

تاثیر عدم شفافیت مالی بر مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد مالی شرکت

مرجان امیری^۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۰۱ تاریخ چاپ: ۱۴۰۴/۰۲/۱۸

چکیده

عدم شفافیت اطلاعات مالی به عنوان ممانعت عمدی از دسترسی به اطلاعات، ارائه نادرست اطلاعات یا ناتوانی بازار در کسب اطمینان از کفایت مربوط بودن و کیفیت اطلاعات تعریف شده است. پس از رسوایی های اوایل هزاره سوم و بروز بحران های مالی در بورس های جهان، موضوع شفافیت اطلاعات در فرآیند گزارشگری مالی مورد توجه گسترده قرار گرفته است. بنابراین هدف اصلی این تحقیق، تاثیر عدم شفافیت مالی بر مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد مالی شرکت در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. در راستای هدف پژوهش، یک فرضیه تدوین شد. جهت آزمون این یک فرضیه با استفاده از روش حذف سیستماتیک، نمونه ای متشکل از ۱۴۵ شرکت از بین شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در طی سال های ۱۳۹۱ لغایت ۱۴۰۰ انتخاب گردید. برای تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیه از مدل های رگرسیون چند متغیره به روش داده های تلفیقی استفاده شده است. نتایج فرضیه های پژوهش نشان داد عدم شفافیت مالی بر رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد شرکت تاثیر منفی و معناداری دارد.

واژگان کلیدی

شفافیت، عدم شفافیت مالی، مسئولیت پذیری، عملکرد مالی، مسئولیت پذیری اجتماعی

۱. کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خرم آباد، خرم آباد، ایران.

مقدمه

عدم شفافیت در بخش های مختلف اقتصاد به عنوان یکی از معضلات و عوامل بحران را به شمار می رود. بر این اساس پس از هر دوره بحران، مسوولان یکی از راهکارهای حل مشکلات را به روزرسانی قوانین حاکم بر شفافیت اطلاعات عنوان کرده اند. فضای مبهم مانع از جلوه واقعیت ها و مشکلات موجود می شود و بالعکس شفافیت می تواند نقاط ضعف یک سیستم اقتصادی را مشخص کند. شفافیت پایین نشان می دهد که اطلاعات کافی برای ارتباط برقرار کردن با سرمایه گذاران وجود ندارد و بنابراین یک عدم تقارن اطلاعاتی بین آنهایی که آگاهی دارند و آن هایی که اطلاعات کافی در اختیارشان نیست، وجود دارد، این امر منجر به بروز صرف ریسک اطلاعات می شود. از دیدگاه سرمایه گذاران هر چه دقت و کیفیت اطلاعات ارائه شده از سوی شرکت (که در صورت های مالی) بالاتر باشد، ریسک اطلاعاتی آن شرکت، پایین تر خواهد بود. از نظر یو^۱ (۲۰۰۵) مزیت اطلاعاتی مرتبط با شفافیت صورت های مالی این است که آگاهی سرمایه گذاران افزایش یافته و منجر به افزایش اعتماد سهامداران شده و هزینه سرمایه شرکت کاهش می یابد. شفافیت پایین و عدم تقارن اطلاعاتی باعث سردرگمی و ناآگاهی سهامداران و سایر سرمایه گذاران می شود. شفافیت پایین موجب می شود اطلاعات کافی برای ارتباط برقرار کردن با سرمایه گذاران وجود نداشته باشد و یک عدم تقارن اطلاعاتی بین آنهایی که آگاهی دارند و آنهایی که دسترسی به اطلاعات کافی ندارند شکل گیرد که در نهایت منجر به افزایش صرف ریسک اطلاعات می شود. اطلاعات مالی که قابلیت اتکا و شفافیت پایینی دارند، عدم اطمینان سهامداران را افزایش داده و جذابیت سهام را کاهش می دهد (فروغی و همکاران، ۱۳۹۰).

متفکران رشته مدیریت از دهه ۱۹۵۰ توجه خود را بیشتر به مسئولیت اجتماعی شرکت ها معطوف کرده اند. منظور از مسئولیت اجتماعی شرکتی این است که سازمان ها تأثیر عمده ای بر سیستم اجتماعی دارند و لذا چگونگی فعالیت های آنان باید به گونه ای باشد که در اثر آن زیانی به جامعه نرسد و در صورت رسیدن زیان، سازمان های مربوطه ملزم به جبران آن باشند (امیرحسینی و قبادی، ۱۳۹۹).

تعیین عملکرد شرکت، از جمله عوامل مهم در فرآیند سرمایه گذاری است. ارزش و عملکرد هر شرکت با توجه به ارزش سهام آن تعیین می شود. از این رو سرمایه گذار با توجه به عملکرد شرکت، اولویت خود را در سرمایه گذاری مشخص می کند. در واقع سرمایه گذاران با شناخت عوامل موثر بر ارزش و عملکرد شرکت ها، روند تغییرات قیمت و تغییرات عملکرد را پیش بینی می کنند و بر این اساس تصمیمات لازم را برای خرید یا عدم خرید سهام اتخاذ می کنند. از سویی عملکرد شرکت نیز عامل مهمی در تغییر ارزش بازار و در نتیجه تغییر ثروت سهامداران است. عملکرد یک شرکت را می توان از سودآوری بدست آمده توسط شرکت توضیح داد. یکی از مهم ترین نسبت های سودآوری، بازده کل دارایی یا ROA می باشد که از تقسیم سود خالص پس از کسر مالیات بر دارایی شرکت به دست می آید. این نسبت نشان دهنده توانایی شرکت در اندازه گیری سرمایه گذاری انجام شده در کل فعالیت های شرکت برای کسب سود می باشد.

