



تأثیر حمایت‌های دولتی بر عملکرد نوآوری و مسئولیت اجتماعی مدیران

نازنین بشیری منش^{۱*}، زینب دهقانی^۲

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۳/۱۶

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۰۷/۰۶

چکیده

شرکت‌ها در محیط رقابتی تجارت جهانی لازم است از شیوه‌های جدید نوآوری و ایفای نقش اجتماعی برای خلق ارزش و بهبود عملکرد مالی استفاده کنند. همچنین شرکت‌ها تمایل دارند از حمایت‌های دولتی برای کسب منابع مالی و تسهیلات ارزان‌قیمت، یارانه‌های تولیدی و معافیت‌های مالیاتی بهره‌مند شوند. حمایت دولت می‌تواند بر عملکرد نوآوری و ایفای مسئولیت اجتماعی مدیران نقش داشته باشد. براین اساس، هدف پژوهش حاضر، بررسی تأثیر حمایت‌های دولتی بر عملکرد نوآوری و مسئولیت اجتماعی مدیران است. به این منظور، نمونه‌ای متشکل از ۱۳۲ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۷ بررسی شدند و فرضیه‌های پژوهش با استفاده از داده‌های ترکیبی و به‌کارگیری رگرسیون چندگانه و لاجیت در نرم افزارهای استتا و ایویوز آزمون شدند. یافته‌های حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش بیان می‌کنند، حمایت‌های دولتی بر فعالیت‌های نوآورانه تأثیر منفی و معناداری دارد. در شرکت‌های دارای حمایت دولت دسترسی به منابع مالی، یارانه‌های تولیدی و بازار فروش محصولات بیشتر است و در نتیجه توجه مدیران این شرکت‌ها به نوآوری فعالیت‌ها و فرایندها و مخصوصاً به‌کارگیری تکنیک‌های نوین حسابداری مدیریت کمتر است. همچنین در شرکت‌های دارای حمایت دولت نگرانی درباره ضعف عملکرد اجتماعی کمتر است و در نتیجه ارائه اطلاعات در این حوزه کاهش می‌یابد.

واژگان کلیدی

حمایت‌های دولتی، عملکرد نوآوری و مسئولیت اجتماعی

۱. استادیار حسابداری، گروه مدیریت، اقتصاد و حسابداری، دانشگاه پیام نور تهران، تهران، ایران. / نویسنده مسئول مکاتبات bashirmanesh@gmail.com
۲. دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه پیام نور، عسلویه، ایران.

۱- مقدمه

رشد و توسعه اقتصادی به‌عنوان به‌عنوان یکی از مهم‌ترین اهداف سیاست‌گذاران در تمام جوامع محسوب شده و پیوسته تلاش می‌شود تا عوامل مؤثر بر رشد و توسعه و راه‌های رفع موانع آن‌ها شناسایی شود؛ . اما در دوران معاصر، رشد اقتصادی نه در برخورداری از منابع مالی فراوان یا منابع طبیعی خدادادی، بلکه در گرو داشتن افکاری پویا است. (شهپازی، حیدری و کشاورزی، ۱۳۹۳). لذا کشورهای مختلف به فناوری و نوآوری به‌مثابه منابع کلیدی برای کسب مزیت رقابتی و همچنین به‌منزله ابزاری اساسی برای بهبود بخشیدن سطح زندگی مردم می‌نگرند و از تمامی ظرفیت‌های تولیدی موجود برای ارتقاء مؤلفه‌های نوآورانه استفاده می‌کنند. در تحولات اخیر اقتصادی، نوآوری جایگاه مهمی در تمامی کشورها ایفا می‌کند و با توجه به شرایط داخلی، پیشرفت کسب‌وکار مستلزم تمرکز بر فعالیت‌های نوآورانه می‌باشد (الیاسی و همکاران، ۱۳۹۸). به‌طوری‌که در حال حاضر، سیاست‌گذاری علم و نوآوری اساسی‌ترین فعالیت دولت‌ها در ارتباط با پیشرفت‌های اقتصادی قلمداد می‌شود. (بخشی و همکاران، ۱۳۹۰).

از طرفی جامعه بستر فعالیت اقتصادی و تجاری بوده و همه گروه‌های ذینفع و صاحب نقش در فضای کسب‌وکار به‌عنوان عضوی از جامعه شناخته می‌شوند، لذا عملکرد اجتماعی شرکت در ارزیابی شرکت و نحوه تخصیص منابع تأثیرگذارتر از گذشته است. اگر شرکتی عملکرد اجتماعی ضعیف داشته باشد، ذی‌نفعان ممکن است دسترسی شرکت به منابع را محدود کنند و بدین ترتیب مشروعیت اجتماعی شرکت تحت تأثیر قرار گیرد. شرکت باید منابعی به مسئولیت اجتماعی تخصیص دهد تا عملکرد اجتماعی قوی‌تری داشته باشد و بتواند مشروعیت اجتماعی خود را حفظ نماید (شهسواری و سلمانی، ۱۳۹۷).

در شرایط فعلی، واحدهای تجاری تمایل زیادی به برقراری ارتباط نزدیک با دولت دارند، زیرا از این طریق تحت حمایت‌های دولت واقع می‌شوند. در جوامعی که بین دولت و واحدهای تجاری ارتباطات نزدیک وجود داشته باشد، از پیوند میان سیاست و کسب‌وکار چیزی به وجود می‌آید که "اقتصاد رفاقتی" نامیده می‌شود. در این شرایط، شرکت‌ها از روابط با دولت به‌عنوان مزیت رقابتی استفاده می‌کنند و در سایه حمایت دولت، عملکرد شرکت را با کانال‌های مختلفی، همچون تسهیل دسترسی به وام‌های بانکی با هزینه کمتر و تأمین مواد اولیه با شرایط آسان‌تر، مقررات آسان و پرداخت مالیات کمتر، بهبود می‌بخشند (Faccio, 2010). بنابراین، در نظام‌های اقتصادی مبتنی بر روابط، روابط با دولت یک منبع مهم و ارزشمند برای شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس می‌باشد؛ زیرا چنین شرکت‌های بدلیل داشتن روابط با سیاستمداران دولتی و یا نهادهای دولتی، در حمایت آن‌ها قرار می‌گیرند و می‌توانند کسب مزیت رقابتی کنند. (Cull, Li, Sun, & Xu, 2015)

حمایت‌های دولت می‌تواند می‌تواند انگیزه‌های مدیران برای فعالیت‌های نوآورانه را تحت تأثیر قرار دهد. درواقع سیاست‌های مناسب یا نامناسب دولت در توزیع بهینه منابع مالی و حمایت از نوآوری و خلاقیت می‌تواند میزان فعالیت‌های تحقیق و توسعه شرکت‌ها، ایده پردازی و تبادل اندیشه و

بازار محصول را رقم بزند. آکجیت و همکاران (۲۰۲۰) دریافتند، افزایش قدرت بازار از طریق روابط سیاسی و کسب حمایت‌های دولتی هزینه‌های بالقوه‌ای برای شرکت‌ها از طریق کاهش سرمایه‌گذاری در نوآوری محصولات ایجاد می‌کند. بودل (۲۰۰۷) نشان دادند، در فضای رقابتی بازار کسب دانش نوآوری کار دشواری بوده و شرکت‌های برتر برای حفظ منافع خود تلاش می‌کنند تا دانش نوآوری خود را حفظ نمایند. لذا در این شرایط یکی از استراتژی‌های مناسب برای حفظ بازار، داشتن روابط با سازمان‌های دولتی برای کسب حمایت دولت می‌باشد.

اگرچه حمایت دولت، مزیت‌هایی نظیر کاهش هزینه تأمین مالی را برای شرکت در بردارد، اما احتمال می‌رود منجر به تضعیف راهبری شرکتی و کاهش کیفیت گزارشگری مالی شود. (Mohammed, Ahmed & ji, 2011). شرکت‌هایی که از حمایت دولت برخوردار هستند، در تأمین منابع مالی مورد نیاز کمتر با مشکل مواجه می‌شوند؛ لذا انگیزه زیادی برای بهبود کیفیت افشای اطلاعات مالی و غیرمالی ندارند (Bushman & Piotroski, 2006). اردایوسی و پوتری (۲۰۱۹) دریافتند، حمایت دولت تأثیر مثبتی بر میزان افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌های بورس اندونزی ندارد. همچنین موتکین و همکاران (۲۰۱۸) نشان دادند، حمایت دولت بر سطح افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تأثیر منفی داشته و از نگرش نئوپورالیسم حمایت می‌کند؛ زیرا حمایت دولت می‌تواند فشار ذینفعان برای کاهش مسئولیت اجتماعی را پوشش دهد. از طرفی دولت قصد دارد با حمایت از شرکت‌های خصوصی فضای رقابتی سالم فراهم نموده و به ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در حوزه محیط‌زیست و روابط با مشتریان کمک کند. لذا شرکت‌های دارای حمایت دولت احتمال می‌رود در ایفای مسئولیت اجتماعی به نحو مناسبی عمل کنند؛ خو و لویی (۲۰۲۰) در بررسی تأثیر حمایت دولت بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌های بورس چین دریافتند؛ در شرکت‌های دارای حمایت بالا سیاست‌های مناسبی برای ایفای مسئولیت اجتماعی به‌کار گرفته می‌شود.

براین اساس پژوهش حاضر سعی دارد به‌منظور غنای ادبیات حوزه حمایت‌های دولت، تأثیر اینگونه حمایت‌ها بر میزان نوآوری شرکت‌ها و افشای مسئولیت اجتماعی در بازار سرمایه ایران را بررسی نماید. در ادامه مبانی نظری و پیشینه پژوهش به همراه فرضیه‌ها ارائه می‌شود، در بخش بعدی روش شناسی پژوهش و نحوه سنجش متغیرها بیان می‌شود و در نهایت آزمون فرضیه‌ها به همراه نتیجه‌گیری و پیشنهاد‌های پژوهش ارائه می‌گردد.

۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۲-۱- تأثیر حمایت‌های دولتی بر نوآوری

نوآوری، فرآیندی پیوسته است که طبق تعریف سازمان همکاری و توسعه اقتصادی «OECD» و کمیسیون اروپا، عبارت است از «پیاپیاده‌سازی یا بهبود یک محصول، کالا، ایده و یا روش جدید بازاریابی، یا یک روش سازمانی جدید در امور تجاری، محیط کاری و روابط خارج سازمانی». (OECD, 2005) این تعریف، به‌خوبی دامنه وسیع نوآوری و موارد تحت پوشش را نشان می‌دهد.

فرآیند نوآوری را می‌توان متشکل از مجموعه‌ای از مفاهیم مختلف، شامل آموزش، تحقیق و توسعه، ساختارهای پشتیبانی، انتقال فناوری، مدیریت، بازاریابی و سرمایه‌گذاری دانست که عدم دقت به هر یک از حلقه‌های فوق، موجب می‌شود تا نوآوری و ایجاد یک محصول یا فناوری مبتنی بر ایده‌ای خلاقانه، با شکست مواجه شود. باتوجه به اینکه نوآوری، فرایندی دانش‌محور دانش محور و محصول دانش و سرمایه‌های انسانی است، سازمان‌هایی که دارای سطح مطلوبی از سرمایه‌های انسانی هستند نوآورتر خواهند بود. (خوراکیان و همکاران، ۱۳۹۶).

ابعاد نوآوری در پژوهش حاضر مبتنی بر پژوهش نمازی و مقیمی (۱۳۹۷) بدین‌صورت بدین صورت قابل تعریف قابل تعریف است: نوآوری‌های فنی، روشی را که محصولات و خدمات ایجاد می‌شوند، از طریق معرفی ابزارهای جدید تولید یا معرفی فن‌هایی که روش ایفای کار را تغییر می‌دهند، متحول می‌کنند (Damanpour, 1987). نوآوری‌های اجرایی شامل تغییرات تعریف‌شده‌ای هستند که در رویه‌های سازمان روی می‌دهد (Damanpour, 1987). نوآوری‌های محیطی به شرکت فرصت می‌دهد تا فرایند خلاقیت را به‌عنوان یک نوآوری و محرک یک ایده، انتخاب، اشاعه، استنباط و طرح ریزی کند (Chenhall, 2005) و رهبران را در تصمیم‌گیری برای رسیدن به اهداف سازمان یاری می‌کند. نوآوری فردی با تشخیص مسئله و ارائه ایده‌ها یا راه‌حل‌هایی جدید و قابل قبول آغاز می‌شود و فرد در سازمان به دنبال حامیانی است تا ایده خود را عملی کند. (Scott & Bruce, 1994, 1994)

در اقتصادهای نوظهور دولت به عنوان اصلی‌ترین حامی اقتصاد هر کشور همواره نقش قیم را برای واحدهای اقتصادی در هر جامعه ایفا کرده است. دولت‌ها به دلیل در اختیار گرفتن قدرت تصمیم‌گیری در شرکت‌ها و پیاده‌کردن سیاست‌های کلان خود همواره یک سرمایه بزرگ در کشورهای در حال توسعه بوده است. در اقتصاد سیاسی، شرکت‌ها بدلیل منافع حاصل از روابط با دولت نظیر دسترسی به اعتبارات ارزان‌قیمت، تخفیف‌ها مالیاتی و بهره‌مندی از بازارهای دولتی تمایل به برقراری ارتباط نزدیک با نهادها و سازمان‌های دولتی هستند.

