

## تبیین ایفای مسؤلیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها و تأثیر آن بر خصوصیات کیفی اطلاعات مالی

سیداحمد موسوی<sup>۱</sup>

فرزین رضایی<sup>۲</sup>

فرهاد شاه ویسی<sup>۳</sup>

تاریخ پذیرش: ۹۵/۰۶/۰۱

تاریخ دریافت: ۹۵/۰۲/۰۴

### چکیده

هدف این پژوهش، شناسایی عوامل مؤثر و تبیین ایفای مسؤلیت اجتماعی شرکت‌ها و تأثیر آن بر خصوصیات کیفی اطلاعات حسابداری است. برای دستیابی به این هدف، با بکارگیری ابعاد مختلف مسؤلیت اجتماعی مبتنی بر نظریه کارول، شاخص‌هایی برای ابعاد اقتصادی، قانونی، اخلاقی، محیطی و اجتماعی در نظر گرفته شد و با بکارگیری روش تحلیل عاملی تأییدی، شاخص‌های مناسب هر یک از ابعاد مذکور انتخاب گردید. نمونه آماری شامل ۸۷ شرکت طی دوره ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۳ است. برای اندازه‌گیری میزان کارایی شرکت‌ها به لحاظ ایفای مسؤلیت اجتماعی از روش تحلیل پوششی داده‌ها استفاده شده است. بر اساس روش داده‌های ترکیبی و تجزیه و تحلیل رگرسیون خطی چند متغیره و لجستیک، یافته‌های پژوهش نشان داد که بین ایفای مسؤلیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها و ارزش پیش بینی‌کنندگی اطلاعات رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین نتایج نشان داد که بین ایفای مسؤلیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها با سایر خصوصیات کیفی شامل ارزش تأیید کنندگی، محافظه کاری، بی طرفی، بیان صادقانه و کامل بودن رابطه ای وجود ندارد.

**واژه‌های کلیدی:** مسؤلیت اجتماعی شرکت، خصوصیات کیفی اطلاعات حسابداری، توسعه پایدار، کارایی، تحلیل عاملی تأییدی، تحلیل پوششی داده‌ها.

۱- دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران.  
Ahmadmou@gmail.com

۲- دانشیار، گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران. (نویسنده مسئول)  
farzin.rezaei@qiau.ac.ir

۳- استادیار، گروه حسابداری، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران. F.shahveisi@razi.ac.ir

## ۱- مقدمه

از آنجایی که مفهوم توسعه پاینده به چالشی برای نگرش کلاسیک ارزش سهامداران در واحدهای تجاری و نقش آن‌ها در جامعه تبدیل شده است، امروزه شرکت‌ها، متعهد به بیان آثار فعالیت‌های خود بر محیط طبیعی و جامعه هستند، یکی از مفاهیم اصلی که به توصیف فعالیت‌های پاینده اشاره دارد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها است که این مفهوم با نگرش‌های متفاوت روی پایداری شرکت‌ها تأکید دارد. شرکت‌ها مسئولیت اجتماعی را نوعی استراتژی تجاری می‌بینند که باعث می‌شود که در فضای کسب و کار به شدت رقابتی، بر اعتبارشان افزوده شود و سهم آن‌ها در بازار فزونی یابد. همچنین دولت‌ها نیز به مسئولیت اجتماعی از منظر تقسیم وظایف و مسئولیت‌ها بین خود و بنگاه‌های اقتصادی و حرکت در جهت توسعه پایدار نگاه می‌کنند. آن‌چنان که از دهه ۱۹۹۰ بدین سو، بر مفاهیمی همچون حکمرانی خوب<sup>۱</sup>، مسئولیت‌های اجتماعی، راهبری شرکتی<sup>۲</sup> و پایداری شرکتی<sup>۳</sup> بیش از پیش تأکید شده است.

محصول نهایی فرایند حسابداری مالی، ارائه اطلاعات مالی به استفاده‌کنندگان مختلف، اعم از استفاده‌کنندگان درون سازمانی و برون سازمانی، در قالب گزارش‌های مالی است. گزارشگری مالی منعکس‌کننده حسابداری واحد تجاری در قبال منابع آن می‌باشد. بنابراین، مبنایی برای ارزیابی وظیفه مباشرت مدیریت و اتخاذ تصمیمات اقتصادی فراهم می‌آورد. صورت‌های مالی به عنوان بخش اصلی فرایند گزارشگری مالی، در ارزیابی وضعیت مالی، عملکرد مالی و انعطاف‌پذیری مالی واحد تجاری مورد استفاده قرار می‌گیرد (کمیته تدوین استانداردهای حسابداری، ۱۳۸۶).

از آنجایی که مخاطب گزارشگری مالی طیف وسیعی از استفاده‌کنندگان هستند. بنابراین توجه به پوشش حداکثری نیازهای اطلاعاتی مخاطبان می‌تواند سودمندی اطلاعات حسابداری را بهبود بخشد. مدیران شرکت‌ها نیز برای آنکه در برابر مخاطبان خود کیفیت اطلاعات مالی را از منظر پیش‌بینی‌کنندگی

و تأیید‌کنندگی و قابلیت اتکاء برتر نشان داده و ارتباط با ذینفعان را مدیریت کنند، لازم دارند تا به طور واقعی در مواجهه با مخاطبان با رعایت کمترین عدم تقارن اطلاعاتی و خطر اخلاقی عمل کنند تا قرارداد اجتماعی را تأیید نمایند. مفهوم قرارداد اجتماعی تأکید می‌کند که سازمان‌ها متکی به حمایت همه‌جانبه جامعه هستند. سطوح فزاینده افشای مسئولیت اجتماعی شرکت می‌تواند پیامدهای سودمندی داشته باشد. افشای داوطلبانه آن از طریق بهبود نقدشوندگی سهام، کاهش هزینه سرمایه و افزایش واسطه‌های اطلاعاتی و مالی شرایط ارتقای کارایی بازار سرمایه را فراهم می‌آورد (اسمیت و بوشمن، ۲۰۰۱).

در راستای تعیین معیارهای افشای ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها برخی رهنمودهای کلی در استانداردهای گزارشگری جهانی پایداری و ایزو ۲۶۰۰۰ ارائه شده است. طی یک دهه اخیر در گزارش‌های فعالیت هیئت مدیره برخی از شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، گزارشگری عملکرد اجتماعی صورت پذیرفته است. اما این گزارش‌ها بیشتر جنبه کیفی داشته و شرکت‌ها از افشای اعداد و ارقام و اطلاعات کمی پرهیز می‌کنند (وکیلی‌فرد و قنبری، ۱۳۹۱ و حساس یگانه و برزگر، ۱۳۹۲). از طرفی مقررات مشخصی نیز برای افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در گزارش‌های سالانه شرکت‌های ایرانی به صورت یکپارچه وجود ندارد که بتوان مشخص نمود که تا چه میزان شرکت‌ها در ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت به نحو مطلوب عمل کرده‌اند.

ویژگی بارز این پژوهش در آن است که با استفاده از متغیرهای حسابداری از منظر گردآوری داده‌ها و تحلیل عاملی تأییدی و روش تحلیل پوششی داده‌ها از منظر ابزار تحلیل به تبیین مدلی برای اندازه‌گیری کارایی شرکت‌ها به لحاظ ایفای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها پرداخته و با در نظر گرفتن مطالعات مبتنی بر نظریه اجتماعی و سیاسی به مطالعه تأثیر این ضریب بر خصوصیات کیفی مرتبط با

محتوای اطلاعات یعنی مربوط بودن و قابلیت اتکاء پرداخته و موجب بهبود خصوصیات کیفی اطلاعات مالی مرتبط با مفاهیم نظری گزارشگری مالی شود.

## ۲- مبانی نظری و مروری بر پیشینه پژوهش

### ۲-۱- مسئولیت اجتماعی شرکت

سازمان‌های مختلف، تعاریف متفاوتی از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها دارند اما حوزه مشترک گسترده‌ای بین آن‌ها وجود دارد. انجمن کسب و کار جهانی توسعه پایدار<sup>۴</sup> (۱۹۹۹)، مسئولیت اجتماعی شرکت را تعهد مستمر صاحبان کسب و کارها در رفتارهای اخلاقی به همراه توسعه اقتصادی تعریف کردند، این در حالی است که بهبود کیفیت زندگی نیروی کار و خانواده آن‌ها در راستای بهبود کیفیت زندگی جامعه محلی به صورت گسترده برآورده شود (نصر، ۲۰۱۰).

گری<sup>۵</sup> (۱۹۹۵)، مطالعات افشای محیطی و اجتماعی شرکت‌ها را در برگیرنده سه نظریه مفید بودن در تصمیم‌گیری، نظریه اقتصادی، نظریه سیاسی و اجتماعی می‌داند. او بیان می‌دارد که مطالعات نظریه مفید بودن در تصمیم‌گیری، فاقد پشتوانه نظری است و ادعا می‌کند که اختلاف بین انگیزه‌های غیر مالی شرکت برای درگیر شدن در مسئولیت اجتماعی شرکتها و نیازهای ذینفعان اصلی که عمدتاً مالی است، یک مشکل اصلی است و سبب می‌گردد که اثبات مفید بودن برای ذینفعان مالی توجیه نشدنی باشد. او بیان می‌دارد مطالعات مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها مبتنی بر نظریه اقتصادی با تمرکز بر نظریه نمایندگی و نظریه اثباتی است. او این نظریه‌ها را کاملاً مخالف رویکرد منافع افشای اجتماعی می‌داند و دغدغه اصلی این مجموعه از نظریه‌ها، تفکر بازار آزاد از چشم انداز اقتصادی است که به نگرش ناکامی بازار در صورت توجه به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در جامعه اعتقاد دارد و توجه به منافع اقتصادی کوتاه مدت از طریق رفتار عقلایی در اقتصاد کاملاً با انگیزه‌های ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در تضاد است. گری بیان می‌دارد که نظریه‌های اثباتی در اینباره نیست که گزارشگری مسئولیت اجتماعی

شرکت‌ها چه باید باشد، بلکه درباره این است که چه هست و این نظریه مبنایی برای بهبود و تغییر و توسعه گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها پیشنهاد نمی‌کند. در واقع، نظریه اثباتی نتوانسته است پایه نظری مناسبی برای توجیه و تبیین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها باشد (حساس یگانه و برزگر، ۱۳۹۲). در حالی که دو نظریه مفید بودن در تصمیم‌گیری و نظریه اقتصادی، چندان مبنایی مناسبی برای توسعه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نبوده‌اند، رویکرد سیاسی و اجتماعی در بسیاری از تحقیقات مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در سال‌های اخیر تداوم داشته و بکار گرفته شد و اکثر تحقیقات قبلی در خصوص گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، نظریه سیاسی و اجتماعی را مورد پذیرش قرار داده است (دیگان، ۲۰۰۶).

### ۲-۲- خصوصیات کیفی اطلاعات مالی

خصوصیات کیفی به خصوصیات اطلاق می‌شود که، موجب می‌گردد اطلاعات ارائه شده در صورتهای مالی برای استفاده کنندگان در راستای ارزیابی وضعیت مالی، عملکرد مالی و انعطاف‌پذیری مالی واحد تجاری مفید واقع شود. برخی خصوصیات کیفی به محتوای اطلاعات مندرج در صورتهای مالی و برخی دیگر به چگونگی ارائه این اطلاعات مربوط می‌شود. خصوصیات کیفی اصلی مرتبط با محتوای اطلاعات، "مربوط بودن" و "قابل اتکا بودن" است (مفاهیم نظری گزارشگری مالی، ۱۳۸۶).

