

تاثیر شفاف سازی اطلاعات مالی بر مسئولیت پذیری اجتماعی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

محمد رضا عسگری^۱ و رضا اصلاحی^۲

۱ دانشیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد واحد یادگار امام (ره) شهر ری گروه مدیریت بازرگانی ایران
۲ کارشناس ارشد مدیریت کسب و کار (MBA) از دانشگاه آزاد واحد یادگار امام (ره) شهر ری

چکیده

در طی یک دهه گذشته شفاف سازی اطلاعات مالی تاثیر مهمی بر استراتژی های سرمایه گذاری سرمایه گذاران داشته است. افشای اطلاعات موجب بهبود سازوکار کشف قیمت ها و در نتیجه قیمت گذاری بهینه و افزایش امکان پیش بینی منطقی روند قیمت ها می شود. شفافیت شاخص توان مدیریت در ارایه اطلاعات ضروری به شکل صحیح، روشن، به موقع و در دسترس است. هدف اساسی این مطالعه تاثیر شفافیت اطلاعات مالی بر مسئولیت پذیری اجتماعی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد. جهت آزمون فرضیات تحقیق از آزمون رگرسیون و نرم افزار SPSS استفاده گردیده است. جمع بندی و نتیجه گیری کلی آزمون فرضیات تحقیق نشان می دهد که شفاف سازی اطلاعات مالی بر مسئولیت پذیری اجتماعی تاثیر معنی داری دارد.

واژه های کلیدی: شفاف سازی اطلاعات مالی، مسئولیت پذیری اجتماعی، آزمون رگرسیون

مقدمه

تصمیم‌گیری‌های اقتصادی نیازمند اطلاعاتی است که بتوان با کمک آنها منابع موجود و در دسترس را به گونه‌ای مطلوب تخصیص داد. یکی از مهمترین عوامل در تصمیم‌گیری صحیح، اطلاعات مناسب و مرتبط با موضوع تصمیم است که اگر به درستی فراهم و پردازش نشود، تأثیرات منفی برای فرد تصمیم‌گیرنده در پی خواهد داشت. بهره‌گیری از اطلاعات افشا شده و به عبارتی تصمیم‌گیری صحیح در بازار اوراق بهادار زمانی امکان‌پذیر است که این اطلاعات، به موقع، مربوط، با اهمیت و نیز کامل و قابل فهم باشد. چنانچه اطلاعات فاش شده، این ویژگی‌ها یا بعضی از آنها را نداشته باشد، بدون تردید ساز و کار کشف قیمت در بازار به درستی عمل نخواهد کرد و قیمت‌گذاری اوراق به شیوه‌ای مطلوب انجام نخواهد شد.

