد مالی شرکت‌ها به عنوان متغیرهای وابسته بررسی گردید. پژوهش حاضر از لحاظ طبقه بندی بر مبنای هدف از نوع کاربردی و روش پژوهش از نوع کمی می‌باشد و از نظر تحلیل داده‌ها، توصیفی از نوع همبستگی است. داده‌های مورد نیاز جهت آزمون فرضیه‌ها با استفاده از سایت بورس اوراق بهادار، یادداشت‌های همراه و گزارش فعالیت هیات مدیره به مجمع ۱۰۸ شرکت تولیدی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در طی دوره زمانی ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۸ گردآوری شد و با بهره‌گیری از روش رگرسیون چند متغیره با استفاده از آزمون F لیمر، هاسمن، بروش-گادفری و بروش-پاگن به کمک نرم افزار R مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج آزمون فرضیه‌ها نشان داد که بین شاخص‌های مورد استفاده در معیارهای اجتماعی با معیارهای مالی نوین ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. با توجه به نتایج پژوهش حاضر مدیران شرکت‌ها با در نظر گرفتن معیارهای اجتماعی می‌توانند در بهبود عملکرد شرکت تأثیرگذار باشند و در جهت بهبود عملکرد و توسعه پایدار گام بردارند.

واژه‌های کلیدی: معیارهای اجتماعی، مسئولیت اجتماعی شرکت، ارزش افزوده اقتصادی، ارزش افزوده بازار، ارزش افزوده

اقتصادی تعدیل شده.

۱. دانشجوی دکتری گروه حسابداری، واحد بیرجند، دانشگاه آزاد اسلامی، بیرجند، ایران jafarpoor.h7@gmail.com

۲. استادیار گروه حسابداری، واحد بیرجند، دانشگاه آزاد اسلامی، بیرجند، ایران

* نویسنده مسئول: hnakhaei@iaubir.ac.ir

۳. دانشیار گروه حسابداری، واحد علوم و تحقیقات تهران، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران gh_talebniya@yahoo.com

مقدمه

در طول سه دهه گذشته، بسیاری از سازمان‌ها با فشار فزاینده‌ای از سوی گروه‌های ذینفع مختلف (به عنوان مثال، مشتریان، دولت، کارمندان و رقبا) برای پرداختن به طیف گسترده‌ای از مسائل اجتماعی و زیست محیطی روبرو شده‌اند. شرکت‌ها برای حفظ مجوز فعالیت در جامعه، با تدوین استراتژی‌ها یا ابتکارات مسئولیت اجتماعی شرکت به این فشار گروه-های ذینفع پاسخ داده‌اند (پورتر و کرامر، ۲۰۰۶). امروزه در محیط تجارت با آگاهی اجتماعی که ایجاد شد، روند پایداری نحوه عملکرد شرکت‌ها را تغییر داده است و این موضوع توسط نهادهای بین‌المللی مانند سازمان ملل^۲، گزارش‌های اولیه جهانی^۳، هیئت استانداردهای حسابداری پایداری^۴، شورای تجارت جهانی برای توسعه پایدار^۵ و اصول سرمایه گذاری مسئولانه^۶ که اصول، دستورالعمل‌ها و بهترین روش‌ها را برای شرکت‌ها در جهت مدیریت عملکردها و دارایی‌های مختلف خود به شیوه‌ای با مالکیت چند سهامدار پایدار تنظیم کرده است، پشتیبانی و حمایت می‌شود. این مفهوم به عنوان زبان جدید تجارت تبدیل شده است که به موجب آن شرکت‌ها نه تنها نیاز به حفظ قدرت مالی برای سهامداران بلکه تأثیرات اجتماعی و زیست محیطی خود بر سهامداران گسترده تر یعنی جامعه، مصرف کنندگان، مشتریان، تأمین کنندگان، کارمندان، سرمایه گذاران و نهادهای نظارتی خواهند گذاشت. چشم انداز گسترده در مورد ارزش سازمانی تغییر شکل داده است و بسیار فراتر از دامنه صورت‌های مالی و حسابداری می‌باشد (نیزم و همکاران، ۲۰۱۹).

پایداری اجتماعی و محیطی مفهوم جدیدی نیست. اصطلاح "زیست محیطی، اجتماعی و شرکتی"^۸ اولین بار در ژوئن ۲۰۰۴ توسط پیمان اولیه سازمان ملل متحد با عنوان "چه کسی به پیروزی اهمیت می‌دهد" برای تمرکز بر اهمیت و تعامل بین مسائل زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی ارائه شد. ادبیات فزاینده‌ای وجود دارد که عوامل پایداری را تایید می‌کند، هنگامی که این استراتژی‌ها در فعالیت‌ها و تجزیه و تحلیل سرمایه گذاری ادغام می‌شوند، می‌توانند بر عملکرد بلندمدت سرمایه گذاران نیز تأثیر گذارند (اوئر؛ ۲۰۱۶). سرمایه گذاران می‌توانند فرصت‌های اولیه بازار را با شرکت‌هایی پیدا کنند که مدیریت عوامل پایداری را در مرکز اصلی توجه تجارت خود قرار می‌دهند. مدیران سرمایه گذاری و تحلیل گران مالی که می‌توانند عوامل پایداری را با چشم اندازهای آینده شرکت تفسیر و مرتبط کنند، می‌توانند به طور بالقوه یک مزیت رقابتی برای شرکت ایجاد کنند. در حال حاضر، پایداری یکی از مهمترین روندهای صنعت است و این می‌تواند به صورت تمایل سرمایه گذاران به سرمایه گذاری با مسئولیت پذیری پایدار^۹ یا تمرکز مدیریت شرکت بر مسئولیت اجتماعی شرکت^{۱۱} یا تمرکز سرمایه گذار بر پایداری و تأثیرات زیست محیطی باشد (نیزم و همکاران، ۲۰۱۹). سازمان‌های امروزی که در دنیای حساس به مسائل اجتماعی و زیست محیطی به سر می‌برند، لازم است علاوه بر رضایت مشتریان، به سلامتی و رفاه کارکنان و همچنین حفاظت از محیط زیست اهمیت ویژه‌ای دهند. یکی از مهمترین مواردی که شرکت‌ها را به سمت استقرار و بهبود سیستم‌های ایمنی، بهداشت و محیط زیست ترغیب می‌کند، بروز انتظارات اساسی از طرف ذینفعان سازمان در حوزه‌های ایمنی، سلامتی و بخصوص محیط زیست است. علاوه بر این کاهش خطرات زیست محیطی و ارتقای سلامت و ایمنی کارکنان، موجب بهبود بهره وری گشته و شرکت‌هایی که شهرت قابل توجهی دارند می‌توانند از این طریق اعتبار و

1. Porter and Kramer
2. United Nations (UN)
3. Global Reporting Initiative (GRI)
4. Sustainability Accounting Standards Board (SASB)
5. World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)
6. Principles for Responsible Investment (PRI)
7. Nizam et al.
8. Environmental, Social and Governance (ESG)
9. Auer
10. Sustainable Responsible Investing (SRI)
11. Corporate Social Responsibility (CSR)

تصویر خود را نزد مشتریان، سرمایه گذاران و ذینفعانی که نسبت به مسائل اجتماعی حساس هستند، تقویت نمایند (کاپلان و همکاران، ۲۰۰۴). در حالی که شرکتها ممکن است رابطه بین عملکرد پایدار و عملکرد تجاری را درک کنند، باید بتوانند با در دسترس بودن داده‌ها و کیفیت معقول آن‌ها، شاخص‌های زیست محیطی را در عملکرد تجاری ارزیابی کنند (نیزم و همکاران، ۲۰۱۹). این به نوبه خود به سرمایه گذاران (از جمله سهامداران فعلی و آینده) کمک می‌کند تا ارزیابی پایداری خود را در تصمیم گیری و فرآیندهای تجاری ادغام کنند. تعداد فزاینده‌ای از سرمایه گذاران متعهد به ادغام پایداری اجتماعی و زیست محیطی در روند سرمایه گذاری هستند. عوامل زیست محیطی جهت تهیه اطلاعاتی برای کمک به مدیران در امر ارزیابی عملکرد، کنترل، تصمیم گیری و گزارشگری برای یک سازمان یا منطقه می‌باشد و بر اساس مفاهیم، معیارها و ارزش‌های زیست محیطی و اقتصادی بنا شده است تا تأثیر آن را بر شاخص‌های عملیاتی و مالی شرکت مورد ارزیابی قرار دهد. بسیاری از کشورها وقتی مسائل اخلاقی، شرایط محیط کار، پایداری محیط زیست و غیره مطرح می‌شود، در اتخاذ رفتارهای مسئولانه پیشتاز هستند. همچنین از مشخصه‌های بارز محیط رقابت کنونی، منابع کمیاب است که در آن ارزیابی عملکرد نقشی اساسی برای سازمان ایفا می‌کند (کونادو، ۲۰۱۷). یکی از مهمترین ابعاد عملکردی سازمان، بعد مالی آن است. ارزیابی عملکرد مالی شرکتها از مهمترین موضوعات مورد توجه اعتباردهندگان، سرمایه‌گذاران، مدیران و دولت هاست. اعتباردهندگان به منظور تصمیم‌گیری در خصوص میزان و نرخ اعطای اعتبارات به ارزیابی عملکرد شرکتها می‌پردازند و سهامداران (سرمایه‌گذاران) به منظور ارزیابی میزان موفقیت مدیران در بکارگیری سرمایه آن‌ها و تصمیم‌گیری در خصوص افزایش، حفظ یا فروش سرمایه‌گذاری به ارزیابی عملکرد شرکت‌های سرمایه پذیر علاقه‌مند می‌باشند. ذینفعان مختلف به ویژه سهامداران درصدد هستند در شرکت‌هایی سرمایه‌گذاری کنند که عملکرد مالی مناسبی دارند و از لحاظ عملکرد به دنبال شرکت‌های برتر هستند (کلیری و کوئین، ۲۰۱۶).

با توجه به اهمیت موضوع مسئولیت اجتماعی شرکت که می‌تواند بر چشم اندازهای آینده و ایجاد مزیت رقابتی برای شرکت موثر باشد، در این پژوهش قصد داریم از معیارهای اجتماعی استفاده کنیم و تأثیر معیارهای اجتماعی را بر عملکرد مالی شرکتها مورد بررسی قرار دهیم و باتوجه به اینکه اکثر پژوهشات پیشین از معیارهای مالی سنتی همچون بازده دارایی‌ها، بازده حقوق صاحبان سهام و بازده فروش به عنوان معیارهای عملکرد مالی استفاده کردند، در این مطالعه معیارهای مالی نوین از جمله ارزش افزوده اقتصادی، ارزش افزوده اقتصادی تعدیل شده، ارزش افزوده بازار و تئوبین جهت سنجش و اندازه گیری عملکرد مالی شرکتها استفاده خواهد شد. هدف این مطالعه بررسی تأثیر معیارهای اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت‌های تولیدی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در سال ۲۰۱۹، گروهی از مدیران عامل شرکت‌های بزرگ در ایالات متحده بیانیه جدیدی در مورد اهداف شرکتها را امضا کردند و آن‌ها اظهار داشتند که هدف یک شرکت، فقط به حداکثر رساندن بازده سهامداران نیست، بلکه، تأمین منافع همه ذینفعان می‌باشد. از این بیانیه به عنوان یک روش روشن و قوی استقبال شده است که "روند تغییر مسیر و جایگزینی تقدم سهامداران با هدف چند سهامدار برای شرکتها" می‌باشد (هاریسون و همکاران، ۲۰۱۹). همانطور که رونگارد و اسمیت^۵ (۲۰۱۹) بیان کردند "حداکثر سازی ثروت سهامداران چنان در تفکر مدیریتی جا افتاده است که تا سطح هنجاری بالا می‌رود و به سازماندهی فعالیت‌های شرکتی و تصمیم گیری مدیریتی ادامه می‌دهد" (هاریسون و همکاران، ۲۰۱۹). وقتی

1. Kaplan et al.
2. Konadu
3. Cleary & Quinn
4. Harrison et al.
5. Ronnegard and Smith

شرکتی سیستم‌های نظارتی سلسله مراتبی و انگیزه‌های مدیریتی متمرکز بر عملکرد مالی را ایجاد می‌کند، توانایی شرکت در استقرار استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی محدود می‌شود، در حالی که ترکیبی از کنترل‌های استراتژیک با انگیزه‌های مدیریت مرتبط با رویکرد مسئولیت اجتماعی شرکت ایجاد می‌کند. بنابر این انتظار می‌رود که برای بهبود عملکرد مالی شرکت، فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی باید با زمینه حاکمیت شرکتی مطابقت داشته باشد. به عبارت دیگر، ارتباط مثبت بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و حاکمیت شرکتی باعث بهبود عملکرد مالی شرکت می‌شود (پکویچ و ووگت؛ ۲۰۲۰). امروزه مسائل محیط زیست عمیقاً دارای مفهوم اجتماعی هستند و درکل ریشه فرهنگی دارند. در همین راستا به علت اهمیت این مفهوم از شاخص‌هایی همچون اقدامات قانونی، کمیته مسئولیت اجتماعی، فشار بازار (گواهی ISO 14000-ISO14001)، توسعه محصول/سهم بازار و پاسخگویی به نیاز مشتریان جهت سنجش معیارهای اجتماعی استفاده خواهد شد.