### ۲-۲-۱- مربوط بودن

اطلاعاتی مربوط تلقی می‌شود که بر تصمیمات اقتصادی استفاده کنندگان در ارزیابی رویدادهای گذشته، حال یا آینده یا تأیید یا تصحیح ارزیابی‌های گذشته آنها مؤثر واقع شود. مربوط بودن مفهومی نسبی است و تا حدود زیادی تحت تأثیر نیازهای اطلاعاتی گروه‌های مختلف استفاده کننده و نوع تصمیماتی است که اتخاذ می‌کنند. مطابق با مفاهیم نظری گزارشگری مالی، اطلاعات مربوط یا دارای

ارزش پیش‌بینی‌کنندگی و یا حائز ارزش تأیید کنندگی است.

## ۲-۲-۲- قابلیت اتکاء

برای اینکه اطلاعات مفید باشد باید همچنین قابل اتکا باشد. اطلاعاتی قابل‌اتکاست که عاری از اشتباه و تمایلات جانبدارانه با اهمیت باشد و به طور صادقانه معرف آن چیزی باشد که مدعی بیان آن است یا به گونه‌ای معقول انتظار می‌رود بیان کند. مطابق با مفاهیم نظری گزارشگری مالی اطلاعات قابل اتکا شامل خصوصیات کیفی محافظه‌کاری، بی‌طرفی، بیان صادقانه و کامل بودن است.

## ۳-۲- مسئولیت اجتماعی شرکتها و خصوصیات کیفی اطلاعات مالی

یکی از اساسی‌ترین مفاهیم در راستای نظریه‌های مشروعیت، نظریه ذی‌نفعان و نظریه نهادی، توسعه پایدار می‌باشد که عبارت است از توسعه‌ای که در آن تأمین نیازهای امروز بدون تأثیر مخرب بر توانایی نسل‌های آینده در برآوردن نیازهایشان محقق شود (استورر و همکاران، ۲۰۰۵). همچنین چارچوب‌های گزارشگری غیر مالی بر مبنای این مفهوم همانند چارچوب هیئت تدوین استانداردهای حسابداری پایداری<sup>۷</sup>، ۲۰۱۳ و سازمان گزارشگری جهانی<sup>۸</sup> ۲۰۱۳ مورد استقبال قرار گرفته است.

کیفیت گزارشگری مالی نیز به محدوده‌ای اشاره دارد که در آن گزارش‌های مالی شرکت، وضعیت اقتصادی و عملکرد آن را طی یک دوره زمانی اندازه‌گیری و به صورت صادقانه و به موقع ارائه نمایند. علاوه بر این، رویکردهای متفاوت دیگری در خصوص ارزیابی کیفیت گزارشگری مالی وجود دارد که می‌توان آن‌ها را در دو گروه طبقه‌بندی کرد. گروه اول رویکرد مبتنی بر نیاز استفاده‌کنندگان می‌باشد که بر مسائل مرتبط با ارزیابی و سودمندی اطلاعات مالی برای استفاده‌کنندگان تمرکز دارد. گروه دوم، رویکرد مبتنی بر حمایت از سرمایه‌گذاران می‌باشد که بر مسائل مرتبط با نحوه اداره شرکت و مباشرت تأکید دارد. در رویکرد دوم کیفیت گزارشگری مالی به طور

عمده برافشای کامل و منصفانه اطلاعات برای سهامداران تأکید دارد. از این رو کیفیت گزارشگری مالی عبارت است از اطلاعات مالی کامل و شفاف که مانع از گمراهی یا ایجاد ابهام برای استفاده‌کنندگان شود (دیگان، ۲۰۰۶). مدل‌های مفهومی مختلفی در خصوص مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ارائه شده است که معروفترین آنها مدل سلسله‌مراتبی کارول (۲۰۰۴)، ۱۹۹۹) است. وی بیان کرد که شرکت‌ها برای ایفای مسئولیت اجتماعی ملزم به رعایت چهار مسئولیت به شرح زیر می‌باشند:

▪ **مسئولیت پذیری اقتصادی:** برای ایفای مسئولیت اجتماعی از منظر اقتصادی (تعهدات اجتماعی سازمان که باید برای حداکثر سازی سود انجام دهد) می‌توان شاخص‌هایی را مورد استفاده قرار داد. برخی از این شاخص‌ها نظیر نرخ بازده دارایی‌ها، معیار ثروت با گرایش سود از منظر سهامداران؛ کیو - توبین، معیار ثروت با گرایش ارزش از منظر سرمایه‌گذاران؛ ارزش افزوده اقتصادی، معیار ثروت از منظر خلق ارزش می‌باشند که افزایش مقدار این شاخص‌ها همسو با نظریه ذی‌نفعان و ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت از منظر اقتصادی است. این بعد از مسئولیت‌پذیری با رویکرد مبتنی بر حمایت از سرمایه‌گذاران (از رویکردهای کیفیت گزارشگری مالی) مرتبط است. این مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها در بعد اقتصادی در راستای پایداری قلمداد می‌گردد.

▪ **مسئولیت‌پذیری قانونی:** این مسئولیت اشاره به این دارد که سازمان بایستی در چارچوب قوانین و مقررات جامعه فعالیت اقتصادی را انجام دهد. برای ایفای مسئولیت اجتماعی از منظر قانونی (آنچه سازمان ملزم است که انجام دهد) توجه به مسئولیت پاسخگویی در قبال ذی‌نفعان طبق نظریه گروه‌های ذی‌نفع است. توجه به مالکیت نسبی هر یک از سهامداران حقیقی و حقوقی و بهبود درصد سهامداران اقلیت (سهام‌شناور آزاد) و همسو نمودن منافع مالکان و مدیران، اثربخشی هیئت‌مدیره، ثبات مدیرعامل و اندازه حسابرس تأثیر به‌سزایی در میزان

مرتبط با فضائل اخلاقی در شرکت‌ها به کارکنان و مدیران آن‌ها واگذار شده است، لذا برخورد از روی کرامت با مخاطبان گزارش‌های مالی نیز در حیطه مباحث اخلاقی و گزارشگری مالی قرار می‌گیرد. به نظر می‌رسد مدیرانی که از فضائل اخلاقی بهره‌مندتر باشند، در گزارشگری خود می‌توانند از عدم تقارن اطلاعاتی کمتر با مخاطبان خود استفاده نمایند. به بیان دیگر آن‌ها صداقت در شناسایی و اندازه‌گیری و ارائه اطلاعات مالی از خود نشان می‌دهند. صداقت، انصاف و احترام به جامعه و ذینفعان شرکت یک ارزش اجتماعی محسوب می‌شود. برای رسیدن به این هدف شرکت‌ها خود را ملزم به رعایت اخلاق کسب و کار می‌نمایند. بنابراین مطابق با شاخه اخلاقی نظریه ذی‌نفعان و خطر اخلاقی عدم تقارن اطلاعاتی، استدلال می‌شود که کسب بازده غیر متعارف در بازار سهام بیانگر عدم تقارن اطلاعاتی می‌باشد که خطر اخلاقی به همراه دارد. این خطر اخلاقی ناشی از بی‌انصافی در شناسایی، اندازه‌گیری و یا افشای اطلاعات است. از این رو سرمایه‌گذاران تمایل بیشتری دارند تا سهام شرکت‌هایی را خریداری نمایند که اقدام به رعایت انصاف در افشای اطلاعات دارند. از طرفی حسابرسان وظیفه اطمینان بخشی در جامعه را دارند. زمانی که حسابرس اظهار نظر مقبول ارائه می‌نماید یعنی وظیفه حرفه‌ای خود را در قبال ذی‌نفعان انجام داده است اما در صورتی که استفاده‌کنندگان علی‌رغم وجود توانایی، از اظهار نظر حسابرسان نتوانند به مطلوبیت خود نایل آیند، کیفیت از منظر اظهار نظر حسابرس واقع نشده است. برای اینکه بتوان مشخص نمود که ذی‌نفعان، تا چه اندازه بر اساس اظهار نظر حسابرس به مطلوبیت خود دست یافته‌اند می‌بایست شدت وابستگی بین نوع اظهار نظر حسابرس و ارزش بازار را مورد بررسی قرار داد. اقلام تعهدی اختیاری نیز قابل اعمال نظر توسط مدیریت هستند. مدیران اخلاق مدار با استفاده از اقلام تعهدی اختیاری، رفتاری جانبدارانه که منافع فردی را به همراه داشته باشد، از خود نشان نمی‌دهند. چرا که مطابق با شاخه اخلاقی

موفقیت شرکت‌ها در ایفای نقش مسئولیت‌پذیری اجتماعی و اجرای نظام راهبری شرکتی دارد. همچنین حفظ امتیاز افشا با توجه به دو ویژگی کیفی یعنی مربوط بودن و قابلیت اتکا و اجرای آیین‌نامه نظام راهبری شرکتی توسط شرکت‌ها مطابق با نظریه ذی‌نفعان، موجب جلب و حفظ اعتماد عمومی می‌شود. در حقیقت شرکت‌ها علاوه بر مسئولیت در قبال سهامداران، در مقابل سرمایه‌گذاران و سایر ذی‌نفعان نیز مسئولیت دارد. فرصت طلبانه بودن معاملات با اشخاص وابسته، یکی از عواملی است که موجب کاهش ارزش بازار سرمایه می‌شود. اگرچه تمام معاملات با اشخاص وابسته فرصت طلبانه نیستند، اما نگرش غالب این است که از عوامل تأثیرگذار بر ریسک می‌باشند و سرمایه‌گذاران، قبل از انجام سرمایه‌گذاری برای آن اهمیت زیادی قائل می‌شوند. از این رو افشای معامله با اشخاص وابسته از دیدگاه نظریه ذی‌نفعان و مسئولیت قانونی نظریه کارول به عنوان شاخصی برای ایفای مسئولیت اجتماعی از منظر قانونی است. رعایت قانون مالیات‌ها، تمکین از حکومت است. بنابراین دیدگاه اجتماعی - سیاسی خواهد داشت. از این رو شرکت‌هایی که اجتناب مالیاتی کمتری دارند نزد دولت از مشروعیت بیشتری برخوردار می‌شوند. لذا به نظر می‌رسد که از دیدگاه نظریه مشروعیت، کاهش اجتناب مالیاتی شرکت به عنوان شاخصی برای ایفای مسئولیت اجتماعی از منظر قانونی است. این مسئولیت با رویکرد مبتنی بر نیاز استفاده‌کنندگان از رویکردهای کیفیت گزارشگری مالی مرتبط است. این مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها در بعد قانونی در راستای پایداری قلمداد می‌گردد.

▪ **مسئولیت‌پذیری اخلاقی:** بر اساس این مسئولیت از شرکت‌ها انتظار می‌رود که ارزش‌ها و هنجارهای جامعه را در نظر داشته باشند و به آنها احترام بگذارند. با توجه به اینکه مفاهیمی همچون عدالت، حقیقت و انصاف از جمله فضائل اخلاقی است که انتظار می‌رود به صورت ویژگی باثبات حاکم بر پیکره شرکت‌ها وجود داشته و ایفای مسئولیت

نظریه ذی نفعان، وی منافع جمع را بر منافع فرد ترجیح داده است. به عبارت دیگر رفتار اخلاقی داشته است. این مسئولیت با رویکرد مبتنی بر نیاز استفاده کنندگان (از رویکردهای کیفیت گزارشگری مالی) مرتبط است. این مسئولیت پذیری شرکت‌ها در بعد اخلاقی در راستای پایداری قلمداد می‌گردد.