مطابق با پژوهش فاسیو (۲۰۰۶) می‌توانم بیان کرد؛ ارتباطات سیاسی با وجود با وجود منافع مناسبی که دارد ولی می‌تواند به هزینه‌های نمایندگی بالا در اقتصادهای نوظهور منجر شود. زیرا مدیران شرکت‌های دارای ارتباطات سیاسی می‌توانند در تصمیم‌گیری‌های خود هزینه‌هایی را بر شرکت وارد کنند که بیش از مزایای بلاقوه ارتباط سیاسی باشد. مدیران شرکت‌ها لازم است همواره در راستای افزایش ارزش سهامداران و خلق ثروت گام بردارند. در فضای رقابت جهانی، به‌کارگیری سیستم‌های نوین تولید، خلاقیت در فرایند تولید محصول و عرضه فعالیت‌های نوآورانه به بازار نقش بسزایی در ارزش‌آفرینی مدیران دارد. منافع روابط سیاسی با دولت می‌تواند فضای امنی برای مدیران ایجاد نموده و انگیزه آن‌ها برای بهبود فرایندهای تحقیق و توسعه و افزایش ظرفیت نوآوری کاهش دهد. نوآوری با عدم اطمینان همراه بوده و مستلزم ریسک‌پذیری مدیران است؛ لذا احتمال دارد مدیرانی که ارتباطات بیشتری با نهاد و سازمان‌های دولتی دارند کمتر به فعالیت‌های نوآورانه توجه کنند. کیو و همکاران (۲۰۱۷) در بررسی تأثیر حمایت‌های دولتی بر نوآوری در شرکت‌های بخش انرژی چین نشان دادند، حمایت دولت منجر به تضعیف انگیزه فعالیت‌های نوآورانه می‌شود و هر چه حمایت

دولت قوی تر باشد؛ تأثیر منفی آن بر ظرفیت و توانایی فعالیت های خلاقانه و نوآورانه بیشتر می شود. فرانسیس و همکاران (۲۰۱۸) نشان دادند، میزان نوآوری در شرکت های فاقد حمایت های دولتی هفت برابر سطح نوآوری در تولید محصول جدید برای شرکت های دارای حمایت دولتی است. البته در شرکت های دارای حمایت دولتی علی رغم عدم وجود فعالیت های نوآورانه، کاهش هزینه سرمایه چندان قابل ملاحظه قابل ملاحظه نمی باشد؛. زیرا این شرکت ها به تسهیلات بانکی مناسب با بهره پایین و یارانه های تولید دسترسی دارند.

کرامر و همکاران (۲۰۱۹) نیز در بررسی تأثیر حمایت های دولتی بر نوآوری در آسیای مرکزی و اروپای شرقی دریافتند، حمایت های دولتی به شرکت ها کمک می کند سطح نوآوری محصولات تولیدی را افزایش دهند ولی تأثیری بر نوآوری فرایندها ندارند. البته در شرکت های بزرگ تر تأثیر حمایتی دولت بر نوآوری محصول کاهش می یابد؛. اما یافته های ژانگ و همکاران (۲۰۱۹) نشان داد، حمایت دولتی به بهبود نوآوری در شرکت ها کمک می کند. همچنین یافته ها نشان می دهد، ارزش بهبود نوآوری حاصل از حمایت دولتی در شرکت هایی که وابستگی دولتی کمتری دارند بیشتر است. آکجیت و همکاران (۲۰۲۰) نیز نشان دادند، میزان حمایت های دولتی در میان شرکت های بزرگ بورسی بالاتر است و این شرکت ها در مقایسه با سایر شرکت های صنعت خود دارای درآمد بیشتری بوده ولی از سطح نوآوری کمتری برخوردار هستند.

به طور کلی مرور ادبیات پژوهش نشان می دهد، حمایت های دولتی شرکت ها بر فعالیت های نوآورانه شرکت ها تأثیر دارد که با توجه به محیط اقتصادی نتایج متفاوتی حاصل شده است. در پژوهش های داخلی، پژوهشی در حوزه تأثیرگذاری حمایت های دولتی با دولت بر عملکرد نوآوری شرکت ها مشاهده نمی شود. بر این اساس، به منظور بررسی و تحلیل این روابط در شرکت های پذیرفته در بورس اوراق بهادار تهران، فرضیه اول پژوهش به شرح ذیل ارائه می شود:

فرضیه اول: حمایت های دولتی بر نوآوری شرکت تأثیر منفی و معناداری دارد.

۲-۲- تأثیر حمایت های دولتی بر مسئولیت اجتماعی

مسئولیت اجتماعی شرکت ها به مشارکت داوطلبانه شرکت برای توسعه پاینده فراسوی الزامات قانونی اشاره دارد و یک روش برای کاهش شکاف بین شرکت ها و انتظارات ذینفعان در قالب گزارشگری و افشاء اطلاعات اضافی با رویکرد پایداری به شمار می رود. شرکت ها، واکنش های مختلفی در جهت پاسخگویی به تقاضاهای جدید دارند به گونه ای که برخی شرکت ها فرهنگ خود را تغییر داده و در نظر گرفتن مسئولیت اجتماعی شرکت ها را به عنوان هسته اصلی فعالیت های تجاری شان پذیرفته اند (Molina, 2010).

مبنتی بر تئوری مشروعیت، سازمان ها تا زمانی می توانند به حیات خود ادامه دهند که جامعه آن ها را مشروع بداند. به عبارتی دیگر، قرارداد اجتماعی مابین شرکت ها و جامعه به عنوان مجموعه ای از افراد وجود دارد که به سازمان اختیار استفاده از منابع طبیعی و نیروی کار را ارائه می کند. سازمان ها از این

منابع استفاده کرده و خدماتی را به جامعه عرضه می‌کند. سازمان‌ها برای ادامه حیات و فعالیت خود باید جامعه را متقاعد سازند که منافع اجتماعی آن‌ها بیشتر از هزینه‌های اجتماعی آن‌ها برای جامعه می‌باشد (Suchman, 1995). این تئوری به نظریه قراردادهای اجتماعی تأکید دارد و چون انتظارات عمومی تغییر کرده، از این‌رواز این رو براساس این تئوری سازمان‌ها باید به پیامدهای انسانی محیطی و اجتماعی فعالیتشان توجه کنند و دیگر بطور سنتی حداکثرکردن سود معیار مطلوب عملکرد شرکت در نظر گرفته نمی‌شود. مبتنی بر تئوری مشروعیت تصمیم‌گیری‌های سازمان در ابعاد، اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی مدنظرمد نظر قرار می‌گیرد و شرکت‌ها لازم است برای تحقق مفهوم توسعه پایدار به افشای اطلاعات در سه حوزه پردازند.

اقتصاد سیاسی حوزه مهمی در مطالعه علمی پدیده‌های اجتماعی است. اقتصاد سیاسی به پدیده‌هایی اشاره می‌کند که در کانون توجه رشته‌های اقتصاد و سیاست قرار دارد و به دنبال توضیح روابط متقابل اقتصاد و سیاست بر یکدیگر می‌باشد. براساس نظریه اقتصاد سیاسی، شناخت روابط بین گروه‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی به‌منظور درک و تفسیر متغیرهای اقتصادی و مالی ضروری است. مبتنی بر این نظریه، ارائه اطلاعات حسابداری در راستای حمایت از منافع شخصی صاحبان نفوذ در حوزه‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی صورت می‌گیرد (Abeysekera, 2003). نهندی و تقی زاده (۱۳۹۷) دریافتند، روابط دولتی می‌تواند به شرکت‌ها کمک کند تا منابع مالی بیشتری به دست آورند، اما دسترسی به وام‌های تجاری نشئت گرفته از ارتباطات با دولت، اعتبار مضاعفی ایجاد کرده و هزینه‌های مالی را افزایش می‌دهد. علاوه بر این، دخالت سیاستمداران ممکن است موجب تحریف در تخصیص منابع اجتماعی شده و به سرمایه‌گذاری بیشتر از حد و تضعیف عملکرد شرکت منجر شود. حسینی و بحیرایی (۱۳۹۸) دریافتند، ارتباطات سیاسی بر افشای داوطلبانه اطلاعات تأثیر منفی و معنی‌داری دارد. در حقیقت شرکت‌هایی که از ارتباطات سیاسی بیشتری برخوردار هستند، میزان افشای داوطلبانه کمتری دارند. این نتایج نشان می‌دهد، شرکت‌های دارای ارتباطات سیاسی، با توجه به ارتباطات ایجادشده شرکت با دولت، از این روابط استفاده می‌کنند و در سایه حمایت دولت نسبت به سایر شرکت‌ها در شرایط بهتری از لحاظ تأمین مالی قرار دارند. لذا در چنین شرکت‌هایی نیاز کمتری به جمع‌آوری سرمایه از مردم بوده و بنابراین انگیزه‌های پایینی برای افشا در جهت کاهش هزینه سرمایه و جلوگیری از پرونده‌های قضایی وجود دارد.

هونگ و همکاران (۲۰۱۷) نشان دادند، حمایت‌های دولتی در بازارهای سرمایه قوی‌تر قوی‌تر و در صنایع مهم و کاربردی بیشتر است. در این شرکت‌ها به دلیل کاهش نیاز به منابع مالی، کاهش ریسک دعوی حقوقی و اتصال به بازارهای مناسب محصول، سطح افشای اختیاری اطلاعات متمایز از سایر شرکت‌ها شرکت‌ها می‌باشد. همچنین در شرکت‌های دارای روابط دولتی قوی، پیش‌بینی‌های سود کمتری ارائه می‌شود. دیکو و همکاران (۲۰۲۰) نیز نشان دادند، در شرکت‌هایی که هیات مدیره یا مدیرعامل دارای روابط یا وابستگی‌های دولتی می‌باشد، میزان افشای اطلاعات در حوزه راهبری شرکتی، زیست محیطی و اجتماعی بیشتر می‌باشد. برادران حسن زاده و همکاران (۱۳۹۸) نشان دادند، افزایش ارتباطات سیاسی موجب افزایش تعهدات اجتماعی می‌شود و مدیران تمایل بیشتری به پاسخگویی دارند.

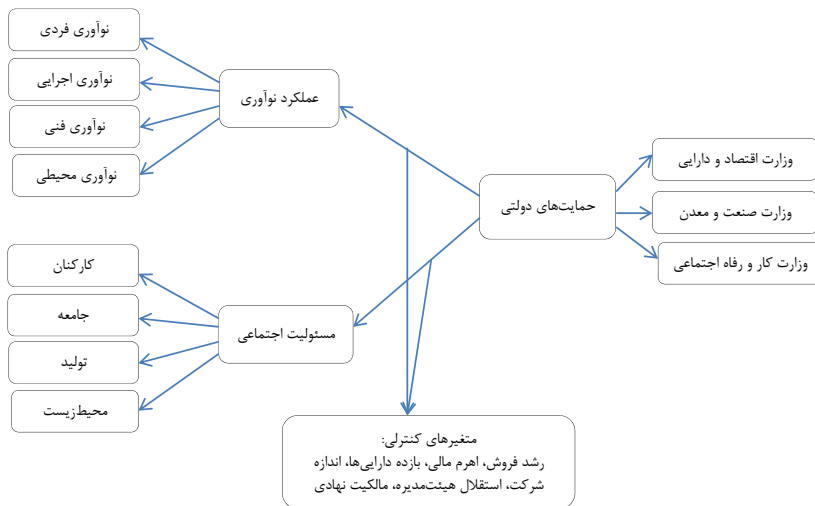
نتایج نشان داد که ارتباطات سیاسی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌هایی که محصولات آن‌ها در بازارهای رقابتی‌تر به فروش می‌رسد، تأثیر مثبتی دارد.

