

به نام خدا

فصلنامه پژوهش حسابداری و منافع اجتماعی «نشریه علمی»

سال چهاردهم، شماره ۲ (پیاپی ۵۳)، تابستان ۱۴۰۳

فصلنامه حسابداری و منافع اجتماعی

صاحب امتیاز: دانشگاه الزهرا (س)

مدیر مسئول: علی رحمانی، استاد دانشگاه الزهرا (س)

سر دبیر: غلامرضا کردستانی، استاد دانشگاه امام خمینی

هیأت تحریریه:

حمید پورجلالی، استاد دانشگاه هاوایی

رضوان حجازی، استاد دانشگاه الزهرا (س)

علی رحمانی، استاد دانشگاه الزهرا (س)

ذبیح اله رضایی، استاد دانشگاه ممفیس

شهناز مشایخ، دانشیار دانشگاه الزهرا (س)

مهناز ملانطری، دانشیار دانشگاه الزهرا (س)

سعید همایون، دانشیار دانشگاه گاول

حسن یزدی فر، استاد دانشگاه سالفورد

مدیر اجرایی: فاطمه مغربی

ویراستار ادبی: ماندانا طاهری

ویراستار انگلیسی: علی رضایی

طراح جلد: مریم صمدیان

صفحه آرا: مرضیه حسن زاده علی آبادی

نشانی: تهران، میدان شیخ بهایی شمالی، دانشگاه الزهرا (س) دانشکده علوم

اجتماعی و اقتصادی کد پستی: ۱۹۹۳۸۹۳۹۷۳

تلفن: ۸۵۶۹۲۴۲۱ و ۸۵۶۹۲۷۴۵ نمابر: ۸۸۲۵۲۱۷۸

رایانامه: jaacsi@alzahra.ac.ir

وبگاه: jaacsi.alzahra.ac.ir

این فصلنامه طبق مجوز شماره ۸۹/۲۲۵۱۶ مورخ ۱۳۸۹/۹/۲۸ از وزارت فرهنگ و

ارشاد اسلامی به چاپ می رسد.

راهنمای تدوین و شرایط پذیرش پژوهش‌ها

راهنمای کلی نگارش مقاله

مقاله‌های ارسال شده پس از داوری تخصصی و در صورت تأیید هیئت تحریریه، به‌چاپ می‌رسد. از تملی استان و پژوهشگران گرامی که مقاله‌های خود را برای چاپ به این فصلنامه ارسال می‌کنند، تقاضا می‌شود در تنظیم مقاله به موارد زیر توجه کنند.

۱. شکل مقاله

مقاله در محیط نرم‌افزاری Word، در اندازه صفحه A4 (حاشیه‌ها از بالا ۴، پایین ۶/۵، چپ ۴/۵ و راست ۵ سانتی‌متر)، فونت عنوان: قلم فارسی متن B Titr با اندازه قلم: برای عنوان مقاله ۱۴ و برای نام نویسندگان ۱۲ به صورت پررنگ (Bold) و وسط چین؛ فونت متن: قلم فارسی متن B Zar با اندازه قلم: برای قسمت چکیده ۱۱، متن اصلی مقاله ۱۲، بی‌نوشت ۱۱، منابع ۱۱، واژه‌های کلیدی ۱۰ و محتوای فارسی نگاره‌ها ۱۰. فاصله بین خطوط یک سانتی‌متر و تورفتگی ابتدای هر پاراگراف معادل ۳، ۰ سانتی‌متر و ردیف شده (Justify) قلم انگلیسی متن Times New Roman با اندازه قلم: برای عنوان انگلیسی (پررنگ) ۱۴، چکیده انگلیسی ۱۲، فرمول‌ها ۱۱ (چپ چین)، بی‌نوشت ۱۱، منابع ۱۱، محتوای انگلیسی نگاره‌ها ۹، طبقه‌بندی موضوعی ۸؛ عنوان نگاره‌ها و نمودارها ایتالیک و پررنگ (Bold)، دارای فاصله ۶ نقطه (pt) قبل و بعد از نگاره و نمودار و به صورت وسط چین؛ حداکثر در ۱۸ صفحه (شامل منابع و مآخذ) و بدون شماره‌گذاری صفحات، حروف‌چینی و فایل اصلی مقاله و فایل بدون نام نویسنده از طریق سامانه‌ی دریافت مقاله‌ها www.jaacsi.ac.ir ارسال شود. تا جایی که ممکن است، در متن مقاله از عکس استفاده نشود و در صورت استفاده، عکس با کیفیت بالا و سیاه و سفید باشد.

۲. ساختار مقاله

۲-۱. صفحه جلد مقاله: این صفحه باید شامل موارد زیر باشد:

عنوان (B TITR 14 Bold)

نویسندگان (B Nazanin 12 Bold)

نمونه انگلیسی برای دانشگاه آزاد اسلامی:

Assistant Professor, Department of, Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran, (Corresponding Author). (Email)

نمونه انگلیسی برای دانشگاه دولتی:

Assistant Professor, Department of, Faculty of, University, Tehran, Iran. (Email)

نمونه فارسی برای دانشگاه آزاد اسلامی:

مقطع تحصیلی یا مرتبه علمی: گروه، واحد، دانشگاه آزاد اسلامی، شهر، ایران. (نویسنده

مسئول)، (ایمیل) (BNAZANIN 8 REGULAR). و برای ایمیل (Times New Roman 8)

نمونه فارسی برای دانشگاه دولتی: مقطع تحصیلی یا مرتبه علمی: گروه، دانشکده

نام دانشگاه، نام شهر، ایران. (ایمیل).

مربی (Instructor)، استادیار (Assistant Professor)، دانشیار (Associate Professor) و استاد (Professor)، دانشجوی

دکتری (Ph.D. Student)، دانشجوی کارشناسی ارشد (M.Sc. Student)، نام شهر، کشور، نشانی ایمیل. ضمناً در صورت

تعدد نویسندگان، شیوه شماره‌گذاری پاورقی (پانویس) عددی باشد.

در صفحه اول عنوان کامل مقاله، نام و نام خانوادگی نویسنده یا نویسندگان آورده شود.

راهنمای تدوین و شرایط پذیرش پژوهش‌ها

تذکر مهم: فقط نام نویسندگان را بیان کنید و مشخصات نویسندگان حتماً در پاورقی بصورت درست و کامل نوشته شود. ۱: مقطع تحصیلات، ۲: نام رشته، ۳: مرتبه علمی؛
- در ذکر نام نویسنده‌ها از القاب و عناوین استفاده نشود و فقط رتبه علمی و محل خدمت درج شود.

۲-۲. صفحه اول مقاله: عنوان و چکیده مقاله به زبان فارسی.

چکیده (B ZAR 12 Bold): چکیده به فارسی و انگلیسی تنظیم شود.
چکیده در ۵ بخش بصورت مختصر توضیح داده شود که شامل: هدف، روش، یافته‌ها، نتیجه‌گیری و دانش‌افزایی (چکیده به فارسی و انگلیسی بر اساس همین ساختار در ۵ بخش تهیه شود).
چکیده مقاله پژوهشی است که با خواندن آن اطلاعات اساسی در خصوص پژوهش به خواننده منتقل می‌شود. چکیده بین ۱۵۰ تا ۲۰۰ کلمه باید باشد. در چکیده ابتدا موضوع و یا هدف پژوهش در حداکثر دوسطر توضیح داده می‌شود. پس از آن روش پژوهش که شامل جامعه، نمونه، روش اجرا، زمان و مکان اجرای پژوهش و ابزار جمع‌آوری داده‌ها است مجموعاً در حداکثر سه تا چهار سطر توضیح داده شود و آنگاه شرح روش تحلیل و نتایج کلی پژوهش و دانش‌افزایی در دو تا سه سطر ارائه شود. (B ZAR 11 Regular)

واژه‌های کلیدی (B ZAR 9 Bold): واژه‌های کلیدی مقاله باید بین ۳ تا ۵ کلمه باشد. (قلم متن B ZAR 9 Regular):

طبقه بندی موضوعی (B ZAR 8 Bold): نحوه‌ی استفاده از آن در پایگاه اینترنتی زیر قابل دسترسی است www.aeaweb.org/journal/jel_class_system.html. (قلم متن B Zar Regular 8).

۲-۳. صفحه دوم تا انتهای مقاله: این بخش باید دربردارنده موارد زیر باشد:

- مقدمه

مقاله لازم است در ۵ بخش تهیه و تنظیم شود که شامل: مقدمه، مبانی نظری و توسعه فرضیه‌ها، روش‌شناسی پژوهش، یافته‌های پژوهش و بحث و نتیجه‌گیری است.
حجم کل مقاله (شامل چکیده و منابع انتهایی) باید حداکثر ۲۰ صفحه باشد. نکات اصلی و کلیدی که باید در مقدمه یک مقاله پژوهشی مورد توجه قرار بگیرد عبارتند از: موضوع یا مسأله پژوهش و هدف از انجام پژوهش که باید به صورت ساده و روشن ارائه شوند در واقع نویسنده باید در مقدمه به موارد ذیل به صورت شفاف بپردازد.
۱- موضوع یا مسأله پژوهش ۲- هدف از انجام پژوهش و ضرورت و اهمیت آن ۳- تعریف دقیق اصطلاحات و مفاهیم بکار رفته در پژوهش.

- مبانی نظری و توسعه فرضیه‌ها

مبانی نظری و پژوهش‌های مرتبط انجام شده قبلی در زمینه پژوهش، یافته‌های قبلی در خصوص موضوع پژوهش و تبیین کفایت در خصوص نتایج کاربردی پژوهش پرسشها یا فرضیه‌هایی که پژوهش در پی پاسخ‌گویی به آنها است.
نکته مهم: لطفاً تیتر جداگانه با عنوان پیشینه قرار ندهید و پیشینه داخلی و خارجی در بخش مبانی نظری و توسعه فرضیه‌ها بصورت یکپارچه ارائه و تحلیل شود.

- در پژوهش‌های کیفی ارائه اهداف پژوهش الزامی است.

- متن اصلی مقاله به صورت تک ستونی با قلم (فونت) ۱۲ بی زر (B ZAR 12 Regular) تک فاصله (Single Space) تهیه شود. خط اول همه پاراگراف‌ها باید دارای تورفتگی به اندازه ۰/۵ سانتیمتر باشد.

راهنمای تدوین و شرایط پذیرش پژوهش‌ها

- منابع درون متن را حتماً استاندارد درج نمایید. رفرنس نویسی به شیوه APA انجام شود. درون متن همه منابع و نام‌ها فارسی اند و همه نام‌های انگلیسی در اولین ارجاع، پی‌نویس می‌شوند. در منابع درون متنی شماره صفحه نیز درج شود.

- منابع درون و انتهای متن را کاملاً بر هم تطبیق دهید، همه منابع درون متن باید در انتها باشند و همه منابع انتهایی در درون متن قرار گیرند.

- اگر منبعی چند نویسنده دارد، حتماً در اولین ارجاع نام تمام نویسندگان را بیاورید و تنها در ارجاعات بعدی است که می‌توانید از واژه همکاران استفاده کنید.

- در مورد همه پراکنش‌ها فاصله‌ها به این شکل رعایت شود، توجه نمایید که فاصله‌ها و محل قرارگیری نقطه پایانی کجاست: نمونه صحیح: سازماندهی فرآیندی پویا است (الوانی، ۱۳۹۵: ۲۲۵).

- در تمام جداول و تمام متن باید همه اعداد فارسی بوده و همه ممیزها به شکل واقعی شان استفاده شوند (در تمام متن و جداول، همه اعداد و واژه‌ها فارسی و همه ممیزها به شکل واقعی (۱) استفاده شوند. از بکاربردن (۰) و (۰) به جای ممیز خودداری کنید.

- روش شناسی پژوهش

این قسمت از یک مقاله پژوهشی شامل توضیح در مورد نوع پژوهش (هم از جهت هدف در نظر گرفته شده برای پژوهش و هم از نظر روش انجام پژوهش)، جامعه و نمونه و روش نمونه‌گیری، ابزار گردآوری اطلاعات، فنون تجزیه و تحلیل، مدل آزمون فرضیه‌ها، تعریف عملیاتی متغیرها و روشن نمودن میزان روایی و پایایی ابزار و توضیح در خصوص چگونگی مراحل انجام پژوهش است.

- نحوه ارجاع منابع در متن (سایکتی، ۲۰۱۵).

- یافته‌های پژوهش

این بخش شامل ارائه یافته‌ها، مقایسه آن با یافته‌های پژوهش‌های مذکور در پیشینه و تفسیر انطباق یا ناسازگاری یافته‌ها با پژوهش‌ها و نظریه‌ها می‌باشد. در این بخش ابتدا فرضیه‌ها (یا در پژوهش کیفی اهداف)، بعد از آن نوع آزمون آماری و جدول سپس تحلیل جدول در زیر هر جدول ارائه شود.

- بحث و نتیجه‌گیری

در تدوین این بخش از مقاله باید به مباحث زیر به صورت دقیق و خلاصه پرداخته شود.

۱- خلاصه مسئله و ذکر اهداف انجام پژوهش ۲- تبیین میزان ارتباط یافته‌های حاصل از پژوهش با اهداف و نیازهای کاربردی در نظر گرفته شده از انجام پژوهش ۳- تعمیم‌پذیری یافته‌های پژوهش ۴- کاربردهای نتایج پژوهش ۵- مقایسه یافته‌های پژوهش با پژوهش‌های قبلی و ذکر دلایل احتمالی برای توافق یا عدم توافق بین نتایج ۶- محدودیت‌های پژوهش ۷- پیشنهاد برای پژوهش‌های آینده در این خصوص و بالاخره ۶- نتیجه‌نهایی که از پژوهش حاصل شده است.

نکته مهم: تیتر جداگانه به عنوان محدودیت‌ها و پیشنهادهای پژوهش قرار ندهید. پیشنهادها ذیل عنوان بحث و نتیجه‌گیری بصورت یکپارچه در انتهای مقاله قید شود.

درج تقدیر و تشکر از حامی در انتهای مقاله قبل از منابع انتهایی (نه‌اینها در دو خط) در صورتی که حامی پژوهشی داشته باشید.

- فهرست منابع

- چکیده انگلیسی (که باید ترجمه مفهوم و روانی از چکیده فارسی باشد).

راهنمای تدوین و شرایط پذیرش پژوهش‌ها

۳. ارجاع‌های درون‌متنی

به منظور ارجاع‌های فارسی در متن مقاله از روش APA (ای.پی.ای) استفاده می‌شود؛ به این ترتیب که:

- نام خانوادگی نویسنده همراه با سال انتشار و صفحه آن منبع در متن به صورت فارسی ارائه می‌شود و معادل انگلیسی اسامی در پاورقی همان صفحه قید شود. چنانچه تعداد نویسندگان بیش از یک نفر بود از ویرگول (،) و چنانچه تعداد منابع مورد استناد بیش از یک عدد بود از نقطه ویرگول (؛) به منظور جدا سازی استفاده شود.
- هر منبعی که در متن مقاله به آن اشاره می‌شود، باید اطلاعات کامل آن در فهرست منابع آورده شود و به غیر از این منابع، منبع دیگری در فهرست منابع بیان نشود.

در صورت نیاز به توضیحات لازم درباره اصطلاح‌ها و یا ذکر معادل‌های انگلیسی ویژه‌های درون‌متنی (به غیر از اسامی نویسندگان)، از پاورقی استفاده شود. در متن به هیچ عنوان نباید عبارات و اصطلاحات انگلیسی ارائه شود مگر در مورد فرمول‌ها و معادله‌ها.

۴. فهرست منابع

از آنجایی که هدف فصلنامه در راستای بین‌المللی شدن می‌باشد، تمامی نویسندگان لازم است منابع فارسی انتهایی مقاله خود را بصورت انگلیسی نیز وارد کنید. در غیر این صورت مقاله در چرخه بررسی قرار نمی‌گیرد.

برای تنظیم فهرست منابع از روش ارجاع (APA ای.پی.ای) استفاده می‌شود، به این ترتیب که ابتدا منابع فارسی و پس از آن منابع انگلیسی، به ترتیب حروف الفبا و بر اساس نام خانوادگی نویسنده، به شرح زیر ذکر و شماره گذاری می‌شود:

۴-۱. کتاب: نام خانوادگی، نام کامل نویسنده (نقطه و یک فاصله) (سال انتشار) (نقطه و یک فاصله) نام کتاب با حروف ایتالیک (ویرگول و یک فاصله) نام مترجم (ویرگول و یک فاصله) محل انتشار (دو نقطه و یک فاصله) نام انتشارات (نقطه)

۴-۲. مقاله: نام خانوادگی، نام کامل نویسنده (نقطه و یک فاصله) (تاریخ انتشار) (نقطه و یک فاصله) عنوان مقاله (نقطه و یک فاصله) نام نشریه با حروف ایتالیک (دوره (شماره) با حروف ایتالیک (ویرگول و یک فاصله) شماره صفحه شروع - (خط فاصله) پایان مقاله (نقطه)

۴-۳. مقالات برخط: نام خانوادگی، نام کامل نویسنده (نقطه و یک فاصله) (تاریخ انتشار) (نقطه و یک فاصله) عنوان مقاله (نقطه و یک فاصله) نام نشریه با حروف ایتالیک (دوره (شماره) با حروف ایتالیک (ویرگول و یک فاصله) شماره صفحه شروع - (خط فاصله) پایان مقاله (نقطه و یک فاصله) دریافت شده از (دو نقطه و یک فاصله) آدرس سایت

۴-۳. گزارش‌ها و سایر منابع: در این باره نیز اطلاعات کافی و کامل ارائه شود.

- در فهرست منابع چنانچه تعداد نویسندگان بیش از یک نفر بود، اسامی آن‌ها با استفاده از نقطه ویرگول (؛) جدا شود.

- فهرست منابع نیازمند شماره گذاری نمی‌باشد. چنانچه بیش از یک عنوان از یک یا چند نویسنده مورد استناد قرار گرفته باشد، علاوه بر رعایت ترتیب حروف الفبا، ترتیب سال انتشار نیز رعایت شود؛ به این صورت که کتاب یا مقاله ای که زودتر (قدیمی تر) انتشار یافته است، در فهرست زودتر درج می‌شود. به منظور جلوگیری از بروز اشتباه بین منابع مختلف درج شده در فهرست، شروع هر منبع بدون تورفتگی یا بیرون زدگی خواهد بود و چنانچه عبارت طولانی شد، ادامه با تورفتگی (با استفاده از تکنیک Hanging 0.5 سانتی متر) است.

۵. نمودارها، نگاره‌ها و فرمول‌ها

عنوان نمودارها در زیر و عنوان نگاره‌ها در بالای آن‌ها درج شود. بهتر است نمودارها و نگاره‌ها، در داخل متن و پس از جایی که به آنها اشاره شده، درج شوند. داخل نگاره‌ها باید به فارسی نوشته شود و در شرایط استقاده ممیز، از به کار بردن نقطه به جای ممیز خودداری گردد؛ در صورت ضرورت ضمن درج عنوان فارسی متغیرها، یک ستون می‌تواند به نمادهای مورد استفاده برای متغیر به زبان انگلیسی

راهنمای تدوین و شرایط پذیرش پژوهش‌ها

به گونه ای که در معادله ها و مدل ها استفاده شده اختصاص یابد. عناوین ستون ها در نگاره ها، به صورت وسط چین بوده و سطر اول هر نگاره که شامل عناوین ستون هاست با رنگ طوسی و درجه روشنی ۲ نمایش داده شود. برای اشاره به محتوای نگاره‌ها و نمودارها در متن، می بایست با استفاده از شماره آن ها ارجاع مناسب صورت گیرد. فرمول ها نیز در جدولی دو ستونی به صورت خطوط نمرئی (No Border) ارائه و به صورت مدل (۱) (عددی و داخل پرانتز) تا ... شماره گذاری شوند.

۶. پاورقی

اصطلاحات انگلیسی و برخی توضیحات لازم در پاورقی همان صفحه درج شود.

۷. سایر نکات

- قبل از نقطه، ویرگول، نقطه ویرگول، دوتقطه، علامت سؤال، علامت تعجب و ... نیازی به فاصله نیست، اما بعد از این علائم باید یک فاصله گذاشته شود.
- هنگام استفاده از پرانتز قبل از باز شدن پرانتز و بعد از بسته شدن پرانتز از فاصله استفاده کنید.
- معادل های انگلیسی عناوین علمی نویسندگان به شرح نگاره زیر است:

عناوین	معادل انگلیسی
کارشناس	BSc.
دانشجوی کارشناسی ارشد	MSc. Student
کارشناسی ارشد	MSc.
دانشجوی دکترا	Ph.D. Student
دکترا	Ph.D.
استادیار	Assistant Professor
دانشیار	Associate Professor
استاد	Professor

* مقاله‌های فرستاده شده نباید بصورت هم‌زمان به مجله‌های فارسی زبان دیگری در داخل و یا خارج از کشور ارسال شده باشد.

* فصلنامه از پذیرش مقاله‌هایی که موارد شکلی و ساختاری یاد شده در راهنما در آن‌ها رعایت نشده باشد، معذور است.

* فصلنامه در ویرایش مقاله‌ها و حذف برخی بخش‌ها بدون تغییر در محتوای آن، آزاد است و مقاله‌هایی را که در وقت می‌کنند بلز نمی‌گرداند * مسئولیت صحت و سقم مطالب مقاله به عهده نویسنده است.

* مقاله‌ها صرفاً از طریق وبگاه مجله دریافت می‌شود. <https://jaacsi.alzahra.ac.ir/>

* به منظور تسریع در فرایند داوری و چاپ مقاله، از استادان و پژوهشگران محترم تقاضا می‌شود قبل از ارسال مقاله از ویرایش فنی و ادبی مقاله و رعایت نکته‌هایی که در این راهنما درج شده است، اطمینان حاصل کنید.

فهرست مطالب

ارتباط صرفه‌جویی نقدی مالیات با ریسک شهرت در بورس اوراق بهادار کشورهای منتخب

منطقه خلیج فارس ۱

الهام علی‌زاده، احمد خدای‌پور، امید پورحیدری

راهبردهای رابطه مداری و سهم بازار مؤسسات حسابرسی ۲۷

محمد مهدی کسائی، رضا غلامی جمکرانی، فخرالدین محمد رضائی، امید فرجی

فرامطالعه‌ای بر گزارشگری پایداری شرکت در پژوهش‌های حسابداری و حسابرسی ایران ۵۹

احسان قدردان، فرزین رضایی

رابطه تقلب در گزارشگری مالی شرکت‌های همتای فعال در یک منطقه جغرافیایی همسان با تقلب

در گزارشگری مالی شرکت؛ نقش تعدیلی رقابت صنعت ۱:۳

حسن فتاحی نافچی، محمد جودکی، سارا قنبری

مسئولیت اجتماعی، ارزش شرکت و بازده سهام در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق

بهادار تهران؛ اثر تعدیلی همه‌گیری ویروس کرونا ۱۲۵

پریسا سادات بهبهانی‌نیا، انیس مسیح‌گل

تأثیر قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری بر سرعت دستیابی به اعتبار تجاری بهینه: رویکرد

گشتاورهای تعمیم یافته ۱۵۳

وهاب رستمی، مهدی محمدی، حامد کارگر

الگوی جامع، شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی با استفاده از فنون حسابداری قضایی ۱۷۵

غلامرضا نبوی، سید یوسف احدی سرکانی، احمد یعقوب نژاد، سیده عاطفه حسینی



ارتباط صرفه‌جویی نقدی مالیات با ریسک شهرت در بورس اوراق بهادار کشورهای منتخب منطقه خلیج فارس^۱

الهام علی‌زاده^۲، احمد خدای پور^۳، امید پورحیدری^۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۹/۲۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۴/۱۱

مقاله پژوهشی

چکیده

هدف: این پژوهش بررسی می‌کند که آیا شرکت‌ها و مدیران ارشد آنها هزینه‌های شهرت ناشی از درگیر شدن در فعالیت‌های اجتناب از پرداخت مالیات را در هنگام تصمیم‌گیری در نظر می‌گیرند یا خیر.

روش: داده‌های خام مربوط به ۱۱۹ شرکت در بازه زمانی ۷ سال، طی سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۱ از میان شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار کشورهای منتخب واقع در خلیج فارس شامل ایران، قطر، عمان، کویت و عربستان سعودی انتخاب گردید. جهت تعیین ریسک شهرت (متغیر مستقل) این شرکت‌ها از رتبه‌بندی شرکت‌ها توسط سازمان مدیریت صنعتی در ایران و رتبه‌بندی در کشورهای عربی توسط مجله معتبر فوربس استفاده گردید. صرفه‌جویی نقدی مالیات (متغیر وابسته) از طریق نرخ مؤثر مالیات نقدی اندازه‌گیری و تأثیر ریسک شهرت بر آن از طریق مدل رگرسیون مورد بررسی قرار گرفت.

یافته‌ها: یافته‌های پژوهش حاکی از ارتباط معنادار بین صرفه‌جویی نقدی مالیات و ریسک (هزینه) شهرت می‌باشد.

نتیجه‌گیری: براساس نتایج حاصل از آزمون فرضیه تحقیق، برخی از شرکت‌ها در هنگام استفاده از استراتژی‌های مربوط به اجتناب از پرداخت مالیات به هزینه‌های ناشی از آسیب رسیدن به شهرت شرکت نیز توجه نموده و از آن دوری می‌نمایند و یا کمتر درگیر اجتناب از پرداخت مالیات می‌گردند.

دانش‌افزایی: با توجه به اینکه پژوهش‌های اندکی در زمینه ریسک و هزینه‌های شهرت مرتبط با مسائلی همچون مالیات انجام شده است؛ این مطالعه می‌تواند منجر به بسط و غنای این موضوع و توسعه ادبیات تحقیق در این بخش گردد. علاوه بر آن توجه محققین و مدیران در بخش‌های مالیاتی را به موضوع اعتبار شرکت را جلب نماید.

واژه‌های کلیدی: ریسک شهرت، کشورهای حوزه خلیج فارس، صرفه‌جویی نقدی مالیات.

طبقه‌بندی موضوعی: G41, H26.

10.22051/jaasci.2024.45839.1817 : doi .۱

۲. دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران. (elham.alizadeh@aem.uk.ac.ir).

۳. استاد، گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران. نویسنده مسئول. (khodamipour@uk.ac.ir).

۴. استاد، گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران. (opourheidari@uk.ac.ir).

jaasci.alzahra.ac.ir

مقدمه

اجتناب از پرداخت مالیات به عنوان "فعالیت‌های کاهش مالیات سرمایه‌گذاری‌های سودآور تا استراتژی‌های تهاجمی" (دیرنگ و همکاران^۱، ۲۰۱۹)، "فعالیت‌هایی که صرفه‌جویی نقدی مالیات^۲ را ایجاد می‌کند و مزایای گزارشگری مالی را ارائه می‌دهد" (هاچنز، رگو و ویلیامز^۳، ۲۰۲۰)، توضیح داده شده است. فعالیت‌های مربوط به صرفه‌جویی نقدی مالیات (اجتناب از پرداخت مالیات) با وجود ایجاد منافی برای شرکت‌ها، دولت‌ها را با مشکل کسری و در نهایت برنامه‌ریزی دولت‌ها را با مسائلی مواجه می‌نماید؛ زیرا این موضوع منجر به پرداخت مالیات کمتر توسط شرکت‌ها می‌گردد. حداقل دو دهه تحقیقات تجربی در حوزه مالیات نشان داده است که شرکت‌ها طیف گسترده‌ای از استراتژی‌ها را با هدف اجتناب از پرداخت مالیات استفاده می‌کنند. مطالعات اخیر نشان می‌دهد که برای بسیاری از شرکت‌ها، اجتناب از پرداخت مالیات در کاهش پرداخت‌های مالیاتی شرکت‌ها و افزایش درآمدهای پس از مالیات آنها بسیار مؤثر است.

این فعالیت‌های شرکت‌ها مورد توجه قانون‌گذاران، نهادهای بین‌المللی مانند سازمان توسعه و همکاری اقتصادی (OECD)، مطبوعات عمومی و دانشگاهیان قرار گرفته است. نگرانی در مورد فعالیت‌های اجتناب از پرداخت مالیات شرکت‌ها از این باور ناشی می‌شود که شرکت‌های خاصی به طور ناعادلانه تحت یک سیستم مالیاتی معین سود می‌برند و بنابراین، به نحو منصفانه و به اندازه‌ی کافی در درآمدهای دولت مشارکت نمی‌کنند. با وجود اینکه فعالیت‌های اجتناب از پرداخت مالیات شرکت‌ها در نهایت منجر به درآمد کمتر برای دولت‌ها می‌شود، اما به طور قابل توجهی جریان نقدی شرکت را افزایش می‌دهد (گرین و کر^۴، ۲۰۲۲).

در حالی که شواهد نشان می‌دهد که تنوع گسترده‌ای از راه‌ها و روش‌ها در اجتناب از پرداخت مالیات در بین شرکت‌ها وجود دارد، آنچه گیج‌کننده است؛ این نیست که برخی از شرکت‌ها درگیر اجتناب از پرداخت مالیات هستند، بلکه این است که چرا برخی از شرکت‌ها مشتاقانه درگیر آن

-
1. Dyreng, Hanlon and Maydew
 2. Cash Tax Savings
 3. Hutchens, Rego and Williams
 4. Green and Kerr

می شوند در حالی که به نظر می‌رسد برخی دیگر از آن اجتناب می‌کنند. به‌عنوان مثال، دیرنگ و همکاران (۲۰۰۸)، نشان می‌دهند که برخی از شرکت‌ها در میزان قابل توجهی از اجتناب از پرداخت مالیات شرکت می‌کنند. آنها دریافتند که تقریباً یک چهارم شرکت‌ها در ایالات متحده، مالیاتی بیش از ۳۵ درصد از درآمد قبل از مالیات خود را در یک دوره ده ساله پرداخت می‌کنند. با توجه به نرخ ۳۵ درصدی مالیات شرکت در ایالات متحده، به نظر می‌رسد که این شرکت‌ها درگیر اجتناب از پرداخت مالیات کم یا ناپایداری هستند. حال این سؤال مطرح است که چرا برخی از شرکت‌ها از فرصت‌های اجتناب از پرداخت مالیات استفاده نمی‌کنند؟ هزینه‌های شهرت اغلب به‌عنوان عامل مهمی در نظر گرفته می‌شود که فعالیت‌های اجتناب از پرداخت مالیات به‌ویژه ایجاد سیاست استراتژی‌های جسورانه مالیاتی را محدود می‌کند (گالمرگ و همکاران^۱، ۲۰۱۴)

از طرفی نیز، حداقل‌سازی مالیات شرکت‌ها می‌تواند تأثیر منفی بر روی ارزش شرکت برجای بگذارد، زیرا حداقل‌سازی منجر به پرداخت مالیات کمتر برای شرکت‌ها می‌گردد؛ و بنابراین، این صرفه‌جویی در پرداخت مالیات بایستی منجر به افزایش ثروت سهام‌داران گردد (اسماعیل‌زاده و همکاران، ۱۳۹۷).

با این حال، شرکت‌ها جهت برنامه‌ریزی مالیات در این جهت ممکن است متحمل هزینه‌های قابل توجهی مانند به خطر افتادن اعتبارشان گردند. در گذشته، شرکت‌هایی مانند گوگل، آمازون و استارباکس در معرض اعتراض در این خصوص قرار گرفته‌اند. این مسئله می‌تواند منجر به متهم شدن شرکت به پرداخت نکردن مالیات سود سهام آن گردد و واکنش‌های بالقوه‌ی منفی را به بار بیاورد که نتیجه‌ی آن از دست رفتن اعتبار شرکت است (اسماعیل‌زاده و همکاران، ۱۳۹۷) و می‌تواند کاهش سودهای بالقوه‌ی آتی را در پی داشته‌باشد.

شهرت شرکت منعکس‌کننده دارایی نامشهود^۲ به‌ویژه برای شرکت‌های بزرگی است که سرمایه‌گذاری زیادی در بازاریابی شرکت دارند (بروملی^۳، ۱۹۹۳). شهرت مهم‌ترین کالای کسب و کار معاصر است. کسب و کارهایی با شهرت خوب، مصرف‌کنندگان را حفظ می‌کنند و رضایت

1. Gallemore, Maydew and Thornock

۲. سرفعلی

3. Bromley

بازار را ایجاد می‌کنند، کارکنان سطح بالا را استخدام و حفظ می‌کنند، روابط بلندمدت با فروشندگان ایجاد می‌کنند، خریداران جدید را جذب می‌کنند، منابع مالی با قیمت‌های کاهش یافته به دست می‌آورند و رقبای آینده را از پیوستن به صنعت باز می‌دارند. از آنجایی که سرمایه‌گذار انتظار دارد که این مشاغل به سود بلندمدت و رونق آینده دست یابند، هزینه‌ها و ارزش بازار بالاتری دارند (نوبانی و همکاران^۱، ۲۰۲۱).

با این حال، شهرت یک شمشیر دو لبه است: از یک سو، یک شهرت خوب برای همه ذینفعان منافی به همراه دارد و از سوی دیگر، کسب و کار را در معرض خطر شهرت قرار می‌دهد (اکلس و همکاران^۲، ۲۰۰۷). هر چه اعتبار بالاتر باشد، احتمال آسیب آن بیشتر است. بدین معنی که، توقعات و خواسته‌ها برای یک کسب و کار بسیار مورد توجه بیشتر از کسب و کار کم نظر است. بنابراین هر عیب یا لغزشی از نظر اولی بسیار بیشتر و دردناک‌تر احساس می‌شود (نوبانی و همکاران، ۲۰۲۱). بر اساس اصل "کوه‌های بلند دره‌های عمیق دارند"^۳ (هانی^۴، ۲۰۰۹)، کسب و کارهایی که اعتبار بسیار بالایی دارند، در نتیجه با ریسک بیشتری از مسئولیت مواجه می‌شوند. اگر همه انتظارات گروه‌های ذینفع برآورده نشود، اعتماد شرکت کاهش می‌یابد و اعتبار شرکت بدتر می‌شود. شهرت بر شرایط مختلف اجتماعی تأثیر می‌گذارد، به‌ویژه بر آنهایی که بازیگران اصلی یا موظف به تصمیم‌گیری هستند (بروملی، ۲۰۰۰). با توجه به این موضوع، شناسایی ریسک شهرت و به حداقل رساندن ریسک یک مشکل اولویت‌دار در کنترل این ریسک است.

علی‌رغم این موارد، شواهدی از تحقیقات گذشته نشان می‌دهد که اجتناب از پرداخت مالیات منجر به افزایش ارزش سهام شرکت می‌گردد. از آنجایی که اجتناب از پرداخت مالیات موضوعی به ظاهر قانونی به نظر می‌رسد؛ بنابراین، انتظار می‌رود بسیاری از شرکت‌ها از اجتناب از پرداخت مالیات استفاده نمایند. هانلون و هیتزمن^۵ (۲۰۱۰)، در تحقیقات بخش مالیاتی خود خواستار تحقیق در مورد معمای پناهگاه مالیاتی شدند، و به‌طور خاص سؤالات زیر را مطرح کردند: «چرا برخی از شرکت‌ها

1. Nobanee, Alhajjar, Abushairah and Al Harbi

2. Eccles, Newquist and Schatz

۳. سقوط اشخاص عالی‌رتبه خیلی صدا می‌کند

4. Honey

5. Hanlon and Heitzman

از پرداخت مالیات بیشتر از دیگران اجتناب می‌کنند؟ سرمایه‌گذاران، طلبکاران و مصرف‌کنندگان چگونه اجتناب از پرداخت مالیات شرکت‌ها را درک کرده‌اند؟ این پژوهش، تا حدودی می‌تواند در مورد هزینه‌های شهرت، پاسخ دهد. اما مسأله‌ای که در مطالعه حاضر، جالب به نظر می‌رسد اینست که شرکت‌های واقع در حوزه خلیج فارس به چه میزان به موضوع شهرت و آسبایی که می‌تواند صرفه‌جویی نقدی مالیات که یکی از استراتژی‌های اجتناب از پرداخت مالیات به آنها وارد نماید یا برعکس به منافع حاصل از آن توجه می‌نمایند؛ بنابراین سؤال تحقیق می‌تواند بدین ترتیب مطرح گردد؛ که آیا تصمیم‌گیری در مورد صرفه‌جویی نقدی مالیات می‌تواند تحت‌تأثیر ریسک (هزینه‌های) شهرت قرار می‌گیرد؟

ادامه مقاله به شرح زیر است. بخش دوم مبانی و ادبیات نظری را مورد بحث قرار می‌گیرد و پس از آن فرضیه تحقیق ارائه می‌شود. در بخش سوم روش تحقیق، انتخاب جامعه و انتخاب نمونه تشریح می‌شود. تجزیه و تحلیل نتایج در بخش چهارم ارائه شده‌است. در نهایت نتیجه‌گیری و پیشنهادها بیان می‌گردد.

مبانی نظری و توسعه فرضیه

شهرت یک ساختار چندوجهی است که با چندین طرف از جمله شرکت و مدیریت آن و همچنین سهام‌داران، مشتریان و مقامات مالیاتی مرتبط است و از برداشتها و دیدگاه‌های ذینفعان علاقه‌مند متعدد ناشی می‌شود. بدین ترتیب، دیدگاه وسیعی از شهرت مطرح است، که در آن ذینفعان تصویری از شرکت که بر تعاملات بین شرکت و سهام‌داران تأثیر می‌گذارد، تشکیل می‌دهند. ذینفعان شرکت شامل هر طرفی است که شرکت با آن منافع در حفظ رابطه دارد، از جمله دارندگان سهام، دارندگان اوراق بدهی، مشتریان، تأمین‌کنندگان، دولت‌ها و غیره. از این رو، شهرت یک شرکت بخشی جدایی‌ناپذیر از مزیت نسبی آن است و به این ترتیب، شرکت و مدیریت آن برای حفظ و افزایش شهرت شرکت اقدام خواهند کرد. برای انجام این کار، به‌صورت هدفمند، تصمیماتی از جمله تصمیمات مالیاتی را تا حدی براساس هزینه‌ها و یا مزایای شهرت خود اتخاذ می‌کند (گالمورگ و همکاران، ۲۰۱۴). با این حال، همان‌طور که واکر^۱ (۲۰۱۰) اشاره می‌کند، تعریف مفهوم شهرت

شرکت تا حدودی دشوار است زیرا به معنای چیزهای مختلف در زمینه‌های مختلف است. هوگارت و همکاران^۱ (۲۰۱۸)، ریسک شهرت را به عنوان "خطر تغییر در نحوه درک سازمان توسط ذینفعان" تعریف می‌کند. کریستن سن و راینور^۲ (۲۰۰۳)، نشان می‌دهند که یک شرکت از طریق عملکرد مالی بلندمدت، حاکمیت شرکتی و رهبری، مسئولیت اجتماعی شرکت، تجمیع استعداد و ایجاد فرهنگ سازمانی، تحقق وعده‌های شرکای خارجی، رعایت مقررات و ارتباطات و مدیریت بحران، شهرت ایجاد می‌کند.

بارنت و همکاران^۳ (۲۰۰۶)، ادعا می‌کنند که شهرت شرکت، قضاوت اجتماعی یک شرکت را بر اساس ارزیابی اثرات مالی، اجتماعی و زیست محیطی آن نشان می‌دهد. علاوه بر این، شهرت شرکت می‌تواند منبع مزیت رقابتی پایدار باشد (بهارادواج و همکاران^۴، ۱۹۹۳). یافته‌های مطالعات مختلف نشان می‌دهد که شهرت عموماً تأثیر مثبتی بر عملکرد مالی، سرمایه‌گذاری و اقتصادی شرکت دارد (رابرتز و داوولینگ^۵، ۲۰۰۲؛ گاتزرت^۶، ۲۰۱۵).

با این حال، مطالعاتی که پیامدهای ریسک شهرت را بررسی می‌کنند، نشان می‌دهند که چنین ریسکی شرکت‌ها را در معرض تحریم‌های ذینفعان قرار می‌دهد، مانند از بین رفتن اعتماد، و لابی برای مقررات سخت‌تر (بارون و دیرمایر^۷، ۲۰۰۷). کولبل و همکاران^۸ (۲۰۱۷) معتقدند که ریسک شهرت ممکن است بر فروش و درآمد شرکت تأثیر منفی بگذارد و در نتیجه ریسک مالی و یا ریسک اعتباری را افزایش دهد.

بورک و همکاران^۹ (۲۰۱۹) نشان می‌دهند که حسابرسان در پاسخ به ریسک شهرت شرکت، حق الزحمه حسابرسی را افزایش می‌دهند. افزون‌براین، ریسک شهرت می‌تواند میلیاردها دلار سرمایه

1. Hogarth, Hutchinson, and Scaife

2. Christensen and Raynor

3. Barnett, Jermier and Lafferty

4. Bharadwaj, Varadarajan and Fahy

5. Roberts and Dowling

6. Gatzert

7. Baron and Diermeier

8. Kolbel, Busch and Jancso

9. Burke, Hoitash and Hoitash

بازار را از بین ببرد و تغییرات گسترده‌ای را به رهبری شرکت تحمیل کند. در واقع، ریسک شهرت به منبع مهمی از ریسک تجاری در دنیای پویای کسب و کار امروزی تبدیل شده‌است (حسنا و همکاران^۱، ۲۰۲۲).

ادبیات تجربی گسترده و رو به رشدی در مورد اجتناب از پرداخت مالیات وجود دارد که حداقل به سال ۱۹۹۰ برمی‌گردد و تا به امروز ادامه دارد، و شواهد فراوانی را در مورد اجتناب از پرداخت مالیات که موضوعی فراگیر و قابل انطباق است، ارائه می‌دهد. در واقع، اصطلاح اجتناب از پرداخت مالیات، اشاره به سعی و تلاش در جهت پرداخت مالیات کمتر به شیوه‌های قانونی است (خانی و همکاران، ۱۳۹۳). تحقیقات نشان داده است که شرکت‌ها در انواع استراتژی‌های آن، از استراتژی‌های ساده مانند نگهداری اوراق قرضه شهرداری معاف از مالیات، تا استراتژی‌های پیچیده، درگیر هستند. مانند اوراق بهادار ترکیبی بدهی و سهام (آنجل و همکاران^۲، ۱۹۹۹)، اجتناب فرامرزی (دیرینگ و لندسی^۳، ۲۰۰۹)، شرکت‌های هلدینگ نامشهود (دیرینگ و همکاران^۴، ۲۰۱۳)، و بیمه عمر متعلق به شرکت‌ها (براون^۵، ۲۰۱۱). در حالی که تحقیقات قبلی نشان می‌دهد که برخی از شرکت‌ها به‌طور فعال در اجتناب از پرداخت مالیات شرکت نمی‌کنند (دیرینگ و همکاران، ۲۰۰۸)، نیروهایی که اجتناب از پرداخت مالیات گسترده‌تر را محدود می‌کنند به‌خوبی درک و بیان نشده‌اند. به‌طور کلی، منطقی است که فرض شود، شرکت‌ها در میزان دلخواه درگیر اجتناب از پرداخت مالیات می‌شوند (گالمور و همکاران، ۲۰۱۴).

به‌طور کلی، فقدان اجتناب از پرداخت مالیات به‌ویژه در محیط‌های غیرقانونی و محیط‌هایی که هیچ‌گونه مبادله گزارشگری مالی ندارند، «معمای پناه‌گیری»^۶ نامیده می‌شود (گالمورگ و همکاران، ۲۰۱۴). سؤال اساسی این است: چه چیزی آن شرکت‌ها را از استفاده از فرصت‌های شناخته شده اجتناب از پرداخت مالیات که توسط سایر شرکت‌ها استفاده می‌شود باز می‌دارد؟ هزینه‌های

-
1. Hasana , Habibb and Zhaoc
 2. Engel, Erickson and Maydew
 3. Dyreng and Lindsey
 4. Dyreng ,Lindsey and Thornock
 5. Brown
 6. under-sheltering puzzle

شهرت اغلب به‌عنوان یک عامل مهم محدود کننده اجتناب از پرداخت مالیات، به‌ویژه در اشکال تهاجمی تر اجتناب از پرداخت مالیات، حدس زده می‌شود.

بیشتر تحقیقات قبلی در مورد شهرت شرکت بر وضعیت غیر مالیاتی متمرکز است. در حسابداری و امور مالی، ادبیات موجود به بررسی هزینه‌های اعتباری ناشی از تخلف در شرکت‌ها و مدیران آن‌ها می‌پردازد. با این وجود در اینجا برخی از تحقیقات انجام شده ارائه می‌گردد.

شواهد دیگری نیز وجود دارد که شرکت‌ها می‌خواهند به‌عنوان شهروندان سازمانی خوب تلقی شوند که «سهم منصفانه» مالیات خود را می‌پردازند، اگرچه شواهد در این مورد متفاوت است (دیویس و همکاران^۱، ۲۰۱۳؛ واتسون^۲، ۲۰۱۱). به‌عنوان مثال، جنرال الکتریک توسط نیویورک تایمز به‌دلیل عدم پرداخت مالیات به دولت ایالات متحده در سال ۲۰۱۱ با وجود اینکه یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های جهان از نظر درآمد و ارزش بازار بود، مورد انتقاد قرار گرفت. جنرال الکتریک بلافاصله با اشاره به سایر کمک‌های خود به جامعه، مانند کارفرما و صادرکننده اصلی بودن، پرداخت‌های مالیاتی قبلی، و همچنین محاسبه حجم وسیع تری از بار مالیاتی خود از جمله حقوق و دستمزد، دارایی و مالیات‌های پرداختی فروش، پاسخ داد. این مثال‌ها با این حدس سازگار است که شرکت‌ها هزینه‌های شهرت ناشی از اجتناب از پرداخت مالیات را درک می‌کنند، به‌ویژه زمانی که تحت نظارت رسانه‌ها قرار می‌گیرند. با این حال، تا به امروز، شواهد تجربی کمی در مورد اعتبار آن ادعا وجود دارد.

تحقیقات دیگر نقش هزینه‌های سیاسی را در تعیین نرخ‌های مالیاتی مؤثر بررسی می‌کنند، جایی که هزینه‌های سیاسی را می‌توان به‌عنوان نوعی هزینه شهرت یا حداقل مربوط به هزینه‌های شهرت در نظر گرفت. زیمرمن^۳ (۱۹۸۳)، این فرضیه را مطرح می‌کند که انتخاب‌های حسابداری اغلب ناشی از هزینه‌های سیاسی مانند مالیات است و معتقد است که شرکت‌های بزرگ مالیات‌های مؤثر بالاتری دارند، که به گفته او تابعی از هزینه‌های سیاسی بالاتری است که این شرکت‌ها با آن مواجه هستند. میلز و همکاران^۴ (۲۰۱۳)، تأثیر هزینه‌های سیاسی بر اجتناب از پرداخت مالیات را در نمونه‌ای از

1. Davis, Guenther, Krull and Williams

2. Watson

3 Zimmerman

4 Mills, Nutter and Schwab

پیمانکاران فدرال بررسی کردند. آنها دریافتند که پیمانکاران فدرال که به هزینه‌های سیاسی بسیار حساس هستند، نرخ‌های مالیات مؤثر بالاتری دارند که با هزینه‌های سیاسی که استراتژی مالیاتی پیمانکاران فدرال را هدایت می‌کند، سازگار است.

اسکولز و ولفسون^۱ (۱۹۹۲)، بیان می‌کنند که اجتناب از پرداخت مالیات شرکت‌ها باید رابطه بین مزایای مالیاتی و هزینه‌های غیر مالیاتی را بسنجید، که در آن هزینه‌های شهرت یکی از مهم‌ترین هزینه‌های غیر مالیاتی در نظر گرفته می‌شود. برخی از محققان هزینه‌های شهرت ناشی از اجتناب از پرداخت مالیات را بررسی کرده‌اند، اما شواهد کافی جهت تبیین رابطه بین این دو متغیر وجود ندارد. هانلون و اسلمرود^۲ (۲۰۰۹) ادعا کرده‌اند که ارزش بازار شرکت‌های درگیر در فعالیت‌های اجتناب از پرداخت مالیات به‌طور قابل توجهی به دلیل مکانیسم‌های شهرت، کاهش یافته‌است. به گفته شو پینگ‌چن و همکاران^۳ (۲۰۱۰)، شرکت‌های خانوادگی اجتناب از پرداخت مالیات کمتری انجام می‌دهند، زیرا آنها بیشتر نگران جریمه‌های احتمالی و آسیب به شهرت هستند. چایز و گاتنر^۴ (۲۰۱۸)، با استفاده از معیارهای گسترده‌تر اجتناب از پرداخت مالیات، تأثیر نتایج مالیات شرکت را بر جابجایی اجباری مدیرعامل بررسی کردند؛ و دریافتند که مدیران عامل به دلیل اجتناب از پرداخت مالیات بیش از حد، متحمل هزینه‌های شهرت می‌شوند و مدیران عاملی که به اندازه کافی از مالیات اجتناب نمی‌کنند، به احتمال زیاد اخراج می‌شوند. آستین و ویلسون^۵ (۲۰۱۷) بیان می‌کنند که شرکت‌هایی با برندهای معروف به دلیل نگرانی‌های مربوط به شهرت، در فعالیت‌های اجتناب از پرداخت مالیات کمتر شرکت خواهند کرد. از انگیزه‌های کاهش اجتناب از پرداخت مالیات می‌توان به از بین رفتن شهرت شرکت اشاره نمود، آن از مشکلاتی است که کاهش سود گزارش شده از طریق افزایش هزینه‌های نیروی کار را برای شرکت ایجاد می‌کند (دالیول و همکاران، ۲۰۱۱، به نقل از حسن علی الحسنی و همکاران، ۱۴۰۳).

1 Scholes and Wolfson

2 Hanlon and Slemrod

3 Shuping Chen, Xia Chen, Qiang Cheng, Terry Shevlin

4 Chyz and Gaertner

5. Austin and Wilson

از طرف دیگر، مدیر سازمان دولتی خدمات درآمد داخلی آمریکا^۱ ادعا می‌کند که استراتژی‌های تهاجمی مالیاتی می‌تواند "خطر قابل توجهی برای شهرت شرکت‌ها" باشد (شولمن^۲، ۲۰۰۹). با این حال، شواهد تجربی در مورد ریسک شهرت ناشی از اجتناب از پرداخت مالیات اندک است. قانع‌کننده‌ترین شواهد را تا به امروز، هانلون و اسلمرود^۳ (۲۰۰۹) و گراهام و همکاران^۳ (۲۰۱۲) جمع‌آوری نمودند. هانلون و اسلمرود (۲۰۰۹) واکنش‌های قیمت سهام شرکت‌هایی را که متهم به درگیر شدن در پناهگاه‌های (بهشت‌های) مالیاتی هستند را بررسی کرده‌اند. آنها شواهدی پیدا کردند که نشان می‌دهد شرکت‌ها به دنبال افشای عمومی استفاده از پناهگاه‌های مالیاتی از کاهش قیمت سهام رنج می‌برند. آنها به دنبال مطرح نمودن این موضوع می‌باشند که عوامل تعیین‌کننده احتمالی زیادی برای بازده منفی وجود دارد که هزینه‌های شهرت تنها یکی از آنهاست. گراهام و همکاران (۲۰۱۲)، نظر مدیران حوزه برنامه‌ریزی مالیاتی را بررسی کردند و دریافتند که بیش از نیمی از آنها موافق این موضوع هستند که آسیب احتمالی به شهرت شرکت عامل مهمی در تصمیم‌گیری برای اجرای یا عدم اجرای استراتژی برنامه‌ریزی مالیاتی است. این شواهد با درک مدیران که اجتناب از پرداخت مالیات آنها یا شرکت‌هایشان را در معرض هزینه‌های شهرت قرار می‌دهد سازگار است.

با توجه به پیشینه ذکر شده در مورد صرفه‌جویی نقدی مالیات و ریسک (هزینه‌های) شهرت، فرضیه تحقیق می‌تواند به ترتیب زیر ارائه شود:

- بین صرفه‌جویی نقدی مالیات و ریسک (هزینه‌های) شهرت رابطه معناداری وجود دارد.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نوع پژوهش‌های شبه تجربی است و با توجه به اینکه داده‌های جمع‌آوری شده اطلاعات واقعی و تاریخی می‌باشد روش پژوهش از نوع پس‌رویدادی می‌باشد. پژوهش حاضر از لحاظ نظری در زمره پژوهش‌های اثباتی قرار دارد و از لحاظ آماری از نوع پژوهش‌های همبستگی

1. Internal Revenue Service (IRS)
 2. Shulman
 3. Graham, Hanlon, Shevlin and Shroff

است که برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از مدل رگرسیون خطی چند متغیره به روش حداقل مربعات تعمیم یافته ترکیبی (PGLS) استفاده شده است.

داده‌های مورد نیاز برای کشور جمهوری اسلامی ایران از صورت‌های مالی حسابرسی شده منتشر شده در سامانه جامع اطلاع‌رسانی ناشران (شبکه کدال)^۱، نرم‌افزار ره‌آورد نوین و تارنمای شرکت مدیریت فناوری بورس تهران^۲ جمع‌آوری گردیده است. برای شرکت‌های مستقر در کشورهای حوزه خلیج فارس از سایت بورس اوراق بهادار این کشورها، صورت‌های مالی منتشر شده در وبگاه مربوط به شرکت‌ها و سایت www.marketscreener.com استخراج شده است. پس از به دست آوردن اطلاعات مورد نیاز شرکت‌های نمونه، محاسبات مربوط به هر یک از متغیرها در محیط نرم‌افزار Excel 2016 انجام و آزمون داده‌ها با استفاده از Eviews10 انجام شده است.

در این پژوهش، شرکت‌هایی که جز صد شرکت برتر در ایران براساس اعلام سازمان مدیریت صنعتی^۳ هستند و در مورد کشورهای عربی حوزه خلیج فارس براساس اعلام مجله معتبر فوربس^۴، شرکت‌های برتر شناسایی شده‌اند و فرض شده است که این شرکت‌ها در معرض هزینه‌های اعتباری قابل توجهی هستند. در نتیجه، هر گونه آسیب به ارزش ویژه برند شرکت به‌طور بالقوه پرهزینه است و انتظار می‌رود که مدیران شرکت‌هایی با وضعیت ارزشمند، اقداماتی را برای محافظت از نام تجاری در برابر کاهش ارزش انجام دهند؛ از جمله توجه به موضوع اجتناب از پرداخت مالیات که ممکن است باعث تبلیغات منفی شود.

جامعه آماری پژوهش کلیه شرکت‌های پذیرفته در بورس اوراق بهادار کشورهای حاشیه خلیج فارس شامل ایران، قطر، عمان، کویت و عربستان سعودی طی سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۱ می‌باشد؛ که حائز شرایط زیر می‌باشند:

۱. طی دوره پژوهش در بورس اوراق بهادار کشورهای منتخب منطقه خلیج فارس موجود باشند و

تغییر سال مالی نداده باشند؛

۲. شرکت‌های سرمایه‌گذاری و سایر واسطه‌گری‌های مالی این موارد حذف گردیده‌اند؛

1. www.codal.ir

2. www.tsetmc.com

3. <https://imi100.imi.ir/>

4. <https://www.forbesmiddleeast.com/lists/>

۳. اطلاعات مورد نیاز برای انجام پژوهش در یادداشت‌های توضیحی پیوست صورت‌های مالی افشا شده باشند؛

۴. طی سال‌های مذکور دارای سود خالص باشند.

جدول ۱. جدول غربالگری نمونه‌ها

تعداد نهایی مشاهدات	حذف مشاهدات به علت عدم احراز شرایط نمونه	تعداد مشاهدات براساس داده‌های اولیه (در دسترس)	محدودیت	ردیف
۸۳۳	۲۳۱۰	۲۸۰۰	۱	۱
	۱۴۸۵	۲۳۱۰	۳ و ۲	۲
	۱۶۵۲	۱۴۸۵	۴	۳

با اعمال محدودیت‌های فوق تعداد ۱۱۹ شرکت (۸۳۳ مشاهده سال - شرکت) از مجموع شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار کشورهای منتخب در این منطقه به عنوان نمونه مورد مطالعه قرار گرفت.

مدل و متغیرهای پژوهش

جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش براساس چارچوب نظری مدل‌های رگرسیون زیر طراحی و استفاده شده است.

$$CTS_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 RR_{i,t} + \beta_2 Lev_{i,t} + \beta_3 Intangibles_{i,t} + \beta_4 SalesGrowth_{i,t} + \beta_5 \sigma Sale_{i,t} + \beta_6 PPE_{i,t} + \beta_7 MB_{i,t} + \beta_8 Age_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

متغیر وابسته: صرفه‌جویی نقدی مالیات (Cash Tax Saving)

در این تحقیق از تفاضل نرخ قانونی مالیات در سطح کشور و نسبت مالیات نقدی پرداخت شده شرکت به سود قبل از مالیات شرکت به عنوان صرفه‌جویی نقدی مالیات استفاده شده است.

۱. حذف به علت عدم کسب سود

مقدار صرفه‌جویی نقدی مالیات براساس سال_شرکت به‌عنوان مقدار مالیات‌های نقدی واقعی پرداخت شده در مقایسه با میزان مالیات‌های نقدی مورد انتظار برای پرداخت محاسبه می‌شود. میزان مالیات نقدی مورد انتظار جهت پرداخت را با ضرب سود قبل از مالیات یک شرکت در نرخ قانونی مالیات در کشور مورد نظر محاسبه خواهد شد. سپس برای از بین بردن تأثیر تفاوت در مقیاس، تفاوت حاصله بر سود قبل از مالیات در سطح شرکت تقسیم می‌شود؛ که معادله تخمینی زیر را به‌دست می‌دهد:

$$CTS_{i,t} = \{CSTR_{c,t} * PTI_{i,t}\} - CashTaxPaid_{i,t} / PTI_{i,t} \quad \text{رابطه ۱-۱}$$

$CTS_{i,t}$ = مقدار صرفه‌جویی نقدی مالیات در سطح شرکت است

$CSTR_{c,t}$ = نرخ مالیات قانونی شرکت‌ها در سطح کشور است

$PTI_{i,t}$ = سود قبل از مالیات در سطح شرکت است

$CashTaxPaid_{i,t}$ = مالیات نقدی پرداخت شده در سطح شرکت است

(اندیس‌های c ، i ، و t به ترتیب نشان دهنده کشور، شرکت و سال هستند)

مرتب‌سازی مجدد جبری عبارت‌ها (ابتدا با تقسیم و سپس با لغو عبارت‌ها) به مجموعه‌ای از معادلات زیر منجر می‌شود.

$$CTS_{i,t} = (CSTR_{c,t} * PTI_{i,t} / PTI_{i,t}) - (CashTaxPaid_{i,t} / PTI_{i,t}) \quad \text{رابطه ۱-۲}$$

$$CTS_{i,t} = CSTR_{c,t} - (CashTaxPaid_{i,t} / PTI_{i,t}) \quad \text{رابطه ۱-۳}$$

اصطلاح دوم در رابطه (۱-۳) معمولاً به‌عنوان نرخ مؤثر مالیات نقدی، ETR نقدی یا CETR نامیده می‌شود. علاوه بر این، کم کردن CETR از نرخ قانونی مصوب یک کشور برای سال مشابه با معیار انجام شده در مطالعات مالیاتی بین‌المللی قبلی همانند تحقیق امیرام، بائر و فرانک^۱ (۲۰۱۹) و کر^۲ (۲۰۱۹) است و منعکس‌کننده ETR نقدی است.

1. Amiram, Bauer and Frank

2. Kerr

متغیر مستقل: ریسک (هزینه‌های) شهرت (Reputational Risk)

متغیر ریسک شهرت که یک متغیر مجازی است از طریق اطلاعات رتبه‌بندی و منتشر شده توسط سازمان مدیریت صنعتی برای شرکت‌های لیست شده در بورس اوراق بهادار کشور ایران و جهت کشورهای عربی حوزه خلیج فارس براساس اعلام مجله معتبر فوربس اندازه‌گیری شده است. جهت محاسبه این متغیر در صورتیکه شرکت در بین ۱۰۰ شرکت برتر باشد نمره یک (۱) و در غیراینصورت نمره صفر (۰) لحاظ شده است.

متغیرهای کنترلی

متغیرهای کنترلی این پژوهش بر اساس مبانی نظری و ادبیات موجود در زمینه اجتناب از پرداخت مالیات تعیین گردیده است (خواجوی، رضایی و فانی، ۱۴۰۱؛ آقایی، حسنی و باقری، ۱۳۹۷) این متغیرها عبارتند از:

(Sale σ): نوسان فروش (انحراف معیار فروش از سال t-۵ تا t-۱)

(PPE): مقدار جذب سرمایه (اموال، ماشین آلات و تجهیزات در سال t، تقسیم بر کل دارایی‌ها در سال t).

(MB): نسبت ارزش بازار حقوق صاحبان سهام به ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام

(Age): عمر شرکت (لگاریتم طبیعی سال جاری منهای سال پایه)

(SalesGrowth): تفاضل درآمد سال t و t. شرکت i تقسیم بر درآمد در سال t.

(Intangibles): دارایی‌های نامشهود است که با تغییر سال به سال در دارایی‌های نامشهود تقسیم

بر کل دارایی‌ها در سال t اندازه‌گیری می‌شود.

(Lev): اهرم مالی شرکت؛ از تقسیم بدهی‌های بلندمدت شرکت i در پایان سال t به کل

دارایی‌های شرکت i در پایان سال t اندازه‌گیری می‌گردد.

یافته‌های پژوهش**آمار توصیفی**

همان‌طور که در جدول (۱)، مشاهده می‌شود آماره‌های توصیفی شامل میانگین، میانه، کمینه، بیشینه، انحراف معیار، چولگی و کشیدگی می‌باشد که پر استنادترین شاخص‌های آمار توصیفی‌اند.

در بین متغیرها، عمر شرکت با مقدار $3/584$ دارای بالاترین میانگین و صرفه‌جویی نقدی مالیات با مقدار $0/014$ دارای کمترین میانگین می‌باشد. همچنین نسبت ارزش بازار به دفتری با مقدار $1/557$ از انحراف معیار بیشتری برخوردار است، که نشان‌دهنده این موضوع است که نسبت ارزش بازار به دفتری اکثر شرکت‌ها از میانگین، فاصله زیادی دارد و دارایی‌های نامشهود با مقدار $0/017$ از انحراف معیار و دامنه کمتری برخوردار است.

به‌عنوان نمونه، میانگین لگاریتم طبیعی عمر شرکت $3/584$ است یعنی تعداد سال‌های تأسیس شرکت به‌طور متوسط 39 سال است. صرفه‌جویی نقدی مالیات در حقیقت بیان‌کننده مقدار صرفه‌جویی نقدی مالیات در سطح شرکت است که به‌صورت میانگین $10/4$ درصد است که این عدد دربرگیرنده، مانده نرخ مصوب قانونی پس از کسر درصد مالیات نقدی پرداخت شده‌است.

جذب سرمایه میزان درصد دارایی ثابت مشهود به کل دارایی می‌باشد که به‌صورت میانگین 35 درصد از دارایی شرکت مربوط به دارایی ثابت می‌باشد.

نوسان فروش حاکی از انحراف معیار فروش در پنج سال اخیر بوده است که به‌صورت میانگین نوسان فروش 19 درصد از میانگین فروش انحراف داشته است.

ریسک شهرت به‌صورت یک متغیر دو وجهی است که به‌صورت 0 و 1 می‌باشد.

درصد ارزش بازار حقوق مالکانه به ارزش دفتری حقوق مالکانه است که به‌صورت متوسط $1/78$ درصد است.

اهرم مالی نشان‌دهنده میزان استفاده از بدهی بلندمدت به کل دارایی‌های شرکت است که به‌صورت میانگین $8/3$ درصد است.

رشد فروش به‌صورت میانگین حدود $30/5$ درصد است.

و در نهایت، نسبت دارایی‌های نامشهود به کل دارایی‌های شرکت، به‌صورت میانگین حدود $1/7$ درصد است.

جدول ۲. آمار توصیفی متغیرهای مدل

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	کمترین	بیشترین
عمر شرکت	۳/۵۸۴	۰/۴۳۰	۱/۷۹۰	۴/۲۶۰
صرفه‌جویی نقدی مالیات	۰/۰۱۴	۱/۰۶۶	-۲۸/۰۶۴	۰/۳۹۰
جذب سرمایه	۰/۳۵۲	۰/۳۴۹	۰/۰۰۰	۶/۹۳۰
نوسان فروش	۰/۱۹۲	۰/۱۵۹	۰	۱/۳۷۰
ریسک شهرت	۰/۱۸۲	۰/۳۸۶	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰
ارزش بازار به ارزش دفتری	۱/۷۸۶	۱/۵۵۷	۰/۰۴۷	۷/۵۶۵
اهرم مالی	۰/۰۸۳	۰/۱۱۶	۰/۰۰۰	۰/۸۱۳
رشد فروش	۰/۳۰۵	۰/۷۵۴	-۰/۹۸۰	۱۸/۱۱۰
دارایی‌های نامشهود	۰/۰۱۷	۰/۰۶۷	۰/۰۰۰	۰/۷۱۲

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول ۳. فراوانی متغیر ریسک شهرت

متغیر ریسک	تعداد	درصد فراوانی	درصد فراوانی تجمعی
۰	۶۸۱	۸۱/۷۵	۸۱/۷۵
۱	۱۵۲	۱۸/۲۵	۱۰۰
کل نمونه	۸۳۳	۱۰۰	

جدول فوق حاکی از آن است که از ۸۳۳ نمونه شرکت مورد نظر، تعداد ۶۸۱ نمونه در ۱۰۰ شرکت برتر نمی‌باشند و ۱۵۲ نمونه در ۱۰۰ شرکت برتر هستند. که بیشترین درصد جامعه آماری متعلق به شرکت‌هایی هستند که در ۱۰۰ شرکت برتر نیستند.

آزمون داده‌های ترکیبی

آزمون F لیمر

با توجه به اینکه داده‌های مورد استفاده در این پژوهش ترکیبی (سال- شرکت) می‌باشند و داده‌های ترکیبی به دو صورت تابلویی و تلفیقی می‌باشد، لذا به منظور انتخاب بین روش داده‌های تابلویی و تلفیقی در برآورد مدل، از آزمون F لیمر استفاده شده است. خلاصه نتایج آزمون F لیمر برای مدل در جدول (۴) ارائه شده است.

جدول ۴.۴. آزمون F لیمر

لیمر F آزمون			مدل
نتیجه	احتمال	مقدار آماره کای دو	
تابلویی	۰/۰۰۰۰	۲/۷۰۱۵۷۶	اول

منبع: یافته پژوهش

همان طور که در جدول (۴)، مشاهده می شود احتمال آماره کای دو مدل تحقیق کمتر از ۰/۰۵ می باشد، در نتیجه روش داده های تابلویی قابل استفاده است. لذا با استفاده از آزمون هاسمن به بررسی روش اثرات ثابت یا تصادفی پرداخته می شود.

آزمون هاسمن

نتایج جدول (۵)، حاکی از آن است که روش اثرات ثابت در این مدل پذیرفته می شود.

جدول ۵.۵. آزمون هاسمن

آزمون هاسمن			مدل
نتیجه	احتمال	مقدار آماره کای دو	
اثرات ثابت	۰/۰۰۰۰	۳۳/۶۰۱۹۷۳	اول

منبع: یافته پژوهش

آزمون مفروضات مدل رگرسیون

اتکا بر نتایج آماری بدون توجه به پیش فرض های مدل رگرسیون از اعتبار چندانی برخوردار نخواهد بود، بنابراین نمی توان از آن برای تصمیم گیری ها استفاده کرد. بدین ترتیب قبل از انجام هر گونه تفسیر نتایج رگرسیون، باید برای تأیید صحت نتایج، مفروضات مدل را بررسی نمود. با توجه به اینکه داده های این پژوهش تابلویی می باشند، در ادامه از بین فروض، همسانی واریانس و عدم خودهمبستگی و هم خطی بررسی شده است.

آزمون همسانی واریانس

یکی از فرض های اساسی یک مدل رگرسیون مناسب، فرض همگونی واریانس است. برای بررسی این فرض با توجه به اینکه مدل پژوهش با استفاده از داده های تابلویی به روش اثرات ثابت تخمین

زده شده‌اند از آزمون LR (درست‌نمایی) در نرم‌افزار ایویوز استفاده شده است. فرض صفر در این آزمون، همسانی واریانس می‌باشد که اگر احتمال آماره بیشتر از $0/05$ باشد فرض صفر پذیرفته می‌شود. خلاصه نتایج این آزمون در جدول (۶)، ارائه شده است.

جدول ۶. بررسی همسانی واریانس مدل

مدل	آماره آزمون	احتمال	نتیجه
اول	۳۴۵۴/۱۶۴	۰/۰۰۰۰	ناهمسانی واریانس

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به جدول (۶)، احتمال آماره به دست آمده برای آزمون عدم ناهمسانی واریانس از سطح خطای $0/05$ کمتر است. بنابراین، فرض صفر (وجود همسانی واریانس) رد می‌شود که نشان می‌دهد ناهمسانی واریانس در تمامی مدل‌ها وجود دارد. برای رفع ناهمسانی واریانس از روش حداقل مربعات تعمیم یافته (GLS) برای هر کلیه مدل‌ها استفاده شده است.

در این پژوهش برای بررسی وجود هم خطی بین متغیرهای مستقل از آزمون VIF استفاده شده است. اگر آماره VIF برای متغیرها کمتر از ۱۰ باشد بین متغیرهای توضیحی مشکل هم خطی وجود نخواهد داشت. در جدول (۷)، خلاصه نتایج این آزمون ارائه شده است.

جدول ۷. نتایج آزمون هم خطی (VIF)

نام متغیر	آماره VIF	1/VIF	تشخیص
ریسک شهرت	۱/۱۲۳۷۶	۰/۸۸۹۸۶۹۷	عدم هم خطی
اهرم مالی	۱/۴۲۴۹۷	۰/۷۰۱۷۶۹۲	عدم هم خطی
دارایی‌های نامشهود	۱/۲۵۵۸۹	۰/۷۹۶۲۴۸۱	عدم هم خطی
رشد فروش	۱/۲۴۰۸۹	۰/۸۰۵۸۷۳۲	عدم هم خطی
نوسان فروش	۱/۲۹۳۶۲	۰/۷۷۳۰۲۴۵	عدم هم خطی
دارایی ثابت	۱/۴۳۲۴۲	۰/۶۹۸۱۱۹۳	عدم هم خطی
ارزش بازار به ارزش دفتری	۱/۰۲۸۰۳	۰/۹۷۲۷۳۴۳	عدم هم خطی
عمر شرکت	۱/۱۳۸۵۵	۰/۸۷۸۳۱۰۱	عدم هم خطی
میانگین: VIF ۱/۲۴۲۲			

منبع: یافته‌های پژوهش

آزمون مانایی متغیرهای پژوهش

بر اساس آزمون ریشه واحد از نوع آزمون لوین، لین و چو^۱، چنانچه معناداری آماره آزمون کمتر از ۰/۰۵ باشد فرض صفر به شرح زیر رد می‌شود و فرض مخالف تأیید می‌گردد؛ یعنی متغیرهای پژوهش در طی دوره پژوهش پایا هستند. نتایج حاصل از بررسی مانایی متغیرهای پژوهش با استفاده از این آزمون در جدول (۸)، ارائه شده‌است.

جدول ۸. نتایج آزمون مانایی متغیرهای پژوهش

متغیرها	سطح تفاضل	نوع آزمون	آماره	سطح معناداری
عمر شرکت	مرتب اول	عرض از مبدا	-۲/۶۸۶	۰/۰۰۳
صرفه‌جویی نقدی مالیات	عرض از مبدا	-۱۲۴۵۳/۹	۰/۰۰۰
جذب سرمایه	عرض از مبدا	-۱۴/۵۲۴	۰/۰۰۰
رشد فروش	عرض از مبدا	-۳/۷۲۴	۰/۰۰۰
نوسان فروش	عرض از مبدا	-۳/۶۸۸	۰/۰۰۰
ریسک شهرت	تفاضل مرحله اول	-۶/۲۱۲	۰/۰۰۰
ارزش بازار به ارزش دفتری	عرض از مبدا	-۵۴/۳۵۱	۰/۰۰۰
اهرم مالی	عرض از مبدا	-۱۳/۷۴۳	۰/۰۰۰
دارایی‌های نامشهود	عرض از مبدا	-۲۳/۱۰۶	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش

طبق نتایج ارائه شده در جدول (۸)، مانایی متغیرهای پژوهش با توجه به اینکه سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ است، برقرار است.

1. Levin, Lin and Chu Test

جدول ۹. نتایج آزمون هم‌انباشستگی جوهانسن

مقدار احتمال	آماره t آزمون کانو	فرضیه صفر
۰/۰۳۸	-۱/۷۶	عدم وجود هم‌گرایی

بر اساس آزمون هم‌انباشستگی جوهانسن و آماره t می‌توان نتیجه وجود یا عدم وجود رابطه تعادلی بلندمدت بین متغیرهای مدل را مشاهده نمود. چنانچه مقدار آماره آزمون، از سطح بحرانی ۵ درصد کمتر باشد، فرض صفر آزمون هم‌جمعی مبتنی بر عدم وجود رابطه تعادلی بلندمدت در سطح اطمینان ۹۵ درصد رد می‌شود و وجود رابطه تعادلی بلندمدت یا بردار هم‌جمعی به تأیید می‌رسد. نتایج نشان می‌دهد که بین وجود رابطه تعادلی بلندمدت بین متغیرها تأیید می‌شود.

آزمون فرضیه مدل

فرضیه: بین صرفه‌جویی نقدی مالیات و ریسک (هزینه‌های شهرت رابطه معناداری وجود دارد. جهت آزمون این فرضیه از مدل رگرسیون ذیل استفاده گردید.

$$CTS_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 RR_{i,t} + \beta_2 Lev_{i,t} + \beta_3 Intangibles_{i,t} + \beta_4 SalesGrowth_{i,t} + \beta_5 \sigma Sale_{i,t} + \beta_6 PPE_{i,t} + \beta_7 MB_{i,t} + \beta_8 Age_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

با توجه به جدول (۷)، در این پژوهش جهت آزمون معناداری کل مدل از آماره F و جهت آزمون معنادار بودن ضرایب رگرسیون از آماره t استفاده شده است. همچنین از ضریب تعیین R^2 برای بررسی ارتباط بین متغیرهای وابسته و مستقل استفاده شد. نتایج حاصل از برازش مدل در جدول (۱۰)، ارائه شده است.

جدول ۱۰. نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها متغیر وابسته: صرفه‌جویی نقدی مالیات

متغیرها	ضرایب	خطای استاندارد	T آماره	معناداری
عرض از مبدا	-۰/۲۲۲	۰/۰۸۶	-۲/۵۷۸	۰/۰۱۰
ریسک شهرت	-۰/۰۱۸	۰/۰۰۹	-۲/۰۷۵	۰/۰۳۸
اهرم مالی	-۰/۰۲۵۳	۰/۰۳۱	-۰/۸۰۰	۰/۴۲۳
دارایی‌های نامشهود	۰/۲۲۵	۰/۱۵۴	۱/۴۵۳	۰/۱۴۶
رشد فروش	۰/۰۲۳	۰/۰۰۸	۲/۹۳۰	۰/۰۰۳

متغیرها	ضرایب	خطای استاندارد	T آماره	معناداری
نوسان فروش	۰/۰۴۷	۰/۰۰۹	۴/۹۶۱	۰/۰۰۰
جذب سرمایه	۰/۰۰۰	۰/۰۱۱	۰/۰۳۲	۰/۹۷۴
ارزش بازار به ارزش دفتری	-۰/۰۰۴	۰/۰۰۱	-۲/۷۴۶	۰/۰۰۶
عمر شرکت	۰/۰۸۹	۰/۰۲۴۳	۳/۶۷۰	۰/۰۰۰
متغیر آرما	۰/۰۹۵	۰/۰۲۴	۳/۹۰۳	۰/۰۰۰
ضریب تعیین شده	ضریب تعیین تعدیل شده	F آماره	F معناداری آماره	آماره دوربین - وات سن
۰/۶۷۵۹	۰/۷۳۵۶	۱۲/۳۳۴۶	۰/۰۰۰	۱/۹۶۹۳

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به مقدار احتمال به دست آمده برای آماره F که کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد، می‌توان نتیجه گرفت که تمامی ضرایب رگرسیون به طور همزمان صفر نیستند. بنابراین در سطح اطمینان ۹۵ درصد این مدل معنادار می‌باشد. مقدار ضریب تعیین مدل برابر ۰/۷۳۵۶ می‌باشد که نشان می‌دهد ۸۳/۳۴٪ تغییرهای متغیر وابسته (صرفه‌جویی نقدی مالیات) توسط متغیر مستقل و کنترلی تشریح شده‌است. با توجه به جدول (۱۰)، ضریب متغیر شهرت ریسک ۰/۰۱۸۸- می‌باشد که منفی است و احتمال آماره t برای متغیر شهرت ریسک برابر ۰/۰۳۸۴ می‌باشد. این مقدار احتمال کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ است. در نتیجه بین صرفه‌جویی نقدی مالیات و ریسک (هزینه‌های) شهرت رابطه معناداری وجود دارد. که این فرضیه در سطح اطمینان ۹۵ درصد تایید است. آماره دوربین- واتسون ۱/۹۶ است در صورتی که بین ۱/۵ تا ۲/۵ باشد حاکی از عدم خودهمبستگی بین جز اخلاص است.

