Archive of SID

Journal of Empirical Research In Accounting

Alzahra University, Faculty of Social Sciences and Economics
Empirical Research In Accounting, Winter 2021, V. 11, No. 42, pp.55-76

Social Responsibility, Corporate Governance and Lack of Financial Reporting Transparency In Tehran Stock Exchange[1]

Parisa Sadat Behbahaninia[2], Narges Asgari[3]

Received: 2021/04/02
Approved: 2021/10/02

Research Paper

Abstract

Transparency helps create market confidence and supports economic sustainability. The concept of social responsibility is quite close to the concept of sustainable development. The consequence of the sustainable development approach is special attention to the concept of disclosure and reporting of corporate social responsibility. The growing interest in disclosing corporate accountability reflects an increasing demand for transparency. Therefore, social responsibility and corporate governance are expected to play an effective role in reducing opacity in Financial Reporting. This study examines the moderating effect of corporate governance quality on the relation between corporate social responsibility and opacity in financial reporting. The sample consists of 114 firms listed in Tehran Stock Exchange during the years 2014 to 2019. Results show that social responsibility reduces the opacity in financial reporting and corporate governance reduces the severity of this negative relation.

Keyword: Opacity in Financial Reporting, Corporate Social Responsibility, Corporate Governance Quality.

JEL Classification: M40, M14

---

1. DOI: 10.22051/JERA.2021.35376.2823
2. Department of Accounting. Faculty of Social Sciences and Economics, Alzahra University, Tehran, Iran. . (Corresponding Author). (P.behbahaninia@alzahra.ac.ir).
3. Department of Accounting, Faculty of Social Sciences and Economics, Alzahra University, Tehran, Iran. (narges.asgari.71@gmail.com).
https://jera.alzahra.ac.ir

www.SID.ir

Archive of SID

فصلنامه پژوهش‌های تجربی حسابداری «نشریه علمی»

دانشگاه الزهرا (س)، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی

پژوهش‌های تجربی حسابداری، سال دوازدهم، شماره ۴۲، زمستان ۱۴۰۰، صص ۵۵-۷۶

مسئولیت‌پذیری اجتماعی، حاکمیت شرکتی و عدم شفافیت گزارشگری مالی در بورس اوراق بهادار تهران[۱]

پریسا سادات بهبهانی نیا[۲]، نرگس عسگری[۳]

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۱/۱۳
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۷/۱۰

چکیده

شفافیت علاوه بر ایجاد اعتماد در بازار پایداری اقتصادی را نیز پشتیبانی می نماید. مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها نزدیک به مفهوم توسعه پاینده است و پیامد رویکرد توسعه پاینده، توجه خاص به مفهوم افشاء و گزارشگری مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها است. ظهور و افزایش علاقه به افشاء مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، منعکس‌کننده افزایش تقاضا برای شفافیت است. انتظار می‌رود که گزارشگری مسئولیت‌پذیری اجتماعی و حاکمیت شرکتی نقش مؤثری در کاهش عدم شفافیت اطلاعات داشته باشند. هدف این پژوهش بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عدم شفافیت در گزارشگری مالی با نقش تعدیلی کیفیت حاکمیت شرکتی است. نتایج آزمون فرضیات با نمونه‌ای متشکل از ۱۱۴ شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۳ الی ۱۳۹۸ نشان داد مسئولیت‌پذیری اجتماعی سبب کاهش عدم شفافیت شده و حاکمیت شرکتی از شدت این رابطه منفی می کاهد.

واژه های کلیدی: عدم شفافیت ،کیفیت حاکمیت شرکتی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی.

طبقه بندی موضوعی: M14،M40

---

۱. DOI: 10.22051/JERA.2021.35376.2823

۲. استادیار، گروه حسابداری، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهرا (س)، تهران، ایران، (نویسنده مسئول)، (P.behbahaninia@alzahra.ac.ir)

۳. کارشناسی ارشد، گروه حسابداری، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهرا (س)، تهران، ایران. (narges.asgari.71@gmail.com)

https://jera.alzahra.ac.ir

www.SID.ir

Archive of SID

مقدمه

عدم شفافیت اطلاعات مالی به عنوان ممانعت عمدی از دسترسی به اطلاعات، ارائه نادرست اطلاعات یا ناتوانی بازار در کسب اطمینان از کفایت مربوط بودن و کیفیت اطلاعات تعریف شده است (هسیو[1]،۲۰۰۶) پس از رسوایی‌های اوایل هزاره سوم و بروز بحران‌های مالی در بورس‌های جهان، موضوع شفافیت اطلاعات در فرآیند گزارشگری مالی موردتوجه گسترده قرار گرفته است.

نیر و همکاران [2](۲۰۱۹) اذعان داشتند که افشاگری‌ها باعث شفافیت مالی و بهبود کیفیت اطلاعات در دسترس سرمایه‌گذاران خواهد شد و افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی به عنوان نماینده‌ای از افشای اطلاعات مالی و غیرمالی شرکت‌ها، منجر به بهبود شفافیت مالی در طول دوره حیات شرکت می‌شود. در ارتباط با مشارکت در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی دیدگاه‌های متضادی وجود دارد. درحالی‌که برخی از محققین معتقدند مشارکت در مسئولیت‌پذیری اجتماعی منجر به تحقق شفافیت بالاتر و مزایای حاصل از آن، بهبود عملکرد مالی در شرکت‌های بزرگ، افزایش ارزش‌افزوده ، کاهش ریسک مالی و عدم تقارن اطلاعاتی و کاهش هزینه‌های سرمایه می‌شود(بوسلاح و همکاران[3]، ۲۰۱۳)، برخی دیگر چنین استدلال دارند که فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی منجر به درگیری میان ذینفعان مختلف می‌شود(کروگر[4]، ۲۰۱۵). این امر بدان دلیل است که ایجاد هزینه‌های غیرضروری منجر به کاهش منابع مالی شرکت شده و ایجاد زیان‌های رقابتی بیشتری برای شرکت محتمل خواهد شد(بنلملیح و بیتار[5]، ۲۰۱۸). رابطه فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی و شفافیت از موضوعات مورد توجه در پژوهش‌های جاری است(نیر و همکاران،۲۰۱۹؛ بورتی و همکاران[6]،۲۰۲۰؛ پالاسیوس و همکاران[7]،۲۰۱۹).

موضوع قابل توجه این است که مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی رابطه میان گزارشگری مسئولیت‌پذیری اجتماعی و شفافیت را به طور قابل‌توجهی تعدیل می‌کند. نظام حاکمیت شرکتی مطلوب بر شفافیت، افشای اطلاعات و حذف اطلاعات درونی تأکید داشته و در جهت عدم

1. Hsiu
2. Nair, Muttakin, Khan, Subramaniam & Somanath
3. Bouslah
4. Kru¨ger
5. Benlemlih & Bitar
6. Buertey
7. Mercedes Palacios

www.SID.ir

Archive of SID

تمرکز قدرت و حل مشکلات ناشی از تفکیک مدیریت از مالکیت و رعایت صرفه و صلاح سهامداران و ذینفعان تلاش می‌نماید(بورتی و همکاران ،۲۰۲۰).

هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه میان مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عدم‌شفافیت در گزارشگری مالی و بررسی اثر تعدیلی سازوکارهای حاکمیت شرکتی بر این رابطه است. در پژوهش‌های پیشین صرفاً ارتباط میان مسئولیت‌پذیری اجتماعی و شفافیت مورد توجه قرار گرفته است. توجه به اثر تعدیلی سازوکارهای حاکمیت شرکتی و معرفی آن به عنوان راهبرد تعدیل‌کننده اثر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر شفافیت از نوآوری‌های پژوهش حاضر است.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

یکی از ویژگی‌های بازار کارا شفافیت اطلاعاتی است و در شرایط نبود شفافیت کامل در گزارشگری مالی، برای مدیران این فرصت فراهم می‌شود تا جهت حفظ شغل و اعتبار حرفه‌ای خود، اطلاعات منفی را محرمانه نگه دارند. اگرچه زمانی که توده اطلاعات منفی در شرکت به اوج خود رسد، نگهداری آن برای مدت‌زمان طولانی غیرممکن و پرهزینه خواهد شد، بنابراین، با ورود یک‌باره توده اطلاعات منفی به بازار، سقوط قیمت سهام در بازار رخ خواهد داد(هاتن و همکاران[1]، ۲۰۰۹). این در حالی‌ست که با افزایش فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی در شرکت‌ها، احتمال ریسک سقوط قیمت سهام کاهش خواهد یافت(لی[2]،۲۰۱۶). در واقع مسئولیت شرکت‌ها صرفاً شامل مسائل تجاری،کسب‌وکار و ابعاد اقتصادی نمی‌شود، بلکه امور اجتماعی و زیست‌محیطی را به‌قصد حداقل رساندن یا حذف هرگونه آثار مضر بر جامعه و به حداکثر رساندن منافع به مردم و جامعه دربرمی‌گیرد(کاستاو منیچینی[3]، ۲۰۱۳). امروزه جامعه از شرکت‌ها انتظار دارد که پاسخگوی مسئولیت‌های خود در قبال ذینفعانشان و جامعه باشند(سرواس و تامایو[4]، ۲۰۱۳). گزارشگری مسئولیت‌پذیری اجتماعی باعث ایجاد شفافیت می‌شود. یافته‌ها نشان می‌دهد که شرکت‌هایی که تمایل به گزارشگری مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارند به جای اینکه سود کوتاه‌مدت ذینفعان را به حداکثر برسانند به تقویت روابط بلندمدت خود با آن‌ها می‌پردازند(پالاسیوس و همکاران ،۲۰۱۹). یکی از عواملی که به عدم شفافیت

1. Hutton, Marcus & Tehranian
2. Lee
3. Costa, R & Menichini
4. Servaes& Tamayo

www.SID.ir

Archive of SID

اطلاعات مالی منجر می‌شود، مدیریت یا دست‌کاری سود است(دیچاو و همکاران[1]، ۱۹۹۵). پژوهشگران متعددی، ازجمله هاتن و همکاران (۲۰۰۹)، دیچاو و همکاران (۲۰۰۵)،کازنیک (۱۹۹۹) و حساس یگانه و همکاران(۱۳۹۷) از مدیریت سود به عنوان معیار عدم‌شفافیت اطلاعات مالی استفاده نموده‌اند.