به‌طور کلی به‌طور کلی مرور ادبیات پژوهش نشان می‌دهد، ارتباطات سیاسی شرکت‌ها بر میزان افشای اطلاعات مربوط به عملکرد اجتماعی تأثیر دارد. با توجه به ناهمگونی نتایج مربوط به تأثیر روابط سیاسی بر افشای مسئولیت اجتماعی، تحلیل و بررسی آن با سایر رویکردهای اندازه‌گیر یا اندازه‌گیری متغیرها می‌تواند به غنای ادبیات این حوزه کمک کند و درک بهتری حاصل نماید. بر این اساس، به‌منظور به‌منظور بررسی و تحلیل این روابط در شرکت‌های پذیرفته در بورس اوراق بهادار تهران، فرضیه دوم پژوهش به شرح ذیل ارائه می‌شود:

فرضیه دوم: حمایت‌های دولتی بر افشای مسئولیت اجتماعی تأثیر منفی و معناداری دارد.

۳- مدل مفهومی پژوهش

با توجه به اینکه در پژوهش حاضر به بررسی تأثیر حمایت‌های دولتی بر عملکرد نوآورانه و ایفای مسئولیت اجتماعی مدیران می‌پردازد؛ مدل مفهومی پژوهش به‌صورت زیر شکل (۱) می‌باشد.



شکل (۱): مدل مفهومی پژوهش

۴- روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، پژوهشی کاربردی محسوب می‌شود و با توجه به این‌که از اطلاعات تاریخی در آزمون فرضیه‌ها (همبستگی ارتباط بین متغیرها) استفاده شده است، با در نظر گرفتن ماهیت و روشی که در این مطالعه استفاده می‌شود، نوعی تحقیق توصیفی-همبستگی از نوع علی (پس

رویدادی) به شمار می‌رود. در این نوع تحقیق رابطه میان متغیرها بر اساس هدف تحقیق تحلیل می‌گردد. روش رگرسیون یکی از رویکردهای تحلیل همبستگی می‌باشد که تغییرات در رفتار متغیر وابسته را برحسب تغییرات متغیر مستقل و کنترلی تحلیل می‌کند. هر چه همبستگی بین متغیرها بالاتر باشد، به همان اندازه تحلیل روابط متغیرها دقیق‌تر صورت می‌گیرد. داده‌های پژوهش با مراجعه به صورت‌های مالی و گزارش‌های سالانه هیئت‌مدیره شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران گردآوری شده است و با روش کمی و پل دیتا تجزیه و تحلیل می‌شوند.

جامعه آماری این پژوهش، شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران است. علت انتخاب جامعه آماری امکان دسترسی به داده‌های موجود در صورت‌های مالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار است. با توجه به تفاوت شرکت‌های سرمایه‌گذاری، بانک‌ها و مؤسسات مالی، بیمه و هلدینگ از نظر افشای اطلاعات از جامعه آماری پژوهش حذف شدند. نمونه پژوهش برمبنای شرایط زیر مشخص شد: ۱. به‌منظور قابل مقایسه بودن اطلاعات، پایان سال مالی شرکت‌ها منتهی به ۲۹ اسفند باشد. ۲. در دوره زمانی ۱۳۹۲-۱۳۹۷ تغییر دوره مالی نداشته باشند. ۳. سهام آن‌ها در بازار وقفه معاملاتی نداشته باشد. ۴. اطلاعات مربوط به متغیرهای انتخاب‌شده انتخاب شده در این تحقیق در دسترس باشد. در نتیجه اعمال شرایط ۱۳۲ شرکت از جامعه آماری جهت انجام آزمون‌ها انتخاب شدند و تعداد و تعداد مشاهدات (سال-شرکت) می‌باشد. پس از آماده‌سازی داده‌ها در نرم‌افزار اکسل، تجزیه و تحلیل نهایی با نرم‌افزار آماری استاتا انجام شده است.

۴-۱- مدل‌های پژوهش

با توجه به اینکه هدف شناسایی تغییرات متغیر وابسته با توجه به تغییرات متغیرهای مستقل است؛ برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از روش رگرسیون چند متغیره با داده‌های ترکیبی (سال-شرکت) استفاده شده است. با استفاده از رگرسیون چند متغیره محقق می‌تواند رابطه خطی موجود بین مجموعه‌ای از متغیرهای مستقل با یک متغیر وابسته را به شیوه‌ای مطالعه نماید که در آن، روابط موجود فی‌مابین متغیرهای مستقل نیز مورد ملاحظه قرار گیرد. وظیفه رگرسیون این است که به تبیین واریانس متغیر وابسته کمک می‌کند و این وظیفه تا حدودی از طریق برآورد مشارکت متغیرها (دو یا چند متغیر مستقل) در این واریانس به انجام می‌رسد. تحلیل رگرسیون چند متغیره برای مطالعه تأثیرات چند متغیر مستقل (از جمله‌هاز جمله متغیرهای آزمایشی) در متغیر وابسته کاملاً مناسب است.

در رگرسیون چند متغیره، مقادیر یک متغیر (متغیر وابسته یا y) از روی مقادیر دو یا چند متغیر دیگر (متغیرهای مستقل x_1, x_2, \dots, x_k) برآورد می‌شود. این کار از طریق ساختن یک معادله خطی به شکل عمومی زیر انجام می‌شود:

$$y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{i1} + \beta_2 X_{i2} + \dots + \beta_k X_{ik} + \epsilon_i, \quad i = 1, \dots, n$$

براین اساس، برای آزمون فرضیه اول و سنجش تأثیر روابط سیاسی بر عملکرد نوآوری مبتنی بر پژوهش کرامر و همکاران (۲۰۱۹) و ژانگ و همکاران (۲۰۱۹) از مدل رگرسیون زیر استفاده می‌شود:

$$\text{Innovationit} = \alpha + \beta_1 \text{politicalsit} + \beta_2 \text{Growth} + \beta_3 \text{Roait} + \beta_4 \text{Levit}$$

$$\text{Eit} + \beta 7 \text{ Ownersit} + \beta 6 \text{ Indepit} + \beta 5 \text{ Sizeit} + \text{رابطه (۱)}$$

برای آزمون فرضیه دوم و سنجش تأثیر روابط سیاسی بر مسئولیت اجتماعی مبتنی بر پژوهش هونگ و همکاران (2017) و برادران حسن زاده و همکاران (۱۳۹۸) از مدل رگرسیون زیر استفاده می شود.

$$\text{Corporate Socialit} = \alpha + \beta 1 \text{ politicalsit} + \beta 2 \text{ Growit} + \beta 3 \text{ Roait} + \beta 4 \text{ Levit} + \beta 5 \text{ Sizeit} + \beta 6 \text{ Indepit} + \beta 7 \text{ Ownersit} + \text{رابطه (۲)}$$

۴-۲- متغیرهای پژوهش

۴-۲-۱- متغیرهای وابسته پژوهش

الف. عملکرد نوآوری (innovation): مبتنی بر پژوهش نمازی و مقیمی (۱۳۹۷) عملکرد نوآوری شامل نوآوری فردی، نوآوری محیطی، نوآوری فنی و نوآوری اجرایی می باشد (جدول (۱)):

جدول (۱): شاخص های اندازه گیری متغیر عملکرد نوآوری

متغیر	روش اندازه گیری
نوآوری فردی (1innovation)	تعداد کارکنان حرفه ای حرفه ای به کلبه کل کارکنان شرکت
نوآوری محیطی (2innovation)	این شاخص به صورت دو جهیدو وجهی اندازه گیری اندازه گیری می شود. اگر شرکت از هر یک از سیستم های نوین حسابداری مدیریت (هزینه یابی بر مبنای فعالیت، مدیریت بر مبنای فعالیت، ارزیابی متوازن، هزینه یابی بر مبنای هدف، هزینه یابی استاندارد، هزینه یابی کیفیت و هزینه یابی کایزن) استفاده کرده باشد، عدد یک و در غیر این صورت صفر منظور شد.
نوآوری فنی (3innovation)	مقدار سرمایه گذاری سرمایه گذاری برای کسب ماشین آلات ماشین آلات، تجهیزات و نرم افزار نرم افزار به کلبه کل دارایی ها
نوآوری اجرایی (4innovation)	نسبت هزینه های تحقیق و توسعه به کلبه کل دارایی ها

ب. مسئولیت اجتماعی (CSR): مبتنی بر پژوهش صوحی و محمدزاده (۱۳۹۷) شامل چهار بُعد، میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان (EMPD)، میزان افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی (COMD)، افشای اطلاعات مربوط به تولید (PROD)، افشای اطلاعات مربوط به محیط زیست (ENVD) می باشد. در این تحقیق برای ارزیابی متغیر از تجزیه و تحلیل محتوا استفاده شده است (جدول (۲)). تجزیه و تحلیل محتوا در مورد طبقه بندی از جملات در متن یادداشت های پیوست صورت های مالی دسته بندی می شوند.

ارزش کلی افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها از جمع ارزش جزئی ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت ها به دست می آید و از رابطه ی زیر قابل محاسبه است:

$$\text{CSR} = \text{EMPD} + \text{COMD} + \text{PROD} + \text{ENVD} \quad \text{CSR} = \sum X/N \quad \text{رابطه (۳)}$$

اگر موارد افشا به صورت کمی و جزئیات آن به صورت اعداد، شرح مفصلی از فعالیت و در صورت امکان تصاویر، نمودارها، جداول ذکر شده باشد، نمره افشا ۳ اختصاص داده خواهد شد. در صورتی که اطلاعات به صورت غیر کمی و توضیحات به صورت بند باشد، نمره افشا ۲، و در صورتی که

که موارد افشای به صورت کیفی و توضیحات به صورت جمله یا پاراگراف باشد، نمره افشا ۱ و در صورتی که که موردی افشای نشود، نمره افشا صفر خواهد بود.

جدول (۲): شاخص‌های اندازه‌گیری‌باندازه‌گیری مسئولیت اجتماعی مدیران

نمره افشا	معیار سنجش متغیر	متغیر
$EMPD = \Sigma A/6$	(۱) سلامت محیط کارکنان؛ (۲) آموزش کارکنان؛ (۳) مزایای کارکنان؛ (۴) مشخصات کارکنان؛ (۵) مالکیت سهم کارکنان؛ (۶) ایمنی و بهداشت کارکنان ایزو ۱۸۰۰۰	افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان
$COMD = \Sigma B/4$	(۱) هدایای نقدی؛ (۲) حامیان مالی برای فعالیت ورزشی؛ (۳) حامیان غرور ملی؛ (۴) پروژه‌های عمومی	افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی
$PROD = \Sigma C/4$	(۱) ایمنی محصول؛ (۲) کیفیت محصول ایزو ۹۰۰۰؛ (۳) توسعه محصول؛ (۴) خدمات پس از فروش	افشای اطلاعات مربوط به تولید
$ENVD = \Sigma D/4$	(۱) کنترل آلودگی هوا؛ (۲) برنامه پیشگیری و جبران خسارت؛ (۳) حفاظت و استفاده از محصولات ناشی از بازیافت؛ (۴) جایزه در زمینه بدر زمینه محیط زیست محیط زیست ایزو ۱۴۰۰.	افشای اطلاعات مربوط به محیط زیست محیط زیست

۴-۲-۲- متغیر مستقل

حمایت‌های دولتی (political): واحدهای تجاری تمایل زیادی به برقراری ارتباط نزدیک با دولت دارند، زیرا از این طریق تحت حمایت‌های دولت واقع می‌شوند. این روابط منافع زیادی نظیر تخفیف‌های مالیاتی و دسترسی آسان‌تر به اعتبارات را در پی خواهد داشت. لذا می‌توان بیان کرد، در نظام‌های اقتصادی مبتنی بر روابط، ارتباط با نهادهای دولتی یک منبع مهم ارزش برای شرکت‌ها محسوب می‌شود. شرکت‌های دارای روابط با سازمان‌های دولتی، راحت‌تر به منابع سرمایه و مزایای دیگر از طریق ارتباطات خود دست می‌یابند. در این راستا برخی مدیران شرکت‌ها درصد برقراری و حفظ ارتباط بین شرکت و دولت باهدف رفع محدودیت‌های مالی با کمترین هزینه هستند (Boubakri&etal,2012). شرکت‌هایی که از ارتباط خوبی با نهادهای دولتی برخوردارند، مالیات کمتری می‌پردازند، سهم بازار بیشتری دارند، وام‌های بانکی با سهولت بیشتری برای آنان فراهم می‌شود، دولت در عرضه عمومی سهام به آن‌ها کمک می‌کند و نسبت به سایر شرکت‌ها، آسان‌تر و با پرداخت هزینه کمتری از امتیازهای مهم بهره‌مند می‌شوند (Leuz, Christian and Oberholzer, 2006).

