



ایفای نقش مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی با تأکید بر نقش سرمایه فکری

احسان قدردان^۱

مربی گروه حسابداری دانشگاه پیام نور

دکتر عبدالکریم مقدم^۲

دانشیار گروه حسابداری دانشگاه پیام نور

چیمین سلطانیان^۳

کارشناس ارشد حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی سنندج

شهین شاهمرادی^۴

کارشناس ارشد حسابداری دانشگاه پیام نور

(تاریخ دریافت: ۱۹ فروردین ۱۳۹۷؛ تاریخ پذیرش: ۲ مرداد ۱۳۹۷)

علاوه بر نقش غیر قابل انکار سرمایه فکری در موفقیت بنگاه‌ها، این دارایی اهمیت روز افزونی برای بازار سرمایه، تصمیم‌گیرندگان و استفاده‌کنندگان از صورت‌های مالی دارد. از طرفی، تقاضای روز افزون ذینفعان از شرکت‌ها برای پذیرش مسئولیت‌های اجتماعی، شرکت‌ها را به درگیر شدن در مسئولیت‌های اجتماعی و زیست‌محیطی تشویق کرده است. از این رو هدف این پژوهش، بررسی نقش سرمایه فکری بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی است. از سرمایه به کار گرفته شده (سرمایه فیزیکی)، سرمایه انسانی و سرمایه ساختاری به عنوان اجزای سرمایه فکری و از معیارهای KLD برای اندازه‌گیری مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی استفاده شد. جامعه آماری پژوهش شامل ۱۰۰ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره زمانی ۱۳۹۱-۱۳۹۵ است. برای آزمون فرضیه‌ها از تکنیک رگرسیون چند متغیره به روش داده‌های تابلویی استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد که بین سرمایه فیزیکی و سرمایه ساختاری با مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه منفی و معنادار برقرار است. ولی بین سرمایه انسانی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی هیچ‌گونه رابطه معناداری مشاهده نشد.

¹ e.gh.pnu@gmail.com

² a_moghad@pnu.ac.ir

³ ch.soltanian@yahoo.com

⁴ shahin.shahmoradi1990@gmail.com

واژه‌های کلیدی: سرمایه فکری، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، سرمایه فیزیکی، سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری.

مقدمه

از آنجایی که مفهوم توسعه پاینده به چالشی برای نگرش کلاسیک ارزش سهامداران در واحدهای تجاری و نقش آن‌ها در جامعه تبدیل شده است، امروزه شرکت‌ها، متعهد به بیان آثار فعالیت‌های خود بر محیط طبیعی و جامعه هستند، یکی از مفاهیم اصلی که به توصیف فعالیت‌های پاینده اشاره دارد، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها است [۱۰]. مسئولیت اجتماعی موضوع حساسیت برانگیز و عامل اساسی بقای هر سازمانی محسوب می‌شود. شرکت‌های سرآمد به عنوان شرکت‌هایی پاسخگو، برای شفافیت و پاسخگویی به ذینفعان خود در قبال عملکردشان باید تعهدات خود به مسئولیت اجتماعی را از طریق ارزش‌های خویش ابراز دارند و اطمینان حاصل کنند که این تعهدات در سراسر شرکت جاری می‌شوند. شرکت‌های شاخه شده از لحاظ داشتن مسئولیت اجتماعی از دیدگاه ذینفعان دارای اعتبارند و رفتار شرکت و آن‌افراد، مطابق با ارزش‌های مسئولیت اجتماعی شرکت می‌باشد. سرمایه‌فکری تاکنون نه تنها در افزایش عملکرد مالی شرکت‌ها، بلکه در دستیابی به دستاوردهای مالی شرکت، نقش بیشتری داشته است. اگر این رابطه سرمایه‌فکری و عملکرد مالی دقیق باشد، بررسی مطالعات قبلی که رابطه بین عملکرد مالی و مسئولیت اجتماعی شرکت را نشان داده‌اند، می‌توان دریافت که سرمایه‌های فکری نیز با مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه داشته باشد. سرمایه‌های فکری و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در حقیقت دو طرف یک سکه هستند، که هر دو رابطه بین جامعه و شرکت را توصیف می‌کنند. به عبارت دیگر، جنبه‌های متعدد مدیریت و حفظ سرمایه‌فکری در درون شرکت منطبق و همسو با تعریف اقدامات مسئولیت اجتماعی شرکت است [۲۸].

بررسی نتایج تحقیقات پیشین در خصوص مسئولیت‌پذیری اجتماعی [۱۱] نشان داد که شرکت‌های داخل کشور، خصوصاً شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران هنوز به نحو شایسته‌ای در حوزه‌ی مسئولیت‌پذیری اجتماعی، فعالیت و اقداماتی انجام نداده‌اند و کارهای پراکنده انجام شده در این خصوص حاکی از آن است که مسئولیت‌پذیری اجتماعی در ابعاد مختلف تحت تأثیر عواملی نظیر سبک مدیریت، ارزش‌های فرهنگی، تعهد سازمانی، فرهنگ سازمانی و ... قرار می‌گیرد. در کشور ما چون انگیزه‌های اعتقادی و مذهبی نقش مهمی در توجه به جنبه‌های بشر دوستانه مسئولیت‌پذیری اجتماعی کسب و کارها ایفاء می‌کند، طبیعی است که سازمان‌ها و شرکت‌ها در راستای تقویت مسئولیت‌پذیری به وظایف خود عمل نمایند. اما آنچه که عملاً بر شرکت‌ها حاکم است و در همان ابتدا در ذهن ذینفعان خطور می‌کند، وضعیت نامناسب مسئولیت‌پذیری اجتماعی و مؤلفه‌های آن‌ها در شرکت‌هاست. در همین راستا، برای پی‌بردن به وضعیت مسئولیت‌پذیری اجتماعی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار، به بررسی نقش سرمایه‌فکری به عنوان یکی از عوامل تأثیرگذار بر آن کارایی سرمایه‌بکار رفته (فیزیکی)، کارایی سرمایه‌انسانی و کارایی سرمایه‌ساختاری به عنوان فاکتورهای سرمایه‌فکری جهت ارزیابی ایفای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها استفاده شده است.

