

Research Paper

Investigating the Relationship between Social Responsibility and the Quality of the Company's Information Environment with the Moderating Role of Board Gender

Maryam Pasha Zanosi

Master's Student, Department of Accounting, Faculty of Management and Economics, University of Guilan, Rasht, Iran.
Maryam.psh4402@gmail.com

Yasser Rezaei Pitenoei *

Associate Professor, Department of Accounting, Faculty of Management and Economics, University of Guilan, Rasht, Iran.
Y.rezaeipitenoei@Guilan.ac.ir

Seyed Mohammad Moshashaei

Assistant Professor, Department of Accounting, Faculty of Management and Economics, University of Guilan, Rasht, Iran.
Moshashaei@Guilan.ac.ir

Abstract

Company managers voluntarily disclose information to inform investors about the company's future prospects, goals, and strategies. In recent years, with growing societal expectations of companies, the concept of corporate social responsibility (CSR) has gained prominence. Recent studies have shown that the presence of women on boards of directors can enhance both the quantity and quality of public disclosures. Additionally, gender diversity in boardrooms contributes to improving the quality of the informational environment. Accordingly, this study analyzes the relationship between CSR and the quality of the companies' information environment, considering the moderating role of board gender diversity. This study examines the relationship using data from 125 companies listed on the Tehran Stock Exchange from 2019 to 2023. The study's hypothesis was tested using a multivariate regression model based on panel data techniques. The results indicate that the level of CSR disclosure significantly influences the quality of the companies' information environment. However, board gender diversity does not moderate the relationship between CSR and the quality of the companies' information environment. Regarding the acceptance of the first hypothesis, it can be argued that an increase in CSR disclosure improves the quality of the companies' information environment. However, findings related to the second hypothesis indicate that gender diversity on boards does not moderate the relationship between CSR and the quality of the companies' information environment.

Keywords: Board Gender Diversity, Corporate Social Responsibility (CSR), Disclosure, Information Asymmetry, Quality of the Companies' Information Environment.

Introduction

Today, one of the key responsibilities of corporate managers is the voluntary disclosure of information to investors in order to outline the company's future outlook, objectives, and strategies. In recent years, with the increasing expectations of society and stakeholders from businesses, the concept of Corporate Social Responsibility (CSR) has gained significant prominence in financial and accounting literature. Recent studies suggest that the presence of women on boards of directors not only affects the quantity and quality of public disclosures but also contributes to improving the informational environment through enhanced gender diversity in decision-making. Accordingly, the present study seeks to examine the relationship between CSR disclosure and the quality of the companies' information environment, while also considering the moderating role of board gender diversity.

* Corresponding author

Pasha Zanosi, M., Rezaei Pitenoei, Y., Moshashaei, S.M. (2025). Investigating the Relationship between Social Responsibility and the Quality of the Company's Information Environment with the Moderating Role of Board Gender. *Quarterly Financial Accounting*, 17(65): 57-68.

Method and Data

This research is applied in terms of purpose and descriptive-correlational to answer hypotheses. Our evidence includes all companies listed on the Tehran Stock Exchange from 2019 to 2023. To select the research sample, in order to have homogeneity of the effective conditions among the companies, such as the date of the end of the fiscal year and the lack of membership in the financial and investment industry, conditions were considered for the investigated companies. Then, 125 companies were selected from 2019 to 2023 by applying certain conditions. To test the research hypotheses, a multivariate regression model was employed using panel data techniques.

Findings

The findings reveal that the level of CSR disclosure has a significant effect on the quality of the companies' information environment, implying that improvements in the level of CSR disclosure provide a stronger basis for quality of the companies' information environment and market transparency. The adjusted R² of the regression model was 40 percent, which confirms that 40 percent of the changes in quality of the companies' information environment are explained by independent and control variables. Among the control variables of the model, financial leverage and operating cash flow have a positive relationship, and profitability has a significant negative relationship with the quality of the companies' information environment. However, contrary to expectations, board gender diversity did not moderate the relationship between CSR disclosure and the quality of the companies' information environment.

Conclusion and discussion

In conclusion, the acceptance of the first hypothesis indicates that an increase in CSR disclosure enhances the quality of the companies' information environment, thereby fostering greater confidence and trust among investors and stakeholders. Nonetheless, the results related to the second hypothesis demonstrate that the presence of women on boards of directors, at least within the Iranian capital market during the study period, did not significantly strengthen the link between CSR disclosure and the quality of the companies' information environment. This outcome may be attributed to cultural, structural, or institutional barriers that limit the effective participation of women in board-level decision-making processes. Moreover, the findings highlight the importance of CSR disclosure as a vital tool for improving market transparency and reducing information asymmetry. This study provides valuable findings for managers, standard-setters, regulators, auditors, and researchers. It is suggested that managers develop effective policies in the field of corporate social responsibility to meet social expectations and reduce information asymmetry. Standard-setters and regulators should promote transparency and accountability to stakeholders by developing regulations and requiring companies to pay special attention to social responsibility. Auditors can better understand the role of non-financial information related to social responsibility, and researchers should also pay attention to the importance of this issue and its impact on reducing information asymmetry in the capital market.

مقاله پژوهشی

بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و کیفیت محیط اطلاعاتی شرکت با نقش تعدیلی جنسیت هیئت‌مدیره

مریم پاشا زانوسی

دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه گیلان، رشت، ایران.
Maryam.psh4402@gmail.com

یاسر رضائی پیته نوئی*

دانشیار، گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه گیلان، رشت، ایران.
Y.rezaeipitenoei@Guilan.ac.ir

سید محمد مشعشعی

استادیار، گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه گیلان، رشت، ایران.
Moshashaei@Guilan.ac.ir

چکیده:

مدیران شرکت‌ها به منظور اطلاع‌رسانی به سرمایه‌گذاران در خصوص چشم‌اندازهای آینده، اهداف و استراتژی‌های شرکت، اقدام به افشای داوطلبانه اطلاعات می‌کنند. پژوهش‌های اخیر نشان دادند که حضور زنان در هیئت‌مدیره می‌تواند به افزایش کمیت و کیفیت افشای عمومی اطلاعات کمک کند. پژوهش حاضر به دنبال بررسی این موضوع با استفاده از اطلاعات مربوط به ۱۲۵ شرکت که در طی سال‌های ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۲ در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته شده‌اند، است. این پژوهش از نظر هدف، تحقیقاتی کاربردی و از نظر نحوه استنباط، توصیفی-همبستگی است. فرضیه پژوهش با بهره‌گیری از الگوی رگرسیون چند متغیره مبتنی بر تکنیک داده‌های ترکیبی مورد آزمون قرار گرفت. نتایج تحلیل فرضیه‌های پژوهش نشان داد که سطح افشاء مسئولیت‌پذیری اجتماعی نقش مؤثری بر کیفیت محیط اطلاعاتی دارد و با افزایش افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها کیفیت محیط اطلاعاتی شرکت افزایش می‌یابد؛ اما تنوع جنسیت افراد هیئت‌مدیره رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و کیفیت محیط اطلاعاتی شرکت‌ها را تعدیل نمی‌کند. یافته‌های پژوهش می‌تواند خلأ تحقیقاتی موجود در این حوزه را پوشش دهد و برای افراد درون سازمانی از جمله مدیران و افراد برون سازمانی از جمله سرمایه‌گذاران در امر تصمیم‌گیری مفید باشد.

واژه‌های کلیدی: مسئولیت‌پذیری اجتماعی، جنسیت هیئت‌مدیره، افشاء، عدم تقارن اطلاعاتی، کیفیت محیط اطلاعاتی.

* نویسنده مسئول

پاشا زانوسی، مریم، رضائی پیته نوئی، یاسر، مشعشعی، سید محمد. (۱۴۰۴). بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و کیفیت محیط اطلاعاتی شرکت با نقش تعدیلی جنسیت هیئت‌مدیره. فصلنامه حسابداری مالی، ۱۷(۶۵): ۵۷-۶۸.

