

## مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی

بابک جمشیدی نوید<sup>۱</sup>

مریم منصوری<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۲/۲۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۶/۰۱

### چکیده

تهیه و ارائه اطلاعات باکیفیت، لازمه تصمیم‌گیری ذینفعان واحدهای تجاری است. یکی از ویژگی‌های این اطلاعات، داشتن قابلیت مقایسه با سایر شرکت‌های همتا، به‌عنوان یکی از ویژگی‌های کیفی این اطلاعات است. مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌تواند روی ویژگی‌های کیفی گزارشگری مالی تأثیرگذار باشد. از این‌رو، هدف پژوهش حاضر، بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های گزارشگری مالی است. جامعه آماری این پژوهش، شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران است و برای نیل به هدف پژوهش، با اعمال فیلترینگ، داده‌های ۱۱۴ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران و در بازه زمانی ۱۳۹۰-۱۳۹۸ با استفاده از رگرسیون خطی چند متغیره بررسی و تجزیه و تحلیل شد. یافته‌ها نشان داد که بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. بر این اساس، می‌توان بیان نمود که مسئولیت‌پذیری اجتماعی، مدیران شرکت‌ها را متعهد می‌سازد که به تعهدات در برابر ذینفعان شرکت پایبند باشند و اطلاعات دقیق و باکیفیتی برای ذینفعان خود ارائه دهند. برای این کار از استانداردها و رویه‌های باکیفیت و مشابه استفاده می‌کنند که این وضعیت به کاهش عدم تقارن اطلاعاتی در سطح شرکت، کارکنان، ذینفعان، شرکت‌های همتا و حتی بازار سرمایه نیز کمک می‌کنند.

**کلیدواژه‌ها:** تئوری ذینفعان، تئوری نمایندگی، قابلیت مقایسه صورت‌های مالی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها.

طبقه‌بندی موضوعی: *JEL M40* و *M41*

<sup>۱</sup> استادیار گروه حسابداری، دانشکده علوم انسانی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران. (نویسنده مسئول) jamshidinavid@iauksh.ac.ir

<sup>۲</sup> کارشناس ارشد حسابداری، دانشکده علوم انسانی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران. Maryam.Mansoori0905@gmail.com

## مقدمه

قابلیت مقایسه، یکی از ویژگی‌های کیفی اطلاعات است که استفاده‌کنندگان را قادر به شناسایی شباهت‌ها و تفاوت‌های بین دو مجموعه از پدیده‌های اقتصادی می‌کند (هیئت استانداردهای حسابداری مالی<sup>۱</sup>، ۱۹۸۰؛ هیئت استانداردهای حسابداری بین‌المللی، ۲۰۱۰). قابلیت مقایسه صورت‌های مالی منجر به کاهش هزینه‌های دستیابی و پردازش و افزایش کیفیت اطلاعات در اختیار استفاده‌کنندگان صورت‌های مالی می‌شود (دی‌فرانکو و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۱؛ بارث و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۲ و وانگ<sup>۴</sup>، ۲۰۱۸). از آنجاکه کیفیت و قابل مقایسه بودن اطلاعات گزارش‌های مالی برای ذینفعان جهت ارزیابی تعهدات شرکت نسبت به آن‌ها مهم است، لذا اطلاعات مربوط به فعالیت‌های اثرگذار بر این اطلاعات نیز برای آن‌ها حائز اهمیت است. یکی از این فعالیت‌ها که مستقیم بر روی منافع ذینفعان تأثیر می‌گذارد، فعالیت‌های مربوط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها می‌باشد. اخیراً مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها<sup>۵</sup> توجه پژوهشگران زیادی را به خود جلب کرده است. پژوهش‌های زیادی تأثیرات واقعی عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها را مورد بررسی قرار داده‌اند. به‌عنوان مثال مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها باعث کاهش هزینه سرمایه (حاجی‌ها و سرفراز، ۱۳۹۳؛ گاس و روبرت<sup>۶</sup>، ۲۰۱۱؛ الگول و همکاران<sup>۷</sup>، ۲۰۱۱؛ گائو و همکاران<sup>۸</sup>، ۲۰۱۴؛ جی و لیو، ۲۰۱۵؛ بویان و نگوین<sup>۹</sup>، ۲۰۱۹؛ یه و همکاران<sup>۱۰</sup>، ۲۰۲۰ و فرجی و همکاران، ۱۳۹۹) افزایش میزان اعتبار و سطوح بهینه ریسک (الگول و همکاران، ۲۰۱۳؛ فغانی ماکرانی و همکاران، ۱۳۹۵؛ هارجوتو و لاکسمان<sup>۱۱</sup>، ۲۰۱۸؛ دلپسند و همکاران، ۱۳۹۸؛ و دراگو و همکاران<sup>۱۲</sup>، ۲۰۱۹) تأثیر آن بر کارایی سرمایه‌گذاری (بهانداری و جاواخادزی، ۲۰۱۷ و بن‌لملیه و بیتار<sup>۱۳</sup>، ۲۰۱۸؛ تقی‌زاده زینالی و خانقاه، ۱۳۹۵ و شهبواری و سلمانی، ۱۳۹۷). با این حال، پژوهش‌های کمتری وجود دارند که تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها بر قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری به‌عنوان یکی از ویژگی‌های کیفی گزارشگری مالی را بررسی

<sup>۱</sup> Financial Accounting Standards Board

<sup>۲</sup> DeFranco et al

<sup>۳</sup> Barth et al

<sup>۴</sup> Wang

<sup>۵</sup> Corporate Social Responsibility

<sup>۶</sup> Goss and Roberts

<sup>۷</sup> El Ghoul

<sup>۸</sup> Gao et al

<sup>۹</sup> Bhuiyan and Nguyen

<sup>۱۰</sup> Yeh et al

<sup>۱۱</sup> Harjoto and Laksmana

<sup>۱۲</sup> Drago et al

<sup>۱۳</sup> Benlemlih and Bitar

کرده‌اند (فررو و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۶؛ بالو و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۸ و وانگ و همکاران، ۲۰۲۰). کیفیت صورت‌های مالی برای استفاده‌کنندگان بسیار مهم است؛ زیرا درک بهتر عملکرد شرکت و تصمیم‌های سرمایه‌گذاری مناسب را تسهیل می‌کند (ثقفی و عرب‌مازار یزدی، ۱۳۸۹). در این زمینه برخی از پژوهش‌ها، ارتباط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و ویژگی‌های کیفیت گزارشگری مالی، مانند مربوط بودن و ارائه منصفانه، از طریق رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و مدیریت سود (کیم و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۲)، دقت پیش‌بینی مدیریت سود (لی، ۲۰۱۷) و تجدید ارائه صورت‌های مالی (وانس<sup>۴</sup>، ۲۰۲۰) را بررسی کرده‌اند. اما در این پژوهش، تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها بر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی، که یکی از ویژگی‌های منحصربه‌فرد اطلاعات مایل هست، مورد بررسی قرار می‌گیرد.

برخلاف پژوهش‌های پیشین که در مورد ارتباط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و ویژگی‌های کیفی گزارشگری مالی بوده‌اند و در وهله اول ماهیت مربوط بودن و ارائه منصفانه در صورت‌های مالی را نشان می‌دهد، برای قابلیت مقایسه باید حداقل دو واحد تجاری یا دو دوره حسابداری جداگانه وجود داشته باشد. بنابراین، این ویژگی را از سایر ویژگی‌ها (به‌عنوان مثال، مربوط بودن و ارائه منصفانه) که بر روی اقلام صورت‌های مالی در یک واحد تجاری یا یک دوره مالی تمرکز دارند، متمایز می‌کند (دی‌فرانکو و همکاران، ۲۰۱۱ و اندرواس و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۱۸). اندرواس و همکاران<sup>۶</sup> (۲۰۱۸) استدلال می‌کنند که استفاده از روش‌های مختلف حسابداری برای اندازه‌گیری اقلام صورت‌های مالی، قابلیت مقایسه را کاهش می‌دهد، اما مربوط بودن و ارائه منصفانه اطلاعات مالی را تحت تأثیر قرار نمی‌دهد. بنابراین، قابلیت مقایسه صورت‌های مالی و سایر ویژگی‌های کیفی مانند مربوط بودن و ارائه منصفانه، لزوماً یک دسته مشترک نیستند. با توجه به اینکه قابلیت مقایسه صورت‌های مالی با سایر ویژگی‌های کیفی صورت‌های مالی متفاوت است، جای این تردید باقی می‌ماند که آیا شواهد موجود درباره مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، نشان از اثرگذاری این مهم بر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی است یا خیر؟

علاوه بر این، پژوهش‌های قبلی سعی کرده‌اند که اثرات مثبت یا کلی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها را نشان دهند. به‌عبارت‌دیگر، به اثرات نامطلوب مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها کمتر اشاره کرده‌اند. هر چند که

<sup>۱</sup> Ferrero et al

<sup>۲</sup> Ballau et al

<sup>۳</sup> Kim et al

<sup>۴</sup> Wans

<sup>۵</sup> Endrawes et al

<sup>۶</sup> Endrawes et al

پژوهش‌هایی در این زمینه وجود دارند که تقریباً عملکرد مثبت و منفی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها را مورد بحث قرار داده‌اند (کوتچن و مون<sup>۱</sup>، ۲۰۱۲؛ هسو و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۹ و آناگناستوپولو و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۲۰). بنابراین، هدف پژوهش حاضر این است که با بررسی بیشتر بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی و بخصوص بررسی روابط مثبت (منفی) احتمالی در محیط بازار سرمایه ایران، ادبیات مربوط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و قابلیت مقایسه اطلاعات مندرج در صورت‌های مالی را بهبود بخشد. در این پژوهش، تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها بر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی از دو دیدگاه رقیب مورد بررسی قرار می‌گیرد.

