

The Moderating Role of Corporate Social Responsibility on the Relationship between Related Party Transactions and Firm Value¹

Seyed Mostafa Alavi², Reza Kalantari³

Received: 2023/04/07

Accepted: 2023/09/11

Research Paper

Abstract

In this study, the moderating role of corporate social responsibility on the relationship between related party transactions and firms has been investigated. The statistical population of the study was all companies listed on the Tehran Stock Exchange in the period 2014 to 2020 and the purposeful removal method was used to determine the statistical sample size. Finally, 102 companies were selected as a statistical sample. Data analysis and testing were performed using the combined data approach and the fixed effects data method. The results showed that related party transactions on the firm value have a significant relationship, so sales transactions increase the value of the company, and purchase transactions lead to a decrease in the value of the company. In examining the fourth hypothesis, it was found that the company's social responsibility had a moderating role in the relationship between related party transactions and the firm value. The results of the study indicate the effectiveness of related party transactions dependent on the value of the company and show the market response to such transactions. Social responsibilities are also a factor affecting the above relationships.

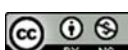
Key Words: Corporate Social Responsibility, Related Party Transactions, Firm Value.

JEL Classification: M41, G32, G14.

1. doi: 10.22034/JSE.2023.11992.1992

2. Ph.D. Department of Accounting, Imam Khomeini International University, Qazvin, Iran. (Corresponding Author). (Dr.seyedalavi@gmail.com).

3. M.Sc. Student, Department of Accounting, Imam Khomeini International University, Qazvin, Iran. (Reza2020.kalantar@gmail.com).





سازمان بورس و اوراق بهادار، مرکز پژوهش، توسعه و مطالعات اسلامی
فصلنامه بورس و اوراق بهادار، سال شانزدهم، شماره ۶۳، پاییز ۱۴۰۲، صص ۲۷۴-۲۵۵

نقش تعدیلی مسئولیت های اجتماعی شرکت بر ارتباط بین معاملات با اشخاص وابسته و ارزش شرکت^۱

سید مصطفی علوی^۲، رضا کلانتری^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۱/۱۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۶/۲۰

مقاله پژوهشی

چکیده

در این پژوهش نقش تعدیل کنندگی مسئولیت اجتماعی شرکت بر ارتباط بین معاملات با اشخاص وابسته و ارزش شرکت بررسی شده است. جامعه آماری پژوهش کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی ۱۳۹۳ الی ۱۳۹۹ بوده است که برای تعیین حجم نمونه آماری از روش حذف هدفمند استفاده شد. در نهایت تعداد ۱۰۲ شرکت به عنوان نمونه آماری انتخاب شد. تحلیل و آزمون داده ها با بهره گیری از رویکرد داده های ترکیبی و استفاده از روش داده های اثرات ثابت انجام گرفته است. نتایج نشان داد معاملات با اشخاص وابسته با ارزش شرکت ارتباط معناداری دارد به طوری که معاملات فروش منجر به افزایش ارزش شرکت و معاملات خرید منجر به کاهش ارزش شرکت می شود. در بررسی آزمون فرضیه چهارم مشخص شد مسئولیت اجتماعی شرکت بر ارتباط بین معاملات با اشخاص وابسته و ارزش شرکت نقش تعدیلی داشته است. نتایج پژوهش بیانگر اثرگذاری معاملات با اشخاص وابسته بر ارزش شرکت هستند و نشان دهنده واکنش بازار به این گونه معاملات است. همچنین مسئولیت های اجتماعی عاملی موثر بر ارتباطات بالا است.

واژه های کلیدی: مسئولیت اجتماعی شرکت، معاملات با اشخاص وابسته، ارزش شرکت.

طبقه بندی موضوعی: M41, G32, G14

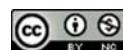
doi: 10.22034/JSE.2023.11992.1992

۲. دکتری، گروه حسابداری، دانشگاه بین المللی امام خمینی (ره)، قزوین، ایران. (نویسنده مسئول). (Dr.seyedalavi@gmail.com).

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه حسابداری، دانشگاه بین المللی امام خمینی (ره)، قزوین، ایران. (Reza2020.kalantar@gmail.com).

حق انتشار این مستند، متعلق به نویسندگان آن است. © ۱۴۰۲. ناشر این مقاله، سازمان بورس و اوراق بهادار است.

این مقاله تحت گواهی زیر منتشر شده و هر نوع استفاده غیرتجاری از آن مشروط بر استناد صحیح به مقاله و با رعایت شرایط مندرج در آدرس زیر مجاز است.



Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license
(https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

مقدمه

شفافیت یک موضوع مهم در حوزه‌هایی مانند مدیریت، امور مالی و روابط عمومی است و افزایش اعتماد ذینفعان برای یک شرکت ضروری است (اشناکنبرگ و تاملینسون^۱، ۲۰۱۶). افشای اطلاعات برای به حداقل رساندن عدم تقارن اطلاعاتی، برآورده کردن نیازهای اطلاعاتی سهامداران و برای افزایش اعتماد ذینفعان ضروری است. آرمیتاژ و مارستون^۲ (۲۰۰۸) بیان می‌کنند، مدیران برای افزایش و بهبود شفافیت دارای انگیزه‌های زیادی هستند، زیرا با دادن اطلاعات داوطلبانه و بدست آوردن اعتماد سهامداران اعتبار شرکت را تضمین می‌کنند، ممکن است این امر موجب افزایش قیمت سهام و یا سایر مزایای تجاری شود. با این حال، سهامداران شرکت‌ها در بسیاری از کشورهای آسیایی مطابق با دیدگاه نمایندگی از تضاد منافع بین سهامداران اکثریت و اقلیت نگران‌اند، افراد داخلی شرکت‌های بسیار متمرکز با موقعیت‌های چانه‌زنی بهتر و دسترسی بهتر به اطلاعات، توانایی و قدرت سلب مالکیت منافع سهامداران اقلیت را دارند که یکی از این روش‌ها، معاملات مربوط به اشخاص وابسته است (تیفانی و زونی^۳، ۲۰۲۰). دو دیدگاه مخالف در مورد معاملات با اشخاص وابسته وجود دارد. در دیدگاه اول، معاملات با اشخاص وابسته را به عنوان ساز و کار رفتارهای فرصت طلبانه مدیران در نظر می‌گیرد، زیرا ممکن است توسط مدیران برای به حداکثر رساندن منافع خود باعث ایجاد هزینه و کاهش سود برای سهامداران شود (کولبک و همکاران^۴، ۲۰۱۰). دیدگاه دوم، معاملات با اشخاص وابسته را به صورت بالقوه کارآمد می‌داند زیرا ممکن است از طریق یک مذاکره ساده برای انجام معامله، منجر به کم شدن هزینه‌های معامله مزایایی را هم برای شرکت‌ها فراهم کند (گوردون و همکاران^۵، ۲۰۰۴). برخی از مطالعات قبلی نشان می‌دهند، شرکت‌هایی که دارای نگرانی‌های اخلاقی هستند و برنامه‌های مسئولیت اجتماعی اجتماعی را اجرا و پیاده سازی می‌کنند و گرایش به داشتن رفتار فرصت طلبانه کمتری دارند در این خصوص بهتر عمل می‌کنند (اسکولز و کانگ^۶، ۲۰۱۳). کیم و همکاران^۷ (۲۰۱۲)، دیدگاهشان این است، شرکت‌ها ممکن است از گزارش مسئولیت اجتماعی برای انجام رفتارهای پنهان و انگیزه‌های فرصت طلبانه

