

تأثیر استقلال هیات مدیره بر کیفیت افشای اطلاعات اجتماعی در گزارش‌های سالانه

مهدي حیدری

کارشناس ارشد حسابداری، واحد الکترونیک، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
Mehdi_che1360@yahoo.com

رضیه علی خانی

استادیار گروه حسابداری، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران (نویسنده مسئول)
Alikhani_r2@yahoo.com

مهدي مران جوری

دکتری گروه حسابداری، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران
Mehdi_maranjory@iauc.ac.ir

تاریخ دریافت: ۹۶/۰۷/۱۸ تاریخ پذیرش: ۹۶/۰۹/۱۱

چکیده

امروزه کمتر کسی می‌تواند اهمیت شفافیت گزارشگری مالی را نادیده بگیرد، زیرا سهامداران و اعتباردهندگان تصمیمات با اهمیت سرمایه‌گذاری خود را بر اساس اطلاعات مالی شرکت‌ها می‌گیرند. افشای مناسب همراه با شفافیت گزارشگری مالی می‌تواند شرایط مطمئنی را ایجاد کرده و اعتماد سرمایه‌گذاران را ارتقا دهد. هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر استقلال هیات مدیره بر کیفیت افشای اطلاعات اجتماعی در گزارش‌های سالانه است. در پژوهش حاضر تأثیر نسبت مدیران غیرموظف، اندازه هیات مدیره و تعداد جلسات هیات مدیره بر کیفیت افشای اطلاعات اجتماعی در گزارش‌های سالانه در بازه زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۴ مورد بررسی قرار گرفت. جامعه آماری نیز شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از روش رگرسیون چند متغیره بوسیله نرم افزار ایویوز استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان داد نسبت مدیران غیرموظف و اندازه هیات مدیره بر کیفیت افشای اطلاعات اجتماعی تأثیر مثبت دارد، اما تعداد جلسات هیات مدیره بر کیفیت افشای اطلاعات اجتماعی در گزارش‌های سالانه، تأثیر ندارد.

واژه‌های کلیدی: گزارشگری مالی، مسئولیت اجتماعی، ویژگی‌های هیات مدیره.

۱- مقدمه

در وضعیتی که دنیا به سرعت به سمت جهانی شدن حرکت می‌کند، شرکت‌ها و سازمان‌ها دیگر نمی‌توانند به صرف فعالیت‌های اقتصادی و حداکثر کردن ارزش سهامداران، ارزش و اعتبار خود را در صحنه رقابت حفظ کنند. تغییرات صورت گرفته در انتظارات و باورهای عمومی طی دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ باعث شده که فعالیت شرکت‌ها از حوزه صرفاً اقتصادی فاصله بگیرد و سایر جوانب مورد انتظار افراد و جوامع را نیز در نظر داشته باشد. مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی از جمله مباحثی است که مورد توجه جوامع قرار گرفته است و شرکت‌ها برای حفظ موقعیت رقابتی خود در شرایط جهانی ملزم به رعایت آن می‌باشند. به دنبال میلیاردها دلار سرمایه‌گذاری صورت گرفته در سراسر دنیا که بطور صریح مسئولیت اجتماعی شرکتی را مورد توجه قرار می‌دهند و همچنین تقاضای ذینفعان به اطلاعات غیر مالی بیش از اطلاعات تجاری، نیاز به راهنمایی و دستورالعمل‌های صحیح، دقیق و روشن راجع به گزارشگری مسئولیت‌های اجتماعی روز به روز افزایش می‌یابد. این شکل از گزارشگری، امروزه جایگاه مهمی در حرفه حسابداری دارد و رفته رفته شیوه گزارشگری سنتی مبتنی بر معیارهای مالی در حال تغییر است. گزارشگری مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی به سهامداران و سایر ذینفعان، دیدگاهی واقع‌گرایانه‌تر از فعالیت‌ها و عملکرد واحد تجاری می‌دهد. چنین شفاف‌سازی‌هایی، تصمیمات سرمایه‌گذاری را تسهیل می‌کند و به طور گسترده‌تر به دولت و سایر ذینفعان اجازه می‌دهد تا اقدامات و همکاری‌های واحد تجاری را برای توسعه اقتصادی و اجتماعی بسنجند.

پژوهش‌های انجام شده در سال‌های اخیر منجر به انتقاد از چارچوب گزارشگری مالی سنتی و توانایی آن برای فراهم کردن صورت کاملی از فعالیت‌های شرکت و ادای پاسخگویی آن شده است (گوتری و بودکر، ۲۰۰۶). تقاضای روز افزون ذینفعان از شرکت‌ها برای پذیرش مسئولیت‌های اجتماعی، شرکت‌ها را به درگیر شدن در مسئولیت‌های زیست محیطی و اجتماعی تشویق کرده است. منظور از مسئولیت‌های اجتماعی سازمان، پیوستگی و اتحاد میان فعالیت‌ها و ارزش‌های سازمان به گونه‌ای است که منافع تمام ذینفعان، شامل سهامداران، مشتریان، کارکنان، سرمایه‌گذاران و عموم جامعه، در سیاست و عملکرد سازمان منعکس شود (مران جوری و علی خانی، ۱۳۹۰: ۱۳۹۳). از سوی دیگر، صنعتی شدن در سراسر جهان سبب ایجاد مسئولیت‌های زیست محیطی و اجتماعی مهمی شده است که خواه ناخواه اثرات مالی و غیرمالی خاص خود را بر جای می‌گذارد. در اثر جهانی شدن، شرکت‌های واقع در

کشورهای در حال توسعه مایل به حرکت به سوی بازارهای جهانی هستند. از این رو به منظور مقبولیت در بازارهای جهانی، باید مسئولیت‌های زیست محیطی و اجتماعی انجام گرفته خود را به نمایش بگذارند. همچنین شرکت‌ها باید بدانند که گروه‌های مختلف جامعه، متقاضی اطلاعات پاسخگویی زیست محیطی و اجتماعی هستند. زیرا این اطلاعات در تصمیم‌گیری‌های آن‌ها نقش مهمی دارند (چو، ۲۰۰۷).

با افشای داده‌های حسابداری زیست محیطی و اجتماعی، بخش‌های مختلف جامعه می‌توانند موقعیت شرکت را در خصوص حفاظت از محیط زیست درک کنند و به بررسی چگونگی توجه سازمان به موضوع‌های زیست محیطی و اجتماعی بپردازند. در این وضعیت، حرفه حسابداری می‌تواند نقش بسزایی در شفاف‌سازی اثرات مالی و زیست محیطی فعالیت‌های اجتماعی در صورت‌های مالی یا پیوست‌های آن داشته باشد (علی خانی و مران جوری، ۱۳۹۳). بسیاری از کشورهای در حال توسعه، از قوانین و مقررات ویژه‌ای برای وادار کردن شرکت‌ها به رعایت مسائل محیط زیست و حقوق کارکنان و جامعه برخوردار نیستند و در عمل نمی‌توانند این شرکت‌ها را از آسیب‌رسانی به محیط زیست بازدارند. در چنین شرایطی، محرکه اصلی در رعایت مسئولیت اجتماعی، وجدان این شرکت‌ها و روحیه و تلقی‌های مدیران آن هاست (آدامز، ۲۰۰۲). افشای داوطلبانه، سازوکاری است که از بیرون کنترل می‌شود و می‌کوشد مشکلات بین سهامداران عضو (دارندگان اطلاعات نهایی) و غیر عضو را از طریق فراهم کردن اطلاعات مربوط به نتایج مالی و غیرمالی کاهش دهد. توجیه نظری افشای داوطلبانه بر مبنای مفروضاتی است و افشا همچون ابزاری در دست آن‌ها برای کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بین مدیران و سرمایه‌گذاران استفاده می‌شود (هسلدین و موریس، ۲۰۱۳). همچنین مدیران به منظور آگاه کردن سرمایه‌گذاران از توانایی مدیریت خود و اجتناب از ارزشیابی اشتباه از فعالیت‌ها و عملکردشان و همچنین کاهش هزینه‌های نظارت از سوی ذینفعان برون سازمانی، تمایل به افشای داوطلبانه دارند (یاتریدیس، ۲۰۱۳؛ انگ و مک، ۲۰۰۳). یافته‌های اغلب مطالعات گذشته نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاران به افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت نیازمندند؛ زیرا حاوی اطلاعاتی هستند که در تصمیم‌های سرمایه‌گذاری شان اثرگذار است. سرمایه‌گذاران نهادی وقتی در مورد حفظ یا انتقال سهامشان در یک شرکت معین تصمیم می‌گیرند، از افشای مسئولیت‌های اجتماعی همچون یک منبع اطلاعاتی مهم استفاده می‌کنند. بنابراین مدیران برای جذب سرمایه‌گذاران به شرکت‌ها، باید هنگام تهیه گزارش سالانه شرکت، به افشای فعالیت‌های