بحث و نتیجه‌گیری

در این مطالعه ارتباط تجربی بین صرفه‌جویی نقدی مالیات و ریسک شهرت شرکت با بررسی این سؤال که چرا برخی شرکت‌ها علاقه‌ای جهت انجام فعالیت‌های مرتبط با اجتناب از پرداخت مالیات نشان نمی‌دهند در حالی که برخی دیگر از شرکت‌ها مشتاقانه درگیر چنین فعالیت‌هایی می‌شوند، مورد

واکاوی قرار گرفت. کسب و کارهایی که اعتبار بسیار بالایی دارند، در نتیجه با ریسک بیشتری از مسئولیت مواجه می‌شوند. اگر همه انتظارات گروه‌های ذینفع را نتوانند برآورده نمایند، منجر به کاهش اعتماد نسبت به شرکت می‌شود و بر اعتبار شرکت تأثیر بدی می‌گذارد. شهرت در شرایط مختلف اجتماعی تأثیر می‌گذارد، به‌ویژه بر آنهایی که بازیگران اصلی در تصمیم‌گیری یا موظف به تصمیم‌گیری هستند (بروملی، ۲۰۰۰). با توجه به این موضوع، شناسایی ریسک شهرت و به حداقل رساندن آن یک مشکل اولویت‌دار در کنترل این ریسک است. بررسی متغیرهای پژوهش نشان داد شرکت‌های برتر واقع در حاشیه خلیج فارس، صرفه‌جویی نقدی مالیات کمتری را به نسبت سایر شرکت‌های واقع در این منطقه نشان داده‌اند. در واقع یافته‌های این پژوهش نه تنها شواهد تجربی مستقیمی در مورد هزینه‌های شهرت شرکت ناشی از اجتناب از پرداخت مالیات در یک چارچوب نمایندگی ارائه می‌کند، بلکه برای درک «معمای پناهگاه» نیز اهمیت زیادی دارد. تحقیقات انجام شده در بخش ریسک (هزینه‌ها) شهرت ناشی از اجتناب از پرداخت مالیات محدود می‌باشد. در پژوهش‌های مشابه، اسماعیل‌زاده، اسکافی اصل و ناظمی (۱۳۹۶)، راهبری شرکتی ریسک شهرت بر حداقل‌سازی مالیات و واکنش قیمت سهام، گالمور و همکاران (۲۰۱۴)، هزینه‌های شهرت اجتناب از پرداخت مالیات مورد بررسی قرار گرفته است. که هرکدام از این تحقیقات تاییدی بر وجود ریسک شهرت نشئت گرفته از موضوعات مربوط به برنامه‌ریزی مالیاتی توسط مدیران می‌باشد. با توجه به تأثیرپذیری اعتبار شرکت از موضوع اجتناب از پرداخت مالیات به مدیران پیشنهاد می‌گردد در برنامه‌ریزی مالیاتی اثرات بالقوه این موضوع را لحاظ نمایند. علاوه بر این، با توجه به هزینه‌های مستقیم و غیرمستقیم مرتبط با ریسک شهرت، مدیران اجرایی باید استراتژی‌های جامع‌تری برای مدیریت ماهیت پیچیده ریسک شهرت ایجاد کنند. به دانشگاهیان نیز پیشنهاد می‌شود جهت بسط و غنای ادبیات این موضوع اثرات اجتماعی ناشی از عدم توجه به مسائل مرتبط با هزینه‌های شهرت اجتناب از پرداخت مالیات را در دانشگاه‌ها تبیین نمایند. به‌طور کلی، نتایج این پژوهش نشان می‌دهد ریسک شهرت شرکت‌ها می‌تواند پیامدهای مهمی در تأثیرگذاری بر سیاست تصمیم‌گیری در شرکت‌ها داشته‌باشد.

منابع

- اسماعیل زاده، علی؛ اسکافی اصل، مهدی؛ ناظمی، فرزاد. (۱۳۹۷). بررسی اثر راهبری شرکتی و ریسک شهرت بر رابطه بین حداقل سازی هزینه مالیات و واکنش قیمت سهام. *اقتصاد مالی*، ۱۲(۴۲)، ۲۲۹-۲۶۵.
- حسن علی الحسنی؛ احمد، دیدار، حمزه؛ منصورفر، غلامرضا. (۱۴۰۳). نقش میانجی کیفیت گزارش‌گری مالی و غیرمالی در رابطه بین هزینه حقوق و دستمزد نیروی کار و اجتناب مالیاتی. *حسابداری و منافع اجتماعی*، ۱۴(۱)، ۵۵-۸۲.
- خانی، عبدالله؛ ایمانی، کریم؛ یوسفی، امین. (۱۳۹۳). اجتناب از پرداخت مالیات، نحوه اندازه‌گیری و عوامل مؤثر بر آن. *حسابداری و منافع اجتماعی*، ۴(۴)، ۱۲۱-۱۴۲. doi: 10.22051/ijar.2015.2013

References

- Amiram, D; A. M. Bauer, & M. M. Frank. (2019). Tax avoidance at public corporations driven by shareholder taxes: Evidence from changes in dividend tax policy. *The Accounting Review*, 94(5), 27-55.
- Austin, C. R; & R. J. Wilson. (2017). An examination of reputational costs and tax avoidance: Evidence from firms with valuable consumer brands. *Journal of American Taxation Association*, 39(1), 67-93. <https://doi:10.2308/atax-51634>.
- Barnett, M. L; Jermier, J. M; & Lafferty, B. A. (2006). Corporate reputation: The definitional landscape. *Corporate Reputation Review*, 9(1), 26-38. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550012>.
- Baron, D; & D. Diermeier. (2007). Strategic activism and nonmarket strategy, *Journal of Economics and Management Strategy*, 16(3):599-634.
- Bharadwaj, S. G; Varadarajan, P. R; & Fahy, J. (1993). Sustainable Competitive Advantage in Service Industries: A Conceptual Model and Research Propositions. *Journal of Marketing*, 57(4), 83-99. <https://doi:10.1177/002224299305700407>.
- Bromley, Dennis Basil. (1993). Reputation, Image and Impression Management. New York: John Wiley & Sons.
- Brown, J. (2011). The spread of aggressive tax reporting: A detailed examination of the corporate-owned life insurance shelter. *The Accounting Review*, 86(1), 23-57. <https://doi.org/10.2308/acch-52450>
- Burke, J. J; R. Hoitash, & U. Hoitash. (2019). Auditor response to negative media coverage of client environmental, social, and governance practices, *Accounting Horizons*, 33 (3): 1-23.

- Chen, S; X. Chen, Q. Cheng, and T. Shevlin. (2010). Are family firms more tax aggressive than non-family firms? *Journal of Financial Economics*, 95(1), 41-61 <https://doi:10.1016/j.jfineco.2009.02.003>.
- Christensen, C. M; and M. E. Raynor. (2003). *The innovator's solution: Creating and sustaining successful growth*. Boston: Harvard Business School Press.
- Chyz, J. A; & F. B. Gaertner. (2018). Can pay "too much" or "too little" tax contribute to forced CEO turnover? *The Accounting Review*, 93(1), 103-130 <https://doi:10.2139/ssrn.2678836>.
- Davis, A; D. Guenther, L. Krull, & B. Williams. (2013). Taxes and corporate accountability reporting: Is paying taxes viewed as socially responsible? *The Accounting Review*, 91(1), 47-68
- Dyreg, S; M. Hanlon, & E. Maydew. (2008). Long-run corporate tax avoidance. *The Accounting Review*, 83(1), 61-82.
- Dyreg, S. D; Hanlon, M; & Maydew, E. L. (2019). When Does Tax Avoidance Result in Tax Uncertainty? *The Accounting Review*, 94(2), 179-203. <https://doi.org/10.2308/accr-52198>.
- Dyreg, S; & B. Lindsey. (2009). Using financial accounting data to examine the effect of foreign operations located in tax havens and other countries on US multinational firms' tax rates. *Journal of Accounting Research*, 47(5) 1283-1316. Dyreg, S; B. Lindsey, & J. Thornock. (2013). Exploring the role Delaware plays as a domestic tax haven. *Journal of Financial Economics*, 108(3) 751-772. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2013.01.004>
- Eccles, R; Newquist, S. & Schatz, R. (2007). Reputation and its risks. *Harvard Business Review*, 85(2), 104-114.
- Engel, E; M. Erickson, & E. Maydew. (1999). Debt-equity hybrid securities. *Journal of Accounting Research*, 37(2), 74-249.
- Gallemore, J; E. Maydew, and J. Thornock. (2014). The reputational costs of tax avoidance. *Contemporary Accounting Review*, 31(4), 1103-1133 <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1986226>.
- Gatzert, N. (2015). The impact of corporate reputation and reputation damaging events on financial performance: empirical evidence from the literature, *European Management Journal*, 33(6), 485-499. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2015.10.001>Get rights and content.
- Graham, J; M. Hanlon, T. Shevlin, & N. Shroff. (2012). Incentives for tax planning and avoidance: Evidence from the field. *The Accounting Review*, 89(3), 991-1023.
- Green. D.H. Kerr.J.N. (2022). How Do Firms Use Cash Tax Savings? A Cross-Country Analysis. *American Accounting Association*. 44(1). 93-121. <https://doi.org/10.2308/JATA-027-19>.

- Hasan Ali, A; Didar, H; & Mansourfar, G. (2024). The Mediating Role of Financial and Non-Financial Reporting Quality in the Relationship between Labor Costs and Tax Avoidance. *Journal of Accounting and Social Interests*, 14(1), 55-82. (In Persian)
- Hanlon, M; & S. Heitzman. (2010). A review of tax research. *Journal of Accounting and Economics*, 50(2-3)78-127.
- Hasana, M. M; Habibb, A; Zhaoc, R;(2021). Corporate Life Cycle Research in Accounting, Finance and Corporate Governance: A Survey, and Directions for Future Research. *Accounting & Finance*, 62(2022), 667-707.
- Hogarth, K; M. Hutchinson, & W. Scaife. (۲۰۱۸). Corporate philanthropy, reputation risk management and shareholder value: a study of Australian corporate giving. *Journal of Business Ethics*, 151 (2): 375-390.
- Honey, G. (2009). *A Short Guide to Reputation Risk*. Aldershot: Gower Publishing, Ltd.
- Hanlon, M; & J; Slemrod. (2009). What does tax aggressiveness signal? Evidence from stock price reactions to news about tax shelter involvement. *Journal of Public Economics*, 93(1-2), 126-141.
- Hutchens, M; Rego, S. O; & Williams, B. (2020). Tax Avoidance, Uncertainty, and Firm Risk (SSRN Scholarly Paper ID 3348559). *Social Science Research Network*. <https://doi.org/10/2139/ssrn.3348559>
- Ismailzadeh, A; Scafi Assal, M; Nazimi, F. (2018). Investigating the effect of corporate governance and reputation risk on the relationship between tax cost minimization and stock price reaction. *Financial Economics*, 12(42), 229-265. (In Persian)
- Kerr, J. (2019). Transparency, information shocks and tax avoidance. *Contemporary Accounting Research*, 36(2), 1146-1183.
- Khani, A; Imani, K; & Yosefi, A. (2014). Tax Avoidance, How to Measure and Factors Affecting It. *Journal of Accounting and Social Interests*, 4(4), 121-142. doi: 10.22051/ijar.2015.2013. (In Persian)
- Kölbel, J. F; Busch, T; & Jancso, L. M. (2017). How media coverage of corporate social irresponsibility increases financial risk. *Strategic Management Journal*, 38(11), 2266–2284. <https://doi.org/10.1002/smj.2647>.
- Mills, L; S. Nutter, & C. Schwab. (2013). The effect of political sensitivity and bargaining power on taxes: Evidence from federal contractors. *The Accounting Review*, 88(3), 977–1005.
- Roberts, P. W; and G. R. Dowling. (2002). Corporate reputation and sustained superior financial performance. *Strategic Management Journal*, 23(12), 1077-1093.

- Scholes, M. S; and M. A. Wolfson. (1992). Taxes and business strategy: A planning approach. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Shulman, D. (2009). Speech to the National Association of Corporate Directors Governance Conference, October 19.
- Nobanee, H; Alhajar, M; Abushairah, G; & Al Harbi, S. (2021). Reputational Risk and Sustainability: A Bibliometric Analysis of Relevant, Literature. *Risks*, 9(7):134. <https://doi.org/10/3390/risks9070134>.
- Walker, K. (2010). A systematic review of the corporate reputation literature: Definition, measurement, and theory. *Corporate Reputation Review*. 12(4) 87-357
- Zimmerman, J. (1983). Taxes and firm size. *Journal of Accounting and Economics*, 5(1), 119-149

COPYRIGHTS



This is an open access article under the CC-BY 4.0 license.



راهبردهای رابطه مداری و سهم بازار مؤسسات حسابرسی^۱

محمد مهدی کسائی^۲، رضا غلامی جمکرانی^۳، فخرالدین محمد رضائی^۴، امید فرجی^۵

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۹/۲۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۰۶

مقاله پژوهشی

چکیده

هدف: این مطالعه به بررسی نقش رابطه مداری، به عنوان یک راهبرد کسب و کار، بر سهم بازار مؤسسات حسابرسی در ایران می پردازد.

روش: داده های مورد نیاز با استفاده از پرسشنامه جمع آوری و با استفاده از رویکرد کمی تحلیل و نتایج استخراج شده است.
یافته ها: یافته ها نشان می دهد از میان ابعاد سه گانه رابطه مداری، استفاده از بعد سیاسی (سابقه حضور در پست های کلیدی حرفه) رواج بیشتری دارد. به علاوه، پنج مضمون از بعد اجتماعی (نظیر حل مشکلات سیستم حسابداری صاحب کاران و ارزش آفرینی) و سه مضمون از بعد اقتصادی (نظیر کسب پست های کلیدی حرفه) دارای نقش مؤثری بر سهم بازار مؤسسات حسابرسی در ایران هستند.

نتیجه گیری: نتایج این پژوهش نشان می دهد مؤسسات حسابرسی در ایران از بعد مشتری محوری رویکرد تجاری سازی (رابطه مداری) به عنوان یک راهبرد کسب و کار باهدف حفظ و افزایش سهم بازار استفاده می نمایند.

دانش افزایی: این پژوهش به عنوان یک تلاش جدید، تصویری از نقش راهبرد رابطه مداری، بر اساس طبقه بندی جدیدی از اشکال رایج آن ها، بر سهم بازار مؤسسات حسابرسی ایران ارائه می کند.

واژه های کلیدی: رابطه مداری کسب و کار، سهم بازار حسابرسی، تجاری سازی.

طبقه بندی موضوعی: L14, M22.

doi: 10.22051/jaasci.2024.45940.1819

۲. دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران. (kasaie1361@gmail.com).
۳. دانشیار، گروه حسابداری، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران. نویسنده مسئول. (Fiaccqomiau@gmail.com).

۴. استادیار، گروه حسابداری، دانشکده علوم مالی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران. (F.mrezaei@khu.ac.ir).

۵. استادیار، گروه حسابداری و مدیریت، پردیس فارابی، دانشگاه تهران، قم، ایران. (faraji_omid@R.ac.ut).

مقدمه

طی دهه‌های گذشته بازار خدمات حسابرسی در سطح بین‌المللی، شاهد تغییرات زیادی بوده است. یکی از مهم‌ترین آن‌ها، گرایش به تجاری‌سازی و تغییر نگرش حسابرسان درباره حرفه است (هشمت و همکاران^۱، ۲۰۰۳: ۶۴). انگیزه‌هایی مانند افزایش رقابت به واسطه ورود تعداد زیادی از موسسات حسابرسی جدید به بازار و حفظ یا افزایش سهم بازار نقش فراوانی در این گرایش داشته است (مهدوی و دریایی^۲، ۱۳۹۴: ۲). بروبرگ و همکاران^۳ (۲۰۱۳) و پیکارد^۴ (۲۰۱۶) از برخی اصطلاحات نظیر مانند «سودآوری»، «استراتژی بازار»، «مشتری‌گرایی»، «فرایند کسب‌وکار»، برای توصیف و جهت‌گیری تجاری مؤسسات حسابرسی استفاده نموده‌اند. در چنین فضائی، حرفه حسابرسی در کنار وظایف حرفه‌ای، با گرایش به تجاری‌سازی قصد حفظ مزیت رقابتی خود را دارند (بروبرگ و همکاران، ۲۰۱۳: ۵۸).

تجاری‌سازی اشاره بر این دارد که حسابرسان می‌بایست در کنار ارائه خدمات حرفه‌ای، در شبکه روابط که منجر به افزایش توجهات به آن‌ها و در نتیجه جلب صاحب‌کاران جدید می‌شود مشارکت فعالانه داشته باشند (بروبرگ و همکاران، ۲۰۱۳: ۵۹-۵۸). شبکه روابط به‌عنوان یکی از اجزاء مهم سرمایه اجتماعی، ابزاری راهبردی نوین برای کسب فرصت‌ها، تثبیت و تقویت جایگاه و وجهه در نظر گرفته می‌شود که بسته به شرایط فرهنگی و اجتماعی به‌عنوان چارچوبی رایج و یکی از استراتژی‌های راهبردی و عاملی حیاتی برای پیشبرد اهداف و سیاست‌های اقتصادی و توسعه کسب‌وکار و فرصتی برای بهبود سهم بازار بخصوص در بازارهای پیچیده و بشدت رقابتی و در شرایط ضعف و خلأ نهادی معرفی گردیده است (شعلان و همکاران^۵، ۱۶: ۲۰۲۱: ۲). رید^۶ (۲۰۰۸: ۳۸۲) اذعان داشت بنگاه‌های اقتصادی خدمات حرفه‌ای نظیر مؤسسات حسابرسی، علاوه بر تمایز مبتنی بر ابعاد حرفه‌ای، ضرورت دارد به راهبردهای رابطه‌مند به‌منظور کسب مزیت رقابتی بپردازد.

1. Heischmidt et al
2. Madavi and Dariaie
3. Broberg et al
4. Picard
5. Shaalan et al
6. Reid

بررسی‌ها نشان می‌دهند که بازار حسابرسی ایران یک بازار محدود و تحت کنترل سیاست‌های دولتی است (عزیز خانی و همکاران^۱، ۲۰۱۸: ۱۶۸). رشد کمی مؤسسه‌های حسابرسی و شاغلان حرفه، فشار رقابتی میان مؤسسه‌های حسابرسی بیشتر نموده است (باقرپور و همکاران^۲، ۲۰۱۴: ۳۷۵). در بازار حسابرسی ایران انگیزه مناسبی برای تقاضا حسابرسی با کیفیت وجود ندارد (مشایخی و بزار^۳، ۲۰۰۸) و مشوق اصلی تقاضا برای حسابرسی الزام قانونی (نه منشأ اقتصادی) است (رودکی^۴، ۲۰۰۸). محمدرضایی و فرجی^۵ (۱۳۹۸) بیان نمودند در شرایطی که ضعف در تقاضا برای حسابرسی با کیفیت و عدم تمایل صاحب کاران به پرداخت بابت کیفیت، توجه متخصص شدن در یک صنعت برای حسابرسان نامعقول به نظر می‌رسد. با وجود رتبه‌بندی مؤسسات حسابرسی در ایران تمایز کیفی میان مؤسسات رتبه اول و دیگر رتبه‌ها مشاهده نمی‌شود (محمدرضایی و همکاران^۶، ۲۰۱۸: ۳۱۰). همچنین این بازار تحت تأثیر محدودیت‌های دوره تصدی‌گری (عزیز خانی و همکاران، ۲۰۱۸: ۱۶۸)، سقف مجاز ارائه خدمات و قیمت‌گذاری دستوری از طریق بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌های لازم‌الاجرا است (یمرعلی و همکاران^۷، ۲۰۲۳: ۱۴). بخش عمده خدمات حسابرسی در ایران بر اعتباربخشی صورت‌های مالی متمرکز است و خدمات غیر حسابرسی سهم کوچکی از درآمد مؤسسات حسابرسی را تشکیل می‌دهند (تصدی کار و همکاران^۸، ۲۰۲۱: ۵۹). چنین شرایط نامطلوبی ناشی از عوامل متعددی هم چون ساختار دولتی اقتصاد کشور (فضلی نژاد و احمدیان^۹، ۱۳۸۹: ۱۴۱)، عدم فعالیت مؤسسات بین‌المللی و حسابرسان بزرگ، حاکمیت شرکتی ضعیف (تمرکز مالکیت) و اتکا بر تأمین مالی بانکی (عزیز خانی و همکاران، ۲۰۱۸: ۱۶۹)، نرخ تأمین مالی دستوری (خان میرزائی^{۱۰}، ۱۴۰۲)،

1. Azizkhani et al

2. Bagherpour et al

3. Mashayekhi and Bazaz

4. Roudaki

5. Mohammad Rezaei and Faraji

6. Mohammad Rezaei et al.

7. Yamrali et al

8. Tasaddi Kari et al

9. Fazlinejad and Ahmadian

10. Khan miezaei

کارایی ضعیف بازار سرمایه (جوزبرکند و پناهیان^۱، ۱۳۹۹: ۱۰۱) و ریسک دادخواهی پایین برای حسابرسیان (فرج زاده و همکاران^۲، ۲۰۱۱: ۱۲۲) است. در کل به نظر می‌رسد در چنین شرایطی راهبردهای رایج در حرفه کارایی چندانی در بازار حسابرسی ایران ندارد.

با در نظر گرفتن شرایط حاکم بر بازار حسابرسی ایران مطابق با مدل اقتصادی برتراند (هال واریان^۳، ۱۹۹۲: ۲۹۱-۲۹۲) انتظار می‌رود سهم بازار به صورت متعادل میان مؤسسات حسابرسی تسهیم شود، اما شواهد نشان می‌دهند ۵۸ درصد از کل درآمد مؤسسات حسابرسی عضو جامعه حسابداران رسمی توسط ۲۱ درصد از مؤسسات حسابرسی کسب شده است (آمار جامعه حسابداران رسمی ایران، ۱۴۰۱). بزرگ اصل^۴ (۱۳۹۰) بیان نمود در چنین شرایطی اکثریت مؤسسات حسابرسی دارای مشکل مالی هستند و این مسئله یک خطر بزرگ برای حرفه است و نیاز به موشکافی دارد.

بررسی روی ویژگی‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی ایران نشان می‌دهد که سیستم نامناسب توزیع فرصت‌ها (رنانی^۵، ۱۳۹۸: ۱۶)، خلأهای نهادی (عسکری و همکاران^۶، ۱۳۹۹: ۳۰)، ضعف حاکمیت نهادهای مدنی، ساختار ضعیف حاکمیت قانون، نظام اقتصادی تحصیلدار (فضلی نژاد و احمدیان، ۱۳۸۹: ۱۴۱) و ساختار نظم اجتماعی با دسترسی محدود، جامعه با زمینه بالا^۷ (بر اساس دسته‌بندی هامپدن-ترنر^۸، ۱۹۹۷)، حاکمیت دارد. در چنین جوامعی پیوند های اجتماعی و شبکه روابط به‌عنوان یک راهبرد برای جبران خلأ نهادی و ضعف اجرای قانون، پیشبرد و تسهیل انجام امور از طریق کسب اعتماد و کسب برتری در رقابت از طریق کسب وجهه و شهرت در نظر گرفته می‌شود (لو و همکاران، ۲۰۱۲: ۱۴۴).

در ادبیات پژوهشی حسابرسی، عمدتاً نقش پدیده رابطه مداری با محوریت گوانسی در کشور چین، بر روی موضوعات مختلف حسابرسی نظیر کیفیت حسابرسی (دنگ و همکاران^۹، ۲۰۲۳)،

-
1. Joubarkand and Panahian
 2. Farajzadeh et al
 3. Hal varian
 4. Bozorg asl
 5. Renani
 6. Asgari et al
 7. High context societies
 8. Hampden-turner
 9. Deng et al

قضاوت اخلاقی (ژیانگ و همکاران^۱، ۲۰۲۱)، استقلال حسابرسی (یوئن^۲، ۲۰۱۳) و نتایج حسابرسی (هی^۳، ۲۰۱۷) بررسی نموده‌اند. در پژوهش‌های داخلی نیز مطالعات محدود انجام گرفته نظیر وهاب‌زاده و بنی مهد^۴ (۱۳۹۵) و بختیاری و همکاران^۵ (۱۳۹۸)، پدیده رابطه مداری را مبتنی بر ساختار گوانسی در چین مورد پژوهش قرار داده‌اند.

ضرورت و اهمیت انجام پژوهش حاضر را می‌توان به، (۱) ناکارآمدی راهبردهای تمایز حرفه‌ای در بازار حسابرسی ایران، (۲) نقض تئوری برتراند، (۳) ضعف پژوهش‌های قبلی در بررسی پدیده رابطه مداری به‌عنوان یک راهبرد کسب‌وکار و نقش آن در سهم بازار مؤسسات حسابرسی و، (۴) عدم توجه پژوهش‌های داخلی به تفاوت‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی در بررسی نقش روابط بر موضوعات و مسائل حرفه حسابرسی ارتباط داد. پژوهش حاضر با بررسی نقش رابطه مداری در سهم بازار مؤسسات حسابرسی، به‌عنوان یک پدیده حکم‌شده در ایران، سعی نموده تا این شکاف دانشی را پوشش دهد. این پژوهش برای اولین بار و بر اساس داده‌های اولیه و با اتکا بر مدل رابطه مداری ارائه‌شده در پژوهش کسائی و همکاران^۶ (۱۴۰۲)، منطبق با محیط پژوهش، نقش رابطه مداری را روی سهم بازار مؤسسات حسابرسی در ایران مورد بررسی قرار داده است و از این طریق سعی می‌نماید در ایجاد ادبیات پژوهشی حسابرسی دانش‌افزایی داشته باشد.

شناسایی نقش رابطه مداری بر سهم بازار، به‌عنوان یک راهبرد شبه رقابتی، می‌تواند به مؤسسات حسابرسی در جهت فائق آمدن بر شرایط رقابتی در بازار حسابرسی بسیار رقابتی ایران، از طریق کسب شهرت، مشروعیت و اعتماد، دیده شدن و کسب فرصتی برای ارائه توانمندی‌ها به صاحب‌کاران بالقوه یاری رساند. از طرفی با توجه به ماهیت غیررسمی رابطه مداری، پدیدار شدن نقش و آثار آن بر سهم بازار حسابرسی، به‌عنوان موضوع روز و بحث‌برانگیز در بازار حسابرسی ایران، می‌تواند بر کسب آگاهی و سیاست‌گذاری مناسب نهادهای ناظر بر حرفه حسابرسی تأثیرگذار باشد.

1. Jiang et al

2. Yuen

3. He et al

4. Vhab Zadeh & Bani mahd

5. Bakhtiari et al

6. Kasaei et al

در ادامه بخش مرور پیشینه و مبانی نظری ارائه شده است. در بخش سوم، روش شناسی پژوهش تشریح شده است. در بخش چهارم قالب رویکرد کمی، پیامد اشکال مختلف رابطه مداری را بر سهم بازار مؤسسات حسابداری در ایران بررسی، تحلیل و تبیین گردیده‌اند. نهایتاً آخرین بخش هم تحت عنوان بحث و نتیجه‌گیری ارائه شده است.

چارچوب نظری و پیشینه پژوهش

۱. تجاری‌سازی در حرفه حسابداری

در دهه‌های اخیر، با ورود تعداد زیادی از شرکت‌های حسابداری به بازار و افزایش رقابت، حرفه حسابداری دستخوش دگرگونی قابل‌توجهی شده است، نمود بارز این تغییرات گسترش چشمگیر تجاری‌سازی در میان مؤسسه‌های حسابداری است (سوئینی و مک‌گری^۱، ۲۰۱۱: ۳۱۷). تجاری‌سازی حرفه حسابداری به فرآیند افزایش آگاهی از اهمیت عملکرد مالی به‌عنوان هدف نهایی یک مؤسسه حسابداری اشاره دارد (بروگرگ و همکاران، ۲۰۱۸: ۳۸۲). تجاری‌سازی تضمین می‌کند که شرکت تمایز کافی برای فعالیت‌های حرفه‌ای خود دریافت می‌کند تا در یک اقتصاد رقابتی پایدار بماند، درحالی‌که حرفه‌ای‌گرایی مانع از تضعیف اعتماد عمومی می‌شود (کلو و همکاران^۲، ۲۰۰۹: ۱۳۰).

پژوهش‌های تجربی اخیر تمرکز مؤسسه‌های حسابداری بر تجاری‌سازی را عامل مهمی در افزایش انگیزه برای خلق ارزش و بهبود کیفیت حسابداری می‌دانند (بروگرگ و همکاران، ۲۰۱۸: ۳۷۹). برخی حتی استدلال کرده‌اند که هم‌افزایی مثبتی بین ارزش‌های تجاری و ارزش‌های حرفه‌ای وجود دارد (رابسون و همکاران^۳، ۲۰۰۷: ۴۳۲). سه دیدگاه (۱) بازارمحوری، (۲) مشتری‌محوری و (۳) فرایند‌محوری، اساس رویکرد تجاری‌سازی در حسابداری را تشکیل می‌دهند (پونوماروا و همکاران، ۲۰۲۰: ۵۶۸).

1. Sweeney and McGarry

2. Clow et al

3. Robson

- بازار محوری: نحوه تعامل مؤسسات حرفه‌ای با بازار. بازار مداری اغلب مرکب از دو استراتژی بازار محور (واکنش و تلاش برای انطباق با نیازهای بازار) و استراتژی راهبر بازار (ضرورت تولید محصولات و خدمات جدید و متمایز در شرایط رقابتی سالم) است (جاورسکی و همکاران^۱، ۲۰۰۰: ۴۹).
 - مشتری مداری: در این دیدگاه، حساب‌برسان در کنار ارائه خدمات حرفه‌ای، در رویدادهایی مشارکت فعالانه دارند، که منجر به افزایش توجهات به آن‌ها، بهبود وجهه، شهرت، سطح اعتماد و کسب مشروعیت، و تقویت جایگاه به آن‌ها شده و می‌تواند به جلب صاحب‌کاران جدید منجر شود (برویرگ و همکاران، ۲۰۱۳: ۶۷).
 - فرایند مداری: فرایند مداری اشاره به بهره‌وری و اثربخشی فرایندهای تجاری در شرکت دارد (چن و همکاران، ۲۰۰۹: ۲۱۴)
- دو روش عمده برای بررسی تجاری‌سازی مؤسسات حسابرسی در ادبیات پژوهشی وجود دارد: نخست ارائه خدمات غیر حسابرسی و دوم فعالیت‌های بازاریابی (برویرگ و همکاران، ۲۰۱۸: ۳۷۷).

الف. خدمات غیر حسابرسی

یکی از استراتژی‌های بازاریابی بالقوه برای مؤسسات حسابرسی، افزایش دامنه خدمات قابل ارائه به صاحب‌کاران و ترکیب خدمات جدید با حسابرسی از طریق قراردادهای هم‌زمان است. بروستر^۲ (۲۰۰۳: ۲۸۵) بر راهبرد تنوع خدمات تأکید نموده و بیان می‌کند که در سال ۱۹۷۶، حدود ۷۰ درصد درآمدهای مؤسسه‌ها، از محل رسیدگی به صورت‌های مالی بوده است، درحالی‌که این مقدار در ۱۹۹۸ کاهش و به ۳۱ درصد رسیده است. این تغییرات نشان از روی آوردن مؤسسات حسابرسی به تنوع‌بخشی خدمات دارد. در تأیید این ادعا می‌توان به صورت‌های مالی اساسی در دسترس چهار مؤسسه بزرگ حسابرسی در سال ۲۰۲۱ مراجعه نمود که به‌طور خلاصه در جدول ذیل ارائه شده است (تصدی کار و همکاران، ۱۴۰۰: ۵۹).

1. Jaworski et al
2. Brewster

جدول ۱. ترکیب خدمات حسابرسی و اعتباربخشی مؤسسات بزرگ حسابرسی

نام موسسه	خدمات اطمینان بخشی	خدمات غیر حسابرسی	توضیحات
دیپویت	٪۲۴	٪۷۶	شامل مشاوره، مالیاتی و قانونی
واتر هآورس کوپرز	٪۲۴	٪۷۶	مشاوره در بخش صنعت، معاملات در بازار، مالیات
ارنست اند یانگ	٪۴۱٫۵	٪۵۸٫۵	مشاوره، مالیات و راهبرد و معاملات
کی بی ام جی	٪۳۴	٪۶۶	خدمات مشاوره

حرفه حسابرسی قادر است که علاوه بر خدمات اطمینان بخشی، نقش هایی همچون حسابداری مالیاتی، برنامه ریزی مالی، طراحی و اجرای سیستم های اطلاعات مالی، خدمات حقوق مالی و مشاوره را هم ایفا کند.

ب- فعالیت های بازاریابی

تشدید رقابت در بازار خدمات حسابرسی در طی چند دهه اخیر انگیزه های بازاریابی و سیاست های مرتبط با آن را افزایش داده است. به اعتقاد هادجز و یانگ^۱ (۲۰۰۹: ۴۴)، افزایش فعالیت های بازاریابی از سوی شرکت های حرفه ای نشان از تمایل آن ها به حفظ مشتریان فعلی و اهداف خود در کنار تلاش برای کسب مشتریان جدید باهدف ایجاد مزیت رقابتی دارد. بر اساس گفته الینگسون و همکاران (۲۰۰۲) حسابرسان جدید معتقد بودند که بازاریابی نقش مهمی در حرفه حسابرسی در حال حاضر و هم در آینده ایفا خواهد کرد. هانسون و لوفوندال^۲ (۲۰۱۶: ۲) نیز بیان نمودند حسابرسان نیاز دارند خدماتشان به بازار عرضه کنند و صرفاً بر پیشبرد حسابرسی تمرکز نکنند. لذا حسابرسان باید بازاریابی را به عنوان یکی از عوامل مهم موفقیت شرکت های حسابرسی در نظر بگیرند.

گرانفلد^۳ (۲۰۱۹: ۱) بیان نمود ترکیب بازاریابی و حسابرسی به دلیل مقررات اخلاقی و قانونی حرفه، مفهومی نسبتاً جدیدی تلقی می شود. مران جوری^۴ (۱۳۹۹: ۱۱۵) نیز اظهار داشت با توجه به اینکه فلسفه وجودی حرفه حسابرسی، اعتبار دهی است، اصول و ضوابط بازاریابی حرفه

1. Hodges and Young
 2. Hansson and Löfvendal
 3. Granfeldt
 4. Maranjory

حسابرسی با مؤسسه‌های خدماتی دیگر، کمی متفاوت است. این تناقض سبب شده است به بازاریابی در حرفه حسابرسی به دید منفی نگریسته شود. پژوهش‌هایی نظیر پروبرگک و همکاران (۲۰۱۳: ۶۷) نشان دادند که نگرش حسابرسان به فعالیت‌های بازاریابی نسبت به گذشته به‌طور فزاینده‌ای مثبت شده است. مران جوری (۱۴۰۰: ۱۱۷) نیز نشان داد چنین نگرشی میان حسابرسان ایرانی دیده می‌شود.

با توجه به شرایط رقابتی در بازار حسابرسی و تفاوت میان بعد حرفه‌ای و بعد تجاری در حرفه حسابرسی، ضرورت دارد مؤسسه‌های حسابرسی از سازوکارهای بازار و بنگاهداری آگاه باشند و با رعایت ضوابط حرفه‌ای، به مقاصد انتفاعی مؤسسه توجه کنند و با استفاده از روش‌های بخردانه، ضمن حفظ جایگاه و اعتبار حرفه، به بازاریابی و جذب مشتری اقدام کنند. از این رو، این مؤسسه‌ها به شناخت مفاهیم بازاریابی و استراتژی‌های بازار نیاز دارند.

استراتژی‌های بازاریابی، ابزاری برای دستیابی به اهداف هستند. دسته اول این راهبردها شامل عناصر آمیخته بازاریابی هستند و عبارت‌اند از: محصول، قیمت، مکان، کارمند، دارایی و امکانات فیزیکی و فرآیند (آشیل و همکاران^۱، ۲۰۰۳: ۸۱). از این راهبرد تحت عنوان بازاریابی مبادله‌ای نام برده می‌شود. در این راهبرد شرکت به‌طور فعال مبادله را مدیریت می‌کند و بر توسعه قابلیت‌های داخلی مرتبط با آمیخته بازاریابی تمرکز می‌کنند. افق برنامه‌ریزی برای این نوع بازاریابی عموماً کوتاه‌مدت است (کوویلو و همکاران^۲، ۲۰۰۰: ۵۲۸).

در کنار این راهبرد، دیدگاه جدیدی تحت عنوان چارچوب بازاریابی معاصر توسط کوویلو و همکاران (۲۰۰۰: ۵۲۳) نیز مطرح شده است که دسته دوم راهبردها، یعنی بازاریابی رابطه‌مند را به‌عنوان پارادایمی جدید در کنار بازاریابی مبتنی بر معاملات، به‌عنوان رویکردی یکپارچه ارائه می‌نماید. رید (۲۰۰۸: ۳۷۷) نشان داد که کانون این پارادایم ایجاد، حفظ و ارتقای روابط با کلیه ذینفعان است، به‌طوری‌که اهداف طرفین درگیر برآورده شود. این امر با تبادل متقابل حاصل می‌شود. در چارچوب بازاریابی معاصر، بازاریابی معامله‌ای و رابطه‌ای را به‌عنوان پارادایم‌های مجزا نمی‌بیند، بلکه این فرض را می‌پذیرد که بازاریابی با فرآیندهای پیچیده متعدد مشخص می‌شود، و بنابراین

1. Ashill et al

2. Coviello

به‌عنوان یک مفهوم‌سازی متکثرتر از بازاریابی در نظر گرفته می‌شود (کوویلو و همکاران، ۲۰۰۲: ۳۴).. گوان (۲۰۱۱: ۶) نیز بر اهمیت پارادایم راهبردهای کسب‌وکار مبتنی بر روابط به‌اندازه پارادایم راهبردهای مبتنی بر بازار تأکید نمود. رید (۲۰۰۸: ۳۷۹) بیان نمود در محیط‌هایی که تمایز فنی اثربخشی خود را از دست می‌دهد تمایز مبتنی بر روابط باکیفیت جلوه خواهد نمود، همچنین گرانفلد (۲۰۱۹: ۳) اذعان داشت به دلیل هزینه‌های بالای راهبردهای مبتنی بر معاملات، مؤسسات حسابرسی به راهبردی کم‌هزینه برای بقاء در عرصه رقابت نیاز دارند

در ادبیات پژوهشی حسابرسی از راهبردهای رایج دسته اول به مواردی نظیر تنوع‌بخشی به خدمات (بروستر، ۲۰۰۳: ۲۸۸)، کیفیت خدمات (بروبرگ و همکاران، ۲۰۱۸: ۳۸۳)، کاهش قیمت (نرخ شکنی) (دوپوچ و کینگ^۱، ۲۰۱۵: ۴۵)، تخصص صنعت (می هیو و ویلکینز^۲، ۲۰۰۳: ۳۴) اشاره کرد. زرد کوهی و ایوانچویچ^۳ (۲۰۰۰: ۳۸۹) در پژوهش خود از ادغام نیز به‌عنوان نوعی راهبرد افزایش سهم و قدرت بازار نام‌برده‌اند. بسیاری از مؤسسه‌های حسابرسی، استراتژی کیفیت خدمات را نوعی مزیت رقابتی در نظر می‌گیرند و با شناخت نیازها و خواسته‌های صاحب‌کار، سعی می‌کنند صاحب‌کاران فعلی را حفظ و صاحب‌کاران بالقوه را با تضمین کار باکیفیت، جذب کنند تا در نهایت سطح درآمد خود را افزایش دهند (آچویا و آلابار^۴، ۲۰۱۴: ۳۴). کیفیت خدمات حسابرسی از دیدگاه صاحب‌کار بسیار اهمیت دارد. برای مثال، مطالعات مختلف نشان داده‌اند که روند تغییر حسابرس از صاحب‌کار آغاز می‌شود و دلیل آن نیز، نارضایتی از حسابرس قبلی در خصوص کیفیت خدمات است (آدامز و دیویس^۵، ۱۹۹۴: ۳۸). سوانشتروم و سوندگرن^۶ (۲۰۱۲: ۷۳) رابطه مستقیمی بین طول رابطه حسابرس-صاحبکار و کیفیت استنباطی حسابرسی صورت‌های مالی از نظر مشتری و مقدار خدمات مشاوره‌ای خریداری‌شده از حسابرس مشاهده کردند.

-
1. Dopuch and King
 2. Mayhew & Wilkins
 3. Ivancevich and Zardkoohi
 4. Achua and Alabar
 5. Addams and davis
 6. Svanström and Sundgren

برخی پژوهشگران، سیاست کاهش قیمت را نوعی استراتژی نفوذ در بازار حسابرسی می‌دانند (دوپوچ و کینگ ۲۰۱۵: ۴۵). برخی مؤسسه‌ها برای کسب سهم بازار یا ورود به صنعتی خاص، تلاش می‌کنند که از طریق استراتژی کاهش قیمت، خود را در بازار هدف تثبیت کنند و پس از آن سهمی از بازار را در اختیار گرفتند، به تعدیل مبالغ خود اقدام کنند، تا بدین طریق مشتری را از آن خود کرده و از دست رقبا خارج کنند (رید، ۲۰۰۸: ۳۸۴). شاتسبرگ^۱ (۱۹۹۰: ۳۶۰) نشان داد که مؤسسه‌های حسابرسی برای به دست آوردن مشتریان جدید، تخفیف‌های چشمگیری در دو سال اول قرارداد حسابرسی قائل می‌شوند. بر اساس نتایج پژوهش‌ها حق‌الزحمه حسابرسی نخستین حساب‌برسان بزرگ، بیشتر از حساب‌برسان کوچک بوده و میزان تخفیف حق‌الزحمه حسابرسی مؤسسات حسابرسی کوچک (در مقایسه با مؤسسات حسابرسی بزرگ)، بیشتر است (هوانگ و همکاران^۲، ۲۰۰۹: ۱۸۸). غوش و لاستگارتن^۳ (۲۰۰۶: ۳۶۲)، به این نتیجه رسیدند که تخفیف حق‌الزحمه حسابرسی نخستین، در هر دو بخش انحصاری و بخش رقابتی بالقوه مشهود است، اما تخفیف حق‌الزحمه اولیه در بخش رقابتی که در آن تعداد زیادی از مؤسسات حسابرسی کوچک رقابت می‌کنند، به میزان بیشتری رخ می‌دهد.

تمایز در ارائه خدمات از طریق «تخصص در صنعت»، راهبردی است که توسط مؤسسات حسابرسی برای جذب مشتریان جدید یا ایجاد حق‌الزحمه‌های بیشتر به کاربرده می‌شود (می هیو و ویلکینز، ۲۰۰۳: ۳۴). حساب‌برسان متخصص صنعت خدماتی را می‌ارائه دهند که جایگزین مناسبی برای خدمات آن‌ها وجود ندارد (گراملینگ و استون^۴، ۲۰۰۱: ۱۴). مزایای چنین راهبردی برای مؤسسات حسابرسی این است که ضمن افزایش قدرت چانه‌زنی آن‌ها را با صاحب‌کاران فعلی و بالقوه، منجر به افزایش حسن شهرت می‌گردد، که تحت عنوان یک «ضمانت» (ضمانت کیفیت حسابرسی بالاتر)، بکار برده می‌شود (کلین و لفلر^۵، ۱۹۸۱: ۶۱۹). تخصص در صنعت، سبب کسب

-
1. Schatzberg
 2. Huang et al
 3. Ghosh and Lustgarten
 4. Gramling & Stone
 5. Klein and Leffler

مزایای رقابتی و قدرت بیشتر بازار می‌گردد (هی و جتر^۱، ۲۰۱۱: ۱۹۱). گراملینگ و استون (۲۰۰۱: ۱۶) نشان دادند که تخصص حسابرس در صنعت مانعی برای ورود رقباست. در خصوص راهبرد بازاریابی رابطه مند، هدف غالباً ایجاد، حفظ، تقویت و تجاری‌سازی روابط با مشتری است به گونه‌ای که اهداف طرف‌های درگیر محقق شود. این کار با تبادل متقابل و تحقق وعده‌ها انجام می‌شود. این به‌طور کلی این راهبرد از طریق معاملات تجاری و اجتماعی در طول زمان، در نتیجه توسعه و حفظ روابط فردی و مبتنی بر تعامل انجام می‌شود. بازاریابی شبکه‌ای روابط را هم در سطح فردی و هم در سطح شرکت در برمی‌گیرد و می‌تواند به صورت رسمی و غیررسمی رخ دهد. روابط ممکن است با مشتریان، توزیع‌کنندگان، تأمین‌کنندگان، رقبا و غیره باشد (کوویلو و همکاران، ۲۰۰۰: ۵۳۱). اجزاء این پارادایم شامل اعتماد، پیوند، روابط، اشتراک ارزش‌ها، همدلی و تبادل است. بر اساس مفهوم حکک‌شدگی، گرانووتر^۲ (۱۹۸۵: ۴۸۱) بیان داشت تحلیل درست رفتارهای کسب‌وکار مستلزم شناخت ساختار شبکه روابط است. پالمر^۳ (۱۹۹۷: ۳۲۱) نیز بیان نمود هنجارها و ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی تأثیر مهمی بر تعریف و شکل روابط، تعاملات و کنش‌های محیطی دارد، و به همین دلیل تعریف راهبردهای بازاریابی رابطه مند به‌طور جهانی به دلیل تفاوت‌های فرهنگی و اجتماعی امکان‌پذیر نمی‌باشد و ضرورت دارد برای افزایش اثربخشی کارکرد این راهبرد، ابتدا ساختار و شبکه روابط به‌عنوان محور کانونی راهبردهای بازاریابی رابطه مند در حوزه‌های مختلف فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی مورد پژوهش قرار گیرد.

۲. رابطه مداری در کسب و کار

رابطه مداری به‌عنوان پدیده‌ای پیچیده در نظر گرفته می‌شود که از عواملی چون اقتصاد، فرهنگ (شامل ارزش‌ها و هنجارها)، اجتماع، سیاست، و پیشینه تاریخی و ساختار نهادی تأثیر می‌پذیرد. وارن و همکاران (۲۰۱۴) نشان دادند رابطه مداری تحت تأثیر هنجارهای اجتماعی مبتنی بر فرهنگ و شرایط اقتصادی و سیاسی و با توجه به ماهیت و ساختار آن، به شکل تیغه‌ای دو لبه، هم می‌تواند سبب

1. Hay and Jeter
2. Granovetter
3. Palmer

کارایی در جامعه و توسعه تجاری گردد و هم می‌تواند به تبعیض و نابرابری منجر و مانع توسعه اقتصادی گردد.

پژوهش بر روی رابطه مداری عمدتاً با محوریت مفهوم گوانسی در چین صورت پذیرفته است. پژوهشگران نقش گوانسی را در حوزه کسب و کار، به‌عنوان ابزار مؤثر برای گسترش بازار (پارک و لو، ۲۰۰۱: ۴۷۳) ابزاری برای کاهش ریسک و هزینه معاملات (استندی فایرد و مارشال^۲، ۲۰۰۰: ۴۰)، سیگنال دهی به‌واسطه ایجاد شهرت، افزایش مشروعیت و جایگاه اجتماعی (داه و همکاران، ۲۰۱۷) و دسترسی به منابع و فرصت‌های تجاری (دین، ۲۰۲۰) برجسته نموده‌اند. گوان^۳ (۲۰۱۱: ۱۶۲) گوانسی را به‌عنوان یک "مزیت شبه رقابتی معرفی نمود که می‌تواند زمینه بهره برداری و انتفاع بهتر و موثرتر از مزیت‌های رقابتی اصلی بنگاه اقتصادی را فراهم سازد. عمده طبقه بندی ارائه شده از رابطه مداری با محوریت گوانسی توسط سو و لیتفیلد (۲۰۰۱) و ژانگ (۲۰۰۶) در قالب پایه، ماهیت و اشکال گوانسی صورت پذیرفته است که به‌صورت جدول (۲) طبقه‌بندی نشان داده شده است.

جدول ۲. اهم طبقه‌بندی رابطه مداری با محوریت گوانسی در ادبیات پژوهشی

ماهیت ارتباط	پایه ارتباط	دامنه ارتباط	ماهیت تبادل	بعد منفی	اشکال
مطلوبیت طلب	انتسابی	الزامی	احساس	خویشاوندگماری	همشهری، خویشاوندی
	اکنسابی	متقابل	لطف	بدهی انسانی	همکاران، همکلاسی‌ها
منفعت طلب	ثالث	سودمند	پول و قدرت	زبان اجتماعی	بررسی نشده است

با توجه به ماهیت حرفه حسابرسی و لزوم تبعیت از آیین‌نامه و دستورالعمل‌های حرفه‌ای، ضرورت بررسی پیامدهای رابطه مداری بر مسائل و موضوعات حرفه دوچندان می‌شود. در حوزه حسابرسی نیز اغلب پژوهش‌ها به فضای پژوهشی چین و گوانسی محدود شده‌اند. به‌عنوان مثال پژوهش دنگ (۲۰۲۳: ۱۳۴) نشان داد گوانسی، رابطه منفی با کیفیت حسابرسی دارد. هان و همکاران^۴ (۲۰۲۳)

1. Park & Luo
2. Standifired & Marshall
3. Guan et al
4. Han et al

شواهدی از عدم تأثیر کاهشی روابط بر کیفیت و اثر صرفه‌جوئی آن بر تلاش حسابرسی ارائه نمود. یونن (۲۰۱۳: ۶۹۵) نشان داد رابطه مداری یک عامل مؤثر بر استقلال حسابرسان است. شواهد دیگری نیز نشان می‌دهند روابط شخصی و اجتماعی بر استدلال اخلاقی حسابرسان تأثیر می‌گذارد (ژیانگ، ۲۰۲۱: ۴۵۵). آنتونلی^۱ (۲۰۲۰: ۱۱۱) شواهدی از تأثیر رابطه مداری بر درآمد/سهم بازار موسسات حسابرسی از طریق برند قوی و شهرت بالاتر ارائه داد. در حوزه پژوهش‌های داخلی، بررسی پیامدهای رابطه مداری در حرفه حسابرسی بسیار محدود و مبتنی بر مفهوم گوانسی هستند. بختیاری (۱۳۹۸: ۳۷) نشان داد افزایش تمایل به رابطه مداری در حسابرسان، احتمال زیر پا گذاشتن استقلال حسابرسی را افزایش می‌دهد. یافته‌های پژوهش بنی مهد (۱۳۹۶: ۱۰) بیانگر رابطه معنی‌دار و مستقیم میان قضاوت‌های اخلاقی حسابرسان و رابطه مداری است.

۳. ساختار اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی ایران

از بعد اقتصادی، ایران دارای اقتصادی ترکیبی و در حال گذار، شامل یک بخش دولتی بزرگ است که بخش عمده‌ای از آن به صورت متمرکز و دستوری اداره می‌شود (قلی زاده و همکاران^۲، ۱۳۹۸: ۲۲۹)، که زمینه را برای اعطای گزینشی مجوزها، امتیازات و معافیت‌ها یا همان انحصار فراهم ساخته است و از شکل‌گیری یک بازار رقابتی جلوگیری نموده است (پناهی-امینی^۳، ۱۳۹۰: ۶۱)

از بعد هویت فرهنگی و بر اساس طبقه‌بندی ریچارد گشتلند^۴ (۱۹۹۹) یکی از ویژگی‌های فرهنگی ایران، رابطه محوری^۵ در مقابل فرهنگ معامله‌گرا^۶ است، که در آن ایجاد روابط بر قواعد مذاکرات تجاری اولویت دارد. روابط معنایی فراتر از قراردادهای قانونی به دلیل ضعف ساختار حقوقی و قانونی دارد. اعتماد مبتنی بر روابط بر اعتماد به ساختار سیستم و قانونی غلبه دارد.

1. Antonelli

2. Gholizadeh et al.

3. Panahi and Amini

4. Richard Gesteland

5. Relational oriented

6. Task Orientation

از بعد هویت اجتماعی یافته‌های پژوهشی حاکی از نحیف بودن نهادهای مدنی (صدیقی اورعی و همکاران^۱، ۱۳۹۷: ۷۶). و پایین بودن سرمایه اجتماعی (عبدلهی و موسوی^۲، ۱۳۸۶: ۲۲۵) است. از طرفی ساختار نظم اجتماعی در ایران نظم با دسترسی محدود پایه است (سویگر و اصفهانی^۳، ۲۰۱۴: ۲۵۷). در چنین ساختاری ترتیبات اجتماعی نیز به هویت شخصی وابسته است. (زمانی^۴، ۱۳۹۸: ۷۹-۹۰).

در یک جمع‌بندی در دیدگاه کلان سیستم نامناسب توزیع فرصت‌ها و مستعد چانه‌زنی از طریق ایجاد روابط (رنانی^۵، ۱۳۹۸: ۱۶)، وجود خلأهای نهادی (عسکری و همکاران^۶، ۱۳۹۹: ۳۰)، ضعف حاکمیت نهادهای مدنی، ساختار ضعیف حاکمیت قانون، نظام اقتصادی تحصیلدار (فضلی نژاد و احمدیان^۷، ۱۳۸۹: ۱۴۱) و ساختار نظم اجتماعی با دسترسی محدود، ایران را به حوزه پژوهشی خاص برای بررسی پدیده رابطه مداری و شناسایی آثار آن بر متغیرهای مختلف تبدیل نموده است.

کسانی و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی ترکیبی برای اولین بار از ساختار و اشکال رایج روابط در بازار حسابرسی ایران طبقه‌بندی جامع و تفصیلی ارائه نمودند. آن‌ها در پژوهش خود، ۹ شکل در قالب ۳۶ مضمون از رابطه مداری را در سه بعد اجتماعی، اقتصادی و سیاسی معرفی نمودند، مواردی نظیر شکل "نظارتی-مدیریتی" با مضامینی نظیر حضور در پست‌ها و کارگروه‌های حرفه، شکل "دوست‌گرایی" با مضامینی نظیر اتکا بر افراد ذی‌نفوذ به دلیل سوابق مشترک، شکل "انحصاری" حاوی مضامینی نظیر جذب شرکای پرکار، خواهرخواندگی مجازی، شکل "رسانه‌ای" با مضمون قدرت کلام، شکل "اثرگذاری-جهت‌دهی" با مضامینی نظیر ارزش‌آفرینی و پیشرو بودن در حل مشکلات صاحب‌کار، شکل "لابگیری" با مضامینی نظیر شرکت در کارزارهای سیاسی و شکل مستقیم نظیر سابقه حضور در پست‌های کلیدی فرا حرفه.

روش شناسی پژوهش

به‌منظور مطالعه نقش رابطه مداری بر سهم بازار مؤسسات حسابرسی در ایران، داده‌های موردنیاز از طریق پرسشنامه‌ای بر اساس مدل و طبقه‌بندی ابعاد و اشکال و مضامین رایج رابطه مداری مطابق با

1. Seddighi Orei et al.
2. Abdulahi and Mousavi
3. Ceviker and Esfahani
4. Zamni
5. Renani
6. Asgari et al.
7. Fazlinejad and Ahmadian

پژوهش کسائی و همکاران (۱۴۰۲)، طراحی، توزیع و جمع‌آوری گردید. پرسشنامه طراحی شده با توجه به فرمول کوکران در اختیار ۳۷۲ نفر از شرکا مؤسسات در بازه زمانی دو ماهه منتهی به مرداد ۱۴۰۲، قرار گرفت و با حذف نمونه‌های دریافتی ناقص و موارد عودت نشده، در نهایت ۲۹۶ نمونه کامل جمع‌آوری گردید. پرسشنامه‌ها در تهران و شهرستان‌ها به صورت حضوری بین شرکا مؤسسات حسابرسی توزیع و جمع‌آوری گردید. از کلیه پرسش‌شوندگان خواسته شد با توجه به فرصت کافی در نظر گرفته شده، پرسشنامه در اختیار را با دقت و حوصله تکمیل نمایند. بخش اول سؤالات پرسشنامه شامل گرفتن دموگرافیک حسابرس می‌شود. در بخش دوم به منظور پاسخ به سؤال اصلی پژوهش، از پاسخ‌دهندگان خواسته شده میزان اهمیت هر یک از ۱۶ مضمون رایج رابطه مداری برگرفته از پژوهش کسائی و همکاران (۱۴۰۲)، در سه بعد اجتماعی، سیاسی و اقتصادی، بر اساس طیف پنج‌بخشی لیکرت (خیلی زیاد تا خیلی کم) مشخص نمایند.

یافته‌های پژوهش

۱. آمارهای توصیفی

جدول شماره (۳) ویژگی‌های مربوط به پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه را از جنبه‌های مختلف نشان می‌دهد. بر اساس نتایج به دست آمده از فراوانی و درصد، به لحاظ سابقه کاری ۲۷٪ بین ۱۰ تا ۱۵ سال، ۲۴٪ بین ۱۵ تا ۲۰ سال و ۴۸٪ بالای ۲۰ سال سابقه کاری داشتند. به لحاظ تحصیلات ۲۵٪ لیسانس و ۷۵٪ فوق‌لیسانس و بالاتر بوده‌اند. به لحاظ طبقه موسسه حسابرسی ۶۴٪ رتبه اول و ۳۶٪ رتبه دوم، سوم و چهارم بوده‌اند.

جدول ۳. توزیع پاسخ‌دهندگان با توجه به ویژگی‌های آن‌ها

ویژگی پاسخ‌دهندگان	گروه	فراوانی	درصد
سابقه	۱۰-۱۵	۸۱	۲۷٪
	۱۵-۲۰	۷۲	۲۴٪
	بالای ۲۰	۱۴۳	۴۸٪
تحصیلات	جمع	۲۹۶	۱۰۰٪
	لیسانس	۷۴	۲۵٪
	فوق‌لیسانس و بالاتر	۲۲۲	۷۵٪

ویژگی پاسخ دهندگان	گروه	فراوانی	درصد
طبقه موسسه حسابرسی	جمع	۲۹۶	٪۱۰۰
	اول	۱۸۹	٪۶۴
	دوم	۹۸	٪۳۳
	سوم	۹	٪۳
	جمع	۲۹۶	٪۱۰۰

جدول (۴) و (۵) وضعیت توصیفی متغیرهای تحقیق را نشان می‌دهد. در خصوص نرمال بودن داده‌ها، مقادیر آمار توصیفی و شاخص‌های مرکزی از جمله میانگین، انحراف معیار، چولگی و کشیدگی برای هر کدام از ابعاد محاسبه شد، به دلیل اینکه سطح معناداری متغیر و خرده مقیاس بیشتر از ۰/۰۵ دارد، در نتیجه مقدار آماره کولموگروف-اسمیرنوف درون بازه بحرانی قرار دارد و ادعای نرمال بودن توزیع متغیرها پذیرفته می‌شود.

جدول ۴. شاخص‌های توصیفی در سطح ابعاد

اشکال رابطه مداری	اندازه نمونه	میانگین	انحراف معیار	شاخص‌های نرمالیتی		آزمون کلموگروف اسمیرنوف	
				چولگی	کشیدگی	آماره Z	Sig
اشکال اجتماعی	۲۹۶	۳.۰۶۷	۰.۶۱۸	۰.۲۹۸	۰.۶۸۵	۰.۰۷۶	۰.۲۱۲
اشکال سیاسی	۲۹۶	۳.۰۷۲	۰.۵۴۶	-۰.۰۳۶	-۰.۴۳۱	۰.۰۸۱	۰.۲۱۰
اشکال اقتصادی	۲۹۶	۳.۰۳۹	۰.۶۶۲	۰.۲۴۰	۰.۳۵۰	۰.۰۶۴	۰.۲۱۸

جدول ۵. شاخص‌های توصیفی در سطح اشکال

اشکال رابطه مداری	اندازه نمونه	میانگین	انحراف معیار	شاخص‌های نرمالیتی		آزمون کلموگروف اسمیرنوف	
				چولگی	کشیدگی	آماره Z	Sig
بومی گرایی	۲۹۶	۲.۸۵۹	۰.۷۵۰	۰.۱۱۹	-۰.۳۹۵	۰.۱۰۵	۰.۱۹۸
رسانه‌ای	۲۹۶	۲.۹۳۲	۰.۷۹۶	۰.۱۵۰	-۰.۱۷۹	۰.۰۹۱	۰.۲۰۴
دوست گرایی	۲۹۶	۳.۳۴۱	۰.۹۱۳	۲.۸۱۰	۲۶.۴۵۲	۰.۱۱۴	۰.۱۹۳
اثرگذاری/جهت‌دهی	۲۹۶	۳.۱۳۵	۰.۹۳۳	-۰.۰۰۶	-۰.۶۰۶	۰.۱۱۲	۰.۱۹۴
مستقیم	۲۹۶	۳.۱۱۳	۰.۶۶۴	۰.۱۱۴	-۰.۱۱۲	۰.۱۲۷	۰.۱۸۷
لایبگری	۲۹۶	۳.۰۳۰	۰.۶۹۹	-۰.۰۳۵	-۰.۵۴۴	۰.۱۱۳	۰.۱۹۳
نظارتی و مدیریتی	۲۹۶	۳.۲۴۷	۰.۷۸۹	۰.۰۰۳	-۰.۱۳۸	۰.۰۷۴	۰.۲۱۳
متمایزکننده	۲۹۶	۲.۷۶۴	۰.۷۶۰	۰.۲۱۲	-۰.۱۱۵	۰.۰۷۵	۰.۲۱۳
انحصاری	۲۹۶	۳.۱۰۸	۰.۷۴۱	۰.۰۸۳	۰.۱۳۳	۰.۰۸۲	۰.۲۰۹

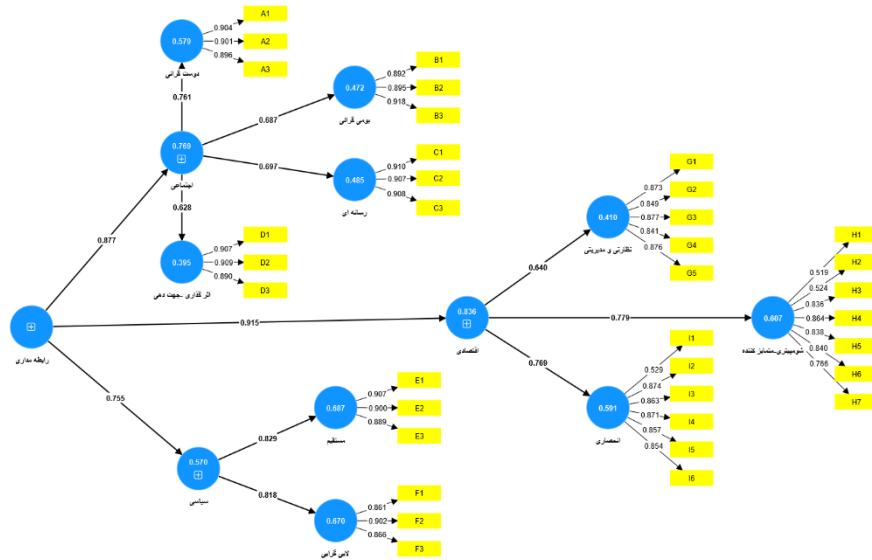
۲. تحلیل استنباطی یافته‌ها

برای ارزیابی اعتبارسنجی مدل‌های اندازه‌گیری مقادیر زیر را محاسبه کرده و در صورت برآورده شدن شرایط مندرج در جدول (۶) می‌توانیم ادعا کنیم که مدل اندازه‌گیری از شرایط مناسب برخوردار و کارایی و پایایی برقرار است.

جدول ۶. شرایط برقراری پایایی و روایی

منبع	حد مجاز	شاخص
	پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ بالای ۰/۷ باشند.	پایایی
	بارهای عاملی باید معنادار باشند ($t > 1.96$)	
(جوزپ و همکاران ۲۰۱۶)	بارهای عاملی استاندارد باید بزرگ‌تر از ۰/۴ باشد. CR>AVE AVE>0/5 Rho_A>0/6	روایی همگرا
	AVE>MSV, HTMT<0/9	روایی واگرا
	GOF>0/36, SRMR<0/12, NFI>0/80	شاخص‌های برازش مدل

شکل (۱) مدل تحلیل عاملی تأییدی چند سطحی را در حالت تخمین ضرایب استاندارد نشان می‌دهد که از ۳ بعد اصلی، اجتماعی (۳ مؤلفه و ۱۰ مضمون)، اقتصادی (۳ مؤلفه و ۱۸ مضمون) و سیاسی (۲ مؤلفه و ۶ مضمون) تشکیل شده است. طبق این مدل اعداد بین متغیر اصلی و ابعاد تحت عنوان بارهای عاملی مرتبه سوم، روابط بین ابعاد و مؤلفه تحت عنوان بارهای عاملی مرتبه دوم و روابط بین مؤلفه‌ها و شاخص‌ها را بارهای عاملی مرتبه اول گویند. نتایج بارهای عاملی در حالت تخمین ضرایب استاندارد باید از مقدار ۰/۵ بزرگ‌تر و در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار باشند و به این معنی است که حداقل نصف واریانس شاخص توسط متغیر پنهان تبیین شده است. طبق نتایج تمامی شاخص‌ها دارای بار عاملی بزرگ‌تر از ۰/۶ و در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار ($t > 1.96$) بوده‌اند و دارای پایایی می‌باشند.



شکل ۱. تحلیل عاملی در حالت تخمین ضرایب استاندارد

در این پژوهش جهت بررسی معنادار بودن رابطه بین متغیرها، تحلیل عاملی در سطح ضرایب معناداری نیز انجام گردیده است، که در آن معادلات اندازه گیری (بارهای عاملی اول، دوم و سوم) را با استفاده از آماره t ، آزمون نموده است. بر طبق این مدل، بارهای عاملی در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار می‌باشند.

عدم هم خطی بودن شاخص‌ها با استفاده از شاخص تحمل و عامل تورم واریانس (VIF) بررسی شد. سطح VIF بالاتر از ۴، نشان‌دهنده هم خطی شدید بودن بین شاخص‌ها است. شرط عدم هم خطی برای همه متغیرها رعایت شده است و تمامی ضرایب از مقدار ۴ کوچک‌تر شده‌اند.

در بررسی اعتبار همگرایی مدل با توجه به جدول (۷) و (۸) مقدار آلفای کرونباخ برای همه متغیرها بزرگ‌تر از حد مناسب ۰/۷ است و از پایایی برخوردار می‌باشند. همچنین مقدار ضریب پایایی ترکیبی (ضریب دیلون- گلدشتاین) برای هر متغیر بیشتر از حد آستانه ۰/۷ بوده و مبنی بر مناسب بودن پایایی ترکیبی هر متغیر دارد. معیار ارزیابی روایی همگرا به معنی میانگین واریانس مشترک بین

متغیر پنهان و معرف هایش است و حداقل مقدار قابل قبول برای آن ۰/۵۰ است. در این مدل روایی همگرایی متغیرهای مدل همگی بالاتر از ۰/۵ بوده که همگی در سطح مناسب و قابل قبولی می‌باشند. از دیگر شاخص‌های روایی همگرا تحت عنوان قابلیت اطمینان، شاخص رانو از نظر هنسلر و همکاران (۲۰۰۹) است که لازم است مقداری بالای ۰/۶ اختیار کند. این شاخص نیز برای تمامی متغیرهای تحقیق بالاتر از حد مجاز بوده است.

جدول ۷. بررسی اعتبار همگرایی مدل در سطح ابعاد

متغیرهای پنهان	آلفا کرونباخ	قابلیت اطمینان	پایایی ترکیبی	میانگین واریانس تبیین شده
اشکال اجتماعی	۰.۸۲۶	۰.۸۲۶	۰.۸۷۳	۰.۷۳۵
اشکال اقتصادی	۰.۸۵۹	۰.۸۶۱	۰.۸۸۶	۰.۵۹۳
اشکال سیاسی	۰.۸۸۸	۰.۸۹	۰.۹۰۴	۰.۵۴۶
اشکال رابطه مداری	۰.۹۳۲	۰.۹۳۳	۰.۹۳۸	۰.۵۹۷

جدول ۸. بررسی اعتبار همگرایی مدل در سطح اشکال

متغیرهای پنهان	آلفا کرونباخ	قابلیت اطمینان	پایایی ترکیبی	میانگین واریانس تبیین شده
اثرگذاری-جهت‌دهی	۰.۸۸۶	۰.۸۹۱	۰.۹۲۹	۰.۸۱۴
بومی‌گرایی	۰.۸۸۵	۰.۸۸۶	۰.۹۲۹	۰.۸۱۳
دوست‌گرایی	۰.۸۸۳	۰.۸۸۴	۰.۹۲۸	۰.۸۱
انحصاری	۰.۸۹۴	۰.۸۹۸	۰.۹۲۲	۰.۶۶۹
لابی‌گری	۰.۸۴۹	۰.۸۵	۰.۹۰۹	۰.۷۶۹
مستقیم	۰.۸۸۱	۰.۸۸۱	۰.۹۲۷	۰.۸۰۸
رسانه‌ای	۰.۸۹۴	۰.۸۹۴	۰.۹۳۴	۰.۸۲۵
تمایزکننده	۰.۸۶۳	۰.۸۷۱	۰.۸۹۹	۰.۵۶۹
نظارتی و مدیریتی	۰.۹۱۵	۰.۹۱۶	۰.۹۳۶	۰.۷۴۵

جدول (۹) روایی واگرایی مدل پژوهش را با شاخص فورنل و لارکر بررسی می‌کند. طبق شاخص فورنل و لارکر لازم است مقدار جذر میانگین واریانس استخراجی (AVE) متغیرهای پنهان در

پژوهش حاضر که در خانه‌های موجود در قطر اصلی ماتریس قرار گرفته‌اند، از مقدار همبستگی میان آن‌ها، واقع در خانه‌های زیرین و چپ قطر اصلی، بیشتر باشد. منطق این سازه این است که یک سازه باید واریانس بیشتری با معرف‌های خود تا سایر سازه‌ها داشته باشد. نتایج جدول (۹) نشان می‌دهد که همه متغیرها روایی و اگرایی قابل قبولی دارند. به‌عنوان مثال ریشه دوم میانگین واریانس تبیین شده برای شکل اثرگذاری -جهت‌دهی ۹۰/۲ درصد شده است که از مقدار همبستگی این متغیر با سایر متغیرها بیشتر است.

جدول ۹. ماتریس فورنل ولارکر

متغیرهای پنهان	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
اثرگذاری - جهت‌دهی	۰.۹۰۲								
انحصاری	۰.۳۸۵	۰.۸۱۸							
بومی‌گرایی	۰.۲۶۸	۰.۲۸۲	۰.۹۰۲						
دوست‌گرایی	۰.۳۳۱	۰.۳۱۶	۰.۳۴۳	۰.۹					
رسانه‌ای	۰.۲۱۴	۰.۳۵۸	۰.۳۱	۰.۳۸۷	۰.۹۰۸				
متمایزکننده	۰.۳۱۹	۰.۳۸۵	۰.۳۹۸	۰.۳۸۴	۰.۴۲۵	۰.۷۵۴			
لایبی‌گری	۰.۳۴۷	۰.۳۸۹	۰.۳۰۵	۰.۳۸۳	۰.۳۵۱	۰.۳۹۲	۰.۸۷۷		
مستقیم	۰.۲۳۹	۰.۳۲۷	۰.۲۹۱	۰.۳۴۳	۰.۳۱۹	۰.۳۶۸	۰.۳۵۶	۰.۸۹۹	
نظارتی و مدیریتی	۰.۲۷۷	۰.۲۵۳	۰.۲۷	۰.۳۷۶	۰.۲۸۴	۰.۲۷	۰.۲۷۴	۰.۲۴۲	۰.۸۶۳

در کار با برنامه اسمارت پی آل اس نسخه ۴، هر یک از شاخص‌های به‌دست‌آمده برای مدل به‌تنهایی دلیل برازندگی یا عدم برازندگی آن نیست، بلکه این شاخص‌ها را باید در کنار یکدیگر و باهم تفسیر کرد. در این پژوهش برای ارزیابی مدل تحلیل عاملی تأییدی از شاخص‌های نرم شده برازندگی (NFI)، و شاخص بسیار مهم ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب (SRMR) استفاده شده است. نتایج آن به‌طور خلاصه در جدول (۱۰) آورده شده است. اولین و مهم‌ترین شاخص برازش مدل شاخص SRMR است. حد مجاز این شاخص ۰/۱۲ است. برای این مدل مقدار این شاخص از مقدار ۰/۱۲ کمتر است و می‌توان گفت مدل برازش مناسبی داشته است. شاخص

برازندگی نرم شده نیز برای این مدل مقدار بالاتر از ۰/۸۰ برآورد شده و نشان از برازش مدل دارد. در مجموع با توجه به هر دو شاخص برازش می‌توان گفت داده‌های این پژوهش با ساختار عاملی و زیربنای نظری تحقیق برازش مناسبی دارد و بیانگر همسو بودن سؤالات با سازه‌های نظری است.

جدول ۱۰. شاخص‌های برازش مدل

شاخص‌های برازش مدل	نماد	مقدار برآورد شده	حد مجاز
ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب	SRMR	۰/۰۸۹	کمتر از ۰/۱۲
برازندگی نرم شده	NFI	۰/۸۲۸	بیشتر از ۰/۸۰

۳. یافته‌های حاصل از پژوهش

با توجه به طیف مورد بررسی در این بخش از آزمون، تی تک نمونه‌ای استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نقش ابعاد و اشکال و مضامین رایج رابطه مداری بر سهم بازار مؤسسات حسابرسی را نشان می‌دهد که به‌طور خلاصه در جدول (۱۱)، (۱۲) و (۱۳) آورده شده است.

نتایج به‌دست آمده در جدول (۱۱) در پاسخ به سؤال پژوهش، نشان می‌دهند که در بازار حسابرسی ایران از میان ابعاد رایج رابطه مداری (اجتماعی و سیاسی)، بعد سیاسی رابطه مداری بر سهم بازار مؤسسات حسابرسی نقش مؤثری دارد و بعد اجتماعی رابطه مداری نقشی بر سهم بازار مؤسسات حسابرسی ندارد.

جدول ۱۱. آزمون تی تک نمونه‌ای - ابعاد رابطه مداری و سهم بازار مؤسسات حسابرسی

ابعاد	میانگین	انحراف معیار	آماره تی	سطح معناداری	نتیجه
اجتماعی	۳۰۶۷	۰۶۱۸	۱۸۶۵	۰۰۶۳	رد
سیاسی	۳۰۷۲	۰۵۴۶	۲۲۵۲	۰۰۲۵	تأیید

بر اساس جدول (۱۲)، از میان اشکال رایج رابطه مداری شکل دوست‌گرایی، اثرگذاری-جهت‌دهی از بعد اجتماعی، شکل مستقیم از بعد سیاسی و شکل نظارتی-مدیریتی از بعد اقتصادی در سهم بازار مؤسسات حسابرسی نقش معناداری در سطح اطمینان ۰/۹۵ داشته‌اند (اماره تی از ۱/۹۶-

بزرگ‌تر و مقدار میانگین بیشتر از ۳ شده است)، سایر اشکال در سهم بازار مؤسسات حسابرسی نقش معناداری در سطح اطمینان ۹۵٪ نداشته‌اند.

جدول ۱۲. آزمون تی تک نمونه‌ای - اشکال رابطه‌های مداری و سهم بازار مؤسسات حسابرسی

اشکال	میانگین	انحراف معیار	آماره تی	سطح معناداری	نتیجه
بومی‌گرایی	۲۸۵۹	۰.۷۵۰	-۳.۲۳۰	۰.۰۰۱	رد
رسانه‌ای	۲.۹۳۲	۰.۷۹۶	-۱.۴۶۰	۰.۱۴۵	رد
دوست‌گرایی	۳.۳۴۱	۰.۹۱۳	۶.۴۳۳	۰.۰۰۰	تأیید
اثرگذاری/جهت‌دهی	۳.۱۳۵	۰.۹۳۳	۲.۴۹۱	۰.۰۱۳	تأیید
مستقیم	۳.۱۱۳	۰.۶۶۴	۲.۹۱۸	۰.۰۰۴	تأیید
لایبگری	۳.۰۳۰	۰.۶۹۹	۰.۷۴۸	۰.۴۵۵	رد
نظارتی و مدیریتی	۳.۲۴۷	۰.۷۸۹	۵.۳۷۶	۰.۰۰۰	تأیید

جدول (۱۳) نتیجه آزمون در سطح مضامین را نشان می‌دهد. مضامینی نظیر حضور مؤثر در جلسات حرفه‌ای - قدرت کلام از شکل رسانه‌ای، پیشرو بودن در حل مشکلات صاحب‌کاران و ارزش آفرینی از شکل اثرگذاری - جهت‌دهی، سابقه حضور در پست‌های کلیدی فرا حرفه از شکل مستقیم، کسب پست‌های کلیدی حرفه از شکل نظارتی مدیریتی در سهم بازار مؤسسات حسابرسی نقش معناداری در سطح اطمینان ۹۵٪ داشته‌اند (اماره تی از ۱/۹۶ بزرگ‌تر و مقدار میانگین بیشتر از ۳ شده است).

