

**Investigating the Relationship Between Strengths and Weaknesses  
of Social Responsibility with Financial Statement Comparability  
(Empirical Evidence from Tehran Stock Exchange)**

**Amir Sina Rezai**

M.Sc. Student of Accounting, Lamei Gorgani Institute of Higher Education,  
Accounting Department, Gorgan, Iran.

**Hossein Eslami Mofid Abadi**(Corresponding author)

[hossein\\_eslami@shriau.ac.ir](mailto:hossein_eslami@shriau.ac.ir)

Department of Accounting and Management, Shahryar Branch, Islamic Azad University, Shahryar, Iran.

**Seyed Mohammad Reza Khalilzade**

Lamei Gorgani Institute of Higher Education, Accounting Department, Gorgan, Iran.

**Abstract**

The main purpose of this study is to investigate the relationship between the strengths and weaknesses of social responsibility and the comparability of financial statements. This research is from the perspective of process, the type of data studied and the result from the type of quantitative-applied, from the perspective of purpose and logic from the type of correlation analysis and deductive-inductive and from the perspective of time dimension also from the longitudinal type of event. To test the research hypotheses, the financial information of companies listed on the Tehran Stock Exchange in the period between 2004 to 2018 has been used, so that after applying the restrictions in this research, the final sample consisting of 121 companies was selected. After the operational measurement of the research variables, in the next step, multivariate linear regression analysis techniques have been used to test the research hypotheses. Hypothesis testing is also performed using econometric software (Eviews) and statistical methods of integrated data. The results of statistical tests show that with increasing positive points of corporate social responsibility, the ability to compare financial statements also increases. In addition, the weaknesses of social responsibility Reduces the comparability of financial statements.

**Keywords:** strengths and weaknesses of social responsibility, financial statement comparability.

تاریخ دریافت مقاله:

۱۴۰۱/۰۱/۱۴

تاریخ پذیرش مقاله:

۱۴۰۱/۰۳/۲۳

## بررسی ارتباط بین نقاط قوت و ضعف مسئولیت‌پذیری اجتماعی با قابلیت مقایسه صورت‌های مالی (شواهدی تجربی از بورس اوراق بهادار تهران)

امیر سینا رضایی

دانش آموخته کارشناسی ارشد حسابداری، موسسه آموزش عالی لامعی گرگانی، گروه حسابداری، گرگان، ایران.

حسین اسلامی مفیدآبادی (نویسنده مسئول)

[hossein\\_eslami@shriau.ac.ir](mailto:hossein_eslami@shriau.ac.ir)

گروه حسابداری و مدیریت، واحد شهریار، دانشگاه آزاد اسلامی، شهریار، ایران.

سید محمدرضا خلیل زاده

دانشگاه لامعی گرگان، گروه حسابداری، گرگان، ایران.

### چکیده

هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی رابطه بین نقاط قوت و ضعف مسئولیت‌پذیری اجتماعی و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی است. این پژوهش از منظر فرآیند، نوع داده‌های مورد بررسی و نتیجه از نوع کمی-کاربردی، از منظر هدف و منطق از نوع تحلیل همبستگی و به شکل قیاسی-استقرایی و از منظر بعد زمانی نیز از نوع طولی پس رویدادی است. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از اطلاعات مالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران در فاصله زمانی بین سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۷ استفاده شده است، به طوری که پس از اعمال محدودیت‌های موردنظر در این پژوهش، نمونه نهایی متشکل از ۱۲۱ شرکت انتخاب گردید. پس از اندازه‌گیری عملیاتی متغیرهای پژوهش در گام بعدی از فنون تجزیه تحلیل رگرسیون خطی چند متغیره، برای آزمون فرضیه‌های پژوهش استفاده شده است. آزمون فرضیه‌ها نیز با استفاده از نرم‌افزار اقتصادسنجی (Eviews) و روش‌های آماری داده‌های تلفیقی انجام شده است. نتایج حاصل از آزمون‌های آماری پژوهش نشان می‌دهد که با افزایش نقاط مثبت مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت قابلیت مقایسه صورت‌های مالی نیز افزایش می‌یابد. علاوه بر این، نقاط ضعف مسئولیت‌پذیری اجتماعی، قابلیت مقایسه صورت‌های مالی را کاهش می‌دهد.

واژگان کلیدی: نقاط قوت و ضعف مسئولیت‌پذیری اجتماعی، قابلیت مقایسه صورت‌های مالی.

## ۱. مقدمه

مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت سال‌هاست که توجه جامعه دانشگاهیان را به خود جلب کرده است. مطالعات زیادی به بررسی اثرات واقعی عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت پرداخته‌اند. برای مثال، مشاهده می‌شود که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت در کاهش هزینه سرمایه و مبادلات تجاری داخلی (ای گول و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۱؛ گائو و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۴؛ جی ولیو<sup>۳</sup>، ۲۰۱۵؛ گاس و روبرتز<sup>۴</sup>، ۲۰۱۱)، افزایش رتبه اعتباری و سطوح بهینه خطرپذیری (اتیق و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۱۳؛ دراگو و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۱۹؛ هارجوتو و لکسمانا<sup>۷</sup>، ۲۰۱۸) و تأثیرگذاری بر کارایی سرمایه‌گذاری و تهور مالیاتی<sup>۸</sup> سودمند است (بنلیمی و بیتار<sup>۹</sup>، ۲۰۱۸؛ بندری و جواخزه<sup>۱۰</sup>، ۲۰۱۷؛ دیویس و همکاران<sup>۱۱</sup>، ۲۰۱۶؛ هوی و همکاران<sup>۱۲</sup>، ۲۰۱۳؛ لانیس و ریچاردسون<sup>۱۳</sup>، ۲۰۱۵). با این حال، تنها تعداد معدودی از پژوهش‌های به بررسی نقش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت از دیدگاه کیفیت گزارشگری پرداخته‌اند. کیفیت صورت‌های مالی به‌ویژه برای استفاده‌کنندگان از صورت‌های مالی بسیار مهم است زیرا به یک درک بهتر از عملکرد شرکت و تصمیمات مربوط به سرمایه‌گذاری مناسب کمک می‌کند. مقالات موجود در این زمینه در ابتدا به‌ویژه به بررسی ارتباط بین عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و ویژگی‌های کیفیت گزارشگری مالی نظیر ارتباط و نمایش وفادارانه از طریق بررسی تأثیرات مسئولیت اجتماعی شرکت بر مدیریت سود (کیم و

<sup>1</sup> El Ghoul et al.

<sup>2</sup> Gao et al.

<sup>3</sup> Ge & Liu.

<sup>4</sup> Goss & Roberts.

<sup>5</sup> Attig et al.

<sup>6</sup> Drago et al.

<sup>7</sup> Harjoto & Laksmana.

<sup>8</sup> tax aggressiveness

<sup>9</sup> Benlemlih. & Bitar.

<sup>10</sup> Bhandari & Javakhadze.

<sup>11</sup> Davis et al.

<sup>12</sup> Hoi et al

<sup>13</sup> Lanis & Richardson.

همکاران<sup>۱</sup>، (۲۰۱۲)، خطر سقوط قیمت سهام (کیم و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۴)، دقت پیش‌بینی سود مدیریت (لی<sup>۳</sup>، ۲۰۱۷) و صورت‌های مالی (وانز<sup>۴</sup>، ۲۰۱۹) پرداخته‌اند.

از طرفی، قابلیت مقایسه صورت‌های مالی یکی از مشخصه‌های مهم و درعین حال منحصر به فرد اطلاعات مالی است، بدین معنا که از ویژگی‌های اساسی صورت‌های مالی است که استفاده‌کنندگان را قادر می‌سازد تا شباهت‌ها و تفاوت‌های بین دو مجموعه از پدیده‌های اقتصادی را شناسایی کنند (هیئت استانداردهای حسابداری مالی آمریکا<sup>۵</sup>، ۱۹۸۰؛ هیئت استانداردهای حسابداری بین‌المللی، ۲۰۱۰). درعین حال، قابلیت مقایسه برای کاهش دادن کسب اطلاعات و هزینه‌های پردازش و بالا بردن کیفیت اطلاعات در دسترس استفاده‌کنندگان از صورت‌های مالی سودمند است (بارث و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۱۲؛ دی‌فرانسو و همکاران<sup>۷</sup>، ۲۰۱۱؛ ژانگ<sup>۸</sup>، ۲۰۱۸). برخلاف مطالعات قبلی درباره ارتباط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و معیارهای کیفیت گزارشگری که در درجه اول ماهیت ارتباط و نمایش وفادارانه در صورت‌های مالی را تعیین می‌کنند، قابلیت مقایسه نیازمند حداقل دو قلم جنس از دو واحد تجاری متفاوت یا دو دوره حسابداری است، در نتیجه این ویژگی آن را از ویژگی‌های دیگر متمایز می‌کند (به‌عنوان نمونه، ارتباط و نمایش وفادارانه) که بر روی اقلام مالی در یک واحد تجاری یا دوره واحد تمرکز دارند (دی‌فرانسو و همکاران، ۲۰۱۱).

اندرائوس و همکاران<sup>۹</sup> (۲۰۲۰) استدلال می‌کنند که به‌کارگیری روش‌های مختلف حسابداری جهت جهت اندازه‌گیری و گزارش همان پدیده اقتصادی قابلیت مقایسه صورت‌های مالی را کاهش می‌دهد اما ارتباط و نمایش وفادارانه اطلاعات مالی را تحت تأثیر قرار نمی‌دهد. در واقع، قابلیت مقایسه و سایر ویژگی‌های کیفی مانند ارتباط و نمایش وفادارانه لزوماً یک حرکت مشترک نیستند.

---

<sup>۱</sup>Kim et al

<sup>۲</sup>Kim et al

<sup>۳</sup>Lee.

<sup>۴</sup>Wans.

<sup>۵</sup>Financial Accounting Standards Board

<sup>۶</sup>Barth et al

<sup>۷</sup>De Franco et al

<sup>۸</sup>Zhang.

<sup>۹</sup>Endrawes et al.

علاوه بر این، مطالعات قبلی به طور عمده بر روی عملکرد مسئولیت‌پذیری مثبت یا کلی اجتماعی شرکت متمرکز شده‌اند که معادل عملکرد مثبت اجتماعی شرکت منهای عملکرد منفی یا نامطلوب اجتماعی شرکت است. با این وجود، پژوهش‌های موجود در این زمینه قائل به یک تفاوت مشخص بین عملکرد مثبت و منفی اجتماعی شرکت هستند (هسو و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۹؛ کوچن و مون<sup>۲</sup>، ۲۰۱۲). در رابطه با تأثیر عملکرد مثبت اجتماعی شرکت بر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی دو نظریه متفاوت وجود دارد. اول، نظریه ذی‌نفعان حاکی از آن است که مدیران یکسری تعهدات اخلاقی جهت برآورده ساختن خواسته‌های ذی‌نفعان مختلف دارند. مشارکت در فعالیت‌های مربوط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت نشان‌دهنده تلاش مدیران در جهت انجام کارهای صحیح برای ذی‌نفعان است که می‌تواند نشان‌دهنده اخلاق و درستی آن‌ها باشد. به علاوه، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت می‌تواند یکی از اشکال شهرت‌سازی و نگه‌داری از آن بوده و نشانه مثبتی دال بر اعتبار شرکت‌ها باشد؛ بنابراین، شرکت‌های دارای مسئولیت‌پذیری اجتماعی تمایل دارند صادق، قابل اعتماد، و قانونمند باشند و به استاندارد بالای رفتاری برای حفظ شهرت و آبروی خود پایبند باشند. از این رو، شرکت‌های با عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی برتر میل به پیروی از استانداردهای حسابداری هستند. با توجه به اینکه قابلیت مقایسه در گزارشگری مالی دلیل اصلی توسعه استانداردهای حسابداری (هیئت استانداردهای حسابداری مالی آمریکا، ۱۹۸۰) بوده و برای سهام‌داران حائز اهمیت است؛ لذا، با افزایش نقاط مثبت مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت قابلیت مقایسه صورت‌های مالی نیز افزایش می‌یابد (وانگ و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۲۰). دوم، بر طبق نظریه نظریه نمایندگی، مدیران ممکن است با مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت در جهت پیشبرد دستور کار خود و یا پوشش تأثیر رفتارهای فرصت‌طلبانه یا سوء رفتار شرکتی درگیر شوند (جنسن<sup>۴</sup>، ۲۰۰۱؛ همینگوی و مکلاگان<sup>۵</sup>، ۲۰۰۴؛ پتروویتس<sup>۶</sup>، ۲۰۰۶؛ سوروکا و تریبو<sup>۱</sup>، ۲۰۰۸؛ بن‌آمر و

<sup>1</sup> Hsu et al.

<sup>2</sup> Kotchen & Moon.

<sup>3</sup> Wang et al.

<sup>4</sup> Jensen.

<sup>5</sup> Hemingway & Maclagan.

<sup>6</sup> Petrovits.