فراهم نمودن سود باکیفیت ارتباط تنگاتنگی با فعالیت‌های گزارشگری مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارد که علت اصلی آن تأمین نیازهای ذینفعان است. بر این اساس گزارشگری مسئولیت‌پذیری اجتماعی، دارای اثر منفی بر مدیریت سود می‌باشد. مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت باعث افزایش شهرت و کاهش هزینه سرمایه شرکت خواهد شد، درحالی‌که مدیریت سود باعث کاهش شهرت و افزایش هزینه سرمایه می‌شود(مارتینز و همکاران[2]،۲۰۱۶). سوء شهرت شرکت و در نتیجه کاهش توان رقابتی و افزایش هزینه سرمایه، تبعات منفی برای مدیران به همراه دارد. این تبعات و پیامدهای منفی سبب می‌شود، مدیران دیگر تمایلی به دست‌کاری سود و فعالیت‌های نامناسب اجتماعی و زیست‌محیطی نداشته باشند. زیرا بر این امر واقفند که شهرت شرکت به خطر خواهد افتاد. مسئولیت‌پذیری اجتماعی منجر به کاهش مدیریت سود، افزایش شفافیت اطلاعاتی و قابلیت اطمینان در میان سرمایه‌گذاران خواهد شد(مارتینز و همکاران،۲۰۱۶). شرکت‌های با مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالا، اطلاعات بیشتری در مورد فعالیت‌های مالی و غیرمالی خود نسبت به شرکت‌های با مسئولیت‌پذیری اجتماعی پایین افشا می‌کنند. ازاین‌رو، شرکت‌های مذکور احتمالاً یک تصویر مثبت در ذهن سرمایه‌گذاران، سهامداران و سایر ذینفعان ایجاد می‌کنند. بر این اساس اطلاعات ارائه‌شده در قالب مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌تواند جایگزین اطلاعات صرفاً مالی شود(دالیوال و همکاران[3]، ۲۰۱۱). شرکت‌هایی که دارای رتبه بالاتری از عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی هستند، اطلاعات مالی شفاف‌تری را به سرمایه‌گذاران ارائه خواهند داد(کیم و همکاران[4]، ۲۰۱۶) .بوزولان و همکاران[5] (۲۰۱۵) در یک مطالعه بین‌المللی از ۲۴ کشور، دریافتند که فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی به عنوان محدودیتی برای استفاده از مدیریت واقعی سود است. از سوی دیگر با توجه به نتایج پژوهش‌هایی که حاکی از تحمل زیان‌های محتمل برای شرکت‌هایی

1. Dechow, Sloan & Sweeney
2. Martínez-Ferrero, Banerjee & García-Sánchez
3. Dhaliwal, Li, Tsang & Yang
4. Kim, J, Wang, Z, & Zhang,
5. Bozzolan, Fabrizi, Mallin & Michelon

www.SID.ir

Archive of SID

است که درگیر فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شدند(بنلملیح و بیتار، ۲۰۱۸)، هدف این پژوهش بررسی اثر مشارکت در فعالیت‌های مسئولیت‌اجتماعی بر کاهش عدم‌شفافیت و معرفی منافع مشارکت در این مسئولیت‌ها از این مسیر است. براساس موارد مطرح شده فرضیه اول پژوهش به شرح زیر تدوین شده است:

فرضیه اول: بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عدم‌شفافیت در گزارشگری مالی رابطه معنادار وجود دارد.

حاکمیت شرکتی نیز نقش قدرتمندی در ماهیت و نحوه ارائه گزارشگری مالی دارد و بدین‌وسیله بر عملکرد شرکت تأثیر می‌گذارد(عالم و عالیشاه[1]، ۲۰۱۳). حاکمیت شرکتی یک مفهوم چندبعدی است که پاسخگویی، شفافیت، مسئولیت‌پذیری و رعایت انصاف و حقوق ذینفعان ازجمله مفاهیم بنیادی نظام حاکمیت شرکتی هستند(مشایخی و سیدی، ۱۳۹۴). یافته‌های اندریکات و همکاران [2](۲۰۲۰) نشان می‌دهد اندازه هیئت‌مدیره، استقلال هیئت‌مدیره و نسبت اعضای غیرموظف تا اندازه‌ای به یکدیگر وابسته هستند و مشترکاً مسئولیت‌پذیری اجتماعی را از طریق عضویت اعضای هیئت‌مدیره در کمیته مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها تحت تأثیر قرار می‌دهند. ویژگی‌های هیئت‌مدیره از اجزای اصلی ساختار حاکمیت شرکتی هستند و به طورکلی به عنوان یکی از مکانیسم‌های مؤثر در کاهش عدم‌شفافیت می‌باشد. این سازوکارهای مؤثر بر مدیریت سود در داخل یا بیرون از شرکت وجود دارند. در ارتباط با سازوکار بیرونی مطالعات نشان داده که یک محیط انضباطی می‌تواند اثر قوی‌تری در کاهش عدم‌شفافیت و مدیریت سود داشته باشد. در کشورهایی که سهامداران دارای حمایت‌های قانونی هستند درجه استفاده از مدیریت سود بسیار پایین می‌باشد(اندریکات و همکاران، ۲۰۲۰). حاکمیت شرکتی مناسب و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت می‌تواند به عنوان یک استراتژی در جهت افزایش ارزش شرکت با ایجاد تصویر مناسب از دید سهامداران، به شرکت در مواجهه با چالش‌ها و خطرات کمک نماید. تأثیر مکانیسم‌های حاکمیت شرکتی بر عملکرد شرکت ممکن است مستقیم نباشد، ولی به نظر می‌رسد که این ارتباط از طریق تعدیل‌گری سطوح شفافیت در شرکت اثر گذار باشد(موختارودین و همکاران[3]، ۲۰۱۹). در تعریف حاکمیت شرکتی از دیدگاه

1. Alam & Shah
2. Endrikat, De Villiers, Guenther & Guenther
3. Mukhtaruddin, Ubaidillah, Dewi, K., Hakiki & Nopriyanto

www.SID.ir

Archive of SID

محدود، شرکت‌ها صرفاً در پی افزایش ثروت سهامداران بوده و پاسخگویی خود را محدود به سهامداران می‌دانند و توجهی به حقوق سایر ذینفعان نخواهند داشت. لیکن در دیدگاه گسترده بر اساس نظریه ذینفعان، شرکت‌ها بسیار بزرگ شده‌اند و تأثیر آن‌ها بر جامعه، آن‌چنان عمیق است که باید برای ایفای مسئولیت خود به غیر از سهامداران ، به بخش‌های بسیار بیشتری از جامعه توجه کرده و پاسخگو باشند. بر این اساس بر اساس دیدگاهی که در تبیین راهبردهای حاکمیت شرکتی غالب باشد، اثر این راهبر می‌تواند سبب افزایش یا کاهش مشارکت در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شود(محرانی و سویوارنو[1]،۲۰۱۸).

بر این اساس با توجه به اثر سازوکارهای حاکمیت شرکتی بر شفافیت و مشارکت در فعالیت-های مسئولیت اجتماعی، فرضیه دوم پژوهش به شرح زیر بیان می‌شود:

فرضیه دوم: کیفیت حاکمیت شرکتی بر رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عدم‌شفافیت در گزارشگری مالی، اثر معنادار دارد.

