

اثر تعدیل‌گری استقلال کمیته حسابرسی بر رابطه بین میزان گزارشگری پایداری و نوآوری شرکت‌ها

سید سجاد معصومی^۱

خسرو فغانی ماکرانی^۲

علی ذبیحی زرین‌کلایی^۳

تاریخ دریافت: ۹۸/۶/۱۱

تاریخ پذیرش: ۹۹/۱/۳

چکیده:

با حرکت اقتصاد کشورها به سمت جهانی شدن و افزایش رقابت در میان تولیدکنندگان کشورهای مختلف نقش و اهمیت نوآوری به عنوان عامل کارایی و رشد اقتصادی در کشورها بیش از گذشته در نزد ذی‌نفعان مطرح است. اهمیت نوآوری در فرایند رشد اقتصادی کشورها آن چنان بالاست که بسیاری از اقتصاددانان آن را موتور توسعه اقتصادی کشورها در عصر جدید نامیده‌اند. هدف این پژوهش، بررسی اثر تعدیل‌گری استقلال کمیته حسابرسی بر رابطه بین میزان گزارشگری پایداری و نوآوری شرکت‌ها می‌باشد. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد که پس از بررسی از میان آنها تعداد ۱۳۰ شرکت بر اساس روش حذف سیستماتیک انتخاب شده است. این پژوهش از نظر هدف، پژوهشی کاربردی است که رویکرد قیاسی استقرایی دارد و همبستگی جزء تحلیل‌های رگرسیونی می‌باشد. با توجه به نتایج، رابطه مثبت بین میزان گزارشگری پایداری و نوآوری شرکت‌ها مورد تأیید قرار گرفت. هم‌چنین استقلال کمیته حسابرسی اثر تعدیل‌گری بر رابطه بین میزان گزارشگری پایداری و نوآوری شرکت‌ها دارد. بنابراین، لازم است مدیران برای انجام سرمایه‌گذاری بهینه، تولید محصول با کیفیت و فن‌آوری بالا، حفظ منافع ذی‌نفعان و کاهش هزینه‌های نمایندگی متعهد به ایفای وظایف مرتبط با پایداری در سه بعد اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی باشند.

واژه‌های کلیدی: استقلال کمیته حسابرسی، میزان گزارشگری پایداری و نوآوری.

۱. دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، دانشکده علوم انسانی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران.

۲. دانشیار، گروه حسابداری، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران. (نویسنده مسئول).

Kh.makrani@chmail.com

۳. استادیار، گروه حسابداری، دانشکده علوم انسانی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران.

۱. مقدمه

با حرکت اقتصاد کشورها به سمت جهانی شدن و افزایش رقابت در میان تولیدکنندگان کشورهای مختلف نقش و اهمیت نوآوری به عنوان عامل کارایی و رشد اقتصادی در کشورها بیش از گذشته در نزد ذی‌نفعان مطرح است. اهمیت نوآوری در فرایند رشد اقتصادی کشورها آن چنان بالاست که بسیاری از اقتصاددانان آن را موتور توسعه اقتصادی کشورها در عصر جدید نامیده‌اند. اگر چه اهمیت موضوع نوآوری برای هیچ کس پوشیده نیست؛ لیکن ضعف شدید شرکت‌های داخلی در زمینه نوآوری در ارائه محصولات و خدمات و هم چنین در توسعه فرایندهای کسب و کار، ضرورت پژوهشی در خور را طلب می‌کند. بی‌ثباتی، تغییرپذیری و غیرقابل پیش بینی بودن موضوع نوآوری در شرکت‌ها را بیشتر می‌کند. بی‌ثباتی، تغییرپذیری و غیرقابل پیش بینی بودن از ویژگی‌های عصر کنونی است. در چنین فضایی، آنچه که سازمان‌ها به شدت به آن نیازمندند تا بتوانند در بازارهای پویا و پیچیده امروزی جایگاهی داشته باشند و برای خود کسب مزیت رقابتی نمایند؛ توان تولید محصولات و خدمات جدید و منحصر به فرد و قابل رقابت در بازارهای متغیر امروزی است؛ و این امر میسر نمی‌گردد مگر با نوآوری و خلاقیت مدیران و نیز تأثیر مدیران بر پرورش خلاقیت کارکنان که با کمک یکدیگر در جهت رشد و بالندگی سازمان خود بکوشند.

سرمایه‌گذاری در نوآوری، برای استفاده مفید از منابع، افزایش بهره‌وری، گسترش تجارت جهانی و بالا بردن سطح رفاه فردی و اجتماعی و یا به عبارت دیگر سطح استانداردهای زندگی لازم می‌باشد. در چنین شرایطی، سازمان‌ها نیز برای حفظ مزیت رقابتی خود باید اطمینان حاصل نمایند که استراتژی‌های آن‌ها ابتکاری باشد. ضمناً، لازم به ذکر است که فعالیتهای موفق نوآورانه در یک سازمان نیازمند مشارکت کارمندان در تمام سطوح می‌باشد. لذا سازمان‌های امروزی با نوآوری بیشتر، در پاسخ به محیط‌های متغیر و توسعه قابلیت‌های جدیدی که به آن‌ها اجازه دهد به عملکرد بهتری برسند، موفق‌تر خواهند بود.

از طرفی سطح توسعه کشورها، به طور قابل توجهی در سراسر جهان با یکدیگر متفاوت است. برخی از عوامل مانند پیشرفت در فناوری، انتقال آسان منابع مالی و فناوری، اقتصاد ملی و سطح توسعه کشورها را تحت تأثیر قرار می‌دهند. علاوه بر این، تغییرات فوق شرایط جدیدی را برای شرکت‌ها به وجود می‌آورد که علاقه ذی‌نفعان، سهامداران و مشتریان را به محیط زیست و مسائل اجتماعی افزایش داده و در نتیجه این تحولات، برای سنجش عملکرد شرکت علاوه بر اطلاعات مالی باید به اطلاعات غیرمالی نیز توجه شود. در این راستا، گزارشگری پایداری شامل سه حوزه اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی است. پایداری، توانایی یک سازمان برای تداوم قاطعانه فعالیت‌ها و اعمال اثرات آن بر سرمایه‌های محیطی، اجتماعی و انسانی در راستای مدیریت آنها است. شرکتی که در راستای پایداری جهت دهی شده است، شرکتی است که در طول زمان از طریق مدیریت ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی عملکرد و فعالیت‌های خود، توسعه یافته است. بنابراین، پایداری یک شرکت وابسته به پایداری روابط با کلیه ذی‌نفعان خود است.

هم‌چنین، امروزه با توجه به این موضوع که بقای شرکت‌ها در درازمدت علاوه بر مسائل مالی،

در گرو توجه به مسائل اجتماعی و زیست محیطی است، شرکت‌ها در تلاش‌اند که در چارچوب نظام راهبری شرکتی، هم برای مشارکت شرکت در موضوعات مرتبط با پایداری و مسئولیت اجتماعی و هم افشای آن پاسخ‌گو باشند (جمالی و همکاران^۱، ۲۰۰۸). بر این اساس لازم است که ساز و کاری نظارتی مانند کمیته حسابرسی، برای بهبود وضعیت افشای پایداری و مسئولیت اجتماعی وارد عمل شود. در واقع انتظار می‌رود که کمیته حسابرسی به عنوان گروه نماینده از طرف هیئت مدیره شرکت، بر گزارش‌های مالی و غیرمالی نظارت کند و عدم تقارن اطلاعات بین مدیریت و ذی‌نفعان را تا حداقل ممکن کاهش دهد.

با توجه به اهمیت مباحث مطرح شده و این که در اغلب مطالعات داخلی صورت گرفته، این موضوع نادیده انگاشته شده و یک فضای خالی در ادبیات حسابداری و حسابرسی جهت پژوهش در این باره وجود دارد که این خود، انگیزه‌ای جهت انجام پژوهش حاضر می‌باشد. سوالی که مطرح می‌شود این است که با توجه به الزام وجود کمیته حسابرسی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران به عنوان بخش ضروری از ساختار حاکمیت شرکتی، آیا استقلال کمیته حسابرسی می‌تواند، رابطه بین میزان گزارشگری پایداری و نوآوری در شرکت‌ها را تعدیل نماید؟ لذا در این پژوهش، به تأثیر تعدیل‌گری استقلال کمیته حسابرسی بر رابطه بین میزان گزارشگری پایداری و نوآوری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته می‌شود.

