

بررسی رابطه بین مسؤولیت اجتماعی و کیفیت گزارشگری مالی در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران از دیدگاه کارشناسان مالی زن

حبیبه کبیری¹

دکتر حیدر محمدزاده سאלطه²

چکیده

هدف این پژوهش بررسی رابطه بین مسؤولیت اجتماعی و کیفیت گزارشگری مالی در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. در این پژوهش برای اندازه گیری مسؤولیت اجتماعی از پرسشنامه های استاندارد در این زمینه و به منظور محاسبه کیفیت گزارشگری مالی از سه معیار، کیفیت اقلام تعهدی، پایداری سود و قابلیت پیش بینی سود استفاده شده است. در این پژوهش، تعداد 78 شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بررسی شده است که شامل دوره زمانی 1386-1390 است. در تحقیق حاضر از سه متغیر، اندازه شرکت، نسبت ارزش بازار به دفتری و اهرم مالی به عنوان متغیرهای کنترل استفاده شده است. ابزار گردآوری داده های کیفیت گزارشگری مالی، صورتهای مالی شرکتها بوده و ابزار گردآوری داده های مسؤولیت اجتماعی پرسشنامه محقق می‌باشد که پس از پایایی سنجی آن میان اعضای نمونه تقسیم و پس از گردآوری داده‌ها با استفاده از نرم افزار آماری SPSS تجزیه و تحلیل صورت پذیرفته و فرضیات مورد آزمون قرار گرفتند. نتایج پژوهش نشان می دهد که مسؤولیت اجتماعی با کیفیت اقلام تعهدی و پایداری سود رابطه معناداری ندارد. اما مسؤولیت اجتماعی با قابلیت پیش بینی سود رابطه معنادار دارد.

واژه‌های کلیدی:

مسؤولیت اجتماعی، کیفیت گزارشگری مالی، پایداری سود، قابلیت پیش بینی سود

¹ - گروه حسابداری، واحد مرند، دانشگاه آزاد اسلامی، مرند، ایران (نویسنده مسئول)

² - استادیار گروه حسابداری، واحد مرند، دانشگاه آزاد اسلامی، مرند، ایران

مقدمه

یک مسأله اساسی در اقتصاد وکسب و کار پایداری و تداوم رشد و توسعه اقتصادی است، که وابسته به فعالیت مسؤولیت اجتماعی و رفتار سرمایه‌گذاری در شرکت‌های مدرن است (پورتر¹، 1991). در سال‌های اخیر نظریه‌ای بیان شده مبنی بر اینکه، واحدهای تجاری می‌توانند ایجاد ثروت، اشتغال و نوآوری کنند، بازار را تامین نمایند، و فعالیت‌های‌شان را تقویت کرده و و رقابت‌شان را بهبود بخشند، در صورتی که برای حفظ اجتماعی که خود در راه اندازی آن نقش اساسی داشته‌اند همکاری نمایند (عرب صالحی و دیگران، 1392). لذا جهت مسؤولیت اجتماعی به سمتی است که فواید اجتماع در آن امتداد است. و تلاش بر این بوده است که سود و زیان سازمان‌ها به گونه‌ای باشد که مردم هزینه اضافی متحمل نشوند. به عبارت دیگر، سازمان‌ها نباید خود را مستقل از محیط بیرونی خود بدانند، بلکه باید خود را جزئی از یک کل یعنی محیط بیرونی و اجتماع بدانند و باید اهداف و فعالیت‌های آن‌ها در راستای آرمان‌های اجتماعی و رفاه و آسایش جامعه باشد (مشبکی، خلیلی، 1389). افزایش شواهد تجربی، نشان دهنده آن است که مسؤولیت اجتماعی می‌تواند منجر به پیشرفت اجتماعی و افزایش سود سهامداران شود (لیانق²، رنبوق³، 2014).

