

رابطه مسئولیت اجتماعی شرکت، مدیریت ریسک سازمانی و مدیریت سود واقعی با نقش تعدیل گری اعتماد بنفیس مدیریتی

دکتر مجتبی کاوه

استادیار گروه مدیریت و حسابداری، واحد فیروزآباد، دانشگاه آزاد اسلامی، فیروزآباد، ایران.

mojtabakaveh@gmail.com

غلامرضا سالمی

کارشناسی ارشد مدیریت مالی، واحد فیروزآباد، دانشگاه آزاد اسلامی، فیروزآباد، ایران. (نویسنده مسئول).

salemireza013@gmail.com

شماره ۵۸ / بهار ۱۴۰۱ (جلد سوم) / صص ۱۲۷-۱۴۷
چشم انداز حسابداری و مدیریت (دوره پنجم)

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی شرکت، مدیریت ریسک سازمانی و مدیریت سود واقعی با نقش تعدیل گری اعتماد بنفیس مدیریتی می باشد. این پژوهش از نظر ماهیت و روش توصیفی و از نظر هدف، یک پژوهش کاربردی بوده و از آنجایی که در پژوهش حاضر وضعیت موجود متغیرها با استفاده از جمع آوری اطلاعات، از طریق اطلاعات گذشته مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است، در ردیف مطالعات توصیفی و از نوع پس رویدادی گنجانده می شود. در مسیر انجام این پژوهش، ۴ فرضیه تدوین و ۱۲۰ شرکت از طریق نمونه گیری به روش حذف سیستماتیک برای دوره زمانی ۶ ساله بین ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۸ انتخاب شده و داده های مربوط به متغیرهای پژوهش بعد از گردآوری در نرم افزار اکسل با استفاده از نرم افزار آماری ایویوز مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج حاصل از آزمون فرضیات نشان داد: بین مسئولیت اجتماعی شرکت و مدیریت ریسک سازمانی با مدیریت سود واقعی رابطه معکوس معناداری وجود دارد. همچنین اعتماد بنفیس مدیریتی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت با مدیریت سود واقعی تاثیر گذار است. اعتماد بنفیس مدیریتی بر رابطه بین مدیریت ریسک سازمانی با مدیریت سود واقعی تاثیر گذار است.

واژگان کلیدی: مسئولیت اجتماعی شرکت، مدیریت ریسک سازمانی، مدیریت سود واقعی، اعتماد بنفیس مدیریتی.

مقدمه

مسئولیت اجتماعی شرکت ها^۱ معانی مختلفی دارد اما همیشه برای همه افراد یکسان نیست. بعضی از آن معنی تعهد یا مسئولیت قانونی را برداشت میکنند برای دیگران این به معنی رفتاری مسئولانه اجتماعی بر حسب رعایت مسائل اخلاقی است. برای برخی دیگر معنی آن مسئول بودن است، خیلی ها آنرا معادل هدایای صدقه ای و کمک های خیریه میدانند بعضی آنرا به معنی آگاهی اجتماعی می پندارند بسیاری از آنانی که مشتاقانه این مفهوم را پذیرفته اند آنرا به معنی مشروعیت و مقبولیت می دانند تعداد کمی هم آنرا به مثابه نوعی وظیفه محول شده برای اعمال ضوابط رفتاری عالی تر بر روی بنگاه های اقتصادی و بازرگانان و صنعتگران و نه شهروندان می پندارند. پژوهش های قبلی نشان داده اند که گزارش مسئولیت اجتماعی شرکت ها هزینه سرمایه پایین تری از شرکت هایی که مسئولیت اجتماعی را گزارش نکرده اند دارند و عملکرد شرکت را تحت تاثیر قرار می دهند. هدف مدیران دست یابی به سود بالا می باشد. بیش اعتمادی یکی از مهمترین یافته های علم روانشناسی در حوزه قضاوت و تصمیم گیری است. پژوهشگران دریافته اند که افراد قابلیت هایشان

¹ Corporate Social Responsibility

را در خوب انجام دادن وظایفشان، بیش از اندازه برآورد کرده و این تخمین بیش از اندازه، با اهمیتی که آن وظایف برای شخص دارد، افزایش می‌یابد. همچنین، روانشناسان به این نتیجه رسیدند که افراد در هنگام تصمیم‌گیری و قضاوت به اطلاعات برجسته وزن بیشتری می‌دهند. افراد در مورد اختیاری که به نظرشان درست می‌آید، بدون توجه به موثق بودن منبع، اطمینان کرده و براساس آن، به نتیجه‌گیری‌های با اطمینانی اقدام می‌کنند. آنها به اطلاع آینده که با باورهای موجودشان سازگار است، وزن بیشتری می‌دهند و به اطلاع آینده می‌بالند که باورهایشان را حمایت می‌کند و اطلاع آینده ای را که با باورهایشان همخوانی ندارد، از بین می‌برند (جهانخانی و همکاران، ۱۳۸۸). بررسی آثار بیش اطمینانی مدیران بر رویه‌های شرکت، شامل رویه‌های حسابداری مهم است. بیش اطمینانی می‌تواند منجر به اتخاذ تصمیم آینده نادرست شده و با تحریف از سیاست‌های مناسب سرمایه‌گذاری، تأمین مالی یا حسابداری، هزینه‌های گزافی بر شرکت تحمیل کند؛ اما بیش اطمینانی مدیریت می‌تواند در برخی شرایط منفی داشته باشد. برای مثال، انگیزش مدیران بیش اطمینان برای پذیرش ریسک، کم‌هزینه‌تر از سایر مدیران است. اهمیت توجه به مسئولیت‌پذیری بودن شرکت‌ها در قبال جامعه از مباحثی است که مورد توجه دولت و سازمان‌ها قرار گرفته است و شرکت‌ها را به طریقی مختلف ملزم به این امر می‌کنند. از جهتی که مسئولیت‌پذیری اجتماعی نوعی هزینه برای شرکت است و این می‌تواند بر سود سهامداران و ثروت مدیران اثرگذار باشد. همچنین مدیران دارای فرااطمینان به این امر توجه ویژه‌ی دارند که ثروت خود را حفظ کرده و برای افزایش ثروت سهامداران بکوشند، استدلال بر این است که فرااطمینانی مدیریت باعث می‌شود تمایل کمتری نسبت به مسئولیت‌پذیری اجتماعی داشته باشد.

بیان مساله

مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت نیز مورد توجه بسیاری از محققان قرار گرفته است. شرکت‌ها به دلیل اقدامات غیرمسئولانه اجتماعی مانند تخریب محیط زیست، سوء استفاده از حقوق انسانی، رفتار ناعادلانه با کارکنان و عرضه کنندگان، فساد، کلاهبرداری، و سایر فعالیت‌های مربوطه مورد انتقادهای زیادی قرار می‌گیرند. انجام فعالیت‌های غیرمسئولانه اجتماعی که هزینه‌های خارجی را افزایش می‌دهد و یا تضادهای توزیعی که فعالیت مسئولیت‌پذیری نامیده می‌شود، افزایش می‌دهد، در واقع همان نقطه مقابل مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت می‌باشد.

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها موضوع حساسیت برانگیز و رو به توجه در سال‌های اخیر بوده است. تا آنجا که سازمانهای بین‌المللی مانند سازمان ملل و اتحادیه اروپا، استانداردهایی را در این زمینه ارائه کرده‌اند. همچنین به خوبی آشکار شده است که شرکت‌ها و صنایع به طور قابل توجهی رشد کرده‌اند و بر رفاه اجتماعی که ممکن است توسط فرآیند کسب و کار کاهش یابد حفظ کنند. با توجه به این، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها یکی از برنامه‌های استراتژیک انجام شده توسط شرکت‌ها در رابطه با سود و مزایای پایدار اجتماعی را در نظر می‌گیرند و همچنین اثرات مخرب کسب و کار بر جامعه و محیط طبیعی را کاهش می‌دهند (استیوان و درام وان^۱، ۲۰۱۱). در دهه ۱۸۵۰، نقش شرکت‌ها صرفاً اقتصادی بود که هر شرکتی به طور عمده مدیران و سهامداران را در نظر می‌گرفت. در حال حاضر ایده مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، پاسخگوی این چالش گسترده می‌باشد که نه تنها درگیر بحث‌های اقتصادی و مالی بلکه درگیر تعاملات اجتماعی، انسانی و نیز زیست محیطی باشند. هر شرکتی که می‌خواهد از توسعه پایدار عملکرد اطمینان یابد به ناچار نباید از مزیت تعامل در یک رویکرد اجتماعی چشم‌پوشی کند (دخیلی و انسی^۲، ۲۰۱۲). در سال‌های اخیر انتقادهای زیادی از سوی سهامداران تجارت آزاد و فعالان ضد جهانی سازی و نیز طرفداران محیط زیست در مورد مسئولیت اجتماعی شرکت صورت گرفته است. سرمایه‌گذاران

¹ Setiawan & Darmawan

² Dkhili & Ansi

تجارت آزاد فکر می‌کنند که هر چیزی که منافع کسب سود شود، ایده خوبی نیست و منافع شخصی در نهایت به هر شکل می‌تواند پیشرفتهای اجتماعی را هم به دنبال داشته باشد. اما مخالفان جهانی سازی و طرفداران محیط زیست فکر می‌کنند شرکت‌ها از این روش احیاء وجهه تخریب شده خود و به نمایش گذاشتن چهره خوبی از خودشان سوء استفاده می‌کنند. در حالی که به اصول اساسی نمی‌پردازند، با این حال، بسیاری از کشورها وقتی مسائل اخلاقی، شرایط محیط کار، پایداری محیط زیست و غیره مطرح می‌شود، در اتخاذ رفتارهای مسئولانه پیشتاز هستند. این امکان که شرکت‌ها می‌توانند با سرمایه‌گذاری بر روی مسئولیت اجتماعی، یک مزیت رقابتی بوجود آورند با تغییراتی که در رفتار و نگرش‌های سرمایه‌گذاران نسبت به اجتماع به وجود آمده است نیز به شدت در سال‌های اخیر در حال افزایش است (وهاب و الساید^۱، ۲۰۱۵).