۲. مبانی نظری پژوهش

پایداری بر اساس نخستین و شناخته شده ترین تعریفی که از آن شده عبارت است از «رفع نیازهای حال حاضر بدون به خطر انداختن توانایی نسل‌های آینده برای رفع نیازهای خود» (اسنیرسن^۲، ۲۰۰۸). توجه به آینده در کانون رابطه قراردادی بین شرکت و ذی‌نفعان قرار می‌گیرد. آینده نیز از طریق پایداری مشهود می‌شود. پایداری هم در مباحث جهانی سازی و هم در مباحث عملکرد شرکت، مطرح است. پایداری اشاره بر آن دارد که جامعه نباید بیشتر از آنچه می‌تواند بازیافت یا تولید مجدد شود، استفاده کند. در نظر گرفتن سازمان به عنوان بخشی از یک جامعه بزرگتر و سامانه اقتصادی وسیع‌تر، اشاره به آن دارد که این تأثیرات نه تنها باید برای اندازه‌گیری مخارج و ارزش خلق شده در حال، بلکه برای آینده خود واحد تجاری نیز مد نظر قرار گیرند (حساس یگانه و ابراهیمی، ۱۳۸۹). افشای اطلاعات پایداری شرکت‌ها با هدف افزایش شفافیت، ارتقای ارزش برند، حسن شهرت و مشروعیت، توانایی بهینه‌کاو در برابر رقبا، علامت دهی رقابت پذیری، انگیزش کارکنان و حمایت از فرآیندهای کنترل و اطلاعات شرکت صورت می‌گیرد (هرزیک و اسکالتگر^۳، ۲۰۱۶). در سال‌های اخیر توجه نهادهای دانشگاهی نیز به موضوع پایداری افزایش یافته است؛ به طوری که مقالات منتشر شده در این زمینه بیان کننده این موضوع است. طبق نتایج پژوهش رضایی (۲۰۱۷) در سال ۲۰۱۵، ۷۲ درصد از ۲۵۰ شرکت بزرگ

1. Jamali et al

2. Sneirson

3. Herzig & Schaltegger

جهان، داوطلبانه گزارش‌های پایداری را ارائه کرده‌اند. هم چنین نهادهای حرفه‌ای حسابداری نیز توجه ویژه‌ای به مباحث پایداری از خود نشان داده‌اند. در پژوهشی که مؤسسه حساسی کی پی‌ام جی^۱، بین ۳۷۸ مدیر ارشد شرکت‌های بزرگ جهان انجام داد، مشخص شد ۶۲ درصد این شرکت‌ها دارای راهبرد پایداری شرکتی‌اند.

در طول سال‌های گذشته، تعداد به نسبت کم اما در حال رشد شرکت‌هایی را می‌توان مشاهده کرد که به‌طور داوطلبانه مسائل اجتماعی و زیست‌محیطی را در راهبردها و مدل‌های کسب‌وکار خود وارد کرده‌اند تا در فرایند صنعتی شدن جهانی، پایداری خود را در درازمدت حفظ کنند. این شرکت‌ها هدف اصلی خود را بیشینه‌سازی سود و بازده اقتصادی نمی‌دانند، بلکه هدف اصلی آنها افزون بر کسب سود اقتصادی، دربرگیرنده تمام جنبه‌های محیطی و خدمات اجتماعی نیز می‌شود. در این راستا، تعدادی از نظریه‌ها مانند نظریه مشروعیت^۲، نظریه ذی‌نفعان^۳، نظریه سازمانی^۴ و نظریه اقتصاد سیاسی^۵، مطرح شدند تا توجیه کنند که چرا شرکت‌ها فعالیت‌های مرتبط با پایداری و مسئولیت اجتماعی را دنبال و گزارش می‌کنند (نمازی و مقیمی، ۱۳۹۷).

به‌طور کلی مهم‌ترین جنبه از پایداری و مسئولیت اجتماعی، تعامل با ذی‌نفعان است که می‌توان آن را برای فعال کردن نوآوری در شرکت‌ها مفید دانست. مطابق با نظریه ذی‌نفعان، گزارشگری پایداری و مسئولیت اجتماعی پیشنهاد می‌کند که شرکت‌ها باید به این درک برسند که نیازهای گسترده‌تری از ذی‌نفعان را برآورده کنند و این تعامل می‌تواند از لحاظ نوآوری مزایایی را به دست آورد؛ زیرا در نوآوری، شناخت و درک نیازهای مشتریان و ذی‌نفعان از اهمیت بسیاری برخوردار است (ماریا^۶، ۲۰۱۷). محققان نیز تعاریف مختلفی از نوآوری ارائه کرده‌اند. شومپتر^۷ (۱۹۴۳)، نوآوری را یکی از عوامل مهم رشد اقتصادی معرفی می‌کند و بر لزوم شناخت و درک نوآوری برای توسعه اقتصادی تاکید می‌کند و اصرار دارد که نوآوری ساختار اقتصادی را به‌طور مستمر تغییر می‌دهد. در تعریف دیگر، نوآوری به عنوان استراتژی جدید شناخته شده است (سن فورد^۸، ۲۰۰۷). تعریف دیگر، نوآوری را پذیرش یک ابزار، سیستم، سیاست، برنامه، فرایند، محصول یا خدمت جدید می‌داند که می‌تواند داخل سازمان ایجاد شود (دافت^۹، ۱۹۸۲؛ زالتمن و همکاران^{۱۰}، ۱۹۷۳؛ وست و فار^{۱۱}، ۱۹۸۹) و از دیدگاه نظریه مبتنی بر منابع، نوآوری به عنوان

1. KPMG
2. Theory of legitimacy
3. Stakeholder theory
4. Organizational theory
5. Political Economy Theory
6. Maria
7. Schumpeter
8. Sanford
9. Daft
10. Zaltman et al
11. West and Farr

نقش اصلی در ایجاد ارزش و حفظ مزیت رقابتی شناخته می‌شود (بارقه و همکاران^۱، ۲۰۰۹). در ضمن، لازم به ذکر است که فعالیتهای موفق نوآورانه در یک سازمان نیازمند مشارکت کارمندان در تمام سطوح می‌باشد (مونتهس و همکاران^۲، ۲۰۰۴). لذا در این پژوهش بر آن شدیم تا از بین ابعاد مختلف نوآوری به نوآوری فردی بپردازیم. 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 (اسکات و بروس^۳، ۱۹۹۴).

نظریه‌های مربوط به نوآوری بیان کننده آن هستند که نوآوری، به شرکت‌ها توانایی می‌دهد تا بهتر بتوانند به رقابت، تغییرات محیطی و تکنولوژیکی پاسخ داده و با کسب قابلیت‌های جدید، به عملکرد مالی بهتری دسترسی یابند (دیکولویو و تریولز^۴، ۲۰۱۷ و پیتر^۵، ۲۰۱۷). اما این عملکرد، بر اساس نظریه اقتضا، بستگی به عوامل مختلفی از جمله نوع صنعت نیز دارد (نمازی و نمازی، ۲۰۱۶). یکی از نظریه‌های نوآوری، نظریه نوین یا سیستمی ناظر بر سازمان یا الگوی ارگانیک است که برنز و استاکر^۶ (۱۹۶۱) آن را طراحی ارگانیک یا طراحی موجود زنده نامیدند. این الگو، برای بالابردن کیفیت کالاها و خدمات، بر ابداع و نوآوری تأکید بسیاری می‌کند. نظریه یادگیری سازمانی یا سازمان یادگیرنده، دیگر نظریه نوآوری است که در فرایند نظریه سیستمی به وجود آمده است و سازمان را صاحب اندیشه و زنده در نظر می‌گیرد. در این نظریه محور اصلی خلاقیت و نوآوری است. اگر سازمان‌ها و مدیران سازمان بخواهند به حیات خود ادامه داده و در بلندمدت کامیاب شوند، باید خود را به طور مستمر و پایدار با موقعیت‌های جدید تطبیق دهند و اقدام به نوآوری کنند (سنگ^۷، ۱۹۹۰). بنسل^۸ (۲۰۰۵) و هاستد و آلن^۹ (۲۰۰۷) بر رابطه بین فعالیتهای مرتبط با مسئولیت اجتماعی و استراتژی‌های نوآوری تأکید کرده‌اند. در این راستا، تحقیقات مدیریت استراتژیک ادعا کرده است که پایداری و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها می‌تواند فرصتی برای نوآوری فراهم نماید. به عبارتی دیگر، مشارکت در فعالیتهای مرتبط با پایداری و مسئولیت اجتماعی می‌تواند با استفاده از محرک‌های اجتماعی، زیست محیطی یا پایداری به نوآوری منجر شود تا روش‌های جدیدی برای راه‌کارها، محصولات، خدمات، فرآیندها و بازارهای جدید ایجاد کند. تریبوک و اوررت^{۱۱} (۲۰۰۸) دریافتند که تصویب GRI^{۱۱} برای شرکت‌های اروپایی

1. Baregheh et al
2. Montes et al
3. Scott & Bruce
4. Dekoulou & Trivellas
5. Peter
6. Burns & Stalker
7. Seng
8. Bansal
9. Hušted and Allen
10. Trebucq and Evraert
11. Global Reporting Initiative