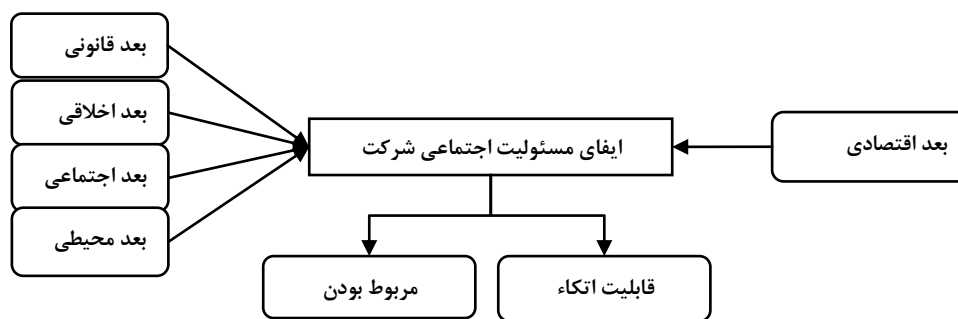
▪ **مسئولیت پذیری داوطلبانه:** در این دیدگاه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به عنوان مشارکت واحدهای تجاری برای رفاه اجتماعی و محیطی بیشتر با تأکید بر نگرش انسان‌دوستانه است و مشروعیت و پذیرش شرکت‌ها در جامعه به اجرای رویه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بستگی دارد. در این بعد روابط بین شرکت‌ها و جامعه مورد توجه قرار می‌گیرد. بسترسازی برای ایجاد فرصت‌های برابر شغلی و حفظ آن برای افراد هر کشور به عنوان وظایف دولت‌ها تلقی می‌شود. لذا دولت‌ها با اعطای مجوز به بنگاه‌های اقتصادی مبتنی بر کسب سود، از آنها انتظارات حاکمیتی نیز دارند. بدین سبب، حفظ نیروهای انسانی با قصد جلوگیری از بحران‌های اجتماعی-امنیتی که وظیفه اصلی دستگاه‌های حکومتی است، کمک به حاکمیت (دولت) تلقی می‌شود. بنابراین آن دسته از شرکت‌هایی که نرخ جذب نیروی مازاد بر نرخ خروج نیروی انسانی دارند، عملکرد مطلوب اجتماعی مدیریت شرکت و هماهنگی آنها با دستگاه‌های اجرایی و اجتماعی را بیان می‌کنند. این مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها در بعد داوطلبانه بودن در راستای پایداری قلمداد می‌گردد. همچنین بعد محیطی مقوله پایداری، به آثار سازمان بر سیستم‌های طبیعی از جمله اکوسیستم، زمین، آب و هوا می‌پردازد. بعد محیطی پایداری، بیشترین و عمیق‌ترین پیامدهای سه بعد مرتبط با پایداری محسوب می‌شود. شاخص‌های عملکرد پایداری بر اساس مفهوم چرخه عمر، مصرف منابع، آلودگی زیست محیطی، حمل و نقل و سایر عوامل می‌باشد که هزینه‌ها و منافع بعد محیطی عملکرد و فعالیت‌های سازمان را در بر می‌گیرد. در این بعد مباحث محیطی یا محیط زیست مورد توجه قرار می‌گیرد برای ایفای مسئولیت

اجتماعی از منظر محیطی (آنچه سازمان مایل است انجام دهد) توجه به افشای اطلاعات و اقدامات انجام شده زیست محیطی توسط شرکت‌ها از اهمیت بسزایی برخوردار است با توجه به مطالب فوق، محققان حسابداری به دنبال افزایش کیفیت گزارشگری مالی به عنوان ابزاری برای ادای مسئولیت پاسخگویی و ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت بوده‌اند. افزایش کیفیت گزارشگری مالی به عنوان منبع اطلاعاتی بسیار مهم و کاربردی برای گروه‌های مختلف به خصوص اعتباردهندگان و سرمایه‌گذاران را قادر می‌سازد تا تصمیمات بهتری اتخاذ کنند. کیفیت بالای گزارشگری مالی می‌تواند از طریق تقلیل عدم تقارن اطلاعات بین نیروهای درون سازمانی و سهامداران و اعتباردهندگان، امکان‌پذیر کند و نادرست و خطر اخلاقی را کاهش دهد.

یکی از معیارهایی که بدان وسیله می‌توان کیفیت گزارشگری مالی را افزایش داد خصوصیات کیفی اطلاعات مالی است. بنابراین برای داشتن اطلاعاتی با کیفیت به منظور رسیدن به اهداف گزارشگری مسئولیت اجتماعی بایستی مفاهیم کیفی مربوط شناسایی و مورد توجه قرار گیرند. به نظر می‌رسد مفاهیم کیفی مورد اشاره در چارچوب مفهومی حسابداری بتواند تا حد زیادی در تعیین ویژگی‌های کیفی اطلاعات گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها مثر باشد و مبنای قرار گیرند. همچنان که در چارچوب کنونی گزارشگری پایداری سازمان گزارشگری جهانی (۲۰۱۳) و چارچوب هیئت تدوین استانداردهای حسابداری پایداری (۲۰۱۳) به تعدادی از ویژگی‌های کیفی اطلاعات اشاره شده است. هدف انتزاعی و مفهومی شرکت‌ها در بخش انتفاعی، حداکثر کردن ثروت سهامداران است. بنابراین تعهد به ایفای هرچه بهتر مسئولیت اجتماعی از منظر بعد اقتصادی متضمن بقای هیئت مدیره و کسب مطلوبیت برای سهامداران می‌باشد. در این راستا، شرکت‌ها برای تحقق نظریه مشروعیت و نظریه ذی نفعان و رعایت ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی، الزامات محیطی و اجتماعی را مقید به رعایت می‌باشند. در صورتی که

هایی در ابعاد قانونی، اخلاقی، اجتماعی و محیطی به عنوان ورودی و از شاخص هایی در بعد اقتصادی به عنوان خروجی مدل استفاده می گردد. کارایی شرکت ها بر اساس روش تحلیل پوششی داده ها محاسبه خواهد گردید. سپس تأثیر ایفای مسئولیت اجتماعی بر خصوصیات کیفی مرتبط با محتوای اطلاعات مورد بررسی قرار می گیرد. با توجه به چارچوب مفهومی ارائه شده، فرضیه های پژوهش ارائه می شوند.

شرکت ها بتوانند حدود اجتماعی که مصرح در بخش ورودی نمای الگوی پیشنهادی را رعایت نمایند به اهداف اصلی بنگاه های انتفاعی دست می یابند. یعنی به طور کلی، ایفای مسئولیت اجتماعی نموده اند. بر اساس آنچه که بیان شد، روابط بین مسئولیت اجتماعی شرکت و خصوصیات کیفی اطلاعات مالی در شکل شماره ۱ به نمایش گذاشته شده است. همان گونه که شکل ۱ نشان می دهد برای اندازه گیری کارایی شرکت ها به لحاظ ایفای مسئولیت اجتماعی، براساس اطلاعات حسابداری از شاخص



شکل (۱): مدل مفهومی پژوهش

- فرضیه فرعی ۲: ایفای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت بر بی طرفی، تأثیر مثبت و معنادار دارد.
- فرضیه فرعی ۳: ایفای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت بر بیان صادقانه، تأثیر مثبت و معنادار دارد.
- فرضیه فرعی ۴: ایفای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت بر کامل بودن، تأثیر مثبت و معنادار دارد.

#### ۲-۵- پیشینه پژوهش

پس از مرور پژوهش ها، مقاله ای که به طور مستقیم به بررسی روابط بین مسئولیت اجتماعی شرکت و خصوصیات کیفی اطلاعات مالی پرداخته باشد، مشاهده نشد. در این بخش به مرور تحقیقاتی می پردازیم که ارتباط بیشتری با موضوع پژوهش دارند.

#### ۲-۴- فرضیه های پژوهش

- فرضیه اصلی ۱: ایفای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت بر خصوصیت کیفی مربوط بودن، تأثیر مثبت و معنادار دارد.
- فرضیه فرعی ۱: ایفای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت بر ارزش پیش بینی کنندگی، تأثیر مثبت و معنادار دارد.
- فرضیه فرعی ۲: ایفای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت بر ارزش تأیید کنندگی، تأثیر مثبت و معنادار دارد.
- فرضیه اصلی ۲: ایفای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت بر خصوصیت کیفی قابلیت اتکاء، تأثیر دارد.
- فرضیه فرعی ۱: ایفای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت بر محافظه کاری (احتیاط)، تأثیر منفی و معنادار دارد.

یادداشت‌های توضیحی، گزارش‌های بورس اوراق بهادار، گزارش فعالیت هیئت مدیره شرکت‌ها، سایت سازمان بورس و اوراق بهادار تهران، سایت مدیریت پژوهش، توسعه و مطالعات اسلامی و سامانه جامع اطلاع رسانی ناشران (کدال) و نرم افزار ره آورد نوین گردآوری شده است. اطلاعات مرتبط با ابعاد قانونی، اخلاقی، اجتماعی، محیطی و در نهایت اقتصادی جمع آوری شده و متغیرهای مربوطه محاسبه شدند. سپس آزمون بارتلت و کیسر، میرو اولکین با استفاده از نرم افزار SPSS اجرا گردید تا مشخص شود که تعداد داده‌های مورد نظر از منظر اندازه نمونه و رابطه بین متغیرها برای تحلیل عاملی مناسبند یا خیر؟، بعد تحلیل عاملی تأییدی با استفاده از نرم افزار لیزر انجام شد تا شاخص‌های مناسب هر کدام از ابعاد مختلف مسئولیت‌های اجتماعی شرکت مشخص شوند. سپس توسط نرم افزار Max DEA، ضریب کارایی به لحاظ ایفای مسئولیت پذیری اجتماعی بر اساس روش تحلیل پوششی داده‌ها شرکت‌ها محاسبه شد و در نهایت الگوی رگرسیونی زیر اجرا گردید.

$$\text{(متغیرهای کنترل)} \sum \alpha_2 + \text{(ضریب ایفای مسئولیت اجتماعی)} \\ \alpha_1 + \alpha_0 = \text{خصوصیات کیفی اطلاعات مالی}$$

در این پژوهش، با توجه به نوع داده‌ها و روش‌های تجزیه و تحلیل موجود از روش تجزیه و تحلیل داده‌های ترکیبی استفاده شده است. در این پژوهش متغیرهای پژوهش با نرم‌افزار Excel محاسبه و برای تجزیه و تحلیل و آزمون تمامی فرضیه‌ها به غیر از فرضیه فرعی چهارم از رگرسیون خطی چند متغیره به همراه نتایج آن با توجه به خروجی‌های بدست آمده از نرم افزارهای Eviews 9 و SPSS 22 استفاده شد.

جامعه آماری این پژوهش، کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. برای انتخاب نمونه، از روش غربالگری یا حذفی سیستماتیک استفاده شد. بر این اساس برای انتخاب نمونه موارد زیر در نظر گرفته شد:

۱) شرکت‌ها قبل از سال ۸۳ در بورس اوراق بهادار پذیرفته شده باشد.

