

The Effect of Board Gender Diversity on Corporate Social Responsibility Disclosure: The Moderating Role of Political Connection

Bitam Mashayekhi^{1✉} , Omid Faraji² , Fatemeh Ahmadi Zarnagh³ , and Saeideh Nazari⁴ 

1. Corresponding author, Department of Accounting, Faculty of Accounting & Financial Science, College of Management, University of Tehran, Iran. E-mail: mashayekhi@ut.ac.ir
2. Department of Accounting, College of Farabi, Faculty of Management & Accounting, University of Tehran, Qom, Iran.
3. Department of Accounting, School of Management and Economics, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran.
4. Department of Accounting, Faculty of Accounting & Financial Science, College of Management, University of Tehran, Iran.

Article Info

Article type:
Research Article

Article history:

Received 22 February 2024
Received in revised form 28 April 2024
Accepted 18 May 2024
Available online 28 March 2025

Keywords:

board of directors,
corporate social responsibility,
gender diversity,
political connection

JEL classification:

G34, M14, D72

ABSTRACT

Objective: This study aims to investigate gender diversity of the board of directors that can cause the growth of CSR in companies by examining several companies active in the petrochemical and oil products industries as polluting industries during the years 2015 to 2021.

Method: In this research, companies active in polluting industries admitted to the Tehran Stock Exchange, including thermal power plants, steel, cement, coal, metals, petrochemicals, construction materials, papermaking, pharmaceuticals, fermentation, textile, leather, and mining industries as The statistical population is investigated during the years 2014 to 2021 because companies active in polluting industries are under more pressure to implement CSR and report CSR due to environmental laws and regulations. The statistical population of this research includes 162 companies, after removing the companies without the necessary conditions, 84 companies remained for 7 years and the data of 591 companies were subjected to statistical tests. To test the research hypotheses, a multivariable regression model was used. CSR is the dependent variable, gender diversity of the board of directors is the independent variable, and political communication is the moderating variable. Control variables include company size, board size, company leverage, and company age. Data analysis of this research was done using STATA software.

Results: The results show that the gender diversity of the board of directors alone cannot significantly impact CSR in Iranian companies. Also, there is a negative relationship between companies' CSR reporting and gender diversity, and this relationship is strongly dependent on political communication, and political communication moderates this relationship. The reason for this negative relationship can be the newness of the role of women as members of the board of directors and the small number of women members in the board of directors, and as a result, their opinions are not heard.

Conclusions: In today's world, CSR has become one of the most important issues in the business world, and many managers pay attention to it in making their decisions. In addition, the presence of women in managerial positions and the elements of the management system of companies is observed more. The presence of women on the company's board of directors and other management members of the company makes the communication and interaction of people in the company better and organized in line with the company's goals. Based on the literature related to the behavioral differences between women and men (for example, social role theories, gender socialization, ethics of care, and other mentioned theories), in the current study, the effect of gender diversity on the board of directors on CSR was investigated through the moderating role of political communication. Although the results of the research were contrary to expectations and based on a negative relationship between CSR and gender diversity only if political communication is considered as a moderator, these results can be due to the limitations of the research. Considering that the number of female board members in Iran is very limited, this limitation can affect the research results.

Cite this article: Mashayekhi, B., Faraji, O., Ahmadi Zamagh, F., & Nazari, S. (2025). The effect of board gender diversity on corporate social responsibility disclosure: The moderating role of political connection. *Operational and Performance Research in Accounting and Auditing*, 5 (1), 53-70.



Introduction

While it is expected that government-connected firms (politically connected firms) will have easier access to resources, they are likely to face greater scrutiny and must be more responsive to government signals to maintain their political legitimacy. Firms can enhance their political legitimacy by increasing their levels of corporate social responsibility (CSR) and CSR reporting (Shaheen, Yang, Bhutto, Bala, & Khan, 2021). However, political connections can also negatively impact CSR. One reason for this negative effect is that firms may rely on their political connections to protect and enhance their investments, leading them to pay less attention to CSR initiatives, as public concerns about CSR are less likely to harm a government-connected firm (Adomako & Nguyen, 2020). Lin et al. (2015) argue that firms engage in CSR not only for altruistic reasons but also for strategic purposes. One strategic reason for companies to engage in CSR is that political connections are particularly valuable in countries where property rights protection is weak and market-supporting institutions are lacking (Lin et al., 2015). Therefore, examining a company's political connections in a country like Iran, where the state sector holds significant power, is crucial.

This study aims to investigate gender diversity of the board of directors that can cause the growth of CSR in companies by examining several companies active in the petrochemical and oil products industries as polluting industries during the years 2015 to 2021 and to respond to the call other articles consider political communication as a moderating variable to measure the effect of board gender diversity more precisely. The petrochemical industry is considered one of the strategic industries and the developments of this industry can have many effects on the world economy and the countries involved in this industry. In addition, Iran has a relative advantage in this industry by using huge oil and natural gas resources.

Method

In this research, companies active in polluting industries admitted to the Tehran Stock Exchange, including thermal power plants, steel, cement, coal, metals, petrochemicals, construction materials, papermaking, pharmaceuticals, fermentation, textile, leather, and mining industries as The statistical population is investigated during the years 2014 to 2021 because companies active in polluting industries are under more pressure to implement CSR and report CSR due to environmental laws and regulations. The statistical population of this research includes 162 companies, after removing the companies without the necessary conditions, 84 companies remained for 7 years and the data of 591 companies were subjected to statistical tests. To test the research hypotheses, a multivariable regression model was used. CSR is the dependent variable, gender diversity of the board of directors is the independent variable, and political communication is the moderating variable. Control variables include company size, board size, company leverage, and company age. Data analysis of this research was done using STATA software.

Results

The research results show that the gender diversity of the board of directors alone cannot significantly impact CSR in Iranian companies. Also, there is a negative relationship between companies' CSR reporting and gender diversity, and this relationship is strongly dependent on political communication, and political communication moderates this relationship. The reason for this negative relationship can be the newness of the role of women as members of the board of directors and the small number of women members in the board of directors, and as a result, their opinions are not heard.

Conclusions

In today's world, CSR has become one of the most important issues in the business world, and many managers pay attention to it in making their decisions. In addition, the presence of women in managerial positions and the elements of the management system of companies is observed more. The presence of women on the company's board of directors and other management members of the company makes the communication and interaction of people in the company better and organized in line with the company's goals. Based on the literature related to the behavioral differences between women and men (for example, social role theories, gender socialization, ethics of care, and other mentioned theories), in the current study, the effect of gender diversity on the board of directors on CSR was investigated through the moderating role of political communication. Although the results of the research were contrary to expectations and based on a negative relationship between CSR and gender diversity only if political communication is considered as a moderator, these results can be due to the limitations of the research. Considering that the number of female board members in Iran is very limited, this limitation can affect the research results.

Contribution

This research has value creations as follows. This study is a response to the call of previous research that what individual characteristics can moderate the relationship between the presence of women on the board of directors and the disclosure of CSR activities and provide a better explanation for this relationship. In addition, this research examines CSR and its reporting at the level of developing countries and emerging markets, because there is a significant lack of literature in the field of CSR and corporate governance in such markets. In addition, this research contributes to the development of gender diversity literature. Previous studies have often used gender socialization theory, social role theory, agency theory, and resource dependence theory to investigate the relationship between CSR and gender diversity, while this study tries to consider other theories related to this field and provide a deeper insight. Although the results of the study were unexpected and indicated a negative relationship between corporate social responsibility (CSR) and gender diversity only when political connections were considered as a moderating factor, these findings may be influenced by research limitations. Given that the number of female board members in Iran is very limited, this constraint could affect the study's outcomes.

Author Contributions

All authors contributed equally to the conceptualization of the article and writing of the original and subsequent drafts.

Data Availability Statement

Data available on request from the authors.

Acknowledgements

The authors would like to thank all participants in the present study.

Ethical Considerations

The authors avoided data fabrication, falsification, plagiarism, and misconduct.

Funding

This research did not receive any specific grant from funding agencies in the public, commercial, or not-for-profit sectors.

Conflict of Interest

The authors declare no conflict of interest.





تأثیر تنوع جنسیتی هیئت مدیره بر افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی: نقش تعدیل گر ارتباطات سیاسی

بیبا مشایخی^۱، امید فرجی^۲، فاطمه احمدی زرنق^۳، و سعیده نظری^۴

۱. گروه حسابداری و حسابرسی، دانشگاه تهران، دانشکده حسابداری و علوم مالی، دانشکدگان مدیریت، تهران، ایران. رایانامه: mashaykhi@ut.ac.ir
۲. گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشکدگان فارابی، دانشگاه تهران، قم، ایران.
۳. گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.
۴. گروه حسابداری، دانشکده حسابداری و علوم مالی، دانشکدگان مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۲/۰۴ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۲/۰۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۲/۲۹ تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۱/۰۸ کلیدواژه‌ها: ارتباطات سیاسی، تنوع جنسیتی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، شرکتی (CSR)، هیئت مدیره.	هدف: شناخت عواملی که موجب بهبود ایفا و گزارش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی (CSR) می‌گردد، این پژوهش به بررسی تأثیر تنوع جنسیتی هیئت مدیره بر افشای CSR، و در صورت وجود این تأثیر، به بررسی اثر تعدیل‌گری ارتباطات سیاسی اعضای هیئت مدیره بر این رابطه می‌پردازد. روش پژوهش: با توجه به نظریه‌های نقش اجتماعی، جامعه‌پذیری جنسیتی و وابستگی منابع، داده‌های مربوط به شرکت‌های بورسی فعال در صنایع پتروشیمی و فراورده‌های نفتی به عنوان صنایع آلاینده طی سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۴۰۰ با مدل رگرسیون خطی مورد تحلیل قرار می‌گیرد. یافته‌ها: نتایج نشان می‌دهد که تأثیر تنوع جنسیتی بر افشای CSR از نظر آماری معنادار نیست. یکی از علل احتمالی این نتیجه، کم بودن تعداد اعضای زن در هیئت مدیره شرکت‌های ایرانی می‌باشد. با این حال در حضور متغیر تعدیل‌گر ارتباطات سیاسی اعضای هیئت مدیره، تنوع جنسیتی تأثیر منفی بر افشای CSR دارد و ارتباطات سیاسی این اثر را تعدیل می‌نماید. نتیجه‌گیری: این پژوهش به بررسی افشای CSR در سطح کشورهای در حال توسعه و بازارهای نوظهور می‌پردازد و به توسعه ادبیات در این حوزه کمک می‌کند. همچنین، از نظریه‌هایی فراتر از نظریه‌های جامعه‌پذیری جنسیتی، نقش اجتماعی، نظریه نمایندگی، و وابستگی منابع استفاده کرده و بینش عمیق‌تری در این رابطه ارائه می‌دهد.

