



Investigating the characteristics of an effective audit committee on managers' social responsibility disclosure commitment with an emphasis on the moderating role of women on the board of directors

- Vahid Oskou^۱
- Abbas Ghodratizoeram^۲
- Mohammad Norouzi^۳

Abstract

The wave of scandals and collapses of major companies and financial institutions in the world has led to the creation of new rules in the corporate governance structure, one of which is the necessity of an audit committee in the corporate governance structure. On the other hand, the impact of companies on society has also become a global concern, and companies are facing increasing pressure from stakeholders to have a broader perspective on their goals and activities in social and environmental dimensions. This issue has been the focus of most research under the title of corporate social responsibility. However, there are also concerns about the quantity and quality of corporate social responsibility disclosure, and it is necessary for committees such as the audit committee, as a monitoring mechanism, to be effective in reducing these concerns and monitoring and improving corporate social responsibility disclosure. Accordingly, the main objective of the present study is to investigate the characteristics of the audit committee that are effective on the commitment to disclose social responsibility of managers, with an emphasis on the moderating role of women on the board of directors. A total of ۱۱۷ companies were selected as a statistical sample using a systematic exclusion method. The time period of this study includes a ۶-year period from the beginning of ۱۳۹۶ to the end of ۱۴۰۱. The website of the Stock Exchange Organization and the new Rahavard software were used to collect data, and then the collected data were analyzed using the Iviews software, and the results showed that the characteristics of the audit committee are effective on the commitment to disclose social responsibility of the company. Also, the presence of women on the board of directors is effective on the relationship between the characteristics of the audit committee and disclosure of social responsibility.

Key words: Corporate social responsibility, audit committee, presence of women on the board of directors.

^۱ Assistant Professor, Faculty of Administrative and Economic Sciences, Gonbad Kavous University, Gonbad Kavous, Iran. (Corresponding Author) . Email: vahidoskou@gonbad.ac.ir

^۲ Assistant Professor, Department of Accounting, Faculty of Humanities, Ishraq Institute of Higher Education, North Khorasan, Iran Email: Abbas.ghodratizoeram@gmail.com

^۳ Lecturer, Accounting Department, Gonbad-Kavous University, Gonbad-Kavous, Iran
Email: Mohammad_n^{۴۸۸}@yahoo.com

بررسی ویژگی‌های کمیته حسابرسی اثربخش بر تعهد افشای مسئولیت اجتماعی مدیران با تأکید بر نقش تعدیلی زنان در هیئت‌مدیره

- وحید اسکو^۱
- عباس قدرتی زوارم^۲
- محمد نوروزی^۳

چکیده

موج رسوایی‌ها و فروپاشی شرکت‌ها و مؤسسه‌های مالی بزرگ دنیا، سبب شده است قوانین جدیدی در ساختار حاکمیت شرکتی ایجاد شود که یکی از این قوانین بسیار مهم، ضرورت وجود کمیته حسابرسی در ساختار حاکمیت شرکتی است. از طرفی، تأثیر شرکت‌ها بر جامعه نیز به دغدغه جهانی تبدیل شده و شرکت‌ها با افزایش فشار از طرف ذی‌نفعان برای برخورداری از نگرش وسیع‌تر به اهداف و فعالیت‌هایشان در ابعاد اجتماعی و محیطی مواجه‌اند. این موضوع در اغلب پژوهش‌ها با عنوان مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در کانون توجه قرار گرفته است. با این حال، نگرانی‌هایی نیز دربارهٔ کمیت و کیفیت افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها وجود دارد و لازم است که کمیته‌هایی نظیر کمیته حسابرسی به‌عنوان سازوکار نظارتی، در کاهش این نگرانی‌ها و نظارت و بهبود افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها مؤثر باشند. بر این اساس هدف اصلی پژوهش حاضر، بررسی ویژگی‌های کمیته حسابرسی اثربخش بر تعهد افشای مسئولیت اجتماعی مدیران با تأکید بر نقش تعدیلی زنان در هیئت‌مدیره است که تعداد ۱۶۷ شرکت با استفاده از روش حذفی سیستماتیک به عنوان نمونه آماری انتخاب گردید. بازه زمانی این پژوهش شامل یک دوره ۶ ساله از ابتدای سال ۱۳۹۶ تا پایان سال ۱۴۰۱ است. جهت جمع‌آوری داده‌ها از سایت سازمان بورس و نرم‌افزار ره‌آورد نوین استفاده گردید و سپس داده‌های جمع‌آوری شده به وسیله نرم افزار ایوبوز مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت و نتایج نشان داد ویژگی‌های کمیته حسابرسی بر تعهد افشای مسئولیت اجتماعی شرکت اثرگذار است. همچنین، حضور زنان در هیئت‌مدیره بر رابطه بین ویژگی‌های کمیته حسابرسی و افشای مسئولیت اجتماعی تأثیرگذار است.

واژگان کلیدی: مسئولیت اجتماعی شرکت، کمیته حسابرسی، حضور زنان در هیئت‌مدیره

^۱ استادیار، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه گنبد کاووس، گنبد کاووس، ایران (نویسنده مسئول). ایمیل: vahidoskou@gonbad.ac.ir

^۲ استادیار گروه حسابداری، دانشکده علوم انسانی، موسسه آموزش عالی اشراق، خراسان شمالی، ایران.

^۳ مدرس گروه حسابداری، دانشگاه گنبد کاووس، گنبد کاووس، ایران

۱. مقدمه



شرکت‌ها باید انتظارات مالی و غیرمالی خود را تحت فشار شفافیت، اخلاق و قابلیت اطمینان به دست آورند (لین و همکاران، ۲۰۲۴). این در حالی است که منافع ذی‌نفعان متعددی را مورد توجه قرار می‌دهند. نظریه نمایندگی معتقد است که افشای مسئولیت اجتماعی شرکت موجب کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بین سهام‌داران و مدیران می‌شود و اطلاعاتی را در مورد روابط بین شرکت‌ها و کارکنان، محیط و جامعه به سرمایه‌گذاران ارائه می‌دهد (سینگ و همکاران، ۲۰۲۴). از طرفی شرکت‌ها تمایل دارند برای بهبود شهرت خود دست به افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی خود بزنند چرا که چنین افشای اطلاعات غیرمالی مشارکت شرکت‌ها در مسائل اجتماعی و زیست‌محیطی را به ذی‌نفعان و جامعه منتقل می‌کند (نور-فائز و همکاران، ۲۰۲۴).

همان‌طور که سینگ و همکاران (۲۰۲۴) اشاره می‌کنند، افشای اطلاعات غیرمالی ممکن است به سهام‌داران کمک کند تا تصمیم بگیرند در چه شرکت‌هایی سرمایه‌گذاری کنند؛ لذا، شرکت‌هایی که سازوکارهای حاکمیت شرکتی قوی‌تری دارند، به احتمال زیاد شفافیت و اخلاق را تضمین می‌کنند و در عین حال به تحصیل درآمد ادامه می‌دهند (آخون و همکاران، ۲۰۲۴).

