

Business Group Affiliation and Corporate Sustainability Reporting

*Yasser Rezaei Pitenoei (Ph.D)**

*Mehdi Safari Gerayli (Ph.D)***

Abstract

Objective: One of the main characteristics of emerging economies is the important role of business groups. Business group affiliation can bring about various positive consequences for the firms related to such groups. This study aims to examine the effects of business group affiliation on corporate sustainability reporting level.

Method: The checklist developed by the Global Reporting Initiative, GRI, was used to measure the level of corporate sustainability reporting. The research hypothesis was applied to 102 firms listed in the Tehran Stock Exchange for the years 2013-2017, and then was tested, using multivariate regression based on panel data model.

Result: The findings suggest that business group affiliation is likely to improve the corporate sustainability reporting level. Moreover, the results of additional analysis reveal that the relationship between business group affiliation and sustainability reporting level is more pronounced in larger firms.

Conclusion: Affiliated companies to business groups have more incentives for sustainability reporting due to less concern for short-term financial interests.

Keywords: *Business Groups, Sustainability Reporting, Sustainable Development.*

Citation: Rezaei Pitenoei, Y., Safari Gerayli, M. (2019). Business group affiliation and corporate sustainability reporting. *Journal of Accounting Knowledge*, 10(3), 169-197.

*Assistant Professor of Accounting, University of Guilan, Rasht, Iran.

** Associate Professor of Accounting, Bandargaz Branch, Islamic Azad University, Bandargaz, Iran.

Corresponding Author: Yasser Rezaei Pitenoei (Email: rezaei.yasser@gmail.com).

Submitted: 13 September 2018

Accepted: 5 May 2019

DOI: 10.22103/jak.2019.12706.2787



انجمن حسابداری ایران

دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه شهید باهنر کرمان

مجله دانش حسابداری

دوره دهم، شماره ۳

پاییز ۱۳۹۸، پیاپی ۳۸

صص. ۱۶۹ تا ۱۹۷

عضویت در گروه‌های تجاری و گزارشگری پایداری شرکت

دکتر یاسر رضائی پیتنه‌نوئی*

دکتر مهدی صفری گرایلی**

چکیده

هدف: یکی از ویژگی‌های قابل توجه اقتصادهای نوظهور، نقش با اهمیت گروه‌های تجاری است. از این‌رو، در پژوهش حاضر تأثیر عضویت در گروه‌های تجاری بر سطح گزارشگری پایداری شرکت‌ها مورد بررسی قرار گرفت. روش: برای سنجش سطح گزارشگری پایداری شرکت‌ها از چک لیست سازمان گزارشگری جهانی (GRI) استفاده شد. فرضیه تحقیق نیز توسط نمونه‌ای متشکل از ۱۰۲ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۶ و با بهره‌گیری از الگوی رگرسیون چندمتغیره مبتنی بر تکنیک داده‌های ترکیبی مورد بررسی قرار گرفت.

یافته‌ها: نتایج پژوهش نشان می‌دهد که عضویت در گروه‌های تجاری موجب بهبود سطح گزارشگری پایداری شرکت‌ها می‌گردد. همچنین نتایج تجزیه و تحلیل اضافی حاکی از آن است که در شرکت‌های بزرگ‌تر، رابطه بین عضویت در گروه‌های تجاری و سطح گزارشگری پایداری قوی‌تر است.

* استادیار حسابداری، دانشگاه گیلان، رشت، ایران.

** دانشیار حسابداری، واحد بندرگز، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرگز، ایران.

نویسنده مسئول مقاله: یاسر رضائی پیتنه‌نوئی (رایانامه: rezaei.yasser@gmail.com).

تاریخ پذیرش: ۹۸/۲/۱۵

تاریخ دریافت: ۹۷/۶/۲۲

نتیجه‌گیری: شرکت‌های وابسته به گروه‌های تجاری به دلیل نگرانی کمتر نسبت به منافع مالی کوتاه مدت، از انگیزه‌های بیشتری برای گزارشگری پایداری برخوردارند.

واژه‌های کلیدی: گروه‌های تجاری، گزارشگری پایداری، توسعه پایدار.

استناد: رضائی پیته‌نوئی، یاسر؛ صفری گرایلی، مهدی (۱۳۹۸). عضویت در گروه‌های تجاری و گزارشگری پایداری شرکت، *دانش حسابداری*، ۱۰(۳)، ۱۹۷-۱۶۹.

مقدمه

در طی چند دهه گذشته و با افزایش سطح نگرانی‌ها و آگاهی نسبت به نیاز به توسعه پایدار و همچنین برآورده ساختن انتظارات ذینفعان، شرکت‌ها هدف خود را از به حداکثر رساندن سود به بهینه ساختن اهداف سه‌گانه، یعنی زیست محیطی، اجتماعی و اقتصادی تغییر داده‌اند (برزگر و غفاری، ۱۳۸۷). شرکت‌ها با بهره‌گیری از راهبرد پایداری زیست محیطی و انجام نوآوری‌های مختلف از جمله کاهش انتشار کربن و آلودگی، بازیافت منابع طبیعی و حفاظت از منابع انرژی، آب و دیگر منابع طبیعی اقدام به مشارکت در امر حفاظت از محیط زیست نموده، به این ترتیب اقدام به خلق ارزش زیست محیطی می‌نمایند. در بحث ایجاد ارزش اجتماعی نیز شرکت‌ها با اتخاذ راهبرد پایداری اجتماعی و انجام پروژه‌هایی در جهت کاهش فقر، عدالت و برابری اجتماعی و جنسیتی در توسعه و سلامت جامعه مشارکت می‌نمایند. این دو راهبرد در کنار راهبردهای اقتصادی، زمینه تشکیل راهبرد پایداری شرکت و دستیابی به اهداف سه‌گانه گزارشگری پایداری^۱ را فراهم می‌سازند (رأی و رای‌چادوری،^۲ ۲۰۱۸).

از سوی دیگر گروه‌های تجاری از جمله پدیده‌هایی است که در اقتصادهای نوظهور، اقتصادهای توسعه یافته و اقتصاد ایران نقش مهمی ایفا می‌کند (نظری و همکاران، ۱۳۹۵). اگرچه اهمیت گروه‌های تجاری در تحقیقات پیشین به‌طور تجربی اثبات شده است (رونی و همکاران، ۲۰۱۲)، اما درک اقتصاددانان از عملکرد گروه‌های تجاری هنوز هم ناچیز است. عضویت در گروه‌های تجاری می‌تواند پیامدهای مثبت زیادی برای شرکت‌ها در پی

داشته باشد که از جمله آنها می‌توان به کاهش مسائل نمایندگی و عدم تقارن اطلاعاتی (هوشی و همکاران^۳، ۱۹۹۱)، نظارت مؤثر بر رفتار مدیران (کاپلن^۴، ۱۹۹۴)، انعطاف‌پذیری بیشتر در تصمیم‌گیری‌ها (خدامی‌پور و همکاران، ۱۳۹۲)، مشکلات کمتر نقدینگی (کیم و بتیس^۵، ۲۰۱۴) و سهولت تأمین مالی (مشایخی و دلدار، ۱۳۹۵) اشاره نمود. علاوه بر این، اعتقاد بر این است که گروه‌های تجاری در انجام سرمایه‌گذاری‌های تکنولوژیکی، سازمانی و مالی در بخش حفاظت از محیط زیست و حمایت از نیازهای اجتماعی جوامع موجود در مناطق حوزه فعالیت آن شرکت‌ها نقش تعیین‌کننده‌ای داشته باشند (خانا و یافه^۶، ۲۰۰۷).

بر پایه ادبیات موجود و مزایای متعدد عضویت در گروه‌های تجاری، انتظار می‌رود که گروه‌های تجاری و شرکت‌های وابسته به آنها، نگرانی کمتری نسبت به منافع کوتاه‌مدت داشته، با مشارکت فعال در امر توسعه پایدار، نقش بسزایی در رشد اقتصادهای نوظهور داشته باشند (رای و رای‌چادوری، ۲۰۱۸). این موضوع علاوه بر بهبود وجهه عمومی گروه‌های تجاری و شرکت‌های وابسته به آنها در بین ذینفعان، منافع بلندمدتی را هم به دنبال داشته که تا حد زیادی به نفع جامعه نیز خواهد بود (پورتر و کرامر^۷، ۲۰۱۱). بر این اساس، انتظار می‌رود که عضویت در گروه‌های تجاری موجب بهبود سطح گزارشگری پایداری شرکت‌ها گردد. با وجود این در عمده مطالعات داخلی صورت گرفته، این موضوع نادیده انگاشته شده است و یک فضای خالی در ادبیات حسابداری و گزارشگری مالی برای تحقیق در این باره وجود دارد که این خود، انگیزه‌ای جهت انجام این پژوهش است. لذا، پژوهش حاضر در پی یافتن پاسخی برای این سؤال است که آیا عضویت در گروه‌های تجاری موجب بهبود سطح گزارشگری پایداری شرکت‌ها می‌گردد؟ انتظار می‌رود نتایج این پژوهش بتواند دستاوردها و ارزش افزوده علمی به شرح زیر داشته باشد:

اول اینکه نتایج پژوهش می‌تواند موجب بسط مبانی نظری پژوهش‌های گذشته در ارتباط با گزارشگری پایداری در کشورهای در حال توسعه نظیر بازار سرمایه ایران شود. علاوه بر این، شواهد پژوهش نشان خواهد داد که تا چه اندازه، عضویت در گروه‌های تجاری می‌تواند بر سطح گزارشگری پایداری شرکت‌ها اثرگذار باشد که این موضوع به‌عنوان یک دستاورد علمی می‌تواند اطلاعات سودمندی را در اختیار سرمایه‌گذاران، قانون‌گذاران بازار سرمایه، تدوین‌کنندگان استانداردهای حسابداری و سایر استفاده‌کنندگان اطلاعات حسابداری قرار دهد.

مبانی نظری پژوهش

گزارشگری پایداری

در طی دو دهه گذشته، مفهوم توسعه پایدار^۸ که اشاره به روابط متقابل ملاحظات اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی دارد، توجه بسیاری را به خود جلب نموده است (بورلند و لیندگرین،^۹ ۲۰۱۳؛ بورلند و همکاران^{۱۰}، ۲۰۱۶). بر اساس گزارش براتلند و کمیسیون جهانی محیط زیست و توسعه در سال ۱۹۸۷ میلادی، توسعه پایدار به‌عنوان تأمین نیازهای امروزی بدون ایجاد تهدیدی برای نیازهای نسل‌های آتی تعریف شده است (معصومی و همکاران، ۱۳۹۷). پایداری، سودآوری بلندمدت یک واحد تجاری را تحت تأثیر قرار داده و نقش مهمی را در حفظ روحيات و امید به آینده در ذینفعان ایفا می‌کند؛ بنابراین، به‌عنوان دارایی‌های راهبردی واحد تجاری قلمداد می‌شود.