در سال 1953 کتاب تأثیر گذار مسؤولیت‌های اجتماعی تاجر، در ادبیات آکادمیک مدیریت و سازمان، مفهوم مسؤولیت اجتماعی را برای اولین بار مطرح کرد. «بوون» در این کتاب اظهار کرد که مسؤولیت اجتماعی یک تاجر عبارت است از: تعهد به پیگیری سیاستها، تصمیم‌گیری‌ها و اقداماتی که در راستای اهداف و ارزشهای اجتماعی قرار دارند (تقی زاده و همکاران، 1389). به طور کلی مسؤولیت اجتماعی شامل حسابرسی، ممیزی و گزارش‌دهی در خصوص مسائل اخلاقی و اجتماعی است (زایری⁴، پیترز⁵، 2002). اسمیت مسؤولیت اجتماعی شرکت را به عنوان فرایند ایجاد ثروت، ارتقای مزیت رقابتی شرکت و حداکثر کردن ارزش، از ثروت ایجاد شده برای جامعه می‌بیند (زو⁶،

¹ -porter

² - Hao Liang

³ - Luc Renneboog

⁴ - Zairi

⁵ - Peters

⁶ - Zhu

تن¹، 2008). مسئولیت اجتماعی شرکت با توجه به تعریف مرکز جهانی توسعه پایدار کسب و کار، به عنوان تعهد کسب و کار در توجه به توسعه اقتصادی پایدار، کارکردن با کارمندان، خانواده، جامعه محلی و به طور کلی جامعه، در جهت بهبود کیفیت زندگی تعریف شده است (کارنا و دیگران²، 2004). دیویس، مسئولیت اجتماعی را به عنوان آن نوع تصمیمات و اقدامات سازمان ها توصیف کرد که به دلایلی فراسوی منافع مستقیم اقتصادی یا فنی اتخاذ می شوند (دیویس³، 1960).

به طور کلی در مباحث نظری مفهوم مسئولیت اجتماعی سه مدل مطرح می باشد (ملو و دیگران⁴، 2012) : 1- مدل مسئولیت اجتماعی کارول⁵ 2- مدل مسئولیت اجتماعی لانتوس⁶ 3- مدل برین⁷

1- مدل مسئولیت اجتماعی کارول

کارول زمینه‌های مختلفی از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را به منظور ارائه یک مدل با هم ترکیب کرد. کارول مسئولیت‌های اجتماعی هر بنگاه را در سه بعد مطرح کرد که عبارت از: مسئولیت اقتصادی، قانونی، اخلاقی و نوع دوستانه می‌باشد (سیفول⁸، 2006).

الف- مسئولیت اقتصادی به عنوان پایه و اساس، که شالوده همه ابعاد در هرم مسئولیت اجتماعی شرکت است، توصیف می‌شود و به عقیده کارول مهمترین بعد است، زیرا یک سازمان می‌بایست به منظور ابقای خود در بازار و منفعت رسانی به جامعه، سودآوری و بهره‌وری داشته باشد. در واقع مسئولیت اقتصادی این است که از طریق تولید با کیفیت خوب و قیمت منصفانه برای مصرف کننده، سودآوری سرمایه‌ها را در پی داشته باشد (ملو و دیگران، 2012).

¹- Tan

²- Karna et al

³- Davis

⁴- Melo et al

⁵- Carroll

⁶- Lantos

⁷- O'Brien

⁸- Saiful

ب- مسؤولیت قانونی که در درجه کمتری از بعد قبلی قرار دارد، نشان دهنده این اصل است که هر کسب و کار مستلزم پیروی از قوانین و مقررات تعیین شده برای صلاح همگان است.

ج- مسؤولیت اخلاقی مهمترین بعدی است که کارول مطرح کرده است مشارکت‌ها و فعالیت‌هایی که انتظار می رود توسط سازمان برای جامعه انجام گردد، بدون اینکه قید و شرط مستقیم قانونی وجود داشته باشد (رهاهله¹، شرییر²، 2008). این بعد به عنوان انتظارات جامعه از سازمان و- مبنی بر این است که سازمان، ارزشها و هنجارهای جامعه را مدنظر داشته باشد و به آنها احترام بگذارد و فراتر از چارچوب قوانین مکتوب می باشد. مسؤولیت های اخلاقی شامل پایبندی به اصول اخلاقی، انجام کارهای درست، عدالت، انصاف و احترام به حقوق مردم می شود. کسانی که مسؤولیت های اخلاقی را می پذیرند، مانع از آسیب رساندن خود و دیگران به جامعه می شوند. مسؤولیت های اخلاقی، سیاستها، اصول، تصمیمات یا عملکردهایی هستند که اعضای جامعه از آنها انتظار دارند « فعالیت های مثبت » را افزایش دهند یا جلوی « فعالیت های منفی » را بگیرند، حتی اگر لزوماً در قانون مشخص نشده باشند.

