



رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با کیفیت اطلاعات حسابداری و گزارش حسابرسان

شهناز مشایخ^۱

منا پارسایی^۲

اکرم کرانی^۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۶/۱۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۴/۰۶

چکیده

جامعه به تدریج دریافته است که اقدامات شرکت‌ها پیامدهایی برای آن دارد. شرکت‌ها با افشای اطلاعاتی فراتر از اطلاعات مالی می‌توانند بخشی از پاسخگویی خود را در برابر جامعه ایفا نمایند و زمینه تصمیم‌گیری بهتر را برای ذی‌نفعان فراهم نمایند. هدف این پژوهش بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی با کیفیت اطلاعات حسابداری و گزارش حسابداری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. بدین منظور، تعداد ۱۳۰ شرکت طی سال‌های ۱۳۹۲-۱۳۹۸ به روش نمونه‌گیری حذف سیستماتیک انتخاب شد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که با افزایش افشای مسئولیت اجتماعی، کیفیت اطلاعات حسابداری بهبود می‌یابد و اظهارنظر حسابرسان با احتمال بیشتری مقبول می‌گردد. نتایج این پژوهش از این حیث که تاکنون ارتباط بین مسئولیت اجتماعی با گزارش حسابرسان بررسی نشده و همچنین شاخص اقلام تعهدی به عنوان معیار کیفیت اطلاعات حسابداری مدنظر قرار نگرفته است، به غناپذیری دانش در پژوهش‌های حوزه مسئولیت اجتماعی، کمک می‌نماید و سرمایه‌گذاران می‌توانند عملکرد مناسب مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را بر اساس تئوری علامت‌دهی، به عنوان علامتی از بهبود کیفیت اطلاعات حسابداری و مقبول بودن گزارش حسابرسان تلقی نمایند.

واژه‌های کلیدی: مسئولیت اجتماعی شرکتی، کیفیت اطلاعات حسابداری، گزارش حسابداری.

۱- گروه حسابداری، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهرا (س)، تهران، ایران. نویسنده مسئول.

sh.mashayekh@alzahra.ac.ir

۲- گروه حسابداری، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهرا (س)، تهران، ایران. m.parsaei@alzahra.ac.ir

۳- گروه حسابداری، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهرا (س)، تهران، ایران. a.korani70@gmail.com

۱- مقدمه

هدف اصلی سازمان‌های تجاری از حداکثرسازی سود به سوی افزایش ثروت سهامدار و حفاظت از منافع سایر ذینفعان شامل جامعه و محیط تغییر یافته است (رضایی و همکاران، ۲۰۱۶). توجه به اثرات شرکت‌ها بر جامعه و پاسخگویی در برابر ذینفعان، منجر به پیدایش مفهوم نوظهوری در ادبیات کسب‌وکار به نام مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها گردیده است (نصر، ۲۰۱۰). بر اساس تئوری ذینفعان، مسئولیت‌پذیری اجتماعی یک ابزار سازمانی است که باعث استفاده اثر بخش از منابع سازمان شده و در نتیجه اثر مثبتی روی عملکرد مالی شرکت دارد (دونالدسون و پرستون^۱، ۱۹۹۵). اشتغال، نوآوری، ایجاد ثروت، بهبود فعالیت و موفقیت شرکت‌ها در بلندمدت با توجه به رقابتی بودن محیط، متضمن ایفای مسئولیت اجتماعی است (ساندهو و کاپور، ۲۰۱۰).

با عنایت به گسترش تأمین مالی شرکت‌ها، جایگاه ارزشمند اطلاعات در توسعه اقتصادی و سرمایه‌گذاری بسیار اهمیت دارد (حیدری کرد زنگنه و عالی پور، ۱۳۸۶). مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به افشای اطلاعاتی می‌پردازد که سازمان‌ها در فضای کسب‌وکار خود به آن عمل می‌کنند و پاسخگوی انتظارات تجاری، اقتصادی، قانونی، اخلاقی، محیطی و اجتماعی جامعه هستند. چرا که سازمان‌ها مسئولیت‌های بزرگی در قبال کارکنان، سهامداران، مشتریان، دولت، تأمین‌کنندگان، اعتباردهندگان و به طور کلی تمامی ذینفعان خود بر عهده دارند (فونت^۲ و همکاران، ۲۰۱۶). افشای مسئولیت اجتماعی شرکت، توان تجزیه و تحلیل و دقت پیش‌بینی را بهبود می‌بخشد (داهالی وال^۳ و همکاران، ۲۰۱۲). امروزه سهامداران خواهان سرمایه‌گذاری در شرکت‌هایی هستند که به گونه‌ای مناسب مسئولیت‌های اجتماعی را ایفا می‌کنند (جلیلی و قیصری، ۱۳۹۳)، چرا که اطلاعات مالی آن‌ها شفاف‌تر و قابل اعتمادتر خواهد بود (علی خانی و مران جوری، ۱۳۹۳). لذا فقدان پاسخگویی و عدم توجه به مسئولیت اجتماعی، می‌تواند کیفیت گزارشات مالی شرکت‌ها را کاهش بخشد و موجب اتخاذ تصمیمات نادرست، کاهش بازده سرمایه‌گذاران و عدم تخصیص بهینه منابع سرمایه‌گذاری گردد.

ارتباط بین عملکرد مالی شامل کیفیت اطلاعات حسابداری و عملکرد مسئولیت اجتماعی در ادبیات حسابداری و مالی مورد توجه قرار گرفته است (هانگ و واتسون، ۲۰۱۵). برخی از تحقیقات نشان می‌دهند که شرکت‌هایی که به عملکرد مسئولیت اجتماعی توجه می‌کنند به احتمال کمتری به مدیریت سود می‌پردازند (کیم و همکاران، ۲۰۱۲)، عملکرد مالی بهتر و هزینه سرمایه کمتری خواهند داشت (قول و همکاران، ۲۰۱۱؛ گوس و رابرتز، ۲۰۱۱). مسئولیت اجتماعی با مأموریت و فرهنگ شرکت، راهبری شرکتی، مدل‌های کسب‌وکار و تصمیمات و اقدامات و برنامه‌ریزی مدیریت استراتژیک، در آمیخته است و لذا می‌بایست بر عملکرد مالی و کیفیت سود تأثیر بگذارد (رضایی

و همکاران، ۲۰۱۶). این ارتباط می‌تواند بر پایه تئوری علامت‌دهی توضیح داده شود. تئوری علامت‌دهی بیان می‌کند که مدیریت تمایل به گزارش معیارهای مسئولیت اجتماعی دارد، برای اینکه عملکرد خوب خود را در این زمینه از سایر شرکت‌هایی که به مسئولیت اجتماعی توجه نمی‌کنند، متمایز نماید. از این رو شرکت انگیزه دارد که عملکرد بهتر در زمینه مسئولیت اجتماعی را افشا نماید (لا و همکاران، ۲۰۱۶). علاوه بر این افزایش شفافیت گزارشگری مالی شرکت‌ها، به حساب‌برسان نیز مخابره شده و بر اظهارنظر آنها تأثیرگذار است (چن و همکاران، ۲۰۱۲). از این رو هدف این پژوهش پرداختن به رابطه مسئولیت اجتماعی شرکتی با کیفیت اطلاعات حسابداری و نوع گزارش حسابرسی است.

نیاز به ارائه اطلاعات مرتبط با تأثیرات متقابل عملکرد واحدهای تجاری و جامعه برای تصمیم‌گیری هرچه بهتر استفاده‌کنندگان از صورت‌های مالی بیش از پیش احساس می‌شود (سیکا، ۲۰۱۱). اهمیت ارائه اطلاعات با اهمیت اجتماعی و محیطی برای شرکت‌های سهامی عام و ارتقاء کیفیت گزارشگری مالی، اجتناب ناپذیر تلقی می‌گردد و انتظار می‌رود مقامات ناظر و قانون‌گذار با تدوین الزامات اجباری برای ترویج گزارشگری‌های نوین اقدام نمایند (حساس یگانه و برزگر، ۱۳۹۴). افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از طریق افزایش ارزش اطلاعات و تأثیری که در کیفیت اطلاعات حسابداری و گزارش حسابرسی دارد، به اعتباردهندگان، تحلیل‌گران و سرمایه‌گذاران در تصمیم‌گیری‌ها کمک خواهد کرد؛ زیرا بر اساس یافته‌های این پژوهش، عملکرد مناسب مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را می‌توان بر اساس تئوری علامت‌دهی، به عنوان علامتی از بهبود کیفیت اطلاعات حسابداری و مقبول بودن گزارش حسابرسی تلقی نمود. نتایج این پژوهش با ارزش‌افزایی در زمینه بهبود کیفیت اطلاعات مالی شرکت‌ها، می‌تواند اطلاعات سودمندی برای نهادهای تصمیم‌گیرنده و سیاست‌گذار از جمله سازمان بورس و اوراق بهادار و سازمان حسابرسی فراهم نماید.

۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

اولین مبانی مفهومی مسئولیت اجتماعی در سال ۱۹۵۰ توسط بوئن مطرح شد. پس از آن، تعاریف و ابعاد این مفهوم توسعه یافت. در دهه ۱۹۹۰، مفاهیم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با تئوری‌های جدید همانند تئوری ذینفعان، تئوری اخلاق کسب‌وکار و شهروند شرکتی توسعه بیشتری پیدا کرد و در نهایت در دوره جدید به عنوان یک عنصر مهم برای بقا و موفقیت کسب‌وکارها شناخته می‌شود (حساس یگانه و برزگر، ۱۳۹۲). در حال حاضر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی به عنوان نشانه‌ای از پایداری شرکتی ارزیابی می‌شود (بنی مهد و چناری، ۱۳۹۸).

