

ثبات مدیریتی و مسئولیت اجتماعی: بررسی تجربی نقش مالکیت نهادی و مدیران مستقل

ناصر ابراهیمی^۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۷/۰۱ تاریخ چاپ: ۱۴۰۴/۱۰/۳۰

چکیده

این پژوهش به بررسی تأثیر دوره تصدی مدیرعامل بر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها در ایران پرداخته و نقش تعدیلی مالکیت نهادی و حضور مدیران مستقل در این رابطه را مورد ارزیابی قرار داده است. با توجه به اهمیت مسئولیت پذیری اجتماعی برای ذینفعان و تأثیر آن بر اعتماد و اعتبار شرکت، این مطالعه تلاش کرده است تا رابطه پیچیده بین مدت زمان تصدی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی و زیست محیطی شرکت‌ها را آشکار سازد. داده‌های پژوهش شامل شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره زمانی ۱۳۹۴ تا ۱۴۰۳ است و تحلیل‌ها با استفاده از روش‌های آماری مناسب، از جمله مدل‌های غیرخطی و آزمون تعدیلی انجام شده است. نتایج نشان داد که دوره تصدی مدیرعامل اثر مثبت و معناداری بر مسئولیت پذیری اجتماعی دارد، به‌ویژه در دوره‌های ابتدایی تصدی که مدیران برای تثبیت جایگاه و کسب شهرت، افشای مسئولیت پذیری اجتماعی را ابزاری برای کاهش ریسک شغلی به کار می‌گیرند. با این حال، تحلیل‌های غیرخطی نشان داد که این رابطه از الگوی U شکل معکوس پیروی می‌کند؛ به گونه‌ای که پس از رسیدن به آستانه اطمینان و نزدیکی به بازنشستگی، مدیران تمایل دارند منابع را بیشتر به اهداف شخصی اختصاص دهند. یافته‌های پژوهش همچنین نشان داد که مالکان نهادی و مدیران مستقل می‌توانند این رابطه را تعدیل کنند؛ مالکان نهادی با نفوذ و توانایی نظارت، مدیران عامل را به رعایت مسئولیت پذیری اجتماعی ترغیب می‌کنند و مدیران مستقل با عملکرد نظارتی خود، تضاد منافع میان مدیران و ذینفعان را کاهش داده و مسئولیت پذیری اجتماعی را تقویت می‌کنند. این نتایج، اهمیت طراحی سیاست‌های نظارتی و انتخاب هیئت مدیره با ویژگی‌های مناسب را برای افزایش مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها نشان می‌دهد. همچنین پژوهش حاضر، مسیرهای جدیدی برای مطالعات آتی در حوزه سازوکارهای حاکمیت شرکتی، تأثیر ویژگی‌های مدیران و عوامل صنعت و اقتصاد کلان بر مسئولیت پذیری اجتماعی ارائه می‌دهد.

واژگان کلیدی

مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها، دوره تصدی مدیرعامل، مالکیت نهادی، مدیران مستقل، حاکمیت شرکتی، افشای اجتماعی و زیست محیطی.

^۱ کارشناسی ارشد حسابداری، ذیحساب و مسئول مالی شهرداری قطور. (ebrahimi_nb@yahoo.com)

۱. مقدمه

در سال‌های اخیر، افشای اطلاعات محیطی و اجتماعی شرکت‌ها به یکی از موضوعات کلیدی در حوزه‌های حسابداری، مالی و حاکمیت شرکتی تبدیل شده و توجه گسترده‌ای را در میان پژوهشگران بین‌المللی برانگیخته است (چنگ و همکاران، ۲۰۱۵؛ ایکرام و همکاران، ۲۰۱۹؛ ۲۰۲۰؛ لی و ژانگ، ۲۰۱۶؛ آیسوریا و همکاران، ۲۰۰۷؛ بال و کرایگ، ۲۰۱۰). اهمیت این موضوع از آن جهت است که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی، به منزله‌ی تعهد سازمان نسبت به جامعه و محیط زیست تلقی می‌شود و شرکت‌ها ملزم‌اند تا با ارائه‌ی گزارش‌های شفاف، ذی‌نفعان خود را از آثار اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی فعالیت‌هایشان آگاه سازند (خان و همکاران، ۲۰۲۱). در عصر کنونی، این نوع مسئولیت‌پذیری نه تنها ابزاری برای مشروعیت‌بخشی و پاسخگویی به ذی‌نفعان محسوب می‌شود، بلکه نقشی حیاتی در راهبردهای بلندمدت شرکت‌ها ایفا می‌کند (تان و همکاران، ۲۰۱۴). یافته‌های پژوهشی اخیر نیز نشان داده‌اند که دریافت گواهی‌های زیست‌محیطی و اجتماعی، تأثیر مثبتی بر عملکرد اقتصادی شرکت‌ها دارد (اکرام و همکاران، ۲۰۲۰). از این رو، ترویج ارزش‌های اخلاقی و سازمانی و ایجاد سازوکارهایی مبتنی بر هنجارهای اجتماعی و مدیریتی، برای تداوم فعالیت اقتصادی و حفظ اعتماد ذی‌نفعان ضروری است (یین و همکاران، ۲۰۱۳).

در ایران نیز، طی سال‌های اخیر، توجه شرکت‌ها به جنبه‌های اجتماعی و زیست‌محیطی فعالیت‌های خود رشد قابل ملاحظه‌ای داشته است. افزایش انتظارات ذی‌نفعان و نظارت نهادهای دولتی، رسانه‌ها و سرمایه‌گذاران موجب شده است که شرکت‌ها به‌منظور ارتقای اعتبار و ارزش بازار خود، مشارکت بیشتری در فعالیت‌های اجتماعی و بشردوستانه داشته باشند (اورزالین و همکاران، ۲۰۱۹). با وجود این پیشرفت‌ها، بررسی عوامل اثرگذار بر میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در ایران هنوز نیازمند پژوهش‌های جامع‌تری است. یکی از این عوامل که تاکنون در مطالعات داخلی کمتر مورد توجه قرار گرفته، دوره تصدی مدیرعامل است؛ عاملی که پژوهش خان و همکاران (۲۰۲۱) در چین نشان داد تأثیر منفی و معناداری بر افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارد. با توجه به تفاوت‌های ساختاری در نظام حاکمیت شرکتی و استانداردهای افشا در ایران به‌عنوان اقتصادی در حال توسعه، این نتایج الزاماً قابل تعمیم به بافت بومی ایران نیست.

ادبیات موجود در زمینه‌ی دوره تصدی مدیرعامل دیدگاه‌های متفاوتی را ارائه می‌دهد. برخی مطالعات بیان می‌کنند که مدیران با دوره‌ی تصدی کوتاه، به‌دلیل فشار برای کسب نتایج سریع و تثبیت موقعیت شغلی خود، تمایل دارند از سیاست‌های مدیریت سود و تصمیمات کوتاه‌مدت استفاده کنند (آیتا و همکاران، ۲۰۱۰؛ علی و ژانگ، ۲۰۱۵؛ هوانگ و همکاران، ۲۰۱۲). از این منظر، چنین مدیرانی ممکن است از مسئولیت‌پذیری اجتماعی به‌عنوان ابزاری برای کسب مشروعیت و جلب اعتماد ذی‌نفعان بهره بگیرند. در مقابل، با افزایش دوره‌ی تصدی، احتمال کاهش تمایل مدیرعامل به مشارکت در فعالیت‌های مسئولیت‌پذیرانه وجود دارد، چراکه وی ممکن است تصور کند اعتبار و اعتماد لازم را کسب کرده و نیازی به صرف منابع در این حوزه ندارد. بنابراین، انتظار می‌رود رابطه‌ی غیرخطی و نامتقارن میان دوره تصدی مدیرعامل و سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی وجود داشته باشد.

ادبیات حسابداری نیز بر منافع متعدد مسئولیت‌پذیری اجتماعی تأکید دارد؛ از جمله افزایش ارزش شرکت، بهبود شفافیت، و کاهش عدم تقارن اطلاعاتی (چنگ و همکاران، ۲۰۱۶؛ بن‌لمیه، ۲۰۱۷؛ کریستنسن، ۲۰۱۶؛ سو و همکاران، ۲۰۱۶؛ چن و همکاران، ۲۰۱۶). با این حال، پرسش اصلی آن است که آیا این تعهدات در تمام دوره‌ی تصدی مدیرعامل پایدار می‌ماند یا صرفاً در سال‌های ابتدایی فعالیت او برجسته‌تر است؟ یافته‌های خان و همکاران (۲۰۲۱) نشان می‌دهد که مدیرعامل در

سال‌های اولیه‌ی خدمت خود تمایل دارد با انجام فعالیت‌های اجتماعی و زیست‌محیطی، اعتماد ذی‌نفعان را جلب کرده و بدین‌وسیله موقعیت خود را تثبیت کند، در حالی که در سال‌های بعد ممکن است این تعهد کاهش یابد. در کنار عامل تصدی مدیرعامل، نقش سازوکارهای حاکمیت شرکتی نیز در این رابطه حائز اهمیت است. از میان این سازوکارها، مالکیت نهادی و حضور مدیران مستقل به‌عنوان دو عامل کلیدی مطرح‌اند که می‌توانند با اعمال نظارت و کنترل مؤثر، رفتار مدیران را در جهت منافع ذی‌نفعان تعدیل کنند. سرمایه‌گذاران نهادی به دلیل تخصص و حجم سرمایه‌گذاری خود قادرند بر تصمیمات مدیران نظارت مؤثری اعمال کنند و آنان را به رعایت اصول مسئولیت‌پذیری اجتماعی وادارند. همچنین، مدیران غیرموظف یا مستقل، با ایفای نقش نظارتی در هیأت‌مدیره، می‌توانند از انحراف رفتار مدیرعامل جلوگیری کرده و سطح پاسخگویی شرکت را ارتقا دهند (اکبری و همکاران، ۱۳۹۶؛ حساس یگانه و همکاران، ۱۳۹۳). با وجود این، بررسی تجربی نقش تعدیلی این دو سازوکار بر رابطه بین دوره تصدی مدیرعامل و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، تاکنون در بازار سرمایه ایران انجام نشده است.

بنابراین، پژوهش حاضر با هدف پر کردن این خلأ علمی، به بررسی رابطه خطی و غیرخطی بین دوره تصدی مدیرعامل و افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها پرداخته و همچنین نقش تعدیلی مالکیت نهادی و حضور مدیران مستقل را در این رابطه تحلیل می‌کند. اهمیت این پژوهش از آن جهت است که در محیط اقتصادی ایران، که هنوز در حال گذار به سمت نظام‌های پیشرفته‌ی افشا و پاسخگویی اجتماعی است، درک صحیح از رفتار مدیران و عوامل مؤثر بر آن می‌تواند به ارتقای شفافیت، اعتماد عمومی و مشروعیت شرکت‌ها در برابر ذی‌نفعان منجر شود.

۲. مبانی نظری و ادبیات پژوهش

مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت

مفهوم «مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت» نخستین بار توسط برل و مینز (۱۹۳۰) در کتاب شرکت مدرن و مالکیت خصوصی مطرح و سپس توسط بوون (۱۹۵۳) در اثر مسئولیت اجتماعی یک تاجر به‌طور رسمی معرفی شد (سن، ۲۰۱۱). این مفهوم بیانگر پاسخگویی شرکت‌ها به مسئولیت‌های اخلاقی، قانونی، اقتصادی و بشردوستانه در برابر جامعه است (پاپوتسی، ۲۰۱۸). مرور ادبیات پژوهش از ۱۹۵۳ تا ۲۰۰۸ نشان می‌دهد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی با مفاهیمی چون اخلاق تجاری، حقوق شهروندی شرکتی، عملکرد اجتماعی و توسعه پایدار هم‌پوشانی دارد و دیدگاه‌های متنوعی از بی‌مسئولیتی تا مسئولیت‌پذیری استراتژیک را شامل می‌شود (پاپوتسی و همکاران، ۲۰۲۰). از منظر دینفعان، شرکت‌ها موظف‌اند پاسخگوی کارکنان، مشتریان، جامعه و محیط زیست باشند (کلارکسون، ۲۰۱۶؛ بیزی و همکاران، ۲۰۰۳). بُعد اجتماعی پایداری نیز به‌عنوان مسئولیت شرکت در قبال جامعه تعریف می‌شود و شامل ارتقای رفاه اجتماعی، بهداشت، عدالت، تنوع و فرصت‌های برابر است (گوویندان و همکاران، ۲۰۱۴؛ اسلاپر و هال، ۲۰۱۵). هدف آن افزایش اثرات مثبت فعالیت‌های شرکت بر جوامع داخلی و بیرونی است (پولمن و همکاران، ۲۰۰۹). در دهه‌های اخیر، با گسترش انتظارات اجتماعی، شرکت‌ها از موجودیت‌های صرفاً اقتصادی به نهادهای اقتصادی-اجتماعی تبدیل شده‌اند و افشای گزارش‌های پایداری و مسئولیت‌پذیری اجتماعی به ابزاری برای ارزیابی عملکرد و مشروعیت آن‌ها بدل شده است. تئوری‌های اصلی تبیین‌کننده این مفهوم شامل سه رویکرد است: نخست، تئوری مشروعیت که بر حفظ قرارداد اجتماعی میان شرکت و جامعه از طریق افشای اطلاعات اجتماعی و زیست‌محیطی تأکید دارد (گری و همکاران، ۱۹۹۵؛ دیگان، ۲۰۰۲). دوم، تئوری دینفعان که شرکت را پاسخگو در برابر گروه‌های ذی‌نفع قدرتمند و اثرگذار می‌داند (بورگوال و ویرا، ۲۰۱۴؛

سولومون، ۲۰۰۷). و سوم، تئوری علامت‌دهی که افشای اطلاعات را ابزاری برای ارسال سیگنال‌های مثبت به بازار و جلب اعتماد سرمایه‌گذاران معرفی می‌کند (بینی و همکاران، ۲۰۱۰؛ پروان و همکاران، ۲۰۲۰). بر این اساس، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی نه تنها ابزاری برای مشروعیت‌بخشی و پاسخگویی، بلکه راهبردی برای ارتقای مزیت رقابتی و پایداری بلندمدت شرکت‌ها به شمار می‌آید.

ویژگی‌های مدیریت

ویژگی‌های مدیریت از عوامل کلیدی در تبیین کارایی تصمیم‌گیری و عملکرد شرکت‌ها محسوب می‌شود. هیئت‌مدیره به‌عنوان رکن اساسی نظام حاکمیت شرکتی، مسئول جهت‌دهی و نظارت بر تصمیمات مدیریتی است و نقش مهمی در شفافیت و پاسخگویی سازمان دارد (دوئلن و همکاران، ۲۰۱۵). وجود ساختار حاکمیتی مطلوب، اعتماد سرمایه‌گذاران را افزایش داده و منجر به رشد پایدار، کاهش هزینه سرمایه و بهبود دسترسی به منابع مالی می‌شود (حساس‌یگانه و یزدانیان، ۱۳۸۶). از دیگر ویژگی‌های مدیریتی، خوش‌بینی مدیران است که به‌عنوان نگرش مثبت نسبت به آینده تعریف می‌شود (اسچیر و کارور، ۱۹۸۵). خوش‌بینی متعادل می‌تواند موجب افزایش انگیزه و اعتماد به نفس مدیران گردد (جانسون و فاولر، ۲۰۱۱)، اما خوش‌بینی بیش‌ازحد گاه سبب برآورد نادرست ریسک و تصمیمات غیرمنطقی می‌شود (پامپین، ۲۰۱۱). در حوزه مالی رفتاری، این ویژگی از عوامل مؤثر بر مدیریت سود، سیاست‌های مالی و تصمیمات سرمایه‌گذاری تلقی می‌شود (مالمندیر و تاته، ۲۰۰۸؛ ما، ۲۰۱۵). همچنین، مدیران خوش‌بین اغلب نسبت به ریسک ذاتی بی‌توجه بوده و عملکرد شرکت را بیش از واقع ارزیابی می‌کنند (پوری و رابینسون، ۲۰۱۱). دوره تصدی مدیرعامل نیز از شاخص‌های ثبات مدیریتی است. تداوم معقول مدیرعامل می‌تواند به افزایش تجربه و انسجام سازمانی منجر شود، اما تصدی بیش‌ازحد، خطر تمرکز قدرت و تضعیف نظارت هیئت‌مدیره را در پی دارد (جنسن، ۱۹۹۳؛ هرملین و ویزیچ، ۱۹۹۸). نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهد که دوره تصدی طولانی ممکن است ارزش شرکت را کاهش دهد و کارایی حاکمیت شرکتی را تضعیف کند (دیانتی دیلمی و همکاران، ۱۳۹۲). در زمینه جنسیت مدیریت، پژوهش‌ها بیانگر تفاوت معنادار میان سبک‌های مدیریتی زنان و مردان است (چن و همکاران، ۲۰۱۶؛ ورهول، ۲۰۰۳). زنان عموماً بر همکاری، ارتباطات انسانی و اعتمادسازی تأکید دارند، در حالی که مردان بیشتر از ساختار رسمی و فرماندهی بهره می‌گیرند. حضور زنان در سطوح مدیریتی، موجب بهبود پاسخگویی، ارتقای کیفیت تصمیم‌گیری و توسعه پایدار سازمان می‌شود. در نهایت، نفوذ مدیرعامل در هیئت‌مدیره یکی از چالش‌های مهم حاکمیت شرکتی است. تمرکز قدرت در دست مدیرعامل، به‌ویژه در صورت هم‌زمانی با ریاست هیئت، استقلال نظارتی را کاهش داده و احتمال رفتارهای فرصت‌طلبانه را افزایش می‌دهد (جنسن، ۱۹۹۳؛ گل و لیونگ، ۲۰۰۴). شرکت‌هایی با رئیس هیئت‌مدیره مستقل از عملکرد مالی و کیفیت افشای بهتری برخوردارند (لیو و همکاران، ۲۰۱۵). جداسازی نقش مدیرعامل از ریاست هیئت و حضور اعضای غیرموظف، ابزار مؤثری برای تقویت شفافیت و بهبود کیفیت نظارت است (فرکینس و همکاران، ۱۹۹۴).

