

تأثیر کیفیت گزارشگری مالی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت ها و فرصت های رشد

سامان پولادی*

زینب پولادی^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۲/۱۷ تاریخ چاپ: ۱۴۰۲/۰۲/۱۸

چکیده

امروزه، مسئولیت اجتماعی شرکت ها، بخش جدایی ناپذیری از مطالعات مالی اقتصادی جهان تلقی می شود. شیوه های مسئولیت اجتماعی شرکتها در کشور های توسعه یافته و در حال توسعه و خصوصیات و الگوهای افشای مسئولیت اجتماعی بین بخش های مختلف، متنوع است. مسئولیت اجتماعی شرکت ماهیتی است که شرکتها باید نه فقط در مقابل سهامدارانشان پاسخگو و مسئول باشند بلکه همچنین باید در مقابل سایر سهامداران از جمله اعتباردهندگان، خرده فروشان از همه مهمتر مشتریان نیز مسئول باشند. هدف این تحقیق بررسی تأثیر کیفیت گزارشگری مالی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و فرصتهای رشد می باشد و قلمرو زمانی سال های بین ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۸ بوده است. به طور کلی روش آماری مورد استفاده در این پژوهش روش توصیفی و رگرسیون چندگانه است. فرضیه ها از طریق نتایج حاصل از الگوهای اقتصادسنجی و رگرسیون چند متغیره مورد آزمون قرار گرفتند. به منظور تعیین معنی دار بودن الگوی رگرسیون از آماره F فیشر استفاده شده است. برای بررسی معنی دار بودن ضریب متغیرهای مستقل در هر الگو، از آماره t استیودنت در سطح اطمینان ۹۵٪، استفاده شده است. بدین منظور از نرم افزارهای EXCEL و EViews استفاده شده است. همچنین از آزمون دوربین واتسون نیز برای بررسی نبود مشکل خود همبستگی بین جملات پسماند استفاده گردید. بر اساس روش حذف سیستماتیک تعداد ۱۰۷ شرکت به عنوان نمونه آماری انتخاب گردید. نتایج تحقیق نشان داد بین مسئولیت اجتماعی و فرصتهای رشد ارتباط معنادار وجود دارد. کیفیت گزارشگری مالی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و فرصتهای رشد تأثیرگذار است.

واژگان کلیدی

کیفیت گزارشگری مالی؛ مسئولیت اجتماعی شرکت؛ فرصتهای رشد

۱. کارشناسی ارشد حسابداری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خرم آباد، لرستان، ایران.
(Samanpol1371@gmail.com).

۲. کارشناسی ارشد حسابداری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خرم آباد، لرستان، ایران.
(Zeinab.Pouladi1206@gmail.com).

مقدمه

حسابداری مرسوم با تاکید بر اندازه گیری و گزارشگری معاملات و رویدادهای اقتصادی، معاملات اجتماعی واحدهای تجاری با اجتماع پیرامونش را نادیده می گیرد. پیامد این معاملات اجتماعی، هزینه های اجتماعی به معنی کاهش منابع اجتماعی و منافع اجتماعی به معنی افزایش و بهبود منابع اجتماعی است. هدف نهایی حسابداری اجتماعی اندازه گیری و گزارشگری این منابع، هزینه ها و منافع اجتماعی است (برزگر، ۱۳۹۲). امروزه، مسئولیت اجتماعی شرکت ها، بخش جدایی ناپذیری از کتب و مقالات مالی اقتصادی جهان تلقی می شود. شیوه های مسئولیت اجتماعی شرکتها در کشور های توسعه یافته و در حال توسعه و خصوصیات و الگوهای افشای مسئولیت اجتماعی بین بخش های مختلف، متنوع است (طالب نیا و همکاران، ۱۳۹۷). در طی سال های اخیر، جنبش های اجتماعی در اعتراض به قدرت شرکت های فرا ملی و سهامی بزرگ، افزایش چشمگیری داشته اند؛ به نحوی که در گرد همایی سران شرکت ها یا رهبران کشور های صنعتی در اجلاس هایی چون سیاتل و داووس، شاهد قدرت نمایی این جنبش های اعتراضی بوده ایم. نگرانی مردم این است که شرکت ها نسبت به اعمال، برنامه ریزی ها و سیاست های خود به جامعه جهانی پاسخگو نیستند. فعالان طرفدار محیط زیست، گروه های حقوق بشر، اتحادیه های تجاری و بسیاری از شهروندان آگاه و هوشیار خواستار آن هستند که شرکت ها نسبت به مردم پاسخگو باشند. اکنون گروه های مختلف اجتماعی در این زمینه با یکدیگر هم عقیده شده اند که شرکت ها باید در خدمت رفع نیاز های مردم باشند، نه مردم در خدمت بر آوردن نیاز های شرکت های بزرگ (امیدوار، ۱۳۸۷).

بیان مسئله

با توجه به عمق اقتصاد حول محور بازار، مسئولیت اجتماعی شرکت ها و کیفیت اطلاعات شرکتها از اهمیت بیشتری برخوردار شده است و همچنین اهمیت رابطه بین مسئولیت اجتماعی و شفافیت اطلاعات برای شرکتها رو به افزایش است. افشای مسئولیت اجتماعی نه تنها بر گسترش پایداری شرکتها و سطوح ریسک شرکت تاثیر گذار است بلکه منجر به غنی سازی شفافیت اطلاعات شرکت نیز می شود. از طرفی کیفیت بالای افشای مسئولیت اجتماعی از جانب شرکتها؛ افزایش شفافیت اطلاعاتی را بدنبال دارد و سهامداران را قادر می سازد تا ریسک سرمایه گذاری را کاهش دهند و در نتیجه اطمینان آنها از کسب و کارشان افزایش می یابد. (چن و همکاران^۱، ۲۰۱۷) طی تحقیقات خود نشان دادند مسئولیت اجتماعی شرکتها بطور اثربخش منجر به کاهش سطوح مدیریت سود و افزایش کیفیت گزارشگری مالی می شود. مسئولیت اجتماعی شرکت ماهیتی است که شرکتها باید نه فقط در مقابل سهامدارانشان پاسخگو و مسئول باشند بلکه همچنین باید در مقابل سایر سهامداران از جمله اعتبار دهندگان، خرده فروشان از همه مهمتر مشتریانانشان نیز مسئول باشند (بازین^۲، ۲۰۰۹). افشای مسئولیت اجتماعی شامل عملکرد اقتصادی، محیطی، اجتماعی و حاکمیتی است که کاملاً بر رویایی شرکت با فرصتها و خطرهای ارتباط است. افشای مسئولیت اجتماعی به سرمایه گذاران در درک موقعیت شرکت کمک می کند و منجر به کاهش عدم تقارن اطلاعاتی می شود. (لیو^۳، ۲۰۰۷) در پژوهش خود اعلام کرد که افشای مسئولیت اجتماعی باید بطور داوطلبانه باشد و

¹ Chen et al

² Bazin

³ Liu

افشای الزامی گزارشات مسئولیت اجتماعی با عدم مربوط بودن و عدم اتکا همراه است. گزارشات مالی مبنایی برای قانون گذاران به حساب می آید و کیفیت بالای گزارشگری مالی منجر به افزایش ارزش شرکت می شود. طبق تحقیقات انجام شده شرکتها با سرمایه گذاری در فعالیتهای اجتماعی منجر به کاهش دستکاری سود می شوند و این بر کیفیت گزارشگری مالی تأثیر گذاری بسزایی دارد (پریورو همکاران^۴، ۲۰۰۸).