محققان تجربی بر این باورند گاهی اوقات برای یافتن پاسخ معماهای مالی، باید این احتمال پذیرفته شود که ممکن است تصمیم‌گیرندگان به‌طور کامل عقلایی رفتار نکنند. به بیانی، ویژگی‌های شخصیتی مدیران نیز جزء عوامل مهم تصمیم‌گیری به حساب می‌آید (برتراند و اسکوار^۲، ۲۰۰۳). یکی از اولین کاربردهای این مفهوم در ادبیات مالی توسط رل^۳ (۱۹۸۶) مطرح شد. یکی از ویژگی‌های شخصیتی، بیش اطمینانی است. بیش اطمینانی یا فرا اعتمادی یکی از مهم‌ترین مفاهیم مالی مدرن است که هم در تئوری‌های مالی و هم در تئوری‌های روانشناسی جایگاه ویژه‌ای دارد. بیش اطمینانی سبب می‌شود؛ انسان دانش و مهارت خود را بیش از حد و ریسک را کمتر از حد تخمین زده، احساس کند روی مسائل و رویدادها کنترل دارد، در حالی که ممکن است در واقع این‌گونه نباشد (شمس و همکاران، ۱۳۸۹). اعتمادبنفس مدیریتی در نتیجه این باور که آن‌ها اطلاعات ویژه‌ای در اختیاردارند (که دیگران ندارند)، دقت اطلاعات خود را، به تبع آن، سودها و جریان‌های نقدی آتی واحد تجاری خود را بیش از حد تخمین می‌زنند و چشم‌انداز مثبتی از ریسک و بازده آینده شرکت دارند (بومن^۴، ۲۰۱۴).

اعتمادبنفس مدیریتی از جمله مهم‌ترین مشخصات مدیران اجرایی است که بر سرمایه‌گذاری، تأمین مالی و سیاست‌های تقسیم سود مؤثر است. مدیران بیش اطمینان در نتیجه این باور که آنها اطلاعات ویژه‌ای در اختیار دارند (که دیگران ندارند)، دقت اطلاعات خود و به تبع آن سودها و جریان‌های نقدی آتی واحد تجاری خود را بیش از حد تخمین می‌زنند و چشم‌انداز مثبتی از ریسک و بازده آتی شرکت دارند. چرا که مدیران بیش اطمینان احتمال و تأثیر رویدادهای مطلوب را بر جریان‌های نقدی شرکت بیش از واقع تخمین می‌زنند و احتمال و تأثیر رویدادهای منفی را کمتر از واقع ارزیابی می‌کنند (هیتون^۵، ۲۰۰۲؛ مالمندیر و تیت^۶، ۲۰۰۵). بیش اطمینانی مدیران می‌تواند بر ارزیابی ریسک گزارشگری مالی حسابرسان اثرگذار باشد؛ چرا که مدیران بیش اطمینان، احتمال و تأثیر رویدادهای مطلوب را بر جریان‌های نقدی شرکت بیشتر از واقعیت تخمین می‌زنند و احتمال و تأثیر رویدادهای منفی را کمتر از واقعیت ارزیابی می‌کنند (هیتون، ۲۰۰۲ و مالمندیر و تیت، ۲۰۰۵) مطالعات نشان می‌دهد با افزایش اعتمادبنفس مدیریتی، احتمال استفاده از حسابداری محافظه‌کارانه کمتر می‌شود (احمد و دوئلمن^۷، ۲۰۱۳)، احتمال وقوع اشتباه در گزارش سود به دلیل نگرش‌های خوش بینانه مدیریت افزایش می‌یابد (شراند و زچمن^۸، ۲۰۱۲)، بر احتمال ارائه مجدد صورت‌های مالی و مدیریت سود واقعی افزوده می‌شود (پرزلی و ایت^۹، ۲۰۱۳ و هسیه و همکاران^{۱۰}، ۲۰۱۴).

¹ Wahba & Elsayed

² Bertrand.M&Schoar

³ Roll

⁴ Bouwman

⁵ Heaton

⁶ Malmendier & Tate

⁷ Ahmed & Duellamanm

⁸ Scherand & Zechman

⁹ Presley & Abbott

¹⁰ Hsieh et al

بررسی آثار بیش اطمینانی مدیران بر رویه‌های شرکت، شامل رویه‌های حسابداری مهم است. اعتمادبنفس مدیریتی می‌تواند منجر به اتخاذ تصمیمات آینده نادرست شده و با تحریف از سیاست‌های مناسب سرمایه‌گذاری، تامین مالی یا حسابداری، هزینه‌های گزافی برای شرکت تحمیل کند. اما بیش اطمینانی مدیریت می‌تواند در برخی شرایط منافی داشته باشد. برای مثال انگیزش مدیران بیش اطمینان برای پذیرش ریسک، کم هزینه‌تر از سایر مدیران است (رامشه و ملانظری، ۱۳۹۳). در طرف دیگر، تعهد شرکت‌ها به افزایش استانداردهای اخلاقی می‌تواند رابطه مثبتی با کیفیت افشای اطلاعات داشته باشد (کیم و همکاران، ۲۰۱۴). بنابراین، انتظار می‌رود که شرکت‌هایی که فعالیت‌های غیرمسئولانه اجتماعی دارند، سطح شفافیت کمتری داشته باشند. محیط مبهم اطلاعاتی در یک شرکتی که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی دارند، به مدیران عامل بیش اطمینان کمک می‌کند که اخبار منفی را انباشته و از سرمایه‌گذاران دور نگه دارند.

در طرف دیگر، لانگ و واشبورن^۱ (۲۰۱۲) و کابل و همکاران^۲ (۲۰۱۷) نشان دادند که پوشش رسانه‌ای فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت توجه ذینفعان شرکت را به سمت فعالیت‌های کلاهبردانه در شرکت جلب می‌کند. یکی از واکنش‌های معمولی به مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، تحریم ذینفعان است که به واسطه تمایل ذینفعان به تنبیه شرکت و دلسرد کردن آن نسبت به مشارکت در اقدامات غیرمسئولانه است. چاوا^۳ (۲۰۱۴)، گاس و روبرتز^۴ (۲۰۱۱)، اویکونومو و همکاران^۵ (۲۰۱۴) و کابل و همکاران (۲۰۱۷) شواهدی ارائه کردند که نشان می‌دهد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت در ریسک مالی ویژه شرکت تاثیر دارد. به عنوان مثال، شرکت‌هایی که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی دارند، هزینه سرمایه بالایی دارند. به عبارت دیگر، پس از آنکه سرمایه‌گذاران تشخیص دادند که یک شرکت به فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی علاقه دارد، ممکن است فعالیت‌های غیرمسئولانه را در عملیات روزانه آن شرکت مشاهده کنند. در نتیجه، شوک منفی آن بر قیمت سهام به ویژه زمانی که اخبار بد توسط مدیران عامل بیش اطمینان انباشته شده و افشاء نمی‌شود، تاثیر چندانی ندارد (پیتروسکی و رولستون^۶، ۲۰۰۴؛ چان و حامید^۷، ۲۰۰۶؛ داسگوپتا و همکاران^۸، ۲۰۱۰).

با تکیه بر مطالب فوق پژوهش حاضر درصدد بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی شرکت، مدیریت ریسک سازمانی و مدیریت سود واقعی با نقش تعدیل‌گری اعتمادبنفس مدیریتی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد.

پیشینه ی پژوهش

فن و همکاران^۹ (۲۰۲۰) به بررسی مسئولیت اجتماعی شرکت، مدیریت ریسک سازمانی و مدیریت درآمد واقعی: شواهدی از اعتماد مدیریت پرداختند. در این مقاله رابطه بین مدیریت ریسک شرکت (ERM) و مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR) و چگونگی تأثیر این رابطه توسط اعتماد مدیریت و مدیریت درآمد فعالیت‌های واقعی (REM) بررسی می‌شود. یافته‌ها نشان می‌دهد شرکت‌هایی که ERM مثرتری دارند تمایل بیشتری به انجام رفتارهای CSR دارند. با توجه به تعاملات اعتماد به نفس مدیریتی و ERM، در می‌یابیم که وقتی شرکت‌هایی با مدیرعامل با اطمینان بیشتر که دست به فعالیت

¹ Lange & Washburn

² Kölbl et al

³ Chava

⁴ Goss & Roberts

⁵ Oikonomou et al

⁶ Piotroski & Roulstone

⁷ Chan & Hameed

⁸ Dasgupta et al

⁹ Fen et al

های واقعی می زند، بالاتر باشد، ورودی CSR آنها بیشتر است. اعتماد به نفس مدیریتی بر سیاست های شرکت، از جمله کاهش اثرات خطر کلی بر CSR تأثیر می گذارد. ما همچنین دریافتیم که مدیران عامل مطمئن با سهام بالاتر انسجام بیشتری نسبت به بنگاه ها دارند و بنابراین احتمالاً فعالیت های CSR را افزایش می دهند تا اعتبار شرکت ها را از طریق REM افزایش دهند.

لی و همکاران^۱ (۲۰۱۸) به بررسی مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت، بیش اطمینانی مدیر عامل و ریسک سقوط قیمت سهام پرداختند. تحقیق حاضر به بررسی چگونگی و چرایی تاثیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت بر ریسک سقوط قسمت سهام در شرکت هایی که مدیران عامل آنها بیش اطمینانی مدیریت دارند، پرداخته است. نتایج نشان داد که رابطه مثبت بین بیش اطمینان مدیریت و ریسک سقوط قسمت سهام در شرکت هایی که مسئولیت پذیری اجتماعی بالایی دارند، به طور معنی داری ضعیف تر است. در نتیجه، یافته های تحقیق اثبات کرد که سرمایه گذاران چندان تحت تاثیر اخبار منفی ناشی از بیش اطمینانی مدیران عامل شرکت های پذیرنده مسئولیت پذیری اجتماعی قرار نمی گیرند، زیرا قبلاً از رفتارهای مسئولیت-پذیری اجتماعی در عملیات روزانه آنها آگاهی داشته و به آن واکنش نشان داده اند.

ونگ و همکاران^۲ (۲۰۱۶) به بررسی رابطه بین فرا اطمینانی مدیران و کارایی سرمایه گذاری در شرکت های چینی و نقش تعدیل کنندگی تورم بر این رابطه پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان داد که بین فرا اطمینانی مدیران و بیش سرمایه گذاری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و تورم این رابطه را تعدیل می کند.