استناد: مشایخی، بیبا؛ فرجی، امید؛ احمدی زرنق، فاطمه؛ و نظری، سعیده (۱۴۰۴). تأثیر تنوع جنسیتی هیئت مدیره بر افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی: نقش تعدیل‌گر ارتباطات سیاسی. پژوهش‌های حسابداری و حسابرسی عملیاتی و عملکرد، ۵ (۱)، ۵۳-۷۰.



مقدمه

بیش از دو دهه است که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی (CSR) توجه پژوهشگران و متخصصان را به خود جلب نموده است (Khan, 2010). رسوایی‌های بزرگ و گسترده شرکت‌هایی مانند انرون و ورلدکام اعتماد مردم نسبت به شرکت‌های بزرگ را متزلزل و بحث‌هایی پیرامون CSR مطرح نموده است (Boulouta, 2013). به علاوه CSR به عنوان راه حلی برای معضلات زیست محیطی و نابرابری‌های اجتماعی که جهان اخیراً با آن مواجه گشته است معرفی شده است (Atif, Alam, & Hossain, 2020). توجه افراد به مسائل و مشکلات محیط زیست در سال‌های اخیر ذهن استفاده‌کنندگان را از گزارش‌های سنتی و صرفاً مالی به گزارش‌های غیرمالی به خصوص گزارش‌های مربوط به CSR معطوف نموده است.

مطالعات حوزه CSR معمولاً با رشته‌هایی از جمله زیست‌شناسی، جامعه‌شناسی، استانداردها و اصول اخلاقی، نظارت بر سازمان‌ها، سیستم‌های اقتصادی و سایر رشته‌ها درآمیخته‌اند (Gulzar et al., 2019). به همین علت فاکتورهای زیادی وجود دارد که بر عملکرد CSR تأثیر می‌گذارد. یکی از مهم‌ترین این فاکتورها ویژگی‌های اعضای هیئت مدیره می‌باشد، که توسط پژوهشگران زیادی مورد بررسی قرار گرفته‌است. برای مثال لی و دیگران^۱ (۲۰۱۹) تأثیر باورهای مذهبی اعضای هیئت مدیره بر CSR را مورد بررسی قرار داده و بیان نمودند که باورهای مذهبی کارآفرینان می‌تواند با افزایش مشروعیت سرمایه‌گذاری‌هایشان، دسترسی آن‌ها را به منابع مالی ارزان‌تر فراهم نماید و CSR می‌تواند به عنوان یک استراتژی نشان‌دهنده مشروعیت کسب و کار باشد (Webb, 2004). به بررسی ترکیب اعضای هیئت مدیره پرداخته است. طبق پژوهش انجام شده توسط وی بین درصد اعضای داخلی هیئت مدیره و اعضای خارجی در شرکت‌های مسئولیت‌پذیر اجتماعی و غیر آن تفاوت معناداری وجود دارد. با تجربه بودن اعضای هیئت مدیره نیز می‌تواند یکی از ویژگی‌های هیئت مدیره باشد که روی CSR تأثیر می‌گذارد. با توجه به اینکه نادیده گرفتن CSR ممکن است برای شرکت خطراتی ایجاد نماید؛ مدیرانی که با تجربه‌تر هستند به علت تعهد بیشتر به شغل یا حفاظت از شغل خود تمایل بیشتری به حمایت از اجرای CSR در شرکت دارند (Rao & Tilt, 2016).

علیرغم بررسی‌های بسیاری که در حوزه CSR انجام شده، کاستی‌ها و نقص‌های زیادی در این زمینه باقی مانده است که نیاز به توضیح بیشتر دارد (Chatzitheodorou, Skouloudis, Evangelinos & Nikolaou, 2019). به عنوان مثال می‌توان گفت تا به امروز، پژوهش‌ها به طور گسترده سؤال «چه» (CSR به چه معناست؟) و «چرا» (چرا شرکت‌ها در CSR سرمایه‌گذاری می‌کنند؟) را بررسی کرده‌اند. با این حال، با وجود درخواست‌های مقالات قبلی برای انجام چنین مطالعاتی، سؤال «چگونه» (یعنی چگونه می‌توان CSR را در شرکت بهبود بخشید) تا حد زیادی نادیده گرفته شده است (Lee, Min & Yook, 2015). با وجود اهمیت بسیار زیادی که اخیراً CSR پیدا نموده است، پژوهش‌ها نشان داده‌اند که عملکرد و گزارشگری CSR در برخی از کشورها هنوز به اندازه‌ی کافی رشد نکرده است (Chen & Bouvain, 2009). یکی از دلایل این رشد محدود، عدم وجود توانایی تصمیم‌گیری در تصمیم‌گیرندگان اساسی شرکت از جمله هیئت مدیره است که تصمیم‌گیرندگان کلیدی درباره CSR شرکت می‌باشد (Rao & Tilt, 2016). علیرغم وجود شواهدی مبنی بر اینکه ترکیب جنسیتی هیئت مدیره احتمالاً بر تصمیم‌گیری‌های مختلف از جمله تصمیم‌گیری‌های مربوط به سهامداران تأثیر می‌گذارد، هنوز تعداد پژوهش‌های مرتبط با ارتباط تنوع جنسیتی با تصمیم‌گیری‌های مرتبط با CSR از جمله گزارشگری و افشای آن محدود می‌باشد (Rao & Tilt, 2016).

با توجه به اینکه ادبیات درباره تأثیر تنوع جنسیتی بر CSR نتایج متفاوتی را ارائه کرده است (Gulzar et al., 2019)؛ پژوهشگران در این باره متوجه شده‌اند که فاکتورهای متفاوتی وجود دارند که می‌توانند در تأثیر تنوع هیئت مدیره روی تصمیم‌گیری درباره CSR نقش تعدیل‌کننده‌ای داشته باشند و در پاسخ به این نتایج ناهمگن، پیشنهاد کرده‌اند که به جای بررسی رابطه مستقیم بین CSR و تنوع جنسیتی از بررسی متغیرهای میانجی استفاده شود (Rao & Tilt, 2016).

ادبیات حوزه CSR تا حد زیادی این واقعیت را نادیده گرفته است که مدیران زن ممکن است در سطح جهت‌گیری اجتماعی به دلیل تجربیات و پیشینه‌های شخصی متفاوت باشند و در نتیجه تأثیرات متفاوتی بر CSR داشته باشند (Wang, Ma & Wang, 2016).

¹ Li et al.

(2021) ارتباط سیاسی عامل شخصی مهمی است که جهت گیری اجتماعی فرد را شکل می دهد. در حمایت از این گزاره، پژوهشگران تأکید کرده اند که اعضای هیئت مدیره با تجربیات سیاسی و پیشینه های مرتبط، توجه بیشتری به جامعه و سهامداران دارند (Fernández-Gago, Cabeza-García & Nieto, 2018).

با اینکه انتظار می رود شرکت های دارای ارتباط با دولت (شرکت های دارای ارتباط سیاسی) دسترسی آسان تری به منابع داشته باشند، در مقابل احتمالاً با نظارت بیشتری مواجه می شوند و باید به سیگنال های دولتی پایبندی بیشتری داشته باشند تا مشروعیت سیاسی خود را حفظ کنند. شرکت ها می توانند با افزایش سطح CSR و گزارشگری CSR مشروعیت سیاسی کسب کنند (Shaheen, Yang, Bhutto, Bala & Khan, 2021). ارتباطات سیاسی می تواند روی CSR اثر منفی هم بگذارد. یکی از دلایل اثر منفی ارتباطات سیاسی روی CSR این است که شرکت ها ممکن است روی ارتباطات سیاسی خود برای محافظت و ارزش گذاری سرمایه گذاری هایشان تکیه کنند و در نتیجه به CSR کمتر توجه کنند زیرا نگرانی های جامعه نسبت به CSR به شرکتی که به دولت متصل است کمتر آسیب می رساند (Adomako & Nguyen, 2020). لین و همکاران^۱ (۲۰۱۵) در مقاله ی خود بیان کرده اند که شرکت ها نه تنها به خاطر علل نوع دوستانه، بلکه با علل استراتژیک نیز درگیر CSR می شوند. یکی از علل استراتژیک درگیر شدن شرکت ها در CSR این است که ارتباطات سیاسی برای شرکت هایی که در کشورهایی فعالیت می کنند که در آن ها حمایت از حقوق مالکیت ضعیف است و نهادهای حامی بازار در آن ها وجود ندارند، ارزش زیادی دارد (Lin et al., 2015). بنابراین، بررسی ارتباطات سیاسی شرکت در کشوری مانند ایران که بخش دولتی قدرت بیشتری دارد حائز اهمیت می باشد.

این مطالعه قصد دارد یکی از عواملی که باعث رشد CSR در شرکت ها می گردد - یعنی تنوع جنسیتی هیئت مدیره - را از طریق بررسی تعداد ۲۷ شرکت از شرکت های فعال در صنایع پتروشیمی و فراورده های نفتی به عنوان صنایع آلاینده طی سال های ۱۳۹۴ تا ۱۴۰۰ مورد بررسی قرار دهد و همچنین به منظور پاسخ به فراخوان سایر مقالات (Rao & Tilt, 2016)، ارتباطات سیاسی به عنوان متغیر تعدیل گر در نظر گرفته می شود تا تأثیر تنوع جنسیتی هیئت مدیره به صورت دقیق تر سنجیده شود. علت اینکه این پژوهش تنها صنایع پتروشیمی و فراورده های نفتی را مورد بررسی قرار می دهد، اهمیت و جایگاه ویژه این صنعت می باشد. صنعت پتروشیمی یکی از صنایع استراتژیک محسوب می گردد و تحولات این صنعت می تواند بر اقتصاد جهانی و کشورهای مطرح در این صنعت تأثیرات زیادی داشته باشد. همچنین ایران به واسطه برخورداری از منابع عظیم نفت و گاز طبیعی دارای مزیت نسبی در این صنعت می باشد (Soltani, 2016). بنابراین، بررسی این صنعت در ایران اهمیت به خصوصی دارد.

مبانی نظری پژوهش

تنوع جنسیتی

در این بخش ابتدا نظریه های تنوع جنسیتی مرور می شود تا ماهیت رابطه بین تنوع جنسیتی و CSR شفاف گردد و بر این اساس فرضیه های این پژوهش را توسعه می یابد.

نظریه نقش اجتماعی

نظریه نقش اجتماعی (Eagly, 2013) بیان می کند که مردان و زنان مطابق کلیشه ها و باورهای مرتبط با نقش اجتماعی خود رفتار می کنند. این باورها از تقسیم کار در جامعه سرچشمه می گیرند، «که بیانگر نوعی تعادل میان ویژگی های فیزیکی مرد و زن در ساختار اجتماعی است» خلاصه باورهای اجتماعی درباره مردان و زنان به این صورت است که زنان «اجتماعی تر» و مردان «عقل تر» می باشند (Bakan, 1966). این اعتقادات کلیشه ای، فشار بسیار بالایی بر روی زنان وارد می نمایند که همواره به شیوه ای «محتاطانه» رفتار نمایند تا با نقش جنسیتی مورد انتظار جامعه تضاد نداشته باشند (Gutck & Morasch, 1982).

