

تبیین تاثیر کیفیت حسابرسی بر افشای داوطلبانه مسؤلیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها با

تاکید بر نقش مالکان نهادی

عباسعلی دریائی*

چکیده

افشای داوطلبانه مسؤلیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، مفهوم گسترده‌ای دارد که از جنبه‌های مختلفی مورد بررسی قرار گرفته است. هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر کیفیت حسابرسی بر افشای داوطلبانه مسؤلیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها با تاکید بر نقش مالکان نهادی است. مقاله حاضر با استفاده از داده‌های ترکیبی ۱۶۰ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۸ (۱۴۴۰ سال - شرکت) و به روش رگرسیون چندمتغیره انجام شده است. نتایج پژوهش بیانگر آن است که بین اندازه حسابرس و افشای داوطلبانه مسؤلیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. اما، بین حق‌الزحمه حسابرسی و افشای داوطلبانه مسؤلیت‌پذیری اجتماعی رابطه معناداری دیده نشد. از طرف دیگر، مالکان نهادی رابطه بین اندازه حسابرس و مسؤلیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها را تعدیل می‌کند. با این حال، مالکان نهادی رابطه بین حق‌الزحمه حسابرسی و مسؤلیت‌پذیری را تحت تاثیر قرار نمی‌دهد. به طور کلی، شواهد پژوهش با نقش مالکان نهادی به عنوان یک ابزار نظارتی کارا در شرکت‌ها همخوانی دارد.

واژه‌های کلیدی:

افشای داوطلبانه اطلاعات، مسؤلیت‌پذیری اجتماعی، انتخاب حسابرس، هزینه‌های

حسابرسی، مالکان نهادی

مقدمه

در دهه اخیر مفهوم جدیدی تحت عنوان مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها^۱ ظهور کرده است که به بررسی تاثیرات فعالیت‌های شرکت‌ها بر جامعه پیرامونی می‌پردازد (نصر^۲، ۲۰۱۰). مالیک^۳ (۲۰۱۵) مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها را مجموعه اقدامات داوطلبانه شرکت‌ها نسبت به ذینفعان مختلف مانند مشتریان، عرضه‌کنندگان، قانون‌گذاران، کارکنان، سرمایه‌گذاران، و نهایتاً جامعه تعریف می‌کند. مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی به عنوان یک دیدگاه غالب در دنیای کسب و کار امروزی مطرح است. بسیاری از شرکت‌ها، تعهداتی در این حوزه مطرح و طرح‌های مربوط به آن را تدوین و گزارش‌هایی ارائه می‌کنند (کیم و لی^۴، ۲۰۱۴). از آنجا که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی به یکی از فعالیت‌های اصلی کسب و کار تبدیل شده است، می‌توان آن را به عنوان یکی از حوزه‌های اصلی مدیریت در کنار حوزه‌هایی نظیر بازاریابی، حسابداری و مالی بشمار آورد (کراین^۵ و همکاران، ۲۰۰۸). پرسونز^۶ (۲۰۰۹) افشای اطلاعات مورد نیاز سرمایه‌گذاران را با کیفیت حسابرسی^۷ مرتبط می‌داند. از نظر وی، افزایش کیفیت حسابرسی موجب افزایش شفافیت ارائه اطلاعات می‌شود. در نتیجه این انتظار وجود دارد که افزایش کیفیت حسابرسی با مسئولیت اجتماعی شرکت و افشای اطلاعات مرتبط با مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت مرتبط باشد. همچنین مطالعات پیشین نشان می‌دهد کیفیت بالای حسابرسی، به بهبود افشای داوطلبانه مسئولیت‌های اجتماعی در گزارش‌های سالانه کمک می‌نماید (چالمر و گادفری^۸، ۲۰۰۴، مارتیز^۹ و همکاران، ۲۰۱۶). بنابراین کیفیت حسابرسی می‌تواند افشای داوطلبانه مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها را تحت تاثیر قرار دهد.

در سال‌های اخیر با گسترش روند واگذاری سهام شرکت‌های دولتی در ایران، بطور مستقیم یا غیرمستقیم منافع افراد و گروه‌هایی تحت تاثیر قرار گرفته است. در فرآیند این انتقال آن چه که بیشتر جلب توجه می‌کند، حضور روزافزون سرمایه‌گذاران نهادی^{۱۰} در دایره مالکین شرکت‌ها و تاثیر آن است که حضور فعال این گروه بر نحوه حاکمیت در سازمان‌ها، و همچنین عملکرد آن‌ها می‌تواند داشته باشد. سهامداران نهادی دارای توان بالقوه تاثیرگذاری بر فعالیت‌های مدیران به طور مستقیم از طریق مالکیت، و به طور غیرمستقیم از طریق مبادله سهام خود می‌باشند و تاثیر مستقیم و غیرمستقیم سهامداران نهادی می‌تواند بسیار بااهمیت باشد (سرهنگی و همکاران، ۱۳۹۱). شواهد تجربی

گسترده‌ای وجود دارد که نشان می‌دهد پیامدهای اقتصادی افشای داوطلبانه بسته به مالکیت نهادی بسیار متفاوت است (لوز و هیل^{۱۱}، ۲۰۰۶؛ هپ^{۱۲}، ۲۰۰۳؛ لوز و همکاران، ۲۰۰۳؛ وانگ و یو^{۱۳}، ۲۰۱۵).

با توجه به این که مالکیت نهادی در کشورهای مختلف از شرایط غیرمشابه اجتماعی، اقتصادی و قانونی نشأت می‌گیرد، ارتباط مالکیت نهادی با کیفیت حسابرسی بر افشای داوطلبانه در بازارهای مالی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، متفاوت است. مطابق ادبیات موجود، سرمایه‌گذاران نهادی به خرید و فروش حجم بالایی از اوراق بهادار می‌پردازند (برادران حسن‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳) و با استفاده از میزان بالای حق رأی به صورت مستقیم بر تصمیمات مدیریتی شرکت‌های سرمایه‌پذیر تاثیرگذار هستند. از این رو، فرض بر این است که با افزایش درصد مالکیت سرمایه‌گذاران نهادی، میزان تقاضا برای خدمات حسابرسی با کیفیت بالا افزایش می‌یابد. به اعتقاد آشباوگ و همکاران^{۱۴} (۲۰۰۳) مالکان نهادی در بانک‌ها به‌عنوان یکی از سهامداران مهم، باعث افزایش احتمال انتخاب مؤسسات حسابرسی بزرگ، که دارای تخصص و کیفیت کار بهتر هستند، می‌شود. کان^{۱۵} و همکاران (۲۰۰۴) معتقدند که شرکت‌های با سطح مالکیت نهادی بالا، با احتمال بیشتری توسط مؤسسات حسابرسی بزرگ که خدمات حسابرسی با کیفیت بالایی را ارائه می‌دهند، حسابرسی می‌شوند. همچنین، چان^{۱۶} و همکاران (۲۰۰۷) بر این عقیده هستند که افزایش در مالکیت نهادی باعث افزایش تقاضا برای خدمات حسابرسی با کیفیت بالا می‌شود. همچنین، یافته‌های کاوقیز^{۱۷} و همکاران (۲۰۲۱) نشان داده است که مالکیت نهادی تأثیر به‌سزایی در افزایش و بهبود کیفیت حسابرسی گزارش‌های مالی دارد.

از طرف دیگر، کریستنسن^{۱۸} و همکاران (۲۰۱۹) استدلال کردند که مالکان نهادی بر پیامد افشای مسئولیت اجتماعی شرکت اثر می‌گذارند. لم و بوتلر^{۱۹} (۲۰۱۶)، به این نتیجه رسیدند که مالکان نهادی، عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت را تحت تأثیر قرار می‌دهند و نسبت به پیامدهای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بی‌تفاوت نیستند. همچنین، کیم (۲۰۱۹) نشان داد شرکت‌هایی که بیشتر ترکیب سرمایه‌گذاران آن‌ها مالکان نهادی است، برای پیگیری فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی انگیزه بیشتری دارند. یافته‌های هیونگ^{۲۰} و همکاران (۲۰۰۹) نیز نشان داد که افق سرمایه‌گذاری بلندمدت سهامداران نهادی، اثر مثبتی با مسئولیت اجتماعی شرکتی دارد. این یافته‌ها نشان می‌دهد که مالکان نهادی از یک طرف

بر کیفیت حسابرسی، و از طرف دیگر بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها تأثیرگذار هستند. همچنین، قبلاً استدلال شد که کیفیت حسابرسی، یک عامل تأثیرگذار بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی است. با این حال، هیچ کدام از این پژوهش‌ها، تأثیر تجربی این موضوع را مورد بررسی قرار نداده‌اند. لذا این موضوع هنوز به‌عنوان یک چالش مطرح است که مالکان نهادی، با وجود تأثیرگذاری بر کیفیت حسابرسی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی، چه تأثیری بر رابطه بین این دو متغیر مهم در شرکت‌ها دارد؟

پژوهش حاضر این امکان را فراهم می‌کند تا رابطه بین نیاز به حسابرسی مستقل و افشای داوطلبانه اطلاعات مسئولیت‌های زیست‌محیطی و اجتماعی و همچنین، تأثیر مالکان نهادی بر این رابطه در محیط اقتصادی ایران مورد بررسی تجربی قرار گرفته و درصدد پاسخ به پرسش‌های زیر باشد که: (۱) آیا کیفیت حسابرسی بر افشای داوطلبانه^{۲۱} گزارش‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی تأثیر می‌گذارد؟ و (۲) آیا مالکان نهادی با توجه به ویژگی‌هایی که دارند، می‌توانند رابطه بین کیفیت حسابرسی و افشای داوطلبانه مسئولیت‌پذیری اجتماعی را تعدیل کنند؟ در ادامه مقاله، ابتدا مبانی نظری و فرضیه‌های پژوهش ارائه می‌شود؛ سپس روش‌شناسی و یافته‌های پژوهش تشریح و در نهایت نتایج و پیشنهادها بر گرفته از پژوهش بیان خواهد شد.

مبانی نظری و توسعه فرضیه‌ها

مسئولیت اجتماعی شرکت نشان‌دهنده میزان توجه به شرکت به طور فعال در پاسخ به خواسته‌های ذینفعان از جمله سهامداران، کارکنان، تامین‌کنندگان، و جامعه بطور وسیع‌تر است. به عبارت دیگر، مسئولیت اجتماعی شرکت اغلب به عنوان یک ابزار موثر برای به دست آوردن حمایت از جانب سهامداران، کسب اطمینان از استفاده موثر از منابع سازمانی، به دست آوردن حمایت از جانب رسانه‌ها، ارسال سیگنال‌های مشروعیت به جامعه و کاستن از مورد بررسی موشکافانه قرار گرفتن از سوی سرمایه‌گذاران و کارکنان است (اورلیزکی^{۲۲} و همکاران، ۲۰۰۳). به طور خلاصه، محرک‌های گزارشگری مسئولیت‌های اجتماعی ریشه در دو منبع قدرت دارد. در واقع شرکت به واسطه فشارهای وارده از سوی نهادهای قانون‌گذار و سهامداران، مسئول گزارشگری مسئولیت اجتماعی است. از یک سو

دخالت دولت از طریق اعمال ضوابط قانونی و مجازات‌ها، آنان را به پاسخگویی در زمینه عملکرد اجتماعی سوق می‌دهد (مهرانی و همکاران، ۱۳۹۴). وارد شدن در فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی، نه تنها رضایت سهامداران را بهبود می‌بخشد، بلکه روی شهرت شرکت نیز تاثیر مثبتی دارد (احمدپور و فرمانبردار، ۱۳۹۶) از سوی دیگر اخیراً مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی به میزان قابل ملاحظه‌ای مورد توجه نهادهای ذیربط در دنیای کسب و کار قرار گرفته است (لی، ۲۰۰۹). بر این اساس، مدیران از افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی استفاده می‌کنند تا شهرت حرفه‌ای و منافع شخصی خود را ارتقا دهند، و این کار در راستای منافع سهامداران است. به عبارت دیگر، افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی تاثیر پوششی دارد. همینگوی و مکلاگان^{۲۳} (۲۰۰۴) استدلال می‌کنند افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای پوشش درآمدهای مدیران و رفتارهای اشتباه دیگر آن‌ها مورد استفاده قرار گرفته است. کیم^{۲۴} و همکاران (۲۰۱۲) معتقدند هدف افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی ایجاد تصویر اجتماعی ظاهراً شفاف‌تری برای شرکت است که به آن‌ها اجازه می‌دهد درآمدهای مدیریتی را پشت صحنه انجام دهند.