تحقیقات گذشته ارتباط بین مکانیسم حاکمیت شرکتی و افشای مسئولیت اجتماعی را بررسی کردند (واریس و همکاران، ۲۰۲۴). اما با این وجود، شرکت‌هایی که از مکانیسم‌های حاکمیتی ضعیفی برخوردارند ممکن است تحت فشار اجباری از سوی سهام‌داران قدرتمند قرار بگیرند (مورونگا، ۲۰۲۲) که ممکن است منجر به استانداردهای بالاتر برای افشای مسئولیت اجتماعی به جای انگیزه‌های سود شود (ادیاگبایا، ۲۰۲۳). محققان نسبت به قابلیت اعتماد و سودمندی گزارش‌های مسئولیت اجتماعی شرکت تردید داشتند و استدلال کردند که صحت، قابلیت اطمینان و دقت آن‌ها ناشناخته است (مونزا، ۲۰۲۰). همچنین، شرکت‌ها ممکن است در هیئت‌مدیره خود مدیران فرصت‌طلبی داشته باشند که به طور استراتژیک از افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی برای منافع شخصی خود استفاده می‌کنند.

برای کاهش چنین وضعیتی، شرکت‌ها امکان دارند با پیاده‌سازی ابزارهای کنترل داخلی مانند کمیته‌های حسابرسی با حداقل رساندن عدم تقارن اطلاعاتی بین آن‌ها، تضاد بین نمایندگان و مدیران را کاهش دهد و حقوق ذی‌نفعان را تضمین کند (کارامانو و ویفاس^۱، ۲۰۰۵). همچنین، کیفیت و شفافیت گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکتی را افزایش می‌دهند

^۱ - Karamanou and Vafeas

لی و یانگ^۱، ۲۰۱۵). به‌طوری‌که، فاما^۲ (۱۹۸۰)؛ فاما و جنسن^۳ (۱۹۸۳) بیان کردند که کمیته‌های حسابرسی مسئول عملکردهای کنترلی هستند که یکپارچگی شیوه‌های گزارشگری مالی را تضمین می‌کنند.

اگرچه نقش سنتی کمیته حسابرسی از افشای اجباری مالی ناشی می‌شود، فشار قوی از طرف سهام‌داران برای گنجانیدن افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی منجر به گسترش این نقش شده است (سینگ و همکاران، ۲۰۲۴). با این حال، علی‌رغم وجود تحقیقات گذشته در مورد نقش کمیته حسابرسی به‌عنوان یک نهاد تصمیم‌گیری اصلی برای افشای داوطلبانه اطلاعات مسئولیت اجتماعی، هیچ تحقیقی تأثیر اثربخشی ویژگی‌های کمیته حسابرسی بر تعهد افشای مسئولیت اجتماعی با تأکید بر نقش تعدیلی حضور زنان در هیئت‌مدیره را بررسی نکرده است؛ لذا در این پژوهش به دنبال پاسخگویی به سؤالات زیر است:

- ۱- آیا اثربخشی ویژگی‌های کمیته حسابرسی بر تعهد افشای مسئولیت اجتماعی تأثیرگذار است؟
- ۲- آیا حضور زنان در هیئت‌مدیره تأثیر اثربخشی ویژگی‌های کمیته حسابرسی بر تعهد افشای مسئولیت اجتماعی را تعدیل می‌کند؟

۲. پیشینه تجربی پژوهش

رودیتو و همکاران (۲۰۲۳)، به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و سرمایه اجتماعی: سفر مشارکت جامعه به سمت برنامه توانمندسازی جامعه در کشور در حال توسعه پرداختند و این مطالعه نشان داد که افرادی که به‌خوبی با یکدیگر کنار می‌آیند، به‌احتمال زیاد به‌سرعت با فعالیت‌های برنامه سازگار می‌شوند. پیوندهای صمیمی شرکت‌کنندگان همچنین محیطی را ایجاد می‌کند که در آن شرکت‌کنندگان می‌توانند آشکارا درباره مسائل خود بحث کنند و درک خود را توسعه دهند که به ادامه برنامه در آینده و رسیدن به اهداف کمک می‌کند. کیستو و سوکرام (۲۰۲۲)، به بررسی رابطه بین بودجه‌بندی سرمایه و مسئولیت شرکتی پرداخت و نتایج بیان کرد که اگر شرکت‌هایی در ترینیداد و توباگو می‌خواهند به شرکت‌های پایدار تبدیل شوند، باید روش‌های ارزیابی را اتخاذ کنند که بیشتر شبیه هزینه‌های داخلی و خارجی باشد. شرکت‌هایی وجود دارند که مایلند نگرانی‌های زیست‌محیطی و اجتماعی را در برنامه‌ریزی پروژه‌های سرمایه‌ای نادیده بگیرند، اما با افزایش تقاضا برای مسئولیت‌پذیری بیشتر شرکت‌ها، نادیده گرفتن این مسائل می‌تواند پیامدهای مالی و بازاری جدی داشته باشد؛ بنابراین ضروری

^۱ -Li and Yang

^۲ -Fama

^۳ -Fama and Jensen



است که شرکت‌ها تغییر ایدئولوژیک را به سمت پایدار شدن به شیوه‌ای کل‌نگر انجام دهند. غفور و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهشی به بررسی رابطه بین ویژگی‌های کمیته حسابرسی و مدیریت ریسک شرکت با همزمانی قیمت سهام با استفاده از یک نمونه متشکل از ۴۳۷ شرکت در ایالات متحده طی دوره زمانی ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۷ پرداختند. آن‌ها نشان دادند که اعضای زن و کارشناسان مالی زن در کمیته حسابرسی با همزمانی قیمت سهام رابطه منفی و معناداری دارند. همچنین آن‌ها بر این باورند که مدیریت ریسک بر همزمانی قیمت سهام رابطه منفی و معناداری دارد. پاتریک (۲۰۲۱) به پژوهشی تحت عنوان بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و بودجه‌بندی سرمایه‌ای پرداخت و نتایج نشان داد که ترجیحات مدیران برای سرمایه‌گذاری مسئولیت اجتماعی شرکتی می‌تواند بر رفتار حتی در حضور انگیزه‌های اقتصادی رقابتی و هنجارهای اجتماعی تأثیر بگذارد. در نهایت، تجزیه و تحلیل سود شرکت نشان می‌دهد که شرکت‌ها ممکن است از نظر مالی با مدیرانی که بر اساس اولویت‌ها برای سرمایه‌گذاری‌های مسئولیت اجتماعی شرکت عمل می‌کنند به جای مدیرانی که ترجیحات قوی برای ثروت دارند، وضعیت بهتری داشته باشند. این نتیجه به این دلیل به دست می‌آید که مدیران با اولویت‌های مسئولیت اجتماعی قوی به اندازه مدیرانی که ترجیحات قوی برای ثروت دارند، سستی ایجاد نمی‌کنند. شمس‌الدین و همکاران (۱۴۰۱)، به ارائه مدلی به منظور توسعه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها پرداختند و نتایج پژوهش نشان داد که مدل اجرای مسئولیت اجتماعی دارای ۷ سطح می‌باشد و عوامل فشار ذی‌نفعان، مالکیت شرکت و اندازه شرکت جز مؤثرترین عوامل مسئولیت اجتماعی شرکت و زیربنایی اجرای آن می‌باشند. همچنین عوامل افزایش اعتماد عمومی، بهبود عملکرد مالی، کارایی سرمایه‌گذاری و کاهش ریسک قیمت سهام ماهیت اثرپذیری دارند. نتیجه‌گیری: از آنجایی که عوامل اثرپذیر در نتیجه فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی به دست می‌آیند، مدیران و سیاست‌گذاران بایستی بر عوامل دیگری که باعث به وجود آمدن این عوامل می‌شوند (عوامل زیربنایی مدل) تمرکز نمایند. بشیری منش و همکاران (۱۴۰۱) مسئولیت اجتماعی شرکت و حضور زنان در هیئت مدیره ۱۲۹ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۹ را مورد بررسی قرار دادند و نتایج نشان داد که حضور مدیران زن در هیئت مدیره تأثیر مستقیم و معناداری بر ایفای مسئولیت اجتماعی داخلی و خارجی شرکت‌ها و میزان افشای عملکرد اجتماعی دارد. در نتیجه حضور زنان به عنوان یکی از سازوکارهای حاکمیت شرکتی منجر به ایفای بهتر مسئولیت اجتماعی و افزایش میزان افشای اطلاعات گردد. علیخانی و همکاران (۱۴۰۰) ویژگی‌های کمیته حسابرسی و خوانایی گزارش حسابرسی در ۷۲ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۷ را مورد بررسی قرار دادند و نتایج تجزیه و تحلیل داده‌های شرکت‌ها با استفاده از رگرسیون چندمتغیره، نشان می‌دهد اندازه، استقلال و تخصص مالی اعضای کمیته حسابرسی با خوانایی

