

The Effect of Chief Executive's Political connection on Dimensions of Corporate Social Responsibility: with a Moderating Role of Chief Executive's Efficiency

Javad Zanganeh

Department of Financial Engineering, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad katoul Iran.

Majid Ashrafi (Corresponding Author)

Department of accounting, Aliabad Katoul, Branch, Islamic Azad University, Aliabad katoul, Iran.

mjd_ashrafi@aliabadiu.ac.ir

Abstract:

Companies having political connections can provide valuable resources for the company. On the other hand, it is necessary for companies to invest in the field of social responsibility in order to gain the trust of society. Therefore, the purpose of the present study has investigated the effect of chief executive's political connection on dimensions of corporate social responsibility due to the moderating role of chief executive's efficiency. The dimensions of social responsibility that have been investigated in the present study include corporate responsibility in the areas of environment, social performance, human resources and products and services and for this purpose, data related to 130 corporates listed on the Tehran Stock Market during the years 2015 to 2019 were examined using multivariate regression. Findings from the test of research hypotheses showed that there is a negative and meaningful relationship between chief executive's political connection and environmental responsibility and corporate human resources responsibility, and chief executive's efficiency moderates the relationship between chief executive's political connection and corporate environmental responsibility, and also there is no meaningful relationship between chief executive's political connection and social performance and corporate products and services responsibility.

Keywords: political connection, Dimensions of social responsibility, CEO efficiency

تاریخ دریافت مقاله:

۱۴۰۱/۰۷/۱۰

تاریخ پذیرش مقاله:

۱۴۰۱/۱۲/۲۰

تأثیر ارتباط سیاسی مدیرعامل بر ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت: با نقش تعدیلی کارایی مدیرعامل

جواد زنگانه

گروه مهندسی مالی، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران.

مجید اشرفی (نویسنده مسئول)

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

mjd_ashrafi@aliabadiu.ac.ir

چکیده:

برخورداری شرکت‌ها از روابط سیاسی می‌تواند منابع ارزشمندی برای شرکت فراهم کند. از طرفی سرمایه‌گذاری شرکت‌ها در حوزه مسئولیت اجتماعی جهت جلب اعتماد جامعه امری ضروری است، از این رو هدف از پژوهش حاضر بررسی تأثیر ارتباط سیاسی مدیرعامل بر ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت با توجه به نقش تعدیل‌گری کارایی مدیرعامل است، ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی موردبررسی در پژوهش حاضر شامل مسئولیت شرکت در حوزه‌های زیست‌محیطی، عملکرد اجتماعی، منابع انسانی و محصولات و خدمات است و برای این منظور داده‌های مربوط به ۱۳۰ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۴ الی ۱۳۹۸ با به‌کارگیری رگرسیون چند متغیره موردبررسی قرار گرفت. یافته‌های حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش نشان داد که بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و مسئولیت زیست‌محیطی و مسئولیت منابع انسانی شرکت ارتباط منفی و معناداری وجود دارد و کارایی مدیرعامل رابطه بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و مسئولیت زیست‌محیطی شرکت را تعدیل می‌کند و از طرفی بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و عملکرد اجتماعی، مسئولیت محصولات و خدمات شرکت رابطه معناداری وجود ندارد.

واژگان کلیدی: ارتباط سیاسی، ابعاد مسئولیت اجتماعی، کارایی مدیرعامل

ارتباطات سیاسی از عواملی است که بر سیاست‌های تأمین مالی شرکت‌ها تأثیر می‌گذارد و این موضوع در ادبیات پژوهشی اخیر، توجه چشم‌گیری را در سرتاسر جهان به خود معطوف کرده است (دینگ و همکاران^۱، ۲۰۱۴). منظور از برقراری ارتباطات سیاسی، میزان عملکرد مالی قابل‌ملاحظه با دولت است. اصطلاح روابط سیاسی به‌منظور بیان روابط نزدیک دولت و واحدهای تجاری استفاده می‌شود (رضایی و افروزی، ۱۳۹۴). برخورداری شرکت‌ها از روابط سیاسی می‌تواند منافی از قبیل شرایط مناسب استقراض، کاهش هزینه‌های مالی، بهبود فرصت‌های رشد و کاهش احتمال وقوع ورشکستگی را به همراه داشته باشد (هوستون و همکاران^۲، ۲۰۱۴). شرکت‌های دارای حساسیت زیاد بازار سرمایه دارای سطح بالایی از ارتباطات سیاسی شخصی هستند. این بدین معنی است که ارتباطات سیاسی اثر حساسیت بازار را تضعیف می‌کند. در ادبیات موجود مستند شده است که ارتباطات سیاسی از طریق دسترسی آسان به منابع خارجی و قراردادهای مبتنی بر روابط، منابع ارزشمندی برای شرکت فراهم می‌کند و بر تصمیم‌های سرمایه‌گذاری اثر می‌گذارد (کلاسنس و همکاران^۳، ۲۰۰۸؛ هوستن و همکاران، ۲۰۱۴؛ پیو ترسکی و ژانگ^۴، ۲۰۱۴).

مطالعه‌ای که توسط گارن و همکاران (۲۰۰۹)، انجام شده است شواهد قابل‌توجهی ارائه می‌دهد که ایدئولوژی‌های سیاسی مدیران ارشد مظاهر ارزش‌های اساسی آن‌ها هستند. با استفاده از تئوری دیدگاه مبتنی بر منابع، سعید و همکاران (۲۰۱۵)، پیشنهاد کرد که یکی از منابع حیاتی شرکت‌ها ارتباطات سیاسی است.

در دهه‌های اخیر و با گسترش روزافزون اثرگذاری سازمان‌ها بر محورهای تشکیل‌دهنده توسعه پایدار، مفهوم مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها، در دنیای مدیریت ظهور پیدا کرده است. در واقع، سازمان‌ها در قبال جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کنند، مسئول هستند؛ چراکه از منابع انسانی و طبیعی و اقتصادی آن استفاده می‌کنند (فروغی و همکاران، ۱۳۸۷).

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به‌عنوان مسئولیت‌پذیری و ایفای تعهد شرکت‌ها در قبال گروه‌های مختلف ذی‌نفع و جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کنند، تعریف می‌شود (ترکر^۵، ۲۰۰۹). افشاء

1 - Ding et al

2 - Houston et al

3 - Claessens et al

4 - Piotroski & Zhang

5 - Turker

مسئولیت‌های اجتماعی شرکت، فرایند ارتباط تأثیرات زیست‌محیطی و اجتماعی فعالیت‌های اقتصادی یک سازمان بر منافع گروه‌های خاص درون جامعه و در سطح وسیع‌تر بر جامعه است. گزارش اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی با افشاء اطلاعات توسط سازمان در مورد محصول، منافع مصرف‌کننده، منافع کارمندان، فعالیت‌های اجتماعی و تأثیرات زیست‌محیطی سروکار دارد. این افشاء اطلاعات، بخشی از مسئولیت سازمان نسبت به ذینفعانش و پاسخ به انتظارات آنهاست (عزیز الاسلام^۶، ۲۰۰۹).

توانایی مدیریت ضعیف و دشواری ظرفیت تعامل در مسائل زیست‌محیطی دلایل دیگری است که می‌تواند به عدم تمایل و ناتوانی برای سرمایه‌گذاری در طرح‌های زیست‌محیطی تبدیل شود (گانزلیز و گانزلیز، ۲۰۰۵).

اخیراً مطالعات مالی و مدیریتی به نقش مدیران در جهت چگونگی رفتار سازمانی‌شان و اعمال تصمیمات مدیریتی در شرکت‌ها معطوف شده است. تصمیماتی که مدیران در راستای بهبود وضع شرکت می‌گیرند تحت تأثیر عوامل مختلفی از جمله شرایط اقتصادی، سیاسی و رفتاری قرار دارد. در این پژوهش به بررسی تأثیر ارتباط سیاسی مدیرعامل بر ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت با توجه به نقش تعدیلگر کارایی (توانایی) مدیرعامل پرداختیم. در پژوهش‌های پیشین مسئولیت اجتماعی به‌عنوان یک متغیر کلی مورد بررسی قرار گرفته است اما در پژوهش حاضر تأثیر ارتباط سیاسی مدیرعامل بر ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت مورد بررسی قرار گرفت. ابعاد مسئولیت اجتماعی مورد بررسی در پژوهش حاضر شامل مسئولیت زیست‌محیطی، عملکرد اجتماعی، مسئولیت منابع انسانی و مسئولیت محصولات و خدمات شرکت است. در ادامه ساختار مقاله به این ترتیب خواهد بود، ابتدا مبانی نظری و مروری بر پیشینه پژوهش و فرضیه برگرفته از مبانی نظری، روش‌شناسی پژوهش، مدل آزمون فرضیه و متغیرهای پژوهش ارائه می‌شود و در بخش پایانی بیان نتایج پژوهش، نتیجه‌گیری و پیشنهادها خواهد آمد.

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

مسئولیت اجتماعی شرکتی به بخشی اساسی از حاکمیت سازمان‌ها تبدیل شده است (یوان و همکاران، ۲۰۲۰) که در آن نقش مدیر عامل از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (دیز و همکاران، ۲۰۲۰). می‌توان این سوال را پرسید: «آیا مشخصات مدیر عامل برای CSR شرکت مهم است؟» جامعه نه تنها از شرکت‌ها می‌خواهد که ارزش اقتصادی تولید کنند، بلکه از آن‌ها انتظار دارد به شیوه‌های مسئولیت‌پذیر اجتماعی رفتار کنند (رایمو و همکاران، ۲۰۲۱).

مسئولیت اجتماعی شرکتی به‌عنوان یک مفهوم وسیع، دارای معانی مختلفی است و در نتیجه ابعاد گوناگونی را شامل می‌شود. از این رو، ادبیات برای پرداختن به این موضوع رویکردهای مختلفی را پیشنهاد کرده که نشان‌دهنده ارتباط CSR و جامعه است (پایک و همکاران^۷، ۲۰۱۳). رویکرد یکپارچه، بیان می‌کند که شرکت‌ها و جامعه می‌توانند باهم ادغام و در یک رویکرد برد-برد به‌وسیله‌ی یکدیگر حمایت شوند (پورتر و کرامر^۸، ۲۰۰۶). رویکرد رابطه‌ای استدلال می‌کند که یک شرکت با شیوه‌های CSR، ذینفعان داخلی و خارجی (شامل جامعه، سازمان‌های دولتی و غیردولتی، مشتریان، تأمین‌کنندگان و کارکنان) را از طریق یک ارتباط سازنده با آن‌ها خشنود نموده و به شهرت و اعتبار و دیگر مزایای بالقوه دست می‌یابد. در رویکرد اخلاقی که رویکردی غالب است CSR، مبتنی بر نگرش‌ها و تعهدات اخلاقی یک شرکت است (پورتر و کرامر، ۲۰۰۶). با توجه به رویکردهای مختلف برای CSR، تئوری ذینفعان بررسی چندبعدی مسئولیت اجتماعی شرکت را ضروری دانسته است.

