

تأثیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت بر کیفیت گزارشگری مالی

نویسندگان:

دکتر مجید عظیمی

استادیار حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد مبارکه

سمیه گنجی ارجنکی

کارشناس ارشد حسابداری از دانشگاه آزاد اسلامی واحد مبارکه

ganji1392@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۶/۲۳ ، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۱۱/۱۱

چکیده:

هدف از انجام این پژوهش تعیین تأثیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت بر میزان محافظه کاری و کیفیت اقلام تعهدی است. در این پژوهش از روش سالوسکی و زولچ (۲۰۱۲) برای تجزیه و تحلیل موضوع بر روی ۶۹ شرکت از شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران که حایز شرایط ذکر شده برای دوره یک ساله ۱۳۹۰ بودند، استفاده شد. مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها از طریق پرسشنامه هایی که حاوی ۵۳ سوال در زمینه مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت نسبت به مشتریان، کارکنان، محیط زیست و نهادهای موجود در جامعه است، اندازه گیری شد. جهت تحلیل داده ها از آزمون همبستگی و رگرسیون و نرم افزار ای-ویوز استفاده شد. نتایج پژوهش بیانگر این مطلب است که، بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و میزان محافظه کاری رابطه معنا داری وجود ندارد. همچنین بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و کیفیت اقلام تعهدی نیز رابطه معنا داری یافت نشد. یافته های این پژوهش

ممکن است درک کلی از مسئولیت پذیری اجتماعی را تغییر دهد چرا که روند رو به رشد مسئولیت پذیری اجتماعی در شرکت ها لزوماً منجر به تغییرات واقعی در شرکت ها نمی شود.

واژه های کلیدی: مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت، کیفیت گزارشگری مالی، محافظه کاری، کیفیت اقلام تعهدی.

مقدمه:

کیفیت گزارشگری مالی بیانگر دقت و صحت گزارش های مالی در بیان اطلاعات مربوط به عملیات شرکت، خصوصاً جریان های نقد مورد انتظار، به منظور آگاه کردن سرمایه گذاران است. طبق بیانیه مفهومی شماره یک هیئت استانداردهای حسابداری مالی (FASB)^۱، گزارشگری مالی باید اطلاعات سودمندی فراهم کند که سرمایه گذاران بالفعل و بالقوه را در انجام تصمیم گیری های منطقی یاری رساند. میزان محافظه کاری در تهیه گزارشهای مالی و یا میزان کیفیت اقلام تعهدی ارائه شده در این گزارشها معیارهایی هستند که از طریق آنها می توان کیفیت گزارشگری مالی را اندازه گیری کرد.

محافظه کاری یکی از ویژگی های گزارشگری مالی است که عبارت است از: استفاده درجه بالاتر تأییدپذیری برای شناسایی و ثبت سودها و اخبار خوشایند و در مقابل استفاده از درجه پایین تر تأییدپذیری برای شناسایی و ثبت زیان ها و اخبار ناخوشایند [۹]. بنا بر نظریه عدم قطعیت، اصولاً عدم قطعیت در ذات و طبیعت وقایع وجود دارد. حسابداری و گزارشگری مالی نیز از این قاعده مستثنی نیست. اصل محافظه کاری یا احتیاط، از اولین و اصلی ترین راههای مواجهه با ابهام موجود در تراکنش و رویدادهای واحد اقتصادی است [۱].

اقلام تعهدی به عنوان تفاوت بین سود حسابداری و جریان وجه نقد تعریف شده است. جریان وجه نقد، اصلی ترین عنصری است که سرمایه گذاران به آن ارزش می دهند و با توجه

^۱ Financial Accounting Standards Board

به آن، کیفیت اقلام تعهدی مرتبط با سود حسابداری را شناسایی می کنند. در واقع می توان برای سرمایه گذاران، کیفیت اقلام تعهدی را درجه نزدیکی سود شرکت با میزان جریان های نقدی ایجاد شده تعریف کرد [۱۲]. رابطه بین کیفیت گزارشگری مالی و ویژگی های شرکت، موضوع مورد سؤال است تا با استفاده از آن بهتر بتوان راجع به کیفیت گزارشهای مالی قضاوت کرد.

در سالهای اخیر این نظریه مطرح است که کسب و کار نباید صرفاً منجر به کسب سود و افزایش ثروت سهام داران شود بلکه باید مسئولیت هایی در قبال کارکنان، محیط زیست و جامعه بپذیرد. این نظریه تحت عنوان مسئولیت اجتماعی شرکت به یکی از ویژگی های شرکت ها تبدیل شده است. مسئولیت اجتماعی بنگاه ها برآیند چهار مؤلفه مسئولیت اقتصادی، مسئولیت قانونی، مسئولیت اخلاقی، مسئولیت های بشردوستانه است [۱۰]. کمیسیون اروپا، مسئولیت اجتماعی شرکتها را مفهومی می داند که علاوه بر گزارشگری فعالیتهای تجاری، موضوعاتی مثل مسائل زیست محیطی و گزارشگری اجتماعی و تعاملات شرکتها با ذی نفعان متعدد را شامل می شود [۴]. برای جمع بندی، می توان مسئولیت اجتماعی شرکت ها را چنین تعریف کرد: مسئولیت اجتماعی شرکت عبارت است از الزام به پاسخگویی و ارضای توقعات گروه های ذی نفع خارجی اعم از مشتریان، تأمین کنندگان، توزیع کنندگان، پاسداران محیط زیست و اهالی محل فعالیت واحد تولیدی یا خدماتی همراه با حفظ منافع گروه های ذی نفع داخلی اعم از مالکان یا سهام داران و کارکنان واحد.