جدول ۱۳. آزمون تی تک نمونه‌ای - مضامین رابطه‌های مداری و سهم بازار مؤسسات حسابرسی

مضامین	میانگین	انحراف معیار	آماره تی	سطح معناداری	نتیجه
به‌کارگیری نیروهای بومی	۲.۸۹۲	۱.۱۱۲	-۱.۶۷۳	۰.۰۹۵	رد
حضور مؤثر در جلسات حرفه‌ای - قدرت کلام	۳.۴۵۳	۰.۹۶۶	۸.۰۶۲	۰.۰۰۰	تأیید
اتکا بر افراد ذی‌نفع با سوابق مشترک	۳.۷۰۹	۱.۹۱۸	۶.۳۶۵	۰.۰۰۰	تأیید
داشتن فعالیت آموزشی مشترک با افراد	۳.۲۴۰	۱.۰۲۵	۴.۰۲۶	۰.۰۰۰	تأیید
جذب/گسیل کارکنان از/ به بخش اجرائی حرفه	۳.۰۷۴	۱.۰۴۲	۱.۲۲۷	۰.۲۲۱	رد
ارزش آفرینی	۳.۲۰۳	۱.۱۰۳	۳.۱۶۷	۰.۰۰۲	تأیید
پیشرو بودن در حل مشکلات حرفه‌ای صاحب‌کار	۳.۱۸۶	۱.۰۸۶	۲.۹۴۹	۰.۰۰۳	تأیید
سابقه دوستی با فعالان فعلی یا سابق سیاسی	۳.۰۴۴	۱.۱۸۰	۰.۶۴۱	۰.۵۲۲	رد

نتیجه	سطح معناداری	آماره تی	انحراف معیار	میانگین	مضامین
تأیید	۰.۰۰۰	۴.۴۵۷	۱.۱۲۱	۳.۲۹۱	سابقه حضور در پست‌های کلیدی فرا حرفه
رد	۰.۵۴۱	۰.۶۱۲	۱.۱۴۰	۳.۰۴۱	زمینه فعالیت مشترک با سیاسیون
رد	۰.۹۶۱	۰.۰۴۹	۱.۱۸۹	۳.۰۰۳	ایجاد تغییرات از طریق گروه‌های ذی‌نفوذ
رد	۰.۴۵۹	۰.۷۴۱	۱.۱۷۶	۳.۰۵۱	شرکت در کارگزارهای سیاسی
رد	۱.۰۰۰	۰.۰۰۰	۱.۱۸۸	۳.۰۰۰	استفاده از گرایش‌ها و نفوذ حزبی
رد	۰.۵۰۳	۰.۶۷۱	۱.۱۲۷	۳.۰۴۴	حضور در پست‌های نظارتی و حاکمیتی شرکت
تأیید	۰.۰۰۲	۳.۱۵۸	۱.۱۰۴	۳.۲۰۳	جایجایی در پست‌های اجرایی درون حرفه
رد	۰.۰۷۰	۱.۸۱۹	۱.۰۲۳	۳.۱۰۸	حضور در کارگروه‌های تخصصی رویه‌گذار
تأیید	۰.۰۰۰	۷.۳۸۹	۰.۹۶۰	۳.۴۱۲	کسب پست‌های کلیدی حرفه
تأیید	۰.۰۰۰	۷.۷۰۵	۱.۰۴۱	۳.۴۶۶	حضور کارگروه‌های تخصصی کار
رد	۰.۰۰۰	-۱۰.۷۸۰	۱.۰۸۴	۲.۳۲۱	استقرار شعب در شهرهای پرتانسیل
رد	۰.۵۵۴	۰.۵۹۲	۱.۱۷۸	۳.۰۴۱	جذب شرکا پرکار و شناخته‌شده
رد	۰.۸۰۱	-۰.۲۵۲	۱.۱۵۴	۲.۹۸۳	خواهرخواندگی مجازی (پاس‌کاری کارها)

به‌طور کلی به لحاظ آماری نقش ۱ بعد از ابعاد رابطه مداری، ۴ شکل از اشکال ۵ گانه و ۹ مضمون از ۲۱ مضمون رایج رابطه مداری در بازار حسابداری ایران بر سهم بازار مؤسسات حسابداری تأیید شده‌اند.

بحث و نتیجه‌گیری

تشدید رقابت در شرایطی ناهمگن و ناقص، یکی از تغییرات محسوس دهه‌های اخیر بازار حسابداری در ایران است. نبود تقاضای مناسب برای حسابداری با کیفیت و دستوری بودن و محدودیت در تعیین حق‌الزحمه حسابداری و دیگر راهبردهای بازاریابی (تخصص در صنعت، خدمات غیر حسابداری)، شرایط را در کسب مزیت رقابتی نامساعد کرده است. محدودیت‌های فوق‌بقا و تداوم حضور مؤسسات حسابداری را به خطر انداخته است. با این حال، برخلاف تنوری برتراند شاهد عدم توازن در سهم بازار مؤسسات هستیم.

هدف این پژوهش بررسی نقش رابطه مداری، به‌عنوان یک مزیت شبه رقابتی جایگزین، بر سهم بازار مؤسسات در بازار حسابداری ایران، به استناد اشکال رایج به‌دست‌آمده از پژوهش کسب‌ی و

همکاران (۱۴۰۲)، از طریق جمع‌آوری داده‌های اولیه و تحلیلی کمی آن‌ها است. بررسی خصوصیات فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی و سیاسی در ایران نشان از حکم‌شدگی پدیده رابطه مداری و طبقه‌بندی آن به‌عنوان یک جامعه رابطه محور دارد (کسانی و همکاران، ۱۴۰۲: ۸۱). از طرفی بر اساس پژوهش آنتونلی (۲۰۲۰: ۱۰۹) حرفه حسابرسی تصویری از ساختار اجتماعی هر کشور را منعکس می‌کند و پویایی آن می‌تواند شامل ویژگی‌های فرهنگی باشد. به عبارت دقیق‌تر، در یک جوامع رابطه‌گرا برخی از ویژگی‌های فرهنگی می‌تواند در سطح حسابرسی تأثیر بگذارد. بررسی شواهد نظری و تجربی در بخش پیشینه پژوهش حاضر نیز از رواج بازاریابی رابطه مند در حرفه حسابرسی حکایت دارد و "برقراری و ایجاد شبکه روابط" را به‌عنوان اصلی‌ترین راهبرد این رویکرد در نظر می‌گیرد. با این حال، ضعف ادبیات پژوهشی در مورد بررسی نقش رابطه مداری بر سهم بازار مؤسسات حسابرسی در سطح بین‌المللی و ایران یک واقعیت است، و این کار تلاشی برای مشارکت و ایجاد بستری از دانش برای مطالعات بیشتر است.

نتایج به‌دست‌آمده از تحلیل کمی نقش رابطه مداری بر سهم بازار مؤسسات حسابرسی در ایران را در سه سطح بعد، شکل و مضمون ارائه کرده است. در سطح ابعاد از میان ابعاد سه‌گانه اجتماعی، اقتصادی و سیاسی، نتایج تحلیل‌ها نشان می‌دهد تنها بعد سیاسی بر سهم بازار مؤسسات حسابرسی نقشی ایفا می‌نماید، که ماهیتی منفعت‌طلبانه از رابطه مداری را نشان می‌دهد. نتایج به‌دست‌آمده، نقشی را برای دو بعد دیگر بر سهم بازار مؤسسات حسابرسی شناسایی نمودند. در سطح اشکال رایج رابطه مداری، نقش شکل مستقیم از بعد سیاسی و اشکال دوست‌گرایی و اثرگذاری-جهت‌دهی از بعد اجتماعی و شکل نظارتی-مدیریتی از بعد اقتصادی بر سهم بازار مؤسسات حسابرسی تأیید شدند. از میان مضامین ۲۱ گانه رایج رابطه مداری در بازار حسابرسی ایران، نتایج این پژوهش نقش ۹ مضمون رابطه مداری را بر سهم بازار مؤسسات حسابرسی تأیید کرد. در این خصوص می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود:

- سابقه حضور در پست‌های کلیدی فرا حرفه‌ای از شکل مستقیم بعد سیاسی.
- حضور در کارگروه‌های تخصیص کار از شکل نظارتی و مدیریتی
- حضور مؤثر در جلسات حرفه‌ای از شکل رسانه‌ای و پیشرو بودن در حل مشکلات حرفه‌ای صاحب‌کاران و ارزش‌آفرینی از شکل نظارتی-مدیریتی بعد اجتماعی.

پژوهش حاضر بر اساس ابعاد، اشکال و مضامین رایج رابطه مداری به دست آمده از پژوهش کسائی و همکاران (۱۴۰۲) صورت پذیرفته است و در پژوهش آن‌ها پدیده رابطه مداری به عنوان یک راهبرد کسب مزیت شبه رقابتی در نظر گرفته شده است. با در نظر گرفتن نتایج آن پژوهش، می‌توان نتیجه پژوهش حاضر را با یافته‌های آنتونلی (۲۰۲۰)، به عنوان یکی از معدود پژوهش‌های مشابه و قابل اتکا، مبنی بر نقش گوانسی بر سهم بازار/درآمد مؤسسات حسابرسی از طریق ایجاد حسن شهرت، وجهه و اعتماد، منطبق دانست.

این پژوهش با بررسی جامع و شناسایی نقش رابطه مداری و اشکال مختلف آن بر سهم بازار مؤسسات حسابرسی در ایران، در معرفی و تبیین بازاریابی مبتنی روابط در بازار حسابرسی ایران برای کسب مزیت رقابتی و کسب سهم بازار، در ادبیات پژوهشی مشارکت مؤثری داشته باشد. با توجه به گرایش حرفه حسابرسی به تجاری‌سازی و راهبردهای آن و تغییر در پارادایم بازاریابی و محدودیت راهبردهای رایج حرفه، ناشی از شرایط حاکم بر بازار حسابرسی در ایران، نهادهای ناظر و قانون‌گذار بر حرفه می‌توانند، به گونه‌ای مؤثرتر چشم‌انداز و سیاست‌گذاری فضای رقابتی حاکم بر حرفه را با در نظر گرفتن حفظ چارچوب‌های حرفه شناسایی، تبیین و مدیریت نمایند.

شرکای مؤسسات حسابرسی بخصوص مؤسسات کوچک و متوسط با توجه به مواجهه با محدودیت منابع مالی و همچنین محدودیت فراگیر در بازار حسابرسی، می‌توانند از طریق آشنایی با راهبرد رابطه مداری و اشکال رایج آن و توانمندی‌های خود، ضمن توجه به حفظ استقلال و کیفیت حسابرسی، یک یا چند مورد از اشکال آن را به عنوان راهبرد کسب مزیت شبه رقابتی و حفظ و توسعه سهم بازار بکار گیرند. همچنین با توجه به ماهیت انفرادی برخی اشکال این پدیده توصیه می‌شود مؤسسات حسابرسی تمهیداتی اتخاذ نمایند تا مزایای حاصل از این پدیده به سطح سازمانی منتقل شود تا به مزیت رقابتی پایدار تبدیل شود.

از محدودیت‌های پژوهش حاضر می‌توان به احتمال عدم همخوانی اظهارات افراد در پرسشنامه (تکمیل پرسشنامه) با واقعیت اشاره نمود و اینکه تکمیل‌کنندگان پرسشنامه تمایل داشته باشند تا تصویر بهتری از خود به نمایش بگذارند. به این منظور تعداد بیشتری پرسشنامه توزیع و جمع‌آوری شد.

پژوهش حاضر نقش پدیده رابطه مداری بر سهم بازار را از دیدگاه شرکا حسابرسی بررسی نموده است. پیشنهاد می‌شود

- به منظور جمع‌بندی بیشتر، پژوهش‌های آتی این پدیده و ساختار شناسایی شده در این پژوهش و پیامدهای آن را از دیدگاه دیگر ذینفعان نظیر فعالان بازار سرمایه و صاحب‌کاران در قالب پژوهش‌های کیفی و کمی مطالعه کنند.
- توصیه می‌شود در مورد محرک‌های رواج این پدیده و محدودیت‌ها و موانع احتمالی در به کارگیری آن به عنوان یک مزیت رقابتی، پژوهش‌های بیشتری از نوع اکتشافی مبتنی بر مصاحبه‌های عمیق با شرکا مؤسسات حسابرسی و دیگر گروه‌های ذینفع صورت پذیرد.
- پیشنهاد می‌شود پژوهشگران آثار ساختار رابطه مداری و اشکال رایج مختلف به دست آمده در این پژوهش را بر دیگر متغیرهای حوزه پژوهش حسابرسی نظیر کیفیت حسابرسی، قضاوت‌های حرفه‌ای، تغییر، ابقا یا انتخاب حسابرسان و استقلال حسابرسی، بررسی نمایند.
- با توجه به نتایج پژوهش هانان و فریمن (۱۹۸۳) و کوویلو و همکاران (۲۰۰۰) مبنی بر تفاوت میان مؤسسات حرفه‌ای بزرگ و کوچک در به کارگیری راهبردهای رابطه مداری و رویکرد بازاریابی (معامله‌ای و رابطه مند)، توصیه می‌شود پژوهشی اکتشافی تفاوت‌های مؤسسات حسابرسی بزرگ و کوچک را از این بابت مورد بررسی قرار دهد.

منابع

- باقری، مهدیه؛ صدیقی اورعی، غلامرضا؛ یوسفی، علی. (۱۳۹۷). مسئله تعامل اجتماعی در جامعه ایران: بازکاوی مشکلات تعامل در مجموعه مقالات گزارش وضعیت اجتماعی کشور. *مسائل اجتماعی ایران*، ۱۰(۱)، ۵۳-۸۰.
- بختیاری، جواد؛ پورزمانی، زهرا؛ رؤیائی، رمضانعلی. (۱۳۹۸). رابطه مداری و استقلال حسابرس: آزمون نظریه پیوندهای اجتماعی. *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، ۸(۳۰)، ۲۷-۳۹.
- بزرگ اصل، موسی. (۱۳۹۰). توزیع درآمد موسسات حسابرسی. *دنیای اقتصاد*، ۲۵۹۴.
- پناهی، محمدحسین؛ امینی، اشرف. (۱۳۹۰). دولت رانتهی، اقتصاد دولتی، فرهنگ سیاسی و سرمایه اجتماعی در ایران. *فصلنامه تحقیقات سیاسی و بین‌المللی*، ۳(۷)، ۹۴-۵۹.
- تصدی کار، محمدجواد؛ آزادی هیر، کیهان؛ رضازاده، جواد؛ خردیار؛ سینا. (۱۴۰۲). تبیین الگویی برای توسعه بازار خدمات حسابرسی. *حسابداری منافع اجتماعی*، ۱۳(۱)، ۷۸-۵۵.
- خان میرزائی، فرهاد. (۱۴۰۲). نرخ بهره دستوری و پیامدهای محتوم آن. *دنیای اقتصاد*، ۵۹۰۰.
- دریائی، غلامحسین؛ مهدوی، عباسعلی. (۱۳۹۴). نگرش حسابرسان کارآفرین و سایرین به تعادل زمانی بین فعالیت‌های بازاریابی و حسابرسی. *مجله علمی- پژوهشی دانش حسابداری مالی*، ۲(۷)، ۲۵-۱.
- رنانی، محسن. (۱۳۹۸). گذار به دموکراسی در ایران. *ماهنامه ایران فردا*، ۵(۵۴)، ۲۱-۱۶.
- زمانی، رضا. (۱۳۹۸). تحلیل تغییرات نظم اجتماعی ایران از انقلاب مشروطه (۱۲۸۵) تا انقلاب اسلامی (۱۳۵۷). *پژوهشنامه اقتصادی*، ۱۹(۷۳)، ۱۱۸-۷۵.
- عبداللهی، محمد؛ موسوی، میر طاهر. (۱۳۸۶). سرمایه اجتماعی در ایران، *فصلنامه علمی و پژوهشی رفاه اجتماعی*، ۶(۲۵)، ۱۹۳-۲۳۴.
- فضلی نژاد، سیف‌الله؛ احمدیان، مرتضی. (۱۳۸۹). اقتصاد رانتهی در ایران و راه‌های برون‌رفت از آن. *ماهنامه بررسی مسائل و سیاست‌های اقتصادی*، ۱۰(۱ و ۱۲)، ۱۲۹-۱۵۸.
- قلی زاده، مجتبی؛ موسائی، میثم؛ ازکیا، مصطفی. (۱۳۹۸). مطالعه جامعه‌شناختی جامعه‌شناختی ساختار اقتصادی ایران در شکل‌گیری شکل‌گیری فساد. *فصلنامه علمی اقتصاد و بانکداری اسلامی*، ۲۷(۸)، ۲۴۳-۲۲۱.
- کسانی، محمد مهدی؛ محمدرضایی، فخرالدین؛ غلامی جمکارانی، رضا؛ فرجی، امید. (۱۴۰۲). استراتژی‌های رابطه مداری در بازار حسابرسی ایران: تحلیل کیفی و کمی. *دانش حسابداری مالی*، ۱۰(۳)، ۷۳-۱۰۹.

محمدرضایی، فخرالدین؛ فرجی، امید. (۱۳۹۸). معمای سنجش کیفیت حسابرسی در پژوهش‌های آرشویی: نقد و ارائه پیشنهادهایی برای محیط پژوهشی ایران. *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، ۲۶(۱)، ۸۷-۱۲۲.

وهاب‌زاده گرد رودباری؛ میلاد، بنی مهد؛ بهمن. (۱۳۹۵). اثر رابطه مداری بر قضاوت‌های اخلاقی حسابرسان. *فصلنامه علمی پژوهش دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، ۵(۲۰)، ۱-۱۲.

References

- Abdulahi, M; Mousavi, M. T. (2016). Social Capital in Iran. *Scientific and Research Social Welfare Quarterly*, 6(25), 193-234. (In Persian).
- Achua, J.K., & Alabar, T.T. (2014). Imperatives of marketing internal auditing in Nigerian universities. *Social and Behavioral Sciences*, 164, 32- 40.
- Addams, H; & Davis, B. (1994). Privately held companies report reasons for selecting and switching auditors. *CPA Journal*, 64, 38-41.
- Antonelli, G; Gatti, F; & Cordazzo, M. (2020). The concept of guanxi within the Chinese audit framework, *Ca' Foscari University of Venice*
- Ashill, N. J; Davies, K. M; & Thompson, I. W. (2003). Characteristics of marketing organization in the New Zealand financial services sector, *International Journal of Bank Marketing*, 21(2), 80-93.
- Bagheri, M; Seddighi Orei, G; & Yousefi, A. (2017). The problem of social interaction in Iranian society: Re-examining the problems of interaction in the collection of articles on the report of the country's social situation. *Social Issues of Iran*, 10(1), 53-80. (In Persian).
- Bakhtiari, J; Pourzmani, Z; & Royaei, R.A. (2018). Guanxi & Auditor's Independence: social connections Theory Test. *journal of management accounting and auditing knowledge*, 8(30), 27-39. (In Persian).
- Bagherpour, M; Monroe, G.; & Shailer, G. (2014). Government and managerial influence on auditor switching under partial privatization. *Journal of Accounting and Public Policy*, 33(4), 372-390.
- Baolei, Q; Yang, R; & Xian, Z. G. (2016). Do social ties between individual auditors and client CEOs/CFOs matter to audit quality? *Asia-Pacific Journal of Accounting and Economics*, 24, 440-463.
- Bozorg Asl, M. (2011). Income distribution of audit institutions. *Donya-e-eqtesad*, 2594, (In Persian).
- Broberg, P; Umans, T; & Gerlofstig, C. (2013). Balance between auditing and marketing: an explorative study. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 22(1), 57-70.
- Broberg, P; Umans, T; Skog, P; & Theodorsson, E. (2018). Auditors' professional and organizational identities and commercialization in audit firms. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 31 (2), 374-399.
- Brewster, M. (2003). *Unaccountable. How the Accounting Profession Forfeited a Public Trust*, Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Cao, Q; Baker, J; & Schniederjans, D. (2014). Bullwhip effect reduction and improved business performance through guanxi: An empirical study. *International Journal of Production Economics*, 158, 217-230.
- Chen, H; Tian, Y; & Daugherty, P.J. (2009), Measuring process orientation. *The International Journal of Logistics*, 20(2), 213-227.

- Clow, K.E; Stevens, R.E; McConkey, W.C; & Loundon, D.L. (2009). Accountants' attitudes toward advertising: a longitudinal study. *Journal of Services Marketing*, 23(2), 125-132.
- Coviello, N.E; Brodie, R.J; & Munro, H.J. (2000). An investigation of marketing practice by firm size, *Journal of Business Venturing*, 15 (5/6), 523-45.
- Coviello, N.E; Brodie, R.J; Danaher, P.J ; & Johnston, W.J. (2002). How firms relate to their markets: an empirical examination of contemporary marketing practices, *Journal of Marketing*, 66, 33-46.
- Daryaei, A. A; & Mahdavi, G. (2016). Entrepreneur auditors' attitudes and others toward balance time between auditing and marketing activities. *Financial Accounting Knowledge*, 2(4), 1-25. (in Persian).
- Deng, Y; Zhong, Z; & Liu, Y. (2023). Auditors' hometown ties and audit quality. *Journal of Accounting and Public Policy*, (۴۲)۲, ۱۰۷-۱۳۷.
- Dopuch, N; & King R. R. (2015). The effect of lowballing on audit Quality: An Experimental Markets Study, *Journal of accounting, auditing & finance*, (۱۱)۱, 45-68.
- Esfahani, S; & Gurakar, C. E. (2014). Social Order, Rents, and Economic Development in Irna Since the Early 20th Century. In book *Understanding the Political Economy of the Arab Uprisings, Economic Research Forum*, 219-262.
- Fazlinejad, S. A; & Ahmadian, M. (2009). Rentier Economy in Iran and Ways Out of It. *Economic Journal*, 10(12), 129-158. (In Persian).
- FarajZadeh Dehkordi, H., Makarem, N. (2011). The effect of size and type of auditor on audit quality. *International Research Journal of Finance and Economics*, 80, 121-137.
- Ghosh, A; & Lustgarten, S. (2006). Pricing of Initial Audit Engagements by Large and Small Audit Firms. *Contemporary Accounting Research*, (23) 2, 333-368.
- Gramling, A; & Stone. D. (2001). Audit firm industry expertise: A review and synthesis of the archival literature. *Journal of Accounting Literature*, 20, 1-29.
- Granovetter, M.s. (1973). The Strength of Weak Ties. *The American Journal of Sociology*, 78, 1360-1380.
- Granfeldt, S; & Nastasi, I. (2019). Relationship marketing for auditors: A qualitative study on how SME auditing firm practice relationship marketing. Halmstad University, Master Thesis.
- Guan, B. (2011). Guanxi-Based Strategy and Competitive Advantage: An Exploratory Study. University of Manchester, Master Thesis.
- Han, X; Wu, L; & Xing, Q. (2023). On the effort-saving effect of audit committee-auditor interlocking. *Journal of Accounting and Public Policy*, 3(42), 107059.
- Hansson, F; & Löfvendal, F. (2016). Increased use of marketing in the audit industry: Effect on independence price and quality. *Linköping University, Master Thesis*
- Hay, D; & D Jeter. (2011). The pricing of industry specialization by auditors in New Zealand. *Accounting and Business Research*, 1(42), 171-195.
- Heischmidt, K; Elfrink, J; & Mays, B. (2003). Professional Accounting Services: Types of Marketing Communications Used by CPAs' Services. *Marketing Quarterly & Theory*, 32(1), 113- 137.
- He, X; Pittman, J; Rui, M. O; & Wu, D. (2017). Do social ties between external auditors and audit committee members affect audit quality? *The Accounting Review*, 92, 61-87.

- Hodges, S; & Young, L. (2009), Unconsciously competent: academia's neglect of marketing success in the professions. *Journal of Relationship Marketing*, 8(1), 36-49.
- Huang, H.W; Raghunandan, K; & Rama, D. (2009). Audit Fees for Initial Audit Engagements Before and After SOX. *A Journal of Practice & Theory*, 1(28), 171-190
- Ivancevich, S; & Zardkoohi. A. (2000). An Exploratory Analysis of the 1989 Accounting Firm Megamergers, *Accounting Horizon*, 4(14), 389-401.
- Jiang, R; Fan, H.Y; Scully, G; & Jing, X. (2021). The relationships of personal, social and demographic factors on Chinese auditors' intentions to accept unethical engagements. *Accounting Forum*, 4(45), 435-459.
- Jaworski, B., Kohli, A. and Sahay, A. (2000). Market-driven versus driving markets. *Journal of the Academy of Marketing Science*, (28) 1, 45-54.
- Kasaei, M. M; Mohammad Rezaei, F; Gholami Jamkarani, R; & Faraji, O. (2023). Relationship-Oriented Strategies in the Iranian Audit Market: A Qualitative and Quantitative Analysis. *Fianacial Accounting Knowledge*, 10(3), 73-109. (In Persian).
- Khan Mirzaei, F. (2023). Mandatory interest rate and its inevitable consequences. *Donya-e-eqtasad*, 5900, (In Persian).
- Klein, B; & Leffler, K.B. (1981). The role of market forces in assuring contractual performance. *The Journal of Political Economy*, (89) 4, 615-641.
- Luo, Y; Huang, Y; & Wang, S . L. (2011). Guanxi and Organizational Performance: A Meta-Analysis. *Management and Organization Review* (8)1, 139-172
- Mashayekhi, B; Bazaz, M.S. (2008). Corporate governance and firm performance in Iran. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 4 (1), 156-172
- Mayhew, B. W; & Wilkins, M. S. (2003). Audit Firm Industry Specialization as a Differentiation Strategy: Evidence from Fees Charged to Firms Going Public, *Auditing A Journal of Practice & Theory*, 2(22), 33-52.
- Mohammad Rezaei, F; & Faraji, O. (2019). The Dilemma of Audit Quality Measuring in Archival Studies: Critiques and Suggestions for Iran's Research Setting. *Journal of Accounting and Auditing Review*, 26(1), 87-122. (In Persian).
- Mohammad Rezaei, F; Mahd saleh, N; & Ahmed, K. (2018). Audit Firm Ranking, Audit Quality and Audit Fees: Examining Conflicting Price Discrimination Views. *The International Journal of Accounting*, 53(4), 295-313.
- Maranjory, M. (1400). Identifying and Ranking the Marketing Strategies in Auditing Profession. *Journal of Accounting and Auditing Review*, (27)1, 114-131.
- Panahi, M. H; & Amini, A. (2011). Rentier state, state run economy, political culture and social capital in Iran. *International and Political Research Quarterly*, 3(7), 59-94, (In Persian).
- Palmer, A. (1997). Defining relationship marketing: an international perspective. *Management Decision*, (35) 4, 319-21.
- Picard, C.F. (2016). The marketization of accountancy. *Critical Perspectives on Accounting*, 34, 79-97.
- Ponomareva, Y; Uman, T; Broberg, P; Vinberg, E; & Karlsson, K. (2020). Commercialization of audit firms and auditors' subjective well-being. *Meditari Accountancy Research*, 28 (4), 565-585.
- Qolizadeh, M; Mousai, M; & Azkia, M. (2018). Sociological study of Iran's economic structure in the formation of corruption. *Islamic Economics & Banking*, 27(8), 221-243. (In Persian).

- Reid, M. (2008). Contemporary marketing in professional services. *Journal of Services Marketing*, 22(5): 374-384.
- Renani, M. (2018). Transition to Democracy in Iran Today. *Iran Farda Monthly*, 5(54), 16-21. (In Persian).
- Roudaki, J. (2008). Accounting profession and evolution of standard setting in Iran. *Journal of Accounting, Business & Management*, 15(1), 33-52.
- Robson, K; Humphrey, C; Khalifa, R; & Jones, J. (2007). Transforming audit technologies: business risk audit methodologies and the audit field. *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 32 Nos. 4/5, pp. 409-438
- Schatzberg, j.w. (1990). A Laboratory Market Investigation of Low Balling in Audit Pricing. *The Accounting Review*, 2(65), 337-362.
- Shalan, A; Riyad Eid, R; & Tourky, M. (2021). De-Linking from Western Epistemologies: Using Guanxi-Type Relationships to Attract and Retain Hotel Guests in the Middle East. *Management and Organization Review*, 18(5), 859-891.
- Svanström, T; & Sundgren, S. (2012). The Demand for Non-Audit Services and Auditor-Client Relationships: Evidence from Swedish Small and Medium-Sized Enterprises. *International Journal of Auditing*, 1(16), 54-78.
- Sweeney, B; & McGarry, C. (2011). Commercial and professional audit goals: inculcation of audit seniors. *International Journal of Auditing*, 15(3), 316-332.
- Tadasi Kar, M J; Azadi Hare, K; Rezazadeh, J; Khurdiar; S (1402). Explaining a model for the development of the audit services market. *Social Interest Accounting*, 13(1), 55-78, (In Persian).
- Vahabzadeh Garderodbari, M; & Bani Mahd, B. (2015), Impact of Relativisional to the Moral Judgment of Auditors. *Management Accounting and Auditing knowledge*. 5(20), 1-12. (In Persian).
- Varian, H. (1992). *Microeconomic Analysis*, USA, Norton & Company, Inc.
- Yamrali, O; Fakhari, H; & Shirkhodaie, M. (2023). Marketing in Auditing: Application of the 7P Model. *Iranian Journal of Accounting, Auditing & Finance*, (8)1, 1-16.
- Yuen, D; Law, P; & Chan, L. (2013). The Impact of Guanxi on Auditor Independence: Perceptions of Auditors and CFOs in Hong Kong. *Corporate Ownership and Control*, 10(2), 685-699.
- Zamani, R. (2018). Analysis of Changes in Social Order in Iran from Constitutional Revolution to Islamic Revolution (1906-1979). *Journal of Economic Research Journal*, 19(73), 75-118. (In Persian).

COPYRIGHTS



This is an open access article under the CC-BY 4.0 license.



فرامطالعه‌ای بر گزارشگری پایداری شرکت در پژوهش‌های حسابداری و حسابرسی ایران^۴

احسان قدردان^۵، فرزین رضایی^۶

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۷/۱۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۴/۰۱

چکیده

هدف: بررسی مقالات در حیطه گزارشگری پایداری است. تا بتوان مهمترین موضوعاتی که در حال حاضر مورد توجه بوده و همچنین نیازهای پژوهشی مربوط به این حوزه را مورد ارزیابی قرار داد.

روش پژوهش: پژوهش از نوع توصیفی است که به بررسی ۶۸ مقاله در حیطه گزارشگری پایداری پس از بررسی ۳۲ مجله در حوزه حسابداری، مالی و حسابرسی مورد تایید در سامانه وزارت علوم و تحقیقات در بازه ۱۳۹۲ الی ۱۴۰۱، پرداخته است.

یافته‌ها: حدود ۹۷٪ از مقالات در شش سال انتهایی به انجام رسیده است. نویسندگان بدون مرتبه علمی، دانشیار و استادیار، بیشترین مشارکت را در تولید مقالات داشته‌اند. مشارکت مردان بیشتر از زنان است. بیشتر مقالات حاصل کار سه نفری و چهار نفری بوده است. از نظر وابستگی سازمانی نویسندگان وابسته به دانشگاه آزاد اسلامی بیشترین سهم را دارا می‌باشند. محققانی از دانشگاه آزاد اسلامی قزوین و دانشگاه بین‌المللی امام خمینی پر تولیدترین نویسندگان بوده‌اند. در تولید مقالات، اعضای هیئت علمی واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی، الزهراء، پیام نور و تهران بیشترین مشارکت را به خود اختصاص داده‌اند.

نتیجه‌گیری: تمامی پژوهش‌های انجام گرفته در ایران که به بررسی ابعاد گزارشگری پایداری پرداخته، در سال‌های انتهایی دوره مورد بررسی بوده است.

دانش افزایی: با توجه به فصل شش دستورالعمل حاکمیت شرکتی، (ابلاغی ۱۴۰۱/۰۹/۲۲ سازمان بورس و اوراق بهادار) مبنی بر اجبار شرکت‌ها به ارائه گزارشگری پایداری، می‌توان شاهد پویایی و رونق تحقیقات آتی در این زمینه بود. و در واقع یافته‌های پژوهش حاضر، جهات تحقیق شده و شکاف باقیمانده در تحقیقات را مشخص می‌نماید.

واژه‌های کلیدی: گزارشگری پایداری، بعد زیست‌محیطی، بعد اقتصادی، بعد اجتماعی، بعد راهبری.

طبقه‌بندی موضوعی: M41

doi: 10.22051/jaasci.2024.45148.1804

۵. دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران. (نویسنده مسئول)، (e.gh.tvu@gmail.com).

۶. دانشیار، گروه حسابداری، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران. (farzin.rezaei@qiau.ac.ir).

مقدمه

یکی از موضوعاتی که در سال‌های اخیر توجه بسیاری از محققان داخلی و خارجی را به سوی خود جلب کرده، پایداری شرکتی است. پایداری شرکتی رویکردی متفاوت در کسب و کار است که بر اساس این رویکرد سازمان برای تمامی ذینفعان خود ارزش بلندمدت می‌آفریند. در این رویکرد تنها استراتژی‌های سبز و دوستدار محیط‌زیست مد نظر نیستند، بلکه همه ابعاد عملکردی کسب و کار یعنی ابعاد اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی به همراه ابعاد محیط‌زیستی مورد توجه قرار می‌گیرند. این مفهوم قرابت زیادی با مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی دارد و در واقع مفهومی فراگیرتر از آن است؛ پایداری شرکتی رویکردی است که همه مفاهیم مسئولیت اجتماعی شرکتی، شهروند شرکتی، و حتی حاکمیت شرکتی را در خود جای داده است. به اعتقاد مینگوئل (۲۰۱۷: ۴۰) گزارش پایداری گزارشی است که ارزش‌ها و چارچوب حاکمیت شرکتی را توصیف می‌کند و رابطه بین استراتژی شرکت و تعهد آن به توسعه پایدار را نشان می‌دهد.

بر اساس یک نظرسنجی بین‌المللی که توسط موسسه حسابرسی KPMG (۲۰۱۵) انجام شد، بیش از ۹۵ درصد از ۲۵۰ شرکت بزرگ جهانی به‌طور داوطلبانه گزارش‌های پایداری را منتشر می‌کنند (کتابتی و همکاران، ۲۰۲۰: ۱). همچنین این موسسه در پژوهشی که بین ۳۷۸ مدیر ارشد شرکت‌های بزرگ جهان انجام داد، نشان داد ۶۲ درصد این شرکت‌ها دارای راهبرد پایداری شرکتی‌اند. چنین افزایشی در گزارش‌دهی پایداری را می‌توان به عنوان فشار عمومی برای از بین بردن عدم تقارن اطلاعات و افزایش مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها تفسیر کرد.

تحلیل محتوای مقاله‌های منتشرشده در نشریات، یکی از موضوع‌هایی است که همه‌ساله بر اساس آن در حوزه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، تحقیقات بی‌شماری صورت می‌گیرد. تحلیل محتوا، متشکل از مجموعه‌ای از روندهای گردآوری و سازمان‌دهی اطلاعات به شکلی استاندارد شده است که تحلیلگر را قادر می‌سازد دربارهٔ ویژگی‌ها و مفاهیم نوشته شده و سایر موارد ثبت شده در نشریه، استنباط‌هایی داشته‌باشد. تحلیل محتوا، ابزاری قدرتمند برای بررسی روندها، الگوی اسناد، الگوی نوشتاری و غیره است. ارزش و اهداف محققان را می‌توان بر اساس داده‌های موجود در نشریه‌ها و موضوع‌هایی که آن‌ها برای مقاله خود انتخاب می‌کنند، استنباط کرد (ماجی و همکاران،

۲۰۱۶: ۲). از اینرو در این پژوهش سعی شده است، ابعاد مختلفی نظیر؛ مجلات پیشگام در انتشار مقالات، توزیع فراوانی مقالات منتشرشده، سهم هریک از سطوح و مرتبه‌های مختلف علمی، میزان مشارکت علمی محققان، جنسیت محققان، سهم هریک از دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی، نویسندگان پرتولید در حوزه گزارشگری پایداری در ایران شناسایی، بررسی و تحلیل گردد، تا بر این اساس بتوان در مورد مهمترین موضوعاتی که در حال حاضر مورد توجه بوده و همچنین نیازهای پژوهشی مربوط به این حوزه را مورد ارزیابی قرار داد. با توجه به مطالب بیان شده و اهمیت موضوع پایداری شرکت‌ها و روند رو به رشد تحقیقات انجام شده در طی سال‌های اخیر در سطح بین‌المللی و داخلی، مقالات معتبر چاپ شده حوزه پایداری شرکتی با بررسی ابعاد اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی و راهبری در مجلات مورد تایید وزارت علوم و تحقیقات حوزه حسابداری، حسابرسی و مالی در بازه زمانی ده ساله (۱۳۹۲-۱۴۰۱) بر اساس پرسش‌هایی که در ادامه مطرح گردیده مورد بررسی و تجزیه و تحلیل محتوایی قرار گرفت.

پیشینه نظری پژوهش

مفهوم گزارشگری پایداری

اصطلاح پایداری، از مفهوم وسیع‌تری با نام توسعه پایدار گرفته شده است. طبق تعریف کمیسیون جهانی محیط‌زیست و توسعه، توسعه پایدار توسعه‌ای است که نیازهای نسل فعلی را برآورده می‌کند؛ بدون آنکه توانایی و حق نسل آینده را در تأمین نیازهایش از محیط زیست و منابع طبیعی به مخاطره اندازد (ضیا و همکاران، ۱۴۰۰: ۲۲۶). از این تعریف چنین برمی‌آید که امروزه رسالت سازمان‌ها و شرکت‌ها چیزی فراتر از کسب سود و افزایش ثروت سهامداران است. امروزه شرکت‌ها نه تنها باید رضایت سهامداران خود را جلب کنند، بلکه باید به سایر ذینفعان از جمله گروه‌های اجتماعی، نهادهای حامی محیط زیست و نهادهای ذی ربط توجه خاص داشته باشند (معصومی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۹۶). گزارشگری پایداری، گزارشی فراگیر و مبتنی بر ارزش‌های کثرت‌گرایانه‌ای است که علاوه به افشای اطلاعات مربوط به کارکردهای اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی، حیطه‌های عملکردی و نظام راهبری شرکتی را نیز در اختیار ذینفعان قرار می‌دهد (عبدی و همکاران ۱۳۹۸).

در واقع می‌توان نتیجه گرفت که برای بهبود اعتبار، کاهش ریسک اطلاعات و کسب مشروعیت، تعداد فزاینده‌ای از شرکت‌ها شروع به گزارش پایداری خود کرده‌اند (مارون، ۲۰۲۰: ۲۰۳). از طرفی، با گسترش روزافزون نیازهای اطلاعاتی درباره عملیات واحدهای تجاری ارائه صورت‌های مالی به روش سنتی پاسخگوی همه نیازهای استفاده‌کنندگان نیست (ودیعی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱). گزارشگری مالی سنتی نه تنها اطلاعات کاملی را برای پاسخگویی فعالیت‌های تجاری در اختیار نمی‌گذارد، حتی از ارائه اطلاعات کافی و مناسب عملکرد اقتصادی و ارزش تجاری شرکت نیز ناتوان است (ستایش و مهتری، ۱۳۹۷: ۸۶). به همین دلیل سیاست‌های گزارشگری پایداری به عنوان بخش مهمی از استراتژی‌های شرکت‌ها در نظر گرفته شده و در این مسیر شرکت‌های بزرگ معمولاً ارائه گزارش‌های پایداری را به عنوان یک استراتژی شرکتی در نظر می‌گیرند (عامری، ۱۳۹۸: ۱۹۰).

سیر تکاملی گزارشگری پایداری

در طول ۲۰ سال گذشته، ۷۵ درصد از ۱۰۰ شرکت‌های برتر در آمریکا، اروپا و آسیا و اقیانوسیه گزارش‌های پایداری را منتشر کردند (گونوان و همکاران، ۲۰۲۲). با گسترش انتشار گزارش پایداری، استانداردهای گزارشگری پایداری توسط نهادهایی چون ابتکار گزارشگری جهانی و هیئت استانداردهای حسابداری پایداری آمریکا ارائه شد و روند ارائه گزارش‌های پایداری رو به فزونی گذاشت (محمودخانی و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۸۸). در سال ۲۰۱۶ سازمان ابتکار گزارشگری جهانی، نخستین استانداردهای جهانی گزارشگری پایدار را تدوین نمود. استاندارد مزبور شامل ۳۶ ماده بود که ۳ ماده از آن عمومی؛ ۶ ماده اقتصادی؛ ۸ ماده زیست‌محیطی و ۱۹ ماده اجتماعی بود. با وجود اینکه این استانداردها شامل تمامی عناوین ذکر شده برای گزارش‌های با محوریت پایداری است و استانداردهایی چند جانبه برای گزارشگری غیرمالی را ارائه می‌کند؛ اما تمرکز آن بر موضوع‌های اجتماعی و زیست‌محیطی است و تنها تعداد محدود و در عوض کلی از شاخص‌های اقتصادی را پوشش می‌دهد و مقررات تفصیلی‌تر برای گزارشگری موضوع‌های اقتصادی را به چارچوب‌های مقرراتی موجود برای گزارشگری مالی از قبیل اصول پذیرفته شده حسابداری آمریکا و استانداردهای بین‌المللی گزارشگری مالی ارجاع می‌دهد (عبدی و همکاران، ۱۳۹۸: ۲۸). در سال ۲۰۱۵، سازمان ملل متحد دستور کار ۲۰۳۰ برای توسعه پایدار را تصویب کرد و ۱۷ هدف توسعه پایدار (SDGs)

را تعریف کرد. در حال حاضر، SDG با چالش‌های اساسی مانند رشد اقتصادی پایدار، نابرابری اجتماعی، آلودگی و تغییرات آب‌وهوایی مواجه است.

گزارشگری پایداری در ایران

با توجه به این که ایران در زمره کشورهای در حال توسعه و اقتصادی نوظهور می‌باشد و شرکت‌ها به مرور زمان بر اندازه خود می‌افزایند، دایره ذی‌نفعان شرکت‌ها وسیع‌تر شده و توجهات بیشتری را به خود جلب خواهند کرد. همچنین در گذر محیط اقتصادی ایران از دولتی به خصوصی، صرفاً مخابره اطلاعات کلیشه‌ای مندرج در صورت‌های مالی و سایر گزارش‌ها به طور کامل نیازهای اطلاعاتی ذی‌نفعان شرکت را در حرکت به سمت توسعه پایدار و رفاه اجتماعی بر طرف نمی‌کند و اجزای گزارشگری فعلی اهداف صورت‌های مالی شامل سودمندی برای تصمیم‌گیری و وظیفه مباشرت مدیریت را به طور اثر بخش برآورده نمی‌سازد (محمدی و خوزین، ۱۳۹۶: ۳۶۹). در نتیجه توجه به گزارشگری پایداری در سال‌های آتی می‌تواند در ایران به صورت متفاوتی صورت گیرد و سازمان و نهادهای قانون‌گذار و همچنین جامعه تقاضای متفاوتی را نسبت به امروز از شرکت‌ها خواهند داشت (معبودی و همکاران، ۱۴۰۱: ۲۲۱). با گسترش مباحث مربوط به پایداری و توجه روز افزون محققان و جامعه دانشگاهی به این حوزه، پژوهشگران تحقیقات مختلفی در حوزه پایداری و گزارشگری پایداری در ایران انجام داده که خلاصه آن در جدول (۱) ارائه گردیده است. با این حال، در کشور ایران با وجود منابع طبیعی سرشار و محیط زیست متنوع و تأکید بر ارائه گزارش‌های اثرات مرتبط با محیط زیست و اجتماع، علی‌رغم تأکید بر افشای اطلاعات مالی و غیرمالی و مؤثر بودن این اطلاعات در تصمیم‌گیری ذینفعان، نتایج پژوهش‌های حساس یگانه و برزگر (۱۳۹۴: ۹۱)، فخاری و همکاران (۱۳۹۶: ۱۵۳) و حساس یگانه و همکاران (۱۳۹۷: ۱۸۱) نشان می‌دهد که شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران نسبت به افشای مناسب اطلاعات اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی غفلت نموده‌اند و درک مناسبی از ابعاد آن نداشته و برای اجرا و افشای آن اقدامی انجام نداده‌اند. وضعیت فعلی میزان افشای گزارشگری پایداری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، بیان‌کننده شکاف قابل توجه بین انتظارات جامعه از شرکت‌ها و عملکرد آن‌هاست. در همین راستا، به منظور حمایت از حقوق سرمایه‌گذاران، پیشگیری از وقوع

تخلفات و نیز ساماندهی و توسعه بازار شفاف و منصفانه اوراق بهادار، در فصل شش دستورالعمل حاکمیت شرکتی، (ابلاغی ۱۴۰۱/۰۹/۲۲ سازمان بورس و اوراق بهادار) شرکت‌های پذیرفته شده در سازمان بورس و اوراق بهادار، مکلف به ارائه گزارش پایداری شده‌اند. شرکت‌ها باید رویکرد توسعه پایدار و با ایجاد سازوکار مناسب اقدام به سنجش و ارزیابی توان ایجاد ارزش در کوتاه مدت و بلند مدت، اطلاعات لازم را در زمینه‌های مالی، اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی در پایگاه اینترنتی خود ارائه نمایند در بخش گزارش تفسیری و گزارش فعالیت هیئت مدیره، شرکت‌ها تحت سرفصل جداگانه و تحت عنوان گزارش پایداری باید مخارج صورت گرفته در این زمینه را افشا و در مجمع عمومی عادی به سهامداران گزارش نمایند.

جدول ۱. خلاصه پژوهش‌های انجام شده در حوزه گزارش‌گرایی پایداری در بازه مورد مطالعه

مقاله‌ای که گزارش‌گرایی پایداری به صورت متغیر مستقل، وابسته، میانجی یا مکنون مورد بررسی قرار گرفته است
معصومی و همکاران (۱۳۹۷: ۱۹۵): "شناسایی متغیرهای موثر بر میزان گزارش‌گرایی پایداری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران" نتیجه: متغیرهای اندازه شرکت، تقدیمی، سهامداران نهادی و دوگانگی وظایف مدیرعامل بر میزان گزارش‌گرایی پایداری شرکت‌ها تأثیر معناداری دارند؛ ولی سه متغیر عمر شرکت، دارایی نامشهود و استقلال هیئت‌مدیره بر میزان گزارش‌گرایی پایداری شرکت‌ها تأثیر معناداری ندارند.
امین و همکاران (۱۳۹۷: ۷۵): "مطالعه رابطه بین شرکت‌های دولتی، ابعاد عملکرد پایداری شرکتی و ارزش شرکت". نتیجه: شرکت‌های دولتی با ابعاد زیست‌محیطی، حاکمیتی، اخلاقی، اقتصادی و عملکرد کلی پایداری شرکتی رابطه مثبت و معناداری دارد. رابطه معناداری بین تمرکز مالکیت دولتی و بعد اجتماعی عملکرد پایداری یافت نشد. عملکرد پایداری شرکتی به طور مثبت و معناداری بر ارزش بازار شرکت‌ها اثر گذار است. اما شرکت‌های دولتی اثر معناداری بر رابطه بین عملکرد پایداری شرکتی و ارزش بازار ندارد.
خوزین و همکاران (۱۳۹۷: ۱): "بررسی اثر ساختار مالکیت بر توسعه سطح گزارش‌گرایی پایداری". نتیجه: درصد سهام بزرگترین سهامدار و درصد سهام دولتی اثری بر سطح گزارش‌گرایی پایداری ندارد. با افزایش درصد سهام شاور آزاد از سطح گزارش‌گرایی پایداری در شرکت‌ها کاسته می‌شود.
موسوی و حاجیه (۱۳۹۷: ۱۵۳): "ادراک حسابرسان داخلی از نقش آنان در مشاوره و اطمینان‌بخشی درباره محیط‌زیست، امور اجتماعی و راهبری". نتیجه: مشارکت مشورتی و اطمینان‌بخشی حسابرسان داخلی در فعالیت‌های راهبری، اجتماعی و زیست‌محیطی، کمتر از حد متوسط است، ولی توجه به اهمیت آن در حال افزایش است؛ سطح جاری صلاحیت‌ها و میزان شایستگی‌های آنان به منظور مشارکت در فعالیت‌های مشاوره و اطمینان‌دهی درباره مسائل راهبری، اجتماعی و زیست‌محیطی مناسب و کافی است؛ و بر این باورند که دستورالعملی درباره مسائل راهبری، اجتماعی و زیست‌محیطی، وجود ندارد.
یلویی خمسلویی و همکاران (۱۳۹۷: ۷): "تأثیر میزان شاخص‌های پایداری افشاء شده بر کیفیت سود". نتیجه: میزان شاخص‌های پایداری افشاء شده به صورت جامع تأثیر مثبت و معناداری بر کیفیت سود دارد؛ ولی از سه بعد پایداری موجود، شاخص‌های مرتبط با ابعاد اجتماعی و اقتصادی، دارای تأثیر منفی و معناداری بر کیفیت سود هستند، درحالی که بعد زیست‌محیطی دارای تأثیر مثبت و معناداری بر کیفیت سود است.
رضایی پنه نوبی و صفری گرابلی (۱۳۹۸: ۱۶۹): "عضویت در گروه‌های تجاری و گزارش‌گرایی پایداری شرکت". نتیجه: عضویت در گروه‌های تجاری موجب بهبود سطح گزارش‌گرایی پایداری شرکت‌ها می‌گردد. در شرکت‌های بزرگ‌تر، رابطه بین عضویت در گروه‌های تجاری و سطح گزارش‌گرایی پایداری قوی‌تر است.
ملکیان و همکاران (۱۳۹۷: ۷۷): "بررسی تأثیر ویژگی‌های هیئت مدیره شرکت بر میزان گزارش‌گرایی زیست‌محیطی، اجتماعی و راهبری شرکتی".

مقاله‌ای که گزارشگری پایداری به صورت متغیر مستقل، وابسته، میانجی یا مکنون مورد بررسی قرار گرفته است
<p>نتیجه: نسبت اعضای غیرموظف هیئت‌مدیره، نسبت مالکیت هیئت‌مدیره و نسبت زنان هیئت‌مدیره و نسبت ثابت اعضای هیئت‌مدیره بر میزان گزارشگری پایداری تأثیر مثبت و معنادار و دوگانگی وظیفه مدیرعامل و نسبت تحصیلات هیئت‌مدیره بر میزان گزارشگری پایداری تأثیر منفی و معنادار دارند. بین اندازه هیئت‌مدیره و تعداد جلسات هیئت‌مدیره با میزان گزارشگری پایداری، رابطه‌ای مشاهده نشد.</p>
<p>حیدری و همکاران (۱۳۹۸: ۲۴) "نظریه رفتار برنامه ریزی شده و مدل ارائه گزارشگری پایداری توسط مدیران".</p> <p>نتیجه: قصد مدیران برای گزارشگری پایداری از هنجار ذهنی و کنترل رفتاری درک شده تأثیر می‌پذیرد؛ اما نگرش نسبت به رفتار گزارشگری پایداری توسط مدیران تأثیری بر قصد مدیران برای گزارشگری ندارد. قصد و نیت مدیران برای گزارشگری، هنجار ذهنی و کنترل رفتاری درک شده مدیران نیز خود به ترتیب از باورهای رفتاری، هنجاری و کنترلی مدیران در مورد گزارشگری پایداری تأثیر می‌پذیرد. از بین متغیرهای خارجی تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده، سطح آموزش و جنسیت بر هیچیک از باورهای مدیران اثر گذار نیست، اما سطح اعتقادات دینی مدیران بر باور هنجاری و کنترلی در مورد گزارشگری پایداری و همچنین استقلال هیئت‌مدیره بر باور هنجاری مدیران در مورد گزارشگری پایداری اثر گذار است.</p>
<p>جعفری جم و همکاران (۱۳۹۸: ۲۱۵) "عملکرد مالی و ارزش شرکت‌ها: نقش افشای اطلاعات پایداری".</p> <p>نتیجه: از میان ابعاد افشای اطلاعات پایداری، چهار بعد محصولات و خدمات، منابع انسانی، مشتریان و اجتماعی روابط معنادار و مستقیمی با معیارهای عملکرد مالی و ارزش شرکت‌ها دارند.</p>
<p>حسینی معصوم و همکاران (۱۳۹۸: ۱۴۱) "عملکرد مدیران در مواجهه با آستانه‌های سود: شواهدی از نقش گزارشگری پایداری".</p> <p>نتیجه: بین شاخص پایداری با مدیریت سود با انگیزه دستیابی به آستانه‌های سود اجتناب از کاهش سود و اجتناب از سود غیرمنتظره منفی رابطه منفی و معنی‌داری وجود دارد.</p>
<p>فیضی و همکاران (۱۳۹۸: ۱۹۰) "تأثیر افشای داوطلبانه اطلاعات غیرمالی و عملکرد پایداری بر بهبود کیفیت حسابداری".</p> <p>نتیجه: افشای داوطلبانه اطلاعات غیرمالی و ابعاد آن موجب تقویت عملکرد پایداری و بهبود کیفیت حسابداری شرکت می‌گردد.</p>
<p>عامری (۱۳۹۸: ۹) "بررسی تأثیر ویژگی‌های هیئت‌مدیره بر افشای گزارش پایداری شرکت‌ها".</p> <p>نتیجه: اندازه، استقلال و درصد مالکیت هیئت‌مدیره بر سطح افشای گزارش پایداری شرکت‌ها تأثیر معناداری دارند. دانش مالی هیئت‌مدیره بر سطح افشای گزارش پایداری تأثیر معناداری ندارد و سه متغیر کنترلی اندازه شرکت، سودآوری و اهرم مالی بر سطح افشای گزارش پایداری شرکت‌ها تأثیر معناداری دارند.</p>
<p>هاشمی و همکاران (۱۳۹۸: ۱۲۵) "تأثیر عملکرد پایداری شرکت بر مازاد بازده سهام و سودآوری".</p> <p>نتیجه: تأثیر عملکرد پایداری و افشاء در سطح عملکرد اجتماعی-اقتصادی شرکت بر مازاد بازده سهام معنادار و معکوس است. ولی بر روی سودآوری معنادار نمی‌باشند.</p>
<p>عبدی و همکاران (۱۳۹۹: ۳۳۵) "بررسی تأثیر ویژگی‌های کمیته حسابداری بر سطح گزارشگری پایداری".</p> <p>نتیجه: ویژگی‌های کمیته حسابداری (اندازه، استقلال، تخصص مالی و تنوع جنسیتی اعضای کمیته حسابداری) تأثیر مثبت و معناداری بر افزایش سطح گزارشگری پایداری شرکت‌ها دارد.</p>
<p>عسگری رشتیانی و همکاران (۱۳۹۹: ۸۹) "نقش مدیریت ریسک نرخ بهره اجتماعی در رابطه بین عملکرد پایدار و کارایی سرمایه‌گذاری".</p> <p>نتیجه: مدیریت ریسک نرخ بهره اجتماعی، رابطه بین پایداری رقابت، پایداری گزارش و پایداری مالکیت را با کارایی سرمایه‌گذاری تقویت می‌کند.</p>
<p>معصومی و همکاران (۱۳۹۹: ۲۹۵) "اثر تعدیل‌گری استقلال کمیته حسابداری بر رابطه میزان گزارشگری پایداری و نوآوری شرکت‌ها".</p> <p>نتیجه: بین میزان پایداری شرکت‌ها و نوآوری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. استقلال کمیته حسابداری بر رابطه بین میزان گزارشگری پایداری و نوآوری شرکت‌ها تأثیر مثبت و معناداری دارد.</p>
<p>ضیا و همکاران (۱۳۹۹: ۱۲۱) "تأثیر گزارشگری پایداری بر کاهش عدم تقارن اطلاعاتی".</p> <p>نتیجه: افزایش امتیاز گزارشگری پایداری منجر به کاهش عدم تقارن اطلاعاتی، افزایش دقت پیش‌بینی مدیران می‌شود.</p>
<p>دلیری و همکاران (۱۳۹۹: ۱۹) "بررسی تأثیر گذار کوه‌تینی مدیران بر مولفه‌های اجتماعی-اقتصادی گزارش عملکرد پایداری".</p> <p>نتیجه: در میان مولفه‌های اقتصادی، رابطه میان کوه‌تینی مدیریت با هر دو پایداری رقابت و گزارشگری پایداری و در میان مولفه‌های اجتماعی، با پایداری اجتماعی و تأثیر اجتماعی و تمهد اجتماعی منفی و معنادار است. اما با منافع اجتماعی مثبت و بی‌معنی است؛ و در آخر عدم کوه‌تینی مدیران و عملکرد پایداری که از ترکیب دو مولفه اجتماعی و اقتصادی است منفی و معنادار است.</p>

مقاله‌ای که گزارشگری پایداری به صورت متغیر مستقل، وابسته، میانجی یا مکنون مورد بررسی قرار گرفته است
دلیری و همکاران (۱۳۹۹: ۲۱) "آزمون خوش‌بینی مدیران بر مولفه‌های اجتماعی-اقتصادی و رویکرد گزارشگری عملکرد پایدار (مسئولیت اجتماعی)". نتیجه: رابطه میان خوش‌بینی مدیریت با پایداری گزارشگری مثبت و بی‌معنی و با پایداری رقابت و پایداری اجتماعی، تاثیر اجتماعی، تعهد اجتماعی و منافع اجتماعی منفی و معنادار است. رابطه میان خوش‌بینی مدیران و عملکرد پایداری که از ترکیب دو مولفه اجتماعی و اقتصادی است نیز منفی و معنادار بودند.
عسگری‌رشتیانی و همکاران (۱۳۹۹: ۵۴۹) "تاثیر مدیریت ریسک تاثیر اجتماعی بر رابطه بین عملکرد پایدار و کارایی سرمایه‌گذاری". نتیجه: مدیریت ریسک، تاثیر اجتماعی رابطه پایداری گزارشگری و رقابت را با کارایی سرمایه‌گذاری تقویت می‌کند. اما رابطه پایداری مالکیت با کارایی سرمایه‌گذاری را تقویت نمی‌کند.
بهبهانی‌ها و گل‌بیدی (۱۳۹۹: ۱۰۳) "قدرت مدیرعامل و گزارش‌دهی پایداری: تاثیر چرخه حیات و روابط بین‌الملل". نتیجه: تاثیر تعدیل‌کننده روابط بین‌الملل بر رابطه بین قدرت مدیرعامل و گزارش‌دهی پایداری تأیید نگردید، در حالی که روابط بین‌الملل به رابطه بین چرخه عمر و گزارش‌دهی پایداری شرکت آسیب می‌زند.
عبدالزاده و امین (۱۳۹۹: ۲۶۹) "تاثیر نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده، تعهد اخلاقی و ادراک ریسک بر تمایل به حسابداری و گزارشگری پایداری". نتیجه: نگرش، هنجار ذهنی، کنترل رفتاری ادراک شده، تعهد اخلاقی تاثیر مثبتی بر تمایل به اجرای حسابداری و گزارشگری پایداری دارد. در حالی که تاثیر معنادار ادراک ریسک مدیران و حسابداران شرکت‌ها بر تمایل به حسابداری و گزارشگری پایداری مشاهده نشد.
امین و صالح‌زاد (۱۳۹۹: ۲) "تاثیر عملکرد پایداری شرکتی بر ارزش افزوده اقتصادی در طی چرخه عمر شرکت". نتیجه: سطح عملکرد پایداری در طی مراحل چرخه عمر شرکت متفاوت است و عملکرد پایداری شرکت در مرحله بلوغ چرخه عمر به اوج خود می‌رسد. از سوی دیگر عملکرد پایداری شرکتی در مراحل رشد و بلوغ اثر مثبت و معناداری بر ارزش افزوده اقتصادی دارد.
فضی و همکاران (۱۴۰۰: ۳۹) "تاثیر قدرت شرکت در ارتباط افشای دوطرفه اطلاعات غیرمالی و عملکرد پایداری". نتیجه: قدرت شرکت موجب تقویت رابطه مستقیم افشای دوطرفه اطلاعات غیرمالی و ایجاد آن با عملکرد پایداری شرکت می‌گردد. مدیران شرکت‌های فاقد قدرت مالی نگرش‌های بیشتری برای عدم شفافیت و پرهیز از افشای اطلاعات تکمیلی و اختیاری دارند. قدرت شرکت به عنوان یک متغیر تعدیلگر موجب تقویت عملکرد پایدار شرکت می‌گردد.
قادری و همکاران (۱۴۰۰: ۷۷) "توسعه مفهوم سازه‌های حسابداری پایداری و سلامت مالی شرکت‌ها در بازار سرمایه ایران". نتیجه: شرکت‌ها برای اینکه دچار درماندگی مالی نشوند و سلامت مالی داشته باشند، باید دارای ویژگی‌های حسابداری پایداری باشند؛ بنابراین، اگر سرمایه‌گذاران و ذینفعان نتوانند به این اطلاعات پایدار متکی شوند، احتمال سلامت مالی شرکت کاهش خواهد یافت.
برگنید و همکاران (۱۴۰۰: ۱۰۵) "ارائه الگوی ترکیبی سه بعدی (مالی، اقتصادی، پایداری) در پیش‌بینی درماندگی مالی شرکت‌ها". نتیجه: ارائه الگوی ترکیبی سه‌بعدی (مالی، اقتصادی، پایداری)، دویعد (مالی و اقتصادی) و تک‌بعدی (مالی) در پیش‌بینی درماندگی مالی شرکت‌ها و مقایسه قدرت پیش‌بینی‌کنندگی الگوها، که نتایج نشان داد الگوی ترکیبی سه‌بعدی (مالی، اقتصادی، پایداری) قدرت پیش‌بینی بالایی برای درماندگی دارد.
پورخانی ذاکله بری و جهاننژاد (۱۴۰۰: ۱۷۷) "ارائه الگو برای افشا پایداری شرکتی و ارزیابی عوامل مرتبط با تئوری مشروعیت‌برگزارشگری آن". نتیجه: از مورد بررسی ۱۶۱ مؤلفه، ۸۰ مؤلفه برای الگوی پایداری شرکتی بسیار ضروری است. همچنین حساسیت شرکت در صنعت بر شاخص کل پایداری شرکتی، افشاء از جنبه اقتصادی، محیطی و اجتماعی تاثیر مستقیم دارد، اما بر افشاء پایداری از جنبه عمومی تاثیر ندارد. مکان شرکت بر افشاء پایداری از جنبه اجتماعی تاثیر مستقیم دارد اما بر شاخص کل پایداری، افشاء از جنبه عمومی، اقتصادی و محیطی تاثیر ندارد. نهایتاً عمر شرکت بر شاخص کل و تمامی جنبه‌های پایداری شرکتی تاثیر مستقیم دارد.
معبودی و همکاران (۱۴۰۰: ۷) "تاثیر افشای اجزای گزارشگری پایداری بر ارتباط بکارگیری سطوح مختلف تکلیف‌های حسابداری مدیریت با ارزش آفرینی". نتیجه: بکارگیری سطوح تکلیف‌های حسابداری مدیریت به طور مستقیم و همچنین غیر مستقیم از مجرای متغیر میانجی افشای اجزای گزارشگری پایداری بر ارزش آفرینی تاثیر مثبت و معنادار دارد، به طوری که تاثیر غیر مستقیم آن قوی‌تر از تاثیر مستقیم است. علاوه بر آن افشای اجزای گزارشگری پایداری بر ارزش آفرینی تاثیر مثبت و معنادار دارد.
ضیا و همکاران (۱۴۰۰: ۲۲۵) "ارائه الگوی ارتباط میان عوامل موثر بر سطح افشا اطلاعات زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی شرکت‌ها و عدم تقارن اطلاعاتی بر مبنای تئوری‌های اثباتی حسابداری با رویکرد تاثیر صنعت". نتیجه: سطح افشاء اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی، تحت تاثیر صنعت دارای تفاوت معنادار بوده است؛ اطلاعات اقتصادی در تمام صنایع تقریباً در سطح برابری، افشاء می‌شود. همچنین نتایج نشان داد که افشاء اطلاعات در حوزه‌های مذکور منجر به کاهش عدم تقارن اطلاعاتی گردید.

مقاله‌ای که گزارشگری پایداری به صورت متغیر مستقل، وابسته، میانجی یا مکنون مورد بررسی قرار گرفته است
<p>عادی و همکاران (۱۴۰۰: ۱۳۵) "الگوی پایداری شرکت مبتنی بر مدل کارایی مالی توسط مدل P-VAR".</p> <p>نتیجه: تأثیر متقابل میان متغیرهای قابلیت سودآوری، کارایی، مدیریت بدی و مدیریت دارایی اندک است. همچنین در بلندمدت این تأثیرات یا کمتر شده و یا به میزان کافی افزایش نمی‌یابد.</p>
<p>بابلی و همکاران (۱۴۰۰: ۱) "رابطه بین عملکرد پایداری شرکی و ارزش شرکت - با تأکید بر نقش امتیاز افشا و اندازه شرکت".</p> <p>نتیجه: بین ابعاد مالی (بعد اقتصادی) و غیرمالی عملکرد پایداری شرکی (ابعاد اجتماعی، حاکمیتی، زیست‌محیطی و اخلاقی) و ارزش شرکت رابطه مثبت و معاداری وجود دارد و شرکت‌هایی که عملکرد پایداری بالاتری دارند، تأثیر عملکرد پایداری بر ارزش شرکت در آن‌ها بیشتر است.</p>
<p>تحریری و افسای (۱۴۰۰: ۶۹) "تأثیر افشای زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی بر تلاش حسابرس و کیفیت حسابرسی".</p> <p>نتیجه: سطح افشای زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی با تلاش حسابرس رابطه منفی دارد. همچنین رابطه منفی بین سطح افشای زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی با کیفیت حسابرسی یافت شد، که این رابطه تحت تأثیر تلاش حسابرس قرار می‌گیرد.</p>
<p>رسیفجانی و دهقان (۱۴۰۰: ۱۸۸) "تأثیر حاکمیت شرکی بر عملکرد مالی با توجه به نقش میانجی پایداری شرکت (مورد مطالعه: بانک‌های خصوصی کشور)".</p> <p>نتیجه: حاکمیت شرکی با توجه به نقش میانجی پایداری شرکت بر عملکرد مالی تأثیر گذار است. نقش میانجی کارایی زیست‌محیطی و سیستم مدیریت سلامتی و ایمنی در رابطه میان حاکمیت شرکی و عملکرد مالی تأیید شد. اما توسعه جامعه و مدیریت محیط زیست، تعهد و ظرفیت توسعه اجتماعی این رابطه را میانجی نمی‌کند.</p>
<p>خلیفه‌سلطانی و علیشاهی (۱۴۰۱: ۵) "رابطه بین افشای پایداری شرکت و ریسک".</p> <p>نتیجه: بین ریسک سیستماتیک و افشای پایداری رابطه معاداری برقرار است. در حالی که بین ریسک کل و افشای پایداری و همچنین بین ریسک غیر سیستماتیک و افشای پایداری رابطه معاداری وجود ندارد.</p>
<p>معمودی و همکاران (۱۴۰۱: ۲۱۹) "تأثیر گزارشگری پایداری بر ارتباط بین کیفیت حسابرسی و سایر سازوکارهای حاکمیت شرکی با تکنیک‌های حسابداری مدیریت".</p> <p>نتیجه: کیفیت حسابرسی و سایر سازوکارهای راهبری شرکی به طور مستقیم و غیر مستقیم از طریق متغیر میانجی گزارشگری پایداری به کارگیری تکنیک‌های حسابداری مدیریت تأثیر مثبت و معاداری دارد. سازوکار راهبری شرکی از طریق کاهش عدم تقارن اطلاعاتی موجب افزایش کمی و کیفیت گزارشگری پایداری و به کارگیری تکنیک‌های حسابداری مدیریت جهت تهیه اطلاعات دقیق و مربوط برای تصمیم‌گیری در خصوص کاهش و حذف اثرات زیان بار پیامدهای اقتصادی، زیست‌محیطی، اجتماعی و راهبری فعالیت‌های شرکت‌ها می‌گردد.</p>
<p>پورغلامی دافچاهی و همکاران (۱۴۰۱: ۱۴۳) "تأثیر افشای اختیاری اطلاعات غیرمالی تاریخی و آینده‌نگر بر عملکرد پایداری".</p> <p>نتیجه: بین افشای اختیاری اطلاعات غیرمالی، اطلاعات غیرمالی تاریخی و آینده‌نگر با عملکرد پایداری رابطه مثبت و معنی داری وجود دارند. انگیزه شرکت‌ها برای افشای اختیاری اطلاعات به ویژه در مورد اقتصاد ایران بسیار مهم است، زیرا شرکت‌ها باید از نظر اقتصادی رشد کنند و از این رو نیاز آن‌ها به سرمایه زیاد است. همچنین سطح افشای شرکت‌ها در طول دوره مطالعه همچنان در حال افزایش است.</p>
<p>کریمی و همکاران (۱۴۰۱: ۱۵۹) "توسعه مفهوم حسابداری پایداری بر اساس دانش ضمنی مدیران در ایران".</p> <p>نتیجه: دانش ضمنی مدیران در مورد مسائل مالی و مالیاتی بر ساختارهای پایداری تأثیر گذاشته و حسابداری پایداری شرکی را تقویت می‌کند.</p>
<p>عادی و همکاران (۱۴۰۱: ۴۱۱) "الگوی پایداری شرکت مبتنی بر کارایی مالی: تکنیک توکیبی DEMATEL-FANP".</p> <p>نتیجه: از میان متغیرها، مدیریت دارایی و کارایی و از میان شاخص‌های تائو، چرخه عملیاتی، چرخه حساب‌های دریافتی و نسبت سود عملیاتی، بالاترین اهمیت را در ارزیابی کارایی مالی و بهینه‌سازی از دیدگاه پایداری شرکت، دارا می‌باشند.</p>
<p>بنایی قدیم و همکاران (۱۴۰۱: ۶۷) "تأثیر سرمایه فکری بر گزارشگری عملکرد پایداری تجاری و استراتژی کسب و کار".</p> <p>نتیجه: ضریب ارزش افزوده فکری و عناصر آن دارای تأثیر مثبتی بر گزارشگری عملکرد پایداری شرکت‌ها دارند و نیز ضریب سرمایه فکری و کارایی سرمایه ساختاری و فیزیکی تأثیر مثبتی بر استراتژی آینده‌نگرانه دارند؛ ولی کارایی سرمایه انسانی تأثیری بر استراتژی کسب و کار ندارد.</p>
<p>نمازی و خرم‌دل ماسوله (۱۴۰۱: ۳) "تأثیر نوآوری سبز و نقش میانجی حسابداری مدیریت زیست‌محیطی بر عملکرد مالی، زیست‌محیطی و اقتصادی".</p>

مقاله‌ای که گزارشگری پایداری به صورت متغیر مستقل، وابسته، میانجی یا مکنون مورد بررسی قرار گرفته است
<p>نتیجه: نوآوری محصول سبز چه مستقیم و چه از طریق متغیر میانجی حسابداری مدیریت زیست‌محیطی بر عملکرد مالی، زیست‌محیطی و اقتصادی شرکت تأثیر معناداری دارد. نوآوری محصول سبز بر عملکرد زیست‌محیطی در صنایع نفت و گاز و پتروشیمی، فلزی و غذایی و همچنین بر عملکرد اقتصادی آنها در صنعت فلزی تأثیر گذار است. افزون بر این، نوآوری فرآیند سبز نیز هم به صورت مستقیم و هم غیرمستقیم از طریق متغیر میانجی حسابداری مدیریت زیست‌محیطی بر عملکرد مالی و اقتصادی شرکت تأثیر معناداری دارد اما تأثیر نوآوری فرآیند سبز بر عملکرد زیست‌محیطی شرکت تنها از طریق متغیر میانجی حسابداری مدیریت زیست‌محیطی صورت می‌پذیرد. نوآوری فرآیند سبز بر عملکرد مالی در صنایع نفت و گاز و پتروشیمی، فلزی و شیمیایی و بر عملکرد اقتصادی آنها در صنعت نفت و گاز و پتروشیمی تأثیر گذار است. در صنعت سلولزی نه نوآوری محصول سبز و نه نوآوری فرآیند سبز بر هیچیک از عملکردهای شرکت تأثیری ندارد.</p>
مقاله‌ای که گزارشگری پایداری به صورت کیفی یا ترکیبی مورد بررسی قرار گرفته است.
<p>سجادی و نیایی قدیم (۱۳۹۳: ۶۹) "سیستم‌ها و شاخص‌های مدیریت عملکرد پایدار".</p> <p>نتیجه: مدیریت پایداری نیازمند تعریف اهداف پایداری است که از طریق استراتژی‌ها و شاخص‌های عملکرد پایدار، باید دانامبررسی و ارزیابی شوند.</p> <p>حساس یگانه و برزگر (۱۳۹۴: ۹۱) "مدلی برای افشای مسئولیت اجتماعی و پایداری شرکت‌ها و وضعیت موجود آن".</p>
<p>نتیجه: بیشترین افشای شاخص‌ها در بعد اقتصادی و کمترین در بعد محیطی وجود دارد. اولویت افشای به ترتیب بعد اقتصادی، اجتماعی و محیطی است و میانگین سطح افشای در هر سه بعد، پانصدگانه، ۲۴٪ است.</p>
<p>شجاعی و همکاران (۱۳۹۶: ۴۷) "تغییر در حسابداری مدیریت و توسعه پایداری نیک چارچوب مفهومی با رویکرد نهادگرایی".</p> <p>نتیجه: اگرچه در سطح افرادی، فرآیند تغییر عمدتاً نیازمند تفسیر و یکپارچه سازی رویه‌های جدید است، در سطح سازمانی این امر نیازمند رمزگشایی، اعمال و تولید مجدد چنین رویه‌هایی با توجه به زمینه نهادگرایی در درون هر سازمان است. برای اطمینان از نهادینه شدن چنین رویه‌هایی در سطح زمینه، فرآیندی از توری سازی و تجزیه کردن بایستی دنبال شود. فزاری و همکاران (۱۳۹۶: ۱۵۳) "تبیین و رتبه‌بندی مولفه‌ها و شاخص‌های گزارشگری زیست‌محیطی، اجتماعی و راهبری شرکتی به روش تحلیل سلسله مراتبی".</p>
<p>نتیجه: ابعاد افشای اجتماعی، زیست‌محیطی و راهبری شرکتی به ترتیب دارای بیشترین امتیاز گزارشگری زیست‌محیطی و اجتماعی و راهبری شرکتی (ESG) می‌باشند. میانگین امتیاز افشای "ESG" در ایران حدود ۲۹ درصد است. افشای اطلاعات راهبری در گزارش‌های شرکت‌ها روند صعودی داشته، در حالی که افشای اطلاعات محیطی و اجتماعی و در نهایت افشای "ESG" روند متغیری داشته است.</p>
<p>حساس یگانه و همکاران (۱۳۹۷: ۱۸۱) "مدل عملکرد پایدار کسب و کار در ایران".</p> <p>نتیجه: در ایران بین عملکرد پایدار مالی و غیر مالی ارتباط متقابل وجود دارد. همچنین، اجباری شدن رویکرد عملکرد پایدار کسب و کار در ایران و سالانه بودن دوره تاوآب آن مورد قبول بیشتر خبرگان است.</p>
<p>عبدی و همکاران (۱۳۹۸: ۲۳) "طراحی الگوی منسجم گزارشگری پایداری شرکت‌ها".</p> <p>نتیجه: برای دستیابی به گزارشگری پایداری باید راهبردهایی مانند مشخص کردن نهاد مسئول پایداری، تدوین اصول و استانداردهای پایداری، ایجاد کمیته پایداری و مسئولیت اجتماعی در شرکت‌ها، آشنایی و آموزش مقوله پایداری، استقرار نظام کنترل داخلی و گزارشگری اثربخش و استفاده از فناوری‌های نوین اتخاذ شود.</p>
<p>چناری بوکت و بنی‌مهمل (۱۳۹۸: ۱۰۳) "پایداری شرکتی: راهبردی تئوریک و یکپارچه با رویکرد دستوری و عمل‌گرا".</p> <p>نتیجه: بر کردن خلا موجود با ارائه پیشنهاد چارچوبی شامل چهار راهبرد یکپارچه مانند تلفیق تئوری پایداری، خلق ارزش سهام پایدار، بهبود مستمر عملکرد و گزارشگری و اطمینان‌بخشی عملکرد پایدار.</p>
<p>همتی و همکاران (۱۳۹۸: ۱۰۵) "ارزش افزوده اجتماعی؛ مدلی جدید برای توسعه حسابداری پایداری".</p> <p>نتیجه: پدیده ارزش افزوده اجتماعی می‌تواند گزارش مناسبی برای ارزیابی عملکرد اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی یک واحد تجاری باشد.</p>
<p>کاشانی‌پور و همکاران (۱۳۹۹: ۶۹) "آینده پژوهشی گزارشگری پایداری با به کارگیری رویکرد سناریونویسی".</p> <p>نتیجه: در سناریوی سد آهنگین نهادهای قانون‌گذار و سازمان‌های مردم‌نهاد به فشار خود بر شرکت‌ها در راستای انتشار گزارش‌های پایداری از طریق وضع جریمه‌های سنگین ادامه خواهند داد. در سناریوی فردوس وضعیت نسبتاً مناسبی برای گزارشگری پایداری از طریق تسهیل قوانین و انتشار راهنمای گزارشگری از سوی نهادهای قانون‌گذار برای امر گزارشگری پایداری شرکت‌ها متصور می‌شود. در سناریوی خواب خرگوشی پیش‌بینی می‌شود که اگر الزامات قانونی و بحران‌های آب و هوایی کاهش یابد، گزارشگری پایداری با روند نزولی مواجه خواهد شد. در سناریوی بازار شام نیز باید سازمان‌های مردم‌نهاد وارد عمل شده و به شرکت‌ها در راستای رعایت و ارائه گزارشگری پایداری فشار بیاورند.</p>

