



بررسی رویکردهای شناختی مدیران (احتیاط و محافظه کاری و خوش بینی-بدبینی) در هنگام تصمیم‌گیری بر ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت

کیانوش رضوی نسب

گروه حسابداری، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

زهرا پورزمانی^۱

گروه حسابداری، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

(تاریخ دریافت: ۱ خرداد ۱۴۰۲؛ تاریخ پذیرش: ۱۲ مهر ۱۴۰۲)

زمینه و هدف: مدیران ارشد شرکت‌ها، به عنوان سکنداران اصلی هدایت و رهبری شرکت‌ها، بر تصمیمات استراتژیک شرکت تأثیر قابل توجهی دارند، لذا می‌توانند تصمیمات شرکت در رابطه با ایفای مسئولیت اجتماعی را نیز تحت تأثیر قرار دهند. پژوهش‌های زیادی در زمینه ویژگی‌های مدیریت و تصمیمات گوناگون مالی و عملکردی شرکت‌ها انجام شده، اما شواهد کمی وجود دارد که ویژگی‌های روانشناختی مدیران را به عملکردهای غیرمالی شرکت همچون ایفای مسئولیت اجتماعی مرتبط سازد. این مسئله تا حدودی به ویژگی‌های شخصیتی مدیران نیز ارتباط دارد. لذا پژوهش حاضر با هدف بررسی رویکردهای شناختی مدیران (احتیاط و محافظه کاری و خوش بینی-بدبینی) در هنگام تصمیم‌گیری بر ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت، شکل گرفته است.

روش شناسی: پژوهش حاضر از نوع کاربردی و از منظر روش پژوهش از نوع کمی است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل مدیران و کارشناسان مالی در شرکت‌های بورسی اوراق بهادار تهران است که با کمک جدول مورگان تعداد ۲۱۳ نفر انتخاب شدند. ابزار پژوهش پرسشنامه‌های استاندارد می‌باشد و روش تجزیه و تحلیل به کمک تحلیل عاملی تاییدی انجام شد.

یافته‌ها و نتیجه‌گیری: نتایج نشان داد بین احتیاط و محافظه کاری مدیران و خوش بینی مدیران با ایفای مسئولیت اجتماعی در سطح اطمینان ۹۵ درصد ارتباط معناداری وجود دارد. به طور کلی نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که ویژگی‌های شخصیتی مدیران بر ایفای مسئولیت اجتماعی مدیران در شرکت‌ها تأثیرگذار است. **واژه‌های کلیدی:** رویکردهای شناختی، مسئولیت اجتماعی شرکت، محافظه کاری، خوش بینی و بدبینی.

مقدمه

در طول چند دهه گذشته، به ویژه در دو دهه اخیر علاقه روبه رشدی به پژوهش در خصوص رفتار شرکت‌ها و تأثیر رفتار آن‌ها بر جامعه به وجود آمده است. با توجه به پیچیده شدن ارتباط شرکت‌ها با یکدیگر و همچنین با دولت و افراد حاضر در جامعه، شرایطی به وجود آمده است که شرکت‌ها باید نه تنها به بهره‌وران بلکه به تک تک مردم پاسخ‌گو باشند. ضرورت پاسخ‌گویی و توجه به سایر گروه‌های اجتماع و همچنین آثار زیست‌محیطی ناشی از فعالیت‌های بنگاه اقتصادی موجب شد تا مفهوم حسابداری مسئولیت‌پذیری اجتماعی در مباحث نظری حسابداری مطرح شود. در شرکت‌های بزرگ، مفاهیمی چون مسائل زیست‌محیطی، عملکرد اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی، کلید بقای شرکت است و موجب پایداری آن‌ها می‌شود و این هدف‌ها به یک مزیت رقابتی تبدیل شده است [۲۴]. مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها کاملاً نزدیک به مفهوم توسعه پاینده و وابسته به سه عنصر اساسی شامل حمایت محیطی، رشد اقتصادی و عدالت اجتماعی است. توسعه پایدار به مفهوم افشا و گزارشگری مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها توجه خاصی دارد [۲۶]. مفهوم پیش‌گفته اکنون نشانه‌ای از افزایش تمرکز شرکت‌ها بر ارائه فعالیت‌های اجتماعی از راه بررسی شکل‌های مختلف مسئولیت‌پذیری اجتماعی است و همواره بسیاری از شرکت‌ها در حال ترویج مسئولیت‌پذیری اجتماعی خود هستند [۲۵]. به‌طور کلی باید گفت مسئولیت‌پذیری اجتماعی منافع بسیاری برای جامعه دارد؛ برای نمونه باعث جلوگیری از تحمیل هزینه‌های شرکت‌ها (مانند آلودگی، مصرف منابع طبیعی و بهره‌کشی از افراد حاشیه‌نشین) بر جامعه می‌شود؛ هرچند ممکن است شرکت‌ها از منابع مشترک (اجتماعی) بهره‌کشی کنند؛ با این حال، اقدامات مسئولیت‌پذیرانه اجتماعی سبب می‌شود شرکت‌ها در برابر این هزینه‌ها، پاسخ‌گو باشند. بهره‌وران می‌توانند با اعمال فشار روی شرکت‌ها، آن‌ها را به بازیافت، سرمایه‌گذاری در فناوری‌های دوست‌دار محیط‌زیست و مشارکت در اقدامات بشردوستانه وادار کنند [۱۶].

از منافع دیگری که مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای جامعه دارد، این است که پی‌بردن به ملاحظات اجتماعی مشترک به همکاری شرکت‌ها و گروه‌های مختلف با یکدیگر منتهی می‌شود. پیگیری ملاحظات اجتماعی مشترک، شرکت‌ها و نیز سازمان‌های غیردولتی با دغدغه‌های مشترک را متحد می‌کند. شراکت با شرکت‌های دیگر زمینه‌ساز تجمیع منابعی مانند تخصص، سرمایه مالی و سرمایه اجتماعی می‌شود و در نتیجه منافع حاصل از این همکاری‌ها را تقویت می‌کند [۱۱]. این منافع باعث شده است در سال‌های گذشته، مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی در تمام دنیا استفاده شود و شرکت‌های مختلف در سطح دنیا از این مفهوم استقبال زیادی کنند؛ برای نمونه، مدیران شرکت‌های آمریکایی در سال ۲۰۱۰، مبلغ ۳/۱ تریلیون دلار از دارایی‌های شرکت‌ها را برای مسئولیت‌پذیری اجتماعی مصرف کردند [۱۶].

رهبران و مدیران سازمان‌ها و شرکت‌های بزرگ که در بازارهای جهانی یا بازارهای در حال جهانی شدن فعال و مؤثر هستند، نوعی تعادل میان بخش‌های اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی کسب‌وکار خود ایجاد کنند [۱۷]. اهمیت مسئولیت‌پذیری اجتماعی در حال افزایش است و نتایج راهبردی برای شرکت‌ها دربردارد. شرکت‌های بزرگ به صورت شایان توجهی در اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت،

سرمایه‌گذاری می‌کنند. تمایل به سرمایه‌گذاری در این کار را نمی‌توان تنها یک هزینه، محدودیت یا کار صحیح در نظر گرفت که باید انجام شود، بلکه شرکت‌ها می‌توانند با رفتار مسئولانه در قبال جامعه، مزیت رقابتی برای خود ایجاد کنند. پژوهش‌های زیادی در زمینه مسئولیت‌پذیری اجتماعی در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه انجام شده است. هج و میسرا [۱۹] در پژوهش خود تأثیر تأهل رئیس هیئت مدیران را بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت بررسی کردند. آنان برای سنجش افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی از شاخص‌های کی. ال. دی استفاده کردند. این شاخص هفت بخش از مسئولیت‌پذیری اجتماعی (راهبری شرکتی، تنوع‌پذیری، اجتماع، کارکنان، حقوق بشر، محیطی و تولید) را مدنظر قرار می‌دهد. درحقیقت کی. ال. دی پدیده‌های بحث‌برانگیز تولید مانند تنباکو، الکل و... را بررسی می‌کند. نتایج نشان دادند تأهل رئیس هیئت مدیران محرک مهمی برای تصمیم‌گیری‌های اجتماعی شرکت‌ها است. کاظم‌پور و همکاران [۱۶] در پژوهش خود رابطه متقابل حضور بانوان در هیئت مدیران و مسئولیت‌پذیری اجتماعی را با استفاده از سیستم معادلات هم‌زمان بررسی کردند. آنان از چارچوبی با ۲۷ شاخص مسئولیت‌پذیری اجتماعی استفاده کردند که نتایج بیانگر وجود رابطه مثبت دوطرفه بود. راهداری و انواری رستمی [۱۰] در پژوهش خود، پس از بررسی دستورعمل‌ها، شاخص‌ها و سامانه‌های رتبه‌بندی موجود در دنیا در زمینه‌ای. اس. جی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، پایداری و راهبری شرکتی، مؤلفه‌های کلی‌ای. اس. جی را معرفی کردند. نتایج نشان داد مؤلفه‌های زیست‌محیطی در سه بخش عمومی، تأثیر بر طبیعت و مدیریت، مؤلفه‌های اجتماعی در چهار بخش عمومی، سامانه‌های مدیریت، حقوق انسانی و جامعه و مؤلفه‌های راهبری شرکتی در سه بخش عمومی، هیئت مدیران و کمیته‌ها و قانون‌مندی طبقه‌بندی می‌شوند.

