



Research Article

Investigating the effect of corporate social responsibility on the relationship between related party transactions and Firm value

Vahid Oskou*: Assistant Professor of Accounting, Faculty of Administrative and Economic Sciences, Gonbad Kavous University, Gonbad Kavous, Iran.
vahidoskou@gonbad.ac.ir

Mohammad Norouzi: Assistant Professor of Accounting, Faculty of Administrative and Economic Sciences, Gonbad Kavous University, Gonbad Kavous, Iran
mohammad_n488@yahoo.com

Abstract

In recent financial scandals, related party transactions have been a major concern. Acquisition of company resources through transactions with affiliates is common in developed countries, but in emerging economies due to the lack of foreign markets and poor corporate governance is more common, and this can have significant effects on the value of companies. Disclosure of non-financial information, including corporate social responsibility, can reduce the destructive effects and ethical concerns in the field of management and serve as a mechanism to reduce the opportunistic behaviors of managers. Therefore, based on this argument, the present study examines the relationship between the related party transactions and firm value of the company with emphasis on the moderating role of corporate social responsibility. For this purpose, the Livestock and Schulten checklist [13] is used to measure the company's social responsibility. The hypotheses are tested using the statistical method of regression analysis with composite data using the information of 138 companies listed on the Tehran Stock Exchange during the years 2014 to 2019. The findings of the first hypothesis of the research indicate that there is a significant relationship between the related party transactions and firm value. Also, the result of the second hypothesis show that the social responsibility of the company weakens the negative effect of the related party transactions and firm value.

Keywords: Related party transactions, company value, corporate social responsibility

* Corresponding author



بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر رابطه بین معاملات اشخاص وابسته و عملکرد شرکت

وحید اسکوا^۱: استادیار حسابداری، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه گنبدکاووس، گنبدکاووس، ایران.

vahidoskou@gonbad.ac.ir

محمد نوروزی: استادیار حسابداری، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه گنبدکاووس، گنبدکاووس، ایران.

mohammad_n488@yahoo.com

چکیده

یکی از کانون‌های نگرانی در رسوایی‌ها و بحران‌های مالی دهه‌های اخیر، موضوع معاملات با اشخاص وابسته در کشورهای توسعه‌یافته است؛ اما این موضوع در کشورهای در حال توسعه و اقتصادهای نوظهور به دلیل نقاط ضعف سیستم‌های راهبری شرکتی، بیشتر رخ می‌دهد که این می‌تواند تأثیرات منفی فراوانی بر عملکرد شرکت‌ها داشته باشد. افشای اطلاعات غیرمالی از جمله مسئولیت اجتماعی شرکت، اثرات مخرب و نگرانی‌های اخلاقی در حوزه مدیریت را کاهش می‌دهد و سازوکاری برای کاهش رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیران به‌شمار می‌آید. در همین راستا در پژوهش حاضر، تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت بر رابطه بین افشای معاملات اشخاص وابسته و ارزش بازار واحد تجاری بررسی شده است. در این پژوهش، برای اندازه‌گیری مسئولیت اجتماعی شرکت از چک‌لیست دام و اسچولتن [۱۷] استفاده شده است. آزمون فرضیه‌ها با استفاده از روش آماری تحلیل رگرسیون با داده‌های ترکیبی با استفاده از اطلاعات ۱۳۸ شرکت در بازار سرمایه ایران در طی بازه زمانی ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۸ صورت گرفته است. تحلیل‌های آماری پژوهش با استفاده از الگوهای رگرسیون چندمتغیره طبق داده‌های ترکیبی با اثرات ثابت و روش حداقل مربعات تعمیم‌یافته انجام شده‌اند. همچنین، برای گردآوری اطلاعات از وبسایت سازمان بورس اوراق بهادار تهران استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان دادند بین معاملات اشخاص وابسته و عملکرد شرکت، رابطه منفی معناداری وجود دارد. همچنین، سایر نتایج نشان دادند مسئولیت اجتماعی شرکت اثر منفی و تضعیف‌کننده بر رابطه معاملات اشخاص وابسته و عملکرد شرکت دارد.

کلیدواژه‌گان: معاملات اشخاص وابسته، ارزش بازار واحد تجاری، مسئولیت اجتماعی شرکت

مقدمه

یکی از دغدغه‌های اصلی واحدهای تجاری، رسوایی‌های مالی دهه‌های اخیر در رابطه با معاملات با اشخاص وابسته است که در بیشتر موارد از رویدادهای مالی پیچیده بین شرکت، کارگزار یا کارگزار واحد تجاری است. فعالان و مشارکت‌کنندگان در بازارهای مالی و سرمایه، عموماً تضادهای منفعتی بالفعل و بالقوه افشای معاملات با اشخاص وابسته را مطالعه می‌کنند [۲۲]. همچنین، یکی از موضوع‌های بسیار مهم در شرکت، شفافیت اطلاعات مالی است که باعث افزایش جلب اعتماد سرمایه‌گذاران می‌شود [۹، ۳۳]. هندروکاما و باروکاه [۲۵] معتقدند افشای اطلاعات شرکت در راستای کاهش عدم تقارن اطلاعاتی، تأمین نیازهای اطلاعاتی برای ذی‌نفعان و جلب اعتماد امری بسیار مهم تلقی می‌شود. بر همین اساس، مدیران همواره برای افشای داوطلبانه اطلاعات، انگیزه بالایی دارند.

معاملات با اشخاص وابسته از دو منظر تضاد منافع و فرضیه معامله کارآمد بررسی می‌شوند. از نظر دیدگاه تضاد منافع، دلیل اصلی برای انجام معاملات با اشخاص وابسته این است که بخشی از دارایی‌های واحد تجاری به سود اشخاص وابسته از حساب شرکت خارج شود و در همین راستا، مدیریت شرکت به دست‌کاری سود اقدام می‌کند؛ در حالی که فرضیه معامله کارآمد بیان‌کننده آن است که در بعضی از مواقع برای کسب مهارت‌ها و تجربه استثنایی اشخاص وابسته به شرکت یا جبران خدماتی که آنها برای شرکت انجام می‌دهند، معاملات با آنها صورت می‌گیرد [۳۱، ۱۵]. مطابق با دیدگاه نمایندگی، مدیریت شرکت برای انتقال ثروت واحد تجاری به نفع خود از معاملات اشخاص وابسته بهره می‌برد که