مقاله‌ای که گزارشگری پایداری به صورت متغیر مستقل، وابسته، میانجی یا مکنون مورد بررسی قرار گرفته است
<p>اخترشناس و همکاران (۱۳۹۹: ۱۷۵) "تدوین مدل عوامل مؤثر بر پایداری شرکتی در ایران".</p> <p>نتیجه: ۴ بعد شامل، ویژگی‌های شرکت، عوامل مدیریتی، عوامل بازار و عوامل کلان، ۹ مؤلفه شامل، ویژگی‌های ساختاری، ویژگی‌های عملکردی، سطح فردی، سطح سازمانی، بازار سرمایه، عوامل تجاری، عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی و عوامل سیاسی و ۶۰ شاخص بر پایداری شرکتی مؤثر هستند. عوامل نوبنی همچون فرهنگ جامعه، سیاست حاکم بر کشور، پایداری به اخلاق، الزامات قانونی، شهرت اجتماعی شرکت، سرمایه فکری و رقابت بازار محصول به عنوان مؤثر بر پایداری شرکتی شناسایی شده‌اند.</p>
<p>عبدی و همکاران (۱۳۹۹: ۷۱) "گزارشگری پایداری: رتبه بندی محرک‌ها و شاخص‌ها".</p> <p>نتیجه: محرک‌های الزامات محیطی، ویژگی‌های حاکمیت شرکتی و ویژگی‌های ساختاری شرکت از نظر افراد خبره دارای بالاترین اهمیت بوده و همچنین رتبه بندی شاخص‌ها نیز نشان داد که شاخص‌های الزامات قانونی، استقلال اعضای هیئت‌مدیره و سودآوری دارای بالاترین رتبه می‌باشد.</p>
<p>امیریگی لنگرودی و همکاران (۱۳۹۹: ۲۳۹) "ارزیابی الگوی حسابداری مدیریت برای توسعه پایدار".</p> <p>نتیجه: الگوی حسابداری مدیریت پایدار از قدرت پیش‌بینی در سطح بسیار بالایی برخوردار است. با توسعه نظام اطلاعاتی حسابداری مدیریت مرسوم به نظامی مبتنی بر رویکرد توسعه پایدار، پیامدهای اقتصادی از خلق ارزش مالی برای سهامداران جای خود را به «خلق ارزش‌های پایدار» برای تمام ذینفعان می‌دهد.</p>
<p>امیریگی لنگرودی و همکاران (۱۳۹۹: ۱) "الگوی یکپارچه حسابداری مدیریت توسعه پایدار".</p> <p>نتیجه: بررسی اکتشافی عوامل انگیزشی و الزامات حسابداری مدیریت توسعه پایدار و یکپارچگی پیامدهای حسابداری مدیریت پایدار با تصمیمات استراتژیک شرکت و همچنین ارزیابی پیامدهای آن و هدف غایی آن، تدوین مدل یکپارچه حسابداری مدیریت توسعه پایدار است.</p>
<p>اخترشناس و همکاران (۱۳۹۹: ۱۸۵) "طراحی الگوی عوامل غیرمالی مؤثر بر پایداری شرکتی: براساس روش تحلیل تم".</p> <p>نتیجه: ۴ بعد؛ ویژگی‌های ساختاری شرکت، عوامل مدیریتی، عوامل تجاری و عوامل کلان، ۶ مؤلفه؛ ویژگی‌های ساختاری شرکت، سطح فردی، سطح سازمانی، عوامل تجاری، عوامل اجتماعی و عوامل سیاسی و ۳۹ شاخص بر پایداری شرکتی مؤثر هستند. همچنین، عوامل نوبنی مانند فرهنگ جامعه، تحریم، روابط سیاسی شرکت، الزامات قانونی، فرهنگ سازمانی، نگرش مذهبی مدیران، مصرف سبز، رضایت شغلی و توجع‌پذیری محصولات به عنوان عوامل غیرمالی مؤثر بر پایداری شرکتی شناسایی شد.</p>
<p>محمودخانی و همکاران (۱۴۰۰: ۱۸۷) "شناسایی مولفه‌های گزارشگری پایداری در صنعت بیمه".</p> <p>نتیجه: کلیات و خلاصه‌های مهمی از اطلاعات شرکت، سرمایه‌گذاری پایداری، بیمه پایدار، اقدامات زیست‌محیطی، مشتریان و کارکنان شرکت، فرصت‌های عادلانه و تنوع و شمول، مدیریت توانگری و ریسک، آموزش و توسعه، سلامت و رفاه، مدیریت تطبیق، تغییر اقلیم، زنجیره تامین، عوامل سلامت سازمانی و پاسخگویی، ساختار راهبری، فعالیت شهروند شرکتی و فناوری اطلاعات است.</p>
<p>اخترشناس و همکاران (۱۴۰۰: ۲۱۷) "تدوین و ارزیابی مدل موانع اجراء افشا و استاندارد‌گذاری گزارشگری پایداری در ایران".</p> <p>نتیجه: نبود الزامات قانونی منسجم، ضعف زیرساخت‌ها در زمینه آموزش، تکنولوژی و نیروی انسانی و رشد نیاختگی نظام پاسخگویی پاسخ‌خواهی و عدم مطالبه‌گری جامعه، از مهمترین موانع اجرای پایداری شرکتی می‌باشد. اجباری نبودن گزارشگری پایداری و فقدان الگو و دشوار بودن اندازه‌گیری پایداری شرکتی، از مهمترین موانع افشای پایداری شرکتی می‌باشند. همچنین، کیفی بودن پایداری شرکتی و دشوار بودن تدوین استاندارد برای آن، مهمترین مانع تدوین استاندارد برای پایداری شرکتی می‌باشد.</p>
<p>اسماعیل‌زاده و همکاران (۱۴۰۰: ۲۹) "مدل اندازه‌گیری کیفیت گزارش‌دهی پایداری و عوامل تعیین‌کننده: فرآیند تحلیل کاربردی شبکه مبتنی بر تکنیک DEMATEL فازی".</p> <p>نتیجه: آزمون FAHP نشان داد که از بین شش شاخص، دستورالعمل‌های گزارشگری GRI برای چک‌لیست پایداری بالاترین رتبه را دارد. بر اساس FDNAP، گزارش کنترل‌های داخلی، عملکرد نوآوری پایدار و کیفیت سود به ترتیب رتبه اول تا سوم را در میان ۲۵ معیار مؤثر بر کیفیت گزارش‌دهی پایداری دارند.</p>
<p>مشایخی و همکاران (۱۴۰۰: ۱۱۵) "گزارشگری پایداری در شرکت پتروشیمی مروارید".</p> <p>نتیجه: رویکرد پتروشیمی مروارید در خصوص اقدامات مرتبط با پایداری و مسئولیت‌های اجتماعی در درجه اول و گزارشگری آن در درجه بعدی است. از آنجا که شرکت هنوز به لحاظ گزارشگری پایداری و مسئولیت‌های اجتماعی در ابتدای راه است، باید اهتمام بیشتری در این زمینه نموده و منابع بیشتری صرف نماید.</p>
<p>رحمانی و محمودخانی (۱۴۰۰: ۱۲۹) "ضرورت تهیه و اطمینان‌بخشی گزارش‌های پایداری-دیدگاه حساب‌رسان و خبرگان صنعت بیمه".</p> <p>نتیجه: دیدگاه‌ها و رویکردهای متفاوتی در خصوص الزامی و اختیاری کردن گزارش‌های پایداری، دوره‌ی زمانی گزارشگری پایداری، واحد تهیه‌کننده گزارش‌های پایداری و نهاد اطمینان‌بخشی به گزارش‌های پایداری وجود دارد.</p>
<p>عباسی‌استمال و همکاران (۱۴۰۰: ۲۹) "تحلیل شکاف فازی عوامل افشاء اطلاعات مربوط به حسابداری توسعه پایدار با رویکرد آمیخته در ایران".</p>

مقاله‌ای که گزارشگری پایداری به صورت متغیر مستقل، وابسته، میانجی یا مکنون مورد بررسی قرار گرفته است
<p>نتیجه: ۶۰ شاخص در قالب ۴ بعد زیست‌محیطی، اجتماعی، اقتصادی و راهبری، شناسایی گردید. در تمامی موارد بین انتظارات با وضعیت مطلوب، فاصله معاداری وجود دارد. نتیجه ارزیابی اهمیت و عملکرد نیز نشان داد، شاخص‌ها در محدوده "حیطه ضعف" قرار دارند و از اهمیت بالا و عملکرد پایین برخوردارند.</p> <p>عباسی استمال و زینالی (۱۴۰۰: ۲۱) "طراحی مدل ساختاری - تفسیری عوامل افشای اطلاعات مرتبط با حسابداری توسعه پایدار".</p> <p>نتیجه: با افشای اطلاعات مربوط به عوامل حسابداری توسعه پایدار، مدیران و سیاست‌گذاران می‌توانند با تدوین سیاست‌ها و استانداردهای مناسب در حسابداری توسعه پایدار، اطلاعات شفاف‌تری را در اختیار ذینفعان قرار دهند که منجر به رفاه اجتماعی و حفاظت از محیط‌زیست می‌شود.</p>
<p>عباسی استمال و همکاران (۱۴۰۰: ۸۵) "توضیح و اولویت بندی عوامل افشای اطلاعات مرتبط با حسابداری توسعه پایدار با رویکرد فازی".</p> <p>نتیجه: از طریق تحلیل محتوا ۶۱ شاخص بر اساس چهار بعد محیطی، اجتماعی، اقتصادی و حاکمیتی استخراج گردید. مشخص شد بعد زیست‌محیطی در رتبه اول، بعد اجتماعی در رتبه دوم و بعد اقتصادی و راهبری در رتبه‌های سوم و چهارم قرار گرفتند. همچنین، بر اساس وزن نهایی محاسبه شده، رویکرد استراتژیک به اثرات زیست‌محیطی در وهله اول، مدیریت و بهره‌وری در مصرف در رتبه دوم، توسعه اجتماعی و انسجام در رتبه سوم و مدیریت پسماند در رتبه چهارم قرار گرفت.</p>
<p>محمودخانی و همکاران (۱۴۰۱: ۱) "وضعیت افشای ابعاد زیست‌محیطی، اجتماعی و راهبری در صنعت بیمه ایران".</p> <p>نتیجه: افشای مولفه‌های زیست‌محیطی، اجتماعی و پایداری در سطح شرکت‌ها متفاوت است. در گزارش فعالیت هیئت‌مدیره بیشترین افشا به ترتیب مربوط به راهبری، اجتماعی و زیست‌محیطی بوده است.</p>
<p>صادقی و بنی‌طالی دهکردی (۱۴۰۱: ۱) "ارایه الگوی حسابداری پایداری از منظر تئوری‌های اثباتی و هنجاری".</p> <p>نتیجه: در الگوی پیشنهادی حسابداری پایداری، تمرکز بر محور پاسخگویی منطبق با نیاز کاربران به گونه‌ای است که گزارش‌ها بتوانند جواب محیطی و تأثیرات اجتماعی پیرامون شاخص‌ها و کارایی اقتصادی، اجتماعی و محیطی را شناسایی و افشاء کنند.</p>
<p>احمدزاده و همکاران (۱۴۰۱: ۱۶۱) "ارائه چارچوب گزارشگری پایداری مبتنی بر ایجاد توازن بین انتظارات ذینفعان و ظرفیت‌های شرکت".</p> <p>نتیجه: از مجموع ۱۶۹ مولفه مورد بررسی (طبقه بندی شده در ۱۱ گروه)، ۸۵ مولفه (بابت افشاء پایداری) مورد انتظار ذینفعان بوده است و در تمامی گروه‌ها غیر از طبقه نمایه سازمان، بین وضعیت موجود و مورد انتظار ذینفعان تفاوت معاداری وجود داشته، نهایتاً پس از ایجاد توازن بین مولفه‌ها الگوی شامل ۶۰ مولفه در قالب گزارش پایداری شرکی متوازن ارائه گردید.</p>
<p>خاکی و همکاران (۱۴۰۱: ۳۳) "توسعه‌ی کارکرد گزارشگری پایداری بر مبنای آئومی فشارهای اجتماعی".</p> <p>نتیجه: آئومی هنجاری ذینفعان تأثیرگذارترین عامل برای توسعه‌ی کارکردهای پایداری گزارشگری شرکت‌ها محسوب می‌شود. آئومی هنجاری ذینفعان کاراترین عامل موثر بر کارکردهای گزارشگری پایداری محسوب می‌شود و محرکی برای اجتماعی‌گرایی پایداری به عنوان تأثیرگذارترین کارکرد گزارشگری پایداری در سطح شرکت‌های بازار سرمایه می‌باشد.</p>
<p>قهرمانی و همکاران (۱۴۰۱: ۱۸۰) "آثار متقابل پارامترهای اجتماعی و عوامل زیست‌محیطی در سودآوری و ارزش آفرینی اقتصادی - نقش واسطه‌ای نسبت‌های مالی و عوامل پایداری شرکی".</p> <p>نتیجه: اگر شرکت‌ها علاوه بر توجه داشتن به موضوع سودآوری، مسائل اجتماعی و عوامل زیست‌محیطی را نیز در نظر داشته باشند، از طریق ایفای مسئولیت‌های اجتماعی و رسالت حفظ محیط‌زیست به مشروعیت مضاعف دست یافته و افشای آن به بهبود سودآوری و نهایتاً افزایش ارزش اقتصادی منجر می‌شود.</p>
<p>احمدی و همکاران (۱۴۰۱: ۳۱) "چارچوب شناسایی مولفه‌های با اهمیت پایداری در صنعت بورس با استفاده از رویکرد تحلیل سلسله مراتب فازی".</p> <p>نتیجه: مولفه‌های بعد اقتصادی نسبت به سایر ابعاد در اولویت است. مولفه‌های اقتصاد کلان، دولت و سایر مقررات‌گذاران و اعتماد و اطمینان‌داری بیشترین اهمیت نسبی در میان کلیه مولفه‌ها هستند. همچنین، با توجه به آلاینده‌گی اندک شرکت‌های بورس، اولویت نسبی مولفه‌های بعد زیست‌محیطی نسبت به سایر ابعاد در این صنعت کمتر است.</p>

در ادامه نمونه‌ای از پژوهش‌های انجام شده که به تحلیل محتوای موضوعات نزدیک به

گزارشگری پایداری در سطح داخلی و خارجی به انجام رسیده است، بیان می‌گردد:

هسیانو و همکاران (۲۰۲۲: ۴۴۵۳) با مطالعه‌ای تحت عنوان بررسی و ترکیب تحقیقات حسابداری پایداری معاصر و توسعه یک دستور کار تحقیقاتی، در ۱۲۸۳ مقاله دانشگاهی در ۵۴ مجله حسابداری، مدیریت و مجلات میان رشته‌ای، در بازه زمانی ۲۰۱۴ - ۲۰۲۰ بیان کردند که مطالعات بر روی صنایع خاص یا تجزیه و تحلیل‌های عمیق بر روی سازمان‌ها نسبت به مطالعات در زمینه‌های ملی یا فراملی کمتر مورد توجه بوده‌اند. همچنین تحقیقات زیادی بر روی بررسی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار یا بزرگ انجام پذیرفته، در حالی که کمتر به سازمان‌های بخش عمومی، شرکت‌های کوچک و متوسط و سازمان‌های غیرانتفاعی توجه شده‌است. نتایج نشان داد که در سطح بین‌المللی در کشورهای ایالات متحده، استرالیا، چین، بریتانیا و ایتالیا، بیشترین مطالعات در زمینه حسابداری پایداری انجام پذیرفته‌است؛ و تحقیقات عمدتاً در حوزه پایداری و بعد زیست‌محیطی پایداری انجام پذیرفته، در حالیکه که مطالعات کمتری در حوزه حسابداری اجتماعی و حسابداری برای توسعه پایدار انجام گرفته‌است. یه و همکاران (۲۰۲۰: ۷۵۵) در مقاله خود با عنوان تحلیل کتاب‌سنجی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در توسعه پایدار، یک تحلیل عمیق در ارتباط با مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با استفاده از نرم‌افزار سایت اسپیس برای دوره زمانی ۱۹۹۷ تا ۲۰۱۹ انجام داده‌اند. یافته‌های اصلی آن‌ها نشان می‌دهد که مشارکت مسئولیت اجتماعی شرکت در توسعه پایدار یک موضوع تحقیقاتی پایدار اما پررونق است، به‌خصوص پس از سال ۲۰۰۷ روند افزایشی این مفهوم قابل توجه بوده است. همچنین آن‌ها نشریات مختلف در این زمینه را مورد بررسی قرار دادند که سه نشریه مسئولیت اجتماعی شرکت و مدیریت محیط؛ نشریه پایداری؛ و نشریه تولید پاک‌تر تأثیرگذارترین نشریه در این زمینه بوده‌اند. بعد از آن، نویسندگانی که در این زمینه کارآمد بوده‌اند، شناسایی شدند اما مطابق با تحقیقات آن‌ها بیشترین مطالعات در مورد این موضوع خاص به طور مستقل انجام شد. از لحاظ تجزیه و تحلیل کشور مشخص شد که کشور اسپانیا و انگلیس بیشترین انتشارات را در این زمینه دارند. وواچیز و وودوارد (۲۰۱۵: ۱۶۶) در پژوهشی با عنوان تحلیل محتوای پژوهش‌های انجام شده درباره گزارشگری محیطی و اجتماعی به بررسی روندها و چالش‌های آنان پرداخته‌اند. این پژوهش با استفاده از ترکیب مرور شبه سیستماتیک ادبیات پژوهش با فراتحلیل تفسیری، ۲۵۱ مقاله چاپ شده طی ۴۰ سال اخیر در مجموعه مجلات مرتبط با این حوزه

را با استفاده از شاخص‌های مهم پژوهش‌ها شامل پرسش‌ها و چارچوب پژوهش، بررسی کرده و به این نتیجه رسیده‌است که در رابطه با استفاده از این روش به خصوص درباره قابلیت مقایسه و پایایی طرح‌های کدگذاری در این مقالات، مسائل زیادی وجود دارد.

سپاسی و طالبیان درزی (۱۴۰۱: ۳۲۹)، فرامطالعه‌ای به روش تحلیل محتوا بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در پژوهش‌های حسابداری و حسابرسی داشتند. نتایج نشان داد که مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در حسابداری به سرعت در بین پژوهشگران رشد و اهمیت پیدا کرده‌است و پژوهشگران آتی می‌توانند با توجه به شناسایی و اولویت‌بندی سازه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در مطالعات حسابداری و حسابرسی جهت‌گیری خود را در رابطه با تعیین و تبیین مدل‌های جدید انتخاب کنند. طالب‌نیا و همکاران (۱۴۰۰: ۳۵)، با مروری بر حسابداری محیط‌زیست با بررسی مفاهیم، اهداف، کاربرد، گزارشگری و حسابداری محیط‌زیست و مزایا و معایب حسابداری زیست‌محیطی، بر تدوین اهداف و وظایف حسابداری زیست‌محیطی مشخص؛ و به طور دقیق تعریف و استانداردها و ضوابط و معیارها براساس اصول منطقی و عملی پایه گذاری تاکید کردند. همچنین بیان گردید، دولت نیز از طریق اصلاح قوانین موجود تصویب قوانین جدید و وضع مجازات‌های قانونی برای شرکت‌های آلوده کننده محیط‌زیست می‌تواند موجبات کاهش آلودگی را فراهم نماید. علاوه بر این متولیان مسائل زیست‌محیطی باید به فکر نهادینه کردن فرهنگ رعایت مقررات زیست‌محیطی در جامعه باشد. کاظم‌پور و همکاران (۱۳۹۹: ۱۰۳) در پژوهشی با عنوان چارچوبی برای رتبه بندی افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، پس از شناسایی ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی، با استفاده از فن دلفی، چارچوبی با ۳ بعد، ۲۲ مؤلفه و ۶۸ شاخص طراحی کردند. یافته‌های پژوهش آنها نشان می‌دهد پس از بررسی ۳۳۰ شرکت که اطلاعات سال ۱۳۹۶ خود را افشا کردند، به صورت میانگین هر شرکت تنها ۹ شاخص از ۶۸ شاخص را افشا کرده‌است. رحیمیان و کاظم‌پور (۱۳۹۷: ۱۴۳)، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها: مفاهیم، ابعاد، نظریه‌ها و مروری بر مدل‌های آن را مورد مطالعه قرار دادند. آنان بیان نمودند، بعد از گذشت بیش از ۵۰ سال از این مفهوم، همچنان ارائه تعریفی واحد برای آن، کار دشواری است، اما نکته حائز اهمیت آن است که بیشتر تعاریف، شرکت‌ها را در برابر جامعه مسئول

می‌دانند. از اینرو، برای پاسخگویی در برابر جامعه، نیاز است مباحث نظری مسئولیت‌پذیری اجتماعی، به صورت دقیق در عمل هم اجرا شوند.

پرسش‌های پژوهش

پژوهش حاضر به تحلیل محتوای مقالات مرتبط با گزارشگری پایداری در مجلات مورد تایید وزارت علوم و تحقیقات در زیر گروه حسابداری، حسابرسی و مالی پرداخته، و به دنبال پاسخ به پرسش‌های زیر است:

۱. توزیع فراوانی مقالات منتشر شده با محتوای گزارشگری پایداری طی سال‌های مورد بررسی چگونه است؟
۲. توزیع فراوانی هر یک از مرتبه‌های علمی دانشگاهی شامل استادان، دانشیاران، استادیاران و مربیان با محتوای گزارشگری پایداری طی سال‌های مورد بررسی چگونه است؟
۳. توزیع فراوانی نسبت مشارک کنندگان از نظر جنسیت (زن و مرد) در انتشار مقالات مرتبط با محتوای گزارشگری پایداری طی سال‌های مورد بررسی چگونه است؟
۴. توزیع فراوانی نحوه همکاری علمی محققان (تعداد تولید کنندگان) در تولید آثار علمی (مقالات پژوهشی) با محتوای گزارشگری پایداری طی سال‌های مورد بررسی چگونه است؟
۵. توزیع فراوانی وابستگی سازمانی نویسندگان به دانشگاه‌ها و موسسات آموزشی و پژوهشی داخل کشور در تولید مقالات با محتوای گزارشگری پایداری طی سال‌های مورد بررسی چگونه است؟
۶. توزیع فراوانی نویسندگان پرتولید با محتوای گزارشگری پایداری طی سال‌های مورد بررسی چگونه است؟
۷. توزیع فراوانی اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها و موسسات آموزشی و پژوهشی داخل کشور در تولید مقالات با محتوای گزارشگری پایداری طی سال‌های مورد بررسی چگونه است؟

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر براساس روش کتابخانه‌ای و از لحاظ ماهیت داده‌ها کمی و از نوع تحلیل محتوای کمی بوده است. در این پژوهش، داده‌ها با به کارگیری ابزار سیاه‌وارسی گردآوری و با استفاده از نرم‌افزار اکسل مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند. در تحلیل داده‌ها از روش آمار توصیفی مانند دسته‌بندی داده‌ها بر حسب توزیع فراوانی، درصد فراوانی، رسم جدول‌ها و نمودارها استفاده شده است.

تمرکز اصلی پژوهش حاضر بر روی حوزه گزارشگری پایداری است و مجلات پژوهشی، جامعه آماری پژوهش هستند. به منظور انتخاب این مجلات، با مراجعه به سامانه رتبه‌بندی مجلات وزارت علوم (Journals.msrt.ir) در گروه علوم انسانی و زیر گروه حسابداری و مالی رجوع شده، که ۲۰ مجله در گروه حسابداری و حسابرسی (یک مورد لاتین) و ۱۲ مجله در گروه مالی (۳ مورد لاتین) شناسایی و در جدول (۲) مشخص گردید. همچنین، به منظور یافتن پاسخ سوالات پژوهش، با مراجعه به آرشیو مجلات شناسایی شده در بازه زمانی ۱۳۹۲ - ۱۴۰۱ (دوره ده ساله)، کلید واژه‌های گزارشگری پایداری (پایندگی)، حسابداری پایداری، عملکرد پایداری، اطلاعات پایداری، افشای پایداری، توسعه پایدار و پایداری شرکت که به بررسی ابعاد اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی با هم و حتی راهبری پرداخته، مورد بررسی قرار گرفت. از سوی دیگر، چون این احتمال وجود داشت که کلید واژه‌های یاد شده در عنوان و چکیده مقالات استفاده نشده باشد، اما موضوع مقاله به حوزه گزارشگری پایداری مربوط باشد، ماهیت مقاله‌ها در نشریه‌ها به صورت چشمی بررسی شد و مقاله‌های مرتبط با موضوع پژوهش که در نتیجه جستجوی کلید واژه‌ها شناسایی نشده بودند به تعداد مقالات اولیه اضافه گردید؛ که در نتیجه بررسی‌ها مجموعاً ۶۸ مقاله (۶۱ مقاله فارسی و ۷ مقاله لاتین) شناسایی گردید.

جدول ۲. لیست مجلات مورد تایید وزارت علوم و تحقیقات در حوزه حسابداری، حسابرسی و مالی

ردیف	عنوان نشریه	صاحب امتیاز	تعداد
۱	دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت	انجمن علمی حسابداری مدیریت ایران	۱۰
۲	حسابداری مدیریت	دانشگاه آزاد اسلامی - واحد تابعه	۶
۳	حسابداری ارزشی و رفتاری	دانشگاه خوارزمی	۶
۴	دانش حسابداری	دانشگاه شهید باهنر کرمان	۵
۵	حسابداری و منافع اجتماعی	دانشگاه الزهراء (س)	۵
۶	دانش حسابرسی	دیوان محاسبات کشور	۴
۷	Iranian Journal of Finance	انجمن علمی مالی ایران	۳
۸	دانش حسابداری مالی	دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره)	۳
۹	پژوهش‌های حسابداری مالی	دانشگاه اصفهان	۳
۱۰	پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی	دانشگاه آزاد اسلامی - واحد تهران مرکزی	۳
۱۱	مهندسی مالی و مدیریت اوراق بهادار	دانشگاه آزاد اسلامی - واحد تابعه	۲
۱۲	حسابداری دولتی	دانشگاه پیام‌نور	۲

ردیف	عنوان نشریه	صاحب امتیاز	تعداد
۱۳	Advances in Mathematical Finance and Applications	دانشگاه آزاد اسلامی - واحد تابعه اراک	۲
۱۴	پژوهش‌های کاربردی در گزارشگری مالی	سازمان حسابداری	۲
۱۵	مطالعات تجربی حسابداری مالی	دانشگاه علامه طباطبائی	۲
۱۶	دانش سرمایه‌گذاری	انجمن علمی مهندسی مالی ایران	۱
۱۷	iranian journal of accounting, auditing & finance	دانشگاه فردوسی مشهد	۱
۱۸	پژوهش‌های حسابداری حرفه‌ای	انتشارات جامعه حسابداران رسمی ایران	۱
۱۹	پیشرفت‌های حسابداری	دانشگاه شیراز	۱
۲۰	مطالعات حسابداری و حسابداری	انجمن علمی حسابداری ایران	۱
۲۱	حسابداری مالی	دانشگاه آزاد اسلامی - واحد تابعه	۱
۲۲	بورس اوراق بهادار	سازمان بورس و اوراق بهادار	۱
۲۳	International Journal of Finance and Managerial Accounting	انجمن علمی مهندسی مالی ایران	۱
۲۴	پژوهش‌های تجربی حسابداری	دانشگاه الزهراء (س)	۱
۲۵	دانش مالی تحلیل اوراق بهادار	دانشگاه آزاد اسلامی - واحد تابعه	۱
۲۶	تحقیقات مالی اسلامی	دانشگاه امام صادق (ع)	۰
۲۷	مدیریت دارایی و تامین مالی	دانشگاه اصفهان با همکاری دانشگاه‌های دیگر	۰
۲۸	راهبرد مدیریت مالی	دانشگاه الزهراء	۰
۲۹	تحقیقات حسابداری و حسابداری	انجمن علمی حسابداری ایران	۰
۳۰	بررسی‌های حسابداری و حسابداری	دانشگاه تهران	۰
۳۱	تحقیقات مالی	دانشگاه تهران	۰
۳۲	چشم انداز مدیریت مالی	دانشگاه شهید بهشتی	۰
۶۸	مجموع		

یافته‌های پژوهش

پرسش اول: توزیع فراوانی مقالات منتشر شده در زمینه گزارشگری پایداری طی سال‌های مورد بررسی چگونه است؟

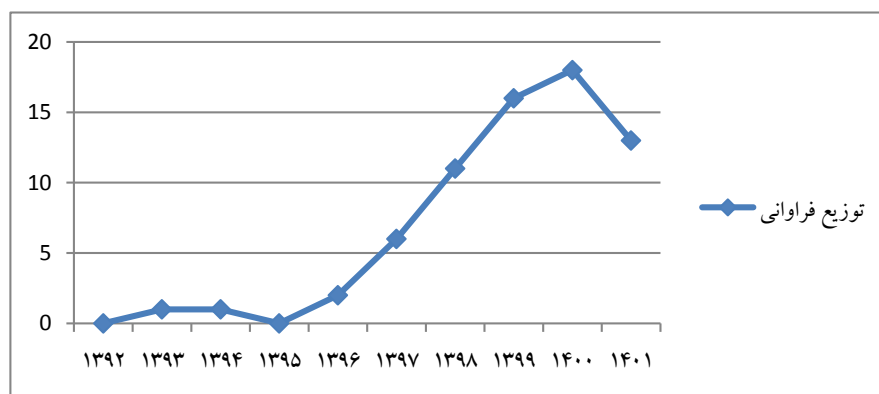
نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد در چهار ساله اول دوره مورد بررسی به استثنای سال ۱۳۹۳ و ۱۳۹۴ که مجموعاً دو مقاله به چاپ رسیده، هیچگونه پژوهشی در زمینه گزارشگری پایداری و کلید واژه‌های مشخص شده انجام نپذیرفته است. ولی با این حال، نمودار ۱ نشان می‌دهد در ۶ سال انتهایی

محققان بیشتری با توجه به اهمیت گزارشگری پایداری به موضوع مربوطه علاقه‌مند گردیده‌اند. به طوریکه از سال ۱۳۹۶ تا سال ۱۴۰۰ با شیب صعودی تولید مقالات در حال افزایش بوده‌است.

جدول ۳. توزیع فراوانی مقالات بر اساس سال‌های مورد بررسی

سال	فراوانی	درصد فراوانی
۱۳۹۲	۰	۰
۱۳۹۳	۱	۱/۴۷
۱۳۹۴	۱	۱/۴۷
۱۳۹۵	۰	۰
۱۳۹۶	۲	۲/۹۴
۱۳۹۷	۶	۸/۸۲
۱۳۹۸	۱۱	۱۶/۱۸
۱۳۹۹	۱۶	۲۳/۵۳
۱۴۰۰	۱۸	۲۶/۴۷
۱۴۰۱	۱۳	۱۹/۱۲
مجموع	۶۸	۱۰۰

در نمودار ۱ نیز توزیع فراوانی مقالات در بازه زمانی مورد نظر نشان داده شده است.



نمودار ۱. توزیع فراوانی مقالات به تفکیک سال‌های مورد بررسی

پرسش دوم: توزیع فراوانی هریک از مرتبه‌های علمی دانشگاهی شامل استادان، دانشیاران، استادیاران و مربیان در زمینه گزارشگری پایداری طی سال‌های مورد بررسی چگونه است؟

نتایج تفکیک تولیدکنندگان مقالات در زمینه گزارشگری پایداری به تفکیک مرتبه علمی در جدول ۴ نشان داده شده است. نتایج بیان می‌کند که در دوره مورد بررسی مجموعاً ۱۹ استاد تمام در تولید محتوای گزارشگری پایداری مشارکت داشته‌اند. محققان با مرتبه دانشیاری به استثنای سال‌های ۱۳۹۴ و ۱۳۹۶ با یک نفر مشارکت، از سال ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۱ یک مشارکت با روند تقریباً رو به رشدی داشته که بالاترین مشارکت مربوط به سال ۱۳۹۹ با ۲۶/۶۷ درصد (۱۶ نفر) می‌باشد. همچنین محققان با مرتبه استادیاری نیز با توجه به اینکه در ۴ سال اول دوره بررسی هیچگونه مشارکتی نداشته، ولی در ۶ سال آخر با روند رو به رشدی همراه بوده که بیشترین آن مربوط به سال ۱۴۰۰ با ۱۶ نفر (۲۹/۰۹ درصد) است.

جدول ۴. توزیع فراوانی پژوهشگران بر اساس مرتبه علمی به تفکیک سال‌های مورد بررسی

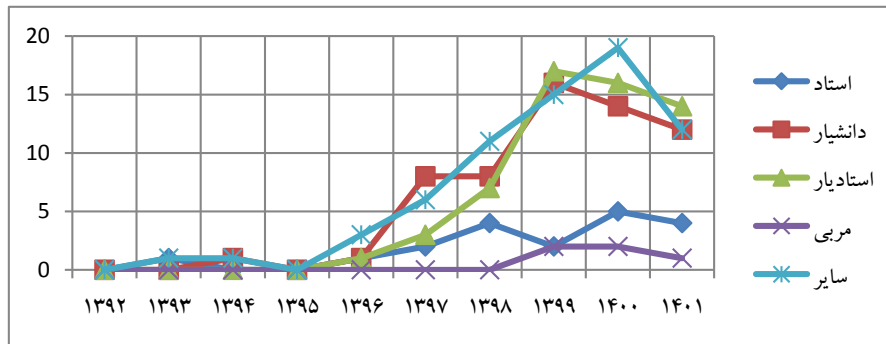
سال	استاد		دانشیار		استادیار		مربی		سایر	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
۱۳۹۲	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
۱۳۹۳	۱	۵/۲۶	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱/۴۷
۱۳۹۴	۰	۰	۱	۱/۶۷	۰	۰	۰	۰	۱	۱/۴۷
۱۳۹۵	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
۱۳۹۶	۱	۵/۲۶	۱	۱/۶۷	۱	۱/۸۲	۰	۰	۳	۴/۴۱
۱۳۹۷	۲	۱۰/۵۳	۸	۱۳/۳۳	۳	۵/۴۶	۰	۰	۶	۸/۸۲
۱۳۹۸	۴	۲۱/۰۵	۸	۱۳/۳۳	۷	۱۲/۷۳	۰	۰	۱۱	۱۶/۱۸
۱۳۹۹	۲	۱۰/۵۳	۱۶	۲۶/۶۷	۱۴	۲۵/۴۵	۲	۴۰	۱۵	۲۲/۰۶
۱۴۰۰	۵	۲۶/۳۲	۱۴	۲۳/۳۳	۱۶	۲۹/۰۹	۲	۴۰	۱۹	۲۷/۹۴
۱۴۰۱	۴	۲۱/۰۵	۱۲	۲۰	۱۴	۲۵/۴۵	۱	۲۰	۱۲	۱۷/۶۵
جمع	۱۹	۱۰۰	۶۰	۱۰۰	۵۵	۱۰۰	۵	۱۰۰	۶۸	۱۰۰

در جدول ۵ نیز نحوه مشارکت کنندگان بر اساس تفکیک مرتبه علمی به صورت کلی نمایش داده شده است؛ که نویسندگان بدون مرتبه علمی با ۶۸ نفر و ۳۲/۸۵ درصد و مرتبه دانشیار با ۶۰ نفر و ۲۸/۹۸ درصد و مرتبه استادیار با ۵۵ نفر و ۲۶/۵۷ درصد بیشترین مشارکت و مرتبه مربی با ۵ نفر و ۲/۴۲ درصد و همچنین مرتبه استاد با ۱۹ نفر و ۹/۱۸ درصد کمترین مشارکت را در تولید مقالات با موضوع گزارشگری پایداری را دارا می‌باشند.

جدول ۵. توزیع فراوانی پژوهشگران بر اساس مرتبه علمی به صورت کلی

مرتبه علمی	فراوانی	درصد فراوانی
استاد	۱۹	۹/۱۸
دانشیار	۶۰	۲۸/۹۸
استادیار	۵۵	۲۶/۵۷
مربی	۵	۲/۴۲
سایر	۶۸	۳۲/۸۵
مجموع	۲۰۷	۱۰۰

نحوه توزیع فراوانی مرتبه‌های علمی در نمودار ۲ روند رو به رشد مشارکت مرتبه‌های علمی در تولید مقالات با محتوای گزارشگری پایداری از سال ۱۳۹۶ به بعد در ایران را نمایش می‌دهد.



نمودار ۲. توزیع فراوانی پژوهشگران بر اساس مرتبه علمی به تفکیک سال‌های مورد بررسی

پرسش سوم: توزیع فراوانی نسبت مشارک کنندگان از نظر جنسیت (زن و مرد) در انتشار مقالات مرتبط با گزارشگری پایداری طی سال‌های مورد بررسی چگونه است؟

جدول ۶ نشان می‌دهد که بیشترین مشارکت مردان در دوره مورد بررسی مربوط به سال ۱۴۰۰ با ۴۶ نفر (۲۵/۸۴ درصد) و ۱۳۹۹ با ۴۴ نفر (۲۴/۷۲ درصد) است. همچنین، مشارکت نویسندگان زن هم نشان از یک روند افزایشی از سال ۱۳۹۶ با ۳/۳۳ درصد (یک نفر) تا سال ۱۴۰۱ با ۴۰ درصد (۱۲ نفر) دارد.

جدول ۶. جدول توزیع فراوانی مشارکت‌کنندگان بر اساس جنسیت به تفکیک سال

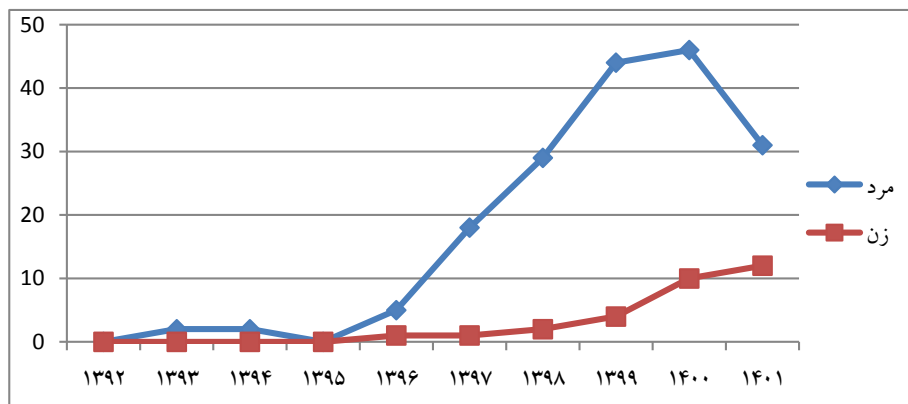
سال	مرد		زن	
	فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی	درصد فراوانی
۱۳۹۲	۰	۰	۰	۰
۱۳۹۳	۲	۱/۱۳	۰	۰
۱۳۹۴	۲	۱/۱۳	۰	۰
۱۳۹۵	۰	۰	۰	۰
۱۳۹۶	۵	۲/۸۲	۱	۳/۳۳
۱۳۹۷	۱۸	۱۰/۱۷	۱	۳/۳۳
۱۳۹۸	۲۹	۱۶/۳۸	۲	۶/۶۷
۱۳۹۹	۴۴	۲۴/۸۶	۴	۱۳/۳۳
۱۴۰۰	۴۶	۲۵/۹۹	۱۰	۳۳/۳۴
۱۴۰۱	۳۱	۱۷/۵۱	۱۲	۴۰
مجموع	۱۷۷	۱۰۰	۳۰	۱۰۰

مشارکت کلی نویسندگان از نظر جنسیت در جدول ۷ نیز نشان داد که ۸۵/۵۱ درصد از موضوعات گزارشگری پایداری توسط مردان و ۱۴/۴۹ درصد آن توسط نویسندگان زن مورد پژوهش قرار گرفته است.

جدول ۷. جدول توزیع فراوانی مشارکت کنندگان بر اساس جنسیت به طور کلی

جنسیت	فراوانی	درصد فراوانی
مرد	۱۷۷	۸۵/۵۱
زن	۳۰	۱۴/۴۹
جمع	۲۰۷	۱۰۰

نمودارهای مربوط به توزیع فراوانی مشارکت کنندگان در تولید مقالات بر اساس جنسیت به تفکیک سال‌های مورد بررسی در نمودار ۳ نمایش داده شده است.



نمودار ۳. توزیع فراوانی مشارکت کنندگان بر اساس جنسیت به تفکیک سال

پرسش چهارم: توزیع فراوانی نحوه همکاری علمی محققان (تعداد تولیدکنندگان) در تولید آثار علمی (مقالات پژوهشی) در مورد گزارشگری پایداری طی سال‌های مورد بررسی چگونه است؟

نتایج توزیع فراوانی مقالات بر اساس تعداد نویسندگان در جدول ۸ نشان می‌دهد که به استثنای یک مقاله یک نفره در سال ۱۳۹۸، مابقی مقالات به صورت گروهی و در بازه سال‌های ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۱ به انجام رسیده است.

جدول ۸. توزیع فراوانی مقالات بر اساس تعداد نویسندگان به تفکیک سال

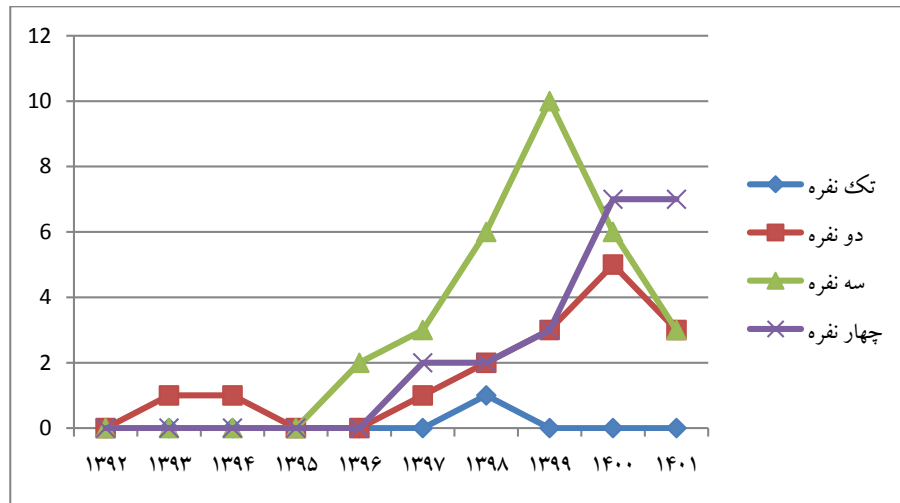
سال	یک نفره		دو نفره		سه نفره		چهار نفره	
	فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی	درصد فراوانی
۱۳۹۲	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
۱۳۹۳	۰	۰	۱	۶/۲۵	۰	۰	۰	۰
۱۳۹۴	۰	۰	۱	۶/۲۵	۰	۰	۰	۰
۱۳۹۵	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
۱۳۹۶	۰	۰	۰	۰	۲	۶/۶۷	۰	۰
۱۳۹۷	۰	۰	۱	۶/۲۵	۳	۱۰	۲	۹/۵۲
۱۳۹۸	۱	۱۰۰	۲	۱۲/۵۰	۶	۲۰	۲	۹/۵۲
۱۳۹۹	۰	۰	۳	۱۸/۷۵	۱۰	۳۳/۳۳	۳	۱۴/۳۰
۱۴۰۰	۰	۰	۵	۳۱/۲۵	۶	۲۰	۷	۳۳/۳۳
۱۴۰۱	۰	۰	۳	۱۸/۷۵	۳	۱۰	۷	۳۳/۳۳
جمع	۱	۱۰۰	۱۶	۱۰۰	۳۰	۱۰۰	۲۱	۱۰۰

در جدول ۹ نیز مشاهده می‌شود به صورت کلی مقالات سه نفره با ۳۱ مقاله و ۴۴/۹۳ درصد بیشترین سهم و مقالات تک نفره با یک مقاله و ۱/۶۲ درصد کمترین سهم را در تولید مقالات گزارشگری پایداری به همراه داشته است.

جدول ۹. توزیع فراوانی مقالات بر اساس تعداد نویسندگان به طور کلی

تعداد نویسندگان	فراوانی	درصد فراوانی
تک نفره	۱	۱/۴۷
دو نفره	۱۶	۲۳/۵۳
سه نفره	۳۰	۴۴/۱۲
چهار نفره	۲۱	۳۰/۸۸
مجموع	۶۸	۱۰۰

همچنین، نمودار توزیع فراوانی مقالات بر اساس تعداد نویسندگان به تفکیک سال در نمودار ۴ نمایش داده شده است.



نمودار ۴. توزیع فراوانی مقالات بر اساس تعداد نویسندگان به تفکیک سال

پرسش پنجم: توزیع فراوانی وابستگی سازمانی نویسندگان به دانشگاه‌ها و موسسات آموزشی و پژوهشی مختلف داخل کشور در تولید مقالات در مورد گزارشگری پایداری طی سال‌های مورد بررسی چگونه است؟

از مجموع ۲۰۷ نفر نویسنده مشارکت کننده در پژوهش‌های مرتبط با گزارشگری پایداری، نتایج جدول ۱۰ نشان می‌دهد که دانشگاه آزاد اسلامی با ۱۱۴ نفر وابستگی سازمانی (۵۵/۰۷ درصد) بیشترین فراوانی، و ۱۵ نفر وابستگی سازمانی به دانشگاه الزهراء (۷/۲۵ درصد)، ۱۰ نفر وابستگی سازمانی به دانشگاه تهران (۴/۸۴ درصد) و دانشگاه پیام‌نور و شهید باهنر کرمان هر کدام با ۸ نفر وابستگی سازمانی (۳/۸۶ درصد) رده‌های بعدی بیشترین مشارکت را به خود اختصاص داده‌اند.

جدول ۱۰. توزیع فراوانی وابستگی سازمانی نویسندگان در مقالات گزارشگری پایداری

ردیف	دانشگاه	فراوانی	درصد فراوانی
۱	دانشگاه آزاد اسلامی	۱۱۴	۵۵/۰۷
۲	دانشگاه الزهرا	۱۵	۷/۲۵
۳	دانشگاه تهران	۱۰	۴/۸۴
۴	دانشگاه پیام نور	۸	۳/۸۶
۵	دانشگاه شهید باهنر کرمان	۸	۳/۸۶
۶	دانشگاه بین‌المللی حضرت امام (ره)	۶	۲/۹۰
۷	دانشگاه علامه طباطبائی	۶	۲/۹۰
۸	دانشگاه مازندران	۶	۲/۹۰
۹	دانشگاه گوله سوئد	۵	۲/۴۲
۱۰	دانشگاه شیراز	۵	۲/۴۲
۱۱	دانشگاه شهید چمران اهواز	۳	۱/۴۵
۱۲	سایر موسسات آموزشی	۳	۱/۴۵
۱۳	دانشگاه اصفهان	۲	۰/۹۷
۱۴	دانشگاه سیستان و بلوچستان	۲	۰/۹۷
۱۵	دانشگاه تربیت مدرس	۲	۰/۹۷
۱۶	دانشگاه غیرانتفاعی	۲	۰/۹۷
۱۷	دانشگاه صنعتی اصفهان	۱	۰/۴۸
۱۸	دانشگاه فردوسی مشهد	۱	۰/۴۸
۱۹	دانشگاه کردستان	۱	۰/۴۸
۲۰	دانشگاه رشت	۱	۰/۴۸
۲۱	دانشگاه فنی و حرفه ای	۱	۰/۴۸
۲۲	دانشگاه رازی کرمانشاه	۱	۰/۴۸
۲۳	دانشگاه سمنان	۱	۰/۴۸
۲۴	دانشگاه اشرفی اصفهانی	۱	۰/۴۸
۲۵	دانشگاه قم	۱	۰/۴۸
۲۶	دانشگاه بوعلی همدان	۱	۰/۴۸
	مجموع	۲۰۷	۱۰۰

پرسش ششم: توزیع فراوانی نویسندگان پرتولید در مورد گزارشگری پایداری طی سال‌های مورد بررسی چگونه است؟

با بررسی تعداد ۶۸ مقاله انجام شده با محتوای گزارشگری پایداری مشخص گردید که نویسندگان مشخص شده در جدول ۱۱ دارای بیشترین مشارکت در مقالات مربوطه بوده‌اند. فرزین رضایی از دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین با ۸ مقاله (۱۱/۷۶ درصد)، غلامرضا کردستانی از دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره) با ۶ مقاله (۸/۸۲ درصد) و علی رحمانی از دانشگاه الزهراء و سعید همایون از دانشگاه گوله سوند هر کدام با ۵ مقاله (۷/۳۵ درصد)، بیشترین سهم را دارا می‌باشند.

جدول ۱۱. توزیع فراوانی نویسندگان پرتکرار در ارتباط با مقالات گزارشگری پایداری

محققان	فراوانی	درصد فراوانی
فرزین رضایی	۸	۱۱/۷۶
غلامرضا کردستانی	۶	۸/۸۲
علی رحمانی	۵	۷/۳۵
سعید همایون	۵	۷/۳۵
عسگر پاک‌مرام	۴	۵/۸۸
فاضل محمدی‌نوده	۴	۵/۸۸
وحید امین	۴	۵/۸۸
سید حسن صالح‌نژاد	۳	۴/۴۱
مهناز محمودخانی	۳	۴/۴۱
مهدی زینالی	۳	۴/۴۱
مصطفی عبدی	۳	۴/۴۱
احمد خدای‌پور	۳	۴/۴۱
امید پورحمیدی	۳	۴/۴۱
داریوش اخترشناس	۳	۴/۴۱
مجموع کل مقالات	۶۸	-

پرسش هفتم: توزیع فراوانی اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها و موسسات آموزشی و پژوهشی داخل کشور در تولید مقالات با محتوای گزارشگری پایداری طی سال‌های مورد بررسی چگونه است؟

نتایج جدول ۱۲ نشان می‌دهد که دانشگاه آزاد اسلامی با مشارکت ۷۵ عضو هیئت علمی (۵۳/۱۹ درصد)، دانشگاه الزهراء با ۹ عضو هیئت علمی (۶/۳۸ درصد)، دانشگاه پیام‌نور با ۸ عضو هیئت علمی (۵/۶۸ درصد) و دانشگاه تهران با ۷ عضو هیئت علمی (۴/۹۷ درصد) بیشترین سهم را در تولید مقالات با محتوای گزارشگری پایداری را به خود اختصاص داده‌اند.

جدول ۱۲. توزیع فراوانی اعضای هیئت علمی دانشگاه و موسسات آموزشی در تولید مقالات

ردیف	دانشگاه	فراوانی	درصد فراوانی
۱	دانشگاه آزاد اسلامی	۷۵	۵۳/۱۹
۲	دانشگاه الزهراء	۹	۶/۳۸
۳	دانشگاه پیام‌نور	۸	۵/۶۸
۴	دانشگاه تهران	۷	۴/۹۷
۵	دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره)	۶	۴/۲۶
۶	دانشگاه شهید باهنر کرمان	۶	۴/۲۶
۷	دانشگاه گوله سوئد	۵	۳/۵۵
۸	دانشگاه علامه طباطبائی	۴	۲/۸۴
۹	دانشگاه مازندران	۴	۲/۸۴
۱۰	دانشگاه شیراز	۳	۲/۱۳
۱۱	دانشگاه اصفهان	۲	۱/۴۲
۱۲	دانشگاه غیرانتفاعی	۲	۱/۴۲
۱۳	دانشگاه تربیت مدرس	۲	۱/۴۲
۱۴	سایر موسسات آموزشی و پژوهشی	۲	۱/۴۲
۱۵	دانشگاه شهید چمران اهواز	۲	۱/۴۲
۱۶	دانشگاه رشت	۱	۰/۷
۱۷	دانشگاه فردوسی مشهد	۱	۰/۷
۱۸	دانشگاه سمنان	۱	۰/۷
۱۹	دانشگاه فنی و حرفه‌ای	۱	۰/۷
	مجموع	۱۴۱	۱۰۰

بحث و نتیجه گیری

بررسی پرسش اول نشان داد که در سال‌های ابتدایی دوره مورد بررسی، محققان پژوهش خاصی در حیطه گزارشگری انجام نداده؛ در مقابل، در شش سال انتهایی با توجه به اهمیت مباحث و ابعاد پایداری در سطح بین‌المللی و داخلی، شاهد رشد روز افزون مقالات از سوی پژوهشگران دانشگاهی در این زمینه بوده‌ایم. در پاسخ به پرسش دوم می‌توان استدلال کرد با توجه به عدم اجبار شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در ارتباط با افشای گزارشگری پایداری در دوره مورد بررسی، و عدم دسترسی مستقیم به این اطلاعات برای محققان و همچنین، عدم مشارکت اعضای علمی با مرتبه مربی در تولید پایان‌نامه‌ها و رساله‌های دکتری دانشجویان، شاهد عدم مشارکت فعال اعضای علمی با مرتبه مربی در این زمینه بودیم. در مقابل با توجه به اجبار دانشجویان مقطع دکتری جهت انجام رساله دکتری با بررسی و پژوهش موضوعات ناب و ایجاد دانش‌افزایی مربوطه در جامعه و همچنین مشارکت و همکاری اعضای هیئت‌علمی با مرتبه‌های استادی، دانشیاری و استادیاری به عنوان استاد راهنما و مشاور در این زمینه، شاهد مشارکت فعال اعضای علمی با مرتبه‌های بیان شده در این زمینه بوده‌ایم. همچنین، در ارتباط با مشارکت کمتر اعضای علمی با مرتبه استادی در مقایسه با مرتبه‌های دانشیاری و استادیاری، به اعتقاد وقفی و همکاران (۱۳۹۸: ۱۱۱)، یکی از دلایل می‌تواند این باشد که، تعداد استادیار در دانشگاه‌های ایران بیشتر از سایر رتبه‌های علمی است؛ و انگیزه و نیاز به ارتقای مرتبه دانشگاهی و کسب شهرت علمی در استادیاران بیشتر از سایر مرتبه‌های علمی است. بالتبع، در سال‌های اخیر شاهد ارتقاء مرتبه تعداد زیادی از اساتید با مرتبه استادیاری به دانشیار در رشته حسابداری و مالی در کشور بوده‌ایم. در پاسخ به پرسش سوم، در زمینه مشارکت نویسندگان از نظر جنسیت در تولید محتوای مقالات گزارشگری پایداری مشخص گردید از ۲۰۷ نفر نویسنده در این زمینه، تنها ۳۰ نفر (۱۴/۴۹ درصد) با جنسیت زن وجود دارد. شاید یکی از دلایل این نتیجه، پرسشنامه‌ای و میدانی بودن این پژوهش نسبت موضوعات گذشته‌نگر و سختی کار جمع‌آوری داده‌های مربوط به ابعاد گزارشگری برای محققان زن باشد. پایین‌تر بودن میزان مشارکت زنان فقط مختص این پژوهش نبوده‌است، بلکه وقفی و همکاران (۱۳۹۸: ۱۱۱) نیز در پژوهش خود میزان پایین مشارکت زنان را در تولید مقاله‌ها را اثبات کردند. یکی از استدلال‌های آنان به دلیل در اولویت بودن

نقش مادری و پرداختن به امور منزل نزد زنان ایرانی در مقایسه با کار اجتماعی و علمی دانستند. حاسلبک و همکاران (۲۰۱۲: ۲۷۴) نیز عنوان کردند که اساتید مرد در مقایسه با اساتید زن دارای بهره‌وری پژوهشی بالاتری هستند، این امر احتمالاً به این علت است که تعداد اعضای هیئت علمی و تعداد دانشجویان تحصیلات تکمیلی زن در مقایسه با مردان در کشور ایران کمتر است. در ارتباط با پرسش چهارم و بررسی تعداد نویسندگان همکار در مقالات مربوط به گزارشگری پایداری مشخص گردید که مجموعاً ۷۵ درصد مقالات انجام شده توسط سه یا چهار نویسنده به انجام رسیده است. یکی از دلایل بارز آن علاقه دانشجویان مقطع دکتری به این موضوع با توجه به ناب و جدید بودن آن؛ و همچنین مطابق با آیین‌نامه‌های نگارش و استخراج مقالات از رساله‌های دکتری مبنی بر درج اساتید راهنما و مشاور به عنوان نویسندگان همکار در مقالات می‌تواند باشد. همچنین، به اعتقاد رضایت (۱۳۹۴: ۱۳۲) نیز می‌توان بیان کرد که پژوهش گروهی در مقایسه با پژوهش‌های انفرادی، از سرعت، دقت و جامع‌نگری بیشتری برخوردار بوده و نتایج به مراتب بهتری تولید می‌کنند، از این رو این موضوع برای مجله و نویسندگان مقاله یک مزیت به شمار می‌رود. بررسی پرسش پنجم و هفتم نیز بیان کرد که از میان ۲۰۷ نفر مشارکت‌کننده به عنوان نویسنده در تولید مقالات با محتوای پایداری، ۱۱۴ نفر آنان (۵۵/۰۷ درصد) دارای وابستگی سازمانی به دانشگاه آزاد اسلامی (دانشجو و عضو هیئت علمی)، و از میان نویسندگان تحت عنوان اعضای هیئت علمی، از ۱۴۱ نفر با ۷۵ نفر (۵۳/۱۹ درصد) بیشترین مشارکت را دانشگاه آزاد اسلامی به خود اختصاص داده است؛ که شاید بتوان یکی از دلایل آن را تعداد زیاد اعضای هیئت علمی با توجه به گستردگی و تعدد واحدهای دانشگاهی و همچنین پذیرش دانشجو در مقاطع تحصیلات تکمیلی در این واحدها در سطح کشور دانست. در انتها، نتایج پرسش ششم نشان داد که از میان نویسندگان پر تکرار مشارکت‌کننده در زمینه گزارشگری پایداری در دوره مورد بررسی، فرزین رضایی، غلامرضا کردستانی، علی رحمانی و سعید همایون بیشترین پژوهش‌های مربوطه را به انجام رسانیده که این می‌تواند نشان از تمرکز این اساتید در دانشگاه‌های محل تدریس خود در حوزه پایداری شرکت‌ها داشته باشد.

به طور کلی می‌توان بیان کرد که تقریباً در یک دهه گذشته، تمامی پژوهش‌های گزارشگری پایداری در ایران که ابعاد زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی و حتی راهبری را با هم مورد مطالعه

قرار داده‌اند در شش سال منتهی به انتهای سال ۱۴۰۱ بوده‌است. از این میان، اعضای هیئت علمی و دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی سهم بسزایی در این زمینه داشته‌اند. و با توجه به چالش برانگیز بودن موضوع پایداری برای شرکت‌ها و نیاز جامعه به آن، و عدم اجبار قوانین بورس به افشای آن از سوی شرکت‌ها در دوره مورد بررسی، و همچنین اجباری شدن آن به موجب فصل شش دستورالعمل حاکمیت شرکتی، (ابلاغی ۱۴۰۱/۰۹/۲۲ سازمان بورس و اوراق بهادار) شرکت‌های پذیرفته شده در سازمان بورس و اوراق بهادار، می‌توان شاهد شکوفایی و رشد روز افزون پایان نامه‌ها و رساله‌های دکتری و بالبع مقالات و پژوهش‌های مربوطه در سال‌های آتی توسط پژوهشگران و دانشجویان تحصیلات تکمیلی بخصوص مقطع تحصیلی دکتری، جهت موشکافی و بررسی دقیق‌تر ابعاد گزارشگری پایداری در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس ایران باشیم.

از جمله موارد قابل ذکر در ارتباط با پژوهش حاضر می‌توان بیان کرد که محققان فقط به بررسی مقالات حوزه پایداری در مجلات گروه حسابداری، حسابرسی و مالی در سامانه مجلات مورد تایید در سامانه وزارت علوم و تحقیقات پرداخته‌اند؛ لذا، به پژوهشگران پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آتی جهت توسعه بیشتر نتایج پژوهش حاضر، مقالات با محتوای گزارشگری پایداری را در سایر مجلات گروه مدیریت، اقتصاد و حتی مجلات میان رشته‌ای در سامانه مربوطه را نیز مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار دهند. همچنین، به پژوهشگران پیشنهاد می‌شود پرسش‌های پژوهش حاضر را در سطح مجلات لاتین نیز مورد بررسی قرار داده و نتایج را با پژوهش حاضر مقایسه نمایند. از آنجایی که نویسندگان پژوهش حاضر تلاش در شناختن خود را مبنی بر شناسایی تمامی مقالات با ابعاد گزارشگری پایداری در سامانه مورد تایید وزارت علوم به کار برده، اما ممکن است سهواً تعدادی از مقالات در جامعه آماری مقالات انتخاب شده جهت پاسخگویی و تجزیه و تحلیل سوالات پژوهش حاضر، وجود نداشته باشند.

منابع

- احمدزاده، یونس؛ مران جوری، مهدی؛ علی خانی، رضیه و تقی پوریان، یوسف. (۱۴۰۱). ارائه چارچوب گزارشگری پایداری مبتنی بر ایجاد توازن بین انتظارات ذینفعان و ظرفیت های شرکت. فصلنامه پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی، ۱۴(۵۶)، ۱۶۱-۱۸۹.
- احمدی، شیماء؛ رحمانی، علی؛ حسینی، سید علی و همایون، سعید. (۱۴۰۱). چارچوب شناسایی مولفه های با اهمیت پایداری در صنعت بورس با استفاده از رویکرد تحلیل سلسله مراتب فازی. فصلنامه پژوهش های حسابداری مالی، ۱۴(۵۲)، ۲۷-۶۲.
- اخترشناس، داریوش؛ خدای پور، احمد و پورحیدری، امید. (۱۳۹۹). تدوین مدل عوامل مؤثر بر پایداری شرکتی در ایران. فصلنامه مطالعات تجربی حسابداری مالی، ۱۶(۶۵)، ۱۷۵-۲۰۱.
- اخترشناس، داریوش؛ خدای پور، احمد و پورحیدری، امید. (۱۳۹۹). طراحی الگوی عوامل غیرمالی مؤثر بر پایداری شرکتی: براساس روش تحلیل تم. فصلنامه دانش حسابرسی و حسابرسی مدیریت، ۹(۳۴)، ۱۸۵-۲۰۵.
- اخترشناس، داریوش؛ خدای پور، احمد و پورحیدری، امید. (۱۴۰۰). تدوین و ارزیابی مدل موانع اجرا، افشا و استاندارد گذاری گزارشگری پایداری در ایران. دو فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری، ۶(۱۱)، ۲۱۷-۲۴۹.
- امیریگی لنگرودی، حبیب؛ کردستانی، غلامرضا و رضایی، فرزین. (۱۳۹۹). ارزیابی الگوی حسابداری مدیریت برای توسعه پایدار. فصلنامه دانش حسابرسی و حسابرسی مدیریت، ۹(۳۳)، ۲۳۹-۲۵۹.
- امیریگی لنگرودی، حبیب؛ کردستانی، غلامرضا و رضایی، فرزین. (۱۳۹۹). الگوی یکپارچه حسابداری مدیریت توسعه پایدار. فصلنامه حسابداری مدیریت، ۱۳(۴۴)، ۱-۲۱.
- امین، وحید و صالح نژاد، سید حسن. (۱۳۹۹). تأثیر عملکرد پایداری شرکتی بر ارزش افزوده اقتصادی در طی چرخه عمر شرکت. فصلنامه دانش حسابداری مالی، ۷(۲۵)، ۱-۳۰.
- امین، وحید؛ فغانی ماکرانی، خسرو و ذبیحی، علی. (۱۳۹۷). مطالعه رابطه بین شرکت های دولتی، ابعاد عملکرد پایداری شرکتی و ارزش شرکت. دو فصلنامه حسابداری دولتی، ۴(۲)، ۷۵-۹۲.
- بابایی، فاطمه؛ رحمانی، علی؛ همایون، سعید و امین، وحید. (۱۴۰۰). رابطه بین عملکرد پایداری شرکتی و ارزش شرکت: با تأکید بر نقش امتیاز افشا و اندازه شرکت. فصلنامه دانش حسابداری، ۱۲(۴۶)، ۱-۲۷.

برگ بید، احمد، جعفری، علی و صالح نژاد، سید حسن. (۱۴۰۰). ارائه الگوی ترکیبی سه بعدی (مالی، اقتصادی، پایداری) در پیش بینی در ماندگی مالی شرکت ها. فصلنامه پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی، ۱۳(۵۱)، ۱۰۵-۱۳۱.

بنابی قدیم، رحیم؛ واعظ، سید علی؛ انسانی، رامین. (۱۴۰۱). تاثیر سرمایه فکری بر گزارشگری عملکرد پایداری تجاری و استراتژی کسب و کار. فصلنامه پژوهش های حسابداری مالی، ۱۴(۵۲)، ۶۳-۹۰.

پورخانی ذاکله بری، مظفر و جهاننشد، آرزیتا. (۱۴۰۰). ارائه الگو برای افشا پایداری شرکتی و ارزیابی عوامل مرتبط با ثنوری مشروعیت بر گزارشگری آن. فصلنامه پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی، ۱۳(۴۹)، ۱۷۷-۲۰۴.

پورغلامی دافچاهی، غلامحسین؛ صمدی لرگانی، محمود؛ علی خانی، رضیه و پورعلی، محمدرضا. (۱۴۰۱). تاثیر افشای اختیاری اطلاعات غیرمالی تاریخی و آینده نگر بر عملکرد پایداری. فصلنامه دانش سرمایه گذاری، ۱۱(۴۴)، ۱۴۳-۱۷۳.

تحریری، آرش و افسای، اکرم. (۱۴۰۰). تاثیر افشای زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی بر تلاش حسابرس و کیفیت حسابرسی. فصلنامه دانش حسابداری، ۱۲(۴۶)، ۶۹-۸۸.

جعفری جم، حسین؛ علی عسکری، فائزه و زارعی، حمید. (۱۳۹۸). عملکرد مالی و ارزش شرکت ها: نقش افشای اطلاعات پایداری. فصلنامه دانش حسابداری مالی، ۶(۲)، ۲۱۵-۲۴۲.

چناری بوکت، حسن و بنی مهد، بهمن. (۱۳۹۸). پایداری شرکتی: راهبردی تنوریکی و یکپارچه با رویکرد دستوری و عمل گرا. فصلنامه حسابداری مدیریت، ۱۲(۴۲)، ۱۰۳-۱۲۵.

حساس یگانه، یحیی؛ باباخانی، جعفر؛ تقوی فرد، محمد تقی و آرین پور، آرش. (۱۳۹۷). مدل عملکرد پایدار کسب و کار در ایران. فصلنامه دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۷(۲۷)، ۱۸۱-۲۰۳.

حساس یگانه، یحیی؛ برزگر، قدرت اله. (۱۳۹۴). مدلی برای افشای مسئولیت اجتماعی و پایداری شرکت ها و وضعیت موجود آن در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه بورس اوراق بهادار، ۸(۲۹)، ۹۱-۱۱۰.

حسینی معصوم، محمدرضا؛ گرکز، منصور؛ سعیدی، پرویز و معطوفی، علیرضا. (۱۳۹۸). عملکرد مدیران در مواجهه با آستانه های سود: شواهدی از نقش گزارشگری پایداری. دو فصلنامه پژوهش های کاربردی در گزارشگری مالی، ۸(۱۵)، ۱۴۱-۱۶۸.

- حیدری، رسول؛ خواجه‌ی، شکراله؛ تهرانی، رضا و بغزیان، آلبرت. (۱۳۹۸). نظریه رفتار برنامه ریزی شده و مدل ارائه گزارشگری پایداری توسط مدیران. *فصلنامه حسابداری مالی*، ۱۱(۴۲)، ۲۴-۵۱.
- خاکی، محمودرضا؛ حمیدیان، محسن؛ خسروی پور، نگار و صراف، مریم. (۱۴۰۱). توسعه ی کارکرد گزارشگری پایداری بر مبنای آنومی فشارهای اجتماعی. *فصلنامه دانش مالی و تحلیل اوراق بهادار*، ۱۵(۵۳)، ۳۳-۴۹.
- خلیفه سلطانی، سید احمد و علیشاهی، مهدیه. (۱۴۰۱). رابطه بین افشای پایداری شرکت و ریسک. *فصلنامه مطالعات حسابداری و حسابرسی*، ۱۱(۴۲)، ۵-۲۰.
- خوزین، علی؛ طالب نیا، قدرت اله و گرکز، منصور. (۱۳۹۷). بررسی اثر ساختار مالکیت بر توسعه سطح گزارشگری پایداری. *فصلنامه حسابداری مدیریت*، ۱۱(۳۶)، ۱-۱۳.
- دلیری، جواد؛ رضایی، فرزین و محمدی نوده، فاضل. (۱۳۹۹). آزمون خوش بینی مدیران بر مولفه های اجتماعی-اقتصادی و رویکرد گزارشگری عملکرد پایداری (مسئولیت اجتماعی). *فصلنامه دانش حسابرسی و حسابرسی مدیریت*، ۹(۳۵)، ۲۱-۳۴.
- دلیری، جواد؛ رضایی، فرزین و محمدی نوده، فاضل. (۱۳۹۹). بررسی تاثیر گذاری کوتاه بینی مدیران بر مولفه های اجتماعی - اقتصادی گزارش عملکرد پایداری. *فصلنامه دانش حسابرسی و حسابرسی مدیریت*، ۹(۳۶)، ۱۹-۴۰.
- رحمانی، علی و محمود خانی، مهناز. (۱۴۰۰). ضرورت تهیه و اطمینان بخشی گزارش های پایداری: دیدگاه حسابرسان و خبرگان صنعت بیمه. *فصلنامه پژوهش های حسابرسی حرفه ای*، ۲(۵)، ۱۲۸-۱۵۶.
- رحیمیان، نظام الدین و کاظم پور، مرتضی. (۱۳۹۷). مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها: مفاهیم، ابعاد، نظریه ها و مروری بر مدل های آن. *فصلنامه حسابداری و منافع اجتماعی*، ۸(۴)، ۱۴۳-۱۶۵.
- رسفیانجانی، سعید و دهقان، عبدالمجید. (۱۴۰۰). تأثیر حاکمیت شرکتی بر عملکرد مالی با توجه به نقش میانجی پایداری شرکت (مورد مطالعه: بانک های خصوصی کشور). *فصلنامه مهندسی مالی و مدیریت اوراق بهادار*، ۱۲(۴۷)، ۱۸۸-۲۰۹.
- رضایت، غلامحسین. (۱۳۹۴). تحلیل محتوا و استنادی مقاله های چاپ شده در فصلنامه پژوهش در مسائل تعلیم و تربیت اسلامی. *فصلنامه پژوهش در مسائل تعلیم و تربیت اسلامی*، ۲۳(۲۶)، ۱۰۵-۱۳۸.
- رضائی پینه نوئی، یاسر و صفری گرایلی، مهدی. (۱۳۹۸). عضویت در گروه های تجاری و گزارشگری پایداری شرکت. *فصلنامه دانش حسابداری*، ۱۰(۳)، ۱۶۹-۱۹۷.

سپاسی، سحر و طالبیان درزی، فاطمه. (۱۴۰۱). فرا مطالعه ای بر مسئولیت اجتماعی شرکت ها در پژوهش های حسابداری و حسابرسی: روش تحلیل محتوا. فصلنامه دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۱۱(۴۴)، ۳۴۵-۳۲۹.

ستایش، محمد حسین و مهتری، زینب. (۱۳۹۷). چارچوبی برای کلیات مبانی نظری گزارشگری یکپارچه در ایران. فصلنامه پژوهش های حسابداری مالی، ۱۰(۳۶)، ۸۵-۱۰۶.

سجادی، سید حسین؛ بنابی قدیم، رحیم. (۱۳۹۳). سیستم ها و شاخص های مدیریت عملکرد پایدار. فصلنامه حسابداری و منافع اجتماعی، ۴(۴)، ۸۲-۶۹.

شجاعی، پیام؛ صادق زاده مهارلوبی، محمد و رضانی، حمیدرضا. (۱۳۹۶). تغییر در حسابداری مدیریت و توسعه پایداری: یک چارچوب مفهومی با رویکرد نهاد گرایی. فصلنامه دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۶(۲۳)، ۶۱-۴۷.

صادقی، سمانه و بنی طالبی دهکردی، بهاره. (۱۴۰۱). ارایه الگوی حسابداری پایداری از منظر تئوری های اثباتی و هنجاری. فصلنامه حسابداری مدیریت، ۱۵(۵۳)، ۱-۱۸.

ضیا، فرناز؛ وکیلی فرد، حمیدرضا و صراف، فاطمه. (۱۳۹۹). تاثیر گزارشگری پایداری بر کاهش عدم تقارن اطلاعاتی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه حسابداری مدیریت، ۱۳(۴۶)، ۱۲۱-۱۳۵.

ضیا، فرناز؛ وکیلی فرد، حمیدرضا و صراف، فاطمه. (۱۴۰۰). ارائه الگوی ارتباط میان عوامل موثر بر سطح افشا اطلاعات زیست محیطی، اجتماعی و اقتصادی شرکت ها و عدم تقارن اطلاعاتی بر مبنای تئوری های اثباتی حسابداری با رویکرد تاثیر صنعت. دو فصلنامه پیشرفت های حسابداری، ۱۳(۸۰)، ۲۲۵-۲۶۰.

طالب نیا، قدرت اله؛ صارمی نیا، مهسا و جعفرپور، هومن. (۱۴۰۰). مروری بر حسابداری محیط زیست. فصلنامه مطالعات حسابداری و حسابرسی، ۱۰(۳۹)، ۵۴-۳۵.

عامری، حسین. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر ویژگی های هیات مدیره بر افشای گزارش پایداری شرکت ها. فصلنامه حسابداری و منافع اجتماعی، ۹(۳)، ۱۸۵-۲۰۲.

عبادی، سامان؛ عبدی، رسول؛ رضایی، نادر و پاک مرام، عسگر. (۱۴۰۰). الگوی پایداری شرکت مبتنی بر مدل کارایی مالی توسط مدل P-VAR. فصلنامه مهندسی مالی و مدیریت اوراق بهادار، ۱۲(۴۸)، ۴۱۱-۴۳۲.

عبادی، سامان؛ عبدی، رسول؛ رضایی، نادر و پاک مرام، عسگر. (۱۴۰۱). الگوی پایداری شرکت مبتنی بر مدل کارایی مالی: تکنیک ترکیبی FANP- DEMATEL. فصلنامه حسابداری و منافع اجتماعی، ۱۲(۳)، ۱۳۵-۱۵۶.

عباسی استمال، محمدرضا؛ زینالی، مهدی؛ برادران حسن زاده، رسول و بادآور نهنندی، یونس. (۱۴۰۰). تحلیل شکاف فازی عوامل افشاء اطلاعات مربوط به حسابداری توسعه پایدار با رویکرد آمیخته در ایران. دو فصلنامه حسابداری دولتی، ۸(۱۵)، ۲۹-۵۲.

عبداله زاده، حسن و امین، وحید. (۱۳۹۹). تاثیر نظریه رفتار برنامه ریزی شده، تعهد اخلاقی و ادراک ریسک بر تمایل به حسابداری و گزارشگری پایداری. دو فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری، ۵(۹)، ۲۶۹-۲۹۹. عبدی، مصطفی؛ کردستانی، غلامرضا و رضازاده، جواد. (۱۳۹۸). طراحی الگوی منسجم گزارشگری پایداری شرکت ها. فصلنامه پژوهش های حسابداری مالی، ۱۱(۴)، ۲۳-۴۴.

عبدی، مصطفی؛ کردستانی، غلامرضا و رضازاده، جواد. (۱۳۹۹). گزارشگری پایداری: رتبه بندی محرک ها و شاخص ها. فصلنامه پژوهش های تجربی حسابداری، ۹(۳۶)، ۷۱-۱۱۴.

عبدی، مصطفی؛ همایون، سعید و کاظمی علوم، مهدی. (۱۳۹۹). بررسی تاثیر ویژگی های کمیته حسابرسی بر سطح گزارشگری پایداری. دو فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری، ۵(۹)، ۳۳۵-۳۶۹.

عسگری رشتیانی، حمزه؛ محمدی نوده، فاضل؛ خردیار، سینا و رضایی، فرزین. (۱۳۹۹). نقش مدیریت ریسک نرخ بهره اجتماعی در رابطه بین عملکرد پایدار و کارایی سرمایه گذاری. فصلنامه دانش حسابرسی و حسابرسی مدیریت، ۹(۳۴)، ۸۹-۱۰۵.

فخاری، حسین؛ ملکیان، اسفندیار و جفایی رهنی، منیر. (۱۳۹۶). تبیین و رتبه بندی مولفه ها و شاخص های گزارشگری زیست محیطی، اجتماعی و راهبری شرکتی به روش تحلیل سلسله مراتبی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار. دو فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری، ۲(۴)، ۱۵۳-۱۸۷.

فیضی، مهدی؛ پورآقاجان سرحمامی، عباسعلی و نسل موسوی، سید حسین. (۱۳۹۸). تاثیر افشای داوطلبانه اطلاعات غیرمالی و عملکرد پایداری بر بهبود کیفیت حسابرسی. فصلنامه دانش حسابرسی، ۱۹(۷۷)، ۱۹۰-۲۲۰.

فیضی، مهدی؛ پورآقاجان، عباسعلی و نسل موسوی، سید حسین. (۱۴۰۰). نقش قدرت شرکت در ارتباط افشای داوطلبانه اطلاعات غیرمالی و عملکرد پایداری. فصلنامه دانش حسابرسی و حسابرسی مدیریت، ۱۰(۴۰)، ۳۹-۵۷.

قادری، فرزاد؛ پاک مرام، عسگر؛ قالیباف اصل، حسن و بحری ثالث، جمال. (۱۴۰۰). توسعه مفهوم سازه های حسابداری پایداری و سلامت مالی شرکت ها در بازار سرمایه ایران. *فصلنامه حسابداری مدیریت*، ۱۴(۴۸)، ۸۷-۱۰۲.

قهرمانی، مرتضی؛ احتشام رائی، رضا و عابدی، صادق. (۱۴۰۱). آثار متقابل پارامترهای اجتماعی و عوامل زیست محیطی در سودآوری و ارزش آفرینی اقتصادی: نقش واسطه ای نسبت های مالی و عوامل پایداری شرکتی. *فصلنامه دانش حسابداری مالی*، ۹(۳۴)، ۱۷۹-۲۰۵.

کاظم پور، مرتضی؛ کاشانی پور، محمد؛ یزدی فر، حسن و حمیدی زاده، علی. (۱۳۹۹). چارچوبی برای رتبه بندی افشای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت. *فصلنامه پژوهش های حسابداری مالی*، ۱۲(۴۳)، ۱۰۳-۱۲۴.

کاشانی پور، محمد؛ فتحی، محمدرضا؛ فرجی، امید و رحمانی، محمد. (۱۳۹۹). آینده پژوهشی گزارشگری پایداری با به کارگیری رویکرد سناریونویسی. *دو فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری*، ۱۰(۱۰۵)، ۶۹-۱۰۱. گرامی راد، فاطمه؛ محمدی، مهدی و سرلک، نرگس. (۱۳۹۳). تحلیل محتوای مقاله های مجلات علمی پژوهشی حسابداری و مالی منتشره بین سال های ۱۳۸۷-۱۳۹۲. *فصلنامه حسابداری مدیریت*، ۷(۲۳)، ۱۰۵، ۱۲۲.