جن هی<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۵) در پژوهشی تحت عنوان رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و کیفیت گزارشگری مالی نتیجه‌گیری نمودند که بین مسئولیت اجتماعی شرکت و کیفیت گزارشگری مالی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

سالوسکی<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهشی تحت عنوان رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و کیفیت گزارشگری مالی نتیجه‌گیری نمودند که با افزایش تأکید بر گزارشگری اجتماعی شرکت لزوماً کیفیت گزارشگری مالی افزایش نمی‌یابد.

بسجتی<sup>۱۱</sup> و همکاران (۲۰۱۳)، در پژوهشی تحت عنوان رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و پیش‌بینی غیر جانبدارانه سود نتیجه‌گیری نمودند که مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر قابل ملاحظه‌ای بر خطای پیش‌بینی سود هر سهم دارد.

خلیفه سلطانی و نوری زاده (۱۳۹۳) در پژوهشی تحت عنوان ارتباط بین افشای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و کیفیت گزارشگری مالی نتیجه‌گیری نمودند که رابطه مثبت و معناداری بین مسئولیت اجتماعی شرکت و مدیریت سود و همچنین رابطه منفی بین مسئولیت اجتماعی با محافظه‌کاری وجود دارد.

احمد پور و فرمانبردار (۱۳۹۲) در پژوهشی تحت عنوان رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی و خطای پیش‌بینی سود هر سهم نتیجه‌گیری نمودند که بین سطح افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با قدرمطلق خطای پیش‌بینی سود هر سهم رابطه معکوس معناداری وجود دارد.

### ۳- روش شناسی پژوهش

از آنجایی که در این پژوهش پیش‌بینی تغییرات متغیر وابسته با توجه به تغییرات متغیرهای مستقل صورت پذیرفت از این روش پژوهش، از نوع همبستگی-تحلیل رگرسیون است. در این پژوهش برای جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات از روش کتابخانه‌ای گردیده است. اطلاعات مالی مورد نیاز، از طریق مراجعه به صورت‌های مالی حسابرسی شده و

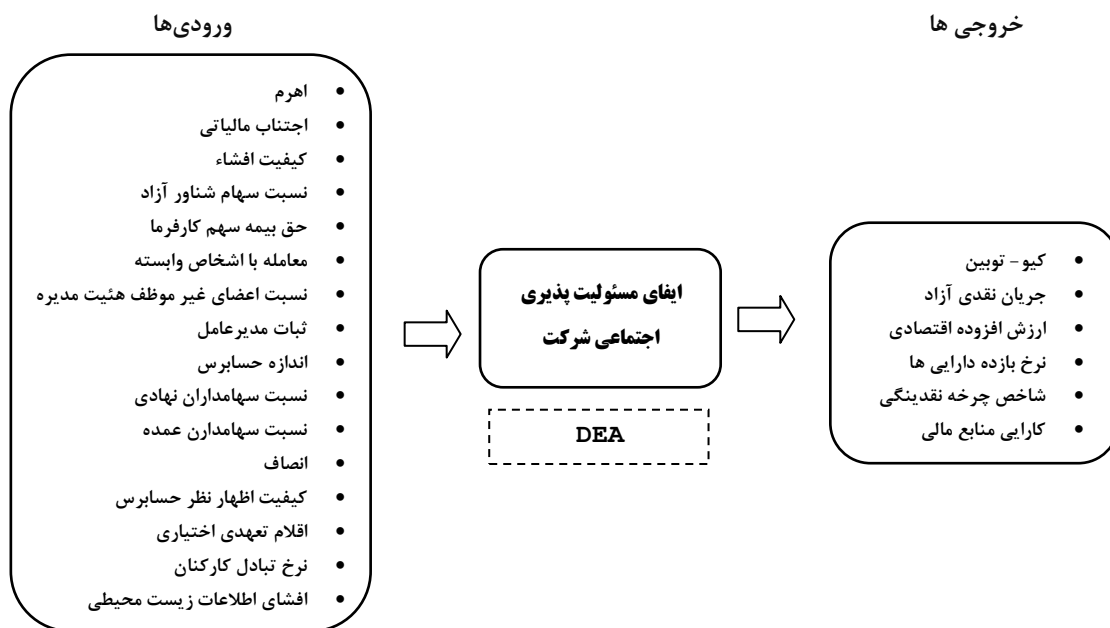


مدل ورودی محور و خروجی محور تقسیم می شوند. در یک مدل ورودی محور، یک واحد در صورتی ناکاراست که امکان کاهش هر یک از ورودی ها بدون افزایش ورودی های دیگر یا کاهش هر یک از خروجی ها وجود داشته باشد و در یک مدل خروجی محور، یک واحد در صورتی ناکاراست که امکان افزایش هر یک از خروجی ها بدون افزایش یک ورودی یا کاهش یک خروجی دیگر وجود داشته باشد. مقدار محاسبه شده برای ضریب ایفای مسئولیت اجتماعی هر شرکت نیز عددی بین صفر و یک بدست خواهد آمد، حداکثر کارایی برابر یک است و هر چه مقدار بدست آمده کمتر باشد بدان معناست که ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح پایین تری قرار دارد. در این پژوهش برای محاسبه کارایی شرکت ها به لحاظ ایفای مسئولیت اجتماعی از مدل BCC خروجی محور استفاده می گردد. ورودی ها و خروجی های این مدل به شرح شکل شماره ۱ می باشد.

۲) جزء شرکت های سرمایه گذاری، بانک ها، موسسات بیمه و لیزینگ نباشند.  
 ۳) سال مالی شرکت ها منتهی به پایان اسفند ماه باشد.  
 ۴) شرکت ها در طی دوره مورد نظر سال مالی خود را تغییر نداده باشند.  
 ۵) صورت های مالی و یادداشت های همراه شرکت اصلی در بازه زمانی مورد بررسی، به گونه ای مجزا از صورت های مالی و یادداشت های همراه شرکت های تلفیقی موجود باشد.  
 ۶) شرکت مورد نظر طی دوره پژوهش، وقفه معاملاتی بیش از شش ماه نداشته باشد.  
 با توجه به معیارهای فوق، ۸۷ شرکت به عنوان نمونه نهایی انتخاب شدند.

### ۳-۱- روش تحلیل پوششی داده ها

برای تعیین اینکه تا چه اندازه شرکت ها در ایفای مسئولیت اجتماعی خود به نحو مطلوب عمل نموده اند می توان از ابزار تحلیل پوششی داده ها استفاده نمود. تحلیل پوششی داده ها، کارایی نسبی واحدهایی که دارای ورودی ها و خروجی های مشابهی می باشند، را اندازه گیری می کند. برای اندازه گیری کارایی از منظر بازده به مقیاس، دو رویکرد چارنز، کوپر و رودرز (CCR) و بنکر، چارنز و کوپر (BCC) وجود دارد. در رویکرد چارنز، کوپر و رودرز، رابطه بین نهاده ها و ستاده ها از فرض بازده ثابت به مقیاس پیروی می کند. یعنی، مثلاً اگر نهاده ها دو برابر شوند، ستاده ها نیز دو برابر می شوند. در بسیاری از شرکت ها، فرض بازده به مقیاس ثابت برقرار نیست و زمانی مناسب است که همه بنگاه ها در سطح بهینه عمل نمایند. در رویکرد بنکر، چارنز و کوپر به ارزیابی کارایی نسبی واحدهایی با بازده متغیر نسبت به مقیاس می پردازد. یعنی هر مضربی از ورودی ها، می تواند همان مضرب از خروجی ها یا کمتر از آن و یا بیشتر از آن را، در خروجی ها تولید کند. همچنین از منظر نهاده ها و ستاده ها نیز مدل های تحلیل پوششی داده ها به دو



شکل ۱- ورودی‌ها و خروجی‌های مدل

#### ۴- مدل‌های پژوهش

• مدل رگرسیونی آزمون فرضیه فرعی ۳:

$$\text{Faithfulness}_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{CSR} - \text{Score}_{i,t} + \alpha_2 \text{Size}_{i,t} + \alpha_3 \text{MTB}_{i,t} + \alpha_4 \text{Sales growth}_{i,t} + \alpha_5 \text{Capital}_{i,t} + \alpha_6 \text{AGE}_{i,t} + \epsilon_{i,t}$$

• مدل رگرسیونی آزمون فرضیه فرعی ۴:

$$\text{Completeness}_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{CSR} - \text{Score}_{i,t} + \alpha_2 \text{Size}_{i,t} + \alpha_3 \text{MTB}_{i,t} + \alpha_4 \text{Sales growth}_{i,t} + \alpha_5 \text{Capital}_{i,t} + \alpha_6 \text{AGE}_{i,t} + \epsilon_{i,t}$$

که در این روابط:

CSR - Score<sub>i,t</sub>: ضریب ایفای مسئولیت اجتماعی

Predictive Value<sub>i,t</sub>: ارزش پیش بینی کنندگی

Feedback Value<sub>i,t</sub>: ارزش تأیید کنندگی

Faithfulness<sub>i,t</sub>: بیان صادقانه

Conservatism<sub>i,t</sub>: محافظه کاری (احتیاط)

Neutrality<sub>i,t</sub>: بی طرفی

Completeness<sub>i,t</sub>: کامل بودن

Size<sub>i,t</sub>: اندازه شرکت

Capital<sub>i,t</sub>: شدت سرمایه

MTB<sub>i,t</sub>: نسبت ارزش بازار سهام به ارزش دفتری آن،

Sales Growth<sub>i,t</sub>: رشد فروش

Age<sub>i,t</sub>: عمر شرکت.

مدلهای آزمون فرضیه های فرعی از فرضیه اصلی یک به شرح زیر می باشد :

• مدل رگرسیونی آزمون فرضیه فرعی ۱:

$$\text{Predictive value}_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{CSR} - \text{Score}_{i,t} + \alpha_2 \text{Size}_{i,t} + \alpha_3 \text{MTB}_{i,t} + \alpha_4 \text{Sales growth}_{i,t} + \alpha_5 \text{Capital}_{i,t} + \alpha_6 \text{AGE}_{i,t} + \epsilon_{i,t}$$

• مدل رگرسیونی آزمون فرضیه فرعی ۲:

$$\text{Feedback value}_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{CSR} - \text{Score}_{i,t} + \alpha_2 \text{Size}_{i,t} + \alpha_3 \text{MTB}_{i,t} + \alpha_4 \text{Sales growth}_{i,t} + \alpha_5 \text{Capital}_{i,t} + \alpha_6 \text{AGE}_{i,t} + \epsilon_{i,t}$$

مدل های آزمون فرضیه های فرعی از فرضیه اصلی دو به شرح زیر می باشد:

• مدل رگرسیونی آزمون فرضیه فرعی ۱:

$$\text{Conservatism}_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{CSR} - \text{Score}_{i,t} + \alpha_2 \text{Size}_{i,t} + \alpha_3 \text{MTB}_{i,t} + \alpha_4 \text{Sales growth}_{i,t} + \alpha_5 \text{Capital}_{i,t} + \alpha_6 \text{AGE}_{i,t} + \epsilon_{i,t}$$

• مدل رگرسیونی آزمون فرضیه فرعی ۲:

$$\text{Neutrality}_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{CSR} - \text{Score}_{i,t} + \alpha_2 \text{Size}_{i,t} + \alpha_3 \text{MTB}_{i,t} + \alpha_4 \text{Sales growth}_{i,t} + \alpha_5 \text{Capital}_{i,t} + \alpha_6 \text{AGE}_{i,t} + \epsilon_{i,t}$$

۵- متغیرهای پژوهش

۵-۱- متغیر مستقل

متغیر مستقل این پژوهش، ضریب کارایی ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت است که بر اساس شاخص‌هایی در پنج بعد اقتصادی، قانونی، اخلاقی، اجتماعی و محیطی بر اساس روش تحلیل پوششی داده‌ها محاسبه می‌گردد.