تین شی و همکاران^۳ (۲۰۱۴) در پژوهشی به این نتیجه دست یافتند که مدیران بیش اطمینان با احتمال بیشتری نسبت به سایر مدیران اقدام به افزایش سود گزارش شده از طریق افزایش اقلام تعهدی اختیاری می نمایند.

کیم وانگ و ژان^۴ (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان اطمینان بیش از حد مدیریتی در ریسک سقوط سهام نشان دادند پس از کنترل مدیریت سود برگرفته از مسائل نمایندگی، ویژگی اطمینان بیش از حد مدیریت، احتمال سقوط قیمت سهام را افزایش می دهد.

بومن^۵ (۲۰۱۴) در پژوهشی به بررسی بیش اطمینانی مدیریت و هموارسازی سود پرداخت. وی از تصمیمات سرمایه گذاری مدیران و اعمال اختیار خرید سهام به عنوان معیارهای بیش اطمینانی استفاده نمود. یافته های پژوهش نشان داد بین بیش اطمینانی مدیران و هموارسازی سود رابطه مثبت معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر، مدیران بیش اطمینان نسبت به سایر مدیران بیشتر اقدام به هموارسازی سود می کنند.

دشماخ و همکاران^۶ (۲۰۱۳) معتقدند مدیران بیش اطمینان نسبت به سایر مدیران تمایل به پرداخت سود تقسیمی کمتری دارند. کاهش در پرداخت سود تقسیمی به دلیل بیش اطمینان بودن مدیران در شرکت هایی با فرصت رشد پایین تر، جریان وجوه نقد کمتر و عدم تقارن اطلاع آینده ی بالاتر، بزرگ تر است.

میشرا و همکاران^۷ (۲۰۱۱)، به این نتیجه رسیدند که شرکت هایی که در افشای مسئولیت اجتماعی در گزارش خود سرمایه گذاری کرده اند هزینه سرمایه ای بالطبع پایین تر از شرکت هایی داشته اند که این افشاگری را انجام نمی دادند. در سال ۲۰۰۶ بسن و همکاران در پژوهشی با موضوع تاصیر مسئولیت اجتماعی بر هزینه سرمایه شرکت به بررسی روابط

¹ Lee et al

² Wang et al

³ Tien-Shih et al

⁴ Kim, J. B., Wang, Z. & Zhang

⁵ Bouwman

⁶ Deshmukh et al

⁷ Mishra et al

بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی شرکت ها پرداخته اند آنها در نهایت به این نتیجه رسیدند که شرکت هایی با عملکرد اجتماعی بالا ریسک پایین تری دارند و همچنین هزینه سرمایه شرکت ها با افزایش عملکرد اجتماعی کاهش می یابد. فرد و موسوی (۱۳۹۹) به بررسی رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی و فرا اطمینانی مدیریت با ریسک سقوط قیمت سهام پرداختند. این پژوهش از نظر ماهیت و روش توصیفی و از نظر هدف، یک پژوهش کاربردی بوده و از آنجایی که در پژوهش حاضر وضعیت موجود متغیرها با استفاده از جمع آوری اطلاعات، از طریق اطلاعات گذشته مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است، در ردیف مطالعات توصیفی و از نوع پس رویدادی گنجانده می شود. در مسیر انجام این پژوهش، دو فرضیه تدوین و ۱۰۶ شرکت از طریق نمونه گیری به روش حذف سیستماتیک برای دوره زمانی ۱۰ ساله بین ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۶ انتخاب شده و داده های مربوط به متغیرهای پژوهش بعد از گردآوری در نرم افزار اکسل با استفاده از نرم افزار آماری ایویوز مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج حاصل از آزمون فرضیات نشان داد مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت بر ریسک سقوط قیمت سهام تاثیر معکوس و معنادار دارد. و فرا اطمینانی مدیریت بر ریسک سقوط قیمت سهام تاثیر مستقیم و معنادار دارد. حیدریه و امامی (۱۳۹۸) به بررسی تاثیر توان مدیریت ریسک و مسئولیت اجتماعی بانک ها بر اثر بخشی مدیریت ریسک در بانک صادرات پرداختند. در این تحقیق متغیرهای توان مدیریت ریسک و مسئولیت اجتماعی بانک ها BSR به عنوان عوامل موثر بر اثربخشی مدیریت ریسک مورد بررسی قرار گرفت. تحقیق حاضر از نظر هدف در حیطه تحقیقات کاربردی میباشد. این تحقیق، از نظر نحوه گردآوری داده ها توصیفی پیمایشی است. به منظور جمع آوری اطلاعات از مطالعه و اطلاعات کتابخانه ای و برای جمع آوری داده های میدانی از پرسشنامه استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق را کلیه مدیران شعب بانک صادرات شهر تهران تشکیل داده است. فرضیه های تحقیق با استفاده از نرم افزار SPSS مورد آزمون قرار گرفت. نتایج نشان داد: توان مدیریت ریسک منجر به اثر بخشی مدیریت ریسک در بانک صادرات می گردد. اما مسئولیت اجتماعی بانک ها BSR بر اثر بخشی مدیریت ریسک در بانک صادرات، موثر نبوده است.

شعری و همکاران (۱۳۹۸) به بررسی مدل نوین سنجش بیش اطمینانی مدیریت و پیش بینی سود: روش گشتاورهای تعمیم یافته (GMM) پرداختند. پژوهش حاضر با بکارگیری یک مدل نوین برای سنجش بیش اطمینانی مدیران عامل و از طریق تحلیل داده های مربوط به شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سالهای ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۵ به روش گشتاورهای تعمیم یافته (GMM) به بررسی اثر این سوگیری مدیریتی بر خطای پیش بینی سود می پردازد. نتایج حاکی از آن است که بیش اطمینانی مدیران عامل شرکت ها اثر مثبت و معناداری بر خطای پیش بینی سود دارد، به نحوی که مدیران بیش-مطمئن سود پیش-بینی-شده را بیشتر از سود واقعی برآورد می نمایند. نتایج حاصل تائیدی بر یافته های پژوهش-های پیشین است و خاطر نشان می سازد که بهتر است استفاده-کنندگان اطلاعات به آثار منفی بیش اطمینانی مدیران بر قابلیت اتکای پیش بینی ها توجه نمایند.

عسگرزاده و حامد (۱۳۹۸) به بررسی انگیزه ریسک پذیری مدیریت، مسئولیت اجتماعی شرکتی و ریسک شرکت پرداختند. بدین منظور با استفاده از روش بررسی میدانی، اطلاعات استخراج شده و داده ها بعد از جمع آوری از صورت های مالی با استفاده از روش های آمار توصیفی و الگوی داده های تابلویی مورد آزمون و تجزیه و تحلیل قرار گرفته اند. نتایج حاصل از فرضیه نشان داد بین مسئولیت پذیری اجتماعی و ریسک شرکت رابطه معنی داری وجود ندارد اما بین انگیزه ریسک پذیری مدیریت و ریسک شرکت رابطه مستقیم و معنی داری وجود دارد.

پوردولاما و همکاران (۱۳۹۷) به بررسی رابطه بیش اطمینانی مدیران بر مسیولیت پذیری اجتماعی و عملکرد در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. در این مطالعه داده های مربوط به ۶۰۰ سال- شرکت به صورت ترکیبی و برای دوره زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۵ و با استفاده از رگرسیون تلفیقی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. داده های لازم برای تحقیق از دو روش استفاده خواهد شد برای مبانی نظری از روش کتابخانه ای و برای به دست آوردن داده ها از

نرم افزار ره آورد نوین استفاده گردید. در این پژوهش بیش اطمینانی مدیران متغیر مستقل تحقیق و مسیولیت پذیری و عملکرد به عنوان متغیر های وابسته این تحقیق می باشند و از سه متغیر اهرم مالی، نوع اظهار نظر، اخبار خوب و بد و اندازه شرکت به عنوان متغیر های کنترلی استفاده گردیده است. نتایج حاصل از این پژوهش نشان می دهد: که رابطه مثبت و معناداری بین بیش اطمینانی مدیران و عملکرد شرکت و مسیولیت پذیری اجتماعی وجود دارد لذا پیشنهاد می گردد در انتخاب مدیران به ویژگی های شخصیتی آنها توجه گردد زیرا این ویژگی های می تواند در انجام تصمیم گیری ها و ارزش و اعتبار شرکت در آینده تاثیر گذار باشد و نتایج به دست آمده هم سو با مبانی نظری مطرح شده می باشد.

نورانی و همکاران (۱۳۹۷) به بررسی تاثیر مدیریت سود واقعی بر ارتباط بین بیش اطمینانی مدیریت و عملکرد مالی آتی شرکتها پرداختند. جامعه آماری پژوهش شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه ۱۳۹۱ الی ۱۳۹۵ و ۱۳۶ شرکت به عنوان نمونه انتخاب گردید. جهت تجزیه و تحلیل داده های این پژوهش از روش رگرسیون چند متغیره استفاده گردید. یافته ها: براساس یافته های پژوهش، می توان چنین بیان کرد که شرکتهای که در آنها مدیریت سود واقعی صورت میپذیرد، عملکرد مالی آتی بالاتری خواهند داشت. همچنین میتوان تاثیر مدیریت سود واقعی بر رابطه بین بیش اعتمادی مدیریت و عملکرد مالی آتی شرکتهای را نیز پذیرفت. نتیجه گیری: نتایج این پژوهش نشان میدهد که بین بیش اطمینانی مدیریت و عملکرد مالی آتی در بورس اوراق بهادار رابطه معناداری وجود دارد. همچنین نتایج این پژوهش نشان می دهد که بین مدیریت واقعی سود و عملکرد مالی آتی شرکت ها رابطه معنی داری وجود دارد.

فرضیه های پژوهش

- اول: بین مسیولیت اجتماعی شرکت با مدیریت سود واقعی رابطه معناداری وجود دارد.
- دوم: بین مدیریت ریسک سازمانی با مدیریت سود واقعی رابطه معناداری وجود دارد.
- سوم: اعتمادبنفس مدیریتی بر رابطه بین مسیولیت اجتماعی شرکت با مدیریت سود واقعی تاثیر گذار است.
- چهارم: اعتمادبنفس مدیریتی بر رابطه بین مدیریت ریسک سازمانی با مدیریت سود واقعی تاثیر گذار است.