حساس یگانه و برزگر [۵] در پژوهش خود الگویی برای افشای مسئولیت اجتماعی و پایداری شرکت‌ها پیشنهاد دادند. نتایج بیانگر آن بود که از ۶۰ شاخص سنجش‌شده در پژوهش به صورت متوسط حدود ۴۵ شاخص، یعنی ۷۵ درصد آنها، در گزارش‌های سالانه فعالیت هیئت مدیران شرکت‌های بورسی افشا نمی‌شوند. فخاری و همکاران [۱۴] در پژوهش خود شاخص‌های ای. اس. جی را وزن‌دهی کردند که نتایج پژوهش آنان نشان می‌دهد ابعاد افشای اجتماعی، زیست‌محیطی و راهبری شرکتی به ترتیب با ضرایب ۰/۳۸۷، ۰/۳۳۷ و ۰/۲۷۵ در الگو، بیشترین وزن را دارند. همچنین بیان کردند میانگین امتیاز افشای ای. اس. جی در ۷۹ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران حدود ۲۹ درصد است.

از طرفی، تمرکز این تحقیق بر تصمیم‌گیری اخلاقی مدیران در سطح فردی بوده است. این موضوع به طور خاص ذیل تصمیم‌گیری اخلاقی مدیران در سازمان قرار می‌گیرد. در رابطه با تصمیم‌گیری اخلاقی مدیران اگرچه تحقیقات قابل توجه انجام شده است [۲۷؛ ۲۸؛ ۲۰]. اما جدای از ضعف‌های نظری این مدل‌ها که به یافته‌های ناسازگار در تحقیقات تجربی منجر شده است، هیچ یک به طور خاص تصمیم‌گیری اخلاقی در مدیریت را با رویکرد کیفی مورد بررسی قرار نداده‌اند.

بخشی از این مسئله که مدل‌های نظری موجود به یافته‌های سازگار در تحقیقات تجربی منجر نشده‌اند، به دلیل روش تحقیق به کار گرفته شده در تدوین این مدل‌ها بوده است [۲۱].

خواجوی و همکاران [۶] در مقاله ای اذعان کردند که رابطه‌ای مستقیم و معنادار بین خودشیفتگی مدیران و مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی وجود دارد. هم‌چنین، نتایج حاکی از وجود رابطه مستقیم و معنادار بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی است. افزون‌براین، نقش تعدیلی خودشیفتگی مدیران در تبیین رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی تأیید شد.

در خصوص نوآوری این مطالعه می‌توان اذعان کرد که محققان معتقدند تصمیم‌گیری اخلاقی در اصلی‌ترین حالت یک مسئله فردی است و در نتیجه روش‌های کیفی که معنا را کشف می‌کنند، نیت و قصد فرد را درک می‌کنند، رفتار وی را تبیین می‌نمایند و آگاهی ما را نسبت به عوامل پشت تصمیم‌گیری اخلاقی ارتقا می‌دهند، انتخاب بهتری نسبت به روش‌های مرسوم کمی به عنوان روش پژوهش برای این حوزه تحقیقاتی می‌باشند. اغلب پژوهش‌ها در زمینه تصمیم‌گیری اخلاقی تنها تلاش می‌کنند تا تأثیر تعداد اندکی متغیر را بر تصمیم‌گیری اخلاقی مدیران در سازمان بسنجند. لزوم انجام تحقیقاتی که مستقیم خود فرایند تصمیم‌گیری اخلاقی در سازمان را مورد تحلیل قرار دهند و آن را به صورت نظری تجزیه و تحلیل کنند، احساس می‌شود. با بررسی صورت گرفته در ادبیات مبانی نظری افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها

≠ اولاً مطالعه جامعی در خصوص تأثیر تصمیم‌گیری اخلاقی مدیران بر مبنای ویژگی‌های آن‌ها بر ایفای مسئولیت اجتماعی صورت نگرفته است.

≠ ثانیاً بیشتر مطالعات به صورت تک بعدی برخی مولفه‌های اخلاقی یا عوامل اخلاقی را بصورت یک متغیر کلی موثر بر آیت‌های مالی را بررسی نموده و یا فقط به افشای مسئولیت اجتماعی و تأثیر آن بر سایر متغیرها پرداخته است.

≠ ثالثاً عوامل احصا شده عمدتاً تکراری می‌باشد و بررسی‌های دقیق در تمام مطالعات پیشین در این خصوص صورت نگرفته است.

≠ هم‌چنین در خصوص مولفه‌های روانشناختی مدیران و تأثیر آن بر ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت مطالعات زیادی انجام نشده است.

لذا خلا پژوهشی جامع در این خصوص به چشم می‌خورد که این پژوهش درصدد رفع آن می‌باشد.

لذا پژوهش حاضر با هدف پاسخ‌گویی به سوالات ذیل شکل گرفته است:

سوال اول: احتیاط و محافظه‌کاری مدیران در هنگام تصمیم‌گیری چه تأثیری بر ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت دارد؟

سوال دوم: خوش بینی و بدبینی مدیران در هنگام تصمیم‌گیری چه تأثیری بر ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت دارد؟

مبانی نظری پژوهش

رویکردهای شناختی مدیران

واقعیت‌ها نشان می‌دهد با گذشت زمان و پیچیده‌تر شدن محیط‌های کاری ضرورت پرداختن به مباحث جدیدتر در عرصه مطالعات سازمانی که بر کارایی هرچه بیشتر کارکنان اثرگذار است، روز به روز بیشتر می‌شود. سازمان‌های موفق به آن مهم دست یافته‌اند و به جای تأکید بر اهداف کمی، بر ظرفیت‌سازی و ارتقای کیفی منابع انسانی در همه سطوح تأکید دارند. برای حصول به این هدف عالی، توجه به عوامل مختلف تأثیرگذار بر نگرش‌های کارکنان و پیامدهای آن‌ها امری ضروری است. بدبینی سازمانی به عنوان مفهوم جدید روابط کارگر - کارفرما و به عنوان یکی از مهمترین نگرش‌های کارکنان اخیراً مورد توجه بسیاری از محققان قرار گرفته است [۱۵]. از طرفی نیز رویکرد خوش بینی بر قابلیت گسترش، پرورش، شکوفایی و کمال انسان و تبدیل شدن به آنچه که او می‌تواند باشد، تأکید دارد. از طرف دیگر نمی‌توان قانونی برای جدایی رفتار مثبت از منفی ایجاد کرد، چون این به فرهنگ و ارزش‌های فرهنگی بستگی دارد و بحثی اقتصادی است. خوش بینی صرف هم مانند بدبینی صرف خوب نیست، بلکه می‌باید سعی کرد بین آن‌ها تعادل ایجاد کرد، مثلاً اطمینان بیش از حد به نیروی انسانی می‌تواند عملکرد و کارایی را پایین آورد و یا خوش بینی غیرواقعی می‌تواند منجر به انحراف از مسئولیت اصلی شود و یا امید کاذب می‌تواند منجر به تخصیص نادرست منابع و انرژی به سمت اهداف بیهوده شود و در نتیجه به افراد و سازمان خسارت وارد کند. بنابراین باید سعی شود در عین توجه به نقاط قوت، به ضعف‌ها نیز توجه شود و بین آن‌ها تعادل ایجاد گردد [۱۲]. بررسی نگرش‌های کارکنان به دلیل نتایج زیادی که ممکن است بر بهبود رفتار سازمانی داشته باشد، طی چند دهه گذشته مورد توجه پژوهشگران و صاحب‌نظران بوده است. پژوهش در مورد نگرش اعضای سازمان موجب می‌شود تا مدیران از نوع نگرش کارکنان در مورد خود، آگاه شوند و دریابند که آیا سیاست و رویه‌ای که به اجرا درمی‌آورند منصفانه است یا خیر؟ مدیران باید به نگرش اعضاء و کارکنان سازمان توجه زیادی داشته باشند. زیرا این نگرش‌ها موجب تأثیر بر افراد در سازمان می‌شود. نگرش کارکنان به شغل و سازمان خود از آن نظر که بر روی متغیرهای مهم سازمانی همچون جو سازمانی و فرهنگ سازمانی اثر می‌گذارد، حائز اهمیت است. اهمیت نگرش‌های شغلی و تأثیر آن بر جو و فرهنگ سازمانی و ارتباط این نگرش‌ها با پیامدهای مثبت و منفی سازمانی لزوم توجه محققان، مدیران و متولیان امور را مشخص می‌سازد. در دهه‌های اخیر تناسب مدیر با سازمان یکی از پیش‌بینی‌کننده‌های مهم نگرش‌های مربوط به کار شناخته شده است، هر چند شرایطی محدودکننده درباره تناسب مدیر با سازمان از قبیل شخصیت کارکنان و ادراک جنبه‌های دیگر شغل‌شان نیز اثرگذارند. افراد در محیط‌های کاری امروز تجربه‌های زیادی کسب می‌کنند. تجربه‌ها می‌تواند شامل فرصت‌های اعطای پاداش و اعمال قدرت در سازمان، تا حمل رفتارهای توهین‌آمیز باشد [۲۲].