پیشینه نظری پژوهش

سرمایه فکری

در دهه گذشته ظهور دانش علم اقتصاد نشان داد که تشخیص سریع سرمایه فکری به عنوان یک عامل مشخص بر نوآوری و رشد اقتصادی تأثیر می گذارد. سرمایه فکری به عنوان یک منبع کامل برای ایجاد مزیت رقابتی در نظر گرفته شده است، اگر چه اندازه گیری دقیق سرمایه فکری به عنوان یک دارای نامشهود مشکل است، اما ارزش اضافی که ایجاد می کند را نمی توان نادیده گرفت [۳۹]. در حقیقت سرمایه فکری عامل اصلی در ارزشیابی شرکت است [۳۸]. نخستین تلاش های مرتبط با مفاهیم سرمایه فکری مرهون مطالعات فریتز مچلاپ در سال ۱۹۶۲ میلادی است. اما به لحاظ تاریخی ابداع مفهوم سرمایه فکری به سال ۱۹۶۹ میلادی به نام جان کنت گالبرایس نسبت داده می شود. هرچند در این میان نباید تلاش های جیمز تابین در نیمه دوم قرن گذشته را نیز فراموش کرد که برای اولین بار مدل مبتنی بر نسبت او (کیو تو بین) توانست ابزاری را در اختیار سازمان ها قرار دهد تا عملکرد اثربخشی سرمایه فکری سازمان را مورد بررسی قرار دهند [۲]. سرمایه فکری در برگیرنده همه فرآیندها و دارایی هایی است که بطور معمول و سنتی در ترازنامه منعکس نمی شود و دربرگیرنده آن گروه از دارایی های نامشهود مانند علائم تجاری و حق امتیازها و... می باشد که روش های حسابداری مدرن آن ها را مد نظر قرار می دهد [۳۴]. مفهوم سرمایه فکری همواره مبهم بوده و تاکنون نیز تعریفی که به طور قاطع مورد پذیرش عموم قرار گیرد ارائه نگردیده است. اگرچه این تعاریف با یکدیگر تفاوت دارند اما هیچ یک دیگری را نقض نمی کنند، چراکه بیشتر تعاریف ویژگی های یکسانی را بیان می کنند. بنتیس (۲۰۰۰) سرمایه فکری را به عنوان مجموعه ای از دارایی های نامشهود تعریف می کند که از عملکرد سازمانی و ایجاد ارزش به دست می آید [۱۵]. روس و همکاران (۲۰۰۵) سرمایه فکری را تمامی منابع غیرفیزیکی و غیرپولی تعریف کردند که به طور کامل یا جزئی از طریق سازمان کنترل شده و برای آن ثروت ایجاد می کند [۳۳]. از نظر هانگ (۲۰۰۹) نیز سرمایه فکری ارزش نامشهود دارایی های شرکت است که نقش فزاینده ای را در عملکرد سازمانی و همچنین تأثیر عمده ای بر دستاوردهای مالی از قبیل ارزیابی بازار دارد [۲۰].

مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها

مطابق با دیدگاه مسئولیت پذیری، نهادهای اقتصادی نه تنها لازم است که در جهت حفظ سرمایه و افزایش سود خود تلاش نمایند، بلکه بایستی نسبت به گروه هایی که در تلاش آن ها سهام هستند، احساس مسئولیت داشته باشند. همچنین بر اساس دیدگاه پاسخگویی، شرکت ها متعهد هستند به همان اندازه که اهداف سهامداران را دنبال می کنند، هدف های بشر دوستانه را نیز پیگیری نمایند و در جهت رفع مشکلات عمومی مثل فقر، بیکاری، آلودگی، تورم و... تلاش نمایند. این دو دیدگاه بر این مفهوم تأکید دارند که شرکت ها فراتر از الزامات قوانین و قراردادهای، تعهداتی را در قبال جامعه دارند. قبول تعهدات اجتماعی، مسئولیت اجتماعی را برای شرکت ها به دنبال دارد که بایستی نسبت به آن پاسخگو باشند [۹]. طی سال های اخیر مسئولیت اجتماعی شرکت ها سهم عمده ای را در تجارت و بازرگانی به

خود اختصاص داده است [۲۳]. بسیاری از شرکت ها اقدام به تأسیس کمیته ی مسئولیت اجتماعی شرکت ها و صدور گزارش و افشای موارد مرتبط کرده اند [۱۷]. واژه مسئولیت اجتماعی شرکت ها، به ظهور یک جنبش اشاره دارد که در تلاش برای وارد کردن فاکتورهای محیطی و اجتماعی در تصمیمات تجاری شرکت ها، استراتژی تجاری و حسابداری است و هدف آن افزایش عملکرد اجتماعی و محیطی در کنار ابعاد اقتصادی است [۲۶]. در سال های اخیر نظریه های بیان شده مبنی بر این است که، واحدهای تجاری زمانی می توانند ایجاد ثروت، اشتغال و نوآوری کنند که انتظارات بازار را تامین نمایند، فعالیت هایشان را تقویت کرده و رقابتشان را بهبود بخشند، برای حفظ اجتماعی که خود در راه اندازی آن نقش اساسی داشته اند، همکاری کنند و در مقابل جامعه نیز با فراهم کردن شرایط لازم به منظور کسب بازده توسط سرمایه گذاران و ایجاد اطمینان برای ذینفعان از نبود فعالیت های آربیتراژ و غیر عادلانه، بسترهای مناسب جهت توسعه و پیشرفت واحد تجاری را فراهم کنند [۳۶]. در همین راستا، توجه بیش از حد نهادهای حرفه ای و آکادمیک به موضوع مسئولیت اجتماعی شرکتی می تواند بیانگر این مطلب باشد که مسئولیت پذیری یک عنصر ضروری برای موفقیت شرکت بوده و اغلب مزایای قابل توجهی را برای شرکت فراهم می کند [۳۱].

رابطه سرمایه فکری و مسئولیت پذیری اجتماعی

سرمایه فکری نه تنها در عملکرد مالی شرکت ها، بلکه در کمک به پیشرفت های مالی مانند ارزیابی بازار، همیشه نقش افزایشی بازی کرده است [۱۶]. یافته های پژوهش های متعدد داخلی و خارجی عمدتاً از تأثیر مستقیم سرمایه فکری بر عملکرد مالی شرکت ها حمایت می کند [۵][۱۲][۲۱][۱۴]. از طرفی، تمایل و اصرار واحد تجاری به تعهد نسبت به مسئولیت پذیری اجتماعی در تمامی ابعاد، اثر قابل توجهی را روی عملکرد مالی دارد، در واقع گرایش به سمت مسئولیت اجتماعی، واحد تجاری را ترغیب می کند تا برای بهبود محیط زیست، استفاده از انرژی و مواد کمتر، مدیریت ضایعات و غیره تلاش کند [۳۶]. در نتیجه، واحدهای تجاری می توانند بازده های بلندمدت خود را از طریق کاهش اثرات منفی خود بر اجتماع، به صورت اختیاری، حداکثر نمایند [۳۵]. بنابراین اجرای مسئولیت اجتماعی شرکت منجر به بهبود موفقیت شرکت ها در بلند مدت، رشد اقتصادی و بهبود عملکرد مالی آن ها می گردد [۱۹]. با توجه به مطالب بیان شده و تأثیر معنادار سرمایه فکری و مسئولیت پذیری بر عملکرد مالی شرکت ها، پژوهش حاضر در پی پاسخی به این سوال است که آیا بین سرمایه فکری و مسئولیت پذیری اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد؟

پیشینه تجربی پژوهش

پژوهش های خارجی

مقبل و زمیر (۲۰۱۸) در پژوهشی به بررسی رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد مالی در بین ۲۸ بانک تجاری در یک دوره ده ساله (۲۰۱۶-۲۰۰۷) در کشور هند پرداختند. آن ها نشان دادند که بین مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد رابطه مثبت و معناداری برقرار است و با افزایش مسئولیت پذیری،

