

بررسی رابطه بین اندازه شرکت، نوع صنعت و سودآوری با افشای اطلاعات حسابداری زیست محیطی و اجتماعی

غلامحسین مهدوی*، عباسعلی دریائی**، رضیه علی خانی***،

مهدی مران جوری****

تاریخ دریافت: ۹۳/۰۱/۱۰

تاریخ پذیرش: ۹۳/۰۴/۰۳

چکیده

هدف از این پژوهش بررسی رابطه بین سطح افشای اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی با برخی ویژگی‌های شرکت است. برای اندازه‌گیری سطح افشای اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی از شاخص غیر وزنی استفاده شد. جامعه آماری این پژوهش متشکل از شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است و نمونه‌ای متشکل از ۸۷ شرکت فعال در صنایع مختلف طی سال‌های ۱۳۸۶ لغایت ۱۳۹۱ مورد استفاده قرار گرفت. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از روش رگرسیون چند متغیره استفاده شده است. یافته‌های پژوهش بیانگر آن است که بین اندازه شرکت با سطح افشای اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی رابطه معنادار مثبت وجود دارد اما بین سطح افشای اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی و سودآوری رابطه معنادار آماری وجود ندارد. بر خلاف انتظار پژوهشگران سطح افشای اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی شرکت‌هایی که در صنایع حساس فعالیت می‌کنند کم‌تر از شرکت‌هایی است که در صنایع غیر حساس فعالیت می‌کنند.

واژه‌های کلیدی: افشای زیست محیطی و اجتماعی، اندازه شرکت، نوع صنعت، سودآوری

طبقه بندی موضوعی: M19, M14

* دانشیار گروه حسابداری دانشگاه شیراز و حسابدار رسمی، (ghmahdavi@rose.shirazu.ac.ir)

** دانشجوی دکتری حسابداری دانشگاه شیراز، (نویسنده مسئول)، (alidaryai@yahoo.com)

*** استادیار دانشکده حسابداری و مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد چالوس، (R2_Alikhani@yahoo.com)

**** دانشجوی دکتری حسابداری دانشگاه آزاد و عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد چالوس،

(Mr.maranjory@gmail.com)

مقدمه

حرکت در مسیر مسئولیت‌های اجتماعی عاملی ضروری و حیاتی است که به تداوم فعالیت سازمان در دراز مدت منجر می‌شود (مران جوری و علی خانی، ۱۳۹۰). پژوهش‌های گذشته نشان داد که اطلاعات در زمینه مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها به‌طور قابل توجهی به‌وسیله ذی‌نفعان شرکت درخواست شده و این اطلاعات نقش مهمی در تصمیم‌گیری‌های آنان بازی می‌کند (چو، ۲۰۰۷). افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت در گزارش‌های سالانه به سرمایه‌گذاران و سایر ذی‌نفعان اجازه خواهد داد درباره کارایی، تأثیر تصمیم‌ها و فعالیت‌های در زمینه مسئولیت‌های اجتماعی مدیران قضاوت کنند (یاتریدیس، ۲۰۱۳). دیگان (۲۰۰۷) معتقد است که افشای مسئولیت‌های اجتماعی به عنوان ابزار مشروعیت است و شرکت‌ها برای کسب مشروعیت از سوی ذی‌نفعان شرکت انگیزه کافی برای افشای مسئولیت‌های زیست‌محیطی و اجتماعی دارند. توجیه نظریه افشاء داوطلبانه بر مبنای این فرض است که افشاء به عنوان ابزاری برای کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بین مدیران و سرمایه‌گذاران استفاده می‌شود (هاسلدین و موریس، ۲۰۱۲).

مطابق نظریه مشروعیت، یک سازمان باید به وسیله افزایش دامنه افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی در گزارش‌های سالانه خود پاسخ‌گو باشد. مطالعات زیادی در کشورهای توسعه یافته به بررسی رابطه بین افشاء زیست‌محیطی و اجتماعی و ویژگی‌های شرکت پرداختند (چو، ۲۰۰۷؛ یاتریدیس، ۲۰۱۳؛ و دیگان، ۲۰۰۷) اما نتایج مطالعات، متفاوت بوده است. در کشورهای توسعه یافته، شرکت‌ها در فرهنگی کاملاً متفاوت با هدف‌ها و اخلاق تجاری خاص آن محیط فعالیت می‌کنند و از آنجا که شرایط اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی حاکم بر کشور ما متفاوت از سایر کشورها است، نمی‌توان نتایج مطالعات کشورهای توسعه یافته را به کشورهای در حال توسعه تعمیم داد. بر این اساس پژوهشگران قصد دارند به بررسی رابطه بین سطح افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی با برخی ویژگی‌های شرکت در شرایط محیطی ایران بپردازند.

مسأله آلودگی محیط زیست از مهم‌ترین معضلات جامعه بشری امروز است. ایران نیز هم‌چون دیگر کشورها با مشکلات بسیاری در زمینه زیست‌محیطی و اجتماعی مواجه است. شرکت‌های ایرانی به‌طور سنتی با فشارها و الزامات قانونی کمی برای افشاء اطلاعات

زیست‌محیطی و اجتماعی مواجه هستند و از طرفی خصوصیات شرکت‌های فعال در بخش‌های مختلف صنعت، متفاوت است لذا این مسئله مطرح می‌شود که کمیت افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی شرکت‌های ایرانی چگونه بوده و آیا بین کمیت افشا و خصوصیات شرکت رابطه وجود دارد؟ در این مقاله سعی شده است تا در راستای ادامه و تکامل پژوهش‌های مربوط به افشای مسئولیت‌های اجتماعی گامی به سوی تکامل ادبیات موضوع پژوهش در ادبیات حسابداری ایران برداشته شود و موجبات غنای هر چه بیشتر این ادبیات فراهم شود.