رفتارهای مثبت‌گرا^۱

در ایجاد و توسعه روان‌شناختی، عمدتاً دو اقدام مطالعاتی روانشناسی مثبت‌گرا و رفتار سازمانی مثبت‌گرا، نقش اساسی داشته است. از اواخر دهه ۱۹۹۰ و به ویژه از سال ۱۹۹۸، توجه بسیاری بر اهداف مورد غفلت روانشناسی شد و روانشناسی مثبت‌گرا بر مبنای اصول و مفروضات جدید در کانون مطالعات علمی قرار گرفت. در این زمان روانشناسان فهرستی از موفقیت‌های خود را در رویکرد بیماری‌محور که در حدود بیش از پنج دهه به طول انجامیده بود، ارائه نمودند. آن‌ها دریافتند که علی‌رغم پیشرفت‌های مشخص در زمینه درمان مؤثر برای بیماری‌های ذهنی و رفتارهای ناکارآمد و غیرطبیعی، علم روانشناسی توجه کمتری به افراد سالم در زمینه رشد، توسعه و خودشکوفایی داشته است. در نتیجه از روانشناسان خواسته شد در مورد اینکه چگونه افراد سالم شادتر، موفق‌تر و خلاق‌تر بشوند، تحقیقات صورت گیرد. مفهوم روانشناختی مثبت‌گرا به خاطر داشتن مبانی علمی وجه تمایزی نسبت به سایر مباحث داشت و به عنوان الگویی با ارزش و سرمایه برای محیط‌های کاری عمل می‌کند [۱۸]. داشتن اعتماد به خود جهت انجام مشاغل چالشی و داشتن خوش بینی درباره موفقیت حال و آینده، پشتکار نسبت به رسیدن به اهداف حال و آینده و در مواقع لزوم جهت‌دهی مجدد مسیرها برای دستیابی به اهداف به‌منظور موفقیت و داشتن بازخورد و حتی حرکت به ورای مسائل، زمانی که با مشکلات و مسائل روبه‌رو می‌شود، ابعاد رفتار سازمانی است. روانشناسی مثبت‌گرا تنها بر بیماری‌های روانی متمرکز نمی‌کند و یا اینکه درمان متمرکز بر ضعف‌ها نیست، بلکه درمان به معنی ساختن و گسترش دادن چیزهایی که مفید و خوب هستند، یعنی مطالعه، شناختن و گسترش دادن توانمندی‌ها و فضیلت‌ها در انسان‌ها و جوامع. سرمایه انسانی به عنوان یکی از ابعاد رفتار سازمانی مثبت به علت اینکه منبع خلاقیت در سازمان است، یکی از مهمترین نوع دارایی‌های دانشی یا فکری در سازمان محسوب می‌شود. این نوع دارایی‌ها، دانش ضمنی در افراد داخل یک سازمان و یکی از عوامل حیاتی اثرگذار بر روی عملکرد هر شرکت است [۱۸].

احتیاط و محافظه کاری

محافظه کاری یکی از مفاهیم اساسی مدیریت مالی است که همواره در ارائه اطلاعات مالی مورد توجه تهیه‌کنندگان قرار می‌گیرد. در ادبیات مربوطه دو ویژگی مهم محافظه کاری مورد بررسی قرار گرفته است: نخست، وجود جانبداری در ارائه کمتر از واقع ارزش دفتری سهام نسبت به ارزش بازار آن است. دوم، تمایل به تسریع بخشیدن در شناسایی زیان‌ها و به تعویق انداختن شناسایی سودها که توسط باسو عنوان شده است. باسو محافظه کاری را به عنوان «تمایل حسابداران جهت نیاز به یک درجه بالاتری از تاییدپذیری برای شناسایی اخبار خوب در سود نسبت به اخبار بد تعریف می‌کند» [۱]. از آنجا که بازده‌های سالانه سهام در بردارنده اخبار به دست آمده در طول سال هستند این تعریف از محافظه کاری رابطه سود - بازده را تحت تاثیر قرار می‌دهد [۸]. باسو با استفاده از رگرسیون بین سود و بازده سالانه نشان می‌دهد که واکنش سود نسبت به بازده‌های منفی (اخبار بد) بیشتر و به هنگام‌تر از واکنش سود نسبت به بازده‌های

^۱ Positive Organizational Behavior (POB)

مثبت (اخبار خوب) است. باسو این واکنش متفاوت سود نسبت به اخبار خوب و بد را «عدم تقارن زمانی سود نامید و آن را به عنوان معیاری از محافظه کاری معرفی نمود» [۷].

به عبارت دیگر عدم تقارن زمانی سود مبین این است که سود به بازده‌های منفی زودتر و بیشتر از بازده‌های مثبت (اخبار خوب) واکنش نشان می‌دهد. از این رو، با استفاده از معیار باسو هر چه عدم تقارن زمانی سود یعنی تفاوت واکنش سود نسبت به اخبار خوب و بد بیشتر باشد محافظه کاری در گزارشگری مالی بیشتر است

تقریباً همه استفاده کنندگان برون سازمانی در تلاشند به کمک اطلاعات مالی گزارش شده، سود را برای چند دوره مالی پیش بینی کنند. بنابراین سرمایه گذاران با استفاده از اطلاعات مالی شرکتها بازده مورد انتظار خود را برآورد می‌کنند. از سوی دیگر، مفهوم عملکرد بهینه شرکت بر این فرض مبتنی است که هدف یک شرکت عبارت است از به حداکثر رسانیدن ثروت سهامداران. لذا با توجه به این مفاهیم عملکرد بهینه شرکت عبارت است از حداقل نرخ بازدهی که شرکت باید به دست آورد تا بازده مورد نظر سرمایه گذاران در شرکت تعیین شود. محافظه کاری باعث منفعت رسانیدن به سرمایه گذاران می‌گردد چرا که باعث تعدیل مشکلات بنگاه در ارتباط با تصمیم گیریهای سرمایه گذاری مدیران، افزایش کارایی قراردادهای سهولت نظارت بر مدیران و کاهش دعوی حقوقی می‌گردد. این مزایای محافظه کاری باعث کاهش اثرات منفی ناشی از نتایج این واقعیت می‌شود که اشخاص وابسته به شرکت دارای عدم تقارن اطلاعاتی هستند. محافظه کاری علائم هشدار سریع برای سهامداران فراهم می‌نماید چرا که باعث انتقال سریع اخبار بد می‌گردد [۴].

سطوح محافظه کاری در میان مدیران از درجات متفاوتی تشکیل شده است، نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که سطح محافظه کاری اجتماعی در میان حسابرسان بیشتر از حسابداران است و زنان نیز در مقایسه با مردان محافظه کاری کمتری دارند [۵].

پیشینه پژوهش

انور خطیبی و هاشمی « [۲] در مقاله تاثیر نظام راهبری شرکت بر میزان محافظه کاری در گزارشگری مالی با تاکید بر توانایی مدیران اذعان کردند که نظام راهبری شرکت بر میزان محافظه کاری در گزارشگری مالی رابطه معکوسی دارد. همچنین توانایی مدیران بر محافظه کاری در گزارشگری مالی تاثیر معکوس دارد. توانایی مدیران بر ارتباط بین نظام راهبری شرکت و میزان محافظه کاری در گزارشگری مالی تاثیر معکوس دارد.

تاجیک و همکاران [۳] در مقاله شناسایی و رتبه بندی عوامل شناختی مؤثر بر تصمیم گیری های راهبردی مالی مدیران شرکت ملی گاز ایران اذعان کردند که نتایج نشان داد که در بین هر یک از عوامل سرآمدی عملکرد فرآیندها و خدمات، عوامل سازمانی، عوامل فردی و مدیریت خطر و سرمایه گذاری به ترتیب، فعالیت اجتماعی و قانونی، عوامل زمینه ای (محیطی)، عقلانیت ایستا و محیط زیست، بیشترین تأثیر را بر تصمیم گیری های راهبردی مالی مدیران دارند. از بین همه زیرمعیارها در چهار معیار فوق، فعالیت اجتماعی و قانونی، رتبه اول و آمادگی شناختی، رتبه آخر را به دست آورده است.

عبدالرضایی و همکاران [۱۳] در مقاله خودشیفتگی مدیران و ارزش شرکت: نقش تعدیل کنندگی مسئولیت اجتماعی شرکت اذعان کردند که خودشیفتگی مدیران با ارزش شرکت ارتباط معناداری ندارد. عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت نقش تعدیل کننده‌ای بر ارتباط خودشیفتگی مدیران با ارزش شرکت ندارد. نتایج این پژوهش بر توسعه ادبیات مربوط خودشیفتگی مدیران و ارزش شرکت می‌افزاید. ذبیحی شیخی رجه و همکاران [۹] در مقاله ویژگی شخصیتی هیجان‌پذیری مدیران و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها اذعان کردند که یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که ویژگی شخصیتی هیجان‌پذیری مدیران با کلیه ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها ارتباط معناداری دارد. مدیران با ویژگی شخصیتی هیجان‌پذیری به دنبال منافع گروه‌های مختلف افراد درگیر با شرکت می‌باشند و مسئولیت اجتماعی در قبال عموم افراد جامعه، کارکنان، محیط زیست و بازار محصولات شرکت در اولویت برنامه‌های شرکت قرار خواهد گرفت.