اهمیت و ضرورت تحقیق

مسئولیت اجتماعی شرکتها یک جنبش نوظهور در شرکتهاست که به دنبال یافتن یک راه حل مفید و موثر برای مواجهه شدن با مسائل اجتماعی و محیطی شرکت های مدرن در جامعه امروزی است. محرک های پذیرش و سازگاری با مسئولیت اجتماعی در سطح شرکتها در ادبیات جدید و تحقیقات بسیاری مورد توجه پژوهشگران و افراد آکادمیک است و این مطالعات می تواند به درک بهتر برنامه های اجتماعی و محیطی شرکتها به عنوان محرک سودآوری و عملکرد مناسب در جامعه کمک کند (کومین کیولی و همکاران^۵، ۲۰۱۲). امروزه کیفیت اطلاعات حسابداری نقش بسیار مهمی در گردش فعالیت سازمان ها ایفا نموده، در مجموعه محیط اقتصادی کشورها وظیفه ای با اهمیت بر عهده دارند. هرگونه تحقیق در زمینه نحوه اثرگذاری اطلاعات حسابداری بر طیف وسیع تصمیم گیرندگان ذی نفع در شرکت ها، به درک بهتر از چگونگی نقش این اطلاعات و ضرورت افشای بیشتر و بهتر آنها کمک می کند (دانکو و همکاران^۶، ۲۰۰۸).

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

تعریف مسئولیت اجتماعی شرکت ها

منظور از مسئولیت های اجتماعی سازمان، پیوستگی و اتحاد میان فعالیت ها و ارزش های سازمان به گونه ای است که منافع کلیه ذی نفعان شامل سهامداران، مشتریان، کارکنان، سرمایه گذاران و عموم جامعه، در سیاستها و عملکرد سازمان منعکس گردد. (بن لملی و بیتار^۷، ۲۰۰۱۸). به طور کلی، گزارشگری اجتماعی، فرآیند انتقال اطلاعات مرتبط با تأثیرات اجتماعی و زیست محیطی عملکرد اقتصادی سازمان به جامعه است. گسترش مسئولیت پذیری سازمان بر این موضوع دلالت دارد که مسئولیت های سازمان از آنچه در گذشته بوده، یعنی "فراهم کردن پول برای سهامداران" فراتر رفته است (لانگ و همکاران^۸، ۱۹۹۶). حسابداری اجتماعی بخشی از دانش حسابداری است که هدف آن اندازه گیری و گزارشگری اثرات اجتماعی (هزینه ها و منافع اجتماعی) ناشی از فعالیت های واحد تجاری است (ریچاردسون^۹، ۲۰۰۶). مسئولیت اجتماعی سازمان ها در برگیرنده اقتصاد، قانون، اخلاقیات و انتظارات بشردوستانه واحدهای تجاری است که به کلیه ذینفعان تعمیم می یابد (دهالیوال و همکاران^{۱۰}، ۲۰۱۱).

⁴ Prior et al

⁵ Comincioli et al

⁶ Danko et al

⁷ Benlemlih & Bitar

⁸ Lang et al

⁹ Richardon

¹⁰ Dhaliwal et al

هدف استفاده کنندگان از اطلاعات حسابداری اجتماعی

طبق بررسی های به عمل آمده مشخص گردیده است هفت گروه از اطلاعات شرکت ها استفاده می کنند که چون مدل های تصمیم گیری این گروه ها مورد توجه قرار نمی گیرد، لذا انتشار اطلاعات با ماهیت حسابداری اجتماعی عملی نبوده و اکثر اطلاعات منتشر شده دارای اهداف متفاوت و مجزا از یکدیگر می باشند. در تحقیقات نشان داده شده است که مدیران شرکتها تمایل دارند که گزارشگری اجتماعی شرکت را بصورت محدود و متناسب با هدف حداکثر سازی ثروت سهامداران بکار گیرند و همچنین مدیران معتقدند فشارهای اجتماعی باعث ایجاد نیاز به پاسخگویی شرکتها شده است (فروغی و همکاران، ۱۳۹۷). با توجه به احساس نیاز شرکتها و مدیران به ارائه گزارشات اجتماعی و از طرفی با توجه به محدودیت هایی که برای ارائه گزارش های اجتماعی مناسب وجود دارد به نظر می رسد سازمان های قانونگذاری می بایست قوانینی تدوین نمایند تا شرکتها را مجاب نمایند گزارشگری اجتماعی داشته باشند (بیم و همکاران^{۱۱}، ۲۰۱۲).

نقش حرفه حسابداری در گزارشگری و افشاء مسئولیت اجتماعی شرکتها

حسابداران و حرفه حسابداری یک نقش اساسی در مباحثات جدید از جمله مسئولیت اجتماعی شرکتها به عهده دارند. نقش اصلی حسابداران، مشارکت آنها در فراهم کردن مکانیزم هایی برای شرکت ها جهت پاسخگو بودن در راستای ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکتها هستند و به طور خاص، ملاحظات گزارشگری و افشاء مسئولیت اجتماعی شرکتها در چشم انداز حرفه حسابداری بسیار حائز اهمیت است (برزگر، ۱۳۹۲). در واقع، نهادهای حرفه ای حسابداری باید در چشم انداز و استراتژی خود برای تغییر در راستای این مفاهیم جدید در ادبیات حسابداری بین الملل سازماندهی و سازگار شوند و حتی این نگرانی وجود دارد که حرفه حسابداری در این محیط تجاری امروزی میسر خودش را نامناسب ترسیم نماید و شاید به عنوان یک خطر برای نقش نهائی حسابداران در جامعه باشد (لی اندرس و همکاران^{۱۲}، ۲۰۰۵). حسابداران در زمینه های مربوط به مسئولیت های اجتماعی همچون، گزارشگری، شفافیت، اصول اخلاقی، مطابقت با قانون، ارتباط با ذی نفعان و مصرف منابع، نقشی حیاتی در سازمان ها بازی می کنند. محیط تجاری کنونی فرصت ها و مخاطراتی را برای حسابداری و حسابداران به وجود آورده است (عرب صالحی و همکاران، ۱۳۹۲).