۵-۲- متغیر وابسته

متغیر وابسته این پژوهش نیز خصوصیات کیفی مرتبط با محتوای اطلاعات طبق مفاهیم نظری گزارشگری مالی هستند.

جدول (۱): متغیرهای پژوهش

نوع متغیر	نام متغیر	نماد	نحوه محاسبه و اندازه گیری
متغیر مستقل	ایفای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت	CSR-Score	<p>برای اندازه گیری ایفای مسئولیت اجتماعی از مدل زیر استفاده می‌گردد:</p> $\text{Max CSR-Score} = \frac{\sum_{i=1}^m U_i Y_{i0}}{\sum_{i=1}^m V_i X_{i0}} \quad \text{رابطه (۱)}$ <p>St: <math>\frac{\sum_{i=1}^m U_i Y_{ij}}{\sum_{i=1}^m V_i X_{ij}} \leq 1</math> و <math>U_i, V_i \geq 0</math> برای هر شرکت <math>j</math> و <math>N</math>: تعداد شاخص‌های بعد اقتصادی.</p> <p><math>m</math>: تعداد شاخص‌های ابعاد قانونی، اخلاقی، اجتماعی و محیطی.</p> <p><math>U_i</math>: وزن داده شده به هر یک از شاخص‌های بعد اقتصادی.</p> <p><math>V_i</math>: وزن داده شده به هر یک از شاخص‌های ابعاد قانونی، اخلاقی، اجتماعی و محیطی.</p> <p><math>Y_{ij}</math>: مقدار هر یک از شاخص‌های بعد اقتصادی برای شرکت <math>j</math>.</p> <p><math>X_{ij}</math>: مقدار هر یک از شاخص‌های ابعاد قانونی، اخلاقی، اجتماعی و محیطی برای شرکت <math>j</math>.</p> <p>برای محاسبه کارایی شرکت‌ها به لحاظ ایفای مسئولیت اجتماعی از نسبت خروجی‌ها به ورودی‌ها استفاده می‌گردد. حل مدل فوق توسط الگوی BCC خروجی محور بر اساس روش تحلیل پوششی داده‌ها می‌باشد. در ادامه شاخص‌های هر یک از ابعاد مذکور که و نحوه اندازه گیری آنها توضیح داده شده است.</p>
شاخص‌های بعد اقتصادی (در این بعد، برای ایفای مسئولیت اجتماعی از منظر اقتصادی (آنچه سازمان باید برای حداکثر سازی سود انجام دهد)، جنبه‌های مالی و عملکردی مورد توجه قرار می‌گیرد).	کیو-توبین	Q-TOBIN	این شاخص بیانگر معیار ثروت با گرایش ارزش از منظر سرمایه‌گذاران می‌باشد و از رابطه زیر بدست می‌آید: مجموع ارزش بازار سهام شرکت و ارزش بدهی‌ها تقسیم بر دارایی‌ها.
	جریانهای نقدی آزاد	FCF	<p>رابطه (۲)</p> $\text{FCF}_{i,t} = (\text{INC}_{i,t} - \text{TAX}_{i,t} - \text{INTEP}_{i,t} - \text{CSDIV}_{i,t}) / A_{i,t}$ <p><math>\text{INC}_{i,t}</math>: سود عملیاتی، <math>\text{TAX}_{i,t}</math>: مالیات بر درآمد پرداختی، <math>\text{INTEP}_{i,t}</math>: هزینه بهره پرداختی، <math>\text{CSDIV}_{i,t}</math>: سود پرداختی به سهامداران عادی، <math>A_{i,t}</math>: جمع کل دارایی‌ها. برای همگن کردن شرکتها، صورت کسر بر جمع دارایی‌های ابتدای دوره تقسیم می‌شود (لن و پولسن (۱۹۸۹)).</p> <p>این شاخص، بازده باقیمانده‌ای است که از کسر هزینه سرمایه از سود خالص عملیاتی بعد از مالیات به دست می‌آید.</p>
نرخ بازده داراییها	ارزش افزوده اقتصادی	EVA	<p>رابطه (۳)</p> $\text{EVA} = \text{NOPAT} - (\text{WACC} * \text{Capital})$ <p><math>\text{NOPAT}</math>: سود خالص عملیاتی پس از کسر مالیات، <math>\text{WACC}</math>: میانگین موزون هزینه سرمایه، <math>\text{Capital}</math>: سرمایه بکارگرفته شده</p>
	شاخص چرخه نقدینگی	CCC	<p>رابطه (۴)</p> $\text{CCC} = \text{Inv} + \text{AR} - \text{AP}$ <p><math>\text{Inv}</math> * ۳۶۵: میانگین موجودی کالا تقسیم بر بهای تمام شده کالای فروش رفته</p> <p><math>\text{AR}</math> * ۳۶۵: میانگین حسابهای دریافتی تقسیم بر فروش خالص</p> <p><math>\text{AP}</math> * ۳۶۵: میانگین حسابهای پرداختی تقسیم بر خریدها</p>
		ROA	برای سنجش سودآوری از این شاخص استفاده می‌شود که از نسبت سود خالص به کل دارایی‌ها بدست می‌آید.

نوع متغیر	نام متغیر	نماد	نحوه محاسبه و اندازه گیری
	کارایی منابع مالی	FRE	رابطه (۵) (درصد تغییرات فروش / درصد تغییرات سود خالص) - FRE=۱
شاخص های بعد قانونی (در این بعد الزامات قانونی و محیط کسب و کار مورد توجه قرار می گیرد برای ایفای مسئولیت اجتماعی از این منظر، ابعاد اعتباردهندگان بر عایت قوانین سازمان امور مالیاتی، رعایت مقررات سازمان بورس و اوراق بهادار (آئین نامه نظام راهبری شرکتی)، رعایت قوانین وزارت کار و امور اجتماعی و رعایت مقررات تجارت در نظر گرفته شده است.)	اهرم	LEV	نسبت بدهی های بهره دار به کل دارایی ها
	اجتناب مالیاتی	TAX AVO	شرکت هایی که اجتناب و فرار مالیاتی کمتری دارند نزد دولت از مشروعیت بیشتری برخوردار می شوند این متغیر از قدرمطلق حاصل تفریق مالیات تشخیصی از مالیات ابرازی تقسیم بر سود یا زیان قبل از کسر مالیات بدست می آید (رضایی و جعفری، ۱۳۹۲).
	کیفیت افشاء	QD	از امتیاز کیفیت افشای داده شده به هر شرکت توسط سازمان بورس و اوراق بهادار تهران استفاده می شود. این امتیاز بر اساس دو معیار به موقع بودن و قابلیت اتکا محاسبه می شود.
	نسبت سهام شناور آزاد	FFSR	نسبت سهام شناور آزاد اعلام شده در اطلاعیه های سالانه بورس و اوراق بهادار
	حق بیمه سهم کارفرما	IEC	مبلغ هزینه بیمه سهم کارفرمای افشا شده در یادداشت های همراه صورت های مالی تقسیم بر جمع هزینه های عملیاتی و بهای تمام شده کالای فروش رفته.
	معامله با اشخاص وابسته	RPT	بر اساس داد و ستد کالا و خدمات از اشخاص وابسته تقسیم بر مجموع بهای تمام شده کالای فروش رفته و فروش کالا و خدمات شرکت محاسبه می شود.
	نسبت اعضای غیرموظف	OUT. B. M.	از حاصل تقسیم تعداد مدیران غیرموظف به کل تعداد اعضای هیئت مدیره شرکت بدست می آید.
	ثبات مدیرعامل	STABILITY CEO	در صورتی که مدیر عامل شرکت در طی دو سال گذشته تغییر پیدا کرده باشد، برای متغیر مجازی عدد صفر در غیر این صورت، عدد یک منظور می شود.
	اندازه حسابرس	AUDIT SIZE	اگر حسابرسی توسط سازمان حسابرسی صورت گرفته باشد عدد یک، در غیر این صورت برای متغیر مجازی عدد صفر منظور شده است.
	نسبت سهامداران نهادی	INO	درصد سهام در اختیار بانکها، بیمهها، شرکت های سرمایه گذاری، صندوق های بازنشستگی و سرمایه گذاری، هلدینگ ها، سازمان ها و نهادها و شرکتهای دولتی.
	نسبت سهامداران عمده	MO	افراد و سازمانهایی که بیش از پنج درصد جمع کل سهام شرکت را در اختیار داشته باشند
شاخص های بعد اخلاقی (در این بعد اخلاق کسب و کار و رویه های عملیاتی منصفانه مورد توجه قرار میگیرد)	انصاف	FAIRNESS	صداقت، انصاف و احترام به جامعه و ذینفعان شرکت یک ارزش اجتماعی محسوب می شود. برای رسیدن به این هدف شرکتها خود را ملزم به رعایت اخلاق کسب و کار می نمایند. بنابراین مطابق با شاخه اخلاقی نظریه ذینفعان و خطر اخلاقی عدم تقارن اطلاعاتی، استدلال می شود که کسب بازده غیرمتعارف در بازار سهام بیانگر عدم تقارن اطلاعاتی می باشد که خطر اخلاقی به همراه دارد. این خطر اخلاقی ناشی از بیان صافی در شناسایی، اندازه گیری و یا افشای اطلاعات است. بر این اساس یک منهای انحراف معیار بازده غیر عادی ماهانه بیانگر انصاف می باشد.
	کیفیت اظهار نظر حسابرس	QAU	برای اینکه بتوان مشخص نمود که ذینفعان، تا چه اندازه بر اساس اظهار نظر حسابرس به مطلوبیت خود دست یافته اند می بایست شدت وابستگی بین نوع اظهار نظر حسابرس و ارزش بازار را مورد بررسی قرارداد. برای تعیین ضریب همبستگی بین متغیر اسمی اظهار نظر حسابرس (عدد یک برای اظهار نظر مقبول و عدد صفر برای اظهار نظر غیرمقبول) و ارزش بازار از جذر ضریب همبستگی اتادرس SPSS استفاده شده است. در صورتی اظهار نظر حسابرس مقبول بوده و جذر ضریب همبستگی اتا بالاتر از میانگین جذر ضریب همبستگی اتا برای تمامی مشاهدات باشد برای متغیر مجازی کیفیت اظهار نظر حسابرس عدد یک و در غیر این صورت عدد صفر منظور می شود.
	اقلام تعهدی	DAC	اقلام تعهدی اختیاری قابل اعمال نظر توسط مدیریت هستند. مدیر اخلاق مدار با استفاده از اقلام تعهدی اختیاری، رفتاری جانبدارانه که منافع فردی را به همراه داشته باشد از خود نشان

