

The Effect of Corporate Social Responsibility on Fraudulent Financial Reporting

Daruosh Foroghi*

Associate Professor of Accounting, University of Isfahan, Isfahan, Iran. foroghi@ase.ui.ac.ir

Narges Hamidian

Assistant Professor of Accounting, University of Isfahan, Isfahan, Iran. n.hamidian@ase.ui.ac.ir

Fateme Bahrami

M.A Student of Accounting, University of Isfahan, Isfahan, Iran. fatemebahrami@ase.ui.ac.ir

Abstract

Purpose: Fraud is a clever manipulation of financial statements by management that misleads users. The accounting literature shows that companies with higher social responsibility are less likely to engage in fraudulent activities. Therefore, the purpose of this study is to determine the effect of corporate social responsibility on fraudulent financial reporting in companies listed on the Tehran Stock Exchange.

Method: The statistical population of this research is the companies listed on the Tehran Stock Exchange. The required data has been extracted from Rahavard Novin database and Codal site. Based on the screening method, 165 companies in the period 1390 to 1398 have been selected. The logit regression was also used to test the research hypothesis.

Results: Findings show that social responsibility reporting has a negative effect on fraudulent financial reporting and as the corporate social responsibility score increases, the likelihood of fraudulent financial reporting decreases.

Conclusion: Based on the research results, it can be stated that socially responsible companies are more inclined to pursue ethical activities to achieve social welfare. So they have less incentive to engage in fraudulent activity. Social responsibility also increases the company's profitability. As a result, good profitability and lack of financial problems reduce the possibility of fraudulent activity.

Contribution: Providing evidence to reduce the likelihood of fraudulent reporting by increasing corporate social responsibility scores raises awareness of users of financial statements and legislatures and improves future economic decisions. The results of this study also expand the accounting literature in the field of fraud and social responsibility.


Keywords: Social Responsibility, Fraudulent Financial Reporting, Fraud, Financial Reporting.

Research Article

Cite this article: Foroghi, Hamidian & Bahrami, The Effect of Corporate Social Responsibility on Fraudulent Financial Reporting, Journal of Financial Accounting Knowledge, Vol.9, NO.1, Spring 2022, 1-27

DOI: 10.30479/jfak.2022.16357.2933

Received on 14 October, 2021 **Accepted on** 16 April, 2022

© The Author(s). 

Publisher: Imam Khomeini International University.

Corresponding Author: Daruosh Foroghi (foroghi@ase.ui.ac.ir)

تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر گزارشگری مالی متقلبانه

داریوش فروغی*

دانشیار گروه حسابداری، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران (نویسنده مسئول)، foroghi@ase.ui.ac.ir

نرگس حمیدیان

استادیار گروه حسابداری، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران، n.hamidian@ase.ui.ac.ir

فاطمه بهرامی

کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران، fatemebahrami@ase.ui.ac.ir

چکیده

هدف: تقلب دستکاری هوشمندانه صورت‌های مالی توسط مدیریت است که باعث گمراهی استفاده‌کنندگان می‌شود. ادبیات حسابداری نشان می‌دهد در شرکت‌های با مسئولیت اجتماعی بالاتر، کمتر احتمال می‌رود درگیر فعالیت‌های متقلبانه باشند. بنابراین هدف این پژوهش تعیین تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر گزارشگری مالی متقلبانه در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است.

روش: نمونه پژوهش شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. داده‌های مورد نیاز از پایگاه اطلاعاتی ره آورد نوین و سامانه کدال استخراج شده است. بر اساس روش غربالگری تعداد ۱۶۵ شرکت در بازه زمانی ۱۳۹۰ الی ۱۳۹۸ انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. همچنین برای آزمون فرضیه پژوهش از رگرسیون لاجیت استفاده شده است.

یافته‌ها: یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد گزارش مسئولیت اجتماعی بر گزارشگری مالی متقلبانه تأثیر منفی دارد و با افزایش امتیاز مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، احتمال گزارشگری مالی متقلبانه کاهش می‌یابد.

نتیجه‌گیری: بر اساس نتایج پژوهش می‌توان گفت شرکت‌های با مسئولیت اجتماعی، بیشتر تمایل دارند که فعالیت‌های اخلاقی را برای رسیدن به رفاه اجتماعی دنبال کنند. بنابراین انگیزه کمتری برای انجام فعالیت متقلبانه دارند. همچنین مسئولیت اجتماعی، سودآوری شرکت را افزایش می‌دهد. در نتیجه سودآوری خوب و نداشتن مشکلات مالی موجب کاهش احتمال فعالیت متقلبانه می‌شود.

دانش افزایی: فراهم کردن شواهدی در رابطه با کاهش احتمال گزارشگری متقلبانه با افزایش امتیاز مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها منجر به آگاهی استفاده‌کنندگان صورت‌های مالی و نهادهای قانون‌گذار از این موضوع شده و موجب بهبود تصمیم‌گیری‌های آتی اقتصادی می‌شود. همچنین نتایج این پژوهش، ادبیات حسابداری حوزه تقلب و مسئولیت اجتماعی را گسترش می‌دهد.

واژه‌های کلیدی: مسئولیت اجتماعی، گزارشگری مالی متقلبانه، تقلب، گزارشگری مالی.

مقاله پژوهشی

*استناد: فروغی، حمیدیان و بهرامی؛ تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر گزارشگری مالی متقلبانه، فصلنامه علمی دانش حسابداری مالی،

مقاله پژوهشی، دوره ۹، شماره ۱، پیاپی ۳۲، بهار ۱۴۰۱، ۱-۲۷

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۷/۲۲ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۴۰۱/۱/۲۷

ناشر: دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره) © حق مؤلف نویسندگان



۱- مقدمه

استفاده کنندگان گزارش‌های مالی شامل طیف وسیعی از افراد جامعه نظیر تامین‌کنندگان مالی شرکت‌ها، سهامداران، سرمایه‌گذاران کارکنان و مدیریت شرکت هستند. مهم‌ترین ابزار اتخاذ تصمیمات اقتصادی، گزارش‌های مالی و ارقام مندرج در آن‌ها است و لازمه صحت این تصمیم‌گیری‌ها صحت و کیفیت و عاری بودن از تقلب این گزارش‌ها است. بزرگترین منبع اطلاعاتی سهامداران، سرمایه‌گذاران بالقوه و تامین‌کنندگان منابع شرکت‌ها برای تصمیم‌گیری‌های آتی اقتصادی صورت‌های مالی شرکت‌ها است. لذا برای حمایت از سهامداران و سایر ذینفعان و جلوگیری از زیان‌های آتی می‌بایست به عواملی که موجب کاهش یا افزایش کیفیت اطلاعات می‌شوند توجه ویژه داشت. تقلب صورت‌های مالی یکی از عواملی است که منجر به کاهش قابلیت اعتماد صورت‌های مالی، افزایش ریسک و کاهش اعتماد سرمایه‌گذاران شده و اعتبار حرفه حسابداری را زیر سوال می‌برد (خواجوی و منصوری، ۱۳۹۳: ۵۵).

تقلب همان دستکاری هوشمندانه صورت‌های مالی توسط مدیریت شرکت است که گمراهی سرمایه‌گذاران و اعتبار دهندگان را در پی دارد (الیوت و ویلینگهام^۱، ۱۹۸۰: ۳۵). گزارشگری مالی متقالبانه به معنای تحریف، یا حذف اعداد و ارقام یا موارد افشاء از صورت‌های مالی به صورت عمدی، به منظور فریب استفاده‌کنندگان صورت‌های مالی است (رحیمیان، ۱۳۹۰: ۸۴). تحریف صورت‌های مالی در قالب گزارشگری مالی متقالبانه شامل دستکاری اجزای تشکیل دهنده آن‌ها از طریق روش‌هایی نظیر بیش‌نمایی دارایی‌ها، فروش و سود یا کم‌نمایی بدهی‌ها، هزینه و زیان است. تقلب در گزارش‌های مالی هنگامی رخ می‌دهد که مدیریت با استفاده از روش‌هایی خلاف اصول پذیرفته شده حسابداری، با هدف گمراهی گروهی از سهامداران یا استفاده‌کنندگان سعی در دستکاری گزارش‌های مالی داشته باشد (پرولز^۲ و همکاران، ۲۰۱۱: ۴۰). تقلب ممکن است از طریق روش‌هایی مانند تغییر در رویه‌ها و پیش‌بینی‌های حسابداری و شناسایی نادرست درآمدها و هزینه‌ها رخ دهد که از طریق صورت‌های مالی گمراه‌کننده زیان عمده‌ای به سرمایه‌گذاران، اعتبار دهندگان و سهامداران وارد کند و باعث پیامدهای نامناسب بر بازار سرمایه و جامعه شود.

ادبیات حسابداری نشان می‌دهد که شرکت‌های با مسئولیت اجتماعی^۳ بیشتر، تمایل به شفافیت بیشتری در گزارش‌های مالی دارند که موجب شفافیت مالی و کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و فعالیت‌های گمراه‌کننده صورت‌های مالی می‌شود (هانگ^۴ و همکاران، ۲۰۱۳: ۳). مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به پیدایش جنبشی اشاره دارد که عوامل اجتماعی و محیطی در بسیاری از تصمیمات و راهبردهای تجاری شرکت‌ها دخیل است و هدف آن، تلاش در جهت ارتقای عملکرد اجتماعی و زیست محیطی در کنار ابعاد اقتصادی است (مک کینلی^۵، ۲۰۰۸: ۲). مفهوم مسئولیت اجتماعی را به این شکل بیان می‌کنند «مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، به مجموعه تکالیف و تعهداتی

گفته می‌شود که سازمان در راستای حفظ، حمایت و یاری به اجتماع و محیطی که سازمان در آن فعالیت دارد، انجام می‌دهد (مشبکی و همکاران، ۱۳۸۹؛ ۴۲). گزارش مسئولیت اجتماعی تاثیر منفی بر ناهنجاری‌های مالی شرکت‌ها دارد و این‌گونه شرکت‌ها کمتر در معرض نوسانات قیمت سهام قرار می‌گیرند (کریستنسن^۶، ۲۰۱۶؛ ۳۷۷). بنابراین، هر چه سطح افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بالاتر باشد، شفافیت مالی افزایش و کیفیت گزارشگری صورت‌های مالی بهبود می‌یابد. شرکت‌های با مسئولیت اجتماعی بالاتر، با احتمال کمتری درگیر سوء رفتارهای مالی هستند و با بهبود مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، رفتارهای متقلبانانه کاهش می‌یابد (چایه^۷ و همکاران، ۲۰۰۸؛ ۱۸۰ و لیائو^۸ و همکاران، ۲۰۱۹؛ ۳۱۴۱).

بر اساس آنچه گفته شد این پژوهش به دنبال پاسخ به این سوال است که آیا مسئولیت اجتماعی شرکت بر گزارشگری مالی متقلبانانه تاثیر دارد؟ در سال‌های اخیر، ضریب نفوذ بازار بورس اوراق بهادار تهران در جامعه رو به افزایش بوده است. بنابراین توجه به گزارش‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از سوی سهامداران، مدیران و نهادهای ناظر بیش از هر زمان دیگری ضروری است. فرهنگ سازی و افزایش آگاهی عمومی از مزایای اجرایی شدن مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های بین المللی و کشورهای توسعه یافته برای نهادینه ساختن این مفهوم، موجب بسط و توسعه مسئولیت اجتماعی شده و باعث می‌شود که شرکت‌ها آن را نه به عنوان یک هزینه بلکه به عنوان یک سرمایه‌گذاری یا فرصتی برای افزایش سهم بازار و استفاده از مزیت رقابتی که به واسطه این گزارش‌ها برای آنها ایجاد می‌شود، در نظر بگیرند.