هدف حسابداری مسئولیت اجتماعی، اندازه‌گیری و گزارشگری اثرات اجتماعی (هزینه‌ها و منافع اجتماعی) ناشی از فعالیت‌های واحد تجاری است. هر واحد تجاری عضوی از جامعه است که در آن فعالیت می‌کند و با استناد به قراردادهای نانوشته اجتماعی بین اعضای جامعه که برای حفظ منافع تمامی اعضاء وضع شده‌اند، ضرورت دارد که از تعهدات و مسئولیت‌های خود آگاه باشد و آن‌ها را محدود به حفاظت منافع سهامداران نداند، بلکه تعهدات و مسئولیت‌های دیگری در قبال سایر گروه‌های اجتماع از قبیل اعتباردهندگان، کارکنان، مشتریان و تأمین‌کنندگان و محیط‌زیست پیرامون خود احساس کند؛ به عبارت دیگر مسئولیت اجتماعی، مجموعه وظایف و تعهداتی است که سازمان بایستی در جهت حفظ و مراقبت و کمک به جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کند، انجام دهد (اسمعیل‌پور و راد کفترودی، ۱۳۹۷).

درخصوص مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با مطالعه مبانی نظری سه رویکرد وجود دارد (لافتوس و همکاران، ۲۰۱۶؛ اسکات، ۲۰۱۵؛ به نقل از همایونی‌راد و همکاران، ۱۳۹۹). در رویکرد اول بر اساس تئوری‌های اقتصاد کلاسیک، مسئولیت اصلی شرکت، مسئولیت اقتصادی یعنی حداکثرسازی سود می‌باشد و سایر مسئولیت‌های بشردوستانه در زمره فعالیت‌های شرکت نیستند. ضعف اصلی این نظریه در این است که حداکثر کردن سود برای سهامداران نشان‌دهنده منافع کوتاه‌مدت به جای منافع بلندمدت است. در دومین رویکرد با داشتن دیدگاه مسئولیت‌پذیری، اهداف اجتماعی در رابطه با به حداکثر رساندن سود مورد توجه می‌باشد؛ یک شرکت نه تنها باید نسبت به سهامداران خود بلکه باید به همان میزان نسبت به گروه‌هایی که در موفقیت آن سهیم هستند همانند مشتریان، سازمان‌های دولتی، اتحادیه‌های کارگری، کارکنان، اعتباردهندگان و غیره احساس مسئولیت داشته باشد. این دیدگاه، در جهت حداکثرسازی سود در بلندمدت است. در رویکرد سوم که با عنوان دیدگاه عمومی شناخته می‌شود، سود هدف پایانی شرکت‌ها نمی‌باشد و شرکت‌ها به عنوان شرکاء دولت و سایر نهادهای جامعه در جهت حل مسائل جامعه (فقر، بیکاری، آلودگی، تورم و ...) می‌بایست در کنار سایر مؤسسات عمومی فعالیت داشته باشد تا سطح مطلوبی از اهداف اجتماعی تأمین شود.

با عنایت به اینکه مسئولیت‌پذیری اجتماعی به عنوان عاملی پیوسته با مفهوم پایداری نگریسته می‌شود، بررسی ابعاد پایداری شرکتی حائز اهمیت است. در این خصوص دسته‌بندی‌های متفاوتی انجام شده است که در رایج‌ترین دسته‌بندی، پایداری شرکتی، مشتمل بر چهار بعد اقتصادی، اجتماعی، محیطی و حاکمیتی است. سه بعد اول عمدتاً بر زمان حال و بعد آخر بر زمان آتی تمرکز دارد و اخیراً به سایر ابعاد پایداری افزوده شده است. در بعد اقتصادی بر مؤلفه‌هایی چون کسب سود مناسب برای سهامداران، فروش ضایعات، کاهش هزینه مدیریت مواد زائد، بازاریابی

زیست‌محیطی، مالیات، کمیت و کیفیت تولید، ساختار متنوع درآمدی و کاهش مخاطرات مالی تأکید شده است. بعد اجتماعی پایداری بر عواملی چون فعالیت‌های عام‌المنفعه اجتماعی شرکت‌ها، ایجاد و حفظ اشتغال، حقوق مردم و همسایگان محلی، بهبود سلامت و ایمنی کارکنان، مسئولیت اجتماعی محصولات شرکت و ممیزی‌های اجتماعی همچون نرخ تأخیر، غیبت، بیماری و تعارضات کارکنان که می‌توانند چالشی برای پایداری شرکتی باشند، تأکید می‌شود. موضوع کاهش میزان گازهای آلاینده، ضایعات و اثرات محیطی محصولات، کاهش مصرف انرژی، جایگزینی سوخت‌های سنتی، اقدامات ترمیمی محیط‌زیست و ممیزی محیط‌زیست از جمله دغدغه‌های مطرح شده در بعد زیست‌محیطی است. نهایتاً در بعد حاکمیتی بر امکان گزارش‌گیری سیاست‌ها، اقدامات و برنامه‌های آتی، تعامل رسمی و سازنده با ذی‌نفعان، حل‌وفصل تعارضات میان ذینفعان، پاسخ‌گویی به قوانین داخلی و بین‌المللی تمرکز می‌شود (بنی‌مهد و چناری، ۱۳۹۸).

رضایی (۲۰۱۶، ۲۰۱۷) برخی تئوری‌های پایداری همانند تئوری نمایندگی/سهامدار، ذینفعان، علامت‌دهی و مشروعیت و مباشرت را معرفی می‌کند که می‌تواند تعهد شرکت‌ها را به فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی و انگیزه‌های آنها را برای افشای اطلاعات عملکردی مرتبط با آن توضیح دهد. تئوری سهامدار متضمن آن است که شرکت‌ها در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی درگیر می‌شوند تا بتوانند بازده‌های مالی مناسبی برای سهامداران ایجاد نمایند. تئوری ذی‌نفعان بدین معنی است که هدف یک شرکت ایجاد ارزش پایدار برای تمامی افراد از سرمایه‌گذاران تا کارمندان، مشتریان، جامعه و محیط است. تئوری مشروعیت نشان می‌دهد که شرکت‌ها با فشار اجتماعی و سیاسی روبرو هستند که موجب می‌شود آن‌ها مشروعیت خود را از طریق تعهد و پایبندی به توافقات محیطی و اجتماعی حفظ نمایند. تئوری مباشرت مدیریت را به عنوان مباشر تمامی سرمایه‌ها از سرمایه مالی تا تولیدی، فیزیکی، انسانی، اجتماعی و محیطی می‌داند. این تئوری‌ها نشان می‌دهند که سازمان‌ها می‌بایست تمرکز را از حداکثرسازی سود در کوتاه‌مدت فراتر برده و در فعالیت‌هایی درگیر شوند که جامعه و محیط را منتفع می‌سازند (رضایی ۲۰۱۶، ۲۰۱۷).

تئوری علامت‌دهی نشان می‌دهد که شرکت‌هایی که مسئولیت اجتماعی را مورد توجه قرار می‌دهند، ممکن است تلاش کنند از طریق افشای عملکرد مسئولیت اجتماعی خوب، خود را از شرکت‌هایی که به این مسئولیت اهمیتی نمی‌دهند متمایز نمایند و بدین ترتیب از مشکل انتخاب غیر بهینه سرمایه‌گذاران اجتناب نمایند (هانگ و واتسون، ۲۰۱۵؛ هومل و چلیک، ۲۰۱۶). شرکت‌ها ممکن است انگیزه‌های مختلفی برای افشای معیارهای مسئولیت اجتماعی داشته باشند که از جمله آن‌ها می‌توان به بهبود روابط با مشتریان، کارمندان، ایجاد اعتبار و حسن شهرت به خاطر ارائه محصولات و خدمات با کیفیت در راستای توجه به محیط و اجتماع که می‌تواند موجب

بهبود کیفیت سود گردد و نهایتاً داشتن فرصت‌های کمتر برای مدیریت سود اشاره نمود (رضایی و همکاران، ۲۰۱۹).

کالن^۴ و همکاران (۲۰۱۳) کیفیت اطلاعات حسابداری را به عنوان دقت فراهم‌شده در انتقال اطلاعات صورت‌های مالی به سرمایه‌گذاران در مورد جریان‌های نقدی آتی تعریف نموده‌اند. معیارهای متفاوتی برای ارزیابی کیفیت اطلاعات سود بر اساس اطلاعات حسابداری تعریف شده است که از جمله آنها می‌توان به کیفیت اقلام تعهدی، پایداری سود، قابلیت پیش‌بینی سود و هموارسازی سود اشاره نمود (فرانسیس و همکاران، ۲۰۰۴). دیچاو و دیچو (۲۰۰۲) کیفیت اطلاعات حسابداری را با تبدیل اقلام تعهدی حسابداری به وجه نقد اندازه‌گیری می‌کنند. هرچه مبالغ منعکس در صورت جریان وجه نقد با سود حسابداری منعکس در صورت سود و زیان نزدیک‌تر باشد، کیفیت سود بالاتری را نشان می‌دهد. کیفیت اطلاعات حسابداری از دو طریق با تمایلات سرمایه‌گذاران در ارتباط است؛ اول اینکه می‌تواند هزینه‌های گزینش نادرست را از طریق کاهش عدم اطمینان اطلاعاتی بین شرکت و سرمایه‌گذاران کاهش دهد (ثقفی، بولو و محمدیان، ۱۳۹۰) و دوم با کاهش مسائل نمایندگی، می‌تواند ریسک اطلاعاتی را کاهش دهد، کاهش ریسک اطلاعاتی، از هزینه‌های سرمایه کاسته و بر تمایل سرمایه‌گذاران برای خریدوفروش یا نگهداری سهام شرکت تأثیر می‌گذارد (ژو و نیو^۵، ۲۰۱۶؛ کورنل^۶ و همکاران، ۲۰۱۷).