مسئولیت اجتماعی شرکتی (CSR) به عنوان عامل مهمی برای یک شرکت برای دستیابی به رشد پایدار ارزیابی می شود. فشار بر CSR از سوی ذینفعان خارجی در سال های اخیر تشدید شده است، متعاقباً انتظار می رود مدیران خواسته های متنوع ذینفعان را برآورده کرده و عملکرد مالی خوبی را تضمین کنند. بر اساس دیدگاه تئوری نمایندگی، مدیران تثبیت شده یا سهامداران کنترلی در CSR کمتر یا بیش از حد سرمایه گذاری می کنند تا منافع خصوصی را جمع آوری کنند (بورگاسی و همکاران^۲، ۲۰۱۴). در چنین مواردی، پروژه های CSR برای سهامداران پرهزینه می شود (فریدمن^۳، ۱۹۷۰). بنابراین، حکمرانی خوب، مانند مالکیت بلندمدت سرمایه گذاران خارجی و نهادی، به طور مثبت با عملکرد CSR مرتبط است (کیم و جونگ^۴، ۲۰۱۲).

از این رو پژوهش حاضر به دنبال یافتن پاسخی به این سؤال اصلی است که آیا عدم شفافیت مالی بر مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد مالی شرکت تأثیر معناداری دارد؟

مبانی نظری

مسئولیت اجتماعی شرکت

انقلاب صنعتی که منشأ تحولات بزرگی در زمینه های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فن آوری بود، موجب گسترش روزافزون بنگاه های اقتصادی شد. هدف اولیه تشکیل این بنگاه های اقتصادی انجام فعالیت های سودآور و کسب درآمد بود. مدیران و اداره کنندگان شرکت ها عمدتاً بر اجرای عملیات سود ده تمرکز نموده و تمام تلاش خود را در راه جلوگیری از کاهش سود و یا ایجاد زیان بکار می گرفتند (کارول^۵، ۲۰۰۸). به تدریج در گذر زمان انواع محصولات ضروری و لوکس به تولید انبوه رسیده و صنایع مختلف با رشد چشمگیری رو به گسترش بودند. گسترش تولید و افزایش عرضه، شرایط کسب و کار را دستخوش تغییرات زیادی نمود و مسئله کمبود کالا و خدمات در مقابل تقاضای زیاد را در بخش های مختلف حل کرد. این وضعیت تحولات مهمی از جمله رقابتی تر شدن بازارها را به همراه داشت که موجبات تحولات بزرگ اقتصادی و مالی را فراهم نمود، چرا که در بازار رقابتی و با وجود عرضه و تقاضا، مهم ترین عامل تنظیم بازار مطلوبیت کالایی است که مصرف کننده خریداری می نماید (چیویانو^۶، ۲۰۱۰). مطلوبیت عمدتاً تحت تأثیر دو عامل قیمت و کیفیت کالای مورد نظر است؛ کیفیت بیان کننده دوام، کاربری، بسته بندی، زیبایی و خدمت کالاست و استانداردها جز این نیست که زمینه های ارتقای کیفیت را در ابعاد مختلف فراهم می سازد. از طرفی قیمت کالا نقش تعیین کننده تری در تنظیم بازار عرضه و تقاضا دارد. بروز مفاهیمی چون کنترل کیفیت، هزینه کیفیت، مدیریت کیفیت جامع و ... به این امر اشاره دارند که یکی از تغییرات مهم قرن بیستم در محیط فعالیت شرکت ها ارجحیت کیفیت بر قیمت کالا بود. با گذر زمان، در کنار اهمیت مسائل کیفی محصولات، به تدریج مسائل محیطی و مسئولیت های شرکت در قبال جامعه و ذینفعانش مورد توجه سراسری قرار گرفت. مسائلی نظیر رفتار اخلاقی شرکت، پایبندی به تعهدات به عنوان شهروندی از یک جامعه، توجه به مسئولیت های اجتماعی شرکت و ... به موضوعات مورد توجه محققان و رسانه ها تبدیل شد و مطالعات این حوزه افزایش یافت (حجازی و نصیری، ۱۳۹۳).

2 Borghesi et al

3 Friedman

4 Kim and Jung,

5 Carroll

6 Chioveanu

از آنجایی که، مفهوم توسعه پاینده به چالشی برای نگرش کلاسیک ارزش سهامداران در واحدهای تجاری و نقش آن‌ها در جامعه تبدیل شده است. اکنون شرکت‌ها برای اثرات اعمال و فعالیت‌هایشان بر محیط و جامعه متعهد و مسئول هستند، به گونه‌ای که توسعه پاینده به عنوان یک بخش ذاتی در ادبیات تجاری تلقی می‌شود و روش‌های متفاوتی برای در نظر گرفتن و توجه به ابعاد پایداری در واحدهای تجاری وجود دارد. یکی از مفاهیم اصلی که به توصیف فعالیت‌های پاینده اشاره دارد، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها است که این مفهوم با نگرش‌های متفاوت روی پایداری شرکت‌ها تاکید دارد. در دو دهه اخیر، این توجه به اثرات شرکت‌ها در جامعه، منجر به ظهور این مفهوم نوظهور و مهم در ادبیات کسب و کار به نام مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها گردیده است (نصر^۷، ۲۰۱۰). مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به مشارکت داوطلبانه شرکت برای توسعه پاینده فراسوی الزامات قانونی اشاره دارد و یک روش برای کاهش شکاف بین شرکت‌ها و انتظارات ذینفعان در قالب گزارشگری و افشاء اطلاعات اضافی با رویکرد پایداری به شمار می‌رود. شرکت‌ها، واکنش‌های مختلفی در جهت پاسخگویی به تقاضاهای جدید دارند به گونه‌ای که برخی شرکت‌ها فرهنگ خود را تغییر داده و در نظر گرفتن مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را به عنوان هسته اصلی فعالیت‌های تجاری‌شان پذیرفته‌اند (حساس یگانه و برزگر، ۱۳۹۳).