رویکرد و تئوری ذینفعان به‌وسیله محققان و در پژوهش‌های بسیاری به‌طور گسترده مورد پذیرش واقع شده است. کارکنان، اقلیت‌ها و تنوع، نهادهای جامعه، محیط‌زیست طبیعی، حفظ مشتریان و کیفیت محصول از رایج‌ترین جنبه‌های CSR می‌باشند (پایک و همکاران، ۲۰۱۳). مسئولیت اجتماعی شرکت را به مسئولیت اجتماعی فنی مورد هدف ذینفعان نخست و مسئولیت اجتماعی نهادی مورد هدف ذینفعان ثانویه تقسیم نموده‌اند. مسئولیت اجتماعی فنی متشکل از اقداماتی است که با توجه به حاکمیت شرکتی، روابط کارکنان و کیفیت محصولات انجام می‌شود و

7- Paek et al

8 - Porter & Kramer

مسئولیت اجتماعی نهادی شامل مجموعه فعالیت‌های مرتبط با جامعه، تنوع نیروی کار و مسائل زیست‌محیطی و حقوق بشر است (مک کارتی، اولیور و سانگ^۹، ۲۰۱۴).

مسئولیت اجتماعی شرکت، تعهد دائمی شرکت برای ارائه رفتارهای اخلاقی در فعالیت‌های کسب‌وکار است (لابای^{۱۰}، ۲۰۰۷). سازمان‌ها باید این مسئولیت را حس کنند که مشکلات جامعه، بخشی از مشکلات آنان به شمار می‌آید و باید نسبت به حل و فصل آن همت گمارند. مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها این امکان را فراهم می‌سازد تا حد امکان از آثار سوء اجتماعی و زیست‌محیطی فعالیت در سطح جهانی دوری جویند (امیدوار و صفر لکی، ۱۳۹۵).

بیشتر عوامل سازمانی بر التزام مسئولیت‌پذیری اجتماعی اثر می‌گذارند و نقش مدیرعامل از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. نکته جالب اینکه این نظریه تصریح می‌کند مدیران نقش مهمی در روند تصمیم‌گیری دارند و از این رو ویژگی‌های آنها بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی نیز اثر می‌گذارد (فانگ^{۱۱} و همکاران، ۲۰۲۰). در متون پژوهشی اخیر مشخص شده است شخصیت مدیریتی تأثیر زیادی بر عملکرد زیست‌محیطی دارد و این مدیران را به محیط اجتماعی بیشتر متعهد می‌کند (چن و همکاران، ۲۰۱۹).

شرکت‌ها هم به سبب حضور بخشی از جامعه در شرکت و هم به سبب خروجی خود، با مسائل اجتماعی درگیر هستند (صالحی امیری و مطهری نژاد، ۱۳۸۹). هر چه احتمال ناسازگاری فعالیت‌های شرکت با توقعات جامعه بیشتر باشد، تلاش بیشتری برای تأثیر گذاشتن بر فرآیندها از طریق افشای اطلاعات اجتماعی شرکت نیاز است (دیگان^{۱۲}، ۲۰۰۷). افشا می‌تواند به هر نحوی که امکان گزارش آن وجود دارد انجام شود مثلاً در متن صورت‌های مالی (در صورت بااهمیت بودن آن)، در یادداشت‌های توضیحی همراه و یا تهیه گزارش‌های خاص صورت پذیرد. افشای داده‌های حسابداری زیست‌محیطی و اجتماعی، بخش‌های مختلف جامعه را قادر می‌سازد، موقعیت شرکت در خصوص حفاظت از محیط‌زیست را درک نموده و چگونگی توجه سازمان به موضوع‌های زیست‌محیطی و اجتماعی را بررسی نمایند (زه‌دی و همکاران، ۱۳۸۹). مدیرانی که به سبب حضور و مشارکت در

9 - McCarthy, Oliver & Song

10 - Labbai

11- Fung et al

12 - Deegan

فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی محور برای ذینفعان گوناگون شناخته شده هستند، موفقیت چشمگیرتری را در بازار تجربه خواهند کرد. درحالی‌که مدیرانی که شهرت، اعتبار و صداقت خود را از دست‌رفته می‌بینند، موفقیت کمتری را در بازار تجربه خواهند کرد (چو و همکاران^۳، ۲۰۱۳). شرکت‌ها تمایل زیادی به برقراری ارتباط نزدیک با دولت و سیاستمداران دارند. زیرا این روابط منافع زیادی نظیر امتیاز دسترسی به بازار، تخفیف‌های مالیاتی، دسترسی آسانتر به اعتبارات و یارانه‌های دولتی را در پی دارد، در عوض شرکت‌های دارای روابط سیاسی ممکن است منافع به دست آمده ناشی از این روابط را با سیاست‌مداران تسهیم نمایند. این نوع بافت اقتصادی در سطح یک جامعه، اقتصاد مبتنی بر رابطه نامیده می‌شود. در نظام‌های اقتصادی مبتنی بر روابط، ارتباط سیاسی یک منبع مهم ارزش برای شرکت‌های دارای این روابط است (لی و وانگ، ۲۰۱۷). شرکت‌های دارای ارتباطات سیاسی از منافع بودجه نرم بهره‌مند می‌گردند. بودجه نرم اشاره به جلب حمایت سیاسی و بهره‌مندی از مزایای این حمایت‌ها دارد.

ارتباطات سیاسی به شرکت‌ها اجازه می‌دهد تا از مالیات‌های سنگین اجتناب کنند. بنابراین ارتباطات سیاسی موجب ورود منابع زیاد به شرکت می‌شود. برخی از محققان معتقدند که ارتباطات سیاسی موجب کاهش هزینه‌های نمایندگی می‌شود و در نتیجه عدم تقارن اطلاعاتی کاهش می‌یابد. وابستگی به دولت، تعهدات اجتماعی شرکت‌ها را بالا می‌برد و موجب می‌شود که شرکت‌ها توجه زیادی به مشتریان، کارکنان و سایر افراد ذینفع داشته باشند. به دلیل حمایت دولت، بهداشت ایمنی و حمایت از حقوق کارکنان در شرکت‌های دارای ارتباطات سیاسی وجود دارد. مدیران سیاسی به دلیل دسترسی بیشتر به منابع تلاش بیشتری در جهت رشد شرکت خواهند داشت. در نتیجه، مدیران سیاسی اهمیت زیادی به وضعیت تولید، نرخ دستمزد کارکنان، افزایش بهداشت، افزایش ایمنی کار خواهند داشت. بنابراین، استدلال می‌شود که شرکت‌های دارای روابط سیاسی، مسئولیت‌پذیری بیشتری در حوزه خدمات ایمنی، بهداشت، حمایت از تولیدات داخلی و... دارند (الدماری و اسماعیل، ۲۰۱۹).

در شرکت‌های دارای روابط سیاسی دسترسی به منابع سرمایه بستگی به سود گزارش شده ندارد، زیرا روابط سیاسی منجر به دسترسی آسان به اعتبار و منابع سرمایه از بانک‌های تحت تملک دولت

می‌گردد (بویاکری و دیگران^{۱۴}، ۲۰۱۲). در نقطه مقابل، ممکن است ارتباطات سیاسی منافع برخی سهامداران را قربانی کند؛ زیرا این‌گونه روابط منجر به هزینه‌های بالای نمایندگی (خان و دیگران^{۱۵}، ۲۰۱۶، سرمایه‌گذاری بیش‌ازحد شرکت (سو، فونگ و یاو^{۱۶}، ۲۰۱۳، فعالیت‌های رانت‌خواری (فرای و شلیفر^{۱۷}، ۱۹۹۷) و مدیریت سود (چانی، فاشیو و پریسلی^{۱۸}، ۲۰۱۱)، می‌شود. منتقدان ارتباطات سیاسی معتقدند که شرکت‌های دارای ارتباطات سیاسی، منابع قابل‌توجهی را فدای منافع اندک می‌کنند، نتیجه این امر منافع و مزایای ناشی از ارتباطات سیاسی از بین می‌رود (فان، وونگ و ژانگ^{۱۹}، ۲۰۰۷)، درواقع منتقدان منافع ارتباطات سیاسی استدلال می‌کنند که سیاست‌ها و مقررات دولت اغلب محیط‌های نامطمئنی را ایجاد می‌کند و هزینه‌های سیاسی برای سازمان‌ها افزایش می‌دهند. مسئولیت‌پذیری اجتماعی در شرکت‌های دارای روابط سیاسی، نه‌تنها رفتار مدیران را در ارتباط با گزارش کیفیت پایین اطلاعات مالی اصلاح نمی‌کند و کیفیت اطلاعات را ارتقا نمی‌دهد بلکه، سبب بی‌توجهی نسبت به اطلاعات مالی گزارش‌شده می‌شوند (گنجی و همکاران، ۱۴۰۰).

ارتباطات سیاسی به معنای انتقال اطلاعات سیاسی از بخش‌های سیاسی به بخش‌های اجتماعی است. بنابراین ارتباطات برای تمام جنبه‌های رفتار سیاسی و اجتماعی دارای اهمیت است. بدون ارتباط نه سیاست و نه جامعه نمی‌تواند وجود داشته باشد. مفهوم ارتباطات سیاسی در واقع نقش ارتباطات در حوزه سیاست و قدرت است (لی و وانگ، ۲۰۱۷).

شرکت‌های دارای حمایت‌های سیاسی نسبت به فشارهای بازار و رقابت‌های معمول حساس نیستند. این شرکت‌ها از ریسک کمتری نسبت به سایر شرکت‌ها برخوردار بوده و انتظارات سرمایه‌گذاران نسبت به نرخ بازده سرمایه‌گذاری نیز کمتر است. مسلماً این شرکت‌ها هنگام مواجهه با بحران‌های مالی از حمایت‌های مالی دولت برخوردار می‌شوند، ازاین‌رو احتمال ورشکستگی آن‌ها کمتر است و مسئولیت پاسخگویی بیشتری در قبال افراد ذینفع دارند.

مدیرانی که کیفیت کاری بالایی داشته باشند نسبت به مدیرانی که کارشان از کیفیت پایینی برخوردار است، در رابطه با مقدار مشخصی داده، مقدار بیشتری ستاد تولید می‌کند. مدیرانی که از

14 - Boubakri et al

15 -Khan et al

16 - Su, Fung & Yau

17 - Frye & Shleifer

18 - Chaney, Faccio & Parsley

19 - Fan, Wong & Zhang

توانایی بالاتری برخوردارند از قدرت درک و تحلیل بیشتری نسبت به شرایط داخلی و خارجی بهره‌مندند و در طرح‌های که ارزش فعلی خالص مثبت بالاتری دارند، سرمایه‌گذاری می‌کنند. (اندرو و همکاران^{۲۰}، ۲۰۱۷). مدیران توانا با درک شرایط محیطی، ریسک تداوم فعالیت شرکت را کاهش داده (وانگ و همکاران^{۲۱}، ۲۰۱۳)، و توانسته‌اند به‌منظور دستیابی به اهداف شرکت، ریسک‌های بالاتری را مدیریت نمایند. در واقع، مدیران توانا با گسترش ابزارهای مدیریت ریسک در شرکت، سطوح بالاتری از ریسک را پذیرفته و مدیریت نموده‌اند (چن و همکاران^{۲۲}، ۲۰۱۵).

