

Corporate Social Responsibility and Financial Statements Readability

Mansour Garkaz¹, Mohamad Reza Haqdadi²

Received : 2018/11/04

Approved: 2019/02/25

Research Paper

Abstract

In the framework of financial reporting quality, disclosure complexity is one of the most important issues to deal with. An important aspect of disclosure complexity is financial statements readability. Researches show that managers try to protect interests of stakeholders as well as interests of themselves by manipulating financial reporting and complicating financial statements. The purpose of this study is to examine the relation between corporate social responsibility and annual reports readability. In order to measure social responsibility, six dimensions of environmental issues, products and services, human resources, customers, social responsibilities, and energy are used, and a logarithm of total points is applied to measure social responsibility points. Also, to measure annual reports readability, the study uses the Fog index which is a combination of the words number in each sentence and the percentage of complicated terms. The research sample consists of 60 firms listed in Tehran Stock Exchange from 2012 to 2017 with 350 observation and the research hypotheses are tested using multivariate regression method. Findings indicate that there is a significant positive relation between corporate social responsibility and financial statement readability, thus, any increase of corporate social responsibility results in an increase of Fog index and decrease of financial statements readability.

Keywords: financial statements readability, Fog index, corporate social responsibility, Disclosure complexity.

JEL classification: M41.

DOI: 10.22051/jera.2019.22923.2237

¹ Phd of Accounting, Azad University of Gorgan, Corresponding Author (M_garkaz@yahoo.com)

² Student in Accounting Phd, Azad University of Gorgan, (haghdadi00@gmail.com)

<https://jera.alzahra.ac.ir>

بررسی ارتباط مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و خوانایی صورت‌های مالی

منصور گرکز*، محمدرضا حقدادی**

تاریخ دریافت: ۹۷/۰۸/۱۳

مقاله پژوهشی

تاریخ پذیرش: ۹۷/۱۱/۲۶

چکیده

در چهارچوب کیفیت گزارشگری مالی، پیچیدگی افشا از مهم‌ترین مواردی است که می‌توان به آن پرداخت. یکی از جوانب پیچیدگی افشا که امروزه بیش‌ازپیش مطرح است و حوزه وسیعی از مطالعات به آن معطوف شده است، بحث خوانایی صورت‌های مالی شرکت‌ها است. همچنین، پژوهش‌ها نشان داده است که مدیران، در سایه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها اقدام به فعالیت‌هایی در جهت حفظ منافع ذینفعان یا بالعکس منافع خود می‌نمایند و با دست بردن در گزارشگری مالی و پیچیده جلوه دادن صورت‌های مالی به این امر می‌پردازند. از این رو، هدف از انجام این پژوهش، بررسی ارتباط بین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و خوانایی صورت‌های مالی است. به منظور سنجش مسئولیت اجتماعی، شش بعد مسائل محیطی، محصولات و خدمات، منابع انسانی، مشتریان، مسئولیت‌های جامعه و انرژی استفاده گردیده و در نهایت با لگاریتم گرفتن از مجموع امتیازات، نمره مسئولیت اجتماعی سنجیده شده است. همچنین، برای اندازه‌گیری خوانایی صورت‌های مالی از شاخص فاگک استفاده شده است که ترکیبی از تعداد کلمات در هر جمله و درصد کلمات پیچیده می‌باشد. جامعه پژوهش شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران مشتمل بر ۶۰ شرکت (۳۵۰ سال-شرکتی) در بازه زمانی ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۶ بوده و روش آزمون فرضیه پژوهش نیز رگرسیون چند متغیره می‌باشد. یافته‌های پژوهش، حاکی از آن است که بین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و خوانایی صورت‌های مالی ارتباط معناداری وجود دارد و افزایش مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها سبب افزایش شاخص فاگک (کاهش خوانایی) گردیده است.

واژه‌های کلیدی: خوانایی صورت‌های مالی، شاخص فاگک، مسئولیت اجتماعی شرکت، پیچیدگی افشا.

طبقه‌بندی موضوعی: M41.

10.22051/jera.2019.22923.2237:DOI

*دکتری حسابداری، دانشگاه آزاد واحد گرگان، گرگان، ایران، (نویسنده مسئول)، (M_garkaz@yahoo.com).

**دانشجوی دکتری حسابداری، دانشگاه آزاد واحد گرگان، گرگان، ایران، (haghdadi00@gmail.com).

<https://jera.alzahra.ac.ir>

مقدمه

استفاده‌کنندگان گزارش‌های مالی، اشخاصی هستند که جهت رفع نیازهای اطلاعاتی خود از صورت‌های مالی استفاده می‌کنند. از آنجا که تعداد استفاده‌کنندگان مزبور و میزان آگاهی آن‌ها و همچنین نیاز اطلاعاتی هر گروه بسیار متنوع بوده، گزارش‌ها می‌بایست به گونه‌ای تهیه شوند که قابل فهم بوده و با این فرض تهیه شوند که استفاده‌کنندگان از آگاهی متعارفی در مورد فعالیت‌های واحد گزارشگر و نحوه حسابداری برخوردارند. درعین حال، اطلاعات پیچیده‌ای که جهت رفع نیازهای استفاده‌کنندگان مربوط، تلقی می‌شود نباید به بهانه مشکل بودن درک آن توسط برخی استفاده‌کنندگان از صورت‌های مالی حذف شود، گرچه این گونه اطلاعات نیز باید تا حد امکان به گونه‌ای ساده ارائه شود. یکی از پروکسی‌های مرتبط با کیفیت متن صورت‌های مالی، مفهوم خوانایی است (لانگ و لورنس، ۲۰۱۵). به عبارت دیگر، خوانایی صورت‌های مالی به عنوان یکی از معیارهای مهمی که کیفیت صورت‌های مالی را افزایش می‌دهد، مورد توجه صاحب‌نظران قرار دارد. خوانایی یک ویژگی اطلاعاتی است که به صورت کیفی اندازه‌گیری می‌شود. امروزه، پژوهش‌های متعددی در حوزه حسابداری انجام شده است که نشان داده‌اند خوانایی صورت‌های مالی سبب ارتقای کیفیت صورت‌های مالی می‌گردد. مطالعه رهنمای رود پستی و همکاران (۱۳۹۱) حاکی از آن است که افزایش صراحت زبان (بدون در نظر گرفتن ساخت و لحن) تأثیر معناداری بر رفتارهای قضاوتی و شناختی سرمایه‌گذاران دارد. از دیگر سو، مطالعات نشان داده است که تأثیر مسئولیت اجتماعی بر کیفیت گزارشگری مالی شرکت را بر اساس دو نظریه رقیب می‌توان تبیین نمود (لی، ۲۰۱۷). بر اساس نظریه ذینفعان و فرض شفافیت در افشا، پیش‌بینی می‌شود مدیران در شرکت‌های دارای مسئولیت اجتماعی بالاتر به استانداردهای اخلاقی و مفاهیم پابندتر بوده و تمایل به شفافیت بالاتر در افشای صورت‌های مالی دارند. طبق این دیدگاه، این دسته از مدیران سعی به انعکاس تعهد و پایداری خود به اجتماع را داشته و به ارتقای شهرت شرکت می‌اندیشند؛ بنابراین، ذینفعان انتظار دارند که این تمایل مدیر به داشتن مسئولیت اجتماعی بالاتر، سبب خوانایی بیش‌تر صورت‌های مالی گردد (لی، ۲۰۱۷).

در مقابل، بر اساس نظریه نمایندگی و فرضیه افشای فرصت طلبانه اطلاعات، پیش‌بینی می‌شود بین مسئولیت‌های اجتماعی شرکت و شفافیت افشای اطلاعات ارتباط منفی وجود

داشته باشد (کیم و همکاران، ۲۰۱۲؛ لی، ۲۰۱۷). طبق این دیدگاه، مدیران درگیر در فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی، به صورت فرصت طلبانه برای افزایش منافع خود اقدام می‌نمایند (جنسن، ۲۰۰۱؛ مک‌ویلیامز، ۲۰۰۶). در نتیجه، مدیران ممکن است فعالیت‌های مربوط به مسئولیت‌های اجتماعی در شرکت را به صورت عمدی پررنگ‌تر کنند، درحالی‌که سوء رفتار و منفعت‌طلبی خود را با پیچیده کردن گزارش‌های مالی پنهان نمایند (کیم و همکاران، ۲۰۱۲). طبق پژوهش‌های انجام شده، شرکت‌های دارای مسئولیت اجتماعی بالاتر به انتظارات ذینفعان خود در حوزه‌هایی چون مسائل زیست‌محیطی، مسائل اجتماعی، مفاهیم اخلاقی و از این قبیل، توجه بیشتری می‌نمایند (کیم و همکاران، ۲۰۱۲؛ لی، ۲۰۱۷). در دهه‌های اخیر، به سبب لزوم رعایت اخلاق کسب و کار در شرکت‌ها، افزایش شفافیت گزارشگری، بررسی ارتباط بین سطوح متفاوت مسئولیت‌پذیری از جانب شرکت با کیفیت گزارشگری مالی آن بیش‌ازپیش احساس می‌شود. در نتیجه، پژوهش‌های متعددی نیز به بررسی جوانب گوناگون این موضوع پرداخته‌اند. پژوهش‌هایی چون مارگولیس و همکاران (۲۰۰۹)، اورلیتزکی و همکاران (۲۰۰۳) و وانگ و همکاران (۲۰۱۶) تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر عملکرد آن را بررسی نموده و به این نتیجه رسیدند که افزایش مسئولیت‌پذیری در شرکت، سبب ارتقای ارزش آن می‌گردد. در سال‌های اخیر، پژوهش‌های دیگری انجام شده که ارتباط بین مسئولیت اجتماعی را با حوزه‌هایی مانند عملکرد مدیریت (دنگ و همکاران، ۲۰۱۳)، طرح‌های پاداش مدیران (کای و همکاران، ۲۰۰۹)، اجتناب از مالیات (هوی و همکاران، ۲۰۱۳) و کیفیت گزارشگری مالی (بوزولان و همکاران، ۲۰۱۵) بررسی کرده‌اند، اما پژوهشی انجام نشده که به بررسی ارتباط مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و ارتباط آن با کاهش یا افزایش خوانایی صورت‌های مالی توسط مدیریت (از معیارهای کیفیت گزارشگری مالی و پیچیدگی افشا) بپردازد.

