



ارائه شده توسط:

سایت ترجمه فا

مرجع جدیدترین مقالات ترجمه شده

از نشریات معتبر

مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها و چسبندگی قیمت

چکیده :

این مقاله به بررسی اثرات چسبندگی قیمت مشارکت شرکت در فعالیت های مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها (CSR) می پردازد. چسبندگی قیمت بیانگر یک رفتار هزینه غیر متقارن است که به موجب آن بزرگی افزایش هزینه در پاسخ به افزایش در سطح فعالیت بزرگ تر از بزرگی و دامنه کاهش قیمت با کاهش در سطح فعالیت است. فرضیه ما این است که مشارکت CSR مستلزم سرمایه گذاری مداوم در فعالیت های ارزش آفرینی می باشد که مستلزم هزینه های تعدیل رو به پایین معنی دار در طی دوره های شوک های درآمدی می باشد که چسبندگی هزینه را در پی دارد. ما از دو شاخص CSR متفاوت استفاده می کنیم و شواهدی را برای تایید فرضیه پیدا می کنیم. ما هم چنین CSR را به نقاط قوت و نقاط ضعف CSR تجزیه کرده و پی بردیم که چسبندگی هزینه برای نقاط قوت CSR برحسته تر است. در نهایت، ما چسبندگی قیمت را برای چهار مولفه CSR فردی یعنی محیط، کارکنان، محصول و جامعه بررسی کرده و هزینه های چسبنده را برای بعد نقاط قوت CSR برای همه مولفه ها پیدا می کنیم.

لغات کلیدی: مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها، رفتار هزینه غیر متقارن، KLD

1-مقدمه

ما به بررسی اثر مشارکت CSR شرکت ها بر چسبندگی قیمت پرداختیم که در آن در صورتی که دامنه افزایش در هزینه های مربوط به افزایش در حجم بزرگ تر از بزرگی کاهش در هزینه های مربوط به کاهش معادل حجم باشد، قیمت ها چسبنده می باشند (اندرسون، بانکر و جاناکیرمان 2003، صفحه 48). مدل سنتی حسابداری هزینه و نیز هزینه یابی مبتنی بر فعالیت بیان می دارد که هزینه ها با محرک های هزینه متناسب می باشند (نورین 1991). با این حال، تحقیقات بعدی، یک رابطه پیچیده تر را بین هزینه و فعالیت ها یافته است که به موجب آن برخی هزینه ها زمانی که فعالیت افزایش می یابد افزایش یافته ولی به طور متناسب با کاهش فعالیت، کاهش نمی یابند (کوپر و کاپلان 1998). اندرسون و همکاران (2003) از فروش سطح شرکتی، هزینه های عمومی و مدیریتی (SG-A) به عنوان مولفه های هزینه استفاده کرده و چسبندگی قیمت را تایید کردند.

ما در این جا عامل موثر ناشناخته موثر بر چسبندگی قیمت را بررسی کردیم: مشارکت شرکت ها در فعالیت های CSR. بر اساس تئوری کارگزاری و سهام دار، برخی از مطالعات استدلال کرده اند که استفاده از منابع شرکتی ارزشمند برای مشارکت در CSR می تواند اثرات مدیریتی معنی داری داشته باشد (فریمن 1984، وارتیک و کوچران 1985، وود 1991). CSR می تواند اثر مثبتی با ارایه دسترسی بهتر به منابع ارزشمند (کوچران و وود 1984، وادوک و گریوز 1997) و با جذب و حفظ کارکنان با کیفیت بالا (گرینینگ و توربان 2000، توربان و گرینینگ 1997) داشته باشد به طوری که امکان بازار یابی بهتر محصولات و خدمات را می دهد (فرومبارن 1996، مسکووینتز 1972) و فرصت های پیش بینی نشده ای را ایجاد می کند فومبورن، گرادبرگ و بارت 2000). به علاوه، مشارکت CSR می تواند موجب کاهش احتمال اقدامات نظارتی، حقوقی یا مالی شده (برمن، ویکس، کوتا و جونز 1999 ف فریمن 1984، هیلمن و کیم 2001)، مصرف کننده های آگاه از نظر اجتماعی را جذب کرده (هیلمن و کیم 2001) یا منابع مالی را از سرمایه گذاران مسئول اجتماعی جذب می کند (کاپشتین 2001). این مزایا فرضا جبران کننده هزینه های بالاتر مرتبط با CSR می باشند، زیرا منابع بایستی برای قادر سازی شرکت در راستای دست یابی به وضعیت CSR تخصیص داده شود (سیگل و ویتالیانو 2007). (حروف ایتالیک افزوده شده اند).

از یک سو، فریدمن (1970)، مشارکت CSR را به صورت یک عامل کاهنده ارزش برای سرمایه گذاران توصیف می کند، از این روی پیش بینی یک رابطه منفی بین مشارکت CSR و ارزش شرکت را امکان پذیر می کند. برای مثال، پرستون و ابونن (1997) به بحث در خصوص فرضیه فرصت گرایی مدیریتی پرداخته و استدلال کردند که منافع مدیریتی می تواند منجر به سرمایه گذاری بیش از حد CSR شود: این یک عمل مضر برای منافع ذی نفعان بوده و از این روی منجر به معایب رقابتی شده و بر ارزش شرکت اثر منفی دارد (بنبون و تیروول 2010).

هر دوی این دیدگاه ها اشاره به سرمایه گذاری CSR بلند مدت دارند که یک پاسخ به فشار خارجی همانند پاسخ به منابع سطح شرکتی است. سطح منابع اختصاص داده شده به فعالیت های CSR در کوتاه مدت بستگی به قابلیت دسترسی منابع غیر لازم برای اهداف دیگر دارد. از نظر رفتار هزینه ای، بررسی الگوی رفتار هزینه CSR جالب است: به ویژه، وجود یا نبود چسبندگی قیمت. دیدگاه نظری در خصوص چسبندگی قیمت بستگی به این ایده دارد که بسیاری از هزینه ها از جمله سرمایه گذاری بر روی فعالیت های مربوط به CSR ناشی از تصمیمات تعهد منابع

