

چکیده

تحقیق حاضر به بررسی رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و سرمایه فکری با نقش تعدیل گری ساختار مالکیت در شرکت های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران می پردازد. این پژوهش از نظر هدف، پژوهشی کاربردی و به لحاظ روش انجام پژوهش، توصیفی-همبستگی می باشد. جامعه آماری تحقیق شامل تمامی شرکت های پذیرفته در بورس اوراق بهادار تهران که پس از نمونه گیری، بالغ بر ۱۴۷ شرکت و در یک دوره زمانی ۶ ساله از سال ۱۳۹۰ الی ۱۳۹۵ است، می باشد. برای اندازه گیری مسئولیت اجتماعی شرکت از روش تحلیل محتوا مبتنی بر چک لیست اطلاعات و کدگذاری آن ها و سرمایه فکری از (مدل پالیک، ۲۰۰۰) استفاده شده است. روش آزمون فرضیات در مطالعه حاضر استفاده از رگرسیون معمولی چندگانه و با بهره گیری از روش حداقل مربعات معمولی می باشد و با استفاده از نرم افزار ایویوز بوده است. نتایج تحقیق نشان می دهد که بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و سرمایه فکری رابطه معناداری وجود دارد، ساختار مالکیت شرکت ها نیز بر رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و سرمایه فکری تاثیر معناداری دارد.

کلید واژه:

افشای مسئولیت اجتماعی شرکت - سرمایه فکری - ساختار مالکیت

مقدمه

طی دو دهه گذشته مسئولیت اجتماعی شرکت به طور قابل توجهی از سوی واحدهای اقتصادی مورد توجه قرار گرفته است. مسئولیت اجتماعی شرکت بر مسایل مهمی از قبیل اخلاق، محیط زیست، امنیت، آموزش، حقوق بشر و غیره تاکید دارد. اگر چه اجرای مسئولیت اجتماعی شرکت دارای هزینه های اولیه ای برای شرکت است اما در نهایت به دلیل بهبود شهرت شرکت، کاهش هزینه ها در بلند مدت و افزایش تقاضا، موجب افزایش فروش و سود و منجر به بهبود عملکرد شرکت در بلند مدت می شود (پودی و ورگالی، ۲۰۰۹). در واقع مسئولیت اجتماعی شرکتها اقداماتی است که در آن شرکتها دخالت خود در فعالیتهای اجتماعی را در نظر می گیرند و همچنین اثرات مخرب کسب و کار بر جامعه و محیط طبیعی را کاهش میدهند (استیوان و همکاران، ۲۰۱۱). به عبارتی دیگر می توان گفت مسئولیت اجتماعی شرکتها در یک تعریف عام طریقی است که بنگاهها به وسیله آن رویکردهای اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی را با ارزشها، فرهنگ، استراتژیها، ساختار تصمیم گیری و شیوه های عملیاتی خود به شکلی شفاف و قابل حسابرسی یکپارچه میکنند و در نتیجه فرآیندها و رویه های بهتری را در درون شرکت خود جاری میکنند و به این ترتیب ثروت می آفرینند و جامعه را بهبود میبخشند. برنامه ریزی مسئولیت اجتماعی شرکتها بدین منظور صورت میگیرد که برای جامعه و تمامی ذینفعان و سهامداران ارزشی پایدار به همراه داشته باشد و به ارائه روشهایی میپردازد که شرکتها در فضاهای کسب و کار خود به آن عمل میکنند. مسئولیت اجتماعی شرکتی به عنوان یک بعد با اهمیت در ادبیات و مبانی نظری مدیریت مطرح شده است، اگرچه اجرای مسئولیت اجتماعی شرکت هزینه های اولیه ای برای شرکت به دنبال دارد اما در نهایت منجر به بهبود عملکرد و شاخصهای مالی و غیر مالی شرکت در بلند مدت میشود زیرا مسئولیت اجتماعی شرکتها باعث بهبود ادراکات مصرف کنندگان، وفاداری بلند مدت مشتریان،

بررسی رابطه بین افشای مسئولیت

اجتماعی شرکت و سرمایه فکری با نقش

تعدیل گری ساختار مالکیت

محمد سجاد غفوریان شاگردی

کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی -

استراتژیک دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)

sajjad.ghafourian@imamreza.ac.ir

امیر غفوریان شاگردی (نویسنده مسئول)،

استادیار دانشکده مدیریت و حسابداری

دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)

ghafourian@imamreza.ac.ir



شهرت شرکت، سودآوری بیشتر، نظارت مؤثرتر بر امور شرکت و رضایت شغلی بالاتر میشود که همه این عوامل به کسب سرمایه فکری بیشتر کمک میکنند، از سویی دیگر تاثیر شرکتها بر جامعه یک دغدغه جهانی تلقی گردیده و انتظارات ذینفعان از نقش واحدهای تجاری در جامعه در حال افزایش است. از طرفی با وقوع انقلاب فناوری اطلاعات، جامعه اطلاعاتی، شبکه ای و نیز پیشرفت سریع فناوری برتر، از دهه ۱۹۹۰، الگوی رشد اقتصاد جهانی، تغییر کرده است. در اقتصاد جهانی امروز، دانش به عنوان مهم ترین سرمایه، جایگزین سرمایه های مالی و فیزیکی شده است. محیط کسب و کار مبتنی بر دانش، نیازمند رویکردی است که دارایی های نامشهود جدید سازمانی مثل دانش و شایستگی های منابع انسانی، نوآوری، روابط با مشتری، فرهنگ سازمانی، نظامها، ساختار سازمانی و غیره را دربر گیرد. در این راستا، نظریه سرمایه فکری توجه روزافزون محققان و مدیران را به خود جلب کرده است (قلیچ لی و مشبکی، ۱۳۸۵). از طرف دیگر علی رغم پیچیدگی و چند وجهی بودن مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتها، اکثر مطالعاتی که در این زمینه صورت گرفته است معمولاً تاثیر این مفهوم را بر یک حوزه مانند مشتریان (یعنی رضایت مشتریان، وفاداری مشتریان و...) یا بر حوزه منابع انسانی (یعنی انگیزش کارکنان، تعهد کارکنان، وفاداری کارکنان و...) سنجیده اند. اما در پژوهش حاضر، رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و سرمایه فکری با نقش تعدیل گری ساختار مالکیت مورد بررسی قرار گرفته است. بنابراین با توجه به توضیحات گفته شده در این تحقیق به دنبال پاسخگویی به این سوالات می باشیم که آیا بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و سرمایه فکری رابطه معناداری وجود دارد؟ و آیا ساختار مالکیت بر رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکتها و سرمایه فکری تاثیر معنی داری دارد؟

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۲.۱. مسئولیت اجتماعی شرکت

مسئولیت اجتماعی سازمان، مفهوم پراهمیتی در دهه های گذشته محسوب می شود. بیش از ۵۰ سال پس از اینکه اولین بار مفهوم مسئولیت اجتماعی بیان شد می گذرد، تعریف یکسان، استاندارد و روشنی برای آن وجود ندارد. با این وجود اهمیت آن به صورت تصاعدی در طول چند دهه گذشته در دانشگاهها و شرکتها افزایش یافته است (چادهری ۳، ۲۰۱۴). در تنوع واژگان به کار رفته در مسئولیت اجتماعی شرکتها مفاهیم پایداری، اخلاق تجاری، همکاری شهروندان و پاسخگویی اجتماعی وجود دارد. مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتها در چند سال اخیر با توجه به رشد سازمانهای غیر دولتی، جنبشهای اعتراضی علیه قدرت شرکتها، افزایش آگاهی اجتماعی، توسعه بازارهای سرمایه و شرکتهای سهامی عام و رسواییهای مالی و اخلاقی شرکتهای بزرگ به پارادایم غالب و مسلط در حوزه اداره شرکتها تبدیل شده است و شرکتهای بزرگ و معتبر جهانی مسئولیت در برابر اجتماع و محیط اجتماعی را جزئی از استراتژی خود می بینند (بابالولاء، ۲۰۱۲). علی رغم این که تعاریف متفاوتی برای مسئولیت اجتماعی شرکت ارائه شده است، اما همه این تعاریفها به توانایی سازمان برای پشتیبانی از اقداماتی اشاره دارند که رفاه نیروی کار آنها و نیز جامعه و اجتماع را مورد توجه قرار می دهد (ملت پرست و آدامزه، ۲۰۱۲). در واقع مسئولیت اجتماعی شرکت یک مفهوم جامع است که رابطه بین کسب و کار و جامعه را توضیح می دهد و می تواند به عنوان یک ابزار برای راهنمای اخلاقی شرکتها که منجر به توسعه پایدار شرکت می شود، خدمت کند (صفوت، ۲۰۱۵). این مفهوم موضوعی است که هم اکنون در کشورهای توسعه یافته و کشورهای با اقتصاد باز به شدت از سوی تمامی بازیگران همچون حکومتها، شرکتها، جامعه مدنی، سازمانهای بین المللی و مراکز علمی دنبال می شود. نگاه حکومتها به مسئولیت اجتماعی شرکتها از منظر تقسیم وظایف و مسئولیتها و حرکت در جهت توسعه پایدار:

- شرکتها مسئولیت اجتماعی شرکتی را نوعی استراتژی تجاری می بینند که باعث می شود در فضای به شدت رقابتی، بر اعتبارشان افزوده شود و سهمشان در بازار فزونی گیرد.

- جامعه مدنی و سازمانهای غیر دولتی، به این دلیل از شرکتها مسئولیت اجتماعی می خواهند که به رسواییهای مالی و فجایع حاصل از عملکرد شرکتها آگاهی و اشراف دارند.