این کار باعث ضایع شدن منافع سهامداران اقلیت می‌شود. بیشتر پژوهش‌های صورت‌گرفته در این زمینه نشان‌دهنده این است که شرکت‌های با عملکرد ضعیف، معاملات با اشخاص وابسته زیادتری را انجام می‌دهند [۵]. همچنین، حسینی و همکاران [۴] معتقدند معاملات اشخاص وابسته، معاملات کارا هستند که هزینه‌های آن به دلیل دسترسی به برخی اطلاعات در مقایسه با دیگر معاملات کمتر است و همین موضوع موجب می‌شود این معاملات بر ارزش شرکت اثری مثبت داشته باشند. در برخی مطالعات، در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکت، مدیران به رفتارهای اخلاقی و اصول‌گرایانه می‌پردازند و تمایل آنها به رفتارهای فرصت‌طلبانه، کمتر است [۲۹، ۳۴]. با وجود این، کیم و همکاران [۲۹] معتقدند شرکت‌های دارای مسئولیت اجتماعی قوی‌تر، تمایل بیشتری به شفافیت اطلاعات و گزارش‌های مالی قابل اطمینان‌تری دارند و احتمال دستکاری سود در این شرکت‌ها کمتر است. براساس دیدگاه مخالف، شرکت‌ها برای پنهان کردن رفتارهای فرصت‌طلبانه و نادرست، به افشای اطلاعات داوطلبانه در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکت اقدام می‌کنند [۳۲]. مدیران از افشای داوطلبانه مسئولیت اجتماعی شرکت در راستای کاهش شرایط نااطمینان استفاده می‌کنند که این امر نیز به نوبه خود نیاز به نظارت بر فعالیت‌های مدیریت را کاهش می‌دهد و باعث کاهش هزینه‌های تأمین مالی و افزایش ارزش شرکت می‌شود؛ بنابراین، استدلال بر آن است که معاملات اشخاص وابسته بر کاهش عملکرد شرکت تأثیر بسزایی دارد و افشای اطلاعات داوطلبانه از جمله مسئولیت اجتماعی شرکت، ارتباط منفی معاملات اشخاص وابسته و ارزش شرکت را تشدید و تعدیل می‌کند. استدلال فوق براساس این دیدگاه بررسی می‌شود که افشای

اطلاعات مسئولیت اجتماعی شرکت باعث کاهش برخی نگرانی‌های اخلاقی با افزایش شفافیت اطلاعاتی در شرکت خواهد شد که این امر سازوکاری برای رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیران به‌شمار می‌آید؛ بنابراین، کاهش رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیران باعث کاهش معاملات اشخاص وابسته در شرکت‌ها می‌شود و عملکرد شرکت نیز از طریق عملکرد مدیریت که در راستای حفظ منافع سهامداران گام برداشته است، افزایش می‌یابد. بر اساس این، انتظار می‌رود معاملات اشخاص وابسته باعث کاهش عملکرد شرکت شود و افشای مسئولیت اجتماعی شرکت، تأثیر منفی این ارتباط را تشدید و تعدیل کند؛ با این حال، در بیشتر پژوهش‌های داخلی انجام‌شده به این موضوع توجه نشده است و با وجود اهمیت فزاینده اطلاعات مسئولیت اجتماعی برای سرمایه‌گذاران، شواهدی از نقش آن در ارزیابی‌های ارزش شرکت سرمایه‌گذاران به چشم نمی‌خورد و اندک شواهدی موجود است؛ مبنی بر اینکه آیا اطلاعات مسئولیت اجتماعی در میان واحدهای تجاری، با کاهش شرایط نااطمینان و عدم تقارن اطلاعاتی در بازار سهام توانسته است منافی برای سرمایه‌گذاران فراهم آورد؛ از این رو، پژوهش حاضر بر رابطه ناشناخته بین اطلاعات مسئولیت اجتماعی و معاملات با اشخاص وابسته و عملکرد شرکت در بازار سرمایه ایران تمرکز دارد.

مبانی نظری پژوهش

رسوایی‌های اخیر در ایالات متحده آمریکا از قبیل گروه شرکت‌های زنجیره‌ای آدلفیا و ریگا و گروه شرکت‌های کالینگر و کنراد بلک باعث شد اهمیت معاملات با اشخاص وابسته بیش‌ازپیش مطرح شود

[۲۴]. معاملات با اشخاص وابسته در کشور ما نیز شایان توجه ویژه قرار گرفته است؛ بدین صورت که در استاندارد حسابداری شماره ۱۲ ایران به موضوع افشای اطلاعات اشخاص وابسته پرداخته شده است. این استاندارد تصریح می‌کند روابط بین واحدهای تجاری اصلی و فرعی باید صرف‌نظر از انجام‌دادن یا ندادن معامله بین آنها افشا شوند. واحد تجاری باید نام واحد تجاری اصلی و در صورت متفاوت بودن، کنترل‌کننده نهایی را افشا کند. استاندارد حسابداری شماره ۱۸، صورت‌های مالی تلفیقی و حسابداری سرمایه‌گذاری در واحد تجاری فرعی است [۸].

تصاحب منابع شرکت از طریق معاملات با اشخاص وابسته در کشورهای توسعه‌یافته مرسوم است؛ اما در اقتصادهای نوظهور به دلیل نقص بازارهای خارجی و ضعف راهبری شرکتی، بیشتر مشاهده می‌شود [۶]. در بسیاری از موارد، معاملات با اشخاص وابسته اجتناب‌ناپذیر و سودمندند و در چرخه عملیات شرکت‌ها تکرار می‌شوند؛ بنابراین، یکی از نگرش‌های درباره معاملات با اشخاص وابسته این است که این معاملات می‌توانند به‌عنوان روشی برای تخصیص بهینه منابع داخلی کاهش هزینه‌های معاملاتی و بهبود بازده دارایی و ارزش شرکت در بین شرکت‌های یک گروه استفاده شوند. دیدگاهی دیگر بیان می‌کند این معاملات اگر به‌صورت فرصت‌طلبانه توسط مدیریت یا سهامداران عمده استفاده شوند، باعث ایجاد نتایج عملیات گمراه‌کننده و درنهایت، کاهش ثروت سهامداران اقلیت می‌شوند [۲۴]؛ بنابراین، اگرچه نمی‌توان گفت همه معاملات با اشخاص وابسته فرصت‌طلبانه نیستند، نگرش غالب این است که اینگونه معاملات از عوامل تأثیرگذار بر ریسک بوده‌اند و سرمایه‌گذاران

