



The Impact of Board Materialism on Corporate Social Responsibility with Adjusted Board Characteristics

Azadeh Afzali *
Majid Ashrafi **
Arash Naderian ***
Jamadordi Gorganli Doji ****

Received: 29/12/2021

Accepted: 19/06/2022

Abstract

Behavioral characteristics of the board of directors make one of the important factors affecting the social responsibility of the company that plays an important role in capital market actors' decision-making. In this study the materialism of the board and various aspects of it together with the fulfillment of the company's social responsibility have been evaluated comprehensively for the first time. The statistical sample included 160 companies listed on Tehran Stock Exchange during the years 1394 to 1399. To test the hypothesis, multivariate linear regression model and cross-sectional data were used. The purpose of this study is to investigate the effect of board materialism on corporate social responsibility with a modifying role of board characteristics. The findings show that board education has a significant effect on the relationship between board materialism and the company's social or benevolent responsibility. Also, the board of directors' tenure has a significant effect on the relationship between the materialism of the board and the benevolent responsibility of the company. The results show that the materialism of the board of directors makes it less inclined to provide a complete and transparent report on corporate social responsibility. Education and tenure of the board of directors is one of the characteristics that modulates the relationship between the materialism of the board of directors and the corporate social responsibility.

Keywords

Accepted Companies; Board Characteristics; Corporate Social Responsibility; Materialism; Behavioral Finance.

* Ph.D. Student, Department of Accounting, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran

afzali_azadeh@yahoo.com

0000-0002-4443-1924

** Assistant Professor of Accounting, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran. (corresponding author)mjd_ashrafi@aliabadiu.ac.ir

0000-0003-0540-6141

*** Assistant Professor of Accounting, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran.

a_naderian@aliabadiu.ac.ir

0000-0003-2297-5688

**** Assistant Professor of Accounting, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran.

gorganli@aliabadiu.ac.ir

0000-0001-7435-3632



دو فصلنامه علمی اندیشه مدیریت راهبردی (اندیشه مدیریت)، مقاله پژوهشی
سال پانزدهم، شماره دوم (پیاپی ۳۰)، پاییز و زمستان ۱۴۰۰، صص. ۴۱۳-۴۵۰

بررسی تأثیر مادی‌گرایی هیأت مدیره بر مسئولیت اجتماعی شرکت با نقش تعدیلی ویژگی‌های هیأت مدیره

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۰۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۳/۲۹
مقاله برای اصلاح به مدت ۱۷ روز نزد نویسنده (گان) بوده است.

10.30497/SMT.2022.242376.3338

آزاده افزلی *

مجید اشرفی **

آرش نادریان ***

جمادوردی گرگانلی دوجی ****

چکیده

ویژگی‌های رفتاری هیأت مدیره از عوامل مهم تأثیرگذار بر مسئولیت اجتماعی شرکت است که در تصمیم‌گیری بازیگران بازار سرمایه نقش با اهمیتی دارد. جهت سنجش ویژگی‌های رفتاری هیأت مدیره به مادی‌گرایی توجه نشده است و در این پژوهش برای نخستین بار به صورت جامع مادی‌گرایی هیأت مدیره و جنبه‌های گوناگون ویژگی‌های هیأت مدیره با ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت مورد ارزیابی قرار گرفته است. هدف این پژوهش بررسی تأثیر مادی‌گرایی هیأت مدیره بر مسئولیت اجتماعی شرکت با نقش تعدیلی ویژگی‌های هیأت مدیره است. نمونه آماری پژوهش شامل ۱۶۰ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۹ بوده است. برای آزمون فرضیه از مدل رگرسیون خطی چند متغیره و داده‌های مقطعی استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد تحصیلات هیأت مدیره تأثیر معناداری در رابطه بین مادی‌گرایی هیأت مدیره و مسئولیت اجتماعی؛ مسئولیت خیرخواهانه شرکت دارد و دوره تصدی هیأت مدیره تأثیر معناداری در رابطه بین مادی‌گرایی هیأت مدیره و مسئولیت خیرخواهانه شرکت دارد. نتایج نشان می‌دهد مادی‌گرایی هیأت مدیره باعث تمایل کمتر به ارائه گزارش کامل و شفاف مسئولیت اجتماعی شرکت می‌شود. تحصیلات و دوره تصدی هیأت مدیره از ویژگی‌های هیأت مدیره می‌باشد که باعث تعدیل رابطه بین مادی‌گرایی هیأت مدیره و مسئولیت اجتماعی شرکت می‌شود.

واژگان کلیدی

شرکت‌های پذیرفته شده؛ مادی‌گرایی؛ مسئولیت اجتماعی شرکت؛ ویژگی‌های هیأت مدیره؛ مالی رفتاری.

20.1001.1.23830891.1400.15.2.11.8

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

afzali_azadeh@yahoo.com  0000-0002-4443-1924

** استادیار گروه حسابداری، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران. (نویسنده مسئول)

mjd_ashrafi@aliabadiu.ac.ir  0000-0003-0540-6141

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

a_naderian@aliabadiu.ac.ir  0000-0003-2297-5688

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

gorganli@aliabadiu.ac.ir  0000-0001-7435-3632

مقدمه

سرمایه‌گذاری در مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در دنیا طی سال‌های اخیر به‌طور فزاینده‌ای متداول شده است. چنین فعالیت‌هایی عمدتاً به تشخیص هیأت مدیره و تصمیم‌گیری‌های آنها در شرکت صورت می‌گیرد (Mosley, Pietri & Megginson, 1996, p. 5). تعهد مدیران برای تعیین خط‌مشی‌ها، تصمیم‌گیری‌ها و پیروی از آنها فراتر از الزامات قانون و از نظر ارزش‌ها و اهداف جامعه مطلوب است. از این‌رو بررسی ویژگی‌ها، اهداف و انگیزه‌های هیأت مدیره شرکت و پیامدهای چنین فعالیت‌هایی در درک این مسأله مهم به نظر می‌رسد (Waldman & Siegel, 2008, p. 118). مدت‌ها است که پژوهشگران از جمله وود^۲ و همکاران (۱۹۸۶)؛ سوانسون^۳ (۲۰۰۸)؛ والدمن و سیگل^۴ (۲۰۰۸) اهمیت ارزش‌ها، صفات و انگیزه‌های افراد در پیگیری مسئولیت اجتماعی شرکت را تشخیص داده‌اند. چارچوب ارائه شده توسط این ادبیات برای توضیح فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت تئوری اخلاقی است، جایی که یک شرکت باید مسئولیت اجتماعی را به‌عنوان یک تعهد اخلاقی بپذیرد و اخلاقی که در آن وجود دارد ضروری است مدیران کار درست را انجام دهند (Carroll, 1979, p. 498; Jones, 1995, p. 406). این دیدگاه بیانگر این است که اخلاق یا اخلاق فردی که تصمیمات مربوط به مسئولیت اجتماعی را به عهده دارد، به یک عامل مهم در اقدامات مسئولیت اجتماعی شرکت تبدیل می‌شود (Jones, 1995, p. 406). در دوره‌ای که شرکت‌ها روز به روز گسترده‌تر می‌شوند و به تعدادشان اضافه می‌شود، بنابراین اثرشان بر جامعه افزایش می‌یابد. در عصر حاضر، اثر شرکت‌ها در جامعه دغدغه‌ای جهانی می‌باشد و توقعات ذی‌نفعان از نقش شرکت‌ها در جامعه در حال ازدیاد است. در جامعه با افزایش تقاضا برای پاسخ‌گویی، قوانین؛ مقررات؛ رهنمودها؛ اصول در جهت شفافیت رفتار واحدهای اقتصادی در حال افزایش می‌باشد و نیز در مورد فعالیت‌های واحدهای اقتصادی و تأثیر این فعالیت‌ها بر جامعه در حال افزایش است و واحدهای اقتصادی به‌طور الزامی و اختیاری گزارشات فعالیت‌ها را در ابعاد محیطی؛ اخلاقی؛ اجتماعی با عناوین متفاوتی منتشر می‌کنند و روز به روز این شیوه گزارشگری در حال گسترش است. با مروری بر روند تکامل مفاهیم آن واضح است که یک جنبش از نگرش اخلاقی - فلسفی به یک

نگرش مدیریتی تمرکز یافته است و به‌طور خاص در یک دهه اخیر، مبانی اخلاقی در تصمیمات مدیریتی رشد یافته و پایه‌های هنجاری را برای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها فراهم ساخته است (حساس یگانه و برزگر، ۱۳۹۳، ص. ۱۱۰). به عبارت بهتر، انسان‌ها تنها زمانی به شیوه عقلایی و با دیدگاه بلندمدت به منافع خود توجه می‌کنند که براساس یک باور، انگیزه و ارزش معنوی، حتی ارزش اقتصادی بلندمدت، به وظایف و مسئولیت خود در جامعه توجه کرده و عمل کنند، در غیر این صورت قصد به‌دست آوردن ثروت بی‌شمار کوتاه مدت، موجب بی‌توجهی به ایفای نقش مسئولیت اجتماعی می‌شود (ابراهیمی‌نژاد و اکبری، ۱۳۸۸، ص. ۲۳۱). در این بین پژوهشگران به تازگی توجه خود را به نقش ویژگی‌های هیأت مدیره در ارتباط با ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها معطوف ساخته‌اند. منطق زیربنایی این توجه آن است که از آنجایی که مدیران ارشد شرکت‌ها، به‌عنوان سکانداران اصلی راهبری و هدایت شرکت‌ها، بر تصمیمات استراتژیک شرکت تأثیر قابل توجهی دارند، لذا می‌توانند در تصمیمات شرکت در ارتباط با ایفای مسئولیت اجتماعی اثرگذار باشند. برخی از محققان همانند گودوس دیز^۵ و همکاران (۲۰۱۱)؛ پاپاگیاناکیس و لیوکاس^۶ (۲۰۱۲) تلاش می‌کنند مستقیماً ارزش‌های اخلاقی هیأت مدیره را از طریق نظرسنجی به‌دست آورده و شواهد جالب را ثبت می‌کنند. مطابق با این استدلال‌ها، چنین پژوهش‌هایی همبستگی جالبی بین ویژگی‌های هیأت مدیره شرکت و ویژگی مسئولیت اجتماعی شرکت را تأیید می‌کنند و از جمله ارزش‌های اخلاقی حاکم بر رفتار برخی اعضای هیأت مدیره، مادی‌گرایی است.

مادی‌گرایی ویژگی منحصربه‌فردی است که بررسی آن به‌عنوان سیستم سنجش رفتاری فرد مطرح می‌شوند و نقش رفتار موردبحث قرارگرفته به‌عنوان عامل مهم در توضیح نتایج عملکرد افراد و تأثیر در جامعه و نهایت در شرکت‌ها توضیح نتایج مسئولیت اجتماعی شرکت می‌باشد. مادی‌گرایی پدیده‌ای است که بیان می‌کند افراد مادی‌گرا مالکیت مادی (پول، ثروت، ماشین، خانه و ...) را در زندگی اصل قرار می‌دهند و آن را کلید خوشبختی می‌دانند (Podoshen, 2011, p. 19). در ادبیات مادی‌گرایی؛ مالکیت کالاهای لوکس از جمله اتومبیل‌های گران قیمت؛ قایق‌ها؛ املاک و مستغلات هیأت مدیره، نشانه‌ای از مادی‌گرایی نسبتاً بالا می‌باشد. در ادبیات مبتنی بر روانشناسی؛ مادی‌گرایی

را راهی برای زندگی تعریف می کند که در آن فرد دلبستگی خود را به دارایی های دنیوی و نیازها و خواسته های مادی نشان می دهد (Richins & Rudmin, 1994, p. 219).

تمرکز ما در این پژوهش بر روی هیأت مدیره است که تصمیم گیرندگان اصلی شرکت هستند؛ مسئولیت تدوین استراتژی های شرکت را بر عهده دارند و اغلب به شدت درگیر ارتقا تصویر شرکت از طریق مسئولیت اجتماعی آن هستند. مادی گرایی هیأت مدیره به ویژه به دلایل زیر به نتایج مسئولیت اجتماعی شرکت مربوط است: اولاً مادی گرایی یک ویژگی منحصر به فردی است که به عنوان یک عنصر اساسی در سیستم ارزش فردی مطرح می شود و نقش ارزش ها همان طور که در توضیح نتایج مسئولیت اجتماعی شرکت بسیار مهم است مورد بحث قرار گرفته است (Jones, 1995, p. 407; Hambrick & Mason, 1984, p. 196). ثانیاً ادبیات مادی گرایی یافته های پژوهش را در مورد چگونگی ارتباط مادیات با رفتارهای فرد نسبت به محیط، مردم و جامعه مستند می کند که باعث ایجاد نظریه های جذاب در مورد تعهد هیأت مدیره به مسئولیت اجتماعی شرکت می شود (Kilbourne & Pickett, 2008, p. 887).