روش شناسی پژوهش

در این پژوهش برای مطالعه مبانی نظری و بررسی پیشینه تحقیق، از روش کتابخانه ای با بهره گیری از کتب و مقالات تخصصی فارسی و لاتین و پایان نامه ها استفاده می شود. از آنجایی که اطلاعات مربوط به متغیرهای این پژوهش شامل بسیاری از اقلام حسابداری مندرج در صورت های مالی حسابرسی شده شرکت ها می باشد، داده های مورد نیاز از صورت های مالی موجود در سایت های مدیریت پژوهش، توسعه و مطالعات اسلامی وابسته به سازمان بورس و اوراق بهادار^۱ و شبکه کدال^۲، سیستم های جامع اطلاع رسانی ناشران^۳، مرکز پردازش اطلاعات مالی ایران^۴ و لوح های فشرده سازمان بورس و اوراق بهادار به صورت دستی استخراج می شود. در این پژوهش پس از اجرای مرحله تحقیق کتابخانه ای و میدانی و استخراج اطلاعات کافی از نمونه ها و محاسبه ارزش های هر یک از متغیرها، با استفاده از نرم افزارهای Excel (به منظور جمع آوری داده ها)، و نرم افزار Stata به تجزیه تحلیل یافته ها و آزمون فرضیات پرداخته می شود.

¹ www.rdis.ir

² codal

³ www.codal.ir

⁴ www.fipiran.com

جامعه آماری این پژوهش، شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران است. علت انتخاب جامعه آماری امکان دسترسی به داده‌های موجود در صورت‌های مالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار است. در این پژوهش نمونه مورد مطالعه از طریق روش حذفی سیستماتیک از جامعه آماری انتخاب خواهد شد، به این ترتیب که نمونه آماری متشکل از کلیه شرکت‌های موجود در جامعه آماری است که حائز معیارهای زیر باشند:

۱- طی سال‌های مورد مطالعه تحقیق ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۸، نماد معاملاتی آن‌ها از تابلوی بورس خارج نشده باشد (فعالیت مستمر و پایدار در بازار سرمایه).

۲- شرکت‌های مورد مطالعه نایستی سال مالی و فعالیت خود را طی دوره‌های مورد نظر تغییر داده باشند (همگن بودن سال مالی و فعالیت در طول دوره مطالعه).

۳- اطلاعات مالی مورد نیاز، به خصوص یادداشت‌های همراه صورت‌های مالی در دسترس باشد.

۴- شرکت مورد نظر طی دوره تحقیق فعالیت مستمر داشته و سهام آن مورد معامله قرار گرفته باشد و وقفه معاملاتی نداشته باشد.

۵- جزء موسسات مالی، سرمایه‌گذاری، بانک و لیزینگ نباشد.

در نتیجه اعمال شرایط و ملاحظات در نمونه‌گیری حذفی سیستماتیک ۱۲۰ شرکت از جامعه آماری جهت انجام آزمونها انتخاب شدند. دوره تحقیق ۶ سال متوالی می‌باشد بنابراین حجم نهایی نمونه ۷۲۰ سال-شرکت می‌باشد.

مدل‌های رگرسیونی جهت آزمون فرضیه‌ها به شرح زیر می‌باشد:

مدل اول

$$\text{Real Earnings Management}_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{CSR}_{it} + \beta_2 \text{Age}_{it} + \beta_3 \text{stock}_{it} + \beta_4 \text{Size}_{it} + \beta_5 \text{Roa}_{it} + \beta_6 \text{BVMV}_{it} + \beta_7 \text{BETA}_{it} + \beta_8 \text{Ownership}_{it} + \beta_9 \text{Turnover}_{it} + \varepsilon_{it}$$

مدل دوم

$$\text{Real Earnings Management}_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{ERM}_{it} + \beta_2 \text{Age}_{it} + \beta_3 \text{stock}_{it} + \beta_4 \text{Size}_{it} + \beta_5 \text{Roa}_{it} + \beta_6 \text{BVMV}_{it} + \beta_7 \text{BETA}_{it} + \beta_8 \text{Ownership}_{it} + \beta_9 \text{Turnover}_{it} + \varepsilon_{it}$$

مدل سوم

$$\text{Real Earnings Management}_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{CSR}_{it} + \beta_2 \text{Managerial Confidence}_{it} + \beta_3 (\text{CSR}_{it} * \text{Managerial Confidence}_{it}) + \beta_4 \text{Age}_{it} + \beta_5 \text{stock}_{it} + \beta_6 \text{Size}_{it} + \beta_7 \text{Roa}_{it} + \beta_8 \text{BVMV}_{it} + \beta_9 \text{BETA}_{it} + \beta_{10} \text{Ownership}_{it} + \beta_{11} \text{Turnover}_{it} + \varepsilon_{it}$$

مدل چهارم

$$\text{Real Earnings Management}_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{ERM}_{it} + \beta_2 \text{Managerial Confidence}_{it} + \beta_3 (\text{ERM}_{it} * \text{Managerial Confidence}_{it}) + \beta_4 \text{Age}_{it} + \beta_5 \text{stock}_{it} + \beta_6 \text{Size}_{it} + \beta_7 \text{Roa}_{it} + \beta_8 \text{BVMV}_{it} + \beta_9 \text{BETA}_{it} + \beta_{10} \text{Ownership}_{it} + \beta_{11} \text{Turnover}_{it} + \varepsilon_{it}$$

متغیر وابسته

مدیریت سود واقعی (Real Earnings Management):

از طریق رابطه ی زیر قابل اندازه گیری است: ابتدا کل ارقام تعهدی از طریق مدل زیر معروف به مدل جونز (۱۹۹۱) محاسبه می شود:

رابطه (۱)

$$\frac{TA_{it}}{AvAssets_{it}} = \alpha_0 + \beta_1 \frac{1}{AvAssets_{it}} + \beta_2 \frac{\Delta Sales_{it}}{AvAssets_{it}} + \beta_3 \frac{PPE_{it}}{AvAssets_{it}} + \beta_4 ROA_{it} + \varepsilon_{it}$$

که در آن:

TA: بیانگر کل ارقام تعهدی است که از تفاوت سود عملیاتی و جریان های نقدی حاصل از فعالیت عملیاتی بدست می آید.

AvAssets: بیانگر متوسط کل دارایی هاست که از تقسیم مجموع دارایی های ابتدا و پایان دوره بر عدد ۲ بدست می آید.
SALES: بیانگر تغییر در درآمد حاصل از فروش عملیاتی طی یک سال مالی است که از تفاوت فروش پایان دوره با اول دوره بدست می آید.

PPE: نشانگر ارزش خالص دارایی های شرکت است.

ROA: معرف بازه دارایی های شرکت است که از تقسیم سود عملیاتی بر متوسط کل دارایی ها قابل محاسبه خواهد بود.
برآورد ضریب بدست آمده از رابطه (۱) برای ارقام تعهدی (NA it) در رابطه (۲) برای همه ی شرکت ها و در هر سال استفاده شده است.

رابطه (۲)

$$NA_{it} = \hat{\alpha}_0 + \hat{\beta}_1 \frac{1}{AvAssets_{it}} + \hat{\beta}_2 \frac{\Delta Sales_{it} - \Delta REC_{it}}{AvAssets_{it}} + \hat{\beta}_3 \frac{PPE_{it}}{AvAssets_{it}} + \hat{\beta}_4 ROA_{it} + \varepsilon_{it}$$

که در آن:

REC: بیانگر تغییر در حسابهای دریافتی است که از تفاوت حسابها و اسناد دریافتی تجاری پایان دوره با اول دوره به دست می آید.

در نهایت ارقام تعهدی اختیاری بعنوان معیاری برای مدیریت سود ارقام تعهدی در مدل اصلی پژوهش از طریق رابطه زیر محاسبه خواهد شد:

رابطه (۳)

$$DA_{it} = \frac{TA_{it}}{AvAssets_{it}} - NA_{it}$$

DA: معرف ارقام تعهدی اختیاری است که از تفاوت بین ارقام تعهدی کل با ارقام تعهدی عادی بدست می آید.

متغیر مستقل

مسئولیت اجتماعی شرکت: (Corporate Social Responsibility)

عملکرد اجتماعی شرکت که در این تحقیق به عنوان متغیر مستقل میباشد و به صورت زیر سنجیده میشود:
مسئولیت اجتماعی: شامل چهار بُعد، میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان (EMPD)، میزان افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی (COMD)، افشای اطلاعات مربوط به تولید (PROD)، افشای اطلاعات مربوط به محیط زیست (ENVD) می باشد. در این تحقیق برای ارزیابی متغیر از تجزیه و تحلیل محتوا استفاده شده است. تجزیه و تحلیل محتوا در مورد طبقه بندی از جملات در متن یادداشتهای پیوست صورتهای مالی دسته بندی میشوند.

ارزش کلی افشای مسئولیت اجتماعی شرکتها از جمع ارزش جزئی ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکتها به دست می آید و از رابطه ی زیر قابل محاسبه است:

$$CSR D = EMPD + COMD + PROD + ENVD \quad CSR D = \sum X / N$$

اگر موارد افشا به صورت کمی و جزئیات آن به صورت اعداد، شرح مفصلی از فعالیت و در صورت امکان تصاویر، نمودارها، جداول ذکر شده باشد، نمره افشا ۳ اختصاص داده خواهد شد. در صورتی که اطلاعات به صورت غیر کمی و توضیحات به صورت شرح بند باشد، نمره افشا ۲، و در صورتی که موارد افشاء به صورت کیفی و توضیحات به صورت جمله یا پاراگراف باشد، نمره افشا ۱ و در صورتی که موردی افشاء نشود، نمره افشا صفر خواهد بود.

میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان

برای نشان دادن میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان نیاز به شش معیار زیر است:

(۱) سلامت محیط کارکنان؛

(۲) آموزش کارکنان؛

(۳) مزایای کارکنان؛

(۴) مشخصات کارکنان؛

(۵) مالکیت سهم کارکنان؛

(۶) ایمنی و بهداشت کارکنان ایزو ۱۸۰۰۰.