حاکمیت شرکتی

حاکمیت شرکتی به‌عنوان مجموعه‌ای از روابط میان مدیران، هیئت‌مدیره، سهامداران و سایر ذی‌نفعان تعریف می‌شود و چارچوبی را برای تعیین اهداف، ابزار دستیابی و نظارت بر عملکرد شرکت فراهم می‌کند (افسری و همکاران، ۱۴۰۰). با افزایش پیچیدگی فعالیت‌های اقتصادی، ضرورت وجود نظامی برای هدایت و کنترل شرکت‌ها بیش‌ازپیش احساس می‌شود. حاکمیت شرکتی فرایندی تدریجی برای ارتقای عملکرد و اخلاق سازمانی است (کیقبادی و دامن‌کشیده، ۱۳۹۹).

و به عنوان یک الزام راهبردی در مدیریت نوین مطرح شده است (تجدو-رومرو و همکاران، ۲۰۲۱). سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD) حاکمیت شرکتی را سیستمی می‌داند که روابط و مسئولیت‌های میان ارکان شرکت را مشخص و امکان نظارت و استفاده مؤثر از منابع را فراهم می‌کند (زلقی و همکاران، ۱۳۹۹). اجرای مؤثر آن مستلزم نظارت، ایجاد انگیزه، تفویض اختیار و امکان خروج سهامداران است (رحمن سرشت و هرندی، ۱۳۹۶؛ فلامر و همکاران، ۲۰۱۹؛ باگات و بولتون، ۲۰۲۰). ضرورت‌های حاکمیت شرکتی شامل ارتقای آموزش عمومی، توانمندسازی هیئت‌مدیره، حضور مدیران مستقل، جانشین‌پروری، رعایت اصول حسابداری بین‌المللی و شفافیت اطلاعات است. هدف آن نیز تضمین توازن قدرت، پاداش منصفانه مدیران، کنترل مؤثر ریسک‌ها، رعایت اخلاق کسب‌وکار و افزایش اعتماد سرمایه‌گذاران است. مفهوم راهبری شرکتی از واژه لاتین Gubernare به معنای هدایت گرفته شده و ریشه در نقش رهبری شرکت دارد (بلاک و همکاران، ۲۰۱۳). سقوط شرکت‌هایی چون انرون و آدافی ضعف نظام‌های راهبری را آشکار کرد و لزوم اصلاح آن را در سطح جهانی تقویت نمود (آسپان، ۲۰۱۷). در پاسخ، قوانین و گزارش‌هایی مانند ساربنز-آکسلی (۲۰۰۲) و گزارش‌های هیگز و اسمیت (۲۰۰۳) تدوین شدند. OECD در سال ۱۹۹۸ شش اصل بنیادین برای راهبری شرکتی معرفی کرد: ایجاد چارچوب قانونی مؤثر، حمایت از حقوق سهامداران، رفتار منصفانه، احترام به حقوق ذی‌نفعان، شفافیت اطلاعات و مسئولیت‌پذیری هیئت‌مدیره (OECD، ۲۰۰۴). بر اساس نظریه نمایندگی، راهبری شرکتی با ایجاد سازوکارهای شفاف، به کارایی بیشتر، دسترسی بهتر به سرمایه، کاهش ریسک و افزایش پاسخگویی منجر می‌شود (فورتونلا، ۲۰۱۵؛ آگویرا، ۲۰۱۱). در نتیجه، راهبری شرکتی کارآمد نه تنها ضامن اعتماد سرمایه‌گذاران بلکه عاملی برای رشد پایدار اقتصادی و افزایش ارزش شرکت است.

سهامداران نهادی

سهامداران نهادی از مهم‌ترین بازیگران بازار سرمایه محسوب می‌شوند و به عنوان بزرگ‌ترین مالکان شرکتی، نقش حیاتی در بهبود حاکمیت شرکتی و عملکرد مالی شرکت‌ها دارند. این گروه شامل بانک‌ها، شرکت‌های بیمه، صندوق‌های بازنشستگی و شرکت‌های سرمایه‌گذاری است و حضور آن‌ها می‌تواند رفتار و عملکرد شرکت‌ها را از طریق فعالیت‌های نظارتی و کنترلی تغییر دهد (دیاماند و راژان، ۲۰۱۱؛ جنکینز و همکاران، ۲۰۰۴). نظریه‌ها بیان می‌کنند که سرمایه‌گذاران نهادی به دلیل مقیاس سرمایه‌گذاری و توانایی جمع‌آوری اطلاعات، تمایل بیشتری به نظارت فعال بر مدیریت دارند (پوند، ۱۹۹۸؛ حساس و همکاران، ۲۰۰۸). یافته‌ها نشان می‌دهد هرچه نسبت این سرمایه‌گذاران در ترکیب سهام بیشتر باشد، کیفیت نظارت مدیریتی افزایش می‌یابد (بکر و ورگلر، ۲۰۱۳؛ بوشمن و همکاران، ۲۰۱۳). باین‌حال، برخی پژوهشگران بر این باورند که مؤسسات مالی گاهی به دلیل روابط سیاسی یا کمبود تجربه، در ایفای نقش نظارتی خود ناکام می‌مانند (آدماتی و همکاران، ۱۹۹۴؛ پاوند و همکاران، ۱۳۹۲). در کشورهای توسعه‌یافته، نقش سرمایه‌گذاران نهادی پس از تقویت چارچوب‌های حاکمیت شرکتی برجسته‌تر شد و دولت‌ها مشارکت فعال آنان را در نظارت بر شرکت‌ها تشویق کردند. بدین ترتیب، در قرن بیستم، سرمایه‌گذاران نهادی به یکی از ارکان کلیدی بازار سرمایه تبدیل شدند و دارایی‌های تحت مدیریت آن‌ها رشد چشمگیری یافت (تامپسون و همکاران، ۲۰۰۵؛ بوچانان و همکاران، ۲۰۱۸). از منظر رفتاری، سرمایه‌گذاران نهادی به دو گروه فعال و غیرفعال تقسیم می‌شوند (نویسی و نایکر، ۲۰۰۶). سرمایه‌گذاران غیرفعال با تمرکز کوتاه‌مدت بر بازده فعلی، انگیزه کمی برای نظارت مؤثر دارند (پورتر، ۱۹۹۲). در مقابل، سرمایه‌گذاران فعال با دیدگاه بلندمدت، از طریق حضور در هیئت‌مدیره و اعمال فشار نظارتی، مدیران را به بهبود عملکرد و افزایش ثروت سهامداران

ترغیب می‌کنند (مرادی رامز و همکاران، ۱۳۹۷). در این میان، استقلال هیئت‌مدیره به‌عنوان سازوکار مکمل حاکمیت شرکتی اهمیت ویژه‌ای دارد. مدیران غیرموظف، که خارج از ساختار اجرایی شرکت فعالیت می‌کنند، با قضاوت بی‌طرفانه و تخصصی، تضاد منافع میان سهامداران و مدیران را کاهش می‌دهند (دیویدسون و همکاران، ۲۰۰۵؛ ماراچی و همکاران، ۲۰۰۴). پس از گزارش کادבורی (۱۹۹۲)، نقش مدیران مستقل در تقویت اعتماد سرمایه‌گذاران و ارتقای شفافیت مورد تأکید قرار گرفت (فاما و جنسن، ۱۹۸۳؛ لیو و همکاران، ۲۰۱۵). در ایران نیز، طبق دستورالعمل راهبری شرکتی سازمان بورس (۱۳۹۲)، حداقل ۲۰ درصد اعضای هیئت‌مدیره باید مستقل و فاقد هرگونه ارتباط مالی یا تجاری با شرکت باشند (حجازی و مختاری‌نژاد، ۱۳۹۶).

دوره تصدی مدیرعامل و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت

ادبیات نظری و تجربی حوزه حاکمیت شرکتی، نشان می‌دهد که طول دوره تصدی مدیرعامل یکی از متغیرهای کلیدی در تبیین رفتارهای راهبردی، مالی و اجتماعی شرکت‌ها محسوب می‌شود. به‌طور خاص، پژوهشگران معتقدند که مدت زمان حضور مدیرعامل در رأس سازمان می‌تواند بر نگرش وی نسبت به ذی‌نفعان، سطح افشاگری داوطلبانه و تعهد به مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت تأثیرگذار باشد (خان و همکاران، ۲۰۲۱). بر اساس شواهد تجربی، در مراحل اولیه تصدی، بازار نسبت به توانایی‌های مدیرعامل جدید تردید دارد، زیرا وی هنوز فرصت کافی برای اثبات شایستگی خود نیافته است (گیبونز و مورفی، ۱۹۹۲). در چنین شرایطی، مدیرعامل با عدم قطعیت درباره ارزیابی عملکرد خود از سوی سرمایه‌گذاران، رسانه‌ها و اعضای هیئت‌مدیره مواجه می‌شود و این موضوع می‌تواند بر تصمیمات افشایی و اجتماعی وی اثرگذار باشد. از دیدگاه نظری، زمانی که مدیرعامل برای نخستین بار منصوب می‌شود، سابقه عملکرد گذشته‌ای ندارد که مبنای قضاوت بازار قرار گیرد، لذا سهامداران و ذی‌نفعان به‌صورت محتاطانه به ارزیابی توانایی‌های او می‌پردازند. در این مرحله، هرگونه ارزیابی منفی از عملکرد می‌تواند منجر به کاهش ارزش بازار شرکت و تضعیف اعتماد ذی‌نفعان شود (هوبارد و همکاران، ۲۰۱۷). در مقابل، با گذشت زمان و افزایش تجربه، مدیرعامل قادر است اعتماد بازار را بازیابی کرده و عدم اطمینان نسبت به قابلیت‌های مدیریتی خود را کاهش دهد (پان و همکاران، ۲۰۱۵). به بیان دیگر، در مراحل ابتدایی تصدی، مدیران عامل انگیزه زیادی برای اثبات توانمندی و مشروعیت خود دارند، اما این انگیزه در طول زمان کاهش می‌یابد و به تدریج جای خود را به نگرانی‌های مربوط به حفظ موقعیت، منافع شخصی و آمادگی برای بازنشستگی می‌دهد. پژوهش‌های تجربی متعددی تأیید کرده‌اند که دوره تصدی مدیرعامل می‌تواند بر سیاست‌های افشای مالی و داوطلبانه شرکت اثرگذار باشد. به‌عنوان مثال، هوانگ و همکاران (۲۰۱۲) به این نتیجه رسیدند که هرچه طول دوره تصدی مدیرعامل افزایش یابد، تمایل شرکت به افشای داوطلبانه اطلاعات مالی بیشتر می‌شود. این یافته با دیدگاه «ثبات و اعتماد بازار» همخوان است که بیان می‌کند مدیران با سابقه طولانی‌تر از اعتبار بالاتری برخوردارند و افشای اطلاعات شفاف‌تر می‌تواند اعتماد سهامداران را تقویت کند. در پژوهشی دیگر، پا و همکاران (۲۰۱۶) نشان دادند که افزایش دوره تصدی، احتمال دستیابی شرکت به انتظارات بازار سهام را افزایش می‌دهد. در همین راستا، علی و ژانگ (۲۰۱۵) مطرح کردند که مدیران تازه‌کار بیشتر نگران واکنش بازار به عملکرد مالی خود هستند و از این‌رو ممکن است برای کنترل برداشت منفی سرمایه‌گذاران، به دستکاری سود روی آورند. بر اساس این یافته‌ها، می‌توان استنباط کرد که افزایش دوره تصدی، باعث ارتقای اعتبار حرفه‌ای مدیرعامل و کاهش انگیزه‌های فرصت‌طلبانه وی در گزارشگری مالی می‌شود. این شواهد حاکی از آن است که دوره تصدی طولانی‌تر، به‌طور ضمنی با افزایش انتظارات بازار از شفافیت و پاسخ‌گویی همراه است.

مدیرعامل با تثبیت جایگاه خود، نگرانی کمتری از اخراج یا تردید ذی‌نفعان دارد، و همین امر می‌تواند تمرکز وی را به سمت تعهدات بلندمدت و مسئولیت‌پذیری اجتماعی سوق دهد (خان و همکاران، ۲۰۲۱). با این حال، برخی مطالعات رویکرد متفاوتی اتخاذ کرده‌اند و بیان می‌کنند که با گذر زمان، انگیزه مدیران برای مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی و زیست‌محیطی کاهش می‌یابد. برای نمونه، خان و همکاران (۲۰۲۰) نشان دادند که دوره تصدی مدیرعامل عامل مهمی در تعیین عملکرد اجتماعی و زیست‌محیطی شرکت است و در سال‌های ابتدایی، مدیرعامل از این فعالیت‌ها به عنوان ابزاری برای کاهش نگرانی‌های بازار نسبت به آینده مالی شرکت استفاده می‌کند. علی و ژانگ (۲۰۱۵) نیز استدلال کردند که مدیران تازه‌منصب، به دلیل فشار روانی ناشی از ارزیابی مداوم و احتمال بالای برکناری، تمایل دارند با افشای گسترده‌تر اطلاعات مسئولیت‌پذیری اجتماعی، اعتماد عمومی را افزایش دهند. به بیان دیگر، آن‌ها از فعالیت‌های CSR به عنوان سپری محافظتی در برابر خطر از دست دادن شغل استفاده می‌کنند. بنابراین، انتظار می‌رود مدیرعاملان در دوره‌های ابتدایی خدمت خود، مسئولیت‌پذیری اجتماعی را در اولویت تصمیمات راهبردی قرار دهند تا از طریق ایجاد تصویر مثبت در میان ذی‌نفعان، اعتبار و امنیت شغلی خود را تقویت کنند. در مقابل، زمانی که مدیرعامل به دوره‌های میانی و پایانی تصدی می‌رسد، احتمال دارد انگیزه‌های او برای سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های بلندمدت CSR کاهش یابد. اوه و همکاران (۲۰۱۴) بیان کردند که مدیران باتجربه، پس از تثبیت موقعیت و دستیابی به شهرت کافی، به تدریج به سمت رفتارهای کوتاه‌مدت‌گرایانه حرکت می‌کنند. این دسته از مدیران تمایل دارند منابع شرکت را در پروژه‌هایی به کار گیرند که بازده مالی سریع‌تری دارد و منافع شخصی آن‌ها را در دوره باقی‌مانده خدمت‌شان حداکثر می‌سازد. در نتیجه، احتمال دارد از سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های اجتماعی و زیست‌محیطی که بازده آن‌ها عمدتاً بلندمدت است، اجتناب کنند (اوه و همکاران، ۲۰۱۴). چنین رویکردی با دیدگاه «چرخه عمر مدیریتی» همخوان است که بیان می‌کند مدیران در مراحل پایانی خدمت خود، انگیزه کمتری برای تعهد به مسئولیت‌های اجتماعی دارند و تمرکز آن‌ها بر تحقق منافع کوتاه‌مدت و شخصی است. در همین راستا، ادبیات پژوهشی دیگری نیز رابطه منفی میان طول دوره تصدی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی را تأیید کرده است. به عنوان نمونه، سرفلینگ (۲۰۱۴) در مطالعه‌ای نشان داد که مدیران تازه‌کار معمولاً از ریسک‌پذیری پایین‌تری برخوردارند و تمایل دارند منابع شرکت را در فعالیت‌هایی با هزینه و ریسک کمتر مانند CSR سرمایه‌گذاری کنند. از منظر نظریه علامت‌دهی، چنین رفتارهایی نوعی پیام مثبت به بازار تلقی می‌شود که نشان می‌دهد مدیرعامل متعهد به ارزش‌های اخلاقی و اجتماعی شرکت است. به همین دلیل، فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی در سال‌های ابتدایی تصدی، نقش ابزاری برای کسب اعتماد سرمایه‌گذاران ایفا می‌کند. چپو و شارفمن (۲۰۱۶) نیز دریافتند که بی‌توجهی مدیرعامل به مسئولیت‌های اجتماعی می‌تواند خطر برکناری او را افزایش دهد. بر این اساس، مدیران در مراحل اولیه خدمت، تمایل دارند با اجتناب از رفتارهای پرریسک و تقویت عملکرد اجتماعی، احتمال ماندگاری خود را افزایش دهند. این رفتار از دیدگاه نظریه حفظ موقعیت قابل تبیین است، زیرا مدیرعاملان در اوایل خدمت با نااطمینانی شغلی مواجه‌اند و سرمایه‌گذاری در CSR می‌تواند نوعی بیمه اجتماعی در برابر انتقاد و نارضایتی عمومی فراهم کند. از سوی دیگر، مدیران با سابقه و دارای دوره تصدی بالا، به‌ویژه آن‌هایی که به آستانه بازنشستگی نزدیک می‌شوند، نگرش متفاوتی دارند. این گروه معمولاً تمایل دارند دستاوردهای کوتاه‌مدتی خلق کنند که به صورت مستقیم در کارنامه مدیریتی‌شان منعکس شود. از این رو، ممکن است منابع شرکت را از فعالیت‌های بلندمدت نظیر CSR به سمت پروژه‌های سودآور و فوری منتقل کنند تا بازده شخصی و پاداش عملکرد خود را به حداکثر برسانند (پان و همکاران، ۲۰۱۶). یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد

که سرمایه‌گذاری شرکت‌ها در فعالیتهای اجتماعی در مراحل اولیه تصدی مدیرعامل بیشتر است، درحالی که با افزایش سابقه مدیریتی، این میزان کاهش می‌یابد. بر این اساس، استنباط می‌شود که رابطه بین دوره تصدی مدیرعامل و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، یک رابطه خطی ساده نیست، بلکه می‌تواند از الگوی غیرخطی پیروی کند. به عبارت دیگر، در ابتدای تصدی، مدیرعامل برای کسب مشروعیت و شهرت، سطح بالایی از مسئولیت‌پذیری اجتماعی را از خود نشان می‌دهد. اما با گذشت زمان و رسیدن به مرحله اطمینان از موقعیت شغلی، این انگیزه کاهش یافته و در مراحل پایانی تصدی، حتی ممکن است رفتارهای غیرمسئولانه افزایش یابد. در نتیجه، منحنی این رابطه می‌تواند به صورت U معکوس توصیف شود؛ یعنی سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی ابتدا افزایش و سپس کاهش می‌یابد (خان و همکاران، ۲۰۲۰؛ اوه و همکاران، ۲۰۱۴). افزون بر این، برخی نظریه‌های مکمل همچون نظریه نمایندگی، نظریه چرخه عمر شغلی مدیرعامل و نظریه مشروعیت، چارچوب مناسبی برای تبیین این رابطه فراهم می‌کنند. بر اساس نظریه نمایندگی، تضاد منافع میان مدیران و سهامداران موجب می‌شود مدیرعاملان در دوره‌های اولیه خدمت، برای حفظ اعتماد سهامداران به اقدامات اخلاقی و اجتماعی بیشتری دست بزنند. اما با افزایش دوره تصدی و کاهش فشار نظارتی، ممکن است رفتارهای فرصت‌طلبانه و نفع‌جویانه افزایش یابد. نظریه چرخه عمر مدیریتی نیز بیان می‌کند که انگیزه‌های کاری مدیرعامل در مراحل مختلف خدمت تغییر می‌کند؛ از جلب اعتماد و کسب شهرت در آغاز تا تمرکز بر منافع شخصی در پایان. در همین راستا، نظریه مشروعیت نیز تأکید دارد که فعالیتهای CSR ابزاری برای جلب پذیرش اجتماعی و کاهش فشارهای نهادی است و مدیران تازه‌کار برای مشروعیت‌بخشی به نقش خود، بیش از سایرین به آن اتکا می‌کنند. در مجموع، مرور ادبیات نشان می‌دهد که تأثیر دوره تصدی مدیرعامل بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها پیچیده، چندبعدی و وابسته به مرحله شغلی مدیرعامل است. در مراحل ابتدایی، این تأثیر مثبت و تقویت‌کننده است، اما در دوره‌های پایانی، ممکن است منفی شود. از این رو، بسیاری از پژوهش‌ها از وجود رابطه U شکل معکوس بین این دو متغیر حمایت می‌کنند؛ به این معنا که مدیران تازه‌کار برای تثبیت جایگاه خود، سطح بالایی از فعالیتهای اجتماعی را دنبال می‌کنند، اما با گذشت زمان و رسیدن به ثبات شغلی، انگیزه آن‌ها برای ادامه این مسیر کاهش می‌یابد.

تأثیر تعدیلی مالکان نهادی بر رابطه بین دوره تصدی مدیرعامل بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی

نقش مالکان نهادی به عنوان یکی از مهم‌ترین ارکان حاکمیت شرکتی، در سال‌های اخیر توجه ویژه‌ای از سوی پژوهشگران و سیاست‌گذاران بازار سرمایه به خود جلب کرده است. مطالعات متعددی نشان داده‌اند که حضور و تمرکز مالکان نهادی می‌تواند آثار معناداری بر عملکرد مالی، راهبردی و افشای اطلاعات شرکت‌ها بر جای گذارد (لین و فو، ۲۰۱۷؛ چن و همکاران، ۲۰۱۵؛ چن و همکاران، ۲۰۱۶). این پژوهش‌ها بیان می‌کنند که به دلیل سهم قابل‌توجهی که مالکان نهادی در ساختار مالکیت شرکت‌ها دارند، آن‌ها از قدرت و نفوذ کافی برای تأثیرگذاری بر تصمیمات کلیدی مدیران برخوردارند و می‌توانند با نظارت مؤثر، مشکلات ناشی از عدم تقارن اطلاعاتی و هزینه‌های نمایندگی را کاهش دهند. به عبارتی، حضور فعال این گروه از سرمایه‌گذاران موجب می‌شود مدیران در جهت منافع سهامداران و ذی‌نفعان گام بردارند و از رفتارهای فرصت‌طلبانه اجتناب کنند. بر اساس این دیدگاه، مالکان نهادی به واسطه تخصص، دسترسی به اطلاعات و انگیزه‌های نظارتی خود، قادرند در فرآیند انتخاب، ارزیابی و حتی ماندگاری مدیرعامل نقش تعیین‌کننده‌ای ایفا کنند. از آنجاکه ارزیابی عملکرد مدیرعامل از سوی این مالکان با دقت و حساسیت بالایی صورت می‌گیرد، می‌توان انتظار داشت که آنان از مدیران بخواهند افشای اطلاعات مربوط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی و زیست‌محیطی شرکت را

تقویت کنند تا از طریق آن، اعتبار و مشروعیت شرکت در میان سرمایه‌گذاران، نهادهای نظارتی و جامعه افزایش یابد. به بیان دیگر، مالکان نهادی به‌عنوان ناظرانی قدرتمند، می‌توانند جهت‌گیری مدیرعامل را در زمینه رفتارهای اخلاقی، اجتماعی و پایداری سازمانی تحت تأثیر قرار دهند و با نظارت مستمر، او را در مسیر پاسخ‌گویی و شفافیت بیشتر قرار دهند (چن و همکاران، ۲۰۱۶). از منظر نظری، حضور مالکان نهادی می‌تواند رابطه میان دوره تصدی مدیرعامل و میزان تعهد وی به مسئولیت‌پذیری اجتماعی را دچار تغییر سازد. در شرایطی که مالکیت نهادی پایین است، مدیرعامل ممکن است آزادی عمل بیشتری برای اتخاذ تصمیمات فرصت‌طلبانه داشته باشد و در دوره‌های مختلف تصدی، رفتارهای متفاوتی از خود نشان دهد. اما زمانی که تمرکز مالکیت نهادی بالا باشد، فشار نظارتی این مالکان می‌تواند مانع کاهش تعهدات اجتماعی مدیرعامل در طول زمان شود. در چنین وضعیتی، حتی اگر مدیرعامل در دوره‌های پایانی تصدی انگیزه کمتری برای سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های اجتماعی داشته باشد، وجود مالکان نهادی فعال می‌تواند با ایجاد سازوکارهای کنترلی، وی را به حفظ و ارتقای سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت وادار کند. بنابراین، بر پایه شواهد نظری و تجربی، می‌توان نتیجه گرفت که مالکان نهادی با قدرت مالکیتی و ظرفیت نظارتی خود، نقشی تعدیل‌کننده در رابطه بین دوره تصدی مدیرعامل و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها ایفا می‌کنند. بدین معنا که حضور فعال و مؤثر این سرمایه‌گذاران می‌تواند آثار منفی ناشی از طولانی شدن دوره تصدی مدیرعامل بر رفتارهای اجتماعی شرکت را کاهش داده و از افت تعهدات اخلاقی و پاسخ‌گویی سازمان جلوگیری نماید (لین و فو، ۲۰۱۷؛ چن و همکاران، ۲۰۱۵، ۲۰۱۶).

تأثیر تعدیلی مدیران غیرموظف بر رابطه میان دوره تصدی مدیرعامل و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها

از منظر تئوری نمایندگی، حضور مدیران غیرموظف یا غیراجرایی مستقل در هیئت‌مدیره، به‌عنوان ناظران مستقل، نقش مهمی در کاهش تضاد منافع میان سهامداران و مدیران ایفا می‌کند. این مدیران از طریق ایجاد قراردادهای استخدامی مناسب و نظارت مستمر بر رفتار مدیران، می‌توانند مشکلات ناشی از عدم هم‌راستایی منافع میان ذی‌نفعان و مدیران را کاهش دهند (احمدپور و همکاران، ۱۳۸۸). ادبیات حاکمیت شرکتی بر اهمیت نقش مدیران غیرموظف در حل مشکل نمایندگی و تضمین شفافیت و پاسخ‌گویی تأکید زیادی دارد. در دوره‌های اولیه تصدی مدیرعامل، بازار و هیئت‌مدیره اطلاعات کافی درباره قابلیت‌ها و عملکرد مدیر تازه منصوب شده ندارند و ارزیابی توانمندی‌های او با عدم قطعیت همراه است (گیونز و مورفی، ۱۹۹۲). در این شرایط، حضور مدیران غیرموظف اهمیت دوچندانی پیدا می‌کند، زیرا آنان با نظارت و کنترل مستمر عملکرد مدیرعامل، به‌ویژه در زمینه‌های زیست‌محیطی و اجتماعی، می‌توانند از تحقق اهداف شرکت اطمینان حاصل کنند. تحقیقات نشان می‌دهند که هیئت‌مدیره و به‌ویژه مدیران غیرموظف، ابزارهای مؤثری برای کنترل افشای اطلاعات و هدایت رفتار مدیران در جهت مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارند (هرمالین و ازباخ، ۱۹۹۸). با توجه به قدرت تأثیرگذاری مدیران غیرموظف بر فرآیند انتصاب، دوره تصدی و ارزیابی عملکرد مدیرعامل، انتظار می‌رود که آن‌ها بتوانند رابطه بین طول دوره تصدی مدیرعامل و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها را تعدیل کنند. به عبارت دیگر، حضور فعال و نظارت مستمر مدیران غیرموظف می‌تواند اثرات منفی احتمالی دوره‌های طولانی تصدی مدیرعامل بر سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های اجتماعی و محیط‌زیستی را کاهش داده و سطح تعهد مدیرعامل به مسئولیت‌پذیری اجتماعی را افزایش دهد. این نقش تعدیلی آن‌ها به‌ویژه زمانی اهمیت می‌یابد که مدیرعامل تازه‌کار یا کم‌تجربه باشد و نیاز به حمایت و راهنمایی مستقل برای نشان دادن عملکرد مسئولانه و شفاف در برابر ذی‌نفعان داشته باشد.

بر اساس مطالب ارائه شده، فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر ارائه می‌شوند:

فرضیه ۱ الف. دوره تصدی مدیرعامل با افزایش طول خدمت، فشار و انگیزه لازم برای افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی و زیست محیطی شرکت‌ها را کاهش می‌دهد و بنابراین تأثیر منفی و معناداری بر میزان این افشا دارد.

فرضیه ۱ ب. رابطه بین دوره تصدی مدیرعامل و افشای مسئولیت اجتماعی ممکن است غیرخطی باشد؛ به طوری که مدیران تازه کار با افشای بالاتر در ابتدای دوره، تلاش می‌کنند اعتبار و اعتماد کسب کنند، اما با گذر زمان و رسیدن به ثبات شغلی، این رابطه کاهش یافته و در نهایت شکل U معکوس را به خود می‌گیرد.

فرضیه ۲. مالکیت نهادی به عنوان بازوی نظارتی قوی، می‌تواند اثر منفی دوره تصدی مدیرعامل بر افشای مسئولیت اجتماعی را تعدیل کند؛ به این معنا که حضور سرمایه‌گذاران نهادی، مدیران را به شفافیت و افشای بیشتر اطلاعات اجتماعی و زیست محیطی تشویق می‌کند.

فرضیه ۳. حضور مدیران مستقل در هیئت مدیره نقش تعدیلی دارد و می‌تواند اثر منفی دوره تصدی مدیرعامل بر افشای مسئولیت اجتماعی را کاهش دهد، زیرا مدیران مستقل با نظارت و کنترل خود، رفتار مدیرعامل را در راستای منافع اجتماعی و شفافیت اطلاعات هدایت می‌کنند.

پیشینه خارجی

مطالعات اخیر نشان می‌دهد که قراردادهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و دوره تصدی مدیرعامل نقش مهمی در عملکرد اجتماعی و مالی شرکت‌ها دارند و این اثرات تحت تأثیر مالکیت نهادی و ترکیب هیئت مدیره تقویت یا تعدیل می‌شوند. هو و همکاران (۲۰۲۵) به بررسی رابطه بین ثبات تیم مدیریت ارشد، مسئولیت اجتماعی شرکت و سرعت بین‌المللی شدن شرکت‌ها می‌پردازند. با استفاده از داده‌های تجربی، این پژوهش نشان می‌دهد چگونه مدت زمان حضور و تداوم اعضای تیم مدیریت ارشد بر تعهد شرکت‌ها به مسئولیت اجتماعی تأثیر می‌گذارد و به تبع آن، سرعت گسترش شرکت‌ها در بازارهای بین‌المللی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. نتایج نشان می‌دهد که ثبات بالاتر تیم مدیریت ارشد تأثیر مثبت بر مشارکت در مسئولیت اجتماعی دارد و به طور غیرمستقیم فرآیند بین‌المللی شدن شرکت را تسریع می‌کند. این مطالعه با تأکید بر نقش میانجی مسئولیت اجتماعی، به ادبیات مدیریت استراتژیک کمک می‌کند. کین و یانگ (۲۰۲۲) در پژوهشی به بررسی قرارداد مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی و جابجایی مدیرعامل ناشی از عملکرد پرداختند و نشان دادند که مالکیت نهادی غیرگذرا و حمایت از آرای سهامداران پس از اجرای قرارداد مسئولیت‌پذیری اجتماعی افزایش می‌یابد. این یافته‌ها تأکید می‌کند که قراردادهای مسئولیت اجتماعی می‌توانند به عنوان ابزاری برای سیگنال‌دهی استراتژی‌های بلندمدت شرکت عمل کرده، سرمایه‌گذاران با بازده اجتماعی مطلوب را جذب کرده و اعتماد میان شرکت و سرمایه‌گذاران را تقویت نمایند؛ در نتیجه اهمیت کوتاه‌مدت مالی در تصمیمات برکناری مدیرعامل کاهش می‌یابد.

