

بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی بر بهبود عملکرد مالی با نقش میانجی دارایی‌های نامشهود در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

مریم تمدن^۱

شاهپور قربانی^{۲*}

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۲/۰۱ تاریخ چاپ: ۱۴۰۳/۰۳/۳۱

چکیده

طی سالیان اخیر فضای رقابتی ایجاد شده در شرکت‌ها سبب شده که دارایی نامشهود بیش از قبل، اهمیت پیدا کند. لذا با توجه به اهمیت این مسأله پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی بر بهبود عملکرد مالی با نقش میانجی دارایی‌های نامشهود در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۷ الی ۱۴۰۱ انجام شده است. روش پژوهش از نوع همبستگی بر اساس رگرسیون و مبتنی بر داده‌های پنل می‌باشد. در همین راستا، جامعه آماری این پژوهش را کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تشکیل داده‌اند که به روش حذف سیستماتیک ۱۰۵ شرکت انتخاب گردید. نتایج این پژوهش در خصوص فرضیه اول نشان می‌دهد که مسئولیت اجتماعی شرکت بر عملکرد مالی تأثیر مستقیم و معناداری دارد. همچنین تجزیه و تحلیل در خصوص فرضیه دوم نشان داد که مسئولیت اجتماعی با نقش میانجی دارایی‌های نامشهود بر عملکرد مالی تأثیر مستقیم و معناداری دارد.

واژگان کلیدی

مسئولیت اجتماعی شرکت، عملکرد مالی، دارایی نامشهود، اهرم مالی

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، واحد قشم، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، ایران.

۲- استادیار گروه حسابداری، واحد قشم، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، ایران. (نویسنده مسئول: Shahpour.ghorbani@gmail.com)

مقدمه

در سال‌های اخیر، با انقباض اقتصاد واقعی و افزایش فشار نزولی، به تدریج روند تغییر به سمت اقتصاد ساختگی پدیدار شده است. از منظر بازار سرمایه دائماً در حال ورود به بازار است (ژنگ و همکاران^۱، ۲۰۲۴)، لذا موفقیت بلندمدت، نیازمند تعهد شرکت‌ها از جمله کشورهای در حال توسعه می‌باشد (هارت^۲، ۱۹۹۷). در شرایط فعلی مسئولیت اجتماعی شرکتی (CSR) در جوامع بین‌الملل برای کشورها مفید گزارش شده که به‌طور همزمان به حقوق بشر جهانی، برابری و رشد اقتصادی کمک می‌کند (همدون و همکاران^۳، ۲۰۲۲). مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، منبعی از مزیت رقابتی برای شرکت‌ها محسوب می‌شود (دوپایر و مزالی^۴، ۲۰۱۸)، که با جذب مشتریان و سرمایه‌گذاران، کاهش ریسک‌های مالی و تبدیل شدن به نقطه فروش و درآمد پیش‌بینی شده است. سوالی که مورد بررسی است این می‌باشد که آیا مسئولیت اجتماعی بر عملکرد مالی اثرگذار است؟ آیا دارایی نامشهود می‌تواند عملکرد مالی را تحت تأثیر قرار دهد؟ در همین راستا دو مدل نظری متضاد را می‌توان شناسایی کرد: (زریبی-بن‌سلیمان و بوسورا^۵، ۲۰۰۷) اولین (فرضیه مبادله) مبتنی بر اقتصاد نئوکلاسیک است، به ویژه کار فریدمن^۶ (۱۹۷۰)، که نشان می‌دهد مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر منفی بر عملکرد مالی دارد. اقتصاددانان نئوکلاسیک بر این باورند که با در نظر گرفتن مسئولیت اجتماعی شرکت، شرکت‌ها از منابع اضافی استفاده می‌کنند که هزینه‌های عملیاتی و قیمت کالاها را افزایش می‌دهد. این تأثیر منفی هم بر فروش و هم بر بازارهای مالی دارد (تانگ و همکاران^۷، ۲۰۱۲). بنابراین، مسئولیت اجتماعی شرکت می‌تواند یک شرکت را در مقایسه با رقبای خود که کمتر درگیر این فرآیند هستند، در یک نقطه ضعف رقابتی قرار دهد. مدل دوم (فرضیه تأثیر اجتماعی)، بر اساس تئوری ذینفعان، یک ارتباط مثبت بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی را شناسایی می‌نماید. این رویکرد نشان می‌دهد که یک شرکت برای تحکیم مشروعیت و بهبود عملکرد مالی خود در بلندمدت به عملکرد اجتماعی نیاز دارد. برای مدافعان نظریه سهامداران، یک عملکرد اجتماعی خوب که انتظارات ذینفعان مختلف را برآورده کند، منجر به عملکرد مالی بهتر می‌شود (پرستون و اوپانن^۸، ۱۹۹۷). امروزه عملکرد در حوزه مسئولیت اجتماعی به نگرانی فزاینده مدیران تجاری تبدیل شده است زیرا شرکت‌ها نه تنها بر اساس مالی، بلکه بر اساس عملکرد اجتماعی نیز ارزیابی می‌شوند. در حالی که بسیاری از شرکت‌ها اقدامات اجتماعی مسئولیت‌پذیری را برای کسب مشروعیت و مزیت رقابتی انجام می‌دهند، شرکت‌هایی در صنایع که با تقاضا بر اساس مخارج اختیاری مصرف‌کننده مواجه هستند، شاید بیشتر مستعد ارزیابی طرح‌های مسئولیت اجتماعی شرکت توسط مصرف‌کنندگان باشند. بنابراین مسئولیت اجتماعی شرکت می‌تواند عاملی موثر برای بقا باشد. محققان و متخصصان به اجماع رسیده‌اند که دارایی‌های نامشهود نیز نقش حیاتی در موفقیت و بقای شرکت‌ها در اقتصاد امروزی دارند. در دهه‌های اخیر، تمرکز از صورت‌های مالی سنتی که بر دارایی‌های مشهود متمرکز بوده، به سمت دارایی‌های نامشهود مانند نوآوری، دانش، مالکیت معنوی و سرفعلی تغییر نموده؛ چرا که این مولفه به سرعت در حال تغییر پویایی جهانی شدن و افزایش رقابت در بازار، شرکت‌ها

1- Zheng, D., Lei, L., Wang, L., & Li, X.

2- Hart, S.L.

3- Hamdoun, M., Achabou, M. A., & Dekhili, S

4- Dupire, M. and M'Zali, B.