با هزینه‌های تحقیق و توسعه مرتبط است. برامر و میلینگتون^۱ (۲۰۰۸) نیز به رابطه مثبت بین کمک‌های خیریه (به عنوان مؤلفه مسئولیت اجتماعی) و شدت تحقیق و توسعه در انگلستان رسیدند. علاوه بر این، نتایج حاصل از پژوهش لویز و همکاران^۲ (۲۰۰۸) حاکی از رابطه مثبت بین مسئولیت اجتماعی و هزینه‌های تحقیق و توسعه شرکت‌ها است. افزایش مسئولیت پذیری اجتماعی به دلیل انجام فعالیت‌هایی در راستای نوآوری موجب توسعه محصولات جدید و کاهش نامتقارنی اطلاعات می‌شود (آلوارز و همکاران^۳، ۲۰۱۱). در واقع انتظار می‌رود با افزایش تعهد اجتماعی، انگیزه مدیران برای نوآوری بیشتر شود و این رویکرد می‌تواند موجب افزایش ارزش شرکت در درازمدت گردد (تقی‌زاده خانقاه و زینالی، ۱۳۹۵). از سوی دیگر، مطابق با فرضیه توازن، پرستون و بانون^۴ (۱۹۹۷) معتقدند که پرداختن به فعالیت‌های اجتماعی و زیست محیطی به احتمال زیاد منابع شرکت را کاهش می‌دهد و با ایجاد شکاف رقابتی ارزش شرکت را به طور معکوس تحت تأثیر قرار می‌دهد. هیلمن و کیلم^۵ (۲۰۰۱) در پژوهش خود به تأثیر منفی مسئولیت اجتماعی بر نوآوری رسیدند. به عقیده آنها همه فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی منجر به خلق ارزش برای شرکت نمی‌شود؛ زیرا بسیاری از این فعالیت‌ها، هزینه‌ها را افزایش می‌دهد. در نتیجه، شرکت‌ها ممکن است علاقه خاصی به انجام نوآوری در موضوعات پایداری نداشته باشند. از طرفی برقراری اصول حاکمیت صحیح در شرکت‌ها از اهمیت زیادی برخوردار است. حاکمیت شرکتی، نظامی است که با آن شرکت‌ها اداره و کنترل می‌شوند و شامل ارتباطات میان ذی‌نفعان شرکت و اهدافی است که شرکت جهت نیل به آنها فعالیت می‌کند. هم چنین حاکمیت شرکتی، زمینه مطمئنی را جهت گردآوری سرمایه‌های پراکنده فراهم می‌آورد. اما باید دید که آیا اصول حاکمیت شرکتی در ایران، پلی بین بازار مالی و کسب و کار است. آیا اصول حاکمیت شرکتی کمک می‌کند شرکت‌ها به سرمایه‌ای که برای نوآوری، خلق اشتغال و رشد نیازمند آن هستند، دست یابند؟ در واقع پاسخ این سؤال نیز این است که اصول حاکمیت شرکتی در واقع، مکمل چارچوب قانونی حاکم بوده و پیش شرط گردآوری سرمایه است. درباره اهمیت اصول حاکمیت شرکتی خوب در تأمین مالی و ایجاد ارزش و رشد، سه مؤلفه از اهمیت بسیاری برخوردار است. نخستین مؤلفه، حصول اطمینان از تصمیم‌های شرکتی صحیح برای تخصیص منابع که به نوآوری و سودآوری بیشتر می‌انجامد. دوم، کسب اعتماد سرمایه‌گذاران و بدین ترتیب بسط سرمایه‌گذاری در شرکت و تحقق رشد و در نهایت سومین مؤلفه که جذب جریان‌های ورودی سرمایه به بازار مالی و بسط نرخ رشد کشور است (عبده تبریزی، ۱۳۹۵).

نوظهور بودن و الزام وجود کمیته حسابرسی به عنوان جزئی از ساختار حاکمیت شرکتی و نقش و ویژگی‌های آن به عنوان ابزاری برای کاهش هزینه‌های نمایندگی در شرکت‌های ایرانی

1. Brammer and Millington
2. Lo'pez et al
3. Álvarez et al
4. Preston & O'Bannon
5. Hillman & Keim

موضوع بحث برانگیزی است (فخاری و همکاران، ۱۳۹۳). کمیته حسابرسی، یکی از ساز و کارهای حاکمیت شرکتی است که می‌تواند در جهت افزایش نظارت و بهبود افشای پایداری و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها مؤثر باشند (آپوهامی و تاشاکر^۶، ۲۰۱۷). کمیته حسابرسی می‌تواند تصویر مطلوبی از صورت‌های مالی به اعضای هیئت مدیره و مدیرعامل ارائه دهد و از طرفی به عنوان عامل بازدارنده، از تقلب‌های مدیریت ممانعت کند و از این طریق محرک اصلی در بهبود عملکرد شرکت‌ها محسوب شود (لاری دشت بیاض و اورادی، ۱۳۹۵). برقراری ارتباط حسابرسان، کمیته‌های حسابرسی و هیئت مدیره موجب افزایش جریان اطلاعات سودمند، اثربخش و آگاهی دهنده می‌شود. این امر به تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران کمک کرده و افزایش پاسخگویی در مقابل سهامداران را نیز در پی خواهد داشت (علوی و قائمی، ۱۳۹۶). پرسون^۷ (۲۰۰۹) معتقد است که در اندازه‌گیری میزان اثربخشی کمیته حسابرسی، استقلال کمیته بسیار ضروری است. انتخاب اعضای کمیته از خارج سازمان، استقلال اعضای کمیته حسابرسی را افزایش می‌دهد.

۳. پیشینه پژوهش

آلوارز و همکاران (۲۰۱۱) به پژوهشی با عنوان مسئولیت اجتماعی شرکت و نوآوری: نظریه مبتنی بر منابع پرداختند. بر اساس نمونه‌ای که از دوره ۲۰۰۷-۲۰۰۳ از سراسر جهان گرفتند، مدل دوطرفه‌ای تعریف شد. نتایج دو مدل نشان می‌دهد که رابطه دوطرفه بین دو تصمیم استراتژیک منفی است. هم چنین مشخص شد که این نوع سرمایه‌گذاری سه سال طول می‌کشد تا ارزش افزوده خود را در فعالیتهای مسئولیت اجتماعی نشان دهد و رابطه بین نوآوری و فعالیتهای مسئولیت اجتماعی در بخش‌های مختلف یکسان نیست.

سامها و همکاران^۸ (۲۰۱۵) تأثیر هیات مدیره و کمیته حسابرسی بر افشای داوطلبانه در شرکت‌های بورسی آمریکا را مورد بررسی قرار دادند. نتایج تحقیق حاکی از آن است که اندازه هیات مدیره و کمیته حسابرسی اثر مثبت و معناداری بر افشای داوطلبانه اطلاعات دارد؛ در حالی که دوگانگی مدیر عامل تأثیر منفی معناداری بر افشای داوطلبانه اطلاعات دارد.

رحمان و همکاران^۹ (۲۰۱۷) به بررسی رابطه بین نوآوری و عملکرد مالی با توجه به انعطاف‌پذیری قوانین زیست محیطی پرداختند. نتایج نشان دهنده شواهدی روشن از نقش مثبت و قابل توجهی از نوآوری بر عملکرد شرکت است. نوآوری، زمانی که شرکت‌ها با مقررات زیست محیطی انعطاف‌پذیرتری روبه‌رو هستند، نسبت به زمانی که مقررات انعطاف‌پذیر نباشند، نقش پررنگ‌تری روی عملکرد شرکت دارد.

آپوهامی و تاشاکر (۲۰۱۷) به بررسی اثر ویژگی‌های کمیته حسابرسی بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌های استرالیایی پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان داد میان ویژگی‌های کمیته

6. Appuhami & Tashakor

7. Person

8. Samaha et al

9. Rahman et al

حسابرسی، مانند اندازه، استقلال و تنوع جنسیتی اعضای کمیته حسابرسی و افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

امینا و اسرا^۱ (۲۰۱۸) به بررسی رابطه بین ویژگی‌های کمیته حسابرسی و سطح افشای گزارش پایداری طی دوره ۲۰۱۷-۲۰۱۳ پرداختند. نتایج نشان داد که اندازه، استقلال اعضا و جلسات کمیته حسابرسی تأثیر معنادار و مثبتی بر سطح افشای گزارش پایداری دارد. اما، تخصص مالی اعضای کمیته حسابرسی تأثیر منفی و معناداری بر سطح افشای گزارش پایداری دارد.

بیلال و همکاران^۲ (۲۰۱۸) به پژوهشی با عنوان تخصص مالی کمیته حسابرسی و کیفیت سود پرداختند. نتایج نشان دهنده رابطه مثبت و معنادار تخصص مالی کمیته حسابرسی و کیفیت سود است. علاوه بر این، سیستم‌های حاکمیت شرکتی، استانداردهای بین‌المللی گزارشگری مالی و دستورالعمل ساربینز آکسلی رابطه بین تخصص مالی کمیته حسابرسی و کیفیت سود را تعدیل می‌کنند.