پیشینه پژوهش

بورتی و همکاران(۲۰۲۰) به بررسی رابطه میان گزارشگری مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و مدیریت سود با توجه به نقش تعدیلی حاکمیت شرکتی پرداختند. طبق نتایج به‌دست‌آمده بین مدیریت سود و گزارشگری مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین دریافت شد که اندازه هیئت‌مدیره و مالکیت نهادی رابطه میان گزارشگری مسئولیت‌پذیری اجتماعی و مدیریت سود را به طور قابل توجهی تعدیل می‌کند. اندریکات و همکاران(۲۰۲۰) در پژوهشی به بررسی رابطه میان ویژگی‌های هیئت‌مدیره و گزارشگری مسئولیت‌پذیری اجتماعی پرداختند. آن‌ها دریافتند که اعضای هیئت‌مدیره از طریق نظارت بر مدیریت و تأمین منابع، بر استراتژی شرکت و امر تصمیم‌گیری تأثیر می‌گذارند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که اندازه هیئت‌مدیره، استقلال هیئت‌مدیره و نسبت اعضای غیرموظف تا اندازه‌ای به یکدیگر وابسته هستند و مشترکاً مسئولیت‌پذیری اجتماعی را از طریق عضویت اعضای هیئت‌مدیره در کمیته مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها تحت تأثیر قرار می‌دهند. علاوه بر این عوامل نهادی در سطح کشور به عنوان تعدیل‌کننده عمل می‌کنند. الشبیلی و

1. Mahrani, M., & Soewarno

www.SID.ir

Archive of SID

همکاران [1](۲۰۱۹) به بررسی میزان ارتباط ساختارهای حاکمیت شرکتی و انواع مالکیت مرتبط با افشای گزارشگری مسئولیت‌پذیری اجتماعی در کشورهای درحال‌توسعه با نمونه‌ای متشکل از شرکت‌های نفت و گاز لیبی پرداختند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که اگرچه افشای گزارشگری مسئولیت‌پذیری اجتماعی در کشور لیبی و در مقایسه با کشورهای غربی پایین است، لیکن عوامل مالکیت تأثیر مثبت قابل‌توجهی بر سطح افشای گزارشگری مالی دارند. همچنین شواهد پشتیبان حاکی از آن است که فشارهای اعمال‌شده توسط دولت و ذینفعان خارجی تأثیر بسزایی بر ارتقای فعالیت‌های مربوط به افشای گزارشگری مسئولیت‌پذیری اجتماعی به ویژه به عنوان یک مکانیسم قانونی در این شرکت‌ها بوده است. شهید اله و همکاران [2](۲۰۱۹) رابطه بین حاکمیت شرکتی و میزان افشای گزارشگری مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، در شرکت‌های بیمه بررسی نمودند. آن‌ها دریافتند که استقلال هیئت‌مدیره و نسبت اعضای غیرموظف با میزان افشای گزارشگری مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارای رابطه مثبت می‌باشد، لیکن مالکیت نهادی با میزان افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارای ارتباط منفی می‌باشد. شواهد نشان می‌دهد که برخی از مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی در افشای گزارشگری مسئولیت‌پذیری اجتماعی در صنعت بیمه بسیار تعیین‌کننده هستند. موختارودین و همکاران(۲۰۱۹) تأثیر حاکمیت شرکتی خوب و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها بر ارزش شرکت و عملکرد مالی شرکت بررسی نمودند. آنها دریافتند که حاکمیت شرکتی خوب تأثیر مثبت بر ارزش شرکت دارد. در این بین، عملکرد مالی به عنوان متغیر تعدیل‌کننده رابطه بین حاکمیت شرکتی خوب و مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر ارزش شرکت را به طور قابل‌توجهی تقویت می‌نماید. نیر و همکاران(۲۰۱۹) رابطه میان افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و شفافیت مالی در میان شرکت‌های هندی بررسی نمودند. یافته‌ها نشان داد که افشای اطلاعات باعث شفافیت مالی و بهبود کیفیت اطلاعات در دسترس سرمایه‌گذاران خواهد شد. افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت منجر به بهبود شفافیت مالی در طول دوره حیات شرکت می‌شود. از سویی، حاکمیت شرکتی مناسب، ارتباط بین افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و شفافیت مالی را تقویت می‌کند. محرانی و سویوارنو (۲۰۱۸) تأثیر مستقیم سازوکار حاکمیت شرکتی خوب و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها بر عملکرد مالی و همچنین

1. Alshbili, Elamer & Beddewela
2. Ullah, Muttakin & Khan

www.SID.ir

Archive of SID

مدیریت سود(به عنوان یک متغیر واسطه) تحلیل نمودند. نتایج نشان داد که سازوکار حاکمیتی شرکتی خوب و مسئولیت‌پذیری اجتماعی آنان تأثیر مثبتی بر عملکرد مالی دارد. همچنین نتایج نشان داد که مدیریت سود به‌تنهایی منجر به کاهش عملکرد مالی خواهد شد اما سازوکار حاکمیت شرکتی خوب با کاهش اثرات مدیریت سود منجر به تأثیرپذیری کمتر عملکرد مالی شرکت از مدیریت سود خواهد شد. یوایگور[۱](۲۰۱۷) به بررسی رابطه میان قابلیت‌های مدیران و عدم‌شفافیت در گزارشگری مالی با توجه نقش حاکمیت شرکتی پرداختند. یافته‌ها نشان داد، مدیران ارشد با سطح قابلیت کم، با انگیزه افشا نشدن عملکرد نسبتاً ضعیفشان از شفافیت در ارائه گزارش‌های مالی جلوگیری کرده و همچنین به دلیل فقدان حاکمیت قوی شرکتی، این رویه ادامه پیدا خواهد کرد. اما از سویی دیگر، حاکمیت شرکتی قوی برای حفظ منافع کلیه ذینفعان سبب جذب و حفظ مدیران بااستعداد در راستای سلامت مالی و گزارشگری شرکت می‌شود.

گروسی و همکاران(۱۳۹۹) در پژوهشی ارتباط سطح افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش بازار شرکت را بررسی نمودند. آنها دریافتند که افشای فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی مورد توجه ذینفعان قرار می‌گیرد و آن‌ها تمایل دارند بیشتر به سمت خرید سهام شرکت‌هایی سوق پیدا نمایند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی بیشتری دارند. ملکیان و همکاران(۱۳۹۸) تأثیر ویژگی‌های هیئت‌مدیره شرکت بر میزان گزارشگری زیست‌محیطی، اجتماعی و راهبری شرکتی مورد بررسی قراردادند . یافته‌ها نشان داد که هرچه میزان مالکیت اعضای هیئت‌مدیره کمتر بوده، میزان افشای زیست محیطی،اجتماعی و راهبری در شرکت‌ها افزایش یافته است. بر اساس تفسیر نویسندگان علت آن می‌تواند این امر باشد که هرچه میزان مالکیت مدیران افزایش یابد، ممکن است مدیران جهت حفظ منافع خود،کمتر به پرداخت هزینه در راستای انجام فعالیت‌های زیست‌محیطی، اجتماعی و راهبری شرکت تمایل داشته باشند. حاجیها و شاکری(۱۳۹۸)، به بررسی رابطه میان حاکمیت شرکتی، افشای مسئولیت‌اجتماعی و ارزش شرکت پرداختند. نتایج نشان داد، معیار نخست حاکمیت شرکتی در آن پژوهش یعنی تمرکز مالکیت، بر مسئولیت‌اجتماعی تأثیری ندارد ولی معیار دوم حاکمیت شرکتی یعنی درصد سهام در اختیار سهامداران عمده بر مسئولیت‌اجتماعی تأثیر دارد. به عبارتی بر خلاف مبانی نظری در ایران وجود مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی افشای مسئولیت‌اجتماعی را بالاتر نبرده است.

۱. Uygur

www.SID.ir

Archive of SID

گرچه حضور سهامداران عمده که معمولاً دارای بینش حرفه‌ای و بلندمدت تری نسبت به سهامداران خرد هستند سطح افشا را بهبود داده است و با آن رابطه داشته است.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از لحاظ طبقه‌بندی پژوهش بر مبنای هدف، از نوع پژوهش‌های کاربردی و از لحاظ طبقه‌بندی برحسب روش، از نوع پژوهش‌های توصیفی است. در این پژوهش با توجه به این‌که داده‌ها از محیطی که بدون دخالت مستقیم پژوهشگر رخ‌داده است به وجود آمده، از یک طرح پس از رخداد یا شبه‌تجربی استفاده شده است بنابراین از بین پژوهش‌های توصیفی از نوع پس رویدادی می‌باشد. به طور جزئی‌تر این پژوهش جزء پژوهش‌های همبستگی به شمار رود زیرا هدف آن بررسی روابط بین متغیرها بر اساس هدف می‌باشد.

جامعه آماری در این پژوهش شامل کلیه شرکت‌هایی است که بین سال‌های ۱۳۹۳ الی ۱۳۹۸ در بورس اوراق بهادار تهران حضور است که با شرایط زیر محدود شده‌اند:

۱- جزء بانک‌ها و مؤسسات مالی(شرکت‌های سرمایه‌گذاری، واسطه‌گری مالی، شرکت‌های هلدینگ و لیزینگ‌ها) نباشند.۲- برای افزایش قابلیت مقایسه، سال مالی شرکت‌ها منتهی به پایان اسفندماه هرسال باشد.۳ - تا پایان سال مالی ۱۳۹۰ در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته شده باشند(توضیح اینکه به منظور اندازه‌گیری متغیر عدم‌شفافیت در گزارشگری مالی به اطلاعات سه سال قبل از دوره زمانی پژوهش نیاز است و شرکت‌ها می‌بایست تا پایان سال مالی ۱۳۹۰ در بورس اوراق بهادار پذیرفته‌شده باشند). ۴- در دوره زمانی موردنظر تغییر سال مالی نداده باشند.۵- دارای وقفه معاملاتی بیش از سه ماه نباشد(به دلیل استفاده از شاخص ارزش بازار به دفتری حقوق صاحبان سهام به عنوان متغیر کنترل).

با در نظر گرفتن شرایط مذکور و بررسی‌های انجام‌شده، تعداد ۶۸۴ مشاهده(۱۱۴ شرکت) برای دوره زمانی ۱۳۹۳ الی ۱۳۹۸ حائز شرایط بوده و به‌عنوان جامعه آماری انتخاب‌شده‌اند.