از طرف دیگر با توجه به دستورالعمل‌های تسهیل ورود شرکت‌ها به بازار بورس اوراق بهادار، مفهوم تقلب در صورت‌های مالی نیز یکی دیگر از مسائل با اهمیتی است که شرکت‌ها و سهامداران می‌بایست آن را مورد توجه ویژه قرار دهند تا از ضرر و زیان‌های آتی جلوگیری کنند. با توجه به ضرورت و اهمیت اجرای مسئولیت اجتماعی در کشور، تاثیر مسئولیت اجتماعی بر فعالیت‌های مالی متقلبانانه در ایران مشخص نیست و پژوهشی به طور مستقیم به این موضوع نپرداخته است، بنابراین بررسی رابطه بین این دو متغیر یک سوال تجربی بوده که لازم است به آن پاسخ داده شود. نتیجه این پژوهش می‌تواند به غنای ادبیات حوزه تقلب در صورت‌های مالی و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها کمک کند. همچنین فراهم کردن شواهدی در رابطه با کاهش احتمال گزارشگری متقلبانانه با افزایش امتیاز مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها منجر به آگاهی استفاده‌کنندگان صورت‌های مالی و نهادهای قانون‌گذار از این موضوع شده و موجب بهبود تصمیم‌گیری‌های آتی اقتصادی می‌شود. در مبحث بعدی به مبانی نظری و پیشینه پژوهش پرداخته شده، سپس فرضیه و روش پژوهش و در انتها یافته‌ها و نتیجه‌گیری ارائه شده است.

۲- مبانی نظری، ادبیات و فرضیه

مفهوم تقلب از دیرباز وجود داشته است. اوکافور^۹ دریافت که تقلب از زمان پیدایش تجاری سازی وجود داشته است (ابونیک^{۱۰}، ۲۰۱۳؛ ۱۴). همچنین او بیان کرد که قدمت تقلب به اندازه قدمت تجارت و به مراتب بیشتر از قدمت پول است. بررسی پژوهش‌های گذشته نشان می‌دهد که تعاریف گسترده‌ای از مفهوم تقلب صورت گرفته است. به طور کلی تقلب به سه صورت انجام می‌پذیرد:

۱- فساد مالی: در این شیوه متقلبان از نفوذ خود در یک رویداد مالی در جهت منافع شخصی خود یا شخصی دیگر، به صورت نادرست استفاده می‌کنند. مانند رشوه خواری و باج‌گیری.

۲- سوءاستفاده از دارایی‌ها: به معنای دزدی یا استفاده نامناسب از دارایی‌های واحد اقتصادی است مانند اختلاس در دریافت‌ها و استفاده از دارایی‌های واحد اقتصادی به عنوان دارایی شخصی.

۳- تقلب در گزارشگری مالی: به معنای دستکاری عمدی نتایج گزارش‌های مالی با هدف ارائه تصویر نامناسب از شرکت از طریق ارائه نادرست رویدادها و حذف عمدی آن‌ها است (وکیلی فرد و همکاران، ۱۳۸۸؛ ۳۷).

انتشار گزارش‌های مالی نادرست در بازار سرمایه اثرات مهمی نظیر ضرر و زیان در سرمایه گذاری‌ها و از دست رفتن اعتماد عمومی در بازار سرمایه را به همراه دارد. همچنین می‌تواند ماهیت عملیات شرکت به خطر اندازد (اکیک^{۱۱}، ۲۰۱۱؛ ۱۲۴). کریسی^{۱۲} (۱۹۵۳؛ ۶۰۴) عواملی که منجر به وقوع تقلب می‌شوند را در قالب یک مثلث در نظر گرفت که به مثلث تقلب معروف است و دارای سه ضلع «مشوق‌ها»، «فرصت‌ها» و «نگرش‌ها» است.

۱- فشارها / انگیزه‌ها: مدیران و کارمندان انگیزه‌هایی برای ارتکاب به تقلب دارند. این فشارها ممکن است نیازهای مالی، خودبینی و ناسازگاری‌های رفتاری باشد.

۲- فرصت‌ها: شرایط موجود در شرکت‌ها، فرصت‌هایی را برای مدیران یا کارکنان جهت ارتکاب به تقلب ایجاد می‌کنند. به عنوان مثال نبود کنترل‌های داخلی و یا نامناسب بودن کنترل‌های موجود.

۳- توجیه‌ها/ نگرش‌ها: افرادی که رفتار متقلبانانه انجام می‌دهند می‌توانند این رفتارها را توجیه کنند. معمولاً این افراد مجموعه‌ای از ویژگی‌های اخلاقی را دارند که به آنها اجازه می‌دهد عمداً مرتکب تخلف شوند.

مهم‌ترین مسئله در بحث پیشگیری از وقوع تقلب، عدم ایجاد هر یک از اضلاع این مثلث در سازمان‌ها است که بر اساس استاندارد بین‌المللی حسابداری ۲۴۰، هیات مدیره مسئول کشف تقلب و پیشگیری از آن است. نتایج بررسی‌های حرفه حسابداری نشان می‌دهد تقلب همیشه

وجود داشته و احتمال بروز آن زمانی کاهش می‌یابد که همه بخش‌های یک سازمان نظیر مدیریت، حسابرسان داخلی و مستقل، کمیته حسابرسی و کارمندان در مقابله با این رفتار ضد اخلاقی و ارزشی همسو باشند (چالاک، ۱۳۹۴؛ ۳).

مفهوم مسئولیت اجتماعی و ارتباط آن با گزارشگری مالی متقلبانه

مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به پیدایش جنبشی اشاره دارد که به دنبال وارد کردن عوامل محیطی و اجتماعی در تصمیمات تجاری شرکت‌ها، استراتژی تجاری و حسابداری است و هدف آن، تلاش در جهت ارتقای عملکرد اجتماعی و زیست محیطی در کنار ابعاد اقتصادی است (مک کینلی، ۲۰۰۸؛ ۲). گریفین و بارنی مفهوم مسئولیت اجتماعی را به این شکل بیان می‌کنند «مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، به مجموعه تکالیف و تعهداتی گفته می‌شود که سازمان در راستای حفظ، حمایت و یاری به اجتماع و محیطی که سازمان در آن فعالیت دارد، انجام می‌دهد» (مشبکی و همکاران، ۱۳۸۹؛ ۴۲). طبق تعریف اتحادیه اروپا مسئولیت اجتماعی عبارت است از «ادغام اختیاری دغدغه‌های اجتماعی و زیست محیطی شرکت‌ها با فعالیت‌های تجاری آنها در ارتباط با اشخاص ثالث درگیر با شرکت». یعنی شرکتی که از نظر اجتماعی مسئول است فقط تعهدات قانونی لازم را اجرا نمی‌کند بلکه فراتر از اجبار و تعهدات قانونی و به شکل اختیاری موارد زیادی را انجام می‌دهد. بسیاری از کشورهای توسعه نیافته دارای قوانین و مقررات خاصی جهت وادار کردن شرکت‌ها برای رعایت مسائل حقوقی کارکنان و اجتماع نیستند در چنین وضعیتی عامل اصلی برای رعایت مسئولیت اجتماعی شرکتی، وجدان مدیریت شرکت‌ها است (آدامز^{۱۳}، ۲۰۰۲؛ ۲۲۶).

پورتر و کرامر^{۱۴} (۲۰۰۶؛ ۸۱) چهار دلیل رایج برای درگیری شرکت‌ها با مسئولیت اجتماعی مشخص کردند: اول، به طور کلی جامعه و به طور خاص بسیاری از شرکت‌ها اعتقاد دارند که شرکت‌ها برای انجام فعالیت‌شان و تامین منافع جامعه الزامات اخلاقی دارند چه فعالیت‌هایشان سود آور باشد چه نباشد. دوم: مفهوم پایداری که به ضرورت نظارت بر شرکت‌ها از جانب محیط و اجتماع تاکید دارد. سوم: مجوزی برای فعالیت است. حکومت‌ها، جوامع و دیگران به شرکت‌ها اجازه ضمنی یا آشکار برای انجام فعالیت‌هایشان می‌دهند. چهارم: مسئولیت اجتماعی می‌تواند شهرت و اعتبار شرکت را افزایش دهد. از دیدگاه پورتر و کرامر (۲۰۰۶؛ ۸۱) شرکت‌ها از لحاظ اجتماعی مسئول هستند. زیرا مسئولیت اجتماعی، تصویر شرکت را در اجتماع ارتقاء می‌دهد، شهرت و اعتبار آنها را قوی‌تر می‌کند، اخلاقیات را زنده می‌کند و حتی ارزش سهام شرکت را بالا می‌برد.

لیائو و همکاران (۲۰۱۹؛ ۳۱۴۲) معتقدند مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به طور قابل توجهی با مثلث تقلب و گزارشگری مالی متقلبانه ارتباط دارد. از لحاظ عملکرد مالی، مسئولیت اجتماعی سودآوری شرکت را افزایش می‌دهد و در نهایت فشار مالی برای گزارشگری مالی متقلبانه بالقوه

را کاهش می‌دهد. همچنین پرداختن به فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی، مزیت‌های رقابتی شرکت را افزایش می‌دهد. شرکت‌های پیشگام در گزارش مسئولیت اجتماعی در جهت ایفای مسئولیت‌شان در برابر جامعه، در مقایسه با شرکت‌هایی که گزارشگری مسئولیت اجتماعی ندارند، فعالیت‌های مالی بهتری دارند (جانسون^{۱۵}، ۲۰۰۳؛ ۳۴). همچنین چندین مطالعه تجربی نشان داده‌اند که ایفای مسئولیت اجتماعی شرکتی ارتباط منفی با ریسک مالی دارد و با بازده سهام و عملکرد شرکت رابطه مثبت دارد (جونز^{۱۶}، ۱۹۹۵؛ ۴۰۴، پورتر و کرامر، ۲۰۰۶؛ ۷۶). شرکت‌هایی با منابع اقتصادی و موقعیت‌های مالی بیشتر، انگیزه کمتری برای گزارشگری مالی متقلبان‌ه مثل بیش‌نمایی فروش، کم‌نمایی هزینه و بهای تمام شده، معاملات حسابداری نامناسب و افشای متقلبان‌ه دارند. بنابراین فعالیت‌های اخلاقی که شرکت را در جهت موفقیت پیش می‌برند، نهایتاً موجب کاهش فشار برای ارتکاب تقلب می‌شوند.