با این وصف، این سؤال مطرح می‌گردد که آیا بین مسئولیت‌های اجتماعی شرکت و خوانایی صورت‌های مالی ارتباطی وجود دارد یا خیر؟ سایر قسمت‌های پژوهش به این ترتیب است که نخست به ادبیات موضوع و بسط فرضیه‌ها پرداخته خواهد شد. سپس، روش‌شناسی و پس از آن یافته‌ها ارائه می‌گردد. در نهایت نیز بحث و نتیجه‌گیری ارائه می‌شود.

مبانی نظری پژوهش

خوانایی صورت‌های مالی

خوانایی به معنای احتمال موفقیت خواننده در خواندن و درک یک متن یا نوشته است. در حوزه حسابداری و گزارشگری مالی نیز، خوانایی گزارشگری مالی اخیراً توجه قانون‌گذاران بازار سرمایه را به خود جلب نموده است تا جایی که کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا نشان داد همه سرمایه‌گذاران قادر به فهم سریع گزارش‌های پیچیده شرکت‌ها نیستند، لذا شرکت‌ها باید از انتشار گزارش‌های پیچیده، طولانی و یا زائد، خودداری نمایند (سرهنگی و همکاران، ۱۳۹۳). همچنین، پژوهش‌های متعددی نیز در ادبیات حسابداری و گزارشگری مالی از ابزارهای تحلیلی زبان‌شناختی برای بررسی پیامدها و عوامل مؤثر بر خوانایی گزارش‌های مالی استفاده نموده‌اند. پژوهش‌های صورت گرفته پیرامون پیامدهای خوانایی گزارش‌های مالی حاکی از آن است که خوانایی تأثیرات بسزایی بر پایداری سود (لی، ۲۰۰۸)، پوشش، پراکندگی و صحت پیش‌بینی سود تحلیلگران (لهوی و همکاران، ۲۰۱۱)، رتبه اعتباری، هزینه بدهی و ریسک سقوط قیمت سهام (بونسال و میلر، ۲۰۱۷؛ ارتوگرول و همکاران، ۲۰۱۷)، نقد شوندگی سهام و مالکیت نهادی (لانگک و استایث-لاورنس، ۲۰۱۵)، حجم معاملات (دی فرانکو و همکاران، ۲۰۱۵؛ میلر، ۲۰۱۰) و پیش‌بینی‌های مدیریتی (گای و همکاران، ۲۰۱۶) دارد. در خصوص عوامل مؤثر بر خوانایی گزارش‌های مالی شرکت‌ها نیز نتایج مطالعات صورت گرفته بیانگر آن است که عواملی همچون عملکرد شرکت، مدیریت سود، قوانین گزارشگری مالی، افشاهای سختگیران بازار سرمایه و توانایی مدیریت بر خوانایی گزارشگری مالی اثرگذار هستند (لی، ۲۰۰۸؛ آجینا و همکاران، ۲۰۱۶؛ لو و همکاران، ۲۰۱۷؛ حسن، ۲۰۱۷).

مسئولیت‌های اجتماعی شرکت

یکی از مهم‌ترین و جنجال‌برانگیزترین رویه‌های شرکت در دهه گذشته، رشد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها است. اگرچه فعالیت‌های مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها توجه رسانه‌ها و دانشگاهیان را به‌طور قابل توجهی جلب نموده است، مشارکت شرکت‌ها در این فعالیت‌ها همچنان به‌عنوان یک معما باقی مانده است. در اصل، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها

می‌تواند به‌عنوان گسترش تلاش شرکت‌ها برای به حداکثر رساندن ثروت سهامداران به شرط رعایت قوانین اساسی جامعه تعریف گردد (فابریزی و همکاران، ۲۰۱۴). مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و افشاگری‌های مرتبط با آن عامل ضروری است که به تداوم شرکت‌ها منجر می‌شود، زیرا همه شرکت‌ها با جامعه ارتباط دارند و جامعه، امکان بقای شرکت‌ها را درازمدت فراهم می‌آورد. گسترش مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها بر این موضوع دلالت دارد که مسئولیت‌های شرکت‌ها از آنچه در گذشته بوده، یعنی فراهم کردن پول برای سهامداران فراتر رفته است و شرکت‌ها بایستی در برابر ذینفعان (سهامداران، مشتریان، کارکنان، عرضه‌کنندگان کالا، بانک‌ها، قانون‌گذاران، محیط و جامعه) پاسخگو باشند. به این ترتیب شرکت‌ها علاوه بر مسئولیت اقتصادی، باید در برابر مسائل اجتماعی احساس مسئولیت کنند؛ بنابراین با توجه به اهمیت مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و افشاگری مرتبط با آن، در گزارش‌های مالی بایستی مراقبت‌های کافی به عمل آید (بهدوری و سلارکا، ۲۰۱۶). با افشای داده‌های حسابداری زیست‌محیطی و اجتماعی و ابعاد مختلف مربوط به مسئولیت‌های اجتماعی، بخش‌های مختلف جامعه می‌توانند موقعیت شرکت را در خصوص حفاظت از محیط‌زیست درک کنند و به بررسی چگونگی توجه سازمان به موضوع‌های زیست‌محیطی و اجتماعی بپردازند. در این وضعیت، حرفه حسابداری نقش بسزایی در شفاف‌سازی اثرهای مالی و زیست‌محیطی فعالیت‌های اقتصادی دارد و باید در خصوص اندازه‌گیری، ارزیابی، افشای عملکرد زیست‌محیطی و اجتماعی در صورت‌های مالی یا پیوست‌های آن مسئول باشد. از این رو مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، می‌تواند به‌عنوان مدیریت تضاد بالقوه منافع بین ذینفعان مختلف در رابطه با مسائل اقتصادی، زیست‌محیطی، اجتماعی و اخلاقی بیان شود (دهمرد قلعه نو و همکاران، ۱۳۹۹؛ رازاک، ۲۰۱۴).

پیشینه پژوهش و تدوین فرضیه

مدیران افشای اجباری و اختیاری اطلاعات را به‌منظور کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و دستیابی به منافع بازار سرمایه فراهم می‌آورند. افشای اجباری اطلاعات شامل صورت‌های مالی و فصلی، صورت‌های مالی، یادداشت‌های همراه و توضیحی می‌باشد. علاوه بر این گزارش‌های الزامی، مدیران، اقدام به افشای داوطلبانه از قبیل پیش‌بینی سود می‌نمایند. ادبیات موجود، تفاوتی بین افشای اطلاعات کمی و کیفی قائل نشده است اما در پژوهش‌ها مشهود است که