۲- مبانی نظری و مروری بر پیشینه پژوهش

سابقه مباحث پاسخگویی اجتماعی و محیطی به حدود سی سال قبل بر می‌گردد و یک مسأله اساسی در زمینه پژوهش‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها این است که هیچگونه تعریف و استاندارد جامع برای فراهم کردن یک چارچوب یا مدل برای جمع‌آوری، ساماندهی و تحلیل داده‌های شرکت‌ها وجود ندارد. نیاز به ایجاد یک چارچوب که بتواند به تبیین تعیین‌کننده‌ها، محرک‌ها و پیامدهای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها منجر گردد، یک دغدغه اصلی و مهم باقی مانده است. برای تبیین و توجیه چرایی افشاء خاص مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و توصیف چگونگی انجام آن توسط شرکت‌ها، یک چشم انداز تئوریک خاص باید تدوین شود. پیرینی (۲۰۰۶) اشاره دارد که یکی از پرسش‌های رایج در خصوص مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها این است که کدام تئوری باید به عنوان مبنای عمومی برای آن مدنظر قرار داده شود و در پاسخ بیان می‌دارد که مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها باید بر مبنای تئوری ذینفعان باشد.

تئوری‌های مختلف برای مفهومی سازی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و تکامل آن در ادبیات مطرح شده است که شامل تئوری اقتصاد سیاسی، تئوری مشروعیت و تئوری ذینفعان است. تئوری ذینفعان در ادبیات تجاری و جامعه در سال‌های اخیر بسیار مورد توجه بوده و نگرش ذینفعان به مسئولیت اجتماعی از بعد تئوری مورد تاکید قرار گرفته است. افزایش قابل ملاحظه علاقه‌مندی به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در سال‌های اخیر به وجود آمده و به عنوان یک موضوع مهم در پژوهش‌ها مورد توجه قرار گرفته است. این مقوله، نه تنها توجه پژوهشگران آکادمیک را به خود جلب نموده است، بلکه به عنوان یک مسیر هدف‌دار و ابزاری مفید برای بسیاری از سازمان‌ها تبدیل شده است.

موضوع افشای اطلاعات تنها محدود به قشر محدودی از استفاده‌کنندگان مالی نمی‌شود، بلکه این موضوع در برگیرنده طیف وسیعی از افراد جامعه از جمله مجامع حرفه‌ای، اعتبار دهندگان، دولت، سرمایه‌گذاران و سایر تصمیم‌گیرندگان مالی است. همچنین با توجه به رونق گرفتن بورس اوراق بهادار تهران، موضوع افشاء، طی سال‌های اخیر در کانون توجه مجامع حرفه‌ای، تدوین‌کنندگان استانداردها و صاحب نظران رشته حسابداری ایران بوده است. در این میان افشای داوطلبانه از اهمیت خاصی برخوردار می‌باشد چرا که می‌توان گفت افشای داوطلبانه پاسخ به چندین عامل از قبیل: تغییر در بازار سرمایه، تغییر در شرایط محیطی شرکت‌ها و یا جهانی شدن، می‌باشد (هیلی و پالپو، ۲۰۰۱).

مسئولیت اجتماعی شرکت همچون ابزاری موثر برای ارتباط با سرمایه‌گذاران نهادی نگاه کنند (صالح و همکاران، ۲۰۱۰). مطالعات قبلی مطرح کرده‌اند که افشای اطلاعات اجتماعی به طور مثبت با افزایش اهمیت اجتماعی توسط شرکت ارتباط دارد (چو و پاتن، ۲۰۰۷؛ پاتن، ۲۰۰۲). بدیهی است که یکی از مهمترین ابزارها برای فراهم آوردن مشروعیت شرکت استفاده از افشای اطلاعات شرکت و علی‌الخصوص گزارش‌دهی اجتماعی می‌باشد (پارکر، ۲۰۱۱). در نتیجه استدلال می‌شود که شرکت‌ها به طور عملی بایستی به طور مستمر مشروعیت خودشان با محیط فعالیت‌شان را تجدید کنند و این امر از طریق ارتباط موثر (به طور مثال از طریق افشای اطلاعات شرکت) قابل دستیابی می‌باشد. ارتباط ضعیف بین شرکت و سهامداران مهم می‌تواند عدم اطمینان بوجود آورد (ساچمن، ۱۹۹۵) و می‌تواند مانعی برای رسیدن به اهداف شرکت باشد (ببینگتون و همکاران، ۲۰۰۸). بنا بر گفته کلارسون (۱۹۹۵)، این به این دلیل است که جامعه به عنوان عضو مهمی از سیستم ذینفعان در نظر گرفته شده است که می‌تواند فعالیت‌های شرکت (برای مثال، از طریق کارشکنی یا عدم حمایت و پشتیبانی) را در صورت بر آورده نشدن انتظارات آن‌ها، مختل سازد. علاوه بر این، ببینگتون و همکاران (۲۰۰۸) تاکید می‌کنند که نادیده گرفتن انتظارات جامعه می‌تواند ریسک شهرت را برای شرکت به وجود آورد. ساچمن (۱۹۹۵) استدلال می‌کند که شرکت‌ها باید همواره مشروعیت اجتماعی شان را حفظ کنند و تهدیدهای آن را کاهش دهند. ایشان با تأکید بر اهمیت تعامل رایج بین شرکت و رایزنی کلی آن، خاطر نشان می‌سازد که "تعامل رایج و قوی خلق‌کننده معنای عمیقی است که می‌تواند مانع از ابقا، و ترمیم اختلال در روند درک افراد شود. شرکت بایستی مقبولیت اجتماعی‌اش را از طریق تعامل با جامعه‌ای که در آن کار می‌کند، تقویت کند (رامادان و مجدالانی، ۲۰۱۳). از این رو این تحقیق استدلال می‌کند که ترکیب هیأت مدیره مکانیزم مهمی را در تقویت افشای مشارکت اجتماعی شرکت فراهم می‌آورد و از این طریق تعاملات بین شرکت و محیط فعالیتش را بهبود می‌بخشد. با توجه به اهمیت نقش اعضای هیأت مدیره بر کیفیت افشای اجتماعی انجام پژوهشی در این زمینه ضروری به نظر می‌رسد. لذا سوال اصلی پژوهش حاضر این است که استقلال هیأت مدیره چه تاثیری بر کیفیت افشای اجتماعی در گزارش‌های سالانه دارد؟ براین اساس پژوهش پیش رو تلاش می‌کند تاثیر استقلال هیأت مدیره بر کیفیت افشای اطلاعات اجتماعی را که در گزارش‌های سالانه افشا می‌شود، ارزیابی کند.

مشروعیت در عمل دارای ارتباطات درونی و هم پوشانی هستند در حالی که تئوری نهادی/ سازمانی همچنین به عنوان بسط هردو تئوری ذینفعان و مشروعیت تلقی می گردد (حساس یگانه و برزگر، ۱۳۹۳).