بلغاسم<sup>۲</sup>، ۲۰۱۸). چنین تعاملی منجر به پیدایش یک محیط عملیاتی نسبتاً متمایز و رفتارهای گزارشگری مالی می‌شود که در نقطه مقابل ویژگی شباهت قابلیت مقایسه صورت‌های مالی قرار دارند (ژانگ، ۲۰۱۸). از سوی دیگر، برخلاف عملکرد مثبت اجتماعی شرکت، عملکرد منفی یا نامطلوب مسئولیت اجتماعی شرکت می‌تواند بیشتر نشانه اخلاق نه‌چندان مطلوب مدیران باشد (میشینا و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۲) و تأثیر منفی جدی‌تری بر شهرت و عملکرد شرکت‌ها داشته باشد (لانگ و واشبورن<sup>۴</sup>، ۲۰۱۲). شرکت‌های با عملکرد منفی مسئولیت‌پذیری اجتماعی به احتمال زیاد درگیر سوء رفتار شرکتی بوده (هوی و همکاران، ۲۰۱۳؛ کوه و تانگ<sup>۵</sup>، ۲۰۱۳) و کیفیت افشا و پایداری سود پایینی داشته باشند. این شرکت‌ها به احتمال زیاد رفتارهای عملیاتی و گزارشگری مالی متفاوتی نسبت به سایر شرکت‌های عادی دارند (هسو و همکاران، ۲۰۱۹). بر پایه استدلال فوق، وانگ و همکاران (۲۰۲۰) دریافتند که با افزایش نقاط منفی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، قابلیت مقایسه صورت‌های مالی کاهش می‌یابد. بنابراین، با توجه به آنچه تاکنون بیان شد انتظار بر این است که نقاط مثبت و منفی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت بر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی اثرگذار باشد. از این رو، پژوهش حاضر در پی یافتن شواهد تجربی جهت پاسخ به این سؤال است بوده که بین نقاط قوت و ضعف مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی چه رابطه معناداری وجود دارد و در صورت وجود ارتباط نوع ارتباط بین آن‌ها چگونه است؟ البته، با توجه به بررسی‌های صورت‌گرفته در عمده مطالعات داخلی این موضوع نادیده انگاشته شده و یک شکاف و خلاء مطالعاتی در مبانی نظری مالی و حسابداری برای پژوهش در این باره وجود دارد. به طوری که این موضوع به نوبه خود، انگیزه‌ای به منظور انجام پژوهش حاضر است. از این رو، پژوهش حاضر با هدف بررسی ارتباط بین نقاط قوت و ضعف مسئولیت‌پذیری اجتماعی با قابلیت مقایسه صورت‌های مالی انجام شده است.

<sup>1</sup> Surroca & Tribó.

<sup>2</sup> Ben-Amar & Belgacem.

<sup>3</sup> Mishina et al.

<sup>4</sup> Lange & Washburn.

<sup>5</sup> Koh & Tong.

## ۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

### ۲.۱- مسئولیت اجتماعی<sup>۱</sup>

مسئولیت اجتماعی شرکتی یک باور سازمانی است که به دنبال خلق ارزش مشترک بین ذی‌نفعان شرکت است و یک پروژه نیست که آغاز و پایانی داشته باشد (ابزری، ۱۳۸۶). سابقه بحث رواج اخلاقی کار به حداقل ۲۰۰۰ سال پیش برمی‌گردد زمانی که سیسرو (فیلسوف رومی در کتاب "مشاغل" درباره این موضوع سخن گفت. ولیکن در ارتباط با نگرش‌ها و نظریات مربوط به مسئولیت اجتماعی سازمان، سابقه چندانی وجود ندارد. در دهه آخر قرن نوزدهم، در زمانی که شرکت‌های بزرگ و عظیم در حال شکل‌گیری بودند. صنایع بزرگ روزبه‌روز قوی‌تر می‌شدند، توجه جامعه به مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها بیشتر معطوف گردید. در سال ۱۹۱۹ محققان رشته بازرگانی برای اولین بار هشدار دادند که اگر بنگاه‌های اقتصادی در خصوص انجام مسئولیت اجتماعی خود اهمال‌کاری<sup>۲</sup> کنند، جامعه بایستی به هر نحو ممکن اختیارات آن‌ها را در خصوص فعالیت‌های اقتصادی‌شان سلب کنند و مهار آن‌ها را در دست گیرد، از اوایل دهه ۱۹۲۰ سایر محققان مدیریت در نوشته‌های خود به مسئولیت اجتماعی بنگاه‌های اقتصادی تأکید کرده‌اند. سرمایه‌گذاران مذهبی از سال ۱۹۲۶ در ایالات متحده آمریکا و از سال ۱۹۴۸ در بریتانیا به ارائه چهارچوب‌های اخلاقی برای سرمایه‌گذاری و فعالیت در عرصه کسب‌وکار پرداخته‌اند. در اواخر دهه ۱۹۶۰ در بریتانیا، سرمایه‌گذاری اخلاقی وارد مرحله‌ای جدی شد و گردهمایی‌های زیادی به کنکاش در زمینه گسترش این امر به تکاپو افتادند، چنین پدیده‌ای در حدود سال ۱۹۷۰ در ایالات متحده آمریکا اتفاق افتاد و اولین سرمایه‌گذاری، سرمایه‌گذاری پاکس (PAX) بود، که در سال ۱۹۷۱ تأسیس شد. در سال ۱۹۸۸ در بریتانیا برای سرمایه‌گذاری در زمینه ابزارهای الکترونیکی قابل‌استفاده در جنگ‌ها مباحثی مطرح شد به طوری که نتیجه آن در سال‌های بعد و به‌ویژه در سال ۱۹۹۷ کمیته مرکزی سرمایه‌گذاری متعلق به کلیسا اصولی را برای سرمایه‌گذاری وضع کرد. بر

<sup>1</sup> Social responsibility

<sup>2</sup> Procrastination

اساس این اصول، تنها سرمایه‌گذاری در آن دسته از شرکت‌های سازنده وسایل دفاعی، اخلاقی محسوب می‌شود که نیازهای وزارت دفاع را تأمین کنند و از فروش آن به گروه‌ها و کشورهای متخاصم دوری جویند. البته اخیراً اخلاق کار بیشتر مورد توجه قرار گرفته است و دلیل آن هم جنبش مسئولیت اجتماعی است که در دهه ۱۹۶۰ میلادی آغاز شد (بونستوپل<sup>۱</sup>، ۲۰۱۱).

۲-۲- نقاط قوت مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی

اگرچه مطالعات متعددی به بررسی اثرات واقعی عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی پرداخته‌اند، تنها تعداد معدودی از آن‌ها به بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی و کیفیت گزارشگری مالی پرداخته‌اند (اتیق و همکاران، ۲۰۱۳؛ بندری و جواخزه، ۲۰۱۷؛ دیویس و همکاران، ۲۰۱۶؛ ای‌گول و همکاران، ۲۰۱۱؛ گائو و همکاران، ۲۰۱۴؛ جی و لیو، ۲۰۱۵). مطالعات موجود در این زمینه عمدتاً بر ارتباط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و معیارهای سود متمرکزند که ماهیت ارتباط و نمایش وفادارانه در صورت‌های مالی را تعیین می‌کند. چس و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۰۸) از هموارسازی سود، تهور سود و اجتناب از اتلاف سود به عنوان معیارهای مدیریت سود استفاده نموده و دریابند که مسئولیت اجتماعی شرکتی باعث افزایش تهور سود و در عین حال کاهش هموارسازی سود و اجتناب از اتلاف سود را به دنبال دارد. علاوه بر این، سوروکا و تریبو (۲۰۰۸) ارتباط مثبت و معناداری را بین عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی و مدیریت سود صرفاً برای شرکت‌های تحت کنترل مشاهده نمودند. کیم و همکاران (۲۰۱۲) اشاره نموده‌اند که شرکت‌هایی که عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی برتری دارند کم‌تر در مدیریت سود شرکت نموده و نیز خاطر نشان ساخته‌اند که دغدغه‌های اخلاقی به احتمال زیاد مدیران را به تولید گزارش‌های مالی با کیفیت سوق خواهند داد. کیم و همکاران (۲۰۱۴) به این نتیجه رسیدند که عملکرد برتر مسئولیت اجتماعی شرکتی، شفافیت گزارشگری مالی را بهبود می‌بخشد، که از طریق آن خطر سقوط قیمت سهام از بین می‌رود و در واقع به طور غیرمستقیم نشان می‌دهد که

<sup>1</sup> Boonstoppel

<sup>2</sup> Chih et al.



شرکت‌های آگاه از مسئولیت اجتماعی شرکتی خود کم‌ترین میزان دست‌کاری سود فرصت‌طلبانه را دارند. لی (۲۰۱۷) رابطه مثبتی بین عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی و دقت پیش‌بینی سود مدیریت می‌یابد، که با این برداشت که مدیران می‌کوشند تا کیفیت افشاء مالی را برای کمتر کردن دغدغه‌های اخلاقی بهبود بخشند سازگار است. در این پژوهش به تاثیر عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی شرکت پرداخته شده است. دلیل آن این است که قابلیت مقایسه یکی از ویژگی‌های اساسی صورت‌های مالی است که سودمندی آن را افزایش می‌دهد (هیئت استانداردهای حسابداری مالی آمریکا، ۲۰۱۰) اما لزوماً یک حرکت مشترک و نمایش وفادارانه در صورت‌های مالی محسوب نمی‌شود.

اهمیت قابلیت مقایسه به عنوان یکی از ویژگی‌های کیفیت گزارشگری مالی به طور گسترده توسط قانونگذاران بیان شده است. چارچوب مفهومی استانداردهای گزارشگری مالی بین‌المللی<sup>۱</sup> (IFRS) بیان می‌کند: «اطلاعات درباره یک سازمان گزارش شده مفیدتر خواهد بود چنانچه بتوان آن را با اطلاعات مشابه درباره سایر واحدها و با اطلاعات مشابه درباره همان واحد برای یک دوره یا تاریخ دیگر مقایسه نمود». مقررات اتحادیه اروپا برای اتخاذ چارچوب مفهومی استانداردهای گزارشگری مالی بین‌المللی قابلیت مقایسه را در سطح بازارها به عنوان دلیلی بر اتخاذ آن شناسایی می‌کند. استانداردهای حسابداری برای شرکت‌های چینی همچنین نیازمند آن است که «اطلاعات حسابداری ارائه شده توسط شرکت‌ها قابلیت مقایسه داشته باشند». قابلیت مقایسه صورت‌های مالی استفاده‌کنندگان را قادر می‌سازد تا شباهت‌ها و تفاوت‌های عملکرد مالی دو شرکت را شناسایی کنند (هیئت استانداردهای حسابداری مالی آمریکا، ۲۰۱۰). مطالعات قبلی نشان داده‌اند که پیروی از استانداردهای حسابداری مشابه، قابلیت مقایسه صورت‌های مالی را بهبود می‌بخشد. بر این اساس، یک چنین پابندی بر اینکه مدیران به همین ترتیب مسئول معاملات مشابه و معاملات غیرمشابه به طور متفاوتی هستند اثر می‌گذارد. وانگ<sup>۲</sup> (۲۰۱۴) دریافته است که پیروی از همان استانداردهای

<sup>1</sup> The International Financial Reporting Standards

<sup>2</sup> Wang.

حسابداری (اتخاذ از روی اجبار) قابلیت مقایسه صورت‌های مالی را بهبود می‌بخشد. بال و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۳) بیان می‌کنند که انگیزه‌های گزارشگری به طور ذاتی میزان قابلیت مقایسه صورت‌های مالی که می‌تواند از یکسان‌سازی صرف استانداردهای حسابداری به دست آید را محدود نمایند. دیفوند و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۱) اثبات می‌نمایند که بهبود قابلیت مقایسه مرتبط با اتخاذ اجباری به انگیزه‌های گزارشگری شرکت‌ها و میزان افزایش تعداد همتایان در صنعت با استفاده از همان استانداردهای حسابداری بستگی دارد. کاسینو و گاسن<sup>۳</sup> (۲۰۱۵) به طور تجربی شواهدی را ارائه می‌دهند مبنی بر اینکه تنها شرکت‌های دارای انگیزه‌های پیروی بالا، افزایش قابل توجهی را در قابلیت مقایسه صورت‌های مالی پس از اتخاذ اجباری تجربه می‌کنند. دی جورج و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۱۶) نتیجه می‌گیرند که قابلیت مقایسه صورت‌های مالی با استانداردهای حسابداری و انگیزه‌های گزارشگری شرکت‌ها تعیین می‌شود. بنابراین، شرکت‌های با انگیزه‌های پیروی بالا برای پیروی از همان استانداردهای حسابداری، صورت‌های مالی با قابلیت مقایسه بالاتری را ارائه خواهند داد. با این حال، در رابطه با تاثیر نقاط مثبت مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی شرکت دو نظریه متضاد ذینفعان و نمایندگی وجود دارد.

از یک سو، نظریه ذینفعان بیان می‌دارد که تامین منافع ذینفعان مختلف یکی از تعهدات اخلاقی یکایک مدیران است. مشارکت در فعالیت‌های مربوط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت نشان‌دهنده تلاش مدیران در جهت انجام کارهای صحیح برای ذینفعان خود است و در نتیجه احتمالاً نشان‌دهنده اخلاق والا و درستی آنهاست. گودوس دیز و همکاران<sup>۵</sup> (۲۰۱۱) دریافتند که مدیران کل که اهمیت ویژه‌ای برای اخلاق و مسئولیت اجتماعی قائل هستند به طور قابل توجهی تمایل به پیاده‌سازی رویه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت دارند. الفنین و همکاران<sup>۶</sup> (۲۰۱۲) به طور تجربی شواهدی را ارائه می‌کنند مبنی بر اینکه عملکرد مثبت اجتماعی شرکت به عنوان

<sup>1</sup> Ball et al.

<sup>2</sup> DeFond et al.

<sup>3</sup> Cascino & Gassen,.

<sup>4</sup> De George et al.

<sup>5</sup> Godos-Díez et al.

<sup>6</sup> Elfenbein et al.