طبق تئوری ذینفعان، مدیران تعهدات اخلاقی برای تأمین منافع ذینفعان مختلف دارند (فریمن<sup>۴</sup>، ۲۰۱۰ و چن و همکاران، ۲۰۱۷). مشارکت در فعالیتهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها بیانگر تلاش مدیران جهت انجام کارهای مناسب برای ذینفعان خود است، که نشان‌دهنده اخلاق و صداقت آن‌ها است. علاوه بر این، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها می‌تواند نشانه محرکی برای افزایش شهرت شرکت‌ها باشد (لینزیکوم<sup>۵</sup>، ۲۰۱۰). بنابراین، شرکت‌هایی که از لحاظ اجتماعی مسئولیت‌پذیر هستند، تمایل دارند صادقانه رفتار کنند، قابل‌اعتماد و به قانون و استانداردها پایبند باشند تا اعتبار خود را حفظ کنند (کیم و همکاران، ۲۰۱۲). در این پژوهش نیز فرض می‌شود شرکت‌هایی که در فعالیتهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت می‌کنند، طرفدار رعایت استانداردهای حسابداری نیز هستند. با توجه به اینکه قابلیت مقایسه در گزارشگری مالی دلیل اصلی توسعه استانداردهای حسابداری و موضوعات مربوط به ذینفعان است، بنابراین، انتظار بر این است که رابطه مثبتی بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی وجود داشته باشد. از طرف دیگر، از دیدگاه تئوری نمایندگی، ممکن است مدیران از مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای پیشبرد اهداف شخصی خود یا پوشش تأثیر رفتارهای فرصت‌طلبانه استفاده کنند (جنسن<sup>۶</sup>، ۲۰۰۱ و بن‌عامر و بالقاسم<sup>۷</sup>، ۲۰۱۸). این تعامل منجر به یک محیط عملیاتی نسبتاً متمایز و رفتارهای گزارشگری مالی می‌شود که برخلاف ویژگی تشابه در قابلیت مقایسه صورت‌های مالی است. بنابراین، از این منظر انتظار می‌رود رابطه منفی بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی وجود داشته باشد. برخلاف رابطه مثبت بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و قابلیت

<sup>۱</sup> Kotchen and Moon<sup>۲</sup> Hsu et al<sup>۳</sup> Anagnostopoulou et al<sup>۴</sup> Freeman<sup>۵</sup> Linthicum<sup>۶</sup> Jensen<sup>۷</sup> Ben-Amar and Belgacem

مقایسه صورت‌های مالی، در رابطه منفی، ممکن است به‌کارگیری مسئولیت‌پذیری اجتماعی نشان‌دهنده اخلاق و درستکاری پایین مدیران باشد و در بلندمدت از اعتبار و عملکرد مثبت شرکت بکاهد. همچنین، این شرکت‌ها از افشاء اطلاعات لازم خودداری کرده و ممکن است از پایداری کمتر نیز سود برخوردار باشند. از این رو، می‌توان گفت که بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی، قابلیت بررسی تجربی دارد که پژوهش حاضر به آن پرداخته است.

نظر به اینکه در بخش مبانی نظری پژوهش حاضر سعی بر آن است که ادبیات مثبت و منفی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی و قابلیت مقایسه نشان داده شود و تئوری‌های مربوطه را مورد مطالعه قرار دهد به ادبیات این زمینه کمک کرده است. همچنین، برای محاسبه مسئولیت‌پذیری اجتماعی در این مطالعه، از پژوهش صالح و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۰) و فرجی و همکاران (۱۳۹۹) که بر اساس ۴ مؤلفه می‌باشد، استفاده شده است و این مهم سبب جامع و قابل‌اتکاتر شدن نتایج خواهد شد؛ اما در پژوهش‌هایی از جمله بنایی قدیم و واعظ (۱۴۰۰) از معیار جیو و راپونس<sup>۲</sup> (۲۰۱۰) که بر اساس ۳ مؤلفه می‌باشد، استفاده شده است. همچنین، در پژوهش آن‌ها این رابطه طی چرخه‌های عمر بررسی شده و به ادبیات مثبت و منفی (تأثیر مستقیم و معکوس) اشاره نشده است. لذا، مطالعه حاضر با شکاف پژوهش‌های پیشین را پر می‌کند.

ادامه پژوهش به شرح زیر سازمان‌دهی شده است: در بخش دوم، ادبیات پژوهش مورد بررسی قرار می‌گیرد و فرضیه‌های پژوهش ارائه می‌شود. بخش سوم انتخاب جامعه آماری در دسترس را توضیح می‌دهد و روش اصلی بکار رفته برای اندازه‌گیری مسئولیت‌پذیری اجتماعی و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی را توضیح می‌دهد و ارتباط بین آن‌ها را بررسی می‌کند. بخش چهارم، یافته‌های تجربی را ارائه می‌کند و بخش پنجم نتایج پژوهش را تشریح می‌کند.

### مبانی نظری و پیشینه پژوهش

وجود اطلاعات باکیفیت، عاملی مؤثر در افزایش اطمینان سرمایه‌گذاران در تخصیص بهینه منابع در قالب تصمیم‌های سرمایه‌گذاری و تأمین مالی است. در این راستا یکی از عوامل بیرونی مؤثر بر قابلیت مقایسه اطلاعات مالی به‌عنوان یکی از ویژگی‌های کیفی این اطلاعات، نگرش اجتماعی شرکت‌ها برای تأمین منافع همه گروه‌های ذینفع به‌عنوان مشروعیت اجتماعی است. ولی پایبندی شرکت‌ها به این امر می‌تواند متفاوت باشد. اگرچه پژوهش‌های متعددی اثرات واقعی مسئولیت‌پذیری اجتماعی را مورد بررسی قرار داده‌اند (الگول و

<sup>۱</sup> Saleh et al

<sup>۲</sup> Jio and Rabunes

همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۱؛ آتیگ و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۳؛ دیویس و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۶ و هاراجو و لاکسمانا<sup>۴</sup>، ۲۰۱۸) اما پژوهش‌های کمتری تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها را بر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی را مورد بررسی قرار داده‌اند. این پژوهش‌ها در وهله اول بر رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و معیارهای مبتنی بر اندازه‌گیری سود متمرکز بوده‌اند، که ماهیت مربوط بودن و ارائه منصفانه صورت‌های مالی را نشان می‌دهند. چی و همکاران<sup>۵</sup> (۲۰۰۸) دریافتند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها منجر به کاهش هموارسازی سود می‌شود. درحالی‌که سوروکا و تریبو<sup>۶</sup> (۲۰۰۸) یافتند که رابطه مثبت و معناداری بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و مدیریت سود وجود دارد. کیم و همکاران (۲۰۱۲) نشان دادند شرکت‌هایی که در فعالیتهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی بیشتر شرکت می‌کنند، کمتر به اقدامات جسورانه مربوط به مدیریت سود می‌پردازند. آن‌ها استدلال کردند که تعهدات اخلاقی مدیران باعث می‌شود که گزارش‌های مالی باکیفیتی ارائه دهند. خواجوی و همکاران (۱۳۹۰) نشان دادند که بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و مدیریت سود رابطه منفی وجود دارد. به‌عبارت‌دیگر، مسئولیت‌پذیری اجتماعی در بازار سرمایه ایران، منجر به کاهش اقدامات فرصت‌طلبانه مربوط به مدیریت سود شده است. باین‌حال، نوری‌زاده (۱۳۹۳) نشان داد که ارتباط مثبت و معناداری بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و مدیریت سود و همچنین ارتباط منفی بین مسئولیت اجتماعی با محافظه‌کاری وجود دارد. به‌عبارت‌دیگر شرکت‌هایی که میزان افشای مسئولیت اجتماعی آن‌ها بالاتر است، به‌احتمال بیشتری درگیر فعالیتهای مدیریت سود شده‌اند و کمتر اخبار بد در رابطه با سود را به‌موقع گزارش می‌کنند. علاوه بر این، کیم و همکاران (۲۰۱۴) نیز نشان دادند که عملکرد برتر در مسئولیت‌پذیری اجتماعی شفافیت گزارشگری مالی را بهبود می‌بخشد که به‌تبع آن خطر سقوط قیمت سهام نیز کاهش می‌یابد. لی (۲۰۱۷) نشان داد که عملکرد بهتر در مسئولیت‌پذیری اجتماعی، دقت پیش‌بینی سود را افزایش می‌دهد. این مفهوم نشان می‌دهد که مدیران این شرکت‌ها، تلاش می‌کنند اطلاعات شفاف و دقیقی ارائه دهند تا اینکه به پیش‌بینی دقیق و تصمیم‌گیری درست سرمایه‌گذاران کمک کنند. همچنین، وانس (۲۰۱۹) نشان داد شرکت‌هایی که فعالیتهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت را به نحو احسن انجام می‌دهند، کمتر مجبور می‌شوند که صورت‌های مالی خودشان را تجدید ارائه کنند و گزارش‌های مالی بسیار شفاف‌تری دارند. این پژوهش‌ها نشان می‌دهند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، بر روی ویژگی‌های کیفی گزارشگری مالی تأثیر دارد. ولی از آنجایی که در

<sup>۱</sup> El Ghoul et al

<sup>۲</sup> Attig et al

<sup>۳</sup> Davis et al

<sup>۴</sup> Harjoto and Laksmana

<sup>۵</sup> Chih et al

<sup>۶</sup> Surroca and Tribó

هیچ‌کدام از این پژوهش‌ها تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها بر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی به‌عنوان یک ویژگی کیفی صورت‌های مالی را بررسی نکرده‌اند، بنابراین پژوهش حاضر در نظر دارد این خلأ پژوهشی را پر کند و بر ادبیات این زمینه بیفزاید.