مدل‌های آزمون فرضیه‌های پژوهش و تعریف متغیرها

مدل مربوط به فرضیه اول به پیروی از پژوهش نیر و همکاران(۲۰۱۹) به شرح زیر می باشد :

$$Opaque_{it} = \beta_0+\beta_1 CSR_{it}+\beta_2 BIG1+\beta_3 SIZE_{it}+\beta_4 MTB_{it}+\beta_5 LEV_{it}+\beta_6 Age_{it}+\varepsilon_{it}$$

مدل مربوط به فرضیه دوم به پیروی از پژوهش نیر و همکاران(۲۰۱۹) به شرح زیر می‌باشد :

$$Opaque_{it} = \beta0+\beta1\ CSR_{it}+\beta2 CGQ_{it}+\beta3\ CSR_{it} \times CGQ_{it}+\beta4\ BIG1+\beta5 SIZE_{it}+\beta6 MTB_{it}+\beta7 LEV_{it}+\beta8\ Age_{it}$$

www.SID.ir

Archive of SID

opaque : عدم‌شفافیت در گزارشگری مالی، CSR: مسئولیت‌پذیری اجتماعی، CGQ: کیفیت حاکمیت شرکتی، BIG1:رتبه حسابرس ، SIZE: اندازه شرکت، MTB: نسبت رشد شرکت، LEV :اهرم مالی، Age :عمر شرکت و ε: خطای الگو(مقدار باقی‌مانده).

متغیر وابسته: در این پژوهش، متغیر وابسته بکار گرفته‌شده عدم‌شفافیت درگزارشگری مالی است. برای محاسبه عدم‌شفافیت، معیارهایی همچون سود تهاجمی، هموارسازی سود و گزارشگری جسورانه وجود دارد لیکن در این پژوهش مشابه پژوهش هاتن و همکاران(۲۰۰۹) و کوسنیدیس و همکاران[۱] (۲۰۱۴) از معیار مدیریت سود استفاده می‌شود. دیچاو و همکاران(۲۰۰۲) اعتقاد داشتند که مدیران عموماً یک تا سه سال قبل از کشف مدیریت سود، سود را دست‌کاری می کنند. ازاین‌رو، برای دست‌کاری مدیریت سود عمدتاً از اقلام تعهدی اختیاری استفاده می کنند. در پژوهش حاضر برای اندازه‌گیری اقلام تعهدی اختیاری از مدل کوتاری[۲] (۲۰۰۵) به شرح زیر استفاده شده است.

$$\frac{ACC}{TA_{t-1}} = \alpha_0\left(\frac{1}{TA_{t-1}}\right) + \alpha_1\left(\frac{\Delta R_{it} - \Delta AR_{it}}{TA_{t-1}}\right) + \alpha_2\frac{PPE_{it}}{TA_{t-1}} + \alpha_3 ROA_{it-1} + \varepsilon_{it}$$

ACC: کل اقلام تعهدی(تفاوت بین سود عملیاتی و جریان وجه نقد عملیاتی) ، TA: جمع دارایی‌ها، ΔR:تغییرات در درآمد، ΔAR: تغییرات در حساب‌های دریافتنی، PPE:دارایی‌های ثابت مشهود، ROA: نرخ بازده دارایی‌ها، ε :باقیمانده مدل که نشان‌دهنده اقلام تعهدی اختیاری است.پس از محاسبه اقلام تعهدی اختیاری، میزان مدیریت سود به عنوان معیار عدم‌شفافیت اطلاعات مالی از طریق رابطه زیر اندازه‌گیری خواهد شد.

$$OPA = Abs(DACC_{t-1}) + Abs(DACC_{t-2}) + Abs(DACC_{t-3})$$

OPA معیار عدم شفافیت در اطلاعات مالی، Abs: نماد قدر مطلق.

رابطه مذکور به این معنی است که معیار عدم‌شفافیت در گزارشگری مالی از طریق مجموع قدر مطلق اقلام تعهدی اختیاری طی سه سال گذشته به دست می‌آید.

متغیر مستقل: در این پژوهش، متغیر شامل مسئولیت‌پذیری اجتماعی است. با توجه به پژوهش‌های مرتبط داخلی صورت پذیرفته و سازگاری چک لیست کردستانی و همکاران(۱۳۹۷) با شرایط ایران که از روایی و پایایی مناسبی برخوردار است، چک‌لیست نهایی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها به شرح نگاره(۱) مورد استفاده قرار گرفت.

۱. Kousenidis, Ladas & Negakis
۲. kothari

www.SID.ir

Archive of SID

نگاره(۱). ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها(کردستانی و همکاران،۱۳۹۷)

ابعاد	شاخص
زیست-محیطی	آلودگی هوا؛ بازیافت یا جلوگیری از ضایعات؛ حفظ منابع طبیعی؛ دریافت جایزه در زمینه‌محیط‌زیست؛ رعایت قوانین و مقررات زیست‌محیطی؛ سایر موارد.
محصولات و خدمات	کیفیت، ایمنی و سلامت محصول؛ توسعه محصول /سهم بازار؛ خدمات پس از فروش؛ توقف تولید؛ سایر موارد.
منابع انسانی	اطلاعات کلی در مورد نیروی کار(نظیر توزیع سنی کارکنان، توزیع جنسی کارکنان، سطح تحصیلات)؛ برنامه آموزش و توسعهٔ کارکنان؛ حقوق، مزایا و پاداش کارکنان؛ امکانات ورزشی و رفاهی کارکنان؛ روحیه و ارتباطات کارکنان؛ محیط کار کارکنان(ایمنی، سلامت، بهداشت)؛ بازنشستگی و مزایای پایان خدمت کارکنان؛ سایر موارد.
مشتریان	پاسخگویی به نیاز مشتریان؛ شکایت/ رضایت‌مندی مشتریان؛ سلامت مشتریان؛ سایر موارد.
اجتماعی	رعایت و تبعیت از قوانین و مقررات مربوط به بعد اجتماعی؛ سرمایه‌گذاری اجتماعی(سلامتی و بهداشت و ...)؛ هدایا و خدمات خیریه و نیکوکاری(نهادهای مدنی)؛ حامیان مالی برای فعالیت‌های اجتماعی(ورزش و...)؛ سایر موارد.
فرهنگی-اعتقادی	سرمایه‌گذاری فرهنگی - اعتقادی(آموزش و ...)؛ حامیان مالی فعالیت‌های فرهنگی- اعتقادی؛ فساد، رشوه‌خواری، پول‌شویی؛ سایر موارد.
انرژی	حفظ و صرفه‌جویی در انرژی؛ توسعه و اکتشاف منابع جدید؛ استفاده از منابع جدید؛ سایر موارد.

سپس برای سنجش رتبهٔ مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها از روش تحلیل محتوای به شکل زیر استفاده شده است:

نمره گزارشگری مسئولیت‌پذیری اجتماعی : تعداد اقلام افشا شده / کل موارد افشا

در این رویکرد اگر یک قلم از افشای اقلام مسئولیت‌پذیری اجتماعی انجام شده باشد، امتیاز ۱ و اگر افشا نشده باشد امتیاز صفر تعلق خواهد گرفت. بنابراین در پژوهش حاضر، در صورتی که هر کدام از شاخص‌های مطرح‌شده در نگاره(۱) در گزارش‌های فعالیت هیئت‌مدیره شرکت‌ها، افشا شده باشند به آن شاخص عدد یک و درصورتی‌که افشا نشده باشد به آن عدد صفر تعلق می‌گیرد؛ سپس برای هر شرکت تعداد اقلام(شاخص‌ها) افشاشده به تعداد کل اقلام(شاخص‌ها) قابل افشا، بیان‌کننده درصد افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها است(کردستانی و همکاران،۱۳۹۷).

متغیر تعدیلی: برای ارزیابی جامع از کیفیت حاکمیت شرکتی، ابتدا کیفیت حاکمیت شرکتی برای هر مشاهده(سال-شرکت) به وسیله هر یک از معیارهای زیر محاسبه می‌شود. در مرحله بعد

www.SID.ir

Archive of SID

به هر یک از مشاهدات به‌دست‌آمده با توجه به نوع رابطه‌ای که با کیفیت حاکمیت شرکتی دارند؛ مقدار ۰ یا ۱ اختصاص داده می‌شود. در مرحله بعد به هر یک از مشاهدات به‌دست‌آمده با توجه به نوع رابطه‌ای که با کیفیت حاکمیت شرکتی دارند؛ مقدار ۰ یا ۱ اختصاص داده می‌شود. سپس، از جمع امتیازهای حاصله(۰ تا ۵)، معیار استفاده‌شده در این پژوهش برای اندازه‌گیری کیفیت حاکمیت شرکتی به‌دست خواهد آمد.

الف. نسبت اعضای غیرموظف هیئت‌مدیره: به منظور اندازه‌گیری این متغیر، ابتدا تعداد اعضای غیرموظف هیئت‌مدیره از گزارش‌های هیئت‌مدیره برای کلیه شرکت‌های موردبررسی جمع‌آوری و سپس به‌کل تعداد اعضای هیئت‌مدیره تقسیم شده تا درصد اعضای غیرموظف محاسبه شود. سپس میانگین کل این متغیر برای هرسال محاسبه می‌گردد. برای شرکت‌هایی که دارای درصد اعضای غیرموظف بالاتری نسبت به میانگین جامعه باشند، ارزش یک و برای بقیه ارزش صفر داده می‌شود(فغانی و همکاران، ۱۳۹۸).