پایداری هر شرکت و سود و منافع آن بیشتر بستگی به وضعیت افراد هیأت مدیره شرکت دارد. در صورتی که اعضا به درستی انتخاب شوند مدیریت سازمان نیز به صورتی اثربخش فعالیت خواهد کرد. مسئولیت راهبری و اداره امور شرکت به عهده هیأت مدیره شرکت است. هیأت مدیره، بیشترین مسئولیت و مخاطرات را در قبال شرکاء و سهامداران شرکت و نیز در قبال کلیه ذی نفعان بر عهده دارند. بنابراین مادی گرایی هیأت مدیره در تضاد با وظایف و اهداف هیأت مدیره خواهد بود. زیرا تفکر قالب هیأت مدیره حفظ حقوق سهامداران و ویژگی مادی گرایی کسب منافع شخصی است. که از این دیدگاه می تواند تأثیرات متناقضی در اجرای فعالیت های مسئولیت اجتماعی داشته باشد. با توجه به اینکه در این پژوهش مادی گرایی هیأت مدیره مورد بررسی قرار گرفته است و تاکنون در کشورمان پژوهشی در زمینه مادی گرایی هیأت مدیره و تأثیر آن بر مسئولیت اجتماعی شرکت با نقش تعدیلی ویژگی های هیأت مدیره شامل: تحصیلات، جنسیت، استقلال؛ اندازه هیأت مدیره؛ دوره تصدی صورت نگرفته است این پژوهش دارای نوآوری در این زمینه می باشد. این پژوهش پیوند قانع کننده ای بین مادی گرایی هیأت مدیره و فعالیت های

مسئولیت اجتماعی شرکت ایجاد می‌کند همچنین به دلیل نبود تحقیقی جامع و کامل در مورد بررسی تأثیر مادی‌گرایی بر مسئولیت اجتماعی شرکت با نقش تعدیلی ویژگی‌های هیأت مدیره، ضروری به نظر می‌رسد. نتایج حاصل از پژوهش می‌تواند هیأت مدیره، سرمایه‌گذاران و ذی‌نفعان شرکت‌ها که افشای شفاف مسئولیت اجتماعی را یک هدف مهم می‌دانند آگاه سازد. لذا مسأله اصلی پژوهش حاضر پاسخ به این سؤال است، آیا ویژگی‌های هیأت مدیره رابطه بین مادی‌گرایی هیأت مدیره و مسئولیت اجتماعی شرکت را تعدیل می‌کند؟

۱. مبانی نظری، ادبیات و فرضیه‌ها

۱-۱. مسئولیت اجتماعی و مادی‌گرایی هیأت مدیره

همواره استفاده کنندگان از اطلاعات مالی خواهان اطلاعات متفاوتی در ابعاد مختلف عملکرد شرکت می‌باشند و گروه‌های مختلف کارگری و حافظان محیط زیست، فشارهای متفاوتی را در جهت ارائه اطلاعات کاربردی در زمینه‌های مختلف به شرکت‌ها وارد می‌نمایند. این موضوع سبب پیدایش جنبه‌های جدیدی در گزارشگری مالی و غیرمالی شرکت‌ها تحت عنوان مسئولیت اجتماعی و زیست‌محیطی شرکت‌ها گردیده است (شفیعی، خدای پور و دستگیر، ۱۳۹۵، ص. ۴۴). مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در طول چندین دهه همگام با پیشرفت‌های تجاری؛ سیاسی؛ اجتماعی تکامل یافته و به شدت تحت نفوذ و تأثیر روندهای جهانی؛ جهانی شدن؛ ارتباطات گسترده؛ تغییرات در قوانین در سطح بین‌الملل بوده است. بعضی از منتقدان، باور دارند مضمون مسئولیت اجتماعی این اجازه را به هیأت مدیره شرکت می‌دهد تا بتوانند تعهدات اجتماعی شرکت را با خواست و نظر خود مشخص کنند. برخی دیگر از صاحب‌نظران، در مورد رسوایی‌های مالی بنگاه‌های اقتصادی بزرگ مانند ورلداکام^۷ و انرون^۸ صحبت می‌کنند که برخلاف رشد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، این رسوایی‌ها اثبات می‌کند که شرکت‌ها و هیأت مدیره شرکت‌ها تنها به فکر منافع خود هستند و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها فقط واژه‌ای زیبا است. به‌جز مفهوم مسئولیت اجتماعی، تعدادی نیز در مورد انگیزه‌ی بنگاه‌های اقتصادی در فعالیت‌ها و برنامه‌های مسئولیت اجتماعی آنها، تردید دارند (واعظ،

انواری، رودبار شجاعی و کریمی، ۱۳۹۷، ص. ۱۳۳). طبق نظر سازمان‌های پیشرو تعاریف به‌کاررفته به صورت زیر بیان شده است:

شورای تجاری جهانی توسعه پایدار^۹ مسئولیت اجتماعی سازمان را این‌گونه بیان می‌کند، تعهد تجاری برای مشارکت و همکاری توسعه اقتصادی پایدار کار با کارگران؛ خانواده‌هایشان؛ جوامع محلی؛ جامعه در سطح وسیع‌تر برای بهبود کیفیت زندگی. تجارت برای مسئولیت‌پذیری اجتماعی^{۱۰} تعریف مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها را این‌طور بیان کرد، شیوه‌ای برای رسیدن به موفقیت‌های تجاری از طریق تعهدات؛ ارزش‌های اخلاقی؛ احترام به مردم و محیط طبیعی است. دفتر بین‌المللی تجاری^{۱۱} مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را این‌گونه تعریف کرده است: شامل تعهدات داوطلبانه در امر پاسخ‌گویی از طریق تجارت جهت مدیریت کردن فعالیت‌ها در شرکت می‌باشد. کیفیت آمریکا^{۱۲} مسئولیت‌پذیری اجتماعی را این‌گونه بیان می‌کند، رفتار و مشارکت تجاری شرکت‌ها و مردم از نظر اخلاقی که با در نظر گرفتن اقتصاد؛ جامعه و فرهنگ است و آن را کوششی می‌داند که شرکت‌ها؛ افراد، و دولت‌ها توسط آن می‌توانند تأثیر مثبتی بر توسعه، جامعه و تجارت داشته باشند. امیدوار (۱۳۸۴) و کمیسیون اروپایی (۲۰۰۲)، مسئولیت‌پذیری اجتماعی در شرکت‌ها را با عنوان مفهومی که به وسیله‌ی آن اهمیت محیطی و تعامل اجتماعی در عملیات تجاری و تعامل با سهامداران شرکت مقایسه می‌شود، بیان می‌کند. در طول دهه‌های گذشته نیز واحدهای اقتصادی از جوامع صنعتی با ملحق شدن به هم در رابطه با گسترش مسئولیت اجتماعی، اقدام به تشکیل سازمان‌هایی کردند که شامل: ۱. تجارت برای مسئولیت اجتماعی؛ ۲. میزگرد کاکس^{۱۳}؛ ۳. شبکه همیاری اجتماعی^{۱۴}؛ ۴. تجارت کانادایی مسئولیت اجتماعی^{۱۵}. هدف از تشکیل این سازمان‌ها ارائه مدل‌هایی از سازمان‌هایی که مسئولیت اجتماعی را رعایت می‌کنند و حمایت از مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و ارائه استانداردهایی در این مورد می‌باشد.

کارول^{۱۶} (۱۹۹۱) در پژوهشی که با عنوان هرم مسئولیت اجتماعی سازمان منتشر کرده، برای هر سازمان چهار دسته مسئولیت اجتماعی قائل شده است. به تعبیر دیگر، مسئولیت اجتماعی هر سازمان شامل چهار مؤلفه است: ۱. مسئولیت اقتصادی: شرکت‌ها وظیفه دارند خدمات و کالاهای مورد نیاز جامعه را تأمین کنند، نیازمندی‌های اقتصادی آن را فراهم

سازند و همه افراد جامعه را از اشتغال بهره‌مند سازند. ۲. مسئولیت قانونی: شرکت‌ها موظف هستند مرتکب تبعیض نشوند؛ از معامله با افراد درون سازمانی پرهیز کنند؛ به ایمنی و بهداشت مصرف‌کنندگان و کارکنان خود توجه داشته باشند؛ محیط زیست و طبیعت را آلوده نسازند؛ از فعالیت انحصاری اجتناب کنند؛ ۳. مسئولیت اخلاقی: در این حوزه اصولی مانند انصاف، صداقت و احترام وجود دارد. ۴. مسئولیت خیرخواهانه: تفسیر دیگر کارول (۱۹۹۱) از این بعد شهروند خوب بودن است زیرا مشارکت شرکت در اقسام فعالیت‌هایی که کیفیت زندگی را مطلوب می‌کند و از معضلات جامعه کاسته می‌شود (اسماعیل پور، صیادی، دلواری، احمدپور و موسوی شورگلی، ۱۳۹۶، صص. ۶۰-۶۱).

مسئولیت اجتماعی شرکت این نکته را مورد توجه قرار می‌دهد که افراد کلیدی ممکن است در تدوین و اجرای خط‌مشی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نقش داشته باشند. این مسأله اهمیت ارزش‌ها، ویژگی‌ها و انگیزه‌های افراد در پیگیری مسئولیت اجتماعی را مطرح می‌کند. با این حال، ادبیات مسئولیت اجتماعی شرکت، نقش مدیران هیأت مدیره در شکل‌دهی استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی و سرمایه‌گذاری در شرکت‌هایشان بررسی نشده است (Davidson & Smith, 2019, p. 102). مسئولیت اجتماعی شرکت به‌عنوان مکانیزمی برای کنار آمدن با ذی‌نفعان به‌طور فزاینده‌ای رایج و در داخل شرکت‌ها قابل مشاهده است. هیأت مدیره به‌عنوان یک بعد غیرمالی از عملکرد شرکت به دنبال افزایش اجرای مسئولیت اجتماعی و برآوردن خواسته‌ها و مدیریت انتظارات اجتماعی فراتر از اهداف مالی شرکت‌ها هستند (Wang, Tong, Takeuchi & George, 2016, p. 535). لذا ممکن است هیأت مدیره شرکت‌ها برای برآوردن نیازهای مادی‌گرایی خود و دستیابی به عملکرد اجتماعی بالاتر بر کسب منافع مادی بالاتر به دنبال اجرای مسئولیت اجتماعی در شرکت باشند.

۱-۱-۱. مادی‌گرایی

ادبیات مربوط به مادی‌گرایی بسیار گسترده است. بحث از مادی‌گرایی در فلسفه، اقتصاد سیاسی، الهیات، اقتصاد، مردم‌شناسی، جامعه‌شناسی و روانشناسی بیان شده است. این مطالعات نشان می‌دهد که مادی‌گرایی مجموعه‌ای از ارزش‌ها و اهداف متمرکز بر ثروت و دارایی‌ها را تشکیل می‌دهد. این اهداف جنبه اساسی ارزش انسانی است. این سیستم

می‌تواند با اهداف مربوط به رفاه دیگران و همچنین اهداف شخصی و رشد معنوی در تعارض نسبی باشد (Kasser, 2016, p. 501). دانشمندان در این زمینه مادی‌گرایی را روشی از زندگی توصیف می‌کنند که با ارادت به نیازها و خواسته‌های مادی مشخص می‌شود (Richins & Rudmin, 1994, p. 218). اهمیتی که شخص به دارایی‌های دنیوی می‌دهد (Belk, 1985, p. 268). افراد مادی، مرکز زندگی را خرید کالاهای مادی قرار می‌دهند و برای چنین افرادی سبک زندگی با سطح بالایی از مصرف ماده به‌عنوان یک هدف اصلی است؛ تنها تلاش آنها برای دستیابی به خوشبختی از طریق کسب یا تصرف مادی است و نه از راه دیگر، که مادی‌گرایی را از سایر صفات متمایز می‌کند (Fournier, 2018, p. 405; Richins & Rudmin, 1994, p. 218). افراد مادی‌گرایی ظاهر خود را با اشیاء گران قیمت و مواردی که دارای پرستیژ و جایگاه اجتماعی و سیگنال موفقیت هستند بهتر می‌کنند (Richins, 1994, p. 526). مادی‌گرایی طبق نظر ریچینز و داوسون^{۱۷} (۱۹۹۲) ارزشی مصرفی با سه مؤلفه اصلی کسب توجه، خوشبختی و موفقیت تصور می‌کنند و افرادی که در مقیاس خود نمره مادی‌گرایی بالاتری می‌گیرند تمایل کمتری برای تقسیم ثروت و دارایی خود با دیگران دارند.

همچنین گفته می‌شود که مادی‌گرایی بیشتر مربوط به از دست دادن احساس اجتماع است، که ممکن است به نوبه خود حساسیت افراد نسبت به رفتارهایی که بر روی دیگران تأثیر منفی بگذارد را کم کند (Belk, 1988, p. 104). مادی‌گرایی تأثیر منفی بر باورهای محیطی دارد و این باورها بر نگرانی محیط زیست و رفتارهای مسئولانه محیط زیست تأثیر می‌گذارد (Kilbourne & Pickett, 2008, p. 887). نمونه‌هایی از موارد موجود در مادی‌گرایی عبارتند از: داشتن خانه‌های گران قیمت، اتومبیل و لباس. افراد مادی‌گرا در مورد عملکردشان در زندگی می‌گویند من دوست دارم مردم را با داشته‌هایم تحت تأثیر قرار دهم؛ داشتن چیزهای لوکس بخش مهمی از زندگی است؛ من مواردی را خریداری می‌کنم زیرا می‌دانم که آنها دیگران را تحت تأثیر قرار می‌دهند (Davidson & Smith, 2019, p. 102). مادی‌گرایی صرفاً یک صفت خودشیفتگی حاصل از دوران مدرن نیست، بلکه طیفی از رفتارهای انسانی را پوشش می‌دهد، تا جایی که مادی‌گرایی به تدریج بخشی از انسانیت ما می‌شود. مادی‌گرایی، گرایش به مادیات همراه با غفلت از مسائل

