Quarterly Financial Accounting

E-ISSN: 2783-4417
Vol. 17, Issue 2, No. 66, Summer 2025, p 94-116
Received: 02.12.2025 Accepted: 25.05.2026

Research Paper

Presenting a Model for Restatement of Financial Statements Using the Perspective of Corporate Social Responsibility Disclosure

Malik Rezaei
PhD Student, Department of Accounting, Na.C, Islamic Azad University, Najafabad, Iran.
malek.rezai@iau.ac.ir

Javad Forouzandeh *
Assistant Professor, Department of Accounting, Na.C, Islamic Azad University, Najafabad, Iran.
javadforouzandeh@iau.ac.ir

Zohreh Zivdar
Assistant Professor, Department of Accounting, Dol.C, Islamic Azad University, Isfahan, Iran.
Z.zivdar@iau.ac.ir

Abstract
The purpose of this study is to present a model for restatement of financial statements using corporate social responsibility disclosure. In this study, the principal component factor analysis method was used to model the restatement of financial statements. The statistical population of the research in the qualitative section is 18 experts and the quantitative section includes 105 companies listed on the Tehran Stock Exchange, which were selected as the research sample using the systematic elimination method between 2012 and 2023. Logistic regression models were used to investigate the research question. The results showed that accounting disclosure quality and information asymmetry have a negative effect and financial crisis has a positive effect on financial statement restatement. However, the variables of social responsibility disclosure quality, environmental, social and governance reporting rating, accounting information quality, political connections and stakeholder influence do not have a significant effect on financial statement restatement. Consequently, Participation in corporate social responsibility activities can be used as an effective strategy to protect against adverse market outcomes when negative events occur. Policymakers, regulators and government agencies should be more responsible for holding companies more accountable for their disclosed corporate social responsibility information.

Keywords: Financial Statement Restatement, Corporate Social Responsibility Disclosure, Accounting Disclosure Quality.

Introduction

Corporate social responsibility (CSR) has attracted increasing attention from market participants, regulators, and the press in recent years. The trend toward increased engagement in CSR practices has largely stemmed from the needs of various stakeholders for more information about a company's social and environmental practices and its interactions with local communities. The unprecedented growth in the acceptance of CSR has increased the need for academics to understand the role of CSR information in corporate valuation, investment, and performance. Although investors increasingly incorporate CSR information into their investment decisions, a large body of empirical literature aimed at measuring the value relevance of CSR practices has found largely inconclusive evidence. Despite this diverse evidence, previous research has not considered the possibilities of this relationship. Therefore, given the above, and given the importance and necessity of financial statement restatement for companies and other stakeholders, this study seeks to answer the question of what is the model of financial statement restatement using CSR disclosure. Few studies have examined how effectively various corrective measures affect stakeholders' perceptions of management and firms. Among the studies that examine the effectiveness of corrective measures, most have focused on measures related to corporate governance, such as increasing board independence, senior management turnover, changes in reward or internal control systems, and corporate restructuring.

* Corresponding author
Rezaei, M., Forouzandeh, J., Zivdar, Z. (2025). Presenting a Model for Restatement of Financial Statements Using the Perspective of Corporate Social Responsibility Disclosure. *Quarterly Financial Accounting*, 17(66): 94-116.

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-16]

Limited studies have examined CSR disclosure as a corrective measure in the context of restatement (e.g., Chakravarty et al., 2014). It is important to improve our understanding of the effectiveness of other corrective measures, including CSR disclosure. Little empirical evidence has been conducted on whether CSR disclosure can similarly address adverse events that are within management's control, e.g., endogenous shocks. This gap in the literature can be filled by focusing on the effect of CSR disclosure on reducing negative reactions resulting from an endogenous shock event, i.e., financial statement restatement. The reputation risk management theory states that corporate social responsibility reporting is both the outcome and part of the reputation risk management process. Corporate social responsibility disclosure first affects corporate reputation and then affects corporate financial performance, suggesting that corporate reputation mediates the relationship between corporate social responsibility disclosure and corporate performance. Corporate social responsibility activities help companies gain various benefits such as increased reputation and investor trust. To the extent that corporate social responsibility disclosure can help build corporate reputation, investors' negative reactions to restatements can be reduced when they are exposed to corporate social responsibility disclosures. Therefore, corporate social responsibility disclosure can be expected to reduce the impact of financial statement restatements on investors' negative reactions.

Method and Data

In this study, first, using the analysis of previous research, all relevant variables (influential and non-influential on the research model) were collected and categorized for modeling. Next, using the statistical population of the qualitative part of the research, experts were 18 people from among the faculty members of the university's accounting department, managers or members of the assigned committees of regulatory organizations (audit organization, stock exchange organization), financial managers of companies listed on the stock exchange, and university professors in the field of accounting and finance, using the fuzzy Delphi method, the variables were categorized and prioritized. Then, using a quantitative statistical population of 105 companies listed on the Tehran Stock Exchange and selected as a research sample using the systematic elimination method in the period from 2012 to 2023, the research model was implemented with Tehran Stock Exchange data. For this modeling of financial statement presentation, the principal component factor analysis method was used, and logistic regression models were used to examine the question.

Findings

The results of the study showed that the variables of accounting disclosure quality and information asymmetry have a negative effect and the variable of financial crisis has a positive effect on the restatement of financial statements. However, the variables of social responsibility disclosure quality, environmental, social and governance reporting ranking, accounting information quality, political communication and stakeholder influence do not have a significant effect on the restatement of financial statements.

Conclusion and Discussion

Engaging in CSR activities can be used as an effective strategy to protect against adverse market outcomes when negative events occur. Policymakers, regulators, and government agencies should be more sensitive to better accountability of companies for disclosed CSR information (in terms of quantity and quality of disclosure).

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-16]

فصلنامه حسابداری مالی
سال هفدهم، شماره ۶۶، تابستان ۱۴۰۴، ص ۱۱۶-۹۴
تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۹/۱۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۳/۰۴

مقاله پژوهشی

ارائه مدل تجدید ارائه صورت‌های مالی با استفاده از دیدگاه افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی

مالک رضائی
دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، واحد نجف‌آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف‌آباد، ایران.
malek.rezai@iau.ac.ir

جواد فروزنده *
استادیار، گروه حسابداری، واحد نجف‌آباد ، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف‌آباد، ایران.
javadforouzandeh@iau.ac.ir

زهره زیودار
استادیار، گروه حسابداری، واحد دولت‌آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.
z.zivdar@iau.ir

چکیده:
هدف این پژوهش ارائه مدل تجدید ارائه صورت‌های مالی با استفاده از افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی است. در این پژوهش برای مدل‌سازی تجدید ارائه صورت‌های مالی، از روش تحلیل عاملی مؤلفه‌های اصلی استفاده شد. جامعه آماری پژوهش در بخش کیفی خبرگان به تعداد ۱۸ نفر و بخش کمی نیز شامل ۱۰۵ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بوده که با استفاده از روش حذف سیستماتیک در فاصله زمانی ۱۳۹۱ الی ۱۴۰۲ به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. به منظور بررسی سؤال پژوهش از مدل‌های رگرسیون لجستیک استفاده شد. نتایج نشان داد که کیفیت افشای حسابداری و عدم تقارن اطلاعاتی تأثیر منفی داشته و بحران مالی تأثیر مثبت بر تجدید ارائه صورت‌های مالی دارند. ولی متغیرهای کیفیت افشای مسئولیت اجتماعی، رتبه‌بندی گزارشگری محیطی، اجتماعی و حاکمیتی، کیفیت اطلاعات حسابداری، ارتباطات سیاسی و نفوذ ذی‌نفعان تأثیر معناداری بر تجدید ارائه صورت‌های مالی ندارند. در نتیجه مشارکت در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی می‌تواند به‌عنوان یک استراتژی مؤثر برای محافظت در برابر پیامدهای نامطلوب بازار هنگام وقوع رویدادهای منفی مورداستفاده قرار گیرد. سیاست‌گذاران، تنظیم‌کننده‌ها و سازمان‌های دولتی باید مسئولیت بیشتری در قبال مسئولیت‌پذیری بیشتر شرکت‌ها در قبال اطلاعات افشا شده مسئولیت اجتماعی شرکتی داشته باشند.

واژه‌های کلیدی: تجدید ارائه صورت‌های مالی، افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی، کیفیت افشای حسابداری.

---

* نویسنده مسئول

رضائی، مالک؛ فروزنده، جواد؛ زیودار، زهره. (۱۴۰۴). ارائه مدل تجدید ارائه صورت‌های مالی با استفاده از دیدگاه افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی. *فصلنامه حسابداری مالی*، ۱۷(۶۶): ۱۱۶-۹۴.

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-16]

مقدمه

مسئولیت‌پذیری اجتماعی به عنوان اطلاعات غیرمالی، تصمیمات بازار سرمایه را تحت تأثیر قرار می‌دهد، زیرا اطلاعات نامتقارن بین مدیران و سرمایه‌گذاران خارجی را کاهش می‌دهد. شرکت‌هایی که در زمینه مسئولیت‌پذیری اجتماعی عملکرد برجسته‌ای دارند، تمایل بیشتری به افشای عمومی اقدامات اجتماعی خود نشان می‌دهند (پاشا زانوسی، رضائی پیته نوئی و مشعشعی، ۱۴۰۴). مسئولیت اجتماعی شرکتی در سال‌های اخیر توجه بیشتری را از سوی فعالان بازار، تنظیم‌کننده‌ها و مطبوعات جلب کرده است. گرایش به سمت افزایش مشارکت در شیوه‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی، عمدتاً از نیازهای ذینفعان مختلف برای اطلاعات بیشتر، در مورد شیوه‌های اجتماعی و زیست‌محیطی شرکت و تعاملات آن با جوامع محلی پدید آمده است (آین‌ویلر، لیس، روپل و سن[1]، ۲۰۱۹). رشد بی‌سابقه در پذیرش مسئولیت اجتماعی شرکتی، نیاز دانشگاهیان را به درک نقش اطلاعات مسئولیت اجتماعی شرکت در ارزش‌گذاری سرمایه‌گذاری و عملکرد شرکت بیشتر کرده است. اگرچه سرمایه‌گذاران به‌طور فزاینده‌ای اطلاعات مسئولیت اجتماعی شرکتی را در تصمیمات سرمایه‌گذاری خود وارد می‌کنند، جریان بزرگی از ادبیات تجربی با هدف سنجش ارتباط ارزشی شیوه‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی، شواهد تا حد زیادی غیرقطعی پیدا کرده است. وجود این شواهد مختلف، پژوهش‌های قبلی احتمالات این رابطه را در نظر نمی‌گیرد. لذا می‌توان برای پر کردن این شکاف به ارزیابی محتوای اطلاعاتی مسئولیت اجتماعی شرکتی در هنگام ظهور اخبار نامطلوب شرکتی، نظیر تجدید ارائه صورت‌های مالی پرداخت. به‌طور خاص، می‌توان پیامدهای مبتنی بر بازار تجدید ارائه توسط شرکت‌ها را ارزیابی کرد تا روشن شود آیا شرکت‌هایی که مسئولیت اجتماعی شرکتی بیشتری دارند، می‌توانند خود را در برابر واکنش‌های نامطلوب به افشای اخبار بد محافظت کنند. رویدادهای تجدید ارائه باعث ایجاد شک و تردید در مورد شیوه‌های حسابداری شرکت، از جمله یکپارچگی مدیریت، نقض انتظارات سهامداران در مورد یک سیستم گزارشگری مالی قابل‌اعتماد و زیر سؤال بردن ارزش‌های اجتماعی شرکتی می‌شود و انتظار می‌رود که پیامدهای بازار تجدید ارائه‌های مالی با میزان عملکرد مثبت و منفی مسئولیت اجتماعی شرکتیِ شرکت‌ها متفاوت باشد (ونس[2]، ۲۰۲۰؛ دونگ و وانگ[3]، ۲۰۲۳).

سرمایه‌گذاری در شیوه‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی می‌تواند دو واکنش بازار متضاد به اعلامیه‌های تجدید ارائه را ایجاد کند. از یک‌سو، سرمایه‌گذاران می‌توانند اخبار «مطلوب» را توسط شرکت‌های دارای مسئولیت اجتماعی بیشتر به‌عنوان شواهدی از رفتار فرصت‌طلبانه مدیران تلقی کنند و بنابراین با این انتظار که مدیران فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی را برای پوشاندن تخلفات شرکتی خود دنبال کنند، واکنش منفی‌تری نشان می‌دهند. مطابق با این دیدگاه، انتظار می‌رود که تجدید ارائه توسط شرکت‌های مسئولیت‌پذیرتر با قیمت نامطلوب‌تر و پیامدهای دادرسی مرتبط باشد. دیدگاه جایگزین بیان می‌کند شرکت‌هایی که در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتیِ بیشتری شرکت می‌کنند، با انجام این سرمایه‌گذاری‌ها شهرت خود را ایجاد می‌کنند و بنابراین بهتر می‌توانند خطر پیامدهای نامطلوب را در حضور اخبار بد کاهش دهند (هوی، وو و ژانگ[4]، ۲۰۱۳). بر این اساس، سرمایه‌گذاران ممکن است تصور کنند که تجدید ارائه ناشی از یک اشتباه تصادفی است، نه از سهل‌انگاری مدیران یا اقدامات عمدی آنها برای دستکاری سود (ونس، ۲۰۲۰؛ دونگ و وانگ، ۲۰۲۳). با توجه به افزایش موارد تجدید ارائه صورت‌های مالی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، شناخت عوامل زمینه‌ساز این پدیده از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در این میان، یکی از رویکردهای نسبتاً جدید در ادبیات مالی و حسابداری، توجه به نقش اطلاعات غیرمالی و به‌ویژه افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی در تبیین رفتارهای گزارشگری مالی است. وجه تمایز و نوآوری پژوهش حاضر در آن است که به جای تمرکز صرف بر متغیرهای سنتی مالی و حسابداری در توضیح تجدید ارائه صورت‌های مالی، تلاش می‌کند این پدیده را در چارچوب دیدگاه افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی مورد بررسی قرار دهد و نقش اطلاعات اجتماعی، محیطی و حاکمیتی را در کنار متغیرهای مالی در قالب یک مدل تلفیقی تحلیل کند. به بیان دیگر، این پژوهش با پیوند دادن دو حوزه نسبتاً متمایز یعنی گزارشگری مالی و افشای مسئولیت اجتماعی، می‌کوشد چارچوبی جامع‌تر

[1] Einwiller, Lis, Ruppel & Sen
[2] Wans
[3] Dong & Wang
[4] Hoi, Wu & Zhang

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-16]