د- سومین بعد مسؤولیت سازمان‌ها، بعد اجتماعی است که مجموعه وظایف و تعهداتی است که سازمان باید در جهت حفظ و کمک به جامعه با نگرش همه جانبه و رعایت حفظ وحدت و مصالح عمومی کشور، انجام دهد (رویایی، مهردوست، 1388). این مسؤولیت یعنی صرف نظر کردن از پول و زمان در جهت خدمات، همکاری ها و کمک های داوطلبانه که اکثر بحث و جدل ها در مورد مشروعیت و حد و مرز مسؤولیت اجتماعی شرکتها، روی همین موضوع تکیه دارد.

2- مدل مسؤولیت اجتماعی لانتوس

لانتوس (2001)، مسؤولیت اجتماعی شرکت را به مسؤولیت اجتماعی اخلاقی شرکت، مسؤولیت اجتماعی بشردوستانه شرکت و مسؤولیت اجتماعی استراتژیک شرکت تقسیم کرد.

¹- Rahahleh

²- shariari

الف- مسئولیت اجتماعی اخلاقی شرکت، توفعی است از شرکتها تا به منظور جلوگیری از صدمات و آسیبهایی که می تواند در نتیجه فعالیتهای آنها به دیگران و جامعه وارد شود، اخلاقاً مسؤول باشند. این نوع مسئولیت اجتماعی، از همه شرکتها انتظار می رود و بایستی آن را به عنوان وظیفه اولیه انجام دهند.

ب- مسئولیت اجتماعی بشردوستانه شرکت یک نگرانی واقعی و توجه اختیاری است.

ج- مسئولیت اجتماعی استراتژیک شرکت وقتی است که یک شرکت متعهد می شود فعالیت های خدمات اجتماعی معینی را که اهداف استراتژیک کسب و کار را به انجام می رساند، به پیش ببرد.

3- مدل برین

مدل دیگری که علی رغم شایستگی هایش کمتر مورد توجه قرار گرفته است، مدل SAC می باشد. در این مدل یک چهارچوب مفهومی برای ارزیابی تأثیر عملکردهای تجاری یک شرکت بر روی ذینفعان از طریق تجزیه و تحلیل یا ایجاد شایستگی های مورد نظر جامعه که می توانند هم به جامعه سود برسانند و هم سودآوری شرکت را افزایش دهند، ارائه می گردد. شرکتها به وسیله یکپارچه سازی شایستگی های مورد نظر جامعه با فعالیتهای خود، می توانند محصولات و خدمات جدید یا توسعه یافته، فرایندهای تولید کارتر، شهرت قوی و هویت برای نام تجاری خود ایجاد کنند (ملو و دیگران، 2012).

در واقع مسئولیت اجتماعی مفهومی است در جهت تعریف تعهد ذکر شده در مطالب فوق که به نوعی بر عهده سازمانها می باشد. می توان گفت مسئولیت اجتماعی در یک تعریف عام طریقی است که بنگاهها به وسیله آن رویکردهای اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی را با ارزش ها، فرهنگ، استراتژی ها، ساختار تصمیم گیری و شیوه های عملیاتی خود به شکلی شفاف و قابل حسابرسی یکپارچه می کنند و در نتیجه فرآیندها و رویه های بهتری را در درون سازمان خود جاری می سازند و به این ترتیب ثروت می آفرینند و وضعیت جامعه را بهبود می بخشد. در تحقیق حاضر مفهوم مسئولیت اجتماعی، حوزه هایی چون ایمنی، محصول، صداقت در تبلیغات، حقوق کارکنان، پایداری محیط زیست، رفتار اخلاقی را در برمی گیرد و ذینفعان وسیعی از کارکنان، مشتریان،

جوامع، محیط زیست، رقبا، شرکای تجاری، سرمایه‌گذاران، سهامداران و دولت‌ها را شامل می‌شود.

عوامل تعیین کننده کیفیت گزارشگری مالی

کیفیت گزارشگری مالی، دقت و صحت گزارش‌های مالی در بیان اطلاعات مربوط به عملیات شرکت، خصوصاً جریان‌های نقدی مورد انتظار، به منظور آگاه نمودن سرمایه‌گذاران می‌باشد. طبق بیانیه مفهومی شماره یک هیأت استانداردهای حسابداری مالی، گزارشگری مالی باید "اطلاعات سودمندی فراهم نماید که سرمایه‌گذاران بالفعل و بالقوه را در انجام تصمیم‌گیری‌های منطقی یاری نماید" (وردی¹، 2006). در تحقیق حاضر از سه معیار، کیفیت ارقام تعهدی، پایداری سود و قابلیت پیش بینی سود برای اندازه‌گیری کیفیت گزارشگری مالی استفاده شده است.