نمونه های مزایای مستقیم ناشی از مسئولیت اجتماعی برای سازمان شامل: افزایش ارزش تجاری، نشان تجاری، دسترسی بیشتر به منابع مالی، نیروی کار سالم تر و ایمن تر، مدیریت ریسک و نظارت مؤثرتر بر امور سازمان، کارکنان مشتاق، وفاداری مشتری، ارتقای اعتماد و اطمینان طرفهای ذی نفع، تقویت وجهه عمومی است [۵].

همان طور که از تعاریف بالا راجع به مسئولیت اجتماعی شرکت بر می آید یکی از وظایف شرکت ها در حیطه مسئولیت اجتماعی کمک به بهبود وضعیت اقتصادی و رفاه جامعه است و از طرفی گزارشگری مالی نیز با هدف ارائه اطلاعات صحیح برای تصمیم گیری درست مالی و در نتیجه رشد اقتصادی انجام می شود. این پژوهش بررسی می کند که آیا ارتقاء مسئولیت اجتماعی در شرکتها به عنوان یک ویژگی شرکت، کیفیت گزارشهای مالی آنها را بهبود می بخشد یا خیر؟

پیشینه پژوهش

سالوسکی و زولچ^۱ (۲۰۱۲) در پژوهشی با عنوان تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر کیفیت گزارشگری مالی به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و میزان مدیریت سود، میزان محافظه کاری حسابداری و کیفیت اقلام تعهدی به عنوان سه معیار کیفیت گزارشگری مالی پرداختند. آنها تحقیق خود را بر روی ۹۰ شرکت بزرگ اروپایی در طی دوره زمانی ۲۰۰۴ الی ۲۰۱۱ انجام دادند. در این پژوهش از تعریف کارول برای مسئولیت اجتماعی بطور گسترده استفاده شده است و مسئولیت اجتماعی شرکت شامل چهار بعد مسئولیت اقتصادی سودآور، مسئولیت قانونی، مسئولیت اخلاقی و مسئولیت بشردوستانه می باشد. نتایج تحقیق آنها نشان داد که (۱) مسئولیت اجتماعی شرکت با میزان مدیریت سود رابطه مثبت دارد. (۲) مسئولیت اجتماعی شرکت با میزان محافظه کاری رابطه منفی دارد. یعنی شرکت ها با میزان مسئولیت اجتماعی بالاتر بیشتر احتمال دارد که به مدیریت سود بپردازند و نیز خبرهای بد را کمتر به موقع گزارش کنند.

کیم و همکاران^۲ (۲۰۱۲) در پژوهشی با عنوان آیا کیفیت سود با مسئولیت اجتماعی شرکت در ارتباط است؟ به بررسی این موضوع پرداختند که آیا شرکتهای دارای مسئولیت اجتماعی در گزارشگری مالی خود متفاوت از سایر شرکت ها رفتار می کنند یا خیر؟ یافته های

¹ Salewski & Zülch

² Kim et al.

پژوهش آنها نشان داد که شرکت های دارای مسئولیت اجتماعی کمتر احتمال دارد که: (۱) به مدیریت سود از طریق اقلام تعهدی اختیاری بپردازند، (۲) فعالیت های عملیاتی واقعی شرکت را دستکاری کنند، (۳) موضوع رسیدگی کمیسیون بازار و اوراق بهادار (SEC) در آینده قرار گیرند.

چوی و پی^۱ (۲۰۱۱) در تحقیقی با عنوان اخلاق کسب و کار و کیفیت گزارشگری مالی به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR)^۲ و کیفیت گزارشگری مالی در کره جنوبی پرداختند. آنها به این نتیجه رسیدند که شرکت ها با سطح بالاتری از تعهد اخلاقی (اغلب مترادف با CSR در نظر گرفته می شود) دارای مدیریت سود کمتر، گزارش سود محافظه کارانه تر و جریان نقد قابل پیش بینی تری هستند.

هنگ و اندرسون^۳ (۲۰۱۱) در تحقیقی با عنوان ارتباط بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و مدیریت سود به بررسی ارتباط بین مسئولیت اجتماعی شرکت و مدیریت سود پرداختند. نتایج آنها نشان داد که شرکت هایی که مسئولیت اجتماعی بیشتری دارند از کیفیت اقلام تعهدی بالاتری برخوردارند و مدیریت سود کمتری انجام می دهند.

عرب صالحی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. در این پژوهش از اطلاعات ۵۹ شرکت در طول سال های ۱۳۸۹ - ۱۳۸۵ استفاده شده است. نتایج پژوهش آنها نشان می دهد 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 محیط زیست رابطه معناداری ندارد.