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها: مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از دهه ۵۰ آغاز شد و تاکنون ادامه پیدا کرده و تکامل یافته است و در طول این دوره، مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از رویه‌های ناهماهنگ و داوطلبانه به یک تعهد واضح و صریح در پاسخ به فشارهای ذینفعان توسعه یافته و به تدریج به یک تعهد مستمر آنی تبدیل شده است. علی‌رغم این تغییرات قابل ملاحظه در چشم انداز مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، مشکلات ناشی از تعریف آن همچنان باقی است (کلارکسون؛ ۱۹۹۵). واژه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به ظهور یک جنبش اشاره دارد که به دنبال وارد کردن فاکتورهای محیطی و اجتماعی در تصمیمات تجاری شرکت‌ها، استراتژی تجاری و حسابداری با هدف افزایش عملکرد اجتماعی و محیطی در کنار ابعاد اقتصادی است به گونه‌ای که برای واحد تجاری، جامعه و محیط مفید و سودمند باشد (مک کینلی؛ ۲۰۰۸). مسئولیت اجتماعی شرکت یک تصمیم استراتژیک است که به موجب آن سازمان‌هایی که متعهد به جامعه هستند می‌توانند به حل مسائل زیست محیطی و اجتماعی (نس؛ ۱۹۹۲)، با هدف تأثیر مثبت بر افراد خارج از سازمان کمک کنند (رمضان و همکاران؛ ۲۰۲۱). سازمان‌های تجاری اهمیت عملکرد مالی و همچنین غیر مالی (به عنوان مثال معیار اجتماعی شرکت‌ها) را در نتیجه کلی تجارت خود تأیید می‌کنند (آکیسیک و گال؛ ۲۰۱۱). در حالی که امور مالی سنتی بر تئوری حداکثر سود شرکت تمرکز داشت، رویکرد مسئولیت اجتماعی شرکت مفهومی مدرن می‌باشد که ذینفعان سازمان‌ها را معرفی می‌کند (پالترینیری و همکاران؛ ۲۰۲۰). مارگولیس و همکاران^۸ (۲۰۰۹) بیان کردند که مسئولیت اجتماعی شرکت با افزایش قدرت مالی شرکت‌ها یک مزیت رقابتی به دست می‌آورد، این بدان معناست که مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر مثبتی بر عملکرد مالی دارد که مربوط به نظریه ذینفعان است (فریمن؛ ۱۹۸۴). بنلملی^{۱۰} (۲۰۱۹) اشاره کرد که شرکت‌های دارای مسئولیت اجتماعی بالا با ارائه سود سهام بیشتر به سهامداران، مشکلات نمایندگی را مدیریت می‌کنند. در اقتصادهای پیشرفته، شرکت‌ها بسیار درگیر فعالیت‌هایی هستند که نه تنها به اقتصاد، بلکه به آموزش، محل کار و ایجاد روابط با مشتری کمک کند. شرکت‌ها برای بدست آوردن بازده مالی و غیرمالی اطلاعات مسئولیت اجتماعی شرکت را گزارش می‌کنند. بازدهی مالی می‌تواند در عملکرد مالی بهتر، ثبات مالی و دسترسی بهتر به منابع مالی منعکس شود زیرا نشان دهنده عملکرد مثبت درباره سازمان است (رمضان و همکاران، ۲۰۲۱).

1. Pekovic and Vogt
2. Clarkson
3. McKinley
4. Ness
5. Ramzan et al.
6. Akisik and Gal
7. Paltrinieri et al.
8. Margolis et al.
9. Freeman
10. Benlemlih

بنابراین، مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت باید به عنوان یک فرآیند طیف وسیع مورد بررسی قرار گیرد که کل چرخه تولید/توسعه یک محصول/خدمات و جنبه‌های زیست محیطی، اجتماعی، مالی و اخلاقی مربوطه را پوشش می‌دهد. بنابراین، مسئولیت اجتماعی شرکت اغلب شرط اساسی برای توسعه پایدار در کسب و کار از سود سریع تا رفاه بلندمدت و متوازن تلقی می‌شود، زیرا تجارت پایدار یک کسب و کار مسئول اجتماعی است که از طریق تعادل بین ارزش‌های انسانی، اخلاقی، اجتماعی و دستاوردهای اقتصادی از نظر علمی شکل می‌گیرد.

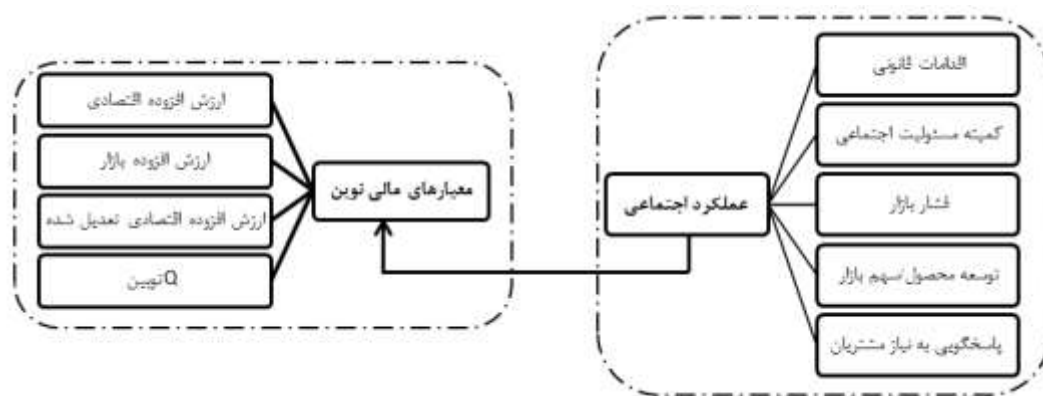
یکی از جنبه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت، مسئولیت‌های محیطی می‌باشد که در این نوع از مسئولیت‌های اجتماعی، شرکت بخش بزرگی از تمرکز خود را بر روی حفظ محیط زیست و منابع طبیعی می‌گذارد. ایجاد کمیته مسئولیت اجتماعی در شرکت‌ها با شناخت خوب شرکت و همچنین چالش‌های محیط پیرامون آن، موضوع و ارزش مشترک بین دو محیط را شناسایی کرده و پس از بررسی، مشخص می‌شود کدام موضوع در حوزه مسئولیت اجتماعی حایز اهمیت است و باید در اولویت قرار گیرد. لذا وجود کمیته مسئولیت اجتماعی در شرکت‌ها می‌تواند باعث کارایی و عملکرد بهتر شرکت نسبت به سایر رقبا گردد و مسائلی که در جهت حفظ محیط زیست دارای اهمیت هستند بیشتر مورد توجه قرار گیرد.

فشار بازار: این آگاهی رو به افزایش است که مدیریت زیست محیطی یکی از اولویت‌های مهم در تجارت است. آگاهی زیست محیطی نتیجه‌ی عوامل متعددی نظیر توجه فزاینده‌ی رسانه‌های گروهی، قوانین جدی در حمایت از محیط زیست و وقایع ناگوار زیست محیطی است. گرایش گسترده‌ی جهانی به سمت نگهداری و بهبود کیفیت محیط به زودی منجر به تحركات بزرگتری تحت عنوان نفوذ سری جدید استانداردهای بین المللی ایزو ۱۴۰۰۰ خواهد شد. استاندارد ایزو ۱۴۰۰۰ توسط سازمان بین المللی استاندارد جهت تجهیز ساختن سازمان‌ها به مدیریت عملیات زیست محیطی و باتوجه به وظایف مدیریت تهیه می‌گردد. وظایف مورد نظر عبارتند از: طراحی ساختار سازمانی، تخصیص مسئولیت‌ها به مدیران، کارکنان و کارگران، تخصیص منابع، ارزیابی عملکرد، مستندسازی و... می‌باشد. هزینه‌های اجرای ایزو ۱۴۰۰۰ شامل هزینه‌های نصب اولیه و نگهداری و بهبود می‌باشد.

توسعه محصول / سهم بازار: مطالعات و تحقیقات بسیاری بر روی صدها پروژه توسعه محصول در دهه‌های گذشته صورت گرفته تا این فاکتورها که بنگاه‌های موفق را از دیگران جدا می‌سازند، آشکار شوند. البته همانطور که موفقیت نسبی است، میزان توجه بنگاه‌ها به این عوامل نیز درصد موفقیت آن‌ها را شکل خواهد داد. این فاکتورها عبارتند از: ارائه یک محصول منحصر به فرد و تک، تمرکز به ارائه یک محصول در سطح جهانی و جهت گیری بین المللی در طراحی و توسعه و بازاریابی، توجه به فعالیت‌های پیش از توسعه، تعریف سریع و صحیح پروژه و محصول، ساختار سازمانی مناسب، حمایت مدیریت ارشد، توسعه شایستگی‌های محوری، جهت گیری مناسب در بازار و بازار محور بودن و تمرکز بر مشتری، ارائه و روانه سازی به موقع به بازار، جذابیت بازار.

پاسخگویی به نیاز مشتریان: هدف از مدیریت ارتباط با مشتری این است که ارتباط با مشتریان و نحوه پاسخ به نیازها و درخواست‌های آن‌ها به بهترین شکل مدیریت شود، که این امر باعث موفقیت روز افزون کسب و کار خواهد شد. مدیریت ارتباط با مشتریان استراتژی نحوه تعامل و مشارکت فعال با مشتریان است. مدیریت ارتباط با مشتریان موفق، کسب و کار را از دید مشتری می‌بیند و در برنامه ریزی خود تجربه مشتری را در نظر می‌گیرد. نگاه از دید مشتری به شرکت کمک می‌کند تا شکاف‌ها و فرصت‌های موجود در کسب و کار را مشاهده و استراتژی و فرآیندهای موثرتری برای سازمان در نظر بگیرد. امروزه مدیریت ارتباط با مشتریان را به یک ابزار خلاصه می‌کنند که به سازمان‌ها اجازه می‌دهد تا بیشتر بر روی فعالیت‌ها و روابط مرتبط با مشتریان، خریداران، تامین کنندگان و همکاران خود تمرکز کنند اما در واقع مفهوم مدیریت ارتباط با مشتری از لایه استراتژی آغاز شده و در نهایت این نرم افزارها ابزاری برای تسهیل در اجرای استراتژی‌های شرکت در جهت پاسخگویی به نیاز مشتریان هستند.

عملکرد مالی: ارزیابی عملکرد از جمله وظایف اساسی و کلیدی مدیران است تا با شناسایی نقاط ضعف و قوت فعالیت‌های انجام شده نسبت به اصلاح و بهبود اقدام نمایند. ارزیابی عملکرد بنگاه‌های اقتصادی، نیازمند شناخت معیارها و شاخص‌هایی است که در دو مجموعه شاخص‌های مالی و غیرمالی طبقه بندی می‌شود. به طور کلی دو مدل ارزیابی عملکرد در رابطه با تعیین ارزش شرکت و عملکرد مدیران وجود دارد که عبارت اند از: مدل حسابداری و مدل اقتصادی. معیارهای حسابداری ارزیابی عملکرد شرکت عبارت اند از: سود، رشد سود، جریان‌های نقدی، سود هر سهم، سود تقسیمی هر سهم، ارزش بازار به دفتری، سود باقیمانده، بازگشت سرمایه و نسبت‌های مالی (شامل: بازده دارایی، بازده سهام، نسبت قیمت به سود و Qتوبین) و معیارهای اقتصادی ارزیابی عملکرد شرکت عبارت اند از: ارزش افزوده اقتصادی، ارزش افزوده‌ی بازار و ارزش افزوده‌ی اقتصادی تعدیل شده، ارزش افزوده نقدی، ارزش افزوده سهامدار (ولف، ۲۰۰۳). به دلیل کثرت معیارهای حسابداری و اقتصادی، در این پژوهش برای ارزیابی عملکرد مالی شرکت‌ها، سه مورد از معیارهای مدل اقتصادی که شامل ارزش افزوده‌ی اقتصادی، ارزش افزوده‌ی بازار و ارزش افزوده‌ی اقتصادی تعدیل شده می‌باشد و یک مورد از معیارهای حسابداری که شامل Qتوبین است، استفاده خواهد شد. بنابراین، باتوجه به مواردی که بیان شد، تأثیر معیارهای اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت مورد بررسی قرار می‌گیرد.