پیشینه نظری پژوهش

نظریه‌های مختلفی چون نظریه اقتصادسیاسی، نظریه مشروعیت و نظریه ذی‌نفعان مطرح شدند تا انگیزه‌های شرکت برای افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی را توضیح دهند (علی‌خانی و مران جوری، ۱۳۹۳).

نظریه اقتصاد سیاسی

این نظریه به طور گسترده در تحقیقات افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی استفاده می‌شود و در قالب مفهوم قرارداد اجتماعی پیشنهاد می‌کند که بقای یک سازمان، نیازمند حمایت از سوی جامعه‌ای است که سازمان در آن فعالیت می‌کند. اگر مشاهده شود سازمانی درگیر فعالیت‌های اجتماعی نامطلوب شده است، جامعه از تأیید آن سازمان صرف نظر می‌کند و این امر منجر به نابودی آن می‌شود. به منظور حفظ موقعیت در جامعه، مدیریت ممکن است اطلاعات مرتبط با فعالیت‌های زیست‌محیطی و اجتماعی سازمان را منتشر کند. این نظریه تأیید می‌کند که اشخاص یا سازمان‌ها حق دارند هدف‌های شخصی و علایق خود را دنبال کنند اما این حقوق به وسیله محیط زیست و اجتماعی که در آن وجود دارند تعدیل می‌شود (علی‌خانی و مران جوری، ۱۳۹۳).

نظریه مشروعیت

بر اساس نظریه مشروعیت واحدهای تجاری می‌خواهند بدانند که آیا فعالیت آن‌ها از نگاه اشخاص خارج از سازمان مشروعیت لازم را دارد یا خیر. نظریه مشروعیت بر این مبنا استوار است که بین واحد تجاری و جامعه‌ای که واحد تجاری در آن فعالیت می‌کند، قرارداد اجتماعی

وجود دارد. (نیکو مرام و بنی مهد، ۱۳۸۸). طبق نظریه قرارداد اجتماعی، شرکت‌ها با جامعه قرارداد اجتماعی دارند تا وظایف مشخصی را بر اساس عدالت و طبق انتظارات صریح و قطعی شمار زیادی از افراد جامعه درباره رفتار و عملکرد واحد تجاری انجام دهند (حنیفا و کوک، ۲۰۰۵). نظریه مشروعیت در حالت کلی پیشنهاد می‌کند که افشای اطلاعات اجتماعی، وظیفه شرکت ناشی از فشارهای سیاسی یا اجتماعی است که شرکت‌ها با آن مواجه می‌شوند. به عنوان نمونه، شرکت‌ها تحت فشار بیشتر، اطلاعات اجتماعی بیشتری افشاء خواهند کرد.

وقتی سازمان‌ها احتمال می‌دهند که شهرت و اعتبارشان به وسیله سوانح زیست‌محیطی تهدید شده و از مشروعیت آن‌ها کاسته شده، در جستجوی مدیریت بر فرایند مشروعیت از طریق تبلیغ راهبردهای مفید هستند (کومیر و گوردن، ۲۰۰۱) که افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی در گزارش‌های سالانه نمونه‌ای از آن است (دیگن، ۲۰۰۲).

نظریه ذی‌نفعان

نظریه ذی‌نفعان بیان می‌کند که ذی‌نفعان نسبت به فعالیت یک سازمان اقتصادی ذی‌حق و ذینفع هستند. بر این اساس مدیریت باید سازمان را در جهت حداکثر کردن منافع همه ذی‌نفعان اداره کند. ذی‌نفعان توجه زیادی به موضوعات زیست‌محیطی و اجتماعی در یک شرکت دارند (دریائی و همکاران، ۱۳۹۲). سرمایه‌گذاران و تحلیلگران مالی به منظور ارزیابی عملکرد کلی و برآورد خطرهای زیست‌محیطی، دولت‌ها برای اجرای قوانین زیست‌محیطی و مشتریان به منظور حفاظت از حقوقشان به اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی نیاز دارند. انگیزه مدیر از افشای این اطلاعات آن است که به گروه‌های ذینفع نشان دهد که سازمان مطابق با انتظارات آنها عمل می‌کند (علی‌خانی و مران جوری، ۱۳۹۳).

فرضیه‌های پژوهش

تأثیر اندازه بر سطح افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی شرکت

مطابق نظریه نمایندگی، افشای مسئولیت‌های اجتماعی می‌تواند برای کاهش آن دسته از هزینه‌های سیاسی به کار رود که می‌تواند ثروت شرکتی را کاهش دهد. به‌عنوان نمونه، مقدار هزینه‌های سیاسی بسیار به اندازه شرکت وابسته است. استنباط می‌شود که رابطه مثبت بین اندازه

شرکت و افشاء اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی وجود داشته باشد (حسین و همکاران، ۲۰۰۶)