¹. Lin et al.

این امر باعث می‌شود که زنان اخلاقی‌تر، کوشاتر و دلسوزتر بوده و در نتیجه توجه بیشتری به ذی‌نفعان داشته باشند. در مقایسه با مردان، زنان تمایل بیشتری به پاسخگویی به انتظارات اجتماعی داشته و حساسیت بیشتری نسبت به مسائل اخلاقی دارند (Bernardi, Bosco & Vassill, 2006).

نظریه جامعه‌پذیری جنسیتی

نظریه جامعه‌پذیری جنسیتی، که توسط (Dawson, 1997) ارائه گردید، نظریه برجسته‌ای پیرامون تفاوت‌های جنسیتی می‌باشد. این نظریه معتقد است که مردان و زنان، جهت‌گیری متفاوتی نسبت به اصول اخلاقی دارند. به عبارت دیگر، بر اساس این نظریه زنان به دلیل تفاوت‌های شناختی و فیزیولوژیکی در کدها و اصول اخلاقی، اقدامات جامعه‌محور بیشتری را در مقایسه با مردان انجام می‌دهند. یعنی زنان بیشتر روی توسعه جمعی متمرکز هستند در حالی که تمرکز مردان اغلب بر دستاوردهای شخصی است (Atif et al., 2020). رویکرد جامعه‌پذیری جنسیتی نشان می‌دهد که زنان و مردان در نگرش خود نسبت به تصمیم‌های رقابتی و اخلاقی متفاوت هستند. مردان بر رقابت- حتی به بهای رفتار غیر اخلاقی- تأکید دارند، در حالی که زنان بر روابط مراقبتی و هماهنگی با دیگران تأکید می‌نمایند حتی اگر به قیمت از دست دادن رقابت‌پذیری باشد (Yarram & Adapa, 2021). دلیل این امر عمدتاً این است که زنان به علت نقش‌های اجتماعی متفاوت خود، ارزش‌های اخلاقی و اجتماعی را متفاوت درک نموده‌اند (Hyun et al., 2016). به طور کلی نظریه جامعه‌پذیری جنسیتی نشان می‌دهد که سبک رهبری زنانه، نسبت به مردان اخلاقی‌تر و اجتماعی‌تر است. بنابراین، به احتمال بیشتر به سمت ذی‌نفعان سوق داده می‌شود، پس می‌تواند CSR و گزارشگری CSR را افزایش دهد (Pucheta et al., 2019).

نظریه وابستگی منابع

نظریه وابستگی منابع، نقش با اهمیت هیئت مدیره را در مدیریت عدم اطمینان محیط خارجی و به دست آوردن منابع حیاتی شرکت بیان می‌نماید. بر اساس این نظریه هیئت مدیره رابطه مورد نیاز بین شرکت و محیط بیرون را برقرار می‌نماید (Yarram & Adapa, 2021). تعداد قابل توجهی از پژوهش‌ها به منظور پیش‌بینی رابطه بین حضور زنان در هیئت مدیره و CSR به نظریه وابستگی به منابع اشاره می‌نمایند (Pfeffer & Salancik, 2003). همان‌طور که (Amorelli & García Sánchez, 2021) بیان نموده‌اند، این نظریه معتقد است که متنوع‌تر بودن اعضای هیئت مدیره باعث می‌شود شرکت علاوه بر دسترسی بهتر به منابع، وابستگی خود را به منابع محیطی به حداقل رساند، به دیدگاه‌های مختلف و مشاوره بیشتری دسترسی داشته باشد و مشروعیت، ارتباطات تجاری و شبکه‌های اطلاعاتی بیشتری داشته باشد و در نتیجه تصمیمات بهتر و پویاتری از جمله تصمیمات مربوط به CSR اتخاذ نماید (Do Directors, 2002).

نظریه نمایندگی

از منظر نظریه نمایندگی، هیئت مدیره سازوکاری برای نظارت و کنترل اقدامات مدیریت و تضمین منافع سهامداران می‌باشد (Fama & Jensen, 1983). اعضای هیئت مدیره در صورتی که مستقل باشند نظارت بهتری بر رفتار مدیران ارشد دارند زیرا در عملیات روزانه و حفظ آبروی شرکت دخالت ندارند. رایج‌ترین معیارهای استقلال هیئت مدیره حضور مدیران خارجی و دوگانه نبودن عملکرد آن‌ها به عنوان مدیر عامل و رئیس هیئت مدیره است با این وجود بسیاری از نویسندگان مختلف معتقدند که تنوع جنسیتی به استقلال هیئت مدیره کمک می‌کند (Fuente, García-Sánchez, & Lozano, 2017). به علاوه طبق نظریه نمایندگی، رابطه مستقیمی بین افشای داوطلبانه و حاکمیت شرکتی وجود دارد؛ یعنی یک شرکت با سیستم حاکمیت شرکتی مناسب در صورت‌های مالی سالانه یا سایر گزارش‌های خود جزئیات بیشتری را افشا خواهد نمود (Gulzar et al., 2019). به عبارت دیگر بر اساس نظریه نمایندگی، سهامداران ممکن است برای نظارت بر عملکرد مدیران و به دست آوردن شفافیت بیشتر مالی یا غیرمالی، مکانیسم‌هایی مانند افشای داوطلبانه درباره عملکرد CSR را از شرکت درخواست نمایند (Jo, Song & Tsang, 2016)، تا اطلاعات مالی و غیرمالی

شفاف‌تری را در اختیار داشته باشند. به همین علت ترکیب هیئت مدیره نقش مهمی در فرآیند تصمیم‌گیری شرکت دارد زیرا هزینه‌های نمایندگی را کاهش داده و افشای CSR را افزایش می‌دهد (Pucheta-Martínez et al., 2019).

نظریه ذی‌نفعان

بر اساس دیدگاه نظریه ذی‌نفعان، با توجه به اینکه امروزه واحدهای تجاری در سطح جهانی فعالیت می‌نمایند، باید با ذی‌نفعان زیادی از جمله وام‌دهندگان، تامین‌کنندگان و مشتریان در ارتباط باشند. بنابراین ضروری است که شرکت‌ها در سیاست‌گذاری‌های خود تمامی این ذی‌نفعان را مد نظر قرار دهند و سیاست‌هایی برای CSR داشته باشند. از این رو، بر اساس نظریه ذی‌نفعان، بین حاکمیت شرکتی مؤثر و مشارکت CSR رابطه مثبت وجود دارد (Gulzar et al., 2019).

نظریه مباشرت

بر اساس استدلال (Letza, Sun & Kirkbride, 2004) در نظریه ذی‌نفعان و نظریه نمایندگی فرض می‌شود که انسان ذاتاً منفعت طلب است و نمی‌توان به مدیران برای برآورده کردن منافع مالکان اعتماد کرد. این دیدگاه توسط نظریه مباشرت رد می‌شود. این نظریه استدلال می‌کند که مدیران دارای انگیزه‌ها و ارزش‌های متنوعی می‌باشند و از جمله آن‌ها می‌توان به موفقیت، شناخته‌شدن، کسب احترام و حاکمیت شرکتی خوب اشاره کرد. مدیران شرکت‌ها همیشه تمام تلاش خود را می‌نمایند که تقریباً همه ذی‌نفعان را راضی نگه‌دارند، زیرا می‌خواهند سازمان موفق باشد. بنابراین، نظریه مباشرت از تمایل مدیر به فعالیت‌های CSR حمایت می‌کند زیرا این فعالیت‌ها ارزش شرکت را افزایش می‌دهند. همچنین می‌توان از نظریه مباشرت برای بررسی تأثیر مدیران زن بر رویه‌های CSR استفاده می‌کند (Gulzar et al., 2019).

نظریه اخلاق مراقبت

نظریه اخلاق مراقبت بیان می‌کند انسان‌ها، حداقل در سال‌های اولیه زندگی خود، به والدین خود (مخصوصاً مادر) وابسته‌اند و زنان از طریق نقش مادرانه خویش یاد می‌گیرند که جنبه‌های اخلاقی باعث توسعه روابط مراقبتی می‌شود و به انسان اجازه می‌دهد زندگی کند و پیشرفت کند. این نظریه همچنین نشان می‌دهد که رشد اخلاقی زنان باعث می‌شود که آن‌ها بهتر از مردان بتوانند نیازهای دیگران را برآورده کنند (Held, 2006). بنابراین، اعضای زن در هیئت مدیره به نیازهای سایر ذی‌نفعان شرکت توجه بیشتری خواهند داشت و CSR آنرا تقویت خواهند نمود.

نظریه مشروعیت

بر اساس نظریه مشروعیت شرکت‌ها ممکن است از انواع استراتژی‌های گزارش‌دهی، به ویژه گزارش‌های CSR استفاده کنند تا به فعالیت‌های خود مشروعیت ببخشند و از این طریق تایید اجتماعی را به دست آورند. به علاوه تغییر در ساختار هیئت مدیره و اضافه کردن اعضای زن به آن سیگنالی از ایجاد فرصت‌های برابر توسط شرکت است و می‌تواند یک استراتژی مؤثر برای تقویت مشروعیت شرکت باشد. همچنین با توجه به اینکه پیشینه‌های تحصیلی و ویژگی‌های روان‌شناختی متفاوت زنان باعث می‌شود حساسیت بیشتری نسبت به ذی‌نفعان شرکت داشته باشند، حضور آن‌ها عملکرد CSR را افزایش می‌دهد و همین موضوع یکی دیگر از دلایل حمایت این نظریه از حضور زنان در هیئت مدیره است زیرا باعث می‌شوند شرکت‌ها CSR و گزارشگری CSR خود را افزایش داده و از این طریق مشروعیت کسب کنند (Shaheen et al., 2021).

نظریه هویت اجتماعی

نظریه هویت اجتماعی به این معناست که افراد هویت خود را مشابه دیگرانی شکل می‌دهند که عضو رده‌های اجتماعی مشابه آن‌ها هستند (Wellalage & Locke, 2013). یعنی افراد ممکن است خود را با سایر افراد در یک گروه قرار دهند یا دیگران آن‌ها را به گروه‌های مختلف طبقه‌بندی کنند. در نتیجه افراد تمایل دارند از اعضای درون گروهی (افرادی که با آن‌ها در یک گروه قرار دارند) حمایت کنند و منابع بیشتری را به اعضای درون گروهی نسبت به اعضای برون گروهی اختصاص دهند. بنابراین، مدیران مستقل

زن به عنوان یک گروه اقلیت در هیئت مدیره شرکت‌های تجاری، تمایل به افزایش نمایندگی زنان، ترویج برابری جنسیتی، افزایش تنوع کارکنان و حمایت از اقلیت‌ها دارند که اغلب این اقدامات به نفع ذی‌نفعان داخلی شرکت است و باعث افزایش CSR می‌شود.

