

تأثیر حضور بانوان در هیأت‌مدیره بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها

عبدالحسین برشد^۱، فریده عرفانی^۲، سمیرا ابراهیم قوچی^۳

چکیده

در سال‌های گذشته افزایش قابل توجهی در میزان اشتغال زنان در جامعه مشاهده شده است. علت این مسئله وجود استعدادهای فراوان و شایستگی‌های آنان در زمینه مدیریت است. بنابراین، نگاهی جدید به مدیریت زنان در کشورهای در حال توسعه در حال ظهور است. از این رو، هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی تأثیر حضور مدیران زن در هیأت‌مدیره بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. برای اندازه‌گیری مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها از روش تحلیل محتوی استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است که از این تعداد ۱۵۰ شرکت به عنوان نمونه آماری انتخاب شده است. برای تجزیه و تحلیل و آزمون فرضیات پژوهش از نرم افزار ایویوز استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهند که بین حضور مدیران زن در هیأت‌مدیره و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

واژگان کلیدی: هیأت‌مدیره، مدیران زن، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت.

^۱ عضو هیأت‌علمی مؤسسه آموزش عالی طبرستان چالوس

رایانامه: abarshod@gmail.com

^۲ کارشناس ارشد حسابداری، مؤسسه آموزش عالی شفق تنکابن

رایانامه: farideherfani@yahoo.com

^۳ کارشناس ارشد حسابداری، مؤسسه آموزش عالی شفق تنکابن (نویسنده مسئول مکاتبات)

رایانامه: samiraabrahimghochi@gmail.com

۱. مقدمه

مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها^۴ و افشاگرهای مرتبط با آن، عامل ضروری است که به تداوم شرکت‌ها منجر می‌شود؛ زیرا همه شرکت‌ها ارتباط‌هایی با جامعه دارند. لذا جامعه امکان بقای شرکت‌ها را در درازمدت فراهم می‌آورد. گسترش مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها بر این موضوع دلالت دارد که مسئولیت شرکت‌ها از آنچه در گذشته بوده، یعنی "فراهم کردن پول برای سهامداران" فراتر رفته است. شرکت‌ها باید در برابر ذی‌نفعان (سهامداران، مشتریان، کارکنان، عرضه‌کنندگان کالا، بانک‌ها، قانون‌گذاران، محیط و جامعه) پاسخگو باشند. به این ترتیب، شرکت‌ها علاوه بر مسئولیت اقتصادی، باید در برابر مسائل اجتماعی احساس مسئولیت کنند. بنابراین، با توجه به اهمیت مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و افشاگرهای مرتبط با آن در گزارش‌های مالی، باید مراقبت‌های کافی به عمل آید. اعمال نظارت و مراقبت در این زمینه می‌تواند مستلزم سازوکارهای راهبری شرکتی^۵ باشد (بهار مقدم و همکاران، ۱۳۹۲). در اهمیت راهبری شرکتی برای موفقیت شرکت‌ها و رفاه اجتماعی شکی نیست. این موضوع با توجه به رخدادهای اخیر اهمیت بیشتری یافته است. در سال‌های اخیر، فروپاشی شرکت‌های بزرگ از قبیل انرون^۶ و ورلدکام^۷ ناشی از سیستم‌های ضعیف راهبری شرکتی بوده و موجب زیان بسیاری از سرمایه‌گذاران و ذی‌نفعان شده است. در نتیجه، موجب تأکید بیش از پیش بر ضرورت ارتقای و اصلاح راهبری شرکتی در سطح بین‌المللی شده است (حساس یگانه، ۱۳۸۴). فدراسیون بین‌المللی حسابداران^۸ (IFAC) در سال ۲۰۰۴ راهبری شرکتی را چنین تعریف کرده است: "راهبری شرکتی (راهبری واحد تجاری) تعدادی مسئولیت‌ها و شیوه‌های به کار برده شده توسط هیأت مدیره و مدیران موظف با هدف مشخص کردن مسیر راهبردی که تضمین‌کننده دستیابی به هدف‌ها، کنترل خطر و مصرف مسئولانه منابع است".

گراملینگ و همکاران (۲۰۰۴) سازوکارهای راهبری شرکت‌ها را ۴ عامل می‌دانند که یکی از آن‌ها هیأت مدیره و مدیریت است (سپاسی و کاظم‌پور، ۱۳۹۴). یکی از موضوعات مهم در سال‌های گذشته بحث حضور زنان در هیأت مدیره است و در این زمینه پژوهش‌های مختلفی انجام شده است. آرفکن و همکاران (۲۰۰۴) دریافتند نظریات و ایده‌های مدیران زن یک منبع حیاتی و عضویت زنان در هیأت مدیره به افزایش تصمیمات راهبردی شرکت منجر می‌شود. برخی پژوهش‌گران دریافتند که مدیران زن در هیأت مدیره به طور مثبت بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها اثر می‌گذارند (ستوپمیز، ۲۰۱۵؛ آلونسوآلمیدا و همکاران، ۲۰۱۵؛ هیون و همکاران، ۲۰۱۶). از نظر اسلام زنان می‌توانند در عرصه‌های مختلف شغلی و مدیریتی با حفظ موازین اسلامی حضور فعال داشته باشند (بیابانی و گرکز، ۱۳۹۳).

با توجه به شرایط متفاوت قانونی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی کشور ما، مقاله حاضر درصدد پاسخگویی به این سؤال است که آیا حضور مدیران زن در هیأت مدیره تأثیر معناداری بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها خواهند گذاشت یا خیر؟

۲. مبانی نظری پژوهش

۲-۱. مدیران زن و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها

در مورد مسئولیت‌پذیری اجتماعی، استاد شهید مرتضی مطهری فرمودند: "احساس مسئولیت اجتماعی، انسانی‌ترین مسئولیت‌هاست". توجه بیش از حد نهادهای مختلف در دنیای کسب و کار به موضوع مسئولیت اجتماعی شرکت، آن را به یک عنصر ضروری برای موفقیت شرکت‌ها تبدیل کرده است (ملکیان و همکاران، ۱۳۹۵). منظور از مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، پیوستگی و اتحاد میان فعالیت‌ها و ارزش‌های سازمان به گونه‌ای است که منافع کلیه ذی‌نفعان شامل سهامداران،

4 -Corporate Social Responsibility

5- Corporate Governance

6- Enron

7- World

8- International Federation of Accountants

مشتریان، کارکنان، سرمایه‌گذاران و عموم جامعه در سیاست‌ها و عملکرد سازمان منعکس شود. به عبارت دیگر، سازمان باید همواره خود را جزئی از اجتماع بداند و نسبت به جامعه احساس مسئولیت داشته باشد و در جهت بهبود رفاه عمومی به گونه‌ای مستقل از منافع مستقیم شرکت، تلاش کند (فروغی و همکاران، ۱۳۸۷).