دمرجیان و همکاران^{۲۳} (۲۰۱۲) بیان می‌کند که مدیران توانمند در تعیین میزان زمان‌بندی بازده اقتصادی و همچنین ریسک و بازده سرمایه‌گذاری توفیق بیشتری دارند سانچز و مکا^{۲۴} (۲۰۱۸) دریافتند که توانایی مدیریتی یک عامل تعیین‌کننده مهم در کارایی سرمایه‌گذاری است که منجر به کاهش سرمایه‌گذاری بیش یا کمتر از حد می‌شود. هانلن و هیتزمن^{۲۵} (۲۰۱۰) نیز به نقش کیفیت مدیران و قابلیت‌های آنان در خصوص اجتناب مالیاتی اشاره کرده‌اند. از دیدگاه گارگ و همکاران^{۲۶} (۲۰۱۶) پژوهش‌های پیشین در زمینه اجتناب مالیاتی بر ویژگی‌های خاص شرکت تمرکز کرده‌اند. این در حالی است که برخی از ویژگی‌های شخصی مدیران به‌عنوان تصمیم‌گیرنده می‌تواند نقش‌های کلیدی و اساسی در این‌بین داشته باشد. مسئولیت اجتماعی یک سرمایه‌گذاری بلندمدت با خروجی بسیار مبهم است، مدیرانی که دارای توانایی مدیریتی پایینی هستند به دلیل نگرانی‌های شغلی کمتر به سمت سرمایه‌گذاری در مسئولیت اجتماعی تمایل دارند و از طرفی مدیران عامل با توانایی بالا دیدگاه بلندمدت‌تری دارند، لذا انگیزه بیشتری در خصوص سرمایه‌گذاری در مسئولیت اجتماعی دارند زیرا منافع بلندمدت مسئولیت اجتماعی خواه از نظر مالی خواه از بُعد کاهش ریسک، برای آن‌ها مهم خواهد بود (فیسeler^{۲۷}، ۲۰۱۱).

پیشینه پژوهش

-
- 20. Andreou et al.
 - 21. Wang et al.
 - 22. Chen et al.
 - 23 - Demerjian et al
 - 24- Sanchez & Meca
 - 25 - Hanlon & Heitzman
 - 26 - Garg et al
 - 27 -Fieseler

یارام و آدایا (۲۰۲۱) در پژوهشی با موضوع تنوع جنسیتی هیئت مدیره و مسئولیت اجتماعی شرکت نشان دادند، شرکت هایی که تعادل جنسیتی را بهبود بخشیده اند، فعالیت های CSR مثبت تری را انجام می دهند و فعالیت های منفی یا بحث برانگیز را که مانع CSR هستند، کاهش می دهند. مکبول و زمیر^{۲۸} (۲۰۲۱) در پژوهشی نشان دادند که بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی ارتباطی مستقیم وجود دارد. به عبارتی هرچه افشای ابعاد مسئولیت اجتماعی گسترده تر باشد منجر به بهبود عملکرد مالی می گردد.

مالول و همکاران^{۲۹} (۲۰۲۰)، نشان دادند که ارتباطات سیاسی موجب بهبود عملکرد و ارزش شرکت می شود. در واقع سرمایه گذاران به دلیل کسب منافع بیشتر، به سرمایه گذاری در شرکت هایی با ارتباطات سیاسی بالا تمایل نشان می دهند.

وانگ و همکاران^{۳۰} (۲۰۱۷)، پژوهشی نشان دادند که ارتباطات سیاسی در شرکت ها می تواند تأثیر توانایی مالی بر احتمال تقلب صورت های مالی را تضعیف کند.

لی^{۳۱} (۲۰۱۷) در پژوهشی به بررسی رابطه بین افشای اطلاعات مسئولیت پذیری اجتماعی و دقت پیش بینی مدیران پرداخته و دریافت که بین دو متغیر ذکر شده، رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.

دیانگ و همکاران^{۳۲} (۲۰۱۵)، نشان دادند که ارتباط سیاسی تأثیر مثبت بر روابط شرکت دارد. ارلیخ و لوکا^{۳۳} (۲۰۱۳). در پژوهشی نشان دادند مدیران با توانایی بالا، منابع شرکت در طول محدودیت مالی را حفظ می کنند.

بوباگری و همکاران (۲۰۱۲)، نشان دادند که شرکت های دارای ارتباط سیاسی نسبت به سایر شرکت ها از هزینه سرمایه حقوق صاحبان سهام کمتری برخوردارند و ریسک آنها نیز نسبت به شرکت های دیگر کمتر است.

28 -Maqboo& Zameer

29 - Maaloul et al

30 - Wang et al

31 -Lee

32 -Ding et al

33 - Ehrlich & Louca

کیم و همکاران^{۳۴} (۲۰۱۲)، نشان دادند که در شرکت‌های با عملکرد مسئولیت اجتماعی قوی، دست‌کاری ارقام تعهدی یا مدیریت فعالیت‌های واقعی به‌وسیله مدیران کمتر است.

محرابی و همکاران (۱۴۰۱)، نشان دادند که ارتباطات سیاسی اثر منفی و معناداری بر محدودیت مالی و ریسک درماندگی مالی دارد؛ همچنین ارتباطات سیاسی شدت رابطه منفی میان محدودیت

مالی با بازده غیرعادی را تقویت می‌کند، در واقع شرکت‌هایی که دچار محدودیت مالی‌اند و همزمان از ارتباطات سیاسی بهره‌مند هستند، نسبت به شرکت‌های فاقد ارتباطات سیاسی که از محدودیت مالی رنج می‌برند، بازده غیرعادی کمتری دارند. همچنین ارتباطات سیاسی، جهت رابطه منفی میان ریسک درماندگی مالی و بازده غیرعادی را به مثبت تغییر می‌دهد.

گرامی و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی به بررسی بررسی رابطه بین مسئولیت‌های اجتماعی و ریسک درماندگی مالی با توجه به نقش سهامداران نهادی پرداختند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و درماندگی مالی منفی و معنادار می‌باشد.

گنجی و همکاران (۱۴۰۰)، نشان دادند مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر محافظه‌کاری حسابداری، اثر مثبت و معناداری دارد. همچنین، روابط سیاسی با دولت بر رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و محافظه‌کاری حسابداری، تأثیر منفی و معناداری دارد.

نظری پور و مقصود پور (۱۳۹۹)، در پژوهشی به بررسی تأثیر ارتباطات سیاسی بر رابطه بین توانایی مدیریت و گزارشگری مالی متقلبانه در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار پرداخته، نتایج نشان داد که بین توانایی مدیریت و گزارشگری مالی متقلبانه رابطه منفی و معناداری وجود دارد. همچنین بین تأثیر ارتباطات سیاسی، بر توانایی مدیریت و گزارشگری مالی متقلبانه یک رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

برداران حسن زاده و همکاران (۱۳۹۸)، در پژوهشی نشان دادند افزایش ارتباط سیاسی موجب افزایش تعهدات اجتماعی می‌شود و مدیران تمایل بیشتری به پاسخگویی دارند

برندک و منصوری حیب آبادی (۱۳۹۸)، در پژوهشی به بررسی تأثیر کارایی هیئت‌مدیره بر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته نتایج

نشان داد که کارایی هیئت‌مدیره رابطه معنادار با عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت دارد. هرچقدر هیئت‌مدیره‌ها از کارایی بیشتری برخوردار باشند شرکت‌های نیز در همان جهت عملکرد مسئولیت اجتماعی بهتری از خود نشان می‌دهند.

بادآور نهند و تقی زاده خانقاه (۱۳۹۷)، در پژوهشی نشان دادند که ارتباطات سیاسی بر سرمایه‌گذاری بیشتر از حد تأثیر مثبتی داشته و بر عملکرد شرکت تأثیر منفی می‌گذارد.

واعظ و همکاران (۱۳۹۶)، پژوهشی نشان دادند بین استقلال اعضای هیئت‌مدیره با ابعاد قانونی و اقتصادی مسئولیت‌پذیری اجتماعی ارتباطی وجود ندارد.

رضایی و ویسی حصار (۱۳۹۳)، در پژوهشی نشان داد که در شرکت‌هایی که ساختار مالکیت متمرکز است، کیفیت سود نیز بالا است، حال آنکه در شرکت‌های دارای روابط سیاسی گسترده با دولت که ساختار مالکیت متمرکزی دارند، کیفیت سود پایین است.

نیکومرام و همکاران، (۱۳۹۲)، نشان دادند که بین مدیریت سیاسی و مدیریت سود رابطه‌ای مستقیم وجود دارد. به عبارت دیگر وجود مدیریت سیاسی در شرکت‌ها یکی از عوامل تأثیرگذار بر مدیریت سود است.

فرضیه‌های پژوهش

بر اساس مطالعات گذشته، ارتباطات سیاسی مزایایی را برای شرکت‌های دارای ارتباط فراهم می‌کند که این مزایا برای شرکت‌های مشابه ولی فاقد ارتباط، در دسترس نیستند. شرکت‌های دارای حمایت‌های سیاسی نسبت به فشارهای بازار و رقابت‌های معمول حساس نیستند. این شرکت‌ها از ریسک کمتری نسبت به سایر شرکت‌ها برخوردارند. بر این اساس، فرضیه پژوهش به ترتیب زیر بیان می‌شود:

۱. بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه وجود دارد.
۲. کارایی رابطه بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و مسئولیت اجتماعی شرکت را تعدیل می‌کند.
۳. بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و مسئولیت زیست‌محیطی شرکت رابطه وجود دارد.
۴. کارایی رابطه بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و مسئولیت زیست‌محیطی شرکت را تعدیل می‌کند.
۵. بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و عملکرد اجتماعی شرکت رابطه وجود دارد.
۶. کارایی رابطه بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و عملکرد اجتماعی شرکت را تعدیل می‌کند.

۷. بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و مسئولیت منابع انسانی شرکت رابطه وجود دارد.
۸. کارایی رابطه بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و مسئولیت منابع انسانی شرکت را تعدیل می‌کند.
۹. بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و مسئولیت محصولات و خدمات شرکت رابطه وجود دارد.
۱۰. کارایی رابطه بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و مسئولیت محصولات و خدمات شرکت را تعدیل می‌کند.

۳. شیوه پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاردی و از نظر شیوه پژوهش، توصیفی و از نوع پیمایشی است. در این پژوهش به منظور انجام آزمون فرضیه‌ها، از روش تحلیل همبستگی استفاده خواهد شد. تحلیل همبستگی یا همخوانی شامل کلیه روش‌هایی است که در آن سعی می‌شود رابطه بین متغیرهای مختلف با استفاده از رگرسیون و رابطه همبستگی کشف یا تعیین شود. هدف روش تحلیل همبستگی، مطالعه همراهی (حدود) تغییرات یک یا چند متغیر با تغییرات یک یا چند متغیر دیگر است. داده‌ها طریق مراجعه به صورت‌های مالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران جمع‌آوری گردیده است. برای جمع‌آوری اطلاعات لازم جهت آزمون فرضیه پژوهش از اطلاعات موجود در سازمان بورس اوراق بهادار تهران، صورت‌های مالی شرکت‌های منتخب و بانک اطلاعاتی نرم‌افزارهای موجود در بازار همچون ره‌آورد نوین و تدبیر پرداز استفاده گردیده است.

در این پژوهش، جامعه آماری کلیه شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۸ است. نمونه‌گیری در این پژوهش به صورت هدفمند بوده که با شرایط زیر مقید گردیده است.

۱. قبل از سال ۱۳۹۴ در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته‌شده باشد و سال مالی آن منتهی به پایان اسفندماه باشد.

۲. شرکت‌ها نبایستی سال مالی خود را در طی دوره‌های مورد انتظار تغییر داده باشند.