کیفیت ارقام تعهدی: بر ای اندازه‌گیری کیفیت ارقام تعهدی از مدل دیچو² و دیچو³ (2002) و فرانسیس و همکاران⁴ (2002) استفاده شده است. واریانس خطای اندازه‌گیری در تطبیق ارقام تعهدی و جریانهای نقدی به عنوان یک معیار اندازه‌گیری معکوس کیفیت سود در نظر گرفته می‌شود. دیچو و دیچو رابطه میان ارقام تعهدی و جریان‌های نقدی را مطابق ذیل تبیین کرده اند:

$$TCA_{it} = \varnothing_0 + \varnothing_1 CFO_{it-1} + \varnothing_2 CFO_{it} + \varnothing_3 CFO_{it} + V_{it}$$

که در آن:

TCA: مجموع ارقام تعهدی جاری است که بصورت زیر محاسبه می‌شود:

$$\Delta CA - \Delta CL - \Delta CASH - \Delta STDEBT$$

¹- Verdi

²- Dechow, I. D

³- Dechow, P. M

⁴- Francis et al.

$\Delta C \square$: تغییر در دارایی های جاری

$\Delta C \square$: تغییر در بدهی های جاری

$\Delta CA \square H$: تغییر در وجه نقد

STDEBT Δ : تغییر در وامهای کوتاه مدت در درون بدهی های جاری

CFO: جریان نقدی ناشی از عملیات است

DEPN: هزینه استهلاک و انقضا.

جریان نقد عملیاتی (CFO) از طریق سود خالص قبل از ارقام غیر مترقبه منهای کل ارقام تعهدی (ACCBS) محاسبه می شود.

$$ACCBS = \Delta CL - \Delta CL - \Delta CASH - \Delta STDEBT - \Delta EPN$$

اندیس های i و t به ترتیب شرکت و زمان

پایداری سود

با پیروی از شیپر، السون، لافوند و فرانسیس پایداری سود و توان پیش بینی سود از طریق معادله زیر بر آورد می شود:

$$EARN = \beta_{0,i} + \beta_{1,i} EARN_{i,t-1} + \varepsilon_{i,t}$$

ضریب متغیر $EARN_{i,t-1}$ یعنی $\beta_{1,i}$ در معادله فوق که یک مدل خود رگرسیون مرتبه اول است، معرف پایداری سود است. EARN: از طریق سود خالص شرکت قبل از ارقام غیر مترقبه در سال t می باشد.

قابلیت پیش بینی سود

معکوس توان پیش بینی سود را نیز به عنوان مجذور خطای برآوردی از معادله $(\sqrt{\varepsilon_{i,t}}) INVPRED = \delta$ تعریف می کنیم. در این مدل پس از برآورد معادله فوق

ریشه مجذور خطا محاسبه و ارزش‌های بیشتر (کمتر) به دست آمده دلالت بر کمتر (بیشتر) بودن قابلیت پیش بینی سود دارد.

متغیرهای کنترلی مورد استفاده شامل، اندازه شرکت، نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری و نسبت اهرمی می باشند.

مروری بر پیشینه تحقیق

کنگرلوی، بایزیدی (1389)، به بررسی رابطه بین مسؤولیت پذیری اجتماعی و تعهد سازمانی با محافظه کاری در گزارش گری مالی شرکت های پذیرفته بورس اوراق بهادار تهران پرداخته اند. یافته های پژوهش نشان می دهد، رابطه بین سازه های اخلاقی (مسؤولیت پذیری اجتماعی شرکت و تعهد سازمانی) و محافظه کاری مثبت بوده ولی تنها رابطه متغیر مسؤولیت پذیری اجتماعی شرکت و محافظه کاری از لحاظ آماری معنی دار می باشد. نتایج در مورد متغیرهای کنترلی نشان می دهد که شرکت های بزرگ و رشدی، گزارش گری مالی محافظه کارانه ای دارند و رابطه بین اهرم مالی و محافظه کاری منفی است.

عرب صالحی و دیگران (1392)، به بررسی رابطه بیان مسؤولیت اجتماعی و عملکرد مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته‌اند. در این تحقیق یافته‌ها نشان می‌دهد که عملکرد مالی با مسؤولیت اجتماعی شرکت نسبت به مشتریان و نهادهای موجود در جامعه در ارتباط است، ولی عملکرد مالی با مسؤولیت اجتماعی شرکت نسبت به کارکنان و محیط زیست رابطه معناداری وجود ندارد.