¹ Choi & Pae

² Corporate Social Responsibility

³ Hong & Andersen

جبار زاده کنگرلوئی و بایزیدی (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان بررسی رابطه بین جهت گیری های اخلاقی، تعهدات حرفه ای و منافع فردی با محافظه کاری شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران به بررسی رابطه بین برخی از مؤلفه های اخلاقی از قبیل جهت گیری های اخلاقی، تعهدات حرفه ای و منافع فردی با محافظه کاری شرکت های پذیرفته شده در بورس پرداختند. در این پژوهش، تعداد ۱۱۵ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در دوره زمانی ۱۳۸۷ - ۱۳۸۱ بررسی شده است. نتایج حاصل از این تحقیق نشان می دهد که تنها رابطه بین منافع فردی و محافظه کاری مثبت و معنی دار است و بقیه متغیر ها رابطه معنی داری با محافظه کاری ندارند.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف جزء پژوهش های بنیادی تجربی و از لحاظ ماهیت و روش جزء پژوهش های همبستگی است. به منظور آزمون فرضیه های پژوهش از روش رگرسیون استفاده شده و آزمون های پیش فرض استفاده از مدل رگرسیون شامل، آزمون دوربین - واتسون جهت بررسی نبود خود همبستگی در نتایج مدل رگرسیونی فرضیه ها و آزمون وایت جهت بررسی همسانی واریانس باقیمانده ها به کار برده شده است. در این پژوهش داده ها از نوع مقطعی می باشد. در بخش کتاب شناسی پژوهش به منظور جمع آوری اطلاعات از روش کتابخانه ای و به منظور جمع آوری اطلاعات در زمینه مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت از پرسشنامه استفاده شده است این پرسشنامه از چهار بخش تشکیل شده است که هر بخش حاوی یکسری سؤالات با جواب بلی - خیر، در زمینه فعالیت های اجتماعی شرکت در ارتباط با مشتریان، کارکنان، محیط زیست و نهادهای موجود در جامعه می باشد. برای گرد آوری داده های مربوط به کیفیت گزارشگری مالی، از روش اسناد کاوی استفاده شده است. داده های مورد نیاز از وب گاه های تخصصی و بانک های اطلاعاتی از جمله تدبیر پرداز و آرشیوهای الکترونیکی سازمان بورس اوراق بهادار جمع آوری شد. جهت آماده سازی اطلاعات

گردآوری شده از نرم افزار اکسل و برای آزمون فرضیه ها از نرم افزار ای ویوز^۱ استفاده شده است. در این پژوهش برای تحلیل و آزمون فرضیه های پژوهش از آزمون های تی، آماره اف و ضریب تعیین رگرسیون استفاده شده است.

جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری این پژوهش کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است که از کلیه ویژگی ها و شرایط زیر برخوردار باشند:

۱. این شرکتها باید قبل از سال ۱۳۸۸ در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته شده باشند و تا پایان سال ۱۳۹۰ خارج نشده باشند.

۲. به لحاظ افزایش قابلیت مقایسه، دوره مالی آنها پایان اسفند ماه باشد.

۳. شرکت جزء شرکت های سرمایه گذاری و واسطه گری مالی نباشد.

۴. کلیه اطلاعات مورد نیاز آنها قابل دسترس و در اختیار باشد.

با توجه به محدودیت های فوق، برای ۱۷۰ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار، پرسشنامه تهیه و ارسال شد. پس از گذشت تقریباً چهار ماه از ارسال پرسشنامه به شیوه های مختلف از قبیل فاکس، ایمیل و تماس تلفنی، تنها ۶۹ پرسشنامه تکمیل شده در اختیار محقق قرار گرفت و تجزیه و تحلیل پژوهش بر روی این تعداد شرکت انجام شد. قلمرو زمانی پژوهش سال ۱۳۹۰ است.

فرضیه های پژوهش

فرضیه اول: بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و میزان محافظه کاری رابطه معنی داری وجود دارد.

فرضیه دوم: بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و کیفیت ارقام تعهدی رابطه معنی داری وجود دارد.

¹ Eviews

متغیرها و نحوه محاسبه آنها

متغیرهای وابسته

متغیرهای وابسته در این پژوهش میزان محافظه کاری و کیفیت اقلام تعهدی است که در ادامه نحوه محاسبه آن ها آورده شده است.

محافظه کاری: میزان حسابداری محافظه کاری با استفاده از معکوس رگرسیون سود - بازده از بازو (۱۹۹۷) که به وسیله خان و واتس (۲۰۰۹) ارائه شد، اندازه گیری شده است. ابتدا ضرایب از طریق رابطه (۱) محاسبه می شود.

$$\frac{E_{it}}{P_{it-1}} = \alpha_0 + \beta_1 D_{it} + R_{it}(\mu_1 + \mu_2 Size_{it} + \mu_3 MTB_{it} + \mu_4 Leverage_{it}) + D_{it}R_{it}(\omega_1 + \omega_2 Size_{it} + \omega_3 MTB_{it} + \omega_4 Leverage_{it}) + \delta_1 Size_{it} + \delta_2 MTB_{it} + \delta_3 Leverage_{it} + \delta_4 D_{it}Size_{it} + \delta_5 D_{it}MTB_{it} + \delta_6 D_{it}Leverage_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

$$\frac{E_{it}}{P_{it-1}} = \text{نسبت سود هر سهم به ارزش بازار هر سهم در سال قبل}$$

$$R_{it} = \text{بازده سالیانه سهام}$$

$D_{it} =$ یک متغیر ساختگی است که اگر $R_{it} < 0$ باشد مساوی یک قرار می گیرد وگرنه برابر صفر است.

