



The Effect of Social Responsibility Dimensions on Comparability of Accounting Information

Rahim Banabi Qadim¹ | Zainab Karimi² | Seyyed Ali Vaez³

Abstract

One of the external factors affecting the quality of financial reporting is the social attitude of companies to ensure the interests of all interested groups as social legitimacy. Because accepting social responsibility strengthens disclosure, reduces information asymmetry, and reduces business risk. The purpose of this research is to investigate the effect of social responsibility dimensions on the comparability of accounting information. This research is practical in terms of purpose and in terms of correlational and post-event method. For this purpose, 984 company-years were selected in the period of 2012-2019 and analyzed using multivariable regression models in Eviuse software. The results of the hypothesis test show that the total index of social responsibility has a positive effect on the comparability of information and causes it to increase. Also, the moral dimension and the economic dimension of social responsibility respectively have the most positive effect on the comparability of information, while the legal dimension of social responsibility does not have a significant effect on the comparability of information, which can be caused by the absence of the expected legal capabilities to respond to the social responsibility of business units.

Keywords: Social Responsibility; Ability to compare accounting information; Information quality.

1. Corresponding Author, Assistant Professor of Accounting Department, Hashtgerd Branch, Islamic Azad University, Hashtroud, Iran. Rahim.bonabi@yahoo.com
2. Associate Professor, Faculty of Economics, Tarbiat Modarres University, Tehran, Iran.
3. Associate Professor of Accounting Department, Shahid Chamran University, Ahvaz, Iran.



تأثیر ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری

رحیم بنابی قدیم^۱ | زینب کریمی^۲ | سید علی واعظ^۳

ع

سال سوم
زمستان ۱۴۰۱

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت
۱۴۰۱/۰۶/۲۵
تاریخ پذیرش:
۱۴۰۱/۰۷/۲۷
صص: ۴۵-۱۱

شاپا چاپی: ۱۸۰۹-۲۷۱۷
الکترونیکی: ۱۹۹-۲۷۱۷



چکیده

یکی از عوامل بیرونی مؤثر بر کیفیت گزارشگری مالی، نگرش اجتماعی شرکت‌ها برای تأمین منافع همه گروه‌های ذینفع به‌عنوان مشروعیت اجتماعی است. زیرا پذیرش مسئولیت اجتماعی سبب تقویت افشا، کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و کاهش ریسک تجاری می‌شود. هدف پژوهش حاضر، بررسی تأثیر 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 سال-شرکت در فاصله زمانی ۱۳۹۹-۱۳۹۲ انتخاب و با استفاده از مدل‌های رگرسیونی چندمتغیره در نرم‌افزار ایویوز موردتحلیل قرار گرفتند. نتایج آزمون فرضیات 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 به‌ترتیب بیشترین تأثیرگذاری 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.

کلید واژه‌ها: مسئولیت‌پذیری اجتماعی؛ قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری؛ کیفیت اطلاعات.

۱. نویسنده مسئول: استادیار گروه حسابداری، واحد هشترود، دانشگاه آزاد اسلامی، هشترود، ایران.

Rahim.bonabi@yahoo.com

۲. دکترای حسابداری دانشگاه شهید چمران، اهواز، ایران.

۳. دانشیار، گروه حسابداری، دانشگاه شهید چمران، اهواز، ایران.

این مقاله یک مقاله با دسترسی آزاد است که تحت شرایط و ضوابط مجوز (CC BY-NC) Creative Commons Attribution Non-Commercial

Commercial

توزیع شده است.



مقدمه

استفاده بهینه و مؤثر از اطلاعات در عرصه تصمیم‌گیری از عوامل پیشرفت جوامع توسعه یافته است. در این راستا تقاضا برای گزارشگری مسئولیت اجتماعی، به سبب بالارفتن آگاهی ذینفعان نسبت به ابعاد مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها در قبال جامعه روزبه‌روز در حال افزایش است که توجه بیش از پیش شرکت‌ها به این مقوله را می‌طلبد (کیم^۱ و همکاران، ۲۰۱۲). زیرا تعهد واحد تجاری نسبت به پذیرش و گزارش نتایج همه ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی، عاملی تعیین‌کننده در عملکرد مالی آن‌ها محسوب می‌شود. به عبارتی با پذیرش این تعهد از طرف واحد تجاری، مشروعیت ادامه فعالیت‌ها در راستای تأمین منافع همه گروه‌های ذینفع فراهم می‌شود که این امر با توسعه بازار محصولات شرکت و ارزش افزوده بیشتر برای سهامداران همراه است (وانگ و همکاران^۲، ۲۰۲۰). افشای شاخص‌های مسئولیت اجتماعی توسط شرکت‌ها، که میزان توجه شرکت‌ها را به عملکرد اجتماعی و زیست‌محیطی نشان می‌دهد، منجر به بهبود کیفیت افشای اطلاعات شده و ممکن است تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران و عملکرد مالی شرکت‌ها را تحت تأثیر قرار دهد (خوش‌طینت و راعی، ۱۳۸۳). در این راستا به‌عنوان یکی از شاخص‌های کیفیت اطلاعات، قابلیت مقایسه اطلاعات دارای منافع برای سرمایه‌گذاران به شکل کاهش هزینه پردازش اطلاعات است (چن و همکاران^۳، ۲۰۱۵؛ کیم و لیم^۴، ۲۰۱۷). با افزایش قابلیت مقایسه اطلاعات، افزایش امکان مقایسه شباهت‌ها و تفاوت‌های بین شرکت‌ها، کاهش تلاش‌ها برای شناخت و تحلیل صورت‌های مالی و شناخت بهتر نحوه ارتباط رویدادهای اقتصادی با عملکرد شرکت برای تحلیلگران را که عاملی مؤثر در کارایی بازار و تخصیص بهینه منابع هستند، فراهم می‌شود (وانگ و همکاران، ۲۰۲۰؛ دی فرانکو و همکاران^۵، ۲۰۱۱). اگر قابلیت مقایسه بین شرکت‌ها بالا باشد، محاسبه استاندارد (با دخالت اندک قضاوت انسانی) اطلاعات حسابداری برای کاربران، به‌خصوص برای شرکت‌های فعال در یک صنعت، تسهیل می‌شود (کیم و لیم، ۲۰۱۷). سرمایه‌گذاران با استفاده از قابلیت مقایسه اطلاعات، می‌توانند فرصت‌های سرمایه‌گذاری مختلف

1. Kim et al
2. Wang et al
3. Chen et al
4. Kim & Lim
5. De Franco

را از هم تشخیص بدهند. سرمایه‌گذار باید بتواند صورت‌های مالی دو شرکت در یک صنعت را بخواند و بتواند آن‌ها را مقایسه کند (بنابی قدیم و همکاران، ۱۳۹۹). به دلیل پذیرش مسئولیت اجتماعی و گزارشگری در راستای کسب مشروعیت اجتماعی، شرکت‌ها خود را متعهد به افشای اختیاری اطلاعات می‌کنند که کیفیت اطلاعات و قابلیت مقایسه اطلاعات را افزایش می‌دهد (وانگ و همکاران، ۲۰۲۰؛ کنت و یونگ^۱، ۲۰۰۳). با این حال با توجه به اینکه افشای بیشتر اطلاعات در راستای انجام تعهد مسئولیت‌پذیری اجتماعی، شرکت‌ها را در موقعیت ضعیف رقابتی قرار می‌دهد، خود می‌تواند عاملی برای کاهش کیفیت و قابلیت مقایسه اطلاعات جهت حفظ مزیت اطلاعاتی نسبت به رقبای باشد (هسو و همکاران^۲، ۲۰۱۷؛ لی و زانگ^۳، ۲۰۱۶). به بیان دیگر شرکت‌ها با افشای اطلاعات بیشتر به دنبال کسب مشروعیت اجتماعی بیشتر، ولی برای جلوگیری از کاهش مزیت رقابتی به دنبال پیچیده کردن اطلاعات هستند که می‌تواند سبب کاهش درک سرمایه‌گذاران و تحلیلگران از اطلاعات و در نتیجه کاهش کیفیت و قابلیت مقایسه اطلاعات شود (واعظ و بنابی قدیم، ۱۳۹۹؛ هسو و همکاران، ۲۰۱۷؛ داتا، اسکندر و سینگ^۴، ۲۰۱۲). بنابراین انگیزه‌های متفاوت گزارشگری در مراحل مختلف چرخه عمر شرکت در راستای تئوری نمایندگی و تئوری علامت‌دهی، می‌تواند کیفیت و قابلیت مقایسه اطلاعات را تحت تأثیر قرار دهد (وانگ و همکاران، ۲۰۲۰؛ فرناندز و سنتالو^۵، ۲۰۱۰؛ واروساویتارانا^۶، ۲۰۱۴؛ صالح و همکاران^۷، ۲۰۱۳). سوال اصلی پژوهش این است که گزارش و ایفای مسئولیت‌پذیری اجتماعی از طرف شرکت‌ها که نیازمند ارائه اطلاعات با حجم بیشتر و متنوع‌تر و در نتیجه سبب تضعیف موقعیت رقابتی شرکت است، در راستای کاهش هزینه‌های نمایندگی و کسب مشروعیت بدون بهبود کیفیت اطلاعات و قابلیت مقایسه اطلاعات است و یا در راستای عمل به وظیفه اجتماعی به دنبال کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و تقویت قابلیت اتکای اطلاعات گزارش شده است. پژوهش‌های قبلی برای محاسبه مسئولیت‌پذیری اجتماعی از رویکرد تحلیل محتوایی استفاده

1. Kent & Ung
2. Hsu et al
3. Li & Zhan
4. Datta, Iskandar, & Singh
5. Fernandez- kranz & santalo
6. Warusawitharana
7. Saleh et al

کرده‌اند، نوآوری این پژوهش استفاده از شاخص‌های کمی (اخلاقی، اقتصادی و قانونی) تعریف شده در اندازه‌گیری مسئولیت‌پذیری اجتماعی و چگونگی تأثیر آن بر کیفیت اطلاعات و قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری است که تأثیر هر شاخص به‌طور مجزا مورد بررسی قرار گرفته است. این نحوه سنجش متغیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی با کاربست شاخص‌های اخلاقی، اقتصادی و قانونی، نشانگر درجه تأمین منافع عموم آحاد جامعه و گروه‌های ذینفع با دقت بالایی است؛ چراکه این شاخص‌های کمی علاوه بر اینکه در ایفای مسئولیت‌پذیری اجتماعی مورد تقاضا است. برای گزارشگری برون‌سازمانی بر اساس استانداردها نیز مورد نیاز است. در این راستا هدف اصلی این پژوهش شناسایی چگونگی تأثیر ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی (با تأکید بر شاخص‌های کمی) بر قابلیت مقایسه اطلاعات شرکت است.

مروری بر مبانی نظری پژوهش

قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری، شاخص مهمی از کیفیت اطلاعات را فراهم می‌کند که بر اساس آن استفاده‌کنندگان اطلاعات می‌توانند با شناسایی ریسک مربوط به آنها، نتایج عملکرد شرکت‌های مختلف را با یکدیگر مقایسه کنند و تصمیم‌های مالی صحیحی در راستای تخصیص بهینه منابع و بیشینه کردن منافع خود اتخاذ کنند (وانگ و همکاران، ۲۰۲۰؛ انگلبرگ و همکاران^۱، ۲۰۱۷). دستیابی به ویژگی قابلیت مقایسه، تا حدی متأثر از رعایت ویژگی‌های کیفی بنیادین اطلاعات مالی است. به عبارتی رعایت ویژگی بیان صادقانه اطلاعات برای انعکاس رویدادهای یکسان، درجه‌ای از قابلیت مقایسه را فراهم می‌کند؛ ولی یک رویداد اقتصادی شاید با بیان صادقانه ولی به روش‌های متفاوت ارائه شود که قابلیت مقایسه را کاهش می‌دهد (هیات استانداردهای حسابداری مالی آمریکا، ۲۰۱۰). به‌طوری‌که بر اساس کمیته تدوین استانداردهای حسابداری ایران (۱۳۸۹)، اگر اطلاعات یک واحد تجاری با اطلاعات واحدهای تجاری دیگر (وجود هماهنگی رویه) و اطلاعات مشابه همان واحد تجاری در دوره‌های زمانی دیگر (وجود ثبات رویه) قابلیت مقایسه داشته باشد، اطلاعات برای تصمیم‌گیری مفیدتر خواهد بود. به عبارتی قابلیت مقایسه، سبب گسترش مجموعه اطلاعات در دسترس برای سرمایه‌گذاران می‌شود در نتیجه درک تفاوت‌ها و

1. Engelberg et al

شبهات‌های بین شرکت‌ها، پیش‌بینی دقیق‌تر عملکرد آتی شرکت‌ها، کاهش هزینه تحصیل و پردازش اطلاعات را به دنبال دارد (دی فرانکو، کوتاری و وردی^۱، ۲۰۱۱؛ کیم، کرفت و رایان، ۲۰۱۳). نظریه مطرح در سال‌های اخیر بیانگر این است که کسب و کار نباید تنها سبب کسب سود و افزایش ثروت سهامداران در قالب گزارشگری فعالیت‌های تجاری شود بلکه نیازمند پذیرش مسئولیت‌هایی در مقابل کارکنان، جامعه و محیط زیست به صورت تعاملات با ذینفعان متعدد است که تحت عنوان مسئولیت‌پذیری اجتماعی نامیده می‌شود که شامل چهار مؤلفه مسئولیت‌های اخلاقی، قانونی، اقتصادی و بشردوستانه است (حاجیها و شاکری، ۱۳۹۸؛ لاراف اوسما و گازیزوا^۲، ۲۰۱۸). بر این اساس واحد تجاری خود را جزئی از اجتماع دانسته و نسبت به جامعه احساس مسئولیت و در راستای بهبود رفاه عمومی تلاش خواهد کرد. در حیطه گزارشگری مالی نیز این مسئولیت به گونه‌ای نمود دارد که بر اساس آن واحدهای تجاری با مسئولیت‌پذیری اجتماعی بیشتر، به دنبال افشای عمومی فعالیت‌های اجتماعی خود هستند که به سبب کاهش عدم تقارن اطلاعاتی، کاهش عدم اطمینان اطلاعاتی و کاهش ریسک سرمایه‌گذاری، افزایش کیفیت گزارشگری و کیفیت اطلاعات مبنای تصمیم‌گیری‌های متعدد را فراهم می‌کند (کیم، کرفت و رایان^۳، ۲۰۱۳؛ سرافیم و آیونو^۴، ۲۰۱۳).

افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای شرکت‌ها در ارسال سیگنال‌های مثبت به بازار و سهامداران، بهبود شهرت و ارزش کسب و کار مفید است. مزایای قابل توجه قابلیت مقایسه صورت‌های مالی باید به شرکت‌ها امکان دسترسی آسان به بازارهای سرمایه با هزینه کم را بدهد که در نتیجه همبستگی مثبتی بین قابلیت مقایسه صورت‌های مالی و عملکرد مالی ایجاد می‌شود (توی و همکاران^۵، ۲۰۲۱). علاوه بر این، شواهد زیادی نیز از این دیدگاه حمایت می‌کنند که سیگنال‌های مثبت از طریق افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی تنها نمی‌توانند مستقیماً بر عملکرد مالی تأثیر بگذارند، بلکه به طور غیرمستقیم از طریق سایر واسطه‌ها، مانند مزیت رقابتی، شهرت و رضایت مشتری، دسترسی به سرمایه، بهره‌وری، دیده شدن، منابع طبیعی و اجتماعی، یا ظرفیت

1. De Franco, Kothari & Verdi

2. Lara, Osma & Gazizova

3. Kim, S., P. Kraft, and S. Ryan

4. Serafeim & Ioannou

5. Thuy et al

نفوذ ذینفعان می‌تواند بر کیفیت اطلاعات، قابلیت مقایسه اطلاعات و عملکرد شرکت تأثیر مستقیم داشته باشد. برای حل مشکل نمایندگی که در تئوری نمایندگی، نظریه ذینفعان و تئوری مشروعیت بیان شده است، مدیران ممکن است از افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای ایجاد و حفظ شهرت خود یا ارائه سیگنالی در مورد آینده شرکت استفاده کنند (راتاچزاک^۱، ۲۰۲۱). بنابراین، شرکت‌هایی که اطلاعات مسئولیت اجتماعی را افشا می‌کنند، قانونمند، صادق و قابل اعتماد هستند. علاوه بر این، رفتار مدیریت سود در شرکت‌هایی با رتبه‌بندی افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالا کمتر رایج است و مدیران به شدت با ملاحظات اخلاقی برای بهبود شفافیت و تهیه صورت‌های مالی با کیفیت خوب انگیزه دارند. رابطه مثبت بین افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و دقت پیش‌بینی‌های مدیریت سود، از این دیدگاه حمایت می‌کند که مدیران به دلایل اخلاقی سعی در ارتقای کیفیت افشای مالی خود دارند (تانه لیم^۲، ۲۰۲۱). شرکت‌های دارای مسئولیت کمتر مستعد تعدیل و افشای مجدد صورت‌های مالی خود هستند. ارتباط مستقیمی بین افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و مقایسه‌پذیری صورت‌های مالی از این جهت است که شرکت‌هایی که گزارش‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی را منتشر می‌کنند، انگیزه دارند تا شهرت خوبی ایجاد و حفظ کنند و اقداماتی را که به شهرت آسیب می‌زند محدود کنند. بنابراین، این شرکت‌ها با هدف بهبود قابلیت مقایسه در حسابداری، مایل به رعایت استانداردهای حسابداری هستند (توی و همکاران، ۲۰۲۱).

پژوهش‌های اخیر رقابت در بازار را که متأثر از دامنه مسئولیت‌پذیری اجتماعی است، به‌عنوان یکی از سازوکارهای نظارتی فرآیند گزارشگری مالی بیان می‌کنند (کنت و یونگ، ۲۰۰۳؛ بلکریشن و کوهن^۳، ۲۰۱۱)، به‌عبارتی با کاهش رقابت در صنعت، هزینه‌های سیاسی و هزینه‌های نمایندگی شرکت‌ها افزایش می‌یابد که این موارد هرکدام در انگیزه‌های گزارشگری اطلاعات با درجات متفاوت کیفیت و در نتیجه با درجات متفاوت قابلیت مقایسه اطلاعات، تأثیرگذار هستند (چنگ و همکاران^۴، ۲۰۱۳). بر همین اساس سطح بالای رقابت در صنعت با سطوح پایین تمرکز در صنعت همراه است و قابلیت مقایسه اطلاعات با تمرکز بالاتر و سودهای غیرعادی بالایی همراه

1. Ratajczak
2. Thanh Liem
3. Balakrishnan & Cohen
4. Cheng et al

خواهد بود (نمازی و همکاران، ۱۳۹۳). بنابراین موقعیت رقابتی شرکت می‌تواند متأثر از دامنه ایفای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و افشای اطلاعات مورد انتظار بازار باشد؛ زیرا اگر شرکت‌ها در راستای مسئولیت‌پذیری اجتماعی اقدام به افشای اختیاری بیشتری از اطلاعات کنند، این امر سبب انتقال منافع اطلاعاتی به رقبای شرکت و تضعیف موقعیت رقابتی شرکت در میان رقبای می‌شود و همچنین نوسان و ناپایداری بیشتر عملکرد شرکت و به دنبال آن کاهش قابلیت مقایسه اطلاعات را سبب می‌شود (کنت و یونگ، ۲۰۰۳). از طرفی دیگر، مسئولیت‌پذیری اجتماعی به دلیل پذیرش هزینه‌های مالکانه در بازار محصول، فشار بازار سرمایه و در نتیجه نظارت بیشتر بر عملکرد شرکت، کیفیت و کمیت افشای اطلاعات را افزایش می‌دهد (وانگ و همکاران، ۲۰۲۰؛ لی و زانگ، ۲۰۱۶؛ بنابی قدیم و واعظ، ۱۳۹۹). بر اساس فرضیه بازار کارا، از یک طرف اگر شرکت‌ها در رابطه با مسئولیت اجتماعی اقدام به افشای اختیاری بیشتری از اطلاعات کنند این امر سبب انتقال منافع اطلاعاتی به رقبای شرکت و تضعیف موقعیت رقابتی شرکت در میان رقبای می‌شود (کنت و یونگ، ۲۰۰۳) و از طرفی دیگر، رقابت به دلیل هزینه‌های مالکانه در بازار محصول و فشار بازار سرمایه، کیفیت و کمیت افشای اطلاعات را تحت تأثیر می‌دهد (لی و زانگ، ۲۰۱۶). به گونه‌ای که افزایش هزینه‌های مالکانه رقابت به کاهش افشای اختیاری اطلاعات در خصوص مسئولیت‌پذیری اجتماعی، مدیریت اطلاعات، مدیریت و دستکاری سود منجر می‌گردد (هسو و همکاران، ۲۰۱۷) و یا در قالب تئوری نمایندگی در بازار رقابتی، مدیران برای حفظ موقعیت رقابتی و جلوگیری از جلب توجه رقبای، به دنبال پیچیده‌تر کردن اطلاعات خود به خصوص اطلاعات مربوط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای رقبای هستند که در نهایت هزینه‌های نمایندگی را افزایش می‌دهد، این عوامل مقایسه‌پذیری اطلاعات را کاهش می‌دهند (واعظ و بنابی قدیم، ۱۳۹۹؛ داتا و همکاران^۱، ۲۰۱۲؛ هسو و همکاران، ۲۰۱۷). بنابراین شرکت‌ها با عملکرد اجتماعی بالا، بیشتر متمایل به افشای ابعاد فعالیت‌های اجتماعی خود هستند. شفافیت بالای اطلاعات در گزارشگری نیز سبب کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بین شرکت و سرمایه‌گذاران شده (وانگ و همکاران، ۲۰۲۰) و این خود باعث کاهش ریسک، افزایش کیفیت گزارشگری و در نتیجه افزایش قابلیت مقایسه اطلاعات می‌گردد (وانگ و همکاران، ۲۰۲۰؛ سرافیم و آیونو^۲، ۲۰۱۳). شرکت‌های با مسئولیت

1. Datta et al

2. Serafeim & Ioannou

اجتماعی بالا، برای پاسخگویی شفاف در مقابل عملکرد سالانه خود به ذینفعان مختلف، از اقداماتی مانند مدیریت سود اجتناب می‌کنند. بر این اساس گزارش واقعیت‌های اقتصادی سبب کیفیت بیشتر گزارشگری و افزایش قابلیت مقایسه اطلاعات می‌شود (هوآنگ و اندرسون^۱، ۲۰۱۱).

پیشینه پژوهش

خوانگ و همکاران^۲ (۲۰۲۲) با بررسی تأثیر افشای مسئولیت اجتماعی و قابلیت مقایسه حسابداری بر پایداری سود نشان دادند پایداری سود شرکت‌های افشاکننده مسئولیت‌پذیری اجتماعی و شرکت‌های با قابلیت مقایسه بالای حسابداری، بیشتر است. توی و همکاران (۲۰۲۱) با بررسی تأثیر افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی با تأکید بر نقش قابلیت مقایسه صورت‌های مالی نشان دادند. مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارای تأثیر مثبتی بر عملکرد مالی شرکت‌های مورد مطالعه است و با افزایش قابلیت مقایسه اطلاعات، شدت رابطه افزایش می‌یابد. تانه لیم (۲۰۲۱) با بررسی تأثیر قابلیت مقایسه حسابداری بر مدیریت سود مبتنی بر اقلام تعهدی نشان داد قابلیت مقایسه تمایل شرکت‌ها به مشارکت در مدیریت سود را کاهش می‌دهد. علاوه بر این، شرکت‌ها می‌توانند به‌جای شرکت‌های مختلف در همان صنعت، وزن بیشتری به قابلیت مقایسه با تعداد کمی از شرکت‌ها بدهند. راتاچزاک (۲۰۲۱) با بررسی نقش تعدیلگری منابع اجتماعی و طبیعی بر روابط بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد شرکت‌ها نشان داد فقط یک رابطه مستقیم بین مسئولیت اجتماعی محیطی و عملکرد مالی شرکت وجود داشت، و منافع اجتماعی شرکت سبب تقویت این رابطه می‌شود. وانگ و همکاران^۳ (۲۰۲۰) با بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و قابلیت مقایسه اطلاعات، نشان دادند که با افزایش عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی، کیفیت و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی نیز افزایش می‌یابد که نشانگر این است که مدیران به لحاظ اخلاقی نگران منافع ذینفعان سازمانی هستند و برای تحقق آن تلاش می‌کنند. اونسیو، پترسکو، بیلکن، پوپسکو و انگل^۴ (۲۰۲۰) با بررسی رابطه بین گزارش پایداری