پیشرفت‌های اخیر نشان می‌دهد شرکت‌ها به یک سیستم گزارشگری جدید نیاز دارند که تمامی عوامل اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی مؤثر بر عملیات شرکت را به‌عنوان مجموعه واحد در نظر بگیرد و برای رفع آن، حرفه حسابداری و حسابداران حرفه‌ای باید سیستم گزارشگری جدیدی طراحی نمایند (رأی و رای‌چادوری، ۲۰۱۸). بانسال^{۱۱} و همکاران (۲۰۱۵) نخستین پژوهشگری است که مفهوم جامعی از راهبرد پایداری شرکت بر اساس سه اصل یکپارچگی زیست محیطی، عدالت اجتماعی و رونق اقتصادی ارائه نمود. شرکت‌ها با توجه به مسئولیت خود در جامعه، رویه‌های مختلفی در حوزه‌های اقتصادی،

زیست محیطی و اجتماعی در پیش می‌گیرند تا بدین ترتیب، نیازهای ذینفعان را بر طرف نمایند. از جمله فعالیت‌های زیست محیطی شرکت می‌توان به کاهش مصرف انرژی، آب، کاهش تولید مواد زائد در فرایند تولید، کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای حاصل از فعالیت‌های تولیدی و زنجیره تأمین، تولید محصولات دوست‌دار طبیعت و از این قبیل اشاره نمود. در حوزه اجتماعی نیز تاکید شرکت‌ها بیشتر بر سلامت و امنیت کارکنان، عدالت اجتماعی، تعامل با جوامع محلی به منظور اطلاع از نیازهای آن‌ها و تلاش برای رفع آنها، اقدامات پیشگیرانه برای حصول اطمینان از عدم پیامدهای مضر عملیات‌های آنها در جوامع محلی و از این قبیل است. در حوزه اقتصادی نیز شرکت‌ها در صدد تضمین حیات اقتصادی خود از طریق سرمایه‌گذاری در زمینه توسعه مهارت‌های کارکنان از طریق آموزش‌های ضمن خدمت و در نتیجه افزایش فرصت‌های شغلی در جامعه هستند. اجرای مستمر این رویه‌ها در قالب یک الگوی پایدار نشان از راهبرد پایداری شرکت دارد (پورتر و کرامر، ۲۰۰۶).

پژوهش‌های صورت گرفته پیرامون گزارشگری پایداری حاکی از آن است که عواملی همچون ساختار مالکیت (صالح و همکاران^{۱۲}، ۲۰۱۰)، ویژگی‌های هیئت مدیره (السید^{۱۳}، ۲۰۰۷؛ چن و همکاران^{۱۴}، ۲۰۰۸) کیفیت حسابرسی (باتاچاریا^{۱۵}، ۲۰۱۴) و عضویت در گروه‌های تجاری (خانا و یافه، ۲۰۰۷؛ رأی و رای‌چادوری، ۲۰۱۸) بر سطح گزارشگری پایداری شرکت‌ها اثرگذار هستند.

گروه‌های تجاری و گزارشگری پایداری شرکت

یکی از ویژگی‌های قابل توجه اقتصادهای نوظهور، نقش با اهمیت گروه‌های تجاری است. خانا و ریو کین^{۱۶} (۲۰۰۱) تعریفی از گروه‌های تجاری ارائه کرده و بیان می‌کنند که گروه‌های تجاری به عنوان «مجموعه‌ای از شرکت‌ها تعریف می‌شوند که هر چند از نظر قانونی مستقل هستند، اما با یکدیگر روابط رسمی و غیر رسمی دارند و به یکسری اقدامات هماهنگ عادت کرده‌اند». خانا و پالپو^{۱۷} (۲۰۰۰) استدلال می‌کنند که گروه‌های تجاری با این هدف ایجاد می‌شوند تا به عنوان یک واکنش به محیط سازمانی ضعیف در اقتصادهای

در حال ظهور باشند. در اقتصادهای در حال ظهور، معاملات مالی می‌تواند به دلیل حمایت از سرمایه‌گذاران، اجرای قراردادها، ارتباطات و افشای پرهزینه اطلاعات انجام گیرد. از نظر قانونی گروه تجاری در استانداردهای حسابداری ایران تعریف شده است. بند ۴ استاندارد شماره ۱۸ گروه تجاری را به‌عنوان واحد تجاری اصلی و واحدهای فرعی آن تعریف می‌کند. در تعریف گروه تجاری از دو واژه واحد تجاری اصلی و واحد تجاری فرعی استفاده گردیده است. بند ۴ استاندارد ۱۸ و بند ۹ استاندارد ۱۹، واحد تجاری اصلی را به‌عنوان یک واحد تجاری که دارای یک یا چند واحد فرعی است و واحد تجاری فرعی را به‌عنوان یک واحد تجاری که تحت کنترل واحد تجاری دیگری (واحد تجاری اصلی) است، تعریف می‌کنند (کمیته تدوین استانداردهای حسابداری ایران، ۱۳۹۰).

عضویت در گروه‌های تجاری باعث ایجاد نوعی اطمینان در شرکت‌های وابسته خصوصاً شرکت‌های کوچک‌تر شده، آنها را در برابر هرگونه اقدام برای تصاحب مالکیت شرکت‌ها حفظ می‌کند و همچنین، نگرانی آنها را نسبت به منافع مالی کوتاه‌مدت کاهش می‌دهد (گرانتر^۸، ۲۰۰۵؛ هال و سوسکایس^۹، ۲۰۰۱). این نگرانی کمتر نسبت به منافع کوتاه‌مدت یکی از اصلی‌ترین ویژگی‌هایی است که باعث تمایز شرکت‌های عضو گروه‌های تجاری از سایر شرکت‌ها می‌شود. از سوی دیگر، گزارشگری پایداری شرکت که به مسائل زیست‌محیطی و اجتماعی می‌پردازد؛ مستلزم صرف منابع ارزشمندی است که ممکن است کاهش منافع کوتاه‌مدت را در پی داشته باشد. بنابراین، حساسیت کمتر گروه‌های تجاری نسبت به اهداف مالی کوتاه‌مدت باعث تشویق شرکت‌های عضو گروه به گزارشگری پایداری می‌شود (رأی و رای‌چادوری، ۲۰۱۸). علاوه بر این، براساس رویکرد شبکه‌ای، عضویت در گروه‌های تجاری به شرکت‌ها این امکان را می‌دهد تا از مزایای دسترسی به منابعی نظیر دانش تکنولوژیکی، منابع گسترده فناوری، منابع مشهود کمیاب و دانش و اطلاعات موجود در گروه‌های تجاری بهره‌مند گشته و ارتباطات بیشتری با سایر شرکت‌های مستقل دارای تخصص لازم در مسائل زیست‌محیطی و اجتماعی، داشته باشند.

این به نوبه خود موجب بهبود راهبردهای گزارشگری پایداری شرکت می‌گردد (مانیکاندان و رامانچاندرا^{۲۰}، ۲۰۱۵؛ فان و همکاران^{۲۱}، ۲۰۱۶).

بر پایه مطالب فوق استدلال می‌شود که شرکت‌های وابسته به گروه‌های تجاری به دلیل دغدغه‌های کمتر نسبت به منافع مالی کوتاه مدت از انگیزه‌های بیشتری برای گزارشگری پایداری برخوردارند. علاوه بر این، منابع مشهود و نامشهود در کنار اطلاعات و دانش مرتبط بر گرفته از شبکه گروه‌های تجاری، مکمل مناسبی برای منابع موجود در شرکت‌های وابسته جهت استفاده از راهبرد پایداری شرکتی هستند. بر پایه این استدلال، **رأی و رای چادوری (۲۰۱۸)** شواهدی مبنی بر وجود رابطه مثبت بین عضویت در گروه‌های تجاری و گزارشگری پایداری شرکت‌ها ارائه نمود. لذا با توجه به مطالب مطرحه فوق، فرضیه پژوهش به صورت زیر تدوین می‌گردد:

فرضیه پژوهش: عضویت در گروه‌های تجاری باعث بهبود سطح گزارشگری پایداری شرکت‌ها می‌گردد.

پیشینه پژوهش

رأی و رای چادوری (۲۰۱۸) به بررسی ارتباط بین عضویت در گروه‌های تجاری و گزارشگری پایداری شرکت‌ها پرداختند. نمونه آماری این پژوهش شامل ۳۲۶ شرکت - سال مشاهده طی سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۵ بوده است. نتایج پژوهش حاکی از آن است که عضویت در گروه‌های تجاری باعث بهبود سطح گزارشگری پایداری شرکت‌ها می‌شود. **کازی و یار^{۲۲} (۲۰۱۷)** به بررسی عوامل تعیین کننده گزارشگری پایداری و تأثیر آن بر ارزش شرکت پرداختند. با انتخاب نمونه‌ای متشکل از ۲۹۷ شرکت حاضر در بورس سهام ترکیه، نتایج پژوهش بیانگر تأثیر مثبت گزارشگری پایداری بر کیفیت گزارشگری مالی و ارزش شرکت بود. **چیتور و همکاران^{۲۳} (۲۰۱۵)** به بررسی نقش گروه‌های تجاری در بازارهای سرمایه در حال توسعه پرداختند. نمونه آماری این پژوهش شامل ۱۰۴۵۳ شرکت -

سال مشاهده طی سال‌های ۱۹۹۴ تا ۲۰۰۹ بوده است. نتایج پژوهش حاکی از آن است که عضویت در گروه‌های تجاری موجب بهبود عملکرد شرکت‌ها می‌گردد.