معنوی (روحانی) است (Kim & Leung, 2007, p. 82). بر اساس این تأکید، افرادی که دارای گرایش‌های مادی‌گرایانه هستند، رفاه مادی را نشانه موفقیت می‌دانند و به همین دلیل برای دستیابی به اشیای مادی، به سختی تلاش می‌کنند (Richins & Dawson, 1992, p. 304). اصطلاحات مادی‌گرایی و مادی‌گرا به‌طور مکرر آزادانه در مکالمه عادی و توسط نویسندگان بدون تعریف استفاده می‌شود. طبق نظر لانگ^{۱۸} (۱۹۲۵) در ابتدا مادی‌گرایی به این مفهوم فلسفی اشاره دارد که به جز ماده و حرکات آن هیچ چیز وجود ندارد. در کاربردهای رایج، مادی‌گرایی بیشتر به فداکاری به نیازها و خواسته‌های مادی، به غفلت از امور معنوی، یک روش زندگی، عقیده یا گرایش کاملاً مبتنی بر منافع مادی، اشاره شده است که در فرهنگ لغت انگلیسی آکسفورد^{۱۹} تعریف شده است. روبرگ هالتون^{۲۰} (۱۹۸۶) مادی‌گرایی را ابزاری ارزیابی می‌کند که به شخص اجازه می‌دهد هواپیماهای مدل بسازد و با آنها را در مسابقات پرواز کند و همچنین دارنده یک ماشین گران قیمت برای تحت تأثیر قرار دادن دیگران و احساس بهتر بودن شخصی خود یا خریدن خانه دوم و زمان گذراندن با معشوقه و فرزندش با هزینه بیشتر، نمایانگر مادی‌گرایی است. بر اساس نظر بیرو^{۲۱} (۱۹۹۶) مادی‌گرایی شیوه‌ای است که انسان و کل هستی را با پدیده‌های مادی بیان می‌کند. در مکتب مادی‌گرایی تمامی واقعیت‌ها از ماده و تغییرات آن به‌وجود می‌آید و هر آنچه وجود دارد مادی است و با مسائل مادی بیان شود. اگرچه مادی‌گرایی آثار مثبتی مانند ارضای نیاز به تمایز یافتگی دارد، پژوهش‌هایی رو به افزایش است که پیامدهایی منفی آن، مانند نداشتن رضایت از زندگی، افسردگی و سطوح پایین شادکامی را نشان می‌دهد (Zhang, Howell, Caprariello & Guevarra, 2014, p. 72). زیرا افراد مادی‌گرا به جای داشته‌ها بر نداشته‌ها تمرکز می‌کنند و جنبه‌های مثبت زندگی را در نظر نمی‌گیرند. طبق نظریه بلک^{۲۲} (۱۹۸۵) مصرف‌کنندگان مادی‌گرا تمایل ندارند که بخشنده باشند همچنین آنها تمایل کمتری دارند که آنچه را که دارند از جمله پول، لباس، یا تملک‌های دیگر، با دیگران قسمت کنند و این در حالی است که آنها نسبت به اطرافیان و سازمان‌های اکولوژیکی دید منفی دارند و تمایل کمتری دارند به دوستان و خانواده کمک کنند. همچنین بلک معتقد است مادی‌گرایی و سبک زندگی مادی در جهان امروزه روزبه‌روز در حال گسترش است و تعداد افرادی که این نوع سبک

زندگی را بدون توجه به نتایج آن، دنبال می‌کنند در حال افزایش است. به اعتقاد آنها، امروزه نگرانی اصلی در مورد محیط زیست این است که رفتارهای مصرفی و سبک زندگی مادی‌گرایی انسان‌ها، نتایج منفی محیطی را در پی دارد (Kilbourne & Pickett, 2008, p. 887). مادی‌گرایی امروزه بخش جدا نشدنی از زندگی مردم شده است و در جامعه‌ای که اصالتاً مادی‌گرا می‌باشند افراد برای دستیابی به گسترش توانمندی‌ها؛ هویت فردی؛ ادراک خود به شیوه‌های متفاوت از جمله رسیدن به شهرت؛ ثروت؛ جذابیت جسمانی؛ قدرت تلاش می‌کنند. افراد طبق نظریه مقایسه اجتماعی مایل به مقایسه دیگران و خود هستند و به تدریج می‌آموزند در نظر دیگران ارزش‌های مادی قابل پذیرش است و ارزش‌های مادی با عنوان هنجار اجتماعی پذیرفته می‌شود (John, Seme, Roro & Tsui, 2017, p. 269). نظریه‌ها و یافته‌های موجود در ادبیات مادی‌گرایی انگیزه بررسی این ویژگی در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکت است: اولاً مادی‌گرایی یک ویژگی منحصر به فرد در سیستم ارزش افراد مطرح شده است که امکان بررسی مسئولیت اجتماعی شرکت را فراهم می‌آورد، (Hambrick & Mason, 1984, p. 196) ثانیاً افراد مادی‌گرا فاقد نگرانی برای محیط زیست؛ سایر ارزش‌های اجتماعی هستند و همچنین فاقد فرضیه‌های قانع‌کننده‌ای در مورد تعهدی که مدیر را به رفتار مسئولانه اجتماعی تحریک می‌کند، هستند.

۲-۱. پیشینه پژوهش

می‌توان به برخی از پژوهش‌های انجام شده در ارتباط با موضوع پژوهش در این حوزه اشاره نمود. رگورا-آلواردو و براوو-یورکیوزا^{۲۳} (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان تأثیر سرمایه اجتماعی هیأت مدیره در گزارش مسئولیت اجتماعی شرکت نشان دادند که با تکیه بر دیدگاه وابستگی به منابع، ارتباط مثبت و معناداری بین چندین مدیر به لحاظ سرمایه اجتماعی و سطح گزارشگری مسئولیت اجتماعی وجود دارد. به‌طور خاص، این رابطه هم از نظر اندازه هیأت مدیره و هم از نظر تنوع جنسیتی تعدیل می‌شود.

دویدسون و اسمیت^{۲۴} (۲۰۱۹) تحقیق مادی‌گرایی و مسئولیت اجتماعی شرکت را انجام دادند و به این نتیجه رسیدند، بنگاه‌های اقتصادی تحت رهبری مدیرعاملان مادی‌گرا، نمرات مسئولیت اجتماعی کمتری دارند و نقاط قوت کمتر و ضعف‌های بیشتر

دارند؛ نمرات مسئولیت اجتماعی در بنگاه‌های دارای مدیرعامل غیرمادی با حسابداری و عملکرد قیمت سهام ارتباط مثبت دارد؛ نمره مسئولیت اجتماعی در بنگاه‌های دارای مدیرعاملان مادی‌گرا، مدیرعاملان ربطی به سودآوری ندارند. یوان^{۲۵} و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهش توانایی مدیرعامل و مسئولیت اجتماعی شرکت به این نتیجه دست یافتند مدیرعاملان توانمندتر نگرانی شغلی کمتری دارند به گونه‌ای که این مدیرعاملان تمایل بیشتری برای ادغام سرمایه‌گذاری‌های طولانی مدت در فعالیت‌های مفید دارند و منجر به عملکرد بهتر مسئولیت اجتماعی شرکت می‌شود. هانگ و سوان^{۲۶} (۲۰۱۷) در پژوهشی به این نتیجه دست یافتند که بین عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با تخصص‌گرایی، آموزش، سن و دوره تصدی مدیران آنها ارتباط معنادار وجود دارد. کاسر^{۲۷} (۲۰۱۶) در پژوهش ارزش‌ها و اهداف مادی‌گرایی به این نتیجه رسید که افرادی که در ارزش‌ها و اهداف اولویت بر مادی‌گرایی دارند بدهی بیشتری متحمل می‌شوند؛ روابط بین‌فردی با کیفیت پایین‌تر دارند؛ به شیوه‌های مخرب‌تر از نظر زیست محیطی عمل می‌کنند و دارای کار و انگیزه تحصیلی نامطلوبی هستند. دکپ^{۲۸} و همکاران (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان مادی‌گرایی و رفتارهای محیط کار به این نتیجه رسیدند که ارزش‌های مادی‌گرایی منجر به پیامدهای منفی رفتاری می‌شود که به نوبه خود بر کارکنان سازمان تأثیر می‌گذارد. اورمیستون و ونگ^{۲۹} (۲۰۱۳) در پژوهش تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت و هویت اخلاقی مدیرعامل بر عدم مسئولیت اجتماعی شرکت، به این نتیجه رسیدند اعتبارهای اخلاقی حاصل از مسئولیت اجتماعی، رهبران را قادر می‌سازد تا در برخورد با ذی‌نفعان از نظر اخلاقی کمتر رعایت کنند. گودوس دیز و همکاران (۲۰۱۱) در تحقیق مدیرعاملان چقدر در اقدامات مسئولیت اجتماعی شرکت مهم هستند؟ تحلیلی از تأثیر نقش اخلاق و مسئولیت اجتماعی، به این نتیجه دست یافتند که افرادی که به مدل مباشرت نزدیک هستند با اهمیت بیشتری به اخلاق و مسئولیت اجتماعی می‌پردازند و شیوه‌های مسئولیت اجتماعی را در شرکت خود به کار می‌گیرند. مانر^{۳۰} (۲۰۱۰) در پژوهش تأثیر ویژگی‌های مدیرعامل شرکت بر عملکرد اجتماعی شرکت‌ها به این نتیجه دست یافتند که رابطه معناداری بین ویژگی‌های مدیرعامل و عملکرد ضعیف اجتماعی وجود ندارد، این نشان می‌دهد مدیرعامل در تأثیرگذاری بر عملکرد اجتماعی قوی اختیار بیشتری دارد. کیلبورن

و پیکت^{۳۱} (۲۰۰۸) پژوهش چگونه مادی‌گرایی بر عقاید، نگرانی و رفتار مسئولانه محیط زیست تأثیر می‌گذارد را انجام دادند. این مطالعه نشان می‌دهد که ماتریالیسم تأثیر منفی بر اعتقادات محیطی دارد و بر نگرانی‌های محیطی و رفتارهای محیط زیست تأثیر معنی‌داری دارد.

شفاعت و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی تحت عنوان تأثیر متغیر تیپ شخصیتی مدیران بر مدیریت سود و نقش تعدیلی آن در رابطه بین مدیریت سود با افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت به این نتیجه رسیدند که متغیر تیپ شخصیتی مدیران تأثیر مثبت و معنادار بر مدیریت سود دارد و همچنین این متغیر در تعامل با متغیر مدیریت سود تأثیر مثبت و معنادار بر افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت دارد.

مران جوری و علی‌خانی (۱۳۹۹) در تحقیقی با عنوان نقش تعدیل‌کنندگی خودشیفتگی مدیران بر رابطه بین عدم اطمینان محیطی و افشای مسئولیت‌های اجتماعی نشان دادند بین عدم اطمینان محیطی و افشای مسئولیت اجتماعی رابطه منفی معنادار وجود دارد. همچنین خودشیفتگی مدیران بر رابطه بین عدم اطمینان محیطی و افشای مسئولیت اجتماعی اثر مثبت دارد.

لطفی و قادرزاده (۱۳۹۹) پژوهش بررسی تأثیر ویژگی‌های شخصیتی و ساختاری مدیریت بر نحوه افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها: با تأکید بر مدل‌های داده کاوی و تحلیل پوششی داده‌ها، را انجام دادند. بر اساس نتایج این پژوهش تنها تعداد محدودی از ویژگی‌های مدیریت تأثیرگذاری معناداری بر افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها داشته است. کشاورزی و جامعی (۱۳۹۸) پژوهش بررسی تأثیر مادی‌گرایی بر رفتار بعد از خرید را انجام دادند. بر اساس نتایج این پژوهش بین رفتار بعد از خرید مادی‌گراها و غیرمادی‌گراها تفاوت وجود دارد به طوری که میزان گرایش‌های محیطی مادی‌گراها از غیرمادی‌گراها بیشتر بوده و تمایل به شرکت در بازیافت در بین غیرمادی‌گراها از مادی‌گراها بیشتر می‌باشد. واعظ و همکاران (۱۳۹۷) پژوهش تأثیر استقلال اعضای هیأت مدیره و تمرکز مالکیت بر ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی را انجام دادند بر اساس نتایج این پژوهش عدم رابطه بین تمرکز مالکیت با ابعاد اقتصادی و اخلاقی مسئولیت‌پذیری اجتماعی و همچنین عدم رابطه بین استقلال اعضای هیأت مدیره با ابعاد قانونی و اقتصادی

مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌باشد و نتایج نشان دهنده رابطه‌ی مثبت معناداری بین استقلال اعضای هیأت مدیره با بعد اخلاقی و تمرکز مالکیت با بعد قانونی مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌باشد.

۱-۳. فرضیه‌های پژوهش

والز^{۳۲} و همکاران (۲۰۱۲) بین تعداد مدیران در هیأت مدیره و بعد محیطی مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه پیدا کردند و به این نتیجه رسیدند که هیأت مدیره‌های کوچک‌تر می‌تواند عملکرد زیان‌آور محیطی را به‌طور مؤثرتری کاهش دهد. پست^{۳۳} و همکاران (۲۰۱۱) رابطه مثبتی بین سازه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت و ویژگی‌های هیأت مدیره پیدا کردند. اکثر مطالعات جنبه‌های مختلفی مانند اندازه هیأت مدیره، تعداد مدیران خارجی، یا دوگانگی مدیرعامل - رئیس و روابط آنها با مسئولیت اجتماعی شرکت را بررسی کردند و به نتایج متناقضی دست یافتند (Endrikat, Villiers, Guenther & Guenther, 2021, p. 2105). میزان اجرای مسئولیت اجتماعی شرکتی در شرکت‌هایی که توسط مدیران مادی‌گرا رهبری می‌شوند، به‌طور متوسط هیچ ارتباطی با عملکرد حسابداری ندارند. همچنین رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و عملکرد عملیاتی در شرکت‌هایی که توسط مدیران مادی‌گرا اداره می‌شوند منفی است (Davidson & Smith, 2019, p. 104). مدیران مادی‌گرا در هیأت مدیره شرکت‌ها برای کسب اعتبار اجتماعی بیشتر، به دنبال اجرای مسئولیت اجتماعی بالاتر هستند. و ویژگی‌های هیأت مدیره می‌تواند این رابطه را تعدیل کند. در این پژوهش بر اساس مبانی نظری و پیشینه تجربی مطرح شده در رابطه با تأثیر مادی‌گرایی هیأت مدیره بر مسئولیت اجتماعی شرکت، فرضیه‌های زیر طراحی گردیده است:

۱. ویژگی‌های هیأت مدیره (شامل تحصیلات؛ جنسیت؛ استقلال؛ اندازه هیأت مدیره شرکت و دوره تصدی هیأت مدیره) رابطه بین مادی‌گرایی هیأت مدیره و مسئولیت اجتماعی شرکت را تعدیل می‌کند.

۱-۱. ویژگی‌های هیأت مدیره (شامل تحصیلات؛ جنسیت؛ استقلال؛ اندازه هیأت مدیره شرکت و دوره تصدی هیأت مدیره) رابطه بین مادی‌گرایی هیأت مدیره و مسئولیت اقتصادی شرکت را تعدیل می‌کند.

۱-۲. ویژگی‌های هیأت مدیره (شامل تحصیلات؛ جنسیت؛ استقلال؛ اندازه هیأت مدیره شرکت و دوره تصدی هیأت مدیره) رابطه بین مادی‌گرایی هیأت مدیره و مسئولیت قانونی شرکت را تعدیل می‌کند.