برای تبیین عوامل مؤثر بر تجدید ارائه صورت‌های مالی ارائه دهد. افزون بر این، درحالی‌که بخش قابل‌توجهی از پژوهش‌های پیشین بیشتر بر پیامدهای بازار سرمایه ناشی از تجدید ارائه یا آثار عملکرد مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت تمرکز داشته‌اند، پژوهش حاضر با رویکردی متفاوت به بررسی نقش افشای مسئولیت اجتماعی در شکل‌گیری و تبیین مدل تجدید ارائه صورت‌های مالی می‌پردازد. همچنین استفاده هم‌زمان از متغیرهای مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکتی، رتبه‌بندی‌های محیطی، اجتماعی و حاکمیتی و برخی ویژگی‌های حاکمیتی و اطلاعاتی شرکت‌ها در قالب یک مدل تجربی، امکان ارائه تصویری جامع‌تر از عوامل مؤثر بر تجدید ارائه صورت‌های مالی را فراهم می‌کند. از این رو، پژوهش حاضر می‌تواند با گسترش ادبیات موجود در حوزه ارتباط میان اطلاعات غیرمالی و کیفیت گزارشگری مالی، شواهد جدیدی را در بستر بازار سرمایه ایران ارائه داده و از این جهت‌دارای جنبه نوآورانه و ارزش‌افزوده پژوهشی باشد. لذا با توجه به آنچه بیان شد و با توجه به اهمیت و ضرورت تجدید ارائه صورت‌های مالی برای شرکت‌ها و سایر ذینفعان، این پژوهش درصدد پاسخ به این سؤال است که مدل تجدید ارائه صورت‌های مالی با استفاده از افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی چگونه است؟

در ادامه، مبانی نظری و پیشین پژوهش بررسی می‌شود، سپس سؤال و روش پژوهش جهت پاسخ به آن ارائه شده و در آخر نیز به ارائه یافته‌ها، بحث و نتیجه‌گیری و پیشنهادهای پژوهش پرداخته می‌شود.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

تجدید ارائه صورت‌های مالی از دید سرمایه‌گذاران نه تنها نشان‌دهنده معضلات دوره قبل بوده است بلکه به عنوان شکلی از پیش‌بینی معضلات آینده، برای بنگاه و مدیریت آن نیز به‌حساب می‌آید و باعث ایجاد عدم اطمینان سرمایه‌گذاران در برابر شایستگی و اعتبار مدیریت و سطح کیفیت سودهای گزارش گردیده می‌شود. ارائه مجدد صورت‌های مالی، بیانگر اعلامیه‌ی ارائه گردیده به‌وسیله بنگاه، در ارتباط با نادیده گرفتن یا دستکاری مهم در صورت‌های مالی می‌باشد (پالم‌روز، ریچاردسون و شولتس[1]، ۲۰۰۴). ارائه مجدد صورت‌های مالی در چند سال گذشته در ایران به شکل گسترده‌ای رایج شده است. بر اساس مطالعات صورت گرفته در ایران بخشی زیادی از واحدهای تجاری ایرانی به خاطر اصلاح خطاهای حسابداری، صورت‌های مالی ارائه شده خود را مجدد ارائه داده و رقمی را به عنوان اصلاحات سنواتی ارائه می‌دهند (نیکبخت و رفیعی، ۱۳۹۱؛ عدالتی شکیب و غفوریان شاگردی، ۱۳۹۸). ارائه مجدد موجب می‌گردد حس نااطمینانی گرداگرد اعتبار مدیریت و نظام گزارش دهی بنگاه‌ها، به‌ویژه در زمانی شود که ارائه مجدد بیانگر جهت‌دار بودن گزارش دهی مالی در دوره‌های پیشین باشد. چنانچه مدیریت بخواهد سهامداران را گمراه کند، اعتماد آنها به اطلاعات گزارش گردیده توسط مدیریت کاهش‌یافته و پس از این، دیدگاه سرمایه‌گذاران نسبت به شرکت تا حد زیادی تغییر خواهد کرد. در واقع، تجدید ارائه صورت‌های مالی، پیام و علامت واضح و روشنی در مورد عدم اتکاپذیری و کیفیت پایین صورت‌های مالی دوره‌های قبل ارائه می‌دهند (کمالی خانقاه و شمس، ۱۳۹۷). از این رو تجدید ارائه گزارش‌های مالی توجه زیادی را از سوی پژوهشگران حسابداری به خود جلب کرده است. نتایج پژوهش‌های گذشته حاکی از آن است که در نتیجه انتشار تجدید ارائه صورت‌های مالی، مدیران و شرکت‌ها معمولاً با مجازات‌های مالی، اعتباری و قانونی روبه‌رو می‌شوند. انواع پیامدهای تجدید ارائه صورت‌های مالی را می‌توان مورد بحث قرار داد. تجدید ارائه گزارش‌های مالی با زیان و کاهش ارزش بازار در ارتباط است (دونگ و وانگ، ۲۰۲۳).

با توجه به پیامدهای زیان‌بار تجدید ارائه، شرکت‌های دارای تجدید ارائه اغلب پس از اعلامیه‌های تجدید ارائه، اقدامات اصلاحی مختلفی انجام می‌دهند. با این حال، مطالعات کمی بررسی کرده‌اند که چگونه اقدامات اصلاحی مختلف به‌طور مؤثر ادراک ذینفعان را از مدیریت و شرکت‌ها نشان می‌دهد. در میان مطالعاتی که اثربخشی اقدامات اصلاحی را بررسی می‌کنند، بیشتر بر اقدامات مرتبط با حاکمیت شرکتی مانند افزایش استقلال هیئت‌مدیره، جابجایی مدیران ارشد، تغییرات در سیستم‌های پاداش یا کنترل داخلی و تجدید ساختار شرکت متمرکز شده‌اند (فاربر[2]، ۲۰۰۵؛ چاکراوارتی، دهان و راج‌گوپال[3]،

[1] Palmrose, Richardson & Scholz
[2] Farber
[3] Chakravarthy, DeHaan & Rajgopal

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-16]

۲۰۱۴؛ المر، گرم‌لینگ و کاپلان[1]، ۲۰۰۸). برخی از پژوهش‌ها به عواملی غیر از اقدامات حاکمیت شرکتی اختصاص یافته است. به عنوان مثال، چاکراوارتی و همکاران (۲۰۱۴) تعداد زیادی از اقداماتی که باعث افزایش شهرت شرکت می‌شود را بررسی کردند که چهار گروه از سهامداران را هدف قرار می‌دهد و فعالیت‌های مرتبط با حاکمیت شرکتی مانند خرید سهام، بهبود کیفیت محصول، افزایش تنوع نیروی کار و کمک‌های مالی به برنامه‌های خیریه را بررسی می‌کند. می‌توان این خط از پژوهش‌ها را گسترش داد و بررسی کرد که آیا افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی شرکت می‌تواند اعتبار آسیب‌دیده و درک شده توسط سرمایه‌گذاران پس از تجدید ارائه را ترمیم کند (دونگ و وانگ، ۲۰۲۳). مطالعات محدود، افشای مسئولیت اجتماعی شرکت را به عنوان اقدامات اصلاحی در زمینه تجدید ارائه مورد بررسی قرار داده‌اند (به عنوان مثال، چاکراوارتی و همکاران، ۲۰۱۴). درحالی‌که مطالعات پیشین شواهد اولیه‌ای از ارتباط بین فعالیت‌های افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و حرکات قیمت سهام پس از تجدید ارائه را نشان می‌دهد که اغلب با اقدامات اصلاحی متعدد دنبال می‌شود، می‌توان شواهد مستقیم در مورد نقش ترمیمی شهرت افشای مسئولیت اجتماعی شرکت پس از تجدید ارائه را نیز نشان داد. علاوه بر این، اطلاعات مسئولیت اجتماعی شرکت از طریق طیف گسترده‌ای از کانال‌ها به ذینفعان، از جمله سرمایه‌گذاران می‌رسد (دونگ و وانگ، ۲۰۲۳).

این مهم است که درک خود را از اثربخشی سایر اقدامات اصلاحی، از جمله افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ارتقا داد (دونگ و وانگ، ۲۰۲۳). به عنوان مثالی دیگر، ونس (۲۰۲۰) شواهدی در مورد ارتباط بین عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت و احتمال تجدید ارائه و همچنین ارتباط بین عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت و پیامدهای مبتنی بر بازار اعلامیه‌های تجدید ارائه را نشان می‌دهد. به دلیل پژوهش‌های پراکنده، درک فعلی از اثربخشی هر عمل هنوز محدود است و بعید است که اقدامات اصلاحی مختلف به یک اندازه مؤثر باشند. مطالعه ارتباطات مسئولیت اجتماعی شرکت در زمینه تجدید ارائه عمدتاً به دو دلیل بررسی می‌شود. اول، به نظر می‌رسد افشای مسئولیت اجتماعی شرکت در بازگرداندن شهرت شرکت‌های آسیب‌دیده مؤثر باشد. به عنوان مثال، بالاسونیری و پاتان[2] (۱۹۹۴) گزارش می‌دهند که شرکت‌هایی با افشای محیطی گسترده‌تر در گزارش‌های مالی خود، واکنش‌های منفی کمتری نسبت به شرکت‌هایی با افشای کمتر تجربه می‌کنند. دوم، به نظر می‌رسد افشای مسئولیت اجتماعی شرکت بر قضاوت سرمایه‌گذاران فردی در مورد شرکت‌هایی که تحت تأثیر رویدادهای نامطلوب قرار گرفته‌اند، تأثیر می‌گذارد. زاهلر، آرنولد و رابرتز[3] (۲۰۱۵) در شرایطی که یک شرکت با عملکرد ضعیف ناشی از رویدادهای خارج از کنترل مدیریت مواجه است، دریافتند که افشای مسئولیت اجتماعی شرکت مشروعیت سازمانی درک شده را افزایش می‌دهد و شرکت را از واکنش‌های منفی سرمایه‌گذاران محافظت می‌کند. شواهد تجربی کمی در مورد اینکه آیا افشای مسئولیت اجتماعی شرکت می‌تواند به‌طور مشابه برای رویدادهای نامطلوب که تحت کنترل مدیریت هستند (به عنوان مثال، شوک درون‌زا)، انجام شده است. می‌توان شکاف موجود در ادبیات را با تمرکز بر تأثیر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت بر کاهش واکنش‌های منفی ناشی از یک رویداد شوک درون‌زا، یعنی تجدید ارائه صورت‌های مالی پر کرد.

اگر تأثیر مطلوب ارتباطات مسئولیت اجتماعی شرکت بر مصرف‌کنندگان فراتر از قضاوت‌های مربوط به محصول آنها باشد، این امکان وجود دارد که مزایای افشای مسئولیت اجتماعی شرکت در شرکت‌هایی که ناشی از شوک برون‌زا هستند، حتی برای رویدادهای درون‌زا نیز قابل‌مشاهده باشد (زاهلر و همکاران، ۲۰۱۵). همچنین در دیدگاه اثر اجتماع[4] که به عنوان پایه و اساس ارتباط مثبت بین عملکرد اجتماعی و عملکرد مالی ارائه شده است، سطح بالایی از مسئولیت‌پذیری اجتماعی منجر به سطوح بالای عملکرد مالی می‌شود. در دیدگاه اثر اجتماع، عملکرد مسئولانه شرکت نه‌تنها بر برداشت‌های مستقیم ذی‌نفعان اثر می‌گذارد، بلکه از طریق ایجاد پیامدهای اجتماعی مثبت، پایه‌ای برای تقویت ارزش اقتصادی شرکت فراهم می‌کند. این نتیجه منطبق با تئوری ذینفعان[5] است که توسط فریمن[6] (۱۹۸۴) ارائه شده است. بر مبنای این تئوری، یک شرکت برای موفقیت

[1] Almer, Gramling & Kaplan
[2] Blacconiere & Patten
[3] Zahller, Arnold & Roberts
[4] Community Effects Perspective
[5] Stakeholder Theory
[6] Freeman

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-16]

مالی نیاز به سرمایه‌گذاری در روابط خود با سهامداران کلیدی دارد (اوریایی، محمدی و ایوانی، ۱۴۰۰). چیانسی، کلور-پرول و کاپلان[1] (۲۰۱۹) بر شهرت مدیریت و همچنین قضاوت‌های اقتصادی سرمایه‌گذاران، یعنی علاقه سرمایه‌گذاری آنها به شرکت تمرکز دارد. هم تئوری‌ها و هم یافته‌های پژوهش‌های تجربی حمایت می‌کنند که شرکت‌ها می‌توانند شهرت خود را از طریق افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ایجاد کنند. به عنوان مثال، تئوری مشروعیت[2] نشان می‌دهد شرکتی که خود را از دیگران، از طریق افشای مسئولیت اجتماعی شرکت متمایز می‌کند، مشروع‌تر محسوب می‌شود (لیندبلوم[3]، ۲۰۱۰). همچنین، تئوری مدیریت ریسک شهرت[4] بیان می‌کند که گزارش مسئولیت اجتماعی شرکت هم نتیجه و هم بخشی از فرآیند مدیریت ریسک شهرت است (ببینگتون، لاریناگا و مونه‌وا[5]، ۲۰۰۸). افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ابتدا بر شهرت شرکت و سپس بر عملکرد مالی شرکت تأثیر می‌گذارد و نشان می‌دهد که شهرت شرکت واسطه رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد شرکت است (فام و ترانف[6]، ۲۰۲۰). تجدید ارائه نیز نشان‌دهنده نقض تعهدات مدیریت به تأمین‌کنندگان سرمایه برای ارائه صورت‌های مالی سالم است (چاکراوارتی و همکاران، ۲۰۱۴؛ ونس، ۲۰۲۰) و صداقت و شایستگی مدیریت را زیر سؤال می‌برد (پالمروز و همکاران، ۲۰۰۴). فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت به شرکت‌ها کمک می‌کند تا مزایای مختلفی مانند افزایش شهرت و اعتماد سرمایه‌گذاران را به دست آورند (میلر، ادن و لی[7]، ۲۰۲۰)، تا جایی که افشای مسئولیت اجتماعی شرکت می‌تواند به ایجاد شهرت شرکت کمک کند. همچنین واکنش‌های منفی سرمایه‌گذاران به تجدید ارائه، می‌تواند زمانی که در معرض افشای مسئولیت اجتماعی شرکت قرار گیرند، کاهش یابد. بنابراین، می‌توان انتظار داشت که افشای مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر تجدید ارائه صورت‌های مالی بر واکنش‌های منفی سرمایه‌گذاران را کاهش دهد (دونگ و وانگ، ۲۰۲۳).

افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی یک مفهوم چندبعدی است و معمولاً شامل مجموعه‌ای از اطلاعات در حوزه‌های محیطی، اجتماعی، حاکمیتی و انسان‌دوستانه است که شرکت‌ها به‌منظور اطلاع‌رسانی به ذی‌نفعان و پاسخ‌گویی نسبت به آثار اقتصادی و اجتماعی فعالیت‌های خود منتشر می‌کنند. این ابعاد در ادبیات پژوهش و در چارچوب‌های گزارشگری معتبر بین‌المللی، از جمله استانداردهای گزارشگری ابتکار جهانی گزارش‌دهی و شاخص‌های محیطی، اجتماعی و حاکمیتی و همچنین چارچوب‌های پایداری سازمانی طبقه‌بندی و تبیین شده‌اند (استانداردهای ابتکار جهانی گزارش‌دهی[8]، ۲۰۲۱؛ گیلان، کوچ و استارکس[9]، ۲۰۲۱). یکی از ابعاد اصلی افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی، بُعد زیست‌محیطی است که به اطلاعات مرتبط با تأثیر فعالیت‌های شرکت بر محیط‌زیست اشاره دارد. این اطلاعات شامل میزان مصرف انرژی، انتشار گازهای گلخانه‌ای، مدیریت پسماند، استفاده از منابع تجدیدپذیر، حفاظت از تنوع زیستی و سرمایه‌گذاری در فناوری‌های سبز می‌شود. افشای این نوع اطلاعات می‌تواند نشان‌دهنده تعهد شرکت به توسعه پایدار، کاهش پیامدهای منفی زیست‌محیطی و مدیریت مسئولانه منابع طبیعی باشد. پژوهش‌ها نشان می‌دهند شرکت‌هایی که افشای زیست‌محیطی گسترده‌تری دارند، از شفافیت اطلاعاتی بالاتری برخوردار بوده و ریسک ادراک‌شده کمتری را به بازار منتقل می‌کنند (کلارکسون، لی، ریچاردسون و واسوری[10]، ۲۰۰۸).