قبل از اتخاذ تصمیمات سرمایه‌گذاری، آن را مدنظر قرار می‌دهند. معاملات با اشخاص وابسته، با توجه به ماهیت آن می‌توانند بر سود حسابداری گزارش شده و مدیریت آن توسط مدیران شرکت تأثیرگذار باشند. سودی که مدیران شرکت دست‌کاری کنند، از محتوای اطلاعاتی اندکی برخوردار است و نمی‌تواند ارزش بازار سهام شرکت را تعیین کند؛ بنابراین، افشای اطلاعات اشخاص وابسته از دو جنبه فرصت طلبانه و دیدگاه کارآمد بررسی می‌شود [۲۳]. کوهلبک و مایه‌یو [۳۰] بر این باورند که معاملات اشخاص وابسته شامل معاملات شخصی بالقوه بین مدیران، صاحبان و سرمایه‌گذاران است. بسیاری از محققان معتقدند معاملات اشخاص وابسته براساس نظریه نمایندگی است که سرمایه‌گذاران، آنها را فرصت طلبانه می‌دانند [۲۷، ۱۵، ۳۱]. با توجه به اینکه افراد داخلی شرکت‌های بسیار متمرکز، مانند مدیران و صاحبان کنترل‌کننده شرکت، دسترسی بهتری به اطلاعات دارند، از موقعیت چانه‌زنی بهتری نسبت به افراد خارجی مانند سهامداران کنترل‌ناپذیر (اقلیت) و طلبکاران شرکت برخوردارند. با وجود این، محققان بر این باورند که معاملات با اشخاص وابسته برای شرکت، بسیار اثربخش است؛ زیرا به صرفه‌جویی در هزینه‌های معاملات و بهبود استفاده از منابع شرکت منجر می‌شود [۱۶]؛ بنابراین، معاملات با اشخاص وابسته لزوماً معاملات مبتنی بر اهداف فرصت طلبانه مدیران را نشان نمی‌دهند. همچنین، معاملات با اشخاص وابسته بیان‌کننده فعالیت‌های تجاری و عملیاتی شرکت‌اند [۳۵]. برخی مطالعات صورت گرفته در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکت حاکی از آن است که شرکت‌هایی با افشای بالای مسئولیت اجتماعی باعث افزایش تصمیمات عملیاتی

مدیران و رفتارهای فرصت طلبانه کمتر مدیران می‌شوند؛ به‌طور نمونه، کیم و همکاران [۲۹] و اسهولتنز و کانگ [۳۵] استدلال می‌کنند مسئولیت اجتماعی شرکت، رفتارهای فرصت طلبانه مدیران را در کوتاه‌مدت نیز کاهش می‌دهد؛ بنابراین، براساس نظریه اخلاقی، شرکت‌هایی که از نظر اجتماعی مسئولیت‌پذیرند، رفتار فرصت طلبانه کمتری داشته و ارزش شرکت نیز در این نوع شرکت‌ها نسبت به سایر شرکت‌های با مسئولیت اجتماعی پایین نیز بیشتر است [۱۳، ۲۱]. با توجه به اینکه فروش معاملات اشخاص وابسته باعث بهبود کارایی تخصیص منابع در شرکت می‌شود، قیمت‌های اعمال شده در معاملات فروش با اشخاص وابسته در مقایسه با قیمت‌های فروش متوسط صنعت ممکن است ناعادلانه باشد که این امر به سلب مالکیت منجر می‌شود؛ بنابراین، معاملات با اشخاص وابسته امکان جابه‌جایی درآمد بین شرکت‌ها، به‌ویژه از شرکت‌های ذکر شده به طرف قراردادهای مرتبط با آن را فراهم می‌کنند. چن و همکاران [۱۴] بر این باورند که معاملات با اشخاص وابسته با کاهش هزینه‌های معاملات باعث بهبود عملکرد عملیاتی شرکت و حداکثر کردن سود و در کوتاه‌مدت باعث افزایش ارزش شرکت می‌شوند؛ بنابراین، بر پایه استدلال‌های فوق، فرضیه‌های پژوهش به شرح زیرند:

فرضیه اول: بین افشای معاملات با اشخاص وابسته و عملکرد شرکت، رابطه معنی‌داری وجود دارد.

فرضیه دوم: مسئولیت اجتماعی شرکت، ارتباط بین معاملات با اشخاص وابسته و عملکرد شرکت را تعدیل می‌کند.

پیشینه تجربی پژوهش

درخصوص تأثیر مسئولیت اجتماعی بر ارتباط بین معاملات با اشخاص وابسته و ارزش شرکت‌ها، هندراتاما و باراکاه [۲۵] در شرکت‌های اندونزی نشان دادند معاملات با اشخاص وابسته باعث کاهش ارزش شرکت می‌شوند و افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر نگرانی‌های اخلاقی در ارتباط با رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیران را کاهش می‌دهند و اثر معاملات با اشخاص وابسته و ارزش شرکت را تضعیف می‌کنند. اله‌دب و همکاران [۱۲] دریافتند معاملات اشخاص وابسته باعث کاهش مدیریت سود می‌شوند و همچنین، سایر نتایج آنها نشان دادند ساختار مالکیت، ارتباط منفی بین معاملات اشخاص وابسته و مدیریت سود را تضعیف می‌کند. بر پایه نظریه نمایندگی، فولادی و فراهانی [۲۰] در پژوهشی متشکل از ۲۷۱ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار مالزی طی سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۱ دریافتند ارزش شرکت باعث افزایش معاملات با اشخاص وابسته می‌شود. همچنین، بر این باورند که واگرایی باعث تشدید ارتباط منفی بین معاملات اشخاص وابسته و ارزش شرکت می‌شود. در راستای پژوهش هندراتاما و باراکاه [۲۵]، دیراب و همکاران [۱۸] نشان دادند معاملات اشخاص وابسته بر ارزش شرکت در شرکت‌های مصری تأثیری ندارد.