از دید حاکمیتی، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ارتباط محکمی با سیستم حاکمیت شرکت دارد. زیرا سیستم حاکمیت است که فرصت‌های ارتکاب تقلب را محدود می‌کند و زمانی که مکانیسم موثر کنترلی وجود نداشته باشد احتمال وقوع تقلب افزایش می‌یابد. مسئولیت اجتماعی شرکت همراه با ارزش‌های اخلاقی و حاکمیتی شرکت، به طور مشهودی اثر بخشی کنترل داخلی شرکت را افزایش می‌دهد. همچنین لی و میشل^{۱۷} (۱۹۹۴؛ ۵۴) ادعا کردند که ارزش‌های اخلاقی ذینفعان داخلی شامل مدیران، سرمایه‌گذاران و کارکنان به ماندن با شرکت‌های با مسئولیت و با اخلاق و دوری از شرکت‌های فرصت طلب تمایل دارد. ارزش‌های فردی این ذینفعان داخلی به نوبه خود باعث ترغیب کارآفرینی اجتماعی شرکت می‌شود (ژنگ^{۱۸} و همکاران، ۲۰۱۴؛ ۴۰۷). بنابراین در صورت قوی بودن حاکمیت و سیستم کنترل داخلی که لازمه پیشگیری و کشف تقلب است، فعالیت‌های اخلاقی شرکت رشد و توسعه پیدا می‌کند و انتظار می‌رود که مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به صورت موثری احتمال گزارشگری مالی متقلبان‌ه را کاهش دهد.

لیائو و همکاران (۲۰۱۹؛ ۳۱۴۲) معتقدند که فرآیند «توجیه آوری» شیوه‌ای است که به مدیران اجازه می‌دهد برای گزارشگری فعالیت‌های متقلبان‌ه خود بهانه‌تراشی کنند. بنابراین گرایش به ارتکاب تقلب به ارزش‌های اخلاقی و نگرش فردی وابسته است. از این منظر، مسئولیت اجتماعی شرکت که منعکس‌کننده تصویری اخلاقی از شرکت است می‌تواند تمایل شخصی مدیران برای ارتکاب تقلب را کاهش دهد. به عبارت دیگر شرکت‌هایی به عنوان شرکت‌های با مسئولیت اجتماعی در نظر گرفته می‌شوند که مدیران آنها به قربانی کردن منابع شرکت برای ادامه دادن به فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی تمایل داشته باشند (گودوز^{۱۹} و همکاران، ۲۰۱۱؛ ۵۳۵). مدیران شرکت‌های با مسئولیت اجتماعی، اعتقاد دارند که برای موفقیت فعالیت‌های تجاری، اخلاقیات و مسئولیت اجتماعی ضروری هستند. زیرا این فعالیت‌های اخلاقی با ارزش شرکت در بلند مدت و سودهای مشروع و قانونی مرتبط است. همچنین جهت‌گیری مدیران با مسئولیت اجتماعی

موجب تعهد به اقدامات صادقانه شده و شرکت‌ها را تشویق به اقدامات درست برای رسیدن به رفاه اجتماعی می‌کند (گاریگا^{۲۰} و همکاران، ۲۰۰۴؛ ۵۴).

با توجه به دلایل ذکر شده می‌توان فرض کرد که احتمال کمی برای ارتکاب مدیران با مسئولیت اجتماعی به فعالیت‌های غیر اخلاقی و غیر قانونی وجود دارد. به خصوص هنگامی که این فعالیت‌ها به صورت واضحی می‌توانند اعتبار و مشروعیت شرکت را کاهش دهند. به طور خلاصه، پاداش شرکت‌های فعال در حوزه مسئولیت اجتماعی، عملکرد مالی قوی، شهرت خوب و مشروعیت اجتماعی بیشتر است که از اینها می‌توان به عنوان سه شرط بنیادین برای پیشگیری از ارتکاب تقلب نام برد (ژنگ و همکاران، ۲۰۱۴؛ ۴۰۶). از فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی انتظار می‌رود که انگیزه‌ها، فرصت‌ها و بهانه‌جویی (توجیه) ها را برای ارتکاب تقلب کاهش دهد. در ادامه به برخی از پژوهش‌های مرتبط اشاره شده است.

فرجی و همکاران (۱۳۹۹؛ ۴۷) در پژوهشی به بررسی ارتباط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش شرکت و نقش تعدیلگر مدیریت سود پرداختند. یافته‌های پژوهش آنها نشان داد فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی، ارزش بازار سهام شرکت را افزایش می‌دهد ولی مدیریت سود نمی‌تواند رابطه مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش بازار سهام شرکت را تحت تاثیر قرار دهد. نظری پور و همکاران (۱۳۹۹؛ ۱۹۵) در پژوهشی تاثیر ارتباطات سیاسی بر رابطه بین توانایی مدیریت و گزارشگری متقلبانه را مورد بررسی قرار دادند. نتایج پژوهش آنها نشان داد با افزایش توانایی مدیریت، گزارشگری مالی متقلبانه روند کاهش دارد و ارتباطات سیاسی می‌تواند تأثیر توانایی مدیریت در کاهش گزارشگری متقلبانه را تضعیف کند. بدین مفهوم که در شرکت‌هایی که ارتباطات سیاسی دارند، با افزایش توانایی‌های مدیریت، گزارشگری مالی متقلبانه نیز افزایش می‌یابد. حساس‌یگانه و همکاران (۱۳۹۸؛ ۱۶) در پژوهشی به بررسی رابطه بین ارزش شرکت و گزارشگری مسئولیت اجتماعی پرداختند. یافته‌های آنها نشان داد که بین ارزش شرکت و گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت همبستگی مثبت وجود دارد. همچنین نتایج نشان داد که با لحاظ کردن همزمان اطلاعات مالی گزارش‌های سالانه و اطلاعات و عملکرد مالی در تمام شرکت‌هایی که مسئولیت اجتماعی بهتری از جنبه‌های شاخص‌های شفافیت سازمانی، پایداری اقتصادی و اجتماعی، مسئولیت بشردوستانه و حاکمیت خوب شرکتی دارند، سودآوری بیشتری خواهند داشت که این امر سطح مسئولیت اجتماعی آن‌ها را افزایش می‌دهد. کردستانی و همکاران (۱۳۹۷؛ ۲۱۰) در پژوهشی به بررسی تاثیر افشای مسئولیت اجتماعی بر معیارهای حسابداری، اقتصادی و بازار ارزیابی عملکرد شرکت‌ها پرداختند. نتایج بررسی آنها نشان داد مسئولیت اجتماعی تاثیر مثبت بر معیارهای ارزیابی عملکرد دارد. کارشناسان و همکاران (۱۳۹۷؛ ۱۶۳) در پژوهشی تاثیر بحران مالی بر احتمال گزارشگری متقلبانه و ارزش سهام را مورد بررسی قرار دادند. نتایج پژوهش آنها نشان داد شرکت‌هایی که با بحران مالی روبه رو هستند با کاهش

سودآوری و در نتیجه کاهش ارزش سهام مواجه می‌شوند و ممکن است استفاده از اقلام تعهدی را افزایش و کاهش دهند. همچنین آنها دریافته‌اند بحران مالی بر احتمال تقلب، مدیریت سود و ارزش سهام تأثیر منفی و معناداری دارد. نمازی و مقیمی (۱۳۹۷؛ ۳۰۴) در پژوهشی به بررسی تأثیر نوآوری و نقش تعدیلی مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت‌ها در صنایع مختلف پرداختند. نتایج بررسی آنها نشان داد نوآوری در صنایع دارویی، شیمیایی و پلاستیک نسبت به دیگر صنایع، تأثیر بیشتری بر عملکرد مالی دارد و با افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی، عملکرد شرکت‌ها به مراتب بهبود می‌یابد. حیدری کردزنگنه و همکاران (۱۳۹۶؛ ۷۴) در پژوهشی به بررسی مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی شرکت‌ها پرداختند. نتایج مطالعه آنها نشان داد شرکت‌هایی که مسئولیت اجتماعی بهتری از نظر شاخص‌های شفافیت سازمانی، پایداری اقتصادی اجتماعی، مسئولیت بشردوستانه و حاکمیت شرکتی خوب دارند، به سوددهی بالاتری می‌رسند. اعتمادی و همکاران (۱۳۹۶؛ ۳۹) با بررسی کیفیت حسابرسی و تقلب در صورت‌های مالی دریافته‌اند که کیفیت حسابرسی بالاتر در شرکت‌ها، ارتکاب به تقلب کمتری را در پی خواهد داشت. حسینی و همکاران (۱۳۹۵؛ ۱۲۳) در پژوهشی رابطه بین حاکمیت شرکتی و تعهد به ایفای مسئولیت‌های اجتماعی را مورد بررسی قرار دادند. نتایج پژوهش آنها بیانگر آن است که حاکمیت شرکتی بر ایفای مسئولیت اجتماعی اثر گذار است. فرج‌زاده و همکاران (۱۳۹۴؛ ۹۷) در پژوهشی ارتباط بین سیاست تقسیم سود و گزارشگری مالی متقلبانه مورد بررسی قرار دادند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد شرکت‌هایی که سود تقسیم می‌کنند با احتمال کمتری درگیر گزارشگری مالی متقلبانه هستند. همچنین سطح سود تقسیمی رابطه منفی با گزارشگری مالی متقلبانه دارد.

فن کو^{۲۱} و همکاران (۲۰۲۰؛ ۳۴) در مطالعه‌ای ارتباط بین مسئولیت اجتماعی شرکت، مدیریت ریسک و مدیریت سود واقعی مورد بررسی قرار دادند. نتایج پژوهش آنها نشان داد شرکت‌هایی که مدیریت ریسک موثرتری دارند، تمایل بیشتری به پرداختن به رفتارهای مسئولیت اجتماعی دارند. لیاو و همکاران (۲۰۱۹؛ ۳۱۳۳) در پژوهشی با بررسی گزارشگری مسئولیت اجتماعی و فعالیت‌های متقلبانه به این نتیجه رسیدند که مسئولیت اجتماعی با گزارشگری مالی متقلبانه ارتباط منفی دارد. آنها بیان کردند شرکت‌هایی که به تعهدات مسئولیت اجتماعی بیشتر عمل می‌کنند، احتمال کمتری برای درگیر شدن با گزارشگری مالی متقلبانه دارند. زیرا مسئولیت اجتماعی یک رفتار اخلاقی است که تقلب را کاهش می‌دهد. ادی^{۲۲} و همکاران (۲۰۱۸؛ ۷۲) در پژوهشی به بررسی تأثیر سود آوری، نقدینگی، اهرم و حاکمیت شرکتی بر تقلب در صورت‌های مالی و درماندگی مالی پرداختند. یافته‌های پژوهش آنها نشان داد سودآوری، اهرم، مالکیت بیش از ۳ درصد سهامداران و تعداد اعضای هیات مدیره از درماندگی شرکت تأثیر می‌پذیرند و سپس درماندگی مالی بر گزارشگری مالی متقلبانه تأثیر می‌گذارد. هارجوتو^{۲۳} (۲۰۱۷؛ ۷۷۵) در پژوهشی با بررسی مسئولیت اجتماعی شرکت و گزارشگری مالی متقلبانه به این نتیجه رسید که پایه‌گذاری