بُعد اجتماعی افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی بر روابط شرکت با ذی‌نفعان انسانی تمرکز دارد و شامل اطلاعاتی درباره شرایط کار، سلامت و ایمنی کارکنان، آموزش و توسعه منابع انسانی، تنوع و برابری در محیط کار، رعایت حقوق بشر در زنجیره تأمین، کیفیت و ایمنی محصولات و مشارکت در توسعه جامعه محلی است. افشای این اطلاعات نشان‌دهنده توجه شرکت به مسئولیت‌های اجتماعی خود در قبال کارکنان، مشتریان و جامعه بوده و می‌تواند به بهبود ادراک سرمایه‌گذاران از پایداری

[1] Cianci, Clor-Proell & Kaplan
[2] Legitimacy Theory
[3] Lindblom
[4] Reputation Risk Management Theory
[5] Bebbington, Larrinaga & Moneva
[6] Pham & Tran
[7] Miller, Eden & Li
[8] GRI Standards
[9] Gillan, Koch & Starks
[10] Clarkson, Li, Richardson & Vasvari

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-16]

عملکرد شرکت منجر شود. مطالعات اخیر تأکید می‌کنند که عملکرد و افشای اجتماعی قوی‌تر با اعتماد بیشتر ذی‌نفعان و کاهش واکنش‌های منفی بازار در مواجهه با رویدادهای نامطلوب همراه است (اگوینیس و گلاواس[1]، ۲۰۱۹). بُعد حاکمیتی افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی نیز به ساختارها و سازوکارهای اداره شرکت مربوط می‌شود و موضوعاتی نظیر استقلال هیئت‌مدیره، شفافیت گزارشگری، حقوق سهامداران، نظام‌های کنترل داخلی، مدیریت ریسک و مقابله با فساد را در برمی‌گیرد. افشای اطلاعات حاکمیتی مناسب نشان‌دهنده وجود سازوکارهای نظارتی مؤثر و پاسخ‌گویی مدیریتی در شرکت است و می‌تواند اعتماد سرمایه‌گذاران را نسبت به کیفیت گزارشگری مالی افزایش دهد. پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهند که بُعد حاکمیتی یکی از مؤثرترین مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی در کاهش عدم تقارن اطلاعاتی است (گیلان و همکاران، ۲۰۲۱).

در کنار این ابعاد، بُعد انسان‌دوستانه یا بشردوستانه قرار دارد که بر فعالیت‌های داوطلبانه و خیرخواهانه شرکت تمرکز دارد و شامل افشای اطلاعات مربوط به کمک‌های مالی به نهادهای خیریه، مشارکت در پروژه‌های توسعه جامعه محلی و حمایت از گروه‌های آسیب‌پذیر است. فعالیت‌های انسان‌دوستانه نشان‌دهنده تعهد اخلاقی شرکت فراتر از الزامات قانونی بوده و نقش مهمی در ایجاد سرمایه شهرت ایفا می‌کنند. شواهد تجربی نشان می‌دهد که شرکت‌هایی با فعالیت‌های انسان‌دوستانه قوی‌تر، در مواجهه با شوک‌های منفی، واکنش‌های منفی کمتری را تجربه می‌کنند، زیرا این اقدامات به‌عنوان نشانه‌ای از قابلیت اعتماد مدیریت تلقی می‌شود (لینس، سروائس و تامایو[2]، ۲۰۱۷). در مجموع، افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی از طریق این چهار بُعد می‌تواند اطلاعات مکمل و غیرمالی بااهمیتی در اختیار سرمایه‌گذاران قرار دهد و به ارزیابی دقیق‌تر ریسک‌ها، فرصت‌ها و شایستگی و پاسخ‌گویی مدیریتی شرکت کمک کند (استانداردهای ابتکار جهانی گزارش‌دهی، ۲۰۲۱؛ گیلان و همکاران، ۲۰۲۱). از این رو، بررسی نقش افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی در بستر رویدادهای منفی درون‌زایی مانند تجدید ارائه صورت‌های مالی، می‌تواند به درک عمیق‌تر ارتباط میان اطلاعات غیرمالی، شهرت سازمانی و کیفیت گزارشگری مالی منجر شود.

پیشینه پژوهش

امینی، رضائی و تامرادی (۱۴۰۴) در پژوهشی به بررسی تأثیر بی‌اعتنایی سرمایه‌گذاران نهادی بر تجدید ارائه صورت‌های مالی با تأکید بر نقش تعدیلگر ویژگی‌های هیئت‌مدیره شرکت‌ها پرداختند. نتایج نشان داد در بازار سهام کشور ایران، بی‌اعتنایی سرمایه‌گذاران نهادی بر تجدید ارائه صورت‌های مالی تأثیر مثبت معناداری دارد. همچنین نتایج پژوهش نشان داد استقلال هیئت‌مدیره و تخصص مالی هیئت‌مدیره بر رابطهٔ بین بی‌اعتنایی سرمایه‌گذاران نهادی و تجدید ارائه صورت‌های مالی شرکت‌ها تأثیر کاهشی معناداری دارند.

فرشاد شادباد، پاک مرام، بحری ثالث و عبدی (۱۴۰۳) پژوهشی با عنوان کیفیت فزاینده تجدید ارائه صورت‌های مالی و نقش کمیته حسابرسی و عدم تقارن اطلاعاتی انجام داده‌اند. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش نشان داد که تجدید ارائه صورت‌های مالی دارای کیفیت فرآیند است، همچنین ویژگی‌های کمیته حسابرسی (وجود یا عدم وجود کمیته حسابرسی، استقلال کمیته حسابرسی و تخصص مالی اعضای کمیته حسابرسی) بر کیفیت فزاینده صورت‌های مالی تأثیر مثبت و معنی‌داری داشته و از طرفی دیگر عدم تقارن اطلاعاتی بر کیفیت فزاینده تجدید ارائه صورت‌های مالی تأثیر معکوس و معنی‌داری دارد.

مهرانی و رحیمی پور (۱۴۰۲) پژوهشی با عنوان طراحی مدل‌های شناسایی احتمال تجدید ارائه صورت‌های مالی بر مبنای مدل دستکاری سود بنیش[3] (۱۹۹۹) انجام داده‌اند. یافته‌های به‌دست‌آمده از این مطالعه نشان می‌دهد بر مبنای ماتریس خطا، در میان الگوهای پیش‌بینی کننده ارائه مجدد صورت‌های مالی، کارآمدی الگوی ارائه گردیده ناشی از ترکیب نسبت‌های غیرمالی و مالی (الگوی ترکیبی) با الگوریتم ژنتیک، ۸۵/۶۶ درصد صحت پیش‌بینی کل داشته که دارای بیشترین توان پیش‌بینی در مقایسه با الگوی ارائه گردیده با رگرسیون لجستیک بوده است.

[1] Aguinis & Glavas
[2] Lins, Servaes & Tamayo
[3] Beneish

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-16]

قافله‌باشی، زمانی فروشانی، جودکی و ایزدپور (۱۴۰۱) پژوهشی با عنوان تجدید ارائه صورت‌های مالی و کارایی سرمایه‌گذاری: نقش میانجی‌گری محدودیت مالی انجام داده‌اند. به منظور بررسی این هدف نمونه‌ای متشکل از ۱۷۰ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۵ استفاده شد. نتایج با بهره‌گیری از معادلات رگرسیونی چندگانه مبتنی بر تکنیک داده‌های تلفیقی حاکی از آن است که نقش میانجی‌گری محدودیت مالی در رابطه بین تجدید ارائه صورت‌های مالی و کارایی سرمایه‌گذاری مورد تأیید نمی‌باشد.

شکوهی منش (۱۴۰۰) پژوهشی با عنوان تأثیر شفافیت اطلاعات بر رابطه بین تجدید ارائه صورت‌های مالی و کمیته حسابرسی انجام داد. یافته‌های به‌دست‌آمده نشان می‌دهد شفافیت اطلاعاتی، ارتباط میان ارائه مجدد صورت‌های مالی و کمیته حسابرسی را اصلاح می‌نماید و افزون بر این، بین ارائه مجدد صورت‌های مالی و کمیته حسابرسی ارتباط معناداری برقرار است.

عارف منش، قدیریان آرانی و قدیریان آرانی (۱۳۹۹) پژوهشی با عنوان بحران مالی و تجدید ارائه صورت‌های مالی: شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران انجام داده‌اند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که بین شدت تجدید ارائه در شرکت‌های بحران‌زده و شرکت‌های سالم تفاوت معناداری وجود ندارد. با وجود این، خطر ورشکستگی به‌گونه‌ای مثبت و معنادار با شدت تجدید ارائه صورت‌های مالی رابطه دارد. به بیان دیگر، با افزایش خطر ورشکستگی، شدت تجدید ارائه صورت‌های مالی افزایش می‌یابد.

کیم و اندرسون[1] (۲۰۲۶) در پژوهشی تحت عنوان انگیزه‌های جبران خدمات مدیران اجرایی و احتمال تجدید ارائه صورت‌های مالی: شواهدی از شرکت‌های جهانی انجام داده‌اند. نتایج نشان داد که همبستگی مثبت و معناداری میان پاداش‌های حساس به قیمت سهام و احتمال وقوع تجدید ارائه‌ها وجود دارد. همچنین، آن‌ها دریافتند که وجود سازوکارهای نظارتی قوی و افشای شفاف اطلاعات (مانند گزارش‌های مسئولیت اجتماعی) می‌تواند این رابطه مخرب را تعدیل کرده و احتمال خطای گزارشگری را کاهش دهد.

دو و تو[2] (۲۰۲۵) در پژوهش بررسی کردند که آیا تغییرات در لحن بحث و تحلیل مدیریت در گزارش‌های سالانه می‌تواند به‌طور مؤثر تجدید ارائه صورت‌های مالی را پیش‌بینی کند یا خیر. نتایج نشان می‌دهد که تغییرات در لحن بحث و تحلیل مدیریت با تجدید ارائه صورت‌های مالی همبستگی مثبت و معناداری دارند. هرچه تغییرات در لحن بحث و تحلیل مدیریت بیشتر باشد، احتمال تجدید ارائه صورت‌های مالی بیشتر است. علاوه بر این، یک آزمون تجربی نشان می‌دهد که قدرت پیش‌بینی تغییرات لحن بحث و تحلیل مدیریت برای تجدید ارائه صورت‌های مالی زمانی نسبتاً قوی‌تر است که شرکت‌ها (۱) با محدودیت‌های مالی شدیدتری مواجه باشند، (۲) حاکمیت شرکتی ضعیف‌تری داشته باشند، (۳) در صنایع بسیار رقابتی فعالیت کنند و (۴) سطح بالاتری از توجه خارجی را دریافت کنند.

دونگ و وانگ (۲۰۲۳) پژوهشی با عنوان ترمیم شهرت پس از تجدید ارائه: نقش افشای مسئولیت اجتماعی شرکت، انجام داده‌اند. نتایج نشان می‌دهد افشای فعالیت‌های مثبت مسئولیت اجتماعی شرکت می‌تواند راهکاری مؤثر برای ترمیم شهرت مدیریت و افزایش علاقه سرمایه‌گذاران باشد. همچنین اگر اطلاعات مسئولیت اجتماعی از یک منبع مستقل در اختیار سرمایه‌گذاران قرار گیرد، اثر تقویتی بیشتری بر قضاوت و اعتماد آنان خواهد داشت. این پژوهش با روشن کردن اینکه قضاوت‌ها و تصمیم‌های سرمایه‌گذاران پس از رویدادهایی که به اعتماد آسیب می‌زند، مانند تجدید ارائه صورت‌های مالی، تحت تأثیر وجود اطلاعات مسئولیت اجتماعی و منبع انتشار آن قرار می‌گیرد، به ادبیات محدود درباره کارایی اقدامات اصلاحی پس از تجدید ارائه کمک می‌کند.

صبری و حسین[3] (۲۰۲۳) پژوهشی با عنوان نقش تعدیلی ویژگی‌های شرکت در رابطه شفافیت افشای حسابداری با تجدید ارائه صورت‌های مالی: شواهدی از عراق، انجام داده‌اند. ویژگی‌های شرکت با شش ویژگی (اندازه شرکت، سودآوری شرکت، اهرم، سن شرکت، نوع صنعت، ساختار مالکیت) اندازه‌گیری شده است. نتایج نشان داد که بین شفافیت افشای حسابداری و تجدید ارائه صورت‌های مالی تحت ویژگی‌های مربوطه شرکت (اندازه شرکت، سن شرکت، نوع صنعت) همبستگی مثبت وجود

[1] Kim & Anderson
[2] Du & Tu
[3] Sabry & Hussein

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-16]

دارد و با حذف این ویژگی، رابطه مثبت‌تر خواهد بود. در خصوص ویژگی‌های شرکت (سودآوری، اهرم) تأثیر معنی‌داری بر متغیرهای پژوهشی ثبت نشده است.

بویلی، منچک و وارن[1] (۲۰۲۳) پژوهشی با عنوان بررسی قضاوت سرمایه‌گذاران غیرحرفه‌ای در مورد مسئولیت اجتماعی شرکتی پس از تجدید ارائه حسابداری، انجام داده‌اند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد زمانی که یک تجدید ارائه رخ می‌دهد، سرمایه‌گذاران غیرحرفه‌ای، شرکت‌های دارای مسئولیت اجتماعی شرکتی و عملکرد بالا را مطلوب‌تر از همتایان خود با عملکرد متوسط ارزیابی می‌کنند، اما تنها زمانی این اتفاق می‌افتد که تحریف غیرعمدی به نظر می‌رسد. همچنین مشخص شد که در غیاب تجدید ارائه، احساس گرمی[2] (احساس اعتماد، صمیمیت و خیرخواهی نسبت به شرکت) رابطه بین عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت و قضاوت‌های سرمایه‌گذار را از طریق شایستگی واسطه می‌کند. با این حال، پس از یک اشتباه، احساس گرمی مستقیماً واسطه این رابطه است.

هوگان و رید[3] (۲۰۲۲) پژوهشی با عنوان تأثیر مدیریت ذی‌نفعان بر شفافیت افشای تجدید ارائه، انجام داده‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد که سطوح بالاتر سرمایه‌گذاری در جهت‌گیری کارکنان با افشای تجدید ارائه با شفافیت کمتر در ارتباط است. علاوه بر این، بررسی یک نمونه فرعی از تجدید ارائه که در آن مدیران ممکن است اختیار بیشتری در مورد نحوه افشای تجدید ارائه داشته باشند، این یافته را تأیید می‌کند. بااین‌حال، آزمایش‌های تکمیلی نشان می‌دهد که افزایش نظارت خارجی ممکن است این اثرات را کاهش دهد.