تمرکز بیش‌تر بر روی مقدار افشای گزارش‌های مالی و غیرمالی بوده است (هیلی و پالپو، ۲۰۰۱) و از شاخصه مهمی به نام پیچیدگی زبانی و متنی گزارش‌ها به‌عنوان یکی از جوانب مهم کیفیت افشا غافل مانده است. پژوهش‌های حسابداری نشان داده‌اند که صورت‌های مالی و همچنین، افشای سایر صورت‌های مالی در طی سالیان اخیر، پیچیده‌تر و حجیم‌تر شده‌اند (گوای و همکاران، ۲۰۱۶؛ لقران و مک‌دونالد، ۲۰۱۶). لو و همکاران (۲۰۱۷) نشان دادند که افشای متنی در صورت‌های مالی به طور میانگین ۸۰ درصد از حجم آن را دربر دارد. مدیران نیز از طریق همین افشاهای متنی اقدام به توضیحات لازم و شفاف برای سرمایه‌گذاران نموده و از آن‌ها برای کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بین خود و ذینفعان استفاده کرده و پاسخگویی شرکت را ارتقا می‌بخشند (بیتی و همکاران، ۲۰۰۴). با این حال، مرکل دیویس و برن (۲۰۰۷) نشان دادند که مدیران فرصت طلب ممکن است سهولت در خوانایی این گزارش‌ها را دست‌کاری نموده و به‌صورت عمدی، باعث پیچیده جلوه دادن عملکرد شرکت گردند و از این طریق، در جهت منافع خود گام بردارند. به سبب همین اهمیت فزاینده در بخش خوانایی، در سال‌های اخیر، بخش عظیمی از پژوهش‌های دانشگاهی و همچنین حرفه‌ای به مبحث خوانایی پرداخته‌اند. به طور مثال پژوهش‌هایی ارتباط بین خوانایی صورت‌های مالی با مفاهیمی همچون؛ بازار سرمایه (لی، ۲۰۱۰؛ لقران و مک‌دونالد، ۲۰۱۶) و عملکرد آتی شرکت و کارایی سرمایه‌گذاری (بیدل و همکاران، ۲۰۰۹) را بررسی نموده‌اند. با توجه به مفاهیم ارائه شده در مورد خوانایی برای عملکرد آتی شرکت و بازار سهام، این مطالعه نیز به بررسی ارتباط بین افشای مسئولیت اجتماعی با خوانایی صورت‌های مالی می‌پردازد. به‌منظور بررسی ارتباط بین این دو، از دو نظریه ذینفعان و نمایندگی می‌تواند بهره جست. طبق نظریه ذینفعان، از مدیران شرکت‌های دارای مسئولیت اجتماعی بالاتر انتظار می‌رود افشاهایی با پیچیدگی کم‌تر ارائه نمایند، زیرا شفافیت در گزارش‌گری مالی، از رفتارهایی است که نشانگر مسئولیت در برابر جامعه می‌باشد (گلب و استراوثر، ۲۰۰۱). با توجه به مبانی مربوط و پژوهش‌های انجام‌شده، انتظار می‌رود که ارتباط مثبتی بین مسئولیت اجتماعی شرکت و خوانایی صورت‌های مالی وجود داشته باشد. از دیگر سو، طبق نظریه نمایندگی، مدیران ممکن است از فعالیت‌های مربوط به مسئولیت اجتماعی برای پنهان نمودن سوء رفتارهای خود یا ناکارآمدی در راهبرد شرکت، استفاده نموده و برای منافع خود گام بردارند (کیه و همکاران، ۲۰۰۸). پژوهش‌ها نیز حاکی از آن است که مدیران اقدام به استفاده از رهنمودهای برای پیچیده کردن

عملکرد واقعی شرکت نموده تا منافع خود را در پیش گیرند (گارسیا و همکاران، ۲۰۱۱). با این وصف، امکان دارد که به منظور فعالیت‌های فرصت طلبانه، مدیران اقدام به پررنگ نمودن مسئولیت اجتماعی خود کرده، در حالی که عملکرد ضعیف شرکت را با پیچیده نمودن صورت‌های مالی (کاهش خوانایی) پنهان نمایند.

همان‌طور که در بخش‌های قبلی بررسی شده، در حوزه خوانایی پژوهش‌هایی در داخل و خارج از کشور بر روی خوانایی صورت‌های مالی انجام شده است که در ادامه به بررسی دقیق‌تر این موارد پرداخته خواهد شد. در پژوهشی صورت گرفته توسط حسن (۲۰۱۷) رابطه بین توانایی مدیریت و خوانایی گزارشگری مالی بررسی گردید که نتایج نشان داد شرکت‌های دارای مدیران توانمند، گزارش‌های مالی خواناتری منتشر می‌کنند. همچنین، بونسال و میلر (۲۰۱۷)، رابطه بین خوانایی گزارشگری مالی و هزینه بدهی شرکت‌ها را بررسی نموده و دریافتند که خوانایی گزارشگری مالی باعث کاهش هزینه بدهی شرکت‌ها می‌گردد. ارتوگول و همکاران (۲۰۱۷) نیز طی پژوهشی به بررسی رابطه بین خوانایی گزارشگری مالی و هزینه تأمین مالی شرکت‌ها پرداختند و به این نتیجه رسیدند که خوانایی گزارشگری مالی شرکت‌ها هزینه تأمین مالی آن‌ها را کاهش می‌دهد. همچنین، آجینا و همکاران (۲۰۱۶) در پژوهش خود به بررسی ارتباط بین مدیریت سود و خوانایی گزارش‌های مالی سالانه شرکت‌ها پرداختند. نتایج پژوهش حاکی از آن شد که شرکت‌های دارای مدیریت سود، گزارش‌های مالی پیچیده‌تر و با خوانایی کمتری منتشر می‌کنند. در پژوهشی دیگر، دی فرانکو و همکاران (۲۰۱۵) به بررسی ارتباط بین خوانایی گزارش‌های تحلیلی‌گران و حجم معاملات سهام شرکت‌ها پرداختند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن شد که خوانایی گزارش‌های تحلیلی‌گران، منجر به افزایش حجم معاملات سرمایه‌گذاران می‌شود. فانگ و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهش خود با عنوان تأثیر خوانایی گزارش‌های سالانه بر هزینه بدهی دریافتند که شرکت‌های دارای گزارش‌های مالی پیچیده‌تر، هزینه بدهی بیشتری را نیز متحمل می‌شوند. در حوزه داخلی نیز، علیخانی (۱۳۹۶) در پژوهشی ارتباط بازده با خوانایی گزارش‌های پیش‌بینی سود و گزارش حسابرسی آن را مورد بررسی قرار دادند. نتایج پژوهش حاکی از عدم معناداری رابطه تغییرات مثبت و منفی بازده با خوانایی گزارش پیش‌بینی سود ۳ ماهه، ۶ ماهه، ۹ ماهه و ۱۲ ماهه در روش‌های فلش و گانینگ بود. همچنین یافته‌ها

حاکی از عدم معناداری رابطه بین تغییرات مثبت و منفی بازده با خوانایی گزارش حسابرسی پیش‌بینی سود است. صـفـری گرایـدی و همکاران (۱۳۹۶) بـه بررسی تأثیر مدیریت سود بر خوانایی گزارشگری مالی شرکت‌ها پرداختند. یافته‌های پژوهش بیانگر وجود رابطه منفی بین مدیریت سود با خوانایی گزارشگری مالی شرکت‌ها و به بیان دیگر، تأیید رویکرد مدیریت سود فرصت‌طلبانه بود. همچنین، سرهنگی و همکاران (۱۳۹۳) با به کارگیری دو شاخص فوگ و شاخص طول متن برای اندازه‌گیری پیچیدگی گزارش‌های مالی، تأثیر پیچیدگی گزارش‌ها بر رفتار سرمایه‌گذاران را مورد بررسی قرار دادند. نتایج نشان داد که گزارش‌های پیچیده منجر به کاهش حجم معاملات سرمایه‌گذاران می‌شود. همچنین اثرات گزارشگری پیچیده بر کاهش حجم معاملات سرمایه‌گذاران کوچک در مقایسه با سرمایه‌گذاران بزرگ، بیشتر است. در نهایت پیچیدگی گزارش‌ها باعث کاهش توافق معاملاتی بین سرمایه‌گذاران می‌شود.

با توجه به ادبیات موضوع، پیشینه ذکر شده و دو تئوری رقیب، فرضیه پژوهش، بدون جهت و به شکل زیر تبیین می‌گردد:

فرضیه: بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و خوانایی صورت‌های مالی، ارتباط معناداری وجود دارد.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ روش پژوهش تجربی از نوع پس‌رویدادی است. از لحاظ روش استدلال از نوع پژوهش‌های علی و از لحاظ تئوری، در زمره پژوهش‌های اثباتی قرار دارد و از لحاظ آماری از نوع پژوهش‌های توصیفی-همبستگی است که برای آزمون فرضیه‌های پژوهش، رگرسیون خطی چندمتغیره به کار می‌رود.

جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری شامل کلیه شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۱ الی ۱۳۹۶ و نمونه‌گیری به روش حذفی (غربال‌گری) بوده که شامل

۱. تغییر سال مالی نداده باشند. ۲. به سبب ماهیت متفاوتی که شرکت‌های سرمایه‌گذاری و سایر واسطه‌گری‌های مالی دارند، این شرکت‌ها از نمونه حذف گردیدند. ۳. داده‌های مربوط به متغیرهای پژوهش در دسترس بوده و ۴. شرکت، هیچ‌گونه وقفه عملیاتی نداشته باشد و ۵. سال مالی منتهی به ۲۹ اسفندماه باشد.

با توجه به محدودیت‌های بیان‌شده ۶۰ شرکت برای نمونه انتخاب شد. با در نظر گرفتن دوره زمانی پژوهش و حذف برخی از داده‌های پرت، در مجموع ۳۵۰ مشاهده (سال شرکت) برای آزمون فرضیه‌های این پژوهش مورداستفاده قرار گرفت. به منظور جمع‌آوری داده‌های موردنیاز از نرم‌افزار ره‌آورد نوین و سامانه کدال استفاده شده است.

متغیرهای پژوهش

متغیر وابسته: خوانایی صورت‌های مالی

شاخص مورداستفاده برای سنجش خوانایی صورت‌های مالی، شاخص فاگک می‌باشد که از فرمول زیر محاسبه می‌شود (لای و همکاران، ۲۰۰۸؛ لو و همکاران، ۲۰۱۷):

$$\text{شاخص فاگک} = (\text{میانگین تعداد کلمات در هر جمله} + \text{درصد کلمات پیچیده}) * ۰/۴$$

میانگین تعداد کلمات در هر جمله از حاصل تقسیم تعداد کلمات بر تعداد جملات حاصل می‌شود. همچنین درصد کلمات پیچیده (تعداد کلمات با سه یا چند بخش) نیز از حاصل تقسیم تعداد کلمات پیچیده به تعداد کل کلمات و ضرب کردن نسبت مزبور در عدد صد به دست می‌آید.