تعمدی مدیران بوده و هزینه های تعدیل مرتبط با تعهدات منابع متغیر، موجب چسبندگی قیمت ها می شود) برای مثال اندرسون و همکاران (2003). با کاهش سطح فعالیت، مدیران ممکن است متمایل به کاهش اندازه منابع CSR نباشند برای مثال کمک به خیریه ها، پشتیبانی از برنامه های مسکن و آموزش و از این قبیل موارد. بر عکس، وقتی که سطح فعالیت افزایش می یابد، مدیران باید سرمایه گذاری اضافی در فعالیت های مربوط به CSR کنند برای مثال سرمایه گذاری های اضافی برای کاهش تخریب محیط زیست. از این روی، تا حدی که مدیران قادر به تشخیص رابطه تعادلی ناشی از هزینه های تعدیل باشند، آن ها هزینه های CSR را تا حد کمی کاهش خواهند داد به خصوص زمانی که فعالیت کم تر از میزان توسعه سرمایه CSR با افزایش فعالیت کاهش یابد و از این روی تولید چسبندگی قیمت می کند (اندرسون و همکاران 2003، بانکر، بیزلوف و چن 2013). این اثر برای شرکت های با مشارکت CSR مثبت برجسته تر است: اقدامات شرکتی اختیاری طراحی شده برای بهبود شرایط اجتماعی (مکی، مکی و بارنی 2007) نسبت به شرکت های با مشارکت CSR بحث انگیز (منفی). اولی به شرکت ها امکان استفاده از منابع ارزشمند، جذب و حفظ کارکنان با کیفیت بالا در میان سایر عوامل را مثبت می دهد و به این ترتیب موجب ایجاد سرمایه گذاری های بلند مدت شده و حفظ این موارد منوط به تعدیل رو به پایین کم تر است. با این حال، برخی شرکت ها دارای مجموعه ای از اقدامات شرکتی می باشند که اثر منفی بر ادعاهای مشروع ذی نفعان اجتماعی قابل شناسایی در بلند مدت دارد (استریک، گائو و بانزال 2006، صفحه 852). CSR منفی می تواند به صورت یک راهبرد صرفه جویی هزینه به قیمت کاهش ارزش سهام دار در نظر گرفته شود (کاج و مون 2012). ما انتظار داریم که هزینه های CSR این شرکت ها برای نشان دادن رفتار ضد چسبندگی هزینه، یعنی زمانی که فعالیت افزایش می یابد افزایش هزینه کم تر است ولی وقتی که فعالیت با مقدار معادل کاهش می یابد بیشتر کاهش می یابد.

ما از نمرات CSR سطح شرکتی دیتابیس تحلیل و تحقیقات دومینی، کیندر و لیندبرگ استفاده می کنیم. اگرچه KLD سرمایه گذاری دلار واقعی مربوط به فعالیت های CSR را رایه نمی کند، KLD امتیاز خود را بعد از ارزیابی دقیق فعالیت های CSR سطح شرکتی رایه می کند. وودوک و گریوز (1997) خاطر نشان کردند که در صورت امکان، KLD از معیار های کمی برای تعیین رتبه بندی استفاده می کند (برای مثال مبلغ دلار پرداختی برای جریمه: درصد کارکنانی که انواع خاصی از مزایا را دریافت می کنند). کمپف و اتشوف (2007) نیز از داده های KLD

در بررسی اثر سرمایه گذارای مسئولانه اجتماعی بر روی عملکرد پرتفوی استفاده کردند. سایر مقالاتی که از داده های KLD استفاده می کنند، شامل کیم و استاتمن (2012)، دوپلور و نیکر و وان استادن (2011) می باشند. شرکت هایی که نقاط قوت CSR را نشان دادند با سیستم امتیاز دهی KLD در استفاده از محصولات نوآورانه، ارائه خدمات محیطی، تولید محصولات افزایش دهنده استفاده کارآمد از انرژی، داشتن برنامه های پیش گیری از آلودگی قوی از جمله کاهش آلودگی و برنامه های کاهش استفاده از مواد سمی مشخص شدند. این فعالیتی ها مستلزم سرمایه گذاری پیوسته به صورت بخشی از هزینه های عملیاتی سطح شرکت است (یک متغیر برابند در مدل چسبندگی هزینه).

ما از دو شاخص CSR متفاوت و دو امتیاز تولید شده KLD بر روی فعالیت های مثبت CSR (CSR_STR) و نیز فعالیت های CSR (CSR_CON) استفاده می کنیم. پی برده شد که سرمایه گذارای های مرتبط با CSR، چسبندگی های قیمت را نشان می دهند زیرا آن ها کم تر با کاهش در سود شرکت کاهش می یابد، اثری که به مشاهدات شرکت-سال با مشارکت CSR مثبت نسبت داده می شود. از سوی دیگر، مشاهدات سال-شرکت با مشارکت CSR منفی، چسبندگی قیمت را نشان می دهند. استفاده از امتیاز CSR ترکیبی موجب پنهان شدن اثر هر بعد CSR بر روی چسبندگی قیمت می شود (اتیگ، گلیرلی، الگول و گادامی 2014، پلتینکا و شولتن 2008) زیرا CSR یک ساختار چند بعدی است (کارول 1979). از این روی ما به بررسی چسبندگی قیمت برای مولفه های CSR می پردازیم یعنی: CSR مرتبط با محیط، CSR مرتبط با کارمند، CSR مرتبط با محصول، CSR مرتبط به جامعه. مطابق با نتایج اصلی، هزینه ها برای مشاهدات مشارکت CSR مثبت در این مقوله های فردی چسبندگی هستند. با این حال، استدلال ضد چسبندگی قیمت برای این مقوله های فردی تایید نمی شوند.

ما به شیوه های مهم به غنای مطالعات و منابع کمک می کنیم. اولاً، یافته های ما تقویت کننده مطالعات CSR با ثبت تعادل مدیریتی در خصوص تعدیلات منابع است. تا آن جا که ما می دانیم، این اولین مطالعه ای است که از CSR به عنوان متغیر زمینه ای موثر بر چسبندگی قیمت استفاده می کند. دوماً، ما تحقیقات اخیر در خصوص CSR را به طور نظری و تجربی به منظور تمایز ابعاد منفی CSR از ابعاد مثبت جمع اوری کرده (کودفری، مریل، هانسن 2009، فکاچن و مون 2012، مولر و کراسی 2011، استریک 2006) و به بررسی الگوهای رفتار هزینه

مرتبط با CSR در خصوص این دو ابعاد می پردازیم. سوما ما به غنای منابع چسبندگی قیمت نیز کمک می کنیم زیرا هزینه ها عامل مهم موثر بر سود بوده و درک متغیرهایی نظیر CSR که بر رفتار مشتری اثر دارد مفید است. ادامه این مقاله به صورت زیر سازمان دهی شده است. بخش 2 به مرور منابع مربوطه پرداخته و فرضیات قابل آزمایش را ارائه می کند. بخش سوم به بررسی مسائل طراحی تحقیق می پردازد. بخش زیر، روش ها و آماره های توصیفی انتخاب نمونه را ارائه می کند. ما نتایج آزمایشی اصلی را در بخش 5 گزارش می کنیم. بخش 6 شامل نتیجه گیری مقاله است.