پاپیک و پاپیکوا[4] (۲۰۲۰) در پژوهشی به تجزیه‌وتحلیل و شناسایی عوامل تعیین‌کننده‌ای می‌پردازند که به تجدید ارائه صورت‌های مالی منجر شده است. دلیل پژوهش این است که خطاهای حسابداری برای شرکت‌هایی که نیاز به تغییر صورت‌های مالی منتشرشده دارند، امری هزینه‌بر بوده و بر اعتبار شرکت و قیمت سهام آنها تأثیرگذار است. این پژوهش در ابتدای امر، مدل تشخیص تقلب در حسابداری ارائه‌شده از بنیش (۱۹۹۹) را، بر یک نمونه چهل تایی از شرکت‌هایی با تجدید ارائه صورت‌های مالی در طی ده سال را آزمون می‌کند و دو مدل پیش‌بینی جدید، تابع تفکیک خطی و بر اساس رگرسیون لاجیت را توسعه می‌دهد. در طی آزمون مجموعه داده‌ها، مدل تابع تفکیک خطی به دقت ۷۰/۹۶٪، ویژگی ۲۵٪ و حساسیت ۷۹/۸۳٪ و مدل رگرسیون لاجیت به دقت ۶۲/۲۲٪، ویژگی ۴۱/۶۶٪ و حساسیت ۶۶/۶۷٪ دست یافته که کارایی هر دو مدل بهتر از بنیش (۱۹۹۹) از پیش موجود یا مطالعات دیگر در این زمینه است.

گول، خِدمتـی، لیم و ناوِیسی[5] (۲۰۱۸) در پژوهشی به بررسی تأثیر توانایی مدیران بر حق‌الزحمه حسابرسی و همچنین تأثیر توانایی مدیران بر کیفیت اقلام تعهدی و تجدید ارائه صورت‌های مالی در شرکت‌های بحران‌زده و غیر بحران‌زده پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داد که در شرکت‌های بحران‌زده هرچه توانایی مدیران بیشتر باشد، حق‌الزحمه حسابرسی افزایش می‌یابد و در شرکت‌های غیر بحران‌زده، هرچه توانایی مدیران بیشتر باشد، حق‌الزحمه حسابرسی کاهش می‌یابد. همچنین نتایج حاکی از این است که در شرکت‌های بحران‌زده، توانایی بیشتر مدیران با کیفیت پایین اقلام تعهدی و در نتیجه احتمال بیشتر تجدید ارائه صورت‌های مالی همراه است. با توجه به مبانی نظری و پیشینه پژوهش ارائه شده در بالا این مطالعه در پی پاسخ به سؤال زیر است.

فرضیه‌های پژوهش

با توجه به قصد ارائه مدل‌سازی از متغیرهای گوناگون مرتبط با موضوع، فرضیه واحدی قابل‌ارائه نمی‌باشد.

[1] Boyle, Mintchik & Warne
[2] Warmth
[3] Hogan & Reid
[4] Papik & Papikova
[5] Gul, Khedmati, Lim & Navissi

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-16]

سؤال پژوهش

مدل تجدید ارائه صورت‌های مالی با استفاده از افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی چگونه است؟

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف از نوع پژوهش‌های کاربردی است، زیرا می‌توان نتایج آن را در عمل به کار گرفت. ازآنجایی‌که در این پژوهش روابط بین متغیرها مورد بررسی قرار گرفته شده است؛ لذا پژوهش حاضر از لحاظ ماهیت توصیفی - همبستگی است. در این پژوهش برای مدل‌سازی تجدید ارائه صورت‌های مالی، از روش تحلیل عاملی[1] مؤلفه‌های اصلی استفاده شده است. قدم اول در اجرای روش تحلیل عاملی مؤلفه‌های اصلی، شناسایی گروه‌های همبسته از بین متغیرها است. جهت شناسایی مؤلفه‌های مدل، از روش دلفی فازی استفاده شد. روش دلفی یا تکنیک دلفی یک روش ساختاریافته و دارای چارچوب برای ارتباط گروهی میان کارشناسان و خبرگان است تا بتوانند به کمک آن، تصمیم‌گیری و تحلیل در شرایط ابهام را با حداقل خطای ممکن انجام داد. اساس و پایه روش یا تکنیک دلفی بر این است که نظر متخصصان هر قلمرو علمی در مورد پیش‌بینی آینده بهترین نظر است؛ بنابراین برخلاف روش‌های پژوهش پیمایشی، اعتبار روش دلفی نه به شمار شرکت‌کنندگان در پژوهش که به اعتبار علمی متخصصان شرکت‌کننده بستگی دارد. ازاین‌رو، برای استفاده از روش دلفی ابتدا افرادی خبره در زمینه مسئله موردبررسی انتخاب می‌گردند. این که افراد انتخاب شده تا چه حد خبره و دانا هستند، بسیار حائز اهمیت است؛ لذا این گام مهم‌ترین گام است و باید در انتخاب این گروه دقت عمل زیادی به کار گرفته شود. تعداد اعضا گروه خبرگان می‌تواند بین پنج تا بیست نفر باشد (مارکو و ون دی لیند[2]، ۲۰۱۶). پس از شناسایی افراد خبره، عوامل مؤثر بررسی شده از سوی پژوهشگران بر تجدید ارائه صورت‌های مالی از طریق مصاحبه با آنان غربال می‌گردد و در چندین مرحله برخی از عواملی که تأثیر کمتری دارند حذف می‌شوند. از این طریق می‌توان به طراحی یک مدل برای تجدید ارائه صورت‌های مالی رسید. برای انتخاب خبرگان جهت مصاحبه از روش نمونه‌گیری گلوله برفی استفاده شد. مطابق با این روش، ابتدا با یکی از اعضای هیئت‌علمی گروه حسابداری دانشگاه، مدیران و یا اعضای کمیته‌های تخصیصی سازمان‌های نظارتی (سازمان حسابرسی، سازمان بورس)، مدیران مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس و اساتید دانشگاهی در زمینه رشته حسابداری و مالی با حداقل دارای ۱۵ سال سابقه کاری مصاحبه صورت گرفت (اولین مصاحبه از مدیر مالی آغاز شد) و در پایان مصاحبه، از وی خواسته شد که سایر افراد مطلع و صاحب‌نظر در خصوص موضوع پژوهش را معرفی نماید. به‌منظور غنای پژوهش، تلاش شد تا با افرادی که شخصاً موضوع پژوهش را تجربه کردند و از دانش و تجربهٔ بالایی برخوردار هستند، مصاحبه صورت گیرد. این فرایند تا اشباع نظری داده‌ها ادامه یافت و سرانجام پس از انجام مصاحبه با ۱۸ نفر، فرایند گردآوری داده‌ها پایان یافت. مشخصات مصاحبه‌شوندگان در جدول (۱) ارائه شده است:

جدول (۱): اطلاعات جمعیت شناختی مصاحبه‌شوندگان

معیار اصلی	جنسیت		رشته تحصیلی			مدرک تحصیلی			تجربه کاری		
معیارهای فرعی طبقه‌بندی	مرد	زن	حسابداری و حسابرسی	مالی	کارشناسی ارشد	دکتری	۱۵ سال تا ۲۰	۲۱ سال تا ۲۵ سال	بالاتر از ۲۵ سال
تعداد	۱۵	۳	۶	۱۲	۱۱	۷	۶	۸	۴

پس از شناسایی عوامل مؤثر بر تجدید ارائه صورت‌های مالی، جهت جمع‌آوری اطلاعات موردنیاز برای تخمین مدل و پاسخ به سؤال پژوهش، از روش اسناد کاوی استفاده شده است. مدارک مورداستفاده در این بخش شامل صورت‌های مالی شرکت‌ها و یادداشت‌های همراه حسابرسی شده و سالنامه‌های بورس اوراق بهادار طی سال‌های ۱۳۹۱ لغایت ۱۴۰۲ بود. بدین منظور اطلاعات منتشره توسط سازمان بورس اوراق بهادار تهران، نرم‌افزارهای اطلاع‌رسانی ره‌آورد نوین و دیگر منابع اینترنتی مرتبط از ابزارهای گردآوری اطلاعات در این پژوهش بودند. در این پژوهش پس از اعمال محدودیت‌های مربوط به انتخاب نمونه، اطلاعات موردنیاز برای محاسبه متغیرها و تخمین مدل پژوهش، جمع‌آوری شده و در محیط نرم‌افزار اکسل وارد گردید. در این

[1] Factor Analysis
[2] Marchau & Van de Linde

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-16]

پژوهش به‌منظور آناکاوی اطلاعات از الگوهای رگرسیون لجستیک بهره‌گیری شده است. افزون بر این نرم‌افزارهای داده‌پرداز اکسل، ایویوز و اس‌پی‌اس‌اس به کار گرفته شده است. جهت آزمون معناداری کل مدل از آماره نسبت درست‌نمایی[1] و جهت آزمون معنادار بودن ضرایب رگرسیون از آماره زد استفاده شد. همچنین از ضریب تعیین مک فادن برای بررسی ارتباط بین متغیرهای وابسته و مستقل استفاده شد. قلمرو مکانی در این بخش از پژوهش شامل کلیه شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران است. دلیل انتخاب شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، دسترس آسان به اطلاعات مالی و غیرمالی شرکت‌ها، قابلیت اتکای بالای اطلاعات و قابل‌مقایسه بودن این‌گونه اطلاعات است. همچنین قلمرو زمانی پژوهش سال‌های ۱۳۹۱ لغایت ۱۴۰۲ است. برای نمونه‌گیری از روش نمونه‌گیری هدفمند بر مبنای روش غربال‌گری استفاده شد که شرایط آن به‌صورت زیر تعریف‌شده است:

۱. به‌منظور همگن بودن اطلاعات، شرکت‌ها از نوع بانک‌ها، مؤسسات مالی و اعتباری، بیمه و لیزینگ نباشند.
۲. به‌منظور قابل‌مقایسه بودن اطلاعات، پایان سال مالی شرکت‌ها منتهی به پایان اسفند باشد.
۳. در دوره زمانی پژوهش تغییر سال مالی نداشته باشد.
٤. اطلاعات مربوط به متغیرهای انتخاب‌شده در این پژوهش قابل‌دسترس باشد.
٥. شرکت‌های عضو نمونه پیش از سال مالی ۱۳۹۱ در بورس پذیرفته شده باشند و تا پایان سال مالی ۱۴۰۲ در بورس فعالیت داشته باشند.

با توجه به محدودیت‌های اعمال شده در نهایت تعداد ۱۰۵ شرکت طبق جدول (۲) به عنوان نمونه پژوهش انتخاب گردید.

جدول (۲): روند انتخاب نمونه

شرح	تعداد
تعداد کل شرکت‌های فهرست شده در بورس اوراق بهادار تهران در ابتدای سال ۱۳۹۱	۳۲۵
کسر می‌شود:	
تعداد شرکت سرمایه‌گذاری یا واسطه‌گری مالی.	(۵۹)
تعداد شرکت‌هایی که پایان سال مالی آنها پایان اسفندماه نبوده است.	(۴۹)
تعداد شرکت‌هایی که اطلاعات آنها در دسترس نبود.	(۳۲)
تعداد شرکت‌های که در طول دوره زمانی پژوهش تغییر سال مالی داده‌اند.	(۳۵)
تعداد شرکت‌های که در قلمروی زمانی ۱۳۹۱ تا ۱۴۰۲ در بورس فعال نبودند.	(۴۵)
تعداد شرکت‌های موردبررسی	۱۰۵

متغیرهای مؤثر بر تجدید ارائه صورت‌های مالی

پیش از ارائه متغیرهای مؤثر بر تجدید ارائه صورت‌های مالی از دیدگاه خبرگان، به‌منظور اندازه‌گیری تجدید ارائه صورت‌های مالی از یک متغیر ساختگی استفاده شده است. درصورتی‌که صورت‌های مالی شرکت‌ها تجدید ارائه شده باشد کد یک می‌گیرد و در غیر این صورت کد صفر می‌گیرد.

متغیرهای مؤثر بر تجدید ارائه صورت‌های مالی از دیدگاه افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی

کیفیت افشای مسئولیت اجتماعی (CSR): در مطالعه حاضر به منظور محاسبه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، بر مبنای مطالعه حسینی و امجدیان (۱۳۹۶)، کارگرپور، خدادادی، جرجرزاده، صالحی و کعب عمیر (۱۳۹۹) و مرانی، صالحی، جرجرزاده و کعب عمیر (۱۴۰۰) استفاده شده که برای رتبه‌بندی واحدهای تجاری نمونه، گزارش‌های ارائه شده به‌وسیله هیئت‌مدیره مورد مطالعه قرار گرفته و در چارچوب ۲۴ قلم و ۶ گروه زیر که بیانگر مسئولت پذیری اجتماعی در بنگاه‌ها می‌باشد واکاوی شده است:

۱- جامعه و سیاست: (۱. رابطه با سهامداران، ۲. محیط حقوقی، ۳. اقدامات فرهنگی خارج از سازمان)

۲- راهبرد کارمندان: (۴. دوره‌های عمومی، ۵. دوره‌های تخصصی در رابطه با کار، ۶. امور رفاهی و بیمه کارکنان در محیط کار، ۷. کوشش برای سازندگی زندگی خانوادگی کارکنان، ۸. اقدامات فرهنگی داخل سازمان)

[1] Likelihood Ratio

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-16]

۳- محیط‌زیست: (۹. اشاره به کسب تأییدیه‌ها و دریافت استاندارد مرتبط با کیفیت و یا محیط‌زیست، ۱۰ .به وجود آوردن فضای سبز و اقدامات مرتبط با آن، ۱۱. آلودگی‌های صوتی و هوا و اقدامات مربوط به آن، ۱۲. بازیافت یا ممانعت از ضایعات و یا اقدامات مربوط به پسماند، ۱۳. اشاره به دیدگاه بنگاه در رابطه با کم کردن مصرف در زمینه انرژی)

۴- عرضه‌کنندگان و مصرف‌کنندگان: (۱۴. تلاش در ارتقا کیفیت محصول و یا ارائه خدمات به مصرف‌کننده و جامعه، ۱۵. اشاره به رابطه با مصرف‌کنندگان و خدمات بعد از فروش و یا وجود مدیریت ارتباط با مصرف‌کننده، ۱۶. داشتن تارنامه در فضای مجازی، ۱۷. به‌روزرسانی تارنامه، ۱۸. انجام خدماتی در بستر فضای مجازی که دربرگیرنده فروش مناقصه و ثبت سفارش و... می‌باشد)

۵- سرمایه‌گذاری در مسائل اجتماعی: (۱۹. کمک‌های بشردوستانه، ۲۰. بند گزارش عملکرد اجتماعی، ۲۱. اشاره به سیاست و راهبرد بنگاه راجع به تعهد اجتماعی و مسئولت پذیری اجتماعی).

۶- راهبرد بنگاه: (۲۲. طرح‌ریزی راهبردی و برتری سازمانی، ۲۳. ارزیابی و رضایت‌مندی کارکنان و وجود دسته‌بندی مشاغل در شرکت و گسترش منابع سازمانی، ۲۴. ارائه ارزش‌های محوری شرکت با در نظر گرفتن مصرف‌کننده و جامعه).

