

The Influence of Financial Restatements on the Quality and Disclosure of Voluntary Activities of Corporate Social Responsibility Reporting

Sarah Jabbar Abd Ali Al-Itbi

Ph.D. Student of accounting, Urmia University, Urmia, Iran(sarahjabbar1985@gmail.com)

Akbar Zavari Rezaei*

Assistant Professor of accounting, Urmia University, Urmia, Iran(Corresponding Author) , a.zavarirezaei@urmia.ac.ir

Pari Chalaki

Assistant Professor of accounting, Urmia University, Urmia, Iran(p.chalaki@urmia.ac.ir

Parviz Piri

associate Professor of accounting, Urmia University, Urmia, Iran(p.piri@urmia.ac.ir)

Abstract

Social responsibility increases social trust, improves business conditions, promotes brand, preserves the environment, and manages future crises. In this regard, considering these positive consequences and the mandatory reporting of social responsibility for listed companies in Iran, the purpose of this study is to investigate the effect of financial restatements on the quality and disclosure of voluntary activities of social responsibility reporting in the form of legitimacy and signaling theory. The current research is applied in terms of purpose and descriptive-correlation type. The statistical population of the research is all the companies admitted to the Tehran Stock Exchange, and using the targeted screening method, a sample including information about 100 companies were collected, and analyzed during the years 2018-2022. In order to test the hypotheses of the research, the logistic model, and also the linear regression model have been used. The research results show that companies that have no financial restatements have more motivation for voluntary social responsibility reporting activities, which is consistent with the signaling theory and shows that business units with problems of low representation and information asymmetry are more inclined to carry out voluntary measures of social responsibility reporting. Therefore, it is better for companies to engage in voluntary social responsibility reporting activities

in order not only to use the competitive advantage and its marking, but also to benefit from the advantage of increasing future performance.

Keywords: Financial Restatements, Disclosure of CSR Reporting, Quality of CSR Reporting, Signaling Theory, Information Asymmetry

Copyrights



This license only allowing others to download your works and share them with others as long as they credit you, but they can't change them in any way or use them commercial.

اثر تجدید ارائه صورت‌های مالی بر کیفیت و افشای فعالیت‌های داوطلبانه گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌های بورسی

ساره جبار عبد علی العتبی^۱ اکبر زواری رضایی^{۲*} پری چالاکی^۳ پرویز پیری^۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۶/۰۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۲/۲۹

چکیده:

مسئولیت اجتماعی موجب افزایش اعتماد اجتماعی، بهبود شرایط کسب و کار، ارتقا برند، حفظ محیط زیست و مدیریت بحران‌های آتی می‌شود. در این راستا با توجه به این پیامدهای مثبت و الزامی شدن گزارشگری مسئولیت اجتماعی برای شرکت‌های بورسی در ایران، هدف مطالعه حاضر بررسی اثر تجدید ارائه صورت‌های مالی بر کیفیت و افشای فعالیت‌های داوطلبانه گزارشگری مسئولیت اجتماعی در قالب نظریه مشروعیت و علامت‌دهی است. پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از نوع توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری پژوهش کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بوده که با استفاده از روش غربال‌گری هدفمند، نمونه‌ای شامل اطلاعات مربوط به ۱۰۰ شرکت، طی سال‌های ۱۳۹۶-۱۴۰۰ از جامعه مذکور گردآوری و مورد بررسی قرار گرفته است. جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش از مدل لجستیک و همچنین مدل رگرسیون خطی استفاده شده است. نتایج بررسی‌ها نشان می‌دهد که شرکت‌هایی که صورت‌های مالی خود را تجدید ارائه نمی‌کنند، انگیزه بیشتری برای فعالیت‌های داوطلبانه گزارشگری مسئولیت اجتماعی دارند که این یافته سازگار با نظریه علامت‌دهی بوده و نشان می‌دهد که واحدهای تجاری دارای مشکلات کم نمایندگی و عدم تقارن اطلاعاتی، بیشتر تمایل به انجام اقدامات داوطلبانه گزارشگری مسئولیت اجتماعی دارند. بنابراین شرکت‌ها بهتر است به انجام

^۱ دانشجوی دکتری حسابداری، گروه حسابداری، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران. sarahjabbar1985@gmail.com

^۲ استادیار، گروه حسابداری، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران (نویسنده مسئول)، a.zavarirezaei@urmia.ac.ir

^۳ استادیار، گروه حسابداری، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران. p.chalaki@urmia.ac.ir

^۴ دانشیار، گروه حسابداری، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران. (p.piriri@urmia.ac.ir)

فعالیت‌های داوطلبانه گزارشگری مسئولیت اجتماعی روی آوردن تا نه تنها از مزیت رقابتی و علامت‌دهی آن استفاده کنند بلکه از مزیت افزایش عملکرد آتی نیز بهره‌مند شوند.

کلید واژه‌ها: افشا گزارش مسئولیت اجتماعی شرکت، تجدید ارائه صورت‌های مالی، کیفیت گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت، عدم تقارن اطلاعاتی، نظریه علامت‌دهی

۱- مقدمه

با مرور تاریخی^۱ مطالعات انجام شده در حوزه گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکتی^۲ می-توان دریافت که توجه پژوهشگران به این حوزه در چند دهه اخیر بسیار افزایش یافته است. اما اهمیت مسئولیت‌های اجتماعی صرفاً محدود به مطالعات نظری و تجربی نمی‌شود به طوری که در حوزه حسابداری برخی از سازمان‌ها مانند نهاد گزارشگری جهانی^۳ و نیز هیئت استانداردهای حسابداری پایداری^۴ اقدام به تدوین استانداردهایی کردند تا ارزیابی و مقایسه سطح عملکرد پایداری واحدهای تجاری را تسهیل کرده و بر اهمیت این نوع از فعالیت‌ها بیافزایند (گراول، هاپتمان و سرافیم، ۲۰۲۱). در این راستا به نظر می‌رسد که گزارشگری مسئولیت اجتماعی پیامدهای مفیدی را به همراه دارد. از جمله پیامدهای ایجاد گزارشگری مسئولیت اجتماعی شامل افزایش اعتماد اجتماعی، بهبود شرایط کسب و کار، ارتقا برند، حفظ محیط زیست، مدیریت بحران‌های آتی (محمدی و همکاران، ۱۴۰۲) و بهبود عملکرد مالی شرکت‌ها (سرلک و همکاران، ۱۴۰۲) می‌باشد.

در پی این پیامدهای مثبت و با توجه به الزامی شدن گزارشگری مسئولیت اجتماعی برای شرکت‌های بورسی در ایران از سال ۱۴۰۲، بررسی عوامل مؤثر بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در محیط اقتصادی ایران از اهمیت فراوانی برخوردار است. افزون بر این سازمان حسابرسی ایران در متن استاندارد مربوط به افشای پایداری، که مربوط به پروژه‌های در جریان این سازمان است، بیان می‌کند که واحد تجاری ملزم است اطلاعات الزامی طبق استانداردهای افشای پایداری را به عنوان بخشی از گزارشگری مالی با مقاصد عمومی افشا کند. نتیجه این است که واحد تجاری ملزم می‌شود همزمان با انتشار صورتهای مالی مرتبط، افشای مالی مرتبط با مسئولیت اجتماعی را که بخشی از گزارش پایداری شرکت‌ها است را نیز گزارش کند. زیرا پایداری شرکتی رویکردی است که همه مفاهیم مسئولیت اجتماعی شرکتی را بر دارد (صادقی طباطبایی، ۱۴۰۰).

افزون بر این، بنیاد استانداردهای گزارشگری مالی بین‌المللی^۵ در سال ۲۰۲۱ با تشکیل کارگروه هیئت استانداردهای بین‌المللی پایداری^۶ نیز در تلاش برای تهیه و گسترش استانداردهایی برای گزارشگری مالی مرتبط با پایداری است. لذا حوزه مسئولیت‌های اجتماعی در حسابداری از

^۱ Chronological review

^۲ Corporate Social Responsibility reporting

^۳ Global Reporting Initiative (GRI)

^۴ Sustainability Accounting Standards Board (SASB)

^۵ International Financial Reporting Standards Foundation (IFRS Foundation)

^۶ International Sustainability Standards Board (ISSB)

ویژگی مربوط بودن^۱ قابل ملاحظه‌ای برخوردار بوده و نیاز است نقص‌ها و تناقضات موجود در مطالعات قبلی به دقت بررسی شوند تا مسیر همواری برای مطالعات آتی و به خصوص برای استانداردها گذاران در ایران ایجاد شود.

در یک دسته بندی کلی می‌توان پژوهش‌های پیشین در زمینه بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد شرکت را به سه دسته کلی تقسیم کرد: (۱) مثبت (۲) منفی و (۳) خنثی. ویشواناتان و همکاران (۲۰۲۰) و گوپتا و داس (۲۰۲۲) به این نتیجه رسیدند که تعدد مطالعاتی که نشان می‌دهند مسئولیت اجتماعی رابطه مثبت با عملکرد مالی واحد تجاری دارد، بیشتر است. اما ایشان هشدار می‌دهند که این بدان معنا نیست که روابط منفی و خنثی ثابت شده در مطالعات قبلی باید نادیده گرفته شوند. ایشان علت‌های گوناگونی برای این تناقضات ارائه می‌دهند که شامل تنوع و یکسان نبودن جامعه آماری، استفاده از متغیرهای کنترلی نامناسب/عدم استفاده از متغیرهای کنترلی مناسب، روش‌های مختلف اندازه‌گیری عملکرد پایداری، ناقص بودن بانک-های اطلاعات، تفاوت در پیش‌فرض‌ها و استفاده از تئوری‌های متضاد مانند تئوری ذینفعان^۲ در مقابل تئوری سهامداران^۳، و شاخص‌های مختلف اندازه‌گیری عملکرد واحد تجاری می‌باشند.

گرچه بیشتر این مطالعات به پیامدهای عمل به مسئولیت اجتماعی پرداخته‌اند، مطالعات محدودی مانند دالیوال و همکاران (۲۰۱۱) عکس این رابطه را بررسی کرده‌اند. دالیوال و همکاران (۲۰۱۱) معتقدند که به سبب داوطلبانه بودن عمل به مسئولیت پذیری اجتماعی و نیز گزارشگری آن، واحدهای تجاری برای انجام آن ملاحظات هزینه-منفعت را در نظر گرفته و با انگیزه مشخصی به این اقدامات^۴ روی می‌آورند. در پژوهش ایشان انگیزه هزینه بالای تامین مالی مورد بررسی قرار گرفته که از کانال عدم تقارن اطلاعاتی این انگیزه بررسی شده‌است، اما با توجه به اینکه در هیچ مطالعه‌ای داخلی چنین انگیزه‌ای ارزیابی نشده، پژوهش حاضر در صدد بررسی این است که آیا واحدهای تجدید کننده صورت‌های مالی دست به اقدامات داوطلبانه در حوزه گزارشگری پایداری یا مسئولیت اجتماعی می‌زنند؟

با عنایت به اینکه تمرکز اصلی مطالعه حاضر بر فعالیت‌های گزارشگری است این پژوهش برای بررسی یا اندازه‌گیری مشکلات عدم تقارن اطلاعاتی به فعالیت‌های گزارشگری شرکت پرداخته است. برای این منظور از تجدید ارائه صورت‌های مالی واحدهای تجاری به عنوان عاملی

^۱ Relevancy

^۲ Stakeholder theory

^۳ Stockholder theory

^۴ Initiatives

برای مشکلات عدم تقارن اطلاعاتی و انگیزه برای گزارشگری مسئولیت اجتماعی بهره برده می-شود. دلیل توجه مطالعه حاضر به تجدید ارائه صورتهای مالی به سبب علت و پیامد چنین اقداماتی می باشد. طبق مبانی نظری موجود، واحدی در صورتی اقدام به تجدید ارائه صورتهای مالی می کند که اشتباه با اهمیت یا تغییر رویه با اهمیت در گزارش های سنوات پیشین خود داشته باشد (خواجوی و همکاران، ۱۴۰۰). از این رو، با توجه به اینکه تجدید ارائه با قابلیت اتکای صورتهای مالی رابطه دارد که این خود از اصلی ترین ویژگی های کیفی اطلاعات حسابداری بوده و سایر مفاهیم^۱ همچون ویژگی های بیان صادقانه^۲، رجحان محتوا بر شکل^۳، بی طرفی^۴، احتیاط^۵ و کامل بودن^۶ را نیز تحت تاثیر می گذارد، در صورت کاهش این ویژگی اصلی کیفی، اعتماد ذینفعان در ارتباط با کیفیت اطلاعات صورتهای مالی کاهش می یابد (رفیعی و صفرزاده، ۱۳۹۳). لذا، واحدی که اقدام به تجدید ارائه صورتهای مالی می کند نشان می دهد مشکلات نمایندگی در شرکت وجود داشته که این در نهایت منتهی به افزایش عدم تقارن اطلاعاتی می شود (اخگر و دهه جانی، ۱۳۹۵).