پاتانیک و همکاران^{۲۴} (۲۰۱۳) با انتخاب نمونه‌ای متشکل از ۲۵۱ شرکت سال مشاهده، تأثیر عضویت در گروه‌های تجاری بر شفافیت مالی شرکت‌ها را بررسی نمودند و به این نتیجه رسیدند که شرکت‌های عضو گروه تجاری از شفافیت کمتری برخوردارند. **منوس و همکاران^{۲۵} (۲۰۱۲)** طی پژوهشی تأثیر عضویت در گروه‌های تجاری بر سیاست تقسیم سود شرکت‌های هندی را بررسی نمودند و دریافتند که درصد توزیع سود در شرکت‌های عضو گروه تجاری در مقایسه با شرکت‌های مستقل کمتر است. **دهول و همکاران^{۲۶} (۲۰۱۲)** در پژوهشی با عنوان عضویت گروه‌های تجاری و کیفیت سود و با بکارگیری پنج معیار مختلف برای سنجش کیفیت سود، به این نتیجه رسیدند که کیفیت سود در شرکت‌های عضو گروه تجاری در مقایسه با شرکت‌های مستقل بیشتر است.

آلمیدا و کیم^{۲۷} (۲۰۱۲) به بررسی بازارهای سرمایه داخلی گروه‌های تجاری کره‌ای در بحران مالی آسیا پرداختند. نتایج پژوهش نشان دهنده تأثیر مثبت گروه‌های تجاری بر دسترسی به بازارهای سرمایه داخلی، پس از بحران مالی آسیا است. **ما و همکاران^{۲۸} (۲۰۰۶)** تأثیر گروه‌های تجاری بر عملکرد شرکت در اقتصادهای در حال توسعه را مورد بررسی قرار دادند. نمونه آماری تحقیق آنها شامل ۱۱۱۹ شرکت چینی پذیرفته شده در بورس‌های شنزن و شانگهای طی سال ۲۰۰۴ بود. نتایج آنها حاکی از وجود یک رابطه مثبت بین اثر متقابل عضویت در گروه تجاری و وضعیت مالکیت با عملکرد شرکت بود.

یلویی خمسلویی و همکاران (۱۳۹۷) تأثیر میزان شاخص‌های پایداری افشاء شده بر کیفیت سود شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۴ را مورد بررسی قرار دادند. یافته‌های پژوهش نشان داد که میزان شاخص‌های پایداری افشاء شده به صورت جامع تأثیر مثبت و معناداری بر کیفیت سود دارد. **معصومی و همکاران (۱۳۹۷)** متغیرهای مؤثر بر میزان گزارشگری پایداری شرکت‌های پذیرفته شده در

بورس اوراق بهادار تهران را بررسی نمودند. نمونه آماری پژوهش شامل ۱۳۰ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بود. نتایج آزمون فرضیه‌های تحقیق بیانگر آن است که متغیرهای اندازه شرکت، نقدینگی، سهامداران نهادی و دوگانگی وظایف مدیرعامل بر میزان گزارشگری پایداری شرکت‌ها تأثیر معناداری دارند. همچنین عمر شرکت، دارایی نامشهود و استقلال هیات مدیره بر میزان گزارشگری پایداری شرکت‌ها تأثیر معناداری ندارند.

فخاری و همکاران (۱۳۹۶) به ارائه الگویی برای رتبه‌بندی شرکت‌ها از لحاظ میزان گزارشگری زیست محیطی و اجتماعی و راهبری شرکتی (ای اس جی) به روش تحلیل سلسله مراتبی در ایران پرداختند. داده‌های پژوهش به روش تحلیل محتوا از گزارش‌های مالی ۷۹ شرکت فعال صنایع مختلف طی سال‌های ۹۰ تا ۹۴، جمع‌آوری گردید. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که ابعاد افشای اجتماعی، زیست محیطی و راهبری شرکتی به ترتیب دارای بیشترین امتیاز «ای اس جی» می‌باشند. **پورحیدری و قاسمی (۱۳۹۳)** به بررسی تأثیر عضویت در گروه‌های تجاری بر حساسیت جریان نقدی سرمایه‌گذاری پرداختند. نتایج آزمون فرضیه‌های تحقیق بیانگر آن است که بین جریان نقدی و سرمایه‌گذاری در شرکت‌های عضو گروه، رابطه معناداری وجود ندارد. **خدای پور و حبیبی (۱۳۹۲)** تأثیر عضویت در گروه‌های تجاری بر کیفیت سود را بررسی نمودند. نمونه آماری تحقیق شامل ۷۲ شرکت از شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۷۹ تا ۱۳۹۰ بوده است. نتایج حاصل از تحقیق بیانگر این بود که در شرکت‌های عضو گروه‌های تجاری کیفیت ارقام تعهدی بالاتر، قابلیت پیش‌بینی سود بالاتر و سود هموارتری نسبت به شرکت‌های مستقل وجود دارد.

روش‌شناسی تحقیق

تحقیق حاضر از نظر هدف، پژوهشی کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها از نوع تحقیقات نیمه تجربی پس‌رویدادی در حوزه تحقیقات اثباتی حسابداری است که با استفاده

از روش رگرسیون چند متغیره و الگوهای اقتصادسنجی انجام شده است. جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش را شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۲ الی ۱۳۹۶ تشکیل می‌دهد و نمونه انتخابی تحقیق نیز شرکت‌هایی می‌باشند که مجموعه شرایط زیر را دارا باشند:

۱. شرکت‌هایی که تاریخ پذیرش آنها در سازمان بورس اوراق بهادار قبل از سال ۱۳۹۲ بوده و تا پایان سال ۱۳۹۶ نیز در فهرست شرکت‌های بورسی باشند.
 ۲. به منظور افزایش قابلیت مقایسه، سال مالی آنها منتهی به پایان اسفند ماه باشد.
 ۳. طی سال‌های مذکور تغییر فعالیت یا تغییر سال مالی نداشته باشند.
 ۴. جزء شرکت‌های سرمایه‌گذاری و واسطه‌گری مالی نباشند (شرکت‌های سرمایه‌گذاری به علت تفاوت ماهیت فعالیت با بقیه شرکت‌ها در جامعه آماری منظور نشدند).
- پس از اعمال محدودیت‌های فوق تعداد ۵۱۰ سال - شرکت به عنوان نمونه آماری پژوهش انتخاب شدند. داده‌های مورد نیاز شرکت‌های منتخب 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 نیز از نرم‌افزار ره‌آورد نوین استخراج گردید.

الگوی پژوهش

به منظور آزمون فرضیه تحقیق، از الگوی رگرسیونی چندمتغیره زیر استفاده شده است:

$$CSU_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 BGA_{i,t} + \beta_2 SIZE_{i,t} + \beta_3 ROE_{i,t} + \beta_4 LEV_{i,t} + \beta_5 AGE_{i,t} + \sum \beta_j Industry_i + \sum \beta_k Year_t + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

که در الگوی فوق:

$CSU_{i,t}$ ، سطح گزارشگری پایداری شرکت i در سال t ، $BGA_{i,t}$ ، عضویت در گروه‌های تجاری شرکت i در سال t ، $SIZE_{i,t}$ ، اندازه شرکت، معادل لگاریتم فروش خالص سالیانه شرکت i در سال t ، $ROE_{i,t}$ ، سودآوری شرکت i در سال t ، $LEV_{i,t}$ ، اهرم مالی شرکت i در سال t ، $AGE_{i,t}$ ، سن شرکت i در سال t ، $Industry_i$ ، متغیرهای ساختگی

مربوط به نوع صنعت؛ $Year_t$ ، متغیرهای ساختگی مربوط به سال و $\varepsilon_{i,t}$ ، جزء خطای الگوی رگرسیون است. در ادامه به معرفی هر یک از متغیرهای پژوهش پرداخته می‌شود.

متغیر وابسته

سطح گزارشگری پایداری شرکت‌ها (CSU) به عنوان متغیر وابسته پژوهش در نظر گرفته شده است. شاخص مذکور با بررسی ادبیات نظری موضوع و متغیرهای مورد استفاده توسط سازمان گزارشگری جهانی^{۲۹} (GRI) که ارائه دهنده استانداردها و دستورالعمل‌ها در بحث پایداری است، استخراج می‌شود. این نهاد، چارچوب گزارشگری پایداری را برای کمک به سازمان‌ها جهت اندازه گیری و گزارشگری فعالیت‌ها و عملکرد مربوط به پایداری ایجاد می‌کند و توسعه می‌دهد. محتوای گزارشگری توصیه شده سازمان گزارشگری جهانی شامل اثرات اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی فعالیت‌های یک شرکت می‌شود. در پژوهش حاضر نیز برای محاسبه شاخص گزارشگری پایداری شرکت‌ها با توجه به ماهیت افشاکری در ایران، از چک لیست افشای گزارشگری پایداری سازمان گزارشگری جهانی (GRI)، به کار گرفته شده در پژوهش‌های **معصومی و همکاران (۱۳۹۷)** و **یلویی خمسلویی و همکاران (۱۳۹۷)** که با توجه به محیط گزارشگری کشور تعدیل شده، استفاده گردید. به طوری که ابتدا با مشاهده صورت‌های مالی، یادداشت‌های توضیحی و گزارش فعالیت هیئت مدیره شرکت‌های نمونه، وجود یا نبود اقلام موجود در چک لیست بررسی گردید. به طوری که اگر اقلام پایداری طبق چک لیست افشا شده باشند، امتیاز یک و اگر افشا نشده باشند، امتیاز صفر در نظر گرفته خواهد شد. در نهایت، امتیاز گزارشگری پایداری هر شرکت از تقسیم جمع امتیاز متعلق به هر شرکت بر کل موارد قابل افشاء به دست می‌آید. به طوری که:

$$CSU_{i,t} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{\sum_{i=1}^m T_i} \quad (2)$$

که در آن:

$CSU_{i,t}$ = امتیاز گزارشگری پایداری شرکت i در سال t ،

$$\sum_{i=1}^n Y_i = \text{کلیمه موارد افشا که شرکت از آن امتیاز یک را گرفته و}$$

$$\sum_{i=1}^m T_i = \text{کل موارد قابل افشاء است.}$$

عناوین کلی چک لیست گزارشگری پایداری بکار رفته در پژوهش به همراه تحلیل هر یک، در جدول شماره (۱) نشان داده شده است:

