

## مسئولیت‌های اجتماعی و عدم تقارن اطلاعاتی در شرکت‌های با مالکیت خانوادگی

امیر احسان چابک<sup>۱\*</sup>، فرهاد فلاح نژاد<sup>۲</sup>، راحله همایونی راد<sup>۳</sup>

۱ دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، واحد هشتگرد، دانشگاه آزاد اسلامی، هشتگرد، ایران

(نویسنده مسئول) ae\_chabok@yahoo.com

۲ عضو هیات علمی در گروه حسابداری، هشتگرد، ایران.

Fallah.college@yahoo.com

۳ عضو هیات علمی در گروه حسابداری، هشتگرد، ایران.

Rahelehmayouni@yahoo.com

### چکیده

مطالعه حاضر به بررسی رابطه میان مسئولیت‌های اجتماعی و عدم تقارن اطلاعاتی در شرکت‌های با مالکیت خانوادگی می‌پردازد. بدین منظور؛ اطلاعات ۹۳ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران برای یک دوره ده ساله (از ابتدای سال ۱۳۸۶ تا پایان سال ۱۳۹۵)، استخراج، متغیرهای پژوهش محاسبه و آزمون‌های آماری لازم صورت گرفت. یافته‌های پژوهش؛ حاکی از آن بود که اولاً بین مسئولیت اجتماعی و عدم تقارن اطلاعاتی، ارتباط منفی و معناداری وجود داشته و ثانیاً مالکیت خانوادگی؛ بصورت معناداری تعدیل‌کننده ارتباط میان مسئولیت اجتماعی و عدم تقارن اطلاعاتی نیست که یافته‌های مذکور در انطباق با یافته‌های فررو و همکاران (۲۰۱۷) می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: مسئولیت‌های اجتماعی، عدم تقارن اطلاعاتی، مالکیت خانوادگی

## ۱- مقدمه

شواهد تجربی نشان می‌دهد که گروه‌های مختلف در جامعه متقاضی مسئولیت‌پذیری اجتماعی توسط شرکت‌ها هستند. گزارشگری مسئولیت اجتماعی ابزاری جهت حسابداری و پاسخگویی شرکت در قبال عملکرد خویش است. سازمان‌ها از سویی ثروت و فرصت‌های شغلی برای جامعه ایجاد می‌کنند و از سوی دیگر محیط زیست را آلوده و تخریب و سلامت انسان و تنوع زیستی جهان را تهدید می‌کنند. از این رو افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها توجه ذی‌نفعان را به خود جلب کرده است که می‌تواند تضاد منافع بین ذی‌نفعان مختلف در رابطه با مسائل اقتصادی، زیست‌محیطی، اجتماعی و اخلاقی را مدیریت نماید. شرکت‌ها، در حالی که حداکثر کردن ارزش سهامداران را دنبال می‌کنند، بیش از پیش مستلزم تعادل و توازن عناصر قانونی، اخلاقی، اجتماعی و محیطی کسب و کارشان هستند. واژه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ۱ به ظهور یک مفهوم اشاره دارد که به دنبال در نظر گرفتن عوامل محیطی و اجتماعی در تصمیمات تجاری شرکت‌ها، استراتژی تجاری و حسابداری با هدف افزایش عملکرد اجتماعی و محیطی در کنار عوامل اقتصادی است به گونه‌ای که برای واحد تجاری، جامعه و محیط سودمند باشد (حساس‌یگانه و برزگر، ۱۳۹۳). هدف پژوهش حاضر؛ بررسی ارتباط میان مسئولیت‌های اجتماعی و عدم تقارن اطلاعاتی در شرکت‌های با مالکیت خانوادگی می‌باشد.

## بیان مساله

مسئولیت اجتماعی فردی در مقایسه با مسئولیت اجتماعی گروهی مفهومی جدید است اما قدمتی برابر با قانون طلایی "با دیگران طوری رفتار کنید که دوست دارید با شما رفتار شود"، دارد. مسئولیت اجتماعی فردی با ایجاد یک موضع فعال نسبت به تاثیرگذاری مثبت بر دیگران و محیط بیرون از دایره خود بسط می‌یابد. مسئولیت اجتماعی فردی اساس مسئولیت اجتماعی گروهی است زیرا یک اجتماع از افراد تشکیل شده است و در نتیجه فرهنگ مسئولیت اجتماعی را مشخص می‌کند. این رابطه آمیخته بین مسئولیت اجتماعی گروهی و مسئولیت اجتماعی فردی است. افراد از نظر اجتماعی مسئولیت‌پذیرتر شده و در واکنش به این اجتماع‌ها باید برای برآوردن نیازهای افراد مسئولیت‌پذیری اجتماعی بیشتری پیدا کنند. شواهد تجربی نشان می‌دهد که گروه‌های مختلف در جامعه متقاضی مسئولیت‌پذیری اجتماعی توسط شرکت‌ها هستند. گزارشگری مسئولیت اجتماعی ابزاری جهت حسابداری و پاسخگویی شرکت در قبال عملکرد خویش است. سازمان‌ها از سویی ثروت و فرصت‌های شغلی برای جامعه ایجاد می‌کنند و از سوی دیگر محیط زیست را آلوده و تخریب و سلامت انسان و تنوع زیستی جهان را تهدید می‌کنند. از این رو افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها توجه ذی‌نفعان را به خود جلب کرده است که می‌تواند تضاد منافع بین ذی‌نفعان مختلف در رابطه با مسائل اقتصادی، زیست‌محیطی، اجتماعی و اخلاقی را مدیریت نماید (حساس‌یگانه و برزگر، ۱۳۹۳). مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها موضوعی جدید در ادبیات و تحقیقات حسابداری به شمار رفته و از جنبه‌های مختلفی که ممکن است منجر به کاهش عدم تقارن اطلاعاتی شود؛ توسط سرمایه‌گذاران، تحلیل‌گران، مدیران و محققین مورد توجه قرار گرفته است. امروزه سهامداران، خواهان سرمایه‌گذاری در شرکت‌هایی هستند که به گونه‌ای مناسب، مسئولیت‌های اجتماعی را انجام می‌دهند. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به ارائه روش‌هایی می‌پردازد که سازمان‌ها در فضاهای کسب و کار خود به آن عمل میکنند و پاسخگوی توقعات جامعه، انتظارات تجاری، قانونی، اخلاقی و اجتماعی آنان هستند. چرا که سازمان‌ها مسئولیت‌های بزرگی در زمینه اجتماعی، اقتصادی و محیطی در قبال کارکنان، سهامداران، مشتریان، دولت، تامین‌کنندگان و تمامی ذینفعان خود بر عهده دارند. بدون شک، چنانچه افراد، گروه‌ها، سازمان‌ها و مؤسسات مختلف جامعه، خود را نسبت به رویدادها، اتفاقات و بحران‌های مختلف مسئول دانسته و هریک در حدود مسئولیت و حیطه کاری خویش در حل بحران‌های فوق تلاش نمایند، بسیاری از مشکلات کاسته شده و جامعه سالم و آرامی به وجود خواهد آمد. به عبارت دیگر، سازمان به هر نحوی که عمل کند، عملکردش روی جامعه تأثیر می‌گذارد. بنابراین سازمان‌ها باید به کارهایی دست بزنند که ضمن فراهم آوردن زمینه‌های لازم در جهت کاهش عدم تقارن اطلاعاتی؛ مورد قبول جامعه و منطبق با ارزش‌های آن باشد. سازمان‌هایی