ادبیات موضوع و پیشینه‌ی پژوهش

آنونیموس (۱۹۹۹)، شفاف‌سازی مالی را به مفهوم صراحت، روشنی و قابلیت درک در مورد آن چیزی که در شرکت اتفاق می‌افتد تعریف کرده است. همچنین وی به نقل از فلورینی (۱۹۹۸) بیان می‌کند که شفاف‌سازی مالی، رفتاری است که به وجود آورنده مسئولیت مناسب است. شفاف‌سازی مالی شرکت به وسیله تلاش‌هایش در افشای این چنین اطلاعاتی اندازه‌گیری می‌شود. همچنین ویسواناث و کافمن (۱۹۹۹) عدم شفافیت را به عنوان "مانعت عمده از دسترسی به اطلاعات، رایج نادرست اطلاعات یا ناتوانی بازار در کسب اطمینان از کفایت مربوط بودن و کیفیت اطلاعات ارائه شده" تعریف کرده‌اند. ابزری (۱۳۹۲) در تحقیقی تحت عنوان "تأثیر شفاف‌سازی اطلاعات مالی بر رفتار سرمایه‌گذاران در بورس اوراق بهادار اصفهان" به بررسی رابطه شفاف‌سازی اطلاعات مالی با رفتار سرمایه‌گذاران بورس اوراق بهادار اصفهان پرداخت. جامعه آماری پژوهش، سرمایه‌گذاران در بورس اوراق بهادار اصفهان می‌باشند. پژوهش با استفاده از پرسشنامه در بازه زمانی اول مهر تا آخر آبان ماه سال ۱۳۹۱ انجام گرفت. برای آزمون فرضیات از آزمون‌های همبستگی، مقایسه زوج‌ها و تحلیل عاملی یک طرفه استفاده شد و هر سه فرضیه پژوهش در سطح ۹۵ درصد مورد آزمون قرار گرفتند. نتایج نشان داد که هر سه بعد شفافیت یعنی افشای اطلاعات مالی، شفافیت ساختار هیات مدیره و شفافیت ساختار مالکیت بر رفتار سرمایه‌گذاران در بورس اوراق بهادار اصفهان تأثیرگذار است و درک سرمایه‌گذاران از ابعاد شفافیت با توجه به متغیرهای جمعیت‌شناختی آنها متفاوت است. در نهایت این پژوهش می‌تواند به سرمایه‌گذاران جهت تعدیل رفتارشان متناسب با شرایط بازار بورس کمک شایانی کند. راندوی و همکار (۲۰۰۳)، در یک بررسی با عنوان "حاکمیت شرکت و کارایی هیئت مدیره در صنعت ناوگان دریایی" به دنبال اثر عملکردی ساختار هیئت مدیره بر شرکت بودند. نتایج تحقیقات آنها بدین صورت بود که استقلال هیئت مدیره با عملکرد شرکت‌های مورد بررسی رابطه مثبت معناداری دارد. عملکرد مثبت هیئت مدیره نیز با عملکرد مالی شرکت رابطه معناداری دارد. آنها چنین نتیجه‌گیری کردند که استقلال در هیئت مدیره به اعتماد افراد بیرونی خواهد افزود و آنها به بیانیه‌های مالی آن شرکت‌ها اعتماد بیشتری دارند و در تصمیمات خود و در سرمایه‌گذاری به این موضوع توجه ویژه داشته‌اند. کای و همکاران^۱ (۲۰۰۸)، به مطالعه اثر اطلاعات نامتقارن بر سه ساز و کار اصلی حاکمیت شرکتی (شدت نظارت هیات مدیره، انضباط بازار و حساسیت پرداخت بابت عملکرد مدیریت ارشد) پرداخته‌اند. نتایج نشان داد شرکت‌های دارای عدم تقارن اطلاعاتی بیشتر، به استفاده کمتر از نظارت هیات مدیره، انضباط بیشتر بازار و داشتن عملکرد مدیریت ارشد بالاتر، گرایش دارند. هیسو^۲ (۲۰۰۶) در تحقیقی با عنوان اثر شفاف‌سازی اطلاعات مالی بر رفتار سهام‌داران در بورس اوراق بهادار تایوان به بررسی نقش ابعاد شفاف‌سازی اطلاعات مالی در افزایش میزان سرمایه‌گذاری در بازار بورس پرداخت. نتایج نشان داد نتایج مثبت و معنی‌داری در ادراک سرمایه‌گذاران بورس از ابعاد شفاف‌سازی اطلاعات مالی و رفتار آنها وجود دارد. بون و همکاران^۳ (۲۰۰۴) مطالعه‌ای در مورد صنعت بیمه آمریکا با توجه به تئوری علامت‌دهی و شفاف‌سازی اطلاعات مالی انجام دادند. با توجه به تئوری علامت‌دهی و شفاف‌سازی اطلاعات مالی تشخیص اینکه آیا قوانین، مقررات و نظارت درجه نامتقارن بودن اطلاعات بین بیمه‌کنندگان

