

تاثیر حسابرسی مالی موسسات بزرگ حسابرسی بر کیفیت مسئولیت اجتماعی شرکت ها

مهرنوش ارشادی

کارشناسی ارشد حسابداری، موسسه آموزش عالی رسام، کرج، ایران. (نویسنده مسئول).

Mehrnoosh.arshadi@yahoo.com

دکتر علیرضا اسکندری

استادیار گروه حسابداری، موسسه آموزش عالی رسام، کرج، ایران.

a.eskandari@rasam.ac.ir

چکیده

هدف از تحقیق حاضر تاثیر حسابرسی مالی موسسات بزرگ حسابرسی بر کیفیت مسئولیت اجتماعی شرکت ها می باشد. این تحقیق شرکت هایی را دربر گرفت که در سال ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۱ عضو سازمان بورس اوراق بهادار تهران بوده اند، براساس حذف سیستماتیک، تعداد ۲۱۳ شرکت و ۲۵۵۶ سال - شرکت به عنوان نمونه آماری انتخاب گردید. در تحقیق حاضر، روش جمع آوری اطلاعات به صورت کتابخانه ای و داده های مربوط به نمونه آماری از طریق سایت کدال گردآوری شد. برای تبیین قدرت توضیح دهندگی متغیرهای توضیحی از ضریب تعیین تعدیل شده، برای بررسی معنی داری متغیرها از آماره t و برای بررسی کفایت کلی مدل از آماره F فیشر استفاده شد. همچنین تحلیل های آماری با استفاده از نرم افزارهای EXCEL و EVIEWS انجام شد. در خصوص گردآوری اطلاعات مربوط به ادبیات موضوع و پیشینه تحقیق از روش های کتابخانه ای استفاده شد. چنانچه طبقه بندی تحقیقات برحسب هدف را مدنظر قرار دهیم، تحقیق حاضر در زمره تحقیقات کاربردی قرار دارد، چنانچه طبقه بندی انواع تحقیقات براساس ماهیت و روش مدنظر قرار گیرد، روش تحقیق حاضر از لحاظ ماهیت در زمره تحقیقات توصیفی قرار دارد. نتایج آزمون فرضیه تحقیق نشان داد، حسابرسی مالی موسسات بزرگ حسابرسی بر کیفیت مسئولیت اجتماعی شرکت ها اثر معناداری دارد.

واژگان کلیدی: حسابرسی مالی، موسسات بزرگ حسابرسی، کیفیت مسئولیت اجتماعی شرکت ها.

مقدمه

در طول چند دهه گذشته به ویژه، در دو دهه اخیر مطالعات در حوزه رفتار شرکت ها و تأثیر رفتار آن ها بر جامعه در بین پژوهشگران افزایش یافته است. با توجه به این که امروزه ارتباط شرکت ها با یکدیگر و به ویژه با دولت و افراد حاضر در جامعه پیچیده شده است، شرایطی به وجود آمده که شرکت ها نه تنها به ذینفعان بلکه به آحاد مردم نیز باید پاسخگو باشند. ضرورت این پاسخگویی و توجه به مردم و اجتماع و همچنین آثار زیست محیطی ناشی از فعالیت های اقتصادی بنگاه ها باعث شده است که مفهوم مسئولیت پذیری اجتماعی در مباحث نظری حسابداری مطرح شود. در شرکت های بزرگ مفاهیمی از قبیل مسائل زیست محیطی، عملکرد اجتماعی و مسئولیت پذیری اجتماعی سبب بقا و پایداری شرکت می شود و این مسئله به یکی از ارکان رقابتی بین شرکت ها تبدیل شده است (لیورت، ۲۰۱۶). مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت ها تقریباً به مفهوم توسعه پایدار نزدیک است. همچنین این مفهوم شامل حمایت محیطی، رشد اقتصادی و عدالت اجتماعی است و توسعه پایدار به مفهوم افشا و گزارشگری مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها وابسته است

¹ Livert

(مولینا^۱، ۲۰۲۰). مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها موضوعی جدید در ادبیات و پژوهش‌های حسابداری محسوب می‌شود و مورد توجه سرمایه‌گذاران، سهامداران، تحلیل‌گران، پژوهشگران و مدیران هستند. امروزه سهامداران و سرمایه‌گذاران تمایل دارند در شرکت‌هایی سرمایه‌گذاری نمایند که به صورت مناسب و درستی از مسئولیت اجتماعی استفاده می‌کنند. گرانت^۲ (۲۰۱۸)، معتقد است که مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نه تنها در شرکت‌های بزرگ بلکه امروزه در شرکت‌های کوچک نیز انجام می‌شود و یک امر بسیار ضروری در شرکت‌ها تلقی می‌شود. طرفداران افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی معتقدند که شرکت‌ها برای افزایش تعداد سرمایه‌گذاران خود بهتر است عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت را افشا کنند. مسئولیت اجتماعی شرکت بر روی زندگی و رفاه جامعه و محیط‌زیست تأثیر می‌گذارد (مک ویلیامز و سیگل^۳، ۲۰۲۱). مدیران عامل و پژوهشگران معتقدند که مسئولیت اجتماعی شرکت یکی از اولویت‌های اساسی شرکت محسوب می‌شود (مک کینزی^۴، ۲۰۱۹). امروزه با توجه به اهمیت زیاد مسئولیت اجتماعی در شرکت‌ها، بیش از ۱۲۰۰۰ شرکت در سراسر جهان متعهد شده‌اند که فعالیت‌های تجاری خود را با یک مجموعه اصول کاری اخلاقی و دارای مسئولیت اجتماعی هماهنگ کنند (قرارداد جهانی ملل متحد، ۲۰۱۸). مسئولیت‌پذیری اجتماعی با پرداختن به مباحث اخلاقی در رابطه با رفتار و تصمیم‌گیری شرکت درباره موضوعاتی از قبیل مدیریت منابع انسانی، حمایت محیطی، سلامت کاری، روابط اجتماعی و روابط با عرضه‌کنندگان و مشتریان می‌پردازد. وارد شدن به فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی سبب رضایت سهامداران و سرمایه‌گذاران شرکت و افزایش شهرت شرکت می‌شود (احمدپور و فرمانبردار، ۱۳۹۶). مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی و افشاگری‌های مربوط به آن مدت زیادی است که مورد توجه قرار گرفته است. منظور از مسئولیت اجتماعی این است که شرکت همواره باید خود را عضو و جزئی از اجتماع بداند و نسبت به جامعه احساس مسئولیت داشته باشد. به عبارتی دیگر مسئولیت اجتماعی مجموعه‌ای از فعالیت‌های مرتبط با اندازه‌گیری، بررسی و پردازش عملکرد سازمان‌های تجاری و نقش آنان در نگهداری و محافظت از محیط‌زیست و ارائه خدمات متفاوت به جوامع می‌باشد، به طوری که جامعه بتواند عملکرد اجتماعی آن سازمان یا شرکت را ارزیابی و بررسی نماید (زمانیان و ابراهیمی، ۱۳۹۷). مهم‌ترین ابزار آگاه‌سازی جامعه از مسئولیت‌های اجتماعی شرکت یا سازمان، افشا و گزارش‌های مالی می‌باشد. منظور از افشاگری و گزارشگری مالی شرکت یا سازمان، فرایند انتقال اطلاعات مربوط به تأثیرات اجتماعی و زیست‌محیطی عملکرد اقتصادی شرکت به جامعه است (حیدری کرد زنگنه و همکاران، ۱۳۹۶). می‌توان گفت مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها یک روش برای کاهش شکاف بین شرکت یا سازمان و انتظارات ذینفعان در قالب گزارشگری مالی و افشا اطلاعات با رویکرد پایبندی به شمار می‌رود (مولر^۵، ۲۰۱۹). بسیاری از شرکت‌ها فعالیت‌های تجاری خود را با توجه به مقوله مسئولیت اجتماعی انجام می‌دهند. (مولینا^۶، ۲۰۲۱).

در سال‌های اخیر به‌ویژه در نتیجه رسوایی‌های مالی توجه روزافزونی به کیفیت گزارش‌های مالی شده است. جلب اعتماد سرمایه‌گذاران به کیفیت گزارش‌های مالی وابسته است. کیفیت پردازش‌های مالی بیانگر دقت و صحت پردازش‌های مالی در بیان اطلاعات مرتبط با عملیات شرکت، مخصوصاً جریان‌های نقد مورد انتظار، به‌منظور آگاه کردن سرمایه‌گذاران و سهامداران است. طبق بیانیه مفهومی شماره یک هیئت استانداردهای حسابداری مالی، گزارشگری مالی باید اطلاعات سودمندی فراهم کند تا سرمایه‌گذاران بالفعل و بالقوه را در انجام تصمیم‌گیری‌های منطقی یاری رساند (عظیمی و گنجی، ۱۳۹۹). شرکت‌هایی که دارای رتبه الف حسابرسی هستند، گزارش‌های مالی با کیفیت بالاتری را ارائه می‌دهند که

¹ Molina

² Gerant

³ Mac viliamz&Sigel

⁴ MacKinsey

⁵ Moler

⁶ Molina

این امر سبب افزایش اعتماد سرمایه‌گذاران و سهامداران می‌شود. از طرفی اگر شرکت حسابرسی رتبه الف نباشد، سرمایه‌گذاران کمتر به آن شرکت اعتماد می‌کنند.