برزگر و حقیقت [۱] در پژوهشی به بررسی اثر تعدیل‌کنندگی معاملات با اشخاص وابسته بر رابطه بین افشای هزینه تحقیق و توسعه و ارزش شرکت پرداختند. یافته‌های آنها نشان می‌دهند بین افشای هزینه تحقیق و توسعه و ارزش شرکت رابطه مثبت و نیز بین معاملات با اشخاص وابسته و ارزش شرکت رابطه منفی و معناداری وجود دارد. به‌علاوه، معاملات

با اشخاص وابسته، رابطه بین افشای هزینه تحقیق توسعه و ارزش شرکت را تضعیف می‌کند. همچنین، فرجی و همکاران [۷] در پژوهشی دیگر نشان دادند فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی، ارزش بازار سهام شرکت را افزایش می‌دهند؛ اما مدیریت سود نمی‌تواند بر رابطه مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش بازار سهام تأثیر بگذارد. با توجه به نقش مسئولیت اجتماعی بر متغیرهای مالی، برزگری خانقاه و همکاران [۲] به بررسی اثر تعاملی ریسک مالیاتی و مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت پرداختند و نتایج یافته‌ها حاکی از آن است که ریسک مالیاتی و مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت در هر چهار الگوی قیمت‌گذاری دارایی‌های سرمایه‌ای تأثیر معناداری دارد. همچنین، نتایج دربرگیرنده آن است که اثر تعاملی ریسک مالیاتی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و ارزش شرکت معنادار نیست. حساس یگانه و همکاران [۳] در پژوهشی با نام «ارتباط گزارشگری مسئولیت اجتماعی با ارزش شرکت» نشان دادند بین ارزش شرکت و گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین، نتیجه آزمون‌ها نشان می‌دهد در نظر گرفتن هم‌زمان اطلاعات مالی گزارش‌های سالانه و اطلاعات مسئولیت اجتماعی، نسبت به توجه صرف به اطلاعات مالی، به‌نحو بهتری تغییرات ارزش سهام را توضیح می‌دهد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها از نوع پژوهش‌های نیمه‌تجربی پس‌رویدادی در حوزه پژوهش‌های اثباتی حسابداری است. این پژوهش از نظر روش تحلیل داده‌ها در حیطه توصیفی و همبستگی است. داده‌های پژوهش،

کل درآمد فروش واحد تجاری به دست می‌آیند. درنهایت، براساس پژوهش الهلاله و همکاران [۱۹]، اگر نسبت به دست‌آمده بیش از ۱ درصد کل دارایی‌های شرکت را تشکیل دهد، عدد یک و در غیر این صورت، عدد صفر برای این متغیر در نظر گرفته شده است.

متغیر وابسته: عملکرد شرکت

براساس پژوهش هندراتاما و باراکاه [۲۵]، کیم و یو [۲۸] و برزگر و حقیقت [۱] برای سنجش عملکرد شرکت از معیار نرخ بازده دارایی‌ها استفاده شده است. علت انتخاب آن به‌عنوان معیار ارزش، افزایش قابلیت مقایسه نتایج حاضر با پژوهش‌های مشابه بوده است؛ بنابراین، در این پژوهش، عملکرد شرکت برابر با سود خالص تقسیم بر ارزش دفتری کل دارایی‌ها است.

متغیر تعدیل‌گر: مسئولیت اجتماعی

با استفاده از چک‌لیست مسئولیت اجتماعی و امتیاز شرکت در اجرای این عامل، در مرحله نخست، عوامل سنجش مسئولیت اجتماعی شرکت با استفاده از پژوهش‌های داخلی و خارجی استخراج شدند. در مرحله بعد، با استفاده از چک‌لیست نهایی و با تحلیل محتوا در گزارش‌های هیئت‌مدیره و نیز سایت شرکت‌ها، امتیاز مسئولیت اجتماعی به شرکت‌های نمونه تعلق گرفت (معیارهایی که شرکت رعایت کرده، عدد یک و معیارهایی که در گزارش‌ها بیان نکرده است، عدد صفر و در ادامه، امتیاز از مجموع اعداد تقسیم بر کل معیارها به دست آمد؛ این معیارها به شرح زیر ارائه شده‌اند:

ابتدا از نرم‌افزار رهاورد نوین و وبسایت سازمان بورس اوراق بهادار تهران و سایر منابع تهیه شدند، سپس با جمع‌بندی و محاسبات موردنیاز در صفحه گسترده نرم‌افزار اکسل تجزیه و تحلیل شدند. تجزیه و تحلیل نهایی نیز به کمک نرم‌افزار آماری ایویوز نسخه یازدهم انجام شد. جامعه آماری مطالعه شده در این پژوهش شامل کلیه شرکت‌های بورسی در بازار سرمایه ایران طی بازه زمانی ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۸ است. نمونه آماری پژوهش نیز شامل شرکت‌هایی است که کلیه ویژگی‌های زیر را داشته باشند:

- ۱- شرکت‌هایی که از انتهای سال ۱۳۹۲ تا ابتدای سال ۱۳۹۹ در عضویت بورس اوراق بهادار باشند.
 - ۲- سال مالی شرکت‌ها به دلیل قابلیت مقایسه، پایان اسفندماه باشد.
 - ۳- تغییر فعالیت یا تغییر سال مالی طی سال مذکور اتفاق نیفتاده باشد.
 - ۴- این شرکت‌ها در گروه واسطه‌گری مالی و سرمایه‌گذاری قرار نداشته باشند.
- درنهایت، تعداد ۱۳۸ شرکت به‌عنوان نمونه آماری بررسی شدند.

متغیرها و مدل رگرسیونی پژوهش

متغیر مستقل: معاملات اشخاص وابسته

برای محاسبه معاملات اشخاص وابسته از پژوهش‌های هندراتاما و باراکاه [۲۵] و کیم و یو [۲۸] استفاده شده است. معاملات اشخاص وابسته، در این پژوهش‌ها با تقسیم کل ارزش ریالی معاملات^۱ صورت‌گرفته با اشخاص وابسته بر جمع

^۱ ارزش ریالی معاملات اشخاص وابسته از طریق یادداشت‌های پیوست صورت‌های مالی که شرکت‌ها در وبسایت کدال و سازمان بورس اوراق بهادار تهران ارائه کرده‌اند، در بخش معاملات با

اشخاص وابسته، گردآوری شده و مطابق با ماده ۱۲۹ قانون تجارت و استانداردهای حسابداری شماره ۱۸، افشای ریالی معاملات الزامی است.