یافته‌های اغلب مطالعات گذشته نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاران به افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت نیازمندند؛ زیرا حاوی اطلاعاتی هستند که در تصمیم‌های سرمایه‌گذاری‌شان اثرگذار است. سرمایه‌گذاران نهادی وقتی در مورد حفظ یا انتقال سهام‌شان در یک شرکت معین تصمیم می‌گیرند، از افشای مسئولیت‌های اجتماعی همچون یک منبع اطلاعاتی مهم استفاده می‌کنند. بنابراین مدیران برای جذب سرمایه‌گذاران به شرکت‌ها، باید هنگام تهیه گزارش سالانه شرکت، به افشای فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت همچون ابزار مؤثری برای ارتباط با سرمایه‌گذاران نهادی نگاه کنند (صالح و همکاران، ۲۰۱۰). همچنین مدیران غیر موظف نیز از طریق بهبود افشای اختیاری، شانس رفتار فرصت‌طلبانه را از سهامدار عمده سلب می‌کنند. مدیران غیر موظف که با مدیریت کمتر هم‌ترازند، ممکن است به منظور تضمین تجانس (توافق) بین فعالیت‌های سازمان و ارزش‌های اجتماعی یا کسب مشروعیت سازمانی، تمایل داشته باشند شرکت‌ها را به افشای اطلاعات بیشتری برای سرمایه‌گذاران تشویق کنند (انگ و مک، ۲۰۰۳). دلیل اینکه چرا شرکت‌ها اطلاعات را برای استفاده کنندگان انتشار می‌دهند، در تئوری‌های مختلف (از جمله تئوری‌های نمایندگی، تئوری ذینفعان و تئوری مشروعیت) متفاوت است. صرف نظر از تفاوت در جنبه‌های تئوری‌های مختلف بحث در زمینه افشا، همه این تئوری‌ها در اینکه شرکت‌ها اطلاعات را عموماً برای استفاده کنندگان سنتی (از قبیل؛ سهامداران، اعتبار دهندگان و تحلیل‌گران مالی و مشاوران مالی... برای دستیابی به اطلاعات مفید در تصمیم‌های سرمایه‌گذاری)، می‌خواهند، اتفاق نظر دارند (روف، ۲۰۱۱).

بر اساس تئوری نمایندگی می‌توان گفت شرکت‌ها برای کاهش تضاد بین مدیران و مالکان (سهامداران) دست به افشای اطلاعات می‌زنند و شرکت‌ها با افزایش افشای اطلاعات در شرکت، ارزش آن را افزایش می‌دهند (لوبو، ۲۰۰۱). به طور کلی، افشا در گزارش‌های سالانه شرکت از طریق بیانیه‌ها و یادداشت‌های همراه صورت‌های مالی انجام می‌شود. اگر چه ابزارهای زیادی برای افشای اطلاعات، مانند گزارش‌های موقت، نامه به سهامداران و گزارش کارمند و... توسط شرکت ارائه می‌شود، اما گزارش سالانه به عنوان منبع اصلی اطلاعات برای استفاده کنندگان گروه‌های مختلف در نظر گرفته می‌شود (هو و

پژوهش‌های اخیر در حوزه مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها با اتکاء بر نگرش تئوری مشروعیت و تئوری ذینفعان بوده است که هر دو ریشه‌شان در تئوری اقتصاد سیاسی است. در واقع، تئوری ذینفعان و تئوری مشروعیت هر دو نگرش‌هایی با هدف مشترک برای گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با چارچوب تئوری اقتصاد سیاسی هستند. تئوری اقتصاد سیاسی، تئوری مشروعیت و تئوری ذینفعان می‌تواند برای تبیین و درک گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها مورد استفاده قرار گیرد. رویکردهای هنجاری توصیف می‌کند که چگونه سازمان‌ها باید اطلاعات را افشا کنند و تئوری که می‌تواند به عنوان یک نگرش قالب در نظر گرفته شود، تئوری ذینفعان است و تئوری دیگر، تئوری مشروعیت است. این تئوری‌ها به عنوان چارچوب تئوریک برای رویکرد هنجاری به کار برده می‌شود. با نگرش تئوری مشروعیت، شرکت‌ها با درگیر شدن در مسئولیت اجتماعی، رعایت ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی برای جامعه مطلوب به نظر می‌رسند و می‌توانند در جامعه مشروعیت به دست آورند. در حالی که تئوری مشروعیت روی کل جامعه تمرکز دارد، تئوری ذینفعان روی گروه‌های خاص در جامعه تمرکز دارد (گری و همکاران، ۲۰۱۲؛ حساس یگانه و برزگر، ۱۳۹۳). تئوری مشروعیت و تئوری ذینفعان توسط بسیاری از پژوهشگران در سال‌های اخیر مورد پذیرش قرار گرفته است و هر دو تئوری به عنوان تئوری‌هایی برای توجیه نقش افشای اطلاعات در ارتباط بین سازمان‌ها، دولت، اشخاص و گروه‌های جامعه شناخته شده هستند. گری و همکاران (۱۹۹۶) پیشنهاد دادند که هر دو تئوری مشروعیت و تئوری ذینفعان از یک تئوری وسیع‌تر یعنی تئوری اقتصاد سیاسی تکامل یافته‌اند و این تئوری در واقع یک چارچوب اجتماعی، سیاسی و اقتصادی جا افتاده در زندگی بشر است و از این دیدگاه این عوامل باید در بررسی مسائل اقتصادی مد نظر و مورد توجه قرار گیرند (بونستوپل، ۲۰۱۱). با این وجود، بسیاری افراد آکادمیک مقوله مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را به عنوان یک حوزه توسعه نیافته در نظر می‌گیرند و اعتقاد بر این است که هر تئوری رویکرد خاصی دارد و یک تئوری عام پذیرفته شده برای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها وجود ندارد. پژوهش‌های بسیاری این سه تئوری را در این زمینه مورد آزمون قرار داده‌اند. تئوری‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به دنبال تبیین چرایی انتخاب شرکت‌ها برای درگیر شدن در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها هستند و تئوری ذینفعان و تئوری مشروعیت و تئوری سازمانی/نهادی از جمله رایج‌ترین این تئوری‌ها هستند (ذبیحی و سادات دریاباری، ۱۳۹۶). البته، تئوری ذینفعان و تئوری

اطلاعاتی و هزینه‌های نمایندگی در اطلاعات حسابداری گزارش شده افشا می‌کنند.

خان و همکاران (۲۰۱۲) به بررسی ارتباط بین حاکمیت شرکتی و میزان مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در اطلاعات افشا شده در گزارش‌های سالانه شرکت‌های بورس بنگلادش پرداختند. نتایج آن‌ها نشان داد که اگر چه افشای مسئولیت اجتماعی معمولاً ارتباط منفی با مالکیت مدیریتی دارد اما ارتباط مثبت و معناداری با صنایع صادراتی دارد. همچنین مالکیت نهادی، مالکیت خارجی، هیأت مدیره مستقل و کمیته حسابرسی اثر مثبت بر افشای مسئولیت اجتماعی دارد. هم-چنین نتایج آن‌ها اثر قابل توجه دوگانگی مدیرعامل شرکت را نیز تعیین می‌کند. بطور کلی نتایج آن‌ها نشان داد که ویژگی-های راهبری شرکتی نقش حیاتی در اطمینان مشروعیت سازمانی از طریق مسئولیت اجتماعی دارد. این پژوهش ابعاد راهبری شرکتی را بر مسئولیت اجتماعی مورد بررسی قرارداد است در حالی که در پژوهش حاضر، مسئولیت اجتماعی بر سرمایه‌گذاران نهادی به عنوان یکی از ابعاد راهبری شرکتی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

افزا و همکاران (۲۰۱۴) به بررسی تأثیر ویژگی‌های مدیرعامل و رئیس هیأت مدیره بر عملکرد شرکت‌های مرتبط دولتی پرداختند. رئیس هیأت مدیره، مسئول اطمینان حاصل نمودن از مؤثر بودن هیأت مدیره، برقراری ارتباط با سهامداران و روابط خوب بین هیأت مدیره می‌باشد. در حالی که مدیر ارشد اجرایی (CEO) نقش مهمی در مدیریت و اطمینان از اجرای تجارت ایفا می‌کند. این مطالعه به بررسی ویژگی‌های مدیرعامل و رئیس مرتبط با شرکت‌های دولت (GLCs) در مالزی با عملکرد شرکت با استفاده از یک نمونه از ۸۰ شرکت برای دوره ۲۰۰۵-۲۰۰۹ می‌باشد. این مطالعه نشان داد که ارتباط‌های مثبتی بین سن رئیس، قومیت، اندازه شرکت و سن شرکت، در زمان نشان دادن بازگشت دارایی (ROA) وجود دارد. از لحاظ ویژگی‌های مدیرعامل شرکت، ارتباط منفی برای صلاحیت‌های حرفه‌ای وجود دارد.