ب. دوگانگی نقش مدیرعامل: یک متغیر مصنوعی است که اگر مدیرعامل، رئیس هیئت‌مدیره هم باشد برابر با صفر و در غیر این صورت برابر یک است. این شاخص از گزارش هیئت‌مدیره شرکت‌ها به دست می‌آید(فغانی و همکاران، ۱۳۹۸). علی رغم ممنوعیت دوگانگی نقش مدیر عامل در دستورالعمل حاکمیت شرکتی لازم الاجرا برای شرکت‌های بورسی و فرابورسی، همچنان شرکت‌هایی که این الزام را رعایت نکنند وجود دارند. بر این اساس این شاخص به عنوان یکی از شاخص‌های سنجش کیفیت حاکمیت شرکتی مورد توجه قرار گرفت.

پ. مالکیت نهادی: سهامداران نهادی حجم چشمگیری از سهام شرکت‌ها را در تملک خود دارند و طیف وسیعی همچون بانک‌ها و بیمه‌ها، هلدینگ‌ها و شرکت‌های سرمایه‌گذاری و صندوق‌های بازنشستگی، سازمان‌ها و نهادهای عمومی و دولتی را دربرمی‌گیرند. در این پژوهش، به شرکت‌هایی که مجموع سهام دراختیار سهامداران نهادی آن‌ها بالای ۵۰ ٪ باشد ارزش یک و برای مابقی ارزش صفر لحاظ شد.

ت. درصد سهام شناورآزاد: در این پژوهش، برای شرکت‌هایی که میزان سهام شناور آن‌ها کوچک‌تر از میانه کل نمونه در هرسال بوده باشد، ارزش یک و برای بقیه ارزش صفر در نظر گرفته می‌شود(فغانی و همکاران، ۱۳۹۸).

www.SID.ir

Archive of SID

ث. اندازه هیئت‌مدیره: مجموع اعضای هیئت‌مدیره اگر بیشتر از هفت باشند امتیاز یک، در غیر این صورت صفر در نظر گرفته شده است(علی نژاد ساروکلائی و همکاران، ۱۳۹۴).

متغیرهای کنترلی: به منظور کنترل سایر متغیرهایی که به نحوی در تجزیه‌وتحلیل مسئله پژوهش مؤثرند، متغیرهای کنترلی لازم به شرح نگاره زیر تعیین شدند.

الف)اندازه شرکت: این متغیر از طریق لگاریتم طبیعی ارزش بازار سهام شرکت محاسبه می‌شود. می‌توان انتظار داشت که شرکت‌های بزرگ‌تر جهت جلب‌توجه سرمایه‌گذاران و به دنبال آن جذب سرمایه بیشتر تلاش می‌کنند تا عدم شفافیت خود را کاهش دهند(گش و مون[1] ۲۰۱۰، کوتاری و همکاران ۲۰۰۹، لی و وانگ[2] ۲۰۱۷، نیر و همکاران، ۲۰۱۹).

ب) اهرم مالی: از طریق نسبت مجموع بدهی‌ها به‌کل دارایی‌ها محاسبه می‌شود. بدهی بیشتر می‌تواند به دلیل حضور ذینفعان(طلبکاران) موجب نظارت بیشتر و در پی آن به کاهش عدم‌شفافیت منجر شود(کوتاری و همکاران ۲۰۰۵، بوباکری و همکاران۲۰۱۴[3]، نیر و همکاران، ۲۰۱۹).

ج) عمر شرکت: از طریق لگاریتم طبیعی تعداد سال‌هایی که شرکت بهره‌برداری و افتتاح شده است محاسبه می‌شود. می‌توان انتظار داشت که شرکت‌های قدیمی‌تر با توجه به مدت تصدی خود به عنوان دلیلی بر مقبولیت توسط جامعه، جهت انجام هر چه‌بهتر وظایف خود نسبت به جامعه تلاش کنند و یک رابطه منفی بین میزان عمر شرکت و عدم‌شفافیت اطلاعات پیش‌بینی‌شده است(لندسمن و همکاران۲۰۰۹، نیر و همکاران، ۲۰۱۹).

د) رتبه حسابرس: پیش بینی می‌شود هر چه حسابرس شرکت، شهرت و توان بالاتری داشته باشد عدم‌شفافیت صاحبکار کاهش یابد. در این پژوهش مؤسسات حسابرسی طبقه اول معتمد سازمان بورس و اوراق بهادار به عنوان موسسات با رتبه بالا در نظر گرفته شده است. اگر موسسه حسابرسی از موسسات حسابرسی رتبه اول باشد به این متغیر مجازی عدد یک و در غیر این صورت عدد صفر تعلق می‌گیرد(نیر و همکاران، ۲۰۱۹).

هـ) نسبت رشد: از طریق نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام محاسبه می‌شود. می‌توان انتظار داشت به هر اندازه که ارزش بازار شرکت بالاتر باشد، مورد توجه فعالان بازار قرار خواهد گرفت. انتظار بر این است نظارت بیرونی، منجر به ارائه گزارشگری شفاف خواهد شد(بردبری و همکاران ۲۰۰۶، کوتاری و همکاران ۲۰۰۵، نیر و همکاران، ۲۰۱۹).

1. Ghosh, A. and Moon
2. Lee & Wang
3. Boubaker S, Mansali H, Rjiba

www.SID.ir

Archive of SID

نتایج آمار توصیفی

متغیر وابسته این پژوهش عدم‌شفافیت می‌باشد که از طریق مجموع قدر مطلق اقلام تعهدی اختیاری طی سه سال گذشته به دست می‌آید و بیانگر انحرافی است که مدیران از آن جهت دست‌کاری سود گزارش استفاده نموده اند. طبق نگاره(۲) به طور میانگین ۲۷/۴ درصد مشاهده‌های مورد بررسی دارای عدم‌شفافیت هستند. در نتیجه مجموع مشاهدات از لحاظ عدم استفاده از مکانیسم‌های مدیریت سود در سطح مناسبی قرار دارند. متغیر مستقل این پژوهش مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌باشد که میانگین این متغیر در مشاهدات موردنظر ۴۴ درصد می‌باشد. متغیر تعدیلی این پژوهش کیفیت حاکمیت شرکتی می‌باشد که طبق نگاره فوق، میانگین امتیازات کیفیت حاکمیت شرکتی مشاهدات موردبررسی ۳/۷ می‌باشد.

همچنین، میانگین اهرم مالی با نمایش ۰/۵۹۸ بازگوکننده آن است که شرکت‌های مورد مطالعه در سال‌های مختلف بیشتر تأمین مالی خود را از طریق بدهی انجام داده‌اند و به طور میانگین اغلب ذینفعان آنان بستانکاران هستند. سرانجام میانگین لگاریتم طبیعی عمر شرکت‌ها(۳/۵۰۹) نشان‌دهنده آن است که متوسط عمر مشاهدات۳۳ سال می‌باشد.

نگاره(۲). خلاصه نتایج آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیرها	میانگین	میانه	انحراف معیار	بیشینه	کمینه
عدم‌شفافیت گزارشگری	۰/۲۷۴	۰/۲۳۶	۰/۱۶۷	۱/۱۲۹	۰/۰۳۱
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۰/۴۴۰	۰/۴۲۹	۰/۱۸۹	۰/۸۵۷	۰/۱۴۳
کیفیت حاکمیت شرکتی	۳/۷۵۱	۴/۰۰۰	۰/۶۳۲	۵/۰۰۰	۲/۰۰۰
اندازه شرکت	۲۸/۶۷۳	۲۸/۳۳۱	۲/۰۹۵	۳۳/۷۵۶	۲۴/۸۳۹
اهرم مالی	۰/۵۹۸	۰/۵۹۸	۰/۱۸۳	۱/۳۴۳	۰/۱۰۸
نسبت رشد	۴/۶۶۷	۲/۵۴۳	۶/۲۶۱	۳۹/۴۴۱	-۱۶/۶۷۸
عمر شرکت	۳/۵۰۹	۳/۴۶۶	۰/۴۲۶	۴/۲۰۵	۲/۷۰۸

نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

برای آزمون فرضیه‌های پژوهش، از آزمون لوین، لین و چوی جهت بررسی پایایی متغیرها استفاده شد با توجه به اینکه سطح معناداری کلیه متغیرها در آزمون ریشه واحد کوچک‌تر از ۰/۰۵ بود، درنتیجه تمامی

www.SID.ir

Archive of SID

متغیرهای پژوهش از پایایی مناسب برخوردار بودند. سپس آزمون همبستگی متغیرهای پژوهش، جهت بررسی رابطه همبستگی بین متغیرهای پژوهش مورد آزمون قرار گرفت. برای بررسی هم خطی میان متغیرها با استفاده از آزمون عامل تورم واریانس(VIF)، شدت همخطی چندگانه در تحلیل رگرسیون ارزیابی گردید. با توجه به اینکه آماره آزمون مذکور کوچک‌تر از ۱۰ بود، همخطی میان متغیرها وجود نداشته است. در بررسی نرمال بودن متغیرهای پژوهش با استفاده از آزمون کولموگروف اسمیرنف، احتمال آماره برخی متغیرها کمتر از ۰/۰۵ بود که می‌توان چنین بیان نمود زمانی که تعداد مشاهدات کافی باشند، نرمال نبودن برخی از متغیرها خللی در ادامه تحلیل‌های مربوطه ایجاد نخواهد کرد و با استفاده از قانون حد مرکزی(نزدیک بودن میزان میانگین و میانه متغیرها در جدول آمار توصیفی) می‌توان فرض بر نرمال بودن متغیرها دانست(رنجبران،۱۳۹۵). از آزمون F لیمر و هاسمن جهت تعیین روش تخمین داده ها استفاده گردید. با توجه به اینکه احتمال F لیمر کلیه مدل‌های پژوهش کمتر از ۵ درصد بود، بنابراین برای تخمین کلیه مدل‌ها از روش تابلویی و با توجه به اینکه احتمال آزمون هاسمن کلیه مدل‌های پژوهش کمتر از ۵ درصد بود، بنابراین برای تخمین کلیه مدل‌ها از الگوی اثرات ثابت بهره گرفته شد.در نهایت از آزمون بروش- پاگان گادفری جهت بررسی ناهمسانی واریانس متغیرهای پژوهش استفاده شد که نتایج آن بیانگر عدم ناهمسانی واریانس برای متغیرهای پژوهش بوده است، زیرا احتمال آماره بیشتر از ۵درصد است. نتایج آزمون فرضیه اول در نگاره ۳نشان داده شده است.