یک توضیح برای رابطه مثبت بین اندازه شرکت و سطح افشاء این است که شرکت‌های بزرگ‌تر، متقبل فعالیت‌های بیشتری هستند و تأثیر بیشتری بر جامعه می‌گذارند. همچنین، شرکت‌های بزرگ‌تر در معرض موشکافی بیشتری به‌وسیله گروه‌های مختلف جامعه هستند و بنابراین از سوی جامعه، تحت فشار بیشتری برای افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی به منظور مشروعیت بخشیدن به فعالیت‌های خود هستند (حنیفا و کوک، ۲۰۰۵). نظریه مشروعیت پیشنهاد می‌کند که سازمان‌ها باید به‌وسیله افزایش دامنه افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی در گزارش‌های سالانه‌ی خود پاسخ‌گو باشند. برخی از پژوهشگران پاسخ‌گویی مدیران را به این‌گونه توضیح می‌دهند که مدیران شرکت‌های بزرگ‌تر بیشتر احتمال می‌دهند که در نتیجه افشاء بهتر اطلاعات، مزایایی برای شرکت آنان تحقق یابد اما مدیران شرکت‌های کوچک‌تر بیشتر احساس می‌کنند افشاء کامل اطلاعات می‌تواند موقعیت رقابتی آن‌ها را به خطر اندازد (ابدور، ۲۰۱۱). با این حال تأثیر اندازه بر سطح افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی شرکت‌های ایرانی مورد مطالعه قرار نگرفته است. بر این اساس فرضیه اول به شرح زیر مطرح می‌شود.

فرضیه ۱: رابطه مثبتی بین اندازه شرکت و سطح افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی شرکت‌ها وجود دارد.

تأثیر صنعت بر سطح افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی شرکت

نوع صنعت به‌وسیله پژوهشگران تجربی و نظری به‌عنوان یک عامل موثر بر سطح افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی شرکت‌ها شناسایی شد. در رابطه با نیازهای شرکت، نیازهای ذی‌نفعان و نیازهای گزارشگری الزامی، تفاوت‌هایی بین صنایع مختلف وجود دارد. تأثیرات زیست‌محیطی و اجتماعی از صنعتی به صنعت دیگر بسیار متفاوت است (گاتری و همکاران، ۲۰۰۸).

شرکت‌های حساس به محیط زیست شرکت‌هایی هستند که مواد اولیه آن‌ها به‌طور مستقیم از منابع طبیعی استخراج می‌شود. مانند صنایع شیمیایی، پتروشیمی، فلزات، معادن، اکتشاف نفت،

کاغذ و نفت خام. صنایعی که بیشتر در میدان دید مصرف کننده قرار دارند از خطر بیشتری برخوردارند و مجبورند به منظور پاسخ‌گویی اجتماعی، نسبت به افشای فعالیت‌های زیست محیطی و اجتماعی‌شان اقدام کنند (گاتری و همکاران، ۲۰۰۸). براساس نظریه مشروعیت شرکت‌های فعال در بخش‌های تحت فشار جامعه تلاش می‌کنند تا به وسیله افشای مسائل زیست محیطی‌شان مشروعیت کسب کنند (سرین، ۲۰۰۲). انتظار می‌رود شرکت‌هایی که بیشتر مورد توجه جامعه هستند و در صنایعی فعالیت می‌کنند که بیشتر به قوانین زیست محیطی و آیین‌نامه‌ها حساس هستند اطلاعات زیست محیطی گسترده‌تری افشاء کنند (چو، ۲۰۰۷). همبستگی مثبت بین حساسیت زیست محیطی و صنعتی که شرکت در آن فعالیت می‌کند و سطح افشای اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی شرکت می‌تواند تأییدی بر نظریه مشروعیت باشد. از این رو، فرضیه دوم به شرح زیر مطرح می‌شود.

فرضیه ۲: شرکت‌ها در صنایع با حساسیت بالای زیست محیطی، سطح افشای اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی‌شان بیشتر از شرکت‌ها در صنایع با حساسیت پایین زیست محیطی است.

تأثیر سودآوری بر سطح افشای اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی شرکت

شرکت‌های سودآور تمایل دارند افشاهای با کیفیت خوب ارائه کنند تا به این وسیله توانایی مدیریت ارشد و همکارانشان را در حفظ محیط زیست و افزایش رفاه اطلاعاتی سهامداران نشان دهند (پاتریدیس، ۲۰۱۳). بر اساس نظریه اثباتی حسابداری، افشاء داوطلبانه تنها در صورتی قابل توجیه است که منجر به کاهش هزینه‌های نمایندگی شود اما گزارش داوطلبانه اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی به جای این که بر هزینه‌های نمایندگی اثر داشته باشد بر هزینه‌های سیاسی اثرگذار است. طبق فرضیه هزینه‌های سیاسی، شرکت‌ها باید هزینه‌های سیاسی و سایر هزینه‌هایی را مدنظر قرار دهند که به واسطه گزارش‌گری سود بر واحد تجاری تحمیل می‌شود (مران‌جوری و علی‌خانی، ۱۳۹۰). هزینه‌های سیاسی تابع سودهای گزارش شده هستند. شرکت‌های سودآور اطلاعات اجتماعی را افشا می‌کنند تا همکاری‌های مثبت خود را با جامعه نشان دهند و به این وسیله به موجودیت خود مشروعیت ببخشند (حنیفا و کوک، ۲۰۰۵). بر اساس مطالب فوق، فرضیه بعدی در رابطه با سودآوری به شرح زیر بیان می‌شود.

فرضیه ۳: رابطه مثبتی بین سودآوری شرکت و سطح افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی شرکت‌ها وجود دارد.