لیو و ژانگ (۲۰۱۶) به بررسی حاکمیت شرکتی، افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی شرکت و ارزش شرکت‌ها پرداختند. بازه زمانی این پژوهش بین سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۴ بوده است. نتایج پژوهش نشان داد که حاکمیت شرکتی بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تأثیر دارد و در کوتاه مدت، افشای مسئولیت اجتماعی، سبب بازدهی کوتاه مدت می‌شود.

ادینا (۲۰۱۷) به بررسی این‌که چه کسی باید در هیأت کمیته مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها باشد، پرداخت. این مقاله

انگ، (۲۰۰۱). طبق تئوری نمایندگی بین مدیر و مالک تضاد منافع وجود دارد، این تضاد هزینه نمایندگی را افزایش می‌دهد. مدیران با افشای اختیاری، اطلاعات بیشتری را ارائه می‌دهند تا نشان دهند در بهترین شکل در جهت منافع سهامداران گام برداشته‌اند (روف، ۲۰۱۱). لاند هولم و ویندکل (۲۰۰۶) بیان می‌کنند که مدیران در جهت منافع شخصی خود تمرکز می‌کنند تا اینکه به حداکثر سازی ثروت سهامداران تمایل داشته باشند. بر اساس تئوری نمایندگی می‌توان گفت در شرکت‌هایی که مالکیت نهادی بیشتر باشد افشای اختیاری برای سهامداران بیشتر خواهد بود. در مقابل با افزایش مالکیت مدیریتی، افشای اختیاری کاهش می‌یابد.

روف (۲۰۱۱) به بررسی وسعت و ماهیت افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت پرداخت و به آزمون رابطه آن با ویژگی‌های خاص شرکت اقدام کرد. نتایج رابطه مثبتی بین مدیران غیر موظف و افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت نشان داد، اما اندازه شرکت بر سطح افشا تأثیر نداشت.

فرمز و پراکاش (۲۰۱۲)، توسعه گزارشگری مسئولیت‌پذیری اجتماعی را بر روی شرکت‌های موجود در کشورهای اروپای شرقی و آمریکای شمالی مورد بررسی قرار دادند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که گزارش‌های اجتماعی منتشر شده شرکت‌های اروپایی، سطح پاسخ‌گویی اجتماعی بالاتری نسبت به شرکت‌های آمریکای شمالی دارند. در اروپای شرقی کیفیت گزارش‌های اجتماعی از کشور دیگر متفاوت است، اما آن‌ها در مقایسه با شرکت‌های مشابه در آمریکای شمالی، دارای موضوعات تفصیلی گزارشگری اجتماعی می‌باشند.

هتای (۲۰۱۲) به بررسی رابطه بین حاکمیت شرکتی و افشای اطلاعات استراتژیک در بانک‌های مالزی پرداخت. نتایج بیانگر این بود که سهامداران عمده، سهامداران نهادی و مالکیت مدیران، رابطه معکوسی با سطح افشای اختیاری دارند. در این بین، فقط رابطه میان سهامداران عمده و مالکیت مدیران با افشای اختیاری، معنادار می‌باشد. همچنین، اندازه هیأت مدیره رابطه مستقیم و معناداری با سطح افشا دارد.

ساماها و همکاران (۲۰۱۲) تأثیر مجموعه جامعی از ویژگی‌های راهبری شرکتی را بر وسعت افشای مسئولیت‌های اجتماعی در مصر ارزیابی کردند. یافته‌های آن‌ها نشان داد، وسعت افشا به تناسب درصد مدیران غیرموظف در هیأت مدیره و اندازه شرکت افزایش یافت. نتایج پژوهش ساماها و همکارانش از مباحث نظری حمایت می‌کند؛ به این معنا که شرکت‌ها اطلاعات راهبری شرکتی را به منظور کاهش عدم تقارن

که بین اندازه شرکت با سطح افشای اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی رابطه معنادار مثبتی وجود دارد، اما بین سطح افشای اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی و سرمایه گذاران نهادی و مدیران غیرموظف رابطه معناداری مشاهده نشد.

مهدوی، دریایی، علی خانی و مران جوری (۱۳۹۴) در پژوهشی یافتند که سطح افشای اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی شرکت‌هایی که در صنایع حساس فعالیت می‌کنند کمتر از شرکت‌هایی است که در صنایع غیر حساس فعالیت می‌کنند.

۳- فرضیه‌های پژوهش

با توجه به مبانی نظری و پیشینه تجربی، فرضیه‌های تحقیق به شرح زیر بیان می‌شود:

فرضیه اصلی: بین استقلال هیات مدیره و کیفیت افشای اطلاعات اجتماعی رابطه مثبت وجود دارد.

فرضیه فرعی اول: بین اندازه هیات مدیره و کیفیت افشای اطلاعات اجتماعی رابطه مثبت وجود دارد.

فرضیه فرعی دوم: بین تعداد جلسات هیات مدیره و کیفیت افشای اطلاعات اجتماعی رابطه مثبت وجود دارد.

فرضیه فرعی سوم: بین نسبت مدیران غیرموظف و کیفیت افشای اطلاعات اجتماعی رابطه مثبت وجود دارد.

۴- روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع توصیفی-همبستگی بوده و روش شناسی پژوهش از نوع پس‌رویدادی است و چون می‌تواند در فرایند استفاده از اطلاعات کاربرد داشته باشد، بنابراین نوعی پژوهش کاربردی است. برای آزمون فرضیه‌ها از تحلیل رگرسیون چند متغیره استفاده شده است و برای بررسی معناداری مدل رگرسیون از آماره F و برای بررسی معنادار بودن ضریب متغیرهای مستقل نیز از آماره t استفاده شده است. استقلال پسماندها با استفاده از آماره دوربین واتسون مورد ارزیابی قرار گرفت. روش رگرسیونی به کار گرفته شده روش حداقل مربعات با استفاده از داده‌های ترکیبی است. تحلیل آماری از طریق نرم‌افزار Eviews نسخه ۷ انجام شده است. بازه زمانی پژوهش حاضر سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۴ و جامعه آماری آن شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. به لحاظ افزایش قابلیت مقایسه، باید سال مالی شرکت‌های مورد بررسی پایان اسفندماه هر سال باشد. جزء شرکت‌های سرمایه‌گذاری و واسطه‌گری مالی (به دلیل ماهیت خاص فعالیت آن‌ها) نباشد. همچنین با در نظر گرفتن شرایط دیگر،

به بررسی طراحی هیأت مدیره برای کمیته‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها پرداخت. در این پژوهش با استفاده از شاخص‌های مسئولیت اجتماعی بلومبرگ، ۱۷۷ شرکت غیر مالی مورد بررسی قرار گرفت. نتایج پژوهش نشان داد که سن مدیران، جنسیت اعضا (زن بودن) و اندازه هیأت مدیره نقش تعیین کننده‌ای دارد و برای افزایش اثربخشی این کمیته‌ها، باید به این عوامل توجه شود.