2- مرور منابع و توسعه فرضیه

CSR منعکس کننده دامنه پاسخ فعالانه شرکت با طیف وسیعی از تقاضای ذی نفعان و سهام داران می باشد (ف ریمن 1984، هیلمن و کیم 2001، راولی و برمن 2000) از جمله ذی نفعان، کارکنان، عرضه کننده ها، مشتریان و جامعه گسترده تر. تقاضای CSR شامل اطمینان از محیط عاری از آلودگی، تنوع محیط کار و شرایط کاری خوب برای کارکنان، پشتیبانی برای آموزش و مسکن و محصولات با کیفیت است. فعالیت های CSR اشاره به یک ابزار موثر برای دست یابی به پشتیبانی سهام داران داشته و از منابع سازمانی استفاده کرده و پوشش مطلوب رسانه ای، مشروعیت برای جامعه کسب کرده و میزان جست و جو توسط سرمایه گذاران و کارکنان را کاهش می دهند (ارتلزکی، شمیدت و رینس 2003). الکساندر و باشولز 1978 پیشنهاد کرده اند که سهام داران می توانند فعالیت های CSR را به عنوان مهارت مدیریتی در نظر بگیرند و یک شرکت دارای CSR ساختاری، ممکن است با تعارضات نسبتاً کمی با سهام داران مواجه شوند از جمله پایگاه مشتری شرکت. CSR¹ می تواند دارای اثر مثبتی بر روی عملکرد شرکت از طریق ارائه دسترسی بهتر به منابع ارزشمند داشته باشد (کوچران و وود 1984، وادوک و گریوز 1997) و از این روی کارکنان با کیفیت بالا را جذب و حفظ کند (گرینینگ . ترابان 2000، ترابان و گرینینگ 1997) و به این ترتیب امکان بازاریابی بهتر محصولات و خدمات (فامبورن 1996، ماسکویتز 1972) را داده و به سمت کسب مشروعیت اجتماعی حرکت می کند.

1 ما از ارائه مرور جامع منابع عظیم در خصوص عوامل موثر و برابند های CSR اجتناب می کنیم (ارلیتزکی و همکاران 2003، برای فرا تحلیل جامع از مطالعات بررسی کننده اثر CSR بر روی عملکرد شرکت). شواهد اخیر نشان می دهد که شرکت های با شیوه های CSR بهتر از هزینه پایین سرمایه لذت می برند (داهیولال، لی، تسناک و یانگ 2011، الگول، گودهامی، کوک، میشر 2011) و مستعد ریسک پایین تر (کیم و لی و لی 2014) بوده و سود با کیفیت بهتر را در مقایسه با شیوه های ضعیف CSR گزارش می کنند.

با این حال نگرانی‌ها در خصوص CSR رشد قابل توجهی در دو دهه اخیر در میان مطبوعات و انتشارات کسب و کار، رهبران سیاسی و کسب و کار، مشتریان، عرضه‌کننده‌ها، گروه‌های جامعه و دولت داشته‌اند (مک ویلیامز و سیگل 2001). رشد دراماتیک و فزاینده در تعداد موسسات و صندوق‌های متقابل سهام بر اساس رفتار CSR مثبت، شرکت‌ها را تشویق به پاسخ‌گویی و حساسیت اجتماعی می‌کنند. به منظور رسیدگی به افزایش توجه به اثر شرکت‌ها و تعاونی‌ها بر روی جامعه، بیش از نیمی از 1000 شرکت فورچون در آمریکا به طور مرتب CSR را صادر می‌کنند و تقریباً 10 درصد سرمایه‌گذاری‌های آمریکا حصول اطمینان از این موضوع است که معیارهای CSR را داشته باشند (گالمیا و همکاران 2008).² به علاوه، تعداد روز افزونی از شرکت‌ها در سرتاسر دنیا، تلاش‌های جدی برای تلفیق CSR در ابعاد مختلف کسب و کار انجام داده‌اند (هارجتو و جو 2011، جو و هارجتو 2011). بر طبق گزارش سرمایه‌گذاری مسئول و پایدار 2014³، دارایی‌های SRI تا 76 درصد از شروع 2012 تا 6.57 تریلیون دلار رشد یافت که متجلی‌کننده افزایش قابل توجه در سرمایه‌گذاری CSR و نیز افزایش مربوط به CSR در سال‌های اخیر است.

اگرچه سرمایه‌گذاری‌های CSR بسیار مطلوب‌تر از هزینه‌های آنها هستند و دیدگاه‌های مختلفی در خصوص مطلوبیت سرمایه‌گذاری‌های CSR وجود دارد. موافقان این ایده بیان می‌دارند که مشارکت CSR تعدادی از مزیت‌های فوق‌تولید کرده و مشارکت ناکافی در CSR موجب به خطر افتادن مشروعیت سازمان می‌شود (کوندرا و هینینگ 1998، سالانیک و پفر 1978). با این حال مخالفان استدلال می‌کنند که مشارکت CSR، پسماند منابع نادر بوده و برای علایق ذی‌نفعان مضر است (فریدمن 1970، پرستون و ابنان 1997، بنبو و تررول 2010). علی‌رغم این دیدگاه‌های جایگزین، اجماع کلی مبنی بر این وجود دارند که سرمایه‌گذاری‌ها در CSR در بلندمدت ارزش‌افزین‌یمب‌اشند. مک ویلیامز و سیگل 2001 یک مدل تئوری ساده را مطرح کرده‌اند که در آن دو شرکت کالای مشابهی را می‌فروشند به جز این که یک شرکت تصمیم به افزایش یک ویژگی CSR محور افزایشی به محصول آن با انتظار ارزش‌گذاری این ویژگی توسط برخی از مصرف‌کننده می‌گیرد. این مدل مبتنی بر شرکت پیشنهاد

² در یک نظر سنجی اخیر بر روی CSR، (اِشْتین-ریوز 2010)، مصرف‌کننده‌ها و کارکنان توجه زیاد را به انطباق CSR معطوف داشته‌اند. این نظر سنجی نشان می‌دهد که 88 درصد مصرف‌کننده‌ها فکر می‌کنند شرکت‌ها باید به اهداف کسب و کار خود ضمن بهبود جامعه و محیط زیست برسند. حدود 83 درصد کارکنان به طور جدی در مورد ترک شغل خود فکر می‌کنند اگر کارکنان آن‌ها، استاندارد‌ها و شیوه‌های کاری را نقض کرده باشند.