نمره افشا از رابطه ی زیر به دست میآید:

$$EMPD = \sum A / 6$$

میزان افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی

برای نشان دادن میزان افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی نیاز به شش معیار داریم:

(۱) برنامه اهدا وجه نقد؛

(۲) برنامه خیریه؛

(۳) برنامه بورس تحصیلی؛

(۴) حامیان مالی برای فعالیت ورزشی؛

(۵) حامیان غرور ملی؛

(۶) پروژه های عمومی.

نمره افشای مشارکت اجتماعی از رابطه ی زیر به دست میآید:

$$COMD = \sum B / 6$$

میزان افشای اطلاعات مربوط به تولید

برای نشان دادن میزان افشای اطلاعات مربوط به تولید نیاز به چهار معیار داریم:

(۱) ایمنی محصول؛

(۲) کیفیت محصول ایزو ۹۰۰۰؛

(۳) توسعه محصول؛

(۴) خدمات پس از فروش نمره افشای بعد تولید از رابطه ی زیر به دست میآید:

$$PROD = \sum C / 4$$

میزان افشای اطلاعات مربوط به محیط زیست

برای نشان دادن میزان افشای اطلاعات مربوط به محیط زیست نیاز به چهار معیار داریم:

- (۱) کنترل آلودگی هوا؛
 - (۲) برنامه پیشگیری و جبران خسارت؛
 - (۳) حفاظت و استفاده از محصولات ناشی از بازیافت؛
 - (۴) جایزه در زمینه ی محیط زیست ایزو ۱۴۰۰.
- نمره افشای بعد محیط‌زیست از رابطه ی زیر به دست می‌آید:

$$ENVD = \Sigma D / 4$$

مدیریت ریسک سازمانی (Managerial Confidence):

از تقسیم انحراف استاندارد خالص فروش سالیانه بر انحراف استاندارد نسبت های ROA (تقسیم سود (زیان) خالص بر متوسط اول و آخر دوره جمع کل دارایی های شرکت) و ROI (تقسیم سود (زیان) خالص بر جمع حقوق صاحبان سهام و بدهی بلند مدت شرکت) (بطور جداگانه) طی میانگین دوره شش ساله محاسبه می شود. این نسبت بعنوان یک متغیر مستقل در محاسبات آماری تحقیق شناخته می گردد.

متغیر تعدیل گر

اعتماد بنفیس مدیریتی (Managerial Confidence):

بیش اطمینانی مدیریت؛ در مطالعات اخیر از وضعیت نسبی سرمایه گذاری های شرکت برای اندازه گیری فرا اطمینانی استفاده شده است (بن محمد و همکاران، ۲۰۱۴). کمپل و همکاران (۲۰۱۱) اظهار نمودند که میزان سرمایه گذاری شرکت ها می تواند شامل اطلاعاتی درباره فرا اطمینانی مدیریت باشد. او شرکت هایی که از لحاظ سرمایه گذاری تعدیل شده از بابت صنعت (نسبت سرمایه گذاری شرکت به کل سرمایه گذاری انجام شده در آن صنعت) در یک پنجم بالای نمونه بوده را به عنوان شرکت هایی برگزید که مدیریت آن ها دارای فرا اطمینانی است. برای این منظور سرمایه گذاری هر شرکت-سال را بر رقم کل سرمایه گذاری های شرکت-سال های آن صنعت تقسیم نموده و رقم به دست آمده را به عنوان معیاری مورد توجه قرار می دهیم که اگر رقم آن برای هر شرکت-سال در بین کل نمونه مورد بررسی، در بین یک پنجم بالا باشد، مدیریت آن شرکت-سال به عنوان مدیریت فرا اطمینان شناخته می شود. برای محاسبه سرمایه گذاری شرکت ها از مخارج سرمایه ای مستخرج از صورت جریان وجه نقد استفاده خواهد شد. اگر مدیریت شرکتی به عنوان بیش اطمینانی مدیریت شناخته شود، متغیر مذکور برابر یک قرار داده می شود و در غیر این صورت برابر صفر خواهد بود.

متغیر کنترلی

- سن شرکت (Age): برابر است با تعداد سال های حضور شرکت i در سال t.
- بازده سهام (stock): نرخ متوسط بازده سهام شرکت i در سال t.
- اندازه شرکت (Size) برابر است با لگاریتم طبیعی کل دارایی های شرکت i در سال t.
- بازده دارایی ها (Roa) برابر است با بازده دارایی های شرکت i در سال t.
- ارزش دفتری به ارزش بازار (BVMV): ارزش دفتری دارایی ها تقسیم بر ارزش بازار دارایی ها شرکت i در سال t.
- ریسک سیستماتیک (BETA): میزان ریسک سیستماتیک یا ریسک بتا می باشد.

$$BETA = \frac{COV(r_{it}, r_{mt})}{\sigma(r_{mt})^2}$$

$COV(r_{it}, r_{mt})$: کوواریانس بین بازده سهام شرکت و بازار

r_{it} : بازده سهام شرکت

r_{mt} : بازده سهام بازار

$\sigma(r_{mt})^2$: واریانس بازدهی بازار.

مالکیت شرکت (Ownership): چنانچه بیش از ۵۰ درصد از سهام شرکت در دست ارگان های دولتی باشد عدد ۱ و در غیر اینصورت عدد صفر.

حجم معاملات شرکت (Turnover): میانگین میزان حجم معاملات سهام شرکت توسط سرمایه گذاران در ۱۲ ماه.

یافته های پژوهش

یافته های توصیفی

به منظور بررسی مشخصات عمومی متغیرها و تجزیه و تحلیل دقیق آنها، آشنایی با آمار توصیفی مربوط به متغیرها لازم است. نگاره (۱)، آمار توصیفی داده های مربوط به متغیرهای مورد استفاده در تحقیق را نشان می دهد.

جدول (۱): آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

نام متغیر	میانگین	انحراف معیار	واریانس	چولگی	کشیدگی	کمترین	بیشترین
مدیریت سود واقعی	۰,۰۹۱	۰,۲۴۴	۰,۰۵۹	۱,۲۵۷	۴,۹۹۰	-۰,۹۱۶	۰,۹۹۳
مسئولیت اجتماعی	۰,۴۷۵	۰,۱۵۳	۰,۰۲۳	-۰,۴۳۴	۲,۲۷۸	۱	۰,۷۶۶
ریسک سازمانی	۱,۸۴۱	۰,۹۶۲	۰,۹۲۶	۲,۱۶۷	۹,۸۷۵	-۰,۹۵۷	۷,۷۱۹
اعتماد به نفس مدیریتی	۰,۵۵۲	۰,۴۹۷	۰,۲۴۷	-۰,۲۱۲	۱,۰۴۵	۰,۰۰۰	۱
سن شرکت	۳,۴۸۶	۰,۴۸۹	۰,۲۴۰	-۱,۱۰۲	۴,۲۰۷	۱,۳۸۶	۴,۱۴۳
بازده سهام	۰,۵۸۴	۱,۰۷۶	۱,۱۵۸	۲,۷۸۳	۱۵,۱۳۷	-۰,۶۵۷	۸,۵۹۵
اندازه شرکت	۱۴,۴۱۳	۱,۵۲۴	۲,۳۲۴	۰,۹۲۴	۴,۱۶۵	۱۰,۵۳۲	۱۹,۷۷۳
بازده دارایی ها	۰,۱۰۱	۰,۱۵۵	۰,۰۲۴	-۰,۲۸۵	۶,۷۱۴	-۰,۷۸۹	۰,۶۲۱
ارزش دفتری به بازار	۰,۵۴۴	۰,۲۳۸	۰,۰۵۶	۰,۲۱۸	۲,۳۱۹	۰,۰۸۳	۱,۳۸۱
ریسک سیستماتیک	۰,۶۷۹	۱,۰۰۹	۱,۰۱۸	-۰,۲۶۸	۱۰,۶۰۳	-۷,۵۶۴	۵,۴۸۴
مالکیت شرکت	۰,۲	۰,۴۰۰	۰,۱۶۰	۱,۵	۳,۲۵	۰,۰۰۰	۱
حجم معاملات شرکت	۱۳,۹۲۳	۱,۵۲۲	۲,۳۱۹	۰,۸۵۹	۴,۰۶۱	۱۰,۰۴۴	۱۹,۲۸۶

اصلی ترین شاخص مرکزی، میانگین است که نشان دهنده نقطه تعادل و مرکز ثقل توزیع است و شاخص خوبی برای نشان دادن مرکزیت داده هاست. برای مثال مقدار میانگین برای مسئولیت اجتماعی مالی برابر با (۰/۴۷۵) می باشد که نشان می دهد بیشتر داده ها حول این نقطه تمرکز یافته اند. به طور کلی پارامترهای پراکندگی، معیاری برای تعیین میزان پراکندگی از یکدیگر یا میزان پراکندگی آنها نسبت به میانگین است. از مهم ترین پارامترهای پراکندگی، انحراف معیار است. مقدار این پارامتر در آمار توصیفی کلی، برای اندازه شرکت برابر با ۱,۵۲۴ و برای مسئولیت اجتماعی برابر است با ۰,۱۵۳ می باشد که نشان می دهد این دو متغیر به ترتیب دارای بیشترین و کمترین انحراف معیار هستند.