نگاره ۱. چک‌لیست مسئولیت اجتماعی

معیارها	مؤلفه‌ها
فرهنگی	حمایت از بهداشت عمومی، حمایت از آموزش و پرورش، فعالیت‌های خیریه، خدمات رفاهی، بهداشتی و آموزشی به کارکنان، فعالیت‌های مذهبی/فرهنگی، آموزش حفاظت از محیط‌زیست برای کارکنان، اطلاعات انتشار آلاینده هوا.
اجتماعی	حمایت از فعالیت‌های ورزشی، حمایت‌های تفریحی، فرهنگی و مذهبی، کمک‌های خیریه، تعهد به رسیدگی به امور کارکنان، تعهد به رسیدگی به امور ارباب‌رجوع، تعهد به افراد جامعه، سرمایه‌گذاری اجتماعی (بدین معنی که به جای کمک مالی مستقیم در امور خیریه، در پروژه‌های اجتماعی با تأثیرگذاری پایدار سرمایه‌گذاری می‌کند)، اقدامات قانونی، دعاوی قضاوتی.
زیست‌محیطی	کنترل آلودگی هوا، جلوگیری از خسارت زیست‌محیطی به‌ویژه آلودگی آب، بازیافت یا جلوگیری از ضایعات، حفظ منابع طبیعی، داشتن یک سیاست مشخص در زمینه زیست‌محیطی، جایزه در زمینه محیط‌زیست (ایزو ۱۴۰۰۰)، توسعه فضای سبز و محوطه‌سازی، حفظ و صرفه‌جویی در انرژی، سرمایه‌گذاری در پروژه‌های زیست‌محیطی، رعایت قوانین زیست‌محیطی، استفاده از منابع تجدیدپذیر، تحقیق و توسعه.
محصولات و خدمات	توسعه محصول، افزایش سهم بازار، کیفیت محصول/ISO، ایمنی و سلامت محصول، خدمات پس از فروش، سایر محصولات و خدمات.
کارکنان	روابط اتحادیه، اشتراک در سود نقدی، مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری، بهداشت و ایمنی محیط کار، مزایای بازنشستگی، مالکیت سهم کارکنان، سلامت اخلاقی محیط کارکنان، توجه به تعهد، تخصص و شایستگی، تعداد کارکنان (افزایش آمار اشتغال)، حقوق ماهانه یا پاداش نقدی و مزایا.
مشتریان	سلامتی مشتریان، رضایتمندی مشتریان، تدارک تسهیلات و خدمات به مشتریان، پاسخگویی به نیاز مشتریان.

منبع: مران جوری و علیخانی [۱۰]

یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی

پژوهش حدود ۶ شرکت بود؛ البته شرکت‌هایی که به‌طور متوسط این الزام را در شرکت خود رعایت کرده‌اند، کم نبودند و در حدود ۱۲ شرکت، امتیازی بین ۰/۳۴۸ الی ۰/۵۰۹ دریافت کرده‌اند. همچنین، میانگین معاملات با اشخاص وابسته نشان می‌دهد به‌طور میانگین ارزش کل معاملات سالیانه با اشخاص وابسته، ۴۲ درصد کل فروش است. میانگین نسبت بدهی نشان‌دهنده آن است که در حدود بیش از نیمی از دارایی‌های شرکت‌ها از محل بدهی تأمین شده است. اندازه شرکت یا لگاریتم طبیعی دارایی‌ها، به‌طور متوسط حدود ۱۴ است. میزان مشاهدات شرکت‌های نمونه، ۸۲۸ مشاهدات است.

نگاره (۲) بیان‌کننده برخی از شاخص‌های پراکندگی و مرکزی متغیرهای آزمون شده است. داده‌های این نگاره نشان می‌دهند حداکثر امتیاز مسئولیت اجتماعی شرکت‌های پژوهش ۰/۶۷۲ است که مربوط به یکی از شرکت‌های دارویی و یکی از شرکت‌های پتروشیمی است. متأسفانه حداقل امتیاز این متغیر، صفر است؛ بدین معنی که برخی از شرکت‌ها در گزارش‌های هیئت‌مدیره خود هیچ اشاره‌ای به رعایت الزامات مسئولیت اجتماعی نداشته‌اند و تعداد این شرکت‌ها در نمونه آماری

نگاره ۲. آمار توصیفی مربوط به متغیرهای پژوهش

متغیر	نماد متغیر	میانگین	میانه	حداقل	حداکثر	انحراف معیار
مسئولیت اجتماعی شرکت	CSR	۰/۱۹۵	۰/۱۹۸	۰/۰۰۰	۰/۶۷۲	۰/۳۷۲
عملکرد شرکت	F-Value	۰/۱۳۴	۰/۱۱۴	۰/۰۴۸	۰/۲۰۶	۰/۱۳۷
اندازه شرکت	SIZE	۱۴/۱۲۳	۱۳/۸۶۲	۱۰/۳۳۴	۱۹/۳۶۷	۰/۸۴۳
اهرم مالی	LEV	۰/۶۲۳	۰/۶۱۴	۰/۴۱۸	۱/۱۰۲	۰/۵۴۷
سن شرکت	AGE	۱۶/۰۰	۱۵/۰۰	۵/۰۰	۲۴/۰۰	۶/۸۷

جدول ۳، شاخص‌های درصد فراوانی و نما (مد) را برای متغیرهای دو وجهی ارائه می‌کند:

نگاره ۳. آمار توصیفی شاخص دوجوهی

متغیر	نماد متغیر	درصد فراوانی ۱	درصد فراوانی ۰	مد
معاملات با اشخاص وابسته	PRT	٪۲۳/۷	٪۷۶/۳	۰

همسانی واریانس‌ها) رد می‌شود؛ به همین دلیل، به جای مدل حداقل مربعات معمولی (OLS) باید از مدل حداقل مربعات تعمیم‌یافته (GLS) استفاده شود. این کار موجب تغییر شیوه محاسبه خطای استاندارد ضرایب می‌شود و به تبع آن، آماره تی استیودنت و سطوح معنی‌داری مربوط از بابت همسانی واریانس موجود، تصحیح می‌شوند.

با توجه به نگاره فوق، میزان معاملات با اشخاص وابسته بیشتر شرکت‌های نمونه، کمتر از ۱ درصد از کل دارایی‌های شرکت است.

آزمون ناهمسانی واریانس

در این پژوهش از آزمون آماری بروش پاگان برای کشف همسانی واریانس استفاده شده است. طبق نگاره (۴)، معنی‌داری آماره آزمون برای هر دو مدل نشان می‌دهد فرض صفر آزمون (مبتنی بر

نگاره ۴. نتایج آزمون همسانی واریانس بروش - پاگان

مدل اول	$FValue_{i,t+1} = \beta_0 + \beta_1 RPT_{i,t} + \beta_2 SIZE_{i,t} + \beta_3 LEV_{i,t} + \beta_4 AGE_{i,t} + \beta_5 GROWTH_{i,t} + Year\ fixed\ effect + Industry\ fixed\ effects + \varepsilon_i$		
آماره آزمون بروش - پاگان	آماره آزمون	سطح معناداری	نتیجه
- پاگان	۴/۵۳۶۱	۰/۰۰۱	ناهمسانی واریانس
مدل دوم	$FValue_{i,t+1} = \beta_0 + \beta_1 RPT_{i,t} + \beta_2 CSR_{i,t} + \beta_3 CSR * RPT_{i,t} + \beta_4 SIZE_{i,t} + \beta_5 LEV_{i,t} + \beta_6 AGE_{i,t} + \beta_7 GROWTH_{i,t} + Year\ fixed\ effect + Industry\ fixed\ effects + \varepsilon_i$		
آماره آزمون بروش - پاگان	آماره آزمون	سطح معناداری	نتیجه
- پاگان	۶/۶۵۷۹	۰/۰۰۰	ناهمسانی واریانس