کیم و همکاران¹ (2014) در تحقیقی به بررسی رابطه مسؤولیت اجتماعی شرکت‌ها و ریسک پایین آمدن قیمت آتی سهام پرداختند. نتایج نشان می دهد که بعد از اعمال نمودن متغیرهای کنترلی بین مسؤولیت اجتماعی شرکتها و ریسک قیمت سهام رابطه منفی وجود دارد.

کیم و همکاران² (2014) در تحقیقی به عنوان مسؤولیت اجتماعی شرکت ها و ارزش حقوق صاحبان سهام در رستوران ها به بررسی ارتباط مسؤولیت اجتماعی و ریسک سیستماتیک و Q توبین پرداختند. نتایج نشان می‌دهد که بین ریسک

¹ - Kim et al.

² - Kim et al.

سیستماتیک و مسئولیت اجتماعی رابطه منفی و بین Q توبین و مسئولیت اجتماعی رابطه مثبت وجود دارد.

سالوسکی¹ و زولچ² (2012) در تحقیقی رابطه مسئولیت اجتماعی شرکت ها و کیفیت گزارشگری مالی (مدیریت سود، محافظه کاری، و کیفیت ارقام تعهدی) مورد بررسی قرار داده است. نتایج نشان می‌دهد که بین مسئولیت اجتماعی شرکت و مدیریت سود و محافظه کاری رابطه مثبت و بین مسئولیت اجتماعی شرکت و کیفیت ارقام تعهدی رابطه وجود ندارد.

کیم و کیم³ (2010)، ارزشهای فرهنگی بر درک مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌های کره‌ای به این نتیجه رسیدند که تأثیر نگرشها و باورهای بنیادی و سستی بر درک مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتها نسبت به تأثیر ارزشهای فرهنگی هوفستد با اهمیت‌تر است.

رف و همکارانش⁴ (2001)، به نتیجه مشابه، رابطه مثبت مسئولیت اجتماعی با بازده فروش دست یافتند. علاوه بر این، یک چارچوب نظری قوی با قراردادن رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکتها و عملکرد مالی در چارچوب نظریه ذینفعان منتشر کردند.

ابزار و روش

پژوهش حاضر از نظر روش، توصیفی و از حیث هدف، کاربردی است. جامعه آماری این پژوهش شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و از همه صنایع طی سال‌های 1386-1390 می‌باشد. روش نمونه‌گیری از نوع تصادفی طبقه بندی شده و به صورت حذف سیستماتیک است. شرکت‌های انتخابی باید حائز شرایط زیر باشد:

۱. پایان سال مالی شرکت اسفند ماه هر سال باشد.
 ۲. شرکت طی سالهای 1386 تا 1390 سال مالی خود را تغییر نداده باشد.
 ۳. معاملات سهام به طور مداوم در بورس اوراق بهادار تهران روی داده باشد و توقف معاملاتی بیش از یک‌ماه صوت نگرفته باشد.
- با در نظر گرفتن شرایط فوق، حجم نمونه آماری برابر 78 شده است.

¹- Salewski

²- Zulch

³- Kim et al

⁴- Ruf et al

برای جمع آوری اطلاعات اولیه و اندازه گیری متغیر وابسته مسؤولیت اجتماعی از پرسشنامه استاندارد استفاده شده است. در کلیه مراحل طراحی پرسشنامه استفاده از جملات بدون ابهام مورد توجه بوده و پس از طراحی اولیه از نظرات استادان حسابداری و مدیریت جهت افزایش پایایی استفاده شده است. در نهایت مقدار آزمون آلفای کرونباخ داده‌های جمع آوری شده نیز محاسبه گردید که بالاتر از 0/8 به دست آمد. پرسشنامه‌های تدوین شده در اختیار مدیران مالی زن قرار گرفته و داده‌ها جمع آوری گردیده است. به منظور گردآوری داده‌های مربوط به کیفیت گزارشگری مالی از صورت‌های مالی شرکت‌های مورد مطالعه در طی دوره زمانی پژوهش استفاده شده است.

آزمون فرضیه‌ها

برای آزمون فرضیه‌ها از روش آماری رگرسیون چندگانه استفاده شد.