در این پژوهش، شرکت‌های برخوردار از حمایت دولتی از طریق الگوی تصمیم‌گیری چند معیاره به روش تائیس و وزن دهی به روش آنتروپی مبتنی بر متغیرهای پژوهش فاسیو (2006) تعیین شدند. فاسیو (2006) در بررسی ۴۷ کشور مختلف و با تحلیل‌های مختلف نشان داد، این معیارها از ویژگی‌های برجسته شرکت‌های برخوردار از حمایت دولت می‌باشد. رضایی و ویسی حصار (۱۳۹۳)، بادآور نهندی و تقی زاده خانقاه (۱۳۹۷) و حسینی و یحرایبی (۱۳۹۸) نیز از این روش برای اندازه‌گیری روابط با دولت و کسب حمایت‌های دولتی استفاده نمودند (جدول (۳)). این معیارها به شرح زیر می‌باشد:

جدول(۳): متغیرهای سنجش شرکت‌های برخوردار از حمایت دولت

متغیر	حمایت‌های دولتی
ارزش بازار سهام	هرچه ارزش بازار سهام بیشتر باشد، ارتباط شرکت با سازمان بورس اوراق بهادار که زیرمجموعه وزارت امور اقتصادی و دارایی است، بیشتر خواهد بود. شرکت‌هایی که از ارزش بالایی در بورس اوراق بهادار برخوردار هستند؛ بدلیل کسب اعتبار، رعایت قوانین و مقررات بازار بورس، رعایت اصول و موازین استانداردهای حسابداری و مالی و گام برداشتن در مسیر پویایی، تحول و سودآوری روزافزون، برای استفاده از اعتبارات بانکی از تسهیلات ویژه‌ای برخوردار می‌شوند.
ارزش دفتری دارایی‌ها	هرچه ارزش دفتری دارایی‌ها بیشتر باشد، ارتباط شرکت با وزارت امور اقتصادی و دارایی بیشتر خواهد بود. شرکت‌های بزرگ تولیدی با حمایت وزارت اقتصاد و دارایی، ورود مواد اولیه و تجهیزات را به‌صورت‌تصور مناسب و آسان‌تری انجام می‌دهند و در صدور ضمانت‌های بانکی و اعتبارات اسنادی موردحمایت‌مورد حمایت بانک مرکزی قرار می‌گیرند. همچنین شرکت‌های بزرگ جهت پذیرش در بورس موردحمایت‌مورد حمایت دولت قرار گرفته و در مدت‌زمانمدت زمان کوتاهی می‌توانند فرایند ورود به بازار سرمایه را سپری کنند.
مالیات بر درآمد	هرچه مالیات بر درآمد بیشتر باشد، ارتباط شرکت با وزارت امور اقتصادی و دارایی بیشتر خواهد بود. با توجه به اینکه این شرکت‌ها سهم بالایی در درآمد دولت دارند؛ از حمایت‌های دولت در حوزه تأمین‌ماین منابع مالی، بخشودگی‌های مالیاتی و معافیت‌های گمرکی بهره‌مندبهره مند می‌شوند. همچنین درآمدهای ناشی از فعالیت‌های فعالیت‌های تولیدی و معدنی به‌شرطه شرط آن‌کهان که از طرف وزارتخانه‌هایوزارتخانه‌های ذیربط برای آن‌هان ها پروانه بهره‌برداری بهره برداری صادرشده‌صاحبه شده باشد یا قرارداد استخراج و فروش منعقدشده‌معمقد شده باشد از مالیات معاف می‌شوند.
تعداد کارکنان	هرچه تعداد کارکنان بیشتر باشد، ارتباط شرکت با وزارت کار و رفاه اجتماعی بیشتر خواهد بود. شرکت‌های بزرگ که دارای نیروی انسانی بیشتری هستند در سایه حمایت وزارت کار و رفاه اجتماعی از طرح‌های تسهیلات مسکن و سبد محصولات برای حمایت از کارکنان خود بهره‌مندبهره مند می‌گردند. همچنین شرکت‌های تولیدی دارای تعداد نیروی کار بالا و همچنین افزایش اشتغال نیروی کار طی دوره سالانه می‌توانند از معافیت‌های مالیاتی بهره‌مندبهره مند گردند.
بیمه پرداختی	هرچه بیمه سهم کارفرما و بیکاری بیشتر باشد، ارتباط شرکت با وزارت کار و رفاه اجتماعی بیشتر خواهد بود. شرکت‌های بزرگ که دارای نیروی انسانی بیشتری هستند؛ در سایه حمایت وزارت کار و رفاه اجتماعی در میزان حق بیمه سهم کارفرما مشمول تخفیف شده و از حمایت‌های دولت در بیمه تأمین‌ماین اجتماعی بیشتر برخوردار می‌شوند.
فروش صادراتی	هرچه جمع فروش صادراتی بیشتر باشد، ارتباط شرکت با وزارت صنعت و معدن بیشتر خواهد بود. وزارت صنعت، معدن با دارا بودن بیشترین سهم اقتصادی کشور، دارای تعامل گسترده‌ای با سایر بخش‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی جامعه‌ی کشور است. این وزارتخانه برای شرکت‌های دارای توان بالای صادرات کالا، امکان استفاده از منابع صندوق توسعه ملی برای تأمین‌ماین سرمایه ثابت، دریافت ارز دولتی برای تأمین‌ماین مواد اولیه و معافیت‌های گمرکی را فراهم می‌سازد. همچنین در ایفای تعهدات ارزی برای این شرکت‌ها تخفیف قابل می‌شود.

رتبه بالاتر شرکت‌ها از مجموعه عوامل فوق، بیان‌کننده حمایت گسترده‌تر دولت از شرکت‌هاست. ماتریس تصمیم برای تفکیک شرکت‌های دارای حمایت دولتی و فاقد حمایت به روش تاپسیس در جدول یک (۴) نشان داده‌شده است.

جدول(۴): ماتریس تصمیم برای تفکیک شرکت‌های دارای حمایت دولتی و فاقد حمایت

متغیرهای تفکیک شرکت‌ها	ارزش بازار سهام	ارزش دفتری دارایی‌ها	مالیات بر درآمد	تعداد کارکنان	جمع فروش صادراتی	بیمه پرداختی
شرکت‌ها در هر سال	X_{11}	X_{12}	X_{1m}
	X_{21}	X_{22}	X_{2m}

	X_{n1}	X_{n2}	X_{nm}

در این ماتریس، شاخصی که دارای مطلوبیت یکنواخت افزایشی (جنبه مثبت) است، شاخص سود نامیده می‌شود و شاخص یک هم مطلوبیت یکنواخت کاهشی (جنبه منفی) دارد، شاخص هزینه است. در این پژوهش مطابق جدول ۳ (۳)، شاخص‌های تفکیک‌کننده شرکت‌های دارای تعاملات گسترده با دولت، از مطلوبیت یکنواخت افزایشی (جنبه مثبت) برخوردارند، بنابراین شاخص سود به حساب می‌آیند. همچنین، از آنجاکه شاخص‌ها برای تصمیم‌گیرنده اهمیت یکسانی ندارند، نخست وزن شاخص‌ها بر اساس روش آنتروپی شانون تعیین شد و پس از آن به الگوریتم تاپسیس وارد شدند. برای محاسبه اوزان شاخص‌ها ابتدا ماتریس تصمیم‌گیری مطابق جدول ۱ (۴) تشکیل می‌شود. در این جدول $X_{i,j}$ ارزش شاخص‌ها متناسب با هر گزینه است. برای انجام فرایند تکنیک آنتروپی ابتدا $P_{i,j}$ متناسب با رابطه ۱ محاسبه می‌شود:

$$P_{i,j} = \frac{X_{i,j}}{\sum_{i=1}^m X_{i,j}}; \forall i,j \quad (1) \text{ رابطه}$$

مرحله دوم محاسبه شاخص عدم اطمینان است. برای این منظور ابتدا ارزشی به نام E_j به صورت رابطه ۲ محاسبه و سپس عدم اطمینان و یا درجه انحراف d_i که بیان می‌کند شاخص مربوطه چه میزان اطلاعات مفید برای تصمیم‌گیری در اختیار تصمیم‌گیرنده قرار می‌دهد، محاسبه می‌شود. این عدم اطمینان مطابق رابطه ۳ محاسبه می‌گردد:

$$E_j = -k \sum_{i=1}^m (P_{i,j} \times \ln P_{i,j}); \forall i,j; K; K = \frac{1}{\ln m} \quad (2) \text{ رابطه}$$

$$d_j = 1 - E_j; \forall j \quad (3) \text{ رابطه}$$

در نهایت وزن شاخص‌ها مطابق رابطه ۴ محاسبه می‌شود:

$$W_j = \frac{d_j}{\sum_{i=1}^n d_j} \quad (4) \text{ رابطه}$$

در صورتی که تصمیم‌گیرنده از قبل وزن خاصی λ_j را برای شاخص در نظر گرفته باشد وزن جدید λ_j را به صورت رابطه ۵ محاسبه می‌شود:

$$W_j = \frac{\lambda_j W_j}{\sum_{i=1}^n \lambda_j W_j} \quad (5) \text{ رابطه}$$

برای رتبه‌بندی به روش تاپسیس در گام اول ماتریس تصمیم نرمال شده محاسبه می‌شود، در گام دوم، ماتریس تصمیم نرمال موزون محاسبه می‌گردد، در گام سوم، راه‌حل ایده آل مثبت و راه حل ایده آل منفی تعیین می‌شود، گام چهارم، بدست آوردن میزان فاصله هر گزینه تا ایده آل‌های مثبت

و منفی است. گام پنجم، تعیین نزدیکی نسبی گزینه به راه‌حل ایده آل می‌باشد و در نهایت گام ششم رتبه‌بندی گزینه‌ها است. بعد از رتبه‌بندی شرکت‌های نمونه در دودسته قرار گرفتند (بادآورن‌بندی و تقی زاده خانقاه، ۱۳۹۷). دسته‌ای که رتبه بالاتری به دست آورد، شرکت‌های دارای حمایت دولتی (۶۰) محسوب شد و به آن‌ها عدد یک تعلق گرفت و دسته‌ای که کمترین رتبه را کسب کرد، شرکت‌های فاقد حمایت دولتی (۷۲) شناسایی شدند و به آن‌ها عدد صفر تعلق گرفت.

۴-۲-۳- متغیرهای کنترلی

بر مبنای تئوری مشروعیّت، تصمیم‌گیری‌های درون‌سازمانی نظیر سطح افشای اطلاعات و توجه به رویکردهای بلندمدت نظیر فعالیت‌های نوآورانه متأثر از ویژگی‌های شرکت و راهبری شرکتی می‌باشد. شرکت‌های صنعتی بزرگ با ویژگی‌هایی مطلوب از نظر قابلیت سودآوری، اندازه شرکت و اهرم مالی، بیشتر مورد توجه عموم قرار گرفته و در نتیجه تقاضا برای ارائه اطلاعات و بهبود شفافیت و همچنین رفتارهای نوآورانه بیشتر می‌باشد. همچنین انتظار می‌رود در شرکت‌هایی که مکانیزم‌های راهبری شرکتی خوبی داشته و پراکندگی مالکیت بیشتر است، در برابر تقاضای ذینفعان افشای بیشتر اطلاعات را مورد توجه قرار داده و توجه بیشتری به کسب مزیت رقابتی داشته باشند. بر این اساس، برحسب پژوهش کرامر و همکاران (۲۰۱۹)، هونگ و همکاران (۲۰۱۷) و برادران حسن زاده و همکاران (۱۳۹۸) متغیرهای زیر جدول (۵) برای کنترل روابط متغیرهای مستقل و وابسته انتخاب گردید:

جدول (۵): متغیرهای کنترلی پژوهش

متغیرهای کنترلی	نماد	نحوه اندازه‌گیری باندازه‌گیری
رشد فروش	Grow	تغییر در فروش در فروش خالص تقسیم بر تقسیم بر فروش خالص سال گذشته
بازده دارایی	ROA	سود قبل از مالیات تقسیم بر تقسیم بر کل دارایی
اهرم مالی	LEV	نسبت کل بدهی‌های جاریها به کل دارایی‌های جاریها
اندازه شرکت	size	لگاریتم طبیعی ارزش بازار سهام شرکت
استقلال هیئت‌مدیره	Independence	درصد مدیران غیرموظف در هیئت‌مدیره
درصد مالکیت نهادی	owner	درصد سهام در اختیار بانک‌ها، موسسات مالی، بیمه‌ها و موسسات سرمایه‌گذاری

داده‌های پژوهش به روش اسنادکاوی از طریق مراجعه به بانک‌های اطلاعاتی بورس اوراق بهادار و گزارش‌های مالی گردآوری می‌شود. لذا پژوهشگر در خلق داده‌ها که از صورت‌های مالی حسابرسی شده حاصل می‌شود نقشی نداشته و صرفاً آنها را گردآوری می‌کند. ابزار استفاده شده برای گردآوری داده‌ها باید دارای روایی (اعتبار) باشد. روایی به این معنی است که ابزار گردآوری داده‌ها تا چه میزان مفهوم یا متغیر مورد نظر را اندازه‌گیری می‌کند. اهمیت روایی به آن دلیل است که اندازه‌گیری‌های نامناسب و ناکافی می‌تواند هر پژوهش علمی را بی ارزش سازد. بررسی روایی داده‌هایی که از طریق

پرسشنامه صورت می‌گیرد معمولاً با شیوه دلفی و نظرخواهی خبرگان صورت می‌گیرد. همچنین، داده‌های مالی شرکت‌های فعال در بورس اوراق بهادار از آنجایی که توسط حسابرس مستقل رسیدگی و از نظر منصفانه بودن تأیید شده‌اند، از روایی لازم برخوردار هستند.