1 - Schnackenberg and Tomlinson

2 - Armitage and Marston

3 - Tiffany and Zuni

4 - Kohlbeck et al

5- Gordon et al

6 -Scholtens and Kang

7 -Kim et al

استفاده کنند. بر این اساس، این پژوهش با استفاده از نمونه ای متشکل از ۱۰۲ شرکت از بورس اوراق بهادار تهران، به بررسی این موضوع می پردازد که آیا مسئولیت اجتماعی شرکت بر ارتباط بین معاملات با اشخاص وابسته و ارزش شرکت تاثیر دارد یا خیر؟ معاملات با اشخاص وابسته در ایران نیز به شدت مورد توجه قرار گرفته است، در استاندارد حسابداری شماره ۱۲ افشای معاملات اشخاص وابسته، این استاندارد تصریح می کند روابط بین واحدهای تجاری اصلی و فرعی باید صرف نظر از انجام دادن یا ندادن معامله بین آنها افشاء شوند. برخی مطالعات قبلی استدلال می کنند که چنین معاملاتی به طور بالقوه سوء استفاده هستند و بنابراین نیاز به شفافیت بیش تری برای استفاده کنندگان صورت های مالی دارند (چانگ و همکاران^۱، ۲۰۰۹). اگرچه مسئولیت اجتماعی توجه عمومی را در سراسر جهان به خود جلب کرده است، اما مطالعات تجربی کمابیش کمی در زمینه مسئولیت اجتماعی در کشورهای در حال توسعه مانند ایران وجود دارد. این پژوهش شواهدی را در مورد این که آیا معاملات با اشخاص وابسته در ایران برای پنهان کردن رفتارهای فرصت طلبانه مدیران است، یا کارآمد، سودمند و اجتناب ناپذیر است و همچنین شواهدی را در رابطه با این که آیا نگرانی های اخلاقی، شرکت ها را به سمت مشارکت در معاملات با اشخاص وابسته که باعث بهبود ارزش شرکت می شود به جای انجام معاملات با اشخاص وابسته ای که باعث انجام رفتار فرصت طلبانه می شود سوق می دهد یا خیر، فراهم می کند. این پژوهش روشن می سازد که چگونه گزارش مسئولیت اجتماعی افزون بر مدیریت سود و عملکرد مالی، بر سایر رفتارهای شرکت، یعنی معاملات با اشخاص وابسته نیز تاثیر می گذارد. در نهایت، این پژوهش ممکن است برای سرمایه گذاران فعلی و بالقوه که تصمیمات سرمایه گذاری می گیرند، مفید باشد.

مبانی نظری و توسعه فرضیه های پژوهش

دو دیدگاه متفاوت در خصوص معاملات با اشخاص وابسته وجود دارد: دیدگاه اول آنرا معاملات فرصت طلبانه می داند، در حالی که دیدگاه دوم آنرا سودمند می داند (گوردون و همکاران، ۲۰۰۴). کوهلبک و همکاران (۲۰۱۷)، بیان می کنند که معاملات با اشخاص وابسته شامل منافع بالقوه برای مدیران ارشد، صاحبان مواد و کالا، مدیران اجرایی و سرمایه گذاران

است. چندین پژوهش از این دیدگاه حمایت کرده و نشان می‌دهند، همانطور که معاملات با اشخاص وابسته می‌تواند شاخص مشکلات هزینه نمایندگی باشد، سرمایه گذاران آن‌ها را فرصت طلبانه هم در نظر می‌گیرند (جیان و وانگ^۱، ۲۰۱۰). از آنجا که افراد داخلی در شرکت‌های با ساختار بسیار متمرکز، مانند مدیران، دسترسی بهتری به اطلاعات دارند، در موقعیت چانه‌زنی بهتری قرار دارند و باعث می‌شود، سلب مالکیت توسط افراد خودی در برابر منافع خارجی رخ دهد. در چنین شرایطی، لاپورتا و همکاران^۲ (۱۹۹۹) بیان می‌کنند، مالکان کنترل‌کننده شرکت تمایل دارند قدرت بیشتری برای سلب مالکیت منافع سهامداران اقلیت داشته باشند. برخی پژوهش‌های دیگر استدلال می‌کنند معاملات با اشخاص وابسته می‌تواند مفید باشد زیرا ممکن است منجر به صرفه‌جویی در هزینه‌های معامله و بهبود استفاده از منابع یک شرکت شود (چین و هسو^۳، ۲۰۱۰). بر این اساس، معاملات با اشخاص وابسته لزوماً معاملات مبتنی بر اهداف فرصت طلبانه یا رفتارهای پنهانی را نشان نمی‌دهند. در عوض، معاملات با اشخاص وابسته ممکن است نشان‌دهنده فعالیت‌های تجاری عادی باشد (ونگ و همکاران^۴، ۲۰۱۵). مطالعات نشان می‌دهند، شرکت‌های دارای مسئولیت اجتماعی بیش‌تر قابل اعتماد بوده و به احتمال زیاد در تصمیمات عملیاتی اخلاقی مشارکت می‌کنند. کیم و همکاران (۲۰۱۲) و اسکولز و کانگ (۲۰۱۳) نشان می‌دهند، شرکت‌های دارای مسئولیت اجتماعی احتمال کمتری برای مشارکت در مدیریت سود دارند. به طور مشابه، بنو و تیول^۵ (۲۰۱۰) بیان می‌کنند، مسئولیت اجتماعی می‌تواند احتمال رفتار فرصت طلبانه کوتاه‌مدت توسط مدیران را کاهش دهد. گائو و همکاران^۶ (۲۰۱۴) نیز بیان می‌کنند، مدیران شرکت‌های دارای مسئولیت اجتماعی با احتمال کم‌تری قبل از افشا لازم در معامله شرکت می‌کنند و سود قابل توجهی از معامله با اشخاص وابسته کسب می‌کنند. در نتیجه، انتظار می‌رود، براساس اخلاق، شرکت‌هایی که به عنوان مسئول اجتماعی شناخته می‌شوند، با احتمال کم‌تری در رفتار فرصت طلبانه مانند معاملات با اشخاص وابسته که باعث کاهش ارزش است شرکت کنند، اگر چه مطالعات بیانگر آن است که شرکت‌ها ممکن است برای فعالیت‌های پنهانی به ضرر ذینفعان، رفتاری اخلاقی با مسئولیت