در مطالعه، به‌منظور ارزیابی افشای مسئولت پذیری اجتماعی شرکتی معیار گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت به شرح رابطه (۱) به کار گرفته شده است:

$$CSR = \sum_{i=1}^{nj} \frac{X_{ij}}{n_j} \qquad (۱)$$

در رابطه فوق (۱) n_j: حاصل جمع امتیازات مدنظر برای هر بنگاه j در سال t که برای ۲۴ قلم بالا معادل ۲۴ است؛ X_{ij}: حاصل جمع امتیازات کسب گردیده برای هر بنگاه j در سال t شرکت به ازای هر قلمی که افشا کرده است کد یک به قلم مربوطه در نظر گرفته شده و در غیر این صورت کد صفر خواهد گرفت.

رتبه‌بندی گزارشگری محیطی، اجتماعی و حاکمیتی (ESG): در این پژوهش برای محاسبه افشای زیست‌محیطی اجتماعی و حاکمیتی مطابق با پژوهش‌های دونگ[1] (۲۰۲۴)؛ درویش، یحیوی و ملک‌زاده (۱۳۹۷) و قادری و امیری (۱۳۹۶) از ۲۶ آیتم و ۶ زیر گروه که نشان‌دهنده افشای زیست‌محیطی اجتماعی و حاکمیتی شرکت‌هاست، استفاده می‌شود. این شش گروه شامل: بیانیه راهبردی زیست‌محیطی (۲ آیتم)، حامل افشای اطلاعات زیست‌محیطی (۳ آیتم)، ساختار حاکمیت محیطی و سیستم مدیریت (۴ آیتم)، فعالیت‌ها و پاداش‌های داوطلبانه حفاظت از محیط‌زیست (۵ آیتم)، افشای تعهدات زیست‌محیطی (۶ آیتم) و افشای عملکرد زیست‌محیطی (۶ آیتم) است. در نهایت برای سنجش افشای زیست‌محیطی اجتماعی و حاکمیتی از رابطه (۲) استفاده می‌شود:

$$EDI = \sum_{i=1}^{nj} \frac{X_{ij}}{n_j} \qquad (۲)$$

در رابطه فوق (۲)n_j: حاصل جمع امتیازات مدنظر برای هر بنگاه j در سال t که برای ۲۶ قلم بالا معادل ۲۶ است؛ X_{ij}: حاصل جمع امتیازات کسب گردیده برای هر بنگاه j در سال t شرکت به ازای هر قلمی که افشا کرده است کد یک به قلم مربوطه در نظر گرفته شده و در غیر این صورت کد صفر خواهد گرفت.

کیفیت افشای حسابداری (Disclosure): برخی از مطالعات مانند ثقفی و معتمدی فاضل (۱۳۹۰) از معیار کیفیت اقلام تعهدی کوتاری، لئونه و وازلی[2] (۲۰۰۵) برای اندازه‌گیری کیفیت افشای اطلاعات حسابداری استفاده کرده‌اند، در این پژوهش نیز جهت اندازه‌گیری متغیر افشای اطلاعات حسابداری بر اساس مدل کوتاری و همکاران (۲۰۰۵) به شرح رابطه (۳) استفاده می‌شود. پسماند مدل به‌عنوان شاخص کیفیت افشا استفاده می‌شود:

$$\frac{TCA_{it}}{Assets_{it}} = \beta_0 + \beta_1 \frac{CFO_{it-1}}{Assets_{it}} + \beta_2 \frac{CFO_{it}}{Assets_{it}} + \beta_3 \frac{CFO_{it+1}}{Assets_{it}} + \varepsilon_{it} \qquad (۳)$$

[1] Dong
[2] Kothari, Leone & Wasley

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-16]

در رابطه (۳) TCA_{it}: کل اقلام تعهدی (سود عملیاتی منهای جریان نقد عملیاتی) شرکت i در سال t؛ $Assets_{it}$: کل دارایی‌های شرکت i در سال t، CFO_{it-1}: جریان نقد عملیاتی شرکت i در سال t-1، CFO_{it}: جریان نقد عملیاتی شرکت i در سال t، CFO_{it+1}: جریان نقد عملیاتی شرکت i در سال t+1 است.

کیفیت اطلاعات حسابداری (AccQ): در این پژوهش برای محاسبه کیفیت اطلاعات حسابداری به پیروی از پژوهش دالکی و اوزیاپیکی[1] (۲۰۲۰) از مدل ارائه شده توسط کوتاری و همکاران (۲۰۰۵) به شرح رابطه (۴) استفاده می‌شود. از حاصل‌ضرب منفی یک (۱-) در قدر مطلق پسماند مدل به عنوان معیار اندازه‌گیری کیفیت اطلاعات حسابداری استفاده می‌شود:

$$Accruals_{it} = \alpha + \beta_1 \frac{1}{TA_{it-1}} + \beta_2 \frac{\Delta Sales_{it}}{TA_{it-1}} + \beta_3 \frac{PPE_{it}}{TA_{it-1}} + \beta_4 Profitability_{it} + \varepsilon_{it} \quad (۴)$$

در رابطه (۴) $Accruals_{it}$: نسبت کل اقلام تعهدی (سود عملیاتی منهای جریان نقد عملیاتی) به کل دارایی‌های شرکت i در سال t؛ TA_{it-1}: کل دارایی‌های شرکت i در سال t-1؛ $\Delta Sales_{it}$: تغییرات کل فروش شرکت i در سال t؛ PPE_{it}: دارایی‌های ثابت مشهود شرکت i در سال t؛ $Profitability_{it}$: سودآوری (نسبت سود خالص به کل دارایی ها) شرکت i در سال t است.

اگرچه در این پژوهش برای سنجش «کیفیت افشای اطلاعات حسابداری» و «کیفیت اطلاعات حسابداری» از چارچوب مدل‌های مبتنی بر کوتاری و همکاران (۲۰۰۵) استفاده شده است، اما این دو شاخص از نظر مفهومی و نحوه اندازه‌گیری متفاوت هستند و هر یک بُعد خاصی از کیفیت گزارشگری مالی را می‌سنجند. کیفیت افشای اطلاعات حسابداری به میزان شفافیت و قابلیت اتکای اطلاعات ارائه‌شده برای استفاده‌کنندگان صورت‌های مالی اشاره دارد، درحالی‌که کیفیت اطلاعات حسابداری بیشتر به کیفیت محتوای ارقام گزارش‌شده و میزان وجود اقلام تعهدی اختیاری یا مدیریت سود مربوط می‌شود. از نظر روش اندازه‌گیری نیز تفاوت‌هایی میان دو مدل وجود دارد. در رابطه (۳)، اقلام تعهدی بر اساس جریان‌های نقدی عملیاتی گذشته، جاری و آینده مدل‌سازی می‌شود و پسماند مدل بیانگر بخشی از اقلام تعهدی است که توسط جریان‌های نقدی توضیح داده نمی‌شود؛ ازاین‌رو در این پژوهش از پسماند مدل به‌عنوان شاخصی معکوس از کیفیت افشای اطلاعات حسابداری استفاده شده است. در مقابل، رابطه (۴) مبتنی بر مدل تعدیل‌شده کوتاری و همکاران (۲۰۰۵) است که در آن پسماند مدل نشان‌دهنده اقلام تعهدی اختیاری است. در این پژوهش حاصل‌ضرب منفی یک در قدر مطلق پسماند به‌عنوان معیار کیفیت اطلاعات حسابداری در نظر گرفته شده است، به‌طوری‌که مقادیر بزرگ‌تر این شاخص بیانگر کیفیت بالاتر اطلاعات حسابداری است؛ بنابراین، رابطه (۳) بر شفافیت افشا تمرکز دارد، درحالی‌که رابطه (۴) کیفیت ذاتی اطلاعات حسابداری را اندازه‌گیری می‌کند.

بحران مالی (Z-score): در این پژوهش جهت اندازه‌گیری بحران مالی مطابق با پژوهش نصیرزاده و مرندی (۱۴۰۰) از الگوی بومی‌سازی گردیده کردستانی و تاتلی (۱۳۹۳) به شرح رابطه (۵) بهره‌گیری شده است. در رابطه (۵)، Z-score به عنوان شاخص عکس بحران مالی بوده که زیادتر (کمتر) بودن آن به مفهوم سلامت مالی بالاتر (بحران مالی زیادتر) می‌باشد. درنتیجه مقادیر به‌دست‌آمده از این معیار در منفی یک (۱-) ضرب می‌شوند.

$$Z - score_{it} = ۰/۶۵۰ \frac{TL_{it}}{TA_{it}} + ۰/۴۸۳ \frac{NI_{it}}{TA_{it}} + ۰/۶۷۹ \frac{OI_{it}}{TA_{it}} + ۱۳۷/۶۲۶ \quad (۵)$$

در رابطه (۵) FD_{it}: بحران مالی شرکت i در سال t؛ TA_{it}: کل دارایی‌های شرکت i در سال t؛ RE_{it}: سود انباشته شرکت i در سال t؛ OI_{it}: سود عملیاتی شرکت i در سال t؛ NI_{it}: سود خالص شرکت i در سال t؛ TL_{it}: کل بدهی های شرکت i در سال t است.

ارتباطات سیاسی (PC): مطابق با پژوهش زارِفَر، عَزمی، اسماعیل و کمرالدین[2] (۲۰۲۳) ارتباطات سیاسی یک متغیر ساختگی است، درصورتی‌که شرکت دارای ارتباطات سیاسی باشد (دارای مالکیت دولتی باشد) عدد یک و در غیر این صورت عدد صفر می‌گیرد.

[1] Dalcı & Özyapıcı
[2] Zarefar, Azmi, Ismail & Kamarudin

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-16]

عدم تقارن اطلاعاتی (SPREAD): در این پژوهش برای محاسبه عدم تقارن اطلاعاتی مطابق با پژوهش آجینا و حبیب[1] (۲۰۱۷) از رابطه (۶) استفاده می‌شود:

$$Spread = \frac{Ask_t - Bid_t}{\frac{Ask_t + Bid_t}{2}} \quad (۶)$$

در رابطه (۶) Ask: عبارت است از میانگین به‌دست‌آمده از پیشنهاد قیمت فروش سهام مؤسسات در پایان سال مالی (زمان t)؛ Bid: عبارت می‌باشد از میانگین به‌دست‌آمده از قیمت پیشنهادی خرید سهام بنگاه در انتهای بازه زمانی t است.

نفوذ ذینفعان (STAKE): در این پژوهش از حضور خریداران بین‌المللی به عنوان نماینده نفوذ ذینفعان استفاده می‌شود. شرکت‌های دارای صادرات برای بقای طولانی‌مدت خود بسیار متکی به خریداران بین‌المللی هستند؛ بنابراین، آنها انگیزه دارند سطح بالاتری از افشای مسئولیت اجتماعی را ارائه دهند (بلال و اوون[2]، ۲۰۰۷؛ عزیز اسلام و دیگان[3]، ۲۰۰۸)؛ بنابراین، نفوذ ذینفعان یک متغیر مجازی است و درصورتی‌که شرکت فروش خارجی داشته باشد برابر عدد یک و در غیر این صورت برابر عدد صفر است (یزدی، خلیل زاده و اسلامی مفیدآبادی، ۱۴۰۱).

یافته‌های پژوهش

تجزیه‌وتحلیل داده‌ها به روش ترکیبی شامل دو قسمت تجزیه‌وتحلیل کیفی و تجزیه‌وتحلیل کمی است که ابتدا بخش کیفی و سپس بخش کمی ارائه شده است.

تجزیه‌وتحلیل بخش کیفی

عوامل شناسایی مرتبط با تجدید ارائه صورت‌های مالی

جهت شناسایی مؤلفه‌های مدل، از روش دلفی فازی استفاده شد. مؤلفه‌های شناسایی شده شامل کیفیت افشای مسئولیت اجتماعی، رتبه‌بندی گزارشگری محیطی، اجتماعی و حاکمیتی، کیفیت افشای حسابداری، کیفیت اطلاعات حسابداری، بحران مالی، ارتباطات سیاسی، عدم تقارن اطلاعاتی، نفوذ ذی‌نفعان، فرهنگ شرکتی، روابط کارکنان، سرمایه انسانی، کیفیت کالا و خدمات، اخلاق‌مداری کارکنان، پاسخگویی قانونی، اخلاق تجاری، مسئولیت‌های اخلاقی، مسئولیت‌های بشردوستانه، عوامل فناوری، فعالیت عام‌المنفعه هستند. از بین این مؤلفه‌ها، برخی مانند فرهنگ شرکتی، روابط کارکنان، سرمایه انسانی، کیفیت کالا و خدمات، اخلاق‌مداری کارکنان، پاسخگویی قانونی، اخلاق تجاری، مسئولیت‌های اخلاقی، مسئولیت‌های بشردوستانه، عوامل فناوری، فعالیت عام‌المنفعه کیفی بوده و نمی‌توان به‌صورت کمی وارد مدل کرد.

تعریف متغیرهای کلامی

با توجه به این که این پژوهش در سطح سازمانی اجرا می‌گردد، بنابراین خبرگان که از بین اعضای هیئت‌علمی گروه حسابداری دانشگاه، مدیران و یا اعضای کمیته‌های تخصیصی سازمان‌های نظارتی (سازمان حسابرسی، سازمان بورس)، مدیران مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس و اساتید دانشگاهی در زمینه رشته حسابداری و مالی با حداقل دارای ۱۵ سال سابقه کاری بودند، جهت انجام مصاحبه انتخاب شدند. سپس لیست شاخص‌های اولیه به‌دست‌آمده از ادبیات نظری به‌عنوان راهنمایی برای مصاحبه از خبرگان و حسابرسان استفاده شد و مصاحبه تا میزانی تکرار شد که پاسخ‌های کم‌وبیش تکراری از مصاحبه‌شوندگان حاصل شد. پس از پرسش و پاسخ با اعضای خبرگان و تعیین عوامل تأثیرگذار بر ارائه مجدد صورت‌های مالی، عوامل شناسایی شده در چارچوب پرسش‌نامه به‌منظور دریافت دیدگاه خبرگان راجع به میزان هم رأی بودن آنها با عوامل تدوین شد، خبرگان به‌وسیله متغیرهای کلامی خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد میزان هم رأی بودن خود را بیان

[1] Ajina & Habib
[2] Belal & Owen
[3] Azizul Islam & Deegan

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-16]

نمودند. در جدول (۳) روش تبدیل کردن متغیرهای کلامی به عدد فازی مثلثی و عدد فازی قطعی گردیده، نشان داده شده است.

جدول (۳): جدول اعداد فازی مثلثی

متغیرهای کلامی	عدد فازی مثلثی	عدد فازی قطعی شده
خیلی زیاد	(۰/۱،۱،۷۵)	۰/۷۵
زیاد	(۰/۰،۵/۱،۷۵)	۰/۵۶۲
متوسط	(۰/۰،۲۵/۰،۵/۷۵)	۰/۳۱۲
کم	(۰،۰/۰،۲۵/۵)	۰/۰۶۲
خیلی کم	(۰،۰،۰/۲۵)	۰/۰۶۲

منبع: یافته‌های پژوهش

اعداد فازی قطعی گردیده در جدول بالا با بهره‌گیری از رابطه مینکووسکی[1] (۱۹۰۴) به شرح رابطه (۸) اندازه‌گیری شده‌اند.

$$X = m + \frac{\beta - \alpha}{4} \quad (۸)$$

در رابطه فوق (۸) β حد بالای عدد فازی مثلثی، αحد وسط عدد فازی مثلثی، m حد پایین عدد فازی مثلثی است.