در چنین شرایطی افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی ابزاری برای شرکت‌ها است تا به دنبال استقراض از دولت باشند؛ یعنی می‌تواند به شرکت‌ها کمک کند تا پول قرض بگیرند. ژو^{۲۵} (۲۰۱۸) دریافت افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی با مسئولیت واقعی مالیاتی رابطه منفی دارد و این رابطه در شرکت‌هایی که اطلاعات مسئولیت‌های اجتماعی را به صورت داوطلبانه افشا می‌کنند، مشهودتر است که نشان می‌دهد شرکت‌ها به شکل فعالی اطلاعات مسئولیت‌های اجتماعی خود را افشا می‌کنند، در عین حال که دارای روابط اجتناب از پرداخت مالیات مخفیانه هستند. لی و همکاران (۲۰۱۶) متوجه شدند تمایل برای کارهای خیریه، با اجتناب از مالیات رابطه مستقیمی دارد، یعنی پدیده‌ای به نام کمک مالی آشکار اما اجتناب از پرداخت مالیات مخفیانه^{۲۶} در میان این شرکت‌ها وجود دارد. از آن جا که حسابرسی یکی از سازوکارهای مهم راهبردی خارجی است، هرچه کیفیت حسابرسی بیشتر باشد، نظارت و محدودیت‌های بیشتری برای اجتناب از مالیات ارائه می‌شود (جین و لی^{۲۷}، ۲۰۱۱). اندازه شرکت‌های حسابرسی تضمین‌کننده اولیه کیفیت بالای حسابرسی است (دی‌آنجلو^{۲۸}، ۱۹۸۱)، زیرا شرکت‌های حسابرسی بزرگ دارای صلاحیت حرفه‌ای بالاتری نسبت به شرکت‌های کوچک هستند و نگرانی بیشتری در مورد شهرت، ریسک

قانونی و مجازات شکست حسابرسی دارند، به همین دلیل اندازه شرکت معمولاً به عنوان نماینده حسابرسی با کیفیت بالا مورد استفاده قرار می‌گیرد (چن^{۲۹}، ۲۰۱۳؛ پن^{۳۰}، ۲۰۱۰). همچنین مارتینز و همکاران (۲۰۱۶) بیان می‌دارند که صورت‌های مالی حسابرسی شده توسط حسابرسان «بزرگ»^{۳۱}، اعتماد سرمایه‌گذاران در بازارهای مالی را تقویت کرده و از سوی دیگر، باعث افزایش کیفیت و کمیت اطلاعات افشاشده خواهند شد (پالمر^{۳۲}، ۲۰۰۸). به عبارت دیگر، هر چه حسابرس بزرگتر و شناخته شده‌تر باشد، اثرگذاری بیشتری نیز از خود به جای خواهد گذاشت. به این ترتیب، شرکت‌هایی که توسط حسابرسان معتبر و بزرگ مورد حسابرسی قرار می‌گیرند، به احتمال زیاد، افشای اختیاری با جزئیات بیشتری را در گزارش‌های سالانه خود ارائه خواهند داد (والاس و همکاران^{۳۳}، ۱۹۹۴). حسابرسان می‌توانند تعیین کنند که آیا ریسک عملیاتی شرکت با کارآیی منفی مسئولیت‌های اجتماعی افزایش یافته است یا خیر (تان^{۳۴} و همکاران، ۲۰۱۳). زمانی که مشتری با ریسک کاری بالا حسابرسی می‌شود، شرکت‌های حسابرسی بزرگ انگیزه و توانایی افزایش تعداد روش‌های حسابرسی استفاده شده برای اطلاعات حسابداری مشتری را دارند، در نتیجه ریسک حسابرسی تا سطح مورد پذیرش کاهش پیدا می‌کند. با این وجود شرکت‌های حسابرسی کوچک این صلاحیت حرفه‌ای یا منابع مورد نیاز برای تشخیص اطلاعات غلط را ندارند. بنابراین مدیران شرکت‌هایی که داوطلبانه دارای مسئولیت‌های اجتماعی افشاشده هستند می‌توانند شرکت‌های حسابرسی کوچک را انتخاب کنند تا از نظارت‌های حسابرسی نامطلوبی که علامت منفی به سهام‌داران می‌فرستند، جلوگیری کنند. بر اساس مطالب گفته شده، فرضیه اول پژوهش به شرح ذیل مطرح می‌شود:

فرضیه اول: اندازه مؤسسه حسابرسی، تأثیر معناداری بر افشای داوطلبانه مسئولیت‌پذیری

اجتماعی دارد.

گائو^{۳۵} (۲۰۱۲) در بررسی مسئولیت‌های اجتماعی افشاشده در شرکت‌های چینی به این نتیجه رسید که مسئولیت‌پذیری اجتماعی افشاشده به وسیله شرکت‌های دولتی نسبت به شرکت‌های غیردولتی مجموعه گسترده‌تری از موضوعات اجتماعی و محیط زیست را تحت پوشش قرار می‌دهند. بر خلاف شرکت‌های غیردولتی، شرکت‌های دولتی نیاز کمتری به استفاده از افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای حساب‌آرایی و افزایش ارتباطات سیاسی دارند. زیرا این شرکت‌ها روابط نزدیکی با دولت دارند و مسئولیت

اجتماعی خود را طبق دستورالعمل‌های لازم از طرف دولت افشا می‌کنند که انتظار می‌رود ریسک حسابرسی در این شرکت‌ها کمتر باشد که منجر به کاهش حق‌الزحمه حسابرسی می‌شود (کری^{۳۶} و همکاران، ۲۰۱۷). جامعی و نجفی (۱۳۹۷) به بررسی رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی و حق‌الزحمه حسابرسی در ایران پرداختند و دریافتند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی به دلیل فقدان چارچوب قانونی برای افشای آن، منجر به افزایش تلاش حساب‌برسان، و در نتیجه افزایش هزینه حسابرسی می‌شود. همچنین شرکت‌هایی که مالکیت دولتی بیشتری دارند، به دلیل استفاده کمتر از افشای مسئولیت اجتماعی، تلاش و ریسک حسابرسان کمتر خواهد بود که منجر به کاهش حق‌الزحمه حسابرسی^{۳۷} می‌شود.

به طور کلی، سه بعد در قیمت‌گذاری حسابرسی وجود دارد: حق‌الزحمه عادی، صرف ریسک^{۳۸} و صرف شهرت. شرکت‌های حسابرسی کوچک در مقایسه با شرکت‌های حسابرسی بزرگ، صرف شهرت ندارند. بنابراین، فرض می‌شود حق‌الزحمه عادی حسابرسی کنترل شده است، ریسک حسابرسی عامل اصلی تعیین‌کننده هزینه‌های حسابرسی شرکت‌های حسابرسی کوچک خواهد بود. ژو و همکاران (۲۰۱۵) استدلال کردند گزارش‌های مسئولیت اجتماعی به عنوان بخش مهمی از اطلاعات غیرمالی می‌تواند به حساب‌برسان اطلاعاتی ارائه کند که در فرآیند حسابرسی مهم هستند و جزئی مهم در ارزیابی ریسک حسابرسی^{۳۹} و پاسخ ریسک محسوب می‌شوند. به خصوص، زمانی که قیمت‌گذاری حسابرسی (حق‌الزحمه حسابرسی) تعیین می‌شود، حساب‌برسان تمایل دارند فکر کنند افشای داوطلبانه^{۴۰} اطلاعات مسئولیت‌های اجتماعی باعث افزایش ریسک حسابرسی و در نتیجه افزایش تلاش‌های حسابرسی می‌شود و همین مسائل باعث افزایش هزینه‌های حسابرسی خواهند شد. در نتیجه، آن‌ها هزینه حسابرسی بیشتری برای مشتری منظور می‌کنند. عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت، یکی از انواع اطلاعاتی است که باید مورد توجه قرار گیرد. اگر عملکرد مسئولیت اجتماعی، ضعیف ارزیابی شود، قاعدتاً ریسک‌های مقرراتی^{۴۱}، قضائی و سابقه مشتریان افزایش خواهد یافت. ارزیابی ریسک بالاتر منجر به افزایش هزینه‌های حسابرسی می‌شود (کری و همکاران، ۲۰۱۷). بر اساس مطالب بیان شده، فرضیه دوم پژوهش به شرح ذیل مطرح می‌شود:

فرضیه ۲: حق‌الزحمه حسابرسی، تأثیر معناداری بر افشای داوطلبانه مسئولیت‌پذیری

اجتماعی دارد.

افشای اطلاعات درباره مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بخشی از نیازهای اطلاعاتی سرمایه‌گذاران نهادی تلقی می‌گردد. سرمایه‌گذاران نهادی افرادی هستند که علاوه بر عملکرد مالی، به ایفای مسئولیت‌های اجتماعی و کیفیت گزارشگری و افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها نیز توجه دارند (بلکوئی^{۴۲}، ۲۰۱۳). از این‌رو، به لحاظ نظری یک سیستم حاکمیت شرکتی مطلوب می‌تواند کیفیت گزارشگری اجتماعی شرکت‌ها را بهبود بخشد و بدین طریق باعث افزایش شهرت اجتماعی شرکت‌ها شود. حجامی و همکاران (۱۳۹۳)، در پژوهشی به بررسی ارتباط بین افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و مالکیت نهادی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. یافته‌های حاصل از پژوهش بیانگر آن است که بین افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی با مالکیت نهادی ارتباطی معکوس وجود دارد؛ بنابراین لازم است آن دسته از سرمایه‌گذاران نهادی که توجه به سودهای جاری و کوتاه‌مدت دارند برای حداکثر کردن سود خود اولویت را به سرمایه‌گذاری در شرکت‌هایی دهند که کمترین افشای مسئولیت اجتماعی را داشته باشند. افزون بر این، صالح و همکاران (۲۰۱۰) به بررسی ارتباط بین افشای مسئولیت اجتماعی و درصد مالکیت نهادی پرداختند. نتایج این تحقیق آن بوده است که بین درصد مالکیت نهادی با افشای مسئولیت اجتماعی و روابط کارکنان رابطه معنی‌دار و مثبتی وجود دارد. اما، بین درصد مالکیت نهادی و مشارکت جامعه و محیط زیست رابطه معنی‌داری وجود ندارد و بین درصد مالکیت نهادی با تولید رابطه منفی و معنی‌داری وجود دارد. همانطور که قبلاً بحث شد، یافته‌های برخی از پژوهش‌ها نیز تأثیرگذاری مالکان نهادی بر افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی را تأیید کردند (کریستنسن^{۴۳} و همکاران، ۲۰۱۹؛ لم و بوتلر^{۴۴}، ۲۰۱۶؛ کیم، ۲۰۱۹ و هیونگ^{۴۴} و همکاران، ۲۰۰۹). بنابراین، با توجه به مباحث مذکور به لحاظ نظری می‌توان چنین استدلال کرد که بین مالکیت نهادی و افزایش افشای داوطلبانه شرکت‌ها نیز ارتباط وجود دارد.

از طرف دیگر، یافته‌ها نشان داده‌اند که مالکان نهادی علاوه بر تأثیرگذاری بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی، کیفیت حسابرسی را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهند. برای نمونه، رحیمیان و همکاران (۱۳۹۰) نشان دادند که مالکان نهادی منجر به افزایش کیفیت حسابرسی می‌شوند. یافته‌های ازبیبی و همکاران (۲۰۱۰) نیز نشان داد که بین مالکان نهادی و کیفیت حسابرسی رابطه مثبت وجود دارد. کالبوانا^{۴۵} و همکاران (۲۰۲۰) نشان دادند که

مالکیت نهادی یکی از سازوکارهای مهم حاکمیت شرکتی محسوب می‌شوند که منجر به افزایش کیفیت حسابرسی می‌شوند. یافته‌های المطاری^{۴۶} و همکاران (۲۰۱۹) نیز شواهد قوی مبنی بر تأثیر مثبت مکان نهادی بر کیفیت حسابرسی را نشان می‌دهد.

به طور خلاصه، افشای مسئولیت اجتماعی به عنوان پل ارتباطی بین واحد تجاری و ذینفعان است که باعث جذب سرمایه گذاران نهادی می‌شود (اپستین و فریدمن^{۴۷}، ۱۹۹۴). سرمایه گذاران نهادی با توجه به مالکیت قابل توجهی از سهام شرکت‌ها از نفوذ قابل ملاحظه‌ای در شرکت‌های سرمایه پذیر برخوردار بوده و می‌توانند رویه‌های مدیران را تحت تاثیر قرار دهند و با ارائه اطلاعات دقیق از سوی شرکت‌ها به رعایت اخلاق حرفه‌ای بپردازند. از این رو استدال می‌شود که مالکیت نهادی می‌تواند از طریق افشای مسئولیت اجتماعی شرکت باعث بهبود جایگاه شرکت و در نهایت افزایش بازده، سودآوری و سرانجام سودآوری بلندمدت شود. علاوه بر این، باتوجه به یافته پژوهش‌های پیشین، استدلال می‌شود که سرمایه گذاران نهادی به گزارش‌های مالی با کیفیت برای تجزیه و تحلیل‌های حرفه‌ای خود نیازمندند. این گروه از مالکان با اعمال نفوذ بر مدیریت، آن‌ها را به استفاده از خدمات حسابرسی با کیفیت برتر ترغیب می‌نمایند. بر این اساس، می‌توان گفت که مالکان نهادی باتوجه به تأثیرگذاری بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی و کیفیت حسابرسی، در رابطه بین این دو متغیر نیز می‌توانند تأثیرگذار باشند. بدین صورت که مالکان نهادی می‌توانند رویه‌های شرکت را تغییر داده و مدیران را ترغیب کنند تا در مسئولیت‌پذیری اجتماعی فعال باشند و همچنین، برای ارزیابی اطلاعات، از شرکت بخواهند از خدمات حسابرسان باکیفیت استفاده کنند که منجر به افشای بهتر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها شود. بنابراین، امکان دارد حسابرسان برای ارزیابی گزارش‌های با کیفیت بالاتر، حق الزحمه بیشتری دریافت کرده و همین موضوع باعث می‌شود شرکت‌ها اطلاعات با کیفیتی در اختیار حسابرسان قرار داده و از این طریق موسسات حسابرسی باکیفیت، با دریافت حق الزحمه بیشتر، منجر به افزایش کیفیت فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و افشای بهتر این اطلاعات می‌شوند. بنابراین بر اساس مطالب گفته شده، فرضیه سوم پژوهش به شرح ذیل مطرح می‌شود:

فرضیه ۳: سرمایه گذاران نهادی، رابطه بین کیفیت حسابرسی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی

شرکتی را تعدیل می‌کند.

فرضیه فرعی اول: سرمایه‌گذاران نهادی، رابطه بین اندازه حسابرس و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی را تعدیل می‌کند.

فرضیه فرعی دوم: سرمایه‌گذاران نهادی، رابطه بین حق‌الزحمه حسابرس و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی را تعدیل می‌کند.

روش‌شناسی

این پژوهش از نظر هدف کاربردی، و از نظر نحوه گردآوری داده و اجرا، توصیفی و همبستگی است. همچنین، با توجه به نوع جمع‌آوری داده‌ها، آرشیوی است. زیرا برای آزمون فرضیه‌های پژوهش، داده‌های مورد نیاز از منابع موجود، یعنی صورت‌های مالی شرکت‌ها، گزارش‌های بورس اوراق بهادار تهران (تصمیمات مجامع عمومی عادی و صورت‌های مالی حسابرسی‌شده)، نرم‌افزار ره‌اورد نوین و گزارش سالانه هیأت مدیره شرکت‌ها گردآوری شده است. داده‌های پژوهش، از طریق تحلیل داده‌های ترکیبی و روش رگرسیون چندمتغیره تجزیه و تحلیل می‌شود.

جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری این پژوهش، شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. نمونه پژوهش بر اساس شرایط پژوهش، شامل ۱۶۰ (۱۴۴۰ سال - شرکت) شرکت در دوره زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۸ است. نحوه اعمال محدودیت‌ها برای انتخاب نمونه پژوهش از میان شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، به شرح جدول ۱ است:

جدول ۱. غربالگری نمونه	
تعداد شرکت‌ها	شرایط
۴۱۳	جامعه آماری
(۴۳)	شرکت‌هایی که سال مالی آن‌ها منطبق با ۲۹ اسفند نمی‌باشند.
(۸۸)	شرکت‌های سرمایه‌گذاری، بانک‌ها، بیمه‌ها، واسطه‌گری مالی
(۲۷)	شرکت‌هایی که بیش از سه ماه وقفه معاملاتی داشتند
(۵۶)	شرکت‌هایی که اطلاعات آن‌ها در دسترس نیست
(۳۹)	شرکت‌هایی که تا قبل از سال ۱۳۹۰ در بورس اوراق بهادار پذیرفته نشده‌اند
۱۶۰	جمع نمونه

مدل‌ها و متغیرها

به منظور آزمون فرضیه اول، از مدل زیر استفاده شده است (ژنگ و رن، ۲۰۱۹):

$$CSR_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 Auditor_{i,t} + \alpha_2 Size_{i,t} + \alpha_3 Lev_{i,t} + \alpha_4 Growth_{i,t} + \alpha_5 ROA_{i,t} + \alpha_6 INV_{i,t} + \alpha_7 Curr_{i,t} + \alpha_8 Loss_{i,t} + \alpha_9 Age_{i,t} + \alpha_{10} Mas_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

برای آزمون فرضیه دوم از مدل زیر استفاده شده است (ژنگ و رن، ۲۰۱۹):

$$CSR_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 Lnfee_{i,t} + \alpha_2 Size_{i,t} + \alpha_3 Lev_{i,t} + \alpha_4 Growth_{i,t} + \alpha_5 ROA_{i,t} + \alpha_6 INV_{i,t} + \alpha_7 Curr_{i,t} + \alpha_8 Loss_{i,t} + \alpha_9 Age_{i,t} + \alpha_{10} Mas_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

همچنین، برای آزمون فرضیه سوم از مدل زیر استفاده شده است (ژنگ و رن، ۲۰۱۹).