۳. شرکت موردنظر طی دوره پژوهش فعالیت مستمر داشته و دچار وقفه معاملاتی بیش از سه ماه نگرفته باشند.

۴. اطلاعات مالی موردنیاز برای انجام این پژوهش را در دوره زمانی ۱۳۹۴ الی ۱۳۹۸ به طور کامل ارائه کرده باشند.

برای طبقه‌بندی، محاسبات و پردازش داده‌ها از نرم‌افزار صفحه گسترده و برای آزمون فرضیه‌ها از نرم‌افزار ایویوز استفاده گردید.

مدل و متغیرهای پژوهش

برای سنجش فرضیه‌های پژوهش از مدل رگرسیون زیر استفاده کرده و برای آزمون فرضیات ابعاد مسئولیت اجتماعی مورد مطالعه همین مدل با متغیرهای وابسته مختلف تکرار می‌شود.

(۱)

$$CSR_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{political connection}_{it} + \beta_2 \text{efficiency}_{it} + \beta_3 \text{political connection}_{it} * \text{efficiency}_{it} + \beta_4 \text{Grow}_{it} + \beta_5 \text{Lev}_{it} + \beta_6 \text{M/B}_{it} + \beta_7 \text{Age}_{it} + \beta_8 \text{size}_{it} + \beta_9 \text{Year}_{it} + \beta_{10} \text{Roa}_{it} + \varepsilon_{it}$$

متغیر مستقل

ارتباط سیاسی (Political connection): روابط سیاسی شرکت یک متغیر مجازی است بطوریکه اگر حداقل یکی از سهامداران عمده شرکت (با مالکیت ۱۰ درصد یا بیشتر) از شخصیت‌های وابسته به دولت باشد، مقدار یک و در غیراینصورت مقدار صفر اختصاص می‌یابد (حبیب و همکاران، ۲۰۱۷؛ مهربان پور و همکاران، ۱۳۹۶).

متغیر وابسته

متغیر پژوهش، سطح افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌هاست که برای اندازه‌گیری آن از روش تحلیل محتوی استفاده شد. در تحلیل محتوی، پژوهشگر باید از ابزار چک‌لیست کدگذاری برای ارزیابی سطح افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی استفاده کند در پژوهش حاضر با

الهام از تحقیقات اریبی و جائو ۳۵ (۲۰۱۰) و فخاری و همکاران (۱۳۹۵) برای اندازه‌گیری ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، چک‌لیستی شامل ۲۲ نوع اطلاعات از ابعاد مسئولیت اجتماعی تهیه می‌شود که انتظار می‌رود به صورت داوطلبانه یا اجباری در گزارش‌های سالانه شرکت‌های ایرانی افشا شود. بدین صورت که با مراجعه به گزارش‌های هیئت‌مدیره شرکت‌ها در بخش گزارش عملکرد اجتماعی شرکت، اگر هر یک از اطلاعات موجود در چک‌لیست توسط شرکت افشاشده باشد عدد ۱ و در غیر این صورت ۰ خواهد بود و در انتها مجموع ابعاد مسئولیت اجتماعی به عنوان نمره افشای مسئولیت اجتماعی شرکت مدنظر قرار خواهد گرفت:

(۲)

$$CSR_{i,t} = \frac{\sum_{t=1}^n Y_T}{\sum_{t=1}^n T_T}$$

که در آن:

$CSR_{i,t}$: امتیاز افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت i در سال t

$\sum_{t=1}^n Y_T$: کیه موارد افشا که شرکت از آن امتیاز یک را گرفته و

$\sum_{t=1}^n T_T$: کل موارد قابل افشاء می‌باشد

عناوین کلی و مؤلفه‌های چک‌لیست مسئولیت‌پذیری اجتماعی بکار رفته در پژوهش، در جدول ۱ نشان داده شده است:

جدول ۱: چک‌لیست افشاء ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت

ابعاد مسئولیت اجتماعی	محیط‌زیست	محصولات و خدمات	منابع انسانی (کارکنان)	عملکرد اجتماعی (مسئولیت‌های جامعه)
CSR	ER (environmental responsibility)	RPS (Responsibility for products and services)	HRR (human resource responsibility)	SP (social performance)

سرمایه‌گذاری اجتماعی	اشتراک کارکنان در سود نقدی	توسعه محصول / سهم بازار	کنترل آلودگی	معیارها
فعالیت‌های اجتماعی و ورزشی	خدمات بهداشتی و درمانی	کیفیت محصول / اخذ گواهی‌نامه ۹۰۰۱	جلوگیری از خسارات زیست‌محیطی	
فعالیت‌های مذهبی / فرهنگی	مزایای بازنشستگی	استاندارد و ایمنی محصول	باز یافت یا جلوگیری از ضایعات	
هدایا و خدمات خیریه	خدمات رفاهی کارکنان	اخذ ایزو ۱۸۰۰۱	حفظ منابع طبیعی	
پرداخت مالیات	آموزش		پژوهش و توسعه	
حفظ تعداد کارکنان			سیاست زیست‌محیطی	
			اخذ گواهی‌نامه ایزو ۱۴۰۰۱	

متغیرهای کنترلی

اندازه شرکت (Size): این متغیر از طریق لگاریتم طبیعی کل دارائی‌های شرکت اندازه‌گیری می‌شود.

نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری (M/B): این متغیر از طریق تقسیم ارزش بازار سهام تقسیم‌بر ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام اندازه‌گیری می‌شود.

اهرم مالی (Lev): این متغیر از طریق تقسیم کل بدهی‌ها به ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام اندازه‌گیری می‌شود.

بازده دارائی‌ها (ROA): بازده دارایی‌ها از طریق تقسیم سود خالص سال جاری بر کل دارایی‌ها اندازه‌گیری می‌شود.

رشد شرکت (Grow): فروش سال جاری منهای فروش سال قبل تقسیم‌بر فروش سال قبل محاسبه می‌گردد.

سن شرکت (Age): سال بررسی در صورت‌های مالی منهای سال تأسیس شرکت.

متغیرهای تعدیل گر

کارایی (Efficiency): برای اندازه‌گیری توانایی مدیریت از مدل ارائه‌شده توسط (دمرجان و همکاران، ۲۰۱۲) استفاده‌شده است. این مدل یک شاخص کمی است که میزان توانایی مدیریت را

در به‌کارگیری مؤثر و کارآمد منابع شرکت نشان می‌دهد. اساس مدل مذکور بر پایه بررسی نسبت ستادها به داده‌های شرکت است و در آن فرض می‌شود که مدیران با توانایی بالاتر، می‌توانند درآمد بیشتری را با به‌کارگیری میزان معینی از منابع (از قبیل سرمایه، نیروی کار و دارایی‌های نامشهود) کسب نمایند. همچنین فرض می‌شود که این امر ناشی از نگرش مبتکرانه مدیر در استفاده از سیستم‌های تجاری برتر، فرآیندهای تولیدی نوآورانه، سیستم پاداش کارکنان، زنجیره‌های تأمین مالی و ... است. بر این اساس، شاخص کارایی مدیریت به صورت ذیل محاسبه می‌شود.

$$\text{Efficiency} = \frac{\text{Sales}}{\text{COGS} + \text{SGA} + \text{PPE} + \text{R\&D} + \text{IA}} \quad (۳)$$

Sales: مبلغ درآمد فروش

COGS: بهای تمام‌شده کالای فروش رفته

SGA: هزینه‌های اداری و فروش

PPE: مانده اموال، ماشین‌آلات و تجهیزات

R&D: اندوخته تحقیق و توسعه

IA: دارایی‌های نامشهود است

شاخص کارایی فوق منعکس‌کننده عملکرد کلی شرکت است که ممکن است تحت تأثیر عوامل زیادی از جمله ویژگی‌های خاص هر شرکت و محیط عملیاتی آن باشد؛ بنابراین لازم است که اثر این‌گونه عوامل در شاخص فوق تعدیل شود تا بتوان آن را به‌عنوان معیار کارایی (توانایی) مدیریت استفاده کرد. شاخص کارایی فوق تابعی از متغیرهایی است که منعکس‌کننده ویژگی‌های خاص شرکت‌هاست.

(۴)

$$\text{Efficiency}_i = \beta_0 + \beta_1 \text{Ln Assets}_i + \beta_2 \text{MarketShare}_i + \beta_3 \text{CF}_i + \beta_4 \text{LnCash}_i + \varepsilon_i$$

Ln Assets: لگاریتم طبیعی ارزش دفتری دارایی‌های شرکت

Share Market: سهم بازار محصول شرکت (نسبت فروش شرکت به جمع فروش کل شرکت‌های فعال در صنعت مربوطه)

CF: خالص جریان نقد شرکت تقسیم بر دارائی‌های شرکت

LnCash: لگاریتم طبیعی مانده وجوه نقد

باقیمانده‌های حاصل از برآزش الگوی رگرسیونی ϵ فوق به‌عنوان معیار کارایی (توانایی) مدیریت است.

۴. یافته‌های پژوهش

جدول ۲: آمار توصیفی

کشیدگی	چولگی	انحراف معیار	کمینه	بیشینه	میانه	میانگین	
۲/۴۴۳	-۰/۱۵۸۹	۰/۱۲۴۰	۰/۰۰۰۰	۰/۵۳۸۴	۰/۲۸۲۰	۰/۲۷۳۱	CSR
۲/۶۰۰۷	۱/۲۶۵۲	۰/۴۲۲۹	۰/۰۰۰۰	۱/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۲۳۲۶	PC
۲۴/۹۱۳۱	۲/۰۳۴۷	۰/۰۵۴۳	-۰/۲۵۰۹	۰/۵۴۷۲	-۰/۰۰۱۰	-۲/۶۷E-۲۰	EFFECIENCY
۵۱۶/۶۵۷۳	۲۲/۶۹۳۲	۱۴/۲۵۹۳	-۰/۹۹۷۴	۳۲۵/۱۶۱۴	۰/۱۰۸۳	۰/۸۳۴۹	GROWTH
۳۶۱/۴۶۰۴	۱۶/۶۱۵۳	۱۴/۵۳۹۷	-۸۰/۰۲۱۲	۳۰۳/۸۴۴۲	۱/۴۰۳۸	۲/۰۲۷۵	LEV
۱۱۹/۵۵۰۵	۷/۰۶۹۶	۷/۷۳۴۹	-۴۹/۷۰۳۹	۱۲۲/۶۱۰۵	۲/۲۴۹۹	۳/۳۴۶۳	MVBV
۲/۱۰۰۵	۰/۲۱۸۴	۱۲/۲۶۸۹	۱۲/۰۰۰۰	۶۷/۰۰۰۰	۳۳/۰۰۰۰	۳۵/۷۹۸۰	AGE
۳/۷۹۶۷	۰/۷۸۰۸	۰/۷۰۱۳	۴/۸۲۷۶	۸/۵۸۷۷	۶/۲۰۱۷	۶/۳۳۵۳	SIZE
۴۴/۶۳۱۰	۲/۷۰۲۹	۰/۱۸۵۵	-۱/۰۶۳۳	۲/۳۰۰۱	۰/۰۷۶۹	۰/۰۹۹۹	ROA

در جدول شماره (۲) آمار توصیفی متغیرهای پژوهش شامل میانگین، میانه، بیشینه، کمینه، انحراف معیار و ... آورده شده است. به‌عنوان مثال برای متغیر وابسته مسئولیت اجتماعی (CSR) میانگین، میانه، بیشینه، کمینه و انحراف معیار به ترتیب ۰/۲۷۳۱، ۰/۲۸۲۰، ۰/۵۳۸۴، ۰/۰۰۰۰ و ۰/۱۲۴۰، میانگین ارتباط سیاسی (PC) ۰/۲۳۲۶ و میانه آن ۰/۰۰۰۰، میانه کارایی (EFFECIENCY) ۰/۰۰۱۰- و بیشینه آن ۰/۵۴۷۲ است.