شکل ۱ - مدل مفهومی

پیشینه پژوهش‌های خارجی

مهدی و همکاران^۲ (۲۰۲۳)، به بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر عملکرد شرکت پرداختند. این مطالعه به این نتیجه رسید که با استفاده از دو اندازه‌گیری عملکرد شرکت یعنی بازده دارایی‌ها و بازده حقوق صاحبان سهام، بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد شرکت رابطه ناچیز وجود دارد. علاوه بر این، نیاز به صدور سیاست‌هایی از سوی تنظیم‌کننده‌ها و شرکت‌ها وجود دارد که ممکن است منجر به افزایش کیفیت مسئولیت اجتماعی شرکت شود که می‌تواند همزمان منافع جامعه و سهامداران را افزایش دهد.

الهیاری و همکاران^۳ (۲۰۲۳)، رابطه فعالیت‌های زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی و مناقشات شرکتی و اثرات تعدیل‌کننده هیئت مدیره ماهر بر این رابطه را با توجه به شرکت‌های دولتی در آفریقای جنوبی بررسی کردند. نتیجه نشان داد که وجود اعضای هیئت مدیره با مهارت‌های خاص مرتبط با فعالیت‌های زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی در هیئت مدیره شرکت‌ها احتمالاً تلاش‌های مدیران را در اجرای فرصت‌طلبانه شیوه‌های زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی تضعیف

1. Wolfe
2. Mahdi et al.
3. Al-Hiyari et al.

می‌کند و در نتیجه اختلافات شرکت را کاهش می‌دهد. همچنین پیامدهای جالبی برای ذینفعان، تهیه‌کنندگان و محققان دارد که ممکن است فعالیت‌های زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی را به عنوان سپری در نظر بگیرند که به‌طور فرصت طلبانه توسط مدیران برای پوشاندن فعالیت‌های غیرمسئولانه فعالیت‌های زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی استفاده شود. صادق و همکاران^۱ (۲۰۲۲)، به بررسی نقش اجتماعی زیست محیطی و حکمرانی در دستیابی به اهداف توسعه پایدار در کشورهای آسه‌آن پرداختند. نتایج نشان داد که امتیاز زیست محیطی، اجتماعی، حکمرانی و رشد اقتصادی به طور مثبت با اهداف توسعه پایدار کشورهای آسه‌آن مرتبط است. آن‌ها پیشنهاد کردند که انجام تحقیقات در مورد دستیابی به توسعه پایدار کمک می‌کند و سیاست‌گذاران را در هنگام ایجاد سیاست‌هایی در مورد دستیابی به توسعه پایدار از طریق امتیازات محیطی، اجتماعی و حکمرانی راهنمایی می‌کند.

آبادگاریا و همکاران^۲ (۲۰۲۱)، در پژوهش خود به ارتباط دو مفهوم مربوط در ادبیات مدیریت، مانند مسئولیت اجتماعی شرکت و مدیریت منابع انسانی سبز پرداختند. هدف مقاله تجزیه و تحلیل رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد شرکت با در نظر گرفتن یک طرف رابطه مستقیم و از سوی دیگر، میانجیگری مدیریت منابع انسانی سبز و نتایج زیست محیطی بود. نتایج به دست آمده وجود رابطه مستقیم و مثبت بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد را نشان می‌دهد. علاوه بر این، از طریق میانجیگری مدیریت منابع انسانی سبز و نتایج زیست محیطی، تأثیر غیرمستقیمی در رابطه فوق‌الذکر پیدا کردند.

دیرایلا و همکاران^۳ (۲۰۲۰)، در پژوهش خود تأثیر عملکرد محیط زیست و هزینه‌های زیست محیطی بر عملکرد مالی را با استفاده از کمیته مسئولیت اجتماعی به عنوان یک متغیر مداخله‌گر بر روی شرکت‌های معدنی ذکر شده در بورس اوراق بهادار اندونزی و در سال‌های ۲۰۱۸-۲۰۱۵ بررسی کردند. این پژوهش به عنوان یک ملاحظه مهم در ایجاد سیاست‌های مربوط به عملکرد زیست محیطی و به عنوان ابزاری برای سنجش عملکرد مالی برای پیشرفت شرکت‌ها مورد استفاده قرار گرفت.

ویدودو و همکاران^۴ (۲۰۲۰)، مدیریت عملکرد اقتصادی و زیست محیطی را بر بینش جدیدی از مالکیت دولت مورد مطالعه قرار دادند. مطالعه آن‌ها با هدف بررسی رابطه بین عملکرد محیطی، مالکیت دولت و عملکرد مالی شرکت‌ها انجام شد. این مطالعه از شواهدی درباره شرکت‌های دولتی استفاده کرد که تمرکز زیادی بر پژوهشات مربوط به عملکرد زیست محیطی و مالی نداشته‌اند. علاوه بر این، از معیارهای مناسب برای اندازه‌گیری عملکرد محیطی استفاده کردند. پژوهش فوق‌الذکر نشان داد که عملکرد محیطی زیست با در نظر گرفتن سه متغیر بازده دارایی، بازده حقوق صاحبان سهام و Q توبین تأثیر مثبتی بر عملکرد مالی دارد. نتایج این مطالعه برای مدیریت شرکت‌ها در مورد چگونگی تبدیل شدن موضوعات مهم به محیط زیست، نکاتی مهم است که باید برای بهبود عملکرد شرکت مورد توجه قرار گیرند. برای دولت، نتایج این مطالعه همچنین می‌تواند در ایجاد سیاست‌های مدیریت محیط زیست موثر باشد.

زومینگ^۵ (۲۰۱۹)، به بررسی گره‌گشایی از رابطه پیچیده بین عملکرد محیطی و مالی پرداخت. یافته‌های وی نشان داد که عملکرد محیطی و عملکرد مالی شرکت به طور کلی با یکدیگر ارتباط مثبت دارند و این نشان می‌دهد که به طور کلی یک استراتژی فعال اقتصادی در بهبود عملکرد مالی آینده مفید است (به عنوان مثال، سبز بودن را بررسی کرد). زومینگ در مطالعه خود مطرح کرد که همه شرکت‌ها در تمام بخش‌های صنعت نمی‌توانند فقط از این استراتژی تقلید کنند و از آن بهره‌مند شوند. ناهمگنی عملکرد محیطی و عملکرد مالی تحت زمینه‌های مختلف در سطح شرکت و سطح صنعت نشان می‌دهد

1. Sadiq et al.
2. Úbeda-García et al.
3. Derila et al.
4. Widodo et al.
5. Zuoming

که تأثیر واقعی عملکرد محیطی شرکت در عملکرد مالی می‌تواند از اثر کل متفاوت باشد و تا حد زیادی به ویژگی‌های خاص آن و بخش صنعتی وابسته به آن بستگی دارد. رابطه علی و معلولی دو طرفه بین عملکرد محیطی و عملکرد مالی نشان می‌دهد که لازم است شرکت‌ها از منابع مالی کافی برای اجرای استراتژی‌ها و ابتکارات پیشگیرانه زیست محیطی برخوردار باشند.

کونادو (۲۰۱۷)، عملکرد محیطی شرکت و عملکرد مالی شرکت را در انگلستان مورد مطالعه قرار داد. با توجه به رابطه عملکرد مدیریت زیست محیطی و عملکرد مالی شرکت، مشخص شد که سیاست‌های محیطی، نظارت، فرآیندها و سیستم‌های مدیریتی با عملکرد مالی شرکت ارتباط چشمگیری دارند. همچنین به این نتیجه رسیدند که به طور کامل واسطه‌ای بین سیاست‌های زیست محیطی، نظارت، سیستم‌های مدیریت و بازده دارایی‌ها، بازده سرمایه و قیمت سهام است.

دوبلر و همکاران^۱ (۲۰۱۵)، سطح عملکرد پایدار زیست محیطی و ریسک زیست محیطی برای ۸۸ شرکت آمریکایی مورد بررسی قرار دادند. نتایج نشان می‌دهد که سطح افشای اطلاعات زیست محیطی ارتباط مثبتی با ریسک زیست محیطی شرکت دارد. یافته‌های این پژوهش نشان داد که به دلیل فشارهای عمومی برای گزارشگری شاخص‌های زیست محیطی، شرکت‌ها نسبت به ارائه سطح بالاتری از افشای اطلاعات زیست محیطی تمایل بیشتری نشان می‌دهند.

پیشینه پژوهش‌های داخلی

فرح آبادی و حیدرپور (۱۴۰۱)، به بررسی تأثیر جهت‌گیری محیط زیست بر عملکرد مالی با تأکید بر اثرات مدیریت سبز تأمین‌کننده و سرمایه ارتباطی پرداختند. هدف از انجام این مطالعه، ارزیابی تأثیر جهت‌گیری محیط‌زیست بر عملکرد مالی با تأکید بر اثرات مدیریت سبز تأمین‌کننده و سرمایه ارتباطی بود. با بررسی نتایج تحلیل‌ها، آزمون فرضیه‌ها نشان داد که جهت‌گیری محیط زیست بر عملکرد مالی تأثیر مثبت دارد. همچنین، جهت‌گیری محیط زیست بر مدیریت سبز تأمین‌کننده تأثیر مثبت دارد.

وقفی و همکاران (۱۳۹۹)، به بررسی تأثیر اهتمام مطلوب مدیریت محیط زیست، کنترل کیفیت و بهداشت کارکنان بر بحران مالی و عملکرد با تأکید بر نقش مدیریت دولتی در شرکت‌های بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج نشان داد که بین اخذ گواهینامه‌های بین‌المللی شرکت و بازده سهام رابطه وجود دارد و این رابطه با مدیریت دولتی شرکت تغییر مثبت می‌کند اما اخذ گواهینامه‌های بین‌المللی برای بحران مالی شرکت‌ها تأثیر ندارد.

سلیمانی و مجبوری یزدی (۱۳۹۸)، به بررسی تأثیر استراتژی زیست محیطی شرکت، تعهد مدیریت ارشد و عدم اطمینان زیست محیطی با تأکید بر نقش حسابداری مدیریت زیست محیطی، بر عملکرد زیست محیطی شرکت پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داد که استراتژی‌های زیست محیطی بر عملکرد زیست محیطی شرکت‌ها تأثیر مثبت و معناداری دارند. استراتژی‌های زیست محیطی تأثیر مثبت غیر مستقیمی بر عملکرد زیست محیطی شرکت از طریق حسابداری مدیریت زیست محیطی داشتند. تعهد مدیریت ارشد بر عملکرد زیست محیطی شرکت از طریق حسابداری مدیریت زیست محیطی تأثیر غیرمستقیم، مثبت و معناداری داشت و عدم اطمینان محیطی درک شده بر استفاده از حسابداری مدیریت زیست محیطی تأثیر مثبت معناداری را نشان داد.

زند و فغانی (۱۳۹۷)، به بررسی تأثیر عملکرد اجتماعی، زیست محیطی و اخلاقی بر عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار پرداختند. در این مطالعه عملکرد مالی متغیر وابسته و عملکرد اجتماعی، زیست محیطی و اخلاقی متغیر مستقل بودند. نتایج نشان داد که بین عملکرد اجتماعی، زیست محیطی و اخلاقی و عملکرد مالی شرکت‌ها تأثیر مستقیم و معناداری وجود داشت.

1. Dobler et al.

عزیز محمدلو و محمدنژاد (۱۳۹۵)، به بررسی تأثیر فشارهای محیطی بر عملکرد سازمان با تأکید بر انتخاب فناوری سبز پرداختند. هدف پژوهش فوق بررسی تأثیر فشارهای محیطی بر عملکرد سازمان با تأکید بر انتخاب فناوری سبز در شرکت های کوچک و متوسط صنایع تولید رنگ شیمیایی بود. نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد، شرایط کلان بیشترین تأثیر را بر انتخاب فناوری سبز دارد و بهبود عملکرد زیست محیطی منجر به ارتقای عملکرد سازمان می شود.

دارابی و اکبری (۱۳۹۴)، به بررسی عوامل موثر بر اجرای حسابداری زیست محیطی پرداختند. هدف پژوهش، بررسی مبانی نظری مورد نیاز برای اجرای حسابداری محیط زیست در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و عوامل مؤثر بر آن بود. یافته های پژوهش، بیانگر آن است که اثر کلیه متغیرها بر حسابداری محیط زیست تأیید شده است. به علاوه، متغیر موانع موجود در حسابداری جاری برای اندازه گیری فعالیت شرکت ها در محیط زیست در اولویت نخست و متغیر ایجاد ریسک بر اثر تهدیدات محیط زیست در اولویت آخر قرار گرفت. در اولویت بندی فرضیه ها، این نتیجه حاصل شد که کلیه متغیرهای مورد بحث بر حسابداری محیط زیست مؤثر هستند.

جوهرچی (۱۳۸۵)، به بررسی هزینه یابی زیست محیطی در شرکت های دارای گواهینامه ایزو ۱۴۰۰۰ پرداخت. نتایج نشان داد بین دریافت گواهینامه ایزو ۱۴۰۰۰ و انعکاس عملکرد زیست محیطی در گزارش های مالی رابطه معناداری وجود ندارد.