عملکرد مالی بانک های مورد بررسی نیز افزایش می یابد [۲۵]. نقیلی و همکاران (۲۰۱۷) با بررسی رابطه مسئولیت پذیری اجتماعی و ارزش بازار در شرکت های خانوادگی و غیر خانوادگی در کشور فرانسه دریافتند که شرکت های خانوادگی اطلاعات کمتری از مسئولیت پذیری اجتماعی نسبت به شرکت های غیر خانوادگی ارائه می کنند. همچنین یافته ها نشان داد که عملکرد مالی مبتنی بر بازار با افشای مسئولیت پذیری اجتماعی برای شرکت های خانوادگی به صورت مستقیم و برای شرکت های غیر خانوادگی به صورت غیر مستقیم در ارتباط است [۲۹]. یاسین و یاسمین (۲۰۱۶) به بررسی تأثیر اجزای سرمایه فکری بر مزیت رقابتی شرکت ها پرداختند. نتایج تحقیق نشانگر رابطه معناداری بین سرمایه ساختاری و سرمایه بکار گرفته شده و مزیت رقابتی شرکت بود و سرمایه انسانی اثر مشخصی بر مزیت رقابتی نداشت [۳۹]. نریمان (۲۰۱۵) به بررسی اثر سرمایه فکری بر ارزش شرکت های پذیرفته شده در بورس اندونزی پرداخته است. در این پژوهش برای محاسبه سرمایه فکری از روش پالیک استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان داد سرمایه فکری اثر مثبتی بر ارزش شرکت دارد [۳۰]. سامدرا (۲۰۱۴) در پژوهشی به بررسی ارتباط بین سرمایه فکری و عملکرد شرکت و سودآوری در شرایط بحران پرداختند. نتایج نشان داد که توسعه شرکت تحت تأثیر نیروی انسانی و ساختار سرمایه است و در این راستا ضریب ارزش افزوده سرمایه فکری عامل مهمی است که با سود رابطه مثبت و معناداری دارد [۳۸]. هانگ و همکاران (۲۰۱۳) تأثیر افشای اجباری فعالیت های مرتبط با مسئولیت پذیری اجتماعی روی عدم تقارن اطلاعات در چین را مورد بررسی قرار داد. بازارهای نو ظهوری همانند چین فاقد اعتبار و شرایط لازم برای افشای اجباری در مورد چنین فعالیت هایی هستند. نتایج آن ها نشان می دهد که ارائه گزارش های اجباری در مورد مسئولیت پذیری اجتماعی یک عامل کاهنده عدم تقارن اطلاعاتی است و این ارتباط در شرکت هایی با ریسک سیاسی - اجتماعی بالاتر و شرکت هایی با پوشش تحلیلی کمتر بیشتر به چشم می خورد [۲۲]. عبدالله و سوفیانا (۲۰۱۲) نیز با بررسی رابطه بین سرمایه فکری و عملکرد شرکت های مالزی نشان دادند که بین اجزای سرمایه فکری و عملکرد شرکت ها همبستگی مثبت وجود دارد و بین اجزای سرمایه فکری، سرمایه انسانی قوی ترین همبستگی را دارا می باشد [۱۴].

پژوهش های داخلی

طاهری نیا و فضل الهی دهکردی (۱۳۹۶) به بررسی تأثیر سرمایه فکری بر رقابت بازار محصول شرکت های بورسی پرداختند. نتایج نشان داد که بین سرمایه به کار گرفته شده، سرمایه انسانی و سرمایه ساختاری با رقابت بازار محصول رابطه معناداری برقرار می باشد. به عبارتی، به دلیل عدم گزارش داوطلبانه اطلاعات سرمایه فکری، استفاده کنندگان از اطلاعات صورت های مالی تصمیمات مطلوبی را اتخاذ ننموده، و همین امر باعث کاهش رقابت بازار محصول می گردد [۷]. حسینی و حقیقت (۱۳۹۵) با بررسی رابطه بین حاکمیت شرکتی و تعهد به ایفای مسئولیت اجتماعی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران نشان دادند که بین تعداد جلسات هیئت مدیره و دوگانگی وظیف مدیرعامل با تعهد به ایفای مسئولیت اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد. ولی بین استقلال هیئت مدیره، کمیته های تخصصی هیئت مدیره و سهامداران نهادی با مسئولیت اجتماعی رابطه ای یافت نشد [۴]. قربانی (۱۳۹۵) در پژوهشی

به بررسی تأثیر افشای اختیاری اطلاعات سرمایه فکری بر عدم تقارن اطلاعاتی پرداخت. نتایج حاکی از این مطلب بود که افشای اختیاری اطلاعات سرمایه فکری، موجبات کاهش عدم تقارن اطلاعاتی را فراهم می آورد. به عبارت دیگر، با افزایش افشای اختیاری اطلاعات سرمایه فکری، عدم تقارن اطلاعاتی کاهش می یابد [۸]. احمدپور و فرمانبر (۱۳۹۴) به بررسی ارتباط بین افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی شرکت ها و رقابت بازار محصول پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد بین سطح افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و رقابت بازار محصول ارتباط معناداری وجود ندارد. همچنین، بین سطح افشای عملکرد اجتماعی و زیست محیطی شرکت با رقابت بازار محصول ارتباط معناداری وجود ندارد [۱]. وحیدی الیزایی و فخاری (۱۳۹۴) به بررسی تأثیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی بر عملکرد مالی شرکت ها پرداختند. نتایج نشان داد بین بازده حقوق صاحبان سهام، بازده دارایی ها، سود هر سهم، نسبت کیوتوبین، نسبت سود خالص بر فروش و نسبت سود ناخالص بر فروش به عنوان معیارهای عملکرد مالی با مسئولیت پذیری اجتماعی رابطه مثبت و معناداری بر قرار است [۱۳]. سرلک و همکاران (۱۳۹۴) به رتبه بندی شرکت های برتر بورسی از جایگاه سرمایه فکری و مقایسه آن با رتبه بندی مطابق شاخص های بورس پرداختند. یافته ها ی پژوهش نشان داد که بین سرمایه ی فکری با ارزش بازار و عملکرد مالی شرکت های برتر بورسی ارتباط معنی داری وجود دارد، ولی همبستگی معناداری بین رتبه بندی این شرکت ها بر اساس شاخص بورس و رتبه بندی آن ها بر اساس شاخص سرمایه فکری مشاهده نگردید. همچنین نتایج تحقیق نشان می دهد که در میان عناصر تشکیل دهنده سرمایه فکری، کارایی سرمایه ی به کار گرفته شده دارای بیشترین تأثیر بر سود هر سهم شرکت های برتر می باشد و کارایی سرمایه ی انسانی تأثیر معنی داری بر ارزش بازار و عملکرد مالی شرکت های برتر بورسی ندارد [۶].