1 Cai et al

2 Hsiu

3 Born et al

وسرمایه گذاران را کاهش می دهد، مورد بررسی قرار گرفت. نتایج تحقیق آنها این بود که قوانین، مقررات و نظارت به طور مثبتی درجه نامتقارن بودن اطلاعات بین بیمه گران و سرمایه گذاران را کاهش می دهد. نوبخت (۱۳۸۳) در تحقیقی با عنوان "ارزیابی شفافیت اطلاعات شرکت ها در بورس اوراق بهادار" با بررسی مبانی نظری بازارکارای سرمایه و نقش اطلاعات و با استفاده از روش تحقیق توصیفی و ابزار پرسشنامه به آزمون فرضیات تحقیق پرداخت. نتایج تحقیق نشان داد که گزارش دهی اطلاعات از سوی شرکتها مطلوب نیست.

فرضیات پژوهش

فرضیه اصلی

شفاف سازی اطلاعات مالی بر مسئولیت پذیری اجتماعی تاثیرمعنی داری دارد.

فرضیات فرعی

ساختار مالکیت شرکت بر مسئولیت پذیری اجتماعی تاثیرمعنی داری دارد.

افشای اطلاعات شرکت بر مسئولیت پذیری اجتماعی تاثیرمعنی داری دارد.

ساختار هیات مدیره شرکت بر مسئولیت پذیری اجتماعی تاثیرمعنی داری دارد.

روش تحقیق

روش انجام تحقیق، بر مبنای اطلاعات و داده های موجود می باشد. ابزار به کار گرفته شده در این پژوهش پرسش نامه ای دو بخشی است. بخش اول پرسشنامه شامل ابزار سنجش ابعاد شفاف سازی اطلاعات مالی است. بخش دوم هم شامل سوالاتی در مورد مسئولیت پذیری اجتماعی سرمایه گذاران می باشد. در سطح استنباطی، از آلفای کرونباخ برای بررسی پایایی پرسشنامه، آزمون کلموگروف اسمیرونوف جهت بررسی نرمال بودن داده ها و آزمون رگرسیون جهت آزمون فرضیات تحقیق استفاده گردیده است. در تحلیل داده ها نیز از نرم افزار آماری SPSS استفاده خواهد شد. جامعه آماری تحقیق حاضر، شامل سهامداران و سرمایه گذاران بورس اوراق بهادار تهران است. روش نمونه گیری مورد استفاده در این تحقیق، نمونه گیری ساده است. در ابتدا تعداد ۳۰ پرسشنامه به صورت تصادفی در میان سهامداران و سرمایه گذاران، توزیع و جمع آوری شد و پس از محاسبه انحراف معیار نمونه اولیه (σ)، نسبت به تعیین حجم نمونه اقدام گردید. مقدار انحراف معیار برای نمونه ۳۰ تایی، ۰/۹۴۵ محاسبه شد. هم چنین مقدار پارامتر d ، ۰/۱ فرض شده است و با توجه به نامحدود بودن جامعه مورد مطالعه از فرمول کوکران برای جوامع نامحدود بدون جایگزاری در سطح اطمینان ۹۵٪ استفاده شده است، حجم نمونه محاسبه شده به صورت فرمول زیر می باشد.

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 \times \sigma^2}{d^2} = \frac{1.96^2 * 0.945^2}{0.1^2} \cong 353$$

حجم نمونه ۳۵۳ نفر می باشد. برای بررسی پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید. نتایج این آزمون در جدول زیر آمده است.

نتایج آزمون پایایی

متغیر	تعداد سوالات	ضریب آلفا کرونباخ
شفاف سازی	۱۰	۰/۸۴۳
مسئولیت پذیری اجتماعی	۱۹	۰/۸۹۶

یافته های پژوهش

به منظور مشخص نمودن روش های آماری مناسب برای تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیات تحقیق، در مرحله اول بایستی توزیع عامل ها و متغیرهای تحقیق در نمونه ی مورد بررسی مشخص گردد. بدین منظور از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف (KS) استفاده شده است. نتایج این آزمون در جدول زیر بصورت خلاصه آورده شده است. همانطور که نتایج آزمون نشان می - دهد همه عوامل در نمونه مورد بررسی، از توزیع نرمال پیروی می کنند (جهت نرمال بودن توزیع داده ها سطح معناداری باید بیشتر از ۰/۰۵ باشد).