نمونه، کمک‌های خیریه می‌تواند نشانه‌ای از کیفیت یا قابلیت اعتماد فروشنده باشد. کیم و همکاران (۲۰۱۲) دریافتند که الزامات اخلاقی مدیران شرکت‌های دارای مسئولیت‌پذیری اجتماعی را وادار به مشارکت کم‌تر در مدیریت سود می‌کنند. این وضعیت حاکی از آن است که شرکت‌های دارای مسئولیت‌پذیری اجتماعی تمایل دارند صادق، قابل اعتماد و قانونمند باشند و به استاندارد بالای رفتاری پایبند باشند. شافر<sup>۱</sup> (۲۰۱۵) نشان می‌دهد که اعتقاد به اهمیت اخلاق و مسئولیت‌پذیری اجتماعی به طور قابل توجهی با قضاوت‌های اخلاقی حسابداران و مقاصد رفتاری مرتبط با دست‌کاری سود حسابداری و عملیاتی ارتباط دارد. لانیس و ریچاردسون (۲۰۱۵) به این نتیجه رسیدند که به احتمال زیاد شرکت‌های با مسئولیت‌پذیری اجتماعی مثبت کمترین میزان اجتناب مالیاتی را از خود نشان می‌دهند، که می‌تواند اثرات مثبت مرتبط با فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت را خنثی کند. لی (۲۰۱۷) شواهدی ارائه می‌دهد مبنی بر اینکه مدیران با مسئولیت‌پذیری اجتماعی با ارائه پیش‌بینی‌های سود دقیق، به طور اخلاق‌گرا رفتار می‌کنند. وانز (۲۰۱۹) نشان داد که عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت ارتباط معکوسی با ارائه مجدد صورت‌های مالی دارد. این یافته همخوانی دارد با این دیدگاه که شرکت‌های آگاه از مسئولیت-پذیری اجتماعی خود به یک فرهنگ‌سازمانی که در آن ارزش‌ها و شیوه‌های اخلاقی ترویج می‌شوند پایبند هستند. به طور کلی، عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت نشان‌دهنده اخلاق مدیران از دیدگاه نظریه ذی‌نفعان است.

مطالعات قبلی همچنین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی را به عنوان یکی از اشکال شهرت آفرینی و نگه‌داری آن قلمداد کرده‌اند (لیتیکام و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۰) و اینکه شهرت آفرینی در جهت پرورش رفتار اخلاق‌مدارانه می‌تواند عدم تقارن اطلاعاتی را کاهش داده و ارزش شرکت را افزایش دهد. اگرچه اقدامات مدیریتی خودمحور ممکن است منافع مرتبط باشهرت مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت را کاهش دهد، با این حال چنین اقداماتی احتمالاً در قالب

<sup>1</sup> Shafer.

<sup>2</sup> Linthicum et al.

هزینه‌های مدیران ظهور خواهند یافت زیرا منافع مدیران به شهرت شرکت‌ها گره خورده‌اند (گائو و همکاران، ۲۰۱۴). لذا، یک چنین توافق و پیوندی شرکت‌ها و مدیریت آن‌ها را تحریک می‌کند تا از آسیب‌رسانی به شهرت اجتناب کنند. کینگ و همکاران<sup>۱</sup> (۱۹۹۰) بیان نموده‌اند که مدیران یکسری مشوق‌های اقتصادی برای حفظ اعتبار افشاء باکیفیت بالا دارند، که می‌تواند هزینه‌های معامله مرتبط با عدم تقارن اطلاعاتی را کاهش دهد. جو و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۰۷) دریافتند که شرکت‌های آبرومند نزد ذینفعان خارجی خود تمایل به تولید یک محیط اطلاعاتی برتر برای حفظ اعتبار خود دارند. دالیوال و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۱۱) به طور تجربی نشان می‌دهند که شرکت‌های دارای مسئولیت‌پذیری اجتماعی، اطلاعات قابل توجهی را در خصوص فعالیت‌های مالی و فرا مالی خود فاش می‌کنند، که در نتیجه نشان‌دهنده اعتبار یا شهرت مثبت نگرش آن‌ها در قبال سرمایه‌گذاران و سهامداران (ذینفعان) است. گائو و همکاران (۲۰۱۴) بیان نموده‌اند که یک برداشت مثبت از منافع اجتماعی به عنوان یک سازوکار نظارتی ناخواسته که رفتار خودخواهانه را محدود می‌کند، مانند تجارت داخلی، عمل می‌کند. چویی و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۱۸) شواهدی را در تایید توضیح شهرت سازی یافتند مبنی بر اینکه تعامل با مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی سکویی برای ایجاد و حفظ اعتبار شرکت است و در نتیجه فضای اطلاعاتی را افزایش می‌دهد. بنابراین، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی می‌تواند نشانه‌ای مثبت از اعتبار شرکت‌ها فراهم کند. علاوه بر این، تمایل به حفاظت از این شهرت می‌تواند شرکت‌ها و مدیران آن‌ها را از درگیر شدن در فعالیت‌های آسیب‌رسان به شهرت و اعتبار نظیر ارائه افشاء مالی با کیفیت پایین منع کند (کیم و همکاران، ۲۰۱۲). به طور خلاصه، نقاط مثبت مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت منعکس‌کننده اخلاق‌مداری و درستی مدیران از دیدگاه نظریه ذینفعان است. عملکرد مثبت مسئولیت‌پذیری اجتماعی همچنین می‌تواند اعتبار مثبتی برای شرکت‌ها ایجاد کرده یا آن را حفظ کند و آنان را از درگیر شدن در فعالیت‌های آسیب‌رسان به شهرت منع کند. بر این اساس، انتظار بر این است که شرکت‌های با عملکرد مثبت مسئولیت‌پذیری

<sup>1</sup> King et al.

<sup>2</sup> Jo et al.

<sup>3</sup> Dhaliwal et al.

<sup>4</sup> Cui et al.

اجتماعی دارای انگیزه‌های انطباق بالا جهت پیروی از استانداردهای حسابداری باشند و صورت‌های مالی با قابلیت مقایسه را ارائه دهند. بنابراین، انتظار می‌رود با افزایش عملکرد مثبت مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت قابلیت مقایسه صورت‌های مالی نیز افزایش یابد (وانگ و همکاران، ۲۰۲۰).

از سوی دیگر، برخی از مطالعات بر مبنای نظریه نمایندگی چنین مطرح می‌کنند که مدیران در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی دخالت می‌کنند تا بدین ترتیب دستور کار خود را پیش برده و یا تأثیر سوء رفتار یک شرکت خاص را پوشش دهند (بن‌آمر و بلگاسم، ۲۰۱۸؛ همینگوی و مک‌لاگان، ۲۰۰۴، جنسن، ۲۰۰۱). پتروو یتس (۲۰۰۶) دریافت که سرمایه‌گذاری بر روی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت در واقع یکی از گزینه‌هایی است که مدیران می‌توانند از آن استفاده کنند. سوروکا و تریو (۲۰۰۸) شواهدی ارائه می‌دهند مبنی بر اینکه فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی ممکن است بخشی از راهبرد کارآفرینی مدیران را تشکیل دهند. کانگ و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۶) خاطر نشان می‌سازند که به نظر می‌رسد شرکت‌ها از عملکرد مثبت اجتماعی شرکتی به عنوان یک راهبرد برای جبران عملکرد نامطلوب مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی در گذشته استفاده می‌کنند. دیویس و همکاران (۲۰۱۶) شواهدی مبنی بر اینکه هدف شرکت‌ها از درگیر شدن در مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت تا حدودی خنثی نمودن برداشت‌های منفی مرتبط با پرداخت‌های پایین مالیاتی می‌باشد ارائه نموده‌اند. بن-آمر و بلگاسم (۲۰۱۸) وجود یک ارتباط مثبت بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و پیچیدگی افشائیه‌های مالی شرکت‌ها را به اثبات رساندند. مطالعه مذکور نشان می‌دهد که هدف مدیران از درگیر شدن در مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت ممکن است مخفی کردن اطلاعات نامطلوب یا دنبال کردن منافع شخصی از طریق افشائیه‌های مالی پیچیده باشد.

با توجه به اینکه شرکت‌های دارای عملکرد مثبت مسئولیت‌پذیری اجتماعی ممکن است رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیریتی یا سوء رفتار شرکتی قابل ملاحظه‌ای از خود بروز دهند، انتظار

---

<sup>۱</sup> Kang et al.

می‌رود یک رابطه منفی بین عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی وجود داشته باشد. قابلیت مقایسه صورت‌های مالی بویژه نشان‌دهنده شباهت‌ها در محیط عملیاتی و رفتارهای گزارشگری مالی مدیریت است. چنانچه شرکت‌های دارای عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی مثبت رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیریتی یا سوء رفتار شرکتی از خود نشان دهند، آنگاه کم‌ترین انگیزه‌های انطباق را برای پیروی از استانداردهای حسابداری خواهند داشت. علاوه بر این، محیط عملیاتی شرکت‌ها و رفتارهای گزارشگری مالی مدیریت به احتمال زیاد با سایر شرکت‌های نمونه متفاوت است، که باعث می‌شود صورت‌های مالی مورد اول کمترین میزان قابلیت مقایسه را داشته باشند (ژانگ، ۲۰۱۸).

### ۲-۳- نقاط ضعف مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی

لانگ و واشبورن (۲۰۱۲) با استناد به یک دیدگاه نظری نشان می‌دهند که عملکرد نامطلوب مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت به احتمال زیاد یک تاثیر معکوس و در عین حال قوی‌تری نسبت به عملکرد مثبت اجتماعی شرکت بر شهرت و عملکرد شرکت‌ها دارد. مقالات موجود در حوزه روان‌شناسی این فرض را با اثبات اینکه افراد واکنش‌های عاطفی و شناختی قوی‌تری را در قبال اطلاعات منفی نسبت به اطلاعات مثبت از خود بروز می‌دهند به تایید می‌رسانند (بائومینستر و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۰۱). دلیل آن این است که نشانه یا سرنخ‌های مثبت نظیر رفتار خوب، صرفاً برآورده کردن آن چیزی است که به لحاظ اجتماعی مورد انتظار است (بیرنباوم<sup>۲</sup>، ۱۹۷۲). در مقابل، نشانه‌ها یا سرنخ‌های منفی به طور قابل توجهی برجسته بوده و مشخص‌کننده ویژگی‌های بنیادین حقیقی هدف مورد ارزیابی هستند زیرا از هنجارهای موجود منحرف شده‌اند (ووسیزکی و همکاران<sup>۳</sup>، ۱۹۹۳). شواهد تجربی نشان داده‌اند که عملکرد نامطلوب مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت دارای قدرت تبیینی است (چاترجی و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۰۹). هوی و همکاران (۲۰۱۳) دریافتند که شرکت‌های دارای عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت فوق نامطلوب در فرآیندهای مالیاتی به

<sup>1</sup> Baumeister et al.

<sup>2</sup> Birnbaum.

<sup>3</sup> Wojciszke et al.

<sup>4</sup> Chatterji et al.

طور قابل توجهی تهاجمی عمل می‌کنند و نیز خاطرنشان می‌سازند که عملکرد نامطلوب مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت را می‌توان به عنوان جنبه‌ای از فرهنگ شرکت که بر اجتناب از پرداخت مالیات متهورانه تاثیر می‌گذارد، مد نظر قرار داد. کوه و تانگ (۲۰۱۳) چنین استدلال می‌کنند که عملکرد نامطلوب مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت به احتمال زیاد انگیزه‌های مدیریت را در جهت دست‌کاری سود افزایش داده و در نتیجه به بروز مخاطرات بیشتر ارائه نادرست صورت‌های مالی و هزینه‌های بالای حسابرسی افزایش می‌دهد. پرایس و سان<sup>۱</sup> (۲۰۱۷) شواهدی را ارائه می‌دهند مبنی بر اینکه عملکرد نامطلوب مسئولیت اجتماعی شرکتی تاثیر قوی و منفی بلندمدتی بر عملکرد شرکت دارد. هسو و همکاران (۲۰۱۹) دریافتند که تنها عملکرد نامطلوب مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت بر ارزیابی‌های سرمایه‌گذاران از اعلان‌های سود و پیش‌بینی عملکرد تاثیر می‌گذارد، در حالی که این مورد برای عملکرد مثبت مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی صادق نیست. آنان همچنین پی‌بردند که شرکت‌های دارای عملکرد نامطلوب مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت کیفیت افشاء و پایداری سود پایینی را از خود نشان می‌دهند، در حالی که شرکت‌های دارای عملکرد مثبت اجتماعی شرکت، سطوح بالایی از هر دو معیار را از خود نشان نمی‌دهند.

به طور خلاصه، بحث نظری و شواهد تجربی نشان می‌دهند که عملکرد نامطلوب مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت نشانه‌ای قوی دال بر درستی و اخلاق‌مداری ضعیف مدیریت است. عملکرد نامطلوب مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت همچنین تاثیر منفی شدیدی بر عملکرد شرکت دارد. بر این اساس، شرکت‌های دارای عملکرد نامطلوب اجتماعی تمایل دارند تا کمترین میزان انگیزه‌های انطباق را جهت پیروی از استانداردهای حسابداری داشته باشند و احتمالاً درگیر فعالیت‌های فرصت‌طلبانه مدیریتی هستند. بدیهی است که محیط عملیاتی این شرکت‌ها و رفتارهای گزارشگری مالی مدیریت گرایش به این دارند تا از سایر شرکت‌های نمونه متفاوت باشند و در نتیجه باعث می‌شوند تا صورت‌های مالی کم‌ترین میزان قابلیت مقایسه را داشته باشند.

---

<sup>۱</sup> Price & Sun.

از این رو، انتظار می‌رود با افزایش نقاط منفی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت قابلیت مقایسه صورت‌های مالی کاهش یابد (وانگ و همکاران، ۲۰۲۰).

۴-۲- پیشینه پژوهش

کاهلول و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۲۲)، طی پژوهشی به بررسی نقش گزارش مسئولیت اجتماعی شرکت بر بهبود عملکرد مالی با در نظر گرفتن نقش تعدیل‌کننده تنوع هیئت مدیره و ترکیب جنسیتی پرداخته‌اند. آنها در این پژوهش با استفاده از مجموعه داده‌های تابلویی متشکل از نمونه‌ای از بین شرکت‌های فرانسوی فهرست شده (SBF120) شرکت مبوب به طی دوره ۲۰۰۸-۲۰۱۵، ما یک اثر خنثی از گزارش مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR) با استفاده از متغیر کیو-توبین (Q-T) برای اندازه‌گیری عملکرد پیدا نموده‌اند. در حالی که یک اثر منفی با متغیر نرخ بازده دارایی (ROA) به عنوان معیار عملکرد مشاهده شده است. یافته‌هایی که از فرضیه پژوهش آنها حمایت نموده است. آنها همچنین دریافته‌اند که گزارش مسئولیت اجتماعی شرکت عملکرد مالی شرکت را از طریق نقش تعدیل‌کننده مثبت تنوع جنسیتی در هیئت مدیره افزایش می‌دهد. ژو و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۲۱) طی پژوهشی به بررسی ارتباط بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی بانک‌ها در چین با نقش تعدیل‌کننده اعتبار سبز پرداخته‌اند. نتایج آنها نشان می‌دهد که گزارش مسئولیت اجتماعی شرکت در کوتاه مدت تأثیر منفی بر عملکرد مالی بانک خواهد داشت. با این حال، این رابطه در دراز مدت مثبت است. علاوه بر این، اعتبار سبز نقش مهمی در این رابطه ایفا می‌کند.