رسالت حسابرسی عبارت است از اعتباربخشی به گزارش‌ها و صورت‌های مالی و در مقابل منافع اقتصادی شرکت حسابرسی نیز از طریق هزینه‌های حسابرسی تأمین می‌شود. هزینه حسابرسی شامل هر نوع وجهی است که بابت ارائه خدمات حسابرسی، مطابق قرارداد حسابرسی به شرکت حسابرسی پرداخت می‌شود. (کارسلو و همکاران^۱، ۲۰۲۲). حسابرسی از طریق بررسی حرفه‌ای گزارش‌ها و صورت‌های مالی تهیه شده توسط مدیریت، اطمینان بخشی لازم جهت استفاده از گزارش‌ها را در اختیار مدیران قرار می‌دهد. حق‌الزحمه حسابرسی و هزینه حسابرسی چون از سوی شرکت به شرکت حسابرسی پرداخت می‌شود و شرکت حسابرسی بایستی عملکرد شرکت را مورد بررسی و مطالعه قرار دهد، به یکی از موضوعات پربحث در پژوهش‌های مالی تبدیل شده است (صالحی و همکاران، ۱۳۹۲). رسوایی‌های مالی شرکت‌های بزرگ نشان‌دهنده عدم وجود رویه‌های تجاری اخلاقی و اجتماعی است. عملکرد مسئولیت اجتماعی یکی از انواع اطلاعاتی است که مورد توجه حسابرسان قرار دارد. اگر عملکرد مسئولیت اجتماعی یک شرکت ضعیف باشد حتماً ریسک‌های مقرراتی، قضایی و سابقه‌ای مشتریان افزایش می‌یابد. هرچه ارزیابی ریسک بالاتر باشد، میزان هزینه حسابرسی نیز افزایش می‌یابد (کری و همکاران^۲، ۲۰۱۷).

مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها می‌تواند بر روابط آن‌ها با حسابرسان تأثیر بگذارد. مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، شرکت‌ها را در معرض خطر مالی و دعوی حقوقی بیشتری قرار می‌دهد و تمایل شرکت‌ها برای اعمال سیاست حسابداری تهاجمی بیشتر می‌شود. شواهد نشان می‌دهد که مسئولیت اجتماعی شرکت منعکس‌کننده یکپارچگی مدیریت و اعتبار منبع است و با حاکمیت شرکتی و مدیریت سود ارتباط دارد. لانگ و واشبرن^۳ (۲۰۱۲)، پیشنهاد می‌کنند شرکت‌های غیرمسئول اجتماعی از نظر هزینه‌های سیستم کلی، تمایل به انتخاب استراتژی‌های غیراخلاقی دارند. گائو و همکاران^۴ (۲۰۱۴)، دریافته‌اند که مدیران شرکت‌های دارای مسئولیت اجتماعی سرمایه‌معتبری به دست می‌آورند و کمتر به تجارت داخلی مشغول می‌شوند. بنابراین، شرکت‌های دارای مسئولیت اجتماعی با ریسک کمتری در مورد تقلب و صورت‌های مالی همراه‌کننده همراه هستند (آک‌گون و همکاران^۵، ۲۰۲۳).

از طرفی حسابرسان بزرگتر دارای اعتبار بیشتری هستند. بنابراین، آنها بیشتر در معرض خطر هستند محافظه کارانه‌تر در تصمیم‌گیری‌های حفظ و پذیرش صاحبکار هستند. شرکت‌های فاقد مسئولیت‌پذیری از نظر اجتماعی احتمالاً سود خود را دستکاری می‌کنند. حسابرسان را در معرض خطر بیشتر دعوا و از بین رفتن شهرت قرار می‌دهند. بنابراین، حسابرسان بزرگ تمایل به کاهش یا خاتمه تعاملات با شرکت‌های غیرمسئول اجتماعی دارند. شرکت‌های غیرمسئول اجتماعی از نظر مالی نیز ریسک بیشتری دارند و احتمالاً برای مخفی کردن مشکلات خود به حسابرسان سطح پایین رو می‌آورند و جانشینان معقول خود را جایگزین حسابرسان فعلی خود می‌کنند (آک‌گون و همکاران، ۲۰۲۳). با توجه به مطالب فوق پژوهش حاضر در پی یافتن پاسخ پرسش زیر است:

حسابرسی مالی موسسات بزرگ حسابرسی بر کیفیت مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها اثر معناداری دارد؟

پیشینه تحقیق

¹ Karselo et al.

² Care et al.

³ Lang & vashbern.

⁴ Gaeo et al.

⁵ Akgun et al.

محمدی و همکاران (۱۴۰۲)، در پژوهشی با عنوان بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و مدیریت سود بانک‌ها با تأکید بر نقش تعدیلی قدرت مدیرعامل، اظهار داشتند که با توجه به تأثیر قدرت مدیرعامل بر عملکرد بانک، مدیران عامل می‌توانند در انجام مسئولیت‌پذیری اجتماعی و در مدیریت سود نقش داشته باشند و در حوزه گزارشگری مالی، باوجود پیامدهای متفاوت اعمال مدیریت سود در بانک‌ها و اثرات آن روی صنایع دیگر و اقتصاد کلان، بانک‌ها بیشتر از سازمان‌های غیرمالی به شیوه‌های مدیریت سود تمایل دارند. بدین منظور نمونه پژوهش شامل ۱۶ بانک پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران و فرابورس ایران در بازه زمانی سال ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۰ برای آزمون فرضیه‌های پژوهش مورد استفاده قرار گرفت. یافته‌های حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش نشان دادند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر مدیریت سود بانک‌ها تأثیر منفی و معناداری دارند. این بدان معناست که افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی موجب کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و کاهش عدم شفافیت اطلاعات مالی و در نتیجه کاهش مدیریت سود بانک‌ها می‌شوند. همچنین یافته‌های پژوهش نشان دادند، قدرت مدیرعامل در تعدیل رابطه مسئولیت‌پذیری اجتماعی و مدیریت سود بانک‌ها نقشی ندارد.

بنایی و همکاران (۱۴۰۱)، در پژوهشی با عنوان تاثیر ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری، بیان داشتند که پژوهش ایشان، بررسی تاثیر ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، همبستگی و پس‌رویدادی می‌باشد. برای این منظور ۹۸۴ شرکت در فاصله زمانی ۱۳۹۹-۱۳۹۲ انتخاب و با استفاده از مدل‌های رگرسیونی چندمتغیره در نرم افزار ایویوز مورد تحلیل قرار گرفتند. نتایج آزمون فرضیه‌ها نشان می‌دهد شاخص کل مسئولیت‌پذیری اجتماعی تأثیر مثبتی بر قابلیت مقایسه اطلاعات دارد و سبب افزایش آن می‌شود. همچنین بعد اخلاقی و بعد اقتصادی مسئولیت‌پذیری اجتماعی به ترتیب بیشترین تاثیرگذاری مثبت بر قابلیت مقایسه اطلاعات را دارند در حالی که بعد قانونی مسئولیت‌پذیری اجتماعی تأثیر معنی‌داری بر قابلیت مقایسه اطلاعات ندارد که می‌تواند ناشی از عدم وجود قابلیت‌های قانونی مورد انتظار برای پاسخگویی نسبت به مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری باشد.

پاسکو و همکاران (۲۰۲۳)، در تحقیقی با عنوان، آیا حسابرسی مالی بر کیفیت مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تأثیر می‌گذارد؟ اثرات چهار موسسات بزرگ حسابرسی، را بررسی نمودند. این مقاله به بررسی اثر انتقال کیفیت گزارش متقابل: ارتباط بین شایستگی حسابرس مالی و کیفیت اجتماعی شرکت می‌پردازد. بررسی کردند که آیا تأثیر حسابرسی مالی چهار موسسه بزرگ بر کیفیت گزارش‌دهی مسئولیت اجتماعی شرکت‌های فهرست‌شده چینی با تأثیر آن متفاوت است یا خیر. یافته‌ها تجزیه و تحلیل نشان می‌دهد که وقتی حسابرس مالی یک شرکت یکی از چهار موسسه بزرگ است، کیفیت گزارش‌های مسئولیت اجتماعی شرکت بالاتر از زمانی است که توسط حسابرسی غیر از چهار موسسه بزرگ حسابرسی می‌شود، که به نوبه خود می‌تواند با تفاوت در انتقال کیفیت گزارش متقابل توضیح داده شود. علاوه بر این، این اثر در شرکت‌های غیردولتی نسبت به شرکت‌های دولتی است.