هر چه شاخص فوق بالاتر باشد، خوانایی متن کم‌تر خواهد بود. طبق پژوهش لی (۲۰۰۸)، چنانچه میانگین شاخص مذکور بیش از ۱۸ باشد، متن غیر خوانا، بین ۱۴ الی ۱۸ دارای خوانایی دشوار و بین ۱۲ الی ۱۴ فرم ایده آل خواهد بود.

متغیر مستقل اصلی: مسئولیت اجتماعی شرکت

به منظور اندازه‌گیری متغیر مستقل پژوهش از شاخص مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت استفاده می‌شود. اندازه‌گیری این شاخص با استفاده از ابزار چک‌لیست صورت می‌پذیرد.

به این صورت که افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی در شش بعد مسائل محیطی (شامل هشت مورد)، محصولات و خدمات (شامل پنج مورد)، منابع انسانی (شامل ده مورد)، مشتریان (شامل شش مورد)، مسئولیت‌های جامعه (شامل شش مورد) و انرژی (شامل چهار مورد) می‌باشد. تجزیه و تحلیل محتوا در مورد طبقه‌بندی این افشاها در متن یادداشت‌های پیوست صورت‌های مالی و گزارش‌های هیئت‌مدیره دسته‌بندی می‌شود. لازم به ذکر است شاخص‌های مذکور با بررسی پژوهش‌های پیشین انجام‌شده در حوزه داخل و خارج (چئونگ و همکاران، ۲۰۱۶؛ حساس‌یگانه و برزگر، ۱۳۹۲) و نظر سنجی از اساتید انتخاب گردیده‌اند تا تمامی شش بعد به همراه جزئیات بررسی شده باشد.

ارزش کلی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از جمع ارزش جزئی ابعاد مسئولیت اجتماعی به دست می‌آید و با توجه به موارد مذکور، بیش‌ترین مقدار برابر ۳۹ می‌باشد. در این پژوهش، از لگاریتم عدد مجموع به‌عنوان متغیر مستقل استفاده شده است.

متغیرهای کنترلی

متغیرهای کنترلی این پژوهش به شرح زیر می‌باشند. معیار انتخاب این متغیرها، استفاده از پژوهش‌های پیشین (گوای و همکاران، ۲۰۱۶؛ لای، ۲۰۰۸؛ صفری گرایی و همکاران، ۱۳۹۷) بوده که به عوامل مؤثر بر خوانایی صورت‌های مالی پرداخته‌اند و با توجه به محیط اطلاعاتی ایران و در دسترس بودن داده‌ها تعدیل گردیده‌اند:

(۱) اندازه شرکت (FSIZE): لگاریتم مجموع دارایی‌های شرکت.

(۲) سهامداران نهادی (INST): درصد سهام در دست مالکین نهادی.

(۳) جریان نقدی (CFA): نسبت جریان وجه نقد به مجموع دارایی‌ها.

(۴) اهرم مالی (LEV): نسبت بدهی‌ها به دارایی‌ها.

(۵) بازده دارایی‌ها (ROA): سود خالص به مجموع دارایی.

(۶) سود سهام به ارزش دفتری دارایی‌ها (DVPA).

۷) زیان ده (LOSS): چنانچه شرکت در سال جاری زیان خالص داشته باشد کد یک و در غیر این صورت کد صفر را خواهد داشت.

۸) ارزش بازار حقوق صاحبان سهام به ارزش دفتری آن (MTB).

۹) درصد تغییرات سالانه فروش (SGR).

۱۰) سن شرکت (GAGE): لگاریتم طبیعی سن شرکت از بدو تأسیس.

۱۱) تعداد بخش‌های تجاری (LNSEG): لگاریتم تعداد شرکت‌های فرعی شرکت.

۱۲) اثرات سال و صنعت نیز در مدل کنترل شده‌اند.

مدل اصلی پژوهش

با توجه به متغیرهای مذکور، مدل اصلی پژوهش به شرح زیر می‌باشد:

مدل (۱)

$$FOG_t = \beta_0 + \beta_1 CSR_t + \beta_2 FSIZE_t + \beta_3 INST_t + \beta_4 CFA_t + \beta_5 LEV_t + \beta_6 ROA_t + \beta_7 DVPA_t + \beta_8 LOSS_t + \beta_9 MTB_t + \beta_{10} SGR_t + \beta_{11} FAGE_t + \beta_{12} LNSEG_t + \sum IND + \sum YEAR + \varepsilon_t$$

یافته‌های پژوهش

آماره‌های توصیفی

نگاره (۱) آمار توصیفی مربوط به متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد.

مقایسه میانگین مشاهدات با میانه آن‌ها و اختلاف اندک آن‌ها بیانگر نرمال بودن توزیع مشاهدات است. همچنین پایین بودن میزان انحراف متغیرها، تبعیت آن‌ها از توزیع نرمال را می‌رساند. بر اساس نتایج نگاره (۱)، مشاهده می‌شود که میانگین شاخص فاگ برای نمونه ۱۵/۱۹۷ بوده و بر اساس استانداردهای شاخص فاگ، این عدد بین ۱۴ الی ۱۸ است و خوانایی صورت‌های مالی و صورت‌های مالی در مجموع دشوار است. کمینه و بیشینه برای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به ترتیب ۰/۰۵۱ و ۰/۵۱۳ بوده و میانگین این متغیر نیز ۰/۲۷۶ است و از آنجایی که تقریباً نزدیک به میانه است می‌توان استنباط نمود که نمره مسئولیت اجتماعی در

مشاهدات قابل قبول بوده و مناسب است. همچنین، از آنجایی که این متغیر حاصل تقسیم مجموع معیارهای اخذشده توسط یک شرکت بر عدد ۳۹ (کل تعداد چک‌لیست) است، به طور میانگین هر شرکت، حدود ۱۰ مورد از ۳۹ مورد معیارهای مسئولیت اجتماعی را داراست. متغیر اندازه شرکت که به صورت لگاریتم دارایی‌ها سنجیده شده است دارای میانگین $13/873$ بوده و میانگین (میانه) درصد سهامداران نهادی حدود $73/82$ درصد می‌باشد. متغیر جریان نقد عملیاتی دارای میانگین $0/211$ بوده و با توجه به اینکه این مقدار بیش از میانه با مقدار $0/182$ است، می‌توان استنباط نمود اکثر شرکت‌های نمونه جریان نقد بالایی دارند. متغیر اهرم مالی با مقدار $0/536$ حاکی از آن است که بدهی شرکت‌های نمونه به دارایی آن‌ها بیش از پنجاه درصد است. بازده دارایی‌ها با میانگین $0/155$ حاکی از آن است که سود خالص شرکت‌ها در مشاهدات نمونه حدود $15/5$ درصد از مجموع دارایی‌ها را تشکیل داده و متغیر زیانکاهی نیز با میانگین $0/011$ نشان از آن دارد که حدود ۱ درصد از مشاهدات زیان‌ده هستند. همچنین، ارزش بازار حقوق صاحبان سهام به ارزش دفتری نیز دارای میانگین $2/739$ بوده و نرخ رشد فروش سالیانه نیز با میانگین $0/184$ مقدار مثبتی را نشان می‌دهد.

تکاه (۱): آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

نام متغیر	نماد متغیر	میانگین	میانه	انحراف معیار	کمینه	بیشینه
شاخص خوانایی	fog	۱۵/۱۹۷	۱۵/۳۳۵	۲/۰۳۵	۹/۹۸۵	۲۰/۹۴۰
مسئولیت اجتماعی	CSR	۰/۲۷۶	۰/۲۸۲	۰/۰۹۱	۰/۰۵۱	۰/۵۱۳
اندازه شرکت	Fsize	۱۳/۸۷۳	۱۳/۷۶۷	۱/۵۴۱	۱۰/۲۲۷	۱۹/۱۰۶
سهامداران نهادی	inst	۷۳/۶۴۶	۸۲/۲۲۰	۲۴/۴۸۲	۰/۰۰۰	۹۸/۱۰۰
جریان نقد عملیاتی	cfa	۰/۲۱۱	۰/۱۸۲	۰/۱۵۳	-۰/۰۶۲	۰/۷۷۵
اهرم مالی	LEV	۰/۵۳۶	۰/۵۵۲	۰/۱۸۱	۰/۰۱۳	۰/۸۷۲
بازده دارایی‌ها	ROA	۰/۱۵۵	۰/۱۳۲	۰/۱۱۹	-۰/۰۶۸	۰/۷۹۳
سود سهام به ارزش دفتری دارایی	DVPA	۰/۰۶۰	۰/۰۴۳	۰/۰۶۲	۰/۰۰۰	۰/۳۶۰
زیان دهی	loss	۰/۰۱۱	۰/۰۰۰	۰/۱۰۴	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰
ارزش بازار به دفتری	MTB	۲/۷۳۹	۲/۴۱۱	۱/۴۴۸	۰/۴۲۵	۶/۹۹۸
رشد فروش	SGR	۰/۱۸۴	۰/۱۷۸	۰/۲۹۹	-۰/۹۶۵	۰/۹۹۶
سن شرکت	FAGE	۱/۲۶۸	۱/۲۷۹	۰/۲۸۸	۰/۳۰۱	۱/۷۵۶
تعداد شرکت فرعی	Inseg	۰/۱۹۰	۰/۰۰۰	۰/۳۲۶	۰/۰۰۰	۱/۲۰۴