شفافیت مالی

شفافیت مالی عبارت است از افزایش جریان به موقع و قابل اتکا اطلاعات اقتصادی، مالی، اجتماعی و سیاسی که در دسترس همه ذینفعان مربوط باشد، (ویش واناث و کافمن^۸، ۱۹۹۹)، و آنها عدم شفافیت را به عنوان ممانعت عمدی از دسترسی به اطلاعات، ارایه نادرست اطلاعات با ناتوانی بازار در کسب اطمینان از کفایت مربوط بودن و کیفیت اطلاعات ارایه شده تعریف کرده اند. شفافیت را می‌توان به عنوان میزان نظارت و ارزیابی اعمال افراد داخل شرکت (مانند مدیران)، توسط افراد خارج از شرکت (مانند سهامداران)، بیان نمود، (فلورینی^۹، ۱۹۹۹). یکی از محققین شفاف سازی را بدین صورت تعریف می‌کند، لغو کردن پوشیدگی و رازداری، پوشیدگی و رازداری عبارتست از تلاش برای مخفی کردن بعضی از رفتارها و فعالیت‌ها برای این که گروه یا افرادی خاص از این پوشش منتفع شوند. بوشمن و همکاران^{۱۰} (۲۰۰۳)، شفافیت مالی را به عنوان، دسترسی گسترده به اطلاعات مربوط و قابل استناد در مورد عملکرد دوره، موقعیت مالی، فرصت‌های سرمایه‌گذاری، راهبری، ارزش و ریسک شرکت‌هایی که مورد مبادله عموم قرار می‌گیرند تعریف کرده اند. از دیدگاه بارث و اسچیپر^{۱۱} (۲۰۰۸)، شفافیت به این معناست که گزارش‌های مالی واحد تجاری، واقعیت‌های اقتصادی واحد تجاری را به شیوه‌ای که برای استفاده کنندگان صورتهای مالی قابل درک باشند، ارائه کنند.

⁷ Nasr

⁸ Vish Vanath and Kaufman

⁹ Florini

¹⁰ Bushman et al

¹¹ Barth and Schipper

مروری بر پیشینه پژوهش

ریدیمر و گراارد^{۱۲} (۲۰۲۳) نشان دادند که شفافیت مالی به طور مثبت بر اعتماد شهروندان به دولت محلی و تمایل آنها به پرداخت مالیات و عوارض تأثیر میگذارد. این مطالعه همچنین نشان داد که هم شفافیت مالی و هم اعتماد در دولت های محلی غنا پایین است.

بیتریز و همکاران^{۱۳} (۲۰۲۳) به بررسی مقالات مرتبط با شفافیت مالی در بخش عمومی پرداختند. تجزیه و تحلیل ها افزایش قابل توجهی در مطالعات را از سال ۲۰۰۵ نشان می دهد، به ویژه در دو سال اخیر که ۳۰ درصد از انتشارات تولید شده است. بیشتر مطالعات سطح ملی/مرکزی دولت را تحلیل می کنند. بسیاری از نویسندگان کشورهای مختلف را با هم مقایسه میکنند، در حالی که سایر محققان بر روی کشورهای خاص، به طور کلی، ایالات متحده آمریکا و بریتانیا تمرکز میکنند. سطح دولت محلی نیز به طور گسترده مورد مطالعه قرار گرفته است، به ویژه در زمینه های اسپانیایی و چینی. متداول ترین روش های مورد استفاده، تکنیکهای کمی و تجربی هستند و رایجترین موضوعات مرتبط با مسئولیت پذیری هستند.

اوینو و همکاران^{۱۴} (۲۰۲۰) در مطالعه ای با عنوان «بررسی مسئولیت اجتماعی شرکت ها و عملکرد مالی» به بررسی مسئولیت اجتماعی شرکت ها و عملکرد مالی ۵۰ شرکت مالزیایی پرداختند. پژوهش آنها طی سال های ۲۰۱۹-۲۰۱۳ انجام شده است. تجزیه و تحلیل آنها نشان داد که رابطه مثبت و تقریباً ضعیفی بین مسئولیت اجتماعی شرکت ها و عملکرد مالی وجود دارد. بنابراین آنها ادعا کردند که گزارش فعالیت های اجتماعی شرکت ها باعث بهبود عملکرد مالی می گردد.