³ http://www.ussif.org/files/Publications/Annual_%20Report_14_FINAL.PDF

می کند که مدیران تحلیل سود و هزینه را برای تعیین سطح منابع برای تخصیص به فعالیت های CSR انجام می دهند یعنی ارزیابی هم زمان تقاضا برای CSR و هزینه رفع این تقاضا در تعیین سرمایه گذاری CSR بهینه. هزینه های مربوط به سرمایه گذاری های CSR را می توان به هزینه های نابرگشتی و هزینه های مستمر تقسیم بندی کرد. به طور کلی، فعالیت های CSR مرتبط با محیط منجر به هزینه هایی از حیث سرمایه می شوند (برای مثال، تجهیزات جدید، بهبود مصرف انرژی) با این حال تنها ممکن است ایجاد هزینه های مستمر خفیفی کند (نظیر نگه داری و به روز رسانی تجهیزات). بر عکس، هزینه های مستمر فعالیت های CSR با هدف بهبود ابعاد اجتماعی عملیات کسب و کار مازاد بر هزینه های سرمایه در نظر گرفته می شوند.

دیدگاه نظری در خصوص چسبندگی قیمت بستگی به این ایده دارد که بسیاری از هزینه ها از جمله سرمایه گذاری های مربوط به فعالیت های مرتبط با CSR ناشی از تعهدات استفاده از منابع مدیران است. هر دوی این دیدگاه ها اشاره به سرمایه گذاری CSR بلند مدت دارند که یک پاسخ به فشار خارجی همانند پاسخ به منابع سطح شرکتی است. سطح منابع اختصاص داده شده به فعالیت های CSR در کوتاه مدت بستگی به قابلیت دسترسی منابع غیر لازم برای اهداف دیگر دارد. از نظر رفتار هزینه ای، بررسی الگوی رفتار هزینه CSR جالب است: به ویژه، وجود یا نبود چسبندگی قیمت. دیدگاه نظری در خصوص چسبندگی قیمت بستگی به این ایده دارد که بسیاری از هزینه ها از جمله سرمایه گذاری بر روی فعالیت های مربوط به CSR ناشی از تصمیمات تعهد منابع تعدمی مدیران بوده و هزینه های تعدیل مرتبط با تعهدات منابع متغیر، موجب چسبندگی قیمت ها می شود (برای مثال اندرسون و همکاران 2003). با کاهش سطح فعالیت، مدیران ممکن است متمایل به کاهش اندازه منابع CSR نباشند برای مثال کمک به خیریه ها، پشتیبانی از برنامه های مسکن و آموزش و از این قبیل موارد. مثال دیگر مربوط به صنعت اتومبیل است. یک نسخه ترکیبی از اتومبیل نسبت به اتومبیل استاندارد از نظر زیست محیطی ایمن تر است و از این روی بیمه قیمت در بازار را با توجه به ارزش اجتماعی کاهش آلودگی در نظر می گیرد. اگر فروش اتومبیل های هیبریدی به دلیل بحران اقتصادی کاهش یابد، مدیریت لزوما منابع را کاهش نمی دهد مادامی که شوک تقاضا به صورت موقت باشد. بر عکس، وقتی سطح فعالیت افزایش می یابد، مدیران باید سرمایه گذاری اضافی بر روی فعالیت های مرتبط با CSR کنند. برای مثال، سرمایه گذاری های اضافی برای به حداقل رساندن تخریب محیط زیست. برای مثال سرمایه گذاری های اضافی برای کاهش تخریب محیط زیست. از این روی، تا

حدی که مدیران قادر به تشخیص رابطه تعادلی ناشی از هزینه های تعدیل باشند، آن ها هزینه های CSR را تا حد کمی کاهش خواهند داد به خصوص زمانی که فعالیت کم تر از میزان توسعه سرمایه CSR با افزایش فعالیت کاهش یابد و از این روی تولید چسبندگی قیمت می کند (اندرسون و همکاران 2003، بانکر 2013). فرضیات زیر این گزاره را تست می کند:

فرضیه 1: فعالیت CSR مرتبط با هزینه دارای ماهیت چسبنده هستند

ما انتظار داریم که فرضیه فوق برای شرکت های نشان دهنده رفتار مسئولانه اجتماعی (مشارکت CSR مثبت) برجسته تر باشد. دلیل این است که شرکت هایی که رفتار مسئولانه از نظر اجتماعی دارند، سرمایه گذاری بیشتری بر روی فعالیت های CSR می کنند برای مثال در زمینه سرمایه گذاری های مداوم در تحقیق و توسعه برای آلودگی، سرمای گذاری در انتشار گاز کربن سرمایه گذاری در محصولات که موجب بهبود استفاده کارآمد از انرژی شده و حفظ مالکیت، کارخانه و تجهیزات با عملکرد زیست محیطی بالاتر از حد میانگین برای صنعت خاص. همه این طرح ها و رویکرد ها منعکس کننده تصمیمات تعدیل منابع تعمدی مدیران بوده و مستلزم هزینه های بلند مدت هستند و به آسانی به طور نزولی در صورت وقوع شوک های درآمدی تعدیل نمی شوند. تئوری مشروعیت پیشنهاد می کند که شرکت ها باید افشای CSR را حتی در دوره های شرایط اقتصادی فقیر برای اطمینان از مشروعیت و در نهایت بقا افزایش دهند (کاربومکو 2008). ویلسون (2008) نیز پیشنهاد کرده است که به منظور مقابله با رکود مالی و اقتصادی، سازمان ها بایستی بر رفع نیاز های جامعه تاکید کنند. به گفته برخی از شرکت ها، به خصوص برای افرادی که در صنایع حساس از نظر محیطی کار می کنند، مدیران بایستی به دنبال اعتماد در میان سیاست های مربوطه باشند. آن ها از جریان پیوسته منابع و حفظ تصویر شرکتی با افشای اطلاعات بیشتر در خصوص ابعاد محیطی و اجتماعی رفتار آگاه بوده و از این روی مشروعیت در چشمان سهام داران را افزایش می دهند (برانکو و رادریجس 2006، کائو 2009).

از سوی دیگر، شرکت هایی که نگرانی هایی در خصوص CSR مطرح کرده اند، منابع کم تری را در فعالیت های طرفدارانه CSR مصرف می کنند. برای مثال، بحث های مربوط به الودگی زیست محیطی⁴، اختلافات مربوط به

⁴ بلایای محیطی نظیر انتشار نفتی آگزون در 1989 و انتشار نفتی خلیج مکزیک در 2010، نشان می دهد که مسائل محیطی منجر به میلیارد ها دلار هزینه پاک سازی، جریمه و غیره می شود. گفته می شود که هزینه پاک سازی لکه های نفتی بیش از 40 میلیارد دلار باشد.