۱-۳. ویژگی‌های هیأت مدیره (شامل تحصیلات؛ جنسیت؛ استقلال؛ اندازه هیأت مدیره شرکت و دوره تصدی هیأت مدیره) رابطه بین مادی‌گرایی هیأت مدیره و مسئولیت اخلاقی شرکت را تعدیل می‌کند.

۱-۴. ویژگی‌های هیأت مدیره (شامل تحصیلات؛ جنسیت؛ استقلال؛ اندازه هیأت مدیره شرکت و دوره تصدی هیأت مدیره) رابطه بین مادی‌گرایی هیأت مدیره و مسئولیت خیرخواهانه شرکت را تعدیل می‌کند.

۱-۴. تعدیل‌گری ویژگی‌های هیأت مدیره

این ویژگی‌ها شامل تحصیلات؛ جنسیت؛ استقلال هیأت مدیره؛ اندازه هیأت مدیره؛ دوره تصدی هیأت مدیره است و نحوه اندازه‌گیری هر یک از ویژگی‌های هیأت مدیره به شرح زیر می‌باشند:

۱-۴-۱. تحصیلات

پژوهشگران بر این باورند که آگاهی در خصوص مسائل اخلاقی با ارتقای سطح تحصیلات افزایش می‌یابد و زمانی که تحصیلات افراد بالا می‌رود، حساسیت آنها نسبت به مسائل اخلاقی نیز افزایش می‌یابد (Musbah, Cowton & Tyfa, 2014, p. 4). هیأت مدیره برای نظارت بر مدیریت و مشارکت در تصمیم‌گیری، نیازمند مهارت‌های متنوع از قبیل حسابداری، بانکداری و قانون است تا بتواند بر افزایش ارزش شرکت مؤثر باشد. فرض زیر بنای این موضوع است که اعضای بدون تجربه در دانش حسابداری یا مالی، توانایی کمتری در کشف مشکلات موجود در گزارشگری مالی دارند. همچنین وجود یک عنصر مالی با تجربه می‌تواند باعث شود دیگر اعضا حساس و هوشیار باشند (Erikson, Kerem & Nilsson, 2005, p. 205).

۱-۴-۲. جنسیت

تنوع جنسیتی نشان دهنده تفاوت‌ها در ویژگی‌های شخصیتی و اخلاقی در زنان و مردان است (ایمانی برندقی، کاظمی علوم و عبدی، ۱۳۹۷، ص. ۲۷۹). اخلاق بین مرد و زن

متفاوت است. برای توضیح متفاوت بودن اخلاق بین دو گروه مرد و زن، تئوری جامعه‌پذیری جنسیت^{۳۴} که توسط داوسون^{۳۵} (۱۹۹۷) مطرح شد می‌توان اشاره کرد. استدلال این تئوری این چنین است که مردان و زنان در معرض توسعه‌های اخلاقی مختلف، تمایل به بروز بعضی از ارزش‌های متفاوت دارند و ارزش‌های مختلف منتهی به رفتارها و نگرش‌های متفاوت در مردان و زنان می‌شود (ایمانی برندقی، کاظمی علوم و عبدی، ۱۳۹۷، ص. ۲۶۸). منظور از تنوع جنسیتی در این پژوهش عبارت است از حضور زنان در هیأت‌مدیره شرکت‌هاست. بر این اساس این متغیر به‌عنوان یک متغیر مجازی محسوب می‌گردد که اگر یکی از اعضای هیأت مدیره زن باشد ۱ و در غیر اینصورت صفر در نظر گرفته می‌شود (Yeung & Lento, 2018, p. 10).

بسیاری از مطالعات در زمینه هیأت مدیره دارای تنوع جنسیتی (هر دو جنس زن و مرد) بر اساس این ایده می‌باشد که نمایندگی زنان، ارزش شرکت را بهبود می‌بخشد. برخی مطالعات یافته‌اند که شرکت با تنوع جنسیتی هیأت مدیره عملکرد بهتری خواهند داشت چرا زنان دارای ویژگی منحصر به فردی از منابع و سرمایه انسانی برای کسب و کار به ارمغان آورده‌اند. حضور زنان در هیأت مدیره از دو منظر اجتماعی و اقتصادی قابل بحث است. از نظر اجتماعی زنان حق فرصت برابر همانند مردان در پست‌های مدیریتی دارند و از نظر اقتصادی سازمان به دور از جنسیت افراد باید به دنبال گزینش افراد اصلح برای پست‌های مدیریتی خود باشد. تبعیض جنسیتی باعث خواهد شد که سازمان از منابع انسانی به نحو احسن استفاده ننماید. مطالعات نشان می‌دهد که زنان از مهارت‌های ارزشمندی برخوردار هستند که منجر به بهبود عملکرد شرکت می‌شود (سپاسی و عبدلی، ۱۳۹۵، ص. ۴۱).

۳-۴-۱. استقلال هیأت مدیره

اعضای غیرموظف هیأت مدیره در مورد تصمیمات بر مدیران موظف، نظارت می‌کنند. بنابراین ترکیب هیأت مدیره در عملکرد مالی شرکت‌ها می‌تواند تأثیرگذار باشد. در صورتی هیأت مدیره شرکت از کارایی بالاتری برخوردار خواهد بود که مدیران مستقل غیرموظف بیشترین اعضای هیأت مدیره را در شرکت تشکیل دهد (مرادی، سعیدی و رضایی، ۱۳۹۲، ص. ۳۹). براساس تئوری نمایندگی، مدیران (نمایندگان) شرکت ممکن

است تابع مطلوبیت خود را به قیمت زیرپاگذاری منافع سهامداران حداکثر نمایند. از این رو سهامداران کنترل و نظارت بر مدیریت شرکت را به هیأت مدیره واگذار نموده‌اند (Fama & Jensen, 1983, p. 310). یکی از مباحث طرح شده در زمینه‌ی موضوع هیأت مدیره، بر مسأله ترکیب هیأت مدیره تمرکز دارد. ترکیب هیأت مدیره به‌عنوان نسبت اعضای غیرموظف هیأت مدیره به کل تعداد اعضای هیأت مدیره نگریسته می‌شود. هرچه ترکیب هیأت مدیره از اعضای مستقل تری تشکیل شده باشد، مشکلات نمایندگی کمتر می‌شود. معمولاً هیأت مدیره‌ی موظف هم‌تراز مدیرعامل قرار دارد. مدیرعامل بالاترین مقام اجرایی شرکت است و در انتخاب مدیران اجرایی (موظف)، قدرت کامل دارد. از این رو با توجه به ارتباط تلویحی اعضای موظف هیأت مدیره با مدیرعامل، مدیران موظف شاید نتوانند وظایف نظارتی خود را به نحو اثربخش انجام دهند. ضمن آنکه مدیران موظف ممکن است از موقعیت خود از طریق کنترل بر طرح‌های حقوق و مزایا و امنیت شغلی سوء استفاده نمایند. بر خلاف مدیران موظف، مدیران غیرموظف از مدیریت شرکت مستقل هستند و به همین دلیل در ایفای نقش نظارتی خود مؤثرتر عمل می‌نمایند. از این رو از دیدگاه نظری هنگامی که هیأت مدیره مستقل و از نسبت بالایی از اعضای غیرموظف تشکیل شده باشد عملکرد شرکت ارتقا می‌یابد. در کشور انگلستان و استرالیا، حضور حداقل ۳ عضو غیرموظف در ترکیب هیأت مدیره الزامی است. همچنین قوانین موجود در آمریکا، شرکت‌ها را ملزوم نموده‌اند که حداقل دو سوم ترکیب هیأت مدیره، متشکل از اعضای غیرموظف باشد (نیک بخت، سیدی و هاشم‌الحسینی، ۱۳۸۹، ص. ۲۶۰).

۴-۱. اندازه هیأت مدیره

تعداد اعضای هیأت مدیره در اساسنامه شرکت معین می‌شود. معمولاً سه، پنج، هفت نفر یا غیر اینها که به تصمیم مجمع عمومی موکول شده باشد. حداقل قانونی تعداد مدیران در سهامی عام پنج نفر است. اعضای هیأت مدیره در دور اول توسط مجمع عمومی مؤسس و پس از آن توسط مجمع عمومی عادی انتخاب می‌شوند. تعداد اعضای هیأت مدیره از طریق صورت‌های مالی (گزارش هیأت مدیره) مشخص می‌شود. اندازه هیأت مدیره جزئی از ویژگی‌های هیأت مدیره با عنوان عنصری با اهمیت مطرح است. طبق شواهد تجربی هیچ‌گونه اتفاق نظری در مورد اندازه بهینه هیأت مدیره شرکت وجود ندارد

(مرادی، سعیدی و رضایی، ۱۳۹۲، ص. ۳۹). طبق نظر گرین^{۳۶} (۲۰۰۵) تعداد (اندازه) اعضای هیأت مدیره در شرکت باید محدود باشد که امکان تبادل نظر و بحث در خصوص مشکلات و مسائل شرکت فراهم شود. هیأت مدیره بزرگ‌تر در شرکت قدرت کمتری دارند. در چنین هیأت مدیره‌ای اجماع و توافق در مورد یک موضوع خاص بسیار مشکل است. از سوی دیگر، برخی اعتقاد دارند که اندازه هیأت مدیره در شرکت باید به اندازه کافی بزرگ باشد تا شامل طیفی از تجارب و مهارت‌های افراد مختلف باشد، اما آنچه که معلوم است، هیأت مدیره در شرکت باید دارای اندازه معقول باشد (مرادی، سعیدی و رضایی، ۱۳۹۲، ص. ۳۹).

۵-۱. دوره تصدی هیأت مدیره

طبق ماده ۱۰۹ قانون تجارت دوره تصدی هأت مدیره حداکثر دو سال اعلام شده است ولی مدت زمان بین پایان دوره تصدی تا انتخاب هیأت مدیره جدید نباید شرکت بدون هیأت مدیره باشد. در این مدت هیأت مدیره سابق مسئول اداره شرکت می‌باشد. با افزایش دوره تصدی هیأت مدیره ارزش شرکت نیز افزایش می‌یابد زیرا از طریق افزایش دوره تصدی هیأت مدیره می‌توان منافع مدیران و سهامداران را همسو نموده و مدیران فقط بر روی سرمایه‌گذاری‌های کوتاه‌مدت متمرکز نشوند و با سرمایه‌گذاری در پروژه‌های بلندمدت ارزش شرکت را افزایش دهند (مهرافزون، ۱۳۹۷، ص. ۹۶).

۲. روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با توجه به کاربرد نتایج آن، اهمیت بسزایی برای مدیران و سرمایه‌گذاران و نهادهای مالی دارد و از نظر هدف کاربردی است و توسعه‌ای کاربردی می‌باشد. این پژوهش از نظر روش، پیمایشی می‌باشد. پژوهش پیمایشی برای گردآوری داده‌های مربوط به زمان حال به کار می‌رود. در این روش پژوهشگر در شرایطی نیست که بتواند متغیرهای محیط را دستکاری کند و کنترل کمتری بر محیط پژوهش دارد و به دنبال آشنایی بهتر و کامل‌تر از وضع موجود است. در این پژوهش، از مطالعات کتابخانه‌ای برای تدوین مبانی نظری و ادبیات پژوهش و از نظرسنجی و پژوهش پیمایشی برای گردآوری داده‌ها جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش استفاده شده است. برای آزمون

فرضیه‌های پژوهش از مدل رگرسیون خطی چندگانه و با استفاده از نرم افزار Eviews10 استفاده شده است.

این پژوهش به لحاظ هدف کاربردی و از نظر ماهیت، یک پژوهش توصیفی است، به این دلیل که از یک سو شرایط موجود را برای ارائه الگوی تعمیم‌یافته مادی‌گرایی هیأت مدیره و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در بازار سرمایه ایران را مورد بررسی قرار می‌دهد. از سوی دیگر، ارتباط میان متغیرهای گوناگون را توسط تحلیل رگرسیون، تعیین می‌نماید. علاوه بر این، این پژوهش با استفاده از روش استقرایی به کل جامعه آماری قابل تعمیم خواهد بود. در این پژوهش با توجه به نوع داده‌ها و اطلاعات تجزیه و تحلیل آماری موجود، از روش داده‌های مقطعی استفاده می‌شود. زیرا به منظور بررسی اثر مادی-گرایی هیأت مدیره و مسئولیت اجتماعی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، آزمون می‌شوند. همچنین برای اطمینان از قابلیت‌انکا بودن نتایج از آزمون‌های پیش فرض مدل رگرسیون استفاده شده است.

۲-۱. جامعه آماری و نمونه پژوهش

جامعه آماری این پژوهش شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشند. هیأت مدیره این شرکت‌ها مورد مطالعه و پرسش قرار گرفته است. در این پژوهش به دلیل لزوم ارائه توضیحات به پاسخ‌دهندگان توسط محقق در حین تکمیل پرسشنامه‌ها به طریق حضوری و مکاتبه، توزیع و جمع‌آوری گردیده است. پرسشنامه استاندارد بین همه‌ی شرکت‌های فعال که شامل ۲۳۹ شرکت است (جامعه آماری تعدیل شده) توزیع شده است و از اعضای هیأت مدیره شرکت‌ها که حداقل دو سال سابقه کار داشتند درخواست شد به پرسشنامه پاسخ دهند و به دلیل محدودیت‌های موجود در جمع‌آوری پرسشنامه، تعداد پرسشنامه‌هایی که تکمیل و جمع‌آوری شده است به عنوان نمونه مورد استفاده قرار گرفته است و ۱۶۰ شرکت و در نهایت ۸۰۰ پرسشنامه جمع‌آوری شده است و مورد استفاده قرار گرفته است. اطلاعات سایر داده‌های مورد نیاز برای تجزیه و تحلیل برای سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۹ جمع‌آوری شده و میانگین آنها مورد استفاده قرار گرفته است. شرکت‌های مورد مطالعه شرایط زیر را دارا باشند: ۱. به منظور افزایش قابلیت مقایسه پایان سال مالی آنها پایان اسفند ماه باشد. ۲. اطلاعات آنها در دسترس باشد. ۳.