بعد از آنکه از رابطه (۱) رگرسیون گرفته شد و ضرایب بدست آمد، این ضرایب در فرمول (۲) برای محاسبه محافظه کاری جایگزین شد و نمره محافظه کاری برای هر شرکت محاسبه شد:

$$C_Score_{it} = \omega_1 + \omega_2 Size_{it} + \omega_3 MTB_{it} + \omega_4 Leverage_{it} \quad (2)$$

$$MTB_{it} = \text{نسبت ارزش بازار سهام عادی به ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام.}$$

$$C_Score_{it} = \text{اندازه حسابداری محافظه کاری.}$$

$Size_{it}$ = اندازه شرکت که برابر است با لگاریتم طبیعی ارزش بازار حقوق صاحبان سهام.
 $Leverage_{it}$ = اهرم مالی که برابر است با مجموع بدهیها تقسیم بر ارزش بازار حقوق صاحبان سهام.

کیفیت ارقام تعهدی: سنجش ارقام تعهدی بر مبنای الگوی دچو و دیچو^۱ (۲۰۰۲) است که ارقام تعهدی جاری را به جریان وجوه نقد عملیاتی دوره گذشته، جاری و آینده مرتبط می کند برای برآورد کیفیت ارقام تعهدی از مدل زیر استفاده شد:

$$\Delta WC_{it} / TA_{it-1} = \alpha_0 + \beta_1 \left(CFO_{it-1} / TA_{it-1} \right) + \beta_2 \left(CFO_{it} / TA_{it-1} \right) + \beta_3 \left(CFO_{it+1} / TA_{it-1} \right) + \varepsilon_{it}$$

که در این مدل ΔWC_{it} از رابطه زیر بدست می آید:

$$\Delta WC_{it} = (CA - C - CL)_t - (CA - C - CL)_{t-1}$$

که در آن CA دارایی های جاری، C وجه نقد و CL بدهی های جاری شرکت می باشند.

TA_{it-1} = دارایی های کل شرکت در سال قبل

CFO = جریان وجوه نقد عملیاتی

باقیمانده های حاصل از رگرسیون نشان گر ارقام تعهدی است و انحراف معیار این باقیمانده ها (ε_{it}) عبارت است از معیار اندازه گیری کیفیت ارقام تعهدی که در آن انحراف معیار بالا بیان گر کیفیت پائین تر می باشد. به دلیل اینکه کیفیت ارقام تعهدی از انحراف معیار جملات باقیمانده به دست می آید برای اندازه گیری کیفیت ارقام تعهدی، داده ها از سال ۱۳۸۸ الی ۱۳۹۰ در نظر گرفته شده است.

متغیر مستقل

¹ Dechow & Dichev

متغیر مستقل در این تحقیق مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت (CSR) است که از طریق پرسشنامه هایی که به وسیله مدیران شرکت های مورد مطالعه تکمیل گردید، اندازه گیری شد. این پرسشنامه ها حاوی ۵۳ سؤال با جواب بلی - خیر می باشد. قالب کلی سؤالات بر اساس استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰، استاندارد مسئولیت اجتماعی شرکت که در سال ۲۰۱۰ منتشر شده است می باشد. همچنین در تهیه این پرسشنامه از استاندارد های دیگری چون ایزو ۹۰۰۰ و ایزو ۱۴۰۰۰ نیز استفاده شده است. به منظور تأمین روایی (اعتبار محتوای) پرسشنامه، سؤالهای مربوطه براساس استاندارد بین المللی ایزو ۲۶۰۰۰ و از طریق هم فکری و مشورت مکرر با حداقل سه استاد برجسته حسابداری با مدرک دکتری، طرح گردیده است. این پرسشنامه از چهار بخش زیر تشکیل شده است:

۱. مسئولیت اجتماعی شرکت ها در ارتباط با مشتریان، که سؤالات ۱ الی ۱۰ پرسشنامه مربوط به این مورد است.
۲. مسئولیت اجتماعی شرکت ها در ارتباط با کارکنان، که سؤالات ۱۱ الی ۲۳ پرسشنامه مربوط به این مورد است.
۳. مسئولیت اجتماعی شرکت ها نسبت به محیط زیست، که سؤالات ۲۴ الی ۳۳ پرسشنامه مربوط به این مورد است.
۴. مسئولیت اجتماعی شرکت ها در ارتباط با جامعه، که سؤالات ۳۴ الی ۵۳ پرسشنامه مربوط به این مورد است.

به پیروی از زمان خان^۱ (۲۰۱۰)، ساندهو و کاپور^۲ (۲۰۱۰) به هر پاسخ مثبت، امتیاز یک و به هر پاسخ منفی امتیاز صفر داده شده است. مجموع امتیازات بر کل سؤالات تقسیم شد و بر این اساس مسئولیت اجتماعی هر شرکت اندازه گیری شد.

مدل های پژوهش

¹ Zaman khan

² Sandhu & Kapoor

به منظور آزمون فرضیه های پژوهش از مدل های رگرسیون زیر استفاده می شود:

$$C_{Score}_{it} = \alpha_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 Size_{it} + \beta_3 Tobin's Q_{it} + \beta_4 Leverage_{it} + \beta_5 Sales\ growth_{it} + \beta_6 LossD_{it} + \beta_7 NegcfoD_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1.)$$

$$QA_{it} = \alpha_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 Size_{it} + \beta_3 Tobin's Q_{it} + \beta_4 Leverage_{it} + \beta_5 Sales\ growth_{it} + \beta_6 LossD_{it} + \beta_7 NegcfoD_{it} + \varepsilon_{it} \quad (II.)$$

C_Score_{it} = میزان محافظه کاری

QA_{it} = کیفیت اقلام تعهدی

CSR_{it} = مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت

$Size_{it}$ = اندازه شرکت

$Leverage_{it}$ = اهرم مالی

$Tobin's Q_{it}$ = کیوتوبین که برابر است با مجموع کل بدهیها و ارزش بازار حقوق صاحبان

سهام تقسیم بر ارزش دفتری کل دارایی ها.