آزمون فرضیه اول

جدول (1): نتایج آزمون فرضیه اول

معنی داری کل مدل		D.W	R ²	Adj-R2
F آماره	Sig.	1,807	0,447	0,416
14,523	0,008			
معنی داری هر یک از		ضرایب β	C	متغیر مستقل
t آماره	Sig.			
0,989	0,326	0,091	-240/333	مسئولیت اجتماعی
5,493	0,000	0,526		اندازه شرکت
0,344	0,732	0,032		نسبت ارزش بازار به دفتری
2,597	0,011	0,249		اهرم مالی

نتایج آزمون رگرسیون خطی برای فرضیه اول در جدول 1 قابل مشاهده است، نتایج ارائه شده در جدول 1 نشان می‌دهد که سطح معنادار متغیر مستقل بیشتر از 0/05 است و بنابراین، ضریب متغیر مستقل از لحاظ آماری معنادار نیست. در نتیجه شواهدی برای پذیرش فرضیه H₁ مشاهده نشده است و می‌توان ادعا نمود که بین مسؤولیت اجتماعی

شرکتها و کیفیت ارقام تعهدی رابطه معنادار وجود ندارد. بنابراین فرضیه اول تحقیق در سطح اطمینان 95% پذیرفته نمی‌شود. همچنین ضریب تعیین برای این الگو 0/447 است این موضوع مبین این است که الگوی رگرسیونی توانسته است 44/7 درصد از تغییرات متغیر وابسته را از طریق تغییرات متغیر مستقل تبیین نماید.

یکی از مفروضاتی که در رگرسیون مد نظر قرار می‌گیرد، استقلال خطاها (تفاوت بین مقادیر واقعی و مقادیر پیش بینی شده توسط معادله رگرسیون) از یکدیگر است. در صورتی که فرضیه استقلال خطاها رد شود و خطاها با یکدیگر همبستگی داشته باشند امکان استفاده از رگرسیون وجود ندارد به منظور بررسی استقلال خطاها از یکدیگر از آزمون دوربین - واتسون استفاده می‌شود. چنانچه آماره دوربین - واتسون در بازه 1/5 و 2/5 قرار گیرد H_0 آزمون (عدم همبستگی بین خطاها) پذیرفته می‌شود و در غیر این صورت H_0 رد می‌شود یعنی همبستگی بین خطاها وجود دارد. در این فرضیه، آماره دوربین واتسون 1/807 است. این یافته نشان می‌دهد که بین خطاهای مدل همبستگی وجود ندارد. از آماره F برای آزمون معنا دار بودن کلی رگرسیون استفاده می‌شود. در جدول بالا Sig. آماره F (0/002) کمتر از خطای پیش بینی (0/05) می‌باشد، بنابراین فرض H_0 رد شده و مدل رگرسیون معنادار می‌باشد.

آزمون فرضیه دوم

جدول (2) : نتایج آزمون فرضیه دوم

معنی داری کل مدل Anova		D.W	R ²	Adj-R2
آماره F	Sig.	1,852	0,695	0,678
40,933	0,000			
معنی داری هر یک از متغیرها		ضرایب β	C	متغیر مستقل
آماره t	Sig.			
0,334	0,740	0,023	116/643	مسئولیت اجتماعی
12,209	0,000	0,869		اندازه شرکت
1,214	0,229	0,084		نسبت ارزش بازار به دفتری
-3,277	0,002	-0,234		اهرم مالی

نتایج ارائه شده در جدول 2 نشان می‌دهد که سطح معنادار متغیر مستقل بیشتر از 0/05 است و بنابراین، ضریب متغیر مستقل از لحاظ آماری معنادار نیست. در نتیجه شواهدی برای پذیرش فرضیه H_1 مشاهده نشده است و می‌توان ادعا نمود که رابطه خطی معناداری بین مسؤولیت اجتماعی شرکتها و پایداری سود وجود ندارد. بنابراین فرضیه دوم تحقیق در سطح اطمینان 95% پذیرفته نمی‌شود. همچنین ضریب تعیین برای این الگو 0/695 است این موضوع بیانگر این است که الگوی رگرسیونی توانسته است 69/5 درصد از تغییرات متغیر وابسته را از طریق تغییرات متغیر مستقل تبیین نماید Sig. آماره F (0/000) نیز کمتر از خطای پیش بینی (0/05) می باشد، بنابراین مدل رگرسیون معنادار می‌باشد.