جدول ۳: ماتریس همبستگی

ROA	SIZE	AGE	MVBV	LEV	GROWTH	EFFECIENCY	PC	CSR	Correlation Probability
								۱	CSR

							۱	۰/۱۲۶۰	PC
							-----	۰/۰۰۴	
						۱	-	-۰/۰۲۶۷	EFFECIENCY
							۰/۰۰۱۱	۰/۵۴۲۸	
							۰/۹۷۹۲	۰/۵۴۲۸	GROWTH
					۱	۰/۱۶۳۲	-	۰/۰۴۹۱	
							۰/۰۲۴۵	۰/۰۴۹۱	LEV
						-----	۰/۰۰۰۲	۰/۲۶۳	
				۱	-۰/۰۰۶۲	-۰/۰۳۹۹	۰/۰۰۶۹	-۰/۰۲۸۶	MVBV
					۰/۸۸۶۵	۰/۳۶۳۲	۰/۸۷۴۷	۰/۵۱۳۸	
			۱	۰/۸۰۰۹	-۰/۰۱۱۷	۰/۰۰۳۳	۰/۰۰۲۴	-۰/۰۸۴۳	AGE
					۰/۷۸۹۴	۰/۹۳۹۶	۰/۹۵۶۱	۰/۰۵۴۷	
		۱	۰/۰۴۰۷	۰/۰۲۳۲	۰/۰۷۱۶	۰/۰۰۵۵	-	۰/۰۵۱۱	SIZE
			-----	۰/۳۵۳۵	۰/۵۹۶۴	۰/۱۰۲۷	۰/۹	۰/۲۴۴۱	
	۱	۰/۰۰۴۰	-۰/۰۵۱۳	۰/۰۵۵۵	۰/۰۵۲۹	-۰/۰۰۶۸	۰/۱۹۲۸	۰/۲۱۷۵	ROA
		-----	۰/۹۲۶۱	۰/۲۴۲۸	۰/۲۰۵۹	۰/۲۲۸۲	۰	۰	
۱	۰/۱۴۸۲	-	۰/۰۵۷۰	-	-۰/۰۲۳۰	۰/۱۷۶۱	۰/۰۶۴۳	۰/۲۱۴۶	ROA
		۰/۰۰۷۲	۰/۰۵۷۰	۰/۰۶۵۹					
	-----	۰/۰۰۰۷	۰/۸۶۸۶	۰/۱۹۳۹	۰/۱۳۳	۰/۵۹۹۸	۰/۰۰۰۱	۰/۱۴۲۶	

جدول شماره ۳ ماتریس همبستگی برای کلیه متغیرهای مورد استفاده در تجزیه و تحلیل مدل پژوهش را نشان می دهد. نتایج نشان می دهد بین ارتباط سیاسی (PC) و مسئولیت اجتماعی (CSR) رابطه مثبت ۰/۱۲۶۰ وجود دارد که این ارتباط در سطح ۰/۰۵ معنادار است و بین ارتباط سیاسی (PC) و کارایی (EFFECIENCY) رابطه منفی ۰/۰۰۱۱- وجود دارد که این ارتباط در سطح ۰/۰۵ معنادار

نیست؛ و بین کارایی (EFFECIENCY) و مسئولیت اجتماعی (CSR) رابطه منفی ۰/۰۲۶۷- وجود دارد که این ارتباط نیز در سطح ۰/۰۵ معنادار نیست.

آزمون‌های تشخیصی مدل:

قبل از آزمون فرضیه‌های پژوهش، باید مدل رگرسیونی مناسب برای برآورد مدل‌های پژوهش مشخص گردد. بنابراین، در ابتدا با استفاده از آزمون چاو (افلیمر) به انتخاب داده‌های ترکیبی در برابر داده‌های تلفیقی پرداخته شد. نتایج حاکی از آن بود که برای برآورد باید از روش ترکیبی استفاده شود. سپس، آزمون هاسمن جهت انتخاب بین روش اثرات تصادفی یا ثابت بکار برده شد. نتایج آزمون چاو و هاسمن در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴: نتایج آزمون لیمر و هاسمن

آزمون هاسمن			آزمون لیمر			
الگوی انتخابی	سطح معناداری	آماره خی	الگوی انتخابی	سطح معناداری	آماره F	مدل
اثرات ثابت	۰/۰۰۰۲	۲۷/۹۲۵۰	ترکیبی	۰/۰۰۰۰	۱۹/۴۵۲۶	مسئولیت اجتماعی
اثرات ثابت	۰/۰۱۱۴	۱۸/۱۳۴۷	ترکیبی	۰/۰۰۰۰	۲۹/۰۹۵۳	عملکرد اجتماعی
اثرات تصادفی	۰/۲۶۸۷	۸/۷۸۱۵	ترکیبی	۰/۰۰۰۰	۲۱/۳۷۰۴	محیط زیست
اثرات ثابت	۰/۰۱۶۱	۱۷/۲۱۶۲	ترکیبی	۰/۰۰۰۰	۱۲/۹۲۷۲	منابع انسانی
اثرات تصادفی	۰/۱۸۱۱	۱۰/۱۳۴۳	ترکیبی	۰/۰۰۰۰	۲۶/۷۰۷۵	محصولات و خدمات

برای بررسی وجود مشکل ناهمسانی واریانس از آزمون بروش پاگان - کوک و ویسبرگ استفاده شده است. بنابر نتایج حاصل از این آزمون رگرسیون پژوهش، اگر احتمال یا p-value محاسبه شده کمتر از ۰/۰۵ باشد مشکل ناهمسانی واریانس در مدل‌ها وجود دارد؛ و اگر p-value

محاسبه شده بیشتر از ۰/۰۵ باشد ناهمسانی واریانس وجود ندارد. نتایج آزمون در جدول ۵ ارائه شده است.

جدول ۵: نتایج آزمون بروش پاگان - کوک و ویسبرگ

آزمون بروش پاگان - کوک و ویسبرگ			
مدل	آماره F	سطح معناداری	الگوی انتخابی
مسئولیت اجتماعی	۲/۳۵۵۵	۰/۰۲۲۵	ناهمسانی واریانس وجود دارد
عملکرد اجتماعی	۲/۵۶۲۸	۰/۰۱۳۳	ناهمسانی واریانس وجود دارد
محیط زیست	۰/۷۷۳۸	۰/۶۰۹۵	ناهمسانی واریانس وجود ندارد
منابع انسانی	۵/۴۱۶۹	۰/۰۰۰۰	ناهمسانی واریانس وجود دارد
محصولات و خدمات	۰/۵۴۳۹	۰/۸۰۱۱	ناهمسانی واریانس وجود ندارد

نتایج آزمون مدل اول پژوهش

نتایج حاصل از برآورد فرضیه اول، دوم پژوهش به شرح جدول (۶) است:

جدول ۶: آزمون فرضیه ۱ و ۲

$CSR = \beta_0 + \beta_1 political\ connection_{it} + \beta_2 efficiency_{it} + \beta_3 political\ connection_{it} * efficiency_{it} + \beta_4 Grow_{it} + \beta_5 Lev_{it} + \beta_6 M/B_{it} + \beta_7 Age_{it} + \beta_8 size_{it} + \beta_9 Year_{it} + \beta_{10} Roa_{it} + \varepsilon_{it}$				
فرضیه	۱		۲	
متغیر	ضریب متغیر	سطح معنی داری	ضریب متغیر	سطح معنی داری
C	۰/۲۰۰۱	۰/۰۲۰۰	۰/۲۰۴۸	۰/۰۱۳۲
PC	-۰/۰۲۱۴	۰/۳۳۰۹	-۰/۰۲۲۳	۰/۲۹۶۷
EFFECIENCY	-	-	-۰/۰۴۰۶	۰/۰۰۸۲
EFFECIENCY *PC	-	-	-۰/۰۵۰۲	۰/۴۸۷۷
GROWTH	-۰/۰۰۰۰۷	۰/۰۰۰۰۵	-۰/۰۰۰۰۴	۰/۱۶۱۶
LEV	۰/۰۰۰۰۲	۰/۳۹۸۱	۰/۰۰۰۰۱	۰/۴۷۸۳
SIZE	-۰/۰۰۰۰۴	۰/۳۰۴۳	-۰/۰۰۰۰۴	۰/۳۷۴۶
MVBV	۰/۰۰۰۲۱	۰/۰۷۷۹	۰/۰۰۰۲۲	۰/۰۳۵۳

۰/۹۵۴۴	-۰/۰۰۰۶	۰/۹۵۹۵	۰/۰۰۰۵	AGE
۰/۰۸۸۲	-۰/۰۲۲۵	۰/۰۳۳۴	-۰/۰۲۸۴	ROA
-	۰/۸۴۹۰	-	۰/۸۴۸۶	R-squared
-	۰/۸۰۷۴	-	۰/۸۰۷۹	Adjusted R-squared
-	۱/۶۷۹۸	-	۱/۶۸۰۳	Durbin-Watson stat
۰/۰۰۰۰	۲۰/۴۳۷۷	۰/۰۰۰۰	۲۰/۸۴۳۵	F-statistic

۱. بین ارتباط سیاسی مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه وجود دارد. ضریب برآوردی متغیر ارتباط سیاسی (PC) در جدول بالا نشان می‌دهد که بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه منفی وجود دارد و این رابطه از نظر آماری معنادار نیست زیرا میزان p -value محاسبه شده برای ضریب این متغیر پژوهش، بیشتر از ۰.۵ به دست آمده است؛ بنابراین می‌توان گفت بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح اطمینان ۹۵٪ رابطه معنادار وجود ندارد.

۲. کارایی مدیریت رابطه بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و مسئولیت اجتماعی شرکت را تعدیل می‌کند.

نتایج جدول بالا نشان می‌دهد که بین ارتباط سیاسی و مسئولیت اجتماعی شرکت با توجه به نقش تعدیل گر کارایی مدیرعامل، رابطه منفی وجود دارد، ولی این رابطه از نظر آماری معنادار نیست زیرا میزان p -value محاسبه شده برای ضریب این متغیر پژوهش، بیشتر از ۰.۵ به دست آمده است؛ بنابراین می‌توان گفت کارایی مدیرعامل، رابطه بین ارتباط سیاسی و مسئولیت اجتماعی شرکت را تعدیل نمی‌کند.