1. Hong & Andersen

2. Khuong et al

3. Wang et al

4. Oncioiu, Petrescu, Bilcan, Popescu & Anghel

شرکتی و عملکرد مالی، نشان دادند که با پذیرش مسئولیت‌پذیری اجتماعی، عملکرد مالی شرکت بهبود می‌یابد به طوری که پایداری شرکتی تبدیل به یک ارزش مشهود برای ذینفعان می‌گردد. چن و گونگ^۱ (۲۰۱۹) با بررسی تأثیر قابلیت مقایسه اطلاعات بر کیفیت گزارشگری و قیمت‌گذاری اقلام تعهدی، نشان دادند با افزایش قابلیت مقایسه اطلاعات، کیفیت گزارشگری، صحت و دقت پیش‌بینی مدیریت از عملکرد آتی افزایش می‌یابد و همچنین رابطه مثبت بین اقلام تعهدی اختیاری و بازدهی سهام کاهش می‌یابد. لارا، اوسما و گازیوا (۲۰۱۸)، با بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و کیفیت گزارشگری مالی، نشان دادند که با کاهش دامنه مسئولیت‌پذیری اجتماعی، استفاده از اقلام تعهدی اختیاری برای مدیریت سود افزایش و کیفیت افشای اطلاعات کاهش می‌یابد. تیمبت و پارک^۲ (۲۰۱۸) با بررسی مسئولیت‌پذیری اجتماعی، گزارشگری مالی و تصور سرمایه‌گذاران از گزارشگری مالی، نشان دادند که پذیرش مسئولیت‌پذیری اجتماعی متأثر از انگیزه‌های اخلاقی مدیران برای تأمین منافع ذینفعان است ولی سرمایه‌گذاران منافع مسئولیت‌پذیری اجتماعی در قالب بهبود بازدهی و ضریب واکنش سود را از ویژگی‌های کیفیت سود، به‌درستی درک نمی‌کنند. لی و چوی^۳ (۲۰۱۸) نیز با بررسی تأثیر چرخه عمر بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی، نشان دادند که سرمایه‌گذاری در مسئولیت‌پذیری اجتماعی در مراحل رشد و بلوغ بیشتر از مراحل دیگر است. وانگ و ساریکس^۴ (۲۰۱۷) در پژوهش خود به بررسی تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر رابطه بین حاکمیت شرکتی و عملکرد مالی پرداختند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان می‌دهد که مسئولیت‌پذیری به عنوان میانجی‌گر بر روابط بین حاکمیت مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی به‌عنوان تأثیر معناداری دارد. حسن و حبیب^۵ (۲۰۱۷)، با بررسی چرخه عمر، منابع انسانی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی نشان دادند شرکت‌ها اقدام به سرمایه‌گذاری قابل‌توجهی در مسئولیت‌پذیری اجتماعی در مرحله بلوغ نسبت به دیگر مراحل می‌کنند. ویتی سافاکورن و جیرا پورن^۶ (۲۰۱۶) نشان دادند که شرکت‌ها در مرحله بلوغ سرمایه‌گذاری قابل‌توجهی را در مسئولیت‌پذیری اجتماعی انجام می‌دهند هرچند در ابعاد مختلف مسئولیت‌پذیری اجتماعی نیز این

1. Chen & Gong
2. Timbate & Park
3. Lee & Choi
4. Wang & Sarkis
5. Hasan & Habib
6. Withisuphakorn & Jiraporn

سرمایه‌گذاری متفاوت است. سالوسکی و زولج^۱ (۲۰۱۲) با بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر کیفیت گزارشگری مالی، نشان دادند مسئولیت اجتماعی دارای تأثیر مثبت بر مدیریت سود و تأثیر منفی بر محافظه‌کاری دارد. یعنی با افزایش مسئولیت‌پذیر اجتماعی شرکت‌ها، خبرهای بد زودتر گزارش شده و احتمال به‌کارگیری سودهای مدیریت شده افزایش می‌یابد. کیم و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهشی با عنوان «آیا کیفیت سود با مسئولیت اجتماعی شرکت در ارتباط است؟» به بررسی این موضوع پرداختند که آیا شرکت‌های دارای مسئولیت اجتماعی در گزارشگری مالی خود متفاوت از سایر شرکت‌ها رفتار می‌کنند یا خیر؟ یافته‌های پژوهش آن‌ها نشان داد که شرکت‌های دارای مسئولیت اجتماعی کمتر احتمال دارد که: به مدیریت سود از طریق اقلام تعهدی اختیاری بپردازند، فعالیت‌های عملیاتی واقعی شرکت را دستکاری کنند، موضوع رسیدگی کمیسیون بازار و اوراق بهادار در آینده قرار گیرند. رضایی پسته نویی و عبدالهی (۱۳۹۸) با بررسی رابطه بین قابلیت مقایسه صورت‌های مالی و احتمال گزارشگری متقلبانانه، نشان دادند که قابلیت مقایسه صورت‌های مالی می‌تواند با افزایش شفافیت و قابل‌فهم بودن گزارش‌های مالی منجر به کاهش رفتار فرصت‌طلبانه مدیران و احتمال گزارشگری متقلبانانه شود. اسدی و همکاران (۱۳۹۷) با بررسی تأثیر ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر ارزش آفرینی شرکت‌های دارویی و غیردارویی، نشان دادند مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها باعث کاهش عدم متقارنی اطلاعات و رعایت حقوق همه گروه‌های ذی‌نفع خواهد شد. اعمال رویه‌های اخلاقی در تهیه گزارش‌های مالی و رعایت قوانین و مقررات، کیفیت اطلاعات را بالا برده و موجب تصمیم‌گیری بهینه سرمایه‌گذاران می‌شود. کردستانی، قادرزاده و حقیقت (۱۳۹۷) با بررسی تأثیر افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر معیارهای حسابداری، اقتصادی و بازار ارزیابی عملکرد شرکت‌ها، نشان دادند که افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها تأثیر مثبت معنی‌داری بر نرخ بازدهی دارایی‌ها، سود هر سهم و ارزش افزوده اقتصادی دارد و همچنین تأثیر منفی معنی‌داری بر نرخ هزینه سرمایه شرکت‌ها دارد. ولی بر ارزش افزوده بازار و نرخ بازدهی سهام تأثیری ندارد. رحمانی و قشقایی (۱۳۹۶) با بررسی رابطه بین قابلیت مقایسه اطلاعات و مدیریت سود واقعی و تعهدی، نشان دادند که بین ویژگی‌های قابلیت مقایسه اطلاعات و مدیریت سود واقعی و تعهدی، رابطه‌ای

وجود ندارد. زلّقی و همکاران (۱۳۹۶) با بررسی عوامل مؤثر بر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی، با به کارگیری هزینه سرمایه به جای بازدهی در مدل قابلیت مقایسه، نشان دادند که در این حالت متغیرهای اندازه مؤسسه حسابرسی، دوره تصدی حسابرس، مدیریت سود و نوسانات بازده دارای تأثیر معناداری بر میزان قابلیت مقایسه دارند. سپاسی و حسن‌زاده (۱۳۹۵) با بررسی تأثیر بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی شرکت روی پایداری سودنشان دادند که بین بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی شرکت و پایداری سود رابطه معنی‌داری وجود دارد. بدین معنی که افزایش و ثبات در سودآوری می‌تواند با ایفای جنبه اقتصادی مسئولیت اجتماعی شرکت تسهیل شود. محمودآبادی و ایمان روی (۱۳۹۵)، با بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی بر چسبندگی هزینه در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران نشان دادند مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از طریق مجموع ابعاد زیست محیطی، ویژگی محصول، کارکنان و آموزش و متغیر عملکرد مالی از طریق مؤلفه بازده فروش تأثیر معناداری بر میزان شدت افزایش چسبندگی هزینه‌های اداری، عمومی و فروش دارند؛ اما مؤلفه جریان وجه نقد عملیاتی تأثیری بر میزان شدت افزایش چسبندگی هزینه‌های اداری، عمومی و فروش ندارد و باعث کاهش شدت چسبندگی هزینه می‌شود. این نتایج بیانگر این است که مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی، نقش مؤثری در افزایش و کاهش میزان شدت چسبندگی هزینه را ایفا می‌کنند. جلیلی و قیصری (۱۳۹۳) با بررسی بررسی ارتباط بین کیفیت سود و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران نشان دادند مسئولیت‌پذیری اجتماعی تأثیری بر مدیریت سود ندارد؛ ولی سبب بهبود کیفیت سود (با استفاده از مدل وجوه نقد عملیاتی غیرعادی و مدل هزینه‌های اختیاری غیرعادی) می‌شود. پورعبدالله و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیقی با بررسی تأثیر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی بر عدم تقارن اطلاعاتی و هزینه حقوق صاحبان سهام نشان داد که قابلیت مقایسه صورت‌های مالی بر عدم تقارن اطلاعاتی و هزینه حقوق صاحبان سهام تأثیر معنی‌داری ندارد.

فرضیات پژوهش

بر اساس مبانی نظری پیش گفته، شرکت‌های با مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالا به دنبال افزایش اختیاری اطلاعات سبب تقویت موضع رقبا و افزایش نوسان عملکرد شرکت می‌شوند (کنت و یونگ، ۲۰۰۳) و افشای اطلاعات بیشتر به سبب افزایش هزینه‌های مالکانه رقابت برای این شرکت‌ها کاهش کیفیت اطلاعات را منجر خواهد شد (لی و زانگ، ۲۰۱۶) و نیز افزایش مدیریت دستکاری اطلاعات را سبب خواهد شد (هسو و همکاران، ۲۰۱۷) و یا برای جلوگیری از تضعیف موقعیت رقابتی خود به دنبال پیچیده کردن اطلاعات خود خواهند بود (داتا و همکاران، ۲۰۱۲). این عوامل سبب کاهش قابلیت مقایسه اطلاعات می‌شوند و از طرفی دیگر، مسئولیت‌پذیری اجتماعی بیشتر سبب افزایش نظارت بیشتر بر عملکرد و کیفیت اطلاعات گزارش شده (وانگ و همکاران، ۲۰۲۰؛ لی و زانگ، ۲۰۱۶؛ واعظ و بنابی قدیم، ۱۳۹۹)، افزایش شفافیت اجتماعی و کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و افزایش کیفیت اطلاعات (سرافیم و همکاران، ۲۰۱۳) و افزایش گزارش واقعیت‌های اقتصادی برای تأمین منافع همه گروه‌های ذینفع (هوآنگ و اندرسون، ۲۰۱۱) می‌شود که قابلیت مقایسه اطلاعات را افزایش می‌دهد (لی و زانگ، ۲۰۱۶؛ واعظ و بنابی قدیم، ۱۳۹۹). بر این اساس فرضیه‌هایی به شرح زیر تدوین گردید:

۱. شاخص کل مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری تأثیر معنی‌داری دارد.
۲. شاخص اقتصادی مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری تأثیر معنی‌داری دارد.
۳. شاخص اخلاقی مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری تأثیر معنی‌داری دارد.
۴. شاخص قانونی مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری تأثیر معنی‌داری دارد.

روش‌شناسی پژوهش و جامعه آماری

این پژوهش بر اساس طبقه‌بندی بر مبنای هدف، کاربردی است و از لحاظ طبقه‌بندی برحسب روش از نوع توصیفی-همبستگی و با استفاده از رویکرد پس‌رویدادی، انجام شده است. همچنین در برآورد مدل از نرم‌افزار استاتا استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش، شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۲ تا سال ۱۳۹۹ (دوره ۸ ساله) است. نمونه مورد مطالعه این پژوهش، متشکل از کلیه شرکت‌های موجود در بورس اوراق بهادار تهران است که حائز معیارهای زیر باشند:

۱. پایان سال مالی منتهی به پایان اسفند،
 ۲. عدم تغییر دوره مالی در دوره (۸ ساله) مورد بررسی،
 ۳. در دسترس بودن اطلاعات مربوط به متغیرهای انتخاب شده،
 ۴. جزو شرکت‌های واسطه‌گری مالی، لیزینگ، بانک‌ها، بیمه‌ها و سرمایه‌گذاری‌ها نباشد،
 ۵. عدم توقف معاملاتی بیش از ۶ ماه.
 ۶. با توجه به نحوه محاسبه متغیر قابلیت مقایسه (داده‌های شش‌ماهه برای ۸ دوره)، لازم است که در هر صنعت حداقل ۴ شرکت وجود داشته باشد.
- در نتیجه اعمال شرایط فوق، ۱۲۳ شرکت و یا ۹۸۴ سال-شرکت از جامعه آماری جهت انجام آزمون‌ها انتخاب شدند (جدول ۱).