کارپ و همکاران^۳ (۲۰۱۹) به پژوهشی با عنوان آیا گزارشگری پایداری، یک استراتژی تجاری برای رشد شرکت است؟ پرداختند. این پژوهش، تأثیر گزارشگری پایداری بر رشد شرکت‌ها (نسبت قیمت به ارزش دفتری، رشد فروش و هزینه سرمایه) را به عنوان نتیجه اتخاذ یک رفتار مسئولانه زیست محیطی و اجتماعی در بورس اوراق بهادار بخارست طی دوره ۲۰۱۷-۲۰۱۲ بررسی کرد. نتایج به دست آمده نشان دهنده تأثیر اندک گزارشگری پایداری بر روی شاخص‌های رشد شرکت است.

لین و همکاران^۴ (۲۰۲۰) به بررسی تأثیر مثبت و منفی مسئولیت اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت‌ها پرداختند. نتایج نشان داد که جنبه مثبت مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها باعث بهبود عملکرد مالی آن‌ها می‌شود در حالی که جنبه منفی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها برای عملکرد مالی یک شرکت مضر است.

مهلوجی و همکاران (۱۳۸۷) به پژوهشی با عنوان تأثیر مسئولیت اجتماعی بر نوآوری در بنگاه‌ها: دیدگاه مبتنی بر منابع پرداختند. روش این مطالعه در هر دو مرحله، روش کیفی است. مرحله نخست شامل مصاحبه‌های عمیق با مدیران صنعت فولاد می‌باشد؛ که هدف آن تعیین ارتباط دیدگاه مبتنی بر منابع سازمان و نوآوری سازمانی است. از مصاحبه‌های مرحله نخست به همراه مرور ادبیات، چنین بر می‌آید که مسئولیت اجتماعی بنگاه در صنعت فولاد ایران در طی ۸ سال (۱۳۷۶-۱۳۶۸) تأثیر عظیمی بر نوآوری در این صنعت داشته است. در مرحله دوم، به بررسی تعاملات پویا میان مسئولیت اجتماعی بنگاه، یادگیری سازمانی و نوآوری سازمانی پرداخته شده است. از نتایج حاصل از این مرحله مشخص شد که راهبردهای مسئولیت اجتماعی به توسعه

1. Amina & Esra

2. Bilal et al

3. Carp et al

4. Lin et al

توانمندی‌های یادگیری منتهی می‌شود، که به نوبه خود به نوآوری سازمانی می‌انجامد. کامیابی و بوژمهرانی (۱۳۹۳) به بررسی اثر ویژگی‌های کمیته حسابرسی بر افشای اختیاری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج پژوهش آنان نشان داد بین ویژگی‌های کمیته حسابرسی با افشای اختیاری توسط شرکت‌ها، رابطه معناداری وجود ندارد.

حاجی‌ها و خراطزاده (۱۳۹۳) در پژوهشی به بررسی رابطه کاربرد نوآوری‌های حسابداری مدیریت و شاخص‌های مالی ارزیابی عملکرد در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد میان بازده دارایی‌ها و کاربرد نوآوری‌های حسابداری مدیریت رابطه معناداری وجود دارد. اما میان بازده حقوق صاحبان سهام و بازده فروش با کاربرد نوآوری‌های حسابداری مدیریت رابطه معناداری وجود ندارد.

تقی‌زاده خانقاه و زینالی (۱۳۹۵) به بررسی تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها بر کارایی سرمایه‌گذاری و نوآوری پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت تأثیر مثبت و معناداری بر کارایی سرمایه‌گذاری و تأثیر منفی و معناداری بر سرمایه‌گذاری بیشتر از حد و کم‌تر از حد دارد. هم‌چنین، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت تأثیر مثبت و معناداری بر نوآوری دارد.

حاجی‌ها و رجب‌دری (۱۳۹۷) به پژوهشی با عنوان بررسی تأثیر کیفیت کمیته حسابرسی بر سطح افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت پرداختند. یافته‌ها نشان می‌دهد که بین استقلال کمیته حسابرسی، تخصص اعضای کمیته حسابرسی و اندازه کمیته حسابرسی با سطح افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

معصومی و همکاران (۱۳۹۷) به پژوهشی با عنوان شناسایی متغیرهای مؤثر بر میزان گزارشگری پایداری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. برای اندازه‌گیری میزان گزارشگری پایداری شرکت‌ها از معیار جی آر آی استفاده شده است. نتایج آزمون فرضیه‌ها بیانگر این است که متغیرهای اندازه شرکت، نقدینگی، سهامداران نهادی و دوگانگی وظایف مدیرعامل بر میزان گزارشگری پایداری شرکت‌ها تأثیر معناداری دارند. هم‌چنین سه متغیر عمر شرکت، دارایی نامشهود و استقلال هیات مدیره بر میزان گزارشگری پایداری شرکت‌ها تأثیر معناداری ندارند.

برزگر و همکاران (۱۳۹۸) به پژوهشی با عنوان بررسی اثر ویژگی‌های کمیته حسابرسی بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها پرداختند. برای اندازه‌گیری سطح افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از چک لیستی متشکل از ۱۶ مؤلفه و ۶۰ شاخص استفاده شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که ویژگی‌های کمیته حسابرسی شامل: استقلال، اندازه، تخصص مالی و تنوع جنسیتی اعضای کمیته حسابرسی بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تأثیر مثبت و معناداری دارند.

۴. فرضیه‌های پژوهش

در راستای نیل به هدف پژوهش و یافتن پاسخ سؤالات پژوهش، دو فرضیه به شرح زیر تدوین

شده است:

- بین میزان گزارشگری پایداری و نوآوری شرکت‌ها، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.
- استقلال کمیته حسابرسی اثر تعدیل‌گری بر رابطه بین میزان گزارشگری پایداری و نوآوری شرکت‌ها دارد.

۵. جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری و قلمرو مکانی این پژوهش، شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و قلمرو زمانی آن شامل یک دوره پنج ساله به منظور بررسی اثر تعدیل‌گری استقلال کمیته حسابرسی بر رابطه بین میزان گزارشگری پایداری و نوآوری شرکت‌ها است که آغاز آن از ابتدای سال ۱۳۹۲ و پایان آن، انتهای سال ۱۳۹۶ می‌باشد. قلمرو موضوعی پژوهش، بررسی اثر تعدیل‌گری استقلال کمیته حسابرسی بر رابطه بین میزان گزارشگری پایداری و نوآوری شرکت‌ها است. شرکت‌های انتخاب شده جهت آزمون فرضیه‌ها شرکت‌هایی هستند که:

- سال مالی شرکت منتهی به پایان اسفند ماه هر سال باشد.
- شرکت طی سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۶، تغییر سال مالی نداده باشد.
- اطلاعات مالی لازم به منظور استخراج داده‌های مورد نیاز در دسترس باشد.
- تا پایان سال مالی ۱۳۹۲ در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته شده باشد.
- جزء بانک‌ها و مؤسسات مالی (شرکت‌های سرمایه‌گذاری، واسطه‌گری مالی، شرکت‌های هلدینگ و لیزینگ‌ها) نباشد.

بر اساس روش حذف سیستماتیک تعداد ۱۳۰ شرکت از شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران به عنوان نمونه انتخاب گردید که با توجه به قلمرو زمانی پنج ساله این پژوهش، ۶۵۰ سال - شرکت مورد بررسی قرار گرفت.

۶. روش شناسی پژوهش

منظور از روش در پژوهش، ارائه مهارت‌ها و تجربه‌هایی است که دست‌یابی به هدف را آسان‌تر و عملی‌تر می‌سازد و با صرف وقت کمتر، نتایج بیشتری به دست می‌آید. طرح پژوهش با استفاده از رویکرد پس‌رویدادی (از طریق اطلاعات گذشته) است. از طرف دیگر، پژوهش حاضر از نوع توصیفی - همبستگی است. بر اساس ماهیت داده‌ها، از نوع پژوهش کمی به حساب می‌آید. بر اساس اهداف نیز از نوع پژوهش‌های کاربردی به حساب می‌آید.

۷. مدل پژوهش

با توجه به چارچوب نظری و پیشینه پژوهش، مدل پژوهش از نوع رگرسیون چندمتغیره است. لذا، مدل‌های زیر برای آزمون فرضیه‌های پژوهش پیشنهاد می‌شود:

مدل (۱)

$$\text{Innv}_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{SR}_{it} + \beta_2 \text{LEV}_{it} + \beta_3 \text{Fsize}_{it} + \beta_4 \text{ROA}_{it} + \varepsilon_{it}$$

مدل (۲)

$$\text{Innv}_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{SR}_{it} + \beta_2 \text{ACIND}_{it} + \beta_3 (\text{SR}_{it} * \text{ACIND}_{it}) + \beta_4 \text{LEV}_{it} + \beta_5 \text{Fsize}_{it} + \beta_6 \text{ROA}_{it} + \varepsilon_{it}$$

در مدل فوق، Innv نشان دهنده نوآوری شرکت‌ها، SR میزان گزارشگری پایداری شرکت‌ها، ACIND استقلال کمیته حسابرسی، LEV اهرم مالی، Fsize اندازه شرکت، ROA سودآوری و ε مقدار باقی‌مانده می‌باشد.