5- Zeribi-Benslimane, O. and Boussoura, E

6- Friedman, M

7- Tang, Z., Hull, C.E. and Rothenberg, S

8- Preston, L.E. and O'Bannon, D.P

مواجهه شده است (بجینی^۹، ۲۰۱۵). شرکت‌ها، برای رقابت و موفقیت جدای از اهمیت نسبی منابع فیزیکی، باید استراتژی‌ها و خط مشی‌های مدرنی را در خصوص انعطاف و توسعه بازار اتخاذ کنند (حجازی و همکاران^{۱۰}، ۲۰۱۶). علاوه بر این، تحول اقتصاد دانش از اقتصاد صنعتی نیز، فشار بیشتری را بر شرکت‌ها وارد می‌کند تا از منابع نرم به‌عنوان سرمایه انسانی و دانش به‌طور کارآمد استفاده کنند که به عوامل اصلی رشد اقتصادی تبدیل شده‌اند. در گذشته، موفقیت، سودآوری و ارزش شرکت‌ها عمدتاً به دارایی‌های مشهود مانند زمین، زیرساخت و تجهیزات بستگی داشت (نوریمن^{۱۱}، ۲۰۱۵). اما در اقتصاد جهانی فعلی، دارایی‌های نامشهود تقریباً ۸۰ درصد در ارزش شرکت‌ها از طریق توسعه سرمایه انسانی و مدیریت دانش کمک می‌کند. برای ارزیابی اینکه چگونه اموال نامشهود ارزش و سودآوری یک کسب و کار را افزایش می‌دهند، این اجزا باید به‌طور جداگانه ارزیابی شده و اثرات آنها ثبت شود. (هنینگ و همکاران^{۱۲}، ۲۰۰۰). متأسفانه، فقط، اجزایی که عمر معتبر معینی دارند، می‌توانند به صورت کمی محاسبه شوند. مولفه‌هایی با عمر بی‌نهایت که تأثیر مثبت عمده‌ای بر ارزش یا رشد شرکت دارند، بسیار کیفی هستند و به راحتی از نظر کمی محاسبه نمی‌شوند. در عصر تجارت مدرن، دارایی‌های نامشهود منابع استراتژیک حیاتی هستند. آن‌ها در ایجاد ارزش شرکت (گامایونی^{۱۳}، ۲۰۱۵) و بهبود عملکرد شرکت بسیار مهم هستند. بنابراین عملکرد مالی یک شرکت یعنی دستیابی به اهداف مورد نظر مالی یعنی سودآوری می‌باشد. عملکرد مالی بهتر متکی به در دسترس بودن بیشتر منابع است که می‌تواند به سرمایه‌گذاری‌های نامشهود تخصیص داده شود. در دسترس بودن این منابع به عوامل متعددی از جمله اندازه شرکت، بدهی آن، فرصت‌های رشد و عملکرد گذشته بستگی دارد. شیوه‌های افشا به منابع مالی موجود و تخصیص اختیاری برای رفع نیازهای سرمایه‌گذاران و همچنین به روابط قدرت بین این سهامداران از طریق حاکمیت بستگی دارد. مدیران شرکت‌ها می‌توانند بر اساس تجربه و هم فکری، وضعیت شرکت‌ها را به نحوی مدیریت کنند که شرکت در راستای اهداف مورد نظر و حداکثرسازی دارایی سهامداران حرکت نماید. تحقیقات نشان می‌دهد که دارایی‌های نامشهود در سراسر دنیای تجارت فراوان است و تقریباً تمام جنبه‌های یک شرکت، از توسعه محصول گرفته تا سرمایه انسانی، و وظایف کارکنان مانند حقوقی، حسابداری، مالی و عملیاتی مانند تحقیق و توسعه، بازاریابی را در بر می‌گیرد. بنابراین شرکت‌ها به منظور افزایش سهامداران می‌بایست مسئولیت اجتماعی را افزایش دهند. این امر می‌تواند اقدامات مسئولیت اجتماعی به عنوان یک مولفه شهرت در ذهن سهامداران نقش مثبتی ایفا نماید. با توجه به اینکه این پژوهش با هدف بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد مالی با نقش میانجی دارایی نامشهود در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌پردازد، بررسی‌ها نشان می‌دهد که علی‌رغم تحقیقات گسترده در این زمینه، نقش دارایی نامشهود به عنوان یک متغیر میانجی‌گر در پژوهش‌ها اندک است. لذا با انجام این پژوهش تلاش شده به توسعه تحقیقات کمک شود.

⁹- Bchini, B

¹⁰- Hejazi, R., Ghanbari, M., & Alipour, M

¹¹- Nuryaman, N

¹²- Henning, S. L., Lewis, B. L., & Shaw, W. H

¹³- Gamayuni, R. R

مبانی نظری و مروری بر پژوهش‌های گذشته

دو دیدگاه در مورد اینکه آیا مسئولیت اجتماعی شرکت از منظر تجاری ارزش ایجاد می‌کند وجود دارد. بر اساس رویکرد به حداکثر رساندن ارزش سهامداران، مشارکت مسئولیت اجتماعی شرکت حمایت سهامداران را تضمین می‌کند (دنگ و همکاران^{۱۴}، ۲۰۱۳) و در نتیجه ارزش شرکت را افزایش می‌دهد. به عنوان مثال، سرمایه گذاری‌های مسئولیت اجتماعی شرکت جذابیت کارفرما را تقویت می‌کند، جستجوی کارکنان با کیفیت بالا را تسهیل می‌نماید و انگیزه و رضایت کارکنان را افزایش می‌دهد (هور و همکاران^{۱۵}، ۲۰۱۸). طرفداران این دیدگاه استدلال می‌کنند که مسئولیت اجتماعی شرکت خوب شامل فعالیت‌های حاکمیتی است. از این رو، شرکت‌هایی که مسئولیت اجتماعی از خود نشان می‌دهند نیز ممکن است به خوبی اداره شوند، در نتیجه مسائل مربوط به نمایندگی را کاهش داده و ارزش شرکت را افزایش می‌دهند (فرل و همکاران، ۲۰۱۶^{۱۶}). مسئولیت اجتماعی شرکت به عنوان یک ابزار مدیریت ریسک و استراتژی مصون‌سازی در نظر گرفته می‌شود (برونر کرشمیر و وانر^{۱۷}، ۲۰۲۴) و شرکت‌هایی که به طور مداوم در مسئولیت اجتماعی شرکت شرکت می‌کنند و به ذینفعان رسیدگی می‌نمایند، باید با خطرات کمتری در این زمینه مواجه شوند. به طور کلی، ذینفعان و سهامداران ممکن است شرکت‌هایی را که تعهد بالایی به مسئولیت اجتماعی شرکت دارند به عنوان شرکت‌هایی قابل اعتمادتر و با ثبات تری درک کنند که باید توسط سهامداران شناسایی شده و با ارزش شرکت بالاتر مرتبط شوند (ال گول و همکاران^{۱۸}، ۲۰۱۱). در مقابل، رویکرد هزینه سهامداران فرض می‌کند که مسئولیت اجتماعی شرکت بیان تعارض نمایندگی است (برونر کرشمیر و وانر، ۲۰۲۴). بر اساس این دیدگاه، مشارکت مسئولیت اجتماعی شرکت رفتار فرصت طلبانه مدیران است که به ضرر سهامداران به نفع دیگران صاحبان سهام (یعنی مدیریت) خواهد بود (دنگ و همکاران، ۲۰۱۳). بر این اساس، برخی از مطالعات نشان داده‌اند که مسئولیت اجتماعی شرکت اثرات مضری دارد. بلوسکار و راتو^{۱۹} (۲۰۲۲) از دیدگاه هزینه سهامداران حمایت می‌کنند و دریافتند که سرمایه گذاری بیش از حداقل مورد نیاز در مسئولیت اجتماعی شرکت بر عملکرد کوتاه مدت شرکت تأثیر منفی می‌گذارد. دی‌جولی و کوستووسکی^{۲۰} (۲۰۱۴) گزارش کردند که افزایش رتبه‌بندی مسئولیت اجتماعی شرکت با بازده سهام آتی منفی و کاهش عملکرد عملیاتی مرتبط است. مطالعات دیگر نشان می‌دهد که فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت بازده نهایی را کاهش می‌دهد (هارجوتو و همکاران^{۲۱}، ۲۰۱۷). جهت‌گیری بالای ذینفعان و سطوح مسئولیت اجتماعی شرکت می‌تواند توسط سهامداران در ادغام و اکتساب به طور انتقادی مشاهده شود، زیرا حفظ یک جهت‌گیری محیطی یا اجتماعی بالا پس از معامله می‌تواند هزینه‌های بالایی را به همراه داشته باشد (ین و آندره^{۲۲}،

¹⁴- Deng, X., Kang, J., Low, B.S

¹⁵- Hur, W.-M., Moon, T.-W., Ko, S.-H.