نوع متغیر	نام متغیر	نماد	نحوه محاسبه و اندازه گیری
	اختیاری		<p>نمی دهد. چرا که مطابق با شاخه اخلاقی تئوری ذی نفعان، وی منافع جمع را بر منافع فرد ترجیح داده است به عبارت دیگر رفتار اخلاقی داشته است. در شرکتهایی که اقلام تعهدی اختیاری با ارزش بازار آنها همبستگی دارد، چنین به نظر می رسد که مطابق با نظریه کارول، مسئولیت اجتماعی از منظر اخلاقی بهتر رعایت می شود. برای محاسبه اقلام تعهدی اختیاری از مدل کازنیک (۱۹۹۹) استفاده شده است.</p> $\frac{TA_{i,t}}{A_{i,t-1}} = \alpha_{0,i} \left( \frac{1}{A_{i,t-1}} \right) + \alpha_{1,i} \left( \frac{\Delta REV_{i,t} - \Delta REC_{i,t}}{A_{i,t-1}} \right) + \alpha_{2,i} \left( \frac{PPE_{i,t}}{A_{i,t-1}} \right) + \alpha_{3,i} \left( \frac{\Delta CFO_{i,t}}{A_{i,t-1}} \right) + \epsilon_{i,t}$ <p>در صورتی که ضریب همبستگی بین انحراف معیار سه ساله اقلام تعهدی اختیاری (بر اساس مدل کازنیک) و ارزش بازار بالاتر از میانه ضریب همبستگی بین انحراف معیار اقلام تعهدی و ارزش بازار تمامی مشاهدات بوده و انحراف معیار اقلام تعهدی اختیاری از میانه انحراف معیار اقلام تعهدی اختیاری تمامی مشاهدات کمتر باشد برای متغیر مجازی اقلام تعهدی اختیاری عدد یک و در غیر این صورت صفر منظور می شود.</p> <p>مطابق با نمودار فوق هر چه انحراف معیار اقلام تعهدی اختیاری کمتر و ضریب همبستگی بین اقلام تعهدی اختیاری و ارزش بازار افزایش یابد مدیریت از منظر اخلاقی بهتر توانسته است ایفای مسئولیت اجتماعی نماید.</p>
شاخص های ابعاد اجتماعی و محیطی (در این ابعاد روابط بین واحد کسب و کار و جامعه و مباحث زیست محیطی مورد توجه قرار می گیرد)	نرخ تبادل کارکنان	EMP TRANS	نسبت تغییرات نفرات سال جاری به سال قبل.
	افشای اطلاعات زیست محیطی	ENVIR DISC	<p>در صورتی که با استفاده از تحلیل محتوایی گزارش سالانه هیئت مدیره شرکت ها، افشای اطلاعات و اقدامات زیست محیطی شامل اقدامات انجام شده در خصوص رعایت قوانین و مقررات حاکم بر تأثیرات زیست محیطی فعالیت شرکت به خصوص در حوزه منابع آب و آلودگی هوا و انتشار آلاینده ها، گزارش وضعیت مصرف انرژی، ایجاد فضای سبز، ایجاد واحد تصفیه خانه و خروج پسماندها و سایر اقدامات زیست محیطی در شرکت صورت پذیرفته شده باشد، برای متغیر مجازی افشای اطلاعات زیست محیطی عدد یک و در غیر این صورت عدد صفر منظور شده است.</p>
	دریافت گواهینامه ایزو ۱۴۰۰۱	ISO	در صورتی که شرکت موفق به دریافت گواهینامه ایزو ۱۴۰۰۱ شده باشد، برای متغیر مجازی مربوط به ایزو، عدد یک و در غیر این صورت عدد صفر منظور می شود.
متغیرهای وابسته	ارزش پیش بینی کنندگی	Predictive Value	<p>برای محاسبه ارزش پیش بینی کنندگی از خطاهای پیش بینی مدل پیش بینی بازده بر اساس سود طبق مدل های رگرسیونی زیر استفاده می شود (ولوری، ۱۹۹۹ باروآ، ۲۰۰۶).</p> <p>رابطه (۷) <math>ROA_{t+1} = \lambda_0 + \lambda_1 ROA_t + \epsilon_t</math></p> <p>رابطه (۸) <math>E_{t+1} = \delta_0 + \delta_1 OCF_t + \delta_2 TAC_t + \epsilon_t</math></p> <p>رابطه (۹) <math>OCF_{t+1} = \alpha_0 + \alpha_1 E_t + \epsilon_t</math></p> <p>رابطه (۱۰) <math>OCF_{t+1} = \pi_0 + \pi_1 OCF_t + \pi_2 TAC_t + \epsilon_t</math></p> <p>برای همگن کردن شرکت ها نیز کلیه متغیرها در مدل های دوم تا چهارم بر جمع کل دارایی ها تقسیم می شوند. سپس الگوهای رگرسیونی فوق اجرا می گردد و قدر مطلق خطاهای پیش بینی حاصل از مدل های اول تا چهارم بر اساس وزن دهی که با استفاده از روش آنتروپی شانون صورت می گیرد به عنوان معیاری معکوس از ارزش پیش بینی کنندگی در نظر گرفته می شوند.</p>
	ارزش تأیید کنندگی	Feedback Value	برای اندازه گیری ارزش تأیید کنندگی (ارزش بازخورد) از تفاوت بین قدرمطلق پیش بینی سود سال آتی و قبل و بعد از در نظر گرفتن سود سال جاری استفاده می شود (نیکومرام و

نوع متغیر	نام متغیر	نماد	نحوه محاسبه و اندازه گیری
			شورورزی (۱۳۸۸)، باروآ (۲۰۰۶). از دو معیار برای تعیین ارزش تأیید کنندگی که مبتنی بر روابط ۶ و ۸ هستند استفاده می شود. میانگین دو معیار ارزش تأیید کنندگی سود به شرح زیر محاسبه می گردد، به عنوان متغیر وابسته ارزش تأیید کنندگی در الگوی رگرسیونی مورد استفاده قرار می گیرد.
	بیان صادقانه	Rep FaithFullness	ضریب تعیین الگوی رگرسیونی زیر به عنوان بیان صادقانه در نظر گرفته شده است $CAR_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 NI_{i,t} / Pi_{i,t} + \epsilon_{i,t}$ $NI_{i,t}$ : سود خالص شرکت $i$ در پایان سال $t$ ، $Pi_{i,t}$ قیمت سهام در پایان سال. (رضایی و سلیمانی، ۱۳۹۱).
	محافظه کاری	Conservatism	رابطه (۱۱) $C - score_{i,t} = \frac{AFCC}{TA} * (-1)$ $C - SCORE_{i,t}$ : درجه محافظه کاری، $AFCC$ : اقلام تعهدی عملیاتی (تفاوت سود عملیاتی و جریان نقدی عملیاتی بعلاوه هزینه استهلاک) $TA$ : جمع کل دارایی‌ها. به عقیده گیولی و هاین (۲۰۰۰) رشد اقلام تعهدی می‌تواند شاخصی از تغییر در درجه محافظه کاری حسابداری در طول یک دوره بلندمدت باشد.
	بی طرفی	Neutrality	ولوری (۱۹۹۹) از اندازه اقلام تعهدی اختیاری به عنوان جایگزینی برای بی طرفی اطلاعات استفاده نمود. هر اندازه اقلام تعهدی اختیاری بیشتر باشد، احتمال مدیریت سود بیشتر بوده و در نتیجه بی طرفی در ارائه اطلاعات کمتر خواهد بود. نصر الهی و عارف منش (۱۳۸۹) از قدر مطلق اقلام تعهدی اختیاری به عنوان شاخصی برای بی طرفی استفاده کردند. بر این اساس در این پژوهش یک منهای قدرمطلق اقلام تعهدی اختیاری که از الگوی کازنیک (۱۹۹۹) بدست می آید به عنوان شاخصی برای بی طرفی استفاده می شود.
	کامل بودن	Completeness	شرکت هایی که بند محدودیت در رسیدگی یا بند شرط در عدم افشای کامل اقلامی از صورت های مالی دارند، به خاطر اینکه اطلاعات آن ها کامل نمی باشد عدد صفر و آنهایی که بند محدودیت یا شرط مذکور در رسیدگی را ندارند عدد یک داده می شود.
متغیرهای کنترلی	اندازه شرکت	Size	لگاریتم طبیعی دارایی های شرکت
	شدت سرمایه	Capital	نسبت ارزش دفتری اموال، ماشین آلات و تجهیزات به مجموع دارایی های شرکت
	ارزش بازار به ارزش دفتری سهام	MTB	نسبت ارزش بازار سهام شرکت به ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام.
	رشد فروش	Sales Growth	درصد تغییر در فروش برای سال جاری نسبت به سال قبل
	عمر شرکت	AGE	از تفاوت بین سال تاسیس شرکت و سال مورد بررسی در قلمرو زمانی پژوهش

۶- یافته های پژوهش

۶-۱- آمار توصیفی

پس از محاسبه ضریب ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت ها، شاخص های توصیفی سایر متغیرها به همراه متغیر ضریب ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت بر اساس ۷۸۳ مشاهده (سال - شرکت) در جدول شماره دو ارائه شده است.

۶-۲- نتایج آزمون KMO و بارتلت

برای استخراج الگوی محاسبه ضریب ایفای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتها بر اساس روش تحلیل پوششی داده ها و اینکه کدامیک از متغیرها در ابعاد اقتصادی، قانونی، اخلاقی، اجتماعی و محیطی مسئولیت اجتماعی شرکتها در نظر گرفته شوند می بایست از تحلیل عاملی تأییدی و شاخص های برازش مدل استفاده نمود.

جدول (۲): شاخص های توصیفی متغیرهای پژوهش

نماد	میانگین	بیشینه	کمینه	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
CSR-Score	۰/۹۲۹	۱	۰/۵۶۶	۰/۱۰۳	-۱/۲۷۸	۳/۴۴۳
Predict Value	۰/۰۶۲	۰/۳۸	۰	۰/۰۴۶	۱/۹۵۴	۹/۸۴۸
Feedback Value	۰/۰۰۹	۰/۰۹۰	-۰/۱	۰/۰۱۸	-۰/۴۴	۱۰/۲۱۲
Rep FaithFullness	۰/۴۸۰	۱	۰/۰۰۱	۰/۳۵۹	۰/۱۱۱	۱/۵۰۲
Conservatism	-۰/۰۵۵	۰/۵۵۳	-۰/۵۴۱	-۰/۱۲۳	۰/۰۳۱	۵/۰۱۳
Neutrality	۰/۰۰۹	۲/۱۷۹	-۵/۳۶۲	۰/۹۸۲	-۰/۲۱۵	۳/۶۱۷
Completeness	۰/۴۹۹	۱	۰	۰/۵	۰/۰۰۳	۱
Size	۱۳/۷۴۱	۱۸/۴۵۰	۱۰/۷۸۰	۱/۴۱۷	۰/۷۰۱	۳/۸۳۴
Capital	۰/۲۳۵	۰/۸۷۹	۰/۰۱۹	۰/۱۶۵	۱/۲۴۵	۴/۵۵۰
MTB	۲/۱۹۶	۷/۸۶۸	۰/۳۰۱	۱/۳۳۶	۱/۱۳۶	۴/۳۱۳
Sales Growth	۰/۲۰۹	۲/۳۹۰	-۰/۶۸۰	۰/۳۲۲	۱/۳	۸/۸۵۱
AGE	۳۵/۷۴۷	۶۳	۸	۱۲/۹۲۰	-۰/۱۹۹	۱/۹۰۶

CSR-Score: ضریب ایفای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت؛ Predict Value: ارزش پیش بینی کنندگی؛ Feedback Value: ارزش تأیید کنندگی؛ Rep FaithFullness: بیان صادقانه؛ Conservatism: محافظه کاری؛ Neutrality: بی طرفی؛ Completeness: کامل بودن؛ Size: اندازه شرکت؛ Capital: شدت سرمایه؛ MTB: ارزش بازار به ارزش دفتری؛ Sales Growth: رشد فروش؛ AGE: عمر شرکت.