به طور کلی، سه رویکرد در مورد مفهوم مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها وجود دارد (پورعلی و حجامی، ۱۳۹۳): رویکرد اول، از نظریه‌های کلاسیک اقتصادی منشاء می‌گیرد. طبق این مفهوم شرکت فقط یک هدف دارد و آن بیشینه‌سازی سود و ثروت سهامداران است. البته این موضوع تا جایی پذیرفته شده و قابل حمایت است که در جهت تلاش برای رسیدن به هدف، چارچوبی اخلاقی و حقوقی وجود داشته باشد.

رویکرد دوم، در دهه ۱۹۷۰ میلادی ارائه شده است و بر اساس آن، اهداف اجتماعی در زمینه با بیشینه‌سازی سود مورد توجه قرار می‌گیرد. طبق این رویکرد مدیران شرکت‌ها باید تصمیماتی اتخاذ نمایند که بین حقوق سهامداران، کارکنان، مشتریان، عرضه‌کنندگان کالاها، خدمات و عامه مردم تعادل ایجاد کند. در نتیجه باید یک ائتلاف و پیوستگی بین منافع و ملاحظات متعدد ایجاد شود و این ائتلاف تنها راهی است که شرکت را از هدف بیشینه‌سازی سود در درازمدت مطمئن می‌سازد.

بر اساس رویکرد سوم، سود نقطه پایانی اهداف موسسه نیست و مدیران اجرایی شرکت‌ها پس از کسب سود با مشکل خواسته‌های کارکنان برای افزایش دستمزد، لزوم اجرای طرح‌های توسعه، درخواست قیمت‌های پایین‌تر از جانب مشتریان و افزایش کیفیت محصولات، سود سهام بیشتر برای سهامداران و ... رو به رو می‌شوند. در این حالت تصمیم‌گیری‌های سازمانی لازم است به جای تلاش به منظور بیشینه‌سازی سود به دنبال کسب سطح مناسبی باشد که طی آن هم سود کسب شود و هم سطح مطلوبی از اقدامات اجتماعی تأمین گردد.

استاویسکی و همکاران (۲۰۱۰) دریافته‌اند که مدیران حس مالکیت قوی‌تری از اعمال مسئولیت‌پذیری اجتماعی نسبت به افراد در موقعیت‌های دیگر در شرکت دارند. فاما و همکاران (۱۹۸۳) معتقدند هیأت مدیره مهم‌ترین عامل در کنترل و نظارت بر مدیریت شرکت و محافظت از منافع سهامداران قلمداد می‌شود. نتایج حاکی از آن است که هیأت مدیره در ارتقای عملکرد شرکت نقش با اهمیتی ایفا می‌کند. هووس و همکاران (۲۰۰۶) بیان نمودند حضور زنان در هیأت مدیره می‌تواند رفتار هیأت مدیره و اثربخشی آن را بهبود ببخشد تنها به این دلیل که، زنان در هیأت مدیره شرکت‌های بزرگ تمایل بیش‌تری برای حضور در جلسات هیأت مدیره نسبت به جنس مخالف خود دارند. ایگلی و همکاران (۲۰۰۳)، بیان کردند که سبک رهبری در محیط کسب و کار مؤثر است. بنابراین، پیشنهاد می‌کنند سهم بیش‌تری از کرسی‌های مدیریت را به مدیران زن واگذار کنند. به نظر می‌رسد زنان از سبکی در رهبری استفاده می‌کنند که به حفظ سطح بالایی از انگیزه کارکنان مرتبط است (باربوتو، فریتز و ماتکین، ۲۰۰۷). پس، مدیران زن به روابط طولانی با ذی‌نفعان اولویت می‌دهند (کریشان و پارک، ۲۰۰۵). توجیه رایج برای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و ترویج نقش مدیران زن (برای نمونه، هیأت مدیره) به زمان گذشته برمی‌گردد که زنان، به طور کلی، از نظر اخلاقی حساس‌تر (مهربان‌تر) و همدلانه‌تر از مردان هستند (بیر و همکاران، ۲۰۱۰؛ بن‌عمار و همکاران، ۲۰۱۵). برناردی و همکاران (۱۹۹۷) دریافته‌اند که مدیران زن از استانداردهای اخلاقی بالاتری نسبت به هم‌تایان مرد خود در نقش مدیر برخوردار هستند. به عنوان مثال، ایگلی و کارلی (۲۰۰۳)، در تلاش برای ارتباط نظریه نقش اجتماعی به نظریه رهبری، نشان دادند که گرایش‌های کلی، از جمله ارزش‌های مفید بودن، مهربان بودن، دلسوز بودن و احساس مراقبت و پرورش غالباً در زنان وجود دارد (مشاوره دلویتی، ۲۰۱۵). وتلسن (۲۰۱۳)، بیان می‌کند زنان در هويت خود به عنوان رهبر، زنانگی سنتی را نیز می‌گنجانند و تأکید بیش‌تری بر خلاقیت و کمک به سایرین دارند. آدامز و همکاران (۲۰۱۰) استدلال می‌کنند مدیران زن دارای تفکرات مستقل‌تری نسبت به مدیران مرد می‌باشند و روند نظارت را بهبود می‌بخشند. همچنین دریافته‌اند سرمایه‌گذاران ارزش بالایی نسبت به مدیران زن قائلند. آن‌ها معتقدند، ارائه اطلاعات با حداقل میزان عدم تقارن اطلاعاتی، کیفیت سود را تسهیل می‌نمایند.