1 - Jian and Wong

2 - La Rorta et al

3 - Chien and Hsu

4 - Wong et al

5 - Be' nabou and Tirole

6 - Gao et al

اجتماعی نشان دهند (موتکین و همکاران^۱، ۲۰۱۵). فروش های مربوط به اشخاص وابسته برای بهبود بهره وری و تخصیص بهینه منابع انجام می شود. (ونگ و همکاران، ۲۰۱۵) با این حال، از آنجا که قیمت های تعیین شده در معاملات فروش شخص وابسته ممکن است در مقایسه با قیمت های متوسط صنعت ناعادلانه باشند (کانگ و همکاران^۲، ۲۰۱۴). چانگ و همکاران (۲۰۰۹) نشان داده اند، معاملات با اشخاص وابسته می تواند هزینه های معامله را کاهش دهد، که به نوبه خود عملکرد عملیاتی را بهبود بخشیده و منجر به بهبود سود می شود. تامبونان و همکاران^۳ (۲۰۱۷) شواهدی از تاثیر افزایش ارزش شرکت در کوتاه مدت در صورت انجام خرید های مربوط به اشخاص وابسته را ارائه می کنند. کیم و همکاران (۲۰۱۲) و اسکولز و کانگ (۲۰۱۳) بیان کرده اند، مسئولیت اجتماعی یک شرکت به طور کلی رابطه معکوسی با مدیریت سود آن دارد. چندین پژوهش بیان می کنند، مسئولیت اجتماعی علائم مثبتی را در مورد شهرت یک شرکت ارائه دهد، پس شرکت هایی که برای شهرت خود ارزش قائل هستند می خواهند از آن محافظت کنند و از فعالیت های غیر قابل قبول اجتماعی که می تواند به طور بالقوه به شهرت آنها آسیب برساند اجتناب کنند (چوی و مون^۴، ۲۰۱۶). اگرچه انگیزه های اخلاقی و شهرت برای مسئولیت اجتماعی ممکن است رابطه منفی بین مسئولیت اجتماعی و رفتارهای فرصت طلبانه شرکت را توضیح دهند، اما مطالعات دیگر خلاف آن را بیان می کنند. به عنوان مثال، پرایر و همکاران^۵ (۲۰۰۸) بیان می کنند، شرکت ها ممکن است از مسئولیت اجتماعی برای تحت الشعاع قرار دادن اقدامات و رفتارهایی که باعث کاهش ارزش شرکت می شود استفاده کنند. رمضان و همکاران^۶ (۲۰۲۱)، پژوهشی بر داده های سالانه ۲۰ بانک تجاری پاکستان برای دوره ۲۰۰۷-۲۰۱۷ را بررسی کردند. نتایج نشان می دهد که مسئولیت اجتماعی شرکت و همچنین سن و اندازه بانک، تأثیر مثبتی بر عملکرد مالی، شمول مالی و ثبات مالی دارد. با این حال، سطح بالای اهرم موجب کاهش شمول مالی و ثبات مالی می شود، در حالی که شمول مالی ارتباط منفی با ملموس بودن دارایی ها دارد. شهرزاد و همکاران^۷ (۲۰۲۱)، در پژوهشی ۲۱۳۲ شرکت آمریکایی را در نظر گرفت و مسائل درون زایی را در تحلیل های دوره ۲۰۰۹-۲۰۱۸

1 - Muttakin et al

2 - Kang et al

3 - Tambunan et al

4 - Choi and Moon

5 - Prior et al

6 - Ramzan et al

7 - Shahzad et al

در نظر گرفت، یافته‌ها نشان می‌دهند که مسئولیت‌های اجتماعی با سرمایه فکری ارتباط دارد و به طور غیرمستقیم بر عملکرد شرکت تأثیر می‌گذارد، ارتباط بین مسئولیت‌های اجتماعی و عملکرد شرکت تا حدی توسط کارایی سرمایه فکری واسطه می‌شود. همایون و همکاران^۱ (۲۰۲۱)، در پژوهشی که با نمونه بزرگی متشکل از ۳۷۰۱ شرکت در کشورهای توسعه یافته و در حال ظهور بود، نشان دادند که عملکرد پایداری کسب و کار به طور مثبت با عملکرد مالی شرکت مرتبط است، در نهایت، تحلیل‌های بیش‌تر نشان می‌دهد که ارتباط مثبت بین عملکرد پایداری و کارایی سرمایه‌گذاری برای شرکت‌هایی که مقر آن‌ها در کشورهای توسعه‌یافته است، قوی‌تر از شرکت‌هایی است که در کشورهای در حال ظهور واقع شده‌اند. نالت و همکاران^۲ (۲۰۱۶)، در پژوهشی دوره زمانی پژوهشی در دوره ۲۰۰۷-۲۰۱۱ نشان داد بین عملکرد مسئولیت‌های اجتماعی و نرخ بازده سرمایه رابطه مثبت معناداری وجود دارد. همچنین نتایج بیانگر وجود رابطه غیرخطی بین عملکرد مسئولیت‌های اجتماعی و معیارهای حسابداری تعهدی بوده است. صداقت و بیات (۱۴۰۰)، که نمونه آماری پژوهش ۱۰۵ شرکت از بورس تهران طی سال‌های ۱۳۹۳ الی ۱۳۹۸ است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که بین مسئولیت‌های اجتماعی و عملکرد مالی شرکت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و بهره‌وری کارکنان موجب تشدید رابطه یاد شده می‌شود. خلیلی (۱۳۹۸)، در این پژوهش داده‌های ۱۰۵ شرکت بورس تهران در بازه زمانی ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۶، بیان داشت که بین سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی با عملکرد مالی؛ رابطه مثبت و معناداری وجود دارد ولی افشای اطلاعات زیست محیطی؛ تقویت‌کننده رابطه سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی با عملکرد مالی نیست. برزگر و حقیقت (۱۳۹۹)، در پژوهشی نشان می‌دهند بین افشای هزینه پژوهش و توسعه و ارزش شرکت رابطه مثبت و نیز بین معاملات با اشخاص وابسته و ارزش شرکت رابطه منفی و معناداری وجود دارد. افزون بر آن معاملات با اشخاص وابسته، رابطه بین افشای هزینه پژوهش توسعه و ارزش شرکت را تضعیف می‌کند. همچنین، فرجی و همکاران (۱۳۹۹)، در پژوهشی دیگر نشان دادند فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی، ارزش بازار سهام شرکت را افزایش می‌دهند، اما مدیریت سود نمی‌تواند بر رابطه مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش بازار سهام تأثیر بگذارد. سعید واصلی، بابک جمشیدی نوید و مهرداد قنبری (۱۴۰۰)، در پژوهشی در بازه زمانی ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۷، تعداد

1 - Homayoun et al

2 - Nollet et al

۹۷ شرکت بود. یافته های این پژوهش نشان داد معاملات با اشخاص وابسته باعث افزایش احتمال ناتوانی حسابرس (قصور حسابرسی ناشی از تقلب در شرکت) می شود. همچنین احمد پور و فرمانبردار (۱۳۹۲)، در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که بین سطح افشا مسئولیت اجتماعی شرکت ها با قدر مطلق خطای پیش بینی سود هر سهم ارتباط معکوس معنی داری وجود دارد. همچنین، بین سطح افشا عملکرد اجتماعی و زیست محیطی شرکت با قدر مطلق خطای پیش بینی سود هر سهم رابطه معکوس معنی داری مشاهده شد.