ویورز (۲۰۱۷) به بررسی تاثیر مکانیزهای نفوذ دینفعان بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در بخش معدن با استفاده از مصاحبه نیمه ساختار یافته پرداخت. نتایج پژوهش نشان داد که مکانیزم‌های متعددی از قبیل سازمان‌های دولتی، رسانه‌ها و سازمان‌های غیر دولتی بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تاثیر دارد.

کاشانی‌پور، رحمانی و پارچین (۱۳۸۸) به بررسی رابطه بین افشای اختیاری و مدیران غیرموظف پرداختند. در این پژوهش رابطه بین دو مکانیزم کنترلی، یعنی افشای اختیاری (مکانیزم کنترل خارجی) و مدیران غیرموظف (مکانیزم کنترل داخلی) که تقلیل‌دهنده مشکلات نمایندگی می‌باشند، مورد مطالعه قرار گرفت. نتایج پژوهش نشان داد که مدل بکاررفته، ۲۰ درصد از تغییرات افشای اختیاری را که در حدود یافته‌های قبلی نیز می‌باشد، بازگو می‌کند. این در حالی است که رابطه معناداری بین افشای اختیاری و مدیران غیرموظف یافت نشد.

طالب‌نیا، علی خانی و مران جوری (۱۳۹۱) به ارزیابی کمیت و ماهیت افشای اطلاعات حسابداری زیست محیطی و اجتماعی در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. یافته‌های پژوهش نشان داد، شرکت‌های ایرانی ترجیح می‌دهند اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی را در گزارش هیات‌مدیره به شکل اطلاعات اخباری افشا کنند. بیشترین افشا در بخش منابع انسانی و سپس در بخش محصولات و خدمات بوده است. همچنین شرکت‌ها تمایل دارند اخبار بی طرفانه سپس اخبار خوب را بیشتر از اخبار بد افشا کنند.

سپاسی و اسمعیلی کجانی (۱۳۹۳) به ارائه مدلی برای تبیین رابطه میان حاکمیت شرکتی و افشای زیست محیطی مبتنی بر رویکرد مدیریت هزینه پرداختند. محققین معتقدند مدل پیشنهادی آنها زمینه حداکثر شدن پاسخگویی و کاهش هزینه‌های نمایندگی فراهم شده و مدیریت هزینه‌های زیست محیطی امکان پذیر می‌گردد.

مران جوری و علی خانی (۱۳۹۳) به بررسی رابطه بین سطح افشای اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی با دو سازوکار راهبری شرکتی؛ یعنی سرمایه گذاران نهادی و مدیران غیرموظف در شرکت‌های ایرانی پرداختند. یافته‌ها بیانگر آن بود

یا اجباری در گزارش‌های سالانه شرکت‌های ایرانی افشاء شود، استفاده می‌گردد. این چک لیست به شرح جدول ۲ می‌باشد.

جدول ۲- چک لیست کیفیت افشاء اجتماعی

زیر بخش	اقدام افشاء
مسائل محیطی	کنترل آلودگی، جلوگیری از خسارات زیست محیطی، بازیافت یا جلوگیری از ضایعات، حفظ منابع طبیعی، تحقیق و توسعه، سیاست زیست محیطی، سرمایه‌گذاری در پروژه‌های زیست محیطی، سایر مسائل محیطی.
محصولات و خدمات	توسعه محصول/ سهم بازار، کیفیت محصول/ISO، ایمنی و سلامت محصول، توقف تولید، سایر محصولات و خدمات.
منابع انسانی	تعداد کارکنان، حقوق ماهانه/ پاداش نقدی و مزایا، سهام تحت تملک کارمندان، بازنشستگی و مزایای پایان خدمت، سلامتی و ایمنی در محیط کار، برنامه‌های آموزش و توسعه کارکنان، ورزشی و رفاهی، وام یا بیمه کارمندان، روحیه و ارتباطات کارمندان، سایر منابع انسانی.
مشتریان	سلامتی مشتریان، شکایات / رضایتمندی مشتریان، سیاست پرداخت دیرتر برای مشتریان خاص، تدارک تسهیلات و خدمات پس از فروش، پاسخگویی به نیاز مشتریان، سایر مشتریان.
مسئولیت‌های جامعه	سرمایه‌گذاری اجتماعی، حمایت از فعالیتهای جامعه، هدایا و خدمات خیریه، اقدامات قانونی/ دعاوی قضائی، فعالیتهای مذهبی/ فرهنگی، سایر مسئولیتهای جامعه.
انرژی	حفظ و صرفه‌جویی در انرژی، توسعه و اکتشاف منابع جدید، استفاده از منابع جدید، سایر انرژی.

۵-۲- متغیرهای مستقل

$NEDs_{it}$: نسبت کل اعضای هیأت مدیره غیرموظف به کل تعداد اعضای هیأت مدیره شرکت i در سال مالی t .
 $BoardSize_{it}$: کل تعداد اعضا هیأت مدیره شرکت i در سال مالی t .
 $Board Meeting_{it}$: تعداد جلسات هیأت مدیره شرکت i در سال مالی t .

۵-۳- متغیرهای کنترلی

$Firm size_{it}$: اندازه شرکت، لگاریتم طبیعی درارایی‌های پایان سال شرکت i در سال مالی t .
 ROE_{it} : معیار عملکرد مالی شرکت بازده حقوق صاحبان سهام شرکت i در سال مالی t است. به عبارت دیگر سود پس از کسر مالیات، تقسیم بر جمع ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام.
 $Leverage_{it}$: اهرم مالی، نسبت کل بدهی به کل دارایی‌های شرکت i در سال مالی t .

نمونه‌ای با حجم ۱۴۳ شرکت از جامعه آماری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران انتخاب شده است. جدول ۱ جامعه آماری غربال شده را نشان می‌دهد.

جدول ۱- جامعه آماری غربال شده

ردیف	عنوان	تعداد شرکت
	تعداد کل شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تا پایان اسفند سال ۱۳۹۴	۴۸۲
۱	شرکت‌های که طی دوره پژوهش وارد شده و یا تغییر سال مالی یا فعالیت داده باشند	(۴۸)
۲	شرکت‌های که پایان سال مالی آنها پایان اسفند نبود	(۵۷)
۳	شرکت‌های که جزء شرکت‌های سرمایه‌گذاری و واسطه‌گری مالی بودند	(۷۸)
۴	شرکت‌های که در طول دوره پژوهش اطلاعات آنها در دسترس نبود	(۱۵۶)
	تعداد شرکت‌های نمونه پژوهش	۱۴۳

۵-۴- مدل و متغیرهای پژوهش

برای تجزیه و تحلیل فرضیه‌های پژوهش از مدل رگرسیونی زیر استفاده می‌شود:

$$CCIDQ_{it} = \alpha_0 + \beta_1 NEDs_{it} + \beta_2 BoardSize_{it} + \beta_3 BoardMeeting_{it} + \beta_4 Firm Size_{it} + \beta_5 ROE_{it} + \beta_6 Leverage_{it} + \beta_7 Age_{it} + \varepsilon_{it}$$

۵-۱- متغیر وابسته

$CCIDQ_{it}$: کیفیت افشای اجتماعی شرکت i در سال t .
 افشاها به‌وسیله مجموع امتیاز کیفیت افشای اجتماعی با توجه به ثابت ماندن سایر شرایط در گزارش‌های سالانه اندازه‌گیری می‌شود. در این پژوهش از روش تحلیل محتوا استفاده می‌شود. در تحلیل محتوی، پژوهشگر باید از ابزار چک لیست کدگذاری برای ارزیابی سطح افشای اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی استفاده کند (اریبی و جانو، ۲۰۱۰). ابزار چک لیست به منظور به رمز درآوردن اطلاعات کیفی موجود در گزارش‌های سالانه، طراحی می‌شود. روش کدگذاری عبارت است از: خواندن گزارش‌های سالانه و مشخص کردن هرگونه اطلاعات مرتبط به مسائل زیست محیطی و اجتماعی. پژوهش حاضر برای اندازه‌گیری سطح افشای اطلاعات اجتماعی شرکت‌ها از چک لیست مران‌جووری و علی‌خانی (۱۳۹۳) شامل ۳۹ نوع اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی که انتظار می‌رود به صورت داوطلبانه