که نتوانند خود را با این شرایط تطبیق دهند، در عرصه عمل موفق نخواهند بود. به عبارت دیگر، سازمان‌ها برای آنکه بتوانند جایگاه خود را در جامعه حفظ نموده یا ارتقاء بخشند، به نحوی که باعث ادامه بقای آنها و موفقیت‌شان در کار شود، لازم است که به مسئولیت اجتماعی توجه لازم را داشته باشند. بنابراین مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها عامل اساسی، بقای هر سازمان است (فرررو و همکاران، ۲۰۱۷). بر اساس مبانی نظری طرح شده؛ محقق انتظار دارد مسئولیت‌های اجتماعی موجبات کاهش عدم تقارن اطلاعاتی را فراهم آورد.

### پیشینه پژوهش

#### مطالعات خارجی

\*فرررو و همکاران (۲۰۱۷) به بررسی رابطه مسئولیت‌های اجتماعی و عدم تقارن اطلاعاتی در شرکت‌های با مالکیت خانوادگی پرداختند. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش حاکی از این مطلب بود که افشای اختیاری اطلاعات مسئولیت‌های اجتماعی، در دوره مورد بررسی، زمینه‌های کاهش عدم تقارن اطلاعاتی را فراهم آورده است. به عبارت دیگر، با افزایش افشای اختیاری اطلاعات مسئولیت‌های اجتماعی، عدم تقارن اطلاعاتی کاهش می‌یابد.

\*چیونگ ۲ (۲۰۱۶) در پژوهشی تحت عنوان رابطه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و سطح نگهداشت وجه نقد، نتیجه‌گیری نمودند که ریسک اختصاصی، ریسک سیستماتیک، مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی بر نگهداشت وجه نقد تأثیر دارد، مسئولیت اجتماعی بر ریسک اختصاصی شرکت تأثیر دارد، مسئولیت اجتماعی بر ریسک سیستماتیک شرکت تأثیر دارد و مسئولیت اجتماعی بر حاکمیت شرکتی تأثیر دارد.

\*سابت و هنی (۲۰۱۵) در پژوهشی به بررسی رابطه بین قیمت پیشنهادی خرید، عدم تقارن اطلاعاتی و تحصیل دارایی‌های نفت و گاز پرداختند. آنان دریافتند که رابطه معناداری میان متغیرهای مذکور وجود ندارد.

\*پتاچی (۲۰۱۵) به بررسی رابطه عدم تقارن اطلاعاتی و ساختار سرمایه پرداخت. وی دریافت که عدم تقارن اطلاعاتی در شرکت‌هایی که دارای سطح بالایی هستند، بیشتر است.

#### مطالعات داخلی

\*محمود سلطانی (۱۳۹۶) به بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی بر نقد شوندگی سهام در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخت. در نهایت این نتیجه حاصل شد که ارائه اطلاعات مربوط به روابط کارکنان، اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی و اطلاعات مربوط به تولید بر نقدشوندگی سهام، تأثیر مثبت و معناداری دارند. اما از نظر آماری؛ تأثیر مثبت ارائه اطلاعات مربوط به محیط‌زیست بر نقدشوندگی سهام معنادار نبود.

\*حسینعلیزاده (۱۳۹۵) به بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی و سطح نگهداشت وجه نقد در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخت. یافته‌های پژوهش؛ حاکی از آن بود که مسئولیت اجتماعی بر ریسک اختصاصی و ریسک سیستماتیک، تأثیر منفی و معنادار و بر حاکمیت شرکتی، تأثیر مثبت و معناداری دارد. اما تأثیر ریسک اختصاصی، ریسک سیستماتیک، مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی بر نگهداشت وجه نقد، از نظر آماری معنادار نبود.

\*رحمانی (۱۳۹۴) به بررسی تأثیر افشای اختیاری اطلاعات اجزای سرمایه فکری بر عدم تقارن اطلاعاتی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخت. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش حاکی از این مطلب بود که افشای اختیاری اطلاعات سرمایه فکری، در دوره مورد بررسی، زمینه‌های کاهش عدم تقارن اطلاعاتی را فراهم آورده است. به عبارت دیگر، با افزایش افشای اختیاری اطلاعات سرمایه فکری، عدم تقارن اطلاعاتی کاهش می‌یابد.

\*فاسمی و نامدار (۱۳۹۴) در پژوهشی به بررسی تأثیر ویژگی‌های هیأت مدیره بر کیفیت گزارشگری مالی در شرایط وجود و نبود عدم تقارن اطلاعاتی پرداختند. آنان دریافتند که ویژگی‌های هیأت مدیره بر کیفیت گزارشگری مالی تأثیر مثبت و معناداری دارد و این تأثیر در شرایط نبود عدم تقارن اطلاعاتی بیشتر است.

## فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اول: بین مسئولیت اجتماعی و عدم تقارن اطلاعاتی، ارتباط معناداری وجود دارد.  
فرضیه دوم: مالکیت خانوادگی؛ تعدیل‌کننده ارتباط میان مسئولیت اجتماعی و عدم تقارن اطلاعاتی است.  
مدل تحلیلی پژوهش

مدل رگرسیونی در جهت آزمون فرضیه اول

$$IA_{it} = \beta_0 + \beta_1 GRI_{it} + \beta_2 Family_{it} + \beta_3 GRI\_Family_{it} + \beta_4 FRQ_{it} + \beta_5 IHH_{it} + \beta_6 Size_{it} + \beta_7 Growth_{it} + \beta_8 Leverage_{it} + \beta_9 Roa_{it} + \mu_{it}$$

مدل رگرسیونی در جهت آزمون فرضیه دوم

$$GRI_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 IA_{it} + \alpha_2 Family_{it} + \alpha_3 GRI\_Family_{it} + \alpha_4 FRQ_{it} + \alpha_5 IHH_{it} + \alpha_6 Size_{it} + \alpha_7 Growth_{it} + \alpha_8 Leverage_{it} + \alpha_9 Roa_{it} + \mu_{it}$$

## متغیرهای پژوهش

متغیر وابسته

\*عدم تقارن اطلاعاتی (IA)

عدم تقارن اطلاعاتی از رابطه زیر قابل محاسبه است.

$$IA = \frac{|EPS_{it} - \text{mean forecasted EPS}|}{P_{it}}$$

که در رابطه فوق:

EPS: سود هر سهم،

Mean Forecasted EPS: میانگین سود سهم پیش بینی شده،

P: قیمت هر سهم می باشد.