پژوهش‌های متفاوتی در راستای رابطه بین مسئولیت اجتماعی با کیفیت اطلاعات حسابداری انجام شده است که نشان می‌دهد شرکت‌هایی که در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی بیشتر درگیر می‌شوند، در مدیریت سود کمتر درگیر می‌شوند (چن و هانگ، ۲۰۲۰؛ رضایی و همکاران، ۲۰۱۹، گرس گیل و همکاران، ۲۰۱۶)، با احتمال کمتری تجدید ارائه مالی می‌شوند (چیپارکو و همکاران، ۲۰۱۸) و کیفیت سود بالاتری دارند (جو و همکاران، ۲۰۱۳). به طور خاص، چن و هانگ (۲۰۲۰) با بررسی نمونه‌ای از شرکت‌های پذیرفته شده در بورس تایوان نشان دادند که شرکت‌هایی که فعالیت مسئولیت اجتماعی بالاتری دارند، نه تنها شفافیت اطلاعاتی بیشتری در خصوص مسئولیت اجتماعی دارند و تعامل را با ذینفعان را تقویت می‌کنند، بلکه کمتر در مدیریت سود درگیر می‌شوند. علاوه بر این، عملکرد مسئولیت اجتماعی می‌تواند ارزش شرکت را بهبود بخشد؛ لیکن زمانی که شرکت‌ها از فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی برای پوشش رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیران و به قصد منحرف نمودن توجهات ذینفعان از تحریف سود توسط مدیران استفاده می‌کنند، ارزش شرکت کاهش می‌یابد. رضایی و همکاران (۲۰۱۹) با استفاده از چهار معیار به کار برده شده برای کیفیت سود در نمونه‌ای از شرکت‌های چینی نشان دادند که شرکت‌هایی که رتبه مسئولیت اجتماعی بالاتری دارند، نسبت به سایر شرکت‌ها مدیریت سود کمتری داشته و سودهای گزارش

شده آنان پایداری بیشتری داشته و تصویر دقیق تری از جریانات نقدی آتی شرکت را نشان می‌دهد. البته وجود مالکیت دولتی می‌تواند ارتباط موجود را تعدیل نماید. کاری و همکاران (۲۰۱۷)، رابطه مثبتی بین گزارشگری مالی داوطلبانه مسئولیت اجتماعی و هزینه حسابرسی در چین گزارش نمودند و نشان دادند که شرکت‌های چینی از گزارش مسئولیت اجتماعی به عنوان ابزاری استراتژیک برای پوشاندن خلأهای حاصل از گزارشات استفاده می‌کنند، در نتیجه اطلاعات مالی لزوماً با کیفیت نیستند و حسابرسان در پاسخ به افزایش ریسک حسابرسی تلاش بیشتری را برای حسابرسی به کار می‌گیرند. در ایران نتایج پژوهش گروسی و همکاران (۱۳۹۹) نشان می‌دهد که شرکت‌های با مسئولیت اجتماعی بالاتر ارزش بازار سرمایه بیشتر و هزینه سرمایه کمتری دارند. حساس یگانه و همکاران (۱۳۹۹) دریافتند ارتباط مثبتی بین ارزش شرکت و امتیاز گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها وجود دارد. نتایج پژوهش حاجیها و شاکری (۱۳۹۸) در خصوص ارتباط میان معیارهای راهبری شرکتی و مسئولیت اجتماعی نشان می‌دهد که بین معیار تمرکز مالکیت و مسئولیت اجتماعی ارتباط معنی‌داری وجود دارد، ولی میان معیار درصد سهام در دست سهامداران عمده و مسئولیت اجتماعی ارتباط معنی‌داری وجود ندارد. خواجهی و همکاران (۱۳۹۸) نشان دادند شرکت‌هایی که بیشتر نسبت به افشای مسئولیت‌های اجتماعی خود اقدام می‌کنند، تمایل دارند حسابرسان مستقلی را انتخاب نمایند که در بین شرکت‌های صنعت از اعتبار بالاتری برخوردارند. اسماعیل‌پور و همکاران (۱۳۹۸) دریافتند که مطابق با نظریه ذینفعان با افزایش افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، تعارضات میان ذی‌نفعان کاهش و اثربخشی کنترل‌های داخلی افزایش می‌یابد. نتایج پژوهش جبارزاده کنگرلوئی و همکاران (۱۳۹۵) نشان می‌دهد که بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عدم تقارن اطلاعاتی رابطه معناداری وجود ندارد. سپاسی و حسن‌زاده (۱۳۹۵) نشان دادند که افزایش و پایداری سود می‌تواند با ایفای جنبه اقتصادی مسئولیت اجتماعی شرکت تسهیل گردد. نتایج پژوهش عظیمی و همکاران (۱۳۹۵) نشان می‌دهد که بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و محافظه‌کاری و همچنین بین مسئولیت اجتماعی و کیفیت اقلام تعهدی رابطه معناداری وجود ندارد. حاجیها و سرافراز (۱۳۹۳) نشان دادند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه منفی با هزینه سرمایه دارد.

۳- تدوین فرضیات پژوهش

فرضیه یک: بین میزان افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و کیفیت اطلاعات حسابداری رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه دو: بین میزان افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و گزارش حسابرسی رابطه معناداری وجود دارد.

۴- روش‌شناسی پژوهش

۴-۱- جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران برای دوره زمانی ۷ ساله از سال ۱۳۹۲ تا پایان سال ۱۳۹۸ می‌باشد. در این پژوهش، از روش نمونه‌گیری حذف سیستماتیک استفاده شده است و نمونه پژوهش شامل شرکت‌هایی است که معیارهای زیر را احراز نمایند:

- (۱) در طی قلمرو زمانی پژوهش تغییر سال مالی نداشته باشند و پایان سال مالی شرکت منتهی به ۲۹ اسفندماه هر سال باشد.
 - (۲) جزء شرکت‌های مالی (مانند بانک‌ها، مؤسسات مالی) و شرکت‌های سرمایه‌گذاری یا شرکت‌های واسطه‌گری مالی نباشد.
 - (۳) طی قلمرو زمانی پژوهش، وقفه معاملاتی نداشته باشند.
 - (۴) اطلاعات مالی در دوره زمانی پژوهش، در دسترس باشد.
- با توجه به شرایط ذکر شده، تعداد ۱۳۰ شرکت به‌عنوان نمونه آماری انتخاب گردید.

۴-۲- روش گردآوری داده‌ها و ابزار تحلیل داده‌ها

داده‌های مالی پژوهش، از صورت‌های مالی منتشرشده توسط شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران منتشر شده در سامانه کدال استخراج شده است و برای جمع‌آوری اطلاعات در خصوص مسئولیت اجتماعی از گزارش‌های سالیانه هیئت‌مدیره شرکت‌ها استفاده شده است. به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار ایویوز نسخه ۹ استفاده شده است.

۴-۳- معرفی مدل و تعریف عملیاتی متغیرها

جهت آزمون فرضیه اول پژوهش، از روش OLS (مدل رگرسیونی اول) و برای بررسی فرضیه دوم از روش رگرسیون لجستیک (مدل رگرسیونی دوم) استفاده شده است.

رابطه (۱)

$$AQ_{it} = \alpha + \beta_1 SR_{it} + \beta_2 Age_{it} + \beta_3 Size_{it} + \beta_4 Leverage_{it} + \beta_5 ROA_{it} + \beta_6 SG_{it} + \beta_7 ARR_{it} + \beta_8 IR_{it} + \beta_9 LOSS_{it} + \beta_{10} IS_{it} + \beta_{11} IO_{it} + \beta_{12} IBM_{it} + \varepsilon_{it}$$

رابطه ۲)

$$Auditreport_{it} = \alpha + \beta_1 SR_{it} + \beta_2 Age_{it} + \beta_3 Size_{it} + \beta_4 Leverage_{it} + \beta_5 ROA_{it} + \beta_6 SG_{it} + \beta_7 ARR_{it} + \beta_8 IR_{it} + \beta_9 LOSS_{it} + \beta_{10} IS_{it} + \beta_{11} IO_{it} + \beta_{12} IBM_{it} + \varepsilon_{it}$$

۴-۳-۱- متغیرهای وابسته

الف- متغیر وابسته فرضیه اول:

برای اندازه‌گیری کیفیت اطلاعات حسابداری، همانند پژوهش فرانسیس و همکاران (۲۰۰۵) و کورنل و همکاران (۲۰۱۷)، از معیار قدرمطلق خطای اندازه‌گیری اقلام تعهدی استفاده شده است. این معیار از قدرمطلق پسماندهای برآوردی مدل دچو و دیچو (۲۰۰۲) که توسط مک نیکولاس (۲۰۰۲) تعدیل شده، استخراج می‌شود. قدر مطلق خطای اندازه‌گیری اقلام تعهدی مبتنی بر این مدل، میزان انطباق اقلام تعهدی را با جریان‌های نقدی گذشته، حال و آینده منعکس می‌کند و با مبنای حسابداری تعهدی سازگاری بیشتری دارد. مدل دچو و دیچو (۲۰۰۲) به شرح رابطه ۳ است.