مقدمه

جریان اطلاعاتی رفتار فعالان بازار را در محیط بازار تحت تأثیر قرار داده و تغییرات محیطی شرایطی را فراهم می‌کند که فعالان بازار، درصد متفاوتی از سهم گردش اطلاعات را در اختیار بگیرند. هدف از ایجاد سیستم‌های اطلاعاتی حسابداری فراهم نمودن محیطی است که هم اطلاعات را در اختیار قرار داده و هم ریسک خطای اطلاعات را کاهش دهد. اگرچه استانداردهای حسابداری و حسابرسی به‌عنوان دو مکانیسم نهادی باعث تقارن اطلاعاتی بین مالکان و مدیران می‌شوند، اما شکاف اطلاعاتی موجود بین آنها را کاملاً از بین نمی‌برند؛ بر اساس نظریه نوین شرکت‌ها، وجود تضاد منافع میان مدیران و مالکان ناشی از جدایی مالکیت و مدیریت منجر به بروز مسائل نمایندگی می‌گردد که این قبیل مسائل نمایندگی باعث به وجود آمدن محیط اطلاعاتی ضعیف برای شرکت‌ها می‌شود (واتس و زیمرمن^۱، ۱۹۸۶). ویک^۲ معتقد است محیط اطلاعاتی به فضای خارج از سازمان اطلاق می‌شود که سازمان همواره در پی تبیین و شفاف‌سازی و کاهش ابهام آن است. با افزایش تضاد منافع، بدون شک میزان عدم تقارن اطلاعاتی بیشتر و محیط اطلاعاتی نامناسب و ضعیف‌تر خواهد شد. محیط اطلاعاتی نامناسب و ضعیف و اطلاعات نامتقارن می‌تواند باعث عدم تمایل سرمایه‌گذاران به مشارکت در بازار سرمایه شود، از تخصیص بهینه منابع جلوگیری کند و در نتیجه هزینه سرمایه شرکت‌ها افزایش یابد (ویک، ۱۹۶۹). از این رو محیط اطلاعاتی شفاف می‌تواند به بهبود اعتبار گزارشگری مالی و کاهش شکاف اطلاعاتی و نیز درک نقش اطلاعات حسابداری در ارزش‌گذاری و تأمین مالی شرکت، کمک نماید؛ بنابراین شرکت‌هایی که محیط اطلاعاتی خود را بهبود بخشند شکاف اطلاعاتی را بین سرمایه‌گذاران مطلع و ناآگاه کم می‌کنند و کیفیت محیط اطلاعاتی باعث جذب سرمایه‌گذاران و کاهش هزینه‌های تأمین مالی شرکت‌ها می‌شود و در پی آن رشد و سودآوری آنها را به دنبال خواهد داشت (رضائی پیتته نوئی و صفری گرایلی، ۱۳۹۸). کیفیت محیط اطلاعاتی شرکت از طریق میزان افشای اجباری یا داوطلبانه اطلاعات محرمانه یا عمومی در بازار سرمایه مورد سنجش قرار می‌گیرد. به‌طوری‌که در سال‌های اخیر مدیران به‌منظور افزایش شفافیت، اعتماد سرمایه‌گذاران و بهبود کیفیت محیط اطلاعاتی، افشاء داوطلبانه اطلاعات مسئولیت‌پذیری اجتماعی را نیز افزایش داده‌اند (برشد، عرفانی و ابراهیم قوچی، ۱۳۹۶).

امروزه در محیط کسب و کار جهانی بنگاه‌های چندملیتی شهروندانی از جامعه جهانی هستند. افزایش اخیر علاقه به مسئولیت‌پذیری اجتماعی توسط مقامات نظارتی و ذینفعان شرکتی درواقع نتیجه تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی و زیست‌محیطی فعالیت‌های شرکت‌ها است که برای جامعه و محیط‌زیست مضر بوده است (حمرونی و بواتور و بن فریت تومی و بوسادا^۳، ۲۰۲۲). مسئولیت‌پذیری اجتماعی از منظر راهبری شرکتی اهمیت بسیاری دارد و ابزاری است که مدیران را قادر می‌سازد تصویری مطلوب از شرکت ارائه کنند و سودآوری شرکت را افزایش دهند (نگوین و نگوین و هوآی^۴، ۲۰۲۱). مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها نقش مهمی در تداوم شرکت‌ها ایفا می‌کند. ارتباط شرکت‌ها با جامعه در درازمدت، امکان بقای آنها را فراهم می‌آورد. مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر این موضوع دلالت دارد که شرکت‌ها باید در برابر گروه بزرگی از ذی‌نفعان شامل سهامداران، مدیران، مشتریان، کارکنان، تأمین‌کنندگان کالا، بانک‌ها، قانون‌گذاران، محیط و جامعه پاسخگو باشند. به این ترتیب، شرکت‌ها باید علاوه بر مسائل اقتصادی، نسبت به مسائل اجتماعی نیز مسئولیت‌پذیر باشند (حسین و ریگونی و اوریج^۵، ۲۰۱۸).

مطالعات اخیر نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاران به دنبال اطلاعات قابل اعتماد در مورد عملکرد اجتماعی از طریق کانال‌های رسمی و خصوصی می‌باشند. در صورتی که اطلاعات به‌صورت نامتقارن بین افراد توزیع شود می‌تواند نتایج متفاوتی را به وجود آورد. نظریه عدم تقارن اطلاعاتی یکی از مهم‌ترین پیشرفت‌های مدرن در حسابداری، اقتصاد، امور مالی و مدیریت است. از آنجا که بهبود کیفیت محیط اطلاعاتی شرکت در بازارهای مالی باید منجر به افزایش رفاه عمومی شود، بهبود کیفیت محیط اطلاعات بایستی یک هدف مطلوب عمومی برای تنظیم‌کنندگان رویه حسابداری برای تدوین استانداردها مطرح شود (لو^۶،

¹ Watts & Zimmerman

² Weick

³ Hamrouni, & Bouattour, Ben Farhat Toumi & Boussaada

⁴ Nguyen, Nguyen & Hoai

⁵ Hussain, Rigoni & Orij

⁶ Lev

۱۹۸۸). در سال‌های اخیر، مدیران مجبور بوده‌اند به منظور افزایش شفافیت، افزایش اعتماد سرمایه‌گذاران و بهبود یکپارچگی بازار سرمایه، افشای داوطلبانه اطلاعات را افزایش دهند. در واقع، شهرت و ارزش شرکت‌ها می‌تواند تحت تأثیر رفتار اجتماعی و زیست‌محیطی آن‌ها باشد. در این رابطه، به عنوان مثال، آلاینده‌گی فولکس واگن دیزل گیت را در سال ۲۰۱۵ در نظر گرفت که نشان‌دهنده یک مورد مهم از شکاف بین گزارش‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی و واقعیت مربوط به عدم تقارن اطلاعات و کیفیت محیط اطلاعاتی و مسائل نظارتی است. در سال ۲۰۱۵، آژانس حفاظت از محیط‌زیست به طور علنی اعلام کرد که فولکس واگن با نصب غیرقانونی نرم‌افزاری در خودروهای دیزلی برای تقلب در تست آلاینده‌گی در حالی که گازهای سمی تا ۴۰ برابر از حد مجاز منتشر می‌کند، قانون هوای پاک را نقض کرده است. در نتیجه، قیمت سهام فولکس واگن بیش از ۲۰ درصد کاهش یافت که منجر به کاهش اعتماد عمومی (سرمایه‌گذاران، تحلیلگران، سازمان‌های غیردولتی و غیره) شد (حمرونی و همکاران، ۲۰۲۲).