حقابه و مسدود شدن کارخانه ناشی از نبود سرمایه گذاری ناکافی است. با توجه به مزیت های بلند مدت سرمایه گذاری های CSR، نبود سرمایه گذاری در فعالیت های CSR بر سود اوری اثر نامطلوبی دارد که نیازمند این است که شرکت ها هزینه ها را با نرخ سریع تری از کاهش متناظر در فروش کاهش دهند. برای مثال، کاهش نیروی کار تا 15 درصد در سال اخیر یا تا 25 درصد در طی دو سال توسط KLD به عنوان یک مسئله مورد نگرانی CSR در نظر گرفته می شود. چون کاهش نیروی کار موجب کاهش هزینه می شود، این می تواند منجر به ضد چسبندگی هزینه می شود.

با این حال مطالعات اخیر نشان می دهد که هر دو فعالیت های CSR مثبت و منفی به طور هم زمان رخ می دهند) فارمبورن و همکاران 2000 فمولر و کراسول 2011، استریک و همکاران 2006). تانگ، گیان، چن و شن (2015) مشاهده کرده است که شرکتی که بیشتر در فعالیت های مسئولانه اجتماعی مشارکت می کند لزوما در فعالیت های غیر مسئولانه اجتماعی کم تر شرکت نمی کند علی رغم این که مشارکت در فعالیت های غیر مسئولانه برای جذب توجه ناظران لازم است. این دو بعد CSR از نظر مفهومی مجزا می باشند و دارای پیامد های متفاوتی برای شرکت ها هستند (گادفری و همکاران 2009، استریک و همکاران 2006). بعد مثبت CSR موجب افزایش سرمایه گذاری شرکت و هزینه های مربوطه می شود (برای مثال، افزایش هزینه های آموزشی، هزینه های تحقیق و توسعه برای توسعه تجهیزات ایمن)، که موجب افزایش چسبندگی قیمت می شود. CSR منفی از سوی دیگر به صورت یک راهبرد صرفه جویی هزینه به قیمت کاهش ارزش سهام دار در نظر گرفته می شود (کاچن و مون 2012) و از این روی چسبندگی قیمت را در پی دارد (برای مثال، شیوه های کاری موثر برای کاهش هزینه). از این روی، فرضیه ما به صورت زیر است:

فرضیه 2: شرکت های با مشارکت CSR مثبت، چسبندگی هزینه را نشان می دهند ولی شرکت های با مشارکت منفی ضد چسبندگی قیمت را نشان می دهند.

ما هم چنین به بررسی فرضیه 2 برای اجزای CSR می پردازیم برای مثال محیط، جامعه هدف استخدام و مقوله های محصول. انتخاب این چهار زیر مقوله با مطالعات قبلی نشان داده می شود (کارو ل 1989، هیلیم و کیم 2001) که سهام داران را به صورت افراد یا نهاد هایی تعریف می کنند که به طور مستقیم توسط عملیات و فعالیت های شرکتی متاثر می شوند. ذی نفعان اصلی شامل عرضه کننده های سرمایه، سایر عرضه کننده های منابع،

مشتریان، ساکنان و محیط طبیعی است (کلارکسون 1995). کلارک 1995 استدلال کرده اند که بقا و سود اوری شرکت بستگی به توانایی آن برای رسیدن به اهداف اجتماعی و اقتصادی دارد و از این روی ایجاد ثروت و ارزش کافی می کند به طوریکه اطمینان حاصل شود گروه های ذی نفع اصلی بخشی از سیستم ذی نفع شرکتی باشد (1995). سرمایه گذاری های CSR ابزاری برای دستیابی و حفظ مشروعیت اجتماعی از این ذی نفعان اولیه است به طوری که اگر منابع تخصیص داده شده به سرمایه های CSR کاهش یابد به خطر خواهد افتاد. این دیدگاه نشان می دهد که چسبندگی هزینه ها برای این مولفه های CSR با هدف حفظ یک رابطه ارزشمند با ذی نفعان است. همه شرکت ها به طور مساوی به همه این چهار مقوله سرمایه CSR حساس نمی باشند. برای مثال، شرکت های کارکننده در صنایع حساس محیطی (خودرو سازی، دارو، نفت و گاز)، نگران سرمایه گذاری های CSR در محیط، کارکنان و ایمنی محصول هستند. از سوی دیگر، شرکت هایی که در صنایع حساس محیطی عمل نمی کنند نیاز بیشتری برای رفع ملزومات ذی نفعان مالی خود دارند که بر خلاف ذی نفعان دیگر برای اطمینان از دسترسی مداوم به منابع مالی و بقای کسب و کار است. مجموعه زیر از فرضیات توسعه می یابند:

فرضیه 2 الف: اجزا و مولفه های CSR، چسبندگی قیمت ها را نشان می دهند.

فرضیه 2 ب: چسبندگی قیمت از سرمایه های CSR، برای مشاهدات سطح شرکت با مشارکت CSR مثبت برجسته تر خواهد شد. از سوی دیگر، هزینه ها برای مشاهدات مشارکت CSR منفی غیر چسبنده هستند.

فرضیه 2 پ: چسبندگی های هزینه میان اجزای CSR حساس محیطی متغیر است.

3- طرح تحقیق

3-1 اندازه گیری CSR

ما از اطلاعات یکی از رایج ترین استانداردهای امتیاز بندی CSR استفاده می کنیم یعنی کیندر، لیندنبرگ و دویمی. KLD، رتبه بندی سالانه از 3000 شرکت تجاری امریکا را ارائه می کند از جمله شرکت های استاندارد اند پورز و 150 شرکت از شاخص اجتماعی دویمینی. KLD، شرکت ها را بر اساس طیف وسیعی از فعالیت ها رتبه بندی می کند که منعکس کننده میزان عملکرد شرکت ها از نظر مسئولیت اجتماعی و ایجاد روابط با ذی نفعان است. KLD، بیش از 94 ایتام اندازه گیری را پوشش می دهد که در امتداد 7 بعد اجتماعی قرار دارد: جامعه، تنوع، روابط کارکنان، محیط زیست، اداره امور شرکت ها، حقوق بشر، و ایمنی محصول. برای هر شاخص، KLD نقاط