قابلیت مقایسه یکی از ویژگی‌های کیفی برای گزارش‌های مالی محسوب می‌شود که این گزارش‌ها را سودمند می‌کند. اما لزوماً با ویژگی‌های مربوط بودن و ارائه منصفانه همسو نیست (دی‌فرانکو و همکاران، ۲۰۱۱). اهمیت قابلیت مقایسه صورت‌های مالی به‌عنوان یک ویژگی کیفی گزارشگری مالی، به‌طور گسترده‌ای توسط استانداردها گذاران بیان شده است. چارچوب مفهومی استانداردهای بین‌المللی گزارشگری مالی بیان می‌کند: «اطلاعات درباره یک واحد گزارشگر برای مقایسه با سایر واحدهای تجاری و با اطلاعات مشابه، برای دوره جاری یا دوره‌های دیگر مفید است.»<sup>۱</sup> بنیاد مقررات گذاری اتحادیه اروپا برای پذیرش استانداردهای گزارشگری مالی بین‌المللی<sup>۱</sup> (EC شماره ۱۶۰۶/۲۰۰۲) مقایسه بین بازارها را دلیل تصویب استانداردهای بین‌المللی گزارشگری مالی می‌داند. استانداردهای حسابداری برای شرکت‌های چینی نیز ایجاب می‌کند که اطلاعات حسابداری ارائه شده توسط شرکت‌ها، باید قابلیت مقایسه داشته باشد (وانگ و همکاران، ۲۰۲۰). پژوهش‌های قبلی نشان داده‌اند که تطابق با استانداردهای حسابداری مشابه، قابلیت مقایسه صورت‌های مالی را بهبود می‌بخشد (بارث و همکاران، ۲۰۱۲ و آباد و همکاران، ۲۰۱۸). بر این اساس، چنین پایبندی این امر را تضمین می‌کند که مدیران رویدادهای مشابه را به روش مشابه و رویدادهای غیرمشابه به روش متفاوت شناسایی، ثبت و طبقه‌بندی می‌کنند (اسچپر<sup>۲</sup>، ۲۰۰۳). وانگ (۲۰۱۴) به این نتیجه رسید که پیروی از استانداردهای مشابه حسابداری (به‌عبارت‌دیگر، تصویب اجباری استانداردهای بین‌المللی گزارشگری مالی) قابلیت مقایسه صورت‌های مالی را افزایش می‌دهد. باین‌حال، بال و همکاران (۲۰۰۳) پیشنهاد می‌کنند که مشوق‌های گزارشگری مالی ذاتاً میزان دستیابی به قابلیت مقایسه صورت‌های مالی را با به‌کارگیری استانداردهای مشابه، محدود می‌کند. دی‌فوند و همکاران (۲۰۱۱) نشان دادند که بهبود قابلیت مقایسه مربوط به پذیرش اجباری استانداردهای بین‌المللی گزارشگری مالی، به‌انگیزه شرکت‌ها و تعداد هم‌تایان شرکت در صنعت بستگی دارد. همچنین، کاسیکانو و گاسن (۲۰۱۵) شواهدی ارائه دادند که نشان می‌دهد شرکت‌هایی که با پذیرش اجباری استانداردهای بین‌المللی گزارشگری مالی مشوق‌هایی دریافت می‌کنند، قابلیت مقایسه صورت‌های مالی آن‌ها با افزایش قابل توجهی همراه خواهد بود. دی‌جورج و همکاران (۲۰۱۶) نشان دادند که قابلیت مقایسه صورت‌های مالی توسط بکارگیری استانداردهای حسابداری مشابه و

<sup>۱</sup> International financial reporting standards

<sup>۲</sup> Schipper

مشوق‌های گزارشگری مالی بهبود می‌بخشد. بنابراین، شرکت‌هایی که انگیزه بالایی برای پیروی از استانداردهای حسابداری مشابه دارند، صورت‌های مالی با قابلیت مقایسه بالا ارائه می‌دهند.

تئوری ذینفعان نشان می‌دهد که تأمین منافع ذینفعان شرکت‌ها، یک تعهد اخلاقی برای مدیران محسوب می‌شود (فریمن، ۲۰۱۰). مشارکت در فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی نشان‌دهنده تلاش مدیران برای انجام کارهای سودمند در راستای منافع ذینفعان و در نتیجه احتمالاً اخلاق و صداقت آن‌ها را نشان می‌دهد. گادز و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۱) نشان دادند مدیرانی که اهمیت ویژه‌ای برای اخلاق و مسئولیت‌پذیری اجتماعی قائل هستند، به‌طور قابل‌توجهی تمایل به اجرای فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارند. کیم و همکاران (۲۰۱۲) نشان دادند که الزامات اخلاقی مدیران، مدیریت سود را کاهش می‌دهد. این شواهد نشان می‌دهد شرکت‌هایی که به انجام فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی تمایل دارند، به قوانین، قابلیت اعتماد و استانداردهای بالا پایبند هستند. شفر (۲۰۱۵) نشان داد که اخلاق و مسئولیت‌پذیری اجتماعی به‌طور قابل‌توجهی با قضاوت اخلاقی حسابداران و مفاهیم رفتاری در رابطه با دست‌کاری سودهای حسابداری و عملیاتی مرتبط است. وانس (۲۰۱۹) نشان داد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی، تأثیر منفی بر ارقام صورت‌های مالی می‌گذارد. این یافته با این دیدگاه سازگار است که شرکت‌های متعهد به مسئولیت‌پذیری اجتماعی به فرهنگ‌سازمانی پایبند هستند که ارزش‌ها و رویه‌های اخلاقی را ترویج می‌دهد. این شواهد نشان می‌دهد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی مدیران را متعهد می‌سازد و به ایجاد شهرت برای شرکت منجر می‌شود. از این رو، می‌توان گفت که عملکرد مدیران در این شرایط منجر به کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و افزایش ارزش شرکت می‌شود. اگرچه ممکن است اقدامات فرصت‌طلبانه مدیران در این خصوص باعث کاهش شهرت و اعتبار شرکت شود، که این موضوع هزینه‌هایی نیز برای مدیران در پی خواهد داشت. چراکه منافع مدیران در گرو کسب شهرت و افزایش ارزش واقعی شرکت است. کینگ و همکاران<sup>۲</sup> (۱۹۹۰) بیان کردند که مدیران انگیزه اقتصادی بالایی برای حفظ شهرت از طریق افشای اطلاعات دقیق، به‌موقع و باکیفیت دارند. که در این صورت هزینه معاملات سرمایه‌گذاران و عدم تقارن اطلاعاتی ذینفعان کاهش می‌یابد. جو و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۰۷) نشان دادند شرکت‌هایی که توسط سهامداران به‌عنوان یک شرکت دارای اعتبار و شهرت شناخته شده‌اند، تمایل دارند یک محیط اطلاعاتی شفاف داشته باشند. بنابراین شواهد، می‌توان گفت که مسئولیت‌پذیری اجتماعی عامل مثبتی در شهرت و اعتبار شرکت‌ها و افزایش کیفیت اطلاعات شرکت‌ها است. بر این اساس در این پژوهش انتظار می‌رود که عملکرد مثبت مسئولیت‌پذیری اجتماعی، به شرکت‌ها انگیزه

<sup>۱</sup> Godos-Díez et al

<sup>۲</sup> King et al

<sup>۳</sup> Jo et al



می‌دهد که از استانداردهای حسابداری باکیفیت و مشابه با همتایان خود استفاده کنند و به تبع آن، صورت‌های مالی با قابلیت مقایسه بالا ارائه دهند. به عبارت دیگر، انتظار می‌رود که بین عملکرد مثبت مسئولیت‌پذیری اجتماعی و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی، رابطه مثبتی وجود داشته باشد. باین حال جریان دیگری از پژوهش‌ها، طبق تئوری نمایندگی معتقدند که برخی از مدیران از انجام فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی به عنوان پوششی برای اعمال فرصت‌طلبانه خود در شرکت استفاده می‌کنند (جنسن، ۲۰۰۱؛ همینگوی و ماکلاگان<sup>۱</sup>، ۲۰۰۴ و بن‌عامر و بالقاسم، ۲۰۱۸). سوروکا و تریبو (۲۰۰۸) نشان دادند که فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی، ممکن است بخشی از استراتژی جبهه‌گیری مدیران را تشکیل دهند. همچنین، بن‌عامر و بالقاسم (۲۰۱۸) نشان دادند که ارتباط مثبتی بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و پیچیدگی افشای اطلاعات مالی شرکت‌ها وجود دارد. یافته پژوهش بن‌عامر و بالقاسم (۲۰۱۸) نشان می‌دهد که مدیران ممکن است برای پنهان کردن اطلاعات نامطلوب مرتبط با پیگیری منافع خود، به افشای پیچیده اطلاعات مالی بپردازند. بر اساس این شواهد، می‌توان گفت که مدیران از فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی را برای کمک به انجام رفتارهای فرصت‌طلبانه خود بکار بگیرند. در این صورت انتظار می‌رود که مدیران برای تهیه گزارش‌های مالی، از استانداردها و رویه‌های حسابداری مشابه با همتایان خود استفاده نکنند. و از آنجایی که قابلیت مقایسه صورت‌های مالی منعکس‌کننده شباهت‌های موجود در محیط عملیاتی و رفتارهای گزارشگری مالی مدیریت است (ژانگ، ۲۰۱۸)، از این رو، این احتمال وجود دارد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی قابلیت مقایسه صورت‌های مالی را کاهش دهد. اگر شرکت‌هایی که مشارکت فعالی در مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارند، مدیران آن‌ها رفتارهای فرصت‌طلبانه در راستای منافع خود داشته باشند، آنگاه این مدیران تمایل دارند که از استانداردهای حسابداری که در سطح عمومی یا حداقل شرکت‌های مشابه بکار گرفته می‌شوند، کمتر پیروی کنند. این موضوع باعث می‌شود که گزارش‌های مالی این شرکت‌ها با گزارش‌های مالی سایر شرکت‌ها (بخصوص شرکت‌های هم‌تا) قابلیت مقایسه کمتری داشته باشد.

ادبیات و پیشینه‌های موجود نشان می‌دهد مدیران شرکت‌هایی که فعالیت مسئولیت‌پذیری اجتماعی را برای اجرای رفتارهای فرصت‌طلبانه خود بکار می‌گیرند، تمایل دارند در گزارش‌های مالی با سایر شرکت‌های مشابه متفاوت باشند تا اینکه این رفتارها را پوشش دهند. بنابراین، برای این کار، از استانداردها و رویه‌های مشابهی استفاده نمی‌کنند، که به تبع آن قابلیت مقایسه اطلاعات مندرج در صورت‌های مالی کاهش می‌یابد. این استدلال از طریق تئوری نمایندگی قابل توجیه است. برعکس این قضیه و بر اساس شواهد ذکرشده در فوق، می‌توان استدلال کرد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی، مدیران شرکت‌ها را متعهد می‌سازد که به تعهدات اخلاقی خود پایبند

<sup>۱</sup> Hemingway and Maclagan

باشند و اطلاعات دقیق و باکیفیتی برای ذینفعان خود ارائه دهند. برای این کار از استانداردها و رویه‌های باکیفیت و مشابه استفاده می‌کنند و به کاهش عدم تقارن اطلاعاتی در سطح شرکت و حتی بازار سرمایه نیز کمک می‌کنند (وانگ و همکاران، ۲۰۱۹). بنابراین، انتظار می‌رود در این صورت، بکارگیری مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، قابلیت مقایسه اطلاعات مندرج در صورت‌های مالی را افزایش دهد. این استدلال از طریق تئوری ذینفعان قابل توجیه است.

بنا بر ادبیات، پیشینه و شواهد موجود بحث شده در این پژوهش، نمی‌توان به‌طور دقیق یک فرضیه جهت‌دار مثبت (منفی) برای تبیین رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی تدوین کرد. از این‌رو فرضیه پژوهش به‌صورت زیر تدوین می‌شود.