فرهنگ اخلاقی و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها برای کنترل وقوع گزارشگری مالی متقلبانه‌ای که هنجارهای اجتماعی را تهدید می‌کند، لازم و ضروری است و رابطه منفی و معناداری بین فعالیت‌های متقلبانه و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها وجود دارد. رودجرز^{۲۴} و همکاران (۲۰۱۵؛ ۸۷۱) در مطالعه‌ای با بررسی ارتباط گزارشگری مسئولیت اجتماعی و سیستم کنترل داخلی به این نتیجه رسیدند که بین مسئولیت اجتماعی و سیستم کنترل داخلی ارتباط مثبت وجود دارد. همچنین مسئولیت اجتماعی ارتباط منفی با فعالیت‌های متقلبانه دارد. چون در گزارشگری مسئولیت اجتماعی مواضع اخلاقی وجود دارد، سیستم کنترل داخلی خوب برای گزارشگری مسئولیت اجتماعی لازم است و موجب کاهش فعالیت‌های متقلبانه می‌شود. آینول^{۲۵} و همکاران (۲۰۱۴؛ ۲۵۰) در پژوهشی ارتباط بین افشای ساختار حاکمیت شرکت و احتمال گزارشگری مالی متقلبانه را مورد بررسی قرار دادند. یافته‌ها نشان می‌دهد بین کارائی کمیته حسابرسی و حسابرسی داخلی، کارائی اعضای غیرموظف هیات مدیره و احتمال گزارشگری مالی متقلبانه ارتباط قوی و معکوسی وجود دارد. دل بسکو^{۲۶} و همکاران (۲۰۱۱؛ ۹۶) در پژوهشی با بررسی سهم گزارشگری مسئولیت اجتماعی در کاهش جرایم علیه شرکت به این نتیجه رسیدند که مسئولیت اجتماعی منافی دارد از جمله مشروعیت شرکت و رضایت سهامداران. که این منافع سبب کاهش جرایم می‌شوند. مهدنور^{۲۷} و همکاران (۲۰۱۰؛ ۱۲۸) در پژوهشی با بررسی گزارش‌های مالی متقلبانه و ویژگی‌های شرکت به این نتیجه رسیدند که بین اندازه شرکت و کیفیت حسابرسی با گزارش‌های مالی متقلبانه رابطه منفی و معنا داری وجود دارد. ویژگی‌های مورد بررسی آنها شامل نوع مالکیت، کیفیت حسابرسی و اندازه شرکت بود. آن‌ها بیان کردند اندازه شرکت و اندازه حسابرس بر اقدامات اجتناب مالیاتی از طریق صورتهای مالی متقلبانه تاثیر چشم گیری دارد هرچند در شرکت‌های تک مالکی تاثیر مهمی روی نادرستی صورتهای مالی ندارد.

با توجه به ادبیات فوق، فرضیه پژوهش حاضر عبارت است از:

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر گزارشگری مالی متقلبانه تاثیر منفی دارد.

۳- روش‌شناسی

مطالعه حاضر، پژوهشی توصیفی از نوع پژوهش‌های پس‌رویدادی و گذشته‌نگر است که بر اساس اطلاعات واقعی صورت‌های مالی تهیه شده است. با توجه به کاربرد نتایج این مطالعه در تصمیمات سرمایه‌گذاری، این مطالعه در دسته پژوهش‌های کاربردی دسته‌بندی می‌شود. برای آزمون فرضیه پژوهش از داده‌های ترکیبی و مدل رگرسیونی چند متغیره و برای تخمین مدل از نرم افزار Stata15 استفاده شده است.

نحوه انتخاب نمونه

در این پژوهش جهت تعیین نمونه از روش غربالگری استفاده شده است. با توجه به محدودیت های ساختاری پژوهش و همچنین محدودیت های اطلاعاتی حاکم بر بازار سرمایه ایران، تمام شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۸ که شرایط زیر را دارا باشند به عنوان نمونه در نظر گرفته شده و بقیه شرکت ها حذف شدند.

۱- تمام اطلاعات و داده های مورد نیاز پژوهش برای شرکت های مورد مطالعه موجود و در دسترس باشد.

۲- با هدف قابل مقایسه بودن اطلاعات، سال مالی شرکت ها منتهی به پایان اسفند باشد.

۳- در طی دوره زمانی پژوهش، در بورس اوراق بهادار تهران فعالیت داشته باشند.

۴- جزء شرکت های سرمایه گذاری، بیمه، بانک، لیزینگ و تامین مالی نباشد. زیرا ماهیت عملیات این قبیل شرکت ها متفاوت است.

با در نظر گرفتن شرایط فوق، تعداد ۱۶۵ شرکت به شرح نگاره (۱) انتخاب شدند.

نگاره (۱) - نحوه دستیابی به نمونه

۳۲۷	کل شرکت های حاضر در بورس اوراق بهادار تهران تا پایان سال ۱۳۹۸ کسر می شود:
۸۰	شرکت هایی که اطلاعات مالی آنها طی دوره پژوهش در دسترس نبوده است
۵۶	شرکت هایی که سال مالی آنها به ۲۹ اسفند ختم نمی شود
۲۶	شرکت های بخش بیمه، سرمایه گذاری، بانک، لیزینگ و تامین مالی
۱۶۵	تعداد شرکت های نمونه

منبع یافته های پژوهش

مدل آزمون فرضیه

به پیروی از پژوهش لیائو و همکاران (۲۰۱۹؛ ۳۱۴۴)، فرضیه پژوهش از طریق مدل رگرسیونی به شرح رابطه (۱) مورد آزمون قرار گرفته است. از آنجایی که متغیر وابسته حالت دو وجهی (صفر و یک) دارد، برای تخمین رابطه (۱) از رگرسیون لاجیت استفاده شده است.

$$FRU_{i,t} = B_0 + B_1 CSR_{i,t} + B_2 ROA_{i,t} + B_3 SIZE_{i,t} + B_4 EF_{i,t} + B_5 LEV_{i,t} + B_6 ROE_{i,t} + B_7 OC_{i,t} + B_8 BI_{i,t} + B_9 BS_{i,t} + B_{10} year_{i,t} + e_i$$

رابطه (۱)

$FRU_{i,t}$: گزارشگری مالی متقلبانه، $CSR_{i,t}$: امتیاز مسئولیت اجتماعی شرکت، $ROA_{i,t}$: نرخ بازده دارایی ها، $SIZE_{i,t}$: اندازه شرکت، $EF_{i,t}$: تامین مالی شرکت، $LEV_{i,t}$: اهرم مالی، $ROE_{i,t}$: سودآوری شرکت، $OC_{i,t}$: تمرکز مالکیت، $BI_{i,t}$: استقلال هیات مدیره، $BS_{i,t}$: اندازه هیات مدیره برای کنترل اثرات سال نیز، متغیر $year_{i,t}$ به رابطه (۱) اضافه شده است. به منظور آزمون فرضیه پژوهش، ضریب B_1 در نظر گرفته شده است. اگر این ضریب در سطح اطمینان ۹۵ درصد منفی و معنادار باشد، فرضیه پژوهش رد نمی شود.

نحوه محاسبه متغیرها

متغیرهای پژوهش حاضر شامل متغیرهای وابسته، مستقل و کنترلی هستند که نحوه محاسبه آن‌ها به شرح زیر است.

متغیر وابسته

متغیر وابسته این مطالعه گزارشگری مالی متقلبانه است که بر اساس پژوهش اسماعیلی کیا و همکاران (۱۳۹۸؛ ۱۷۹)، قادری و قادری (۱۳۹۶؛ ۲۵۱) به شرح زیر محاسبه شده است. برای انتخاب شرکت‌های متقلب ابتدا شرکت‌هایی که گزارش حسابرسی آنها مقبول نیست، مشخص شده سپس شرکت‌هایی که در گزارش حسابرسی آنها یکی از علائم تقلب، در اظهارنظر حسابرس ذکر شده، به عنوان شرکت متقلب شناسایی می‌شود. مطابق با مطالعه خواجهی و ابراهیمی (۱۳۹۷؛ ۷۶) اسماعیلی کیا و همکاران (۱۳۹۸؛ ۱۸۰) و استاندارد حسابرسی شماره ۲۴۰ با عنوان «مسئولیت حسابرس در ارتباط با تقلب و اشتباه در صورتهای مالی» از مصادیق نشان-دهنده احتمال وجود تحریف ناشی از تقلب در صورتهای مالی به شرح نگاره (۲) استفاده شده است. چنانچه هر کدام از علائم ۱۵ گانه، در بندهای شرط گزارش‌های حسابرسی سالانه شرکت مورد بررسی وجود داشته باشد مقدار آن برابر یک و در غیر این صورت صفر است. سپس جمع نمره عوامل برای هر شرکت محاسبه و تقسیم بر تعداد عوامل (۱۵) می‌شود. دامنه عدد حاصل بین صفر و یک است. اگر مقدار محاسبه شده برابر یا بیشتر از میانه مقادیر محاسبه شده شرکت‌های نمونه باشد، این متغیر برای آن شرکت دارای عدد یک و در غیر این صورت دارای عدد صفر است.

نگاره (۲) علائم نشان‌دهنده تقلب

علائم تقلب	نمره	علائم تقلب	نمره
بیش‌نمایی موجودی کالا		بیش‌نمایی سود انباشته	
بیش‌نمایی حساب‌ها و اسناد دریافتی		کم‌نمایی حساب‌ها و اسناد پرداختی	
بیش‌نمایی دارایی‌های ثابت		کسری ذخیره مالیات	
بیش‌نمایی سرمایه‌گذاری‌ها		بدهی‌های احتمالی	
کسری ذخیره مطالبات مشکوک‌الوصول		کسری ذخیره مزایای پایان خدمت	
کسری استهلاک		کم‌نمایی هزینه‌ها	
بیش‌نمایی درآمدها		حساب‌ها و اسناد دریافتی معوق	
بیش‌نمایی سود			
جمع نمره‌ها			

منبع: اسماعیلی کیا و همکاران (۱۳۹۸؛ ۱۸۰)

متغیر مستقل

متغیر مستقل این پژوهش مسئولیت اجتماعی شرکت است که محاسبه آن از طریق ترکیب شاخص‌های KLD^{۲۸}، گزارش‌های هیئت‌مدیره و یادداشت‌های پیوست صورتهای مالی انجام شده است. KLD یک شرکت آمریکایی است که سالیانه شرکت‌ها را بر اساس معیارهای مشخصی

رتبه بندی می‌کند و صد شرکت برتر در حوزه مسئولیت اجتماعی را معرفی می‌نماید. در این مطالعه از معیارهای چهارگانه ۱- مشارکت اجتماعی ۲- روابط کارکنان ۳- محیط زیست ۴- ویژگی محصولات استفاده شده است که هر معیار دارای نقاط قوت و ضعف مطابق با نگاره (۳) است که بر اساس پژوهش میشرا^{۲۹} و همکاران (۲۰۱۱؛ ۲۴۰۳) می‌باشد. اگر نقطه ضعف یا قوت وجود داشته باشد، عدد یک و در غیر این صورت عدد صفر در نظر گرفته شده و از تفاضل نقاط قوت از نقاط ضعف مربوطه، نمره آن معیار محاسبه شده است. سپس امتیاز مسئولیت اجتماعی بر اساس پژوهش میشرا و همکاران (۲۰۱۱؛ ۲۴۰۳) و فروغی و همکاران (۱۳۹۷؛ ۲۸)، نمازی و مقیمی (۱۳۹۷؛ ۲۹۹) از رابطه (۲) محاسبه شده است.

$$CSR_{i,t} = \frac{\sum_p^{mt} strength_{p,i,t}}{N_{i,t}} - \frac{\sum_q^{mt} weakness_{q,i,t}}{M_{i,t}} \quad \text{رابطه (۲)}$$