رابطه ۳)

$$TACC_{it} = \beta_0 \frac{1}{TA_{it}} + \beta_1 \frac{CFO_{i(t-1)}}{TA_{i(t-1)}} + \beta_2 \frac{CFO_{it}}{TA_{i(t-1)}} + \beta_3 \frac{CFO_{i(t+1)}}{TA_{i(t-1)}} + \beta_4 \frac{\Delta Sales_{it}}{TA_{i(t-1)}} + \beta_5 \frac{PPE_{it}}{TA_{i(t-1)}} + \varepsilon_{it}$$

که در این رابطه TACC معرف اقلام تعهدی جاری می‌باشد و برای محاسبه آن از رابطه ۴ استفاده شده است.

رابطه ۴)

$$TACC_{it} = (\Delta CA - \Delta Cash - \Delta STI) - \Delta CL - \Delta STD$$

که در آن:

ΔCA : دارایی جاری در سال جاری منهای دارایی جاری در سال قبل،

$\Delta Cash$: وجه نقد سال جاری منهای وجه نقد سال قبل،

ΔSTI : سرمایه‌گذاری‌های کوتاه‌مدت در سال جاری منهای سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت در سال قبل،

ΔCL : بدهی جاری در سال جاری منهای بدهی جاری در سال قبل،

ΔSTD : بدهی‌های جاری به غیر از حصة جاری تسهیلات دریافتی بلندمدت در سال جاری منهای

بدهی‌های جاری به غیر از حصة جاری تسهیلات دریافتی بلندمدت در سال قبل.

CFO : نشان‌دهنده جریان نقدی عملیاتی؛ $\Delta Sale$ تغییرات فروش؛ PPE دارایی‌های ثابت مشهود و

ε پسماندهای برآورد شده مدل است. همه‌ی متغیرها با تقسیم بر کل دارایی‌ها بر سال $t-1$ همگن

شده‌اند. معیار به دست آمده از رابطه بالا، قدر مطلق پسماندهای برآورد شده مدل است که به

عنوان معیار کیفیت اطلاعات حسابداری به شرح رابطه‌ی ۵ اندازه‌گیری می‌شود.

رابطه ۵)

$$AQ_{it} = |\varepsilon_{it}|$$

با عنایت به اینکه بین مقادیر خطا و کیفیت اطلاعات حسابداری رابطه معکوس برقرار است، برای سادگی در تفسیر نتایج، عدد (۱-) در مقادیر خطا ضرب می‌شود تا تفسیر نتایج بر اساس یک رابطه مستقیم بیان شود.

ب- متغیر وابسته فرضیه دوم:

با عنایت به مدل لجستیک استفاده شده، اگر اظهار نظر مقبول نسبت به صورت‌های مالی صادر شده باشد مقدار یک و در غیر این صورت، مقدار صفر می‌گیرد.

۴-۳-۲- متغیر مستقل

متغیر مستقل این پژوهش، مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌باشد که با توجه به معیارهایی که مؤسسه آمریکایی معروف به KLD که هر ساله سازمان‌ها را بر اساس معیارهای اجتماعی و زیست‌محیطی رتبه‌بندی می‌کند، اندازه‌گیری شده است. مسئولیت اجتماعی در این پژوهش دارای چهار بعد می‌باشد و هر بعد آن دارای نقاط قوت و ضعف مخصوص به خود می‌باشد. با تفاضل نقاط قوت از نقاط ضعف مربوطه نمره آن به دست می‌آید. در نهایت با جمع تمام ابعاد فوق یک نمره کلی برای مسئولیت‌پذیری اجتماعی بدست خواهد آمد. لازم به ذکر است که در صورت وجود هر نقطه ضعف یا نقطه قوت مربوطه، عدد یک و در صورت نبود آن‌ها عدد صفر در نظر گرفته خواهد شد. اطلاعات لازم برای این متغیرها در گزارش هیأت مدیره شرکت‌ها افشاء می‌شود و در پژوهش حاضر برای معرفی هر یک از ابعاد، با توجه به ماهیت افشاگری در ایران، از شاخص‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی در ایران و همچنین از گواهی‌نامه‌های ISO 9001 سیستم مدیریت کیفیت، ISO 14001 مدیریت زیست‌محیطی، OHSAS 18001 استاندارد ایمنی و بهداشت استفاده شده است؛ بنابراین در این تحقیق صرفاً از مدل KLD استفاده نشده است، بلکه معیارها مطابق با استاندارد ایران می‌باشد که همانطور که توضیح داده شد در گزارش هیأت مدیره افشاء می‌شود (حاجیپا و سرافراز، ۱۳۹۳). مدل حاضر مدل عینی و کمی معروفیست که تاکنون از طریق نهادهای رسمی در بسیاری از کشورها برای اندازه‌گیری مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی استفاده شده است. مدل ۶ به شرح زیر می‌باشد:

رابطه ۶)

$$CSR-S = CSR-COM-S + CSR-EMP-S + CSR-ENV-S + CSR-PRO-S$$

CSR-S = نمره مسئولیت‌پذیری اجتماعی، CSR-COM-S = نمره افشای مشارکت اجتماعی که از تفاضل نقاط قوت و نقاط ضعف خاص خود به صورت رابطه ۷ محاسبه می‌شود.
رابطه ۷)

$$CSR-COM-S = \Sigma Strengths - \Sigma Concerns$$

همین‌طور نمره ابعاد دیگر مسئولیت‌پذیری اجتماعی، همچون CSR-EMP-S: نمره افشاء روابط کارکنان، CSR-ENV-S: نمره افشاء محیط‌زیست؛ CSR-PRO-S: نمره افشاء ویژگی محصولات از طریق ذکر شده محاسبه می‌شود. برخی از نقاط قوت و ضعف ابعاد مسئولیت اجتماعی که در چهار بخش مورد تجزیه و تحلیل قرار داده می‌شود به شرح زیر است (میشرا و همکاران، ۲۰۱۱):

(۱) معیارهای مربوط به مشارکت اجتماعی

◀ نقاط قوت: شامل کمک به مؤسسات خیریه، کمک‌های غیرنقدی به برنامه‌های اجتماعی، حمایت از آموزش و ارائه بورس تحصیلی به دانشجویان، پشتیبانی برای تهیه مسکن در مناطق محروم، حمایت از فعالیت‌های ورزشی، مشارکت در طرح‌های عمومی.
◀ نقاط ضعف: تعطیلی کارخانه، تأثیر منفی بر کیفیت زندگی.

(۲) معیارهای مربوط به سرمایه انسانی

◀ نقاط قوت شامل تحصیلات و آموزش کارکنان، مزایای کارکنان (پاداش، وام و سایر خدمات مالی)، مزایای بازنشستگی، مالکیت سهام کارکنان، سلامت محیط کارکنان، به اشتراک گذاشتن سود نقدی.
◀ نقاط ضعف شامل کاهش تعداد کارکنان، ضعف ایمنی و بهداشت کارکنان (ISO 18000)، ضعف در مزایای بازنشستگی (کسری بودجه بازنشستگی).

(۳) معیارهای مربوط به کیفیت کالا و خدمات

◀ نقاط قوت شامل ایمنی محصولات، رعایت استانداردهای کیفیت محصول (ISO9000)، توسعه محصول، ارائه خدمات پس از فروش.
◀ نقاط ضعف شامل پرداخت جریمه در رابطه با ایمنی محصول، پرداخت جریمه در رابطه با تبلیغات منفی.

(۴) معیارهای مربوط به عملکرد زیست‌محیطی

◀ نقاط قوت شامل کنترل آلودگی‌های هوا، استفاده از انرژی پاک (استفاده از سوخت با آلودگی کمتر)، برنامه پیشگیری آلودگی محیط‌زیست و جبران خسارت به

محیط‌زیست، فعالیت‌های حفاظتی و استفاده از مواد بازیافتی برای ساخت محصول، مدیریت محیطی (ISO14000)، دریافت جایزه در زمینه محیط‌زیست، ساخت محصول مطابق با استانداردهای محیط‌زیست

◀ پرداخت جریمه به علت نقض مدیریت زباله و آلودگی هوا، تولید زباله‌های خطرناک، استفاده از مواد شیمیایی کاهش‌دهنده اوزون.

۴-۳-۳- متغیرهای کنترلی

بر اساس پژوهش‌های انجام شده همانند کاری و همکاران (۲۰۱۷)، جیانگ و همکاران (۲۰۱۰)، پرایور و همکاران (۲۰۰۷)، گرس-گیل و همکاران (۲۰۱۶)، متغیرهای کنترلی در این پژوهش به شرح زیر تعریف می‌شوند:

سن شرکت (Age): لگاریتم طبیعی تعداد سال‌های فعالیت شرکت در بورس اوراق بهادار تهران، اندازه شرکت (Size): لگاریتم طبیعی کل دارایی‌ها، اهرم مالی (Leverage): نسبت کل بدهی‌ها به کل دارایی‌ها، بازده دارایی (ROA): نسبت سود خالص به کل دارایی‌ها، رشد فروش شرکت (SG): تغییرات فروش هر سال نسبت به سال قبل، نسبت حساب‌های دریافتی (ARR): نسبت حساب‌های دریافتی به کل دارایی‌ها، نسبت موجودی (IR): نسبت موجودی کالای کل شرکت به کل دارایی‌ها، زیاندهی (LOSS): برابر با یک اگر شرکت زیان داشته باشد، در غیر اینصورت صفر، سهامداران نهادی (IS): سرمایه‌گذاران نهادی شامل درصد سهام در اختیار نهادها شامل بیمه، بانک‌ها، صندوق‌های بازنشستگی، صندوق‌های مشترک سرمایه‌گذاری و شرکت‌های سرمایه‌گذاری هستند. به عنوان متغیر مجازی، اگر شرکتی دارای سهامدار نهادی باشد برابر با یک و غیر اینصورت برابر صفر، مالکیت دولتی (IO): متغیر مجازی است که اگر شرکت غیردولتی باشد عدد یک در غیر اینصورت عدد صفر. استقلال اعضای هیئت مدیره (IBM): تعداد اعضای غیر موظف به تعداد کل اعضای هیئت مدیره.