۸. متغیرهای پژوهش

در این پژوهش نوآوری شرکت‌ها به عنوان متغیر وابسته، میزان گزارشگری پایداری شرکت‌ها به عنوان متغیر مستقل و استقلال کمیته حسابرسی به عنوان متغیر تعدیل‌گر در نظر گرفته می‌شود. هم‌چنین متغیرهای اهرم مالی، میزان رشد فروش و سودآوری به عنوان متغیرهای کنترلی در نظر گرفته می‌شود.

۸.۱. متغیر مستقل

گزارشگری پایداری شرکت‌ها

در این پژوهش، میزان گزارشگری پایداری شرکت‌ها (افشای اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی) به عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته شده است. به‌طور کلی در ادبیات ایران چک لیست‌های مختلفی برای سنجش گزارشگری پایداری شرکت‌ها وجود دارد. برای اندازه‌گیری میزان گزارشگری پایداری شرکت‌ها در پژوهش حاضر، از چک لیست معصومی و همکاران (۱۳۹۷) استفاده شد. نقاط قوت این چک لیست نسبت به هم‌تاهای خود استفاده از شاخص‌هایی مبتنی بر آخرین نسخه‌های راهنمای گزارشگری پایداری مربوط به استانداردهای سازمان گزارشگری جهانی (GRI) است که جزء متداول‌ترین نظام‌های رتبه‌بندی و دستورعمل‌های معتبر و در دسترس در حوزه پایداری است و هم‌چنین استفاده از شاخص‌های مشخص شده در سایر پژوهش‌ها است که ابعاد و مؤلفه‌های آن در جدول شماره ۱ آمده است. سازمان گزارشگری جهانی به عنوان یک نهاد بین‌المللی، چارچوب گزارشگری پایداری را برای کمک به سازمان‌ها جهت اندازه‌گیری و گزارشگری فعالیت‌ها و عملکرد مربوط به پایداری ایجاد می‌کند و توسعه می‌دهد. محتوای گزارشگری توصیه شده سازمان گزارشگری جهانی شامل اثرات اقتصادی، زیست‌محیطی، و اجتماعی فعالیت‌های یک شرکت می‌شود. در این پژوهش رویه امتیازدهی برای سنجش گزارشگری پایداری شرکت‌ها بدین شکل می‌باشد که اگر یک قلم از افشای اقلام پایداری

مطابق چک لیست انجام شده باشد، امتیاز ۱ و اگر افشا نشده باشد، امتیاز ۰ داده می‌شود. تکنیک مورد استفاده در این پژوهش به پیروی از پژوهش‌های معصومی و همکاران (۱۳۹۷)، قادرزاده و همکاران (۱۳۹۶) و حساس یگانه و برزگر (۱۳۹۴) تحلیل محتوا است که به طور رایج برای ارزیابی افشای پایداری شرکت‌ها استفاده می‌شود.

جدول ۱- ابعاد و مؤلفه‌های گزارشگری پایداری شرکت‌ها

کد	مؤلفه	بعد
EC1	۱،۱ عملکرد اقتصادی	اقتصادی (EC)
EC2	۲،۱ حضور در بازار	
EC3	۳،۱ اثرات اقتصادی غیر مستقیم و سرمایه‌گذاری مسئولانه	
SO1	۱،۲ کار و کارکنان و حقوق بشر	اجتماعی (SO)
SO2	۲،۲ مشارکت و توسعه جامعه	
SO3	۳،۲ پشتیبانی محصول و اخلاق کسب و کار	
EN1	۱،۳ مواد اولیه، آب و انرژی	زیست محیطی (EN)
EN2	۲،۳ انتشارات گازها و دفع ضایعات	

۲.۸. متغیر وابسته

نوآوری

در این پژوهش، نوآوری عبارت است از حاصل تقسیم تعداد کارکنان حرفه‌ای به تعداد کل کارکنان شرکت (دیکارولیس و دیدس، ۱۹۹۹؛ تورنهل، ۲۰۰۶ و نمازی و مقیمی، ۱۳۹۷).

۳.۸. متغیر تعدیل‌گر

استقلال کمیته حساسابرسی

نسبت اعضای مستقل یا غیرموظف کمیته حساسابرسی به تعداد کل اعضای کمیته حساسابرسی در شرکت I و در سال t می‌باشد (آپوهامی و تاشاکر، ۲۰۱۷).

۴.۸. متغیرهای کنترلی

اهرم مالی

بیانگر ساختار سرمایه است که از تقسیم جمع بدهی‌ها به جمع دارایی‌ها به دست می‌آید (معصومی و همکاران، ۱۳۹۷).

1. DeCarolis & Deeds

2. Thornhill

اندازه شرکت

از طریق لگاریتم طبیعی مجموع دارایی‌های شرکت به دست می‌آید (معصومی و همکاران، ۱۳۹۷).

سودآوری

این متغیر بر اساس نرخ بازده دارایی‌ها محاسبه شد که از تقسیم سود خالص قبل از کسر هزینه مالی و مالیات بر جمع دارایی‌های پایان دوره مالی به دست می‌آید (معصومی و همکاران، ۱۳۹۷).

۹. نتایج پژوهش

۹.۱. آمار توصیفی

آمار توصیفی متغیرهای پژوهش شامل حداقل، حداکثر، میانه، میانگین و انحراف معیار در جدول ۲- ارائه شده است.

جدول ۲- آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

نام متغیر	حداقل	حداکثر	میانه	میانگین	انحراف معیار
نوآوری شرکت‌ها	۰,۱۷۸	۰,۵۱۶	۰,۳۲۸	۰,۲۹۴	۰,۵۷۱
گزارشگری پایداری شرکت‌ها	۰,۰۹۲	۰,۳۷۸	۰,۱۷۴	۰,۱۸۹	۰,۷۴۸
استقلال کمیته حسابرسی	۰,۲	۱	۰,۷۰۳	۰,۸۰۱	۰,۱۷۴
اندازه شرکت	۱۰,۶۱۶	۱۷,۵۰۳	۱۳,۴۴۱	۱۳,۲۹۸	۴,۱۷۸
اهرم مالی	۰,۱۱۸	۰,۹۷۴	۰,۶۱۳	۰,۶۵۱	۰,۷۳۱
سودآوری (بازده دارایی‌ها)	-۰,۴۱۳	۰,۸۴۹	۰,۳۵۷	۰,۳۳۴	۰,۸۰۱

با توجه به جدول ۲- میانگین نوآوری شرکت برابر با ۰,۲۹۴، گزارشگری پایداری شرکت‌ها برابر با ۰,۱۸۹، استقلال کمیته حسابرسی برابر با ۰,۸۰۱، اندازه شرکت برابر با ۱۳,۲۹۸، اهرم مالی برابر با ۰,۶۵۱ و سودآوری برابر با ۰,۳۳۴ می‌باشد. هم چنین، متغیر اندازه شرکت از بالاترین سطح پراکندگی و متغیر استقلال کمیته حسابرسی از کم‌ترین سطح پراکندگی برخوردار هستند.

۹.۲. بررسی ناهمسانی واریانس

در این قسمت به تخمین ناهمسانی واریانس - که ناشی از ویژگی‌های متفاوت شرکت‌ها می‌باشد- می‌پردازیم. زمانی که در واحدهای مقطعی دارای واریانس همسان باشد، اما واریانس آن در سرتاسر واحدها متفاوت باشند، ما ناهمسانی واریانس گروهی خواهیم داشت. همانند بررسی

ایستایی متغیرها در اینجا نیز نیاز به بکارگیری روش مناسب برای داده‌های تلفیقی داریم. ما از آماره اصلاح شده والد برای بررسی ناهمسانی واریانس گروهی در بین باقی‌مانده‌های مدل رگرسیون اثرات ثابت استفاده می‌کنیم.

جدول ۳- نتایج آزمون ناهمسانی واریانس با استفاده از آماره اصلاح شده والد

شرح	مقدار آماره کای دو	سطح معناداری
آماره اصلاح شده والد	۹۱۵۳٫۶۱-	۰٫۲۷۸۴

*سطح خطای ۵ درصد

با توجه به جدول ۳- به دلیل این که سطح معناداری آماره کای دو از سطح خطای ۵ درصد بیشتر می‌باشد، می‌توان فرض ناهمسانی واریانس را رد و در مقابل، فرض همسانی واریانس را پذیرفت.