محمدی، جمال و خوزین، علی. (۱۳۹۶). چارچوب گزارشگری پایداری، *فصلنامه مطالعات مدیریت و حسابداری*، ۳(۳)، ۳۶۵-۳۷۷.

محمودخانی، مهناز؛ رحمانی، علی؛ همایون، سعید و نیاکان، لیلی. (۱۴۰۰). شناسایی مولفه های گزارشگری پایداری در صنعت بیمه. *دو فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری*، ۶(۱۱)، ۱۸۷-۲۱۶.

محمودخانی، مهناز؛ رحمانی، علی؛ همایون، سعید و نیاکان، لیلی. (۱۴۰۱). وضعیت افشای ابعاد زیست محیطی، اجتماعی و راهبری در صنعت بیمه ایران. *فصلنامه حسابداری و منافع اجتماعی*، ۱۲(۴)، ۱-۳۲. مشایخی، بیتا؛ حقی، علیرضا و زارع، شهناز. (۱۴۰۰). گزارشگری پایداری در شرکت پتروشیمی مروارید. *فصلنامه دانش حسابرسی و حسابرسی مدیریت*، ۱۰(۳۹)، ۱۱۵-۱۳۵.

معبودی، حمیدرضا؛ رضایی، فرزین و کردستانی، غلامرضا. (۱۴۰۰). تاثیر افشای اجزای گزارشگری پایداری بر ارتباط بکارگیری سطوح مختلف تکنیک های حسابداری مدیریت با ارزش آفرینی. *دو فصلنامه پژوهش های کاربردی در گزارشگری مالی*، ۱۰(۱۹)، ۷-۳۴.

معبودی، حمیدرضا؛ رضایی، فرزین و کردستانی، غلامرضا. (۱۴۰۱). تاثیر گزارشگری پایداری بر ارتباط بین کیفیت حسابرسی و سایر سازوکارهای حاکمیت شرکتی با تکنیک های حسابداری مدیریت. فصلنامه دانش حسابرسی، ۲۲(۸۸)، ۲۱۹-۲۵۴.

معصومی، سید رسول؛ صالح نژاد، سید حسن و ذبیحی زرین کلایی، علی. (۱۳۹۷). شناسایی متغیرهای موثر بر میزان گزارشگری پایداری شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه دانش حسابرسی، ۱۸(۷۰)، ۱۹۵-۲۲۱.

معصومی، سید سجاده؛ فغانی ماکرانی، خسرو و ذبیحی زرین کلایی، علی. (۱۳۹۹). اثر تعدیل گری استقلال کمیته حسابرسی بر رابطه میزان گزارشگری پایداری و نوآوری شرکت ها. فصلنامه دانش حسابرسی، ۲۰(۷۹)، ۲۹۵-۳۱۵.

ملکیان، اسفندیار؛ فخاری، حسین و جفائی رهنی، منیر. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر ویژگی های هیئت مدیره شرکت بر میزان گزارشگری زیست محیطی، اجتماعی و راهبری شرکتی. فصلنامه دانش حسابداری، ۱۰(۲)، ۷۷-۱۱۲.

موسوی، میرجعفر و حاجیها، زهره. (۱۳۹۷). ادراک حسابرسان داخلی از نقش آنان در مشاوره و اطمینان بخشی درباره محیط زیست، امور اجتماعی و راهبری. فصلنامه دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۷(۲۵)، ۱۵۳-۱۶۲.

نمازی، محمد و خرم ماسوله، زهرا. (۱۴۰۱). تأثیر نوآوری سبز و نقش میانجی حسابداری مدیریت زیست محیطی بر عملکرد مالی، زیست محیطی و اقتصادی. فصلنامه مطالعات تجربی حسابداری مالی، ۱۹(۷۴)، ۴۰-۱.

ودیدی، محمد حسین؛ خلیلیان موحد، علی؛ هزارخانی، سید اسماعیل و توسلی فدیهه، فاطمه. (۱۳۹۲). بررسی آخرین تحول های گزارشگری مالی یکپارچه، یازدهمین همایش ملی حسابداری ایران، مشهد دانشگاه فردوسی مشهد.

وقفی، سید حسام؛ کامران راد، صدیقه؛ نظری، طاهره و حلاج نیا، الهه. (۱۳۹۸). تحلیل محتوای مقالات دو فصلنامه حسابداری دولتی از ابتدای انتشار تا پایان سال ۱۳۹۸. دوفصلنامه علمی حسابداری دولتی، ۱۷(۱)، ۹۷-۱۱۶.

هاشمی، سید عباس؛ قاسمی، محمدرضا و رفیعی شهرکی، احمدرضا. (۱۳۹۸). تأثیر عملکرد پایداری شرکت بر مازاد بازده سهام و سودآوری. فصلنامه حسابداری و منافع اجتماعی، ۹(۲)، ۱۱۹-۱۳۸.

بیلویی خمسلویی، مالک؛ ایزدی نیا، ناصر و عرب صالحی، مهدی. (۱۳۹۷). تأثیر میزان شاخص های پایداری افشاء شده بر کیفیت سود. فصلنامه دانش حسابداری، ۹(۱)، ۷-۳۴.

Refernces

- Abbasi Astamal, M; & Zeynali, M. (2021). Designing a Structural-interpretive Model of Information Disclosure Factors related to Sustainable Development Accounting. *Iranian Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 2(10), 21-38.
- Abbasi Astamal, M; Zeinali, M; Baradaran Hassanzadeh, R; & Badavar Nahandi, Y. (2021). Fuzzy Gap Analysis of Sustainable Development Accounting Disclosure Factors with Mixed Approach in Iran. *Governmental accounting*, 8(1), 29-52. (In Persian)
- Abbasi Astamal, M; Zeinali, M; Baradaran Hassanzadeh, R; & Badavar Nahandi, Y. (2021). *Advances in Mathematical Finance and Applications*, 6(4), 851-868.
- Abdi, M; Kordestani, Gh; & Rezazade, J. (2019). Designing of Corporates' Coherent Sustainability Reporting Model, *Financial accounting research*, 11(4), 23-44. (In Persian)
- Abdi, M; Kordestani, Gh; & Rezazade, J. (2020). Sustainability Reporting: Ratings of Drivers and Indicators. *Journal of Empirical Research in Accounting*, 10(2), 71-114. (In Persian)
- Abdi, M; Homayoun, S; & Kazemi Oloum, M. (2020). Investigating the Effect of Audit Committee Characteristics on Sustainability Reporting Level. *Bi-Quarterly Journal of Value and Behavioral Accounting*, 5(9). 335-369. (In Persian)
- Abdollahzadeh, H; & Amin, V. (2020). The Effect of Planned Behavior Theory, Ethical Commitment, and Perceived Risk on Corporate Sustainability Accounting and Reporting, *Bi-Quarterly Journal of Value and Behavioral Accounting*, 5(9), 269-299. (In Persian)
- Ahmadi, Sh; Rahmani, A; Hosseini, A; & Homayoun, S. (2023). A Framework for Identifying Material sustainability Criteria in the Exchange Industry Using Fuzzy AHP Method. *Financial accounting research*, 14(52), 27-62. (In Persian)
- Ahmadzade, Maranjory, M; Alikhani, R; & Taghipouryan, Y. (2023). Providing a Sustainability Reporting Framework based on Balancing Stakeholder Expectations and Company Capacity. *The Financial Accounting and Auditing Researches*, 14(56), 161-190. . (In Persian)
- Akhtarshenas, D; Khodamipour, H; & Poor Heidari, O. (2020). Designing of non-financial effective factors pattern on corporate sustainability: based on a thematic analysis method. *Knowledge of Management Accounting & Auditing*, 9(34), 185-205. (In Persian)
- Akhtarshenas, D; Khodamipour, A; & pourheidari, O. (2020). Developing of Effective Factors Model on Corporate Sustainability in Iran. *Empirical studies in financial accounting*, 17(65), 175-201. (In Persian)

- Akhtarshenas, D; Khodamipour, A; & pourheidari, O. (2021). Development and evaluation of model of implementation barriers, disclosure and standardization of corporate sustainability in Iran. *Bi-Quarterly Journal of Value and Behavioral Accounting*, 6(11), 217-249. (In Persian)
- Ameri, H. (2019). Investigating the Impact of the Board of Directors on Disclosure of Corporate Sustainability Report. *Journal of Accounting and Social Interests*, 9(3), 185-202. (In Persian)
- Amin, V; & Salehnezhad, H. (2020). The Impact of Corporate Sustainability Performance on Economic Value Added Over the Corporate Life Cycle. *Financial Accounting Knowledge*, 7(2), 1-30. (In Persian)
- Amin, V; Faghani Makrani, Kh; & zabihi, A. (2018). The Study of the Relationship Between Government Firms, Dimensions of Corporate Sustainability Performance and Firm Value. *Governmental accounting*, 4(2), 75-92. (In Persian)
- Amirbeyki Langroudi, H; kordestani, Gh; & Rezaei, F. (2020). An integrated model of sustainable development management accounting. *Management Accounting Journal*, 13(44), 1-21. (In Persian)
- Amirbeyki Langroudi, H; kordestani, Gh; & Rezaei, F. (2020). Assessment of Management Accounting Model for Sustainable Development. *Knowledge of Management Accounting & Auditing*, 9(33), 239-259. (In Persian)
- Asgari Rashtiani, H; Mohammadi Nodeh, F; Kheradyar, S; & Rezaei, F. (2020). The Role of Social Impact Risk Management on the Relationship between Sustainable Performance and Investment Performance. *Knowledge of Management Accounting & Auditing*, 9(34), 89-105. (In Persian)
- Asgari Rashtiani, H; Mohammadi Nodeh, F; Kheradyar, S; & Rezaei, F. (2020). The Role of Social Interest Rate Risk Management in the Relationship between Sustainability Performance and Investment Efficiency. *Advances in Mathematical Finance and Applications*, 5(4), 549-568.
- Babaei, F; Rahmani, A; Homayoun, S; & Amin, V. (2021). The Relationship between Corporate Sustainability Performance and Firm Value: Emphasizing the Role of Disclosure Score and Firm Size. *Journal of Accounting Knowledge*, 12(3), 1-27. (In Persian)
- Bargbid, A; Jafari, A; & Salehnezhad, H. (2021). Providing Three-Dimensional Composite Model (Financial, Economic, Sustainability) in predicting Companies' Financial Distress. *The Financial Accounting and Auditing Researches*, 13(51), 105-132. (In Persian)
- Behbahaninia, P; & Golbidi, M. (2020). CEO Power and Sustainability Reporting in Iran: Effect of Life Cycle and International Relations. *Iranian Journal of Finance*, 4(3), 103-121.
- Boiral, O; Heras-Saizarbitoria, I; Brotherton, M.C; Bernard, J. (2019). Ethical issues in the assurance of sustainability reports: perspectives from assurance providers. *J. Bus. Ethics* 159 (4), 1111–1125. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3840-3>.
- Bonabi ghadim, R; Vaez, A; & Ensani, R. (2023). The Effect of Intellectual Capital on Sustainability Performance Reporting and Business Strategy. *Financial accounting research*, 14(2), 63-90. (In Persian)

- Chenari Bouket, H; & Banimahd, B. (2019), Corporate Sustainability: Theoretical and Integrated Strategic Imperative and Pragmatic Approach. *Management Accounting Journal*, 12(42), 103-125. (In Persian)
- Daliri, J; Rezaei, F; & Mohammadi nodeh, F. (2020). Investigating the Effectiveness of Managers' Optimism on Socioeconomic Components and Sustainable Performance Reporting (social responsibility). *Knowledge of Management Accounting & Auditing*, 9(35), 21-34. (In Persian)
- Daliri, J; Rezaei, F; & Mohammadi nodeh, F. (2021). Investigating the Impact of Managers' Lack Of Foresight on Socioeconomic Components of Sustainability Performance Report. *Knowledge of Management Accounting & Auditing*, 9(36), 19-40. (In Persian)
- Disclosure Quality and Risk-Taking: Moderating Effect of Corporate Governance, Sustainability Accounting, *Management and Policy Journal*, 24(1), 20-39.
- Ebadi, S; Abdi, R; Rezaei, N; & Pakmaram, A. (2021). Company sustainability model based on financial efficiency model by P-VAR model. *Financial Engineering & Portfolio Management*, 12(48), 411-431. (In Persian)
- Ebadi, S; Abdi, R; Rezaei, N; & Pakmaram, A. (2022). Firm efficiency model based on financial efficiency: DEMATEL-FANP combination technique. *Journal of Accounting and Social Interests*, 12(3), 135-156. (In Persian)
- Esmailzadeh, H; Ghodrati, H; Jabbari, H; & Arabzadeh, M. (2022). The model for measuring the Quality of Sustainability Reporting and Determinants: Application Analytic Network Process Fuzzy DEMATEL-Based Technique. *Iranian Journal of Finance*, 6(2), 28-69.
- Faizi, M; Pour Aghajan Sarhamami, A & Nesl Mousavi, H. (2020). The effect of voluntary disclosure of non-financial information and sustainability performance on improving audit quality. *Journal of Audit Science*, 19(77), 190-220. (In Persian)
- Faizi, M; Pour Aghajan Sarhamami, A & Nesl Mousavi, H. (2021). The Role of Corporate Power in Voluntary Disclosure of Non-Financial Information and Sustainability Performance. *Knowledge of Management Accounting & Auditing*, 10(40), 39-57. (In Persian)
- Fakhari, H; Malekian, E; & Jafaei Rahni, M. (2018). Explaining and Ranking of the components and indicators of environmental, social and corporate governance reporting by Analytic Hierarchy Process in the companies listed in Stock Exchange. *Bi-Quarterly Journal of Value and Behavioral Accounting*, 2(4), 153-187. (In Persian)
- Ghaderi, F; Pakmaram, A; Galibafe Asl, H; & Bahri Sales, J. (2021). Developing the Concept of Corporate Sustainability Accounting Structures and Corporate Financial Health in the ICM. *Management Accounting*, 14(48), 87-102. (In Persian)
- Ghahremani, M; Ehteshamrasi, R; & Abedi, S. (2022). Interaction of Social Parameters and Environmental Factors in Economic Profitability and Value Creation: the Mediating Role of Financial Ratios and Company Sustainability Factors. *Financial Accounting Knowledge*, 9(3). 179-205. (In Persian)
- Gunawan, j; Permatasari, P; & Fauzi, H. (2022). The evolution of sustainability reporting practices in Indonesia. *Journal of Cleaner Production*, 358, 850-885.

- Hashemi, A; Ghasemi, M; & rafiee shahraki, A. (2019). Effect of Corporate Sustainability on Excess Stock Returns and Profitability. *Journal of Accounting and Social Interests*, 9(2), 119-138. (In Persian)
- Hassas Yeganeh, Y; Barzegar, Gh. (2015). A Model for Social Responsibility Disclosure and Lasting of Companies and Its Current Situation on Those Listed In Tehran Stock Exchange. *Journal of Securities Exchange*, 8(29), 91-110. (In Persian)
- Hassas Yeganeh, Y; Babajani, J; Taghavifard, M.T; & Arianpoor, A. (2018). Business Sustainability Performance Model in Iran. *Knowledge of Management Accounting & Auditing*, 7(27), 181-204. (In Persian)
- Hasselback, J, R; Reinstein, A. & Abdolmhamadi. M. (2012). Benchmarking the Research Productivity of Accounting Doctorates. *Accounting Education*, (4)27, 943-978.
- Heidari, R; Khajavi, Sh; Tehrani, R; & Boghosian, A. (2019). The theory of planned behavior and managers' sustainability reporting model. *Journal of Financial Accounting*, 11(42), 24-51. (In Persian)
- Hemmati, M; Fazeli, N; & Saedodin, S. (2019). Social Value Added; A New Model for Developing Sustainability Accounting. *Iranian Journal of Finance*, 3(2), 105-128.
- Hoseinimasoom, M; Garkaz, M; Saedi, P; & Matoufi, A. (2020). Performance of Managers in Facing Earnings Thresholds: Evidence from the Role of Sustainability Reporting. *Quarterly financial accounting journal*, 8(2), 141-168. (In Persian)
- Hsiao, P.K; Villiers, C; Horner, C; & Oosthuizen, H. (2022). A review and synthesis of contemporary sustainability accounting research and the development of a research Agenda. *Accounting & Finance*, 62(4), 4453-4483.
- Jafarijam, H; Aliasgari, F; & Zarei, H. (2019). Financial Performance and Corporate Value: The Role of Sustainability Information Disclosure. *Financial Accounting Knowledge*, 6(3), 215-242. (In Persian)
- Kanbaty, M; Hellmann, A; & He, L. (2020). Infographics in corporate sustainability reports: Providing useful information or used for impression management?. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 26, <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2020.100309>
- Karimi, Sh; Pakmaram, A; Bahri Sales, J; & Jabarzadeh Kangarloi, S. (2023). Developing the Concept of Sustainability Accounting Based on the Tacit Knowledge of Managers in Iran. *International Journal of Finance and Managerial Accounting*, 8(28), 159-172.
- Kashanipour, M; Fathi, M; Faraji, O; & Rahmani, M. (2021). Sustainability Reporting Future Study Using Scenario Planning Approach, *Bi-Quarterly Journal of Value and Behavioral Accounting*, 5(10), 69-101. (In Persian)
- Kazempour, M; Kashanipour, M; Yazdifar, H; & Hamidzadeh. A. (2020). A framework for Corporate Social Responsibility Disclosure Rating. *Financial accounting research*, 12(1), 103-124. (In Persian)

- Khaki, M; Hamidiyan, M; Khosravipoor, N; & Saraf, M. (2022). Developing a Sustainable Reporting Function Based on the Anomie of Social Pressures. *Financial Knowledge of Securities Analysis*, 15(53), 33-49. (In Persian)
- Khalifeh Soltani, A; & Alishahi Bejestani, M. (2022). Relationship between Corporate Sustainability Disclosure and Risk. *Accounting and Auditing Studies*, 11(42), 5-20. (In Persian)
- Khozein, A; Talebnia, Gh; Garkaz, M; & Banimahd, B. (2018). Effect of Ownership Structure on the Development of the Sustainable Reporting. *Management Accounting*, 11(36), 1-13. (In Persian)
- Maboodi, H; Rezaei, F; & Kordestani, Gh. (2021). The Effect of Disclosure of Sustainability Reporting Components on the Relationship between Applying Different Levels of Management Accounting Techniques to Value Creation. *Quarterly financial accounting journal*, 10(2), 7-34. (In Persian)
- Maboodi, H; Rezaei, F; & Kordestani, Gh. (2022). The Effect of Sustainability Reporting on the Relationship between Audit Quality and Other corporate governance mechanisms with Management Accounting Techniques. *Journal of Audit Science*, 22(88), 219-254. (In Persian)
- Mahmoudkhani, M; Rahmani, A. Homayoun, S; & Niakan, L. (2021). Identify the components of sustainability reporting in the insurance industry. *Bi-Quarterly Journal of Value and Behavioral Accounting*, 6(11), 187-216. (In Persian)
- Mahmoudkhani, M; Rahmani, A. Homayoun, S; & Niakan, L. (2023). The state of disclosure of environmental, social, and governance dimensions in the insurance industry of Iran. *Journal of Accounting and Social Interests*, 12(4), 1-32. (In Persian).
- Majhi, S; Jal, Ch. & Maharana, B. (2016). Content analysis of Journal articles on Wiki in Science Direct Database. *Library Philosophy and Practice (e-journal)*, 1 – 15.
- Malekian, E; Fakhari, H; & Jafaei Rahni, M. (2019). Impact of Board of Directors' Characteristics on Environmental, Social, and Corporate Governance Reporting. *Journal of Accounting Knowledge*, 10(2), 77-112. (In Persian)
- Maroun, W; (2020). A conceptual model for understanding corporate social responsibility assurance practice. *J. Bus. Ethics*, 161 (1), 187–209. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3909-z>.
- Mashayekhi, B; Haghi, A; & Zare, Sh. (2021). Corporate Sustainability Reporting in the Petrochemical Industry: A Case Study of Morvarid Petrochemical Company. *Knowledge of Management Accounting & Auditing*, 10(39), 115-135. (In Persian)
- Masoumi, S; Faghani, Kh; & Zabihi, A. (2020). Moderating effect of Audit Committee Independence on the Relationship between Sustainability Reporting and Corporate Innovation. *Journal of Audit Science*, 20(79), 295-315. (In Persian)
- Masoumi, S; Salehnejad, H; & Zabihi, A. (2018). Identification of variables affecting the amount of sustainability reporting of companies admitted to the Tehran Stock Exchange. *Journal of Audit Science*, 18(70), 195-221. (In Persian)

- Minguel, G.G.E; (2017). The Evolution of Sustainability Reporting - A Case Study of the Airlines Sector.
- Moosavi, M.J; & Hajiha, Z. (2018). Internal Auditors' Perceptions of their Role in Environmental, Social and Governance Assurance and Consulting. *Knowledge of Management Accounting & Auditing*, 7(25), 153-162. (In Persian)
- Namazi, M; & Khorramdel Masouleh, Z. (2022). The Effect of Green Innovation and Environmental Management Accounting on Financial, Environmental and Economic Performance of the Company. *Empirical studies in financial accounting*, 19(74), 1-40. (In Persian)
- Poorkhani zakelehbri, M; & Jahanshad, A. (2021). Provide a Model for Exposing Corporate Sustainability and Evaluating Factors Related to Its Organizing Legitimacy Theory. *The Financial Accounting and Auditing Researches*, 13(49), 177-204. (In Persian)
- Pourgholami Dafchahi, Gh; Samadi Largani, M; Alikhani, R; & Pourali, M. (2022). The effect of voluntary disclosure of historical and forward-looking non-financial information on sustainability performance. *Investment Knowledge*, 11(44), 143-173. (In Persian)
- Rahimian, N; & Kazempour, M. (2019). Corporate social responsibility: Concepts, Dimensions, Theories and Review of models. *Journal of Accounting and Social Interests*, 8(4), 143-165. (In Persian)
- Rahmani, A; & Mahmoudkhani, M. (2022). The necessity of preparing and assuring sustainability reports: The views of insurance industry experts and auditors. *Professional Auditing Research*, 2(5), 128-156. (In Persian)
- Rasfijani, S; & Dehghan, A. (2021). Impact of Corporate Governance on Financial Performance according to the Mediating Role of Firm Sustainability (case study: Private Banks of Iran). *Financial Engineering & Portfolio Management*, 12(47), 188-209. (In Persian)
- Rezaei Pitenoeei, Y; & Safari Gerayli, M. (2019). Business Group Affiliation and Corporate Sustainability Reporting. *Journal of Accounting Knowledge*, 10(3), 169-197. (In Persian)
- Rezayat, Gh. (2015). Content analysis and citation of articles published in the research quarterly in Islamic education and training issues. *Quarterly journal of research in Islamic education and training issues*, 23(26), 105-138. (In Persian)
- Sadeghi, S; & Banitalebi Dehkordi, B. (2022). Presenting a Sustainability Accounting Model from the Perspective of Positive and Normative Theories, *Management Accounting*, 15(53), 1-18. (In Persian)
- Sajadi, H; & Bonabi Ghadim, R. (2015). Sustainable Performance Management Systems and Indicators. *Journal of Accounting and Social Interests*, 4(4), 69-82. (In Persian)
- Sepasi, S; & Talebian Darzi, F. (2022). A Meta Analysis on Corporate Social Responsibility on Accounting and Auditing Researches: Content analysis method. *Knowledge of Management Accounting & Auditing*, 11(44), 329-345. (In Persian)

- Setayesh, M.H; & Mehtari, Z. (2018). A Framework for General Theoretical Foundations of Integrated Reporting in Iran. *Financial accounting research*, 10(2), 85-106. (In Persian)
- Shojaei, P; Sadeghzadeh Maharluie, M; & Ramezani, H. (2017). Management Accounting Change and Sustainability: A Conceptual Framework with Institutional Approach. *Knowledge of Management Accounting & Auditing*, 6(23), 47-62. (In Persian)
- Tahriri, A; & Afsay, A. (2021). The Impact of Environmental, Social and Governance Disclosure on Auditor Effort and Audit Quality. *Journal of Accounting Knowledge*, 12(3), 69-88. (In Persian)
- Talebnia, Gh; Saremi Nia, M; & Jafarpoor, H. (2021). An Overview of Environmental Accounting, *Accounting and Auditing Studies*, 10(39), 35-54. (In Persian)
- Vadiie, M.H; Khalilian Mohed, A; Hazarkhani, E; & Tavasoli Fadiheh, F. (2012). Examining the latest developments in integrated financial reporting. *11th Iranian National Accounting Conference*, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad. (In Persian)
- Vaghfi, H; Kamranrad, S; Nazari, T; & Halajnia, E. (2021). Content Analysis of Governmental Accounting Articles from the Beginning to the End of 2020. *Governmental accounting*, 7(1), 97-112. (In Persian)
- Vourvachis, P. & Woodward, T. (2015). Content analysis in social and environmental reporting research: trends and challenges. *Journal of Applied Accounting Research*, 16(2), 166-195.
- Yaballuei Khamesluei, M; Izadina, N; & Arabsalehi, M. (2018). Effects of Disclosure of the Extent of Sustainability Indicators on Earnings Quality. *Journal of Accounting Knowledge*, 9(1), 7-34. (In Persian)
- Ye, N; Kueh, T. B; Hou, L; Lin, Y & Yu, H. (2020). a bibliometric analysis of corporate social responsibility in sustainable development: *Journal of Cleaner Production*. 272(1), 122679.
- Zia, F; Vakili Fard, H; & Saraf. F. (2020). The Effect of Sustainability Reporting on Reducing Information Asymmetry of Companies Listed in Tehran Stock Exchange. *Management Accounting*, 13(46), 121-135. (In Persian)
- Zia, F; Vakili Fard, H; & Saraf. F. (2021). Providing a model of relationship between factors affecting the level of disclosure of environmental, social and economic information of companies and information asymmetry based on positive accounting theories with the industry impact approach. *Accounting Advances*, 13(1), 225-260. (In Persian).

COPYRIGHTS



This is an open access article under the CC-BY 4.0 license.



رابطه تقلب در گزارشگری مالی شرکت‌های همتای فعال در یک منطقه جغرافیایی همسان با تقلب در گزارشگری مالی شرکت؛ نقش تعدیلی رقابت صنعت^۱

حسن فتاحی نافچی^۲، محمد جودکی^۳، سارا قنبری^۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۱/۲۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۴/۰۵

مقاله پژوهشی

چکیده

هدف: هدف این پژوهش بررسی رابطه تقلب در گزارشگری مالی شرکت با تقلب در گزارشگری مالی شرکت‌های همتای فعال در یک منطقه جغرافیایی همسان با لحاظ کردن اثر تعدیلگری رقابت در صنعت است.

روش پژوهش: این پژوهش از نوع مطالعه کاربردی و دارای رویکرد استقرایی و مبتنی بر تحلیل داده‌های تابلویی است. در این پژوهش از اطلاعات ۱۱ شرکت بورسی پتروشیمی فعال در منطقه ویژه اقتصادی انرژی پارس در طی سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۱ به مدت ۱۲ سال استفاده شده است. همچنین، برای تجزیه تحلیل بیشتر از اطلاعات ۳۲ شرکت بورسی فعال در صنعت پتروشیمی در همین دوره زمانی نیز استفاده شده است.

یافته‌ها: نتایج نشان داد تقلب در گزارشگری مالی شرکت‌های فعال در یک منطقه جغرافیایی همسان با تقلب در گزارشگری مالی شرکت رابطه مثبت و معنادار دارد. رقابت در صنعت بر شدت رابطه تقلب در گزارشگری مالی شرکت‌های فعال در یک منطقه جغرافیایی همسان با تقلب در گزارشگری مالی شرکت تأثیر معناداری ندارد، اما رقابت در صنعت باعث افزایش اثر رابطه تقلب در گزارشگری مالی شرکت‌های فعال در یک منطقه جغرافیایی همسان بر تقلب در گزارشگری مالی شرکت می‌شود.

نتیجه‌گیری: یافته‌های این پژوهش نشان داد رفتار نادرست اخلاقی و گزارشگری مالی متقلبان در خلا رخ نمی‌دهد و شرکت‌های همسایه بر تمایل و انجام تخلفات و تقلب در گزارشگری مالی تأثیرگذار هستند.

دانش افزایی: این مطالعه بینش‌های ارزشمندی را در مورد عوامل موثر بر تقلب در گزارشگری مالی، با تمرکز بر شرکت‌های همتا در ایران جهت ارائه به ذی‌نفعان ارائه می‌کند.

واژه‌های کلیدی: تقلب در گزارشگری مالی، شرکت‌های همتا، رقابت صنعت.

طبقه‌بندی موضوعی: M41.

10.22051/jaasci.2024.46390.1832 : doi .۱

۲. استادیار، گروه حسابداری، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران. نویسنده مسئول. (h.fattahi@ase.ui.ac.ir)

۳. کارشناس ارشد، گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی امین، فولادشهر، ایران. (goodaki3030@gmail.com)

۴. کارشناس ارشد، گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی امین، فولادشهر، ایران. (sagh9393@gmail.com)

jaasci.alzohra.ac.ir

مقدمه

بنا به تعریف ارائه شده توسط استانداردهای بین‌المللی حسابداری (استاندارد شماره ۲۴۰) تقلب عبارت است از: «عمل عمدی و دستکاری هوشمندانه صورت‌های مالی توسط یک یا چند نفر در بین مدیریت، کسانی که مسئولیت حکمرانی دارند، کارمندان یا اشخاص ثالث با هدف به دست آوردن مزیت ناعادلانه یا غیرقانونی» (آولو^۱، ۲۰۱۹؛ ۱۸).

افزایش تعداد تقلب‌ها، تحریف‌ها و تجدید ارائه‌ها که همگی در زمره رفتار نادرست اخلاقی و گزارشگری متقلبانه شرکت‌ها قرار می‌گیرند، برای شرکت‌ها و جامعه هزینه‌بر است. موسسه کی‌بی‌ام‌جی^۲ طی یک نظرسنجی نشان داد که کارکنان، مسئول ۶۰ درصد از زیان‌های ناشی از تقلب هستند. گزارش انجمن بازرسان رسمی تقلب در سال ۱۹۹۷ بیان می‌کند که زیان ناشی از تقلب ۶ درصد از تولید ناخالص داخلی را تشکیل می‌دهد. مطالعه مؤسسات دیلویت^۳ در سال ۱۹۹۷ نشان داد که تقلب بین‌المللی در سراسر اتحادیه اروپا ۶۰ میلیارد هزینه برای اتحادیه اروپا به دنبال داشته است. همچنین، با توجه به یک برآورد در سال ۲۰۱۶، سالانه حدود ۳۸۰ میلیارد دلار به دلیل تقلب شرکت‌های بزرگ در ایالات متحده از دست می‌رود (رابرت و هنری^۴، ۲۰۱۶؛ ۱). افزایش تعداد موارد تقلب در گزارشگری مالی منجر به عواقب شدیدی از جمله شهرت و زیان مالی برای شرکت‌ها، آسیب به اعتماد سرمایه‌گذاران و کاهش ثروت سهامداران شده است (مک‌گوایر، عمر و شارپ^۵، ۲۰۱۱؛ ۲). شدت تبعات این خسارات مالی و کاهش اعتماد سرمایه‌گذاران و اعتباردهندگان به سرمایه‌گذاری، پژوهشگران را به بررسی بیشتر این موضوع و عوامل مؤثر بر احتمال گزارشگری مالی متقلبانه سوق داده است.

در ایران با توجه به افزایش تعداد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس و روند خصوصی‌سازی و رشد سرمایه، نیاز به انتشار عمومی صورت‌های مالی افزایش یافته است. با توجه به اهمیت صورت‌های مالی برای اتخاذ تصمیم‌های سرمایه‌گذاری، پیش‌بینی امکان تقلب در افشای اطلاعات مالی از اهمیت

1. Awolowo

2. KPMG

3. Deloitte

4. Robert and Henry

5. McGuire, Omer & Sharp.

ویژه‌ای برای سرمایه‌گذاران و اعتباردهندگان برخوردار است. از طرفی، پرونده‌های فساد گسترده برخی شرکت‌های فعال در اقتصاد ایران در طی سال‌های اخیر؛ تأثیر بسزای مستقیم و غیرمستقیم بر روی بازارهای مالی داخلی داشته است و براساس نظریه اثرات هم‌تا احتمال ارتکاب اعمالی از این دست توسط سایر شرکت‌های فعال در اقتصاد ایران دور از انتظار نیست. براساس مطالب فوق، این پژوهش در پی پاسخ به این سؤال است که آیا تقلب در گزارشگری مالی شرکت‌های همتای فعال در یک منطقه جغرافیایی همسان با تقلب در گزارشگری مالی شرکت رابطه معناداری دارد؟ و آیا رقابت در صنعت بر این رابطه اثر تعدیل‌گری دارد؟

مبانی نظری و توسعه فرضیه‌ها

تعاریف تقلب در بخش خصوصی و دولتی و همچنین در مطالعات دانشگاهی متفاوت است. فرهنگ لغت حقوقی قانون سیاه^۱، تقلب را این‌گونه تعریف می‌کند: "تعریف نادرست با علم به حقیقت یا کتمان یک واقعیت مادی برای اینکه دیگری را وادار کنید که به ضرر خود عمل کند." (آولو، ۲۰۱۹: ۵).

تقلب در صورت‌های مالی رایج‌ترین نوع تقلب شغلی است که در آن رخ می‌دهد. تقلب در گزارشگری مالی عبارت است از: ارائه اشتباه عمدی اطلاعات مالی یک شرکت که از طریق تحریف عمدی یا حذف مبالغ افشاء در صورت‌های مالی به منظور فریب کاربران صورت‌های مالی صورت می‌گیرد (عبید^۲، ۲۰۲۳؛ ۳). طبق گزارش (سازمان شفافیت بین‌الملل، ۲۰۱۶) کمتر از ۱۰٪ موارد تقلب و سواستفاده در کشورها از نوع تقلب شغلی است. با این حال، تقلب در صورت‌های مالی دارای یک میانگین زیان ۹۷۵۰۰۰ دلاری است که بالاترین میزان از بین سه دسته کلاهبرداری درخت تقلب است (عمر، سانسودین و محمد^۳، ۲۰۱۵؛ ۵۰۲-۵۰۳).

اثر و عملکرد همتایان را می‌توان به عنوان تغییر خاصی در رفتار یک فرد که عمدتاً به خاطر همتایانش شکل گرفته است، در نظر گرفت. با این حال در طول چند سال گذشته، اقتصاددانان

1. Black law Dictionary
2. Ebaid
3. Umar, Samsudin & Mohamed

حداکثر تلاش خود را برای درک اثر و عملکرد همتایان در تصمیم‌گیری مالی انجام داده‌اند (رشید و فرح سعید^۱، ۲۰۲۱: ۲).

درک این پدیده از چشم‌انداز دنیای شرکت‌ها بسیار مهم است. زیرا، شرکت‌ها جزء اصلی بازارهای مالی هستند. مطالعات متعددی به اهمیت اثر همتا در شکل دادن به سیاست‌های شرکتی اشاره کردند (دونگ، انجو و مک‌گون^۲، ۲۰۱۵؛ ۷۱۷). به عنوان مثال، فراکاسی^۳ (۲۰۱۷) نشان داد شرکت‌هایی که از نظر اجتماعی به هم مرتبط هستند، تصمیمات سرمایه‌گذاری مشابهی را اتخاذ می‌نمایند. فوکالت و فرسارد^۴ (۲۰۱۴) نیز دریافتند اقدام‌ها و اتخاذ استراتژی‌های همتا، تصمیمات سرمایه‌گذاری رقبا را شکل می‌دهد. کدیا، کو و راجگوپال^۵ (۲۰۱۵) و پارسونز، سولمن و تیتمن^۶ (۲۰۱۸) نقش و تأثیر شرکت‌های فعال در یک منطقه جغرافیایی را بر مدیریت سود و رفتار متقابلانه در گزارشگری مالی بررسی و به اثبات رساندند (راینند، عباسی، آلایا و همودا^۷، ۲۰۲۲؛ ۳-۴).

پژوهش‌های پیشین موقعیت جغرافیایی یک شرکت را عاملی مهم و تعیین‌کننده در تصمیم‌گیری مالی، برشمرده‌اند. پژوهش‌های مختلف نشان می‌دهد مکان جغرافیایی به‌طور قابل‌توجهی بر رفتار شرکت تأثیر می‌گذارد. کدیا و راجگوپال^۸ (۲۰۰۹) نشان دادند که شرکت‌ها، گزینه‌های گسترده‌ای (مانند پاداش) را به کارمندان‌شان می‌دهند، چون شرکت‌های همسایه این کار را می‌کنند. به‌طور مشابه، مطالعات پیشین نشان می‌دهد که مکان جغرافیایی یک شرکت بر عملکرد شرکت، مسئولیت اجتماعی و خطر شکست کسب و کار تأثیرگذار است (ماتی-سانچز وال، لوپز هرناندز و فونتز^۹، ۲۰۱۸؛ ۶).

بنابراین هم عوامل جامعه‌شناختی و هم عوامل فیزیولوژیکی می‌توانند گرایش برای تقلید از رفتار متقابلانه را تحریک کنند. بر اساس نظریه یادگیری اجتماعی، رفتارهای جدید را می‌توان از طریق مشاهده و تقلید از دیگران کسب نمود. این نظریه بیان می‌کند یادگیری یک فرآیند شناختی است

-
1. Rashid & Farah Said
 2. Duong, Ngo & McGown.
 3. Fracassi
 4. Foucault & Fresard
 5. Kedia, Koh & Rajgopal.
 6. Parsons, Sulaeman & Titman.
 7. Rind, Abbassi, Allaya & Hammouda.
 8. Kedia and Rajgopal
 9. Mat'e-Sanchez-Val, Lopez-Hernandez & Fuentes

که در یک زمینه اجتماعی شکل می‌گیرد و می‌تواند از طریق مشاهده یا آموزش مستقیم باشد (رایند و همکاران، ۲۰۲۲؛ ۱۳). براین اساس، پارسونز و همکاران (۲۰۱۸) دریافتند که فرهنگ سطح شهر و هنجارهای اجتماعی حاکم بر یک بخش جغرافیایی، بخش بزرگی از تغییرات در سوء رفتار مالی را شکل می‌دهد. با این حال، کدیا و همکاران (۲۰۱۵) نشان می‌دهند که مدیریت سود یک شرکت با میانگین سطح مدیریت سود منطقه جغرافیایی همبستگی مثبت دارد. آن‌ها استدلال نمودند یک مدیر همسایه می‌تواند با یکبار کنترل و نظارت، از رفتار متقلبانه شرکت همسایه آگاه شود. به همین ترتیب، برد، ادواردز و روچتی^۱ (۲۰۱۸) به شواهدی از اثرات همتایان در اجتناب از مالیات دست یافتند. به‌طور کلی، به نظر می‌رسد که هنجارهای اجتماعی ممکن است این تقلید را در مدیریت سود و گزارشگری متقلبانه توضیح دهند. زیرا شرکت‌ها این رفتار را از پس از اطلاع از منافع حاصل از سوء رفتار در سود شرکت‌های محلی پذیرفته و تقلید می‌کنند (کدیا و همکاران، ۲۰۱۵؛ ۲۳۵۹). از این رو، به نظر می‌رسد که یک مدیر ممکن است رفتار متقلبانه دیگران که در مجاورت او این کار را انجام می‌دهند، تقلید کند. علاوه بر این، تقلید از گزارشگری مالی متقلبانه و رفتار نادرست احتمالاً در بین شرکت‌های فعال در یک منطقه جغرافیایی همسان و در صنایع مشابه قوی‌تر است. زیرا، شرکت‌ها تمایل دارند نسبت به شرکت‌های هم‌محلی از نظر اجتماعی، بیشتر گره بخورند و ارتباط برقرار کنند (رایند و همکاران، ۲۰۲۲؛ ۳). براساس مطالب فوق، فرضیه اول پژوهش به‌صورت زیر مطرح می‌شود:

فرضیه اول: تقلب در گزارشگری مالی شرکت‌های فعال در یک منطقه جغرافیایی همسان با تقلب در گزارشگری مالی شرکت رابطه مثبت و معنادار دارد.

چالش‌ها و رقابت جهانی، شرکت‌های تولیدی در سرتاسر جهان را مجبور به جستجوی استراتژی‌هایی کرده تا از طریق آن‌ها بتوانند سهم قابل قبولی از بازار مصرف را در اختیار گیرند و یا جایگاه خود را در صنعت حفظ نمایند (دلپرتی، دی‌مایو و رحمان^۲، ۲۰۲۳؛ ۱۲). رقبا در یک صنعت شرکت‌هایی هستند که محصولات یا خدمات مشابهی را تولید می‌کنند. از آنجایی که رقبا به دنبال ارائه خدمات به مجموعه‌ای ثابت از خریداران هستند، رقابت می‌تواند شدید شود. رقبا از حرکات

1. Bird, Edwards & Ruchti

2. Del Prete, Di Maio & Rahman.

مختلفی مانند افزایش کارایی محصولات، تبلیغات، پیشنهادهای جدید، کاهش قیمت و یا تقلید و الگوگیری از دیگر رقبا استفاده می‌کنند تا سعی کنند از یکدیگر پیشی بگیرند یا خریداران فعلی را حفظ نموده و خریداران جدید را جذب کنند (اسکندر اوغلو^۱، ۲۰۲۳؛ ۹).

بر اساس تئوری رقابت‌پذیری و تئوری رفتار رمه‌وار می‌توان توضیح داد چرا یک شرکت رفتار نادرست و گزارشگری مالی متقابلانه شرکت‌های هم‌تا و فعال در یک منطقه جغرافیایی همسان را دنبال می‌کند. این تئوری‌ها نشان می‌دهند که یک شرکت ممکن است از رفتار هم‌تایان برای کاهش اثر رقابت و حفظ نسبی موقعیت خود در صنعت پیروی کند (اندرگاسن^۲، ۲۰۱۶؛ ۴-۵). شلیفر^۳ (۲۰۰۴) استدلال می‌کند رقابت شرکت‌ها را مجبور می‌کند که به کارهای غیراخلاقی تن بدهند. بنابراین اگر یک شرکت بتواند هزینه‌های خود را از طریق فساد و رانت و با کاهش مالیات‌ها کاهش دهد، ممکن است سایر شرکت‌ها نیز به دنبال چنین اهدافی به این گونه اقدامات غیراخلاقی اقدام کنند. همچنین، یک شرکت ممکن است از رفتار غیراخلاقی همسالان برای کاهش اثر رقابت و حفظ جایگاه و مزیت نسبی خود، پیروی کند. بر این اساس، انتظار می‌رود که تمرکز شرکت‌های هم‌تا در یک موقعیت جغرافیایی باعث تشدید رقابت شده و می‌تواند شرکت‌ها را وادار کند تا از مرزهای اخلاقی گذر کنند و سهم بازار و سود بیشتری در مناطق جغرافیایی محلی برای خود کسب نمایند (راینند و همکاران، ۲۰۲۲؛ ۴). با توجه به مطالب فوق فرضیه دوم این پژوهش عبارت است از:

فرضیه دوم: رقابت در صنعت بر شدت رابطه تقلب در گزارشگری مالی شرکت‌های فعال در یک منطقه جغرافیایی همسان با تقلب در گزارشگری مالی شرکت تأثیر مثبت و معنادار دارد.

راینند و همکاران (۲۰۲۲) به بررسی "رابطه تقلب در گزارشگری مالی شرکت با تقلب در گزارشگری مالی شرکت‌های فعال در یک منطقه جغرافیایی همسان با در نظر گرفتن اثر تعدیلگری رقابت در صنعت و مسئولیت اجتماعی شرکت" در کشور ایالات متحده آمریکا پرداختند و نشان دادند احتمال سوءرفتار شرکت‌ها به‌طور مثبت با سطح متوسط تخلف در منطقه شهری محلی مرتبط است و شرکت‌های دارای امتیاز مسئولیت اجتماعی

1. Iskenderoglu.

2. Andergassen

3. Shleifer

بالا از رفتار متقلبان همتایان محلی خود تقلید نمی‌کنند. براون، تروفه و وادیویسه^۱ (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان "تأثیر پیوند خوردن اعضای هیئت مدیره شرکت‌های فعال در یک منطقه جغرافیایی همسان بر احتمال تخلف‌های شرکتی و مدیریت سود" نشان دادند آشنایی و پیوند خوردن اعضای هیئت مدیره شرکت‌هایی که در یک مکان جغرافیایی همسان مشغول به فعالیت هستند، به یکدیگر باعث می‌شود تا تمایل به درگیر شدن در تخلفات شرکتی و مدیریت سود افزایش یابد. برسکین، کمپبل و کدیا^۲ (۲۰۲۰) به بررسی "رابطه سوت‌زنی، جابجایی اجباری مدیرعامل و احتمال گزارشگری مالی متقلبانه با در نظر گرفتن اثر تعدیلگری نقش کارمندان و مدیران اجتماعی" پرداختند. یافته‌های آن‌ها نشان داد که نیات‌های کارمندان و مدیران اجتماعی با افزایش افشاگری‌ها و جابجایی اجباری مدیران اجرایی در نمونه‌ای از شرکت‌هایی که درگیر رفتار نادرست و گزارشگری مالی متقلبانه هستند، مرتبط است. پارسونز و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان "جغرافیای تخلفات مالی" نشان دادند تمایل یک شرکت به درگیر شدن در گزارشگری مالی متقلبانه با افزایش نرخ گزارشگری مالی متقلبانه شرکت‌های همسایه افزایش می‌یابد.

علی‌اصغری، غیور و منصورفر (۱۴۰۲) در بررسی روابط بین کیفیت حاکمیت شرکتی، مدیریت ذی‌نفعان و گزارشگری مالی متقلبانه دریافتند که در ایران، گزارشگری مالی متقلبانه و کیفیت حاکمیت شرکتی رابطه معکوس و معناداری داشته و همچنین گزارشگری مالی متقلبانه نقش تعدیلگری در رابطه کیفیت حاکمیت شرکتی و مدیریت ذی‌نفعان دارد. لعل‌بار و حسنی (۱۴۰۰) با بررسی رابطه توانایی مدیریتی، ارتباطات سیاسی و گزارشگری مالی متقلبانه نشان دادند رابطه توانایی مدیریتی شرکت‌ها و گزارشگری متقلبانه معکوس است. همچنین ارتباطات سیاسی نتوانست در سطح معناداری بر رابطه بین توانایی مدیریتی و گزارشگری متقلبانه تأثیر بگذارد. جهان‌شاد و سرداری‌زاده (۱۳۹۳) نیز در پژوهشی ضمن بررسی رابطه بین معیار مالی و گزارشگری مالی متقلبانه و رابطه بین معیار غیر مالی و گزارشگری مالی متقلبانه یک رابطه منفی و معنادار میان رشد در آمد و رشد کارکنان با گزارشگری مالی متقلبانه را نشان دادند. با بررسی ادبیات فوق، می‌توان بیان نمود که پژوهش حاضر برای اولین بار روابط بین تقلب در گزارشگری مالی شرکت با تقلب در گزارشگری مالی شرکت‌های همتای فعال در یک منطقه جغرافیایی همسان را با لحاظ کردن اثر تعدیلگری رقابت در صنعت در ایران بررسی می‌کند.

1. Braun, Truffa & Valdivieso.

2. Bereskin, Campbell & Kedia

روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش و ماهیت توصیفی-همبستگی است. روش پژوهش کمی و از بعد زمانی پس‌رویدادی است. در این پژوهش با استفاده از روش کتابخانه‌ای به نگارش مبانی نظری پرداخته شد. همچنین، از نرم‌افزارهای ره‌آورد نوین و اکسل^۱ برای گردآوری متغیرهای پژوهش و از ایویوز^۲ نیز برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و پژوهش استفاده شده است. با توجه به بررسی‌های پژوهشگر؛ تنها منطقه جغرافیایی که چندین شرکت بورسی در آن فعال است، منطقه ویژه اقتصادی انرژی پارس واقع در استان بوشهر است که ۱۱ شرکت پتروشیمی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در آن فعالیت می‌نمایند. لذا، جامعه آماری این پژوهش ۱۱ شرکت فعال در صنعت پتروشیمی در منطقه ویژه اقتصادی انرژی پارس است. همچنین، برای بررسی‌های بیشتر فرضیه‌های پژوهش با استفاده از اطلاعات کل (۳۲) شرکت‌های پتروشیمی فعال در بورس اوراق بهادار تهران نیز برآورد و نتایج حاصل از آن، با نتایج حاصل از برآورد فرضیه‌ها با استفاده از داده‌های ۱۱ شرکت پتروشیمی بورسی فعال در منطقه ویژه اقتصادی انرژی پارس مقایسه می‌شود. دوره زمانی این پژوهش نیز بین سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۱ به مدت ۱۲ سال است.

مدل‌های پژوهش و متغیرهای آن

با توجه به اینکه متغیر وابسته پژوهش دو ارزشی (صفر و یکی) است، برای برازش مدل‌های رگرسیونی پژوهش از رگرسیون لاجیت استفاده شده. جهت تخفیف اثر ناهمسانی واریانس احتمالی از قابلیت رگرسیون نیرومند^۳ در برازش مدل‌ها استفاده شده است. همچنین، از روش‌های نسبت راست نمایی، ضریب تعیین مک-فادن، و آزمون هاسمر-لمشو جهت بررسی نیکویی برازش مدل‌های پژوهش، بهره گرفته شده است.

مدل (۱)

$$D_{-}(Fraud)_{i,t-1} = \beta_0 + \beta_1 Fraud_{i,t-1} + \beta_2 MSA_{i,t-1} + \beta_3 ROA_{i,t-1} + \beta_4 Size_{i,t-1} + \beta_5 Lev_{i,t-1} + \beta_6 D_{-}Loss_{i,t-1} + \beta_7 Mtb_{i,t-1} + \beta_8 Age_{i,t-1} + \beta_9 big4_{i,t-1} + \beta_{10} Inst_{-}own_{i,t-1} + Year + \varepsilon$$

1. Excel
2. Eviews
3. robust

که در آن:

$D_(\text{Fraud})_{i,t-1}$: تقلب در گزارشگری مالی شرکت i در سال $t-1$ است.
 $\text{Fraud MSA}_{j,t-1}$: میانگین تقلب در گزارشگری مالی شرکت‌های همتا در سال $t-1$ به استثنای شرکت کانونی i است. $\text{ROA}_{i,t-1}$: بازده دارایی‌های شرکت i در سال $t-1$ است. $\text{Size}_{i,t-1}$: اندازه شرکت i در سال $t-1$ است. $\text{Lev}_{i,t-1}$: اهرم مالی شرکت i در سال $t-1$ است. $\text{D_Loss}_{i,t-1}$: زیان شرکت i در سال $t-1$ است. $\text{Mtb}_{i,t-1}$: نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام شرکت i در سال $t-1$ است. $\text{Age}_{i,t-1}$: سن شرکت i در سال $t-1$ است. $\text{big4}_{i,t-1}$: نوع حسابرس شرکت i در سال $t-1$ است. $\text{Inst_own}_{i,t-1}$: مالکیت نهادی شرکت i در سال $t-1$ است و Year : سال است.

به منظور آزمون فرضیه دوم نیز از مدل رگرسیونی شماره (۲) استفاده شده است:

مدل (۲)

$$D_(\text{Fraud})_{i,t-1} = \beta_0 + \beta_1 \text{Fraud MSA}_{j,t-1} + \beta_2 \text{HHI}_{i,t-1} + \beta_3 \text{Fraud MSA}_{j,t-1} * \text{HHI}_{i,t-1} + \beta_4 \text{ROA}_{i,t-1} + \beta_5 \text{Size}_{i,t-1} + \beta_6 \text{Lev}_{i,t-1} + \beta_7 \text{D_Loss}_{i,t-1} + \beta_8 \text{Mtb}_{i,t-1} + \beta_9 \text{Age}_{i,t-1} + \beta_{10} \text{big4}_{i,t-1} + \beta_{11} \text{Inst_own}_{i,t-1} + \text{Year} + \varepsilon$$

که در آن: $\text{HHI}_{i,t-1}$ رقابت در صنعت شرکت i در سال $t-1$ و $\text{HHI}_{i,t-1} * \text{Fraud MSA}_{j,t-1}$ اثر تعدیلگری رقابت در صنعت بر میانگین تقلب در گزارشگری مالی شرکت‌های همتا در سال $t-1$ به استثنای شرکت کانونی i است.

متغیر وابسته پژوهش

به پیروی از پژوهش فروغی و همکاران (۱۴۰۱)، خواجهی و ابراهیمی (۱۳۹۷) و استاندارد حسابرسی شماره ۲۴۰، از مصادیق نشان دهنده احتمال وجود تحریف ناشی از تقلب در صورت‌های مالی به شرح جدول (۱) استفاده شده است. در صورتی که هر کدام از نشانه‌های پانزده گانه، در بندهای شرط گزارش حسابرسی شرکت مورد بررسی وجود داشته باشد، به آن عدد یک اختصاص داده می‌شود و در غیر این صورت عدد صفر می‌گیرد. در ادامه مجموع نمره عوامل پانزده گانه محاسبه و بر تعداد عوامل (عدد ۱۵) تقسیم می‌شود. دامنه عدد حاصل شده بین صفر و یک است. در صورتی که مقدار محاسبه شده برابر یا بیشتر از میانه مقادیر محاسبه شده

شرکت‌های نمونه باشد، به آن عدد یک اختصاص داده می‌شود و به‌عنوان یک شرکت که در صورت‌های مالی خود تقلب کرده است در نظر گرفته می‌شود، و در غیر این صورت به آن عدد صفر اختصاص داده می‌شود.

جدول ۱. شاخصه‌های نشان دهنده تقلب در صورت‌های مالی

علائم تقلب	علائم تقلب	علائم تقلب
بیش نمایی موجودی کالا	کسری ذخیره مزایای پایان خدمت	علائم تقلب
بیش نمایی درآمدها	بیش نمایی حساب‌ها و اسناد دریافتی	بدهی‌های احتمالی
بیش نمایی دارایی‌های ثابت	بیش نمایی سود انباشته	کسری استهلاک
بیش نمایی سرمایه‌گذاری‌ها	کم نمایی حساب‌ها و اسناد پرداختی	کسری ذخیره مالیات
کسری ذخیره مالیات	کسری ذخیره مطالبات مشکوک‌الوصول	کم نمایی هزینه‌ها
	حساب‌ها و اسناد دریافتی معوق	

متغیر مستقل پژوهش

میانگین تقلب در گزارشگری مالی شرکت‌های همتا ($Fraud\ MSA_{j,t-1}$):

برای محاسبه این متغیر ابتدا به روش ذکر شده در متغیر وابسته متغیر تقلب در گزارشگری مالی شرکت محاسبه می‌شود و در ادامه با توجه به اینکه جامعه آماری این پژوهش یک صنعت (پتروشیمی) است، میانگین این متغیر برای کل شرکت‌های همتا در سال $t-1$ به استثنای شرکت کانونی i محاسبه و به‌عنوان متغیر نهایی میانگین تقلب در گزارشگری مالی شرکت‌های همتا در نظر گرفته می‌شود.

متغیر تعدیلگر پژوهش

رقابت در صنعت ($HHI_{i,t-1}$): به پیروی از رایند و همکاران (۲۰۲۲) در این پژوهش برای محاسبه متغیر رقابت در صنعت از شاخص هر فیندال هیرشمن استفاده شده است. این شاخص میزان تمرکز در صنعت را محاسبه می‌نماید.

$$HHI = \sum_{i=1}^{Nj} \left(\frac{SALES_{i,j}}{\sum_{i=1}^{Nj} SALES_{i,j}} \right)^2 \quad \text{رابطه (۱)}$$

$SALES_{ij}$: سهم بازار شرکت i در صنعت j ؛ و N تعداد شرکت‌های فعال در صنعت است. هنگامی که مقدار این شاخص بالا (پایین) باشد، بیانگر آن است که تمرکز در صنعت بیشتر (کمتر)

و رقابت در صنعت کمتر (بیشتر) است.

متغیرهای کنترلی پژوهش

به پیروی از رایند و همکاران (۲۰۲۲) متغیرهای کنترلی زیر استخراج شده‌اند:

بازده دارایی‌ها ($ROA_{i,t-1}$): از طریق نسبت سود خالص به کل دارایی‌های شرکت i در سال $t-1$ محاسبه شده است.

اندازه شرکت ($Size_{i,t-1}$): با استفاده از لگاریتم طبیعی کل دارایی‌های شرکت i در سال $t-1$ محاسبه شده است.

اهرم مالی ($Lev_{i,t-1}$): براساس نسبت کل بدهی‌ها به کل دارایی‌های شرکت i در سال $t-1$ محاسبه شده است.

زیان ($D_Loss_{i,t-1}$): که اگر شرکت i در سال $t-1$ زیان ده باشد، به آن عدد یک و در غیر این صورت به آن عدد صفر اختصاص گردید.

نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام ($Mtb_{i,t-1}$): در این پژوهش ارزش بازار حقوق صاحبان سهام از طریق نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام شرکت i در سال $t-1$ محاسبه شده است.

سن شرکت ($Age_{i,t-1}$): در این پژوهش این متغیر از طریق سن شرکت i از زمان تأسیس تا سال $t-1$ محاسبه شده است.

نوع حسابرس ($big4_{i,t-1}$): در این پژوهش اگر حسابرس مستقل شرکت i در سال $t-1$ سازمان حسابرسی باشد، به آن عدد یک اختصاص داده می‌شود و در غیر این صورت به آن عدد صفر اختصاص داده می‌شود.

مالکیت نهادی ($Inst_own_{i,t-1}$): در این پژوهش از طریق درصد مالکیت اشخاص حقوقی که بیش از پنج درصد سهام شرکت i در $t-1$ را در اختیار دارند، محاسبه شده است.

یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی متغیرهای اصلی پژوهش به شرح زیر است:

جدول ۲. آمار توصیفی شرکت‌های پتروشیمی منطقه جغرافیایی همسان (پیوسته)

نام متغیر	میانگین	میانه	بیشینه	کمینه	انحراف معیار
میانگین تقلب	۰/۳۷۱	۰/۳۱۸	۰/۷۲۷	۰/۱۸۱	۰/۱۹۱
رقابت در صنعت	۰/۰۸۵	۰/۰۵	۰/۳۱۱	۰/۰۰۳	۰/۰۸۸
بازده دارایی‌ها	۰/۱۱۷	۰/۱۰۹	۰/۱۳۷	۰/۰۲۹	۰/۸۷۰
اندازه شرکت	۱۷/۱۰	۱۷/۲۲	۱۹/۱۷۴	۱۴/۹۶۲	۱/۲۱۳
اهرم مالی	۰/۴۵۰	۰/۳۹۶	۰/۹۰۱	۰/۱۶۰	۰/۲۱۵
ارزش بازار حقوق صاحبان سهام	۱/۴۷۳	۱/۲۸۷	۲/۳۴۶	۰/۷۰۸	۰/۶۴۷
سن شرکت	۲۰/۹۸۴	۱۷/۵۰۰	۵۲/۰۰۰	۶/۰۰۰	۱۲/۷۱۴
مالکیت نهادی	۰/۸۴۶	۰/۸۵۵	۰/۹۹۹	۰/۶۲۸	۰/۱۱۲

جدول ۳. آمار توصیفی شرکت‌های پتروشیمی منطقه جغرافیایی همسان (مجازی)

نام متغیر	مشاهدات	اندازه‌گیری	درصد
تقلب در گزارشگری مالی شرکت	۱۳۲	تقلب در گزارشگری مالی شرکت‌ها	۳۷/۱
		عدم تقلب در گزارشگری مالی شرکت‌ها	۶۲/۹
زیان شرکت	۱۳۲	زیان ده	۸/۳
		سودآور	۹۱/۷
نوع حسابرس	۱۳۲	سازمان حسابرسی	۲۶/۵
		سایر موسسات حسابرسی	۷۳/۵

جدول ۴. آمار توصیفی برای متغیرهای کل شرکت‌های پتروشیمی

نام متغیر	میانگین	میانه	بیشینه	کمینه	انحراف معیار
میانگین تقلب مالی شرکت‌های همتا	۰/۳۹۲	۰/۳۶۳	۰/۶۴۳	۰/۲۱۲	۰/۱۱۵
رقابت در صنعت	۰/۰۲۶	۰/۰۰۶	۰/۱۴۳	۰/۰۰۰	۰/۰۴۰
بازده دارایی‌ها	۰/۱۰۱	۰/۰۹۱	۰/۱۹۸	-۰/۰۱۹	۰/۵۹۲
اندازه شرکت	۱۶/۱۸۸	۱۶/۲۸۱	۱۸/۹۹۸	۱۳/۵۲۵	۱/۶۴۵

نام متغیر	میانگین	میانه	بیشینه	کمینه	انحراف معیار
اهرم مالی	۰/۴۴۰	۰/۴۲۶	۰/۹۶۶	۰/۰۳۴	۰/۲۷۰
ارزش بازار حقوق صاحبان سهام	۱/۳۲۴	۱/۱۴۰	۲/۷۳۴	۰/۶۰۱	۰/۵۲۹
سن شرکت	۲۴/۴۰۹	۲۰/۰۰۰	۵۷/۰۰۰	۴/۰۰۰	۱۴/۰۵۹
مالکیت نهادی	۰/۹۲۰	۰/۹۲۸	۰/۹۹۹	۰/۷۴۰	۰/۰۷۳

جدول ۵. شاخص‌های توصیفی متغیرهای مجازی کل شرکت‌های پتروشیمی

نام متغیر	تعداد مشاهدات	اندازه‌گیری	درصد
تقلب در گزارشگری مالی شرکت	۳۸۳	تقلب در گزارشگری مالی شرکت‌ها	۴۱/۵
		عدم تقلب در گزارشگری مالی شرکت‌ها	۵۸/۵
زیان شرکت	۳۸۳	زیان ده	۱۳/۸
		سودآور	۸۶/۲
نوع حسابرس	۳۸۳	سازمان حسابرسی	۲۴/۲
		سایر موسسات حسابرسی	۷۵/۸

با توجه به جدول (۳)، میانگین تقلب در گزارشگری مالی شرکت‌های پتروشیمی فعال در منطقه جغرافیایی همسان (منطقه آزاد اقتصادی اروند) برابر با (۳۷/۱) است. همچنین، با توجه به جدول (۵)، میانگین تقلب در گزارشگری مالی کل شرکت‌های پتروشیمی برابر با (۴۱/۵) است. در ادامه با توجه به جدول (۲) میانگین تقلب در گزارشگری مالی شرکت‌های همتا (شرکت‌های پتروشیمی فعال در منطقه جغرافیایی همسان) عددی برابر با (۰/۳۷۱) را نشان می‌دهد که عدد قابل توجه‌ای است و حاکی از آن است که در حدود ۳۷ درصد شرکت‌های پتروشیمی فعال در منطقه آزاد اقتصادی اروند در گزارشگری‌های مالی خود اقدام به اعمالی خلاف عرف و اخلاق و در راستای تحریف صورت‌های مالی مانند بیش‌نمایی موجودی کالا، بیش‌نمایی حساب‌ها و اسناد دریافتی، بیش‌نمایی دارایی‌های

ثابت، بیش نمای سرمایه‌گذاری‌ها، کم نمای حساب‌ها و اسناد پرداختی، کسری ذخیره مالیات و غیره نموده‌اند.

آزمون فرضیه‌های پژوهش

با توجه به اینکه متغیر وابسته در این پژوهش (تقلب در گزارشگری مالی شرکت) از نوع دو ارزشی است و یکی از دو ارزش صفر یا یک را اختیار کرده است، استفاده از برآوردگر خطی حداقل مربعات معمولی نتایج صحیحی به دنبال ندارد. بنابراین، از رگرسیون پروبیت^۱ برای برآورد مدل‌های پژوهش بهره گرفته شده است. از جمله ویژگی‌های مهم رگرسیون پروبیت عدم نیاز به برقراری فرض نرمال بودن داده‌ها و فرض همسانی واریانس است. با این حال، برای کاهش تأثیر ناهمسانی واریانس احتمالی از آپشن رگرسیون نیرومند در برازش مدل‌های پژوهش استفاده شده است. همچنین، برای بررسی نیکویی برازش مدل‌ها از روش‌های رایج مانند نسبت راستمایی^۲، ضریب تعیین مک-فادن و آزمون هاسمر-لمشو بهره گرفته شده است. از آنجا که در رگرسیون پروبیت انجام آزمون اف لیمر مقدور نیست، برای ثابت نگه داشتن اثرات ثابت سال، متغیر سال (Year) به مدل‌های پژوهش اضافه شده است. پیش از آزمون مدل‌های پژوهش، هم‌خطی میان متغیرهای مستقل از طریق آزمون عامل تورم واریانس مورد بررسی قرار گرفت. نتایج حاصل از این آزمون نشان می‌دهد که میزان تورم واریانس متغیرهای مستقل و کنترلی در همه مدل‌های پژوهش کمتر از عدد ۵ بوده و لذا از این بابت مشکلی وجود ندارد.

آزمون نیکویی برازش

در این پژوهش برای بررسی نیکویی برازش مدل لاجیت از آزمون هاسمر-لمشو استفاده شده است. در جدول (۶) نتایج آزمون هاسمر-لمشو ارائه شده است. براساس جدول (۶) احتمال معناداری آماره هاسمر-لمشو برای همه مدل‌های پژوهش بیشتر از ۰/۰۵ و بیانگر نیکویی برازش مدل‌های پژوهش است.

1. Probit Regression
2. log likelihood

جدول ۶. نتایج آزمون هاسمر-لمشو

احتمال کای دو	آماره کای دو	تعداد مشاهدات	نام متغیر
۰/۴۷۳	۷/۶۰۳	۱۳۲	مدل اول (شرکت‌های پتروشیمی فعال در جغرافیای همسان)
۰/۱۹۵	۱۱/۱۲۰	۱۳۲	مدل دوم (شرکت‌های پتروشیمی فعال در جغرافیای همسان)
۰/۳۲۹	۹/۱۵۷	۳۸۴	مدل اول (کل شرکت‌های صنعت پتروشیمی)
۰/۰۵۲	۱۶/۰۲۲	۳۸۴	مدل دوم (کل شرکت‌های صنعت پتروشیمی)

با توجه به نتایج جدول (۷) سطح احتمال آماره کای دو کمتر از ۰/۰۵ و بیانگر این است که حداقل یکی از ضرایب متغیرهای توضیحی غیر صفر است و مدل در سطح ۹۵ درصد معنادار است. ضریب تعیین مدل نیز عدد ۰/۱۶۲ را نشان می‌دهد که بیانگر این است که ۱۶ درصد تغییرات متغیر وابسته به وسیله متغیرهای مستقل و کنترلی موجود در مدل شکل گرفته است. از جمله موارد دیگر برای بررسی نیکویی برازش مدل‌های رگرسیونی پروبیت^۱، احتمال نسبت راستمایی است. مقدار این آماره منفی بوده (۷۲/۹۱۱-) و به هر میزان که قدر مطلق آن، عدد بزرگ‌تری باشد، بیانگر قدرت نیکویی برازش مدل است.

فرضیه اول این پژوهش عنوان می‌نماید تقلب در گزارشگری مالی شرکت‌های فعال در یک منطقه جغرافیایی همسان با تقلب در گزارشگری مالی شرکت رابطه مثبت و معنادار دارد. جهت بررسی فرضیه اول پژوهش از مدل رگرسیونی شماره (۱) بهره گرفته شد. با توجه به اینکه سطح معناداری برای متغیر تقلب در گزارشگری مالی شرکت‌های فعال در یک منطقه جغرافیایی همسان (۰/۰۱۵) و کمتر از ۰/۰۵ است. همچنین، با توجه به ضریب این متغیر که عدد مثبت (۲/۶۹۷) را نشان می‌دهد؛ فرضیه اول پژوهش در سطح اطمینان ۰/۹۵ رد نمی‌گردد و بیانگر این مطلب است که تقلب در گزارشگری مالی شرکت‌های فعال در یک منطقه جغرافیایی همسان با تقلب در گزارشگری مالی شرکت رابطه مثبت و معنادار دارد. لازم به ذکر است با توجه به جدول (۸) این نتایج در نمونه آماری کل شرکت‌های پتروشیمی نیز تایید شد.

جدول ۷. نتایج آزمون مدل اول پژوهش (شرکت‌های پتروشیمی فعال جغرافیای همسان)

عنوان متغیر	علامت متغیر	ضریب	آماره Z	سطح معناداری
ضریب خطا	c	۰/۵۹۱	۰/۲۲۵	۰/۸۲۱
میانگین تقلب مالی شرکت‌های همتا	FRAUD_MSA	۲/۶۹۷	۲/۴۳	۰/۰۱۵
بازده دارایی‌ها	ROA	۰/۰۱۷	۰/۱۰۹	۰/۹۱۲
اندازه شرکت	SIZE	۰/۰۳۴	۰/۳۴۰	۰/۷۳۳
اهرم مالی	LEV	-۰/۵۲۴	-۰/۸۶۰	۰/۳۸۹
زیان شرکت	D_LOSS	۰/۴۶۵	۱/۰۴۱	۰/۲۹۷
ارزش بازار حقوق صاحبان سهام	MTB	۰/۰۵۹	۰/۳۱۴	۰/۷۵۲
سن شرکت	AGE	۰/۰۰۵	۰/۴۸۲	۰/۶۲۹
نوع حسابرس	BIG4	۰/۲۹۹	۱/۰۲۴	۰/۳۰۵
مالکیت نهادی	INST_OWN	-۲/۸۵۲	-۱/۷۸۰	۰/۰۷۵
***		ضریب تعیین Pseudo (۰/۱۶۲)		
*****		احتمال Log likelihood (-۷۲/۹۱۱)		
***		آماره کای دو (LR) (۲۸/۳۱۱)		
*****		احتمال آماره کای دو (۰/۰۰۰)		

جدول ۸. نتایج آزمون مدل اول پژوهش (کل شرکت‌های پتروشیمی)

عنوان متغیر	علامت متغیر	ضریب	آماره Z	سطح معناداری
ضریب خطا	c	-۷/۵۵	-۵/۵۳۲	۰/۰۰۰
میانگین تقلب مالی شرکت‌های همتا	FRAUD_MS A	۲۱/۹۰	۶/۶۴۴	۰/۰۰۰
بازده دارایی‌ها	ROA	۰/۳۲۹	۲/۰۶۳	۰/۰۳۹
اندازه شرکت	SIZE	۰/۱۰۴	۱/۶۲۵	۰/۱۰۴
اهرم مالی	LEV	۰/۰۵۵	۰/۱۷۸	۰/۸۵۸
زیان شرکت	D_LOSS	۰/۸۴۸	۲/۹۱۱	۰/۰۰۳
ارزش بازار حقوق صاحبان سهام	MTB	-۰/۰۱۹	-۰/۱۲۲	۰/۹۰۲
سن شرکت	AGE	۰/۰۱۴	۲/۲۷۶	۰/۰۲۲

عنوان متغیر	علامت متغیر	ضریب	آماره Z	سطح معناداری
نوع حسابر	BIG4	۰/۰۱۳	۰/۰۷۷	۰/۹۳۸
مالکیت نهادی	INST_OWN	-۲/۰۴۵	-۲/۲۷۷	۰/۰۲۲
ضریب تعیین Pseudo (۰/۳۳۱)				
احتمال Log likelihood (-۱۷۳/۸۵۷)				
آماره کای دو (LR) (۱۷۲/۱۵۱) احتمال آماره کای دو (۰/۰۰۰)				

نتایج آزمون فرضیه دوم پژوهش

با توجه به نتایج جدول (۹) سطح احتمال آماره کای دو کمتر از ۰/۰۵ است و بیانگر این است که حداقل یکی از ضرایب متغیرهای توضیحی غیر صفر است و مدل در سطح ۹۵ درصد معنادار است. ضریب تعیین مدل نیز عدد ۰/۱۶۸ را نشان می‌دهد که بیانگر این است که ۱۶ درصد تغییرات متغیر وابسته به وسیله متغیرهای مستقل و کنترلی موجود در مدل شکل گرفته است. از جمله موارد دیگر برای بررسی نیکویی برازش مدل‌های رگرسیونی پرویت، احتمال نسبت راستمایی است. مقدار این آماره منفی بوده (-۷۲/۳۶۲) و به هر میزان که قدر مطلق آن، عدد بزرگ‌تری باشد، بیانگر قدرت نیکویی برازش مدل است.

جهت بررسی فرضیه دوم پژوهش از مدل رگرسیونی شماره (۲) بهره گرفته شد. با توجه به اینکه سطح معناداری برای متغیر اثر تعدیلگری رقابت در صنعت بر میانگین تقلب در گزارشگری مالی شرکت‌های همتای فعال در منطقه جغرافیایی همسان (۰/۳۳۵) و بزرگ‌تر از ۰/۰۵ است، نشان می‌دهد فرضیه دوم پژوهش در سطح اطمینان ۰/۹۵ تایید نمی‌گردد و بیانگر این مطلب است که رقابت در صنعت بر شدت رابطه تقلب در گزارشگری مالی شرکت‌های فعال در یک منطقه جغرافیایی همسان با تقلب در گزارشگری مالی شرکت تأثیر معناداری ندارد. لازم به ذکر است با توجه به جدول (۱۰) این فرضیه با استفاده از اطلاعات و متغیرهای کل شرکت‌های فعال در صنعت پتروشیمی نیز آزمون شده است اما نتایج برعکس موارد فوق نشان داد سطح معناداری برای متغیر اثر تعدیلگری رقابت در صنعت بر میانگین تقلب در گزارشگری مالی شرکت‌های

همتای فعال در منطقه جغرافیایی همسان (۰/۰۳۵) و کمتر از ۰/۰۵ است. همچنین، با توجه به ضریب این متغیر که عدد مثبت (۵۹/۸۴۲) را نشان می‌دهد؛ فرضیه دوم پژوهش در سطح اطمینان ۰/۹۵ رد نمی‌گردد و بیانگر این مطلب است که رقابت در صنعت بر شدت رابطه تقلب در گزارشگری مالی شرکت‌های فعال در یک منطقه جغرافیایی همسان با تقلب در گزارشگری مالی شرکت تأثیر مثبت و معنادار دارد.

جدول ۹. نتایج آزمون مدل دوم پژوهش (شرکت‌های پتروشیمی فعال در جغرافیای همسان)

عنوان متغیر	علامت متغیر	ضریب	آماره Z	سطح معناداری
ضریب خطا	c	۰/۵۹۱	۰/۲۲۵	۰/۸۲۱
میانگین تقلب در گزارشگری مالی شرکت‌های همتا	FRAUD_MSA	۲/۲۷۸	۱/۲۴۵	۰/۲۱۳
رقابت در صنعت	HHI	۴/۲۶۵	۰/۹۶۲	۰/۳۳۵
اثر تعدیلگری رقابت در صنعت	HHI_FRAUD_MSA	-۱/۳۴۶	-۰/۹۷۰	۰/۳۶۳
بازده دارایی‌ها	ROA	-۰/۰۱۱	-۰/۰۶۶	۰/۹۴۷
اندازه شرکت	SIZE	۰/۰۴۰	۰/۳۷۲	۰/۷۰۹
اهرم مالی	LEV	-۰/۵۸۷	-۰/۹۳۰	۰/۳۵۲
زیان شرکت	D_LOSS	۰/۵۱۱	۱/۱۳۳	۰/۲۵۷
ارزش بازار حقوق صاحبان سهام	MTB	۰/۰۲۰	۰/۱۰۳	۰/۹۱۷
سن شرکت	AGE	۰/۰۰۴	۰/۴۰۱	۰/۶۸۸
نوع حسابرس	BIG4	۰/۲۲۴	۰/۶۸۵	۰/۴۹۳
مالکیت نهادی	INST_OWN	-۳/۰۶۵	-۱/۸۹۰	۰/۰۵۸
ضریب تعیین Pseudo (۰/۱۶۸)				
احتمال Log likelihood (-۷۲/۳۶۲)				
آماره کای دو (LR) (۳۰/۴۷۰) احتمال آماره کای دو (۰/۰۰۰)				

جدول ۱۰. نتایج آزمون مدل دوم پژوهش (کل شرکت‌های پتروشیمی)

عنوان متغیر	علامت متغیر	ضریب	آماره Z	سطح معناداری
ضریب خطا	c	-۷/۸۸۱	-۵/۱۳۸	۰/۰۰۰
میانگین تقلب در گزارشگری مالی شرکت‌های همتا	FRAUD_MSA	۲۱/۰۷۱	۶/۲۸۲	۰/۰۰۰
رقابت در صنعت	HHI	-۲۷/۵۹۷	-۲/۲۷۹	۰/۰۲۲
اثر تعدیلگری رقابت در صنعت	HHI_FRAUD_MSA	۵۹/۸۴۲	۲/۱۰۰	۰/۰۳۵
بازده دارایی‌ها	ROA	۰/۳۹۰	۲/۲۳۰	۰/۰۲۵
اندازه شرکت	SIZE	۰/۱۴۲	۲/۰۰۷	۰/۰۴۴
اهرم مالی	LEV	۰/۱۲۸	۰/۴۰۹	۰/۶۸۲
زیان شرکت	D_LOSS	۰/۷۹۹	۲/۸۰۸	۰/۰۰۵
ارزش بازار حقوق صاحبان سهام	MTB	۰/۰۲۰	۰/۱۲۷	۰/۸۹۸
سن شرکت	AGE	۰/۰۱۳	۲/۰۳۰	۰/۰۴۲
نوع حسابرس	BIG4	۰/۰۴۱	۰/۲۵۸	۰/۸۱۹
مالکیت نهادی	INST_OWN	-۱/۹۷۲	-۲/۱۹۲	۰/۰۲۸
***		ضریب تعیین Pseudo (۰/۳۴۱)		
*****		احتمال Log likelihood (-۱۷۱/۲۵۲)		
*** *****		آماره کای دو (LR) (۱۷۷/۳۶۱) احتمال آماره کای دو (۰/۰۰۰)		

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های فرضیه اول با استفاده از هر دو نمونه شرکت‌های پتروشیمی فعال در منطقه جغرافیایی همسان (منطقه ویژه اقتصادی انرژی پارس) و کل شرکت‌های بورسی فعال در صنعت پتروشیمی نشان داد رفتار نادرست اخلاقی و گزارشگری مالی متقلبانه در خلا رخ نمی‌دهد و شرکت‌های همسایه بر تمایل و انجام تخلفات و تقلب در گزارشگری مالی تاثیرگذار هستند. شرکت‌ها پس از بررسی منافع و هزینه‌های احتمالی اتخاذ رویکردهای گزارشگری متقلبانه همتایان و همسایه‌های خود، با الگو

گرفتن از آن‌ها استراتژی غالب در این زمینه را اتخاذ نمایند. یافته‌های این فرضیه با یافته‌های پژوهشگرانی مانند براون و همکاران (۲۰۲۲) و رایند و همکاران (۲۰۲۲) همسو است.

