

بررسی نقش محافظه کاری غیرشرطی حسابداری در تعدیل رابطه بین حاکمیت شرکتی خوب و استراتژی مسئولیت اجتماعی شرکتی

حسین ناصری^۱

۱. استادیار، حسابداری، دانشگاه پیام نور

چکیده

در سال های اخیر، افزایش توجه سرمایه گذاران، نهادهای نظارتی و سایر ذی نفعان به عملکرد اجتماعی شرکت ها موجب شده است که مسئولیت اجتماعی شرکتی به یکی از موضوعات مهم در حوزه مدیریت و حسابداری تبدیل شود. شرکت ها دیگر تنها بر دستیابی به اهداف اقتصادی تمرکز ندارند، بلکه تلاش می کنند از طریق ایفای مسئولیت های اجتماعی، مشروعیت سازمانی و اعتماد عمومی را افزایش دهند. در این میان، حاکمیت شرکتی به عنوان یکی از مهم ترین سازوکارهای نظارتی، نقش مؤثری در جهت دهی رفتار مدیران و افزایش سطح پاسخگویی شرکت ها ایفا می کند. پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش محافظه کاری غیرشرطی حسابداری در تعدیل رابطه بین حاکمیت شرکتی خوب و استراتژی مسئولیت اجتماعی شرکتی انجام شده است. جامعه آماری پژوهش شامل شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است و داده های مورد نیاز از صورت های مالی و گزارش های سالانه شرکت ها استخراج خواهد شد. برای آزمون فرضیه ها از مدل های رگرسیون داده های تابلویی استفاده می شود. نتایج مورد انتظار نشان می دهد که حاکمیت شرکتی قوی می تواند موجب تقویت استراتژی های مسئولیت اجتماعی شرکت ها شود و محافظه کاری غیرشرطی حسابداری این رابطه را تعدیل کند. یافته های این پژوهش می تواند برای مدیران، سرمایه گذاران و سیاست گذاران بازار سرمایه در جهت ارتقای کیفیت گزارشگری مالی و عملکرد اجتماعی شرکت ها مفید باشد.

واژگان کلیدی: حاکمیت شرکتی، مسئولیت اجتماعی شرکتی، محافظه کاری غیرشرطی حسابداری، گزارشگری مالی، بورس اوراق بهادار تهران.

مقدمه

در محیط رقابتی امروز، نقش شرکت ها در جامعه تنها به ایجاد سود اقتصادی محدود نمی شود، بلکه سازمان ها باید نسبت به پیامدهای اجتماعی و زیست محیطی فعالیت های خود نیز پاسخگو باشند. مسئولیت اجتماعی شرکتی به عنوان یکی از ابعاد مهم عملکرد سازمانی، بیانگر تعهد شرکت ها در قبال گروه های مختلف ذی نفع شامل سهامداران، کارکنان، مشتریان، دولت و جامعه است. بر اساس دیدگاه کارول (۱۹۹۱)، مسئولیت اجتماعی شرکت شامل ابعاد اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشردوستانه است و سازمان ها برای دستیابی به موفقیت پایدار باید این ابعاد را در تصمیمات خود لحاظ کنند.

گسترش مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی باعث شده است که پژوهشگران به بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش و توسعه این استراتژی در شرکت ها بپردازند. یکی از مهم ترین عوامل تأثیرگذار در این زمینه، نظام حاکمیت شرکتی است. حاکمیت شرکتی مجموعه ای از سازوکارها، قوانین و فرآیندهایی است که نحوه کنترل و هدایت شرکت ها را مشخص می کند. مطابق نظریه نمایندگی، وجود تضاد منافع میان مدیران و مالکان می تواند موجب اتخاذ تصمیم هایی شود که منافع شخصی مدیران را بر منافع سهامداران ترجیح دهد؛ بنابراین وجود سازوکارهای مناسب حاکمیت شرکتی می تواند این تضاد را کاهش دهد (جنسن و مک لینگ، ۱۹۷۶).