۹٫۳. تعیین روش برآورد مدل- آزمون معنی دار بودن روش اثرات ثابت

روش برآورد مدل حاضر، بر اساس داده‌های تلفیقی (پانل) است. این روش ترکیبی از «اطلاعات سری زمانی» و «داده‌های مقطعی» می‌باشد. در هر یک از مدل‌های سری زمانی و داده‌های مقطعی، نارسایی‌هایی وجود دارد که در مدل تلفیقی می‌توان آن‌ها را کاهش داد. در روش تلفیقی ابتدا دو آزمون F و هاسمن جهت تعیین یکی از دو روش اثر ثابت و با اثر تصادفی استفاده می‌شود که نتایج آن دو آزمون، در جداول زیر آورده شده است:

جدول ۴- نتایج آزمون آماره F و هاسمن

شرح	مقدار آماره	درجه آزادی	سطح معناداری
آماره F مقطعی	۷٫۶۰۲۵۵۸	۱۲۹	*۰٫۰۰۰۳
آماره کای اسکوتر مقطعی	۱۳۶٫۶۰۸۹۱۶	۱۲۹	*۰٫۰۰۱۷
شرح	مقدار آماره	درجه آزادی	سطح معناداری
آماره F مقطعی	۳٫۹۱۶۰۰۲	۵۷	*۰٫۰۰۰۹

*سطح خطای ۵ درصد

با توجه به جدول ۴- نتایج دو آزمون انجام شده (F و هاسمن) در هر دو آزمون احتمال بدست آمده کمتر از ۵ درصد بوده و بنابراین باید در مدل رگرسیونی مربوطه از روش اثرات ثابت استفاده شود.

۹.۴. آزمون خود همبستگی

هم خطی به این معناست که یک متغیر مستقل نباید تابعی خطی از سایر متغیرها باشد که بدین منظور از شاخص VIF استفاده می‌شود.

جدول ۵- نتایج آزمون هم خطی

آزمون مدل (۲)		آزمون مدل (۱)		متغیرهای پژوهش
هم خطی	آماره VIF	هم خطی	آماره VIF	
ندارد	۳,۶۵۷۴	ندارد	۱,۸۱۵۶	نوآوری شرکت‌ها
ندارد	۲,۱۵۴۱	ندارد	۳,۱۵۴۷	گزارشگری پایداری شرکت‌ها
ندارد	۲,۰۳۱۶	ندارد	۱,۹۱۵۲	استقلال کمیته حسابرسی
ندارد	۱,۷۴۸۱	-	-	استقلال کمیته حسابرسی × گزارشگری پایداری شرکت‌ها
ندارد	۲,۸۱۹۳	ندارد	۲,۹۸۴۱	اندازه شرکت
ندارد	۱,۷۴۸۸	ندارد	۱,۵۲۶۳	اهرم مالی
ندارد	۲,۳۱۶۷	ندارد	۲,۳۳۶۷	سودآوری (بازده دارایی‌ها)

همان گونه که مشاهده می‌شود (طبق جدول ۵-) مقدار VIF تمامی متغیرها کمتر از ۵ (به عنوان آستانه) است و می‌توان ادعا کرد که مشکل هم خطی جدی وجود ندارد.

۹.۵. آزمون فرضیه‌ها

جدول ۶- آزمون رگرسیون فرضیه‌ها

نام متغیر	ضریب تأثیر	انحراف برآورد	آماره t	سطح معناداری
ثابت	۰,۶۱۸۴۵۷	۰,۱۳۶۱۵۷	۴,۵۴۴۱۱۷	*۰,۰۰۱۵
گزارشگری پایداری شرکت‌ها	۰,۵۱۰۱۱۸	۰,۱۱۶۲۰۳	۴,۳۹۶۵۱۲	*۰,۰۰۲۶
استقلال کمیته حسابرسی	۳,۹۱۶۵۲۳	۰,۷۴۸۱۵۴	۵,۲۳۵۱۹۳	*۰,۰۰۰۳
استقلال کمیته حسابرسی × گزارشگری پایداری شرکت‌ها	۱,۷۱۸۴۶۵	۰,۴۹۱۵۴۹	۳,۴۹۸۵۰۵	*۰,۰۱۷۸
اندازه شرکت	۲,۷۹۱۳۷۴	۰,۷۱۴۸۱۳	۳,۹۰۸۱۳۳	*۰,۰۱۲۵
اهرم مالی	-۰,۳۹۱۵۴۶	۰,۳۲۵۱۴۴	-۱,۲۰۳۱۸۷	۰,۰۸۱۶

سودآوری (بازده دارایی‌ها)	۰,۵۰۱۲۱۷	۰,۱۲۱۳۶۲	۴,۱۴۱۸۲۶	*۰,۰۰۰۸۹
ضریب تعیین	ضریب تعیین شده	دوربین - واتسون	آماره F	سطح معناداری
۰,۸۱۴۷۴۲	۰,۷۸۶۳۱۵	۲,۱۰۲۱۶۶	۵۵,۷۱۸۴۲	**۰,۰۰۰

*سطح خطای ۵ درصد و **سطح خطای ۱ درصد

با توجه به جدول ۶- چون مقدار آماره آزمون دوربین واتسون در فاصله ۱,۵ تا ۲,۵ قرار دارد فرض وجود همبستگی بین خطاها رد می‌شود و می‌توان از رگرسیون استفاده کرد. با توجه به معنی داری مقدار آزمون F (۵۵,۷۱۸) در سطح خطای کوچک‌تر از ۰,۰۱، می‌توان نتیجه گرفت که مدل رگرسیون پژوهش مرکب از متغیرهای مستقل، کنترلی و وابسته، مدل قابل‌برازش بوده و مجموعه متغیرهای مستقل قادر است تغییرات نوآوری را تبیین کنند. مقدار ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰,۷۸۶ می‌باشد، نشان می‌دهد که ۷۸,۶ درصد از کل تغییرات متغیر وابسته پژوهش، وابسته به متغیرهای مستقل و کنترلی در این مدل می‌باشد. از طرفی، با توجه به سطح معناداری آماره t متغیر میزان گزارشگری پایداری شرکت‌ها (۰,۰۰۲۶)، به دلیل کمتر بودن از سطح خطای ۵ درصد می‌توان با اطمینان ۹۵ درصد فرضیه صفر را رد نمود و می‌توان بیان کرد، بین میزان گزارشگری پایداری و نوآوری شرکت‌ها رابطه وجود دارد. هم‌چنین، ضریب تأثیر متغیر میزان گزارشگری پایداری بر نوآوری شرکت‌ها برابر با ۰,۵۱ است، که حکایت از رابطه مثبت و مستقیم بین میزان گزارشگری پایداری و نوآوری شرکت‌ها دارد.

از طرفی، با توجه به سطح معناداری آماره t متغیر استقلال کمیته حسابرسی اثر تعدیل‌گری بر رابطه بین میزان گزارشگری پایداری و نوآوری شرکت‌ها (۰,۰۱۷۸)، به دلیل کمتر بودن از سطح خطای ۵ درصد می‌توان با اطمینان ۹۵ درصد فرضیه صفر را رد نمود و می‌توان بیان کرد، استقلال کمیته حسابرسی اثر تعدیل‌گری بر رابطه بین میزان گزارشگری پایداری و نوآوری شرکت‌ها دارد. هم‌چنین، ضریب تأثیر متغیر استقلال کمیته حسابرسی بر رابطه بین میزان گزارشگری پایداری و نوآوری شرکت‌ها برابر با ۱,۷۱۸ است، که حکایت از تأثیر مثبت و مستقیم استقلال کمیته حسابرسی بر رابطه بین میزان گزارشگری پایداری و نوآوری شرکت‌ها دارد.

۱۰. نتیجه‌گیری و پیشنهادات

موضوع نوآوری و عوامل مؤثر بر آن، میزان پذیرش نوآوری‌ها توسط سازمان‌ها و صنایع به صورت سرمایه‌گذاری در نوآوری‌های جدید از جمله نوآوری فردی، از دیدگاه شرکت‌ها و اقبال مختلف استفاده‌کننده از گزارش‌ها و صورت‌های مالی شرکت‌ها از اهمیت فراوانی برخوردار است. هم‌چنین لازم است سازوکاری نظارتی مانند کمیته حسابرسی برای بهبود رابطه گزارشگری

پایداری و نوآوری شرکت‌ها وارد عمل شود. بر این اساس در پژوهش حاضر به بررسی اثر تعدیل‌گری استقلال کمیته حسابرسی بر رابطه بین میزان گزارشگری پایداری و نوآوری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته شد. بدین منظور، فرضیه‌هایی برای بررسی این موضوع تدوین و با استفاده از اطلاعات در دسترس به تجزیه و تحلیل آن پرداخته شد.