فرضیه های پژوهش

با توجه به مبانی نظری بیان شده در بخش چارچوب نظری و پیشینه پژوهش، فرضیه های پژوهش به شرح زیر مطرح می گردند:

- فرضیه اصلی:** بین سرمایه فکری و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی رابطه معناداری وجود دارد.
- فرضیه فرعی اول:** بین سرمایه فیزیکی و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی رابطه معناداری وجود دارد.
- فرضیه فرعی دوم:** بین سرمایه انسانی و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی رابطه معناداری وجود دارد.
- فرضیه فرعی سوم:** بین سرمایه ساختاری و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی رابطه معناداری وجود دارد.

جامعه آماری، حجم نمونه و روش های گردآوری داده ها

در این پژوهش جامعه آماری، کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد. اطلاعات و داده های آماری در فاصله زمانی ۱۳۹۱-۱۳۹۵ (دوره پنج ساله) در نظر گرفته و ۱۰۰ شرکت به روش نمونه گیری حذفی سیستماتیک (غربالگر) بر اساس محدودیت های زیر به عنوان نمونه از جامعه آماری انتخاب گردیده است:

- شرکت ها در طول سال های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۵ در بورس حضور فعال داشته و قبل از سال ۱۳۹۱ در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته شده و تا پایان سال ۱۳۹۵ نیز حضور فعال داشته باشند.
- طی سال های مالی مذکور تغییر فعالیت یا تغییر سال مالی نداده باشند.
- به لحاظ افزایش قابلیت مقایسه، سال مالی آنها منتهی به اسفند ماه باشند.
- داده های مورد نظر آنها در دسترس باشند.
- جزو شرکت های مالی (مانند بانک ها و موسسات بیمه) و شرکت های سرمایه گذاری نباشند.
- نماد معاملاتی شرکت، فعال و بیش از ۶ ماه در سال توقف نماد معاملاتی نداشته باشد.
- روش مورد استفاده جمع آوری داده ها، روش اسناد کاوی و کتابخانه ای است و برای جمع آوری داده های مورد نیاز از اطلاعات صورت های مالی و یادداشت های همراه استفاده شده است. بدین منظور از نرم افزار ره آورد نوین و همچنین از طریق کاوش اینترنتی (سایت رسمی شرکت بورس اوراق بهادار تهران و سایر سایت های مربوطه) استفاده شده است. همچنین برای انجام محاسبات لازم و جهت تجزیه و تحلیل نهایی، از اکسل و نرم افزار Eviews9 استفاده شده است.

روش شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر با توجه به هدف، کاربردی و طرح آن از نوع شبه تجربی است و با توجه به روش پژوهش، براساس روش های توصیفی و همبستگی صورت گرفته است. به منظور آزمون فرضیه های پژوهش و تجزیه و تحلیل داده ها از رگرسیون چند متغیره، ضریب تعیین و الگوی رگرسیون خطی چندگانه استفاده شده است. فرضیه های پژوهش با پیروی از مدل داگان و همکاران (۲۰۱۵) مورد آزمون قرار گرفته اند [۱۸]:

رابطه (۱)

$$CSR_{i,t} = \alpha + \beta_1 VACA_{i,t} + \beta_2 VAHV_{i,t} + \beta_3 STVA_{i,t} + \beta_4 SIZE_{i,t} + \beta_5 PAT_{i,t} + \beta_6 MBV_{i,t} + \beta_7 ROA_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

متغیرهای پژوهش و نحوه اندازه گیری آن ها

متغیر وابسته

مسئولیت پذیری اجتماعی (CSR)

متغیر وابسته پژوهش حاضر، مسئولیت پذیری اجتماعی می باشد که با توجه به معیارهایی که مؤسسه آمریکایی معروف به KLD که هر ساله سازمان ها را بر اساس معیارهای اجتماعی و زیست محیطی رتبه بندی می کند اندازه گیری شده است. مسئولیت پذیری اجتماعی در این پژوهش دارای چهار بعد می باشد، هر بعد آن دارای نقاط قوت و ضعف مخصوص به خود می باشد. با تفاضل نقاط قوت از نقاط ضعف مربوطه نمره آن بعد بدست می آید. در نهایت با جمع نمودن تمام ابعاد فوق یک نمره کلی برای مسئولیت پذیری اجتماعی بدست خواهد آمد. لازم به ذکر است که در صورت وجود هر نقطه ضعف یا نقطه قوت مربوطه، عدد یک و در صورت نبود آنها عدد صفر در نظر گرفته خواهد شد. اطلاعات لازم برای این متغیرها در گزارش هیئت مدیره شرکت ها افشاء می شود و در تحقیق حاضر برای معرفی هر یک از ابعاد، با توجه به

ماهیت افشاجری در ایران، از شاخص های مسئولیت پذیری اجتماعی در ایران و همچنین از گواهی نامه های ISO 9001 سیستم مدیریت کیفیت، ISO 14001 مدیریت زیست محیطی و OHSAS 18001 مدیریت استاندارد ایمنی و بهداشت استفاده شده است. بنابراین در این پژوهش صرفاً از مدل KLD استفاده نشده بلکه معیارها مطابق با استاندارد ایران می باشد که همانطور که پیشتر توضیح داده شد در گزارش هیئت مدیره افشا می شود. مدل حاضر مدل عینی و کمی معروفیست که تاکنون از طریق نهادهای رسمی در بسیاری از کشورها برای اندازه گیری مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی استفاده شده است. مدل به صورت زیر می باشد:

رابطه (۲)

$$CSR_S = CSR-COM-S + CSR-EMP-S + CSR-ENV-S + CSR-PRO-S$$

CSR-S: نمره مسئولیت پذیری اجتماعی، CSR-EMP-S: نمره افشای مشارکت اجتماعی که از تفاضل نقاط قوت و نقاط ضعف خاص خود به صورت زیر محاسبه می شود:

$$CSR-COM-S = \Sigma Strengths - \Sigma Concerns$$

رابطه (۳)

همین طور می توان نمره های ابعاد دیگر مسئولیت پذیری اجتماعی، همچون CSR-EMP-S: نمره افشای روابط کارکنان؛ CSR-ENV-S: نمره افشای محیط زیست؛ CSR-PRO-S: نمره افشای ویژگی محصولات را از طریق ذکر شده در بالا محاسبه کرد [۳].

پاره ای از نقاط قوت و ضعف ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی در جدول (۱) ارائه شده است:

جدول (۱). ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی همراه با نقاط قوت و ضعف آن ها

نمره	نقاط ضعف	نمره	نقاط قوت	ابعاد مسئولیت اجتماعی
	۱. اثر منفی اقتصادی (تأثیر منفی بر کیفیت زندگی)، تعطیلی کارخانه ۲. عدم پرداخت مالیات		۱. کمکهای خیریه ۲. کمکهای نوآورانه (کمک به سازمانهای غیر انتفاعی، مشارکت در طرحهای عمومی)	مشارکت اجتماعی
	۱. ضعف بهداشت و ایمنی ۲. کاهش نیروی کار		۱. به اشتراک گذاشتن سود نقدی ۲. مزایای بازنشستگی	روابط کارکنان
	۱. تولید زباله های خطرناک ۲. پرداخت جریمه به دلیل نقض مدیریت زباله		۱. انرژی پاک (استفاده از سوخت با آلودگی کمتر) ۲. کنترل آلودگی هوا و کاهش گاز گلخانه ای	محیط زیست
	۱. پرداخت جریمه برای ایمنی محصول ۲. پرداخت جریمه برای تبلیغات منفی		۱. کیفیت محصول ۲. ایمنی محصول	ویژگی محصولات

منبع: [۲۷]

متغیر مستقل

در این پژوهش متغیرهای مستقل با استفاده از روش پالیک سنجیده می شوند. پالیک معیارهای اندازه گیری سرمایه فکری شرکت را سه معیار کارایی سرمایه به کار گرفته شده (فیزیکی)، کارایی سرمایه انسانی و کارایی سرمایه ساختاری می داند [۳۲].