ادبیات ارتباطات سیاسی

بر اساس نظریه شرکت‌های دارای ارتباطات سیاسی به دلایل زیر CSR خود را افزایش خواهند داد:

۰ نظریه اثر متقابل

بر اساس نظریه‌ی [اثر] متقابل شرکت‌های خصوصی برای اینکه ارتباط سیاسی خود را حفظ کنند باید نیازهای دولت را برآورده کنند. به همین علت شرکت‌های دارای ارتباطات سیاسی سرمایه‌گذاری در CSR را افزایش خواهند داد (Huang & Zhao, 2016).

۰ نظریه تبادل اجتماعی

نظریه تبادل اجتماعی، مبادلات و چگونگی وقوع آن‌ها را توضیح می‌دهد. همچنین به تجزیه و تحلیل روابط شکل گرفته بر اساس مبادلات اجتماعی کمک می‌کند (Cropanzano & Mitchell, 2005). بر اساس این نظریه، مبادلات با تعامل متقابل ایجاد می‌شوند (Cropanzano et al. 2017). عمل متقابل در یک معامله می‌تواند اشکال (اقتصادی، فرهنگی و غیره) یا صورت‌های (غیرمستقیم، مستقیم و یا شخص ثالث) متفاوتی داشته باشد (Zhou et al., 2021).

۰ نظریه نمایندگی

بر اساس نظریه نمایندگی مدیران ممکن است در شرکت به جای توجه به مالکان انگیزه‌های شخصی خود را دنبال کنند و این اقدام آن‌ها ممکن است به ضرر مالکان و سایر ذی‌نفعان باشد و بین مدیران و ذی‌نفعان تضاد ایجاد کند (Jensen & Meckling, 1976). ارتباطات سیاسی اعضای هیئت مدیره می‌توانند به کاهش این تضاد کمک کنند، زیرا مدیران اجرایی احتمالاً از سیاست‌ها و دستورالعمل‌های دولت در مورد افشای CSR تبعیت خواهند کرد (Zeng & et al., 2012) و در نتیجه گزارشگری CSR شرکت افزایش خواهد یافت و منافع همه‌ی ذی‌نفعان مورد توجه قرار خواهد گرفت (Shaheen et al., 2021).

۰ نظریه نهادی

بر اساس نظریه نهادی اعضای هیئت مدیره‌ای که ارتباط و نفوذ سیاسی دارند یا داشته‌اند هنگام تصمیم‌گیری از فشارهای سازمانی ناشی از عدم رعایت CSR آگاه‌تر هستند (Al-Mamun & Seamer, 2021). بنابراین، احتمال اینکه هنگام تصمیم‌گیری CSR را در نظر بگیرند و باعث افزایش فعالیت‌های CSR شوند بیشتر است. برای توضیح چگونگی نقش میانجی ارتباطات سیاسی شرکت لازم است که نظریه‌های ارتباطات سیاسی با نظریه‌های تنوع جنسیتی ترکیب شود. نظریه رده‌های بالا می‌تواند به خوبی این ترکیب را بیان کند.

پیشینه پژوهش

می‌توان این‌گونه بیان نمود که شروع بررسی درباره CSR در ایران به اوایل دهه‌ی ۲۰۰۰ بر می‌گردد (Babajani & Foroghi, 2003). جزء اولین کسانی هستند که به بررسی CSR و ارتباط آن با حسابداری پرداخته‌اند. ایشان در پژوهش خود هشت عامل مهم و اصلی که به عنوان معیارهای قابل قبول جهت ارتقاء سطح گزارشگری CSR در شرایط ایران می‌باشند را با استفاده از روش دلفی معرفی نمودند. این عوامل عبارتند از افشای اطلاعات در زمینه منافع عمومی، هزینه‌های اجتماعی، منافع ناشی از ارائه کالا و خدمات، و سرمایه اجتماعی ایجاد شده حاصل از فعالیت واحدهای تجاری، افشای اطلاعات مربوط به منابع انسانی و شرایط حاکم بر کارکنان واحدهای تجاری، و همچنین رعایت ویژگی‌های گزارشگری CSR توسط واحدهای تجاری و شناسایی اهداف گزارشگری اجتماعی واحدهای تجاری. پس از آن سایر مقالات نیز به بررسی CSR و گزارشگری آن به عنوان ابزاری برای ارزیابی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها پرداختند. برای مثال خواجه‌ی و اعتمادی (۲۰۱۵) بیان نموده‌اند که مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در عمل هنوز به اندازه کافی فراگیر نشده است و هدف عمومی گزارشگری مالی در حال حاضر بر عملکرد مالی متمرکز بوده و عملکرد اجتماعی و محیطی را در بر

نمی گیرد. آن‌ها در پژوهش خود این فراخوان را داده‌اند که پژوهش‌های آتی به بررسی محرک‌های CSR و عواملی که باعث افزایش آن می‌گردند بپردازند.

بر اساس پژوهش‌های پیشین تنوع جنسیتی هیئت مدیره می‌تواند یکی از محرک‌های CSR باشد. برای مثال بر اساس پژوهش (Mam Salehi & Eskandarli, 2019) که به بررسی نمونه آماری شامل ۱۵۶ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره زمانی ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۵ با استفاده از روش داده‌های ترکیبی و تجزیه و تحلیل رگرسیون خطی چند متغیره پرداختند، تنوع جنسیتی مطابق با نظریه نمایندگی ارزش شرکت را افزایش داده و همچنین منجر به افزایش گزارشگری CSR می‌شود. همچنین (Bashirimanesh, Ghadamyari & Ahmadi, 2022) استدلال نموده‌اند که حضور مدیران زن در ترکیب هیئت مدیره به دلیل سبک تصمیم‌گیری خاص و دقت نظر بالا آن‌ها در ایفای مسئولیت‌های خود تأثیر مثبت و درخور توجهی بر بهبود عمل کرد و افزایش ارزش شرکت‌ها دارد؛ به طوری که حضور زنان منجر به تقویت بعد نظارتی هیئت مدیره می‌گردد و رفتارهای فرصت‌طلبانه را کاهش می‌دهد و عمل کرد و کارایی هیئت مدیره را بهبود می‌بخشد. آن‌ها پس از بررسی ۱۲۹ شرکت بورسی طی سال‌های ۱۳۹۲ الی ۱۳۹۹ به این نتیجه رسیدند که حضور مدیران زن در هیئت مدیره تأثیر مستقیم و معناداری بر ایفای مسئولیت اجتماعی داخلی و خارجی شرکت‌ها و میزان افشای عملکرد اجتماعی شرکت‌ها دارد. در نتیجه، حضور زنان به عنوان یکی از سازوکارهای حاکمیت شرکتی به ایفای بهتر مسئولیت اجتماعی و افزایش میزان افشای اطلاعات منجر می‌گردد.

یکی دیگر از عواملی که می‌تواند باعث افزایش میزان CSR گردد، ارتباطات سیاسی شرکت می‌باشد. پژوهش‌های پیشین نیز به بررسی این رابطه پرداخته‌اند (Baradaran hassanzadeh, Abyazi & namvar, 2019). استدلال نموده‌اند مداخله دولت و حضور اشخاص سیاسی در هیئت مدیره، می‌تواند تصمیم‌گیری شرکت و مسیر کسب و کار را متأثر سازد. به علاوه تصمیمات مربوط به CSR یکی از مهم‌ترین تصمیمات شرکت می‌باشد و ارتباطات سیاسی می‌تواند آن را متأثر نماید. آن‌ها با بررسی ۶۰ شرکت طی سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۵ به این نتیجه رسیدند که تأثیر ارتباطات سیاسی بر CSR برای شرکت‌هایی که محصولات آن‌ها در بازارهای رقابتی تر به فروش می‌رسد، مثبت است. به علاوه (Behesht Aeen, 2021) در پژوهش خود از نمونه آماری متشکل از ۸۰ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۹ استفاده نمود و نتیجه گرفت شرکت‌هایی که ارتباطات سیاسی بالاتری دارند، میزان افشای CSR آن‌ها بیشتر از شرکت‌هایی است که ارتباطات سیاسی پایین‌تری دارند. بنابراین بین ارتباطات سیاسی و افشای CSR در ذی‌نفعانی همچون شرکت‌ها رابطه معناداری وجود دارد.

به نظر می‌رسد ادبیات این حوزه در ایران هنوز به طور کامل توسعه نیافته و پژوهش‌های بسیار محدودی به بررسی رابطه بین این دو متغیر حاکمیت شرکتی (ارتباطات سیاسی و تنوع جنسیتی هیئت مدیره) و CSR پرداخته‌اند. به علاوه تا جایی که ما می‌دانیم نقش تعدیل‌گر ارتباطات سیاسی در رابطه بین CSR و تنوع جنسیتی هیئت مدیره در پژوهش‌های انجام شده در کشور نادیده گرفته شده و مورد بررسی قرار نگرفته است و این خلأ همچنان در ادبیات این حوزه وجود دارد. به همین دلیل، پژوهش ما تلاش می‌نماید علاوه بر توسعه ادبیات این حوزه، این خلأ را نیز پوشش دهد.

فرضیه‌های پژوهش

تنوع جنسیتی هیئت مدیره و افشای CSR

ادبیات تجربی این حوزه نیز نتایج مشابهی با ادبیات نظری نشان می‌دهد. بر اساس ادبیات تجربی مدیران زن بیشتر به مسائل اخلاقی اجتماعی توجه دارند. برای مثال (Matsa & Miller, 2013) با در نظر گرفتن شرکت‌های دولتی و خصوصید کشورهای شمال اروپا به عنوان نمونه، نشان می‌دهند که مدیران زن کمتر کارمندان خود را اخراج می‌کنند. همچنین (Cumming, Leung & Rui, 2015) نشان می‌دهند که مدیران زن در کاهش تقلب در اوراق بهادار فعال‌تر هستند. علاوه بر این، چندین مطالعه، مانند (Lanis & Richardson, 2015) نشان می‌دهند که حضور زنان در هیئت مدیره به طور قابل توجهی اجتناب مالیاتی را کاهش می‌دهد. همچنین تعدادی از مطالعات به بررسی ارتباط میان تنوع جنسیتی هیئت مدیره و CSR پرداخته‌اند. برای مثال بر اساس یافته‌های (Bernardi & Threadgill, 2011) شرکت‌هایی که درصد حضور زنان در هیئت مدیره آنان بیشتر است از لحاظ اجتماعی مسئولانه‌تر

عمل می‌کنند و در نتیجه CSR بیشتری دارند. به علاوه (Gulzar et al., 2019) بر این باورند که هرچه حضور مدیران زن در هیئت مدیره بیشتر باشد، مشارکت شرکت در CSR قوی‌تر خواهد بود. بر اساس پژوهش (Atif et al., 2020) نیز سرمایه‌گذاری پایدار با درصد مدیران زن ارتباط مستقیم دارند. یعنی وجود یک زن در هیئت مدیره تأثیر بااهمیتی در سرمایه‌گذاری پایدار دارد و این رابطه با افزایش تعداد زنان در هیئت مدیره با سطح اطمینان یک درصد تقویت خواهد شد.