پیشینه تجربی پژوهش

گری (۲۰۰۱) پیشنهاد کرد که شرکت‌های بزرگ و با سود بیشتر، اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی بیشتری نسبت به سایر شرکت‌ها افشاء می‌کنند. در حالی که نتایج پژوهش دیگری نشان داد که اندازه، تنها به نواحی خاصی از افشاء مربوط است (سرین، ۲۰۰۲). نتایج مطالعات دیگر نشان داد که رابطه مثبتی بین اندازه شرکت و سطح افشاء اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی در تعدادی از کشورها وجود دارد (اليجيدوتن و همکاران، ۲۰۱۰).

مونوا و همکاران (۲۰۰۷) نتیجه گرفتند که یک عملکرد اجتماعی خوب همراه با عملکرد مالی خوب است. یاتریدیس (۲۰۱۳) رابطه مثبت قوی بین سودآوری و افشاء زیست‌محیطی و اجتماعی یافت.

طالب نیا، علی‌خانی و مران‌جوری (۱۳۹۱) برای اولین بار در ایران به ارزیابی کمیّت و ماهیّت افشاء اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی پرداختند و به این نتیجه رسیدند که شرکت‌های ایرانی ترجیح می‌دهند اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی را در گزارش هیأت‌مدیره و به شکل اطلاعات اخباری افشاء کنند. هم‌چنین پژوهشگران یافتند که بیشترین افشاء زیست‌محیطی و اجتماعی در بخش منابع انسانی است و شرکت‌های ایرانی تمایل دارند اخبار بی‌طرفانه سپس اخبار خوب را بیشتر از اخبار بد افشاء کنند. عرب صالحی، صادقی و معین‌الدین (۱۳۹۳) در پژوهشی تحت عنوان رابطه مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی به این نتیجه رسیدند که عملکرد مالی با مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به مشتریان و نهادهای موجود در جامعه ارتباط دارد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع توصیفی-همبستگی بوده و روش‌شناسی پژوهش از نوع پس‌رویدادی است و چون می‌تواند در فرایند استفاده از اطلاعات کاربرد داشته باشد، بنابراین نوعی پژوهش کاربردی است. برای آزمون فرضیه‌ها از تحلیل رگرسیون چند متغیره استفاده شده است و برای بررسی معناداری مدل رگرسیون از آماره F و برای بررسی معنادار بودن ضریب متغیرهای مستقل نیز از آماره t استفاده شده است. استقلال پسماندها با استفاده از آماره دوربین واتسون مورد

ارزیابی قرار گرفت. روش رگرسیونی به کار گرفته شده روش حداقل مربعات با استفاده از داده‌های ترکیبی است. تحلیل آماری از طریق نرم افزار Eviews نسخه ۶ انجام شده است.

بازه زمانی پژوهش حاضر سال‌های ۱۳۸۶ الی ۱۳۹۱ و جامعه آماری آن شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. به لحاظ افزایش قابلیت مقایسه، باید سال مالی شرکت‌های مورد بررسی پایان اسفند ماه هر سال باشد. جزء شرکت‌های سرمایه‌گذاری و واسطه‌گری مالی (به دلیل ماهیت خاص فعالیت آن‌ها) نباشند. هم‌چنین، در بازه زمانی مذکور نماد معاملاتی شرکت‌ها نباید وقفه معاملاتی بیش از سه ماه داشته باشند و دوره مالی خود را تغییر داده باشند. در ضمن باید اطلاعات مورد نیاز متغیرهای پژوهش (صورت‌های مالی، یادداشت‌های همراه و گزارش هیأت مدیره به مجمع) در دسترس باشد. با در نظر گرفتن شرایط بالا، نمونه‌ای با حجم ۸۷ شرکت از جامعه آماری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران انتخاب شده است. مدل مورد استفاده در پژوهش حاضر به شرح زیر است:

$$Dis_{i,t} = \beta + \beta_1 size_{i,t} + \beta_2 Industry_{i,t} + \beta_3 Roa_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

متغیر وابسته در این پژوهش، سطح افشای اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی شرکت‌ها است. رویکردهای مختلفی برای توسعه برنامه امتیازبندی به منظور تعیین سطح افشای گزارش‌های سالانه وجود دارد. در میان رویکردهای مختلف، رویکرد شاخص افشاء غیروزنی به دلیل استفاده در پژوهش‌های گوناگون برای اندازه‌گیری وسعت افشای اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی مورد استفاده قرار گرفت (ابدور ۲۰۱۱، حسین و همکاران ۲۰۰۶، سماها و همکاران ۲۰۱۲). به منظور ساخت شاخص افشاء در مرحله اول، فهرست جامعی از موضوعات مرتبط با مسئولیت اجتماعی که انتظار می‌رفت در گزارش‌های سالانه شرکت‌ها افشاء شود شامل موضوعات مالی و غیر مالی که ممکن است به تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران مربوط باشد شناسایی شد. موضوعات اولیه اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی که در شاخص افشاء لحاظ شده از پژوهش ویلیامز (۱۹۹۹)، جاو و همکاران (۲۰۰۵) و اریبی و جاو (۲۰۱۰) انتخاب شد. با توجه به مطالعات قبلی ابتدا ۴۵ فاکتور انتخاب شد و با در نظر گرفتن شرایط زیست محیطی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی ایران در نهایت به ۳۷ فاکتور کاهش یافت. ۸ بخش زیست محیطی، محصولات و خدمات، منابع انسانی، مشتریان، اجتماعی و انرژی تقسیم‌بندی شد. زیر بخش‌های هر یک از بخش‌های فوق به شرح زیر است.

