

کارایی هیئت مدیره و عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت: نقش تعدیلی پیشینه دانش مالی مدیرعامل

سجاد برندک

گروه حسابداری، موسسه آموزش عالی مقدس اردبیلی، اردبیل، ایران. (نویسنده مسئول).
sajadbarandak@gmail.com

فاطمه منصوری حبیب آبادی

کارشناس ارشد حسابداری، گروه حسابداری، موسسه آموزش عالی فیض الاسلام، خمینی شهر، ایران.
akhfm4550@gmail.com

شماره ۱۹ / زمستان ۱۳۹۸ (جلد چهارم) / صص ۱۰۸-۱۲۷
چشم انداز حسابداری و مدیریت (دوره دوم)

چکیده

مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و افشاگری های مرتبط با آن، عامل مهمی است که به تداوم فعالیت شرکت منجر می شود. زیرا شرکت ها در ارتباط با جامعه هستند و جامعه امکان بقای شرکت را در دراز مدت فراهم می آورد و جامعه از فعالیت و رفتار شرکت بهره می گیرد. گسترش مسئولیت پذیری شرکت ها بر این موضوع دلالت دارد که مسئولیت های شرکت از آنچه در گذشته بوده یعنی فراهم کردن پول برای سهامداران، فراتر رفته است. اگر چه از مدیریت ارشد به خصوص مدیرعامل انتظار می رود وظایف خود را بی طرفانه انجام دهد. اما میزان تجربه و نوع دانشی که دارند، می تواند بر استراتژی شرکت تاثیر پذیر باشد. از این رو هدف پژوهش بررسی تأثیر کارایی هیئت مدیره بر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بین سال های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۷ است. برای آزمون فرضیه از رگرسیون خطی چند متغیر و داده های ترکیبی استفاده شده است. نتایج آزمون فرضیه اول نشان داد که کارایی هیئت مدیره رابطه معنادار با عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت دارد. هرچقدر هیئت مدیره ها از کارایی بیشتری برخوردار باشند شرکت های نیز در همان جهت عملکرد مسئولیت اجتماعی بهتری از خود نشان می دهند. از این رو پیشنهاد می شود شرکت ها برای داشتن عملکرد بهتر در زمینه مسئولیت اجتماعی از هیئت مدیره هایی با کارایی بالا انتخاب کنند نتایج فرضیه دوم نشان داد پیشینه مالی مدیرعامل رابطه بین کارایی هیئت مدیره و عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت را تعدیل می کند از این رو می توان پیشنهاد نمود شرکت ها برای مطلوبیت در گزارش دهی عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت از داشتن مدیرعامل هایی با پیشینه دانش مالی غافل نشوند.

واژگان کلیدی: کارایی هیئت مدیره، عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت، پیشینه دانش مالی مدیرعامل.

مقدمه

امروزه نقش واحدهای تجاری در اجتماع دستخوش تغییرهای بسیار زیادی شده است. به گونه ای که انتظار می رود واحدهای تجاری نه تنها به فکر افزایش سود خود بوده بلکه نسبت به اجتماع نیز پاسخگو و برای جامعه ای که در تعامل با آن هستند مفید باشند. واحد تجاری نمی تواند از اجتماع فرار کند و جامعه نیز نمی تواند بدون واحد تجاری وجود داشته باشد، بنابراین یک