آزمون جارک - برا برای نرمال بودن توزیع اجزای اخلال مدل استفاده شده است. با توجه به اینکه سطح معناداری این آزمون از ۰/۰۵ بیشتر است، فرض

نتایج آزمون فرضیه‌ها

قبل از برآورد مدل، لازم است مفروضات پنج فرض کلاسیک مدل رگرسیون بررسی شوند. از

هم‌خطی در مدل‌ها وجود ندارد. در نهایت، به منظور آزمون همبستگی بین اجزای خطای مدل از آماره دوربین - واتسن و آماره وولدریج استفاده شد که نتایج آن در نگاره (۷) ارائه شده‌اند. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش در نگاره (۷) نشان داده شده‌اند:

نرمال بودن توزیع اجزای اخلال مدل تأیید می‌شود. به منظور رفع مشکل احتمالی ناهمسانی واریانس نیز از روش آزمون بروش پاگان - گادفری استفاده شد. علاوه بر این، از عامل تورم واریانس برای آزمون هم‌خطی استفاده شده و با توجه به اینکه مقدار این آماره از عدد ۱۰ کمتر است، استدلال می‌شود مشکل

نگاره ۷. نتایج و یافته‌های آزمون فرضیه

مدل ۲ (فرضیه دوم)				مدل ۱ (فرضیه اول)				متغیرها
VIF	سطح معناداری	آماره t	ضریب	VIF	سطح معناداری	آماره t	ضریب	
---	۰/۰۰۰	۷/۲۲	۰/۰۸	---	۰/۰۰۸	-۲/۶۷	۰/۱۲	ضریب ثابت
۱/۲۶	۰/۰۰۸	-۲/۶۶	-۰/۰۴	۱/۲۴	۰/۰۰۰	-۳/۵۸	-۰/۰۶	معاملات با اشخاص وابسته
۱/۴۹	۰/۰۱۲	۲/۵۱	۰/۰۰۴	---	---	---	---	مسئولیت اجتماعی شرکت
۲/۶۳	۰/۰۰۰	۳/۷۵	۰/۱۰	---	---	---	---	اثر تعاملی مسئولیت اجتماعی و معاملات با اشخاص وابسته
۲/۸۳	۰/۰۰۰	۴/۵۲	۰/۱۳	۲/۸۳	۰/۰۰۰	۴/۹۳	۱/۳۸	اندازه شرکت
۲/۶۲	۰/۰۰۵	-۲/۸۳	-۰/۰۰۸	۲/۶۲	۰/۰۰۰	-۴/۴۳	-۰/۴۶	اهرم مالی
۱/۲۳	۰/۰۰۰	۶/۳۷	۰/۱۳	۱/۲۳	۰/۰۰۸	۲/۶۴	۰/۰۳	سن شرکت
۰/۲۴۷				۰/۲۵۰				R ²
۹/۴۸۰				۸/۰۸۰				آماره F
۰/۰۰۰۰				۰/۰۰۰۰				احتمال F
۱/۸۵۱				۱/۹۶۱				دوربین واتسن
۳/۱۲۳				۴/۳۵۲				آماره وولدریج
(۰/۰۸۴۶)				(۰/۰۴۳۱)				(سطح معناداری آماره وولدریج)
۹۸۷۱/۲۵				۳۸۰/۲۵۱				آماره والد تعدیل شده
(۰/۰۰۰۰)				(۰/۰۰۰۰)				(سطح معناداری آماره والد)

اساس این، فرضیه نخست پژوهش در سطح خطای ۰/۰۵ پذیرفته می‌شود.

نتیجه به دست آمده حاکی از آن است که معاملات با اشخاص وابسته باعث ایجاد هزینه برای اشخاص غیروابسته در معاملات شرکت و نیز رساندن منفعت به سهامداران و سایر کنترل‌کنندگان شرکت‌ها می‌شود؛ بنابراین، بیشتر معاملاتی که به شکل مستقیم به وسیله اعضای هیئت‌مدیره، سهامداران عمده و مدیریت شرکت انجام می‌شود، اثر منفی و معکوس بر ارزش

ملاحظه مقادیر آماره‌های F در این جدول نشان می‌دهد مدل رگرسیونی برازش شده در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار است. همچنین، مقدار آماره دوربین واتسن بیان‌کننده نبود مشکل خودهمبستگی است. آماره t در رابطه با معاملات با اشخاص وابسته در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار بوده و با توجه به اینکه ضریب برآوردی این متغیر منفی است، نشان‌دهنده ارتباط معکوس و غیرمستقیم بین اشخاص وابسته و ارزش بازار شرکت است. بر

بازار واحد تجاری دارد. هندراتاما و باراکاه [۲۵] بر این باورند که معاملات با اشخاص وابسته باعث کاهش عملکرد شرکت‌ها می‌شود. در همین راستا پژوهش دارابی و داوودخانی [۵] با نتیجه فرضیه نخست پژوهش همسو است. همچنین، با توجه به ضریب برآوردی و آماره t مربوط به متغیر تعدیل‌کننده مسئولیت اجتماعی شرکت بر ارتباط بین معاملات با اشخاص وابسته و عملکرد شرکت‌ها می‌توان اظهار داشت مسئولیت اجتماعی به‌عنوان سازوکاری علیه کاهش رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیران و منعکس‌کننده نگرانی‌های اخلاقی شرکت باعث تضعیف رابطه بین معاملات با اشخاص وابسته و عملکرد شرکت می‌شود و در بلندمدت اثر بیشتری بر فعالیت‌های شرکت و رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیران می‌گذارد.