گزارشگری و افشاء مسئولیت اجتماعی شرکتها در بورس ها و بازارهای سرمایه

امروزه توسعه فراگیر الزامات گزارشگری اجتماعی و محیطی توسط نهاد های مقرراتی و بورس های اوراق بهادار در سطح جهانی بسیار مشهود است. در واقع این رشد روز افزون الزامات گزارشگری ابعاد جدید انعکاسی از افزایش اهمیت گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکتها یا پایندگی در بازار های مالی امروز می باشد و توجه به ابعاد مرتبط با شفافیت و پاسخگویی فرا مالی در بازار های مالی بسیار مورد تمرکز و توجه است. لذا، اهمیت ارائه داده های با اهمیت اجتماعی و محیطی برای شرکت های سهامی عام بورس و ارتقاء در تکنولوژی گزارشگری مالی به کمک ابزار های نوین از جمله گزارشگری تحت وب و XBRL در محدوده و دامنه ای فراتر از ابعاد صرف مالی یک امر اجتناب ناپذیر تلقی می گردد. در سطح بورس های جهانی موج فزاینده آگاهی و استاندارد سازی گزارشگری ESG برای شرکت های پذیرفته شده در

¹¹ Bim et al

¹² Lyanders et al

بورس ها ایجاد شده است و به طور خاص در بورس های بازار های نوظهور الزام به شفافیت بیشتر و افشاء بهتر مرتبط با عملکرد ESG شکل گرفته شده است و انتظار می رود تدوین کنندگان مقررات دولتی در حوزه الزامات گزارشگری پاینده فعال تر شوند و با ساده سازی این فرایندهای گزارشگری به الزامات اجباری برای ترویج این گزارشگری های نوین اقدام نمایند. همچنین سازمان ملل متحد در نشست سال ۲۰۱۲، برنامه هایی را برای افزایش شفافیت ابعاد محیطی، اجتماعی و حاکمیت برای شرکت های بورس اعلام نمودند و بر این اساس بسیاری از بورس ها آماده الزام شرکت ها بر گزارش ابعاد یا مسایل اجتماعی، محیطی و حاکمیت و یا توضیح اینکه چرا نه هستند (فلامر^{۱۳}، ۲۰۱۳).

پیشینه تحقیقات

نمازی و مقیمی (۱۳۹۷) به بررسی تأثیر نوآوری و نقش تعدیلی مسئولیت پذیری اجتماعی بر رابطه بین نوآوری و عملکرد مالی شرکت ها پرداختند. یافته ها نشان می دهند که در بورس اوراق بهادار تهران، نوآوری در صنعت دارویی، شیمیایی و پلاستیک نسبت به صنایع دیگر، تأثیری بیشتری روی عملکرد مالی دارد. مسئولیت پذیری اجتماعی در صنعت کانی ها و دارویی، شیمیایی و لاستیک نسبت به صنایع دیگر، تأثیر بیشتری بر عملکرد مالی شرکت ها دارد.

سپاسی و حسن زاده (۱۳۹۵) به بررسی تأثیر بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی شرکت بر پایداری سود شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. در این پژوهش اطلاعات مربوط به ۷۱ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در طول سالهای ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۳ گردآوری شده است. نتایج کلی حاصل از تحقیق نشان داد که بین بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی شرکت و پایداری سود رابطه معنی داری وجود دارد. بدین معنی که افزایش وثبات در سودآوری میتواند با ایفای جنبه اقتصادی مسئولیت اجتماعی شرکت تسهیل شود.

امیری و وکیل زاده (۱۳۹۰) به بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد شرکت ها پرداختند. نمونه آماری این تحقیق ۹۲ شرکت فعال در بورس اوراق بهادار در طی سالهای (۱۳۸۱-۱۳۹۰) است. طراحی الگوی جدید مسئولیت اجتماعی به روش DEA می باشد و معیارهای عملکرد شرکت ها شامل (بازده دارایی، بازده حقوق صاحبان سهام، بازده واقعی سهام، نسبت کیوتوین، ارزش بازار حقوق صاحبان سهام، ارزش افزوده اقتصادی، هزینه سهام عادی) است. نتایج حاصل مطالعه مذکور وجود یک رابطه معنا دار بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد شرکت ها را نشان می دهند.

احمدپور و فرمانبردار (۱۳۹۳) به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و خطای پیش بینی سود هر سهم در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد بین سطح افشاء مسئولیت اجتماعی شرکتها با قدرمطلق خطای پیش بینی سود هر سهم ارتباط معکوس معنی داری وجود دارد. همچنین، بین سطح افشاء عملکرد اجتماعی و زیست محیطی شرکت با قدر مطلق خطای پیش بینی سود هر سهم رابطه معکوس معنی داری مشاهده گردید.

پریور و همکاران (۲۰۰۸) طی تحقیقات خود به بررسی ارتباط بین مسئولیت اجتماعی شرکتها و کیفیت گزارشگری مالی پرداختند. بر اساس تحقیقات انجام شده، شرکتهایی که کیفیت اطلاعاتی بیشتری داشته اند، بیشتر از شرکتهای دیگر در بازار

¹³ Flammer

ارزش گذاری شده اند طبق بررسی های انجام شده نتایج پژوهش حاکی از آن بود که شرکتها با سرمایه گذاری در فعالیتهای اجتماعی منجر به کاهش دستکاری سود می شوند و این بر کیفیت گزارشگری مالی تاثیر گذاری بسزایی دارد.

فارووق و همکاران^{۱۴} (۲۰۱۴) به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و کیفیت گزارشگری مالی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار چین پرداختند. با توجه به عمق اقتصاد حول محور بازار، مسئولیت اجتماعی شرکت ها و شفافیت اطلاعات شرکتها از اهمیت بیشتری برخوردار شده است و همچنین اهمیت رابطه بین مسئولیت اجتماعی و شفافیت اطلاعات برای شرکتها رو به افزایش است. طبق بررسی های انجام شده شواهد حاکی از آن بود که افشای داوطلبانه مسئولیت اجتماعی، شفافیت اطلاعات را افزایش می دهد و منجر به بهبود کیفیت گزارشگری مالی می شود.

چان و همکاران^{۱۵} (۲۰۱۷) تحقیقی تحت عنوان بررسی ارتباط بین مسئولیت اجتماعی شرکت و تامین مالی شرکت انجام دادند. به این منظور تعداد ۱۲۲۲ شرکت از کشور کره مورد بررسی قرار دادند که نتایج حاکی از وجود ارتباط منفی و معنادار بین تامین مالی و مسئولیت اجتماعی بوده است.

ناراکریسان^{۱۶} (۲۰۱۳) به بررسی ارتباط بین ساختار مالی و مسئولیت اجتماعی پرداختند. نتایج پژوهش حاکی از وجود یک ارتباط معنادار بین ساختار مالی و عملکرد اجتماعی شرکت بوده است.

ایانو و سرافیم^{۱۷} (۲۰۱۰) تاثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر توصیه های سرمایه گذاری پرداختند و با استفاده از نمونه بزرگ در یک دوره زمانی ۱۵ ساله در ایالت متحده آمریکا نتایج تحقیق مذکور نشان داد که هیچ رابطه معناداری بین نرخ مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتها و خطای پیش بینی سود وجود ندارد.

روش شناسی تحقیق

طرح پژوهش این تحقیق با استفاده از رویکرد پس رویدادی (از طریق اطلاعات گذشته) است. از طرف دیگر، پژوهش حاضر از نوع تحقیقات توصیفی- علت و معلولی است. بر اساس ماهیت داده ها، از نوع تحقیق کمی به حساب می آید. بر اساس اهداف نیز از نوع تحقیق کاربردی به حساب می آید؛ و به منظور بررسی فرضیه های پژوهش و با توجه به ماهیت اطلاعات و داده های پژوهش که مبتنی بر اطلاعات کمی و واقعی گذشته است، از آزمون رگرسیون استفاده می شود.