با تاکید بر تئوری مشروعیت و با در نظر گرفتن مطالعه دالیوال و همکاران (۲۰۱۱) و مشکلاتی که واحد تجدید کننده صورتهای مالی با آن مواجه است، به نظر می رسد، چنین مشکلاتی می تواند انگیزه ای برای انجام فعالیت های داوطلبانه دیگر گزارشگری همانند گزارشگری مسئولیت اجتماعی باشد. اما در مقابل، تئوری علامت دهی^۷ بیان می کند که واحدهایی که فاقد چنین مشکلات نمایندگی هستند، رغبت بیشتری به سبب کسب مزیت رقابتی^۸ و پیشی گرفتن از رقبای برای اقدامات داوطلبانه گزارشگری مسئولیت اجتماعی دارند. از این رو، دو تئوری متناقض مشروعیت و علامت دهی در ارتباط با رابطه بین تجدید ارائه صورتهای مالی و فعالیت های داوطلبانه گزارشگری مسئولیت اجتماعی در ادبیات وجود دارد که تا کنون هیچ مطالعه داخلی به آن توجه نکرده است.

این پژوهش علاوه بر بررسی این موضوع، انجام پژوهش حاضر را به دلایل زیر ضروری می داند: (۱) نتایج این پژوهش می تواند جهت تصمیم گیری شرکت ها، مدیران آنها، قانون گذاران و سایر استفاده کنندگان، مفید واقع گردیده و برای شرکت ها فضای رقابتی ایجاد نماید که با تحقق آن

^۱ Concepts

^۲ Representational faithfulness

^۳ Substance over form

^۴ Neutrality

^۵ Conservatism

^۶ Completeness

^۷ Signalling theory

^۸ Competitive advantage

بر اقتصاد کشور کمک شود. زیرا پیامدهای مثبت گزارشگری مسئولیت اجتماعی از جمله بهبود شرایط کسب و کار، ارتقا برند، حفظ محیط زیست، مدیریت بحران‌های آتی (محمدی و همکاران، ۱۴۰۲) و بهبود عملکرد مالی شرکت‌ها (سرلک و همکاران، ۱۴۰۲)، نه تنها بر اقتصاد شرکت‌ها تاثیرگذار است، بلکه کل جامعه را تحت تاثیر خود قرار می‌دهد. (۲) بررسی این موضوع می‌تواند تشویقی برای شرکت‌ها در جهت مشارکت آن‌ها در فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشد. به نظر می‌رسد احتمالاً این موضوع با توجه به اینکه بخش اعظمی از شرکت‌های نمونه این پژوهش فاقد گزارشگری مسئولیت‌پذیری اجتماعی بوده‌اند، از اهمیت برخوردار باشد. (۳) این مطالعه جزو اولین پژوهش‌های ایرانی در راستای بررسی انگیزه افشاء گزارش مسئولیت اجتماعی و کیفیت آن می‌باشد و (۴) این مطالعه از نخستین تلاش‌ها برای بررسی کیفیت گزارشگری مسئولیت اجتماعی می‌باشد، در حالی که پیشتر محققین ایرانی توجه کمی به این جنبه از گزارشگری مسئولیت اجتماعی کرده بودند.

۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

طبق استاندارد حسابداری شماره ۳۴ ایران، در هنگام تغییر در برآوردهای حسابداری^۱، رویه‌های حسابداری^۲ و اصلاح اشتباه^۳ واحدهای تجاری ملزم هستند سومین صورت وضعیت مالی را به تاریخ ابتدا دوره قبل به منظور بهبود مربوط بودن، قابلیت اتکا، و قابلیت مقایسه ارائه کنند. بررسی‌های پژوهشگران ایرانی در ارتباط با فراوانی علل تجدید ارائه صورت‌های مالی نشان می‌دهد که اصلاح اشتباه غالب‌ترین علت می‌باشد (نیکبخت و رفیعی، ۱۳۹۱؛ خواجوی و همکاران، ۱۴۰۰). لذا، همانطور که در بند ۴۰ استاندارد شماره ۳۴ بیان گردیده است، اشتباه می‌تواند در ارتباط با شناخت، اندازه‌گیری، ارائه یا افشاء عناصر صورت‌های مالی ایجاد شود؛ لذا، گزارشی که به علت اشتباه تجدید ارائه می‌شود، منطبق با استانداردهای حسابداری نیست. لازم به ذکر است که همین بند اشاره می‌کند که "برخی مواقع اشتباهات بااهمیت تا دوره بعد کشف نمی‌شود و اشتباهات دوره قبل، در اطلاعات مقایسه‌ای ارائه شده در صورتهای مالی دوره بعد اصلاح می‌شود". از این رو، تجدید ارائه نه تنها اطلاعات گذشته بلکه می‌تواند اطلاعات آتی را نیز تحت تاثیر یا ابهام قرار دهد. در نتیجه، هنگامی که واحد تجاری اقدام به چنین کاری می‌کند این موضع را به طور ضمنی می‌پذیرد که اشتباه بااهمیت یا رویه‌ای نادرست در صورت‌های مالی گذشته وجود داشته و با توجه به اینکه سودآوری آینده واحد تجاری و در نتیجه جریان‌های نقدی

^۱ Accounting estimates

^۲ Accounting procedures

^۳ Errors/mistakes

و ارزش واحد تجاری در آینده با اتکا به سودهای گزارش شده در دوره‌های گذشته تعیین می‌شود، با تجدید ارائه صورتهای مالی سودهای گزارش شده در دوره‌های پیشین اصلاح شده و به احتمال زیاد سودهای آتی نیز با ابهام رو به رو می‌شوند. از این رو، کارایی گزارشگری مالی را به عنوان ابزاری برای پیش‌بینی آینده به طور قابل ملاحظه‌ای مخدوش می‌کند (کاردان و همکاران، ۱۳۹۵). بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که یکی از پیامدهای منفی تجدید ارائه صورتهای مالی مشکلات نمایندگی یا عدم تقارن اطلاعاتی است (خواجوی و همکاران، ۱۳۹۶). در نتیجه، تجدید ارائه صورتهای مالی و وجود شواهدی مبنی بر قابلیت اتکا نبودن اطلاعات صورتهای مالی پیشین، موجب کاهش اعتماد سرمایه‌گذاران و اعتباردهندگان شده که این در نهایت سبب افزایش عدم تقارن اطلاعاتی و واکنش منفی بازار می‌شود (اخگر و دَده جانی، ۱۳۹۴).

طبق مبانی موجود در ادبیات پایداری و مسئولیت اجتماعی، واحدهای تجاری به سبب دو تئوری مشروعیت^۱ و سیگنال‌دهی^۲ اقدام به گزارشگری مسئولیت اجتماعی می‌کنند (ژانگ و همکاران، ۲۰۲۱). طرفداران تئوری مشروعیت همچون کلارکسون و همکاران (۲۰۱۹) معتقد هستند که واحدهای تجاری که شهرت آن‌ها به سبب اشتباهات گذشته یا اقدامات غیر عمد به خطر افتاده، برای بازیابی شهرت خود و نیز کسب اعتماد عمومی دست به اقدامات داوطلبانه‌ای می‌زنند. این تئوری بیان می‌کند که واحدی که سرمایه اجتماعی^۳ ضعیفتر و نیز مشکلات نمایندگی بیشتری دارد برای جذب اعتماد دوباره در صدد اقدامات داوطلبانه‌ای مانند گزارشگری مسئولیت اجتماعی به منظور رفع ابهامات و توجیه رفتار خود است (کلارکسون و همکاران، ۲۰۱۹؛ هاهن و کوهنن، ۲۰۱۳). در نتیجه، آنچه تئوری مشروعیت پیشنهاد می‌کند این است که واحدی که تجدید ارائه صورتهای مالی می‌کند انگیزه لازم برای اقدامات داوطلبانه گزارشگری مسئولیت اجتماعی به منظور برگردان اعتماد از دست رفته خود را دارد.

اما تئوری سیگنال‌دهی حالت بدیل^۴ این تئوری را پیشنهاد می‌کند. بائه و همکاران (۲۰۱۸) از طرفداران تئوری سیگنال‌دهی بیان می‌دارند که انگیزه سیگنال‌دهی محرک قوی‌تری برای حرکت واحدهای تجاری به سوی گزارشگری مسئولیت پذیری اجتماعی است. این تئوری ابراز می‌دارد که واحدهایی که دارای عملکرد مالی بهتر و مشکلات کم عدم تقارن اطلاعاتی می‌باشند، به سبب آنکه می‌خواهند مزیت رقابتی در بازار کسب کرده و خود را برتر از رقیبانشان دهند، درصد انجام اقدامات داوطلبانه‌ای هستند. از این رو، یکی از بهترین استراتژی‌ها برای کسب

^۱ Legitimacy theory

^۲ Signaling theory

^۳ Social capital

^۴ Alternative

چنین مزیتی، گزارشگری آنچه بر اساس منافع ذینفعان انجام گرفته می‌باشد (رومیتو و وورو، ۲۰۲۱) چرا که تئوری ذینفعان^۱ پیشنهاد می‌کند که هرچه شرکت منافع دامنه گسترده‌تری از ذینفعان را در نظر بگیرد، این در نهایت سبب کنش مثبت متقابل از طرف ایشان شده و در نهایت سبب حفظ ارزش شرکت یا افزایش عملکرد می‌شود (فریمن، ۱۹۸۴). از این رو، تئوری سیگنال-دهی پیش‌بینی می‌کند که واحد تجاری دارای مشکلات کم نمایندگی—مانند عدم تجدید صورت‌های مالی—از طریق گزارشگری مسئولیت اجتماعی در صدد سیگنال‌دهی عملکرد مثبت هستند (دسجارتین و همکاران، ۲۰۲۱). این موضوع خود سازگار با بسیاری از فرضیات موجود در ادبیات مسئولیت اجتماعی مانند فرضیه اندازه شرکت و سودآوری است. برای نمونه آن واحدی که اندازه بیشتر و سودآوری بیشتری دارد، معمولاً عملکرد پایداری بهتر و گزارشگری مسئولیت اجتماعی بیشتری نسبت به واحد با اندازه کمتر و سودآوری کمتر دارد (ویشواناتان و همکاران، ۲۰۲۰). لذا، آنچه تئوری سیگنال‌دهی در ارتباط با محرک تجدید ارائه صورت‌های مالی پیشنهاد می‌کند این است که آن واحدی که اقدام به تجدید ارائه صورت‌های مالی خود نمی‌کند، انگیزه بیشتری برای انجام کارهای داوطلبانه گزارشگری مسئولیت اجتماعی دارد.

به طور خلاصه، تئوری مشروعیت و سیگنال‌دهی هر دو توضیح می‌دهند که تجدید ارائه صورت‌های مالی می‌تواند محرکی برای اقدامات داوطلبانه گزارشگری مسئولیت اجتماعی باشد. اما، این دو تئوری در مقابل یک‌دیگر قرار دارند به طریقی که تئوری مشروعیت پیشنهادی مبنی بر رابطه مثبت بین تجدید ارائه صورت‌های مالی و اقدامات داوطلبانه گزارشگری مسئولیت اجتماعی و تئوری سیگنال‌دهی پیشنهادی مبنی بر رابطه منفی بین تجدید ارائه صورت‌های مالی و اقدامات داوطلبانه گزارشگری مسئولیت اجتماعی مطرح می‌کند. از این رو، از طریق بررسی فرضیه‌های پژوهش می‌توان دریافت که کدامین تئوری در محیط ایران توان توضیح رابطه بین این دو متغیر را دارد.

پیشینه پژوهش‌های داخلی

در این بخش به مطالعاتی اشاره شده است که در خصوص مسئولیت اجتماعی و یا تجدید ارائه صورت‌های مالی تمرکز دارند. از بین این مطالعات تنها چند مطالعات خارجی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و تجدید ارائه صورت‌های مالی را بررسی کرده‌اند، در حالی که سایر مطالعات آورده شده هر یک از این دو مفهوم را جدای از هم بررسی کرده‌اند. لذا، در این بخش سه دسته کلی از مطالعات تجربی ادبیات از نظر می‌گذرند که شامل: (۱) تحقیقاتی که به بررسی عوامل موثر بر پیامدهای تجدید ارائه صورت‌های مالی پرداخته‌اند (۲) مطالعاتی که به بررسی عوامل

^۱ Stakeholder theory

موثر بر پیامدهای فعالیت‌های مربوط به مسئولیت پذیری اجتماعی پرداخته‌اند و (۳) مطالعاتی که رابطه بین تجدید ارائه صورتهای مالی و مسئولیت پذیری اجتماعی را بررسی کرده‌اند. لازم به ذکر است که در دسته سوم هیچ مطالعه داخلی وجود ندارد.