پژوهش‌های پیشین دریافته‌اند جنسیت یکی از قدرتمندترین عواملی است که تفاوت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت را توضیح می‌دهد (آلونسوآلمیدا و همکاران، ۲۰۱۵). در این خصوص، دو دیدگاه پژوهشی توسعه یافته است که بر جنسیت و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت تمرکز دارد. دیدگاه اول، به نابرابری جنسیتی در شرکت‌ها و نحوه‌ی از میان بردن این شکاف با استفاده از توسعه مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌پردازد (براون، ۲۰۱۰؛ جمالی، صفی‌الدین و دائوک، ۲۰۰۷). دیدگاه دوم، به نقش زنان در هیأت مدیره می‌پردازد. این دیدگاه پژوهشی درمی‌یابد، زمانی که زنان بیش‌تری در هیأت مدیره باشند، شرکت به توسعه ابتکارات گسترده‌تری از مسئولیت‌پذیری اجتماعی گرایش می‌یابد (مارکوئیز و لی، ۲۰۱۱؛ سوآرز، مارکوئیز و لی، ۲۰۱۱). بن‌عمار و همکاران (۲۰۱۶)، نشان می‌دهند که مدیران زن به احتمال زیاد نگران دیگر گروه‌های ذی‌نفع هستند. به این ترتیب، منطقی است که انتظار می‌رود مدیران زن مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت را بیش‌تر از مدیران مرد می‌پذیرند و به طور جدی در مسائل مربوط به رفاه گروه‌های ذی‌نفع تلاش می‌کنند. با این حال، همچنین ممکن است که مدیران زن به دلیل نگرانی در مورد شهرت مجبور به توجه بیش‌تر به مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت خود باشند. نخست، مدیران زن می‌توانند وضعیت شهرت خود را در درون سازمان از طریق تجربه آن‌ها در مسائل مرتبط با مسئولیت‌پذیری اجتماعی بهبود ببخشند. بنابراین، انتظار می‌رود که مدیران زن به احتمال زیاد به خاطر جدیت و نگرانی در مورد موضوع مسئولیت‌پذیری اجتماعی بیش‌تر در جلسات هیأت مدیره شرکت می‌کنند. دوم، عملکرد یک فرد به عنوان مدیر بر شهرت او در بازار کار خارجی تأثیر می‌گذارد.

آدامز و فریرا (۲۰۰۹)، نشان دادند هیأت مدیره با حضور مدیران زن بهتر خدمت می‌کنند و همچنین، هیز و همکاران (۲۰۰۹) معتقدند که زنان در هیأت مدیره یک تأثیر مثبت بر کنترل وظایف دارند. زنان خلاق، متفکر و ایده‌های جدید را ارائه می‌دهند (هیز و همکاران ۱۹۹۰؛ هیز و سلبرگ، ۲۰۰۶)؛ زنان توجه بیش‌تری به مسائل کیفی از قبیل مسئولیت‌های اجتماعی و انسان‌دوستی دارند (هافیس و تورگوت، ۲۰۱۳؛ بر و همکاران، ۲۰۱۰؛ ویلیامز، ۲۰۰۳). زنان بیش‌قوی‌تری از اخلاق کسب و کار دارند (مکاب و همکاران، ۲۰۰۶)؛ زنان یک بخش مهمی از منبع سرمایه انسانی در کار و محصول در بازار هستند (بلیمریا و ویلر، ۲۰۰۰؛ ماتیس، ۲۰۰۰) و همچنین زنان مشروعیت خارجی را بهبود می‌بخشند (بلیمریا، ۲۰۰۰). آلونسوآلمیدا (۲۰۱۲) و برون (۲۰۱۰) معتقدند کارآفرینان زن مثل مدیران زن نسبت به مردان از مسئولیت‌پذیری اجتماعی نگرش قوی‌تری دارند. آن‌ها در مواجهه با مشکلات، تصمیمات مسئولانه‌تری می‌گیرند (آلونسوآلمیدا و برمرس، ۲۰۱۴). به خاطر این که مدیران زن معمولاً منابع کم‌تری در اختیار دارند، می‌توانند از مسئولیت اجتماعی به گونه‌ای راهبردی در ارتقای کسب و کار بهره‌برند (پورتر و کرامر، ۲۰۰۶). بن‌عمار و همکاران (۲۰۱۶) نشان می‌دهند مدیران زن اغلب به نقض قانون حساس‌تر هستند و در نتیجه تمایل بیش‌تری به مراقب و دوری از تخلفات دارند. کامینگ و همکاران (۲۰۱۵) نشان دادند با افزایش مدیران زن در هیأت مدیره شرکت‌ها، سطح فساد در شرکت‌های نمونه کاهش می‌یابد. موسسه اسپن^۹ (۲۰۰۸)، دریافت که زنان نسبت به مردان اهمیت بیش‌تری برای حفظ جامعه‌ای سالم قائلند. پس، به نظر می‌آید که زنان در جست‌وجوی اقدامات گسترده‌تری از مسئولیت‌پذیری اجتماعی هستند تا از مطلوبیت بیش‌تری بهره‌برند (پیرسون، ۲۰۰۷) همچنین، هادسون و میلر (۲۰۰۵) دریافته‌اند زنان به موضوع مسئولیت اجتماعی به‌خصوص در رابطه با موضوع زیست‌محیطی، حساس‌تر هستند. این یافته‌ها به یافته‌های فریدمن و بارتولومو (۱۹۹۰) و لامسا و همکاران (۲۰۰۸) شباهت دارند. پس، موضوع‌های اجتماعی و زیست‌محیطی بیش‌تر از بعد ذی‌نفع برای زنان اهمیت دارند (آلونسوآلمیدا و همکاران، ۲۰۱۵). به غیر از چند استثنا (کولودینسکی، مدن، زیسک و هنکل، ۲۰۱۰ که هیچ تفاوتی نیافتند) زنان در حالت کلی بیش‌تر از مردان برای مسئولیت‌پذیری اجتماعی ارزش قائلند (آلونسوآلمیدا و همکاران، ۲۰۱۵).

۳. پیشینه پژوهش

سیلا و همکاران (۲۰۱۶)، به بررسی رابطه تنوع جنسیتی در هیأت مدیره و ریسک شرکت پرداختند. آن‌ها رابطه‌ای را بین هیأت مدیره زن و ریسک حقوق صاحبان سهام مشاهده نکردند. همچنین دریافتند که رابطه منفی بین هیأت مدیره زن و ریسک شرکت وجود دارد. هیون و همکاران (۲۰۱۶)، به بررسی رابطه بین زنان در هیأت مدیره و مسئولیت‌پذیری اجتماعی پرداختند. آن‌ها دریافتند بین مدیران زن و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت رابطه مثبت وجود دارد و شدت این رابطه بستگی به سطح جهت‌گیری بازار مصرف‌کننده شرکت دارد.