**فرضیه:** مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، قابلیت مقایسه صورت‌های مالی را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

### روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر، با توجه به نوع جمع‌آوری داده‌ها، توصیفی پیمایشی است. زیرا برای آزمون فرضیه پژوهش، داده‌های موردنیاز از منابع موجود، یعنی صورت‌های مالی شرکت‌ها، گزارش‌های بورس اوراق بهادار تهران (تصمیمات مجمع عادی و صورت‌های مالی حسابرسی و منتشرشده از طریق سازمان بورس)، نرم‌افزار رهاورد نوین و گزارش سالانه هیئت‌مدیره شرکت‌ها گردآوری شده است. این اطلاعات در نرم‌افزار اکسل ۲۰۱۶ دسته‌بندی و از طریق نرم‌افزار ایویوز نسخه ۱۱ و استاتا نسخه ۱۶ آزمون شدند. داده‌های پژوهش، از طریق تحلیل داده‌های ترکیبی و روش رگرسیون چندمتغیره تجزیه و تحلیل می‌شود. جامعه آماری این پژوهش، شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران است. جامعه آماری در دسترس پژوهش بر اساس شرایط پژوهش، شامل ۱۱۴ شرکت در دوره زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۸ می‌باشد. همچنین، برای محاسبه قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری، از داده‌های ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۸، برای محاسبه ۵ دوره (دوره  $t$  و  $t-4$ ) استفاده شد. در ادامه نحوه اعمال محدودیت‌ها برای انتخاب جامعه آماری در دسترس پژوهش از میان شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، نشان داده شده است. با توجه به محدودیت‌های اعمال‌شده، تعداد ۱۱۴ شرکت به‌عنوان جامعه آماری در دسترس انتخاب می‌شوند.

۱. شرکت‌هایی که سال مالی آن‌ها منطبق با پایان اسفندماه نمی‌باشند.

۲. شرکت‌های سرمایه‌گذاری، بانک‌ها و بیمه‌ها

۳. شرکت‌هایی که وقفه معاملاتی بیش از سه ماه داشتند.

۴. برای اندازه‌گیری معیار قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری، تنها صنایعی در نظر گرفته می‌شوند که حداقل ۸ شرکت فعال در سطح آن صنعت وجود داشته باشد؛
۵. اطلاعات مربوطه به شرکت در دسترس نباشد.

### مدل و متغیرها

به‌منظور آزمون فرضیه پژوهش، مبنی بر تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی، مدل زیر به پیروی از وانگ و همکاران (۲۰۲۰) مورد استفاده قرار می‌گیرد.

مدل (۱)

$$Comp_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 CSR_{i,t} + \alpha_2 Size_{i,t} + \alpha_3 Lev_{i,t} + \alpha_4 MB_{i,t} + \alpha_5 Cfo_{i,t} + \alpha_6 SG_{i,t} + \alpha_7 ROA_{i,t} + \alpha_8 Board_{i,t} + \alpha_9 HS_{i,t} + \alpha_{10} Mas_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

### تعریف متغیرها

#### متغیر وابسته

COMP<sub>(i,t)</sub>: قابلیت مقایسه صورت‌های مالی؛ هرگاه دو شرکت مقادیر حسابداری مشابهی را گزارش کنند و تجربه اقتصادی مشابهی داشته باشند، دارای قابلیت مقایسه بیشتری هستند (بارث و همکاران، ۲۰۱۲).

در این پژوهش برای محاسبه سطح قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری شرکت‌سال‌ها، به‌صورت سری زمانی و از رویکرد دیفرانکو و همکاران (۲۰۱۱) استفاده می‌شود. در پژوهش حاضر، با پیروی از حاجی‌ها و چناری بوکت (۱۳۹۷)، مهدی‌خانی و همکاران (۱۳۹۸)، خزایی و همکاران (۱۳۹۸)، نوری‌فرد و کاظمی (۱۳۹۸)، بادآورنده‌دی و بابایی (۱۳۹۸)، دریائی و همکاران (۱۳۹۹) از سری زمانی سالانه برای محاسبه قابلیت مقایسه شده است. در پژوهش حاضر، از مدل ۲ (معیار رابطه سود و بازده سهام) که توسط دی‌فرانکو و همکاران (۲۰۱۱) ارائه شده است، استفاده می‌شود.

$$Earnings_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 Return_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad \text{مدل (۲)}$$

که در آن:

Earnings: سود خالص پس از کسر مالیات سال جاری تقسیم بر ارزش بازار سهام شرکت؛

Return: بازده سالانه سهام شرکت.

در گام اول، برای هر سال-شرکت با استفاده از مدل ۲ و داده‌های ۱۳ سال، ضرایب  $(\beta_0)$  و  $(\beta_1)$  محاسبه می‌شود. ضرایب برای هر شرکت در هر سال، نشان‌دهنده ویژگی سیستم حسابداری آن شرکت می‌باشد. این ضرایب نشان‌دهنده مقدار تغییر این اطلاعات نسبت به اطلاعات شرکت‌های هم‌تا هستند. در گام بعدی، ضرایب بدست آمده در رابطه ۱ قرار می‌گیرند و سود خالص مورد انتظار شرکت  $i$  برای همان سال برآورد می‌شود. اگر فرض بر مشابه بودن سیستم حسابداری دو شرکت  $i$  و  $j$  باشد، باید در تخمین سود خالص مورد انتظار شرکت  $i$  با استفاده از ضرایب شرکت  $j$  نیز خروجی (عدد) مشابهی را نشان دهد (رابطه ۲).

رابطه (۱) پیش‌بینی سود خالص آتی برای شرکت  $i$  بر اساس ضرایب شرکت  $i$

$$E(\text{Earnings})_{i,i,t+1} = \hat{\beta}_{0,i} + \hat{\beta}_{1,i} \text{Return}_{i,t}$$

رابطه (۲) پیش‌بینی سود خالص آتی برای شرکت  $i$  بر اساس ضرایب شرکت  $j$

$$E(\text{Earnings})_{i,j,t+1} = \hat{\beta}_{0,j} + \hat{\beta}_{1,j} \text{Return}_{i,t}$$

هرچه سیستم حسابداری دو شرکت با یکدیگر قابلیت مقایسه بیشتری داشته باشند، تفاوت کمتری بین سود خالص مورد انتظار دو شرکت هم‌تا مشاهده خواهد شد. با توجه به مطالب گفته شده، قابلیت مقایسه صورت‌های مالی بین شرکت‌های  $i$  و  $j$  بر اساس معیار رابطه سود و بازده سهام به شرح زیر محاسبه می‌شود.

$$\text{Comp}_{i,j,t} = -\frac{1}{\delta} \times \sum_{t-\tau}^t |E(\text{Earnings})_{i,i,t+1} - E(\text{Earnings})_{i,j,t+1}| \quad \text{رابطه (۳)}$$

قابلیت مقایسه حسابداری برای تمام زوج شرکت‌های  $i$  و  $j$  موجود در نمونه هر صنعت، برای سال‌های مورد بررسی محاسبه می‌شود؛ به این معنا که با توجه به رابطه ۲ سود خالص مورد انتظار برای شرکت  $i$  بر اساس معادله این شرکت و معادله شرکت  $j$  که همتای آن محسوب می‌گردد، برآورد می‌شود و اختلاف سود خالص هر شرکت با تمام شرکت‌های همتای خود، برای هر سال-شرکت محاسبه می‌شود (رابطه ۳). بعد از مرتب کردن تمام ترکیب‌های بدست آمده برای شرکت  $i$ ، متغیر COMP از طریق میانگین اعداد بدست آمده برای  $\text{COMP}_{i,j,t}$  محاسبه می‌شود. به این ترتیب عدد قابلیت مقایسه برای هر سال-شرکت بدست می‌آید.

#### متغیر مستقل

مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی (CSR): مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت شامل چهار بعد میزان افشای اطلاعات مربوط به کارکنان (EMPD)؛ میزان افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی (COMD)؛ میزان افشای اطلاعات مربوط به تولید (PROD)؛ و میزان افشای اطلاعات مربوط به محیط‌زیست (ENVD) است. برای تجزیه و تحلیل محتوا از جملات در متن یادداشت‌های پیوست صورت‌های مالی استفاده شد. ارزش کلی

افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از جمع ارزش جزئی ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به دست می‌آید و به کمک رابطه ۴ قابل محاسبه است (صالح و همکاران، ۲۰۱۰ و فرجی و همکاران، ۱۳۹۹).

$$CSR = EMPD + COMD + PROD + ENVD \quad \text{رابطه (۴)}$$

نمره کل افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها برای بُعد با استفاده از رابطه ۵ محاسبه می‌شود.

$$CSR_{i,t} = \frac{\sum_{j=1}^{n_j} x_{i,j}}{n_j} \quad \text{رابطه (۵)}$$

که در آن  $CSR_{i,t}$ : نمره افشای CSR شرکت  $j$ ;  $n_j$ : تعداد موارد برآورد شده برای شرکت  $j$ ;  $x_{i,j}$ : اگر موارد افشا به صورت کمی و جزئیات آن به صورت اعداد شرح مفصلی از فعالیت و در صورت امکان تصاویر و نمودارها و جداول باشد، نمره افشا ۳، اگر اطلاعات به صورت غیر کمی و توضیحات به صورت شرح بند باشد، نمره افشا ۲، اگر موارد افشا به صورت کیفی و توضیحات به صورت جمله یا پاراگراف باشد، نمره افشا ۱ است. و اگر موردی افشا نشود، نمره افشا صفر است.

#### میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان (EMPD):

برای نشان دادن میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان به شش معیار زیر نیاز است.

۱) سلامت محیط کارکنان؛

۲) آموزش کارکنان؛

۳) مزایای کارکنان؛

۴) مشخصات کارکنان؛

۵) مالکیت سهم کارکنان؛

۶) ایمنی و بهداشت کارکنان (ایزو ۱۸۰۰۰).

نمره افشای بعد روابط کارکنان از طریق فرمول زیر بدست می‌آید.

$$EMPD = \frac{\sum A}{6}$$

EMPD: نمره افشای روابط کارکنان؛ A: نمره افشا برای هر یک از معیارهای روابط کارکنان در شرکت  $i$ ؛ عدد شش در مخرج نشان دهنده شش معیار مربوط به میزان افشای روابط کارکنان می‌باشد.

#### میزان افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی (COMD)

برای نشان دادن میزان افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی به شش معیار زیر نیاز است.

(۱) برنامه اهداء وجه نقد؛

(۲) برنامه خیریه؛

(۳) برنامه بورس تحصیلی؛

(۴) حامیان مالی برای فعالیتهای ورزشی؛

(۵) حامیان غرور ملی؛

(۶) پروژه‌های عمومی.