نتایج آزمون مدل دوم پژوهش

نتایج حاصل از برآورد فرضیه دوم، سوم پژوهش به شرح جدول (۷) است:

جدول ۷: آزمون فرضیه ۳ و ۴

$ER = \beta_0 + \beta_1 \text{political connection}_{it} + \beta_2 \text{efficiency}_{it} + \beta_3 \text{political connection}_{it} * \text{efficiency}_{it} + \beta_4 \text{Grow}_{it} + \beta_5 \text{Lev}_{it} + \beta_6 M/B_{it} + \beta_7 \text{Age}_{it} + \beta_8 \text{size}_{it} + \beta_9 \text{Year}_{it} + \beta_{10} \text{Roa}_{it} + \varepsilon_{it}$				
۴		۳		فرضیه
ضریب متغیر	سطح معنی داری	ضریب متغیر	سطح معنی داری	متغیر
۰/۰۰۰۶	۰/۰۵۸۵	۰/۰۰۰۰	۰/۰۷۳۴	C
۰/۰۰۰۹	-۰/۰۰۱۵	۰/۰۲۱۴	-۰/۰۰۰۹	PC
۰/۲۵۶۲	۰/۰۰۴۷	-	-	EFFECIENCY
۰/۰۲۴۳	-۰/۰۶۴۵	-	-	EFFECIENCY *PC
۰/۰۰۰۰	-۰/۰۰۰۰۹	۰/۰۰۰۰	-۰/۰۰۰۰۸	GROWTH
۰/۰۰۰۰	-۰/۰۰۰۰۴	۰/۰۰۰۰	-۰/۰۰۰۰۴	LEV
۰/۰۷۷۹	۰/۰۰۰۰۶	۰/۰۰۸۸	۰/۰۰۰۰۷	SIZE
۰/۱۷۰۹	-۰/۰۰۰۰۱	۰/۲۲۸۰	-۰/۰۰۰۰۱	MVBV
۰/۰۱۱۹	۰/۰۰۰۷۴	۰/۰۰۰۰۲	۰/۰۰۰۴۸	AGE
۰/۰۹۳۷	-۰/۰۰۰۴۶	۰/۰۳۷۶	-۰/۰۰۰۴۴	ROA
-	۰/۹۹۸۱	-	۰/۹۹۸۰	R-squared
-	۰/۹۹۷۶	-	۰/۹۹۷۴	Adjusted R-squared
-	۱/۷۴۸۸	-	۱/۷۴۷۲	Durbin-Watson stat
۰/۰۰۰۰	۱۹۵۶/۹۴۸	۰/۰۰۰۰	۱۸۶۰/۵۸۰	F-statistic

۳. بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و مسئولیت زیست محیطی شرکت رابطه وجود دارد. ضریب برآوردی ارتباط سیاسی (PC) در جدول بالا نشان می‌دهد که بین ارتباط سیاسی و مسئولیت زیست محیطی (ER) شرکت رابطه منفی وجود دارد و این رابطه از نظر آماری معنادار است؛ زیرا میزان p-value محاسبه شده برای ضریب این متغیر پژوهش، کمتر از ۰.۵٪ به دست آمده است؛ بنابراین می‌توان گفت بین ارتباط سیاسی و مسئولیت زیست محیطی شرکت در سطح اطمینان ۹۵٪ رابطه معنادار وجود دارد.

۴. کارایی مدیریت رابطه بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و مسئولیت زیست محیطی شرکت را تعدیل می کند.

ضریب برآوردی متغیر PC*EFFECIENCY در جدول بالا نشان می دهد که ارتباط سیاسی مدیرعامل و مسئولیت زیست محیطی شرکت با توجه به نقش تعدیل گر کارایی مدیرعامل، رابطه منفی وجود دارد و این رابطه از نظر آماری معنادار است زیرا میزان p-value محاسبه شده برای ضریب این متغیر پژوهش، کمتر از ۰.۰۵ به دست آمده است؛ بنابراین می توان گفت کارایی مدیرعامل، رابطه ارتباط سیاسی مدیرعامل و مسئولیت زیست محیطی شرکت را تعدیل می کند.

نتایج آزمون مدل سوم پژوهش

جدول ۸: آزمون فرضیه ۵ و ۶

$SP = \beta_0 + \beta_1 \text{political connection}_{it} + \beta_2 \text{efficiency}_{it} + \beta_3 \text{political connection}_{it} * \text{efficiency}_{it} + \beta_4 \text{Grow}_{it} + \beta_5 \text{Lev}_{it} + \beta_6 M/B_{it} + \beta_7 \text{Age}_{it} + \beta_8 \text{size}_{it} + \beta_9 \text{Year}_{it} + \beta_{10} \text{Roa}_{it} + \varepsilon_{it}$				
۶		۵		فرضیه
سطح معنی داری	ضریب متغیر	سطح معنی داری	ضریب متغیر	متغیر
۰/۲۵۵۶	-۰/۰۱۹۹	۰/۲۴۹۷	-۰/۰۲۸۲	C
۰/۴۳۵۸	-۰/۰۰۲۵	۰/۶۸۵۸	۰/۰۰۱۸	PC
۰/۳۷۸۸	۰/۰۰۵۱	-	-	EFFECIENCY
۰/۳۶۷۸	۰/۰۵۸۱	-	-	EFFECIENCY *PC
۰/۰۷۴۳	-۰/۰۰۰۰۱	۰/۸۶۰۸	-۰/۰۰۰۰۱	GROWTH
۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰۵	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰۴	LEV
۰/۵۵۸۶	-۰/۰۰۰۰۱	۰/۸۰۶۳	-۰/۰۰۰۰۴	SIZE
۰/۰۰۰۰۱	۰/۰۰۱۱	۰/۱۷۵۲	۰/۰۰۰۰۳	MVBV
۰/۷۵۳۲	۰/۰۰۱۲	۰/۰۸۲۰	۰/۰۰۰۶۷	AGE
۰/۸۹۸۸	-۰/۰۰۰۰۵	۰/۵۹۰۶	۰/۰۰۰۳۳	ROA
-	۰/۸۵۵۳	-	۰/۱۱۰۱	R-squared
-	۰/۸۱۵۵	-	۰/۰۹۷۹	Adjusted R-squared
-	۱/۹۴۹۴	-	۱/۵۴۰۱	Durbin-Watson stat
۰/۰۰۰۰	۲۱/۴۹۲۵	۰/۰۰۰۰	۹/۰۵۱۱	F-statistic

۵. بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و عملکرد اجتماعی شرکت رابطه وجود دارد. ضریب برآوردی ارتباط سیاسی (PC) در جدول بالا نشان می‌دهد که بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و عملکرد اجتماعی شرکت رابطه مثبت وجود دارد و این رابطه از نظر آماری معنادار نیست زیرا میزان p -value محاسبه شده برای ضریب این متغیر پژوهش، بیشتر از ۰.۰۵ به دست آمده است؛ بنابراین می‌توان گفت بین کوتاه بینی مدیرعامل و انعطاف پذیری مالی شرکت در سطح اطمینان ۰.۹۵ رابطه معنادار وجود ندارد.

۶. کارایی مدیریت رابطه بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و عملکرد اجتماعی شرکت را تعدیل می‌کند. نتایج جدول بالا نشان می‌دهد که بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و عملکرد اجتماعی شرکت با توجه به نقش تعدیل گر کارایی مدیرعامل، رابطه منفی وجود دارد و این رابطه از نظر آماری معنادار نیست؛ زیرا میزان p -value محاسبه شده برای ضریب این متغیر پژوهش، بیشتر از ۰.۰۵ به دست آمده است؛ بنابراین می‌توان گفت کارایی مدیرعامل رابطه بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و عملکرد اجتماعی شرکت را تعدیل نمی‌کند.

نتایج آزمون مدل چهارم پژوهش

نتایج حاصل از برآورد فرضیه ۸ و ۷ پژوهش به شرح جدول (۹) است:

جدول ۹: آزمون فرضیه ۷ و ۸

$HRR = \beta_0 + \beta_1 \text{political connection}_{it} + \beta_2 \text{efficiency}_{it} + \beta_3 \text{political connection}_{it} * \text{efficiency}_{it} + \beta_4 \text{Grow}_{it} + \beta_5 \text{Lev}_{it} + \beta_6 M/B_{it} + \beta_7 \text{Age}_{it} + \beta_8 \text{size}_{it} + \beta_9 \text{Year}_{it} + \beta_{10} \text{Roa}_{it} + \varepsilon_{it}$				
۸		۷		فرضیه
متغیر	ضریب متغیر	متغیر	ضریب متغیر	متغیر
۰/۰۰۰۰	۰/۱۱۶۱	۰/۰۰۰۰	۰/۱۱۴۶	C
۰/۰۲۳۹	-۰/۰۰۱۱	۰/۰۴۹۱	-۰/۰۰۱۲	PC
۰/۲۷۷۳	-۰/۰۰۵۲	-	-	EFFECIENCY
۰/۴۸۷۲	۰/۰۰۳۳	-	-	EFFECIENCY *PC
۰/۱۳۱۵	-۰/۰۰۰۰۲	۰/۱۹۲۴	۰/۰۰۰۰۲	GROWTH
۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰۹	LEV
۰/۰۰۰۰	-۰/۰۰۰۰۹	۰/۰۰۰۰	-۰/۰۰۰۰۹	SIZE
۰/۱۸۹۱	۰/۰۰۰۱	۰/۰۷۱۸	۰/۰۰۰۱	MVBV
۰/۰۲۴۳	-۰/۰۰۳۰	۰/۰۰۴۰	-۰/۰۰۲۷	AGE
۰/۰۰۰۷	-۰/۰۰۱۲	۰/۰۱۴۱	-۰/۰۰۱۶	ROA
-	۰/۹۹۸۶	-	۰/۹۹۹۳	R-squared
-	۰/۹۹۸۲	-	۰/۹۹۹۱	Adjusted R-squared
-	۱/۷۰۷۱	-	۱/۷۰۴۱	Durbin-Watson stat
۰/۰۰۰۰	۲۶۹۷/۰۶۹	۰/۰۰۰۰	۵۷۲۰/۰۱۱	F-statistic

۷. بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و مسئولیت منابع انسانی شرکت رابطه وجود دارد. ضریب برآوردی متغیر ارتباط سیاسی (PC) در جدول بالا نشان می‌دهد که بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و مسئولیت منابع انسانی رابطه منفی وجود دارد و این رابطه از نظر آماری معنادار است؛ زیرا میزان $p\text{-value}$ محاسبه شده برای ضریب این متغیر پژوهش، کمتر از ۰.۰۵ به دست آمده است؛ بنابراین می‌توان گفت بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و مسئولیت منابع انسانی شرکت در سطح اطمینان ۹۵٪ رابطه معنادار وجود دارد.

۸. کارایی مدیریت رابطه بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و مسئولیت منابع انسانی شرکت را تعدیل می‌کند.

نتایج جدول بالا نشان می‌دهد که بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و مسئولیت منابع انسانی با توجه به نقش تعدیل‌گر کارایی مدیرعامل، رابطه منفی وجود دارد و این رابطه از نظر آماری معنادار نیست زیرا میزان p -value محاسبه شده برای ضریب این متغیر پژوهش، بیشتر از ۰.۵٪ به دست آمده است؛ بنابراین می‌توان گفت کارایی مدیرعامل، بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و مسئولیت منابع انسانی شرکت را تعدیل نمی‌کند.