اخگر و دوده جانی (۱۳۹۴) با در نظر گرفتن این پیش فرض که تجدید ارائه صورتهای مالی القا کننده مشکلات نمایندگی بوده و قدرت پیش‌بینی سود را تحت تاثیر قرار می‌دهد، چنین پیش‌بینی می‌کنند که ارائه مجدد صورتهای مالی سبب افزایش مشکلات عدم تقارن اطلاعاتی می‌شود. ایشان برای اندازه‌گیری تجدید ارائه از سه حالت ارائه به سبب حساب‌های اصلی، حساب‌های غیر اصلی و پیشنهاد حسابرسی استفاده کرده و برای محاسبه عدم تقارن اطلاعاتی از تفاوت قیمت پیشنهادی خرید و فروش استفاده می‌کنند. ارزیابی‌های ایشان روی ۱۰۴ واحد بورسی طی سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۲ نشان می‌دهد که از بین حالت‌های مختلف در نظر گرفته شده در این مطالعه برای تجدید ارائه صورتهای مالی، تنها ارائه مجدد ناشی از حساب‌های اصلی سبب افزایش مشکلات عدم تقارن اطلاعاتی می‌شود و دو عامل دیگر فاقد اثر معنادار می‌باشند.

خواجوی و صالحی‌نیا (۱۳۹۶) به بررسی پیامد تجدید ارائه صورتهای مالی ۷۰ شرکت بورسی طی بازه زمانی ۸ ساله بین سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۲ پرداخته و با این پیش فرض که تجدید ارائه به صورت صریح و شفاف نشانه‌ای از عدم اطمینان صورتهای مالی سنوات پیشین است، چنین فرضیه‌سازی می‌کنند که تجدید ارائه صورتهای مالی سبب کاهش رشد می‌شود. ایشان برای اندازه‌گیری تجدید ارائه از متغیر دوجبهی تجدید و عدم تجدید استفاده کرده و برای اندازه‌گیری رشد از چهار شاخص مختلف رشد دارایی‌ها، رشد سود خالص، رشد فروش و رشد قابل تحمل استفاده می‌کنند. ارزیابی‌های ایشان با استفاده از رگرسیون خطی نشان می‌دهد که بین تجدید ارائه صورتهای مالی و رشد فروش رابطه منفی و معناداری برقرار است اما سایر شاخص‌های رشد فاقد رابطه معنادار با تجدید ارائه صورتهای مالی می‌باشند.

اعتمادی و همکاران (۱۳۹۷) در مطالعه‌ای به بررسی نقش حسابرس در احتمال تجدید ارائه صورتهای مالی پرداخته و حسابرس را به عنوان محرکی برای این اقدام در نظر می‌گیرند. ایشان برای اندازه‌گیری نقش حسابرسی از ویژگی‌های اندازه حسابرس، حق الزحمه حسابرس، تخصص صنعتی حسابرس و دوره تصدی حسابرس استفاده کرده و با استفاده از اطلاعات ۷۳ واحد بورسی طی بازه زمانی ۴ ساله بین سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۱ نشان می‌دهند که افزایش تعداد شرکا موسسات حسابرسی و دوره تصدی حسابرس احتمال تجدید ارائه صورتهای مالی را افزایش می‌دهد، اما حق الزحمه حسابرس اثر منفی بر احتمال تجدید ارائه دارد. در نهایت ایشان رابطه معناداری بین تخصص حسابرس و تجدید ارائه صورتهای مالی نیافتند. لازم به ذکر است که

ایشان از تحلیل لاجیت بهره برده و برای اندازه‌گیری احتمال وقوع رویداد از متغیر دوجبهی تجدید یا عدم تجدید ارائه صورت‌های مالی استفاده می‌کنند.

دعائی و روحانی (۱۳۹۹) با تکیه بر این واقعیت که واحدهای تجاری به صورت فزاینده‌ای به سمت فعالیت‌های اجتماعی روی می‌آورند قصد بررسی مزایای مالی این گرایش را دارند. برای این منظور ایشان به بررسی اثر عملکرد مسئولیت‌اجتماعی بر هزینه‌های تامین مالی در مراحل رشد شرکت می‌پردازند. برای اندازه‌گیری هزینه‌های تامین مالی از شاخص کاپلان-زانگالس استفاده کرده و نیز جامعه آماری ای مشتمل بر ۱۴۱ واحد تجاری بوردی طی سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۷ انتخاب و چنین دریافتند که مسئولیت‌های اجتماعی سبب کاهش مشکلات تامین مالی می‌شود. افزون بر این، ایشان مشاهده کردند که وابستگی به دولت اثر قابل ملاحظه‌ای در رابطه بین مسئولیت اجتماعی و محدودیت تامین مالی ایجاد نمی‌کند.

خواجوی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با هدف اصلی ارزیابی تاثیر ارتباطات سیاسی بر کیفیت اطلاعات حسابداری واحدهای تجاری پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، برای اندازه‌گیری کیفیت اطلاعات حسابداری از وقوع تجدید ارائه صورت‌های مالی استفاده کرده و چنین ابراز داشتند که واحدی که چنین اقدامی را انجام می‌دهد در حال القا این است که کیفیت اطلاعات حسابداری ایشان پایین می‌باشد. ایشان برای اندازه‌گیری تجدید ارائه صورت‌های مالی از شدت تجدید ارائه سود استفاده کرده و از جامعه آماری مشتمل بر ۱۰۱ واحد تجاری بوردی طی بازه زمانی ۸ ساله از ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۶ بهره می‌برند. نتایج ارزیابی‌های ایشان با استفاده از رگرسیون‌های لجستیک و خطی چند متغیره نشان می‌دهد که ارتباطات سیاسی بر وقوع و شدت تجدید ارائه صورت‌های مالی اثر مثبت و معناداری دارد. لذا، کیفیت اطلاعات حسابداری که با استفاده از تجدید ارائه صورت‌های مالی اندازه‌گیری می‌شود تحت تاثیر روابط سیاسی می‌باشد. گرامی و همکاران (۱۴۰۱) با در نظر گرفتن این پیش فرض که انجام مسئولیت اجتماعی جزئی جدایی ناپذیر از کسب و کار است، به بررسی این موضوع می‌پردازند که آیا کارکرد درونی مسئولیت اجتماعی و مالکیت نهادی می‌تواند سبب افزایش جایگاه واحد تجاری، سودآوری، افزایش میزان بازدهی واحد تجاری، ایجاد ارزش، و بقا بیشتر واحد تجاری شود. ایشان برای آزمون فرضیات خود از جامعه آماری بزرگی مشتمل بر ۵۷۵ واحد تجاری بوردی طی بازه زمانی ۸ ساله از سال ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۹ استفاده کرده و نشان دادند که مسئولیت اجتماعی واحد تجاری سبب کاهش مشکلات درماندگی مالی شده و افزون بر این چنین اثر منفی از سوی مالکیت نهادی نیز دیده می‌شود.

پناهیان و همکاران (۱۴۰۱) به ارزیابی اثر مسئولیت اجتماعی بر محدودیت های مالی واحد های بورسی طی مراحل مختلف چرخه عمر پرداخته و با کسب نظر از ۱۰ نفر از اساتید برتر آیتم های تاثیرگذار برای محاسبه عملکرد مسئولیت اجتماعی استفاده کرده و در نهایت از ۱۳۷ واحد تجاری بورس اوراق بهادار طی بازه زمانی ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۸ بهره بردند. ایشان نتیجه گرفتند که عملکرد مسئولیت اجتماعی سبب کاهش محدودیت های تامین مالی می شود.

اخگر و همکاران (۱۴۰۲) به بررسی تاثیر عملکرد زیست محیطی شرکت ها بر ریسک سقوط قیمت سهام با تاکید بر محافظه کاری حسابداری در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. ایشان به منظور دستیابی به هدف پژوهش، تعداد ۱۰۹ شرکت از میان شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۸ به روش حذف سیستماتیک انتخاب و جهت آزمون فرضیه ها از تخمین رگرسیون لجستیک و مدل داده های ترکیبی استفاده نموده و یافته های پژوهش نشان می دهد که عملکرد زیست محیطی تاثیر منفی و معناداری بر ریسک سقوط قیمت سهام دارد، اما اخذ رویه محافظه کاری حسابداری باعث تضعیف این رابطه خواهد شد.

پیشینه پژوهش های خارجی

در بین مطالعات خارجی، اولین پژوهشی که مرتبط با مطالعه حاضر است مربوط به دالیوال و همکاران (۲۰۱۱) بوده که بررسی می کنند، آیا افشای داوطلبانه فعالیت های مسئولیت اجتماعی شرکت به سبب مشکلات عدم تقارن اطلاعاتی و هزینه سرمایه می باشد. ایشان نشان می دهند که شرکت هایی با هزینه بالا سرمایه سهام در سال قبل تمایل بیشتری برای افشا فعالیت های مسئولیت اجتماعی در سال جاری داشته و شرکت های افشا کننده با عملکرد مسئولیت اجتماعی بالا از کاهش بعدی در هزینه سرمایه لذت می برند. علاوه بر این، ایشان درمی یابند که شرکت های افشا کننده با عملکرد مسئولیت پذیری اجتماعی بالا، سرمایه گذاران نهادی اختصاصی و پوشش تحلیلگران را نیز جذب می کنند. علاوه بر این، این تحلیلگران به خطاهای پیش بینی مطلق و پراکندگی کمتری دست می یابند.

گارسایانچز و همکاران (۲۰۱۹) به تأثیر کمیت، کیفیت و اعتبار سنجی بیرونی افشای مسئولیت اجتماعی بر محدودیت های سرمایه پرداخته و به ارزیابی این فرضیه پرداختند که اگر این ویژگی های افشا برای سرمایه گذاران در بازار مالی اهمیت داشته باشد، باید توسط فعالان بازار مالی به طور مثبت مورد ارزیابی قرار گیرند. تجزیه و تحلیل داده های بین المللی برای دوره ۲۰۰۷-۲۰۱۶ این مطالعه نشان می دهد که کیفیت و تضمین خارجی افشای مسئولیت اجتماعی، رابطه بین افشا و دسترسی به منابع مالی را تشدید می کند.

هوانگ و همکاران (۲۰۲۰) به بررسی تأثیر تجدیدِ ارائه صورت‌های مالی بر واکنش بازار پرداخته و متوجه می‌شوند که شرکت‌ها ارائه کننده مجدد صورت‌های مالی واکنش منفی قابل توجه قیمت سهام را تجربه می‌کنند. یافته‌های ایشان روی ۲۸۷۳ سال-شرکت مشاهده از شرکت‌های امریکایی طی بازه زمانی ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۷ می‌باشد. لذا، ایشان رابطه اشاره شده را در طول دوران عادی و بحرانی نیز می‌سنجند. ایشان درمی‌یابند که این رابطه منفی هنگامی که در بازار بحران سیستماتیک وجود داشته باشد، شدیدتر می‌باشد.

باچا و همکاران (۲۰۲۱) با هدف اصلی بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر هزینه بدهی به ارزیابی اینکه آیا کیفیت حسابداری بر هزینه بدهی متحمل شده توسط شرکت‌های مسئول اجتماعی تأثیر می‌گذارد یا خیر می‌پردازد. برای این منظور ایشان از نمونه‌ای از شرکت‌های غیرمالی فرانسوی برای بازه زمانی ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۶ استفاده کرده و دریافته‌اند که رابطه منفی بین عملکرد مسئولیت اجتماعی و هزینه بدهی برقرار بوده و همچنین یافته‌های ایشان نشانگر آن است که کیفیت حسابداری نیز هزینه بدهی شرکت‌های مسئول اجتماعی را کاهش می‌دهد.

ژانگ و همکاران (۲۰۲۱) اثربخشی افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی در حفاظت از شهرت شرکت پس از تجدید ارائه صورت‌های مالی را بررسی کرده و با اتکا به تئوری مشروعیت چنین فرضیه سازی کرد که شرکت مشروعیت خود را از طریق افشای غیرمالی پس از اثرات منفی تجدید ارائه صورت‌های مالی کسب می‌کند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که شرکت‌های تجدید کننده با تغییر گزارش‌های خود به لحن محافظه‌کارانه‌تر، افزایش خوانایی و طول گزارش، بهبود قابل توجهی در کیفیت کلی افشا مسئولیت اجتماعی ایجاد می‌کنند، حتی اگر از نظر استراتژیک محتوای آینده‌نگر و مرتبط با پایداری کمتری را افشا کنند. علاوه بر این، شرکت‌های تجدید ارائه کننده گزارشات مالی با افشای مسئولیت اجتماعی خطاهای پیش‌بینی کوچک‌تری دارند، با این حال تغییر در افشا مسئولیت اجتماعی پس از تجدید ارائه، دقت پیش‌بینی تحلیلگر را بهبود نمی‌بخشد. در نهایت، ایشان نشان می‌دهند که گزارش‌های مسئولیت اجتماعی آسیب‌های شهرت را کاهش داده و نقش بیمه-مانند یا حفاظت از ارزش را در طول دوره‌های بحران ایفا می‌کند.