ابزار استفاده شده برای گردآوری داده‌ها باید دارای پایایی باشد. پایایی به این معنی است که ابزار گردآوری در شرایط یکسان و طی زمان تا چه حد نتایج یکسانی به دست خواهد داد. بررسی پایایی ابزار پرسشنامه معمولاً از طریق آزمون‌هایی نظیر آلفای کرونباخ و تحلیل عاملی صورت می‌گیرد. استخراج داده‌ها از صورت‌های مالی شرکت‌های بورس اوراق بهادار نیز دارای پایایی لازم می‌باشد؛ زیرا هر پژوهشگری می‌تواند داده‌های مشابه برای شرکت‌های مورد نظر استخراج کند. (بنی مهد و همکاران، ۱۳۹۵). صورت‌های مالی شرکت‌های بورس اوراق بهادار از طریق سایت کدال قابل دریافت است. همچنین ارقام مربوط به صورت‌های مالی شرکت‌ها از طریق نرم‌افزارهایی نظیر رهاورد نوین و تدبیرپرداز قابل دریافت می‌باشد.

۵- تجزیه و تحلیل یافته‌ها

در این پژوهش به‌منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. در آمار توصیفی اطلاعات مربوط میانگین، میانه، انحراف معیار، بیشترین و کمترین محاسبه شد. در آمار استنباطی پیش از آزمون مدل‌های پژوهش، با توجه به استفاده از داده‌های ترکیبی به بررسی مفروضات رگرسیون چندمتغیره پرداخته شد.

آمار توصیفی داده‌های مربوط به متغیرهای مورد استفاده در پژوهش در جدول (۶) ارائه شده است. براساس نتایج، میانگین شاخص افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌های نمونه ۵۰ درصد است که نشان می‌دهد، گزارش‌های مالی شرکت‌های نمونه توانسته‌اند ۵۰ درصد آیت‌های افشای مسئولیت اجتماعی را پوشش دهند. میانگین متغیرهای نوآوری بطور متوسط ۰٫۲۴ و نوآوری فنی دارای انحراف معیار بیشتری بوده که مشابه با یافته‌های نمازی و مقیمی (۱۳۹۷) می‌باشد. میانگین رشد فروش ۰٫۱۹۰ و میانگین بازده دارایی‌ها ۰٫۱۲۲ است که نشان از رشد درآمدها در دوره پژوهش دارد. آمار توصیفی متغیر کیفی پژوهش نشان می‌دهد، در ۴۰ درصد شرکت‌های نمونه به‌کارگیری شیوه‌های نوین حسابداری مدیریت و نوآوری محیطی مشاهده می‌شود.

جدول (۶): آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

نام متغیر	میانگین	میانه	انحراف معیار	کمترین	بیشترین
افشا مسئولیت اجتماعی	۵۰۰/۰	۵۲۱/۰	۱۴۶/۰	۱/۰	۷۶۶/۰
نوآوری فردی	۲۷۱/۰	۲۵۶/۰	۰۹۷/۰	۱۱۸/۰	۵۲۷/۰
نوآوری فنی	۲۴۷/۰	۲۲۴/۰	۱۷۴/۰	۰۰۲/۰	۸۴۹/۰
نوآوری اجرایی	۲۲۲/۰	۲۵۳/۰	۱۴۶/۰	۰۰۰/۰	۵۷۰/۰

۷۳۲/۲	-۰/۸۹۷	۳۶۳/۰	۱۷۸/۰	۱۹۰/۰	رشد فروش
۶۳۱/۰	۷۸۹/-۰	۱۴۹/۰	۱۲۲/۰	۱۱۴/۰	بازده دارایی
۲۸۷/۱	۰۱۲/۰	۲۶۷/۰	۵۷۸/۰	۵۹۹/۰	اهرم مالی
۴۱۴/۱۹	۳۴۳/۱۱	۴۹۵/۱	۲۰۳/۱۴	۴۷۸/۱۴	اندازه شرکت
۱	۲/۰	۱۸۱/۰	۶۴۸/۰	۶۶۱/۰	استقلال هیئت مدیره
۹۹۹/۰	۱۱۱/۰	۱۷۱/۰	۷۵۲/۰	۷۴۸/۰	مالکیت نهادی

با توجه به استفاده از داده‌های ترکیبی در آزمون فرضیه‌های پژوهش لازم است آزمون‌های پیش فرض مدل‌ها تحلیل و بررسی گردد. عامل تورم واریانس (VIF) شدت همخطی چندگانه را در تحلیل رگرسیون کمترین مربعات معمولی ارزیابی می‌کند. این شاخص بیان می‌دارد چه مقدار از تغییرات مربوط به ضرایب برآورد شده بابت همخطی افزایش یافته است. اگر آماره آزمون VIF به یک نزدیک باشد نشان دهنده عدم وجود همخطی است. جدول (۷) نشان می‌دهد، شاخص عامل تورم واریانس (VIF) برای تمامی متغیرها مقادیر کمتر از ۱۰ نشان داده شده که بیانگر عدم همخطی بین متغیرهای مستقل می‌باشد.

جدول (۷): آزمون هم خطی برای مدل رگرسیونی اول-پنجم

نام متغیر	مدل اول (VIF)	مدل سوم (VIF)	مدل چهارم (VIF)	مدل پنجم (VIF)
لگاریتم ارزش روز سهام	۲/۲۷	۲/۲۷	۲/۲۷	۲/۲۷
حمایت‌های دولتی	۲/۰۳	۲/۰۳	۲/۰۳	۲/۰۳
بازده دارایی	۱/۸۹	۱/۸۹	۱/۸۹	۱/۸۹
اهرم مالی	۱/۵۶	۱/۵۶	۱/۵۶	۱/۵۶
رشد فروش	۱/۱۰	۱/۱۰	۱/۱۰	۱/۱۰
مالکیت نهادی	۱/۰۹	۱/۰۹	۱/۰۹	۱/۰۹
استقلال هیئت مدیره	۱/۰۴	۱/۰۴	۱/۰۴	۱/۰۴

در مدل‌های پژوهش به جزء متغیر وابسته نوآوری محیطی که برحسب روش لاجیت برآورد می‌شود، سایر متغیرهای وابسته کمی بوده و داده‌های پژوهش به صورت ترکیبی می‌باشد. در داده‌های ترکیبی ابتدا از آزمون F لیمر استفاده می‌شود تا تلفیقی یا تابلویی بودن داده‌ها مشخص شود. با توجه به نتایج به دست آمده از نرم افزار استتا که در جدول (۸) ارائه شده است، مقدار احتمال برای F لیمر عدد ۰/۰۰۰ می‌باشد که این مقدار بیانگر رد فرضیه صفر (کارایی روش تلفیقی) بوده و حکایت از آن دارد که برای تخمین مدل پژوهش باید از روش داده‌های پنل استفاده شود. با توجه به پنلی بودن مدل، باید برای تعیین نوع داده‌ها پنلی (روش اثرات ثابت یا اثرات تصادفی) از آزمون هاسمن استفاده گردید. همانطور که در جدول (۸) ملاحظه می‌شود، برای مدل مقدار احتمال این آزمون کمتر از پنج درصد که این مقدار

حاکمی از استفاده از روش اثرات ثابت در مقابل روش اثرات تصادفی دارد و در مدل دوم مقدار احتمال این آزمون بیش از پنج درصد است، لذا از روش اثرات تصادفی در برازش مدل استفاده می شود.

جدول (۸): نتایج آزمون اف لیمر (چاو و هاسمن)

آزمون هاسمن			آزمون اف لیمر			
نتیجه	سطح معناداری	آماره آزمون	نتیجه	سطح معناداری	آماره آزمون	نام مدل
اثرات ثابت	۰/۰۴۰	۱۴/۶۷	رویکرد تابلویی	۰/۰۰۰	۳/۳۱	مدل اول (معیار اول)
مدل لاجیت			مدل لاجیت			مدل اول (معیار دوم)
اثرات ثابت	۰/۰۰۰	۳۵/۱۶	رویکرد تابلویی	۰/۰۰۰	۲۱/۱۰	مدل اول (معیار سوم)
اثرات ثابت	۰/۰۲۵	۱۵/۹۳	رویکرد تابلویی	۰/۰۰۰	۴/۴۲	مدل اول (معیار چهارم)
اثرات تصادفی	۰/۹۹۶	۰/۹۱	رویکرد تابلویی	۰/۰۰۰	۶۰/۱۴	مدل دوم

همچنین برای بررسی ناهمسانی واریانس از آزمون بروش پاگان استفاده شد. نتایج جدول (۹) نشان می دهد که سطح معنی داری آزمون والد تعدیل شده در همه مدل ها کمتر از ۵ درصد می باشد و بیانگر وجود ناهمسانی واریانس در مدل های پژوهش بود که از روش حداقل مربعات تعمیم یافته GLS برای رفع ناهمسانی واریانس استفاده شد.

جدول (۹): نتایج آزمون ناهمسانی واریانس

نتیجه	سطح معنی داری	آماره آزمون	مدل های پژوهش
وجود ناهمسانی واریانس	۰/۰۰۰	۲/۵	مدل اول (معیار اول)
مدل لاجیت			مدل اول (معیار دوم)
وجود ناهمسانی واریانس	۰/۰۰۰	۴/۱	مدل اول (معیار سوم)
وجود ناهمسانی واریانس	۰/۰۰۰	۲/۳	مدل اول (معیار چهارم)
وجود ناهمسانی واریانس	۰/۰۰۰	۳/۵	مدل دوم

۵-۱- نتایج آزمون فرضیه های پژوهش

۵-۱-۱- آزمون فرضیه اول

برای بررسی تاثیر حمایت های دولتی بر عملکرد نوآوری شرکت ها از رابطه (۱) استفاده شد. یافته های برازش مدل برای چهار نوع نوآوری در شرکت ها در جدول (۱۰) ارائه شده است.