مدل رگرسیونی تحقیق

$$Growth_{it} = \alpha_0 + \beta_0 CSR_{it} + \beta_1 Quality_{it} + \beta_3 (Quality_{it} \times CSR_{it}) + \beta_4 Size_{it} + \beta_5 Beta_{it} + \varepsilon_{it}$$

$Growth_{it}$: فرصتهای رشد

CSR_{it} : مسئولیت اجتماعی

$Quality_{it}$: کیفیت گزارشگری مالی

$Size_{it}$: اندازه شرکت

¹⁴ Farooq et al

¹⁵ Chan et al

¹⁶ Narakrisan

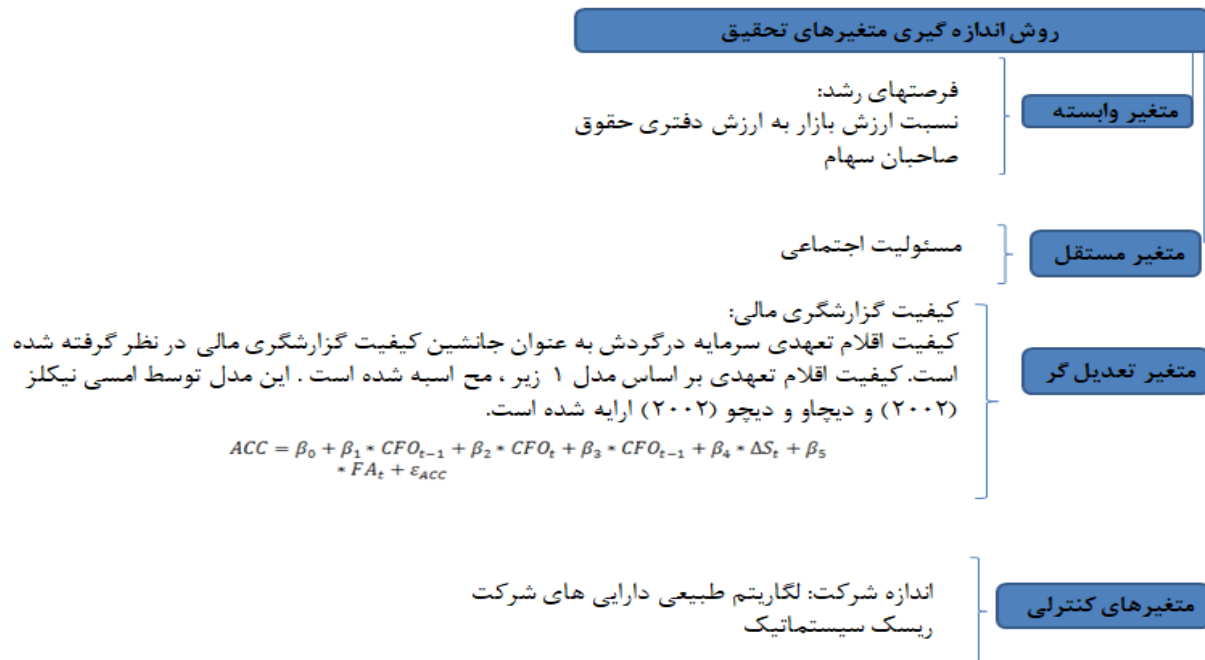
¹⁷ Ioannon & Serafein

$Beta_{it}$: ریسک سیستماتیک

ε_{it} : سطح خطا

متغیرهای پژوهش

شکل شماره ۱ متغیرهای پژوهش را نشان می دهد.



شکل ۱. متغیرهای پژوهش

روش و ابزار گردآوری داده ها

مباحث تئوریک پژوهش از روش جمع آوری اطلاعات اولیه و با مراجعه به صورت های مالی شرکت های مورد مطالعه انجام گرفته است و جمع آوری اطلاعات ثانویه از طریق مطالعه نشریات؛ منابع داخلی و خارجی موجود در کتابها و استفاده از اینترنت جمع آوری شده است. داده های مورد نیاز تحقیق کلاً از روش کتابخانه ای و همچنین با مراجعه به سازمان بورس اوراق بهادار تهران و مطالعه صورتهای مالی اساسی شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در طی سالهای ۱۳۹۴-۱۳۹۸ بدست آمده اند. در این باره علاوه بر مطالعه صورتهای مالی اساسی، اطلاعات مربوطه از سایت اطلاعاتی بورس اوراق بهادار تهران و پرسشنامه مسئولیت اجتماعی مورد استفاده قرار گرفته است.

جامعه و نمونه آماری تحقیق

جامعه مطالعاتی تحقیق شامل کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران برای دوره زمانی سالهای ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۸ می باشد که در جدول شماره ۱ نشان داده شده است. پیش فرض ها به ترتیب اعمال شدند، بدین صورت که هر شرکتی

که در پیش فرض اول قرار گرفته است، برای شمارش پیش فرض های بعدی لحاظ نگردیده است. در این تحقیق بعد از اعمال پیش فرض ها، ۱۰۷ شرکت باقی ماندند.

جدول ۱. روند انتخاب نمونه آماری پژوهش

۵۲۰	کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس در تاریخ ۱۳۹۸/۱۲/۲۹
(۴۴)	شرکت هایی که بعد از سال ۱۳۹۴ در بورس پذیرفته شده اند
(۱۲۴)	شرکت هایی که طی دوره تحقیق در حالت تعلیق بوده و یا از بورس خارج شده اند
(۸۴)	شرکت هایی که سال مالی آنها به ۲۹ اسفند ختم نمی شود و یا تغییر سال مالی داده اند
(۱۸)	شرکت های واسطه گری مالی (سرمایه گذاری، هلدینگ، لیزینگ و بانک ها)
(۵۸)	شرکت هایی که در طول دوره مورد نظر، سهام آن ها به طور فعال در بورس معامله نشده است
(۳)	شرکت هایی که صورت های مالی سال ۱۳۹۸ خود را در زمان انجام این تحقیق ارائه نداده بودند
(۸۲)	شرکت هایی که اطلاعات آن ها برای بدست آوردن برخی متغیرهای تحقیق کافی نبود
۱۰۷	کل نمونه آماری قابل آزمون با در نظر گرفتن پیش فرض ها

روش تجزیه و تحلیل داده ها

برای تعیین این نکته که آیا سری زمانی X_t فرآیندی ایستا (مرتبه انباشتگی صفر) و یا واگرا (مرتبه انباشتگی یک) دارد، از آزمون لین - لوین استفاده می کنیم. همانند بررسی ایستایی متغیرها در اینجا نیز نیاز به بکارگیری روش مناسب برای داده های تلفیقی داریم. ما از آماره اصلاح شده والد برای بررسی ناهمسانی واریانس گروهی در بین باقی مانده های مدل رگرسیون اثرات ثابت استفاده می کنیم. همچنین از دو آزمون F و هاسمن جهت تعیین یکی از دو روش اثر ثابت و یا اثر تصادفی استفاده می شود. برای انتخاب اینکه در تخمین مدل ها از روش تلفیقی یا تابلویی استفاده شود از آزمون F لیمر استفاده و در صورت رد شدن فرضیه صفر این آزمون، باید از روش داده های تابلویی استفاده شود. از آزمون رگرسیونی چندگانه برای تایید و رد فرضیه های تحقیق استفاده می شود و نرم افزار مورد استفاده ایویوز ۷ می باشد.