طریقی و همکاران (۲۰۲۲) رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی و ریسک ورشکستگی مالی را با تأکید بر نقش تعدیلی مالکیت نهادی بررسی کردند. یافته‌ها نشان داد شرکت‌هایی که سطح بالایی از افشای مسئولیت اجتماعی دارند، به تنهایی نمی‌توانند اعتبار و دسترسی به منابع مالی را بهبود دهند و ممکن است با ریسک ورشکستگی بیشتری مواجه شوند. حضور سهامداران نهادی با افق بلندمدت، مدیران را به ارائه افشای داوطلبانه مسئولیت اجتماعی تشویق کرده و ریسک ورشکستگی را کاهش می‌دهد، زیرا آن‌ها اهداف بلندمدت مرتبط با مسئولیت اجتماعی را دنبال می‌کنند.

خان و همکاران (۲۰۲۱) تأثیر دوره تصدی مدیرعامل بر افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها را بررسی کردند و دریافتند که دوره تصدی طولانی‌تر مدیرعامل اثر منفی و معناداری بر افشای مسئولیت اجتماعی دارد و افشای مسئولیت اجتماعی در دوره‌های اولیه خدمت مدیرعامل‌ها نسبت به دوره‌های بعدی بیشتر است. تران و آدوماو (۲۰۲۱) نیز نشان دادند که سرمایه اجتماعی مدیرعامل رابطه مثبت و معناداری با عملکرد اجتماعی شرکت دارد، اما دوره تصدی مدیرعامل این رابطه را تضعیف می‌کند، در حالی که سهامداران نهادی آن را تقویت می‌کنند.

چن و همکاران (۲۰۱۹) دریافتند که عملکرد مسئولیت اجتماعی در دوره اولیه تصدی مدیران اجرایی بالاتر است و این رابطه زمانی قوی‌تر است که تعداد اعضای هیئت‌مدیره مستقل بیشتر و دوره کاری مدیرعامل طولانی‌تر باشد. چوی و همکاران (۲۰۱۹) نشان دادند که عملکرد اجتماعی در دوره‌های پایانی تصدی کاهش می‌یابد، اما حاکمیت شرکتی مناسب می‌تواند اثرات منفی این کاهش را کاهش دهد.

چن و تسانگ (۲۰۱۶) بررسی کردند که دوره تصدی مدیرعامل چگونه با گزارش‌دهی مسئولیت اجتماعی شرکت ارتباط دارد و دریافتند که رابطه منفی بین دوره تصدی و گزارش‌دهی مسئولیت اجتماعی وجود دارد و این رابطه در شرکت‌هایی با واسطه‌های اطلاعاتی قوی، مالکیت نهادی بالاتر و پوشش رسانه‌ای گسترده‌تر برجسته‌تر است. پا و همکاران (۲۰۱۶) نیز نشان دادند که دوره تصدی رو به افزایش مدیرعامل، احتمال برآورده شدن یا غلبه بر انتظارات بازار سهام را افزایش می‌دهد.

علی و ژانگ (۲۰۱۵) بیان کردند که مدیرعامل با دوره تصدی کوتاه‌تر نگرانی بیشتری نسبت به دستکاری سود و روش‌های افشای مالی دارد. چن و همکاران (۲۰۱۶) نیز در مطالعه‌ای تحت عنوان مسئولیت‌پذیری اجتماعی و شفافیت اطلاعاتی نشان دادند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی تعهد مدیران به افزایش شفافیت اطلاعاتی را تقویت کرده و در نهایت منجر به شفافیت بیشتر گزارش‌های مالی می‌شود. این مطالعات جمعی نشان می‌دهد که ترکیب مالکیت نهادی، دوره تصدی مدیرعامل و نقش هیئت‌مدیره مستقل می‌تواند اثر قابل توجهی بر عملکرد اجتماعی و افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها داشته باشد.

پیشینه داخلی

مطالعات داخلی اخیر نشان می‌دهد که قدرت مدیرعامل، ترکیب هیئت‌مدیره، پیشینه مالی مدیران و حضور زنان در هیئت‌مدیره می‌تواند اثر قابل توجهی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی و افشای اطلاعات اجتماعی شرکت‌ها داشته باشند. انور سعد و همکاران (۱۴۰۵) پژوهشی با هدف بررسی تأثیر مالکیت متقابل نهادی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و رقابت در صنعت و نقش میانجی رقابت در این رابطه انجام دادند. نتایج نشان داد که مالکیت متقابل نهادی تأثیر مثبت و معناداری بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارد. مشخص شد که مالکیت متقابل نهادی به تقویت رقابت در صنعت کمک می‌کند؛ علاوه بر این، رقابت در صنعت نقش میانجی مؤثری بین مالکیت متقابل نهادی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی ایفا می‌کند؛ به‌طوری‌که افزایش رقابت به تشویق شرکت‌ها برای تعهد بیشتر به مسئولیت‌های اجتماعی منجر می‌شود. پژوهش حاضر شواهدی جدید و کاربردی در حوزه حاکمیت شرکت و رقابت در بازار ارائه می‌دهد که می‌تواند به تصمیم‌گیری‌های راهبردی بهتر در مدیریت کمک کند. یزدی و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی به بررسی نقش نفوذ ذی‌نفعان بر رابطه بین قدرت مدیرعامل و مسئولیت اجتماعی شرکت پرداختند و دریافتند که بین قدرت مدیرعامل و مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه مثبت و معنادار وجود دارد و نفوذ ذی‌نفعان این رابطه را تشدید می‌کند. بشیری‌منش و

همکاران (۱۴۰۱) نشان دادند که حضور زنان در هیئت‌مدیره تأثیر مستقیم و معناداری بر ایفای مسئولیت اجتماعی داخلی و خارجی شرکت‌ها و میزان افشای عملکرد اجتماعی دارد و بدین ترتیب، حضور زنان به عنوان یکی از سازوکارهای حاکمیت شرکتی موجب افزایش ایفای مسئولیت اجتماعی و بهبود شفافیت اطلاعات می‌شود.

مرانی و همکاران (۱۴۰۰) تأثیر قدرت مدیرعامل، ارتباطات سیاسی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر حساسیت سرمایه‌گذاری به وجه نقد در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس تهران را بررسی کردند و دریافتند که قدرت مدیرعامل، معیارهای ارتباطات سیاسی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی همگی تأثیر منفی و معناداری بر حساسیت سرمایه‌گذاری به وجه نقد دارند. رهنمای رودپشتی و زندی (۱۴۰۰) در تحقیقی به رابطه بین انگیزه‌های ریسک‌پذیری و فعالیت‌های اجتماعی غیرمستولانه پرداختند و دریافتند که انگیزه‌های ریسک‌پذیری با فعالیت‌های اجتماعی غیرمستولانه رابطه مثبت دارند و فعالیت‌های اجتماعی مستولانه به عنوان واسطه عمل می‌کنند. نتایج نشان داد که مشوق‌ها و سیاست‌های ریسک‌پذیری مدیرعامل در تعیین رفتارهای اجتماعی شرکت نقش مهمی دارند.

صومعه‌سرای و سرخی (۱۴۰۰) در پژوهشی تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی و اعتماد بیش از حد بر ریسک سقوط قیمت سهام را بررسی کردند و دریافتند که بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و قیمت سهام رابطه مثبت وجود دارد و بازده سهام می‌تواند نقش واسطه‌ای این اثر را ایفا کند.

حسن‌بگلو (۱۳۹۹) به بررسی تأثیر دوره تصدی مدیرعامل بر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی با تأکید بر نوع حسابرس پرداخت و نشان داد که دوره تصدی مدیرعامل بر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی اثر قابل توجهی دارد و اندازه حسابرس این تأثیر را تقویت می‌کند.

برندک و حبیب‌آبادی (۱۳۹۸) رابطه عملکرد هیئت‌مدیره و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و نقش تعدیل‌کننده دانش مالی مدیرعامل را بررسی کردند و نشان دادند که عملکرد هیئت‌مدیره با عملکرد مسئولیت اجتماعی رابطه معنادار دارد و پیشینه مالی مدیرعامل این رابطه را تعدیل می‌کند. همچنین برندک و حبیبی‌منصورآبادی (۱۳۹۸) نشان دادند که کارایی هیئت‌مدیره رابطه مستقیم و معناداری با عملکرد مسئولیت اجتماعی دارد و هرچه هیئت‌مدیره کارایی بیشتری داشته باشد، شرکت‌ها نیز عملکرد مسئولیت اجتماعی بهتری نشان می‌دهند و پیشینه مالی مدیرعامل نقش تعدیل‌کننده این رابطه را ایفا می‌کند.

دیواندری (۱۳۹۶) رابطه بین قدرت مدیران اجرایی و ارزش شرکت را بررسی کرد و دریافت که بین دوگانگی مدیرعامل و مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد و همچنین، بین دوگانگی مدیرعامل، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش شرکت رابطه معناداری مشاهده شد، اما بین مدت تصدی با مسئولیت و ارزش شرکت رابطه معناداری وجود نداشت.

این مجموعه مطالعات داخلی نشان می‌دهد که عوامل مدیریتی و ساختارهای حاکمیت شرکتی، از جمله قدرت و پیشینه مدیرعامل، ترکیب هیئت‌مدیره و حضور زنان، نقش مهمی در تقویت مسئولیت‌پذیری اجتماعی و شفافیت اطلاعات شرکت‌ها ایفا می‌کنند.

۳. روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق از لحاظ طبقه‌بندی تحقیق بر مبنای هدف، از نوع کاربردی است. همچنین، تحقیق حاضر از لحاظ طبقه‌بندی بر حسب روش گردآوری داده‌ها، از نوع توصیفی است. از میان انواع تحقیق‌های توصیفی، از نوع همبستگی بوده و در

آن از تحقیق رگرسیون چندمتغیره استفاده شده است. بنابراین، روش رگرسیون چند متغیره برای آزمون فرضیه‌ها با رویکردی پس رویدادی (از طریق اطلاعات گذشته) بکار گرفته شده است. در این پژوهش در راستای آزمون فرضیه‌های پژوهش، ابتدا با استفاده از روش کتابخانه‌ای ضمن مطالعه ادبیات موضوع و جستجو در نتایج پژوهش‌های قبلی و مطالعه کتب، نشریات، مجلات و پایگاه‌های الکترونیکی معتبر در این حوزه، عوامل و اجزای اطلاعاتی مورد نیاز بدست آمده و آمار و اطلاعات مورد نیاز جهت آزمون فرضیه‌های این پژوهش، با مطالعه صورت‌های مالی، گزارش حسابرسی شرکت‌ها، یادداشت‌های پیوست و گزارش فعالیت هیئت‌مدیره به مجمع صاحبان سهام و همچنین با استفاده از نرم‌افزار رهاورد نوین جمع‌آوری شده است. این اطلاعات در نرم‌افزار اکسل ۲۰۱۹ دسته‌بندی و از طریق نرم‌افزار ایویوز نسخه ۱۲ آزمون شدند. داده‌های پژوهش، از طریق تحلیل داده‌های ترکیبی و روش رگرسیون چندمتغیره تجزیه و تحلیل شده است.

جامعه و نمونه آماری

در این پژوهش، برای اینکه نمونه تحقیق یک نماینده مناسب از جامعه آماری باشد ابتدا از روش غربالگری (حذفی) استفاده گردیده است. لذا، به منظور دستیابی به نمونه‌ای همگن و قابل دستیابی، از شرکت‌هایی با معیارها و ویژگی‌های زیر استفاده شده است، در صورتی که هریک از شرکت‌ها، کلیه معیارها را احراز کرده باشد، به عنوان یک نمونه انتخاب شده است:

- نماد معاملاتی شرکت‌ها در دوره مورد مطالعه، فعال بوده باشد. به عبارت دیگر، از ابتدای سال ۱۳۹۴ تا پایان سال ۱۴۰۳، سهام آن در بورس اوراق بهادار تهران به صورت فعال معامله شده باشد.
- اطلاعات مالی شرکت‌ها در دوره مورد مطالعه در دسترس باشد.
- به منظور قابل مقایسه بودن اطلاعات، دوره مالی آنها منتهی به پایان اسفندماه باشد و در دوره مورد مطالعه تغییر سال مالی نداده باشند.
- سهام آنها در دوره مورد بررسی توقف معاملاتی غیر قابل توجیهی (بیش از ۳ ماه) نداشته باشد.
- موضوع فعالیت شرکت در طول دوره مورد بررسی تغییر نکرده باشد.
- جزو شرکت‌های واسطه‌گری مالی (به عنوان مثال بانک‌ها، شرکت‌های بیمه، شرکت‌های سرمایه‌گذاری، شرکت‌های لیزینگ و هلدینگ‌ها) نباشند.

جدول (۱). روند انتخاب نمونه آماری

تعداد	شرح
۳۷۰	تعداد کل شرکت‌های موجود در جامعه آماری تحقیق
(۲۵)	شرکت‌هایی که در دوره مورد رسیدگی دوره مالی خود را تغییر داده‌اند یا وقفه معاملاتی داشته‌اند
(۶۳)	شرکت‌هایی که جزوه بانکها و موسسات اعتباری، واسطه‌گری، بیمه، لیزینگ و هلدینگ بوده‌اند.
(۲۱)	شرکت‌هایی که مجموعه کامل صورت‌های مالی آنها در دسترس نیست.
(۳۲)	شرکت‌هایی که سال مالی آنها منتهی به ۲۹ اسفند نمی‌باشد.
(۶۶)	شرکت‌های پذیرفته شده در بورس بعد از سال ۱۳۹۴
۱۶۳	جمع شرکت‌های حاضر در نمونه

مدل ها و متغیرهای پژوهش

مدل اول پژوهش

برای بررسی فرضیه اول پژوهش مبنی بر ارتباط دوره تصدی مدیر عامل و افشای مسئولیت پذیری اجتماعی، از مدل معرفی شده توسط (خان و همکاران، ۲۰۲۱) طبق مدل (۱) استفاده شده است. در این مدل تأثیر خطی دوره تصدی مدیر عامل ($C_TNUR_{i,t-1}$) به عنوان یک متغیر مستقل بر افشای مسئولیت پذیری اجتماعی ($CS\&ED\ Index_{i,t}$) بررسی می شود.

$$\begin{aligned} CS\&ED\ Index_{i,t} = & \alpha_0 + \beta_1 C_TNUR_{i,t-1} \\ & + \beta_2 CEO_Level_Controls_{i,t-1} \\ & + \beta_3 Firm_Level_Controls_{i,t-1} + \mu_{i,t} \end{aligned} \quad \text{مدل (۱)}$$

مدل دوم پژوهش

برای بررسی فرضیه دوم پژوهش مبنی بر ارتباط غیرخطی دوره تصدی مدیر عامل و افشای مسئولیت پذیری اجتماعی، از مدل معرفی شده توسط (خان و همکاران، ۲۰۲۱) طبق مدل (۲) استفاده شده است. در این مدل تأثیر غیرخطی دوره تصدی مدیر عامل ($C_TNUR^2_{i,t-1}$) به عنوان یک متغیر مستقل بر افشای مسئولیت پذیری اجتماعی ($CS\&ED\ Index_{i,t}$) بررسی می شود.

$$\begin{aligned} CS\&ED\ Index_{i,t} = & \alpha_0 + \beta_1 C_TNUR_{i,t-1} \\ & + \beta_2 C_TNUR^2_{i,t-1} \\ & + \beta_3 CEO_Level_Controls_{i,t-1} \\ & + \beta_4 Firm_Level_Controls_{i,t-1} + \mu_{i,t} \end{aligned} \quad \text{مدل (۲)}$$