در این مدل از سهامداران نهادی به عنوان یک متغیر تعدیلی استفاده شده و با پیروی از پژوهش پورعلی و حجامی (۱۳۹۳)، ملکیان و همکاران (۱۳۹۵) و بابایی و همکاران (۱۴۰۰) از درصد سهامداران نهادی استفاده شده است.

$$CSR_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 AQ_{i,t} + \alpha_2 INS_{i,t} + \alpha_3 AQ_{i,t} * INS_{i,t} + \alpha_4 Size_{i,t} + \alpha_5 Lev_{i,t} + \alpha_6 Growth_{i,t} + \alpha_7 ROA_{i,t} + \alpha_8 INV_{i,t} + \alpha_9 Curr_{i,t} + \alpha_{11} Loss_{i,t} + \alpha_{12} Age_{i,t} + \alpha_{13} Mas_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

تعریف متغیرها

الف. متغیر وابسته

مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی (CSR): مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت شامل چهار بعد میزان افشای اطلاعات مربوط به کارکنان (EMPD)؛ میزان افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی (COMD)؛ میزان افشای اطلاعات مربوط به تولید (PROD)؛ و میزان افشای اطلاعات مربوط به محیط زیست (ENVD) است. برای تجزیه و تحلیل محتوا از جملات در متن یادداشت‌های پیوست صورت‌های مالی استفاده شد. ارزش کلی افشای مسئولیت اجتماعی از جمع ارزش جزئی ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به دست می‌آید و به کمک رابطه ۱ قابل محاسبه است (التوایجری و همکاران، ۲۰۰۴ و صالح و همکاران، ۲۰۱۰).

$$CSR = EMPD + COMD + PROD + ENVD \quad \text{رابطه ۱}$$

نمره کل افشای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها با استفاده از رابطه ۲ محاسبه می‌شود.

$$CSR_{i,t} = \frac{\sum_{j=1}^{n_j} X_{ij}}{n_j} \quad \text{رابطه ۲}$$

که در آن CSR_j : نمره افشای مسئولیت اجتماعی شرکت j ؛ n_j : تعداد موارد برآورد شده برای شرکت j ؛ X_{ij} : اگر موارد افشا به صورت کمی و جزئیات آن به صورت اعداد،

شرح مفصلی از فعالیت و در صورت امکان تصاویر و نمودارها و جداول باشد، نمره افشای ۳، اگر اطلاعات به صورت غیر کمی و توضیحات به صورت شرح بند باشد، نمره افشای ۲، اگر موارد افشا به صورت کیفی و توضیحات به صورت جمله یا پاراگراف باشد، نمره افشای ۱ است و اگر موردی افشا نشود، نمره افشا صفر است.

میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان (EMPD):

برای نشان دادن میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان به شش معیار زیر نیاز است.

- ۱) سلامت محیط کارکنان؛
- ۲) آموزش کارکنان؛
- ۳) مزایای کارکنان؛
- ۴) مشخصات کارکنان؛
- ۵) مالکیت سهم کارکنان؛
- ۶) ایمنی و بهداشت کارکنان (ایزو ۱۸۰۰۰).

نمره افشای بعد روابط کارکنان از طریق فرمول زیر بدست می‌آید.

$$EMPD = \frac{\sum A}{6}$$

EMPD: نمره افشای روابط کارکنان؛ A: نمره افشا برای هر یک از معیارهای روابط کارکنان در شرکت؛ عدد شش در مخرج نشان دهنده شش معیار مربوط به میزان افشای روابط کارکنان است.

میزان افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی (COMD)

برای نشان دادن میزان افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی به شش معیار زیر نیاز است.

- ۱) هدایای نقدی؛
- ۲) برنامه خیریه؛
- ۳) برنامه بورس تحصیلی؛
- ۴) حامیان مالی برای فعالیت‌های ورزشی؛
- ۵) حامیان غرور ملی؛
- ۶) پروژه‌های عمومی.

نمره افشای بعد مشارکت اجتماعی از طریق فرمول زیر بدست می‌آید.

$$EMPD = \frac{\sum B}{6}$$

COMD: نمره افشای مشارکت اجتماعی؛ B: نمره افشا برای هر یک از معیارهای مشارکت اجتماعی در شرکت؛ I: عدد شش در مخرج نشان دهنده شش معیار مربوط به میزان افشای مشارکت اجتماعی است.

میزان افشای اطلاعات مربوط به تولید (PROD)

برای نشان دادن میزان افشای اطلاعات مربوط به تولید به ۴ معیار زیر نیاز است.

(۱) ایمنی محصول؛

(۲) کیفیت محصول (ایزو ۹۰۰۰)؛

(۳) توسعه محصول؛

(۴) خدمات پس از فروش.

نمره افشای بعد تولید از طریق فرمول زیر بدست می‌آید.

$$EMPD = \frac{\sum C}{4}$$

PROD: نمره افشای تولید؛ C: نمره افشا برای هر یک از معیارهای تولید در شرکت؛ I:

عدد چهار در مخرج نشان دهنده چهار معیار مربوط به میزان افشای تولید است.

میزان افشای اطلاعات مربوط به محیط زیست (ENVD)

برای نشان دادن میزان افشای اطلاعات مربوط به محیط زیست به ۴ معیار زیر نیاز است.

(۱) کنترل آلودگی هوا؛

(۲) برنامه پیشگیری و جبران خسارت؛

(۳) حفاظت و استفاده از محصولات ناشی از بازیافت؛

(۴) جایزه در زمینه محیط زیست (ایزو ۱۴۰۰۰).

نمره افشای بعد محیط زیست از طریق فرمول زیر بدست می‌آید.

$$EMPD = \frac{\sum D}{4}$$

PROD: نمره افشای محیط زیست؛ D: نمره افشا برای هر یک از معیارهای محیط زیست در

شرکت؛ I: عدد چهار در مخرج نشان دهنده چهار معیار مربوط به میزان افشای محیط زیست است.

ب. متغیرهای مستقل

Auditor: نشان دهنده اندازه حسابرس است. در این پژوهش برای نشان دادن اندازه حسابرس از متغیر مجازی استفاده شده است. بدین صورت که اگر شرکت t در سال t توسط سازمان حسابرسی (مؤسسه بزرگ) حسابرسی شده باشد، عدد ۱ می‌گیرد و در غیر این صورت، صفر اختیار می‌کند.

Lnfee: حق الزحمه حسابرسی که عبارت است از لگاریتم طبیعی حق الزحمه پرداخت شده به حسابرس در سال t توسط شرکت i .

پ. متغیر تعدیلگر

INS: درصد سهامداران نهادی.

ت. متغیرهای کنترلی

Size: اندازه شرکت؛ برابر است با لگاریتم طبیعی جمع دارایی‌های شرکت i در پایان سال t ؛ یافته‌های پژوهش مختاری (۱۳۹۹) حاکی از آن است که فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی تحت تأثیر اندازه شرکت قرار دارد. به بیان دیگر، اندازه شرکت با فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه مستقیمی دارد.

Lev: اهرم مالی؛ برابر است با جمع بدهی‌های شرکت i در پایان سال t ، تقسیم بر جمع دارایی‌های شرکت i در پایان سال t ؛ یافته‌های حسینی و بیماران (۱۳۹۹) نشان می‌دهد که بین اهرم مالی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها رابطه منفی وجود دارد. بدین صورت که شرکت‌ها با افزایش اهرم مالی، احتمالاً توانایی خود را در فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی از دست می‌دهند.

Growth: رشد فروش؛ برابر است با تفاوت در آمد فروش شرکت i در سال t ، نسبت به سال $t-1$ ، تقسیم بر فروش شرکت i در سال $t-1$ ؛ یافته‌های هونگ^{۴۸} و همکاران (۲۰۱۹) در برخی صنایع نشان داد بین رشد فروش شرکت و مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه غیرخطی U شکل معکوس وجود دارد. با این حال، در برخی از صنایع که تا حدودی انحصاری هستند، رابطه بین رشد فروش و مسئولیت‌پذیری اجتماعی مثبت نیز نشان داده شده است.

ROA: بازده دارایی؛ برابر است با نسبت سود قبل از کسر بهره و مالیات در سال جاری، تقسیم بر جمع دارایی‌های شرکت i در پایان سال t ؛ یافته‌های ساری و همکاران (۲۰۱۵) نشان می‌دهد که بین بازده دارایی‌ها و مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه مثبت وجود دارد.

INV: نسبت موجودی کالا؛ برابر است با نسبت موجودی کالای شرکت *I* در پایان سال *t*، تقسیم بر مجموع دارایی‌های شرکت *I* در پایان سال *t*؛ بارکوز^{۴۹} و همکاران (۲۰۱۳) نشان دادند که بین موجودی کالا و مسئولیت‌پذیری اجتماعی، رابطه منفی وجود دارد.

Curr: نسبت دارایی‌های جاری؛ برابر است با نسبت جمع دارایی‌های جاری شرکت *I* در پایان سال *t*، تقسیم بر جمع دارایی‌های شرکت *I* در پایان سال *t*؛ یافته‌های ژنگ و رن^{۵۰} (۲۰۱۹) که مدل‌های پژوهش از آن استخراج شده‌اند، نشان می‌دهد که نسبت دارایی‌های جاری به‌عنوان یک متغیر کنترلی، می‌تواند تأثیر مثبتی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی داشته باشد.

Loss: زیان‌ده بودن؛ اگر شرکت در سال جاری زیان‌ده باشد، عدد ۱، در غیر این صورت صفر اختیار می‌کند. هریموان^{۵۱} و همکاران (۲۰۲۰) نشان دادند که شرکت‌های زیان‌ده، کمتر در فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت می‌کنند. بنابراین، استدلال می‌شود که رابطه منفی بین زیان‌ده بودن شرکت و مسئولیت‌پذیری اجتماعی آن‌ها وجود دارد.

Age: سن شرکت؛ تعدادهای سال‌های حضور شرکت *I* در بورس؛ یافته‌های والیو^{۵۲} (۲۰۱۷) حاکی از آن است که با افزایش سن فعالیت شرکت‌ها، بیشتر تمایل دارند در فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت داشته باشند. بر این اساس، می‌توان پیش‌بینی کرد که بین سن شرکت و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها رابطه مثبتی وجود داشته باشد.

Max: سهام در دست سهامداران عمده (سهامداران بالای ۵۰ درصد) در پایان سال *t*؛ نتایج پژوهش حاجیها و شاکری (۱۳۹۸) نشان می‌دهد که بین سهامداران عمده و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت رابطه مثبتی وجود دارد.

یافته‌ها

آمار توصیفی

آمار توصیفی متغیرهای پژوهش در جدول ۲ نشان داده شده است. مقدار میانگین مسئولیت‌پذیری اجتماعی (۰/۴۵۷) نشان دهنده ضعف شدید در اجرا و افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها است. چراکه طبق تعریف عملیاتی این متغیر، باید امتیاز این متغیر برای شرکت‌ها بین صفر تا ۳ باشد. بنابراین، طبق این یافته‌ها مشاهده می‌شود که میانگین این متغیر و حتی بیشینه آن (۰/۸۲۳) کمتر از نصف مقدار امتیازها است. تعداد حداکثر اندازه حسابرسان، نشان می‌دهد که تقریباً ۲۷ درصد نمونه، توسط سازمان

حسابرسی، حسابرسی شده‌اند. میانگین لگاریتم حق الزحمه حسابرسی ۶/۶۱۹ است که با حداقل و حداکثر این متغیر تفاوت زیادی دارد. این تفاوت نشان از حجم کار حسابرسی شده شرکت‌ها است. میانگین سهامداران نهادی نشان می‌دهد که به طور متوسط، ۴۴ درصد ترکیب مالکیت شرکت‌های عضو نمونه را سهامداران نهادی تشکیل می‌دهند. نسبت بدهی نیز نشان‌دهنده ساختار سرمایه است که میانگین این متغیر (۰/۵۸۷) گویای این است که بیش از نصف ساختار سرمایه شرکت‌های عضو نمونه، از بدهی‌ها تشکیل شده است. میانگین رشد فروش ۰/۲۸۴ و میانگین بازده دارایی ۰/۱۱۵ است. یافته‌های مربوط به زیان‌ده بودن شرکت‌های نمونه نیز نشان می‌دهد که حدود ۹ درصد شرکت‌های عضو نمونه زیان‌ده بوده‌اند. میانگین سهامداران عمده ۰/۶۰۴ است و نشان می‌دهد بیش از نصف مالکان شرکت‌های عضو نمونه، سهامداران عمده بوده‌اند.