جدول (۱۰): تاثیر حمایت‌های دولتی بر نوآوری

متغیرها	نوآوری فردی		نوآوری محیطی		نوآوری فنی		نوآوری اجرایی	
	ضرایب		ضرایب		ضرایب		ضرایب	
حمایت‌های دولتی	-۰/۰۸۰ (-۲/۸۰)***	-۳/۰۷۷ (-۶/۸۴)***	-۰/۱۴۰ (-۶/۱۱)***	-۰/۰۶۸ (-۵/۳۵)***				
رشد فروش	۰/۰۷۵ (۵/۸۸)***	-۱/۵۶۸ (-۲/۲۶)***	-۰/۰۱۹ (-۲/۸۳)***	-۰/۰۲۷ (-۵/۴۷)***				
بازده دارایی	۰/۰۰۹ (۰/۸۱۷)	-۲/۶۴۴ (-۱/۶۷)	۰/۱۵۹ (۴/۵۸)***	-۰/۰۴۶ (-۱/۹۹)***				
اهرم مالی	-۰/۰۴۳ (۰/۰۲۸)	۰/۰۸۵ (۰/۰۸)	-۰/۰۵۰ (-۲/۲۹)***	۰/۰۲۶ (۱/۷۶)				
اندازه شرکت	۰/۰۳۱ (۴/۱۶)***	۱/۱۷۲ (۸/۴۱)***	-۰/۰۱۷ (-۳/۳۷)***	-۰/۰۱۶ (-۴/۴۷)***				
مالکیت نهادی	۰/۰۷۷ (۲/۱۹)***	-۲/۸۶۴ (-۳/۳۷)***	۰/۰۲۵ (۱/۳۵)	-۰/۱۰۵ (-۶/۰۹)***				
استقلال هیئت مدیره	۰/۰۱۲ (۰/۶۷۹)	۰/۲۲۷ (۰/۲۲)	۰/۰۲۷ (۱)	۰/۱۰۵ (۵/۸۶)***				
عرض از مبدا	-۰/۴۰۷ (-۳/۳۳)***	-۱۷/۰۶۸ (-۸/۲۵)***	۰/۴۰۶ (۵/۰۹)***	۰/۸۲۹ (۱۴/۹۸)***				
ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۶۳۴	ضریب مکفادن	۰/۵۷۰					
		آماره راست نمایی	۴۳۳/۵۰***					
آماره والد	۱۹/۱۹***	صحت پیش بینی مدل	۹۳/۳۱%					
		هاسمرلمشو	۳/۴۹***					

*** سطح معناداری ۹۹% می باشد.

** سطح معناداری ۹۵% می باشد.

همانطور که در جدول (۱۰) مشاهده می شود، حمایت‌های دولتی دارای ضریب منفی برابر با (۰،۰۸۰-) در نوآوری فردی و سطح معناداری کمتر از ۵ درصد است، بنابراین حمایت‌های دولتی با نوآوری فردی شرکت رابطه معکوس و معناداری دارد. حمایت‌های دولتی دارای ضریب منفی برابر با (۳،۰۷۷-) در نوآوری محیطی و سطح معناداری کمتر از ۵ درصد است، لذا حمایت‌های دولتی با نوآوری محیطی شرکت رابطه معکوس و معناداری دارد. همچنین حمایت‌های دولتی دارای ضریب منفی برابر با (۰،۱۴۰-) در نوآوری فنی و سطح معناداری کمتر از ۵ درصد است، از این رو حمایت‌های دولتی با نوآوری فنی شرکت رابطه معکوس و معناداری دارد. حمایت‌های دولتی دارای ضریب منفی برابر با (۰،۰۶۸-) در نوآوری اجرایی و سطح معناداری کمتر از ۵ درصد است،

در نتیجه حمایت‌های دولتی با نوآوری فنی شرکت رابطه معکوس و معناداری دارد. یافته‌ها بیانگر تأیید فرضیه اول پژوهش و تأثیرگذاری حمایت‌های دولتی بر عملکرد نوآوری می‌باشد. براین اساس، حمایت‌های بالای دولتی بر فعالیت‌های نوآورانه تأثیر منفی و معناداری دارد. در شرکت‌های دارای حمایت بیشتر دسترسی به منابع مالی، پارانه‌های تولیدی و بازار فروش محصولات بیشتر است و در نتیجه توجه مدیران این شرکت‌ها به نوآوری فعالیت‌ها و فرایندها و مخصوصاً به کارگیری تکنیک‌های نوین حسابداری مدیریت کمتر است.

براساس نتایج جدول (۱۰)، افزایش رشد فروش شرکت تأثیر منفی و معناداری بر عملکرد نوآوری محیطی، فنی و اجرایی دارد. این نشان می‌دهد، رشد درآمد فروش بیشتر ناشی از تغییرات قیمت محصول و شرایط تورمی بوده و مدیران با اتخاذ رویکردهای کوتاه مدت میزان سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های نوآورانه را کاهش می‌دهند.

همچنین نتایج نشان می‌دهد، افزایش میزان بدهی‌های بانکی منجر به کاهش سرمایه‌گذاری در تجهیزات و ماشین آلات می‌شود. تئوری‌های ساختار سرمایه بیان می‌کنند که مدیران شرکت‌های با فرصت رشد مناسب باید اهرم کمتری انتخاب نمایند، زیرا اگر آنها میزان بدهی خود را افزایش دهند، قادر نخواهند بود از مزایای فرصت‌های سرمایه‌گذاری استفاده کنند، در نتیجه ارتباط منفی میان رشد آتی و اهرم ایجاد می‌شود. مایزر (۱۹۹۲) نیز معتقد است؛ اهرم به دلیل مشکلات نمایندگی بین سهامداران و اعتبار دهندگان با میزان سرمایه‌گذاری شرکت ارتباط منفی دارد.

همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد، اندازه شرکت بر سطح به‌کارگیری افراد حرفه‌ای و به‌کارگیری تکنیک‌های نوین حسابداری مدیریت تأثیر مثبت و معناداری دارد. شرکت‌های بزرگ منابع بیشتری در اختیار داشته و با به‌کارگیری نیروی انسانی حرفه‌ای سعی می‌کنند، مدیریت فعالیت‌ها و فرایندها را بهتر انجام دهند. در شرکت‌های بزرگ به‌منظور افزایش دقت تصمیم‌گیری در حوزه پروژه‌های سرمایه‌ای، بودجه بندی و قیمت‌گذاری مناسب محصولات به‌کارگیری سیستم‌های نوین حسابداری مدیریت بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد.

نتایج جدول (۱۰) نشان می‌دهد، حضور مالکان نهادی در ساختار مالکیت شرکت بر نوآوری فردی و سطح به‌کارگیری افراد حرفه‌ای در شرکت تأثیر مثبت و معناداری دارد. این حاکی از آن است که سازوکارهای نظارتی برون سازمانی، مدیران شرکت را به سوی استفاده از کارکنان حرفه‌ای سوق می‌دهد تا بتوانند بهتر امور اجرایی شرکت را انجام دهند. اما حضور مالکان نهادی منجر به رشد و بهبود رویکردهای نوآوری داخلی سازمان نظیر به‌کارگیری تکنیک‌های حسابداری مدیریت و میزان سرمایه‌گذاری در هزینه‌های تحقیق و توسعه نمی‌شود. احتمال می‌رود تمرکز بیش از حد سهامداران نهادی بر عملکرد و سود جاری، انگیزه‌هایی را برای خوش بینی مدیریت در ارائه سود حسابداری جهت نیل به اهداف کوتاه مدت فراهم آورد که منجر به کاهش سرمایه‌گذاری در هزینه‌های تحقیق و توسعه می‌شود.

یافته‌ها نشان می‌دهد، حضور مدیران غیرموظف در هیات مدیره شرکت تأثیر مثبتی بر سرمایه‌گذاری شرکت در هزینه‌های تحقیق و توسعه دارد. در واقع اعضای غیرموظف هیئت مدیره از طریق نظارت بر

مدیران موظف، بر رویکردهای مدیریتی و تصمیم‌گیری آنان نظارت دارند. یافته‌های جدول (۱۰) نشان می‌دهد، ضریب تعیین تعدیل شده در مدل نوآوری فردی ۶۳ درصد و در مدل نوآوری فنی ۶۶ درصد و در مدل نوآوری اجرایی ۸۰ درصد است و آمار والد نیز در هر سه مدل دارای سطح معناداری کمتر از ۵ درصد می‌باشد، از این رو مدل برازش شده از اعتبار کافی برخوردار است. در مدل نوآوری محیطی که برحسب روش لاجیت برازش شد، ضریب مک فادن ۵۷ درصد و دارای سطح معناداری کمتر از ۵ درصد می‌باشد. همچنین صحت پیش بینی متغیر وابسته بالای ۹۰ درصد است و سطح معناداری هاسمر لمشو بیش از ۵ درصد بوده و نشان از خوبی برازش مدل دارد.

-آزمون فرضیه دوم

برای بررسی تاثیر حمایت‌های دولتی بر مسئولیت اجتماعی مدیران از رابطه (۲) استفاده شد. یافته‌های برازش مدل در جدول (۱۱) ارائه شده است.

جدول (۱۱): تاثیر حمایت‌های دولتی بر مسئولیت اجتماعی مدیران

متغیرها	ضرایب	انحراف استاندارد	آماره Z	سطح معناداری
ارتباطات سیاسی	-۰/۰۳۸	۰/۰۱۶	-۲/۲۹	۰/۰۲۲
رشد فروش	۰/۰۳۵	۰/۰۰۶	۵/۳۳	۰/۰۰۰
بازده دارایی	-۰/۰۰۷	۰/۰۱۸	-۰/۳۹	۰/۷۰۰
اهرم مالی	-۰/۰۱۲	۰/۰۰۸	-۱/۴۷	۰/۱۴۲
اندازه شرکت	۰/۰۱۵	۰/۰۰۳	۳/۹۵	۰/۰۰۰
مالکیت نهادی	۰/۰۳۳	۰/۰۱۹	۱/۷۰	۰/۰۹۰
استقلال هیئت مدیره	۰/۰۲۳	۰/۰۱۵	۱/۵۱	۰/۱۳۲
عرض از مبدا	-۰/۲۰۷	۰/۰۵۹	-۳/۴۸	۰/۰۰۱
ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۴۳۹			
آماره والد	(۰/۰۰۰) ۲۵/۱۲			

همانطور که یافته‌های جدول (۱۱) نشان می‌دهد، متغیر حمایت‌های دولتی دارای ضریب منفی و برابر با (-۰,۰۳۸) و سطح معناداری کمتر از ۵ درصد است؛ بنابراین حمایت‌های دولتی با مسئولیت اجتماعی مدیران رابطه معکوس و معناداری دارد و در نتیجه فرضیه دوم پژوهش تأیید می‌گردد. براین اساس در شرکت‌های دارای حمایت‌های دولتی میزان افشای اطلاعات در حوزه عملکرد اجتماعی کمتر است. واحدهای اقتصادی که بدلیل ارتباطات با نهادها و سازمان‌های دولتی از حمایت دولت برخوردار هستند؛ نیاز کمتری به استفاده از افشای عملکرد اجتماعی برای حساب آرایایی و کسب شهرت دارند. در متغیرهای کنترلی، رشد فروش با ضریب ۰,۰۳۵ و متغیر اندازه شرکت با ضریب ۰,۰۱۵ رابطه

مثبت و معناداری با میزان افشای عملکرد اجتماعی دارند. این نشان می‌دهد، شرکت‌های بزرگ و دارای رشد درآمد فروش همواره مورد توجه سرمایه‌گذاران و تحلیلگران می‌باشند، لذا این شرکت‌ها سعی می‌کنند با افشای عملکرد اجتماعی اعتماد سرمایه‌گذاران را جلب نموده و مشروعیت اجتماعی خود را در جامعه افزایش دهند. ضریب تعیین تعدیل شده نشان می‌دهد که متغیرهای توضیحی توانسته‌اند ۴۳ درصد از تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهند. آماره والد نیز دارای سطح معناداری کمتر از ۵ درصد می‌باشد، از این رو مدل برازش شده از اعتبار کافی برخوردار است.

۶- جمع‌بندی

روابط دولتی در اقتصادهای نوظهور و توسعه یافته وجود دارد. شرکت‌ها تمایل دارند از حمایت‌های دولتی برای کسب منابع مالی و تسهیلات ارزان قیمت، یارانه‌های تولیدی و معافیت‌های مالیاتی بهره‌مند شوند. در پژوهش‌های پیشین به بررسی پیامدهای روابط دولتی و حمایت‌های دولت از قبیل عملکرد مالی، سیاست‌های تامین مالی و سرمایه‌گذاری، هزینه حقوق صاحبان سهام و... پرداخته شده است. در پژوهش حاضر پیامد حمایت‌های دولتی از منظر میزان نوآوری و عملکرد اجتماعی مورد بررسی قرار گرفت.

یافته‌ها نشان داد، حمایت دولت منجر به کاهش فعالیت‌های نوآورانه شرکت در حوزه فردی، محیطی، فنی و اجرایی می‌شود. شرکت‌ها در محیط رقابت شدید تجاری تلاش می‌کنند از طریق نوآوری در تولید محصول و به‌کارگیری سیستم‌های نوین حسابداری مدیریت عملکرد رقابتی و مالی خود را بهبود بخشند. اما در شرکت‌هایی که مدیران دارای حمایت‌های دولتی بیشتری هستند؛ بدلیل کسب حمایت‌های لازم از دولت در تولید و فروش محصولات، توجه کافی به نوآوری فعالیت‌ها و فرایندها نمی‌شود. در واقع اتکای مدیران شرکت‌ها به حمایت‌های دولتی، نگرش آنها به سرمایه‌گذاری در هزینه‌های تحقیق و توسعه و فعالیت‌های نوآورانه را تحت تاثیر قرار می‌دهد.