گزارش حسابرسی که با دو شاخص فوگ و طول متن اندازه‌گیری شد، رابطه معناداری ندارند. بشیری منش و وقفی (۱۴۰۰) تأثیر حضور زنان در هیئت‌مدیره بر ویژگی‌های کیفی اطلاعات مالی در ۱۲۵ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۸ مورد بررسی قرار دادند و دریافتند که وجود زن در ساختار مدیریت شرکت‌های بورسی موجب افزایش کیفیت اطلاعات شرکت شده است. بدین شکل که حضور زنان بین اعضای هیئت‌مدیره که تنوع جنسیتی اعضای هیئت‌مدیره است، تأثیر مستقیم و معناداری بر بیان صادقانه گزارش‌های مالی و به‌موقع بودن گزارش‌های مالی دارد و همچنین باعث افزایش قابلیت مقایسه صورت‌های مالی می‌شود.

۳. فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اول: استقلال کمیته‌های حسابرسی بر تعهد افشای مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیرگذار است.

فرضیه دوم: تعداد جلسات کمیته حسابرسی بر تعهد افشای مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیرگذار است.

فرضیه سوم: حضور زنان در هیئت‌مدیره تأثیر استقلال کمیته‌های حسابرسی بر تعهد افشای مسئولیت اجتماعی را تعدیل می‌کند.

۴. روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش، از لحاظ شیوه اجرا تحقیقی شبه تجربی و پس‌رویدادی، در حوزه تحقیقات اثباتی حسابداری و مبتنی بر اطلاعات واقعی است. در این پژوهش پژوهشگر به دنبال کشف و بررسی روابط بین عوامل و شرایط خاص یا نوع رفتاری که قبلاً وجود داشته یا رخ داده، از طریق مطالعه نتایج حاصل از آن‌ها است؛ به عبارت دیگر پژوهشگر در پی بررسی امکان وجود روابط علت و معلولی از طریق مشاهده نتایج موجود و زمینه قبلی آن‌ها به امید یافتن علت وقوع پدیده یا عملی می‌باشد. روش پژوهش یکی از عواملی است که بر پژوهش و نتایج حاصل از آن اثر جدی دارد؛ بنابراین پژوهش از لحاظ طبقه‌بندی بر مبنای هدف از نوع کاربردی است، همچنین پژوهش از لحاظ ماهیت و روش توصیفی است.

۵. جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری این تحقیق کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشند که از ابتدای سال ۱۳۹۶ لغایت تا پایان سال ۱۴۰۱ در بورس فعال بوده‌اند.

برای انتخاب نمونه آماری مناسب که یک نماینده مناسبی برای جامعه آماری موردنظر باشد از روش حذفی سیستماتیک استفاده شده است. برای این منظور ۴ معیار در نظر گرفته شده است. معیارهای مذکور عبارت‌اند از:

- ۱- سال مالی شرکت‌های موردبررسی منتهی به پایان اسفندماه باشد (به دلیل یکسان بودن شرایط سال مالی شرکت‌ها و عملیات آن‌ها)
- ۲- جزء شرکت‌های سرمایه‌گذاری و واسطه‌گری مالی و بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری نباشد (به دلیل یکسان بودن ماهیت عملیات شرکت‌ها)
- ۳- شرکت موردنظر طی دوره پژوهش فعالیت مستمر داشته و سهام آن مورد معامله قرار گرفته باشد (به دلیل اصل تداوم فعالیت و معامله شدن سهام آن‌ها)
- ۴- در دوره تحقیق تغییر سال مالی نداشته باشد.

۶. متغیرها و نحوه اندازه‌گیری آن‌ها

این پژوهش از سه نوع متغیر شامل وابسته، مستقل و کنترلی تشکیل شده است که در ادامه به صورت تفصیلی به هریک از متغیرها پرداخته شده است:

متغیر وابسته: افشای مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR)

باتوجه به معیارهایی که مؤسسه آمریکایی معروف به KLD که هر ساله سازمان‌ها را بر اساس معیارهای اجتماعی و زیست‌محیطی رتبه‌بندی می‌کند اندازه‌گیری شده است. مسئولیت‌پذیری اجتماعی در این پژوهش دارای چهار بعد مشارکت اجتماعی (کمک‌های خیریه، کمک‌های نوآورانه، اثرات منفی اقتصادی، عدم پرداخت مالیات)، افشای روابط کارکنان (سود نقدی، مزایا، ضعف بهداشت، کاهش نیرو)، محیط‌زیست (انرژی پاک، کنترل آلودگی، تولید زباله، پرداخت جریمه)، ویژگی محصولات (کیفیت، ایمنی، جریمه ایمنی، جریمه تبلیغات) می‌باشد. با تفاضل نقاط قوت از نقاط ضعف مربوطه نمره آن به دست می‌آید. در نهایت با جمع تمام ابعاد فوق یک نمره کلی برای مسئولیت‌پذیری اجتماعی به دست خواهد آمد. لازم به ذکر است که در صورت وجود هر نقطه ضعف یا نقطه قوت مربوطه عدد یک و در صورت نبود آن‌ها عدد صفر در نظر گرفته خواهد شد. اطلاعات لازم برای این متغیرها در گزارش هیئت‌مدیره شرکت‌ها افشا می‌شود. در این پژوهش از معیارهای مطابق با استانداردهای ایران استفاده شده است. مدل حاضر مدل عینی و کمی معروفی است که تاکنون از طریق نهادهای رسمی در بسیاری از کشورها برای اندازه‌گیری مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی استفاده شده است. مدل به صورت رابطه ۱ می‌باشد (میشرا و همکاران، ۲۰۱۱).

$$CSR-s = CSR-COM-s + CSR-EMP-s + CSR-ENV-s + CSR-PRO-s$$

که در آن:

CSR-COM-S: نمره افشای مشارکت اجتماعی

CSR-EMP-S: نمره افشای روابط کارکنان

CSR-ENV-S: نمره افشای محیط‌زیست

CSR-PRO-S: نمره افشای ویژگی محصولات

اطلاعات مربوط با بازخوانی یادداشت‌های پیوست و گزارش هیئت‌مدیره شرکت‌ها گردآوری شده و در پژوهش حاضر برای معرفی هر یک از ابعاد، باتوجه‌به ماهیت افشاگری در ایران، از شاخص‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی و همچنین از گواهی‌نامه‌های ISO9001 سیستم مدیریت کیفیت ISO14001 و همچنین مدیریت زیست‌محیطی OHSAS 18001 و استاندارد ایمنی و بهداشت استفاده شده است؛ به عبارت دیگر داشتن هر یک از این گواهی‌نامه‌ها (که از طریق مطالعه گزارش‌های شرکت یا سایت رسمی آن به دست می‌آید) عدد ۱ را به خود، در بخش مربوطه اختصاص می‌دهد. نمونه‌هایی از نقاط قوت و ضعف ابعاد مسئولیت اجتماعی در جدول (۱) آورده شده است.