جدول ۲. آمار توصیفی متغیرها

مشاهدات	حداکثر	حداقل	انحراف معیار	میان	میانگین	نماد	متغیر
۱۴۳۴	۰/۸۲۳	۰/۱۱۸	۰/۲۰۰	۰/۴۵۶	۰/۴۵۷	CSR	مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی
۳۲۸	۱		-	-	-	Auditor	اندازه حسابرس
۸۱۲		۰					
۱۴۴۰	۹/۶۰۶	۲/۹۲۸	۱/۰۱۸	۶/۴۸۹	۶/۶۱۹	Lnfee	حق الزحمه حسابرس
۱۱۴۰	۰/۹۵۳	۰	۰/۳۲۵	۴۶۰	۰/۴۴۳	INS	سهامداران نهادی
۱۴۴۰	۲۰/۱۸۳	۱۰/۱۶۶	۱/۵۴۳	۱۴/۰۹۹	۱۴/۲۶۱	Size	اندازه شرکت
۱۴۴۰	۲/۰۷۷	۰/۰۱۲	۰/۴۴۲	۰/۵۹۳	۰/۵۸۷	Lev	اهرم مالی
۱۴۴۰	۴۳/۴۸۶	-۱/۰۶۳	۱/۲۱۶	۰/۲۰۰	۰/۲۸۴	Growth	رشد شرکت
۱۴۳۴	۰/۶۳۱	-۰/۴۰۴	۰/۱۴۰	۰/۰۹۲	۰/۱۱۵	ROA	بازده دارایی‌ها
۱۴۴۰	۰/۹۸۵	۰/۰۶۵	۰/۱۹۵	۰/۴۸۸	۰/۴۴۰	Curr	نسبت دارایی جاری
۱۴۴۰	۰/۹۱۱	۰/۰۰۰	۰/۱۳۹	۰/۲۱۴	۰/۲۳۴	INV	نسبت موجودی کالا
۱۷۱	۱		-	-	-	LOSS	زیان‌ده بودن
۱۳۲۳		۰					
۱۴۴۰	۴/۲۱۹	۲/۱۹۷	۰/۳۵۸	۳/۶۶۳	۳/۳۵۸	Age	سن شرکت
۱۴۴۰	۰/۸۴۵	۰/۲۱۹	۰/۳۵۱	۰/۵۸۳	۰/۶۰۴	Mas	سهامداران عمده

منبع: یافته‌های پژوهش

آزمون‌های پیش فرض رگرسیون

قبل از تجزیه و تحلیل و آزمون فرضیه‌ها، مانایی متغیرهای پژوهش با استفاده از آزمون لوین، لین و چو مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که همه متغیرها در سطح خطای یک درصد مانا هستند. همچنین، آزمون همخطی مدل‌های پژوهش نشان داد که عامل تورم واریانس برای مدل‌های پژوهش کمتر از ۵ می‌باشد. بنابراین، بین متغیرهای توضیحی، هم‌خطی شدیدی وجود ندارد. در ادامه برای تعیین الگوی برآورد از آزمون لیمر و هاسمن استفاده شد و نتایج نشان داد که برای برازش مدل‌های پژوهش باید از داده‌های تابلویی به روش اثرات ثابت استفاده شود. علاوه بر این، به منظور بررسی ناهمسانی واریانس باقیمانده‌های مدل پژوهش از آزمون وایت استفاده شده است. نتایج حاکی از عدم وجود ناهمسانی واریانس است.

نتایج آزمون فرضیه‌ها

فرضیه اول

ضریب برآوردی و سطح معناداری متغیر مستقل (اندازه حسابرس) $0/002$ و سطح معناداری $0/073$ درصد) نشان می‌دهد که بین اندازه حسابرس و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، رابطه مثبت و معناداری در سطح خطای ۱۰ درصد وجود دارد. به عبارتی، اندازه حسابرس، مسئولیت‌پذیری اجتماعی در شرکت‌ها را افزایش می‌دهد. با توجه به این یافته‌ها، فرضیه اول پژوهش را نمی‌توان رد کرد. بر این اساس می‌توان استدلال کرد که شرکت‌هایی که توسط مؤسسه‌های حسابرسی بزرگ حسابرسی می‌شود، متعهد می‌شوند که به تعهدات اخلاقی خود پای‌بند باشند و اطلاعات دقیق و با کیفیتی برای ذینفعان خود ارائه دهند. بنابراین، می‌توان گفت شرکت‌هایی که تمایل به کسب شهرت دارند، از خدمات مؤسسه‌های با کیفیت به دلیل نظارت‌های حسابرسی مطلوب آن‌ها استفاده می‌کنند. این امر باعث می‌شود نظارت و توانایی حسابرس منجر به متعهد شدن بیشتر شرکت‌ها نسبت به ذینفعان شود.

جدول ۶. نتایج آزمون فرضیه اول						
متغیر	نماد	پیش‌بینی	ضریب	انحراف معیار	آماره	سطح معناداری
اندازه حسابرس	Auditor	+	۰/۰۰۲	۰/۰۰۱	۱/۷۶۲	۰/۰۷۳
اندازه شرکت	Size	+	-۰/۰۶۹	۰/۰۳۶	-۱/۹۱۱	۰/۰۵۶
اهرم مالی	Lev	-	-۰/۰۷۷	۰/۰۳۷	-۲/۰۵۷	۰/۰۳۹
رشد شرکت	Growth	+	-۰/۰۰۷	۰/۰۰۸	-۰/۸۷۸	۰/۳۸۰
بازده دارایی‌ها	ROA	+	۰/۰۰۷	۰/۰۱۱	۰/۶۸۷	۰/۴۹۲
نسبت موجودی کالا	INV	-	۰/۰۰۴	۰/۰۰۲	۲/۱۴۰	۰/۰۳۲
نسبت دارایی جاری	Curr	+	۰/۰۷۷	۰/۰۳۷	۲/۰۵۷	۰/۰۳۹
زیان‌ده بودن	Loss	-	۰/۰۵۰	۰/۰۴۹	۱/۰۲۹	۰/۳۰۳
سن شرکت	Age	+	-۰/۰۰۸	۰/۰۰۸	-۰/۹۲۳	۰/۳۵۶
سهامداران عمده	Mas	+	-۰/۰۱۱	۰/۰۱۱	-۰/۹۹۰	۰/۳۲۲
ضریب تعیین		۰/۶۶۲				
آماره F		۹/۱۶۶				
آماره دوربین واتسون		۲/۰۲۵				

فرضیه دوم

نتایج آزمون فرضیه دوم، در جدول ۷ ارایه شده است. ضریب برآوردی و سطح معناداری متغیر مستقل (حق الزحمه حسابرس) ۰/۰۱۰ و سطح معناداری ۰/۱۱۵ (درصد) نشان می‌دهد که بین حق الزحمه حسابرس و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، هیچ‌گونه رابطه معناداری وجود ندارد. به عبارتی، حق الزحمه حسابرس بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی در شرکت‌ها تأثیرگذار نبوده است. با توجه به این یافته‌ها، فرضیه دوم پژوهش را نمی‌توان تأیید کرد. هرچند که حسابرسان تمایل دارند این قضیه را در شرکت‌ها کشف کنند که آیا اطلاعات مسئولیت‌های اجتماعی انجام و افشا شده است یا خیر؟ این موضوع باعث افزایش ریسک حسابرسی و در نتیجه افزایش تلاش‌های حسابرسی می‌شود که به تبع آن هزینه‌های حسابرسی افزایش خواهند یافت. بر مبنای این استدلال، مبانی نظری پشتیبان این موضوع بود که حق الزحمه بالاتر، مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالاتری به دنبال دارد. اما نتایج تجربی پژوهش عکس این قضیه را نشان داد.

جدول ۷. نتایج آزمون فرضیه دوم						
متغیر	نماد	پیش‌بینی	ضریب	انحراف معیار	آماره	سطح معناداری
حق‌الزحمه حسابرس	Lnftee	+	۰/۰۱۰	۰/۰۰۶	۱/۵۷۷	۰/۱۱۵
اندازه شرکت	Size	+	-۰/۰۰۷	۰/۰۰۳	-۲/۳۳۳	۰/۰۰۸
اهرم مالی	Lev	-	-۰/۰۰۶	۰/۰۱۱	-۰/۵۶۵	۰/۵۷۲
رشد شرکت	Growth	+	-۰/۰۰۵	۰/۰۰۲	-۲/۲۸۶	۰/۰۰۴
بازده دارایی	ROA	+	۰/۰۹۵	۰/۰۳۸	۲/۴۸۸	۰/۰۱۲
نسبت موجودی کالا	INV	-	۰/۲۲۶	۰/۰۸۴	۲/۶۷۲	۰/۰۰۷
نسبت دارایی جاری	Curr	+	۰/۰۱۶	۰/۰۰۶	۲/۵۳۰	۰/۰۱۱
زیان‌ده بودن	Loss	-	۰/۰۴۸	۰/۰۴۸	۰/۹۹۹	۰/۳۱۷
سن شرکت	Age	+	-۰/۰۰۳	۰/۰۰۲	۱/۵۱۳	۰/۱۳۰
سهامداران عمده	Mas	+	-۰/۰۳۷	۰/۰۵۰	۰/۷۴۰	۰/۴۵۹
ضریب تعیین		۰/۵۲۴				
آماره F		۷/۰۶۰				
آماره دوربین واتسون		۱/۸۵۷				

فرضیه سوم

فرضیه فرعی اول

فرضیه سوم پژوهش از دو فرضیه فرعی (اول و دوم) تشکیل شده است. نتایج آزمون فرضیه فرعی اول، در جدول ۸ ارائه شده است. ضریب برآوردی و سطح معناداری متغیر مستقل (اندازه حسابرس) (۰/۳۵۷ و سطح معناداری ۰/۰۱۲ درصد) نشان می‌دهد که بین اندازه حسابرس و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، رابطه مثبت و معناداری در سطح خطای ۵ درصد وجود دارد. همچنین، ضریب برآوردی و سطح معناداری متغیر تعدیل‌گر (مالکان نهادی) (۱/۷۱۲ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ درصد) نشان می‌دهد که بین مالکان نهادی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، رابطه مثبت و معناداری در سطح خطای یک درصد وجود دارد. به عبارتی، مالکان نهادی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی در شرکت‌ها را افزایش می‌دهد. علاوه بر این، ضریب برآوردی و سطح معناداری متغیر تعامل مالکان نهادی با اندازه حسابرس (۱/۳۳۲ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ درصد) نشان می‌دهد که مالکان نهادی رابطه بین اندازه حسابرس و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت را بیش از پیش تقویت می‌کند. با توجه به این یافته‌ها، فرضیه فرعی اول پژوهش را نمی‌توان رد کرد.

این یافته‌ها را می‌توان بدین گونه تحلیل کرد که مالکان نهادی بدون شک به عنوان یک ابزار نظارتی کارآمد عمل کرده و توانسته‌اند شرکت‌ها را به انجام و افشای فعالیت‌های مربوط به مسئولیت اجتماعی تشویق کنند.

جدول ۸. نتایج آزمون فرضیه فرعی اول						
متغیر	نماد	پیش‌بینی	ضریب	انحراف معیار	آماره	سطح معناداری
اندازه حسابرس	Auditor	+	۰/۳۵۷	۰/۱۴۹	۲/۵۲۹	۰/۰۱۲
سهامداران نهادی	INS	+	۱/۷۱۲	۰/۲۴۹	۶/۸۶۳	۰/۰۰۰
تعامل اندازه حسابرس و سهامداران نهادی	Auditor* INS	+	۱/۳۳۲	۰/۲۱۶	۵/۸۲۶	۰/۰۰۰
اندازه شرکت	Size	+	۰/۱۱۵-	۰/۱۸۱	۰/۶۳۴-	۰/۵۲۵
اهرم مالی	Lev	-	۰/۰۴۵-	۰/۱۷۰	۰/۲۶۴-	۰/۷۹۱
رشد شرکت	Growth	+	-۰/۲۰۹	۰/۱۷۷	-۱/۱۷۵	۰/۲۳۹
بازده دارایی	ROA	+	۰/۳۱۸	۰/۱۱۵	۲/۷۵۶	۰/۰۰۵
نسبت موجودی کالا	INV	-	۰/۲۷۵	۰/۱۱۷	۲/۳۴۶	۰/۰۱۸
نسبت دارایی جاری	Curr	+	۰/۶۷۵	۰/۴۰۲	۱/۶۷۷	۰/۰۹۳
زیان‌ده بودن	Loss	-	۰/۰۶۳	۰/۴۱۱	۰/۳۵۵	۰/۸۲۱
سن شرکت	Age	+	۰/۶۴۲-	۰/۳۹۷	۱/۶۱۸-	۰/۱۰۵
سهامداران عمده	Mas	+	۰/۲۲۱	۰/۱۱۴	۱/۹۲۷	۰/۰۵۳
ضریب تعیین		۰/۶۱۰				
آماره F		۸/۸۴۷				
آماره دوربین واتسون		۱/۹۲۲				

فرضیه فرعی دوم

نتایج آزمون فرضیه فرعی دوم، در جدول ۹ ارائه شده است. ضریب برآوردی و سطح معناداری متغیر مستقل (حق‌الزحمه حسابرس) (۱/۶۴۳ و ۰/۴۸۲ درصد) نشان می‌دهد که بین اندازه حسابرس و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، رابطه معناداری وجود ندارد. با این حال، ضریب برآوردی و سطح معناداری متغیر تعدیل‌گر (مالکان نهادی) (۳/۳۴۱ و ۰/۰۰۱ درصد) نشان می‌دهد که بین مالکان نهادی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، رابطه مثبت و معناداری در سطح خطای یک درصد

وجود دارد. اما، ضریب برآوردی و سطح معناداری متغیر تعامل مالکان نهادی با حق الزحمه حسابرس (۰/۹۶۷ و سطح معناداری ۰/۱۷۶ درصد) نشان می‌دهد که مالکان نهادی رابطه بین حق الزحمه حسابرس و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت را تحت تأثیر قرار نداده‌اند. باتوجه به این یافته‌ها، فرضیه فرعی دوم پژوهش را نمی‌توان تأیید کرد.

جدول ۹. نتایج آزمون فرضیه فرعی دوم						
متغیر	نماد	پیش‌بینی	ضریب	انحراف معیار	آماره	سطح معناداری
حق الزحمه حسابرس	Lnfee	+	۱/۶۴۳	۲/۳۳۸	۰/۷۰۲	۰/۴۸۲
سهامداران نهادی	INS	+	۳/۳۴۱	۱/۰۵۵	۳/۱۶۵	۰/۰۰۱
تعامل حق الزحمه حسابرس و سهامداران نهادی	Lnfee* INS	+	۰/۹۶۷	۰/۷۱۵	۱/۳۵۲	۰/۱۷۶
اندازه شرکت	Size	+	-۴/۵۲۵	۱/۹۰۲	-۲/۳۷۹	۰/۰۱۷
اهرم مالی	Lev	-	۰/۳۱۲-	۰/۱۶۷	۱/۸۶۱-	۰/۰۶۲
رشد شرکت	Growth	+	-۰/۵۷۳	۰/۶۴۱	-۰/۸۹۴	۰/۳۷۰
بازده دارایی	ROA	+	۰/۳۴۶	۱/۵۳۰	۰/۲۲۶	۰/۸۲۰
نسبت موجودی کالا	INV	-	۰/۳۰۹	۰/۱۳۲	۲/۳۳۷	۰/۰۱۹
نسبت دارایی جاری	Curr	+	۰/۱۸۱	۰/۰۹۰	۲/۰۰۳	۰/۰۴۲
زیان‌ده بودن	Loss	-	۲/۰۴۵	۱/۹۸۰	۱/۰۳۲	۰/۳۰۱
سن شرکت	Age	+	-۰/۶۸۷	۰/۸۰۱	-۰/۸۵۷	۰/۳۹۱
سهامداران عمده	Mas	+	۲/۷۴۷	۱/۲۷۵	۲/۱۵۴	۰/۰۳۱
		ضریب تعیین		۰/۵۴۶		
		آماره F		۸/۸۹۱		
		آماره دوربین واتسون		۱/۹۱۷		

در نهایت باتوجه با یافته‌های آزمون فرضیه فرعی اول و دوم، می‌توان نتیجه گرفت که سهامداران نهادی توانسته رابطه مثبت بین کیفیت حسابرسی با بدیل اندازه حسابرس را تقویت کند. این یافته‌ها نشان می‌دهند که سهامداران نهادی باتوجه به نفوذ و توانایی که دارند و همچنین، بخاطر حجم سرمایه‌گذاری خود در شرکت، باعث شده‌اند که سازمان حسابرسی را برای حسابرسی کردن گزارش‌های شرکت انتخاب کنند و از تجربه و تخصص این سازمان در راستای ارائه گزارش‌های بهتر بهره بگیرند.