کوانگ و همکاران (۲۰۲۲) به بررسی انگیزه‌های دیگر برای تجدید ارائه صورت‌های مالی پرداخته و نشان می‌دهند که چگونه روابط اجتماعی یک مدیر مالی^۱ با مدیران ارشد غیرمدیرعامل^۲ در همان شرکت بر احتمال تجدید ارائه صورت‌های مالی تأثیر می‌گذارد. ایشان پیوندهای اجتماعی^۳ را به عنوان حرفه‌ای یا شخصی طبقه بندی کرده و دریافته‌اند که این دو نوع

^۱ Chief financial officer

^۲ Non-CEO senior managers

^۳ Social ties

پیوند، تأثیرات متمایزی دارند. یافته‌های ایشان گواه آن است که روابط حرفه‌ای مدیران ارشد مالی با مدیران ارشد دیگر با احتمال کمتری برای تجدید ارائه صورت‌های مالی مرتبط است. افزون بر این، اثرات روابط شخصی مدیران ارشد مالی با عملکرد عملیاتی یک شرکت مرتبط است، به این طریق که چنین روابطی با احتمال بالاتر (کمتر) ارائه مجدد صورت‌های مالی در زمانی که عملکرد عملیاتی ضعیف (خوب) است، مرتبط می‌باشد. به طور کلی، یافته‌های این مطالعه با این تصور سازگار است که روابط اجتماعی مدیران ارشد مالی با سایر مدیران ممکن است منجر به اشتراک‌گذاری اطلاعات و رفتار دست به دست^۱ شود.

ال-هادی و همکاران (۲۰۲۳) بررسی می‌کنند که آیا مسئولیت حسابرس در سطح ایالتی امریکا بر تصمیمات تجدید ارائه صورت‌های مالی شرکت‌ها تأثیر می‌گذارد یا خیر. ایشان برای ارزیابی این فرضیه خود از نمونه‌ای شامل ۳۴۴۰۹ سال-شرکت مشاهدات طی سال‌های ۲۰۰۳ تا ۲۰۱۸ استفاده کرده و متوجه می‌شوند که مسئولیت حسابرس در سطح دولتی به طور قابل توجهی با احتمال تجدید ارائه صورت‌های مالی در سطح شرکت ارتباط منفی و معناداری دارد. افزون بر این، مشاهده می‌کنند که رابطه منفی بین مسئولیت حسابرس و ارائه مجدد زمانی که شرکت‌ها در معرض خطر بیشتر دعوی قضایی هستند و زمانی که شرکت‌ها توسط حسابرسان غیرمتخصص حسابرسی می‌شوند، آشکارتر است.

با عنایت به موضوع پژوهش حاضر و بررسی پیشینه پژوهش‌هایی که به نوعی با این مطالعه در ارتباط بودند، بسیار مشهود است که این پژوهش به دنبال پر کردن یک خلاء تحقیقاتی درصدد بررسی اثر تجدید ارائه صورت‌های مالی بر کیفیت و افشای فعالیت‌های داوطلبانه گزارشگری مسئولیت اجتماعی است که تاکنون پژوهشی در این زمینه انجام نپذیرفته است.

۳- فرضیه‌های پژوهش

بر اساس مبانی نظری و تجربی پژوهش حاضر، دو تئوری مشروعیت و سیگنال‌دهی می‌توانند رابطه بین تجدید ارائه صورت‌های مالی و گزارشگری مسئولیت اجتماعی را توضیح دهند. تئوری مشروعیت بر این باور است که واحدهای تجاری برای بازپس‌گیری اعتماد ذی‌نفعان به سوی فعالیت‌های داوطلبانه مسئولیت اجتماعی روی می‌آورند. این در حالی است که تئوری سیگنال-دهی پیشنهاد می‌کند که واحدی به سوی چنین فعالیت‌هایی حرکت می‌کند که مشکلات نمایندگی پایینی داشته و در تلاش برای نشان دادن برتری خود برای کسب مزیت رقابتی است. از این رو دو فرضیه مخالف قابل تدوین است:

^۱ Arm-in-arm

فرضیه ۱: به تبعیت از تئوری مشروعیت، تجدید ارائه صورت‌های مالی بر فعالیت‌های داوطلبانه گزارشگری مسئولیت اجتماعی آتی اثر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه ۲: به تبعیت از تئوری سیگنال‌دهی، تجدید ارائه صورت‌های مالی بر فعالیت‌های داوطلبانه گزارشگری مسئولیت اجتماعی آتی اثر منفی و معناداری دارد.

۴- روش شناسی پژوهش

مطالعه حاضر از لحاظ روش شناخت توصیفی و از نوع همبستگی است. برای جمع‌آوری اطلاعات نه تنها از گزارشات مالی بلکه از اطلاعیه‌های گزارش فعالیت هیئت مدیره نیز بهره برده شده است. چرا که برای محاسبه متغیر مستقل مربوط به تجدید ارزیابی و متغیرهای کنترلی از گزارشات مالی و برای ابعاد گزارشگری مسئولیت اجتماعی نیاز به گزارش فعالیت هیئت مدیره می‌باشد. جامعه آماری مطالعه حاضر شامل کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد که دارای ویژگی‌های به شرح جدول ۱ باشند:

جدول ۱. نمونه تحقیق

شرح	
۴۱۷	شرکت‌هایی که تا پایان اسفند سال مالی ۱۳۹۵ در بورس پذیرفته شده‌اند (در سال ۲۰۱۶، SASB شرکت‌ها را ملزم به گزارش مسئولیت اجتماعی بر اساس استاندارد کرد که این سال همراه با افزایش اهمیت موضوعات مسئولیت پذیری در سطوح کلان (قرارداد ۲۰۱۵ پاریس) سبب افزایش گرایش شرکت‌ها به ارائه چنین گزارش‌هایی شد. بررسی‌های اولیه نیز تایید کرد که پیش از این تاریخ تعداد بسیار اندکی از شرکت‌های بورسی به فعالیت‌های گزارشگری مسئولیت اجتماعی پرداخته‌اند. از این رو در تحقیق حاضر از سال ۱۳۹۶ به عنوان شروع بازه زمانی استفاده شده است).
۹۷	شرکت‌هایی که پایان سال مالی آن‌ها پایان اسفند ماه نیست (زیرا یک شرکت اطلاعاتش برای اسفند است با یک شرکت که اطلاعاتش برای فروردین ارائه می‌شود ممکن است تحت تاثیر تورم اطلاعاتش متناجس باشد. به همین خاطر برای تحقق شرط قابلیت مقایسه این شرط منظور شده است)
۱۲۶	اطلاعات مورد نیاز برای محاسبه تمامی متغیرها موجود باشند
۹۴	جزو شرکت‌های سرمایه‌گذاری، واسطه‌گری مالی، هلدینگ، لیزینگ، بانکی، و سایر موسسات مالی به دلیل متفاوت بودن ماهیت و فعالیت این شرکت‌ها نباشد.
(۳۱۷)	تعداد کل شرکت‌های حذف شده از نمونه
۱۰۰	تعداد شرکت‌های نمونه تحقیق

پس از اعمال شروط فوق ۱۰۰ شرکت به عنوان واحدهای منتخب گزینش شده که شامل ۵۰۰ سال-شرکت مشاهده می‌باشند. لازم به ذکر است که برای تحلیل‌های داده‌های این پژوهش از نرم افزار ایویوز استفاده شده است

مدل و متغیرهای پژوهش

به پیروی از دالیوال و همکاران (۲۰۱۱)، از مارتینز و همکاران (۲۰۱۵)، و ژانگ و همکاران (۲۰۲۱) از مدل‌های یک و دو برای ارزیابی فرضیات پژوهش استفاده می‌شود. با توجه به اینکه، در این مطالعه از دو بُعد افشا و کیفیت، فعالیت‌های داوطلبانه گزارشگری مسئولیت اجتماعی ارزیابی می‌شوند و با عنایت به اینکه متغیر افشای مسئولیت پذیری اجتماعی یک متغیر دوجوهی ولی متغیر کیفیت یک متغیر پیوسته می‌باشد، مدل یک که روی افشا تمرکز دارد، مدل لجستیک و مدل دوم که روی کیفیت تمرکز دارد مدل رگرسیون خطی می‌باشد. ناگفته نماند که با توجه به اینکه در این مطالعه تجدید ارائه صورتهای مالی به عنوان محرک گزارشگری مسئولیت اجتماعی مورد بحث می‌باشد، از یک وقفه برای تجدید ارائه صورتهای مالی استفاده می‌شود که مشخص گردد که آیا تجدید ارائه صورتهای مالی رابطه معناداری با ابعاد گزارشگری مسئولیت اجتماعی آتی دارد.

مدل (۱)

$$\log\left[\frac{\text{prob}(CSR_DISCLOSURE_{i,t})}{1 - \text{prob}(CSR_DISCLOSURE_{i,t})}\right] \\ = \beta_0 + \beta_1 RESTATEMENT_{i,t-1} + \beta_2 SIZE_{i,t-1} + \beta_3 LEV_{i,t-1} \\ + \beta_4 TOBINQ_{i,t-1} + \beta_5 KZ_{i,t-1} + \beta_6 HHI_{i,t-1} + \beta_7 FRQ_{i,t-1} \\ + \beta_8 ADV_{i,t-1} + \beta_9 DUMRD_{i,t-1} + \varepsilon_{i,t}$$

مدل (۲)

$$CSR_QUALITY_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 RESTATEMENT_{i,t-1} + \alpha_2 SIZE_{i,t-1} + \alpha_3 LEV_{i,t-1} \\ + \alpha_4 TOBINQ_{i,t-1} + \alpha_5 KZ_{i,t-1} + \alpha_6 HHI_{i,t-1} + \alpha_7 FRQ_{i,t-1} \\ + \alpha_8 ADV_{i,t-1} + \alpha_9 DUMRD_{i,t-1} + \varepsilon_{i,t}$$

در ادامه هر یک از متغیرهای بکار رفته در مدل‌های آماری پژوهش حاضر، توضیح داده شده است. قابل ذکر است که در این مطالعه دو بُعد افشا و کیفیت افشای گزارشات مسئولیت اجتماعی به عنوان متغیرهای وابسته در نظر گرفته شده‌اند.

افشای گزارشگری مسئولیت اجتماعی (CSR_DISCLOSURE): برای اندازه‌گیری افشا گزارشات مربوطه، به پیروی از دالیوال و همکاران (۲۰۱۱) از متغیر دوجوهی CSR_DISCLOSURE استفاده می‌شود که در صورت افشا یا وجود اطلاعات مربوط به مسئولیت پذیری اجتماعی در

متن گزارش فعالیت هیئت مدیره به این متغیر عدد یک و در غیر این صورت عدد صفر داده شده است.

کیفیت گزارشگری مسئولیت اجتماعی (CSR_QUALITY): برای اندازه‌گیری کیفیت گزارشگری مسئولیت اجتماعی به تبعیت از نظری و همکاران (۲۰۱۷) از لگاریتم طبیعی تعداد کلمات موجود در گزارش فعالیت هیئت مدیره که مربوط به فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها می‌باشد، استفاده شده است.

تجدید ارائه صورت‌های مالی (RESTATEMENT): به پیروی از مطالعات داخلی امیدآخگر و دهه جانی (۱۳۹۴)، کاردان و همکاران (۱۳۹۵)، خواجوی و همکاران (۱۳۹۶) و اعتمادی و همکاران (۱۳۹۷) و خارجی هوانگ و همکاران (۲۰۲۰)، ژانگ و همکاران (۲۰۲۱)، کوانگ و همکاران (۲۰۲۲) و ال-هادی و همکاران (۲۰۲۳) از متغیر دوجبه‌ای RESTATEMENT استفاده شده است که در صورت تجدید ارائه صورت‌های مالی عدد یک و در غیر این صورت عدد صفر به خود می‌گیرد.

اندازه شرکت (SIZE): با توجه به اینکه واحدهای بزرگ‌تر توان مالی بیشتری برای گزارشگری مسئولیت اجتماعی دارند از متغیر اندازه شرکت که برابر است با لگاریتم طبیعی ارزش بازار شرکت، استفاده شده است (ژودایاسانکار، ۲۰۰۸).