ضریب همبستگی

نگاره (۲) ضریب همبستگی بین متغیرهای پژوهش را در سطح خطای ۱ درصد و ۵ درصد نشان می‌دهد. به منظور بررسی ارتباط متغیرهای پژوهش به صورت جداگانه و تک به تک از ضریب همبستگی استفاده می‌شود و هر چه میزان ضریب همبستگی بین متغیرها بالاتر باشد، نتایج رگرسیونی بهتری حاصل خواهد شد. باید توجه داشت که ارتباط اصلی بین متغیرهای پژوهش در مدل‌های رگرسیونی بررسی می‌گردد و تأثیر تمامی عوامل باید در نظر گرفته شود. با توجه به نتایج ارائه شده مشهود است که بین شاخص فاگک (معیار خوانایی) و متغیر مسئولیت اجتماعی که به ترتیب متغیرهای وابسته و مستقل اصلی پژوهش را تشکیل می‌دهند، ارتباط مثبت و معناداری در سطح خطای ۵ درصد وجود دارد (ضریب همبستگی ۰/۸۰۳ می‌باشد). به عبارتی، افزایش مسئولیت اجتماعی شرکت با افزایش شاخص فاگک (کاهش خوانایی) در یک راستا بوده و ارتباط معکوس است.

نگاره (۲): ضریب همبستگی متغیرهای پژوهش

متغیر	fog	CSR	FSIZE	inst	cfa	LEV	ROA	DVPA	loss	MTB	SGR	FAGE	Inseg
fog	۱	۰/۸۰۳**	۰/۲۵۲**	۰/۲۱۹**	۰/۲۸۱**	-۰/۲۲۶**	۰/۲۷۰**	۰/۲۷۴**	-۰/۰۵۳	-۰/۰۱۷	۰/۰۷۹	-۰/۰۸۰	۰/۰۵۹
CSR	۰/۱۴۲	۱	۰/۱۳۳	-۰/۱۴۱	۰/۱۲۸	-۰/۰۹۴	۰/۱۰۸	۰/۱۱۷	۰/۱۸۴*	۰/۰۰۰	-۰/۰۹۸	۰/۳۰۸**	-۰/۰۵۴
FSIZE	۰/۲۵۲**	۰/۲۲۹**	۱	۰/۳۰۵**	-۰/۰۵۹	۰/۱۰۴	-۰/۰۳۸	-۰/۰۷۹	-۰/۰۵۴	-۰/۱۱۱	-۰/۰۰۷	-۰/۲۵۳**	۰/۴۶۵**
inst	۰/۲۱۹**	۰/۱۳۶	۰/۳۰۵**	۱	۰/۰۴۹	۰/۱۹۰**	۰/۱۰۵	۰/۱۰۵	-۰/۰۵۰	۰/۱۱۸	۰/۱۵۹*	-۰/۲۸۱**	۰/۱۵۶*
cfa	۰/۲۸۱**	۰/۳۳۶**	-۰/۰۵۹	۰/۰۴۹	۱	-۰/۵۸۴**	۰/۸۴۸**	۰/۸۳۶**	-۰/۱۸۲*	-۰/۱۸۲*	۰/۲۴۲**	۰/۲۸۷**	-۰/۱۵۳*
LEV	-۰/۲۲۶**	۰/۳۵۵**	۰/۱۰۴	۰/۱۹۰**	-	۱	-۰/۵۴۲**	-۰/۴۰۰**	۰/۰۲۱	۰/۰۷۱	۰/۰۷۴	-۰/۱۷۶*	-۰/۰۵۶
ROA	۰/۲۷۰**	۰/۲۷۴**	-۰/۰۳۸	۰/۱۰۵	۰/۸۴۸**	-۰/۵۴۲**	۱	۰/۵۵۸**	-۰/۱۸۹*	۰/۱۸۱*	۰/۳۳۳**	۰/۰۳۹	-۰/۱۰۰
DVPA	۰/۲۷۴**	۰/۲۶۶**	-۰/۰۷۹	-۰/۰۵۰	۰/۸۳۶**	-۰/۴۰۰**	۰/۵۵۸**	۱	۰/۰۹۷	۰/۱۶۶*	۰/۰۸۱	۰/۰۳۶	-۰/۱۷۷*
loss	-۰/۰۵۳	-۰/۱۱۸	-۰/۰۵۴	-۰/۱۱۸	-۰/۱۸۲*	۰/۰۲۱	-۰/۱۸۹*	-۰/۰۹۷	۱	-۰/۰۵۲	-۰/۱۶۷*	۰/۰۹۴	-۰/۰۶۱
MTB	-۰/۰۱۷	-۰/۰۴۴	-۰/۱۱۱	-۰/۱۱۱	۰/۱۵۹*	۰/۲۴۲**	۰/۰۷۱	۰/۱۶۶*	۰/۰۵۲	۱	۰/۳۱۵**	-۰/۱۳۵	-۰/۲۲۸**
SGR	۰/۰۷۹	۰/۰۶۸	-۰/۰۰۷	۰/۰۶۸	۰/۱۱۱	۰/۲۸۷**	۰/۰۷۴	۰/۳۳۳**	۰/۰۸۱	۰/۱۶۷*	۱	-۰/۰۹۱	-۰/۲۰۴**
FAGE	-۰/۰۸۰	-۰/۰۰۱	-۰/۲۵۳**	-۰/۲۸۱**	۰/۰۴۸	-۰/۱۷۶*	۰/۰۳۹	۰/۰۳۶	۰/۰۹۴	۰/۱۳۵	-۰/۰۹۱	۱	۰/۰۴۶
Inseg	۰/۰۵۹	۰/۰۰۶	۰/۴۶۵**	۰/۱۵۶*	-۰/۱۵۳*	-۰/۰۵۶	-۰/۱۰۰	-۰/۱۷۷*	-۰/۰۶۱	-۰/۲۲۸**	-	۰/۰۴۶	۱

*همبستگی در سطح خطای ۵ درصد

**همبستگی در سطح خطای ۱ درصد

این نتیجه می‌تواند با این تفسیر همراه باشد که مدیران از طریق سخت‌تر نمودن متون صورت‌های مالی اقدام به کاهش شفافیت افشا و پنهان نمودن اطلاعات معکوس از ذینفعان کرده‌اند. همچنین، از بین متغیرهای کنترلی نیز اکثریت موارد با متغیر وابسته دارای ارتباط معنادار بوده و مؤید داشتن مدل رگرسیونی مناسب برای بررسی دقیق‌تر و آزمون فرضیه است. همچنین، بین متغیرهای کنترلی نیز به‌طور کلی ارتباط معناداری مشهود می‌باشد.

برآورد مدل اصلی پژوهش

همان‌طور که در بخش مبانی نظری و روش‌شناسی پژوهش ذکر شد، هدف پژوهش بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و خوانایی صورت‌های مالی است. در این قسمت، نتایج حاصل از آزمون فرضیه اصلی پژوهش در نگاره (۳) ارائه شده است.

به‌منظور آزمون فرضیه اصلی، نخست به پیش‌فرض‌های برازش مدل پرداخته می‌شود. مشاهده می‌شود مقدار معناداری آزمون چاو برای بررسی برازش مدل به صورت پنل (فرض مقابل) در برابر برازش مدل با اثرات تلفیقی یا همان رگرسیون معمولی (فرض صفر)، $0/932$ بوده و این مقدار بالای ۵ درصد است؛ بنابراین، مدل به صورت رگرسیون معمولی (و با کنترل اثرات سال و صنعت) برازش می‌گردد. از سویی، مقدار معناداری آماره فیشر نیز $0/000$ بوده و با توجه به اینکه این مقدار زیر خطای ۵ درصد است، مدل به صورت خطی و مناسب برازش شده است. همچنین، ضریب تعیین تعدیل شده نیز $0/196$ بوده و حدود ۲۰ درصد از متغیر وابسته توسط متغیرهای سمت راست معادله تبیین شده است. لازم به ذکر است که به دلیل کیفی بودن متغیر وابسته، این سطح از تبیین، در پژوهش‌های خوانایی مقدار قابل ملاحظه‌ای محسوب می‌شود. همچنین، آماره دوربین واتسون با مقدار $1/637$ و قرارگیری بین بازه $1/5$ الی $2/5$ حاکی از آن است که بین جملات خطای مدل خودهمبستگی وجود ندارد.

اما در تحلیل‌های اصلی، مشاهده می‌شود که ضریب متغیر مسئولیت اجتماعی $2/181$ و مقدار آماره تی $2/085$ می‌باشد. با توجه به اینکه معناداری آماره تی نیز $0/039$ بوده و زیر خطای ۵ درصد است، فرضیه اول تأیید گردیده و بین مسئولیت اجتماعی شرکت و شاخص فاگ، ارتباط معناداری وجود دارد. به عبارتی، شرکت‌های دارای مسئولیت اجتماعی بالاتر، صورت‌های مالی دشوارتری را افشا نموده و خوانایی آن‌ها پایین‌تر است. همان‌طور که در

بخش‌های پیشین نیز اشاره شد، این نتایج مطابق با دیدگاه تئوری نمایندگی بوده و بر این اساس، مدیران این شرکت‌ها اقدام به فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی در جهت منافع خود می‌نمایند. در نتیجه، مدیران منفعت طلب ممکن است با پیچیده جلوه دادن عملکرد واقعی شرکت از طریق دست کاری خوانایی صورت‌های مالی به این عمل پردازند (مرکل دیویس و همکاران، ۲۰۰۷).