جدول شماره ۱. چک لیست افشاء گزارشگری پایداری شرکت

عنوان کلی	تحلیل
زمینه فعالیت شرکت	ماهیت کسب و کار و فعالیت، محصولات و خدمات اصلی، بازارهای اصلی و نقش و موقعیت سازمان، محل و موقعیت کارخانه اصلی و انجام عملیات، شکل قانونی، نوع مالکیت و شعبات شرکت و ...، ساختار سازمانی، گستردگی جغرافیایی و حوزه فعالیت‌ها، تغییرات احتمالی در زمینه فعالیت شرکت مانند تغییر اندازه، فعالیت‌ها، ادغام و مانند آنها، تاریخچه فعالیت شرکت.
اصول اساسی گزارشگری	دوره گزارش دهی، دامنه گزارش، شخصیت گزارشگر، مرزها و محدودیتها، مخاطبان هدف گزارش.
پوشش ویژگی‌های کیفی گزارشگری	مربوط بودن، قابلیت اتکا، شفافیت، قابل مقایسه بودن، به موقع بودن، قابلیت تأیید.
طراحی یک ساختار اثر بخش گزارشگری	گزارش باید دارای یک ساختار منطقی باشد به طوری که با پیام اصلی گزارش که قرار است به مخاطب برسد و با نیازهای اطلاعاتی آنها مرتبط باشد. ترتیب فصول به گونه‌ای باشد که در پایان یک داستان کامل از سازمان را بازگو نماید. ساختار گزارش باید به گونه‌ای باشد که موضوعات بیان شده و ترتیب آنها در خواننده این حس را به وجود آورد که گزارش دارای ساختار منظم و منطقی است.
خوانا بودن گزارش	زبان مورد استفاده در گزارش باید برای ذینفعان قابل درک و روان باشد. به همراه متن اصلی و هر جا لازم بود از نمودار، تصاویر گویا، نشانگرها با هدف قابل فهم سازی بیشتر گزارش و به صورت واقعی و مربوط استفاده شود.
امکانات خواندن سریع	گزارش باید دارای خلاصه‌ای موجز باشد و شامل مواردی بشود که به خواننده اجازه می‌دهد که در زمانی کوتاه و به طور اثربخش مهمترین پیام‌های گزارش را دریافت نماید. نشانه‌های کلیدی شامل اطلاعات کمی با بیشترین خاصیت مربوط بودن، که نشان‌دهنده روندهای گذشته فعالیت‌ها و جهت حرکت سازمان در آینده باشد.
ذینفعان اصلی و گزارش به مخاطبان هدف	گزارش شامل گروه‌های کلیدی ذینفعان سازمان و نگرانی‌ها و چالش‌های آنها باشد. ذینفعان موضوعات مختلف متفاوت است. برخی نگران محیط زیست و برخی نگران جامعه یا موضوعات اقتصادی هستند. ذینفعان ممکن است محلی، ملی و یا حتی بین‌المللی باشند. برخی ذینفعان کلیدی شامل کارکنان، اتحادیه‌های کارگری، مشتریان، مصرف‌کنندگان، عرضه‌کنندگان مواد اولیه، پیمانکاران، سرمایه‌گذاران، تحلیل‌گران، نهادهای مالی و سرمایه‌گذاری،

عنوان کلی	تحلیل
موضوعات مربوط (جنبه‌های با اهمیت)	<p>مراکز دولتی و قانون گذاری، سازمانهای محلی، ملی و بین المللی، همسایگان، سازمان‌های غیر دولتی، اتحادیه های تجاری و اصناف و .. هستند.</p> <p>موضوعات مربوط می‌تواند ماهیت و اثراتی محلی، منطقه‌ای، ملی و جهانی داشته باشند، موضوعات مربوط می‌توانند کوتاه مدت و یا بلندمدت باشند. موضوعات مربوط در رابطه زنجیره عرضه و زنجیره ارزش شرکت و تولیدات و خدمات اصلی آن هستند. این موضوعات ممکن است به کل صنعتی که شرکت در آن فعالیت می‌کند نیز مربوط گردند. موضوعات مربوط به محیط زیست می‌تواند شامل انرژی، آب، مواد خام مورد استفاده، ضایعات و فاضلاب و تاثیرات آن، تولید گازهای گلخانه‌ای، تغییرات آب و هوا، جنگل‌ها و مراتع و ... باشد. موضوعات مربوط به جامعه می‌تواند شامل تاثیرات و موضوعات مربوط به حقوق بشر، فعالیت‌های کارگری، جنبه های اجتماعی فعالیت‌های شرکت مانند نابرابری‌ها، فقر یا رفاه باشد. موضوعات مربوط به اقتصاد می‌تواند شامل جریان وجوه نقد مربوط به ذینفعان مختلف و یا سرمایه گذاری‌ها، تاثیرات مستقیم و غیرمستقیم اقتصادی و مالی گروه‌های مختلف ذینفع باشد. تأثیر سازمان بر آموزش و بیکاری جزء موضوعات مربوط است.</p>
چشم‌انداز توسعه پایدار و استراتژی‌ها	<p>اهداف و ارزش‌های سازمانی که در مورد اهداف و ارزش‌های اقتصادی، جامعه، محیط زیست و ... باشد باید به روشنی تدوین گردد. استراتژی کسب و کار سازمان شامل دیدگاه سازمان در قبال محیط زیست، جامعه و اقتصاد است. در این استراتژی به چگونگی حل مشکلات پایداری اشاره شده است. در استراتژی‌های پایداری برنامه‌های تحقیق و توسعه برای تکنولوژی‌های جدید، نوآوری‌های اجتماعی و خدمات جدید و برنامه‌های پژوهشی مانند ارتباط با دانشگاه موجود است. استراتژی‌های بازاریابی و مشارکت با سایر گروه‌ها و شرکت‌ها و برنامه‌های اجتماعی شرکت ممکن است در استراتژی‌های سازمانی دیده شود.</p>
تعهدات تدوین شده برای مدیران ارشد (اصول، ارزش‌ها و سیاست‌ها)	<p>ارزش‌ها و اصول سازمانی، بیانیه‌های فراگیری هستند که مدیران ارشد آنها را به عنوان پایه‌ها و هسته اصلی برای حداکثرسازی و دستیابی به اهداف سازمان دنبال می‌نمایند. سیاست‌ها، مدیران را هدایت یا راهنمایی می‌کنند و نشان دهنده نحوه رفتار کارکنان با ذینفعان داخلی و خارجی در انجام فعالیت‌های مختلفشان هستند. سازمان‌ها ممکن است از یک سری آیین‌های رفتار حرفه‌ای پیروی نمایند. در این بیانیه‌ها تعهدات مدیران ارشد و مدیران سطوح مختلف در مقابل ذینفعانشان ذکر می‌گردد.</p>
مسئولیت‌ها و ساختارهای سازمانی	<p>ساختار سازمان در گزارش کمیته‌ها، تیم‌ها و قسمت‌های مختلف سطوح سازمانی و برای مسائل مختلف پایداری تشریح می‌شود.</p>
اقدامات بهبودی	<p>اهداف به صورت کمی یا کیفی بوده و شامل اهداف ۳، ۵ یا ۱۰ ساله خواهد بود. این اهداف با چشم‌انداز پایداری، استراتژی‌های کسب و کار، استراتژی‌های مالی و سایر موضوعات مربوط به آینده مرتبط است و الزامات قانونی را نیز در نظر می‌گیرد. برنامه عملیات شامل فعالیت‌هایی است که سازمان باید جهت دستیابی به بهبود و موضوعات مربوط انجام دهد. برنامه عملیات</p>

تحلیل	عنوان کلی
<p>شامل تشریح برنامه‌ها و نحوه سازماندهی و نحوه حرکت و دستیابی اهداف و مدیریت و کنترل است. در برنامه‌ها چگونگی استفاده کارا از منابع، مأموریت و رسالت سازمان، راه‌های جلوگیری از اتلاف و ضایعات، عملیات در راستای زنجیره ارزش افزوده و چرخه حیات تجاری تولیدات و خدمات توضیح داده شده است.</p>	
<p>سیستم‌های مدیریت در راستای مسائل پایداری و موضوعات مرتبط شرح داده شده و ویژگی‌های عناصر مختلف سیستم و چگونگی انجام وظایف شرح داده شده است. فرایند تجاری شامل بازاریابی، طراحی و توسعه، تدارکات، انبارداری، تولیدات، توزیع، فروش، خدمات پس از فروش و ... و همچنین مسائل مالی و تأمین مالی، کنترل‌ها و مدیریت منابع انسانی هستند. بعلاوه چگونه یکپارچه سازی مسائل پایداری با فرایندهای تجاری و رویه‌ها در گزارشات پایداری توضیح داده می‌شود.</p>	<p>سیستم‌های مدیریت و فرایندهای کسب و کار یکپارچه</p>
<p>موارد مربوط شامل ریسک‌ها و فرصتهای کوتاه مدت و بلندمدت سازمان است.</p>	<p>تشریح مدیریت ریسک‌ها و فرصت‌ها</p>
<p>در گزارش نوآوری‌ها و تلاش‌های صورت گرفته برای بهبود و ابداع و معرفی تولیدات و خدمات جدید گزارش می‌گردد. این موارد به گونه ای است که حرکت به سمت بهبود محیط زیست و جامعه را تحقق می‌بخشد. نوآوری‌های اجتماعی و تکنولوژیک در فرایند توسعه بسیار مهم هستند و منجر به توسعه پایداری سازمان می‌شوند. نوآوری شامل طراحی محصولات و خدمات، تحقیق و توسعه، فرایندهای تولیدی، فروش و بازاریابی می‌گردند. فرایندهایی مانند تولیدات پاک، کایزن، چرخه کنترل، S&D و .. نمونه هایی از فرایندهای آوارانه هستند.</p>	<p>نوآوری برای پایداری بیشتر</p>
<p>گزارش‌های پایداری شامل مشارکت سازمان با مشتریان و ارتباط آنها با عرضه کنندگان و پیمانکاران برای اطمینان از حرکت به سمت پایداری در طول زنجیره عرضه و ارزش است. به طور نمونه استخراج مواد اولیه، فرایندهایی که توسط عرضه کنندگان مواد اولیه و پیمانکاران به کار گرفته می‌شود، در استفاده به وسیله مشتریان و استفاده کنندگان، در توزیع و ارزشگذاری، گزارش پایداری نحوه انتخاب و چگونگی تعامل با عرضه کنندگان و پیمانکاران و فرایندهای ارزیابی آنها و برنامه‌های زنجیره عرضه / ارزش را نمایش می‌دهد. این گزارش نتیجه گفتگوهای صورت گرفته با شرکت‌های همکار و مشتریان در راستای پایداری را تشریح می‌کند. گزارش اثرات اجتماعی مانند حذف کار کودکان، ایمن سازی محیط کار، بهبود شرایط کار، رفع تبعیضات کاری و حقوقی میان کارکنان و توسعه آموزش را در سازمان تشریح می‌نماید</p>	<p>زنجیره عرضه / ارزش پایدار</p>
<p>گزارش پایداری مستلزم گزارش در مورد عملکرد مالی و جنبه‌های اقتصادی پایداری است. برخی موارد افشاء شامل هزینه‌ها و سرمایه گذاری‌های جاری، مزایای کسب شده یا هزینه‌های صرفه جویی شده در اثر بهبود اندازه گیری و برنامه‌های مدیرتی اجتماعی و محیطی، مسئولیت مالی در مقابل ریسک‌های اجتماعی و محیطی و سرمایه گذاری‌های احتمالی آتی، بازده</p>	<p>شاخص‌های مالی</p>