لائوکس و لائوکس [۲۳] در مقاله محافظه کاری حسابداری و کسب اطلاعات مدیریتی اذعان کردند که عدم تقارن اطلاعاتی و اندازه شرکت تأثیر معناداری بر مدیریت سود ندارد، محافظه کاری حسابداری تأثیر منفی و معناداری بر مدیریت سود دارد و قادر به تعدیل یا تضعیف رابطه بین عدم تقارن اطلاعاتی، محافظه کاری حسابداری و اندازه شرکت در مدیریت سود است.

سیلوا [۲۹] در مقاله مسئولیت اجتماعی و مدیریت شرکت در یک جامعه جهانی اذعان داشتند که مسئولیت اجتماعی شرکت به مفهومی تکراری و جهانی تبدیل شده است که توسط شرکت‌های بین‌المللی و محلی با حامیان، شکاکان و منتقدان آن مورد استفاده قرار می‌گیرد. همچنین برای کسب‌وکارها برای پاسخگویی به چالش‌های قرن حاضر، مانند مبارزه با فقر یا ترویج اهداف توسعه پایدار، منطقه‌ای از نگرانی و تمرین رو به رشد است. نیاز - تقریباً توافقی - برای روشن شدن تأثیر و تنظیم سیاست مربوط به حوزه‌های پیچیده، مانند تغییرات آب و هوا، مسائل زیست‌محیطی، مسئولیت اجتماعی و مجموعه‌ای از مسائل اخلاقی، در سطح جهانی و محلی (یعنی از طریق یک چشم‌انداز جهانی اجتناب ناپذیر). هدف این پژوهش، ابتدا مرور ادبیات و موضوعات اصلی مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکت است. دوم، شناسایی چالش‌های فعلی که این حوزه علمی با آن مواجه است و سوم، مشخص کردن ارتباط آن در سطح محیط اقتصاد دیجیتال، برای مدیریت مدل‌های کسب‌وکار در حال ظهور و مدیریت سیستم‌های اطلاعاتی کسب‌وکارها.

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع کاربردی و روش تحقیق پژوهش از نوع کمی است. ابزار اصلی پژوهش حاضر پرسشنامه می‌باشد. بعد از جمع‌آوری داده‌های حاصل از پرسشنامه، تجزیه و تحلیل اطلاعات با کمک تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم و مدل معادلات ساختاری^۱ انجام شد. جامعه آماری این پژوهش، شامل کارشناسان حوزه مالی و مدیران شرکت‌های بورسی می‌باشد. با استفاده از جدول مورگان، تعداد نمونه

^۱ Structural Equation Modeling (SEM)

مورد بررسی شده ۲۱۳ نفر برآورد شد. پرسش نامه‌های استاندارد برای اندازه‌گیری هر پنج متغیر پژوهش به شرح ذیل استفاده می‌گردد:

- ۱- پرسشنامه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها (چن و گئنگ، ۲۰۰۹)
- ۲- پرسشنامه خوش بینی (گرین و همکاران، ۲۰۰۴)
- ۳- پرسشنامه محافظه کاری (خان و واتس، ۲۰۰۹)

یافته های پژوهش

≠ آمار توصیفی

روشی است که به منظور خلاصه کردن دسته های بزرگی از داده ها مورد استفاده قرار می گیرد. تعداد شرکت کنندگان در بخش کمی ۲۱۳ نفر بودند.

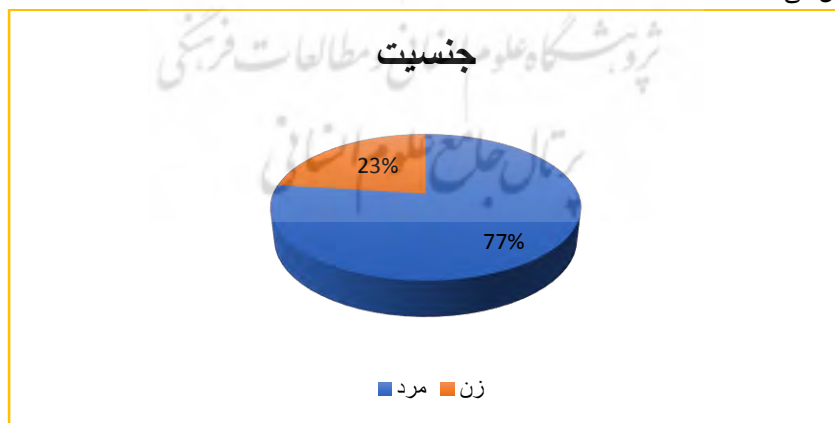
≠ جنسیت

جدول ۱، توزیع فراوانی جنسیت پاسخ دهندگان را نشان می دهد:

جدول (۱): توزیع فراوانی جنسیت

جنسیت	فراوانی	درصد فراوانی
مرد	۱۶۵	۷۷٪
زن	۴۸	۲۳٪
مجموع	۲۱۳	۱۰۰٪

همان گونه که در جدول ۱، مشاهده می شود ۷۷ درصد از پاسخ دهندگان را مردان و ۲۳ درصد را زنان تشکیل می دهند



نمودار (۱) توزیع فراوانی پاسخ دهندگان براساس جنسیت

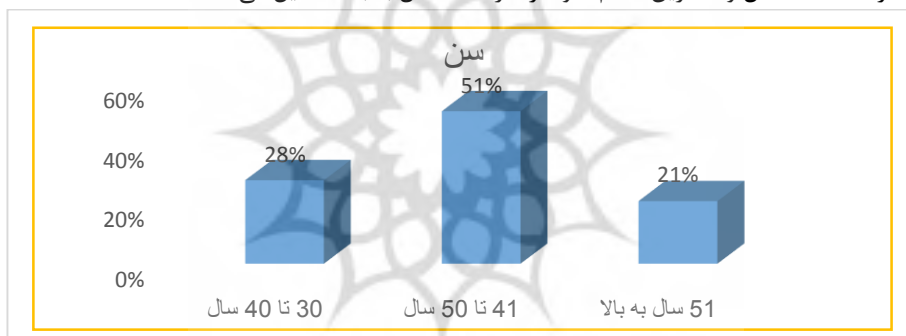
≠ سن

جدول ۲، توزیع فراوانی سن پاسخ دهندگان را نشان می دهد:

جدول (۲): توزیع فراوانی سن

درصد فراوانی	فراوانی	سن
۲۸٪	۶۱	۳۰ تا ۴۰ سال
۵۱٪	۱۰۸	۴۱ تا ۵۰ سال
۲۱٪	۴۴	۵۱ سال به بالا
۱۰۰٪	۲۱۳	مجموع

همان گونه که در جدول ۲، مشاهده می شود ۲۸ درصد از پاسخ دهندگان دارای سن ۳۰ تا ۴۰ سال، ۵۱ درصد دارای سن ۴۱ تا ۵۰ سال و ۲۱ درصد دارای سن بالای ۵۱ سال هستند. بیشترین حجم نمونه را افراد ۴۱-۵۰ سال و کمترین حجم نمونه را افراد ۵۱ سال به بالا تشکیل می دهند.



نمودار (۲): توزیع فراوانی پاسخ دهندگان براساس سن

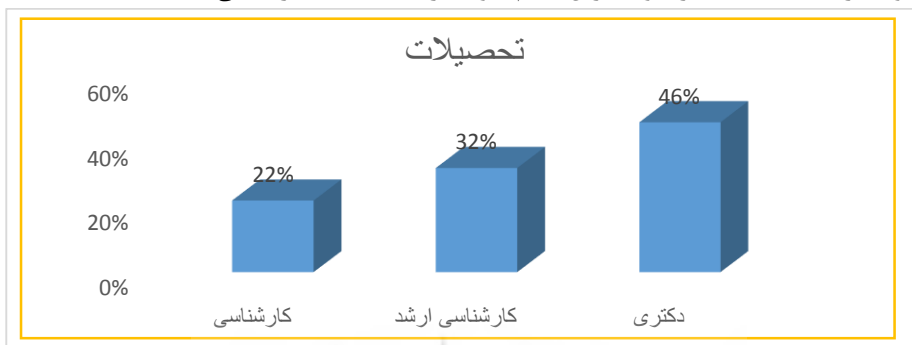
≠ سطح تحصیلات

جدول ۳، توزیع فراوانی سطح تحصیلات پاسخ دهندگان را نشان می دهد:

جدول (۳): توزیع فراوانی سطح تحصیلات

درصد فراوانی	فراوانی	سطح تحصیلات
۲۲٪	۴۷	کارشناسی
۳۲٪	۶۹	کارشناسی ارشد
۴۶٪	۹۷	دکتری
۱۰۰٪	۲۱۳	مجموع

همان گونه که در جدول ۳، مشاهده می شود ۶ درصد از پاسخ دهندگان دارای تحصیلات کارشناسی، ۳۳ درصد دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و ۶۱ درصد دارای تحصیلات دکتری می باشند. بیشترین حجم نمونه دارای تحصیلات دکتری و کمترین حجم نمونه دارای تحصیلات کارشناسی هستند.