مدل سوم پژوهش

برای بررسی فرضیه سوم پژوهش مبنی بر تأثیر مالکیت نهادی بر رابطه بین دوره تصدی مدیر عامل و افشای مسئولیت پذیری اجتماعی، از مدل معرفی شده توسط (خان و همکاران، ۲۰۲۱) طبق مدل (۳) استفاده شده است. در این مدل تأثیر خطی و تعدیلی مالکیت نهادی ($Info_Intrmd_{i,t-1}$) بر دوره تصدی مدیر عامل ($C_TNUR_{i,t-1}$) به عنوان یک متغیر مستقل بر افشای مسئولیت پذیری اجتماعی ($CS\&ED\ Index_{i,t}$) بررسی می شود.

$$\begin{aligned} CS\&ED\ Index_{i,t} = & \alpha_0 + \beta_1 C_TNUR * Info_Intrmd_{i,t-1} \\ & + \beta_2 CEO_Level_Controls_{i,t-1} \\ & + \beta_3 Firm_Level_Controls_{i,t-1} + \mu_{i,t} \end{aligned} \quad \text{مدل (۳)}$$

مدل چهارم پژوهش

برای بررسی فرضیه چهارم پژوهش مبنی بر تأثیر حضور مدیران مستقل بر رابطه بین دوره تصدی مدیر عامل و افشای مسئولیت پذیری اجتماعی، از مدل معرفی شده توسط (خان و همکاران، ۲۰۲۱) طبق مدل (۴) استفاده شده است. در این مدل تأثیر خطی و تعدیلی حضور مدیران مستقل ($P_INDB_{i,t-1}$) بر دوره تصدی مدیر عامل ($C_TNUR_{i,t-1}$) به عنوان یک متغیر مستقل بر افشای مسئولیت پذیری اجتماعی ($CS\&ED\ Index_{i,t}$) بررسی می شود.

$$\begin{aligned} \text{CS\&ED Index}_{i,t} = & \alpha_0 + \beta_1 \text{C_TNUR} * \text{P_INDB}_{i,t-1} \\ & + \beta_2 \text{CEO Level_Controls}_{i,t-1} \\ & + \beta_3 \text{Firm Level_Controls}_{i,t-1} + \mu_{i,t} \end{aligned} \quad \text{مدل (۴)}$$

نحوه اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش متغیر وابسته:

مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت (CS&ED Index_{i,t}): عملکرد مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت در پژوهش حاضر به تبعیت از پژوهش گلدن، (کولبک و رضایی، ۲۰۲۰) از طریق شاخص KLD یا همان مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی که در پژوهش (القول و همکاران، ۲۰۱۱) معرفی شده است، اندازه‌گیری می‌شود. مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی یا شاخص KLD دارای چهار بُعد است و با تفاضل نقاط قوت از نقاط ضعف مربوط، نمره آن محاسبه می‌شود. شایان ذکر است که در صورت وجود هر نقطه ضعف یا قوت مربوط، عدد یک و در صورت نبود آنها، عدد صفر در نظر گرفته شده است. اطلاعات مربوط به بازخوانی یادداشت‌های پیوست و گزارش هیئت مدیره شرکت‌ها گردآوری و برای معرفی هر یک از ابعاد، با توجه به ماهیت افشاگری در ایران، از شاخص‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی و همچنین، از گواهینامه‌های ISO9001 سیستم مدیریت کیفیت ISO14001 و همچنین، مدیریت زیست‌محیطی OHSAS 18001 و استاندارد ایمنی و بهداشت استفاده می‌شود. به عبارت دیگر، داشتن هر یک از این گواهینامه‌ها (که از طریق مطالعه گزارش‌های شرکت یا تارنمای رسمی آن به دست می‌آید) عدد ۱ را به خود در بخش مربوط اختصاص می‌دهد؛ بنابراین، تنها از الگوی ذکر شده استفاده نمی‌شود و معیارها مطابق با استاندارد ایران تعدیل شده است که به صورت رابطه (۱) بیان می‌شود:

$$\text{CSR-s} = \text{CSR-COM-S} + \text{CSR-EMP-S} + \text{CSR-ENV-S} + \text{CSR-PRO-S} \quad \text{رابطه (۱)}$$

که در این رابطه:

CSR-s: نمره مسئولیت‌پذیری اجتماعی

CSR-COM-S: نمره افشای مشارکت اجتماعی که از تفاضل نقاط قوت و نقاط ضعف خاص خود به صورت رابطه (۲) محاسبه می‌شود:

$$\text{CSR-COM-S} = (\sum \text{Strengths} - \sum \text{Concerns}) / \sum \text{Strengths} \quad \text{رابطه (۲)}$$

CSR-EMP-S: نمره افشای روابط کارکنان؛

CSR-ENV-S: نمره افشای محیط زیست و

CSR-PRO-S: نمره افشای ویژگی محصولات.

متغیرهای مستقل:

دوره تصدی مدیر عامل (C TNUR_{i,t-1}): برابر است با سال‌های دوره تصدی مدیرعامل در سال t-1 (خان و همکاران، ۲۰۲۱؛ احمدپور و همکاران، ۱۳۹۴).

مربع دوره تصدی مدیر عامل ($C\ TNUR^2_{i,t-1}$): برابر است با مربع سال‌های دوره تصدی مدیر عامل در سال $t-1$ (خان و همکاران، ۲۰۲۱؛ احمدپور و همکاران، ۱۳۹۴). لازم به ذکر است که جهت برآورد تأثیر غیرخطی دوره تصدی مدیر عامل از توان دوم دوره تصدی مدیر عامل در سال $t-1$ استفاده می‌شود.

متغیرهای تعدیلی:

مالکیت نهادی ($Info\ Intrmd_{i,t-1}$): نشان‌دهنده درصد مالکیت سرمایه‌گذاران نهادی در سال $t-1$ می‌باشد که برابر است با درصد سهام متعلق به بانک‌ها، بیمه‌ها، نهادهای مالی، شرکت‌های هلدینگ، سازمان‌ها، نهادها و شرکت‌های دولتی.

حضور مدیران مستقل ($P_INDB_{i,t-1}$): برابر است با درصد تعداد اعضای هیئت‌مدیره مستقل به کل تعداد اعضای هیئت‌مدیره.

متغیرهای کنترلی

جنسیت مدیر عامل: یک متغیر مجازی بدین صورت که اگر مدیر عامل مرد باشد عدد یک و اگر زن باشد عدد صفر به آن تعلق می‌گیرد. یافته‌های عبدی و همکاران (۱۳۹۸) نشان می‌دهد که تنوع جنسیتی مدیران، تأثیر مثبت و معناداری بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها دارد.

دوگانگی وظیفه مدیر عامل: اگر مدیر عامل، رئیس یا نایب رئیس هیئت‌مدیره نیز باشد به این وضعیت دوگانگی وظیفه مدیر عامل اطلاق می‌شود. در صورتی که در شرکتی مدیر عامل، رئیس یا نایب رئیس هیات مدیره نیز باشد، از متغیر موهومی یک و چنانچه مدیر عامل رئیس یا نایب رئیس هیئت‌مدیره نباشد متغیر موهومی صفر می‌پذیرد. یافته‌های احمد و همکاران نشان می‌دهد که دوگانگی وظیفه مدیر عامل منجر به کاهش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها می‌شود.

اندازه هیئت‌مدیره: برابر است با لگاریتم طبیعی تعداد اعضای هیئت‌مدیره. یافته‌های عبدالله و همکاران (۲۰۱۹) نشان می‌دهد که اندازه هیئت مدیره بالاتر، می‌تواند به تقویت مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها کمک کند.

رشد فروش: برابر است با تفاضل فروش دوره فعلی و فروش دوره گذشته، تقسیم بر دوره گذشته. یافته‌ها ابومنساح (۲۰۱۶) نشان می‌دهد که رابطه مستقیمی بین رشد فروش شرکت‌ها و مسئولیت‌پذیری اجتماعی آن‌ها وجود دارد.

اهرم مالی: برابر است با تقسیم کل بدهی‌ها به کل دارایی‌های شرکت. فیتزی و مواندر (۲۰۱۸) نشان دادند که شرکت‌های دارای اهرم مالی بالاتر، کمتر در فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت می‌کنند.

۴. یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی

آمار توصیفی متغیرهای پژوهش در جدول ۲ ارائه شده است. میانگین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها برابر با ۰٫۹۳۳ است که نشان‌دهنده ضعف نسبی در اجرا و افشای این مسئولیت‌ها است، هرچند با توجه به غیررایج بودن افشای اطلاعات پایداری شرکتی در ایران، این وضعیت قابل انتظار است. میانگین دوره تصدی مدیر عامل ۳٫۷۳۹ سال است که نشان‌دهنده طولانی بودن دوره تصدی و احتمال تأثیر منفی آن بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌باشد. میانگین مالکیت نهادی ۰٫۳۵۹ و درصد مدیران مستقل ۰٫۶۰۶ است که حضور مدیران مستقل می‌تواند اثر مثبتی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی داشته باشد. میانگین اندازه هیئت مدیره ۵٫۰۶۰، رشد فروش ۰٫۲۶۳ و اهرم مالی ۰٫۵۶۹ می‌باشد. در بخش متغیرهای ساختگی، تنها ۷ درصد شرکت‌ها مدیر زن در هیئت مدیره دارند و ۲۹ درصد مدیران عامل دارای دوگانگی نقش (رئیس یا نایب رئیس هیئت مدیره) هستند.

جدول (۲). آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	اختصار	میانگین	میانه	حداکثر	حداقل	انحراف معیار	مشاهدات
مسئولیت پذیری اجتماعی	<i>CS&ED Index</i>	۰/۹۳۳	۰/۹۳۷	۰/۹۶۴	۰/۷۵۰	۰/۰۲۱	۱۶۳۰
دوره تصدی مدیرعامل	<i>Tenure</i>	۳/۷۳۹	۳/۰۰۰	۲۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	۳/۳۶۰	۱۶۳۰
مالکیت نهادی	<i>Infointrmd</i>	۰/۳۵۹	۰/۲۹۳	۰/۹۸۹	۰/۰۰۰	۰/۳۰۷	۱۶۳۰
مدیران مستقل	<i>PINDB</i>	۰/۶۰۶	۰/۶۰۰	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۲۲۴	۱۶۳۰
اندازه هیئت مدیره	<i>Bsize</i>	۵/۰۶۰	۵/۰۰۰	۷/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۴۳۳	۱۶۳۰
رشد فروش	<i>SG</i>	۰/۲۶۳	۰/۱۹۳	۴/۶۵۱	-۰/۹۳۱	۰/۴۷۰	۱۶۳۰
اهرم مالی	<i>Lev</i>	۰/۵۶۹	۰/۵۸۱	۱/۳۶۷	۰/۰۱۲	۰/۲۱۲	۱۶۳۰
متغیر	اختصار	حداقل	حداکثر	درصد فراوانی حداقل	درصد فراوانی حداکثر		
جنسیت مدیر	<i>Gender</i>	۰	۱	۰/۰۷۵	۰/۹۲۵		
دوگانگی مدیرعامل	<i>Dual</i>	۰	۱	۰/۲۸۹	۰/۷۱۰		

همبستگی بین متغیرها

ضریب همبستگی ابزاری برای تعیین و نوع رابطه بین متغیرهای پژوهش است. جدول (۳) ضریب همبستگی بین متغیرهای پژوهش را نشان می دهد. اعداد برجسته نشان دهنده معناداری ضریب همبستگی بین متغیرها در سطح ۵ درصد است.

جدول (۳). همبستگی متغیرهای پژوهش

متغیرها	<i>CS&ED Index</i>	<i>Tenure</i>	<i>Infointrmd</i>	<i>PINDB</i>	<i>Bsize</i>	<i>SG</i>	<i>Lev</i>
<i>CS&ED Index</i>	۱						
<i>Tenure</i>	۰/۰۳۱	۱					
<i>Infointrmd</i>	-۰/۰۳۴	-۰/۰۴۰	۱				
<i>PINDB</i>	-۰/۰۶۸	۰/۰۳۹	-۰/۰۳۱	۱			
<i>Bsize</i>	-۰/۰۳۴	-۰/۰۰۶	-۰/۰۱۰	۰/۰۵۴	۱		
<i>SG</i>	۰/۰۵۰	-۰/۰۴۰	-۰/۰۴۶	۰/۰۱۱	-۰/۰۳۴	۱	
<i>Lev</i>	-۰/۰۰۹	-۰/۰۶۸	-۰/۰۳۵	-۰/۰۸۵	۰/۰۹۳	-۰/۰۱۰	۱

آمار استنباطی

آزمون مانایی متغیرهای پژوهش

جدول (۴) نتایج این آزمون را نشان می‌دهد. همان طور که مشاهده می‌شود، در کلیه متغیرهای پژوهش، سطح معناداری در آزمون ریشه واحد، کوچکتر از ۰/۰۵ به دست آمده که نشان می‌دهد متغیرها پایا هستند و استفاده از این متغیرها در مدل‌ها باعث به وجود آمدن رگرسیون کاذب نمی‌شود.

جدول (۴). نتایج آزمون لوین، لین و چو برای متغیرهای پژوهش

متغیر	نماد	آماره	سطح معناداری
مسئولیت پذیری اجتماعی	<i>CS&ED Index</i>	-۱۰۰/۱۲۲	۰/۰۰۰
دوره تصدی مدیرعامل	<i>Tenure</i>	-۴/۶۲۳	۰/۰۰۰
مالکیت نهادی	<i>Infaintrmd</i>	-۴۳۹/۶۴۰	۰/۰۰۰
مدیران مستقل	<i>PINDB</i>	-۱۳/۰۸۶	۰/۰۰۰
اندازه هیئت مدیره	<i>Bsize</i>	-۲/۸۰۶	۰/۰۰۲
رشد فروش	<i>SG</i>	-۲۲/۹۹۱	۰/۰۰۰
اهرم مالی	<i>Lev</i>	-۱۲/۵۹۲	۰/۰۰۰

آزمون هم خطی متغیرهای مدل رگرسیونی

بر اساس نتایج این آزمون که در جدول (۵) آمده است، عامل تورم واریانس برای متغیرهای بکار گرفته شده در مدل‌های پژوهش کمتر از ۵ می‌باشد. بنابراین، بین متغیرهای توضیحی، هم خطی شدیدی وجود ندارد.

جدول (۵). آزمون هم خطی

متغیر	اختصار	مدل اول	مدل دوم	مدل سوم	مدل چهارم
دوره تصدی مدیرعامل	<i>Tenure</i>	۱/۰۰۷	-	-	-
مربع دوره تصدی مدیرعامل	<i>Tenure²</i>	-	۱/۰۱۰	-	-
تعامل دوره تصدی مدیر و مالکان نهادی	<i>Tenure*Infaintrmd</i>	-	-	۱/۰۳۰	-
تعامل دوره تصدی مدیر و مدیران غیرموظف	<i>Tenure*PINDB</i>	-	-	-	۱/۰۱۶
جنسیت مدیر	<i>Gender</i>	۱/۰۰۱	۱/۰۰۲	۱/۰۰۳	۱/۰۰۱
دوگانگی مدیرعامل	<i>Dual</i>	۱/۰۱۸	۱/۰۱۸	۱/۰۴۴	۱/۰۱۹
اندازه هیئت مدیره	<i>Bsize</i>	۱/۰۱۰	۱/۰۱۱	۰/۱۰۱۰	۱/۰۱۰
رشد فروش	<i>SG</i>	۱/۰۱۶	۱/۰۱۶	۱/۰۱۷	۱/۰۱۵
اهرم مالی	<i>Lev</i>	۱/۰۴۵	۱/۰۴۶	۱/۰۴۱	۱/۰۵۳

آزمون ناهمسانی جملات خطا

به منظور بررسی ناهمسانی واریانس باقیمانده‌های مدل‌های پژوهش، از آزمون وایت استفاده شده است که نتایج آن در جدول (۶) ارائه شده است. نتایج آزمون وایت برای بررسی فرض همسانی واریانس در اجرای اخلاقی مدل‌های پژوهش حاکی از وجود ناهمسانی واریانس است. بنابراین، با توجه به سطح معناداری کمتر از (۰/۰۵) در مدل‌ها، جملات خطا دارای ناهمسانی واریانس است که برای رفع آن از تصحیح وایت استفاده شده است.