آزمون فرضیه سوم

جدول (3): نتایج آزمون فرضیه سوم

معنی داری کل مدل Anova		D.W	R ²	Adj-R2
آماره F	Sig.	2,087	0,318	0,280
8,375	0,000			
معنی داری هر یک از متغیرها		ضرایب β	C	متغیر مستقل
آماره t	Sig.			
2,339	0,022	0,238	0,06	مسئولیت اجتماعی
2,298	0,024	0,244		اندازه شرکت
-1,619	0,110	-0,168		نسبت ارزش بازار به دفتری
2,914	0,004	0,314		اهرم مالی

نتایج ارائه شده در جدول 3 نشان می‌دهد که سطح معنادار متغیر مستقل کمتر از 0/05 است و بنابراین، ضریب متغیر مستقل از لحاظ آماری معنادار است. در نتیجه شواهدی برای پذیرش فرضیه H_0 مشاهده نشده است و می‌توان ادعا نمود که رابطه خطی مثبت معناداری بین مسؤولیت اجتماعی شرکتها و قابلیت پیش بینی سود در بلند مدت وجود دارد. بنابراین فرضیه سوم تحقیق در سطح اطمینان 95% پذیرفته می‌شود. همچنین ضریب تعیین برای این الگو 0/318 است این موضوع بیانگر این است که الگوی رگرسیونی توانسته است 31/8 درصد از تغییرات متغیر وابسته را از طریق تغییرات

متغیر مستقل تبیین نماید. Sig. آماره F (0/000) نیز کمتر از خطای پیش بینی (0/05) می باشد، بنابراین مدل رگرسیون معنادار می باشد.

نتیجه گیری

با توجه به گسترش فعالیتهای اقتصادی و پیشرفت روز افزون بازارهای سرمایه از جمله بازار بورس اوراق بهادار تهران و توجه سرمایه گذاران به وضعیت شرکت ها در راستای خصوصی سازی، پژوهش پیرامون تأثیر مؤلفه های رفتاری بر متغیرهای حسابداری از اهمیت فوق العاده ای برخوردار است. در پژوهش حاضر در راستای بهبود تصمیم گیری سرمایه گذاران و همچنین بستن کاران و سایر استفاده کنندگان به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و کیفیت گزارشگری مالی پرداخته شده است. در بیانی کلی براساس آزمون های آماری، نتایج نشان داد که بین متغیر مستقل مسئولیت اجتماعی و متغیرهای مستقل کیفیت ارقام تعهدی و پایداری سود رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. همچنین نتایج نشان داد بین مسئولیت اجتماعی و قابلیت پیش بینی سود رابطه مثبت و معنا دارد و وجود دارد. نتایج تحقیق با نتایج تحقیقات، لاکسمانا¹ و یانگ² (2009) و چوی³ و پی⁴ (2011) همخوانی ندارد اما با نتایج تحقیق کیم (2012) و سالوسکی و زولچ (2012) همخوانی دارد. این پژوهش به مدیران کمک خواهد کرد تا سیاست های مؤثر مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکت ها را که برای دستیابی به کیفیت گزارشگری مالی بهتر آنها در بلند مدت لازم است، توسعه دهند. همچنین بینشی را برای شرکت ها در زمینه نقش مسئولیت اجتماعی در کسب منافع آتی فراهم می نمایند.

پیشنهادها

به نظر پژوهشگر، هنوز موضوعات مختلفی در این زمینه وجود دارد که برای پژوهش های آتی می تواند حائز اهمیت باشد. بنابراین پیشنهاد می شود به منظور استفاده هر چه بیشتر از نتایج پژوهش و همچنین کمک به روشن شدن تأثیر مؤلفه های

¹- Laksmana

²- Yang

³- Choi

⁴- Pae

مسئولیت اجتماعی بر متغیرهای حسابداری در آینده، به موضوعات زیر توجه بیشتری شود:

1. بررسی رابطه غیر خطی بین مسئولیت اجتماعی و کیفیت گزارشگری مالی
2. تکرار این پژوهش با استفاده از وقفه‌های زمانی و بررسی اثر افزایش وقفه بر بهبود پیش بینی مدل.
3. مقایسه قدرت توضیحی سایر مؤلفه‌های اخلاقی با معیارهای اخلاقی استفاده شده در این پژوهش در تعیین کیفیت گزارشگری مالی.
4. بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی بر متغیرهای حسابداری در بخش‌های با مالکیت دولتی و خصوصی.
5. گنجاندن موضوع مسئولیت اجتماعی به حوزه سیاست‌گذاری‌های کلان سیاسی و اقتصادی .
6. معرفی استاندارد مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی اجتماعی SA8000.