همچنین یافته‌های فرضیه دوم با استفاده از نمونه شرکت‌های پتروشیمی فعال در منطقه جغرافیایی همسان (منطقه ویژه اقتصادی انرژی پارس) نشان داد که رقابت در صنعت بر شدت رابطه تقلب در گزارشگری مالی شرکت‌های فعال در یک منطقه جغرافیایی همسان با تقلب در گزارشگری مالی شرکت تأثیر معناداری ندارد. اما نتایج آزمون استحکام این فرضیه با استفاده از نمونه آماری کل شرکت‌های بورسی فعال در صنعت پتروشیمی حاکی از آن است که رقابت در صنعت باعث افزایش اثر تقلب در گزارشگری مالی شرکت‌های همتا بر تقلب در گزارشگری مالی شرکت می‌شود. دلیل تناقض در نتایج آزمون فرضیه دوم با استفاده از دو نمونه آماری مختلف را می‌توان این‌گونه توضیح داد که فضای رقابتی حاکم بر کل صنعت پتروشیمی مدیران شرکت‌ها را مجبور کرده است برای حفظ یا ارتقا جایگاه خود در صنعت با الگو گرفتن از همتاها و دستکاری حساب‌ها و اسناد مالی، ارزش و سودآوری خود را بیش از واقع نشان دهند و به کارهای غیراخلاقی در گزارشگری مالی مانند بیش‌نمایی موجودی کالا، بیش‌نمایی سود انباشته، بیش‌نمایی حساب‌ها و اسناد دریافتی، کم‌نمایی حساب‌ها و اسناد پرداختی، بیش‌نمایی دارایی‌های ثابت، و ... تن بدهند. یافته‌های این فرضیه با یافته‌های پژوهش رایند و همکاران (۲۰۲۲) همسو است.

براساس یافته‌های این پژوهش تعامل مدیران شرکت‌های همتاها فعال در یک منطقه جغرافیایی همسان می‌تواند باعث همگرایی و افزایش احتمال اتخاذ سیاست‌های مضر و متقلبانه در گزارشگری مالی شرکت‌های همتا شود. بر این اساس، به کمیسیون بورس اوراق بهادار و سایر قانون‌گذاران پیشنهاد می‌شود قوانین بازدارنده، بازرسی‌ها و هوشیاری در مناطق جغرافیایی همسان که حداقل چند شرکت هم صنعت در آن فعال هستند، را افزایش دهند، تا از این طریق به نوعی رفتار مخرب مدیریت را محدود نموده و در جهت منافع سهامداران و سرمایه‌گذاران گام بردارند.

از جمله محدودیت‌های این پژوهش کمبود مناطق جغرافیایی همسانی بود که حداقل چند شرکت هم صنعت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در آن فعال باشند و باعث شد تا جامعه آماری اصلی پژوهش را به ۱۱ شرکت پتروشیمی فعال در منطقه آزاد اقتصادی اروند محدود شود.

منابع

- جهانشاد، آذیتا؛ سرداری‌زاده، سپیده. (۱۳۹۳). رابطه معیار مالی (اختلاف رشد درآمد) و معیار غیر مالی (رشد تعداد کارکنان) با گزارشگری مالی متقلبان. *حسابداری و منافع اجتماعی*، ۴(۲)، ۱۹۸-۱۸۱.
- خواجهی، شکرالله؛ ابراهیمی، مهرداد. (۱۳۹۷). بررسی تأثیر سازوکارهای حاکمیت شرکتی بر تقلب در صورت‌های مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *مدیریت دارایی و تأمین مالی*، ۶(۲)، ۷۱-۸۴.
- علی‌اصغری، شیوه؛ غیور، فرزاد؛ منصورفر، غلامرضا. (۱۴۰۲). کیفیت حاکمیت شرکتی و مدیریت ذینفعان: نقش میانجی احتمال گزارشگری متقلبان. *حسابداری و منافع اجتماعی*، ۱۳(۳)، ۱۴۲-۱۱۵.
- فروغی، داریوش؛ حمیدیان، نرگس؛ بهرامی، فاطمه. (۱۴۰۱). تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر گزارشگری مالی متقلبان. *دانش حسابداری مالی*، ۹(۱)، ۱-۲۷.
- لعل‌بار، علی؛ حسنی، محسن. (۱۴۰۰). توانایی مدیریتی، ارتباطات سیاسی و گزارشگری مالی متقلبان. *فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی*، ۵(۲۰)، ۱۴۱-۱۶۲.

References

- Ali Asghari, S.h; Ghayur, F; & Mansoorfar, Gh. (2023). The quality of corporate governance and stakeholder management: the mediating role of the probability of fraudulent reporting. *Accounting and Social Interest*, 13(3), 115-142. (In Persian).
- Andergassen, R. (2016). Managerial compensation, product market competition and fraud. *Journal of Economics and Finance*, 45, 1-15.
- Awolowo, I.F. (2019). Financial Statement Fraud: The Need for a Paradigm Shift to Forensic Accounting. *PHD thesis*, Available from the Sheffield Hallam University Research Archive (SHURA).
- Bereskin, F; Campbell, T; & Kedia, S. (2019). Whistle Blowing, Forced CEO Turnover, and Misconduct: The Role of Socially Minded Employees and Directors. *Management Science*, 66 (1), 1-43.
- Bird, A; Edwards, A; & Ruchti, T. G. (2018). Taxes and Peer Effects. *The Accounting Review*, 93(5), 97-117.
- Braun, M; Truffa, S; & Valdivieso, E. (2022). The Social Geography of Misconduct (April 13, 2022). *Proceedings of the EUROFIDAI-ESSEC Paris December Finance Meeting 2022*, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4260848> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4260848>.
- Del Prete, D; Di Maio, M; & Rahman, A. (2023). Firms amid conflict: Performance, production inputs, and market competition. *Journal of Development Economics*, 164, 1-14.
- Duong, H. K; Ngo, A .D; & McGown, C.B. (2015). Industry Peer Effect and the Maturity Structure of Corporate Debt. *Managerial Finance*, 41 (17), 714-733.
- Ebaid, I. E. S. (2023). Board characteristics and the likelihood of financial statements fraud: empirical evidence from an emerging market. *Future Business Journal*, 9 (47), 1-12.

- Forughi, D; Hamidian, N; & Bahram, F. (2022). The effect of corporate social responsibility on fraudulent financial reporting. *Journal of Financial Accounting Knowledge*. 9 (1), 1-27. (In Persian).
- Fracassi, C. (2017). Corporate finance policies and social networks. *Management Science*. 63(8):2420–2438.
- Foucault, T. & Fresard, L. (2014). Learning from Peers' Stock Prices and Corporate Investment. *Journal of Financial Economics*, 111(3), 554–577.
- Iskenderoglu, C. (2023). Product market competition and the value of diversification. *Finance Research Letter*, 58, 1-11.
- Jahanshad, A; & Sardarizadeh, S. (2013). The relationship between financial criteria (income growth difference) and non-financial criteria (employee growth) with fraudulent financial reporting. *Accounting and Social Interest*, 4(2), 198-181. (in Persian).
- Kedia, S.; Koh, K; & Rajgopal, S. (2015). Evidence on contagion in earnings management. *Accounting Reviwe*. 90 (6), 2337–2373.
- Khajavi, Sh; & Ebrahimi, M. (2017). Investigating the effect of corporate governance mechanisms on fraud in the financial statements of companies listed on the Tehran Stock Exchange. *Journal of Asset Management and Financing*, 6(2), 71-84. (In Persian).
- Kim, E.H; Lu, Y; Khanna, V. (2015). CEO connectedness and corporate fraud. *The Journal of Finance*, 70 (3), 1203-1252.
- Lalbar, A; & Hasani, M. (2021). Management ability, political communication and fraudulent financial reporting. *Strategic management of national defense Studies*. 5(20), 141-162. (In Persian).
- Mat´ e-S´ anchez-Val, M; Lopez-Hern´ andez, F; & Fuentes, C.C.R. (2018). Geographical factors and business failure: an empirical study from the Madrid metropolitan area. *Economic model*, 74, 275–283.
- McGuire, S.T; Omer, T.C; & Sharp, N.Y. (2011). The impact of religion on financial reporting irregularities. *Accounting Reviwe*, 87 (2), 645–673.
- Umar, I; Samsudin, R. S; & Mohamed, M. (2015). The types, costs, prevention and detection of occupational fraud: The ACFE perspective. *Proceedings of the International Conference on Accounting Studies*, 17 (2), 1-5.
- Parsons, C.A; Sulaeman, J; & Titman, S. (2018). The geography of financial misconduct. *The Journal of Finance*, 73 (5), 2087–2137.
- Rashid, A; & Farah Said, A. (2021). Peer Effects on Investment Decisions: Do Industry Leaders and Young Firms Behave Differently? *Global Business Review*, 25, 1-21.
- Rind, A. A; Abbassi, W; Allaya, M; & Hammouda, A. (2022). Local peers and firm misconduct: *The role of sustainability and competition*. *Economic Modelling*, 116, 1-16.
- Robert, H.T; and Henry, N.P. (2016). 29 June. Corporate Fraud Demands Criminal Time. *The New York Times*.
- Shleifer, A. (2004). Does competition destroy ethical behavior? *American Economic Review*, 94 (2), 414–418.

COPYRIGHTS



This is an open access article under the CC-BY 4.0 license.



مسئولیت اجتماعی، ارزش شرکت و بازده سهام در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران؛ اثر تعدیلی همه‌گیری ویروس کرونا^۱

پریسا سادات بهبهانی‌نیا^۲، انیس مسیح‌گل^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۲/۱۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۱۲

مقاله پژوهشی

چکیده

هدف: پژوهش حاضر به بررسی اثر تعدیلی بحران ویروس کرونا بر رابطه فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت و بازده سهام در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق و بهادار تهران می‌پردازد.

روش پژوهش: این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی بوده و از بعد روش شناسایی، همبستگی و در زمره تحقیقات توصیفی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش بورس اوراق بهادار تهران است و نمونه پژوهش ۱۳۵ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران در دوره زمانی ۴ ساله بین سال‌های ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۰ می‌باشد. به منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش از رگرسیون چند متغیره با داده‌های ترکیبی و نرم‌افزار ایویوز استفاده شده است.

یافته‌ها: نتایج نشان داد که مسئولیت اجتماعی شرکت منجر به افزایش بازده سهام و ارزش شرکت می‌شود. علاوه بر این همه‌گیری کرونا اثر تعدیلی مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت و بازده سهام را ایفا می‌کند. این بحران تأثیر مثبت مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت و بازده سهام را کاهش می‌دهد. بدین ترتیب می‌توان به اهمیت اقدامات مسئولیت اجتماعی شرکت در بازده سهام و ارزش شرکت‌ها بخصوص در دوره‌های بحرانی همچون شیوع ویروس همه‌گیری کرونا پی برد.

دانش افزایی: در این پژوهش اثر تعدیلی شوک ویروس کرونا بر رابطه فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی، ارزش شرکت و بازده سهام بررسی شده است که با بررسی یک شوک واقعی به رابطه این متغیرها و پیش‌بینی رفتار آن‌ها در سایر بحران‌ها پرداخته می‌شود.

واژه‌های کلیدی: مسئولیت اجتماعی، ارزش شرکت، بازده سهام، ویروس کرونا.

طبقه‌بندی موضوعی: M41

doi: 10.22051/jaasci.2024.46371.1833

۱. دانشیار، گروه حسابداری، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهرا (س)، تهران، ایران. نویسنده مسئول. (P.behbahaninia@alzahra.ac.ir)

۲. کارشناس ارشد، گروه حسابداری، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهرا (س)، تهران، ایران. (masihgolani@gmail.com)

jaasci.alzahra.ac.ir

مقدمه

طبق گزارش‌های سازمان بهداشت جهانی، کرونا ویروس جدید ۲۰۱۹ یا کووید-۱۹ در اواخر سال ۲۰۱۹ و اوایل سال ۲۰۲۰ از شهر ووهان در استان هوبی چین شیوع پیدا کرد (ژائو و همکاران^۱، ۲۰۲۰: ۳۸۸؛ وانگ و همکاران^۲، ۲۰۲۰: ۲۷۰). اولین موارد تشخیص داده شده در ایران در ۲۹ بهمن ۱۳۹۸ تأیید شد و شیوع سریع این بیماری باعث سرایت بسیاری از شهرها شد. استان‌های گلستان، مازندران، تهران و اصفهان به‌عنوان مناطق قرمز گزارش شدند. در ۲۰۰ سال گذشته بیش از ۱۲ اپیدمی بیماری عفونی در ایران رخ داده است، اما به‌ندرت پیش می‌آید که چنین بیماری پیام‌های اقتصادی و سیاسی در ایران و جهان داشته باشد (بهبهانی‌نیا و گلیدی^۳، ۲۰۲۲: ۸۸۷). ولی با شیوع کووید-۱۹ و تشدید رکود اقتصادی بازارهای سهام در ابتدا اندکی کاهش یافتند؛ اما سپس روند صعودی را دنبال کردند. به‌طوری‌که شاخص کل بورس به بالاترین سطح خود از زمان تأسیس بورس اوراق بهادار تهران رسید. اگرچه این وضعیت پایدار نبود و بازار سهام دارای نوسانات بسیاری گردید (گرچی‌پور و همکاران، ۱۴۰۰: ۶۲). با این حال، ویروس کرونا دارای پیامدهای اقتصادی بود که علل آن متفاوت است اما اثرات اجتماعی مهمی نیز داشت. در این شرایط، با افزایش انتظارات اجتماعی از شرکت، مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت^۴ معنای کامل خود را پیدا می‌کند (خانچل و همکاران^۵، ۲۰۲۳: ۱۶). بسیاری از شرکت‌ها با مسئولیت اجتماعی بالا تلاش کرده‌اند با گسترش کووید-۱۹ مبارزه کرده و از ذی‌نفعان خود مانند کارکنان، مشتریان و به‌طور کلی جوامع، با وجود فشارهای مالی شدید، محافظت کنند (مائو^۶ و همکاران، ۲۰۲۱: ۲۷۲۱). بنابراین اهمیت و استقبال زیاد از مسئولیت اجتماعی شرکت در سال‌های اخیر باعث شده است که کاربران توجه ویژه‌ای به آن داشته باشند

-
1. NCoV-2019
 2. COVID -19
 3. Zhao and et al
 4. Wang and et al
 5. Behbahaninia & Golbidi
 6. Corporate social responsibility(CSR)
 7. Khanchel et al
 8. Mao et al

(گارسیا و همکاران^۱، ۲۰۲۰: ۲۰۲۳). در حقیقت؛ فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی عملکردی بیمه مانند داشته و همچون بیمه، سپری در برابر اخبار منفی هستند (شیو و یانگ^۲، ۲۰۱۷: ۴۶۰، یانگ و همکاران^۳، ۲۰۱۹: ۱۹۷؛ جو و نا^۴، ۲۰۱۲: ۴۴۸)؛ اما این موضوع مشخص نیست که عملکرد مسئولیت اجتماعی در طول دوره بحرانی مانند کرونا در برابر اخبار منفی تأثیرگذار بر کاهش قیمت سهام، به‌طور مناسب عمل می‌کنند یا خیر (هی و هریس^۵، ۲۰۲۰: ۱۸۱). فلامر معتقد است شرکت‌ها می‌توانند با افزایش عملکرد فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت به‌ویژه در جامعه، در طول یک دوره بحرانی، ذی‌نفعان را جذب و باعث افزایش اعتبار و ارزش شرکت در بازارهای رقابتی شوند و سهم آن‌ها را در بازار بهبود دهند، اگرچه اقدامات مسئولیت اجتماعی شرکت معمولاً برای بهبود و حفظ عملکرد مالی بلندمدت شرکت‌ها توصیه می‌شوند (فلامر^۶، ۲۰۱۳: ۷۶۵). با توجه به نظریه سهام‌داران (جونز^۷، ۱۹۹۵: ۴۱۷)، اینکه آیا شرکت‌ها باید در طی زمان‌های دشوار در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت سرمایه‌گذاری کنند تا از این طریق بازده سهام و ارزش شرکت افزایش پیدا کند، همچنان بحث‌برانگیز است. اگرچه در حال حاضر بیماری کووید-۱۹ فروکش کرده و اثر چشم‌گیری ندارد اما به دلیل اینکه بارزترین و شفاف‌ترین بحرانی بوده که در دهه‌های اخیر همگان با آن مواجه شدند بنابراین؛ پژوهش در این زمینه به عنوان یک بحران جهانی ضروری به نظر می‌رسد. مطالعه حاضر اولین پژوهشی است که به‌طور مستقیم نقش تعدیل‌کننده ویروس کرونا را در ارتباط بین مسئولیت اجتماعی و ارزش شرکت و بازده سهام با استفاده از دوره‌ای که شامل سال‌های قبل و پس‌از این بیماری همه‌گیر می‌باشد، ارزیابی می‌کند. همچنین؛ این پژوهش درک بهتری از عوامل مؤثر در افزایش عملکرد فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی فراهم می‌کند. پرداختن به عوامل تأثیرگذار بر رفتار اخلاقی و اجتماعی سازمان‌ها در دوران بحران اهمیت دارد. بر این اساس، توجه به بحران

1. García et al

2. Shiu and Yang

3. Yang et al

4. Jo & Na

5. He and Harris

6. Flammer

7. Jones

ویروس کرونا و بررسی اثر تعدیلی آن بر رابطه مسئولیت اجتماعی، ارزش شرکت و بازده سهام از نوآوری پژوهش حاضر است.

مبانی نظری و توسعه فرضیه‌ها

مسئولیت اجتماعی یک شرکت انتظارات بشردوستانه، اخلاقی، قانونی و اقتصادی است که بشر از سازمان‌ها در یک نقطه خاص از زمان انتظار دارد (کارول^۱، ۱۹۷۹: ۵۰۰). از سوی دیگر، مسئولیت اجتماعی شرکت به‌عنوان مسئولیت اجتماعی داخلی و خارجی طبقه‌بندی می‌شود. مسئولیت اجتماعی شرکت داخلی، به "طرح‌های مسئولیت اجتماعی شرکت رسمی که در آن کارکنان می‌توانند مشارکت کنند و از مزایای توسعه‌ای بهره‌مند شوند که نشان‌دهنده احترام کارفرمایان به کارکنان خود است" اشاره دارد و مسئولیت اجتماعی شرکت خارجی، به "اقدامات متمرکز بر نظارت نسبت به جامعه محلی، محیط طبیعی و مصرف‌کنندگان" اشاره دارد (دنگ و همکاران^۲، ۲۰۲۰: ۳۹۶).

تعاریف متنوع مسئولیت اجتماعی شرکت منعکس‌کننده انواع مختلف گروه‌های ذی‌نفع، مانند ذی‌نفعان داخلی و خارجی و جامعه در مقیاس بزرگ است. در مجموع، با توجه به مطالب ذکر شده و مطالعه ادبیات پیشین، استدلال می‌شود که مسئولیت اجتماعی شرکت را می‌توان به‌عنوان اصول اخلاق تجاری برای حفظ منافع همه ذی‌نفعان شرکت تعریف کرد. در این تعاریف، رشد شرکتی و رشد اجتماعی باید دو هدف مهمی باشند که یک بنگاه به‌منظور دستیابی به توسعه پایدار در اقتصاد دنبال می‌کند (کاستا و منیچینی^۳، ۲۰۱۳: ۱۵۷).

مسئولیت اجتماعی و بازده سهام

بسیاری از مطالعات رابطه مسئولیت اجتماعی و بازده سهام را بررسی می‌کنند و بینش‌های ارزشمندی را ارائه می‌دهند، اما این در حالی است که نتایج مطالعات متفاوت است. در واقع سه دیدگاه در حوزه‌های فعلی در خصوص مسئولیت اجتماعی شرکت و بازده سهام وجود دارد. یک

1. Carroll
2. Deng and et al
3. Costa & Menichini

دیدگاه این است که "مسئولیت اجتماعی با بازده سهام همبستگی مثبت دارد". مهم‌ترین فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی یک شرکت در یک دوره حساس، توجه به اقشار ضعیف جامعه از طریق کمک خیرخواهانه و حس انسان دوستانه است. بر مبنای تئوری سهام‌داران^۱، اگر سهام‌داران به این‌گونه فعالیت‌ها توجه کنند، فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی می‌تواند منجر به بهینه‌سازی تصویر شرکت، کاهش هزینه‌های تأمین مالی، بهبود عملکرد مالی و رقابت، کمک به توسعه پایدار شرکت‌ها و همچنین بهبود سودآوری شود؛ بنابراین، با استفاده از این‌گونه فعالیت‌ها، شرکت‌ها می‌توانند اعتماد سرمایه‌گذاران را جلب کرده و در نهایت بازده سهام شرکت را افزایش دهند. لذا برای سرمایه‌گذار داشتن سبد سهامی متشکل از سهام شرکت‌هایی که در مسئولیت اجتماعی سرمایه‌گذاری می‌کنند، در بلندمدت سودمند خواهد بود. (کیو و همکاران^۲، ۲۰۲۱؛ لینز و همکاران^۳، ۲۰۱۷؛ مک‌گویر و همکاران^۴، ۱۹۸۸؛ لو و باتاچاریا^۵، ۲۰۰۶؛ دننگ و همکاران^۶، ۲۰۱۳: ۹۲).

دیدگاه دیگر این است که "مسئولیت اجتماعی هیچ ارتباطی با بازده سهام ندارد یا اینکه مسئولیت اجتماعی برای بهبود بازده سهام مفید نیست". به عبارتی؛ منابع یک شرکت محدود است و مسئولیت یک شرکت تنها به حداکثر رساندن منافع سهام‌داران و کسب سود برای سهام‌داران با استفاده از منابع محدود است. در نتیجه، برای تحقق فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی باعث اتلاف منابع شرکت شده و همچنین کاهش سود را به همراه دارد که باعث آسیب رساندن به عملکرد مالی شرکت‌ها شده و در نتیجه بازده سهام شرکت‌ها کاهش می‌یابد. در واقع می‌توان استدلال کرد که قیمت سهام هیچ ارتباطی با فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی ندارد، زیرا اثر فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی بر بازده سهام از طریق آربیتراژ حذف خواهد شد (برامر و همکاران^۶، ۲۰۰۶: ۱۰۲).

دیدگاه سوم این است که "بازده سهام در ابتدا با افزایش مسئولیت اجتماعی شرکت کاهش می‌یابد و زمانی که مسئولیت اجتماعی از یک آستانه خاص فراتر می‌رود، بازده سهام با افزایش فعالیت‌های

-
1. Shareholder theory
 2. Qiu et al
 3. McGuire et al
 4. Luo & Bhattacharya
 5. Deng et al
 6. Brammer et al

مسئولیت اجتماعی افزایش می‌یابد." در واقع، در ابتدا، با افزایش سرمایه‌گذاری مسئولیت اجتماعی، شرکت‌ها نمی‌توانند جریان نقدی واقعی ایجاد شده توسط عملکرد مسئولیت اجتماعی را به طور موقت بازیابی کنند و نه تنها بازده سهام توسط فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی تحریک نمی‌شود بلکه ممکن است در ابتدا کاهش یابد. با این حال، فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی نوعی سرمایه‌گذاری بلندمدت است، تحقق این فعالیت می‌تواند رقابت و سودآوری را برای شرکت‌ها فراهم کند، که این تأثیر مثبت مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها پس از مدتی برجسته خواهد شد. سرمایه‌گذاران نیز پتانسیل رشد این شرکت‌ها را دریافته و در نتیجه خرید سهام خود را افزایش می‌دهند؛ که منجر به بهبود بازده سهام می‌شود (ژانگ و همکاران^۱، ۲۰۲۰؛ سرواس و تامایو^۲، ۲۰۱۳؛ ۱۰۵۰:۲۰۱۳)؛ بنابراین با توجه به دیدگاه‌های رقیب در این حوزه فرضیه اول پژوهش به صورت زیر طراحی می‌شود:

فرضیه اول: فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی، بر بازده سهام اثر معنادار مثبت دارد.

مسئولیت اجتماعی و بازده سهام در طول بیماری همه‌گیری کرونا

مطالعات نشان می‌دهد افزایش موارد کووید-۱۹ بازار سهام را تحت فشار قرارداد و شرکت‌ها نیز واکنش منفی نسبت به بازده سهام داشتند که منعکس‌کننده احساسات منفی سرمایه‌گذاران است. در نتیجه، همه‌گیری ویروس کرونا تأثیر نامطلوب بر بازده سهام شرکت‌ها داشته است (شهرزاد و همکاران^۳، ۲۰۲۰؛ ژای و همکاران^۴، ۲۰۲۲: ۳۱۱). علاوه بر این، عدم قطعیت مرتبط با موارد کووید-۱۹ بازارهای سهام و فعالان آن را نیز نگران کرده بود (خو^۵، ۲۰۲۱). هاولینووا و همکاران^۶ (۲۰۲۳: ۲۳۰)، در پژوهشی به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد بازار سهام در دوره پس از بحران مالی جهانی پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان داد اگر شرکت‌ها قصد دارند قیمت سهام خود را از طریق کانال مسئولیت اجتماعی شرکت افزایش دهند، باید به طور استراتژیک طرح‌های مسئولیت اجتماعی خود را انتخاب کنند.

1. Zhang et al
2. Servaes & Tamayo
3. Shehzad et al
4. Zhai et al
5. Xu
6. Havlinova et al

مسئولیت اجتماعی شرکت به‌عنوان یک رفتار سودآور غیرمستقیم می‌تواند دو اثر متضاد بر سطح بازده سهام در طول بیماری ویروس کرونا ایجاد کند. یک استدلال که بر اساس نظریه ذی‌نفعان است، اشاره دارد که توسعه یک شرکت نمی‌تواند از مشارکت همه ذی‌نفعان جدا شود و شرکت‌ها، بیشتر به دنبال منافع سهام‌داران هستند (دایک و همکاران^۱، ۲۰۱۹: ۶۷۰؛ کیو و همکاران^۲، ۲۰۲۱؛ ژانگ و همکاران^۳، ۲۰۲۲؛ گرگوری و همکاران^۴، ۲۰۱۴: ۶۳۹؛ جاهمان و گیس^۵، ۲۰۲۰؛ دینگ و همکاران^۶، ۲۰۲۱: ۸۱۳)؛ بنابراین، سطح بالای مسئولیت اجتماعی منجر به بهبود بازده سهام می‌گردد و سهام‌داران و جامعه بایستی به مسئولیت اجتماعی در فرآیند شرکت توجه کنند. در نتیجه، فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی اثر بیمه‌مانند هستند و تأثیر نامطلوب احساسات منفی سرمایه‌گذاران را به دلیل بحران‌های بهداشت عمومی کاهش می‌دهد؛ بنابراین، فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی یک شرکت وسیله‌ای برای کاهش تأثیر منفی یک ریسک سیستماتیک است. استدلال دیگر، مسئولیت اجتماعی تنها جلوه‌ای از تضاد اصلی است که بین سهام‌داران و مدیران ایجاد می‌شود و در نتیجه تحقق مسئولیت اجتماعی توسط مدیران، برای خودشان مفید خواهد بود اما برای منافع سهام‌داران مضر است (کارول، ۱۹۷۹؛ ماسولیس و رضا^۷، ۲۰۱۵: ۶۱۵؛ جنسن^۸، ۲۰۰۲: ۲۴۱). در این حالت، مسئولیت اجتماعی شرکتی در طول دوره بحران برافزایش بازده سهام در بازار مالی بی‌تأثیر و یا دارای تأثیر منفی است. بر این اساس، فرضیه دوم به شکل زیر طراحی می‌گردد:

فرضیه دوم: ویروس کرونا اثر فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی، بر بازده سهام را تعدیل می‌کند.

مسئولیت اجتماعی و ارزش شرکت

تقاضا برای حفاظت از محیط‌زیست، تأکید بر حاکمیت شرکتی و تغییرات در وضعیت اجتماعی عوامل اصلی هستند که شرکت‌ها را مجبور به پذیرش مسئولیت‌های اجتماعی بیشتری می‌کنند.

1. Dyck et al
2. Zhang et al
3. Gregory
4. Jahmane and Gaies
5. Ding et al
6. Masulis & Reza
7. Jensen

شرکت‌ها با انجام فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی در پی ایجاد و حفظ یک تصور خوب و جلب اعتماد بازار هستند (زارع بهنمیری، ۱۴۰۱: ۶۲). از سوی دیگر، انتظار می‌رود که شرکت‌ها به‌عنوان شهروندان شرکتی در قبال اقتصاد، جامعه و کشور، مسئولیت اجتماعی خود را فعالانه‌تر انجام دهند (وانگ^۱، ۲۰۱۱). مسئولیت اجتماعی ممکن است یک مزیت یا یک عیب برای شرکت داشته باشد، که این امر به اثربخشی پیاده‌سازی مسئولیت اجتماعی توسط شرکت بستگی دارد (بارون^۲، ۲۰۰۱: ۲۲؛ مک ویلیامز و همکاران^۳، ۲۰۰۶: ۹). براساس نتایج پژوهش حسینی عقدایی و همکاران (۱۴۰۲: ۲۷۰) علیرغم وجود مسئولیت اجتماعی بر عملکرد مالی تأثیر معنی‌داری دارد. با این حال، تحقیقات درباره رابطه تجربی بین مسئولیت اجتماعی شرکت و ارزش شرکت نتایج متناقضی را نشان می‌دهند.

فرضیه حل تعارض^۴ و فرضیه سرمایه‌گذاری بیش‌ازحد^۵، پیش‌بینی‌های متضادی از رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و ارزش شرکت ارائه می‌کنند (گرگوری و ویتاکر^۶، ۲۰۱۳: ۱۱).

"فرضیه حل تعارض" که بر اساس نظریه ذی‌نفعان است بیان می‌کند که فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت می‌تواند به‌عنوان ابزاری برای برقراری ارتباط مؤثر بین افراد خارج و افراد داخل سازمان و در نتیجه با کاهش تعارض و تضاد منافع، بین مدیران و مالکان (سهام‌داران)، می‌تواند باعث بهبود، اصلاح اعتبار و افزایش سودآوری شرکت شود که به تبع آن ارزش شرکت نیز افزایش خواهد یافت (جو و هارجو تو^۷، ۲۰۱۱: ۳۶۱).

در همین حال، "فرضیه سرمایه‌گذاری بیش‌ازحد"، چنین شیوه‌هایی را هزینه‌بر و باعث نگرانی می‌داند: فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی می‌تواند بازده اقتصادی را از طریق کانال‌های مختلف کاهش دهد (بارنه و روین^۸، ۲۰۱۰: ۷۹؛ لافر^۹، ۲۰۰۳: ۲۵۷). فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی مستلزم

1. Wang
2. Baron
3. McWilliams and et al
4. conflict resolution hypothesis
5. overinvestment hypothesis
6. Gregory & Whittaker
7. Jo & Harjoto
8. Barnea & Rubin
9. Laufer

سرمایه‌گذاری‌های سنگینی است و مدیران می‌توانند در فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی فراتر از حد مطلوب، سرمایه‌گذاری کنند که در نتیجه سبب کاهش عملکرد مالی و در نهایت ارزش شرکت می‌شود (ضمیر و سعید^۱، ۲۰۲۰: ۲۷۴). بر اساس نظرات متفاوت درباره اثر مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت و حاکمیت نظرات با اثر مثبت، فرضیه سوم به صورت زیر طراحی می‌شود:

فرضیه سوم: فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی، بر ارزش شرکت اثر معنادار مثبت دارد.

مسئولیت اجتماعی شرکت و ارزش شرکت در طول بیماری همه‌گیری کرونا

ویروس کرونا چالش‌هایی را برای شرکت‌ها و سازمان‌ها در رابطه با مسئولیت اجتماعی ایجاد کرد. این بیماری فرصتی عالی برای کسب و کارها فراهم کرده بود تا به سمت مسئولیت اجتماعی واقعی‌تر و معتبرتر حرکت کنند و در رسیدگی به چالش‌های فوری اجتماعی و زیست‌محیطی جهانی مشارکت کنند (هی و هریس، ۲۰۲۰). مطالعات اخیر بر تأثیر جدی ویروس کرونا بر بازارهای سرمایه جهانی تأکید کرده‌اند (گودل^۲، ۲۰۲۰؛ ژانگ و همکاران، ۲۰۲۰). با این حال، شناسایی تأثیر فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت با اثر تعدیلگری کرونا می‌تواند چالش‌برانگیز باشد. اجرای فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت در عملکرد تجاری نه تنها یک پدیده مدرن است، بلکه یک ضرورت برای همه شرکت‌ها است. در طول بحران‌های مالی، سرمایه‌گذاران به دنبال معیارهایی مانند رتبه‌بندی سرمایه اجتماعی هستند که نشان‌دهنده قابل‌اعتماد بودن شرکت‌ها در برابر کاهش اعتماد عمومی است. در حمایت از این استدلال هی و هریس (۲۰۲۰) بیان می‌کنند که کووید-۱۹ انتظارات مردم را در خصوص فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی افزایش داده و مشاغل را بر اساس نگرش‌های مسئولیت اجتماعی شرکت طبقه‌بندی می‌کند (کیو و همکاران، ۲۰۲۱). ژانگ و همکاران (۲۰۲۲)، در پژوهشی به بررسی تأثیر اهمیت مسئولیت اجتماعی شرکت بر سازمان‌ها در دوران کووید-۱۹ پرداختند. این مطالعه نشان داد که تقویت مسئولیت اجتماعی شرکت برای بهبود بازده سهام مفید است. مسئولیت اجتماعی می‌تواند سرمایه اعتماد اجتماعی به شرکت‌ها را تقویت کند و همچنین، عملکرد شرکت را در طول همه‌گیری بهبود بخشد.

1. Zamir & Saeed

2. Goodell

با توجه به تأثیرات جبران‌ناپذیر بحران کرونا، مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت اهمیت تلاش‌های مشترک را بیان می‌کند و به شرکت‌ها در حفظ شهرت و اعتبار خود و در نهایت ارزش شرکت‌ها در طول بحران کمک می‌کند (آنه و ولنسی^۱، ۲۰۱۹: ۱۹۵).

استدلال دیگر این است که بر مبنای تئوری سرمایه‌گذاری بیش‌ازحد، اجرای فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی، برای شرکت‌ها پرهزینه است و سبب نگرانی‌های سرمایه‌گذاری بیش‌ازحد، در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی به‌خصوص در طول بحران مالی می‌گردد (بوکنان و همکاران^۲، ۲۰۱۸: ۸۱). با این استدلال، اهمیت نسبی اثر سرمایه‌گذاری بیش‌ازحد پس از شروع این بحران کووید-۱۹ افزایش می‌یابد. بحران اخیر یک شوک برون‌زا برای شرکت‌ها بود که به‌نوعی سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی، خود به‌نوعی سبب افزایش هزینه‌های شرکت و خروج منابع از شرکت می‌گردد و به دنبال آن، بحران ویروس کرونا مشکلات شرکت‌ها را بزرگ‌تر می‌کند. لذا به‌طور بالقوه هزینه‌های فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی را افزایش می‌دهد که باعث کاهش اعتماد عمومی، کاهش اعتبار و شهرت شرکت و در نهایت اثر منفی بر ارزش شرکت‌ها می‌گردد؛ بنابراین فرضیه چهارم این پژوهش به‌صورت زیر طراحی می‌گردد:

فرضیه چهارم: ویروس کرونا اثر فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی، بر ارزش شرکت را تعدیل می‌کند.

روش‌شناسی پژوهش

از آنجاکه این پژوهش با استفاده از داده‌های واقعی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق و بهادار تهران اقدام به آزمون فرضیه‌ها می‌کند، این پژوهش کمی بوده و از این منظر ماهیت عینی دارد. از آنجاکه داده‌های گذشته صورت‌های مالی استفاده می‌شود، پژوهش پس‌رویدادی است. از منظر هدف اجرا، پژوهش را می‌توان در منظر نتیجه اجرا در زمره پژوهش‌های توصیفی-همبستگی قرارداد زیرا هدف از آن تبیین رابطه بین مسئولیت اجتماعی و ارزش شرکت و بازده سهام با نقش تعدیلگری ویروس کرونا است که نقش بررسی همبستگی بر مبنای این هدف مشهود است. پژوهش

1. Anh & Velencei
2. Buchanan et al

را می‌توان از منظر نتیجه اجرا در زمره پژوهش‌های کاربردی قرارداد زیرا برای فعالان بازار سرمایه ایران در تصمیم‌گیری‌هایشان در این بازار کمک‌کننده خواهد بود.

جامعه آماری در این پژوهش شامل کلیه شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره ۱۳۹۷ الی ۱۴۰۰ است که با شرایط زیر را محدود شده‌اند:

- ۱- جزء بانک‌ها و مؤسسات مالی (شرکت‌های سرمایه‌گذاری، واسطه‌گری مالی، لیزینگ و هولدینگ‌ها) نباشند، زیرا نوع فعالیت آن‌ها با سایر شرکت‌ها متفاوت است.
- ۲- دوره مالی آن‌ها به پایان اسفند ماه منتهی شود.
- ۳- طی این سال‌های مالی تغییر فعالیت و تغییر سال مالی نداده باشند.
- ۴- اطلاعات مالی موردنیاز به‌منظور استخراج داده‌های موردنیاز آن‌ها در دسترس باشد.
- ۵- تا پایان سال مالی ۱۳۹۶ در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته‌شده باشد.
- ۶- وقفه معاملاتی بیش از سه ماه نباشد (به دلیل استفاده از شاخص ارزش بازار به دفتری حقوق صاحبان سهام به‌عنوان متغیر کنترل).

با در نظر گرفتن شرایط مذکور و بررسی‌ها انجام شده، تعداد ۵۴۰ مشاهده (۳۵ شرکت) برای دوره زمانی ۱۳۹۷ الی ۱۴۰۰-ی حائز شرایط بوده و به‌عنوان جامعه آماری انتخاب شده‌اند.

مدل‌های آزمون فرضیه‌های پژوهش و تعریف متغیرها

بر این اساس، برای بررسی آزمون، رابطه بین فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت، ارزش شرکت‌ها و بازده سهام با نقش تعدیلگری ویروس کرونا از مدل‌های زیر استفاده شده است.

مدل آزمون فرضیه اول:

$$R_{it} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{i,t} + \beta_2 Roa_{i,t} + \beta_3 Lev_{i,t} + \beta_4 Age_{i,t} + \beta_5 size_{i,t} + \varepsilon$$

مدل آزمون فرضیه دوم:

$$R_{it} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{i,t} + \beta_2 COVID_{it} + \beta_3 COVID_{it} * CSR_{it} + \beta_4 Roa_{i,t} + \beta_5 Lev_{i,t} + \beta_6 Age_{i,t} + \beta_7 size_{i,t} + \varepsilon$$

مدل آزمون فرضیه سوم:

$$FV_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{i,t} + \beta_2 Roa_{i,t} + \beta_3 Lev_{i,t} + \beta_4 Age_{i,t} + \beta_5 size_{i,t} + \varepsilon$$

مدل آزمون فرضیه چهارم:

$$FV_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{i,t} + \beta_2 COVID_{i,t} + \beta_3 COVID_{i,t} * CSR_{i,t} + \beta_4 Roa_{i,t} + \beta_5 Lev_{i,t} + \beta_6 Age_{i,t} + \beta_7 size_{i,t} + \varepsilon$$

متغیرهای وابسته: ارزش شرکت ($FV_{i,t}$): در این پژوهش برای اندازه‌گیری ارزش شرکت به پیروی از پژوهش‌های مشابه از شاخص کیوتو بین طبق رابطه زیر استفاده می‌کنیم. برای محاسبه آن از رابطه زیر استفاده می‌شود که در آن $mva_{i,t}$ نشان‌دهنده ارزش بازار حقوق صاحبان سهام شرکت i در سال t است و $bvd_{i,t}$ مبین ارزش دفتری بدهی‌های شرکت i در سال t و $bva_{i,t}$ مشخص‌کننده ارزش دفتری دارایی‌های شرکت i در سال t است (بوز و همکاران، ۲۰۲۲؛ سودارنو و همکاران، ۲۰۲۲: ۱۰۸).

نسبت کیوتو بین از رابطه (۱) محاسبه می‌گردد.

$$Q_{it} = \frac{(bvd_{i,t} + mva_{i,t})}{bva_{i,t}} \quad \text{رابطه (۱)}$$

بازده سهام ($R_{i,t}$): بازده را می‌توان، تغییر در ارزش یک دارایی در طول یک دوره زمانی مشخص تعریف کرد. در خصوص سهام این تعریف ناشی از تغییر در قیمت سهم به‌اضافه سود یا مزایای پرداختی است. منظور از بازده کل سهام، مجموعه مزایایی است که در طول سال به سهم تعلق می‌گیرد. $P_{i,t}$ قیمت سهم در انتهای سال مالی، $P_{i,t-1}$ قیمت سهم در ابتدای سال مالی و $d_{i,t}$ سایر مزایای پرداختی سهام است. بازده سهام شرکت i در سال t است که از رابطه زیر به دست می‌آید:

$$R_{i,t} = \frac{(p_{i,t} - p_{i,t-1}) + d_{i,t}}{p_{i,t-1}} \quad \text{رابطه (۲)}$$

متغیر مستقل: مسئولیت اجتماعی شرکت ($CSR_{i,t}$): متغیر مستقل پژوهش حاضر، سطح افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها است که از طریق گزارش‌های سالانه هیئت‌مدیره سنجیده می‌شود. با توجه به پژوهش‌های مرتبط داخلی صورت پذیرفته و سازگاری چک‌لیست کردستانی و همکاران (۱۳۹۷: ۱۹۲) با شرایط ایران که از روایی و پایایی مناسبی برخوردار است، چک‌لیست نهایی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها به شرح جدول (۱) مورداستفاده قرار گرفت.

جدول ۱. ابعاد و شاخص‌های افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها (کردستانی و همکاران، ۱۳۹۷)

ابعاد	شاخص
زیست‌محیطی	آلودگی هوا؛ بازیافت یا جلوگیری از ضایعات؛ حفظ منابع طبیعی؛ دریافت جایزه در زمینه محیط‌زیست؛ رعایت قوانین و مقررات زیست‌محیطی؛ سایر موارد
محصولات و خدمات	کیفیت، ایمنی و سلامت محصول؛ توسعه محصول/ سهم بازار؛ خدمات پس از فروش؛ توقف تولید؛ سایر موارد
منابع انسانی	اطلاعاتی کلی در مورد نیروی کار (نظیر توزیع سنی کارکنان، توزیع جنسی کارکنان، سطح تحصیلات)؛ برنامه آموزش و توسعه کارکنان؛ حقوق، مزایا و پاداش کارکنان، امکانات رفاهی و ورزشی کارکنان؛ روحیه و ارتباطات کارکنان؛ محیط کار کارکنان (ایمنی، سلامت، بهداشت)؛ بازنشستگی و مزایای پایان خدمت کارکنان؛ سایر موارد
مشتریان	پاسخگویی به نیاز مشتریان؛ شکایت/ رضایت‌مندی مشتریان؛ سلامت مشتریان؛ سایر موارد
اجتماعی	رعایت و تبعیت از قوانین و مقررات مربوط به بعد اجتماعی؛ سرمایه‌گذاری اجتماعی (سلامتی و بهداشت و...)؛ هدایا و خدمات خیریه و نیکوکاری (نهادهای مدنی)؛ حامیان مالی برای فعالیت‌های اجتماعی (ورزش و...)؛ سایر موارد
فرهنگی- اعتقادی	سرمایه‌گذاری فرهنگی- اعتقادی (آموزشی و...)؛ حامیان مالی فعالیت‌های فرهنگی- اعتقادی، فساد، رشوه‌خواری، پول‌شویی؛ سایر موارد
انرژی	حفظ و صرفه‌جویی در انرژی؛ توسعه و اکتشاف منابع جدید؛ استفاده از منابع جدید؛ سایر موارد

سپس برای سنجش رتبه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از رویکرد تحلیل محتوای^۱ با رویکرد شاخص^۲ مطابق رابطه (۳) استفاده شده است.

$$CSR_{Score} = \frac{\text{تعداد اقلام افشاء شده}}{\text{تعداد کل اقلام افشاء شده}} \quad \text{رابطه (۳)}$$

1. Content Analysis Method
2. Index Approach

در رویکرد شاخص، "تحلیل محتوا" به استنباط نتایج بر اساس بودن یا نبودن ویژگی‌هایی که در پیام تعریف شده است، می‌پردازد. در این رویکرد اگر یک قلم از افشای ارقام مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها انجام شده باشد، امتیاز "یک" و در غیر این صورت امتیاز "صفر" تعلق خواهد گرفت؛ بنابراین در پژوهش حاضر، در صورتی که هر کدام از شاخص‌های مطرح شده در جدول (۱) در گزارش‌های فعالیت هیئت‌مدیره شرکت‌ها، افشاشده باشند به آن عدد یک و در صورتی که افشا نشده باشد به آن عدد صفر تعلق می‌گیرد. در نتیجه، برای هر شرکت تعداد ارقام (شاخص‌ها) افشاء شده به تعداد کل ارقام (شاخص‌ها) قابل افشاء، در گزارش مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، بیانگر درصد افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها برای تعیین سطح آن در هر شرکت است (کردستانی و همکاران، ۱۳۹۷).

متغیر تعدیلگر: ویروس کرونا (COVID-19): برای بررسی تأثیر تعدیل‌کنندگی پاندمی کرونا بر رابطه بین فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت و بازده سهام دو دوره مشابه قبل و بعد از پاندمی کرونا در نظر گرفته شده است. با توجه به اینکه بازده زمانی پژوهش، سال‌های ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۰ می‌باشد لذا برای سال ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۰ که بیماری کووید-۱۹ همه‌گیر شده بود کد "یک" و در غیر این صورت (۱۳۹۷ تا ۱۳۹۸) "صفر" را اختیار می‌کند. علاوه بر این از آنجای که این بیماری در کشور ما در ۳۰ بهمن ماه ۱۳۹۸ رسماً شناسایی شد. لذا نمی‌تواند تأثیر زیادی بر اطلاعات سال ۱۳۹۸ داشته باشد. در نتیجه سال‌های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۰ مدنظر قرار می‌گیرد.

متغیرهای کنترلی: در یک پژوهش اثر تمام متغیرها بر یکدیگر را نمی‌توان به‌طور هم‌زمان مورد مطالعه قرارداد. بنابراین محقق اثر برخی از متغیرها را کنترل نموده و یا آن‌ها را خنثی می‌کند. با توجه به اینکه در این پژوهش تأثیر مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت و بازده سهام با اثر تعدیلگری ویروس کرونا در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران مورد بررسی قرار می‌گیرد، متغیرهای کنترلی به کاررفته در این پژوهش به‌قرار زیر می‌باشند.

اندازه شرکت ($size_{it}$): اندازه شرکت برابر با لگاریتم طبیعی مجموع ارزش دفتری دارایی‌ها در پایان سال شرکت است؛ بنابراین از رابطه (۴) استفاده شده است (رنالدو و همکاران^۱، ۲۰۲۱: ۸؛ کیو و همکاران، ۲۰۲۱).

$$size_{i,t} = \text{Log}(Assets_{i,t}) \quad \text{رابطه (۴):}$$

بازده دارایی (Roa_{it}): نسبت سود خالص قبل از بهره و مالیات بر کل دارایی‌های شرکت در سال t است (کیو و همکاران، ۲۰۲۱).

$$Roa_{it} = \frac{Ebit_{i,t}}{Assets_{i,t}} \quad \text{رابطه (۵):}$$

$Ebit$ ^۱: سود قبل از بهره و مالیات و $Assets$: کل دارایی‌های شرکت

اهرم مالی ($Lev_{i,t}$): از نسبت کل بدهی‌های شرکت (کوتاه مدت و بلندمدت) به ارزش دفتری کل دارایی‌های شرکت محاسبه می‌گردد (کیو و همکاران، ۲۰۲۱).

$$Lev_{it} = \frac{Debt_{i,t}}{Assets_{i,t}} \quad \text{رابطه (۶):}$$

$Debt$: کل بدهی‌های شرکت

سن شرکت ($Age_{i,t}$): سن لگاریتم طبیعی تعداد سال‌هایی است که یک شرکت به طور قانونی تشکیل شده است (دی فوند و همکاران^۲، ۲۰۲۰؛ لیو و همکاران^۳، ۲۰۲۱: ۱۱۷).

نتایج آمار توصیفی

به منظور بررسی مشخصات عمومی متغیرها و تجزیه و تحلیل دقیق آن‌ها، آشنایی با آمار توصیفی مربوط به متغیرها لازم است. جدول (۲)، آمار توصیفی داده‌های مربوط به متغیرهای مورد استفاده در پژوهش را نشان می‌دهد. آمار توصیفی مربوط به ۱۳۵ شرکت نمونه طی دوره زمانی ۴ ساله (۱۳۹۷ تا ۱۴۰۰) می‌باشد.

مقادیر میانگین و میانه برای متغیر ارزش شرکت برابر با ۴/۱۸۸ و ۳/۰۰۹ است که نشان می‌دهد بیشترین داده‌ها حول این نقطه تمرکز یافته‌اند. به طور کلی پارامترهای پراکندگی، معیاری برای تعیین میزان پراکندگی از یکدیگر یا میزان پراکندگی آن‌ها نسبت به میانگین است. از مهم‌ترین پارامترهای پراکندگی، انحراف معیار است. متغیر ارزش شرکت با ۴/۱۰۳ بیشترین میزان پراکندگی و متغیر

1. Earnings before interest & taxes (Ebit)

2. DeFond at el

3. Liu at el

کووید-۱۹ با ۰/۰۰۰ کمترین میزان پراکندگی می‌باشند. بیشینه و کمینه، به ترتیب بیشترین و کمترین عدد متغیر در جامعه آماری را نشان می‌دهد. متغیر اندازه شرکت با ۲۱/۳۲۷ و ۱۱/۹۹۳ به ترتیب بیشینه و کمینه را نشان می‌دهد. در جدول آمار توصیفی زمانی که مقدار میانگین از میانه بیشتر باشد چولگی مثبت و زمانی که کمتر باشد چولگی منفی است که در این پژوهش تنها عمر شرکت دارای چولگی منفی است. در ادامه؛ با بررسی متغیر دو ارزشی همه‌گیری کرونا نیز مشاهده می‌شود که ۵۰ درصد از دوره مورد بررسی مربوط به دوران همه‌گیری کرونا است.

جدول ۲. خلاصه نتایج آمار توصیفی متغیرهای پژوهش (تعداد مشاهدات: ۵۴۰)

پنل الف- متغیرهای پیوسته								
متغیرها	نماد	میانگین	میانه	بیشینه	کمینه	انحراف معیار	چولگی	ضریب کشیدگی
ارزش شرکت	FV	۴/۱۸۸	۳/۰۰۹	۳۸/۳۳۳	۰/۹۱۱	۴/۱۰۳	۳/۸۵۴	۲۳/۶۵۴
بازده سهام	SR	۱/۶۵۱	۰/۸۰۷	۲۴/۲۴۷	-۰/۸۱۹	۲/۷۴۱	۳/۱۲۳	۱۷/۸۴۳
مسئولیت اجتماعی شرکت	CSR	۰/۴۸۰	۰/۴۲۸	۰/۸۵۷	۰/۱۴۲	۰/۲۰۰	۰/۱۴۰	۲/۱۸۳
اندازه شرکت	Size	۱۵/۵۷۸	۱۵/۳۱۲	۲۱/۳۲۷	۱۱/۹۹۳	۱/۶۶۶	۰/۹۱۱	۳/۷۷۷
اهرم مالی	Lev	۰/۵۰۸	۰/۵۰۳	۱/۲۷۳	۰/۰۳۱	۰/۲۱۲	۰/۲۸۰	۳/۱۲۶
عمر شرکت	Age	۳/۷۲۶	۳/۸۲۸	۴/۲۶۲	۰/۸۳۳	۰/۳۳۲	-۰/۵۶۱	۲/۲۶۸
بازده دارایی	Roa	۰/۲۳۹	۰/۲۳۳	۰/۷۰۲	-۰/۲۸۸	۰/۱۶۸	۰/۱۴۸	۲/۷۲۹
پنل ب- متغیرهای گسسته								
متغیرها	نماد	فراوانی		درصد فراوانی				
		یک	صفر	یک	صفر			
کووید-۱۹	COVID-19	۲۷۰	۲۷۰	۰/۵	۰/۵			

نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

برای بررسی سطح ایستایی متغیرهای مورد استفاده در پژوهش از آنجا که متغیرهای مورد استفاده به صورت داده ترکیبی است، برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از آزمون هادری و از نرم‌افزار Eviews 13 استفاده شده است. با توجه به اینکه سطح معناداری کلیه متغیرها در آزمون ریشه واحد کوچک‌تر از ۵٪ بود. در نتیجه؛ با توجه به سطح معناداری این آزمون، کلیه متغیرهای مورد استفاده در

پژوهش در سطح ایستا هستند. قبل از تخمین مدل‌ها، ابتدا بایستی مشخص شود که روش تخمین (تابلویی یا تلفیقی) است که برای این منظور از آماره آزمون F لیمر استفاده شده است. با توجه به این که احتمال F لیمر کلیه مدل‌های پژوهش کمتر از ۵ درصد بود، بنابراین برای تخمین کلیه مدل‌ها از روش تابلویی استفاده گردید. در ادامه با توجه به اینکه احتمال آزمون هاسمن کلیه مدل‌های پژوهش به جزء مدل دوم کمتر از ۵ درصد بود، بنابراین برای تخمین مدل دوم از الگوی اثرات تصادفی و مدل‌های اول، سوم و چهارم از الگوی اثرات ثابت بهره گرفته شد. نتایج آزمون فرضیه اول در جدول ۳ نشان داده شده است.

جدول ۳. نتایج برآورد ضریب مدل اول پژوهش

متغیر وابسته: بازده سهام، تعداد دوره: ۴، تعداد تقاطع: ۱۳۵، تعداد ترکیب موزون: ۵۴۰						
$SR_{it} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 Roa_{it} + \beta_3 Lev_{it} + \beta_4 Age_{it} + \beta_5 size_{it} + \varepsilon$						
نام متغیر	نماد	ضرایب	خطای استاندارد	آماره t	احتمال	نتیجه
مسئولیت اجتماعی شرکت	CSR	۱/۸۳۵	۰/۳۲۷	۵/۶۱۲	۰/۰۰۰۰	معنادار
بازده دارایی	Roa	۲/۳۳۶	۰/۵۱۴	۴/۵۴۰	۰/۰۰۰۰	معنادار
اهرم مالی	Lev	-۰/۶۹۷	۰/۴۹۷	-۱/۴۰۲	۰/۱۶۱۵	عدم معنادار
سن شرکت	Age	-۴/۹۲۶	۲/۷۶۶	-۱/۷۸۰	۰/۰۷۵۸	عدم معنادار
اندازه شرکت	size	-۱/۶۰۸	۰/۱۴۹	-۱۰/۷۵۸	۰/۰۰۰۰	معنادار
ضریب ثابت	C	۴۳/۹۸۵	۸/۶۵۵	۵/۰۸۱	۰/۰۰۰۰	معنادار
آماره دورین - واتسون	Durbin-Watson stat			۲/۰۳۲		
آماره F	F-statistic			۲/۵۶۱		
احتمال (آماره F)	Prob(F-statistic)			۰/۰۰۰		
ضریب تعیین تعدیل شده	Adjusted R-squared			۰/۳۸۷		
ضریب تعیین	R-squared			۰/۴۷۰		

همان‌طور که در جدول (۳) ملاحظه می‌شود، مقدار آماره F در سطح کلیه شرکت‌ها برابر ۲/۵۶۱ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ است و مدل در سطح ۹۵ درصد معنادار است. با توجه به مقدار آماره دورین واتسون که برابر با ۲/۰۳۲ است که با توجه به این که آماره به دست آمده در دامنه ۱/۵ و ۲/۵ قرار دارد، در نتیجه وجود خودهمبستگی بین خطاهای مدل رد شده است. مقدار ضریب تعیین برابر با ۰/۴۷۰ است؛ یعنی ۴۷٪ از تغییرات متغیر وابسته (بازده سهام) توسط متغیر مستقل (مسئولیت اجتماعی شرکت) و کنترلی (بازده دارایی، اهرم مالی، سن شرکت و اندازه شرکت) قابل توضیح است. همچنین، سطح معناداری مربوط به متغیر مسئولیت اجتماعی شرکت نشان‌دهنده آن است که بین مسئولیت اجتماعی و بازده سهام رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. بعلاوه میان اندازه شرکت با بازده سهام رابطه منفی و معنادار و همچنین میان متغیر بازده دارایی با بازده سهام رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

جدول ۴. نتایج برآورد ضریب مدل دوم پژوهش

متغیر وابسته: بازده سهام، تعداد دوره: ۴، تعداد تقاطع: ۱۳۵، تعداد ترکیب موزون: ۵۴۰						
$SR_{it} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 COVID_{it} + \beta_3 COVID_{it} * CSR_{it} + \beta_4 Roa_{it} + \beta_5 Lev_{it} + \beta_6 Age_{it} + \beta_7 size_{it} + \varepsilon$						
نتیجه	احتمال	آماره t	خطای استاندارد	ضرایب	نماد	نام متغیر
معنادار	۰/۰۰۰۰	۴/۵۷۳	۱/۲۵۵	۵/۷۴۱	CSR	مسئولیت اجتماعی شرکت
عدم معنادار	۰/۸۸۸	-۰/۱۴۰	۰/۵۴۵	-۰/۰۷۶	COVID	ویروس کرونا
معنادار	۰/۰۰۰۰	-۴/۲۵۴	۱/۴۰۵	-۵/۹۷۷	CSR × COVID	مسئولیت اجتماعی × ویروس کرونا
معنادار	۰/۰۱۳۰	۲/۴۹۰	۰/۵۸۱	۱/۴۴۸	Roa	بازده دارایی
عدم معنادار	۰/۱۲۳۴	۱/۵۴۳	۰/۴۵۴	۰/۷۰۰	Lev	اهرم مالی
عدم معنادار	۰/۳۰۲۲	۱/۰۳۲	۰/۲۳۸	۰/۲۴۶	Age	سن شرکت
معنادار	۰/۰۰۰۰	-۴/۱۸۶	۰/۰۴۸	-۰/۲۰۲	size	اندازه شرکت
عدم معنادار	۰/۰۷۲۸	۱/۷۹۷	۱/۲۵۸	۲/۲۶۲	C	ضریب ثابت
۲/۸۴۶				Durbin-Watson stat		آماره دورین - واتسون
۲۷/۰۲۴				F-statistic		آماره F
۰/۰۰۰				Prob(F-statistic)		احتمال (آماره F)
۰/۲۵۲۶				Adjusted R-squared		ضریب تعیین تعدیل شده
۰/۲۶۲۳				R-squared		ضریب تعیین

با توجه به جدول (۴)، مقدار آماره F در سطح کلیه شرکت‌ها برابر ۲۷/۰۲۴ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ است و مدل در سطح ۹۵ درصد معنادار است. در ادامه، با توجه به مقدار آماره دورین واتسون که برابر با ۲/۸۴۶ است که

با توجه به این که آماره به دست آمده در دامنه ۱/۵ و ۲/۵ قرار دارد، در نتیجه وجود خودهمبستگی بین خطاهای مدل رد می‌شود. مقدار ضریب تعیین برابر با ۰/۲۶ است؛ یعنی ۲۶٪ از تغییرات متغیر وابسته (بازده سهام) توسط متغیر مستقل (مسئولیت اجتماعی شرکت)، تعدیلی (ویروس کرونا) و کنترلی (بازده دارایی، اهرم مالی، سن شرکت و اندازه شرکت) قابل توضیح است. با توجه به جدول (۴)، سطح معناداری مربوط به متغیر مسئولیت اجتماعی شرکت نشان‌دهنده آن است که بین مسئولیت اجتماعی و بازده سهام رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین بین متغیر ویروس کرونا و بازده سهام رابطه مثبت و معناداری مشاهده نمی‌شود. از سوی با ورود متغیر تعدیلی ویروس کرونا، رابطه معنادار بین مسئولیت اجتماعی و بازده سهام حفظ می‌شود. لیکن با ورود ویروس کرونا به مدل جهت آن تغییر می‌کند و میزان ارتباط مثبت بین مسئولیت اجتماعی و بازده سهام کاهش می‌یابد. نتایج مشاهدات نشان می‌دهد که میان اندازه شرکت با بازده سهام رابطه منفی و معناداری وجود دارد. به بیانی، اگر شرکت‌ها بزرگ‌تر باشند؛ بازده سهام شرکت‌ها کمتر می‌شود. همچنین میان متغیر بازده دارایی با بازده سهام رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارتی، در صورتی که شرکت توانایی استفاده از منابع دارایی‌ها را در جریان کسب سود داشته باشد، بازده سهام شرکت نیز افزایش می‌یابد.

جدول ۵. نتایج برآورد ضریب مدل سوم پژوهش

متغیر وابسته: ارزش شرکت، تعداد دوره: ۴، تعداد تقاطع: ۱۳۵، تعداد ترکیب موزون: ۵۴۰						
$FV_{it} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 Roa_{it} + \beta_3 Lev_{it} + \beta_4 Age_{it} + \beta_5 size_{it} + \varepsilon$						
نام متغیر	نماد	ضرایب	خطای استاندارد	آماره t	احتمال	نتیجه
مسئولیت اجتماعی شرکت	CSR	۶/۱۱۷	۰/۳۵۶	۱۷/۱۵۱	۰/۰۰۰۰	معنادار
بازده دارایی	Roa	۴/۸۷۸	۰/۴۷۸	۱۰/۱۹۷	۰/۰۰۰۰	معنادار
اهرم مالی	Lev	۱/۰۴۷	۰/۴۰۳	۲/۵۹۳	۰/۰۰۹۹	معنادار
سن شرکت	Age	۶/۸۳۰	۳/۲۲۶	۲/۱۱۷	۰/۰۳۴۸	معنادار
اندازه شرکت	size	-۱/۴۴۲	۰/۱۴۲	-۱۰/۰۹۴	۰/۰۰۰۰	معنادار
ضریب ثابت	C	-۳/۴۲۹	۱۰/۱۵۲	-۰/۳۳۷	۰/۷۳۵۷	عدم معنادار
آماره دوربین - واتسون	Durbin-Watson stat	۲/۱۹۴				
آماره F	F-statistic	۷/۵۱۸				
احتمال (آماره F)	Prob(F-statistic)	۰/۰۰۰				
ضریب تعیین تعدیل شده	Adjusted R-squared	۰/۶۲۷				
ضریب تعیین	R-squared	۰/۷۲۳				

در جدول (۵) مشاهده می‌شود که مقدار آماره F در سطح کلیه شرکت‌ها برابر ۷/۵۱۸ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ است و مدل در سطح ۹۵ درصد معنادار است. در ادامه، با توجه به مقدار آماره دوربین واتسون که برابر با ۲/۱۹۴ است که با توجه به این که آماره به دست آمده در دامنه ۱/۵ و ۲/۵ قرار دارد، در نتیجه وجود خودهمبستگی بین خطاهای مدل رد شده است. مقدار ضریب تعیین برابر با ۰/۷۲ است؛ یعنی ۷۲٪ از تغییرات متغیر وابسته (ارزش شرکت) توسط متغیر مستقل (مسئولیت اجتماعی شرکت) و کنترلی (بازده دارایی، اهرم مالی، سن شرکت و اندازه شرکت) قابل پیش‌بینی است. همچنین، سطح معناداری مربوط به متغیر مسئولیت اجتماعی نشان می‌دهد که میان متغیر مسئولیت اجتماعی و ارزش شرکت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارتی با توجه به ضرایب مدل، با افزایش مسئولیت اجتماعی، ارزش شرکت افزایش یافته است.

جدول ۶. نتایج برآورد ضریب مدل چهارم پژوهش

متغیر وابسته: بازده سهام، تعداد دوره: ۴، تعداد تقاطع: ۱۳۵، تعداد ترکیب موزون: ۵۴۰						
$FV_{it} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 COVID_{it} + \beta_3 COVID_{it} * CSR_{it} + \beta_4 Roa_{it} + \beta_5 Lev_{it} + \beta_6 Age_{it} + \beta_7 size_{it} + \varepsilon$						
نام متغیر	نماد	ضرایب	خطای استاندارد	آماره t	احتمال	نتیجه
مسئولیت اجتماعی شرکت	CSR	۹/۲۹۲	۱/۴۹۷	۶/۲۰۶	۰/۰۰۰۰	معنادار
ویروس کرونا	COVID	۵/۱۶۶	۱/۱۲۶	۴/۵۸۷	۰/۰۰۰۰	معنادار
مسئولیت اجتماعی × ویروس کرونا	CSR × COVID	-۷/۴۸۷	۱/۷۴۷	-۴/۲۸۳	۰/۰۰۰۰	معنادار
بازده دارایی	Roa	۵/۶۴۰	۱/۷۵۹	۳/۲۰۶	۰/۰۰۱۵	معنادار
اهرم مالی	Lev	۰/۵۷۷	۱/۵۷۰	۰/۳۶۷	۰/۷۱۳۳	عدم معنادار
سن شرکت	Age	۸/۸۷۵	۹/۶۸۳	۰/۹۱۶	۰/۳۵۹۹	عدم معنادار
اندازه شرکت	size	-۲/۸۲۲	۰/۵۵۳	-۵/۱۰۰	۰/۰۰۰۰	معنادار
ضریب ثابت	C	۸/۶۴۵	۳۲/۹۵۹	۰/۲۶۲	۰/۷۹۳۲	عدم معنادار
آماره دوربین - واتسون	Durbin-Watson stat			۲/۳۰۸		
آماره F	F-statistic			۲/۴۶۶		
احتمال (آماره F)	Prob(F-statistic)			۰/۰۰۰		
ضریب تعیین تعدیل شده	Adjusted R-squared			۰/۳۷۷		
ضریب تعیین	R-squared			۰/۴۶۶		

با توجه به جدول (۶)، مقدار آماره F در سطح کلیه شرکت‌ها برابر ۲/۴۶۶ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ است و مدل در سطح ۹۵ درصد معنادار است. در ادامه، با توجه به مقدار آماره دوربین واتسون که برابر با ۲/۳۰۸ است که با توجه به این که آماره به دست آمده در دامنه ۱/۵ و ۲/۵ قرار دارد، در نتیجه وجود خودهمبستگی بین خطاهای مدل رد می‌شود. مقدار ضریب تعیین برابر با ۰/۴۶ است؛ یعنی ۴۶٪ از تغییرات متغیر وابسته (ارزش شرکت) توسط متغیر مستقل (مسئولیت اجتماعی شرکت)، تعدیلی (ویروس کرونا) و کنترلی (بازده دارایی، اهرم مالی، سن شرکت و اندازه شرکت) قابل پیش بینی است. با توجه به جدول (۶)، سطح معناداری مربوط به متغیر مسئولیت اجتماعی شرکت نشان‌دهنده آن است که بین مسئولیت اجتماعی و ارزش شرکت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. از سوی با ورود متغیر تعدیلی ویروس کرونا، رابطه معنادار بین مسئولیت اجتماعی و ارزش شرکت حفظ می‌شود. لیکن با ورود ویروس کرونا به مدل جهت آن تغییر می‌کند و میزان ارتباط مثبت بین مسئولیت اجتماعی و ارزش شرکت کاهش می‌یابد. نتایج مشاهدات نشان می‌دهد که میان اندازه شرکت با اندازه شرکت رابطه منفی و معناداری و همچنین میان متغیر بازده دارایی با ارزش شرکت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

در صدسال گذشته، اپیدمی ویروس کرونا مهم‌ترین بیماری همه‌گیر در جهان بود که می‌تواند موضوع تحقیقات بسیاری در مورد آزمون تئوری‌های حسابداری و اقتصادی باشد. این مطالعه تأثیر فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی را بر بازده سهام و ارزش شرکت در طول بحران ویروس کرونا بررسی می‌کند. نتایج آزمون فرضیه اول و سوم نشان داد که مشارکت شرکت‌ها در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی، عملکرد آن‌ها را در بازده سهام و ارزش شرکت بهبود می‌بخشد. به عبارتی، رابطه مثبت و معناداری بین مسئولیت اجتماعی، بازده سهام و ارزش شرکت به عنوان متغیر وابسته مدل وجود دارد. در ادبیات تحقیق نیز برامر و همکاران^۱ (۲۰۰۶: ۱۰۲) معتقد است بهبود عملکرد اجتماعی شرکت ممکن است به بهبود بازده سهام منجر شود؛ که به طور مستقیم، از طریق کاهش هزینه‌ها و بهبود

1. Brammer et al

بهره‌وری یا به طور غیرمستقیم از طریق بهبود در وضعیت کلی شرکت حاصل شود که این موضوع باعث می‌شود تا تحلیل‌گران تمایل بیشتری به پیشنهاد سهام و سرمایه‌گذاران نیز تمایل بیشتری برای نگهداری و حفظ آن بدون توجه به هزینه‌ها و درآمدهای شرکت داشته باشند از طرفی مسئولیت اجتماعی انجام شده توسط شرکت می‌تواند خطرات اجتماعی را کاهش دهد و در بلندمدت به سود شرکت باشد. بعلاوه مسئولیت اجتماعی موید مزیت برای شرکت است و این مزیت در ایجاد ارزش برای شرکت به کار گرفته شود. بیدهری و همکاران^۱ (۲۰۱۳: ۴۱). یافته‌های این فرضیات پژوهش، مطابق با پژوهش باردوس و همکاران^۲ (۲۰۲۰)، بوز و همکاران (۲۰۲۲) کیو و همکاران (۲۰۲۱) است. نتایج آزمون فرضیه دوم و چهارم نشان داد که شوک ناشی از بیماری کووید-۱۹ اثر کاهش قابل توجهی بر بازده سهام و ارزش شرکت‌های مورد نمونه پژوهش دارد، همچنین شرکت‌هایی که بیشتر درگیر فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی بوده‌اند، عملکرد منفی را در این دوره را تجربه کرده‌اند. در واقع با اعلام همه‌گیری ویروس کرونا، بازار واکنش منفی به این شرکت‌ها احساس کرد و وجود فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی بیشتر را سیگنال‌های منفی تلقی کرد و در نتیجه واکنش مثبت کمتری نسبت به این شرکت‌ها نشان داد؛ بنابراین بر اساس نتایج، شرکت‌هایی که فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی را افشا کردند در طول شوک‌های بازده سهام و ارزش کمتری داشتند. یافته‌های فرضیه دوم و چهارم، مخالف با پژوهش کیو و همکاران (۲۰۲۱)، ژانگ و همکاران (۲۰۲۲)، کوهی و همکاران (۲۰۲۲) است. در واقع، از آنجایی که بازده سهام دارای دو جزء؛ تغییرات قیمت و سود تقسیمی می‌باشد، بازار بورس اوراق بهادار تهران در طول این بحران شرکت‌هایی را که به مسئولیت اجتماعی پرداختند خوب ارزیابی نکرده است و این موضوع سیگنال مثبتی برای بازار نبوده است. در زمان بحران تضادهای نمایندگی در داخل شرکت با توجه به منافع ذی‌نفعان متفاوت تشدید می‌شود. هزینه‌های مرتبط با سرمایه‌گذاری بیش از حد در طرح‌های مسئولیت اجتماعی، که به‌طور بالقوه ممکن است منابع حیاتی را از سایر عملکردها منحرف کند، می‌تواند فشارهای مالی ایجاد کند و عملکرد کلی شرکت را مختل کند؛ اما در زمان‌های که بازار در حالت عادی بوده است مسئولیت اجتماعی

1. Bidhari et al

2. Bardos et al

دارای سیگنال مثبتی تلقی شده است. احتمالاً سرمایه گذار این طور استدلال نموده که شرکت بایستی در دوران این بحران در فعالیت‌ها و کسب و کارها سرمایه گذاری کند و این سؤال مطرح شده است که چرا شرکت در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی سرمایه گذاری متمرکز بوده است. در نتیجه این موضوع سبب شده است که قیمت سهام و ارزش شرکت نیز کاهش یابد. این بدان معنی است که بازار در طول دوران ویروس کرونا، مسئولیت اجتماعی را مثبت ندیده است؛ دلیل این موضوع می‌تواند جوان بودن موضوع افشای فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی در بازار سرمایه ایران و عدم آگاهی سرمایه گذاران نسبت به اهمیت فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی و اثر مثبت آن بر پایداری شرکت در بلند مدت باشد. بنابراین شرکت‌هایی که در طول بحران، مسئولیت اجتماعی بالاتری را افشا نمودند، واکنش مثبتی را دریافت نکردند.

این مطالعه پیامدهای خاصی را نشان می‌دهد که حاوی پیام بااهمیتی برای ناظران بازار است. با توجه به عدم رد فرضیه اول و سوم در این پژوهش پیشنهاد می‌شود که شرکت‌ها انجام فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی و افشاء مناسب آن را در دستور کار خود قرار دهند؛ زیرا رعایت مسئولیت اجتماعی برای شرکت‌ها دارای تأثیر مثبت بر بازده سهام می‌باشد. همچنین؛ با توجه به نتایج فرضیه دوم و چهارم و از آنجایی که افشای مسئولیت اجتماعی مزایای زیادی برای کسب و کارها و جامعه به‌عنوان یک کل دارد، تأکید بر آموزش درباره اهمیت مسئولیت اجتماعی و فواید آن در جهت حمایت از ذینفعان به نهادهای ناظر توصیه می‌شود.

این آموزش‌ها سبب می‌شود ذی نفعان بازار بدانند که خصوصاً در طول دوران‌های بحران فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی تأثیر منفی بحران را کاهش داده و بر منافع ذینفعان خواهد افزود و لذا شرکت‌هایی که چنین فعالیت‌هایی را دنبال می‌کنند باید توسط بازار تشویق و نه تنبیه شوند. البته با الزام به افشای گزارش پایداری برای کل ناشران ثبت شده در دستورالعمل جدید حاکمیت شرکتی، زمینه در جهت آشنایی بیشتر سرمایه گذاران با فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی فراهم تر خواهد بود و در بحران‌های مشابه رفتار هوشمندانه تری در این زمینه را از سرمایه گذاران شاهد خواهیم بود.

منابع

- حسینی عقدایی، سمیه؛ کمائی، روح الله؛ شاهمیرزالو، ندا؛ سیدی، فاضل (۱۴۰۲). بین و تحلیل نقش تعدیلگر اندازه شرکت در تاثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت ها، مبتنی بر تکنیک فراتحلیل حسابداری و منافع اجتماعی. ۱۳ (۳)، ۲۷۰-۲۴۱، doi: 10.22051/jaasci.2023.41188.1722.
- زارع بهنمیری، محمد جواد؛ نظری شمس آبادی، احمد و بیکی، نیلوفر (۱۴۰۱). مسئولیت پذیری اجتماعی و احساسات سرمایه گذاران با رویکرد معادلات همزمان حسابداری و منافع اجتماعی. ۱۲ (۱)، ۸۰-۶۱، doi: 10.22051/jaasci.2022.38935.1660
- کردستانی، قادرزاده، سید کریم و حقیقت. (۱۳۹۷). تأثیر افشای مسئولیت اجتماعی بر معیارهای حسابداری، اقتصادی و بازار ارزیابی عملکرد شرکت ها. پیشرفت های حسابداری، ۱۰ (۱)، ۱۸۷-۲۱۷.
- گرچی پور، عثمانی، ابراهیمی، سالاری. (۱۴۰۰). بررسی اثر عوامل کلان اقتصادی بر بازدهی سهام در طی شیوع همه گیری کووید-۱۹ (مورد مطالعه صنایع منتخب بورس اوراق بهادار تهران). فصلنامه علمی پژوهش های اقتصاد صنعتی ۵ (۱۷)، ۵۹-۷۰.