زیست محیطی: کنترل آلودگی، جلوگیری از خسارات زیست محیطی، بازیافت یا جلوگیری از ضایعات، تحقیق و توسعه، سیاست زیست محیطی، سرمایه گذاری در پروژه‌های زیست محیطی و سایر موارد مرتبط با عنوان مسائل محیطی.

محصولات و خدمات: توسعه محصول/ سهم بازار، کیفیت محصول/ISO، ایمنی و سلامت محصول، توقف تولید و سایر موارد مرتبط با عنوان محصولات و خدمات.

منابع انسانی: تعداد کارکنان، حقوق ماهانه/ پاداش نقدی و مزایا، بازنشستگی و مزایای پایان خدمت، سلامتی و ایمنی در محیط کار، برنامه‌های آموزش و توسعه کارکنان، ورزشی و رفاهی، وام یا بیمه کارمندان، روحیه و ارتباطات کارمندان و سایر موارد مرتبط با عنوان منابع انسانی.

مشتریان: سلامتی مشتریان، شکایات / رضایتمندی مشتریان، سیاست پرداخت دیرتر برای مشتریان خاص، تدارک تسهیلات و خدمات پس از فروش، پاسخگویی به نیاز مشتریان، سایر موارد مرتبط با عنوان مشتریان.

اجتماعی: سرمایه گذاری اجتماعی، حمایت از فعالیت‌های جامعه، هدایا و خدمات خیریه، اقدامات قانونی/ دعاوی قضائی، فعالیتهای مذهبی/ فرهنگی و سایر موارد مرتبط با عنوان مسئولیت‌های جامعه.

انرژی: حفظ و صرفه جویی در انرژی، توسعه و اکتشاف منابع جدید، استفاده از منابع جدید، سایر موارد مرتبط با عنوان انرژی.

زیر بخش‌های موضوعات فوق از صورت‌های مالی حسابرسی شده پایان سال، یادداشت‌های همراه و گزارش فعالیت هیأت مدیره به مجمع استخراج شد. یک شاخص افشاء غیر وزنی نسبت تعداد اقلام افشاء شده یک شرکت است که بر کل تعداد اقلامی که شرکت می‌توانست افشاء کند تقسیم شده است. تحت شاخص افشاء غیر وزنی، همه اقلام اطلاعاتی که در شاخص مطرح شده است برای استفاده کنندگان اهمیت مساوی دارد و هیچ اولویتی به گروه استفاده کننده خاصی داده نمی‌شود. در این شاخص افشاء، اقلام منحصر به فرد به عنوان یک متغیر مجازی در نظر گرفته می‌شود. با بررسی اینکه یک شرکت یک قلم اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی را در گزارش‌های سالانه‌اش افشاء کرده یا خیر. اگر یک شرکت یک قلم اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی را در گزارش‌های سالانه‌اش افشاء کند (بدون توجه به تعداد و نوع آن که ممکن

است جمله، تصویر یا نمودار باشد) به آن امتیاز یک و اگر افشاء نکرد صفر داده می شود. مدل افشاء غیرزنی برای محاسبه امتیاز افشاء برای هر شرکت به صورت زیر بیان می شود. فرمول زیر در پژوهش های حسین و همکاران (۲۰۰۶) و صالح و همکاران (۲۰۱۰) نیز استفاده شد.

$$Dcor = \sum_{j=1}^n \frac{d_j}{n} \quad \text{رابطه (۱)}$$

$Dcor$ = امتیاز افشاء یک شرکت

d_j = مجموع ارزش تعداد اقلام افشاء شده یک شرکت

n = حداکثر امتیازی که یک شرکت می تواند کسب کند (۳۷ فاکتور موجود در چک لیست افشاء).

متغیرهای مستقل

اندازه شرکت (Size): اندازه شرکت به وسیله لگاریتم طبیعی جمع دارایی های شرکت اندازه گیری شد (ابدور ۲۰۱۱، ویلیامز ۱۹۹۹).

نوع صنعت (Industry): برای عضویت صنعت از دو گروه صنایع که نسبت به محیط زیست حساس هستند و صناعی که نسبت به محیط زیست حساسیت کمتری دارند استفاده شد. شرکت های حساس به محیط زیست شرکت هایی هستند که مواد اولیه آن ها به طور مستقیم از منابع طبیعی استخراج می شود. مانند صنایع شیمیایی، پتروشیمی، فلزات، معادن، اکتشاف نفت، کاغذ و نفت خام. به صناعی که نسبت به محیط زیست حساس هستند متغیر مصنوعی یک و به صناعی که نسبت به محیط زیست حساسیت کمتری دارند متغیر مصنوعی صفر داده شده است (بوتن و همکاران ۲۰۱۱، گاتری و همکاران ۲۰۰۸، جونز، ۲۰۱۱). در پژوهش حاضر شرکت های نمونه که در صنایع استخراج معادن، نفت، فلزات، پتروشیمی و شیمیایی، چوب، کاغذ و کارتن بودند به عنوان شرکت های موجود در صنایع حساس در نظر گرفته شدند و بقیه شرکت های نمونه که جزء این صنایع نبودند به عنوان شرکت های موجود در صنایع غیر حساس طبقه بندی شدند.

سودآوری (ROA): از نرخ بازده دارایی ها که از تقسیم سود عملیاتی بر روی جمع دارایی های پایان دوره بدست آمده، به عنوان معیار سودآوری استفاده شد (حسین و همکاران ۲۰۰۶، یاتریدیس ۲۰۱۳).