آزمون تشخیص توزیع نرمال

پس از انجام هر نوع اندازه گیری همواره تعدادی داده (عدد) در اختیار داریم که می خواهیم ارتباط بین آنها را کشف کنیم یا آنها را دسته بندی نماییم تا بتوانیم آنها را تجزیه و تحلیل کنیم. برای انجام این کار ابتدا می بایست نحوه توزیع داده ها را بدانیم. به عبارت ساده تر توزیع داده ها به ما می گوید که پراکندگی و گستردگی داده هایی که جمع آوری کرده ایم چگونه

است. به منظور بررسی نرمال بودن متغیرهای پژوهش از آزمون شاپیرو ویلک استفاده شده است. در این آزمون هرگاه سطح معنی داری کمتر از ۵٪ باشد نشان دهنده‌ی توزیع نرمال نمی‌باشد:

جدول (۲): نتایج آزمون توزیع نرمال

نام متغیر	آماره آزمون	سطح معناداری	نتیجه
مدیریت سود واقعی	۱۰,۰۴۷	۰,۰۰۰	توزیع نرمال ندارد
مسئولیت اجتماعی	۶,۸۷۳	۰,۰۰۰	توزیع نرمال ندارد
ریسک سازمانی	۱۱,۱۴۱	۰,۰۰۰	توزیع نرمال ندارد
اعتماد به نفس مدیریتی	-۶,۸۱۹	۱	توزیع نرمال دارد
سن شرکت	۹,۲۱۶	۰,۰۰۰	توزیع نرمال ندارد
بازده سهام	۱۱,۶۶۳	۰,۰۰۰	توزیع نرمال ندارد
اندازه شرکت	۸,۰۰۶	۰,۰۰۰	توزیع نرمال ندارد
بازده دارایی‌ها	۸,۱۵۳	۰,۰۰۰	توزیع نرمال ندارد
ارزش دفتری به بازار	۵,۶۲۰	۰,۰۰۰	توزیع نرمال ندارد
ریسک سیستماتیک	۸,۲۷۰	۰,۰۰۰	توزیع نرمال ندارد
مالکیت شرکت	۳,۴۸۸	۰,۰۰۰	توزیع نرمال ندارد
حجم معاملات شرکت	۷,۵۲۴	۰,۰۰۰	توزیع نرمال ندارد
نرمال بودن مقادیر خطا			
مدل اول	۲,۲۷۴	۰,۷۳۱	توزیع نرمال دارد
مدل دوم	۴,۷۹۴	۰,۴۰۹	توزیع نرمال دارد
مدل سوم	۲,۵۰۸	۰,۲۱۹	توزیع نرمال دارد
مدل چهارم	۴,۴۹۰	۰,۶۱۱	توزیع نرمال دارد

نرمال بودن متغیرها: طبق نتایج آزمون مشاهده می‌شود که سطح معناداری همه متغیرها (بجز متغیر اعتماد به نفس مدیریتی) کمتر از ۵ درصد می‌باشد لذا دارای توزیع نرمال نیستند. سطح معناداری باقیمانده‌های مدل نیز بیشتر از ۵ درصد می‌باشد و بیانگر نرمال بودن توزیع خطاهای باقی‌مانده در مدل‌های رگرسیونی فوق می‌باشد.

آزمون F لیمر (چاو) و آزمون هاسمن

گاهی اوقات داده‌هایی که ما با آن‌ها روبرو هستیم هم دربرگیرنده داده‌های سری زمانی و هم مقطعی می‌باشد. به چنین مجموعه‌ای از داده‌ها عموماً پانلی از داده‌ها یا پانل دیتا شناخته شده است. در برآورد مدل پانل دیتا با دو حالت کلی روبرو هستیم. حالت اول این است که عرض از مبدأ برای کلیه مقاطع یکسان است که در این صورت با مدل پول دیتا (pool data) مواجه هستیم. حالت دوم عرض از مبدأ برای تمام مقاطع متفاوت است که به این حالت پانل دیتا (panel data) گفته می‌شود. برای شناسایی دو حالت فوق از آزمونی به نام اف-لیمر استفاده می‌شود. بنابراین آزمون اف-لیمر برای انتخاب بین روش‌های رگرسیون پول دیتا (تلفیقی) و رگرسیون با اثرات ثابت استفاده می‌شود. در صورتی که میزان معناداری آماره‌ی چاو (prob) کمتر از سطح ۰,۰۵ باشد، داده‌های تابلویی (پانل دیتا) انتخاب می‌شود. در این حالت برای تشخیص اثرات ثابت یا تصادفی باید آزمون هاسمن نیز انجام شود.

جدول (۳): نتایج آزمون اف لیمر (چاو)

نام مدل	آماره آزمون	سطح معناداری	نتیجه
مدل اول	۱۲,۳۲	۰,۰۰۰	داده‌های تابلویی
مدل دوم	۱۲,۶۶	۰,۰۰۰	داده‌های تابلویی

مدل سوم	۱۲,۳۵	۰,۰۰۰	داده‌های تابلویی
مدل چهارم	۱۲,۶۸	۰,۰۰۰	داده‌های تابلویی

با توجه به جدول ۳، چون سطح معناداری آزمون اف لیمر در همه مدل‌ها کمتر از ۵ درصد است، از این رو رویکرد داده‌های تابلویی در مقابل رویکرد داده‌های تلفیقی مورد پذیرش قرار می‌گیرند.

جدول (۴): نتایج آزمون هاسمن

نام مدل	آماره آزمون	سطح معناداری	نتیجه
مدل اول	۳۵,۲۶	۰,۰۰۰	اثرات ثابت عرض از مبدأ
مدل دوم	۸,۹۶	۰,۴۴۱	اثرات تصادفی عرض از مبدأ
مدل سوم	۸,۹۲	۰,۴۶۰	اثرات تصادفی عرض از مبدأ
مدل چهارم	۱۴,۳۵	۰,۲۱۴	اثرات تصادفی عرض از مبدأ

با توجه به جدول ۴، چون سطح معناداری آزمون (بجز در مدل اول) در هر سه مدل دیگر بیشتر از ۵ درصد است، از این رو اثرات تصادفی عرض از مبدأ در مقابل اثرات ثابت مورد پذیرش قرار می‌گیرد.

همسانی واریانس در مقادیر خطا

یکی از مفروضات مدل رگرسیونی خطی کلاسیک وجود همسانی واریانس جملات اخلاص می‌باشد. اما به‌طور متعارف در داده‌های سری زمانی و داده‌ها مقطعی ممکن است واریانس جملات اخلاص ثابت نموده و از مقادیر وقفه دار جملات اخلاص تبعیت نماید. در این صورت مشکل ناهمسانی واریانس بین جملات اخلاص بروز می‌کند و تخمین زنده‌های رگرسیون علی‌رغم بدون تورش بودن دارای کارایی نخواهد بود.

جدول (۵): نتایج آزمون ناهمسانی واریانس (والد تعدیل شده)

مدل‌های پژوهش	آماره آزمون	سطح معنی‌داری	نتیجه
مدل اول	۲,۹۰۵	۰,۰۰۰	وجود ناهمسانی واریانس
مدل دوم	۴,۹۰۵	۰,۰۰۰	وجود ناهمسانی واریانس
مدل سوم	۳,۰۰۵	۰,۰۰۰	وجود ناهمسانی واریانس
مدل چهارم	۷,۸۰۵	۰,۰۰۰	وجود ناهمسانی واریانس

نتایج حاصل در جدول ۵ نشان می‌دهد که سطح معنی‌داری آزمون والد تعدیل شده در هر چهار مدل کمتر از ۵ درصد می‌باشد و بیانگر وجود ناهمسانی واریانس در جملات اخلاص می‌باشد. لازم به توضیح است که این مشکل در تخمین نهایی مدل‌ها رفع گردیده (با روش وزن دهی به داده‌ها از طریق دستور gls) است.

خودهمبستگی مقادیر خطا

در مطالعات اقتصادسنجی که بر مبنای سری‌های زمانی قرار دارند، فرض عدم خودهمبستگی سریالی بین جملات پسماند که از فروض مهم مدل کلاسیک است، اغلب نقض می‌شوند، بنابراین لازم می‌باشد که قبل از تفسیر نتایج حاصل، به بررسی پدیده خودهمبستگی سریالی بین جملات پسماند پرداخته شود؛ زیرا در صورت وجود خودهمبستگی سریالی بین اجزاء اخلاص، تخمین زن‌های OLS دیگر در بین تمام تخمین زن‌ها بدون تورش، کارا نیستند یعنی دارای حداقل واریانس نمی‌باشند و در نتیجه استنباط آماری، قابل اعتماد نخواهد بود این مشکل بیشتر در داده‌های سری زمانی دیده می‌شود.

جدول (۶): نتایج آزمون خودهمبستگی سریالی (والدریج)

مدل‌های پژوهش	آماره آزمون	سطح معنی‌داری	نتیجه
---------------	-------------	---------------	-------

مدل اول	۳۰,۷۷۱	۰,۰۰۰	وجود خودهمبستگی سریالی
مدل دوم	۲۸,۳۱۷	۰,۰۰۰	وجود خودهمبستگی سریالی
مدل سوم	۳۳,۲۵۹	۰,۰۰۰	وجود خودهمبستگی سریالی
مدل چهارم	۳۲,۵۶۲	۰,۰۰۰	وجود خودهمبستگی سریالی

با توجه به نتایج جدول شماره ۶ مشاهده می‌شود که سطح معناداری آزمون والد ریچ در مدل‌های فوق کمتر از ۵ درصد می‌باشد و بیانگر وجود خودهمبستگی سریالی است. که با استفاده از دستور Auto Correlation در نرم‌افزار استاتا، این مشکل رفع شده است.

فرضیه اول

بین مسئولیت اجتماعی شرکت با مدیریت سود واقعی رابطه معناداری وجود دارد.

جدول (۷): تخمین نهایی مدل رگرسیونی اول

متغیرها	ضرایب	انحراف استاندارد ضرایب	آماره z	سطح معناداری
مسئولیت اجتماعی	-۰,۰۶۸	۰,۰۱۷	-۳,۹۸	۰,۰۰۰
سن شرکت	۰,۱۴۱	۰,۰۶۳	۲,۲۳	۰,۰۲۶
بازده سهام	۰,۰۰۶	۰,۰۰۲	۲,۶۸	۰,۰۰۷
اندازه شرکت	-۰,۰۰۱	۰,۰۰۹	-۰,۱۳	۰,۸۹۴
بازده دارایی‌ها	-۰,۲۳۶	۰,۰۲۶	-۸,۸۵	۰,۰۰۰
ارزش دفتری به بازار	۰,۸۸۸	۰,۰۳۰	۲۹,۴۰	۰,۰۰۰
ریسک سیستماتیک	۰,۰۰۵	۰,۰۰۱	۳,۱۵	۰,۰۰۲
مالکیت شرکت	۰,۰۵۸	۰,۰۱۵	۳,۷۳	۰,۰۰۰
حجم معاملات شرکت	-۰,۰۲۲	۰,۰۱۱	-۱,۸۹	۰,۰۵۹
عرض از مبدأ	-۰,۱۱۵	۰,۰۵۱	-۲,۲۵	۰,۰۲۵
سایر آماره‌های اطلاعاتی				
ضریب تعیین تعدیل شده	۰,۷۵۷			
آماره والد - سطح معناداری آن	۲۰۲۸,۴۳			
دوربین واتسون	۲,۲۵۴			

با توجه به اینکه متغیر مسئولیت اجتماعی دارای ضریب منفی و سطح معنادار یکمتر از ۵ درصد است از این رو می‌توان گفت که بین مسئولیت اجتماعی شرکت با مدیریت سود واقعی رابطه معکوس و معناداری وجود دارد. ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۷۵ درصد می‌باشد که نشان می‌دهد متغیرهای مستقل و کنترلی موجود در مدل توانسته‌اند ۷۵ درصد از تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهند. آماره والد دارای سطح معناداری کمتر از ۵ درصد می‌باشد از این رو می‌توان گفت که مدل برازش شده از اعتبار کافی برخوردار است. همچنین آماره دوربین واتسون مابین ۱,۵ و ۲,۵ است و نشان از برازش نبود خودهمبستگی مرتبه اول در مدل است.