نتایج آزمون کولموگروف اسمیرنوف

متغیر	بیشترین تفاوت مثبت	بیشترین تفاوت منفی	آماره کولموگروف - اسمیرنوف	سطح معناداری
شفاف سازی اطلاعات مالی	۰/۱۴۳	-۰/۱۵۷	۰/۸۵۸	۰/۴۵۴
ساختار مالکیت	۰/۱۲۳	-۰/۱۲۷	۱/۲۷۳	۰/۰۷۸
افشای اطلاعات	۰/۱۰۶	-۰/۱۱۷	۱/۱۶۹	۰/۱۳۰
ساختار هیات مدیره	۰/۰۹۹	-۰/۱۰۳	۱/۰۲۶	۰/۲۴۴
مسئولیت پذیری اجتماعی	۰/۱۳۰	-۰/۱۲۰	۱/۲۹۸	۰/۰۶۹

آزمون فرضیه اصلی؛

شفاف سازی اطلاعات مالی بر مسئولیت پذیری اجتماعی تاثیر معنی داری دارد. برای آزمون فرضیه اول، از رگرسیون خطی استفاده شده است و نتایج حاصل از این آزمون در جداول زیر ارائه شده است: خلاصه مدل رگرسیون تاثیر شفاف سازی اطلاعات مالی بر مسئولیت پذیری اجتماعی

مدل	ضریب همبستگی (R)	ضریب تعیین R2	ضریب تعیین تعدیل شده (R2 adj)	خطای استاندارد
۱	۰/۷۷۱a	۰/۵۹۴	۰/۵۹۳	۰/۳۵۹۲

جدول فوق خلاصه مدل تأثیر شفاف سازی اطلاعات مالی بر مسئولیت پذیری اجتماعی نشان می دهد. برای مدل شماره ۱، مقدار ضریب همبستگی بین متغیرها ۰/۷۷۱ می باشد که نشان می دهد بین متغیر شفاف سازی اطلاعات مالی و متغیر وابسته مسئولیت پذیری اجتماعی همبستگی خوبی وجود دارد.

تحلیل واریانس^b

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره F	سطح معناداری
رگرسیون	۶۶/۲۸۴	۱	۶۶/۲۸۴	۵۱۳/۷۲۳	۰/۰۰۰a
باقیمانده	۴۵/۲۸۹	۳۵۱	۰/۱۲۹		
کل	۱۱۱/۵۷۳	۳۵۲			

a. پیش بین ها: شفاف سازی اطلاعات مالی

b. متغیر وابسته: مسئولیت پذیری اجتماعی

جدول فوق تحلیل واریانس میان متغیرها را نشان می دهد که با توجه به معنی داری مقدار آزمون F در سطح اطمینان ۹۵ درصد، می توان نتیجه گرفت که مدل رگرسیونی ارائه شده برای آزمون فرضیه اصلی پژوهش، مدل خوبی بوده و متغیر مستقل قادر است مسئولیت پذیری اجتماعی را تبیین کند.

آزمون میزان تاثیر شفاف سازی اطلاعات مالی بر مسئولیت پذیری اجتماعی

Sig	t	ضرایب استاندارد	ضرایب غیر استاندارد		مدل	
		Beta	Std.error	B	ثابت	۱
۰/۰۰۰	۹/۸۷۶	۰/۷۷۱	۰/۰۹۷	۰/۹۵۶	ثابت	۱
۰/۰۰۰	۲۲/۶۶۵		۰/۰۳۲	۰/۷۲۳	شفاف سازی	

همان طور که در جدول فوق مشاهده می شود در مدل شماره ۱، سطح معناداری متغیر شفاف سازی اطلاعات مالی بر مسئولیت پذیری اجتماعی کمتر از ۰/۰۵ می باشد، بنابراین در سطح اطمینان ۹۵ درصد تاثیر این متغیر بر مسئولیت پذیری اجتماعی معنادار است. همچنین با توجه به ضریب رگرسیونی ۰/۷۷۱ می توان گفت به ازای افزایش یک انحراف استاندارد در متغیر شفاف سازی اطلاعات مالی، میزان مسئولیت پذیری اجتماعی به میزان ۰/۷۷۱ انحراف استاندارد افزایش خواهد یافت.