آزمون نرمال بودن

یکی از مهم‌ترین فرضیه‌های رگرسیونی، نرمال بودن باقیمانده‌های مدل است. باقیمانده‌های مدل، حاصل تفاوت مقادیر پیش بینی و مقادیر واقعی است که بیانگر میزان متغیرهای مستقلی است که در مدل مد نظر قرار نگرفته اما بر متغیر وابسته اثرگذار هستند که می‌توان بر اساس آن، اعتبار مدل را بررسی کرد. نتایج آزمون نرمال بودن به شرح مندرج در نگاره ۱ است.

نگاره (۱): آزمون کلموگروف، اسمیرنوف

سال	آماره کلموگروف، اسمیرنوف	سطح معناداری
۸۶	۰/۹۳۲	۰/۵۹۳
۸۷	۰/۸۱۹	۰/۴۵۲
۸۸	۰/۶۳۷	۰/۹۴۰
۸۹	۰/۸۸۰	۰/۴۰۹
۹۰	۰/۵۸۲	۰/۳۸۱
۹۱	۰/۶۴۸	۰/۸۶۴

مقدار سطح معناداری برای متغیر سطح افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی در تمام سال‌ها بیشتر از ۵ درصد است (فرض صفر هنگامی رد می‌شود که مقدار سطح معناداری کمتر از ۵ درصد باشد). بنابراین، توزیع متغیر افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی، نرمال است. آمار توصیفی متغیرهای تحقیق نیز در نگاره شماره ۲ است.

نگاره (۲): آمار توصیفی

متغیرها	تعداد	میانگین	انحراف معیار	حداکثر	حداقل
افشاء	۵۲۲	۳۹/۶۱	۱۱/۹۷	۲۶۵	۹۱
سودآوری	۵۲۲	۱۵/۱۱	۶/۹۱	۳۲/۵۶	۹/۶۴
اندازه شرکت	۵۲۲	۱۸/۱۲	۱/۳۹	۲۲/۵۶	۷/۰۷

آزمون چاو

قبل از آزمون فرضیه‌های پژوهش، ابتدا باید ببینیم استفاده از مدل pooled بهتر است یا مدل اثرات ثابت، که این امر با آزمون چاو صورت می‌گیرد. نتایج آزمون چاو به شرح مندرج در نگاره شماره ۳ است.

نگاره (۳): نتایج آزمون چاو

مقدار آماره F	P-Value	نتیجه	روش تأیید شده
۵/۶۵	۰/۰۰۱	رد H_0	روش داده‌های پانلی

با توجه به نتایج بدست آمده از آزمون چاو فرضیه صفر (برابری عرض از مبداها) رد می شود و فرضیه مقابل تأیید می شود. به عبارتی، مقاطع مورد بررسی ناهمگن و دارای تفاوت های فردی بوده و روش داده های پانلی مناسب تر است. پس از انتخاب روش پانلی، از آزمون هاسمن برای انتخاب بین روش اثرات ثابت یا اثرات تصادفی استفاده شد. در آزمون هاسمن فرضیه صفر (روش اثرات تصادفی) به این معنی است که ارتباطی بین جزء اخلاص مربوط به عرض از مبدا و متغیرهای توضیحی وجود ندارد و از یکدیگر مستقل هستند. در حالی که فرضیه مقابل (روش اثرات ثابت) به این معنی است که بین جزء اخلاص مورد نظر و متغیر توضیحی همبستگی وجود دارد. نتایج آزمون هاسمن به شرح مندرج در نگاره ۴ است.

نگاره (۴): نتایج آزمون هاسمن

مقدار آماره χ^2	P-Value	نتیجه	روش تأیید شده
۹/۶۱	۰/۰۰۲	رد H_0	روش اثرات ثابت

با توجه به نتایج بدست آمده از آزمون هاسمن، فرضیه صفر رد می شود و فرضیه مقابل یعنی روش اثرات ثابت انتخاب می شود.

یافته های پژوهش

برای آزمون فرضیه های پژوهش، داده های مربوط به متغیرهای پژوهش با استفاده از مدل رگرسیونی مورد آزمون قرار گرفت که نگاره ۵ زیر نتایج مربوط را نشان می دهد.

نگاره (۵): نتایج آزمون فرضیه ها

$Dis_{i,t} = \beta + \beta_1 Size_{i,t} + \beta_2 Industry_{i,t} + \beta_3 Roa_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$				
متغیر	ضریب	خطای استاندارد	آماره تی	سطح معناداری
C	-۰/۴۲۱	۰/۱۳۷	-۱/۱۶۲	۰/۰۲۳
اندازه شرکت	۰/۱۰۴	۰/۱۹۳	۱/۸۲۱	۰/۰۰۰
نوع صنعت	-۰/۱۶۲	۰/۱۰۲	-۲/۶۵۱	۰/۰۰۱
نرخ بازده دارایی ها	۰/۰۳۲	۰/۰۳۷	۰/۲۶۴	۰/۴۲۷
آماره دورین واتسون	۱/۹۱۵			
آماره F	۷/۳۲۴			
(F) سطح معناداری	۰/۰۰۰			