فرضیه های پژوهش

با توجه به مبانی نظری و پیشینه پژوهش، فرضیه های پژوهش به شرح زیر می باشد:

فرضیه اصلی:

معیارهای اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت تأثیر گذار است.

فرضیه های فرعی:

اقدامات قانونی بر عملکرد مالی در شرکت ها موثر است.

کمیته مسئولیت اجتماعی بر عملکرد مالی در شرکت ها موثر است.

فشار بازار بر عملکرد مالی در شرکت ها موثر است.

توسعه محصول / سهم بازار بر عملکرد مالی در شرکت ها موثر است.

پاسخگویی به نیاز مشتریان بر عملکرد مالی در شرکت ها موثر است.

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ طبقه بندی بر مبنای هدف از نوع کاربردی و روش پژوهش از نوع کمی می باشد و از نظر تحلیل داده ها، توصیفی از نوع همبستگی می باشد. به منظور بررسی فرضیات تحقیق اطلاعات از صورت های مالی حسابرسی شده شرکت ها، یادداشت های همراه و گزارش فعالیت هیات مدیره به مجمع شرکت های تولیدی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران از طریق سایت کدال و نرم افزار ره آورد نوین استخراج شد. برای سنجش متغیرهای پژوهش از مدل رگرسیون استفاده شده است. همچنین جهت آزمون فرضیه ها و تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار R استفاده می شود.

جامعه آماری پژوهش کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در دوره زمانی ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۸ پس از اعمال شرایط بوده است. شرایط مذکور به شرح زیر می باشد:

تاریخ پذیرش آن ها در سازمان بورس اوراق بهادار قبل از سال ۱۳۹۱ بوده و تا پایان سال ۱۳۹۸ نیز در فهرست شرکت های بورس باشند.

پایان سال مالی شرکت های موجود در صنعت ۲۹ اسفندماه هر سال باشد. با توجه به ماهیت تحقیق و لزوم مقایسه شرکت های موجود در صنایع گوناگون از جمله مواد و محصولات دارویی، خودرو و ساخت قطعات، ساخت محصولات فلزی، ماشین آلات و تجهیزات، سیمان، آهک و گچ، فلزات اساسی، لاستیک و پلاستیک، فرآورده های نفتی، کک و سوخت هسته ای، خودرو و ساخت قطعات، استخراج کانه های فلزی و محصولات شیمیایی انتخاب گردیدند. این صنایع حجم زیادی از بازار را تشکیل داده و علیرغم مورد توجه بودن از اطلاعات همگنی نیز برخوردار هستند. اطلاعات مورد استفاده در این تحقیق در فاصله زمانی تحقیق در دسترس باشد. دارای گواهینامه ISO ۱۴۰۰۰ به عنوان شاخص عملکرد زیست محیطی باشد. باتوجه به شرایط ذکر شده، ۱۰۸ شرکت به عنوان نمونه آماری این پژوهش انتخاب شدند.

متغیرها و مدل پژوهش

برای آزمون فرضیه ها از مدل های رگرسیونی زیر که با اقتباس از پژوهش های انجام شده توسط کونادو (۲۰۱۷) و موتاکین و سابرامینیام (۲۰۱۵) می باشد به شرح زیر استفاده خواهد شد:

$$MFP_{it} = \beta_0 + \beta_1 SI_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 LEV_{it} + \beta_4 CI_{it} + \beta_5 CD_{it} + \varepsilon_{it} \quad (۱)$$

$$MFP_{it} = \beta_0 + \beta_1 LM_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 LEV_{it} + \beta_4 CI_{it} + \beta_5 CD_{it} + \varepsilon_{it} \quad (۲)$$

$$MFP_{it} = \beta_0 + \beta_1 SRC_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 LEV_{it} + \beta_4 CI_{it} + \beta_5 CD_{it} + \varepsilon_{it} \quad (۳)$$

$$MFP_{it} = \beta_0 + \beta_1 MP_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 LEV_{it} + \beta_4 CI_{it} + \beta_5 CD_{it} + \varepsilon_{it} \quad (۴)$$

$$MFP_{it} = \beta_0 + \beta_1 PD_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 LEV_{it} + \beta_4 CI_{it} + \beta_5 CD_{it} + \varepsilon_{it} \quad (۵)$$

$$MFP_{it} = \beta_0 + \beta_1 MCN_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 LEV_{it} + \beta_4 CI_{it} + \beta_5 CD_{it} + \varepsilon_{it} \quad (۶)$$

که در آن:

متغیرهای وابسته

MFP_{it} : معیارهای مالی نوین می باشد که به شرح زیر محاسبه می شود:

$$MFP = EVA_{it} + MVA_{it} + REVA_{it} + Q.Tobin_{it}$$

EVA: ارزش افزوده اقتصادی می باشد که معیاری برای اندازه گیری توانایی مدیریت جهت افزایش عملکرد و ارزش افزوده است. ماهیت اصلی ارزش افزوده اقتصادی توسط ژول استرن و بنت استوارت در دهه ۱۹۷۰ پایه ریزی شد. به عبارت دیگر، ارزش افزوده اقتصادی مثبت نشان دهنده تخصیص بهینه منابع، ایجاد ارزش در شرکت و افزایش ثروت سهامداران است. از طرفی ارزش افزوده اقتصادی منفی بیانگر اتلاف منابع و تخصیص غیربهبینه و ناکارآمد منابع شرکت و به تبع آن کاهش ثروت سهامداران است. اگر ارزش افزوده اقتصادی یک شرکت مثبت باشد، شرکت برای سهامداران سودآور است و این سود نشان دهنده توانمندی های مجموعه مدیران آن شرکت است؛ از این رو ارزش افزوده اقتصادی «سود مدیریت» نامیده می شود (قهرمانیان، ۱۳۹۰).

ارزش افزوده اقتصادی از فرمول زیر محاسبه می شود:

$$EVA: NOPAT_t - (WACC * Capital_{t-1})$$

NOPAT: سودخالص عملیاتی بعد از مالیات، WACC: میانگین موزون هزینه های سرمایه، Capital: خالص ارزش دارایی ها

میانگین موزون هزینه های سرمایه از رابطه ی زیر محاسبه می شود:

$$WACC = \left(\frac{E_m}{E_m + D_m} \right) K_e + \left(\frac{D_m}{E_m + D_m} \right) K_d$$

Dm: ارزش دفتری کل بدهی‌ها، Em: ارزش دفتری حقوق مالکانه، Kd: نرخ هزینه بدهی بعدازمالیات، Ke: نرخ هزینه حقوق مالکانه

MVA: ارزش افزوده بازار نشان دهنده ارزیابی سرمایه گذار از شرکت است و حداکثر نمودن آن هدف هر شرکتی است که به دنبال حداکثر کردن ثروت سهامداران است، زیرا با رشد قیمت سهم و افزایش ارزش بازار آن به طور عملی و واقعی به ثروت سهامداران شرکت افزوده می‌شود. بنابر این تغییرات ارزش افزوده بازار هر شرکت بیانگر تغییر ثروت سهامداران آن شرکت می‌باشد (رهنمای رودپشتی، ۱۳۸۶). ارزش افزوده بازار که شاخص ثروت آفرینی برای طبقه سهامداران می‌باشد تحت تاثیر قضاوت نسبت به ارزش افزوده اقتصادی می‌باشد. ارزش افزوده بازار زمانی ایجاد می‌شود که ارزش بازار واحدهای تجاری بیش از سرمایه به کار گرفته شده در آن باشد. هر چه ارزش افزوده بازار بزرگتر باشد یعنی بازار سرمایه انتظار دارد ارزش افزوده اقتصادی بیشتری در آینده ایجاد شود (طالب‌نیا و شجاع، ۱۳۹۰). از لحاظ تئوریک ارزش یک شرکت در یک تاریخ معین تابعی از انتظارات بازار سرمایه نسبت به ارزش افزوده اقتصادی سال‌های آینده است (مانوهار، ۱۹۹۹).

$$MVA = MCAPITAL - BVCAPITAL$$

MCAPITAL: ارزش بازار حقوق صاحبان سهام، BVCAPITAL: ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام
REVA: باسیدور و همکاران^۲ (۱۹۹۷) برای برطرف کردن معایب محاسبه‌ی ارزش افزوده‌ی اقتصادی، ابزار اندازه‌گیری عملکرد دیگری به نام ارزش افزوده‌ی اقتصادی تعدیل شده را معرفی کردند. آن‌ها معتقدند ارزش افزوده‌ی اقتصادی تعدیل شده، چارچوبی برای ارزیابی عملکرد و میزان ارزش افزوده برای سهامداران و سرمایه‌گذاران فراهم می‌کند. ارزش افزوده‌ی اقتصادی تعدیل شده شبیه معیار ارزش افزوده‌ی اقتصادی است با این تفاوت که در محاسبه‌ی ارزش افزوده‌ی اقتصادی تعدیل شده، مخارج سرمایه‌ای بر اساس ارزش بازار محاسبه می‌شود، نه بر اساس ارزش دفتری دارایی‌ها. نحوه محاسبه ارزش افزوده اقتصادی تعدیل شده همانند ارزش افزوده اقتصادی می‌باشد، اما تفاوت اساسی ارزش افزوده اقتصادی و ارزش افزوده اقتصادی تعدیل شده در مخارج سرمایه به کار رفته می‌باشد، در ارزش افزوده اقتصادی تعدیل شده بر اساس ارزش بازار شرکت در پایان دوره (t-1) و یا شروع دوره (t) می‌باشد، در حالیکه ارزش افزوده اقتصادی بر اساس ارزش دفتری دارایی‌ها در پایان همان سال محاسبه می‌شود.

$$REVA_t = NOPAT - WACC (MCAPITAL_{t-1})$$

NOPAT: سود عملیاتی پس از کسر مالیات در پایان دوره (t)، WACC: میانگین موزون هزینه‌ی سرمایه

MCAPITAL: ارزش بازار شرکت در ابتدای دوره شرکت i در سال t-1

$$WACC_{it} = (w_{sit} * k_{sit}) + (w_{dit} * k_{dit})$$

WS: نسبت ارزش بازار سرمایه شرکت به مجموع ارزش بدهی و بازار سرمایه شرکت i در دوره t

KS: نرخ هزینه سرمایه حقوق صاحبان سهام شرکت i در دوره t

Q.Tobin: در سال ۱۹۶۹، یک اقتصاددان به نام «جیمز توبین»، به منظور ارزیابی پروژه‌های سرمایه‌گذاری، از نسبت ارزش بازار شرکت به ارزش دفتری دارایی‌های شرکت استفاده نمود که این نسبت به شاخص Q توبین شهرت یافت (عباسی و ابراهیم زاده، ۱۳۹۱). هدف وی برقراری یک رابطه علت و معلولی بین شاخص Q توبین و میزان سرمایه‌گذاری انجام شده توسط شرکت بود، به طوری که اگر شاخص Q توبین محاسبه شده برای شرکت بزرگتر از عدد یک باشد، شرکت انگیزه زیادی برای سرمایه‌گذاری و رشد دارد. اگر نسبت Q توبین کوچکتر از یک باشد، نشان دهنده آن است که شرکت وضعیت مطلوبی ندارد و سرمایه‌گذاری در آن متوقف خواهد شد (حیدرپور و مستوفی، ۱۳۸۸).

1. Manohar
2. Bacidore et al.

$$Q = \frac{MVS + BVD}{BVA}$$

MVS: ارزش بازار سهام عادی، BVD: ارزش دفتری بدهی‌ها، BVA: ارزش دفتری دارایی‌ها

متغیرهای مستقل

SI: معیارهای اجتماعی می‌باشد که از طریق شاخص‌های زیر مورد ارزیابی قرار می‌گیرد:

LM: اقدامات قانونی

SRC: کمیته مسئولیت اجتماعی

MP: فشار بازار

PD: توسعه محصول/سهام بازار

MCN: پاسخگویی به نیاز مشتریان

ضمناً برای سنجش و اندازه‌گیری متغیرهای مستقل از یادداشت‌های همراه و گزارش فعالیت هیات مدیره استفاده خواهد شد و اگر شرکت‌های مورد بررسی دارای هریک از مولفه‌های فوق باشند با عدد یک و در غیر اینصورت صفر لحاظ می‌شود.

متغیرهای کنترلی

با توجه به پژوهش انجام شده توسط کونادو (۲۰۱۷)، متغیرهای زیر به عنوان متغیرهای کنترلی در نظر گرفته شد:

SIZE: از طریق لگاریتم طبیعی ارزش کل دارایی‌های شرکت بدست می‌آید.

LEV: کل بدهی‌ها تقسیم بر کل دارایی‌های شرکت می‌باشد.

CI: از تقسیم کل دارایی‌های شرکت بر کل فروش شرکت بدست می‌آید.

CD: مدیرعامل عناوین رئیس یا نائب رئیس هیئت مدیره را در اختیار داشته باشد.

یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی

برای اینکه تا حدودی اطلاعات نهفته در داده‌ها مختصر و محسوس شود و کلیاتی درباره ویژگی نمونه‌های مورد بررسی به دست آید اقدام به تهیه و تنظیم آمار توصیفی می‌شود، این اطلاعات شامل: شاخص‌های مرکزی و پراکندگی از قبیل میانگین، میانه، انحراف معیار، حداقل و حداکثر، دامنه تغییرات می‌باشد. آمار توصیفی برای متغیرهای پژوهش در نگاره شماره ۲ نشان داده شده است.

نگاره شماره ۲. آماره‌های توصیفی متناظر با متغیرهای پژوهش

نوع متغیر	میانگین	میانه	انحراف معیار	مینیمم	ماکسیمم	ضریب چولگی	ضریب کشیدگی
MFP	۲/۴۲۷	۲/۲۱	۱/۲۹	-۰/۸۰۸	۶/۲۴	-۰/۷۹۸	۰/۴۱۹
SIZE	۱۴/۳۸	۱۴/۱۰	۱/۵۱	۱۱/۰۴	۱۹/۱۴	-۰/۹۶۲	۱/۱۰۰
LEV	-۰/۵۷۶	۰/۵۷۸	۰/۱۹۷	-۰/۰۹	۱/۷۹	-۰/۵۰۳	۳/۰۵
CI	-۰/۲۵۲	۰/۲۰۶	۰/۱۷۴	-۰/۰۱۷	-۰/۹۳۲	۱/۱۴	۰/۹۷۵
CD	-۰/۲۸	۰/۰	۰/۴۴۸	۰	۱	-۰/۹۹۴	-۱/۰۱۴
SI	-۰/۴۴۲	۰/۴۰۰	-۰/۰۹۹	-۰/۲	۱	۲/۶۹	۱۰/۱۹
LM	-۰/۰۱	۰	۰/۱۰۷	۰	۱	۹/۱۵	۸۱/۸۹

-.۰/۲۷	۱/۴۱	۱	۰	۰/۴۱۰	۰	۰/۲۱	SRC
۰/۳۶۵	۱/۵۴	۱	۰	۰/۳۹۷	۰	۰/۲۰	MP
۵۲/۹۳	-۷/۴۰	۱	۰	۰/۱۳۱	۱	۰/۹۸	PD
۱۰۳/۶۱۵	-۱۰/۲۶	۱	۰	۰/۰۹۶	۱	۰/۹۹	MCN

منبع: یافته‌های پژوهشگر

نگاره شماره ۳. جدول فراوانی نسبی متغیرهای کیفی پژوهش

نام متغیر	فراوانی نسبی
CD	۰/۲۸
LM	۰/۰۱
SRC	۰/۲۱
MP	۰/۲۰
PD	۰/۹۸
MCN	۰/۹۹

در این پژوهش در دوره مطالعاتی ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۸، در هر سال ۱۰۸ شرکت مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج نگاره فوق بیانگر آن است که تمام اطلاعات مورد نیاز در این پژوهش مربوط به ۸۶۴ سال - شرکت (۸ × ۱۰۸) به طور کامل استخراج شده است. در بین متغیرهای پژوهش پراکندگی مشاهدات با توجه به دامنه تغییرات که از تفاضل دو مقدار مذکور حاصل می‌شود برای معیارهای عملکرد مالی نوین و اندازه شرکت بیشتر از سایر متغیرهای پژوهش می‌باشد. معیارهای اجتماعی در ۴۴/۲ درصد از شرکت‌ها رعایت می‌شود. ۱ درصد از شرکت‌ها اقدامات قانونی را رعایت نموده و در ۲۱ درصد از آن‌ها کمیته مسئولیت اجتماعی وجود دارد. شاخص فشار بازار و توسعه محصول به ترتیب در ۲۰ و ۹۸ درصد از شرکت‌ها وجود دارد و می‌توان گفت که ۹۹ درصد از شرکت‌ها پاسخگوی نیاز مشتریان هستند.

آزمون فرضیه‌ها و تحلیل یافته‌های پژوهش

معیارهای اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت تأثیر گذار است.

برای بررسی این فرضیه، مدل رگرسیون زیر برازش داده می‌شود:

$$MFP_{it} = \beta_0 + \beta_1 SI_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 LEV_{it} + \beta_4 CI_{it} + \beta_5 CD_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

قبل از آزمون مدل رگرسیون لازم است آزمون‌هایی را به منظور انتخاب بهترین مدل رگرسیون انجام دهیم. نتایج آزمون‌های مورد استفاده برای فرضیه اصلی پژوهش در نگاره شماره ۴ نشان داده شده است.

نگاره شماره ۴. نتایج آزمون‌های مورد استفاده برای فرضیه اصلی پژوهش

نوع آزمون	آماره‌ی آزمون	-P مقدار
F لیمر	۶/۰۳	۰/۰۰۰
هاسمن	۸/۴۹	۰/۱۳
بروش-گادفری	۱۷۱/۳۸	۰/۰۰۰
بروش-پاکن	۶/۵۱	۰/۲۶

منبع: یافته‌های پژوهشگر

آزمون F لیمر بیانگر این مطلب است که در سطح خطای ۵ درصد بین روش OLS و روش پانلی، باید از روش پانلی استفاده شود. پس از آنکه مدل پانلی انتخاب شد، برای تشخیص و شناخت درست مدل مورد استفاده و اینکه مدل اثرات ثابت

موضوع روش تخمین است یا مدل اثرات تصادفی، از آزمون هاسمن استفاده می‌کنیم و با توجه به نتایج P-مقدار بیشتر از ۰/۰۵ می‌باشد پس روش با اثرات تصادفی انتخاب خواهد شد. برای آزمون این که آیا خطای مدل مورد استفاده خود همبستگی سریالی دارند، از آزمون بروش-گادفری استفاده می‌کنیم. اگر P-مقدار از ۰/۰۵ کمتر باشد می‌توان گفت داده‌های مورد بررسی خودهمبستگی سریالی دارند. همان طور که مشاهده می‌شود P-مقدار از ۵ درصد کمتر است لذا خودهمبستگی خطای مدل پذیرفته می‌شود. برای آزمون این که آیا خطای مدل مورد استفاده ناهمسانی واریانس دارند، از آزمون بروش-پاگن استفاده می‌کنیم و همان طور که مشاهده می‌شود P-مقدار بیشتر از ۵ درصد است لذا همسانی واریانس خطای مدل پذیرفته می‌شود.

در نگاره شماره ۵ نتایج برآورد ضرایب رگرسیونی برای هریک از متغیرهای پیش‌بینی مدل رگرسیونی ارائه شده است. در این راستا با جمع بندی پیش فرض‌های رگرسیون به این نتیجه رسیدیم که باید برای برازش مدل از روش تعمیم یافته استفاده نماییم. پس از انجام این رگرسیون نتایج مدل به شرح نگاره زیر می‌باشد:

نگاره شماره ۵. نتایج برازش مدل رگرسیونی متناظر با مدل رگرسیونی شماره (۱)

نتیجه	P-مقدار	آماره t	انحراف استاندارد خطا	ضرایب متغیر در مدل	VIF	ضرایب
معناداری در مدل	۰/۰۱۹	۲/۳۴۶	۰/۴۳۵	۱/۰۲	-	عرض از مبدا
معناداری در مدل	۰/۰۰۰	۹/۱۳	۰/۰۴۴۴	۰/۴۰۴	۱/۹۸	SI
معناداری در مدل	۰/۰۰۰	۴/۱۸	۰/۰۲۹	۰/۱۲۲	۱/۹۳	SIZE
عدم معناداری در مدل	۰/۰۸۵	-۱/۷۲	۰/۲۲۱	-۰/۳۸۱	۱/۸۰	LEV
معناداری در مدل	۰/۰۰۰	-۵/۱۱	۰/۲۴۸	-۱/۲۶۷	۱/۶۹	CI
عدم معناداری در مدل	۰/۷۰۹	۰/۳۷۳	۰/۰۹۶	۰/۰۳۶	۱/۳۸	CD
۰/۳۴		ضریب تعیین				
۱۸/۷۵	آماره F		آزمون معنی داری مدل			
۰/۰۰۰	P-مقدار					
۲/۱۶۹	آماره دوربین-واتسون		آزمون دوربین-واتسون			
۰/۶۲۱	P-مقدار					

منبع: یافته‌های پژوهشگر

همان طور که ملاحظه می‌شود ماکسیمم مقادیر VIF نیز کمتر از ۱۰ بوده است از این رو وجود تمامی متغیرها در مدل آن را مخدوش نخواهند کرد. همچنین P-مقدار (۰/۰۰۰) آزمون معنی دار بودن مدل نیز مناسب بودن مدل را تأیید می‌کند. نتایج حاکی از آن است که با توجه به نتایج، آماره t (۹/۱۳) نشان می‌دهد که متغیر مستقل معیارهای اجتماعی (SI) در این مدل در سطح ۹۵٪ اطمینان، از لحاظ آماری معنادار می‌باشد زیرا اولاً مقادیر قدر مطلق این آماره بیشتر از ۱/۹۶ بوده ثانیاً P-مقدار (۰/۰۰۱) نیز کمتر از ۵ درصد می‌باشد. بنابر این معیارهای اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت تأثیر گذار است.

فرضیه فرعی ۱: اقدامات قانونی بر عملکرد مالی در شرکت‌ها موثر است.

برای بررسی این فرضیه از مدل رگرسیون زیر برازش داده می‌شود:

$$MFP_{it} = \beta_0 + \beta_1 LM_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 LEV_{it} + \beta_4 CI_{it} + \beta_5 CD_{it} + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

مشابه با فرضیه قبل نتایج آزمون‌های تشخیصی برای داده‌های پانلی فرضیه فرعی اول پژوهش در نگاره شماره ۶ نشان داده شده است.

نگاره شماره ۶. نتایج آزمون های مورد استفاده برای فرضیه فرعی اول پژوهش

نوع آزمون	آماره ی آزمون	P- مقدار
F لیمر	۶/۰۴	۰/۰۰۰
هاسمن	۸/۷۰	۰/۱۲
بروش-گادفری	۱۷۱/۳۹	۰/۰۰۰
بروش-پاگن	۶/۳۸	۰/۳۷۱

منبع: یافته های پژوهشگر

آزمون F لیمر بیانگر این مطلب است که در سطح خطای ۵ درصد بین روش OLS و روش پانلی، باید از روش پانلی استفاده شود. با استفاده از آزمون هاسمن همان طور که مشاهده شد P-مقدار بیشتر از ۰/۰۵ است، از این رو روش اثرات تصادفی انتخاب می شود. آزمون بروش-گادفری نشان داد که P-مقدار از ۵ درصد کمتر است لذا خودهمبستگی خطای مدل پذیرفته می شود و در آزمون بروش-پاگن نتایج حاکی از آن بود که P-مقدار بیشتر از ۵ درصد است لذا همسانی واریانس خطای مدل پذیرفته می شود. با جمع بندی پیش فرض های رگرسیون به این نتیجه رسیدیم که باید برای برازش مدل از روش تعمیم یافته استفاده نماییم. پس از انجام رگرسیون نتایج مدل به شرح نگاره شماره ۷ ارائه شد:

نگاره شماره ۷. نتایج برازش مدل رگرسیونی متناظر با مدل رگرسیونی شماره (۲)

ضرایب	VIF	ضرایب متغیر در مدل	انحراف استاندارد خطا	آماره t	P-مقدار	نتیجه
عرض از مبدا	-	۱/۱۱۸	۰/۴۲۲	۲/۶۵۲	۰/۰۰۸	معناداری در مدل
LM	۱/۶۲	-۰/۰۷۶	۰/۰۰۴۰۳	-۱۸/۹۷	۰/۰۰۰	معناداری در مدل
SIZE	۱/۵۹	۰/۱۲۸	۰/۰۲۹	۴/۴۴	۰/۰۰۰	معناداری در مدل
LEV	۱/۳۴	-۰/۳۸۱	۰/۲۲۲	-۱/۷۲	۰/۰۸۵	عدم معناداری در مدل
CI	۱/۴۰	-۱/۲۶	۰/۲۴۸	-۵/۰۸	۰/۰۰۰	معناداری در مدل
CD	۱/۹۱	۰/۰۲۷	۰/۰۹۶	۰/۳۹۱	۰/۷۷۱	عدم معناداری در مدل
ضریب تعیین		۰/۳۴				
آزمون معنی داری مدل		آماره F	۱۸/۵۸			
		P-مقدار	۰/۰۰۰			
آزمون دوربین-واتسون		آماره دوربین-واتسون	۲/۱۷			
		P-مقدار	۰/۶۳۱			

منبع: یافته های پژوهشگر

همان طور که ملاحظه می شود ماکسیمم مقادیر VIF نیز کمتر از ۱۰ بوده است از این رو وجود تمامی متغیرها در مدل آن را مخدوش نخواهند کرد. همچنین P-مقدار (۰/۰۰۰) آزمون معنی دار بودن مدل نیز مناسب بودن مدل را تأیید می کند. نتایج حاکی از آن است که با توجه به نتایج، آماره t (-۱۸/۹۷) نشان می دهد که متغیر مستقل اقدامات قانونی (LM) در این مدل در سطح ۹۵٪ اطمینان، از لحاظ آماری معنادار می باشد زیرا اولاً مقادیر قدر مطلق این آماره بیشتر از ۱/۹۶ بوده ثانیاً P-مقدار (۰/۰۰۰) نیز کمتر از ۵ درصد می باشد. بنابراین اقدامات قانونی بر عملکرد مالی در شرکتها موثر است. فرضیه فرعی ۲: کمیته مسئولیت اجتماعی بر عملکرد مالی در شرکتها موثر است.