آنانه و همکاران^۲ (۲۰۲۳)، در تحقیقی روابط سیاسی، تمرکز مالکیت، و کیفیت افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی (CSR): شواهد تجربی از اردن را بررسی کردند. یکی از اهداف اصلی این مطالعه بررسی این موضوع بود که آیا شرکت‌های دارای روابط سیاسی تمایل متفاوتی به افشای اطلاعات CSR در مقایسه با شرکت‌های بدون ارتباطات سیاسی دارند یا خیر. همچنین فرضیه‌های پژوهش با استفاده از رگرسیون حداقل مربعات معمولی^۳ مورد آزمون قرار گرفته‌اند. در اردن، شرکت‌هایی که دارای روابط سیاسی هستند بیشتر از شرکت‌های فاقد روابط سیاسی، افشای مسئولیت

¹ Pasko et al.

² Ananzeh et al.

³ OLS

اجتماعی شرکتی با کیفیت بالا را افشا می‌کنند. علاوه بر این، یافته‌ها نشان داد که کیفیت افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی احتمالاً تحت تأثیر تمرکز مالکیت منفی است. با این وجود، روابط سیاسی می‌تواند رابطه بین تمرکز مالکیت و عملکرد افشای شرکت‌های موجود در نمونه ما را تعدیل کند. نتایج تحلیل رگرسیون نشان می‌دهد که کسب‌وکارهای نزدیک با روابط سیاسی به احتمال زیاد کیفیت افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی با کیفیت بالا را نسبت به کسب‌وکارهای بدون روابط سیاسی نشان می‌دهند. این مطالعه با تشریح نقش روابط سیاسی و ساختار مالکیت (به ویژه تمرکز مالکیت) در تأثیرگذاری بر کیفیت افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی توسط کسب‌وکار، به غنی‌تر شدن بحث مربوط به کیفیت افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی کمک می‌کند.

تعریف مفهومی متغیرهای تحقیق مسئولیت اجتماعی:

منظور از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، پیوستگی و اتحاد میان فعالیت‌ها و ارزش‌های سازمان به گونه‌ای است که منافع کلیه ذینفعان شامل سهامداران، مشتریان، کارکنان، سرمایه‌گذاران و عموم جامعه، در سیاست‌ها و عملکرد سازمان منعکس گردد. به عبارت دیگر سازمان باید همواره خود را جزیی از اجتماع بداند و نسبت به جامعه احساس مسئولیت داشته باشد و در جهت بهبود رفاه عمومی به گونه‌ای مستقل از منافع مستقیم شرکت، تلاش کند (حاجیها و سرافراز، ۱۳۹۴).

اندازه حسابرسی (موسسات حسابرسی بزرگ):

انتظار می‌رود که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، اختلاف نظر بین حسابرسان بزرگ و شرکت‌های غیرمسئول اجتماعی را افزایش دهد. صاحبکاران با ریسک و اختلاف نظر زیاد احتمالاً برای مخفی کردن مشکلات خود به حسابرسان سطح پایین رو می‌آورند (لندسمن و همکاران^۱، ۲۰۱۹).

مبانی نظری فرضیه تحقیق

موسسات از طریق ابداع و نوآوری اقدام به کنترل هزینه‌های خود نموده تا به کیفیت ارائه خدمات بهتری دست یابند تا بتوانند از این طریق بقای خود را در بازار تضمین نمایند. شرکت‌ها افشای خود را از طریق انتشار صورت‌های مالی، یادداشت‌های توضیحی، گزارش مجامع عمومی، رسانه‌ها و سایت‌های اینترنتی انجام می‌دهند. تصمیم‌گیری در رابطه با افشا یا عدم افشای اطلاعات توسط مدیریت شرکت، تحت تأثیر دو عامل اصلی قرار دارد. عوامل داخلی که مربوط به ویژگی‌های شرکت می‌باشد مثل ساختار هیئت مدیره، ترکیب سهامداران و ... همچنین عوامل بیرونی تأثیرگذار شامل رقابت در بازار، مقررات قانونی و نوع صنعت (ساسی و تامی، ۲۰۱۷). سازمان‌های تجاری از طریق فعالیت‌های خود تأثیر قابل توجهی بر جامعه می‌گذارند. بنابراین امروزه، شرکت‌ها استراتژی‌های افشای مسئولیت اجتماعی را اتخاذ می‌کنند و فعالیت‌های مختلفی را در رابطه با افشای مسئولیت اجتماعی انجام می‌دهند تا از شیوه‌های پایدار تجارت اطمینان حاصل کنند. استراتژی‌های افشای مسئولیت اجتماعی به شرکت‌ها کمک می‌کند تا تعادل بین اهداف اجتماعی و اقتصادی خود و استفاده کارآمد از منابع محدود را ایجاد کنند. افشای مسئولیت اجتماعی منافع همه ذینفعان نه فقط منافع سهامداران بلکه جامعه، محیط زیست و اخلاق را نیز در نظر می‌گیرد. استراتژی‌های افشای مسئولیت اجتماعی ممکن است به یک تجارت کمک کند تا بتواند در بازار رقابت کند (میتال و همکاران، ۲۰۰۸). برای اینکه یک شرکت بتواند خود را به عنوان یک شهروند مسئولیت‌پذیر در جامعه معرفی کند، و خود را از رقبا متمایز کند و از مزایای رقابتی بهره‌مند شود (پورتر و

¹ Lendesman et al.

کرامر، ۲۰۰۶)، باید نه تنها مسئولیت های اجتماعی و زیست محیطی خود را عملی کند، بلکه عملکرد برتر محیط زیست اجتماعی خود را به ذینفعان مربوطه نیز ابلاغ کند. این امر به این دلیل است که ذینفعان برای موفقیت مشاغل بسیار مهم هستند و اکنون به طور فزاینده نگران عملکرد اجتماعی و محیطی شرکتها هستند (حسینیان و علم، ۲۰۱۶). شرکتها نیز با بسیج سرمایه از مبالغ پس انداز کوچک به واحدهای کسری تأثیر بسزایی در توسعه انسانی، اجتماعی و زیست محیطی دارند (چونگ، ۲۰۱۵). بر خلاف شرکت های تولید کننده، اثرات زیست محیطی اجتماعی مشاغل بیمه ممکن است به دلیل فعالیت های غیرمستقیم و واسطه آنها قابل مشاهده نباشد. با پذیرش خطر ضرر، شرکتها به شدت از افراد، مشاغل دیگر و جامعه در کل حمایت می کنند. اسکات (۲۰۰۳)، استدلال می کند که شرکتها در فروش محصولات خود و سرمایه گذاری شرایط اقتصادی، اخلاقی و محیطی را در نظر می گیرند، همچنین اظهار داشت که شرکتها نیز از طریق فعالیت های اصلی و عملکردهای اجتماعی بر جامعه (با ریشه کن کردن فقر و نابرابری) تأثیر عمیقی دارند. صنعت بیمه به عنوان مدیر ریسک های میان مدت و بلند مدت در طول چرخه عمر افراد و جوامع از نقش اجتماعی ویژه ای برخوردار است. شرکت های فعال در زمینه مسئولیت اجتماعی با محصولات میان مدت و بلندمدت خود پایداری و رفاه اجتماعی را ارتقا می بخشند، همچنین شرکت های فعال در زمینه مسئولیت اجتماعی از طریق نقش نظارت فعال خود، سایر شرکتها را به اتخاذ حاکمیت خوب و شیوه های افشای مسئولیت اجتماعی وادار می کنند (اسچولتنس، ۲۰۱۱). با قبول خطر ضرر، شرکت های فعال در زمینه افشای مسئولیت اجتماعی از افراد و مشاغل پشتیبانی می کنند تا فعالیت های خود را بدون نقص انجام دهند. بنابراین، افشای مسئولیت اجتماعی شرکتها برای ارتقاء همبستگی اجتماعی و رشد فراگیر بسیار مهم است. با بررسی ادبیات مربوط به افشای مسئولیت اجتماعی، به نظر می رسد که موضوع فعالیت های اجتماعی شرکتها در صنعت به طور گسترده ای مورد تحقیق قرار نگرفته است. از اینرو فرضیه این پژوهش بصورت زیر ارایه می شود:

حسابرسی مالی موسسات بزرگ حسابرسی بر کیفیت مسئولیت اجتماعی شرکت ها اثر معناداری دارد.