سازمانهای بین المللی، با توجه به اینکه تأثیرگذاری شرکتها در دنیای امروز بسیار بیشتر از حکومتها است، حل چالشهای جهانی را بدون مشارکت شرکتها غیر ممکن می دانند، همچنین بسیاری از سیاستمداران به نوعی مدیران شرکتها نیز هستند.



۲.۲ سرمایه فکری

قبل از اینکه بخواهیم سرمایه فکری را شناسایی، مدیریت و اندازه‌گیری کنیم، نیاز است که مفهوم آن را درک کنیم. مفهوم سرمایه فکری همیشه مبهم بوده است و تعاریف مختلفی برای تفسیر این مفهوم مورد استفاده قرار گرفته است. بسیاری تمایل دارند از اصطلاحاتی مانند دارایی‌ها، منابع یا محرک‌های عملکرد به جای کلمه سرمایه استفاده کنند و آنها واژه فکری را با کلماتی مانند نامشهود، بر مبنای دانش یا غیر مالی جایگزین می‌کنند. بعضی از حرفه‌ای‌ها (حسابداری مالی و حرفه‌های قانونی) نیز تعاریف کاملاً متفاوتی مانند دارایی‌های ثابت غیرمالی که موجودیت عینی و فیزیکی ندارند، ارائه کرده‌اند (مار، ۲۰۰۸). با توجه به آنچه گفته شد، تعاریف مختلفی در مورد سرمایه فکری گفته شده است که در ادامه به تعدادی از آنها اشاره می‌کنیم:

- استوارت اعتقاد دارد، سرمایه فکری مجموعه‌ای از دانش، اطلاعات، داراییهای فکری، تجربه، رقابت و یادگیری سازمانی است که می‌تواند برای ایجاد ثروت به کارگرفته شود. در واقع سرمایه فکری تمامی کارکنان، دانش سازمانی و تواناییهای آن را برای ایجاد ارزش افزوده در بر می‌گیرد و باعث منافع رقابتی مستمر می‌شود (قلیچ لی و مشبکی، ۱۳۸۵).

- بنتیس سرمایه فکری را به عنوان مجموعه‌ای از دارایی‌های نامشهود (منابع، تواناییها، رقابت) تعریف می‌کند که از عملکرد سازمانی و ایجاد ارزش به دست می‌آیند (بونتیس، ۸، ۱۹۹۸).

- ادوینسون و مالون، سرمایه فکری را «اطلاعات و دانش به کار برده شده برای کار کردن، جهت ایجاد ارزش» تعریف میکنند (ادوینسون و مالون، ۹، ۱۹۹۷).

- بنتیس و هالند، در مقاله خود در سال ۲۰۰۲، سرمایه فکری را این طور تعریف می‌کنند: سرمایه فکری ذخیره‌ای از دانش را که در نقطه خاصی از زمان در یک سازمان وجود دارد، نشان می‌دهد. در این تعریف ارتباط بین سرمایه فکری و یادگیری سازمانی مورد توجه قرار گرفته است.

- سرمایه فکری اصطلاحی برای ترکیب دارایی ناملموس بازار، دارایی فکری، دارایی انسانی و دارایی زیرساختاری است، که سازمان را برای انجام فعالیت‌هایش توانمند می‌سازد (بروکینگ، ۱۰، ۱۹۹۶).

- از دیدگاه (روس و همکاران، ۱۱، ۱۹۹۷) سرمایه فکری شامل همه فرایندها و دارایی‌هایی است که معمولاً در ترازنامه نشان داده نمی‌شوند و همچنین شامل همه دارایی‌های ناملموسی است (مثل، مارک‌های تجاری، حق ثبت و بهره برداری و نام‌های تجاری) که در روش‌های حسابداری مدرن مورد توجه قرار داده می‌شوند، به عبارت دیگر، سرمایه فکری عبارت از جمع دانش اعضا سازمان و کاربرد دانش آنها است.

۲.۳ ساختار مالکیت

صر فتنر از نظام های قانونی، ساختار مالکیت شرکت‌ها نیز می‌تواند ایجاد و توسعه مدل حاکمیت شرکتی را تحت تأثیر قرار دهد. ساختار مالکیت دو بُعد دارد: تمرکز مالکیت و هویت سهامداران. سهامداران مالکان شرکت هستند و انجام عملیات بازرگانی را به نمایندگی از خود به مدیران واگذار می‌کنند که این امر ممکن است به تضاد منافع منجر شود. انگلستان و آمریکا با تعداد زیادی شرکت سهامی عام که در بیشتر موارد، مالکیت آنها به طور گسترده پراکنده شده و سهامداران تأثیر ضعیفی بر مدیریت شرکت دارند، در زمینه ساختار مالکیت سهام تقریباً مشابه اند؛ در حالی که کشورهای که خاستگاه و منشأ قانون مدنی دارند، مانند ژاپن و آلمان در بیشتر موارد دارای ساختار مالکیت متمرکز هستند. ساختار مالکیت پراکنده به وسیع تر شدن موضوع نمایندگی منجر می‌شود. مطابق نظر سولمون تفکیک نقش مدیر ارشد (رئیس هیأت مدیره) و مدیر اجرایی یکی از روش‌های کاهش مسائل نمایندگی است. در شرکت‌هایی که چنین تفکیکی داشته اند، به علت تصمیم‌گیری مستقل تر مدیران، عملکرد مالی شرکت بهتر خواهد بود. بنابراین در انگلستان توصیه‌هایی در مورد ایفای نقش مدیران ارشد و مدیران اجرایی توسط اشخاص مجزا در قانون ترکیبی حاکمیت شرکتی، به منظور کاهش مسئله نمایندگی دنبال می‌شود. در کانادا نیز با به کار بردن رویه ای مشابه و تفکیک مسئولیت ها در رأس شرکت، تقویت نظارت سهامداران بر مدیران شرکت دنبال می‌شود. بررسی‌های تجربی نشان می‌دهند کشورهای که گرایش به سمت مدل حاکمیت شرکتی بیرونی دارند، بیشتر از ساختار مالکیت سهام پراکنده برخوردار می‌باشند، در حالی که در کشورهای با تمرکز مالکیت و اعمال کنترل قوی بر مدیریت از طریق تعداد کمی از سهامداران، مدل حاکمیت شرکتی درونی را دنبال می‌کردند. در ایتالیا در بیشتر موارد شرکت‌ها دارای مالکیت خانوادگی هستند و در آلمان و ژاپن



سهامداران عمده، واسطه‌های مالی هستند. در چین مالکیت سهام تقریباً به طور مساوی بین دولت، نهادها و اشخاص محلی پخش شده است، در حالی که در اغلب کشورهای در حال توسعه به علت سهم پایین بخش خصوصی و وجود بازارهای سرمایه محدود، نظارت شرکتی در اختیار خانواده‌ها باقی مانده است. در نتیجه با توجه به ماهیت و تمرکز مالکیت سهامداران، مقررات حاکمیت شرکتی کشورها به طور متناسب تحت تأثیر قرار می‌گیرد (مارلین، ۱۲، ۲۰۰۸).

۲.۴ پیشینه پژوهش

در سال‌های اخیر همچنین محققین متعددی به موضوعاتی در قالب رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت، سرمایه فکری و ساختار مالکیت پرداخته‌اند که از آن جمله می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

غفوریان (۱۳۹۷)، پژوهشی تحت عنوان "بررسی رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و مزیت رقابتی با ملاحظه نقش وضعیت مالکیت و حساسیت زیست محیطی" انجام داد. بدین منظور ۱۴۷ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و در بازه زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۵ را به عنوان نمونه آماری مورد آزمون قرار داد. یافته‌ها نشان داد که بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و مزیت رقابتی رابطه معناداری وجود دارد، همچنین وضعیت مالکیت شرکتها نیز بر رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و مزیت رقابتی تأثیر معناداری دارد.

امیر حسینی و قبادی (۱۳۹۵)، پژوهشی تحت عنوان "گزارشگری مسئولیت اجتماعی، عملکرد مالی و مالکیت نهادی" انجام دادند. بدین منظور، ۲۳ شرکت سرمایه‌گذاری در بازه زمانی ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۲ به عنوان نمونه آماری در دو مرحله مورد آزمون قرار گرفت. ابتدا رابطه مسئولیت اجتماعی شرکتها با عملکرد مالی مورد بررسی قرار گرفت و سپس رابطه مسئولیت اجتماعی شرکتها با مالکیت نهادی با تأثیر متغیر میانجی عملکرد مالی بررسی شد. نتایج حاکی از تأثیر متغیر واسطه‌ای عملکرد مالی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و مالکیت نهادی می‌باشد.

طالع زاری و بخاراییان (۱۳۹۴)، در پژوهشی تحت عنوان "بررسی رابطه بین حاکمیت شرکتی و مسئولیت‌های اجتماعی شرکت با عملکرد شرکت‌های صنایع معادن پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران" پرداختند. یافته‌های پژوهش حاکی از وجود رابطه مثبت و معنادار میان افشای مسئولیت اجتماعی، میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان و میزان افشای اطلاعات مربوط به تولید با عملکرد شرکت بوده و در مقابل بین افشای مسئولیت اجتماعی محیط زیست و جامعه با عملکرد شرکت رابطه معناداری وجود ندارد. همچنین رابطه معناداری میان نسبت تعداد مدیران مستقل و مالکیت نهادی با عملکرد شرکت می‌باشد و این در حالی است که بین مالکیت مدیریتی با عملکرد شرکت رابطه معناداری وجود ندارد. مالکیت مدیریتی بر رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد شرکت تأثیر مثبت معنی‌داری می‌گذارد و در مقابل مالکیت نهادی و نسبت تعداد مدیران مستقل بر رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی و عملکرد شرکت تأثیر معنی‌داری نمی‌گذارد.