نمودار (۳): توزیع فراوانی پاسخ دهندگان براساس تحصیلات

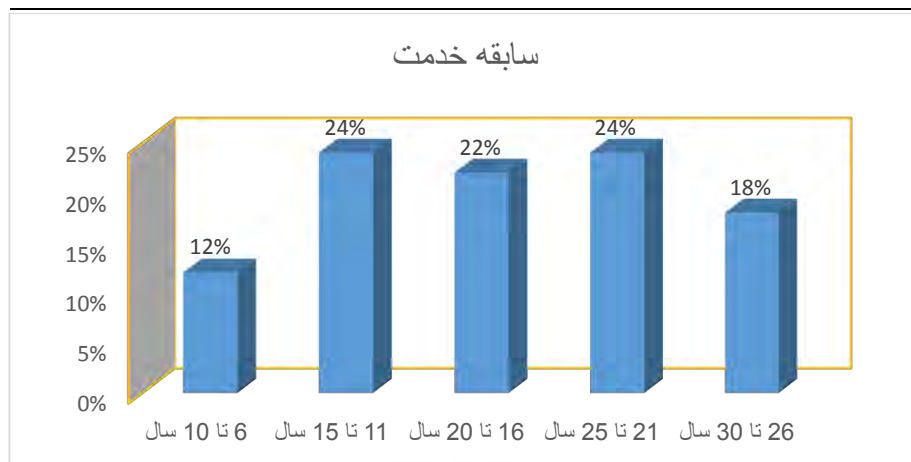
≠ سابقه خدمت

جدول ۴، توزیع فراوانی سابقه خدمت پاسخ دهندگان را نشان می دهد:

جدول (۴): توزیع فراوانی سابقه خدمت

درصد فراوانی	فراوانی	سابقه خدمت
۱۲٪	۲۵	۶ تا ۱۰ سال
۲۴٪	۵۲	۱۱ تا ۱۵ سال
۲۲٪	۴۶	۱۶ تا ۲۰ سال
۲۴٪	۵۲	۲۱ تا ۲۵ سال
۱۸٪	۳۸	۲۶ تا ۳۰ سال
۱۰۰٪	۲۱۳	مجموع

همان گونه که در جدول ۴، مشاهده می شود ۱۲ درصد از پاسخ دهندگان دارای سابقه خدمت ۶ تا ۱۰ سال، ۲۴ درصد دارای سابقه خدمت ۱۱ تا ۱۵ سال و ۲۲ درصد دارای سابقه خدمت ۱۶ تا ۲۰ سال، ۲۴ درصد دارای سابقه خدمت ۲۱ تا ۲۵ سال و ۱۸ درصد دارای سابقه خدمت ۲۶ تا ۳۰ سال می باشند. کمترین حجم نمونه دارای سابقه خدمت ۶ تا ۱۰ سال می باشند.



نمودار (۴): توزیع فراوانی پاسخ دهندگان براساس سابقه خدمت

در این بخش با استفاده از اطلاعات گرد آوری شده از طریق پرسشنامه ای که بر اساس شاخص های شناسایی شده طراحی شد و در بین نمونه آماری از جامعه مورد مطالعه توزیع گردید، شاخص های مربوط به مؤلفه ها از لحاظ کمی مورد تجزیه و تحلیل آماری قرار گرفتند که نتایج در ادامه آمده است.

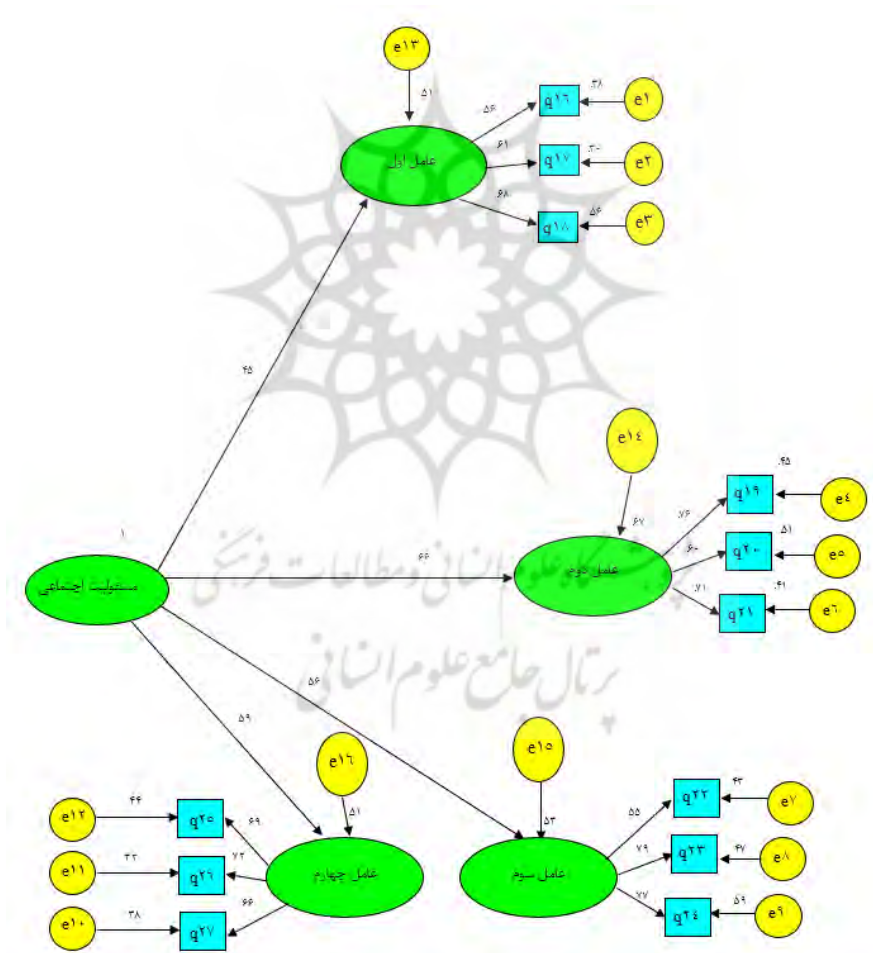
تحلیل عاملی تأییدی داده‌ها

ابتدا برای ورود به معادلات ساختاری باید ابزارهای پژوهش جهت تعیین اعتبار سازه مورد تحلیل تأییدی قرار گیرد. برای تأیید هر یک از متغیرها همچنین گویه های مربوط به هر یک از آنها از تحلیل عاملی تأییدی^۱ استفاده شده است. در واقع تحلیل عاملی تأییدی برای تعیین تناسب مدل اندازه گیری به کار می رود. تحلیل عاملی تأییدی در واقع یک مدل آزمون تئوری است، که در آن پژوهشگر تحلیل خود را با یک فرضیه قبلی آغاز می کند. این مدل که مبتنی بر یک شالوده تجربی و نظری قوی است، مشخص می کند که کدام متغیرها با کدام عامل ها همبسته شود. همچنین برای ارزشیابی اعتبار سازه نیز یک روش قابل اعتماد به پژوهشگر عرضه می کند تا از این طریق بتواند به گونه بارزی فرضیه هایی را درباره ساختار عاملی داده ها که ناشی از یک مدل از پیش تعیین شده با تعداد و ترکیب مشخصی از عامل هاست، بیازماید. روش تأییدی از طریق تعیین برازندگی مدل عاملی از پیش تعیین شده، تطابق بهینه ساختارهای عاملی مشاهده شده و نظری را برای مجموعه داده ها آزمون می کند. در این بخش پس از توضیح مختصری در مورد شاخص های برازش تحلیل عاملی تأییدی مربوط به هر یک از عامل های عنوان شده در مدل مفهومی، مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرد. لازم به ذکر است جهت آزمون مدل پژوهش از شاخص های اصلاح جهت تدوین مدل های نهایی استفاده شد علاوه بر این سؤال های با بارهای عاملی پایین حذف شدند.

^۱ Confirmatory factor analysis

تحلیل عاملی تاییدی متغیرهای مسئولیت اجتماعی

به منظور تعیین اعتبار متغیرهای مسئولیت اجتماعی از روش تحلیل عاملی تاییدی استفاده شد. خروجی نرم افزار ایموس نشان می دهد تمام بارهای عاملی بالاتر از $0/3$ هستند. با توجه به خروجی ایموس مقدار χ^2/df محاسبه شده $2/07$ است، وجود χ^2/df کوچکتر از 5 نشان دهنده برازش مناسب مدل می باشد همچنین جذر برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA) می بایستی کمتر از $0/08$ باشد که در مدل ارائه شده این مقدار برابر $0/066$ است. میزان شاخص های GFI ، $AGFI$ ، CFI و NFI نیز باید بیشتر از $0/9$ باشد که در مدل تحت بررسی به ترتیب بالاتر از میزان تعیین شده است. بنابراین داده های این پژوهش با ساختار عاملی این مقیاس برازش مناسبی دارد و این بیانگر همسویی سؤالات با متغیرهای مسئولیت اجتماعی است.