حاکمیت شرکتی مناسب از طریق افزایش نظارت هیئت مدیره، استقلال اعضای هیئت مدیره، تقویت کمیته حسابرسی و افزایش شفافیت اطلاعاتی می تواند مدیران را به سمت رفتارهای مسئولانه تر هدایت کند. مطالعات انجام شده نشان داده اند شرکت هایی که از ساختار حاکمیت شرکتی قوی تری برخوردارند، تمایل بیشتری به افشای اطلاعات اجتماعی و زیست محیطی دارند؛ زیرا این اقدامات موجب افزایش اعتبار شرکت و کاهش عدم تقارن اطلاعاتی میان شرکت و ذی نفعان می شود (دهقان و همکاران، ۱۴۰۱).

از سوی دیگر، کیفیت اطلاعات حسابداری می تواند نقش مهمی در ارتباط میان حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی شرکت ها داشته باشد. محافظه کاری حسابداری یکی از ویژگی های مهم گزارشگری مالی است که باعث می شود اخبار نامطلوب سریع تر از اخبار مطلوب در صورت های مالی منعکس شود. باسو (۱۹۹۷) معتقد است محافظه کاری موجب کاهش خوش بینی بیش از حد مدیران و افزایش قابلیت اتکای اطلاعات مالی می شود.

محافظه کاری غیرشرطی حسابداری که به شناسایی کمتر دارایی ها و سود انباشته محافظه کارانه تر در طول دوره های مختلف اشاره دارد، می تواند رفتار فرصت طلبانه مدیران را محدود کند. وجود این ویژگی در گزارشگری مالی ممکن است باعث شود رابطه میان حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی شرکت ها تقویت شود؛ زیرا شرکت هایی که گزارشگری مالی محافظه کارانه تری دارند، معمولاً از شفافیت و پاسخگویی بیشتری برخوردار هستند (گیولی و هین، ۲۰۰۰).

با توجه به اهمیت روزافزون مسئولیت اجتماعی شرکتی و نقش سازوکارهای حاکمیت شرکتی در بهبود عملکرد سازمان ها، بررسی عوامل تعدیل کننده این رابطه اهمیت زیادی دارد. از این رو پژوهش حاضر تلاش می کند به این پرسش پاسخ دهد که آیا محافظه کاری غیرشرطی حسابداری می تواند رابطه بین حاکمیت شرکتی خوب و استراتژی مسئولیت اجتماعی شرکتی را تحت تأثیر قرار دهد یا خیر.

۲. بیان مسئله

در دهه های اخیر، تغییر نگرش جامعه نسبت به نقش شرکت ها موجب شده است که مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی به یکی از مباحث مهم در حوزه مدیریت، حسابداری و مالی تبدیل شود. در گذشته، هدف اصلی شرکت ها افزایش ثروت سهامداران و دستیابی به سود



بیشتر تلقی می‌شد، اما امروزه انتظار می‌رود شرکت‌ها علاوه بر عملکرد اقتصادی، آثار اجتماعی و محیط‌زیستی فعالیت‌های خود را نیز مورد توجه قرار دهند. مسئولیت اجتماعی شرکتی بیانگر میزان تعهد سازمان‌ها نسبت به جامعه و گروه‌های ذی‌نفع است و می‌تواند نقش مهمی در ایجاد اعتماد عمومی، بهبود شهرت سازمانی و افزایش ارزش شرکت داشته باشد (کارول، ۱۹۹۱).

با افزایش اهمیت مسئولیت اجتماعی شرکتی، یکی از پرسش‌های اساسی این است که چه عواملی موجب می‌شوند برخی شرکت‌ها نسبت به سایر شرکت‌ها توجه بیشتری به فعالیت‌های اجتماعی و محیط‌زیستی داشته باشند. نتایج پژوهش‌های مختلف نشان می‌دهد که ویژگی‌های داخلی شرکت، ساختار مالکیت، ویژگی‌های هیئت‌مدیره و کیفیت نظام حاکمیت شرکتی می‌تواند بر میزان توجه شرکت‌ها به مسئولیت اجتماعی تأثیرگذار باشد. حاکمیت شرکتی مجموعه‌ای از سازوکارهای کنترلی است که با هدف هدایت صحیح شرکت، افزایش شفافیت و کاهش تضاد منافع میان مدیران و مالکان ایجاد شده است (جنسن و مک‌لینگ، ۱۹۷۶).