نتیجه‌گیری

در شرکت‌هایی که معاملات با اشخاص وابسته وجود دارد، معمولاً ارزش سهام آنها کاهش می‌یابد. تدوین‌کنندگان استانداردهای حسابداری با وجود تأکیدی که بر شفافیت اطلاعات و افشای معاملات اشخاص وابسته دارند، هیچ‌گاه موضع مشخصی درباره زیان‌ده یا سودمند بودن این معاملات برای شرکت و سهامداران آن نداشته‌اند. مطابق با دیدگاه نمایندگی، مدیریت شرکت برای انتقال ثروت واحد تجاری به نفع خود از معاملات اشخاص وابسته بهره می‌برد؛ این کار باعث ضایع شدن منافع سهامداران اقلیت می‌شود. بیشتر پژوهش‌های صورت‌گرفته در این زمینه نشان‌دهنده این مطلب است که شرکت‌های با عملکرد ضعیف، معاملات با اشخاص وابسته زیادتری را انجام می‌دهند. علاوه بر این، مطالعات

انجام‌شده در زمینه واکنش بازار بیان‌کننده آن است که شرکت‌های با ارزش بازار کمتر، معاملات اشخاص وابسته بیشتری داشته‌اند. سازوکارهای نظارت شرکت، معاملات اشخاص وابسته را از تضاد منافع به معاملات کارآمد سوق می‌دهد. مؤسسه‌های حسابرسی دارای هیئت‌های ناظر، در رابطه با معاملات اشخاص وابسته، نقش و رفتار متعادل‌تری از خود بروز می‌دهند؛ به‌طور نمونه، هندراتاما و باراکاه [۲۵] بر این باورند که معاملات با اشخاص وابسته باعث کاهش عملکرد شرکت می‌شود و افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر نگرانی‌های اخلاقی در ارتباط با رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیران را کاهش می‌دهد و اثر معاملات با اشخاص وابسته و ارزش شرکت را تضعیف می‌کند؛ بنابراین، مسئله شفافیت اطلاعات مالی، موضوع بسیار مهم در زمینه مدیریت مالی در راستای افزایش اعتماد سهامداران برای شرکت است. افشای اطلاعات باعث کاهش عدم تقارن اطلاعات، تأمین نیازهای اطلاعاتی ذی‌نفعان و توسعه اعتماد بین سهامداران می‌شود که اهمیت ویژه‌ای دارد؛ بنابراین، افشای مسائل مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکت باعث کاهش نگرانی‌های اخلاقی و تمایل کمتر مدیران به رفتارهای فرصت‌طلبانه شده و شفافیت اطلاعاتی در این شرکت‌ها نیز بیشتر است؛ همچنین، گزارش‌های مالی مطمئن‌تری دارند و احتمال مدیریت سود کمتر است؛ بنابراین، شرکت‌هایی با افشای مسئولیت اجتماعی سعی بر افزایش عملکرد شرکت با کاهش معاملات با اشخاص وابسته دارند. در این راستا در جهت همسوبودن نتایج فرضیه‌ها به پژوهش‌های انجام‌شده در این زمینه اشاره می‌شود؛ به‌طور نمونه، برزگر و حقیقت [۱] معتقدند معاملات با اشخاص وابسته باعث کاهش عملکرد شرکت می‌شود. در همین

- قدک فروشان. (۱۳۹۹). بررسی اثر تعاملی ریسک مالیاتی و مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. *دانش حسابداری*، دوره یازدهم، شماره ۱، صص ۱۸۹-۱۵۹.
۳. حساس یگانه، یحیی، سهرابی، حسینعلی و محمد غواصی کناری. (۱۳۹۹). ارتباط گزارشگری مسئولیت اجتماعی با ارزش شرکت. *پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی*، دوره دوازدهم، شماره ۴۵، صص ۲۰-۱.
۴. حسینی، سیدعلی، اثنی‌عشری، حمیده و الهام لک. (۱۳۹۵). رابطه ساختار مالکیت پیچیده شرکت‌های تابعه با معاملات با اشخاص وابسته. *پژوهش‌های تجربی حسابداری*، دوره ششم، شماره ۲۱، صص ۶۲-۴۱.
۵. دارابی، رویا و محمود داوودخانی. (۱۳۹۴). تأثیر معاملات با اشخاص وابسته بر ارزش شرکت. *پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی*، سال هفتم، شماره ۲۸، صص ۱۳۱-۱۵۲.
۶. شعری، صابر و الهام حمیدی. (۱۳۹۲). کفایت افشای معاملات با اشخاص وابسته. *مطالعات تجربی حسابداری مالی*، سال یازدهم، شماره ۳۷، صص ۵۸-۳۹.
۷. فرجی، امید، جنتی دریاکناری، فاطمه، کفسان، منصوری و فاطمه یونسسی مطیع. (۱۳۹۹). مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش شرکت: نقش تعدیل‌گر مدیریت سود. *مدیریت سرمایه اجتماعی*، دوره هفتم، شماره ۱، صص ۵۸-۲۵.
۸. لطفعلی‌پور، محمدرضا، گلدی‌پور، سمیه و امید آریان. (۱۳۹۵). تأثیر معاملات با اشخاص وابسته بر مربوط بودن سود در تعیین ارزش بازار سهام

راستا، فرجی و همکاران [۷] بر این باورند که افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی عملکرد شرکت‌ها را افزایش می‌دهد. فولادی و فراهانی [۲۰] بر این استدلال‌اند که ارزش شرکت باعث افزایش معاملات با اشخاص وابسته می‌شود. به‌طور مشابه، پژوهش دیاب و همکاران [۱۸] تأییدی بر پژوهش فولادی و فراهانی [۲۰] است که معتقدند معاملات با اشخاص وابسته بر عملکرد شرکت تأثیر می‌گذارند. یکی از محدودیت‌های عمده پژوهش حاضر، افشانشدن اطلاعات کامل مسئولیت اجتماعی در برخی شرکت‌ها است که با توجه به اجباری‌نبودن افشای این اطلاعات از سازمان بورس اوراق بهادار باعث کاهش تعداد نمونه آماری نیز شد. در همین راستا، به سازمان بورس اوراق بهادار تهران نیز پیشنهاد می‌شود با وضع قوانین و مقررات و ارائه یک چارچوب برای افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی، شرکت‌ها را به افشای این نوع از اطلاعات ملزم کنند. همچنین، براساس سطح اهمیت اطلاعات افشای مسئولیت اجتماعی بر تصمیمات سرمایه‌گذاری پیشنهاد می‌شود سازمان بورس اوراق بهادار به رتبه‌بندی شرکت‌ها از نظر میزان افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی پردازد. در پایان، به پژوهشگران برای پژوهش‌های آتی نیز پیشنهاد می‌شود به تأثیر مسئولیت اجتماعی بر سایر متغیرهای مالی رفتاری از جمله احساسات و رفتار سرمایه‌گذاران در بازار سرمایه ایران پردازند.