کارایی سرمایه فیزیکی بکارگرفته شده (VACA)

این ضریب نشان دهنده ارزش افزوده ایجاد شده ناشی از بکارگیری دارایی های فیزیکی مشهود است. به عبارتی به ازای یک ریال دارایی فیزیکی مشهود چند ریال ارزش افزوده حاصل شده است [۷].

$$VACA = \text{رابطه (۴)}$$

$$VA \div CE$$

VACA: کارایی سرمایه به کار گرفته شده؛ CE: سرمایه بکار گرفته شده که برابر با ارزش دفتری کل دارایی های شرکت منهای دارایی های نامشهود آن است؛ VA: ارزش افزوده که به صورت زیر محاسبه می شود:

$$VA = \text{OUTPUT} - \text{رابطه (۵)}$$

$$\text{INPUT}$$

OUTPUT: کل درآمد حاصل از فروش کالاها و خدمات؛ INPUT: کل هزینه مواد، اجزا و خدمات خریداری شده است.

کارایی سرمایه انسانی (VAHU)

این ضریب نشان دهنده ارزش افزوده ایجاد شده توسط کارکنان است و به آن معنی است که به ازاء یک ریال هزینه حقوق و دستمزد پرداختی چند ریال ارزش افزوده حاصل شده است [همان منبع].

رابطه (۶)

$$VAHU = VA \div HU$$

VAHU: کارایی سرمایه انسانی؛ HU: سرمایه انسانی که برابر است با کل هزینه حقوق و دستمزد شرکت.

کارایی سرمایه ساختاری (STVA)

این ضریب نشان دهنده ارزش افزوده ایجاد شده ناشی از فرآیندها و ساختارهای موجود در شرکت است. این به آن معنی است که چند درصد از ارزش افزوده شرکت ناشی از سرمایه ساختاری است [همان منبع].

رابطه (۷)

$$STVA = SC \div VA$$

STVA: کارایی سرمایه ساختاری؛ SC: سرمایه ساختاری شرکت است که به صورت زیر محاسبه می شود.

رابطه (۸)

$$SC = VA - HU$$

متغیر کنترل

اندازه شرکت (Size): از طریق لگاریتم طبیعی کل دارایی های شرکت اندازه گیری می شود.
 سود خالص (PAT): از طریق لگاریتم طبیعی سود خالص شرکت ها قابل اندازه گیری می باشد.
 نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری (MB): این نسبت از تقسیم ارزش بازار کل دارایی ها به ارزش دفتری کل دارایی ها محاسبه می شود.
 نرخ بازده دارایی ها (ROA): از نسبت سود خالص تقسیم بر کل دارایی ها اندازه گیری می شود.

یافته های پژوهش**آمار توصیفی**

برای ارائه یک نمای کلی از خصوصیات مهم متغیرهای محاسبه شده، در جدول (۲) برخی از مفاهیم آمار توصیفی این متغیرها، شامل میانگین، میانه، انحراف معیار، حداقل و حداکثر مشاهدات ارائه شده است.

جدول (۲). آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	مشاهدات	میانگین	انحراف معیار	مینیمم	ماکزیمم
مسئولیت پذیری اجتماعی	۵۰۰	۳/۰۳۸	۰/۹۸۱	۱/۰۰	۵/۰۰
سرمایه فیزیکی	۵۰۰	۰/۸۸۰	۱/۶۷۳	-۰/۴۵۹	۱۴/۳۵
سرمایه انسانی	۵۰۰	-۰/۸۸۳	۲/۶۹۶	-۱۷/۴۷	۸/۶۷۶
سرمایه ساختاری	۵۰۰	۳/۱۶۷	۶/۵۹۲	-۲۹/۸۸	۳۵/۷۵
اندازه شرکت	۵۰۰	۶/۰۴۴	۰/۶۰۱	۴/۷۵۶	۸/۰۱۴
سود خالص	۵۰۰	۵/۰۱۶	۰/۷۷۱	۲/۳۲۰	۷/۱۹۷
ارزش بازار بر ارزش دفتری	۵۰۰	۲/۹۱۳	۲/۷۵۸	-۱۱/۸۰۳	۱۹/۴۲
بازده دارایی ها	۵۰۰	۰/۶۷۵	۳/۰۴۸	۰/۰۰۰۱	۳۳/۸۵

منبع: یافته های پژوهش

همانطور که مشاهده می شود، میانگین بدست آمده برای متغیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها حدود ۳ (از ۵ در نظر گرفته شده به عنوان حداکثر) می باشد که نشان دهنده عدم توجه کامل شرکت ها به شاخص های مسئولیت اجتماعی می باشد. میانگین کارایی سرمایه فیزیکی بکار گرفته شده نشان دهنده ارزش افزوده ایجاد شده ناشی از بکارگیری دارایی های فیزیکی مشهود است. میانگین کارایی سرمایه انسانی و سرمایه ساختاری نیز بیانگر ارزش افزوده ایجاد شده توسط کارکنان و ارزش افزوده ایجاد شده ناشی از فرآیندها و ساختارهای موجود در شرکت است. میانگین اندازه شرکت (۶/۰۴۴) که نشان دهنده مجموع دارایی های شرکت است. لازم به ذکر است که شرکت های مورد بررسی، از متوسط ۵/۰۱۶

سود خالص، متوسط نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری ۲/۹۱۳ و میانگین ۶۷/۵ درصدی بازده دارایی ها برخوردار بوده اند.

آزمون نرمال بودن متغیر وابسته

نرمال بودن متغیرهای وابسته به نرمال بودن باقیمانده‌های الگو می‌انجامد. پس لازم است نرمال بودن متغیر وابسته قبل از برآورد پارامترها کنترل شود و در صورت برقرار نبودن این شرط راه حل مناسبی برای نرمال نمودن آن ها (از جمله تبدیل نمودن آن) اتخاذ نمود.

جدول (۳). نتایج آزمون جارک و برا

متغیر وابسته	آماره آزمون	سطح معناداری
مسئولیت پذیری اجتماعی	۵/۶۱۸	۰/۰۶۰۲

منبع: یافته های پژوهش

با توجه به این که در جدول (۳) سطح معناداری آماره بالاتر از ۰/۰۵ می‌باشد، بنابراین فرضیه مبنی بر نرمال بودن توزیع متغیرهای وابسته در سطح اطمینان ۹۵٪ پذیرفته می‌شود. این یافته بیانگر این است که متغیرهای وابسته از توزیع نرمال برخوردار می‌باشند.