هیئت‌مدیره شرکت به عنوان رأس سیستمی نظارتی و کنترلی یک سازمان است. بنابراین، برخی از ویژگی‌های قابل مشاهده اعضای هیئت‌مدیره با کیفیت کنترل داخلی در ارتباط است. یکی از ویژگی‌های شاخص هیئت‌مدیره جنسیت اعضاست. حضور زنان در هیئت‌مدیره شرکت‌ها یکی از عوامل مهمی است که در ادبیات راهبری شرکتی مورد توجه قرار گرفته است (ساهوت و پریس اورتیز و تولون^۱، ۲۰۱۹). زنان در پست‌های کلیدی مدیریتی در اتخاذ تصمیمات راهبری بسیار دقیق و محتاط‌اند. تنوع در هیئت‌مدیره به طور فزاینده‌ای به بخشی از چارچوب زیست‌محیطی، اجتماعی و راهبری تبدیل شده که در ایجاد ارزش بلندمدت شرکت‌ها تأثیرگذار بوده است. مدیران زن، با وجود داشتن شایستگی‌های بالا، کمتر در پست‌های مدیریتی فعالیت می‌کنند. مدیران زن تمایل بیشتری به پذیرش مسئولیت‌پذیری اجتماعی نسبت به مردان دارند و به صورت جدی در زمینه مسائل مربوط به رفاه ذینفعان فعالیت می‌کنند بر پایه ادبیات نظری موجود، با حضور مدیران زن در ترکیب هیئت‌مدیره شرکت‌ها به دلیل حساسیت و تأکید بیشتر آنان نسبت به مسائل اخلاقی در فرآیند گزارشگری مالی، شفافیت صورت‌های مالی و کیفیت اطلاعات ارائه شده از سوی شرکت بهبود یافته که این به نوبه خود موجب افزایش افشای داوطلبانه اطلاعات شرکت و در نتیجه، کاهش عدم اطمینان سرمایه‌گذاران می‌گردد (حمرونی و همکاران، ۲۰۲۲). با این حال در اغلب مطالعات داخلی صورت گرفته، به این موضوع توجه نشده و یک خلأ تحقیقاتی در این حوزه وجود دارد. لذا در این پژوهش سعی بر آن است تا تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر معیار جامعی از کیفیت محیط اطلاعاتی شرکت با در نظر گرفتن نقش تعدیل‌کننده تنوع جنسیتی هیئت‌مدیره مورد بررسی قرار گیرد. پرسش اصلی پژوهش آن است که آیا بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و کیفیت محیط اطلاعاتی شرکت‌ها رابطه معناداری وجود دارد؟ و آیا حضور زن در هیئت‌مدیره این رابطه را تعدیل می‌کند؟ در صورت مثبت بودن پاسخ، نوع رابطه چگونه می‌باشد؟ نتایج پژوهش حاضر می‌تواند دستاوردها و ارزش‌افزوده علمی زیر را به همراه داشته باشد:

اول اینکه، یافته‌های پژوهش ضمن بسط ادبیات نظری موجود در حوزه مسئولیت‌پذیری اجتماعی و محیط اطلاعاتی، می‌تواند پیامدهای مهمی برای تدوین‌کنندگان مقررات حرفه و قانون‌گذاران بازار سرمایه که در پی حمایت از حقوق سرمایه‌گذاران و افزایش عملکرد شرکت‌ها هستند، داشته باشد و در تصمیم‌گیری آنان مفید واقع شود. دوم اینکه نقطه متمایز این پژوهش آن است که قوانین و ساختار محیطی کشور ایران نسبت به سایر کشورها کاملاً متفاوت است و با توجه به اینکه طی دهه‌های گذشته حضور زنان در پست‌های مدیریتی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران رو به افزایش است، نتایج پژوهش می‌تواند موجب گسترش مبانی نظری پژوهش‌های گذشته در ارتباط با تنوع جنسیتی، اخلاق و رفتار زنان در امور مالی و مدیریتی شرکت‌ها در کشورهای در حال توسعه نظیر بازار سرمایه ایران شود و نگرش جدیدی در جهت عضویت زنان در هیئت‌مدیره و سایر کمیته‌های نظارتی برای تدوین‌کنندگان مقررات در ایران ارائه کند. در ادامه، مبانی نظری و فرضیه‌های پژوهش، روش‌شناسی و یافته‌های پژوهش ارائه می‌گردد.

¹ Sahut, Peris-Ortiz & Teulon

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها به معنای هم‌راستایی و هماهنگی میان فعالیت‌ها و ارزش‌های سازمان به‌گونه‌ای است که منافع تمام ذینفعان شامل سهامداران، مشتریان، سرمایه‌گذاران و جامعه در سیاست‌ها و عملکرد سازمان به‌وضوح منعکس شود؛ به عبارت دیگر، سازمان باید خود را جزئی از جامعه بداند و نسبت به آن احساس مسئولیت داشته باشد و در جهت ارتقای رفاه عمومی، بدون توجه به منافع مستقیم خود، گام بردارد. مسئولیت‌پذیری اجتماعی به‌عنوان اطلاعات غیرمالی است که 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. افزایش سطح شفافیت اطلاعات، باعث بهبود محیط اطلاعاتی میان شرکت و سرمایه‌گذاران می‌شود که در نتیجه، ریسک‌های مربوطه کاهش می‌یابد. نظریه عدم تقارن اطلاعاتی یکی از مهم‌ترین پیشرفت‌های مدرن در حسابداری، اقتصاد، امور مالی و مدیریت است. از آنجا که کاهش میزان عدم تقارن اطلاعاتی شرکت‌ها در بازارهای مالی باید منجر به افزایش رفاه عمومی شود، بهبود کیفیت محیط اطلاعاتی بایستی یک هدف مطلوب عمومی برای تنظیم‌کنندگان رویه حسابداری برای تدوین استانداردها مطرح شود (لو، ۱۹۸۸). آل اُکایلی^۱ (۲۰۲۴) در پژوهش خود شواهدی ارائه داده که نشان می‌دهد که استفاده از گزارش‌های مالی دیجیتال تأثیر مثبت و معناداری بر ارتقای کیفیت اطلاعات حسابداری دارد.

در سال‌های اخیر مدیران مجبور بودند به‌منظور افزایش شفافیت، افزایش اعتماد سرمایه‌گذاران و بهبود یکپارچگی بازار سرمایه، افشاء داوطلبانه اطلاعات مسئولیت‌پذیری اجتماعی را افزایش دهند. طبق مطالعات انجام شده توسط صمدی لرگانی و تقی‌پوریان (۱۴۰۰)، مشخص شده است که رابطه منفی و معنادار بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عدم تقارن اطلاعاتی وجود دارد. همچنین ضیا، وکیلی فرد و صراف (۱۳۹۹) در پژوهش خود بیان کردند گزارشگری پایداری با عدم تقارن اطلاعاتی رابطه‌ای معکوس و معنادار دارد. همچنین مطابق مطالعات انجام شده توسط نیر و موتاکین و خان و سابرامانیام و سومانات^۲ (۲۰۱۹) افشای اطلاعات مرتبط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی، کیفیت اطلاعات در دسترس سرمایه‌گذاران را بهبود می‌بخشد.

مدیران زن اغلب به‌واسطه ویژگی‌هایی همچون تعهد کاری بالا در انجام مسئولیت‌ها، انگیزه فراوان برای پیشبرد امور به بهترین شکل ممکن، رقابت‌پذیری در محیط کاری نسبت به هم‌تایان مرد، تأثیر قابل‌توجهی بر تصمیم‌گیری‌های مالی شرکت دارند. همچنین، تنوع جنسیتی در هیئت‌مدیره به‌عنوان یک عامل مؤثر، نقش مهمی در بهبود کیفیت نظارت، کنترل داخلی و پایداری شرکت‌ها ایفا می‌کند (رضائی پیتِه نوئی و محسنی، ۱۳۹۷؛ سپاسی و عبدلی، ۱۳۹۵). بشیری منش، قدمیاری و احمدی (۱۴۰۱) در پژوهش خود بیان کردند که حضور زنان در ترکیب هیئت‌مدیره شرکت‌های بورسی، تأثیر مستقیمی بر میزان افشاء مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در دو بعد داخلی (میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان و تولید) و دو بعد خارجی (میزان افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی و محیط‌زیست) دارد. علاوه بر این یارام و آداپا^۳ (۲۰۲۱) در پژوهش خود نشان دادند، شرکت‌هایی با چند مدیر زن دارای امتیازات مسئولیت‌پذیری اجتماعی محیطی بالاتری هستند که منجر به کاهش اثرات منفی فعالیت‌های شرکت بر محیط‌زیست و جامعه می‌شود. الملحم^۴ (۲۰۲۳) در پژوهشی تحت عنوان اثرات ویژگی‌های هیئت‌مدیره بر عدم تقارن اطلاعاتی و همچنین بررسی این موضوع که آیا محیط افشای اطلاعات ارتباط بین ساختار هیئت‌مدیره و عدم تقارن اطلاعاتی شرکت‌های فهرست شده در انگلستان را تعدیل می‌کند یا خیر؛ با استفاده از نمونه‌ای شامل ۵۹۵۰ شرکت‌های غیرمالی فهرست شده در بازار سرمایه‌گذاری در بازه زمانی ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۹، رابطه منفی و معناداری بین اندازه هیئت‌مدیره، استقلال هیئت‌مدیره و مدیران زن با عدم تقارن اطلاعاتی یافتند. آواد و بینسادیگ و کنان و آل شیراوی^۵ (۲۰۲۳) در پژوهشی تحت عنوان زنان در هیئت‌مدیره: یک مطالعه تجربی در مورد اثرات حضور زنان بر عملکرد مالی و

¹ Al-Okaily

² Nair, Muttakin, Khan, Subramaniam & Somanath

³ Yarram & Adapa

⁴ Almulhim

⁵ Awwad, Binsaddig, Kanan & Al Shirawi

مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، بیان کردند که حضور زنان در هیئت‌مدیره تأثیر مثبتی بر عملکرد مالی شرکت و افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت دارد.