References

- Anh, D. N. P. & Velencei, J. (2019). Measuring corporate social performance. *Serbian Journal of Management*, 14(1), 193-204.
- Bidhari, S. C; Salim, U; Aisjah, S; & Java, E. (2013). Effect of corporate social responsibility information disclosure on financial performance and firm value in banking industry listed at Indonesia stock exchange. *European Journal of Business and Management*, 5(18), 39-46.
- Baldwin, R. & Di Mauro, B. W. (2020). Economics in the time of COVID-19: A new eBook. VOX CEPR Policy Portal, 2(3).
- Bapuji, H. De Bakker, F. G. Brown, J. A. Higgins, C. Rehbein, K. & Spicer, A. (2020). Business and society research in times of the corona crisis. *Business & Society*, 59(6), 1067-1078.
- Bardos, K. S; Ertugrul, M; & Gao, L. S. (2020). Corporate social responsibility, product market perception, and firm value. *Journal of Corporate Finance*, 62, 101588.
- Barnea, A. & Rubin, A. (2010). Corporate social responsibility as a conflict between shareholders. *Journal of business ethics*, 97, 71-86.
- Baron, D. P. (2001). Private politics, corporate social responsibility, and integrated strategy. *Journal of economics & management strategy*, 10(1), 7-45.
- Behbahaninia, P. S. & Golbidi, M. (2022). The effect of R&D activities on the market response and company's performance during the shock caused by the COVID-19 pandemic in Iran. *Journal of Applied Accounting Research*, 23(4), 884-896.

- Bose, S. Shams, S. Ali, M. J. & Mihret, D. (2022). COVID-19 impact, sustainability performance and firm value: international evidence. *Accounting & Finance*, 62(1), 597-643.
- Brammer, S. Branicki, L. & Linnenluecke, M. K. (2020). COVID-19, societalization, and the future of business in society. *Academy of Management Perspectives*, 34(4), 493-507.
- Brammer, S. Brooks, C. & Pavelin, S. (2006). Corporate social performance and stock returns: UK evidence from disaggregate measures. *Financial management*, 35(3), 97-116.
- Brammer, S; Brooks, C; & Pavelin, S. (2006). Corporate social performance and stock returns: UK evidence from disaggregate measures. *Financial management*, 35(3), 97-116.
- Buchanan, B. Cao, C. X. & Chen, C. (2018). Corporate social responsibility, firm value, and influential institutional ownership. *Journal of Corporate Finance*, 52, 73-95.
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of management review*, 4(4), 497-505.
- Costa, R. & Menichini, T. (2013). A multidimensional approach for CSR assessment: The importance of the stakeholder perception. *Expert systems with applications*, 40(1), 150-161.
- DeFond, M. Hu, J. Hung, M. & Li, S. (2020). The effect of fair value accounting on the performance evaluation role of earnings. *Journal of Accounting and Economics*, 70(2-3), 101341.
- Deng, X. Kang, J. K. & Low, B. S. (2013). Corporate social responsibility and stakeholder value maximization: Evidence from mergers. *Journal of financial Economics*, 110(1), 87-109.
- Deng, X. Long, X. Schuler, D. A. Luo, H. & Zhao, X. (2020). External corporate social responsibility and labor productivity: AS-curve relationship and the moderating role of internal CSR and government subsidy. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(1), 393-408.
- Ding, W. Levine, R. Lin, C. & Xie, W. (2021). Corporate immunity to the COVID-19 pandemic. *Journal of Financial Economics*, 141(2), 802-830.
- Dyck, A. Lins, K. V. Roth, L. & Wagner, H. F. (2019). Do institutional investors drive corporate social responsibility? *International evidence. Journal of financial economics*, 131(3), 693-714.
- Flammer, C. (2013). Corporate social responsibility and shareholder reaction: The environmental awareness of investors. *Academy of Management journal*, 56(3), 758-781.
- García-Sánchez, I. M. Rodríguez-Ariza, L. Aibar-Guzmán, B. & Aibar-Guzmán, C. (2020). Do institutional investors drive corporate transparency regarding business contribution to the sustainable development goals? *Business Strategy and the Environment*, 29(5), 2019-2036.

- Goodell, J. W. (2020). COVID-19 and finance: Agendas for future research. *Finance research letters*, 35, 101512.
- Gorjipour, M. J.; osmani, F; & Ebrahimi Salari, T. (2021). Investigating the Effect of Macroeconomic Factors on Stock Returns During the Outbreak of Covid-19 (Case Study of Selected Industries of Tehran Stock Exchange). doi: 10.30473/indeco.2022.8369 (In Persian).
- Gregory, A. & Whittaker, J. (2013). Exploring the valuation of corporate social responsibility—A comparison of research methods. *Journal of Business Ethics*, 116, 1-20.
- Gregory, A. Tharyan, R. & Whittaker, J. (2014). Corporate social responsibility and firm value: Disaggregating the effects on cash flow, risk and growth. *Journal of business ethics*, 124, 633-657.
- Havlinova, A. & Kukacka, J. (2023). Corporate social responsibility and stock prices after the financial crisis: The role of strategic CSR activities. *Journal of Business Ethics*, 182(1), 223-242.
- He, H. & Harris, L. (2020). The impact of Covid-19 pandemic on corporate social responsibility and marketing philosophy. *Journal of business research*, 116, 176-182.
- Hosseini Aghdaei, S; Kamaei, R; Shah Mirzalu, N; & saydi, F. (2023). Explaining and analyzing the moderating role of company size on the impact of social responsibility on the financial performance of companies, based on meta-analysis technique. *Journal of Accounting and Social Interests*, 13(3), 241-270. doi: 10.22051/jaasci.2023.41188.1722
- Jahmane, A. & Gaies, B. (2020). Corporate social responsibility, financial instability and corporate financial performance: Linear, non-linear and spillover effects—The case of the CAC 40 companies. *Finance Research Letters*, 34, 101483.
- Jensen, M. C. (2002). Value maximization, stakeholder theory, and the corporate objective function. *Business ethics quarterly*, 235-256.
- Jo, H. & Harjoto, M. A. (2011). Corporate governance and firm value: The impact of corporate social responsibility. *Journal of business ethics*, 103, 351-383.
- Jo, H. & Na, H. (2012). Does CSR reduce firm risk? Evidence from controversial industry sectors. *Journal of business ethics*, 110, 441-456.
- Jones, T. M. (1995). Instrumental stakeholder theory: A synthesis of ethics and economics. *Academy of management review*, 20(2), 404-437.
- Khanchel, I. Lassoued, N. & Gargoury, R. (2023). CSR and firm value: is CSR valuable during the COVID 19 crisis in the French market? *Journal of Management and Governance*, 1-27.
- Koohi, H. Ashrafi, M. Abbasi, E. & Gorganli Davaji, J. (2022). The protective role of corporate social responsibility performance during the coronavirus pandemic disease: Performance evaluation using a mathematical model of the directional distance function. *International Journal of Nonlinear Analysis and Applications*, 13(2), 1865-1878.

- Kordestani, G; Ghaderzadeh, S. K; & Haghghat, H. (2018). Impact of social responsibility disclosure on accounting, economic and market based Measures Of corporate performance evaluation. *Journal of Accounting Advances*, 10(1), 187-217. doi: 10.22099/jaa.2018.26236.1596(In Persian).
- Laufer, W. S. (2003). Social accountability and corporate greenwashing. *Journal of business ethics*, 43, 253-261.
- Liu, J. Sheng, S. Shu, C. & Zhao, M. (2021). R&D, networking expenses, and firm performance: An integration of the inside-out and outside-in perspectives. *Industrial Marketing Management*, 92, 111-121.
- Luo, X. & Bhattacharya, C. B. (2006). Corporate social responsibility, customer satisfaction, and market value. *Journal of marketing*, 70(4), 1-18.
- Mao, Y. He, J. Morrison, A. M. & Andres Coca-Stefaniak, J. (2021). Effects of tourism CSR on employee psychological capital in the COVID-19 crisis: from the perspective of conservation of resources theory. *Current Issues in Tourism*, 24(19), 2716-2734.
- Masulis, R. W. & Reza, S. W. (2015). Agency problems of corporate philanthropy. *The Review of Financial Studies*, 28(2), 592-636.
- McGuire, J. B. Sundgren, A. & Schneeweis, T. (1988). Corporate social responsibility and firm financial performance. *Academy of management Journal*, 31(4), 854-872.
- McWilliams, A. Siegel, D. S. & Wright, P. M. (2006). Corporate social responsibility: Strategic implications. *Journal of management studies*, 43(1), 1-18.
- Poursoleyman, E. Mansourfar, G. Hassan, M. K. & Homayoun, S. (2023). Did corporate social responsibility vaccinate corporations against COVID-19? *Journal of Business Ethics*, 1-27.
- Qiu, S. C. Jiang, J. Liu, X. Chen, M. H. & Yuan, X. (2021). Can corporate social responsibility protect firm value during the COVID-19 pandemic? *International Journal of Hospitality Management*, 93, 102759.
- Rinaldo, N. Andi, A. Nur, N. M. Junaedi, A. T. & Panjaitan, H. P. (2021). DETERMINANTS OF FIRM VALUE FOR WHOLESale SUB-SECTOR COMPANIES IN 2016-2019 WITH BEHAVIORAL ACCOUNTING APPROACH. *Journal Applied Business and Technology*, 2(1), 1-12.
- Rizwan, M. S. Ahmad, G. & Ashraf, D. (2020). Systemic risk: The impact of COVID-19. *Finance Research Letters*, 36, 101682.
- Servaes, H. & Tamayo, A. (2013). The impact of corporate social responsibility on firm value: The role of customer awareness. *Management science*, 59(5), 1045-1061.
- Shehzad, K. Xiaoxing, L. & Kazouz, H. (2020). COVID-19's disasters are perilous than Global Financial Crisis: A rumor or fact? *Finance research letters*, 36, 101669.
- Shiu, Y. M. & Yang, S. L. (2017). Does engagement in corporate social responsibility provide strategic insurance-like effects? *Strategic management journal*, 38(2), 455-470.

- Sudarno, Putri, N. Y. Renaldo, N. Hutahuruk, M. B. & Cecilia. (2022). Leveraging Information Technology for Enhanced Information Quality and Managerial Performance. *Journal of Applied Business and Technology*, 3(1), 102–114
- Wang, M. Cao, R. Zhang, L. Yang, X. Liu, J. Xu, M. ... & Xiao, G. (2020). Remdesivir and chloroquine effectively inhibit the recently emerged novel coronavirus (2019-nCoV) in vitro. *Cell research*, 30(3), 269-271.
- Wang, Y. G. (2011). Corporate social responsibility and stock performance—evidence from Taiwan. *Modern economy*, 2(05), 788.
- Xu, L. (2021). Stock Return and the COVID-19 pandemic: Evidence from Canada and the US. *Finance Research Letters*, 38, 101872.
- Yang, S. L. Chang, A. Chen, Y. H. & Shiu, Y. M. (2019). Can country trade flows benefit from improved corporate social responsibility ratings? *Economic Modelling*, 80, 192-201.
- Zamir, F. & Saeed, A. (2020). Location matters: Impact of geographical proximity to financial centers on corporate social responsibility (CSR) disclosure in emerging economies. *Asia Pacific Journal of Management*, 37, 263-295.
- Zare Bahnamiri, M. J; Nazari, A; & Beiky, N. (2022). Corporate Social Performance and Investor Sentiment: A Simultaneous Equation System Approach. *Journal of Accounting and Social Interests*, 12(1), 61-80. doi: 10.22051/jaasci.2022.38935.1660
- Zhai, H. Xiao, M. Chan, K. C. & Liu, Q. (2022). Physical proximity, corporate social responsibility, and the impact of negative investor sentiment on stock returns: Evidence from COVID-19 in China. *International Review of Finance*, 22(2), 308-314.
- Zhang, D. Hu, M. & Ji, Q. (2020). Financial markets under the global pandemic of COVID-19. *Finance research letters*, 36, 101528.
- Zhang, J. Zhang, Y. & Sun, Y. (2022). Restart economy in a resilient way: The value of corporate social responsibility to firms in COVID-19. *Finance Research Letters*, 47, 102683.
- Zhao, S. Musa, S. S. Lin, Q. Ran, J. Yang, G. Wang, W. ... & Wang, M. H. (2020). Estimating the unreported number of novel coronavirus (2019-nCoV) cases in China in the first half of January 2020: a data-driven modelling analysis of the early outbreak. *Journal of clinical medicine*, 9(2), 388.

COPYRIGHTS



This is an open access article under the CC-BY 4.0 license.



تأثیر قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری بر سرعت دستیابی به اعتبار

تجاری بهینه: رویکرد گشتاورهای تعمیم یافته^۱

وهاب رستمی^۲، مهدی محمدی^۳، حامد کارگر^۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۹/۲۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۲/۰۷

مقاله پژوهشی

چکیده

هدف: پژوهش حاضر در پی ردیابی نقش قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری بر سرعت دستیابی به اعتبار تجاری بهینه شرکت‌ها است. **روش پژوهش:** در راستای حصول به اهداف پژوهش اطلاعات نمونه ای مرکب از ۱۳۵ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران که طبق الگوی حذف سیستماتیک انتخاب شده بودند، برای یک دوره زمانی ۱۳ ساله مابین سال‌های ۱۳۸۹ الی ۱۴۰۱ گردآوری شد. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از یک مدل رگرسیون چندمتغیره با رویکرد گشتاورهای تعمیم یافته (GMM) بهره گرفته شد. جهت سنجش سرعت تعدیل اعتبار تجاری از مدل قبلا توسعه داده شده توسط Lou(2022) و جهت سنجش قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری از شاخص سود-بازده استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش: نتایج آزمون فرضیه پژوهش نشان داد که سرعت تعدیل اعتبار تجاری در نمونه پژوهش حدود ۶۰ درصد است، یعنی شرکت‌ها قادرند در هر سال ۶۰ درصد از فاصله ایجاد شده تا اعتبار تجاری بهینه را جبران نمایند. همچنین قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری بر سرعت تعدیل اعتبار تجاری تأثیرگذار است و با ارتقای این عامل، سرعت دستیابی شرکت‌ها به اعتبار تجاری بهینه افزایش خواهد یافت.

دانش افزایی: پژوهش جاری مدارکی فراهم آورد که نشان می‌دهد سطح کیفی اطلاعات صورت‌های مالی برای استفاده کنندگان و تامین کنندگان اعتبارات شرکت‌ها، می‌تواند سرعت تعدیل اعتبار تجاری را در رسیدن به اعتبار تجاری هدف افزایش دهد.

واژه‌های کلیدی: سرعت تعدیل، اعتبار تجاری بهینه، قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری، کیفیت ارائه اطلاعات مالی.

طبقه‌بندی موضوعی: M41, H42.

doi : 10.22051/jaasci.2024.45941.1820

۱. استادیار، گروه حسابداری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. نویسنده مسئول. (Vahab.rostami@pnu.ac.ir).

۲. استادیار، گروه حسابداری، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران. (mahdi.mohhamadi@iau.ac.ir).

۳. کارشناس ارشد، گروه حسابداری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. (hamedkargar37@gmail.com).

مقدمه

اعتبار تجاری یکی از منابع مهم تامین مالی برای شرکت‌ها است (لو^۱، ۲۰۲۲؛ ۳، افلاطونی و همکاران، ۲۴؛ ۱۴۰۱ و عبدالله و همکاران، ۲۰۱۷؛ ۳۹۱). مدیران، مسئول تصمیم‌گیری در مورد میزان استفاده از اعتبار تجاری در شرایط مختلف اقتصادی هستند (گانکالوز، و همکاران، ۲۰۱۸؛ ۳۰۸). اعتبار تجاری به عنوان یک منبع تامین مالی اگرچه بیشترین میزان استفاده را در بازار دارد، اما تا به امروز به میزان زیادی مورد غفلت واقع شده است، زیرا این عامل، نه تنها یکی از منابع مهم تامین مالی برای شرکت‌های کوچک و متوسط، بلکه در شرکت‌های بزرگ تجاری نیز کاربرد فراوانی دارد (دائو و همکاران^۲، ۲۰۲۲؛ ۱۴۲۴ و آکتاس و همکاران، ۲۰۱۲؛ ۱۴۰۳ و باروت، ۲۰۱۶؛ ۱۹۷۶). ادبیات پیشین شواهدی را ارائه داد که اعتبار تجاری تقریباً یک چهارم کل دارایی یک شرکت و حدود نیمی از بدهی‌های کوتاه مدت آن را در دو نمونه مختلف از شرکت‌های متوسط بریتانیایی و شرکت‌های کوچک آمریکایی را به خود اختصاص داده است، که این اطلاعات می‌تواند هم برای ارسال اطلاعات به بانک‌ها به منظور کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و هم در زمان اعتباربندی شرکت‌ها مورد استفاده قرار گیرد (سیلاقی و موراکس^۳، ۲۰۱۹؛ ۱ و گانکالوز و همکاران^۴، ۲۰۱۸؛ ۳۰۹ و چن و همکاران، ۲۰۱۷؛ ۷۰ و لو، ۲۰۲۱؛ ۲).

سرعت تعدیل اعتبار تجاری، نشان‌دهنده سرعت دستیابی شرکت‌ها به سطح بهینه یا همان اعتبار تجاری هدف است که شرکت می‌تواند بیشترین استفاده را از این منبع تامین مالی نماید (لو، ۲۰۲۲؛ ۲ و خو و آدریان^۵، ۲۰۲۲؛ ۲۲۶ و افلاطونی و همکاران، ۲۰۱۴؛ ۲۷). اعتبار تجاری مهم‌ترین منبع تأمین مالی کوتاه‌مدت است، که می‌تواند نقش اساسی در فعالیت‌های تجاری هر شرکت داشته باشد و سطح بالای استفاده از این منبع و سرعت بالای تعدیل آن نشان‌دهنده میزان اعتماد تأمین‌کنندگان و اعتباردهندگان به شرکت‌ها است (افلاطونی و همکاران، ۲۰۱۴؛ ۲۶ و وانگ و همکاران^۶، ۲۰۲۳؛ ۱۶۰ و لو، ۲۰۲۱؛ ۲). شرکت‌های دارای اعتبار تجاری بالا، بدون پرداخت وجه نقد، کالا و خدمات

1. Lou.
2. Dao et al
3. Silaghi, Moraux.
4. Gonçalves et al
5. Khoo, Adrian.
6. Wang et al.

مورد نیاز خود را از تأمین کنندگان دریافت کرده و بانک‌ها و سایر اعتباردهندگان نیز با بررسی اعتبار تجاری شرکت اقدام به اعطای تسهیلات به آن‌ها می‌نمایند (ایزدی نیا و طاهری، ۱۳۹۵؛ ۸۲ و خوشدل، ۱۴۰۱؛ ۶۸۷ و کونات، ۲۰۱۷؛ ۴۹۲ و داس، ۲۰۱۵؛ ۱۸۶۸). شرکت‌ها اغلب از سطح هدف و بهینه اعتبار تجاری منحرف شده و در این شرایط شرکت نمی‌تواند از تمام قابلیت‌های خود در این زمینه استفاده نماید (لو، ۲۰۲۱؛ ۲ و ۲۰۲۲؛ ۳) مدیران در تلاش هستند که با سرعت بالاتری به اعتبار تجاری هدف دست یابند، زیرا این نمونه از تأمین اعتبار، جایگزین مناسبی برای تأمین مالی خارجی می‌باشد و عوامل گوناگونی می‌تواند بر دستیابی شرکت به سطح بهینه اعتبار تجاری تأثیرگذار باشد (افلاطونی، ۱۴۰۱؛ ۲۵).

ساختار صورت‌های مالی در گزارش‌های ارایه شده به بازار می‌تواند در به دست آوردن، ارزیابی و سنجش محتوای اطلاعاتی آن موثر باشد (بادآور نهندی و همکاران، ۱۳۹۸؛ ۳). از آنجا که اعتباردهندگان می‌بایست از بازگشت اعتبارات پرداخت شده اطمینان خاطر پیدا کرده که اقدام به عرضه اعتباری خدمات و تولیدات خود نمایند و از طرفی تکیه‌گاه و مبنای تصمیمات آن‌ها، در واقع همان اطلاعات صورت‌های مالی صادر شده از سوی شرکت‌ها است، بنابراین زمانی که صورت‌های مالی با کیفیت بالا عرضه گردد، اطلاعات مالی صادر شده گویای عملکرد مالی شرکت خواهد بود و جزییات عملکرد شرکت را به صورت واضح به نمایش خواهد گذاشت (حسن و همکاران^۱، ۲۰۲۲؛ ۳۰۲).

قابلیت مقایسه صورت‌های مالی اطلاعات ارزشمندی را در مورد عملکرد مالی شرکت به استفاده کنندگان ارائه می‌دهد (دی فرانکو، ۲۰۱۱؛ ۸۹۷ و کیم، ۲۰۱۳؛ ۹۹۶). یکی از مهمترین اهداف استانداردهای حسابداری، قابل مقایسه بودن اطلاعات مالی است و این امر نشان داده است که به طور قابل توجهی بر کمیت و کیفیت محیط اطلاعاتی شرکت‌ها تأثیرگذار است (وانگ، ۲۰۱۴؛ ۷۸۴). علاوه بر این، قابلیت مقایسه صورت‌های مالی با کمک به تصمیمات مدیریتی در مورد تخصیص منابع، بهبود اطلاعات قیمت سهام و کاهش رفتار فرصت طلبانه مدیران، عملکرد مالی شرکت‌ها را افزایش می‌دهد. به ویژه، جنبه مالی قابلیت مقایسه بودن گزارش‌های مالی، مزایای قابل توجهی را

برای عملکرد مالی شرکت در بازارهای رسمی و غیررسمی فراهم می‌کند (بروچت و هماران، ۲۰۱۳؛ ۱۳۷۴ و چن و همکاران، ۲۰۱۸؛ ۱۶۵). بنابراین، قابلیت مقایسه اطلاعات مالی نیز بر ارزش ایجاد شده برای بازده حقوق صاحبان سهام و مالکان تاثیرگذار بوده و مزایای قابل توجه قابل مقایسه بودن صورت‌های مالی نشان دهنده ارتباط مثبت با عملکرد مالی است (فانگ و همکاران، ۲۰۱۶؛ ۲۷۸). از مزایای قابلیت مقایسه بودن صورت‌های مالی می‌توان به کاهش هزینه پردازش اطلاعات، کاهش عدم اطمینان در مورد اعتبار اطلاعاتی یک شرکت، کاهش ریسک شرکت، کاهش هزینه‌های بدهی و کمک به شرکت‌ها در دسترسی بهتر به اعتبارات تجاری اشاره کرد (کیم و همکاران، ۲۰۱۳؛ ۷۸۴). با توجه به مطالب بیان شده این سوال نیز در ذهن نقش می‌بندد که آیا قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری تاثیری در سرعت دستیابی شرکت‌ها به اعتبار تجاری بهینه دارد؟

با بررسی مطالعات پیشین در داخل و خارج از کشور تاکنون پاسخی به پرسش فوق داده نشده است و با توجه به بالا بودن هزینه سرمایه و هزینه تامین مالی از طریق استقراض در داخل کشور برای شرکت‌ها و خطری که تامین مالی زیاد از طریق بدهی می‌تواند در صورت عدم پرداخت به موقع اصل و سود این گونه بدهی‌ها در آینده برای شرکت به وجود آورد، بررسی این مورد که شرکت‌ها توسط چه عواملی می‌توانند سرعت تعدیل اعتبار تجاری خود را افزایش داده که بتوانند با حداکثر ظرفیت و گنجایش از این عامل استفاده نمایند و به اعتبار تجاری بهینه (هدف) دست یابند، از ضرورت بالایی برخوردار است. ضمن اینکه از طرف مقابل نیز رکن اصلی تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران و اعتباردهندگان همان اطلاعات گزارش‌های مالی است که اگر همین اطلاعات قابلیت مقایسه بالاتری داشته باشند، استفاده کنندگان می‌توانند تصمیمات مطمئن‌تری در جهت اعطای اعتبار به دست آورده و از بازگشت اصل سرمایه خود اطمینان خاطر کسب نمایند. در نهایت با توجه به مطالب بیان شده هدف اصلی پژوهش حاضر نیز پاسخ کاربردی به همین سوال است که آیا می‌توان با ارائه اطلاعات با کیفیت و قابلیت مقایسه بالاتر، سریعتر به سطح اعتبار تجاری بهینه دست یافت؟ با توجه به نبود یافته‌های قطعی که پیشینیان تاکنون به بررسی موضوع پژوهش پرداخته‌اند و ایجاد شکاف پژوهشی در این حیطه، پژوهش حاضر بر آن است تا با پاسخ به سوال فوق، ضمن ارتقای ادبیات حسابداری و ورود اعتبار تجاری بهینه به این علم، اهداف کاربردی استفاده کنندگان را نیز پاسخگو باشد. در ادامه

ساختار پژوهش ابتدا بسط مبانی نظری، فرضیه‌ها و مبانی تجربی پژوهش ارائه شده و در ادامه به روش شناسی، تعاریف عملیاتی متغیرهای پژوهش و نهایتاً یافته‌ها و نتیجه‌گیری پژوهش پرداخته شده است.

مبانی نظری و توسعه فرضیه

همان گونه که بیان گردید اعتبار تجاری یک منبع مهم تأمین مالی برای شرکت‌های کوچک و بزرگ سراسر جهان است (لو، ۲۰۲۲؛ و افلاطونی، ۲۵؛۱۴۰۱). شرکت‌ها برای استفاده مناسب از موقعیت‌های سرمایه‌گذاری به منابع مالی نیاز مبرم دارند، لذا منابع مالی و استفاده از آن‌ها باید به نحوی تعیین شود تا شرکت بتواند در مسیر توسعه و سودآوری حرکت نماید (کامیابی و گرجیان، ۳؛۱۳۹۵ و خواجهی و همکاران، ۱۲۷؛۱۴۰۰). اعطای اعتبارات تجاری توافقی است مابین خریداران و فروشندگان که بر اساس آن فروشندگان به خریداران مجوز این را می‌دهند که بتوانند پول کالاها و خدمات خریداری شده را با تأخیر زمانی معین پرداخت نمایند (افلاطونی و نوروزی، ۳۶؛۱۳۹۹ و ما و همکاران^۱، ۱۰۰؛۲۰۲۲). مزیت اعتبار تجاری این است که نیازی نیست مشتری مبلغ نقدی برای دریافت کالا را در زمان خرید پردازد و تنها از طریق ثبت حساب بدهی یا پرداختی در ترازنامه مشتری ایجاد و وی را قادر می‌سازد این پول را در آینده، پرداخت کند. در این خصوص می‌توان حساب‌های دریافتی را به‌عنوان جایگزین پول نقد در نظر گرفت، بنابراین اعتبار تجاری را می‌توان به‌عنوان یکی از ابزار سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت در نظر گرفت (لو، ۳؛۲۰۲۲). شرکت‌هایی با سطح اعتبار تجاری بالا می‌توانند بدون پرداخت وجه نقد، کالا و خدمات موردنیاز خود را دریافت نمایند. همچنین اعتباردهندگان نیز می‌توانند با سنجش میزان اعتبار تجاری شرکت، اعطای تسهیلات نمایند (خوشدل، ۶۷۸؛۱۴۰۱). از سوی دیگر اعتباردهندگان نیز نگران این موضوع هستند که مبدا اعتبار گیرندگان با بحران مالی مواجه و قادر به بازپرداخت اصل و فرع بدهی‌هایشان نشوند، زیرا تصمیم‌های اعتباری بر انعطاف‌پذیری مالی آتی شرکت‌ها تأثیرگذار است و می‌تواند آن را به مخاطره روبرو سازد (مرادی و کرمی، ۷۹؛۱۳۹۸). بنابراین شرکت‌ها در تلاشند با سرعت بالاتری به سطح بهینه اعتبار تجاری دست یابند. سرعت تعدیل اعتبار تجاری، مدت‌زمانی است که شرکت، سطح اعتبار تجاری

1. Ma et al.

خود را تعدیل و به سوی آن سطح از اعتبار تجاری بهینه که قبلاً هدف گذاری کرده است حرکت و به آن دست می‌یابد (لو، ۲۰۲۲؛ و افلاطونی و همکاران، ۱۴۰۱؛ ۲۶).

مدیران به علت نامناسب بودن وجهه تامین مالی برون سازمانی و در کانون توجه رقبا قرار گرفتن، طبق نظریه نمایندگی مدیران متقاضی استفاده از اعتبار تجاری بوده و تمام تلاش خود را در این زمینه به کار می‌بندند زیرا طبق نظریه سلسله مراتبی، هزینه عدم تقارن اطلاعاتی به واسطه عدم شفافیت اطلاعات در تامین مالی برون سازمانی بسیار بالا می‌باشد (اورلوا و رآو^۱، ۲۰۱۸؛ و صالحی و همکاران، ۱۳۹۶؛ ۳۰). همچنین طبق نظریه زمان بندی بازار به واسطه ارتقای بالاتر سطح کیفی گزارش مالی بنابراین سرعت تعدیل اعتبار تجاری ارتقا خواهد یافت (افلاطونی و همکاران، ۲۷؛ ۱۴۰۱). لو (۲۰۲۲) با بررسی تاثیر کووید ۱۹ بر سرعت تعدیل اعتبار تجاری نشان داد که کووید-۱۹ به طور قابل توجهی سرعت همگرایی شرکت‌های آمریکایی را به سمت اعتبار تجاری هدف افزایش داده و علاوه بر این، شرکت‌هایی که در معرض ریسک عملیاتی بالاتری قرار داشتند، بیشتر متمایل هستند که اعتبار تجاری خود را در مقایسه با شرکت‌هایی که کمتر در معرض ریسک هستند تعدیل نمایند. آسیف و نيسار^۳ (۲۰۲۲) نیز با بررسی تاثیر اعتبار تجاری بر عملکرد مالی شرکت، عنوان کردند که نتایج آماری مدل مورد استفاده از تأثیر گذاری قوی اعتبار تجاری در تحریک عملکرد مالی شرکت، پشتیبانی می‌کند. اگر مشتریان بتوانند تعهدات خود را به موقع پرداخت نمایند، عرضه-کنندگان مشکلی در اعطای اعتبار نخواهند داشت. لو (۲۰۲۱) در پژوهش خود این گونه بیان داشته که شرکت‌ها یک اعتبار تجاری هدف را دارا هستند و از یک مدل پویا استفاده می‌کند تا نشان دهد که شرکت‌ها فعلاً به سمت اعتبار تجاری هدف حرکت می‌کنند و شرکت‌ها در ایالات متحده با سرعت تعدیل حدود ۷۰ درصد شکاف بین اعتبار تجاری واقعی و هدف را در هر سال پوشش می‌دهند. افلاطونی و همکاران (۱۴۰۱) نیز در پژوهشی با بررسی ریسک عملیاتی و توان رقابت در بازار و تاثیر آن در دستیابی به اعتبار تجاری بهینه این گونه بیان نمودند که در نمونه مورد استفاده در پژوهش سرعت تعدیل اعتبار تجاری حدود ۶۵ درصد است و با افزایش ریسک عملیاتی و توان رقابت شرکت در بازار، سرعت دستیابی به اعتبار تجاری بهینه افزایش خواهد یافت.

1. Orlova , Rao.

2. Covid-19.

3. Asif, Nisar.

گزارش‌های مالی شرکت‌ها از اساسی‌ترین ارکان اطلاعاتی جهت تصمیم‌گیری استفاده‌کنندگان در بازار سرمایه است (آقایی و همکاران، ۳۵؛۱۴۰۱ و حسنی، ۱۵۹؛۱۴۰۰). که از جمله آن‌ها می‌توان به سهامداران، تحلیلگران و اعتباردهندگان مالی اشاره کرد. از این رو این اطلاعات می‌بایست به آسانی قابل درک باشد (مهدوی و همکاران، ۱۹۸؛۱۴۰۱). مطالعات پیشین نشان داده است که در واقع عدم تقارن اطلاعاتی در تصمیم‌گیری راجع به اعطای اعتبار تجاری یک عامل موثر است (پیکه و همکاران^۱، ۳۰۸؛۲۰۰۵). همچنین میزان کیفیت گزارش مالی و کیفیت افشا تعیین‌کننده میزان اعتبار تجاری است (چن و همکاران^۲، ۷۰؛۲۰۱۷ و افلاطونی و نعمتی، ۳؛۱۳۹۷). قابلیت مقایسه یکی از ویژگی‌های کیفی اطلاعات مالی است که استفاده‌کنندگان را قادر می‌سازد تا شباهت‌ها و تفاوت‌های موجود بین اقلام صورت‌های مالی را بررسی کنند و ارزیابی منطقی‌تری از فرصت‌های گوناگون سرمایه‌گذاری یا اعطای وام به عمل آورند. به طور کلی قابلیت مقایسه ویژگی کیفی اطلاعات است که استفاده‌کنندگان را قادر به شناسایی شباهت‌ها و تفاوت‌های بین دو مجموعه از پدیده‌های اقتصادی می‌کند. برای اینکه مقایسه اطلاعات امکان‌پذیر شود، موضوعات مشابه باید مشابه باشند و موضوعات متفاوت باید متفاوت به نظر برسند (بابایی و همکاران، ۴۸؛۱۴۰۰). قابلیت مقایسه صورت‌های مالی باید به شرکت‌ها امکان دسترسی آسان به بازارهای سرمایه را با هزینه کمتر بدهد، که منجر به همبستگی مثبت بین قابلیت مقایسه صورت‌های مالی و عملکرد مالی خواهد شد. علاوه بر این، شواهد زیادی نیز این دیدگاه را تأیید می‌کند (حمیدیان و اسحق‌قی، ۸۸؛۱۴۰۱). از مزایای قابلیت مقایسه بالای صورت‌های مالی می‌توان به کاهش عدم اطمینان در مورد اعتبار اطلاعاتی یک شرکت، کاهش هزینه‌های بدهی و کمک به شرکت‌ها در دسترسی بهتر به اعتبارات تجاری اشاره کرد (لیم و همکاران، ۱۵؛۲۰۲۱). تای و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان نقش میانجی قابلیت مقایسه صورت‌های مالی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی این گونه بیان نمودند که افشای مسئولیت اجتماعی تأثیر مثبتی بر عملکرد مالی دارد دوم، قابلیت مقایسه اثر میانجی‌گری تکمیلی بر مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی دارد. چنگ^۳ (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان قابلیت

1. Pike et al.
2. Chen et al.
3. Cheng.

مقایسه حسابداری و جریان‌های نقدی در مقابل اقلام تعهدی این گونه نتایج حاصل از پژوهش خود را عنوان نمود که نزدیکی در جریان‌های نقدی و نزدیکی در اقلام تعهدی، هم قابلیت مقایسه حسابداری را افزایش می‌دهد و هم تأثیر نزدیکی در جریان‌های نقدی دارد. اثر نزدیکی در سود بیشتر از اثرات ترکیبی نزدیکی در جریان‌های نقدی و اقلام تعهدی است. کیفیت سود تقویت می‌شود نیز تقویت می‌شود. حمیدیان و اسحاقی (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان بررسی تأثیر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی و ابهام گزارشگری مالی بر ارتباط ارزشی سود و ارزش دفتری هر سهم این گونه بیان کردند که قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری، به عنوان یک ویژگی کیفی اطلاعات، ارتباط ارزشی اطلاعات حسابداری را افزایش می‌دهد. پاکدلان و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان بررسی رابطه بین سررسید بدهی و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی این گونه بیان نمودند که اعتباردهندگان به عنوان یکی از منابع تامین مالی در شرکت فراهم کننده منابع مالی کوتاه مدت و بلندمدت شرکت‌ها هستند. نتایج پژوهش نشان داد قابلیت مقایسه صورتهای مالی با سررسید بدهی رابطه معناداری دارد. بنابراین حدس بخردانه دوم پژوهش حاضر با تکیه بر مبانی ارائه شده فوق بر تاثیرگذاری قابلیت مقایسه صورت‌های مالی بر سرعت دستیابی شرکت‌ها به اعتبار تجاری بهینه است، که به صورت زیر ارائه شده است:

فرضیه پژوهش

قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری بر سرعت دستیابی به اعتبار تجاری بهینه تأثیر مستقیم دارد.

روش‌شناسی

به دلیل وجود مبانی نظری پایه‌ای مرتبط با متغیرهای مورد بررسی، پژوهش حاضر از لحاظ هدف اجرا در جزو پژوهش‌های کاربردی و از لحاظ شیوه اجرا به دلیل عدم بررسی تأثیر تغییر یک متغیر (مستقل) جهت سنجش تأثیر آن روی متغیر دیگر (وابسته) بلکه بررسی متغیرها همانگونه که هستند و بدون دستکاری در آن‌ها، در زمره پژوهش‌های توصیفی - علی دسته بندی می‌شود. همچنین به دلیل تاریخی و پس رویدادی بودن داده‌های مورد نیاز پژوهش، از روش کتابخانه‌ای و آرشیوی

جهت گردآوری داده های مورد نیاز آزمون فرضیه های پژوهش استفاده گردید. به دلیل سهولت دسترسی و قابل اتکاء بودن، جامعه آماری پژوهش حاضر، کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران را شامل می شود که بعد کنارگذاری شرکت های با انتهای دوره مالی غیر از پایان اسفند و شرکت های که دوره مالی خود را در دوره پژوهش تغییر داده اند همچنین شرکت های با اطلاعات ناکافی جهت حصول به قابلیت مقایسه و همچنین شرکت های سرمایه گذاری و بانک ها و بیمه ها به جهت اطمینان از همگنی داده های مورد نیاز به دلیل متفاوت بودن ماهیت فعالیت و گزارش شرکت های اخیر، اطلاعات ۱۳۵ شرکت طبق الگوی غربال گری سیستماتیک انتخاب و داده های آنها جهت حصول به نمونه کافی همانند پژوهش های مشابه برای یک دوره زمانی ۱۳ ساله ۱۳۸۹ لغایت ۱۴۰۱ گردآوری شد. داده های ترکیبی با اعمال بعد زمان و مکان در دوره های گوناگون اطلاعات کامل و قابل اتکاتری را در اختیار پژوهشگر قرار داده و جهت آزمون فرضیه های پژوهش از روش گشتاورهای تعمیم یافته (GMM)، استفاده شده است. لازم به ذکر است هنگامی که در مدل متغیر وابسته به صورت وقفه در طرف راست ظاهر می شود دیگر برآوردگرهای OLS سازگار نیست و باید از تخمین زن گشتاور تعمیم یافته (GMM)، که مبتنی بر الگوهای پویای پانلی است استفاده شود. برای تخمین مدل به وسیله این روش لازم است ابتدا متغیرهای ابزاری به کار رفته در مدل مشخص شوند. سازگاری تخمین زننده GMM به معنی بودن فرض عدم همبستگی سریالی جملات خطا و ابزارها بستگی دارد که می تواند به وسیله دو آزمون آرانو و باند (۱۹۹۱) و سارگان^۱ که معتبر بودن ابزارها را بررسی می کند انجام شود. آزمون همبستگی سریالی جملات خطا، وجود همبستگی سریالی مرتبه دوم در جملات خطای تفاضلی مرتبه اول را آزمون می کند. عدم رد فرضیه صفر هر دو آزمون (همبستگی سریالی جملات خطا و سارگان) شواهدی را دال بر فرض عدم همبستگی سریالی و معتبر بودن ابزارها فراهم می کند. تخمین زننده GMM سازگار است اگر همبستگی سریالی مرتبه دوم در جملات خطا از معادله تفاضلی مرتبه اول وجود نداشته باشد. آزمون فرضیه ها با بهره گیری از نرم افزار ایویوز ۱۲ و روش های مناسب آماری برای آزمون نهایی فرضیه ها انجام پذیرفته است.

1. Sargan test

تعاریف عملیاتی متغیرها

متغیر مستقل: قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری (Comp)

به منظور تشریح ویژگی‌های سیستم حسابداری یک شرکت، به تبعیت از زلقی و همکاران (۱۳۹۶) از شاخص قبلا بسط داده شده توسط دیفرانکو و همکاران (۲۰۱۱) که از رگرسیون سود-بازده برای برآورد ارتباط بین وقایع اقتصادی و خروجی سیستم حسابداری استفاده می‌کند، به کار رفته است. بازده سهام منعکس کننده وقایع اقتصادی و در واقع خلاصه‌ای از تغییر در ارزش سهام است و منعکس کننده تصمیمات سرمایه‌گذاران در خصوص تخصیص سرمایه است. برای محاسبه معیار نخست، ابتدا مدل زیر در سطح شرکت و به صورت سری زمانی برآورد می‌شود.

$$Earnings_{it} = a_{it} + B_i Return_{it} + \epsilon_{it}$$

حسابداری دو شرکت i و j باشد، باید تخمین سود مورد انتظار شرکت i با استفاده از ضرایب a, b شرکت j خروجی (عدد) مشابهی را نشان دهد.

$$E(Earnings)_{iit} = a_i + B_i Return_{it}$$

$$E(Earnings)_{ijt} = a_j + B_j Return_{it}$$

در مدل فوق Earning نشان دهنده سود عملیاتی است که با ارزش بازار سهام ابتدای دوره همگن شده است، Return نیز بازده سالانه سهام است. ضرایب α و β نشان می‌دهد که چگونه وقایع اقتصادی در سود حسابداری شرکت منعکس می‌شود. هرچه سیستم‌های حسابداری دو شرکت با یکدیگر قابلیت مقایسه بیشتری داشته باشند، تفاوت کمتری بین دو سود مورد انتظار خواهد شد. با توجه به مطالب گفته شده، قابلیت مقایسه حسابداری بین شرکت‌های i و j به شرح ریز تعریف خواهد شد.

$$CompAcct_{ijt} = -1/8 \times \sum_{t-7}^t |E(Earnings)_{ijt} - E(Earnings)_{ijt}|$$

قابلیت مقایسه حسابداری برای تمام زوج شرکت‌های $i-j$ موجود در نمونه هر صنعت، برای سال‌های مورد بررسی، محاسبه شد؛ به این معنا که با توجه به رابطه ۴، سود مورد انتظار شرکت i بر اساس معادله این شرکت و معادله شرکت j که هم صنعت آن است (و در نمونه آماری پژوهش موجود

است)، برآورد شد و اختلاف سودهای انتظاری به دست آمد، باید اختلاف سود موردانتظار هر شرکت را با تمام شرکت‌های هم صنعت خود که در نمونه آماری موجود هستند، برای هر سال - شرکت محاسبه کرد و اختلاف سودهای موردانتظار را به دست آورد. بعد از مرتب کردن نزولی تمام ترکیب‌های به دست آمده برای هر شرکت i ، متغیر $M4 - CompAcct_{ijt}$ از طریق میانگین‌گیری از ۴ عدد بزرگتر $CompAcct_{ijt}$ محاسبه می‌شود. به این ترتیب، سطح قابلیت مقایسه حسابداری هر شرکت - سال به دست می‌آید (بابایی و همکاران، ۱۴۰۰).

متغیر وابسته: سرعت دستیابی به اعتبار تجاری بهینه (سرعت تعدیل)

به تبعیت از پژوهش لو (۲۰۲۲؛ ۳) و افلاطونی و همکاران (۱۴۰۱) با برآورد مدل زیر پدیده بازگشت به میانگین در خصوص نسبت اعتبار تجاری شرکت‌ها بررسی شده است (افلاطونی و همکاران، ۱۴۰۱):

$$\Delta TR_{i,t} = \alpha + \beta \Delta TR_{i,t-1} + u_{it} \quad \text{رابطه (۲)}$$

که در آن، نسبت اعتبار تجاری (TR) معادل حساب‌ها و اسناد پرداختی بر کل دارایی‌ها برای تقاضای اعتبار تجاری (APAY) و همچنین حساب‌ها و اسناد دریافتی بر کل دارایی‌ها برای عرضه تجاری (AREC) است. همچنین نماد Δ عملگر تغییرات بین دوره جاری و دوره قبل است. منفی و معنادار بودن ضریب متغیر ΔTR موید وجود رفتار بازگشت به میانگین در نسبت اعتبار تجاری و بیان‌کننده این نکته است که شرکت‌ها برای خود نسبت اعتبار تجاری بهینه در نظر می‌گیرند (افلاطونی و همکاران، ۱۴۰۱ و لو ۲۰۲۲).

با پیروی از افلاطونی (۱۴۰۱) مقادیر برازش شده رابطه زیر معادل سطح بهینه اعتبار تجاری $TR^*_{i,t}$ تعریف می‌شود:

$$TR_{i,t} = \omega + \psi Z_{it} + \zeta_{it} \Leftrightarrow TR^*_{i,t} = \omega + \psi Z_{it} \quad \text{رابطه (۳)}$$

که در رابطه فوق TR نسبت اعتبار تجاری است که از قبل تعریف شد، نماد Z بردار متغیرهای تعیین‌کننده نسبت اعتبار تجاری است که با پیروی از لو (۲۰۲۱ و ۲۰۲۲ و افلاطونی، ۱۴۰۱) به شرح جدول ۱ است:

جدول ۱. متغیرهای کاربردی از ویژگی های شرکت در مدل سرعت تعدیل

ردیف	نام متغیر	نماد متغیر	نحوه عملیاتی شدن
عوامل تشکیل دهنده اعتبار تجاری			
۱	هزینه ها	Cost	بهای تمام شده کالای فروش رفته تقسیم بر کل دارایی ها
۲	تغییرات هزینه مثبت	ΔCost^+	اگر تغییرات هزینه مثبت باشد عدد یک و گرنه صفر.
۳	تغییرات هزینه منفی	$-\Delta \text{Cost}$	اگر تغییرات هزینه منفی باشد عدد یک و گرنه صفر.
بردار متغیرهای تعیین کننده نسبت اعتبار تجاری			
۴	اندازه شرکت	SIZE	لگاریتم طبیعی کل دارایی ها
۵	موجودی انبار	Inventory	نسبت کل موجودی مواد و کالا به دارایی ها
۶	سود انباشته	RE	نسبت سود و زیان انباشته تقسیم بر کل دارایی ها
۷	عمر شرکت	AGE	لگاریتم طبیعی تفاضل تاریخ تاسیس از تاریخ مورد نظر
۸	بدهی کوتاه مدت	Short debt	نسبت بدهی های جاری به کل دارایی ها
اعتبار تجاری			
۹	اعتبار تجاری پرداختی	APAY	حساب های پرداختی تقسیم بر کل دارایی ها

منبع: لو، ۲۰۲۲ و افلاطونی، ۱۴۰۱

در ادامه برای سنجش سرعت دستیابی به نسبت اعتبار تجاری بهینه به پیروی از لو (۲۰۲۱ و ۲۰۲۲) و افلاطونی (۱۴۰۱) از مدل زیر استفاده شده است:

$$TR_{i,t} - TR_{i,t-1} = \lambda(TR_{i,t}^* - TR_{i,t-1}) + v_{it} \quad \text{رابطه (۴)}$$

که در آن $TR_{i,t}^* - TR_{i,t-1}$ میزان انحراف از سطح بهینه اعتبار تجاری است که شرکت باید آن را تصحیح کند و $TR_{i,t} - TR_{i,t-1}$ بخشی از انحراف سطح بهینه اعتبار تجاری است که در یک دوره، تصحیح می شود، بنابراین λ کسری از شکاف بین نسبت اعتبار تجاری واقعی و بهینه است که در یک دوره، تصحیح شده است؛ به همین دلیل، معادل سرعت تعدیل اعتبار تجاری واقعی و بهینه است که در یک دوره، تصحیح شده است، به همین دلیل، معادل سرعت تعدیل اعتبار تجاری فعلی یا سرعت دستیابی به اعتبار تجاری بهینه، تعریف می شود. با جایگذاری نسبت اعتبار تجاری هدف $TR_{i,t}^*$ در رابطه (۲) و اندکی محاسبات جبری، رابطه (۵) به دست می آید که در عمل برای سنجش سرعت تعدیل اعتبار تجاری به کار می رود:

$$TR_{it} = \alpha + (1 - \lambda)TR_{it-1} + (\lambda\psi)Zit + v_{it} \quad \text{رابطه (۵)}$$

الگوی رگرسیونی

برای بررسی تاثیر قابلیت مقایسه گزارشگری مالی بر سرعت تعدیل اعتبار تجاری به تبعیت از پژوهش لو (۲۰۲۲) و افلاطونی (۱۴۰۱) از الگوی ریاضی زیر استفاده شده است. تعاریف متغیرها در مدل و همچنین متغیرهای سرعت تعدیل به صورت مفصل در پاراگراف های فوق ارائه گردید که نهایتاً مدل نهایی به صورت مدل زیر است:

$$TR_{it} = \alpha + (1 - \lambda)TR_{it-1} + \phi_1 Comp_{it} + \phi_2 Comp_{it} \times TR_{it-1} + (\lambda\psi)Zit + v_{it} \quad \text{رابطه (۶)}$$

یافته های پژوهش

یافته های پژوهش شامل آمار توصیفی و آمار استنباطی است که ابتدا در جدول زیر آمار توصیفی ارائه شده است.

جدول ۲. آمار توصیفی متغیرها

متغیر	میانگین	بالا ترین	کمترین	انحراف معیار	چولگی	کشدگی
هزینه ها	۱,۶۵	۵,۷۸	۰,۰۰۳	۲,۱۱	۱,۱۵	۲,۷۰
تغییرات هزینه مثبت	۰,۳۵	۳,۳۳	۰,۰۰۰	۰,۴۴	۲,۹۵	۱۶,۷۵
تغییرات هزینه منفی	-۰,۴۱	۰,۰۰۰	-۰,۶۲	۰,۱۰	-۳,۳۶	۱۵,۱۵
اندازه شرکت	۱۴,۶۲	۲۱,۵۷	۱۰,۰۳	۱,۷۵	۰,۷۲	۳,۸۳
موجودی انبار	۰,۲۳	۰,۷۰	۰,۰۰۱	۰,۱۴	۰,۸۶	۳,۶۰
سود انباشته	۱,۳۴	۱۱,۴۲	-۰,۳۰	۲,۹۸	۲,۶۲	۸,۶۶
عمر شرکت	۳,۶۰	۴,۲۶	۲,۰۷	۰,۳۸	-۰,۷۲	۲,۹۱
بدهی کوتاه مدت	۰,۴۹	۰,۹۱	۰,۰۷۳	۰,۱۹	۰,۰۱۹	۲,۳۷
اعتبار تجاری پرداختی	۰,۱۶	۰,۶۹	۰,۰۰۰۲	۰,۱۴	۱,۳۰	۴,۳۶
قابلیت مقایسه اطلاعات	-۰/۰۷۵	-۰/۰۰۰۳	-۰/۴۷	۰/۰۶۹	-۱/۶۵	۶/۳۷

جدول (۲)، آمار توصیفی متغیرهای پژوهش را نشان می دهد. آمار توصیفی میزان پراکندگی داده ها را نشان می دهد و میانگین و انحراف معیار دو عامل مهم در آمار توصیفی هستند. در جدول فوق

مشاهده می‌شود که میانگین سودانباشته شرکت‌ها با مقدار (۱,۳۴) نشان می‌دهد که اکثر داده‌ها حول همین نقطه است و به طور میانگین شرکت‌ها از سود انباشته مناسبی برخوردار هستند، ضمن اینکه کمینه این متغیر نشان‌دهنده شرکت‌هایی با زیان انباشته نیز است. بدهی کوتاه‌مدت شرکت یا همان بدهی جاری با مقدار (۰,۴۹) نشان‌دهنده این موضوع است که به طور متوسط شرکت‌ها نصف بدهی خود را به صورت بدهی جاری تامین می‌کنند که تسویه سریع این بدهی‌ها می‌تواند ریسک در ماندگی مالی شرکت را کاهش دهد. تغییرات هزینه مثبت و منفی اختلاف فاحشی با یکدیگر داشته که از طرفی ممکن است نشان‌دهنده هزینه در جهت افزایش تولیدات و مواردی از این دست باشد و از طرف دیگر بعد تورمی کشور ممکن است هزینه‌ها را برای شرکت‌ها افزایشی کرده و می‌بایست مدیران از حیث چشبندگی هزینه و بازگشت از طریق فروش متناسب راه‌کارهایی را بیندیشند. بالاترین انحراف معیار متعلق به سودانباشته شرکت‌ها با مقدار (۲,۹۸) و کمترین آن متعلق به قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری با مقدار (۰,۰۶) و تغییرات منفی هزینه با مقدار (۰,۱۰) است.

نتیجه نهایی آزمون فرضیه

جدول ۳. نتایج آزمون فرضیه

$TR_{it} = \alpha + (1 - \lambda)TR_{it-1} + \phi_1 Comp_{it} + \phi_2 Comp_{it} \times TR_{it-1} + (\lambda\psi)Zit + v_{it}$					
متغیر وابسته پژوهش: سرعت دستیابی به اعتبار تجاری بهینه					
متغیرها	نماد	ضرایب	خطای استاندارد	آماره t	معناداری
اعتبار تجاری	APAY-1	۰,۴۰	۰,۰۲۵	۱۶,۱۴	۰,۰۰۰
قابلیت مقایسه اطلاعات	Comp	۰,۰۵۵	۰,۰۵۱	۱,۰۷	۰,۲۸
ضریب تعاملی	APAY × Comp	-۰,۲۱	۰,۰۵۱	-۴,۲۴	۰,۰۰۰
هزینه‌ها	Cost	-۰,۰۰۳	۰,۰۰۳	-۰,۹۵	۰,۳۳
تغییرات هزینه مثبت	$\Delta Cost^+$	۰,۰۴۱	۰,۰۳۹	۱,۰۳	۰,۲۹
تغییرات هزینه منفی	$\Delta Cost^-$	۰,۰۰۵	۰,۰۰۹	۰,۵۶	۰,۵۷
موجودی انبار	Inventory	-۰,۰۰۲	۰,۰۲۵	-۰,۱۰	۰,۹۱
بدهی کوتاه مدت	Short debt	۰,۲۶	۰,۰۱۹	۱۳,۳۸	۰,۰۰۰
اندازه شرکت	SIZE	۰,۰۰۶	۰,۰۰۲	۲,۳۵	۰,۰۱۸
سود انباشته	RE	۰,۰۰۰۲	۰,۰۰۲	۰,۰۹۰	۰,۹۲
عمر شرکت	AGE	۰,۰۱۷	۰,۰۰۹	۱,۹۲	۰,۰۵۴

نتایج برآورد مدل در جدول (۳) نشان می‌دهد که سرعت تعدیل اعتبار تجاری پرداختی در شرکت‌ها حدود ۶۰ درصد است، که نشان‌دهنده این مورد است که شرکت‌ها به طور متوسط سالانه سعی می‌کنند حدود ۶۰ درصد از انحراف از اعتبار تجاری بهینه را پوشش دهند که همین امر نشان‌دهنده این مورد است که شرکت‌ها تمایل به کار به صورت اعتباری دارند. همچنین ضریب تعاملی $(\lambda - 1)$ که مورد استناد برای فرضیه پژوهش است نشان می‌دهد که با سطح معناداری کمتر از ۵ درصد $(0,0000)$ قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری قادر است سرعت تعدیل اعتبار تجاری را بهبود بخشد. در واقع با افزایش سطح کیفی اطلاعات و قابلیت مقایسه آن‌ها، سرعت دستیابی به اعتبار تجاری بهینه افزایش خواهد یافت. بنابراین فرضیه پژوهش در سطح خطای ۵ درصد رد نمی‌شود. با توجه به نتایج می‌توان گفت شرکت‌هایی که گزارش‌های مالی آن‌ها برای استفاده کنندگان و اعتبار دهندگان از سطح قابلیت مقایسه بیشتری برخوردار است، سریعتر از سایر شرکت‌ها می‌توانند به اعتبار تجاری بهینه دست یابند. اندازه شرکت $(0,018)$ ، بدهی کوتاه مدت $(0,0000)$ ، و عمر شرکت $(0,0054)$ در سطح معناداری ۵ و ۱۰ درصد بر متغیر وابسته پژوهش تاثیر گذار هستند.

جدول ۴. نتایج آزمون‌های آرانو-بوند و سارگان-هنسن

معناداری	آماره آزمون	نوع آزمون	آزمون
۰,۱۹	۳۳,۰۶۷	آماره سارگان-هنسن	اعتبار ابزارها
۰,۰۰۰۰	-۱۵,۹۹	آماره آرانو-بوند	سطح خودهمبستگی (وقفه اول)
۰,۹۶	۰,۴۵	آماره آرانو-بوند	سطح خودهمبستگی (وقفه دوم)

برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از روش گشتاورهای تعمیم یافته (GMM)، استفاده شده است. لازم به ذکر است هنگامی که در مدل متغیر وابسته به صورت وقفه در طرف راست ظاهر می‌شود دیگر برآوردگرهای OLS سازگار نیست و باید از تخمین زن گشتاور تعمیم یافته (GMM)، که مبتنی بر الگوهای پویای پانلی است استفاده شود. برای تخمین مدل به وسیله این روش لازم است ابتدا متغیرهای ابزاری به کار رفته در مدل مشخص شوند. سازگاری تخمین‌زننده (GMM) به معنی بودن فرض عدم همبستگی سریالی جملات خطا و ابزارها بستگی دارد که می‌تواند به وسیله دو

آزمون آرلانو و باند (۱۹۹۱) و سارگان^۱ که معتبر بودن ابزارها را بررسی می‌کند انجام شود. آزمون همبستگی سریالی جملات خطا، وجود همبستگی سریالی مرتبه دوم در جملات خطای تفاضلی مرتبه اول را آزمون می‌کند. عدم رد فرضیه صفر هر دو آزمون (همبستگی سریالی جملات خطا و سارگان) شواهدی را دال بر فرض عدم همبستگی سریالی و معتبر بودن ابزارها فراهم می‌کند. تخمین زنده (GMM) سازگار است اگر همبستگی سریالی مرتبه دوم در جملات خطا از معادله تفاضلی مرتبه اول وجود نداشته باشد. نتایج این دو آزمون در جدول (۴) ارائه شده است.

بحث و نتیجه‌گیری

تصمیم‌گیری در مورد استفاده از اعتبار تجاری یکی از مهمترین وظایف مدیران سازمان‌ها و شرکت‌هاست. اعتبار تجاری به عنوان یک توافق دوجانبه بین تامین‌کننده مایحتاج و درخواست‌کننده در ادبیات پیشین تعریف شده است. در واقع زمانی که خرید یا فروشی صورت می‌پذیرد و خریدار یا طرف فروشنده در پرداخت یا دریافت خود تاخیری دارند به زبان ساده از اعتبار تجاری استفاده شده است. در دوران حاضر که تامین مالی شرکت‌ها با مشکلات عدیده‌ای روبرو می‌باشد و با توجه به بالا بودن هزینه سرمایه و تامین مالی خارجی شرکت‌ها و احتمال مواجهه با ریسک ناتوانی در پرداخت به موقع تعهدات، این روش تامین نهاده‌ها معقولانه‌تر از تامین مالی از طریق بدهی به نظر می‌رسد و شرکت‌ها در تلاش هستند که با حداکثر سرعت به اعتبار تجاری بهینه دست یابند. زیرا در چنین شرایطی مطمئناً تامین مالی و اعتباری از خارج از شرکت‌ها دشوارتر است و شرکت‌ها می‌بایست از سیاست‌های مالی دیگری که جایگزین مناسب این امر به خصوص در کوتاه مدت است استفاده نمایند که در کل دنیا مبحث اعتبارات تجاری اخیراً بسیار مورد استقبال قرار گرفته است. با در نظر گرفتن یک سطح از اعتبار تجاری بهینه می‌بایست یک سری اقدامات صورت پذیرد یا به بیان بهتر اقداماتی را در کنار وظیفه اصلی شرکت انجام داد که بتوان هر چه سریعتر به سطح بهینه اعتبار تجاری دست یافت. در بسیاری از پژوهش‌ها و متون مالی به این امر اشاره شده است که مبنای تصمیم‌گیری فعالان بازار سرمایه اعم از اعتبار دهندگان همان صورت‌های مالی ارسالی شرکت‌ها به بازار سرمایه

1. Sargan test

است و زمانی که این صورت‌ها و گزارش‌های پیوست آن از کیفیت و قابلیت مقایسه بالاتر و همه چیز شفاف و دقیق ارائه شده باشد مطمئناً اعتبار دهندگان تمایل بیشتری به اعطای اعتباری نهاده‌ها به شرکت خواهند داشت و همین امر می‌تواند دست‌یابی شرکت را به این گونه تامین مالی را تسهیل ببخشد. بنابراین زمانی که گزارش‌های مالی از قابلیت مقایسه بالاتری برخوردار باشد کمک شایان به خوشنامی شرکت در تامین نهاده‌ها و اعتبارات تجاری خواهد نمود و با سرعت بالاتر شرکت قادر خواهد بود شکاف بین اعتبار تجاری واقعی و اعتبار تجاری بهینه را پر کرده و به هدف خود دست یابد، که گواه این مطلب نتایج حاصله از آزمون فرضیه پژوهش است که همان گونه که در آزمون فرضیه‌ها مشاهده شد در واقع اعتبار تجاری شرکت تحت تاثیر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی شرکت قرار دارد. نتایج حاصل شده به نوعی تایید و مکمل نتایج پژوهش‌هایی مانند لو (۲۰۲۲) است. با توجه به نتایج پژوهش حاضر پیشنهاد می‌گردد مدیران شرکت‌ها به جهت بهره‌مندی از اعتبار تجاری بهینه و سرعت دستیابی به آن سعی نمایند اطلاعات صادر شده از شرکت از قابلیت مقایسه بالاتری برخوردار باشد. به جهت روشن شدن کلیه جوانب امر پیشنهاد می‌گردد پژوهشگران آتی نیز با تفکیک صنایع، موضوع حاضر را مورد بررسی بیشتر قرار دهند داده و نتایج را با نتایج پژوهش حاضر مقایسه نمایند.

منابع

- افلاطونی، عباس و محمد نوروزی (۱۳۹۹) عوامل مؤثر بر عرضه و تقاضای اعتبار تجاری: رویکردهای ایستا و پویا، دانش حسابداری، ۱۱ (۴۰): ۵۹-۳۵.
- افلاطونی، عباس و مرضیه نعمتی (۱۳۹۷) نقش کیفیت گزارشگری مالی و کیفیت افشا در افزایش اعتبار تجاری: رویکرد متغیرهای ابزاری، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۲۵ (۱) ۲۰-۱.
- افلاطونی، عباس؛ خزایی، مهدی؛ نیکبخت، زهرا (۱۴۰۱) ریسک عملیاتی، توان راقبت در بازار و سرعت دستیابی به اعتبار تجاری بهینه. پژوهش‌های حسابداری مالی، ۱۳ (۴): ۴۰-۲۳.
- آقایی، محمد علی؛ امری اسرمی، محمد؛ ملک زاده، الهام. (۱۴۰۱). اثر کیفیت اطلاعات حسابداری بر رابطه بین محدودیت مالی با بازده سهام و سرمایه‌گذاری جدید. حسابداری و منافع اجتماعی ۱۲ (۴): ۵۶-۳۳.
- ایزدی نیا، ناصر و مسعود طاهری (۱۳۹۵) بررسی رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری و اعتبار تجاری، پژوهش‌های تجربی حسابداری، ۵ (۱۹): ۸۱-۱۰۱.
- بابایی، قادر؛ بادآور نهندي، یونس؛ رضایی، نادر (۱۴۰۰) ارتباط مسئولیت‌پذیری اجتماعی و قابلیت مقایسه صورتهای مالی با تاکید بر نقش سهامداران نهادی. دانش حسابداری، شماره (۴۷)، صص ۴۶-۶۶.
- بادآور نهندي، یونس؛ نظاری ابر، فیروز؛ دهقان، رقیه. (۱۳۹۸). ارتباط هزینه‌های نمایندگی و سلب منافع سهامداران اقلیت با تاکید بر نقش کیفیت گزارشگری مالی. حسابداری و منافع اجتماعی ۹ (۲): ۲۴-۱.
- حسنی، محمد. (۱۴۰۰). تأثیر روابط سیاسی هیئت مدیره و کیفیت انتشار و افشای اطلاعات بر سود تقسیمی شرکت‌ها. حسابداری و منافع اجتماعی ۱۱ (۴): ۱۵۷-۱۸۶.
- حمیدیان، نرگس؛ اسحق، گلنار (۱۴۰۱) بررسی تاثیر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی و ابهام گزارشگری مالی بر ارتباط ارزشی سود و ارزش دفتری هر سهم. مطالعات تجربی حسابداری مالی، شماره (۷۳)، صص ۸۶-۱۱۶.
- خواجوی، شکرالله؛ غیوری مقدم، علی و حمیدرضا حاجب (۱۴۰۰) بررسی تأثیر اعتبار تجاری بر چسبندگی هزینه‌ها، دانش حسابداری مالی، ۸ (۳۰): ۱۲۵-۱۴۱.
- خوشدل، علی (۱۴۰۱) بررسی تأثیر اعتبار تجاری بر هم‌زمانی قیمت سهام. رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری. شماره (۸۴)، صص ۶۷۷-۶۹۵.
- صالحی، مهدی؛ قناد، مصطفی؛ به سودی، افشین (۱۳۹۶) بررسی تأثیر ساختار نظام راهبری شرکتی بر اعتبار تجاری، پژوهشنامه اقتصاد و کسب و کار، شماره (۱۷)، صص ۲۷-۳۹.

کامیابی یحیی و رضا گرجیان مهبانلی (۱۳۹۵) بررسی اثر سیاست پولی بر رابطه بین محافظه کاری حسابداری و اعتبار تجاری در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پژوهش های حسابداری مالی، (۲۹) ۱۸-۱.

مرادی محمد و سحر کرمی (۱۳۹۸) تأثیر عدم تقارن اطلاعاتی بر رابطه بین تأمین مالی از طریق اعتبار تجاری و ریسک سقوط قیمت سهام، دانش حسابداری مالی، ۶ (۲۳): ۹۸-۷۷.

مهدوی، رحمان؛ آذین فر، کاوه؛ داداشی، ایمان؛ برزگر، قدرت اله. (۱۴۰۱)، بررسی تاثیر خوانایی گزارش مالی بر اعتبار تجاری با تاکید بر نقش توانایی مدیریت در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. نشریه اقتصاد و بانکداری اسلامی، ۱۱ (۳۹)، ۱۹۵-۲۲۰.

References

- Abdulla, Y; Dang, V. A; & Khurshed, A. (2017). Stock market listing and the use of trade credit: Evidence from public and private firms. *Journal of Corporate Finance*, 10(46), 391-410.
- Abuhommous, A.A. (2021), "Trade credit and the speed of leverage adjustment", *Management Decision*, 59(8). 1915-1928.
- Aflatooni, Abbas and Marzieh Nemati (2017) The role of financial reporting quality and disclosure quality in increasing business credit: instrumental variables approach, *Accounting and Auditing Reviews*, 25 (1) 1-20. (In Persian).
- Aflatooni, Abbas and Mohammad Norouzi (2019) Factors affecting the supply and demand of commercial credit: static and dynamic approaches, *Accounting Knowledge*, 11 (40): 35-59. (In Persian).
- Aflatooni, Abbas; Khazaei, Mehdi; Nikbakht, Zahra (2022) operational risk, ability to control the market and the speed of obtaining optimal commercial credit. *Financial Accounting Research*, 13(4), 23-40 . (In Persian).
- Aghaei, M. A; Amri-Asrami, M; & MalekZadeh. (2023). The effect of accounting information quality on the relation between financial constraints with stock returns and new investment. *Journal of Accounting and Social Interests*, 12(4), 33-56. (In Persian).
- Aktas, N; De Bodt, E; Lobez, F; & Statnik, J. C. (2012). The information content of trade credit. *Journal of Banking & Finance*, 36(5), 1402-1413
- Aldoseri, M. M, Melegy, M. M. A. 2023. Readability of Annual Financial Reports, Information Efficiency, and Stock Liquidity: Practical Guides from the Saudi Business Environment. *Information Sciences Letters An International Journal*. 12(2), 813-821.
- Badavar Nahandi, Y; Nezari Abr, F; & Dehghan, R. (2019). The Relationship between Agency Costs and Expropriation of Minority Shareholders' Interests with

- Emphasis on the Role of Financial Reporting Quality. *Journal of Accounting and Social Interests*, 9(2), 1-24. (In Persian).
- Barrot, J. N. (2016). Trade credit and industry dynamics: Evidence from trucking firms. *The Journal of Finance*, 71(5), 1975-2016.
- Brochet, F; A. D. Jagolinzer, and E. J. Riedl. 2013. Mandatory IFRS adoption and financial statement comparability. *Contemporary Accounting Research* 30 (4): 1373-400.
- Babaei, G; Pakmaram, A; Badavar Nahandi, Y; & Rezaei, N. (2021). The Relationship between Corporate Social Responsibility and Financial Statements Comparability with an Emphasis on the Role of Institutional Ownership. *Journal of Accounting Knowledge*, 12(4), 43-66. (In Persian).
- Chen, C.-W; D. W. Collins, T. Kravet, and R. D. Mergenthaler. 2018. Financial statement comparability and the efficiency of acquisition decisions. *Contemporary Accounting Research* 35 (1): 164-202.
- Chen, C.W.; Collins, D.W.; Kravet, T.D.; Mergenthaler, R.D.(2020) Financial statement comparability and the efficiency of acquisition decisions. *Contemp. Account. Res.* 2018, 35, 164-202
- Chen, D; Liu, M; Ma, T; & Martin, X. (2017). Accounting quality and trade credit. *Accounting Horizons*, 31(3), 69-83.
- Cunat, V. (2007). Trade credit: suppliers as debt collectors and insurance providers. *The Review of Financial Studies*, 20(2), 491-527.
- Dao , Mai, Trung Pham & Hongkang Xu (2022) Internal control effectiveness and trade credit. *Review of Quantitative Finance and Accounting* 12(59), 1423-1452.
- Dass, N; Kale, J. R; & Nanda, V. (2015). Trade credit, relationship-specific investment, and product market power. *Review of Finance*, 19(5), 1867-1923.
- De Franco, G; Kothari, S. P; Verdi, R. S; 2011. The benefits of financial statement comparability. *Journal of Accounting Research* 49(4), 895-931
- Fang, X; Y. Li, B. Xin, and W. J. Zhang. 2016. Financial statement comparability and debt contracting: Evidence from the syndicated loan market. *Accounting Horizons* 30 (2): 277-303.
- Gonçalves, A. B; Schiozer, R. F; & Sheng, H. H. (2018). Trade credit and product market power during a financial crisis. *Journal of Corporate Finance*, 49, 308-323.
- Hasan, M. M; & N. Alam (2022) Asset redeployability and trade credit. *International Review of Financial Analysis*, 301-316.
- Hassani, M. (2022). The Impact of Political Connection of Board & Information Disclosure Quality on Firms' Dividend Payout Policy. *Journal of Accounting and Social Interests*, 11(4), 157-186. (In Persian).
- Hamidian, N; & Eshaghi, G. (2022). The Effect of Comparability of Financial Statements and the Opacity in Financial Reporting on the Value Relevance of Earnings and Book Value per Share. *Empirical Studies in Financial Accounting*, 19(73), 85-115. (In Persian).

- Izadinia, Naser and Masoud Taheri (2015). Investigating the relationship between the quality of accounting information and business credibility, *Experimental Accounting Research*, 5(19): 81-101. (In Persian).
- Kamiabi, Yahya and Reza Gurjian Mahlbani (2015) Investigating the effect of monetary policy on the relationship between accounting conservatism and business credit in companies listed on the Tehran Stock Exchange, *Financial Accounting Research*, (29) 1-18. (In Persian).
- Khajawi, Shokrollah; Ghaioori Moghadam, Ali and Hamidreza Hajeb (2021) Investigating the effect of commercial credit on cost stickiness, *Financial Accounting Knowledge*, 8(30): 125-141. (In Persian).
- Khoo , Joye , Adrian (Wai Kong) Cheung(2022)Managerial ability and trade credit.*TheFinanceReview*.57(2)-225-246.
- Khoshdel, Ali (2022) Investigating the effect of commercial credit on stock price simultaneity. *New research approaches in management and accounting*. No. (84), pp. 677-695. (In Persian).
- Kim, S; Kraft, P; Ryan, S; 2013. Financial statement comparability and credit risk. *Accounting Research* 52(4), 955-992.
- Kim, S; P. Kraft, and S. G. Ryan. 2013. Financial statement comparability and credit risk. *Review of Accounting Studies* 18 (3): 783–823.
- Luo, H; 2021. Do firms chase trade credit target? *Financ. Res. Lett*; 102026. 1-10.
- Luo, Haowe (2022) COVID-19 and trade credit speed of adjustment. *Finance Research Letters*. Volume 47, Part A, June 2022, 102541. 1-8.
- Ma, B., He, J., Yuan, H., Zhang, J. and Zhang, C. (2023), "Corporate social responsibility and trade credit: the role of textual features", *Journal of Electronic Business & Digital Economics*, 2(1), 89-109.
- Mahdavi, Rahman; Azinfar, Kaveh; Dadashi, Iman; Barzegar, Ghodratollah. (2022), investigating the effect of readability of financial report on business credibility with emphasis on the role of management ability in companies admitted to Tehran Stock Exchange. *Journal of Islamic Economics and Banking*, 11(39), 195-220. (In Persian).
- Moradi Mohammad and Sahar Karmi (2018) The effect of information asymmetry on the relationship between financing through commercial credit and the risk of falling stock prices, *Financial Accounting Knowledge*, 6 (23): 77-98. (In Persian).
- Myers, S.C. and Majluf, N.S. (1984). Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have. *Journal of Financial Economics*, 13(2), 187-221.
- Orlova, S.V; and Rao, R.P. (2018). Cash holdings speed of adjustment. *International Review of Economics & Finance*, 54(1), 1-14.
- Pike, R; Cheng, N.S; Cravens, K. and Lamminmaki, D. (2005), "Tradecredit terms: asymmetric information and price discrimination evidence fromthree continents", *Journal of Business Finance and Accounting*, 32(5), 306-686.

- Rahman, D; Muhammad K; Muhammad Jahangir A; Barry O. 2023. Does product market competition influence annual report readability? *Accounting and Business Research*. 27(2). 220-231.
- Salehi, Mehdi; Ghannad, Mustafa; Beh Soudi, Afshin (2016) Investigating the effect of corporate governance structure on business credit, *Economics and Business Research Journal*, 5 (17), 27-39. (In Persian).
- Silaghi, F, Moraux, F.(2021). Trade credit contracts: Design and regulation. *European Journal of Operational Research*. 296(3). 1-19.
- Thuy, C.T.M.; Khuong, N.V.; Canh, N.T.; Liem, N.T. (2022) Corporate Social Responsibility Disclosure and Financial Performance: The Mediating Role of Financial Statement Comparability. *Sustainability* 2021, 13, 10077. <https://doi.org/10.3390/su131810077.1-14>.
- Wang, C; 2014. Accounting standards harmonization and financial statement comparability: Evidence from transnational information transfer. *Journal of Review of Accounting Studies* 18(3), 783-823.
- Wang, Y, B Liu, HK Chan, T Zhang (2023). Who pays buyers for not disclosing supplier lists? Unlocking the relationship between supply chain transparency and trade credit. *Journal of Business Research*.155(2), 158-172.

COPYRIGHTS



This is an open access article under the CC-BY 4.0 license.



الگوی جامع، شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی با استفاده از فنون حسابداری قضایی^۱

غلامرضا نبوی^۲، سید یوسف احدی سرکانی^۳، احمد یعقوب نژاد^۴، سیده عاطفه حسینی^۵

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۱/۲۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۰۳

مقاله پژوهشی

چکیده

هدف: هدف این پژوهش ارائه الگوی جامع، شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی با استفاده از فنون حسابداری قضایی می‌باشد.
روش: روش مورد استفاده پژوهش حاضر کیفی بوده و از رویکرد نظریه داده بنیاد استفاده شده است. مصاحبه نیمه ساختاریافته از ۱۲ نفر خبره شامل اعضای هیئت علمی شاغل در حرفه و کارشناسان رسمی قوه قضائیه در سال ۱۴۰۲ که به صورت هدفمند و به روش گلوله برفی انتخاب شده‌اند، انجام شد.

یافته‌ها: یافته‌ها نشان می‌دهد مهم‌ترین عامل شرایط علی گروه‌های فشار، شرایط مداخله‌گر عدم نظارت عمومی، شرایط زمینه‌ای باز بودن راه جرم، راهبردها شامل فنون حسابداری قضایی و پیامدهایی در سطوح صورت‌های مالی و بازار اقتصادی طبقه‌بندی و تفسیر شده است.

نتیجه‌گیری: نتایج این پژوهش، کمک بسیاری به الگوی جامع جهت شناسایی و تحلیل جرائم اقتصادی با استفاده از فنون حسابداری قضایی در ارتباط اشخاص ذی‌ربط ارائه می‌نماید.

دانش افزایی: این پژوهش نیاز به خدمات یک حسابدار قضایی برای شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی دارد و می‌تواند مورد استفاده کارشناسان رسمی دادگستری رشته حسابداری و حسابرسی برای تهیه گزارش به دادگاه‌ها قرار گیرد.

واژه‌های کلیدی: حسابداری قضایی، اطلاع دادرسی، فنون حسابداری قضایی، جرم اقتصادی، نظریه داده بنیان.

طبقه‌بندی موضوعی: M41, M48, A12.

doi: 10.22051/jaasci.2024.46473.1835

۱. دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، واحد فیروز کوه، دانشگاه آزاد اسلامی، ایران. (Gh_nabavi1336@yahoo.com).

۲. دانشیار، گروه حسابداری، واحد فیروز کوه، دانشگاه آزاد اسلامی، فیروز کوه، ایران. نویسنده مسئول. (ahadiserkani@gmail.com).

۳. دانشیار، گروه حسابداری، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، فیروز کوه، ایران. (Yaghoobacc@gmail.com).