آزمون فرضیه فرعی اول؛

ساختار مالکیت شرکت بر مسئولیت پذیری اجتماعی تاثیر معنی داری دارد.

نتایج آزمون رگرسیون برای سنجش فرضیه فرعی اول در جداول ارائه شده است.

خلاصه مدل رگرسیون تاثیر ساختار مالکیت شرکت بر مسئولیت پذیری اجتماعی

مدل	ضریب همبستگی (R)	ضریب تعیین شده (R ²)	خطای استاندارد
۱	۰/۷۰۷ ^a	۰/۴۹۹	۰/۳۹۸۸۸

جدول فوق خلاصه مدل تاثیر ساختار مالکیت شرکت بر مسئولیت پذیری اجتماعی را نشان می دهد. برای مدل شماره ۱، مقدار ضریب همبستگی بین متغیرها ۰/۷۰۷ می باشد که نشان می دهد بین متغیر مستقل ساختار مالکیت و متغیر وابسته مسئولیت پذیری اجتماعی همبستگی خوبی وجود دارد.

تحلیل واریانس^b

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره F	سطح معناداری
رگرسیون	۵۵/۷۲۶	۱	۵۵/۷۲۶	۳۵۰/۲۴۰	۰/۰۰۰ ^a
باقیمانده	۵۵/۸۴۷	۳۵۱	۰/۱۵۹		
کل	۱۱۱/۵۷۳	۳۵۲			

a. پیش بین ها (ثابت): ساختار مالکیت

b. متغیر وابسته: مسئولیت پذیری اجتماعی

جدول فوق تحلیل واریانس میان متغیرها را نشان می دهد که با توجه به معنی داری مقدار آزمون F در سطح اطمینان ۹۵ درصد، می توان نتیجه گرفت که مدل رگرسیونی ارائه شده برای آزمون فرضیه اصلی پژوهش، مدل خوبی بوده و متغیر مستقل قادر است مسئولیت پذیری اجتماعی را تبیین کند.

آزمون میزان تاثیر ساختار مالکیت شرکت بر مسئولیت پذیری اجتماعی

Sig	t	ضرایب استاندارد	ضرایب غیر استاندارد		مدل	
		Beta	Std.error	B	ثابت	۱
۰/۰۰۰	۱۵/۴۶۰	۰/۷۰۷	۰/۰۹۲	۱/۴۲۶	ثابت	۱
۰/۰۰۰	۱۸/۷۱۵		۰/۰۳۰	۰/۵۵۷	ساختار مالکیت	

با توجه به نتایج آزمون رگرسیون که در جدول فوق نشان داده شده، چون سطح معناداری بدست آمده کوچکتر از ۰/۰۵ می باشد (۰/۰۰)، بنابراین متغیر ساختار مالکیت شرکت بر مسئولیت پذیری اجتماعی تاثیر دارد و فرضیه فرعی اول پذیرفته می شود. همچنین با توجه به ضریب بتا ماهیت کار با ضریب ۰/۷۰۷ بر مسئولیت پذیری اجتماعی تاثیر می گذارد.

آزمون فرضیه فرعی دوم؛

افشای اطلاعات شرکت بر مسئولیت پذیری اجتماعی تاثیر معنی داری دارد.

نتیجه آزمون رگرسیون برای سنجش فرضیه فرعی دوم در جداول زیر نشان داده شده است.