متغیر مستقل

\*مسئولیت اجتماعی (GRI)

در سنجش مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، با استفاده از ۱۴ آیتم، مورد بررسی واقع می‌گردد. متغیرهای مربوطه، بصورت مجازی تعریف می‌گردند. بدین صورت که در صورت احراز، امتیاز یک و در غیر این صورت، امتیاز صفر، مبنای محاسبات خواهد بود.

چک لیست سنجش مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها

اشاره به روابط اجتماعی شرکت	اشاره به دسترسی بیشتر به منابع مالی
اشاره به چگونگی اداره امور شرکت	اشاره به استفاده از نیروی کار سالم تر و ایمن تر
اشاره به تنوع محصولات	اشاره به مدیریت ریسک و نظارت مؤثرتر بر امور سازمان
اشاره به روابط کارمندان	اشاره به ارتقای اعتماد و اطمینان طرف‌های ذینفع
اشاره به تأثیرات محیط زیست	اشاره به برنامه های انگیزشی کارکنان
اشاره به حقوق بشر	اشاره به وفاداری مشتری
اشاره به ایمنی محصول (نرم افزار)	اشاره به افزایش ارزش نشان تجاری

متغیر تعدیل کننده

\*مالکیت خانوادگی (FAMILY)

متغیر مذکور بصورت یک متغیر مجازی تعریف می‌گردد. بدین صورت که اگر یک یا چند نفر از یک یا دو خانواده، صاحب بیش از پنجاه درصد از حقوق صاحبان سهام شرکت باشند؛ امتیاز یک و در غیر این صورت، امتیاز صفر مبنای محاسبات خواهد بود.

متغیرهای کنترلی

\*کیفیت گزارشگری مالی (FRQ)

در پژوهش حاضر، برای اندازه‌گیری کیفیت گزارشگری مالی، از رابطه زیر استفاده می‌شود. بر اساس این رویکرد، کیفیت گزارشگری مالی توسط کیفیت ارقام تعهدی تعیین می‌شود.

$$TCA_{i,t} = b_0 + b_1CF_{i,t-1} + b_2CF_{i,t} + b_3CF_{i,t+1} + b_4DREV_{i,t} + b_5PPE_{i,t} + e_0$$

که در رابطه فوق:

TCA it: جمع ارقام تعهدی جاری شرکت i در سال t،

CFit-1: جریان‌های نقدی شرکت i در سال t-1،

CFit: جریان‌های نقدی شرکت i در سال t،

Cit+1: جریان‌های نقدی شرکت i در سال t+1،

ΔREVit: تغییر در درآمد فروش شرکت i در سال t نسبت به سال t-1،

PPEit: ارزش ناخالص (بهای تمام شده) اموال، ماشین‌آلات و تجهیزات شرکت i در سال t می‌باشد.

در نهایت می‌توان شاخص کیفیت گزارشگری مالی را در پژوهش بصورت زیر تعریف نمود:

$$FRQ = \frac{1}{e^2}$$

\*رقابت در بازار محصول (HHI)

متغیر مذکور بر اساس رابطه زیر قابل محاسبه است.

$$HHI = \frac{\text{فروش شرکت i در سال t}}{\text{مجموع فروش شرکت های حاضر در صنعت i در سال t}}$$

\*اندازه شرکت (SIZE)

اندازه شرکت عبارت است لگاریتم مانده دارایی‌های یک شرکت در پایان سال.

SIZE= Ln (all assets)

\*رشد شرکت (GROWTH)

رشد شرکت بر اساس رابطه زیر قابل محاسبه است.

$$GROWTH = \frac{\text{حقوق صاحبان سهام عادی}}{\text{تعداد سهام} \times \text{ارزش بازار هر سهم}}$$

\*اهرم مالی (LEVERAGE)

اهرم مالی از نسبت کل بدهی‌های یک شرکت به کل دارایی‌های آن در پایان سال محاسبه می‌گردد.

$$LEVERAGE = \frac{TL}{TA}$$

\*بازده دارایی‌ها (ROA)

بازده دارایی‌ها بر اساس رابطه زیر قابل محاسبه است.

$$ROA = \frac{\text{سود (زیان) خالص}}{\text{کل دارایی‌ها}}$$

## روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف؛ یک پژوهش کاربردی، از لحاظ شیوه انجام کار، توصیفی-علی و از نظر شیوه گردآوری داده ها، یک پژوهش کتابخانه‌ای می‌باشد. در ابتدا با رجوع به بانک‌های اطلاعاتی نظیر پایان‌نامه‌ها، مقالات و پژوهش‌های مشابه، ادبیات مورد نیاز در جهت نگارش مبانی نظری و پیشینه پژوهش، گردآوری می‌گردد. در ادامه، اطلاعات شرکت‌های مورد بررسی انتخاب شده بعنوان نمونه آماری، که اطلاعات آنها، به صورت بانک‌های اطلاعاتی بر روی لوح‌های فشرده موجود بوده و تحت نظارت و بررسی نهادهای مسئول می‌باشند، از طریق مراجعه به صورت‌های مالی حسابرسی شده و نرم‌افزار ره‌آورد نوین گردآوری خواهد شد. برای جمع‌آوری اطلاعات از روش کتابخانه‌ای استفاده شده و اطلاعات و داده‌های مورد نیاز جهت اثبات فرضیه‌های پژوهش، از طریق مطالعه صورت‌های مالی شرکت‌های موجود در جامعه آماری گردآوری شده و از صورت‌های مالی مندرج در بانک‌های اطلاعاتی و سایت اینترنتی سازمان بورس اوراق بهادار تهران استخراج شده است و برای تحلیل آنها از نرم افزارهای اس.پی.اس.اس نسخه ۲۲ و ایویوز نسخه ۸ استفاده شده است و در پژوهش حاضر، پس از تدوین ادبیات مرتبط با مبانی نظری و پیشینه پژوهش، با رجوع به بانک‌های اطلاعاتی مرتبط و پژوهش‌های پیشین؛ اطلاعات لازم جهت سنجش متغیرهای تعریف شده، از طریق مراجعه به صورت‌های مالی حسابرسی شده و نرم‌افزار ره‌آورد نوین، گردآوری خواهد شد. در ادامه با استفاده از روابط تعریف شده، و نرم‌افزار اکسل، به محاسبه متغیرها بصورت ریاضی پرداخته شده و در نهایت، محاسبات انجام شده وارد نرم‌افزار ایویوز شده و با استفاده از روش‌های آمار توصیفی نظیر میانگین، واریانس و چارک جهت توصیف وضعیت عمومی توزیع داده‌های پژوهش پرداخته می‌شود. در نهایت، با استفاده از آزمون‌های آماری رگرسیون خطی چند متغیره، دوربین - واتسون، اف لیمر، هاسمن، اف فیشر، ضریب تعیین و ضریب تعیین تعدیل شده به آزمون فرضیه‌های تدوین شده خواهیم پرداخت.