¹⁶- Ferrell, A., Liang, H., Renneboog, L

¹⁷- Brunner-Kirchmair, T. M., & Wagner, E

¹⁸- El Ghoul, S., Guedhami, O., Kwok, C.C.Y., Mishra, D.R.,

¹⁹- Beloskar, V.D., Rao, S.V.D.N.,

²⁰- Di Giuli, A., Kostovetsky, L

²¹- Harjoto, M., Jo, H., Kim, Y

²²- Yen, T.Y., Andr e, P

۲۰۱۹). بنابراین، سرمایه‌گذاران ممکن است نگرانی‌های هزینه مسئولیت اجتماعی شرکت در ادغام و اکتساب داشته باشند و نگران باشند که هم‌افزایی مورد انتظار از چنین معاملاتی برای جبران هزینه‌های بیش از حد متحمل شده در پیگیری سیاست‌های مسئولیت اجتماعی شرکت ناکافی باشد (ین و آندره، ۲۰۱۹). امروزه فضای رقابتی در شرکت‌ها سبب شده که دارایی نامشهود بیش از پیش اهمیت پیدا کند. در همین راستا، حاجی و غزالی^{۲۳} (۲۰۱۸) سرمایه‌گذاری بهتر در منابع نامشهود را برای بهبود عملکرد مالی شرکت‌ها پیشنهاد می‌کنند. سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی و فناوری چشم‌انداز بهبود سودآوری را دارد و عدم سرمایه‌گذاری می‌تواند منجر به عملکرد ضعیف شرکت شود. برخی از انواع دارایی‌های نامشهود یا دارایی‌های معنوی در هیچ صورت مالی دیگری ذکر نشده‌اند، زیرا محاسبه یا کمی کردن ارزش پولی دشوار است. به عنوان مثال سرمایه فکری مجموعه‌ای از دارایی‌های اطلاعاتی است که به یک سازمان تخصیص داده می‌شود، که بیشترین سهم را در بهبود موقعیت رقابتی این سازمان دارد که با افزودن ارزش به سهامداران کلیدی شناسایی می‌شود (مار و شیوما^{۲۴}، ۲۰۰۱). طبق نظر سویبی^{۲۵} (۱۹۹۸)، دارایی نامشهود در ترازنامه را می‌توان به عنوان یک خانواده سه نفره، شایستگی فردی، ساختار داخلی و ساختار خارجی توصیف کرد. روس و روس^{۲۶} (۱۹۹۷) نشان داد که ارزش بازار این شرکت‌ها چندین برابر ارزش خالص دارایی آن‌ها است. تفاوت بین این دو ارزش، «ارزش مخفی» محصول است که می‌تواند به صورت درصد ارزش بازار بیان شود. بر اساس این اظهارات می‌توان استنباط کرد که دارایی نامشهود عوامل کلیدی است که می‌تواند ارزش بازار را افزایش دهد و بنابراین سودآوری، سرمایه‌گذاری تحقیق و توسعه تجاری، نقش مهمی از نظر کارایی و ارزش بر دارایی نامشهود دارد. سرمایه‌گذاری‌های تحقیق و توسعه نیز بر ارزش بازار شرکت تأثیر می‌گذارد که در فروش و بازده بیان می‌شود (سوگیانیس^{۲۷}، ۱۹۹۴). طبق استاندارد حسابداری ۳۸، مخارج تحقیق و توسعه ممکن است به عنوان سرمایه‌گذاری یا دارایی در نظر گرفته شود. طبق هولمستروم^{۲۸} (۱۹۸۹) دارایی‌های نامشهود دارای ۲ ویژگی منحصر به فرد هستند: ۱. بلند مدت، ۲. ناتوانی در پیش‌بینی نتیجه؛ چنین ویژگی‌های خاصی بر سیاست‌های مالی از جمله سیاست تقسیم سود در شرکت تأثیر می‌گذارد. نظریه نمایندگی‌ها جنسن و مک‌لینگ^{۲۹} (۱۹۷۶) استدلال می‌کند که هزینه‌های شرکت توسط سیاست پولی دیکته می‌شود. بر اساس ویژگی‌های خاص دارایی‌های نامشهود، پیش‌بینی می‌شود که هزینه کسب و کار در مشاغل با دارایی‌های نامشهود متمرکز، بیشتر باشد. اخیراً شارما^{۳۰} (۲۰۱۹) ادبیات موجود در مورد مسئولیت اجتماعی را بررسی کرده و اشاره نموده که نقش دولت‌ها در اقدامات مسئولیت اجتماعی بین کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته متفاوت است. در واقع، با توجه به شرایط نامطلوب اجرای مسئولیت اجتماعی در کشورهای در حال توسعه، دولت‌ها به شدت بر جهت‌گیری‌های مسئولیت اجتماعی تأثیر می‌گذارند. در مقابل، دخالت دولت در مورد کشورهای توسعه یافته بسیار محدود است. به‌طور

²³ - Haji, A. A., & Ghazali, N. A. M

²⁴ - Marr, B., & Schiuma, G

²⁵ - Sveiby, K. E

²⁶ - Roos, G., & Roos, J

²⁷ - Sougiannis, T.

²⁸ - Holmström, B

²⁹ - Jensen, M. C., & Meckling, W

³⁰ - Sharma, E.