جدول ۱. جدول نمونه‌گیری

نوع محدودیت	تعداد شرکت‌ها	سال-شرکت	درصد از کل جامعه
تعداد کل شرکت‌های بورسی	۵۳۰	۴۲۴۰	۱۰۰
پایان سال مالی منتهی به آخر اسفند ماه و همچنین تغییر در سال مالی	۹۳	۷۴۴	۱۷/۵۴
حذف واسطه‌گری مالی، لیزینگ، بانک‌ها، بیمه‌ها و سرمایه‌گذاری‌ها	۱۴۴	۱۱۵۲	۲۷/۱۶
توقف معاملاتی بیش از ۶ ماه	۴۹	۳۹۲	۹/۲۴
ناقص بودن داده‌های برخی شرکت‌ها در فاصله ۱۳۹۲-۱۳۹۹	۱۱۹	۱۵۲۸	۳۶/۰۳
شرکت‌های باقی مانده	۱۲۳	۹۸۴	۲۳/۲۰

مدل‌ها و متغیرهای پژوهش

برای آزمون فرضیه‌های پژوهش مطابق پژوهش‌های قبلی (وانگ و همکاران، ۲۰۲۰؛ لی و زانگ، ۲۰۱۶؛ واعظ و بنایی قدیم، ۱۳۹۹) از مدل زیر استفاده می‌شود که در رابطه شماره ۱ ضریب β_1 بیانگر میزان تأثیرگذاری مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت بر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی است:

$$\begin{aligned} \text{Size}_{it} + \beta_3 \text{LEV}_{it} + \beta_4 \text{CFO}_{it} + \beta_5 \text{Comp}_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{CSR}_{it} + \beta_2 \\ \text{Std_sale}_{it} + \beta_6 \text{Std_CFO}_{it} + \beta_7 \text{Stock_return}_{it} + \beta_8 \text{Bigit} + \beta_9 \text{Inst_own}_{it} + \beta_{10} \\ \text{Abs_abnacc}_{it} + \beta_{11} \text{Bid_ask}_{it} + \varepsilon_{it} \end{aligned} \quad (1)$$

متغیر مستقل: شاخص مسئولیت‌پذیری اجتماعی (CSR)

برای اندازه‌گیری سه بعد اقتصادی، قانونی و اخلاقی مسئولیت‌پذیری اجتماعی از شاخص ترکیبی متغیرهای مذکور، مشابه روش جیو و راپونس^۱ (۲۰۱۰) استفاده گردید. برای اندازه‌گیری هر بعد، از ترکیب متغیرهای در نظر گرفته شده در هر بعد استفاده شده است؛ بدین شرح که برای ترکیب چند متغیر، ابتدا اندازه هر متغیر از نزولی به صعودی مرتب شده، سپس هر متغیر دهک‌بندی شده و نمره ۱ تا ۱۰ به هر شرکت با توجه به محل قرار گرفتن در دهک اختصاص می‌یابد، در هر متغیر نمره ۱ به دسته شرکت‌هایی داده می‌شود که از لحاظ آن متغیر نامطلوب و یا کارایی پایین دارند و نمره ۱۰ برای دسته شرکت‌هایی است که بالاترین کارایی را دارند. سرانجام، مجموع اعداد رتبه دهکی متغیرهای تشکیل‌دهنده هر بعد، مربوط به هر شرکت، بر تعداد آن‌ها (متغیرهای تشکیل‌دهنده هر بعد) تقسیم می‌شود تا شاخصی جامع و ترکیبی، بر اساس میانگین رتبه دهکی، برای هر یک از ابعاد به دست آید. و با جمع رتبه دهکی هر سه بعد دهک‌بندی شده، رتبه دهکی نهایی برای متغیر شاخص کل مسئولیت‌پذیری اجتماعی محاسبه می‌شود. تعریف اندازه‌گیری هر بعد به صورت زیر است (اسدی و همکاران، ۱۳۹۷):

شاخص‌های بعد قانونی (Legal Dimension-LD)

در این بعد الزامات قانونی و محیط کسب و کار مورد توجه قرار می‌گیرد. برای ایفای مسئولیت اجتماعی از این منظر، ابعاد اعتباردهندگان، رعایت قوانین سازمان امور مالیاتی، رعایت مقررات سازمان بورس و اوراق بهادار (آئین‌نامه نظام راهبری شرکتی)، رعایت قوانین وزارت کار و امور اجتماعی و رعایت مقررات تجارت در نظر گرفته شده است (اسدی و همکاران، ۱۳۹۷):

الف-۱- اهرم مالی (LEV): نسبت بدهی‌های بهره‌دار به کل دارایی‌ها.

الف-۲- اجتناب مالیاتی (TAX AVO): شرکت‌هایی که اجتناب و فرار مالیاتی کمتر دارند نزد دولت از مشروعیت بیشتری برخوردار می‌شوند این متغیر از قدرمطلق حاصل تفریق مالیات تشخیصی از مالیات ابرازی تقسیم بر سود یا زیان قبل از کسر مالیات به دست می‌آید.

الف-۳- کیفیت افشا (QD): از امتیاز کیفیت افشای داده شده به هر شرکت توسط سازمان بورس و اوراق بهادار تهران استفاده می‌شود. این امتیاز براساس دو معیار به موقع بودن و قابلیت اتکا محاسبه می‌شود.

الف-۴- نسبت سهام شناور آزاد (FFSR): نسبت سهام شناور آزاد اعلام شده در اطلاعیه‌های سالانه بورس و اوراق بهادار. سهام شناور آزاد آن بخشی از سهام یک شرکت سهامی اطلاق می‌گردد، که دارندگان آن آماده عرضه و فروش آن بخش از سهام می‌باشند و انتظار می‌رود که در آینده‌ی نزدیک قابل معامله باشد.

شاخص‌های بعد اقتصادی (Economic Dimension-ED)

در این بعد، برای ایفای مسئولیت اجتماعی از منظر اقتصادی (آنچه سازمان باید برای حداکثرسازی سود انجام دهد) جنبه‌های مالی و عملکردی مورد توجه قرار می‌گیرد. شاخص‌های مورد استفاده به شرح زیر است (اسدی و همکاران، ۱۳۹۷):

ب-۱- جریان نقدی آزاد (FCF): برای محاسبه جریان نقدی آزاد از فرمول زیر (رابطه شماره ۲) استفاده شده است.

$$A_{i,t}FCF_{i,t} = (INC_{i,t} - TAX_{i,t} - INTEP_{i,t} - CSDIV_{i,t}) \quad (2)$$

$INC_{i,t}$ سود عملیاتی، $TAX_{i,t}$ مالیات بر درآمد پرداختی، $INTEP_{i,t}$ هزینه بهره پرداختی، $CSDIV_{i,t}$ سود پرداختی به سهامداران عادی، $A_{i,t}$ جمع کل دارایی‌ها. برای همگن کردن شرکت‌ها، صورت کسر بر جمع دارایی‌های ابتدای دوره تقسیم می‌شود.

ب-۲- ارزش افزوده اقتصادی (EVA): این شاخص بازده باقیمانده‌ای است که از کسر هزینه سرمایه از سود خالص عملیاتی بعد از مالیات به دست می‌آید (رابطه ۳).

$$EVA = NOPAT - (WACC * CAPITAL) \quad (۳)$$

NOPAT سود عملیاتی پس از کسر مالیات، WACC میانگین موزون هزینه سرمایه، Capital سرمایه به کار گرفته شده

ب-۳- نرخ بازده دارایی‌ها (ROA): برای سنجش سودآوری از این شاخص استفاده می‌شود که از نسبت سود خالص به کل دارایی‌ها به دست می‌آید.

ب-۴- شاخص چرخه نقدینگی (CCC) - (مطابق رابطه شماره ۴)

$$CCC = Inv + AR - AR \quad (۴)$$

Inv: میانگین موجودی کالا تقسیم بر بهای تمام شده کالای فروش رفته $\times ۳۶۵$ ، AR: میانگین حساب‌های دریافتی تقسیم بر فروش خالص $\times ۳۶۵$ ، AP: میانگین حساب‌های پرداختی تقسیم بر خریدها $\times ۳۶۵$

ب-۵- کارایی منابع مالی (FRE): این نسبت که یکی از نسبت‌های سودآوری است و در واقع نشان‌دهنده این است که چند درصد از فروش، سود می‌باشد (رابطه شماره ۵).

$$FRE = 1 - \left(\frac{\Delta I}{\Delta P} \right) \quad (۵)$$

ΔI : درصد تغییرات سود، ΔP : درصد تغییرات فروش

شاخص‌های بعد اخلاقی (Moral Dimension-MD)

در این بعد، اخلاق کسب و کار و رویه‌های عملیاتی منصفانه مورد توجه قرار می‌گیرد.

ج-۱- انصاف (Fairness): شرکت‌ها برای رعایت اصل اخلاق در گزارشگری، باید صداقت، انصاف و احترام را به عنوان ارزش اجتماعی مدنظر قرار دهند. به استناد نظریه اخلاقی تئوری ذینفعان و پیامد خطر اخلاقی عدم تقارن اطلاعاتی، وجود بازدهی غیرعادی نوعی خطر اخلاقی ناشی از عدم تقارن اطلاعاتی است. بر این اساس یک منهای انحراف معیار بازده غیرعادی ماهانه سهام، بیانگر انصاف است (اسدی و همکاران، ۱۳۹۷).

ج-۲- کیفیت اظهار نظر حسابرسان (QAD): برای اندازه‌گیری کیفیت اظهار نظر حسابرسان با توجه به نوع اظهار نظر حسابرسان و بندهای اظهار نظر حسابرسان، عددی بین ۱ تا ۱۰ به شرکت‌ها داده شده است. عدد یک به شرکت‌های که گزارش مردود یا عدم اظهار نظر دریافت کرده‌اند و عدد ۱۰ به شرکت‌هایی که گزارش مقبول دریافت کرده‌اند، داده شده است. عدد ۲ تا ۹ به شرکت‌هایی که اظهار نظر مشروط با توجه به بند دریافت کرده‌اند داده شده است بدین صورت که شرکتی با ۱ بند اظهار نظر مشروط عدد ۹ و شرکتی با ۲ بند اظهار نظر عدد ۸ را دریافت کرده است و هر چقدر تعداد بندهای گزارش مشروط بیشتر شود شرکت نمره کمتری را دریافت خواهد کرد و از آنجا که در نمونه انتخابی پژوهش حداکثر ۸ بند گزارش مشروط وجود داشته، بنابراین نمره ۲ متعلق به دسته شرکت‌هایی بوده که دارای ۸ بند گزارش باشند. همچنین قابل ذکر است که بندهای تاکید بر مطلب خاص و بندهای مربوط به رعایت قوانین و مقررات، بدلیل اینکه تأثیری بر اظهار نظر گزارش حسابرسان نداشته مورد بررسی قرار نگرفته است (اسدی و همکاران، ۱۳۹۷).

ج-۳- اقلام تعهدی (DAC): با افزایش گرایش اخلاقی مدیر، استفاده از اقلام تعهدی برای اختیاری برای رسیدن به اهداف شخصی کاهش می‌یابد زیرا منافع اجتماعی بر منافع شخصی وی ارجحیت داده می‌شود. بر این اساس با همبستگی بیشتر اقلام تعهدی اختیاری با ارزش شرکت، به استناد نظریه کارول، نگاه اخلاقی مسئولیت اجتماعی تقویت می‌شود (اسدی و همکاران، ۱۳۹۷).
برای اندازه‌گیری مدیریت سود تعهدی از مدل تعدیل شده جونز (رابطه ۶) استفاده می‌شود:

$$\left(\frac{TA_{it}}{A_{it-1}}\right) = \alpha_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}}\right) + \alpha_2 \left(\frac{(\Delta REV - \Delta REC)}{A_{it-1}}\right) + \alpha_3 \left(\frac{PPE}{A_{it-1}}\right) + \varepsilon_{it} \quad (6)$$

در رابطه شماره ۶ عبارت $T\Delta it$: جمع کل اقلام تعهدی (سود خالص منهای وجوه نقد عملیاتی)، عبارت $Ait-1$: جمع کل دارایی‌های شرکت، عبارت ΔREV : تغییر درآمد شرکت، و عبارت $t, \Delta REC$: تغییر در حسابداری دریافتی شرکت و عبارت $t, PPEit$: میزان اموال، ماشین‌آلات و تجهیزات شرکت i در سال t است. بعد از تخمین مقطعی مدل فوق، مقدار عددی بالای قدرمطلق باقیمانده مدل (ε) بیانگر حجم بالای مدیریت سود (کوتاری و همکاران، ۱، ۲۰۰۵). و قابلیت مقایسه کمتر اطلاعات است.

متغیر وابسته پژوهش: قابلیت مقایسه صورت مالی (COMP)

بر اساس مدل دی‌فرانکو و همکاران (۲۰۱۱)، وقتی دو شرکت برای رویدادهای اقتصادی همانند (مانند بازدهی سهام) گزارش همانندی (مانند سود) ارائه کرده باشد، صورت‌های مالی قابلیت مقایسه خواهند داشت. برای اندازه‌گیری قابلیت مقایسه بین دو شرکت j و i ابتدا برای هر شرکت-سال مدل رگرسیونی به شرح رابطه ۷ با استفاده از داده‌های سری زمانی (شش‌ماهه) برای دوره سه ساله اخیر منتهی به پایان سال t برآورده می‌شود.

$$Earning_{i,t} = \alpha_{i,t} + \beta_{i,t} Return_{i,t} + \varepsilon_{it} \quad (7)$$

که در آن $Earning_{i,t}$ سود خالص شرکت که بر اساس ارزش بازار سهام شرکت در ابتدای شش‌ماه تعدیل می‌شود و $Return_{i,t}$ بازده سهام شرکت است. ضرایب برآورده‌شده رابطه ۹ برای هر سال-شرکت، شاخصی از عملیات حسابداری آن شرکت است. یعنی α_1 و β_1 معرف عملیات حسابداری شرکت i و همچنین ضرایب α_1 و β_1 بیانگر عملیات حسابداری شرکت j است که نزدیکی این ضرایب برای دو شرکت بیانگر قابلیت مقایسه بیشتر آن‌ها است. از این‌رو، در هر سال از طریق رابطه‌های ۱۰ و ۱۱ سود شرکت i به‌طور جداگانه یکبار با ضرایب خود شرکت i یک بار با ضرایب شرکت j ، اما با بازده شرکت i (رویداد مشابه) برای دوره زمانی مشابه با دوره زمانی رابطه ۸ و ۹ پیش‌بینی می‌شود.

$$E(\text{Earning})_{ii,t} = \alpha_i + \beta_i \text{Return}_{i,t} \quad (8)$$

$$E(\text{Earning})_{jj,t} = \alpha_j + \beta_j \text{Return}_{j,t} \quad (9)$$

سپس قابلیت مقایسه بین دو شرکت i و j در سال t از طریق رابطه ۱۰ محاسبه می‌شود.

$$\text{ComAcc}_{ij,t} = \frac{-1}{8} \sum_{t=7}^t |E(\text{Earning})_{ii,t} - E(\text{Earning})_{jj,t}| \quad (10)$$

مقدار عددی محاسبه شده برای $\text{ComAcc}_{ij,t}$ معرف قابلیت مقایسه بین دو شرکت است. بر این اساس برای هر جفت شرکت در هر سال در هر صنعت به‌طور مجزا، $\text{ComAcc}_{ij,t}$ محاسبه و متوسط چهار عدد بزرگتر معرف قابلیت مقایسه دو شرکت در یک صنعت خواهد بود (بانکیمو و همکاران^۱، ۲۰۱۶؛ وانگ و همکاران، ۲۰۲۰؛ بتی و همکاران^۲، ۲۰۱۳؛ سیوی و همکاران^۳، ۲۰۱۶).