صادقی و برزگری (۱۳۹۴)، در پژوهشی به بررسی "رابطه سرمایه فکری با مسئولیت اجتماعی شرکتهای تولیدی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران" پرداختند. بدین منظور آن‌ها از اطلاعات ۷۲ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران برای دوره ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۱ استفاده کردند و فرضیه‌های پژوهش را نیز با استفاده از روش رگرسیون مورد آزمون قرار دادند. نتایج نشان داد که سرمایه فکری با مسئولیت اجتماعی در ارتباط نمی‌باشد.

صمد زاده و حیدرزاده (۱۳۹۴)، در پژوهشی به "بررسی نقش مسئولیت اجتماعی شرکت در ایجاد مزیت رقابتی پایدار از طریق افزایش سرمایه‌های فکری گروه خودروسازی سایپا" پرداختند. یافته‌ها نشان داد که رابطه مستقیم و معناداری بین مسئولیت اجتماعی شرکت، سرمایه فکری و مزیت رقابتی پایدار وجود دارد.

ذبیح منش (۱۳۹۱)، در پژوهشی به "رابطه بین سرمایه فکری و اجزای آن که شامل کارایی سرمایه مورد استفاده کارایی (سرمایه انسانی و کارایی سرمایه ساختاری) و افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی" پرداخته است. نتایج نشان می‌دهد که سرمایه فکری، ارتباط معنی‌داری با افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی ندارد. با این حال، یکی از اجزای آن یعنی کارایی سرمایه به کار برده شده تأثیر قابل توجهی بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی داشت. در حالی که دو جزء دیگر سرمایه فکری یعنی، کارایی سرمایه انسانی و سرمایه ساختاری بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی هیچ تأثیر قابل ملاحظه‌ای نداشتند. نتایج پژوهش همچنین توانست ثابت کند که استنباط از مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی هنوز در مرحله‌های قرار ندارد که در آن شرکتها بتوانند مسئولیت اجتماعی شرکتی را به صورت داوطلبانه اجرا نمایند.



اصلام و همکاران ۱۳ (۲۰۱۸)، در پژوهشی به بررسی " تاثیر حاکمیت شرکتی و سرمایه فکری بر عملکرد شرکت و افشای مسئولیت اجتماعی در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار استرالیا " پرداختند. نتایج نشان داد که شرکتهای با حاکمیت شرکتی قوی تر و سرمایه فکری بالاتر، عملکرد سود آورتر و همچنین افشای مسئولیت اجتماعی بهتری نیز خواهند داشت.

چنگ و همکاران ۱۴ (۲۰۱۷)، در پژوهشی به بررسی " رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و مزیت رقابتی " پرداختند. نتایج نشان داد که شرکتهای با مالکیت دولتی و خصوصی بر رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و مزیت رقابتی تاثیر منفی و معناداری خواهند داشت.

حیش ۱۵ (۲۰۱۷)، در پژوهشی " رابطه بین نظام راهبری شرکتی و افشای مسئولیت پذیری اجتماعی در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار عربستان سعودی " را بررسی کرد. نتایج پژوهش وی نشان داد که میانگین افشای مسئولیت پذیری اجتماعی در شرکتهای حدود ۲۴٪ است. هم چنین، مالکیت دولتی و خانوادگی تأثیر مثبت و معناداری بر افشای مسئولیت پذیری اجتماعی دارد اما بین وجود کمیته حسابرسی، استقلال هیئت مدیره، دوگانگی وظیفه مدیرعامل و مالکیت نهادی با مسئولیت پذیری اجتماعی رابطه معناداری مشاهده نشد.

۳. فرضیه های پژوهش

با توجه به مبانی نظری و تحقیقاتی که در فوق به آن اشاره شده است، بنابراین فرضیه های تحقیق به شرح ذیل می باشد:

فرضیه اول: بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکتها و سرمایه فکری رابطه معنی داری وجود دارد.

فرضیه دوم: ساختار مالکیت بر رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکتها و سرمایه فکری تاثیر معنی داری دارد.

۴. روش شناسی پژوهش

این پژوهش از لحاظ هدف پژوهشی کاربردی و از لحاظ نوع روش تحقیق، پژوهشی توصیفی-پیمایشی می باشد. به منظور جمع آوری داده ها و اطلاعات، از روش کتابخانه ای استفاده شده است. قسمت مبانی نظری از کتب، مجلات و سایت های تخصصی فارسی و لاتین، و داده های مالی مورد نیاز با استفاده از نرم افزار ره آورد نوین و سایت کدال، گردآوری شده اند. جامعه آماری مورد هدف در این تحقیق شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و از همه صنایع طی سالهای ۱۳۹۰ الی ۱۳۹۵ می باشد. نمونه آماری به روش نمونه گیری حذفی (سیستماتیک) که در آن شرکتهای انتخاب شده باتوجه به محدودیت های ذکر شده در ذیل از بین مجموعه ای از شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد که دارای شرایط ذیل باشند:

- پایان سال مالی شرکت ۲۹ اسفند هر سال باشد و تغییر سال مالی نداشته باشد.
 - جزو شرکتهای مالی (مثل سرمایه گذاری، هلدینگ، لیزینگ و بانک ها، موسسات بیمه) و شرکتهای سرمایه گذاری نباشند.
 - اطلاعات مالی آنها قابل دسترس باشد.
 - شرکتهای مورد نظر از ابتدا تا انتهای پژوهش در فهرست شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار باشند.
 - شرکتهایی که وقفه معاملاتی بیشتر از ۳ ماه نداشته باشند.
- با در نظر گرفتن شرایط فوق تعداد ۱۴۷ شرکت باقی ماند که در حقیقت نشان دهنده جامعه آماری واقعی مورد رسیدگی می باشد.
- بنابراین با استفاده از روش آماری رگرسیون چند گانه معمولی که با بهره گیری از مدل حداقل مربعات معمولی می باشد، فرضیه های پژوهش که در قسمت قبل بیان گردیدند، مورد بررسی قرار گرفته است. همچنین آزمون فرضیه های تحقیق به کمک نرم افزار Eviews، و به شرح طرح آزمون آماری فرضیه ها که در بخش های بعد ارائه می شود، صورت پذیرفته است.



۴.۱ متغیرهای پژوهش و نحوه اندازه گیری آن

بر اساس مبانی ارائه شده در این پژوهش متغیرها در چهار گروه مستقل، وابسته، تعدیل گر و کنترلی ارائه شده اند، که در ادامه ارائه می شوند.

متغیر مستقل:

افشای مسئولیت اجتماعی شرکت

متغیر مستقل این پژوهش، سطح افشای اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی شرکت‌هاست که برای اندازه گیری آن از روش تحلیل محتوی استفاده شده است. تحلیل محتوی یک روش کدگذاری متن به گروه های مختلف با توجه به معیارهای از قبل تعیین شده است که به طور گسترده ای در پژوهش های مرتبط با افشاء اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی به کار می رود؛ زیرا این روش، برای محققان یک رویکرد سیستماتیک به منظور تحلیل داده های غیر ساختاری بزرگ فراهم می کند. در تحلیل محتوی، محقق باید از ابزار چک لیست کدگذاری برای ارزیابی سطح افشای اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی استفاده کند (اریبی و جائو، ۱۶، ۲۰۱۰).

برای اندازه گیری افشای سطح اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی شرکت‌ها، پس از مرور گسترده ادبیات مربوطه، چک لیست اولیه ۴۳ نوع اطلاعات تدوین شد که این اطلاعات از پژوهش (اریبی و جائو، ۲۰۱۰) و (گائو و همکاران، ۱۷، ۲۰۰۵) اقتباس شدند. پس از حذف برخی موارد، چک لیست نهایی شامل ۳۹ نوع اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی تهیه شد که انتظار می رود به صورت داوطلبانه یا اجباری در گزارش سالانه شرکت‌ها افشا شود.

پس از تهیه چک لیست، قوانین کدگذاری تعیین شد؛ بدین صورت که هر یک از زیربخش های افشا به طور واضح و عملیاتی تعریف شد تا به طور دقیق مشخص شود که هر جمله به کدام بخش و زیربخش مناسب تعلق دارد.

مجموع تعداد جمله های افشا شده در زیربخش های هریک از بخش های افشا، بیانگر سطح افشای اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی شرکت است. برای مثال افشای ۶ جمله در بخش مسائل محیطی (درصد کاهش آلاینده های هوا، بازیافت ضایعات تولید و...)، ۴ جمله در بخش محصولات و خدمات (گواهینامه مدیریت کیفیت محصول)، ۱۰ جمله در بخش منابع انسانی تعداد سهام تحت تملک کارکنان و ۲ جمله در بخش انرژی کاهش مصرف انرژی که در مجموع ۲۲ جمله افشای زیست محیطی و اجتماعی برای سال شرکت مد نظر قرار می گیرد.