نصرالدین معروف و همکاران (۱۴۰۴) به مطالعه ارائه مدل مفهومی کنترل های داخلی مالی مبتنی بر مخاطرات احتمالی و شفافیت گزارشگری مالی دولت (مطالعه موردی: دولت اقلیم کردستان عراق) پرداختند. یافته ها نشان داد که کنترل های داخلی مالی مبتنی بر مخاطرات احتمالی بر شفافیت گزارشگری مالی بخش عمومی اقلیم کردستان عراق تأثیر معناداری دارد. کنترل های داخلی مالی مبتنی بر مخاطرات احتمالی رویکرد نوینی از کنترل های پیشگیرانه است که باید در انطباق با استانداردهای بین المللی موسسات عالی حسابرسی (اینتوسای) مورد توجه قرار گیرد. با توجه به تأکید نهادهای بین المللی حسابرسی دولتی بر کنترل های داخلی مبتنی بر مخاطرات احتمالی و نوسان های مختلفی که همواره در حال رخ دادن است، نتایج این پژوهش برای افزایش شفافیت گزارشگری مالی دولت و بهبود حسابرسی نهادهای نظارتی دارای ارزش است.

گیوکی و همکاران (۱۴۰۳) نشان دادند که شرایط علی پیاده سازی گزارشگری یکپارچه و شفاف شامل الزامات قانونی، خصوصی سازی، دیدگاه قانون گذاران و روابط بین الملل است و الزم است راهبردهایی شامل ایجاد نهاد برای سازمان دهی، تعیین استاندارد، بهبود آموزش و استقرار سیستم مکانیزه اتخاذ شود.

نمازی و دهقانی (۱۴۰۱) نشان دادند که نوآوری شرکت بر شفافیت اطلاعات حسابداری تأثیر مثبت و معناداری دارد. ابعاد حسابرسی بر شفافیت اطلاعات حسابداری تأثیر مثبت و معناداری دارد. متغیر ابعاد حسابرسی تأثیر معناداری بر رابطه بین نوآوری و شفافیت اطلاعات حسابداری دارد.

¹² Redeemer Krah & Gerard Mertens

¹³ Beatriz Cuadrado-Ballesteros & Ana-María Ríos & María-Dolores Guillamón

¹⁴ Oeyono et al.

خواجوی و همکاران (۱۴۰۰) نشان دادند بین توانایی مدیران با رتبه شاخص عدم شفافیت اطلاعات شرکت، اختلاف قیمت خرید و فروش سهام و خطای پیش بینی سود؛ رابطه منفی و معناداری وجود دارد. همچنین، بین توانایی مدیران با معاملات تجاری و اقلام تعهدی اختیاری؛ رابطه معناداری وجود ندارد.

دولو (۱۳۹۹) در مطالعه خود به بررسی قیمت گذاری بیش از اندازه، عدم شفافیت و ریزش قیمت سهام پرداخته است. برای این منظور، نمونه ای متشکل از شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال های ۱۳۸۳ تا ۱۳۹۶ با استفاده از رگرسیون داده های ترکیبی و لجستیک بررسی می شود. نتایج نشانگر آن است که منشاء عدم شفافیت را نمی توان مستقیماً به قیمت گذاری بیش از اندازه منتسب دانست. اثر قیمت گذاری بیش از اندازه بر جریان اطلاعات خاص شرکت متأثر از عدم شفافیت است. به نحوی که شرکت های مشمول قیمت گذاری کمتر از اندازه در سطوح معین عدم شفافیت، اطلاعات خاص شرکت بیشتری به بازار ارائه می نمایند تا تصویر بهتری از عملکرد اقتصادی واقعی خود ترسیم نموده و به اصلاح انتظارات بازار کمک کنند. شرکت های حائز قیمت گذاری بیش از اندازه در سطوح معین عدم شفافیت، اطلاعات اختصاصی کمتری منتشر می نمایند تا از تعدیل انتظارات غیرواقعی بازار ممانعت کنند. نتایج این پژوهش نشان می دهد رابطه غیرخطی (محدب) عدم شفافیت و ریزش قیمت سهام صرفاً در حضور قیمت گذاری بیش از اندازه تایید می گردد که این امر ناشی از اثرات متقابل عدم شفافیت و قیمت گذاری بیش از اندازه است. شربت اوغلی و همکاران (۱۳۹۹) مسئولیت اجتماعی نزد شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران را مورد بررسی قرار داده اند. چارچوب کارول انتخاب و براساس آن پرسشنامه ای تهیه شد و برای همه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار به عنوان جامعه آماری ارسال شد. تحلیل داده ها مبین این موضوع است که تعریفی که شرکت های ایرانی از مسئولیت اجتماعی دارند بیشتر به بُعد حقوقی هرم کارول نزدیک است و اولویت بندی آن ها با هرم کارول مطابقت دارد. همچنین شرکت ها در وهله اول به بُعد اقتصادی و سپس اخلاقی و حقوقی و در انتها به بُعد نوع دوستانه اهمیت می دهند. در این پژوهش، تفاوت های بین بنگاه های تولید خدمات و کالا و بنگاه های بزرگ و کوچک در رابطه با یافته های مورد بررسی قرار گرفته است. تحلیل های آماری حکایت از آن دارد که شرکت های تولیدی بیش از شرکت های خدماتی برای فعالیت های حقوقی و فعالیت های اخلاقی اهمیت قائل هستند.

فرضیه های پژوهش

عدم شفافیت مالی بر رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد مالی شرکت تاثیر گذار است.

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر براساس روش مطالعات کتابخانه ای بوده و اطلاعات لازم جهت انجام پژوهش با استفاده از کتب، نشریات، مقالات و مجلات جمع آوری گردیده است. از آنجایی که موضوع تحقیق در ارتباط با شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد، لذا نمونه آماری نیز از این شرکت ها بوده و به گونه ای انتخاب شده است که از کلیه صنایع فعال در بورس، نمونه انتخاب شده و این نمونه قابلیت تعمیم نتایج حاصله از تحقیق بر کل جامعه آماری (شرکت های پذیرفته شده در بورس تهران) را دارا می باشد.