روش تحقیق

این مطالعه یک پژوهش کاربردی محسوب می شود که به لحاظ نوع اجرای آن در گروه مطالعات توصیفی همبستگی قرار می گیرد. در این مطالعه از تحلیل رگرسیون برای آزمون فرضیه ها استفاده شده است. به این منظور از رگرسیون چندمتغیره با توجه به ماهیت داده ها که ترکیبی از مقاطع و سال های آماری است، استفاده و پس از اجرای تکنیک های اقتصادسنجی به آنالیز داده ها و تحلیل روابط پرداخته شده است. در این راستا اطلاعات و داده های ۲۱۳ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال های ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۱ به عنوان نمونه آماری از صورت های مالی و گزارش های سالیانه شرکتها که در سایت کدال و آرشیو بورس اوراق بهادار تهران است، گردآوری شده و با استفاده از آنها به تحلیل روابط پرداخته شده است.

جامعه و نمونه آماری تحقیق

در این پژوهش با توجه به ماهیت تحقیق و وجود برخی ناهماهنگی ها میان شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، شرایط زیر به منظور غربالگری و انتخاب نمونه آماری در نظر گرفته شده اند:

باتوجه به اطلاعات مورد نیاز طی دوره پژوهش، شرکت هایی مدنظر هستند که حداکثر تا پایان اسفندماه سال ۱۳۹۰ در بورس و اوراق بهادار تهران پذیرفته شده اند و نام آنها تا پایان سال ۱۴۰۱ از فهرست بورس حذف نشده باشد. به این مفهوم که شرکتها از ابتدا تا انتهای دوره پژوهش در بورس حضور فعال داشته و ورود به بورس و خروج از بورس طی این دوره انجام نشده باشد.

شرکت‌ها طی سال‌های مالی مورد بررسی، تغییر سال مالی نداده باشند. جزیانک‌ها، مؤسسات مالی، بیمه‌ها، شرکت‌های سرمایه‌گذاری، واسطه‌گری مالی، هلدینگ و لیزینگ که افشاهای مالی و ساختار اصول راهبردی شرکتی متفاوتی دارند، نباشند. با توجه به این معیارها تعداد ۲۱۳ شرکت به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند که در جدول ۱ روند غربالگری شرکت‌ها بر اساس معیارهای ذکر شده و رسیدن به تعداد نمونه آماری مشخص شده است.

جدول (۱): نحوه تعیین نمونه آماری تحقیق

مراحل بررسی	توضیحات برای نحوه حذف شرکت	تعداد قابل از حذف شرکت	تعداد شرکت حذف شده	تعداد شرکت نهایی
مرحله اول	با توجه به اطلاعات مورد نیاز طی دوره پژوهش، شرکت‌هایی مدنظر هستند که حداکثر تا پایان اسفندماه سال ۱۳۹۰ در بورس و اوراق بهادار تهران پذیرفته شده اند و نام آن‌ها تا پایان سال ۱۴۰۱ از فهرست بورس حذف نشده باشد. به این مفهوم که شرکت‌ها از ابتدا تا انتهای دوره پژوهش در بورس حضور فعال داشته و ورود به بورس و خروج از بورس طی این دوره انجام نشده باشد.	۷۸۳ مورد	۳۸۴ مورد	۳۹۹ مورد
مرحله دوم	حذف شرکت‌هایی که در صنعت واسطه‌گری های مالی و پولی قرار دارند و همچنین حذف بانک‌ها	۳۹۹ مورد	۳۹ مورد	۳۶۰ مورد
مرحله سوم	حذف شرکت‌هایی که طی سال‌های مالی مورد بررسی تغییر سال مالی نداده باشند	۳۶۰ مورد	۱۴۷ مورد	۲۱۳ مورد

اندازه گیری متغیر های تحقیق

کیفیت مسئولیت اجتماعی CSR (متغیر وابسته)

مسئولیت اجتماعی شرکتی شامل بسیاری از جنبه‌ها (ابعاد) است که خطمشی‌ها و شیوه‌های آن را تشکیل می‌دهند، اما بیشترین تأثیر بر ارزیابی نقش یک شرکت از فعالیتهای اجتماعی (SOC) و محیطی (ENV) حاصل می‌شود (درچی و همکاران، ۲۰۲۰؛ شفر و همکاران، ۲۰۲۰).

بعد اجتماعی محور، مسئولیتی را که یک شرکت در قبال جامعه نشان می‌دهد را در برمی‌گیرد. مسئولیت اجتماعی شرکتی یک فعالیت بشردوستانه (اجتماعی) است که به جامعه کمک می‌کند. مسئولیت اجتماعی جنبه‌های بسیاری را در برمی‌گیرد، مانند اینکه چگونه شرکت‌ها بر اقتصاد از نظر رقابت، جامعه، کیفیت اشتغال، حاکمیت شرکتی و آموزش و توسعه تأثیر می‌گذارند (رمزان و همکاران^۱، ۲۰۲۱). بعد اجتماعی عامل کلیدی زیربنای رابطه بین تجارت و جامعه است و بنابراین کسانی را که در فعالیتهای اجتماعی و روابط عمومی دخیل هستند در عملکرد شرکت درگیر می‌کند (شفر و همکاران^۲، ۲۰۲۰).

بعد محیطی به مسئولیتهای شرکت در قبال محیط طبیعی از طریق حفاظت از منابع طبیعی تعلق دارد و به‌طور کلی به نحوه توزیع منابع در یک سیستم اجتماعی اشاره دارد (لین و همکاران^۳، ۲۰۱۹). این شامل شرایط مختلفی است که در یک اقتصاد عمل می‌کنند، مانند حقوق بشر، سلامت و ایمنی، مسئولیت محصول، تغییرات آب و هوا، کاهش انتشار و

¹ Ramzan et al.

² Shefer et al.

³ Lin et al.

ترویج فناوری‌های سبز (آتان و همکاران^۱، ۲۰۱۸). بنابراین، بعد محیط‌گرایانه شامل سهم مثبتی در کیفیت محیطی می‌شود که بر عملکرد شرکت نیز تأثیر می‌گذارد.

نحوه محاسبه:

جدول (۲): چک لیست افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت (عزتی و همکاران، ۱۴۰۰)

ردیف	شرح	بله	خیر	
مسائل محیطی	آیا اطلاعاتی راجع به کنترل آلودگی و جلوگیری از خسارت زیست محیطی ارائه شده است؟			
	آیا راجع به بازیافت یا جلوگیری از ضایعات ارائه شده است؟			
	آیا اطلاعاتی راجع به حفظ منابع طبیعی ارائه شده است؟			
	آیا اطلاعاتی راجع به تحقیق و توسعه ارائه شده است؟			
	آیا اطلاعاتی راجع به سرمایه‌گذاری در پروژه‌های زیست محیطی ارائه شده است؟			
محصولات و خدمات	آیا اطلاعاتی راجع به توسعه محصول / سهم بازار ارائه شده است؟			
	آیا اطلاعاتی راجع به کیفیت محصول / ایزو ارائه شده است؟			
	آیا اطلاعاتی راجع به ایمنی و سلامت محصول ارائه شده است؟			
منابع انسانی	آیا اطلاعاتی راجع به تعداد کارکنان ارائه شده است؟			
	آیا اطلاعاتی راجع به حقوق ماهیانه / پاداش ارائه شده است؟			
	آیا اطلاعاتی راجع به سهام تحت تملک کارمندان ارائه شده است؟			
	آیا اطلاعاتی راجع به بازنشستگی و مزایای پایان خدمت ارائه شده است؟			
	آیا اطلاعاتی راجع به سلامت و ایمنی در محیط کار ارائه شده است؟			
	آیا اطلاعاتی راجع به برنامه‌های آموزش، ورزشی و رفاهی ارائه شده است؟			
	آیا اطلاعاتی راجع به وام / بیمه کارمندان ارائه شده است؟			
	آیا اطلاعاتی راجع به روحیه و ارتباطات کارمندان ارائه شده است؟			
	مشتریان	آیا اطلاعاتی راجع به شکایت‌ها / رضایت مندی مشتریان ارائه شده است؟		
		آیا اطلاعاتی راجع به سیاست پرداخت دیرتر برای برخی مشتریان خاص ارائه شده است؟		
آیا اطلاعاتی راجع به تدارک تسهیلات و خدمات پس از فروش ارائه شده است؟				
آیا اطلاعاتی راجع به پاسخگویی به نیاز مشتریان ارائه شده است؟				
مسئولیت‌های اجتماعی	آیا اطلاعاتی راجع به سرمایه‌گذاری اجتماعی ارائه شده است؟			
	آیا اطلاعاتی راجع به حمایت از فعالیت‌های اجتماعی ارائه شده است؟			
	آیا اطلاعاتی راجع به هدایا و خدمات خیریه ارائه شده است؟			
	آیا اطلاعاتی راجع به اقدامات قانونی یا دعاوی قضایی ارائه شده است؟			
	آیا اطلاعاتی راجع به فعالیت‌های مذهبی / فرهنگی ارائه شده است؟			
انرژی	آیا اطلاعاتی راجع به حفظ و صرفه‌جویی در انرژی ارائه شده است؟			
	آیا اطلاعاتی راجع به توسعه و اکتشاف منابع جدید ارائه شده است؟			
	آیا اطلاعاتی راجع به استفاده از منابع جدید ارائه شده است؟			
در نهایت مجموع امتیازات بدست آمده، به تعداد سوالات که ۲۸ مورد می‌باشد، تقسیم می‌گردد.				