آلونسوآلمیدا و همکاران (۲۰۱۵)، به بررسی تأثیر مدیران زن بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت پرداختند. یافته‌ها نشان می‌دهند که مدیران ارشد در اسپانیا، بیش از سایر ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی، به بعد جهت‌گیری ذینفعان ارزش می‌نهند. همچنین نتایج نشان می‌دهند که پیش‌زمینه حرفه‌ای و فردی، تأثیر محدودی بر ادراک زنان از مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارد. همچنین نتایج نشان می‌دهند زنان کارآفرین، ادراک بهتری از مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارند. ستوپمیز (۲۰۱۵)، به بررسی رابطه بین مدیران زن و مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها پرداخت. نتیجه پژوهش نشان می‌دهد مدیران زن بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت تأثیر مثبتی دارد. استعداد زنان می‌تواند نقش راهبردی در قادر ساختن شرکت برای مدیریت مسئولیت اجتماعی و شیوه‌های مناسب پایداری، داشته باشد.

سرواس و تامایو (۲۰۱۳)، در پژوهشی تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی را بر ارزش شرکت بررسی کردند. نتایج پژوهش نشان می‌دهند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی با ارزش شرکت، در شرکت‌هایی که میزان آگاهی مشتریان و یا آگاهی عموم مردم از طریق تبلیغاتی که شرکت انجام می‌دهد بیشتر تر باشد، رابطه مثبت وجود دارد و برای شرکت‌هایی که آگاهی مشتریان و یا عموم مردم پایین است، این رابطه ضعیف و یا منفی می‌باشد. همچنین نتایج حاصل از پژوهش نشان دادند که تأثیر آگاهی بر رابطه مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش شرکت در مورد شرکت‌هایی که شهرت کمی در اجتماع دارند منفی است.

سکولتنز و چاینگ کانگ (۲۰۱۲)، در پژوهشی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و مدیریت سود را بررسی کردند. نتایج پژوهش نشان دادند که شرکت‌هایی با نسبت مسئولیت اجتماعی خوب به طور چشمگیری به کاهش مدیریت سود علاقه‌مند هستند و حمایت سرمایه‌گذاران با مدیریت سود رابطه منفی دارد و مسئولیت اجتماعی شرکتی، باعث می‌شود شرکت‌های آسیایی مدیریت سود را کم به کار ببرند و این بستگی به سیستم قانونی دارد.

اویونو و همکاران (۲۰۱۱)، به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد مالی پرداختند. در این پژوهش سود قبل از بهره، مالیات و استهلاک و سود هر سهم به عنوان متغیرهای عملکرد مالی در نظر گرفته شدند. نتایج پژوهش نشان می‌دهند که بین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد مالی رابطه مثبت و تقریباً ضعیفی وجود دارد. بنابراین آن‌ها ادعا کردند که گزارش فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها باعث بهبود عملکرد مالی می‌شود.

سپاسی و عبدلی (۱۳۹۵)، به بررسی تأثیر حضور زنان در هیأت مدیره بر ارزش شرکت و عملکرد مالی پرداختند. نتایج نشان می‌دهند زنان در هیأت مدیره به طور مثبت بر عملکرد مالی (که به وسیله بازده دارایی‌ها و فروش اندازه‌گیری شده) اثر می‌گذارند که به طور کلی گویای این است که زنان در هیأت مدیره بر عملکرد مالی (که به نوبه خود مرتبط با ارزش شرکت است) اثر می‌گذارند و از این طریق ارزش شرکت را نیز تحت تأثیر خود قرار می‌دهند.

پناهی و همکاران (۱۳۹۴)، به بررسی اثر افشای مسئولیت اجتماعی و نرخ بازده دارایی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج نشان می‌دهند که بین مسئولیت اجتماعی جامعه و عملکرد مالی رابطه منفی وجود دارد؛ اما از لحاظ آماری معنی‌دار نمی‌باشد و رابطه بین مسئولیت اجتماعی کارکنان و همچنین مسئولیت اجتماعی محیط‌زیست با نرخ بازده دارایی مثبت و معنی‌دار است.

بیابانی و گرکز (۱۳۹۳)، به بررسی رابطه بین حضور مدیران زن در هیأت مدیره با عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج نشان می‌دهند حضور مدیران زن در هیأت مدیره با بازده دارایی و بازده حقوق صاحبان سهام رابطه مثبت و معناداری دارد و نیز با نسبت Q توین و فروش رابطه معناداری ندارد.

عرب صالحی و همکاران (۱۳۹۲)، به بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج پژوهش نشان می‌دهند که عملکرد مالی با مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به مشتریان و نهادهای موجود در جامعه ارتباط دارد؛ ولی عملکرد مالی با مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به کارکنان و محیط‌زیست رابطه معناداری ندارد. این پژوهش به مدیران کمک خواهد کرد تا سیاست‌های مؤثر مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها که برای دستیابی به عملکرد مالی بهتر آن‌ها در بلندمدت لازم است را توسعه دهند. همچنین بیشی را برای شرکت‌ها در زمینه‌ی نقش مسئولیت اجتماعی در کسب منافع آتی فراهم می‌کنند.

۴. فرضیه پژوهش

براساس مبانی نظری و پیشینه پژوهش، فرضیه زیر تدوین شد:

حضور مدیران زن در هیأت مدیره بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها تأثیر معناداری می‌گذارد.

۵. روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از لحاظ هدف پژوهشی کاربردی است. از سوی دیگر، براساس چگونگی جمع‌آوری داده‌ها، پژوهش حاضر از نوع پژوهش‌های توصیفی است. با توجه به دسته‌بندی‌های مختلف پژوهش‌های توصیفی، پژوهش حاضر از نوع همبستگی خواهد بود. داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از نرم‌افزار Excel تلخیص و سپس متغیرهای مورد نظر محاسبه شده‌اند. محاسبات آماری و برآوردها با استفاده از نرم‌افزار Eviews نسخه ۸ انجام شده است.