$CSR_{i,t}$: امتیاز افشاء مسئولیت اجتماعی شرکت i در دوره t

$Strength_{p,i,t}$: مجموع کل نقاط قوت شرکت i در دوره t

$Weakness_{q,i,t}$: مجموع کل نقاط ضعف شرکت i در دوره t

$N_{i,t}$: کل مجموعه نقاط قوت شرکت i در دوره t

$M_{i,t}$: کل نقاط ضعف شرکت i در دوره t

نگاره (۳) نقاط قوت و ضعف مسئولیت اجتماعی شرکت

نقاط قوت	نمره	نقاط ضعف	نمره	ابعاد مسئولیت اجتماعی
کمک‌های خیرخواهانه		- اثر منفی اقتصادی (تأثیر منفی بر کیفیت زندگی، تعطیل بودن کارخانه)		مشارکت اجتماعی
- کمک‌های نوآورانه (کمک به موسسات غیر انتفاعی، مشارکت در پروژه‌های عمرانی)		- پرداخت نکردن مالیات		
جمع نمره میزان افشاء مشارکت اجتماعی		- ضعف بهداشت و ایمنی (عدم ایزو ۱۸۰۰۰)		روابط کارکنان
- پرداخت پاداش به کارکنان		- کاهش نیروی کار		
- مزایای بازنشستگی		- تولید زباله‌های خطرناک		محیط زیست
جمع نمره میزان افشاء روابط کارکنان		- پرداخت جریمه به دلیل نقض مدیریت زباله		
- انرژی پاک (استفاده از سوخت یا آلودگی کمتر (بازیافت))		- تبلیغات نامناسب		ویژگی محصولات
- کنترل آلودگی هوا و کاهش گاز گلخانه‌ای (ایزو ۱۴۰۰۰)		- پرداخت جریمه در مورد ایمنی محصولات		
- جمع نمره میزان افشاء محیط زیست				
- کیفیت محصولات (ایزو ۱۹۰۰۰)				
- ایمنی محصولات				
جمع نمره میزان افشاء ویژگی محصولات				
جمع نمرات				

منبع: میشرا (۲۰۱۱؛ ۲۴۰۳)، فروغی و همکاران (۱۳۹۷؛ ۲۸)

برای مثال در صورتی‌که توقف عملیات یک شرکت در یادداشت‌های پیوست صورت‌های مالی اعلام شده باشد به عنوان یک نقطه ضعف از بعد مشارکت اجتماعی در نظر گرفته می‌شود و عدد یک به آن اختصاص داده می‌شود. همچنین در صورت عدم اعلام پرداخت مالیات در یادداشت‌ها و صورت‌های مالی نیز یک نقطه ضعف از لحاظ مشارکت اجتماعی برای آن در نظر گرفته شده و عدد یک لحاظ می‌شود. اگر شرکت در گزارش هیات مدیره کمک‌های عام المنفعه

را افشا کرده باشد به عنوان یک نقطه قوت در نظر گرفته شده و عدد یک در بعد مشارکت اجتماعی به آن اختصاص داده می‌شود. عدم وجود ایزو ۱۸۰۰۰ و ضعف در حفاظت ایمنی کارکنان موجب در نظر گرفتن ضعف در بعد روابط کارکنان شده و عدد یک داده می‌شود. پرداخت پاداش به کارکنان و داشتن مزایای بازنشستگی کارکنان نقاط قوت در بعد روابط کارکنان بوده و به آن شرکت عدد یک از این ابعاد داده می‌شود. کاهش نیروی کار موجب در نظر گرفتن یک نقطه ضعف و اختصاص عدد یک در این بعد می‌شود. در صورت نداشتن ایزو ۱۴۰۰۰ و تولید زباله های خطرناک و نقض قوانین زیست محیطی به عنوان نقطه ضعف عدد یک داده می‌شود و در صورت داشتن ایزو ۱۴۰۰۰ و بازیافت و استفاده از سوخت با الودگی کمتر و داشتن ایزو مدیریت انرژی موجب در نظر گرفتن عدد یک در قسمت نقاط قوت در بعد محیط زیست خواهد شد. پایین بودن کیفیت و ایمنی محصول و پرداخت جریمه در مورد آنها و نداشتن تبلیغات مناسب در زمره نقاط ضعف در بعد ویژگی محصولات شده و موجب در نظر گرفتن عدد یک در این بعد می‌شود. وجود ایزو ۱۹۰۰۰ و ایمنی محصول نقاط قوت در این بعد برای شرکت محسوب شده و در نمرات نقاط قوت برای آن شرکت عدد یک لحاظ می‌شود. در نهایت با استفاده از رابطه (۲) امتیاز تجمعی مسئولیت اجتماعی محاسبه شده است.

متغیرهای کنترلی

در این مطالعه بر اساس پژوهش‌های لیائو و همکاران (۲۰۱۹؛ ۳۱۴۴)، شی^{۳۰} و همکاران (۲۰۱۷؛ ۱۲۷۷) و اسماعیلی‌کیا و همکاران (۱۳۹۸؛ ۱۸۱) متغیرهای کنترلی شامل نرخ بازده دارایی‌ها، اندازه شرکت، تامین مالی خارجی، اهرم مالی، سودآوری، تمرکز مالکیت، استقلال هیات مدیره و اندازه هیات مدیره است که نحوه محاسبه هر یک در ادامه توضیح داده شده است.

ROA: نرخ بازده دارایی‌ها که از طریق رابطه (۳) محاسبه شده است:

$$ROA = \frac{\text{سود خالص}}{\text{ارزش دفتری کل دارایی‌ها}} \quad \text{رابطه (۳)}$$

SIZE: اندازه شرکت بر مبنای لگاریتم ارزش دفتری کل دارایی‌های شرکت محاسبه شده است.

EF: تامین مالی خارجی که برای اندازه گیری آن به پیروی از لیائو و همکاران (۲۰۱۹؛ ۳۱۴۴) و اسماعیلی‌کیا و همکاران (۱۳۹۸؛ ۱۸۱) از نرخ رشد دارایی‌ها به شرح رابطه (۴) استفاده شده است:

$$EF = \frac{\text{بازده دارایی‌ها}}{1 - \text{بازده دارایی‌ها}} \quad \text{رابطه (۴)}$$

OC: تمرکز مالکیت مطابق پژوهش‌های ولوری^{۳۱} و همکاران (۲۰۰۶؛ ۱۰۴۵) و اسماعیلی‌کیا و همکاران (۱۳۹۸؛ ۱۸۱) بر مبنای مجموع سهامداران بیش از ۵ درصد سهام شرکت به تعداد کل سهام شرکت محاسبه شده است.

BI: استقلال هیات مدیره بر مبنای درصد اعضای غیر موظف هیات مدیره به کل اعضای هیات مدیره محاسبه شده است. این اطلاعات از طریق گزارش هیات مدیره و تصمیمات مجمع عمومی عادی سالیانه شرکت‌ها استخراج شده است.

BS: اندازه هیات مدیره برابر با تعداد اعضای هیات مدیره شرکت در نظر گرفته شده است. این اطلاعات از طریق گزارش هیات مدیره و تصمیمات مجمع عمومی عادی سالیانه شرکت‌ها استخراج شده است.

LEV: اهرم مالی با استفاده از تقسیم جمع کل بدهی‌ها به جمع کل دارایی‌ها محاسبه شده است.

ROE: سودآوری با تقسیم سود خالص بر ارزش بازار حقوق صاحبان سهام محاسبه شده است.

۴- یافته‌ها

پس از جمع‌آوری داده‌ها و محاسبه متغیرها، ابتدا به بررسی آمار توصیفی متغیرها و سپس نتایج مربوط به آزمون فرضیه پرداخته شده است.

آمار توصیفی

تصویر کلی ویژگی‌های آماری متغیرهای پژوهش، در نگاره (۴) ارائه شده است.

نگاره (۴) آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

نام متغیر	علامت اختصاری	میانگین	میانه	بیشینه	کمینه	انحراف معیار	تعداد مشاهدات
مسئولیت اجتماعی شرکت	CSR	۰/۱۷۸	۰/۱۲۵	۱	-۰/۵	-۰/۲۳۳	۱۴۸۵
نرخ بازده دارایی‌ها	ROA	-۰/۱۲۶	۰/۱	۲/۵۱	-۰/۴	-۰/۱۶۴	۱۴۸۵
اندازه شرکت	SIZE	۶/۲۱۶	۶/۱۳	۸/۷۷	۰/۱۳	-۰/۷۷۶	۱۴۸۵
تامین مالی خارجی	EF	-۰/۱۹۱	-۰/۱۱	۶/۶۷	-۵/۵۲	-۰/۴۶۸	۱۴۸۵
اهرم مالی	LEV	۰/۵۷۹	۰/۵۸	۲/۰۸	۰/۰۴	۰/۲۱۱۹	۱۴۸۵
سودآوری	ROE	-۰/۰۹۳	۰/۱	۱/۸۷	-۲/۰۶	-۰/۱۸۸	۱۴۸۵
تمرکز مالکیت	OC	۷۰/۷۲۲	۷۴/۸	۹۹/۴۵	۰	۱۹/۴۴۹	۱۴۸۵
اندازه هیات مدیره	BS	۵/۰۲۴	۵	۷	۳	-۰/۲۹۸	۱۴۸۵
استقلال هیات مدیره	BI	-۰/۶۸۴	۰/۶	۵	۰	-۰/۳۱۳	۱۴۸۵

منبع: یافته‌های پژوهش

میانگین یک متغیر بیانگر نقطه تعادل و مرکز ثقل توزیع آماری آن متغیر است. میانگین متغیر مسئولیت اجتماعی برابر با ۰/۱۷۸ بوده که نشان می‌دهد امتیاز مسئولیت اجتماعی شرکت‌های نمونه به طور متوسط برابر با ۱۷٪ است. از دیگر شاخص‌های مرکزی می‌توان میانه را نام برد. بر اساس نگاره (۴) میانه متغیر مسئولیت اجتماعی برابر با ۰/۱۲۵ است که نشان می‌دهد نصف از داده‌ها کمتر از این مقدار و نصف دیگر بیشتر از این مقدار هستند. از دیگر موارد آمار توصیفی شاخص‌های پراکندگی هستند. شاخص پراکندگی معیاری است که از آن برای تعیین میزان پراکندگی مشاهدات یا میزان پراکندگی آنها نسبت به مقدار میانگین استفاده می‌شود. مهم‌ترین

شاخص پراکندگی انحراف معیار است. انحراف معیار متغیر مسئولیت اجتماعی برابر با $0/233$ که نشان می‌دهد امتیاز مسئولیت اجتماعی شرکت‌های نمونه از مقدار میانگین خود فاصله زیادی ندارند. در بین متغیرهای این پژوهش، تمرکز مالکیت بیشترین و نرخ بازده دارایی‌ها کمترین میزان پراکندگی را دارند. لازم به ذکر است به علت ماهیت کیفی متغیر وابسته که دارای دو حالت صفر و یک است آمار توصیفی برای آن ارائه نشده است.