۵- یافته‌های پژوهش

۵-۱- آمار توصیفی متغیرها

در جدول ۱، برخی از آماره‌های توصیفی متغیرها، شامل میانگین، میانه، حداقل و حداکثر مشاهدات و انحراف معیار ارائه شده است. میانگین رتبه اتخاذ شده شرکت‌ها برای معیار مسئولیت اجتماعی شرکتی ۳۰ می‌باشد که با عنایت به مقدار متوسط رتبه مسئولیت‌پذیری اجتماعی ۱۴ در پژوهش حاجیها و سرافراز (۱۳۹۳) در نمونه ۳۲۵ تایی از شرکت‌های بورسی با استفاده از روش

KLD، مبین آن است که احتمالاً در سال‌های اخیر اقدامات مرتبط با مسئولیت اجتماعی رشد چندانی داشته است به نحوی که شرکت‌های ایرانی با انگیزه و فشار بیشتری برای درگیر شدن در برنامه‌های مسئولیت اجتماعی و افشای آنها روبرو شده‌اند.

به طور متوسط حدود ۶۰ درصد منابع مالی شرکت‌ها از طریق استقراض تأمین مالی شده است و حدود ۱۲ درصد شرکت‌های نمونه زیانده بوده‌اند که این مقادیر با متوسط درصد استقراض شرکت‌ها و شرکت‌های زیانده در پژوهش رضایی و همکاران (۲۰۱۹) در چین به ترتیب به میزان ۰/۴۶ و ۱۶ درصد تفاوت فاحشی ندارد. میانگین رشد فروش شرکت ۰/۲۰ می‌باشد که نشان می‌دهد شرکت‌های مورد بررسی به طور متوسط از رشد ۲۰ درصد برخوردارند با توجه به حداقل رشد فروش شرکت که برابر منفی ۱۰۰ درصد است، نشان می‌دهد کاهش رشد ۱۰۰ درصدی نیز در بین شرکت‌ها وجود دارد. به طور متوسط ۴۶ درصد شرکت‌های مورد بررسی دارای سهامداران نهادی هستند و ۵۲ درصد از شرکت‌های مورد بررسی از مالکیت دولتی برخوردارند. میانگین استقلال اعضای هیئت مدیره نشان می‌دهد که ۵۹ درصد از نمونه پژوهش از استقلال اعضای هیئت مدیره برخوردارند.

جدول (۱): آمار توصیفی

نام متغیر	مشاهدات	میانگین	میانه	حداکثر	حداقل	انحراف معیار
متغیرهای پیوسته						
مسئولیت اجتماعی	۸۰۳	۳۰/۰۷۳	۲۶/۰۰۰	۹۰/۰۰۰	۲/۰۰۰	۱۷/۶۱۲
کیفیت اطلاعات حسابداری (قدرمطلق مقادیر خطا)	۸۶۲	۱۱۴۰۰۴۸	۵۰۳۵۰۸	۱۴۱۳۹۲۱۳	۱۵۶/۳۴۴	۱۹۷۰۸۱۵
سن شرکت (لگاریتم طبیعی سال)	۷۴۰	۱/۱۸۶	۱/۲۳۰	۱/۶۹۸	۰/۳۰۱	۰/۲۲۳
اندازه شرکت (لگاریتم طبیعی کل دارایی‌ها)	۹۰۸	۶/۲۳۰	۶/۱۱۶	۸/۴۰۳	۴/۷۷۲	۰/۶۸۰
اهرم مالی	۹۰۸	۰/۶۰۲	۰/۶۱۵	۱/۲۹۵	۰/۰۱۲	۰/۱۹۸
بازده دارایی‌ها	۸۵۸	۴/۶۱۳	۳/۶۷۵	۵۰/۴۲۰	-۲۶/۱۰۰	۷/۴۰۴
رشد فروش شرکت	۸۹۷	۰/۲۰۵	۰/۱۶۲	۵/۹۸۷	-۱/۰۰۰	۰/۴۳۹
نسبت حساب دریافتی	۹۰۸	۰/۲۸۴	۰/۲۵۰	۰/۹۱۰	۰/۰۰۰	۰/۱۸۸
نسبت موجودی	۹۰۸	۰/۲۲۸	۰/۲۰۰	۰/۷۲۰	۰/۰۰۰	۰/۱۳۲
سهامداران نهادی	۷۸۵	۰/۴۶۰	۰/۵۰۰	۰/۹۸۹	۰/۰۰۰	۰/۳۳۵
مالکیت دولتی	۷۵۹	۰/۵۲۵	۰/۶۴۰	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۳۳۳
استقلال اعضای هیئت مدیره	۷۹۴	۰/۵۹۸	۰/۶۰۰	۱/۰۰۰	۰/۲۰۰	۰/۲۴۸

منبع: یافته‌های پژوهشگر

ادامه جدول (۱): آمار توصیفی

متغیرهای گسسته			
نام متغیر	نوع طبقه	فراوانی	درصد
گزارش حسابرسی	۱	۳۹۴	۴۸/۲۲۹
	۰	۴۲۵	۵۱/۸۹۲
زیاندهی	۱	۹۴	۱۱/۴۷۷
	۰	۷۲۵	۸۸/۵۲۲

منبع: یافته‌های پژوهشگر

۵-۲- نتایج آزمون فرضیات پژوهش

در خصوص برقراری مفروضات رگرسیون، نتایج آزمون تورم واریانس در جداول ۲ و ۳ نشان می‌دهد که مقدار شاخص عامل تورم واریانس (VIF) برای تمامی متغیرها کمتر از ۱۰ می‌باشد و بنابراین هم خطی مشکل نگران‌کننده در مدل‌های رگرسیونی این پژوهش نیست. آماره دوربین واتسون نیز نشان از عدم همبستگی بین اجزا اخلاص در مدل‌ها می‌باشد. با عنایت به اینکه دوره زمانی پژوهش ۷ سال می‌باشد، موضوع مانایی متغیرها مشکلی برای اعتبار نتایج ایجاد نمی‌کند (والدریج، ۲۰۱۰). نهایتاً آنکه تمام داده‌های متغیرهای پژوهش در سطح ۰.۱٪ و ۰.۹۹٪ وینسورایز شده‌اند.

نتایج آزمون F لیمر برای تشخیص الگو میان ساختار تابلویی یا تلفیقی و آزمون هاسمن برای تعیین استفاده از روش تخمین با اثرات ثابت یا اثرات تصادفی و نتایج حاصل از رگرسیون چند متغیره در جدول ۲ نشان داده شده است. مقادیر آماره آزمون F لیمر و آزمون هاسمن نشان می‌دهد که استفاده از ساختار داده‌های تابلویی و روش اثرات ثابت برای برآورد مدل مناسب خواهد بود. با توجه به مقدار آماره F ، در سطح اطمینان ۹۵ درصد مدل رگرسیون برازش شده به طور کلی معنادار است و مسئولیت اجتماعی به همراه سایر متغیرهای کنترلی تأثیر معناداری بر کیفیت اطلاعات حسابداری دارد.

در بررسی معناداری ضرایب نتایج نشان می‌دهد که مطابق با فرضیه اول پژوهش، بین افشای مسئولیت اجتماعی و کیفیت اطلاعات حسابداری رابطه معناداری وجود دارد (سطح معناداری: ۰/۰۳۸). مثبت بودن ضریب حاصله، نشان می‌دهد که شرکت‌هایی که در افشای مسئولیت اجتماعی بهتر عمل نموده‌اند، نسبت به سایرین، با احتمال کمتری اقلام تعهدی را دستکاری شده‌اند و در نتیجه از کیفیت اقلام تعهدی و اطلاعات حسابداری بالاتری برخوردار هستند. چنین یافته‌ای در راستای شواهد تجربی پژوهش رضایی و همکاران (۲۰۱۹) در چین، شولتن و کانگ (۲۰۱۳) در

کشورهای آسیایی است. یافته‌های این پژوهش بیانگر آن است که در شرایط محیطی بازار ایران، شرکت‌ها مطابق با "نئوری علامت‌دهی" در راستای افشای مسئولیت اجتماعی خود، کیفیت اطلاعاتی بالاتری را مخابره می‌کنند. همچنین از میان متغیرهای کنترلی مدل، متغیرهای اندازه شرکت و سهامداران نهادی دارای ارتباط منفی و معنادار با کیفیت اطلاعات حسابداری هستند. بدین معنا که با افزایش اندازه شرکت و در وجود سهامداران نهادی، خطای اقلام تعهدی بیشتر و در نتیجه کیفیت اطلاعات حسابداری کاهش می‌یابد. مثبت بودن ضریب و سطح معناداری متغیر نسبت موجودی و متغیر مجازی مالکیت دولتی نشان می‌دهد که با افزایش نسبت موجودی کالای شرکت کیفیت اطلاعات حسابداری بهبود می‌یابد و در شرکت‌های غیردولتی مدیریت سود کمتر و کیفیت اطلاعات حسابداری بیشتر است.