در این تحقیق برای جمع آوری داده ها از نرم افزار ره آورد نوین استفاده شده است، جامعه آماری این پژوهش، کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار طی دوره زمانی ۱۳۹۱ تا ۱۴۰۰ است، از میان این شرکتها، شرکتهایی که طی دوره پژوهش فعالیت مستمر داشته و وقفه معاملاتی بیشتر از شش ماه نداشته باشند در نظر گرفته شدند.

مدل پژوهش

$$ROE = \beta_0 + \beta_1 CSR_{i,t} + \beta_2 OPACITY_{i,t} + \beta_3 CSR_{i,t} * OPACITY_{i,t} + \beta_4 LEV_{i,t} + \beta_5 SIZE + \beta_6 ROA_{i,t} + \beta_7 RND_{i,t} + \beta_8 GRW_{i,t} + \beta_9 AGE_{i,t} + \beta_{10} ADV_{i,t} + \beta_{11} OUTBOD_{i,t} + \epsilon_{it}$$

ROE: بازده حقوق صاحبان سهام

CSR: مسئولیت اجتماعی

OPACITY: عدم شفافیت مالی

CSR_{i,t} * OPACITY: متغیر تعاملی مسئولیت پذیری اجتماعی و عدم شفافیت مالی

LEV: اهرم مالی

SIZE: اندازه شرکت

ROA: بازده دارایی ها

RND: هزینه های تحقیق و توسعه

GRW: رشد شرکت

AGE: عمر شرکت

ADV: هزینه تبلیغات

OUTBOD: نسبت هیئت مدیره مستقل

متغیرهای پژوهش

جدول شماره (۱) متغیرهای پژوهش

نام متغیر	نماد متغیر	نحوه اندازه گیری متغیرها	منبع گردآوری
عملکرد مالی شرکت	ROE	عبارت است از کل سود خالص بر مجموع حقوق صاحبان سهام.	صورت سود و زیان و ترازنامه
(عدم شفافیت مالی)	OPACITY	این شاخص به بررسی چگونگی وضعیت شرکت میپردازد. در واقع عدم شفافیت به عنوان شاخص عدم قطعیت اطلاعات لحاظ می شود. که با استفاده از ۳ معیار اندازه گیری می شود: حجم معاملات (trading volume): که براساس میانگین طبیعی از میانگین روزانه حجم معاملات از هر شرکت در طول سال مالی محاسبه می شود (لزو، ۲۰۰۰). شرکتهایی که حجم معاملات آنها از میانگین حجم معاملات کل شرکت ها بالاتر باشد عددیک می دهیم در غیر اینصورت عدد صفر می گیرد. اختلاف قیمت خرید و فروش (bid-ask spread): که از طریق قدر مطلق تفاوت بین میانگین قیمت خرید طی سال مالی و میانگین قیمت فروش	یادداشت های همراه صورت های مالی

	طی سال مالی تقسیم بر میانگین قیمت خرید و فروش محاسبه می شود (دیاموند، ۱۹۹۱). شرکت هایی که این اختلاف از میانگین اختلاف کل شرکت ها، کمتر باشد عدد یک می دهیم و در غیر این صورت عدد صفر می دهیم. خطای پیش بینی سود (profit forecast error): که از طریق قدر مطلق تفاوت بین میانگین سود پیش بینی شده و سود واقعی بر قدر مطلق سود پیش بینی شده محاسبه می شود (فیرث و اسمیت^{۱۵}، ۱۹۹۲). شرکت هایی که این خطا از میانگین خطای کل شرکت ها، کمتر باشد عدد یک می دهیم و در غیر این صورت عدد صفر می دهیم.		
مسئولیت (اجتماعی)	ESG	متغیر مستقل پژوهش حاضر، مسئولیت پذیری اجتماعی می باشد که با توجه به معیارهایی که مؤسسه آمریکایی معروف به KLD که هر سال سازمان را بر اساس معیارهای اجتماعی و زیست محیطی رتبه بندی می کند، اندازه گیری شده است. مسئولیت پذیری اجتماعی در این پژوهش دارای چهار بعد می باشد، هر بعد آن دارای نقاط قوت و ضعف مخصوص به خود می باشد. با تفاضل نقاط قوت از نقاط ضعف مربوطه نمره آن بعد بدست می آید. در نهایت با جمع تمام ابعاد فوق ی نمره کلی برای مسئولیت پذیری اجتماعی بدست خواهد آمد. لازم به ذکر است که در صورت وجود هر نقطه ضعف یا نقطه قوت مربوطه، عددی و در صورت نبود آن ها عدد صفر در نظر گرفته خواهد شد. اطلاعات لازم برای این متغیرها در گزارش هیأت مدیره شرکت ها افشا می شود و در تحقیق حاضر برای معرفی هریک از ابعاد، با توجه به ماهیت افشاگری در ایران، از شاخص های مسئولیت پذیری اجتماعی در ایران و همچنین از گواهی نامه های ISO ۳۰۰۱ سیستم مدیریت کیفیت، ISO ۱۲۰۰۱ مدیریت زیست محیطی، OHSAS ۱۳۰۰۱ استاندارد ایمنی و بهداشت استفاده شده است. بنابراین در این تحقیق صرفاً از مدل KLD استفاده نشده بلکه معیارها مطابق با استاندارد ایران می باشد که همان طور که بیشتر توضیح داده شد در گزارش هیأت مدیره افشا می شود. مدل به صورت زیر می باشد: $CSR = CSR_{COM} + CSR_{EMP} + CSR_{ENV} + CSR_{PRO}$ CSR = نمره مسئولیت پذیری اجتماعی، CSR_{COM} = نمره افشای مشارکت اجتماعی که از تفاضل نقاط قوت و نقاط ضعف خاص خود به صورت زیر محاسبه می شود:	یادداشت های همراه صورت های مالی