دقیق‌تر، عوامل متعددی زیربنای رفتارهای غیرمسئولانه اجتماعی و زیست‌محیطی در کشورهای در حال توسعه وجود دارند (آزمت و ساماراتونز^{۳۱}، ۲۰۰۹)؛ مانند فساد گسترده، چارچوب قانونی ضعیف، انبوهی از قوانین غیررسمی و فقدان آگاهی زیست‌محیطی. هنگامی که سیاست‌هایی به نفع توسعه پایدار معرفی می‌شوند، رفتارهای فرصت‌طلبانه شرکت‌هایی که فقط به دنبال سود بردن از مکانیسم‌های محرک هستند نیز ممکن است مشاهده گردد (بن بوباگر گریب و همکاران^{۳۲}، ۲۰۰۹). چنین رفتارهایی با مکانیسم‌های کنترل ضعیف و در نهایت فساد همراه است. یک چارچوب نهادی ضعیف ممکن است شرکت‌ها را به اتخاذ ابتکارات مسئولیت اجتماعی نمادین به جای اقدامات واقعی تشویق کند، صرفاً برای اینکه در چشم سهامداران، فعال به نظر برسند یا مقررات قانونی را رعایت نمایند (آریزیتا و دیگران^{۳۳}، ۲۰۱۴). از این نظر، کشورهای در حال توسعه نسبت به کشورهای توسعه یافته امتیازهای افشای مسئولیت اجتماعی کمتری را نشان می‌دهند (باتیا و مکار^{۳۴}، ۲۰۱۹). دلایل متعددی می‌تواند این تفاوت را توضیح دهد؛ در واقع، برخی از ذینفعان مانند تنظیم‌کننده‌ها، سرمایه‌گذاران و رسانه‌ها نقش مهمی در گزارش‌دهی مسئولیت اجتماعی در کشورهای توسعه‌یافته دارند. در مورد کشورهای در حال توسعه، به نظر می‌رسد که ذینفعان خارجی مانند سرمایه‌گذاران، رسانه‌های بین‌المللی و نهادهای نظارتی بین‌المللی، بیشترین تأثیر را بر افشای مسئولیت اجتماعی دارند (علی و همکاران^{۳۵}، ۲۰۱۷). دارایی نامشهود به نوعی مکمل مسئولیت اجتماعی تلقی می‌شود و میتواند نسبت افزایش سهامداران کمک نماید چرا که اجرای مسئولیت اجتماعی و کارکردهای مرتبط با مسئولیت اجتماعی مانند ساخت بیمارستان جهت رفاه عموم مردم، می‌تواند جنبه مثبت تبلیغاتی به همراه داشته باشد و از طریقی این نوع تبلیغات مکمل دارایی نامشهود تلقی می‌گردد. زمانی که مدیران شرکت‌ها از دارایی نامشهود به عنوان مالکیت فکری مورد بهره‌وری قرار می‌دهند قادرند شرایط هم‌فکری به منظور ارائه ایده‌های جدید و نوآوری را فراهم آورند.

در ادامه به برخی از پژوهش‌های علمی پرداخته می‌شود:

تسارسارونیس و دیگران^{۳۶} (۲۰۲۴) در پژوهشی به بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر عملکرد مالی شرکت پرداختند. نتایج نشان از ارتباط مثبت و معناداری بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد شرکت وجود دارد. کمال و اوزما^{۳۷} (۲۰۲۴) در پژوهشی به ارتباط بین هزینه مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی با توجه نقش تعدیل‌کننده مالکیت خانواده به بررسی پرداختند. این مطالعه تأثیر مثبت هزینه مسئولیت اجتماعی شرکت را بر معیارهای عملکرد مالی (کیوتوبین و بازده دارایی) نشان می‌دهد. سیاست‌های اجباری مسئولیت اجتماعی شرکت نیز بر عملکرد شرکت تأثیر می‌گذارد. علاوه بر این، مالکیت خانواده یک اثر تعدیل‌کننده مثبت بر ارتباط میان مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی (کیوتوبین) ایفا می‌کند. جون و همکاران^{۳۸} (۲۰۲۲) در پژوهشی به بررسی تأثیر افشای (اجتماعی، محیطی،

³¹- Azmat, F. and Samaratunge, R.

³²- Ben Boubaker Gherib, J., Spence, M. and Ondoua Biwolé, V

³³- Ariztia, T., Kleine, D., Maria das Graças, S.L., Agloni, N., Afonso, R. and Bartholo, R

³⁴- Bhatia, A. and Makkar, B

³⁵- Ali, W., Frynas, J.G. and Mahmood, Z

³⁶- Tsatsaronis, M., Syriopoulos, T., Gavalas, D., Boura, G., Trakadas, P., & Gkorila, M

³⁷- Kaimal, A. and Uzma, S.H.

³⁸- Jun, W., Shiyong, Z., & Yi, T.

حاکمیتی) بر منابع نامشهود پرداختند. این پژوهش نشان می‌دهد که در مرحله اولیه سرمایه‌گذاری، افشای (اجتماعی، محیطی، حاکمیتی)، باعث افزایش سرمایه نامشهود می‌شود. با افزایش سرمایه‌گذاری و پیشرفت زمان، اثر مثبت افزایش امتیازات افشای (اجتماعی، محیطی، حاکمیتی) بر سرمایه نامشهود بیشتر ظاهر می‌شود. زمانی که امتیاز افشای (اجتماعی، محیطی، حاکمیتی) یک شرکت به سطح معینی افزایش می‌یابد، اثر حاشیه‌ای ادامه افزایش سرمایه‌گذاری باعث کاهش افزایش سرمایه نامشهود می‌شود. همدون و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهشی به بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر عملکرد مالی با نقش میانجی دارایی نامشهود به تجزیه و تحلیل پرداختند. نتایج تایید می‌کند که مسئولیت اجتماعی شرکت اثر مستقیم معناداری بر عملکرد مالی ندارد. نتایج بیانگر این بود که بعد اجتماعی مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر منفی بر عملکرد دارد. با این حال، مسئولیت اجتماعی شرکت از طریق دو منبع نامشهود، سرمایه انسانی و شهرت شرکت، تأثیر مثبتی بر مزیت رقابتی دارد. مرادی شهدادی و پودات (۱۴۰۲) در پژوهشی نقش کارایی سرمایه فکری بر ارتباط میان تعهد اجتماعی شرکت و عملکرد مالی (شواهدی از عملکرد زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران) را مورد بررسی قرار دادند. نتیجه فرضیه اول نشان داد که بین تعهد اجتماعی شرکت و عملکرد مالی ارتباط مثبت و معناداری برقرار است. نتیجه فرضیه دوم حاکی از آن بود که بین تعهد اجتماعی شرکت و سرمایه فکری ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. در نهایت در فرضیه سوم یافته‌ها بیانگر این بود که نقش میانجی سرمایه فکری بر رابطه بین تعهد اجتماعی شرکت و عملکرد مالی مثبت و معنادار است. کاشانی پور و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی به بررسی تدوین الگوی ارزش‌گذاری دارایی‌های نامشهود در شرکت‌های دانش بنیان پرداختند. در این پژوهش به کمک مصاحبه و بر اساس تحلیل مضمون برآمده از مصاحبه با ۱۵ نفر از متخصصان و صاحب نظران حوزه دارایی‌های نامشهود و شرکت‌های دانش بنیان، الگویی برای ارزش‌گذاری دارایی‌های نامشهود در شرکت‌های دانش بنیان در سال ۱۴۰۰ پیشنهاد شده است. در این الگوی ارزش‌گذاری دارایی‌های نامشهود به صورت کمی-کیفی (ترکیبی) و بر مبنای دارایی‌های نامشهود شناسایی شده و متغیرهای زیر شاخص قابل سنجش به دست آمده از مصاحبه با خبرگان مناسب به نظر می‌رسد. همچنین از پیامدهای ارزش‌گذاری دارایی‌های نامشهود، استفاده به عنوان ورودی ارزش‌گذاری شرکت‌ها و مقاصد تامین مالی، کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و ابزار مدیریتی کاربردی مورد تایید قرار گرفت. لاجوردی و کریمی (۱۴۰۱) در پژوهشی به بررسی تأثیر فرهنگ و رهبری مسئولیت اجتماعی شرکتی بر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی و عملکرد مالی پرداختند. نتایج آزمون نشان داد فرهنگ و رهبری مسئولیت اجتماعی شرکتی بر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی تأثیر معنادار دارد و این تأثیر بر عملکرد مالی با میانجی‌گری رضایت مشتری، مثبت و معنادار است. به این ترتیب نتایج این مطالعه نشان داد، هرچه رهبری مسئولیت اجتماعی شرکتی عملکرد بهتری داشته باشد و هرچه قابلیت‌های رهبری و نقش‌های استراتژیک آنان با استراتژی کلان شرکت همسوتر باشد، عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی افزایش می‌یابد. همچنین هرچه فرهنگ مسئولیت اجتماعی شرکتی و مجموعه معانی، اعتقادات و ارزش‌های شرکت افزایش یابد، میزان دل‌بستگی به تصویر و شهرت شرکت و ایجاد فرهنگ سازمانی بیشتر آشکار می‌شود. به این ترتیب، عملکرد مسئولیت اجتماعی و نیز عملکرد مالی و رضایت مشتری افزایش بیشتری خواهد داشت. از جمله پیشنهادها پژوهش می‌توان از در نظر گرفتن منابع نامحسوس قابلیت‌های زنجیره ارزش، و توجه به ارزیابی منابع ناملموس فرهنگ و مجموعه معانی، اعتقادات و ارزش‌های شرکت در گزارش‌های دوره‌ای نام برد. فرهاد توسکی و موسوی پور (۱۴۰۰) در پژوهشی به بررسی تأثیر اجتناب مالیاتی و حاکمیت شرکتی بر مسئولیت اجتماعی در

شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج پژوهش نشان می دهد که بین اجتناب مالیاتی و افشای مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه منفی و معنا داری وجود دارد، و بین مالکیت خانوادگی و مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه مثبت و معنا داری وجود دارد و بین مالکیت نهادی و مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه مثبت و معنا داری وجود دارد و بین اندازه هیات مدیره و مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه مثبت و معنا داری وجود دارد. مشایخی و بیرامی (۱۳۹۸) در پژوهشی به ارایه مدل اندازه گیری دارایی های نامشهود در ایران پرداختند. این پژوهش با انجام ۱۵ مصاحبه به روش گلوله برفی به اشباع رسید. نتایج پژوهش حاکی از آن است که پدیده محوری در مدل اندازه گیری دارایی نامشهود در میان ارزیابان دارایی های نامشهود، «سودمندی در تصمیم» است که تحت شرایط علی سطح تجمیع، وضعیت سواری معانی، قابلیت اندازه گیری و تعیین هدف از ارزیابی و راهبرد استفاده از مبنای اندازه گیری چندگانه که همسو با رویکرد کنونی استانداردهای حسابداری بین المللی می باشد، قابل تبیین است.

روش پژوهش

باعنایت به اینکه پژوهش حاضر باهدف بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی بر بهبود عملکرد مالی با نقش میانجی دارایی نامشهود در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته شده، لذا روش پژوهش از نوع توصیفی و همبستگی می باشد و با توجه به اینکه داده های این پژوهش ترکیبی از صنایع و سال های مختلف است، روش آماری این پژوهش نیز بر اساس رگرسیون مبتنی بر داده های پنل طی بازه زمانی ۱۳۹۷-۱۴۰۱ و با نرم افزار ایویوز ۱۲ انجام شده است. به منظور اندازه گیری متغیرهای پژوهش از صورت های مالی مندرج در سایت کدال و ره آورد استخراج گردید. شایان ذکر است بخش ادبیات این پژوهش برگرفته از مطالعات کتابخانه ای استفاده شده، به طوری که مطالعات کتابخانه ای شامل مجلات تخصصی لاتین و فارسی پژوهش های کاربردی می باشد. از طرفی جامعه آماری مورد بررسی پژوهش، شامل کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال های ۱۳۹۷-۱۴۰۱ تشکیل می دهد که به روش حذف سیستماتیک حجم نمونه انتخاب شده است. در این پژوهش با توجه به اینکه وضعیت نرمال بودن متغیرها به عنوان یکی از پیش آزمون های مهم رگرسیون می باشد مورد آزمون واقع گردید و شرایط داوری نیز بدین گونه است: در صورتی که میزان چولگی و کشیدگی بین بازه صفر تا ۶ قرار داشته باشد می توان گفت باقی مانده مدل از توزیع کافی برخوردار است. در نهایت به منظور تخمین مدل های این پژوهش جهت آزمون فرضیه ها، نخست مدل رگرسیون را با بهره وری از داده های ترکیبی اثرات ثابت و تصادفی برای ۵ سال طی سال های ۱۳۹۷-۱۴۰۱ و در مجموع ۵۲۵ مشاهده (سال-شرکت) مورد آزمون قرار گرفته است.

جدول ۱- چگونگی انتخاب حجم نمونه

عنوان	تعداد
کل شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران	۵۴۰
کسر می شود: موسسات مالی و بانک ها و بیمه ها	۶۹
کسر می شود: شرکت هایی که سال مالی آنها به ۲۹ اسفند ختم نمی شوند.	۷۶
کسر می شود: شرکت هایی که از بورس برون رفت داشته اند.	۶۱

عنوان	تعداد
کسر می‌شود: شرکت‌هایی که در طی قلمرو زمانی زیان داشته‌اند.	۸۹
کسر می‌شود: شرکت‌هایی که اطلاعات ناقص داشته و دسترسی به آن امکان پذیر نبود.	۱۱۳
کسر می‌شود: شرکت‌هایی که وقفه معاملاتی داشته‌اند.	۲۷
تعداد شرکت‌های نمونه	۱۰۵

فرضیه پژوهش

- ۱- مسئولیت اجتماعی شرکت بر عملکرد مالی تأثیر معناداری دارد.
- ۲- مسئولیت اجتماعی با نقش میانجی دارایی نامشهود بر عملکرد مالی تأثیر معناداری دارد.