با توجه به نتایج حاصل از فرضیه نخست پژوهش می‌توان عنوان نمود که میزان گزارشگری پایداری شرکت‌ها و نوآوری رابطه مثبت و معناداری دارد. بدین معنی که با افزایش میزان گزارشگری پایداری، فرصت‌های بیشتری برای نوآوری شرکت‌ها فراهم خواهد شد. به عبارتی دیگر مطابق با نظریه ذی‌نفعان، گزارشگری پایداری پیشنهاد می‌کند که شرکت‌ها باید به این باور برسند که در راستای رفع نیازهای ذی‌نفعان، پیوند قوی‌تری با آن‌ها برقرار نمایند و این تعامل می‌تواند منجر به ظهور نوآوری‌ها و قابلیت‌های جدید و در نهایت بهبود عملکرد مالی و افزایش مزیت رقابتی شرکت‌ها باشد. مدیران زمانی به نوآوری روی می‌آورند که هدف آن‌ها تولید محصول جدید باشد که این رویکرد مخارجی در راستای امکان‌سنجی تولید محصول جدید و هم‌چنین توسعه و اجرای آن دارد. گزارشگری پایداری مدیران را متعهد می‌کند تا در راستای فعالیت‌های نوآورانه تلاش کنند و از این طریق ارزش شرکت را افزایش دهند. هم‌چنین افزایش سطح افشای پایداری و هم‌چنین افشای آن با بهبود تصویر اجتماعی و فنی شرکت، موجب انتشار اطلاعات تأثیرگذار بر بازار و جلب اعتماد سرمایه‌گذاران نسبت به پروژه‌های نوآورانه شده؛ لذا ارزش سهام شرکت‌ها را افزایش می‌دهد. از طرفی در یک محیط گزارشگری غیرشفاف مانند عدم گزارش شفاف پایداری و مسئولیت اجتماعی، سرمایه‌گذاران قادر به شناسایی پروژه‌های زیان‌ده شرکت نیستند؛ زیرا اطلاعات شفاف جهت اتخاذ تصمیم‌های بهینه وجود ندارد.

در این راستا و در تأیید نتیجه فوق، نتایج پژوهش پیتیر (۲۰۱۷) حاکی از آن است که مدیران شرکت‌ها با بهره‌گیری بیشتر از فعالیت‌های تحقیقاتی، برای افزایش عملکرد مالی میان مدت، نوآوری را در داخل شرکت تأثیرگذار و ضروری می‌دانند. دیکولیو و تریولز (۲۰۱۷) دریافتند که افزایش نوآوری باعث افزایش ارتباط با مشتریان تجاری می‌شود و با این افزایش، عملکرد مالی و روابط سودآور با مشتری بهبود می‌یابد. هم‌چنین نتایج پژوهش رحمان و همکاران (۲۰۱۷) نشان دهنده شواهدی روشن از نقش مثبت و قابل توجه نوآوری بر عملکرد شرکت است. نتایج آزمون فرضیه نخست پژوهش حاضر همسو با نتیجه پژوهش‌های بنسل (۲۰۰۵)، هاستد و آلن (۲۰۰۷)، لویز و همکاران (۲۰۰۸)، تقی‌زاده خانقاه و زینالی (۱۳۹۵) و مهلوجی و همکاران (۱۳۸۷) نیز می‌باشد. از طرفی نتایج حاصل از فرضیه دوم پژوهش نشان داد که استقلال کمیته حسابرسی بر رابطه بین میزان گزارشگری پایداری و نوآوری شرکت‌ها تأثیر مثبت و معناداری دارد. بدین معنی که کمیته‌های حسابرسی که از اعضای غیرموظف و مستقل تشکیل شده باشد، پاسخ‌گویی و شفافیت بهتری دارند و به عنوان ساز و کار حاکمیت شرکتی از طریق نظارت مؤثر بر اعتبار گزارشگری‌های مالی و غیرمالی موجب خلق فرصت‌های نوآوری شرکت‌ها می‌شوند.

با توجه به نتایج حاصل، پیشنهادهای عملی و اجرایی برای سازمان‌ها و گروه‌های مورد نظر

پژوهش به شرح ذیل می‌باشد:

با توجه به نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش، به ذی‌نفعان و سرمایه‌گذاران فعلی و بالقوه پیشنهاد می‌شود که در هنگام تصمیم‌گیری در مورد نوآوری شرکت‌ها، به میزان مشارکت شرکت در فعالیت‌های مرتبط با پایداری توجه بیشتری نمایند.

به مدیران پیشنهاد می‌شود که جهت جلب نظر سرمایه‌گذاران، همسویی با توسعه فعالیت‌های مرتبط با پایداری، افزایش توان نوآوری شرکت و سایر موارد مؤثر، به استقلال کمیته حسابرسی توجه نموده و آن را در برنامه خود قرار دهند.

پیشنهاد می‌شود سازمان بورس و اوراق بهادار تهران افشای شاخص‌های پایداری شرکت‌ها و امتیاز مربوط به آن را برای شرکت‌های پذیرفته شده در بورس الزامی کند.

پیشنهاد می‌شود مدیران برای انجام سرمایه‌گذاری بهینه، تولید محصول با کیفیت و فن‌آوری بالا، حفظ منافع ذی‌نفعان و کاهش هزینه‌های نمایندگی متعهد به ایفای وظایف مرتبط با فعالیت‌های پایداری باشند.

لازم است پژوهش‌های دیگری در راستای پژوهش حاضر به شرح ذیل انجام شود:

- ۱- الگوسازی نوآوری و پیاده‌سازی نوآوری برای شرکت‌های مختلف در صنایع گوناگون
- ۲- تأثیر میزان گزارشگری پایداری بر سایر ابعاد نوآوری شرکت‌ها به تفکیک صنایع مختلف
- ۳- تأثیر تعدیل‌گری سایر ویژگی‌های کمیته حسابرسی مانند اندازه، تعداد جلسات و دوره تصدی اعضای کمیته حسابرسی بر رابطه میزان گزارشگری پایداری و نوآوری شرکت‌ها

فهرست منابع

الف- منابع فارسی:

۱. برزگر، قدرت‌اله؛ حسن نتاج کردی، محسن و ملکی، دنیا (۱۳۹۸). بررسی اثر ویژگی‌های کمیته حسابرسی بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها. فصلنامه بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، دوره ۲۶، شماره ۱.
۲. تقی‌زاده خانقاه، وحید و زینالی، مهدی (۱۳۹۵). بررسی تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها بر کارایی سرمایه‌گذاری و نوآوری. مجله علمی پژوهشی حسابداری سلامت، سال پنجم، شماره دوم، پیاپی ۱۶.
۳. حاجی‌ها، زهره و خراط‌زاده، محدثه (۱۳۹۳). بررسی رابطه کاربرد نوآوری‌های حسابداری مدیریت و شاخص‌های مالی ارزیابی عملکرد در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه علمی پژوهشی دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۳(۱۱).
۴. حاجی‌ها، زهره و رجب‌دری، حسین (۱۳۹۷). بررسی تأثیر کیفیت کمیته حسابرسی بر سطح افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت. پژوهش حسابداری، دوره ۸، شماره ۴.
۵. حساس یگانه، یحیی و ابراهیمی، ابراهیم (۱۳۸۹). پایداری و حاکمیت شرکتی. مجله حسابداری، شماره ۲۱۷.
۶. حساس یگانه، یحیی و برزگر، قدرت‌اله (۱۳۹۴). مدلی برای افشای مسئولیت اجتماعی و پایداری شرکت‌ها و وضعیت موجود آن در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار ایران. فصلنامه بورس اوراق بهادار، ش ۲۹، بهار ۹۴، سال ۸.
۷. عبده تبریزی، حسین (۱۳۹۵). نقش حاکمیت شرکتی در نوآوری، خلق اشتغال و رشد سرمایه. ماهنامه بورس، شماره ۱۳۱ - ۱۳۰.
۸. علوی، سید مصطفی و قائمی، محمدحسین (۱۳۹۶). آسیب‌شناسی کمیته‌های حسابرسی. مجله علمی پژوهشی دانش حسابرسی، سال هفدهم، شماره ۶۸.