متغیرهای کنترلی

اندازه شرکت (SIZE)، معادل ارزش بازاری حقوق صاحبان سهام، تقسیم بر ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام. از این متغیر جهت کنترل اندازه شرکت‌ها استفاده می‌شود. شرکت‌های بزرگتر به دلیل دسترسی به منابع مالی بیشتر از سیستم‌های حسابداری قوی‌تری بهره می‌برند. در نتیجه، می‌توان چنین استنباط کرد که در شرکت‌های بزرگتر، به دلیل عملکرد بهتر سیستم حسابداری در انعکاس وقایع اقتصادی (در قالب صورت‌های مالی) نسبت به شرکت‌های کوچکتر قابلیت مقایسه بالاتر است (روس و همکاران^۴، ۲۰۱۶)؛ اهرم مالی (LEV)، یعنی نسبت ارزش دفتری بدهی‌های بلندمدت به ارزش دفتری کل دارایی‌های شرکت i در سال t . شرکت‌های با اهرم بیشتر و ظرفیت بدهی استفاده نشده کمتر، برای جلوگیری از نقض مفاد قراردادها و جلوگیری از افزایش هزینه سرمایه به سبب افزایش بازدهی مورد انتظار سرمایه‌گذاران، می‌تواند عامل مهمی در دستکاری اطلاعات و کاهش کیفیت اطلاعات گزارش شده باشد؛ جریان‌های نقدینگی حاصل از

1. Bon Kima et al
2. Beatty et al
3. Seavey et al
4. Ross et al

عملیات (CFO) که با استفاده از کل دارایی‌های ابتدای دوره تعدیل می‌شود؛ انحراف استاندارد فروش (Std_sale) (انحراف فروش ۵ سال قبل)؛ انحراف استاندارد جریان‌های نقدینگی (Std_CFO) (انحراف فروش ۵ سال قبل).

بر اساس پژوهش‌های قبلی نوسان بیشتر در فروش و جریان‌های نقدی عامل مهمی در انگیزش مدیران برای مدیریت و دستکاری سود است که کیفیت اطلاعات و در نتیجه قابلیت مقایسه اطلاعات را کاهش می‌دهد (روس و همکاران، ۲۰۱۶؛ سیوی و همکاران، ۲۰۱۶)؛ بازده سهام ۱۲ ماه برای سال مالی جاری (Stock_return)؛ اندازه حسابرسی (Big)، اگر حسابرسی شرکت توسط سازمان حسابرسی انجام شود، عدد ۱ و در غیر این صورت صفر. مؤسسات حسابرسی بزرگتر، به دلیل در اختیار داشتن منابع بیشتر و شهرت بالاتر تأثیر مثبتی بر کیفیت اطلاعات حسابداری و به تبع آن قابلیت مقایسه این اطلاعات داشته باشند. پژوهش‌های پیشین خارجی (فرانسیز و همکاران، ۲۰۱۴) نیز گویای این مطلب هستند؛ مالکیت نهادی (Inst_own)، درصد مالکیت سرمایه‌گذاران نهادی. وجود مالکان نهادی در ترکیب مالکان شرکت، به سبب حضور بلندمدت و دسترسی بیشتر این مالکان به اطلاعات محرمانه شرکت، عدم تقارن اطلاعاتی پیرامون اطلاعات محرمانه شرکت کاهش و کیفیت گزارشگری اطلاعات افزایش می‌یابد که می‌تواند بر قابلیت مقایسه اطلاعات نیز تأثیرگذار باشد (روس و همکاران، ۲۰۱۶)؛ تفاوت قیمت پیشنهادی سال قبل (Bid_ask)، متغیر دوجبه‌ای که اگر ارزش مطلق میانگین اختلاف سالانه بین قیمت خرید و فروش ماهانه بیشتر از میانه باشد، برابر با ۱ و در غیر این صورت صفر گرفته می‌شود (سیوی و همکاران، ۲۰۱۶). اعتقاد بر این است که وقتی سرمایه‌گذاران جدید اطلاعات کمتری از شرکت را در اختیار دارند می‌توانند از طریق سبک گزارشگری آن به انتظارات مدیریت نسبت به سودآوری آتی پی ببرند؛ چرا که عدم تقارن اطلاعاتی بیشتر در دوره‌های قبل نیز بر هزینه سرمایه شرکت و کیفیت اطلاعات گزارش شده تأثیر خواهد داشت (روس و همکاران، ۲۰۱۶؛ سیوی و همکاران، ۲۰۱۶).

یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی

آماره توصیفی در جدول ۲ به‌نمایش گذاشته شده است. تفاوت زیاد بین کمینه و بیشینه متغیرهای پژوهش به دلیل تفاوت در اندازه شرکت‌های نمونه و امری اجتناب‌ناپذیر است. واوس (۲۰۰۲) عنوان می‌کند که زمانی که اندازه نمونه بزرگ‌تر از ۱۰۰ باشد (معیاری تقریبی برای توزیع نرمال) احتمال نرمال بودن داده‌ها افزایش می‌یابد. نزدیک بودن مقادیر میانه و میانگین نشان می‌دهد که توزیع داده‌ها نرمال است. نتایج توصیفی نشان‌دهند که از بین متغیرهای پژوهش شاخص کل مسئولیت‌پذیری اجتماعی بیشترین و اقلام تعهدی کمترین پراکندگی دارد. شرکت‌های مورد مطالعه دارای بیشترین مسئولیت‌پذیری اجتماعی از نظر اخلاقی و کمترین مسئولیت‌پذیری اجتماعی از نظر اقتصادی هستند.

جدول ۲. جدول توصیفی

متغیر	نماد	میانگین	میانه	انحراف معیار	کمینه	بیشینه
شاخص کل مسئولیت‌پذیری اجتماعی	CSR	۱۶/۲۱	۷/۱۴	۸۵/۲	۶/۸	۲۷/۷
بعد قانونی مسئولیت اجتماعی	LD	۵/۵	۵/۱	۱/۵۷	۲/۲	۸/۶
بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی	ED	۴/۸	۴/۳	۲/۳۵	۱	۹/۸
بعد اخلاقی مسئولیت اجتماعی	MD	۵/۸	۵/۲	۱/۶۶	۳/۶	۹/۳
قابلیت مقایسه اطلاعات	COMP	۲۱۵/-۰	-۰/۱۶۵	۰/۲۸۴	-۰/۶۷۱	-۰/۰۲۸
اندازه شرکت	SIZE	۱۱/۱۲۵	۱۰/۷۵۳	۲/۶۷۸	۸/۶۰۵	۱۷/۲۳۲
اهرم مالی	LEV	۵۲۱/۰	۵۱۳/۰	۱۷۵/۰	۰/۰۱۶	۹۱۰۵/۰
جریان‌های نقدعملیاتی	CFO	۰/۵۸۳	۰/۴۶۷	۰/۴۸۲	۰/۰۳۴	۰/۸۷۹
انحراف استاندارد فروش	Std_sale	۰/۱۹۴	۰/۱۲۸	۰/۲۶۷	۰/۰۸۰	۰/۸۰۵
انحراف استاندارد جریان‌های نقدینگی	Std_CFO	۰/۳۶۱	۰/۲۹۴	۰/۱۹۸	۰/۰۱۲	۲/۰۲۷
بازدهی سهام	RET	۰/۴۰۵	۰/۳۸۲	۰/۸۶۱	-۰/۲۶۴	۷/۳۷۵
مالکیت نهادی	Inst_own	۰/۷۰۳	۰/۶۵۲	۰/۳۵۷	۰/۰۰۰	۰/۹۵۳

جدول ۳. آمار توصیفی متغیرهای کیفی پژوهش

۰/۲۴۷	۲۴۹	شرکت‌های با کیفیت حسابداری	Big	کیفیت حسابداری
۰/۷۵۳	۷۵۹	شرکت‌های بدون کیفیت حسابداری		
۰/۴۰۶	۴۰۹	اختلاف بیشتر از میانه	Bid_ask	اختلاف قیمت خرید و فروش سال قبل
۰/۵۹۴	۵۹۹	اختلاف کمتر از میانه		

ماخذ: یافته‌های پژوهشگر

آمار استنباطی

در راستای آزمون فروض الگوهای کلاسیک رگرسیون خطی، نتایج آزمون ریشه واحد با استفاده از آزمون لوین، لین و چو بیانگر آن بود که سطح معناداری برای همه متغیرهای پژوهش کمتر از ۱٪ است؛ بنابراین همه متغیرها در سطح مانا قرار دارند. بر اساس نتایج آزمون جارکو-برا (جدول ۴)، سطح معنی‌داری برای هر چهار مدل کمتر از ۵ درصد است که نشانگر غیرنرمال بودن توزیع خطاهای باقی‌مانده است. در سطح ۲ درصد، داده‌های پرت حذف شدند و برای اجتناب از متغیرهایی با رفتاری متفاوت از متغیرهای اولیه، از تبدیلاتی مانند جانسون استفاده نشد، بلکه طبق قضیه مشهور آماری حدی مرکزی، توزیع مجموع متغیرهای مستقل و وابسته به سمت توزیع نرمال میل می‌کند. قضیه حدی مرکزی به شکل دیگر بیان می‌کند که اگر تعداد متغیرها خیلی زیاد نباشد و یا اگر این متغیرها کاملاً مستقل نباشند، باز هم ممکن است مجموعشان به طور نرمال توزیع شود.

جدول ۴. نتایج آزمون نرمال (برای جملات خطا)

نتیجه	سطح معنی‌داری	مدل‌های پژوهش
غیرنرمال بودن	۰/۰۰۱	رابطه اول (شاخص کل مسئولیت‌پذیری اجتماعی)
غیرنرمال بودن	۰/۰۰۱	رابطه دوم (بعد اقتصادی)
غیرنرمال بودن	۰/۰۰۰	رابطه سوم (بعد قانونی)
غیرنرمال بودن	۰/۰۰۰	رابطه چهارم (بعد اخلاقی)

نتایج آزمون بروش - پاگان برای آزمون ناهمسانی واریانس (جدول ۵) نشان می‌دهد که سطح معنی‌داری آزمون بروش پاگان گادفری در مدل اول کمتر از ۵ درصد می‌باشد و بیانگر وجود ناهمسانی واریانس در جملات اخلاقی می‌باشد که با استفاده از دستور GLS در نرم‌افزار ایویوز،

این مشکل رفع شده است و در مدل شماره دوم، سوم و چهارم بیشتر از ۵ درصد می‌باشد و بیانگر عدم وجود ناهمسانی واریانس در جملات اخلاص می‌باشد.

جدول ۵. نتایج آزمون ناهمسانی واریانس

نتیجه	سطح معنی داری	آماره آزمون	مدل‌های پژوهش
عدم وجود ناهمسانی واریانس	۰/۰۰۱	۱۵/۲۸۶	رابطه اول (شاخص کل مسئولیت‌پذیری اجتماعی)
وجود ناهمسانی واریانس	۰/۲۱۶۲	۱/۳۵۲	رابطه دوم (بعد اقتصادی)
عدم وجود ناهمسانی واریانس	۰/۲۶۳۷	۱/۲۸۳	رابطه سوم (بعد قانونی)
عدم وجود ناهمسانی واریانس	۰/۱۹۹۴	۲/۲۸۱	رابطه چهارم (بعد اخلاقی)

برای بررسی وجود همخطی بین متغیرهای توضیحی از آزمون عامل تورم واریانس استفاده شده است. اگر بیشترین مقدار عامل تورم واریانس بزرگتر از عدد ۱۰ باشد نشان‌دهنده همخطی بین متغیرهای مستقل است. نتایج این آزمون بیانگر این است که برای همه متغیرهای مستقل مقدار VIF کمتر از ۱۰ می‌باشد، بنابراین همخطی بین آن‌ها وجود ندارد (نتایج به پیوست جداول هست). همچنین نتایج آزمون دورین واتسون (طبق جداول) برای بررسی فرض نبود خودهمبستگی در الگوها حاکی از آن بود که مقدار آماره این آزمون بین ۲/۵ و ۱/۵ است، از این رو، فرض نبود خودهمبستگی تأیید می‌شود. قبل از برازش الگوها لازم است تا آزمون F لیمر به منظور بررسی انتخاب بین روش داده‌های تابلویی در مقابل روش داده‌های ترکیبی برای الگوی بالا انجام شود. نتایج حاصل از آزمون F لیمر برای الگوی پژوهش در جدول ۵ نشان داده شده است.