نظرسنجی مرحله نخست

در این مرحله عوامل تعیین شده در مرحله پرسش و پاسخ، به شکل پرسش‌نامه در دسترس خبرگان قرار گرفته و با در نظر گرفتن گزینه پیشنهاد شده و متغیرهای زبانی تعریف گردیده، یافته‌های کسب شده از مطالعه جواب‌های قید گردیده در پرسش‌نامه به‌منظور کسب میانگین فازی شاخص‌ها، تحلیل شد. به‌منظور اندازه‌گیری میانگین فازی رابطه (۹) و (۱۰) به کار گرفته شد.

$$A_i = \left(\alpha_1^{(i)}, \alpha_2^{(i)}, \alpha_3^{(i)}\right), i = 1,2,3,\dots,n \quad (۹)$$

$$A_{ave} = (m_1, m_2, m_3) = \left(\frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n}\alpha_1^{(i)}, \frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n}\alpha_2^{(i)}, \frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n}\alpha_3^{(i)}\right) \quad (۱۰)$$

در رابطه فوق A_i نشان‌دهنده دیدگاه خبره i ام و A_{ave} نشان‌دهنده میانگین دیدگاه‌های خبرگان است. بعد از گردآوری پرسش‌نامه‌ها، تعداد جواب‌های داده شده به هر شاخص شمارش شده و مورد واکاوی قرار گرفت که در نظرسنجی مرحله نخست یافته‌های شمارش جواب‌های داده شده به‌قرار جدول (۴) می‌باشد.

جدول (۴): نتایج شمارش پاسخ‌های مرحله نخست نظرسنجی

متغیرها	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
کیفیت افشای مسئولیت اجتماعی	۱۴	۴	۰	۰	۰
رتبه‌بندی گزارشگری محیطی، اجتماعی و حاکمیتی	۱۶	۲	۰	۰	۰
کیفیت افشای حسابداری	۱۳	۵	۰	۰	۰
کیفیت اطلاعات حسابداری	۱۴	۳	۱	۰	۰
بحران مالی	۱۱	۵	۱	۱	۰
ارتباطات سیاسی	۱۲	۳	۲	۱	۰
عدم تقارن اطلاعاتی	۱۴	۴	۰	۰	۰
نفوذ ذی‌نفعان	۱۶	۲	۰	۰	۰

منبع: یافته‌های پژوهش

بعد از تعیین تعداد جواب‌های ارائه شده به هر مؤلفه و پس از اندازه‌گیری میانگین فازی مثلثی برای مؤلفه‌ها از فرمول مینکووسکی (۱۹۰۴)، اعداد فازی قطعی شده برای هر شاخص اندازه‌گیری می‌گردد. یافته‌های به‌دست‌آمده از میانگین فازی و فازی‌زدایی شاخص‌ها به شکل جدول (۵) است.

[1] Minkowski

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-16]

جدول (۵): نتایج شمارش پاسخ‌های مرحله نخست نظرسنجی

متغیرها	فازی‌زدایی	متغیرها	فازی زدایی
کیفیت افشای مسئولیت اجتماعی	۰/۸۲۰	بحران مالی	۰/۷۶۴
رتبه‌بندی گزارشگری محیطی، اجتماعی و حاکمیتی	۰/۹۴۱	ارتباطات سیاسی	۰/۷۸۳
کیفیت افشای حسابداری	۰/۹۷۹	عدم تقارن اطلاعاتی	۰/۷۱۲
کیفیت اطلاعات حسابداری	۰/۸۰۶	نفوذ ذی‌نفعان	۰/۷۵۴
منبع: یافته‌های پژوهش			

بعد از انجام مرحله نخست نظرسنجی ضروری است مرحله دوم هم اجرا گردد تا یافته‌های هر دو مرحله با یکدیگر مقایسه و نتیجه تعیین گردد. لازم به ذکر است که در مرحله اول مؤلفه‌هایی که بالای عدد ۰/۷ باشند، شناسایی و وارد مرحله دوم نظرسنجی شدند.

نظرسنجی مرحله دوم

در نظرسنجی مرحله دوم نتایج شمارش پاسخ‌های داده شده به مؤلفه‌های شناسایی شده، به شرح جدول (۶) است.

جدول (۶): نتایج شمارش پاسخ‌های مرحله دوم نظرسنجی

متغیرها	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
کیفیت افشای مسئولیت اجتماعی	۱۶	۱	۱	۰	۰
رتبه‌بندی گزارشگری محیطی، اجتماعی و حاکمیتی	۱۶	۲	۰	۰	۰
کیفیت افشای حسابداری	۱۴	۳	۱	۰	۰
کیفیت اطلاعات حسابداری	۱۳	۵	۰	۰	۰
بحران مالی	۱۱	۴	۲	۱	۰
ارتباطات سیاسی	۱۲	۳	۳	۰	۰
عدم تقارن اطلاعاتی	۱۳	۵	۰	۰	۰
نفوذ ذی‌نفعان	۱۵	۳	۰	۰	۰
منبع: یافته‌های پژوهش					

بعد از تعیین تعداد جواب‌های ارائه شده به هر مؤلفه در مرحله دوم و پس از اندازه‌گیری میانگین فازی مثلثی برای مؤلفه‌ها از فرمول مینکووسکی (۱۹۰۴)، عددهای فازی قطعی گردیده برای هر شاخص اندازه‌گیری می‌گردد. یافته‌های به‌دست‌آمده از میانگین فازی و فازی‌زدایی شاخص‌ها به شکل جدول (۷) است.

جدول (۷): نتایج شمارش پاسخ‌های مرحله دوم نظرسنجی

متغیرها	فازی‌زدایی	متغیرها	فازی زدایی
کیفیت افشای مسئولیت اجتماعی	۰/۸۱۱	بحران مالی	۰/۷۶۶
رتبه‌بندی گزارشگری محیطی، اجتماعی و حاکمیتی	۰/۹۳۶	ارتباطات سیاسی	۰/۷۸۵
کیفیت افشای حسابداری	۰/۹۷۴	عدم تقارن اطلاعاتی	۰/۷۱۴
کیفیت اطلاعات حسابداری	۰/۸۰۸	نفوذ ذی‌نفعان	۰/۷۵۶
منبع: یافته‌های پژوهش			

بعد از آن که هر دو مرحله نظرسنجی اجرا گردید، ضروری است که اختلاف بین میانگین فازی‌زدایی گردیده مؤلفه‌های تأثیرگذار بر ارائه مجدد صورت‌های مالی از منظر افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی موردمطالعه و تحلیل واقع شود. مطالعه اختلاف میانگین فازی‌زدایی گردیده مؤلفه‌های تأثیرگذار بر ارائه مجدد صورت‌های مالی از منظر افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی در مرحله نخست و دوم به شکل جدول (۸) می‌باشد.

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-16]

جدول (۸): اختلاف میانگین فازی زدایی شده مرحله اول و دوم نظرسنجی

متغیر	میانگین مرحله اول	میانگین مرحله دوم	اختلاف میانگین
کیفیت افشای مسئولیت اجتماعی	۰/۸۲۰	۰/۸۱۱	۰/۰۹
رتبه‌بندی گزارشگری محیطی، اجتماعی و حاکمیتی	۰/۹۴۱	۰/۹۳۶	۰/۰۵
کیفیت افشای حسابداری	۰/۹۷۹	۰/۹۷۴	۰/۰۵
کیفیت اطلاعات حسابداری	۰/۸۰۶	۰/۸۰۸	۰/۰۲
بحران مالی	۰/۷۶۴	۰/۷۶۶	۰/۰۲
ارتباطات سیاسی	۰/۷۸۳	۰/۷۸۵	۰/۰۲
عدم تقارن اطلاعاتی	۰/۷۱۲	۰/۷۱۴	۰/۰۲
نفوذ ذی‌نفعان	۰/۷۵۴	۰/۷۵۶	۰/۰۲

منبع: یافته‌های پژوهش

با مدنظر قرار دادن نظرات بیان گردیده در مرحله نخست و مقایسه آن با یافته‌های مرحله دوم، هنگامی که اختلاف میان میانگین فازی‌زدایی گردیده در دو مرحله پایین‌تر از ۰/۱ باشد، در این هنگام روند نظرسنجی متوقف می‌گردد. با مدنظر قرار دادن آن که اختلاف میانگین فازی زدایی گردیده دیدگاه خبرگان در دو مرحله پایین‌تر از ۰/۱ است، خبرگان در مورد مؤلفه‌های تأثیرگذار بر ارائه مجدد صورت‌های مالی از منظر افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی، به یکپارچگی دست یافتند و نظرسنجی در این مرحله به اتمام می‌رسد. بدین مفهوم که خبرگان به مؤلفه‌های تعیین شده تأثیرگذار بر ارائه مجدد صورت‌های مالی از منظر افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی در مطالعه نگاه تقریباً یکسانی دارند.

تجزیه‌وتحلیل بخش کمی

در این بخش نخست آمار توصیفی متغیرهای شناسایی شده در بخش کمی موردبررسی قرار گرفت. سپس به‌منظور بررسی و آزمون اهداف پژوهش، با استفاده از مدل‌های رگرسیون لجستیک اقدام شده است.

آمار توصیفی

جدول (۹) آمار توصیفی متغیرهای مدل را نشان می‌دهد. اصلی‌ترین معیار مرکزی، میانگین می‌باشد که گویایی مرکز ثقل و نقطه تعادل توزیع می‌باشد و معیار مطلوبی به منظور نشان دادن نقطه کانونی داده‌هاست. برای نمونه میزان عدد میانگین به‌دست‌آمده برای متغیر کیفیت افشای مسئولیت اجتماعی، مساوی با ۰/۵۴۶۸ بوده و این نکته را بازگو می‌نماید که اکثر داده‌ها در اطراف این نقطه متمرکز شده‌اند. میانه از دیگر مؤلفه‌های مرکزی بوده که شرایط جامعه را بازگو می‌نماید. همان‌طور که مشاهده می‌شود میانه این متغیر ۰/۵۴۱۶ بوده که بیانگر آن است که نیمی از داده‌ها پایین‌تـر و نیمی دیگر بالاتر از آن می‌باشند.

جدول (۹): آمار توصیفی متغیرهای مدل

نماد	نام	میانگین	میانه	بیشینه	کمینه	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
CSR	کیفیت افشای مسئولیت اجتماعی	۰/۵۴۷	۰/۵۴۲	۰/۸۳۳	۰/۲۹۲	۰/۰۹۷	-۰/۱۲۰	۲/۷۹۱
ESG	رتبه‌بندی گزارشگری محیطی، اجتماعی و حاکمیتی	۰/۵۴۴	۰/۵۳۸	۰/۸۴۶	۰/۲۶۹	۰/۱۰۳	-۰/۱۰۱	۲/۷۸۲
DISCLOSURE	کیفیت افشای حسابداری	۰/۰۰۰	-۰/۰۲۲	۳/۵۷۵	-۲/۱۱۴	۰/۲۱۲	۳/۵۴۸	۷۵/۴۳۵
ACCQ	کیفیت اطلاعات حسابداری	-۰/۱۲۸	-۰/۰۸۹	-۰/۰۰۰	-۳/۰۹۸	۰/۱۷۴	-۸/۹۵۹	۱۳۲/۵۹۶
Z_SCORE	بحران مالی	۰/۳۴۴	۰/۱۹۴	۶/۱۲۴	-۱/۴۹۵	۰/۸۷۶	۳/۴۱۵	۱۷/۷۳۰
SPREAD	عدم تقارن اطلاعاتی	۰/۰۳۴	۰/۰۳۵	۰/۶۴۹	۰/۰۰۰	۰/۰۲۵	۱۲/۸۶۴	۲۹۵/۰۲۸

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول (۱۰) آمار توصیفی متغیرهای مجازی مدل را نشان می‌دهد. بر اساس نتایج آمار توصیفی متغیر مجازی تجدید ارائه صورت‌های مالی، از مجموع ۱۲۶۰ مشاهده، تعداد ۷۲۶ شرکت (معادل ۵۷/۶ درصد) دارای تجدید ارائه صورت‌های مالی بوده‌اند، درحالی‌که ۵۳۴ شرکت (معادل ۴۲/۴ درصد) هیچ‌گونه تجدید ارائه‌ای نداشته‌اند. این امر نشان می‌دهد که بیش از

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-16]

نیمی از شرکت‌های نمونه در دوره بررسی، اقدام به تجدید ارائه صورت‌های مالی خود کرده‌اند. به بیان دیگر، وقوع تجدید ارائه در بین شرکت‌ها نسبتاً شایع بوده و می‌تواند نشانه‌ای از وجود چالش‌های گزارشگری مالی، اصلاح اشتباهات یا تغییر در رویه‌های حسابداری در شرکت‌ها باشد.

جدول (۱۰): آمار توصیفی متغیرهای مجازی مدل

نماد	نام	تعداد عدد یک	تعداد عدد صفر	جمع مشاهدات	درصد یک	درصد صفر
RST	تجدید ارائه صورت‌های مالی	۷۲۶	۵۳۴	۱۲۶۰	۵۷/۶۰	۴۲/۴۰
PC	ارتباطات سیاسی	۴۳۶	۸۲۴	۱۲۶۰	۳۴/۶۰	۶۵/۴۰
STAKE	نفوذ ذینفعان	۸۲۷	۴۳۳	۱۲۶۰	۶۵/۶۰	۳۴/۴۰

منبع: یافته‌های پژوهش

تخمین مدل پژوهش

در این پژوهش جهت آزمون معناداری کل مدل از آماره نسبت درست‌نمایی و جهت آزمون معنادار بودن ضرایب رگرسیون از آماره زد استفاده شد. همچنین از ضریب تعیین مک فادن برای بررسی ارتباط بین متغیرهای وابسته و مستقل استفاده شد. نتایج حاصل از تخمین مدل، در جدول (۱۱) ارائه شده است.