نگاره ۳ : نتایج آزمون فرضیه اول

$$Opaque_{it} = \beta_0+\beta_1 CSR_{it}+\beta_2 BIG1+\beta_3 SIZE_{it}+\beta_4 MTB_{it}+\beta_5 LEV_{it}+\beta_6 Age_{it}+\varepsilon_{it}$$

متغیر	نماد	ضرایب	خطای استاندارد	آماره t	سطح معناداری
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	CSR	-۰/۱۱۳	۰/۰۴۰	-۲/۸۳۴	۰/۰۰۴
رتبه موسسه حسابرسی	Big1	-۰/۰۱۸	۰/۰۱۹	-۰/۹۵۴	۰/۳۴۰
اندازه شرکت	Size	۰/۰۱۲	۰/۰۰۴	۲/۶۵۳	۰/۰۰۸
نسبت رشد	Mtb	۰/۰۰۲	۰/۰۰۱	۰/۷۹۹	۰/۴۲۴
اهرم مالی	Lev	۰/۰۰۴	۰/۰۳۷	۰/۱۲۷	۰/۸۹۷
عمر شرکت	Age	۰/۰۳۸	۰/۰۱۸	۲/۱۱۷	۰/۰۳۴
مقدار ثابت	C	-۰/۱۷۳	۰/۱۶۴	-۱/۰۵۵	۰/۲۹۱
ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	آماره دوربین واتسون		آماره F	سطح معناداری
۰/۲۶۹	۰/۲۵۲	۱/۷۷۶		۴/۱۴۹	۰/۰۰۰

www.SID.ir

Archive of SID

با توجه به نگاره(۳) مقدار آماره F در سطح کلیه شرکت‌ها برابر با ۴/۱۴۹ با سطح معناداری ۰/۰۰۰ است و مدل در سطح ۹۹ درصد معنادار است. افزون‌براین، با توجه به مقدار آماره دوربین واتسون که برابر با ۱/۷۷۶ است که مابین ۱/۵ تا ۲/۵ می‌باشد، وجود خودهمبستگی در اجزای اخلال رگرسیون رد می‌شود. مقدار ضریب تعیین تعدیل‌شده برابر با ۰/۲۵۲ است. بنابراین، با توجه به این مقدار می‌توان ۲۵/۲ درصد از تغییرات متغیر وابسته(عدم شفافیت درگزارشگری مالی) را به‌وسیله متغیرهای مستقل(مسئولیت‌پذیری اجتماعی) و کنترلی(اندازه شرکت، اهرم مالی، رتبه موسسه حسابرسی، نسبت رشد و عمر شرکت) پیش‌بینی نمود. همچنین، سطح معناداری مربوط به متغیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی نشان¬دهنده آن است که بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عدم شفافیت در گزارشگری مالی رابطه منفی و معناداری وجود دارد، به عبارتی، با توجه به ضرایب مدل، به هر اندازه که مسئولیت‌پذیری اجتماعی افزایش یابد؛ انتظار می‌رود عدم شفافیت در گزارشگری مالی در شرکت‌ها کاسته شود. همچنین، مشاهده می‌شود میان اندازه و عمر شرکت با عدم شفافیت در گزارشگری مالی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به بیانی، به هراندازه که شرکت‌ها بزرگ‌تر و باتجربه باشند؛ امکان بهره‌گیری از موارد مرتبط با عدم شفافیت در گزارشگری مالی را بیشتر دارند. با معناداری میان متغیرهای مذکور با عدم شفافیت در گزارشگری مالی وجود ندارد.

نگاره ٤: نتایج آزمون فرضیه دوم

Opaque it = β0+β1 CSR it+β2CGQ it+β3 CSR it × CGQ it+β4 BIG1+β5SIZE it+β6MTB it+β7LEV it + β8 Age it					
متغیر	**نماد**	**ضرایب**	**خطای استاندارد**	**آماره t**	**سطح معناداری**
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	Csr	-۰/۳۵۲	۰/۱۲۷	-۲/۷۶۷	۰/۰۰۵
کیفیت حاکمیت شرکتی	Cgq	-۰/۰۴۶	۰/۰۲۰	-۲/۲۹۳	۰/۰۲۲
مسئولیت‌پذیری اجتماعی × کیفیت حاکمیت شرکتی	Csr*Cgq	-۰/۰۹۰	۰/۰۳۶	-۲/۴۵۴	۰/۰۱۴
رتبه موسسه حسابرسی	Big1	۰/۰۰۹	۰/۰۲۳	۰/۳۹۳	۰/۶۹۴
اندازه شرکت	Size	۰/۰۲۶	۰/۰۰۶	۳/۹۵۹	۰/۰۰۰
نسبت رشد	Mtb	-۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	-۰/۴۰۷	۰/۶۸۳
اهرم مالی	Lev	۰/۰۲۱	۰/۰۵۴	۰/۴۰۵	۰/۶۸۵
عمر شرکت	Age	۰/۰۳۹	۰/۰۴۰	۰/۹۷۰	۰/۳۳۲
مقدار ثابت	C	-۰/۵۳۶	۰/۲۵۳	-۲/۱۱۹	۰/۰۳۴
ضریب تعیین	**ضریب تعیین تعدیل شده**	**آماره دوربین واتسون**		**آماره F**	**سطح معناداری**
۰/۴۲۵	۰/۴۱۲	۱/۶۵۰		۳۶/۶۳۰	۰/۰۰۰

www.SID.ir

Archive of SID

با توجه به نگاره ۴ مقدار آماره F در سطح کلیه شرکت‌ها، که برابر با ۳۶/ ۶۳۰ و سطح معناداری ۰,۰۰۰۱است. الگو در سطح ۹۹ درصد معنادار است. افزون¬براین، با توجه به مقدار آماره دوربین واتسون که برابر با ۱/۶۵۰ است، و مابین ۱,۵تا ۲,۵ می‌باشد وجود خودهمبستگی در اجزای اخلال رگرسیون رد می‌شود. مقدار ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰/۴۱۲ است. بنابراین، با توجه به این مقدار می‌توان ۴۱/۲ درصد از تغییرات متغیر وابسته (عدم شفافیت در گزارشگری مالی) را به‌وسیله متغیرهای مستقل (مسئولیت‌پذیری اجتماعی)، تعدیلی (کیفیت حاکمیت شرکتی) و کنترلی (اندازه شرکت، اهرم مالی، رتبه موسسه حسابرسی، نسبت رشد و عمر شرکت) پیش¬بینی کرد. درنتیجه، طبق نگاره ۴، سطح معناداری مربوط به متغیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی نشان‌دهنده آن است که بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عدم شفافیت در گزارشگری مالی رابطه منفی و معناداری وجود دارد (در سطح اطمینان ۹۹ درصد). همچنین مشاهده می‌شود که میان کیفیت حاکمیت شرکتی و عدم شفافیت در گزارشگری مالی رابطه منفی و معناداری نیز وجود دارد (در سطح اطمینان ۹۵ درصد).از سویی، طبق نگاره شماره ۴ مشاهده می‌شود که با ورود متغیر تعدیلی کیفیت حاکمیت شرکتی، رابطه معنادار بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عدم شفافیت در گزارشگری مالی حفظ شده است. لیکن با ورود متغیر تعدیلی کیفیت حاکمیت شرکتی میزان ارتباط منفی بین مسئولیت پذیری اجتماعی و عدم شفافیت در گزارشگری مالی کاهش یافته است.همچنین، مشاهده می‌شود میان اندازه شرکت با عدم شفافیت در گزارشگری مالی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به بیانی، به هراندازه که شرکت‌ها بزرگ‌تر باشند؛ امکان بهره‌گیری از موارد مرتبط با عدم شفافیت در گزارشگری مالی را بیشتر دارند

نتیجه‌گیری

با توجه به مطالب یادشده مربوط به عدم شفافیت در گزارشگری مالی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و حاکمیت شرکتی، پژوهش حاضر به بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عدم شفافیت در گزارشگری مالی با نقش تعدیلی کیفیت حاکمیت شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخت. در جهت دست یابی به اهداف پژوهش دو فرضیه تدوین شد و پس از اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش، از تجزیه‌وتحلیل رگرسیون خطی چندمتغیره برای آزمون فرضیه‌های پژوهش استفاده شد.