مدیران شرکت‌هایی که دارای سطح روابط بالایی با نهادها و سازمان‌های دولتی هستند، برای بهبود عملکرد و تحقق اهداف شرکت روی فرصت‌های حمایت دولت حساب می‌کنند؛ حال آنکه با افزایش توان نوآوری، امکان انطباق با تغییرات محیطی و توسعه توانمندی‌های نوین و در نتیجه کسب مزیت رقابتی و بهبود عملکرد به شیوه مناسب تری حاصل می‌شود. این نتایج با یافته‌های آکجیت و همکاران (۲۰۲۰)، ژانگ و همکاران (۲۰۱۹) و کرامر و جمیز (۲۰۱۹) سازگار است. آنها بیان کردند، حمایت دولت منجر به تضعیف انگیزه فعالیت‌های نوآورانه می‌شود و هر چه حمایت دولت قوی‌تر باشد تاثیر منفی آن بر ظرفیت و توانایی فعالیت‌های خلاقانه و نوآورانه بیشتر می‌شود.

با توجه به نتایج پژوهش پیشنهاد می‌شود، مدیران شرکت‌ها از فرصت حمایت‌های دولتی در راستای کسب دانش نوین و نوآوری در فعالیت‌ها و فرایندها استفاده کنند تا بتوانند موقعیت رقابتی در بازار محصول را حفظ نموده و عملکرد مالی و اقتصادی بهتری داشته باشند. در رویکردهای بلندمدت، بهبود ظرفیت کسب و کار از طریق محصولات با ارزش و باکیفیت و حفظ توان رقابتی در گرو نوآوری فعالیت‌ها و فرایندهای شرکت است؛ چنانچه شرکت بتواند از طریق بهبود نوآوری و فعالیت‌های

تحقیق و توسعه به رشد فروش و حفظ بازار محصول دست یابد، این امر منجر به کاهش هزینه‌ها و افزایش بازده سرمایه‌گذاری می‌شود. همچنین به اعضای غیرموظف هیات مدیره و اعضای کمیته حسابرسی شرکت‌های برخوردار از حمایت دولت توصیه می‌شود در راستای حفظ منافع سهامداران و بهبود عملکرد آتی شرکت، مدیران را متعهد به سرمایه‌گذاری در هزینه‌های تحقیق و توسعه، تولید محصول بهینه و باکیفیت و نوآوری در فرایندهای اجرایی نمایند.

دولت نیز لازم است با حمایت مالی و ارائه تسهیلات و ایجاد بستری جهت تبادل و ارتباط با مخترعان و محققان، امکان آشنایی مدیران شرکت‌ها با جدیدترین روش‌های علمی دنیا را فراهم ساخته و با بهره‌مندی از ظرفیت محققان و مخترعان کشور، فرهنگ نوآوری را گسترش دهد. برقراری ارتباط دائمی و مناسب بین شرکت‌ها با مراکز پژوهشی و دانشگاهی و فرهنگ سازی در خصوص تکیه بر توان داخلی باعث می‌شود تا به این طریق مسئولان و مدیران شرکت‌ها با ارائه سفارش و استفاده از دانش حاصل از پژوهش داخلی، توان خلق دانش در داخل کشور را بهبود بخشیده و نهایتاً با به‌کارگیری رویکردهای نوین ارزش حاصل از نوآوری افزایش یابد.

همچنین یافته‌های پژوهش نشان داد، حمایت‌های دولتی منجر به کاهش میزان افشای اطلاعات عملکرد اجتماعی می‌شود. طبق تئوری علامت دهی، افشای اختیاری اطلاعاتی نظیر راهبری شرکتی، عملکرد زیست محیطی و مسئولیت اجتماعی برای جلب اعتماد سرمایه‌گذاران در بازار سرمایه صورت می‌گیرد. همچنین تئوری‌های افشا، سطح افشای اختیاری در شرکت‌های فعال در بورس اوراق بهادار را جهت بهبود شفافیت اطلاعاتی و افزایش سطح معاملات سهام بالاتر پیش بینی می‌کنند. لذا عموماً شرکت‌ها تلاش می‌کنند، اعتبار و شهرت اجتماعی خود را از طریق همکاری در فعالیت‌های اجتماعی افزایش دهند و با ارائه اطلاعات درباره ایفای مسئولیت اجتماعی نظر مشتریان و سرمایه‌گذاران را جلب نمایند؛ اما در شرکت‌های دارای حمایت‌های دولتی، نگرانی درباره ضعف عملکرد اجتماعی کمتر است و در نتیجه ارائه اطلاعات در این حوزه کاهش می‌یابد.

در واقع شرکت‌های دارای حمایت‌های دولتی نسبت به فشارهای بازار و رقابت‌های معمول حساس نیستند و نیاز کمتری به افشای عملکرد اجتماعی برای حساب آرای و کسب شهرت دارند. کسب مزیت‌هایی نظیر کاهش هزینه‌های تامین مالی در نتیجه حمایت دولت می‌تواند برای شرکت‌ها مفید باشد؛ اما از طرف دیگر کاهش در ایفای عملکرد اجتماعی و سطح افشای اختیاری اطلاعات می‌تواند هزینه‌هایی نظیر کاهش اعتماد ذینفعان را در پی داشته باشد. این نتایج با یافته‌های حسینی و بحرایی (۱۳۹۸)، موتکین و همکاران (۲۰۱۸) و هونگ و همکاران (۲۰۱۷) سازگار است. آنها آنها بیان کردند: روابط با سازمان‌های دولتی منجر به حمایت‌های مالی دولت می‌شود و چنین شرکت‌هایی را در برابر واکنش ذینفعان نسبت به کاهش عملکرد اجتماعی مصون می‌سازد.

براساس یافته‌های پژوهش پیشنهاد می‌شود، مدیران در تعامل با سازمان‌های دولتی می‌توانند فعالیت‌های اجتماعی مفیدی برای جامعه داشته باشند و با افشای اطلاعات مربوط به آن از اعتبار و شهرت بیشتری برخوردار گردند. همچنین مدیران لازم است رویکرد و استراتژی‌های بلند مدت نظیر رویکردهای اجتماع محور اتخاذ کنند و به تبع آن اهداف و قوانین و دستورالعمل‌های متناسب

با آنها را تدوین و به اجرا دریاورند. تا بدین طریق با کسب مزیت‌های رقابتی باعث شهرت شرکت و همچنین رشد روزافزون عملکرد مالی شوند. همچنین به نهادهای نظارتی نظیر بورس اوراق بهادار توصیه می‌شود، سیاست‌هایی اتخاذ نمایند که شرکت‌ها تشویق به افشای عملکرد اجتماعی شوند. براساس یافته‌های پژوهش به تحلیل گران و فعالان بازار سرمایه توصیه می‌شود، دقت نظر داشته باشند که میزان بازدهی در شرکت‌های دارای حمایت‌های دولتی ناشی از فرصت‌هایی است که دولت در تامین منابع مالی، بازار مواد اولیه و فروش محصول ایجاد کرده و کمتر به کسب مزیت رقابتی، خلاقیت و نوآوری توجه شده است. از آنجا که پژوهش‌های زیادی در زمینه حمایت‌های دولت و میزان افشای داوطلبانه در داخل کشور انجام نگرفته است، پیشنهاد می‌شود تا رابطه این متغیر با موضوعاتی نظیر افشای ریسک، افشای استراتژی‌های راهبردی شرکتی و ویژگی‌های کیفی گزارش مالی شرکت‌ها مورد بررسی قرار گیرد.

۷- پی نوشت

9. Capital Markets 5.Multivariate Regression 1. Friendship Economics
 10.Variance Inflation Factor(VIF) 6.Excel 2. Theory of legitimacy
 11.Generalized least squares regression(GLS) 7.Stata 3. Corporate Social Responsibility
 12.Logistic regression 8.topsis 4. Shanon Entropy

۸- منابع مراجع

الیاسی، مهدی، میرزایی، حسین، حساس یگانه، سید یحیی، قاضی نوری، سید سروش. (۱۳۹۸) تاثیر حاکمیت شرکتی بر تلاشهای نوآورانه شرکت‌های فعال در بازار بورس و اوراق بهادار تهران، مدیریت نوآوری ۸(۳):۱۲۶-۹۹.

بادآور نهندی، یونس، تقی زاده خانقاه، وحید. (۱۳۹۷). تأثیر ارتباطات سیاسی بر سرمایه‌گذاری بیشتر از حد و عملکرد شرکت، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی: ۲۵(۲):۱۹۸-۱۸۱.

بخشی، محمدرضا، پناهی، رجب، ملایی، زینب، کاظمی، سیدحسین و محمدی، داود (۱۳۹۰). ارزیابی وضعیت نوآوری در منطقه جنوب غرب آسیا و تعیین جایگاه ایران: کاربرد روش تصمیم‌گیری پرمته. فصلنامه سیاست علم و فناوری، سال ۳، شماره ۳، صص ۳۱-۱۹.

برادران حسن زاده، رسول، ابیضی، عیسی، نامور، رامین. (۱۳۹۸). تاثیر ارتباطات سیاسی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت با تاکید بر رقابت بازار محصول، پژوهش‌های تجربی حسابداری ۹(۱): ۳۲۵-۳۰۱

بنی مهد، بهمن، عربی، مهدی و حسن پور، شیوا (۱۳۹۵). پژوهش‌های تجربی و روش‌شناسی در حسابداری. انتشارات ترمه. تهران

تقی زاده خانقاه، وحید، زینالی، دکتر مهدی. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها بر کارایی سرمایه‌گذاری و نوآوری، حسابداری سلامت: ۵(۲): ۲۷-۱.

پاک‌نیت، مریم، انصاری، رضا، شاهین، آر.ش. (۱۳۹۵). تحلیل تاثیر توانمندی‌های نوآوری فناورانه بر تجاری سازی فناوری و عملکرد شرکت‌های دانش بنیان استان اصفهان. مدیریت نوآوری، ۵(۳): ۸۴-۵۹

جو تید، جان بست، مترجم دکتر محمد رضا اراستی و همکاران (۱۳۹۸). مدیریت نوآوری (یکپارچه سازی

تغییرات فناوریانه، بازار و سازمان) -جلد اول. انتشارات موسسه خدمات فرهنگی رسا
حسینی، سیدعلی، بحیرایی، افسانه، (۱۳۹۸) تاثیر ارتباطات سیاسی بر افشای داوطلبانه در بورس اوراق بهادار
تهران. مطالعات تجربی حسابداری مالی ۱۶(۶۲): ۱۷۵-۱۵۱.

خوراکیان، علیرضا، کدخدای، نگار، ملازاده یزدانی، بهاره. (۱۳۹۶). بررسی نقش سرمایه فکری بر روی
رفتار نوآوران با تأکید بر نقش میانجیگری اشتراک دانش (مورد مطالعه: پژوهشکده هوا خورشید). مدیریت
نوآوری: ۶(۱۰)، ۱۳۴-۱۰۱

شهبازی، کیومرث، حیدری، الهام و کشاورزی، فهیمه (۱۳۹۳). بررسی تأثیر کارآفرینی و نوآوری بر رشد
اقتصادی (رهیافت داده‌های تابلویی). فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی. ۲(۵): ۵۴-۴۳
شهسواری، معصومه، سلمانی، رسول. (۱۳۹۷). بررسی پیامدهای اقتصادی مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت
ها (با تأکید بر کارایی سرمایه‌گذاری، دانش سرمایه‌گذاری، ۷(۲۷): ۲۴۰-۲۲۵.
صالحی نیا، محسن، تامرادی، علی. (۱۳۹۸). تأثیر ارتباطات سیاسی بر سیاست‌های تأمین مالی، پژوهش‌های
حسابداری مالی: ۲(۱۱)، ۶۰-۳۹.

صبوحی، نسترن، محمدزاده، امیر. (۱۳۹۷). بررسی رابطه بین عملکرد اجتماعی، ساختار مالکیت و حاکمیت
شرکتی. دانش حسابداری مالی: ۵(۱)، ۱۵۱-۱۲۷
لاله ماژین، مریم، زلفی، حسن، بیات، مرتضی، سبحانی، علی. (۱۳۹۶)، تأثیر مالکیت دولتی بر عملکرد
شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، ۹(۳۶): ۱۷۰-
۱۵۱

نمازی، محمد؛ مقیمی، فاطمه (۱۳۹۷). تأثیر نوآوری و نقش تعدیلی مسئولیت پذیری اجتماعی بر عملکرد
مالی شرکت‌ها در صنایع مختلف. فصلنامه بررسی‌های حسابداری و حسابرسی ۲۵(۲): ۳۱۰-۲۸۹

Abeyskera, Indra, (2003). Political Economy of Accounting in Intellectual Capital Reporting The European Journal of Management and Public Policy, 2(1), 2003, 65-79. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2326087>.