روش های آماری مورد استفاده در پژوهش

در مواردی که بررسی بین یک متغیر وابسته با یک یا چند متغیر مستقل مدنظر باشد و محقق بخواهد بر اساس این ارتباط و با استفاده از داده های تاریخی، پارامترهایی برای متغیر مستقل برآورد کرده و با ارائه مدل اقدام به پیش بینی نماید از سه نوع داده به شرح زیر می توان استفاده نمود:

۱. داده های سری زمانی

۲. داده های مقطعی

۳. داده های ترکیبی

داده های سری زمانی، مقادیر یک متغیر را در نقاط متوالی در زمان، اندازه گیری می کند. این توالی می تواند سالانه، فصلی، ماهانه، هفتگی یا حتی به صورت پیوسته باشد. داده های مقطعی، مقادیر یک متغیر را در زمان معین و روی واحدهای متعدد

اندازه گیری می کند. داده های ترکیبی روشی برای تلفیق داده های مقطعی و سری زمانی است. به طور کلی باید گفت داده های ترکیبی تحلیل های تجربی را به شکلی غنی می سازند که در صورت استفاده از داده های سری زمانی یا مقطعی این امکان وجود ندارد. به همین خاطر پژوهشگر با استفاده از داده های ترکیبی اقدام به تخمین مدل ها خواهد نمود.

آزمون F لیمر

برای انتخاب یکی از روش های تلفیقی یا تابلویی از آماره F لیمر استفاده می شود. این آزمون مقایسه بین مجموع مربعات جملات خطا (RSS) در روش داده های تابلویی و تلفیقی می باشد. از آنجا که در روش داده های تلفیقی پارامترهای محدود کننده بیشتری (از قبیل ضرایب عرض از مبدأ در طول زمان و در بین داده های مقطعی ثابت در نظر گرفته می شود) وجود دارد؛ لذا انتظار بر این است که روش داده های تلفیقی نسبت به روش داده های تابلویی، RSS بیشتری داشته باشد. در این آزمون، مدل تلفیقی به عنوان مدل مقید و مدل اثرات تصادفی به عنوان مدل غیرمقید شناخته می شوند. لازم به ذکر است که آزمون فرضیه های تحقیق در سطح اطمینان ۹۵٪ (خطای ۵٪) انجام می شود.

آزمون چاو

به منظور انتخاب بین مدل داده های تلفیقی و مدل اثر، ثابت فروض زیر را داریم:

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_{N-1} = 0$$

$$H_1 = \text{Not } H_0$$

μ ضریب متغیر موهومی در مدل اثر ثابت است.

قبول فرض H_0 به معنی وجود داده های تلفیقی و استفاده از تخمین OLS برای حل مدل است. رد فرض H_0 به معنی وجود مدل اثر ثابت و استفاده از SDV برای حل مدل می باشد. این آزمون را به شکل ساده تری این گونه بیان می کند:

$$R^2 = \frac{(R^2 - R^2_{\text{OLS}})}{(R^2 - R^2_{\text{OLS}}) + (R^2_{\text{OLS}} - R^2_{\text{OLS}})}$$

T: تعداد سال های مورد بررسی می باشد.

K: تعداد متغیرهای توضیحی می باشد.

R^2 : ضریب تعیین در مدل می باشد.

اگر فرضیه H_0 رد شود به معنی وجود مدل اثر ثابت است و قبول فرضیه H_0 به معنی وجود مدل داده های تلفیقی و استفاده از روش OLS برای تخمین مدل می باشد.

آزمون t

از آزمون t به منظور بررسی معنی دار بودن ضرایب محاسبه شده، ضرایب همبستگی و مدل های رگرسیونی استفاده می شود. توزیع t شباهت زیادی به توزیع Z دارد. با این وجود بین این دو توزیع تفاوت هایی نیز ملاحظه می شود. بر اساس آزمون t چنانچه سطح معنی داری محاسبه شده کمتر از ۵٪ باشد (سطح معنی داری برابر با ۵٪) در این صورت مقادیر محاسبه شده از لحاظ آماری ۹۵٪ معنی دار هستند.

آزمون F فشر

معمولاً از آزمون t برای مطالعه تفاوت و اثرگذاری در رابطه بین دو متغیر استفاده می‌شود. در مواردی که اثرگذاری چند متغیر مدنظر باشد آزمون t صرفاً قادر است به طور مجزا به بررسی اثرگذاری هر یک از متغیرهای مستقل بر روی متغیر وابسته بپردازد در این صورت بروز اشتباهات آماری و محاسبه اشتباه اجتناب‌ناپذیر خواهد بود. به منظور رفع این مشکل از آزمون F فشر استفاده می‌شود. این روش امکان تشخیص تفاوت‌های معنی‌دار بین گروه‌ها و تأثیر کل متغیرها به صورت هم‌زمان را فراهم می‌کند.

تحلیل رگرسیون

تحلیل رگرسیون روشی برای مطالعه سهم یک یا چند متغیر مستقل در پیش‌بینی متغیر وابسته است. میزان تغییر یک متغیر بر اثر متغیر دیگر را ضریب رگرسیون می‌گویند که عبارت از میزان تغییری که در متغیر وابسته بر اثر یک واحد تغییر در متغیر مستقل بروز می‌کند. ضریب تعیین مهم‌ترین معیاری است که با آن می‌توان رابطه بین متغیر مستقل و وابسته را توضیح داد.

آزمون معنادار بودن معادله رگرسیون

در یک معادله رگرسیون چندگانه، چنانچه هیچگونه رابطه‌ای میان متغیر وابسته و متغیرهای مستقل وجود نداشته باشد، می‌بایست تمامی ضرایب متغیرهای مستقل در معادله، مساوی صفر باشند. بدین ترتیب ما می‌توانیم معنادار بودن معادله رگرسیون را آزمون کنیم. این کار با استفاده از آماره F با فرض‌های زیر صورت می‌گیرد:

$$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_k = 0$$

معادله رگرسیون معنادار نیست

$$H_1: \exists \beta_i \neq 0: i = 1, 2, \dots, k$$

معادله رگرسیون معنادار است

یافته‌های پژوهش

داده‌های مورد نیاز برای آزمون فرضیه‌ها، از صورتهای مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و از طریق سایت رسمی بورس اوراق بهادار گردآوری شده و پس از آماده‌سازی داده‌ها در نرم‌افزار اکسل، تجزیه و تحلیل و آزمون فرضیه‌ها توسط نرم‌افزار ایویوز انجام شد. همان‌طور که در جدول شماره ۲ نشان داده شده است، نتایج آمار توصیفی متغیرهای پژوهش نشان داده شده است. تعداد مشاهدات پژوهش حاضر ۵۳۵ شرکت می‌باشد. اصلی‌ترین شاخص مرکزی، میانگین است که نشان‌دهنده نقطه تعادل و مرکز ثقل توزیع است. با توجه به داده‌های این آمار توصیفی مشاهده می‌گردد که میانگین مسئولیت اجتماعی برابر با ۰/۲۴۵ می‌باشد. میانگین فرصتهای رشد برابر با ۲/۳۷۰ می‌باشد. میانگین ریسک سیستماتیک، کیفیت گزارشگری مالی و اندازه شرکت به ترتیب برابر با ۰/۶۱۰، ۰/۲۴۱، ۱۲/۶۱۱ می‌باشد. میانه نشان می‌دهد که نیمی از داده‌ها کمتر از این مقدار و نیمی دیگر بیشتر از این مقدار هستند. بطور کلی از میانه به عنوان اندازه تمایل به مرکز توزیع‌هایی که شکل آنها نامتقارن است، استفاده می‌شود.