بر اساس جدول فوق در نهایت مجموع امتیازات به دست آمده، به تعداد سوالات که ۲۸ مورد می‌باشد، تقسیم می‌گردد و هرچه نسبت به دست آمده بیشتر باشد، بیانگر این است که افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت بیشتر بوده و برعکس.

متغیر مستقل: BIG A

¹ Atan et al.

موسسه حسابرسی بزرگ: اگر شرکت توسط سازمان حسابرسی و مفید راهبر حسابرسی شود ۱ و در غیر اینصورت صفر.

متغیرهای کنترلی

جدول (۳): نحوه اندازه گیری متغیرهای کنترلی

اندازه شرکت	کنترلی	Size	لگاریتم طبیعی جمع دارایی (تران و همکاران، ۲۰۲۲)
فرصت رشد	کنترلی	Mtb	نسبت ارزش بازار سهام به ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام (تران و همکاران، ۲۰۲۲)
سودآوری	کنترلی	Profit	نسبت سود خالص به جمع دارایی (تران و همکاران، ۲۰۲۲)
دارایی مشهود	کنترلی	Tang	نسبت ارزش دارایی ثابت به اضافه موجودی کالا به جمع دارایی (تران و همکاران، ۲۰۲۲)
اهرم مالی	کنترلی	LevInd	برابر است با نسبت جمع بدهی به جمع دارایی (تران و همکاران، ۲۰۲۲).

مدل رگرسیون برای آزمون فرضیه

مدل رگرسیونی به صورت ذیل ارائه شده است:

$$CSR_{it} = \alpha_0 + \beta_1 BIG A_{it} + \beta_2 Size_{it} + \beta_3 MTB_{it} + \beta_4 PROFIT_{it} + \beta_5 TANG_{it} + \beta_6 LEV_{it} + \varepsilon_{it}$$

(آک گون و همکاران، ۲۰۲۳).

آمار توصیفی

آمار توصیفی به تلخیص، توصیف و توضیح ویژگی‌های مهم داده‌ها گفته می‌شود. در این قسمت داده‌های مختلف به صورت جداول نشان داده شده و به دنبال آن شاخص‌های مختلف در این زمینه اندازه‌گیری می‌شوند. در این نوع آمار، ابتدا داده‌ها خلاصه شده و به صورت جدول‌های مختلف ارائه می‌شوند و سپس معیارهای عددی برای بدست آوردن مقدار معرف مرکز داده‌ها و مقادیر پراکندگی آنان بدست می‌آید. تعداد مشاهدات تحقیق حاضر ۲۵۵۶ سال - شرکت است. این مشاهدات حاصل از ترکیب داده‌های ۲۱۳ شرکت به‌عنوان داده‌های مقطعی در طول ۱۲ سال (۱۳۹۰ تا ۱۴۰۱)، به‌عنوان دوره مورد مطالعه می‌باشد. اصلی‌ترین شاخص مرکزی، میانگین است که نشان‌دهنده نقطه تعادل و مرکز ثقل توزیع است. میانه نشان می‌دهد که نیمی از داده‌ها کمتر از این مقدار و نیمی دیگر بیشتر از این مقدار هستند. بطور کلی از میانه به‌عنوان اندازه تمایل به مرکز توزیع‌هایی که شکل آنها نامتقارن است، استفاده می‌شود. به‌طور کلی پارامترهای پراکندگی، معیاری برای تعیین میزان پراکندگی داده‌ها از یکدیگر یا میزان پراکندگی آنها نسبت به میانگین است. از مهم‌ترین پارامترهای پراکندگی، انحراف معیار است. در این تحقیق بیشترین انحراف معیار مربوط به متغیر ارزش بازار به دفتری و کمترین مقدار مربوط به اندازه شرکت می‌باشد. میزان عدم تقارن منحنی فراوانی را چولگی می‌نامند. اگر ضریب چولگی صفر باشد، جامعه کاملاً متقارن است و چنانچه این ضریب مثبت باشد چولگی به راست و اگر ضریب منفی باشد چولگی به چپ دارد. ضریب کشیدگی میزان کشیدگی منحنی فراوانی را نسبت به منحنی نرمال استاندارد نشان می‌دهد. اگر کشیدگی حدود سه باشد، یعنی منحنی فراوانی از لحاظ کشیدگی وضع متعادل و نرمالی دارد، اگر این مقدار بزرگتر از عدد ۳ باشد منحنی برجسته و اگر کمتر از عدد ۳ باشد منحنی پهن می‌باشد.

جدول (۴): شاخص‌های مرکزی و پراکندگی هر یک از متغیرهای تحقیق

نام متغیر	نماد متغیر	تعداد مشاهدات	میانگین	میانه	بیشینه	کمینه	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
مسئولیت اجتماعی	CSR	۲۵۵۶	۰/۲۸۴	۰/۲۴۲	۰/۸۰۴	۰/۰۱۹	۰/۱۹۶	۰/۷۸۳	۲/۸۰۰

۳/۵۹۷	۰/۷۰۵	۱/۷۲۲	۱۰/۴۹۲	۲۱/۳۲۷	۱۴/۶۱۹	۱۴/۹۰۰	۲۵۵۶	Size	اندازه شرکت	
۳/۴۳۷	۱/۱۷۷	۱/۷۰۵	۱/۱۰۳	۷/۱۱۱	۲/۱۶۶	۲/۸۱۳	۲۵۵۶	Mtb	فرصت رشد	
۲/۳۷۵	۰/۵۵۳	۰/۱۴۳	- ۰/۰۶۲	۰/۴۵۳	۰/۱۲۷	۰/۱۵۱	۲۵۵۶	Profit	سودآوری	
۱/۹۲۰	۰/۰۵۱	۰/۱۷۶	۰/۲۲۴	۰/۸۱۸	۰/۵۱۲	۰/۵۱۳	۲۵۵۶	Tang	دارایی مشهود	
۳/۱۳۲	- ۰/۴۸۳	۰/۱۱۱	۰/۱۸۲	۰/۷۶۰	۰/۵۷۰	۰/۵۵۷	۲۵۵۶	LevInd	اهرم مالی	
متغیر گسسته										
درصد فراوانی ارزش ۰		فراوانی ارزش ۰		درصد فراوانی ارزش ۱		فراوانی ارزش ۱		تعداد مشاهدات	نام متغیر	نام متغیر
۴۶,۷۰		۱۱۷۶		۵۳,۳۰		۱۳۸۰		۲۵۵۶	BIG A	موسسه حسابرسی بزرگ

آزمون مانایی

یک متغیر سری زمانی وقتی ماناست که میانگین، واریانس و ضریب خود همبستگی آن در طول زمان ثابت باقی بماند. مانایی دو حالت دارد: ضعیف و قوی. ما معمولاً حالت ضعیف را بررسی می کنیم. اگر تمامی گشتاورها در طول زمان ثابت باشد، سری مانایی قوی است؛ ولی اگر گشتاورهای مرتبه اول و دوم ثابت باشد سری مانای ضعیف است. در این تحقیق برای بررسی مانایی از آزمون لوین، لین و چو استفاده می گردد. فرضیه صفر آزمون، بیانگر وجود ریشه واحد متغیرهاست.

جدول (۵): آزمون لوین، لین و چو

نام متغیر	نماد متغیر	مقدار آماره	سطح معناداری	نتیجه آزمون
کیفیت مسئولیت اجتماعی	CSR D	- ۳۹/۳۸۳	۰/۰۰۰	مانا
موسسه حسابرسی بزرگ	BIG A	- ۲۶/۹۳۱	۰/۰۰۰	مانا
اندازه شرکت	Size	۰/۶۸۶	۰/۰۰۰	مانا
فرصت رشد	Mtb	- ۲۷/۲۸۲	۰/۰۰۰	مانا
سودآوری	Profit	- ۲۱/۲۴۳	۰/۰۰۰	مانا
دارایی مشهود	Tang	- ۱۵/۲۸۶	۰/۰۰۰	مانا
اهرم مالی	LevInd	- ۲۶/۷۱۳	۰/۰۰۰	مانا

با توجه به جدول فوق فرضیه صفر مبنی بر نامانایی برای همه متغیرها رد می شود و تمامی متغیرهای مورد مطالعه در سطح مانا هستند.

پیش آزمونهای مدل رگرسیون فرضیه اول

جدول (۶): آزمون F لیمر و هاسمن

نوع آزمون	مقدار آماره	سطح معناداری	نتیجه آزمون
آزمون چاو	۱۴/۲۲۵	۰/۰۰۰	مدل با اثرات (پانل دیتا) مناسب است.
آزمون هاسمن	۶۶/۹۹۰	۰/۰۰۰	مدل با اثرات ثابت مناسب است.