آزمون تشخیص روش تخمین مدل

برای آزمون فرضیه ها، ابتدا به انتخاب الگوی مناسب برای مدل رگرسیونی پرداخته شده است. ابتدا با استفاده از آزمون F لیمر به انتخاب مدل داده های تلفیقی در برابر مدل داده های تابلویی و با استفاده از آزمون هاسمن به منظور انتخاب الگوی اثرات ثابت در مقابل اثرات تصادفی پرداخته خواهد شد.

جدول (۴). نتایج آزمون چاو و هاسمن

آزمون هاسمن			آزمون چاو			
نتیجه	سطح معناداری	آماره Chi-Sq	نتیجه	سطح معناداری	آماره F	مدل پژوهش
اثرات ثابت	۰/۰۰۱	۵/۹۸	داده های پانل	۰/۰۰۰	۴۹/۸۷	مدل پژوهش

منبع: یافته های پژوهش

با توجه به اینکه سطح معناداری در آزمون چاو و آزمون هاسمن در جدول (۴) کمتر از سطح خطا (۵٪) می‌باشد، بنابراین از روش پانل-دیتا و همچنین از روش اثرات ثابت جهت برازش مدل رگرسیونی آزمون فرضیه ها استفاده می‌شود.

نتایج آزمون فرضیه ها

برای بررسی اعتبار کلی الگوی چند متغیره از آماره F فیشر استفاده شده است. با توجه به سطح معناداری (۰/۰۰۰) آن در جدول (۵) می‌توان نتیجه گرفت که این الگو در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار است. میزان ضریب تعیین تعدیل شده این الگو (۰/۶۲۴) محاسبه شده است. این ضریب نشان می‌دهد

که تقریباً ۶۲٪ از تغییرات در میزان مسئولیت پذیری شرکت ها با تغییرات در متغیرهای مورد استفاده در الگوی پژوهش، توضیح داده می شود. آماره دوربین-واتسون نیز ۱/۷۱ را نشان می دهد. که می توان نتیجه گرفت در تخمین مدل مذکور مشکل خودهمبستگی یا همبستگی سریالی بین جملات خطا وجود ندارد.

جدول (۵). نتایج برازش مدل پژوهش

متغیر	ضریب	خطای استاندارد	T آماره	مقدار احتمال
ضریب ثابت	۳/۰۹۶	۰/۰۳۲	۹۶/۲۵۹	۰/۰۰۰
سرمایه فیزیکی	-۰/۰۱۶	۰/۰۰۴	-۴/۱۹۲	۰/۰۰۰
سرمایه انسانی	۰/۰۰۵	۰/۰۰۹	۰/۵۴۱	۰/۵۸۸
سرمایه ساختاری	-۰/۰۰۰۰۰۲	۰/۰۰۰۰۰۳	-۹/۱۰۳	۰/۰۰۰
اندازه شرکت	-۰/۰۱۴	۰/۰۰۷	-۲/۰۴۱	۰/۰۴۱
سود خالص	۰/۰۰۸	۰/۰۰۴	۱/۸۰۷	۰/۰۷۱
ارزش بازار بر ارزش دفتری	۰/۰۰۰۳	۰/۰۰۰۵	۰/۶۹۵	۰/۴۸۷
بازده دارایی ها	-۰/۰۰۰۴	۰/۰۰۰۷	-۰/۵۶۵	۰/۵۷۲
F مقدار	سطح معناداری	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	آماره دوربین - واتسون
۱۶/۵۲	۰/۰۰۰۰	۰/۶۷۱	۰/۶۲۴	۱/۷۱

منبع: یافته های پژوهش

سطح خطای احتمال مربوط به فرض صفر مبنی بر عدم تأثیر کارایی سرمایه بکار رفته (فیزیکی) بر مسئولیت پذیری شرکت ها برابر (۰/۰۰۰) است که کمتر از سطح خطا (۵٪) است، بنابراین، فرض صفر رد می شود. همچنین، ضریب برآورد شده برای متغیر سرمایه فیزیکی برابر (۰/۰۱۶-) می باشد. در نتیجه، در فرضیه اول بین کارایی سرمایه فیزیکی با مسئولیت پذیری شرکت ها رابطه منفی و معناداری برقرار است. به عبارتی، با افزایش سرمایه بکار رفته در شرکت ها، مسئولیت پذیری شرکتی کاهش یافته است. در فرضیه دوم، ضریب برآورد شده برای متغیر سرمایه انسانی، برابر با (۰/۰۰۵) و با سطح معناداری (۰/۵۸۸) می باشد که بزرگ تر از ۵٪ (سطح خطای آزمون) است. این یافته نشان می دهد که بین سرمایه انسانی و مسئولیت پذیری اجتماعی در سطح اطمینان ۹۵٪ رابطه معناداری وجود ندارد. همچنین، سطح معناداری مربوط به متغیر سرمایه ساختاری برابر (۰/۰۰۰) است، در نتیجه در فرضیه سوم در سطح اطمینان ۹۵٪، رابطه معناداری بین سرمایه ساختاری و مسئولیت پذیری اجتماعی وجود دارد. همچنین مقدار ضریب

سرمایه ساختاری (۰/۰۰۰۰۰۲-) نشان از منفی بودن رابطه بین متغیر مستقل و وابسته می باشد. علاوه بر این، از بین متغیرهای کنترلی نیز فقط بین متغیر اندازه شرکت با متغیر وابسته رابطه معناداری مشاهده گردید.

بحث و نتیجه گیری

دنیای امروز، اقتصاد صنعتی را پشت سر گذاشته و وارد اقتصاد مبتنی بر دانش شده است. اقتصاد مبتنی بر دانش، اقتصادی است که در آن تولید دانش، نقش اصلی را در فرایند ایجاد ثروت ایفا می نماید. یکی از ویژگی های متمایز اقتصاد مبتنی بر دانش، جریان هنگفت سرمایه گذاری در سرمایه انسانی و تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات (سرمایه فکری) است. در عصر حاضر رقابت اصلی در زمینه سرمایه فکری است که یکی از مزایای اصلی شرکت است. از طرفی، شرکت ها بایستی در برابر ذینفعان (سهامداران، مشتریان، عرضه کنندگان کالا، کارکنان، بانک ها، قانونگذاران، محیط و جامعه) پاسخگو باشند. به این ترتیب آن ها علاوه بر مسئولیت اقتصادی، باید در برابر مسائل اجتماعی نیز احساس مسئولیت کنند. بنابراین، مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی عامل ضروری است که به تداوم شرکت ها می انجامد.