عنوان کلی	تحلیل
اقتصادی و نحوه بازپرداخت بدهی‌ها و بازگشت سرمایه گذاری‌ها، مالیات و جرایم دولتی، جوایز دولتی، تاثیرات محیطی و اجتماعی سرمایه گذاری‌ها و مالیات، پرداخت‌های صورت گرفته به سازمان‌های خیریه، توضیح روندهای مهم و تاثیرات مالی و ... است.	مشارکت فعالانه و دخالت کارکنان در برنامه‌های پایداری در گزارش سازمان نشان داده می‌شود. گزارش چگونگی مشارکت کارکنان با برنامه‌های پایداری شامل تشریح فعالیت‌هایی از قبیل اقدامات انگیزشی، آموزش و ارتقاء سطح علمی، آگاهی و فنی کارکنان و ایجاد انگیزه‌های مالی است. میزان اثربخشی و چگونگی انجام این عملیات و به همان ترتیب سطح رضایتمندی کارکنان، جدیت و پایداری آنها به برنامه‌های پایداری در گزارش قابل اشاره است. در گزارش نحوه مدیریت دانش در سازمان و فرهنگ سازمانی، کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی و ساعات آنها، تعداد کارکنان شرکت کننده در کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی و اثرات این برنامه‌ها تشریح می‌گردد.
ارتباطات و مشارکت کارکنان (مدیریت دانش)	منظور از جوامع مدنی کلیه گروه‌ها و جوامع غیر دولتی است که می‌توان به طور نمونه از بسیاری از مشتریان، سازمان‌های غیردولتی و گروه‌های ذینفع عمومی نام برد. این موارد شامل همکاری‌هایی با این گروه‌ها می‌گردد که منجر به بهبود شرایط اجتماعی، محیطی و اقتصادی گردد (مانند کاهش نقاط ضعف موجود از قبیل بدهکاری‌ها، نابرابری‌ها و تبعیضات) و افزایش مزایا (مانند بهبود شرایط زندگی، دستیابی به نیازهای اولیه و اطلاعات). برخی از موارد فوق شامل همکاری با انجمن‌های محلی مصرف-کنندگان، گروه‌های ذینفع عمومی، مبارزه با فقر در قسمت‌های کمتر توسعه یافته محلی یا ملی، کاهش طبقاتی میان فقیر و غنی، کمک به تهیه داروهای مورد نیاز، تهیه امکانات و تسهیلات عمومی و گسترش آنها مانند آب و فاضلاب، برق، گاز و مانند آن است. شرکت در موقع بلایای طبیعی به کمک جامعه و محیط خود بیاید. شرکت با انجمن‌ها و عملیات داوطلبانه سبز همکاری کرده و در پاکسازی محیط زیست، جنگل‌ها و مراتع همکاری داشته باشد.
مشارکت و ارتباطات با جامعه مدنی	گزارش شامل قوانین، دستورالعمل‌هایی است که توسط دولت، مقامات قانونگذاری و سازمان‌های ذیربط وضع می‌شوند و شرکت‌ها باید تحت آن قوانین فعالیت نمایند. قوانین تجاری و کسب و کار، استانداردهای مالی، مدیریتی و تکنیکی و دستورالعمل‌های حسابداری از آن جمله هستند.
چارچوب شرایط و قوانین و سیاستهای عمومی	اطلاعات کمی و معنادار عملکرد در مورد عملکرد و پیشرفت عملیاتی واحد تجاری به صورت مشخص و شفاف ارائه می‌گردد. این اقلام برای تصمیم‌گیری مفید و مورد نیاز ذینفعان هستند. برخی از این آمار و ارقام شامل داده‌های مربوط به مواد اولیه و منابع مورد استفاده در فرایندها، محصولات ضایعاتی و معیوب، داده‌های مربوط به تولید گازهای گلخانه‌ای یا فاضلاب‌ها، موضوعات مربوط به برنامه‌های اجتماعی و محیط زیست، نسبت‌های مربوط به کارایی و بهره‌وری، شاخص‌های مربوط به چرخه عمر، آمار مربوط به نوسازی و تجدید منابع است.
استفاده اثربخش و بامعنی از واحدهای سنجش و شاخص‌ها	

عنوان کلی	تحلیل
داده‌های کیفی و دقیق خاص	گزارشگری داده‌های با کیفیت و دقیق جزئی از ایجاد اطلاعات قابل اتکاتر است. گزارش عملکرد کمی همچنین شامل توضیحاتی در مورد سیستم جمع آوری، چگونگی انجام اندازه گیری ها و اداره اطلاعات ارائه شده در گزارش است و نیز هرگونه ابهام در مورد اطلاعات نیز افشاء می‌شود. این موضوع همچنین قابلیت تفسیر و نتیجه گیری از اطلاعات را تعیین می‌نماید؛ به عنوان مثال تعداد اعشارهای با اهمیت ارائه شده برای ارقام، منعکس کننده دقت آنها است. تشریح فرایندها، رویه ها و سیستم جمع آوری اطلاعات و داده‌های یکپارچه شده و منتقل شده شامل توضیحاتی در مورد قابلیت ساختاردهی به همه گزارشات شرکت برای اطمینان از یک شکل بود ایجاد داده و ارزیابی داده‌ها است.
نشان دادن روندها	گزارش شامل روندهایی است که حاکی از بهبود یا تضعیف عملکرد شرکت در طی چند دوره است. روندها ممکن است سالانه یا ماهانه باشد. این ابزار نه فقط اطلاعاتی برای دوره مالی جاری را نشان می‌دهد بلکه اطلاعات مربوط به چند دوره مالی قبل را هم در بر می‌گیرد و به خواننده این امکان را می‌دهد عملکرد دوره‌های گزارشگری مختلف را با هم مقایسه نماید تا بفهمد چه تغییرات قابل توجهی رخ داده است. روندها از طریق جدول‌ها، نمودارها، شکل‌های گرافیکی برای نمایش آسان و قابل مقایسه توسعه عملکرد ارائه می‌گردد. معمولاً روندها و اطلاعات حداقل سه سال اخیر نمایش داده می‌شود. تغییرات در روندها و علت آنها توضیح داده می‌شود.
ایجاد اهداف	منظور از اهداف، عملکرد پیش بینی شده آتی واحد تجاری است، که مدیران خود را متعهد به دستیابی به آن می‌دانند. گزارش شامل اهداف تعیین شده و میزان دستیابی به آنها و انحرافات موجود و اهداف آتی است. اهداف آتی شامل اهدافی هستند که برای زمانی در آینده و برای بعد از دوره مورد گزارش تعیین شده‌اند. اهداف آتی در کنار عملکرد گذشته و سطحی از اهداف که در دوره جاری به آن دست پیدا کرده شده قرار داده می‌شود. اگر اهداف به صورت کمی و قابل دست یابی و بر پایه دلایل منطقی تعیین شوند در تصمیم گیری مدیران و سایر ذینفعان مهم خواهند بود.
تفسیرها و محک زنی (بنچ مارکینگ)	تفسیر شامل عملکرد دستیابی شده در زمینه فعالیت های شرکت و منطق پشتوانه آن است. بنچ مارکینگ در نظر گرفتن بهترین ها در هر زمینه ای است. تفسیر و بنچ مارکینگ عملکرد به رهبران این امکان را می‌دهد که بهتر متوجه عملکرد سازمان و نتایج بشوند.
افراد درگیر با ذینفعان (گفتگوها و پیامدهای آن)	مشارکت و درگیر شدن با ذینفعان به معنی تعامل با آنان با هدف اعطای نقش فعالانه‌تر به ذینفعان در فرایند گزارشگری است. روش‌های این تعامل از طریق پرسشنامه، نوشتن نظرات، مشورت، تمرکز روی گروه‌های خاص، بحث و گفتگو از طریق وب، سمینارها و ... است. تعاملات با ذینفعان شامل گفتگوها با یک یا چندین گروه ذینفعان برای دستیابی به تفاهم متقابل و آگاهی از نیازهای اطلاعاتی آنها است. ذینفعان بلقوه در میان مشتریان، عرضه-کنندگان، کارکنان، سرمایه‌گذاران، مقامات قانونی، گروه‌های عمومی و سازمان‌های غیر دولتی قرار دارند. روش‌ها تعاملات باید افشاء شوند.