اهرم مالی (LEV): تحمل ریسک مدیران شرکت‌ها، عاملی مهم بر روی دیدگاه ایشان برای گرایش به فعالیت‌های داوطلبانه مسئولیت اجتماعی است (وادوک و گریوز، ۱۹۹۷). از این رو دومین متغیر کنترلی برای کنترل ریسک شرکت اهرم مالی بوده که برابر است با نسبت کل بدهی‌ها به دارایی‌های شرکت (بنلیمله، ۲۰۱۷).

شاخص رشد شرکت (TOBINQ): شاخص کیو-توبین از نسبت ارزش بازار حقوق صاحبان سهام به ارزش دفتری دارایی‌ها بدست می‌آید. به دو سبب از این متغیر کنترلی استفاده می‌شود. نخست اینکه طبق مبانی تئوریک، کیو-توبین توان جذب واکنش بازار را داشته و حاوی اطلاعات عدم تقارن اطلاعاتی است. دلیل دوم اثری است که شاخص کیو-توبین به عنوان شاخص رشد روی فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی دارد. مبانی نظری پیشنهاد می‌کنند که شرکت‌هایی که شاخص رشد بالایی دارند به سبب کم بودن منابع ایشان، احتمالاً انگیزه کمتری برای انجام فعالیت‌های داوطلبانه خواهند داشت. از این رو، این شاخص نیاز است استفاده شود تا اثرات اشاره شده کنترل شوند (نیامه-آسیامه و قولام، ۲۰۱۹).

محدودیت تامین مالی (KZ): بر اساس ادبیات مسئولیت اجتماعی رابطه معنادار دوطرفه بین محدودیت تامین مالی و مسئولیت پذیری اجتماعی برقرار است. لذا، به پیروی از دعائی و روحانی (۱۳۹۹) از شاخص کاپلان-زانگالس (۱۹۷۷) که توسط تهرانی و حصارزاده (۱۳۸۸) بر اساس

شرایط ایران بهبود یافته است، استفاده می شود. برای محاسبه این متغیر از رابطه زیر استفاده می شود:

$$KZ = 17.33 - 37.486 \times \frac{\text{موجودی نقد}}{\text{دارایی ها}} - 15.216 \times \frac{\text{سود تقسیمی}}{\text{دارایی ها}} + 3.39 \times \text{دارایی ها/بدهی} \\ + \text{بدهی} + \text{ارزش بازار حقوق صاحبان سهام} \\ - 1.402 \times \frac{\text{دارایی ها}}{\text{دارایی ها}}$$

رقابت در صنعت (HHI): در ادبیات مربوط به مسائل مسئولیت اجتماعی بارها به نقش با اهمیت رقابت در صنعت تاکید شده است (لانگ و همکاران، ۲۰۲۰؛ جیا، ۲۰۲۰) که هرچه رقابت در صنعت بیشتر باشد این می تواند به عنوان یک حاکمیت شرکتی بیرونی واحد تجاری را ترغیب به گزارشگری مسئولیت اجتماعی باکیفیت تری بکند. این متغیر از طریق شاخص هرفیندال-هیرشمن به صورت حاصل جمع توان دوم سهم بازار (بر حسب معیار فروش شرکتها) کلیه شرکت های فعال در صنعت و از طریق فرمول زیر بدست می آید:

$$HHI_{jt} = \sum_{i=1}^N S_{ijt}^2$$

در این مدل، S_{ijt} سهم بازار شرکت i در صنعت z طی سال t می باشد. سهم بازار هر شرکت حاصل تقسیم فروش خالص شرکت بر کل فروش خالص صنعت است، که برای هر صنعت در هر سال جداگانه محاسبه می شود. این شاخص میزان تمرکز صنعت را اندازه گیری می نماید. هر چه این شاخص بزرگ تر باشد، میزان تمرکز بیشتر و رقابت کمتری در آن صنعت وجود دارد و بالعکس (کردان و همکاران، ۱۳۹۸).

کیفیت گزارشگری مالی (FRQ): برای محاسبه این معیار از مدل کازنیک (۱۹۹۹) مطابق با رابطه زیر استفاده می شود که این مدل در زمینه کیفیت گزارشگری مالی بسیار مورد استفاده قرار گرفته است:

$$TA_{i,t-1} = \beta_0 + \beta_1 \Delta SALES_{i,t-1} + \beta_2 PPE_{i,t-1} + \beta_3 \Delta CFO_{i,t-1} + \varepsilon_{i,t-1} \\ TA_{i,t-1} = (\Delta CA_{i,t-1} - \Delta CASH_{i,t-1}) - (\Delta CL_{i,t-1} - \Delta STD_{i,t-1})$$

که در آن TA نماینده کل اقلام تعهدی، $\Delta SALES$ تغییرات فروش، PPE ناخالص دارایی های ثابت مشهود، ΔCFO تغییر در جریان نقد عملیاتی، ΔCA تغییر در دارایی های جاری، $\Delta CASH$ تغییر در وجوه نقد، ΔCL تغییر در بدهی های جاری و ΔSTD تغییر در بدهی های جاری می باشد. به منظور همگن و استاندارد شدن داده ها در سطح شرکت های مختلف، همه متغیرها بر جمع کل دارایی های ابتدای سال تقسیم می شود. متغیر ε جمله ای پسماند است نشان دهنده کیفیت

گزارشگری مالی است. به منظور تفسیر بهتر نتایج، مقدار قدر مطلق آن در منفی یک ضرب می‌شود، بدین ترتیب، مقدار بالاتر نشانگر کیفیت گزارشگری بیشتر است. هزینه تبلیغات (ADV): داده‌های مربوط به این متغیر از گزارش فعالیت هیئت مدیره استخراج شده است. مبانی موجود باور دارند که شرکت‌های مسئولیت پذیر رغبت بیشتری نیز به سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های تبلیغاتی دارند (فرناندز کرانز و سانتالو، ۲۰۱۰). از این رو از متغیر $ADV_{i,t}$ که از نسبت هزینه تبلیغات به کل فروش بدست می‌آید برای اندازه‌گیری فعالیت‌های تبلیغاتی استفاده می‌شود.

هزینه تحقیق و توسعه (DUMRD): برای اندازه‌گیری این متغیر در صورتی که واحدی بر روی تحقیق و توسعه سرمایه‌گذاری کرده باشد، عدد یک و در غیر این صورت عدد صفر می‌گیرد. اطلاعات مربوط به این متغیر از گزارش فعالیت هیئت مدیره استخراج شده است. طبق مبانی موجود در تحقیق و توسعه اثر قابل ملاحظه‌ای بر رشد و مسئولیت پذیری اجتماعی دارد (فام و تران، ۲۰۲۰؛ جاهمین و گیس، ۲۰۲۰). ناگفته نماند که هم تحقیق و توسعه و هم تبلیغات در حوزه مسئولیت اجتماعی نیز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بوده و واحدهای مسئولیت پذیر اجتماعی تمایل بالایی به سیگنال‌دهی از این طریق دارند (بوکت و همکاران، ۲۰۱۷).

۵- یافته‌های پژوهش

در جدول (۱) آمار توصیفی متغیرهای مطالعه آورده شده است. طبق اطلاعات این جدول متغیر افشا گزارش مسئولیت اجتماعی دارای میانگین ۰٫۶۲۸ با فراوانی ۳۱۴ برای مقادیر یک این متغیر دوجویی است که نشان می‌دهد از بین ۵۰۰ مشاهده، ۳۱۴ مشاهده (۶۲٫۸٪) دارای گزارش مسئولیت اجتماعی بوده و ۱۹۶ مشاهده (۳۷٫۲٪) فاقد گزارش مربوطه می‌باشند. از این رو، جامعه منتخب این مطالعه هر دو گروه افشا کننده و عدم افشاکننده مسئولیت اجتماعی را در بر می‌گیرد. متغیر دیگر گزارشگری مسئولیت اجتماعی که کیفیت گزارشگری مسئولیت اجتماعی ($CSR_QUALITY_t$) است با میانگین ۴٫۰۶۸ نشان می‌دهد که به طور میانگین ۵۸ ($e^{۴٫۰۶۸}$) واژه در گزارشات مسئولیت اجتماعی قرار دارند. بررسی‌های بیشتر این مطالعه نشان می‌دهد که در بین ۳۱۴ مشاهده که افشاکننده مسئولیت‌پذیری اجتماعی هستند، میانگین متغیر کیفیت افشا برابر با ۶٫۴۷۷ می‌باشد که نشان می‌دهد به طور متوسط ۶۵۰ واژه ($e^{۶٫۴۷۷}$) در گزارشات مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های افشا کننده وجود دارند. در ارتباط با متغیر تجدید ارائه صورت‌های مالی مشاهده می‌شود که فراوانی مقادیر ۱ این متغیر دوجویی برابر با ۱۱۵ می‌باشد که نشان می‌دهد ۲۳٪ از مشاهدات این مطالعه در طول بازه زمانی مدنظر، صورت‌های مالی خود را تجدید ارائه نموده‌اند که این سازگار با یافته‌های مطالعات داخلی است. به طوری که تقریباً میزان تجدید ارائه در پژوهش‌های مختلف به همین مقدار است. برای نمونه، امیداخگر

و دهده جانی (۱۳۹۴)، کاردان و همکاران (۱۳۹۵)، خواجهی و همکاران (۱۳۹۶) و اعتمادی و همکاران (۱۳۹۷) نیز تایید می کنند که میزان تجدید ارائه صورتهای مالی در ایران قابل ملاحظه می باشد.

در ارتباط با متغیرهای کنترلی، برای نمونه، متغیر کیو-توبین با میانگین ۴,۰۱۰ و میانه ۲,۹۹۴ نشان می دهد که به سبب چولگی به سمت راست (چولگی مثبت)، تعداد کمی مشاهده با شاخص رشد بزرگ وجود دارند که بیشینه ۱۷,۴۳۶ و انحراف از استاندارد ۳,۶۶۳ به طور ضمنی تایید کننده این یافته است. متغیر اندازه شرکت نیز با میانگین ۱۶,۴۴۵ و کمینه ۱۳,۶۳۱ سازگار با ادبیات ایرانی می باشد (به طور مثال خواجهی و همکاران (۱۴۰۰)؛ گرامی و همکاران (۱۴۰۱)؛ اخگر و همکاران (۱۴۰۲)). متغیر اهرم مالی نیز با میانگین ۰,۵۲۴ نشان از آن دارد که به طور متوسط واحدهای منتخب از مقادیر یکسانی از بدهی و حقوق صاحبان سهام در ساختار سرمایه خود استفاده می کنند.

شاخص های پراکندگی و مرکزی کاپلان-زانگالس نیز هم سو با مقادیر گزارش شده توسط تهرانی و حصارزاده (۱۳۸۸) و دعائی و روحانی (۱۳۹۹) می باشد. متغیر کنترلی بعدی که شاخص هرفیندال-هیرشمن می باشد دارای میانگین ۰,۲۲۳ و میانه ۰,۱۷۷ می باشد که نشان می دهد میزان رقابت در صنعت تقریباً یکسانی در صنایع وجود دارد که انحراف از معیار ۰,۱۵۹ نیز تایید کننده این یافته است. مقادیر گزارش شده سازگار با کاردان و همکاران (۱۳۹۸) و منصورفر و همکاران (۱۳۹۹) است.