جدول (۶). واریانس ناهمسانی

آزمون	مقدار آماره	سطح معناداری	نتیجه آزمون
مدل اول	۲/۲۲۶	۰/۰۰۰	وجود ناهمسانی واریانس
مدل دوم	۲/۱۱۴	۰/۰۰۱	وجود ناهمسانی واریانس
مدل سوم	۲/۰۱۰	۰/۰۰۲	وجود ناهمسانی واریانس
مدل چهارم	۲/۱۹۳	۰/۰۰۰	وجود ناهمسانی واریانس

آزمون خودهمبستگی جملات خطا

به منظور آزمون خودهمبستگی بین اجزای خطای مدل‌های پژوهش، از آماره دوربین - واتسون استفاده شد که نتایج آن در جدول (۸) تا (۱۱) آمده است. در ساختار داده‌های پانل روش مرسوم برای بررسی وجود یا عدم وجود خود همبستگی بین مقادیر خطا آزمون دوربین - واتسون است. نتایج این آزمون، همزمان با جدول تخمین مدل‌ها ارائه می‌شود و چنانچه مقدار آماره دوربین - واتسون به عدد ۲ نزدیک باشد (بین ۱/۵ تا ۲/۵)، نشان‌دهنده عدم وجود خودهمبستگی بین مقادیر خطا است (بنی‌مهد و همکاران، ۱۳۹۵). از آن‌جا که آماره دوربین - واتسون در مدل‌های پژوهش بین ۱/۵ تا ۲/۵ است پس مشکل خودهمبستگی وجود ندارد.

انتخاب نوع الگوی برآورد

با توجه به نتایج به دست آمده که در جدول (۷) ارائه شده است، سطح معناداری در مدل‌های پژوهش و سطح معناداری برای F لیمر، عدد (۰/۰۰۰) است که این مقدار، بیانگر پذیرش فرضیه صفر (کارایی روش تابلویی) بوده و حکایت از آن دارد که برای تخمین آن باید از روش داده‌های تابلویی استفاده شود. با توجه به تابلویی بودن مدل، بایستی برای تعیین نوع داده‌ها تابلویی (روش اثرات ثابت یا اثرات تصادفی) از آزمون هاسمن استفاده شود. همان‌طور که در جدول (۷) ملاحظه می‌شود، سطح معناداری آزمون هاسمن، در مدل‌های پژوهش کم‌تر از ۵ درصد است که این مقدار حاکی از برتری روش اثرات ثابت در مقابل روش تصادفی است. بنابراین، برای برازش داده‌ها در مدل‌های پژوهش از داده‌های تابلویی به روش اثرات ثابت استفاده می‌شود.

جدول (۷). انتخاب نوع الگوی برآورد

مدل رگرسیون	آزمون	مقدار آماره	سطح معناداری	نتیجه آزمون
مدل اول	چاو	۳۶۸/۸۴۳	۰/۰۰۰	داده‌های تابلویی
	هاسمن	۱۷۵/۴۳۵	۰/۰۰۰	اثرات ثابت
مدل دوم	چاو	۳۵۳/۲۰۰	۰/۰۰۰	داده‌های تابلویی

مدل رگرسیون	آزمون	مقدار آماره	سطح معناداری	نتیجه آزمون
مدل سوم	هاسمن	۳۸/۳۶۱	۰/۰۰۰	اثرات ثابت
	چاو	۱۰/۴۲۷	۰/۰۰۰	داده‌های تابلویی
مدل چهارم	هاسمن	۲۰۱/۴۲۲	۰/۰۰۰	اثرات ثابت
	چاو	۳۵۳/۲۵۳	۰/۰۰۰	داده‌های تابلویی
	هاسمن	۱۵۹/۳۷۴	۰/۰۰۰	اثرات ثابت

نتایج آزمون فرضیه پژوهش

آزمون فرضیه اول

نتایج حاصل از آزمون فرضیه اول در جدول (۸) ارائه شده است. ضریب تعیین تعدیل شده مدل آزمون شده ۰/۹۷۷ است و نشان می‌دهد که ۹۷ درصد تغییرات در متغیر وابسته، توسط متغیرهای توضیحی، تبیین شده است. همچنین، با توجه به مقدار آماره F ۴۲۴/۲۳۸ و سطح معناداری آن می‌توان گفت که مدل آزمون شده در سطح کلی معنادار است. مقدار آماره دورین واتسون ۱/۸۲۳ است و بر این اساس می‌توان گفت خودهمبستگی سریالی بین اجزای اخلاص وجود ندارد. یافته‌های این آزمون نشان می‌دهد که دوره تصدی مدیرعامل، تأثیر مثبت و معناداری بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت دارد (ضریب: ۰۵-۳/۴۴E و سطح خطای احتمال: ۰۵-۱/۲۵E). این یافته‌ها نشان می‌دهد مدیران عامل، برای تثبیت جایگاه خود در سمت مدیرعامل، به مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت متوسل شده و اجرا و افشای آن را در راستای کسب شهرت خود و حفظ جایگاه به کار گرفته‌اند و این موضوع تقریباً نمودی از تئوری دست نامرئی در اقتصاد است که حین تلاش مدیران برای حفظ و تقویت جایگاه خود، در راستای اهداف دینفعان نیز قدم برداشته‌اند. بر اساس یافته‌ها می‌توان گفت که فرضیه اول پژوهش را نمی‌توان تأیید کرد.

جدول (۸). نتایج آزمون فرضیه اول

متغیر	نماد	ضریب	انحراف معیار	آماره	سطح معناداری
دوره تصدی مدیرعامل	<i>Tenure</i>	۰۵-۳/۴۴E	۰۵-۱/۲۵E	۲/۷۵۱	۰/۰۰۶
جنسیت مدیر	<i>Gender</i>	۰۸-۰/۰۰۰۸	۰۰۰۳/۰	-۲/۷۸۰	۰/۰۰۵
دوگانگی مدیرعامل	<i>Dual</i>	۰۰۳۹/۰	۰۰۱۶/۰	۳/۳۵۱۳	۰/۰۰۱
اندازه هیئت مدیره	<i>Bsize</i>	۰۰۰۳-۰/۰۰۰۳	۰۰۰۲/۰	-۱/۸۶۷	۰/۰۶۲
رشد فروش	<i>SG</i>	۰۰۰۱/۰	۰۵-۸/۴۲E	۲/۲۵۳	۰/۰۲۴
اهرم مالی	<i>Lev</i>	۰۰۰۵/۰	۰۰۰۱/۰	۲/۹۳۶	۰/۰۰۳
ضریب تعیین					۰/۸۱۳
ضریب تعیین تعدیل شده					۰/۷۷۷
آماره F					۴۲۴/۲۳۸
سطح معناداری آمار F					۰/۰۰۰
آماره دورین واتسون					۱/۸۲۳

آزمون فرضیه دوم

نتایج حاصل از آزمون فرضیه دوم در جدول (۹) ارائه شده است. ضریب تعیین تعدیل شده مدل آزمون شده ۰/۹۷۶ است و نشان می‌دهد که ۹۸ درصد تغییرات در متغیر وابسته، توسط متغیرهای توضیحی، تبیین شده است. همچنین، با توجه به مقدار آماره F ۴۰۰/۴۲۳ و سطح معناداری آن می‌توان گفت که مدل آزمون شده در سطح کلی معنادار است. مقدار آماره دورین واتسون ۱/۸۲۹ است و بر این اساس می‌توان گفت خودهمبستگی سریالی بین اجزای اخلاقی وجود ندارد. یافته‌ها در این آزمون نشان می‌دهد که توان دوم دوره تصدی مدیرعامل از لحاظ آماری معنادار است و این نتایج نشان از تأثیر غیرخطی (U شکل معکوس) دوره تصدی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت دارد. بر اساس این یافته‌ها می‌توان گفت مدیرعامل‌های دارای دوره تصدی کم، به دنبال کسب شهرت بوده و بیشتر از مسئولیت‌پذیری اجتماعی استفاده می‌کنند تا زمانی که به نقطه اطمینان برسند و سپس با رسیدن به آستانه بازنشستگی و اتکای قوی بر جایگاه مدیرعاملی، کم‌کم این رابطه کاهش یافته و برعکس می‌شود و می‌توان گفت یک رابطه U شکل معکوس بین دوره تصدی و مدیرعامل و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها وجود دارد. بر اساس یافته‌های این آزمون، نمی‌توان فرضیه دوم پژوهش را رد کرد.

جدول (۹). نتایج آزمون فرضیه دوم

متغیر	نماد	ضریب	انحراف معیار	آماره	سطح معناداری
مربع دوره تصدی مدیرعامل	$Tenure^2$	$7/27E-06$	$1/52E-06$	۴/۷۸۲	۰/۰۰۰
جنسیت مدیر	$Gender$	-۰/۰۰۰۸	۰/۰۰۰۲	-۲/۸۴۱	۰/۰۰۴
دوگانگی مدیرعامل	$Dual$	۰/۰۰۰۶	۰/۰۰۰۱	۳/۹۱۴	۰/۰۰۰
اندازه هیئت مدیره	$Bsize$	-۰/۰۰۰۴	۰/۰۰۰۲	-۱/۹۶۱	۰/۰۵۰
رشد فروش	SG	۰/۰۰۰۲	$8/81E-05$	۲/۴۰۸	۰/۰۱۶
اهرم مالی	Lev	۰/۰۰۰۶	۰/۰۰۰۲	۳/۲۴۲	۰/۰۰۱
ضریب تعیین					۰/۷۸۷
ضریب تعیین تعدیل شده					۰/۷۶۲
آماره F					۴۰۰/۴۳۳
سطح معناداری آماره F					۰/۰۰۰
آماره دورین واتسون					۱/۸۲۹

آزمون فرضیه سوم

نتایج حاصل از آزمون فرضیه سوم در جدول (۱۰) ارائه شده است. ضریب تعیین تعدیل شده مدل آزمون شده ۰/۴۸۹ است و نشان می‌دهد که ۴۹ درصد تغییرات در متغیر وابسته، توسط متغیرهای توضیحی، تبیین شده است. همچنین، با توجه به مقدار آماره F ۱۰/۳۰۱ و سطح معناداری آن می‌توان گفت که مدل آزمون شده در سطح کلی معنادار است. مقدار آماره دورین واتسون ۱/۹۶۴ است و بر این اساس می‌توان گفت خودهمبستگی سریالی بین اجزای اخلاقی وجود ندارد. یافته‌ها در آزمون این فرضیه نشان می‌دهد که تعامل دوره تصدی مدیر و مالکان نهادی، تأثیر مثبتی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی

شرکت‌ها دارد. به عبارت دیگر، مالکان نهادی، توانسته‌اند رابطه مثبت بین دوره تصدی مدیرعامل و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت را تقویت کنند. این یافته‌ها تأثیر مثبت مالکان نهادی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت را نشان می‌دهند. مالکان نهادی به خاطر حجم سرمایه‌گذاری بالایی که در شرکت‌ها دارند، توانسته‌اند نقش مثبتی در شرکت داشته باشند و از طریق قدرت نفوذ و نظارتی که در شرکت‌ها سب کرده‌اند، توانسته‌اند مدیران را نیز در راستای عمل به رعایت منافع ذینفعان تشویق کنند. بر اساس یافته‌های این آزمون، نمی‌توان فرضیه سوم پژوهش را رد کرد.

جدول (۱۰). نتایج آزمون فرضیه سوم

متغیر	نماد	ضریب	انحراف معیار	آماره	سطح معناداری
تعامل دوره تصدی مدیر و مالکان نهادی	<i>Tenure*Infaintrmd</i>	۰/۰۰۰۷	۰/۰۰۰۳	۲/۰۹۶	۰/۰۳۶
جنسیت مدیر	<i>Gender</i>	-۰/۰۰۳۱	۰/۰۰۱۹	-۱/۶۶۲	۰/۰۹۶
دوگانگی مدیرعامل	<i>Dual</i>	۰/۰۰۲۲	۰/۰۰۱۳	۱/۶۳۸	۰/۱۰۱
اندازه هیئت مدیره	<i>Bsize</i>	-۰/۰۰۲۰	۰/۰۰۱۶	-۱/۲۲۹	۰/۲۱۹
رشد فروش	<i>SG</i>	۰/۰۰۲۳	۰/۰۰۰۸	۲/۷۸۶	۰/۰۰۵
اهرم مالی	<i>Lev</i>	۰/۰۰۱۸	۰/۰۰۳۱	۰/۵۹۱	۰/۵۵۴
ضریب تعیین				۰/۵۴۲	
ضریب تعیین تعدیل شده				۰/۴۸۹	
آماره <i>F</i>				۱۰/۳۰۱	
سطح معناداری آمار <i>F</i>				۰/۰۰۰	
آماره دوربین واتسون				۱/۹۶۴	

آزمون فرضیه چهارم

نتایج حاصل از آزمون فرضیه چهارم در جدول (۱۱) ارائه شده است. ضریب تعیین تعدیل شده مدل آزمون شده ۰/۹۷۷ است و نشان می‌دهد که ۹۸ درصد تغییرات در متغیر وابسته، توسط متغیرهای توضیحی، تبیین شده است. همچنین، با توجه به مقدار آماره F ۴۱۵/۴۲۶ و سطح معناداری آن می‌توان گفت که مدل آزمون شده در سطح کلی معنادار است. مقدار آماره دوربین واتسون ۱/۸۲۲ است و بر این اساس می‌توان گفت خودهمبستگی سریالی بین اجزای اخلاقی وجود ندارد. یافته‌های این آزمون نشان می‌دهد که تعامل دوره تصدی مدیر و مدیران غیرموظف، تأثیر مثبتی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها دارد. به عبارت دیگر، مدیران مستقل توانسته‌اند رابطه مثبت بین مدیران مستقل و دوره تصدی مدیرعامل را تقویت کنند. این یافته‌ها نشان می‌دهد که وجود مدیران مستقل در شرکت‌ها، به مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها کمک می‌کند. یافته‌ها بیانگر نقش مثبت مدیران مستقل است که می‌توانند منجر به رعایت بیشتر حقوق ذینفعان شوند. بر اساس این یافته‌ها، نمی‌توان فرضیه چهارم پژوهش را رد کرد.

جدول (۱۱). نتایج آزمون فرضیه چهارم

متغیر	نماد	ضریب	انحراف معیار	آماره	سطح معناداری
تعامل دوره تصدی مدیر و مدیران غیرموظف	<i>Tenure*PINDB</i>	۰/۰۰۲۸	۰/۰۰۱۳	۲/۰۹۸۶	۰/۰۱۰
جنسیت مدیر	<i>Gender</i>	-۰/۰۰۰۹	۰/۰۰۰۳	-۲/۹۵۵	۰/۰۰۳
دوگانگی مدیرعامل	<i>Dual</i>	۰/۰۴۵۳	۰/۲۱۶۴	۰/۲۰۹۴	۰/۶۵۱
اندازه هیئت مدیره	<i>Bsize</i>	-۰/۰۰۰۳	۰/۰۰۰۲	-۱/۸۷۲	۰/۰۶۱
رشد فروش	<i>SG</i>	۰/۰۰۰۱	۸/۴۷E-۰۵	۲/۲۰۱	۰/۰۲۷
اهرم مالی	<i>Lev</i>	۰/۰۰۰۵	۰/۰۰۰۱	۲/۹۸۱	۰/۰۰۲
ضریب تعیین				۰/۷۷۹	
ضریب تعیین تعدیل شده				۰/۷۶۷	
آماره <i>F</i>				۴۱۵/۴۲۶	
سطح معناداری آمار <i>F</i>				۰/۰۰۰	
آماره دوربین واتسون				۱/۸۲۲	

۵. بحث و نتیجه گیری

نتایج پژوهش نشان داد که دوره تصدی مدیرعامل تأثیر معناداری بر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها دارد. یافته ها حاکی از آن است که مدیران عامل، به ویژه در دوره های ابتدایی تصدی خود، برای تثبیت جایگاه و کسب شهرت، افشای مسئولیت پذیری اجتماعی را ابزاری برای کاهش ریسک از دست دادن شغل و جلب اعتماد ذینفعان به کار می گیرند. این موضوع نشان دهنده عملی شدن تئوری دست نامرئی است؛ یعنی تلاش مدیران برای حفظ جایگاه خود، همزمان به منافع ذینفعان نیز کمک می کند. این نتایج با یافته های علی و ژانگ (۲۰۱۵) همسو است که نشان دادند مدیران عامل در دوره های اولیه تصدی، نگرانی بیشتری نسبت به از دست دادن شغل داشته و مسئولیت پذیری اجتماعی را به عنوان ابزاری برای کاهش این نگرانی به کار می برند. در مقابل، اوه و همکاران (۲۰۱۴) بیان کردند که مدیران با افزایش دوره تصدی، به دلیل دستیابی به شهرت کافی و نزدیکی به بازنشستگی، منابع را به جای سرمایه گذاری در فعالیت های مسئولیت پذیری اجتماعی در راستای منافع شخصی خود به کار می گیرند. بنابراین، با افزایش دوره تصدی، ممکن است اثر مثبت اولیه بر مسئولیت پذیری اجتماعی کاهش یابد.