www.SID.ir

Archive of SID

در راستای آزمون فرضیه اول مبنی بر اینکه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عدم شفافیت در گزارشگری مالی رابطه معنادار وجود دارد، یافته‌ها نشان می‌دهد که مسئولیت پذیری اجتماعی دارای رابطه منفی و معناداری با عدم شفافیت در گزارشگری مالی می‌باشد. می‌توان چنین بیان نمود از آنجاکه عدم شفافیت در گزارشگری مالی به عنوان ممانعت عمدی از دسترسی به اطلاعات، ارائه نادرست اطلاعات یا ناتوانی بازار در کسب اطمینان از کفایت مربوط بودن و کیفیت اطلاعات ارائه‌شده تعریف‌شده است؛ بنابراین در شرایط نبود شفافیت کامل در گزارشگری مالی، برای مدیران این فرصت فراهم می‌شود تا برای حفظ شغل و اعتبار حرفه‌ای خود، اطلاعات منفی را پنهان نمایند. از سویی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، شرکت‌ها را به مشارکت داوطلبانه برای توسعه پاینده فراسوی الزامات قانونی هدایت کرده و یک روش برای کاهش شکاف بین شرکت‌ها و انتظارات ذینفعان در قالب گزارشگری و افشاء اطلاعات اضافی با رویکرد پایندگی به شمار می‌رود. بنابراین، مسئولیت‌پذیری اجتماعی به کاهش توزیع اطلاعات نامتقارن در میان اشخاص درون و برون‌سازمانی می‌انجامد و سبب کاهش عدم شفافیت می‌شود. با توجه به نتایج حاصل می‌توان بیان نمود در شرکت‌های بورسی هرچه میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی افزایش یابد عدم شفافیت کاهش یافته و سبب بهبود سازوکارهای بازار و انصاف در بازار می‌شود. نتایج این پژوهش با پژوهش پالاسیوس و همکاران(۲۰۱۹) و نیر و همکاران(۲۰۱۹) مطابقت دارد و با پژوهش بورتی و همکاران(۲۰۲۰) و جوردن و همکاران(۲۰۱۸) مطابقت ندارد.

همچنین ضرایب و سطح معناداری مربوط به متغیرهای کنترلی اندازه شرکت و عمر شرکت بیانگر رابطه مثبت متغیرهای مزبور با عدم شفافیت در گزارشگری مالی می‌باشد. از آنجا که از شرکت‌های بزرگ انتظار می‌رود که همواره از جریان باثبات سود برخوردار باشند، بیش از شرکت‌های کوچک اقدام به مدیریت سود می‌نمایند. همچنین این امکان وجود دارد که شرکت‌های با قدمت بیشتر به دلیل ماندگاری بالا در بازار، همیشه و به طور ثابت سهمی از بازار را به خود اختصاص دهند. از این رو، تلاش چندانی برای شفافیت کامل و کسب سهم از بازار نخواهند داشت .

در راستای آزمون فرضیه دوم مبنی بر اینکه کیفیت حاکمیت شرکتی بر رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عدم شفافیت در گزارشگری مالی، اثر معنادار دارد، یافته‌ها نشان می‌دهد که اگرچه با ورود متغیر تعدیلی کیفیت حاکمیت شرکتی، رابطه منفی مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عدم شفافیت در گزارشگری مالی حفظ شده است، لیکن از میزان ارتباط منفی بین این دو متغیر کاسته شده است.

www.SID.ir

Archive of SID

با توجه به سنجه‌های اندازه‌گیری متغیر تعدیلی کیفیت حاکمیت شرکتی ، به نظر می‌رسد که اصلی‌ترین عامل اثرگذار بر این رابطه، سهامداران نهادی بوده‌اند. سهامداران نهادی به عنوان یکی از مکانیزم‌های بااهمیت ساختار حاکمیت شرکتی به دو گروه با افق زمانی کوتاه مدت و بلندمدت تقسیم می‌شوند. سهامداران نهادی کوتاه مدت سهامداران موقتی هستند که فقط به سودهای جاری و نه سودهای بلندمدت توجه دارند. افق زمانی کوتاه‌مدت باعث می‌شود سهامداران نهادی انگیزه‌ای برای صرف هزینه‌هایی همچون مسئولیت‌پذیری اجتماعی نداشته باشند زیرا خود را در منافع حاصل از این فعالیت‌ها سهیم نمی‌دانند. با توجه به نتیجه حاصل از این پژوهش این امکان وجود دارد که سهامداران نهادی اثرگذار در این پژوهش دارای افق زمانی کوتاه‌مدت بوده اند. نتایج این پژوهش با پژوهش اندریکات(۲۰۲۰)، شهیداله و همکاران(۲۰۱۹) و ملکیان و همکاران(۱۳۹۸) مطابقت دارد و با پژوهش نیر و همکاران(۲۰۱۹)و حاجیها و شاکری(۱۳۹۸) مطابقت ندارد .

با توجه به نتایج پژوهش به سیاست‌گذاران و تدوین‌کنندگان ضوابط گزارشگری مالی پیشنهاد می‌شود به دلیل اهمیت موضوع مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عدم وجود رویه‌های یکسان برای افشای آن، دستورالعملی در راستای ایجاد ثبات رویه جهت گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تدوین نماید. همچنین به منظور تشویق شرکت‌ها به رعایت هرچه بیشتر مسئولیت‌پذیری اجتماعی پیشنهاد می‌شود مشوق‌هایی همچون معافیت‌های مالیاتی برای این شرکت‌ها در نظرگرفته شود. از آنجایی که با توجه به نتیجه فرضیه‌های پژوهش، افق دید سهامداران نقش موثری بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارد به سرمایه‌گذاران و اعتباردهندگان پیشنهاد می‌شود در هنگام تصمیم‌گیری، به سطح نفوذ سازوکارهای حاکمیت شرکتی به عنوان عاملی تأثیرگذار بر قیمت سهام ودر نتیجه بازده سرمایه گذاری خود، توجه نمایند. برای پژوهش‌های آتی به محققان پیشنهاد میشود نقش مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عدم شفافیت در گزارشگری مالی در سطح صنایع گوناگون بررسی شود. به علاوه با توجه به اینکه در این پژوهش از مدل کوتاری و همکاران(۲۰۰۵) برای سنجش شاخص عدم شفافیت استفاده شده است. استفاده از شاخص‌های دیگری برای سنجش عدم شفافیت، و همچنین بررسی عوامل مدیریتی همچون توانایی مدیرعامل و اعتماد به نفس بیش از حد مدیرعامل و یا تخصص هیئت‌مدیره بر این رابطه از پیشنهادات دیگر این پژوهش برای پژوهشهای آتی می‌باشد. در نهایت با توجه به نقش منفی سهامداران نهادی بر رابطه بین عدم‌شفافیت در گزارشگری مالی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی، پیشنهاد می‌شود تا اثر سهامداران نهادی به تفکیک افق زمانی کوتاه مدت و بلند مدت، بر رابطه بین عدم‌شفافیت در گزارشگری مالی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی، در پژوهش های آتی بررسی شود.

www.SID.ir

Archive of SID

منابع

بهار مقدم، مهدی؛ صادقی زین‌العابدین؛ صفرزاده ساره.(۱۳۹۲). بررسی رابطه‌ی مکانیسم‌های حاکمیت شرکتی بر افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها. *فصلنامه حسابداری مالی*، ۵ (۲۰) ، ۹۰-۱۰۷

حاجیها، زهره؛ شاکری، عبدالرضا.(۱۳۹۸). حاکمیت شرکتی، افشای مسئولیت‌اجتماعی و ارزش شرکت. *پژوهش‌های حسابداری مالی وحسابرسی*, ۱۱(۴۴), ۱۷۵-۱۹۲.

حسینی سرور حقیقت ، سید علی.(۱۳۹۵). رابطه بین حاکمیت شرکتی و تعهد به ایفای مسئولیت‌های‌اجتماعی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. *پژوهش حسابداری*, ۶(۴), ۱۰۳-۱۲۸.

علی نژاد ساروکلائی، مهدی .بحرینی، مریم؛ طاهری،آرزو.(۱۳۹۴). تأثیر سازوکارهای حاکمیت شرکتی بر رابطه بین سرمایه‌گذاران نهادی و مدیریت موجودی کالا، *فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت دارایی و تأمین مالی*،۳(۱), ۷۵-۹۰.

فغانی، مهدی؛ زارعی، حمید؛ سعیدی گراغانی، مسلم؛ دارسنج، سکینه. (۱۳۹۸). تأثیر سرمایه فکری بر رابطه بین نظام حاکمیت شرکتی و اجتناب مالیاتی. *پژوهش‌های تجربی حسابداری*, ۸(۴), ۲۱۹-۲۴۶.

کردستانی، غلامرضا؛ قادرزاده،کریم، حمید،حقیقت.(۱۳۹۷). تأثیر افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر معیارهای حسابداری، اقتصادی و بازار ارزیابی عملکرد شرکت‌ها. *پیشرفت‌های حسابداری*, ۱۰(۱), ۱۸۱-۲۱۰.

گروسی، حبیب اله؛ ایزدی نیا، ناصر؛ دستگیر، محسن.(۱۳۹۹). تأثیر سطح افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر ارزش بازار شرکت. *پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی*, ۱۲(۴۶), ۵۱-۷۶.