خلاصه مدل رگرسیون تاثیر افشای اطلاعات شرکت بر مسئولیت پذیری اجتماعی

مدل	ضریب همبستگی (R)	ضریب تعیین R2	ضریب تعیین تعدیل شده (R2 adj)	خطای استاندارد
۱	۰/۶۷۵ ^a	۰/۴۵۶	۰/۴۵۴	۰/۴۱۵۹۷

جدول فوق خلاصه مدل تاثیر افشای اطلاعات شرکت بر مسئولیت پذیری اجتماعی را نشان می دهد. برای مدل شماره ۱، مقدار ضریب همبستگی بین متغیرها ۰/۶۷۵ می باشد که نشان می دهد بین متغیر مستقل افشای اطلاعات شرکت و متغیر وابسته مسئولیت پذیری اجتماعی همبستگی خوبی وجود دارد.

تحلیل واریانس^b

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره F	سطح معناداری
رگرسیون	۵۰/۸۳۹	۱	۵۰/۸۳۹	۲۹۳/۸۱۷	۰/۰۰۰ ^a
باقیمانده	۶۰/۷۳۴	۳۵۱	۰/۱۷۳		
کل	۱۱۱/۵۷۳	۳۵۲			

a. پیش بین ها (ثابت): افشای اطلاعات شرکت

b. متغیر وابسته: مسئولیت پذیری اجتماعی

جدول فوق تحلیل واریانس میان متغیرها را نشان می دهد که با توجه به معنی داری مقدار آزمون F در سطح اطمینان ۹۵ درصد، می توان نتیجه گرفت که مدل رگرسیونی ارائه شده برای آزمون فرضیه اصلی پژوهش، مدل خوبی بوده و متغیر مستقل قادر است مسئولیت پذیری را تبیین کند.

آزمون میزان تاثیر افشای اطلاعات شرکت بر مسئولیت پذیری اجتماعی

Sig	t	ضرایب استاندارد	ضرایب غیر استاندارد		مدل	
		Beta	Std.error	B	ثابت	۱
۰/۰۰۰	۱۴/۴۸۵	۰/۶۷۵	۰/۱۰۰	۱/۴۴۲	ثابت	۱
۰/۰۰۰	۱۷/۱۴۱		۰/۰۳۲	۰/۵۵۰	افشای اطلاعات	

با توجه به نتایج آزمون فرضیه فرعی دوم که در جدول فوق نشان داده شده، چون سطح معناداری بدست آمده از آزمون رگرسیون خطی کوچکتر از ۰/۰۵ می باشد (۰/۰۰)، بنابراین در سطح اطمینان ۹۵ درصد فرضیه مورد نظر پذیرفته شده و افشای اطلاعات شرکت با ضریب تاثیر ۰/۶۷۵ مسئولیت پذیری اجتماعی سرمایه گذاران و سهامداران را بطور مثبت تحت تاثیر قرار می دهد.

آزمون فرضیه فرعی سوم:

ساختار هیات مدیره شرکت بر مسئولیت پذیری اجتماعی تاثیر معنی داری دارد.

برای سنجش تاثیر ساختار هیات مدیره شرکت بر مسئولیت پذیری اجتماعی از آزمون رگرسیون استفاده شده است که در جداول زیر ارائه شده است.

خلاصه مدل رگرسیون تاثیر ساختار هیات مدیره شرکت بر مسئولیت پذیری اجتماعی

مدل	ضریب همبستگی (R)	ضریب تعیین شده (R ²)	ضریب تعیین تعدیل شده (R ² adj)	خطای استاندارد
۱	۰/۵۳۷ ^a	۰/۲۸۸	۰/۲۸۶	۰/۴۷۵۷۵

نتایج حاصل از مدل رگرسیونی که در جدول فوق ارائه شده است نشان می دهد که ساختار هیات مدیره شرکت بر مسئولیت پذیری اجتماعی با ضریب ۰/۵۳۷ تاثیر دارد.