یافته های فرضیه دوم نشان داد که اثر دوره تصدی مدیرعامل بر مسئولیت پذیری اجتماعی غیرخطی است و یک رابطه *U* شکل معکوس دارد. به این معنا که مدیران عامل با دوره تصدی کوتاه، برای کسب شهرت و تثبیت جایگاه خود، توجه بیشتری به مسئولیت پذیری اجتماعی دارند و پس از رسیدن به موقعیت اطمینان بخش، این اثر کاهش یافته و منابع را بیشتر در راستای منافع شخصی یا کوتاه مدت به کار می گیرند. این نتایج تا حدی با یافته های خان و همکاران (۲۰۲۱) همسو است که نشان دادند افشای مسئولیت پذیری اجتماعی در دوره های ابتدایی خدمت مدیران عامل بیشتر از دوره های بعدی است.

فرضیه سوم بررسی کرد که مالکیت نهادی می‌تواند این رابطه را تعدیل کند. یافته‌ها نشان داد که مالکان نهادی، با داشتن سهم بالای سرمایه و آگاهی بیشتر نسبت به سایر سهامداران، توانایی انتخاب و نظارت بر مدیران را دارند و می‌توانند مدیران عامل را به رعایت مسئولیت‌پذیری اجتماعی تشویق کنند. به این ترتیب، حضور مالکان نهادی موجب تقویت رابطه بین دوره تصدی مدیرعامل و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها می‌شود. این یافته‌ها همسو با مطالعات پیشین است که نشان داده‌اند مالکان نهادی نقش مهمی در کاهش عدم تقارن اطلاعات و هزینه‌های نمایندگی و هدایت فعالیت‌های مدیران به نفع ذینفعان دارند.

آزمون فرضیه چهارم نشان داد که مدیران مستقل نیز می‌توانند اثر مثبت دوره تصدی مدیرعامل بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی را تقویت کنند. مطابق تئوری نمایندگی، حضور مدیران غیرموظف و مستقل در هیئت مدیره، تضاد منافع میان سهامداران و مدیران را کاهش می‌دهد و آن‌ها را به نظارت و کنترل عملکرد مدیران تشویق می‌کند. مدیران مستقل، با هدف عملکرد مطلوب و در راستای منافع ذینفعان، مدیران عامل را ملزم می‌کنند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی را رعایت کنند. این نتایج با یافته‌های خان و همکاران (۲۰۲۱) همسو است که نشان داد مدیران مستقل می‌توانند رابطه بین دوره تصدی مدیرعامل و مسئولیت‌پذیری اجتماعی را تعدیل نمایند.

بر اساس یافته‌های پژوهش، پیشنهادهای کاربردی شامل محدود کردن دوره تصدی مدیرعامل توسط نهادهای قانونگذار و تدوین استانداردهای مشخص برای مدیریت مسئولیت‌پذیری اجتماعی، نظارت فعال سرمایه‌گذاران از طریق حضور در مجامع عمومی و فوق‌العاده و توجه دقیق شرکت‌ها به نحوه سرمایه‌گذاری و حساسیت جریان‌های نقدی در سال‌های آتی است.

در حوزه تحقیقات آتی، پیشنهاد می‌شود تأثیر سایر سازوکارهای حاکمیت شرکتی مانند کیفیت حسابرسی، تنوع جنسیتی هیئت مدیره و سایر ویژگی‌های مدیران بر رابطه دوره تصدی مدیرعامل و مسئولیت‌پذیری اجتماعی بررسی شود. همچنین، پژوهش‌های آینده می‌توانند این رابطه را در صنایع مختلف و تحت تأثیر متغیرهای عدم اطمینان اقتصادی آزمون کنند. محدودیت‌های پژوهش شامل محدودیت روش انتقال هموار تابلویی در استفاده از متغیرهای کنترلی بیشتر، عدم دسترسی به عوامل کلان اقتصادی و سیاسی و محدودیت در دسترسی به اطلاعات قابل اتکا برای برخی شرکت‌ها است که منجر به محدود شدن نمونه پژوهش شده است.

به طور کلی، نتایج پژوهش نشان می‌دهد که دوره تصدی مدیرعامل اثر پیچیده و غیرخطی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها دارد و نقش سازوکارهای حاکمیت شرکتی مانند مالکیت نهادی و مدیران مستقل در تعدیل این رابطه بسیار مهم است. این یافته‌ها ضمن تأکید بر اهمیت افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی، نشان می‌دهند که هم قوانین نظارتی و هم حضور فعال ذینفعان می‌توانند اثرات مثبت این رابطه را تقویت کرده و عملکرد شرکت‌ها را در راستای منافع جامعه و سهامداران بهبود بخشند.

۶. منابع و مآخذ

۱. احمدپور، احمد؛ اصابت طبری، عصمت و طالب‌تبار آهنگر، میثم. (۱۳۹۴). رابطه بین کیفیت سود و دوره تصدی مدیرعامل، پژوهش‌های تجربی حسابداری، ۵(۴)، ۱-۱۴.
۲. احمدپور، احمد؛ ملکیان، اسفندیار و کردتبار، محمد. (۱۳۸۸). بررسی تأثیر مدیران غیرموظف و سرمایه‌گذاران نهادی در رفتار مدیریت سود (مدیریت سود مبتنی بر مدل آستانه)، تحقیقات حسابداری، ۳، ۶۸-۸۷.

۳. افسری، نیما؛ ترابی، تقی؛ نیکومرام، هاشم و دارابی، رویا. (۱۴۰۰). تبیین تاثیر ساز و کارهای حاکمیت شرکتی بر سیاست تقسیم سود در بورس اوراق بهادار تهران، دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۱۰(۳۷)، ۶۹-۸۲.
۴. اکبری، محسن؛ قلیزاده، محمد حسن و فرخنده، مهسا. (۱۳۹۶). بررسی نقش تعدیل گر درصد مدیران غیرموظف بر رابطه بین فرصت‌های سرمایه‌گذاری و عملکرد مالی، حسابداری و منافع اجتماعی، ۷(۲)، ۸۸-۱۰۳.
۵. انور سعد، احمد، دیدار، حمزه، منصورفر، غلامرضا و حیدری، مهدی. (۱۴۰۵). تأثیر مالکیت متقابل نهادی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی با در نظر گرفتن نقش میانجی رقابت در صنعت. مدیریت دارایی و تامین مالی، ۱۴(۱)، ۱-۲۰.
۶. برندک، سجاد و منصوری حبیب آبادی، فاطمه. (۱۳۹۸). کارایی هیئت مدیره و عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت: نقش تعدیلی پیشینه دانش مالی مدیرعامل. چشم انداز حسابداری و مدیریت، ۲(۱۹)، ۱۰۸-۱۲۷.
۷. بشیری منش، نازنین؛ قدمیاری، نسرین و احمدی، حدیث. (۱۴۰۱). مسئولیت اجتماعی شرکت و حضور زنان در هیأت مدیره. زن در توسعه و سیاست، ۲۰(۳)، ۳۴۳-۳۶۳.
۸. حجازی، رضوان؛ مختاری نژاد، حمیدرضا. (۱۳۹۶). رابطه ساختار حاکمیت شرکتی با احتمال گزارشگری مالی متقلبان، دوفصلنامه حسابداری ارزش و رفتاری، ۲(۳)، ۳۳-۶۰.
۹. حساس یگانه، یحیی و یزدانیان، نرگس. (۱۳۸۶). تاثیر حاکمیت شرکتی بر کاهش مدیریت سود. مطالعات تجربی حسابداری مالی، ۵(۱۷)، ۱۵۱-۱۷۱.
۱۰. حساس یگانه، یحیی و پوریا نسب، امیر. (۱۳۸۴). نقش سرمایه‌گذاران نهادی در حاکمیت شرکتی سهامی، ماهنامه حسابداری، شماره ۱۶۴ و ۱۶۵.
۱۱. حسن‌بگلو، مهدی. (۱۳۹۹). بررسی تاثیر دوره تصدی مدیرعامل بر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی با تاکید بر نوع حسابرس، چشم‌انداز حسابداری و مدیریت، ۲۵(۱)، ۱-۱۵.
۱۲. دیانتي دیلمی، زهرا؛ مرادزاده فرد، مهدی و مظاهری، علی. (۱۳۹۲). اثر دوره تصدی مدیریت را بر ارزش شرکت، هزینه نمایندگی و ریسک اطلاعاتی، پژوهش‌های تجربی حسابداری، ۹(۳)، ۷۱-۹۳.
۱۳. دیواندري، مهناز. (۱۳۹۶). ارتباط بین قدرت مدیران اجرایی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی با ارزش شرکت، پایان‌نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام‌نور.
۱۴. رهنمای رود پشته، فریدون و زندی، آناهیتا. (۱۴۰۰). رابطه انگیزه‌های ریسک‌پذیری مدیران و فعالیت‌های اجتماعی غیرمسئولانه. پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، ۱۳(۴۹)، ۲۰۵-۲۳۲.
۱۵. زلّقی، حسن؛ سیفی لاله، سالار و مینایی تبریزی، فاطمه سادات. (۱۳۹۹). تاثیر توانایی مدیریت و سازوکارهای حاکمیت شرکتی بر رابطه بین بیش‌اعتمادی مدیریتی و حق‌الزحمه حسابرسی، دانش حسابداری مالی، ۷(۳)، ۸۵-۱۱۰.
۱۶. عبدی، مصطفی؛ کاظمی علوم، مهدی؛ محمدپور زنجانی، مسعود؛ محمدپور زنجانی، مسعود و پرویزی، آرزو. (۱۳۹۸). تنوع جنسیتی اعضای کمیته حسابرسی، هیئت‌مدیره و مدیر مالی و افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت: آزمون نظریه دیگرگزینی. بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۲۶(۴)، ۵۴۴-۵۶۹.

۱۷. کیقبادی، امیر رضا و دامن کشیده، مرجان. (۱۳۹۹). تاثیر استراتژی تجاری و حاکمیت شرکتی بر افشای سرمایه فکری در شرکت‌های منتخب بورس اوراق بهادار تهران با استفاده از مدل داده‌های ترکیبی. مهندسی مالی و مدیریت اوراق بهادار، ۱۱(۴۳)، ۱۹۹-۲۱۹.
۱۸. مرادی رامز، زهرا و سهرابی، شهلا. (۱۳۹۷). بررسی رابطه سهامداران نهادی به عنوان مالک و مدیر بردرماندگی مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. اقتصاد مالی، ۱۲(۴۴)، ۸۷-۱۱۲.
۱۹. مرانی، فاطمه؛ صالحی، اله کرم؛ جرجرزاده، علیرضا و کعب عمیر، احمد. (۱۴۰۰). بررسی تأثیر قدرت مدیرعامل، ارتباطات سیاسی و مسئولیت پذیری اجتماعی بر حساسیت سرمایه گذاری به وجه نقد در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. اقتصاد مالی، ۱۵(۵۷)، ۲۸۵-۳۰۸.
۲۰. یزدی، روزبه؛ خلیل زاده، سیدمحمد رضا و اسلامی مفیدآبادی، حسین. (۱۴۰۱). نقش نفوذ ذی‌نفعان بر رابطه بین قدرت مدیرعامل و مسئولیت اجتماعی شرکت. قضاوت و تصمیم‌گیری در حسابداری و حسابرسی، ۱(۲)، ۵۹-۹۸.
21. Abey Suriya, K., Mitchell, C., & White, S. (2007). Can corporate social responsibility resolve the sanitation question in developing Asian countries? *Ecological Economics*, 62(1), 174-183.
22. Admati, A. R., Pfleiderer, P., & Zechner, J. (1994). Large shareholder activism, risk sharing, and financial market equilibrium. *Journal of Political Economy*, 102(6), 1097-1130.
23. Alabdullah, T. T. Y., Ahmed, E. R., & Muneerali, M. (2019). Effect of board size and duality on corporate social responsibility: what has improved in corporate governance in Asia?. *Journal of Accounting Science*, 3(2), 121-135.
24. Ali, A., & Zhang, W. (2015). CEO tenure and earnings management. *Journal of Accounting and Economics*, 59, 60-79.
25. Amoah-Mensah, A. (2016). Smes Growth and Corporate Social Responsibility. *Arabian Journal of Business and Management Review (OMAN Chapter)*, 5(9), 1.
26. Ang, J. S., Cole, R. A., & Lin, J. W. (2000). Agency costs and ownership structure. *the Journal of Finance*, 55(1), 81-106.
27. Antia, M., Pantzalis, C., & Park, J. C. (2010). CEO decision horizon and firm performance: An empirical investigation. *Journal of Corporate Finance*, 16(3), 288-301.
28. Baker, M., & Wurgler, J. (2013). Behavioral corporate finance: An updated survey. In *Handbook of the Economics of Finance (Vol. 2, pp. 357-424)*. Elsevier.
29. Ball, A., & Craig, R. (2010). Using neo-institutionalism to advance social and environmental accounting. *Critical Perspectives on Accounting*, 21(4), 283-293.
30. Benlemlih, M. (2017). Corporate social responsibility and firm financing decisions: A literature review. *Journal of Multinational Financial Management*, 42, 1-10.
31. Brown, L. W., Goll, I., Rasheed, A. A., & Crawford, W. S. (2020). Nonmarket responses to regulation: a signaling theory approach. *Group & Organization Management*, 45(6), 865-891.
32. Buchanan, B., Cao, C. X., & Chen, C. (2018). Corporate social responsibility, firm value, and influential institutional ownership. *Journal of Corporate Finance*, 52, 73-95.
33. Burgwal, Dion van de, and Rui José Oliveira VIEIRA. (2014). "Environmental disclosure determinants in dutch listed companies. *Revista Contabilidade & Finanças*, 60-78.
34. Chen, J., Ding, R., Hou, W., & Johan, S. (2016). Do financial analysts perform a monitoring role in China? Evidence from modified audit opinions. *Abacus*, 52(3), 473-500.
35. Chen, L., & Tsang, A. (2017). CEO tenure and corporate social responsibility (CSR) reporting. *Fairfax: George Mason University*, 1-51.
36. Chen, L., Srinidhi, B., Tsang, A., & Yu, W. (2016). Audited financial reporting and voluntary disclosure of corporate social responsibility (CSR) reports. *Journal of Management Accounting Research*, 28(2), 53-76.
37. Chen, W. T., Zhou, G. S., & Zhu, X. K. (2019). CEO tenure and corporate social responsibility performance. *Journal of Business Research*, 95, 292-302.
38. Chen, Y., Eshleman, J. D., & Soileau, J. S. (2016). Board gender diversity and internal control weaknesses. *Advances in accounting*, 33, 11-19.