وانگ و همکاران (۲۰۲۰) طی پژوهشی به بررسی رابطه بین نقاط قوت و ضعف مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی پرداخته‌اند. نتایج آنها حاکی از آن است که از یک طرف در بررسی نقاط قوت مسئولیت‌پذیری اجتماعی و قابلیت مقایسه با توجه به نظریه ذینفعان که بر پایه اخلاق استوار است و ذینفعان سعی بر آن دارند که اعتماد و

<sup>1</sup> Kahloul et al.

<sup>2</sup> Zhou et al.



صداقت را سرلوحه کار خود قرار دهند با افزایش نقاط قوت مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، قابلیت مقایسه صورت‌های مالی نیز افزایش می‌یابد. از طرف دیگر با بررسی نقاط ضعف مسئولیت‌پذیری اجتماعی و قابلیت مقایسه به دلیل فرصت‌طلبی مدیران در این میان با افزایش نقاط ضعف مسئولیت‌پذیری اجتماعی، قابلیت مقایسه صورت‌های مالی کاهش می‌یابد.

شیخ<sup>۱</sup> (۲۰۱۹) در پژوهشی به بررسی رابطه قدرت مدیرعامل و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت پرداخت. نتایج تجربی نشان داد که ارتباط بین قدرت مدیرعامل و مسئولیت‌پذیری اجتماعی منفی است. هرچند که این ارتباط منفی تحت تأثیر نقاط قوت مسئولیت‌پذیری اجتماعی است، زیرا مدیران عامل توانمند، سرمایه‌گذاری در نقاط قوت مسئولیت‌پذیری اجتماعی را کاهش می‌دهند، اما نقاط ضعف مسئولیت‌پذیری اجتماعی را افزایش نمی‌دهند. به طور کلی، نتایج تجربی این پژوهش دیدگاه نمایندگی مسئولیت‌پذیری اجتماعی را حمایت نمی‌کند.

ساک و ژائو<sup>۲</sup> (۲۰۱۷) در پژوهشی به بررسی اثر تعدیل‌کنندگی محیط اطلاعاتی بر رابطه بین قابلیت مقایسه حسابداری با اجتناب مالیاتی شرکت‌های حاضر در بازار سرمایه آمریکا پرداخته‌اند. یافته‌های پژوهش آنان نشان داد که قابلیت مقایسه صورت‌های مالی باعث کاهش اجتناب مالیاتی شرکت‌ها می‌گردد. همچنین، در شرکت‌های دارای محیط اطلاعاتی ضعیف، رابطه بین قابلیت مقایسه حسابداری و کاهش اجتناب مالیاتی قوی‌تر است.

کیم و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۱۷) پژوهشی تحت عنوان افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و اثربخشی کنترل داخلی، طی دوره زمانی ۲۰۰۴ تا ۲۰۱۲ برای ۱۵۹۶۱ سال-شرکت انجام دادند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که افشای مسئولیت اجتماعی باعث بهبود اثربخشی کنترل داخلی شرکت می‌گردد.

آپوهامی و تشکر<sup>۴</sup> (۲۰۱۷) پژوهشی تحت عنوان ویژگی‌های کمیته حسابرسی و افشای مسئولیت اجتماعی شرکت، طی دوره زمانی ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۳ در کشور استرالیا انجام دادند. نتایج

<sup>1</sup> Sheikh.

<sup>2</sup> Suk and Zhao.

<sup>3</sup> Kim et al.

<sup>4</sup> Appuhami and Tashakor

پژوهش آن‌ها نشان داد که بین اندازه، تعداد جلسات، استقلال و جنسیت کمیته حسابرسی و افشای مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد اما بین تخصص مالی کمیته حسابرسی و افشای مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه‌ای یافت نشد.

کیم و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۶) با بهره‌گیری از مدل دی فرانکو و همکاران (۲۰۱۱) برای اندازه‌گیری قابلیت مقایسه صورت‌های مالی، به بررسی ارتباط بین قابلیت مقایسه صورت‌های مالی و خطر سقوط قیمت سهام شرکت‌ها در بازار سرمایه چین پرداختند. نتایج پژوهش بیانگر آن است که قابلیت مقایسه صورت‌های مالی شرکت‌ها، خطر سقوط قیمت سهام را کاهش می‌دهد.

لی و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۶) به بررسی رابطه قدرت مدیرعامل، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش شرکت پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که قدرت مدیرعامل به طور منفی با انتخاب شرکت برای مشارکت در مسئولیت‌پذیری اجتماعی و سطح فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی در شرکت رابطه دارد.

بنلیمی و بیتار<sup>۳</sup> (۲۰۱۶) در پژوهشی تحت عنوان افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و کارایی سرمایه‌گذاری بیان کردند که طبق نظریه ذینفعان افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها باعث کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و افزایش منافع ذینفعان می‌شود. نتیجه پژوهش آن‌ها بیانگر این مطلب بود که افشای مسئولیت اجتماعی نقش مهمی را در کارایی سرمایه‌گذاری شرکت بازی می‌کند.

ساهن<sup>۴</sup> (۲۰۱۶) با انتخاب نمونه‌ای متشکل از ۳۲۲۱۱ شرکت - سال مشاهده از شرکت‌های حاضر در بورس سهام آمریکا طی سال‌های ۱۹۸۳ تا ۲۰۱۲ به بررسی ارتباط بین قابلیت مقایسه صورت‌های مالی با مدیریت سود مبتنی بر ارقام تعهدی و مدیریت واقعی سود شرکت‌ها پرداخت و به این نتیجه رسید که قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری، باعث کاهش مدیریت سود مبتنی بر ارقام تعهدی و در مقابل، افزایش مدیریت واقعی سود می‌شود.

<sup>1</sup> Kim et al.

<sup>2</sup> Li et al.

<sup>3</sup> Benlemlih. and Bitar

<sup>4</sup> Sohn, B. C

کانگ و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۵) به بررسی رابطه بین قابلیت مقایسه صورت‌های مالی و مدت زمان حسابرسی شرکت‌های فعال در بورس سهام کره جنوبی طی سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۱۰ پرداخته‌اند و شواهدی مبنی بر وجود رابطه منفی میان قابلیت مقایسه صورت‌های مالی شرکت‌ها و مدت زمان انجام عملیات حسابرسی آن‌ها، ارائه نمودند.

چوی و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۵) تاثیر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی بر ضریب واکنش سودهای آتی را برای نمونه‌ای مشتمل بر ۳۲۳۶۶ سال-شرکت مشاهده در فاصله زمانی سال‌های ۱۹۹۲ تا ۲۰۱۲ بررسی نموده‌اند. یافته‌های آنان نشان داد شرکت‌هایی که قابلیت مقایسه صورت‌های مالی بیشتری دارند، ضریب واکنش سودهای آتی آن‌ها بیشتر است.

اسماعیل‌پور و همکاران (۱۳۹۸) رابطه بین افشاء مسئولیت اجتماعی شرکت و ضعف کنترل‌های داخلی را با توجه به نظریه ذینفعان و علامت‌دهی، در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران را بررسی نموده‌اند. یافته‌های پژوهش آن‌ها حاکی از آن بود که مطابق با نظریه ذینفعان بین افشاء مسئولیت اجتماعی شرکت و ضعف کنترل‌های داخلی رابطه منفی معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر هدف مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، رفع تعارضات میان ذینفعان و در نتیجه به حداکثر رساندن ثروت سهامداران بوده و موجب افزایش اثربخشی کنترل‌های داخلی شرکت می‌شود.

فرجی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی به بررسی رابطه مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش شرکت و نقش تعدیل‌تر مدیریت سود بر این رابطه در بین شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۵ پرداخته‌اند. یافته‌های پژوهش نشان داد که انجام فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی، ارزش بازار سهام شرکت را افزایش می‌دهد، اما مدیریت سود نمی‌تواند رابطه مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش بازار سهام شرکت را تحت تأثیر قرار دهد.

---

<sup>1</sup> Kang et al.

<sup>2</sup> Choi et al.

رضایی پیتهنوعی و عبداللهی (۱۳۹۸) در پژوهشی به قابلیت مقایسه صورت‌های مالی و احتمال گزارشگری متقلبانه پرداخته‌اند. نتایج نشان داد قابلیت مقایسه صورت‌های مالی می‌تواند با افزایش شفافیت و قابل فهم بودن گزارش‌های مالی منجر به کاهش رفتار فرصت‌طلبانه مدیران و احتمال گزارشگری متقلبانه شود.

کیا و صفری گرایلی (۱۳۹۶) در پژوهشی به بررسی تاثیر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی بر مدیریت سود مبتنی بر ارقام تعهدی و مدیریت سود واقعی شرکت‌ها پرداختند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که با افزایش قابلیت مقایسه صورت‌های مالی مدیران روش‌های مدیریت واقعی سود را جایگزین دست‌کاری ارقام تعهدی می‌کنند.

زلفی و همکاران (۱۳۹۶) با بررسی عوامل موثر بر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی به نتیجه رسیدند بر اساس معیار اول، متغیرهای اندازه موسسه حسابرسی، دوره تصدی حسابرس و نوسانات بازده دارایی‌ها اثر معناداری بر میزان قابلیت مقایسه دارند. همچنین، نتایج با استفاده از معیار دوم نیز نشان داد که مدیریت سود و اندازه شرکت تأثیر معناداری بر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی دارند. در نهایت، نتایج آنها با استفاده از معیار سوم نتایج نشان داد که متغیرهای اندازه موسسه حسابرسی، دوره تصدی حسابرس، مدیریت سود و نوسانات بازده دارایی‌ها تأثیر معناداری بر میزان قابلیت مقایسه دارند.

فخاری و همکاران (۱۳۹۵) به بررسی تأثیر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت بر کارایی سرمایه‌گذاری پرداختند. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که با افشای مسئولیت اجتماعی شرکت، عدم کارایی سرمایه‌گذاری کاهش و در نتیجه کارایی سرمایه‌گذاری افزایش می‌یابد. همچنین دریافتند که افشای مسئولیت اجتماعی به بهبود کارایی سرمایه‌گذاری در شرکت‌ها خواهد انجامید.

مهرز و مرفوع (۱۳۹۵) به بررسی رابطه بین قابلیت مقایسه صورت‌های مالی با آگاهی بخشی قیمت سهام در خصوص سودهای آتی و همچنین نقش قابلیت مقایسه صورت‌های مالی در انعکاس اطلاعات سودهای آتی خاص شرکت و اطلاعات سودهای آتی مربوط به صنعت در قیمت سهام دوره جاری پرداختند. نتایج پژوهش بیانگر آن است که بین قابلیت مقایسه صورت‌های

مالی و آگاهی بخشی قیمت سهام رابطه مثبت وجود ندارد و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی به انعکاس اطلاعات سودهای آتی مربوط به صنعت و انعکاس اطلاعات سودهای آتی خاص شرکت در قیمت سهام دوره جاری کمک نمی‌کند.

فروغی و قاسم‌زاد (۱۳۹۵) تأثیر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی بر همزمانی قیمت سهام شرکت‌ها را برای نمونه‌ای متشکل از ۸۶ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۲ مورد بررسی قرار دادند و به این نتیجه رسیدند که قابلیت مقایسه صورت‌های مالی بر همزمانی قیمت سهام تأثیر منفی و معناداری دارد. بنابراین، براساس مرور مبانی نظری و تجربی پژوهش مهم‌ترین فرضیه‌های پژوهش که به شرح زیر بوده تدوین شده است.

### فرضیه‌های پژوهش

**فرضیه اول:** بین نقاط قوت مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی رابطه معناداری وجود دارد.

**فرضیه دوم:** بین نقاط ضعف مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی رابطه معناداری وجود دارد.

### ۳. روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از منظر فرآیند اجرا (نوع داده‌ها) یک پژوهش کمی، از منظر نتیجه اجرای آن یک پژوهش کاربردی، از منظر هدف اجرا یک پژوهش تحلیلی به روش همبستگی، از منظر منطق اجرا یک پژوهش قیاسی - استقرایی و از منظر بعد زمانی، یک پژوهش طولی (پس رویدادی) است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره زمانی ۱۳۹۳ الی ۱۳۹۷ است. نمونه آماری پژوهش شامل شرکت‌هایی است که حائز شرایط زیر باشند:

۱- شرکت‌هایی که تاریخ پذیرش آن‌ها در سازمان بورس اوراق بهادار قبل از سال ۱۳۹۳ بوده و تا پایان سال ۱۳۹۷ نیز در فهرست شرکت‌های بورسی باشند. همچنین، از آنجاکه برای محاسبه

متغیر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی به داده‌های ۱۶ فصل (۴ سال) قبل آن نیاز بوده است، از این رو داده‌های موردنیاز شرکت‌های نمونه باید برای دوره ۹ ساله (سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۷) در دسترس باشد.

۲- به منظور افزایش قابلیت مقایسه، سال مالی آن‌ها منتهی به پایان اسفندماه باشد؛

۳- طی دوره مورد نظر، تغییر فعالیت و یا تغییر سال مالی نداده باشد؛

۴- جزء شرکت‌های سرمایه‌گذاری و واسطه‌گری مالی نباشد (شرکت‌های سرمایه‌گذاری، به علت تفاوت ماهیت فعالیت با بقیه شرکت‌ها، در جامعه آماری منظور نشده‌اند). از این رو، پس از اعمال محدودیت‌های فوق تعداد ۱۲۱ شرکت (طبق جدول ۱) به عنوان نمونه آماری پژوهش انتخاب شدند.