۶. جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری پژوهش حاضر کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره زمانی ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۳ هستند. برای انتخاب نمونه از بین کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، شرکت‌هایی برای انجام آزمون انتخاب شدند که دارای شرایط زیر باشند:

۱. اطلاعات مالی حسابرسی شده هر یک از شرکت‌های مورد مطالعه موجود باشد؛

۲. سال مالی شرکت منتهی به پایان اسفند ماه هر سال باشد؛

۳. شرکت در سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۳، تغییر سال مالی نداشته باشد؛

۴. تا پایان سال ۱۳۸۸ در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته شده باشد؛

۵. جزء بانک‌ها و شرکت‌های سرمایه‌گذاری، واسطه‌گری مالی، شرکت‌های هلدینگ و لیزینگ نباشد.

بنابراین، پس از اعمال محدودیت‌های پیش‌گفته و انجام نمونه‌گیری از بین تمام شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تعداد ۱۵۰ شرکت به عنوان نمونه آماری انتخاب گردید.

۷. مدل و تعریف متغیرها

در این پژوهش، مدل زیر برای فرضیه آزمون شده است:

$$CSR_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{Women on board}_{i,t} + \alpha_2 \text{Size}_{i,t} + \alpha_3 \text{Leverage}_{i,t} + \alpha_4 \text{Growth}_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

۷-۱. متغیر وابسته

CSR: سطح افشای اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی شرکت‌ها است که برای اندازه‌گیری آن از روش تحلیل محتوی استفاده شد. تحلیل محتوی یک روش کدگذاری متن به گروه‌های مختلف با توجه به معیارهای از قبل تعریف شده است که

به طور گسترده‌ای در پژوهش‌های مرتبط با افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی به کار می‌رود؛ زیرا این روش برای محققان، یک رویکرد سیستماتیک به منظور تحلیل داده‌های غیر ساختاری بزرگ فراهم می‌کند (اسلام و دیگان، ۲۰۰۸). در پژوهش حاضر برای اندازه‌گیری سطح افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی شرکت‌ها، پس از مرور گسترده ادبیات مربوطه، چک‌لیست اولیه‌ای شامل ۴۳ نوع اطلاعات تدوین شد که این اطلاعات از پژوهش‌های اریبی و جاثو (۲۰۱۰)؛ جاثو، هراوی و زیباو (۲۰۰۵) و مران جوری و علی خانی (۱۳۹۳) اقتباس شدند. پس از حذف برخی موارد، چک‌لیست نهایی شامل ۳۹ نوع اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی تهیه شد که انتظار می‌رود به صورت داوطلبانه یا اجباری در گزارش‌های سالانه‌ی شرکت‌های ایرانی افشاء شود.

۷-۲. متغیر مستقل

Women on board: متغیر ساختگی است، اگر در هیأت مدیره شرکت زن وجود داشته باشد معادل یک است در

غیر این صورت صفر است.

۷-۳. متغیرهای کنترل

Size: به اعتقاد مالین و همکاران (۲۰۱۴) بانک‌ها و شرکت‌های بزرگ که بیش‌تر در چشم عموم هستند، بر فعالیت‌های خود نسبت به جامعه گسترده‌تر نظارت می‌کنند. بنابراین، در این پژوهش همانند مالین و همکاران، (۲۰۱۴) از لگاریتم طبیعی کل دارایی‌ها به عنوان نماینده‌ای برای اندازه شرکت استفاده می‌شود، چرا که استدلال شده است که اندازه شرکت بر سطح فعالیت‌های اجتماعی شرکت مؤثر است.

Leverage: اهرم مالی از نسبت کل بدهی‌ها به کل دارایی‌ها به دست آمده است.

Growth: رشد، تفاوت فروش سال جاری و گذشته تقسیم بر فروش سال گذشته است.

۸. یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی پژوهش در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

معیارها / متغیرها	تعداد	میانگین	میانه	بیشینه	کمینه	انحراف معیار	ضریب چولگی	ضریب کشیدگی
مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت	۷۵۰	۰/۷۴۳	۰/۷۴۳	۱	۰/۴۶۱	۰/۰۸۲	-۰/۳۴۹	۳/۸۵۷
حضور بانوان در هیأت‌مدیره	۷۵۰	۰/۰۷۶	۰	۱	۰	۰/۲۶۵	۳/۲۰۰	۱۱/۲۴
اندازه شرکت	۷۵۰	۵/۹۹۷	۵/۹۳۲	۸/۱۵۰	۴/۳۵۶	۰/۶۳۰	۰/۵۸۶	۳/۷۲۲
اهرم بدهی	۷۵۰	۰/۶۳۳	۰/۶۳۰	۲/۷۷۳	۰/۰۸۹	۰/۲۵۸	۲/۳۳۹	۱۸/۱۲۹
رشد شرکت	۷۵۰	۰/۰۳۰	۰/۰۵۲	۲/۴۹۸	-۱۳/۷۱	۰/۶۶۷	-۱۱/۶۶۴	۲۴۲/۷۷

نتایج پایایی متغیرهای پژوهش در جدول شماره ۲ ارائه شده است. پایایی به این معنا است که میانگین و واریانس متغیرها در طول زمان و کوواریانس متغیرها بین سال‌های مختلف ثابت است. در این پژوهش، برای سنجش پایایی متغیرها از آزمون لوین، لین و چو استفاده

شده است. از آنجا که مقدار سطح معناداری تمامی متغیرها کم تر از ۵٪ است؛ تمامی متغیرهای مورد استفاده در پژوهش در دوره پژوهش در سطح پایا بودند.

جدول ۲. پایایی متغیرهای پژوهش

متغیرها	مقدار آماره لوین، لین و چو	احتمال آماره لوین، لین و چو
مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت	-۸/۸۳۳	۰/۰۰۰۰
حضور بانوان در هیأت مدیره	-۳/۲۷۵	۰/۰۰۰۵
اندازه شرکت	-۶/۶۵۶	۰/۰۰۰۰
اهرم بدهی	-۴۶/۲۵۸	۰/۰۰۰۰
رشد شرکت	-۱۰۶/۶۷۴	۰/۰۰۰۰

۹. یافته‌های پژوهش

قبل از آزمون فرضیه پژوهش، ابتدا با استفاده از آزمون F لیمر به انتخاب مدل داده‌های تلفیقی^{۱۰} در برابر مدل داده‌های پانل^{۱۱} پرداخته می‌شود. نتیجه آزمون F لیمر در جدول شماره ۳ نشان می‌دهد که مقدار احتمال آماره F لیمر، کم تر از سطح معناداری ۵٪ است. از این رو، برای آزمون فرضیه پژوهش از روش داده‌های پانل استفاده می‌شود.