## جامعه آماری، روش نمونه‌گیری و حجم نمونه

جامعه آماری در این پژوهش، شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران از ابتدای سال ۱۳۸۶ تا پایان سال ۱۳۹۵ به مدت ده سال می‌باشد. برای حصول به نمونه آماری مطلوب از روش حذف سیستماتیک استفاده شده و جامعه آماری با استفاده از محدودیت‌های زیر تعدیل شده است:

عضویت ده ساله شرکت‌های نمونه (طی سال‌های ۱۳۹۵-۱۳۸۶)، در بورس اوراق بهادار تهران.

داشتن سال مالی منتهی به پایان ۲۹ اسفند ماه.

وجود اطلاعات مالی کافی در جهت سنجش متغیرهای تعریف شده.

عدم تغییر سال مالی،

عدم فعالیت در حوزه بانک‌ها و سایر مؤسسات مالی، شرکت‌های سرمایه‌گذاری و واسطه‌گری و هلدینگ و لیزینگ.

شیوه انتخاب نمونه آماری

۴۹۸	کل شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران از ابتدا تا پایان سال ۱۳۹۵	
	۸۱	شرکت‌هایی که سال مالی آنها منتهی به پایان اسفند ماه هر سال نمی‌باشد.
	۶۶	شرکت‌هایی که عضویت پنج ساله خود را در بورس حفظ ننموده‌اند.
	۸۰	شرکت‌هایی که اطلاعات مالی آنها برای سنجش متغیرها کافی نبوده است.
	۷۴	شرکت‌هایی که در دوره مورد بررسی، سال مالی خود را تغییر داده‌اند.
	۵۷	شرکت‌هایی که جزو بانک‌ها و مؤسسات اعتباری، واسطه‌گری، بیمه و هلدینگ بوده‌اند.
	۴۷	شرکت‌هایی که دارای وقفه معاملاتی بیش از شش ماه بوده‌اند.
(۴۰۵)	کل شرکت‌هایی که فاقد شرایط نمونه‌گیری بودند.	
۹۳	نمونه آماری	

## یافته‌های پژوهش

بررسی آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

آمار توصیفی متغیرهای پژوهش در نگاره زیر نشان داده شده است.

آمار توصیفی متغیرهای پژوهش در دوره مورد بررسی

مشاهدات	کشیدگی	چولگی	انحراف معیار	کمینه	بیشینه	میانه	میانگین	نماد متغیر
۹۳۰	-۰.۰۲۱	-۰.۷۷۷	۰.۲۲۳	۰.۰۲۵	۰.۹۹۸	۰.۶۶۷	۰.۶۲۸	LEVERAGE
۹۳۰	۳.۵۵۲	۱.۹۹۶	۱.۶۳۲	-۰.۸۳۰	۸.۶۷۵	۰.۳۷۲	۱.۱۰۹	ROA
۹۳۰	-۸.۶۴۰	-۲.۱۵۷	۰.۲۱۴	-۰.۷۶۹	۰.۸۹۳	۰.۶۳۶	۰.۵۹۸	GROWTH
۹۳۰	۰.۷۳۴	۱.۲۹۷	۰.۱۴۱	۱.۹۰۲	۲.۴۹۰	۲.۰۰۹	۲.۰۵۷	IA
۹۳۰	۲.۲۲۰	۶.۳۵۸	۰.۷۸۴	۱.۱۳۰	۱۰.۵۸۴	۱.۶۸۰	۱.۸۸۲	FRQ
۹۳۰	۰.۴۶۶	۰.۶۴۱	۱.۵۹۹	۹.۵۸۳	۱۹.۰۰۹	۱۳.۶۶۳	۱۳.۸۸۴	SIZE
۹۳۰	۰.۷۳۴	۱.۲۹۷	۰.۱۳۳	۰.۰۰۲	۰.۵۵۵	۰.۱۰۲	۰.۱۴۸	HHI
۹۳۰	۶.۷۶۲	۲.۹۵۸	۰.۲۸۰	۰.۰۰۰	۱.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۸۶	FAMILY
۹۳۰	-۰.۶۶۴	-۰.۱۸۸	۰.۱۸۷	۰.۰۷۱	۰.۹۲۹	۰.۴۲۹	۰.۴۵۲	GRI
۹۳۰	۲.۴۸۲	۳.۶۳۵	۰.۱۴۴	۰.۰۰۰	۰.۸۵۷	۰.۰۰۰	۰.۰۴۱	GRI*FAMILY

آزمون نرمال بودن توزیع آماری جملات خطای فرضیه پژوهش

برای بررسی نرمال بودن توزیع آماری جملات خطای فرضیه پژوهش از آزمون جارک - برا در محیط نرم افزاری ایویوز استفاده شده است. توزیع آماری آزمون مذکور بصورت زیر است:

توزیع آماری جملات خطای فرضیه پژوهش دارای توزیع نرمال است:  $H_0$

توزیع آماری جملات خطای فرضیه پژوهش دارای توزیع نرمال نیست:  $H_1$

نتایج آزمون مذکور در نگاره زیر ارائه شده است.

نتایج آزمون نرمال بودن توزیع آماری جملات خطای فرضیه پژوهش

نام متغیر	نماد	آماره جارک برا	احتمال آماره جارک برا
جملات خطای فرضیه اول	RESIDUAL	۲۷,۵۷۷	۰,۰۹۴
جملات خطای فرضیه دوم		۸۶,۸۲۷	۰,۰۹۵

به لحاظ آنکه احتمال آماره جارک - برا برای توزیع آماری جملات خطای فرضیه پژوهش، بیشتر از سطح خطای ۵٪ است، فرض  $H_0$  تأیید شده و نرمال بودن توزیع آماری آن را تأیید می‌نماید.