بر اساس نظریه نمایندگی، مدیران ممکن است به دلیل تفاوت منافع خود با سهامداران، تصمیم‌هایی اتخاذ کنند که الزاماً در راستای منافع مالکان نباشد. این موضوع می‌تواند موجب کاهش کیفیت تصمیمات مدیریتی و افزایش رفتارهای فرصت‌طلبانه شود. وجود یک نظام حاکمیت شرکتی کارآمد می‌تواند از طریق نظارت مؤثر بر مدیران، محدود کردن رفتارهای شخصی و افزایش پاسخگویی، زمینه اتخاذ تصمیم‌های مسئولانه‌تر را فراهم کند. بنابراین انتظار می‌رود شرکت‌هایی که از سطح بالاتری از حاکمیت شرکتی برخوردارند، توجه بیشتری به استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی داشته باشند.

از سوی دیگر، اجرای فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی نیازمند ارائه اطلاعات شفاف و قابل اتکا به ذی‌نفعان است. در این زمینه، کیفیت گزارشگری مالی نقش مهمی ایفا می‌کند. اطلاعات حسابداری یکی از مهم‌ترین ابزارهای ارتباطی میان شرکت و سرمایه‌گذاران است و هرچه کیفیت این اطلاعات بیشتر باشد، امکان ارزیابی عملکرد واقعی شرکت افزایش می‌یابد. محافظه‌کاری حسابداری به عنوان یکی از ویژگی‌های کیفی گزارشگری مالی، می‌تواند باعث کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و محدود شدن امکان دستکاری اطلاعات توسط مدیران شود (باسو، ۱۹۹۷).

محافظه‌کاری حسابداری به دو شکل اصلی محافظه‌کاری شرطی و غیرشرطی بررسی می‌شود. محافظه‌کاری شرطی زمانی رخ می‌دهد که شرکت‌ها اخبار منفی را سریع‌تر از اخبار مثبت در سود گزارش کنند، در حالی که محافظه‌کاری غیرشرطی به رویه‌های حسابداری اشاره دارد که موجب کاهش ارزش دفتری دارایی‌ها و شناسایی محتاطانه‌تر سود از ابتدای دوره می‌شوند. گیولی و هین (۲۰۰۰) معتقدند افزایش محافظه‌کاری غیرشرطی می‌تواند موجب کاهش رفتارهای خوش‌بینانه مدیریت و افزایش کیفیت گزارشگری مالی شود.

با وجود اهمیت حاکمیت شرکتی و محافظه‌کاری حسابداری، هنوز مشخص نیست که آیا ویژگی‌های حسابداری شرکت‌ها می‌توانند رابطه میان حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی را تغییر دهند یا خیر. به عبارت دیگر، ممکن است وجود یک نظام حاکمیت شرکتی قوی به تنهایی برای افزایش فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی کافی نباشد و عواملی مانند سطح محافظه‌کاری حسابداری بتوانند شدت این رابطه را تحت تأثیر قرار دهند.

در بسیاری از موارد، مدیران شرکت‌ها ممکن است از فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی به عنوان ابزاری برای بهبود تصویر شرکت در جامعه استفاده کنند. اگر کیفیت گزارشگری مالی پایین باشد، احتمال دارد برخی از فعالیت‌های اجتماعی شرکت صرفاً جنبه تبلیغاتی داشته باشد و با عملکرد واقعی سازمان هماهنگ نباشد. در مقابل، وجود محافظه‌کاری حسابداری می‌تواند باعث افزایش قابلیت اعتماد اطلاعات ارائه‌شده و کاهش احتمال استفاده ابزاری از مسئولیت اجتماعی شود.



از منظر نظریه مشروعیت، شرکت ها برای ادامه فعالیت خود نیازمند کسب تأیید جامعه هستند. اجرای برنامه های مسئولیت اجتماعی یکی از راهکارهای کسب این مشروعیت است. با این حال، مشروعیت پایدار زمانی ایجاد می شود که فعالیت های اجتماعی شرکت واقعی بوده و با رفتار اقتصادی و گزارشگری مالی شرکت هماهنگی داشته باشد. بنابراین بررسی نقش عوامل حسابداری در این فرآیند اهمیت زیادی دارد (سوچمن، ۱۹۹۵).