در طول دوره مورد مطالعه تغییر سال مالی نداده باشد. ۴. شرکت‌های مورد مطالعه در بورس اوراق بهادار تهران نماد آنها فعال باشد. ۵. شرکت نباید در طول دوره زمانی انتخاب شده تغییر فعالیت داده باشد.

۲-۲. روش گردآوری اطلاعات

در این پژوهش از روش‌های زیر برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است: ۱. بررسی و مطالعه کتب و پایان‌نامه‌هایی که در رابطه با متغیرهای این پژوهش نگاشته شده است. ۲. استفاده از مقالات داخلی و خارجی که پیرامون موضوع‌های مرتبط با پژوهش به رشته تحریر درآمده است. ۳. استفاده از پرسشنامه به‌عنوان مهم‌ترین ابزار جمع‌آوری داده‌ها. ۴. استفاده از صورت‌های مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران از طریق وب سایت کدال www.codal.ir، <http://tsetmc.com> و <http://fipiran.ir> استفاده از چک لیست برای جمع‌آوری داده‌ها از گزارش‌های هیأت مدیره شرکت‌ها.

۲-۳. مدل پژوهش

مدل زیر جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش مطابق با پژوهش دویدسون و اسمیت در سال ۲۰۱۹ ارائه شده است:

$$\begin{aligned} CSR\ Net\ Score_i = & \beta_1 Material_i + \beta_2 education_i + \beta_3 Material_i * education_i \\ & + \beta_4 gender_i + \beta_5 Material_i * gender_i + \beta_6 independence_i \\ & + \beta_7 Material_i * independence_i + \beta_8 BSize_i + \beta_9 Material_i \\ & * BSize_i + \beta_{10} Ceo\ Tenure_i + \beta_{11} Material_i * Ceo\ Tenure_i \\ & + \beta_{12} Age_i + \beta_{13} Return\ on\ Assets_i \\ & + \beta_{14} Market - to - Book_i + \beta_{15} Debt - to - Equity_i \\ & + \beta_{16} Financial\ Constraint_i + \beta_{17} Abnormal\ Return_i + \varepsilon_i \end{aligned}$$

۲-۴. متغیرهای پژوهش

متغیرهای مورد بررسی در مدل پژوهش به شرح زیر اندازه‌گیری شده‌اند:

CSR Net Score: امتیاز مسئولیت اجتماعی شرکت

برای محاسبه امتیاز مسئولیت اجتماعی شرکت گزارش هیأت مدیره شرکت و یادداشت‌های همراه صورت‌های مالی مطالعه شده و از چک لیست مسئولیت اجتماعی استفاده شده است. در این پژوهش برای تهیه چک لیست مسئولیت اجتماعی شرکت از چهار بعد مسئولیت اجتماعی کارول^{۱۶} (۱۹۹۸) که شامل: مسئولیت اقتصادی (ECO)؛

مسئولیت قانونی (RULE)؛ مسئولیت اخلاقی (MORAL)؛ مسئولیت بشردوستانه (BASHAR) می‌باشد استفاده شده است.

Material: مادی‌گرایی

برای محاسبه مادی‌گرایی از پرسشنامه استاندارد ریچینز و داوسون (۱۹۹۲) استفاده شده است و همچنین کیم و لیانگ^{۳۷} (۲۰۰۷) در تحقیق خود از این پرسشنامه استاندارد برای جمع‌آوری داده‌های مادی‌گرایی استفاده کرده‌اند. از طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت استفاده گردیده است که یکی از رایج‌ترین مقایسه‌های اندازه‌گیری به شمار می‌رود لذا پنج رتبه (کاملاً مخالف، مخالف، بی‌پاسخ، موافق، کاملاً موافق) وجود دارد که به هر کدام امتیازی اختصاص داده شده است. برای تعیین روایی پرسشنامه از نظر اساتید و خبرگان استفاده شد. برای تعیین پایایی از ضریب آلفای کرونباخ مطابق نگاره شماره (۱) استفاده شد:

نگاره (۱): ضریب آلفای کرونباخ

ضریب آلفای کرونباخ	تعداد سؤالات	پرسشنامه
۰.۷۷۶	۱۸	مادی‌گرایی

منبع: یافته‌های تحقیق

ملاحظه می‌گردد که ضریب آلفای کرونباخ به دست آمده بالای ۰.۷ است، بنابراین می‌توان ادعا نمود که پایایی و اعتبار پرسشنامه مطلوب بوده است.

Age: عمر شرکت

عمر شرکت معیار استاندارد از شهرت شرکت است. شرکت‌های جوان‌تر ریسک اطلاعاتی بیشتری دارند. سن شرکت را می‌توان از طریق فاصله بین زمان تأسیس شرکت تا زمان حال بر اساس سال محاسبه کرد (Kieschnick & Moussawi, 2018, p. 603). به پیروی از لی^{۳۸} (۲۰۱۰) و هادلوک و پیرس^{۳۹} (۲۰۱۰) سن شرکت به‌عنوان یکی دیگر از عوامل اثرگذار در شناسایی محدودیت مالی استفاده می‌شود و از طریق تعداد سال‌هایی که از تأسیس شرکت سپری شده، محاسبه می‌شود (کریم پور، برادران حسن زاده، بادآورنهدی و زینالی، ۱۳۹۶، ص. ۳۷۵) این متغیر بر اساس تعداد سال‌هایی که از تأسیس شرکت گذشته طبق اساسنامه شرکت مشخص شده است اندازه‌گیری می‌شود.

Return on Assets_i: بازده دارایی‌ها

بازده دارایی نشان‌دهنده این واقعیت است که از مجموع دارایی‌های شرکت، چقدر می‌توان در سال جاری سود برد. در واقع، شاخص میزان سودآوری شرکت را نشان می‌دهد. بازده دارایی‌ها گویای میزان موفقیت مدیریت در استفاده از دارایی‌ها برای کسب سود است. به پیروی از کلیش^{۴۰} و همکاران (۲۰۱۹) برای اندازه‌گیری بازده دارایی، سود خالص به میانگین مجموع دارایی‌ها تقسیم شده است (کریم پور، برادران حسن زاده، بادآورنده‌ی و زینالی، ۱۳۹۶، ص. ۳۷۴) برای محاسبه این نسبت سود خالص پس از کسر مالیات بر کل دارایی‌ها تقسیم می‌شود:

$$ROA = \frac{\text{سودخالص پس از مالیات}}{\text{کل دارایی‌ها}}$$

Market – to – Book_i: نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری

از این نسبت برای مقایسه ارزش بازار یک سهم با ارزش دفتری آن سهم استفاده می‌شود. نسبت کل ارزش بازار (حاصل ضرب قیمت هر سهم در تعداد سهام عادی منتشر شده) به ارزش دفتری خالص دارایی‌های شرکت (ستایش و کاظم‌نژاد، ۱۳۸۸، ص. ۷۶). و همچنین بادآورنده‌ی و درخور (۱۳۹۲) اینگونه بیان کردند:

$$\text{نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری} = \frac{M_{it}}{B_{it}}$$

Debt – to – Equity_i: بدهی به حقوق صاحبان سهام

نشان می‌دهد شرکت چه مقدار از حقوق صاحبان سهام و بدهی را برای تأمین مالی شرکت استفاده می‌کند به صورت زیر محاسبه می‌شود (سلیمانی امیری و رحیمی تمرین، ۱۳۹۳، ص. ۲۷):

$$\text{ریسک} = \frac{\text{بدهی‌ها}}{\text{حقوق صاحبان سهام}}$$

$$Debt - to - Equity_i = \frac{Debt}{Equity}$$

Financial Constraint_i: محدودیت مالی

به توانایی شرکت جهت تأمین مالی سرمایه‌گذاری‌هایش در سطح مطلوب، محدودیت‌های مالی گفته می‌شود (Perotti & Vesnaver, 2004, p. 80). شاخص SA

جهت سنجش و اندازه‌گیری وضعیت مالی یک شرکت، شیوه متن مینا برای شاخص را از کاپلان و زینگلز^{۴۱} به کار می‌گیرد و بیانگر عمر و اندازه (حجم)، شاخص مفیدی برای برآورد محدودیت‌های مالی است (کریم پور، برادران حسن زاده، بادآورنده‌ی و زینالی، ۱۳۹۶، ص. ۳۷۶)

شاخص SA توسط هادلوک و پیرس^{۳۹} (۲۰۱۰) به صورت زیر می‌باشد:

$$SA = -0.737(Size_{i,t}) + 0.043(Size^2_{i,t}) - 0.040(Age_{i,t})$$

$Size_{i,t}$ لگاریتم طبیعی از کل دارایی‌ها، $Size^2_{i,t}$ لگاریتم طبیعی از کل دارایی‌ها، $Age_{i,t}$ عمر شرکت.

$Abnormal Return_i$: بازده غیرعادی

بازده غیرعادی سهام حاصل تفریق بازده واقعی شرکت با بازده بازار شرکت است (ودیدی و حسینی، ۱۳۹۱، ص. ۷۸):

$$1. ab_{it} = r_{it} - r_{mt}$$

$$2. r_{it} = \frac{p_1 - p_0 + Dps + ((p_1 - 1000) * \alpha) + (p_1 * \beta)}{p_0}$$

$$3. r_{mt} = \frac{I_{mt} - I_{mo}}{I_{mo}}$$

در رابطه‌های ۱ تا ۳ متغیرها به شرح زیر می‌باشد:

ab_{it} : بازده غیر عادی سهام	i در دوره t
r_{it} : بازده شاخص قیمت سهام و بازده نقدی در دوره t	p_1 : قیمت سهام در انتهای دوره
r_{mt} : شاخص کل بورس در ابتدای دوره t	Dps : سود نقدی ناخالص هر سهم
I_{mt} : شاخص کل بورس در ابتدای دوره t	α : درصد افزایش سرمایه از محل مطالبات و آورده نقدی
I_{mo} : شاخص کل بورس در پایان دوره t	β : افزایش سرمایه از محل سود انباشته و اندوخته

۳. یافته‌های پژوهش

۳-۱. آمار توصیفی

نتایج آمار توصیفی متغیرهای این پژوهش را می‌توان در نگاره شماره (۱) مشاهده کرد. آمار توصیفی برای هر متغیر به صورت تفکیکی و حاوی تحلیل توصیفی تمامی اطلاعات و متغیرهای اساسی به کارگیری شده در این پژوهش در سطح کلیه شرکت‌ها است. از جمله

مهم‌ترین پارامترهای پراکندگی، انحراف معیار است. برای متغیر عمر شرکت عدد ۱۶.۹۸۳۸ است. این پارامتر برای متغیر جنسیت عدد ۰.۰۸۸۱ است که نشان می‌دهد در بین متغیرهای پژوهش به ترتیب دارای بیشترین و کمترین میزان پراکندگی هستند. نتایج نشان می‌دهد که میانگین مادی‌گرایی در شرکت‌های نمونه برابر عدد ۵۰.۷۳۵۲ بوده است و هرچه این مقدار به سمت عدد ۷۵.۶۰۰۰ میل نماید، نشان‌دهنده سطح بالاتری از مادی‌گرایی هیأت مدیره است و همچنین نتایج نشان می‌دهد که میانگین امتیاز مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های نمونه برابر ۲۷.۶۷۰۴ بوده است و هرچه این مقدار به سمت عدد ۴۰.۰۰۰۰ میل نماید، نشان‌دهنده سطح بالاتری از انجام مسئولیت اجتماعی شرکت است.

نگاره (۲): آمار توصیفی محاسبه‌شده متغیرهای پژوهش

نام متغیر	میانگین	میانه	حداکثر	حداقل	انحراف معیار	ضرب ضربه	ضرب کشیدگی
مسئولیت اجتماعی	۲۷.۶۷۰۴	۲۹.۰۰۰۰	۴۰.۰۰۰۰	۱۰.۰۰۰۰	۷.۸۰۴۱	-۰.۱۹۶۸	۱.۸۵۸۲
مادی‌گرایی	۵۰.۷۳۵۲	۵۱.۰۰۰۰	۷۵.۶۰۰۰	۳۰.۶۰۰۰	۵.۵۰۸۸	۰.۱۵۷۶	۸.۵۹۷۴
تحصیلات	۳.۱۱۷۰	۳.۲۰۰۰	۴.۰۰۰۰	۲.۴۰۰۰	۰.۳۰۱۸	۰.۳۶۳۵	۳.۰۸۸۵
جنسیت	۰.۹۷۶۴	۱.۰۰۰۰	۱.۰۰۰۰	۰.۵۰۰۰	۰.۰۸۸۱	-۰.۲۴۲۷	۲۱.۵۲۳۱
استقلال	۰.۲۷۱۱	۰.۲۰۰۰	۰.۸۰۰۰	۰.۱۴۰۰	۰.۱۴۲۷	۲.۰۰۰۶	۶.۴۸۵۵
اندازه هیأت مدیره شرکت	۵.۰۸۲۷	۵.۰۰۰۰	۷.۶۶۷۰	۴.۳۳۰۰	۰.۴۸۰۰	۳.۴۳۵۹	۱۶.۸۶۸۵
دوره تصدی هیأت مدیره	۶.۰۷۰۰	۶.۰۰۰۰	۱۲.۰۰۰۰	۳.۰۰۰۰	۱.۷۶۶۹	۰.۱۷۳۶	-۰.۵۳۵۱
عمر شرکت	۴۲.۷۵۲۹	۴۴.۰۰۰۰	۹۲.۰۰۰۰	۱۱.۰۰۰۰	۱۶.۹۸۳۸	۰.۲۳۴۵	۲.۶۵۰۲
بازده دارایی‌ها	۰.۰۷۰۲	۰.۰۷۶۰	۰.۳۸۱۰	-۰.۳۶۹۰	۰.۱۲۳۵	-۰.۷۶۰۵	۴.۷۵۹۷
نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	۴.۸۹۰۸	۳.۷۳۷۰	۳۴.۲۲۹۰	-۱۴.۲۹۵۰	۶.۸۵۹۱	۱.۸۸۶۵	۹.۴۹۱۳
بدهی به حقوق صاحبان سهام	۲.۲۸۳۰	۱.۳۵۵۰	۳۶.۴۵۴۰	-۲۳.۱۳۳۰	۶.۵۴۵۴	۱.۴۲۲۱	۱۴.۲۱۶۵

محدودیت مالی	-۵.۶۶۸۷	-۵.۶۲۶۰	-۴.۱۴۰۰	-۷.۶۷۱۰	۰.۷۲۵۹	-۰.۳۸۴۶	۲.۷۸۴۹
بازده غیرعادی	۲.۵۶۳۵	۲.۵۴۳۰	۱۰.۳۷۶۰	-۱۳.۲۱۹۰	۲.۲۴۵۸	-۳.۴۵۰۱	۳۱.۵۴۵۵

منبع: یافته‌های تحقیق

۳-۲. آزمون فرضیه‌ها (آمار استنباطی)

نتایج برازش الگوی پژوهش در نگاره‌های شماره ۳، ۴ و ۵ جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش درج شده است.