جدول ۲. شاخص های مرکزی و پراکندگی هر یک از متغیرهای تحقیق

نام متغیر	مسئولیت اجتماعی	فرصتهای رشد	ریسک سیستماتیک	کیفیت گزارشگری مالی	اندازه شرکت
میانگین	۰/۲۴۵	۲/۳۷۰	۰/۶۱۰	۰/۲۴۱	۱۲/۶۱۱
میانه	۰/۲۳۸	۲/۴۳۲	۰/۶۹۳	۰/۲۵۴	۱۲/۳۳۹
حداکثر	۰/۴۳۷	۵/۹۱۷	۰/۹۵۵	۰/۸۰۴	۱۴/۹۶۰
حداقل	۰/۰۷۳	۰/۴۶۰	۰/۱۲۰	-۰/۵۸۹	۱۰/۹۵۴
انحراف معیار	۰/۱۹۶	۱/۴۱۰	۰/۲۶۴	۰/۱۳۲	۱/۲۵۲
چولگی	-۰/۲۳۲	۲/۴۱۶	-۰/۴۹۶	-۰/۸۹۶	۰/۴۰۵
کشیدگی	۲/۲۹۴	۸/۳۵۵	۲/۰۳۱	۴/۶۲۰	۲/۰۰۷
تعداد مشاهدات	۵۳۵				

آزمون نرمال بودن داده های متغیر وابسته

اولین مرحله جهت آغاز فرآیند آزمون فرضیه ها، بررسی نرمال بودن داده ها است. برای بررسی نرمال بودن داده ها فرضیاتی به شکل زیر صورت بندی شده است:

H_0 : توزیع داده ها نرمال است:

H_1 : توزیع داده ها نرمال نیست:

برای آزمون فرضیه فوق از آزمون جارک - برا استفاده شده است که نتایج در جدول شماره ۳ ارائه شده است. با توجه به جدول ۳ از آنجایی که سطح معناداری متغیر فرصتهای رشد از ۰/۰۵ کوچکتر می باشد بنابراین توزیع این متغیر نرمال نیست.

جدول ۳. آزمون جارک-برا قبل و بعد از نرمال سازی

آزمون	نام متغیر	آماره	سطح معناداری
آزمون جارک - برا- قبل از نرمال سازی	فرصتهای رشد	۴۳/۳۶۹۷۰	۰/۰۰۰
آزمون جارک - برا- بعد از نرمال سازی	فرصتهای رشد	۱۲/۱۲۶۹۱	۰/۹۵۲

*سطح خطای ۵ درصد

آزمون مانایی

در این پژوهش برای بررسی مانایی از آزمون لین و لوین استفاده می‌گردد. فرضیه صفر آزمون، بیانگر وجود ریشه واحد متغیرهاست. با توجه به جدول شماره ۴ فرضیه صفر مبنی بر نامانایی برای همه متغیرها رد می‌شود و تمامی متغیرهای مورد مطالعه در سطح مانا هستند.

جدول ۴. آزمون لین و لوین

نام متغیر	آماره	سطح معناداری
مسئولیت اجتماعی	-۴/۵۰۱۲	۰/۰۰۴۷
فرصتهای رشد	-۹/۶۵۰۲	۰/۰۰۵۷
ریسک سیستماتیک	-۲/۳۰۶۹	۰/۰۰۰۵
کیفیت گزارشگری مالی	-۵/۳۰۲۵	۰/۰۰۶۲
اندازه شرکت	-۶/۳۷۴۸	۰/۰۰۳۱

* سطح خطای ۵ درصد

آزمون F لیمر

با استفاده از F لیمر می‌توان وجود ناهمگنی را در بین مقاطع مشخص کرد. فرضیه صفر آماره F مبتنی بر همگن بودن مقاطع (پولینک بودن داده‌های آماری) است. چنانچه فرضیه صفر رد شود، فرضیه مقابل آن مبتنی بر وجود ناهمگنی بین مقاطع (پانل بودن داده‌های آماری) پذیرفته می‌شود. نتایج آزمون F در جدول شماره ۵ انعکاس یافته است. با توجه به نتایج آزمون F لیمر چون احتمال بدست آمده از ۰/۰۵ کمتر می‌باشد، فرض H_0 مبنی بر پولینک بودن داده‌ها رد می‌شود؛ بنابراین با توجه به آزمون لیمر، داده‌ها پانل می‌باشد.

جدول ۵. نتایج آزمون F لیمر فرضیه‌های پژوهش

آماره	درجه آزادی	سطح معناداری	F لیمر
۳/۳۹۸۵۲۱۴	(۱۰۶/۱۲)	۰/۰۰۱۲	
۱۱۴/۰۳۲۱۷۸	۱۰۶	۰/۰۰۰۳	

* سطح خطای ۵ درصد

آزمون هاسمن

در آزمون هاسمن، فرضیه صفر آن مبتنی بر تصادفی بودن خطاهای برآوردی است که نتایج آن در جدول ۶ نشان داده شده است. باتوجه به آزمون هاسمن احتمال بدست آمده کمتر از ۵ درصد بوده و بنابراین باید در مدل رگرسیونی مربوطه از روش اثرات ثابت استفاده شود.

جدول ۶. نتایج آزمون هاسمن فرضیه های پژوهش

آماره	درجه آزادی	سطح معناداری	نتیجه آزمون
۵/۳۹۸۵۲۱	۴	۰/۰۰۱۴	اثرات ثابت (FE)

بررسی ناهمسانی واریانس

طی مطالعه حاضر از آزمون آرچ برای بررسی ناهمسانی واریانس گروهی در بین باقی مانده های مدل رگرسیون اثرات ثابت استفاده نموده ایم و نتایج آزمون ناهمسانی واریانس آرچ LM در جدول شماره ۷ نشان داده شده است. با توجه به نتایج حاصل از مطالعه آماره F آزمون در سطح ۵ درصد معنادار نیست، بنابراین فرض همسانی واریانس تایید شده و ناهمسانی واریانس جملات اخلال رد می شود.

جدول ۷. نتایج آزمون ناهمسانی آرچ LM مدل تحقیق

فرضیه	شرح	مقدار آماره	سطح معناداری
LM	آماره F	۰/۷۱۵۴۲۱	۰/۰۹۶۳
	آماره کای دو	۵/۳۲۵۱۸۷	۰/۰۹۶۳

*سطح خطای ۵ درصد

آزمون رگرسیون مدل تحقیق

$$Growth_{it} = \alpha_0 + \beta_0 CSR_{it} + \beta_1 Quality_{it} + \beta_3 (Quality_{it} \times CSR_{it}) + \beta_4 Size_{it} + \beta_5 Beta_{it} + \varepsilon_{it}$$

با توجه به نتایج حاصل از مطالعه حاضر آماره دورین - واتسون برابر با ۲/۰۳ می باشد و این نشان می دهد بین خطاها همبستگی وجود ندارد چرا که بین ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد. ضریب تعیین تعدیل شده این آزمون برابر با ۰/۵۳ می باشد که نشان می دهد متغیرهای مستقل و کنترلی در مدل حاضر می توانند ۵۳ درصد از تغییرات متغیر وابسته (فرصتهای رشد) را پیش بینی نمایند. به دلیل معنادار بودن آماره F در سطح خطای ۱ درصد، می توان گفت که مدل تحقیق از لحاظ آماری معنادار و مناسب می باشد که نتایج آن در جدول شماره ۸ نشان داده شده است. ضریب برآوردی متغیر مسئولیت اجتماعی بر فرصتهای رشد برابر با ۰/۵۴۶ می باشد که نشان می دهد بین متغیر مسئولیت اجتماعی و فرصتهای رشد رابطه مثبت و مستقیم وجود دارد. بدلیل اینکه سطح معناداری آماره t متغیر مستقل تحقیق از سطح خطای ۵ درصد کوچک تر است، می توان با اطمینان ۹۵ درصد بیان کرد بین مسئولیت اجتماعی و فرصتهای رشد ارتباط معنادار وجود دارد.