* سطح خطای ۵ درصد

با توجه به نتایج دو آزمون انجام شده (F و هاسمن) در هر دو آزمون احتمال بدست آمده کمتر از ۵ درصد بوده و بنابراین باید در مدل رگرسیونی مربوطه از داده های پنل و روش اثرات ثابت استفاده شود.

نتیجه آزمون مدل رگرسیون

$$CSR_{it} = \alpha_0 + \beta_1 BIG A_{it} + \beta_2 Size_{it} + \beta_3 MTB_{it} + \beta_4 PROFIT_{it} + \beta_5 TANG_{it} + \beta_6 LEV_{it} + \varepsilon_{it}$$

جدول (۷): آزمون رگرسیون و معناداری مدل

نام متغیر	نماد متغیر	ضریب	خطای استاندارد	آماره t	سطح معناداری
ضریب ثابت	α	۰/۸۰۶	۰/۰۷۶	۱۰/۴۸۵	۰/۰۰۰
موسسه حسابرسی بزرگ	BIG A	۰/۰۷۷	۰/۰۲۱	۳/۵۵۶	۰/۰۰۰
اندازه شرکت	Size	۰/۰۱۳	۰/۰۰۳	۳/۳۹۰	۰/۰۰۰
فرصت رشد	Mtb	۰/۰۰۱۷	۰/۰۰۱۲	۱/۴۰۴	۰/۱۶۰
سودآوری	Profit	۰/۶۳۳	۰/۰۳۴	۱۸/۳۳۷	۰/۰۰۰
دارایی مشهود	Tang	- ۰/۲۲۴	۰/۰۱۴	- ۱۵/۶۷۲	۰/۰۰۰
اهرم مالی	Lev	۰/۲۵۸	۰/۰۳۳	۷/۸۲۷	۰/۰۰۰
آماره فیشر	۸۱/۹۲۶		سطح معناداری آماره فیشر		
ضریب تعیین	۰/۹۰۴		ضریب تعیین تعدیل شده		
آماره دوربین - واتسون	۱/۶۰				

ارزیابی خوبی برازش مدل

بعد از برآورد هر مدل رگرسیونی لازم است تا میزان اعتبار آن مورد بررسی قرار گیرد. میزان اعتبار مدل‌های رگرسیونی با خوبی برازش مدل سنجیده می‌شود. این امر از آن جهت حائز اهمیت است که بتوان یافته‌های تحقیق را با اطمینان تفسیر کرد. خوبی برازش هر مدل آماری با استفاده ضریب تعیین و آماره فیشر ارزیابی می‌شود. ضریب تعیین قدرت توضیحی و آماره فیشر معناداری کل مدل برآورد شده را نشان می‌دهد. همچنین، اگر مقدار ضریب تعیین تعدیل شده نزدیک به ضریب تعیین باشد، نشان‌دهنده این است که از متغیرهای مناسبی در مدل استفاده شده است. با توجه به این توضیح ضریب تعیین مدل برآورد شده (۱) برابر با ۰/۹۰۴ به دست آمده که نشان می‌دهد قدرت توضیحی مدل برابر با ۹۰/۴ درصد است، به عبارتی متغیرهای مورد استفاده در مدل آماری توانسته‌اند بیش از ۹۰ درصد از تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهند که حاکی از قدرت توضیحی بالای این مدل برآورد شده است. از طرفی آماره فیشر و سطح معناداری آن که کوچک‌تر از ۰/۰۵ هستند، نشان‌دهنده معناداری کل مدل برآورد شده است. در نهایت با توجه به اینکه ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰/۸۹۳ و نزدیک به مقدار ضریب تعیین است، می‌توان استفاده از متغیرهای مناسب در مدل را تایید کرد. این آماره‌ها نشان می‌دهند که مدل به طور کلی به خوبی برازش شده است؛ لذا اکنون با اطمینان می‌توان به تفسیر یافته‌ها و ضرایب به دست آمده پرداخت.

تفسیر آماری نتایج مدل

برای نتیجه‌گیری در مورد تاثیر هر متغیر توضیحی بر متغیر وابسته از آماره t و سطح معناداری آن استفاده می‌شود؛ به طوری که اگر سطح معناداری آماره t متغیر کوچک‌تر از ۰/۰۵ باشد، به معنای این است که تاثیر آن متغیر در سطح خطای ۵ درصد و با اطمینان ۹۵ درصد معنادار و قابل توجه است و اگر سطح معناداری آماره t متغیر کوچک‌تر از ۰/۰۱ باشد، به معنای این است که تاثیر آن متغیر در سطح خطای ۱ درصد و با اطمینان ۹۹ درصد معنادار و قابل توجه است. با این توضیح اکنون به تفسیر نتایج پرداخته می‌شود.

از آنجایی که سطح معناداری آماره t موسسه حسابرسی بزرگ برابر با ۰/۰۰۰ و از ۰/۰۱ کوچک‌تر است، در نتیجه این متغیر در سطح خطای ۱ درصد و با اطمینان ۹۵ درصد تاثیر معناداری بر کیفیت مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها دارد. بنابراین، فرضیه اول پژوهش مبنی بر اینکه حسابرسی مالی موسسات بزرگ حسابرسی بر کیفیت مسئولیت اجتماعی

شرکت ها اثر معناداری دارد، پذیرفته می شود. ضریب حسابرسی مالی موسسات بزرگ حسابرسی نیز برابر با ۰/۰۷۷ است که به دلیل مثبت بودن آن می توان نتیجه گرفت حسابرسی مالی موسسات بزرگ حسابرسی تاثیر مستقیم بر کیفیت مسئولیت اجتماعی شرکت ها دارد، به طوری که با افزایش یک واحد حسابرسی مالی موسسات بزرگ حسابرسی، کیفیت مسئولیت اجتماعی شرکت ها به میزان ۰/۰۷۷ واحد کاهش می یابد.

سایر نتایج به این شرح است:

اندازه شرکت تاثیر معناداری بر کیفیت مسئولیت اجتماعی شرکت ها دارد و ضریب آن برابر با ۰/۰۱۳ است که نشان می دهد با افزایش یک واحد اندازه شرکت، کیفیت مسئولیت اجتماعی شرکت ها به میزان ۰/۰۱۳ واحد افزایش می یابد. فرصت رشد تاثیر معناداری بر کیفیت مسئولیت اجتماعی شرکت ها ندارد، زیرا سطح معناداری آن بزرگ تر از ۰/۰۵ است؛ لذا ضریب آن اهمیت آماری و توجیه اقتصادی ندارد.

سودآوری تاثیر معناداری بر کیفیت مسئولیت اجتماعی شرکت ها دارد و ضریب آن برابر با ۰/۶۳۳ است که نشان می دهد با افزایش یک واحد سودآوری، کیفیت مسئولیت اجتماعی شرکت ها به میزان ۰/۶۳۳ واحد افزایش می یابد. دارایی مشهود تاثیر معناداری بر کیفیت مسئولیت اجتماعی شرکت ها دارد و ضریب آن برابر با ۰/۲۲۴ است که نشان می دهد با افزایش یک واحد دارایی ملموس، کیفیت مسئولیت اجتماعی شرکت ها به میزان ۰/۲۲۴ واحد کاهش می یابد. اهرم مالی تاثیر معناداری بر کیفیت مسئولیت اجتماعی شرکت ها دارد و ضریب آن برابر با ۰/۲۵۸ است که نشان می دهد با افزایش یک واحد اهرم مالی، کیفیت مسئولیت اجتماعی شرکت ها به میزان ۰/۲۵۸ واحد افزایش می یابد.