جدول (۱۱): نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها

متغیر	ضریب	انحراف استاندارد	آماره زد	احتمال	VIF
کیفیت افشای مسئولیت اجتماعی	-۲/۵۱۱	۲/۵۵۰	-۰/۹۸۵	۰/۳۲۵	۱/۶۶
رتبه‌بندی گزارشگری محیطی، اجتماعی و حاکمیتی	۱/۶۲۴	۲/۴۱۱	۰/۶۷۴	۰/۵۰۱	۱/۶۹
کیفیت افشای حسابداری	-۲/۲۳۲	۰/۴۰۸	-۵/۴۷۴	۰/۰۰۰	۱/۱۱
کیفیت اطلاعات حسابداری	۰/۴۴۷	۰/۴۱۴	۱/۰۷۹	۰/۲۸۱	۱/۰۶
ارتباطات سیاسی	-۰/۰۳۰	۰/۱۲۵	-۰/۲۴۴	۰/۸۰۷	۱/۰۱
عدم تقارن اطلاعاتی	-۱۰/۷۸۲	۴/۲۹۰	-۲/۵۱۳	۰/۰۱۲	۱/۰۱
نفوذ ذی‌نفعان	۰/۰۳۰	۰/۱۲۷	۰/۲۳۵	۰/۸۱۴	۱/۰۴
بحران مالی	۰/۱۸۸	۰/۰۹۱	۲/۰۶۷	۰/۰۳۹	۱/۰۸
C	۱/۱۵۸	۰/۳۷۲	۳/۱۱۳	۰/۰۰۲	---
ضریب تعیین مک فادن	۰/۰۴۸	آماره نسبت درست‌نمایی		۸۲/۸۰۴	
لگاریتم آماره درست‌نمایی	-۸۵۸/۶۸۰	احتمال آماره نسبت درست‌نمایی		۰/۰۰۰	
آماره آزمون والد	۰/۰۰۰ (۲/۸e+۰۵)	آماره آزمون بارتلت		۰/۰۸۹ (۱۵۱۵۹/۹۹)	
آماره آزمون هاسمر - لمشو	۷/۲۴۳	احتمال		۰/۰۶۴	

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به مقدار احتمال به‌دست‌آمده برای آماره نسبت درست‌نمایی که صفر است، فرض صفر که عدم معناداری کل مدل است، رد می‌شود و این نشان می‌دهد که کلیه ضرایب رگرسیون به شکل هم‌زمان صفر نمی‌باشند. ازاین‌رو به شکل هم‌زمان میان کلیه متغیرهای مستقل با متغیر وابسته ارتباط معنی‌داری برقرار است. مدل نهایی با لحاظ افشای مسئولیت اجتماعی در مورد تجدید ارائه صورت‌های مالی در جدول بالا ارائه داده شده است. در این مدل، در مورد متغیرهایی که مقدار احتمال آماره زد برای آنها کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ است، می‌توان گفت در سطح خطای ۵ درصد بر تجدید ارائه صورت‌های مالی اثرگذار هستند، این متغیرها در مدل نهایی برای تجدید ارائه صورت‌های مالی لحاظ شده‌اند. در سطح خطای ۵ درصد کیفیت افشای حسابداری و عدم تقارن اطلاعاتی تأثیر منفی داشته و بحران مالی تأثیر مثبت بر تجدید ارائه صورت‌های مالی دارند. ولی در سطح خطای ۵ درصد متغیرهای کیفیت افشای مسئولیت اجتماعی، رتبه‌بندی گزارشگری محیطی، اجتماعی و حاکمیتی، کیفیت اطلاعات حسابداری، ارتباط‌های سیاسی و نفوذ ذی‌نفعان تأثیر معناداری بر تجدید ارائه صورت‌های مالی ندارند.

در مدل رگرسیون لجستیک برای خوبی برازش مدل از آزمون هاسمر و لمشو استفاده می‌شود، در این آماره نیز از سطح معناداری استفاده می‌شود، به‌این‌ترتیب که اگر احتمال آماره آن از ۰/۰۵ بیشتر باشد، فرض صفر تأیید می‌شود و نشان می‌دهد که مدل از برازش خوبی برخوردار است. همان‌طور که در جدول (۱۰) مشاهده می‌شود، احتمال آزمون بیشتر از سطح ۵ درصد بوده و بنابراین می‌توان گفت مدل از برازش خوبی برخوردار است.

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-16]

با توجه به متغیرهای شناسایی شده از سوی خبرگان مدل نهایی پژوهش به‌منظور پاسخ به سؤال پژوهش به شرح مدل (۱) می‌باشد:

$$Rst_t = \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 ESG_{it} + \beta_3 DISCLOSURE_{it} + \beta_4 ACCQ_{it} + \beta_5 PC_{it} + \beta_6 SPREAD_{it} + \beta_7 STAKE_{it} + \beta_8 Z_SCORE_{it} + \varepsilon_{it} \quad (۱)$$

بحث، نتیجه‌گیری و محدودیت‌های پژوهش

علی‌رغم پیامدهای اقتصادی و اعتباری قابل‌توجه پس از تجدید ارائه صورت‌های مالی، شواهد محدودی در مورد افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی در زمینه تجدید ارائه صورت‌های مالی وجود دارد. افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی به‌طور قابل‌توجهی بر قضاوت‌های سرمایه‌گذاری در زمینه تجدید ارائه صورت‌های مالی تأثیر می‌گذارد. به‌طور خاص، پس از تجدید ارائه صورت‌های مالی، قضاوت و برداشت سرمایه‌گذاران از اعتبار مدیریت و منافع سرمایه‌گذاری آنها در صورت دریافت افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی می‌تواند متفاوت باشد؛ لذا، هدف این پژوهش ارائه مدل تجدید ارائه صورت‌های مالی با استفاده از افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی است. در این پژوهش برای مدل‌سازی تجدید ارائه صورت‌های مالی، از روش تحلیل عاملی مؤلفه‌های اصلی استفاده شد. گام اول در اجرای روش تحلیل عاملی مؤلفه‌های اصلی، شناسایی گروه‌های همبسته از بین متغیرها است. جهت شناسایی مؤلفه‌های مدل، از روش دلفی فازی استفاده شد. جامعه آماری پژوهش در این بخش خبرگان از بین اعضای هیئت‌علمی گروه حسابداری دانشگاه، مدیران و یا اعضای کمیته‌های تخصیصی سازمان‌های نظارتی (سازمان حسابرسی، سازمان بورس)، مدیران مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس و اساتید دانشگاهی در زمینه رشته حسابداری و مالی با حداقل دارای ۱۵ سال سابقه کاری بودند که مصاحبه نیمه ساختاریافته با آنان انجام گرفت که سرانجام پس از انجام مصاحبه با ۱۸ نفر، فرایند گردآوری داده‌ها پایان یافت. پس از شناسایی متغیرها وارد بخش کمی شده که جامعه آماری در این بخش شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بوده که با استفاده از روش حذف سیستماتیک تعداد ۱۰۵ شرکت در فاصله زمانی ۱۳۹۱ الی ۱۴۰۲ به‌عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. به‌منظور بررسی سؤال پژوهش از مدل‌های رگرسیون لجستیک استفاده شد.

بر اساس مبانی طرح شده، سؤال پژوهش بدین شرح طراحی شد که مدل تجدید ارائه صورت‌های مالی با استفاده از افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی چگونه است؟ نتایج پژوهش در سطح خطای ۵ درصد نشان داد که کیفیت افشای حسابداری و عدم تقارن اطلاعاتی تأثیر منفی داشته و بحران مالی تأثیر مثبت بر تجدید ارائه صورت‌های مالی دارند. ولی در سطح خطای ۵ درصد متغیرهای کیفیت افشای مسئولیت اجتماعی، رتبه‌بندی گزارشگری محیطی، اجتماعی و حاکمیتی، کیفیت اطلاعات حسابداری، ارتباط‌های سیاسی و نفوذ ذینفعان تأثیر معناداری بر تجدید ارائه صورت‌های مالی ندارند. نتایج به‌دست‌آمده در این پژوهش با نتایج پژوهش‌های عارف منش و همکاران (۱۳۹۹)، شکوهی منش (۱۴۰۰)، مهرانی و رحیمی پور (۱۴۰۲)، فرشاد شادباد و همکاران (۱۴۰۳)، گول و همکاران (۲۰۱۸)، پاپیک و پاپیکوا (۲۰۲۰)، بویلی و همکاران (۲۰۲۳)، دونگ و وانگ (۲۰۲۳) و صبری و حسین (۲۰۲۳) همخوانی دارد.

به‌طور خاص، می‌توان پیامدهای مبتنی بر بازار تجدید ارائه توسط شرکت‌ها را ارزیابی کرد تا روشن شود که آیا شرکت‌هایی که مسئولیت اجتماعی شرکتی بیشتری دارند، می‌توانند خود را در برابر واکنش‌های نامطلوب به افشای اخبار بد محافظت کنند. رویدادهای تجدید ارائه باعث ایجاد شک و تردید در مورد شیوه‌های حسابداری شرکت، از جمله یکپارچگی مدیریت، نقض انتظارهای سهام‌داران در مورد یک سیستم گزارشگری مالی قابل‌اعتماد و زیر سؤال بردن ارزش‌های اجتماعی شرکتی می‌شود و انتظار می‌رود که پیامدهای بازار تجدید ارائه‌های مالی با میزان عملکرد مثبت و منفی مسئولیت اجتماعی شرکتی شرکت متفاوت باشد. سرمایه‌گذاری در شیوه‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی می‌تواند دو واکنش بازار متضاد به اعلامیه‌های تجدید ارائه را ایجاد کند. از یک‌سو، سرمایه‌گذاران می‌توانند اخبار «مطلوب» را توسط شرکت‌های دارای مسئولیت اجتماعی بیشتر به‌عنوان شواهدی از رفتار فرصت‌طلبانه مدیران تلقی کنند و بنابراین با این انتظار که مدیران، فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی را برای پوشاندن تخلف‌های شرکتی خود دنبال کنند، واکنش منفی‌تری نشان می‌دهند. مطابق با این دیدگاه، انتظار می‌رود که تجدید ارائه توسط شرکت‌های مسئولیت‌پذیرتر باقیمت نامطلوب‌تر و پیامدهای دادرسی مرتبط باشد. دیدگاه

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-16]

جایگزین بیان می‌کند که شرکت‌هایی که در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی بیشتری شرکت می‌کنند با انجام این سرمایه‌گذاری‌ها شهرت خود را ایجاد می‌کنند و بنابراین بهتر می‌توانند خطر پیامدهای نامطلوب را در حضور اخبار بد کاهش دهند. بر این اساس، سرمایه‌گذاران ممکن است تصور کنند که تجدید ارائه ناشی از یک اشتباه تصادفی است، نه از سهل‌انگاری مدیران یا اقدام‌های عمدی آنها برای دستیاری سود. علاوه بر این، سرمایه‌گذاران شرکت‌هایی که مسئولیت مسئولیت‌پذیری اجتماعی بیشتری دارند، ممکن است شرکت‌های خود را به خاطر رخدادهای نامطلوب «ببخشند» به این دلیل که این شرکت‌ها همچنان متعهد به انجام بهتر از ضرر هستند.

نتایج نشان داد که کیفیت افشای مسئولیت اجتماعی بر تجدید ارائه صورت‌های مالی تأثیر ندارد. دلیل عدم رابطه را می‌توان به شیوه افشای مسئولیت اجتماعی (جداگانه یا یکپارچه) ربط داد. انتخاب یک شرکت برای ارائه معیارهای مسئولیت اجتماعی شرکتی به‌صورت جداگانه یا یکپارچه با گزارش مالی، می‌تواند به‌عنوان نشانه‌ای باشد که به ترتیب باعث ایجاد یک دیدگاه چندبعدی یا تک‌بعدی می‌شود. هنگامی که معیارهای مسئولیت اجتماعی شرکتی و مالی در گزارش‌های جداگانه ارائه می‌شوند، این دو گزارش یک دیدگاه چندبعدی را تداعی می‌کنند که شامل یک بعد مالی و همچنین یک بعد مسئولیت اجتماعی منحصربه‌فرد است. بااین‌حال، هنگامی که معیارهای مسئولیت اجتماعی شرکتی در یک گزارش عمدتاً مالی ارائه می‌شوند، بعد مسئولیت اجتماعی به‌اندازه کافی فعال نمی‌شود تا یک دیدگاه چندبعدی را ایجاد کند و یک دیدگاه مالی تک‌بعدی همچنان برجسته‌تر است. دراین‌بین سرمایه‌گذاران تمایل دارند هنگام تصمیم‌گیری‌های سرمایه‌گذاری، دیدگاهی را اتخاذ کنند که عمدتاً بر بُعد مالی تمرکز دارد، مگر اینکه با اطلاعاتی مواجه شوند که به‌گونه‌ای ارائه شده است که به‌نوعی با درک صرف یک بُعد مالی ناسازگار است. وقتی این ناسازگاری رخ می‌دهد، سرمایه‌گذاران به احتمال زیاد ابعاد متعددی را در فرایندهای تصمیم‌گیری خود در نظر می‌گیرند، به‌طوری‌که تأثیر بُعد ناسازگار (یعنی مسئولیت اجتماعی) افزایش می‌یابد؛ بنابراین وقتی که سرمایه‌گذاران گزارش سالانه و گزارش مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را به شکل یکپارچه مشاهده می‌کنند، به سمت اتخاذ دیدگاهی سوق داده می‌شوند که تأکید بیشتری بر بُعد مالی دارد. در این صورت می‌توان انتظار داشت که کیفیت افشای مسئولیت اجتماعی تأثیر معناداری بر تجدید ارائه صورت‌های مالی نداشته باشد.

در خصوص کیفیت اطلاعات حسابداری نیز باید توجه داشت که این متغیر غالباً با شاخص‌هایی مانند اقلام تعهدی اختیاری یا پسماند مدل‌های برآوردی سنجیده می‌شود، درحالی‌که تجدید ارائه لزوماً صرفاً ناشی از کیفیت پایین سود گزارش‌شده نیست و می‌تواند در نتیجه تغییر استانداردها، کشف اشتباهات غیرعمدی یا اصلاح طبقه‌بندی‌ها رخ دهد؛ بنابراین، تفاوت در ماهیت مفهومی و سنجه‌های اندازه‌گیری ممکن است سبب شده باشد رابطه مستقیم و معناداری میان این دو مشاهده نشود. در مورد ارتباط‌های سیاسی و نفوذ ذی‌نفعان نیز می‌توان استدلال کرد که اگرچه این عوامل بر تصمیمات راهبردی، دسترسی به منابع و حتی میزان افشا اثرگذارند، اما لزوماً به کاهش یا افزایش احتمال تجدید ارائه منجر نمی‌شوند. در محیط‌های نهادی با نظارت نسبتاً یکسان و استانداردهای گزارشگری الزام‌آور، سازوکارهای رسمی حسابرسی و نظارت قانونی ممکن است نقش غالب را ایفا کنند و اثر متغیرهای سیاسی یا فشار ذی‌نفعان را در بروز تجدید ارائه خنثی سازند. به بیان دیگر، هنگامی که چارچوب‌های قانونی و حسابرسی برای همه شرکت‌ها به‌طور نسبتاً مشابه اعمال می‌شود، دامنه اثرگذاری این متغیرها محدود می‌شود و در نتایج آماری به‌صورت عدم معناداری ظاهر می‌گردد. بر این اساس، عدم‌تأیید اثر معنادار این متغیرها نه به معنای بی‌اهمیتی نظری آن‌ها، بلکه بیانگر آن است که در نمونه و دوره زمانی مورد بررسی، تجدید ارائه صورت‌های مالی بیش از هر چیز متأثر از عوامل مالی و اطلاعاتی مستقیم بوده و سازوکارهای مرتبط با مسئولیت اجتماعی، رتبه‌بندی گزارشگری محیطی، اجتماعی و حاکمیتی، پیوندهای سیاسی و نفوذ ذی‌نفعان نقش تعیین‌کننده‌ای در تغییر احتمال وقوع آن ایفا نکرده‌اند. این یافته می‌تواند مؤید تفکیک نسبی کارکردهای مشروعیت‌بخشی و ارتباطی از کنترل‌های فنی گزارشگری مالی در بستر پژوهش حاضر باشد. با توجه به نتایج پژوهش پیشنهادهای به شرح زیر ارائه شده است:

- با توجه به نتایج پژوهش به مدیران و ذی‌نفعان شرکت پیشنهاد می‌شود، مشارکت در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی را به‌عنوان یک استراتژی مؤثر برای محافظت در برابر پیامدهای نامطلوب بازار هنگام وقوع رویدادهای منفی مورداستفاده قرار دهند. همچنین سیاست‌گذاران، تنظیم‌کننده‌ها و سازمان‌های دولتی باید مسئولیت بیشتری در قبال مسئولیت‌پذیری بیشتر شرکت‌ها در قبال اطلاعات افشا شده مسئولیت اجتماعی شرکتی داشته باشند.