تئوری دینفعان یک چارچوب نظری برای توضیح اینکه چگونه افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌تواند کیفیت محیط اطلاعاتی را بهبود بخشد، ارائه می‌دهد. امروزه سازمان‌ها با افشا فزاینده از سوی گروه‌های دینفع و ابتکارات دولت به‌منظور حضور بیشتر زنان در هیئت‌مدیره، برای دستیابی به نسبت جنسیتی متعادل در میان اعضای خود مواجه هستند (آتنا و تیرون^۱، ۲۰۱۹؛ لی و همکاران^۲، ۲۰۱۷). حضور زنان در هیئت‌مدیره شرکت‌ها یکی از عوامل مهمی است که در ادبیات راهبری شرکتی مورد توجه قرار گرفته است و اثربخشی هیئت‌مدیره را افزایش می‌دهد. چرا که تنوع دانش، نوآوری، خلاقیت، تصمیم‌گیری استراتژیک را بهبود می‌بخشد (ساهوت و همکاران، ۲۰۱۹). حمرونی و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهشی نشان دادند که افشای اطلاعات زیست‌محیطی تأثیر مثبتی بر سطح عدم تقارن اطلاعاتی دارد. همچنین، حضور زنان در هیئت‌مدیره اثر جایگزینی بر رابطه بین افشای محیطی و کیفیت محیط اطلاعاتی شرکت دارد و سبب کاهش عدم تقارن اطلاعاتی می‌شود. بر اساس تئوری نمایندگی، مطالعات تجربی نشان می‌دهد که مدیران زن در هیئت‌مدیره می‌توانند سخت‌کوشی را افزایش دهند که ممکن است مشکلات ضعف کیفیت محیط اطلاعاتی را حل کند (گل و سرینیدی و تیسای^۳، ۲۰۰۸). نتایج پژوهش مجزاده طباطبایی و رضائی و زرین کلاه (۱۳۹۸) نشان‌دهنده این موضوع می‌باشد که وجود زنان در هیئت‌مدیره تأثیر مثبت و قابل توجهی بر سطح کیفیت محیط اطلاعاتی شرکت‌ها دارد.

فرضیه‌های پژوهش

مطابق مطالب مطرح‌شده فوق، فرضیه اول و دوم پژوهش به‌صورت زیر بیان می‌گردد:

فرضیه اول: بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و کیفیت محیط اطلاعاتی شرکت‌ها رابطه مثبت معناداری وجود دارد.

فرضیه دوم: تنوع جنسیتی هیئت‌مدیره رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و کیفیت محیط اطلاعاتی شرکت‌ها را تعدیل می‌کند.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، پژوهشی کاربردی است که با استفاده از روش رگرسیون چند متغیره انجام گرفته است. اطلاعات مربوط به مبانی نظری و پیشینه پژوهش به شیوه کتابخانه‌ای مانند مراجعه به مقالات گردآوری شده است؛ جامعه آماری پژوهش کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۸ الی ۱۴۰۲ می‌باشد که روش نمونه‌گیری حذفی سیستماتیک با اعمال شرایط زیر می‌باشد:

۱- در بازه زمانی سال‌های ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۲، در بورس فعالیت مستمر داشته باشند.

۲- پایان سال مالی شرکت انتهای اسفندماه باشد.

۳- جز بانک‌ها، شرکت‌های واسطه‌گری مالی و سرمایه‌گذاری (هلدینگ) نباشد.

۴- اطلاعات موردنیاز پژوهش را به‌طور کامل ارائه کرده باشند.

در نهایت پس از اعمال محدودیت‌های فوق تعداد ۱۲۵ شرکت به‌عنوان نمونه آماری پژوهش انتخاب شدند. داده‌های پژوهش حاضر با مراجعه به صورت‌های مالی و یادداشت‌های توضیحی همراه صورت‌های مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران موجود در سامانه کدال، پایگاه اینترنتی بورس اوراق بهادار و نرم‌افزار ره‌آورد نوین استخراج گردید. به‌منظور خلاصه کردن و مرتب‌سازی داده‌ها نیز از نرم‌افزار اکسل^۴ و برای تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار ایویوز^۱ نسخه ۱۰ استفاده شده است.

^۱ Atena & Tiron

^۲ Li et al

^۳ Gul, Srinidhi & Tsui

^۴ Excel

در این پژوهش، از مدل‌های رگرسیون چند متغیره زیر که برگرفته از پژوهش حمرونی و همکاران (۲۰۲۲) می‌باشد، به‌منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش استفاده شده است:

مدل اول پژوهش: برای آزمون فرضیه اول - تأثیر افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر کیفیت محیط اطلاعاتی شرکت

$$IEI_{it} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 LEV_{it} + \beta_4 PROF_{it} + \beta_5 CFO_{it} + \varepsilon_{it} \quad \text{مدل (۱)}$$

مدل دوم پژوهش: برای آزمون فرضیه دوم - تأثیر نقش تعدیل‌کننده تنوع جنسیتی هیئت‌مدیره بر رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و کیفیت محیط اطلاعاتی

$$IEI_{it} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 FEMALE_{it} + \beta_3 CSR_{it} \times FEMALE_{it} + \beta_4 SIZE_{it} + \beta_5 LEV_{it} + \beta_6 PROF_{it} + \beta_7 CFO_{it} + \varepsilon_{it} \quad \text{مدل (۲)}$$

متغیر وابسته: متغیر وابسته پژوهش حاضر، کیفیت محیط اطلاعاتی شرکت است که برای محاسبه آن از شاخص جامع ارائه شده توسط فخاری و رضائی پیتنه‌نوئی (۱۳۹۶) به شرح زیر استفاده شده است:

$$IEI_{it} = \sum_{s \in S} W_{sit} \frac{P_{sit}}{\max_{1 \leq i \leq N} \{P_{sit}\}} + \sum_{k \in K} W_{kit} \frac{\max_{1 \leq i \leq N} \{P_{kit}\} - P_{kit}}{\max_{1 \leq i \leq N} \{\max_{1 \leq i \leq N} \{P_{kit}\} - P_{kit}\}} \quad \text{رابطه (۱)}$$

که در آن:

IEI_{it} : شاخص محیط اطلاعاتی شرکت i در سال t می‌باشد.

N : تعداد شرکت‌های مورد استفاده در پژوهش.

S : مجموعه اندیس عواملی است که با محیط اطلاعاتی رابطه مستقیم دارند.

K : مجموعه اندیس عواملی است که با محیط اطلاعاتی رابطه معکوس دارند.

W_{jit} : وزن عامل j ام (هر یک از ۸ عامل) شرکت i در سال t مطابق جدول (۱).

P_{jit} : مقدار عامل j ام شرکت i در سال t .

جدول زیر مؤلفه‌های مؤثر بر کیفیت محیط اطلاعاتی شرکت، نوع ارتباط آن‌ها با کیفیت محیط اطلاعاتی و درجه اهمیت هر یک از این مؤلفه‌ها را بر اساس آنتروپی نشان می‌دهد (فخاری و رضائی پیتنه‌نوئی، ۱۳۹۶).