مدل تحلیلی

متغیر وابسته این پژوهش عملکرد مالی (FP): می‌باشد. جهت سنجش این متغیر از بازده دارایی استفاده شده است که از تقسیم سودخالص بر دارایی کل محاسبه می‌شود (همدون و همکاران، ۲۰۲۲). متغیر مستقل پژوهش مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR) می‌باشد. برای اندازه گیری مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها از معیارهای زیر استفاده خواهد شد (جعفرزاده و زینالی، ۱۳۹۳ ص ۵۶): Community: اگر شرکت برنامه حمایت از آموزش برای اعضای حرفه و یا صنعت و یا جامعه داشته باشد برابر با یک و در غیر این صورت برابر با صفر است. Diversity: از تعداد اعضای هیات مدیره استفاده می‌شود. Environment: از دو معیار استفاده شده است:

- ۱- نسبت دارایی‌های ثابت به کل دارایی‌ها ۲- اگر شرکت دارای گواهی نامه ایزو ۱۴۰۰۰ باشد برابر با یک و در غیر این صورت برابر با صفر است. Product characteristics: از نسبت هزینه‌های تحقیق و توسعه و تبلیغات به فروش استفاده خواهد شد (جلیلی و قیصری، ۱۳۹۳ ص ۷۴). مقادیر ذکر شده بالا گردآوری شده و سپس به روش مجموع ساده وزنی^{۳۹} (SAW) ترکیب و میانگین گرفته خواهد شد تا بتوان مسئولیت اجتماعی را به عنوان یک شاخص ثابت، در نظر گرفت (جعفرزاده و زینالی، ۱۳۹۳ ص ۵۶). متغیر میانجی پژوهش دارایی نامشهود (IS) می‌باشد: از تقسیم دارایی نامشهود بر دارایی کل محاسبه می‌شود (همدون و همکاران، ۲۰۲۲). دارایی نامشهود از صورت‌های مالی استخراج می‌گردد. متغیرهای کنترلی پژوهش شامل ۱- اندازه شرکت (Size): از طریق لگاریتم طبیعی دارایی کل محاسبه می‌شود (همدون و همکاران، ۲۰۲۲). ۲- اهرم مالی (Lev): از تقسیم بدهی کل بر دارایی کل محاسبه می‌شود (همدون و همکاران، ۲۰۲۲).

³⁹ Simple – additive – weighting method (SAW)

یافته‌های پژوهش

آماره توصیفی

جدول ۲- آماره توصیفی

	میانگین	میانه	بیشترین	کمترین	انحراف معیار
عملکرد مالی	۰,۳۸	۰,۳۴	۰,۸۵	۰,۱۰	۰,۱۵
مسئولیت اجتماعی شرکت	۰,۰۱۱	۰,۰۱۰	۰,۱۵	۰,۰۰۲	۰,۰۰۸
مسئولیت اجتماعی با نقش میانجی دارایی نامشهود	۰,۰۰۰۰۴	۰,۰۰۰۰۱	۰,۰۰۲	۰,۰۰۰۰۱۰	۰,۰۰۰۱
اندازه شرکت	۱۵,۰۸	۱۴,۸۴	۲۰,۷۶	۱۱,۳۶	۱,۶۰
اهرم مالی	۰,۵۴	۰,۵۳	۰,۶۵	۰,۰۳	۰,۲۷

یافته‌های پژوهشگر

همانطور که از جدول ۲، مشخص است میزان عملکرد مالی برای شرکت‌ها ۰,۳۸ بوده که این امر بیانگر این است میزان عملکرد مالی نسبتاً خوبی برای شرکت‌ها وجود دارد. از طرفی برخی شرکت‌ها با مقدار ۰,۸۵ بیشترین عملکرد مالی را داشته‌اند.

نرمال بودن متغیرهای پژوهش

جدول ۳- نرمال بودن باقی مانده مدل

مدل	چولگی	کشیدگی	نتیجه
اول	۰,۳۷	۲,۶۲	نرمال است.

یافته‌های پژوهشگر

همان‌طور که جدول ۳، نشان می‌دهد مقدار چولگی و کشیدگی مدل بین بازه صفر تا ۶ قرار دارد لذا باقی مانده مدل از توزیع نرمال کافی برخوردار است.

نتیجه آزمون فرضیه:

۱- مسئولیت اجتماعی شرکت بر عملکرد مالی تأثیر معناداری دارد.

۲- مسئولیت اجتماعی با نقش میانجی دارایی نامشهود بر عملکرد مالی تأثیر معناداری دارد.

جدول ۴- نتایج آزمون فرضیه‌ها

عنوان متغیر	ضریب	انحراف معیار	آماره تی	سطح معنی داری	نتیجه
جزء ثابت	-۱,۱۸	۰,۰۹۴	-۱۲,۴۶	۰,۰۰	
مسئولیت اجتماعی شرکت	۰,۷۷	۰,۱۵۲	۵,۱۲	۰,۰۰	مستقیم و معنادار
مسئولیت اجتماعی با نقش میانجی دارایی	۵۳,۲۴	۱۵,۶۵	۳,۴۰	۰,۰۰	مستقیم و معنادار

عنوان متغیر	ضریب	انحراف معیار	آماره تی	سطح معنی داری	نتیجه
نامشهود					
اندازه شرکت	۰,۲۵	۰,۰۰۹	۲۶,۵۸	۰,۰۰	مستقیم و معنادار
اهرم مالی	۰,۰۹	۰,۰۲۹	۳,۴۰	۰,۰۰	مستقیم و معنادار
ضریب تعیین مدل: ۰,۸۲	دوربین واتسون: ۱,۷۲	آماره F: ۱۸,۷۸		سطح اهمیت: ۰,۰۰۰	

یافته‌های پژوهشگر

با توجه به جدول ۴، نظر به اینکه مقدار احتمال آماره سطح اهمیت در کل مدل برابر (۰,۰۰) و کمتر از (۰,۰۵) می باشد لذا از لحاظ معناداری مدل تایید می شود. ضریب تعیین مدل نیز گویای آن است که (۰,۸۲) از عملکرد مالی توسط متغیرهای وارد شده در مدل قابل پیش بینی است. در بررسی معنی داری ضرایب با توجه به آماره مشخص می شود که سطح معنی داری برای متغیر مسئولیت اجتماعی شرکت برابر با (۰,۰۰) و از (۰,۰۵) کمتر می باشد، در نتیجه وجود ارتباط معنی داری بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی تایید می گردد. بنابراین فرضیه اول تایید می شود. مثبت بودن ضریب مسئولیت اجتماعی شرکت (۰,۷۷) حاکی از آن است که ارتباط مستقیم با متغیر وابسته یعنی عملکرد مالی دارد. یعنی با افزایش یک واحدی مسئولیت اجتماعی شرکت، عملکرد مالی به میزان (۰,۷۷) افزایش می یابد. در بررسی معنی داری ضرایب با توجه به آماره مشخص می شود که سطح معنی داری برای متغیر مسئولیت اجتماعی شرکت با نقش میانجی دارایی نامشهود برابر با (۰,۰۰) و از (۰,۰۵) کمتر می باشد، در نتیجه وجود ارتباط معنی داری بین مسئولیت اجتماعی شرکت با نقش میانجی دارایی نامشهود و عملکرد مالی تایید می شود. بنابراین فرضیه دوم تایید می گردد. مثبت بودن ضریب مسئولیت اجتماعی شرکت با نقش میانجی دارایی نامشهود (۵۳,۲۴) حاکی از آن است که ارتباط مستقیم با متغیر وابسته یعنی عملکرد مالی دارد. یعنی با افزایش یک واحدی مسئولیت اجتماعی شرکت با نقش میانجی دارایی نامشهود، عملکرد مالی به میزان (۵۳,۲۴) افزایش می یابد. مسئولیت اجتماعی راهی برای شرکت‌ها برای اطمینان از منافع متقابل بین خود و جامعه است. که این امر می تواند به عنوان یک استراتژی منطقی برای مشروعیت شرکت و کنترل اجتماعی کمک کند. نتایج پژوهش به طور کل نشان می دهد که مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها توان بهبود کیفیت، عدالت اجتماعی شفافیت و پاسخگویی را در سازمان‌های تجاری دارد. از طرفی مشارکت در امور بشردوستانه برخی از شرکت‌های بورسی، سبب شده سهامداران بیشتری جذب این نوع شرکت‌ها شوند. لذا مشخص است شرکت‌ها یا صناعی که نسبت به منافع جامعه، کارکنان و سایر اقشار در اجتماع مسئولیت پذیر هستند و هدف خدمت رسانی را دنبال می کنند در میان مدت یا طولانی مدت این نوع شرکت‌ها مورد توجه اکثریت سهامداران قرار خواهد گرفت. از طرفی مدیران این شرکت‌ها با چشم انداز و خط مشی‌های تعریف شده با تدوین یک برنامه منظم آینده و اهداف شرکت را دنبال می کنند. علاوه بر این، تحول اقتصاد مبتنی بر دانش نیز فشار بیشتری را بر شرکت‌ها وارد می کند تا از منابع نامشهود