بر اساس مبانی نظری و پیشینه پژوهش های گذشته فرضیه های زیر مطرح می شود:

- فرضیه ۱: بین فروش مربوط به اشخاص وابسته و ارزش شرکت ارتباط معناداری وجود دارد.
- فرضیه ۲: بین خرید مربوط به اشخاص وابسته و ارزش شرکت ارتباط معناداری وجود دارد.
- فرضیه ۳: مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه بین فروش مربوط به اشخاص وابسته و ارزش شرکت را تعدیل می کند.
- فرضیه ۴: مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه بین خرید مربوط به اشخاص وابسته و ارزش شرکت را تعدیل می کند.

روش شناسی پژوهش

از آن جهت که با استفاده از مدل ها، روش ها و نظریه های موجود به دنبال بهبود وضعیت تصمیم گیری در شرکت های مورد پژوهش است، از لحاظ هدف، پژوهش کاربردی است. در بیان نتایج در ارتباط با نمونه از روش توصیفی و در تعمیم نتایج به جامعه آماری از روش استنتاج استقرایی استفاده خواهد شد. بنابراین روش پژوهش از دیدگاه استنتاج، توصیفی تحلیلی (استقرایی) است. از آن جهت که در گردآوری داده ها از اطلاعات عملکردی شرکت ها بر مبنای صورت های مالی تاریخی استفاده می شود، از نظر طرح پژوهش، پس رویدادی است. جامعه آماری پژوهش کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در دوره زمانی ۱۳۹۳ الی ۱۳۹۹ پس از اعمال شرایط بوده است. شرایط یاد شده به شرح زیر است:

۱. تاریخ پذیرش آن ها در سازمان بورس اوراق بهادار قبل از سال ۱۳۹۳ بوده و تا پایان سال ۱۳۹۹ نیز در فهرست شرکت های بورسی باشند.
۲. به منظور افزایش قابلیت مقایسه، سال مالی آنها منتهی به پایان اسفند ماه باشد.
۳. طی دوره های مورد نظر تغییر فعالیت و یا تغییر سال مالی نداشته باشند.

۴. جزء شرکت‌های سرمایه‌گذاری و واسطه‌گری‌های مالی نباشند (شرکت‌های سرمایه‌گذاری به علت تفاوت ماهیت فعالیت با بقیه شرکت‌ها در جامعه آماری منظور نشدند). تعداد شرکت‌های نمونه ۱۰۲ شرکت است.

مدل‌ها، متغیرهای پژوهش و نحوه اندازه‌گیری آن‌ها

برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از مدل‌های رگرسیونی زیر استفاده می‌شود:

مدل اول

$$FValue_{i,t+1} = \beta_0 + \beta_1 RP-Sale_{i,t} + \beta_2 RP-Purchases_{i,t} + \beta_3 FAge_{i,t} + \beta_4 FSize_{i,t} + \beta_5 Lev_{i,t} + \beta_6 ROA_{i,t} + \epsilon_{i,t}$$

مدل دوم

$$FValue_{i,t+1} = \beta_0 + \beta_1 RP-Sale_{i,t} + \beta_2 RP-Purchases_{i,t} + \beta_3 CSR_{i,t} + \beta_4 RP-Sale_{i,t} * CSR_{i,t} + \beta_5 RP-Purchases_{i,t} * CSR_{i,t} + \beta_6 FAge_{i,t} + \beta_7 FSize_{i,t} + \beta_8 Lev_{i,t} + \beta_9 ROA_{i,t} + \epsilon_{i,t}$$

متغیر مستقل: معاملات با اشخاص وابسته شامل دو نوع است، معاملات با اشخاص وابسته فروش (RPT-sale) و معاملات با اشخاص وابسته خرید (RPT-Purchases) است، که بر مجموع دارایی‌های اول سال اسکیل می‌شوند.

متغیر وابسته: ارزش شرکت (FValue) که برابر است با مجموع ارزش بازار حقوق صاحبان سهام و ارزش دفتری بدهی‌ها بر مجموع ارزش دارایی‌های شرکت.

متغیر تعدیل‌گر: مسئولیت اجتماعی (CSR)، برای اندازه‌گیری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از معیارهای مؤسسه آمریکایی معروف به KLD، مطابق با چهار معیار اجتماعی و زیست محیطی رتبه‌بندی و استفاده شد. مسئولیت اجتماعی دارای چهار بعد مشارکت اجتماعی، روابط کارکنان، محیط زیست و ویژگی‌های محصولات است. برای جمع‌آوری داده‌های مسئولیت‌های اجتماعی از گزارش فعالیت هیات مدیره استفاده شده است، در صورت افشا هر یک از شاخص‌ها، متغیر مجازی یک و در غیر این صورت عدد صفر در نظر گرفته می‌شود و بعد از تعیین صفر و یک‌ها از همه متغیرها میانگین گرفته شده است و از میانگین این داده‌ها برای هر شرکت به عنوان متغیر تعدیلگر استفاده شده است.

$$CSR\ Score = CSR_{COM} + CSR_{EPML} + CSR_{ENW} + CSR_{PRO}$$

CSR Score، نمره کلی مسئولیت اجتماعی شرکت ها؛

CSR_{COM}، نمره افشای مشارکت اجتماعی؛

CSR_{EPML}، نمره افشای روابط کارکنان؛

CSR_{ENW}، نمره افشای محیط زیست؛

CSR_{PRO}، نمره افشای ویژگی های محصول.

جدول ۱. ابعاد مسئولیت های اجتماعی شرکت

روابط کارکنان	مشارکت اجتماعی	تولیدات	محیط زیست
- سلامت محیط کارکنان - آموزش کارکنان - مزایای کارکنان - مشخصات کارکنان - مالکیت سهم کارکنان - ایمنی و بهداشت کارکنان	- برنامه اهدا وجه نقد - برنامه خیریه - برنامه بورس تحصیلی - حامیان مالی برای - فعالیت های ورزشی - پروژه های عمومی	- ایمنی محصول - کیفیت محصول - توسعه محصول - خدمات پس از فروش	- کنترل آلودگی هوا - برنامه پیشگیری و جبران خسارت - استفاده از محصولات ناشی از بازیافت - جایزه در زمینه محیط زیست

متغیرهای کنترل

اندازه شرکت (FSize)، در این پژوهش برابر است با لگاریتم طبیعی ارزش بازار سهام شرکت در سال جاری.

سن شرکت (FAge): در این پژوهش لگاریتم طبیعی از سال ورود به بورس اوراق بهادار تهران محاسبه می شود.

نسبت بدهی ها (LEV): برابر است با نسبت مجموع بدهی ها بر مجموع دارایی ها.
سودآوری (ROA): در این پژوهش از نسبت سود خالص بر مجموع دارایی ها به دست می آید.

یافته های پژوهش

آمار توصیفی

خلاصه وضعیت آمار توصیفی مربوط به متغیرهای مدل در جدول (۲) ارائه شده است. نتایج نشان می دهد میانگین ارزش شرکت های نمونه که با استفاده از نسبت کیوتین محاسبه شده است دارای میانگین ۳/۲۲۹ بوده است و انحراف معیار متغیر فوق ۳/۷۹۲ و بیشینه ای معادل ۳۵/۶۴۱ و کمینه ۰/۶۴۸.