جدول ۳. آزمون F لیمر مدل رگرسیونی پژوهش

مدل	$CSR_{i,j} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{Women on board}_{i,j} + \alpha_2 \text{Size}_{i,j} + \alpha_3 \text{Leverage}_{i,j} + \alpha_4 \text{Growth}_{i,j} + \varepsilon_{i,j}$		
نوع آزمون	مقدار آماره آزمون	درجه آزادی	احتمال آماره آزمون
F لیمر	۹/۰۲۳۷۸۰	(۸/۷۴۱)	۰/۰۰۰

به دلیل عدم انتخاب مدل داده‌های تلفیقی در برابر داده‌های پانل، برای انتخاب الگوی آثار ثابت در برابر الگوی اثرات تصادفی، آزمون هاسمن انجام شده است. همان‌طور که در جدول شماره ۴ مشاهده می‌شود؛ مقدار احتمال آماره آزمون، کم تر از سطح معنی‌داری ۵٪ است؛ از این رو، دلیل کافی برای رد الگوی اثرات ثابت وجود ندارد و برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از الگوی اثرات ثابت استفاده می‌شود.

جدول ۴. انتخاب الگوی اثرات ثابت در برابر الگوی اثرات تصادفی

مدل	$CSR_{i,j} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{Women on board}_{i,j} + \alpha_2 \text{Size}_{i,j} + \alpha_3 \text{Leverage}_{i,j} + \alpha_4 \text{Growth}_{i,j} + \varepsilon_{i,j}$		
نوع آزمون	مقدار آماره خی دو	درجه آزادی خی دو	احتمال آماره آزمون
هاسمن	۳۶/۰۹۵۱۱	۴	۰/۰۰۰

¹⁰-Pooled

¹¹-Panel

جدول ۵. مدل رگرسیونی اثرات ثابت برای آزمون فرضیه پژوهش

متغیرها	آماره‌ها	ضرایب رگرسیونی	مقدار آماره t	سطح معناداری
مقدار ثابت	۰/۴۴۴	۱۶/۴۴۲	۰/۰۰۰	
حضور بانوان در هیأت مدیره	۰/۰۲۱	۲/۰۷۴	۰/۰۳۸	
اندازه شرکت	۰/۰۴۷	۱۰/۷۴۱	۰/۰۰۰	
اهرم بدهی	۰/۰۲۲	۲/۰۷۹	۰/۰۳۸	
رشد شرکت	۰/۰۰۳	۰/۹۱۷	۰/۳۵۹۴	
ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	احتمال آماره F	آماره دوربین-واتسون	
۰/۲۰	۰/۱۹	۰/۰۰۰	۱/۶۵	

نتایج مربوط به آماره F نشان می‌دهند که مدل در حالت کلی معنی‌دار است. از آن‌جا که مقدار آماره دوربین-واتسون در محدوده بحرانی ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد؛ می‌توان بیان نمود که مدل، فاقد مشکل خود همبستگی بین جز اخلاص است. ضریب تعیین تعدیل شده R^2 برابر ۰/۱۹ بوده و گویای این مطلب است که ۱۹ درصد از تغییرات متغیر وابسته با متغیر مستقل مدل قابل تبیین است؛ همان‌طور که در جدول شماره ۵ نشان داده شده است، سطح معناداری مربوط به حضور بانوان در هیأت مدیره برابر با ۰/۰۳۸ است که این امر گویای وجود رابطه معنادار بین حضور بانوان در هیأت مدیره و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها است. با توجه به مثبت بودن ضریب رگرسیونی، می‌توان بیان نمود که بین حضور بانوان در هیأت مدیره و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. بنابراین، فرضیه پژوهش تأیید می‌شود.

۱۰. نتیجه‌گیری

آلونسو آلمیدا و همکاران (۲۰۱۵) دریافتند که زنان بیش‌تر از مردان برای مسئولیت‌پذیری اجتماعی ارزش قائلند. هدف اصلی پژوهش حاضر، بررسی تأثیر حضور مدیران زن بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بوده است. به همین منظور، برای اندازه‌گیری مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت از روش تحلیل محتوا استفاده شده است. فرضیه پژوهش با استفاده از اطلاعات مربوط به ۱۵۰ شرکت فعال در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره زمانی ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۳ مورد آزمون قرار گرفت. نتایج نشان دادند بین حضور مدیران زن در هیأت مدیره و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. زمانی که مدیران زن در هیأت مدیره فعالیت می‌کنند، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها افزایش می‌یابد. نتایج این پژوهش، با نتایج پژوهش‌های آلونسو آلمیدا و همکاران (۲۰۱۵)، ستوپمیز (۲۰۱۵) و هیون و همکاران (۲۰۱۶) که بیان کردند بین حضور مدیران زن در هیأت مدیره و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها رابطه مثبت وجود دارد، همسو است.

در برنامه توسعه کشورمان به مقوله زنان و توانمندسازی آن‌ها توجه شده است؛ ولی در این برنامه‌ها به زنان کم‌تر از دید مدیریتی نگریسته شده است. نکاتی که در برنامه چهارم توسعه مورد توجه قرار گرفته است برای بهبود جایگاه زنان بسترسازی می‌نماید، اما به توانمندسازی زنان برای مشارکت بیش‌تر در پست‌های مدیریتی توجه چندانی نمی‌کند. با توجه به نتایج به دست آمده، پیشنهاد می‌شود که قانون‌گذار سهمیه اجباری برای حضور زنان در هیأت مدیره، جهت ترویج حضور زنان در پست‌های مدیریتی در شرکت‌ها اقدامات لازم را اتخاذ نمایند.