	$CSR_{COM} = \Sigma Strengths - \Sigma Concerns$ همین طور می توان نمره های ابعاد دیگر مسئولیت پذیری اجتماعی، همچون CSREMP (نمره افشای روابط کارکنان)، CSRENV (نمره افشای محیطی زیست)، CSR _{PRO} (نمره افشای ویژگی محصولات) را از طریق رابطه ذکر شده در بالا محاسبه کرد (حاجیها و سرفراز، ۱۳۹۳).		
متغیرهای کنترلی ترازنامه - صورت سود و زیان - صورت جریان وجوه نقد و یادداشت های توضیحی	اهرم مالی (LEV): نسبت کل بدهی ها به کل دارایی ها اندازه شرکت (SIZE): لگاریتم طبیعی کل دارایی ها بازده دارایی ها (ROA): سود خالص تقسیم بر کل دارایی ها هزینه های تحقیق و توسعه (RND): کل مخارج تحقیق و توسعه تقسیم بر کل دارایی ها رشد شرکت (GRW): رشد فروش شرکت عمر شرکت (AGE): تعداد سال هایی که از تاسیس شرکت می گذرد. هزینه تبلیغات (ADV): هزینه های تبلیغاتی تقسیم بر کل فروش شرکت نسبت هیئت مدیره مستقل (OUTBOD): تعداد مدیران مستقل تقسیم بر تعداد مدیران		

یافته های پژوهش

آمار توصیفی

جدول شماره ۲- آمار توصیفی متغیرهای فرضیه های پژوهش

نام متغیر	نماد	تعداد مشاهدات	میانگین	میان	حداکثر	حداقل	انحراف معیار
عملکرد شرکت	ROE	1450	0.275	0.263	0.714	-0.218	0.247
مسئولیت پذیری اجتماعی	CSR	1450	18.767	19	27	11	4.195
عدم شفافیت مالی	OPACITY	1450	0.110	0.081	0.348	0.008	0.095
اهرم مالی	LEV	1450	0.568	0.582	0.904	0.186	0.199
اندازه شرکت	SIZE	1450	14.476	14.287	20.768	10.166	1.562
بازده دارایی ها	ROA	1450	0.127	0.101	0.415	-0.064	0.128
هزینه های تحقیق و توسعه	RND	1450	0.025	0.017	0.087	0.003	0.022

نام متغیر	نماد	تعداد مشاهدات	میانگین	میان	حداکثر	حداقل	انحراف معیار
رشد شرکت	GRW	1450	0.302	0.236	1.168	-0.270	0.381
عمر شرکت	AGE	1450	41.493	43	7۰	14	12.888
هزینه تبلیغات	ADV	1450	0.009	0.007	0.021	0.002	0.005
نسبت هیئت مدیره مستقل	OUTBOD	1450	0.659	0.600	1	0	0.184

آزمون فرضیه‌های پژوهش

عدم شفافیت مالی بر رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد شرکت تاثیر گذار است.

جدول (۳) نتایج برآورد مدل پژوهش

متغیر	نماد	ضریب برآوردی	خطای استاندارد	آماره t	احتمال
مقدار ثابت	C	0.275908	0.042789	6.448061	0.0000
مسئولیت پذیری اجتماعی	CSR	0.016905	0.005334	3.169131	0.0018
عدم شفافیت مالی	OPACITY	-0.095327	0.030278	-3.148424	0.0019
مسئولیت پذیری اجتماعی*عدم شفافیت مالی	CSR*OPACITY	-0.068696	0.030787	-2.231335	0.0267
اهرم مالی	LEV	-0.581452	0.020984	-27.70907	0.0000
اندازه شرکت	SIZE	0.005056	0.002098	2.409820	0.0161
بازده دارایی ها	ROA	2.119338	0.034163	62.03550	0.0000
هزینه های تحقیق و توسعه	RND	-0.046245	0.020027	-2.309138	0.0219
رشد شرکت	GRW	0.045784	0.019055	2.402674	0.0172
عمر شرکت	AGE	0.004078	0.001427	2.858364	0.0047
هزینه تبلیغات	ADV	-0.316792	0.094281	-3.360072	0.0009
نسبت هیئت مدیره مستقل	OUTBOD	0.034882	0.017400	2.004753	0.0452
ضریب تعیین تعدیل شده		0.779			
دوربین-واتسون		1.954			
آماره F		487.889			
احتمال (آماره F)		0.0000			

به منظور آزمون این فرضیه از نتایج تخمین مدل ارائه شده در جدول (۳) بهره گرفته شده است. مقدار احتمال (یا سطح معنی داری) F برابر ۰,۰۰۰۰ بوده و چون این مقدار کمتر از ۰,۰۵ است، فرض صفر در سطح اطمینان ۹۵ درصد رد می شود، یعنی مدل معنی دار است. مقدار آماره دوربین-واتسون ۱,۹۵۴ می باشد که این مقدار، عدم وجود خود همبستگی خطاها را نشان می دهد. نتایج مربوط به ضریب تعیین تعدیل شده نشان می دهد، تقریباً ۷۷,۹٪ تغییرات متغیر وابسته به وسیله متغیرهای مستقل و کنترلی مدل، توضیح داده می شوند. نتایج حاصل از متغیرهای کنترلی نشان می دهد که با توجه به آماره t در سطح اطمینان ۹۵٪، اهرم مالی، هزینه های تحقیق و توسعه و هزینه تبلیغات با عملکرد شرکت رابطه منفی و معناداری دارند. در حالی که، اندازه شرکت، بازده دارایی ها، رشد شرکت، عمر شرکت و نسبت هیئت مدیره مستقل با عملکرد شرکت رابطه مثبت و معناداری دارند.