بوده است. فروش به اشخاص وابسته و خرید به اشخاص وابسته به ترتیب دارای میانگین ۳۵ و ۳۲ درصد از مجموع دارایی‌های شرکت‌های نمونه بوده است. همچنین مسئولیت‌های اجتماعی دارای مقدار ۳۸ درصد میانگین بوده است و متاسفانه کمینه آن صفر و بیشینه‌ای معادل ۸۴ درصد بوده است. نسبت بدهی‌ها نشان می‌دهد ۵۶ درصد از شرکت‌های نمونه دارایی‌هایشان را از محل بدهی‌ها تامین کرده و بیشینه آن ۱/۲۶۹ و کمینه‌ای معادل ۳ درصد داشته است. همچنین سودآوری ۱۱ درصد میانگین و بیشینه آن ۶۰ درصد و کمینه‌ای معادل ۳۷ درصد منفی دارد.

جدول ۲.۲ آمار توصیفی متغیرها

شرح	میانگین	میانه	بیشینه	کمینه	انحراف معیار	چولگی
ارزش شرکت	۳/۲۲۹	۱/۸۹۶	۳۵/۶۴۱	۰/۶۴۸	۳/۷۹۲	۴/۴۴۸
فروش به اشخاص وابسته	۰/۳۵۲	۰/۰۹۲	۵/۱۳۶	۰	۰/۶۱۱	۳/۶۲۹
خرید اشخاص وابسته	۰/۲۲۴	۰/۰۴۳	۴/۸۳۳	۰	۰/۵۱۶	۴/۸۸۳
مسئولیت‌های اجتماعی	۰/۳۸۱	۰/۳۶۸	۰/۸۴۲	۰	۰/۱۷۵	۰/۰۵۲
سن شرکت	۲/۸۴۶	۲/۸۳۳	۳/۸۰۶	۱/۷۹۱	۰/۳۲۷	۰/۱۱۶
اندازه شرکت	۱۴/۶۳۸	۱۴/۳۲۸	۲۰/۶۸۸	۱/۱۹۱	۱/۶۳۱	۰/۸۰۲
نسبت بدهی‌ها	۰/۵۶۹	۰/۵۷۵	۱/۲۶۹	۰/۰۳۶	۰/۱۸۸	۰/۰۰۹
سودآوری	۰/۱۱۱	۰/۰۹۱	۰/۶۰۳	-۰/۳۷۰	۰/۱۲۲	۰/۵۳۳
تعداد مشاهدات	۶۱۲					

آزمون ناهمسانی واریانس

بنابر نتایج حاصل از آزمون بروس پاگان که در جدول (۳) آورده شده است، در مدل دوم پژوهش مشکل ناهمسانی واریانس وجود دارد (زیرا احتمال یا p-value محاسبه شده کمتر از ۰/۰۵ است). به منظور رفع این مشکل، از روش حداقل مربعات تعمیم یافته برآوردی (EGLS) استفاده شد.

جدول ۳.۳ آزمون ناهمسانی واریانس

شرح مدل	آماره خی دو	p-value	نتیجه آزمون
مدل اول	۱/۹۵۰	۰/۰۷۱	وجود همسانی واریانس
مدل دوم	۲/۰۳۰	۰/۰۳۳	وجود ناهمسانی واریانس

انتخاب آزمون های تشخیصی

در این پژوهش از آزمون F لیمر به عنوان آزمون تشخیص بین داده های تلفیقی و تابلویی استفاده شد که فرضیه صفر و یک آن به شرح زیر است:

H_0 : انتخاب داده های تلفیقی

H_1 : انتخاب داده های تابلویی

در صورت انتخاب و تایید فرضیه یک (داده های تابلویی) باید آزمون هاسمن به عنوان آزمون تشخیص بین داده های اثرات ثابت و تصادفی استفاده شد که فرضیه صفر و یک آن به شرح زیر است:

H_0 : انتخاب داده های اثرات ثابت

H_1 : انتخاب داده های اثرات تصادفی

در جدول (۴) نتایج نشان می دهد در آزمون فرضیه ها باید از روش داده های اثرات ثابت استفاده شود.

جدول ۴. نتایج آزمون تعیین داده های ترکیبی

شرح مدل	شرح آزمون	آماره	درجه آزادی	p-value	نتیجه آزمون
مدل اول	اف لیمر	۳/۶۵۶	۱۰۱	./۰۰۰	انتخاب داده های تابلویی
	هاسمن	۲۱۵/۲۵۷	۶	./۰۰۰	انتخاب داده های اثرات ثابت
مدل دوم	اف لیمر	۳/۵۸۰	۱۰۱	./۰۰۰	انتخاب داده های تابلویی
	هاسمن	۲۱۲/۳۳۲	۹	./۰۰۰	انتخاب داده های اثرات ثابت

آزمون مدل اول پژوهش

آزمون رگرسیون خطی

آماره دورین واتسون پس از برآورد ضرایب، مقدار ۲/۱۲۲ را نشان می دهد که به معنی عدم وجود همبستگی پیاپی در جزء اخلاص می باشد. در نتیجه مشکل خودهمبستگی سریالی در این فرضیه مشاهده نمی شود. با توجه به مقدار سطح معنی داری بدست آمده برای آماره F به میزان (۰/۰۰۰۰) می توان ادعا کرد که مدل رگرسیونی برازش شده معنادار است. با توجه به ضریب تعیین مدل های برازش شده می توان ادعا کرد، حدود ۶۱ درصد از تغییرات در متغیر وابسته مدل توسط متغیرهای مستقل توضیح داده می شود. با توجه به ستون آخر مقدار VIF برای کلیه

متغیرهای مستقل کمتر از ۱۰ ($VIF < 10$) است، بنابراین بین متغیرهای مستقل هم خطی وجود ندارد، بنابراین مدل برازش شده دارای اعتبار است.

جدول ۵. خلاصه نتایج آماری آزمون مدل اول پژوهش

متغیر	ضریب	انحراف معیار	آزمون تی	سطح معناداری	VIF
عرض از مبدا	-۳۰/۷۱۰	۱/۴۸۱	-۲۰/۶۵۴	/۰۰۰	-
فروش به اشخاص وابسته	/۸۸۱	/۲۸۴	۳/۰۹۴	/۰۰۲	۲/۲۲۵
خرید اشخاص وابسته	-/۸۱۸	/۲۸۳	-۲/۸۸۷	/۰۰۴	۲/۱۵۲
سن شرکت	۷/۱۲۷	/۶۶۵	۱۰/۷۱۳	/۰۰۰	۱/۰۰۵
اندازه شرکت	/۹۲۱	/۰۸۴	۱۰/۸۶۵	/۰۰۰	۱/۲۹۱
نسبت بدهی ها	-/۰۱۲	/۶۶۹	/۰۱۸	/۹۸۵	۱/۵۲۵
سودآوری	/۳۷۵	/۸۷۰	/۴۳۱	/۶۶۷	۱/۷۹۵
آماره اف فیشر	۱۰/۳۱۳		آزمون دورین واتسون		۲/۱۲۲
سطح معناداری اف فیشر	/۰۰۰		ضریب تعیین تعدیل شده		/۶۱۹

فرضیه ۱: بین فروش مربوط به اشخاص وابسته و ارزش شرکت ارتباط معناداری وجود دارد. در فرضیه اول ارتباط بین فروش مربوط به اشخاص وابسته به عنوان متغیر مستقل و ارزش شرکت به عنوان متغیر وابسته بررسی شده است. نتایج در جدول (۵) نشان می دهد، ضریب برآوردی متغیر فروش مربوط به اشخاص وابسته ۸۸ درصد مثبت و قدر مطلق آزمون تی بزرگتر از دو بوده و سطح معناداری به دست آمده کمتر از ۵ درصد (۰/۰۰۲) است. از این رو می توان بیان کرد بین فروش مربوط به اشخاص وابسته و ارزش شرکت ارتباط معناداری وجود دارد. نوع ضریب متغیر بیانگر وجود ارتباط مثبت و مستقیم با ارزش شرکت است. در نتیجه فرضیه پژوهش در سطح خطای ۵ درصد تایید می شود.