جدول ۱. آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	میانه	بیشینه	کمینه	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی	فراوانی متغیر دووجهی
افشا گزارش مسئولیت اجتماعی	۰,۶۲۸	۱	۱	۰	۰,۴۸۴	-۰,۵۳۰	۱,۲۸۱	۳۱۴
کیفیت گزارش مسئولیت اجتماعی	۴,۰۶۸	۵,۶۰۹	۹,۳۵۰	۰	۳,۲۴۹	-۰,۳۲۲	۱,۳۵۷	
تجدید ارائه صورتهای مالی	۰,۲۳	۰	۱	۰	۰,۴۲۱	۱,۲۸۳	۲,۶۴۷	۱۱۵
کیو-توبین	۴,۰۱۰	۲,۹۹۴	۱۷,۴۳۶	۰,۳۳۲	۳,۶۶۳	۱,۸۴۰	۶,۶۳۹	
اندازه شرکت	۱۶,۴۴۵	۱۶,۱۷۳	۲۰,۷۶۹	۱۳,۶۳۱	۱,۴۴۷	۰,۶۱۵	۲,۶۸۰	
اهرم مالی	۰,۵۲۴	۰,۵۲۳	۱,۳۴۳	۰,۰۱۴	۰,۲۳۲	۰,۱۳۷	۲,۹۴۸	
شاخص کاپلان-زانگالس	-۴۷,۶۱	-۶,۷۲۵	۴,۵۹۶	-۷۶,۰۶	۱۱۳۷,۰	-۴,۳۳۶	۲۱,۶۶۳	
شاخص هرفیندال-هیرشمن	۰,۲۲۳	۰,۱۷۷	۰,۶۴۸	۰,۰۴۸	۰,۱۵۹	۱,۰۶۹	۳,۵۲۷	
کیفیت گزارشگری مالی	-۰,۱۷۹	-۰,۱۳۸	-۰,۰۰۱	-۰,۵۴۷	۰,۱۴۶	-۰,۹۶۱	۳,۰۳۰	
تحقیق و توسعه	۰,۰۸۴	۰	۱	۰	۰,۲۷۸	۲,۹۹۹	۹,۹۹۶	۴۲

تبلیغات	۰,۰۶۴	۰,۰۵۳	۰,۲۰۳	۰,۰۰۸	۰,۰۴۷	۱,۳۵۰	۴,۵۲۲
---------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

جدول (۲) همبستگی چندگانه بین متغیرهای مدل‌ها را نشان می‌دهد. طبق اطلاعات این جدول، بیشترین مقدار وی آی اف گزارش شده مربوط به متغیر اهرم مالی به میزان ۱,۲۷۴ می‌باشد که کمتر از آستانه‌های مشکل ساز پیشنهاد شده در ادبیات یعنی ۵ می‌باشد. لذا، مشکلی از بابت همبستگی چندگانه به چشم نمی‌خورد.

جدول (۲): نتایج آزمون همبستگی چندگانه وی آی اف (VIF)

نماد	متغیر	مقدار تولرانس	مقدار تورم واریانس
RESTATEMENT _{t-1}	تجدید ارائه صورت‌های مالی	۰,۰۰۳	۱,۰۲
TOBINQ _{t-1}	توبین-کیو	۰,۰۰۱	۱,۱۲
SIZE _{t-1}	اندازه شرکت	۰,۰۰۱	۱,۱۴
LEV _{t-1}	اهرم مالی	۰,۰۱۱	۱,۲۷
KZ _{t-1}	محدودیت تامین مالی	۰,۰۰۱	۱,۲۴
HHI _{t-1}	رقابت در صنعت	۰,۰۲۲	۱,۱۱
FRQ _{t-1}	کیفیت گزارشگری مالی	۰,۰۲۱	۱,۰۳
DUMRD _{t-1}	تحقیق و توسعه	۰,۲۶۲	۱,۰۶
ADV _{t-1}	تبلیغات	۰,۰۰۸	۱,۰۶
Mean	میانگین	۰,۰۰۸	۱,۱۲

با توجه به اینکه در مدل (۱) از رگرسیون لجستیک استفاده می‌شود، آزمون‌های تعیین الگوی برای این مدل انجام نشده‌است. اما اطلاعات آزمون‌های اف لیمر، بروش پاگان و هاسمن که برای بررسی الگوی داده‌های مدل (۲) استفاده شده در ادامه ارائه شده است.

جدول (۳) اطلاعات مربوط به آزمون اف لیمر جهت تشخیص الگوی داده‌های مربوط به مدل رگرسیونی (۲) را نشان می‌دهد. آزمون اف لیمر دارای فرض صفر مبنی بر تجمعی بودن و فرض یک مبنی بر داشتن الگوی ثابت بودن داده‌های ترکیبی می‌باشد. از آنجایی که احتمال آماره آزمون اف لیمر برابر با ۰,۰۰۰۱ که کمتر از سطح خطای ۵٪ می‌باشد، لذا فرض صفر آزمون اف لیمر در سطح اطمینان ۹۹٪ رد شده و الگوی داده‌ها محتملاً ترکیبی از نوع اثرات ثابت است.

جدول ۳. نتایج آزمون اف-لیمر

مدل	شرح	مقدار آماره	احتمال آماره	نتیجه
مدل (۲)	Cross-section F	۲۱.۴۵	۰,۰۰۰۱	ترکیبی

نتایج آزمون بروش پاگان در جدول (۴) با احتمال آماره برابر با ۰,۰۰۰۱ نشان می‌دهد که فرض صفر این آزمون مبنی بر تجمیعی بودن در سطح اطمینان ۹۹٪ رد شده و الگوی داده‌ها به احتمال زیادی از نوع ترکیبی با اثرات تصادفی است.

جدول ۴. نتایج آزمون بروش-پاگان

مدل	شرح	مقدار آماره	احتمال آماره	نتیجه
مدل (۲)	Cross-section F	۶۱۹.۳۸	۰,۰۰۰۱	ترکیبی

در نهایت نتایج آزمون هاسمن در جدول (۵) با احتمال آماره برابر با ۰,۴۰۲ نشان می‌دهد که فرض صفر آزمون هاسمن تایید شده و الگوی مدل (۲) پژوهش از نوع ترکیبی با اثرات تصادفی است.

جدول ۵. نتایج آزمون هاسمن

مدل	شرح	مقدار آماره	درجه آزادی	احتمال آماره	نتیجه
مدل (۲)	Cross-section F	۹.۳۸	۸	۰.۴۰۲	اثرات تصادفی

با عنایت به اینکه مشخص شد که الگوی داده‌ها در مدل (۲) از نوع ترکیبی با اثرات تصادفی می‌باشد، برای ارزیابی فروض کلاسیک برای مدل (۲) نیاز است از آزمون ال آر برای ارزیابی ناهمسانی واریانس و برای خودهمبستگی از آزمون وولدریج استفاده شود. نتایج آزمون ال آر در جدول (۶)، به دلیل کمتر بودن احتمال آماره این آزمون (۰,۰۰۰۱) از مقدار ۵ درصد، وجود ناهمسانی واریانس در بین جملات خطا در سطح اطمینان ۹۵ درصد تایید می‌گردد.

جدول ۶. آزمون ناهمسانی واریانس (ال آر)

مدل فرضیه اول	آماره f	احتمال آماره	نتیجه نهایی
مدل فرضیه اول	۶۶۵,۴	۰,۰۰۰۱	وجود ناهمسانی

در ادامه جهت بررسی خودهمبستگی سریالی بین جملات اخلاص، از آزمون وولدریج استفاده گردیده است. نتایج آزمون وولدریج در جدول (۷) در سطح اطمینان ۹۵ درصد، نشان می‌دهد که وجود خودهمبستگی سریالی، به دلیل کمتر بودن احتمال آماره این آزمون (۰,۰۰۰۱) از مقدار ۵ درصد، در مدل فرضیه‌های این پژوهش تایید می‌گردد. از این رو، برای رفع هر دو مشکل با در نظر گرفتن الگوی تصادفی آن، از تخمین زن FGLS استفاده شده است.

جدول ۷. آزمون خودهمبستگی (وولدریج)

نتیجه نهایی	احتمال آماره	آماره f	مدل فرضیه اول
وجود خودهمبستگی	۰,۰۰۰۱	۴۱۶,۸۱	

جدول (۸) تخمین لجستیک مدل (۱) با متغیر وابسته افشای گزارش مسئولیت اجتماعی را نشان می‌دهد. پیش از بررسی ضرایب متغیر ابتدا نیاز است نیکویی برازش تخمین بررسی شود. نخست آماره ال آر که نشان دهنده راستنمایی کلی مدل است، با فرض صفر عدم نیکویی برازش در سطح اطمینان ۹۹٪ رد می‌شود. آزمون‌های هاسمر-لمشو و اندروز با فرض‌های صفر نیکویی برازش مدل تایید شده و نتایج آماره ال آر را تایید می‌کنند. در نهایت ضریب تعیین مک-فادن با مقدار ۰,۱۵۸ تاییدی دیگر بر نیکویی برازش مدل است. لذا، مدل (۱) از نیکویی برازش خوبی برخوردار است. افزون بر این، آزمون صحت پیش‌بینی نیز نشان می‌دهد که مدل می‌تواند ۷۱,۸٪ از پیش‌بینی‌ها را به درستی انجام دهد.

احتمال آماره متناظر با متغیر تجدید ارائه صورت‌های مالی در جدول (۸) برابر ۰,۰۴۷ بوده و نشان می‌دهد که در سطح اطمینان ۹۵٪ ارتباط منفی و معناداری بین تجدید ارائه صورت‌های مالی و افشای گزارشات مسئولیت پذیری اجتماعی وجود دارد. این مطلب مبین آن است که واحدهایی که تجدید ارائه صورت‌های مالی نمی‌کنند بیشتر سمت افشای گزارشات مسئولیت پذیری اجتماعی می‌روند تا آن واحدهایی که صورت‌های مالی خود را تجدید ارائه می‌کنند. این یافته سازگار با پیش‌بینی تئوری علامت‌دهی بوده و نشان می‌دهد که واحدهایی که مشکلات نمایندگی کمتری دارند، برای اثبات برتری خود و کسب مزیت رقابتی به سوی افشای مسئولیت پذیری اجتماعی روی می‌آورند. در نتیجه فرضیه اول پژوهش در سطح اطمینان ۹۵ درصد تایید می‌گردد.

در ارتباط با متغیرهای کنترلی می‌توان مشاهده کرد که نتایج آن‌ها سازگار با مبانی استفاده شده در بخش متغیرهای کنترلی می‌باشد. برای نمونه، پیش‌بینی شده بود که شرکت‌های بزرگتر به سبب داشتن منابع مالی بیشتر رغبت بیشتری برای حرکت به سوی اقدامات داوطلبانه مسئولیت پذیری اجتماعی دارند. در این جدول ضریب مثبت و معنادار در سطح اطمینان ۹۹٪ تایید کننده این یافته است (تودایاسانکار، ۲۰۰۸). متغیر اندازه شرکت که نماینده ریسک شرکت در این مدل است، نشان می‌دهد که واحدهای ریسکی تمایل کمتری برای گزارشگری مسئولیت پذیری اجتماعی دارند که این یافته مطابق با مطالعات وادوک و گریوز (۱۹۹۷) و بنلیمله (۲۰۱۷) است.

در ارتباط با سایر متغیرهای کنترلی نیز می‌توان دریافت که شاخص هرفیندال-هیرشمن که عکس رقابت در صنعت را نشان می‌دهد، دارای ضریب منفی و معنادار در سطح اطمینان ۹۹٪

می باشد، لذا هر چه رقابت در صنعت بیشتر باشد، شرکت ها رغبت بیشتری برای افشای مسئولیت پذیری اجتماعی خواهند داشت که این یافته نیز نه تنها سازگار با لانگ و همکاران (۲۰۲۰) و جیا (۲۰۲۰) می باشد بلکه به همراه نتایج مربوط به متغیر اهرم مالی تاییدی دوباره بر تئوری سیگنال دهی برای اثبات برتری شرکت است.

در نهایت، متغیرهای تحقیق و توسعه و نیز تبلیغات با ضرایب مثبت و معنادار در سطح ۹۹٪ درصد نشان از آن دارند که شرکتی که بیشتر روی هزینه و تحقیق سرمایه گذاری کرده و هزینه تبلیغات بیشتری دارد، تمایل بیشتری برای افشای مسئولیت پذیری دارد. این یافته نیز نه تنها تئوری سیگنال دهی را دوباره تایید می کند بلکه سازگار با بوکت و همکاران (۲۰۱۷) است.