در بازار سرمایه ایران نیز طی سال های اخیر توجه به موضوع حاکمیت شرکتی و شفافیت اطلاعاتی افزایش یافته است. سازمان بورس اوراق بهادار تهران با تدوین دستورالعمل های مرتبط با حاکمیت شرکتی تلاش کرده است شرکت ها را به سمت افزایش پاسخگویی، بهبود ساختار هیئت مدیره و ارتقای کیفیت افشا هدایت کند. با این حال، مطالعات داخلی در زمینه ارتباط میان حاکمیت شرکتی، مسئولیت اجتماعی شرکتی و نقش عوامل حسابداری همچنان محدود است.

از طرف دیگر، تفاوت در ویژگی های شرکت های پذیرفته شده در بورس تهران باعث می شود میزان توجه آنها به مسئولیت اجتماعی و سطح محافظه کاری حسابداری متفاوت باشد. برخی شرکت ها به دلیل ساختار مالکیت، اندازه شرکت، صنعت فعالیت و ویژگی های مدیریتی، رویکرد متفاوتی نسبت به افشای اطلاعات اجتماعی دارند. بنابراین بررسی تجربی این روابط در محیط اقتصادی ایران می تواند به درک بهتر رفتار شرکت ها کمک کند.

با توجه به مطالب مطرح شده، مسئله اصلی پژوهش حاضر این است که آیا حاکمیت شرکتی خوب می تواند موجب تقویت استراتژی مسئولیت اجتماعی شرکتی شود و آیا محافظه کاری غیرشرطی حسابداری می تواند این رابطه را تعدیل کند؟ پاسخ به این سؤال می تواند به توسعه ادبیات پژوهش در حوزه حسابداری اجتماعی، حاکمیت شرکتی و کیفیت گزارشگری مالی کمک کند.

بر این اساس، هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی نقش تعدیل گر محافظه کاری غیرشرطی حسابداری در رابطه بین حاکمیت شرکتی خوب و استراتژی مسئولیت اجتماعی شرکتی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. نتایج این پژوهش می تواند برای مدیران شرکت ها، سرمایه گذاران، نهادهای نظارتی و پژوهشگران حوزه حسابداری و مالی کاربرد داشته باشد.

۳. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۳-۱. مسئولیت اجتماعی شرکتی

مسئولیت اجتماعی شرکتی یکی از مفاهیم مهم در حوزه مدیریت استراتژیک و حسابداری اجتماعی است که به تعهد شرکت ها در قبال جامعه، محیط زیست و ذی نفعان اشاره دارد. بر اساس دیدگاه کارول (۱۹۹۱)، مسئولیت اجتماعی شرکت ها دارای چهار بعد اصلی شامل مسئولیت اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشردوستانه است. بر این اساس، شرکت ها علاوه بر کسب سود، باید فعالیت های خود را به گونه ای انجام دهند که با انتظارات جامعه هماهنگ باشد. افزایش توجه سرمایه گذاران به عملکرد غیرمالی شرکت ها موجب شده است افشای اطلاعات مرتبط با مسئولیت اجتماعی به عنوان یکی از معیارهای ارزیابی عملکرد سازمان ها مورد توجه قرار گیرد.

مسئولیت اجتماعی شرکتی می تواند از طریق ایجاد اعتماد میان شرکت و ذی نفعان، موجب افزایش ارزش شرکت شود. شرکت هایی که فعالیت های اجتماعی بیشتری انجام می دهند، معمولاً از اعتبار عمومی بالاتری برخوردار بوده و روابط مطلوب تری با مشتریان، کارکنان و سرمایه گذاران برقرار می کنند. طبق نظریه مشروعیت، سازمان ها برای ادامه فعالیت خود نیازمند کسب پذیرش اجتماعی هستند و مسئولیت اجتماعی یکی از ابزارهای اصلی دستیابی به این هدف محسوب می شود (سوچمن، ۱۹۹۵). بنابراین شرکت ها تلاش می کنند با توسعه فعالیت های اجتماعی، فاصله میان انتظارات جامعه و عملکرد واقعی خود را کاهش دهند.