در مورد سایر متغیرهای کنترلی نیز مشاهده می‌شود که ارتباط معناداری بین تمامی آن‌ها (به غیر از زیان دهی و عمر شرکت) با شاخص فاگ برقرار بوده و تبیین مناسبی از متغیر وابسته داشته‌اند. به طور مثال، ارتباط مثبت و معنادار اندازه شرکت با شاخص فاگ (با ضریب ۰/۳۳۰ و معناداری ۰/۰۰۰) حاکی از آن است که شرکت‌های بزرگتر صورت‌های مالی‌ای با خوانایی دشوارتر دارند و عملیات خود را پیچیده‌تر نشان می‌دهند.

تکراه (۳): نتایج برازش مدل اصلی پژوهش (متغیر وابسته: شاخص خوانایی)

متغیر	ضریب	انحراف معیار	آماره T	سطح معنی داری
C	۱۰/۴۱۴	۱/۳۶۵	۷/۶۲۸	۰/۰۰۰
مسئولیت اجتماعی	۲/۱۸۱	۱/۰۴۶	۲/۰۸۵	۰/۰۳۹
اندازه شرکت	۰/۳۳۰	۰/۰۷۷	۴/۲۸۲	۰/۰۰۰
سهامداران نهادی	۰/۰۱۸	۰/۰۰۴	۳/۹۳۹	۰/۰۰۰
جریان نقد عملیاتی	-۶/۳۳۹	۱/۶۱۶	-۳/۹۲۲	۰/۰۰۰
اهرم مالی	-۲/۷۸۷	۰/۶۱۶	-۴/۵۲۶	۰/۰۰۰
بازده دارایی‌ها	۳/۵۵۸	۰/۱۴۷	۲۴/۲۶۷	۰/۰۰۰
سود سهام به ارزش دفتری دارایی	۴/۷۱۷	۱/۹۶۰	۷/۵۱۱	۰/۰۰۰
زیان دهی	-۰/۳۸۳	۰/۳۳۷	-۱/۱۳۷	۰/۲۵۷
ارزش بازار به دفتری	-۰/۱۱۲	۰/۰۴۸	-۲/۳۴۱	۰/۰۲۰
رشد فروش	۰/۷۸۶	۰/۳۱۱	۲/۵۲۸	۰/۰۱۲
سن شرکت	-۰/۰۵۵	۰/۴۱۲	-۰/۱۳۲	۰/۸۹۵
تعداد شرکت فرعی	-۰/۴۱۵	۰/۱۵۹	-۲/۶۱۴	۰/۰۱۰
کنترل صنعت			کنترل شد	
کنترل سال			کنترل شد	
تعداد مشاهدات	۳۵۰		ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۱۹۶
آماره فیشر (معناداری)	(۰/۰۰۰) ۴/۷۶۱		آماره آدورین-واتسون	۱/۶۳۷
ضریب تعیین	۰/۲۴۹		آماره (معنی داری) آزمون چاو	(۰/۹۳۲) ۰/۲۶۴

تحلیل‌های اضافی

برآزش مدل با استفاده از رگرسیون لجستیک

در این قسمت از پژوهش، با استفاده از میانه متغیر فاک، اقدام به صفر و یک کردن این متغیر نموده، به طوری که مقادیر صفر حاکی از خوانایی بیش‌تر و مقادیر یک حاکی از خوانایی کم‌تر می‌باشند. در ادامه نیز با استفاده از رگرسیون لجستیک، به آزمون فرضیه اصلی پژوهش پرداخته شده است.

تگاره (۴): نتایج برآزش مدل اصلی پژوهش (متغیر وابسته: شاخص مجازی فاک)

متغیر	ضریب	انحراف معیار	آماره Z	سطح معنی‌داری
C	-۰/۶۰۱	۰/۳۸۰	-۱/۵۸۲	۰/۱۱۶
مسئولیت اجتماعی	۲/۱۲۶	۱/۰۲۹	۲/۰۶۶	۰/۰۴۱
اندازه شرکت	۰/۰۹۶	۰/۰۲۲	۴/۴۱۱	۰/۰۰۰
سهامداران نهادی	۰/۰۰۴	۰/۰۰۱	۲/۵۲۵	۰/۰۱۳
جریان نقد عملیاتی	-۰/۹۹۴	۰/۵۴۴	-۱/۸۲۶	۰/۰۷۰
اهرم مالی	-۱/۱۰۱	۰/۲۰۱	-۵/۴۶۲	۰/۰۰۰
بازده دارایی‌ها	۰/۷۲۰	۰/۱۷۸	۴/۰۳۶	۰/۰۰۰
سود سهام به ارزش دفتری دارایی	۲/۰۷۵	۰/۸۱۴	۲/۵۴۹	۰/۰۱۲
زیان دهی	-۰/۴۴۵	۰/۰۷۱	-۶/۲۶۳	۰/۰۰۰
ارزش بازار به دفتری	-۰/۰۲۶	۰/۰۱۵	-۱/۸۰۸	۰/۰۷۲
رشد فروش	۰/۱۳۱	۰/۰۸۵	۱/۵۴۹	۰/۱۲۳
سن شرکت	۰/۰۸۹	۰/۰۹۱	۰/۹۸۴	۰/۳۲۶
تعداد شرکت فرعی	-۰/۲۷۰	۰/۰۸۳	-۳/۲۶۱	۰/۰۰۱
کنترل صنعت			کنترل شد	
کنترل سال			کنترل شد	
تعداد مشاهدات			۳۵۰	
آماره درست‌نمایی (معناداری)			۶۲/۱۵۹ (۰/۰۰۰)	
ضریب تعیین مک‌فادن			۰/۵۶۲	
آماره (معنی‌داری) آزمون چاو			۰/۲۲۷ (۰/۹۵۰)	

همچون آزمون فرضیه اصلی، نخست به پیش فرض‌های برازش مدل پرداخته می‌شود. مقدار معناداری آزمون چاو ۰/۹۵۰ بوده و بالای ۵ درصد است و مدل به صورت رگرسیون لجستیک تلفیقی برازش می‌گردد. مقدار معناداری آماره درستنمایی (معادل آماره فیشر در رگرسیون معمولی) نیز ۰/۰۰۰ بوده و مدل برازش خطی مناسبی دارد. همچنین، ضریب تعیین مک‌فادن نیز ۰/۵۶۲ می‌باشد.

در مورد متغیر مستقل مسئولیت اجتماعی نیز مشخص است که ضریب آن ۲/۱۲۶ و مقدار آماره تی ۲/۰۶۶ بوده و دارای معناداری ۰/۰۴۱ می‌باشد. با این وصف، ارتباط معناداری بین مسئولیت اجتماعی شرکت و شاخص فاگ وجود دارد و این یافته‌ها نیز مؤید یافته‌های فرضیه اصلی به روش رگرسیون معمولی می‌باشد.

آزمون مقایسه میانگین میزان مسئولیت اجتماعی در شرکت‌هایی با خوانایی متفاوت

در این قسمت، با استفاده از آزمون مقایسه میانگین در جوامع مستقل، اقدام به بررسی تفاوت میانگین نمره مسئولیت اجتماعی در شرکت‌هایی با خوانایی بالا و پایین شده است.

همان‌طور که مشاهده می‌شود میانگین مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های دارای شاخص فاگ بالا (خوانایی پایین) ۰/۲۸۸ و در شرکت‌های دارای شاخص فاگ پایین (خوانایی بالا) ۰/۲۶۲ بوده و با یکدیگر متفاوت هستند؛ اما به‌منظور بررسی بیش‌تر باید از آمار استنباطی بهره جست؛ بنابراین، از آزمون جوامع مستقل استفاده می‌شود که نتایج آن در نگاره (۵) گزارش شده است.

مشاهده می‌شود مقدار معناداری آماره فیشر برای برابری واریانس‌ها ۱/۸۴۲ بوده، بنابراین فرض مقابل مبنی بر آزمون مقایسه میانگین‌ها با فرض نابرابری واریانس‌ها رد شده و فرض صفر (آزمون فرضیه با فرض برابری واریانس‌ها) پذیرفته می‌شود، بنابراین از اطلاعات سطر اول برای آزمون مقایسه میانگین‌ها استفاده می‌شود. با توجه به مقدار آماره تی که معادل ۱/۹۳۷- بوده و همچنین دارای معناداری ۰/۰۵۴ است، می‌توان این‌گونه تشریح نمود که در سطح خطای ده درصد و به‌طور کلی، میانگین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تفاوت معناداری در شرکت‌هایی با خوانایی بالا و پایین دارند.