Age_{it}: تعداد سال‌های حضور شرکت در بورس اوراق بهادار تهران شرکت *i* در سال مالی *t*
E_{it}: میزان خطای مدل

جدول ۴، آمار توصیفی شامل میانگین، بیشینه، کمینه و انحراف معیار متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد. بر اساس اطلاعات مندرج در جدول مزبور، میانگین متغیر کیفیت افشای اجتماعی برابر با ۸۶ جمله است، این موضوع نشان می‌دهد که در گزارش‌های مالی شرکت‌های مورد بررسی ۸۶ جمله در مورد اطلاعات اجتماعی افشاء شده است. می‌شود. بیشینه و کمینه متغیر کیفیت افشای اجتماعی به ترتیب برابر با ۲۱۱ و ۲۳ جمله است که نشان از متفاوت بودن میزان افشای اجتماعی در بین شرکت‌های مورد بررسی دارد. با توجه به نتایج جدول ۵ مشخص گردید ضریب همبستگی خیلی زیاد یا خیلی کم (نزدیک به +۱ یا -۱) که نتایج تحلیل رگرسیونی را تحت تأثیر قرار دهد مشاهده نمی‌شود. در نتیجه هم خطی میان متغیرهای مستقل وجود ندارد.

۶- بررسی پایایی، آمار توصیفی و هم خطی متغیرهای پژوهش

نتایج پایایی متغیرهای پژوهش در جدول ۳ ارائه شده است. برای تعیین پایایی متغیرهای پژوهش حاضر از آزمون فیلیپس پرون استفاده می‌شود. از آنجائی که مقدار سطح معناداری تمامی متغیرها کم تر از ۰/۵ بوده است نتایج پژوهش نشان می‌دهد که تمامی متغیرهای مورد استفاده، طی دوره پژوهش در سطح پایا بوده‌اند. پایایی به این معنا است که میانگین و واریانس متغیرها در طول زمان و کوواریانس متغیرها بین سال‌های مختلف ثابت بوده است.

جدول ۳- نتایج آزمون پایایی متغیرهای پژوهش

نتیجه آزمون	آزمون فیلیپس پرون		متغیر
	معنا داری	آماره	
مانا	۰,۰۰۰۰	۳۸۰,۹۲۹	کیفیت افشای اجتماعی
مانا	۰,۰۰۶۶	۱۴,۲۳۹۵	اعضای غیر موظف
مانا	۰,۰۰۰۰	۴۸۹,۸۹۳	تعداد اعضای هیات مدیره
مانا	۰,۰۰۰۰	۶۰۱,۱۲۳	تعداد جلسه های هیات مدیره
مانا	۰,۰۰۰۰	۵۲۷,۵۲۶	اندازه شرکت
مانا	۰,۰۰۱۷	۱۷,۳۱۶۳	عملکرد مالی
مانا	۰,۰۰۰۰	۵۶۱,۱۰۶	اهرم مالی
مانا	۰,۰۰۰۰	۳۲۷,۰۱۴	سن شرکت

جدول ۴- آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

انحراف معیار	کمینه	بیشینه	میانگین	متغیر/آماره
۱۲/۱۱	۲۳	۲۱۱	۸۶/۱۲۵	کیفیت افشای اجتماعی
۰/۱۵	۰/۳۲۶	۰/۸۶۴	۰/۵۳۶	اعضای غیر موظف
۰/۲۶	۵	۷	۵/۱۲۹	تعداد اعضای هیات مدیره
۰/۳۷	۸	۱۶	۱۱/۰۱۲	تعداد جلسه های هیات مدیره
۰/۱۵	۱۳/۰۹۶۱	۲۴/۲۳۹	۱۸/۹۷۵	اندازه شرکت
۱/۶۳	۱۱/۵۶	۱۸/۹۱	۱۴/۷۵۹	عملکرد مالی
۱/۰۲	۰/۰۶۹	۰/۵۶۳	۰/۲۳۶	اهرم مالی
۰/۴۲۵	۸	۲۲	۱۵/۲۶۷	سن شرکت

جدول ۵- بررسی هم خطی متغیرهای مستقل پژوهش

سن شرکت	اهرم مالی	عملکرد مالی	اندازه شرکت	جلسه های هیات مدیره	تعداد اعضای هیات مدیره	اعضای غیر موظف	
						۱	اعضای غیر موظف
					۱	۰,۰۰۳	تعداد اعضای هیات مدیره
				۱	۰,۰۱۶	۰,۰۱۳	جلسه های هیات مدیره
			۱	۰,۰۶۵	۰,۰۱۴	۰,۰۳۱	اندازه شرکت
		۱	۰,۰۲۲	۰,۰۶۴	۰,۰۱۹	۰,۰۰۵	عملکرد مالی
	۱	۰,۰۲۰	۰,۱۲۰	۰,۱۵۴	۰,۰۶۳	۰,۰۲۵	اهرم مالی
۱	۰,۱۵۵	۰,۰۶۳	۰,۰۶۲	۰,۲۹۵	۰,۰۱۷	۰,۰۱۷	سن شرکت

برآورد این مدل، توجیه می‌شود که الگوی مناسب، الگوی مبتنی بر الگوی اثرات تصادفی می‌باشد.

۷- یافته های پژوهش

۷-۱- آزمون تشخیص مدل

تجزیه و تحلیل داده‌ها فرایندی چند مرحله‌ای است که طی آن‌ها داده‌هایی که به طرق مختلف جمع‌آوری شده‌اند؛ خلاصه، دسته‌بندی و در نهایت پردازش می‌شوند تا زمینه برقراری انواع تحلیل‌ها و ارتباط بین داده‌ها به منظور آزمون فرضیه‌ها فراهم آید. در این فرایند، داده‌ها هم از لحاظ مفهومی و هم از جنبه تجربی پالایش می‌شوند و تکنیک‌های گوناگون آماری نقش بسزایی در استنتاج و تعمیم به عهده دارند. به منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش، مدل‌های اصلی پژوهش برآورد می‌گردد. لذا، ابتدا به منظور انتخاب بین روش‌های داده‌های تابلویی و داده‌های تلفیقی از آزمون F لیمر (چاو) استفاده می‌شود. اگر p-value محاسبه شده بیشتر از سطح خطای ۵ درصد باشد از داده‌های تلفیقی و در غیر این صورت از داده‌های تابلویی استفاده خواهد شد که نتایج به شرح جدول ۶ است:

جدول ۶- آزمون اف لیمر (چاو)

مدل رگرسیونی	آمار F لیمر	درجه آزادی	معناداری	نتیجه
مدل تحقیق	۱,۳۰۲	(۱۴,۵۶۳)	۰,۰۱۹۴	داده های تابلویی (مدل panel)

با توجه به اینکه P-value بدست آمده از آزمون F لیمر در مدل پژوهش کوچکتر از ۵ درصد است، به منظور برآورد این مدل از مدل داده‌های پانل (Panel) استفاده خواهد شد. با توجه به تایید داده‌های پانلی باید مشخص گردد مدل با اثرات ثابت مناسب است یا مدل با اثرات تصادفی. برای این کار از آزمون هاسمن استفاده می‌گردد.

با توجه به اینکه در جدول ۷ سطح معنی داری بدست آمده از آزمون هاسمن بزرگتر از ۵ درصد است، به منظور

جدول ۷- نتایج آزمون هاسمن

مدل رگرسیونی	کای دو	درجه آزادی	معناداری	نتیجه
مدل تحقیق	۵,۵۳	۷	۰,۵۹۴۴	اثرات تصادفی

۷-۲- آزمون فرضیه‌های پژوهش

نتایج بدست آمده از برازش مدل تحقیق به شرح جدول ۸ می‌باشد.