تحلیل واریانس^b

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره F	سطح معناداری
رگرسیون	۳۲/۱۲۹	۱	۳۲/۱۲۹	۱۴۱/۹۵۱	۰/۰۰۰ ^a
باقیمانده	۷۹/۴۴۴	۳۵۱	۰/۲۲۶		
کل	۱۱۱/۵۷۳	۳۵۲			

a. پیش بین ها (ثابت): ساختار هیات مدیره شرکت

b. متغیر وابسته: مسئولیت پذیری اجتماعی

سطح اطمینان به دست آمده در جدول فوق نشان می دهد که مدل رگرسیونی به دست آمده مطلوب می باشد و متغیر حقوق و دستمزد قادر به تبیین مسئولیت اجتماعی است.

آزمون میزان تاثیر ساختار هیات مدیره شرکت بر مسئولیت پذیری اجتماعی

Sig	t	ضرایب استاندارد	ضرایب غیر استاندارد		مدل
		Beta	Std.error	B	
۰/۰۰۰	۱۹/۴۰۰	۰/۵۳۷	۰/۱۰۰	۱/۹۴۸	ثابت ساختار هیات مدیره
۰/۰۰۰	۱۱/۹۱۴		۰/۰۳۵	۰/۴۱۶	

نتایج حاصل از آزمون رگرسیون در جدول فوق نشان می دهد که در سطح اطمینان ۹۵ ساختار هیات مدیره شرکت بر مسئولیت پذیری اجتماعی تاثیر دارد و فرضیه فرعی سوم مورد پذیرش است. نتایج نشان می دهد که ساختار هیات مدیره با ضریب ۰/۵۳۷ بر مسئولیت اجتماعی تاثیر مثبت و متوسطی می گذارد.

نتیجه گیری کلی تحقیق و پیشنهادات

جمع بندی و نتیجه گیری کلی آزمون فرضیات تحقیق نشان می دهد که ، شفاف سازی اطلاعات مالی بر مسئولیت پذیری اجتماعی تاثیر معنی داری دارد. پس از انجام مراحل یک تحقیق علمی، اگر تحقیق در یک روند سیستماتیک و پژوهشگرانه صورت گرفته باشد، محقق محققاً می تواند نظراتی را هم در مورد یافته ها و نتایج تحقیق و هم راه کارها و پیشنهاد هایی را به منظور بهبود و بسط پژوهش های آتی بیان کند. بدین سبب در ادامه پیشنهاد هایی مطابق با نتایج تحقیق ارائه می شود.

برنامه ریزی جدی در جهت افزایش شفاف سازی اطلاعات مالی
ایجاد قوانین داخلی با ضمانت اجرایی قوی در ارتباط با افزایش شفاف سازی اطلاعات مالی
افشای مناسب وبه موقع اطلاعات مالی

برنامه ریزی جدی در جهت بهبود ساختار مالکیت شرکت
برنامه ریزی جدی در جهت بهبود ساختار هیات مدیره