جدول (۳): نتایج شاخص KMO و آزمون بارتلت

ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت	الگوی KMO	الگوی بارتلت	
		سطح شاخص	آماره کای-دو
اقتصادی	۰/۶۹۸	۱۱۹۸/۵۹۷	درجه آزادی
قانونی	۰/۶۰۸	۵۱۱/۲۰۱	سطح معناداری
اخلاقی	۰/۶۱۹	۱۱/۴۸۷	۰/۰۰۰

سهامداران عمده، بقیه شاخص های انتخاب شده، معنادار شدند. در بعد اخلاقی همه شاخص ها به عنوان شاخص های معنادار انتخاب شدند. در خصوص شاخص های بعد اجتماعی و محیطی به دلیل اینکه تعداد متغیرهای این ابعاد کمتر از ۳ متغیر می باشد لذا تحلیل عاملی تأییدی قابل انجام خواهد بود. چراکه در تحلیل عاملی تأییدی متغیرهای مکنون یا پنهان به وسیله حداقل سه متغیر مشاهده پذیر قابل اندازه گیری می باشد. لذا بر اساس مبانی نظری و الزام گزارشگری ابعاد اجتماعی و محیطی در الگوی گزارشگری جهانی پایداری، متغیرهای نرخ تبادل کارکنان و افشای اطلاعات زیست محیطی و دریافت گواهینامه ایزو ۱۴۰۰۱ به عنوان شاخص های این ابعاد در نظر گرفته شدند.

با توجه به جدول بالا، به دلیل بالا بودن سطح شاخص کیسیر، میرو اولکین از ۰/۶، نتایج تحلیل عاملی برای داده های مورد نظر معتبر است و با توجه به سطح معنی داری آزمون بارتلت، تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار مدل عاملی مناسب است. زیرا فرض صفر مبنی بر یک ماتریس واحد و همبندی رد شده است.

### ۳-۶- تحلیل عاملی تأییدی

پس از تحلیل عاملی تأییدی با نرم افزار لیزرل در بعد اقتصادی به غیر از چرخه نقدینگی و کارایی منابع مالی، سایر متغیرها به عنوان شاخص های بعد اقتصادی انتخاب شدند. در بعد قانونی نیز پس از تحلیل عاملی تأییدی به غیر از شاخص نسبت

۴-۶- تحلیل پوششی داده‌ها

بعد از تحلیل عاملی تأییدی، متغیرهای ابعاد اقتصادی، قانونی، اخلاقی، اجتماعی و محیطی برای استخراج الگوی ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر اساس الگوی BCC در نرم افزار مربوطه وارد شدند. بدین ترتیب که متغیرهای بعد اقتصادی به عنوان خروجی‌ها و متغیرهای ابعاد قانونی، اخلاقی، اجتماعی و محیطی به عنوان ورودی‌ها و شرکت‌های نمونه نیز بر اساس هر سال - شرکت به عنوان واحد تصمیم گیرنده براساس مدل زیر در نظر گرفته شدند.

$$CSR - Score = \frac{u_1 q - tobin + u_2 FCF + u_3 EVA + u_4 ROA}{v_1 Lev + v_2 TaxAvo + v_3 QD + v_3 FFSR + v_4 IEC + v_5 RPT + v_6 Out B M + v_7 Audit Size + v_8 INO + v_9 Fairness + v_{10} QAU + v_{11} DAC + v_{12} E trans + v_{13} E dis + v_{14} ISO}$$

مقدار محاسبه شده برای ضریب ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت نیز عددی بین صفر و یک بدست خواهد آمد. هر چه مقدار ضریب بدست آمده نزدیک به یک باشد بدان معناست که کارایی شرکت از منظر ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت، بالاتر می باشد.

۵-۶- نتایج آزمون فرضیه‌ها

نتایج آزمون فرضیه‌های فرعی از فرضیه اصلی اول و فرضیه‌های فرعی اول و دوم از فرضیه اصلی دوم در جدول شماره ۴ ارائه شده است. همان طور که ملاحظه می شود فقط بین ضریب ایفای مسئولیت اجتماعی و ارزش پیش بینی کنندگی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

جدول (۴): نتایج آزمون فرضیه‌های فرعی فرضیه اصلی اول و فرضیه‌های فرعی اول و دوم فرضیه اصلی دوم

متغیر وابسته:		ارزش پیش بینی کنندگی		ارزش تأیید کنندگی		محافظة کاری		بی طرفی	
ضریب	آماره t	ضریب	آماره t	ضریب	آماره t	ضریب	آماره t	ضریب	آماره t
-۰/۰۶۵	-۱/۲۳۳	۰/۰۰۳	۰/۴۳۹	۰/۰۰۳	۰/۷۱۰	۰/۰۴۲*	۳/۹۵۲	۸/۵۳۶*	۴/۰۴۴
۰/۰۳۳*	۲/۳۵۳	۰/۰۰۳	۰/۷۱۰	۰/۰۰۳	۰/۷۱۰	۰/۰۴۲*	۱/۲۷۰	-۰/۱۲۱	-۰/۳۶۵
۰/۰۰۵	۱/۲۳۳	-۰/۰۰۱	-۱/۱۷۴	-۰/۰۶۳*	-۵/۴۴۶	-۰/۰۶۳*	-۵/۴۴۶	-۰/۷۱۸*	-۳/۸۹۱
۰/۰۰۱	۱/۱۵۹	۰/۰۰۱	۱/۹۳۹	-۰/۰۰۱	-۰/۳۲۱	-۰/۰۰۱	-۰/۳۲۱	-۰/۰۷۰*	-۲/۳۸۷
-۰/۰۰۲	-۰/۳۳۴	۰/۰۰۱	۰/۲۶۸	-۰/۱۱۳*	-۱۰/۸۸۹	-۰/۱۱۳*	-۱۰/۸۸۹	۰/۱۶۳*	۲/۶۱۳
۰/۰۲۱*	۲/۰۵۲	۰/۰۰۲	۰/۶۷۸	۰/۰۷۴*	۲/۴۱۲	۰/۰۷۴*	۲/۴۱۲	-۰/۷۲۷*	-۴/۰۰۷
۰/۰۰۱	۰/۷۱۰	۰/۰۰۱*	۲/۴۰۸	۰/۰۰۹*	۴/۷۷۲	۰/۰۰۹*	۴/۷۷۲	۰/۰۴۹*	۲/۵۹۱
نوع داده‌های ترکیبی		تابلویی - اثرات ثابت		تابلویی - اثرات ثابت		تابلویی - اثرات ثابت		تابلویی - اثرات ثابت	
ضریب تعیین		۰/۲۹۳		۰/۴۶۱		۰/۴۲۰		۰/۳۲۵	
ضریب تعیین تعدیل شده		۰/۱۹۹		۰/۳۸۹		۰/۳۴۳		۰/۲۳۴	
آماره F		۳/۱۱۳		۶/۴۲۱		۵/۴۴۰		۳/۶۰۳	
آماره دوربین - واتسون		۲/۰۹۸		۱/۹۲۷		۲/۰۴۶		۱/۹۲۴	
CSR-Score: ضریب ایفای مسئولیت اجتماعی؛ Size: اندازه شرکت؛ Capital: شدت سرمایه؛ MTB: ارزش بازار به ارزش دفتری؛ Sales Growth: رشد فروش؛ AGE: عمر شرکت. (*: معنادار در سطح خطای ۵ درصد)									



جدول (۵): نتایج آزمون فرضیه های فرعی سوم و چهارم فرضیه اصلی دوم

کامل بودن		بیان صادقانه		متغیر وابسته:
آماره z	ضریب	آماره t	ضریب	
۴/۶۸۵	۵/۱۶۹*	۱/۶۸۶	۰/۵۰۷	C
-۱/۶۳۴	-۱/۱۶۹	-۰/۵۲۶	-۰/۰۳۸	CSR-Score
-۴/۹۳۰	-۰/۲۸۰*	۰/۴۹۶	۰/۰۱۶	SIZE
۰/۶۳۲	۰/۰۲۳	-۰/۶۰۵	-۰/۰۰۸	MTB
۲/۴۵۶	۰/۵۸۱*	-۱/۲۸۰	-۰/۰۱۸	SALESGROWTH
۱/۰۱۴	۰/۴۶۱	۲/۸۵۲	۰/۲۱۱*	CAPITAL
-۲/۵۴۱	-۰/۰۱۴*	-۱/۱۰۶	-۰/۰۰۷	AGE
(*) معنادار در سطح خطای ۵ درصد		تابلویی- اثرات ثابت		نوع داده های ترکیبی
رگرسیون لجستیک	نوع رگرسیون	۰/۷۰۷		ضریب تعیین
۰/۰۳۹	ضریب مک- فادن	۰/۶۶۷		ضریب تعیین تعدیل شده
۴۲/۸۴۳	آماره LR	۱۸/۰۶۶		آماره F
۱۲/۷۶۱	آماره هاسمر-لمشو	۲/۱۷۷		آماره دوربین-واتسون

## ۷- نتیجه گیری و بحث

امتیاز کارایی شرکت ها به لحاظ ایفای مسئولیت اجتماعی، ارزش پیش بینی کنندگی اطلاعات افزایش می یابد. از این رو تنها این فرضیه مورد تأیید قرار می گیرد. نتیجه این آزمون همسو با نتایج پژوهش های لی جن هی و همکاران (۲۰۱۵) و احمدپور و فرمانبردار (۱۳۹۲) و با نتایج پژوهش سالوسکی و همکاران (۲۰۱۴) ناسازگار می باشد. همچنین نتایج نشان داد که بین این ضریب و سایر خصوصیات کیفی مرتبط با محتوای اطلاعات شامل ارزش تأیید کنندگی، محافظه کاری، بی طرفی، بیان صادقانه و کامل بودن رابطه معناداری وجود ندارد.

در حال حاضر در بسیاری از نوشتارهای مسئولیت اجتماعی نگرش غالب بر مسئولیت اجتماعی شرکت ها، رویکرد اقتصادی و نظریه ابزاری است و صرفاً تأکید بر مسئولیت مدیران برای حداکثر کردن ثروت سهامداران است. همچنین مطابق با نظریه "گری" به نظر می رسد مطالعه در حوزه اقتصادی بدون در نظر گرفتن چارچوب سیاسی، اجتماعی و نهادی جامعه غیر ممکن باشد و بنابراین نیاز است که ابعاد اجتماعی و سیاسی در گزارشگری واحدهای تجاری ترکیب شود.

مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت ها در طول چندین دهه همگام با توسعه های اجتماعی، سیاسی و تجاری تکامل یافته و به شدت تحت تأثیر و نفوذ جهانی شدن، ارتباطات وسیع، روندهای جهانی و تغییرات در قوانین در سطح بین الملل بوده است. نگرش و مدل مدیریت مسئولیت اجتماعی شرکتها و سازمان های مدرن در ماهیت پیچیده و پویای محیط اجتماعی مستلزم شناسایی تغییرات و رفع نیازهای اطلاعاتی گروه های مختلف ذینفعان با نظارت مستمر و رویکردی جامع و پویا است. حرفه حسابداری نیز باید این روند را به خوبی شناسایی کند و خود را براساس تقاضای موجود در محیط به دلیل نقش آن تعدیل کند و در این روند تکامل گزارشگری شرکتها با رویکرد پایداری و مسئولیت اجتماعی شرکتها همراه و هماهنگ باشد.