نمره افشای بعد مشارکت اجتماعی از طریق فرمول زیر بدست می‌آید.

$$EMPD = \frac{\sum B}{6}$$

COMD: نمره افشای مشارکت اجتماعی؛ B: نمره افشا برای هر یک از معیارهای مشارکت اجتماعی در شرکت

؛ I: عدد شش در مخرج نشان دهنده شش معیار مربوط به میزان افشای مشارکت اجتماعی می‌باشد.

#### میزان افشای اطلاعات مربوط به تولید (PROD)

برای نشان دادن میزان افشای اطلاعات مربوط به تولید به ۴ معیار زیر نیاز است.

(۱) ایمنی محصول؛

(۲) کیفیت محصول (ایزو ۹۰۰۰)؛

(۳) توسعه محصول؛

(۴) خدمات پس از فروش.

نمره افشای بعد تولید از طریق فرمول زیر بدست می‌آید.

$$EMPD = \frac{\sum C}{4}$$

PROD: نمره افشای تولید؛ C: نمره افشا برای هر یک از معیارهای تولید در شرکت؛ I: عدد چهار در مخرج نشان

دهنده چهار معیار مربوط به میزان افشای تولید می‌باشد.

#### میزان افشای اطلاعات مربوط به محیط‌زیست (ENVD)

برای نشان دادن میزان افشای اطلاعات مربوط به محیط‌زیست به ۴ معیار زیر نیاز است.

(۱) کنترل آلودگی هوا؛

(۲) برنامه پیشگیری و جبران خسارت؛

(۳) حفاظت و استفاده از محصولات ناشی از بازیافت؛

(۴) جایزه در زمینه محیط‌زیست (ایزو ۱۴۰۰۰).

نمره افشای بعد محیط‌زیست از طریق فرمول زیر بدست می‌آید.

$$EMPD = \frac{\sum D}{4}$$

PROD: نمره افشای محیط‌زیست؛ D: نمره افشا برای هر یک از معیارهای محیط‌زیست در شرکت i؛ عدد چهار در مخرج نشان دهنده چهار معیار مربوط به میزان افشای محیط‌زیست می‌باشد.

### متغیرهای کنترلی

اندازه شرکت (SIZE): اندازه شرکت، که برابر است با لگاریتم طبیعی مجموع دارایی‌های شرکت در سال جاری؛  
اهرم مالی (Lev): اهرم مالی، که برابر است با مجموع بدهی‌ها تقسیم بر مجموع دارایی‌های شرکت در سال جاری؛

نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری (MB): نسبت ارزش بازار حقوق صاحبان سهام در پایان سال t، به ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام در پایان سال t؛

جریان وجه نقد عملیاتی (Cfo): جریان‌های نقدی حاصل از فعالیت‌های عملیاتی سال جاری، تقسیم بر مجموع دارایی‌های اول دوره؛

SG: رشد شرکت، برابر است با رشد فروش سالانه شرکت که از رابطه ۴ بدست می‌آید.

$$SG_{i,t} = \frac{Sales_{i,t} - Sales_{i,t-1}}{Sales_{i,t-1}} \quad \text{رابطه (۶)}$$

که در آن:

Sales<sub>i,t</sub>: مجموع فروش شرکت i در سال جاری؛

Sales<sub>i,t-1</sub>: مجموع فروش شرکت i در سال قبل؛

بازده دارایی‌ها (ROA): نسبت سود عملیاتی دوره جاری تقسیم بر مجموع دارایی‌های اول دوره؛

مدیران غیرموظف (Board): درصد اعضای غیرموظف هیأت‌مدیره در سال جاری؛

سهامداران عمده (H<sup>c</sup>): مجموع درصد سهامداران که بالای ۵ درصد از سهام شرکت را در اختیار دارند؛

مالکیت مدیریت (Mas): مجموع سهام در دست هیئت‌مدیره.

### یافته‌های پژوهش

#### آمار توصیفی

آمار توصیفی متغیرهای پژوهش در جدول ۱ آمده است. میانگین قابلیت مقایسه صورت‌های مالی، ۰/۱۰۹- است. بزرگ‌ترین عدد قابلیت مقایسه (منفی کمتر) نشان‌دهنده قابلیت مقایسه بالاتر می‌باشد. مقدار میانگین مسئولیت‌پذیری اجتماعی (۰/۴۶۴) نشان‌دهنده ضعف شدید در اجرا و افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها است. چراکه طبق تعریف عملیاتی آن، باید امتیاز این متغیر برای شرکت‌ها بین صفر تا ۳ باشد. بنابراین، مشاهده می‌شود که میانگین این متغیر و حتی بیشینه آن (۰/۸۲۳) کمتر از نصف مقدار امتیازها (۱/۵) طبق تعریف عملیاتی است. آمار توصیفی سایر متغیرها نیز طبق جدول ۲ نشان داده شده است. میانگین مدیران غیرموظف (BI) ۰/۶۳۲ است. بنابراین، می‌توان گفت که بیشتر از نصف مدیران شرکت‌ها، اعضای غیرموظف هستند که بر اساس شواهد قبلی، شاید نکته مثبتی برای عملکرد مثبت شرکت‌ها باشد. میانگین مجموع درصد سهامداران بالای ۵ درصد (۷۴/۷۹۴)، نشان می‌دهد که بیش از نصف سهام مشاهدات، در اختیار سهامداران عمده است و حاکی از آن است که کنترل و هدایت این شرکت‌ها، در قبضه تعداد اندکی سهامدار است. میانگین مالکیت مدیریتی ۶۴/۶۲۱ است که نشان می‌دهد درصد زیادی از سهام شرکت‌های عضو جامعه آماری در دسترس، در اختیار مدیران شرکت قرار دارد.

جدول ۱. آمار توصیفی

اسم متغیرها	متغیر	میانگین	میانه	انحراف معیار	حداقل	حداکثر
قابلیت مقایسه	COMP	-۰/۱۰۹	-۰/۰۹۵	۰/۰۵۴	-۰/۴۸۰	-۰/۰۲۶
مسئولیت اجتماعی	CSR	۰/۴۶۴	۰/۴۶۰	۰/۲۰۲	۰/۱۱۸	۰/۸۲۳
اندازه شرکت	SIZE	۱۴/۱۳۴	۱۳/۹۰۵	۱/۵۲۴	۱۰/۱۶۶	۱۹/۳۷۴
اهرم مالی	LEV	۰/۶۳۸	۰/۶۵۰	۰/۲۵۷	۰/۰۱۲	۱/۸۴۰
نسبت ارزش بازار به دفتری	MB	۲/۳۸۴	۲/۰۵۲	۱/۸۷۲	-۳/۳۰۱	۸/۲۵۶
جریان وجه نقد عملیاتی	CFO	۰/۱۴۶	۰/۱۲۲	۰/۱۵۱	-۰/۴۰۸	۰/۸۹۰
رشد فروش	SG	۰/۱۷۰	۰/۱۴۴	۰/۳۲۴	-۰/۹۶۴	۱/۴۴۹
بازده دارایی‌ها	ROA	۰/۱۶۲	۰/۱۴۰	۰/۱۵۷	-۰/۷۲۹	۰/۷۸۵
درصد مدیران غیرموظف	BI	۰/۶۳۲	۰/۶۰۰	۰/۱۶۷	۰/۰۰۰	۰/۸۵۷
درصد سهامداران بالای ۵ درصد	H <sup>۵</sup>	۷۴/۷۹۴	۷۴/۹۹۵	۱۶/۹۲۸	۰/۰۰۰	۹۹/۴۵۰
مالکیت مدیریتی	Mas	۶۴/۶۲۱	۷۰/۸۵۶	۲۴/۸۰۱	۰/۰۰۰	۹۹/۴۵۰



## آزمون‌های پیش فرض رگرسیون

## آزمون مانایی متغیرهای پژوهش

در تخمین رگرسیون‌های با داده‌های ترکیبی چند متغیره، باید متغیرها مانا باشند. مانایی متغیرها به این معنا است که میانگین، واریانس و کوواریانس متغیرها در طول زمان ثابت باقی بماند. مانا بودن متغیرها مانع ایجاد رگرسیون کاذب می‌شود. در این پژوهش، به منظور اطمینان از نتایج پژوهش، همچنین، ساختگی نبودن روابط بین متغیرها در رگرسیون و معنادار بودن متغیرها، از آزمون لوین، لین و چو در نرم‌افزار ایویوز استفاده می‌شود. نتایج حاصل از انجام این آزمون، در جدول ۲ نشان می‌دهد که همه متغیرها مانا هستند.

جدول ۲. مانایی متغیرهای پژوهش

سطح معناداری	آماره $F$	اختصار	اسم متغیرها
۰/۰۰۰۰	-۲۹/۴۰۸	COMP	قابلیت مقایسه
۰/۰۰۰۰	-۱۸/۳۰۲	CSR	مسئولیت اجتماعی
۰/۰۰۰۰	-۱۱/۰۲۳	SIZE	اندازه شرکت
۰/۰۰۰۰	-۱۴/۳۱۰	LEV	اهرم مالی
۰/۰۰۰۰	-۴۸/۵۴۸	MB	نسبت ارزش بازار به دفتری
۰/۰۰۰۰	-۲۶/۲۱۵	CFO	جریان وجه نقد عملیاتی
۰/۰۰۰۰	-۱۷/۱۰۹	SG	رشد فروش
۰/۰۰۰۰	-۳۳/۶۲۸	ROA	بازده دارایی‌ها
۰/۰۰۰۰	-۳۶/۹۵۸	BI	درصد مدیران غیرموظف
۰/۰۰۰۰	-۲۱/۶۵۸	H <sup>۰</sup>	درصد سهامداران بالای ۵ درصد
۰/۰۰۰۰	-۱۶/۱۶۶	Mas	مالکیت مدیریتی

## آزمون هم‌خطی متغیرهای توضیحی

برای بررسی عدم وجود همبستگی خطی بین متغیرهای توضیحی از آزمون عامل تورم واریانس استفاده شده است. بر اساس نتایج این آزمون عامل واریانس‌های مدل پژوهش کمتر از ۵ می‌باشند و مشکل هم‌خطی وجود ندارد. نتایج این آزمون هم‌زمان با نتایج برازش مدل در جدول ۶ در ستون (VIF) نشان داده شده است.