برای بررسی این فرضیه از مدل رگرسیون زیر برازش داده می شود:

$$MFP_{it} = \beta_0 + \beta_1 SRC_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 LEV_{it} + \beta_4 CI_{it} + \beta_5 CD_{it} + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

مشابه با فرضیه‌های قبل نتایج آزمون‌های تشخیصی برای داده‌های پانلی فرضیه فرعی دوم پژوهش در نگاره شماره ۸ نشان داده شده است.

نگاره شماره ۸. نتایج آزمون‌های مورد استفاده برای فرضیه فرعی دوم پژوهش

نوع آزمون	آماره‌ی آزمون	P-مقدار
F لیمر	۶/۰۲۵	۰/۰۰۰
هاسمن	۸/۵۵	۰/۱۳۹
بروش-گادفری	۱۷۱/۸۵	۰/۰۰۰
بروش-پاگن	۷/۳۳	۰/۱۹۷

منبع: یافته‌های پژوهشگر

آزمون F لیمر بیانگر این مطلب است که در سطح خطای ۵ درصد بین روش OLS و روش پانلی، باید از روش پانلی استفاده شود. نتایج حاصل از آزمون هاسمن نشان داد که P-مقدار بیشتر از ۰/۰۵ است از این رو اثرات تصادفی انتخاب می‌شود. در آزمون بروش-گادفری P-مقدار از ۵ درصد کمتر است لذا خودهمبستگی خطای مدل پذیرفته می‌شود و در آزمون بروش-پاگن نتایج مشاهده شده نشان دهنده آن است که P-مقدار بیشتر از ۵ درصد است لذا همسانی واریانس خطای مدل پذیرفته می‌شود. برای جمع بندی پیش فرض‌های رگرسیون به این نتیجه رسیدیم که باید برای برازش مدل از روش تعمیم یافته استفاده نماییم. پس از انجام این رگرسیون نتایج این مدل در نگاره شماره ۹ نشان داده می‌شود:

نگاره شماره ۹. نتایج برازش مدل رگرسیونی متناظر با مدل رگرسیونی شماره (۳)

ضرایب	VIF	ضرایب متغیر در مدل	انحراف استاندارد خطا	آماره t	P-مقدار	نتیجه
عرض از مبدا	-	۱/۱۹	۰/۴۳۱	۲/۸۳	۰/۰۰۴۷	معناداری در مدل
SRC	۱/۴۲	۰/۱۸۷	۰/۰۱۰۶	۱۷/۶۱	۰/۰۰۰	معناداری در مدل
SIZE	۱/۶۱	۰/۱۱۸	۰/۰۳۹	۴/۰۹	۰/۰۰۰	معناداری در مدل
LEV	۱/۸۵	-۰/۳۵۸	۰/۲۳۱	-۱/۶۲	۰/۱۰۵	عدم معناداری در مدل
CI	۱/۹۴	-۱/۳۶۸	۰/۳۴۷	-۵/۱۲۰	۰/۰۰۰	معناداری در مدل
CD	۱/۶۹	۰/۰۴۴	۰/۰۹۶	۰/۴۶۵	۰/۶۴۲	عدم معناداری در مدل
ضریب تعیین		۰/۳۵				
آزمون معنی داری مدل		آماره F	۱۹/۲۲			
		P-مقدار	۰/۰۰۰			
آزمون دوربین-واتسون		آماره دوربین-واتسون	۲/۱۶۷			
		P-مقدار	۰/۶۲۱			

منبع: یافته‌های پژوهشگر

همان طور که ملاحظه می‌شود ماکسیمم مقادیر VIF نیز کمتر از ۱۰ بوده است از این رو وجود تمامی متغیرها در مدل آن را مخدوش نخواهند کرد. همچنین P-مقدار (۰/۰۰۰) آزمون معنی دار بودن مدل نیز مناسب بودن مدل را نیز تأیید می‌کند. نتایج حاکی از آن است که با توجه به نتایج، آماره t (۱۷/۶۱) نشان می‌دهد که متغیر مستقل کمیته مسئولیت اجتماعی (SRC) در این مدل در سطح ۹۵٪ اطمینان، از لحاظ آماری معنادار می‌باشد زیرا اولاً مقادیر قدر مطلق این آماره بیشتر از ۱/۹۶ بوده ثانیاً P-مقدار (۰/۰۰۰) نیز کمتر از ۵ درصد می‌باشد. بنابر این کمیته مسئولیت اجتماعی بر عملکرد مالی در شرکت‌ها موثر است.

فرضیه فرعی ۳: فشار بازار بر عملکرد مالی در شرکت‌ها موثر است.

برای بررسی این فرضیه از مدل رگرسیون زیر برازش داده می‌شود:

$$MFP_{it} = \beta_0 + \beta_1 MP_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 LEV_{it} + \beta_4 CI_{it} + \beta_5 CD_{it} + \varepsilon_{it} \quad (4)$$

مشابه با فرضیه‌های قبل نتایج آزمون‌های تشخیصی برای داده‌های پانلی فرضیه فرعی سوم پژوهش در نگاره شماره ۱۰ نشان داده شده است.

نگاره شماره ۱۰. نتایج آزمون‌های مورد استفاده برای فرضیه فرعی سوم پژوهش

نوع آزمون	آماره‌ی آزمون	-P مقدار
F لیمر	۸/۰۲۴	۰/۰۰۰
هاسمن	۸/۵۶	۰/۱۲۸
بروش-گادفری	۱۷۱/۵۲	۰/۰۰۰
بروش-پاگن	۷/۸۵	۰/۱۶

منبع: یافته‌های پژوهشگر

آزمون F لیمر بیانگر این مطلب است که در سطح خطای ۵ درصد بین روش OLS و روش پانلی، باید از روش پانلی استفاده شود. در آزمون هاسمن همان طور که مشاهده می‌شود -P مقدار بیشتر از ۰/۰۵ است از این رو روش اثرات تصادفی انتخاب می‌شود. از آزمون بروش-گادفری، این نتیجه مشاهده می‌شود که -P مقدار از ۵ درصد کمتر است لذا خودهمبستگی خطای مدل پذیرفته می‌شود. در آزمون بروش-پاگن مشاهده می‌شود -P مقدار بیشتر از ۵ درصد است لذا همسانی واریانس خطای مدل پذیرفته می‌شود. در این راستا با جمع بندی پیش فرض‌های رگرسیون به این نتیجه رسیدیم که باید برای برازش مدل از روش تعمیم یافته استفاده نماییم. پس از انجام این رگرسیون نتایج این مدل در نگاره شماره ۱۱ آورده شده است:

نگاره شماره ۱۱. نتایج برازش مدل رگرسیونی متناظر با مدل رگرسیونی شماره (۴)

ضرایب	VIF	ضرایب متغیر در مدل	انحراف استاندارد خطا	آماره t	-P مقدار	نتیجه
عرض از مبدا	-	۱/۱۹	۰/۴۲۲	۲/۸۳	۰/۰۰۴	معناداری در مدل
MP	۱/۶۶	۰/۱۵۷	۰/۰/۰۱۱	۱۴/۱۶	۰/۰۰۰	معناداری در مدل
SIZE	۱/۵۶	۰/۱۱۹	۰/۰۲۹	۴/۰۹	۰/۰۰۰	معناداری در مدل
LEV	۱/۸۹	-۰/۳۶۲	۰/۲۲۱	-۱/۶۳	۰/۱۰۲	عدم معناداری در مدل
CI	۱/۳۴	-۱/۲۷	۰/۲۴۸	-۵/۱۲	۰/۰۰۰	معناداری در مدل
CD	۱/۶۴	۰/۰۴۴	۰/۰۹۶	۰/۴۶۴	۰/۶۴۲	عدم معناداری در مدل
ضریب تعیین		۰/۳۴				
آزمون معنی داری مدل		آماره F	۱۹/۹			
		-P مقدار	۰/۰۰۰			
آزمون دوربین-واتسون		آماره دوربین-واتسون	۲/۱۶۹			
		-P مقدار	۰/۶۲۱			

منبع: یافته‌های پژوهشگر

همان طور که ملاحظه می‌شود ماکسیمم مقادیر VIF نیز کمتر از ۱۰ بوده است از این رو وجود تمامی متغیرها در مدل آن را مخدوش نخواهند کرد. همچنین -P مقدار (۰/۰۰۰) آزمون معنی دار بودن مدل نیز مناسب بودن مدل را نیز تأیید می‌کند. نتایج حاکی از آن است که با توجه به نتایج، آماره t (۱۴/۱۶) نشان می‌دهد که متغیر مستقل فشار بازار در این مدل

در سطح ۹۵٪ اطمینان، از لحاظ آماری معنادار می‌باشد زیرا اولاً مقادیر قدر مطلق این آماره بیشتر از ۱/۹۶ بوده ثانیاً P-مقدار کمتر از ۵ درصد می‌باشد. بنابر این فشار بازار بر عملکرد مالی در شرکت‌ها موثر است. فرضیه فرعی ۴: توسعه محصول/سهم بازار بر عملکرد مالی در شرکت‌ها موثر است. برای بررسی این فرضیه از مدل رگرسیون زیر برازش داده می‌شود:

$$MFP_{it} = \beta_0 + \beta_1 PD_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 LEV_{it} + \beta_4 CI_{it} + \beta_5 CD_{it} + \varepsilon_{it} \quad (5)$$

مشابه با فرضیه‌های قبل نتایج آزمون‌های تشخیصی برای داده‌های پانلی فرضیه فرعی چهارم پژوهش در نگاره شماره ۱۲ نشان داده شده است.

نگاره شماره ۱۲. نتایج آزمون‌های مورد استفاده برای فرضیه فرعی چهارم پژوهش

نوع آزمون	آماره‌ی آزمون	P-مقدار
F لیمر	۶/۰۵	۰/۰۰۰
هاسمن	۸/۸۲	۰/۱۱۶
بروش-گادفری	۱۷۲/۸۳	۰/۰۰۰
بروش-پاگن	۶/۱۸	۰/۲۸۹

منبع: یافته‌های پژوهشگر

آزمون F لیمر بیانگر این مطلب است که در سطح خطای ۵ درصد بین روش OLS و روش پانلی، باید از روش پانلی استفاده شود. در آزمون هاسمن همان طور که مشاهده می‌شود P-مقدار بیشتر از ۰/۰۵ است از این رو روش اثرات تصادفی انتخاب می‌شود. از آزمون بروش-گادفری، این نتیجه مشاهده می‌شود که P-مقدار از ۵ درصد کمتر است لذا خودهمبستگی خطای مدل پذیرفته می‌شود. در آزمون بروش-پاگن مشاهده می‌شود P-مقدار بیشتر از ۵ درصد است لذا همسانی واریانس خطای مدل پذیرفته می‌شود. در این راستا با جمع بندی پیش فرض‌های رگرسیون به این نتیجه رسیدیم که باید برای برازش مدل از روش تعمیم یافته استفاده نماییم. پس از انجام این رگرسیون نتایج این مدل در نگاره شماره ۱۳ آورده شده است:

نگاره شماره ۱۳. نتایج برازش مدل رگرسیونی متناظر با مدل رگرسیونی شماره (۵)

ضرایب	VIF	ضرایب متغیر در مدل	انحراف استاندارد خطا	آماره t	P-مقدار	نتیجه
عرض از مبدا	-	۱/۴۹	۰/۵۱۴	۲/۹۰	۰/۰۰۳	معناداری در مدل
PD	۱/۲۳	-۰/۴۰۵	۰/۰۳۲۹	۱۲/۳۰	۰/۰۰۰	معناداری در مدل
SIZE	۱/۳۹	۰/۱۳۹	۰/۰۲۹	۴/۵۲	۰/۰۰۰	معناداری در مدل
LEV	۱/۷۷	-۰/۳۸۳	۰/۲۲۱	-۱/۷۳	۰/۰۸۳	عدم معناداری در مدل
CI	۱/۱۲	-۱/۳۵۰	۰/۲۴۸	-۵/۰۴	۰/۰۰۰	معناداری در مدل
CD	۱/۳۶	۰/۰۲۱	۰/۰۹۶	۰/۲۱۶	۰/۸۲۸	عدم معناداری در مدل
ضریب تعیین		۰/۳۴۹				
آزمون معنی داری مدل		آماره F	۱۸/۸۹			
		P-مقدار	۰/۰۰۰			
آزمون دوربین-واتسون		آماره دوربین-واتسون	۲/۱۶۸			
		P-مقدار	۰/۶۳۱			

منبع: یافته‌های پژوهشگر

همان طور که ملاحظه می‌شود ماکسیمم مقادیر VIF نیز کمتر از ۱۰ بوده است از این رو وجود تمامی متغیرها در مدل آن را مخدوش نخواهند کرد. همچنین P-مقدار (۰/۰۰۰) آزمون معنی دار بودن مدل نیز مناسب بودن مدل را نیز تأیید

می‌کند. نتایج حاکی از آن است که با توجه به نتایج، آماره t (۱۲/۳۰) نشان می‌دهد که متغیر مستقل توسعه محصول/سهام بازار در این مدل در سطح ۹۵٪ اطمینان، از لحاظ آماری معنادار می‌باشد زیرا اولاً مقادیر قدر مطلق این آماره بیشتر از ۱/۹۶ بوده ثانیاً P -مقدار کمتر از ۵ درصد می‌باشد. بنابر این توسعه محصول/سهام بازار بر عملکرد مالی در شرکت‌ها موثر است. فرضیه فرعی ۵: پاسخگویی به نیاز مشتریان بر عملکرد مالی در شرکت‌ها موثر است. برای بررسی این فرضیه از مدل رگرسیون زیر برازش داده می‌شود:

$$MFP_{it} = \beta_0 + \beta_1 MCN_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 LEV_{it} + \beta_4 CI_{it} + \beta_5 CD_{it} + \varepsilon_{it} \quad (6)$$

مشابه با فرضیه‌های قبل نتایج آزمون‌های تشخیصی برای داده‌های پانلی فرضیه فرعی پنجم پژوهش در نگاره شماره ۱۴ نشان داده شده است.