39. Cheng, S., Lin, K. Z., & Wong, W. (2016). Corporate social responsibility reporting and firm performance: evidence from China. *Journal of Management & Governance*, 20(3), 503-523.
40. Christensen, D. M. (2016). Corporate accountability reporting and high-profile misconduct. *The Accounting Review*, 91(2), 377-399.
41. Clarkson, M. B. (2016). A stakeholder framework for analysing and evaluating corporate social performance (pp. 243-274). University of Toronto Press.
42. Davidson, R., Goodwin- Stewart, J., & Kent, P. (2005). Internal governance structures and earnings management. *Accounting & Finance*, 45(2), 241-267.
43. Deegan, C. (2002). Introduction: The legitimising effect of social and environmental disclosures—a theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*.
44. El Ghouli, S., Guedhami, O., Kwok, C. C., & Mishra, D. R. (2011). Does corporate social responsibility affect the cost of capital? *Journal of Banking & Finance*, 35(9), 2388-2406.
45. Fama, E. F., & Jensen, M. C. (1983). Separation of ownership and control. *The journal of law and Economics*, 26(2), 301-325.
46. Fitri, R. A., & Munandar, A. (2018). The effect of corporate social responsibility, profitability, and leverage toward tax aggressiveness with size of company as moderating variable. *Binus Business Review*, 9(1), 63-69.
47. Flammer, C., Hong, B., & Minor, D. (2019). Corporate governance and the rise of integrating corporate social responsibility criteria in executive compensation: Effectiveness and implications for firm outcomes. *Strategic Management Journal*, 40(7), 1097-1122.
48. Gibbons, R., & Murphy, K. J. (1992). Optimal incentive contracts in the presence of career concerns: Theory and evidence. *Journal of Political Economy*, 100, 468–505.
49. Golden, J., Kohlbeck, M., & Rezaee, Z. (2020). Is Cost Stickiness Associated with Sustainability Factors? In *Advances in Management Accounting*. Emerald Publishing Limited.
50. Govindan, K., Kilic, M., Uyar, A., & Karaman, A. S. 2021. Drivers and value-relevance of CSR performance in the logistics sector: A cross-country firm-level investigation. *International Journal of Production Economics*, 231, 107835.
51. Graffin, S., Boivie, S., & Carpenter, M. (2013). Examining CEO succession and the role of heuristics in early-stage CEO evaluation. *Strategic Management Journal*, 34, 383–403.
52. Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*.
53. Gul, F. A., & Leung, S. (2004). Board leadership, outside directors' expertise and voluntary corporate disclosures. *Journal of Accounting and public Policy*, 23(5), 351-379.
54. Hambrick, D. C., & Fukutomi, G. D. (1991). The seasons of a CEO's tenure. *Academy of management review*, 16(4), 719-742.
55. Hambrick, D. C., & Mason, P. A. (1984). Upper echelons: The organization as a reflection of its top managers. *Academy of management review*, 9(2), 193-206.
56. Hermalin, B and Weisbach, M. (1998). "Determinants of board composition", *Rand journal of Economics*, 19, pp. 589-606.
57. Hermalin, B. E., & Weisbach, M. S. (1998). Endogenously chosen boards of directors and their monitoring of the CEO. *American Economic Review*, 96-118.
58. Holmstrom, B. (1982). Moral hazard in teams. *The Bell Journal of Economics*, 13, 324–340.
59. Hsu, H. E. (2010). The relationship between board characteristics and financial performance: An empirical study of United States initial public offerings. *International Journal of Management*, 27(2), 332.
60. Hu, M., Ding, Z., & Li, L. (2025). Top management team stability, corporate social responsibility and firm internationalization speed. *Management Decision*.
61. Huang, H. W., Robert, J. P., Yun-Chia, A. Y. & Yi-Hung, L. (2014). CEO Turnover and Audit Pricing. *Accounting Horizons*, 28(2), 297-312
62. Huang, H. W., Rose-Green, E., & Lee, C. C. (2012). CEO age and financial reporting quality. *Accounting Horizons*, 26(4), 725-740.
63. Hubbard, T. D., Christensen, D. M., & Graffin, S. D. (2017). Higher highs and lower lows: The role of corporate social responsibility in CEO dismissal. *Strategic Management Journal*, 38, 2255–2265.

64. Ikram, M., Sroufe, R., Mohsin, M., Solangi, Y. A., Shah, S. Z. A., & Shahzad, F. (2019). Does CSR influence firm performance? A longitudinal study of SME sectors of Pakistan. *J Glob Responsib* 11: 27-53.
65. Ikram, M., Sroufe, R., Rehman, E., Shah, S. Z. A., & Mahmoudi, A. (2020). Do quality, environmental, and social (QES) certifications improve international trade? A comparative grey relation analysis of developing vs. developed countries. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 545, 123486.
66. Jenkins, D. S., Kane, G. D., & Velury, U. (2004). The impact of the corporate life- cycle on the value- relevance of disaggregated earnings components. *Review of Accounting and Finance*.
67. Jensen, M. C. (1993). The modern industrial revolution, exit, and the failure of internal control systems. *the Journal of Finance*, 48(3), 831-880.
68. Johnson, D. D., & Fowler, J. H. (2011). The evolution of overconfidence. *Nature*, 477(7364), 317-320.
69. Juhmani, Omar. 2014. "Determinants of Corporate Social and Environmental Disclosure on Websites: The Case of Bahrain. *Universal Journal of Accounting and Finance*, 2(4), 77 – 87.
70. Khan, T. M., Gang, B., Fareed, Z., & Khan, A. (2021). How does CEO tenure affect corporate social and environmental disclosures in China? Moderating role of information intermediaries and independent board. *Environmental Science and Pollution Research*, 28(8), 9204-9220.
71. Klein, A. (1998). Firm Performance and Board Committee Structure, *The Journal of Law and Economics* 41,275-303
72. Koerniadi, H., & Tourani-Rad, A. (2012). Does board independence matter? Evidence from New Zealand. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 6(2), 3-18.
73. Kuzey, C., & Uyar, A. (2017). Determinants of sustainability reporting and its impact on firm value: Evidence from the emerging market of Turkey. *Journal of cleaner production*, 143, 27-39.
74. Li, W., & Zhang, R. (2010). Corporate ownership interference: evidence social responsibility, structure, and political from China. *J. Bus. Ethics*, 96, 631-645.
75. Li, Z., Ying, Q., Chen, Y., & Zhang, X. (2020). Managerial risk appetite and asymmetry cost behavior: evidence from China. *Accounting & Finance*.
76. Lin, Y. R., & Fu, X. M. (2017). Does institutional ownership influence firm performance? Evidence from China. *International Review of Economics & Finance*, 49, 17-57.
77. Liu, Y., Miletkov, M. K., Wei, Z., & Yang, T. (2015). Board independence and firm performance in China. *Journal of corporate Finance*, 30, 223-244.
78. Malmendier, U., & Tate, G. (2008). Who makes acquisitions? CEO overconfidence and the market's reaction. *Journal of financial Economics*, 89(1), 20-43.
79. Marrakchi Chtourou, S., Bedard, J., & Courteau, L. (2001). Corporate governance and earnings management. Available at SSRN 275053.
80. Mashayekhi, B., & Bazaz, M. S. (2008). Corporate governance and firm performance in Iran. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 4(2), 156-172.
81. McGuire, J., Dow, S., & Arghyey, K. (2003). CEO incentives and corporate social performance. *Journal of Business Ethics*, 45(4), 341-359.
82. Mitra, S. (2002). The impact of institutional stock ownership on a firms' earning management practice: an empirical investigation. A Dissertation Submitted to the Graduate Faculty of the Louisiana State University and Agricultural and Mechanical College in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in The Department of Accounting Available at SSRN.
83. Namazi, M., & Kermani, E. (2008). Investigating the Effects of Ownership Structure on the Performance of the Companies Listed in Tehran Stock Exchange. *The Iranian Accounting and Auditing Review*, 53, 83-100.
84. Navissi, F., & Naiker, V. (2006). Institutional ownership and corporate value. *Managerial Finance*.
85. O'connell, V., & Cramer, N. (2010). The relationship between firm performance and board characteristics in Ireland. *European management journal*, 28(5), 387-399.
86. Oh, W. Y., Chang, Y. K., & Cheng, Z. (2014). When CEO career horizon problems matter for corporate social responsibility: The moderating roles of industry-level discretion and blockholder ownership. *Journal of Business Ethics*, 133, 1-13

87. Oh, W. Y., Chang, Y. K., & Cheng, Z. (2016). When CEO career horizon problems matter for corporate social responsibility: The moderating roles of industry-level discretion and blockholder ownership. *Journal of Business Ethics*, 133(2), 279-291.
88. Omran, M. (2009). Post-privatization corporate governance and firm performance: The role of private ownership concentration, identity and board composition. *Journal of comparative Economics*, 37(4), 658-673.
89. Orazalin, N., Mahmood, M., & Narbaev, T. (2019). The impact of sustainability performance indicators on financial stability: evidence from the Russian oil and gas industry. *Environmental Science and Pollution Research*, 26(8), 8157-8168.
90. Orlitzky, M., Schmidt, F. L., & Rynes, S. L. (2003). Corporate social and financial performance: A meta-analysis. *Organization Studies*, 24, 403-441
91. Pae, S., Song, C. J., & Yi, A. C. (2016). Career concerns and management earnings guidance. *Contemporary Accounting Research*, 33(3), 1172-1198.
92. Pan, Y., Wang, T. Y., & Weisbach, M. S. (2015). Learning about CEO ability and stock return volatility. *The Review of Financial Studies*, 28(6), 1623-1666.
93. Papoutsis, A. (2018). An exploration of the disclosure of practices for environmental and social sustainability in sustainability reports. (Unpublished Doctoral thesis, City, University of London).
94. Papoutsis, A., & Sodhi, M. S. (2020). Does disclosure in sustainability reports indicate actual sustainability performance? *Journal of Cleaner Production*, 121049.
95. Peasnell, K. V., Pope, P. F., & Young, S. (2003). Managerial equity ownership and the demand for outside directors. *European Financial Management*, 9(2), 231-250.
96. Peasnell, K. V., Pope, P. F., & Young, S. (2005). Board monitoring and earnings management: do outside directors influence abnormal accruals? *Journal of Business Finance & Accounting*, 32(7-8), 1311-1346.
97. Peni, E., & Vähämaa, S. (2012). Did good corporate governance improve bank performance during the financial crisis?. *Journal of Financial Services Research*, 41(1-2), 19-35.
98. Pompian, M. M. (2011). Behavioral finance and wealth management: how to build investment strategies that account for investor biases (Vol. 667). John Wiley & Sons.
99. Porter, M. E. (1989). How competitive forces shape strategy. In *Readings in strategic management* (pp. 133-143). Palgrave, London.
100. Pound, J. (1998). Are large shareholders effective monitor an investigation Investment? *Brookings Papers on*, (2), 141-195
101. Power, E. A. (2017). Discerning devotion: Testing the signaling theory of religion. *Evolution and Human Behavior*, 38(1), 82-91.
102. Pullman, M. E., Maloni, M. J., & Carter, C. R. 2009. Food for thought: social versus environmental sustainability practices and performance outcomes. *Journal of Supply Chain Management*, 45(4), 38-54.
103. Puri, M., & Robinson, D. T. (2007). Optimism and economic choice. *Journal of financial economics*, 86(1), 71-99.
104. Qin, B., & Yang, L. (2022). CSR contracting and performance-induced CEO turnover. *Journal of Corporate Finance*, 73, 102173.
105. Razali, W. A. A. W. M., & Arshad, R. (2014). Disclosure of corporate governance structure and the likelihood of fraudulent financial reporting. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 145, 243-253.
106. Rosenstein, S., & Wyatt, J. G. (1990). Outside directors, board independence, and shareholder wealth. *Journal of financial economics*, 26(2), 175-191.
107. Schellenger, M. H., Wood, D. D., & Tashakori, A. (1989). Board of director composition, shareholder wealth, and dividend policy. *Journal of management*, 15(3), 457-467.
108. Schipper, K., & Vincent, L. (2003). Earnings quality. *Accounting horizons*, 17, 97-110.
109. Sen, S. (2011). Corporate social responsibility in small and medium enterprises: application of stakeholder theory and social capital theory (Doctoral dissertation, Southern Cross University).
110. Sen, S. (2011). Corporate social responsibility in small and medium enterprises: application of stakeholder theory and social capital theory (Doctoral dissertation, Southern Cross University).

111. Serfling, M. A. (2014). CEO age and the riskiness of corporate policies. *Journal of Corporate Finance*, 25, 251-273.
112. Sharot, T., Korn, C. W., & Dolan, R. J. (2011). How unrealistic optimism is maintained in the face of reality. *Nature neuroscience*, 14(11), 1475-1479.
113. Shen, W. (2003). The dynamics of the CEO-board relationship: An evolutionary perspective. *Academy of Management Review*, 28(3), 466-476.
114. Siladi, B. (2006). The role of non-executive directors in corporate governance: An evaluation. Faculty of Business and Enterprise, Swinburne University of Technology.
115. Slaper, T. F., & Hall, T. J. 2011. The triple bottom line: what is it and how does it work. *Indiana Business Review*, 86(1), 4-8.
116. Solomon, J. (2020). Corporate governance and accountability. John Wiley & Sons.
117. Stapledon, G.P. (1996). Institutional Investors and Corporate Governance, Careledon press. New York.
118. Su, W., Peng, M. W., Tan, W., & Cheung, Y. L. (2016). The signaling effect of corporate social responsibility in emerging economies. *Journal of business Ethics*, 134(3), 479-491.
119. Tang, Y., Qian, C., Chen, G., & Shen, R. (2015). How CEO hubris affects corporate social (ir)responsibility. *Strategic Management Journal*, 36, 1338-1357.
120. Tan-Mullins, M., & Hofman, P. S. (2014). The shaping of Chinese corporate social responsibility. *Journal of Current Chinese Affairs*, 43(4), 3-18.
121. Tarighi, H., Appolloni, A., Shirzad, A., & Azad, A. (2022). Corporate social responsibility disclosure (CSRD) and financial distressed risk (FDR): does institutional ownership matter?. *Sustainability*, 14(2), 742.
122. Tejedo-Romero, F., & Araujo, J. F. F. E. (2021). The influence of corporate governance characteristics on human capital disclosure: the moderating role of managerial ownership. *Journal of Intellectual Capital*.
123. Thompson, S. Wright, M. & Keasey, K. (2005). Corporate Governance. John iley & Sons Inc., (2005).
124. Thomsen, S. & T. Pedersen. (2000). Ownership Structure and Performance in the Largest European Companies, *Journal of Strategic Management*, 21, 689-705.
125. Tran, M. D., & Adomako, S. (2021). How CEO social capital drives corporate social performance: The roles of stakeholders, and CEO tenure. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(2), 819-830.
126. Wei Ting, (2011), "Top management turnover and firm default risk: Evidence from the Chinese securities market" *China Journal of Accounting Research* 4, 81-89.
127. Weir, C., Laing, D., & McKnight, P. J. (2001). An empirical analysis of the impact of corporate governance mechanisms on the performance of UK firms. Available at SSRN 286440.
128. Ye, D., Deng, J., Liu, Y., Szewczyk, S. H., & Chen, X. (2019). Does board gender diversity increase dividend payouts? Analysis of global evidence. *Journal of Corporate Finance*, 58, 1-26.
129. Yermack, D. (1996). Higher market valuation of companies with a small board of directors. *Journal of Financial Economics*, 40, 185-211.
130. Yin, J., Rothlin, S., Li, X., & Caccamo, M. (2013). Stakeholder perspectives on corporate social responsibility (CSR) of multinational companies in China. *Journal of International Business Ethics*, 6(1-2), 57.

Managerial Stability and Corporate Social Responsibility: An Empirical Examination of the Role of Institutional Ownership and Independent Directors

Ebrahimi Naser¹

Abstract

This study investigates the impact of CEO tenure on corporate social responsibility (CSR) in Iranian companies and examines the moderating role of institutional ownership and the presence of independent directors in this relationship. Considering the significance of CSR for stakeholders and its influence on corporate trust and reputation, the study aims to elucidate the complex relationship between the length of CEO tenure and companies' social and environmental activities. The research data comprises firms listed on the Tehran Stock Exchange during the period 2016 to 2025 (corresponding to Iranian years 1394–1403), and analyses were conducted using appropriate statistical methods, including nonlinear models and moderation tests. The results indicate that CEO tenure has a positive and significant effect on CSR, particularly in the early stages of tenure, where CEOs leverage CSR disclosure as a tool to consolidate their position and build reputation, thereby mitigating job-related risks. However, nonlinear analyses reveal that this relationship follows an inverted U-shaped pattern; once CEOs reach a certain level of confidence and approach retirement, they tend to allocate resources more toward personal goals rather than long-term CSR initiatives. Furthermore, the findings demonstrate that institutional owners and independent directors can moderate this relationship. Institutional shareholders, due to their influence and oversight capabilities, encourage CEOs to adhere to CSR commitments, while independent directors, through their supervisory role, reduce conflicts of interest between managers and stakeholders, enhancing CSR performance. These results underscore the importance of designing effective governance policies and selecting board members with appropriate characteristics to strengthen corporate social responsibility. Additionally, this study provides new avenues for future research on corporate governance mechanisms, managerial characteristics, and the influence of industry and macroeconomic factors on CSR practices.

Keywords

Corporate Social Responsibility (CSR), CEO Tenure, Institutional Ownership, Independent Directors, Corporate Governance, Social and Environmental Disclosure

1. MSc in Accounting, Treasurer and Head of Finance, Qatur Municipality, ebrahimi_nb@yahoo.com.