جدول (۱): روند انتخاب نمونه آماری

| ردیف | شرح  | تعداد شرکت‌ها |
|------|--|---------------|
| ۱    | کل شرکت‌هایی که تا پایان سال ۱۳۹۷ عضو بورس بودند.          | ۳۴۱           |
| ۲    | از ابتدای سال ۱۳۹۳ در بورس اوراق بهادار پذیرفته‌نشده باشد. | (۶۹)          |
| ۳    | سال مالی آن منتهی به پایان اسفندماه نباشد                  | (۵۵)          |
| ۴    | تغییر فعالیت و یا تغییر سال مالی داده باشد؛                | (۴۷)          |
| ۵    | جزء شرکت‌های سرمایه‌گذاری و واسطه‌گری مالی باشد            | (۴۹)          |
| ۶    | تعداد نمونه آماری انتخاب‌شده                               | ۱۲۱           |

روش گردآوری اطلاعات این پژوهش در دو بخش مبانی نظری و مباحث آماری و کاربردی انجام شده است. در ابتدا مبانی نظری این پژوهش با به‌کارگیری روش کتابخانه‌ای و از طریق مطالعه کتب و مجلات تخصصی، پایان‌نامه‌های تحصیلی و رساله‌های پژوهش‌های مرتبط فارسی و لاتین گردآوری گردید و سپس داده‌های موردنیاز برای آزمون فرضیات پژوهش از طریق جمع‌آوری داده‌های شرکت‌های منتخب با مراجعه به صورت‌های مالی حسابرسی شده موجود در بانک‌های اطلاعاتی سازمان بورس و اوراق بهادار تهران و همچنین نرم افزار اطلاعاتی ره‌آورد نوین استخراج

گردید. داده‌های گردآوری شده پس از حصول اطمینان از صحت و دقت آن‌ها، جهت محاسبه هر یک از متغیرها به صفحه گسترده نرم افزار اکسل (EXCEL) منتقل شده و برای تجزیه و تحلیل آماده شدند.

### الگوی تجربی و نحوه اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش

به منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش مدل‌های زیر بر مبنای مطالعه وانگ و همکاران (۲۰۱۹) مورد استفاده قرار می‌گیرد.

$$\text{npAcct}_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 \text{CSR strengths}_{i,t} + \beta_2 \text{SIZE}_{i,t} + \beta_3 \text{LEV}_{i,t} + \beta_4 \text{MB}_{i,t} + \beta_5 \text{CFO}_{i,t} + \beta_6 \text{SalesG}_{i,t} + \beta_7 \text{ROA}_{i,t} + \beta_8 \text{Board}_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad (۱)$$

$$\text{npAcct}_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 \text{CSR concern}_{i,t} + \beta_2 \text{SIZE}_{i,t} + \beta_3 \text{LEV}_{i,t} + \beta_4 \text{MB}_{i,t} + \beta_5 \text{CFO}_{i,t} + \beta_6 \text{SalesG}_{i,t} + \beta_7 \text{ROA}_{i,t} + \beta_8 \text{Board}_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad (۲)$$

که در مدل فوق:

### متغیر وابسته

متغیر وابسته پژوهش حاضر، قابلیت مقایسه صورت‌های مالی است که برای اندازه‌گیری آن از مدل دی فرانکو و همکاران (۲۰۱۱) استفاده شده است. بر اساس این مدل، سیستم حسابداری یک شرکت به عنوان تابعی در نظر گرفته می‌شود که رویدادهای اقتصادی (بازده سهام) به گزارش‌های مالی (سود حسابداری) تبدیل می‌کند. به طوری که، هرچه تابع حسابداری دو شرکت شباهت بیشتری هم با داشته باشد، قابلیت مقایسه صورت‌های مالی آن‌ها بیشتر خواهد بود. با استفاده از این معیار برای محاسبه قابلیت مقایسه دو بین شرکت  $i$  و  $j$ ، ابتدا مدل رگرسیونی زیر برای هر شرکت با و سال استفاده از داده‌های سری زمانی مورد بررسی برآورد می‌شود.

$$\text{Earning}_{i,t} = \alpha_i + \beta_i \text{Return}_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad (۳)$$

که در آن:

$\text{Earning}$ : سود خالص فصلی تقسیم‌بر ارزش بازار ابتدای دوره سهام شرکت و  $\text{Return}$ : بازده سهام فصلی شرکت است.

ضرایب برآورد شده از رابطه (۳) معرف تابع حسابداری شرکت است که رویدادهای اقتصادی (بازده) را به گزارش حسابداری (سود) تبدیل می‌کند. یعنی  $\hat{\alpha}_i$  و  $\hat{\beta}_i$  نشان دهنده تابع حسابداری شرکت  $i$  و ضرایب  $\hat{\alpha}_j$  و  $\hat{\beta}_j$  معرف تابع حسابداری شرکت  $j$  است. شباهت بین تابع حسابداری دو شرکت، میزان قابلیت مقایسه بین دو شرکت را نشان می‌دهد. لذا برای برآورد تفاوت بین تابع و عملیات حسابداری دو شرکت  $i$  و  $j$ ، در هر سال از طریق رابطه‌های زیر سود شرکت  $i$  به‌طور جداگانه یکبار با استفاده از تابع حسابداری خود شرکت  $i$  و یکبار با استفاده از تابع حسابداری شرکت  $j$  اما با بازده خود شرکت  $i$  (رویداد مشابه)، برای دوره زمانی مشابه با دوره زمانی رابطه (۳) پیش‌بینی می‌شود:

$$E(Earning)_{iit} = \hat{\alpha}_i + \hat{\beta}_i Return_{i,t} \quad \text{رابطه (۴)}$$

$$E(Earning)_{ijt} = \hat{\alpha}_j + \hat{\beta}_j Return_{i,t} \quad \text{رابطه (۵)}$$

در رابطه فوق:

$E(Earning)_{iit}$ : سود پیش‌بینی شده شرکت  $i$  در دوره  $t$  با استفاده از تابع حسابداری شرکت  $i$  و  $E(Earning)_{ijt}$ : سود پیش‌بینی شده شرکت  $i$  در دوره  $t$  با استفاده از تابع حسابداری شرکت  $j$  می‌باشد.

پس از محاسبه مقادیر فوق، میانگین تفاوت در مقادیر سود پیش‌بینی شده بیانگر تفاوت در تابع حسابداری دو شرکت است. لذا قرینه آن، میزان شباهت و قابلیت مقایسه بین دو شرکت را به شرح رابطه (۶) نشان می‌دهد:

$$CompAcc_{ijt} = \frac{-1}{16} \left( \sum_{t-15}^t E(Earning)_{iit} - \sum_{t-15}^t E(Earning)_{ijt} \right) \quad \text{رابطه (۶)}$$

که در رابطه فوق،  $CompAcc_{ijt}$ : قابلیت مقایسه صورت‌های مالی بین دو شرکت  $i$  و  $j$  در سال  $t$  است. به‌طور مشابه، برای هر سال و برای هر جفت شرکت  $i$  با شرکت‌های  $j$  عضو یک



صنعت، معیار  $CompAcc_{ijt}$  محاسبه می‌گردد. سپس میانه مقادیر محاسبه‌شده برای شرکت  $i$  در سال  $t$  به‌عنوان معیار قابلیت مقایسه خاص شرکت  $i$  ( $COM_{i,t}$ ) تعریف می‌شود.

### متغیر مستقل

متغیر مستقل پژوهش حاضر، مسئولیت‌پذیری اجتماعی (CSR) می‌باشد که با توجه به معیارهایی که مؤسسه آمریکایی معروف به KLD که هر ساله سازمان‌ها را بر اساس معیارهای اجتماعی و زیست محیطی رتبه‌بندی می‌کند اندازه‌گیری شده است. مسئولیت‌پذیری اجتماعی در این پژوهش شامل ابعاد افشای مشارکت اجتماعی (COM)، روابط کارکنان (EMP)، محیط‌زیست (ENV) و محصولات (PRO) می‌باشد، که هر بعد آن دارای نقاط قوت و ضعف مخصوص به خود می‌باشد که با تفاضل نقاط قوت از نقاط ضعف مربوطه نمره آن بعد به دست می‌آید. در نهایت با جمع تمام ابعاد فوق یک نمره کلی برای مسئولیت‌پذیری اجتماعی به دست خواهد آمد. لازم به ذکر است که در صورت وجود هر نقطه ضعف یا نقطه قوت مربوطه، عدد یک و در صورت نبود آن‌ها عدد صفر در نظر گرفته خواهد شد. اطلاعات لازم برای این متغیرها در گزارش هیئت‌مدیره شرکت‌ها افشا می‌شود و در پژوهش حاضر برای معرفی هر یک از ابعاد، با توجه به ماهیت افشاگری در ایران، از شاخص‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی در ایران و همچنین از گواهی‌نامه‌های ISO 9001 سیستم مدیریت کیفیت، ISO 14001 مدیریت زیست محیطی، OHSAS 18001 استاندارد ایمنی و بهداشت استفاده شده است. بنابراین در این پژوهش صرفاً KLD استفاده نشده بلکه معیارها مطابق با استاندارد ایران می‌باشد که مطابق با مدل تجربی پژوهش در گزارش هیئت‌مدیره افشا می‌شود. مدل حاضر مدل عینی و کمی معرفی است که تاکنون از طریق نهادهای رسمی در بسیاری از کشورها برای اندازه‌گیری مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی استفاده شده است. مدل مذکور به صورت زیر می‌باشد:

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

جدول (۲): ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی همراه با نقاط قوت و ضعف آن‌ها

| ابعاد                   | نقاط قوت  | نقاط ضعف   |
|-------------------------|---|--|
| مشارکت اجتماعی<br>(COM) | ۱- کمک‌های خیریه، ۲- کمک‌های نوآورانه (کمک به سازمان‌های انفعالی، مشارکت در طرح‌های عمومی)، ۳- کمک به کشورهای خارجی، ۴- پشتیبانی برای تهیه مسکن در مناطق محروم، ۵- حمایت برای آموزش و ۶- حامیان مالی برای فعالیت ورزشی          | ۱- اثر منفی اقتصادی (تأثیر منفی بر کیفیت زندگی، تعطیلی کارخانه)<br>۲- عدم پرداخت مالیات  |
| روابط کارکنان<br>(EMP)  | ۱- به اشتراک گذاشتن سود نقدی، ۲- مالکیت سهم کارکنان، ۳- به اشتراک گذاشتن اطلاعات، ۴- مزایای بازنشستگی، ۵- ایمنی و بهداشت کارکنان، ۶- آموزش کارکنان و ۷- مزایای غیرنقدی برای کارکنان   | ۱- ضعف بهداشت و ایمنی (شرکت متحمل جریمه یا مجازات قابل توجه مدنی به دلیل نقص عمده استاندارد سلامت و ایمنی کارکنان، ۲- کاهش نیرو کار و ۳- ضعف در مزایای بازنشستگی (کسری بودجه بازنشستگان) |
| محیط زیست<br>(ENV)      | ۱- انرژی پاک (صرفه‌جویی در مصرف سوخت، ۲- کنترل آلودگی هوا و کاهش گاز گلخانه‌ای، ۳- ساخت محصول مطابق با محیط زیست، ۴- استفاده از مواد بازیافتی برای ساخت محصول، ۵- دریافت جایزه در زمینه محیط زیست و ۶- جبران خسارت به محیط زیست | ۱- تولید زباله‌های خطرناک، ۲- پرداخت جریمه به دلیل نقض مدیریت زباله، ۳- جریمه به دلیل آلودگی هوا و ۴- استفاده از مواد شیمیایی کاهش‌دهنده آزون  |
| محصولات<br>(PRO)        | ۱- کیفیت محصول، ۲- ایمنی محصول، ۳- پژوهش و توسعه و ۴- خدمات پس از فروش  | ۱- پرداخت جریمه در مورد ایمنی محصول و ۲- پرداخت جریمه برای فعالیت‌های تبلیغاتی   |

### متغیرهای کنترلی

اندازه شرکت (SIZE): در این پژوهش از لگاریتم طبیعی مجموع دارایی‌های شرکت برای کنترل اندازه شرکت استفاده شده است.

اهرم مالی (LEV): برای کنترل اهرم مالی از نسبت مجموع بدهی‌های پایان سال تقسیم به مجموع دارایی‌های شرکت در پایان سال استفاده شده است.

فرصت‌های رشد (MB): برابر با تقسیم ارزش بازار بر ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام می‌باشد.

جریان نقد عملیاتی (CFO): جریان نقد عملیاتی برابر با نسبت جریان نقد حاصل از فعالیت‌های عملیاتی به کل دارایی‌ها می‌باشد.

رشد فروش (SalesG): رشد فروش از طریق فروش سال جاری منهای فروش سال قبل تقسیم بر فروش سال قبل محاسبه می‌شود.

بازده دارایی (ROA): بازده دارایی از طریق نسبت سود خالص به دارایی‌های شرکت اندازه‌گیری می‌شود.

اندازه هیئت‌مدیره (Board): در این پژوهش اندازه هیئت مدیره برابر با تعداد اعضای هیئت مدیره است.

همچنین، روش تجزیه و تحلیل نهایی داده‌ها نیز به کمک نرم افزار آماری Eviews انجام شد. با استفاده از ابزار آمار توصیفی و با استفاده از شاخص‌های مرکزی همچون میانگین و میانه و شاخص‌های پراکندگی همچون انحراف معیار به تجزیه و تحلیل داده‌ها پرداخته شده و در ادامه نیز برای آزمون فرضیه‌های پژوهش، از آمار استنباطی و تکنیک‌های رگرسیون (ساده و چند متغیره) به همراه آزمون معنی دار مدل (آزمون معناداری هر یک از ضرایب رگرسیون (آزمون T)، آزمون خودهمبستگی نیز برای آزمون فرضیه‌های پژوهش استفاده شده است.