تحلیل‌های اضافی

در این پژوهش، فرضیه‌ها به صورت مقطعی نیز آزمون شدند. هدف از این کار، نشان دادن تأثیر دوره‌های مختلف تحت شرایط اقتصادی متفاوت این دوره‌ها است.

فرضیه اول

نتایج بررسی‌های مقطعی برای فرضیه اول، نشان می‌دهد که اندازه حسابرس، در سال‌های ابتدایی عمدتاً معنادار بوده است. این یافته‌ها نشان می‌دهد که تأثیر اندازه حسابرس (یعنی سازمان حسابرسی) در سال‌ها ابتدایی دهه ۱۳۹۰، تأثیر مثبت و معناداری بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها داشته است. بر اساس این یافته‌ها می‌توان گفت که یک الگوی منسجم و برنامه‌ریزی شده برای حسابرسی منافع عمومی در سطح اقتصاد ایران وجود ندارد.

جدول ۱۰. نتایج آزمون فرضیه اول

متغیر	نماد	۱۳۹۰	۱۳۹۱	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸
اندازه حسابرس	Auditor	۰/۰۰۵ (۰/۰۳۷)	۰/۱۰۳ ^{***} (۰/۳۴۴)	۰/۱۳۹ ^{***} (۰/۰۴)	۰/۰۴۱ (۰/۰۴۲)	۰/۰۷۸ ^{***} (۰/۰۳۷)	۰/۰۲۶ (۰/۰۴۳)	۰/۰۸۵ (۰/۰۴)	۰/۰۱۳ (۰/۰۳۶)	۰/۰۴۸ (۰/۰۳۷)
اندازه شرکت	Size	۰/۰۰۳ (۰/۰۱۲)	۰/۰۱۳ (۰/۰۱۱)	۰/۰۰۴ (۰/۰۱۱)	-۰/۰۲۲ [*] (۰/۰۱۲)	۰/۰۱۱ (۰/۰۱۱)	۰/۰۰۱ (۰/۰۱۲)	۰/۰۰۲ (۰/۰۱۱)	۰/۰۱۲ (۰/۰۱۱)	-۰/۰۰۰ (۰/۰۱۱)
اهرم مالی	Lev	-۰/۰۱۰ (۰/۱۰۵)	-۰/۰۸۳ (۰/۱۰۵)	۰/۱۴۷ (۰/۱۲۳)	۰/۲۰۰ [*] (۰/۱۱۳)	۰/۰۰۶ (۰/۰۹۸)	-۰/۰۴۵ (۰/۱۱۸)	-۰/۰۸۸ (۰/۱۰۱)	-۰/۰۱۲ (۰/۱۰۰)	۰/۰۰۳ (۰/۱۰۳)
رشد شرکت	Growth	-۰/۰۶۴ (۰/۰۷۱)	۰/۰۶۵ (۰/۰۴۲)	۰/۰۴ (۰/۰۴۷)	-۰/۰۲۲ (۰/۰۴۱)	۰/۰۳۴ (۰/۰۵۱)	۰/۰۹۳ [*] (۰/۰۵۷)	-۰/۰۱۸ (۰/۰۳۹)	-۰/۰۰۱ (۰/۰۰۴)	-۰/۰۲۱ (۰/۰۳۷)
بازده دارایی	ROA	-۰/۳۸۸ [*] (۰/۲۲۵)	۰/۰۷۴ (۰/۱۵۲)	۳/۰۱ (۰/۱۸۲)	۰/۲۵ (۰/۱۹)	۰/۱۲۵ (۰/۲۰۵)	۰/۰۸۴ (۰/۲۱۷)	۰/۱۷۱ (۰/۱۹۴)	-۰/۰۲۶ (۰/۱۶۲)	۰/۲۳۷ (۰/۱۶۲)
نسبت موجودی کالا	INV	۰/۱۲ ^{***} (۰/۱۲۰)	-۰/۱۹۹ [*] (۰/۲۲۵)	-۰/۰۴۶ (۰/۱۲۵)	۰/۲۲۴ [*] (۰/۱۱۸)	-۰/۰۸۱ (۰/۱۰۲)	-۰/۰۸۱ (۰/۱۲)	۰/۲۹۱ ^{***} (۰/۱۲۳)	۰/۰۱۶ (۰/۱۰۸)	-۰/۱۶۱ (۰/۱۲۵)
نسبت دارایی‌های جاری	Curr	-۰/۰۷۸ (۰/۰۹۵)	۰/۰۶۶ (۰/۰۸)	۰/۰۵۵ (۰/۰۹۵)	-۰/۲۱۱ ^{***} (۰/۰۹۴)	۰/۱۱۸ (۰/۰۸۴)	۰/۰۷۶ (۰/۰۹)	۰/۱۲۸ (۰/۰۸۹)	۰/۰۶۴ (۰/۰۹۲)	-۰/۰۵۵ (۰/۰۸۶)
زیان‌ده بودن	Loss	۰/۱۳۲ ^{***} (۰/۰۶۵)	-۰/۰۰۹ (۰/۰۷۱)	۰/۰۱۹ (۰/۰۶۹)	۰/۰۱ (۰/۰۷۳)	۰/۱۱۲ ^{***} (۰/۰۵۳)	۰/۰۰۵ (۰/۰۶)	۰/۰۶۱ (۰/۰۵۳)	-۰/۰۷۸ (۰/۰۶۱)	۰/۱۳۶ [*] (۰/۰۷۱)
سن شرکت	Age	-۰/۰۶۳ (۰/۰۳۷)	۰/۰۰۱ (۰/۰۴۲)	-۰/۰۵۴ (۰/۴۲۷)	-۰/۰۹۴ ^{***} (۰/۰۴۵)	۰/۰۲۶ (۰/۰۴۱)	۰/۰۶۹ (۰/۰۴۴)	۰/۰۷۷ [*] (۰/۰۴۴)	۰/۰۳۴ (۰/۰۴۴)	-۰/۰۵۲ (۰/۰۴۵)
سهامداران عمده	Mas	-۰/۱۰۰ [*] (۰/۰۳۷)	۰/۱۷۷ (۰/۱۱۳)	۰/۰۱۱ (۰/۱۰۴)	-۰/۰۷۹ (۰/۱۰۹)	۰/۰۳۵ (۰/۱۰۷)	۰/۰۶۶ (۰/۱۱۹)	۰/۰۸۳ (۰/۱۱۲)	۰/۰۰۷ (۰/۱۱۲)	-۰/۰۰۵ (۰/۱۱۰)
ضریب تعیین	R	۰/۳۴۹ (۰/۳۶۶)	۰/۲۴۳ (۰/۲۴۳)	۰/۲۶۴ (۰/۲۶۴)	۰/۱۰۰ (۰/۱۰۰)	۰/۳۱۹ (۰/۳۱۹)	۰/۱۵۸ (۰/۱۵۸)	۰/۲۵۱ (۰/۲۵۱)	۰/۲۱۲ (۰/۲۱۲)	۰/۱۸۸ (۰/۱۸۸)
آماره F	F	۱/۹۵۰	۲/۳۶۶	۱/۹۵۸	۴/۵۴۶	۲/۲۹۴	۱/۳۵۵	۱/۸۳۶	۱/۹۵۸	۲/۱۶۴
آماره دوربین واتسون	D.W	۱/۹۳۶	۱/۹۸۴	۲/۵۹۷	۱/۹۸۶	۲/۰۱۹	۱/۹۵۶	۱/۹۹۸	۱/۹۵۲	۱/۹۸۱

***: معناداری در سطح ۱ درصد، **: معناداری در سطح ۵ درصد و *: معناداری در سطح ۱۰

فرضیه دوم

نتایج آزمون فرضیه دوم به صورت مقطعی، در جدول ۱۱ ارایه شده است. بر اساس این یافته‌ها، می‌توان گفت اثر حق‌الزحمه حسابرسی در سال‌های ابتدایی و میانی دهه ۱۳۹۰، تأثیر منفی و معناداری بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها داشته است. با این حال، یافته‌های آزمون فرضیه دوم به صورت پانلی، نشان داد که حق‌الزحمه حسابرسی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها تأثیر معناداری ندارد. این یافته‌ها نشان می‌دهد که ممکن است اثرگذاری حق‌الزحمه حسابرسی به عنوان یکی از معیارهای کیفیت حسابرسی، بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها متفاوت باشد. با این حال، یافته‌های آزمون فرضیه دوم به صورت پانل، نشان داد که حق‌الزحمه حسابرسی تأثیر معناداری بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها ندارد.

جدول ۱۱. نتایج آزمون فرضیه دوم

متغیر	نماد	۱۳۹۰	۱۳۹۱	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸
حق‌الزحمه حسابرسی	Lnfee	۰/۰۰۶ (۰/۰۱۵)	۰/۰۲۸ [°] (۰/۰۱۶)	۰/۰۳۱ [°] (۰/۰۱۸)	-۰/۰۱۲ (۰/۰۱۶)	۰/۰۳۴ ^{°°} (۰/۰۱۴)	-۰/۰۴۸ ^{°°°} (۰/۰۱۸)	-۰/۰۳۳ ^{°°} (۰/۰۱۶)	۰/۰۱۵ (۰/۰۱۵)	۰/۰۲۰ (۰/۰۱۴)
اندازه شرکت	Size	۰/۰۱۵ (۰/۰۱۱)	۰/۰۰۶ (۰/۰۱۰)	۰/۰۰۶ (۰/۰۱۱)	-۰/۰۲۲ [°] (۰/۰۱۱)	۰/۰۰۱ (۰/۰۱۱)	-۰/۰۰۸ (۰/۰۱۲)	-۰/۰۰۳ (۰/۰۱۱)	۰/۰۱۳ (۰/۰۱۱)	۰/۰۰۱ (۰/۰۱۱)
اهرم مالی	Lev	-۰/۰۵۴ (۰/۰۱۳)	-۰/۰۹۲ (۰/۰۸۹)	۰/۲۳۰ [°] (۰/۱۳۱)	۰/۲۲۶ ^{°°} (۰/۱۰۴)	-۰/۱۲۴ (۰/۰۹۷)	۰/۰۱۲ (۰/۱۲۱)	-۰/۱۱۳ (۰/۱۰۳)	-۰/۰۱۸ (۰/۱۰۰)	-۰/۰۰۷ (۰/۱۰۳)
رشد شرکت	Growth	-۰/۰۴۶ (۰/۰۷۱)	۰/۰۳۹ (۰/۰۴۴)	۰/۰۳۹ (۰/۰۴۹)	-۰/۰۴۸ (۰/۰۳۸)	۰/۰۱۷ (۰/۰۵۲)	۰/۱۲۱ [°] (۰/۰۵۶)	-۰/۰۱۰ (۰/۰۳۷)	-۰/۰۰۱ (۰/۰۰۴)	-۰/۰۱۳ (۰/۰۳۶)
بازده دارایی	ROA	۰/۲۷۴ (۰/۲۲۱)	۰/۱۴۶ (۰/۱۵۱)	۰/۳۷۸ ^{°°} (۰/۱۸۹)	۰/۲۷۲ (۰/۱۷۸)	-۰/۰۴۵ (۰/۲)	۰/۱۴۱ (۰/۲۲۵)	۰/۲۲۵ (۰/۱۹۳)	-۰/۰۱۶ (۰/۱۵۱)	۰/۲۲۷ (۰/۱۶۲)
نسبت موجودی کالا	INV	۰/۱۸۱ (۰/۱۱۷)	-۰/۰۷۲ (۰/۱۰۹)	-۰/۱۳۵ (۰/۱۲۸)	۰/۲۱۶ [°] (۰/۱۱۲)	-۰/۰۵۳ (۰/۱۰۲)	-۰/۰۱۲ (۰/۱۲)	۰/۲۷۶ ^{°°} (۰/۱۲۴)	۰/۰۲۵ (۰/۱۰۸)	-۰/۱۲۹ (۰/۱۲۵)
نسبت دارایی جاری	Curr	۰/۰۰۳ (۰/۰۹۱)	۰/۰۷۱ (۰/۰۸۳)	-۰/۰۰۵ (۰/۱۰۰)	-۰/۲۴۳ [°] (۰/۰۹۰)	۰/۱۳ (۰/۰۸۴)	۰/۰۵۹ (۰/۰۸۹)	۰/۱۵۰ [°] (۰/۰۸۸)	۰/۰۷۰ (۰/۰۹۲)	-۰/۰۶۲ (۰/۰۸۵)
زیان‌ده بودن	Loss	۰/۱۲۱ [°] (۰/۰۶۲)	۰/۰۹۱ (۰/۰۶۲)	-۰/۰۰۴ (۰/۰۶۹)	-۰/۰۲۳ (۰/۰۶۸)	۰/۰۵۵ (۰/۰۵۴)	۰/۰۱۶ (۰/۰۶۰)	۰/۰۸۰ (۰/۰۵۳)	-۰/۰۷۵ (۰/۰۶۱)	۰/۱۲۸ [°] (۰/۰۷۱)
سن شرکت	Age	۰/۰۵۵ (۰/۰۳۷)	-۰/۰۰۸ (۰/۰۳۸)	-۰/۰۱۲ (۰/۰۴۳)	-۰/۰۵۹ (۰/۰۴۳)	۰/۰۳۲ (۰/۰۴۳)	۰/۰۳ (۰/۰۴۴)	۰/۰۸۳ ^{°°} (۰/۰۴۴)	۰/۰۳۹ (۰/۰۴۴)	۰/۰۵۲ (۰/۰۴۵)
سهامداران عمده	Mas	-۰/۰۷۴ (۰/۰۱۰۳)	۰/۱۰۲ (۰/۰۱۰۱)	۰/۰۰۰ (۰/۰۱۰۳)	-۰/۰۹۰ (۰/۰۱۰۱)	۰/۰۶۷ (۰/۰۱۰۶)	۰/۰۹۷ (۰/۰۱۱۹)	۰/۰۳۲ (۰/۰۱۱۱)	-۰/۱۹۶ (۰/۰۱۰۰)	-۰/۰۰۷ (۰/۰۱۰۰)
ضریب تعیین	R	۰/۲۸۲	۰/۲۰۳	۰/۲۱۱	۰/۱۷۲	۰/۳۲۲	۰/۲۸۴	۰/۲۰۳	۰/۲۱۶	۰/۱۸۸
آماره F	F	۱/۹۵۰	۱/۹۵۵	۱/۵۳۵	۱/۹۷۶	۲/۱۵۷	۱/۸۰۱	۱/۸۲۳	۲/۰۰۸	۲/۱۷۶
آماره دوربین واتسون	D.W	۲/۰۰۸	۲/۰۰۰	۲/۰۴۰	۲/۰۴۳	۱/۸۶۴	۱/۹۴۰	۱/۹۶۴	۱/۹۶۱	۱/۹۹۳