بر این اساس در این پژوهش، رابطه بین اجزای سرمایه فکری (سرمایه فیزیکی، سرمایه انسانی و سرمایه ساختاری) با مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی در بازار سرمایه ایران مورد بررسی قرار گرفت. نتایج بررسی ۱۰۰ شرکت (۵۰۰ سال - شرکت) پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی بازه زمانی سال های ۱۳۹۱-۱۳۹۵، مبین آن است که بین سرمایه فیزیکی و سرمایه ساختاری با مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی رابطه منفی معنادار وجود دارد. ولی بین سرمایه انسانی و مسئولیت پذیری اجتماعی هیچ گونه رابطه معناداری مشاهده نشد.

این نتایج ممکن است ناشی از این امر باشد که سرمایه فکری زمانی می تواند باعث افزایش مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها شود که اطلاعات مربوط به هردو دسته متغیر به نوعی (از طریق تهیه و انتشار گزارش عملکرد اجتماعی و محیطی، اعلام و انتشار نمره یا رتبه ایفای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها توسط نهاد های مالی، افشای داوطلبانه سرمایه فکری و رتبه بندی شرکت ها بر اساس آن از طریق طرح های تشویقی و ...) در اختیار بازار سرمایه قرار گیرد. اما در کشور ایران به دلیل عدم افشاء و گزارش داوطلبانه سرمایه فکری و اینکه اطلاعات مربوط به عملکرد اجتماعی شرکت ها به نحوه مناسبی سنجیده نشده و در اختیار ذینفعان واقعی و بالقوه قرار نمی گیرد، در نتیجه رابطه بین ارکان سرمایه فکری با مسئولیت پذیری اجتماعی به روشنی قابل لمس نمی باشد. نتایج پژوهش همچنین توانست ثابت کند که استنباط از مسئولیت های اجتماعی شرکتی هنوز در مرحله ای قرار ندارد که در آن شرکت ها بتوانند این مسئولیت را به صورت داوطلبانه اجرا نمایند. همچنین، در بازار بورس ایران که سایه دولت بر شرکت های آن سایه افکنده هنوز نتوانسته شرایط را برای رشد مفهوم سرمایه فکری و حتی اندازه گیری آن فراهم آورد.

با توجه به آنچه ذکر شد، پیشنهاد می شود کمیته تدوین استانداردهای حسابداری و سازمان بورس و اوراق بهادار به عنوان یک نهاد نظارتی با تدوین قوانین و مقرراتی، راه کارهای تقویت ضمانت اجرایی

گزارش هایی را در زمینه مسئولیت اجتماعی و سرمایه فکری در راستای شفافیت و پاسخگویی به ذینفعان شرکت با رویه های افشای یکسان را فراهم آورند. همچنین، به سرمایه گذاران و تحلیلگران مالی پیشنهاد می شود در انجام فعالیت های سرمایه گذاری خود، واحد های تجاری را انتخاب نمایند که در سطح بالایی از افشای سرمایه فکری و مسئولیت پذیری اجتماعی قرار داشته باشند. علاوه بر این، به پژوهشگران برای انجام تحقیقات آتی پیشنهاد می شود جهت کسب نتایج دقیق تر پژوهش حاضر را به تفکیک صنایع انجام دهند و با توجه به اینکه این پژوهش به صورت مقطعی انجام گردید، به صورت سری زمانی نیز به بررسی این موضوع بپردازند. همچنین پیشنهاد می شود از دیگر معیارهای اندازه گیری سرمایه فکری و یا تفکیک شرکت های با مسئولیت اجتماعی قوی و ضعیف و مقایسه آن ها با یکدیگر در پژوهش های آتی استفاده شود.

فهرست منابع

۱. احمدپور، احمد و فرمانبردار، مریم، (۱۳۹۴). "بررسی ارتباط بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها و رقابت بازار محصول". **مجله حسابداری مالی**، سال هفتم، شماره ۲۶، صص ۱۰۳-۱۲۴.
۲. اکبرنژاد، جمال، عظیمی، جواد، محمدزاده سالطه، حیدر و روشن ضمیر، علیرضا، (۱۳۹۳). "مالکیت دولتی و آثار و پیامدهای آن بر سرمایه فکری". **مجله پژوهش حسابداری**، دوره سوم، شماره ۱۲، صص ۴۷-۶۲.
۳. حاجیها، زهره، سرفراز، بهمن، (۱۳۹۳). "بررسی رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها و هزینه حقوق صاحبان سهام". **مجله پژوهش های تجربی حسابداری**، شماره ۱۴، صص ۱۰۵-۱۲۳.
۴. حسینی، سید علی و حقیقت، سرور(۱۳۹۵). "رابطه بین حاکمیت شرکتی و تعهد به ایفای مسئولیت های اجتماعی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران". **مجله پژوهش حسابداری**، دوره ششم، شماره ۲۳، صص ۱۰۳-۱۲۸.
۵. ستایش، محمد حسین و کاظم نژاد، مصطفی(۱۳۸۸). "بررسی تأثیر سرمایه فکری بر عملکرد شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران". **مجله پیشرفت های حسابداری**، شماره اول، صص ۶۹-۹۴.
۶. سرلک، نرگس، محمد قنبری، علی و حیدری، زهره(۱۳۹۴). "رتبه بندی شرکت های برتر بورسی از جایگاه سرمایه ی فکری و مقایسه آن با رتبه بندی مطابق شاخص های بورس". **مجله دانش سرمایه گذاری**، سال چهارم، شماره ۱۴، صص ۲۹-۴۶.

۷. طاهری نیا، مسعود و فضل الهی دهکردی، زهرا (۱۳۹۶). "تأثیر سرمایه فکری بر رقابت بازار محصول شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران". **مجله پژوهش حسابداری**، شماره ۲۵، صص ۱-۱۷.
۸. قربانی، بهزاد (۱۳۹۵). "تأثیر افشای اختیاری اطلاعات سرمایه فکری بر عدم تقارن اطلاعاتی". **مجله حسابداری مالی**، دوره سوم، شماره ۴، صص ۱۷۳-۱۸۸.
۹. موسوی، سید احمد، رضایی، فرزین و شاه ویسی، فرهاد (۱۳۹۳). "تبیین ایفای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها و تأثیر آن بر ریسک سقوط قیمت سهام". **مجله دانش حسابداری مالی**، دوره سوم، شماره ۳، صص ۴۷-۷۴.
۱۰. موسوی، سید احمد، رضایی، فرزین و شاه ویسی، فرهاد (۱۳۹۶). "تبیین ایفای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها و تأثیر آن بر خصوصیات کیفی اطلاعات مالی". **فصلنامه حسابداری مدیریت**، سال دهم، شماره ۳۳، صص ۸۹-۱۰۸.
۱۱. مهدوی، غلامحسین، دریائی، عباسعلی، علی خانی، رضیه و مران جوری، مهدی (۱۳۹۴). "بررسی رابطه بین اندازه شرکت، نوع صنعت و سودآوری با افشای اطلاعات حسابداری زیست محیطی و اجتماعی". **مجله پژوهش های تجربی حسابداری**، سال چهارم، شماره ۱۵، صص ۸۷-۱۰۳.
۱۲. نمازی، محمد و ابراهیمی، شهلا (۱۳۹۰). "بررسی تجربی نقش اجزای سرمایه فکری در ارزیابی عملیات مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران". **مجله پیشرفت های حسابداری**، شماره دوم، صص ۱۶۳-۱۹۷.
۱۳. وحیدی الیزایی، ابراهیم و فخاری، ماندانا (۱۳۹۴). "تأثیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی بر عملکرد مالی شرکت". **مجله تحقیقات حسابداری و حسابرسی**، انجمن حسابداری ایران، شماره ۲۷، دوره سوم، صص ۸۴-۹۹.
14. Abdullaha, D. & Sofiana, S.(2012). The Relationship between Intellectual Capital and Corporate Performance. **Procedia – Social and Behavioral Sciences**, 40: 537–541.
15. Bontis, N., keow, W,C,C. and Richardson, S. (2000). Intellectual capital and Business performance in Malaysian Industries. **Journal of Intellectual capital**, 1(1): 85-100.
16. Brennan, N. (2001). Reporting intellectual capital in annual reports: evidence from Ireland. **Journal of Auditing and Accountability**, 423-437.
17. Crane, A., Matten, D., Spence, L., (2008). Corporate social responsibility: in global context. In: **Corporate Social Responsibility: Readings and Cases in Global Context**. **Rout ledge, London**, 3-20.