جدول ۱- نقاط ضعف و قوت ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکتی (میشرا و همکاران، ۲۰۱۱)

متغیر	نقاط قوت	نقاط ضعف
مشارکت اجتماعی	۱- کمک‌های خیریه ۲- کمک‌های نوآورانه (کمک به سازمان‌های غیرانتفاعی و مشارکت در طرح‌های عمومی)	۱- اثر نامطلوب اقتصادی (اثر منفی بر کیفیت زندگی و تعطیلی کارخانه) ۲- عدم پرداخت مالیات
روابط کارکنان	۱- به اشتراک گذاشتن سود نقدی ۲- مزایای بازنشستگی	۱- ضعف بهداشت و ایمنی ۲- کاهش نیروی کار
محیط‌زیست	۱- انرژی پاک (استفاده از سوخت‌هایی با آلاینده کمتر) ۲- کنترل آلودگی هوا و کاهش گازهای گلخانه‌ای	۱- تولید زباله‌های خطرناک ۲- پرداخت جریمه به دلیل نقض مقررات مدیریت زباله
ویژگی محصولات	۱- کیفیت محصول ۲- ایمنی محصول	۱- پرداخت جریمه در مورد ایمنی محصول ۲- پرداخت جریمه برای تبلیغات منفی
منبع: حاجی‌ها و شاکری (۱۳۹۸)		

متغیر مستقل: اثربخشی ویژگی‌های کمیته حسابرسی

اثربخشی ویژگی‌های کمیته حسابرسی به عنوان متغیر مستقل پژوهش است که مطابق با پژوهش پوچتا مارتینز و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهش حاضر از دو مورد از ویژگی کمیته حسابرسی استفاده خواهد شد که به قرار زیر می‌باشند:

استقلال کمیته حسابرسی (AC-Ind): با نسبت تعداد اعضای غیرموظف کمیته حسابرسی به تعداد کل اعضای کمیته حسابرسی محاسبه شده است (زلقی و همکاران، ۱۳۹۸).

تعداد جلسات کمیته حسابرسی (AUDMET): بیانگر تعداد گزارش‌های کمیته حسابرسی که در طول سال منتشر شده است (رویایی و ابراهیمی، ۱۳۹۴).
متغیر تعدیل‌گر: حضور زنان در هیئت‌مدیره (Gender)
به شرکت‌هایی که دارای حداقل یک زن در اعضای هیئت‌مدیره شرکت عدد یک و در غیر این صورت عدد صفر تعلق می‌گیرد (بشیری منش و وقفی، ۱۴۰۰).
متغیرهای کنترلی

ارزش شرکت (Firm Value): از نسبت ارزش دفتری به ارزش بازار استفاده شده است.
اندازه شرکت (Size): از طریق لگاریتم طبیعی کل دارایی‌ها محاسبه می‌شود.
اهرم مالی (LEV): از طریق نسبت کل بدهی به کل دارایی‌ها محاسبه می‌شود.
رشد فروش (GS): از طریق تغییرات فروش تقسیم بر فروش ابتدای دوره محاسبه می‌شود.
(رویایی و ابراهیمی، ۱۳۹۴).

۷. مدل‌های رگرسیونی تحقیق

مدل‌های رگرسیونی جهت سنجش فرضیه‌های پژوهش به صورت زیر است:
جهت سنجش فرضیه اول و دوم پژوهش از مدل‌های رگرسیونی زیر بهره خواهیم جست:
$$CSR_{i,t} = \alpha + \beta_1 AC - IND_{i,t} + \beta_2 AUDMEET_{i,t} + \beta_3 LEV_{i,t} + \beta_4 SIZE_{i,t} + \beta_5 FV_{i,t} + \beta_6 GS_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

جهت سنجش فرضیه سوم و چهارم پژوهش از مدل‌های رگرسیونی زیر بهره خواهیم جست:

$$CSR_{i,t} = \alpha + \beta_1 AC - IND_{i,t} + \beta_2 AUDMEET_{i,t} + \beta_3 GENDER_{i,t} + \beta_4 AC - IND_{i,t} * GENDER_{i,t} + \beta_5 AUDMEET_{i,t} * GENDER_{i,t} + \beta_6 LEV_{i,t} + \beta_7 SIZE_{i,t} + \beta_8 FV_{i,t} + \beta_9 GS_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

که در آن:

$CSR_{i,t}$: مسئولیت اجتماعی شرکت i در سال t (متغیر وابسته); $AC - IND_{i,t}$: استقلال کمیته حسابرسی شرکت i در سال t (متغیر وابسته); $AUDMEET_{i,t}$: تعداد جلسات کمیته حسابرسی شرکت i در سال t (متغیر وابسته); $GENDER_{i,t}$: حضور زنان در هیئت‌مدیره شرکت i در سال t (متغیر وابسته); $FV_{i,t}$: ارزش شرکت i در سال t (متغیر

مستقل؛ $LEV_{i,t}$: اهرم مالی شرکت i در سال t (متغیر کنترلی)؛ $SIZE_{i,t}$: اندازه شرکت i در سال t (متغیر کنترلی)؛ $GS_{i,t}$: رشد فروش شرکت i در سال t (متغیر کنترلی)؛ $\varepsilon_{i,t}$: ضریب خطای شرکت i در سال t .

۸. ویژگی‌های توصیفی متغیرها

این ویژگی‌ها شامل اطلاعات آماری همانند میانگین، میانه، حداکثر، حداقل، انحراف معیار و تعداد مشاهدات می‌باشد که اطلاعات اولیه‌ای از چگونگی داده‌های مورد استفاده در مدل به ما می‌دهد.

جدول (۱): آمار توصیفی متغیرهای تحقیق

متغیر	نماد متغیر	میانگین	میانه	حداقل	حداکثر	انحراف معیار
استقلال کمیته حسابرسی	AUD-IN	۰/۷۱۳۸	۰/۶۹۸	۰/۲۲۲	۰/۶۶۶	۰/۱۸۶۲
تعداد جلسات کمیته حسابرسی	AUDMEET	۱۵/۰۰۰	۱۴/۳۲۴	۱۲/۰۰۰	۲۴/۰۰۰	۱/۴۶۵۲
مسئولیت اجتماعی شرکت	CSR	۱۱/۴۴۴	۱۱/۰۰۰	۶/۰۰۰	۱۷/۰۰۰	۳/۴۶۷
اندازه شرکت	SIZE	۶/۴۱۱	۶/۲۸۳	۴/۲۰۹	۹/۰۴۵	۰/۸۰۱
اهرم مالی	LEV	۰/۵۲۹	۰/۵۲۱	۰/۰۱۲	۱/۵۶۵	۰/۲۱۶
ارزش شرکت	FV	۰/۲۲۶۷	۰/۱۳۹۲	۰/۲۱۴۰	۰/۸۹۳۵	۰/۵۲۱۰