با توجه به نگاره ۵، سطح معناداری کل مدل برابر با ۰/۰۰۰ است. چون این مقدار کمتر از ۰/۰۵ است، بنابراین فرضیه صفر در سطح اطمینان ۹۵ درصد رد می‌شود؛ یعنی معناداری مدل در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود. مقدار آماره دوربین واتسون برابر با ۱/۹۱۵ است که نشانگر این است که مشکل خود همبستگی بین جملات پسماند وجود ندارد. به عبارت دیگر، اجزای خطا در این مدل همبستگی معناداری با یکدیگر نداشته و رفتاری مستقل از هم دارند. سطح معناداری مربوط به متغیر مستقل اندازه شرکت برابر ۰/۰۰۰ و آماره t ۲/۸۲ است که بیانگر وجود رابطه مثبت و معنادار بین اندازه شرکت و سطح افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی است. سطح معناداری مربوط به متغیر نوع صنعت برابر ۰/۰۰۱ و آماره t ۲/۶۵- است که بیانگر وجود رابطه منفی و معنادار بین نوع صنعت (صنایع حساس و غیر حساس) و سطح افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی است. به عبارت دیگر شرکت‌ها در صنایع حساس زیست‌محیطی و اجتماعی افشای کمتری نسبت به شرکت‌ها در صنایع با حساسیت پایین دارند. سطح معناداری مربوط به متغیر سودآوری نشان می‌دهد بین سطح افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی و سودآوری رابطه معناداری وجود ندارد.

نتیجه‌گیری

نتایج حاصل از آزمون فرضیه اول نشان می‌دهد رابطه مثبت و معناداری بین اندازه شرکت و سطح افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی وجود دارد. به عبارت دیگر، در ایران شرکت‌های بزرگ‌تر، اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی بیشتری نسبت به شرکت‌های کوچک‌تر افشاء می‌کنند. این امر تأییدی بر نظریه نمایندگی است. استدلال نظریه نمایندگی این است که هر چقدر شرکت به دلیل بزرگ بودن، فشار اجتماعی بیشتری تحمل کند، نیاز بیشتری به مشروعیت بخشیدن به فعالیت‌های خود نزد جامعه دارد و به منظور کاهش هزینه‌های سیاسی از ابزارهایی مثل افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی استفاده می‌کند. نتایج هم‌سو با پژوهش‌های هکسون و میلن (۱۹۹۶)، گری و همکاران (۲۰۰۱)، حنیفا و کوک (۲۰۰۵)، گیوتری و همکاران (۲۰۰۸)، ساماها و همکاران (۲۰۱۱) و یاتریدیس (۲۰۱۳) اما مغایر با پژوهش‌های لین (۱۹۹۲) و ابدور روف (۲۰۱۱) است که تاثیر اندازه را پیدا نکردند.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه دوم نشان می‌دهد که رابطه منفی بین شرکت‌ها در صنایع حساس زیست‌محیطی و سطح افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی وجود دارد. بنابراین

فرضیه دوم تأیید نشد. برخلاف آنچه انتظار می‌رفت، صنایع حساس زیست‌محیطی اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی کم‌تری نسبت به صنایع غیرحساس افشاء کردند. به عبارتی، شرکت‌های فعال در صنایع حساس زیست‌محیطی از افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی به عنوان ابزار کسب مشروعیت بهره‌نبردند. شاید دلیل این امر این باشد که شرکت‌های ایرانی با فشارها و الزامات قانونی کمی برای رعایت مسائل زیست‌محیطی و افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی مواجه هستند و از طرفی چنانچه قادر به رفع مشکلات زیست‌محیطی نباشند تمایلی به افشای این اطلاعات نخواهند داشت. یافته‌ها مشابه نتایج پژوهش‌های آدامز و همکاران (۱۹۹۸)، حنیفا و کوک (۲۰۰۵) و حسین و همکاران (۲۰۰۶) می‌باشد. اما مخالف پژوهش جونز (۲۰۱۱) است که رابطه مثبتی بین صنایع حساس زیست‌محیطی و سطح افشاء یافت.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه سوم پژوهش نشان می‌دهد هیچ‌گونه رابطه‌ای بین سودآوری و سطح افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی شرکت‌ها وجود ندارد. بنابراین، شواهد کافی برای تأیید فرضیه سوم وجود ندارد. انتظار می‌رفت شرکت‌های سودآور به دلیل اینکه منابع مالی بیشتری برای افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی در اختیار دارند، این امر محرکی برای افشای بیشتر اطلاعات باشد. اما با وجود اینکه همه شرکت‌های نمونه پژوهش سودآور بوده و اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی هم افشاء کردند هیچ‌گونه رابطه‌ای بین این دو متغیر یافت نشد. این یافته‌ها همسو با پژوهش هکسون و میلن (۱۹۹۶) ولی مغایر با پژوهش‌های حنیفا و کوک (۲۰۰۵)، حسین و همکاران (۲۰۰۶) و یاتریدیس (۲۰۰۸) است که رابطه مثبتی بین سودآوری و سطح افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی شرکت‌ها یافتند. پیشنهاد می‌شود مراجع ذی‌صلاح از ابزارهای قانونی برای وادار کردن شرکت‌های فعال در صنایع حساس به افزایش سطح افشاء استفاده کنند.

منابع

- دربانی، عباسعلی؛ پاکدل، عبدالله و محمد مشعشی. (۱۳۹۲). توسعه پایدار پیامد حسابداری و بازاریابی سبز و مسئولیت‌پذیری اجتماعی با تأکید بر راهبری شرکتی. *مجله دانش و پژوهش حسابداری*، بهار ۹۲، صص ۳۳-۲۸.
- طالب‌نیا، قدرت‌الله؛ علی‌خانی، راضیه و مهدی مران‌جوری. (۱۳۹۱). ارزیابی کمیّت و ماهیت افشاء اطلاعات حسابداری زیست‌محیطی و اجتماعی در ایران. *مجله بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، ۱۹ (۶۹)، صص ۴۳-۶۰.