قوت و ضعف را ارایه می کند (وادوک و گریو 1997، ولادم، سیگل و جاویدان 2006) .. نقطه ضعف این شاخص این است که همه نقاط قوت و ضعیف و نیز بعد اجتماعی را وزن دهی می کند.⁵ بر اساس این مطالعات (اتیک و همکاران 2014، کیم و همکاران 2014)، ما بعد نظارت شرکتی را از امتیاز CSR جدا سازی می کنیم زیرا متفاوت از ابعاد محیطی و اجتماعی است. ما یک امتیاز خالص را برای هر شش بعد باقی مانده جامعه، تنوع، روابط کارکنان، محیط زیست، اداره امور شرکت ها، حقوق بشر، و ایمنی محصول می باشد. به صورت تعداد نقاط قوت منهای نقاط ضعف محاسبه می کنیم. از این روی متغیر وابسته CSR_NET، مجموع امتیاز خالص از هر شش بعد CSR است. برای روشن شدن مطلب مربوط به اجزای فردی CSR (تیک و همکاران 2014، ای گول و همکاران 2011)، چهار بعد CSR را انتخاب می کنیم. محیط زیست (ENV_NET) روابط کارکنان (EMP_NET)؛ ویژگی های محصول (PROD_NET)؛ و جامعه (COM_NET) دلیل اصلی در بخش 2 بررسی شده است.

3-2 اندازه گیری هزینه های چسبندگی

مدل زیر که توسط اندرسون 2003 ارایه شده است برای بررسی رفتار هزینه غیر متقارن استفاده می شود

$$\ln \frac{OC_t}{OC_{t-1}} = \gamma_0 + \gamma_1 \ln \left[\frac{Revenue_t}{Revenue_{t-1}} \right] + \gamma_2 Decrease_dum * \ln \left[\frac{Revenue_t}{Revenue_{t-1}} \right] + \varepsilon \dots \dots \dots (1)$$

در جایی که OC هزینه های عملیاتی است. ما از دو نسخه OC استفاده می کنیم. OC1، هزینه های عملیاتی به صورت سود فروش منهای ایتیم های فوق اعلاده تعریف می شود. OC2 به صورت سود فروش منهای درآمد عملیاتی بعد از استهلاک برای شرکت های i در سال t تعریف می شود. با توجه به نتایج کیفی مشابه نتایج بر اساس تنها oc1 گزارش می شود. Decrease_dum مقدار یک را زمانی اختیار می کند که سود فروش در سال t کم تر از سال t-1 می باشد و در غیر این صورت صفر است. ضریب γ_1 ، افزایش درصدی را در هزینه های OC با افزایش 1 درصدی در سود فروش اندازه گیری می کند. مجموع ضریب $(\gamma_1 + \gamma_2)$ ، درصد کاهش در OC را اندازه گیری

⁵ در کارهای اولیه مربوط به روایی ساختاری پدیتایس KLD، شارفمن (1996) یک همبستگی مثبت متغیر از پایین 0.18 تا بالا 0.55 بین رتبه KLD و سایر شاخص های CSR ثبت کرده است (نظر سنجی اعتبار شرکتی فورچون). کترچی، لوین و تافل 2009 و KLD، رتبه های مربوط به نقاط ضعف را خلاصه خوبی از عملکرد محیطی گذشته ارایه می کند. به علاوه، شرکت های با نقاط ضعف KLD بیشتر در نقض انطباق ظارتی و الودگی در سال های بعد مشارکت دارد. نقاط قوت زیست محیطی KLD مربوط به هر دو بعد شرکت ها هستند.

می کند که با کاهش 1 درصدی در فروش سود همراه است. ضریب مثبت معنی دار γ_1 و منفی γ_2 موید چسبندگی هزینه است.

3-3 مدل تجربی

ما مدل جامع زیر را برآورد می کنیم که از چسبندگی هزینه، اثرات CSR بر روی چسبندگی هزینه و سایر عوامل غیر مرتبط با CSR بر روی چسبندگی هزینه استفاده می کند (اندرسون و همکاران 2003، چنف لو و سوگین 2012).

$$\ln \frac{OC_t}{OC_{t-1}} = \gamma_0 + \gamma_1 \ln \left[\frac{Revenue_t}{Revenue_{t-1}} \right] + \gamma_2 Decrease_dum * \ln \left[\frac{Revenue_t}{Revenue_{t-1}} \right] + \gamma_3 CSR_t + \gamma_4 CSR_t * \ln \left[\frac{Revenue_t}{Revenue_{t-1}} \right] + \gamma_5 CSR_t * Decrease_dum * \ln \left[\frac{Revenue_t}{Revenue_{t-1}} \right] + \sum_{n=6}^{10} \gamma_n Econ_Var_{n,t} + \sum_{m=11}^{15} \gamma_m Econ_Var * Decrease_dum * \ln \left[\frac{Revenue_t}{Revenue_{t-1}} \right] + \varepsilon \dots (2)$$

در رگرسیون فوق، ضریب γ_2 شاخصی برای چسبندگی هزینه است: CSR متغیر اصلی است. ما از مشخصات مختلف CSR خالص (CSR_NET)، صنعت تنظیم (CSR (CSR_IND؛ نقاط قوت CSR (CSR_CON) استفاده کردیم. ما هم چنین از اجزای CSR یعنی محیط زیست، کارمندان، محصول، جامعه مرتبط با CSR، و نقاط قوت و نگرانی مربوط به این دسته بندی های مربوطه استفاده می کنیم. ECON_VAR متغیرهای اقتصادی هستند و عبارتند از: شدت دارایی (ASST_INTEN) به عنوان کل دارایی با درآمد حاصل از فروش برای سال t تقسیم اندازه گیری؛ شدت دارایی (EMP) اندازه گیری به عنوان لگاریتم طبیعی از تعداد کارکنان؛ می باشد. کاهش متوالی یک متغیر شاخص است که برابر با 1 است در صورتی که سود در سال t-1 کم تر از سود در t-2 باشد و در غیر این صورت صفر است. عملکرد سهام اندازه گیری شده به صورت سود سهام خام و جریان نقدی آزاد به صورت جریان نقدی از فعالیت های عملیاتی سود تقسیمی و ممتاز در نظر گرفته می شود. همه این متغیرهای اقتصادی با γ_2 تعامل دارند.