در نگاره فوق برخی از مفاهیم آمار توصیفی متغیرها شامل میانگین، میانه، حداقل، حداکثر مشاهده‌ها به عنوان شاخص‌های مرکزی و انحراف معیار به عنوان شاخص پراکندگی و ضریب کشیدگی، ضریب چولگی به عنوان شاخص‌های توزیعی ارائه شده است. اصلی‌ترین شاخص مرکزی، میانگین است که بیانگر نقطه تعادل و مرکز ثقل توزیع است و شاخص خوبی برای نشان دادن مرکزیت داده‌ها است. برای مثال مقدار میانگین مسئولیت اجتماعی شرکت نشان می‌دهد که به طور متوسط شرکت‌های نمونه از ۱۱/۴۴۴ مسئولیت اجتماعی برخوردار هستند. همچنین میانه مسئولیت اجتماعی شرکت حاکی از آن است که نیمی از شرکت‌ها بیشتر از میزان ۱۱ مورد از مسائل مربوط به مسئولیت اجتماعی را افشا و نیمی دیگر کمتر از این میزان را افشا کرده‌اند. انحراف معیار یکی از مهمترین پارامترهای پراکندگی است و معیاری برای میزان پراکندگی مشاهدات از میانگین است؛ مقدار این پارامتر برای متغیر انحراف معیار اندازه شرکت برابر با ۰/۸۰۱ است.



جدول (۲). آمار توصیفی متغیرهای موهومی سازوکارهای حاکمیت شرکتی (منبع: پایه داده‌های تحقیق)

نام متغیر	تعداد مشاهده	میانگین کل	انحراف معیار	تعداد صفر	تعداد یک
حضور زنان در هیئت مدیره	۱۰۰۲ (سال- شرکت) شامل ۱۶۷ شرکت	۰/۳۸۹	۰/۴۲۳	۶۵۴ (۶۵ درصد)	۳۴۶ (۳۵ درصد)

همان‌طور که در جدول (۲) نشان داده شده است، جمع کل شرکت-سال‌های بررسی شده برابر با ۱۰۰۲ است که از بین آن‌ها تعداد ۶۴۴ شرکت-سال، یعنی ۶۵ درصد شرکت‌ها از اعضای هیئت‌مدیره مرد و ۳۵ درصد را زنان برخوردارند.

۹. آزمون مانایی متغیرهای پژوهش

یکی از عمده‌ترین مشکلات که در رگرسیون سری‌های زمانی ممکن است رخ دهد، پدیده رگرسیون ساختگی می‌باشد. رگرسیون ساختگی به وضعیتی اطلاق می‌شود که در آن علیرغم وجود ضریب تعیین بالا، رابطه معناداری بین متغیرها وجود ندارد. به‌منظور اطمینان از نتایج پژوهش و ساختگی نبودن روابط موجود در رگرسیون و معنادار بودن متغیرها، اقدام به انجام آزمون مانایی لوین، لین و چو برای متغیرهای پژوهش شده است. جدول (۳) نتایج آزمون مانایی متغیرها را نشان می‌دهد. نتایج نشان می‌دهد که مقدار این آماره برای هر یک از متغیرها معنادار بوده، لذا فرضیه صفر مبنی بر وجود ریشه واحد متغیرها رد می‌شود. به‌بیان دیگر، مانایی داده‌ها تأیید می‌گردد.

جدول (۳): آزمون مانایی متغیرهای پژوهش

متغیر	CSR	ACIND	ACMEET	GENDER	LEV	SIZE	FV	GS
آماره IPS	-۲/۶۳۴	-۸/۳۹۲	-۲/۵۳۶	-۶/۰۱۹	-۱۱/۸۷۵	-۱/۳۶۵	-۲/۳۰۰	-۱۲/۳۶
سطح معناداری	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰۲	۰/۰۰
نتیجه آزمون	I(۰)	I(۰)	I(۰)	I(۰)	I(۰)	I(۰)	I(۰)	I(۰)
آماره LLC	-۵/۱۱	-۴/۸۸	-۵/۳۶	-۴/۶۳	-۶/۷۴	-۵/۳۹	-۳/۴۲	-۳/۹۵
سطح معناداری	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰
نتیجه آزمون	I(۰)	I(۰)	I(۰)	I(۰)	I(۰)	I(۰)	I(۰)	I(۰)

۱۰. آزمون لیمر و هاسمن

قبل از تخمین مدل لازم است که روش تخمین (تلفیقی یا تابلویی) مشخص شود. برای این منظور از آزمون چاو استفاده شده است. طبق جدول (۴) احتمال لیمر مدل پژوهش کمتر از ۵ درصد می‌باشد؛ بنابراین برای تخمین تمام مدل‌ها از روش تابلویی استفاده می‌شود. با توجه به

اینکه نتایج آزمون هاسمن برای مدل پژوهش کمتر از ۵ درصد می‌باشد، لذا جهت تخمین مدل از روش اثرهای ثابت استفاده شده است.

جدول (۴): آزمون چاو و هاسمن

نتایج آزمون چاو (F لیمر)					نتایج آزمون هاسمن				
مدل	آماره	درجه آزادی	سطح خطا	روش پذیرفته شده	مدل	آماره	درجه آزادی	سطح خطا	روش پذیرفته شده
مدل ۱	۱۰/۹۰۳	۱۶۶/۷۰۷	۰/۰۰۰	روش داده‌های تلفیقی	مدل ۱	۱۳/۶۵۸	۴	۰/۰۰۰۸۵	روش اثرات ثابت
مدل ۲	۷/۸۷۳	۱۶۶/۷۰۷	۰/۰۰۰	روش داده‌های تلفیقی	مدل ۲	۱۲/۶۰۸	۵	۰/۰۲۵۳	روش اثرات ثابت

نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

نتیجه آزمون فرضیه اول

جدول (۵): نتایج برآورد مدل اول پژوهش

$CSR_{i,t} = \alpha + \beta_1 AC - IND_{i,t} + \beta_2 AUDMEET_{i,t} + \beta_3 LEV_{i,t} + \beta_4 SIZE_{i,t} + \beta_5 FV_{i,t} + \beta_6 GS_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$				
متغیر	ضرایب	خطای استاندارد	آماره t	احتمال
ضریب ثابت	۴/۴۴۱	۰/۲۶۰	۱۷/۰۶۱	۰/۰۰۰
استقلال کمیته حسابرسی	۰/۲۰۶	۰/۰۶۱۵	۳/۳۴۹	۰/۰۰۰
تعداد جلسات کمیته حسابرسی	۰/۰۷۶	۰/۰۲۰	۳/۸۶۴	۰/۰۰۰۹
اندازه شرکت	۰/۰۵۳	۰/۰۲۶	۲/۰۳۸	۰/۰۲۴۱
اهرم مالی	۰/۱۱۹	۰/۰۴۶۹	۲/۵۳۲	۰/۰۰۷
ارزش شرکت	۰/۱۵۳	۰/۰۵۳۷	۲/۸۴۹	۰/۰۰۴
رشد شرکت	۰/۲۴۸	۰/۰۵۴۶	۴/۵۴۲	۰/۰۰۰
ضریب تعیین	۰/۴۹۸			
ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۴۵۳			
دوربین- واتسون	۲/۱۸۶			
آماره F	۱۲/۳۱۵۹			
احتمال (آماره F)	۰/۰۰۰۰			
متغیر وابسته پژوهش: مسئولیت اجتماعی شرکت				
منبع: یافته‌های پژوهش‌گر				



جهت آزمون فرضیه اول پژوهش با توجه به سطح معناداری متغیر استقلال کمیته حسابرسی که مقدار آن (۰/۰۰۰۰) است و با توجه به سطح معناداری موردقبول ۹۵ درصد می‌توان اظهار داشت که فرضیه اول پژوهش موردقبول بوده و بدین معنی که استقلال کمیته حسابرسی بر مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر مثبت دارد. همان‌طور که در جدول فوق قابل مشاهده است ستون ضریب متغیر استقلال کمیته حسابرسی از نظر آماری بیانگر آن است که اگر یک واحد استقلال کمیته حسابرسی تغییر کند، به میزان (۰/۲۰۶) واحد مسئولیت اجتماعی شرکت افزایش می‌یابد، چراکه مقدار ضریب بدست آمده متغیر مثبت است؛ لذا باعث افزایش در این ارتباط می‌شود.