***: معناداری در سطح ۱ درصد، **: معناداری در سطح ۵ درصد و *: معناداری در سطح ۱۰

فرضیه سوم**فرضیه فرعی اول**

نتایج آزمون فرضیه فرعی اول به صورت مقطعی، در جدول ۱۲ آمده است. یافته‌های این آزمون‌ها، نشان می‌دهد که با اضافه شدن سهامداران نهادی به مدل مورد آزمون، نتایج تغییر کرده است. بر اساس این نتایج می‌توان گفت که مالکان نهادی طی مقاطع مختلف دوره زمانی پژوهش، رابطه بین اندازه حسابرس به عنوان یکی از معیارهای مهم کیفیت حسابرسی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها تأثیرگذار نبوده است. این یافته‌ها نشان‌دهنده این است که مالکان نهادی دارای منافع کوتاه‌مدت بوده و عمدتاً با استفاده از قدرت نفوذ، کنترل و نظارت خود در حفظ منافع عمومی فعال نیستند. این یافته‌ها تا حدی بر تئوری همگرایی منافع تأکید دارد. بدین صورت که مالکان نهادی برای رسیدن به منافع شخصی با مدیران دست به رفتارهای فرصت‌طلبانه زده که این موضوع می‌تواند فرایند گزارشگری مالی را دچار مشکل کند.

جدول ۱۲. نتایج آزمون فرضیه فرعی اول										متغیر	نماد
۱۳۹۸	۱۳۹۷	۱۳۹۶	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	۱۳۹۱	۱۳۹۰		Auditor	اندازه حسابرس
۰/۰۸۵ ^{***} (۰/۰۳۸)	۰/۰۱۱ (۰/۰۵۵)	۰/۰۱۷ (۰/۰۶۲)	۰/۰۴۸ (۰/۰۶۶)	۰/۰۷۰ ^{***} (۰/۰۳۷)	۰/۱۶۱ ^{***} (۰/۰۶۳)	۰/۰۲۴ (۰/۰۶۳)	۰/۰۰۹ (۰/۰۶۳)	۰/۰۳۴ (۰/۰۶۵)			
۰/۰۴۸ (۰/۰۵۶)	۰/۰۸۶ (۰/۰۵۲)	۰/۰۴۶ (۰/۰۵۴)	۰/۰۶۸ (۰/۰۵۸)	۰/۰۱۳ (۰/۰۵۲)	۰/۰۴۲ (۰/۰۵۸)	۰/۰۴۵ (۰/۰۶۲)	۰/۰۱۰ (۰/۰۵۶)	۰/۰۶۲ (۰/۰۶۳)		INS	سهامداران نهادی
۰/۰۸۷ (۰/۱۱۰)	-۰/۰۵۹ (۰/۱۰۴)	۰/۰۱۱ (۰/۱۱۶)	۰/۱۷۳ (۰/۱۳۰)	-۰/۰۱۰ (۰/۱۲۰)	-۰/۰۴۲ (۰/۱۲۰)	۰/۱۳۸ (۰/۱۲۹)	۰/۱۴۵ (۰/۱۱۰)	-۰/۱۳۱ (۰/۱۱۷)		Auditor* INS	تعامل اندازه حسابرس و سهامداران نهادی
۰/۰۰۹ (۰/۰۱۱)	۰/۰۱۳ (۰/۰۱۱)	-۰/۰۵۰ (۰/۰۱۱)	۰/۰۰۰ (۰/۰۱۲)	۰/۰۰۹ (۰/۰۱۱)	-۰/۰۳۲ (۰/۰۱۱)	۰/۰۰۶ (۰/۰۱۱)	۰/۰۱۰ (۰/۰۱۰)	۰/۰۲۰ ^{***} (۰/۰۱۱)		Size	اندازه شرکت
-۰/۰۴۴ (۰/۱۰۸)	۰/۰۰۷ (۰/۱۰۰)	-۰/۰۵۲ (۰/۰۹۹)	-۰/۰۰۳ (۰/۱۱۹)	-۰/۰۲۲ (۰/۰۹۸)	۰/۰۲۳ (۰/۱۰۲)	۰/۰۲۷ (۰/۱۲۴)	۰/۰۴۸ (۰/۰۸۹)	۰/۱۵۵ (۰/۱۰۳)		Lev	اهرم مالی
-۰/۰۳۵ (۰/۰۳۸)	۰/۰۰۲ (۰/۰۰۴)	-۰/۰۱۰ (۰/۰۳۹)	۰/۱۱۶ ^{***} (۰/۰۵۸)	۰/۰۳۹۴ (۰/۰۵۰)	-۰/۰۶۴ (۰/۰۳۸)	۰/۰۳۵ (۰/۰۴۷)	۰/۰۷۶ (۰/۰۴۴)	۰/۰۰۵ (۰/۰۷۲)		Growth	رشد شرکت
۰/۲۱۹ (۰/۱۷۱)	-۰/۰۳۹ (۰/۱۵۷)	۰/۱۹۰ (۰/۱۹۷)	۰/۱۵۳ (۰/۲۱۷)	۰/۱۴۴ (۰/۲۰۵)	۰/۲۲۳ (۰/۱۷۵)	۰/۱۳۳ (۰/۱۸۲)	۰/۱۰۶ (۰/۱۵۰)	-۰/۰۴۵ (۰/۲۲۵)		ROA	بازده دارایی‌ها
-۰/۰۷۳ (۰/۱۳۲)	۰/۰۲۰ (۰/۱۰۷)	۰/۲۳۹ ^{***} (۰/۱۲۱)	-۰/۰۰۱ (۰/۱۲۱)	-۰/۱۰۶ (۰/۱۰۴)	۰/۱۶۴ (۰/۱۱۴)	-۰/۰۳۱ (۰/۱۳۳)	-۰/۱۶۰ (۰/۱۱۴)	۰/۱۸۰ (۰/۱۲۵)		INV	نسبت موجودی کالا
-۰/۰۸۶ (۰/۰۸۸)	۰/۰۵۶ (۰/۰۸۷)	۰/۰۸۹ (۰/۰۸۸)	۰/۰۵۴۷ (۰/۰۹۰)	۰/۱۰۴ (۰/۰۸۴)	-۰/۲۹۳ (۰/۰۹۰)	۰/۰۸۶ (۰/۰۹۶)	۰/۰۷۱ (۰/۰۸۲)	۰/۰۷۲ (۰/۰۹۱)		Curr	نسبت دارایی جاری
۰/۰۱۰ (۰/۰۳۳)	-۰/۰۹۰ (۰/۰۶۰)	۰/۰۶۴ (۰/۰۵۴)	۰/۰۰۹ (۰/۰۶۰)	۰/۱۱۲ (۰/۰۵۳)	-۰/۰۴۳ (۰/۰۶۷)	۰/۰۰۸ (۰/۰۶۷)	۰/۰۲۲ (۰/۰۶۵)	۰/۰۲۶ (۰/۰۶۴)		Loss	زیان‌ده بودن
-۰/۰۴۴ (۰/۰۴۸)	۰/۰۱۴ (۰/۰۴۳)	۰/۰۷۶ ^{***} (۰/۰۴۵)	۰/۰۷۰ (۰/۰۴۵)	۰/۰۲۶ (۰/۰۴۱)	-۰/۰۹۸ (۰/۰۴۲)	-۰/۰۱۰ (۰/۰۴۲)	۰/۰۰۰ (۰/۰۳۸)	۰/۰۲۹ (۰/۰۳۸)		Age	سن شرکت
۰/۰۵۷ (۰/۱۱۷)	-۰/۰۱۴ (۰/۱۱۱)	۰/۸۱۹ (۰/۱۱۴)	۰/۰۷۱ (۰/۱۱۹)	۰/۰۴۶ (۰/۱۰۷)	-۰/۱۳۴ (۰/۱۰۰)	-۰/۰۰۳ (۰/۱۰۴)	۰/۱۳۷ (۰/۱۰۱)	-۰/۰۰۹ (۰/۱۰۷)		Mas	سهامداران عمده
۰/۱۶۹	۰/۲۴۳	۰/۲۳۳	۰/۱۸۵	۰/۳۴۶	۰/۲۶۴	۰/۲۲۴	۰/۲۴۵	۰/۲۲۷		R	ضریب تعیین
۱/۵۴۴	۲/۲۰۴	۱/۴۶۴	۱/۴۶۸	۲/۲۶۸	۲/۱۹۴	۱/۷۷۳	۲/۱۷۴	۱/۷۷۳		F	آماره F
۱/۹۰۳	۱/۹۸۷	۲/۰۱۵	۱/۹۳۰	۲/۰۲۷	۲/۰۲۲	۲/۰۴۹	۱/۹۴۲	۱/۹۵۹		D.W	آماره دوربین واتسون

***: معناداری در سطح ۱ درصد، **: معناداری در سطح ۵ درصد و *: معناداری در سطح ۱۰

فرضیه فرعی دوم

نتایج آزمون فرضیه فرعی دوم به صورت مقطعی، در جدول ۱۳ آمده است. یافته‌های این آزمون‌ها، نشان می‌دهد که تعامل حق‌الزحمه حسابرس و سهامداران نهادی در مقاطع مختلف دوره زمانی پژوهش تأثیر معناداری بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها نداشته است. این یافته‌ها تأیید دوباره‌ای بر یافته‌ها و تحلیل آزمون مقطعی فرضیه فرعی دوم دارد. بر این اساس می‌توان نتیجه گرفت که مالکان نهادی بر فرایند گزارشگری مالی و رعایت مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌های فعال در بازار سرمایه ایران اثرگذار نیست. چراکه طبق یافته‌های این پژوهش مالکان نهادی در مقاطع مختلف نتوانسته‌اند مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و همچنین، رابطه بین این متغیر مهم با کیفیت حسابرسی را تغییر دهد. علاوه بر این، این یافته‌ها مشابه آزمون این فرضیه به صورت پانلی است. جاییکه در آزمون این فرضیه به صورت پانلی نیز یافته‌ها نشان دادند که مالکان نهادی نتوانسته‌اند رابطه بین کیفیت حسابرسی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها را تحت تأثیر قرار دهند.