بررسی پایایی متغیرهای پژوهش

پایایی به این معناست که میانگین و واریانس متغیرها در طول زمان، و کوواریانس آنها، در بین سال‌های مختلف، ثابت بوده است. بدین منظور، از آزمون لوین؛ لین و چو استفاده شده و نتایج آزمون مذکور در نگاره زیر نشان داده شده است. توزیع آماری آزمون مذکور بصورت زیر است:

داده‌های متغیرها پایا نیستند:  $H_0$

داده‌های متغیرها پایا هستند:  $H_1$

## آزمون پایایی متغیرهای پژوهش

آزمون لوین؛ لین و چو		نماد	نام متغیر
احتمال آماره آزمون	آماره آزمون		
۰,۰۰۰۰	-۴۱,۰۹۸	IA	عدم تقارن اطلاعاتی
۰,۰۰۰۰	-۴۵,۵۵۴	GRI	مسئولیت‌های اجتماعی
۰,۰۰۰۰	-۳۹,۶۰۳	FAMILY	مالکیت خانوادگی
۰,۰۰۰۰	-۲۳,۰۰۸	GRIFAMILY	تعامل مسئولیت‌های اجتماعی و مالکیت خانوادگی
۰,۰۰۰۰	-۲۶,۵۹۷	FRQ	کیفیت گزارشگری مالی
۰,۰۰۰۰	-۲۸,۸۸۸	IHH	رقابت در بازار محصول
۰,۰۰۰۰	-۵۲,۱۴۵	SIZE	اندازه شرکت
۰,۰۰۰۰	-۷۰,۵۵۴	GROWTH	رشد شرکت
۰,۰۰۰۰	-۳۶,۵۹۲	LEVERAGE	اهرم مالی
۰,۰۰۰۰	-۴۹,۵۶۲	ROA	بازده دارایی‌ها

بر اساس نتایج بدست آمده، این نتیجه حاصل شد که متغیرهای پژوهش در دوره بررسی، پایا بوده‌اند. زیرا احتمال آماره آزمون لوین، لین و چو در تمامی متغیرها، کمتر از سطح خطای ۵٪ بوده است.

بررسی نبود همخطی میان متغیرهای مستقل و کنترلی

نتایج بررسی نبود همخطی میان متغیرهای پژوهش در نگاره زیر نشان داده شده است.

نتایج بررسی همخطی میان متغیرهای مستقل و کنترلی پژوهش

آماره‌های همخطی		متغیرهای مستقل و کنترلی	
عامل تورم واریانس (VIF)	تلرانس	نماد	نام متغیر
۲,۰۶۵	۰,۴۸۶	GRI	مسئولیت‌های اجتماعی
۲,۰۴۸	۰,۴۰۷	FAMILY	مالکیت خانوادگی
۲,۰۶۵	۰,۴۱۶	GRIFAMILY	تعامل مسئولیت‌های اجتماعی و مالکیت خانوادگی
۲,۴۵۷	۰,۴۵۳	FRQ	کیفیت گزارشگری مالی
۲,۰۶۴	۰,۴۸۵	IHH	رقابت در بازار محصول
۲,۰۱۱	۰,۴۹۹	SIZE	اندازه شرکت
۲,۰۶۶	۰,۴۸۸	GROWTH	رشد شرکت
۲,۰۱۴	۰,۴۴۵	LEVERAGE	اهرم مالی
۲,۰۱۳	۰,۴۴۴	ROA	بازده دارایی‌ها

با توجه به آنکه مقدار تلرانس در همه متغیرها، بیشتر از ۰/۲ بوده و مقدار عامل تورم واریانس کمتر از پنج قرار داد، لذا می‌توان نتیجه گرفت که میان متغیرهای پژوهش، همخطی وجود ندارد.



## آزمون واریانس ناهمسانی

در پژوهش حاضر، برای تشخیص واریانس ناهمسانی از آزمون وایت ۳ استفاده شده و نتایج در نگاره زیر بیان شده است. توزیع آماری آزمون مذکور بصورت زیر است:

همسانی واریانس:  $H_0$

ناهمسانی واریانس:  $H_1$

بررسی واریانس ناهمسانی متغیرهای پژوهش

نام آزمون	فرضیه	آماره آزمون	درجه آزادی	احتمال آماره آزمون
وایت	اول	۴,۱۸۵	(۵,۳۲۵)	۰,۰۵۶۲
	دوم	۴,۱۸۴	(۵,۴۳۲)	۰,۰۵۹۳

نتایج به دست آمده حاکی از آن است مقدار احتمال آزمون مذکور، بیشتر از سطح خطای ۵٪ است، لذا حاکی از همسانی واریانس بوده و ملاحظه شد که مشکل ناهمسانی واریانس وجود ندارد. آزمون چاو و هاسمن

در مرحله نخست، با استفاده از آزمون چاو، به انتخاب الگوی داده های تلفیقی در برابر داده های تابلویی پرداخته شده است. فرض های مربوط به این آزمون بصورت زیر تبیین می گردند:

$H_0$ : پذیرش داده های تلفیقی

$H_1$ : پذیرش داده های تابلویی

نتیجه آزمون مذکور در نگاره زیر نشان داده شده است.

بررسی نتایج آزمون چاو

نام آزمون	فرضیه	آماره آزمون	درجه آزادی	احتمال آماره آزمون
چاو	اول	۵۵,۴۳۲	(۱۶۱,۶۳۷)	۰,۰۰۰۰
	دوم	۵۶,۱۹۸	(۱۶۶,۵۵۲)	۰,۰۰۰۰

بر طبق داده های نگاره فوق، مقدار احتمال آماره آزمون چاو، کمتر از سطح خطای ۵٪ از این رو به منظور انتخاب الگوی اثرات ثابت در برابر الگوی تصادفی، جهت انجام رگرسیون داده های ترکیبی، از آزمون هاسمن استفاده می شود. فرض های مربوط به این آزمون بصورت زیر تبیین می گردند:

$H_0$ : استفاده از روش اثرات تصادفی

$H_1$ : استفاده از روش اثرات ثابت

نتیجه آزمون مذکور در نگاره زیر نشان داده شده است.

بررسی نتایج آزمون هاسمن

نام آزمون	فرضیه	آماره آزمون	درجه آزادی	احتمال آماره آزمون
هاسمن	اول	۵۷,۱۸۴	۱۱	۰,۰۰۰۳
	دوم	۵۴,۱۸۸	۱۰	۰,۰۰۰۰

همانگونه که مشخص است، مقدار احتمال آماره آزمون هاسمن کمتر از سطح خطای ۵٪ می باشد. لذا استفاده از الگوی ثابت در برابر الگوی اثرات تصادفی در فرضیه های پژوهش تأیید می گردد.

آزمون فرضیه اول پژوهش

مدل رگرسیونی اثرات ثابت فرضیه مذکور در نگاره زیر نشان داده شده است.