نتیجه گیری

این مقاله به بررسی رفتار هزینه فعالیت های CSR پرداخته و به دنبال این است که آیا مشارکت CSR شرکت منجر به چسبندگی قیمت می شود یا نه. چسبندگی قیمت بیانگر یک رفتار هزینه غیر متقارن است که به موجب آن بزرگی افزایش هزینه در پاسخ به افزایش در سطح فعالیت بزرگ تر از بزرگی و دامنه کاهش قیمت با کاهش در سطح فعالیت است. فرضیه ما این است که مشارکت CSR مستلزم سرمایه گذاری مداوم در فعالیت های ارزش آفرینی می باشد که مستلزم هزینه های تعدیل رو به پایین معنی دار در طی دوره های شوک های درآمدی می باشد که چسبندگی هزینه را در پی دارد. ما از دو شاخص CSR متفاوت استفاده می کنیم و شواهدی را برای تایید فرضیه پیدا می کنیم. ما هم چنین CSR را به نقاط قوت و نقاط ضعف CSR تجزیه کرده و پی بردیم که چسبندگی هزینه برای نقاط قوت CSR برحسته تر است. چسبندگی قیمت را برای چهار مولفه CSR فردی یعنی محیط، کارکنان، محصول و جامعه بررسی کرده و هزینه های چسبنده را برای بعد نقاط قوت CSR برای همه مولفه ها پیدا کردیم. با در نظر گرفتن این که امتیاز CSR ترکیبی موجب پنهان شدن اثرات ابعاد فردی بعد CSR در چسبندگی هزینه می شود، ما به بررسی چسبندگی هزینه برای ابعاد فردی CSR می پردازیم. مطابق با نتایج اصلی، مشارکت CSR مثبت برای هر یک از این مقوله ها از CSR نشان دهنده رفتار چسبندگی قیمت است.

ما با اثبات رفتار هزینه چسبندگی سرمایه گذاری مرتبط با CSR، به غنای منابع CSR و چسبندگی هزینه موجود کمک می کنیم. اگرچه مطالعات قبلی بر توجیهات اقتصادی و کارگزاری برای تغییرات مقطعی در درجه چسبندگی هزینه تاکید دارند، هدف اصلی شواهد مربوط به مشارکت CSR سطح شرکت است که یک منبع دیگر چسبندگی قیمت است. ما منابع CSR را با تاکید بر روند تغییرات در عملکرد CSR غنی تر می کنیم. نتایج نشان می دهد که شرکت ها نباید سرمایه خود در زمینه CSR را حتی زمانی که سطح فعالیت کاهش می یابد کاهش دهند.

Variables	Mean	SD	1 st qrt	Median	3 rd quartile
$\ln [OC_t/OC_{t-1}]$	0.09	0.24	0.00	0.08	0.18
$\ln [Revenue_t/Revenue_{t-1}]$	0.09	0.21	0.00	0.08	0.18
<i>DEC DUM</i>	0.25	0.43	0.00	0.00	0.00
<i>CSR NET</i>	-0.03	2.41	-1.00	0.00	1.00
<i>CSR IND</i>	0.39	0.25	0.20	0.33	0.55
<i>CSR STR</i>	1.31	2.04	0.00	1.00	2.00
<i>CSR CON</i>	1.60	1.50	1.00	1.00	2.00
<i>CSR ENV NET</i>	0.03	0.81	0.00	0.00	0.00
<i>CSR EMP NET</i>	-0.02	0.99	0.00	0.00	0.00
<i>CSR COM NET</i>	0.11	0.52	0.00	0.00	0.00
<i>CSR PRO NET</i>	-0.10	0.59	0.00	0.00	0.00
<i>ASST INTEN</i>	1.33	1.10	0.71	1.05	1.59
<i>EMP</i>	8.38	1.73	7.16	8.39	9.54
<i>SUC DEC</i>	0.24	0.42	0.00	0.00	0.00
<i>RETURN</i>	0.19	0.55	-0.12	0.12	0.40
<i>FCF</i>	0.09	0.08	0.05	0.09	0.13

جدول 1

Variables	Predicted sign	Model (1) Baseline	Model (2) <i>CSR NET</i>	Model (3) <i>CSR IND</i>	Model (4) <i>CSR STR</i>	Model (5) <i>CSR CON</i>
$\gamma_1: \ln \left[\frac{Revenue_t}{Revenue_{t-1}} \right]$	+	0.84***	0.871***	0.815***	0.838***	0.873***
		[54.12]	[56.96]	[26.51]	[43.13]	[42.45]
$\gamma_2: Decrease_dum * \ln \left[\frac{Revenue_t}{Revenue_{t-1}} \right]$	-	-0.05*	-0.071	0.021	-0.023	-0.091*
		[-1.67]	[-1.43]	[0.33]	[-0.45]	[-1.68]
$\gamma_3: CSR$?		-0.003***	-0.019**	-0.004***	-0.001
			[-4.01]	[-2.38]	[-5.56]	[-0.71]
$\gamma_4: CSR * \ln \left[\frac{Revenue_t}{Revenue_{t-1}} \right]$?		0.020***	0.130**	0.028***	-0.006
			[3.17]	[1.98]	[4.47]	[-0.57]
$\gamma_5: CSR * Decrease_dum * \ln \left[\frac{Revenue_t}{Revenue_{t-1}} \right]$	-		-0.037***	-0.202*	-0.032***	0.024***
			[-3.77]	[-1.83]	[-3.01]	[2.46]
<i>ASSTINT</i>			0.006**	0.006**	0.006**	0.006**
			[2.30]	[2.35]	[2.51]	[2.41]
<i>ASSTINT</i> * γ_2	-		-0.024*	-0.023*	-0.023*	-0.022*
			[-1.76]	[-1.73]	[-1.74]	[-1.66]
<i>EMP</i>			0.001*	0.001*	0.002***	0.002**
			[1.74]	[1.81]	[2.66]	[2.51]
<i>EMP</i> * γ_2	-		0.060***	0.062***	0.060***	0.066***
			[6.02]	[6.32]	[5.73]	[6.12]

Variables		Model (1)	Model (2)	Model (3)	Model (4)	Model (5)
	Predicted sign	Baseline	CSR_NET	CSR_IND	CSR_STR	CSR_CON
SUCDEC			-0.034***	-0.034***	-0.033***	-0.033***
			[-11.84]	[-12.03]	[-11.77]	[-11.84]
SUCDEC* γ_2	+		0.160***	0.164***	0.163***	0.164***
			[5.02]	[5.11]	[5.11]	[5.07]
RET			-0.023***	-0.023***	-0.023***	-0.022***
			[-8.29]	[-8.11]	[-8.26]	[-8.07]
RET* γ_2	?		0.005	0.008	0.006	0.006
			[0.27]	[0.39]	[0.29]	[0.31]
FCF			0.125***	0.130***	0.129***	0.129***
			[7.02]	[7.24]	[7.17]	[7.12]
FCF* γ_2	-		0.288*	0.326**	0.296*	0.293*
			[1.87]	[2.05]	[1.92]	[1.90]
Constant		0.009	0.005	0.016	0.004	0.007
		[1.53]	[0.35]	[0.97]	[0.24]	[0.46]
Industry FE		YES	YES	YES	YES	YES
Year FE		YES	YES	YES	YES	YES
Observations		21,957	21,957	21,957	21,957	21,957
Adj. R ²		0.56	0.56	0.58	0.59	0.58