نتیجه گیری و مقایسه با سایر تحقیق ها

موسسات از طریق ابداع و نوآوری اقدام به کنترل هزینه های خود نموده تا به کیفیت ارائه خدمات بهتری دست یابند تا بتوانند از این طریق بقای خود را در بازار تضمین نمایند. شرکت ها افشای خود را از طریق انتشار صورت های مالی، یادداشت های توضیحی، گزارش مجامع عمومی، رسانه ها و سایت های اینترنتی انجام می دهند. تصمیم گیری در رابطه با افشا یا عدم افشای اطلاعات توسط مدیریت شرکت، تحت تاثیر دو عامل اصلی قرار دارد. عوامل داخلی که مربوط به ویژگی های شرکت می باشد مثل ساختار هیئت مدیره، ترکیب سهامداران و ... همچنین عوامل بیرونی تاثیرگذار شامل رقابت در بازار، مقررات قانونی و نوع صنعت (ساسی و تامی، ۲۰۱۷). سازمان های تجاری از طریق فعالیتهای خود تأثیر قابل توجهی بر جامعه می گذارند. بنابراین امروزه، شرکت ها استراتژی های افشای مسئولیت اجتماعی را اتخاذ می کنند و فعالیتهای مختلفی را در رابطه با افشای مسئولیت اجتماعی انجام می دهند تا از شیوه های پایدار تجارت اطمینان حاصل کنند. استراتژی های افشای مسئولیت اجتماعی به شرکت ها کمک می کند تا تعادل بین اهداف اجتماعی و اقتصادی خود و استفاده کارآمد از منابع محدود ایجاد کنند. افشای مسئولیت اجتماعی منافع همه ذینفعان نه فقط منافع سهامداران بلکه جامعه، محیط زیست و اخلاق را نیز در نظر می گیرد. استراتژی های افشای مسئولیت اجتماعی ممکن است به یک تجارت کمک کند تا بتواند در بازار رقابت کند (میتال و همکاران، ۲۰۰۸). برای این که یک شرکت بتواند خود را به عنوان یک شهروند مسئولیت پذیر در جامعه معرفی کند، و خود را از رقبا متمایز کند و از مزایای رقابتی بهره مند شود (پورتر و کرامر، ۲۰۰۶). باید نه تنها مسئولیت های اجتماعی و زیست محیطی خود را عملی کند، بلکه عملکرد برتر محیط زیست اجتماعی خود را به ذینفعان مربوطه نیز ابلاغ کند. این امر به این دلیل است که ذینفعان برای موفقیت مشاغل بسیار مهم هستند و اکنون به طور فزاینده نگران عملکرد اجتماعی و محیطی شرکت ها هستند (حسینیان و علم، ۲۰۱۶). شرکت ها نیز با بسیج سرمایه از مبالغ پس انداز کوچک به واحدهای کسری تأثیر بسزایی در توسعه انسانی، اجتماعی و زیست محیطی دارند (چونگ، ۲۰۱۵). و حمایت از فعالیتهای اقتصادی یک کشور. بر خلاف شرکت های تولید کننده،

اثرات زیست محیطی اجتماعی مشاغل بیمه ممکن است به دلیل فعالیت‌های غیرمستقیم و واسطه آنها قابل مشاهده نباشد. با پذیرش خطر ضرر، شرکت‌ها به شدت از افراد، مشاغل دیگر و جامعه در کل حمایت می‌کنند. اسکات (۲۰۰۳)، استدلال می‌کند که شرکت‌ها در فروش محصولات خود و سرمایه‌گذاری شرایط اقتصادی، اخلاقی و محیطی را در نظر می‌گیرند، همچنین اظهار داشت که شرکت‌ها نیز از طریق فعالیت‌های اصلی و عملکردهای اجتماعی بر جامعه (با ریشه کن کردن فقر و نابرابری) تأثیر عمیقی دارند. صنعت بیمه به عنوان مدیر ریسک‌های میان مدت و بلند مدت در طول چرخه عمر افراد و جوامع از نقش اجتماعی ویژه ای برخوردار است. شرکت‌ها فعال در زمینه مسئولیت اجتماعی با محصولات میان مدت و بلندمدت خود پایداری و رفاه اجتماعی را ارتقا می‌بخشند، همچنین شرکت‌های فعال در زمینه مسئولیت اجتماعی از طریق نقش نظارت فعال خود، سایر شرکت‌ها را به اتخاذ حاکمیت خوب و شیوه‌های افشای مسئولیت اجتماعی وادار می‌کنند (اسچولتنس، ۲۰۱۱). با قبول خطر ضرر، شرکت‌ها فعال در زمینه افشای مسئولیت اجتماعی از افراد و مشاغل پشتیبانی می‌کنند تا فعالیت‌های خود را بدون نقص انجام دهند. بنابراین، افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها برای ارتقاء همبستگی اجتماعی و رشد فراگیر بسیار مهم است. با بررسی ادبیات مربوط به افشای مسئولیت اجتماعی، به نظر می‌رسد که موضوع فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها در صنعت به طور گسترده‌ای مورد تحقیق قرار نگرفته است.

نتیجه حاصل از آزمون فرضیه

نتیجه آزمون فرضیه تحقیق نشان داد حسابرسی مالی موسسات بزرگ حسابرسی بر کیفیت مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها اثر معناداری دارد. شرکت‌هایی که دارای رتبه الف حسابرسی هستند، گزارش‌های مالی با کیفیت بالاتری را ارائه می‌دهند که این امر سبب افزایش اعتماد سرمایه‌گذاران و سهامداران می‌شود. از طرفی اگر شرکت حسابرسی رتبه الف نباشد، سرمایه‌گذاران کمتر به آن شرکت اعتماد می‌کنند. مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها می‌تواند بر روابط آن‌ها با حسابرسان تأثیر بگذارد. مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، شرکت‌ها را در معرض خطر مالی و دعوی حقوقی بیشتری قرار می‌دهد و تمایل شرکت‌ها برای اعمال سیاست حسابداری تهاجمی بیشتر می‌شود. شواهد نشان می‌دهد که مسئولیت اجتماعی شرکت منعکس کننده یکپارچگی مدیریت و اعتبار منبع است و با حاکمیت شرکتی و مدیریت سود ارتباط دارد. لانگ و واشبرن (۲۰۱۲)، پیشنهاد می‌کنند شرکت‌های غیرمسئول اجتماعی از نظر هزینه‌های سیستم کلی، تمایل به انتخاب استراتژی‌های غیراخلاقی دارند. گائو و همکاران (۲۰۱۴)، دریافتند که مدیران شرکت‌های دارای مسئولیت اجتماعی سرمایه معتبری به دست می‌آورند و کمتر به تجارت داخلی مشغول می‌شوند. بنابراین، شرکت‌های دارای مسئولیت اجتماعی با ریسک کمتری در مورد تقلب و صورت‌های مالی همراه کننده هستند. از طرفی حسابرسان بزرگتر دارای اعتبار بیشتری هستند. بنابراین، آن‌ها بیشتر در معرض خطر هستند محافظه کارانه تر در تصمیم‌گیری‌های حفظ و پذیرش صاحبکار هستند. شرکت‌های فاقد مسئولیت‌پذیری از نظر اجتماعی احتمالاً سود خود را دستکاری می‌کنند. حسابرسان را در معرض خطر بیشتر دعوا و از بین رفتن شهرت قرار می‌دهند. بنابراین، حسابرسان بزرگ تمایل به کاهش یا خاتمه تعاملات با شرکت‌های غیرمسئول اجتماعی دارند. شرکت‌های غیرمسئول اجتماعی از نظر مالی نیز ریسک بیشتری دارند و احتمالاً برای مخفی کردن مشکلات خود به حسابرسان سطح پایین رو می‌آورند و جانشینان معقول خود را جایگزین حسابرسان فعلی خود می‌کنند (آک‌گون و همکاران، ۲۰۲۳). یافته‌های این مطالعه یافته‌های تحقیقات قبلی آک‌گون و همکاران (۲۰۲۳)، چن و گونگ (۲۰۱۹)، را تایید میکند.

پیشنهاد‌های تحقیق

پیشنهادهای کاربردی

با توجه به نتیجه آزمون فرضیه "حسابرسی مالی موسسات بزرگ حسابرسی بر کیفیت مسئولیت اجتماعی شرکت ها اثر معناداری دارد". به سهامداران و سرمایه گذاران پیشنهاد می شود که با توجه به اینکه حسابرسان بزرگ تمایل به کاهش یا خاتمه تعاملات با شرکت های غیرمسئول اجتماعی دارند. شرکت های غیرمسئول اجتماعی از نظر مالی نیز ریسک بیشتری دارند و احتمالاً برای مخفی کردن مشکلات خود به حسابرسان سطح پایین رو می آورند و جانشینان معقول خود را جایگزین حسابرسان فعلی خود می کنند برای سرمایه گذاری به این نکته توجه ویژه نمایند.

پیشنهادها برای تحقیقات آتی

- ✓ پیشنهاد می شود به بررسی نقش محدودیت های مالی بر رابطه حسابرسی مالی موسسات بزرگ حسابرسی بر کیفیت مسئولیت اجتماعی شرکت ها پرداخته شود.
- ✓ پیشنهاد می شود به بررسی نقش سیاست های پولی بر رابطه حسابرسی مالی موسسات بزرگ حسابرسی بر کیفیت مسئولیت اجتماعی شرکت ها پرداخته شود.
- ✓ پیشنهاد می شود به بررسی نقش تداوم سود بر رابطه حسابرسی مالی موسسات بزرگ حسابرسی بر کیفیت مسئولیت اجتماعی شرکت ها پرداخته شود.