جدول ۶: نتایج آزمون فرضیه فرعی اول									نماد	متغیر
۱۳۹۸	۱۳۹۷	۱۳۹۶	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	۱۳۹۱	۱۳۹۰	Lnfee	حق‌الزحمه حسابرسان
۰/۰۲۲ (۰/۰۲۷)	۰/۰۴۰ (۰/۰۲۷)	۰/۰۹۲ ^{***} (۰/۰۲۷)	-۰/۰۳۵ ^{oo} (۰/۰۱۷)	۰/۰۰۳ (۰/۰۲۱)	-۰/۰۱۳ (۰/۰۲۸)	۰/۰۳۳ ^{oo} (۰/۰۱۸)	۰/۰۲۳ (۰/۰۱۶)	۰/۰۳۵ (۰/۰۳۰)		
-۰/۰۴۳ (۰/۰۳۱۶)	۰/۰۴۲۳ (۰/۰۳۱۶)	۰/۰۶۶ (۰/۰۳۲۳)	۰/۱۸۴ (۰/۰۳۴۲)	۰/۲۸۱ (۰/۰۲۷۸)	۰/۰۶۲ (۰/۰۳۵۷)	۰/۰۲۷ (۰/۰۴۰۵)	-۰/۰۹۶ (۰/۰۳۵۰)	۰/۰۵۱۱ (۰/۰۳۵۹)	INS	سهامداران نهادی
-۰/۰۵۵ (۰/۰۴۷)	-۰/۰۵۴ (۰/۰۴۸)	-۰/۰۱۹ (۰/۰۴۸)	-۰/۰۱۳ (۰/۰۵۰)	-۰/۰۴۲۹ (۰/۰۴۱)	-۰/۰۱۳ (۰/۰۵۴)	۰/۰۰۹ (۰/۰۵۹)	۰/۰۱۷ (۰/۰۵۱)	-۰/۰۲۷ (۰/۰۵۴)	Lnfee* INS	تعامل حق‌الزحمه حسابرسان و سهامداران نهادی
۰/۰۰۰ (۰/۰۱۲)	۰/۰۱۳ (۰/۰۱۱)	-۰/۰۰۹ (۰/۰۱۱)	-۰/۰۰۳ (۰/۰۱۳)	۰/۰۰۶ (۰/۰۱۱)	-۰/۰۲۴ ^{oo} (۰/۰۱۱۷)	۰/۰۰۷ (۰/۰۱۱)	۰/۰۰۹ (۰/۰۱۰)	۰/۰۰۹ (۰/۰۱۱)	Size	اندازه شرکت
-۰/۰۲۷ (۰/۰۱۰۶)	-۰/۰۰۸ (۰/۰۱۰۱)	-۰/۰۸۲ (۰/۰۱۰۳)	-۰/۰۲۶ (۰/۰۱۷)	-۰/۰۸۰ (۰/۰۰۹۶)	۰/۲۴۹ ^{oo} (۰/۰۱۰۴)	۰/۱۰۱ (۰/۰۱۲۷)	-۰/۰۷۲ (۰/۰۰۸۸)	-۰/۰۶۷ (۰/۰۱۰۲)	Lev	اهرم مالی
-۰/۰۱۰ (۰/۰۰۳۷)	۰/۰۰۲ (۰/۰۰۰۴)	-۰/۰۲۹ (۰/۰۰۳۸)	۰/۱۰۱ ^o (۰/۰۰۵۷)	۰/۰۴۱ (۰/۰۰۵۱)	-۰/۰۶۰ (۰/۰۰۳۹)	۰/۰۴۵ (۰/۰۰۴۹)	۰/۰۴۲ (۰/۰۰۴۴)	۰/۰۰۷ (۰/۰۰۷۱)	Growth	رشد شرکت
۰/۲۰۴ (۰/۰۱۶۶)	-۰/۰۳۸ (۰/۰۱۵۶)	۰/۳۵۰ (۰/۰۱۹۸)	۰/۰۸۵ (۰/۰۲۲۰)	۰/۰۶۱ (۰/۰۲۰۰)	۰/۲۵۲ (۰/۰۱۸۰)	۰/۲۸۴ (۰/۰۱۸۷)	۰/۱۰۴ (۰/۰۱۵۱)	۰/۲۰۸ (۰/۰۲۰۹)	ROA	بازده دارایی‌ها
-۰/۱۱۹ (۰/۰۱۲۶)	۰/۰۲۵ (۰/۰۱۰۶)	۰/۳۱۸ ^o (۰/۰۱۲۷)	-۰/۰۵۰ (۰/۰۱۲۰)	-۰/۰۷۹ (۰/۰۱۰۳)	۰/۲۰۵ ^o (۰/۰۱۱۶)	-۰/۰۸۲ (۰/۰۱۲۹)	-۰/۰۴۸ (۰/۰۱۱۲)	۰/۱۷۰ (۰/۰۱۱۹)	INV	نسبت موجودی کالا
-۰/۰۵۶ (۰/۰۰۸۶)	۰/۰۶۷ (۰/۰۰۸۷)	-۰/۱۰۷ (۰/۰۰۸۸)	۰/۰۴۳ (۰/۰۰۹۲)	۰/۱۱۹ (۰/۰۰۸۴)	-۰/۲۷۸ ^{ooo} (۰/۰۱۱۷)	۰/۰۹۰ (۰/۰۰۹۹)	۰/۰۵۳ (۰/۰۰۸۳)	-۰/۰۰۵ (۰/۰۰۸۶)	Curr	نسبت دارایی جاری
۰/۱۴۴ ^{oo} (۰/۰۰۷۲)	-۰/۰۸۴ (۰/۰۰۵۹)	۰/۰۹۱ (۰/۰۰۵۵)	-۰/۰۱۳ (۰/۰۰۶۰)	۰/۰۸۰ (۰/۰۰۵۳۵)	-۰/۰۲۹ (۰/۰۰۶۸)	۰/۰۳۷ (۰/۰۰۶۹)	۰/۰۶۰ (۰/۰۰۶۳)	۰/۰۵۵ (۰/۰۰۶۰)	Loss	زیان‌ده بودن
-۰/۰۵۴ (۰/۰۰۴۶)	۰/۰۲۵ (۰/۰۰۴۲)	-۰/۰۰۶ (۰/۰۰۴۴)	۰/۰۷۵ ^o (۰/۰۰۴۴)	-۰/۰۲۳۳ (۰/۰۰۴۲۲)	۰/۰۸۰ ^o (۰/۰۰۴۴)	۰/۰۱۷ (۰/۰۰۴۴)	-۰/۰۰۱ (۰/۰۰۳۸)	۰/۰۲۹ (۰/۰۰۳۸)	Age	سن شرکت
-۰/۰۰۸ (۰/۰۱۱۰)	-۰/۰۰۱ (۰/۰۱۱۱)	۰/۰۸۴ (۰/۰۱۱۱)	۰/۱۳۷ (۰/۰۱۲۱)	۰/۰۷۵ (۰/۰۱۰۸)	-۰/۱۱۶ (۰/۰۱۰۱)	۰/۵۱ (۰/۰۱۰۵)	۰/۱۰۱ (۰/۰۱۰۲)	-۰/۰۴۴ (۰/۰۱۰۵)	Mas	سهامداران عمده
۰/۱۹۲	۰/۲۵۱	۰/۳۰۸	۰/۲۶۵	۰/۳۰۷	۰/۲۱۸	۰/۲۰۴	۰/۲۴۵	۰/۲۳۲	R	ضریب تعیین
۱/۷۵۳	۱/۹۴۸	۲/۳۰۳	۱/۸۰۱	۱/۵۸۱	۲/۱۲۵	۱/۹۰۵	۱/۴۸۸	۱/۸۷۷	F	آماره F
۲/۰۰۶	۲/۰۰۴	۲/۱۲۴	۱/۹۸۰	۲/۰۳۵	۲/۰۹۲	۲/۰۱۴	۲/۰۰۵	۱/۸۹۵	D.W	آماره دوربین واتسون

***: معناداری در سطح ۱ درصد، **: معناداری در سطح ۵ درصد و *: معناداری در سطح ۱۰

حق الزحمه غیرعادی

در این پژوهش از آنجا که حق الزحمه حسابرسی بر مسئولیت پذیری اجتماعی اثرگذار نبود، رابطه بین حق الزحمه غیرعادی حسابرسی و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها مورد آزمون قرار گرفت. اندازه گیری حق الزحمه غیرعادی به صورت زیر صورت می گیرد. حق الزحمه غیرعادی از طریق باقیمانده مدل زیر محاسبه می شود (بلانکلی و همکاران، ۲۰۱۲).

$$LAF_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 LTA_{i,t} + \beta_2 CR_{i,t} + \beta_3 CA_TA_{i,t} + \beta_4 ARINV_{i,t} \\ + \beta_5 ROA_{i,t} + \beta_6 LOSS_{i,t} \\ + \beta_7 FOREIGN_{i,t} + \beta_8 LEV_{i,t} + \beta_9 INTANG_{i,t} \\ + \beta_{10} OPINION_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

در این مدل

LAF : برابر است با لگاریتم طبیعی حق الزحمه حسابرسی؛ LTA : برابر است با لگاریتم طبیعی دارایی‌ها در پایان سال؛ CR : برابر است با دارایی‌های جاری تقسیم بر بدهی‌های جاری؛ $CA-TA$: برابر است با دارایی‌های جاری تقسیم بر مجموع دارایی‌ها؛ $ARINV$: برابر است با مجموع موجودی کالا و حساب‌های دریافتی تقسیم بر مجموع دارایی‌ها؛ ROA : برابر است با سود قبل از کسر بهره و مالیات تقسیم بر مجموع دارایی‌ها (بازده دارایی‌ها)؛ $LOSS$: یک متغیر ساختگی برای زیانده بودن شرکت است، بدین صورت که اگر شرکت زیانده باشد ۱، و در غیر این صورت صفر اختیار می کند؛ $FOREIBN$: یک متغیر ساختگی برای سود عملیاتی شرکت است، بدین صورت که اگر شرکت سود عملیاتی داشته باشد ۱، و در غیر این صورت صفر اختیار می کند؛ LEV : برابر است با مجموع بدهی‌ها تقسیم بر مجموع دارایی‌ها در پایان سال؛ $INTANG$: برابر است با نسبت دارایی‌های نامشهود تقسیم بر مجموع دارایی‌ها؛ $OPINION$: یک متغیر ساختگی برای اظهار نظر حسابرسان است، بدین صورت که اگر گزارش حسابرسان مقبول باشد ۱، و در غیر این صورت صفر اختیار می کند.

یافته‌های این آزمون نشان می دهد که حق الزحمه غیرعادی حسابرسی تأثیر معناداری بر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها نداشته است. این یافته‌ها تأیید دوباره‌ای بر یافته‌های آزمون فرضیه دوم به صورت پانلی و مقطعی دارد.

جدول ۷. نتایج آزمون فرضیه دوم					
متغیر	نماد	ضریب	انحراف معیار	آماره	سطح معناداری
حق الزحمه غیرعادی	AbLnfee	۰/۰۰۰	۰/۰۰۷	۰/۰۶۵	۰/۹۴۷
اندازه شرکت	Size	-۰/۰۰۳	۰/۰۱۰	-۰/۳۱۵	۰/۷۵۲
اهرم مالی	Lev	۰/۰۵۱	۰/۰۵۰	۱/۰۲۹	۰/۳۰۳
رشد شرکت	Growth	-۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	-۰/۶۰۰	۰/۵۴۸
بازده دارایی‌ها	ROA	۰/۲۳۱	۰/۰۶۵	۳/۵۰۴	۰/۰۰۰
نسبت موجودی کالا	INV	۰/۰۶۷	۰/۰۵۸	۱/۱۵۹	۰/۲۴۶
نسبت دارایی‌های جاری	Curr	۰/۰۴۴	۰/۰۶۳	۰/۷۰۳	۰/۴۸۲
زیان	Loss	۰/۰۲۹	۰/۰۲۰	۱/۴۳۵	۰/۱۵۱
سن شرکت	Age	۰/۰۳۲	۰/۰۲۵	۱/۲۸۱	۰/۲۰۰
سهامداران عمده	Mas	۰/۰۷۵	۰/۰۵۲	۱/۴۴۵	۰/۱۴۸
ضریب تعیین					۰/۳۸۰
آماره F					۵/۵۴۱
آماره دوربین واتسون					۲/۳۱۰

بحث و نتیجه گیری

از جمله موضوعات بسیار مهمی که در حال حاضر، اغلب پژوهش‌های داخلی و خارجی به آن توجه می‌کنند، موضوع افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و عوامل موثر بر آن است. در سال‌های اخیر، کیفیت حسابرسی و همچنین حاکمیت شرکتهای نقش موثری را در افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها ایفا می‌کنند. امروزه سرمایه‌گذاران و اعتباردهندگان در شرکت‌هایی که به گونه‌ای مناسب مسئولیت‌پذیری اجتماعی را افشا می‌کنند، تمایل به سرمایه‌گذاری در این شرکت‌ها دارند. در این پژوهش، استدلال مبانی نظری، این بود که افزایش کیفیت حسابرسی موجب افزایش شفافیت در ارائه اطلاعات می‌شود و در نتیجه این انتظار وجود دارد که افزایش کیفیت حسابرسی بتواند با افشای مسئولیت اجتماعی شرکت همراه باشد. بر این اساس، پژوهش حاضر به صورت تجربی رابطه بین کیفیت حسابرسی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی را مورد بررسی قرار داد. علاوه بر این، در این پژوهش با توجه به نقش مالکان نهادی در رابطه بین کیفیت حسابرسی و افشای

داوطلبانه مسئولیت‌پذیری اجتماعی، به بررسی تاثیر کیفیت حسابرسی بر افشای داوطلبانه مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها با تاکید بر نقش مالکان نهادی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران مورد بررسی قرار گرفته است. یافته‌ها نشان داد که کیفیت حسابرسی، منجر به افزایش افشای داوطلبانه گزارش‌ها مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌شود. بنابراین، می‌توان گفت شرکت‌هایی که فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی را انجام و داوطلبانه می‌کنند، شرکت‌های حسابرسی بزرگ را به دلیل کیفیت کار و شهرت آن‌ها انتخاب می‌کنند تا از نظارت‌های حسابرسی مطلوبی که علامت‌دهی مثبت به ذینفعان است، استفاده کنند. این یافته‌ها با نتایج بدست آمده از پژوهش احمدی و بوری (۲۰۱۷) همسو است. چرا که آن‌ها یافتند کیفیت حسابرسی، یک عامل مهم در جهت افزایش شفافیت و کیفیت اطلاعات شرکت بشمار می‌رود و بر این اساس، منجر به افزایش افشای داوطلبانه اطلاعات مربوط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها می‌شود.

از سوی دیگر، نتایج حاصل از تحلیل‌های آماری فرضیه دوم بیانگر این موضوع بود که بین حق‌الزحمه حسابرس و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، هیچگونه رابطه معناداری وجود ندارد. به عبارتی، هر چه سطح گزارشگری مسئولیت اجتماعی بیشتر باشد، در نتیجه حق‌الزحمه حسابرسی نیز بیشتر می‌شود. این نتیجه را به این صورت می‌توان تفسیر کرد که حسابرسی برای مسائل اجتماعی و زیست محیطی، با توجه به این که گزارش‌ها طولانی‌تر خواهد بود و شرکت‌ها برای کسب شهرت در جامعه از افشای بیشتر مسئولیت‌پذیری اجتماعی استفاده می‌کنند و حسابرس باید صحت اطلاعات مسئولیت‌پذیری اجتماعی را تضمین کند، یک روش پیچیده است که نیاز به ریسک و تلاش بیشتر حسابرسی دارد که منجر به افزایش حق‌الزحمه حسابرسی می‌شود. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش کری و همکاران (۲۰۱۷) مطابقت دارد که نشان دادند شرکت‌هایی که سطح افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالایی دارند، حق‌الزحمه بیشتری پرداخت می‌کنند. همچنین با نتایج پژوهش سوریکوزی و همکاران (۲۰۱۸) مطابقت دارد که نشان دادند بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و حق‌الزحمه حسابرسی رابطه مثبت معنادار وجود دارد. نتایج حاصل از تحلیل‌های آماری فرضیه سوم که دارای دو فرضیه فرعی بود، بیانگر این موضوع بود که مالکان نهادی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی در شرکت‌ها را افزایش می‌دهد. این یافته را می‌توان بدین گونه تحلیل کرد که مالکان نهادی بدون شک به عنوان

یک ابزار نظارتی کارآمد عمل کرده و توانسته‌اند شرکت‌ها را به انجام و افشای فعالیت‌های مربوط به مسئولیت اجتماعی تشویق کنند. نتایج این پژوهش با نتایج حاجیها و شاکری (۱۳۹۸) مطابقت دارد که نشان دادند سهامداران عمده بر مسئولیت اجتماعی تاثیر دارد. از طرفی بیانگر این موضوع بود که مالکان نهادی رابطه بین حق‌الزحمه حسابرسي و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت را تحت تاثیر قرار نداده‌اند.

نکته‌ای که در این پژوهش به آن پرداخته نشده است، این است که این احتمال وجود مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، خود عاملی برای افزایش کیفیت حسابرسي باشد. بر این اساس، احتمالاً بررسی رابطه متقابل بین کیفیت حسابرسي و افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی، یک چالش و موضوع جذابی باشد که در پژوهش‌های آتی می‌توان آن را مورد بررسی قرار داد.