نتایج تخمین الگوی رگرسیون لجستیکی فرضیه دوم پژوهش به روش داده‌های ترکیبی در جدول ۳ ارائه شده است. با عنایت به مقدار آماره LR در آزمون نسبت درست‌نمایی مدل، معناداری کلی مدل رگرسیون لجستیک تأیید می‌شود (۸۸/۸۷۹). همچنین سطح معناداری آماره کای دو در آزمون هاسمر-لمشو بیشتر از ۵ درصد است که نشان‌دهنده نیکویی برازش مدل می‌باشد.

همان‌طور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود، مطابق با فرضیه دوم پژوهش، بین مسئولیت اجتماعی و گزارش حسابرس ارتباط معناداری وجود دارد بدین شکل که با افزایش افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، اظهارنظر حسابرس با احتمال بیشتری مقبول خواهد بود. این یافته به طور ضمنی شواهد پژوهش نرونها (۲۰۱۸) را تأیید می‌کند و نشان می‌دهد که افزایش شفافیت گزارشگری مالی شرکت‌ها، به حسابرسان مخابره شده و بر اظهارنظر آنها تأثیرگذار است (چن و همکاران، ۲۰۱۲). توجه به ضرایب و سطح معناداری متغیرهای کنترلی نشان می‌دهد که متغیرهای سن شرکت، اهرم مالی، بازده دارایی‌ها، مالکیت دولتی و استقلال اعضای هیات مدیره دارای ارتباط مثبت و معناداری با معیار گزارش حسابرسی هستند. بدین معنا که با افزایش سن شرکت، نسبت بدهی‌ها، بازده دارایی‌ها و افزایش درصد اعضای غیر موظف هیات مدیره در شرکت‌ها که نشان‌دهنده استقلال بیشتر هیات مدیره است، احتمال صدور گزارش مقبول حسابرسی افزایش می‌یابد. علاوه بر این، با افزایش نسبت حساب‌های دریافتی، احتمال صدور گزارش مقبول کاهش می‌یابد.

جدول (۲) نتایج آزمون F لیمر، H، هاسمن و رگرسیون چند متغیره فرضیه اول

نوع آزمون	مقدار آماره	درجه آزادی	سطح معناداری	نتیجه آزمون
آزمون F لیمر	۳/۵۱۲	(۸۲/۴۰۵)	۰/۰۰۰	داده‌های پانل
آزمون H هاسمن	۵۶/۶۴۰	۱۲	۰/۰۰۰	اثرات ثابت
متغیر	ضرایب	آماره t	سطح معناداری	عامل تورم واریانس
عرض از مبدأ (α)	۷۳۲۷۵۲۸	۳/۱۰۲	۰/۰۰۲	-
مسئولیت اجتماعی	۱۲۲۱۰/۹۵	۲/۰۷۲	۰/۰۳۸**	۱/۱۰۴
سن شرکت	۷۵۵۴۲۵/۹	۰/۶۳۹	۰/۵۲۲	۱/۱۲۹
اندازه شرکت	-۱۱۰۵۸۳۸	-۲/۴۰۸	۰/۰۱۶**	۱/۲۶۵
اهرم مالی	-۶۰۲۴۱۴/۷	-۱/۰۸۳	۰/۲۷۹	۱/۷۵۶
بازده دارایی‌ها	-۴۵۷۱/۵۵۹	-۰/۳۱۵	۰/۷۵۲	۱/۹۱۷
رشد فروش شرکت	-۲۷۶۹۰/۳۷	-۰/۶۴۱	۰/۵۲۱	۱/۱۳۸
نسبت حساب دریافتی	۲۸۹۶۲۴/۱	۰/۶۰۴	۰/۵۴۵	۱/۴۱۸
نسبت موجودی	۲۵۸۱۹۰۸	-۲/۶۵۷	۰/۰۰۸***	۱/۴۳۰
زیاندهی	-۸۴۹۵۲/۹۲	-۰/۴۰۹	۰/۶۸۲	۱/۲۹۵
سهامداران نهادی	-۲۰۸۴۲/۵۶	-۲/۵۶۳	۰/۰۱۰**	۱/۴۳۶
مالکیت دولتی	۱۸۳۲۵/۵۱	۲/۵۸۷	۰/۰۱۰**	۱/۲۹۴
استقلال اعضای هیئت مدیره	۲۱۳۵۶۶/۸	۰/۴۳۳	۰/۶۶۵	۱/۰۷۸
R^2 تعدیل شده	۰/۴۶۹			
آماره دوربین-واتسون	۱/۹۶۹			
آماره فیشر	۵/۶۹۹			
سطح معناداری مدل	۰/۰۰۰			
$AQ_{it} = \alpha + \beta_0 SR_{it} + \beta_1 Controls_{it} + \varepsilon_{it}$ $AQ_{i,t}$: متغیر وابسته که کیفیت اطلاعات حسابداری است. $SR_{i,t}$: متغیر مستقل که مسئولیت اجتماعی است. $Controls_{i,t}$: متغیرهای کنترلی $\varepsilon_{i,t}$: خطای تصادفی				
** و *** نشان‌دهنده معناداری آماری در سطح ۰/۰۱ و ۰/۰۵ است				

منبع: یافته‌های پژوهشگر

جدول (۳) نتایج آزمون فرضیه دوم

متغیر	ضرایب	آماره والد	سطح معناداری	عامل تورم واریانس
عرض از مبدأ (α)	-۲/۸۹۳	-۲/۲۶۲	۰/۰۲۳	-
مسئولیت اجتماعی	۰/۰۱۸	۳/۲۴۷	۰/۰۰۱***	۱/۱۰۰
سن شرکت	۱/۶۱۴	۳/۲۶۲	۰/۰۰۱***	۱/۲۲۵
اندازه شرکت	-۰/۱۸۷	-۱/۱۷۰	۰/۲۴۱	۱/۳۴۹
اهرم مالی	۱/۵۱۳	۲/۳۱۵	۰/۰۲۰**	۱/۷۸۰
بازده دارایی‌ها	۰/۰۶۴	۳/۴۷۶	۰/۰۰۰***	۱/۹۲۷
رشد فروش شرکت	-۰/۲۴۸	-۰/۹۸۶	۰/۳۲۳	۱/۱۴۰
نسبت حساب دریافتی	-۳/۰۲۵	-۵/۱۲۲	۰/۰۰۰***	۱/۴۱۴
نسبت موجودی	۰/۳۲۱	۰/۳۳۴	۰/۷۳۷	۱/۴۲۹
زیاندهی	-۰/۲۳۱	-۰/۶۷۸	۰/۴۹۷	۱/۲۶۷
سهامداران نهادی	۰/۰۰۲	۰/۶۲۸	۰/۵۳۰	۱/۴۴۴
مالکیت دولتی	۰/۰۱۰	۳/۳۵۵	۰/۰۰۰***	۱/۲۶۳
استقلال اعضای هیئت مدیره	۱/۰۳۷	۲/۳۵۸	۰/۰۱۸**	۱/۱۱۲
R ² مک فادن			۰/۱۲۱	
آماره نسبت درست‌نمایی			۸۸/۸۷۹	
سطح معناداری مدل			۰/۰۰۰	
آماره هاسمر - لمشو (معناداری پادرجه آزادی ۸)			۱۰/۳۳۵ (۰/۲۴۲)	
آماره اندروز (معناداری با درجه آزادی ۱۰)			۱۳/۷۳۴ (۰/۱۸۵)	
$Auditreport_{it} = \alpha + \beta_0 SR_{it} + \beta_1 Controls_{it} + \varepsilon_{it}$ <p><i>Auditreport_{it}</i>: متغیر وابسته که برابر گزارش حسابرسی است. <i>SR_{it}</i>: متغیر مستقل که برابر مسئولیت اجتماعی است. <i>Controls_{it}</i>: متغیرهای کنترلی <i>ε_{it}</i>: خطای تصادفی</p>				
** و *** نشان‌دهنده معناداری آماری در سطح ۰/۰۱ و ۰/۰۵ است				

منبع: یافته‌های پژوهشگر

۶- بحث و نتیجه‌گیری

طی دهه‌های اخیر نحوه تعامل واحدهای تجاری با جامعه با تغییرات زیادی همراه بوده و شرکت‌ها را بر آن داشته تا نسبت به کلیه ذینفعان پاسخگو باشند. در صورتی که شرکت‌ها برای حفظ

اجتماعی که خود در ایجاد آن نقش با اهمیتی داشته‌اند، همکاری کنند و در مقابل جامعه نیز با فراهم کردن شرایط لازم جهت کسب بازدهی مناسب برای سرمایه‌گذاران و اطمینان از نبود فعالیت‌های غیر عادلانه برای ذینفعان، بستر رشد واحد تجاری را فراهم آورد؛ می‌توانند ایجاد ثروت، اشتغال و نوآوری کنند، فعالیت‌هایشان را تقویت نموده و رقابت را بهبود بخشند (ساندهو و کاپور، ۲۰۱۰). مسئولیت اجتماعی شرکتی متضمن این است که سازمان‌های تجاری اقداماتی را برای توسعه محصول یا خدمات خوب اجتماعی، ماورای منافع شخصی خود انجام دهند (رضایی، ۲۰۱۶). لذا پایایی بلندمدت یک شرکت، می‌بایست از طریق پایداری اقتصادی آن که در سود آن گزارش می‌شود و از طریق رفتارهای اخلاقی، مسئولیت اجتماعی و راهبری شرکتی سنجیده شود. مسئولیت اجتماعی شرکتی اخیراً توجه شایانی را از سوی سیاست‌گذاران، نهادهای نظارتی و جامعه سرمایه‌گذاران جلب نموده و به نظر می‌رسد که در چندین دهه پیش‌رو از موضوعات کلیدی باقی بماند.