جدول (۸): نتایج برآورد مدل رگرسیونی (۱)

نماد	متغیر	ضریب متغیر	خطای استاندارد	آماره z	احتمال آماره z
RESTATEMENT _{t-1}	تجدید ارائه صورت های مالی	-۰,۳۲۳	۰,۱۶۲	-۱,۹۸۸	۰,۰۴۷
TOBINQ _{t-1}	توبین-کیو	۰,۰۰۱	۰,۰۳۸	۰,۰۱۹	۰,۹۸۵
SIZE _{t-1}	اندازه شرکت	۰,۷۳۴	۰,۰۶۶	۱۱,۲۰۶	۰
LEV _{t-1}	اهرم مالی	-۱,۹۴۸	۰,۶۱۹	-۳,۱۴۸	۰,۰۰۲
KZ _{t-1}	شاخص کاپلان-زانگالس	۰,۰۰۳	۰,۰۰۰	۱۳,۱۳۸	۰
HHI _{t-1}	شاخص هرفیندال-هیرشمن	-۱,۰۷۲	۰,۱۹۴	-۵,۵۲۲	۰
FRQ _{t-1}	کیفیت گزارشگری مالی	-۰,۰۱۸	۰,۴۲۲	-۰,۰۴۲	۰,۹۶۷
DUMRD _{t-1}	تحقیق و توسعه	۰,۵۳۰	۰,۱۳۸	۳,۸۴۵	۰,۰۰۰۱
ADV _{t-1}	تبلیغات	۴,۹۱۶	۱,۴۰۱	۳,۵۰۹	۰,۰۰۰۴
Intercept	عرض از مبدا	-۱۰,۲۸۱	۱,۳۲۹	-۷,۷۳۵	۰
	ضریب تعیین مک فادن	۰,۱۵۸			
	آماره ی ال آر	۱۰۴,۳۹۱			
	احتمال آماره ی ال آر	۰			
	لوگاریتم راست نمایی	-۲۷۷,۸۱۰			
	تعداد مشاهدات با مقادیر صفر برای متغیر وابسته	۱۸۶			
	تعداد مشاهدات با مقادیر یک برای متغیر وابسته	۳۱۴			
	تعداد کل مشاهدات	۵۰۰			
	آماره ی هاسمر-لمشو	۶,۰۱۶			
	احتمال آماره ی هاسمر-لمشو	۰,۶۴۵			
	آماره ی اندروز	۱۰,۲۸۰			
	احتمال آماره ی اندروز	۰,۴۱۶			
	تعداد کل پیش بینی ها	۵۰۰			
	تعداد پیش بینی های صحیح	۳۵۹			
	درصد تعداد پیش بینی های صحیح	۷۱,۸٪			

جدول (۹) نتایج حاصل از تخمین مدل رگرسیون خطی (۲) با استفاده از روش FGLS را نشان می‌دهد که در تخمین این آزمون هم مشکل ناهمسانی واریانس و هم مشکل خودهمبستگی کنترل شده‌اند. طبق اطلاعات جدول (۹)، احتمال آماره والد با مقدار $0,0001$ که کمتر از سطح خطا 5% است در سطح اطمینان 95% نشان می‌دهد که مدل از نیکویی برازش خوبی برخوردار بوده و می‌توان به خروجی تخمین اطمینان کرد. ضریب متغیر تجدید ارائه صورت‌های مالی منفی بوده و با احتمال آماره برابر $0,953$ که بیشتر از سطح خطای 5% می‌باشد. با عنایت به اینکه احتمال آماره این ضریب معنادار نیست، لذا فرضیه دوم پژوهش در ارتباط با کیفیت گزارشگری مسئولیت اجتماعی را در سطح اطمینان 95% رد می‌شود. در ارتباط با رابطه متغیرهای کنترلی با کیفیت گزارشگری مسئولیت اجتماعی آتی می‌توان مشاهده کرد که نتایج آن‌ها سازگار با نتایج خروجی رگرسیون مدل (۱) می‌باشد.

جدول (۹): نتایج برآورد مدل رگرسیونی (۲)

نماد	متغیر	ضریب متغیر	خطای استاندارد	آماره z	احتمال آماره z
RESTATEMENT _{t-1}	تجدید ارائه صورت های مالی	-۰,۰۰۴	۰,۰۶۹	-	۰,۹۵۳
TOBINQ _{t-1}	توبین-کیو	۰,۰۲۳	۰,۰۱۲	۱,۸۸۰	۰,۰۶۰
SIZE _{t-1}	اندازه شرکت	۰,۵۷۳	۰,۰۶۰	۹,۴۹۰	۰,۰۰۰
LEV _{t-1}	اهرم مالی	-۰,۲۱۵	۰,۲۶۱	-	۰,۴۱۰
KZ _{t-1}	شاخص کاپلان-زائگالس	۰,۰۰۱	۰,۰۰۱	۱,۳۸۰	۰,۱۶۸
HHI _{t-1}	شاخص هرفیندال-هیرشمن	-۰,۵۹۱	۰,۵۸۰	-	۰,۳۰۹
FRQ _{t-1}	کیفیت گزارشگری مالی	-۰,۰۴۸	۰,۲۲۳	-	۰,۸۳۱
DUMRD _{t-1}	تحقیق و توسعه	۰,۳۸۵	۰,۱۲۴	۳,۱۲۰	۰,۰۰۲
ADV _{t-1}	تبلیغات	۲,۲۶۶	۱,۲۷۴	۱,۷۸۰	۰,۰۷۵
Intercept	عرض از مبدا	-۴,۶۹۱	۱,۰۳۹	-	۰,۰۰۰
		۱۱۲,۷۱			
		۰,۰۰۰۱			
		۵۰۰			

۶- بحث و نتیجه گیری

پژوهش های پیشین نشان می دهد که مسئولیت اجتماعی پیامدهای مفیدی را برای یک جامعه به همراه دارد. به طوری که این پژوهش ها ایجاد گزارشگری مسئولیت اجتماعی را ضامن افزایش اعتماد اجتماعی، بهبود شرایط کسب و کار، ارتقا برند، حفظ محیط زیست، مدیریت بحران های آتی (محمدی و همکاران، ۱۴۰۲) و بهبود عملکرد مالی شرکت ها (سرلک و همکاران، ۱۴۰۲) می دانند. با توجه به پیامدهای مثبت و با توجه به الزامی شدن گزارشگری مسئولیت اجتماعی برای شرکت های بورسی در ایران از سال ۱۴۰۲، بررسی عوامل مؤثر بر مسئولیت اجتماعی شرکت ها در محیط اقتصادی ایران از اهمیت فراوانی برخوردار است.

در این راستا این مطالعه به دنبال ارزیابی یکی از عوامل مؤثر در انجام اقدامات داوطلبانه گزارشگری مسئولیت پذیری اجتماعی بوده و با اتکا به پیشنهادات ادبیات حسابداری و گزارشگری مالی تجدید ارائه صورتهای مالی را به عنوان نماینده مشکلات نمایندگی و عدم تقارن اطلاعاتی (دالیوال و همکاران، ۲۰۱۱)، انگیزه های برای چنین اقدامات داوطلبانه ای در نظر گرفت. با اتکا به پژوهش های گزارشگری مالی چنین برداشت کرد که تجدید ارائه صورتهای مالی به معنای ابهام در پیش بینی سودهای گذشته و آتی و نتیجتاً ارزش شرکت می باشد. لذا، تجدید ارائه صورتهای مالی سبب کاهش ویژگی کیفی قابلیت اتکای اطلاعات حسابداری می شود و مشکلات عدم تقارن اطلاعاتی را پدید آورده و اعتماد پذیری شرکت را مخدوش می کند (رومیتو و وورو، ۲۰۲۱). اما آیا شرکت های تجدید کننده صورتهای مالی برای بازپس گیری اعتماد چه اقداماتی انجام می دهد؟ یکی از پرسش های اساسی این مطالعه بود. بررسی های مطالعه حاضر نشان داد که در ادبیات مسئولیت پذیری اجتماعی و با اتکا به تئوری مشروعیت، واحدهای دارای مشکلات نمایندگی و عدم تقارن اطلاعاتی برای کسب مشروعیت از دست رفته اقدامات داوطلبانه گزارشگری مسئولیت اجتماعی انجام می دهند تا خود را واحدی مسئولیت پذیر و قابل اعتماد نشان دهند (کلارکسون و همکاران، ۲۰۱۹؛ هاهن و کوهنن، ۲۰۱۳). اما، دسته دوم از پژوهش های موجود با تکیه بر تئوری سیگنال دهی پیشنهاد مخالفی را ارائه کرده و چنین فرضیه سازی می کنند که آن واحدهایی بیشتر به سوی فعالیتهای داوطلبانه گزارشگری مسئولیت پذیری اجتماعی حرکت می کنند که مشکلات کم نمایندگی داشته و برای اثبات برتری خود، از این طریق سیگنال دهی می کنند (دسجارتین و همکاران، ۲۰۲۱؛ ویشواناتان و همکاران، ۲۰۲۰). با در نظر گرفتن این تضاد در پژوهش های پیشین، در پژوهش حاضر رابطه بین تجدید ارائه صورت های مالی و اقدامات آتی گزارشگری مسئولیت اجتماعی را بررسی شده و از نمونه شرکت های بورسی طی بازه زمانی ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۰ استفاده شده است.

نتایج این پژوهش نشان داد شرکت‌هایی که تجدید ارائه صورت‌های مالی نمی‌کنند، انگیزه بیشتری برای گزارشگری مسئولیت اجتماعی دارند که این یافته سازگار با تئوری سیگنال‌دهی بوده و نشان می‌دهد که واحدهای تجاری دارای مشکلات کم نمایندگی و عدم تقارن اطلاعاتی، بیشتر تمایل به انجام اقدامات داوطلبانه گزارشگری مسئولیت اجتماعی دارند تا آن واحدهایی که مشکلات نمایندگی و عدم تقارن اطلاعاتی بیشتری دارند. ناگفته نماند که در این پژوهش برای فعالیت کیفیت افشا اثر غیرمعناداری یافت شد، ولی برای افشا این نتایج معنادار بودند.

با توجه به تایید فرضیه اول پژوهش به جامعه تجاری پیشنهاد می‌شود که با عنایت به اینکه واحدهای دارای مشکل کم نمایندگی، رغبت بیشتری به انجام فعالیت‌های داوطلبانه گزارشگری مسئولیت پذیری اجتماعی دارند و این مسئولیت پذیری در نهایت سبب افزایش عملکرد می‌شود، شرکت‌ها بهتر است به انجام فعالیت‌های داوطلبانه گزارشگری مسئولیت اجتماعی روی آورند تا نه تنها از مزیت رقابتی و سیگنال‌دهی آن استفاده کنند بلکه از مزیت افزایش عملکرد آتی نیز بهره‌مند شوند.

همچنین با توجه به رد فرضیه دوم پژوهش به شرکت‌های بورسی و مدیران آن‌ها پیشنهاد می‌شود، که محتوای اطلاعات مربوط به مسئولیت اجتماعی را با کیفیت بالاتری ارائه نمایند. زیرا بررسی نویسندگان نشان می‌دهد که در بخشی از شرکت‌های مورد بررسی این پژوهش اطلاعات مربوط به مسئولیت پذیری اجتماعی در هر سال تکراری است. این مورد می‌تواند موجب ایجاد گزارش‌های با کیفیت پایین شود.

با اتکا به یافته‌های این پژوهش، پیشنهادات متعددی برای جامعه‌های علمی و تجاری می‌توان ارائه کرد. پیشنهادات مطالعه حاضر به جامعه علمی شامل: (۱) به محققین در حوزه مسئولیت پذیری اجتماعی پیشنهاد می‌شود که انگیزه‌های دیگری به غیر از تجدید ارائه صورت‌های مالی برای انجام فعالیت‌های داوطلبانه مسئولیت پذیری اجتماعی را انجام دهند چرا که مطالعات بسیار محدودی در این حوزه در ادبیات مسئولیت اجتماعی در ایران وجود دارد؛ و (۲) به محققین حوزه گزارشگری مسئولیت اجتماعی همچنین پیشنهاد می‌شود که در مدل‌هایی که مسئولیت اجتماعی به عنوان متغیر وابسته یا توضیحی اصلی در نظر گرفته شده‌است، اثر تجدید ارائه صورت‌های مالی را کنترل کنند چرا که این فاکتور اثر قابل ملاحظه‌ای بر گزارشگری مسئولیت اجتماعی دارد؛ و (۳) به این محققین پیشنهاد می‌شود که در مطالعات آتی اثر تجدید ارائه صورت‌های مالی بر عملکرد مسئولیت اجتماعی را نیز ارزیابی کنند چرا که در این مطالعه صرفاً به بُعد گزارشگری پرداخته شد و با عنایت به اینکه گزارشگری و عملکرد مسئولیت اجتماعی دو مقوله کاملاً مجزا می‌باشند، نیاز است در مطالعه‌ای جداگانه بُعد عملکرد نیز بررسی شود.

در ارتباط با محدودیت‌های مطالعه جاری، محدودیتِ عدم کنترل کامل اثر ثابت صنایع در این مطالعه به نظر مهمترین محدودیت حاضر باشد. با عنایت به تاکید ویژه هیئت استانداردهای حسابداری پایداری بر اهمیت تفاوت و ویژگی‌های صنایع در بحث گزارشگری مسئولیت اجتماعی و نیز مطالعات داخلی مانند ساعی و همکاران (۱۳۹۲) و رفیعی و صفرزاده (۱۳۹۳) در ارتباط با نقش تعیین‌کننده اثر ثابت صنایع در بحث تجدید ارائه صورتهای مالی، ما در این مطالعه از شاخص رقابت در صنعت هرفیندال-هیرشمن برای کنترل این اثرات استفاده کردیم. اما به نظر می‌رسد اثر ثابت صنایع در رابطه بین تجدید ارائه صورتهای مالی و گزارشگری مسئولیت اجتماعی نیاز به بررسی بیشتری داشته باشد و لذا مطالعاتی آتی می‌توانند در جهت رفع کاستی اشاره شده تلاش کنند.