جدول (۱) - چک لیست افشای اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی

زیر بخش	اقلام افشا
کنترل آلودگی، جلوگیری از خسارات زیست محیطی، بازیافت یا جلوگیری از ضایعات، حفظ منابع طبیعی، تحقیق و توسعه، سیاست زیست محیطی، سرمایه گذاری در پروژه های زیست محیطی، سایر مسائل محیطی.	مسائل محیطی
ایمنی و سلامت محصول، توقف تولید، سایر، ایزو / توسعه محصول / سهم بازار، کیفیت محصول محصولات و خدمات	محصولات و خدمات
تعداد کارکنان، حقوق ماهانه / پاداش نقدی و مزایا، سهام تحت تملک کارمندان، بازنشستگی، مزایای پایان خدمت، سلامتی و ایمنی در محیط کار، برنامه های آموزش و توسعه کارکنان، ورزشی و رفاهی، وام یا بیمه کارمندان، روحیه و ارتباطات کارمندان، سایر منابع انسانی.	منابع انسانی
سلامتی مشتریان، شکایات / رضایتمندی مشتریان، سیاست پرداخت دیرتر برای مشتریان خاص، تدارک تسهیلات و خدمات پس از فروش، پاسخگویی به نیاز مشتریان، سایر مشتریان.	مشتریان
سرمایه گذاری اجتماعی، حمایت از فعالیتهای جامعه، هدایا و خدمات خیریه، اقدامات قانونی / دعاوی قضایی، فعالیت های مذهبی / فرهنگی، سایر مسئولیت های جامعه	مسئولیت های جامعه
حفظ و صرفه جویی در انرژی، توسعه و اکتشاف منابع جدید، استفاده از منابع جدید، سایر انرژی.	انرژی

متغیر وابسته:

سرمایه فکری

از دیدگاه (روس و همکاران، ۱۹۹۷) سرمایه فکری شامل همه فرایندها و دارایی هایی است که معمولاً در ترانزنامه نشان داده نمی شوند و همچنین شامل همه دارایی های ناملموسی است (مثل، مارک های تجاری، حق ثبت و بهره برداری و نام های تجاری) که در روش های



حسابداری مدرن مورد توجه قرار داده می‌شوند. در این پژوهش از مدل (پالیک، ۱۸، ۲۰۰۰) جهت اندازه‌گیری این متغیر استفاده نمودیم که نحوه محاسبه آن به صورت زیر است:

مدل پالیک دارای ۵ مرحله به شرح زیر است:

مرحله اول- تعیین ارزش افزوده: با استفاده از اطلاعات موجود در گزارش های سالانه، ارزش افزوده به صورت زیر محاسبه می‌گردد:

$$VA_{it} = OP_{it} + E_{it} + D_{it} + A_{it}$$

رابطه (۱)

که متغیرها عبارتند از:

$VA_{i,t}$: ارزش افزوده شرکت i در سال t

$OP_{i,t}$: سود عملیاتی شرکت i در سال t

$EC_{i,t}$: هزینه کارکنان (اطلاعات موجود در صورت های مالی و یادداشت های همراه) شرکت i در سال t

$D_{i,t}$: استهلاک شرکت i در سال t

$A_{i,t}$: استهلاک دارایی‌های نامشهود شرکت i در سال t .

مرحله دوم- تعیین کارایی سرمایه فیزیکی: این کارایی از رابطه زیر به دست می‌آید:

$$CEE_{it} = VA_{it} / CE_{it}$$

رابطه (۲)

$CE_{i,t}$: سرمایه فیزیکی (بکارگرفته شده) شرکت i در سال t که برابر است با ارزش دفتری کل دارایی‌های شرکت منهای دارایی‌های نامشهود

$CEE_{i,t}$: کارایی سرمایه فیزیکی شرکت i در سال t

مرحله سوم- تعیین کارایی سرمایه انسانی: در این مدل، کلیه هزینه های کارکنان به عنوان سرمایه انسانی در نظر گرفته می‌شود؛ کارایی سرمایه انسانی از رابطه زیر به دست می‌آید:

$$HCE_{it} = VA_{it} / HC_{it} \quad \text{رابطه (۳)}$$

$HC_{i,t}$: سرمایه انسانی شرکت i در سال t که برابر است با کل هزینه های حقوق و دستمزد شرکت

$HCE_{i,t}$: کارایی سرمایه انسانی شرکت i در سال t

مرحله چهارم- تعیین کارایی سرمایه ساختاری: کارایی سرمایه ساختاری از رابطه زیر محاسبه می‌شود:

$$SC_{it} = VA_{it} - HC_{it} \quad \text{رابطه (۴)}$$

$$SCE_{it} = SC_{it} / VA_{it} \quad \text{رابطه (۵)}$$

$SC_{i,t}$: سرمایه ساختاری شرکت i در سال t

$SCE_{i,t}$: کارایی سرمایه ساختاری شرکت i در سال t

حال می‌توان کارایی سرمایه فکری را طبق رابطه زیر محاسبه نمود:

$$ICE_{it} = HCE_{it} + SCE_{it} \quad \text{رابطه (۶)}$$

$ICE_{i,t}$: کارایی سرمایه فکری شرکت i در سال t

مرحله پنجم- تعیین ضریب ارزش افزوده سرمایه فکری: آخرین مرحله، محاسبه ی ضریب ارزش افزوده فکری است که طبق رابطه زیر محاسبه می‌شود:

$$VAIC_{it} = ICE_{it} + CEE_{it} = HCE_{it} + SCE_{it} + CEE_{it} \quad \text{رابطه (۷)}$$

**متغیر تعدیل گر:****ساختار مالکیت:**

در این پژوهش به منظور اندازه‌گیری ساختار مالکیت شرکت‌ها از ابزار یا سنجه زیر استفاده می‌کنیم:

- درصد سهام نگه داری شده توسط سرمایه گذاران نهادی (اشخاص حقیقی دارای درصد مالکیت بیش از ۵ درصد و کلیه اشخاص حقوقی).

سپس بر اساس شاخص میانه متغیر که در جدول مربوط به آمار توصیفی قید شده است، گروه بالای میانه کد ۱ و گروه پایین میانه کد ۰ در نظر گرفته می‌شوند.

متغیرهای کنترلی:

SIZE = معیارهای مختلفی برای اندازه‌گیری متغیراندازه شرکت وجود دارد که عبارتند از: مقدار کل دارایی‌ها، میزان فروش و تعداد کارکنان، که لگاریتم طبیعی دارایی‌ها به عنوان اندازه شرکت استفاده می‌کنیم.

LEV = نشان دهنده این موضوع است که چه مقدار از دارایی‌ها از محل بدهی‌ها و چه مقدار از محل حقوق صاحبان سهام سرمایه تامین مالی شده است. در این پژوهش از نسبت بدهی‌ها به دارایی‌ها برای اندازه‌گیری آن استفاده شده است.

$$LEV = \frac{\text{بدهی}}{\text{کل دارایی‌ها}}$$

ROA = نرخ بازده دارایی‌ها یک ایده درباره مدیریت کارآمد در رابطه با استفاده از دارایی‌ها در جهت تولید سود (دارایی‌های مولد) به ما می‌دهد و به صورت درصد بیان می‌شود. و برای اندازه‌گیری آن از نسبت $\frac{\text{سود خالص}}{\text{کل دارایی‌ها}}$ استفاده می‌شود.

GROWTH% = شاخص رشد فروش (رشد درآمد)، افزایش و یا کاهش گام‌های درآمد سازمان را می‌سنجد. این شاخص، یکی از کلیدی ترین سنجه‌های هر سازمانی برای رصد کردن است که یک ابزار مهم در تصمیم‌گیری‌های استراتژیک می‌باشد. این شاخص را در دوره‌های زمانی متعدد برای بدست آوردن اندیس شفافیت از روند رشد شرکت رصد می‌شود. این شاخص کمک می‌کند که ماهانه و یا به طور فصلی، افت و خیز درآمد شرکت را محاسبه کنید. در بالاترین سطح، شاخص رشد درآمد توسط مدیران اجرایی و مدیر فروش برای ارزیابی بازدهی فروش سازمان مورد استفاده قرار می‌گیرد، و برای اندازه‌گیری آن از نسبت $\frac{S1-S0}{S0}$ استفاده می‌شود.

۵. یافته‌های پژوهش

در این بخش به آمار توصیفی و استنباطی در ارتباط با تحلیل داده‌های پژوهش پرداخته می‌شود.

۱.۵. آمار توصیفی

در بخش آمار توصیفی، تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از شاخص‌های مرکزی هم‌چون میانگین و شاخص‌های پراکندگی هم‌چون انحراف معیار، و همچنین حداقل و حداکثر انجام پذیرفته است.

