

# رابطه کیفیت گزارش های مالی و محافظه کاری حسابداری با افشای داوطلبانه مسئولیت اجتماعی شرکتها

سمیه سلیمی<sup>۱</sup>، فرزین رضایی<sup>۲</sup>

۱- کارشناس ارشد حسابرسی، دانشگاه آزاد اسلامی قزوین [so\\_salimi7@yahoo.com](mailto:so_salimi7@yahoo.com)

۲- دکتری حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی قزوین [farzinrezaei@yahoo.com](mailto:farzinrezaei@yahoo.com)

هدف این پژوهش بررسی اثر کیفیت گزارشگری مالی و محافظه کاری حسابداری بر افشای داوطلبانه مسئولیت اجتماعی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد. بدین منظور، در تحقیق حاضر با استفاده از مفاهیم و تئوری های متنوع در زمینه کیفیت گزارشگری مالی، و افشای داوطلبانه مسئولیت اجتماعی سعی در برآورد رابطه متغیرها بر حسب مدل تحقیق دارد. دوره زمانی پژوهش به سال های ۱۳۸۵ الی ۱۳۹۴ و تعداد شرکت های نمونه پژوهش ۸۴ شرکت می باشد. نتایج تحقیق نشان داد از یک سو، ارتباط مثبت بین کیفیت گزارشگری مالی و افشای داوطلبانه مسئولیت اجتماعی و از سوی دیگر، یک ارتباط منفی بین محافظه کاری حسابداری و افشای داوطلبانه مسئولیت اجتماعی شرکت های پذیرفته شده در بازار بورس اوراق بهادار تهران وجود دارد.

**کلمات کلیدی:** کیفیت گزارشگری مالی، محافظه کاری حسابداری، افشای داوطلبانه مسئولیت اجتماعی

## ۱. مقدمه

در سال های اخیر شاهد افزایش اهمیت مسئولیت اجتماعی و گزارشگری آن در میان شرکت ها و صنایع مختلف بوده ایم. این امکان که شرکت ها می توانند با سرمایه گذاری بر روی مسئولیت اجتماعی، یک مزیت رقابتی به وجود آورند با تغییراتی که در رفتار و نگرش های سرمایه گذاران نسبت به اجتماع بوجود آمده است نیز به شدت در سال های اخیر در حال افزایش است (وهایی و الساید، ۲۰۱۵). مسئولیت اجتماعی شرکت ها به ارائه روش هایی می پردازد که سازمان ها در فضاهای کسب و کار خود به آن عمل می کنند و پاسخ گوی توقعات جامعه، انتظارات تجاری و قانونی، اخلاقی و اجتماعی آنان هستند (رویایی و مهردوست، ۱۳۸۸). کمیسیون ملی اروپا مسئولیت اجتماعی شرکت ها را مفهومی می داند که علاوه بر گزارشگری فعالیت های تجاری، موضوعاتی مثل مسائل زیست محیطی، گزارشگری اجتماعی و تعاملات شرکت با ذینفعان متعدد را شامل می شود (پورعلی و حجامی، ۱۳۹۳). مسئولیت شرکت نسبت به اجتماع هم برای خود واحد تجاری و هم برای اجتماعی سودمند می باشد و درک بهتر منافع بالقوه آن می تواند منجر به بازده های زیاد سرمایه گذاری برای شرکت ها شود (صالحی و همکاران، ۱۳۹۲). از جمله این منافع می توان به افزایش فروش و وفاداری مشتریان اشاره

<sup>1</sup> Corresponding author: Associate Prof. Accounting, Islamic Azad University of Qazvin  
Email: [farzinrezaei@yahoo.com](mailto:farzinrezaei@yahoo.com)