جدول ۸- نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

متغیر	ضریب	آماره تی	معناداری
نسبت اعضای غیر موظف	۰,۱۴۱۳	۳,۶۵۲	۰,۰۰۰
تعداد جلسات هیات مدیره	۰,۰۱۵۸	۰,۷۵۱۸	۰,۴۵۲۴
تعداد اندازه هیات مدیره	۰,۲۷۴۲	۲,۷۶۷	۰,۰۰۵۶
اندازه شرکت	-۰,۰۰۸۲	-۲,۶۰۰	۰,۰۰۹۵
عملکرد مالی	۰,۰۰۶۴	۱,۶۴۱	۰,۱۰۱۱
اهرم مالی	۰,۰۱۱۳	۰,۶۳۵۲	۰,۵۶۴۶
سن شرکت	-۰,۰۱۲۷	-۰,۷۳۱۷	۰,۴۶۴۵
عرض از مبدا	۰,۱۷۸۷	۳۲,۴۴۲	۰,۰۰۰۰
ضریب تعیین: ۰,۳۴	دوربین واتسون: ۱,۹۴	سطح معنی داری: ۰,۰۳۹	آماره اف: ۲,۹۵

فرضیه اول پژوهش بیان می‌دارد بین اندازه هیات مدیره و کیفیت افشای اطلاعات اجتماعی رابطه مثبت وجود دارد. مشاهده می‌گردد که تاثیر متغیر اندازه هیات مدیره بر متغیر

مدیره انگیزه قوی تری برای نظارت بر کار مدیران اجرایی و فرایند گزارشگری دارند و نسبت بالای آنها در هیات مدیره موجب افزایش گزارشگری مالی داوطلبانه در زمینه مسولیت های اجتماعی می‌شود.

۸- نتیجه گیری و بحث

هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر استقلال هیات مدیره بر کیفیت افشای مسولیت اجتماعی در گزارش‌های سالانه می‌باشد. از این رو تعداد ۱۴۳ شرکت در بازه زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۴ (۷۱۵ سال - شرکت) بررسی شدند.

فرضیه اول نشان داد، بین اندازه هیات مدیره و کیفیت افشای اطلاعات اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، لذا این فرضیه تایید گردید. عباسی و وردوق (۱۳۹۵) نشان دادند که ارتباطی معنادار بین اندازه هیات مدیره با مشارکت و مسولیت پذیری اجتماعی شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران برقرار نیست و ارتباطی معنادار و معکوس بین استقلال هیات مدیره با مشارکت و مسولیت پذیری اجتماعی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران برقرار است. روف (۲۰۱۱) نشان داد که سطح افشای اختیاری با اندازه هیات مدیره، رابطه مستقیم معناداری دارد. همچنین، نسبت اعضای غیرموظف هیات مدیره، بر سطح افشای اختیاری تاثیر منفی دارد. ادینا (۲۰۱۷) نیز در تحقیقی نشان داد که اندازه هیات مدیره نقش تعیین کننده‌ای بر افشای مسولیت اجتماعی دارد.

نتایج فرضیه دوم تحقیق نشان داد تاثیر متغیر تعداد جلسات هیات مدیره بر کیفیت افشای اطلاعات اجتماعی برابر ۰/۰۱۶ به دست آمده، مقدار معناداری برابر ۰/۴۵۲ بوده که بزرگتر از سطح خطای ۰/۰۵ است و همچنین مقدار قدر مطلق آماره احتمال متغیر کوچکتر از مقدار بحرانی t در سطح خطای ۰/۵ یعنی ۱/۹۶ بوده و معنا دار نیست. بنابراین می توان گفت بین تعداد جلسات هیات مدیره و کیفیت افشای اطلاعات اجتماعی رابطه معناداری وجود ندارد و فرضیه دوم رد می گردد. نتایج این فرضیه با پژوهش‌های سانگ و ویندرام (۲۰۰۴) و پیرماک (۱۹۹۶) مغایر است.

نتایج فرضیه سوم تحقیق نشان داد بین نسبت مدیران غیرموظف و کیفیت افشای اطلاعات اجتماعی رابطه مثبت وجود دارد. در راستای این فرضیه، تحقیقاتی انجام شده است و به نتایج مختلفی دست یافته اند. کاشانی‌پور، رحمانی و پارچینی (۱۳۸۸) نشان دادند که رابطه معنی داری بین افشای اختیاری و مدیران غیرموظف یافت نشد. عبدلی و همکاران (۱۳۹۲) نشان دادند که بین مسولیت پذیری اجتماعی شرکت ها با نسبت

وابسته کیفیت افشای اطلاعات اجتماعی برابر ۰/۲۷۴ به دست آمده، مقدار معناداری برابر ۰/۰۰۶ بوده که کوچکتر از سطح خطای ۰/۰۵ است و همچنین مقدار قدر مطلق آماره احتمال متغیر بزرگتر از مقدار بحرانی t در سطح خطای ۰/۵ یعنی ۱/۹۶ بوده و معنادار است. بنابراین می‌توان گفت به احتمال ۹۵ درصد بین اندازه هیات مدیره و کیفیت افشای اطلاعات اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و فرضیه اول تایید می‌گردد. نتایج نشان می‌دهد در ایران هیات مدیره بزرگ تر، اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی بیشتری افشاء می‌کنند. هر چقدر شرکت به دلیل بزرگ بودن، فشار اجتماعی بیشتری تحمل کند، نیاز بیشتری به مشروعیت بخشیدن به فعالیتهایش نزد جامعه دارد و به منظور کاهش هزینه های سیاسی از ابزارهایی مثل افشای اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی استفاده می‌کند. در یک هیات مدیره بزرگتر مجموعه ای از دیدگاههای بیشتری پیشنهاد می‌شود، لذا این هیات مجاب می‌گردد که برای مشروعیت بخشیدن به فعالیتهایش نزد جامعه افشای اجتماعی بیشتری را در گزارش های سالانه متقبل شوند.

فرضیه دوم پژوهش بیان می‌دارد بین تعداد جلسات هیات مدیره و کیفیت افشای اطلاعات اجتماعی رابطه مثبت وجود دارد. مشاهده می‌گردد که تاثیر متغیر تعداد جلسات هیات مدیره بر متغیر وابسته کیفیت افشای اطلاعات اجتماعی برابر ۰/۰۱۶ به دست آمده، مقدار معناداری برابر ۰/۴۵۲ بوده که بزرگتر از سطح خطای ۰/۰۵ است و همچنین مقدار قدر مطلق آماره احتمال متغیر کوچکتر از مقدار بحرانی t در سطح خطای ۰/۵ یعنی ۱/۹۶ بوده و معنادار نیست. بنابراین می‌توان گفت بین تعداد جلسات هیات مدیره و کیفیت افشای اطلاعات اجتماعی رابطه معناداری وجود ندارد و فرضیه دوم رد می گردد.