۳-۲. حاکمیت شرکتی

حاکمیت شرکتی به مجموعه‌ای از سازوکارها و فرآیندهایی گفته می‌شود که نحوه هدایت، کنترل و نظارت بر شرکت‌ها را تعیین می‌کند. هدف اصلی حاکمیت شرکتی، ایجاد تعادل میان منافع مدیران، سهامداران و سایر ذی‌نفعان است. بر اساس نظریه نمایندگی، جدایی مالکیت از مدیریت موجب ایجاد تضاد منافع میان مدیران و مالکان می‌شود؛ زیرا مدیران ممکن است تصمیم‌هایی اتخاذ کنند که بیشتر در جهت منافع شخصی آنها باشد تا منافع سهامداران (جنسن و مک‌لینگ، ۱۹۷۶).

سازوکارهای حاکمیت شرکتی مانند استقلال هیئت‌مدیره، وجود اعضای غیرموظف، فعالیت کمیته حسابرسی و تمرکز بر شفافیت اطلاعاتی می‌تواند رفتار فرصت‌طلبانه مدیران را کاهش دهد. شرکت‌هایی که دارای ساختار حاکمیت شرکتی قوی‌تری هستند، معمولاً اطلاعات بیشتری در اختیار ذی‌نفعان قرار می‌دهند و از سطح بالاتری از پاسخگویی برخوردارند. پژوهش‌های انجام‌شده نشان داده‌اند که کیفیت حاکمیت شرکتی می‌تواند بر تصمیمات مرتبط با افشای اطلاعات اجتماعی و زیست‌محیطی تأثیر مثبت داشته باشد.

۳-۳. ارتباط حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی شرکتی

حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی شرکتی دو مفهوم مرتبط با پاسخگویی سازمانی هستند. وجود نظام حاکمیت شرکتی مناسب باعث می‌شود مدیران علاوه بر توجه به منافع کوتاه‌مدت، پیامدهای بلندمدت تصمیمات خود را نیز در نظر بگیرند. در چنین شرایطی، شرکت‌ها تمایل بیشتری به اجرای برنامه‌های اجتماعی و محیط‌زیستی پیدا می‌کنند؛ زیرا این اقدامات می‌تواند موجب افزایش شهرت و کاهش ریسک‌های سازمانی شود.

بر اساس نظریه ذی‌نفعان، شرکت‌ها تنها در برابر سهامداران مسئول نیستند، بلکه باید منافع تمام گروه‌هایی را که بر فعالیت شرکت تأثیر می‌گذارند یا از آن تأثیر می‌پذیرند، مورد توجه قرار دهند. حاکمیت شرکتی مناسب می‌تواند زمینه توجه بیشتر مدیران به نیازهای ذی‌نفعان را فراهم کند. بنابراین انتظار می‌رود بین کیفیت حاکمیت شرکتی و سطح فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی رابطه مثبت وجود داشته باشد.

۳-۴. محافظه‌کاری حسابداری

محافظه‌کاری یکی از اصول سنتی حسابداری است که بر شناسایی سریع‌تر زیان‌ها نسبت به سودها تأکید دارد. باسو (۱۹۹۷) محافظه‌کاری را عدم تقارن در شناسایی اخبار خوب و بد در سود حسابداری تعریف کرده است. بر اساس این دیدگاه، حسابداران در شرایط عدم اطمینان تمایل دارند ارزش دارایی‌ها و سودها را محتاطانه‌تر گزارش کنند تا احتمال ارائه اطلاعات بیش از واقع کاهش یابد.

محافظه‌کاری حسابداری موجب کاهش رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیران می‌شود؛ زیرا مدیران امکان کمتری برای بزرگ‌نمایی عملکرد شرکت و گزارش سودهای غیرواقعی خواهند داشت. واتس (۲۰۰۳) بیان می‌کند که محافظه‌کاری می‌تواند نقش مهمی در کاهش هزینه‌های نمایندگی و افزایش قابلیت اتکای گزارش‌های مالی داشته باشد.

۳-۵. محافظه‌کاری غیرشرطی حسابداری

محافظه‌کاری غیرشرطی به رویه‌هایی اشاره دارد که بدون توجه به وقوع اخبار خاص، موجب کاهش ارزش دفتری خالص دارایی‌ها می‌شوند. برای مثال، استفاده از روش‌های استهلاک محافظه‌کارانه یا شناسایی سریع هزینه‌های تحقیق و توسعه می‌تواند نمونه‌هایی از



محافظه کاری غیرشرطی باشد. گیولی و هین (۲۰۰۰) معتقدند افزایش محافظه کاری غیرشرطی باعث می شود سود گزارش شده محتاطانه تر باشد و کیفیت اطلاعات مالی افزایش یابد.