۷- تقدیر، تشکر و ملاحظه‌های اخلاقی

نویسندگان این پژوهش از اساتیدی که در انجام این پژوهش یاریگر بودند کمال تشکر و قدردانی را دارند.

فهرست منابع

- اخگر، محمد امید و ده ده جانی، راضیه. (۱۳۹۴)، رابطه بین تجدید ارائه صورتهای مالی و عدم تقارن اطلاعاتی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. حسابداری مالی، سال ۷، شماره ۲۸، صص ۷۹-۱۰۴.
- اخگر، محمد امید؛ امینی، پیمان؛ مرادی، آزاده. (۱۴۰۲)، بررسی تاثیر عملکرد زیست محیطی بر ریسک سقوط قیمت سهام با تاکید بر محافظه کاری حسابداری در بورس اوراق بهادار تهران. پژوهش‌های تجربی حسابداری، سال ۱۳، شماره ۱، صص ۱۲۱-۱۴۰.
- اعتمادی، حسین؛ ساری، محمد علی؛ جوانی قلندری، موسی. (۱۳۹۷)، احتمال تجدید ارائه صورتهای مالی با تاکید بر نقش حسابرس. پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، سال ۱۰، شماره ۳۷، صص ۸۵-۱۰۶.
- پناهیان، محمدرضا؛ قدرتی، حسن؛ پناهیان، حسین؛ عرب زاده، میثم. (۱۴۰۲)، ارزیابی مدل های دلفی در تبیین الگوی روابط بین محدودیت‌های مالی، چرخه عمر و مسئولیت پذیری اجتماعی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. مهندسی مالی و مدیریت اوراق بهادار. سال ۱۴، شماره ۵۴، صص ۴۳-۶۲.
- تهرانی، رضا و حصارزاده، رضا. (۱۳۸۸)، تاثیر جریان های نقدی آزاد و محدودیت در تامین مالی بر بیش سرمایه گذاری و کم سرمایه گذاری. تحقیقات حسابداری و حسابرسی، ۱ سال ۱، شماره ۳، صص ۵۰-۶۷.

- خواجوی، شکراله و صالحی نیا، محسن. (۱۳۹۶)، بررسی رابطه بین تجدید ارائه صورت‌های مالی و رشد شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. پژوهش‌های حسابداری مالی، سال ۱، شماره ۹، صص ۱-۲۰.
- خواجوی، شکراله؛ نصیری فر، هاشم؛ قدیریان آرانی، محمدحسین. (۱۴۰۰)، ارتباطات سیاسی و کیفیت اطلاعات حسابداری: شواهدی از تجدید ارائه صورت‌های مالی. مطالعات تجربی حسابداری مالی، سال ۱۸، شماره ۷۱، صص ۱-۳۲.
- دعائی، میثم و روحانی، امین. (۱۳۹۹)، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و محدودیت مالی با توجه به چرخه عمر و نقش تعدیل‌گری شرکت‌های وابسته به دولت. نشریه علمی-برنامه ریزی و بودجه، سال ۲۵، شماره ۴، صص ۱۴۷-۱۷۸.
- رفیعی، افسانه و صفرزاده، محمدحسین. (۱۳۹۳)، تجدید ارائه صورت‌های مالی و عوامل مؤثر بر آن در صنایع مختلف. دانش حسابداری، سال ۱۴، شماره ۵۵، صص ۱۷۵-۱۹۴.
- سرلک، نرگس؛ زارع بهنمیری، محمد جواد؛ رامشه، منیژه و میرزائی، بهاره. (۱۴۰۲). بررسی رابطه گزارشگری مسئولیت اجتماعی و عملکرد شرکت‌ها با رویکرد فراتحلیل. دو فصلنامه علمی حسابداری ارزشی و رفتاری، سال ۸، شماره ۱۵، آماده برای انتشار.
- علی محمدی، پروانه؛ یوسفی، امین و حسینی، سیده عاطفه. (۱۴۰۲). تبیین الگوی گزارشگری مسئولیت اجتماعی در ایران با استفاده از روش نظریه بنیاد. دو فصلنامه علمی حسابداری ارزشی و رفتاری، سال ۶، شماره ۱۵، آماده برای انتشار.
- کاردان، بهزاد؛ لاری دشت‌بیاض، محمود؛ منصور، مرتضی. (۱۳۹۵)، بررسی تأثیر تجدید ارائه صورت‌های مالی بر رشد شرکت‌ها. مجله دانش حسابداری، سال ۷، شماره ۲۴، صص ۹۱-۱۱۱.
- گرامی، آمنه؛ یوسفی، سیده نرگس؛ خرمی حقیقی، فریده؛ رنجبر، زهرا. (۱۴۰۱)، بررسی رابطه بین مسئولیت‌های اجتماعی و ریسک درماندگی مالی باتوجه به نقش سهامداران نهادی. چشم انداز حسابداری و مدیریت، سال ۵، شماره ۶۶، صص ۱۰۳-۱۲۰.
- منصورفر، غلامرضا؛ جودی، سمیرا؛ پورسلیمان، احسان. (۱۳۹۹)، نقش تعدیلگری ابعاد درونی و بیرونی حاکمیت شرکتی بر رابطه بین عدم تقارن اطلاعاتی و کارایی سرمایه‌گذاری. تحقیقات مالی، سال ۲۲، شماره ۲، صص ۲۲۷-۲۴۸.
- نیکبخت، محمدرضا و رفیعی، افسانه. (۱۳۹۱)، تدوین الگوی عوامل مؤثر بر تجدید ارائه صورتهای مالی در ایران. مجله علمی-پژوهشی دانش حسابداری، سال ۳، شماره ۹، صص ۱۶۷-۱۹۴.

- Al-Hadi, A., G. Taylor, M. M. Hasan, and B. Eulaiwi. ۲۰۲۳. Third-party auditor liability and financial restatements. *The British Accounting Review* ۵۵(۲): ۱۰۱۰-۱۰۸۴.
- Bacha, S., A. Ajina, and S. Ben Saad. ۲۰۲۱. CSR performance and the cost of debt: does audit quality matter? *Corporate Governance (Bingley)* ۲۱: ۱۳۷-۱۵۸.
- Bae, S. M., M. A. K. Masud, and J. D. Kim. ۲۰۱۸. A cross-country investigation of corporate governance and corporate sustainability disclosure: A signaling theory perspective. *Sustainability (Switzerland)* ۱۰ (۸): ۲۶۱۱.
- Benlemlih, M. ۲۰۱۷. Corporate Social Responsibility and Firm Debt Maturity. *Journal of Business Ethics* ۱۴۴: ۴۹۱-۵۱۷.
- Bocquet, R., C. Le Bas, C. Mothe, and N. Poussing. ۲۰۱۷. CSR, Innovation, and Firm Performance in Sluggish Growth Contexts: A Firm-Level Empirical Analysis. *Journal of Business Ethics* ۱۴۶: ۲۴۱-۲۵۴
- Clarkson, P., Y. Li, G. Richardson, and A. Tsang. ۲۰۱۹. Causes and consequences of voluntary assurance of CSR reports: International evidence involving Dow Jones Sustainability Index Inclusion and Firm Valuation. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* ۳۲: ۲۴۵۱-۲۴۷۴.
- Desjardine, M. R., E. Marti, and R. Durand. ۲۰۲۱. Why activist hedge funds target socially responsible firms: The reaction costs of signaling corporate social responsibility. *Academy of Management Journal* ۶۴: ۸۵۱-۸۷۲.
- Dhaliwal, D. S., O. Z. Li, A. Tsang, and Y. G. Yang. ۲۰۱۱. Voluntary nonfinancial disclosure and the cost of equity capital: The initiation of corporate social responsibility reporting. *The Accounting Review* ۸۶: ۵۹-۱۰۰.
- Fernández-Kranz, D., and J. Santaló. ۲۰۱۰. When Necessity Becomes a Virtue: The Effect of Product Market Competition on Corporate Social Responsibility. *Journal of Economics & Management Strategy* ۱۹: ۴۵۳-۴۸۷.
- Freeman, R. ۱۹۸۴. *Strategic Management: A Stakeholder Perspective*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- García-Sánchez, I. M., N. Hussain, J. Martínez-Ferrero, and E. Ruiz-Barbadillo. ۲۰۱۹. Impact of disclosure and assurance quality of corporate sustainability reports on access to finance. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* ۲۶: ۸۳۲-۸۴۸.
- Gupta, J., and N. Das. ۲۰۲۲. Multidimensional corporate social responsibility disclosure and financial performance: A meta-analytical review.

Corporate Social Responsibility and Environmental Management
۲۹(۴): ۷۳۱-۷۴۸.

- Hahn, R., and M. Kühnen. ۲۰۱۳. Determinants of sustainability reporting: A review of results, trends, theory, and opportunities in an expanding field of research. *Journal of Cleaner Production* ۵۹: ۵-۲۱.
- Huang, H. W. S., Z. Y. A. Feng, and A. A. Zaher. ۲۰۲۰. Fair value and economic consequences of financial restatements. *Finance Research Letters* ۳۴: ۱۰۱۲۴۴.
- Jahmane, A., and B. Gaies. ۲۰۲۰. Corporate social responsibility, financial instability and corporate financial performance: Linear, non-linear and spillover effects – The case of the CAC ۴۰ companies. *Finance Research Letters* ۳۴: ۱۰۱۴۸۳.
- Jia, X. ۲۰۲۰. Corporate social responsibility activities and firm performance: The moderating role of strategic emphasis and industry competition. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* ۲۷(۱): ۶۵-۷۳.
- Kaplan, S. N., and L. Zingales. ۱۹۹۷. Do Investment-Cash Flow Sensitivities Provide Useful Measures of Financing Constraints? *The Quarterly Journal of Economics* ۱۱۲: ۱۶۹-۲۱۵.
- Kaszniak, R. ۱۹۹۹. On the association between voluntary disclosure and earnings management. *Journal of Accounting Research* ۳۷(۱): ۵۷-۸۱.
- Kuang, Y. F., X. K. Liu, S. Paruchuri, and B. Qin. ۲۰۲۲. CFO social ties to non-CEO senior managers and financial restatements. *Accounting and Business Research* ۵۲(۲): ۱۱۵-۱۴۹.
- Long, W., S. Li, H. Wu, and X. Song. ۲۰۲۰. Corporate social responsibility and financial performance: The roles of government intervention and market competition. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* ۲۷(۲): ۵۲۵-۵۴۱.
- Martínez, J., I. M. Sanchez, and B. Ballesteros. ۲۰۱۵. Effect of financial reporting quality on sustainability information disclosure. *Corporate social responsibility and environmental management* ۲۲(۱): ۴۵-۶۴.
- Nazari, J. A., K. Hrazdil, and F. Mahmoudian. ۲۰۱۷. Assessing social and environmental performance through narrative complexity in CSR reports. *Journal of Contemporary Accounting & Economics* ۱۳(۲): ۱۶۶-۱۷۸.
- Nyame-Asiamah, F., and S. Ghulam. ۲۰۱۹. The relationship between CSR activity and sales growth in the UK retailing sector. *Social Responsibility Journal* ۱۶: ۳۸۷-۴۰۱.
- Pham, H. S. T., and H. Y. Tran. ۲۰۲۰. CSR disclosure and firm performance: The mediating role of corporate reputation and moderating role of CEO integrity. *Journal of Business Research* ۱۲۰: ۱۲۷-۱۳۶

- Romito, S., and C. Vurro. ۲۰۲۱. Non-financial disclosure and information asymmetry: A stakeholder view on US listed firms. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* ۲۸: ۵۹۵-۶۰۵.
- Tsang, A., T. Frost, and H. Cao. ۲۰۲۳. Environmental, Social, and Governance (ESG) Disclosure: A Literature Review. *The British Accounting Review* ۱۰۱۱۴۹.
- Udayasankar, K. ۲۰۰۸. Corporate social responsibility and firm size. *Journal of Business Ethics* ۸۳: ۱۶۷-۱۷۵ .
- Vishwanathan, P., H. van Oosterhout, P. P. M. A. R. Heugens, P. Duran, and M. van Essen. ۲۰۲۰. Strategic CSR: A Concept Building Meta-Analysis. *Journal of Management Studies* ۵۷: ۳۱۴-۳۵۰.
- Waddock, S. A., and S. B. Graves. ۱۹۹۷. The corporate social performance-financial performance link. *Strategic Management Journal* ۱۸(۴): ۳۰۳-۳۱۹.
- Zhang, L., Y. G. Shan, and M. Chang. ۲۰۲۱. Can CSR disclosure protect firm reputation during financial restatements? *Journal of Business Ethics* ۱۷۳: ۱۵۷-۱۸۴.