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-16]

- با توجه به نتایج پژوهش، پیشنهاد می‌شود که در هنگام اخذ تصمیمات مربوط به سرمایه‌گذاری، از سرمایه‌گذاری در شرکت‌های با تکرار تجدید ارائه در صورت‌های مالی، با توجه به تبعات منفی آن بر کیفیت اطلاعات مالی آنها، اجتناب نمایند. علاوه بر این به سازمان بورس اوراق بهادار توصیه می‌گردد تا با شرکت‌های با تکرار بالای تجدید ارائه در صورت‌های مالی به نحو مقتضی برخورد نماید.
- با توجه به اینکه مطابق روش‌های آماری متغیرهای انتخاب‌شده دارای بیشترین قابلیت برای پیش‌بینی احتمال تجدید ارائه صورت‌های مالی‌اند، به حسابرسان، سرمایه‌گذاران، اعتباردهندگان و نیز کلیه استفاده‌کنندگان از گزارش‌های مالی شرکت‌ها توصیه می‌شود توجه خاص به این متغیرها در تجزیه‌وتحلیل‌های خود داشته باشند.

در نهایت؛ خاطرنشان می‌گردد تعمیم روند گذشته به آینده در صورتی معقول است که همان شرایط گذشته برقرار باشد. مثلاً شرایط سیاسی و اقتصادی و قانونی موجود برای شرکت‌ها همانند گذشته باشند. این مسئله می‌تواند در تعمیم نتایج تأثیرگذار بوده و پژوهش را با محدودیت مواجه کند.

منابع

امینی، جلیل؛ زینب رضائی و علی تامرادی. (۱۴۰۴). تأثیر ویژگی‌های هیئت‌مدیره بر رابطه بین بی‌اعتنایی سرمایه‌گذاران نهادی و تجدید ارائه صورت‌های مالی. **فصلنامه تحلیل بازار سرمایه** ۵(۱): ۱۸۸-۱۶۱.

اوریایی، زهرا؛ سامان محمدی و فرزاد ایوانی. (۱۴۰۰). بررسی تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی، ثبات مالی و ظرفیت مالی بانک ها. **فصلنامه حسابداری مالی** ۵۱: ۱۲۶-۹۵.

پاشا زانوسی، مریم؛ یاسر رضائی پیته نوئی و سید محمد مشعشعی. (۱۴۰۴). بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و کیفیت محیط اطلاعاتی شرکت با نقش تعدیلی جنسیت هیئت‌مدیره. **فصلنامه حسابداری مالی** ۶۵ : ۶۸-۵۷.

ثقفی، علی؛ و مجید معتمدی فاضل. (۱۳۹۰). رابطه میان کیفیت حسابرسی و کارایی سرمایه‌گذاری در شرکت‌های با امکانات سرمایه‌گذاری بالا. **پژوهش‌های حسابداری مالی** ۳(۴): ۱۴-۱.

حسینی، سید علی؛ و فتانه امجدیان. (۱۳۹۶). بررسی رابطه مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی و خطر سقوط آتی قیمت سهام. **دانش حسابداری** ۸(۱): ۱۰۵-۷۵.

درویش، محمدحسین؛ رضا یحیوی و پریسا ملک‌زاده. (۱۳۹۷). ارتباط بین افشای اطلاعات زیست‌محیطی و کیفیت سود. **فصلنامه پژوهش‌های حسابداری** ۱۲(۴۶): ۱۷۰-۱۴۵.

شکوهی منش، فاطمه. (۱۴۰۰). تأثیر شفافیت اطلاعات بر رابطه بین تجدید ارائه صورت‌های مالی و کمیته حسابرسی. **نشریه چشم انداز حسابداری و مدیریت** ۴(۴۱): ۴۷-۲۹.

عارف منش، زهره؛ محمدحسین قدیریان آرانی و زهره قدیریان آرانی. (۱۳۹۹). بحران مالی و تجدید ارائه صورت‌های مالی: شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران. **مطالعات تجربی حسابداری مالی** ۱۷(۶۷): ۲۲۷-۲۰۳.

عدالتی شکیب، سمانه؛ و امیر غفوریان شاگردی. (۱۳۹۸). بررسی رابطه تجدید ارائه های صورت‌های مالی ناشی از مدیریت سود و مدیریت جریان نقد با اندازه موسسه حسابرسی. **نشریه علمی رویکردهای پژوهشی نوین مدیریت و حسابداری** ۳(۸): ۷۸-۵۹.

فرشاد شادباد، ابوالفضل؛ عسگر پاک مرام؛ جمال بحری ثالث و رسول عبدی. (۱۴۰۳). کیفیت فزاینده تجدید ارائه صورت‌های مالی و نقش کمیته حسابرسی و عدم تقارن اطلاعاتی. **فصلنامه دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت** ۱۳(۵۱): ۱۹۹-۱۸۵.

قادری، مهدی؛ و فرهاد امیری. (۱۳۹۶). بررسی ارتباط عملکرد زیست‌محیطی و سطح افشای اطلاعات زیست‌محیطی شرکت‌ها. **فصلنامه حسابداری مالی** ۹(۳۳): ۵۲-۳۵.

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-16]

قافله‌باشی، سید محمد امین؛ محمد جواد زمانی فروشانی؛ زهرا جودکی و مصطفی ایزدپور. (۱۴۰۱). تجدید ارائه صورت‌های مالی و کارایی سرمایه‌گذاری: نقش میانجی‌گری محدودیت مالی. **نشریه تحقیقات حسابداری و حسابرسی** ۱۴(۵۳): ۱۷۴-۱۵۵.

کارگرپور، خاطره؛ ولی خدادادی؛ علیرضا جرجرزاده؛ اله کرم صالحی و احمد کعب عمیر. (۱۳۹۹). بررسی اثر قراردادهای انگیزشی بر رابطه گزارشگری مسئولیت اجتماعی با ریسک خاص و هزینه سرمایه شرکت‌ها. **فصلنامه حسابداری مالی** ۴۶: ۱۲۶-۱۰۰.

کردستانی، غلامرضا؛ و رشید. تاتلی. (۱۳۹۳). ارزیابی توان پیش‌بینی مدل‌های ورشکستگی (مقایسه مدل‌های اولیه و تعدیل شده). **دانش حسابرسی** ۱۴(۵۵): ۱۸-۱.

کمالی خانقاه، رسول؛ و علی شمس. (۱۳۹۷). بررسی تأثیر کیفیت حسابرسی تخصص، دوره تصدی‌گری، اندازه حسابرس بر احتمال تجدید ارائه صورت‌های مالی. **فصلنامه علمی تخصصی رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری** ۲(۷): ۱۳۴-۱۲۳.

مرانی، فاطمه؛ اله کرم صالحی؛ علیرضا جرجرزاده و احمد کعب عمیر. (۱۴۰۰). بررسی تأثیر قدرت مدیرعامل، ارتباطات سیاسی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر حساسیت سرمایه‌گذاری به وجه نقد. **فصلنامه اقتصاد مالی** ۱۵(۵۷): ۳۰۸-۲۸۵.

مهرانی، ساسان؛ و اکبر رحیمی پور. (۱۴۰۲). طراحی مدل‌های شناسایی احتمال تجدید ارائه صورت‌های مالی بر مبنای مدل دستکاری سود بنیش. **نشریه پژوهش‌های راهبردی بودجه و مالی** ۴(۲): ۴۳-۱۱.

نصیرزاده، فرزانه؛ و زکیه مرندی. (۱۴۰۰). رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و بحران های مالی با تاکید بر نقش ارتباطات سیاسی. **اقتصاد باثبات** ۲(۲): ۱۰۸-۸۱.

نیکبخت، محمدرضا؛ و افسانه رفیعی. (۱۳۹۱). تدوین الگوی عوامل مؤثر بر تجدید ارائه صورت‌های مالی در ایران. **مجله دانش حسابداری** ۳(۹): ۱۹۴-۱۶۷.

یزدی، روزبه؛ سیدمحمدرضا خلیل زاده و حسین اسلامی مفیدآبادی. (۱۴۰۱). نقش نفوذ ذی‌نفعان بر رابطه بین قدرت مدیرعامل و مسئولیت اجتماعی شرکت. **قضاوت و تصمیم گیری در حسابداری** ۱(۲): ۹۸-۵۹.

Aguinis, H., & A. Glavas. (2019). On corporate social responsibility, sensemaking, and meaningfulness. **Academy of Management Review** 44(3): 497–523.

Ajina, A., & A. Habib. (2017). Examining the relationship between earning management and market liquidity. **Research in International Business and Finance** 42: 1164-1172.

Almer, E.D., A.A. Gramling & S.E. Kaplan. (2008). Impact of post-restatement actions taken by a firm on nonprofessional investors' credibility perceptions. **Journal of Business Ethics** 80(1): 61–76.

Azizul Islam, M., & C. Deegan. (2008). Motivations for an organisation within a developing country to report social responsibility information: Evidence from Bangladesh. Accounting, **Auditing & Accountability Journal** 21(6): 850-874.

Bebbington, J., C. Larrinaga & J.M. Moneva. (2008). Corporate social reporting and reputation risk management. **Accounting, Auditing & Accountability Journal** 21(3): 337–361.

Belal, A.R., & D.L. Owen. (2007). The views of corporate managers on the current state of, and future prospects for, social reporting in Bangladesh: An engagement-based study. **Accounting, Auditing & Accountability Journal** 20(3): 472-494.

Blacconiere, W.G., D.M. Patten. (1994). Environmental disclosures, regulatory costs, and changes in firm value. **Journal of Accounting and Economics** 18(3): 357–377.

Beneish, M.D. (1999). The Detection of Earnings Manipulation. **Financial Analysts Journal** 55(5): 24–36.

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-16]

Boyle, E.S., N. Mintchik & R.C. Warne. (2023). When it pays to be a friend: Investigating nonprofessional investors' judgments toward CSR companies following an accounting restatement, **Advances in Accounting** v. 60, DOI: 10.1016/j.adiac.2022.100638.

Chakravarthy, J., E. DeHaan & S. Rajgopal. (2014). Reputation repair after a serious restatement. **The Accounting Review** 89(4): 1329–1363.

Cianci, A.M., S.M. Clor-Proell & S.E. Kaplan. (2019). How do investors respond to restatements? Repairing trust through managerial reputation and the announcement of corrective actions. **Journal of Business Ethics** 158(2): 297–312.

Clarkson, P., Y. Li, G. Richardson & F. Vasvari. (2008). Revisiting the relation between environmental performance and environmental disclosure. **Accounting, Organizations and Society** 33(4–5): 303–327.

Dalcı, İ., & H. Özyapıcı. (2020). Debt, Firm Size, and Accounting Quality: Empirical Evidence from Turkey. **Öneri Dergisi** 15(53): 147-157.

Dong, H. (2024). The influence of environmental information disclosure on stock liquidity. **In Proceedings of the 4th International Conference on Informatization Economic Development and Management** (pp. 23-25). DOI:10.4108/eai.23-2-2024.2345888

Dong, L., & Y.K. Wang. (2023). Reputation Repair after a Restatement: The Role of Corporate Social Responsibility Disclosure. **Journal of Forensic Accounting Research** 8(1): 1-24.

Du, L., & C. Tu. (2025). Do changes in MD&A tone predict financial restatements? Evidence from Chinese listed companies. **Accounting and Finance Association of Australia and New Zealand** 65(3): 2420-2453.

Einwiller, S., B. Lis, C. Ruppel & S. Sen. (2019). When CSR-based identification backfires: Testing the effects of CSR-related negative publicity. **Journal of Business Research** 104: 1–13.

Farber, D.B. (2005). Restoring trust after fraud: Does corporate governance matter? **The Accounting Review** 80(2): 539–561.

Freeman, R.E. (1984). **Strategic management: A stakeholder approach**. Pitman.

Gillan, S., A. Koch & L. Starks. (2021). Firms and social responsibility: A review. **Journal of Corporate Finance** 66: 101889.

GRI Standards. (2021). **Global Reporting Initiative Standards**.

Gul. A.F., M. Khedmati, K.E., Lim & F. Navissi. (2018). Managerial Ability, Financial Distress, and Audit Fees. **Accounting Horizons** 32(1): 29–51.

Hogan, B., & C. Reid. (2022). The impact of stakeholder management on restatement disclosure transparency. **Review of Accounting and Finance** 21(3): 174-203.

Hoi, C., Q. Wu & H. Zhang. (2013). Is corporate social responsibility (CSR) associated with tax avoidance? Evidence from irresponsible CSR activities. **The Accounting Review** 88(6): 2025-2059.

Kim, S., & R. Anderson. (2026). Executive compensation incentives and the likelihood of financial restatements: Evidence from global firms. **International Journal of Accounting and Finance** 18(1): 45–67.

Kothari, S.P., A.J. Leone & C.E. Wasley. (2005). Performance matched discretionary accrual measures. **Journal of accounting and economics** 39(1): 163-197.

Lindblom, C.K. (1994). **The implications of organizational legitimacy for corporate social performance and disclosure**. In Critical Perspectives on Accounting Conference, New York, 1994.

Lins, K.V., H. Servaes & A. Tamayo. (2017). Social capital, trust, and firm performance: The CSR advantage during crisis. **Journal of Finance** 72(4): 1785–1824.

Marchau, V., & E. Van de Linde. (2016). T**he delphi method**. Foresight in organizations: Methods, p. 59-79.

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-16]

Miller, S.R., L. Eden & D. Li. (2020). CSR reputation and firm performance: A dynamic approach. **Journal of Business Ethics** 163(3): 619–636.

Minkowski, H. (1904). Die Grundgleichungen für die elektromagnetischen Vorgänge in bewegten Körpern. **Göttinger Nachrichten** 1908: 53–111.

Papik, M., & L. Papikova. (2020). Detection models for unintentional financial restatements. **Journal of Business Economics and Management** 21(1): 64-86.

Palmrose, Z.V., V. J. Richardson & S. Scholz. (2004). Determinants of market reactions to restatement announcements. **Journal of Accounting and Economics** 37(1): 59–89.

Pham, H.S.T., & H.T. Tran. (2020). CSR disclosure and firm performance: The mediating role of corporate reputation and moderating role of CEO integrity. **Journal of Business Research** 120: 127–136.

Sabry, S.S. & A.I. Hussein. (2023). The modified role of the company's characteristics in the relationship of accounting disclosure transparency with the restatement of financial statements: Evidence from Iraq, **Journal of Namibian Studies** 33(2): 2192–2214.

Wans, N. (2020). Corporate social responsibility and market-based consequences of adverse corporate events: Evidence from restatement announcements. **Journal of Accounting, Auditing & Finance** 35(2): 231–262.

Zahller, K.A., V. Arnold & R.W. Roberts. (2015). Using CSR disclosure quality to develop social resilience to exogenous shocks: A test of investor perceptions. **Behavioral Research in Accounting** 27(2): 155–177.

Zarefar, A., N.A. Azmi, W.A. Wan Ismail & K.A. Kamarudin. (2023). The moderating effect of political connection on the relationship between non-audit services and accounting quality: Evidence from an emerging market. **Cogent Economics & Finance** 11(1): 2175457.

[Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-16]