در ایران اقدامات مرتبط با مسئولیت اجتماعی در دهه اخیر رشد چندانی داشته و بسیاری از سازمان‌ها به نحو فزاینده‌ای از ارزش مستقیم اقتصادی مسئولیت اجتماعی آگاهی یافته و اقدام به ادغام آن با راهبرد اصلی کسب‌وکار و فعالیت‌های مدیریتی خود، نموده‌اند تا بتوانند تأثیر مثبتی بر جامعه و محیط خود داشته باشند و در ضمن، شهرت و اعتبار خود را نیز تقویت کنند (گروه کارشناسان ایران، ۱۳۸۶). هدف پژوهش حاضر بررسی ارتباط میان مسئولیت اجتماعی شرکتی با کیفیت اطلاعات حسابداری و نوع گزارش حسابرس است. نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد در شرکت‌هایی که افشای مسئولیت اجتماعی بیشتر است، کیفیت اطلاعات حسابداری بالاتر است. این بدین معناست که بر اساس تئوری علامت‌دهی، شرکت‌های با مسئولیت‌پذیری اجتماعی خوب، تمایل دارند گزارشگری مسئولیت اجتماعی را توسعه دهند که این اقدام آنها در راستای بهبود اعتبار و کیفیت خدمات و محصولات، با بهبود کیفیت اطلاعات حسابداری همراه می‌شود. همچنین این شرکت‌ها به احتمال بیشتری موفق به اخذ اظهارنظر مقبول در گزارش حسابرسی می‌شوند. یافته‌های پژوهش در راستای شواهد تجربی پژوهش رضایی و همکاران (۲۰۱۹)، شولتن و کانگ (۲۰۱۳) و نرونها (۲۰۱۸) است.

نتایج این پژوهش اطلاعات سودمندی برای سیاست‌گذاران، نهادهای نظارتی و شرکت‌ها در اختیار می‌گذارد. توسعه و بهبود امتیاز مسئولیت اجتماعی شرکتی برای موفقیت در اصلاحات آتی مورد نیاز جهت بهبود کارایی بازار، حفاظت سرمایه‌گذار، استفاده کارا از منابع و فعالیت‌های اجتماعی در بازار ایران، نقش کلیدی ایفا می‌کند. نتایج نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاران می‌توانند عملکرد اثربخش و مناسب مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را به عنوان علامتی از بهبود کیفیت

اطلاعات حسابداری تلقی نمایند و در نتیجه این پژوهش در غناپذیری جریان تحقیقاتی مربوط به کیفیت اطلاعات حسابداری، قضاوت و تصمیم‌گیری مدیریتی و پایداری مسئولیت اجتماعی تأثیرگذار است. مدیران شرکت‌ها می‌بایست برنامه‌های مناسب مسئولیت اجتماعی را به شکلی توسعه دهند که چارچوبی برای یکپارچه نمودن اقدامات و فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی با کیفیت اطلاعات حسابداری فراهم گردد. همچنین با عنایت به محتوای اطلاعاتی مسئولیت اجتماعی برای بازار سرمایه، به سازمان بورس و اوراق بهادار پیشنهاد می‌شود، مانند رتبه شفافیت و سطح افشاء، با استفاده از مدل‌های شناخته شده معیاری جهت رتبه‌بندی سطح افشای مسئولیت اجتماعی برای شرکت‌های فعال در بازار سرمایه ارائه نماید. با عنایت به پیوسته بودن مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی با پایداری شرکتی، انجام پژوهش در خصوص رابطه ابعاد پایداری شرکت با کیفیت اطلاعات حسابداری و همچنین اظهارنظر حسابرسان به‌منظور پژوهش‌های آتی توصیه می‌شود. همچنین بررسی ارتباط مسئولیت‌پذیری اجتماعی با تلاش حسابرسی و کیفیت حسابرسی می‌تواند بر غنای ادبیات پژوهشی حاضر بیفزاید. نتایج این پژوهش به دلیل محدودیت‌های بالقوه، می‌بایست با رعایت ملاحظات و احتیاط تفسیر شود. عوامل زیادی که می‌توانند بر تصمیمات مدیریت در خصوص عملکرد مسئولیت اجتماعی تأثیرگذار باشند همانند اذهان عمومی، تعهد اخلاقی و حفظ شهرت مستقیماً در این مطالعه مورد بررسی قرار نگرفته است. لذا به نظر می‌رسد تحقیقات آتی در حوزه ارتباط با مسئولیت اجتماعی و کیفیت اطلاعات حسابداری می‌بایست تأثیر گسترش ارزش‌های اخلاقی، استانداردهای اجتماعی و تغییرات در نظرات جامعه در خصوص نقش واحدهای تجاری را نیز مورد توجه قرار دهند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

فهرست منابع

- ۱) اسماعیل‌پور، رضا، یاسر رضایی پیتنه‌نوئی و محمد غلامرضا پور، (۱۳۹۸)، "مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و ضعف کنترل‌های داخلی: آزمون تجربی نظریه ذینفعان و علامت‌دهی"، دو فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری، دوره ۴، شماره ۸، صص ۳۱۸-۳۳۸.
- ۲) اسمعیل پور، سحر، حسین راد کفتوردی و سینا خردیار، (۱۳۹۷)، "بررسی رابطه میان محدودیت‌های مالی و مسئولیت اجتماعی"، رساله کارشناسی ارشد، مؤسسه آموزش عالی کوشیار (غیر انتفاعی - غیر دولتی).
- ۳) بنی مهد، بهمن و حسن چناری، (۱۳۹۸)، "پایداری شرکتی: راهبردی تئوریک و یکپارچه با رویکرد دستوری و عمل‌گرا"، فصلنامه حسابداری مدیریت دوره ۱۲، شماره ۴۲، صص ۱۰۳-۱۲۵.
- ۴) ثقفی، علی، قاسم بولو و محمد محمدیان، (۱۳۹۰)، "کیفیت اطلاعات حسابداری، سرمایه-گذاری بیش از حد و جریان نقدی آزاد"، پیشرفت‌های حسابداری، ۳ (۲)، صص ۳۷-۶۷.
- ۵) حاجیها، زهره و بهمن سرافراز، (۱۳۹۳)، "بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و هزینه حقوق صاحبان سهام در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، پژوهش‌های تجربی حسابداری، سال چهارم، شماره ۱۴، صص ۱۰۵-۱۲۳.
- ۶) حاجیها، زهره و عبدالرضا شاکری، (۱۳۹۸)، "حاکمیت شرکتی، افشای مسئولیت اجتماعی و ارزش شرکت"، فصلنامه پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، دوره ۱۱، شماره ۴۴، صص ۱۷۵-۱۹۲.
- ۷) حساس یگانه، یحیی و قدرت اله برزگر، (۱۳۹۲)، "ارائه مؤلفه‌ها و شاخص‌های بعد اجتماعی مسئولیت شرکت‌ها و وضعیت موجود آن در ایران"، فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی-فرهنگی، دوره دوم، شماره ۱، صص ۲۰۹-۲۳۴.
- ۸) حساس یگانه، یحیی و قدرت اله برزگر، (۱۳۹۴)، "مدلی برای افشاء مسئولیت اجتماعی و پایداری شرکت‌ها و وضعیت موجود آن در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار ایران"، فصلنامه بورس اوراق بهادار، سال هشتم، شماره ۲۹، صص ۹۱-۱۱۰.
- ۹) حساس یگانه، یحیی، حسینعلی سهرابی و محمد غواصی کناری، (۱۳۹۹)، "ارتباط گزارشگری مسئولیت اجتماعی با ارزش شرکت"، فصلنامه پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، دوره ۱۲، شماره ۴۵، صص ۱-۲۰.
- ۱۰) حیدری کرد زنگنه، غلامرضا و زهره عالی پور، (۱۳۸۶)، "مهندسی فرهنگ خصوصی‌سازی"، تهران، پندارفارس.