فرضیه دوم

بین مدیریت ریسک سازمانی با مدیریت سود واقعی رابطه معناداری وجود دارد.

جدول (۸): تخمین نهایی مدل رگرسیونی دوم

متغیرها	ضرایب	انحراف استاندارد ضرایب	آماره z	سطح معناداری
ریسک سازمانی	-۱,۱۷۰	۰,۰۳۴	-۳۴,۱۶	۰,۰۰۰

سن شرکت	۰,۱۱۷	۰,۰۴۵	۲,۵۹	۰,۰۱۰
بازده سهام	۰,۰۰۴	۰,۰۰۱	۲,۴۴	۰,۰۱۵
اندازه شرکت	-۰,۰۱۶	۰,۰۰۷	-۲,۲۷	۰,۰۲۳
بازده دارایی ها	-۰,۰۴۲	۰,۰۱۹	-۲,۲۱	۰,۰۲۷
ارزش دفتری به بازار	۱,۲۱۶	۰,۰۲۱	۵۵,۹۸	۰,۰۰۰
ریسک سیستماتیک	۰,۰۰۵	۰,۰۰۱	۴,۱۳	۰,۰۰۰
مالکیت شرکت	-۰,۰۰۴	۰,۰۱۱	-۰,۴۰	۰,۶۸۶
حجم معاملات شرکت	-۰,۰۰۵	۰,۰۰۷	-۰,۷۱	۰,۴۷۵
عرض از مبدأ	-۰,۰۶۶	۰,۰۳۷	-۱,۷۵	۰,۰۸۰
سایر آماره‌های اطلاعاتی				
ضریب تعیین تعدیل شده	۰,۸۷۵			
آماره والد - سطح معناداری آن	۴۷۳۰,۷۴			
دوربین واتسون	۲,۱۷۶			

با توجه به اینکه متغیر ریسک سازمانی دارای ضریب منفی و سطح معنادار یکمتر از ۵ درصد است از این رو می توان گفت که بین ریسک سازمانی شرکت با مدیریت سود واقعی رابطه معکوس و معناداری وجود دارد. ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۸۷ درصد می باشد که نشان می دهد متغیرهای مستقل و کنترلی موجود در مدل توانسته اند ۸۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهند. آماره والد دارای سطح معناداری کمتر از ۵ درصد می باشد از این رو می توان گفت که مدل برازش شده از اعتبار کافی برخوردار است. همچنین آماره دوربین واتسون مابین ۱,۵ و ۲,۵ است و نشان از برازش نبود خودهمبستگی مرتبه اول در مدل است.

فرضیه سوم

اعتماد بنفیس مدیریتی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت با مدیریت سود واقعی تاثیر گذار است.

جدول (۹): تخمین نهایی مدل رگرسیونی سوم

متغیرها	ضرایب	انحراف استاندارد ضرایب	آماره z	سطح معناداری
مسئولیت اجتماعی	-۰,۰۶۷	۰,۰۱۶	-۴,۱۴	۰,۰۰۰
اعتماد به نفس مدیریتی	-۰,۰۰۳	۰,۰۰۹	-۰,۳۴	۰,۷۳۷
مسئولیت اجتماعی* اعتماد به نفس مدیریتی	۰,۰۰۵	۰,۰۰۱	۲,۹۳	۰,۰۰۳
سن شرکت	۰,۱۳۵	۰,۰۸۸	۱,۵۳	۰,۱۲۷
بازده سهام	۰,۰۰۶	۰,۰۰۲	۲,۱۶	۰,۰۳۱
اندازه شرکت	۰,۰۰۶	۰,۰۱۰	۰,۶۶	۰,۵۱۲
بازده دارایی ها	-۰,۲۲۵	۰,۰۳۰	-۷,۴۵	۰,۰۰۰
ارزش دفتری به بازار	۰,۸۹۹	۰,۰۳۶	۲۴,۴۵	۰,۰۰۰
ریسک سیستماتیک	۰,۰۰۵	۰,۰۰۹	۰,۶۲	۰,۵۳۶
مالکیت شرکت	۰,۰۵۰	۰,۰۱۵	۳,۳۰	۰,۰۰۱
حجم معاملات شرکت	-۰,۰۱۸	۰,۰۱۱	-۱,۶۱	۰,۱۰۸
عرض از مبدأ	-۰,۱۳۷	۰,۰۵۴	-۲,۵۲	۰,۰۱۲
سایر آماره‌های اطلاعاتی				
ضریب تعیین تعدیل شده	۰,۷۳۲			
آماره والد - سطح معناداری آن	۱۳۷۴,۳۹			

دوربین واتسون	۲,۲۵۰
---------------	-------

با توجه به اینکه متغیر نشانگر اثر تعاملی (مسئولیت اجتماعی * اعتماد به نفس مدیریتی) دارای سطح معناداری کمتر از ۵ درصد است از این رو می توان گفت که اعتمادبنفس مدیریتی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت با مدیریت سود واقعی تاثیرگذار است.

ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۷۳ درصد می باشد که نشان می دهد متغیرهای مستقل و کنترلی موجود در مدل توانسته اند ۷۳ درصد از تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهند. آماره والد دارای سطح معناداری کمتر از ۵ درصد می باشد از این رو می توان گفت که مدل برازش شده از اعتبار کافی برخوردار است. همچنین آماره دوربین واتسون مابین ۱,۵ و ۲,۵ است و نشان از برازش نبود خودهمبستگی مرتبه اول در مدل است.

فرضیه چهارم

اعتمادبنفس مدیریتی بر رابطه بین مدیریت ریسک سازمانی با مدیریت سود واقعی تاثیرگذار است.

جدول (۱۰): تخمین نهایی مدل رگرسیونی چهارم

متغیرها	ضرایب	انحراف استاندارد ضرایب	آماره z	سطح معناداری
ریسک سازمانی	-۱,۱۸۷	۰,۰۴۲	-۲۸,۲۴	۰,۰۰۰
اعتماد به نفس مدیریتی	-۰,۰۰۹	۰,۰۰۶	-۱,۴۱	۰,۱۵۸
ریسک سازمانی * اعتماد به نفس مدیریتی	۰,۰۳۴	۰,۰۱۳	۲,۴۸	۰,۰۱۳
سن شرکت	۰,۱۱۸	۰,۰۴۸	۲,۴۲	۰,۰۱۵
بازده سهام	۰,۰۰۴	۰,۰۰۲	۲,۱۷	۰,۰۳۰
اندازه شرکت	-۰,۰۱۰	۰,۰۰۷	-۱,۳۸	۰,۱۶۷
بازده دارایی ها	-۰,۰۴۳	۰,۰۲۰	-۲,۰۹	۰,۰۳۷
ارزش دفتری به بازار	۱,۲۳۶	۰,۰۲۹	۴۱,۷۵	۰,۰۰۰
ریسک سیستماتیک	۰,۰۰۵	۰,۰۰۶	۰,۸۶	۰,۳۹۰
مالکیت شرکت	۰,۰۰۳	۰,۰۱۲	۰,۳۰	۰,۷۶۵
حجم معاملات شرکت	-۰,۰۰۲	۰,۰۰۸	-۰,۳۴	۰,۷۳۶
عرض از مبدأ	-۰,۱۰۴	۰,۰۴۰	-۲,۶۰	۰,۰۰۹
سایر آماره های اطلاعاتی				
ضریب تعیین تعدیل شده	۰,۸۶۹			
آماره والد - سطح معناداری آن	۲۶۱۱,۳۳			
دوربین واتسون	۲,۱۸۸			

با توجه به اینکه متغیر نشانگر اثر تعاملی (ریسک سازمانی * اعتماد به نفس مدیریتی) دارای سطح معناداری کمتر از ۵ درصد است از این رو می توان گفت که اعتمادبنفس مدیریتی بر رابطه بین ریسک سازمانی شرکت با مدیریت سود واقعی تاثیرگذار است.

ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۸۶ درصد می باشد که نشان می دهد متغیرهای مستقل و کنترلی موجود در مدل توانسته اند ۸۶ درصد از تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهند. آماره والد دارای سطح معناداری کمتر از ۵ درصد می باشد از این رو می توان گفت که مدل برازش شده از اعتبار کافی برخوردار است. همچنین آماره دوربین واتسون مابین ۱,۵ و ۲,۵ است و نشان از برازش نبود خودهمبستگی مرتبه اول در مدل است.

نتیجه گیری و پیشنهادات

طبق نتایج حاصل از جدول آزمون فرضیه اول مشخص شد: بین مسئولیت اجتماعی شرکت با مدیریت سود واقعی رابطه معکوس معناداری وجود دارد. در این راستا چای و همکاران (۲۰۰۸) به بررسی رابطه بین مسئولیت های اجتماعی شرکت ها و مدیریت سود پرداختند. نتایج تحقیق آنان نشان داد که معیار های مسئولیت اجتماعی شرکت منجر به کاهش مدیریت سود می شود. همچنین پاگانو و ولپین (۲۰۰۵) بیان می کنند، که مدیران شرکت ها ممکن است از فعالیت های مربوط به مسئولیت پذیری اجتماعی، به عنوان ابزاری جهت جلوگیری از قبضه ی مالکیت به وسیله بازار سرمایه، استفاده نموده و از این طریق موجبات رضایت سهام داران را فراهم نمایند. از این رو می توان فرض کرد، مدیرانی که با هدف دستیابی به منافع شخصی و گمراه کردن دیگران دست به رفتارهای مدیریت سود فرصت طلبانه می زنند، جهت سرپوش گذاشتن به اقدامات شان و جلب رضایت گروه های ذینفع شرکت، مسئولیت پذیری اجتماعی بالایی داشته باشند. طبق نتایج حاصل از جدول آزمون فرضیه دوم مشخص شد: بین مدیریت ریسک سازمانی با مدیریت سود واقعی رابطه معناداری وجود دارد. پارک و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی تحت عنوان افشای مسئولیت اجتماعی و ریسک سیستماتیک شرکت ها، به این نتیجه رسیدند که بین افشای مسئولیت اجتماعی و ریسک سیستماتیک رابطه معکوس معناداری وجود دارد. همچنین آرث و لیتل (۲۰۰۴) بیان کردند که مسئولیت اجتماعی به مدیریت ریسک اثربخش تر می انجامد که به شرکت های کمک می کند تا زیانهای قابل اجتناب را کاهش داده، موضوعات جدید را شناسایی و از موقعیت های مناسب برای دستیابی به مزایای رقابتی استفاده کند.