عنوان کلی	تحلیل
تعادل میان موضوعات و پایداری (جنبه‌های مربوط و سومندی)	<p>گزارش تصویری از سازمان و موضوعات کلیدی پایداری و چالش‌های پیش‌رو نشان می‌دهد. گزارش موضوعاتی را که با عملکرد سازمان مربوط است را پوشش می‌دهد. میان موضوعات پوشش داده شده در گزارش و ذینفعان کلیدی تناسب منطقی وجود دارد. حوزه‌های خاص، بنگاه اقتصادی و دوره گزارشگری نیز جزء موضوعات اصلی است. میان چالش‌ها و موضوعات حل‌نشده و داستان موفقیت باید توازن وجود داشته باشد.</p>
نشان دادن ارتباط میان واقعیت	<p>گزارش اهداف عملکردی و اهداف مبتنی بر واقعیت را نمایش داده و اهداف دستیابی شده با توجه به بهبودها و شکست‌ها را تشریح و کلیه واقعیت‌های موجود را نشان می‌دهد. ارتباط با واقعیت از طریق برخی ویژگی‌ها به شرح زیر صورت می‌گیرد: اهداف عملکردی، واقعیت‌ها و ناکامی‌ها، شرح اتفاقات به گونه‌ای صحیح و عینی و تشریح افراد واقعی، کسانی که روابط خاصی با سازمان و اطلاعات فراهم شده دارند. گزارش شامل پذیرش واقعیت‌ها و تلاش‌های صورت گرفته برای حل مشکلات است. اهداف دستیابی نشده و مشکلات حل‌نشده و مشکلات دائمی توضیح داده می‌شود. نقل قول‌هایی از کارکنان و ذینفعان در گزارش درج می‌گردد. از بحث‌های بدون محتوی اجتناب می‌شود.</p>
تواناسازی دسترسی و تعامل برای ارتباط، بازخورد و اطلاعات بیشتر	<p>مکانیسم‌هایی برای ارتباط و بازخورد شامل ویژگی‌هایی ارتباطی و مشوق‌هایی برای هر نوع بازخورد و استفاده از پرسشنامه در نظر گرفته می‌شود. هر چقدر ارتباطات مستقیم‌تر و موثرتر باشد، خوانندگان می‌توانند بازخورد موثرتری داشته باشند و حتی بر روی عملکرد و گزارش آتی واحد تجاری تأثیر داشته باشند. فرصت آفرینی برای اطلاعات به معنی ایجاد امکاناتی برای دسترسی بیشتر خوانندگان به اطلاعات خاص و اطلاعات بیشتر است. هر چقدر اطلاعات خاص‌تری برای استفاده کنندگان فراهم گردد، نیازهای اطلاعات به شکل بهتری ارضاء شده و اعتبار بیشتری از گزارشگری حاصل می‌شود.</p>
استفاده از خدمات اطمینان بخشی (تأیید کنندگی)	<p>گزارش و اطلاعات آن به تأیید شخص ثالث مستقل برای ایجاد اطمینان می‌رسد. گزارش پیرامون اعتباردهی به گزارش پایداری افزوده شده و موارد زیر برای آن در نظر گرفته می‌شود: تأیید کنندگان دارای دانش و مهارت کافی در مورد موضوعات مطرح شده در گزارش هستند. گزارش تأیید کنندگی باید شامل حوزه مورد گزارش و رویه‌های مورد استفاده باشد. آیا گزارش تأییدیه به شکلی غیر مبهم و شفاف، واضح و قابل فهم ارائه شده یا خیر. در مورد چگونگی استفاده از تفسیر و بیانیه اعتباردهی توضیحاتی ارائه شود. در گزارش اعتباردهی نام، مشخصات و آدرس اعتباردهنده، رویه‌های مورد استفاده، دوره مورد گزارش، موضوعات و سایر داده‌های مورد نیاز و لازم ارائه می‌شود.</p>

متغیر مستقل

متغیر مستقل این پژوهش، عضویت در گروه‌های تجاری^{۳۰} (BGA) است. متغیر مذکور، یک متغیر مجازی بوده که اگر شرکت، عضو گروه تجاری باشد؛ مقدار ۱ و در غیر اینصورت (شرکت مستقل)، صفر در نظر گرفته می‌شود (رأی و رای‌چادوری، ۲۰۱۸).

متغیرهای کنترلی پژوهش

اندازه شرکت (SIZE): شرکت‌های بزرگ‌تر بیشتر در معرض دید ذینفعان و رسانه‌ها قرار دارند، که این مسئله تأثیر بسزایی بر مشروعیت و شهرت آنها داشته (بانسال، ۲۰۰۵؛ فومبران^{۳۱}، ۱۹۹۶) و می‌تواند بر راهبرد پایداری شرکتی آنها تأثیرگذار باشد؛ از این رو اندازه شرکت به‌عنوان متغیر کنترلی در نظر گرفته شده که از طریق لگاریتم فروش خالص شرکت محاسبه می‌شود.

سودآوری (ROE): از تقسیم سود خالص بر ارزش بازار حقوق صاحبان سهام شرکت محاسبه شده و در پژوهش رأی و رای‌چادوری (۲۰۱۸) نیز کنترل شده است.

اهرم مالی (LEV): شواهد تجربی موجود (بانسال و همکاران، ۲۰۱۵؛ وادوک و گریوز^{۳۲}، ۱۹۹۷) نشان می‌دهد که شرکت‌های اهرمی به دلیل مواجهه با آشفتگی مالی تمایل چندانی به انجام سرمایه‌گذاری بلندمدت، خصوصاً در فعالیتهای مرتبط با پایداری شرکتی ندارند. بر این اساس در پژوهش حاضر، اهرم مالی نیز به‌عنوان یکی دیگر از متغیرهای کنترلی وارد الگو شده که از تقسیم مجموع بدهی بر ارزش دفتری دارایی‌های شرکت محاسبه می‌شود.

سن شرکت (AGE): این متغیر که بر اساس فاصله زمانی بین تاریخ تأسیس شرکت تا پایان دوره زمانی پژوهش اندازه‌گیری می‌شود، در پژوهش‌های معصومی و همکاران (۱۳۹۷) و رأی و رای‌چادوری (۲۰۱۸) نیز به‌عنوان متغیر کنترلی در نظر گرفته شده است.

اثرات صنعت (Industry): بیانگر نوع صنعت است که به صورت یک متغیر مجازی سنجیده شده است. طبق اکثر تحقیقات انجام شده (کازی و یار، ۲۰۱۷؛ فان و همکاران، ۲۰۱۶) سطح گزارشگری پایداری شرکت‌ها در صنایع مختلف می‌تواند متفاوت باشد.

اثرات سال (Year): یک متغیر مجازی است و برای در نظر گرفتن اثرات تصادفی سال وارد الگوی رگرسیونی خواهد شد.

از آنجا که داده‌های ترکیبی از نظر تعداد مشاهدات، پایین بودن احتمال همخطی بین متغیرها، کاهش تورش برآورد و ناهمسانی واریانس بر الگوهای مقطعی یا سری زمانی برتری دارند (گجراتی، ۲۰۰۹)، به منظور برآورد الگوهای تحقیق از تکنیک داده‌های ترکیبی استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی

جدول شماره (۲)، آمار توصیفی متغیرهای مورد آزمون که شامل برخی شاخص‌های مرکزی و پراکندگی است را برای نمونه‌ای متشکل از ۵۱۰ شرکت سال مشاهده در فاصله زمانی سال‌های ۱۳۹۲-۱۳۹۶ نشان می‌دهد.

جدول شماره ۲. آمار توصیفی مربوط به متغیرهای تحقیق

متغیر	نماد متغیر	میانگین	میانه	حداقل	حداکثر	انحراف معیار
سطح گزارشگری پایداری	CSU	۰/۱۶۷	۰/۱۳۳	۰/۰۶۷	۰/۴۳۳	۰/۱۰۱
اندازه شرکت	SIZE	۱۲/۰۸۵	۱۲/۰۱۹	۱۰/۴۸۶	۱۴/۴۱۱	۰/۶۰۱
سودآوری	ROE	۰/۱۲۴	۰/۱۳۵	-۰/۸۴۲	۰/۵۶۱	۰/۱۳۲
اهرم مالی	LEV	۰/۵۸۳	۰/۵۹۲	۰/۰۹۱	۱/۱۳۲	۰/۱۸۳
سن شرکت	AGE	۳۷/۶۵۹	۴۰	۱۰	۶۲	۱۲/۶۲۰

همان گونه که در این جدول ملاحظه می‌شود، میانگین سطح گزارشگری پایداری شرکت‌های مورد بررسی حدود ۱۷ درصد بوده که بیانگر آن است که شرکت‌ها توجه کمی به ابعاد گزارشگری پایداری داشته‌اند. سود خالص شرکت‌های نمونه نیز به طور متوسط، معادل ۱۲ درصد ارزش بازار حقوق صاحبان سهام آنهاست. همچنین، ملاحظه مقدار میانگین متغیر اهرم مالی حکایت از آن دارد که به طور متوسط حدود ۵۸ درصد از دارایی‌های شرکت‌های مورد بررسی از طریق استقراض، تأمین مالی شده‌اند. متوسط عمر

شرکت‌های نمونه حدود ۳۸ سال است. جدول شماره (۳) شاخص‌های درصد فراوانی و نما (مد) را برای متغیر دو وجهی ارائه می‌کند:

جدول شماره ۳. درصد فراوانی و نما (مد) برای متغیرهای دو وجهی

متغیر	نماد متغیر	درصد فراوانی ۱	درصد فراوانی صفر	مد
عضویت در گروه‌های تجاری	BGA	٪۶۹/۶	٪۳۰/۴	۱

با توجه به جدول فوق می‌توان دریافت که اکثر شرکت‌های مورد بررسی عضو گروه‌های تجاری هستند.

نتایج آزمون فرضیه

در داده‌های ترکیبی ابتدا از آزمون F لیمر استفاده می‌شود تا تلفیقی یا تابلویی بودن داده‌ها مشخص گردد و در صورت استفاده از روش داده‌های تابلویی، به منظور این که مشخص گردد کدام روش (اثرات ثابت یا اثرات تصادفی) برای برآورد الگو مناسب‌تر است، از آزمون هاسمن استفاده می‌شود. همچنین به منظور بررسی نرمال بودن توزیع اجزای اخلال الگو از آزمون جارک-برا و برای تشخیص ناهمسانی واریانس و خودهمبستگی سریالی در الگو، به ترتیب از آزمون نسبت درست‌نمایی (LR) و وولدریج استفاده گردید که نتایج حاصل از این آزمون‌ها در جدول شماره (۴) ارائه شده است.

جدول شماره ۴. نتایج آزمون‌های مورد استفاده برای الگو پژوهش

نوع آزمون	آماره آزمون	سطح معناداری	نتیجه آزمون
آزمون F لیمر	۸/۷۰۱	۰/۰۰۰	کارایی روش تابلویی
آزمون هاسمن	۱۵/۰۷۹	۰/۰۱۳	کارایی روش اثرات ثابت
آزمون جارک-برا	۴/۲۰۹	۰/۱۴۴	نرمال بودن اجزای اخلال الگو
آزمون نسبت درست‌نمایی	۳۸۲/۶۲	۰/۰۰۰	وجود ناهمسانی واریانس
آزمون وولدریج	۱/۸۱۸	۰/۱۷۳	عدم وجود خود همبستگی

با توجه به جدول فوق، آزمون F لیمر و سطح معناداری آن (۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۵ بوده لذا فرضیه صفر آزمون رد شده و بیانگر آن است که باید از روش داده‌های تابلویی استفاده شود. همچنین با توجه به نتایج آزمون هاسمن و سطح معناداری آن (۰/۰۱۳)، لازم است که الگو با استفاده از روش اثرات ثابت برآورد گردد. نتایج آزمون نسبت

درست‌نمایی و سطح معناداری آن نشان می‌دهد که الگو دارای مشکل ناهمسانی واریانس است. به منظور رفع این مشکل، از روش حداقل مربعات تعمیم یافته (GLS) برای برآورد الگو استفاده می‌شود. همچنین، سطح معناداری آزمون وولدریج (۰/۱۷۳) حاکی از عدم وجود خودهمبستگی سریالی در الگو است. علاوه بر این، به منظور اطمینان از عدم وجود مشکل همخطی بین متغیرهای توضیحی، آزمون همخطی با استفاده از عامل تورم واریانس (VIF) مورد بررسی قرار گرفت که نتایج این آزمون در جدول (۵) ارائه شده است. با توجه آنکه مقادیر این آماره برای متغیرهای توضیحی کمتر از ۱۰ است، لذا هم‌خطی بین آنها وجود ندارد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه تحقیق در جدول شماره (۵) ارائه شده است.