فرضیه اول: ویژگی‌های هیأت مدیره تأثیر در رابطه بین مادی‌گرایی هیأت مدیره و مسئولیت اجتماعی شرکت دارد.

نگاره (۳): نتایج برآورد مدل (متغیر وابسته مسئولیت اجتماعی شرکت CSR)

متغیر	ضریب	خطای استاندارد	prob
مقدار ثابت C	۱۹۶.۶۵۴۲	۲۰۰.۶۵۷۷	۰.۳۳۰۶
مادی‌گرایی	-۳.۶۶۴۹	۱.۷۶۶۳	۰.۰۴۸۸
تحصیلات	-۵۷.۷۹۳۹	۳۵.۰۶۸۸	۰.۱۰۴۰
جنسیت	۲۱.۷۷۳۲	۱۱۳.۲۵۲۱	۰.۸۴۸۱
استقلال	۴۶.۴۴۴۸	۴۸.۳۱۰۸	۰.۳۳۹۸
اندازه هیأت مدیره شرکت	-۲۳.۰۷۲۸	۲۵.۳۳۰۸	۰.۳۶۵۶
دوره تصدی هیأت مدیره	۱۶.۰۰۱	۱۲.۱۳۴۰	۰.۱۹۱۸
مادی‌گرایی * تحصیلات	۱.۱۶۳۷	۰.۶۹۵۴	۰.۰۹۸۹
مادی‌گرایی * جنسیت	-۰.۴۹۲۶	۲.۱۰۲۷	۰.۸۱۵۵
مادی‌گرایی * استقلال	-۰.۸۳۱۸	۰.۹۹۸۰	۰.۴۰۷۵
مادی‌گرایی * اندازه هیأت مدیره شرکت	۰.۴۶۷۱	۰.۵۱۲۹	۰.۳۶۵۷
مادی‌گرایی * دوره تصدی هیأت مدیره	-۰.۳۰۴۲	۰.۲۲۸۹	۰.۱۸۸۳
عمر شرکت	-۰.۱۶۲۷	۰.۰۷۹۹	۰.۰۴۵۷
بازده دارایی‌ها	۱۲.۷۷۱۴	۷.۴۷۱۱	۰.۰۹۲۰
نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	۰.۰۵۰۰	۰.۱۳۳۴	۰.۷۰۸۹
بدهی به حقوق صاحبان سهام	-۰.۱۸۵۷	۰.۰۹۴۶	۰.۰۵۳۸
محدودیت مالی	-۳.۰۳۲۸	۱.۸۹۴۹	۰.۱۱۴۲
بازده غیرعادی	-۱.۰۱۳۳	۰.۳۵۸۶	۰.۰۰۶۲

متغیر	ضریب	خطای استاندارد	prob
ضریب تعیین تعدیل شده	۰.۴۳۸۰	آماره F	۱.۱۹۵۵
آماره دوربین واتسن	۲.۱۸۹۷	Prob (سطح معنی‌داری)	۰.۰۰۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق

با توجه به نتایج قابل مشاهده در نگاره شماره (۳) در ارتباط با مدل پژوهش، متغیر حاصل ضرب مادی‌گرایی هیأت مدیره در تحصیلات؛ جنسیت؛ استقلال؛ اندازه هیأت مدیره شرکت و دوره تصدی هیأت مدیره در مسئولیت اجتماعی شرکت دارای سطح معنی‌داری ۰.۰۹۸۹؛ ۰.۸۱۵۵؛ ۰.۴۰۷۵؛ ۰.۳۶۵۷ و ۰.۱۸۸۳ است. از این رو تحصیلات هیأت مدیره تأثیر مثبت و معناداری در رابطه بین مادی‌گرایی هیأت مدیره و مسئولیت اجتماعی شرکت دارد و تأثیر تحصیلات هیأت مدیره در رابطه بین مادی‌گرایی هیأت مدیره و مسئولیت اجتماعی شرکت به لحاظ آماری تأیید گردید اما در سایر معیارها تأیید نمی‌شود.

فرضیه دوم: ویژگی‌های هیأت مدیره تأثیر در رابطه بین مادی‌گرایی هیأت مدیره و مسئولیت اقتصادی شرکت دارد.

فرضیه سوم: ویژگی‌های هیأت مدیره تأثیر در رابطه بین مادی‌گرایی هیأت مدیره و مسئولیت قانونی شرکت دارد.

نگاره (۴): نتایج برآورد مدل (متغیر وابسته مسئولیت اقتصادی ECO و مسئولیت قانونی)

(RULE)

متغیر وابسته RULE			متغیر وابسته ECO			متغیر
prob	خطای استاندارد	ضریب	prob	خطای استاندارد	ضریب	
۰.۲۴۱۴	۴۴.۹۷۳۲	۵۳.۱۶۰۲	۰.۱۴۲۰	۶۰.۴۰۶۰	۸۹.۷۵۷۰	مقدار ثابت C
۰.۲۶۷۵	۰.۹۰۳۵	-۱.۰۱۰۳	۰.۱۳۷۱	۱.۲۱۳۷	-۱.۸۲۶۱	مادی‌گرایی
۰.۴۹۴۶	۸.۲۴۳۷	-۵.۶۶۲۱	۰.۰۹۴۰	۹.۴۸۳۵	-۱۶.۱۱۲۲	تحصیلات
۰.۶۲۵۹	۲۸.۲۴۵۹	-۱۳.۸۳۴۴	۰.۹۵۲۸	۳۷.۶۸۷۴	-۲.۲۴۱۳	جنسیت
۰.۳۳۶۴	۱۱.۸۳۹۳	۱۱.۴۶۲۵	۰.۳۶۶۴	۱۹.۶۰۴۳	-۱۷.۸۲۸۸	استقلال
۰.۵۷۰۸	۶.۶۱۳۰	-۳.۷۶۶۸	۰.۲۹۲۷	۶.۷۷۴۸	-۷.۱۸۵۲	اندازه هیأت مدیره شرکت

متغیر وابسته RULE			متغیر وابسته ECO			
۰.۹۹۸۰	۲.۹۹۴۷	-۰.۰۰۷۳	۰.۷۱۹۸	۳.۴۲۲۸	۱.۲۳۳۱	دوره تصدی هیأت مدیره
۰.۴۴۸۹	۰.۱۶۰۱	۰.۱۲۱۹	۰.۰۹۶۰	۰.۱۸۹۴	۰.۳۱۹۹	مادی‌گرایی* تحصیلات
۰.۶۶۵۸	۰.۵۲۸۰	۰.۲۲۹۰	۰.۸۹۴۰	۰.۷۰۹۸	۰.۰۹۴۹	مادی‌گرایی* جنسیت
۰.۴۲۵۹	۰.۲۵۶۴	-۰.۲۰۵۴	۰.۳۷۷۰	۰.۳۹۰۸	۰.۳۴۷۶	مادی‌گرایی* استقلال
۰.۵۶۷۳	۰.۱۳۵۶	۰.۰۷۷۹	۰.۲۹۲۷	۰.۱۳۶۹	۰.۱۴۵۲	مادی‌گرایی* اندازه هیأت مدیره شرکت
۰.۹۷۲۵	۰.۰۵۷۶	۰.۰۰۱۹	۰.۷۸۲۸	۰.۰۶۶۱	-۰.۰۱۸۳	مادی‌گرایی* دوره تصدی هیأت مدیره
۰.۰۸۰۷	۰.۰۱۹۰	-۰.۰۳۳۸	۰.۱۱۹۵	۰.۰۲۵۷	-۰.۰۴۰۵	عمر شرکت
۰.۳۴۹۶	۲.۳۳۹۳	۲.۲۰۳۷	۰.۰۴۱۰	۲.۸۸۱۸	۶.۰۰۳۶	بازده دارایی‌ها
۰.۱۹۳۵	۰.۰۲۴۳	۰.۰۳۱۹	۰.۸۴۷۹	۰.۰۴۹۳	-۰.۰۰۹۵	نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری
۰.۲۰۲۵	۰.۰۲۵۱	-۰.۰۳۲۴	۰.۰۶۱۹	۰.۰۳۱۰	-۰.۰۵۸۹	بدهی به حقوق صاحبان سهام
۰.۰۶۸۹	۰.۴۶۶۴	-۰.۸۶۲۳	۰.۱۱۷۴	۰.۶۳۳۵	-۱.۰۰۴۹	محدودیت مالی
۰.۰۳۳۶	۰.۱۰۱۵	-۰.۲۲۰۴	۰.۰۹۵۸	۰.۰۸۹۲	-۰.۱۵۰۸	بازده غیرعادی
-۰.۳۳۹۸			۰.۱۱۸۵			ضریب تعیین تعدیل شده
۱.۸۲۹۹			۱.۹۴۹۹			آماره دوربین واتسن
۰.۸۱۰۷			۱.۶۶۴۴			آماره F
۰.۰۰۰۰			۰.۰۰۰۰			Prob (سطح معنی‌داری)

منبع: یافته‌های تحقیق

با توجه به نتایج قابل مشاهده در نگاره شماره (۴) در ارتباط با مدل پژوهش، متغیر حاصل ضرب مادی‌گرایی هیأت مدیره در تحصیلات؛ جنسیت؛ استقلال؛ اندازه هیأت مدیره شرکت و دوره تصدی هیأت مدیره در مسئولیت اقتصادی و مسئولیت قانونی دارای سطح معنی‌داری ۰.۰۹۶۰؛ ۰.۸۹۴۰؛ ۰.۳۷۷۰؛ ۰.۲۹۲۷؛ ۰.۷۸۲۸؛ ۰.۴۴۸۹؛ ۰.۶۶۵۸؛ ۰.۴۲۵۹؛ ۰.۵۶۷۳ و ۰.۹۷۲۵ است از این رو فرضیه دوم و سوم تأیید نمی‌شود.

فرضیه چهارم: ویژگی‌های هیأت مدیره تأثیر در رابطه بین مادی‌گرایی هیأت مدیره و مسئولیت اخلاقی شرکت دارد.

فرضیه پنجم: ویژگی‌های هیأت مدیره تأثیر در رابطه بین مادی‌گرایی هیأت مدیره و مسئولیت خیرخواهانه شرکت دارد.

نگاره (۵): نتایج برآورد مدل (متغیر وابسته مسئولیت اخلاقی MORAL و مسئولیت بشردوستانه BASHAR)

متغیر وابسته BASHAR			متغیر وابسته MORAL			متغیر
خطای استاندارد	ضریب	prob	خطای استاندارد	ضریب	prob	
۰.۴۶۶۸	۸۶.۵۱۰۶	۶۳.۳۱۳۵	۰.۸۵۸۱	۵۹.۰۹۰۶	-۱۰.۶۰۴۴	مقدار ثابت C
۰.۰۱۳۵	۰.۰۸۳۲	-۰.۲۱۸۰	۰.۸۵۹۸	۱.۲۰۳۱	۰.۲۱۳۳	مادی‌گرایی
۰.۰۹۷۹	۱۴.۰۱۳۵	-۲۳.۵۲۱۷	۰.۲۳۳۹	۱۰.۵۷۲۶	-۱۲.۶۹۸۸	تحصیلات
۰.۶۷۴۳	۴۶.۱۴۶۴	۱۹.۴۷۶۴	۰.۵۹۲۰	۴۰.۶۸۸۰	۲۱.۹۰۹۳	جنسیت
۰.۱۶۱۵	۱۹.۴۳۱۶	۲۷.۵۰۷۵	۰.۰۶۵۹	۱۳.۱۳۲۷	۲۴.۵۵۸۳	استقلال
۰.۴۳۱۰	۱۲.۵۹۷۴	-۹.۹۷۹۸	۰.۷۵۸۸	۸.۹۳۸۲	-۲.۷۵۵۶	اندازه هیأت مدیره شرکت
۰.۱۱۵۳	۴۸۸۲۸	۷.۷۹۰۰	۰.۰۳۷۵	۳.۴۴۶۲	۷.۳۱۶۱	دوره تصدی هیأت مدیره
۰.۰۹۵۵	۰.۲۷۴۶	۰.۴۶۴۴	۰.۲۱۶۲	۰.۲۰۹۷	۰.۲۶۱۹	مادی‌گرایی * تحصیلات
۰.۶۲۲۷	۰.۸۳۰۳	-۰.۴۱۰۳	۰.۵۴۶۳	۰.۷۵۸۹	-۰.۴۶۰۱	مادی‌گرایی * جنسیت
۰.۱۸۵۷	۰.۳۹۱۶	-۰.۵۲۳۷	۰.۱۰۸۰	۰.۲۷۰۸	-۰.۴۴۱۲	مادی‌گرایی * استقلال
۰.۴۳۴۸	۰.۲۴۶۸	۰.۱۹۳۹	۰.۷۲۸۸	۰.۱۷۹۰	۰.۰۶۲۳	مادی‌گرایی * اندازه هیأت مدیره شرکت
۰.۰۹۲۰	۰.۰۹۰۹	-۰.۱۵۵۴	۰.۰۳۹۹	۰.۰۶۵۸	-۰.۱۳۸۰	مادی‌گرایی * دوره تصدی هیأت مدیره
۰.۳۱۰۵	۰.۰۲۷۹	-۰.۰۲۸۵	۰.۰۸۴۳	۰.۰۲۸۲	-۰.۰۴۹۵	عمر شرکت
۰.۵۲۳۵	۲.۵۳۳۰	۱.۶۲۴۳	۰.۱۷۸۶	۲.۰۳۹۰	۲.۷۷۱۸	بازده دارایی‌ها
۰.۹۸۱۵	۰.۰۵۰۴	۰.۰۰۱۱	۰.۶۵۲۸	۰.۰۴۶۱	۰.۰۲۰۸	نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری
۰.۱۷۱۱	۰.۰۳۴۶	-۰.۰۴۷۹	۰.۲۲۲۲	۰.۰۳۶۴	-۰.۰۴۴۹	بدهی به حقوق صاحبان سهام
۰.۷۱۵۶	۰.۶۰۱۵	-۰.۲۲۰۰	۰.۱۶۸۵	۰.۵۸۰۶	-۰.۸۰۸۳	محدودیت مالی
۰.۰۲۴۵	۰.۱۷۱۲	-۰.۳۹۴۱	۰.۰۴۸۴	۰.۱۲۷۵	-۰.۲۵۶۳	بازده غیرعادی