## آزمون نرمال بودن متغیرهای پژوهش

به منظور بررسی نرمال بودن توزیع باقیمانده‌های مدل‌ها از آزمون جارک- برا استفاده شد. از آنجا که سطح معناداری این آزمون برای مدل پژوهش کمتر از ۰/۰۵ است، فرض صفر مبنی بر نرمال بودن توزیع اجزای اخلاص مدل‌های پژوهش رد می‌شود. اما طبق قضیه حد مرکزی، چنانچه تعداد مشاهدات در نمونه مورد بررسی به

میزان کافی زیاد باشد، توزیع داده‌ها به نرمال نزدیک است و حتی اگر جامعه نرمال نباشد، می‌توان از آزمون‌های پارامتریک استفاده کرد. نتایج این آزمون در جدول ۳ نشان داده شده است.

جدول ۳. نتایج نرمال بودن باقیمانده‌های مدل پژوهش

آزمون	مقدار آماره	سطح معناداری	نتیجه آزمون
جارك-برا	۲۷۳۰/۴۵۵	۰/۰۰۰۰	عدم توزیع نرمال جملات خطا

### آزمون ناهمسانی جملات خطا

به منظور بررسی ناهمسانی واریانس باقیمانده‌های مدل پژوهش از آزمون والد تعدیل شده استفاده شده است که نتایج آن در جدول (۴) ارائه شده است. نتایج آزمون والد تعدیل شده برای بررسی فرض همسانی واریانس در اجزای اخلاص مدل نیز حاکی از وجود ناهمسانی واریانس است که این مشکل برای تخمین نهایی با استفاده از بکارگیری روش حداقل مربعات تعمیم‌یافته رفع شد. بنابراین، با توجه به سطح معناداری کمتر از (۰/۰۵) در مدل، جملات خطای آن دارای ناهمسانی واریانس است.

جدول ۴. آزمون همسانی واریانس

آزمون	مقدار آماره	سطح معناداری	نتیجه آزمون
والد تعدیل شده	۵۲/۹۱۴	۰/۰۰۰۰	وجود ناهمسانی واریانس

### آزمون خودهمبستگی جملات خطا

به منظور آزمون خودهمبستگی بین اجزای خطای مدل از آزمون وولدریج استفاده شد که نتایج آن در جدول (۵) آمده است. در ساختار داده‌های پانل روش مرسوم برای بررسی وجود یا عدم وجود خودهمبستگی بین مقادیر خطا آزمون وولدریج است. فرض صفر این آزمون نشان‌دهنده عدم خودهمبستگی و فرض یک آن بیانگر خودهمبستگی است. در صورتی که آماره احتمال مربوط به آزمون وولدریج کمتر از ۰.۰۵ باشد فرض صفر مبنی بر عدم خودهمبستگی رد می‌شود و در مقابل فرض یک مبنی بر وجود خودهمبستگی پذیرفته می‌شود. نتایج این آزمون نشان‌دهنده عدم وجود خودهمبستگی بین مقادیر خطا است.

جدول ۵. آزمون خودهمبستگی جملات خطا (ولدریج)

آزمون	مقدار آماره	سطح معناداری	نتیجه آزمون
ولدریج	۱/۳۱۸	۰/۳۵۶	عدم خودهمبستگی

## انتخاب نوع الگوی برآورد

از آنجاکه داده‌های پژوهش حاضر به صورت مقطعی - زمانی می‌باشند، نیاز است که تلفیقی یا تابلویی بودن داده‌ها با استفاده از آزمون چاو (F لیمر) سنجیده شود. با توجه به نتایج به دست آمده که در جدول (۶) ارائه شده است، سطح معناداری در مدل پژوهش برای چاو (F لیمر) عدد صفر است که این مقدار، بیانگر رد فرضیه صفر آزمون (کارایی روش تلفیقی) بوده و حکایت از آن دارد که برای تخمین مدل پژوهش باید از روش داده‌های تابلویی استفاده شود. با توجه به تابلویی بودن مدل، بایستی برای تعیین نوع داده‌ها تابلویی (روش اثرات ثابت یا اثرات تصادفی) از آزمون هاسمن استفاده شود. همان‌طور که در جدول (۶) ملاحظه می‌شود، سطح معناداری آزمون هاسمن، عدد صفر است که این مقدار حاکی از استفاده از روش اثرات ثابت در مقابل روش اثرات تصادفی است.

جدول ۶. انتخاب نوع الگوی برآورد

آزمون	مقدار آماره لیمر	سطح معناداری	نتیجه آزمون
چاو	۸۸/۲۲۲	۰/۰۰۰	اجرای آزمون هاسمن
هاسمن	۴۷/۷۸۱	۰/۰۰۰	مدل اثرات ثابت

## نتایج فرضیه پژوهش

نتایج حاصل از آزمون فرضیه پژوهش در جدول ۷ ارائه شده است. ضریب تعیین مدل ۰/۵۱۳ است که نشان می‌دهد ۵۱ تقریباً ۵۱ درصد از تغییر در متغیر وابسته، توسط تغییر در متغیرهای مستقل و کنترلی توضیح داده می‌شود. آماره F که نشان‌دهنده معناداری کل مدل است، ۳/۲۸۸ می‌باشد. این عدد نشان می‌دهد که مدل در سطح کلی معنادار است. همچنین، آماره دوربین واتسون ۱/۸۸۱ است که نشان می‌دهد بین اجزای اخلاص خودهمبستگی سریالی وجود ندارد.

جدول ۷. نتایج آزمون مدل پژوهش

متغیر	نماد	ضریب	انحراف معیار	آماره	سطح معناداری	آزمون VIF
مسئولیت اجتماعی	CSR	۰/۰۰۳	۰/۰۰۲	۱/۸۲۴	۰/۰۶۱	۱/۰۰۲
اندازه شرکت	SIZE	-۰/۰۰۵	۰/۰۰۱	-۵/۱۰۴	۰/۰۰۰	۱/۰۰۳
اهرم مالی	LEV	۰/۰۰۹	۰/۰۰۴	۲/۲۵۰	۰/۰۰۹	۱/۰۳۰
نسبت ارزش بازار به دفتری	MB	۰/۰۰۲	۰/۰۰۰۵	۳/۹۳۱	۰/۰۰۱	۱/۰۲۹
جریان وجه نقد عملیاتی	CFO	۰/۰۰۵	۰/۰۰۹	۰/۵۵۴	۰/۶۸۸	۱/۰۰۲
رشد فروش	SG	۰/۰۰۹	۰/۰۰۳	۲/۸۸۵	۰/۰۰۴	۱/۰۰۳
بازده دارایی‌ها	ROA	-۰/۰۰۳	۰/۰۱۰	-۰/۳۲۷	۰/۷۵۵	۱/۰۳۰

۱/۰۲۹	۰/۰۰۳	-۳/۶۲۵	۰/۰۰۸	-۰/۰۲۹	BORD	درصد مدیران غیرموظف
۱/۲۰۳	۰/۸۳۹	-۰/۳۹۰	۰/۰۱۱	-۰/۰۰۴	H <sup>o</sup>	درصد سهامداران بالای ۵ درصد
۱/۰۱۷	۰/۰۴۰	-۲/۰۵۲	۲/۳۶-E۰۵	-۴/۸۴-E۰۵	MAS	مالکیت مدیریتی
						ضریب تعیین
						۰/۵۱۳
						آماره F
						۳/۲۸۸
						آماره دورین واتسون
						۱/۸۸۱

نتایج فرضیه پژوهش در جدول ۷ نشان داده شده است. ضریب برآوردی و سطح معناداری متغیر مستقل (مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی) (۰/۰۰۳ و سطح معناداری ۹۰ درصد) نشان می‌دهد که بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارتی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، قابلیت مقایسه صورت‌های مالی بین شرکت‌های هم‌تا را افزایش می‌دهد. با توجه به این یافته‌ها، فرضیه پژوهش را نمی‌توان رد کرد. بر این اساس می‌توان استدلال کرد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی، مدیران شرکت‌ها را متعهد می‌سازد که به تعهدات اخلاقی خود پایبند باشند و اطلاعات دقیق و باکیفیتی برای ذینفعان خود ارائه دهند. برای این کار از استانداردها و رویه‌های باکیفیت و مشابه استفاده می‌کنند که این وضعیت به کاهش عدم تقارن اطلاعاتی در سطح شرکت، کارکنان، ذینفعان، شرکت‌های هم‌تا و حتی بازار سرمایه نیز کمک می‌کنند. چراکه مشاهده شد که به‌کارگیری مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، قابلیت مقایسه اطلاعات مندرج در صورت‌های مالی را افزایش داده است. این استدلال از طریق تئوری ذینفعان قابل توجیه است.

### نتیجه‌گیری و بحث

بر اساس ادبیات و پیشینه‌های موجود، افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت برای پاسخگویی شفاف در مقابل عملکرد سالانه خود به ذینفعان مختلف و در نتیجه نظارت بیشتر بر عملکرد شرکت، عدم تقارن اطلاعاتی را کاهش و بر این اساس کیفیت و قابلیت مقایسه اطلاعات را افزایش می‌دهد. یافته‌های پژوهش حاضر نیز تأیید دوباره‌ای بر این موضوع است. هدف پژوهش حاضر، بررسی تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی است. برای نیل به هدف پژوهش، ادبیات، پیشینه‌ها و شواهد موجود در زمینهٔ مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی طبق پژوهش‌های خارجی و داخلی استفاده و بررسی شد. همچنین، برای رسیدن به نتیجه مطلوب، یک فرضیه تدوین و از راه رگرسیون چندمتغیره و داده‌های ترکیبی آزمون شد. نتایج نشان داد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های عضو جامعه آماری در دسترس

پژوهش، قابلیت مقایسه صورت‌های مالی را تا سطح خطای ۱۰ درصد افزایش می‌دهد. این یافته‌ها را می‌توان از طریق تئوری ذینفعان توجیه کرد. بر اساس تئوری ذینفعان، شرکت‌ها متعهد می‌شوند که تعهدات اخلاقی خود نسبت به ذینفعان مختلف شرکت را با بهترین کیفیت و به‌صورت بهینه ارائه دهند. یکی از پیامدهای به‌کارگیری مسئولیت‌پذیری اجتماعی توسط شرکت‌ها، تهیه اطلاعات دقیق و باکیفیت و ارائه این اطلاعات به ذینفعان است. به‌کارگیری استانداردهای واحد و باکیفیت توسط شرکت‌های همتا در سطح یک محیط اقتصادی، منجر می‌شود که کیفیت اطلاعات این شرکت‌ها، هم‌زمان و هم‌راستا با همدیگر بالا رود و در نتیجه این اطلاعات قابلیت مقایسه داشته باشند. ذینفعان این شرکت‌ها بر اساس اطلاعات گزارش‌شده باکیفیت و قابل مقایسه، تصمیم‌های بهتری اتخاذ می‌کنند. چراکه در شرایط کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بین ذینفعان مختلف شرکت‌ها، اعتماد نسبت به شرکت و به‌تبع آن، ایجاد یک محیط برای سرمایه‌گذاری امن و اتخاذ تصمیم‌های بهینه شکل می‌گیرد. یافته‌های این پژوهش با نتایج بالو و همکاران (۲۰۱۸) و وانگ و همکاران (۲۰۲۰) همسو است. جایگاه آن‌ها یافتند که بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین، با نتایج وانس (۲۰۱۹) در تضاد است. چراکه یافته‌های وی نشان داد نشان داد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی، تأثیر منفی بر کیفیت اقلام صورت‌های مالی می‌گذارد و بر این اساس می‌توان گفت قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری به‌عنوان یکی از معیارهای کیفی گزارشگری مالی نیز تحت تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی قرار می‌گیرد.