$Sales\ growth_{it}$ = تغییر در درآمد فروش خالص امسال نسبت به سال قبل تقسیم بر درآمد

فروش خالص سال قبل.

$LossD_{it}$ = یک متغیر ساختگی است که اگر شرکتهای زیان گزارش کنند برابر یک و در غیر

این صورت برابر صفر قرار می گیرد.

$NegcfoD_{it}$ = یک متغیر ساختگی است که اگر شرکت ها جریان نقد عملیاتی منفی

گزارش کنند برابر یک و در غیر این صورت برابر صفر قرار می گیرد.

تجزیه و تحلیل داده ها

در ابتدا آماره های توصیفی داده های تحت مطالعه محاسبه شد. نگاره (۱) آمار توصیفی

متغیرهای پژوهش را نشان می دهد که شامل اطلاعات مربوط به میانگین، میانه، بیشینه و کمینه،

چولگی و کشیدگی و... است. شاخص های پراکندگی، معیاری برای تعیین میزان پراکندگی داده ها از یکدیگر یا میزان پراکندگی آنها نسبت به میانگین است. انحراف معیار یکی از مهم ترین شاخص های پراکندگی است و معیاری برای میزان پراکندگی مشاهدات از میانگین است. در بین متغیر های مدل کیفیت اقلام تعهدی بالاترین میزان پراکندگی و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت پایین ترین میزان پراکندگی را دارا هستند.

نگاره (۱): آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	شاخص	میان	کمترین	بیشترین	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
محافظة کاری C-Score	۱۶/۴۰۸	۱۰/۱۶۸	۷۹/۸۸	۱۸/۸۲۴	۹/۵۹۶	۴/۵۰۹	۲۶/۴۱۴	
کیفیت اقلام تعهدی QA	۰/۰۸۵	۰/۰۱۴	۰/۴۷۰	۰/۱۰۸۸	۰/۰۷۷۶	۱/۹۰۶	۸/۳۵۴	
مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت CSR	۰/۶۰۳	۰/۳۳۹	۰/۹۴۳	۰/۶۱۵۵	۰/۱۴۴۱	۰/۱۹۱	۲/۵۵۰	
اندازه شرکت Size	۱۲/۸	۹/۳۷	۱۷/۳۷	۱۳/۰۲۵	۱/۶۵۳	۰/۵۸۷	۳/۳۲۲	
اهرم مالی Leverage	۱/۲۲	۰/۰۵	۳۲/۱	۲/۶۳۰	۵/۵۲۱	۳/۲۲۰	۱۶/۹۳۹	
کیوتوبین Tobin Q	۱/۱۷	۰/۳۰	۷/۴۷	۱/۴۹۸	۱/۰۵۰	۴/۳۷۲	۲۲/۵۵۶	
رشد فروش SALE	۰/۱۸۹	-۰/۵۶	۱/۰۵۹	۰/۲۰۳۷	۰/۳۲۸	-۰/۰۰۴	۳/۹۵۱	

پراکندگی پایین داده های مربوط به مسئولیت پذیری اجتماعی می تواند معنی داری ضریب رگرسیونی مربوط به این متغیر را کاهش دهد و در نتیجه یافتن ارتباط معنا دار با سایر ویژگی

های شرکت را تحت الشعاع قرار دهد. از این رو بررسی پراکنندگی متغیرها، به ویژه متغیرهای مستقل، از اهمیت زیادی برخوردار است.

آزمون فرضیه اول

فرضیه اول این پژوهش به بررسی رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و میزان محافظه کاری پرداخته است. خلاصه نتایج برآورد مدل رگرسیونی فرضیه اول در نگاره (۲) ارائه شده است.

نگاره (۲): خلاصه نتایج برآورد مدل رگرسیون فرضیه اول

نام متغیر	نماد متغیر	ضریب	آماره t	احتمال t آماره
عرض از مبدأ	α_0	-۱۸/۳۹۳۱۹	-۱/۵۶۲	۰/۱۲۳۶
مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت	CSR	۸/۱۵۹	۱/۲۸۸	۰/۲۰۲۶
اندازه شرکت	SIZE	۱/۹۶۶	۲/۷۳۲	۰/۰۰۸۳
کیوتوبین	TOBIN	۳/۲۰۱	۹/۷۲۸	۰/۰۰۰۰
اهرم مالی	LEV	۰/۹۱۴	۶/۰۰۲	۰/۰۰۰۰
رشد فروش	SALE	-۵/۹۳۷	-۱/۸۱۲	۰/۷۵۱
متغیر ساختگی زیان شرکت	LOSSD	۹/۷۷۴	۱/۱۸۹۶	۰/۲۳۹
متغیر ساختگی جریان نقد عملیاتی	NEGCFOD	۲/۲۳۲	۱/۴۰۵	۰/۱۶۵
جزء اخلاص	AR(2)	۰/۳۶۵	۲/۴۱۸	۰/۰۱۸
ضریب تعیین R ²		آماره F		۱۰/۱۴۱
آماره دوربین - واتسون		احتمال آماره F		۰/۰۰۰۰

واضح ترین علامت وجود هم خطی زمانی است که ضریب تعیین بسیار بالا باشد ولی هیچ یک از ضرایب متغیرهای رگرسیون از لحاظ آماری براساس آزمون تی معنی دار نباشند [۸]. در این پژوهش با توجه به اینکه اکثر متغیرهای پژوهش از نظر آماری معنی دار هستند احتمال وجود هم خطی بین متغیرهای پژوهش وجود ندارد. برای بررسی معناداری کل مدل از آزمون اف فیشر استفاده شد، در صورتی که احتمال آماره اف فیشر از ۰/۰۵ کمتر باشد، مدل معنی دار است. با توجه به احتمال آماره اف فیشر محاسبه شده در نگاره (۲) که برابر با ۰/۰۰۰۰ است، مدل رگرسیون معنادار است.