متغیر وابسته BASHAR	متغیر وابسته MORAL	
-۰.۳۴۳۰	-۰.۳۲۹۴	ضریب تعیین تعدیل شده
۲.۴۳۹۹	۲.۲۵۲۴	آماره دوربین واتسن
۰.۹۸۵۲	۰.۸۵۸۶	آماره F
۰.۰۰۰۰	۰.۰۰۰۰	Prob (سطح معنی داری)

منبع: یافته‌های تحقیق

با توجه به نتایج قابل مشاهده در نگاره شماره (۵) در ارتباط با مدل پژوهش، متغیر حاصل ضرب مادی‌گرایی هیأت مدیره در تحصیلات؛ جنسیت؛ استقلال؛ اندازه هیأت مدیره شرکت و دوره تصدی هیأت مدیره در مسئولیت اخلاقی و مسئولیت خیرخواهانه دارای سطح معنی داری ۰.۲۱۶۲؛ ۰.۵۴۶۳؛ ۰.۱۰۸۰؛ ۰.۷۲۸۸؛ ۰.۰۳۹۹؛ ۰.۰۹۵۵؛ ۰.۶۲۲۷؛ ۰.۱۸۵۷؛ ۰.۴۳۴۸ و ۰.۰۹۲۰ است. از این رو تحصیلات هیأت مدیره تأثیر مثبت و معناداری در رابطه بین مادی‌گرایی هیأت مدیره و مسئولیت خیرخواهانه شرکت دارد و تأثیر تحصیلات هیأت مدیره در رابطه بین مادی‌گرایی هیأت مدیره و مسئولیت خیرخواهانه شرکت به لحاظ آماری تأیید گردید و دوره تصدی هیأت مدیره تأثیر معناداری در رابطه بین مادی‌گرایی هیأت مدیره و مسئولیت خیرخواهانه شرکت دارد و تأثیر دوره تصدی هیأت مدیره در رابطه بین مادی‌گرایی هیأت مدیره و مسئولیت خیرخواهانه شرکت به لحاظ آماری تأیید گردید اما در سایر معیارها تأیید نمی‌شود. سطح معناداری در مدل پژوهش در تمامی معیارهای مسئولیت اجتماعی کمتر از عدد ۰.۰۵ است که نشان می‌دهد مدل برازش شده از اعتبار کافی برخوردار است.

نتیجه‌گیری

عوامل متعددی می‌تواند بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تأثیرگذار باشد که شناسایی این عوامل و بررسی تأثیرگذاری آنها حائز اهمیت است. مادی‌گرایی هیأت مدیره از عواملی است که می‌تواند تأثیر مهمی بر مسئولیت اجتماعی شرکت داشته باشد. از این رو بررسی تأثیر مادی‌گرایی هیأت مدیره بر مسئولیت اجتماعی شرکت با نقش تعدیلی ویژگی‌های هیأت مدیره از اهمیت ویژه‌ای برخوردار خواهد بود. در این پژوهش با استفاده از مدل مورد مطالعه تأثیر مادی‌گرایی هیأت مدیره بر مسئولیت اجتماعی شرکت با نقش تعدیلی ویژگی‌های هیأت مدیره مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج پژوهش نشان داد که در

مدل برآوردی تحصیلات هیأت مدیره تأثیر مثبت و معناداری در رابطه بین مادی‌گرایی هیأت مدیره و مسئولیت اجتماعی شرکت دارد و در بازه زمانی مورد مطالعه، تحصیلات هیأت مدیره توانسته است در رابطه بین مادی‌گرایی بر مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر بگذارد و سایر فرضیه‌ها تأیید نمی‌شود. نتایج تجربی پژوهش با نتایج پژوهش دیویدسون و اسمیت^{۲۴} (۲۰۱۹) از جهاتی همسو می‌باشد. به این نتیجه دست یافتند؛ بنگاه‌های اقتصادی تحت رهبری مدیرعاملان مادی‌گرا نمرات مسئولیت اجتماعی کمتری دارند و نقاط قوت کمتر و ضعف‌های بیشتر دارند. همچنین در این پژوهش تأثیر مادی‌گرایی هیأت مدیره با نقش تعدیلی ویژگی‌های هیأت مدیره بر اجزای مسئولیت اجتماعی شرکت که شامل مسئولیت اقتصادی، مسئولیت قانونی، مسئولیت اخلاقی، مسئولیت بشردوستانه است به صورت جداگانه مورد بررسی قرار گرفته است؛ نتایج پژوهش نشان داد که تحصیلات هیأت مدیره تأثیر مثبت و معناداری در رابطه بین مادی‌گرایی هیأت مدیره و مسئولیت خیرخواهانه شرکت دارد و همچنین دوره تصدی هیأت مدیره تأثیر معناداری در رابطه بین مادی‌گرایی هیأت مدیره و مسئولیت خیرخواهانه شرکت دارد و نتایج به دست آمده این پژوهش با نتایج پژوهش کاسر^{۲۷} (۲۰۱۶) همسو می‌باشد که به این نتیجه دست یافتند؛ افرادی که اولویت بر ارزش‌ها و اهداف مادی‌گرایی دارند به شیوه‌های مخرب‌تر از نظر زیست محیطی عمل می‌کنند و نتایج به دست آمده این پژوهش با پژوهش کشاورزی و جامعی (۱۳۹۸) همسو است به این نتیجه دست یافتند؛ تمایل به شرکت در بازیافت در بین غیرمادی‌گراها از مادی‌گراها بیشتر می‌باشد و همچنین با نتایج پژوهش کیلبورن و پیکت^{۳۱} (۲۰۰۸) همسو می‌باشد و به این نتیجه دست یافتند مادی‌گرایی بر رفتارهای محیط زیست تأثیر معنی‌داری دارد. در پژوهش‌های ذکر شده نقش تعدیلی ویژگی‌های هیأت مدیره در نظر گرفته نشده است. در سایر پژوهش‌های انجام شده در حوزه مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌توان به پژوهش‌های مانند هانگ و سوان^{۲۶} (۲۰۱۷)؛ هوانگ^{۲۲} (۲۰۱۳)؛ لطفی و قادرزاده (۱۳۹۹)؛ واعظ و همکاران (۱۳۹۷) اشاره کرد که تمامی این پژوهش‌ها در خصوص ارتباط بین مسئولیت اجتماعی با سایر متغیرهایی که در حوزه‌ی این پژوهش نمی‌باشد، انجام شده است و به دلیل عدم مطابقت متغیرهای پژوهش‌های ذکر شده با این پژوهش، نتایج این پژوهش‌ها با این پژوهش قابلیت مقایسه را

ندارد. افرادی که مادی‌گرایی برایشان در اولویت قرار دارد، کمتر به دیگران اهمیت می‌دهند و تمایل کمتری به رفتارهای بشردوستانه و مسئولیت اجتماعی دارند. و همچنین نقش تعدیلی دوره تصدی هیأت مدیره در رابطه بین مادی‌گرایی هیأت مدیره و مسئولیت خیرخواهانه شرکت، به این معنای آن است که برای هیأت مدیره مادی‌گرا با نقش تعدیلی دوره تصدی هیأت مدیره مسئولیت خیرخواهانه اهمیت کمتری دارد و مدیران را به سمت رعایت مسئولیت بشردوستانه سوق نمی‌دهند. طبق نتایج این پژوهش افرادی که توجه به مادیات را در زندگی خود اصل قرار می‌دهند و مادی‌گرا می‌باشند در انجام بعضی از فعالیت‌های اجتماعی بی‌اهمیت می‌باشند. با توجه به اینکه هیأت مدیره در شرکت‌ها نقش کلیدی تصمیم‌گیری و اجرای مسئولیت اجتماعی را بر عهده دارند نتایج بیانگر این مطلب است که هیأت مدیره مادی‌گرا تمایل کمتری به ارائه گزارش شفاف و کامل مسئولیت اجتماعی شرکت دارند. هیأت مدیره مادی‌گرا نمره مسئولیت اجتماعی پایین‌تری دارند و در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکت نقاط ضعف بیشتری دارند.

از کاربردهای اصلی نتایج پژوهش حاضر استفاده تصمیم‌گیرندگان و اداره‌کنندگان شرکت‌های بورسی جهت سنجش عملکرد مسئولیت اجتماعی مدیران براساس ویژگی‌های رفتاری است. استفاده از نتایج تحقیق توسط سرمایه‌گذاران در بازار سرمایه جهت اتخاذ تصمیمات سرمایه‌ای مبتنی بر ویژگی‌های رفتاری و منفعت‌طلبانه هیأت مدیره و میزان رفتارهای مسئولیت اجتماعی شرکت است. همچنین نتایج این تحقیق می‌تواند مورد استفاده مدیران، صاحبین شرکت‌ها، اعتباردهندگان بازار سرمایه، بانک‌ها، سازمان بورس اوراق بهادار تهران، تحلیلگران مالی، اساتید و دانشجویان رشته‌های حسابداری، مالی و مدیریتی قرار گیرد. همچنین این یافته‌ها می‌تواند برای سرمایه‌گذاران و تحلیل‌گران در اتخاذ تصمیمات اقتصادی مفید باشد.

پیشنهادهای مطالعات آتی در راستای اجرای پژوهش‌هایی در آینده به شرح زیر ارائه می‌گردد:

پیشنهاد می‌گردد در تحقیقات آتی به بررسی تأثیر دیگر ویژگی‌های روانی مدیرعامل مانند اعتمادبه‌نفس کاذب در کنار مادی‌گرایی بر مسئولیت اجتماعی شرکت پرداخته شود.

پیشنهاد می‌گردد در تحقیقات آتی به بررسی تأثیر مادی‌گرایی مدیرعامل بر مسئولیت اجتماعی شرکت با نقش تعدیلی ساختار مالکیت شرکت پرداخته شود. پیشنهاد می‌گردد در تحقیقات آتی به بررسی موضوع تحقیق با استفاده از مصاحبه و روش ساختاری تفسیری در سطح شرکت پرداخته شود.

این تحقیق در میان شرکت‌های حاضر در بورس اوراق بهادار تهران انجام گردید به سایر پژوهشگران پیشنهاد می‌گردد این تحقیق را در میان شرکت‌های فرابورسی اجرا کنند.

به سایر پژوهشگران پیشنهاد می‌گردد در تحقیقات آتی به بررسی تأثیر مادی‌گرایی مدیرعامل بر استراتژی‌های تجاری شرکت بپردازند.

با توجه به نتایج پژوهش پیشنهادهای راهبردی و محدودیت‌های پژوهش به شرح زیر است:

سازمان‌های تدوین‌کننده استاندارد حسابداری در ایران و سازمان بورس اوراق بهادار تهران توجه بیشتری به مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها نموده و با وضع مقررات الزام‌آور خصوصاً برای شرکت‌های بزرگ، آنان را ملزم به رعایت و افشای مسئولیت اجتماعی بنمایند تا به رفع سردرگمی شرکت‌ها در این زمینه کمک کرده و باعث بهبود شفافیت اطلاعات و افزایش اعتماد سرمایه‌گذاران و رعایت عدالت در مورد تمامی ذی‌نفعان گردد. جهت اندازه‌گیری مادی‌گرایی هیأت مدیره و جمع‌آوری داده‌ها؛ پایگاه اطلاع‌رسانی و سازمانی که بتواند اطلاعات مربوط به دارایی‌های مدیران قبل و بعد از دوره تصدی در داخل کشور را نشان دهد، وجود ندارد. وجود رویه‌های یکسان برای افشای مسئولیت اجتماعی به وسیله شرکت‌ها وجود ندارد.

یادداشت‌ها

1. Corporate social responsibility
2. Wood
3. Swanson
4. Waldman & Siegel
5. Godos-Dí'ez
6. Papagiannakis & Lioukas
7. WorldCom

8. Enron
9. World Business Council for Sustainable Development
10. Business for Social Responsibility (www.bsr.org)
11. International Chamber of Commerce
12. American Society for Quality
13. Caux Round Table (www.cauxroundtable.org)
14. Social Venture Network (www.svn.org)
15. Canadian Business for Social Responsibility (www.cbsr.ca)
16. Carroll
17. Richins & Dawson
18. Lange
19. Oxford
20. Rochberg-Halton
21. Birou
22. Belk
23. Reguera-Alvarado & Bravo-Urquiza
24. Davidson & Smith
25. Yuan
26. Huang & Sun
27. Kasser
28. Deckop
29. Ormiston & Wong
30. Manner
31. Kilbourne & Pickett
32. Walls
33. Post
34. Gender Socialization
35. Dawson
36. Green
37. Kim & Leung
38. Li
39. Hadlock & Pierce
40. Klepsch
41. Kaplan & Zingales
42. Huang

کتابنامه

- ابراهیمی نژاد، مهدی و اکبری، مهناز (۱۳۸۸). رابطه دیدگاه ارزشی مدیران و ایفای مسئولیت اجتماعی در سازمان‌های دولتی، پژوهش‌های مدیریت ایران. ۴ (۱۳). ۱-۳۲.
- اسماعیل پور، مجید؛ صیادی، امرالله؛ دلواری احمدپور، مرضیه و موسوی شورگلی، سولماز (۱۳۹۶). تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر وفاداری به برند به واسطه اعتبار برند (مورد

مطالعه: بانک صادرات ایران، شهر بوشهر). فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین. ۷ (۴). ۵۷-۷۶.