از این رو، بر اساس نتایج این پژوهش می‌توان نتیجه گرفت که به‌کارگیری مسئولیت‌پذیری اجتماعی توسط شرکت‌ها، منجر به شکل‌گیری یک محیط اقتصادی برابر و امن برای تمام ذینفعان می‌شود و این وضعیت در شرایط وجود اطلاعات قابل مقایسه شکل خواهد گرفت. همچنین، شرکت‌هایی که اطلاعات ضروری را داوطلبانه افشا می‌کنند، سایر اطلاعات را نیز برای ذینفعان خود با بالاترین کیفیت تهیه و ارائه می‌کنند. لازمه تهیه اطلاعات باکیفیت و بهینه، استفاده از استانداردهای حسابداری باکیفیت است و اگر این استانداردها توسط همه شرکت‌ها و حداقل شرکت‌های هم‌تا بکار گرفته شوند، باعث می‌شود که مدیران از اقدامات فرصت‌طلبانه دست بردارند یا به پایین‌ترین سطح برسانند. چراکه وقتی این اطلاعات به بیرون شرکت مخابره می‌شود، ذینفعان سازمان آن‌ها را با سایر اطلاعات ارائه‌شده توسط شرکت‌های هم‌تا مقایسه می‌کنند و سپس تصمیم می‌گیرند. بنابراین، شرکت‌هایی که مسئولیت‌پذیری اجتماعی را به‌خوبی اجرا می‌کنند، خود را نسبت به ذینفعان متعهد می‌دانند و در نتیجه به نیازهای این ذینفعان توجه می‌کنند. همچنین، از آنجایی که تهیه اطلاعات باکیفیت و قابل مقایسه، یکی از نیازهای

مهم و اساسی دینفعان است، از این رو این شرکت‌ها اطلاعات باکیفیتی طبق استانداردهای حسابداری باکیفیت و واحد تهیه و ارائه می‌دهند.

بنا بر یافته‌های پژوهش، پیشنهاد می‌شود که تأثیر سازوکارهای مهم راهبری شرکتی بر رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و قابلیت مقایسه حسابداری بررسی شود. همچنین، با بررسی بیشتر تأثیر سازوکارهای راهبری شرکتی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی، بهتر می‌توان نقاط ضعف به‌کارگیری مسئولیت‌پذیری اجتماعی را درک و اصلاح کرد. همچنین، به شرکت‌ها پیشنهاد می‌شود که طبق استانداردهای واحد با سایر شرکت‌های هم‌تا، اطلاعات بهینه و باکیفیتی ارائه دهند که با توجه به یافته‌های پژوهش، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی، می‌تواند به این مهم کمک کند.

در انجام هر پژوهش، محدودیت‌هایی بر سر راه پژوهشگر قرار می‌گیرد که این پژوهش نیز از آن مستثنی نیست. در زیر به برخی از عمده‌ترین محدودیت‌های این پژوهش اشاره می‌گردد:

(۱) اولین و مهم‌ترین محدودیت تحقیقاتی که بر پایه آمار استنباطی انجام می‌شود، در خصوص تعمیم نتایج آن به سایر شرایط و دوره‌ها است. این امکان وجود دارد که روابطی که در پژوهش حاضر، ثابت شده‌اند؛ در دوره‌ها و یا شرایط متفاوت از شرایط این پژوهش برقرار نباشند. بنابراین، باید در تعمیم نتایج این تحقیق، احتیاط لازم به عمل آید.

(۲) در مورد این تحقیق، عوامل دیگری از جمله عوامل کلان اقتصادی و راهبری شرکتی وجود دارد که ممکن است از دسترس پژوهشگر خارج باشند و می‌توانند بر نتایج پژوهش، اثرگذار باشند. لکن اثر این عوامل در این پژوهش در نظر گرفته نشده است.

(۳) محدودیت در دسترسی به اطلاعات کافی و قابل‌اتکا برای برخی از شرکت‌ها، منجر به حذف برخی از آن‌ها و درنهایت، محدودیت نمونه تحقیق شده است.

## منابع

- بادآور نهندي، یونس و بابایی، قادر. (۱۳۹۸). ارتباط قابلیت مقایسه صورت های مالی و ریسک سقوط قیمت سهام با تاکید بر نقش عدم تقارن اطلاعاتی، پژوهش‌های کاربردی در گزارشگری مالی، ۸(۱)، ۱۷۳-۲۰۶.
- بنایی قدیم، رحیم، واعظ، سید علی. (۱۴۰۰). بررسی رابطه شاخص مسئولیت پذیری اجتماعی با قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری در مراحل چرخه عمر شرکت. بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، در حال انتشار.
- تقی زاده خانقاه، وحید و زینالی، مهدی. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها بر کارایی سرمایه‌گذاری و نوآوری، حسابداری سلامت، دوره ۵، شماره ۲، صص ۱-۲۷.
- ثقفی، علی و عرب‌مازاز یزدی، مصطفی. (۱۳۸۹). کیفیت گزارشگری مالی و ناکارایی سرمایه‌گذاری، پژوهش‌های حسابداری مالی، دوره ۲، شماره ۴، صص ۱-۲۰.
- حاجیها، زهره و چناری بوکت، حسن. (۱۳۹۷). قابلیت مقایسه صورت‌های مالی و خطر سقوط مورد انتظار قیمت سهام، دانش مالی تحلیل اوراق بهادار، ۱۱(۳۹)، ۳۷-۴۸.
- حاجیها، زهره و سرفراز، بهمن. (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و هزینه حقوق صاحبان سهام در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، پژوهش‌های تجربی حسابداری، دوره ۴، شماره ۴، صص ۱۰۵-۱۲۳.
- خزایی، مهدی؛ زلّقی، حسن و افلاطونی، عباس. (۱۳۹۸). تأثیر توانایی مدیریت بر میزان قابلیت مقایسه صورت‌های مالی، دانش حسابداری، ۱۰(۲)، ۲۱-۴۲.
- خواجوی، شکرالله؛ بایزیدی، انور و جبارزاده، سعید. (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین مدیریت سود و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، پیشرفت‌های حسابداری، دوره ۳، شماره ۳، صص ۲۹-۵۴.
- دریائی، عباسعلی؛ مران جوری، مهدی و فتاحی، یاسین. (۱۳۹۹). نقش کیفیت حسابرسی بر رابطه بین قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری و ریسک سقوط قیمت سهام (شواهدی از شرکت‌های همتا)، دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۹(۳۶)، ۱۷۹-۱۹۶.
- دلپسند، چکامه؛ نصیرزاده، فرزانه؛ حصارزاده، رضا. (۱۳۹۸). ساز کار اثرگذاری مسئولیت‌پذیری اجتماعی، ریسک و حاکمیت شرکتی بر نگهداشت وجه نقد: رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری، پژوهش‌های حسابداری مالی، دوره ۱۰، شماره ۴، صص ۱۵۹-۱۷۸.
- شهسواری، معصومه و سلمانی، رسول. (۱۳۹۷). بررسی پیامدهای اقتصادی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها (با تأکید بر کارایی سرمایه‌گذاری)، دانش سرمایه‌گذاری، دوره ۷، شماره ۲۷، صص ۲۴۷-۲۲۵.

فرجی، امید؛ جنتی دریاکناری، فاطمه؛ منصوری، کفسان؛ یونسی مطیع، فاطمه. (۱۳۹۹). مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش شرکت: نقش تعدیلگر مدیریت سود، مجله علمی مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۷، شماره ۱، صص ۲۵-۵۸.

فغانی ماکرانی، خسرو؛ حیدری‌رستمی، کرامت‌اله؛ امین، وحید. (۱۳۹۵). بررسی رابطه میان مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ریسک کاهش قیمت سهام در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، دانش سرمایه‌گذاری، دوره ۵، شماره ۱۹، صص ۲۶۹-۲۸۴.

نوری فرد، یداله و کاظمی، ژاله. (۱۳۹۸). رابطه قابلیت مقایسه صورت‌های مالی و ریسک سقوط مورد انتظار قیمت سهام، تحقیقات حسابداری و حسابرسی، ۱۱(۴۴)، ۱۰۷-۱۲۴.

نوری‌زاده، راضیه. (۱۳۹۳). ارتباط بین افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و کیفیت گزارشگری مالی، پایان‌نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهراء، دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی.

Abad, D., M. F. Cutillas-Gomariz, J. P. Sánchez-Ballesta, and J. Yagüe. ۲۰۱۸. Does IFRS mandatory adoption affect information asymmetry in the stock market. *Australian Accounting Review* ۲۸ (۱): ۶۱-۷۸.

Anagnostopoulou, S. C., A. E. Tsekrekos, and G. Voulgaris. ۲۰۲۰. Accounting conservatism and corporate social responsibility. *The British Accounting Review* ۱۰۰۹۴۲. In Press.

Attig, N., S. El Ghouli, O. Guedhami, and J. Suh. ۲۰۱۳. Corporate social responsibility and credit ratings. *Journal of business ethics* ۱۱۷ (۴), ۶۷۹-۶۹۴.

Ball, R., A. Robin, and J. S. Wu. ۲۰۰۳. Incentives versus standards: properties of accounting income in four East Asian countries. *Journal of accounting and economics* ۳۶(۱-۳): ۲۳۵-۲۷۰.

Ballou, B., P. C. Chen, J. H. Grenier, and D. L. Heitger. ۲۰۱۸. Corporate social responsibility assurance and reporting quality: Evidence from restatements. *Journal of Accounting and Public Policy* ۳۷(۲): ۱۶۷-۱۸۸.