#### ۴. یافته‌های پژوهش

##### ۴-۱- آمار توصیفی

در این بخش با بهره‌گیری از فنون آماری مناسب نتایج تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش و در نهایت نتایج آزمون فرضیه‌های تحقیق ارائه شده است. جدول (۳)، آمار توصیفی متغیرهای مورد آزمون که شامل برخی شاخص‌های مرکزی و پراکندگی می‌باشد که برای نمونه‌ای متشکل از ۶۰۵ شرکت - سال مشاهده در فاصله زمانی سال‌های ۱۳۹۳-۱۳۹۷ نشان می‌دهد. همان‌گونه که در این

جدول ملاحظه می‌شود، میانگین متغیر اهرم مالی برابر با ۰/۶۰۳ است که نشان می‌دهد ۶۰ درصد دارایی‌های شرکت‌های مورد بررسی را بدهی و استقراض تشکیل می‌دهد. علاوه بر این، بیشتر بودن ارزش بازار حقوق صاحبان سهام اغلب شرکت‌های نمونه از ارزش دفتری آن است که ملاحظه مقدار میانگین متغیر فرصت‌های رشد (۳/۲۲۲)، گواه این مدعاست. ضمن اینکه، میانگین جریان وجوه نقد عملیاتی معادل ۱۱ درصد دارایی‌ها، میانگین رشد فروش حدود ۱۸ درصد و میانگین بازده دارایی‌ها حدود ۹ درصد است.

جدول (۳): آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

| متغیر                          | نماد                  | مشاهدات | میانگین | میانه | کمترین | بیشترین | انحراف استاندارد |
|--------------------------------|-----------------------|---------|---------|-------|--------|---------|------------------|
| نقاط قوت مسئولیت‌پذیری اجتماعی | <i>CSR STRENGTH S</i> | ۶۰۵     | ۹.۱۲۴   | ۸     | ۶      | ۱۸      | ۲.۳۸۹            |
| نقاط ضعف مسئولیت‌پذیری اجتماعی | <i>CSR CONCERN</i>    | ۶۰۵     | ۱.۰۶۶   | ۱     | ۰      | ۴       | ۰.۹۵۵            |
| قابلیت مقایسه صورت‌های مالی    | <i>COMPACCT</i>       | ۶۰۵     | ۰.۲۳۳   | -     | -      | ۰.۰۰۳   | ۰.۱۱۳            |
| انداز شرکت                     | <i>SIZE</i>           | ۶۰۵     | ۱۴.۶۸   | ۵     | ۶      | ۱۹.۷۷   | ۱.۵۵۶            |
| اهرم مالی                      | <i>LEV</i>            | ۶۰۵     | ۰.۶۰۳   | ۰.۵۸۵ | ۰.۰۶۳  | ۲.۶۲۷   | ۰.۲۶۸            |
| فرصت‌های رشد                   | <i>MB</i>             | ۶۰۵     | ۳.۲۲۲   | ۲.۴۱۹ | -      | ۱۵.۷۲   | ۲.۷۷۵            |
| جریان نقد عملیاتی              | <i>CFO</i>            | ۶۰۵     | ۰.۱۱۳   | ۰.۱۰۰ | ۰.۳۸۷  | ۰.۵۴۹   | ۰.۱۲۶            |
| رشد فروش                       | <i>SALEG</i>          | ۶۰۵     | ۰.۱۸۱   | ۰.۱۱۷ | ۰.۵۴۱  | ۲.۸۹۳   | ۰.۳۹۷            |
| بازده دارایی                   | <i>ROA</i>            | ۶۰۵     | ۰.۰۹۳   | ۰.۰۷۴ | ۰.۶۰۷  | ۰.۶۵۱   | ۰.۱۴۹            |
| اندازه هیئت‌مدیره              | <i>BOARD</i>          | ۶۰۵     | ۵.۱۱۶   | ۵     | ۵      | ۷       | ۰.۳۷۷            |

## ۲-۴-آمار استنباطی

در این قسمت ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش ارائه شده است. از این رو، در جدول (۴) میزان همبستگی بین متغیرهای پژوهش نشان داده شده است. به عنوان مثال میزان ضریب همبستگی بین نقاط قوت مسئولیت پذیری اجتماعی (CSR-strengths) و قابلیت مقایسه صورت های مالی (CampAcct) به میزان ۰/۴۰۱ بوده که در سطح خطای ۰/۰۱ معنادار است.

| BOA<br>RD | ROA   | SalesG  | CFO    | MB      | LEV    | SIZE    | CSR-<br>concern | CSR-<br>strengths | CampAcct          |
|-----------|-------|---------|--------|---------|--------|---------|-----------------|-------------------|-------------------|
|           |       |         |        |         |        |         |                 |                   | ۱                 |
|           |       |         |        |         |        |         |                 | ۰.۴۰۱**           | CampAcct          |
|           |       |         |        |         |        |         | ۱               | -۰.۰۳۹**          | CSR-<br>strengths |
|           |       |         |        |         |        |         |                 | ۰.۲۹۲**           | CSR-<br>concern   |
|           |       |         |        |         |        | ۱       | ۰.۱۰۶*          | ۰.۰۷۹             | SIZE              |
|           |       |         |        |         | ۱      | ۰.۱۹۱** | -۰.۰۰۶          | ۰.۱۷۴**           | LEV               |
|           |       |         |        | ۱       | ۰.۱۰۳* | -۰.۰۸۸  | -۰.۰۴۳          | -۰.۰۶۲            | MB                |
|           |       |         | ۱      | ۰.۱۷۰   | -۰.۲۷۰ | ۰.۱۳۹   | ۰.۱۴۳           | ۰.۰۱۱             | CFO               |
|           |       | ۱       | ۰.۰۴۸  | ۰.۱۳۸   | -۰.۰۱۰ | ۰.۰۳۸   | -۰.۰۱۹          | -۰.۰۲۳            | SalesG            |
|           | ۱     | ۰.۲۰۹** | -      | -       | ۰.۰۲۳  | ۰.۱۶۹** | ۰.۱۰۱*          | -۰.۰۶۱            | ROA               |
|           |       |         | ۰.۱۲۲* | ۰.۱۳۶** |        |         |                 |                   |                   |
| ۱         | -     | -۰.۰۵۱  | ۰.۰۰۹  | -۰.۰۵۱  | ۰.۰۵۹  | -۰.۰۹۵* | ۰.۰۲۱           | ۰.۰۹۹*            | BOARD             |
|           | ۰.۶۳۵ |         |        |         |        |         |                 | ۰.۱۵۸**           |                   |

به ترتیب بیانگر معناداری در سطح ۰/۰۵ و ۰/۰۱ می باشد. \*\* و \*

### جدول (۴): ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

در این قسمت تعیین روش بکارگیری داده های ترکیبی برای متغیرهای پژوهش ارائه شده است. از این رو، در داده های ترکیبی ابتدا از آزمون F لیمر استفاده شده است تا تلفیقی یا ترکیبی بودن داده ها مشخص گردد. از این رو، نتایج مربوط به آزمون F لیمر در جدول (۵) ارائه شده است.

جدول (۵): نتایج آزمون اف لیمر برای انتخاب روش پولینگ یا پانل

| مدل | فرضیه صفر ( $H_0$ )  | آماره F | معناداری | نتیجه آزمون |
|-----|----------------------|---------|----------|-------------|
| اول | روش پولینگ مناسب است | ۲.۵۹۸   | ۰.۰۰۰    | روش پانل    |
| دوم | روش پولینگ مناسب است | ۲.۶۴۸   | ۰.۰۰۰    | روش پانل    |

معناداری آماره F لیمر برای مدل‌های تجربی پژوهش کمتر از ۰/۰۵ است، بنابراین فرضیه صفر آزمون رد شده و بیانگر آن است که برای تخمین ل‌های تجربی پژوهش باید از روش داده‌های پانل استفاده شود. سپس با توجه به پانل بودن مدل‌های تجربی پژوهش، باید برای تعیین نوع داده‌های پانل (روش اثرات ثابت یا تصادفی) از آزمون هاسمن استفاده شود. همچنین، در این قسمت آزمون هاسمن برای انتخاب بین مدل اثرات ثابت و اثرات تصادفی برای متغیرهای پژوهش ارایه شده است. از این رو، برای انتخاب بین مدل اثرات تصادفی یا اثرات ثابت از آزمون هاسمن استفاده شده است نتایج آزمون هاسمن برای مدل‌های تجربی پژوهش به شرح جدول شماره (۶) است.

جدول (۶): نتایج آزمون هاسمن برای انتخاب بین مدل اثرات ثابت و اثرات تصادفی

| مدل | فرضیه صفر ( $H_0$ )        | آماره $\chi^2$ | معناداری | نتیجه آزمون |
|-----|----------------------------|----------------|----------|-------------|
| اول | روش اثرات تصادفی مناسب است | ۲۰.۹۵۳         | ۰.۰۰۷    | اثرات ثابت  |
| دوم | روش اثرات تصادفی مناسب است | ۲۰.۶۰۶         | ۰.۰۰۸    | اثرات ثابت  |

نتایج جدول بالا بیانگر آن است که در مدل‌های تجربی پژوهش باید از روش اثرات ثابت استفاده نمود. همچنین، در ادامه این قسمت آزمون ناهمسانی واریانس برای متغیرهای پژوهش ارایه شده است. از این رو، در این پژوهش برای بررسی وجود مشکل ناهمسانی واریانس از آزمون بروش‌پاگان-گادفری استفاده شده است.

جدول (۷): نتایج آزمون بروش‌پاگان-گادفری برای کشف ناهمسانی واریانس

| مدل | فرضیه صفر ( $H_0$ ) | آماره F | معناداری | نتیجه آزمون           |
|-----|---------------------|---------|----------|-----------------------|
| اول | واریانس‌ها همسانند  | ۰.۵۱۲   | ۰.۸۴۸    | وجود ناهمسانی واریانس |
| دوم | واریانس‌ها همسانند  | ۱.۱۷۷   | ۰.۳۱۰    | وجود ناهمسانی واریانس |

با توجه به نتایج حاصل از این آزمون که در جدول شماره (۷) آورده شده است، در مدل‌های تجربی پژوهش مشکل ناهمسانی واریانس وجود دارد (زیرا معناداری محاسبه شده بیشتر از ۰/۰۵ است). بنابراین تخمین نهایی این مدل‌های تجربی با استفاده از آزمون حداقل مربعات معمولی (OLS) انجام شده است. همچنین، در این قسمت آزمون آزمون هم خطی برای متغیرهای پژوهش ارایه شده است. از این رو، در این پژوهش برای بررسی وجود هم خطی بین متغیرهای مدل از آماره عامل تورم واریانس<sup>۱</sup> (VIF) استفاده شده و زمانی که عامل تورم واریانس کوچک‌تر از ۵ باشد، نشان‌دهنده عدم وجود هم خطی بین متغیرهای مدل است. نتایج آزمون هم خطی برای مدل‌های تجربی پژوهش به شرح جدول شماره (۸) می‌باشد:

جدول (۸): نتایج آزمون هم خطی

| عامل تورم واریانس (VIF) |         | نماد                 | متغیر                          |
|-------------------------|---------|----------------------|--------------------------------|
| مدل اول                 | مدل دوم |                      |                                |
| ۱.۰۰                    | ----    | <i>CSR_STRENGTHS</i> | نقاط قوت مسئولیت‌پذیری اجتماعی |
| ----                    | ۱.۰۶    | <i>CSR_Concern</i>   | نقاط ضعف مسئولیت‌پذیری اجتماعی |
| ۱.۱۴                    | ۱.۱۴    | <i>SIZE</i>          | اندازه شرکت                    |
| ۱.۸۳                    | ۱.۸۳    | <i>LEV</i>           | اهرم مالی                      |
| ۱.۱۲                    | ۱.۱۲    | <i>MB</i>            | فرصت‌های رشد                   |
| ۱.۵۴                    | ۱.۴۸    | <i>CFO</i>           | جریان نقد عملیاتی              |
| ۱.۰۶                    | ۱.۰۶    | <i>SALEG</i>         | رشد فروش                       |
| ۲.۴۴                    | ۲.۴۲    | <i>ROA</i>           | بازده دارایی                   |
| ۱.۰۳                    | ۱.۰۳    | <i>BOARD</i>         | اندازه هیئت‌مدیره              |

با توجه به نتایج حاصل از این آزمون که در جدول (۸) آورده شده است، میزان عامل تورم واریانس در کلیه موارد کمتر از ۵ است. بنابراین می‌توان دریافت که مشکل هم خطی چندگانه تهدیدی جدی برای مدل‌های تجربی پژوهش محسوب نمی‌شود.

<sup>1</sup> Variance Inflation Factor

نتایج آزمون مدل اول پژوهش

فرضیه اول ( $H_1$ ): بین نقاط قوت مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی رابطه معناداری وجود دارد. نتایج حاصل از برآورد مدل اول پژوهش به شرح جدول (۹) است.