- (۱۱) خواجوی، شکرا..، علیرضا گودرزی و عبدالمجید سرمدی‌نیا، (۱۳۹۸)، "رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و انتخاب حسابرس، با تأکید بر شهرت حسابرس شرکت"، پژوهش‌های کاربردی در گزارشگری مالی، دوره هشتم، شماره ۱۴، صص ۴۳-۶۶.
- (۱۲) ذوالفقاری، مهدی و نگین عشوری خطیبی، (۱۳۹۷)، "تأثیر گزارشگری مسئولیت اجتماعی (CSR) بر موفقیت رقابتی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، دوره اول، شماره ۲، صص ۵۴-۶۷.
- (۱۳) سپاسی، سحر و مرتضی حسن‌زاده، (۱۳۹۵)، "تأثیر بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی شرکت روی پایداری سود"، دو فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری. سال اول، شماره اول، صص ۱۲۳-۱۳۸.
- (۱۴) شیخیان عزیز، جعفر و حسام باقری، (۱۳۸۹)، "راهبردهای اساسی انجام مسئولیت اجتماعی"، پژوهشنامه مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها، شماره ۴، صص ۹۵-۱۲۲.
- (۱۵) جبارزاده کنگرلویی، سعید، سمیه فاتحی و مرتضی متوسل، (۱۳۹۵)، "ایدئولوژی‌های اخلاقی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عدم تقارن اطلاعاتی در شرکت‌ها"، فصلنامه پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، سال ۸، شماره ۳۱، صص ۲۳-۴۰.
- (۱۶) جلیلی، صابر و فرزاد قیصری، (۱۳۹۳)، "بررسی ارتباط بین کیفیت سود و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، دانش حسابرسی سال چهاردهم، شماره ۵۷، صص ۱۴۷-۱۷۰.
- (۱۷) عظیمی، مجید و سمیه گنجی ارجنکی، (۱۳۹۵)، "تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت بر کیفیت گزارشگری مالی"، مطالعات حسابداری و حسابرسی، سال پنجم، شماره ۱۷، صص ۱-۲۲.
- (۱۸) کاشانی‌پور، محمد، غلامرضا جندقی و محمد رحمانی، (۱۳۹۷)، "بررسی رابطه بین کیفیت گزارشگری مالی با افشا اطلاعات پایداری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، پژوهش‌های تجربی حسابداری، سال هشتم، شماره ۲۹، صص ۱-۲۱.
- (۱۹) گروسی، حبیب‌الله، ناصر ایزدی‌نیا و محسن دستگیر، (۱۳۹۹)، "تأثیر سطح افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر ارزش بازار شرکت"، فصلنامه پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، دوره ۱۲، شماره ۴۶، صص ۵۱-۷۶.
- (۲۰) گروه کارشناسان ایران، (۱۳۸۶)، "مسئولیت اجتماعی سازمان (CSR) با رویکرد EFQM، انتشارات کیفیت و مدیریت با همکاری نشر مرن‌دیز.

- (۲۱) مران جوری، مهدی و رضیه علی خانی، (۱۳۹۳)، "افشای مسئولیت‌های اجتماعی و راهبری شرکتی. بررسی‌های حسابداری و حسابرسی"، دوره ۲۱، شماره ۳، صص ۳۲۹-۳۴۸.
- (۲۲) همایونی راد، راحله، فریدون رهنمای رودپشتی، هاشم نیکومرام و مهرداد نوابخش، (۱۳۹۹)، "جامعه‌شناسی حسابداری، دیدگاه‌ها و چالش‌ها: از منظر پارادایم‌های غالب"، دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، سال نهم، شماره ۳۳، صص ۹-۲۴.
- 23) Callen, J L., Khan, M., Lu, H, (2013), "Accounting Quality, Stock Price Delay, and Future Stock Returns", *Contemporary Accounting Research*, Vol. 30. Issue 1, PP. 269-295.
- 24) Carey, P., Liu, L., Qu, W, (2017), "Voluntary Corporate Social Responsibility Reporting and Financial Statement Auditing in China q", *Journal of Contemporary Accounting & Economics*. 13, PP. 244-262.
- 25) Chen, R., Hung, S, (2020), "Exploring the Impact of Corporate Social Responsibility on Real Earnings Management and Discretionary Accruals", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, PP. 1-19.
- 26) Chen, L., Srinidhi, B., Tsang A., Yu, W, (2012), "Corporate Social Responsibility, Audit Fees, and Audit Opinions".
- 27) Chepurko, I., Dayanandan, A., Donker, H., & Nofsinger, J, (2018), "Are Socially Responsible Firms Less Likely to Restate Earnings?", *Global Finance Journal*, 38, PP. 97-109.
- 28) Choi, B. B., Lee, D., & Park, Y, (2013), "Corporate Social Responsibility, Corporate Governance and Earnings Quality: Evidence from Korea", *Corporate Governance: An International Review*, 21(5), PP. 447-467.
- 29) Cornell, B., Landsman, W., & Stubben, S, (2017), "Accounting Information, Investorsentiment and Market Pricing", *Journal of Law, Finance, and Accounting*, 2(2), PP. 325-345.
- 30) Dechow, P. M., & Dichev, I. D, (2002), "The Quality of Accruals and Earnings: Therole of Accrual Estimation Errors", *Accounting Review*, 77 (1), PP. 35-59.
- 31) Dhaliwal, D.S.; Radhakrishnan, S.; Tsang, A.; Yang, Y.G, (2012), "Nonfinancial Disclosure and Analyst Forecast Accuracy: International Evidence on Corporate Social Responsibility Disclosure", *The Accounting Review*, Vol. 87, PP. 723-759.
- 32) Font, X., Guix, M., & Bonilla-Priego, M. J, (2016), "Corporate Social Responsibility in Cruising: Using Materiality Analysis to Create Shared Value", *Tourism Management*, 53, 175-186. doi:10.1016/j.tourman.2015.10.007
- 33) Francis, J., La Fond, R., Olsson, P., & Schipper, K, (2005), "The Market Pricing of Accruals Quality", *Journal of Accounting and Economics*, 39(2), PP. 295-327.
- 34) Francis, J., R. LaFond, et al, (2004), "Cost of Equity and Earnings Attributes", *Accounting Review* 79, PP. 967-1010.
- 35) Ghouli, S., Guedhami, O., Kwok, C., & Mishra, D, (2011), "Does Corporate Social Responsibility Affect the Cost of Capital?", *Journal of Banking and Finance*, 35, PP. 2288-2406.
- 36) Goss, A., & Roberts, G, (2011), "The Impact of Corporate Social Responsibility on the Cost of Bank Loans", *Journal of Banking and Finance*, 35, PP. 1794-1810.

- 37) Gras-Gil, E., Hernandez, J., & Manzano, M. P, (2016), "Investigating the Relationship between Ccorporate Social Responsibility and Earnings Management: Evidence from Spain", *Business Research Quarterly*, 19(4), PP. 289–299.
- 38) Huang, X. B., & Watson, L, (2015), "Corporate Social Responsibility Research in Accounting", *Journal of Accounting Literature*, 34, PP. 1–16
- 39) Hummel, K., & Schlick, C, (2016), "The Relationship between Sustainability Performance and Sustainability Disclosure—Reconciling Voluntary Disclosure Theory and Legitimacy Theory", *Journal of Accounting and Public Policy*, 35(5), PP. 455–476.
- 40) Jiang, J., Petroni, K. R., & Wang, I. Y, (2010), "CFOs and CEOs: Who Have the most Influence on Earnings Management?", *Journal of Financial Economics*, 96, PP. 513–526.
- 41) Kim, Y., Li, H., & Li, S, (2014), "Corporate Social Responsibility and Stock Price Crash Risk", *Journal of Banking and Finance*, 43, PP. 1–13.
- 42) Lau, C. M., Fan, D. K. K., Young, M. N., & Wu, S. K, (2007), "Corporate Governance Effectiveness during Institutional Transition", *International Business Review*, 16, PP. 425-448.
- 43) McNichols, M. F, (2002), "Discussion of the Quality of Accruals and Earnings: The Role of Accrual Estimation Errors", *Accounting Review*, 77 (1), PP. 61–69.
- 44) Mishra, Dev R., Sadok El Ghouli., Omran Guedhami., Chuk C. Y. Kwok, (2011), "Does Corporate Social Responsibility Affect the Cost of Capital?", *Journal of Banking & Finance*, Vol. 35, Issue 9, PP. 2388-2406.
- 45) Nasr, H, (2010), "Corporate Social Responsibility Disclosure: an Examination of Framework of Determinants and Consequences", *Doctoral Thesis, Durham University*. Available at Durham E-Theses, Online: <http://etheses.dur.ac.uk/480/>.
- 46) Newstrom, John and Davis, Keith, (2002), "Corporate Behavior: Human Behavior at Work", New York: McGraw-Hill.
- 47) Noronha, C S., Guan, J., Fan, J, (2018), "Firm Value and Social Contribution with the Interaction of Corporate Governance", *Accounting Management and Policy Journal*.
- 48) Prior, D., Surroca, J., Tribo., J A, (2007), "Earnings Management and Corporate Social Responsibility".
- 49) Rezaee, Z, (2016), "Business Sustainability Research: A Theoretical and Integrated Perspective", *Journal of Accounting Literature*, 36, PP.48–64.
- 50) Rezaee, Z, (2017), "Business Sustainability: Performance, Compliance, Accountability and Integrated Reporting". Routledge.
- 51) Rezaee, Z., Doub, H., Zhange H, (2019), "Corporate Social Responsibility and Earnings Quality: Evidence from China", *Global Finance Journal*. In Press.
- 52) Sandhu, H S; Kapoor, Shveta, (2010), "Corporate Social Responsibility Initiatives: An Analysis of Voluntary Corporate Disclosure", *South Asian Journal of Management*, 17 (2), PP. 47-80.
- 53) Sikka, P, (2011), "Accounting for Human Rights: The Challenge of Globalization and Foreign Investment Agreements", *Journal of Critical Perspectives on Accounting*. London, 22 (8), PP. 811-827.

- 54) Scholtens, B., & Kang, F. C, (2013), "Corporate Social Responsibility and Earnings Management: Evidence from Asian Economies", Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 20(2), PP. 95-112.
- 55) Wooldridge, J. M, (2010), "Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data", The MIT Press.
- 56) Zhu, B., & Niu, F, (2016), "Investor Sentiment, Accounting Information and Stock Price: Evidence from China", Pacific-Basin Finance Journal, 38 (3), PP. 125-134.

یادداشت‌ها

- ¹ Donaldson
- ² Font
- ³ Dhaliwal
- ⁴ Callen
- ⁵ Zhu & Niu
- ⁶ Cornell