نگاره (۵): میزان مسئولیت اجتماعی شرکت

معناداری		آماره فیشر		آزمون لوین برای برابری واریانس‌های جوامع
۰/۱۷۶		۱/۸۴۲		
حد پایین	حد بالا	معناداری	آماره تی	آزمون مقایسه میانگین‌ها
-۰/۰۵۲	۰/۰۰۰	۰/۰۵۴	-۱/۹۳۷	با فرض برابری واریانس‌ها
-۰/۰۵۳	۰/۰۰۱	۰/۰۵۷	-۱/۹۱۵	با فرض نابرابری واریانس‌ها
شاخص فاگک پایین (۰/۲۶۲)		شاخص فاگک بالا (۰/۲۸۸)		میانگین مسئولیت اجتماعی

نتیجه‌گیری

در این مطالعه به بررسی ارتباط بین مسئولیت اجتماعی و پیچیدگی افشا با استفاده از خوانایی صورت‌های مالی پرداخته و با استفاده از دو تئوری رقیب، اقدام به آزمون تجربی این فرضیه شد. نخست، طبق فرضیه شفافیت در افشا و تئوری ذینفعان پیش‌بینی شد شرکت‌هایی که مسئولیت اجتماعی بالاتری دارند، شفافیت بیشتری در افشا خواهند داشت، چرا که این شفافیت در افشا، انعکاسی از رعایت رفتارهای مسئولیت‌پذیر و تعهد به استانداردهای اخلاقی است (کیم و همکاران، ۲۰۱۱؛ لی، ۲۰۱۷). در مقابل، فرضیه افشای فرصت‌طلبانه و تئوری نمایندگی مطرح گردید که طبق آن مدیران ممکن است فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی را در جهت منافع خویش بکار برده و به‌عنوان یک استراتژی تدافعی در مقابل سهامداران و سایر ذینفعان استفاده نمایند (سوروکا و تریبو، ۲۰۰۸). با این وصف، در این پژوهش با تمرکز بر شاخص خوانایی به‌عنوان شاخصی برای شفافیت افشای شرکت‌ها، نشان داده شد که بین مسئولیت اجتماعی شرکت و پیچیدگی افشا (شاخص فاگک یا همان معیار سنجش خوانایی) ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد که این یافته، مطابق با دیدگاه تئوری نمایندگی مطرح شده در ابتدای بحث است. علاوه بر این، در بخش تحلیل حساسیت نیز آزمون‌هایی در جهت تثبیت یافته‌های پیشین انجام گردید.

به‌طور کلی می‌توان اذعان داشت شرکت‌هایی که مسئولیت اجتماعی را بیشتر و بهتر ایفا می‌نمایند، صورت‌های مالی دشوارتری را افشا نموده و خوانایی آن‌ها پایین‌تر است.

با بررسی نتایج تحقیقات گذشته، نتایج این پژوهش را می‌توان مشابه با نتایج پژوهش مرکل دیویس و برنن (۲۰۰۷) بوده که نشان دادند مدیران فرصت‌طلب ممکن است سهولت در

خوانایی این گزارش‌ها را دست‌کاری نموده و به‌صورت عمدی، باعث پیچیده جلوه دادن عملکرد شرکت کردند و از این طریق، در جهت منافع خود گام بردارند. همچنین، مشابه با نتایج پژوهش آجینا و همکاران (۲۰۱۶) و صـ.ـنفری گرایدـ.سی و همکـ.اران (۱۳۹۶) بوده که نشان دادند رابطه منفی بین مدیریت سود با خوانایی گزارشگری مالی شرکت‌ها وجود داشته و رویکرد مدیران در مدیریت سود، فرصت‌طلبانه است.

از طرفی نتایج پژوهش حاضر با نتایج پژوهش لو و همکاران (۲۰۱۷) مخالف است که نشان دادند مدیران از طریق افشاهای متنی اقدام به توضیحات لازم و شفاف برای سرمایه‌گذاران نموده و از آن‌ها برای کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بین خود و ذینفعان استفاده کرده‌اند در حالی که در این پژوهش مشخص شد مدیران، در پی افزایش مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و پررنگ‌تر نمودن آن در جهت منافع خود بوده و با پیچیده جلوه دادن عملکرد واقعی شرکت از طریق دست‌کاری خوانایی صورت‌های مالی به این عمل می‌پردازند. همچنین، نتایج پژوهش گلب و استراوژ (۲۰۰۱) نشان داد از مدیران شرکت‌های دارای مسئولیت اجتماعی بالاتر افشاهایی با پیچیدگی کم‌تر ارائه می‌نمایند و نتایج این پژوهش مخالف با نتایج پژوهش کنونی می‌باشد. به‌طور کلی نتایج این پژوهش در تضاد با نتایج پژوهش‌های اخیر مانند حسن (۲۰۱۷)، ارتوگول و همکاران (۲۰۱۷) و بونسال و میلر (۲۰۱۷) می‌باشد که به لحاظ مفهومی نشان دادند شرکت‌های دارای مدیران توانمند، گزارش‌های مالی خواناتری منتشر می‌کنند.

یافته‌های این پژوهش می‌تواند کمک شایانی به توسعه ادبیات پیشین پژوهش نماید و با بررسی ارتباط بین مسئولیت اجتماعی و خوانایی صورت‌های مالی برای استفاده‌کنندگان صورت‌های مالی و قانون‌گذاران بازار سهام مفید باشد. همچنین به سازمان بورس اوراق بهادار پیشنهاد می‌شود که با ایجاد و تقویت راه‌کارهایی جهت افزایش خوانایی گزارشگری مالی شرکت‌ها، در راستای محدود ساختن رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیران گام برداشته و نظارت بیش‌تری بر گزارش‌های مالی شرکت‌ها داشته باشد. به سرمایه‌گذاران و تحلیل‌گران مالی نیز پیشنهاد می‌شود تا در تجزیه و تحلیل اطلاعات، رابطه میان مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و خوانایی گزارش‌های مالی را در مدل‌های تصمیم‌گیری خود مدنظر قرار دهند و توجه داشته باشند که احتمال بروز استفاده فرصت‌طلبانه از گزارشگری مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های دارای گزارش‌های دشوارتر بیش‌تر است. همچنین، پیشنهاد می‌شود که همچون معیارهایی

مانند نقدینگی و کیفیت افشا، رتبه‌بندی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها توسط سازمان بورس اوراق بهادار صورت پذیرد.

با توجه به اینکه در حوزه داخل نیز پژوهشی در این حوزه انجام نشده است، می‌تواند حوزه‌های جدیدی را برای پژوهش ارائه نماید و پیشنهاد می‌شود که پژوهش‌های آتی به بررسی ارتباط بین خوانایی صورت‌های مالی با استفاده از شاخص‌های گوناگون اندازه‌گیری پرداخته و در حوزه‌هایی همچون ریسک سقوط قیمت سهام، هزینه‌های نمایندگی، استراتژی‌های راهبری شرکت و... کار نمایند.

منابع

- حساس یگانه، یحیی؛ برزگر، قدرت اله. (۱۳۹۳). مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و پارادایم تحقیقاتی آن در حرفه حسابداری. فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت، ۷(۳)، ۱۰۹-۱۳۳.
- دهمرد قلعه نو، محسن؛ یزدیفر، حسن؛ زارعی، حمید. (۱۳۹۹). تأثیر افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر ریسک حسابرسی. پژوهش‌های حسابرسی، ۱، ۳۰-۷.
- رهنمای رودپشتی، فریدون؛ نیکومرام، هاشم؛ نونهال نهر، علی اکبر. (۱۳۹۱). ارزیابی تأثیر رویکردهای قضائتی و شناختی زبان در گزارش‌های توضیحی حسابداری. بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۲(۲)، ۷۲-۴۷.
- سرهنگی، حجت؛ ابراهیمی، سعید؛ اله یاری ابهری، حمید. (۱۳۹۳). بررسی اثر پیچیدگی گزارشگری مالی بر رفتار معاملاتی سرمایه‌گذاران در بازار سرمایه ایران. بورس اوراق بهادار، ۷(۲۷)، ۷۸-۵۹.
- صفری گرایلی، مهدی؛ رضائی پسته نوئی، یاسر؛ نوروزی، محمد. (۱۳۹۶). مدیریت سود و خوانایی گزارشگری مالی: آزمون تجربی رویکرد فرصت طلبانه. دانش حسابرسی، ۱۷(۶۹)، ۲۱۷-۲۳۰.
- علی خانی، سمیرا. (۱۳۹۶). بررسی ارتباط بازده با سطح خوانایی گزارش‌های پیش‌بینی سود و گزارش‌های حسابرسی آن. راهنما: رضا حصارزاده، دانشگاه فردوسی مشهد - دانشکده علوم اقتصادی.

Ajina, A. , Laouiti, M. , Msolli, B. (2016). Guiding through the fog: Does annual report readability reveal earnings management?. *Research in International Business and Finance*, 38, 509-516.

Ali Khani, S. (2017). Investigating the relationship between return and readability of earnings forecast reports and their audit reports. Supervisor: Reza Hesarzadeh, Ferdowsi University of Mashhad - Faculty of Economics (In Persian).