جدول (۹): خلاصه نتایج آماری آزمون مدل اول پژوهش

| متغیر                          | نماد          | ضریب   | انحراف معیار         | آماره‌اتی | معناداری |
|--------------------------------|---------------|--------|----------------------|-----------|----------|
| عرض از مبدأ                    | $\beta_0$     | ۰.۲۹۷  | ۰.۱۳۵                | ۲.۲۰۷     | ۰.۰۲۸    |
| نقاط قوت مسئولیت‌پذیری اجتماعی | CSR_STRENGTHS | ۰.۱۵۰  | ۰.۰۶۴                | ۲.۳۵۱     | ۰.۰۱۹    |
| اندازه شرکت                    | SIZE          | ۰.۰۰۱  | ۰.۰۴۰                | ۰.۰۲۸     | ۰.۹۷۸    |
| اهرم مالی                      | LEV           | ۰.۰۱۹  | ۰.۰۰۸                | ۲.۲۵۸     | ۰.۰۲۴    |
| فرصت‌های رشد                   | MB            | ۰.۰۱۳  | ۰.۰۰۷                | ۱.۹۸۷     | ۰.۰۴۷    |
| جریان نقد عملیاتی              | CFO           | ۰.۰۲۵  | ۰.۰۷۸                | ۰.۳۲۶     | ۰.۷۴۴    |
| رشد فروش                       | SALEG         | -۰.۲۳۲ | ۰.۰۶۷                | -۳.۴۶۴    | ۰.۰۰۱    |
| بازده دارایی                   | ROA           | ۰.۴۹۰  | ۰.۵۷۷                | ۰.۸۴۹     | ۰.۳۹۶    |
| اندازه هیئت‌مدیره              | BOARD         | ۰.۲۰۸  | ۰.۰۶۶                | ۳.۱۳۲     | ۰.۰۰۲    |
| آماره F فیشر                   |               | ۲.۶۳۰  | ضریب تعیین تعدیل شده |           | ۰.۶۴۷    |
| معناداری آماره F               |               | ۰.۰۰۰  | آماره دوربین واتسون  |           | ۱.۹۷۲    |

آماره دوربین واتسون پس از برآورد ضرایب، مقدار  $۱/۹۷۲$  را نشان می‌دهد که به معنی عدم وجود همبستگی پیاپی در جزء اخلاص می‌باشد. نتیجتاً مشکل خود همبستگی سریالی در این فرضیه مشاهده نمی‌شود. قبل از آزمون فرضیه پژوهش براساس نتایج به دست آمده، باید از صحت نتایج اطمینان حاصل نمود. بدین منظور برای بررسی معناداری کل مدل از آزمون F (فیشر) استفاده گردید. با توجه به معنی‌داری آماره F (فیشر) محاسبه شده به میزان (۰/۰۰۰)، می‌توان ادعا نمود که مدل رگرسیونی برازش شده معنادار است. با توجه به ضریب تعیین تعدیل شده مدل ( $Adjusted R^2$ ) برازش شده می‌توان ادعا نمود، حدود ۶۴ درصد از تغییرات در متغیر وابسته مدل (قابلیت مقایسه صورت‌های مالی)، توسط متغیرهای مستقل و کنترلی توضیح داده می‌شود. بنابراین، در خصوص



نتیجه فرضیه اول پژوهش می‌توان بیان نمود که ضریب برآوردی و آماره  $t$  مربوط به متغیر نقاط قوت مسئولیت‌پذیری اجتماعی (*CSR-STRENGTHS*) مثبت و در سطح خطای ۵ درصد معنادار است. زیرا معناداری محاسبه‌شده برای ضریب این متغیر پژوهش، کمتر از ۰/۰۵ به دست آمده است که حاکی از وجود رابطه مثبت و معنادار میان نقاط قوت مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی در سطح اطمینان ۹۵٪ می‌باشد. بر این اساس، فرضیه  $H_0$  رد شده و فرضیه پژوهش در سطح خطای ۵ درصد مورد تأیید واقع می‌شود. تایج آزمون مدل دوم پژوهش

**فرضیه دوم ( $H_2$ ):** بین نقاط ضعف مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی رابطه معناداری وجود دارد. نتایج حاصل از برآورد مدل دوم پژوهش به شرح جدول (۱۰) است.

جدول (۱۰): خلاصه نتایج آماری آزمون مدل دوم پژوهش

| متغیر                          | نماد               | ضریب   | انحراف معیار         | آماره تی | معناداری |
|--------------------------------|--------------------|--------|----------------------|----------|----------|
| عرض از مبدأ                    | $\beta_0$          | ۰.۰۱۲  | ۰.۰۰۵                | ۲.۴۸۰    | ۰.۰۱۴    |
| نقاط ضعف مسئولیت‌پذیری اجتماعی | <i>CSR_Concern</i> | -۰.۰۱۱ | ۰.۰۰۵                | -۲.۱۹۴   | ۰.۰۲۹    |
| اندازه شرکت                    | <i>SIZE</i>        | ۰.۰۰۱  | ۰.۰۴۰                | ۰.۰۳۳    | ۰.۹۷۴    |
| اهرم مالی                      | <i>LEV</i>         | ۰.۰۹۴  | ۰.۰۳۶                | ۲.۵۶۹    | ۰.۰۱۱    |
| فرصت‌های رشد                   | <i>MB</i>          | ۰.۰۱۳  | ۰.۰۰۷                | ۱.۹۷۶    | ۰.۰۴۹    |
| جریان نقد عملیاتی              | <i>CFO</i>         | ۰.۰۱۳  | ۰.۰۳۸                | ۰.۳۴۲    | ۰.۷۳۳    |
| رشد فروش                       | <i>SALEG</i>       | -۰.۲۲۵ | ۰.۰۶۰                | -۳.۷۵۷   | ۰.۰۰۰    |
| بازده دارایی                   | <i>ROA</i>         | ۰.۳۵۱  | ۰.۵۸۰                | ۰.۶۰۵    | ۰.۵۴۵    |
| اندازه هیئت‌مدیره              | <i>BOARD</i>       | ۰.۱۹۳  | ۰.۰۶۶                | ۲.۹۲۱    | ۰.۰۰۴    |
| آماره F فیشر                   |                    | ۲.۶۹۲  | ضریب تعیین تعدیل‌شده |          | ۰.۶۰۴    |
| معناداری آماره F               |                    | ۰.۰۰۰  | آماره دوربین واتسون  |          | ۱.۹۸۵    |

آماره دوربین واتسون پس از برآورد ضرایب، مقدار ۱/۹۸۵ را نشان می‌دهد که به معنی عدم وجود همبستگی پیاپی در جزء اخلاص می‌باشد. نتیجتاً مشکل خودهمبستگی سریالی در این فرضیه

مشاهده نمی‌شود. قبل از آزمون فرضیه پژوهش براساس نتایج به دست آمده، باید از صحت نتایج اطمینان حاصل نمود. بدین منظور برای بررسی معناداری کل مدل از آزمون  $F$  (فیشر) استفاده گردید. با توجه به معنی داری آماره  $F$  (فیشر) محاسبه شده به میزان (۰/۰۰۰)، می‌توان ادعا نمود که مدل رگرسیونی برازش شده معنادار است. با توجه به ضریب تعیین تعدیل شده مدل (Adjusted  $R^2$ ) برازش شده می‌توان ادعا نمود، حدود ۶۰ درصد از تغییرات در متغیر وابسته مدل (قابلیت مقایسه صورت‌های مالی)، توسط متغیرهای مستقل و کنترلی توضیح داده می‌شود. بنابراین، در خصوص نتیجه فرضیه دوم پژوهش می‌توان بیان نمود که ضریب برآوردی و آماره  $t$  مربوط به متغیر نقاط ضعف مسئولیت‌پذیری اجتماعی (Concern-CSR) منفی و در سطح خطای ۵ درصد معنادار است زیرا معناداری محاسبه شده برای ضریب این متغیر پژوهش، کمتر از ۰/۰۵ بدست آمده است که حاکی از وجود رابطه مثبت و معنادار میان نقاط ضعف مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی در سطح اطمینان ۹۵٪ است. بر این اساس، فرضیه  $H_0$  رد شده و فرضیه پژوهش در سطح خطای ۵ درصد مورد تأیید واقع می‌شود.

#### ۵. نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر، بررسی رابطه بین نقاط قوت و ضعف مسئولیت‌پذیری اجتماعی با قابلیت مقایسه صورت‌های مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. در این راستا نتایج فرضیه‌های پژوهش ارایه شده است. در جائیکه فرضیه اول پژوهش رابطه بین نقاط قوت مسئولیت‌پذیری اجتماعی و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی را آزمون نموده است. شواهد تجربی نشان داد که بین نقاط قوت مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی رابطه معناداری وجود دارد و این رابطه در سطح اطمینان نود و پنج درصد تأیید می‌شود. در واقع، نتیجه حاصل از آزمون این فرضیه حاکی از آن است با افزایش نقاط مثبت مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت قابلیت مقایسه صورت‌های مالی نیز افزایش می‌یابد. بدین معنی که، مطابق با نظریه ذینفعان، الزامات اخلاقی، مدیران شرکت‌هایی که دارای عملکرد مثبت مسئولیت‌پذیری اجتماعی هستند را وادار به مشارکت کم‌تر در مدیریت سود می‌کند، در این میان،

مدیران نیز صادق، قابل اعتماد و قانونمند و پایبند به استانداردهای بالای رفتاری هستند و با ارائه پیش‌بینی‌های دقیق سود، بطور اخلاق‌مدارانه رفتار می‌کنند. ضمن اینکه مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت منجر به شهرت‌آفرینی برای این شرکت‌ها می‌شود و منافع مدیران به شهرت شرکت‌ها گره خورده و تمایل به حفظ شهرت شرکت‌ها و مدیران را از درگیر شدن در فعالیت‌های آسیب‌رسان به شهرت و اعتبار نظیر ارائه افشاء مالی با کیفیت پایین منع کند و این شرکت‌ها انگیزه‌های زیادی برای پیروی از استانداردهای حسابداری ارائه صورت‌های مالی با قابلیت مقایسه بالاتر دارند. نتیجه‌ی به دست آمده در این پژوهش با یافته پژوهش وانگ و همکاران (۲۰۱۹) مبنی بر وجود رابطه مثبت بین نقاط مثبت مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی مطابقت دارد. همچنین، فرضیه دوم پژوهش رابطه بین نقاط ضعف مسئولیت‌پذیری اجتماعی و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی را مورد بررسی قرار داده است. شواهد تجربی نشان داد که بین نقاط ضعف مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی رابطه معناداری وجود دارد و این رابطه در سطح اطمینان نود و پنج درصد تایید می‌شود. در واقع، نتایج نشان داد که با افزایش نقاط ضعف مسئولیت‌پذیری اجتماعی، قابلیت مقایسه صورت‌های مالی کاهش می‌یابد. در واقع، عملکرد منفی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت نشان‌دهنده نادرستی و اخلاق‌مداری ضعیف مدیران بوده و به احتمال زیاد انگیزه مدیران برای مدیریت سود را افزایش داده و منجر به بروز ارائه نادرست صورت‌های مالی می‌شود. بر این اساس، شرکت‌های دارای عملکرد منفی مسئولیت‌پذیری اجتماعی انگیزه کمتری جهت پیروی از استانداردهای حسابداری خواهند داشت و احتمالاً درگیر رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیریتی هستند در نتیجه باعث می‌شوند تا صورت‌های مالی با قابلیت مقایسه کمتری ارائه دهند. نتیجه‌ی به دست آمده در این پژوهش با یافته پژوهش وانگ و همکاران (۲۰۱۹) مطابقت دارد. در ادامه نیز برخی از مهمترین پیشنهادها مبتنی بر نتایج پژوهش ارائه شده است؛

۱- بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر، به سرمایه‌گذاران و تحلیلگران مالی پیشنهاد می‌گردد که هنگام ارزیابی شرکت‌ها، علاوه بر تجزیه و تحلیل صورت‌های مالی، به نقاط قوت و ضعف

مسئولیت‌پذیری اجتماعی هر یک از شرکت‌ها توجه نموده و به عنوان عوامل تأثیرگذار بر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی در نظر بگیرند تا بتوانند پرتفوی مناسبی را برای سرمایه‌گذاری انتخاب نمایند.

۲- همچنین، به سازمان بورس اوراق بهادار به عنوان نهاد نظارتی نیز پیشنهاد می‌گردد که با وضع دستورالعمل‌هایی، زمینه لازم برای اعمال برخی سیاست‌های تشویقی در خصوص افشای بیشتر اطلاعات مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را فراهم آورد. همچنین، پیشنهادهایی برای پژوهشات آتی نیز ارائه شده است.

۱- پیشنهاد می‌گردد که تأثیر نقاط قوت و ضعف مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر خوانایی گزارشگری مالی شرکت‌ها مورد مطالعه و بررسی قرار گیرند.

۲- پیشنهاد می‌گردد که ارتباط بین نقاط قوت و ضعف مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی با توجه به نقش تعدیلی توانایی مدیریت را مورد مطالعه قرار دهند.

۳- پیشنهاد می‌گردد که ارتباط بین نقاط قوت و ضعف مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی با توجه به نقش تعدیلی مالکیت خانوادگی و ارتباطات سیاسی را مورد مطالعه قرار دهند.

## منابع

- ابزری، مهدی و یزدان‌شناس، مهدی. (۱۳۸۶). مسئولیت اجتماعی و اخلاق کار در مدیریت کیفیت نوین، مجله فرهنگ مدیریت، ۵(۱)، ۴۲-۵.
- اسماعیل پور رضا، رضائی پیته‌نوئی یاسر، غلامرضا پور محمد. (۱۳۹۸). مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و ضعف کنترل‌های داخلی: آزمون تجربی نظریه ذی‌نفعان و علامت‌دهی. فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری. ۴ (۸): ۳۱۸-۳۳۸.
- پور عبدالله، زهرا؛ بادآور نهندی، یونس؛ برادران حسن‌زاده، رسول. (۱۳۹۱). بررسی تأثیر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی بر عدم تقارن اطلاعاتی و هزینه حقوق صاحبان سهام اولین همایش ملی حسابداری. رضائی پیته‌نوئی، یاسر، عبداللهی، احمد. (۱۳۹۸). قابلیت مقایسه صورت‌های مالی و احتمال گزارشگری متقلبانه. پژوهش‌های حسابداری مالی، ۱۱(۲)، ۸۹-۱۰۴.
- زلفی حسن، افلاطونی عباس، خزائی مهدی. (۱۳۹۶). بررسی عوامل موثر بر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی. فصلنامه حسابداری مالی. ۹ (۳۵): ۱-۲۵.
- فخاری، حسین؛ رضائی پیته‌نوئی، یاسر؛ نوروزی، محمد. (۱۳۹۵). تاثیر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت بر کارایی سرمایه‌گذاری. راهبرد مدیریت مالی، ۴(۴)، ۸۵-۱۰۶.
- فرجی، امید؛ جنتی دریاکناری، فاطمه؛ منصوری، کفسان؛ یونسی مطیع، فاطمه. (۱۳۹۸). مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش شرکت: نقش تعدیل‌گر مدیریت سود. مدیریت سرمایه اجتماعی، ۷(۱)، ۲۵-۵۸.
- فروغی، داریوش؛ قاسم‌زاد، پیمان. (۱۳۹۵). تأثیر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی بر همزمانی قیمت سهام. پژوهش‌های حسابداری مالی، ۸(۱)، ۳۹-۵۴.
- کیا، علی و صفری‌گرایلی، مهدی. (۱۳۹۶). قابلیت مقایسه صورت‌های مالی، مدیریت سود تعهدی و مدیریت واقعی سود: آزمون تجربی از بورس اوراق بهادار تهران، دانش حسابداری مالی، ۴(۲)، ۱۳۷-۱۱۵.
- مهروز، فاطمه و مرفوع، محمد. (۱۳۹۵). رابطه بین قابلیت مقایسه صورت‌های مالی با آگاهی بخشی قیمت سهام در خصوص سودهای آتی، مطالعات تجربی حسابداری مالی، ۱۲(۴۹)، ۸۳-۱۱۰.
- Appuhami, R., and S. Tashakor. (2017). The Impact of Audit Committee Characteristics on CSR Disclosure: An Analysis of Australian Firms: An Analysis of Australian Firms, Australian Accounting Review 27(4): 400-420.