امیدوار، علیرضا (۱۳۸۴). سیاست‌گذاری حکومت در ترویج مسئولیت اجتماعی شرکت در ایران. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه تهران. دانشکده حقوق و علوم سیاسی. رشته سیاست‌گذاری عمومی. تهران. ایران.

ایمانی برندقی، محمد؛ کاظمی علوم، مهدی و عبدی، مصطفی (۱۳۹۷). بررسی تأثیر تنوع جنسیتی در هیأت مدیره بر احتمال وجود ضعف در کنترل‌های داخلی. *دوفصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری*. ۳ (۵). ۲۶۳-۲۸۵.

بادآورنهدی، یونس و درخور، سعید (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین محدودیت مالی، ارزش وجه نقد و خالص سرمایه‌گذاری. *پژوهش‌های تجربی حسابداری*. ۳ (۲). ۱۶۷-۱۸۹.

حساس یگانه، یحیی و برزگر، قدرت اله (۱۳۹۳). مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و پارادایم تحقیقاتی آن در حرفه حسابداری. *فصلنامه حسابداری مدیریت*. ۷ (۳). ۱۰۹-۱۳۳.

سپاسی، سحر و عبدلی، لیلا (۱۳۹۵). تأثیرات حضور زنان در هیأت مدیره بر ارزش شرکت و عملکرد مالی. *پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی*. ۸ (۲۹). ۵۸-۳۹.

ستایش، محمدحسین و کاظم‌نژاد، مصطفی (۱۳۸۸). بررسی تأثیر سرمایه فکری بر عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *مجله پیشرفت‌های حسابداری دانشگاه شیراز*. ۱ (۱). ۶۹-۹۴.

سعادت‌نیا، محمد؛ دهدار، فرهاد و عبدلی، محمدرضا (۱۳۹۹). ارزیابی تأثیر سطح افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی بانک‌ها با تأکید بر اخلاقیات. *پژوهش‌های اخلاقی*. ۱۱ (۲). ۸۹-۱۲۴.

سلیمانی امیری، غلامرضا و رحیمی تمرین، عاطفه (۱۳۹۳). رابطه‌ی بین به‌موقع بودن گزارشگری مالی و عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *پژوهش‌های تجربی حسابداری*. ۴ (۱). ۲۱-۳۵.

شفاعت، احمدرضا؛ کاشانی‌پور، محمد؛ غلامی جمکرانی، رضا و جهانگیرنیا، حسین (۱۴۰۰). تأثیر متغیر تیپ شخصیتی مدیران بر مدیریت سود و نقش تعدیلی آن در رابطه بین مدیریت سود با افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت. *دو فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری*. ۶ (۱۲). ۳۴۳-۳۰۸.

- شفیعی، حسین؛ خدای پور، احمد و دستگیر، محسن (۱۳۹۵). بررسی رابطه بین تغییرات سطح افشای مسائل اجتماعی و زیست محیطی با شاخص‌های سودآوری با استفاده از شاخص KLD. *مجله علمی - پژوهشی دانش حسابداری مالی*. ۳ (۴). ۶۴-۴۳.
- کریم‌پور، علیرضا؛ برادران حسن‌زاده، رسول؛ بادآورنده‌ی، یونس و زینالی، مهدی (۱۳۹۶). الگویی برای محدودیت مالی در شرکت‌های ایرانی. *تحقیقات مالی*. ۱۹ (۳). ۳۸۸-۳۶۵.
- کشاورزی، مهرزاد و جامعی، سالار (۱۳۹۸). بررسی تأثیر مادی‌گرایی بر رفتار بعد از خرید در میان دانشجویان دانشگاه پیام نور شیراز. *دومین کنفرانس بین‌المللی پیشرفت در مدیریت کسب‌وکار، تجارت، اقتصاد و امور مالی*. برلین-آلمان.
- لطفی، محسن و قادرزاده، سیدکریم (۱۳۹۹). بررسی تأثیر ویژگی‌های شخصیتی و ساختاری مدیریت بر نحوه‌ی ایفای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها: با تأکید بر مدل‌های داده‌کاوی و تحلیل پوششی داده‌ها. *مجله علمی - پژوهشی دانش حسابداری مالی*. ۷ (۴). ۱۵۳-۱۲۷.
- مرادی، مهدی؛ سعیدی، مجتبی و رضایی، حمیدرضا (۱۳۹۲). بررسی تأثیر اندازه و استقلال هیأت مدیره بر هزینه‌های نمایندگی. *پژوهش‌های تجربی حسابداری*. ۲ (۷). ۵۳-۳۵.
- مران‌جوری، مهدی و علی‌خانی، رضیه (۱۳۹۹). نقش تعدیل‌کنندگی خودشیفتگی مدیران بر رابطه بین عدم اطمینان محیطی و افشای مسئولیت‌های اجتماعی. *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*. ۹ (۳۵). ۲۶۳-۲۷۲.
- مهرافزون، امیر (۱۳۹۷). بررسی رابطه ویژگی‌های هیأت مدیره و دوره تصدی مدیرعامل بر ارزش شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *ماهنامه پژوهش‌های مدیریت و حسابداری*. ۵ (۴۴). ۹۹-۸۲.
- نیک‌بخت، محمدرضا؛ سیدی، سیدعزیز و هاشم‌الحسینی، روزبه (۱۳۸۹). بررسی تأثیر ویژگی‌های هیأت مدیره بر عملکرد شرکت. *مجله پیشرفت‌های حسابداری*. ۲ (۱). ۲۵۰-۲۷۰.
- واعظ، سید علی؛ انواری، ابراهیم؛ رودبار شجاعی، علی و کریمی، زینب (۱۳۹۷). تأثیر استقلال اعضای هیأت مدیره و تمرکز مالکیت بر ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی. *فصلنامه حسابداری مالی*. ۱۰ (۳۹). ۱۴۰-۱۱۱.
- ودیعی، محمدحسین و حسینی، سیدمحمد (۱۳۹۱). رابطه معیارهای ارزیابی عملکرد و بازده غیر عادی سهام. *پژوهش‌های تجربی حسابداری*. ۱ (۴). ۸۷-۷۳.
- Belk, R. (1988). Third world consumer culture. *Research in Marketing*. 15 (4). 102-127.

- Belk, R. (1985). Materialism: Trait aspects of living in the material world. *Journal of Consumer Research*. 12 (3). 265–280.
- Birou, A. (1996). *Vocabulaire Pratique des Sciences Sociales*. Translated by Bagher Saroukhani. Keyhan press. [In Persian].
- Carroll, A. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*. 34 (3). 39-48.
- Carroll, A. B. (1998). The four faces of corporate citizenship. *Business & Society Review*. 100/101 (1). 1–7.
- Carroll, A. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*. 4 (4). 497–505.
- Davidson, R. Dey, A. & Smith, A. (2019). CEO Materialism and Corporate Social Responsibility. *American Accounting Association. The Accounting Review*. 94 (1). 101–126.
- Deckop, J. R., Giacalone, A. & Jurkiewicz, C. (2015). Materialism and workplace behaviors: Does wanting more result in less? *Social Indicators Research*. 121 (3). 787–803.
- Dawson, L. (1997). Ethical Difference between Men and Women in sales profession. *journal of business ethics*. 16 (1). 1143-1152.
- Endrikat, J., de Villiers, C., Guenther, T.W. and Guenther, E.M. (2021). Board Characteristics and Corporate Social Responsibility: A Meta-Analytic Investigation. *Business & Society*. 60 (8). 2099-2135.
- Erikson, K., Kerem, K., Nilsson, D., (2005). Customer acceptance of internet banking in Estonia. *International Journal of Bank Marketing*. 23 (2). 200-216.
- Fama, E. F., Jensen, M. C., (1983). “Separation of ownership and control”. *Journal of Law and Economics*. 26 (2). 301-325.
- Fournier, S. & Richins, M. L. (1991). Some theoretical and popular notions concerning materialism. *Journal of Social Behavior & Personality*. 6 (6). 403-414.
- Godos-Dí'ez, J., Ferná'ndez-Gago, R. & Martí'nez-Campillo, A. (2011). How important are CEOs to CSR practices? An analysis of the mediating effect of the perceived role of ethics and social responsibility. *Journal of Business Ethics*. 98 (4). 531-548.
- Green, S. (2005). *Sarbanes Oxley and the Board of Directors*. JohnWiley & Sons, Inc. Hoboken.New Jercy
- Hadlock, Ch. J. & Pierce, J. R. (2010). New evidence on measuring financial constraints: moving beyond the KZ index. *The Review of Financial Studies*. 23(5): 1910-1940.
- Hambrick, D. & Mason, P. (1984). Upper echelons: The organization as a reflection of its top managers. *Academy of Management Review*. 9 (2). 193-206.

- Huang, X. S., & Sun, L. (2017). Managerial Ability and Real Earnings Management. *Advances in Accounting*. 39 (4). 91-104.
- John, N. A., Seme, A., Roro, M. A. & Tsui, A. O. (2017). Understanding the meaning of marital relationship quality among couples in peri-urban Ethiopia. *Culture, Health & Sexuality*. 19 (2). 267-278.
- Jones, T. (1995). Instrumental stakeholder theory: A synthesis of ethics and economics. *Academy of Management Review*. 20 (2). 404-437.
- Kaplan, S. N. & Zingales, L. (1997). Do financing constraints explain why investment is correlated with cash flow? *Quarterly Journal of Economics*. 112 (1). 169-215.
- Kasser, T. (2016). Materialistic values and goals. *Annual Review of Psychology*. 67 (8). 489-514.
- Kieschnick, R. & Moussawi, R. (2018). Firm age, corporate governance, and capital structure choices. *Journal of Corporate Finance*. 48 (c). 597-614.
- Kilbourne, W. & Pickett, G. (2008). How materialism affects environmental beliefs, concern, and environmentally responsible behavior. *Journal of Business Research*. 61 (9). 885-893.
- Kim, T. & Leung, K. (2007). Forming and reacting to overall fairness: A cross-cultural comparison. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 104 (1). 83-95.
- Klepsch, C., Elsas, R. & Breitkopf, N. (2019). A new measure of financial constraints applicable to private and public firms. *Journal of Banking and Finance, Forthcoming*. Available at SSRN. 101 (88). 270-295.
- Lange, F. A. (1925). *The History of Materialism*. London, Routledge & Kegan Paul.
- Li, D. (2010). *Financial Constraints, R&D Investment, and Stock Returns*. PhD Dissertation. University of California San Diego.
- Manner, M. (2010). The impact of CEO characteristics on corporate social performance. *Journal of Business Ethics*. 93 (1). 53-72.
- Mosley, D., Pietri, P. & Megginson, L. (1996). *Management: Leadership in Action*. New York. NY: HarperCollins.
- Musbah, A., Cowton, C. J. & Tyfa, D. (2014). The Role of Individual Variables, Organizational Variables and Moral Intensity Dimensions in Libyan Management Accountants' Ethical Decision Making. *Journal of Business Ethics*. 134 (3). 1-24.
- Ormiston, M. & Wong, E. (2013). License to ill: The effects of corporate social responsibility and CEO moral identity on corporate social irresponsibility. *Personnel Psychology*. 66 (4). 861-893.
- Papagiannakis, G. & Lioukas, S. (2012). Values, attitudes and perceptions of managers as predictors of corporate environmental responsiveness. *Journal of Environmental Management*. 100 (15). 41-51.

- Perotti, E. Vesnaver, L. (2004). Enterprise finance and investment in listed Hungarian firms. *Journal of Comparative Economics*. 32 (1). 73-87.
- Podoshen, J., Li, L. & Zhang, J. (2011). Materialism and Conspicuous Consumption in China: A Cross-Cultural Examination. *International Journal of Consumer Studies*. 35 (1). 17-25.
- Post, C., Rahman, N., & Rubow, E. (2011). Green governance: Boards of directors' composition and environmental corporate social responsibility. *Business & Society*. 50 (1). 189–223.
- Reguera-Alvarado, N. and Bravo-Urquiza, F. (2021). The influence of board social capital on corporate social responsibility reporting. *Journal of Intellectual Capital*. Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JIC-11-2020-0359>.
- Richins, M. & Dawson, S. (1992). A consumer values orientation for materialism and its measurement: Scale development and validation. *Journal of Consumer Research*. 19 (3). 303–316.
- Richins, M. (1994). Special possessions and the expression of material values. *Journal of Consumer Research*. 21 (3). 522–533.
- Richins, M. & Rudmin, F. (1994). Materialism and economic psychology. *Journal of Economic Psychology*. 15 (2). 217–231.
- Rochberg-Halton, E. (1986). *Meaning and Modernity: Social Theory in the Pragmatic Attitude*. Chicago. University of Chicago Press.
- Swanson, D. (2008). Top managers as drivers for corporate social responsibility, *In The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. 227–248.
- Yeung, W.H. and Lento, C. (2018). Ownership structure, audit quality, board structure, and stock price crash risk: Evidence from China. *Global Finance Journal*. 37 (c). 1-24.
- Yuan, Y., Gaoliang, T., Louise, Y. L. & Yangxin, Y. (2019). CEO Ability and Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*. 157 (2). 391-411.
- Waldman, D. & Siegel, D. (2008). Defining the socially responsible leader. *Leadership Quarterly*. 19 (1). 117–131.
- Walls, J. L., Berrone, P., & Phan, P. H. (2012). Corporate governance and environmental performance: Is there really a link? *Strategic Management Journal*. 33 (8). 885–913.
- Wang, H., Tong, L., Takeuchi, R. and George, G. (2016). Corporate social responsibility: An overview and new research directions. *Academy of Management Journal*. 59 (2). 534–544.
- Wood, V., Chonko, L. & Hunt, S. (1986). Social responsibility and personal success: Are they incompatible? *Journal of Business Research*. 14 (3). 193–212.
- Zhang, J. W., Howell, R. T., Caprariello, P. A., & Guevarra, D. A. (2014). Damned if they do, damned if they don't: Material buyers are not happier

۴۵۰ *نیشدریت* سال پانزدهم، شماره دوم (پیاپی ۳۰)، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

from material or experiential consumption. *Journal of Research in Personality*. 50 (1). 71–83.