ردپای بررسی تأثیر تنوع جنسیتی هیئت مدیره بر CSR در مقالات ایرانی نیز یافت می‌شود. برای مثال (Abdi et al., 2020) با بررسی سه متغیر جانشین حضور عضو زن در کمیته حسابرسی، هیئت مدیره و مدیر مالی در ۱۳۱ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، به این نتیجه دست یافت که حضور عضو زن در شرکت، محیطی را فراهم می‌کند که شرکت در راستای مسئولیت پذیری اجتماعی گام نهد و ارزش‌های فراسازمانی را رعایت کند. به طور مشابه (Bashirimanesh et al., 2022) با بررسی ۱۲۹ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۹ نتیجه گرفت حضور مدیران زن در هیئت مدیره تأثیر مستقیم و معناداری بر ایفای مسئولیت اجتماعی داخلی و خارجی شرکت‌ها و میزان افشای عملکرد اجتماعی دارد.

اگرچه پژوهش‌هایی هم وجود دارند که نتایجی مبنی بر عدم وجود رابطه با اهمیت بین CSR و تنوع جنسیتی ارائه داده‌اند. برای مثال، (Provan et al., 1980) دریافتند که نسبت اعضای زن در هیئت مدیره و اهداهای انجام گرفته توسط شرکت از نظر آماری معنادار نیست (Khan, 2010) که همه بانک‌های خصوصی بنگلادش را در سال‌های ۲۰۰۷ و ۲۰۰۸ بررسی کرد تا رابطه بین گزارشگری CSR و عناصر حاکمیت شرکتی از جمله تنوع جنسیتی را بررسی کند، هیچ رابطه‌ای بین مدیران زن در هیئت مدیره و گزارشگری CSR در بانک‌های بنگلادش پیدا نکرد. او استدلال کرد که مقامات زن در هیئت مدیره به علت جدید بودن نقش‌ها و مسئولیت‌ها با آن‌ها ناآشنا هستند و همچنین تعداد زنان در هیئت مدیره کم است، بنابراین تأثیر کمی بر CSR دارند یا اینکه هیچ تأثیری ندارند. به علاوه نتایج پژوهش (Yang, Yang & Gao, 2019) نشان داد که صرف نظر از اینکه چه تعداد زن در هیئت مدیره وجود دارد به طور کلی تعداد مدیران زن یا مدیران مستقل زن تأثیر معنادار و با اهمیتی بر CSR ندارد.

همان‌طور که مشاهده می‌شود علیرغم اینکه ادبیات این حوزه درخصوص تأثیر تنوع جنسیتی هیئت مدیره بر CSR اتفاق نظر ندارد و نتایج ناهمگنی را ارائه داده است، بر اساس نظریه‌های این حوزه می‌توان فرضیه اول این پژوهش را به صورت زیر بیان کرد:

فرضیه شماره ۱: افشای فعالیت‌های CSR در شرکت‌های دارای تنوع جنسیتی در هیئت مدیره از شرکت‌های بدون تنوع جنسیتی در هیئت مدیره، بیشتر است.

نقش ارتباطات سیاسی هیئت مدیره در ارتباط میان تنوع جنسیتی هیئت مدیره و CSR

در ادبیات تجربی حوزه ارتباطات سیاسی هیئت مدیره ناهمگنی و تناقض وجود دارد. بر اساس نتایج پژوهش (Abd Rahman et al., 2019) بر خلاف مالکیت دولتی که تأثیر مثبتی به عنوان تعدیل کننده دارد و می‌تواند باعث بهبود کیفیت گزارشگری CSR شود؛ ارتباطات سیاسی بر این رابطه اثر منفی می‌گذارد و کیفیت افشای CSR توسط اعضای زن هیئت مدیره با وجود مدیر یا مدیران با علاقه و ارتباط سیاسی کمتر است (Abd Rahman et al., 2019). از سوی دیگر، بر اساس نظر (Wang et al., 2021) مدیران زن با وجود ارتباطات سیاسی نسبت به مدیران زن بدون ارتباطات سیاسی به میزان بیشتری در فعالیت‌های CSR و افشای آن نقش دارند و ارتباطات سیاسی در این رابطه نقش تعدیل کننده مثبت ایفا می‌نماید (Wang et al., 2021). ما در این پژوهش، بر اساس نظریه‌های ذکر شده می‌توانیم فرضیه دوم خود را به شرح زیر بیان کنیم:

فرضیه شماره ۲: ارتباطات سیاسی در هیئت مدیره، رابطه افشای فعالیت‌های CSR در شرکت‌های دارای تنوع جنسیتی در هیئت مدیره را نسبت به شرکت‌های بدون تنوع جنسیتی را تقویت می‌کند.

روش پژوهش

جامعه آماری این پژوهش شامل شرکت‌های فعال در صنایع آلاینده پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. همچنین برای آزمون فرضیه‌ها از داده‌های سال‌های ۱۳۹۴ الی ۱۴۰۰ استفاده می‌شود. بر اساس پژوهش انجام شده توسط وی و همکاران صنایع آلاینده عبارتند از نیروگاه‌های برق حرارتی، فولاد، سیمان، زغال سنگ، فلزات، پتروشیمی، مصالح ساختمانی، کاغذسازی، داروسازی،

تخمیر، نساجی، چرم و صنایع معدنی (Wei, Ding & Kong, 2017). دلیل اینکه از تمامی شرکت‌های بورسی در این پژوهش مورد مطالعه قرار نمی‌گیرند و جامعه آماری تنها به شرکت‌های صنایع آلاینده محدود می‌شود این است که شرکت‌های فعال در صنایع آلاینده به واسطه قوانین و مقررات زیست محیطی، تحت فشار بیشتری برای اجرای CSR و گزارشگری CSR می‌باشند. بنابراین انتظار می‌رود در رابطه با گزارشگری CSR رفتار متفاوتی نسبت به هم‌تایان خود در سایر صنایع نشان دهند. به همین علت این پژوهش صرفاً به بررسی صنایع آلاینده می‌پردازد. جامعه آماری این پژوهش را شامل ۱۶۲ شرکت می‌باشد (مطابق جدول شماره ۱). داده‌های مورد نیاز برای ۴۹ شرکت در دسترس نبود و ۲۹ شرکت نیز به علت عدم تطابق سال مالی آن‌ها با سایر شرکت‌ها حذف شدند و تنها شرکت‌هایی باقی ماندند که سال مالی آن‌ها ۲۹ اسفند بود. در نهایت تعداد کل ۸۴ شرکت برای ۷ سال باقی ماندند و داده‌های ۶۰۲ سال - شرکت در اختیار ما قرار گرفت که پس از حذف ۶ سال - شرکت به علت در دسترس نبودن اطلاعات مربوط به یکی از متغیرها، در نهایت ۵۹۱ سال - شرکت داده به منظور انجام آزمون‌های آماری باقی ماند.

جدول ۱. جامعه آماری پژوهش به تفکیک صنعت

ردیف	نام صنعت	تعداد شرکت‌ها
۱	سیمان، آهک و گچ	۳۲
۲	کاشی و سرامیک	۶
۳	محصولات شیمیایی	۳۵
۴	مواد و محصولات دارویی	۲۸
۵	عرضه برق، گاز، بخار و آب گرم	۵
۶	ساخت محصولات فلزی	۶
۷	فلزات اساسی	۲۵
۸	فراورده های نفتی، کک و سوخت هسته ای	۹
۹	محصولات کاغذی	۳
۱۰	منسوجات	۱
۱۱	استخراج کانه های فلزی	۱۱
۱۲	استخراج زغال سنگ	۱
	جمع کل	۱۶۲

۴-۱. متغیرها

متغیر مستقل: متغیر مستقل این پژوهش CSR می‌باشد. برای اندازه‌گیری این متغیر از شاخص‌های KLD استفاده گشته است. KLD از یک سیستم اختصاصی برای ارزیابی عملکرد محیطی، اجتماعی و حاکمیتی شرکت‌ها، برای ارائه رتبه بندی سالانه شرکت‌ها استفاده می‌کند (Chatterji, Levine & Toffel, 2009). برای اندازه‌گیری با استفاده از این شاخص ۶ ذی نفع را در نظر گرفته شده که عبارتند از محیط زیست، محصول، کارکنان، مشتریان، جامعه و انرژی. سپس برای اندازه‌گیری عملکرد CSR برای هر کدام از این ذی‌نفعان چند فاکتور در نظر گرفته شده‌است. حاصل جمع این فاکتورها (که جمعا ۳۹ مورد می‌باشد) نشان‌دهنده CSR شرکت می‌باشد.

متغیر وابسته: متغیر وابسته این مطالعه تنوع جنسیتی هیئت مدیره می‌باشد که به تبعیت از پژوهش‌های گذشته (Wang et al., 2021) برای اندازه‌گیری این متغیر از درصد زنان موجود در هیئت مدیره استفاده می‌شود.

متغیر تعدیل‌گر: متغیر تعدیل‌گر این پژوهش ارتباطات سیاسی اعضای هیئت مدیره شرکت است. اگر اعضای هیئت مدیره شرکت‌های مورد بررسی، از اعضای دولتی نهادها و سازمان‌ها باشد، اعضای هیئت مدیره وابسته به دولت محسوب می‌شود (Baradaran Hassanzadeh et al., 2019). به منظور اندازه‌گیری ارتباطات سیاسی، اعضای هیئت مدیره به دو گروه تقسیم شدند. گروه اول اعضای حقوقی هیئت مدیره و گروه دیگر اعضای حقیقی یا نمایندگان اعضای حقوقی بودند. برای اندازه‌گیری ارتباطات سیاسی در اعضای حقوقی مالکیت آن‌ها توسط دولت یا هر یک از سازمان‌های دولتی یا زیر نظر بنیاد مستضعفان مورد

توجه قرار گرفت. همچنین برای اعضای حقیقی نماینده بودن آن‌ها در مجلس یا داشتن پست در هر یک از وزارتخانه‌ها یا نهادهای وابسته آن‌ها مورد بررسی قرار گرفت. در صورت وجود ارتباطات سیاسی به عضو مربوطه عدد ۱ و در غیر این صورت عدد صفر اختصاص یافت.