در حالت کلی نتایج نشان می دهد که ضریب متغیر تعاملی مسئولیت پذیری اجتماعی*عدم شفافیت مالی، ۰,۰۶۸۶۹۶- بوده که نشان دهنده تأثیر منفی عدم شفافیت مالی بر رابطه مثبت بین مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد شرکت می باشد که با توجه به آماره t ضریب متغیر تعاملی مسئولیت پذیری اجتماعی*عدم شفافیت مالی در سطح اطمینان ۹۵٪ معنی دار می باشد، با توجه به موارد فوق می توان در سطح اطمینان ۹۵٪ فرضیه را تأیید کرد این موضوع نشان دهنده این است که عدم شفافیت مالی بر رابطه مثبت بین مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد شرکت تأثیر منفی و معناداری وجود دارد به عبارت دیگر، با افزایش عدم شفافیت مالی، رابطه مثبت بین مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد شرکت تضعیف می گردد.

نتیجه گیری

در پژوهش حاضر ۱۴۵ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران با استفاده از یک نمونه ی ساله طی سال های ۱۳۹۱ الی ۱۴۰۰ مورد بررسی قرار گرفت. هدف این پژوهش تأثیر عدم شفافیت مالی بر مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد مالی شرکت در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است.

با توجه به مبانی مطرح شده فرضیه پژوهش بدین نحو تدوین شده است که: عدم شفافیت مالی بر رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد شرکت تأثیر گذار است. در نتیجه فرضیه پژوهش پذیرفته می شود.

فرضیه ی مدیریت مبهم نشان می دهد مدیران انگیزه دارند تا در شرایط بد اطلاعات صورت های مالی را به صورت پیچیده ارایه نمایند و یا به طور استراتژیک شفافیت افشا را کمتر کنند. در بین تحقیقات خارجی بهادوری و سلاکارا (۲۰۲۰) به این نتیجه رسیدند شرکت های بزرگتر، با قدمت بیشتر و شرکت هایی که بین سهامداران سود تقسیم می کنند، تمایل بیشتری به سرمایه گذاری در پروژه های مسئولیت اجتماعی دارند. همچنین رابطه مثبت و معناداری بین نسبت سهامداران نهادی و مسئولیت اجتماعی وجود دارد. در مقابل نسبت مدیران مستقل در هیئت مدیره، تأثیری بر مسئولیت اجتماعی ندارد. همچنین سودآوری رابطه ی معناداری با مسئولیت اجتماعی ندارد. اوینو و همکاران (۲۰۲۰) به این نتیجه رسیدند که رابطه مثبت و تقریباً ضعیفی بین مسئولیت اجتماعی شرکت ها و عملکرد مالی وجود دارد. بنابراین آن ها ادعا کردند که گزارش فعالیت های اجتماعی شرکت ها باعث بهبود عملکرد مالی می گردد. در بین تحقیقات داخلی امیرحسینی و قبادی (۱۳۹۹) در پژوهش خود ابتدا رابطه مسئولیت اجتماعی شرکت ها با عملکرد مالی مورد بررسی قرار گرفت و سپس رابطه مسئولیت اجتماعی شرکت ها با مالکیت نهادی با تأثیر متغیر میانجی عملکرد مالی بررسی شده است. نتایج حاکی از تأثیر متغیر واسطه ای عملکرد مالی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و مالکیت نهادی می باشد.

پیشنهادهای حاصل از یافته‌های پژوهش

در خصوص نتایج حاصل از فرضیه‌های پژوهش، پیشنهاد می‌شود:

- به مدیران پیشنهاد می‌شود به منظور کاهش ریسک اطلاعاتی و کاهش عدم شفافیت و در نتیجه افزایش عملکرد شرکت، در گزارش‌های خود از اطلاعات شفاف به دور از ابهام را در اختیار سرمایه‌گذاران قرار دهند.

- در پایان به سازمان بورس اوراق بهادار تهران پیشنهاد می‌شود قوانینی و استانداردهایی در جهت شفافیت گزارش‌های سالانه به منظور افزایش عملکرد شرکت تدوین نمایند.

بررسی رابطه میان مسئولیت اجتماعی شرکتی و معیارهای مالی و اقتصادی مانند ارزش افزوده، ارزش افزوده بازار و ارزش افزوده اقتصادی.

با توجه به وقوع بحرانهای موجود در دهه‌های اخیر ضرورت بررسی عوامل موثر بر گزارشگری به موقع و عدم شفافیت اطلاعات بیش از پیش احساس میگردد؛ بنابراین، به محققان پیشنهاد میگردد برای بررسی عوامل تأثیرگذار بر عدم شفافیت اطلاعات از دیگر مدل‌های موجود به صورت همزمان استفاده نمایند تا تفاوت در مدل‌های مورد استفاده راهگشایی برای پژوهشگران آتی باشد

منابع

امیرحسینی، زهرا؛ قبادی، معصومه (۱۳۹۵). گزارشگری مسئولیت اجتماعی، عملکرد مالی و مالکیت نهادی. فصلنامه حسابداری مدیریت، سال نهم، شماره ۲۸، ۶۶-۵۵.