جدول (۲) - آمار توصیفی متغیرها

متغیر	نماد	میانگین	میانه	حداکثر	حداقل	انحراف معیار
متغیرهای پیوسته						
سرمایه فکری	IC	۲۲/۵۸۳	۸/۵۷۳	۳۰۵/۰۴۳	-۴/۰۰۴	۴۹/۸۳۱
مسئولیت اجتماعی	CSR	۰/۴۲۰	۰/۴۱۰	۰/۶۶۷	۰/۱۵۴	۰/۱۱۲
اندازه شرکت	SIZE	۶/۱۴۰	۰۴۲.۶	۷/۸۷۸	۴/۹۵۹	۰/۶۲۹
اهرم شرکت	LEV	۰/۶۱۳	۰/۶۱۹	۱/۱۲۱	۰/۱۷۰	۰/۲۱۱
بازده دارایی‌ها	ROA	-۰/۱۱۴	۰/۱۰۱	۰/۴۵۵	-۰/۲۱۳	-۰/۱۲۸
رشد فروش	GROWT	-۰/۱۹۵	۰/۱۶۷	۱/۲۴۹	-۰/۴۹۱	-۰/۳۴۸
مالکیت نهادی	OWN	۰/۳۹۲	۰/۳۰۵	۰/۹۹۰	۰/۰۰۰	۰/۳۴۱
متغیر مصنوعی						
نوع مالکیت - مالکیت نهادی	OWN	تعداد ۱		۴۰۵	تعداد ۰	۴۰۴

منبع: یافته‌های پژوهش



اصلی ترین شاخص مرکزی میانگین است که بیانگر نقطه تعادل و مرکز ثقل توزیع است و شاخص خوبی برای نشان دادن مرکزیت داده‌ها است و همچنین انحراف معیار یکی از مهمترین پارامترهای پراکندگی و معیاری برای میزان پراکندگی مشاهدات از میانگین است. حال با توجه به نتایج نگاره فوق میانگین متغیر سرمایه فکری شرکت معادل ۲۲/۵۸۳ می‌باشد که نشان می‌دهد بیشتر داده‌ها حول این نقطه تمرکز یافته اند، و انحراف معیار آن معادل ۴۹/۸۳۱ است. به عبارت دیگر، مقدار انحراف معیار نشان می‌دهد، متوسط میزان پراکندگی مقادیر سرمایه فکری حول میانگین برابر ۴۹/۸۳۱ است.

۵.۲ آمار استنباطی

آزمون فرضیه اول

$$IC_{i,t+1} = \alpha_0 + \alpha_1 CSR_{it} + \alpha_2 SIZE_{it} + \alpha_3 LEV_{it} + \alpha_4 ROA_{it} + \alpha_5 GROWTH\%_{it} + \omega_{it}$$

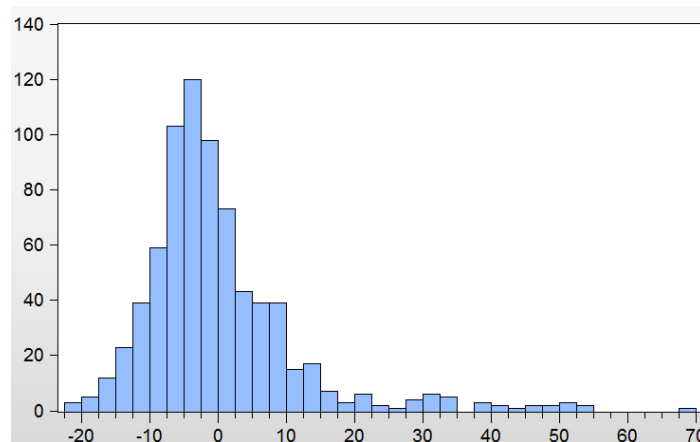
مدل رگرسیونی (۱)

حال در قسمت‌های بعدی فرضیه فوق مورد آزمون قرار می‌گیرد.

بررسی فرض رگرسیون کلاسیک

فرض اول و دوم: نرمال بودن توزیع خطاهای مدل با میانگین صفر

از آن جایی که مدل دارای عرض از مبدا می‌باشد، فرض صفر بودن میانگین خطاها پذیرفته می‌شود. شکل (۱) توزیع خطاهای مدل را نشان می‌دهد.



شکل (۱) توزیع خطاهای مدل

با توجه به شکل (۱)، مشاهده می‌شود که توزیع خطاها با اندکی اغماض، شباهت به توزیع نرمال دارد و با توجه به تعداد مشاهدات نیز می‌توان نرمال بودن توزیع خطاها را پذیرفت. در نتیجه فرض اول و دوم رگرسیون کلاسیک پذیرفته می‌شود.

فرض سوم: عدم وجود خودهمبستگی مرتبه اول

از آن جایی که نحوه تخمین مدل به صورت سری زمانی نیست و همچنین، نقش زمان نیز با استفاده از متغیرهای کنترلی در نظر گرفته شده، بررسی این فرض مصداق پیدا نمی‌کند.

فرض چهارم: همسانی واریانس خطاهای مدل

با توجه به اینکه در تخمین مدل، از واریانس مستحکم وایت استفاده شده است، در نتیجه این فرض از تحقیق نیز مورد پذیرش قرار می‌گیرد.

فرض پنجم: عدم وجود همخطی بین متغیرهای مستقل

با توجه به نتایج جدول (۳)، از آن جایی که عامل افزایش واریانس برای تمامی متغیرهای مستقل دارای مقادیری کمتر از ۵ می‌باشد، در نتیجه این فرض نیز پذیرفته می‌شود.

از آن جایی که تمامی فروض رگرسیون کلاسیک برقرار است، در نتیجه می‌توان به نتایج اتکا نمود. نتایج حاصل از تخمین مدل تحقیق در جدول (۳) ارائه شده است. با توجه به نتایج جدول (۳) مشاهده می‌شود که آماره F والد دارای مقدار ۳۰/۳۱۵ و معناداری آن نیز کمتر از ۰/۰۵ است. در نتیجه کلیت مدل رگرسیون پذیرفته می‌شود؛ به این معنی که بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته رابطه معناداری وجود دارد و حداقل یک متغیر مستقل با متغیر وابسته رابطه معنی داری دارد. خلاصه نتایج مدل رگرسیونی (۱) در جدول (۳)، ارائه شده است:

جدول (۳) - نتایج تخمین مدل تحقیق

عنوان	نماد	ضریب	انحراف معیار	آماره t	معناداری	VIF
عرض از مبدا	β_0	-۶۳/۳۴۵	۵/۵۸۵	-۱۱/۳۴۳	۰/۰۰۰	
مسئولیت اجتماعی	CSR	-۸/۹۱۷	۳/۵۵۶	-۲/۵۰۸	۰/۰۱۲	۱/۱۳۵
اندازه	SIZE	۱۲/۹۴۸	۱/۰۶۲	۱۲/۱۸۸	۰/۰۰۰	۱/۴۸۱
اهرم	LEV	-۴/۴۶۵	۳/۱۰۴	-۱/۴۳۸	۰/۱۵۱	۲/۰۶۰
بازده دارایی‌ها	ROA	۴۸/۱۲۸	۴/۷۴۷	۱۰/۱۳۸	۰/۰۰۰	۱/۷۵۵
رشد فروش	GROWT	۰/۱۳۳	۱/۴۳۳	۰/۰۹۳	۰/۹۲۶	۱/۴۴۲
اثرات ثابت سال	کنترل شده					
آماره F والد	معناداری F	R ^۲ مدل	R ^۲ تعدیل شده	تعداد مشاهدات		
۳۰/۳۱۵	۰/۰۰۰	۰/۴۵۲	۰/۴۴۵	۷۳۸		

منبع: یافته‌های پژوهش

ضریب متغیر مسئولیت اجتماعی دارای مقداری منفی و برابر با -۸/۹۱۷ و آماره t مربوط به آن برابر با -۲/۵۰۸ است. از آن جایی که قدم‌مطلق مقدار آماره t بزرگتر از عدد ۲ است و به تبع آن سطح معناداری این آمار نیز کمتر از ۰/۰۵ است، می‌توان وجود رابطه منفی و معنادار بین مسئولیت اجتماعی و سرمایه فکری شرکت را پذیرفت. به بیان دیگر، رابطه منفی و معناداری بین مسئولیت اجتماعی و سرمایه فکری شرکت وجود دارد و در نتیجه فرضیه اول تحقیق پذیرفته می‌شود. ضریب متغیر اندازه شرکت برابر با ۱۲/۹۴۸ است. با توجه به اینکه سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ آمده است، فرض صفر مبنی بر صفر بودن این ضریب نیز تأیید نمی‌شود به بیان دیگر این ضریب در سطح خطای ۵ درصد معنادار است و تأثیر متفاوتی از صفر بر متغیر سرمایه فکری دارد و می‌توان گفت اندازه شرکت، سرمایه فکری را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. همچنین ضریب متغیر نسبت اهرم مالی برابر با -۴/۴۶۵ است. با توجه به اینکه سطح معناداری بیشتر از ۰/۰۵ آمده است، فرض صفر مبنی بر صفر بودن این ضریب نیز تأیید می‌شود به بیان دیگر این ضریب در سطح خطای ۵ درصد معنادار نیست و تأثیر متفاوتی از صفر بر متغیر سرمایه فکری ندارد و می‌توان گفت اهرم مالی، سرمایه فکری را تحت تأثیر خود قرار نمی‌دهد. ضریب متغیر بازده دارایی‌ها برابر با ۴۸/۱۲۸ است. با توجه به اینکه سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ آمده است، فرض صفر مبنی بر صفر بودن این ضریب نیز تأیید نمی‌شود به بیان دیگر این ضریب در سطح خطای ۵ درصد معنادار است و تأثیر متفاوتی از صفر بر متغیر سرمایه فکری دارد و می‌توان گفت بازده دارایی‌ها، سرمایه فکری را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. ضریب متغیر رشد فروش برابر با ۰/۱۳۳ است. با توجه به اینکه سطح معناداری بیشتر از ۰/۰۵ آمده است، فرض صفر مبنی بر صفر بودن این ضریب نیز تأیید می‌شود به بیان دیگر این ضریب در سطح خطای ۵ درصد معنادار نیست و تأثیر متفاوتی از صفر بر متغیر سرمایه فکری ندارد و می‌توان گفت رشد فروش، سرمایه فکری را تحت تأثیر خود قرار نمی‌دهد. همچنین ضریب تعیین تعدیل شده مدل نشان می‌دهد که حدود ۴۴ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل و کنترلی تبیین می‌شود.