منابع

۱. برزگر، قدرت اله و طوبی حقیقت. (۱۳۹۹). بررسی اثر تعدیل‌کنندگی معاملات با اشخاص وابسته بر رابطه بین افشای هزینه تحقیق و توسعه و ارزش شرکت. *پژوهش‌های تجربی حسابداری*، دوره دهم، شماره ۱، صص ۲۲۵-۲۰۳.
۲. برزگری خانقاه، جمال، عباسی، ابراهیم و مریم

- 343-386.
16. Chien, Chu-Yang, Hsu, Joseph C., 2010. The role of corporate governance in related party transactions. SSRN eLibrary. Accessed February 23, 2018. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1539808>.
 17. Dam, L. and Scholtens, B. (2012). "Does Ownership Type Matter for Corporate Social responsibility?" *Corporate Governance: An International Review*, 20 (3): 233-252.
 18. Diab, A.A., Aboud, A. and Hamdy, A. (2019), "The impact of related party transactions on firm value: Evidence from a developing country", *Journal of Financial Reporting and Accounting*, Vol. 17 No. 3, pp. 571-588
 19. El-Helaly, Moataz, D lowe, Alan & Georgiou, ifigenia. (2018). The Interplay between Related Party Transactions and Earnings Management: The role of Audit Quality. *Journal of International Accounting Auditing and Taxation*, DOI: 10.1016/j.intaccudtax. 2018.07.003
 20. Fooladi, M. and Farhadi, M. (2019), "Corporate governance and detrimental related party transactions: Evidence from Malaysia", *Asian Review of Accounting*, Vol. 27 No. 2, pp. 196-227.
 21. Gao, Feng, Lisic, Ling L, Zhang, Ivy. (2014). Commitment to social good and insider trading. *J. Account. Econ.* 57 (2-3), 149-175.
 22. Gordon, E., Henry, E., Palia, D., (2004). *Related Party Transactions: Associations with Corporate Governance and Firm Value*, Rutgers University
 23. Gordon, Elizabeth A., Henry, Elaine, Palia, Darius, 2004. Related party transactions and corporate governance. In: Hirschey, Mark, John, Kose, Makhija, Anil K. (Eds.), vol. 9. *Advances in Financial Economics*.
 - شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. *اقتصاد پولی، مالی، دوره بیست‌وسوم، شماره ۱۲، صص ۴۴-۱۹.*
 ۹. مران جوری، مهدی و رضیه علی‌خانی. (۱۳۹۳). افشای مسئولیت‌های اجتماعی و راهبری شرکتی. *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، دوره بیست‌ویکم، شماره ۳، صص ۳۴۸-۳۲۹.*
 ۱۰. معصومی، سیدرسول، صالح نژاد، سیدحسن و علی ذبیحی زرین کلایی. (۱۳۹۷). شناسایی متغیرهای مؤثر بر میزان گزارشگری پایداری شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. *دانش حسابرسی، سال هجدهم، شماره ۷۰، صص ۱۹۵-۲۲۱.*
 11. Albu, Oana B., Flyverbom, Mikkel, 2016. Organizational transparency: conceptualizations, conditions, and consequences. *Bus. Soc.* 28 (2), 268-297.
 12. Alhadab, M., Abdullatif, M. and Mansour, I. (2020), "Related party transactions and earnings management in Jordan: the role of ownership structure", *Journal of Financial Reporting and Accounting*, Vol. 18 No. 3, pp. 505-531.
 13. Be'nabou, Roland, Tirole, Jean, 2010. Individual and corporate social responsibility. *Economica* 77 (305), 1-19.
 14. Chen, Yenpao, Chen, Chien-Hsun, Chen, Weiju, 2009. The impact of related party transactions on the operational performance of listed companies in China. *J. Econ. Policy Reform* 12 (4), 285-297.
 15. Cheung, Yan-Leung, Rau, P.R., Stouraitis, Aris, 2006. Tunneling, propping, and expropriation: evidence from connected party transactions in Hong Kong. *J. Financ. Econ.* 82 (2),

- quality associated with corporate social responsibility? *Account. Rev.* 87 (3), 761–796.
30. Kohlbeck, Mark J., Mayhew, Brian W., 2017. Are related party transactions red flags? *Contemp. Account. Res.* 34 (2), 900–928.
31. Kohlbeck, Mark, Mayhew, Brian W., 2010. Valuation of firms that disclose related party transactions. *J. Account. Public Policy* 29 (2), 115–137.
32. Muttakin, Mohammad B., Khan, Arifur, Azim, Mohammad I., 2015. Corporate social responsibility disclosures and earnings quality. *Manag. Audit. J.* 30 (3), 277–298.
33. Schnackenberg, Andrew K., Tomlinson, Edward C., 2016. Organizational Transparency: A new perspective on managing trust in organization-stakeholder relationships. *J. Manage.* 42 (7), 1784–1810
34. Scholtens, Bert, Kang, Feng-Ching, 2013. Corporate social responsibility and earnings management: evidence from Asian economies. *Corp. Soc. Responsib. Environ. Manag.* 20 (2), 95–112.
35. Wong, Raymond M., Kim, Jeong-Bon, Lo, Agnes W., 2015. Are related-party sales value-adding or value-destroying? Evidence from China. *J. Int. Financ. Manage. Account.* 26 (1), 1–38.
- Emerald Group Publishing Limited, pp. 1–27 .
24. Gray, R. H. Javad, M. Power, D. M. & Sinclair, C. D. (2010). Social and environmental disclosure and corporate characteristics: A research note and extension. *Journal of Business Finance and Accounting*, 28 (3-4): 327–356
25. Hendratama, T.D., Barokah, Z. (2020). Related party transactions and firm value: The moderating role of corporate social responsibility reporting. *China Journal of Accounting Research*, <https://doi.org/10.1016/j.cjar.2020.04.002>
26. Haniffa, R. M. & Cooke, T. E. (2005). The impact of culture and governance on corporate social reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*, 24 (5): 391–430.
27. Jian, Ming, Wong, T.J., 2004. Earnings Management and tunneling through related party transactions: evidence from Chinese corporate groups. In: Annual Conference Paper, Proceedings of American Accounting Association. Accessed January 10, 2018. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=424888.
28. Kim, S. and Yoo, J. (2017). Does R&D Expenditure with Heavy Related Party Transactions Harm Firm Value? *Journal of Sustainability*, Published: 12 July 2017
29. Kim, Yongtae, Park, Myung Seok, Wier, Benson, 2012. Is earnings