نگاره شماره ۱۴. نتایج آزمون‌های مورد استفاده برای فرضیه فرعی پنجم پژوهش

نوع آزمون	آماره‌ی آزمون	P -مقدار
F لیمر	۶/۰۹	۰/۰۰۰
هاسمن	۸/۹۸	۰/۰۶۱
بروش-گادفری	۱۷۰/۹۳	۰/۰۰۰
بروش-پاگن	۸/۰۳	۰/۱۵۵

منبع: یافته‌های پژوهشگر

آزمون F لیمر بیانگر این مطلب است که در سطح خطای ۵ درصد بین روش OLS و روش پانلی، باید از روش پانلی استفاده شود. در آزمون هاسمن همان طور که مشاهده می‌شود P -مقدار بیشتر از ۰/۰۵ است از این رو روش اثرات تصادفی انتخاب می‌شود. از آزمون بروش-گادفری، این نتیجه مشاهده می‌شود که P -مقدار از ۵ درصد کمتر است لذا خودهمبستگی خطای مدل پذیرفته می‌شود. در آزمون بروش-پاگن مشاهده می‌شود P -مقدار بیشتر از ۵ درصد است لذا همسانی واریانس خطای مدل پذیرفته می‌شود. در این راستا با جمع بندی پیش فرض‌های رگرسیون به این نتیجه رسیدیم که باید برای برازش مدل از روش تعمیم یافته استفاده نماییم. پس از انجام این رگرسیون نتایج این مدل در نگاره شماره ۱۵ آورده شده است:

نگاره شماره ۱۵. نتایج برازش مدل رگرسیونی متناظر با مدل رگرسیونی شماره (۶)

ضرایب	VIF	ضرایب متغیر در مدل	انحراف استاندارد خطا	آماره t	P -مقدار	نتیجه
عرض از مبدا	-	۱/۴۱۸	۰/۵۹۸	۲/۳۶۸	۰/۰۱۸	معناداری در مدل
MCN	۱/۱۷	-۰/۳۰۹	۰/۰۴۵۱	-۶/۸۴۸	۰/۰۰۰	معناداری در مدل
SIZE	۱/۶۹	۰/۱۳۷	۰/۰۲۸۶	۴/۴۴۷	۰/۰۰۰	معناداری در مدل
LEV	۱/۳۸	-۰/۳۶۵	۰/۲۲۳	-۱/۶۳۸	۰/۱۰۱	عدم معناداری در مدل
CI	۱/۵۹	-۱/۲۵۰	۰/۲۴۸	-۵/۰۲۸	۰/۰۰۰	معناداری در مدل
CD	۱/۲۴	۰/۰۳۱۴	۰/۰۹۶	۰/۳۲۷	۰/۷۴۴	عدم معناداری در مدل
ضریب تعیین			۰/۳۴			
آزمون معنی داری مدل		آماره F	۱۸/۸۷			
آزمون دوربین-واتسون		P -مقدار	۰/۰۰۰			
آزمون دوربین-واتسون		آماره دوربین-واتسون	۲/۱۷			
آزمون دوربین-واتسون		P -مقدار	۰/۶۲۱			

منبع: یافته‌های پژوهشگر

همان طور که ملاحظه می‌شود ماکسیمم مقادیر VIF نیز کمتر از ۱۰ بوده است از این رو وجود تمامی متغیرها در مدل آن را مخدوش نخواهند کرد. همچنین P-مقدار (۰/۰۰۰) آزمون معنی دار بودن مدل نیز مناسب بودن مدل را نیز تأیید می‌کند. نتایج حاکی از آن است که با توجه به نتایج، آماره t (۶/۸۴۸-) نشان می‌دهد که متغیر مستقل پاسخگویی به نیاز مشتریان در این مدل در سطح ۹۵٪ اطمینان، از لحاظ آماری معنادار می‌باشد زیرا اولاً مقادیر قدر مطلق این آماره بیشتر از ۱/۹۶ بوده ثانیاً P-مقدار کمتر از ۵ درصد می‌باشد. بنابر این پاسخگویی به نیاز مشتریان بر عملکرد مالی در شرکت‌ها موثر است.

نتیجه گیری و پیشنهادات

با توجه به مطالعات انجام شده و جایگاه مسئولیت اجتماعی در عملکرد مالی نوین شرکت‌ها در دستیابی به مزیت رقابتی، در این پژوهش از معیارهای اجتماعی که شامل شاخص‌های اقدامات قانونی، کمیته مسئولیت اجتماعی، فشار بازار، توسعه محصول/سهم بازار و پاسخگویی به نیاز مشتریان می‌باشد، استفاده شد.

نتایج این مطالعه وجود رابطه مستقیم و مثبت بین معیارهای اجتماعی و عملکرد مالی شرکت‌ها را با توجه به آماره t (۹/۱۳) نشان می‌دهد و فرضیه اصلی این مطالعه که با استفاده از متغیر مستقل معیارهای اجتماعی مورد آزمون قرار گرفت در سطح ۹۵٪ اطمینان، از لحاظ آماری معنادار می‌باشد زیرا اولاً مقادیر قدر مطلق این آماره بیشتر از ۱/۹۶ بوده ثانیاً P-مقدار (۰/۰۰۱) نیز کمتر از ۵ درصد می‌باشد. بنابراین معیارهای اجتماعی مسئولیت اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت تأثیر گذار است. همچنین یافته‌های حاصل از آزمون فرضیه‌های فرعی نشان داد که مولفه‌های اقدامات قانونی، کمیته مسئولیت اجتماعی، فشار بازار، توسعه محصول/سهم بازار و پاسخگویی به نیاز مشتریان رابطه مستقیم و معناداری با عملکرد مالی شرکت‌ها با تأکید بر معیارهای مالی نوین دارند.

همانطور که آگونیس و گلاواس (۲۰۱۲) بیان کردند، مسئولیت اجتماعی شرکتی را می‌توان به عنوان زمینه‌ها و اقدامات خاص سازمانی تعریف کرد که انتظارات ذینفعان و عملکرد اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی را در بر می‌گیرد و همچنین طبق مطالعات لین و همکاران (۲۰۱۹) عدم عملکرد یک شرکت در راستای اجرای مسئولیت اجتماعی احتمالاً هزینه‌های قابل توجهی را به همراه خواهد داشت و از نظر مالی نیز منجر به کاهش سود می‌شود و باعث می‌شود شرکت از نظر اجتماعی موقعیت خوبی نداشته باشد، لذا اتخاذ سیاست‌های اجتماعی می‌تواند سودآوری بیشتری در شرکت‌ها ایجاد کند و انگیزه‌ای برای سرمایه‌گذاران در جهت افزایش سرمایه گذاری در برنامه‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی فراهم آورد.

نتایج بدست آمده در فرضیه‌های اصلی و فرعی با پژوهشات ذیل همخوانی دارد:

آبادگاریا و همکاران (۲۰۲۱) به ارتباط مسئولیت اجتماعی شرکت و مدیریت منابع انسانی سبز پرداختند. نتایج نشان داد که رابطه مستقیم و مثبت بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد وجود دارد. دیریل و همکاران (۲۰۲۰)، تأثیر عملکرد محیط زیست و هزینه‌های زیست محیطی بر عملکرد مالی را با استفاده از کمیته مسئولیت اجتماعی بررسی کردند. نتایج آن‌ها به عنوان یک ملاحظه مهم در ایجاد سیاست‌های مربوط به عملکرد زیست محیطی و به عنوان ابزاری برای سنجش عملکرد مالی برای پیشرفت شرکت‌ها مورد استفاده قرار گرفت. دوبلر و همکاران (۲۰۱۵)، سطح عملکرد پایدار محیطی و ریسک محیطی را بررسی کردند. نتایج نشان داد که سطح افشای اطلاعات زیست محیطی ارتباط مثبتی با ریسک زیست محیطی شرکت دارد.

زند و فغانی (۱۳۹۷) به بررسی تأثیر عملکرد اجتماعی، زیست محیطی و اخلاقی بر عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار پرداختند. نتایج نشان داد که بین عملکرد اجتماعی، زیست محیطی و اخلاقی و عملکرد مالی

شرکت‌ها تأثیر مستقیم و معناداری وجود داشت. عزیز محملو و محمدنژاد (۱۳۹۵) به بررسی تأثیر فشارهای محیطی بر عملکرد سازمان با تأکید بر انتخاب فناوری سبز پرداختند. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد، شرایط کلان بیشترین تأثیر را بر انتخاب فناوری سبز دارد و بهبود عملکرد زیست محیطی منجر به ارتقای عملکرد سازمان می‌شود.

از طرف دیگر نتایج بدست آمده در پژوهش فوق با یافته‌های جوهرچی (۱۳۸۵) که حاکی از عدم وجود رابطه معنادار بین دریافت گواهینامه ایزو ۱۴۰۰۰ و انعکاس عملکرد زیست محیطی در گزارش‌های مالی می‌باشند، هماهنگ نیست. با توجه به نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌ها، رابطه بین معیارهای اجتماعی با عملکرد مالی در شرکت‌ها تایید شد که این موضوع می‌تواند مورد توجه قرار گیرد و در نهایت منجر به بهبود عملکرد مالی شرکت، جذب سرمایه گذاران و حفظ سهامداران شرکت گردد و اطمینان آن‌ها از رعایت مسائل محیطی را جلب کند. زیرا امروزه حفظ محیط زیست و رعایت مسائل زیست محیطی توسط شرکت‌ها، از اهمیت بالایی برای سرمایه گذاران و سهامداران برخوردار است که این موضوع می‌تواند منجر به ترویج توسعه پایدار شود.