- Beattie, V. , McInnes, W. , & Fearnley, S. (2004). Research Report. Through the eyes of management: Narrative reporting across three sectors. London, UK: Institute of Chartered Accountants in England and Wales.
- Bhaduri, S. N. , & Selarka, E. (2016). Corporate Governance and Corporate Social Responsibility of Indian Companies, CSR, Sustainability. *Ethics & Governance*, 14 (1) , 316-329.
- Biddle, G. , Hillary, G. , & Verdi, R. (2009). How does financial reporting quality relate to investment efficiency?. *Journal of Accounting and Economics*, 48, 112–131.
- Bonsall, S. B. , Miller, B. P. (2017). The impact of narrative disclosure readability on bond ratings and the cost of debt. *Review of Accounting Studies*, 22 (2) , 608-643.
- Botosan, C. (1997). Disclosure level and the cost of equity capital. *Accounting Review*, 72, 323–349.
- Bozzolan, S. , Fabrizi, M. , Mallinand, C. A. , & Michelon, G. (2015). Corporate Social Responsibility and earnings quality: International evidence. *The International Journal of Accounting*, 50 (4) , 361–396.
- Cai, J. , Liu, Y. , & Qian, Y. (2009). Vice or virtue? The impact of corporate social responsibility on executive compensation. *Journal of Business Ethics*, 104 (2) , 159–173.
- Cheung, A. W. , Hu, M. , & Schwiebert, J. (2016). Corporate social responsibility and dividend policy. *Accounting & Finance*. 8 (3) , 96-118.
- Chih, H. L. , Shen, C. H. , & Kang, F. C. (2008). Corporate social responsibility, investor protection, and earnings management: Some international evidence. *Journal of Business Ethics*, 79, 179–198.
- De Franco, G. , Hope, O. , Vyas, D. , Zhou, Y. (2015). Analyst report readability. *Contemporary Accounting Research*, 32, 76-104.
- Dehmardeh Ghaleh No, M. , Yazdifar, H. , Zarei, Hamid. (2020). The Impact of Social Responsibility Disclosure on Audit Risk. *Audit Research*, 1, 30-7 (In Persian).
- Deng, X. , Kang, J. K. , & Low, B. S. (2013). Corporate social responsibility and stakeholder value maximization: Evidence from mergers. *Journal of Financial Economics*, 110, 87–109.
- Dhaliwal, D. S. , Radhakrishnan, S. , Tsang, A. , & Yang, Y. G. (2012). Nonfinancial disclosure and analyst forecast accuracy: International evidence on corporate social responsibility disclosure. *Accounting Review*, 87 (3) , 723–759.
- Ertugrul, M. , Lei, J. , Qiu, J. , Wan, C. (2017). Annual report readability, tone ambiguity, and the cost of borrowing. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 52 (2) , 811-836.
- Fabrizi, M. , Mallin, C. , & Michelon, G. (2014). The Role of CEO's Personal Incentives in Driving Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 124 (2) , 311-326.
- Fang, Xiaohua. Yutao Li. , Baohua Xin, Wenjun Zhang. (2014). The effect of annual report readability on cost of debt. Canadian academic accounting association (CAAA). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2538251>.

- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston, MA: Pitman.
- Garcia Osma, B. , & Guillamon-Saorin, E. (2011). Corporate governance and impression management in annual results press releases. *Accounting, Organizations and Society*, 36, 187–208.
- Gelb, D. S. , & Strawser, J. A. (2001). Corporate social responsibility and financial disclosures: An alternative explanation for increased disclosure. *Journal of Business Ethics*, 33, 1–13.
- Guay, W. , Samuels, D. , & Taylor, D. (2016). Guiding through the fog: Financial statement complexity and voluntary disclosure. *Journal of Accounting and Economics*, 62 (2) , 234–269.
- Hasan, M. M. (2017). Managerial ability, annual report readability and disclosure tone (April 23, 2017). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2957135>.
- Hasani Alghar, M. , Marfou, M. (2017). The impact of managerial ability on dividend policy. *Journal of Empirical Researches in Accounting*, 6 (23) , 103-129 [In Persian].
- Hasani Alghar, M. , Sheri Anaghiz, S. (2017). Examination of the effects of the managerial ability on tax avoidance. *Journal of Accounting Knowledge*, 8 (28) , 107-134 [In Persian].
- Hasas Yeganeh, Y. , Barzegar, Gh. (2014). Theoretical foundations of corporate social responsibility and its research paradigm in the accounting profession. *Journal of Management Accounting*, 7 (3) , 133-109 (In Persian).
- Healy, P. M. , & Palepu, K. G. (2001). Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: A review of the empirical disclosure literature. *Journal of Accounting and Economics*, 31 (1–3) , 405–440.
- Hoi, C. K. , Wu, Q. , & Zhang, H. (2013). Is corporate social responsibility (CSR) associated with tax avoidance? Evidence from irresponsible CSR activities. *Accounting Review*, 88 (6) , 2025–2059.
- Jensen, M. C. (2001). Value maximization, stakeholder theory, and the corporate objective function. *Journal of Applied Corporate Finance*, 14, 8–21.
- Kim, I. , & Venkatachalam, M. (2011). Are sin stocks paying the price for accounting sins? *Journal of Accounting, Auditing and Finance*, 26 (2) , 415–442.
- Kim, Y. , Park, M. S. , & Wier, B. (2012). Is earnings quality associated with corporate social responsibility? *Accounting Review*, 87 (3) , 761–796.
- Lang, M. , Stice-Lawrence, L. (2015). Textual analysis and international financial reporting: Large sample evidence. *Journal of Accounting and Economics*, 60 (2) , 110-135.
- Lee, D. (2017). Corporate social responsibility and management forecast accuracy. *Journal of Business Ethics*, 140, 353–367.
- Lehavy, R. , Li, F. , Merkley, K. (2011). The effect of annual report readability on analyst following and the properties of their earnings forecasts. *Accounting Review*, 86 (3) , 1087–1115.
- Li, F. (2008). Annual report readability, current earnings, and earnings persistence. *Journal of Accounting and Economics*, 45 (2) , 221-247.
- Li, F. (2010). Textual analysis of corporate disclosures: A survey of the literature. *Journal of Accounting Literature*, 29, 143–165.

- Lo, K. , Ramos, F. , Rogo, R. (2017). Earnings management and annual report readability. *Journal of Accounting and Economics*, 63 (1) , 1-25.
- Loughran, T. , & McDonald, B. (2014). Regulation and financial disclosure: The impact of plain English. *Journal of Regulatory Economics*, 45, 94–113.
- Loughran, T. , & McDonald, B. (2016). Textual analysis in accounting and finance: A survey. *Journal of Accounting Research*, 54 (4) , 1187–1230.
- Lundholm, R. , Rogo, R. , & Zhang, Z. (2014). Restoring the Tower of Babel: How foreign firms communicate with US investors. *Accounting Review*, 89, 1453–1485.
- Margolis, J. D. , Elfenbein, H. A. , & Walsh, J. P. (2009). Does it pay to be good... and does it matter? A meta-analysis of the relationship between corporate social and financial performance. Working paper available on the Social Science Research Network. Retrieved from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1866371
- McWilliams, A. , Siegel, D. , & Wright, P. M. (2006). Corporate social responsibility: Strategic implications. *Journal of Management Studies*, 43 (1) , 1–18.
- Merkel-Davies, D. M. , & Brennan, N. M. (2007). Discretionary disclosure strategies in corporate narratives: Incremental information or impression management?. *Journal of Accounting Literature*, 27, 116–196.
- Miller, B. (2010). The effects of reporting complexity on small and large investor trading. *Accounting Review*, 85, 2107-2143.
- Orlitzky, M. , Schmidt, F. L. , & Rynes, S. L. (2003). Corporate social and financial performance: A meta analysis. *Organization Studies*, 24 (3) , 403–441.
- Razek, M. A. (2014). The association between corporate social responsibility disclosure and corporate governance: a survey of Egypt. *Research Journal of Finance and Accounting*, 5 (1) , 93-98.
- Roodpashti Rahnamai, F. , Nicomram, H. , Nonhal Nahr, A. A. (2012). Evaluating the effect of judgmental and cognitive approaches to language in explanatory accounting reports. *Accounting and Auditing Reviews*, 2 (2) , 47-72 (In Persian).
- Safari Gerayli, M. , Rezaei Pitenoei, Y. , Norouzi, M. (2017). Earnings management and financial reporting readability: An empirical test of the opportunistic approach. *Journal of Audit science*, Accepted Manuscript. [In Persian].
- Safari Graili, M. , Rezaei Pite Noei, Y. , Norouzi, M. (2017). Profit and Readability Management Financial Reporting: An Empirical Test of the Opportunistic Approach. *Auditing Knowledge*, 17, 230-217 (In Persian).
- Sarhangi, H. , Ebrahimi, S. , Allah Yari Abhari, H. (2014). Investigating the effect of financial reporting complexity on investors' trading behavior in the Iranian capital market. *Stock Exchange*, 17 (69) , 59-78 (In Persian).
- Surroca, J. , & Tribó, J. (2008). Managerial entrenchment and corporate social performance. *Journal of Business Finance and Accounting*, 35 (5) , 748–789.
- Surroca, J. , Tribó, J. A. , & Waddock, S. (2010). Corporate responsibility and financial performance: The role of intangible resources. *Strategic Management Journal*, 31 (5) , 463–490.

Wang, Q. , Dou, J. , & Jia, S. (2016). A meta-analytic review of corporate social responsibility and corporate financial performance: The moderating effect of contextual factors. *Business and Society*, 55 (8) , 1083–1121.