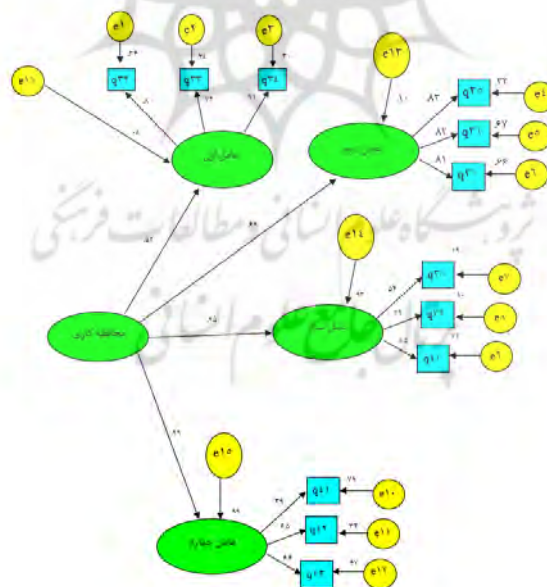
نمودار(۵): تحلیل مسیر عوامل مسئولیت اجتماعی

جدول (۵): شاخص های برازش متغیرهای مسئولیت اجتماعی

مشخصه	برآورد	ملاک
نسبت مجذور خی به درجه آزادی (χ^2/df)	۲/۰۷	$\chi^2/df < 5$
جذر برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA)	۰/۰۶۶	$RMSEA < 0.08$
شاخص نکویی برازش (GFI)	۰/۹۳	$GFI > 0.9$
شاخص تعدیل شده ی نکویی برازش (AGFI)	۰/۹۱	$AGFI > 0.9$
شاخص برازندگی تطبیقی (CFI)	۰/۹۶	$CFI > 0.9$
شاخص نرم شده برازندگی (NFI)	۰/۹۴	$NFI > 0.9$

تحلیل عاملی تاییدی عوامل احتیاط و محافظه کاری

به منظور تعیین اعتبار عوامل محافظه کاری از روش تحلیل عاملی تاییدی استفاده شد. اعداد روی مسیرها بارهای عاملی هستند تمام بارهای عاملی بالاتر از ۰/۳ هستند. یافته های مربوط به شاخص های برازش عوامل محافظه کاری در جدول ۶، حاکی از آن است که شاخص RMSEA، NFI، GFI، CFI و RMR از سطح قابل قبولی برخوردار بوده و این مشخصه های نکویی برازش نشان می دهد داده های این پژوهش با ساختار عاملی این مقیاس برازش مناسبی دارد و این بیانگر همسویی سوالات با سازه عوامل محافظه کاری است.



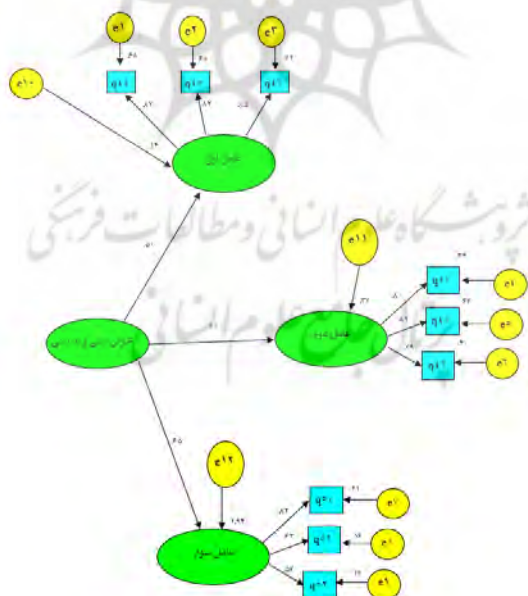
نمودار (۶): تحلیل مسیر عوامل محافظه کاری

جدول (۶): شاخص‌های برازش عوامل محافظه کاری

ملاک	برآورد	مشخصه
$\chi^2/df < 5$	۱/۴۵	نسبت مجذور خی به درجه آزادی (χ^2/df)
$RMSEA < 0.08$	۰/۰۴۳	جذر برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA)
$GFI > 0.9$	۰/۹۷	شاخص نکویی برازش (GFI)
$AGFI > 0.9$	۰/۹۶	شاخص تعدیل شده ی نکویی برازش (AGFI)
$CFI > 0.9$	۱	شاخص برازندگی تطبیقی (CFI)
$NFI > 0.9$	۰/۹۹	شاخص نرم شده برازندگی (NFI)

تحلیل عاملی تأییدی خوش بینی و بدبینی

به منظور تعیین اعتبار خوش بینی و بدبینی از روش تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. تمام بارهای عاملی بالاتر از ۰/۳ هستند. یافته‌های مربوط به شاخص‌های برازش متغیرهای خوش بینی و بدبینی در جدول ۷، حاکی از آن است که شاخص CFI، GFI، NFI، RMR و RMSEA از سطح قابل قبولی برخوردار بوده و این مشخصه‌های نکویی برازش نشان می‌دهد داده‌های این پژوهش با ساختار عاملی این مقیاس برازش مناسبی دارد و این بیانگر همسویی سؤالات با سازه‌های خوش بینی و بدبینی است.



نمودار (۷): تحلیل مسیر متغیرهای خوش بینی و بدبینی

جدول (۷): شاخص‌های برازش خوش بینی و بدبینی

مشخصه	برآورد	ملاک
نسبت مجذور خی به درجه آزادی (χ^2/df)	۱/۶۵	$\chi^2/df < 5$
جذر برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA)	۰/۰۵۱	$RMSEA < 0/08$
شاخص نیکویی برازش (GFI)	۰/۹۵	$GFI > 0/9$
شاخص تعدیل شده ی نیکویی برازش (AGFI)	۰/۹۳	$AGFI > 0/9$
شاخص برازندگی تطبیقی (CFI)	۰/۹۹	$CFI > 0/9$
شاخص نرم شده برازندگی (NFI)	۰/۹۸	$NFI > 0/9$

تجزیه و تحلیل مدل و بررسی برازش مدل پیشنهادی پژوهش

در این بخش با استفاده از اطلاعات گرد آوری شده از طریق پرسشنامه ای که بر اساس شاخص های شناسایی شده در بخش کیفی طراحی شد و در بین نمونه آماری از جامعه مورد مطالعه توزیع گردید؛ شاخص های مربوط به مؤلفه ها از لحاظ کمی مورد تجزیه و تحلیل آماری قرار گرفتند که نتایج در ادامه آمده است. معیارهای برازش یکی از مهم ترین مراحل در تحلیل مدل سازی معادلات ساختاری است. این معیارها برای پاسخ بدین پرسش است که آیا مدل بازنمایی شده توسط داده ها، مدل اندازه گیری پژوهش را تأیید می کند یا خیر؟ برای پاسخگویی به این پرسش، معیارهای برازش زیادی در روش شناسی مدل سازی معادلات ساختاری معرفی شده است.

۱- نسبت مجذور کای به درجه آزادی^۱: در آزمون مجذور کای فرضیه هماهنگی مدل مورد نظر با الگوی همپراشی^۲ بین متغیرهای مشاهده شده بررسی می شود. مقادیر کوچکتر آن، یعنی کمتر از ۳، نشانه برازندگی بیشتر است (گیلز^۳، ۲۰۰۲). کمیت خی دو بسیار به حجم نمونه وابسته است و نمونه بزرگ، کمیت خی دو را بیش از آنچه که بتوان آن را به غلط بودن مدل نسبت داد، افزایش می دهد.

۲- شاخص نیکویی برازش (GFI)^۴ و شاخص نیکویی برازش تعدیل شده (AGFI)^۵: این شاخص ها نشان دهنده اندازه ای از مقدار نسبی واریانس ها و کواریانس ها است که توسط مدل تبیین می شود. هر دو معیار بین صفر تا یک متغیر است که هر چه به عدد یک نزدیکتر باشند، نیکویی برازش مدل با داده های مشاهده شده بیشتر است.

۳- ریشه میانگین (متوسط) باقی مانده ها (RMR)^۶: در این شاخص، باقیمانده های واریانس ها و کواریانس های مشاهده شده با برآوردهای انجام شده در مدل مقایسه می شوند.

^۱ χ^2/df ^۲ Covariance^۳ Giles^۴ Goodness of Fit Index^۵ Adjusted Goodness of Fit Index^۶ Root Mean of Residuals

مقادیر کوچکتر آن نشانه برزندگی بهتر است (هومن، ۱۳۸۰). مدلهایی که در آن این مقدار کمتر از ۰/۰۵ است، برزندگی بسیار بالایی دارند، ولی مقادیر بین ۰/۰۵ تا ۰/۰۸ نیز برای یک مدل خوب، مناسب است .

۴- شاخص ریشه میانگین مجذورات تقریب (RMSEA)^۱: این شاخص برای مدلهای خوب ۰/۰۵۰ و کمتر است و مدلی که در آن این شاخص ۰/۱۰ یا بیشتر باشد برازش ضعیفی دارد. جدول زیر وضعیت این شاخص ها را نشان می دهد.