جهت آزمون فرضیه دوم پژوهش با توجه به سطح معناداری متغیر تعداد جلسات کمیته حسابرسی که مقدار آن (۰/۰۰۰۹) است و با توجه به سطح معناداری موردقبول ۹۵ درصد می‌توان اظهار داشت که فرضیه دوم پژوهش موردقبول بوده و بدین معنی که تعداد جلسات کمیته حسابرسی بر مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر مثبت دارد. همان‌طور که در جدول فوق قابل مشاهده است ستون ضریب متغیر تعداد جلسات کمیته حسابرسی از نظر آماری بیانگر آن است که اگر یک واحد تعداد جلسات کمیته حسابرسی تغییر کند، به میزان (۰/۰۷۶) واحد مسئولیت اجتماعی شرکت افزایش می‌یابد، چراکه مقدار ضریب بدست آمده متغیر مثبت است؛ لذا باعث افزایش در این ارتباط می‌شود. همچنین سایر متغیرهای کنترلی پژوهش از جمله اهرم مالی، ارزش شرکت، اندازه شرکت و رشد شرکت با توجه به سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ که نشان‌دهنده آن است که در سطح معناداری ۰/۹۵ موردقبول بوده و بنابراین ارتباط بین متغیرهای کنترلی پژوهش و مسئولیت اجتماعی شرکت مورد تأیید قرار گرفت.

نتیجه آزمون فرضیه دوم

جدول (۶): نتایج برآورد مدل پژوهش

$CSR_{i,t} = \alpha + \beta_1 AC - IND_{i,t} + \beta_2 AUDMEET_{i,t} + \beta_3 GENDER_{i,t} + \beta_4 AC - IND_{i,t} * GENDER_{i,t} + \beta_5 AUDMEET_{i,t} * GENDER_{i,t} + \beta_6 LEV_{i,t} + \beta_7 SIZE_{i,t} + \beta_8 FV_{i,t} + \beta_9 GS_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$				
متغیر	ضرایب	خطای استاندارد	آماره ی t	احتمال
ضریب ثابت	۰/۰۳۵	۰/۰۳۶	۰/۹۸۳	۰/۳۲۶
استقلال کمیته حسابرسی	۰/۳۰۸	۰/۰۷۸۷	۳/۹۱۳	۰/۰۰۰
تعداد جلسات کمیته حسابرسی	۰/۱۷۹	۰/۰۴۵	۳/۹۷۷	۰/۰۰۰۵
حضور زنان در هیئت‌مدیره	۳/۵۲۹	۱/۱۵۰	۳/۰۶۸	۰/۰۰۴۶
اثر تعاملی حضور زنان در هیئت‌مدیره و استقلال کمیته حسابرسی	۰/۱۶۲	۰/۰۷۱	۲/۲۸۱	۰/۰۲۲۶
اثر تعاملی حضور زنان در هیئت‌مدیره و تعداد جلسات کمیته حسابرسی	۰/۵۵۷	۰/۲۲۵	۲/۴۷۵	۰/۰۲۰۸



اندازه‌ی شرکت	۲/۳۶۱	۰/۴۱۱	۵/۷۳۳	۰/۰۰۰
اهرم مالی	۲/۶۲۲	۰/۵۳۶	۴/۸۸۶	۰/۰۰۰
نرخ بازده دارایی	۲/۴۰۰	۰/۴۴۳	۵/۴۱۲	۰/۰۰۰
ضریب تعیین	۰/۴۸۳			
ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۴۷۹			
دوربین- واتسون	۲/۳۱۲			
آماره‌ی F	۱۵/۷۰۱۶			
احتمال (آماره‌ی F)	۰/۰۰۰۰۰			
متغیر وابسته پژوهش: دوره بازگشت سرمایه شرکت				
منبع: یافته‌های پژوهش‌گر				

جهت آزمون فرضیه سوم پژوهش با توجه به سطح معناداری متغیر اثر تعاملی حضور زنان در هیئت‌مدیره که مقدار آن (۰/۰۲۲۶) است و با توجه به سطح معناداری موردقبول ۹۵ درصد می‌توان اظهار داشت که فرضیه سوم پژوهش موردقبول بوده و بدین معنی که حضور زنان در هیئت‌مدیره بر ارتباط مثبت بین استقلال کمیته حسابرسی و مسئولیت اجتماعی شرکت را تشدید می‌کند. همان‌طور که در جدول فوق قابل مشاهده است ستون ضریب متغیر اثر تعاملی حضور زنان در هیئت‌مدیره و استقلال کمیته حسابرسی از نظر آماری بیانگر آن است که اگر یک واحد حضور زنان در هیئت‌مدیره تغییر کند، به میزان (۰/۱۶۲) واحد ارتباط بین استقلال کمیته حسابرسی و مسئولیت اجتماعی شرکت تشدید می‌یابد، چراکه مقدار ضریب بدست آمده متغیر مثبت است؛ لذا باعث افزایش در این ارتباط می‌شود.

جهت آزمون فرضیه چهارم پژوهش با توجه به سطح معناداری متغیر اثر تعاملی حضور زنان در هیئت‌مدیره که مقدار آن (۰/۰۲۰۸) است و با توجه به سطح معناداری موردقبول ۹۵ درصد می‌توان اظهار داشت که فرضیه چهارم پژوهش موردقبول بوده و بدین معنی که حضور زنان در هیئت‌مدیره بر ارتباط مثبت بین تعداد جلسات کمیته حسابرسی و مسئولیت اجتماعی شرکت را تشدید می‌کند. همان‌طور که در جدول فوق قابل مشاهده است ستون ضریب متغیر اثر تعاملی حضور زنان در هیئت‌مدیره و تعداد جلسات کمیته حسابرسی از نظر آماری بیانگر آن است که اگر یک واحد حضور زنان در هیئت‌مدیره تغییر کند، به میزان (۰/۵۵۷) واحد ارتباط بین تعداد جلسات کمیته حسابرسی و مسئولیت اجتماعی شرکت تشدید می‌یابد، چراکه مقدار ضریب بدست آمده متغیر مثبت است؛ لذا باعث افزایش در این ارتباط می‌شود. همچنین سایر متغیرهای کنترلی پژوهش ازجمله اهرم مالی، ارزش شرکت، اندازه شرکت و رشد شرکت با توجه به سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ که نشان‌دهنده آن است که در سطح معناداری ۰/۹۵ موردقبول بوده و

بنابراین ارتباط بین متغیرهای کنترلی پژوهش و مسئولیت اجتماعی شرکت مورد تأیید قرار گرفت.