فرضیه ۲: بین خرید مربوط به اشخاص وابسته و ارزش شرکت ارتباط معناداری وجود دارد. در فرضیه دوم ارتباط بین خرید مربوط به اشخاص وابسته به عنوان متغیر مستقل و ارزش شرکت به عنوان متغیر وابسته بررسی شده است. نتایج در جدول (۵) نشان می دهد، ضریب برآوردی متغیر خرید مربوط به اشخاص وابسته ۸۱ درصد منفی و قدر مطلق آزمون تی بزرگتر از دو بوده و سطح معناداری به دست آمده کمتر از ۵ درصد (۰/۰۰۴) می باشد. از این رو می توان بیان کرد بین خرید مربوط به اشخاص وابسته و ارزش شرکت ارتباط معناداری وجود دارد. نوع

ضریب متغیر بیانگر وجود ارتباط منفی و معکوس با ارزش شرکت می باشد. در نتیجه فرضیه پژوهش در سطح خطای ۵ درصد تایید می شود.

آزمون مدل دوم پژوهش

آزمون رگرسیون خطی

آماره دوربین واتسون پس از برآورد ضرایب، مقدار ۲/۱۲۷ را نشان می دهد که به معنی عدم وجود همبستگی پیاپی در جزء اخلاقی است. در نتیجه مشکل خودهمبستگی سریالی در این فرضیه مشاهده نمی شود. با توجه به مقدار سطح معنی داری بدست آمده برای آماره F به میزان (۰/۰۰۰۰) می توان ادعا کرد که مدل رگرسیونی برازش شده معنادار است. با توجه به ضریب تعیین مدل های برازش شده می توان ادعا کرد، حدود ۶۱ درصد از تغییرات در متغیر وابسته مدل توسط متغیرهای مستقل توضیح داده می شود. با توجه به ستون آخر مقدار VIF برای کلیه متغیرهای مستقل کمتر از ۱۰ ($VIF < 10$) است، بنابراین بین متغیرهای مستقل هم خطی وجود ندارد، بنابراین مدل برازش شده دارای اعتبار است.

جدول ۶. خلاصه نتایج آماری آزمون مدل دوم پژوهش

متغیر	ضریب	انحراف معیار	آزمون تی	سطح معناداری	VIF
عرض از مبدا	-۳۰/۸۷۱	۱/۴۹۳	-۲۰/۶۶۸	۰/۰۰۰	-
فروش به اشخاص وابسته	۲/۲۷۵	۰/۷۶۳	۰/۳۶۱	۰/۷۱۷	-
خرید اشخاص وابسته	۱/۰۶۳	۰/۷۱۹	۱/۴۷۸	۰/۱۴۰	-
مسئولیت اجتماعی	-۲/۸۲۳	۱/۲۵۶	-۲/۲۴۷	۰/۰۲۵	۱/۵۶۸
فروش به اشخاص وابسته* مسئولیت اجتماعی	۲/۳۹۰	۱/۶۲۰	۱/۴۷۴	۰/۱۴۰	-
خرید اشخاص وابسته* مسئولیت اجتماعی	-۵/۷۰۰	۱/۷۹۷	-۳/۱۷۰	۰/۰۰۱	-
سن شرکت	۷/۵۰۹	۰/۶۸۵	۱۰/۹۵۴	۰/۰۰۰	۱/۰۲۶
اندازه شرکت	۰/۹۳۷	۰/۰۸۶	۱۰/۸۳۲	۰/۰۰۰	۱/۳۴۵
نسبت بدهی ها	-۰/۰۸۸	۰/۶۷۰	-۰/۱۳۱	۰/۸۹۵	۱/۵۳۰
سودآوری	-۰/۱۲۶	۰/۸۵۵	-۰/۱۴۷	۰/۸۸۲	۱/۸۰۸
آماره اف فیشر	۹/۹۵۴		آزمون دوربین واتسون		۲/۱۲۷
سطح معناداری اف فیشر	۰/۰۰۰		ضریب تعیین تعدیل شده		۰/۶۱۷

فرضیه ۳: مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه بین فروش مربوط به اشخاص وابسته و ارزش شرکت را تعدیل می‌کند.

در فرضیه سوم ارتباط بین فروش مربوط به اشخاص وابسته به عنوان متغیر مستقل و ارزش شرکت به عنوان متغیر وابسته و نقش مسئولیت اجتماعی شرکت به عنوان متغیر تعدیل‌گر بررسی شده است. از اینرو تایید یا رد فرضیه سوم با استفاده از ضریب تعاملی فروش به اشخاص وابسته* مسئولیت اجتماعی انجام شده است، نتایج نشان می‌دهد، ضریب برآوردی متغیر بالا در جدول (۶) ۲/۳۹۰ مثبت و قدر مطلق آزمون تی کوچکتر از دو بوده و سطح معناداری به دست آمده بیشتر از ۵ درصد (۰/۱۴۰) است. از این رو می‌توان بیان کرد مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه بین فروش مربوط به اشخاص وابسته و ارزش شرکت را تعدیل نمی‌کند. در نتیجه فرضیه پژوهش در سطح خطای ۵ درصد رد می‌شود. همچنین در بررسی ارتباط بین مسئولیت اجتماعی و ارزش شرکت ارتباط منفی معناداری مشاهده می‌شود. نتایج جدول (۶) نشان می‌دهد با توجه به اینکه مسئولیت‌های اجتماعی سبب خروج وجه نقد از بابت فعالیت‌های اجتماعی در شرکت‌ها می‌شود بازار سرمایه نسبت به این موضوع واکنش منفی نشان می‌دهد که سبب کاهش ارزش شرکت می‌شود و می‌تواند نشان دهنده نیاز به بازنگری و وضع قوانین در خصوص پاداش و جریمه در خصوص گزارش عملکرد مسئولیت اجتماعی در گزارشات شرکت‌ها در ایران است.

فرضیه ۴: مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه بین خرید مربوط به اشخاص وابسته و ارزش شرکت را تعدیل می‌کند.