جدول (۱): درجه اهمیت مؤلفه‌های کیفیت محیط اطلاعاتی بر اساس آنتروپی

عوامل مؤثر	دامنه قیمت پیشنهادی خرید و فروش سهام	دفعات گردش سهام	عدم نقد شوندگی آمیهود	اندازه شرکت	فرصت‌های رشد	نوسان پذیری بازده سهام	مالکیت نهادی	سن شرکت
وزن	۰/۱۱۷	۰/۱۱۳	۰/۰۹۶	۰/۱۱۲	۰/۱۲۹	۰/۰۸۲	۰/۰۹۵	۰/۱۰۷
نوع ارتباط	معکوس	مستقیم	معکوس	مستقیم	معکوس	معکوس	معکوس	مستقیم

دامنه تغییرات این شاخص جامع بین ۰ تا ۱ بوده، به‌طوری‌که مقادیر بزرگ‌تر (کوچک‌تر) بیانگر کیفیت محیط اطلاعاتی بیشتر (کمتر) شرکت می‌باشد. استفاده از این شاخص جامع، چولگی ناشی از به‌کارگیری منفرد هر یک از معیارهای محیط اطلاعاتی را کاهش داده و معیار دقیق‌تری را برای آزمون فراهم می‌کند (فخاری و رضائی پیتنه‌نوئی، ۱۳۹۶).

متغیر مستقل: متغیر مستقل این پژوهش، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت است. مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت یک ابزار راهبردی در راستای برآورده کردن انتظارات ذینفعان می‌باشد (سندیپانی و گامج و پررا و ساجیوانی^۲، ۲۰۲۳) که برای سنجش آن، مطابق با پژوهش‌های رضائی پیتنه‌نوئی، غلامرضا پور، کاظمی و امیرنیا (۱۴۰۰)، از چک لیست افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی استفاده می‌شود. به‌طوری‌که ابتدا با مشاهده صورت‌های مالی، یادداشت‌های توضیحی و گزارش فعالیت هیئت‌مدیره شرکت‌های نمونه، وجود یا نبود اقلام موجود در چک لیست بررسی گردید و سپس در صورت وجود هر یک از اقلام چک لیست (جدول شماره ۲)، امتیاز یک و در غیر این صورت امتیاز صفر برای شرکت موردنظر لحاظ گردید. در نهایت، شاخص افشای

^۱ Eviews

^۲ Sandeepanie, Gamage, Perera & Sajeewani

مسئولیت‌پذیری اجتماعی هر شرکت از تقسیم جمع موارد افشاء شده (عددی بین ۱ تا ۳۹) بر کل موارد قابل افشاء (عدد ۳۹) به دست آمد. به‌طوری‌که:

$$CSR_{i,t} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{\sum_{i=1}^m T_i} \quad \text{رابطه (۲):}$$

که در آن:

$CSR_{i,t}$: شاخص افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت i در سال t

$\sum_{i=1}^n Y_i$: جمع موارد افشاء شده چک لیست که شرکت از آن امتیاز یک را گرفته و

$\sum_{i=1}^m T_i$: کل موارد قابل افشاء چک لیست که برابر ۳۹ می‌باشد.

به‌عنوان مثال اگر شرکتی ۱۳ مورد از موارد چک لیست را افشاء کرده باشد، شاخص افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، برابر ۱۳ تقسیم بر ۳۹، یا ۰/۳۳۳ می‌باشد. در ادامه عناوین کلی و مؤلفه‌های چک لیست مسئولیت‌پذیری اجتماعی بکار رفته در پژوهش، در جدول (۲) نشان داده شده است:

جدول (۲): عناوین کلی و مؤلفه‌های چک لیست مسئولیت‌پذیری اجتماعی

عنوان کلی	مؤلفه‌ها
مسائل محیطی	کنترل آلودگی، جلوگیری از خسارات زیست‌محیطی، بازیافت یا جلوگیری از ضایعات، حفظ منابع طبیعی، تحقیق و توسعه، سیاست زیست‌محیطی، سرمایه‌گذاری در پروژه‌های زیست‌محیطی، سایر مسائل محیطی.
محصولات و خدمات	توسعه محصول / سهم بازار، کیفیت محصول / ISO، ایمنی و سلامت محصول، توقف تولید، سایر محصولات و خدمات.
منابع انسانی	تعداد کارکنان، حقوق ماهانه/پاداش نقدی و مزایا، سهام تحت تملک کارمندان، بازنشتگی و مزایای پایان خدمت، سلامتی و ایمنی در محیط کار، برنامه‌های آموزش و توسعه کارکنان، ورزشی و رفاهی، وام یا بیمه کارمندان، روحیه و ارتباطات کارمندان، سایر منابع انسانی.
مشتریان	سلامتی مشتریان، شکایت‌ها/رضایتمندی مشتریان، سیاست پرداخت دیرتر برای مشتریان خاص، تدارک تسهیلات و خدمات پس از فروش، پاسخگویی به نیاز مشتریان، سایر مشتریان.
مسئولیت‌های جامعه	سرمایه‌گذاری اجتماعی، حمایت از فعالیت‌های جامعه، هدایا و خدمات خیریه، اقدامات قانونی/دعای قضایی، فعالیت‌های مذهبی/فرهنگی، سایر مسئولیت‌های جامعه.
انرژی	حفظ و صرفه‌جویی در انرژی، توسعه و اکتشاف منابع جدید، استفاده از منابع جدید، سایر انرژی.

متغیر تعدیل‌گر: حضور زن در هیئت‌مدیره متغیر تعدیلی است؛ اگر حداقل یک نفر از اعضای هیئت‌مدیره شرکت زن باشند، عدد یک و در غیر این صورت عدد صفر در مدل در نظر گرفته می‌شود (رضائی پیتنه نوئی و محسنی، ۱۳۹۷).

متغیرهای کنترلی: در پژوهش حاضر متغیرهای کنترلی به شرح زیر می‌باشند:

اندازه شرکت (SIZE): از لگاریتم طبیعی کل دارایی‌های شرکت محاسبه می‌گردد. شرکت‌های بزرگ‌تر به دلیل برخورداری از پوشش رسانه‌ای گسترده‌تر، توجه بیشتر از سوی بازار و قانون‌گذاران و پیگیری بیشتر تحلیل‌گران بازار، از محیط اطلاعاتی به‌مراتب شفاف‌تری برخوردار می‌باشند؛ بنابراین انتظار بر این است که با افزایش اندازه شرکت محیط اطلاعاتی بهبود یابد (رضائی پیتنه نوئی و صفری گرایلی، ۱۳۹۸).

اهرم مالی (LEV): در صورت کمبود نقدینگی و نیاز شرکت‌ها به تأمین مالی خارجی افشاء اختیاری افزایش‌یافته و محیط اطلاعاتی بهبود می‌یابد. اهرم مالی از نسبت کل بدهی‌های شرکت به کل دارایی‌های شرکت در پایان سال مالی می‌باشد؛ (رضائی پیتنه نوئی و صفری گرایلی، ۱۳۹۸).

سودآوری (PROF): شرکت‌های سودآورتر برای آگاه ساختن سرمایه‌گذاران از عملکرد مطلوب خود، از سطح افشای گسترده‌تری برخوردارند که به‌نوبه خود زمینه‌ساز کاهش عدم تقارن اطلاعاتی می‌گردد. لذا این انتظار وجود دارد که شرکت‌های سودآورتر از محیط اطلاعاتی قوی‌تر و شفافیت اطلاعات بهتری برخوردار باشند. در این پژوهش سودآوری با نسبت سود قبل از کسر مالیات به کل دارایی‌ها اندازه‌گیری می‌شود (فخاری و رضائی پیتنه نوئی، ۱۳۹۶).

جریان نقد عملیاتی (CFO): این متغیر بر اساس نسبت جریان‌های نقدی حاصل از فعالیت‌های عملیاتی به دارایی‌های شرکت اندازه‌گیری می‌شود.

یافته‌های پژوهش

جدول (۳)، آمار توصیفی متغیرهای مورد بررسی، شامل برخی شاخص‌های مرکزی و پراکندگی را برای نمونه‌ای متشکل از ۶۲۵ شرکت-سال مشاهده در فاصله زمانی سال‌های ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۲ نشان می‌دهد.