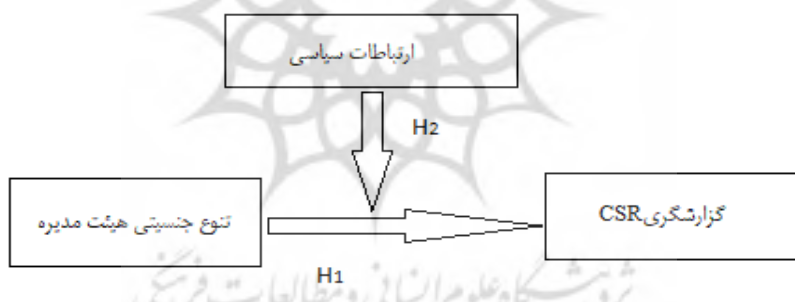
متغیرهای کنترلی: این پژوهش به تبعیت از پژوهش‌های قبلی از چهار متغیر کنترلی استفاده کرده است که عبارتند از اندازه شرکت که برای اندازه‌گیری آن از لگاریتم طبیعی دارایی‌های شرکت در پایان سال استفاده شده (Cheng et al., 2017)، اهرم شرکت که از حاصل تقسیم جمع دارایی‌های شرکت بر بدهی‌های شرکت بدست آمده است (Haque, 2017)، اندازه هیئت مدیره که با استفاده از تعداد کل اعضای هیئت مدیره محاسبه شده است (Wang et al., 2021)، و سن شرکت که از زمان تأسیس شرکت و ثبت شرکت در اداره ثبت شرکت‌ها محاسبه شده است (Cheng et al., 2017).

مدل پژوهش

برای آزمودن فرضیات پژوهش از مدل چند متغیری زیر استفاده می‌کنیم:

$$CSR_{it} = \beta_0 + \beta_1 GD_{it} + \beta_2 PC_{it} + \beta_3 GD_{it}PC_{it} + \beta_4 FS_{it} + \beta_5 BS_{it} + \beta_6 Lev_{it} + \beta_7 Age_{it} + \varepsilon$$

که در آن GD_{it} نشان‌دهنده تنوع جنسیتی هیئت مدیره در سال t و برای شرکت i می‌باشد. همچنین PC نشان‌دهنده ارتباطات سیاسی می‌باشد. برای نشان دادن اثر متقابل تنوع جنسیتی و ارتباطات سیاسی از $GD_{it} * PC_{it}$ استفاده شده است. سایر بخش‌های مدل نشان‌دهنده متغیرهای کنترلی می‌باشد که عبارتند از FS_{it} : اندازه شرکت، BS_{it} : اندازه هیئت مدیره، Lev_{it} : اهرم شرکت و Age_{it} : سن شرکت. مدل مفهومی پژوهش به صورت شکل (۱) می‌باشد:



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی

آمار توصیفی متغیرهای پژوهش در جداول ۲ و ۳ نمایش داده شده است. این جداول نشان می‌دهند که میانگین گزارشگری CSR به ترتیب برابر ۰/۳۸۴ می‌باشد. به طور کلی میانگین ۳۸/۴ درصد نشان‌دهنده سطح پایین گزارشگری CSR در ایران می‌باشد. همچنین کمترین مقدار گزارشگری CSR برابر ۵/۱ درصد می‌باشد که نشان می‌دهد همه شرکت‌های نمونه حداقل مقداری از گزارشگری CSR را دارند. همچنین تعداد ۵۷ مشاهده از ۵۹۴ مشاهده پژوهش (حدود ۱۰ درصد) دارای حداقل یک عضو زن در هیئت مدیره خود می‌باشند. این تعداد نشان‌دهنده تعداد کم شرکت‌های ایرانی دارای عضو زن در هیئت مدیره آن‌ها می‌باشد. بیشترین مقدار ارتباطات سیاسی شرکت برابر ۷۵ درصد می‌باشد که به این معناست که تعدادی از شرکت‌های بورسی وجود دارند که ۷۵ درصد از اعضای هیئت مدیره آن دارای ارتباطات سیاسی می‌باشند. با این حال میانگین ارتباطات سیاسی برابر ۱۹/۶ درصد می‌باشد که نشان می‌دهد اغلب شرکت‌ها ارتباطات سیاسی کمی دارند. میانگین سن شرکت برابر ۳۸/۱ سال می‌باشد

که نشان دهنده قدیمی بودن بیشتر شرکت های فعال در صنایع آلاینده بورسی می باشد. میانگین اهرم شرکت برابر ۴۶/۶ درصد می باشد که نشان می دهد به طور متوسط ۴۶/۶ درصد دارایی های شرکت های موجود در نمونه را بدهی های آن ها تشکیل می دهد.

جدول ۲. آمار توصیفی پژوهش

نام متغیر	نماد متغیر	میانگین	انحراف معیار	حد اقل مقدار	حد اکثر مقدار	ضریب چولگی	ضریب کشیدگی	VIF
گزارشگری CSR	CSRR	۰/۳۸۴	۰/۱۵۹	۰/۰۵۱	۰/۷۱۷	-۰/۰۶۱	۲/۵۰۵	---
ارتباطات سیاسی شرکت	PC	۰/۱۹۸	۰/۱۸۳	۰	۰/۷۵	۰/۹۶۳	۳/۶۵۰	۱/۴۰
سن شرکت	AGE	۳۸/۳۶۵	۱۴/۷۷۱	۴	۷۰	-۰/۰۲۳	۱/۸۹۳	۱/۴۳
اندازه شرکت	C.SIZE	۱۵/۵۶۱	۱/۹۵۲	۱۱/۹۹۳	۲۰/۰۷۳	۰/۴۸۵	۳/۰۴۹	۲/۱۰
اندازه هیئت مدیره	B. SIZE	۵/۰۳۷	۰/۲۶۴	۵	۷	۷/۱۳۶	۵۲/۵۹۶	۱/۱۵
اهرم شرکت	LEV	۰/۴۶۷	۰/۲۲۸	۰/۰۴۴	۱/۲۲۵	۰/۳۷۵	۳/۳۰۰	۱/۰۸

جدول ۳. آمار توصیفی مربوط به متغیرهای مجازی

نام متغیر	نماد متغیر	تعداد نمونه	مقدار فراوانی	درصد فراوانی
تنوع جنسیتی هیئت مدیره	GD	۵۹۴ (سال-شرکت)	۵۳۷	۰/۹۰۴
			۵۷	۰/۰۹۶

همان طور که در جدول ۲ مشاهده می گردد مقدار VIF^1 (عامل تورم واریانس) برای متغیرها نیز گزارش شده است. VIF از طریق رابطه زیر محاسبه می گردد:

$$VIF = \frac{1}{1 - R_j^2}$$

در این رابطه R_j^2 نشان دهنده ضریب تعیین رگرسیون متغیر توضیحی X_j بر سایر متغیرهای توضیحی می باشد. VIF نشان دهنده هم خطی بین داده ها می باشد. اگر مقدار آن برابر ۱ باشد به این معنا می باشد که بین متغیر مستقل X_j و سایر متغیرها هم خطی وجود ندارد. با این حال با افزایش مقدار آن، هم خطی بین متغیرها بیشتر خواهد شد و در صورتی که مقدار آن بالای ۱۰ گزارش شود نشان دهنده وجود هم خطی شدید بین داده ها می باشد. در صورتی که بین داده های پژوهش هم خطی شدید وجود داشته باشد واریانس برآوردگر افزایش و در نتیجه دقت و کارایی برآورگر کاهش خواهد یافت. با توجه به اینکه مقدار VIF داده ها همگی زیر ۲/۱ می باشد می توان نتیجه گرفت داده ها هم خطی ندارند.

همچنین این مطالعه به منظور مشاهده تأثیر متغیرهای مصنوعی مورد استفاده در این پژوهش بر افشای CSR از آزمون t مستقل استفاده نموده است و نتایج آن در جدول شماره ۴ نمایش داده شده است. تجزیه و تحلیل آزمون t نشان می دهد که تفاوت میان میزان افشای CSR در شرکت های دارای مدیران زن و شرکت های فاقد مدیران زن معنادار نمی باشد.

جدول ۴. آزمون t مستقل

نام متغیر	نماد متغیر	تنوع جنسیتی = ۱	تنوع جنسیتی = ۰	*t-value
گزارشگری CSR	CSRR	۰/۳۵۷	۰/۳۸۶	۰/۱۷۶
ارتباطات سیاسی شرکت	PC	۰/۲۰۰	۰/۱۹۹	۰/۹۷۳
سن شرکت	AGE	۴۲/۰۳	۳۸/۰۳	۰/۰۴
اندازه شرکت	C.SIZE	۱۵/۲۵	۱۵/۶۰	۰/۱۲
اندازه هیئت مدیره	B.SIZE	۳۱/۵	۹۷/۴	۰/۰۰
اهرم شرکت	LEV	۰/۳۷	۰/۴۷	۰/۰۰

* آماره t در سطح ۱۰ درصد معنادار می باشد.

³. Variance Inflation Factor

آمار استنباطی

تحلیل داده‌های این پژوهش با استفاده از نرم افزار STATA انجام شده‌است. با توجه به اینکه بر اساس پژوهش‌های پیشین کنترل فاکتورهای غیر قابل مشاهده مختص هر شرکت ضرورت دارد (Hyun et al., 2016)، برای انجام این پژوهش از مدل رگرسیونی با در نظر گرفتن متغیرهای مصنوعی برای سال و صنعت استفاده می‌شود. به علاوه برای کمتر کردن اثر داده‌های پرت بر برآوردهای رگرسیون (Lane, 2002)، از رویکرد استواری استفاده شده‌است. نتایج آماری رگرسیون شماره ۱ که به آزمودن فرضیه ۱ می‌پردازد در جدول شماره ۷ نمایش داده شده است. به منظور آزمودن فرضیه شماره ۱ مدل رگرسیون بدون در نظر گرفتن ارتباطات سیاسی روی CSR و تنوع جنسیتی انجام گردید. سطح معنی‌داری این رگرسیون برابر ۰/۰۰۰ می‌باشد که نشان از قابل اتکا بودن این رگرسیون دارد. به علاوه ضریب همبستگی این رگرسیون برابر ۱۵ درصد می‌باشد. همان‌طور که مشاهده می‌شود ضریب رگرسیونی تنوع جنسیتی منفی می‌باشد با این حال با توجه به اینکه p-value بزرگتر از ۰/۰۵ می‌باشد، می‌توان گفت ضریب رگرسیونی این متغیر از نظر آماری معنی دار نیست. این موضوع نشان می‌دهد تنوع جنسیتی هیئت مدیره به تنهایی نمی‌تواند در شرکت‌های ایرانی روی CSR تأثیر معناداری بگذارد. به همین علت می‌توان نتیجه گرفت فرضیه اول این پژوهش رد می‌شود.