آزمون فرضیه دوم

$$IC_{i,t+1} = \alpha_0 + \alpha_1 CSR_{it} + \alpha_2 OWN_{it} + \alpha_3 CSR_{it} * OWN_{it} + \alpha_4 SIZE_{it} + \alpha_5 LEV_{it} + \alpha_6 ROA_{it} + \alpha_7 GROWTH\%_{it} + \omega_{it}$$

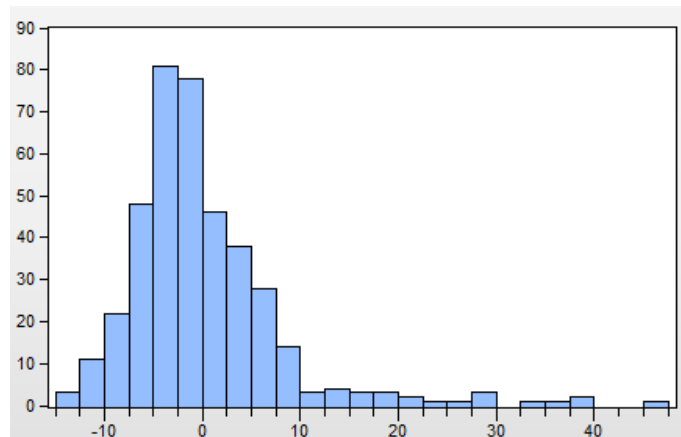
مدل رگرسیونی (۲)

به این صورت که مشاهدات تحقیق بر اساس شاخص میانه متغیر، به دو گروه با مالکیت نهادی بالا و مالکیت نهادی پایین طبقه‌بندی می‌شوند. در صورتی که ضرایب مربوط به مسئولیت اجتماعی در دو نمونه متفاوت باشد و این تفاوت معنی دار باشد، فرضیه تحقیق پذیرفته می‌شود.



۵.۳ بررسی فرض رگرسیون کلاسیک در شرکتهای با مالیکت نهادی پایین:

فرض اول و دوم: نرمال بودن توزیع خطاهای مدل با میانگین صفر از آن جایی که مدل دارای عرض از مبدا می باشد، فرض صفر بودن میانگین خطاها پذیرفته می شود. شکل (۲) توزیع خطاهای مدل را نشان می دهد.



شکل (۲) توزیع خطاهای مدل

با توجه به شکل (۲)، مشاهده می شود که توزیع خطاها با اندکی اغماض، شباهت به توزیع نرمال دارد و با توجه به تعداد مشاهدات نیز می توان نرمال بودن توزیع خطاها را پذیرفت. در نتیجه فرض اول و دوم رگرسیون کلاسیک پذیرفته می شود.

فرض سوم: عدم وجود خودهمبستگی مرتبه اول

از آن جایی که تخمین مدل سری زمانی نیست و همچنین، نقش زمان نیز با استفاده از متغیرهای کنترلی در نظر گرفته شده، بررسی این فرض مصداق پیدا نمی کند.

فرض چهارم: همسانی واریانس خطاهای مدل

با توجه به اینکه در تخمین مدل، از واریانس مستحکم وایت استفاده شده است، در نتیجه این فرض از تحقیق نیز مورد پذیرش قرار می گیرد.

فرض پنجم: عدم وجود همخطی بین متغیرهای مستقل

با توجه به نتایج جدول (۴)، از آن جایی که عامل افزایش واریانس برای تمامی متغیرهای مستقل دارای مقادیری کمتر از ۵ می باشد، در نتیجه این فرض نیز پذیرفته می شود.

تجزیه و تحلیل نتایج

از آن جایی که تمامی فرض رگرسیون کلاسیک برقرار است، در نتیجه می توان به نتایج اتکا نمود. نتایج حاصل از تخمین مدل تحقیق در جدول (۴) ارائه شده است. با توجه به نتایج جدول (۴) مشاهده می شود که آماره F والد دارای مقدار $۳۱/۴۷۶$ و معناداری آن نیز کمتر از $۰/۰۵$ است. در نتیجه کلیت مدل رگرسیون پذیرفته می شود؛ به این معنی که بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته رابطه معناداری وجود دارد و حداقل یک متغیر مستقل با متغیر وابسته رابطه معنی داری دارد.



جدول (۴) - نتایج تخمین مدل تحقیق

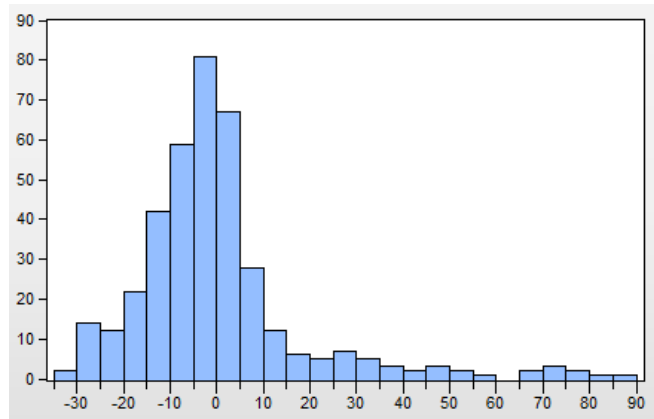
عنوان	نماد	ضریب	انحراف معیار	آماره t	معناداری	VIF
عرض از مبدا	β_0	-۳۷/۶۹۹	۶/۱۶۲	-۶/۱۱۸	۰/۰۰۰	
مسئولیت اجتماعی	CSR	-۲/۰۹۱	۳/۵۴۸	-۰/۵۸۹	۰/۵۵۶	۱/۱۸۷
اندازه	SIZE	۷/۴۷۵	۱/۲۳۲	۶/۰۶۵	۰/۰۰۰	۱/۸۵۸
اهرم	LEV	۲/۱۱۲	۲/۵۵۱	۰/۸۲۸	۰/۴۰۸	۳/۵۴۶
بازده دارایی‌ها	ROA	۴۱/۴۹۷	۴/۱۹۰	۹/۹۰۴	۰/۰۰۰	۳/۷۰۰
رشد فروش	GROWT	-۲/۶۵۵	۱/۰۸۰	-۲/۴۶۰	۰/۰۱۴	۱/۴۰۴
اثرات ثابت سال	کنترل شده					
آماره F والد	معناداری F	R^2 مدل	R^2 تعدیل شده	تعداد مشاهدات		
۳۱/۴۷۶	۰/۰۰۰	۰/۳۸۳	۰/۳۶۷	۳۹۴		

منبع: یافته‌های پژوهش

ضریب متغیر مسئولیت اجتماعی دارای مقداری منفی و برابر با $-۲/۰۹۱$ و آماره t مربوط به آن برابر با $-۰/۵۸۹$ است. از آن جایی که قدمطلق مقدار آماره t کمتر از عدد ۲ است و به تبع آن سطح معناداری این آمار نیز بیشتر از $۰/۰۵$ است، نمی‌توان وجود رابطه منفی و معنی دار این متغیر با سرمایه فکری شرکت را در شرکت‌های با مالکیت نهادی پایین پذیرفت. ضریب متغیر اندازه شرکت برابر با $۷/۴۷۵$ است. با توجه به اینکه سطح معناداری کمتر از $۰/۰۵$ آمده است، فرض صفر مبنی بر صفر بودن این ضریب نیز تأیید نمی‌شود به بیان دیگر این ضریب در سطح خطای ۵ درصد معنادار است و تأثیر متفاوتی از صفر بر متغیر سرمایه فکری دارد و می‌توان گفت اندازه شرکت، سرمایه فکری را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. همچنین ضریب متغیر نسبت اهرم مالی برابر با $۲/۱۱۲$ است. با توجه به اینکه سطح معناداری بیشتر از $۰/۰۵$ آمده است، فرض صفر مبنی بر صفر بودن این ضریب نیز تأیید می‌شود به بیان دیگر این ضریب در سطح خطای ۵ درصد معنادار نیست و تأثیر متفاوتی از صفر بر متغیر سرمایه فکری ندارد و می‌توان گفت اهرم مالی، سرمایه فکری را تحت تأثیر خود قرار نمی‌دهد. ضریب متغیر بازده دارایی‌ها برابر با $۴۱/۴۹۷$ است. با توجه به اینکه سطح معناداری کمتر از $۰/۰۵$ آمده است، فرض صفر مبنی بر صفر بودن این ضریب نیز تأیید نمی‌شود به بیان دیگر این ضریب در سطح خطای ۵ درصد معنادار است و تأثیر متفاوتی از صفر بر متغیر سرمایه فکری دارد و می‌توان گفت بازده دارایی‌ها، سرمایه فکری را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. ضریب متغیر رشد فروش برابر با $-۲/۶۵۵$ است. با توجه به اینکه سطح معناداری کمتر از $۰/۰۵$ آمده است، فرض صفر مبنی بر صفر بودن این ضریب نیز تأیید نمی‌شود به بیان دیگر این ضریب در سطح خطای ۵ درصد معنادار است و تأثیر متفاوتی از صفر بر متغیر سرمایه فکری دارد و می‌توان گفت رشد فروش، سرمایه فکری را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. همچنین ضریب تعیین تعدیل شده مدل نشان می‌دهد که حدود ۳۶ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل و کنترلی تبیین می‌شود.

۵.۴ بررسی فروض رگرسیون کلاسیک در شرکتهای با مالیکت نهادی بالا:

فرض اول و دوم: نرمال بودن توزیع خطاهای مدل با میانگین صفر
از آن جایی که مدل دارای عرض از مبدا می‌باشد، فرض صفر بودن میانگین خطاها پذیرفته می‌شود. شکل (۳) توزیع خطاهای مدل را نشان می‌دهد.