ملکیان، اسفندیار؛ فخاری، حسین؛ جفایی رهنی، دکتر منیر.(۱۳۹۸). بررسی تأثیر ویژگی‌های هیئت‌مدیره شرکت بر میزان گزارشگری زیست محیطی، اجتماعی و راهبری شرکتی. *دانش حسابداری*, ۱۰(۲), ۷۷-۱۱۲.

مشایخی، بیتا؛ سیدی، سیدجلال.(۱۳۹۴). راهبری شرکتی و اجتناب مالیاتی. *دانش حسابداری*، ۶ (۲۰)، ۱۰۳-۸۳

نصیری، مهراب؛ ایروانی قلعه سرخ، فهیمه.(۱۳۹۸). بررسی اثر راهبری شرکتی بر رابطه بین مدیریت سود و سیاست‌های تقسیم سود در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، *چشم‌انداز حسابداری و مدیریت*، ۲ (۶)، ۴۹-۶۳.

Alshbili, I., Elamer, A. A., & Beddewela, E.(2019). Ownership types, corporate governance and corporate social responsibility disclosures. *Accounting Research* Journal

Alam, A., & Shah, S. Z. A.(2013). Determinants of foreign direct investment in OECD member countries. *Journal of Economic Studies*.

Alinezhad Sarokolaei, M., bahreini, M., taheri, A.(2015). The effect of corporate governance mechanisms on the relationship between institutional investors and inventory management. *Journal of Asset Management and Financing*, 3(1), 75-90. (in Persian).

Barth , M. Beaver,W. and W,landsman.(2009). the relevance of the value relevanceliterature for financial accounting standard setting : enother view" , *journal of accounting and economics*, Vol.31 , pp.77-104

Bahar moghadam, M., Sadeghi, z., & Safarzade, S.(2013). The Relationship between Corporate Governance and Corporate Social Responsibility. *Journal of Financial Accounting*, 5(20), 90-107. (in Persian)

Bradbury, M., Mak, Y., Tan, S,.(2006). Board Characteristics, Audit CommitteeCharacteristics and Abnormal Accruals .*Pacific Accounting Review*, No. 18, PP.47-68.

Bozzolan, S., Fabrizi, M., Mallin, C. A., & Michelon, G.(2015). Corporate social responsibility and earnings quality: International evidence. *The International Journal of Accounting*, 50(4), 361-396.

www.SID.ir

Archive of SID

Boubaker S, Mansali H, Rjiba H.(2014). Large controlling shareholders and stock price synchronicity. *Journal of Banking & Finance*, 40:80–96.

Bouslah, K., Kryzanowski, L., M'Zali, B.(2013). The impact of the dimensions of social performance on firm risk. *Journal of Banking and Finance* 37, 1258–1273.

Buertey, S., Sun, E. J., Lee, J. S., & Hwang, J.(2020). Corporate social responsibility and earnings management: The moderating effect of corporate governance mechanisms. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(1), 256-271.

Costa, R. & Menichini, T.(2013). A multidimensional approach for CSR assessment: The importance of the stakeholder perception. *Expert Systems with Applications*, 40: 150–161.

Dhaliwal, D. S., Li, O. Z., Tsang, A., & Yang, Y. G.(2011). Voluntary nonfinancial disclosure and the cost of equity capital: The initiation of corporate social responsibility reporting. *The accounting review*, 86(1), 59-100.

Dechow, P. and D. Dichev.(2002). The Quality of Accruals and Earnings: The Role of Accrual Estimation Errors", *The Accounting Review*, Vol. 77, No. 1, pp. 35-59.

Dechow, P. M.; Sloan, R.; and A. P. Sweeney.(1995). Detecting Earnings Management, *The Accounting Review*, Vol. 70, No. 2, pp. 193-226.

Endrikat, J., De Villiers, C., Guenther, T. W., & Guenther, E. M.(2020). Board characteristics and corporate social responsibility: A meta-analytic investigation. *Business & Society*.

Faghani, M., Zarei, H., Saeidi, M., Darsanj, S.(2019). Intellectual Capital and the Relation between Corporate Governance and Tax Avoidance. *Empirical Research in Accounting*, 9(2), 219-246.(in Persian).

Garoosi, H., Izadinia, N., Dastgir, M.(2020). The effect of the level of social responsibility disclosure on the market value of the company. , 10(1), 187-217. *Financial accounting and auditing research*.12(46), 51-76.(in Persian)

Ghosh, A. and Moon, D.(2010). Corporate Debt Financing & Earnings Quality. *Journal of Business Finance & Accounting*, Vol. 37, PP. 538-559

Hsiu, J. F.(2006). Effect of financial information transparency on investor behavior in Taiwan Stock Market. *ProQuest Database*, 16(3), 6-22.

Hajiha, Z. & Shakeri, A.(2019). Relationship between corporate governance and commitment to fulfill social responsibilities in companies listed on the Tehran Stock Exchange. *Financial accounting and auditing research*, 11(44), 175-192.(in Persian).

Hosseini, S. A., & Haghighat, S.(2017). The Relationship between Corporate Governance and Community Engagement in Listed Companies of Tehran Stock Exchange. *Journal of Accounting Research*, 6(4), 103-128.(in Persian).

Hutton, A. P., Marcus, A. J., & Tehranian, H.(2009). Opaque financial reports, R 2, and crash risk. *Journal of financial Economics*, 94(1), 67-86.

Krüger, P. (2015). Corporate goodness and shareholder wealth. *Journal of financial economics*, 115(2), 304-329.

Kim, J. B., Wang, Z., & Zhang, L.(2016). CEO overconfidence and stock price crash risk. *Contemporary Accounting Research*, 33(4), 1720-1749.

Kordestani, G., Ghaderzadeh, S., Haghighat, H.(2018). Impact of social responsibility disclosure on accounting. *economic and market based Measures Of corporate performance evaluation.* , 10(1), 187-217.(in Persian)

Kothari, S. P., Leone, A. J., & Wasley, C. E.(2005). Performance matched discretionary accrual measures. *Journal of accounting and economics*, *39*(1), 163-197.

Kothari, S. P., Li, X., & Short, J. E.(2009). The effect of disclosures by management, analysts, and business press on cost of capital, return volatility, and analyst forecasts: A study using content analysis. *The Accounting Review*, 84(5), 1639-1670.

www.SID.ir

Archive of SID

Kousenidis, D. V., Ladas, A. C., & Negakis, C. I.(2014). Accounting conservatism quality of accounting information and crash risk of stock prices. *The Journal of Economic Asymmetries*, 11, 120-137.

Lawrence, S. R., Botes, V., Collins, E., & Roper, J.(2013). Does accounting construct the identity of firms as purely self-interested or as socially responsible?. *Meditari Accountancy Research*, 21(2), 144-160.

Lee, M. T.(2016). Corporate social responsibility and stock price crash risk: Evidence from an Asian emerging market. *Managerial Finance*, 42(10), 963-979.

Lee, W., Wang, L.(2017). Do political connections affect stock price crash risk? Firm-level evidence from China. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 48 (3), 643-676.

Mahrani, M., & Soewarno, N.(2018). The effect of good corporate governance mechanism and corporate social responsibility on financial performance with earnings management as mediating variable. *Asian Journal of Accounting Research*. Vol. 3 No. 1, 41-60.

Malekian, E., Fakhari, H., Jafaei Rahni, M.(2019). Impact of Board of Directors' Characteristics on Environmental, Social, and Corporate Governance Reporting. *Journal of Knowledge Accounting*, 10(2), 77-112. doi: 10.22103/jak.2019.12336.2729.

Martínez-Ferrero, J., Banerjee, S., & García-Sánchez, I. M.(2016). Corporate social responsibility as a strategic shield against costs of earnings management practices. Journal of Business Ethics, 133(2), 305-324.

Mashaykhi, B., Seyyedi, S.(2015). Corporate Governance and Tax Avoidance. *Journal of Knowledge Accounting*, 6(20), 83-103.(in Persian)

Mukhtaruddin, M., Ubaidillah, U., Dewi, K., Hakiki, A., & Nopriyanto, N.(2019). Good corporate governance, corporate social responsibility, firm value, and financial performance as moderating variable. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management, 3*(1), 55-64.

Nair, R., Muttakin, M., Khan, A., Subramaniam, N., & Somanath, V. S.(2019). Corporate social responsibility disclosure and financial transparency: Evidence from India. *Pacific-Basin Finance Journal*. 56, 330-351.

Nasiry, M., iravni, F.(2019). The Effect of Corporate governance on the relationship between the Earnings Management and Dividend Policy of Listed Companies in the Tehran Stock Exchange. *Journal of Accounting and Management Vision*, 2(6), 49-63. (in Persian)

Palacios-Manzano, M., Gras-Gil, E., & Santos-Jaen, J. M.(2019). Corporate social responsibility and its effect on earnings management: an empirical research on Spanish firms. *Total Quality Management & Business Excellence*, 1-17.

Servaes, H. and A. Tamayo.(2013). The Impact of Corporate Social Responsibility on Firm Value: The Role of Customer Averseness, *Management Science*, 59 (5), 1045-1061.

Uygur, O. (2017). CEO ability and corporate opacity. *Global Finance Journal*. 35, 72-81.

Ullah, M. S., Muttakin, M. B., & Khan, A.(2019). Corporate governance and corporate social responsibility disclosures in insurance companies. *International Journal of Accounting & Information Management*.

www.SID.ir