نحوه آزمون فرضیه

برای آزمون فرضیه از مدل لاجیت به شرح رابطه (۱) استفاده شده است. با توجه به اینکه متغیر وابسته، متغیر پیوسته نیست و فقط یکی از دو ارزش صفر و یک را اختیار کرده، برای آزمون فرضیه از رگرسیون لاجیت استفاده شده است. مهم‌ترین ویژگی رگرسیون لاجیت این است که نیاز به برقرار بودن فرض نرمال بودن داده‌ها و فرض همسانی واریانس ندارد. با این حال برای تخفیف اثر ناهمسانی واریانس احتمالی از آپشن robust (رگرسیون نیرومند) در تخمین مدل استفاده شده است. همچنین برای بررسی نیکویی برازش مدل پژوهش، روش‌های رایج همانند نسبت راست نمایی (log likelihood)، ضریب تعیین مک-فادن، و آزمون هاسمر-لمشو مورد استفاده قرار گرفته است. همانگونه که بیان شد داده‌های این پژوهش از نوع داده‌های ترکیبی هستند. در رگرسیون‌های خطی برای انتخاب روش تابلویی و تلفیقی در تخمین مدل از آزمون F لیمر استفاده می‌شود. روش تابلویی با استفاده از دو مدل با اثرات ثابت و اثرات تصادفی انجام می‌شود. لیکن در رگرسیون لاجیت آزمون F لیمر قابل انجام نیست^{۳۲} و لذا به منظور ثابت نگه داشتن اثرات ثابت سال، متغیر سال (year) به مدل اضافه شده است.

بررسی هم خطی

برای بررسی وجود هم خطی بین متغیرهای توضیحی، از آزمون عامل تورم واریانس (VIF) استفاده شده است. نتایج این آزمون در نگاره (۵) ارائه شده است. با توجه به اینکه مقدار آماره VIF برای هریک از متغیرهای توضیحی کمتر از ۱۰ است، بین متغیرهای توضیحی موجود در مدل پژوهش مشکل هم خطی وجود ندارد.

نگاره (۵) نتایج آزمون همخطی

متغیر	VIF
مسئولیت اجتماعی	۱/۰۷
نرخ بازده داراییها	۲/۷۵
اندازه شرکت	۱/۴۰
تامین مالی خارجی	۲/۷۹
اهرم مالی	۱/۶۰
سودآوری	۱/۷۴
تمرکز مالکیت	۱/۱۲
استقلال هیئت مدیره	۱/۹۵
اندازه هیئت مدیره	۱/۲۳

منبع: یافته‌های پژوهش

آزمون نیکویی برازش

در این پژوهش برای بررسی نیکویی برازش مدل لاجیت از آزمون هاسمر-لمشو استفاده شده است. آزمون هاسمر-لمشو مقادیر واقعی و پیش‌بینی شده متغیر وابسته را به طبقاتی دسته‌بندی کرده و در هر طبقه، میزان برابری مقادیر پیش‌بینی شده و واقعی را مقایسه می‌کند و بر اساس این مقایسه ها، آماره هاسمر-لمشو را ارائه می‌نماید. در این آماره، فرض صفر بیانگر برابر بودن مقادیر پیش‌بینی شده و واقعی متغیر وابسته است که حاکی از بالا بودن قدرت نیکویی برازش مدل است. در نگاره (۶) نتایج آزمون هاسمر-لمشو ارائه شده است. اگر مقدار معناداری مربوط به آماره کای دو آزمون از پنج درصد کمتر باشد، مدل با مشاهدات واقعی برازش ندارد، اما مقدار معناداری بیشتر از پنج درصد، نشان دهنده نیکویی برازش مدل است.

نگاره (۶) نتایج آزمون هاسمر-لمشو

تعداد مشاهدات	۱۴۸۳
آماره کای دو	۱۰/۵۷
احتمال کای دو	۰/۲۲۷۲

منبع: یافته‌های پژوهش

طبق نگاره (۶) احتمال معناداری آماره هاسمر-لمشو ۰/۲۲ است. از آنجایی که این مقدار بزرگتر از ۵ درصد است، بیانگر نیکویی برازش مدل پژوهش است.

نتایج آزمون فرضیه

بر اساس فرضیه پژوهش، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر گزارشگری مالی متقلبان‌ه تأثیر منفی و معنادار دارد. برای آزمون این فرضیه از رابطه رگرسیونی (۱) استفاده شده که نتایج آن در نگاره (۷) ارائه شده است.

نگاره (۷) نتایج تخمین مدل پژوهش

$FRU_{i,t} = B_0 + B_1 CSR_{i,t} + B_2 ROA_{i,t} + B_3 SIZE_{i,t} + B_4 EF_{i,t} + B_5 LEV_{i,t} + B_6 ROE_{i,t} + B_7 OC_{i,t} + B_8 BI_{i,t} + B_9 BS_{i,t} + B_{10} year_{it} + e_{i,t}$							
P-value	Z	خطای استاندارد	ضرایب	نماد	نام متغیر		
۰/۰۰۰	۴/۰۱	۳۲/۹۰۶	۱۳۱/۹۵۷	B ₀	عرض از مبدا		
۰/۰۱۵	-۲/۴۲	۰/۲۵۱	-۰/۶۰۸	CSR	مسئولیت اجتماعی شرکت		
۰/۴۶۱	-۰/۷۴	۱/۵۱۳	-۱/۱۱۴	ROA	نرخ بازده دارایی ها		
۰/۰۰۰	۵/۷۹	۰/۰۹۳	۰/۵۴۳	SIZE	اندازه شرکت		
۰/۶۶۸	-۰/۴۳	۰/۴۷۹	-۰/۲۰۵	EF	تامین مالی خارجی		
۰/۰۴۲	۲/۰۳	۰/۳۹۴	۰/۸۰۳	LEV	اهرم مالی		
۰/۰۴۷	-۱/۹۸	۰/۶۱۱	-۱/۲۱۲	ROE	سودآوری		
۰/۰۰۰	-۶/۷۲	۰/۰۰۳	-۰/۰۲۱	OC	تمرکز مالکیت		
۰/۷۹۶	۰/۲۶	۰/۲۹۸	۰/۰۷۷	BI	استقلال هیات مدیره		
۰/۱۰۹	-۱/۶۰	۰/۱۸۲	-۰/۲۹۲	BS	اندازه هیات مدیره		
۰/۰۰۰	-۴/۰۴	۰/۰۲۳	-۰/۰۹۵	Year	سال		
۰/۰۷۳۴		ضریب تعیین Pseudo		۱۲۸/۹۲	آماره کای دو (LR)		
-۹۳۱/۳۸۹		احتمال log likelihood		۰/۰۰۰۰	احتمال آماره کای دو		

منبع: یافته‌های پژوهش

بر اساس نتایج ارائه شده در نگاره (۷) احتمال آماره LR از سطح خطای ۵ درصد کمتر است. این نتیجه نشان می‌دهد حداقل یکی از ضرایب متغیرهای توضیحی غیر صفر است و مدل رگرسیون در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار است. ضریب تعیین Pseudo^{۳۳} نیز برابر با ۷ درصد است و به این معناست که ۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته از طریق متغیرهای مستقل و کنترلی پژوهش توضیح داده شده است. یک تکنیک دیگر برای بررسی قدرت نیکویی برازش رگرسیون-های لاجیت، احتمال log likelihood است. مقدار این آماره منفی بوده و هر چه قدر مطلق آن عدد بزرگتری باشد، نشان از مناسب بودن برازش مدل است. طبق نتایج نگاره (۷) مقدار این آماره برابر با -۹۳۱/۳۸۹ است و بالا بودن قدر مطلق این آماره، نشان از قدرت نیکویی برازش مدل دارد.

در رگرسیون لاجیت، معناداری ضرایب را می‌توان با توجه به احتمال آماره Z استنباط کرد. چنانچه این مقدار کمتر از سطح خطای ۵ درصد باشد ضریب مذکور در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار است. همانطور که در نگاره (۷) نشان داده شده است احتمال آماره Z برای ضریب متغیر مسئولیت اجتماعی برابر با ۰/۰۱۵ است که کمتر از سطح خطای ۵ درصد است. همچنین منفی بودن ضریب مذکور بیانگر تاثیر منفی مسئولیت اجتماعی بر گزارشگری مالی متقلبانه است. در نتیجه در سطح اطمینان ۹۵ درصد، فرضیه پژوهش رد نمی‌شود. این نتیجه بدین مفهوم است که در شرکت‌های با مسئولیت اجتماعی بالاتر، احتمال کمتری برای گزارشگری مالی متقلبانه وجود دارد. با هر یک واحد افزایش در امتیاز مسئولیت اجتماعی احتمال تقلب ۰/۶ درصد کاهش پیدا می‌کند.

احتمال آماره Z برای متغیر نرخ بازده دارایی‌ها برابر با ۰/۴۶۱ بوده که این مقدار بیشتر از سطح خطای ۵ درصد است. این موضوع نشان دهنده عدم تاثیر معنادار این متغیر بر فعالیت‌های

متقلبانه است. متغیر سودآوری دارای احتمال آماره Z ۰/۰۴۷ است که کمتر از سطح خطای ۵ درصد بوده و با ضریب ۱/۲۱۲- نشان‌دهنده تاثیر منفی و معنادار بر متغیر گزارشگری مالی متقلبانه است. متغیر اندازه شرکت دارای سطح احتمال صفر بوده و ضریب ۰/۵۴ آن نشان می‌دهد که دارای اثر مثبت و معناداری بر گزارشگری مالی متقلبانه است. متغیر تامین مالی خارجی به علت داشتن سطح احتمال ۰/۶۶۸ و مقدار بالاتر از سطح خطای ۵ درصد تاثیر معناداری بر متغیر وابسته پژوهش ندارد. متغیر اهرم مالی با داشتن سطح احتمال ۰/۰۴۲ و ضریب مثبت ۰/۸۰۳ دارای تاثیر مثبت و معنادار بر گزارشگری مالی متقلبانه است. متغیر تمرکز مالکیت با داشتن احتمال صفر و پایین‌تر بودن از سطح خطای ۵ درصد دارای تاثیر معناداری است. همچنین ضریب منفی آن بیانگر تاثیر منفی آن بر گزارشگری مالی متقلبانه است. متغیر اندازه هیات مدیره با داشتن سطح احتمال ۰/۱ و بیشتر از سطح خطای مورد نظر ۵ درصد دارای اثر معناداری بر گزارشگری مالی متقلبانه نیست. متغیر استقلال هیات مدیره نیز با داشتن سطح احتمال ۰/۷۹ به دلیل مقدار بالاتر از سطح خطای مورد نظر نشان‌دهنده عدم تاثیر معنادار بر متغیر وابسته این پژوهش است.

۵- بحث و نتیجه گیری

در سال‌های گذشته تقلب‌های مالی کشف شده در صورت‌های مالی شرکت‌ها، بازارهای مالی را در سراسر جهان دستخوش نوسانات شدید نموده است. نتیجه دستکاری‌ها و تقلب‌های مالی در گزارش‌ها، ایجاد فضای بی اعتمادی از سوی سرمایه‌گذاران را در پی داشته است. بنابراین با توجه به میزان اهمیت تقلب در بازار سرمایه و با توجه به اینکه کشف و افشای تقلب‌های مالی موضوعی پیچیده است و در کشور ما ایران بر خلاف کشورهای پیشرفته هیچ سازمانی به طور مستقیم جهت کشف تقلب مالی وجود ندارد و با توجه به آثار مخرب تقلب بر بازار سرمایه و اعتماد سرمایه‌گذاران و تخریب ارزش شرکت‌ها، بررسی عوامل تاثیرگذار بر تقلب جایگاه ویژه‌ای پیدا کرده است. بر همین اساس در این پژوهش تلاش شده به یکی از عوامل تاثیرگذار بر تقلب پرداخته شود. طبق مبانی نظری پژوهش، افزایش در امتیاز مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها می‌بایست منجر به کاهش فعالیت‌های مالی متقلبانه شود. زیرا شرکت‌های با مسئولیت اجتماعی بیشتر، تمایل بیشتری به شفافیت در گزارش‌های مالی دارند و این شفافیت موجب کاهش تقلب در صورت‌های مالی می‌شود.