نتایج بدست آمده از مدل های رگرسیونی فرضیه های اصلی اول و دوم نشان داد که در سطح اطمینان ۹۵ درصد بین ایفای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و ارزش پیش بینی کنندگی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. بنابراین می توان گفت با افزایش

همچنین با توجه به نظریه‌های مطرح شده توسط گاریگا و مل (۲۰۰۴) یعنی نظریه ابزاری (تمرکز روی دستیابی به اهداف اقتصادی از طریق فعالیتهای اجتماعی)، سیاسی (تمرکز روی استفاده مسئولانه از قدرت در حوزه‌های سیاسی)، اخلاقی (تمرکز بر حق دستیابی به جامعه خوب) و یکپارچه (تمرکز روی یکپارچگی تقاضاهای اجتماعی) و عدم تأیید تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر بیان صادقانه که مبتنی بر نظریه اخلاقی است به نظر می‌رسد رویکرد اقتصادی و نظریه ابزاری و نظریه مفید بودن در تصمیم‌گیری (سودمندی در پیش بینی) نسبت به سایر نظریه‌های فوق ارجحیت بیشتری داشته باشد.

با توجه به نتیجه فوق و فرضیه‌های فرعی پژوهش به سازمان بورس و اوراق بهادار پیشنهاد می‌شود:

(۱) به سازمان بورس و اوراق بهادار تهران پیشنهاد می‌شود تدابیری اتخاذ نماید تا امتیاز کارایی ایفای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتها محاسبه و رتبه‌بندی آنها براساس الگوی پیشنهادی صورت پذیرد.

(۲) به سازمان حسابرسی که مرجع تدوین کننده استاندارد در کشور است پیشنهاد می‌شود که استانداردهایی را در جهت افشای مسئولیت اجتماعی شرکتها تدوین نماید.

(۳) به شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران توصیه می‌شود که در ساختار سازمانی خود واحد یا کمیته مستقل مسئولیت اجتماعی شرکتها را جهت تدوین استراتژیها و اهداف ایفای مسئولیت اجتماعی در شرکتها دایر کنند، تا چگونگی افشای آن را مدنظر قرار دهند.

(۴) به سهامداران بالقوه، پیشنهاد می‌شود درباره شرکتهایی که امتیاز کارایی ایفای مسئولیت‌پذیری اجتماعی آنها نامناسب (پایین) می‌باشد بیشتر دقت داشته باشند، زیرا این شرکتها از ارزش پیش‌بینی کنندگی پایین‌تری برخوردار هستند.

موارد زیر می‌تواند در پژوهش‌های آتی به عنوان موضوعات پیشنهادی برای پژوهش در نظر گرفته شود:

(۱) اثر نوع صنعت بر ارتباط بین ایفای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتها و خصوصیات کیفی اطلاعات مالی.

(۲) تأثیر عوامل تعیین کننده ایفای مسئولیت اجتماعی شرکتها با تأکید بر توانایی مدیریت و سرمایه‌های فکری.

(۳) تأثیر رتبه ایفای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت مبتنی بر الگوی پیشنهادی بر سایر معیارهای ارزیابی کیفیت گزارشگری مالی (ضریب واکنش سود، پایداری سود، هموار سازی سود، کیفیت اقلام تعهدی)

در انجام هر پژوهشی محدودیت‌هایی وجود دارد که ممکن است نتایج پژوهش را تحت تأثیر قرار دهد. محدودیت‌های این پژوهش به شرح زیر است:

(۱) امتیاز کارایی ایفای مسئولیت اجتماعی شرکتها توسط نهادهای رسمی مانند سازمان بورس و اوراق بهادار تهران گزارش نمی‌شوند. بنابراین متغیرهای وابسته پژوهش فقط در معرض امتیاز کارایی محاسبه شده ایفای مسئولیت پذیری اجتماعی بر اساس الگوی پیشنهادی بودند. بنابراین در صورت افشاء رسمی امتیازهای مذکور، مقایسه خصوصیات کیفی اطلاعات مالی با امتیازهای مورد استفاده پژوهش معنادارتر می‌شود.

(۲) برای محاسبه امتیاز کارایی ایفای مسئولیت اجتماعی شرکتها از اطلاعات حسابداری و بازار سهام استفاده شد. اول اینکه برای تهیه اطلاعات حسابداری از روش‌های گوناگونی استفاده می‌شود که می‌تواند بر نتایج پژوهش مؤثر باشد. دوم اینکه تغییرات قیمت بازار نیز علاوه بر اطلاعات حسابداری تحت تأثیر عوامل مختلف سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی است که بر رتبه بندی صحیح تر و منطقی تر اثر منفی گذارد.

## فهرست منابع

- \* احمدپور، احمد، فرمانبردار، مریم، (۱۳۹۲). «بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و خطای پیش بینی سود هر سهم»، فصلنامه بورس اوراق بهادار، سال ششم، شماره ۲۴، صص ۶۳-۷۸.
- \* افلاطونی، عباس، (۱۳۹۲). «تجزیه و تحلیل آماری با Eviews در تحقیقات حسابداری و مدیریت مالی»، چاپ اول، تهران: انتشارات ترمه.
- \* حساس یگانه، یحیی، برزگر، قدرت‌اله، (۱۳۹۲). «مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و نظریه‌های حسابداری»، حسابدار رسمی، شماره ۳۳، صص ۹۴-۱۰۶.
- \* حساس یگانه، یحیی، برزگر، قدرت‌اله، (۱۳۹۲). «مدلی برای افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ایران و ارتباط آن با عملکرد مالی»، رساله دکتری، دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، تهران.
- \* خلیفه سلطانی، سید احمد، نوری زاده، راضیه، (۱۳۹۳). «پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهراء، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، تهران.
- \* دیگان، گری گ، آنرمن، جفری (۱۳۹۱). «تئوری حسابداری مالی»، چاپ اول، ترجمه علی پارسائیان، انتشارات ترمه.
- \* رضایی، فرزین، سلیمانی راد، سکینه (۱۳۹۱). «تأثیر اطلاعاتی سود بر قیمت و بازده دوره نگهداری سهام»، دانش مالی تحلیل اوراق بهادار، شماره ۱۳، صص ۱-۱۹.
- \* رهنمای رودپشتی، فریدون، نیکومرام، هاشم، شاهوردیانی، شادی، (۱۳۸۶). «مدیریت مالی راهبردی (ارزش آفرینی)»، چاپ اول، تهران: انتشارات کساکوش.
- \* شورورزی، محمدرضا، نیکومرام، هاشم (۱۳۸۹). «طراحی و تبیین مدلی برای ارزیابی کیفیت سود با استفاده از خصوصیات کیفی مفاهیم نظری گزارشگری مالی در ایران»، فصلنامه تحقیقات حسابداری و حسابرسی، سال دوم، شماره ۷، صص ۱۱۰-۱۲۸.
- \* کمیته تدوین استانداردها (۱۳۹۲). «استانداردهای حسابداری»، چاپ بیستم، نشریه ۱۶۰، انتشارات سازمان حسابرسی.
- \* محسنین، شهریار، اسفیدانی، محمد رحیم، (۱۳۹۳). «مدل سازی معادلات ساختاری به کمک نرم افزار لیزرل»، چاپ دوم، تهران: انتشارات کتاب مهربان
- \* وکیلی فرد، حمیدرضا، رویایی، رضانعلی، یعقوب‌نژاد، احمد، قنبری، مهرداد (۱۳۹۱). «حسابداری اجتماعی و محیطی در ایران»، رساله دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران.
- \* Bushman, R., Smith, A., (2001). Financial accounting information and corporate governance. J. Acc. Econ. Vol(32):237-334.
- \* Barua A (2006). Using the FASB qualitative characteristics in earnings quality measures, a doctoral dissertation, Faculty of the Louisiana State University.
- \* Francis, J., Olsson, P., & Schipper, K.(2006). Earnings Quality. Hanover: nowPublishers Inc.
- \* Geva. A.,(2008), "Three Models of Corporate Social Responsibility: Interrelationships between Theory", Research, and Practice. Business and Society Review. Vol(113):1-41.
- \* Global Reporting Initiative, (2013), "G4 Sustainability Reporting Guidelines", Online, Retrived from: <https://www.globalreporting.org/resource/library/GRIG4-Part1-Reporting-Principles-and-Standard-Disclosures.pdf>
- \* IASB (2010). The Conceptual Framework for Financial Reporting. A21-A51.
- \* Saleski, Marcus;Zülch, Henning(2014). The Association between Corporate Social Responsibility (CSR) and Earnings Quality – Evidence from European Blue Chips, [www.ssrn.com](http://www.ssrn.com).
- \* Jen Hi,Li; Chiang, Hsiangtsai(2015). Financial Reports Quality and Corporate Social Responsibility, Asian Economic and Financial Review, 2015, vol. (5), 453-467.
- \* NASR,H(2010). corporate social responsibility disclosure :an examination of framework of determinants and consequences. Doctoral thesis, Durham University. Available at Durham E-Theses ,Online: <http://etheses.dur.ac.uk/480/>.
- \* SASB, (2013), Conceptual Framework of Sustainability Accounting Standard Board ,US,Online,Retrivedfrom:<http://www.sasb.org/wpcontent/uploads/2013/10/SASB-Conceptual-Framework-Final-Formatted-10-22-13.pdf>.
- \* Velury ,U.and Jenkins,D.S.(2006).“ Institutional ownership and the quality of earnings”,Journal of business research ,Vol (59),No. 9: 1043-1051.

---

یادداشت‌ها

- <sup>1</sup>. Good Governance
- <sup>2</sup>. Corporate Governance
- <sup>3</sup>. Corporate Sustainability
- <sup>4</sup>. Global Business Forum on Sustainable Development
- <sup>5</sup>. Gray
- <sup>6</sup>. Steurer
- <sup>7</sup>. Sustainability Accounting Standard board (SASB)
- <sup>8</sup>. Global Reporting Initiative (GRI)
- <sup>9</sup>. Jen hi
- <sup>10</sup>. Salewski
- <sup>11</sup>. Becchetti

## Developing the corporate social responsibility Model and its impact on the Qualitative Characteristics of Financial Information

S. Ahmad Mousavi<sup>1</sup>  
Farzin Rezaei<sup>2</sup>  
FarhadShahveisi<sup>3</sup>

Receipt: 2016 / 04 / 24

Acceptance: 2016 / 08 / 23

### Abstract

The purpose of research is to identify factors that explain the pattern of reporting and corporate social responsibility and corporate social responsibility influence on the Quality of information. to achieve this goal, Using various aspects of social responsibility theory based on Carroll, Indicators for economic, legal, ethical, environmental and social was considered and Using confirmatory factor analysis, appropriate indicators were selected each dimension. The sample consisted of 87 companies during the period 1385 to 1393 based on data envelopment analysis, the performance was calculated corporate social responsibility. The performance index of corporate social responsibility to check the effects on the quality of accounting information based on panel data and multivariate linear regression and logistic, the results showed that the index of fulfillment of corporate social responsibility and predictive value of a positive and significant Relationship exists. Also results showed that the index of fulfillment of corporate social responsibility with Feedback value was positive Relationship, but this Relationship was not Significant and the coefficient of performance of corporate social responsibility and other qualitative characteristics include the conservatism, Neutrality, Rep faith fullness and completeness was not significant relationship

**Keywords:** Corporate social responsibility, quality of accounting information, sustainability, efficiency, confirmatory factor analysis, DEA.

---

<sup>1</sup> Department of Accounting, Collage of Literature and Humanities, Kermanshah Science and Research Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran

<sup>2</sup> Associate Professor, Department of Accounting, Faculty of Management and Accounting, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran. (Corresponding Author)

<sup>3</sup> Assistant Professor, Department of Accounting, Razi University, Kermanshah, Iran