نتایج آزمون مدل پنجم پژوهش

نتایج حاصل از برآورد فرضیه ۱۰ و ۹ پژوهش به شرح جدول (۱۰) است:

جدول ۱۰: آزمون فرضیه ۹ و ۱۰

$RPS = \beta_0 + \beta_1 \text{political connection}_{it} + \beta_2 \text{efficiency}_{it} + \beta_3 \text{political connection}_{it} * \text{efficiency}_{it} + \beta_4 \text{Grow}_{it} + \beta_5 \text{Lev}_{it} + \beta_6 M/B_{it} + \beta_7 \text{Age}_{it} + \beta_8 \text{size}_{it} + \beta_9 \text{Year}_{it} + \beta_{10} \text{Roa}_{it} + \varepsilon_{it}$				
۱۰		۹		فرضیه
سطح معنی‌داری	ضریب متغیر	سطح معنی‌داری	ضریب متغیر	متغیر
۰/۰۰۰۰	۰/۰۴۵۵	۰/۲۲۸۳	۰/۰۷۳۰	C
۰/۲۱۶۲	-۰/۰۰۰۲	۰/۵۶۴۹	-۰/۰۰۲۷	PC
۰/۲۶۵۸	-۰/۰۰۱۳	-	-	EFFECIENCY
۰/۱۰۶۸	-۰/۰۰۳۸	-	-	EFFECIENCY *PC
۰/۱۹۶۴	۰/۰۰۰۰۱	۰/۶۹۱۷	۰/۰۰۰۰۰۶	GROWTH
۰/۴۱۳۸	-۰/۰۰۰۰۹	۰/۹۸۸۷	-۰/۰۰۰۰۰۱	LEV
۰/۲۳۲۳	-۰/۰۰۰۰۱	۰/۳۵۵۲	-۰/۰۰۰۰۱	SIZE
۰/۱۲۳۵	-۰/۰۰۰۰۴	۰/۰۰۶۷	-۰/۰۰۰۱۳	MVBV
۰/۹۲۳۱	۰/۰۰۰۰۱	۰/۶۳۰۴	۰/۰۰۰۳۳	AGE
۰/۴۵۸۷	۰/۰۰۰۰۳	۰/۷۷۰۳	۰/۰۰۰۲۵	ROA
-	۰/۹۹۸۳	-	۰/۸۷۳۵	R-squared
-	۰/۹۹۷۹	-	۰/۸۳۹۵	Adjusted R-squared
-	۱/۷۰۲۶	-	۱/۸۳۹۶	Durbin-Watson stat
۰/۰۰۰۰	۲۲۰۵/۴۹۴	۰/۰۰۰۰	۲۵/۶۸۳۶	F-statistic

۹. بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و مسئولیت محصولات و خدمات شرکت رابطه وجود دارد. ضریب برآوردی متغیر ارتباط سیاسی (PC) در جدول بالا نشان می‌دهد که بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و مسئولیت محصولات و خدمات شرکت رابطه منفی وجود دارد و این رابطه از نظر آماری معنادار نیست زیرا میزان p -value محاسبه شده برای ضریب این متغیر پژوهش، بیشتر از ۵٪ به دست آمده است؛ بنابراین می‌توان گفت بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و مسئولیت محصولات و خدمات شرکت در سطح اطمینان ۹۵٪ رابطه معنادار وجود ندارد.

۱۰. کارایی مدیریت رابطه بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و مسئولیت محصولات و خدمات شرکت را تعدیل می‌کند.

نتایج جدول بالا نشان می‌دهد که بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و مسئولیت محصولات و خدمات شرکت با توجه به نقش تعدیل گر کارایی مدیرعامل، رابطه منفی وجود دارد و این رابطه از نظر آماری معنادار نیست زیرا میزان p -value محاسبه شده برای ضریب این متغیر پژوهش، بیشتر از ۵٪ به دست آمده است؛ بنابراین می‌توان گفت کارایی مدیرعامل، بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و مسئولیت محصولات و خدمات شرکت را تعدیل نمی‌کند.

۵. بحث و نتیجه‌گیری

ارتباط سیاسی بر تصمیم‌های سرمایه‌گذاری شرکت اثر می‌گذارد مدیران عامل متصل به سیاست می‌توانند به شرکت‌های خود در دستیابی به مزایای ملموس و نامحسوس مختلف کمک کنند مانند نرخ مالیات پایین‌تر، وام‌های بانکی ترجیحی. در پژوهش حاضر به بررسی تأثیر ارتباط سیاسی مدیرعامل بر ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت پرداختیم ابعاد مسئولیت اجتماعی مورد بررسی در پژوهش حاضر شامل مسئولیت زیست‌محیطی، عملکرد اجتماعی، مسئولیت منابع انسانی و مسئولیت محصولات و خدمات شرکت است، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد در حالت کلی ارتباط سیاسی مدیرعامل بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت مؤثر نیست و کارایی مدیرعامل رابطه بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و مسئولیت اجتماعی شرکت را تعدیل نمی‌کند. همچنین یافته‌های

پژوهش نشان می‌دهد که ارتباط سیاسی بر عملکرد اجتماعی و مسئولیت محصولات و خدمات شرکت تأثیر ندارد اما بر مسئولیت زیست‌محیطی و منابع انسانی شرکت مؤثر است. چون این ارتباط منفی است هرچه مدیر دارای ارتباط سیاسی بالاتری باشد میزان مسئولیت‌پذیری زیست‌محیطی و مسئولیت‌پذیری در حوزه منابع انسانی شرکت کمتر است. همچنین یافته‌های پژوهش نشان داد که کارایی مدیرعامل رابطه بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و مسئولیت زیست‌محیطی شرکت را تعدیل می‌کند. چون این ارتباط منفی است کارایی مدیرعامل تأثیر منفی بر رابطه بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و عملکرد زیست‌محیطی شرکت دارد و از طرفی کارایی مدیرعامل رابطه بین ارتباط سیاسی مدیرعامل و عملکرد اجتماعی، مسئولیت منابع انسانی و مسئولیت محصولات و خدمات شرکت را تعدیل نمی‌کند.

یافته‌ها نشان می‌دهد که هرچه مدیر سیاسی‌تر باشد میزان مسئولیت‌پذیری در حوزه مسئولیت زیست‌محیطی و منابع انسانی شرکت کمتر است. از دیدگاه این مدیران سرمایه‌گذاری در حوزه محیط‌زیست و منابع انسانی باعث کاهش قدرت رقابت این شرکت‌ها با شرکت‌هایی که در این حوزه سرمایه‌گذاری کمتری می‌کنند می‌گردد. همچنین نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش در حوزه مسئولیت زیست‌محیطی و منابع انسانی شرکت با یافته‌های برداران حسن‌زاده و همکاران (۱۳۹۸)، بادآور نهندی و تقی زاده خانقاه (۱۳۹۷) و مالول و همکاران (۲۰۱۸) همسو و در حوزه عملکرد اجتماعی و مسئولیت محصولات و خدمات با یافته‌های دیانگ و همکاران (۲۰۱۵) و وانگ و همکاران (۲۰۱۷) مطابقت ندارد.

بر اساس نتایج تحقیق پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:

۱. هرچه مدیر دارای ارتباط سیاسی بالاتری باشد میزان مسئولیت‌پذیری زیست‌محیطی شرکت کمتر است و واحدهای اقتصادی داری ارتباط سیاسی در اقدامات مرتبط با مسئولیت‌های زیست‌محیطی مشارکت کمتری می‌کنند و به واسطه ارتباطات سیاسی که دارند نسبت به ذی‌نفعان پاسخگویی کمتری در قبال فعالیت‌های شرکت و آثار زیست‌محیطی آن دارند. با توجه به اهمیت بحث محیط‌زیست در دهه اخیر سهامداران عمده، هیئت‌مدیره، سازمان‌های حافظ محیط‌زیست و

.... نظارت بیشتری بر مدیران با ارتباط سیاسی بالا اعمال نمایند تا شرکت‌ها با مدیران سیاسی به وظایف خود در قبال محیط‌زیست عمل نموده و با عملکرد خود جامعه را با چالش زیست‌محیطی مواجه نمایند.

۲. با توجه به اینکه ارتباط سیاسی مدیرعامل بر مسئولیت‌پذیری در حوزه منابع انسانی شرکت تأثیر منفی دارد و از آنجایی که مهم‌ترین سرمایه شرکت نیروی انسانی آن است که تأثیر بسزایی در رشد و شکوفایی آن دارد. این‌گونه مدیران باید توجه بیشتری به مسئولیت منابع انسانی شرکت داشته باشند و این مورد توجه ذی‌نفعان و مدیران ارشد شرکت قرار گیرد.

۳. به سازمان بورس اوراق بهادار پیشنهاد می‌شود که اطلاعات جامعی در خصوص مدیران بازار سرمایه که دارای ارتباط سیاسی هستند تهیه و در معرض دید و قضاوت تصمیم‌گیران قرار دهد. همچنین به مؤسسات رتبه‌بندی و نهادهای نظارتی در سطح ملی پیشنهاد می‌شود علاوه بر ویژگی‌های مربوط به عملکرد مالی شرکت‌ها، ارتباطات سیاسی مدیران را جهت رتبه‌بندی شرکت‌های بورسی مد نظر قرار دهند.

در این پژوهش، الگوی برآوردشده به صورت یکجا برای کلیه صنایع به کار گرفته شد. بر همین اساس، پیشنهاد می‌شود در مطالعات آینده، الگوی پژوهش برای صنایع مختلف به تفکیک برآورد شود. و همچنین تأثیر سایر ویژگی‌های فردی و رفتاری مدیران بر ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت مورد بررسی قرار گیرد.

منابع

- امیدوار، علی‌رضا؛ صفر لکی، ابراهیم. (۱۳۹۵). حرکت به سمت مسئولیت اجتماعی شرکتی در صنعت بانکداری کشور. تهران: پژوهشکده موسسه علوم بانکی.
- بادآور نهندی، یونس؛ تقی زاده خانقاه، وحید. (۱۳۹۷). تأثیر ارتباطات سیاسی بر سرمایه‌گذاری بیشتر از حد و عملکرد شرکت. فصلنامه بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۲۵(۲)، ۱۹۸-۱۸۹.

برادران حسن زاده، رسول؛ ابیضی، عیسی؛ نامور، رامین. (۱۳۹۸). تأثیر ارتباطات سیاسی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت با تأکید بر رقابت بازار محصول. *پژوهش‌های تجربی حسابداری*، ۳۰۱-۳۲۵، (۳۳)۹.

برندک، سجاد؛ منصوری حبیب‌آبادی، فاطمه. (۱۳۹۸). کارایی هیئت‌مدیره و عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت: نقش تعدیلی پیشنهادی پیشینه دانش مالی مدیرعامل. *چشم‌انداز حسابداری و مدیریت*، ۱۹(۲)، ۱۰۸-۱۲۷.

رضایی، فرزین؛ افروزی، لیلا. (۱۳۹۴). رابطه هزینه بدهی با حاکمیت شرکتی در شرکت‌های دارای ارتباطات سیاسی. *پژوهش حسابداری*، ۱۶، ۸۶-۱۱۲.

رضایی، فرزین؛ ویسی حصار، ثریا. (۱۳۹۳). اثر روابط سیاسی با دولت بر رابطه بین تمرکز مالکیت باکیفیت گزارشگری مالی و هزینه سهام عادی. *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، ۲۱ (۴)، ۴۷۰-۴۴۹.

زهدی، محمدهادی؛ شیری، طاهره؛ سمانه شکوهی. (۱۳۸۹). حسابداری زیستی. *مجموعه مقالات اولین همایش ملی رویکردهای نوین حسابداری در سطح بین‌الملل*.

صالحی امیری، سید رضا؛ مطهری نژاد، سید مجید. (۱۳۸۹). درآمدی بر مسئولیت‌های فرهنگی اجتماعی بنگاه‌ها و سازمان‌ها در ایران. تهران: *پژوهشکده تحقیقات استراتژیک*.