منابع:

- تقی زاده هوشنگ، سلطانی فسقندیس غلامرضا (1389)، تاثیر اخلاق کسب و کار بر مسئولیت اجتماعی بنگاه، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال پنجم، شماره های 3و4، ص 104-94.
- جبارزاده کنگرلوئی، بایزیدی انور(1389)، بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی و تعهد سازمانی با محافظه کاری در گزارشگری مالی شرکت‌های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران، فصلنامه بورس اوراق بهادار، سال سوم، شماره 9، بهار 89، ص 77-96
- رویایی رضانعلی، حسین مهردوست(1388)، بررسی نقش مدیران فرهنگی در ارتقای مسئولیت اجتماعی، پژوهش نامه علوم اجتماعی، سال سوم، شماره 3، 43-59.
- عرب صالحی و دیگران (1392)، رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پژوهش‌های تجربی حسابداری، سال سوم، شماره 9، 1392، ص 1-20
- مشبکی اصغر، خلیلی شجاعیوهاب(1389)، بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها (وزارت نیرو به عنوان مورد)، جامعه شناسی کاربردی، سال بیست و یکم، شماره پیاپی (40)، شماره چهارم، ص 37-56.
- Choi, T.H. and Pae J. (2011), Business Ethics and Financial Reporting Quality: Evidence from Korea. Journal of Business Ethics, Vol. 103, 403-427.
- Davis, K. (1960), "Can business afford to ignore its social responsibility?" California Management Review, 2 (3), 70-76
- Jin, G. K. & Drozdenko, R. G. (2010). "Relationships among Perceived Organizational Core Values, Corporate Social Responsibility, Ethics, and Organizational Performance Outcomes: An Empirical Study of Information Technology professionals", Journal of Business Ethics, Vol. 92, 341-359
- Karna, et al, (2004), Social responsibility in environmental marketing planning. European Journal of Marketing, Vol. 37 No. 5/6
- Kim, M. and kim, Y. (2014), Corporate social responsibility and shareholder value of restaurant firms, International Journal of Hospitality Management, Vol. 40, 120-129.

-
- Kim, Y. & Kim, S. Y. (2010), "The Influence of Cultural Values on Perceptions of Corporate Social Responsibility: Application of Hofstede's Dimensions to Korean Public Relations Practitioners", *Journal of Business Ethics*, Vol. 91, 485-500.
 - Kim, Y., Li, H. and Li, S. (2014), Corporate social responsibility and stock price crash risk, *Journal of Banking & Finance*, Vol. 43, 1-13.
 - Kim, Y., Park, M. and Wier, B. (2012), Is Earnings Quality associated with Corporate Social Responsibility? *The Accounting Review*, Vol. 87, No. 3, 761-796.
 - Laksmana, I. and Yang Y. (2009), Corporate citizenship and earnings attributes. *Advances in Accounting, incorporating Advances in International Accounting*, Vol. 25, 40-48.
 - Lantos, G. P. (2001), The boundaries of strategic corporate social responsibility. *Journal of Consumer Marketing*, 18(7), 595-630.
 - Liang H. & Renneboog L. (2014), The Foundations of Corporate Social Responsibility, Finance Working Paper N 394.
 - MELO, T.; MOURA-LEITE, R.C.; PADGETT, R.C. Conceito de responsabilidade social corporativa dos hotéis de luxo de Natal/RN, Brasil. *Caderno Virtual de Turismo*. Rio de Janeiro, v. 12, n. 2, p.152-166, ago. 2012.
 - Porter, M.E. (1991), American's green strategy. *Scientific American*, 264, 168
 - Rahahleh, M. Y., Shariari, J. A.(2008), The Extent of Social Responsibility Accounting Application in the Qualified Industrial Zones in Jordan. *Journal of International Management Review*, Vol. 4 No. 2, pp 5
 - Saiful, Jan (2006), Defining Corporate Social Responsibility. *Journal of Public Affairs* 6: 176-184.
 - Salewski, M. and Zülch H. (2012), The Association between Corporate Social Responsibility (CSR) and Earnings Quality – Evidence from European Blue Chips, HHL Working Paper Series No. 112.

-
-
- Verdi, R.S.(2006), "Financial Reporting Quality and Investment Efficiency" Working paper, University of Pennsylvania.
 - Werhane, P.H. (1985), "Persons, rights and corporations", Englewood Cliffs, Prentice-Hall.
 - Zairi, M., and Peters, J. (2002), "The impact of social responsibility on business performance", *Managerial Auditing Journal*, 17 (4), 422-456.
 - Zhu, D & Tan, K.H (2008), Issues and challenges of CSR practices in textile industry: an empirical study in Suzhou, China. *Management and Enterprise Development Journal*, 5(6): 759-772.