۴. استادیار، گروه حسابداری، واحد فیروز کوه، دانشگاه آزاد اسلامی، فیروز کوه، ایران. (Hosseini_accounting58@yahoo.com).

jaasci.alzahra.ac.ir

مقدمه

یکی از مشکلات و معضلاتی که در سال‌های کنونی بسیاری از دولت‌ها با آن مواجه بوده‌اند، افزایش تقلب‌ها و فساد و جرائم اقتصادی در بخش‌های دولتی و خصوصی است که هزینه بسیار زیادی را به جامعه و دولت تحمیل نموده است. (حطمی و همکاران، ۱۳۹۸؛ ص ۹۱). جرائم اقتصادی^۱ جرائمی هستند که علیه اقتصاد کشور موجب اختلال در نظام اقتصادی کشور می‌شوند. گزارش جدید سازمان شفافیت بین‌الملل^۲ درباره شاخص ادراک فساد در روزنامه دنیای اقتصاد شماره ۵۵۹۸ مورخ ۲۷ آبان ۱۴۰۱ حکایت از آن دارد که در سال ۲۰۲۱ کشورهای دانمارک، فنلاند و نیوزیلند هر یک با ۸۸ امتیاز از ۱۰۰ امتیاز، به‌عنوان پاک‌ترین کشورهای جهان معرفی شده‌اند و در جدول رتبه‌بندی صدرنشین شدند. کشورهای سومالی (۱۳)، سوریه (۱۳) و سودان جنوبی (۱۱) گرفتارترین کشورها در فساد بوده‌اند و در انتهای جدول قرار گرفته‌اند. در این منطقه، کشورهای امارات و قطر از بهترین شرایط در کنترل فساد مالی برخوردار هستند و امارات با کسب ۶۹ امتیاز در رتبه ۲۴ قرار دارد. با توجه به نتایج شاخص‌های فساد جهانی و پژوهش‌های مرتبط، ایران در سال ۲۰۲۱ توانسته است امتیاز ۲۵ را کسب کند و در رتبه ۱۵۰ قرار گیرد. رتبه ایران در سال پیش ۱۴۹ بوده و به‌این ترتیب یک پله تنزل داشته است که این امر منجر به‌ضرورت انجام این پژوهش شده است (سازمان شفافیت بین‌المللی^۳، ۲۰۲۲).

در سند تحول قضایی که در دی‌ماه سال ۱۳۹۹ توسط قوه قضائیه تنظیم و ابلاغ شد، غیرمتقن بودن برخی از آراء و تصمیمات قضایی، یکی از چالش‌های موجود در دستگاه قضا برشمرده شده است. یکی از بندهای این سند به نقش مؤثر کارشناسان رسمی دادگستری در صدور آراء قضایی پرداخته و اشاره شده است که ایجاد کار برگ‌های استاندارد برای ارائه نظرات کارشناسی و نیز زمینه‌سازی برای ایجاد مؤسسات تخصصی کارشناسی رسمی دارای مسئولیت تضامنی، از جمله راهکارهایی هستند که موجب صدور نظرات کارشناسی باکیفیت و در نتیجه صدور آراء متقن می‌گردند. قوه قضائیه در راستای تحقق اهداف و اجرای سند تحول قضایی، از اعلام پیشنهادها

1. Economic Crime
2. Transparency International Organization
3. www.transparency.org

اصلاحی برای ارتقاء سند تحول استقبال نموده و آمادگی خود را برای همکاری با سایر قوا و نهادهای حاکمیتی اعلام نموده است. در پاسخ به این خلأ در حرفه کارشناسان رسمی دادگستری و نیز اثرات آن در صدور آراء منصفانه، مطالعه و بررسی ابعاد مختلف حسابداری قضایی به‌ویژه در حوزه پشتیبانی دادرسی می‌تواند کمک مؤثری به افزایش کیفیت نظرات کارشناسی و نیز صدور آراء متقن نماید (قائمی و همکاران، ۱۴۰۱؛ ص ۸۰). از این‌رو به نظر می‌رسد نیاز به فنون حسابداری قضایی با توجه به تقلب‌های صورت گرفته در بخش عمومی و خصوصی در سال‌های اخیر آشکارا نمایان گشته و از اهمیت بالایی برخوردار می‌باشد، هدف از انجام پژوهش حاضر پرداختن به شکاف انتظارات با برجسته کردن ارائه الگوی جامع، شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی با استفاده از فنون حسابداری قضایی به‌عنوان ابزاری قدرتمند برای شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی در صورت‌های مالی و بازار اقتصادی است. همچنین این پژوهش اولین پژوهشی است که به شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی با استفاده از فنون حسابداری قضایی می‌پردازد. اگرچه پژوهش‌های گذشته همچون کار و گریما (۲۰۲۲) و آکینبوا^۲ (۲۰۲۳) به ترتیب در پژوهشی با عنوان "یک مطالعه نظام‌مند در زمینه حسابداری قضایی و تأثیر آن برای شناسایی تقلب و جلوگیری از آن" و "کاربرد فنون حسابداری قضایی در صنعت بانکداری افریقای جنوبی را به‌منظور کاهش ریسک تقلب" پرداختند علاوه بر این در پژوهش داخلی دهقان و همکاران (۱۳۹۶) به بررسی "نقش حسابدار قضایی در دادرسی جرم پول‌شویی" در ایران به روش نظریه‌پردازی زمینه‌بنیاد پرداخته‌اند؛ اما هیچ پژوهشی اقدام به شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی با استفاده از فنون حسابداری قضایی ننموده‌اند؛ که پژوهش حاضر با ارائه الگوی جامع یک نوآوری می‌باشد. نداشتن تخصص کافی همراه با سهل‌انگاری و بی‌دقتی در انجام امور کارشناسی منجر به آرای قضایی نادرست در پرونده قضایی شده و باعث تضییع حقوق اشخاص می‌شود. چنین شرایطی اعتبار حرفه حسابداران به‌خصوص حسابداران قضایی خدشه‌دار نموده و مقبولیت اجتماعی آنان را کاهش خواهد داد از سویی دیگر با توجه به نتایج شاخص‌های فساد اقتصادی جهانی و گزارش سازمان شفافیت بین‌المللی وضعیت فساد در کشورهای جهان به‌ویژه ایران

1. Kaur & Grima.

2. Akinbowale

که در سال ۲۰۲۱ توانسته است در رتبه ۱۵۰ قرار گیرد این امر منجر به ضرورت انجام این تحقیق شده است (سازمان شفافیت بین‌المللی، ۲۰۲۲). افزون بر این مطالعه تحقیقات پیشین، یک شکاف اساسی تحقیقات را در زمینه شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی با استفاده از فنون حسابداری قضایی را نشان می‌دهد و آن عدم ارائه الگوی جامع در بستر جرائم اقتصادی است. محدود بررسی‌های انجام شده به مطالعات تطبیقی، بررسی و معرفی سازوکارهای موجود در دیگر کشورها پرداخته‌اند به نظر می‌رسد ارائه الگوی جامع شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی مورد توافق خبرگان ضروری و می‌تواند مورد استفاده پژوهشگران قرار گیرد. پژوهش حاضر تلاش می‌کند با ترکیب روش‌های تحقیق کیفی با استفاده از رویکرد نظریه پردازی زمینه داده بنیاد به این سؤال پاسخ دهد که الگوی جامع شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی با استفاده از فنون حسابداری قضایی و پیامدهای آن در صورت‌های مالی چیست؟

اختلاف نظرها و خلأهای تحقیقاتی و چالش‌های موجود در پژوهش پیشین از جمله ضعف قوانین، نظارت و کنترل و چالش رسیدگی فساد و جرائم اقتصادی به این پرسش ختم می‌شود که مقوله‌ها و مؤلفه‌های مؤثر بر جرم اقتصادی، در قالب یک الگوی جامع شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی با استفاده از فنون حسابداری قضایی ارائه شود. تا از این طریق بتوان زمان رسیدگی به جرائم اقتصادی را در دادگاه‌ها کاهش داد. هدف اصلی پژوهش در پاسخ دادن به سؤال‌های پژوهش حاضر شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی با استفاده از فنون حسابداری قضایی می‌باشد.

همان‌طور که بیان گردید در پژوهش‌های گذشته به فنون حسابداری قضایی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی با استفاده از فنون حسابداری قضایی مطالعه‌ای جامع با کمک این فنون ارائه نشده است، سؤال‌هایی به‌منظور پرداختن به این ضعف در ۵ بعد شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها با تحلیل نظریه پردازی زمینه داده بنیاد و با مصاحبه نیمه ساختاریافته داده‌ها استخراج که روش نظریه پردازی داده بنیاد با بهره‌گیری از منطق پارادایمی به دنبال پاسخگویی به سؤالات زیر است

۱- شرایط علی مؤثر جهت شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی در ایران کدام اند؟

۲- شرایط زمینه‌ای مؤثر جهت شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی در ایران چیست؟

۳- شرایط مداخله گر مؤثر بر شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی در ایران کدام اند؟
 ۴- راهبرد فنون حسابداری قضایی برای شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی در ایران چگونه انجام می شود؟

۵- پیامدهای مؤثر بر فنون حسابداری قضایی (دادگاهی) برای شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی در سطوح صورت‌های مالی و بازار اقتصادی در ایران کدام اند؟
 در این پژوهش به منظور پاسخ به پرسش اصلی پژوهش از نظریه پردازی داده بنیاد به منظور ارائه الگوی جامع استفاده شده است. انتظار بر این است نتایج پژوهش می تواند موجب بسط و غنای مبانی نظری مرتبط در خلق و بازآفرینی مجدد مؤلفه‌های شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی با استفاده از فنون حسابداری قضایی به مدیران کمک شایانی نموده و ایده‌های جدیدی برای انجام پژوهش‌های بعدی در خصوص موضوع پژوهش پیشنهاد نماید. در بخش‌های بعدی، ابتدا مبانی نظری و پیشینه، روش شناسی پژوهش مطرح شده و پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها، همچنین یافته‌های پژوهش، بحث و نتیجه گیری، مقایسه نتایج حاصله با تحقیقات مرتبط و ارائه پیشنهادها پژوهش به پایان می رسد.

مبانی نظری پژوهش

حسابداری قضایی شاخه‌ای از حرفه حسابداری است که از ادغام حسابداری، حسابرسی و جرم در خصوص رسیدگی به کاهش ثقل، پول شویی، رشوه، اختلاس، کلاهبرداری، فرار مالیاتی، قاچاق ارز و کالا، خیانت در امانت، رانت، احتکار، سوءاستفاده از قدرت و موقعیت و مقام، اختلال در صادرات و واردات، تحصیل مال نامشروع و... می باشد. همچنین یک پیشگیری از صدور حکم دادگاه است که با استفاده از آن بر کیفیت آراء صادره در دادگاه کمک می کند و یا ممکن است خارج از دادگاه تسویه حساب شود و به عنوان ابزاری برای مبارزه با جرم است. حسابداران قضایی قبل از اثبات ثقل و کلاهبرداری یا جرم اقتصادی ورود پیدا می کنند، جرم اقتصادی را افشاء می کنند. از ویژگی‌های برجسته این حرفه تجزیه و تحلیل جمع بندی و ارائه مجموعه مسائل مالی هست که در مبارزه با جرم مالی و اقتصادی در داخل مؤسسات مالی را در بر می گیرد.

فنون حسابداری قضایی به عنوان یک نیروی بازدارنده می تواند نقاط دچار آسیب در گردش مالی و اقتصادی کشورها را به نحوی صحیح و درست شناسایی نموده و به لطف دانش خود از اشکال

گوناگون تقلب، فساد مالی و جرم اقتصادی جلوگیری نماید از آن جهت نیاز به آموزش فنون حسابداری قضایی با توجه به نمونه تقلب‌های صورت گرفته در بخش عمومی و خصوصی در سال‌های اخیر آشکارا نمایان و لازم است الگویی مناسب برای شناسایی، تحلیل جرم اقتصادی با استفاده از فنون حسابداری قضایی تدوین شود. لذا در این بخش از پژوهش به ذکر ادبیات، مبانی نظری و پیشینه پژوهش پیرامون فنون حسابداری قضایی پرداخته می‌شود. کارشناسان مالی و حسابداری قضایی با داشتن منابع علمی و فنی حقیقت پدیده‌های مرتبط با جرائم اقتصادی را تفسیر و شفاف‌سازی نموده و به دادرسی منصفانه و عادلانه در محافل قضایی کمک می‌نمایند. حسابداران قضایی وظیفه خطیر و سنگینی در تمیز پدیده‌های مرتبط با امور حرفه‌ای عهده‌دار می‌باشند. نداشتن تخصص کافی در این زمینه‌ها با سهل‌انگاری و بی‌دقتی در انجام امور کارشناسی منجر به آراء قضایی نادرست در پرونده‌های قضایی شده و باعث تضییع حقوق اشخاص می‌شود. چنین شرایطی اعتبار حرفه حسابداران به‌خصوص حسابداران قضایی را خدشه‌دار نموده و مقبولیت اجتماعی آنان را کاهش خواهد داد. جرم اقتصادی جرمی است که برای به دست آوردن منافع مادی و اقتصادی صورت می‌گیرد.

به‌عبارت‌دیگر جرم اقتصادی جرمی است که توسط فعالان اقتصادی در طی فعالیت اقتصادی برای به دست آوردن منابع مالی و امتیازهای غیرقانونی، اقتصادی صورت می‌گیرد. جرائم اقتصادی علاوه بر هدر رفت منابع بسیار زیاد، موجب از میان رفتن اعتماد عمومی در جامعه، مشکلات اقتصادی و کاهش سرمایه‌گذاری می‌شوند. الزامات پیشگیرانه در این زمینه، عامل ایجاد امنیت اقتصادی، پیشگیری، شناسایی، کشف، تحلیل تقلب‌های مالی و اقتصادی جهت تداوم و پویایی در سلامت و انضباط مالی می‌شود و ابزار مطلوبی برای تحریک سرمایه‌گذاری و رشد اقتصادی کشورها در آینده خواهد بود می‌توان عنوان نمود که یکی از راه‌های کاهش جرائم مالی و اقتصادی برخورد قاطعانه می‌باشد. رویدادهای اخیر و چالش‌هایی که حساب‌برسان در رابطه با اختلاس‌های چند هزار میلیاردی و غیره به چشم دیده‌اند باعث شده مفاهیمی چون فنون حسابداری دادگاهی مورد توجه دولت‌ها و جوامع قرار گیرد. در عصر حاضر که عصر فناوری و پیچیدگی اقتصادی است و دستیابی به سطح رفاه بیشتر از طریق افزایش سطح درآمد می‌شود شاهد گسترش فعالیت‌های صنعتی، تجاری، وهم

زمان افزایش جرائم اقتصادی در جوامع هستیم. نتایج این بررسی به رفع مشکلات مربوط به جرائم اقتصادی با استفاده از فنون حسابداری دادگاهی کمک می‌نماید. همچنین ارتباط شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی با استفاده از فنون حسابداری قضایی در الگوی جامع با تحلیل نظریه پردازی زمینه بنیاد در پنج مقوله شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردها و پیامد بیان شده است در راهبردهای ارائه شده در الگوی جامع رسیدگی به جرائم اقتصادی با استفاده از فنون حسابداری قضایی همچون قاچاق کالا، فرار مالیاتی، اختلاس، کلاهبرداری، ربا، رشوه، اخذ پورسانت و جرم تقلب اشاره شده است.

رضایی و وانگ^۱ (۲۰۱۹) ارتباط داده‌های بزرگ با روش‌های حسابداری قضایی و آموزش " را مورد بررسی قرار دادند. هدف از انجام این پژوهش گردآوری داده‌های بزرگ (شامل، متن، صوت و تصویر...)، نظرات افراد از نمونه دانشگاهی و متصدیان در چین و بررسی ارتباط داده‌های بزرگ با عمل و آموزش حسابداری قضایی بوده است. نتایج پژوهش نشان داد که حسابداری قضایی باید در برنامه درسی گنجانده شود و بهبود آموزش و تمرینات برای حسابداری قضایی لازم و مهم می‌باشند. گوپتا و کومار^۲ (۲۰۲۰) در پژوهشی در کشور هندوستان با عنوان "حسابداری قضایی یک ابزار برای پرداختن به جرم مالی" بیان نمودند. در قرن بیست و یکم، جرم مالی توسط دست‌کاری‌های صورت‌های مالی به شکل زیادی انجام می‌شود و این عوامل منجر به از دست رفتن سرقفلی شرکت و پول‌های سرمایه‌گذاری شده توسط سرمایه‌گذاران می‌شود.

الوبی و المومانی^۳ (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان نقش تعدیل‌کننده حسابداری قضایی بر ارتباط حاکمیت شرکت و کیفیت اطلاعات، به این نتیجه رسیدند که حسابداری قضایی می‌تواند تأثیر مثبت حاکمیت شرکتی بر کیفیت اطلاعات افشاشده از سوی شرکت‌ها بخش عمومی را تشدید کند. الشرافت و همکاران^۴ (۲۰۲۱) در پژوهشی به بررسی نقاط قوت و ضعف حسابداری قضایی و پیامدی آن بر توسعه اقتصادی و اجتماعی پرداختند و به این نتیجه رسیدند که فقدان وضع مقررات و

1. Rezaee and Wang

2. Gupta and Kumar

3. Alaoubi and Almomani

4. Alsherafat and ed al

تغییر یا اصطلاح قوانین؛ عدم نظارت به منظور ورود حسابداران به این حرفه و یا ارزیابی توانمندی‌های آنان؛ عدم معیارهای مشخص در آموزش حسابداری قضایی و عدم شناخت زمینه‌های اجتماعی تحریف یا تقلب به واسطه نقص کارکردهای نظارتی همگی جزو عوامل مؤثر بر ضعف این حرفه در حسابداری است.

کار و همکاران^۱ (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان "یک مطالعه نظام‌مند در زمینه حسابداری قضایی و تأثیر آن برای شناسایی تقلب و جلوگیری از آن"، نشان دادند که یک همبستگی مثبت بین حسابداری قضایی و شناسایی تقلب و جلوگیری از آن وجود دارد. علاوه بر این دریافتند که تقلب موضوعی پیچیده بوده و برای انجام پژوهش در زمینه تقلب باید به میزان پیچیدگی آن اشراف کامل داشت.

ناواریت و گالگو^۲ (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان "ابزارهای حسابداری قانونی برای بازدارندگی از تقلب: یک رویکرد کیفی" به بررسی ابزارهای حسابداری قضایی پرداختند. یافته‌های این پژوهش حکایت از آن دارد که استفاده از فنون حسابداری قضایی و ابزار آن می‌تواند حتی در هنگامی که ریسک تقلب بالا باشد در جهت جلوگیری از تقلب در گزارش‌های مالی مؤثر باشد. نتایج مشابه این پژوهش حتی در خصوص جلوگیری از تقلب که با رویکرد کیفی از منظر خبرگان و با بهره‌گیری از مطالعات کتابخانه‌ای انجام شده است نیز مشاهده نشده است.

بگوم ندفا^۳ (۲۰۲۳) در پژوهش خود به بررسی "نقش حسابداری قضایی در پیشگیری از تقلب‌های مالی" پرداخت و به این نتیجه رسید که حسابداری قضایی نقش مهمی در جلوگیری از تقلب مالی دارد. بدین منظور به سازمان‌ها توصیه نمود که سرمایه‌گذاری در فن‌های حسابداری قضایی و آموزش را برای افزایش توانایی خود در کشف و جلوگیری از تقلب مالی در اولویت قرار دهند. علاوه بر این، سازمان‌ها باید استفاده از تخصص حسابداری قضایی را برای بهبود اعتماد ذینفعان در نظر بگیرند. اکینبو واله و همکاران (۲۰۲۳) در پژوهشی تحت عنوان "کاربرد تکنیک‌های حسابداری قضایی در صنعت بانکداری افریقای جنوبی را به منظور کاهش ریسک تقلب" پرداختند این پژوهش با

1. Kaur and et al

2. Navarrete and Gallego

3. Begum Nadaf

استفاده از طرح تحقیق توصیفی و با رویکرد کیفی همراه با روش نمونه‌گیری هدفمند انجام شده است. نتایج به دست آمده نشان داد که حفره‌های ایجاد شده در نتیجه کاربرد بر مؤثر تکنیک‌های قضایی تا حدی مسئول برخی از موارد کلاهبرداری سایبری در صنعت بانکداری است. شواهد کافی برای تعیین اینکه آیا ارزیابی و مدت ریسک تقلب در صنعت بانکداری با کاربرد مؤثر فنون حسابداری قضایی از نظر علل شناسایی شده کلاهبرداری سایبری رابطه دارد یا خیر، وجود ندارد. با این حال، یافته‌ها ارتباط مثبتی بین ارزیابی ریسک تقلب و مدیریت ایجاد می‌کند.

ریازودین و افتخار بیگ^۱ (۲۰۲۳) در پژوهشی با "عنوان حسابداری قضایی: استراتژی برای شناسایی و خاتمه کلاهبرداری‌های مالی در هند"، اثبات نمودند که استفاده از حسابداری قضایی در هند یک رویکرد مؤثر برای جلوگیری و کشف تقلب مالی بوده است. همچنین با ترکیب روش‌های سنتی حسابداری با فن‌های قانونی، حسابداران قانونی می‌توانند بی‌نظمی‌های مالی را شناسایی کرده و شواهد ملموسی از فعالیت‌های متقلبانه ارائه نمایند.

شریفی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان "توسعه پارادایم حسابداری قضایی در نوسان‌پذیری سطح حفاظت از منافع سهامداران در بین شرکت‌ها بر اساس نظریه ثرندایک" به این نتیجه رسیدند که پیوند پارادایم حسابداری قضایی به عنوان محرک و عاملی برای حفاظت از منافع سهامداران هست که با هدف ایجاد یک رویکرد منسجم، جهت انطباق خروجی‌های حسابداری با قوانین و مقررات و کشف تخلفات مالی به منظور افزایش حساسیت‌ها نسبت به حفاظت از منافع سهامداران صورت می‌گیرد و کارکردهای ایجاد اعتماد در بین سهامداران نسبت به شرکت را به همراه دارد.

امینیان و تحریری (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان "ارائه مدل کیفیت حسابداری قضایی در ایران بر اساس مدل‌سازی ساختاری تفسیری^۲ (ISM)" به این نتیجه رسیدند که اهداف و مأموریت‌ها حسابداری قضایی، استانداردهای حسابداری قضایی، مهارت‌های حرفه‌ای، آموزش‌های دانشگاهی، وضع قوانین حسابداری قضایی و ضرورت وجود حسابدار قضایی در سازمان‌ها موجب ارتقاء کیفیت حسابداری قضایی می‌شود.

1. Riyazuddina and et al

2. Interpretive Structural Modeling

قائم و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان "تبیین فن‌های حسابداری و حسابرسی قضایی و به‌کارگیری آن در تشخیص ورشکستگی" به تبیین فنون حسابداری و حسابرسی دادگاهی و به‌کارگیری آن در تشخیص ورشکستگی پرداختند. این پژوهش با معرفی ابعاد مختلف حسابداری قضایی و مهارت‌های لازم برای حسابداران قضایی به تبیین کاربرد آن در دعاوی ورشکستگی پرداخته و فونونی را برای تشخیص انواع ورشکستگی و کشف تقلب در ورشکستگی ارائه می‌دهد که می‌تواند به کارشناسان رسمی دادگستری برای ارائه نظر کارشناسی باکیفیت در دعاوی ورشکستگی کمک نماید و موجب دادرسی عادلانه شود.

اسدی چهار برج و همکاران (۱۴۰۱) به "بررسی اثر حسابداری قضایی بر تقویت پیامدهای کیفیت گزارشگری یکپارچه" پرداخته‌اند اما هیچ پژوهشی اقدام به شناسایی و تحلیل جرائم اقتصادی با استفاده از فنون حسابداری قضایی نپرداخته‌اند.

تفتیان و دوازده‌امامی (۱۴۰۲) در پژوهشی با عنوان "شناسایی تکنیک‌های بررسی حسابداری قضایی: کاربست فرا ترکیب"^۱ پرداختند که نتایج حاصل از این پژوهش، کمک شایانی به کشف تقلب، کلاهبرداری و اعمال مجرمانه در مراحل تحقیقاتی حسابداری قضایی در رابطه با اشخاص ذی‌ربط و همچنین قضاوت آن‌ها نسبت به موارد می‌شود.

روش‌شناسی پژوهش

روش مورد استفاده در پژوهش حاضر کیفی است؛ که با مروری بر پیشینه پژوهش‌های انجام شده در زمینه جرم اقتصادی با استفاده از فنون حسابداری قضایی برای انجام مطالعات مقدماتی، ادبیات پژوهش و مبانی نظری آغاز شده و سپس از طریق مصاحبه با خبرگان با رویکرد نظریه داده بنیاد الگوی جامع شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی با استفاده از فنون حسابداری قضایی ارائه می‌شود (مشایخی و همکاران، ۱۳۹۲؛ ص ۳۶).

روش انجام مصاحبه در پژوهش حاضر کیفی و مصاحبه از نوع نیمه ساختاریافته است. در پژوهش های کیفی سؤالاتی طراحی و مصاحبه شونده به دلخواه پاسخ می دهد و پژوهشگر آن ها را دسته بندی و تحلیل و تفسیر می کند تحلیل داده ها مطابق با روش نظریه پردازی زمینه داده بنیاد، طی سه مرحله کد گذاری انجام می شود. اولین گام یافتن مقوله مفهومی در داده ها در سطح اولیه از انتزاع خواهد بود، دومین گام یافتن ارتباطات بین این مقولات و سومین گام مفهوم سازی از طریق کد گذاری انتخابی صورت می پذیرد (طرقه و همکاران، ۱۴۰۰؛ ص ۱). دلیل به کارگیری نظریه پردازی زمینه داده بنیاد این است که با بررسی عمیق درون و بیرون سازمان، روش استقرائی را برای خلق نظریه های یکپارچه ارائه می دهد تحلیل نظریه پردازی زمینه داده بنیاد رویکرد اکتشافی داشته و خروجی آن منجر به ارائه الگوی جامع خواهد شد، با توجه به هدف پژوهش در این بخش، از روش نمونه گیری گلوله برفی یا زنجیره ای برای مصاحبه استفاده شده است. نمونه گیری گلوله برفی یا زنجیره ای یعنی انتخاب شرکت کنندگانی که به نحوی با یکدیگر پیوند دارند و پژوهشگر را به دیگر افراد همان جامعه راهنمایی می کنند (مشایخی و آژنگ، ۱۳۹۲؛ ص ۳۶). پس از انجام ۱۰ مصاحبه با خبرگان حرفه، داده های گردآوری شده به اشباع رسیده و نیازی به انجام مصاحبه های جدید وجود نداشت. مدت هر مصاحبه به طور متوسط ۴۵ دقیقه بوده است. پس از اخذ نظرات خبرگان، به عوامل تأثیرگذار بر شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی با استفاده از فنون حسابداری قضایی پرداخته شده و در پایان «الگوی جامع جهت شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی با استفاده از فنون حسابداری قضایی ارائه شده است». نحوه انتخاب و شرایط، مشخصات و ویژگی های خبرگانی که با آنان مصاحبه به عمل آمده، از بین هیئت علمی دانشگاه ها در رشته حسابداری، کارشناسان رسمی دادگستری در رشته حسابداری و حسابرسی و حسابداران رسمی عضو جامعه حسابداران رسمی با جنسیت مرد می باشند که بیشتر با حسابداری قضایی و جرائم اقتصادی آشنایی داشته و در دادگاه های کیفری و حقوقی به عنوان کارشناس رسمی دادگستری انجام وظیفه نموده اند در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱. مشخصات مصاحبه‌شوندگان

مرتبۀ علمی	تحصیلات	سابقه علمی	سابقه حرفه‌ای	عنوان شغلی	کد	مصاحبه‌شونده
استادیار	دکترای حسابداری	۳۰	۳۰	هیئت علمی دانشگاه و حسابدار رسمی	EI01	اول
استادیار	دکترای حسابداری	۱۵	۲۸	هیئت علمی دانشگاه، کارشناس رسمی حسابداری و حسابرسی و حسابدار رسمی	EI02	دوم
مربی	دانشجوی دکترای حسابداری	۱۲	۱۰	هیئت علمی دانشگاه سمنان	MI03	سوم
-	دانشجوی دکترای حسابداری	-	۱۰	مدیر فنی موسسه حسابرسی	MI04	چهارم
-	دکترای حسابداری	-	۳۰	کارشناس رسمی دادگستری رشته حسابداری و حسابرسی	MI05	پنجم
-	دکترای حسابداری	-	۲۰	کارشناس رسمی دادگستری رشته حسابداری و حسابرسی	MI06	ششم
-	دانشجوی دکترای حسابداری	-	۲۰	کارشناس ارشد مالیاتی	MI07	هفتم
-	دکترای حسابداری	-	۲۹	معاون مالی واداری	MI08	هشتم
-	کارشناس ارشد حسابداری	-	۳۰	کارشناس رسمی دادگستری رشته حسابداری و حسابرسی	MI09	نهم
-	کارشناس ارشد حسابداری	-	۲۰	کارشناس رسمی دادگستری رشته حسابداری و حسابرسی	MI10	دهم
-	کارشناس ارشد حسابداری	-	۳۰	کارشناس رسمی دادگستری رشته حسابداری و حسابرسی	MI11	یازدهم
-	کارشناس حسابداری	-	۲۰	کارشناس رسمی دادگستری رشته حسابداری و حسابرسی	MI12	دوازدهم

برای تحلیل داده‌ها (مصاحبه‌ها) و استخراج مدل نهایی پژوهش در روش داده بنیاد سه مرحله کد گذاری باز، کد گذاری محوری و کد گذاری گزینشی استفاده شده است. کد گذاری باز فرآیندی

تحلیلی است که با آن مفاهیم شناسایی و ویژگی‌ها و ابعاد آن‌ها در داده‌ها کشف می‌شوند. پس از شناسایی مفاهیم، رابطه‌های بین آن‌ها و محور مشترک ارتباط‌دهنده مفاهیم با یکدیگر که به آن‌ها مقوله یا طبقه اطلاق گفته می‌شود، احصاء گردید. کدگذاری محوری فرآیند مرتبط کردن مقوله‌ها به مقوله‌های فرعی و کدگذاری گزینشی شامل یکپارچه کردن و پالایش نظریه می‌شود. در مرحله دوم پژوهش برای افزایش اعتبار و جامعیت الگوی به‌دست آمده از مرحله اول پژوهش از رویکرد تجزیه و تحلیل اسناد و مدارک استفاده شده است؛ که بر اساس مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده در مرحله اول و به روش مشابه کدگذاری بررسی و طبقه‌بندی شد. در مرحله کدگذاری باز جملات اصلی از متن مصاحبه‌ها استخراج و کدگذاری گردید، به‌عنوان مثال فرآیند کدگذاری در نقل و قول‌های زیر که از نتایج حاصل از طرح سؤال‌های مصاحبه به شرح زیر ارائه شده است.

در خصوص سؤال اول پژوهش (شرایط علی مؤثر بر جرائم اقتصادی): مصاحبه‌شونده اول، دوم، پنجم، هشتم و دهم علل مؤثر بر جرم اقتصادی را گروه‌های فشار دانسته و معتقدند عده‌ای بانفوذ خود در سازمان‌ها با استفاده از رانت به مسئولین و متصدیان از روابط خود استفاده و می‌توانند به خواسته خود رسیده و مرتکب جرائم اقتصادی شوند

مصاحبه‌شونده سوم، هفتم و دهم معتقدند عده‌ای با فساد مالیاتی مرتکب جرم مالیاتی می‌شوند به دلیل اینکه در کشور ایران برای بعضی از جرائم مالیاتی اطلاع‌رسانی و آموزش کافی به صنوف و اشخاص حقیقی و حقوقی داده نشده که پژوهشگر با کدگذاری باز فساد مالیاتی را برای جرم اقتصادی شرایط علی در نظر گرفته است.

مصاحبه‌شونده اول، دوم، چهارم و هشتم بر این باورند در ایران برای هر کار اقتصادی قوانین مشخص وجود ندارد و این خلأ ضعف قوانین منجر به جرائم اقتصادی می‌شود.

مصاحبه‌شونده پنجم، ششم و یازدهم معتقدند هنوز افراد بانفوذ در نهادها و سازمان‌ها هستند که با استفاده از رانت ارزش دولتی استفاده و به‌جای تولید و خرید کالا، وجوه حاصل از فروش و مصارف ارزی را بجای واریز به حساب دولتی در بازار آزاد به فروش می‌رسانند.

در خصوص سؤال دوم پژوهش: (شرایط زمینه‌ای) مصاحبه‌شونده اول، پنجم و دوازدهم اعلام داشته‌اند بعضی از افراد به آنچه به دست آورده‌اند قانع نبوده و همیشه درصدد آن هستند که با

زیاده‌خواهی و طمع‌کاری دارایی‌های خود را افزایش دهند؛ که این امر منجر به جرم اقتصادی می‌گردد

مصاحبه‌شونده چهارم، ششم و دهم معتقدند باز بودن راه جرم می‌تواند مسبب جرائم اقتصادی شود. به‌عنوان مثال مجرمی بعد از ورود به زندان پس از مدتی آزاد می‌گردد.

مصاحبه‌شونده‌های دوم، سوم، چهارم، هفتم، هشتم و نهم در مصاحبه اعلام داشتند بایستی همچون کشورهای پیشرفته که نسبت به کشور ایران جمعیت بیشتری دارند جرائم اقتصادی به دلیل داشتن نظارت عمومی و فعالیت‌های سازمان‌های مردم‌نهاد کاهش و منجر به شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی می‌شوند که در ایران چنین سامانه‌ای به درجه کمال نرسیده است.

مصاحبه‌شونده یک الی دوازده معتقدند مردم می‌بایست همچون کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته با داشتن فرهنگ عمومی به جرائم اقتصادی آشنایی داشته و آن را اعمال نمایند

در خصوص سؤال سوم پژوهش: (شرایط مداخله‌گر) مصاحبه‌شونده اول، دوم، چهارم و هفتم معتقدند در جامعه ایران پس از گذشت سال‌ها فرهنگ‌سازی نشده، چنانچه فرهنگ‌سازی شود مردم با عمل سوت زنی جرائم اقتصادی را شناسایی و به مقامات گزارش می‌نمایند.

مصاحبه‌شونده یکم، دوم، چهارم و ششم معتقدند اقتصاد ایران ثبات پایدار نداشته و هر سخنرانی نابجا و غیرمسئولانه در شرایط اقتصادی تأثیرگذار بوده و منجر به افزایش جرائم اقتصادی شده و نهایتاً منجر به اتلاف منافع اقتصادی می‌شود.

مصاحبه‌شونده دوم، سوم، پنجم و هشتم بر این باورند با آموزش به ضابطین می‌توان جرائم اقتصادی را شناسایی و تحلیل نمود که در ایران با توجه به وجود ضابطین اقتصادی همچنین سازمان تعزیرات حکومتی و سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان دارای آموزش کافی و بروز نبوده و این موضوع منجر به جرائم اقتصادی می‌گردد.

در خصوص سؤال چهارم پژوهش: (راهبردها) مصاحبه‌شونده اول و دوم بررسی کد اقتصادی جعلی را راهبردی برای شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی فرار مالیاتی دانسته‌اند.

مصاحبه‌شونده سوم، چهارم و پنجم معتقدند از آنجائی که سهام کارخانه‌های خصوصی سازی توسط یک هیئت انجام می‌شود نیاز است برای جلوگیری از جرم خصوصی سازی ارزیابی مجدد سهام کارخانه‌ها انجام پذیرد.

مصاحبه‌شونده ششم و هفتم اجرای دستورالعمل مبارزه با پول‌شویی منجر به شناسایی جرم پول‌شویی شده که منشأ پول کثیف شناسایی و از جرم اقتصادی جلوگیری می‌شود.

مصاحبه‌شونده هشتم، نهم و دهم رسیدگی به حساب شخصی افراد در بانک‌ها و سازمان‌های دولتی منجر به شناسایی اقتصادی جرم اختلاس می‌شود.

مصاحبه‌شونده اول، هفتم و هشتم معتقدند بعضی از اشخاص با دریافت اندک حق‌الزحمه، کارت حساب بانکی خود را به دیگران اجاره می‌دهند که منجر به شناسایی جرم کلاهبرداری می‌شود.

مصاحبه‌شونده هفتم، نهم، یازدهم و دوازدهم استفاده از قانون بنفورد که منجر به شناسایی شرکت‌های متقلب و غیر متقلب شده، این قانون بیان می‌کند رقم اول داده‌هایی که به‌طور طبیعی به وقوع می‌پیوندند از توزیع یکنواخت تبعث نمی‌کنند و استفاده از این فن می‌تواند در شناسایی جرم تقلب را تسریع نماید.

مصاحبه‌شونده چهارم، نهم و یازدهم انجام کاری غیرقانونی با اخذ وجوه منجر به شناسایی و اثبات جرم رشوه شده که رسیدگی توسط کارشناسان رسمی منجر به شناسایی آن می‌شود.

مصاحبه‌شونده اول، هفتم و هشتم رسیدگی حساب بانکی ویزیتورها منجر به شناسایی و اثبات جرم اخذ پورسانت از دیگران می‌شود.

مصاحبه‌شونده پنجم، هفتم، نهم و یازدهم ارائه اسناد حمل خلاف واقع منجر به شناسایی و اثبات جرم قاچاق کالا شده که با رسیدگی برگ خرید، برگ خریدهای تقلبی بدون ثبت سفارش و اعتبار اسنادی می‌تواند منجر به شناسایی جرم اقتصادی قاچاق کالا شود.

مصاحبه‌شونده اول و هفتم معتقدند پرداخت وجوهی مازاد بر وجوه دریافتی به اشخاص حقیقی حقوقی به اقساط مساوی و با نرخ معین در چند ماه منجر به شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی ربا می‌شود.

در خصوص سؤال پنجم پژوهش: (پیامدها) مصاحبه‌شوندگان اول الی دوازده پیامد پژوهش حاضر را در دو سطح صورت‌های مالی و بازار اقتصادی طبقه‌بندی نموده‌اند. جرائم اقتصادی در سطح صورت‌های مالی با توجه به شرایط علی منجر به نتایج زیر می‌شود.

۱- بیش نمایی درآمدها: بیش نمایی درآمدها، در نتیجه درآمد ساختگی و شناسایی زود هنگام درآمدها در پی موفقیت شرکت در کسب ارقام پیش‌بینی شده سود واقع می‌شود.

۲- بیش نمایی دارایی‌ها: در نتیجه تحریف حساب‌های دریافتی و تجدید ارزیابی دارایی‌ها واقع می‌شود.

در سطح بازار اقتصادی صورت‌های مالی مجرمانه اقتصادی بر قیمت سهام شرکت‌ها مؤثر و باعث تغییرات غیرمنطقی قیمت سهام شده و اعتماد سرمایه‌گذاران را خدشه‌دار می‌کند و نهایتاً با گمراه کردن سرمایه‌گذاران باعث اختلال در نظام توزیع عادلانه ثروت می‌شود که نتیجه آن اتلاف منابع اقتصادی به نفع افراد خاص است.

دو معیار اصلی برای تعیین کیفیت یک پژوهش، روایی و پایایی آن است؛ که در پژوهش حاضر روایی محتوای مدل با استفاده از دو معیار نسبت روایی محتوا (CVR)^۱ و شاخص روایی محتوا (CVI)^۲ مورد سنجش قرار گرفته است. به این منظور از نظر خبرگان حرفه و دانشگاه که در فرایند تدوین الگو نیز مشارکت داشته‌اند استفاده گردیده است. برای سنجش شاخص نسبت روایی محتوا، میزان اهمیت مفاهیم مورد پرسش قرار گرفت و برای سنجش شاخص روایی محتوا میزان ارتباط کدهای نهایی با مفاهیم و مقوله اصلی مورد پرسش قرار گرفت.

جدول ۲. خلاصه نتایج نسبت روایی محتوا و شاخص روایی محتوای سؤال‌های پژوهش

سؤال	میانگین روایی محتوا (CVR)	میانگین شاخص روایی محتوا (CVI)	نتیجه
کلیه سؤال‌های پژوهش	۰/۷۱	۰/۸۹	پذیرش

حداقل مقدار قابل قبول برای شاخص روایی محتوا برابر با ۰/۷۹ است و اگر شاخص روایی محتوا، گویه‌ای کمتر از ۰/۷۹ باشد آن گویه بایستی حذف شود. در جدول ۲ میانگین روایی برای هر دو شاخص به‌طور خلاصه بیان شده است.

1. Content Validity Ratio (CVR)

2. Content Validity Index (CVI)

جدول ۳. جدول پایایی کاپای کوهن

میزان توافق کاپا	ارزش	خطای معیار مجانبی (Asymp Std.Error)	آزمون تقریبی (Approx. T)	معنی داری
۰/۶۴۴	۰/۱۱۲	۶/۶۷۲	۰/۰۰۰	

با توجه به میزان عدد معنی داری و مقدار آزمون که بالاتر از ۶۰ درصد است می توان ادعا کرد که مدل از پایایی لازم برخوردار است (حسنقلی پور و همکاران، ۱۳۹۶؛ ص ۴۸۹).

یافته‌های پژوهش

بر اساس تحلیل داده‌ها (اعم از مصاحبه‌ها و اسناد و مدارک موجود) ۵ مقوله شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها به شرح زیر شناسایی شده‌اند.

شرایط علی: طبق نظر مصاحبه‌شوندگان فشار عامل اصلی مهم‌ترین دلیل برای ارتکاب جرم اقتصادی است. عدم توفیق مدیریت در تحقق پیش‌بینی‌های هیئت‌مدیره و تحلیل گران بازار سرمایه را می‌توان نمونه‌هایی از شکل سازمانی فشار دانست. افزون بر این انگیزه پاداش مدیران، انگیزه سوءاستفاده از دارایی‌ها، هزینه‌های سیاسی، مقاصد مالیاتی و تحصیل شرکت توسط مدیران می‌تواند انگیزه جرم اقتصادی در صورت‌های مالی باشد؛ بنابراین گروه‌های فشار، مفاسد مالیاتی، ضعف قوانین و اقتصاد رانتی به‌عنوان شرایط علی شناسایی شده‌اند.

عوامل زمینه‌ای: بر اساس مصاحبه‌های انجام‌شده جرائم اقتصادی در بستر فرهنگ عمومی، طمع‌کاری، قانع نبودن اشخاص حقیقی و حقوقی، زیاده‌خواهی، باز بودن راه جرم، عدم نظارت عمومی و فعالیت‌های سازمان‌های مردم‌نهاد عوامل زمینه‌ای می‌باشند.

عوامل مداخله‌گر: تحلیل اظهارات مصاحبه‌شوندگان نشان می‌دهد، فرهنگ‌سازی، آموزش، سوت زنی و شرایط اقتصادی از یافته‌های پژوهش است.

راهربدها: ارائه اسناد حمل خلاف واقع (جرم قاچاق کالا)، کد شماره اقتصادی جعلی (فرار مالیاتی)، رسیدگی حساب شخصی افراد در بانکها (جرم اختلاس) دستورالعمل مبارزه با پولشویی (جرم پولشویی)، اجاره کارت حساب بانکی (جرم کلاهبرداری)، قانون بنفورد (جرم تقلب)، حساب بانکی ویزیتورها (جرم پورسانت)، اخذ مبلغ مازاد پرداختی (جرم ربا) و ارزیابی مجدد کارخانهها (جرم خصوصی سازی) و همچنین کار غیرقانونی با اخذ وجوه (جرم رشوه) را می توان نام برد.

پیامدها: در پژوهش حاضر پیامدها در دو سطح صورت های مالی و بازار اقتصادی طبقه بندی شده اند. استفاده از جرائم اقتصادی در سطح صورت های مالی با توجه به شرایط علی منجر به شرایط زیر می شود.

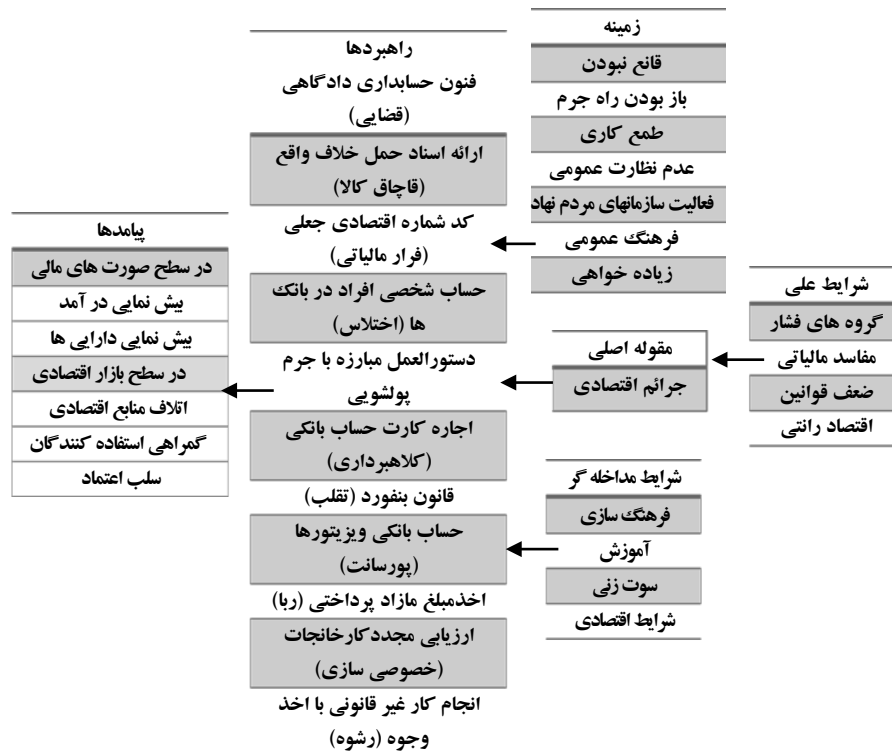
۱- بیش نمایی درآمدها: بیش نمایی درآمد، در نتیجه استفاده از طرح درآمد ساختگی و شناسایی زود هنگام درآمدها در پی عدم موفقیت شرکت در کسب ارقام پیش بینی شده سود واقع می شود.

۲- بیش نمایی دارایی ها در نتیجه تحریف حساب های دریافتی، تحریف موجودی ها، ثبت موجودی موهوم به عنوان دارایی واقع می شوند.

پیامدها در سطح بازار اقتصادی با گمراه کردن سرمایه گذاران، اعتباردهندگان و دولت باعث اختلال در نظام توزیع عادلانه ثروت می شود؛ بنابراین منابع اقتصادی محدود به سمت بنگاه های اقتصادی ناموفق هدایت می شود که نتیجه آن اتلاف منابع اقتصادی و تصرف منابع به نفع افراد خاص و در نهایت سلب اعتماد مردم را در بر خواهد داشت.

بحث و نتیجه گیری

با انجام مصاحبه باز نیمه ساختاریافته و تحلیل گرنند تئوری و با کدگذاری باز و محوری و انتخابی مؤلفه ها استخراج مطابق با یافته های پژوهش الگوی جامع، شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی با استفاده از فنون حسابداری قضایی مطابق شکل ۱ ارائه شده است.



شکل ۱. الگوی جامع، شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی با استفاده از فنون حسابداری قضایی

با توجه به مصاحبه‌های انجام شده با تحلیل نظریه پردازی داده بنیاد یافته‌های پژوهش، با پژوهش‌های قبلی با ذکر دلایل برای توافق یا عدم توافق بین نتایج مقایسه و به شرح ذیل ارائه شده است:

مطابق با سؤال اول شرایط علی گروه‌های فشار، مفاسد مالیاتی، ضعف قوانین و اقتصاد رانتی از عوامل مؤثر در شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی است که باید مورد توجه قرار گیرد. این موضوع با پژوهش اکینبو واله و همکاران (۲۰۲۳) و گوپتا و کومار (۲۰۲۰) به دلیل اینکه به علل و شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی با استفاده از فنون حسابداری قضایی پرداخته نشده است مطابقت ندارد.

مطابق با سؤال دوم شرایط زمینه‌ای جهت شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی با تدوین قوانین محکم از باز بودن راه جرم و طمع کاری و زیاده‌خواهی جلوگیری و با ایجاد فرهنگ عمومی و نظارت بر فعالیت‌های سازمان‌های مردم‌نهاد جرائم اقتصادی کاهش که نتایج انجام گرفته با نتایج پژوهش پیشینه خارجی و داخلی به دلیل اینکه به شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی با استفاده از فنون حسابداری قضایی پرداخته نشده است همخوانی ندارد.

مطابق با سؤال سوم شرایط مداخله‌گر جهت شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی می‌تواند با فرهنگ سازی، آموزش، سوت زنی و ایجاد شرایط اقتصادی مناسب اقدام که پژوهش حاضر با نتایج رضایی و ونگ (۲۰۱۹) از جنبه آموزشی به دلیل اینکه به این موارد پرداخته شده است همخوانی دارد.

مطابق با سؤال چهارم پژوهش راهبردها که شامل فنون حسابداری دادگاهی (قضایی) در این پژوهش با هیچ‌یک از پژوهش‌های پیشین که به شناسایی و تحلیل جرم اقتصادی با استفاده از راهبردهای فنون حسابداری قضایی به دلیل اینکه پژوهش‌های پیشین به حاکمیت شرکتی، ورشکستگی شرکت‌ها و ریسک‌تقلب پرداخته‌اند مطابقت ندارد. لیکن با پژوهش ریازدین و افتخار بیگ (۲۰۲۳) با فعالیت‌های متقلبانه، ناواریت و گالگو (۲۰۲۲) در ریسک‌تقلب و همچنین با پژوهش داخلی تفتان و دوازده‌امامی (۱۴۰۲) در کشف‌تقلب، کلاهبرداری و اعمال مجرمانه به دلیل اینکه به ریسک‌تقلب و کلاهبرداری پرداخته شده است همخوانی دارد.

مطابق با سؤال پنجم پژوهش پیامدها با پژوهش‌های پیشین در سطح صورت‌های مالی و بازار اقتصادی مقایسه که کار و همکاران (۲۰۲۲) با پژوهش خود نشان دادند که یک همبستگی مثبت بین حسابداری قضایی و شناسایی‌تقلب و جلوگیری از آن وجود دارد و همچنین گوپتا و کومار (۲۰۲۰) از بعد دست‌کاری صورت‌های مالی که منجر به از دست رفتن سرقفلی شرکت و پول‌های سرمایه‌گذاری شده که توسط سرمایه‌گذاران انجام می‌شود به دلیل پژوهش از بعد اتلاف منابع اقتصادی با پژوهش حاضر همخوانی و پژوهش شریفی و همکاران (۱۴۰۰) به دلیل پژوهش در خصوص ایجاد اعتماد در سطح بازار اقتصادی مطابقت دارد.

محدودیت‌ها بخشی جدایی‌ناپذیر از هر پژوهشی است؛ که این پژوهش از این امر مستثنا نیست.

در مصاحبه، دور شدن پاسخ‌دهندگان از مفهوم اصلی سؤال‌های و پاسخ‌های جانب‌دارانه توسط مخاطب از جمله محدودیت‌هایی است که می‌توان تبیین نمود.

بر اساس مصاحبه‌های صورت گرفته و نظرات خبرگان نیاز به ارائه پیشنهاد های پژوهشی به شرح زیر است.

۱- مطابق با نتایج حاصل از اولین سؤال پژوهش شرایط علی با توجه به اهمیت گروه‌های فشار در ارتکاب به جرم اقتصادی، مجلس شورای اسلامی با تصویب قوانین محکمی در شناسایی جرائم اقتصادی به ارتقای کیفی حرفه کمک نمایند.

۲- مطابق با نتایج حاصل از دومین سؤال پژوهش از شرایط زمینه‌ای از آنجائی که جرائم اقتصادی هر روز پیچیده و گسترش یافته است به نهادهای نظارتی و قانونی، کانون کارشناسان رسمی دادگستری و مرکز امور مشاوران حقوقی و وکلا با اجرای اهداف و مأموریت‌ها فنون حسابداری قضایی در نهادهای زیرمجموعه خود به افزایش کیفیت حسابداری قضایی کمک نماید.

۳- مطابق با نتایج حاصل از سومین سؤال پژوهش در شرایط مداخله‌گر به دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی با برگزاری و ایجاد آموزش‌های دانشگاهی در زمینه فنون حسابداری قضایی زمینه توسعه رشته را فراهم آورند و به‌عنوان واحد درسی تدریس شود.

۴- مطابق با نتایج حاصل از چهارمین سؤال پژوهش در راهبردها دستگاه‌های اجرایی که از مهارت‌های حرفه‌ای رشته حسابرسی قضایی استفاده می‌کنند با برگزاری کلاس‌های ضمن خدمت در زمینه فنون حسابداری قضایی از مزایای آن برخوردار شوند.

۵- مطابق با نتایج حاصل از سؤال پنجم پژوهش پیامدها به سازمان حسابرسی به‌عنوان متولی استانداردهای حسابداری و حسابرسی، اقدام به تدوین رهنمودهای مرتبط به فنون حسابداری قضایی نموده تا از این طریق راهبردها و پیامدهای جرائم اقتصادی در سطح صورت‌های مالی و بازار اقتصادی ارتقا یابد.

۶- مطابق با نتایج حاصل از پنج سؤال پژوهش دستگاه قضا با ارتقاء مؤلفه‌های کیفیت فنون حسابداری قضایی در نظام قضایی و در قرار صادره به کارشناس در پیشگیری از جرائم مالی و اقتصادی کمک تا زمان رسیدگی کاهش پیدا نماید. نتیجه‌گیری نهایی اینکه نتایج حاصل از این پژوهش، به ارائه الگوی جامع، جهت شناسایی و تحلیل جرائم اقتصادی با استفاده از فنون حسابداری قضایی در ارتباط اشخاص ذی‌ربط کمک می‌نماید.

منابع

- اسدی چهار برج، محمد؛ دهدار، فرهاد؛ عبدلی، محمدرضا. (۱۴۰۱). کاربرد نظریه استعاره بلک نسبت به بررسی اثر حسابداری قضایی بر تقویت پیامدهای کیفیت گزارشگری یکپارچه، *مجله حسابداری مدیریت*، ۱۵(۵۴)، ۱۲۸-۱۰۹.
- امینیان، ابوالفضل؛ تحریری، آرش. (۱۴۰۱). ارائه مدل کیفیت حسابداری قضایی در ایران بر اساس مدل سازی ساختاری تفسیری (ISM). *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، ۱۱(۴۳)، ۲۷۴-۲۵۳.
- تفتیان، اکرم؛ دوازده امامی، رسول. (۱۴۰۲). شناسایی تکنیک‌های بررسی حسابداری قضایی: کاربرد فرا ترکیب نشریه حسابداری و منافع اجتماعی، ۱۳(۲)، ۳۱-۶۰.
- حسنقلی پور، حکیمه؛ امیری، مجتبی؛ علی اصغر پور، عزت. (۱۳۹۶). توسعه مدل ارزشیابی خط مشی نگهداشت اثربخش اعضای هیئت علمی در آموزش عالی. *مدیریت دولتی*، ۹(۳)، ۴۸۹-۵۱۶.
- حطمی، ایمان؛ پاکزاد، بتول؛ فرح بخش، مجتبی؛ خسروی، حسن. (۱۳۹۸). تحلیل علل جرائم اقتصادی ایران در پرتو نظریه‌های جرم‌شناسی اقتصادی. *مطالعات راهبردی*، ۴(۱۱)، ۹۱-۱۱۴.
- دهقان، حبیب اله؛ جعفری، نادر؛ دارابی، رؤیا. (۱۳۹۶). بررسی نقش حسابداری قضایی در دادرسی جرم پول‌شویی، *نشریه حسابداری و منافع اجتماعی*، ۷(۱)، ۸۵-۱۰۲.
- شرفی، سمیه؛ واعظ، سید علی؛ بصیرت، مهدی. (۱۴۰۰). توسعه پارادایم حسابداری قضایی در نوسان پذیری سطح حفاظت از منافع، در بین شرکت‌ها: تحلیلی مبتنی بر آزمون نظریه ترندایک. *حسابداری مدیریت*، ۱۴(۴۸)، ۸۵-۶۹.
- طرقه، سهیلا؛ رضایی، فرزین؛ کردستانی، غلامرضا. (۱۴۰۰). الگوی ماهیت شناسی رفتار شهروندی در حسابداری. *حسابداری ارزشی و رفتاری*، ۶(۱۲)، ۱-۲۵.
- قائمی، محمدحسین؛ شاهسونند، منیره؛ محبی، ابوالفضل. (۱۴۰۱). تبیین فن‌های حسابداری و حسابرسی قضایی و به کارگیری آن در تشخیص ورشکستگی. *پژوهش‌های حسابرسی حرفه‌ای*، ۲(۷)، ۸۰-۱۰۴.
- مشایخی، بیتا؛ آژنگ، احمد. (۱۳۹۲). حسابداری قضایی و عدالت. *مجله حسابداری*، ۲۸(۱۱)، ۳۹-۳۶.

References

- Akinbowale, O. E; Klingelhöfer, H. E; & Zerihun, M. F. (2023). Application of forensic accounting techniques in the South African banking industry for the purpose of fraud risk mitigation. *Cogent Economics & Finance*, 11(1), 2153412

- Alaoubi, A. Almomani, M, A. 2021. The Moderating Effect For Forensic Accounting On The Relationship Between Corporate Governance And Quality Of Accounting Information In The Jordanian Public Shareholding Companies, *International Journal Of Academic Research In Accounting Finance And Management Sciences*, 11(2), 47-61.
- Alshurafat, H. Al Shbail, M.O. And Mansour, E. 2021. Strengths and Weaknesses of Forensic Accounting: An Implication on the Socio-Economic Development, *Journal of Business and Socio-Economic Development*, 1(2), 135-148.
- Aminian, Abolfazl; and Arash Tahriri. (2022). Presenting the judicial accounting quality model in Iran based on interpretive structural modeling (ISM). *Management accounting and auditing knowledge* 11(43): 253-274. (In Persian).
- Asadi Chaharbarj, Mohammad; Dehdar, Farhad & Abdoli, Mohammad Reza (2022). The application of Black's metaphor theory to the investigation of the effect of judicial accounting on strengthening the consequences of the quality of integrated reporting. *Journal of Management Accounting*, 15(54), 109-128. (In Persian).
- Begum Nadaf, Y. 2023. Role of Forensic Accounting In Preventing Financial Frauds. *South India Journal of Social Sciences*. Vol. Xxi, No.39.153-159.
- Dehghan, Habib Elah; Jafari, Nader & Darabi, Roya (2016). Examining the role of judicial accounting in money laundering proceedings, *Journal of Accounting & Social Interests*, 7(1), 85-102. (In Persian).
- Ghaemi, Mohammad Hossein; Shahsund, Munira; & Abulfazl Mohibi. (2022). Explanation of accounting & judicial audit techniques and its application in bankruptcy diagnosis. *Professional audit research* 2(7): 80-104. (In Persian).
- Gupta, C.M. & D. Kumar. (2020). Creative accounting a tool for financial crime: a review of the techniques & its effects. *Journal of Financial Crime* 27 (2): 397-411
- Hasanqolipour, Hakimeh; Amiri, Mojtaba; & Ali Asgharpour Ezzat. (2016). Development of the policy evaluation model for the effective retention of faculty members in higher education. *Public Administration* 9(3): 489-516. (In Persian).
- Hatmi, Iman; Pakzad, Betul; Farah Bakhsh, Mojtabi; and Hassan Khosravi. (2018). Analysis of the causes of Iran's economic crimes in the light of economic criminology theories. *Strategic Studies* 4(11): 91-114. (In Persian).
- Kaur, B., K. Sood., & S. Grima. (2022). A systematic review on forensic accounting & its contribution towards fraud detection & prevention. *Journal of Financial Regulation & Compliance* Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JFRC-02-2022-0015>
- Mashaikhi, Beta; & Ahmad Azang. (2012). Judicial accounting and justice. *Accountant Journal* 28(11): 36-39. (In Persian).
- Navarrete, C., & A. Gallego. (2022). Forensic accounting tools for fraud deterrence: a qualitative approach. *Journal of Financial Crime* Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JFC-03-2022-0068>.

- Rezaee Z. And Wang J. (2019). Relevance of Big Data to Forensic Accounting Practice and Education. *Managerial Auditing Journal*. 34(3), Pp.268-288
- Riyazuddina, A. And Iftikhar Baig, M. 2023. Forensic Accounting: A Strategy for Identifying and Terminating Financial Frauds in India. *International Journal of Trade and Commerce*. 12(1): 166-175. Doi:10.46333/Ijtc/12/1/14
- Sharifi, Samia; Waez, Seyyed Ali and Mehdi Basirt. (2020). The development of judicial accounting paradigm in the volatility of the level of protection of shareholders' interests among companies: an analysis based on Thorndike's theory test. *Management Accounting* 14(48): 69-85. (In Persian).
- Taftian, Akram & Davazdeh Emami Rasool. (2023). Identifying Judicial Accounting Review Techniques: Meta-Synthesis Technique *Journal of Accounting & Social Interests*,13(2), 31- 60. (In Persian).
- Targah, Sohaila; Rezaei, Farzin; & Gholamreza Kurdestani. (2021). The model of the nature of citizenship behavior in accounting. *Value and Behavioral Accounting* 6(12): 1-25. (In Persian).

COPYRIGHTS



This is an open access article under the CC-BY 4.0 license.

Comprehensive Pattern Identification and Analysis of Economic Crime Using Forensic Accounting Techniques¹

Gholamreza Nabavi², Seyyed Yusuf Ahadi Sarkani³, Ahmad Yagubnejad⁴,
Seyedeh Atefeh Hosseini⁵

Received: 2024/02/18

Accepted: 2024/05/23

Research Paper

Abstract

Purpose: The general purpose of this study is to provide a comprehensive model, identify and analyze economic crime using forensic accounting techniques.

Method: The method used in the current research is qualitative and the approach of foundational data theory is used. The statistical population consisted of 12 accounting experts until theoretical saturation was reached, and the snowball sampling method was used. This research was conducted at the time point of 2023.

Findings: The findings show that the most important factors are the causal conditions of pressure groups, the intervening conditions of lack of public supervision, the background conditions of the open way of crime, strategies including forensic accounting techniques and consequences at the levels of financial statements and the economic market, classification and interpretation. Has been.

Conclusion: The results of this research provide a lot of help to the comprehensive model for the identification and analysis of economic crimes using judicial accounting techniques in relation to related parties

Contribution: This research. Requires the services of 1 judicial accountant to identify and analyze economic crime. Formal experts in the field of accounting and auditing are also used to prepare reports. The results of this research contribute a lot to the identification and analysis of economic crimes in connection with judicial accounting and related parties, as well as judgment against them.

Keywords: Forensic Accounting, Forensic Accounting Techniques, Forensic Accounting, Prolongation of proceedings, Economic crime, Grounded Theory.

JEL Classification: M41, M48, A12.

1. doi: 10.22051/jaasci.2024.46473.1835

2. Ph.D. Student, Department of Accounting, Faculty of Management and Accounting, Firoozkuh Branch, Islamic Azad University, Firoozkuh, Iran. (gh_nabavi@yahoo.com).

3. Associate Professor, Department Of Accounting, Firoozkooh Branch, Islamic Azad University, Firoozkooh, Iran. Corresponding Author. (ahadisarkani@gmail.com).

4. Associate Professor, Department Of Accounting, Faculty of Economic and Accounting, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. (yaghoobacc@gmail.com).

5. Assistant Professor, Department Of Accounting, Firoozkooh Branch, Islamic Azad University, Firoozkooh, Iran. (Hosseini_Accounting@Yahoo.Com).

The Effect of Comparability of Accounting Information on the Speed of Obtaining Optimal Commercial Credit: the Generalized Moments Approach¹

Vahab Rostami², Mehdi Mohammadi³, Hamed Kargar⁴

Received: 2023/12/20

Accepted: 2024/04/26

Research Paper

Abstract

Purpose: The current research aims to trace the role of the comparability of accounting information on the speed of achieving the optimal commercial credit of companies.

Research Method: to achieve the objectives of the research, a sample of 135 companies admitted to the stock exchange, which were selected according to the systematic exclusion pattern, was collected for a period of 13 years from 2010 to 2022. To test the research hypotheses, a multivariate regression model with the generalized moments approach (GMM) was used. To measure the speed of trade credit adjustment, the model previously developed by Lou (2022) and to measure the comparability of accounting information, the profit-return index was used.

Research Findings: The results of the research hypothesis test showed that the speed of adjustment of commercial credit in the research sample is about 60%, that is, the companies are able to compensate 60% of the gap created every year to optimal commercial credit. Also, the ability to compare accounting information has an effect on the speed of trade credit adjustment, and by improving this factor, the speed of companies achieving optimal trade credit will increase.

Conclusion: The current research provided evidence that the quality level of financial statement information for credit users and suppliers can increase the speed of commercial credit adjustment in reaching the target commercial credit.

Keywords: Adjustment Speed, Optimal Commercial Credit, Comparability of Accounting Information, Quality of Providing Financial Information.

JEL Classification: M41, H42.

1. doi: 10.22051/jaasci.2024.45941.1820

2. Assistant Professor, Department of Accounting, Payame Noor University, Tehran, Iran. Corresponding Author. (Vahab.rostami@pnu.ac.ir).

3. Assistant Professor, Department of Accounting, Zanjan Branch, Islamic Azad University, Zanjan, Iran. (mahdi.mohhamadi@iau.ac.ir).

4. M.Sc. Department of Accounting, Payame Noor University, Tehran, Iran. (hamedkargar37@gmail.com).

Social Responsibility, Company Value and Stock Returns in Companies Listed on the Tehran Stock Exchange; the Moderating Effect of the Corona Virus Epidemic¹

Parisa Saadat Behbahaninia², Anis Masih Gol³

Received: 2024/02/29

Accepted: 2024/06/01

Research Paper

Abstract

Purpose: The current research examines the moderating effect of the corona virus crisis on the relationship between social responsibility activities on company value and stock returns in companies listed on the Tehran Stock Exchange.

Research Method: This research is practical in terms of purpose, and from the aspect of identification method, it is correlation and among descriptive research. The statistical population of the research is the Tehran Stock Exchange and the research sample is 135 companies admitted to the Tehran Stock Exchange in a 4-year period between 2017 and 2018. In order to test the hypotheses of the research, multivariate regression was used with combined data and Eviuse software.

Conclusion: The results showed that the social responsibility of the CSR Company leads to an increase in stock returns and company value. In addition, the Corona epidemic has a moderating effect of social responsibility on company value and stock returns. As a result, this crisis reduces the positive effect of social responsibility on company value and stock returns. In this way, it is possible to understand the importance of corporate social responsibility measures in the return of shares and the value of companies, especially in critical periods such as the spread of the Corona epidemic virus.

Contribution: In this research, the moderating effect of the actual shock of the corona virus on the relationship between social responsibility activities, company value and stock returns has been investigated, is that by examining a real shock, the relationship between these variables and predicting their behavior in other crises is discussed.

Keywords: Social Responsibility, Company Value, Stock Return, Corona Virus.

JEL Classification: M41.

1. doi: 10.22051/jaasci.2024.46371.1833

2. Associate Professor, Department of Accounting, Faculty of Social Sciences and Economic, Alzahra University, Tehran, Iran. (Corresponding Author). (P.behbahaninia@alzahra.ac.ir)

3. M.Sc. Department of Accounting, Faculty of Social Sciences and Economic, Alzahra University, Tehran, Iran. (masihgolani@gmail.com).

The Relationship between Fraud in Financial the Relationship between Fraud in Financial Reporting of Peer Firms in the Same Geographical Region and Fraud in Company Financial Reporting: The Moderating Role of Industry Competition¹

Hassan Fatahi Nafch², Mohammad Joodaki³, Sara Ghanbari⁴

Received: 2024/02/11

Accepted: 2024/06/25

Research Paper

Abstract

Purpose: The purpose of this research is to examine the relationship between fraud in the company's financial reporting and fraud in the financial reporting of peer firms active in a similar geographic region, taking into account the moderating effect of competition in the industry.

Research Method: This research is an applied study with an inductive approach and based on panel data analysis. In this research, the information of 11 listed petrochemical firms active in Pars Energy Special Economic Zone during 2011 to 2022 was used for 12 years. Also, for further analysis, the information of 32 listed firms active in petrochemical industry during the same time period has been used.

Results: The results showed that fraud in the financial reporting of active firms in the same geographic region has a positive and significant relationship with fraud in the company's financial reporting. Competition in the industry does not have a significant effect on the intensity of the relationship between fraud in the financial reporting of firms operating in the same geographic area with fraud in the company's financial reporting, but competition in the industry increases the effect of the relationship between fraud in the financial reporting of firms operating in the same geographic region on fraud in reporting. The company is financed.

Conclusion: The findings of this research showed that ethical misconduct and fraudulent financial reporting do not occur in a vacuum, and that neighboring firms have an impact on the willingness to commit violations and fraud in financial reporting.

Contribution This study provides valuable insights into the factors influencing financial reporting fraud, focusing on peer companies in Iran, to provide stakeholders.

Keywords: Fraud in Financial Reporting, Peer Firms, Industry Competition.

JEL Classification: M41.

1. doi: 10.22051/jaasci.2024.46390.1832

2. Assistant Professor, Department of Accounting, Faculty of Administrative Sciences and Economics, Isfahan University, Isfahan, Iran. (h.fattahi@ase.ui.ac.ir).

3. M.Sc. Department of Accounting, Faculty of Management and Accounting, Amin Institute of Higher Education, Fooladshahr, Iran. (joodaki3030@gmail.com).

4. M.Sc. Department of Accounting, Faculty of Management and Accounting, Amin Institute of Higher Education, Fooladshahr, Iran. (sagh9393@gmail.com).

A Meta-Study on Corporate Sustainability Reporting in Iranian Accounting and Auditing Research¹

Ehsan Ghadrđan², Farzin Rezaei³

Received: 2023/10/03

Accepted: 2024/06/21

Research Paper

Abstract

Purpose: The purpose is to review articles in the field of sustainability reporting. In order to be able to evaluate the most important topics that are currently being considered as well as the research needs related to this field.

Research Method: The research is of a descriptive type, which examined 68 articles in the field of sustainability reporting after examining 32 journals in the field of accounting, finance and auditing approved in the system of the Ministry of Science and Research between 2013 and 2022.

Results: About 97% of articles have been completed in the last six years. Writers without academic rank, assistant professors and assistant professors, have participated the most in producing articles. The participation of men is more than women. Most of the articles were the result of the work of three or four people. In terms of organizational affiliation, authors affiliated with Islamic Azad University have the largest share. Researchers from Qazvin Islamic Azad University and Imam Khomeini International University have been the most prolific authors. In the production of articles, the academic faculty members of branches Islamic Azad, Alzahra, Payame Noor and Tehran Universities have contributed the most.

Conclusion: All the researches carried out in Iran, which investigated the dimensions of sustainability reporting, were studied in the last years of the study period.

Contribution: According to the sixth chapter of corporate governance guidelines, (Notification 13/12/2022 of the Securities and Exchange Organization) regarding forcing companies to provide sustainability reporting, we can witness the dynamism and prosperity of future research in this field. And in fact, the findings of the current research specify the researched directions and the remaining gaps in the research.

Keywords: Sustainability Reporting, Environmental Dimension, Economic Dimension, Social Dimension, Management Dimension.

JEL Classification: M41.

1. doi: 10.22051/jaasci.2024.45148.1804

2. Ph. D. Student, Department of Accounting, Faculty of Management and Accounting, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran. (Corresponding Author). (e.gh.tvu@gmail.com).

3. Associate Professor, Department of Accounting, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran. (farzin.rezaei@qiau.ac.ir).

Relationship-Oriented Strategies and the Market Share of Audit Firms¹

Mohammad Mahdi Kasaei², Reza Gholami Jamkarani³,
Fakhreddin Mohammadrezaei⁴, Omid Faraji⁵

Received: 2023/12/11

Accepted: 2024/05/26

Research Paper

Abstract

Purpose: This study investigates the role of relationship-oriented strategies, as a quasi-business strategy, on the market share of audit firms in Iran.

Method: Data were collected through a questionnaire and analyzed using a quantitative approach.

Results: The findings reveal that among the dimensions of relationship-oriented strategies, the political dimension (historical presence in influential positions outside the audit profession) is predominant. Furthermore, five themes from the social dimension (e.g., addressing clients' professional challenges and creating value) and three themes from the economic dimension (e.g., securing influential positions in the IACPA) significantly influence the market share of audit firms in Iran.

Conclusion: This study demonstrates that audit firms in Iran utilize the customer-oriented dimension of the commercialization approach (manifested as relationship-orientation) as a strategic tool to maintain and enhance market share.

Contribution: The research offers preliminary insights into the impact of relationship-oriented strategies, classified according to common forms, on the market share of Iranian audit firms.

Keywords: Audit Market Share, Relationship-Oriented Strategies, Commercialism.

JEL Classification: L14, M22.

1. doi: 10.22051/jaasci.2024.45940.1819

2. Ph.D. Student, Department of Accounting, Qom Branch, Islamic Azad University, Qom, Iran. (Kasaie1361@gmail.com).

3. Associate Professor, Department of Accounting, Qom Branch, Islamic Azad University, Qom, Iran. (Corresponding Author). (Fiaccqomiau@gmail.com).

4. Assistant Professor, Department of Accounting, Faculty of Finance, Kharazmi University, Tehran, Iran. (F.mrezaei@khu.ac.ir).

5. Assistant Professor, Department of Management and Accounting, College of Farabi, Tehran University, Qom, Iran. (faraji_omid@R.ac.ut).

The Relationship between Cash Tax Savings and Reputation Risk in the Stock Exchange of Selected Countries in the Persian Gulf Region¹

Elham Alizadeh², Ahmad Khodamipour³, Omid Pourheidari⁴

Received: 2023/12/11

Accepted: 2024/07/01

Research Paper

Abstract

Purpose: This paper examines that the reputational costs of engaging in tax avoidance activities have been considered by companies and their Chief Executive Officers when making decisions.

Method: We have collected data a sample of 119 companies that were selected from among the companies admitted to the stock exchange of selected countries located in the Persian Gulf, including Iran, Qatar, Oman, Kuwait and Saudi Arabia. The sample period is seven years from 2015 to 2021. To measure the reputation risk (independent variable) of these companies from the ranking of companies by the Industrial Management Organization in Iran and the ranking of companies in Arab countries was used by the prestigious magazine Forbes. The cash tax savings (dependent variable) was measured through the effective cash tax rate and the effect of reputation risk on it was investigated through a regression model.

Results: The hypothesis showed that a significant relationship between cash tax savings and reputation risk (cost).

Conclusion: It is concluded that some companies, when using strategies' tax avoidance, pay attention to the costs caused by damage to the company's reputation and avoid it or become less involved in tax avoidance.

Contribution: A few researches have been done in the field of risk and costs of reputation related to issues such as taxes. This study can lead to the expansion and enrichment of this topic and the development of research literature in this sector. In addition, it should attract the attention of researchers and managers in tax section.

Keywords: Reputation Risk, Countries of the Persian Gulf, Cash Tax Savings.

JEL Classification: G41, H26.

1. doi: 10.22051/jaasci.2024.45839.1817

2. Ph.D. Student, Department of Accounting, Faculty of Management and Economics, Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran. (elham.alizadeh@aem.uk.ac.ir).

3. Professor, Faculty of Management and Economics, Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran. Corresponding Author. (khodamipour@uk.ac.ir).

4. Professor, Faculty of Management and Economics, Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran. (opourheidari@uk.ac.ir).

Table of Content

The Relationship between Cash Tax Savings and Reputation Risk in the Stock Exchange of Selected Countries in the Persian Gulf Region 1

Elham Alizadeh, Ahmad Khodamipour, Omid Pourheidari

Relationship-Oriented Strategies and the Market Share of Audit Firms27

Mohammad Mahdi Kasaei, Reza Gholami Jamkarani, Fakhreddin Mohammadrezaei, Omid Faraji

A Meta-Study on Corporate Sustainability Reporting in Iranian Accounting and Auditing Research.....59

Ehsan Ghadrddan, Farzin Rezaei

The Relationship between Fraud in Financial the Relationship between Fraud in Financial Reporting of Peer Firms in the Same Geographical Region and Fraud in Company Financial Reporting: The Moderating Role of Industry Competition 103

Hassan Fatahi Nafch, Mohammad Joodaki, Sara Ghanbari

Social Responsibility, Company Value and Stock Returns in Companies Listed on the Tehran Stock Exchange; the Moderating Effect of the Corona Virus Epidemic 125

Parisa Saadat Behbahaninia, Anis Masih Gol

The Effect of Comparability of Accounting Information on the Speed of Obtaining Optimal Commercial Credit: the Generalized Moments Approach..... 153

Vahab Rostami, Mehdi Mohammadi, Hamed Kargar

Comprehensive Pattern Identification and Analysis of Economic Crime Using Forensic Accounting Techniques..... 175

Gholamreza Nabavi, Seyyed Yusuf Ahadi Sarkani, Ahmad Yagubnejad, Seyedeh Atefeh Hosseini

IN THE NAME OF GOD

Quarterly Journal of Accounting, and Society Interests

Summer 2024, Volume 14, Issue Number 2, Number 53

Journal of

Accounting, and Society Interests

Licence Holder: Alzahra University

Director: Rahmani Ali, Prof. Alzahra University

Editor in chief: Kordestani, Gholamreza Professor,
Imam Khomeini University

Editorial Board:

Pourjalali Hamid, Professor of Hawaii University

Hejazi, Rezvan, Professor of Alzahra University

Rahmani Ali, Professor of Alzahra University

Rezaee Zabihollah, Proffessor of Memphis
University Mashayekh, Shahnaz, Associate Prof.
of Alzahra University

Mollanazari, Mahnaz, Associate Prof. of Alzahra University

Homayoun Saeid, Professor of Gavle University

Yazdifar Hassan, Associate Professor of Salford
University Business School

Executive Manager: Maghrebi, Fatemeh

Literally Editor: Taheri, Mandana

English Editor: Rezaei, Ali

Cover Designer: Samadian, Maryam

Lay Out Editor: Hasanzadeh Aliabadi, Marzieh

Address: Alzahra University, Vanak, Tehran - Iran.

P. O Box 1993893973

Tel: (+9821) 85692421- 85692745

Fax: 88252178

Website: <http://jaacsi.alzahra.ac.ir/>

Email: jaacsi@alzahra.ac.ir