منابع

۱. بهارمقدم، مهدی؛ صادقی، زین‌العابدین و صفرزاده، ساره (۱۳۹۲). بررسی رابطه‌ی مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی بر افزایش مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، حسابداری مالی. سال پنجم. شماره ۲۰، صص ۹۰-۱۰۷.
 ۲. بیابانی، سروش؛ گرکز، منصور (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین حضور مدیران زن در هدئت مدیره با عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، فصلنامه دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، سال سوم. شماره ۱۲: صص ۶۳-۷۴.
 ۳. پناهی؛ اسماعیل، نوروزی؛ محمد، قاسمی؛ مهرناز، قاسمی؛ عادل (۱۳۹۴). بررسی اثر افشای مسئولیت اجتماعی و نرخ بازده دارایی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، کنفرانس بین‌المللی اقتصاد مدیریت و علوم اجتماعی.
 ۴. پورعلی، محمدرضا؛ حجامی، محدثه (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی و مالکیت نهادی در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت. دوره سوم، شماره دهم، صص ۱۵۰-۱۳۵.
 ۵. حساس‌یگانه، یحیی (۱۳۸۴). مفاهیم حاکمیت شرکتی، مجله حسابدار. شماره ۱۶۷، صص ۳۳-۳۰.
 ۶. سپاسی، سحر؛ عبدلی، لیلا (۱۳۹۵). تأثیرات حضور زنان در هیأت مدیره بر ارزش شرکت و عملکرد مالی، فصلنامه پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی. سال ۸، شماره ۲۹، صص ۵۸-۳۹.
 ۷. سپاسی، سحر؛ کاظم‌پور، مرتضی (۱۳۹۴). تأثیر وجود کمیته‌ی حسابرسی و واحد حسابرسی داخلی بر هموارسازی سود شرکت‌های پذیرفته شده در بورس، دوماهنامه حسابرسان داخل. شماره ۵ و ۶، صص ۷۴-۶۱.
 ۸. علی‌خانی، رضیه؛ مران‌جوری، مهدی (۱۳۹۳). بررسی افشای مسئولیت‌های اجتماعی از بعد موضوع: شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران، اولین همایش ملی حسابداری، حسابرسی و مدیریت.
 ۹. عرب صالحی؛ مهدی، صادقی؛ غزل، معین‌الدین؛ محمود (۱۳۹۲). رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. پژوهش‌های تجربی حسابداری. سال سوم، شماره ۹، صص ۲۰-۱.
 ۱۰. فروغی؛ داریوش، میر شمس شهبهانی؛ مرتضی و پورحسین؛ سمیه (۱۳۸۷). نگرش مدیران درباره افشای اطلاعات حسابداری اجتماعی: شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی. شماره ۵۲، صص ۷۰-۵۵.
 ۱۱. ملکیان؛ اسفندیار، سلمانی؛ رسول، شهسواری، معصومه (۱۳۹۵). مطالعه رابطه بین مالکیت دولتی و نهادی با مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها (شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران)، دانش سرمایه‌گذاری. دوره پنجم، شماره هفدهم، صص ۷۴-۵۵.
۱۲. Adams, R., & Ferreira, D (2009). Women in The Boardroom and Their Impact on Governance and Performance. *Journal of Financial Economics*, 94(2), 291-309.
13. Adams, R., S. Gray, and J. Nowland (2010). Is there a business case for female directors? Evidence from the market reaction to all new director appointments. Working paper, City University of Hong Kon.
14. Arfken, D. E., Bellar, S. L., & Helms, M. M (2004). The ultimate glass ceiling revisited: The presence of women on corporate boards. *Journal .of Business Ethics*, 50(2), 177-186.
15. Alonso-Almeida, M. M (2012). Water and waste management in the Moroccan tourism industry: the case of three women entrepreneurs. *Women's Studies International Forum*, 35(5), 343-353.
16. Alonso-Almeida, M. M., & Bremser, K (2014). Strategic management decisions in power positions to achieve business excellence in small service businesses: does gender matter? *European Accounting and Management Review*, 1(1) (Available at SSRN:xzhttp://ssrn.com/abstract = 2532404. Accessed February 13, 2015).
17. Alonso-Almeida, M. M., Casani, F., & Rodriguez-Pomeda, J (2015). Corporate social responsibility perception in business students as future managers: A multifactorial analysis. *Business Ethics: A European Review*, 24(1), 1-27.
18. Alonso-Almeida a, M , Perramonb , j, Bagur, l (2015). Women managers and corporate social responsibility (CSR) in Spain: Perceptions and drivers. *Journal of Women's Studies International Forum*, 47-56.
19. Aribi, A., & Gao, S (2010). Corporate social responsibility disclosure. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 8(2), 72-91
20. Aspen Institute (2008) Where will they lead? MBA Students' attitudes about business and society Aspen Institute for Social Innovation Through Business. New York: Center for Business Education.
21. Barbuto, J. E., Jr., Fritz, S. M., Matkin, G. S., & Marx, D. B (2007). Effects of gender, education, and age upon Leaders' Use of influence tactics and full range leadership behaviors. *Sex Roles*, 56, 71-83.
22. Bear, S.; Rahman, N.; Post, C. The impact of board diversity and gender composition on corporate social responsibility and firm reputation. *J. Bus. Eth.* 2010, 97, 207-221.