جدول ۶. نتایج آزمون F لیمر برای الگوهای پژوهش

الگوی تحقیق	آماره	سطح خطا	روش پذیرفته شده
الگوی شماره ۱ (شاخص کل مسئولیت‌پذیری اجتماعی)	۵۶۶/۴	۰۰۰۵/۰	الگوی اثرات ثابت
الگوی شماره ۱-۱ (بعد اقتصادی)	۰۶۸/۳	۰۰۱۲/۰	الگوی اثرات ثابت
الگوی شماره ۱-۲ (بعد قانونی)	۲۸۳/۳	۰۰۱۵/۰	الگوی اثرات ثابت
الگوی شماره ۱-۳ (بعد اخلاقی)	۲۱۵/۳	۰۰۳۴/۰	الگوی اثرات ثابت

جدول ۷. نتایج آزمون هاسمن برای الگوهای پژوهش

الگوی تحقیق	آماره	سطح خطا	روش پذیرفته شده
الگوی شماره ۱ (شاخص کل مسئولیت‌پذیری اجتماعی)	۱۹۲۸/۱	۰/۰۵۷	الگوی اثرات ثابت
الگوی شماره ۱-۱ (بعد اقتصادی)	۶۳۱۹/۲۳	۰/۰۲۶	الگوی اثرات ثابت
الگوی شماره ۲-۱ (بعد قانونی)	۹۵۶۸/۶۰	۰/۰۰۰۷	الگوی اثرات ثابت
الگوی شماره ۳-۱ (بعد اخلاقی)	۷۱۳۵/۱	۰/۰۵۱	الگوی اثرات ثابت

ماخذ: یافته‌های پژوهشگر

همانطور که در جدول ۶ و ۷ قابل مشاهده است، نتایج حاکی از رد شدن فرضیه‌ی H_0 برای الگوهای پژوهش بوده، در نتیجه برای الگوی شماره ۱، ۱-۱، ۲-۱، ۳-۱ الگوی داده‌های تابلویی با اثرات ثابت ارجح است.

آزمون فرضیات

فرضیه اول: بر اساس نتایج آزمون در جدول ۸ و مقدار به دست آمده برای ضریب تعیین تعدیل شده، ۳۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل و کنترلی مدل توضیح داده شده است. با توجه به مقدار (۲۶/۴۵۸) و سطح معنی داری (۰/۰۰۰) آماره فیشر، مدل برازش شده از اعتبار کافی برخوردار است. همچنین آماره دوربین-واتسون نیز برای مدل مابین ۱/۵ و ۲/۵ است و نشان از نبود خودهمبستگی مرتبه اول در مدل می‌باشد. با توجه به اینکه متغیر شاخص کل مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارای ضریب مثبت (۰/۱۲۲) و سطح معناداری (۰/۰۳۵) کمتر از ۵ درصد می‌باشد از این رو می‌توان گفت که شاخص کل مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی تأثیر مستقیم و معناداری دارد که حاکی از افزایش کیفیت اطلاعات گزارش شده در سایه مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تمرکز شرکت‌های مورد مطالعه بر یکپارچگی تقاضاهای اجتماعی است یعنی مدیران شرکت‌ها سعی در نشان دادن مسئولیت خود در مقابل وظیفه افزایش ثروت سهامداران با گزارش مسئولیت‌پذیری اجتماعی هستند. بررسی متغیرهای کنترلی در این فرضیه از پژوهش نشان داد که اندازه شرکت، جریان‌های نقد عملیاتی، انحراف استاندارد فروش، کیفیت حسابرسی و مالکیت نهادی دارای تأثیر مثبت و انحراف جریان نقد عملیاتی دارای تأثیر منفی بر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی هستند.

جدول ۸. نتایج حاصل از برآورد الگوی اول پژوهش

متغیر	ضریب متغیر	انحراف استاندارد	آماره تی	سطح خطا	تلورانس (1/VIF)
شاخص کل مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۰/۱۲۲	۰/۰۴۹	۲/۴۹	۰/۰۳۵	۰/۸۶۶
اندازه شرکت	۰/۱۰۴	۰/۰۳۷۶	۲/۷۶	۰/۰۲۵	۰/۸۳۹
اهرم مالی	۰/۰۹۸	۰/۰۷۱	۱/۳۸	۰/۰۵۵	۰/۸۱۸
جریان‌های نقد عملیاتی	۰/۰۵۱	۰/۰۱۹	۲/۶۸	۰/۰۲۷	۰/۸۴۷
انحراف استاندارد فروش	۰/۱۱۴	۰/۰۳۹۸	۲/۸۷	۰/۰۲۶	۰/۸۱۹
انحراف استاندارد جریان‌های نقدینگی	-۰/۶۷۰	۰/۲۶۷	-۲/۵۰۹	۰/۰۰۸	۰/۹۰۷
بازدهی سهام	-۰/۰۸۵	۰/۱۸۲	-۰/۴۶۷	۰/۶۲۶	۰/۹۷۲
کیفیت حسابرسی	۰/۱۰۴	۰/۰۴۱۶	۲/۵۰	۰/۰۱۲	۰/۹۳۴
مالکیت نهادی	۰/۲۶۳	۰/۱۱۵	۲/۲۸۶	۰/۰۰۰	۰/۹۵۳
اختلاف قیمت پیشنهادی خرید-فروش	۰/۱۵۰	۰/۱۰۶۳	-۱/۴۱۱	۰/۱۲۷	۰/۹۸۶
مقدار ثابت	۰/۰۲۸	۰/۰۱۹	۱/۴۷۳	۰/۳۳۲	
آماره F	۲۶/۴۵۸				
احتمال آماره‌ی F	۰/۰۰۰				
آماره دوربین واتسون	۱/۸۹۱				
ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۳۷۲				

فرضیه دوم: بر اساس نتایج آزمون در جدول ۹ و مقدار به دست آمده برای ضریب تعیین تعدیل شده، ۳۰ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل و کنترلی مدل توضیح داده شده است. با توجه به مقدار (۳۸/۳۶۴) و سطح معنی داری (۰/۰۰۰) آماره فیشر، مدل برازش شده از اعتبار کافی برخوردار است. همچنین آماره دوربین- واتسون نیز برای مدل مابین ۱/۵ و ۲/۵ است و نشان از نبود خودهمبستگی مرتبه اول در مدل می‌باشد. با توجه به اینکه متغیر شاخص اقتصادی مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارای ضریب مثبت (۰/۰۸۸) و سطح معناداری (۰/۰۳۲) کمتر از ۵ درصد می‌باشد. از این رو می‌توان گفت که شاخص اقتصادی مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر قابلیت

تأثیر ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری

مقایسه صورت‌های مالی تأثیر مستقیم و معناداری دارد که حاکی از افزایش کیفیت اطلاعات گزارش شده در سایه مسئولیت‌پذیری اجتماعی است به عبارتی شرکت‌ها با تأکید بر شاخص‌های اقتصادی، هم به دنبال پذیرش مسئولیت‌پذیری اجتماعی خود هستند و هم به دنبال منافع اقتصادی بر تأمین منافع ذینفعان به شکل افزایش ثروت هستند. بررسی متغیرهای کنترلی در این فرضیه از پژوهش نشان داد که اندازه شرکت، جریان‌های نقد عملیاتی، انحراف استاندارد فروش، کیفیت حسابرسی و مالکیت نهادی دارای تأثیر مثبت و متغیرهای انحراف جریان نقد عملیاتی و اختلاف قیمت پیشنهادی خرید-فروش دارای تأثیر منفی بر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی هستند.

جدول ۹. نتایج حاصل از برآورد الگوی دوم پژوهش

متغیر	ضریب متغیر	انحراف استاندارد	آماره تی	سطح خطا	تلورانس (1/VIF)
شاخص اقتصادی مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۰/۰۸۸	۰/۰۲۸	۳/۱۴۲	۰/۰۳۲	۰/۹۰۸
اندازه شرکت	۰/۱۵۴	۰/۰۵۵	۲/۸۱	۰/۰۰۳	۰/۹۲۷
اهرم مالی	۰/۱۰۸	۰/۷۴۳	۰/۱۴۵	۰/۰۷۳	۰/۸۹۴
جریان‌های نقد عملیاتی	۰/۰۲۷	۰/۰۱۱	۲/۴۵	۰/۰۳۱	۰/۸۶۴
انحراف استاندارد فروش	۰/۰۰۹	۰/۰۰۲۵	۳/۶۲	۰/۰۳۰	۰/۸۴۹
انحراف استاندارد جریان‌های نقدینگی	-۰/۶۷۶	۰/۲۷۵	-۲/۴۵۸	۰/۰۱۶	۰/۸۷۳
بازدهی سهام	-۰/۰۶۸	۰/۰۵۲	-۱/۳۰۷	۰/۶۹۹	۰/۸۹۵
کیفیت حسابرسی	۰/۱۹۵	۰/۰۸۳	۲/۳۴۹	۰/۰۰۶	۰/۸۷۷
مالکیت نهادی	۰/۰۸۴	۰/۰۳۷	۲/۲۷۰	۰/۰۰۲	۰/۸۹۶
اختلاف قیمت پیشنهادی خرید-فروش	-۰/۲۳۴	۰/۰۹۷	-۲/۴۱۲	۰/۰۳۱	۰/۸۷۶
مقدار ثابت	۰/۰۲۵	۰/۰۲۳	۱/۰۸۷	۰/۱۱۷	
آماره F			۳۸/۳۶۴		
احتمال آماره F			۰/۰۰۰		
آماره دوربین واتسون			۱/۷۵۳		
ضریب تعیین تعدیل شده			۰/۳۰۵		

فرضیه سوم: بر اساس نتایج آزمون در جدول ۱۰ و مقدار به دست آمده برای ضریب تعیین تعدیل شده، ۲۸ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل و کنترلی مدل توضیح داده شده است. با توجه به مقدار (۵۶/۲۲۷) و سطح معنی داری (۰/۰۰۰) آماره فیشر، مدل برازش شده از اعتبار کافی برخوردار است. همچنین آماره دوربین-واتسون نیز برای مدل مابین ۱/۵ و ۲/۵ است و نشان از نبود خودهمبستگی مرتبه اول در مدل می باشد. با توجه به اینکه متغیر شاخص قانونی مسئولیت پذیری اجتماعی دارای ضریب مثبت (۰/۰۰۸) و سطح معناداری (۰/۵۹۰) بیشتر از ۵ درصد می باشد. از این رو می توان گفت که شاخص قانونی مسئولیت پذیری اجتماعی بر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی تأثیر معناداری ندارد. به عبارتی با توجه به اینکه شاخص های قانونی مسئولیت پذیری اجتماعی به نوعی متأثر از نظارت مستقیم نهادها و ارگان‌های برون سازمانی هستند، عدم پابندی واقعی به این شاخص ها و گزارش صرف برای رفع مسئولیت واحدهای تجاری، تأثیری بر کیفیت گزارشگری و قابلیت مقایسه اطلاعات نخواهد داشت. همچنین نتیجه بیانگر این است که هنوز تقاضای واقعی از نظر اجتماعی نیز برای پاسخگویی قانونی به صورت بالفعل شکل نگرفته است. بررسی متغیرهای کنترلی در این فرضیه از پژوهش نشان داد که اندازه شرکت، جریان های نقد عملیاتی، کیفیت حسابرسی و مالکیت نهادی دارای تأثیر مثبت و متغیر انحراف جریان نقد عملیاتی دارای تأثیر منفی بر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی هستند.