- عرب صالحی، مهدی، صادقی، غزل و محمود معین الدین. (۱۳۹۳). رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی در بورس اوراق بهادار تهران. *مجله پژوهش‌های تجربی حسابداری*، ۳ (۱۲)، صص ۲۰-۱.
- علی‌خانی، راضیه و مهدی مران جوری. (۱۳۹۳). کاربرد تئوری‌های افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی. *مجله مطالعات حسابداری و حسابرسی*، ۳ (۹)، صص ۵۳-۳۶.
- مران جوری، مهدی و راضیه علی‌خانی (۱۳۹۰). تحقق حسابداری اجتماعی و محیطی. *مجله دانش و پژوهش حسابداری*، ۷ (۲۴)، صص ۲۹-۲۴.
- نیکومرام، هاشم و بهمن بنی‌مهد. (۱۳۸۸). *تئوری حسابداری (مقدمه‌ای بر تئوریهای توصیفی)*، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی، چاپ اول.
- Abdurouf, MD. (2011). Corporate Social Responsibility Disclosure. *Business and Economics Research Journal*, 2 (3), 19-32 .
- Adams, C. A. , Hill, W. Y. and Roberts, C. B. (1998). Corporate Social Reporting Practices in Western Europe: Legitimizing Corporate Behavior? *British Accounting Review*, 30, 1-21 .
- Aribi, A. and Gao, S. (2010). Corporate Social Responsibility Disclosure. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 8, (2) , 72-91 .
- Bouten, L. , Everaert, P. , Liedekerke, L. V. and De Moor, L. (2011). Corporate social responsibility reporting: A comprehensive picture?. *Accounting Forum*, www.elsevier.com/locate/acfor .
- Cerin, P. (2002). Communication in Corporate Environmental Reports. *Corporate Social – Responsibility and Environmental Management*, 9 (1), 46-66 .
- Cho, CH. (2007). *Organisations Legitimacy and the Strategic use of accounting information Three Studies Related to social and environmental disclosure*. Orlando, Florida. Spring Term .
- Cormier, D. and Gordon, I. M. (2001). An Examination of Social And Environmental Reporting Strategies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 14 (5) , 587-616 .
- Deegan, C. (2002). The Legitimising Effect of Social and Environmental Disclosures- A Theoretical Foundation. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 15 (3) , 282-311 .
- Deegan, C. (2007). Organizational Legitimacy As A Motive For Sustainability Reporting. In J. Unerman, J. Bebbington, & B. O'Dwyer (Eds.) , *Sustainability Accounting and Accountability* (pp. 127-149). UK: Routledge .
- Elijido-Ten, E. , Kloot, L. and Clarkson, P. (2010). Extending the Application of Stakeholder Influence Strategies to Environmental

- Disclosures: An Exploratory Study From A Developing Country. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 23 (8), 1032–1059 .
- Gao, S. S. , Heravi, S. And Xiao, J. Z. (2005). Determinants of Corporate Social and Environmental Reporting in Hong Kong: A research note. *Accounting Forum*, 29, 233–242 .
- Gray, R. H. , Javad, M. , Power, D. M. and Sinclair, C. D. (2001). Social and Environmental Disclosure and Corporate Characteristics: A Research Note and Extension. *Journal of Business Finance and Accounting*, 28, 327–356 .
- Guthrie, J. , Cuganesan, S. and Ward, L. (2008). Industry Specific Social and Environmental Reporting: The Australian Food and Beverage Industry. *Accounting Forum*, 32, 1–15 .
- Hackston, D. and Milne, M. J. (1996). Some Determinants of Social And Environmental Disclosures in New Zealand Companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 9 (1) , 77–108 .
- Hanifa, R. M. and Cooke, T. E. (2005). The Impact of Culture and Governance on Corporate Social Reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*, 24, 391–430 .
- Hasseldine, J. and Morris, G. (2012). Corporate Social Responsibility and Tax Avoidance: A Comment and Reflection, *Accounting Forum*. www.elsevier. com/locate/accfor .
- Hossain, M. , Islam, K. and Andrew, J. (2006). Corporate Social and Environmental Disclosure in Developing Countries: Evidence from Bangladesh. Available at Research Online: <http://ro.uow.edu.au/commpapers/179> .
- Iatridis, G E. (2008). Accounting Disclosure And Firms' Financial Attributes: Evidence From The UK Stock Market. *International Review of Financial Analysis*. 17, 219–241 .
- Iatridis, G E. (2013). Environmental Disclosure Quality: Evidence on Environmental Performance, Corporate Governance and Value Relevance, *Emerging Markets Review*, 14, 55–75 .
- Jones, J. M. (2011). The Nature, Use and Impression Management of Graphs in Social and Environmental Accounting. *Accounting Forum*, 35, 75–89 .
- Lynn, M. (1992). A Note on Corporate Social Disclosure in Hong Kong. *The British Accounting Review*, 2 (2) , 105–110 .

- Saleh, M. , Zulkifli, N. and Muhamad, R. (2010). Corporate Social Responsibility Disclosure and Its Relation on Institutional Ownership. *Managerial Auditing Journal*, 25 (6) , 591–613 .
- Samaha, KH. , Dahawy, KH. , Hussainey, KH. and Stapleton, P. (2012). The Extent Of Corporate Governance Disclosure And Its Determinants in A Developing Market: The case of Egypt. *Advances in Accounting, incorporating Advances in International Accounting*, 28, 168–178 .
- Williams, S. M. (1999). Voluntary Environmental and Social Accounting Disclosure Practices in the Asia-Pacific Region: An International Empirical Test of Political Economy Theory, *International Journal of Accounting*, 34 (2) , 209-238