23. Ben-Amar, W.; Chang, M.; McIlkenny, P. Board gender diversity and corporate response to sustainability initiatives: Evidence from the carbon disclosure project. *J. Bus. Eth.* 2015.
24. Bernardi, R. and Arnold, D (1997). An examination of moral development within public accounting by gender, staff level, and firm ,*Contemporary Accounting Research*, Vol. 14 No. 4, pp. 653-68.
25. Bilimoria, D (2000). Building The Business Case for Women Corporate Directors. In R. J. Burke & M. C. Mattis (Eds.), "Women on Corporate Boards of Directors: International Challenges and Opportunities. Dordrecht: Kluwer Academic publishers
26. Bilimoria, D., & Wheeler, J (2000). Women Corporate Directors: Current Research and Future Directions. In R. Burke & M. Mattis (Eds.), *Women in Management: Current Research Issues* (Vol. II, PP. 138–163). Dordrecht: Kluwer.
27. Braun, P (2010). Going green: women entrepreneurs and the environment. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 2(3), 245–259
28. Carroll, A.B (1999). Corporate social responsibility evolution of a definitional construct. *Bus. Soc.* 38, 268–295.
29. Cumming, D.; Leung, T.; Rui, O (2015). Gender diversity and securities fraud. *Acad. Manag. J.*, 58, 1572–1593.
30. Deloitte Consulting. Women in the boardroom; A global perspective. Available online <http://www2.deloitte.com/global/en/pages/risk/articles/women-in-the-boardroom-a-global-perspective.html> (accessed on 15 December 2015).
31. Eagly, A. and Carli, L (2003). The female leadership advantage: an evaluation of the evidence'', *The Leadership Quarterly*, Vol. 14, pp. 807-34.
32. Fama, E. F. and Jensen, M. C (1983). Separation of Ownership and Control. *Journal of Law and Economics* , 16: 301-325.
33. Freedman, A. M., & Bartholomew, P. S (1990). Age, experience and genders as factors in ethical development of hospitality managers and students. *Hospitality Research Journal*, 14(2), 1–10.
34. Gao, S. S., Heravi, S., & Xiao, J. Z (2005). Determinants of corporate social and environmental reporting in Hong Kong: A research note. *Accounting Forum*, 29, 233–242.
35. Gramling, A. A., Maletta, M. J., Schneider, A., & Church, B. K (2004). The role of the internal audit function in corporate governance: A synthesis of the extant internal auditing literature and directions for future research. *Journal of Accounting Literature*, 23, 194–244.
36. Hafsi, T., & Turgut, G (2013). Boardroom Diversity and Its Effect on Social Performance: Conceptualization and Empirical Evidence," *Journal of Business Ethics*, 112(3),PP. 463–479.
37. Hillman, A.J.; Keim, G.D (2001). Shareholder value, stakeholder management, and social issues: What's the bottom line? *Strateg. Manag. J* , 22, 125–139.
38. Hudson, S., & Miller, G (2005). Ethical orientation and awareness of tourism students. *Journal of Business Ethics*, 62(4), 383–396.
39. Huse, M., Nielsen, S., & Hagen, I (2009). Women and Employee Elected Board Members, and Their Contributions to Board Control Tasks", *Journal of Business Ethics*, 89(4),PP. 581– 597.
40. Huse, M., & Solberg, A (2006). Gender-Related Boardroom Dynamics: How Scandinavian Women Make and Can Make Contributions on Corporate Boards",*Women in Management Review*, 21(2),PP.113–130.
41. Hyun, Eunjung, Yung, Daegyung, Jung, Hojin and Hong, Kihoon (2016). Women on Boards and Corporate Social Responsibility. *Journal of Sustainability*. 8(4), 300; doi:[10.3390/su8040300](https://doi.org/10.3390/su8040300).
42. International Federation of Accountants, (2004). *Enterprise Governance Getting the Balance Right*, Professional Accountants in Business committee (PAIB), New York. Amsterdam.
43. Islam, M. A. & Deegan, C (2008). Motivations for an organization within a developing country to report social responsibility information: Evidence from Bangladesh", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 21, No. 6, PP. 850–874.
44. Jamali, D., Safieddine, A., & Daouk, M (2007). Corporate governance and women: an empirical study of top and middle women managers in the Lebanese banking sector. *Corporate Governance*, 7(5), 574–585.
45. Kolodinsky, R. W., Madden, T. M., Zisk, D. S., & Henkel, E. T (2010). Attitudes about corporate social responsibility: business student predictors. *Journal of Business Ethics*, 91(2), 167–181.
46. Krishnan, H. A., & Park, D (2005). A few good women-on top management teams. *Journal of Business Research*, 58(12), 1712–1720.
47. Lamsa, A., Vehkaperä, M., Puttonen, T., & Pesonen, H. L (2008). Effect of business education on women and men students' attitudes on corporate responsibility in society. *Journal of Business Ethics*, 82(1), 45–58.
48. Mallin, Christine; Farag, Hisham; Ow-Yong, Kean (2014). Corporate social responsibility and financial performance inIslamic banks", *Behavior & Organization* 103, S21–S38.

49. Marquis, C., & Lee, M (2011). Who is governing whom? senior managers, governance and the structure of generosity in large U.S. Firms. Harvard Business School, working paper (pp. 11–121).
50. Mattis, M (2000). Women Corporate Directors in The United States. In R. J. Burke & M. C. Mattis (Eds.), *Women on Corporate Boards of Directors: International Challenges and Opportunities*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.
51. McCabe, A., Ingram, R., & Dato-on, M (2006). The Business of Ethics and Gender", *Journal of Business Ethics*, 64(2), PP. 101–116.
52. Oeyono, J. and Samy, M .and Bampton, R (2011). An examination of corporate social responsibility and financial performance: A study of the top 50 Indonesian listed corporations", *Journal of Global Responsibility*, Vol.2, PP.100-112
53. Pearson, R (2007). Beyond women workers: gendering CSR. *Third World Quarterly*, 28(4), 731–749.
54. Porter, M. E., & Kramer, M. R (2006). Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78–92.
55. Rahman Khan ,A. and Badrul Mottakin (2012); "Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Disclosures: Evidence From an Emerging Economy". *Journal of Business Ethics*.
56. Scholtens, B. and Ching Kang, F (2012). Corporate Social Responsibility and Earnings Management: Evidence from Asian Economies. Vol 20, pp 95–112
57. Servaes, Henri; Tamayo, Ane (2013). The Impact of Corporate Social Responsibility on Firm Value: The Role of Customer Awareness", *Management Science*, Vol. 59 Iss 5 pp. 1045 – 1061.
58. Seto -Pamies, Dolores (2015). The Relationship between Women Directors and Corporate Social Responsibility. *Journal Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. Volume 22, Issue 6, Pages 334–345
59. Shrader, C., Blackburn, V., & Iles, P (1997). Women in Management and Firm Financial Performance: An Exploratory Study," *Journal of Managerial Issues*, 9(3), PP. 355–372.
60. Sila, Vathunyoo, Gonzalez, Angelica and Hagendorff, Jens (2016). Women on board : does boardroom gender diversity affect firm risk? *Journal of corporate Finance* 36, pp. 26-53.
61. Soares, R., Marquis, C., & Lee, M (2011). Gender and corporate social responsibility: It's a matter of sustainability. Catalyst report.
62. Wetlesen, T. S. (2013). Work values in the second generation of gender equality pioneers: A case study from Norway. *Gender, Work and Organization*, 20(1), 100–112.
63. Williams, R. J (2003). Women on corporate boards of directors and their influence on corporate philanthropy. *Journal of Business Ethics*, 42(1), 1–10.
64. Zhang, J. Q., Zhu, H., & Ding, H (2013). Board composition and corporate social responsibility: An empirical investigation in the post Sarbanes-Oxley Era. *Journal of Business Ethics*, 114, 381–392.