منابع

۱. ارباب سلیمانی ، عباس . نظری ، محمود . (۱۳۷۸) ، اصول حسابداری ، تهران ، سازمان حسابرسی ، ج ۱، چاپ ششم .
۲. باتاچاریا ، گوری . جانسون ، ریچارد . (۱۳۹۶) ، مفاهیم و روش های آماری ، ابن شهر آشوب ، مرتضی . میکائیلی ، فتح . تهران ، انتشارات پیام نور ، ج ۲.
۳. بازرگان علی وهمکار (۱۳۷۷)، روش تحقیق در علوم رفتاری. تهران نشر آگاه
۴. بدری ، احمد . شناسایی عوامل مؤثر بر هموارسازی سود در جامعه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران . رساله دکترای حسابداری . دانشکده مدیریت دانشگاه تهران ۱۳۷۸ .
۵. حساس یگانه ، یحیی (۱۳۸۴)، مفاهیم حاکمیت شرکتی . ماهنامه حسابداری. شماره ۱۶۷، جلد ۱۲. ص ۱۴-۲۵
۶. حساس یگانه ، یحیی (۱۳۸۵)، حاکمیت شرکتی در ایران . فصلنامه حسابرس . شماره ۳۲. جلد ۷. ص ۳۳-۳۹
۷. خواجوی ، شکراله . ناظمی ، امین . (۱۳۸۴) ، بررسی ارتباط بین کیفیت سود و بازده سهام با تأکید بر نقش ارقام تعهدی در بورس اوراق بهادار تهران ، بررسی های حسابداری و حسابرسی ، سال دوازدهم ، ش ۴۰ تابستان ، صفحه ۶۰-۳۷ .
۸. دستگیر محسن ، ناظمی امین . بررسی نظرات استادان دانشگاه ها ، حسابداران حرفه ای و قانون گذاران در رابطه با مدیریت سود . مروری بر تحقیقات انجام شده در ایران . دانش و پژوهش حسابداری ۱۳۸۶ ، ۱۱ : ۱۲ .
۹. سینایی ، حمید (۱۳۸۸)، "بررسی رابطه شفاف سازی اطلاعات مالی و رفتار سرمایه گذاران در بورس اوراق بهادار تهران" . مجله تحقیقات مالی ، شماره ۱۱. جلد ۲۷
۱۰. فخاری ، حسین و سید روح الله تقوی (۱۳۸۸) بررسیهای حسابداری و حسابرسی ، دوره ۱۶ ، شماره ۵۷ ،

۱۱. فخاری، حسین - قره باغی، مهدی. (۱۳۸۷)، بررسی رابطه بین گزارشگری حسابرسان و کیفیت ارقام سود تعهدی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه مازندران.
۱۲. کارنامی، محمد مهدی (۱۳۸۷): استراتژی های انجام مسؤولیت اجتماعی سازمان ها، ماهنامه احیا، شماره.
۱۳. نوبخت زهر (۱۳۸۳)، "ارزیابی شفافیت اطلاعات شرکتها در بورس اوراق بهادار تهران". پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت مالی، دانشگاه آلهرا.
۱۴. مشایخی بیبا، صفری مریم. وجه نقد ناشی از عملیات مدیریت سود در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه بررسیهای حسابداری و حسابرسی ۱۳۸۵؛ ۴۴: ۳۵-۵۴.
۱۵. نیازی، علیرضا و امینی، غلامرضا (۱۳۸۷): استاندارد و مسؤولیت اجتماعی سازمان ها، ماهنامه کنترل کیفیت، شماره ۲۷،
۱۶. یوسفی وهمکار (۱۳۸۸)، "بررسی و آزمون رفتار توده وار سرمایه گذاران در بورس اوراق بهادار" مجله مدیریت و توسعه تحول. شماره ۲. جلد ۵

17. Born, P., Giaccotto, C. & Ritsatos, T. (2004). The Wealth and information effects of insurers open market stock repurchase announcements. *Risk Management and Insurance Review*, 17(11)
18. Brammer, S., Millington, A., Rayton, B. (2007): "The Contribution of Corporate Social Responsibility to Organizational Commitment", University of Bath, school of management, Working Paper Series: 20
19. Cai, J., Liu, Y. & Qian, Y. (2008). Information asymmetry and corporate governance. Retrieved from <http://ssrn.com/>
20. Dye R. Earnings management in an overlapping generations model. *Journal of Accounting Research* 1988 :26:195-235.
21. Francis j, Khurana I, Pereira R (2005), Disclosure incentives and effects on cost of capital around the world. *The Accounting Review* 2005 :80:1125-1163.
22. Hsiu, J., F. (2006). "Effect of financial information transparency on investor behavior in Taiwan stock market. ProQuest Database, 16(3)
23. Lobo, Gerald J. Zhou Jian, (2001), Disclosure Quality and Earning Management. Asia-pacific, *Journal of Accounting and Economics Symposium in Hong Kong*.
24. Salehi, M. and Azary, Z. (2009): "Stakeholders' Perceptions of Corporate Social Responsibility: Empirical Evidences from Iran", *International Business Research*, Vol. 2, No. 1.