۹. فخاری، حسین؛ محمدی، جواد و حسن نتاج کردی، محسن (۱۳۹۳). بررسی اثر ویژگی‌های کمیته حسابرسی بر مدیریت سود از طریق ارقام واقعی. فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات تجربی حسابداری مالی، دوره ۱۲، شماره ۴۶.
۱۰. قادرزاده، سید کریم؛ کردستانی، غلامرضا و حقیقت، حمید (۱۳۹۶). شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر سطح افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با رویکرد داده کاوی. پژوهش‌های کاربردی در گزارشگری مالی. سال ششم، شماره ۱۱، پاییز و زمستان ۱۳۹۶.
۱۱. کامیابی، یحیی و بورژمهرانی، احسان (۱۳۹۳). بررسی اثر ویژگی‌های کمیته حسابرسی بر افشای اختیاری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه علمی پژوهشی دانش حسابداری، ۱۷ (۶۷)، ص ۱۶۱-۱۴۷.
۱۲. لاری دشت بیاض، محمود و اورادی، جواد (۱۳۹۵). ویژگی‌های کمیته حسابرسی و حق الزحمه حسابرسی شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه علمی پژوهشی پژوهش‌های تجربی حسابداری، ۶ (۲۲)، ۹۴-۹۴.
۱۳. معصومی، سیدرسول؛ صالح نژاد، سیدحسن و ذبیحی زرین کلایی، علی (۱۳۹۷). ارائه مدلی جهت تبیین عوامل تعیین کننده گزارشگری پایداری شرکت‌ها. رساله دکتری حسابداری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری، تابستان ۱۳۹۷.
۱۴. معصومی، سیدرسول؛ صالح نژاد، سیدحسن و ذبیحی زرین کلایی، علی (۱۳۹۷). شناسایی متغیرهای مؤثر بر میزان گزارشگری پایداری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. مجله دانش حسابداری، سال هجدهم، شماره ۷۰، بهار ۱۳۹۷.
۱۵. مهلوجی، حسین؛ هندیجانی، رزا و کرمانشاه، علی (۱۳۸۷). تأثیر مسئولیت اجتماعی بر نوآوری در بنگاه‌ها: دیدگاه مبتنی بر منابع. فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال سوم، شماره ۱۲.
۱۶. میلر، ویلیام. آل؛ موریس، لانگدون (۲۰۰۵). نسل چهارم R&D مدیریت دانش، فناوری و نوآوری، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی، جلد اول، چاپ اول.
۱۷. نمازی، محمد و مقیمی، فاطمه (۱۳۹۷). تأثیر نوآوری و نقش تعدیلی مسئولیت پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت‌ها در صنایع مختلف. فصلنامه بررسی‌های حسابداری و حسابداری، ۲۵ (۲).

ب- منابع انگلیسی

1. Álvarez, I. G.; Lorenzo, J. M. P.; and I. M. G. Sánchez (2011). "Corporate Social Responsibility and Innovation: A Resource-Based Theory", Management Decision, Vol. 49, No. 10.
2. Amina, B., & Esra, S. A (2018). The Relationship Between Audit Committee Characteristics and the Level of Sustainability Report Disclosure. 17th IFIP WG 6.11 Conference on e-Business, e-Services, and e-Society, I3E 2018, Kuwait City, Kuwait, October 30 – November 1, 2018, Proceedings. DOI: 10.1007/978-3-030-02131-3_44.
3. Appuhami, R., & Tashakor, S. (2017). The impact of audit committee characteristics on CSR disclosure: An analysis of Australian firms. Australian Accounting Review, 27(4).
4. Bansal, P. (2005). "Evolving sustainably: a longitudinal study of corporate sustainable development", Strategic Management Journal, Vol. 26.
5. Baregheh, A., Rowley, J. and Sambrook, S. (2009). "Towards a multidisciplinary definition of innovation", Management Decision, Vol. 47 No. 8.
6. Bilal, Songsheng, C. & Bushra, K. (2018). Audit committee financial expertise and earnings quality: A metaanalysis. Journal of Business Research, 84 (2018).
7. Brammer, S. and Millington, A. (2008). "Does it pay to be different? An analysis of the relationship between corporate social and financial performance", Strategic Management Journal, Vol. 29.
8. Burns, T. & Stalker, G. M. (1961). The Management of Innovation. London TraviStock.
9. Carp, M, Leontina Pavaloaia, Mihai-Bogdan Afrasinei and Iuliana Eugenia Georgescu (2019). Is Sustainability Reporting a Business Strategy for Firm's Growth? Empiri-

- cal Study on the Romanian Capital Market. *Sustainability* 2019, 11, 658; doi:10.3390/su11030658.
10. Daft, R.L. (1982), "Bureaucratic versus non bureaucratic structure and the process of innovation and change", in Bacharach, S.B. (Ed.), *Research in the Sociology of Organisations*, Vol. 1, JAI Press, Greenwich, CT.
 11. DeCarolis, D. M., Deeds, D. L. (1999). The impact of stocks and flows of organizational knowledge on firms' performance: an empirical investigation of the biotechnology industry. *Strategic Management Journal*, 20 (10).
 12. Dekoulou, P. & Trivellas, P. (2017). Organizational structure, innovation performance and customer relationship value in the Greek advertising and media industry. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 32 (3).
 13. Herzig, C. and S. Schaltegger. (2016). *Corporate Sustainability Reporting: An Overview. Sustainability Accounting and Reporting*, Available at: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-1-4020-4974-3>. [Online][12 June 2017].
 14. Hillman, A.J. and Keim, G.D. (2001), "Shareholder value, stakeholder management, and social issues: what's the bottom line?", *Strategic Management Journal*, Vol. 22 No. 2.
 15. Hušted, B.W. and Allen, D.B. (2007), "Strategic corporate social responsibility and value creation among large firms: lessons from the Spanish experience", *Long Range Planning*, Vol. 40.
 16. Jamali, D., Safieddine, A.M. & Rabbath, M. (2008). Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Synergies and Interrelationships. *Corporate Governance: An International Review*, 16 (5).
 17. KPMG. (2013). *Beyond Quarterly Earnings: Is the Company on Track for Long-Term Success?* Available at <https://boardleadership.kpmg.us/content/dam/blc/pdfs/2013/aci-spr-2013-roundtable-reportbeyond-quarterly-earnings.pdf>.
 18. Lin, W. L., Ho, J. A., Lee, C. & Ng, S. I. (2020). Impact of positive and negative corporate social responsibility on automotive firms' financial performance: A market-based asset perspective. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Available at: <https://doi.org/10.1002/csr.1923>. [Online][04 March 2020].
 19. Lo'pez, M.V., Pe' rez, M.C. and Rodri' guez, L. (2008), "Strategy, corporate social responsibility and R&D expenditure: empirical evidence of European convergence", paper presented at the 31st Annual Congress of the European Accounting Association, Rotterdam.
 20. Maria, B. R. (2017). *Exploring the connection between CSR and innovation - at concept level and through a case study of the Brazilian oil and gas company Petrobras*. Master thesis at TIK Centre for Technology, innovation and culture, University of Oslo, Spring 2017.
 21. Montes, F.J.L. and Moreno, A.R. and Fernandez, L.M.M. (2004). Assessing the Organizational Climate and Contractual Relationship for Perceptions of Support for Innovation. *International Journal of Manpower*, Vol. 25.
 22. Namazi, M., & Namazi, N.R. (2016). Conceptual analysis of moderator and mediator variables in business research. *Procedia Economics and Finance*, (36).
 23. Person, O. S, (2009), "Audit Committee Characteristics and Earlier Voluntary ethics Disclosure among Fraud and No-Fraud Firms", *International Journal of Disclosure and Governance*, 6 (4).
 24. Peter, T. (2017). Configurations of strategic R&D decisions and financial performance in small-sized and medium-sized firms. *Journal of Business Research*, 74(5).
 25. Preston, L.E. and O'Bannon, D.P. (1997), "The corporate social-financial performance relationship: a typology and analysis", *Business and Society*, Vol. 36 No. 4.
 26. Ramanathan, R., Ramanathan, U., Bentley, Y. (2017). The debate on flexibility of environmental regulations, innovation capabilities and financial performance -A novel use of DEA, *Omega*, 75(5).
 27. Rezaee, Zabihollah. (2017). *Corporate Sustainability: Theoretical and Integrated Strategic*

- Imperative and Pragmatic Approach. *The Journal of Business Inquiry*, Vol. 16, No. 1, Pp. 60-87.
28. Samaha, K., Khlif, H., & Hussainey, K. (2015). The impact of board and audit committee characteristics on voluntary disclosure: A meta-analysis. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 24.
 29. Sanford, B. (2007). Innovation, success and failure in public management research: Some methodological reflections. *Public Management Review*, 3(1).
 30. Schumpeter, J. A. (1943). *Capitalism, Socialism and Democracy*, Allen and Unwin, London.
 31. 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).
 32. Seng, P. M. (1990). *The fifth discipline: The art and practice of the learning organization*. New York, NY: Currency Doubleday.
 33. Sneirson, Judd F., Green is Good: Sustainability, Profitability, and a New Paradigm for Corporate Governance (October 2, 2008). *Iowa Law Review*, Vol. 94, No. 3, 2009. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1276925>.
 34. Thornhill, S. (2006). Knowledge, innovation & firm performance in high- and low-technology regimes. *Journal of Business Venturing*, 21(5).
 35. Trebucq, S. and Evraert, S. (2008), "Adoption of GRI's guidelines reporting by European companies", paper presented at the 31st Annual Congress of the European Accounting Association, Rotterdam.
 36. West, M. and Farr, J. (1989), "Innovation at work: psychological perspectives", *Social Behavior*, Vol. 4.
 37. Zaltman, C., Duncan, R. and Holbek, J. (1973), *Innovations and Organizations*, Wiley, New York, NY.