نتایج آزمون فرضیه پژوهش نشان داد مسئولیت اجتماعی بر گزارشگری مالی متقلبانه تاثیر منفی و معنادار دارد. نتیجه بدست آمده را این گونه می‌توان تحلیل کرد که از دیدگاه اخلاقی فرض بر این است شرکت‌های با مسئولیت اجتماعی، بیشتر تمایل دارند که فعالیت‌های اخلاقی را برای رسیدن به رفاه اجتماعی دنبال کنند. بنابراین انگیزه کمتری برای انجام فعالیت متقلبانه دارند. هر چند از یک دیدگاه رفتار فرصت طلبانه، شرکت‌هایی با میل به داشتن مسئولیت اجتماعی، سعی در پوشاندن فعالیت‌های غیراخلاقی خود دارند. بر اساس ادبیات پژوهش، مسئولیت

اجتماعی در شرکت‌هایی که رفتارهای فرصت طلبانه دارند به طور قابل ملاحظه‌ای با مثلث تقلب کریسی (۱۹۵۳؛ ۶۰۴) در ارتباط است. از دیدگاه مالی، مسئولیت اجتماعی شرکتی سودآوری شرکت را افزایش می‌دهد. زیرا موجب بالا رفتن مزیت رقابتی می‌شود. شرکت‌های پیشگام در گزارش مسئولیت اجتماعی در جهت ایفای مسئولیت خویش در برابر جامعه نسبت به سایر شرکت‌ها، عملکرد مالی بهتری نیز دارند (حیدری و همکاران، ۱۳۹۶؛ ۷۴). در نتیجه سودآوری خوب و نداشتن مشکلات مالی موجب کاهش احتمال فعالیت متقلبانه می‌شود. همچنین طبق ادبیات موجود، ریسک مالی با مسئولیت اجتماعی ارتباط منفی دارد و شرکت‌های با مسئولیت اجتماعی، دارای بازده سهام و عملکرد بهتری نیز هستند. از این جهت فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی موجب کاهش فشار برای ارتکاب تقلب می‌شود. عامل دیگر مثلث تقلب، یعنی توجیه اشاره به توجیه و بهانه تراشی‌های مدیریت جهت انجام تقلب است. مسئولیت اجتماعی بیانگر و منعکس کننده تصویری اخلاقی از شرکت است و می‌تواند تمایل مدیریت به ارتکاب تقلب را کاهش دهد. با توجه به عامل فرصت می‌توان گفت شرکت‌های با مسئولیت اجتماعی دارای سیستم کنترل داخلی قوی‌تری، نسبت به شرکت‌های فاقد مسئولیت اجتماعی هستند و این خود موجب کاهش فرصت جهت اقدامات متقلبانه می‌شود. نتایج آزمون فرضیه پژوهش با نتایج مطالعات لیائو و همکاران (۲۰۱۹؛ ۳۱۳۳)، هارجوتو (۲۰۱۷؛ ۷۷۵) و رودجرز و همکاران (۲۰۱۵؛ ۸۷۱) مطابقت دارد.

با توجه به نتایج حاصل از پژوهش به سازمان بورس اوراق بهادار تهران پیشنهاد می‌شود اقدامات لازم جهت اجباری شدن گزارش مسئولیت اجتماعی به عنوان یک مولفه جهت کاهش فعالیت‌های متقلبانه را مد نظر قرار دهد. در کشور ما نهادی برای گزارش تقلب‌های صورت گرفته در شرکت‌ها وجود ندارد و امکان کشف تقلب و گزارش آن در شرکت‌ها بسیار پایین است. با توجه به یافته‌های این پژوهش مسئولیت اجتماعی می‌تواند یکی از عواملی باشد که منجر به کاهش فعالیت‌های متقلبانه شود. لذا وجود قانونی جهت افشای اجباری این گزارش توسط شرکت‌ها می‌تواند اقدامی موثر در کاهش فعالیت‌های متقلبانه از سوی مدیریت و همچنین جلوگیری از خسارت‌های احتمالی به سرمایه‌گذاران و سهامداران شرکت‌ها باشد. در این پژوهش محاسبه گزارشگری مالی متقلبانه بر اساس مصادیق تقلب صورت گرفت. پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی از سایر روش‌های محاسبه فعالیت‌های متقلبانه از جمله نسبت‌های مالی استفاده شود. همچنین تاثیر مسئولیت اجتماعی بر گزارشگری مالی متقلبانه به تفکیک صنایع و به تفکیک ابعاد مختلف مسئولیت اجتماعی مورد بررسی قرار گیرد. همچنین می‌توان تاثیر معیارهای حاکمیت شرکتی و کنترل‌های داخلی را به عنوان متغیر تعدیلگر بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و گزارشگری مالی متقلبانه مورد بررسی قرار داد.

در رابطه با محدودیت‌های پژوهش حاضر باید اشاره داشت که اثر تورم در داده‌های استخراج شده از صورت‌های مالی در این پژوهش لحاظ نشده است، در صورت در نظر گرفتن اثرات تورم، ممکن است نتایج متفاوتی حاصل شود. همچنین در انتخاب شرکت‌های نمونه، برخی از صنایع دارای ویژگی‌های لازم و مورد انتظار نبوده در نتیجه از نمونه آماری حذف شده اند. بنابراین تعمیم نتایج حاصل از این پژوهش به همه صنایع باید با احتیاط انجام شود. به عبارت دیگر، اگر شرایط مهیا بود که همه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار در همه دوره‌های زمانی در نظر گرفته شود، ممکن بود نتایج متفاوتی نسبت به نتایج فعلی حاصل شود. همچنین در صورت‌های مالی حسابرسی شده و گزارش‌های هیئت مدیره بسیاری از شرکت‌ها، ساختار مشخص و صحیحی برای گزارش مسئولیت اجتماعی وجود نداشت و جمع آوری اطلاعات مربوط به امتیاز مسئولیت اجتماعی مستلزم مراجعه به کلیه صفحات گزارش‌ها بود. همین موضوع سبب محدود شدن حجم نمونه گردید.

یادداشت‌ها

1. Elliot & Willingham
2. Perols
3. Social Responsibility
4. Hung
5. Mckinley
6. Christensen
7. Chih
8. Liao
9. Okafor
10. Egbunike
11. Okike
12. Cressey
13. Adams
14. Porter & Kramer
15. Johnson

18. Zheng
19. Godos
20. Garriga
21. Fen Kou
22. Adi
23. Harjoto
24. Rodgers
25. Ainul
26. Del bosco
27. Mohd nor
28. Kinder , Lydenberg and Domini
29. Mishra
30. Shi
31. Velury

۳۲. در نرم افزار Eviews داده‌ها را نمی‌توان به صورت پیل وارد کرد. در Stata نیز پس از تخمین مدل به صورت تابلویی با اثرات ثابت، نرم افزار آماره F لیمر (چاو) را ارائه نمی‌دهد. بنابراین نمی‌توان آزمون‌های F لیمر و هاسمن را انجام داد.

۳۳. همان ضریب تعیین مک فادن است.

16. Jones
17. Lee & Mitchell

کتابنامه

- استانداردهای حسابرسی. (۱۳۸۴). مسئولیت حسابررس در ارتباط با تقلب و اشتباه در حسابرسی صورتهای مالی، بخش ۲۴۰.
- اسماعیلی کیا، غریبه، نجف نیا، سمیه و اوشنی، محمد. (۱۳۹۸). بررسی رابطه بین سازوکارهای راهبری شرکتی برون سازمانی و تقلب مالی با تمرکز بر ارزیابی شناختی از تجویز تئوری های نمایندگی. *بررسی های حسابداری و حسابرسی*، ۲۶(۲): ۱۶۹-۱۹۲.
- اعتمادی، حسین و عبدلی، لیلا. (۱۳۹۶). کیفیت حسابرسی و تقلب در صورت های مالی. *دانش حسابداری مالی*، ۴(۴): ۲۳-۴۳.
- چالاک، پری و قادری، بهمن. (۱۳۹۴). حسابداری قضایی و نقش آن در پیشگیری و کشف تقلب. *مطالعات حسابداری و حسابرسی*، ۴(۱۶): ۵۴-۷۴.
- حساس یگانه، یحیی، سهرابی، حسینعلی و غواصی کناری، محمد. (۱۳۹۸). ارتباط گزارشگری مسئولیت اجتماعی با ارزش شرکت. *پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی*، ۱۲(۴۵): ۲۰-۱.
- حسینی، سید علی و حقیقت، سرور. (۱۳۹۵). رابطه بین حاکمیت شرکتی و تعهد به ایفای مسئولیت اجتماعی در شرکت های پذیرفته شده در بورس تهران. *پژوهش های حسابداری*، ۶(۳): ۱۰۳-۱۲۸.
- حیدری کردزنگنه، غلامرضا، نوروش، ایرج و جعفری، محمد حسن. (۱۳۹۶). مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *مجله اقتصادی*، ۴، ۵۳-۷۸.
- خاکی، غلامرضا. (۱۳۸۷). *روش تحقیق در مدیریت*، تهران، مرکز انتشارات علمی دانشگاه آزاد اسلامی.
- خواجوی، شکراله و منصور، شعله. (۱۳۹۳). تقلب: حلقه پنهان در زنجیره ی امنیتی گزارشگری مالی، *حسابدار رسمی*، ۲۸: ۵۴-۶۴.
- خواجوی، شکراله و ابراهیمی، مهرداد. (۱۳۹۷). بررسی تاثیر سازوکارهای حاکمیت شرکتی در تقلب در صورتهای مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *مدیریت دارایی و تامین مالی*، ۶(۲): ۷۱-۸۴.
- رحیمیان، نظام الدین. (۱۳۹۰). کشف تقلب. *حسابدار رسمی*، ۸(۱۳): ۸۲-۹۱.
- فرج زاده دهکردی، حسن و آقایی، لیلا. (۱۳۹۴). سیاست تقسیم سود و گزارشگری مالی متقلبان. *مطالعات تجربی حسابداری مالی*، ۱۲(۴۵): ۹۷-۱۱۴.

فرجی، امید، جنتی دریاکناری، فاطمه، منصوری، کفسان و یونسی مطیع، فاطمه. (۱۳۹۹). مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش شرکت: نقش تعدیلگر مدیریت. مدیریت سرمایه اجتماعی، (۱۱)۷: ۲۵-۵۸.

فروغی، داریوش، امیری، هادی و جوانمرد، مرضیه. (۱۳۹۷). تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر نگهداشت وجه نقد از طریق اثر همزمان متغیرهای منتخب. پژوهش‌های حسابداری مالی، ۳۵، ۳۶-۱۹.

قادری، صلاح الدین و قادری، کاوه. (۱۳۹۶). تحلیل بیش اطمینانی مدیران از عملکرد خود در شرکت‌های متقلب. بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۲۴(۲): ۲۴۳-۲۶۲.