مدل رگرسیونی اثرات ثابت فرضیه اول پژوهش

آماره ها متغیر ها	نماد	ضرایب رگرسیونی	مقدار آماره تی	احتمال آماره تی
مقدار ثابت	C	-۰,۰۰۸۹	-۱,۷۹۰۵	۰,۰۷۳۸
مسئولیت‌های اجتماعی	GRI	-۰,۰۵۹۵	-۳,۱۸۹۸	۰,۰۰۱۵
مالکیت خانوادگی	FAMILY	۰,۰۰۰۶	۲,۲۱۴۴	۰,۰۲۷۲
تعامل مسئولیت‌های اجتماعی و مالکیت خانوادگی	GRIFAMILY	-۰,۰۰۰۳	-۰,۱۱۲۷	۰,۹۱۰۳
کیفیت گزارشگری مالی	FRQ	۰,۰۰۱۴	۰,۵۳۳۹	۰,۵۹۳۶
رقابت در بازار محصول	IHH	۰,۰۰۲۵	۰,۱۵۲۱	۰,۸۷۹۱
اندازه شرکت	SIZE	-۰,۰۲۴۲	-۸,۳۵۴۰	۰,۰۰۰۰
رشد شرکت	GROWTH	-۰,۱۴۵	-۵,۵۴۸۸	۰,۰۰۰۰
اهرم مالی	LEVERAGE	-۰,۰۰۲۶	-۰,۳۰۷۸	۰,۷۵۸۳
بازده دارایی‌ها	ROA	۵,۴۸۴	۵,۴۵۶	۰,۰۰۰۰
ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	دوربین واتسون	آماره اف	احتمال آماره اف
۰,۷۹۸	۰,۷۴۳	۲,۱۷۵	۱۴,۶۳۹	۰,۰۰۰۰

نتایج حاصل از نگاره فوق، بیان کننده مطالب زیر می‌باشد:

\* بین مسئولیت اجتماعی و عدم تقارن اطلاعاتی، ارتباط منفی و معناداری وجود دارد. زیرا اولاً علامت ضریب رگرسیونی متغیر مربوطه (-۰,۰۰۰۶)، منفی و ثانیاً مقدار احتمال آماره تی آن (۰,۰۲۷۲)، کمتر از سطح خطای ۵٪ است. لذا فرضیه اول پژوهش در سطح اطمینان ۹۵٪ تأیید می‌گردد.

\* بر اساس ضریب تعیین تعدیل شده مدل، حدود ۷۴٪ تغییرات متغیر وابسته، ضمن توجه به تأثیر متغیرهای کنترلی، توسط تغییرات متغیرهای توضیحی که در مدل مذکور پیش بینی شده بود، قابل توضیح است.

\* برای بررسی خود همبستگی میان متغیرهای پژوهش از آزمون دوربین - واتسون استفاده شده است که چون مقدار آن (۲,۱۷) در بازه بهینه ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد، بیان کننده این مطلب است که همبستگی بین واریانس جملات خطا دارای تأثیر گذاری جدی نبوده؛ دارای استقلال بوده و فرض وجود خودهمبستگی میان متغیرها، رد می‌گردد.

\* به منظور بررسی معنادار بودن مدل، از آزمون اف استفاده شد و چون احتمال آماره آزمون مذکور (۰,۰۰۰۰)، کمتر از سطح خطای ۵٪ می‌باشد، معنادار بودن رگرسیونی برآزش شده تأیید می‌گردد؛ بعبارت دیگر؛ کلیت رگرسیون بصورت خطی، قابل اعتماد است.

آزمون فرضیه دوم پژوهش

مدل رگرسیونی اثرات ثابت فرضیه مذکور در نگاره زیر نشان داده شده است.

مدل رگرسیونی اثرات ثابت فرضیه دوم پژوهش

آماره ها متغیر ها	نماد	ضرایب رگرسیونی	مقدار آماره تی	احتمال آماره تی
مقدار ثابت	C	۰,۰۱۷۷	۰,۱۲۱	۰,۹۰۳۱
مسئولیت‌های اجتماعی	GRI	-۱,۹۷۸	-۱۲,۴۵۶	۰,۰۰۰۰
مالکیت خانوادگی	FAMILY	-۱,۹۴۳	-۵,۱۵۰	۰,۰۰۰۰
تعامل مسئولیت‌های اجتماعی و مالکیت خانوادگی	GRIFAMILY	-۰,۰۰۴	-۰,۱۱۱	۰,۹۱۱۲
کیفیت گزارشگری مالی	FRQ	۱۷,۲۸۸	۳,۶۴۷	۰,۰۰۰۳
رقابت در بازار محصول	IHH	۰,۰۱۲	۱,۱۳۲	۰,۲۵۷۸
اندازه شرکت	SIZE	-۰,۰۵۰	-۲,۴۱۴	۰,۰۰۲۹
رشد شرکت	GROWTH	-۰,۰۱۲	-۰,۲۶۰	۰,۷۹۴۷
اهرم مالی	LEVERAGE	-۰,۰۹۷	-۱,۳۲۲	۰,۱۸۶۵
بازده دارایی‌ها	ROA	۶,۵۵۵	۷,۷۸۷	۰,۰۰۰۰
ضریب تعیین		دوربین واتسون	آماره اف	احتمال آماره اف
۰,۱۸۹	۰,۱۰۱	۲,۲۰۹	۲۱,۰۰۸	۰,۰۰۰۰

نتایج حاصل از نگاره فوق، بیان کننده مطالب زیر می‌باشد:

\*مالکیت خانوادگی؛ بصورت معناداری تعدیل کننده ارتباط میان مسئولیت اجتماعی و عدم تقارن اطلاعاتی نیست. زیرا اولاً علامت ضریب رگرسیونی متغیر مربوطه (۰,۰۰۴-)، منفی و ثانیاً مقدار احتمال آماره تی آن (۰,۹۱۱۲)، بیشتر از سطح خطای ۵٪ است. لذا فرضیه ششم پژوهش در سطح اطمینان ۹۵٪ رد می‌گردد.

\*بر اساس ضریب تعیین تعدیل شده مدل، حدود ۱۰٪ تغییرات متغیر وابسته، ضمن توجه به تأثیر متغیرهای کنترلی، توسط تغییرات متغیرهای توضیحی که در مدل مذکور پیش بینی شده بود، قابل توضیح است.

\*برای بررسی خود همبستگی میان متغیرهای پژوهش از آزمون دوربین - واتسون استفاده شده است که چون مقدار آن (۲,۲۰) در بازه بهینه ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد، بیان کننده این مطلب است که همبستگی بین واریانس جملات خطا دارای تأثیر گذاری جدی نبوده؛ دارای استقلال بوده و فرض وجود خودهمبستگی میان متغیرها، رد می‌گردد.