شکل (۳) توزیع خطاهای مدل

با توجه به شکل (۳)، مشاهده می‌شود که توزیع خطاها با اندکی اغماض، شباهت به توزیع نرمال دارد و با توجه به تعداد مشاهدات نیز می‌توان نرمال بودن توزیع خطاها را پذیرفت. در نتیجه فرض اول و دوم رگرسیون کلاسیک پذیرفته می‌شود.

فرض سوم: عدم وجود خودهمبستگی مرتبه اول

از آن جایی که تخمین مدل سری زمانی نیست و همچنین، نقش زمان نیز با استفاده از متغیرهای کنترلی در نظر گرفته شده، بررسی این فرض مصداق پیدا نمی‌کند.

فرض چهارم: همسانی واریانس خطاهای مدل

با توجه به اینکه در تخمین مدل، از واریانس مستحکم وایت استفاده شده است، در نتیجه این فرض از تحقیق نیز مورد پذیرش قرار می‌گیرد.

فرض پنجم: عدم وجود همخطی بین متغیرهای مستقل

با توجه به نتایج جدول (۵)، از آن جایی که عامل افزایش واریانس برای تمامی متغیرهای مستقل دارای مقادیری کمتر از ۵ می‌باشد، در نتیجه این فرض نیز پذیرفته می‌شود.

تجزیه و تحلیل نتایج

از آن جایی که تمامی فروض رگرسیون کلاسیک برقرار است، در نتیجه می‌توان به نتایج اتکا نمود. نتایج حاصل از تخمین مدل تحقیق در جدول (۵) ارائه شده است. با توجه به نتایج جدول (۵) مشاهده می‌شود که آماره F والد دارای مقدار $۱۳/۱۱۱$ و معناداری آن نیز کمتر از $۰/۰۵$ است. در نتیجه کلیت مدل رگرسیون پذیرفته می‌شود؛ به این معنی که بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته رابطه معناداری وجود دارد و حداقل یک متغیر مستقل با متغیر وابسته رابطه معنی داری دارد.

جدول (۵) - نتایج تخمین مدل تحقیق

عنوان	نماد	ضریب	انحراف معیار	آماره t	معناداری	VIF
عرض از مبدا	β_0	-۶۰/۱۳۰	۱۰/۱۱۵	-۵/۹۹۴	۰/۰۰۰	
مسئولیت اجتماعی	CSR	-۱۵/۸۴۳	۶/۶۰۷	-۲/۳۹۸	۰/۰۱۷	۱/۳۹۱
اندازه	SIZE	۱۲/۴۶۳	۱/۷۰۲	۷/۳۲۴	۰/۰۰۰	۱/۳۵۸
اهرم	LEV	-۸/۷۴۶	۵/۹۳۲	-۱/۴۷۴	۰/۱۴۱	۱/۳۳۳
بازده دارایی‌ها	ROA	۸۰/۵۱۲	۱۱/۵۱۰	۶/۹۹۵	۰/۰۰۰	۱/۴۰۲
رشد فروش	GROWT	۱۰/۳۲۹	۳/۵۱۴	۲/۹۴۰	۰/۰۰۴	۱/۳۱۲
اثرات ثابت سال	کنترل شده					
آماره F والد	معناداری F	R^2 مدل	R^2 تعدیل شده	تعداد مشاهدات		
۱۳/۱۱۱	۰/۰۰۰	۰/۴۱۴	۰/۳۹۸	۳۸۲		

منبع: یافته‌های پژوهش



ضریب متغیر مسئولیت اجتماعی دارای مقداری منفی و برابر با $-۱۵/۸۴۳$ و آماره t مربوط به آن برابر با $-۲/۳۹۸$ است. از آن جایی که قدرمطلق مقدار آماره t بزرگتر از عدد ۲ است و به تبع آن سطح معناداری این آمار نیز کمتر از $۰/۰۵$ است، می‌توان وجود رابطه منفی و معنی دار این متغیر با سرمایه فکری شرکت را در شرکت‌های با مالکیت نهادی بالا پذیرفت. ضریب متغیر اندازه شرکت برابر با $۱۲/۴۶۳$ است. با توجه به اینکه سطح معناداری کمتر از $۰/۰۵$ آمده است، فرض صفر مبنی بر صفر بودن این ضریب نیز تأیید نمی‌شود به بیان دیگر این ضریب در سطح خطای ۵ درصد معنادار است و تأثیر متفاوتی از صفر بر متغیر سرمایه فکری دارد و می‌توان گفت اندازه شرکت، سرمایه فکری را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. همچنین ضریب متغیر نسبت اهرم مالی برابر با $-۸/۷۴۶$ است. با توجه به اینکه سطح معناداری بیشتر از $۰/۰۵$ آمده است، فرض صفر مبنی بر صفر بودن این ضریب نیز تأیید می‌شود به بیان دیگر این ضریب در سطح خطای ۵ درصد معنادار نیست و تأثیر متفاوتی از صفر بر متغیر سرمایه فکری ندارد و می‌توان گفت اهرم مالی، سرمایه فکری را تحت تأثیر خود قرار نمی‌دهد. ضریب متغیر بازده دارایی‌ها برابر با $۸۰/۵۱۲$ است. با توجه به اینکه سطح معناداری کمتر از $۰/۰۵$ آمده است، فرض صفر مبنی بر صفر بودن این ضریب نیز تأیید نمی‌شود به بیان دیگر این ضریب در سطح خطای ۵ درصد معنادار است و تأثیر متفاوتی از صفر بر متغیر سرمایه فکری دارد و می‌توان گفت بازده دارایی‌ها، سرمایه فکری را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. ضریب متغیر رشد فروش برابر با $۱۰/۳۲۹$ است. با توجه به اینکه سطح معناداری کمتر از $۰/۰۵$ آمده است، فرض صفر مبنی بر صفر بودن این ضریب نیز تأیید نمی‌شود به بیان دیگر این ضریب در سطح خطای ۵ درصد معنادار است و تأثیر متفاوتی از صفر بر متغیر سرمایه فکری دارد و می‌توان گفت رشد فروش، سرمایه فکری را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. همچنین ضریب تعیین تعدیل شده مدل نشان می‌دهد که حدود ۳۹ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل و کنترلی تبیین می‌شود. جهت بررسی نقش تعدیل کنندگی، از آزمون مقایسه ضرایب کلاگ (۱۹۹۵) استفاده می‌شود. نتایج این آزمون در جدول (۶) ارائه شده است.

جدول (۶) - نتایج نقش تعدیل کنندگی در مدل دوم پژوهش

شرح	مالکیت نهادی پایین	مالکیت نهادی بالا
ضریب متغیر مسئولیت اجتماعی	-۲.۰۹۱	-۱۵.۸۴۳
انحراف معیار ضریب	۳.۵۴۸	۶.۶۰۷
اختلاف ضرایب	-۱۳.۷۵۲	
انحراف معیار	۰.۸۶۷	
آماره t	-۱۵.۸۶۵	
معنی داری	۰.۰۰۰	

منبع: یافته های پژوهش

با توجه به نتایج جدول (۶)، مشاهده می‌شود که آماره t دارای مقداری منفی می‌باشد که نشان می‌دهد در شرکت‌های با مالکیت نهادی بالا، میزان اثرگذاری مسئولیت اجتماعی بر سرمایه فکری کمتر است و از آن جایی که میزان معنی داری آماره t کمتر از ۰.۰۵ است می‌توان وجود نقش تعدیل کنندگی متغیر نوع مالکیت نهادی را پذیرفت. در نتیجه فرضیه دوم پذیرفته می‌شود. در انتها خلاصه نتایج حاصل از بررسی فرضیه ها در جدول شماره (۷) نمایش داده شده است.

جدول (۷) - خلاصه نتایج حاصل از بررسی فرضیه ها

ردیف	فرضیه	نتایج
۱	بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و سرمایه فکری رابطه معناداری وجود دارد.	تایید
۲	ساختار مالکیت بر رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و سرمایه فکری تاثیر معناداری دارد.	تایید



نتیجه گیری

فرضیه اول بیان می کرد بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و سرمایه فکری رابطه معناداری وجود دارد. همانطور که در تحلیل های رگرسیونی مشاهده شد سطح معنا داری ضریب مسئولیت اجتماعی شرکت در مدل اول کمتر از ۵٪ است، بنابراین ضریب مسئولیت اجتماعی شرکت معنادار می باشد، بدین معنی که مسئولیت اجتماعی شرکت می تواند بر روی سرمایه فکری موثر باشد، بنابراین بین مسئولیت اجتماعی شرکت و سرمایه فکری رابطه معناداری وجود دارد و فرضیه اول تحقیق پذیرفته می شود. در تبیین نتایج حاصل از این فرضیه می توان به این مسئله اشاره نمود که برنامه ریزی مسئولیت اجتماعی شرکتها بدین منظور صورت میگیرد که برای جامعه و تمامی ذینفعان و سهامداران ارزشی پایدار به همراه داشته باشد و به ارائه روشهایی میپردازد که شرکتها در فضاهای کسب و کار خود به آن عمل میکنند. مسئولیت اجتماعی شرکتی به عنوان یک بعد با اهمیت در ادبیات و مبانی نظری مدیریت مطرح شده است، اگرچه اجرای مسئولیت اجتماعی شرکت هزینه های اولیه ای برای شرکت به دنبال دارد اما در نهایت منجر به بهبود عملکرد و شاخصهای مالی و غیر مالی شرکت در بلند مدت میشود زیرا مسئولیت اجتماعی شرکتها باعث بهبود ادراکات مصرف کنندگان، وفاداری بلند مدت مشتریان، شهرت شرکت، سودآوری بیشتر، نشان نام تجاری بالاتر، نیروی کار سالم تر و ایمن تر، نظارت مؤثرتر بر امور شرکت و رضایت شغلی بالاتر میشود که همه این عوامل به کسب سرمایه فکری بیشتر کمک میکنند. اما با توجه به عدم درک اهمیت مسئولیت اجتماعی توسط شرکتهای ایرانی لذا یک رابطه منفی و معنادار میان افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و سرمایه فکری وجود دارد. نتایج حاصل از این فرضیه با نتایج پژوهش صمدزاده و حیدر زاده (۱۳۹۴) و اصلاح و همکاران (۲۰۱۸) در یک راستا و با نتایج پژوهش صادقی و برزگری (۱۳۹۴) و ذبیح منش (۱۳۹۱) در یک راستا نمیباشد.