مانند سرمایه انسانی و دانش به طور کارآمد استفاده کنند که امروزه به عوامل اصلی رشد اقتصادی تبدیل شده‌اند. در گذشته، موفقیت، سودآوری و ارزش شرکت‌ها عمدتاً به دارایی‌های مشهود مانند زمین، زیرساخت و تجهیزات بستگی داشت؛ اما در اقتصاد جهانی فعلی، دارایی‌های نامشهود در ارزش شرکت‌ها از طریق توسعه سرمایه انسانی و مدیریت دانش کمک می‌کند. لذا نقش مهم شرکت‌های بزرگ در اقتصاد باعث می‌شود که آنها به دنبال چشم‌انداز جدید باشند. برای این منظور، شرکت‌های بزرگ بسیار شفاف هستند و مدیران توانمند با توجه به منابع نامشهود از جمله مشاوران مالی، نسبت به پیش‌بینی سطح عملکرد مالی و تحقق اهداف توجه ویژه‌ای دارند. بنابراین، چنین شرکت‌هایی به طور مرتب اطلاعاتی در مورد سرمایه نامشهود خود برای بهبود شهرت خود در بازار ارائه می‌دهند. باید این نکته را اضافه نمود که یک حاکمیت شرکتی می‌بایست همسو با منافع شرکت و سهامداران حرکت کند. نهادهای نظارتی به عنوان یک نهاد کلی، ضامن حاکمیت شرکتی خوب هستند. بنابراین، می‌توان تصور کرد که همه این شیوه‌ها، سطح «حاکمیت شرکتی خوب» را که توسط شرکت‌ها اجرا می‌شود، تعیین می‌کند و بنابراین آنها را تشویق می‌کند تا ارتباطات خود را در به منظور ارتقای سطح عملکرد مالی توسعه دهند.

منابع

۱. جعفرزاده، محمد؛ زینالی، مهدی، (۱۳۹۳)، بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت، دومین کنفرانس ملی پویایی مدیریت، توسعه اقتصادی و مدیریت مالی، شیراز.
۲. جلیلی، صابر؛ قیصری، فرزاد، (۱۳۹۳)، بررسی ارتباط بین کیفیت سود و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، دانش حسابرسی، سال ۱۴، شماره ۵۷، زمستان ۱۳۹۳.
۳. فرهادتوسکی، امید، & موسوی پور، سیده سمیه. (۱۴۰۰). بررسی تاثیر اجتناب مالیاتی و حاکمیت شرکتی بر مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. چشم انداز حسابداری و مدیریت، ۵۵-۶۸، (۵۴)۴.
۴. کاشانی پور، محمد؛ عباس زاده، محمد رضا، & عنبرانی، صالح. (۱۴۰۲). تدوین الگوی ارزش گذاری دارایی‌های نامشهود در شرکت‌های دانش بنیان. دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۱۲(۴۸)، ۲۴۹-۲۷۰.
۵. لاجوردی، سمانه، & کریمی، هدی. (۱۴۰۱). تأثیر فرهنگ و رهبری مسئولیت اجتماعی شرکتی بر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی و عملکرد مالی. فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی، ۱۳(۵۱)، ۲۸۹-۳۱۴. doi: 10.22034/smsj.2022.157949
۶. مرادی شهدادی، خسرو، & پودات، کامران. (۱۴۰۲). نقش کارایی سرمایه فکری بر ارتباط میان تعهد اجتماعی شرکت و عملکرد مالی (شواهدی از عملکرد زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران). مهندسی مالی و مدیریت اوراق بهادار، (۱۴۰۲)، -.
۷. مشایخی، بیتا، & بیرامی، هانیه. (۱۳۹۷). آرایه مدل اندازه گیری دارایی‌های نامشهود در ایران. نشریه پژوهش‌های حسابداری مالی، ۱۰(۳)، ۴۵-۶۸. doi: 10.22108/far.2019.111930.1281
8. Ali, W., Frynas, J.G. and Mahmood, Z. (2017), "Determinants of corporate social responsibility (CSR) disclosure in developed and developing countries: a literature

- review”, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 24 No. 4, pp. 273-294.
9. Ariztia, T., Kleine, D., Maria das Graças, S.L., Agloni, N., Afonso, R. and Bartholo, R. (2014), “Ethical consumption in Brazil and Chile: institutional contexts and development trajectories”, *Journal of Cleaner Production*, Vol. 63, pp. 84-92.
 10. Azmat, F. and Samaratunge, R. (2009), “Responsible entrepreneurship in developing countries: understanding the realities and complexities”, *Journal of Business Ethics*, Vol. 90 No. 3, pp. 437-452.
 11. Beloskar, V.D., Rao, S.V.D.N., (2022). Corporate social responsibility: is too much bad? — evidence from India. *Asia Pac. Financ. Mark.* 29 (2), 221–252. <https://doi.org/10.1007/s10690-021-09347-3>.
 12. Ben Boubaker Gherib, J., Spence, M. and Ondoua Biwolé, V. (2009), “Développement durable et PME dans les pays émergents: entre proactivité, opportunisme et compromis”, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, Vol. 22 No. 3, pp. 275-292.
 13. Bchini, B. (2015). Intellectual capital and value creation in the Tunisian manufacturing companies. *Procedia economics and finance*, 23, 783-791. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00443-8](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00443-8)
 14. Bhatia, A. and Makkar, B. (2019), “CSR disclosure in developing and developed countries: a comparative study”, *Journal of Global Responsibility*, Vol. 11 No. 1, pp. 1-26.
 15. Brunner-Kirchmair, T. M., & Wagner, E. (2024). The impact of corporate social responsibility on the performance of mergers and acquisitions: European evidence. *Cleaner Environmental Systems*, 12, 100167.
 16. Deng, X., Kang, J., Low, B.S., (2013). Corporate social responsibility and stakeholder value maximization: evidence from mergers. *J. Financ. Econ.* 110 (1), 87–109. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2013.04.014>.
 17. Di Giuli, A., Kostovetsky, L., (2014). Are red or blue companies more likely to go green? Politics and corporate social responsibility. *J. Financ. Econ.* 111, 158–180. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2013.10.002>.
 18. Dupire, M. and M’Zali, B. (2018), “CSR strategies in response to competitive pressures”, *Journal of Business Ethics*, Vol. 148 No. 3, pp. 603-623.
 19. El Ghouli, S., Guedhami, O., Kwok, C.C.Y., Mishra, D.R., (2011). Does corporate social responsibility affect the cost of capital? *J. Bank. Finance* 35 (9), 2388–2406. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2011.02.007>.
 20. Ferrell, A., Liang, H., Renneboog, L., (2016). Socially responsible firms. *J. Financ. Econ.* 122 (3), 585–606. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2015.12.003>.
 21. Friedman, M. (1970), “The social responsibility of business is to increase its profits”, *New York Times Magazine*, September 13.
 22. Gamayuni, R. R. (2015). The effect of intangible asset, financial performance and financial policies on the firm value. *International journal of scientific & technology research*, 4(1), 202-212.
 23. Haji, A. A., & Ghazali, N. A. M. (2018). The role of intangible assets and liabilities in firm performance: empirical evidence. *Journal of Applied Accounting Research*. <https://doi.org/10.1108/JAAR-12-2015-0108>
 24. Hamdoun, M., Achabou, M. A., & Dekhili, S. (2022). Could CSR improve the financial performance of developing countries’ firms? Analyses of mediating effect of intangible resources. *European Business Review*, 34(1), 41-61.
 25. Harjoto, M., Jo, H., Kim, Y., (2017). Is institutional ownership related to corporate social responsibility? The nonlinear relation and its implication for stock return volatility. *J. Bus. Ethics* 146, 77–109. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2883-y>.