۱۱. نتیجه‌گیری و پیشنهادهای پژوهشی

نتایج بدست آمده از فرضیه‌های اول و دوم پژوهش را که به بررسی تاثیر استقلال کمیته حسابرسی و تعداد جلسات کمیته حسابرسی بر تعهد افشای مسئولیت اجتماعی شرکت می‌پردازد را می‌توان به صورت ذیل استنباط و تفسیر کرد: بر اساس تئوری نمایندگی، کمیته‌های حسابرسی به‌عنوان مکانیزمی برای کاهش مشکلات نمایندگی بین مالکیت و مدیران، از طریق همسوسازی منافع مدیران و ذی‌نفعان (اسماعیلی و همکاران، ۱۳۹۷)، بهبود گزارشگری تجاری (حیدرپور و نظری‌تجر، ۱۳۹۷) و کاهش رفتار فرصت‌طلبانه مدیران (نور-فائز و همکاران، ۲۰۱۴) عمل می‌کنند. همچنین، این تئوری و تئوری ذی‌نفعان تأکید می‌کنند کمیته‌های حسابرسی باید شرکت‌ها را در تعهد به رفتارهای زیست‌محیطی و اجتماعی که منافع جامعه و ذی‌نفعان را تقویت می‌کند، مشارکت دهند. براین‌اساس، کمیته‌های حسابرسی وظیفه دارد به ذی‌نفعان اطلاعات شفاف و قابل‌اعتماد در خصوص عملکرد مسئولیت اجتماعی در شرکت‌ها ارائه دهد. در سایه تئوری ذی‌نفعان، مسئولیت اجتماعی شرکت ممکن است همچون راهی مؤثر روابط بین شرکت و سهام‌داران را مدیریت کند. چرا که مدیران تمایل دارند برای حفظ رابطه با سهام‌داران هر راهی را انجام دهند. علاوه بر این، این رویکرد نشان می‌دهد که شرکت‌ها باید به دلایل اخلاقی در قبال همه ذی‌نفعان مسئول باشند و مدیران و ذی‌نفعان در بسیاری از مسائل از جمله افشای اطلاعات محیطی و اجتماعی مشارکت داشته باشند. همچنین وجود مدیران مستقل در کمیته‌های حسابرسی باعث بهبود شفافیت‌سازی در شرکت می‌شود. همچنین، فاما و جنسن (۱۹۸۳) پیشنهاد کردند که وجود مدیران مستقل در کمیته‌های حسابرسی بر موجب نظارت بر عملکرد مدیران می‌شود و مشکلات نمایندگی و عدم تقارن اطلاعات کاهش می‌یابد. تحقیقات گذشته در خصوص اینکه آیا استقلال کمیته حسابرسی می‌تواند بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیرگذار باشد، به نتیجه قطعی دست نیافته‌اند. به طور مثال، قادری و همکاران (۲۰۲۰) نشان دادند مدیران مستقل در کمیته حسابرسی بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر مثبت و معناداری دارد؛ همچنین، هانیفا و کوک (۲۰۰۵)؛ آلتوایی و حسینی (۲۰۱۶)؛ علی و همکاران (۲۰۱۷) نشان دادند که بین استقلال کمیته حسابرسی و افشای مسئولیت اجتماعی ارتباط منفی وجود دارد؛ بنابراین، اگرچه حاکمیت شرکتی به حضور مدیران مستقل در کمیته‌های حسابرسی را اصرار می‌ورزد، اما، به نظر می‌رسد حضور آن‌ها تأثیر منفی بر افشای مسئولیت اجتماعی دارد، زیرا آن‌ها دانش کافی در مورد مسئولیت اجتماعی ندارند و اهمیت بیشتری به عملکرد مالی نسبت به موضوعات مسئولیت اجتماعی می‌دهند و استقلال آن‌ها واقعی نیست. در

نتیجه، مدیران مستقل در کمیته‌های حسابرسی می‌توانند افشای مسئولیت اجتماعی را کاهش دهند.

از سوی دیگر شرکت‌هایی که از هزینه‌های نمایندگی بالایی برخوردار هستند اغلب از فعالیت‌های نظارتی مانند کمیته‌های حسابرسی جهت کاهش این هزینه‌ها استفاده می‌کنند. حضور منظم در جلسات کمیته نشان‌دهنده تعهد مدیر به انجام وظایف امانت‌داری خود در راستای انتظارات ذی‌نفعان است. در این راستا، دزوان و همکاران (۲۰۱۱) دریافتند که حضور منظم اعضا در جلسات یک محرک کلیدی در ارتقای اثربخشی کمیته حسابرسی است. جیزی و همکاران (۲۰۱۴) همچنین استدلال کردند که تعداد شرکت‌کنندگان در جلسات کمیته حسابرسی، نماینده خوبی برای تعیین حسن‌نیت و تلاش آنهاست و این امر بر افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر می‌گذارد. آپوهامی و تاشاکور (۲۰۱۷) نشان دادند شرکت‌هایی که جلسات کمیته حسابرسی بیشتری برگزار می‌کنند، ممکن است اشتباهات و مغایرت‌ها را شناسایی کرده و در نتیجه افشای مسئولیت اجتماعی شرکت را افزایش دهند. این دیدگاه با تئوری ذی‌نفعان مطابقت دارد که نشان می‌دهد حضور در جلسات کمیته حسابرسی که به طور مکرر تشکیل می‌شوند، ممکن است آگاهی و تجربه را در بین اعضا افزایش دهد و منجر به درجه بالاتری از تقویت افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی شود؛ بنابراین، کمیته‌های حسابرسی فعال می‌توانند درباره اطلاعات مالی و سایر موضوعات، مانند اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی بحث کنند.

نتایج بدست آمده از فرضیه‌های سوم و چهارم پژوهش را که به بررسی نقش تعدیل‌کننده حضور زنان در هیئت‌مدیره بر ارتباط بین استقلال کمیته حسابرسی و تعداد جلسات کمیته حسابرسی بر تعهد افشای مسئولیت اجتماعی شرکت می‌پردازد را می‌توان به صورت ذیل استنباط و تفسیر کرد:

باتکیه‌بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت نویسندگانی مانند هاس و سولبرگ (۲۰۰۶) بیان کردند که مدیران زن نسبت به مسائل مسئولیت اجتماعی شرکت حساس‌تر هستند. همچنین، جیاناراکیس و همکاران (۲۰۱۴) استدلال می‌کنند که هیئت‌مدیره زن بیشتر نگران فعالیت‌های اجتماعی و محیطی هست. اورازالین و بایدالتوف (۲۰۲۰)، نشان دادند شرکت‌هایی که اعضای هیئت‌مدیره آن را بیشتر زنان تشکیل می‌دهند، بیشتر به عملکرد محیطی و اجتماعی می‌پردازند. لیو و همکاران (۲۰۲۰) دریافتند که حضور مدیران زن در هیئت‌مدیره نوآوری را در مسائل استراتژیک و مسئولیت اجتماعی شرکت افزایش می‌دهد.