\*به منظور بررسی معنادار بودن مدل، از آزمون اف استفاده شد و چون احتمال آماره آزمون مذکور (۰,۰۰۰۰)، کمتر از سطح خطای ۵٪ می‌باشد، معنادار بودن رگرسیونی برازش شده تأیید می‌گردد؛ بعبارت دیگر؛ کلیت رگرسیون بصورت خطی، قابل اعتماد است.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

بحث و نتیجه‌گیری حاصل از آزمون فرضیه اول پژوهش

فرضیه اول پژوهش حاضر، بدنبال برای پاسخی برای این سؤال بود که آیا در شرکت‌های با مالکیت خانوادگی در بورس اوراق بهادار تهران، بین مسئولیت اجتماعی و عدم تقارن اطلاعاتی، ارتباط معناداری وجود دارد؟ به منظور آزمون فرضیه مذکور، با توجه به نتایج آزمون‌های اف لیمر و هاسمن، از مدل رگرسیونی اثرات ثابت استفاده شد که نتایج آن به اختصار بشرح زیر تبیین می‌گردد:

نتایج حاصل از آزمون فرضیه اول پژوهش، بیانگر این مطلب بود که بین مسئولیت اجتماعی و عدم تقارن اطلاعاتی، ارتباط منفی و معناداری وجود دارد. این ارتباط، با توجه به ضریب تعیین تعدیل شده (۰,۷۴) نسبتاً قوی، و با توجه به احتمال آماره

تی (۰,۰۰۱۵)، معنادار می‌باشد. با توجه به این امر؛ فرضیه اول پژوهش تأیید گردید که یافته‌های مذکور در انطباق با یافته‌های فرورو و همکاران (۲۰۱۷) می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری حاصل از آزمون فرضیه دوم پژوهش

فرضیه دوم پژوهش حاضر، بدنبال برای پاسخی برای این سؤال بود که آیا در شرکت‌های با مالکیت خانوادگی در بورس اوراق بهادار تهران، مالکیت خانوادگی؛ تعدیل‌کننده ارتباط میان مسئولیت اجتماعی و عدم تقارن اطلاعاتی است؟ نتایج حاصل از آزمون فرضیه دوم پژوهش، بیانگر این مطلب بود که مالکیت خانوادگی؛ بصورت معناداری تعدیل‌کننده ارتباط میان مسئولیت اجتماعی و عدم تقارن اطلاعاتی نیست. این ارتباط، با توجه به ضریب تعیین تعدیل شده (۰,۱۰) نسبتاً ضعیف، و با توجه به احتمال آماره تی (۰,۹۱۱۲)، معنادار نمی‌باشد.

### تحلیل یافته‌ها

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها موضوعی جدید در ادبیات و تحقیقات حسابداری به شمار رفته و از جنبه‌های مختلفی که ممکن است منجر به کاهش عدم تقارن اطلاعاتی شود؛ توسط سرمایه‌گذاران، تحلیل‌گران، مدیران و محققین مورد توجه قرار گرفته است. امروزه سهامداران، خواهان سرمایه‌گذاری در شرکت‌هایی هستند که به گونه‌ای مناسب، مسئولیت‌های اجتماعی را انجام می‌دهند. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به ارائه روش‌هایی می‌پردازد که سازمان‌ها در فضاهای کسب و کار خود به آن عمل میکنند و پاسخگوی توقعات جامعه، انتظارات تجاری، قانونی، اخلاقی و اجتماعی آنان هستند. چرا که سازمان‌ها مسئولیت‌های بزرگی در زمینه اجتماعی، اقتصادی و محیطی در قبال کارکنان، سهامداران، مشتریان، دولت، تامین‌کنندگان و تمامی ذینفعان خود بر عهده دارند. بدون شک، چنانچه افراد، گروه‌ها، سازمان‌ها و مؤسسات مختلف جامعه، خود را نسبت به رویدادها، اتفاقات و بحران‌های مختلف مسئول دانسته و هریک در حدود مسئولیت و حیطه کاری خویش در حل بحران‌های فوق تلاش نمایند، بسیاری از مشکلات کاسته شده و جامعه سالم و آرامی به وجود خواهد آمد. به عبارت دیگر، سازمان به هر نحوی که عمل کند، عملکردش روی جامعه تأثیر می‌گذارد. بنابراین سازمان‌ها باید به کارهایی دست بزنند که ضمن فراهم آوردن زمینه‌های لازم در جهت کاهش عدم تقارن اطلاعاتی؛ مورد قبول جامعه و منطبق با ارزش‌های آن باشد. سازمان‌هایی که نتوانند خود را با این شرایط تطبیق دهند، در عرصه عمل موفق نخواهند بود. به عبارت دیگر، سازمان‌ها برای آنکه بتوانند جایگاه خود را در جامعه حفظ نموده یا ارتقاء بخشند، به نحوی که باعث ادامه بقای آنها و موفقیت‌شان در کار شود، لازم است که به مسئولیت اجتماعی توجه لازم را داشته باشند. بنابراین مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها عامل اساسی، بقای هر سازمان است. امروزه هر موسسه اقتصادی در صورتی موفق است که تقاضای اجتماعی از آن حمایت کند. پیشرفت یک موسسه اغلب به خاطر محبوبیت محصول آن است. همچنان که دنیا به سوی رشد و توسعه پیش می‌رود نیازهای گذشته رنگ می‌بازند و نیازهای جدید، تقاضاهای نو و اهداف تازه جایگزین آنها می‌شوند. بنابراین از یک جنبه محصول تلاش یک موسسه اقتصادی را (چه کسب و کار یک نفره باشد یا شرکتی بزرگ) می‌توان متعلق به اشخاص یا شخصی دانست که فکر تاسیس آن به ذهن‌شان خطور کرده و علاقمند به ادامه فعالیت آن بوده‌اند. اما، از طرف دیگر فعالیت یک شرکت برای کمک به حفظ زندگی اجتماعی پایدار و پیشرفت و تعالی فرهنگ است، بنابراین یک بنگاه اقتصادی یا کسب و کار، از هر نوعی که باشد، بدون شک یک موجودیت و دارایی همگانی است. منظور از مسئولیت‌های اجتماعی سازمان، پیوستگی و اتحاد میان فعالیت‌ها و ارزش‌های سازمان به گونه‌ای است که منافع تمام ذینفعان، شامل: سهامداران، مشتریان، کارکنان، سرمایه‌گذاران و عموم جامعه، در سیاست و عملکرد سازمان منعکس شود. از سوی دیگر، صنعتی شدن در سراسر جهان سبب ایجاد مسئولیت‌های اجتماعی مهمی شده است که خواه ناخواه اثرهای مالی و غیر مالی خاص خود را برجای می‌گذارد. در اثر جهانی شدن ۴، شرکت‌های واقع در کشورهای در حال توسعه مایل به حرکت به سوی بازارهای جهانی هستند، از این رو به منظور مقبولیت در بازارهای جهانی، باید مسئولیت‌های اجتماعی انجام گرفته خود را به نمایش بگذارند. همچنین شرکت‌ها باید بدانند که گروه‌های مختلف جامعه،