Argente, David, Salome Baslandze, Douglas Hanley, and Sara Moreira, "Patents to Products: Product Innovation and Firm Dynamics," Working Paper 2020.

Akcigit, Ufuk, Akcigit, Ufuk, Baslandze, Salomé, Baslandze, Salomé, and Francesca Lotti (2020). Connecting to Power: Political Connections, Innovation, and Firm Dynamics. NBER Working Paper: No. 25136.

Bianchi, M.T., Monteiro, P., Azevedo, G., Oliveira, J., Viana, R.C. and Branco, M.C. (2019), "Political connections and corporate social responsibility reporting in Portugal", Journal of Financial Crime, 26 (4), pp. 1203-1215.

Boubakri N, Cosset J, Walid S,. (2012),. The impact of political connections on firms' operating performance and financing decisions, J Financ Res. 35,pp:397-423.

Bulbul, H. (2007). Competitive and Innovation Applications of Large Food Inin Turkey, Journal Ofof Economics Andand Adminiſtrative Sciences, Hacettepe University, 25(1),pp, pp.: 91-120.

Bushman, R. M. ,, & Piotroski, J. D. (.2006). Financial reporting incentives for conservative accounting: The influence of legal and political institutions. Journal of accounting and economics,42, 42(1-2) ,pp), pp: 107-148.

Chenhall, R. H. (2005). Integrative Strategic Performance Measurement Systems, Strategic Alignment of Manufacturing, Learning and Strategic Outcomes: An Exploratory Study. Accounting, Organizations and Society, 30(5(5),pp, pp: 395-422.

Choy, H., Gul, F.A., & Yao, J. (2011). Does political economy reduce agency costs? Some evidence from dividend policies around the world. Journal of Empirical Finance, 18(1),pp, pp: 16-35.

. Cull, R., Li, W., Sun, B. & Xu, L.Cand L.C. (2015). Government connections and financial constraints: evidence from a large representative sample of Chinese firms. Journal of Corporate Finance, 32(1(1): 271-294

Damanpour, F. (.1987). The Adoption of Technological Adminiſtive and Ancillary Innovation: Impact of Organizational Factors. Journal of Management, 13(4(4),pp, pp: 675-688.

Damanpour, F. (1991). Organizational Innovation: A Meta-Analysis of Effects of Determinants and Moderators. Academy of Management Journal. Vol. 34, No.3, Pp. 555-590.

Damanpour, F., and Evan, W. M. (1984). Organizational Innovation and Per Formance: The Problem of Organizational Lag. Administrative Science Quarterly, 29(3),pp: 392-409.

Dicko, S., Khemakhem, H. & Zogning, F. (2020).. Political connections and voluntary disclosure: the case of Canadian listed companies. Journal of Management and Governance 24,pp: 481-506

Erdayosi& Putri. W.A. (2019). The effect of political connection of CSR disclosure with profitability as moderating variable. Journal of applied managerial accounting, 3(2): 247-261

Faccio, M. (2006). Politically connected firms. *American Economic Review*, 96 (1),pp: 369-386.

Faccio, M. (2010). Differences between politically-connected and non-connected firms: a cross country analysis. *Financial Management*, 39) 3(: 905-928.

Francis, David , Hussain, Sahar and Schiffbauer, Marc (.2018). Do Politically Connected Firms Innovate, Contributing to Long-Term Economic Growth? Policy Research Working Papers: <https://doi.org/10.1596/1813-9450-8502>

Hung, Mingyi and Kim, Yongtae and Li, Siqi, (2017). Political Connections and Voluntary Disclosure: Evidence from Around the World . *World Journal of International Business Studies*, Forthcoming. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3083735>

Khan,A, Dessalegn, G, Mihret, M & Muttakin, B. (2016). Corporate political connections,agency, agency costs and audit quality. *International Journal of Accounting & Information Management*, 24(4),pp, pp: 357 –374

Krammer, Sorin and Jimenez, Alfredo (2019). . Do political connections matter for firm innovation? Evidence from emerging markets in Central Asia and Eastern Europe. MPRA Paper .<https://mpra.ub.uni-muenchen.de/94942/>

Leuz, F., and C. Oberholzer-Gee.F. (2006). . "Political Relationships, Global Financing and Corporate Transparency: Evidence from Indonesia." *Journal of Financial Economics* 18 (3),pp:541, pp: 541–559

Mathews, M.R. (01141997).Twenty-five years of social and environmental accounting research: Is there a silver jubilee to celebrate?. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 2(7), pp.720 – 460

Mohammed, N. F.; Ahmed, K., ji, X.D. (2011). . “Accounting Conservatism, Corporate Governance and Government political support :support: Evidence from Malaysia”,*American, American Accounting Association Annual Meeting, Denver, Coloroda.*

Molina.M (.2010)“ . The“The Corporate Role in a Changing Society: A Model of Sense-making and of Firm Characterization” , PHD Thesis, Business School, Universitat Ramon Llull.

Muttakin, M.B., Mihret, D.G. and Khan, A. (2018), . "Corporate political connection and corporate social responsibility disclosures: A neo-pluralist hypothesis and empirical evidence", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 31(2), pp: 725-744.

OECD. (2005). Oslo manual guidelines for collecting and interpreting innovation data. Organisation for Economic Co-operation and Development: Statistical Office of the European Communities, Paris.

Qu, J.; Cao, J.; Wang, X.; Tang, J.; Bukenya, J.O. (2017). Political Connections, Government Subsidies and Technical Innovation of Wind Energy Companies in China. MPRA Paper, *journalPaper, journal/Sustainability*, 9(10), 1812; doi:10.3390: 10.3390

Scott, S.G., Bruce, R.A. (1994). Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace. *Academy of Management Journal*, 37 (3), pp:580: 580–607.

Suchman, M. C. (1995) . “Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches”, *Academy of Management Journal*, 20, 20(3(3), pp, pp: 571 - 610.

Xu, S. and Lui, D. (2020). . Political connections and corporate social responsibility: Political incentives in China. *Business Ethics*, 29(4):664-693

Zhong-qin, s., Zuoping, X. & Lin, Y. (2019). Do political connections enhance or impede corporate innovation?. *International Review of Economics & Finance*, Elsevier, 63(C), 94-110.

الباسی، مهدی، میرزایی، حسین، حساس یگانه، سید یحیی، قاضی نوری، سید سروش. (۱۳۹۸). تاثیر حاکمیت شرکتی بر تلاشهای نوآورانه شرکت‌های فعال در بازار بورس و اوراق بهادار تهران، مدیریت نوآوری ۸(۳): ۹۹-۱۲۶.

بادآور نهندي، یونس، تقی زاده خانقاه، وحید. (۱۳۹۷). تأثیر ارتباطات سیاسی بر سرمایه‌گذاری بیشتر از حد و عملکرد شرکت، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی : ۲۵(۲): ۱۹۸-۱۸۱.

بخشی، محمدرضا، پناهی، رجب، ملایی، زینب، کاظمی، سیدحسن و محمدی، داود. (۱۳۹۰). ارزیابی وضعیت نوآوری در منطقه جنوب غرب آسیا و تعیین جایگاه ایران: کاربرد روش تصمیم‌گیری پرمته. فصلنامه سیاست علم و فناوری، سال ۳، شماره ۳، صص ۳۱-۱۹.

برادران حسن زاده، رسول، ابیضی، عیسی، نامور، رامین. (۱۳۹۸). تأثیر ارتباطات سیاسی بر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت با تأکید بر رقابت بازار محصول، پژوهش های تجربی حسابداری ۹(۱): ۳۰۱-۳۲۵

بنی مهد، بهمن، عربی، مهدی و حسن پور، شیوا. (۱۳۹۵). پژوهش های تجربی و روش شناسی در حسابداری. انتشارات ترمه. تهران

تقی زاده خانقاه، وحید، زینالی، دکتر مهدی. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها بر کارایی سرمایه گذاری و نوآوری، حسابداری سلامت: ۲(۵): ۲۷-۱.

پاک نیت، پاک نیت، مریم، انصاری، رضا، شاهین، آر.ش. (۱۳۹۵). تحلیل تأثیر توانمندی های توانمندی های نوآوری فناورانه بر تجاری سازی تجاری سازی فناوری و عملکرد شرکت های دانش بنیان دانش بنیان استان اصفهان. مدیریت نوآوری، ۵(۳): ۸۴-۵۹

جو تید، جان بست، مترجم دکتر محمدرضا محمد رضا آراستیاراستی و همکاران. (۱۳۹۸). مدیریت نوآوری (یکپارچه سازی یکپارچه سازی تغییرات فناورانه، بازار و سازمان) - جلد اول. انتشارات موسسه موسسه خدمات فرهنگی رسا

حسینی، سیدعلی، بحیرایی، افسانه. (۱۳۹۸). تأثیر ارتباطات سیاسی بر افشای داوطلبانه در بورس اوراق بهادار تهران. مطالعات تجربی حسابداری مالی ۱۶(۶۲): ۱۷۵-۱۵۱.

خوراکیان، علیرضا، کدخدای، نگار، ملازاده یزدانی، بهاره. (۱۳۹۶). بررسی نقش سرمایه فکری بر روی رفتار نوآورانه با تأکید بر نقش میانجیگری اشتراک دانش (مورد مطالعه: پژوهشکده هوا خورشید). مدیریت نوآوری: ۶(۱۰): ۱۳۴-۱۰۱

شهبازی، کیومرث، حیدری، الهام و کشاورزی، فهیمه. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر کارآفرینی و نوآوری بر رشد اقتصادی (رهیافت داده های تابلویی). فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی. ۲(۵): ۵۴-۴۳

شهبازی، معصومه، سلمانی، رسول. (۱۳۹۷). بررسی پیامدهای اقتصادی مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها (با تأکید بر کارایی سرمایه گذاری، سرمایه گذاری، دانش سرمایه گذاری، ۷(۲۷): ۲۴۰-۲۲۵.

صالحی نیا، محسن، تامرادی، علی. (۱۳۹۸). تأثیر ارتباطات سیاسی بر سیاست های سیاست های تأمین مالی، پژوهش های پژوهش های حسابداری مالی: ۲(۱۱): ۶۰-۳۹.

صبحی، نسترن، محمدزاده، امیر. (۱۳۹۷). بررسی رابطه بین عملکرد اجتماعی، ساختار مالکیت و حاکمیت شرکتی. دانش حسابداری مالی: ۵(۱): ۱۵۱-۱۲۷

لاله ماژین، مریم، زلفی، حسن، بیات، مرتضی، سبحانی، علی. (۱۳۹۶). تأثیر مالکیت دولتی بر

عملکرد شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی،
۱۵۱-۱۷۰:(۳۶)۹

نمازی، محمد؛ مقیمی، فاطمه (۱۳۹۷). تأثیر نوآوری و نقش تعدیلی مسئولیت‌پذیریمسئولیت پذیری
اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت‌ها شرکت‌ها در صنایع مختلف. فصلنامه بررسی‌های حسابداری و
حسابرسی ۲۵(۲): ۳۱۰-۲۸۹

theThe effect of Government support on innovation performance and social responsibility

Nazanin bashirimanesh1*, zeynab dehghani2

1*- Corresponding Author: Assistant professor, Department of management, economic&
accounting, PNU University of Tehran, Tehran, Iran. bashirimanesh@gmail.com

2-MSc. Student in Accounting, Pnu University, asaloyeh, Iran.

Abstract

Companies in a competitive environment of world trade need to use new ways of innovation and playing a social role to create value and improve financial performance. Also companies tend to benefit from government support to obtain financial resources and low-cost facilities, production subsidies, and tax exemptions. Government support can play a role in performance of innovation and social responsibility of managers. The aim of this study is to investigate the effect of political communication on innovation and social responsibility. For this purpose, a sample of 132 companies listed on the Tehran Stock Exchange during 1392 to 1397 were examined. Research hypotheses were tested using combined data and using multiple and logit regression in Stata and Eviews software. The findings of the research hypothesis test show Government support have a negative and significant effect on innovative activities. In companies with Government support, access to financial resources, production subsidies and market sales of products is higher, and as a result, managers of these companies pay less attention to innovation in activities and processes, especially the use of new management accounting techniques. Also, in companies with Government support, due to government financial support, there is less concern about poor social performance, and as a result, the provision of information in this area is reduced.

keyKey words: Government support, innovation, social responsibility