ضریب تعیین، درصد تغییرات متغیر وابسته را که از طریق مدل رگرسیون توضیح داده شده است را تعیین می کند. با توجه به نگاره (۲) مشاهده می شود که ضریب تعیین برابر با ۰/۵۲۵۶ است که نشان می دهد حدود ۵۲ درصد تغییرات محافظه کاری از طریق متغیرهای موجود در مدل رگرسیون توضیح داده شده است.

اگر ضریب مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت در مدل رگرسیون در سطح اطمینان ۹۵٪ معنی دار باشد، بیانگر ارتباط معنی دار مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت با محافظه کاری است. جهت بررسی معنی دار بودن ضریب مسئولیت پذیری اجتماعی از احتمال آماره تی در سطح خطای ۰/۰۵ استفاده شد. همان طور که در نگاره (۲) نشان داده شده است احتمال آماره تی برای متغیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت برابر با ۰/۲۰۲۶ است. از آنجایی که این مقدار بیشتر از ۰/۰۵ است، لذا ضریب مذکور از نظر آماری معنی دار نیست. بنابراین فرضیه اول پژوهش مبنی بر وجود رابطه معنادار بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و میزان محافظه کاری رد می شود. نتایج آزمون این فرضیه با یافته های جبار زاده کنگرلویی و بایزیدی (۱۳۸۹) مطابقت دارد.

آزمون فرضیه دوم

فرضیه دوم این پژوهش به بررسی رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و کیفیت ارقام تعهدی پرداخته است. خلاصه نتایج برآورد مدل رگرسیون فرضیه دوم در نگاره (۳) ارائه شده است. برای بررسی معناداری کل مدل از آزمون اف فیشر استفاده شد. در صورتی که احتمال آماره اف فیشر از ۰/۰۵ کمتر باشد، مدل معنی دار است. با توجه به احتمال آماره اف فیشر محاسبه شده در نگاره (۳) که برابر با ۰/۰۰۰۱ است، مدل رگرسیون معنادار است. ضریب تعیین درصد تغییرات متغیر وابسته را که از طریق مدل رگرسیون توضیح داده شده است را بیان می کند. با توجه به نگاره (۳) مشاهده می شود که ضریب تعیین برابر با ۰/۳۹۴۲ است که نشان می دهد حدود ۳۹/۴۲ درصد تغییرات کیفیت ارقام تعهدی از طریق مدل رگرسیون توضیح داده شده است.

نگاره (۳): خلاصه نتایج برآورد مدل رگرسیون فرضیه دوم

نام متغیر	نماد متغیر	ضریب	آماره t	احتمال آماره t
عرض از مبدأ	α_0	۰/۱۲۳۸	۱/۴۷۰	۰/۱۴۶۶
مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت	CSR	۰/۰۵۴۸	۰/۹۸۱	۰/۳۳۰۴
اندازه شرکت	SIZE	-۰/۰۰۲۴	-۰/۴۱۴	۰/۶۷۹۸
کیوتوبین	TOBIN	-۰/۰۰۴۸	-۰/۶۰۵	۰/۰۵۴۶۹
اهرم مالی	LEV	-۰/۰۰۰۰۲	-۰/۰۱۷۷	۰/۹۸۵۹
رشد فروش	SALE	-۰/۰۳۹۱	-۱/۲۸۶	۰/۰۲۳۳
متغیر ساختگی زیان	LOSSD	-۰/۰۵۷	-۱/۸۲۶	۰/۰۰۷۲۸

متغیر ساختگی جریان نقد عملیاتی	NEGCFOD	-۰/۰۰۳۸	-۰/۱۵۳	۰/۸۷۸۷
ضریب تعیین R ²	۰/۳۹۴۲	آماره F		۴/۸۸۱
آماره دورین واتسون	۲/۱۷	احتمال آماره F		۰/۰۰۰۱

اگر ضریب مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت در مدل رگرسیون در سطح اطمینان ۰/۹۵ معنی دار باشد، بیانگر ارتباط معنی دار کیفیت ارقام تعهدی با مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت است. جهت بررسی معنی دار بودن ضریب مسئولیت پذیری اجتماعی از احتمال آماره تی در سطح خطای ۰/۰۵ استفاده شد. همان طور که درنگاره (۳) نشان داده شده است احتمال آماره تی برای متغیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت برابر با ۰/۳۳۰۴ است. از آنجایی که این مقدار بیشتر از ۰/۰۵ است، لذا ضریب مذکور از نظر آماری معنی دار نیست. بنابراین فرضیه دوم پژوهش مبنی بر وجود رابطه معنادار بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و کیفیت ارقام تعهدی رد می شود. نتایج بدست آمده از آزمون این فرضیه با یافته های سالوسکی و زولچ (۲۰۱۲) مطابقت ندارد.