متقاضی اطلاعات پاسخگویی اجتماعی هستند؛ زیرا این اطلاعات در تصمیم‌گیری‌های آنها نقش مهمی دارند. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها موضوعی جدید در ادبیات و تحقیقات حسابداری به شمار رفته و از جنبه‌های مختلف توسط سرمایه‌گذاران، تحلیل‌گران، مدیران و محققین مورد توجه قرار گرفته است. امروزه سهامداران، خواهان سرمایه‌گذاری در شرکت‌هایی هستند که به گونه‌ای مناسب، مسئولیت‌های اجتماعی را انجام می‌دهند. منظور از مسئولیت‌های اجتماعی سازمان، پیوستگی و اتحاد میان فعالیت‌ها و ارزش‌های سازمان به گونه‌ای است که منافع تمام ذی‌نفعان، شامل سهامداران، مشتریان، کارکنان، سرمایه‌گذاران و عموم جامعه، در سیاست و عملکرد سازمان منعکس شود. صنعتی شدن در سراسر جهان سبب ایجاد مسئولیت‌های اجتماعی مهمی شده است که خواه ناخواه اثرهای مالی و غیر مالی خاص خود را برجای می‌گذارد. در اثر جهانی شدن، شرکت‌های واقع در کشورهای در حال توسعه مایل به حرکت به سوی بازارهای جهانی هستند، از این رو به منظور مقبولیت در بازارهای جهانی، باید مسئولیت‌های اجتماعی انجام گرفته خود را به نمایش بگذارند. همچنین شرکت‌ها باید بدانند که گروه‌های مختلف جامعه، متقاضی اطلاعات پاسخگویی اجتماعی هستند؛ زیرا این اطلاعات در تصمیم‌گیری‌های آنها نقش مهمی دارند. شرکت‌هایی که عدم تقارن اطلاعاتی کمی دارند، ممکن است اطلاعات بیشتری افشاء کنند تا خودشان را از شرکت‌هایی که از لحاظ اقتصادی در وضعیت خوبی نیستند متمایز کنند. یکی از فاکتورهای که بر کاهش عدم تقارن اطلاعاتی شرکت تأثیر می‌گذارد، مسئولیت اجتماعی شرکت می‌باشد. شرکت‌های با عدم تقارن اطلاعاتی کمتر، اطلاعات بیشتری در خصوص مسئولیت‌های اجتماعی افشاء خواهند نمود، چرا که انجام این کار در زمینه مسائل اختصاصی و غیر اختصاصی هزینه کمتری در بردارد.

#### پیشنهادات مبتنی بر یافته‌های پژوهش

- \* به مدیران واحدهای تجاری پیشنهاد می‌گردد که از طریق افشای بیشتر اطلاعات مسئولیت‌های اجتماعی در واحدهای تجاری تحت کنترل خود؛ زمینه‌های کاهش عدم تقارن اطلاعاتی را فراهم آورند.
- \* به سرمایه‌گذاران پیشنهاد می‌گردد که واحدهای هدف سرمایه‌گذاری را بر اساس افشای اطلاعات مسئولیت‌های اجتماعی رتبه‌بندی نموده و انجام فعالیت‌های سرمایه‌گذاری را در واحدهایی انجام دهند که از نظر افشای اطلاعات مسئولیت‌های اجتماعی در سطح بالایی باشند؛ زیرا به تبع این امر؛ در اینگونه واحدها، عدم تقارن اطلاعاتی در سطح نازلی خواهد بود که این امر می‌تواند زمینه‌ساز انجام فعالیت‌های سرمایه‌گذاری موفق و کارآمد باشد.
- \* به مراجع استانداردگذاری سازمان بورس پیشنهاد می‌گردد که از طریق تدوین دستورالعمل‌ها و الزامات لازم در جهت ضرورت افشای اطلاعات مسئولیت‌های اجتماعی برای شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران؛ موجبات کاهش عدم تقارن اطلاعاتی را فراهم آورند.
- \* به محققین دانشگاهی در حوزه تحصیلات تکمیلی نیز پیشنهاد می‌گردد که به بررسی ارتباط میان مسئولیت‌های اجتماعی و عدم تقارن اطلاعاتی تحت تأثیر سایر عوامل محتمل تأثیرگذار پرداخته و نتایج حاصله را با نتایج پژوهش فعلی مقایسه نمایند.

#### پیشنهادات برای پژوهش‌های آتی

- \* بررسی ارتباط میان مسئولیت‌های اجتماعی و عدم تقارن اطلاعاتی در شرکت‌های بورسی،
- \* بررسی ارتباط میان مسئولیت‌های اجتماعی و عدم تقارن اطلاعاتی در شرکت‌های فرا بورسی،
- \* بررسی ارتباط میان مسئولیت‌های اجتماعی و عدم تقارن اطلاعاتی در شرکت‌های خاکستری،
- \* بررسی ارتباط میان مسئولیت‌های اجتماعی و عدم تقارن اطلاعاتی در شرکت‌های زبان‌ده،
- \* بررسی ارتباط میان مسئولیت‌های اجتماعی و عدم تقارن اطلاعاتی در شرکت‌های ورشکسته.

#### محدودیت‌های پژوهش

- \* با توجه به آنکه پژوهش حاضر در سطح شرکت‌های با مالکیت خانوادگی صورت گرفته است، می‌بایست در تعمیم نتایج حاصله به سایر نمونه‌های آماری؛ احتیاط لازم صورت گیرد.

## منابع و مأخذ

## منابع فارسی

حساس یگانه، یحیی و برزگر، قدرت اله. (۱۳۹۳). بررسی ارائه مؤلفه ها و شاخص های بُعد اجتماعی مسئولیت شرکت ها و وضعیت موجود آن در ایران. فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی فرهنگی، دوره دوم، شماره ۱.

حسینعلیزاده، علی. (۱۳۹۵). بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی و سطح نگهداشت وجه نقد در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد حسابداری. مؤسسه آموزش عالی رجا قزوین.

رحمانی، رامین. (۱۳۹۴). تأثیر افشای اختیاری اطلاعات اجزای سرمایه فکری بر عدم تقارن اطلاعاتی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد حسابداری، مؤسسه آموزش عالی تاکستان.

قاسمی، علی، و نامدار، ندا. (۱۳۹۴). تأثیر ویژگی های هیأت مدیره بر کیفیت گزارشگری مالی در شرایط وجود و نبود عدم تقارن اطلاعاتی، سومین کنفرانس بین المللی اقتصاد، مدیریت و حسابداری. تهران، مرکز همایش های بین المللی.

محمود سلطانی، محراب. (۱۳۹۶). تأثیر مسئولیت اجتماعی بر نقد شوندگی سهام در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد رشته حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خدابنده.

## منابع لاتین

Cheung, Adrian (Wai Kong). (2016). Corporate social responsibility and corporate cash holdings. To appear in: Journal of Corporate Finance. DOI: doi: 10.1016/j.jcorpfin.2016.01.008

Ferrero, Jennifer Martínez, La'zaro Rodríguez-Ariza, Isabel-Mari'a García-Sa'nchez, Beatriz Cuadrado-Ballesteros. (2017). Corporate social responsibility disclosure and information asymmetry: the role of family ownership. Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2017

Poesche. (2013). Agile Manufacturing Strategy & Business Ethics, Journal Of Business Ethics 38, No.4.

Sabet, Amir H., and Heaney, Richard. (2015). Bid-ask spread, information asymmetry and acquisition of oil and gas assets. Journal of International Financial Markets, Institutions and Money, Volume 37, Pages 77-84.