جدول ۱۰. نتایج حاصل از برآورد الگوی سوم پژوهش

متغیر	ضریب متغیر	انحراف استاندارد	آماره تی	سطح خطا	تلورانس (1/VIF)
شاخص قانونی مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۰/۰۰۸	۰/۰۱۱	۰/۷۲۷	۰/۵۹۰	۰/۹۶۲
اندازه شرکت	۰/۲۱۵	۰/۰۸۲	۲/۶۲۱	۰/۰۱۱	۰/۹۵۸
اهرم مالی	۰/۰۲۴	۰/۰۱۴	۱/۷۱۴	۰/۲۲۶	۰/۹۴۶
جریان‌های نقد عملیاتی	۰/۰۳۵	۰/۰۰۹	۳/۸۸	۰/۰۱۴	۰/۹۲۸
انحراف استاندارد فروش	۰/۱۴۳	۰/۱۰۹	۱/۳۱۱	۰/۱۱۲	۰/۹۲۵
انحراف استاندارد جریان‌های نقدینگی	-۰/۶۴۲	۰/۳۰۱	-۲/۱۳۲	۰/۰۰۴	۰/۹۳۱
بازدهی سهام	۰/۰۸۰	۰/۰۵۳	-۱/۶۰۱	۰/۶۴۸	۰/۹۱۵
کیفیت حسابرسی	۰/۱۶۰	۰/۰۵۶	۲/۸۵۷	۰/۰۴۶	۰/۹۲۷

تأثیر ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری

۰/۹۱۲	۰/۰۲۲	۳/۰۸۳	۰/۰۱۲	۰/۰۳۷	مالکیت نهادی
۰/۹۰۹	۰/۷۸۴	-۱/۳۹۷	۰/۰۶۸	-۰/۰۹۵	اختلاف قیمت پیشنهادی خرید- فروش
	۰/۳۰۶	۱/۵۲	۰/۰۰۲	۰/۰۰۳	مقدار ثابت
۵۶/۲۲۷					آماره F
۰/۰۰۰					احتمال آماره F
۲/۰۴۵					آماره دوربین واتسون
۰/۲۸۳					ضریب تعیین تعدیل شده

فرضیه چهارم: بر اساس نتایج آزمون در جدول ۱۱ و مقدار بدست آمده برای ضریب تعیین تعدیل شده، ۳۳ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل و کنترلی مدل توضیح داده شده است. با توجه به مقدار (۴۸/۶۸۲) و سطح معنی داری (۰/۰۰۰) آماره فیشر، مدل برازش شده از اعتبار کافی برخوردار است. همچنین آماره دوربین- واتسون نیز برای مدل مابین ۱/۵ و ۲/۵ است و نشان از نبود خودهمبستگی مرتبه اول در مدل می‌باشد. با توجه به اینکه متغیر شاخص اخلاقی مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارای ضریب مثبت (۰/۳۴۵) و سطح معناداری (۰/۰۱۵) کمتر از ۵ درصد می‌باشد. از این رو می‌توان گفت که شاخص اخلاقی مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی تأثیر مثبت معناداری دارد. به عبارتی با توجه به شاخص‌های به کار رفته در محاسبه شاخص اخلاقی مسئولیت‌پذیری اجتماعی، با کاهش نوسان بازدهی غیرعادی، افزایش کیفیت حسابرسی و کاهش دستکاری اطلاعات حسابداری، کیفیت و قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری نیز افزایش می‌یابد. بررسی متغیرهای کنترلی در این فرضیه از پژوهش نشان داد که اندازه شرکت، جریان‌های نقد عملیاتی، انحراف استاندارد فروش و مالکیت نهادی دارای تأثیر مثبت و متغیر انحراف جریان نقد عملیاتی دارای تأثیر منفی بر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی هستند.

جدول ۱۱. نتایج حاصل از برآورد الگوی چهارم پژوهش

متغیر	ضریب متغیر	انحراف استاندارد	آماره تی	سطح خطا	تلورانس (1/VIF)
شاخص اخلاقی مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۰/۳۴۵	۰/۱۲۵	۲/۷۶۱	۰/۰۱۵	۰/۹۵۳
اندازه شرکت	۰/۳۰۳	۰/۱۲۱	۲/۵۰۴	۰/۰۱۷	۰/۹۵۱
اهرم مالی	۰/۱۰۵	۰/۰۸۶	۱/۲۲۰	۰/۰۸۱	۰/۹۵۶
جریان‌های نقد عملیاتی	۰/۰۳۶	۰/۰۱۳	۲/۷۷	۰/۰۰۵	۰/۹۴۸
انحراف استاندارد فروش	۰/۱۰۴	۰/۰۴۱	۲/۵۳۶	۰/۰۴۲	۰/۹۴۲
انحراف استاندارد جریان‌های نقدینگی	-۰/۶۵۸	۰/۲۹۹	-۲/۲۰۰	۰/۰۳۴	۰/۹۳۷
بازدهی سهام	-۰/۰۷۹	۰/۰۴۵	-۱/۷۵۵	۰/۶۵۲	۰/۹۴۰
کیفیت حسابرسی	۰/۱۹۱	۰/۱۱۷	۱/۶۳۲	۰/۰۵۷	۰/۹۳۲
مالکیت نهادی	۰/۰۳۱	۰/۰۰۸	۳/۸۷۵	۰/۰۰۸	۰/۹۲۸
اختلاف قیمت پیشنهادی خرید-فروش	-۰/۰۲۶	۰/۰۱۸	-۱/۴۴۴	۰/۶۱۷	۰/۹۲۶
مقدار ثابت	۰/۱۹۱	۰/۱۵۸	۱/۲۷۳	۰/۰۶۲	
آماره F	۴۸/۶۸۲				
احتمال آماره F	۰/۰۰۰				
آماره دوربین واتسون	۱/۹۶۷				
ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۳۳۸				

بحث و نتیجه‌گیری

وجود اطلاعات با کیفیت و با قابلیت مقایسه بالا، عاملی مؤثر در افزایش اطمینان سرمایه‌گذاران در تخصیص بهینه منابع در قالب تصمیمات سرمایه‌گذاری و تأمین مالی است. زیرا با بکارگیری روش و رویه‌های حسابداری یکسان بین شرکت‌ها، امکان مقایسه و انتخاب بهترین گزینه تصمیم‌گیری فراهم می‌شود. ارائه اطلاعات با قابلیت مقایسه بالا نیز متأثر از عوامل درونی و بیرونی است که مسئولیت‌پذیری اجتماعی به عنوان محرکه بیرونی از عوامل مهم به‌شمار می‌رود. از دید نظریه شرکت، واحد تجاری متشکل از قراردادهای متنوع با ذینفعان است و در مقابل همه

گروه‌های ذینفع مسئولیت پاسخگویی دارد. بر این اساس واحدهای تجاری برای ایجاد همراهی بیشتر گروه‌های ذینفع در تحقق اهداف سازمانی خود، از اطلاعات گزارش شده و اقدامات انجام‌یافته برای کسب مشروعیت اجتماعی استفاده می‌کنند که پذیرش و فعالیت در چارچوب مسئولیت‌پذیری اجتماعی در تحقق این امر مؤثر است. هدف این پژوهش تأثیر ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری است. نتایج آزمون فرضیات 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 تأثیرگذاری مثبت بر قابلیت مقایسه اطلاعات را دارند. که نشانگر نقش شاخص‌های اخلاقی در کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و بهبود کیفیت اطلاعات حسابداری است. به عبارتی وقتی شرکت‌ها منافع اجتماعی را فدای منافع گروه خاصی نمی‌کنند که نشان از اخلاق‌مداری و انصاف شرکت‌ها است، کیفیت اطلاعات و قابلیت مقایسه آنها افزایش می‌یابد. زیرا پذیرش مسئولیت‌پذیری اجتماعی از طرف شرکت‌ها مستلزم افشای اطلاعات بیشتری است، که به سبب نظارت بیشتر بر عملکرد اجتماعی این شرکت‌ها، کیفیت و قابلیت مقایسه اطلاعات را نیز افزایش می‌دهد (لی و زانگ، ۲۰۱۶؛ واعظ و بنایی قدیم، ۱۳۹۹)، سبب کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بین شرکت و سرمایه‌گذاران شده و این خود باعث کاهش ریسک، افزایش کیفیت گزارشگری (وانگ و همکاران، ۲۰۲۰؛ سرافیم و همکاران، ۲۰۱۳) و افزایش پاسخگویی شفاف برای بیان واقعیت‌های اقتصادی را به دنبال دارد (هوآنگ و اندرسون، ۲۰۱۱) که قابلیت مقایسه اطلاعات را افزایش می‌دهند. این نتیجه هم راستا با نتایج پژوهش‌هایی مانند (وانگ و همکاران، ۲۰۲۰؛ لی و زانگ، ۲۰۱۶؛ سرافیم و همکاران، ۲۰۱۳؛ کیم و همکاران، ۲۰۱۲؛ هوآنگ و اندرسون، ۲۰۱۱؛ واعظ و بنایی قدیم، ۱۳۹۹) و غیر هم راستا با نتایج (هسو و همکاران، ۲۰۱۷؛ داتا، ایسکندر و سینگ، ۲۰۱۲؛ کنت و یونگ، ۲۰۰۳) است. همچنین نتایج پژوهش نشان می‌دهد که شاخص قانونی مسئولیت‌پذیری اجتماعی تأثیری بر قابلیت مقایسه اطلاعات ندارد. به عبارتی شرکت‌ها پایبندی به شاخص‌های قانونی را ابزاری برای ایفای مسئولیت‌پذیری اجتماعی قلمداد نکرده و یا بعد قانونی مسئولیت‌پذیری اجتماعی هنوز بالفعل نشده است که بر قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری تأثیر داشته باشد که دلیل آن هم می‌تواند عدم وجود قابلیت‌های قانونی مورد انتظار

برای پاسخگویی واحدهای تجاری باشد. این نتیجه غیر هم‌راستا با نتایج پژوهش‌هایی مانند (وانگ و همکاران، ۲۰۲۰؛ لی و زانگ، ۲۰۱۶؛ سرافیم و همکاران، ۲۰۱۳؛ کیم و همکاران، ۲۰۱۲؛ هوآنگ و اندرسون، ۲۰۱۱؛ واعظ و بناپی قدیم، ۱۳۹۹) است. بر اساس نتایج به‌دست آمده به استاندارد‌گذاران پیشنهاد می‌شود با توجه به اهمیت شاخص‌های اخلاقی، اقتصادی و قانونی در بهبود کیفیت اطلاعات، زمینه‌سنجش و تأکید پیش از قبل بر رعایت این شاخص‌های کمی در فرایند گزارشگری فراهم گردد تا کیفیت اطلاعات منشأ اخلاقی، اقتصادی و قانونی داشته باشد چرا که در اینصورت منافع همه گروه‌های ذینفع فراهم خواهد شد. همچنین با تأکید بر رعایت شاخص‌های قانونی مسئولیت اجتماعی، حافظ منافع عموم آحاد جامعه و به‌طور مخصوص منافع گروه‌های ذینفع باشند. به تحلیلگران بازار سرمایه و بورس اوراق بهادار پیشنهاد می‌شود شرکت‌های فعال در بورس را بر اساس شاخص‌های اخلاقی، اقتصادی و قانونی مورد بررسی و رتبه‌بندی قرار داده تا هزینه تحصیل اطلاعات را کاهش و کارایی بیشتر تخصیص منابع محدود از طرف سرمایه‌گذاران را فراهم آورند. به استفاده‌کنندگان و سرمایه‌گذاران بازار سرمایه، پیشنهاد می‌شود در تحلیل پایبندی شرکت‌ها به ایفای مسئولیت اجتماعی، شاخص‌های کمی اخلاقی، اقتصادی و قانونی که قابلیت محاسبه و درک آسان دارند را در سنجش کیفیت و قابلیت مقایسه اطلاعات به‌عنوان عامل کاهش هزینه‌های نمایندگی و عدم تقارن اطلاعاتی، مدنظر قرار دهند. با توجه به اینکه پژوهش حاضر در شرکت‌های بورس تهران انجام گرفته، در تعمیم نتایج به سایر شرکت‌ها باید جانب احتیاط را رعایت کرد بخصوص که معیار عینی‌تر برای قابلیت مقایسه صورت‌های مالی و شاخص واحدی برای اندازه‌گیری مسئولیت‌پذیری اجتماعی وجود ندارد.