جدول ۸. آزمون رگرسیون و معناداری مدل تحقیق

نام متغیر	ضرایب برآوردی	انحراف برآورد	آماره t	سطح معناداری
عرض از مبدا	۰/۱۲۱	۰/۱۱۵	۱/۰۴۸	۰/۲۹۸۷
مسئولیت اجتماعی	۰/۵۴۶	۰/۱۸۱	۵/۹۳۸	۰/۰۴۷۳
کیفیت گزارشگری مالی	۰/۴۱۸	۰/۰۷۹	۵/۲۷۶	۰/۰۰۰۰
کیفیت گزارشگری مالی* مسئولیت اجتماعی	۰/۴۶۱	۰/۰۸۲	۵/۶۲۱	۰/۰۱۵۸
اندازه شرکت	۰/۶۲۵	۰/۱۱۲	۵/۵۸۱	۰/۰۱۶۲
ریسک سیستماتیک	-۰/۲۰۳	۰/۰۵۶	-۳/۶۲۵	۰/۰۳۳۶
دوربین - واتسون	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	آماره F	سطح معناداری
۲/۰۳	۰/۵۷	۰/۵۳	۲۵/۶۷۳۷۹	**۰/۰۰۰

*سطح خطای ۵ درصد و **سطح خطای ۱ درصد

نتیجه گیری

نتیجه آزمون فرضیه تحقیق نشان داد بین مسئولیت اجتماعی و فرصتهای رشد ارتباط معنادار وجود دارد. در این راستا؛ پریور و همکاران (۲۰۰۸) طی تحقیقات خود به بررسی ارتباط بین مسئولیت اجتماعی شرکتها و کیفیت گزارشگری مالی پرداختند. بر اساس تحقیقات انجام شده، شرکتهایی که کیفیت اطلاعاتی بیشتری داشته اند، بیشتر از شرکتهای دیگر در بازار ارزش گذاری شده اند و طبق بررسی های انجام شده نتایج پژوهش حاکی از آن بود که شرکتها با سرمایه گذاری در فعالیتهای اجتماعی منجر به کاهش دستکاری سود می شوند و این بر کیفیت گزارشگری مالی تاثیرگذاری بسزایی دارد.

ال گال و همکاران^{۱۸} (۲۰۱۸) به بررسی ارتباط بین افشای مسئولیت اجتماعی، شفافیت اطلاعات مالی و فرصتهای رشد در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار ایالت متحده آمریکا پرداختند. طبق بررسی های انجام شده نتایج پژوهش حاکی از آن است که در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار آمریکا که از عملکرد بالای مسئولیت اجتماعی برخوردارند فرصتهای رشد افزایش می یابد. فارووق و همکاران (۲۰۱۴) به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و کیفیت گزارشگری مالی در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار چین پرداختند. طبق بررسی های انجام شده شواهد حاکی از آن بود که افشای داوطلبانه مسئولیت اجتماعی، شفافیت اطلاعات را افزایش می دهد و منجر به بهبود کیفیت گزارشگری مالی می شود. کیم و همکاران^{۱۹} (۲۰۱۶) به بررسی ارتباط بین فرصتهای رشد و افشای مسئولیت اجتماعی شرکتها و کیفیت

¹⁸ El Ghoul et al

¹⁹ Kim et al

گزارشگری مالی پرداختند. یافته های پژوهش حاضر حاکی از آن است که شرکتهایی که به عملکرد اجتماعی می پردازند به مسائل اخلاقی اهمیت ویژه ای می دهند و و از کیفیت گزارشگری مالی بالاتری برخوردارند. نتیجه آزمون فرضیه تحقیق نشان داد کیفیت گزارشگری مالی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و فرصتهای رشد تأثیرگذار است. در این راستا؛ چان و همکاران (۲۰۱۷) تحقیقی تحت عنوان بررسی ارتباط بین مسئولیت اجتماعی شرکت و تأمین مالی شرکت انجام دادند که نتایج حاکی از وجود ارتباط منفی و معنادار بین تأمین مالی و مسئولیت اجتماعی بوده است. کاریولا و همکاران^{۲۰} (۲۰۰۵) تحقیقی تحت عنوان ساختار مالی و سرمایه گذاری اجتماعی انجام دادند. آنها دریافتند که نگهداری وجه نقد دارای ارزش بسیار بالایی برای شرکت های با محدودیت مالی نسبت به شرکت های بدون محدودیت مالی است. نتایج مطابق با این فرضیه می باشد که نگهداری بالای وجوه نقد توسط شرکت های با محدودیت مالی، در مقابل تأمین مالی خارجی هزینه بر موجب افزایش عملکرد اجتماعی می گردد.

با توجه به نتایج حاصل از مدل افشاء پیشنهادی و شاخص های آن، توصیه می شود شرکت های بورسی برای شفافیت و پاسخگویی بهتر و بیشتر به ذی نفعان برای انعکاس اثرات اقتصادی، اجتماعی و محیطی فعالیت های خود به آن توجه کافی نشان دهند و در تدوین استراتژی های مسئولیت اجتماعی شرکت ها و برنامه های آن مدنظر قرار دهند. همچنین به سازمان بورس اوراق بهادار به عنوان نهاد ناظر بازار سرمایه کشور پیشنهاد می گردد، اجرای مدل طراحی شده و ارزیابی و پایش ادواری شاخص های مسئولیت اجتماعی پیشنهاد شده تحقیق را با استفاده از اطلاعات و گزارشات شرکت ها موردنظر و توجه قرار دهد. نتایج حاصل از مطالعه حاضر نشان می دهد که الزامات و مقررات مناسب توسط نهادهای مرتبط در حوزه گزارشگری شرکت ها از جمله سازمان بورس اوراق بهادار با همکاری نهادهای فعال در حوزه اجتماعی و زیست محیطی کشور برای پاسخگویی به انتظارات ذی نفعان و همچنین اعمال فشار و نفوذ دولت برای الزام و تعهد شرکت ها برای افشاء اطلاعات مسئولیت اجتماعی در گزارشات سالانه کلیه شرکت های فعال در صنعت به ویژه شرکت های دولتی و بزرگ باید تدوین شود.