جدول شماره ۵. نتایج آزمون فرضیه پژوهش

آماره همخطی		آماره t	خطای استاندارد	ضرایب	متغیرها
تلورانس	VIF				
-	-	۲/۱۰۴	۰/۰۹۷	۰/۲۰۵*	C
۰/۸۴۸	۱/۱۸	۲/۳۲۸	۰/۰۲۷	۰/۰۶۳*	BGA
۰/۷۷۵	۱/۲۹	۳/۰۴۲	۰/۰۵۵	۰/۱۷۱**	SIZE
۰/۸۲۶	۱/۲۱	۱/۵۱۷	۰/۰۲۶	۰/۰۳۹	ROE
۰/۷۹۴	۱/۲۶	-۲/۴۶۶	۰/۰۴۲	-۰/۱۰۳*	LEV
۰/۸۱۳	۱/۲۳	۰/۹۱۶	۰/۰۱۴	۰/۰۱۳	AGE
		بلی			Industry
		بلی			Year
۰/۰۰۰		F	سطح معناداری	۱۱/۱۱۷	F آماره
۱/۹۲۲			آماره دوربین - واتسون	۰/۵۹۳	ضریب تعیین تعدیل شده

* ** به ترتیب در سطح ۵٪ و ۱٪ معنادار است.

با نگاهی به مقدار آماره F و سطح معناداری آن (۰/۰۰۰) می‌توان دریافت که الگوی رگرسیونی برازش شده در سطح اطمینان ۹۵ درصد به طور کلی معنادار است. با توجه به مقدار ضریب تعیین تعدیل شده الگو می‌توان ادعا نمود که متغیرهای مستقل و کنترلی الگو حدود ۵۹ درصد از تغییرات متغیر وابسته را توضیح می‌دهند. همان‌طور که در جدول فوق

ملاحظه می‌شود، ضریب برآوردی و آماره t مربوط به متغیر گروه تجاری (BGA) مثبت و در سطح خطای ۵ درصد معنادار بوده که حاکی از وجود رابطه مثبت معنادار بین عضویت در گروه‌های تجاری و سطح گزارشگری پایداری شرکت‌ها است. بر مبنای این شواهد، فرضیه پژوهش پذیرفته می‌شود.

تجزیه و تحلیل حساسیت

به منظور بررسی بیشتر موضوع و برای تحلیل حساسیت نتایج پژوهش، نتایج مربوط به الگو با توجه به اندازه شرکت‌ها به طور دقیق‌تر مورد بررسی قرار گرفت. برای این منظور، شرکت‌ها بر اساس اندازه به شرکت‌های بزرگ (با اندازه بیشتر از میانه کل نمونه) و شرکت‌های کوچک (با اندازه کمتر از میانه کل نمونه) تفکیک و به شرکت‌های بزرگ عدد ۱ و شرکت‌های کوچک عدد ۰ اختصاص داده شد. سپس اثر تعدیل‌کنندگی اندازه شرکت بر رابطه بین عضویت در گروه‌های تجاری و سطح گزارشگری پایداری شرکت‌ها بررسی شد که نتایج مربوط به الگوی برازش شده در جدول (۶) ارائه شده است.

جدول شماره ۶. نتایج حاصل از برازش الگو با توجه به اندازه شرکت‌ها

متغیرها	ضرایب	خطای استاندارد	آماره t
C	۰/۳۱۸ *	۰/۱۳۱	۲/۴۳۳
BGA	۰/۰۷۲ *	۰/۰۲۹	۲/۵۰۱
SIZE	۰/۱۷۵ **	۰/۰۵۶	۳/۱۱۹
BGA*SIZE	۰/۰۵۵ *	۰/۰۲۵	۲/۲۰۸
ROE	۰/۰۲۸	۰/۰۱۷	۱/۶۰۹
LEV	-۰/۰۹۶ *	۰/۰۴۴	-۲/۱۸۸
AGE	۰/۰۴۵ *	۰/۰۲۲	۲/۰۰۵
Industry		بلی	
Year		بلی	
آماره F	۱۱/۶۰۲	سطح معناداری F	۰/۰۰۰
ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۶۱۸	آماره دوربین - واتسون	۱/۹۶۴

*** به ترتیب در سطح ۵٪ و ۱٪ معنادار است.

همان طور که در جدول فوق مشاهده می‌شود ضریب برآوردی و آماره t مربوط به متغیر تعاملی $BGA*SIZE$ مثبت و در سطح خطای ۵ درصد معنادار است. یعنی می‌توان گفت که در شرکت‌های بزرگتر، رابطه بین عضویت در گروه‌های تجاری و سطح گزارشگری پایداری شرکت‌ها قوی‌تر است.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در سال‌های اخیر همواره گزارشگری پایداری شرکتها و ابعاد تاثیرگذار بر آن، از دیدگاه گروه‌های مختلف استفاده کننده از گزارشها و صورتهای مالی شرکتها مورد توجه بوده است. بر این اساس، پژوهش‌های مختلف صورت گرفته به بررسی عوامل مؤثر بر سطح گزارشگری پایداری شرکتها پرداخته، نشان دادند که یکی از این عوامل، عضویت در گروه‌های تجاری است. از این رو، در پژوهش حاضر تأثیر عضویت در گروه‌های تجاری بر گزارشگری پایداری شرکتها مورد بررسی قرار گرفت. نتایج پژوهش حاکی از آن است که عضویت شرکتها در گروه‌های تجاری باعث بهبود سطح گزارشگری پایداری آنها می‌گردد. تأیید فرضیه فوق، مبین آن است که از آنجا که گزارشگری پایداری شرکت، مستلزم صرف منابع ارزشمندی است که ممکن است کاهش منافع کوتاه‌مدت را در پی داشته باشد و عضویت در گروه‌های تجاری نیز باعث ایجاد نوعی اطمینان در شرکت‌های وابسته خصوصاً شرکت‌های کوچک‌تر شده و نگرانی آنها نسبت به منافع مالی کوتاه‌مدت را کاهش می‌دهد. لذا، شرکت‌های وابسته به گروه‌های تجاری به دلیل نگرانی کمتر نسبت به منافع مالی کوتاه مدت، از انگیزه‌های بیشتری برای گزارشگری پایداری برخوردارند. نتیجه بدست آمده در این تحقیق با یافته‌های پژوهش **رای و رای چادوری (۲۰۱۸)** مبنی بر وجود رابطه مثبت بین عضویت در گروه‌های تجاری و سطح گزارشگری پایداری شرکتها، همخوانی دارد.

براساس یافته‌های پژوهش حاضر، به سرمایه‌گذاران و فعالان بازار سرمایه پیشنهاد می‌گردد که به شرکت‌های عضو گروه‌های تجاری توجه بیشتری داشته باشند؛ چرا که

نتایج نشان می‌دهد شرکت‌های عضو گروه‌های تجاری در مقایسه با سایر شرکت‌ها از سطح گزارشگری پایداری بهتری برخوردار هستند. همچنین، به سازمان بورس اوراق بهادار به عنوان نهاد نظارتی نیز پیشنهاد می‌شود که با وضع دستورالعمل‌هایی، زمینه لازم برای اعمال برخی سیاست‌های تشویقی در خصوص افشای بیشتر اطلاعات مرتبط با پایداری شرکت‌ها را فراهم ساخته و تدابیری اتخاذ نماید تا امتیاز گزارشگری پایداری شرکت‌ها محاسبه و بر اساس آن رتبه‌بندی شرکت‌ها صورت پذیرد. علاوه بر این، با توجه به جهانی شدن مبحث پایداری و با توجه به این که در حال حاضر سطح گزارشگری پایداری در شرکت‌های ایرانی پایین است؛ به تدوین کنندگان استانداردهای حسابداری پیشنهاد می‌گردد که استانداردهایی را در جهت بهبود گزارشگری پایداری شرکت‌ها تدوین نمایند.

در فرآیند انجام پژوهش علمی، مجموعه شرایطی وجود دارد که خارج از کنترل محقق است، ولی به طور بالقوه می‌تواند نتایج پژوهش را تحت تأثیر قرار دهد. یکی از مهم‌ترین محدودیت پژوهش حاضر آن است که مطابق با تحقیقات قبلی، متغیرهای کنترلی متعددی که بر گزارشگری پایداری شرکت‌ها مؤثر بودند، در نظر گرفته شد و در برآورد الگو لحاظ گردیدند. با این حال، همانند سایر پژوهش‌های تجربی در حسابداری، همچنان احتمال وجود متغیرهای مرتبط حذف شده وجود دارد که می‌تواند در تعمیم نتایج تأثیر گذارد. در ادامه، به پژوهشگران آتی توصیه می‌شود که تأثیر عضویت در گروه‌های تجاری بر کیفیت گزارشگری مالی شرکت‌ها بررسی گردد. همچنین، پیشنهاد می‌شود که واکنش بازار نسبت به گزارشگری پایداری شرکت‌ها مورد مطالعه قرار گیرد.