Barth, M. E., W. R. Landsman, M. Lang, and C. Williams. ۲۰۱۲. Are IFRS-based and US GAAP-based accounting amounts comparable? *Journal of Accounting and Economics* ۵۴(۱): ۶۸-۹۳.

Ben-Amar, W., and I. Belgacem. (۲۰۱۸). Do socially responsible firms provide more readable disclosures in annual reports? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* ۲۵(۵): ۱۰۰۹-۱۰۱۸.

Benlemlih, M., and M. Bitar. ۲۰۱۸. Corporate social responsibility and investment efficiency. *Journal of Business Ethics* ۱۴۸(۳): ۶۴۷-۶۷۱.



Bhandari, A., and D. Javakhadze. ۲۰۱۷. Corporate social responsibility and capital allocation efficiency. *Journal of Corporate Finance* ۴۳: ۳۵۴-۳۷۷.

Bhuiyan, M. B. U., and T. H. N. Nguyen. ۲۰۱۹. Impact of CSR on cost of debt and cost of capital: Australian evidence. *Social Responsibility Journal* ۱۶(۳): ۴۱۹-۴۳۰.

Cascino, S., and J. Gassen. ۲۰۱۵. What drives the comparability effect of mandatory IFRS adoption? *Review of Accounting Studies* ۲۰(۱): ۲۴۲-۲۸۲.

Chen, Y., E. J. Podolski, S. G. Rhee, and M. Veeraraghavan. ۲۰۱۷. Do progressive social norms affect economic outcomes? Evidence from corporate takeovers. *Journal of empirical finance* ۴۱: ۷۶-۹۵.

Chih, H. L., C. H. Shen, and F. C. Kang. ۲۰۰۸. Corporate social responsibility, investor protection, and earnings management: Some international evidence. *Journal of business ethics* ۷۹(۱-۲): ۱۷۹-۱۹۸.

Davis, A. K., D. A. Guenther, L. K. Krull, and B. M. Williams. ۲۰۱۶. Do socially responsible firms pay more taxes? *The accounting review* ۹۱(۱): ۴۷-۶۸.

De Franco, G., S. Kothari, and R. Verdi. ۲۰۱۱. The benefits of financial statement comparability. *Journal of Accounting Research* ۴۹(۴): ۸۹۵-۹۳۱.

De George, E. T., X. Li, and L. Shivakumar. ۲۰۱۶. A review of the IFRS adoption literature. *Review of Accounting Studies* ۲۱(۳): ۸۹۸-۱۰۰۴.

DeFond, M., X. Hu, M. Hung, and S. Li. ۲۰۱۱. The impact of mandatory IFRS adoption on foreign mutual fund ownership: The role of comparability. *Journal of accounting and economics* ۵۱(۳): ۲۴۰-۲۵۸.

El Ghouli, S., O. Guedhami, C. C. Kwok, and D. R. Mishra. ۲۰۱۱. Does corporate social responsibility affect the cost of capital? *Journal of Banking and Finance* ۳۵(۹): ۲۳۸۸-۲۴۰۶.

Endraves, M., Z. Feng, M. Lu, and Y. Shan. ۲۰۲۰. Audit committee characteristics and financial statement comparability. *Accounting and Finance* ۶۰(۳): ۲۳۶۱-۲۳۹۵.

Ferrero, J., L. Rodríguez Ariza, and B. Cuadrado-Ballesteros. ۲۰۱۵. Is financial reporting quality related to corporate social responsibility practices? Evidence from family firms. *European Accounting and Management Review* ۲(۱): ۱-۴۵.

Financial Accounting Standards Board. ۱۹۸۰. Qualitative characteristics of accounting information. *Statement of Financial Accounting Concepts*, no (p. ۲). Norwalk, CT: FASB.

Freeman, R. E. (۲۰۱۰). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge university press.

Gao, F., L. L. Liscic, and I. X. Zhang. ۲۰۱۴. Commitment to social good and insider trading. *Journal of Accounting and Economics* ۵۷(۲-۳): ۱۴۹-۱۷۵.

Ge, W., and M. Liu. (۲۰۱۵). Corporate social responsibility and the cost of corporate bonds. *Journal of Accounting and Public Policy* ۳۴(۶): ۵۹۷-۶۲۴.

Godos-Díez, J. L., R. Fernández-Gago, and A. Martínez-Campillo. ۲۰۱۱. How important are CEOs to CSR practices? An analysis of the mediating effect of the perceived role of ethics and social responsibility. *Journal of Business Ethics* ۹۸(۴): ۵۳۱-۵۴۸.

Goss, A., and G. S. Roberts. ۲۰۱۱. The impact of corporate social responsibility on the cost of bank loans. *Journal of Banking and Finance* ۳۵(۷): ۱۷۹۴-۱۸۱۰.

Harjoto, M., and I. Laksmana. ۲۰۱۸. The impact of corporate social responsibility on risk taking and firm value. *Journal of Business Ethics* ۱۵۱(۲): ۳۵۳-۳۷۳.

Hemingway, C. A., and P. W. MacLagan. ۲۰۰۴. Managers' personal values as drivers of corporate social responsibility. *Journal of business ethics* ۵۰(۱): ۳۳-۴۴.

Hsu, A., K. Koh, S. Liu, and Y. H. Tong. ۲۰۱۹. Corporate social responsibility and corporate disclosures: an investigation of investors' and analysts' perceptions. *Journal of Business Ethics* ۱۵۸(۲): ۵۰۷-۵۳۴.

International Accounting Standards Board. ۲۰۱۰. The conceptual framework for financial reporting. London: IASB.

Jensen, M. C. ۲۰۰۱. Value maximization, stakeholder theory, and the corporate objective function. *Journal of applied corporate finance* ۱۴(۳): ۸-۲۱.

Jo, H., Y. Kim, and M. S. Park. ۲۰۰۷. Underwriter choice and earnings management: evidence from seasoned equity offerings. *Review of Accounting Studies* ۱۲(۱): ۲۳-۵۹.

Kim, Y., H. Li, and S. Li. ۲۰۱۴. Corporate social responsibility and stock price crash risk. *Journal of Banking and Finance* ۴۳(C): ۱-۱۳.

Kim, Y., M. S. Park, and B. Wier. ۲۰۱۲. Is earnings quality associated with corporate social responsibility. *The accounting review* ۸۷(۳): ۷۶۱-۷۹۶.

King, R., G. Pownall, and G. Waymire. ۱۹۹۰. Expectations adjustment via timely management forecasts: Review, synthesis, and suggestions for future research. *Journal of accounting Literature* ۹(۱): ۱۱۳-۱۴۴.

Kotchen, M., and J. J. Moon. ۲۰۱۲. Corporate social responsibility for irresponsibility. *The BE Journal of Economic Analysis and Policy* ۱۲(۱): ۱-۲۳.

Lee, D. ۲۰۱۷. Corporate social responsibility and management forecast accuracy. *Journal of Business Ethics* ۱۴۰(۲): ۳۵۳-۳۶۷.

Linthicum, C., A. L. Reitenga, and J. M. Sanchez. ۲۰۱۰. Social responsibility and corporate reputation: The case of the Arthur Andersen Enron audit failure. *Journal of Accounting and Public Policy* ۲۹(۲): ۱۶۰-۱۷۶.

Saleh, M., N. Zulkifli, R. Muhamad. ۲۰۱۰. Corporate social responsibility disclosure and its relation on institutional ownership: Evidence from public listed companies in Malaysia. *Managerial Auditing Journal* ۲۵(۶): pp. ۵۹۱-۶۱۳.

Schipper, K. ۲۰۰۳. Principles-based accounting standards. *Accounting horizons* ۱۷(۱): ۶۱-۷۲.

Shafer, W. E. ۲۰۱۵. Ethical climate, social responsibility, and earnings management. *Journal of Business Ethics* ۱۲۶(۱): ۴۳-۶۰.

Surroca, J., and J. A. Tribó. ۲۰۰۸. Managerial entrenchment and corporate social performance. *Journal of Business Finance and Accounting* ۳۵(۵-۶): ۷۴۸-۷۸۹.

Wang, C. ۲۰۱۴. Accounting standards harmonization and financial statement comparability: Evidence from transnational information transfer. *Journal of Accounting Research* ۵۲(۴): ۹۵۵-۹۹۲.

Wang, F., Z. Zhang, and L. Xu. ۲۰۲۰. Corporate social responsibility and financial statement comparability: Evidence from China. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* ۲۷(۳): ۱۳۷۵-۱۳۹۴.

Wang, X., F. Cao, and K. Ye. ۲۰۱۸. Mandatory corporate social responsibility (CSR) reporting and financial reporting quality: Evidence from a quasi-natural experiment. *Journal of Business Ethics* ۱۵۲(۱): ۲۵۳-۲۷۴.

Wans, N. ۲۰۲۰. Corporate social responsibility and market-based consequences of adverse corporate events: Evidence from restatement announcements. *Journal of Accounting, Auditing and Finance* ۳۵(۲): ۲۳۱-۲۶۲.

Yeh, C. C., F. Lin, T. S. Wang, and C. M. Wu. ۲۰۲۰. Does corporate social responsibility affect cost of capital in China? *Asia Pacific Management Review* ۲۵(۱): ۱-۱۲.

Zhang, J. H. ۲۰۱۸. Accounting comparability, audit effort, and audit outcomes. *Contemporary Accounting Research* ۳۵(۱): ۲۴۵-۲۷۶.

## Corporate Social Responsibility and Compare Financial Statements

Babak Jamshidinavid, Maryam Mansouri

### **Abstract**

Provision and presentation of quality information is a prerequisite for decision making by stakeholders of business units. One of the features of this information is having the ability to compare with other peer companies, as one of the quality features of this information. Social responsibility can affect the qualitative characteristics of financial reporting. Therefore, the purpose of this study is to investigate the relationship between corporate social responsibility and the ability to compare financial statements as one of the most important features of financial reporting. To achieve the purpose of the study, the composite data of ۱۱۴ companies listed on the Tehran Stock Exchange in the period ۲۰۱۰-۲۰۲۰ were analyzed using multivariate linear regression. Findings showed that there is a positive and significant relationship between corporate social responsibility and the ability to compare financial statements. Based on these findings, it can be said that social responsibility obliges company managers to adhere to their ethical commitments and provide accurate and quality information to their stakeholders. To do this, they use quality and similar standards and procedures that help reduce information asymmetries at the company level, employees, stakeholders, peer companies and even the capital market.

**Keywords:** Stakeholder Theory, Agency Theory, Comparability of Financial Statements, Corporate Social Responsibility.