طبق نتایج حاصل از جدول آزمون فرضیه سوم مشخص شد: اعتمادبنفس مدیریتی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت با مدیریت سود واقعی تاثیرگذار است. در این راستا تین شی و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهشی به بررسی رابطه بین بیش اطمینان مدیریت و مدیریت سود از طریق اقلام تعهدی پرداختند. نتایج آنها نشان داد که مدیران بیش اطمینان با احتمال بیشتری نسبت به سایر مدیران اقدام به افزایش سود گزارش شده از طریق اقلام تعهدی اختیاری می نمایند. همچنین بومن (۲۰۱۴) در پژوهشی به بررسی بیش اطمینانی مدیریت و هموارسازی سود پرداخت. وی از تصمیمات سرمایه گذاری و اعمال اختیار خرید سهام به عنوان معیارهای بیش اطمینانی استفاده نمود. یافته های وی نشان داد بیش اطمینانی مدیران و هموارسازی سود رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

طبق نتایج حاصل از جدول آزمون فرضیه چهارم مشخص شد: اعتمادبنفس مدیریتی بر رابطه بین مدیریت ریسک سازمانی با مدیریت سود واقعی تاثیرگذار است. در این راستا عسگرزاده و حامد (۱۳۹۸) به بررسی انگیزه ریسک پذیری مدیریت، مسئولیت اجتماعی شرکتی و ریسک شرکت پرداختند. نتایج حاصل از فرضیه نشان داد بین مسئولیت پذیری اجتماعی و ریسک شرکت رابطه معنی داری وجود ندارد اما بین انگیزه ریسک پذیری مدیریت و ریسک شرکت رابطه مستقیم و معنی داری وجود دارد.

پیشنهادات

در راستای نتایج حاصل شده پیشنهاداتی به شرح زیر ارائه می شود:
پیشنهاد می شود، سازمان های نظارتی؛ هم چون بورس اوراق بهادار تهران و سازمان حسابرسی (کمیته ی تدوین استانداردها) جهت توجه بیشتر مدیران به مقوله ی مسئولیت پذیری اجتماعی، به عنوان عامل بقای سازمان در بلندمدت، دستورالعمل ها و سیاستهای مناسب در این زمینه اتخاذ نمایند.

پیشنهاد می شود که سازمان بورس اوراق بهادار، قوانین و مقرراتی را اتخاذ کند که تا حد امکان بتواند میزان واقعی مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها را در طول سال های متمادی فعالیتشان اندازه گیری و مشخص نماید.

با توجه به این که توجه به مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت در بلندمدت می تواند اثر مساعدی بر عملکرد شرکت داشته باشد، لذا به سرمایه گذاران پیشنهاد می شود که در زمان تصمیم گیری، مقوله ی مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت را در نظر داشته باشند.

منابع

- ✓ حیدریه، سید عبدالله، امامی، مرتضی، (۱۳۹۸)، بررسی تاثیر توان مدیریت ریسک و مسئولیت اجتماعی بانک ها بر اثر بخشی مدیریت ریسک در بانک صادرات، دومین کنفرانس ملی اندیشه های نوین در مدیریت کسب و کار، تهران.
- ✓ شعری، صابر، اسدی، غلامحسین، نیک روش، مهدی، (۱۳۹۸)، مدل نوین سنجش بیش اطمینانی مدیریت و پیش بینی های سود: روش گشتاورهای تعمیم یافته، مطالعات تجربی حسابداری مالی، دوره ۱۶، شماره ۶۲، صص ۱-۲۰.
- ✓ عباس پوردولاما، وحید، خدیوی، سیدحسین، خدیوی، سیده لیلا، (۱۳۹۷)، بررسی رابطه بیش اطمینانی مدیران بر مسیولیت پذیری اجتماعی و عملکرد در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، هفتمین کنفرانس ملی کاربردهای حسابداری و مدیریت، تهران.
- ✓ عسکرزاده، غلامرضا، اعظم، سید حامد، (۱۳۹۸)، انگیزه ریسک پذیری مدیریت، مسئولیت اجتماعی شرکتی و ریسک شرکت، چهارمین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری، اهواز.
- ✓ فرد، ستاره، موسوی، سیداحمد، (۱۳۹۹)، رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی و فرا اطمینانی مدیریت با ریسک سقوط قیمت سهام، پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری و توسعه اقتصادی.
- ✓ نورانی، حسین، صالحی، مهدی، ناصریان اصل، سمیره، (۱۳۹۷)، تاثیر مدیریت سود واقعی بر ارتباط بین بیش اطمینانی مدیریت و عملکرد مالی آتی شرکتهای، کنفرانس ملی چشم اندازهای های نوین در حسابداری، مدیریت و کارآفرینی، کرج.
- ✓ Benmelech, E., E. Kandel, and P. Veronesi. (2010). "Stock-Based Compensation and CEO (Dis) Incentives." *Quarterly Journal of Economics* 125: 1769–1820. doi:10.1162/qjec.(2010).125. 4.1769.
- ✓ Bleck, A., and X. Liu. (2007). "Market Transparency and the Accounting Regime." *Journal of Accounting Research* 45: 229–256. doi:10.1111/joar.2007.45.issue-2.
- ✓ Chan, K., and A. Hameed. 2006. "Stock Price Synchronicity and Analyst Coverage in Emerging Markets." *Journal of Financial Economics* 80: 115–147. doi:10.1016/j.jfineco.2005.03.010.
- ✓ Chava, S. 2014. "Environmental Externalities and Cost of Capital." *Management Science* 60: 2223–2247. doi:10.1287/ mnsoc.(2013).1863.
- ✓ Dasgupta, S., J. Gan, and N. Gao. (2010). "Transparency, Price Informativeness, and Stock Return Synchronicity: Theory and Evidence." *Journal of Financial and Quantitative Analysis* 45: 1189–1220. doi:10.1017/S0022109010000505.
- ✓ Goss, A., and G. S. Roberts. (2011). "The Impact of Corporate Social Responsibility on the Cost of Bank Loans." *Journal of Banking & Finance* 35: 1794–1810. doi:10.1016/j.jbankfin.(2010).12.002.
- ✓ Habib, A., Hasan, M. (2016). Business Strategy, Overvalued Equities, and Stock Price Crash Risk. *Research in International Business and Finance*. Vol 13, 389–405
- ✓ Hutton, A. P., A. J. Marcus, and H. Tehranian. (2009). "Opaque Financial Reports, R2 and Crash Risk." *Journal of Financial Economics* 94: 67–86. doi:10.1016/j.jfineco.2008.10.003.
- ✓ Jin, L., and S. C. Myers. (2006). "R2 around the World: New Theory and New Tests." *Journal of Financial Economics* 79: 257–292. doi:10.1016/j.jfineco.2004.11.003.

- ✓ Kim, J.-B., Y. Li, and L. Zhang. (2011)a. "Corporate Tax Avoidance and Stock Price Crash Risk: Firm-Level Analysis." *Journal of Financial Economics* 100: 639–662. doi:10.1016/j.jfineco.2010.07.007.
- ✓ Kim, J.-B., Y. Li, and L. Zhang. (2011)b. "CFOs versus CEOs: Equity Incentives and Crashes." *Journal of Financial Economics* 101: 713–730. doi:10.1016/j.jfineco.2011.03.013.
- ✓ Kölbel, J. F., T. Busch, and L. M. Jancso. (2017). "How Media Coverage of Corporate Social Irresponsibility Increases Financial Risk." *Strategic Management Journal*, forthcoming. doi:10.1002/smj.2647.
- ✓ Lange, D., and N. T. Washburn. (2012). "Understanding Attributions of Corporate Social Irresponsibility." *Academy of Management Review* 37: 300–326. doi:10.5465/amr.(2010).0522.
- ✓ Oikonomou, I., C. Brooks, and S. Pavelin. (2014). "The Effects of Corporate Social Performance on the Cost of Corporate Debt and Credit Ratings." *The Financial Review* 49: 49–75. doi:10.1111/fire.(2014).49.issue-1.
- ✓ Piotroski, J. D., and D. T. Roulstone. (2004). "The Influence of Analysts, Institutional Investors, and Insiders on the Incorporation of Market, Industry, and Firm-Specific Information into Stock Prices." *Accounting Review* 79: 1119–1151. doi:10.2308/accr.2004.79.4.1119.
- ✓ Taylor, S. E., and J. D. Brown. (1988). "Illusion and Well-Being: A Social Psychological Perspective on Mental Health." *Psychological Bulletin* 103: 193–210. doi:10.1037/0033-2909.103.2.193.
- ✓ Taylor, S. E., and P. M. Gollwitzer. (1995). "Effects of Mindset on Positive Illusions." *Journal of Personality and Social Psychology* 69: 213–226. doi:10.1037/0022-3514.69.2.213.
- ✓ Ya-Fen Kuo , Yi-Mien Lin , Hsiu-Fang Chien , Corporate Social Responsibility, Enterprise Risk Management, and Real Earnings Management: Evidence from Manageria Confidence, *Finance Research Letters* (2020), doi: <https://doi.org/10.1016/j.frl.2020.101805>.
- ✓ Yun-Chi Lee, Yang-Cheng Lu & Yu-Chun Wang (2018): Corporate social irresponsibility, CEO overconfidence, and stock price crash risk, *Applied Economics Letters*, DOI: 10.1080/13504851.2018.1540835.