26. Hart, S.L. (1997), "Beyond greening: strategies for a sustainable world", *Harvard Business Review*, Vol. 75 No. 1, pp. 66-77.
27. Hejazi, R., Ghanbari, M., & Alipour, M. (2016). Intellectual, human and structural capital effects on firm performance as measured by Tobin's Q. *Knowledge and Process Management*, 23(4), 259-273. <https://doi.org/10.1002/kpm.1529>
28. Henning, S. L., Lewis, B. L., & Shaw, W. H. (2000). Valuation of the components of purchased goodwill. *Journal of accounting research*, 38(2), 375-386. <https://doi.org/10.2307/2672938>
29. Holmström, B. (1989). Agency costs and innovation (No. 214). IUI Working Paper. [https://doi.org/10.1016/0167-2681\(89\)90025-5](https://doi.org/10.1016/0167-2681(89)90025-5)
30. Hur, W.-M., Moon, T.-W., KO, S.-H., (2018). How employees' perceptions of CSR increase employee creativity: mediating mechanisms of compassion at work and intrinsic motivation. *J. Bus. Ethics* 153 (3), 629–644. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3321-5>.
31. Jensen, M. C., & Meckling, W. (1976). H. (1976). Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure *En: Journal of Finance Economics*, 3. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
32. Jun, W., Shiyong, Z., & Yi, T. (2022). Does ESG disclosure help improve intangible capital? Evidence from A-share listed companies. *Frontiers in Environmental Science*, 10, 858548.
33. Kaimal, A. and Uzma, S.H. (2024), "Corporate social responsibility expenditure and financial performance: the moderating role of family ownership", *Corporate Governance*, Vol. 24 No. 1, pp. 101-118. <https://doi.org/10.1108/CG-03-2022-0128>
34. Marr, B., & Schiuma, G. (2001). Measuring and managing intellectual capital and knowledge assets in new economy organisations. *Handbook of performance measurement*, Gee, London, 369-411.
35. Nuryaman, N. (2015). The Influence of Intellectual Capital on The Firm's Value with The Financial Performance as Intervening Variable. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 211, 292-298. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.037>
36. Preston, L.E. and O'Bannon, D.P. (1997), "The corporate social-financial performance relationship", *Business and Society*, Vol. 36 No. 4, pp. 419-429.
37. Roos, G., & Roos, J. (1997). Measuring your company's intellectual performance. *Long range planning*, 30(3), 413-426. [https://doi.org/10.1016/S0024-6301\(97\)90260-0](https://doi.org/10.1016/S0024-6301(97)90260-0)
38. Sharma, E. (2019), "A review of corporate social responsibility in developed and developing nations", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 26 No. 4, pp. 712-720.
39. Sougiannis, T. (1994). The accounting based valuation of corporate R&D. *Accounting review*, 44-68.
40. Sveiby, K. E. (1998). Intellectual capital: Thinking ahead. *Australian CPA*, 68, 18-23.
41. Tang, Z., Hull, C.E. and Rothenberg, S. (2012), "How corporate social responsibility engagement strategy moderates the CSR-financial performance relationship", *Journal of Management Studies*, Vol. 49 No. 7, pp. 1274-1303.
42. Tsatsaronis, M., Syriopoulos, T., Gavalas, D., Boura, G., Trakadas, P., & Gkorila, M. (2024). The impact of Corporate Social Responsibility on corporate financial performance: an empirical study on shipping. *Maritime Policy & Management*, 51(2), 226-239.
43. Yen, T.Y., André, P., (2019). Market reaction to the effect of corporate social responsibility on mergers and acquisitions: evidence on emerging markets. *Q. Rev. Econ. Finance* 71, 114–131. <https://doi.org/10.1016/j.qref.2018.07.003>.

44. Zeribi-Benslimane, O. and Boussoura, E. (2007), "Responsabilité sociétale des entreprises et performance financière: le cas des entreprises tunisiennes cotées", XVIème Conférence Internationale de Management Stratégique, Montréal, 6-9 Juin 2007.
45. Zheng, D., Lei, L., Wang, L., & Li, X. (2024). Inhibiting or promoting: The impact of corporate social responsibility on corporate financialization. *International Review of Economics & Finance*, 89, 1404-1421.

Investigating the Impact of Social Responsibility on Improving Financial Performance with the Mediator Role of Intangible Assets in Companies Listed in the Tehran Stock Exchange

Maryam Tamaddon¹
Shahpour Ghorbani^{*2}

Abstract

In recent years, the competitive environment created in companies has made intangible assets more important than before. Therefore, according to the importance of this issue, the present study was conducted with the aim of investigating the effect of social responsibility on improving financial performance with the intermediary role of intangible assets in companies listed in Tehran Stock Exchange during the years 2018 to 2022. The research method is correlation based on regression and based on panel data. In this regard, the statistical population of this research is made up of all the companies admitted to the Tehran Stock Exchange, which were selected by the method of systematic removal of 105 companies. The results of this research regarding the first hypothesis show that corporate social responsibility has a direct and significant effect on financial performance. Also, the analysis regarding the second hypothesis showed that social responsibility with the mediating role of intangible assets has a direct and significant effect on financial performance.

Keywords

Corporate Social Responsibility, Financial Performance, Intangible Asset, Financial Leverage

1- Master Accounting Student, Qeshm Branch, Islamic Azad University, Qeshm, Iran.

2- Assistant Professor of Accounting Department, Qeshm Branch, Islamic Azad University, Qeshm, Iran, Email: Shahpour.ghorbani@gmail.com (Corresponding Author)