جدول 2

جدول 3

Variables	Sign	Model (1)	Model (2)	Model (3)	Model (4)	Model (5)	Model (6)
		CSR ENV	CSR ENV STR	CSR ENV CON	CSR EMP	CSR EMP STR	CSR EMP CON
$\gamma_1: \ln \left[\frac{Revenue_t}{Revenue_{t-1}} \right]$	+	0.863***	0.861***	0.860***	0.865***	0.855***	0.867***
		[52.72]	[49.58]	[50.32]	[53.33]	[48.74]	[50.11]
$\gamma_2: Dec_dum * \ln \left[\frac{Revenue_t}{Revenue_{t-1}} \right]$	-	-0.057	-0.055	-0.059	-0.061	-0.043	-0.069
		[-1.15]	[-1.10]	[-1.19]	[-1.21]	[-0.86]	[-1.36]
$\gamma_3: CSR$?	-0.001	-0.004**	-0.002	-0.002	-0.006***	-0.006**
		[-0.83]	[-2.04]	[-1.21]	[-1.20]	[-3.18]	[-2.13]
$\gamma_4: CSR * \ln \left[\frac{Revenue_t}{Revenue_{t-1}} \right]$	+	-0.005	0.019	0.025	0.028*	0.036**	-0.008
		[-0.40]	[1.13]	[1.58]	[1.72]	[2.16]	[-0.34]
$\gamma_5: CSR * Decrease_dum * \ln \left[\frac{Revenue_t}{Revenue_{t-1}} \right]$	-	-0.043**	-0.044*	0.011	-0.057**	-0.072**	0.019
		[-1.98]	[-1.84]	[0.42]	[-2.24]	[-2.45]	[0.55]
Economic determinants		YES	YES	YES	YES	YES	YES
Economic determinants* γ_2		YES	YES	YES	YES	YES	YES
Industry FE		YES	YES	YES	YES	YES	YES
Year FE		YES	YES	YES	YES	YES	YES
Observations		21,957	21,957	21,957	21,957	21,957	21,957
Adj. R-squared		0.58	0.59	0.59	0.58	0.58	0.58

	Model (7)	Model (8)	Model (9)	Model (10)	Model (11)	Model (12)
Variables	CSR PRO	CSR PRO STR	CSR PRO CON	CSR COM	CSR COM STR	CSR COM CON
$\gamma_1: \ln \left[\frac{Revenue_t}{Revenue_{t-1}} \right]$	0.864***	0.858***	0.859***	0.861***	0.856***	0.863***
	[52.70]	[50.74]	[50.19]	[51.93]	[50.76]	[52.31]
$\gamma_2: Dec_dum * \ln \left[\frac{Revenue_t}{Revenue_{t-1}} \right]$	-0.064	-0.050	-0.057	-0.052	-0.050	-0.061
	[-1.29]	[-1.01]	[-1.13]	[-1.03]	[-1.00]	[-1.23]
$\gamma_3: CSR$	0.001	-0.014***	-0.006***	-0.007***	-0.009***	-0.006
	[0.67]	[-4.24]	[-2.89]	[-3.11]	[-4.40]	[-0.93]
$\gamma_4: CSR * \ln \left[\frac{Revenue_t}{Revenue_{t-1}} \right]$	-0.006	0.116***	0.050***	0.067***	0.090***	0.016
	[-0.38]	[3.75]	[2.60]	[3.07]	[5.22]	[0.29]
$\gamma_5: CSR * Decrease_dum * \ln \left[\frac{Revenue_t}{Revenue_{t-1}} \right]$	-0.036	-0.229***	-0.031	-0.107***	-0.097**	0.042
	[-1.35]	[-4.12]	[-1.05]	[-2.86]	[-2.21]	[0.46]
Economic determinants	YES	YES	YES	YES	YES	YES
Economic determinants* γ_2	YES	YES	YES	YES	YES	YES
Industry FE	YES	YES	YES	YES	YES	YES
Year FE	YES	YES	YES	YES	YES	YES
Observations	21,957	21,957	21,957	21,957	21,957	21,957
Adj. R-squared	0.58	0.42	0.54	0.58	0.59	0.58

Variables	Components are based on CSR STR					
	CSR NET	CSR STR	CSR ENV	CSR EMP	CSR PRO	CSR COM
$\gamma_1: \ln \left[\frac{Revenue_t}{Revenue_{t-1}} \right]$	0.615***	0.572***	0.599***	0.592***	0.591***	0.594***
	[39.83]	[33.17]	[96.40]	[35.39]	[36.79]	[37.43]
γ_2	-0.250***	-0.204***	-0.237***	-0.216***	-0.226***	-0.230***
	[-6.15]	[-4.79]	[-11.32]	[-5.11]	[-5.48]	[-5.60]
$\gamma_3: CSR$	-0.004***	-0.005***	-0.006***	-0.006***	-0.024***	-0.014***
	[-5.01]	[-5.91]	[-3.01]	[-3.42]	[-6.09]	[-3.30]
$\gamma_4: CSR * \gamma_1$	0.032***	0.032***	0.016	0.042**	0.195***	0.097**
	[4.80]	[3.97]	[1.53]	[2.28]	[5.34]	[2.33]
$\gamma_5: CSR * \gamma_2$	-0.032***	-0.039***	-0.040**	-0.104***	-0.303***	-0.080
	[-3.12]	[-2.72]	[-2.03]	[-3.35]	[-4.28]	[-0.94]
Economic determinants	YES	YES	YES	YES	YES	YES
Economic determinants* γ_2	YES	YES	YES	YES	YES	YES
Industry FE	YES	YES	YES	YES	YES	YES
Year FE	YES	YES	YES	YES	YES	YES
Observations	21,957	21,957	21,957	21,957	21,957	21,957
Adj. R-squared	0.49	0.49	0.49	0.49	0.49	0.49

این مقاله، از سری مقالات ترجمه شده رایگان سایت ترجمه فا میباشد که با فرمت PDF در اختیار شما عزیزان قرار گرفته است. در صورت تمایل میتوانید با کلیک بر روی دکمه های زیر از سایر مقالات نیز استفاده نمایید:

لیست مقالات ترجمه شده ✓

لیست مقالات ترجمه شده رایگان ✓

لیست جدیدترین مقالات انگلیسی ISI ✓

سایت ترجمه فا ؛ مرجع جدیدترین مقالات ترجمه شده از نشریات معتبر خارجی