یادداشتها:

- | | |
|------------------------------------|----------------------------|
| 1. Corporate Social Responsibility | 2. Nasr |
| 3. Malik | 4. Kim & Li |
| 5. Grane | 6. Persons |
| 7. Audit Quality | 8. Chalmer & Godfrey |
| 9. Martins | 10. Institutional Investor |
| 11. Loz & Hill | 12. Hope |
| 13. Wang & Yu | 14. Ashbaugh |
| 15. Kane | 16. Chan |
| 17. Qawqzel | 18. Christense |
| 19. Lamb & Butler | 20. Hyung |
| 21. Voluntary disclosure | 22. Orlitzky |
| 23. Hemingway & Maclagan | 24. Kim |
| 25. Zou | 26. Secret Taxation |
| 27. Jin & lei | 28. De Angelo |
| 29. Chen | 30. Pan |
| 31. Big | 32. Palmer |
| 33. Wallace | 34. Tang |
| 35. Gao | 36. Carey |
| 37. Audit Fee | 38. Premium Risk |
| 39. Audit Risk | 40. Voluntary Disclosure |
| 41. Regulatory Risks | 42. Belcoei |

- | | |
|-----------------|-----------------|
| 43. Christensen | 44. Hyung |
| 45. Kalbuana | 46. Al- Matari |
| 47. Epstein | 48. Hung |
| 49. Barcos | 50. Zheng & Ren |
| 51. Harymawan | 52. Waluyo |

منابع:

- احمدپور، احمد و فرمانبردار، مریم. (۱۳۹۶) بررسی رابطه‌ی بین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، بی‌طرفانه بودن پیش بینی سود هر سهم و کارایی بازار سهام، *مطالعات حسابداری و حسابرسی*، ۶(۲)، ۲۳-۳۸.
- بابایی، قادر؛ پاک مرام، عسگر؛ بادآور نهندی، یونس و رضایی، نادر. (۱۴۰۰). ارتباط مسئولیت پذیری اجتماعی و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی با تاکید بر نقش سهامداران نهادی. *مجله دانش حسابداری*، آماده انتشار، doi: 10.22103/jak.2021.17484.3479
- برادران حسنزاده، رسول؛ بادآور نهندی، یونس و اسماعیلی گنجینه کتاب، سمیه. (۱۳۹۳). تأثیر ساختار مالکیت بر کیفیت حسابرسی، *پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی*، ۶(۲۳)، ۹۹-۱۱۵.
- پورعلی گنجی، محمدرضا و حجامی، محدثه. (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین افشا مسئولیت اجتماعی و مالکیت نهادی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، ۳(۱۰)، ۱۳۵-۱۵۰.
- جامعی، رضا، نجفی، قاسم. (۱۳۹۸). بررسی رابطه بین افشا مسئولیت اجتماعی شرکت و حق الزحمه حسابرسی، *دانش حسابداری*، ۶(۱)، ۱۳۷-۱۶۱.
- حاجیها، زهره و شاکری، عبدالرضا. (۱۳۹۸). حاکمیت شرکتی، افشای مسئولیت اجتماعی و ارزش شرکت، *پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی*، ۱۱(۴۴)، ۱۷۵-۱۹۲.
- حسینی، سیدرسول و بیماران، حمیدرضا. (۱۳۹۹). ارتباط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و اهرم مالی با توجه به تأثیر رقابت در بازار محصول، *ششمین کنفرانس ملی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت، حسابداری و اقتصاد سالم در بانک، بورس و بیمه*، تهران.
- رحیمیان، نظام‌الدین؛ رضاپور، نرگس و اخضری، حسین. (۱۳۹۰). نقش مالکان نهادی در کیفیت حسابرسی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، *فصلنامه دانش حسابرسی*، ۱۱(۴۵)، ۶۸-۸۱.
- سرهنگی، حجت و جلالی فراهانی، عباس. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر ساختار مالکیت بر پایداری سود شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، *تحقیقات حسابداری و حسابرسی*، ۳(۲۴)، ۱۴۷-۱۷۰.

ملکیان، اسفندیار؛ سلمانی، رسول و شهسواری، معصومه. (۱۳۹۵). مطالعه رابطه بین مالکیت دولتی و نهادی با مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، *دانش سرمایه‌گذاری*، ۵(۱۷)، ۷۴-۵۵.

- Ahmadpour, A., Farmanbordar, M. (2017). Investigating Relationship between Corporate Social Responsibility, Earnings per Share Forecasting Unbiasedness and Stock Market Efficiency. *ACCOUNTING AND AUDITING STUDIES*, 6(24), 23-38. [In Persian].
- Al-Matari, E. M., Al-Dhaafri, H. S., & Al-Swidi, A. K. (2019). The Effect of Government Ownership, Foreign Ownership, Institutional Ownership, And Audit Quality On Firm Performance of Listed Companies in Oman: A Conceptual Framework. In *Proceedings of the Second International Conference on the Future of ASEAN (ICoFA) 2017-Volume 1* (pp. 585-595). Springer, Singapore.
- Al-Tuwaijri, S. A., Christensen, T. E., & Hughes Li, K. E. (2004). The Relations Among Environmental Disclosure, Environmental Performance, and Economic Performance: a Simultaneous Equations Approach. *Accounting, organizations and society*, 29(5-6), 447-471.
- Ashbaugh, H., & Warfield, T. D. (2003). Audits as A Corporate Governance Mechanism: Evidence from The German Market. *Journal of International Accounting Research*, 2(1), 1-21.
- Azibi, J., Tondeur, H. and Rajhi, M. (2010). *Auditor Choice and Institutional Investor Characteristics After the Enron Scandal in The French Context, Crises Et Nouvelles Problématiques De La Valeur*, Nice: France.
- Babaei, G., pakmaram, A., Badavar Nahandi, Y., Rezaei, N. (2021). The Relationship Between Corporate Social Responsibility and Financial Statements Comparability with an Emphasis On the Role of Institutional Shareholders. *Journal of Knowledge Accounting*, doi: 10.22103/jak.2021.17484.3479. [In Persian].
- Baghoumian, R., Naghdi, S. (2014). Impact of Corporate Governance Attributes on Voluntary Disclosure: Evidence from Iran. *JOURNAL OF KNOWLEDGE ACCOUNTING*, 5(16), 119-136. Doi: 10.22103/jak.2014.664. [In Persian].
- Barcos, L., Barroso, A., Surroca, J., & Tribó, J. A. (2013). Corporate Social Responsibility and Inventory Policy. *International Journal*

- of Production Economics*, 143(2), 580-588.
- Belo, F., Lin, X., and Vitorino, M. (2013). The Importance of Reporting Incentives: Earnings Management in European Private and Public Firm. *The Accounting Review*, 81(5), 983-1016.
- Carey, P., Liu, L., & Qu, W. (2017). Voluntary Corporate Social Responsibility Reporting and Financial Statement Auditing in China. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 13(3), 244-262.
- Chan, K. H., Lin, K. Z., & Zhang, F. (2007). On The Association Between Changes in Corporate Ownership and Changes in Auditor Quality in A Transitional Economy. *Journal of International Accounting Research*, 6(1), 19-36.
- Chen, X.L., Wang, Y.T., Chen, Y.S. (2013). Auditing Size, Auditor Industry Expertise and Probability of Informed Trading. *Accounting Research*, 2, 69-77.
- Christensen, H. Bonde, E. and Martin, W. (2016). Incentives or Standards: What Determines Accounting Quality Changes Around IFRS Adoption? *Working Paper*, University of Chicago, <http://www.ssrn.com>.
- Christensen, H.B., Hail, I., & Leuz, C. (2019). Adoption of CSR and Sustainability Reporting Standards: Economic Analysis and Review. *National Bureau of Economic Research*. 84(17), 126-149.
- DeAngelo, I, E. (1981). Audit Size and Audit Quality. *Journal of Accounting & Economics*, 3(3), 183-199.
- Epstein, M.J. and Freedman, M. (1994). Social Disclosure and The Individual Investor, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 7(4), 94-109.
- Gan, Y.Q., Chen, Y.J., Zhang, Y.J. (2012). Red Scarf or Green Scarf: Research on the Motivation of Charitable Donation of Private Enterprises. *Management World*. 8, 106-114-146.
- Grane, A., D. Matten, and L. Spence. (2008). Corporate Social Responsibility: in Global context. In: Corporate Social Responsibility: Readings and Cases in Global context, *Routledge, London*, 3-20.
- Harymawan, I., Agustia, D., Dwi, P. A., & Ratri, M. C. (2020). Board Meeting, Loss, And Corporate Social Responsibility Disclosure. *Journal of Security and Sustainability Issues*, 9.
- Hassan, N. (2010). *Corporate Social Responsibility Disclosure: An Examination of Framework of Determinants and Consequences* (Doctoral dissertation, Durham University).

- Hemingway, C.a., Maclagan, P.W. (2004). Managers, Personal Values as Drivers of Corporate Social Responsibility. *Journal as Business Ethics*, 50(1), 33-44.
- Hong, H., & Kacperczyk, M. (2009). The Price of Sin: The Effects of Social Norms On Markets. *Journal of Financial Economics*, 93(1), 15-36.
- Hope, O.K. (2003). Disclosure Practices, Enforcement of Accounting Standards, And Analysts, Forecast Accuracy: An International Study. *Journal of Accounting Research*, 41(2), 235-272.
- Hung, S. W., Li, C. M., & Lee, J. M. (2019). Firm Growth, Business Risk, And Corporate Social Responsibility in Taiwan's Food Industry. *Agricultural Economics*, 65(8), 366-374.
- Jamei, R., Najafi, G. (2019). Investigating The Relationship Between of Corporate Social Responsibility Disclosure and Audi Fees. *JOURNAL OF FINANCIAL ACCOUNTING KNOWLEDGE*, 6(1), 137-161. [In Persian].
- Jin, X., lei, G.Y. (2011). Auit Supervision, Property of Ultimate Controller and Tax Aggressiveness. *Auditing Research*, 5, 98-106.
- Kalbuana, N., Kurnianto, B., Saputro, R., Hendra, O., Utami, S., & Widagdo, R. A. (2020). The Effect of Audit Quality, Managerial Ownership, Institutional Ownership, And Intellectual Capital Toward Earning Management On Transportation Corporations in Indonesia. *Solid State Technology*, 63(5), 9176-9184.
- Kane, G. D., & Velury, U. (2004). The Role of Institutional Ownership in The Market for Auditing Services: An Empirical Investigation. *Journal of Business Research*, 57(9), 976-983.
- Kim, H. D., Kim, T., Kim, Y., & Park, K. (2019). Do Long-Term Institutional Investors Promote Corporate Social Responsibility Activities. *Journal of Banking & Finance*. 4(17), 231-255.
- Kim, Yongate. Li, Haidan. Li, Siqi. (2014). Corporate Social Responsibility and Stock Price Crash Risk, *Journal of Banking & Finance*, 43, 1-13.
- Koh, k., Tong, Y.H. (2013). The Effects of Clients, Controversial Activities on Audit Pricing. *A Journal of Practice & Theory*, 32(2), 67-96.
- Lamb, N. H., & Butler, F. C. (2016). The Influence of Family Firms and Institutional Owners On Corporate Social Responsibility Performance. *Business & Society*, 57(7), 1374-1406.
- Lee, MP. (2009). Does Ownership Form Matter for Corporate Social

- Responsibility? A Longitudinal Comparison of Environmental Performance Between Public, Private, And Joint-Venture Firm, *Business and Society*, 114(4), 435-456.
- Leuz. C., Nanda, D., & Wysocki, P.D. (2003). Earnings Management and Investor Protection: An International Comparison. *Journal of Financial Economics*, 69(3), 505-527.
- Li, Z.F., Tang, X.D., Lian, Y.J. (2016). The Mystery of the Deviation of Social Responsibility of Private Enterprises in China. *Management World*. 9, 136-160.
- Malekian, E., Salmani, R., Shahsavari, M. (2016). Study of The Relationship Between Governmental and Institutional Ownership with Corporate Social Responsibility (Companies listed on the Tehran Stock Exchange). *Journal of Investment Knowledge*, 5(17), 55-74. [In Persian].
- Martins, M.M., Morais, A.I., Isidro, H., and laureano, R. (2016). Intellectual Capital Disclosure: The Portuguese Case. *Journal of the knowledge economy*. 41 (3), 285-289.
- Mlalik. M. (2015). Value-Enhancing Capabilities of CSR: A Brief Review of Contemporary Literature. *Journal of Business Ethics*, 127(2), 419-438.
- Oh, W.Y., Chang, Y. K., & Martynov, A. (2011). The Effect of Ownership Structure On Corporate Social Responsibility: Empirical Evidence from Korea. *Journal of Business Ethics*, 104(2), 283-297.
- Orlitzky, M., Schmidt, F.L., & Rynes, S.L. (2003). Corporate Social and Financial Performance: A Meta-Analysis. *Organization studies*, 24(3), 403-441.
- Pan, K.Q. (2010). The Ultimate Controlling Owners, Political Status, Self-Discipline Corporate and Audit Demand Evidence from Chinese Private Listed Firm Privatized Before IPO. *Auditing Research*. 4, 57-65.
- Persons, O. S. (2009). Audit Committee Characteristics and Earlier Voluntary Ethics Disclosure Among Fraud and No-Fraud Firms. *International Journal of Disclosure and Governance*, 6(4), 284-297.
- Pourali, M., Hajjami, M. (2014). Relationship Between Social Responsibility Disclosure and Institutional Ownership in Companies Listed in Tehran Stock Exchange. *JOURNAL OF MANAGEMENT ACCOUNTING AND AUDITING KNOWLEDGE*, 3-135 150. [In Persian].

- Qawqzeh, H. K., Bshayreh, M. M., & Alharbi, A. W. (2021). Does Ownership Structure Affect Audit Quality in Countries Characterized by A Weak Legal Protection of the Shareholders? *Journal of Financial Reporting and Accounting*, <https://doi.org/10.1108/JFRA-08-2020-0226>.
- Saleh, M., Zulkifli, N., & Muhamad, R. (2010). Corporate Social Responsibility Disclosure and Its Relation On Institutional Ownership: Evidence from Public Listed Companies in Malaysia. *Managerial Auditing Journal*, 114 (4), 165-188.
- Saleh, M., Zulkifli, N., & Muhamad, R. (2010). Corporate Social Responsibility Disclosure and Its Relation On Institutional Ownership. *Managerial Auditing Journal*, 55 (2), 111-137.
- Sarhangi, H., Jalali Farahani, A. (2014). The Investigative of Effect of Ownership Structure On Earning Persistence of Companies Listed in Tehran Stock Exchange. *ACCOUNTING AND AUDITING RESEARCH*, 6(24), 118-133. [In Persian].
- Sari, W. N., & Rani, P. (2015). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, Return On Assets (ROA) Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 4(1).
- Waluyo, W. (2017). Firm Size, Firm Age, And Firm Growth On Corporate Social Responsibility in Indonesia: The Case of Real Estate Companies. *European Research Studies Journal*, 20(4A), 360-369.
- Wang, J.W., & Yu, W.W. (2015). The Information Content of Stock Prices, Legal Environments, And Accounting Standards: International Evidence. *European Accounting Review*, 24(3), 471-493.
- Zheng, P., & Ren, C. (2019). Voluntary CSR Disclosure, Institutional Environment, And Independent Audit Demand. *China Journal of Accounting Research*, 12(4), 357-377.
- Zhu, M., liu, Z., Shi, X.W. (2015). Does Disclosing Social Responsibility Information Affect Audit Fee? Empirical Evidence Based on Chinese Public Companies. *Journal of Shanxi University of Finance and Economics*, 12, 113-124.
- Zou, P. (2018). Disclosure of Corporate Social Responsibility and Actual Tax Burden: Walking The Talk or Logging Rolling? *Business Management Journal*, 3,159-177.