18. Dogan, A., Saban, C., Tuna Can, G. (2015). The linkages among intellectual capital, corporate governance and corporate social responsibility, **Journal of Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, 15(4): 491-507.
19. Fernandez Sanchez, Jose Luis; Luna Sotorrio, Ladislao; Baraibar Diez, Elisa. (2010). The relationship between corporate governance and corporate social behavior: A structural equation model analysis. **Journal of Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, 18 (2): 91-101.
20. Hang Chan, K. (2009). Impact of intellectual capital on organisational performance An empirical study of companies in the Hang Seng Index (**Part 1**). 16(1), 4-21.
21. Hong, P. T., Plowman, D. & Hancock, P., (2007). Intellectual Capital and Financial Returns of Companies. **Journal of Intellectual Capital**, 8: 76-95.
22. Hung, M., Shi, J., Wang, Y. (2013). The Effect of Mandatory CSR Disclosure on Information Asymmetry: Evidence from a Quasi-natural Experiment in China. **Working paper**.
23. Kim, Y., Li, H., Li, S., (2014). Corporate social responsibility and stock price crash risk. **Journal of Banking & Finance**, 43: 1-13.
24. Mao-Chang Wang, (2012). Value relevance on intellectual capital valuation methods: the role of corporate governance. **Quality and Quantity**, 47(2): 1213-1223.
25. Maqbool, Sh., Zameer, M.N. (2018). Corporate social responsibility and financial performance: An empirical analysis of Indian banks. **Future Business Journal**, 4(1): 84-93.
26. McKinley, A. (2008). The drivers and performance of corporate environmental and social responsibility in the canadian mining industry Master Thesis. **University of Toronto**.
27. Mishra, Dev R., Sadok El Ghoul. , Omran Guedhami. , Chuk C. Y. Kwok. (2011). Does Corporate Social Responsibility Affect the Cost of Capital?. **Journal of Banking & Finance**, 35(9): 2388-2406.
28. Musibah, Anwar Salem & Yusoff Alfattani, Wan Sulaiman Bin Wan. (2013). Impact of Intellectual Capital on Corporate Social Responsibility Evidence from Islamic Banking Sector in GCC. **International Journal of Finance and Accounting**, 2(6): 307-311.
29. Nekhili, M., Nagati, H., Chtioui, T., & Rebolledo, C. (2017). Corporate social responsibility disclosure and market value: Family versus nonfamily firms. **Journal of Business Research**, 77: 41-52.
30. Nuryaman, (2015). The influence of intellectual capital on the firm value with the financial performance as intervening variable. **social and behavioral sciences**, 1211: 292-298.

31. 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.
32. Pulic, A. (2004). Intellectual capital – does it create or destroy value. **Easing Business xcellence**, 1: 62-68.
33. Roos, G., Pike, S. & Fernström, L. (2005). Managing Intellectual Capital in Practice. **Oxford: Butterworth-Heinemann**.
34. Roos, J. G, Roos, G, Dragonetti, N. C., & Edvinsson, L (1997). Intellectual capital: Navigating in the new business landscape. **Hound smalls, Basingtoke: Macmillan**.
35. Samy, Martin; Odemilin, Godwin; Bampton, Roberta. (2010). Corporate social responsibility: a strategy for sustainable business success. An analysis of 20 selected British companies. **Journal of Corporate Governance**, 10 (2): 203-217.
36. Sandhu, H. & Kapoor, S. (2010). Corporate social responsibility initiatives: An analysis of voluntary corporate disclosure. **South Asian Journal of Management**, 17 (2): 47-80.
37. Sumedrea, Silvia, (2014). Intellectual Capital and Firm Performance: A Dynamic Relationship in Crisis Time. **Journal of Procedia Economics and Finance**, 6: 137–144.
38. Wang, M. (2013). Value relevance on intellectual capital valuation methods: the role of corporate governance. **Journal of Quality and Quantity**, 47: 1213–1223.
39. Yaseen, s, Dajani, D, & yasmeen, h. (2016). The impact of intellectual capital on competitive advantage: applied study in jordanian telecommunication companies. **computer in human behavior**, 162: 168-175.



Role of Corporate Social Responsibility with Emphasis on the Role of Intellectual Capital

Ehsan Ghadrđan¹

Instructor of Accounting Payame Noor University, Iran

Abdolkarim Moghaddam(PhD)²

Associate Prof. of Accounting Payame Noor University, Iran

Chiman Soltanian³

MSc. of Accounting, Islamic Azad University, Sanandaj Branch, Iran

Shahin Shahmoradi⁴

MSc. of Accounting, Payame Noor University, Behshahr, Iran

(Received: 8 April 2018; Accepted: 24 July 2018)

In addition to the undeniable role of intellectual capital in the success of firms, this asset has an increasing importance for the capital market, decision makers and users of financial statements. On the other hand, the increasing demand from companies to take social responsibility has encouraged companies to engage in social and environmental responsibilities. Therefore, the purpose of this study is to investigate the role of intellectual capital on corporate social responsibility. Capital employed (physical capital), human capital and structural capital were used as intellectual capital components and the KLD criteria for measuring corporate social responsibility. The statistical population of the study consisted of 100 companies admitted to Tehran Stock Exchange during the period of 2012-2016. To test the hypotheses, multivariate regression technique was used by panel data. The results of this study showed that there is a negative and significant relationship between physical capital and structural capital with social accountability. But no significant relationship was found between human capital and social responsibility.

Keywords: Intellectual Capital, Social Responsibility, Physical Capital, Human Capital, Structural Capital.

¹ e.gh.pnu@gmail.com

² a_moghad@pnu.ac.ir

³ ch.soltanian@yahoo.com © (Corresponding Author)

⁴ shahin.shahmoradi1990@gmail.com