- Attig, N., El Ghouli, S., Guedhami, O., & Suh, J. (2013). Corporate social responsibility and credit ratings. *Journal of Business Ethics*, 117(4), 679–694.
- Ball, R. (2006). International financial reporting standards (IFRS): Pros and cons for investors. *Accounting and Business Research* 36(1): 5-27.
- Ball, R., Robin, A., & Wu, J. S. (2003). Incentives versus standards: Properties of accounting income in four East Asian countries. *Journal of Accounting and Economics*, 36(1–3), 235–270.
- Barth, M. E., Landsman, W. R., Lang, M. H. & Williams, C. D. (2013). Effects on Comparability and Capital Market Benefits of voluntary Adoption of IFRS by US Firms: Insights from Voluntary Adoption of IFRS by Non-US Firms. Working Paper, Stanford University, University of North Carolina at Chapel Hill, and University of Michigan. Available at <http://www.ssrn.com>.
- Barth, M. E., Landsman, W. R., Lang, M., & Williams, C. (2012). Are IFRS-based and US GAAP-based accounting amounts comparable? *Journal of Accounting and Economics*, 54(1), 68–93.
- Baumeister, R. F., Bratslavsky, E., Finkenauer, C., & Vohs, K. D. (2001). Bad is stronger than good. *Review of General Psychology*, 5(4), 323–370.
- Ben-Amar, W., & Belgacem, I. (2018). Do socially responsible firms provide more readable disclosures in annual reports? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(5), 1009–1018.
- Benlemlih, M. and M. Bitar. (2016). Corporate Social Responsibility and Investment Efficiency, *J Bus Ethics*, DOI: 10.1007/s10551-016-3020-2.
- Benlemlih, M., & Bitar, M. (2018). Corporate social responsibility and investment efficiency. *Journal of Business Ethics*, 148(3), 647–671.
- Bhandari, A., & Javakhadze, D. (2017). Corporate social responsibility and capital allocation efficiency. *Journal of Corporate Finance*, 43, 354–377.
- Birnbaum, M. H. (1972). Morality judgments: Tests of an averaging model. *Journal of Experimental Psychology*, 93(1), 35–42.
- Boonstoppel, A. (2011), “The Relationship between Corporate Social Responsibility and Financial Performance: an empirical study of companies included in the Dow Jones Sustainability Index”, Master Thesis, Erasmus University Rotterdam, Erasmus School of Economics, Accounting, Auditing and Control
- Cascino, S., & Gassen, J. (2015). What drives the comparability effect of mandatory IFRS adoption? *Review of Accounting Studies*, 20(1), 242–282
- Chatterji, A. K., Levine, D. I., & Toffel, M. W. (2009). How well do social ratings actually measure corporate social responsibility? *Journal of Economics and Management Strategy*, 18(1), 125–169
- Chen, C.W., W. Collins, D., Kravet, T., & D. Mergenthaler, R. (2013). Financial statement comparability and the efficiency of acquisition decisions. Working Paper, University of Iowa and University of Texas at Dallas. Available at: <http://ssrn.com/abstract=2169082>
- Chih, H. L., Shen, C. H., & Kang, F. C. (2008). Corporate social responsibility, investor protection, and earnings management: Some international evidence. *Journal of Business Ethics*, 79(1–2), 179–198.

- Choi, J., Choi, S., Myers, L., Ziebart, D., 2015. Financial statement comparability and the informativeness of stock prices about future earnings. Working Paper. Seoul National University.
- Cui, J., Jo, H., & Na, H. (2018). Does corporate social responsibility affect information asymmetry? *Journal of Business Ethics*, 148(3), 549–572.
- Davis, A. K., Guenther, D. A., Krull, L. K., & Williams, B. M. (2016). Do socially responsible firms pay more taxes? *The Accounting Review*, 91 (1), 47–68.
- De Franco, G., Kothari, S.P. & Verdi, R.S. (2011). The Benefits of Financial Statement Comparability. *Journal of Accounting Research*, 49 (4): 895-931.
- De George, E. T., Li, X., & Shivakumar, L. (2016). A review of the IFRS adoption literature. *Review of Accounting Studies*, 21(3), 898–1004.
- DeFond, M., Hu, X., Hung, M., & Li, S. (2011). The impact of mandatory IFRS adoption on foreign mutual fund ownership: The role of comparability. *Journal of Accounting and Economics*, 51(3), 240–258.
- Dhaliwal, D. S., Li, O. Z., Tsang, A., & Yang, Y. G. (2011). Voluntary nonfinancial disclosure and the cost of equity capital: The initiation of corporate social responsibility reporting. *The Accounting Review*, 86(1), 59–100.
- Drago, D., Carnevale, C., & Gallo, R. (2019). Do corporate social responsibility ratings affect credit default swap spreads? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(3), 644–652
- El Ghouli, S., Guedhami, O., Kwok, C. C., & Mishra, D. R. (2011). Does corporate social responsibility affect the cost of capital? *Journal of Banking and Finance*, 35(9), 2388–2406.
- Elfenbein, D. W., Fisman, R., & McManus, B. (2012). Charity as a substitute for reputation: Evidence from an online marketplace. *Review of Economic Studies*, 79(4), 1441–1468.
- Endrawes, M., Feng, Z., Lu, M., & Shan, Y. (2018). Audit committee characteristics and financial statement comparability. *Accounting & Finance*, 1, 1–35.
- Endrawes, M., Feng, Z., Lu, M., & Shan, Y. (2020). Audit committee characteristics and financial statement comparability. *Accounting & Finance*, 60(3), 2361-2395.
- FASB (Financial Accounting Standards Board). (2010). Statement of Financial Accounting Concepts No. 8. Conceptual Framework for Financial Reporting, Chapter 1, the Objective of General Purpose Financial Reporting, and Chapter 3, Qualitative Characteristics of Useful Financial Information, Norwalk, CT: FASB.
- Financial Accounting Standards Board. (1980). Qualitative characteristics of accounting information. Statement of Financial Accounting Concepts no (p. 2). Norwalk, CT: FASB.
- Financial Accounting Standards Board. (2010). Conceptual framework for financial reporting. Statement of Financial Accounting Concepts no (p. 8). Norwalk, CT: FASB
- Gao, F., Lisic, L. L., & Zhang, I. X. (2014). Commitment to social good and insider trading. *Journal of Accounting and Economics*, 57(2–3), 149–175.
- Ge, W., & Liu, M. (2015). Corporate social responsibility and the cost of corporate bonds. *Journal of Accounting and Public Policy*, 34(6), 597–624.
- Godos-Díez, J. L., Fernández-Gago, R., & Martínez-Campillo, A. (2011). 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*, 98(4), 531–548.

- Goss, A., & Roberts, G. S. (2011). The impact of corporate social responsibility on the cost of bank loans. *Journal of Banking and Finance*, 35(7), 1794–1810.
- Harjoto, M., & Laksmana, I. (2018). The impact of corporate social responsibility on risk taking and firm value. *Journal of Business Ethics*, 151(2), 353–373.
- Hemingway, C. A., & MacLagan, P. W. (2004). Managers' personal values as drivers of corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 50 (1), 33–44.
- Hoi, C. K., Wu, Q., & Zhang, H. (2013). Is corporate social responsibility (CSR) associated with tax avoidance? Evidence from irresponsible CSR activities. *The Accounting Review*, 88(6), 2025–2059.
- Hsu, A., Koh, K., Liu, S., & Tong, Y. H. (2019). Corporate social responsibility and corporate disclosures: An investigation of investors' and analysts' perceptions. *Journal of Business Ethics*, 158(2), 507–534.
- Jensen, M. C. (2001). Value maximization, stakeholder theory, and the corporate objective function. *Journal of Applied Corporate Finance*, 14, 8–21.
- Jo, H., Kim, Y., & Park, M. S. (2007). Underwriter choice and earnings management: Evidence from seasoned equity offerings. *Review of Accounting Studies*, 12(1), 23–59
- Kahloul, I., Sbai, H., & Grira, J. (2022). Does Corporate Social Responsibility reporting improve financial performance? The moderating role of board diversity and gender composition. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 84, 305-314.
- Kang, C., Germann, F., & Grewal, R. (2016). Washing away your sins? Corporate social responsibility, corporate social irresponsibility, and firm performance. *Journal of Marketing*, 80(2), 59–79.
- Kang, M., Kim, J. W., Lee, H-Y., Lee, M-G. (2015). Financial statement comparability and audit Efficiency: evidence from South Korea. *Journal of Applied Economics*, 48(4), 358-373.
- Kim, J. B., Li, L., Lu, L. Y., Yu, Y. (2016). Financial statement comparability and expected crash risk, *Journal of Accounting and Economics*. 61(2/3), 294–312.
- Kim, Y., Li, H., & Li, S. (2014). Corporate social responsibility and stock price crash risk. *Journal of Banking and Finance*, 43, 1–13.
- Kim, Y., Park, M. S., & Wier, B. (2012). Is earnings quality associated with corporate social responsibility? *The Accounting Review*, 87(3), 761–796.
- Kim, Y.S., Kim, Y., and H. Kim. (2017). Corporate social responsibility and Internal Control Effectiveness. *Asia-Pacific Journal of Financial Studies* 46: 341–372.
- King, R., Pownall, G., & Waymire, G. (1990). Expectations adjustment via timely management forecasts: Review, synthesis. And Suggestions for Future Research. *Journal of Accounting Literature*, 9(1), 113–144.
- Koh, K., & Tong, Y. H. (2013). The effects of clients' controversial activities on audit pricing. *Auditing: A Journal of Practice and Theory*, 32(2), 67–96
- Kotchen, M., & Moon, J. J. (2012). Corporate social responsibility for irresponsibility. *The B.E. Journal of Economic Analysis & Policy*, 12(1), 1–23.
- Lange, D., & Washburn, N. T. (2012). Understanding attributions of corporate social irresponsibility. *Academy of Management Review*, 37(2), 300–326.
- Lanis, R., & Richardson, G. (2015). Is corporate social responsibility performance associated with tax avoidance? *Journal of Business Ethics*, 127 (2), 439–457.



- Lee, D. (2017). Corporate social responsibility and management forecast accuracy. *Journal of Business Ethics*, 140(2), 353–367.
- Li, F., Li, T. and Minor, D. (2016). “CEO power, corporate social responsibility, and firm value: a test of agency theory”, *International Journal of Managerial Finance*, Vol. 12 No. 5, pp. 611-628.
- Linthicum, C., Reitenga, A. L., & Sanchez, J. M. (2010). Social responsibility and corporate reputation: The case of the Arthur Andersen Enron
- Mishina, Y., Block, E. S., & Mannor, M. J. (2012). The path dependence of organizational reputation: How social judgment influences assessments of capability and character. *Strategic Management Journal*, 33(5), 459–477.
- Petrovits, C. M. (2006). Corporate-sponsored foundations and earnings management. *Journal of Accounting and Economics*, 41(3), 335–362.
- Price, J. M., & Sun, W. (2017). Doing good and doing bad: The impact of corporate social responsibility and irresponsibility on firm performance. *Journal of Business Research*, 80, 82–97.
- Shafer, W. E. (2015). Ethical climate, social responsibility, and earnings management. *Journal of Business Ethics*, 126(1), 43–60.
- Sheikh, S. (2019). "An examination of the dimensions of CEO power and corporate social responsibility", *Review of Accounting and Finance*, <https://doi.org/10.1108/RAF-01-2018-0034>.
- Sohn, B. C. (2016). The effect of accounting comparability on the accrual-based and real earnings management, *Journal of Accounting and Public Policy*, 35(5), 513-539.
- Suk, I. and Zhao, Y. (2017). Does Financial Statement Comparability Deter Aggressive Tax Avoidance? Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3065250> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3065250>
- Surroca, J., & Tribó, J. A. (2008). Managerial entrenchment and corporate social performance. *Journal of Business Finance and Accounting*, 35 (5–6), 748–789.
- Wang, C. (2014). Accounting standards harmonization and financial statement comparability: Evidence from transnational information transfer. *Journal of Accounting Research*, 52(4), 955–992.
- Wang, F., Zhang, Z., Xu, L. (2020). Corporate social responsibility and financial statement comparability: Evidence from China. *Corporate social responsibility and Environmental Management*. 27(3), 1375-1394.
- Wans, N. (2019). Corporate social responsibility and market-based consequences of adverse corporate events: Evidence from restatement announcements. *Journal of Accounting, Auditing & Finance* (forthcoming). <https://doi.org/10.1177/0148558X17725968>
- Wojciszke, B., Brycz, H., & Borkenau, P. (1993). Effects of information content and evaluative extremity on positivity and negativity biases. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64(3), 327–336.
- Zhang, J. H. (2018). Accounting comparability, audit effort, and audit outcomes. *Contemporary Accounting Research*, 35(1), 245–276.
- Zhou, G., Sun, Y., Luo, S., & Liao, J. (2021). Corporate social responsibility and bank financial performance in China: The moderating role of green credit. *Energy Economics*, 97, 105190.