در فرضیه چهارم ارتباط بین خرید مربوط به اشخاص وابسته به عنوان متغیر مستقل و ارزش شرکت به عنوان متغیر وابسته و نقش مسئولیت اجتماعی شرکت به عنوان متغیر تعدیل‌گر بررسی شده است. از اینرو تایید یا رد فرضیه سوم با استفاده از ضریب تعاملی خرید به اشخاص وابسته* مسئولیت اجتماعی انجام شده است، نتایج نشان می‌دهد، ضریب برآوردی در جدول (۶)، ۵/۷۰۰ منفی و قدر مطلق آزمون تی بزرگتر از دو بوده و سطح معناداری به دست آمده کمتر از ۵ درصد (۰/۰۰۱) است. از این رو می‌توان بیان کرد مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه بین خرید مربوط به اشخاص وابسته و ارزش شرکت را تعدیل می‌کند. در نتیجه فرضیه پژوهش در سطح خطای ۵ درصد تایید می‌شود.

بحث و نتیجه گیری

نتایج نشان داد، معاملات با اشخاص وابسته با ارزش شرکت ارتباط معناداری دارد به طوری که معاملات فروش منجر به افزایش ارزش شرکت و معاملات خرید منجر به کاهش ارزش شرکت می شود. در بررسی آزمون فرضیه چهارم مشخص گردید مسئولیت اجتماعی شرکت بر ارتباط بین معاملات با اشخاص وابسته و ارزش شرکت نقش تعدیلی داشته است. مبانی نظری گذشته در خصوص ارتباط بین معاملات با اشخاص وابسته و ارزش شرکت بیان داشته اند، وجود رابطه مثبت و معنادار بین معاملات با اشخاص وابسته و ارزش شرکت مؤید تئوری تضاد منافع (رفتار فرصت طلبانه) است. در تئوری های موجود دو نگرش نسبت به معاملات با اشخاص وابسته وجود دارد که عبارتند از نگرش رفتار فرصت طلبانه (تئوری تضاد منافع) و نگرش رفتار کارا (فرضیه معاملات کارا) که وجود یا عدم وجود هر یک از این رفتارها تابعی از راهبری شرکتی، قوانین حفاظت از سرمایه گذاران و به طور کلی فضای کسب و کار کشورها است. تئوری تضاد منافع با مسأله نمایندگی سازگار است و بیان می دارد که این گونه معاملات به جهت کسب منافع شخصی برای مدیران به کار گرفته می شود و موجب متضرر شدن شرکت و سهام داران می شود. در مقابل فرضیه ی معاملات کارا، معاملات با اشخاص وابسته را بخشی از تقاضای واحد تجاری قلمداد می کند و آن را تضمین کننده ی کار مدیران در شرکت می داند. این دیدگاه معاملات با اشخاص وابسته را مضر نمی داند و حتی ممکن است برای سهام داران سودمند نیز باشد (چانگ و هونگ^۱، ۲۰۰۰). به طور کلی، تصاحب منابع شرکت از طریق معاملات با اشخاص وابسته در کشورهای توسعه یافته مرسوم است. اما در اقتصادهای نوظهور به دلیل نقص بازارهای خارجی و ضعف راهبری شرکتی بیش تر مشاهده می شود. در اقتصادهای نوظهور که انتصاب و ابقای مدیران با نفوذ سهام داران عمده انجام می گیرد تصاحب منابع شرکت ها رواج دارد و بین سهام داران عمده و خرد عدم تقارن اطلاعاتی و تضاد منافع به وجود می آید. در بازار نوظهور سرمایه ایران نیز به دلیل تمرکز مالکیت بالا و سطوح بالای عدم تقارن اطلاعاتی میان مدیران و مالکان، وجود نگرش رفتار فرصت طلبانه چندان دور از انتظار نیست. تجربیات

سال‌های اخیر نیز گواهی بر این ادعا است که معاملات با اشخاص وابسته نه تنها می‌تواند باعث اختلال در امر ارزش آفرینی به عنوان اصلی‌ترین وظیفه مدیریت شود، بلکه موجبات فروپاشی شرکت‌ها را نیز به تدریج فراهم می‌کند. براین اساس بود که پس از ورشکستگی انرون کنگره آمریکا قانون سارینز آکسلی را به تصویب رسانید که در بخشی از آن به معاملات با اشخاص وابسته اشاره دارد و بر همین اساس است که سازمان بورس اوراق بهادار آمریکا قوانین سخت‌گیرانه‌ای را درباره لزوم افشای معاملات با اشخاص وابسته برای شرکت‌های پذیرفته شده وضع کرده است (گردون و همکاران، ۲۰۰۴). همچنین سازوکارهای نظارتی شرکت، معاملات اشخاص وابسته را از تضاد منافع به معاملات کارآمد سوق می‌دهد. مؤسسه‌های حسابرسی دارای هیئت‌های ناظر، در رابطه با معاملات اشخاص وابسته، نقش و رفتار متعادل‌تری از خود بروز می‌دهند، بنابراین مسئله شفافیت اطلاعات مالی، موضوع بسیار مهم در زمینه مدیریت مالی در راستای افزایش اعتماد سهامداران برای شرکت است. از محدودیت‌های پژوهش حاضر می‌توان به عدم اعمال تورم در صورتهای مالی شرکت‌های بورس تهران اشاره داشت. همچنین نتایج این پژوهش مربوط به شرکت‌های بورس است و در تعمیم یافته‌های پژوهش به سایر شرکت‌ها و یا یک صنعت خاص باید احتیاط کرد. یکی دیگر از محدودیت‌های پژوهش حاضر، افشاء نشدن اطلاعات کامل مسئولیت اجتماعی در برخی شرکت‌ها است که با توجه به اجباری نبودن افشای این اطلاعات از سازمان بورس اوراق بهادار باعث کاهش تعداد نمونه آماری نیز شد. در همین راستا، به بورس اوراق بهادار تهران پیشنهاد می‌شود با وضع قوانین و مقررات و ارائه یک چارچوب برای افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی، شرکت‌ها را به افشای این نوع از اطلاعات ملزم کنند. همچنین، براساس سطح اهمیت اطلاعات افشای مسئولیت اجتماعی بر تصمیمات سرمایه‌گذاری پیشنهاد می‌شود سازمان بورس اوراق بهادار به رتبه‌بندی شرکت‌ها از نظر میزان افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی بپردازد. همچنین پیشنهاد می‌شود سرمایه‌گذاران شرکت‌ها در خصوص ارزیابی میزان اطلاعات معامله شده با اشخاص وابسته دقت نظر بیشتری داشته باشند و اطلاعات بالا را بیش‌تر مورد توجه قرار دهند. به حساب‌رسان صورتهای مالی نیز پیشنهاد می‌شود میزان و حجم اطلاعات معاملات با اشخاص وابسته را در گزارش حسابرسی خود قید

کنند که با توجه به محتوای اطلاعاتی گزارش حسابرسی این اطلاعات در اختیار استفاده کنندگان گزارش حسابرسی قرار گیرد. به پژوهشگران برای پژوهش های آتی نیز پیشنهاد می شود به تأثیر مسئولیت اجتماعی بر سایر متغیرهای مالی رفتاری ازجمله احساسات و رفتار سرمایه گذاران در بازار سرمایه ایران بپردازند. همچنین پیشنهاد می شود نقش تعدیلی ویژگی های مدیرعامل بر ارتباط بین معاملات با اشخاص وابسته و ارزش شرکت بررسی شود.