فرضیه دوم بیان می کرد ساختار مالکیت بر رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و سرمایه فکری تاثیر معناداری دارد. همانطور که در تحلیل های رگرسیونی مشاهده شد سطح معنا داری ضریب ساختار مالکیت شرکتها در مدل دوم کمتر از ۵٪ است، بنابراین ضریب ساختار مالکیت شرکتها معنادار می باشد، بدین معنی که ساختار مالکیت شرکتها می تواند بر رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و سرمایه فکری موثر باشد، بنابراین ساختار مالکیت شرکتها بر رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و سرمایه فکری تاثیر معناداری دارد و فرضیه دوم تحقیق پذیرفته می شود. در تبیین نتایج حاصل از این فرضیه می توان به این مسئله اشاره نمود که در شرکت هایی که ساختار سهام آنها توسط تعداد زیادی از سرمایه گذاران نهادی صورت میگیرد، رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و سرمایه فکری تضعیف شده می باشد. نتایج حاصل از این فرضیه با نتایج پژوهش غفوریان (۱۳۹۷) و امیر حسینی و قبادی (۱۳۹۵) و چنگ و همکاران (۲۰۱۷) در یک راستا و با نتایج پژوهش طالع زاری و بخاراییان (۱۳۹۴) و حبش (۲۰۱۷) در یک راستا نمی باشد.

در همین ارتباط با توجه به نتایج برخاسته از آزمون فرضیه های تحقیق پیشنهادات ذیل به محققین آتی ارائه می شود:

۱. عملیاتی کردن مسئولیت اجتماعی در شرکتها به منظور کسب سرمایه فکری نیاز به توسعه فرهنگ جدید در شرکت دارد زیرا فرهنگ شرکت است که به کسب و کار جهت میدهد لذا این مورد میبایست مد نظر مدیران شرکتهای بورسی قرار گیرد.
۲. به مدیران شرکتهای بورسی که ساختار سهام آنها توسط تعداد زیادی از سرمایه گذاران نهادی صورت میگیرد پیشنهاد میگردد این گونه ساختار سهام برای شرکت جهت کسب سرمایه فکری تاثیر مناسبی ندارد لذا میبایست در ترکیب سهامداران توزیع مناسبی صورت گیرد. همچنین به آن دسته از سهامدارانی که قصد خرید سهام شرکتهایی که ساختار سهام آنها توسط تعداد زیادی از سرمایه گذاران نهادی صورت میگیرد پیشنهاد میگردد، از خرید سهام این گونه شرکتها اجتناب نمایند چرا که خرید سهام این گونه شرکتها تاثیر مناسبی در جهت کسب سرمایه فکری نخواهد داشت.



منابع

- امیرحسینی، زهرا و قبادی، معصومه. (۱۳۹۵). گزارشگری مسئولیت اجتماعی، عملکرد مالی و مالکیت نهادی. حسابداری مدیریت. ۹ (۲۸)، ۵۵ - ۶۶.
- حیدرزاده، کامبیز، صمدزاده، الهام. (۱۳۹۴). بررسی نقش مسئولیت اجتماعی شرکت در ایجاد مزیت رقابتی پایدار از طریق افزایش سرمایه‌های فکری گروه خودروسازی سایپا. مدیریت بازاریابی، ۱۰ (۲۹)، ۱-۲۰.
- ذبیح منش، محمد. (۱۳۹۱). سرمایه فکری و ارتباط آن با افشای مسوولیت‌های اجتماعی شرکتی، همایش منطقه ای مباحث نوین در حسابداری، اهواز، آموزشکده فنی و حرفه‌ای سما واحد اهواز.
- صادقی، عزل و جمال برزگری خانقاه. (۱۳۹۴). رابطه سرمایه فکری با مسئولیت اجتماعی شرکتهای تولیدی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، چهارمین کنفرانس ملی مدیریت و حسابداری، تهران، موسسه اطلاع رسانی نارکیش.
- طالع زاری، علی رضا و مریم بخاراییان. (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین حاکمیت شرکتی و مسئولیت‌های اجتماعی شرکت با عملکرد شرکتهای صنایع معادن پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، اولین کنفرانس بین‌المللی حسابداری و مدیریت در هزاره سوم، رشت، شرکت پیشگامان پژوهشهای نوین.
- غفوریان شاگردی، محمد سجاد. (۱۳۹۷). بررسی رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و مزیت رقابتی با ملاحظه نقش وضعیت مالکیت و حساسیت زیست محیطی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع).
- قلیچ لی، بهروز و مشبکی، اصغر. (۱۳۸۵). نقش سرمایه اجتماعی در ایجاد سرمایه فکری سازمان (مطالعه دو شرکت خودرو ساز ایرانی)، نشریه دانش مدیریت، دوره ۱۹، شماره ۷۵. زمستان ۱۳۸۵.

Aribi, A. & Gao, S. (2010). Corporate social responsibility disclosure, Journal of Financial Reporting and Accounting, 8 (2), 72-91.

Aslam, S. Ahamd, M. Shahid, A. Osman, M. Arif, S. (2018). The Impact of Corporate Governance and Intellectual Capital on Firm's Performance and Corporate Social Responsibility Disclosure: Evidence from Australian Listed Companies. Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences, Vol. 12 (1), 283-308.

AYA MOHAMED SAFWAT. (2015). Corporate Social Responsibility: Rewriting the Relationship between Business and Society. International Journal of Social Sciences, Vol. IV (1), pp. 87-99.

Babalola, Y. (2012). "The Impact of Corporate Social Responsibility on Firms Profitability in Nigeria". European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences - Issue 45, 1450-2275.

Bontis, N. (1998). Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and models. Managing Decision 36 (2), pp. 63-76.

Brooking, A. (1996). Intellectual Capital, International Thompson Business Press, London.

Chaudhri, V. (2014). Corporate Social Responsibility and the Communication Imperative: Perspectives From CSR Managers. International Journal of Business Communication, 1-24.

Edvinson, L. and Malone, M. (1997). Intellectual capital: realizing your companys true value by finding its hidden brainpower. Harper Collins, New York, NY. policies Journal of Business Research, Vol. 66, pp. 1922- 1927.

Gao, S. S., Heravi, S. & Xiao, J. Z. (2005). Determinants of corporate social and environmental reporting in Hong Kong: A research note. Accounting Forum, 29 (2): 233-242.



Habbash, M. (2017). "Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Disclosure" , *International Journal of Corporate Strategy and Social Responsibility* , Vol. 1 , No. 2, pp. 161-178.

Hui-Cheng Yu , Lopin Kuo , Mao-Feng Kao. (2017). The relationship between CSR disclosure and competitive advantage, *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal* , <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-11-2016-0086>.

Marlene Davies Bernadette Schlitzer. (2008). "The impracticality of an international "one size fits all" corporate governance code of best practice" , *Managerial Auditing Journal* , Vol. 23 Iss 6 pp. 532 – 544.

Marr, B. M. (2008). *Defining Intellectual Capital: A Threedimensional Approach*. *Management Decision*, Vol.43, No.9. 65-79.

MellatParast, M. & Adams, S. G. (2012). Corporate social responsibility, benchmarking, and organizational performance in the petroleum industry: A quality management perspective , *International Journal of Production Economics* , 139 (2) , pp. 447- 458 .

Poddi, L. & Vergalli, S. (2009). *Does Corporate Social Responsibility Affect the Performance of Firms? FEEM Working Paper*.

Pulic, A. (2000). "VAIC-an accounting tool for IC management", *International Journal of Technology Management*, Vol. 20 No.5-8, pp. 702-714.

Roos, J., Roos, G., Dragonetti, N. C. and Edvinsson, L. (1997). *Intellectual Capital: Navigating in the New Business Landscape* , Macmillan , Houndmills , Basingtoke.

Setiawan, M. Darmawan. (2011). *The Relationship between Corporate Social Responsibility and Firm Financial Performance: Evidence from the Firms Listed in LQ45 of the Indonesian Stock Exchange Market*. *European Journal of Social Sciences* , 23 , 2. Vol. 23 Iss 6 pp. 532 – 544.

بی نوشت:

- | | | |
|-------------------------|------------------------|-----------------|
| ۱. Poddi & Vergalli | ۸. Bontis | ۱۵. Habbash |
| ۲. Setiawan | ۹. Edvinson and Malone | ۱۶. Aribi & Gao |
| ۳. Chaudhri | ۱۰. Brooking | ۱۷. Gao et al |
| ۴. Babalola | ۱۱. Roos | ۱۸. Pulic |
| ۵. MellatParast & Adams | ۱۲. Marlene | |
| ۶. SAFWAT | ۱۳. Aslam | |
| ۷. Marr | ۱۴. Cheng | |