در گام دوم متغیر تعدیل گر یعنی ارتباط سیاسی را وارد مدل می‌نماییم. نتایج آن در جدول شماره ۸ نمایش داده شده‌است. در این مدل نیز برای صنعت و سال از متغیرهای مصنوعی استفاده می‌گردد. ضریب تعیین این مدل برابر ۱۷/۰۳ درصد است که از مدل قبلی بیشتر می‌باشد. همان‌طور که در جدول شماره ۸ مشاهده می‌گردد بین گزارشگری CSR شرکت‌ها و تنوع جنسیتی ارتباطی منفی وجود دارد و این ارتباط به شدت وابسته به ارتباطات سیاسی می‌باشد و ارتباطات سیاسی این رابطه را تعدیل می‌نماید. علت این ارتباط منفی می‌تواند جدید بودن نقش زن‌ها به عنوان عضو هیئت مدیره و کم بودن تعداد اعضای زن در هیئت مدیره و در نتیجه نشنیده شدن نظرات آن‌ها باشد. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت شواهدی مبنی بر رد فرضیه دوم وجود ندارد.

جدول ۵. آمار استنباطی مربوط به فرضیه ۱

نام متغیر	نماد	ضریب رگرسیونی	p-value	خطای استاندارد
تنوع جنسیتی	GD	-۰/۰۱۵	۰/۴۹۴	۰/۰۳۳
سن شرکت	AGE	۰/۰۰۰	۰/۰۷۲	۰/۰۰۰
اندازه شرکت	C. SIZE	۰/۰۱۷	۰/۰۰۰	۰/۰۰۴
اندازه هیئت مدیره	B. SIZE	-۰/۰۴۹	۰/۰۱۹	۰/۰۲۰
اهرم شرکت	LEV	۰/۰۱۴	۰/۹۷۲	۰/۰۳۳
عرض از مبدا	constant	۰/۲۸۷	۰/۰۵۴	۰/۱۴۸
اثرات سال		کنترل شد		
اثرات صنعت		کنترل شد		

جدول ۶. آمار استنباطی مربوط به فرضیه ۲

نام متغیر	نماد	ضریب رگرسیونی	p-value	خطای استاندارد
تنوع جنسیتی	GD	-۰/۰۷۰	۰/۰۱۶	۰/۰۲۹
ارتباطات سیاسی	PC	-۰/۲۱۱	۰/۰۰۰	۰/۰۴۴
اثر متقابل	PC*GD	۰/۳۰۹	۰/۰۰۱	۰/۰۹۵
سن شرکت	AGE	۰/۰۰۰	۰/۳۱۳	۰/۰۰۰
اندازه شرکت	C. SIZE	۰/۰۲۵	۰/۰۰۰	۰/۰۰۵
اندازه هیئت مدیره	B. SIZE	-۰/۰۵۱	۰/۰۱۳	۰/۰۲۰
اهرم شرکت	LEV	۰/۰۳۳	۰/۵۲۴	۰/۰۳۳
عرض از مبدا	constant	۰/۲۳۰	۰/۱۳۳	۰/۱۵۳
اثرات سال		کنترل شد		
اثرات صنعت		کنترل شد		

بحث و نتیجه گیری

در سال‌های اخیر، دنیای کنونی تغییرات فراوانی را تجربه کرده است. برای مثال CSR به یکی از موضوعات مهم دنیای کسب و کار تبدیل شده و بسیاری از مدیران در اتخاذ تصمیمات خود به آن توجه می‌نمایند (Bashirimanesh et al., 2022). به علاوه حضور زنان در پست‌های مدیریتی و ارکان نظام راهبری شرکت‌ها بیشتر مشاهده می‌گردد. حضور زنان در هیئت مدیره شرکت‌ها و سایر ارکان مدیریتی شرکت، موجب می‌گردد که ارتباطات و تعامل افراد در شرکت بهتر و در راستای اهداف شرکت سازماندهی شود (Abdi et al., 2020). بر اساس ادبیات مرتبط با تفاوت‌های رفتاری بین زنان و مردان (برای مثال نظریه‌های نقش اجتماعی، جامعه‌پذیری جنسیتی، اخلاق مراقبت و سایر نظریه‌های نام برده شده)، در پژوهش حاضر تأثیر تنوع جنسیتی هیئت مدیره بر CSR از طریق نقش تعدیل‌گر ارتباطات سیاسی بررسی گردید.

اگرچه نتایج پژوهش خلاف انتظار و مبنی بر رابطه منفی بین CSR و تنوع جنسیتی فقط در صورت در نظر گرفتن ارتباطات سیاسی به عنوان تعدیل‌گر بود، ولی این نتایج می‌تواند ناشی از محدودیت‌های پژوهش باشد. با توجه به اینکه تعداد اعضای هیئت مدیره زن در ایران بسیار محدود است، این محدودیت می‌تواند نتایج پژوهش را تحت تأثیر قرار دهد. با وجود این، پژوهش حاضر به دلایل زیر به بررسی تنوع جنسیتی هیئت مدیره پرداخته است:

بر اساس پژوهش‌های پیشین از جمله پژوهش‌های خارجی تنوع جنسیتی هیئت مدیره می‌تواند باعث افزایش CSR گردد. با توجه به اینکه با وجود اهمیت بسیار زیادی که اخیراً CSR پیدا کرده است، عملکرد و گزارشگری CSR در بسیاری از کشورها هنوز به اندازه‌ی کافی رشد نکرده است (Chen & Bouvain, 2009; Golob & Bartlett, 2007). بنابراین، یکی از علل این رشد اندک می‌تواند عدم وجود تنوع جنسیتی در این‌گونه کشورها باشد. این پژوهش می‌تواند از این طریق راه‌حلی برای افزایش CSR در شرکت‌ها نشان دهد.

با توجه به اهمیت بالای تنوع جنسیتی چندین کشور به صورت داوطلبانه یا با الزام قانونی تلاش در افزایش حضور زنان در هیئت مدیره شرکت‌ها داشته‌اند. برای مثال، نروژ، اسپانیا، فرانسه و اخیراً ایتالیا سهمیه‌های اجباری برای حضور زنان در هیئت مدیره شرکت دارند (Rao & Tilt, 2016). این پژوهش پیشنهاد می‌دهد سیاست‌گذاران می‌توانند از سهمیه‌های اجباری حضور زنان در هیئت مدیره برای افزایش تنوع جنسیتی هیئت مدیره و در نتیجه CSR استفاده نمایند.

این پژوهش دارای ارزش‌آفرینی‌هایی به شرح زیر می‌باشد:

(۱) با توجه به این‌که مطالعات قبلی پیرامون تأثیر تنوع جنسیتی هیئت مدیره بر CSR و گزارشگری آن به نتایج متناقضی دست یافته‌اند (Gulzar et al., 2019; Khan, 2010)، این مطالعه پاسخی است به فراخوانی پژوهش‌های قبلی مبنی بر اینکه چه ویژگی‌های فردی می‌توانند رابطه بین حضور زنان در هیئت مدیره و و افشای فعالیت‌های مربوط به CSR را تعدیل کرده و توضیح بهتری برای این رابطه ارائه دهد.

(۲) این پژوهش به بررسی CSR و گزارشگری آن در سطح کشورهای در حال توسعه و بازارهای نوظهور می‌پردازد، زیرا کمبود ادبیات قابل توجهی در حوزه CSR و حاکمیت شرکتی در چنین بازارهایی وجود دارد (Gulzar et al., 2019). با توجه به اینکه کشورهای در حال توسعه مانند ایران نسبت به کشورهای توسعه یافته تفاوت‌های اساسی در محیط تجارت خود دارند (Al-Mamun & Seamer, 2021) انگیزه‌های اقدامات CSR نیز در این کشورها متفاوت است و عوامل متفاوتی بر CSR و افشای آن تأثیر می‌گذارد. بنابراین این پژوهش می‌تواند به توسعه ادبیات CSR در کشورهای در حال توسعه کمک کند.

(۳) این پژوهش همچنین در توسعه ادبیات تنوع جنسیتی از این لحاظ مشارکت می‌کند که مطالعات قبلی غالباً برای بررسی ارتباط بین CSR و تنوع جنسیتی تا جایی که ما می‌دانیم از نظریه‌های جامعه‌پذیری جنسیتی، نقش اجتماعی، نظریه نمایندگی و وابستگی منابع استفاده کرده بودند، در حالی که این مطالعه تلاش می‌کند سایر نظریه‌های مربوط به این حوزه را جمع‌آوری نموده و بینش عمیق‌تری در این رابطه ارائه دهد.

این پژوهش نیز خالی از محدودیت نمی‌باشد. با توجه به اینکه شرکت‌های دارای اعضای زن در هیئت مدیره تنها حدود ۱۰ درصد داده‌های این پژوهش را در بر می‌گرفت، این برای این پژوهش محدودیت ایجاد نموده است. با این حال این پژوهش با بررسی به این موضوع، بر اهمیت آن تأکید نموده و پیشنهاد می‌کند با توجه به اینکه CSR دغدغه تمامی ذی‌نفعان شرکت است، در انتخاب هیئت مدیره علاوه بر مهارت و تخصص اعضا به تنوع جنسیتی آن‌ها نیز توجه گردد. علاوه بر این، برخی از متغیرهای کنترلی که در پژوهش‌های پیشین به آن‌ها اشاره شده بود، مانند تعداد اعضای هیئت مدیره، با توجه به یکسان بودن تعداد اعضای هیئت مدیره در اغلب شرکت‌های بورسی ایرانی، این متغیر تأثیر قابل توجهی بر مدل پژوهش نداشت و بنابراین از آن چشم‌پوشی گردید. همچنین، با توجه به در دسترس نبودن اطلاعات کامل CSR ما در این پژوهش به ناچار به داده‌های گزارش شده در گزارش فعالیت هیئت مدیره بسنده نمودیم. بدیهی است این گزارش اطلاعات کامل و دقیقی از این فعالیت‌ها در شرکت‌های بورسی ارائه نمی‌دهد. به پژوهشگران توصیه می‌شود در صورت دسترسی به اطلاعات درون شرکت‌ها از داده‌های دقیق‌تری استفاده نمایند.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

نویسندگان اصول اخلاقی را در انجام و انتشار این پژوهش علمی رعایت نموده‌اند و این موضوع مورد تأیید همه آنهاست.

تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان این مقاله تعارض منافع ندارد.