جدول (۸): نتایج شاخص های برازش مدل تحقیق

RMSEA	RMR	CFI	NFI	AGFI	GFI	$\frac{\chi^2}{df}$
۰/۰۹۰	۰/۱۳۳	۰/۸۴۵	۰/۸۸۷	۰/۸۴۱	۰/۸۳۵	۲/۸۵۸

نتایج نشان از برازش مناسب مدل پیشنهادی می باشد. پس از آزمون مدلهای اندازه گیری اکنون لازم است تا مدل ساختاری ای که نشان دهنده ارتباط بین متغیرهای مکنون تحقیق است، ارائه شود. با استفاده از مدل ساختاری می توان به بررسی فرضیه های تحقیق پرداخت.

جدول (۹): نتایج اجرای مدل ساختاری تصمیم گیری بر ایفای مسئولیت اجتماعی

روابط	برآورد استاندارد	خطای معیار	نسبت بحرانی	سطح معنی داری
احتیاط و محافظه کاری ← تصمیم گیری بر ایفای مسئولیت اجتماعی	۰/۶۸	۰/۰۴۵	۳/۸۱۳	۰/۰۰۰*
خوش بینی و بدبینی ← تصمیم گیری بر ایفای مسئولیت اجتماعی	۰/۴۴	۰/۰۴۲	۲/۹۵۸	۰/۰۰۰*

*P≤۰/۰۵

بر این اساس مدل تحقیق با استفاده از نرم افزار Anos مورد سنجش نهایی قرار گرفت و همانطور که مشاهده می شود تمامی روابط و با توجه به مقدار ضرایب مسیر در سطح اطمینان ۹۵ درصد تایید می شوند. الگوی مربوط به روابط علی در مدل تصمیم گیری بر ایفای مسئولیت اجتماعی در نمودار و جدول فوق ارائه شده است. بر اساس نتایج بدست آمده مولفه های احتیاط و محافظه کاری مدیران و خوش بینی و بدبینی مدیران در تصمیم گیری بر ایفای مسئولیت اجتماعی پژوهش تأثیرگذار بوده است.

^۱ Root Mean Square Error of Approximation

نتیجه گیری

طبق تئوری‌های مالی سنتی، مردم هم در مصرف و هم در سرمایه‌گذاری عاقلانه عمل می‌کنند. به عبارت دیگر، نظریه‌های مرتبط می‌پذیرند که افراد تنها با تحلیل جنبه‌های روان‌شناختی رفتاری خود، عقل‌گرا عمل می‌کنند. با این حال، مالی رفتاری جایگاه خود را در ادبیات مالی به دست آورده است تا شکافی را که توسط ناهنجاری‌های بازار ایجاد شده است، پر کند که نظریه‌های مالی متعارف نمی‌توانند به طور کامل توضیح دهند. در حالی که امور مالی سنتی سرمایه‌گذاران را تنها به عنوان موجودات منطقی می‌پذیرد، مالی رفتاری می‌پذیرد که احساسات و تمایلات شناختی انسان نیز در این امر مؤثر است. از سویی دیگر امروزه تأکید بر مباحث اخلاقی رو به گسترش بوده و از جمله طرق مؤثر در اعمال مباحث اخلاقی و اجرایی کردن بحث اخلاقیات در جامعه، توجه به مباحث اخلاق در تصمیم‌گیری یا اخلاق در مدیران می‌باشد. با گسترش تحقیقات در حوزه اخلاق در علم مدیریت در سال‌های اخیر، آینده‌نگری مطلوبی را برای اخلاق در حوزه مالی و تصمیم‌گیری می‌توان تصور کرد. اخلاقیات به عنوان سیستمی از ارزش‌ها، باورها، اصول، مبانی بایدها و نبایدها تعریف می‌شود که بر اساس آن نیک و بدهای سازمان مشخص می‌شود و عمل بد از خوب متمایز می‌گردد.

بر اساس یافته‌های پژوهش، ویژگی‌های رفتاری مدیران در هنگام تصمیم‌گیری بر اجرای مسئولیت اجتماعی شرکت مؤثر است. محافظه‌کاری، عدم تقارن تأیید هزینه‌ها و درآمدها است. این عدم تقارن می‌تواند بر عملکرد مالی شرکت‌ها که در قالب ارقام صورت‌های مالی گزارش می‌شود، تأثیر بگذارد. هدف‌های محافظه‌کاری اجتماعی از سازمان به سازمان و از شرکت به شرکت فرق می‌کند؛ بنابراین، سیاست‌ها یا موضعی نیست که بتوان آن‌ها را در بین محافظه‌کاران اجتماعی همگانی در نظر گرفت بلکه می‌تواند بر عملکرد شرکت تأثیرهای متفاوتی داشته باشد.

نتایج این بخش با تحقیقات انور خطیبی و هاشمی [۲] و لائوکس و لائوکس [۲۳] همسو می‌باشد. لذا محافظه‌کاری در حسابداری، اشتباهات اندازه‌گیری بالقوه که باعث کاهش قابلیت اتکای صورت‌های مالی می‌شود را کاهش می‌دهد. با توجه به اینکه کاهش قابلیت اتکا باعث کاهش سودمندی اطلاعات حسابداری می‌شود، بنابراین اثر محافظه‌کاری افزایش سودمندی و رابطه ارزشی اطلاعات حسابداری است.

بدبینی سازمانی می‌تواند پیامدهای رفتاری و نگرشی خاصی داشته باشد که این پیامدها تحت عنوان خروجی‌های رفتاری و نگرشی مطرح هستند. خوش‌بینی در بسیاری از پدیده‌های اقتصادی ریشه داشته و برای واسطه‌های مالی مهم است زیرا می‌تواند تصمیمات مالی و حسابداری شرکت را تحت تأثیر قرار داده و قیمت‌های اوراق بهادار را در مواقع محدودیت فروش استقرای متورم سازد. هم‌چنین منجر به واکنش کمتر یا بیش‌تر از حد بازده سهام می‌گردد. بخش مهمی از اقتصاد، نقش انگیزه‌های مالی است. انگیزه‌ها منافع کارفرما و نماینده را همسو می‌کند.

نتایج این بخش با مطالعات ذبیحی شیخی رجه و همکاران [۹] و عبدالرضایی و همکاران [۱۳] همراستا می‌باشد. با مقایسه مطالعات گوناگون در زمینه خوش‌بینی و بدبینی در سازمان می‌توان نقاط اشتراکی

بین آنها پیدا کرد. در ادبیات سازمانی به همبستگی های موجود بین بدبینی و خوش بینی، نگرش های شغلی و احتمالی که فرد می دهد تا بتواند در تسهیل تغییرات سازمانی با انجام رفتارهای مطلوب سازمانی ایفای نقش نماید، توجه خاصی شده است. از نظر رفتاری، موضوعات مرتبط با بدبینی سازمانی منجر به عدم مشارکت کارکنان در فعالیت ها و افزایش اعتراضات آن ها می گردد. همچنین مطالعات، شواهدی محکم از تأثیر ساختار مکانیزم های داخلی راهبری شرکتی بر سویه خوش بینی مدیران یافتند.

≠ پیشنهادات اجرایی:

- ✓ با توجه به نتایج پیشنهاد می گردد در انتخاب مدیران شرکت های به سرمایه اجتماعی آنها توجه کافی لحاظ گردد.
- ✓ به شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار و سایر شرکت های پیشنهاد می گردد مدیران از نظر ویژگی هایی روانشناختی مورد ارزیابی قرار گیرند.
- ✓ پیشنهاد می شود سازمان بورس اوراق بهادار به رتبه بندی شرکت ها از نظر میزان افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی بپردازد.

≠ پیشنهادات پژوهش های آتی

- ✓ بررسی نقش شناخت و پردازش اطلاعات در تحت تاثیر قرار دادن احساسات سرمایه گذاران در تصمیم گیری های مالی و بازده دارایی ها
- ✓ بررسی چگونگی تأثیرگذاری الگوی رفتار معاملات و احساسات سرمایه گذاران بر بازده مازاد سهام
- ✓ بکارگیری روش های فراابتکاری جهت پیش بینی گرایش های احساسی سرمایه گذاران
- ✓ بررسی رابطه بین گرایش های احساسی سرمایه گذاران و سوگیری ناشی از آن در پیش بینی سود مدیران
- ✓ بررسی رابطه نوسانات احساسی سرمایه گذاران با نوسانات تجاری

فهرست منابع

۱. اکبری، محسن، فرخنده، مهسا، ایاغ، زهرا. (۱۳۹۸). "بررسی تأثیر رقابت در بازار محصول بر عملکرد مالی با تعدیل کنندگی کیفیت افشای اطلاعات: شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران". **مدیریت دارایی و تأمین مالی**، ۷(۱)، ۲۹-۴۴.
۲. انورخطیبی، سعید، هاشمی، محدثه. (۱۴۰۲). تأثیر نظام راهبری شرکت بر میزان محافظه کاری در گزارشگری مالی با تاکید بر توانایی مدیران. **Accounting and Corporate Governance Research**، ۲(۲) دوره زمستان، ۸۹-۱۰۴.
۳. تاجیک، عین اله، دیده خانی، حسین، و اسلامی مفیدآبادی، حسین. (۱۴۰۲). "شناسایی و رتبه بندی عوامل شناختی مؤثر بر تصمیم گیری های راهبردی مالی مدیران شرکت ملی گاز ایران". **پژوهش های روان شناختی در مدیریت**، ۹(۱)، ۲۴۳-۲۷۲. SID: /fa1043708http://sidi r/paper/
۴. حاجی هاشمی و رنوسفادرانی، منصوره، عبدلی، محمد رضا (۱۳۹۹). "تأثیر بیش اطمینانی مدیران بر میزان افشای اطلاعات به صورت داوطلبانه و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت های پذیرفته شده