References

- Ahmedpour, C; Farmanbordar, M. (2014). Investigating the Impact of Conditional and Unconditional Accounting Conservatism on Distress Risk of the Companies listed in the Tehran Stock Exchange. *Journal of Securities Exchange*, 6(24), 63-78. (In Persian).
- Armitage, S and Marston, C. (2008). Corporate disclosure, cost of capital and reputation: evidence from finance directors. *Br. Account. Rev.* 40(4), 314-337.
- Audit Organization. (1386). *Accounting Standard 12 of Iran: disclosure of related persons' information*. 264-279. (In Persian).
- Barzegar, G; & Haghighat, T. (2020). Moderating Effects of Related Party Transactions on the Relation between Disclosure of Research and Development Expenditures and Firm's Value. *Empirical Research in Accounting*, 10(1), 203-225. doi: 10.22051/jera.2018.21086.2091. (In Persian).
- Be' nabou, R and Tirole.J. (2010). Individual and corporate social responsibility. *Economica* 77 (305), 1-19.
- Chang, S.J and Hong, J. (2000). Economic performance of group-affiliated companies in Korea: intragroup resource sharing and internal business transactions. *Acad. Manag. J.* 43 (3), 429-448.
- Cheung, Y.L, Jing, L, Tong, L, Rau, P.R and Stouraitis, A. (2009). Tunneling and propping up: an analysis of related party transactions by Chinese listed companies. *Pac.-Basin Fin. J.* 17 (3), 362-393.
- Chien, C.-Y; & Hsu, J. C. S. (2010). The Role of Corporate Governance in Related Party Transactions. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1539808>.
- Choi, H and Moon, D. (2016). Perceptions of corporate social responsibility in the capital market. *J. Appl. Bus. Res.* 32 (5), 1507-1518.
- Faraji, O; Jannati Daryakenari, F; Mansouri, K; & Younesi Moti, F. (2020). Corporate Social Responsibility and Firm Value: The Mediating Role of Earnings Management. *Social Capital Management*, 7(1), 25-58. doi: 10.22059/jscm.2019.276161.1792. (In Persian).
- Gao, F. Lisic, L.L and Zhang, I. (2014). Commitment to social good and insider trading. *J. Account. Econ.* 57 (2-3), 149-175.
- Gordon, E.A; Henry, E. and Palia, D. (2004), "RELATED PARTY TRANSACTIONS AND CORPORATE GOVERNANCE", Hirschey, M; and, K.J. and Makhija, A.K. (Ed.) *Corporate Governance (Advances in Financial Economics)*, Emerald Group Publishing Limited, Bingley, (9). 1-27. [https://doi.org/10.1016/S1569-3732\(04\)09001-2](https://doi.org/10.1016/S1569-3732(04)09001-2).
- Homayoun, S; Mansourfar, G; Poursoleyman, E. and Rezaee, Z. (2022), "Business sustainability performance and corporate financial performance: the mediating role of optimal investment", *Managerial Finance*, 48(2), 348-369. <https://doi.org/10.1108/MF-01-2021-0040>
- optimal investment. <https://www.emerald.com/insight/0307-4358.htm>
- Jian, M and Wong, T.J. (2010). Propping through related party transactions. *Rev. Acc. Stud.* 15 (1), 70-105.
- Kang, M.Lee.H.Y ,Lee.M.G and Park, J.C.(2014). The association between related-party transactions and control- ownership wedge: evidence from Korea. *Pac.-Basin Fin. J.* 29 (1), 272-296.
- Khalili, Poya. (2018). *Investigating the relationship between intellectual capital, social capital, and financial performance with a focus on the moderating role of environmental information disclosure in companies listed on the Tehran*

- Stock Exchange*, master's thesis in accounting, Islamic Azad University, Safadasht branch. (in Persian)
- Kim, Y.Park, M and Wier, B. (2012). Is earnings quality associated with corporate social responsibility? *Account. Rev.* 87 (3), 761–796.
- Kohlbeck, Mark, Mayhew, Brian W, 2010. Valuation of firms that disclose related party transactions. *J. Account. Public Policy* 29 (2), 115–137.
- Kohlbeck, M.J and Mayhew.B.W. (2017). Are related party transactions red flags? *Contemp. Account. Res.* 34(2), 900–928.
- La Rorta, R, Lopez-de-S and Florencio.S.A. (1999).Corporate ownership around the world. *J. Fin.* 54 (2), 471–517.
- Muttakin, M.B; Khan, A and Azim, M.I. (2015). Corporate social responsibility disclosures and earnings quality. *Manag. Audit. J.* 30 (3), 277–298.
- Nollet.J. George. F and Evangelos, M. (2016). Corporate social responsibility and financial performance: A non-linear and disaggregated approach. *Economic Modelling* 52 (2016) 400 –407.
- Prior, D. Surroca, J and Tribo.J.A; (2008). Are socially responsible managers ethical? Exploring the relationship between earnings management and corporate social responsibility. *Corp. Govern.* 16 (3), 160–177.
- Ramzan, M; Amin, M; & Abbas, M. (2021). How does corporate social responsibility affect financial performance, financial stability, and financial inclusion in the banking sector? Evidence from Pakistan. 55, 101314. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2020.101314>.
- Schnackenberg, A.K and Tomlinson, E.C. (2016). Organizational Transparency: A new perspective on managing trust in organization-stakeholder relationships. *J. Manage.* 42 (7), 1784–1810.
- Scholtens, B and Kang, F. (2013). Corporate social responsibility and earnings management: evidence from Asian economies. *Corp. Soc. Responsib. Environ. Manag.* 20(2), 95–112.
- Sedaghat, A; & Bayat, A. (2021). Investigating the effect of employee productivity on the relationship between social responsibilities and financial performance. *Journal of Accounting and Management Vision*, 4(44), 135-147. (in Persian).
- Shahzad.F, Baig.M.H, Rehman.I.U and Saeed.A. (2021). Does intellectual capital efficiency explain the corporate social responsibility engagement-firm performance relationship? Evidence from environmental, social and governance performance of US-listed firms, 22(2), 295-305 <http://www.elsevier.com/journals/borsa-istanbul-review/2214-8450>
- Tambunan, M.E; Siregar,H,Manurung,A.H and Priyarsono,D.S.(2017). Related party transactions and firm value in the business groups in the Indonesia stock exchange. *J. Appl. Fin. Bank.* 7(3), 1–20.
- Tiffany.D.H and Zuni.B. (2020). Related party transactions and firm value: The moderating role of corporate social responsibility reporting, *China Journal of Accounting Research*, 13(2), 223-236.
- Vaseli, S; Jamshidinavid, B; Ghanbari, M. (2021). The effect of transactions with dependents on the auditor's inability to detect corporate fraud using auditor level analysis. *Journal of Securities Exchange*, 14(54), 207-232. doi: 10.22034/jse.2021.11470.1619. (In Persian).
- Wong, R. M; Kim.J.B and Lo, A.W. (2015). Are related-party sales value-adding or value-destroying? Evidence from China. *J. Int. Financ. Manage. Account.* 26 (1), 1–38.