محدودیت های تحقیق

از جمله محدودیت های این تحقیق عدم تعمیم پذیری آن نسبت به بانک ها و موسسات مالی و شرکت های و به طور کلی شرکت های سرمایه گذاری و یا واسطه گری مالی می باشد. به طوری که یافته های این مطالعه در بین این نمونه ها نبوده است و بر همین اساس تعمیم پذیری لازم را در این زمینه ندارد. نظریه اینکه جامعه آماری این تحقیق، شرکت های پذیرفته شده در بورس می باشند، تعمیم نتایج به شرکت های غیربورسی با محدودیت هایی روبرو خواهد بود. این محدودیت ها در شرکت های که در بورس اوراق بهادار تهران حضور داشتند ولی در نمونه آماری لحاظ نشده اند نیز صدق می کند. تورم و سایر متغیرهای کلان اقتصادی که بر بازدهی شرکتها کاملاً تاثیر گذار است و باعث تاثیرگذاری بر تمایلات بنگاه جهت افزایش یا کاهش قیمتها و همچنین هزینه تامین منابع آنها می گردند، ممکن است نتایج تحقیق را تحت تاثیر قرار داده باشند که در مدل های مورد استفاده در تحقیق ثابت در نظر گرفته شده اند.

منابع

- ✓ احمدپور، احمد، فرمانبردار، مریم، (۱۳۹۴)، بررسی ارتباط بین افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی شرکتها و رقابت بازار محصول، فصلنامه حسابداری مالی، دوره ۷، شماره ۲۶، صص ۱۰۳-۱۲۴.
- ✓ بنابی قدیم، رحیم، کریمی، زینب، واعظ، سیدعلی، (۱۴۰۱)، تأثیر ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی بر قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری. پژوهش های راهبردی بودجه و مالی، دوره ۳، شماره ۴.
- ✓ حاجیها، زهره، سرفراز، بهمن، (۱۳۹۳)، بررسی رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتها و هزینه حقوق صاحبان سهام در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پژوهش های تجربی حسابداری، دوره ۴، شماره ۴، صص ۱۰۵-۱۲۳.

- ✓ عظیمی، مجید، گنجی ارجنکی، سمیه، (۱۳۹۵)، تاثیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت بر کیفیت گزارشگری مالی، مطالعات حسابداری و حسابرسی، دوره ۵، شماره ۱۷.
- ✓ زمانیان، علیرضا، ابراهیمی، مجید، (۱۳۹۷)، بررسی تاثیر مسئولیت پذیری اجتماعی بر رضایتمندی از برند با تبیین نقش میانجی نگرش به برند، کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت و مهندسی صنایع.
- ✓ محمدی، سامان، اوریایی، زهرا، نادری، علی، (۱۴۰۲)، بررسی رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی و مدیریت سود بانکها با تأکید بر نقش تعدیلی قدرت مدیرعامل، مطالعات تجربی حسابداری مالی، دوره ۲۰، شماره ۷۷، صص ۱۸۳-۲۱۸.
- ✓ Beaver, W. H. (1967). Financial Ratios as Predictors of Failure. *Journal of Accounting Research*, 4(3), 71-111.
- ✓ Berger, Allen N., H.S. Bouwman. (2008). *Christa, Financial Crises and Bank Liquidity Creation*. University of South Carolina.
- ✓ Blanco, B., & Dhole, S. (2017). Financial Statement Comparability, Readability and Accounting Fraud, AFAANZ Conference. Working Paper, https://www.afaanz.org/openconf/2017/modules/request.php?module=oc_program&action=summary.php&id=4
- ✓ Brown, K., Jha, R., Pacharn, P. (2015). Ex ante CEO severance pay and risk-taking in the financial services sector. *J. Bank. Finan*, 59, 111-126.
- ✓ Caporale GM., Lodh S., Nandy M. (2017). The Performance of Banks in the MENA Region During the Global Financial Crisis. *Research in International Business and Finance*, 42(1), 583-590.
- ✓ Chiorazzo, V., Milani, C., and Salvini, F. (2008). Income diversification and bank performance: Evidence from Italian banks. *journal of Financial Services Research*, 33(3), 181-203.
- ✓ Chen, C.-W., Collins, D. W., Kravet, T. D., Mergenthaler, R. J. (2014). Financial statement comparability and the efficiency of acquisition decisions. Working paper, University of Iowa.
- ✓ Chen, C. W., Collins, D. W., Kravet, T. D., Mergenthaler, R. D. (2018). Financial statement comparability and the efficiency of acquisition decisions. *Contemp. Account. Res.*, 35(1), 164-202.
- ✓ Choi, J. H., Choi, S., Myers, L. A. & Ziebart, D. (2019). Financial Statement Comparability and the Informativeness of Stock Prices about Future Earnings. *Contemporary Accounting Research*, 36(1), 389-417.
- ✓ Chauhan, Y., Kumar, S. B. (2019). Does accounting comparability alleviate the informational disadvantage of foreign investors? *Int. Rev. Econ. Finan*, 60, 114-129.
- ✓ De Franco, G., Kothari, S. P. & Verdi, R. S. (2011). The Benefits of Financial Statement Comparability. *Journal of Accounting Research*, 49(4), 895-931.
- ✓ Demsetz, R. S., Strahan, P. E. (1997). Diversification, size, and risk at bank holding companies. *J. Money Credit Bank*, 29(3), 300-313.
- ✓ DeYoung, R., & Roland, K. P. (2001). Product mix and earnings volatility at commercial banks: Evidence from a degree of total leverage model. *Journal of Financial Intermediation*, 10(1), 54-84.
- ✓ Ebrahimi, K. Shahriyari, M. & Mehmannaevazan, S. (2016). Investigating the effect of income diversity on the performance of banks accepted in the Tehran Stock Exchange. *Financial knowledge analysis of securities*, 30, 67-75. (In Persian)
- ✓ Fang, X., Li, Y., Xin, B. & Zhang, W. (2012). Accounting Comparability and Bank Loan Contracting. Rotman School of Management. Working Paper No. 2138202, CCA Annual Conference 2013. Available at SSRN: <http://ssrn.com>.

- ✓ Fischer, Michael Daniel; Ferlie, Ewan. (2013). Resisting hybridisation between modes of clinical risk management: Contradiction, contest, and the production of intractable conflict. *Accounting, Organizations and Society*, 38(1), 30–49.
- ✓ -Financial Accounting Standards Board. (2010). Statement of Financial Accounting Concepts, No 8.
- ✓ Francis, J., Pinnuck, L. and Watanabe, Olena. (2014). Auditor Style and Financial Statement Comparability. *Journal of The Accountng Review*, 89(2), 605-633.
- ✓ Gong, G., Li, L. Y., Zhou, L. (2013). Earnings non-synchronicity and voluntary disclosure. *Contemporary Accounting Research*, 30(4), 1560-1589.
- ✓ Habib, A., Hasan, M. M., & Al-Hadi, A. (2017). Financial statement comparability and corporate cash holdings. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 13(3), 304-321.
- ✓ Hidayat. Y. W., & Kahinaka, M., & Miyamoto, H. (2012). Bank risk and non-interest income activities in the Indonesian banking industry. *Journal of Asian Economics*, 23, 335-343.
- ✓ Hirshleifer, D., Low, A., & Teoh, S. H. (2012). Are overconfident CEOs better innovators?. *The Journal of Finance*, 67(4), 1457-1498.
- ✓ Higgins, Robert, C. (2007). *Analysis for Financial Management*. McGraw-Hill Irwin, New York.
- ✓ Houston, J. F., Lin, C., Lin, P., Ma, Y. (2010). Creditor rights, information sharing, and bank risk taking. *J. Financ. Econ*, 96(3), 485-512.
- ✓ Jantadej, P. (2006). *Using The Combination of Cash Flow Components to Predict Finance Distress*. ph.D. The Graduate College at the University of Nebraska.
- ✓ Jenkins, D. S., Kane, G. D., Velury, U. (2009). Earnings conservatism and value relevance across the business cycle. *J. Bus. Finan. Account*, 36(9-10), 1041-1058.
- ✓ Jin, J. Y., Kanagaretnam, K., Lobo, G. J., Mathieu, R. (2013). Impact of FDICIA internal controls on bank risk taking. *J. Bank. Finan*, 37(2), 614-624.
- ✓ Kalogirou, F., V. Kiosse, and P. Pope. (2013). Accounting Comparability: Testing the Performance of the De Franco, Kothari and Verdi (2011) measure. Paper presented at the 36th annual conference of the European Accounting Association, Paris.
- ✓ Kanagaretnam, K., Lim, C. Y., Lobo, G. J. (2014). Influence of national culture on accounting conservatism and risk-taking in the banking industry. *Account. Rev.* 89(3), 1115-1149.
- ✓ Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78–92.
- ✓ Pasko, Oleh, Li, Zhang, Alvina, Oriekhova, Vardan, Aleksanyan, (2023), Do financial auditors impact sustainability reporting? The effects of big four financial audits on the quality of CSR reports in China December 2023 *Intellectual Economics* 17(2):330-361 DOI:10.13165/IE-23-17-2-05.