علی‌خانی، راضیه؛ مران جوری، مهدی. (۱۳۹۳). کاربرد تئوری‌های افشا اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی. *مطالعات حسابداری و حسابرسی*، ۳ (۹)، ۷۳-۴۶.

فخاری، حسین، رضایی پسته نوئی، یاسر و محمد نوروزی. (۱۳۹۵). تأثیر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت بر کارایی سرمایه‌گذاری، *راهبرد مدیریت مالی*، (۴)، ۸۵-۱۰۶.

فروغی، داریوش؛ میر شمس شهنشانی، مرتضی؛ پور حسین، سمیه. (۱۳۸۷). نگرش مدیران درباره افشای اطلاعات حسابداری اجتماعی: شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، ۱۵ (۵۲)، ۷۷-۵۰.

گرامی، آمنه، یوسفی، سیده نرگس، خرمی حقیقی، فریده، رنجبر، زهرا. (۱۴۰۱). بررسی رابطه بین مسئولیت‌های اجتماعی و ریسک درماندگی مالی با توجه به نقش سهامداران نهادی. *چشم‌انداز حسابداری و مدیریت*، ۵(۶۶)، ۱۲۰-۱۰۳.

گنجی، حمیدرضا، جهان دوست مرغوب، مهران، نصیری فر، هاشم، ویسی حصار، ثریا. (1400). اثر روابط سیاسی با دولت بر رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی و محافظه کاری حسابداری. *حسابداری و منافع اجتماعی*. ۱۱(۴)، ۹۱-۱۲۲.

مهربان پور، محمدرضا؛ محمد جندقی قمی؛ محمدی، منصور. (۱۳۹۶). بررسی اثر روابط سیاسی شرکت ها بر به کارگیری معاملات غیر عادی با اشخاص وابسته. *دو فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری*. ۲(۳)، ۱۶۸-۱۴۷.

نظری پور، محمد؛ مقصود پور، صلاح الدین. (۱۳۹۹). 'تأثیر ارتباطات سیاسی بر رابطه بین توانایی مدیریت و گزارشگری مالی متقلبانه. *دانش حسابداری*. ۱۱(۲)، ۲۰۷-۱۶۹.

نیکو مرام، هاشم؛ بنی مهد، بهمن؛ رهنمای رود پستی، فریدون؛ کیایی، علی. (۱۳۹۲). دیدگاه اقتصاد سیاسی و مدیریت سود. *حسابداری سلامت*. ۶(۱۸)، ۴۳-۳۱.

واعظ سید علی، انواری ابراهیم؛ رودبار شجاعی، علی؛ کریمی، زینب. (۱۳۹۷). تاثیر استقلال اعضای هیئت مدیره و تمرکز مالکیت بر ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی. *فصلنامه حسابداری مالی*. ۱۰(۳۹)، ۱۱۱-۱۴۰.

- Andreou, P, C. Ehrlich, D., & Louca, C. (2013). Managerial ability and firm performance: Evidence from the global financial crisis. Cyprus University of Technology Working Paper.
- Aragón-Correa, J. A., Hurtado-Torres, N., Sharma, S., & García-Morales, V. J. (2008). Environmental strategy and performance in small firms: A resource-based perspective. *Journal of environmental management*, 86(1), 88-103.
- Aribi, A, and Gao, S. (2010). Corporate social responsibility disclosure. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 8(2), 72-91.
- Azizul Islam, M. (2009). Social and Environmental Reporting Practices Organisations Operating in, or Sourcing Products from, a Developing Country: Evidence from Bangladesh. *University of Dhaka Cho*.
- Boubakri, N., Guedhami, O., Mishra, D., Saffar, W. (2012). *Political connections and the cost of equity capital*. *Journal of Corporate Finance*, 18 (3): 541-559.
- Carroll, A.B., (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review* 4 (4), 497-505.
- Chaney, P. K., Faccio, M. & Parsley, D. (2011). The quality of accounting information in politically connected firms. *Journal of Accounting and Economics*, 51 (1), 58-76.
- Chen, W., Zhou, G., & Zhu, X. (2019). CEO tenure and corporate social responsibility performance. *Journal of Business Research*, 95, 292-302.
- Chen, Y., Podolski, E. J., Veeraraghavan, M. (2015). Does managerial ability facilitate corporate innovative success?. *Journal of empirical finance*, 34, 313-326.
- Cho, S. Y. , Lee, C. , and J. , Pfeiffer. (2013). Corporate social responsibility performance and information asymmetry. *Journal of Accounting and Public Policy*, 32 (1) , 71-83.

- Claessens, S., Feijen, E., Laeven, L. (2008). Political connections and preferential access to finance: The role of campaign contributions. *Journal of Financial Economics*, 88 (3), 554-580 .
- Deegan, C. (2007). Organizational legitimacy as a motive for sustainability reporting. In J. Unerman, J. Bebbington, & B. O'Dwyer (Eds.), *Sustainability accounting and accountability*. 127-149.
- Demerjian, P. Lev, B. & McVay, S. (2012). Quantifying managerial ability: A new measure and validity tests. *Management Science*, 58(7), 1229-1248.
- Demerjian, P. R. & Baruch, L. & Lewis, M. & McVay, S. (2012). Managerial Ability and Earnings Quality. *American Accounting Association*, 2(88), 463-498.
- Ding S, Jia C, Wilson C, Wu Z. (2015). Political connections and agency conflicts: the roles of owner and manager political influence on executive compensation. *Review of Quantitative Finance and Accounting* 45 (2), 407-434.
- Duellman, S. H. Hurwitz, and Y. Sun. (2015). Managerial overconfidence and audit fees. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 11(2), 148- 165.
- Fan, J.P.H., Wong, T.J. & Zhang, T. (2007). Politically-connected CEOs, corporate governance, and post-IPO performance of China's newly partially-privatized firms. *Journal of Financial Economics*, 84 (2), 330-357.
- Fieseler, C. (2011). On the Corporate Social Responsibility Perceptions of Equity Analysts. *Business Ethics: A European Review*, 20(2): 131-147.
- Frye, T., & Shleifer, A. (1997). The invisible hand and the grabbing hand. *The American Economic Review*, 87(2), 354-358.
- Fung, H. G., Qiao, P., Yau, J., Zeng, Y. (2020). Leader narcissism and outward foreign direct investment: Evidence from Chinese firms. *International Business Review*, 29(1), 101632.
- Garcia-Sanchez, I. M. & Garcia-Meca, E. (2018). Do talented managers invest more efficiently? The moderating role of corporate governance mechanisms. *Corporate Governance: An International Review*, 26(4), 238-254.
- Garg, M. Lai, K. and F. Meng (2016). Tax Aggressiveness and Stock Price Crash Risk: Role of Managerial Quality. Available online at :http://www.afaanz.org/openconf/2016/modules/request.php?module=oc_proceedings&action=proceedings.php&a=Accept3% A+Discussant.
- Giannarakis, G., (2014). The determinants influencing the extent of CSR disclosure. *International Journal of Law and Management*, 56 (5), 393-416.
- González-Benito, J., & González-Benito, Ó. (2005). Environmental proactivity and business performance: an empirical analysis. *Omega*, 33(1), 1-15.
- Goren, P., Federico, C. M., & Kittilson, M. C. (2009). Source cues, partisan identities, and political value expression. *American Journal of Political Science*, 53(4), 805-820.
- Hanlon, M. and S. Heitzman (2010). A review of tax research. *Journal of Accounting and Economics*, 50(2) ,127-178.
- Houston, J. F. Jiang, L. Lin, C & Ma, Y. (2014). Political connections and the cost of bank loans. *Journal of Accounting Research*, 52 (1), 193-243.
- Khan, A, Dessalegn, G, Mihret, M & Muttakin, B. (2016). Corporate political connections, agency costs and audit quality. *International Journal of Accounting & Information Management*, 24 (4), 357 – 374.
- Kim, Y. ; Park, M. S. ; and B. Wier (2012). Is Earnings Quality Associated with Corporate Social Responsibility?. *The Accounting Review*, 87(3), 761-796.
- Labbai MM. (2007). Social Responsibility and Ethics in Marketing. *International Marketing Conference on Marketing & Society*, 8, 36 – 63.

- Lee, D. (2017). Corporate social responsibility and management forecast accuracy. *Journal of Business Ethics*, 140 (2), 353-367.
- Lee, W. Wang, L.(2017). Do political connections affect stock price crash risk? Firm-level evidence from China, *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 48 (3), 643-676.
- Lu, Y., Greg, S. & Yangzin, Yu (2016). Corporate Social Responsibility Disclosure and the Value of Cash Holdings. *European Accounting Review*, 1-25.
- Maaloul, A., Chakroun, R., Yahyaoui, S. (2018). The effect of political connections on companies' performance and value: Evidence from Tunisian companies after the revolution. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 8 (2), 185-204.
- Maqbool, S. , & Zameer, M. N. (2018). Corporate social responsibility and financial performance: An empirical analysis of Indian banks. *Future Business Journal*, 4 (1) , 84-93.
- McCarthy,S., Oliver, B. (Song. (2014). CEO overconfidence and corporatc social responsibility. *Working paper. UQ Business School*.
- Paek, S., Xiao, Q., Lee, S., Song,. H., (2013). Does managerial ownership affect different corporate social responsibility dimensions? An empirical examination of U.S. publicly traded hospitality firms. *International Journal of Hospitality Management* 34, 423–433.
- Piotroski, J. Zhang, T. (2014). Politicians and the IPO decision: The impact of impending political promotions on IPO activity in China. *Journal of Financial Economics*, 111 (1), 111-۱۳۶.
- Porter, M.E., Kramer, M.R., (2006). Strategy & society: the link between competitive advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review* 84 (12), 78–92.
- Raimo, N., Caragnano, A., Zito, M., Vitolla, F., & Mariani, M. (2021). Extending the benefits of ESG disclosure: The effect on the cost of debt financing. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(4), 1412–1421.
- Saeed, A., & Ziaulhaq, H. M. (2018). The impact of CEO characteristics on the internationalization of SMEs: Evidence from the UK. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*.
- Saeed, A., Belghitar, Y., & Clark, E. (2015). Political connections and leverage: Firm-level evidence from Pakistan. *Managerial and Decision Economics*, 36(6), 364-383.
- Su, Z. Q., Fung, H. g. & Yau, J. (2013). Political connections and corporate overinvestment: Evidence from China. *International Journal of Accounting and Information Management*, 21 (4), 285-296.
- Turker, D. (2009). How corporate social responsibility influences organizational commitment, *Journal of Business Ethics*, 89(2), 189-204.
- Wang, Y., Zhou, W., Chang, K-C .(2013). Effect of decision makers' education level on their corporate risk taking. *Soc Behav Personal Int J*,41, 1225–1229.
- Wang, Zh. Chen, M. H. Chin, CH. Zhang, Q. (2017). Managerial ability, political connections, and fraudulent financial reporting in China. *Journal of Accounting and Public Policy*, 36 (2): 162-141.
- Yarram, S. R., & Adapa, S. (2021). Board gender diversity and corporate social responsibility: Is there a case for critical mass?. *Journal of cleaner production*, 278, 123319.
- Yuan, Y., Yi Lu, L., Tian, G., & Yu, Y. (2020). Business strategy and corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 16 359–377.