جدول (۳): آمار توصیفی مربوط به متغیرهای پژوهش

متغیر	نماد متغیر	میانگین	میانه	بیشترین	کمترین	انحراف معیار	مشاهدات
شاخص کیفیت محیط اطلاعاتی	IEI	۰/۵۹۱۲	۰/۶۱۲۱	۰/۶۲	۰/۴۰	۰/۴۰۳	۶۲۵
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	CSR	۰/۷۵۲۸	۰/۷۹۴۸	۱/۰۰	۰/۱۵	۰/۱۷۶۹	۶۲۵
اندازه شرکت	SIZE	۱۵/۵۶۷۹	۱۵/۳۹۰۰	۲۱/۵۷	۱۲/۱۸	۱/۵۱۱۵	۶۲۵
اهرم مالی	LEV	۰/۵۰۸۹	۰/۵۰۵۰	۱/۵۰	۰/۰۳	۰/۲۰۸۵	۶۲۵
سودآوری شرکت	PROF	۰/۲۲۳۸	۰/۲۲۰۰	۰/۷۱	-۰/۳۷	۰/۱۷۱۱	۶۲۵
جریان نقد عملیاتی	CFO	۰/۱۲۹۵	۰/۱۰۴۶	۰/۷۳	-۰/۳۸	۰/۱۵۱۶	۶۲۵
متغیر	نماد متغیر	تعداد	درصد	تعداد	درصد	مد	
حضور زنان در هیئت‌مدیره	FEMALE	۶۳	۰/۱۰	۵۶۲	۰/۹۰	۰	

مطابق نتایج موجود در جدول بالا، میانگین کیفیت محیط اطلاعاتی (۰/۵۹۱۲) بوده که بیانگر محیط اطلاعاتی نسبتاً با کیفیت شرکت‌های نمونه است. بیشترین شاخص محیط اطلاعاتی نیز (۰/۶۲) بوده که مربوط به شرکت دارو جابر بن حیان (دجابر) در سال ۱۳۹۸ بوده و کمترین شاخص محیط اطلاعاتی نیز (۰/۴۰) بوده که مربوط به شرکت دارو امین (دامین) در سال ۱۳۹۹ است. همچنین میانه شاخص کیفیت محیط اطلاعاتی (۰/۶۱۲۱) بوده که نزدیک بودن مقدار میانگین و میانه بیانگر نرمال بودن توزیع این متغیر است. بیشترین شاخص مسئولیت‌پذیری اجتماعی (۱) بوده که مربوط به شرکت سیمان دورود طی سال‌های ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۲ بوده و شرکت کارخانجات دارو پخش سال ۱۴۰۰ و کمترین شاخص مسئولیت‌پذیری اجتماعی (۰/۱۵) بوده که مربوط به شرکت ماشین‌آلات سرما آفرین بوده است. همچنین همان‌گونه که در انتهای این جدول ملاحظه می‌شود، حدود ۱۰ درصد از شرکت‌های مورد بررسی دارای حداقل یک عضو زن در ترکیب هیئت‌مدیره خود می‌باشند.

در این پژوهش برای تعیین کارآمدی روش داده‌های پانل از آزمون اف لیمر^۱ استفاده شد و مشخص شد که باید از روش داده‌های پانل استفاده شود. سپس، آزمون هاسمن^۲ نشان داد که روش اثرات تصادفی مناسب‌تر است. برای بررسی ناهمسانی واریانس از آزمون بروش پاگان^۳ - کوک و ویسبرگ استفاده شد که نتایج نشان داد در مدل اول و دوم پژوهش ناهمسانی واریانس وجود ندارد، بنابراین تخمین نهایی مدل‌ها با استفاده از آزمون حداقل مربعات معمولی^۴ صورت می‌گیرد. همچنین، آزمون همخطی با استفاده از عامل تورم واریانس^۵ نشان داد که همخطی بین متغیرهای توضیحی وجود ندارد.

جدول (۴): نتایج آزمون‌های آماری پژوهش

مدل	نوع آزمون	آماره آزمون	سطح معناداری	نتیجه آزمون
اول	آزمون F لیمر	۱/۶۶۹۰	۰/۰۰۰۱	روش تابلویی
دوم	آزمون F لیمر	۱/۶۵۹۰	۰/۰۰۰۱	روش تابلویی
اول	آزمون هاسمن	۱۵/۲۵۷۹	۰/۰۰۹۳	روش اثرات ثابت
دوم	آزمون هاسمن	۱۷/۶۷۳۸	۰/۰۱۳۵	روش اثرات ثابت
اول	آزمون بروش پاگان - کوک و ویسبرگ	۲/۱۶	۰/۱۴۲۰	آزمون OLS
دوم	آزمون بروش پاگان - کوک و ویسبرگ	۲/۸۰	۰/۰۹۴۵	آزمون OLS

نتایج حاصل از برآورد مدل اول پژوهش به شرح جدول (۵) می‌باشد.

^۱ F- Limer Test

^۲ Hausman Test

^۳ Breusch & Pagan Test

^۴ OLS

^۵ VIF

جدول (۵): خلاصه نتایج آماری آزمون مدل اول پژوهش

متغیر	نماد متغیر	ضرایب	انحراف معیار	آماره t	سطح معناداری	VIF
عرض از مبدأ	β_0	۰/۴۵۳۹۰۰	۰/۰۷۴۰۲۵	۶/۱۳۱۶۸۷	۰/۰۰۰۰	
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	CSR	۰/۰۷۷۰۳۳	۰/۰۳۱۷۹۴	۲/۲۶۵۵۹۶	۰/۰۲۳۹	۱/۲۲
اندازه شرکت	SIZE	۰/۰۰۰۴۹۶	۰/۰۰۲۵۴۱	۰/۰۹۴۷۱۴	۰/۹۲۴۶	۱/۱۳
اهرم مالی	LEV	۰/۰۲۵۳۸۳	۰/۰۰۹۵۰۷	۲/۶۶۹۸۹۴	۰/۰۰۷۸	۱/۴۷
سودآوری شرکت	PROE	-۰/۰۳۴۹۸۸	۰/۰۱۴۱۰۷	-۲/۴۸۰۱۴۹	۰/۰۱۳۵	۲/۰۲
جریان نقد عملیاتی	CFO	۰/۰۳۲۰۵۲	۰/۰۱۰۵۳۹	۳/۰۴۱۳۴۳	۰/۰۰۲۵	۱/۵۳
آماره F فیشر		۱/۶۶۴۵		سطح معنی‌داری آماره F	۰/۰۰۰۰	
ضریب تعیین		۰/۴۰۲۵		آماره دوربین واتسن		۲/۱۹۸۴

با نگاهی به مقدار آماره F و سطح معناداری آن (۰/۰۰۰۰) می‌توان نتیجه گرفت که مدل رگرسیونی برازش شده در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار است. با توجه به مقدار ضریب تعیین مدل می‌توان بیان کرد که متغیرهای توضیحی مدل حدود ۴۰ درصد از تغییرات متغیر وابسته را توضیح می‌دهند. همان‌طور که در جدول فوق ملاحظه می‌شود، ضریب برآوردی و آماره t مربوط به متغیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی مثبت و در سطح خطا ۵ درصد معنادار است که حاکی از وجود رابطه مثبت معنادار بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و کیفیت محیط اطلاعاتی شرکت‌ها می‌باشد. بر مبنای این شواهد، فرضیه اول پژوهش پذیرفته می‌شود. از بین متغیرهای کنترلی مدل نیز متغیر اهرم مالی و جریان نقد عملیاتی رابطه مثبت و معناداری با کیفیت محیط اطلاعاتی شرکت‌ها دارند اما سودآوری رابطه منفی معناداری با کیفیت محیط اطلاعاتی شرکت‌ها دارد که می‌تواند ناشی از مدیریت سود در شرکت‌ها باشد. نتایج حاصل از برآورد مدل دوم پژوهش به شرح جدول (۶) می‌باشد.