نتیجه گیری

نتایج حاصل از آزمون فرضیه های پژوهش نشان داد که مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت با مؤلفه های کیفیت گزارشگری مالی از قبیل میزان محافظه کاری و کیفیت ارقام تعهدی رابطه معناداری ندارد و این بدان معنی است که نمی توان بر اساس میزان مسئولیت پذیری اجتماعی یک شرکت راجع به کیفیت گزارشگری آن قضاوت کرد و نمی توان عنوان کرد که شرکت هایی که مسئولیت پذیری اجتماعی بیشتری دارند کیفیت گزارشگری مالی بالاتری دارند. برای توضیح دلایل احتمالی رد فرضیه های پژوهش علاوه بر موارد کلی که در بخش محدودیت های پژوهش در ادامه آورده شده است می توان موارد زیر را بیان کرد:

ورنر (۲۰۰۹) در پژوهشی در ارتباط با مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها به این نتیجه رسید که مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت اثر بالقوه مثبت و پایا در کشور های در حال توسعه به ویژه در جوامع دارای محدودیت های اجتماعی دارد. بنابراین همان طور که ورنر بیان می کند تأثیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها بالفعل نشده است که بتواند بر کیفیت گزارشگری مالی تأثیر گذار باشد که شاید دلیل بالفعل نشدن آن این است که: در نظام فعلی حسابداری و گزارشگری مالی ایران، واحد های انتفاعی از قابلیت های مورد انتظار برای پاسخگویی به مسئولیت اجتماعی، برخوردار نمی باشند [۷].

مدیران ممکن است به دلایل شخصی بر روی مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت سرمایه گذاری کنند به عنوان مثال برای پیشرفت در حرفه یا افزایش شهرت شخصی خود، بنابراین ممکن است روند رو به رشد سرمایه گذاری و گزارش فعالیت های مربوط به مسئولیت پذیری اجتماعی در شرکت لزوماً منجر به تغییرات واقعی در شرکت ها نشود و ویژگی های شرکت از جمله محافظه کاری و کیفیت اقلام تعهدی را تحت تأثیر قرار ندهد.

پیشنادهایی مبتنی بر یافته های پژوهش

با توجه به نتایج به دست آمده از این تحقیق و آزمون فرضیه ها، می توان پیشنادهایی به شرح زیر ارائه داد: اولین و مهم ترین پیشنهاد به سیاست گذاران و تدوین کنندگان مبانی نظری و ضوابط گزارشگری مالی و استانداردهای حسابداری مالی است. به آنها توصیه می شود نتایج این پژوهش را مدنظر قرار داده و جایگاه مسئولیت پذیری اجتماعی را در شرکت ها تقویت کنند. می توان با معرفی زوایای متفاوت مسئولیت پذیری اجتماعی و منافع آن برای شرکت ها و نیز فراهم کردن ساز و کارهای لازم برای گزارشگری مسئولیت اجتماعی، شرکت ها را به اجرای هر چه بیشتر اصول مسئولیت پذیری اجتماعی تشویق کرد در این صورت حتماً تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر ویژگی های شرکت و از آن جمله مؤلفه های کیفیت گزارشگری مالی محسوس خواهد بود.

پیشنهاد می شود سازمان یا نهادی میزان مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت های فعال در بورس اوراق بهادار را به طور دقیق و قابل استناد اندازه گیری کند تا هم پژوهشگران از این اطلاعات استفاده کنند و هم ذی نفعان شرکت ها. در این صورت است که نتایج حاصل از تحقیقات مختلف پیرامون مسئولیت اجتماعی شرکت قابل مقایسه خواهد بود چرا که در غیر این صورت هر پژوهشگر به طور نسبی طبق اطلاعات و دانش و بینش خود مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت را اندازه گیری می کند و از این اطلاعات نه چندان دقیق در پژوهش خود بهره می برد.

محدودیت ها

۱. از آنجا که بخشی از داده های این پژوهش براساس توزیع پرسشنامه در میان شرکت ها گردآوری شده است، خالی از مسائل و مشکلات نبوده به طوری که در جمع آوری پرسشنامه ها مشکلاتی از قبیل عدم همکاری برخی از شرکت ها در زمینه تکمیل پرسشنامه وجود داشت که منجر به کوچک شدن حجم نمونه به منظور تجزیه و تحلیل گردید.

۲. در این پژوهش برای اندازه گیری مسئولیت پذیری اجتماعی از پرسشنامه هایی استفاده شد که به وسیله مسئولین شرکت ها تکمیل شد، ممکن است بعضی از پاسخ های ارائه شده به وسیله شرکت ها به منظور مطلوب جلوه دادن موقعیت شرکت در زمینه مسئولیت پذیری اجتماعی باشد که خود ممکن است تا حدودی بر روی نتایج تأثیر گذار باشد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع و مآخذ