فهرست منابع

- اسدی، لیلا؛ واعظ، سید علی؛ جرجرزاده، علیرضا؛ کعب عمیر، احمد. (۱۳۹۷). تأثیر ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر ارزش آفرینی شرکت‌های دارویی و غیردارویی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *حسابداری سلامت*، ۱(۱)، ۳۱-۱.
- بنایی قدیم، رحیم؛ واعظ، سید علی؛ اصغری زوزی، الهام. (۱۳۹۹). تأثیر استراتژی کسب‌وکار بر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی با تأکید بر نقش عدم تقارن اطلاعاتی در شرکت‌های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران. *پژوهش‌های حسابداری مالی*، ۱(۱)، ۳۹-۵۶.
- پور عبدالله، زهرا؛ بادآور نهنندی، یونس؛ برادران حسن زاده، رسول. (۱۳۹۱). بررسی تأثیر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی بر عدم تقارن اطلاعاتی و هزینه حقوق صاحبان سهام. *اولین همایش ملی حسابداری*.
- جلیلی، صابر و فرزاد قیصری (۱۳۹۳) بررسی ارتباط بین کیفیت سود و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، *دانش حسابرسی*، ۱۴(۵۷)، ۱۴۷-۱۷۰.
- حاجیها، زهره؛ شاکری، عبدالرضا. (۱۳۹۸). حاکمیت شرکتی، افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش شرکت. *پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی*، ۱۱(۴۴)، ۱۷۵-۱۹۲.
- خوشطینت، محسن و راعی، حمید (۱۳۸۳). "تأثیر ارایه اطلاعات حسابداری اجتماعی بر تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران"، *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، ۳۷، ۷۳-۹۲.
- رحمانی، علی؛ قشقایی، فاطمه. (۱۳۹۶). رابطه قابلیت مقایسه حسابداری با مدیریت سود واقعی و تعهدی. *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، ۲۴(۴)، ۵۲۷-۵۵۰.
- رضائی پشته نوئی، یاسر؛ عبداللهی، احمد. (۱۳۹۸). قابلیت مقایسه صورت‌های مالی و احتمال گزارشگری متقلبانه. *پژوهش‌های حسابداری مالی*، ۱۱(۲)، ۸۹-۱۰۴.
- سپاسی، سحر و حسن زاده، مرتضی (۱۳۹۵). تأثیر بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی شرکت روی پایداری سود. *فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری*، ۱(۱): ۱۲۳-۱۳۸.
- کردستانی، غلامرضا؛ قادرزاده، سید کریم؛ حقیقت، حمید. (۱۳۹۷). تأثیر افشای مسئولیت اجتماعی بر معیارهای حسابداری، اقتصادی و بازار ارزیابی عملکرد شرکت‌ها. *پیشرفت‌های حسابداری*، ۱۰(۱)، ۱۸۷-۲۱۷.
- مهرورز، فاطمه؛ مرفوع، محمد. (۱۳۹۵). رابطه بین قابلیت مقایسه صورتهای مالی با آگاهی بخشی قیمت سهام در خصوص سودهای آتی. *مطالعات تجربی حسابداری مالی*، ۱۳(۴۹)، ۸۳-۱۱۰.
- نمازی، محمد؛ رضایی، غلامرضا؛ ممتازیان، علیرضا (۱۳۹۳). "رقابت در بازار محصول و کیفیت اطلاعات حسابداری". *پیشرفت‌های حسابداری*، دوره ۶، شماره ۲، ص ۱۳۱-۱۶۶.
- Asadi, L., vaez, A., JerJer Zadeh, A., & Kaab Amir, A. (2018). The Effect of Corporate Social Responsibility Dimensions on Value Creation of the Pharmaceutical and Non-

- Pharmaceutical Companies Listed on the Tehran Stock Exchange. *Journal of Health Accounting*, 7(1), 1-31. [In persion]
- Balakrishnan, K., & Cohen, D. A. (2011). "Product market competition and financial accounting misreporting". Retrieved from <http://ssrn.com>.
- Beatty, A., Liao, S., & Yu, J. J. (2013). The spillover effect of fraudulent financial reporting on peer firms' investments. *Journal of Accounting & Economics*, 55 (2-3), 183-205.
- Bon Kima, J., Li, L., Yi Lu, L., Yu, Y. (2016). Financial statement comparability and expected crash risk. *Journal of Accounting and Economics*. 61(2-3), 294-312.
- Bonabi Ghadim, R., Vaez, S., Asgari Zenozzi, E. (2020). Effect of business strategy on the financial statement comparability, emphasizing on information asymmetry in listed companies on Tehran Stock Exchange. *Journal of Financial Accounting Research*, 12(1), 39-56 [In persion]
- Chang, H. S. (2015). Firm Life Cycle and Detection of Accrual-based Earnings Manipulation, Doctoral dissertation, University of Illinois at UrbanaChampaign.
- Chen, A., & Gong, J. J. (2019). Accounting comparability, financial reporting quality, and the pricing of accruals. *Advances in accounting*, 45, 100415.
- Chen, C-W., Collins, D. W., Kravet, T., & Mergenthaler, R. D. (2015). Financial Statement Comparability and the Efficiency of Acquisition Decisions. *Contemporary Accounting Research*, 35(1), 164-202.
- Chen, T. (2016). Internal Control, Life Cycle and Earnings Quality—An Empirical Analysis from Chinese Market. *Open Journal of Business and Management*, 4(2), 301-311.
- Cheng, P., Man, P., & Yi, C. H. (2013). The impact of product market competition on earnings quality. *Accounting and Finance*, 53(1), 137- 162.
- Datta, S., Iskandar, M., & Singh, V. (2012), Product Market Power, Industry Structure, and Corporate Earnings Management. *Journal of Banking and Finance*, 37(8), 3273-3285.
- De Franco, G., Kothari, S.P. & Verdi, R.S. (2011). The Benefits of Financial Statement Comparability. *Journal of Accounting Research*, 49 (4): 895-931.
- De Franco, G., Kothari, S.P. & Verdi, R.S. (2011). The Benefits of Financial Statement Comparability. *Journal of Accounting Research*, 49 (4): 895-931.
- Engelberg, J., Ozoguz, A., & Wang, S. (2017). Know Thy Neighbor: Industry Clusters, Information Spillovers and Market Efficiency. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 41(6), 51-83.
- Fernandez- kranz, D., & santalo, J (2010). When necessity becomes a virtue: The Effect Of Product Marker Competition On Corporate Social Responsibility, *Journal Of Economices and Management Strategy*, 2, 453-487.
- Financial Accounting Standards Board. (2010). Conceptual Framework for Financial Reporting. *Statement of Financial Accounting Concepts* No. 8. Norwalk, CT: FASB
- Francis, J.R., M. Pinnuck, M., & Watanabe, O. (2014). Auditor Style and Financial Statement Comparability. *The Accounting Review*, 89(2), 605-633.
- Gaio, C., & Raposo, C. (2010). Earnings Quality and Firm Valuation: International Evidence. *Journal of Accounting and Finance*. 51: 467-499.
- Hajiha, Z., & Shakeri, A. (2019). Corporate governance, disclosure of social responsibility and company value. *Financial accounting and auditing researchs*, 11(14), 175-192. [In persion]
- Hasan, M. M., & Habib, A. (2017). Corporate life cycle, organizational financial resources and corporate social responsibility. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 13(1): 20-36.

- Hong, Y., & Andersen, M.L. (2011). The relationship between corporate social responsibility and earnings management: an exploratory study. *Journal of Business Ethics*; 104: 461 – 471.
- Hsu, C., Li, X., Ma, Z., & Phillips, G. M. (2017). Does Product Market Competition Influence Analyst Coverage and Analyst Career Success? 1-53. *SSRN Electronic Journal*, Available at: <http://www.ssrn.com>.
- Jalili, S & Farzad, G. (2014) A Study of the Relationship between Profit Quality and Social Responsibility of Companies Listed in Tehran Stock Exchange, *Auditing Knowledge*, 14 (57), 147-170. [In persian]
- Kent, P. & Ung, K. (2003). Voluntary Disclosure of Forward-Looking Earnings Information in Australia. 28(3), 273-286.
- Khosh Tint, M., & Rai, H. (2014). The effect of providing social accounting information on investors' decisions. *Accounting and Auditing Reviews*, 11 (3), 73-92. [In persian]
- Khuong, N.V.; Rahman, A.A.A.; Meero, A.; Anh, L.H.T.; Liem, N.T.; Thuy, C.T.M.; Ly, H.T.N. (2022). The Impact of Corporate Social Responsibility Disclosure and Accounting Comparability on Earnings Persistence. *Sustainability*, 2(14), 2752. 2-14.
- Kim, S & Lim, S.C. (2017). Earnings Comparability and Informed Trading. *Journal of Finance Research Letters*, 20(3), 130-136.
- Kim, S., P. Kraft, and S. Ryan. (2013). Financial statement comparability and credit risk. *Review of Accounting Studies* 18(3): 783–823.
- Kim, Y., Myung, S. P., & Benson, W. (2012). Is Earning Quality associated with Corporate Social Responsibility? *The Accounting Review*, 87(5), 761- 796.
- Kordestani, G., Ghaderzadeh, S., Haghighat, H. (2018). Impact of social responsibility disclosure on accounting, economic and market based Measures Of corporate performance evaluation. *Journal of Accounting Advances*, 10(1), 187-217.
- Kothari, S.P., Leone, A.J., & Wasley, C.E. (2005). Performance matched discretionary accrual measures. *Journal of accounting and economics*, 39 (1), 163-197.
- Lara, J. M. G., Osmá, B. G., & Gazizova, I. (2018). Corporate Social Responsibility and Financial Reporting Quality: Evidence from CSR-Disasters. 1-60.
- Lee, W.J., & Choi, S.U. (2018). Effects of Corporate Life Cycle on Corporate Social Responsibility: Evidence from Korea. *Journal of Sustainability*, 10, 3794; doi:10.3390/su10103794.
- Li, S., & Zhan, X. (2016). Product Market Threats and Stock Crash Risk. Available at: <http://www.ssrn.com>.
- Mahmoudabadi, H., & Iman Roy, Z. (2016). Study of the effect of corporate social responsibility and financial performance on cost stickiness in companies listed on the Tehran Stock Exchange. Master Thesis, Zand Higher Education Institute, Shiraz. [In persian]
- Mehrvarz, F., & Marfou, M. (2016). The Relationship between Financial Statements Comparability with Stock Price in Formative about Future Earnings. *Empirical Studies in Financial Accounting*, 12(49), 83-110. [In persian]
- Namazi, M., Rezaei, G., & Momtazian, A. (2015). Product Market Competition and Accounting Information Quality. *Journal of Accounting Advances*, 6(2), 131-166. . [In persian]
- Oncioiu, I., Petrescu, A. G., Bilcan, F. R., Petrescu, M., Popescu, D. M., & Anghel, E. (2020). Corporate Sustainability Reporting and Financial Performance. *Sustainability*, 12(10), 4297.

- Poor Abdullah, Z., Badavar Nahandi, Y., & Hassanzadeh Brothers., R. (2012). Investigating the effect of comparability of financial statements on information asymmetry and equity costs. *First National Accounting Conference*. [In persion]
- Rahmani, A., & Ghashghaei, F. (2018). The Relation between Accounting Comparability and Earning Management. *Accounting and Auditing Review*, 24(4), 527-550. [In persion]
- Ratajczak, P.(2021). The mediating role of natural and social resources in the corporate social responsibility—Corporate financial performance relationship. *Manag. Decis. Econ.* 5(42), 100–119.
- Rezaei Pitenoei, Y., & Abdollahi, A. (2019). Financial statements comparability and the likelihood of fraudulent reporting. *Journal of Financial Accounting Research*, 11(2), 89-104. [In persion]
- Ross, J., Shi, L., & Xhi, H. (2016). The determinants of accounting comparability around the world, *Journal of Business Finance & Accounting*,46(1-2),1-25.
- Saleh, F.K., Madrakian, H., & Ziaee, M.T. (2013). The impact of life cycle on the value-relevance of cash flows versus accrual financial information: An empirical study based on Tehran Stock Exchange, *Management Science Letters*, 3: 2251– 2258.
- Salewski, M., & Henning, Z. I. (2012). The Impact of Corporate Social Responsibility (CSR) on Financial Reporting Quality. <http://www.ssrn.com>.
- Seavey, S. E., Imhof, M., & Watanabe, O.V. (2016). Proprietary Costs of Competition and Financial Statement Comparability, College of Business Administration University of Nebraska-Lincoln. available at: <http://ssrn.com> ,1-39.
- Sepasi, S., & Hassanzadeh, M. (2016). The effect of economic dimension of corporate social responsibility on sustainability of earnings. *Valued and Behavioral Accountings Achievements*. 1 (1) :123-138. [In persion]
- Serafeim,G., & Ioannou, I. (2013). The Impact of Corporate Social Responsibility on Investment Recommendations. Available at: <http://ssrn.com/abstract=1507874>.
- Serafeim,G., & Ioannou, I. (2013). The Impact of Corporate Social Responsibility on Investment Recommendations. Available at: <http://ssrn.com/abstract=1507874>.
- Thanh Liem, N. (2021). Accounting comparability and accruals-based earnings management: Evidence on listed firms in an emerging market. *Cogent Bus. Manag*,4(8), 1923356
- Thuy, C.T.M.; Khuong, N.V.; Canh, N.T.; Liem, N.T.(2021). Corporate Social Responsibility Disclosure and Financial Performance: The Mediating Role of Financial Statement Comparability. *Sustainability*, 13(18):10077
- Timbate, L., & Park, C. K. (2018). CSR performance, financial reporting, and investors' perception on financial reporting. *Sustainability*, 10(2), 522.
- Wang, F., Zhang, Z., & Xu, L. (2020). Corporate social responsibility and financial statement comparability: Evidence from China. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(3), 1375-1394.
- Wang, Z., 7 Sarkis, J.(2017). Corporate social responsibility governance, outcomes, and financial performance. *Journal of cleaner production*. 162: 1607-1616.
- Warusawitharana, M. (2014). Profitability and the lifecycle of firms, board of governors of the federal reserve system. Working paper.
- Withisuphakorn, P., & Jiraporn, P. (2016). The effect of firm maturity on corporate social responsibility (CSR): do older firms invest more in CSR. *Applied Economics Letters*, 23(4): 298-301.