جدول (۶): خلاصه نتایج آماری آزمون مدل دوم پژوهش

متغیر	نماد متغیر	ضرایب	انحراف معیار	آماره t	سطح معناداری	VIF
عرض از مبدأ	β_0	۰/۴۲۷۱۶۴	۰/۰۶۰۳۵۷	۷/۰۷۷۲۸۹	۰/۰۰۰۰	
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	CSR	۰/۱۰۲۳۱۱	۰/۰۲۲۷۴۴	۴/۴۹۸۳۷۴	۰/۰۰۰۰	۱/۲۷
حضور زنان در هیئت‌مدیره	FEMALE	۰/۰۱۴۷۷۶	۰/۰۱۱۹۳۱	۱/۲۳۸۴۶۲	۰/۲۱۶۱	۲/۳۲
اثر تعاملی	CSR*FEMALE	-۰/۰۰۹۰۸۱	۰/۰۱۷۵۵۷	-۰/۵۱۷۲۱۵	۰/۶۰۵۲	
اندازه شرکت	SIZE	۰/۰۰۰۳۱۱	۰/۰۰۳۹۵۴	۰/۰۷۸۵۳۳	۰/۹۳۷۴	۱/۱۴
اهرم مالی	LEV	۰/۰۲۷۵۲۷	۰/۰۱۰۷۳۲	۳/۴۹۶۷۶۶	۰/۰۰۰۵	۱/۵۰
سودآوری شرکت	PROE	-۰/۰۶۶۵۲۵	۰/۰۱۱۵۲۷	-۵/۷۷۱۲۶۷	۰/۰۰۰۰	۲/۰۳
جریان نقد عملیاتی	CFO	۰/۰۴۰۸۶۰	۰/۰۱۴۷۲۳	۲/۷۷۵۱۶۷	۰/۰۰۵۷	۱/۵۳
آماره F فیشر		۵/۳۱۸۸		سطح معنی‌داری آماره F	۰/۰۰۰۰	
ضریب تعیین		۰/۵۸۶۱		آماره دوربین واتسون		۲/۲۳۰۵

با نگاهی به مقدار آماره F و سطح معناداری آن (۰/۰۰۰۰) می‌توان نتیجه گرفت که مدل رگرسیونی برازش شده در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار است، همچنین حضور زنان در هیئت‌مدیره رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی با شاخص کیفیت محیط اطلاعاتی را تعدیل نمی‌کند. ضریب برآوردی متغیر تعدیلی اثر تعاملی مسئولیت‌پذیری اجتماعی و حضور زنان در هیئت‌مدیره نشان‌دهنده عدم رابطه معنادار میان اثر تعاملی مسئولیت‌پذیری اجتماعی و حضور زنان در هیئت‌مدیره در سطح خطای ۰/۰۵ است؛ زیرا سطح معناداری محاسبه شده برای آن، بیشتر از ۰/۰۵ به‌دست آمده است. بر مبنای این شواهد، فرضیه دوم پژوهش پذیرفته نمی‌شود. از بین متغیرهای کنترلی مدل نیز متغیر اهرم مالی و جریان نقد عملیاتی رابطه مثبت و معناداری با کیفیت محیط اطلاعاتی شرکت‌ها دارند اما سودآوری رابطه منفی معناداری با کیفیت محیط اطلاعاتی شرکت‌ها دارد که می‌تواند ناشی از مدیریت سود در شرکت‌ها باشد.

بحث، نتیجه‌گیری و محدودیت‌های پژوهش

هرچند سازمان‌ها به دنبال کارایی و کسب سود هستند، اما در دنیای امروز که ارتباطات و رقابت نقش حیاتی دارند، لازم است که به انتظارات اجتماعی به شکل مناسبی پاسخ دهند. بی‌توجهی سازمان‌ها به مسائل اجتماعی و زیست‌محیطی می‌تواند مشکلاتی برای آن‌ها ایجاد کند و در نتیجه، رسالت و موفقیت سازمان را تحت تأثیر قرار دهد. در این راستا، عواملی مانند عدم

تقارن اطلاعاتی می‌تواند عملکرد بازار سرمایه را مختل کند. افزایش افشای داوطلبانه اطلاعات می‌تواند به تخصیص بهینه‌تر سرمایه کمک شایانی کند. طبق تئوری نمایندگی، محیط اطلاعاتی ضعیف می‌تواند مدیران را به سمت رفتارهای فرصت‌طلبانه سوق دهد. به همین دلیل، کیفیت محیط اطلاعاتی با کاهش مشکلات نمایندگی، می‌تواند تمایل مدیران را به انجام چنین رفتارهایی محدود کند و در نتیجه اعتماد سرمایه‌گذاران را جلب کرده و به رونق بازار سرمایه منجر شود. پژوهش‌های مختلف نشان داده‌اند که یکی از عوامل مؤثر بر کیفیت محیط اطلاعاتی شرکت‌ها، میزان افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی آنهاست. این مطالعه، به‌عنوان یکی از اولین پژوهش‌های داخلی در این زمینه، اهمیت ویژه‌ای دارد و می‌تواند به توسعه ادبیات حسابداری و مالی در کشورهای در حال توسعه، از جمله بازار سرمایه نوظهور ایران، کمک کند. در این پژوهش، اثر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر کیفیت محیط اطلاعاتی شرکت‌ها بررسی شده است. نتایج فرضیه اول پژوهش حاکی از آن است که افشاء مسئولیت‌پذیری اجتماعی، سطح کیفیت محیط اطلاعاتی شرکت‌ها را افزایش می‌دهد. در خصوص پذیرش فرضیه اول پژوهش می‌توان چنین استدلال نمود که شرکت‌هایی که در زمینه مسئولیت‌پذیری اجتماعی عملکرد برجسته‌ای دارند، تمایل بیشتری به افشای عمومی اقدامات اجتماعی خود نشان می‌دهند. افزایش سطح شفافیت اطلاعات، باعث بهبود محیط اطلاعاتی میان شرکت و سرمایه‌گذاران می‌شود که در نتیجه، ریسک‌های مربوطه کاهش می‌یابد. لذا با افزایش افشاء مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها میزان عدم تقارن اطلاعاتی میان افراد درون‌سازمانی و برون‌سازمانی کاهش می‌یابد و سبب بهبود کیفیت محیط اطلاعاتی شرکت می‌شود. نتایج حاصل از آزمون فرضیه اول، موافق با یافته‌های حمرونی و همکاران (۲۰۲۲)، نیر و همکاران (۲۰۱۹)، کامیابی و صابری (۱۳۹۷)، ضیا و همکاران (۱۳۹۹)، کردستانی، بهرامفر و امیری (۱۳۹۸) است. همچنین با یافته‌های خواجوی و علیزاده (۱۳۹۳)، مطابقت ندارد. نتایج فرضیه دوم پژوهش حاکی از آن است که تنوع جنسیتی هیئت‌مدیره رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و کیفیت محیط اطلاعاتی شرکت را تعدیل نمی‌کند. نتایج حاصل از آزمون فرضیه دوم، با یافته‌های اورازالین و بایدولتوف^۱ (۲۰۲۰)، بشیری منش و همکاران (۱۴۰۱)، معصومی و آذین جم (۱۴۰۱)، مام صالحی و اسکندرلی (۱۳۹۷)، مطابقت ندارد. علت رد فرضیه مزبور می‌تواند ناشی از محیط پژوهش (شرکت‌های حاضر در بورس اوراق بهادار تهران) باشد که توجه کمی به حضور زنان در هیئت‌مدیره دارد. اگر این پژوهش در سال‌های آتی انجام پذیرد احتمال آن وجود دارد با افزایش حضور زنان در هیئت‌مدیره، نقش تعدیلی جنسیت هیئت‌مدیره تأیید شود.

این پژوهش یافته‌های ارزشمندی برای مدیران، استانداردها، قانون‌گذاران، حساب‌رسان و پژوهشگران ارائه می‌دهد. به مدیران پیشنهاد می‌شود برای پاسخگویی به انتظارات اجتماعی و کاهش نابرابری اطلاعاتی، سیاست‌های مؤثری در زمینه مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها تدوین کنند. استانداردگذاران و قانون‌گذاران باید با تدوین مقررات و الزام شرکت‌ها به توجه ویژه به مسئولیت‌پذیری اجتماعی، شفافیت و پاسخگویی به ذینفعان را ارتقا دهند. حساب‌رسان می‌توانند نقش اطلاعات غیرمالی مرتبط با مسئولیت اجتماعی را بهتر درک کنند و پژوهشگران نیز باید به اهمیت این موضوع و تأثیر آن بر کاهش نابرابری اطلاعاتی در بازار سرمایه توجه کنند.

در تمام تحقیقاتی که صورت می‌گیرد، محدودیت‌ها جزء لاینفک تحقیق هستند. زیرا همین محدودیت‌ها هستند که زمینه را برای تحقیقات آتی و جدید را فراهم می‌سازند. یکی از مهم‌ترین محدودیت‌هایی که در پژوهش حاضر وجود داشته، عدم کنترل برخی از عوامل مؤثر بر نتایج پژوهش از جمله تأثیر متغیرهایی همچون: عوامل اقتصادی و سیاسی، عمر شرکت‌ها، نوع صنعت، وضعیت اقتصاد جهانی، قوانین و مقررات خارج از دسترس پژوهشگر بوده که ممکن است بر بررسی روابط اثر بگذارد. در راستای موضوع پژوهش پیشنهادهای جهت پژوهش‌های آتی اینگونه پیشنهاد می‌شود که رابطه مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی و کیفیت محیط اطلاعاتی به تفکیک شرکت‌های با مسئولیت‌پذیری اجتماعی قوی و ضعیف مورد بررسی قرار گرفته و با یکدیگر مقایسه شود. همچنین، به بررسی نقش زنان در حوزه‌های دیگر از جمله حساب‌رسی و بهبود کنترل‌های داخلی بپردازند.