یادداشت‌ها

- | | |
|-----------------------------|----------------------------|
| 1. Sustainability reporting | 2. Ray and Ray Chaudhuri |
| 3. Hoshi | 4. Kaplan |
| 5. Kim and Bettis | 6. Khanna and Yafeh |
| 7. Porter and Kramer | 8. Sustainable development |
| 9. Borland and Lindgreen | 10. Borland |
| 11. Bansal | 12. Saleh |
| 13. Elsayed | 14. Chen |

- | | |
|---------------------------------|---------------------------------|
| 15. Bhattacharyya | 16. Khanna and Rivkin |
| 17. Khanna and Palepu | 18. Granovetter |
| 19. Hall and Soskice | 20. Manikandan and Ramachandran |
| 21. Fan | 22. Kuzey and Uyar |
| 23. Chittoor | 24. Pattnaik |
| 25. Manos | 26. Dhole |
| 27. Almeida and Kim | 28. Ma |
| 29. Global Reporting Initiative | 30. Business Group Affiliation |
| 31. Fombrun | 32. Waddock and Graves |

منابع

- برزگر، قدرت‌الله؛ غفاری، وحید. (۱۳۸۷). حسابداری و گزارشگری پایداری شرکت‌ها در هزاره سوم. ماهنامه حسابداری، ۲۰۲، ۸۶-۷۵.
- پورحیدری، امید؛ قاسمی اقباش، علی. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر عضویت در گروه تجاری بر حساسیت جریان نقدی سرمایه‌گذاری. دانش مالی تحلیل اوراق بهادار، ۷(۳)، ۴۳-۲۹.
- خدای پور، احمد؛ حبیبی، مریم. (۱۳۹۲). بررسی تأثیر عضویت در گروه تجاری بر کیفیت سود، پژوهش‌های کاربردی در گزارشگری مالی، ۲(۱)، ۱۰۶-۸۹.
- خدای پور، احمد؛ امینی‌نیا، میثم؛ فدوی، محمدحسن. (۱۳۹۲). بررسی تأثیر عضویت در گروه تجاری بر نرخ مؤثر مالیاتی شرکت‌ها. پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، ۵(۱۸)، ۱۵۰-۱۲۹.
- فخاری، حسین؛ ملکیان، اسفندیار؛ جفایی رهنی، منیر. (۱۳۹۶). تبیین و رتبه‌بندی مولفه‌ها و شاخص‌های گزارشگری زیست‌محیطی، اجتماعی و راهبردی شرکتی به روش تحلیل سلسله‌مراتبی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار، فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری، ۲(۴)، ۱۸۷-۱۵۳.
- کمیته تدوین استانداردهای حسابداری ایران. (۱۳۹۰). استانداردهای حسابداری ایران، نشریه شماره ۱۶۰، تهران: انتشارات سازمان حسابرسی.
- مشایخی، بیتا؛ دلدار، مصطفی. (۱۳۹۵). ارتباط مدیریت مالیات و مدیریت سود در گروه‌های تجاری، دانش حسابداری، ۷(۲۶)، ۵۸-۳۳.
- معصومی، سیدرسول؛ صالح نژاد، سیدحسن؛ ذبیحی زرین‌کلایی، علی. (۱۳۹۷). شناسایی متغیرهای مؤثر بر میزان گزارشگری پایداری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. دانش حسابرسی، ۱۸(۷۰)، ۲۲۱-۱۹۵.

- نظری، محسن؛ صابر ماهانی، معصومه و دلدار، مصطفی. (۱۳۹۵). بررسی انگیزه‌های مالیاتی عضویت در گروه‌های تجاری. *پژوهشنامه مالیات*، ۳۱(۷۹)، ۱۴۴-۱۱۹.
- بیلویی خمسلویی، مالک؛ ایزدی نیا، ناصر و عربصالحی، مهدی. (۱۳۹۷). تأثیر میزان شاخص‌های پایداری افشاء شده بر کیفیت سود. *دانش حسابداری*، ۹(۱)، ۳۴-۷.

References

- Almeida, H., Kim, Ch. (2012). Internal capital markets in business groups: evidence from the asian financial crisis. National Bureau of Economic Research, Available at <http://ssrn.com/abstract=1928179>.
- Audit Organization. (2011). *Iranian Accounting Standards*. Tehran, Centre for Professional Accounting and Auditing Studies of Audit Organization [In Persian].
- Bansal, P. (2005). Evolving sustainability: A longitudinal study of corporate sustainability development. *Strategic Management Journal*, 26, 197-218.
- Bansal, P., Jiang, G.F., Jung, J.C. (2015). Managing responsibly in tough economic times: Strategic and tactical CSR during the 2008-2009 global recession. *Long Range Planning*, 48, 69-79.
- Barzegar, G., Ghafari, V. (2008). Corporate sustainability accounting and reporting in the third millennium. *Accountant Monthly*, 202, 75-86 [In Persian].
- Bhattacharyya, A. (2014). Factors associated with the social and environmental reporting of australian companies. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 8(13), 25-50.
- Borland, H., Lindgreen, A. (2013). Sustainability, epistemology, ecocentric business, and marketing strategy: Ideology, reality, and vision. *Journal of Business Ethics*, 117, 173-187.
- Borland, H., Ambrosini, V., Lindgreen, A., Vanhamme, J. (2016). Building theory at the intersection of ecological sustainability and strategic management. *Journal of Business Ethics*, 135, 293-307.
- Chen, W.C., Lin, J.B., Yi, B. (2008). CEO duality and firm performance—an endogenous issue. *Corporate Ownership and Control*, 6(1), 58-65.
- Chittoor, R., Kale, P., Puranam, P. (2015). Business groups in developing capital markets: Towards a complementarity perspective. *Strategic Management Journal*, 36(9), 1277-1296.
- Dhole, S., Gerald, C., Lobo, L. (2012). Business group affiliation quality: Evidence from Indian business groups. Working Paper, <http://ssrn.com>.

- Elsayed, K. (2007). Does CEO duality really affect corporate performance? *Corporate Governance: An International Review*, 15(6), 1203-1214.
- Fakhari, H., Malekian, E., Jafaei Rahni, M. (2018). Explaining and Ranking of the components and indicators of environmental, social and corporate governance reporting by Analytic Hierarchy Process in the companies listed in Stock Exchange. *Iranian journal of Value & Behavioral Accounting*, 2(4), 153-187 [In Persian].
- Fan, J., Jin, L., Zheng, G. (2016). Revisiting the bright and dark sides of capital flows in business groups. *Journal of Business Ethics*, 134, 509-528.
- Fombrun, C.J. (1996). *Reputation: Realizing value from the corporate image*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Granovetter, M. (2005). *Business Groups and Social Organization*. In N. J. Smelser & R. Swedberg (Eds.), *The handbook of economic sociology* (2nd edn., pp. 429-450). Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Gujarati, D.N. (2009). *Basic Econometrics*. 5th edition. New York: Mc Graw-Hill.
- Hall, P., Soskice, D. (2001). *Varieties of Capitalism: The institutional foundations of comparative advantage*. Oxford: Oxford University Press.
- Hoshi, T.A., Kashyap, A., Scharfstein, D. (1991). Corporate structure, liquidity, and investment: Evidence from Japanese industrial groups. *Quarterly Journal of Economics*, 106, 33-60.
- Kaplan, S.N. (1994). Top executive rewards and firm performance: A comparison of Japan and the United States. *Journal of Political Economy*, 102, 510-546.
- Khanna, T., Palepu, K. (2000). The future of business groups in emerging markets: Long-run evidence from Chile. *Academy of Management Journal*, 43, 268-285.
- Khanna, T., Rivkin, J.W. (2001). Estimating the performance effects of business groups in emerging markets. *Strategic Management Journal*, 22, 45-74.
- Khanna, T., Yafeh, Y. (2007). Business groups in emerging markets: Paragons or parasites? *Journal of Economic Literature*, 45, 331-372.
- Khodamipour, A., Habibi, M. (2013). The Study of Membership Effect in Business Group on Earnings Quality. *Applied Research in Financial Reporting*, 2(1), 89-106 [In Persian].
- Khodamipour, A., Amininia, M., Fadavi, M. H. (2013). The investigation of membership effect in business group on the firms' effective tax rate. *Journal of Accounting and Auditing Research*, 5(18), 129-150 [In Persian].
- Kim, C., Bettis, R.A. (2014). Cash is surprisingly valuable as a strategic asset. *Strategic Management Journal*, 335, 2053-2063.

- Kuzey, C., Uyar, A. (2017). Determinants of sustainability reporting and its impact on firm value: evidence from the emerging market of Turkey. *Journal of Cleaner Production*, 143, 27–39.
- Ma, X., Yao, X., Xi, Y. (2006). Business group affiliation and firm performance in a transition economy: A focus on ownership voids. *Asia Pacific Journal of Management*, 23(4), 467-483.
- Manikandan, K.S., Ramachandran, J. (2015). Beyond institutional voids: Business groups, incomplete markets, and organizational forms. *Strategic Management Journal*, 36, 598–617.
- Manos, R., Murinde, V., Green, C. (2012). Dividend policy and business groups: Evidence from Indian firms. *International Review of Economics and Finance*, 21(1), 42–56.
- Mashayekhi, B., Deldar, M. (2016). Tax Management and Earnings Management in Business Groups. *Journal of Accounting Knowledge*, 7(26), 33-58 [In Persian].
- Masoumi, S.R., Salehnejad, S.H., Zabihi Zarinkalaei, A. (2018). Identification of variables affecting the sustainability reporting of companies listed on the Tehran Stock Exchange. *Audit Science*, 18(70), 195-221 [In Persian].
- Nazari, M., Sabermahani, M., Deldar, M. (2016). An Investigation of Tax Incentives for Membership in Business Groups. *Tax journal*, 24(31), 119-144 [In Persian].
- Pattnaik, C., Chang, J.J., Shin, H.H. (2013). Business groups and corporate transparency in emerging markets: Emerging evidence from India, *Asia Pacific Journal of Management*, 30, 987–1004.
- Porter, M.E., Kramer, M.R. (2006). Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 79–92.
- Porter, M.E., Kramer, M.R. (2011). Creating shared value. January–February: *Harvard Business Review*, 89(1-2), 62–77.
- Pourheydari, O., Ghasemi, A. (2013). The investigation of membership in business groups on the cash flow sensitivity. *Financial Science to Securities Analyze*, 23, 43-29 [In Persian].
- Ray, S., Ray Chaudhuri, B. (2018). Business group affiliation and corporate sustainability strategies of firms: an investigation of firms in India. *Journal of Business Ethics*, 153(4), 955-976.
- Ronny, M., Murinde, V., Green, C.J. (2012). Dividend policy and business groups: Evidence from Indian firms. *International Review of Economics and Finance*, 21, 42–56.

- Saleh, M., Zulkifli, N., Muhamad, R. (2010). Corporate social responsibility disclosure and its relation on institutional ownership: Evidence from public listed companies in Malaysia. *Managerial Auditing Journal*, 25(6), 591-613.
- Waddock, S.A., Graves, S.B. (1997). The corporate social performance- financial performance link. *Strategic Management Journal*, 18(4), 303-319.
- Yaballuei Khamesluei, M., Izadinia, N., Arabsalehi, M. (2018). Effects of disclosure of the extent of sustainability indicators on earnings quality. *Journal of Accounting Knowledge*, 9(1), 7-34 [In Persian].