- در بورس اوراق بهادار تهران"، فصلنامه علمی پژوهشی دانش سرمایه‌گذاری، سال نهم، شماره سی و پنجم، صص ۳۶
۵. حساس یگانه، یحیی و احمدی، مرتضی، (۱۳۹۴)، "رابطه ساز و کارهای حاکمیت شرکتی و محافظه کاری"، فصلنامه مطالعات تجربی حسابداری مالی، ۱۱ (۸۳)، ۳۰ (۵۴)
۶. خواجهوی، شکراله، دهقانی سعدی، علی اصغر، & روستا، منوچهر. (۱۳۹۷). "بررسی نقش تعدیل‌کنندگی خودشیفتگی مدیران در تبیین رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران". تحقیقات حسابداری و حسابرسی، انجمن حسابداری ایران، ۱۰ (۳۹)، ۵۷-۷۴.
۷. خواجهوی، م.، و مرادی، م.، و خوشکار، ف. (۱۴۰۰). "تأثیر بیش اعتمادی مدیران و مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر هزینه سرمایه". شباک، ۷ (۵) (پیاپی ۶۲)، ۸۳-۹۲.
۸. دراجی، میترا، بنی‌مهد، بهمن، شکر، اعظم. (۱۳۹۸). "رابطه میان محافظه کاری اجتماعی و جهت‌گیری اخلاقی حسابداران و حسابرسان". تحقیقات حسابداری و حسابرسی، انجمن حسابداری ایران، ۱۱ (۴۲)، ۱۷۷-۱۹۲.
۹. ذبیحی شیخ رجه کیا، فغانی ماکرانی خسرو، ذبیحی علی. (۱۴۰۰)، "ویژگی شخصیتی هیجان‌پذیری مدیران و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها" مجله علوم پزشکی رازی. ۱۴۰۰؛ ۲۸ (۴): ۱۱۵-۱۲۴
۱۰. راهداری، امیرحسین و سحر سپاسی. (۱۳۹۷). مسئولیت اجتماعی شرکتی و کسب‌وکار پایدار، چاپ اول، سازمان اتکا، مرکز تحقیقات و نوآوری.
۱۱. شاه‌حسینی، محمدعلی و سعید عربلوی مقدم. (۱۳۹۵). مسئولیت اجتماعی شرکتی رویکردی جامع، چاپ اول، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۱۲. صالحی، اله کرم و موسوی، روح‌اله و مرادی، محمد. (۱۳۹۶). "بررسی تأثیر خوش بینی مدیریتی بر حساسیت سرمایه‌گذاری به جریان نقدی". دانش مالی تحلیل اوراق بهادار، سال دهم، شماره ۳۳، صفحه ۶۵-۷۶.
۱۳. عبدالرضایی، سبجان، جنانی، محمدحسن، همت فر، محمود. (۱۴۰۱). "خودشیفتگی مدیران و ارزش شرکت: نقش تعدیل‌کنندگی مسئولیت اجتماعی شرکت" تعالی منابع انسانی، (۲۴)، ۹۴-۷۸.
۱۴. فخاری، حسین، حسن نتاج کردی، محسن. (۱۳۹۷). "اثر تعدیل‌کنندگی راهبری شرکتی بر ارتباط بین رقابت در بازار محصول و کیفیت سود پیش‌بینی شده توسط مدیریت". پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، ۱۰ (۳۸)، ۲۳۷-۲۰۹.
۱۵. کارگر کامور، ن.، و خانمحمدی، م.، و یزدانی، ش.، و مرادی، ز. (۱۳۹۹). "بررسی تأثیر جهت‌گیری مذهبی بر رویکردهای اخلاقی تصمیم‌گیری مدیران مالی". دانش سرمایه‌گذاری، ۹ (۳۴)، ۱۲۷-۱۴۷.
۱۶. کاظم‌پور، مرتضی. (۱۳۹۶). "مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در کشورهای مختلف جهان"، راهبردهای حسابداری، شماره ۱، صص ۵۱-۴۱.

۱۷. مالی، مجتبی، فلاح، میر فیض، سعیدی، علی. (۱۴۰۰). "طراحی و تبیین الگوی کاهش پیامدهای تورش‌های رفتاری مالی موثر در رکود نظام بانکی". *نشریه چشم‌انداز مدیریت مالی*، ۱۱(۳۳)، - doi: ۱۰.۱۰.۲۹۲۵۲/jfmp.۲۰۲۱.۰۶.۹۶۱۰۶
۱۸. نصیر زاده، فرزانه و عباس زاده، محمد رضا و ذوالفقار آرائی، محمد حسین. (۱۳۹۶). "بررسی تأثیر خوش بینی مدیران و عدم تقارن اطلاعات ناشی از آن بر روی ریسک سقوط قیمت سهام". *فصل نامه حسابداری مالی*، سال نهم، شماره ۳۴، صفحه ۳۵-۷۰.
۹۹. Hegde, S. p. and Mishra, D. R. (2019). Married CEOs and corporate social responsibility. *Journal of Corporate Finance*, 58, 226-246.
۱۰۰. Heyler, S. G., Armenakis, A. A., Walker, A. G., & Collier, D. Y. (2016). A Qualitative Study Investigating the Ethical Decision Making Process: A Proposed Model. *Leadership Quarterly*, 27(5), 788-801.
۲۱. Howe, K. S., and R. Tilower (2021). Does voluntary disclosure improve stock price informativeness? *Financial Management*, Vol. 37, pp. 747-768.
۲۲. Kim, M. S., & Thapa, B. (2018). Relationship of ethical leadership, **corporate social responsibility and organizational performance**. *Sustainability*, 10(2), 447.
۲۳. Laux, C., & Laux, V. (2023). Accounting conservatism and managerial information acquisition. *Journal of Accounting and Economics*, 101630.
۲۴. Lioret, A. (2016). Modeling Corporate Sustainability Strategy. *Journal of Business Research*, Vol. 69, No. 2, 418-425.
۲۵. Mantovani, D., Lucas, M. D. A., and N. Angela. (2017). How Motivations for CSR and Consumer-Brand Social Distance Influence Consumers to Adopt Pro-Social Behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 36, 156-163.
۲۶. Park, E. (2019). Corporate social responsibility as a determinant of corporate reputation in the airline industry. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Volume 47, Pages 215-221.
۲۷. Rousselet, E., Brial, B., Cadario, R., & Béji-Bécheur, A. (2018). Moral Intensity, Issue Characteristics, and Ethical Issue Recognition in Sales Situations. *Journal of Business Ethics*. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-4020-1>.
۸۸. Schwartz, M. S. (2017). *Business Ethics: An Ethical Decision-Making Approach*. **Wiley Blackwell, New Jersey**.
۲۹. Silva, V. A., Opatha, H. H. D. N. P., & Gamage, A. S. (2021). Towards Extending the Ethical Dimension of Human Resource Management. *International Business Research*, 9(10), 255-264.



Examining the Cognitive Approaches of Managers (Caution and Conservatism and Optimism- Pessimism) When Making Decisions on Fulfilling the Company's Social Responsibility

Kianoush Razavi Nesab

Department of Accounting, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Zahra Poorzamani ¹©

Department of Accounting, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

(Received: May 22, 2023; Accepted: October 4, 2023)

Context and purpose: Senior managers of companies, as the main helmsmen of companies' guidance and leadership, have a significant influence on the company's strategic decisions, so they can also influence the company's decisions regarding fulfilling social responsibility. Many researches have been conducted in the field of management characteristics and various financial and functional decisions of companies, but there is little evidence that relates the psychological characteristics of managers to the company's non-financial functions such as fulfilling social responsibility. This issue is also related to the personality characteristics of managers. Therefore, the present study was formed with the aim of investigating the cognitive approaches of managers (caution and conservatism and optimism-pessimism) when making decisions on fulfilling the social responsibility of the company.

Methodology: The current research is applied and quantitative from the point of view of the research method. The statistical population of the current research includes managers and financial experts in Tehran stock exchange companies, who were selected with the help of Morgan's table in the number of 213 people. The research tool is standard questionnaires and the analysis method was done with the help of confirmatory factor analysis.

Findings and conclusions: The results showed that there is a significant relationship between the caution and conservatism of managers and the optimism of managers with fulfilling social responsibility at the %95 confidence level. In general, the results of this research show that the personality characteristics of managers have an impact on the social responsibility of managers in companies.

Keywords: Cognitive Approaches, Corporate Social Responsibility, Conservatism, Optimism and Pessimism.

¹ zahra.poorzamani@ yahoo.com© (Corresponding Author)