سپاسگزاری

از داوران محترم به خاطر ارائه نظرهای ساختاری و علمی سپاسگزاری می‌شود.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

References

- Abd Rahman, I. M., Jamil, N. N., & Ismail, K. N. I. K. (2019). Does Political Connection Moderate Women Directors' Effect on CSR Disclosure? Evidence from Malaysia. *Asian Journal of Accounting & Governance Journal*, 11: 61–70.
- Abdi, M., Kazemilolum, M., Mohammadpoorzanjani, M., & Parvizi, A. (2020). Gender diversity within audit committee, board of directors & chief financial officer & disclosure of corporate social responsibility: An altruism theory test. *Accounting & Auditing Review*, 26(4), 544–569. [In Persian]
- Adomako, S., & Nguyen, N. P. (2020). Politically connected firms & corporate social responsibility implementation expenditure in sub-Saharan Africa: Evidence from Ghana. *Corporate Social Responsibility & Environmental Management*, 27(6), 2701–2711.
- Al-Mamun, A., & Seamer, M. (2021). Board of director attributes & CSR engagement in emerging economy firms: Evidence from across Asia. *Emerging Markets Review*, 46, 100749.
- Amorelli, M., & García Sánchez, I. (2021). Trends in the dynamic evolution of board gender diversity & corporate social responsibility. *Corporate Social Responsibility & Environmental Management*, 28(2), 537–554.
- Atif, M., Alam, M. S., & Hossain, M. (2020). Firm sustainable investment: Are female directors greener? *Business Strategy & the Environment*, 29(8), 3449–3469.
- Babajani, G., & Foroghi, D. (2003). Capability Assessment of Enterprises Accounting System Accountability to Social Responsibility. *Empirical Studies in Financial Accounting*, 1(2), 39-60. [In Persian]
- Bakan, D. (1966). *The duality of human existence: Isolation & communion in Western man* (Vol. 395). Beacon Press (MA).
- Baradaran hassanzadeh, R., Abyazi, E., & namvar, R. (2019). Political Connection & Corporate Social Responsibility: Product Market Competition. *Empirical Research in Accounting*, 9(3), 301-325. [In Persian]
- Bashirimanesh, N., Ghadamyari, N., & Ahmadi, H. (2022). Corporate Social Responsibility & Women on Corporate Boards. *Woman in Development & Politics*, 20(3), 343-363. [In Persian]
- Behesht Aeen, M. (2021). Investigating the effect of agency costs on the relationship between corporate political connections & disclosure of social responsibility to stakeholders. *Journal of New Research Approaches in Management & Accounting*, 5(18), 181-203. [In Persian]
- Bernardi, R. A., & Threadgill, V. H. (2011). Women directors & corporate social responsibility. *EJBO: Electronic Journal of Business Ethics & Organizational Studies*.
- Bernardi, R. A., Bosco, S. M., & Vassill, K. M. (2006). Does female representation on boards of director's associate with Fortune's "100 best companies to work for" list? *Business & Society*, 45(2), 235–248.
- Boulouta, I. (2013). Hidden connections: The link between board gender diversity & corporate social performance. *Journal of Business Ethics*, 113(2), 185–197.
- Chatterji, A. K., Levine, D. I., & Toffel, M. W. (2009). How well do social ratings actually measure corporate social responsibility? *Journal of Economics & Management Strategy*, 18(1), 125–169.

- Chatzitheodorou, K., Skouloudis, A., Evangelinos, K., & Nikolaou, I. (2019). Exploring socially responsible investment perspectives: A literature mapping & an investor classification. *Sustainable Production & Consumption*, 19, 117–129.
- Chen, S., & Bouvain, P. (2009). Is corporate responsibility converging? A comparison of corporate responsibility reporting in the USA, UK, Australia, & Germany. *Journal of Business Ethics*, 87, 299–317.
- Cheng, Z., Wang, F., Keung, C., & Bai, Y. (2017). Will corporate political connection influence the environmental information disclosure level? Based on the panel data of A-shares from listed companies in shanghai stock market. *Journal of Business Ethics*, 143(1), 209–221.
- Cropanzano, R., & Mitchell, M. S. (2005). Social exchange theory: An interdisciplinary review. *Journal of Management*, 31(6), 874–900.
- Cropanzano, R., Anthony, E. L., Daniels, S. R., & Hall, A. V. (2017). Social exchange theory: A critical review with theoretical remedies. *Academy of management annals*, 11(1), 479-516.
- Cumming, D., Leung, T. Y., & Rui, O. (2015). Gender diversity & securities fraud. *Academy of Management Journal*, 58(5), 1572–1593.
- Dawson, L. M. (1997). Ethical differences between men & women in the sales profession. *Journal of Business Ethics*, 16(11), 1143–1152.
- Do Directors, H. (2002). Women & Racial Minorities in the Boardroom. *Journal of Management*, 28(6), 747–763.
- Eagly, A. H. (2013). Sex differences in social behavior: A social-role interpretation. Psychology Press.
- Fama, E. F., & Jensen, M. C. (1983). Separation of ownership & control. *The Journal of Law & Economics*, 26(2), 301–325.
- Fernández Gago, R., Cabeza García, L., & Nieto, M. (2018). Independent directors' background & CSR disclosure. *Corporate Social Responsibility & Environmental Management*, 25(5), 991–1001.
- Fuente, J. A., García-Sánchez, I. M., & Lozano, M. B. (2017). The role of the board of directors in the adoption of GRI guidelines for the disclosure of CSR information. *Journal of Cleaner Production*, 141, 737–750.
- Golob, U., & Bartlett, J. L. (2007). Communicating about corporate social responsibility: A comparative study of CSR reporting in Australia & Slovenia. *Public Relations Review*, 33(1), 1–9.
- Gulzar, M. A., Cherian, J., Hwang, J., Jiang, Y., & Sial, M. S. (2019). The impact of board gender diversity & foreign institutional investors on the corporate social responsibility (CSR) engagement of Chinese listed companies. *Sustainability*, 11(2), 307.
- Guttek, B. A., & Morasch, B. (1982). Sex ratios, sex role spillover, & sexual harassment of women at work. *Journal of Social Issues*, 38(4), 55–74.
- Haque, F. (2017). The effects of board characteristics & sustainable compensation policy on carbon performance of UK firms. *The British Accounting Review*, 49(3), 347–364.
- Held, V. (2006). The ethics of care: Personal, political, & global. Oxford University Press on Dem&.
- Huang, H., & Zhao, Z. (2016). The influence of political connection on corporate social responsibility-evidence from listed private companies in China. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 1(1), 1–19.

- Hyun, E., Yang, D., Jung, H., & Hong, K. (2016). Women on boards & corporate social responsibility. *Sustainability*, 8(4), 300.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs & ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360.
- Jo, H., Song, M. H., & Tsang, A. (2016). Corporate social responsibility & stakeholder governance around the world. *Global Finance Journal*, 29, 42–69.
- Khan, H. (2010). The effect of corporate governance elements on corporate social responsibility (CSR) reporting: Empirical evidence from private commercial banks of Bangladesh. *International Journal of Law & Management*, 52(2), 82–109.
- Khajavi, S., & Etemadi, M. (2015). Corporate Social Responsibility & Its Reporting. *Journal of Health Accounting*, 4(2), 104-123. doi: 10.30476/jha.2015.17119
- Lane, K. (2002). What Is Robust Regression & How Do You Do It? <https://eric.ed.gov/?id=ED466697>.
- Lanis, R., & Richardson, G. (2015). Is corporate social responsibility performance associated with tax avoidance? *Journal of Business Ethics*, 127, 439–457.
- Lee, K.-H., Min, B., & Yook, K.-H. (2015). the impacts of carbon (CO₂) emissions & environmental research & development (R&D) investment on firm performance. *International Journal of Production Economics*, 167, 1–11.
- Letza, S., Sun, X., & Kirkbride, J. (2004). Shareholding versus stakeholding: A critical review of corporate governance. *Corporate Governance: An International Review*, 12(3), 242–262.
- Li, C., Xu, Y., Gill, A., Haider, Z. A., & Wang, Y. (2019). Religious beliefs, socially responsible investment, & cost of debt: Evidence from entrepreneurial firms in India. *Emerging Markets Review*, 38, 102–114.
- Lin, K. J., Tan, J., Zhao, L., & Karim, K. (2015). In the name of charity: Political connections & strategic corporate social responsibility in a transition economy. *Journal of Corporate Finance*, 32, 327–346.
- Mam Salehi, P., & Eskandarli, T. (2019). Gender Diversity of Board Members and Value Relevance of Corporate Social Responsibility Reporting. *Empirical Research in Accounting*, 9(2), 351-372. [In Persian]
- Matsa, D. A., & Miller, A. R. (2013). A female style in corporate leadership? Evidence from quotas. *American Economic Journal: Applied Economics*, 5(3), 136–169.
- Pfeffer, J., & Salancik, G. R. (2003). The external control of organizations: A resource dependence perspective. Stanford University Press.
- Provan, K. G., Beyer, J. M., & Kruytbosch, C. (1980). Environmental linkages & power in resource-dependence relations between organizations. *Administrative Science Quarterly*, 200–225.
- Pucheta Martínez, M. C., Bel Oms, I., & Olcina Sempere, G. (2019). Commitment of independent & institutional women directors to corporate social responsibility reporting. *Business Ethics: A European Review*, 28(3), 290–304.
- Rao, K., & Tilt, C. (2016). Board composition & corporate social responsibility: The role of diversity, gender, strategy & decision making. *Journal of Business Ethics*, 138(2), 327–347.

- Shaheen, R., Yang, H., Bhutto, M. Y., Bala, H., & Khan, F. N. (2021). Assessing the effect of board gender diversity on CSR reporting through moderating role of political connections in Chinese listed firms. *Frontiers in Psychology*, 12.
- Soltani, Bit. (2016). Overview on Position & Strategic Functions of Petrochemical Industries in Iran. *Quarterly Journal of Applied Science Studies in Engineering*, 3(1), 37-51. [In Persian]
- Wang, Y., Ma, J., & Wang, T. (2021). Do all female directors have the same impact on corporate social responsibility? The role of their political connection. *Asia Pacific Journal of Management*, 40:1–28.
- Webb, E. (2004). An examination of socially responsible firms' board structure. *Journal of management & governance*, 8, 255-277.
- Wei, F., Ding, B., & Kong, Y. (2017). Female directors & corporate social responsibility: Evidence from the environmental investment of Chinese listed companies. *Sustainability*, 9(12), 2292.
- Wellalage, N. H., & Locke, S. (2013). Corporate governance, board diversity & firm financial performance: new evidence from Sri Lanka. *International Journal of Business Governance & Ethics*, 8(2), 116–136.
- Yang, W., Yang, J., & Gao, Z. (2019). Do female board directors promote corporate social responsibility? An empirical study based on the critical mass theory. *Emerging Markets Finance & Trade*, 55(15), 3452–3471.
- Yarram, S. R., & Adapa, S. (2021). Board gender diversity & corporate social responsibility: Is there a case for critical mass? *Journal of Cleaner Production*, 278, 123319.
- Zeng, S. X., Xu, X. D., Yin, H. T., & Tam, C. M. (2012). Factors that drive Chinese listed companies in voluntary disclosure of environmental information. *Journal of Business Ethics*, 109, 309–321.
- Zhou, P., Arndt, F., Jiang, K., & Dai, W. (2021). Looking backward & forward: Political links & environmental corporate social responsibility in China. *Journal of Business Ethics*, 169(4), 631–649.