فرضیه سوم پژوهش بیان می‌دارد بین نسبت مدیران غیرموظف و کیفیت افشای اطلاعات اجتماعی رابطه مثبت وجود دارد. مشاهده می‌گردد که تاثیر متغیر تعداد مدیران غیرموظف بر متغیر وابسته کیفیت افشای اطلاعات اجتماعی برابر ۰/۱۴۱ به دست آمده، مقدار معناداری برابر ۰/۰۰۰ بوده که کوچکتر از سطح خطای ۰/۰۵ است و همچنین مقدار قدر مطلق آماره احتمال متغیر بزرگتر از مقدار بحرانی t در سطح خطای ۰/۵ یعنی ۱/۹۶ بوده و معنادار است. بنا براین می‌توان گفت به احتمال ۹۵ درصد بین نسبت مدیران غیرموظف و کیفیت افشای اطلاعات اجتماعی رابطه مثبت وجود دارد و فرضیه سوم تایید می‌گردد. نتایج نشان می‌دهد در شرکت های ایرانی مدیران غیر موظف هیات مدیره نسبت به سایر اعضای هیات

- * اعضای موظف هیات مدیره و تمرکز مالکیت رابطه معنی داری وجود دارد. مران جوری و علی خانی (۱۳۹۳) نشان دادند بین سطح افشای اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی و سرمایه گذاران نهادی و مدیران غیرموظف رابطه معنی داری مشاهده نشد. ابدور روف (۲۰۱۱) نشان دادند نتایج رابطه مثبتی بین مدیران غیر موظف و افشای مسئولیت های اجتماعی شرکت نشان داد. ساماها، دهاوی و حسینی (۲۰۱۲) نشان دادند وسعت افشا به تناسب درصد مدیران غیرموظف در هیات مدیره و اندازه شرکت افزایش یافت. به منظور استفاده هر چه بیشتر از نتایج پژوهش و نیز کمک به روشن شدن بیشتر روابط بین متغیرها در تحقیقات آتی، پیشنهاد می شود به موضوعات زیر توجه بیشتری شود:
- ۱) بررسی تاثیر ساختار مالکیت (مالکیت خصوصی، دولتی و خانوادگی) بر میزان افشای مسئولیت اجتماعی
- ۲) بررسی تاثیر ارزش شرکت بر میزان افشای مسئولیت اجتماعی.
- * علی خانی، رضیه، مران جوری، مهدی. (۱۳۹۳). حسابداری مسئولیت های زیست محیطی و اجتماعی. انتشارات دانش پذیر، تهران.
- * مران جوری، مهدی، علی خانی، رضیه. (۱۳۹۳). افشای مسئولیت های اجتماعی و راهبری شرکتی. مجله بررسی های حسابداری و حسابرسی. ۲۱ (۳).
- * مران جوری، مهدی، علی خانی، رضیه. (۱۳۹۰). تحقیق حسابداری اجتماعی و محیطی. مجله دانش و پژوهش حسابداری. ۷ (۲۴).
- * مران جوری، مهدی، علی خانی، رضیه. (۱۳۹۳). افشای مسئولیت های اجتماعی: ابزاری برای مشروعیت سازمانی. مجله دانش و پژوهش حسابداری. ۹ (۳۶).
- * مهدوی، غلامحسین، دریایی، عباسعلی، علی خانی، رضیه، مران جوری، مهدی. (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین اندازه شرکت، نوع صنعت و سودآوری با افشاهای اطلاعات حسابداری زیست محیطی و اجتماعی. مجله پژوهش های تجربی حسابداری. ۴ (۱۵).

فهرست منابع

- * حساس یگانه، یحیی، برزگر، قدرت الله. (۱۳۹۳). مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکتها و پارادایم تحقیقاتی آن در حرفه حسابداری. ۷ (۲۲).
- * ذبیحی، علی، سادات دریاباری، آناهیتا. (۱۳۹۶). بررسی رابطه بین افشای ابعاد مختلف مسئولیت اجتماعی شرکت ها بر اساس مدل نیروانتو و ریسک سقوط قیمت سهام در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، فصلنامه دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت. ۶ (۲۱).
- * سپاسی، سحر، اسمعیلی کجانی، محمد. (۱۳۹۳). ارائه مدلی برای تبیین رابطه میان حاکمیت شرکتی و افشای زیست محیطی مبتنی بر رویکرد مدیریت هزینه، فصلنامه دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت. ۳ (۹).
- * طالب نیا، قدرت الله، علی خانی، رضیه، مران جوری، مهدی. (۱۳۹۱). ارزیابی کمیت و ماهیت افشاهای اطلاعات حسابداری زیست محیطی و اجتماعی در ایران. مجله بررسی های حسابداری و حسابرسی. ۱۹ (۳).
- * کاشانی پور، محمد، رحمانی، علی، پارچینی پارچین، سید محمد. (۱۳۸۸). رابطه بین افشای اختیاری و مدیران غیرموظف. مجله بررسی های حسابداری و حسابرسی. ۱۶ (۵۷).
- * علی خانی، رضیه، مران جوری، مهدی. (۱۳۹۳). کاربرد تئوری های افشای اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی. مجله مطالعات حسابداری و حسابرسی. ۳ (۹).
- * Adams, C. A. (2002). Internal organisational factors influencing corporate social and ethical reporting: Beyond current theorizing. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15 (2): 223–250
- * Bebbington, J., Larrinaga-González, C., & Moneva-Abadía, J. M. (2008). Corporate social reporting and reputation risk management. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 21(3), 337–361.
- * Boonstoppel, A. (2011). The Relationship between Corporate Social Responsibility and Financial Performance: an empirical study of companies included in the Dow Jones Sustainability Index”, Master Thesis, Erasmus University Rotterdam, Erasmus School of Economics, Accounting, Auditing and Control.
- * Cho, C. H., & Patten, D. M. (2007). The role of environmental disclosures as tools of legitimacy: A research note. *Accounting, Organizations and Society*, (32): 639–647.
- * Edina, E.T. (2017). Who should be on a board corporate social responsibility committee, *Journal of Cleaner Production*, 140(3): 19–26.
- * Eng, L. L. & Mak, Y. T. (2003). Corporate governance and voluntary disclosure. *Journal of Accounting and Public Policy*, 22 (4): 325–345.
- * Gao, S. S., Heravi, S. & Xiao, J. Z. (2005). Determinants of corporate social and environmental reporting in Hong Kong: A research note. *Accounting Forum*, 29 (2): 233–242
- * Haniffa, R. M. , & Cooke, T. E. (2002). Culture, corporate governance and disclosure in Malaysian corporations. *Abacus*, 38 (3): 317–349.
- * Hasseldine, J. & Morris, G. (2013). Corporate social responsibility and tax avoidance: A comment and reflection. *Accounting Forum*, 37 (1): 1– 14.
- * 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): 405-440.
- * Htay, N.S. (2012). Corporate governance and strategic information disclosure in Malaysian listed banks. *International Review of Business Research Papers*. 8 (1):196-210
 - * Kuruppu, S. & Milne, M. (2010). Dolphin deaths, organizational legitimacy and potential employees' reactions to assured environmental disclosures. *Accounting Forum*, 34 (1): 1-19
 - * Lobo, G. J. (2001). Disclosure Quality and Earnings Management Disclosure Quality and Earnings Management Abstract. *Asia Pacific Journal of Accounting and Economics*.
 - * Lundholm, R. , & Van Winkle, M. (2006). Motives for disclosure and non-disclosure: a framework and review of the evidence. *Accounting and Business Research*, 36 (sup1): 43-48.
 - * Parker, L. D. (2011). Twenty-one years of social and environmental accountability research: A coming of age. *Accounting Forum*, 35, 1-10.
 - * Patten, D. M. (2002). The relation between environmental performance and environmental disclosure: A research note. *Accounting, Organizations and Society*,27(8): 763-773.
 - * Perrini, F., Rossi, G., Rvetta, B. (2006). Does ownership structure affect performance? evidence from the Italian market, *Corporate Governance*, 16 (4): 312- 25
 - * Ramadan, M., & Majdalany, G. (2013). The impact of corporate governance indicators on intellectual capital disclosure: An empirical analysis from the banking sector in the United Arab Emirates. In Paper presented at the 351-XIII. Retrieved from.
 - * Rouf, A. (2011). Corporate characteristics, governance attributes and the extent of voluntary disclosure in Bangladesh. *African Journal of Business Management*, 5(19): 7836-7845
 - * Saleh, M. Zulkifli, N. & Muhamad, R. (2010). Corporate social responsibility disclosure and its Relation on institutional ownership. *Managerial Auditing Journal*, 25 (6): 591-613.
 - * Samaha, KH., Dahawy, KH., Hosseinei, KH. & Stapleton, P. (2012). The extent of corporate governance disclosure and its determinants in a developing market: The case of Egypt. *Advances in Accounting, incorporating Advances in International Accounting*, 28 (1): 168-178.
 - * Viveros, H. (2017). Unpacking stakeholder mechanisms to influence corporate social responsibility in the mining sector, *Resources Policy*, (51): 1-12.