حساس یگانه، یحیی؛ برزگر، قدرت‌اله (۱۳۹۳). مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و پارادایم‌های تحقیقاتی آن در حرفه حسابداری. فصلنامه حسابداری مدیریت، سال هفتم، شماره بیست و دو، ۱۳۳-۱۰۹.

حجازی، رضوان؛ نصیری، سپیده سادات (۱۳۹۳). مفاهیم شهروند شرکتی و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها. پژوهش حسابداری، سال چهارم، شماره ۱۵، ۱۸۳-۱۶۳.

خواجوی، شکراله، جهان‌دوست مرغوب، مهران، ویسی‌حصار، ثریا، (۱۴۰۰)، تأثیر توانایی مدیران بر پیامدهای عدم شفافیت اطلاعات شرکت، پژوهشهای کاربردی در گزارشگری مالی، ۱۰(۱)، ۱۴۹-۱۸۵.

شریت اوغلی، احمد؛ افشاری، داوود؛ نجمی، منوچهر (۱۳۸۹). سنجش مسئولیت اجتماعی نزد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه علوم مدیریت ایران، شماره ۱۹، ۸۱-۶۳.

گیوکی، اکبر، گرکز، منصور، صفری گرایلی، مهدی، معطوفی، علیرضا. (۱۴۰۳). تدوین الگوی گزارشگری یکپارچه. دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۱۳(۵۰)، ۱۵۳-۱۶۷.

فروغی، داریوش؛ میرشمس شهنشاهی، مرتضی؛ پورحسین، سمیه (۱۳۸۶). نگرش مدیران درباره افشای اطلاعات حسابداری اجتماعی با شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، سال ۱۵، شماره ۵۲.

نصرالدین معروف، نزار، محمودی خوشرو، امید و امینی، پیمان. (۱۴۰۴). ارائه مدل مفهومی کنترل‌های داخلی مالی مبتنی بر مخاطرات احتمالی و شفافیت گزارشگری مالی دولت (مطالعه موردی: دولت اقلیم کردستان عراق). (دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت. 279-297, 14(55),

نمازی، نویدرضا، دهقانی، سعیده، (۱۴۰۱)، بررسی رابطه بین نوآوری شرکت و شفافیت اطلاعات حسابداری با تأکید بر نقش تعدیلی ابعاد حسابرسی، پژوهشهای کاربردی در گزارشگری مالی، ۱۱(۱)، ۱۸۷-۲۲۴.

Beatriz Cuadrado-Ballesteros & Ana-María Ríos & María-Dolores Guillamón, (2023). "Transparency in public administrations: a structured literature review," Journal of Public Budgeting, Accounting & Financial Management, Emerald Group Publishing Limited, vol. 35(5), pages 537-567, June

Bushman, R., Piotroski, J. and A. Smith (2004). What determines corporate transparency? Journal of Accounting Research, Vol. 42, pp. 207–252.

Carroll, A.B., (2008). A history of corporate social responsibility: Concepts and practices, The Oxford handbook of corporate social responsibility, Oxford University Press Online Publication, 19-46.

Freidman, M., 1970. The social responsibility of business is to increase its profits. New York Times Magazine 13 (September), 32–33.

Kim, S., Jung, Y., 2012. The monitoring power of foreign ownership on corporate social responsibility: Evidence from Korea. Korea Accounting Review 37 (2), 1–62.

Oeyono, J. and Samy, M. and Bampton, R. (2011); "An examination of corporate social responsibility and financial performance: A study of the top 50 Indonesian listed corporations", Journal of Global Responsibility, 2, 100-112.

Redeemer Krah & Gerard Mertens, (2023). "Financial transparency, trust and willingness to pay in local governments of sub-Saharan Africa," Journal of Public Budgeting, Accounting & Financial Management, Emerald Group Publishing Limited, vol. 35(6), pages 100-120, April. Visser. W. (2012), "The Age of Responsibility: CSR 2.0 and the New DNA of Business", John Wiley & Sons Ltd.

Yu, Fan (2005). "Accounting transparency and the term structure of credit spreads" Journal of Financial Economics, No 75, 53–84.

The impact of financial lack of transparency on corporate social responsibility and financial performance

Abstract

Lack of transparency of financial information is defined as the intentional prevention of access to information, misrepresentation of information, or the inability of the market to ensure the adequacy, relevance, and quality of information. After the scandals of the early 2000s and the emergence of financial crises in world stock exchanges, the issue of information transparency in the financial reporting process has received widespread attention. Therefore, the main objective of this study is the impact of lack of financial transparency on social responsibility and financial performance of companies listed on the Tehran Stock Exchange. In line with the research objective, a hypothesis was formulated. To test this hypothesis, a sample of 145 companies was selected from among the companies listed on the Tehran Stock Exchange during the years 2012 to 2021 using the systematic exclusion method. Multivariate regression models using the pooled data method were used to analyze the data and test the hypothesis. The results of the research hypotheses showed that lack of financial transparency has a negative and significant effect on the relationship between social responsibility and company performance.

Keywords

transparency, financial lack of transparency, accountability, financial performance, social responsibility