منابع

۱. امیدوار، علیرضا. (۱۳۸۷). کارگاه آموزشی ترویجی ارتقای مسئولیت اجتماعی شرکت های پیشنهاد اجرای سیاست های کلی اصل ۲۲، مرکز ترویج مسئولیت اجتماعی شرکت ها.
۲. احمدپور، احمد و فرمانبردار، مریم. (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و خطای پیش بینی سود هر سهم در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه بورس اوراق بهادار. شماره ۲
۳. امیری، سیدخسرو و وکیل زاده روح الامینی، مجتبی. (۱۳۹۳). تأثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت ها، کنفرانس بین المللی حسابداری، اقتصاد و مدیریت مالی، تهران، <https://civilica.com/doc/325495>
۴. برزگر، قدرت اله. (۱۳۹۲). "مدلی برای افشای مسئولیت اجتماعی و پایداری شرکت ها و وضعیت موجود آن در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، رساله دکتری، دانشگاه علامه طباطبائی.

²⁰ Cariola et al

۵. طالب نیا، قدرتاله؛ رجبدری، حسین و خانی ذالن، امیررضا (۱۳۹۷). بررسی عوامل موثر بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتها از دیدگاه اسالمی. نشریه مدیریت اسالمی، ۲۶(۲)، ۱۸۳-۲۱۱. http://h.211-183.ir.ac.ihsu.im/html.203735_article/
۶. عرب صالحی، مهدی؛ صادقی، غزل و معین الدین، محمود. (۱۳۹۲). رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. پژوهش‌های تجربی حسابداری، ۳(۳)، ۲۰-۱. doi: 10.22051/jera.2013.586
۷. فروغی، داریوش؛ امیری، هادی و جوانمرد، مرضیه. (۱۳۹۷). تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر نگهداشت وجه نقد از طریق اثرهمزمان متغیرهای منتخب. پژوهش‌های حسابداری مالی، ۱۰(۱)، ۱۹-۳۶. doi: 10.22108/far.2018.105438.1125
۸. سپاسی، سحر و حسن زاده، مرتضی. (۱۳۹۵). تأثیر بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی شرکت روی پایداری سود. عنوان نشریه. ۱۳۹۵؛ ۱(۱): ۱۲۳-۱۳۸
۹. نمازی، محمد و مقیمی، فاطمه. (۱۳۹۷). تأثیر نوآوری و نقش تعدیلی مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت‌ها در صنایع مختلف. بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۲۵(۲)، ۲۸۹-۳۱۰. doi: 10.22059/acctgrev.2018.255023.1007870
10. Benlemlih, M., & Bitar, M. (2018). Corporate social responsibility and investment efficiency. *Journal of business ethics*, 148, 647-671.
11. Bazin, N. (2009). Corporate social responsibility and shareholders' value. *Journal of business research*, vol 65, pp1628-1635
12. Bim, H, Li, T, & Toolsema, L. (2012). Corporate social responsibility investment and social objectives: an examination on social welfare investment of Chinese state owned enterprises. *Scottish journal of political economy*, vol 56, pp 267-295
13. Chan, C. Y., Chou, D. W., & Lo, H. C. (2017). Do financial constraints matter when firms engage in CSR?. *The North American Journal of Economics and Finance*, 39, 241-259.
14. Chen, R., El Ghouli, S., Guedhami, O., & Wang, H. (2017). Do state and foreign ownership affect investment efficiency? Evidence from privatizations. *Journal of Corporate Finance*, 42, 408-421.
15. Comincioli, N., Poddi, L., & Vergalli, S. (2012). Corporate social responsibility and firms' performance: A stratigraphical analysis. Available at SSRN 2132202.
16. Cariola, A., La Rocca, M., & La Rocca, T. (2005). Overinvestment and underinvestment problems: determining factors, consequences and solutions. *Consequences and Solutions* (October 2005).
17. Danko, D., Goldberg, J. S., Goldberg, S. R., & Grant, R. (2008). Corporate social responsibility: The united states vs. Europe. *Journal of Corporate Accounting & Finance*, 19(6), 41-47.
18. 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.
19. El Ghouli, S., Guedhami, O., Kim, H., & Park, K. (2018). Corporate environmental responsibility and the cost of capital: International evidence. *Journal of Business Ethics*, 149, 335-361.
20. Flammer, C. (2013). Corporate social responsibility and shareholder reaction: The environmental awareness of investors. *Academy of Management journal*, 56(3), 758-781.

21. Lang, L., Ofek, E., & Stulz, R. (1996). Leverage, investment, and firm growth. *Journal of financial Economics*, 40(1), 3-29.
22. Farooq, S., Ahmed, S., & Saleem, K. (2014). Impact of Overinvestment & Underinvestment on Corporate Performance: Evidence from Singapore Stock Market. Available at SSRN 2512436.
23. Ioannou, I., & Serafeim, G. (2010, August). THE IMPACT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON INVESTMENT RECOMMENDATIONS. In *Academy of Management Proceedings* (Vol. 2010, No. 1, pp. 1-6). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.
24. Kim, P, de la Rosa, E & Feltham, A. (2016). Information and CSR. *The accounting review*, pp 817-848
25. Liu, N., & Bredin, D. (2010). Institutional Investors, over-investment and corporate performance. University College Dublin.
26. Lyandres, E., & Zhdanov, A. (2005). Underinvestment or overinvestment: the effects of financial leverage on investment. *European Finance Association*, 33.
27. Narakrisna, F. X. A., & Purwaningsih, A. (2013). The Influence of The Firm's Size on Income Tax with The Disclosure of Corporate Social Responsibility as Mediating Variabl. *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 1-14.
28. Prior, D., Surroca, J., & Tribó, J. A. (2008). Are socially responsible managers really ethical? Exploring the relationship between earnings management and corporate social responsibility. *Corporate governance: An international review*, 16(3), 160-177.
29. Richardson, S. (2006). Over-investment of free cash flow. *Review of accounting studies*, 11, 159-189.

The impact of financial reporting quality on the relationship between corporate social responsibility and growth opportunities

Saman Pouladi *¹

Zeinab Pouladi ²

Abstract

Today, corporate social responsibility is considered an integral part of the financial and economic studies of the world. The methods of corporate social responsibility in developed and developing countries and the characteristics and patterns of social responsibility disclosure among different sectors are diverse. Corporate social responsibility is the nature that companies must be accountable and responsible not only to their shareholders, but also to other shareholders, including creditors, retailers, and most importantly, their customers. The purpose of this study is to investigate the effect of financial reporting quality on the relationship between corporate social responsibility and growth opportunities and the time domain between 2015 to 2019. In general, the statistical method used in this study is descriptive and multiple regression. Hypotheses were tested through the results of econometric models and multivariate regression. In order to determine the significance of the regression pattern, Fisher's statistic was used. To evaluate the significance of the coefficient of independent variables in each model, Student t-statistic at 95% confidence level was used. EXCEL and EVIEWS software have been used for this purpose. Durbin Watson test was also used to check the lack of autocorrelation problem between residual sentences. Based on the systematic elimination method, 107 companies were selected as a statistical sample. The results showed that there is a significant relationship between social responsibility and growth opportunities. The quality of financial reporting affects the relationship between social responsibility and growth opportunities.

Keywords

Financial Reporting Quality, Corporate Social Responsibility, Growth Opportunities

1. Department of Accounting, Faculty of Literature and Humanities, Islamic Azad University, Khorramabad Branch, Lorestan, Iran (* Samanpol1371@gmail.com).

2. Department of Accounting, Faculty of Literature and Humanities, Islamic Azad University, Khorramabad Branch, Lorestan, Iran (Zeinab.Pouladi1206@gmail.com).