- ۱- برادران حسن زاده، رسول، مهناز حسینی نسب و نیر علیمی. (۱۳۹۳). "بررسی تأثیر محافظه کاری بر گزارشگری به موقع اطلاعات مالی". **فصلنامه مطالعات حسابداری و حسابرسی**، شماره ۱۰.
- ۲- جبار زاده کنگر لویی، سعید و انور بایزیدی. (۱۳۹۰). "بررسی رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی و تعهد سازمانی با محافظه کاری در گزارشگری مالی شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران". **فصلنامه بورس اوراق بهادار**، شماره ۹، صص ۹۶-۷۷.
- ۳- جبار زاده کنگر لویی، سعید و انور بایزیدی. (۱۳۸۹). "بررسی رابطه بین جهت گیری های اخلاقی، تعهدات حرفه ای و منافع فردی با محافظه کاری شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران". **فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مالی**، شماره ۱۰، صص ۱۰۳-۱۲۲.
- ۴- دریائی، عباسعلی، عبدالله پاکدل و سید محمد مشعشی. (۱۳۹۲). "توسعه پایدار پیامد حسابداری و بازاریابی سبز و مسئولیت پذیری اجتماعی با تاکید بر راهبری شرکتی". **فصلنامه دانش و پژوهش حسابداری**، شماره ۳۲.
- ۵- شیخیان عزیزی، جعفر و حسام باقری. (۱۳۸۹). "راهبردهای اساسی انجام مسئولیت اجتماعی". **پژوهشنامه مسئولیت اجتماعی سازمان ها**، شماره ۴، صص ۱۲۰-۹۵.
- ۶- عرب صالحی، مهدی، غزل صادقی و محمود معین الدین. (۱۳۹۲). "رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران". **پژوهش های تجربی حسابداری**، شماره ۹، صص ۲۰-۱.
- ۷- فروغی، داریوش و جعفر باباجانی. (۱۳۸۲). "ارزیابی قابلیت پاسخگویی نظام حسابداری نسبت به مسئولیت اجتماعی واحدهای انتفاعی". **فصلنامه مطالعات حسابداری**، شماره ۲، صص ۳۹-۶۰.

۸- گجراتی، دامودار. (۱۳۸۶). **مبانی اقتصادسنجی**، حمید ابریشمی، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.

9. Basu, Sudipta.(1997). "The conservatism principle and the asymmetric timeliness of earnings". **Journal of Accounting and Economics**" Vol. 24, PP. 3-37.
10. Carroll, Archie B. (1991). "The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders" . **Business Horizons**, Vol. 34, PP. 39-48.
11. Choi,Tae Hee, Jinhan Pae.(2011). "Business Ethics and financial Reporting Quality: Evidence from Korea". **Journal of Business Ethics**, Vol. 103, PP. 403- 427.
- 12.Dechow, Patricia M. & Ilia Dichev. (2002). "The quality of accruals and earnings: The role of accrual estimation errors". **The Accounting Review**, Vol. 77, PP. 35-59.
- 13.Financial Accounting Standards Board.(1980). "Statement of Financial Accounting Concepts no". 2,Qualitative Characteristics of Accounting Information.FASB, Norwalk, CT.
14. Francis, J., Lafond, R., Olsson, P. & Schipper, K. (2004), "Cost of equity and earnings attributes", **The Accounting Review**, Vol. 79, PP. 967-1010.
- 15.Hong, Yongtao & Margaret L. Andersen. (2011). "The Relationship between Corporate Social Responsibility and Earnings Management: An Explanatory study". **Journal of Business Ethics**, Vol. 104, PP. 461-471.
- 16.Khan, Mozaffar, and Ross L. Watts. (2009) "Estimation and empirical properties of a firm-year measure of accounting

- conservatism." **Journal of Accounting and Economics**, Vol. 48, PP. 132-150.
17. Kim, Yongtae, Myung Seok Park & Benson Wier. (2012). "Is Earning Quality associated with Corporate Social Responsibility"? **The Accounting Review**, Vol. 87, PP. 761-796.
18. Salewski, Marcus & Henning Zülch. (2012). "The Impact of Corporate Social Responsibility (CSR) on Financial Reporting Quality". <http://www.ssrn.com>.
19. Sandhu, H S & Kapoor, Shveta. (2010). "Corporate social responsibility initiatives: An analysis of voluntary corporate disclosure". **South Asian Journal of Management**, Vol. 17, PP. 47-80.
20. Werner, M. (2009). "Corporate Social Responsibility Initiatives Addressing Social Exclusion in Bangladesh". **J. Health Popul Nutr**, Vol. 2, No. 4, PP. 545-562.
21. Zaman Khan, Md. Habib. (2010). "The effect corporate governance elements on corporate social responsibility (CSR) reporting". **Journal of Law and Management**, Vol. 52, No 2, PP. 82-109.

پروفیسر شکیل احمد
پرنسپل جامعہ اسلامیہ اسلامیہ
پرنسپل جامعہ اسلامیہ اسلامیہ

The Impact of Corporate Social Responsibility (CSR) on Financial Reporting Quality

Abstract

This study's name is The Impact of Corporate Social Responsibility (CSR) on Financial Reporting Quality. The aim of this study is identify The Impact of Corporate Social Responsibility (CSR) on the degree of accounting conservatism and the quality of accruals.

In this study, used from Salewski and Zulch method (2012) for analyze the issue on 69 firms from listed firms in Tehran !

Exchange that have condition for one-year period 1390. Corporate social responsibility was measured by questionnaires include 53 questions about social responsibility at company towards customers, staff, environment and institutions in society. For analysis the data was used correlation and regression test and Eviews software. The findings of this research indicate that there is no meaningful relation between corporate social responsibility and conservative amount. A meaningful relation was not also found between corporate social responsibility and accruals quality. The findings of this research may change the general understanding of social responsibility because ongoing social responsibility at companies doesn't lead necessarily to real changes at companies.