با توجه به مطالب گفته شده و ارتباطی که بین نقش معیارهای اجتماعی با عملکرد مالی در شرکت‌های تولیدی وجود داشت، موارد زیر به مدیران شرکت‌ها پیشنهاد می‌گردد:

شرکت‌ها جهت شفافیت و پاسخگویی بهتر به ذینفعان تاثیرات عملیاتی، مدیریتی، سازمانی و اجتماعی محیطی فعالیت‌های خود را مورد توجه قرار دهند و به دنبال تهیه و تدوین استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی در شرکت برآیند. شرکت‌ها به تشکیل کمیته مستقل مسئولیت اجتماعی برای تدوین استراتژی‌ها و برنامه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت با رویکرد زیست محیطی ملزم شوند. اصلاح محتوای گزارش فعالیت هیئت مدیره و گزارشات سالانه شرکت‌ها با توجه بیشتر به افشاء معیارهای محیطی که مطرح شد. به سیاست‌گذاران و مدیرانی که مسئول توسعه سیاست‌ها و استراتژی‌های شرکت هستند پیشنهاد می‌شود، معیارهای عملکرد مالی را انتخاب کنند که در صورت بهبود عملکرد محیطی خود، نتایج مثبتی به همراه داشته باشد. با این کار، تعارض عمومی در ادبیات موجود که برخی از رابطه برد-برد و برخی دیگر از رابطه برد-باخت حمایت می‌کنند، حذف نمی‌شوند. تدوین الزامات و مقررات مناسب توسط سازمان‌های مرتبط در حوزه گزارشگری شرکت‌ها از جمله بورس اوراق بهادار و نهادهای فعال در حوزه زیست محیطی کشور که جهت پاسخگویی به انتظارات ذینفعان و بهبود عملکرد محیطی و مالی شرکت‌ها تاثیرگذار خواهد بود. یافته‌های به دست آمده در این مطالعه دانش مدیران شرکت‌های تولیدی را در مورد نقش مهمی که مسئولیت اجتماعی شرکت و معیارهای محیطی به خصوص معیار اجتماعی که می‌تواند داشته باشد مورد بررسی قرار داد و نتایج فرضیه‌ها نشان داد که معیارهای اجتماعی در ارتقاء عملکرد شرکت از طریق بهبود منابع و اقدامات اجتماعی نقش ایفا می‌کند و در راستای حفظ عملکرد سازمان می‌توان با اجرای معیارهای اجتماعی، عملکرد شرکت را بهبود بخشید. بنابراین، برای شرکت‌های تولیدی اجرای معیارهای اجتماعی ضروری می‌باشد زیرا به جایگاه شرکت برای جذب سرمایه گذاران و حفظ سهامداران شرکت‌ها و اطمینان آن‌ها از رعایت مسائل محیطی کمک می‌کند. زیرا امروزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و رعایت مسائل محیطی توسط آن‌ها، از اهمیت بالایی برای سرمایه گذاران و سهامداران برخوردار است که این موضوع می‌تواند منجر به ترویج توسعه پایدار شود. همچنین با توسعه مولفه‌های در نظر گرفته شده در این مطالعه می‌توان به اهداف توسعه توانایی‌ها، انگیزه و ایجاد فرصت برای رقابت در شرکت‌ها دست یافت.

همچنین به پژوهشگران پیشنهاد می‌گردد در پژوهش‌های آتی موضوعات زیر را مورد بررسی قرار دهند:

- بررسی رابطه معیارهای اجتماعی محیطی با معیارهای ارزیابی متوازن
- تأثیر معیارهای اجتماعی در بخش‌های خدماتی از جمله بیمارستان‌ها با تأکید بر معیارهای عملکرد مالی نوین
- بررسی تأثیر معیارهای اجتماعی محیطی بر کاهش بهای تمام شده محصولات
- بررسی نحوه اعمال الزامات سازمان بورس اوراق بهادار در خصوص استقرار نظام ایزو ۱۴۰۰۰ در شرکت‌های آلاینده بوری

منابع :

- جوهرچی، طاهره. (۱۳۸۵). "بررسی هزینه‌یابی زیست محیطی در شرکت‌های دارای گواهینامه ایزو ۱۴۰۰۰"، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
- حیدرپور، فرزانه و مستوفی، حمید. (۱۳۸۸). "بررسی رابطه بین نسبت Q توبین و ارزش افزوده اقتصادی پالایش شده در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، فصلنامه حسابداری مالی، سال اول، شماره اول، تابستان، صص ۳۷-۲۰.
- دارابی، رویا و اکبری، مریم. (۱۳۹۴). "بررسی عوامل موثر بر اجرای حسابداری محیط زیست"، پژوهشنامه اقتصاد و کسب و کار، سال ششم، شماره دهم، صص ۷۱-۸۴.
- رهنمای رودپشتی، فریدون. (۱۳۸۶). "ارزیابی کارکرد ارزش افزوده اقتصادی و ارزش افزوده بازار جهت ارزیابی عملکرد اقتصادی شرکت‌ها"، فصلنامه پژوهشنامه اقتصادی، سال هفتم شماره سوم، پاییز.
- زندی، آناهیتا و فغانی ماکرانی، خسرو. (۱۳۹۷). "بررسی تأثیر عملکرد اجتماعی، زیست محیطی (محیطی) و اخلاقی بر عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار"، دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، دوره ۷، شماره ۲۶، صص ۱۵۸-۱۴۵.
- سلیمانی، غلامرضا و مجبوری یزدی، هدی. (۱۳۹۸). "بررسی تأثیر استراتژی زیست محیطی، عدم اطمینان زیست محیطی و تعهد مدیریت ارشد بر عملکرد زیست محیطی شرکتی: نقش حسابداری مدیریت زیست محیطی"، فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت، صص ۸۷-۱۰۴.
- طالب نیا، قدرت اله و شجاع، اسماعیل. (۱۳۹۰). "رابطه بین نسبت ارزش افزوده بازار (MVA) به سود حسابداری و نسبت ارزش افزوده اقتصادی (EVA) به سود حسابداری در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، مجله حسابداری مدیریت، سال چهارم، شماره هشتم، بهار ۱۳۹۰.
- عباسی، ابراهیم و ابراهیم زاده رحیملو، بهروز. (۱۳۹۱). "بررسی تأثیر نسبت Q توبین و نرخ رشد درآمد بر سطح سرمایه گذاری در شرکت های بورس اوراق بهادار تهران"، فصلنامه دانش سرمایه گذاری، سال اول، شماره اول، صص ۸۳-۹۷.
- قهرمانیان، حامد. (۱۳۹۰). "ارزش افزوده اقتصادی (EVA) معیاری توانا برای سنجش بازده سهام"، روزنامه دنیای اقتصاد، <https://www.donya-e-qtasad.com/fa/tiny/news-424035>
- فرح آبادی، مسعود و حیدر پور، فرزانه. (۱۴۰۱). "تأثیر جهت‌گیری محیط‌زیست بر عملکرد مالی با تأکید بر اثرات مدیریت سبز تأمین‌کننده و سرمایه ارتباطی"، قضاوت و تصمیم‌گیری در حسابداری و حسابرسی، (۱)، صص ۶۷-۹۰.
- عزیز محملو، حمید و محمد نژد مدردی، سپیده. (۱۳۹۵). "تأثیر فشارهای محیطی بر عملکرد سازمان با تأکید بر انتخاب فناوری سبز"، فصلنامه رشد فناوری، سال سیزدهم، شماره ۴۹، صص ۴۱-۴۸.
- وقفی، سید حسام؛ کامران راد، صدیقه؛ علیزاده بیرجندی، حامد و فیاض، علی. (۱۳۹۹). "تأثیر اهتمام مطلوب مدیریت محیط زیست، کنترل کیفیت و بهداشت کارکنان بر بحران مالی و عملکرد با تأکید بر نقش مدیریت دولتی"، نشریه علمی پژوهش‌های پیشرفت: سیستم‌ها و راهبردها.

Akisik, O., & Gal, G. (2011). "Sustainability in businesses, corporate philanthropy, and accounting standards: an empirical study". *Int. J. Account. Inf. Manag.* 19, (3), 304–324.

Al-Hiyari, A., Mas'ud, A., & Kolsi, M. C. (2023). "Environmental, Social and Governance (ESG) Activity and Corporate Controversies in South Africa: The Interacting Role of a Skillful Board". In *The Implementation of Smart Technologies for Business Success and Sustainability*, Springer, Cham, 335-346.

- Auer, B. R., & Schuhmacher, F. (2016). "Do socially (ir) responsible investments pay? New evidence from international ESG data". *Quarterly review of economics and finance*, 59, 51-62, <https://doi.org/10.1016/j.qref.2015.07.002>
- Bacidore, J.M., Boquist, J.A., Milbourn, T.T. & Thakor, A.V. (1997). "The Search for the Best Financial Performance measure". *Financial Analysis Journal*, 53 (3), 11-20.
- Benlemlih, M. (2019). "Corporate social responsibility and dividend policy". *Res. Int. Bus. Financ.* 47, 114–138.
- Clarkson, M. E. (1995). "A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance". *Academy of management review*, 20(1), 92-117.
- Cleary, P. & Quinn, M. (2016), "Intellectual capital and business performance - an exploratory study of the impact of cloud-based accounting and finance infrastructure", *Journal of Intellectual Capital*, 17 (2), <http://dx.doi.org/10.1108/JIC-06-2015-0058>.
- Derila. P., Evana, E. & Dewi, F. G. (2020). "Effect of Environmental Performance and Environmental Costs on Financial Performance with CSR Disclosure as Intervening Variables". *International Journal for Innovation Education and Research*, 8(1), 37–43.
- Dobler, M., Kaouthar, L. & Daniel, Z. (2015). "Corporate environmental sustainability disclosures and environmental risk: Alternative tests of socio-political theories". *Journal of Accounting & Organizational Change* 11(3), 301-332.
- Ensign Energy Services Inc. (2004). "Health, Safety and Environment Management System".
- Freeman, R.E. (1984), "Strategic Management: A Stakeholder Approach" ,Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Harrison, J.S., Phillips, R.A. & Freeman, R.E. (2019). "On the 2019 business roundtable Statement on the purpose of a corporation". *J. Manag.*, 46, 1223–1237.
- Kaplan R.S. & Norton D.P. (2004). "Strategy Maps, Boston". Harvard Business School Press, 180-194.
- Konadu, Renata. (2017). "corporate environmental performance and corporate financial performance: empirical evidence from the United Kingdom". Doctorate Thesis (Doctorate). Bournemouth University.
- Lin, W., Ho, J., & Sambasivan, M. (2019). "Impact of Corporate Political Activity on the Relationship between Corporate Social Responsibility and Financial Performance: A Dynamic Panel Data Approach". *Sustainability*, 11 (1), 60.

- Mahdi, S. M. A., Al-Absy, M. S. M., & Alastal, A. Y. (2023). "Corporate Social Responsibility and Firm's Performance: Evidence from Bahrain". In International Conference on Business and Technology, Springer, Cham, 957-967.
- Manohar, R. (1999). "Economic value added – the bottom – line measure for corporate performance". *akaunian nasional, university tenga national*.
- Margolis, J.D., Elfenbein, H.A., Walsh, J.P. (2009). "Does It Pay to Be Good... and Does It Matter? A Meta analysis of the Relationship between Corporate Social and Financial Performance. And does it matter.
- McKinley, A. (2008). *The Drivers and Performance of Corporate Environmental and Social Responsibility in the Canadian Mining Industry* master thesis Geography Department and Center for Environment University of Toronto.
- Muttakin, M. B., & Subramaniam, N. (2015). "Firm ownership and board characteristics: Do they matter for corporate social responsibility disclosure of Indian Companies? Sustainability Accounting". *Management and Policy Journal*, 6(2), 138-165.
- Ness, M.R. (1992). "Corporate philanthropy". *Br. Food J.* 94 (7), 38–44.
- Nizam, E, Ng A., Dewandaru, G., Nagayev, R., Nkoba, MA. (2019). "The Impact of Social and Environmental Sustainability on Financial Performance: A Global Analysis of the Banking Sector", *Journal of Multinational financial Management*, <https://doi.org/10.1016/j.mulfin.2019.01.002>.
- Paltrinieri, A., Dreassi, A., Migliavacca, M., & Piserà, S. (2020). "Islamic finance development and banking ESG scores: evidence from a cross-country analysis". *Res.Int. Bus. Financ.* 51,101100.
- Pekovic, S. & Vogt, S. (2020). "The fit between corporate social responsibility and corporate governance: the impact on a firm's financial performance", *Review of Managerial Science*, <https://doi.org/10.1007/s11846-020-00389-x>.
- Porter, M. & Kramer, M. (2006). "Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility". *Harv Bus Rev* 84, 42–56.
- Ramzan, M., Amin, M. & Abbas, M. (2021). "How does corporate social responsibility affect financial performance, financial stability, and financial inclusion in the banking sector? Evidence from Pakistan", *Research in International Business and Finance*, 55, 101314, <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2020.101314>.
- Ronnegard, D. & Smith, N.C. (2019). "Shareholder primacy vs. stakeholder theory: The law as constraint and potential enabler of stakeholder concerns". In *Cambridge*

- Handbook of Stakeholder Theory; Harrison, J.S., Barney, J.B., Freeman, R.E., Phillips, R.E., Eds.; Cambridge University Press: Cambridge, UK, 117–131.
- Sadiq, M., Ngo, T. Q., Pantamee, A. A., Khudoykulov, K., Thi Ngan, T., & Tan, L. P. (2022). "The role of environmental social and governance in achieving sustainable development goals: evidence from ASEAN countries". *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 1-21.
- Úbeda-García, M., Claver-Cortés, E., Marco-Lajara, B., Zaragoza-Sáez, P., & García - Lillo, F. (2021). "Corporate social responsibility and firm performance in the hotel industry .The mediating role of green human resource management and environmental outcomes". *Journal of Business Research*, 123, 57–69.
- Widodo, M.A., sigit, K., Noveria, R., & Diarany, S. (2020). "Managing the firm environmental and financial performance: new insight from government ownership", DOI: 10.17512/pjms.2020.21.2.18.
- Wolfe, Joseph. (2003). "The Q-Tobin as a Company Performance Indicator", *Developments in Business Simulatin and Experiential Learning*, 30, 155-159.
- Zuoming. Liu. (2019). "unraveling the complex relationship between environmental and financial performance", *International Journal of Production Economics*, doi: 10.1016/1.ijpe.2019.07.005.