سایر مطالعات انجام شده در خصوص مسائل حسابداری و حاکمیت شرکتی مانند گل و همکاران (۲۰۱۱) و هاس و سولبرگ (۲۰۰۶)، نشان دادند که هیئت‌های مدیره و کمیته‌های حسابرسی با مدیران زن، بیشتر به بحث و گفتگو در خصوص این مسائل می‌پردازند. اما این

موضوع در خصوص کمیته و هیئت‌مدیره شرکت‌هایی که فقط اعضای آن را مردان تشکیل می‌دهند، صدق نمی‌کند. این استدلال‌ها نشان می‌دهد که حضور زنان در هیئت‌مدیره ممکن است اثربخشی کنترل و نظارت کمیته‌های حسابرسی را بهبود بخشد و ممکن است از کمیته‌های حسابرسی برای تشویق به افشای مسئولیت اجتماعی بیشتر حمایت کند. همچنین، براوو و رگوئرا-آلوارادو (۲۰۱۹)، بیان کردند که مدیران زن در کمیته‌های حسابرسی بر کیفیت افشای داوطلبانه نسبت به مسائل زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی تأثیر می‌گذارند؛ بنابراین، مدیران زن تمایل دارند رفتارهای فرصت‌طلبانه را شناسایی کنند (زلچوسکی و بیلیموریا، ۲۰۰۶) و با حساسیت اجتماعی بیشتری نسبت به هم‌تایان مرد خود عمل کنند (روگر و کینگ، ۱۹۹۲) در این رابطه، برنز و همکاران (۱۹۹۹) و من و ونگ (۲۰۱۳)، نشان دادند که مدیران زن تمایل به ریسک کمتری دارند و محافظه‌کارتر از مردان هستند. همچنین عباسی و همکاران (۲۰۲۰)؛ غفور و همکاران (۲۰۲۲)؛ عود دین و همکاران (۲۰۲۱) نشان می‌دهد که سبک‌رفتاری، اخلاقی، مدیریتی و رهبری مدیران زن نسبت به مدیران مرد متفاوت است.

به سازمان بورس اوراق بهادار توصیه می‌شود با اعمال سازوکارهایی شرکت‌ها را مجاب کند که در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی بیشتر شرکت کنند. به شرکت‌ها توصیه می‌شود که برای پایداری بیشتر روش‌های ارزیابی برای فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی در نظر بگیرند چرا که نادیده گرفتن این مسائل می‌تواند پیامدهای مالی و بازاری جدی داشته باشد. همچنین؛ به سرمایه‌گذاران توصیه می‌شود به ترجیحات مدیران برای سرمایه‌گذاری مسئولیت اجتماعی شرکتی توجه کنند چرا که این ترجیحات می‌تواند بر رفتار مدیران حتی در حضور انگیزه‌های اقتصادی رقابتی و هنجارهای اجتماعی تأثیر بگذارد.

منابع

- اسماعیلی، جواد؛ محمدزاده مقدم، محمدباقر و علی محمدی، فرانک. (۱۳۹۷). هزینه نمایندگی و ارزش اطلاعات حسابداری در بازار رقابتی. دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۷(۲۸)، ۷۴-۶۵.
- بشیری منش، نازنین و وقفی، سید حسام. (۱۴۰۰). تأثیر حضور زنان در هیئت‌مدیره بر ویژگی‌های کیفی اطلاعات مالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. زن در توسعه و سیاست، ۱۹(۳)، ۴۷۷-۵۰۰.
- بشیری منش، نازنین؛ قدمیاری، نسرين و احمدی، حدیث. (۱۴۰۱). مسئولیت اجتماعی شرکت و حضور زنان در هیأت مدیره. زن در توسعه و سیاست، ۲۰(۳)، ۳۶۳-۳۴۳.
- حیدرپور، فرزانه و نظری طجر، محمود. (۱۳۹۷). تأثیر هزینه نمایندگی در رابطه نظام حاکمیت شرکتی و هزینه سرمایه سهام. مدیریت دارایی و تامین مالی، ۶(۲)، ۸۵-۹۸.
- شمس‌الدینی، کاظم؛ میثم، نعمتی و شاهره آباد مهدی، عسکری. (۱۴۰۱). ارائه مدلی به منظور توسعه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها. حسابداری و منافع اجتماعی، ۱۲(۱)، ۱۵۶-۱۱۵.

علی خانی، رضیه؛ مران جوری، مهدی و داوودی، سمانه. (۱۴۰۰). ویژگی‌های کمیته حسابرسی و

خوانایی گزارش حسابرسی. بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۲۸ (۱)، ۸۰-۱۰۱.

Aukhoon, M.A., Iqbal, J. and Parray, Z.A. (۲۰۲۴), "Corporate social responsibility supercharged: greening employee behavior through human resource management practices and green culture", Evidence-based HRM, Vol. ۱۲ No. ۴, pp. ۹۴۵-۹۶۵

Ediagbonya, V. (۲۰۲۳), "Towards a Mandatory Corporate Social Responsibility for Banks in Challenging Institutional Contexts: A Case Study of Nigeria", Crowther, D. and Seifi, S. (Ed.) Innovation, Social Responsibility and Sustainability (Developments in Corporate Governance and Responsibility, Vol. ۲۲), Emerald Publishing Limited, Leeds, pp. ۳-۲۴.

Lin, W., Wang, Y., Samara, G. and Lu, J. (۲۰۲۴), "Governance of corporate social responsibility: a platform ecosystem perspective", Management Decision, Vol. ۶۲ No. ۱۲, pp. ۳۷۸۲-۳۸۱۶.

Munro, V. (۲۰۲۰), "CSR Historical and Emerging Themes and Related Terms", CSR for Purpose, Shared Value and Deep Transformation, Emerald Publishing Limited, Leeds, pp. ۱۵-۵۱

Murunga, P. (۲۰۲۲), "An Anecdotal Examination of Corporate Social Responsibility Through an African Eye. The Kenyan Experiences", Ogunyemi, K., Ogunyemi, O. and Anozie, A. (Ed.) Responsible Management in Africa, Volume ۲: Ethical Work and Sustainability, Emerald Publishing Limited, Leeds, pp. ۵۱-۶۶

Noor Faezah, J., Yusliza, M.Y., Ramayah, T., Teixeira, A.A. and Alkaf, A.R. (۲۰۲۴), "Mediating role of green culture and green commitment in implementing employee ecological behaviour", Journal of Management Development, Vol. ۴۳ No. ۳, pp. ۲۵۳-۲۸۲.

Singh, P., Kulshrestha, R. and Vij, S. (۲۰۲۴), "Examining the Impact of Corporate Social Responsibility Practices on Sustainable Organizational Performance in the Indian Tourism Sector", Shaikh, E. and Singh, K. (Ed.) Corporate Social Responsibility, Corporate Governance and Business Ethics in Tourism Management: A Business Strategy for Sustainable Organizational Performance, Emerald Publishing Limited, Leeds, pp. ۶۵-۸۴.

Singh, P., Kulshrestha, R. and Vij, S. (۲۰۲۴), "Examining the Impact of Corporate Social Responsibility Practices on Sustainable Organizational Performance in the Indian Tourism Sector", Shaikh, E. and Singh, K. (Ed.) Corporate Social Responsibility, Corporate Governance and Business Ethics in Tourism Management: A Business Strategy for Sustainable Organizational Performance, Emerald Publishing Limited, Leeds, pp. ۶۵-۸۴

Waris, I., Suki, N.M., Ahmed, A. and Barkat, W. (۲۰۲۴), "Environmental corporate social responsibility initiatives and green customer citizenship behavior in tourism industry: the mediating roles of green trust, customer-company identification and green corporate image", Social Responsibility Journal, Vol. ۲۰ No. ۶, pp. ۱۱۳۸-۱۱۵۶