کارشناسان، علی، بهرامی‌نسب، علی و ممشلی، رضا. (۱۳۹۷). تأثیر بحران مالی بر احتمال گزارشگری متقلبان‌ه و ارزش سهام. دانش حسابداری مالی، ۵(۴): ۱۴۵-۱۶۷.

کردستانی، غلامرضا، قادرزاده، سید کریم و حقیقت، حمید. (۱۳۹۷). تأثیر افشای مسئولیت اجتماعی بر معیارهای حسابداری، اقتصادی و بازار ارزیابی عملکرد شرکت‌ها. پیشرفت‌های حسابداری، ۱۰(۱)، ۱۸۷-۲۱۷.

مشبکی، اصغر و خلیلی شجاعی، وهاب. (۱۳۸۹). بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها. جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۱(۴): ۳۷-۵۶.

نظری پور، محمد و مقصودپور، صلاح‌الدین. (۱۳۹۹). تأثیر ارتباطات سیاسی بر رابطه بین توانایی مدیریت و گزارشگری مالی متقلبان‌ه. دانش حسابداری، ۱۱(۲): ۱۶۹-۲۰۷.

نمازی، محمد و مقیمی، فاطمه. (۱۳۹۷). تأثیر نوآوری و نقش تعدیلی مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت‌ها در صنایع مختلف. بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۲۵(۲)، ۲۸۹-۳۱۰.

وکیلی فرد، حمیدرضا، جبارزاده کنگرلوئی، سعید و سلطان احمدی، اکبر پوررضا. (۱۳۸۸). بررسی ویژگی‌های تقلب در صورت‌های مالی. حسابدار، ۲۴(۲۱۰): ۳۶-۴۱.

References

- Adams, C. A. (2002). *Internal Organizational Factors Influencing Corporate Social and Ethical Reporting: Beyond Current Theorizing*. Accounting, "O Compensation Disclosure, UTS School of Accounting.
- Adi, A. & Baridwan, Z. & Mardiati, E. (2018). *Profitability, Liquidity, Leverage and Corporate Governance Impact on Financial Statement Fraud and Financial Distress as Intervening Variable*. Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv Economics, 5, 66-74.
- Ainul, W. & Wan, A. & Razali, M. & Arshad, R. (2014). Disclosure of Corporate governance structure and the likelihood of fraudulent financial reporting. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 145, 243–253.

- Auditing Standards. (2005). *Auditor Responsibility for Fraud and Error in Auditing Financial Statements*, Section 240. (In Persian)
- Chalaki, P., Ghaderi, B. (2016). Forensic accounting and its role in prevention and detection of fraud. *Accounting and Auditing Studies*, 4(16), 44-57. (In Persian)
- Chih, H. L. & Shen, C. H. & Kang, F. C. (2008). Corporate Social Responsibility, Investor Protection, and Earnings Management: Some International Evidence. *Journal of Business Ethics*, 79, 179-198.
- Christensen, D. M. (2016). Corporate Accountability Reporting and High-profile Misconduct. *The Accounting Review*, 91, 377-399.
- Cressey, D. R. (1953). *Other people's money: A Study in the social psychology of embezzlement*, Glencoe, Ill.: Free Press.
- Del Bosco, B. & Misani, N. (2011). Keeping the Enemies Close: The Contribution of Corporate Social Responsibility to Reducing Crime against the Firm. *Scandinavian Journal of Management*, 27, 87-98.
- Egbunike, C. F. & Ifeoma C. A. (2013). Fraud & Auditors Analytical Procedure: A Test of Benford's Law. *EBS Journal of Management Sciences*, 1(1), 14-31.
- Elliot, R. & Willingham, J. (1980). *Management Fraud: Detection and Deterrence*. Petrocelli, New York. N Y.
- Esmaili Kia, G., Najafnia, S., Oshani, M. (2019). Investigating the Relationship between External Corporate Governance Mechanisms and Financial Fraud, Focusing on Cognitive Evaluation Theory Insights on Agency Theory Prescriptions. *Accounting and Auditing Review*, 26(2), 169-192. (In Persian)
- Etemadi, H., abdoli, L. (2018). Audit Quality and Financial statement fraud. *Financial Accounting Knowledge*, 4(4), 23-43. (In Persian)
- Faraji, O., Jannati Daryakenari, F., Mansouri, K., Younesi Moti, F. (2020). Corporate Social Responsibility and Firm Value: The Mediating Role of Earnings Management. *Social Capital Management*, 7(1), 25-58. (In Persian)
- Farajzadeh Dehkordi, H., Aghaei, L. (2015). Dividend Policy and Fraudulent Financial Reporting. *Empirical Studies in Financial Accounting*, 12(45), 97-114. (In Persian)
- Fen Kuo, YA. & Mien Lin, Yi, Fang, H. C. (2020). Corporate social responsibility, enterprise risk management, and real earnings management: Evidence from managerial confidence, *Finance Research Letters*, Journal Pre-proof.
- Foroghi, D., amiri, H., javanmard, M. (2018). Impace of Corporate Social Responsibility to Cash Holdings through Synchronous Effect of Chosen Variables. *Journal of Financial Accounting Research*, 10(1), 19-36. (In Persian)
- Garriga, E. & Mele, D. (2004). Corporate social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics*, 53, 51-71.
- Godos-Diez, J., & Fernandez-Gago, R. & Martinez-Campillo, A. (2011). How important are CEOs to CSR practices? An analysis of the mediating effect of the perceived role of ethics and social responsibility, *Journal of Business Ethics*, 98 (4), 531-548.

- Harjoto, M. A. (2017). Corporate social responsibility and corporate fraud. *Social Responsibility Journal*, 13(4), 762-779.
- Heydari Korzanganeh, Gh., Noravesh, I., Jafari, MH. (2017). Social responsibility and financial performance in companies listed on the Tehran Stock Exchange. *Economic Journal*, 17(3), 53-78. (In Persian)
- Hosseini, S., Haghghat, S. (2017). The Relationship between Corporate Governance and Community Engagement in Listed Companies of Tehran Stock Exchange. *Journal of accounting and social interests*, 6(4), 103-128. (In Persian)
- Hasas Yegane, Y., Sohrabi, H., Ghavasi, M. (2020). The relationship between social responsibility reporting and company value. *Financial accounting and auditing research*, 45, 1-20. (In Persian)
- Hung, M. & Shi, J. & Wang, Y. (2013). *The Effect of Mandatory CSR disclosure on Information Asymmetry: evidence from a Quasi-natural Experiment in China*. The Hong Kong University of Science and Technology, Working Paper.
- Johnson, HH. (2003). Does it pay to be good? Social responsibility and financial performance, *Business Horizons*, 46(6), 34-40.
- Jones, T.M., (1995), Instrumental stakeholder theory: A synthesis of ethical and economics, *Academy of Management Review*, 20(2), 404-437.
- Karshenasan, A., bahraminasab, A., mamashli, R. (2019). The Effect of Financial Crisis on The probability of Fraudulent Reporting and Stocks Value. *Financial Accounting Knowledge*, 5(4), 145-168. (In Persian)
- Khajavi, Sh., Mansori, Sh. (2015). Hidden loop fraud in the financial chain of security reporting. *Certified Public Accountant Journal*, 28, 54-64. (In Persian)
- Khajavi, Sh., Ebrahimi, M. (2018). Investigating the Impact of Corporate Governance Mechanisms on Financial Statements Fraud of the Listed Companies in Tehran Stock Exchange. *Asset Management and Financing*, 6(2), 71-84. (In Persian)
- Khaki. GH. (2007). *Research Method in Management*. Tehran. Scientific Publishing Center of Islamic Azad University. (In Persian)
- Kordestani, G., Ghaderzadeh, S., 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. (In Persian)
- Lee, T.W. & Mitchell, T.R. (1994). an alternative approach: the unfolding model of employee turnover, *Academy of Management Review*, 19(1), 51-89.
- Liao, L. & Guanring, C. & Dengin, Z. (2019). Corporate Social Responsibility and Financial fraud: Evidence from China. *Accounting and Finance*, 59(5), 3133-3169.
- Liao, J. & Smith, D. & Liu, X. (2019). Female CFOs and accounting fraud: Evidence from China. *Pacfin, Pacific Basin Finance Journal*, 53(C), 449-463.

- McKinley, A. (2008). *The Drivers and Performance of Corporate Environmental and Social Responsibility in the Canadian Mining Industry*. (Master thesis, University of Toronto).
- Mishra, D. R. & Sadol, E. G. & Omran, G. & Chuk, C. Y. & Kwok. (2011). Does Corporate Social Responsibility Affect the Cost of Capital? *Journal of Banking & Finance*, 35(9), 2388-2406.
- Mohd, N, J. & Ahmad, N. & Mohd, S. N. (2010). Fraudulent financial reporting and company characteristics: tax audit evidence. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 8(2), 128-142.
- Moshabaki, A., Shojaei, V.kh. (2009). Investigating the Relationship between Organization Culture and Corporate Social Responsibility. *Applied Sociology*, 21(4), 37-56. (In Persian)
- Namazi, M., Moghimi, F. (2018). Effects of Innovations and Moderating Role of Corporate Social Responsibility on the Financial Performance of the Firms Listed on the Tehran Stock Exchange in Different Industries. *Accounting and Auditing Review*, 25(2), 289-310. (In Persian)
- Nazaripour, M., Maghsodpour, S. (2020). Influence of Political Connections on the Relationship between Management Ability and Fraudulent Financial Reporting. *Journal of Knowledge Accounting*, 11(2), 169-207. (In Persian)
- Okike, E. (2011). *Theory and practice of corporate social responsibility*. 1st edition, Springer Berlin Heidelberg.
- Perols, J. L. & Lougee, B. A. (2011). The relation between earnings management and financial statement fraud. *Advances in Accounting*, 27(1), 39 - 53.
- Porter, M.E. & Kramer, M.R. (2006). Strategy and Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility, *Harvard Business Review*, 84(2), 78-92.
- Qaderi, K., Ghaderi, K. (2017). The Analysis of the Executive Overconfidence in Fraudulent Companies. *Accounting and Auditing Review*, 24(2), 243-262. (In Persian)
- Rahimian, N. (2011). Discover fraud. *Certified Public Accountant Journal*, 8(13), 82-91. (In Persian)
- Rodgers, W.A. & Soderbom, A. & Guiral. (2015). Corporate social Responsibility enhanced control system reducing the likelihood of fraud. *Journal of Business Ethics*, 131, 871-882.
- Shi, W. & Brian, L. & Connelly, & Robert, E. H. (2017). External corporate governance and financial fraud: cognitive evaluation theory insights on agency theory prescriptions. *Strategic Management Journal*, 38, 1268–1286.
- Vakilifard, H., Jabarzadekangarloo, S., Soltan ahmadi, A. (2008). Investigate the characteristics of fraud in financial statements. *Accountant*, 24(210), 36-41. (In Persian)
- Velury, V. & Jenkins, S. D. (2006). Institutional Ownership and the quality of earnings. *Journal of Business Research*, 59(9), 1043-1051.

Zheng, Q. & Luo, Y. & Wang, S.L. (2014). Moral degradation, business ethics, and corporate social responsibility in a transitional economy. *Journal of Business Ethics*, 120(3), 405-421.