¹ Orazalin & Baydauletov

منابع

- برشد، عبدالحسین؛ محمودصمدی لرگانی و یوسف تقی پوریان . (۱۴۰۰). خط‌مشی‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و عدم تقارن اطلاعاتی. **خط‌مشی‌گذاری عمومی در مدیریت** ۱۲(۴): ۳۵-۴۵.
- برشد، عبدالحسین؛ فریده عرفانی و سمیرا ابراهیم قوچی. (۱۳۹۶). تأثیر حضور بانوان در هیئت‌مدیره بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها. **فصلنامه علمی تخصصی راهبردهای حسابداری** ۱۱(۱): ۱-۱۶.
- بشیری منش، نازنین؛ نسرين قدمیاری و حدیث احمدی. (۱۴۰۱). مسئولیت اجتماعی شرکت و حضور زنان در هیئت‌مدیره. **زن در توسعه و سیاست** ۲۰(۳): ۳۴۳-۳۶۳.
- خواجوی، شکراله؛ و وحید علیزاده. (۱۳۹۳). بررسی اثرات سطح افشای داوطلبانه بر عدم تقارن اطلاعاتی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. **مطالعات تجربی حسابداری مالی** ۱۱(۴۲): ۸۹-۱۱۴.
- رضائی پیتته نوئی، یاسر؛ محمد غلامرضا پور؛ سید پوریا کاظمی و نرجس امیرنیا. (۱۴۰۰). بررسی نقش تعدیلی مالکیت خانوادگی بر رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و اجتناب مالیاتی: آزمون نظریه ثروت اجتماعی- عاطفی و نمایندگی. **نشریه پژوهش‌های حسابداری مالی** ۱۳(۱): ۴۵-۶۶.
- رضائی پیتته نوئی، یاسر؛ و خدیجه محسنی. (۱۳۹۷). بررسی ارتباط بین حضور زنان در هیئت‌مدیره و ضعف کنترل داخلی شواهدی از شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. **زن در توسعه و سیاست** ۱۶(۳): ۴۳۹-۴۵۶.
- رضائی پیتته نوئی، یاسر؛ و مهدی صفری گرایلی. (۱۳۹۸). توانایی مدیریت و کیفیت محیط اطلاعاتی شرکت. **فصلنامه دانش حسابداری مالی** ۶(۴): ۱۵۷-۱۷۷.
- سپاسی، سحر؛ و لیلا عبدلی. (۱۳۹۵). تأثیرات حضور زنان در هیئت‌مدیره بر ارزش شرکت و عملکرد مالی. **پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی** ۸(۲۹): ۳۹-۵۸.
- ضیا، فرناز؛ حمیدرضا وکیلی فرد و فاطمه صراف. (۱۳۹۹). تأثیر گزارشگری پایداری بر کاهش عدم تقارن اطلاعاتی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. **حسابداری مدیریت** ۱۳(۴۶): ۱۳۵-۱۲۱.
- فخاری، حسین؛ و یاسر رضائی پیتته نوئی. (۱۳۹۶). ارائه مدلی برای سنجش محیط اطلاعاتی شرکت. **حسابداری مالی** ۳۳(۹): ۱۴۷-۱۲۱.
- کامیابی، یحیی؛ و فاطمه صابری. (۱۳۹۷). اثر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر رابطه‌ی بین افشای هزینه تحقیق و توسعه و بازده سهام. **حسابداری مالی** ۳۳(۹): ۵۱-۷۷.
- کردستانی، غلامرضا؛ نقی بهرامفر و علی امیری. (۱۳۹۸). تأثیر کیفیت افشا بر عدم تقارن اطلاعاتی. **تحقیقات حسابداری مالی و حسابرسی** ۴۲(۱۱): ۱۵۹-۱۷۸.
- مام صالحی، پرویز؛ و طاهر اسکندرلی. (۱۳۹۸). تنوع جنسیتی اعضای هیئت‌مدیره و ارتباط ارزشی گزارشگری مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها. **پژوهش‌های تجربی حسابداری** ۹(۲): ۳۷۲-۳۵۱.
- مجدزاده طباطبایی، شراره؛ غلامرضا رضائی و فائزه زرین کلاه. (۱۳۹۸). تأثیر ترکیب جنسیتی هیئت‌مدیره بر عدم تقارن اطلاعاتی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. **فصلنامه زن و جامعه** ۱۰(۴۰): ۳۱۷-۳۳۸.
- معصومی، جواد؛ و محسن آذین جم. (۱۴۰۱). تأثیر حضور زنان در هیئت‌مدیره بر عملکرد محیط‌زیستی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. **زن در توسعه و سیاست** ۲۰(۴): ۶۰۹-۶۳۱.

Almulhim, A. (2023). Effects of board characteristics on information asymmetry: Evidence from the alternative investment market. **Heliyon** 9(6): E16510.

Al-Okaily, M. (2024). The influence of digital disclosure language adoption on decrease financial information asymmetry and increase its quality. **Information Discovery and Delivery** 53(1): <https://doi.org/10.1108/IDD-03-2024-0045>.

- Atena, F., & A. Tiron-Tudor. (2019). Gender as a dimension of inequality in accounting organizations and developmental HR strategies. **Administrative Sciences** 10(1): 1. <https://doi.org/10.3390/admsci10010001>.
- Awwad, B., S. Binsaddig, R. Kanan & T. Al Shirawi. (2023). Women on boards: an empirical study on the effects on financial performance and corporate social responsibility. **Competitiveness Review: An International Business Journal** 33(1): 147-160.
- Gul, F., B. Srinidhi & Tsui. J. (2008). Board diversity and the demand for higher audit effort. **Available at SSRN 1359450**. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1359450>.
- Hamrouni, A., M. Bouattour, N. Ben Farhat Touni, & R. Boussaada. (2022). Corporate social responsibility disclosure and information asymmetry: does boardroom attributes matter? **Journal of Applied Accounting Research** 23(5): 897-920.
- Hussain, N., U. Rigoni & R. Orij. (2018). Corporate governance and sustainability performance: Analysis of triple bottom line performance. **Journal of Business Ethics** 149: 411-432.
- Lev, B. (1988). Toward a theory of equitable and efficient accounting policy. **Accounting Review** 63(1): 1-22.
- Li, J., F. Zhao, S. Chen, W. Jiang, T. Liu & S. Shi. (2017). Gender diversity on boards and firms' environmental policy. **Business Strategy and the Environment** 26(3): 306-315.
- Nair, R., M. Muttakin, A. Khan., N. Subramaniam & V. Somanath. (2019). Corporate social responsibility disclosure and financial transparency: Evidence from India. **Pacific-Basin Finance Journal** 56: 330-351.
- Nguyen, N.T.T., N.P. Nguyen & T. Hoai. (2021). Ethical leadership, corporate social responsibility, firm reputation, and firm performance: A serial mediation model. **Heliyon** 7(4).
- Orazalin, N., & M. Baydauletov. (2020). Corporate social responsibility strategy and corporate environmental and social performance: The moderating role of board gender diversity. **Corporate Social Responsibility and Environmental Management** 27(4): 1664-1676.
- Sahut, J., M. Peris-Ortiz & F. Teulon. (2019). Corporate social responsibility and governance. **Journal of Management and Governance** 23: 901-912.
- Sandeepanie, M., P. Gamage, G. Perera & T. Sajeewani. (2023). The role of talent management and employee psychological contract on employer branding: a pragmatic conceptual model. **Management Research Review** 46(2): 196-222.
- Watts, R.L., & J.L. Zimmerman. (1986). **Positive accounting theory**. Prentice-Hall, Englewood.
- Weick, K.E. (1969). **The social psychology of organizing**. Topics in social psychology. Reading Mass 22.
- Yarram, S., & S. Adapa. (2021). Board gender diversity and corporate social responsibility: Is there a case for critical mass? **Journal of Cleaner Production** 278: 123-319.