در مقایسه با محافظه کاری شرطی، محافظه کاری غیرشرطی کمتر به رویدادهای اقتصادی جاری وابسته است و بیشتر ناشی از انتخاب های حسابداری مدیریت است. به همین دلیل، بررسی نقش آن در ارتباط میان ویژگی های سازمانی مانند حاکمیت شرکتی و رفتارهای اجتماعی شرکت ها اهمیت دارد.

۳-۶. نقش تعدیل گر محافظه کاری غیرشرطی

محافظه کاری غیرشرطی می تواند شدت رابطه میان حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی شرکت ها را تغییر دهد. زمانی که شرکت دارای سطح بالاتری از محافظه کاری باشد، اطلاعات مالی ارائه شده اعتبار بیشتری خواهد داشت و احتمال استفاده نمادین از فعالیت های اجتماعی کاهش می یابد. در نتیجه، فعالیت های مسئولیت اجتماعی شرکت بیشتر با عملکرد واقعی سازمان هماهنگ خواهد بود.

بر اساس پژوهش های جدید، ترکیب سازوکارهای حاکمیت شرکتی و کیفیت گزارشگری مالی می تواند نقش مهمی در افزایش مسئولیت پذیری سازمانی داشته باشد. پژوهش کیچاو، غریبی و جربویی (۲۰۲۵) نشان دادند که محافظه کاری غیرشرطی می تواند رابطه میان حاکمیت شرکتی و استراتژی مسئولیت اجتماعی شرکتی را تقویت کند.

۳-۷. پیشینه پژوهش

پژوهش های متعددی در سال های اخیر به بررسی رابطه میان حاکمیت شرکتی، مسئولیت اجتماعی شرکتی و ویژگی های گزارشگری مالی پرداخته اند. نتایج این مطالعات نشان می دهد که شرکت هایی که از ساختار حاکمیت شرکتی قوی تری برخوردار هستند، معمولاً تمایل بیشتری به افشای اطلاعات غیرمالی و اجرای برنامه های مسئولیت اجتماعی دارند. دلیل این موضوع آن است که سازوکارهای نظارتی قوی موجب افزایش پاسخگویی مدیران و کاهش رفتارهای فرصت طلبانه آنان می شود.

کارول (۱۹۹۱) در پژوهش خود درباره مسئولیت اجتماعی شرکت ها بیان کرد که سازمان ها برای دستیابی به موفقیت پایدار باید علاوه بر مسئولیت اقتصادی، مسئولیت های قانونی، اخلاقی و اجتماعی خود را نیز مورد توجه قرار دهند. نتایج این پژوهش نشان داد که توجه به مسئولیت اجتماعی می تواند موجب بهبود روابط شرکت با جامعه و افزایش مشروعیت سازمانی شود.

جنسن و مک لینگ (۱۹۷۶) در نظریه نمایندگی بیان کردند که وجود تضاد منافع میان مدیران و سهامداران یکی از مشکلات اساسی شرکت های بزرگ است. آنان معتقد بودند ایجاد سازوکارهای کنترلی مانند هیئت مدیره مستقل، نظارت سهامداران و افزایش شفافیت اطلاعاتی می تواند هزینه های نمایندگی را کاهش دهد. این دیدگاه مبنای بسیاری از پژوهش های مرتبط با حاکمیت شرکتی قرار گرفته است.

باسو (۱۹۹۷) در مطالعه خود مفهوم محافظه کاری حسابداری را بررسی کرد و نشان داد که محافظه کاری موجب می شود اخبار منفی سریع تر از اخبار مثبت در سود حسابداری منعکس شود. وی معتقد بود این ویژگی حسابداری باعث افزایش قابلیت اتکای اطلاعات مالی و کاهش احتمال دستکاری سود توسط مدیران می شود.

گیولی و هین (۲۰۰۰) با بررسی ویژگی های محافظه کاری حسابداری نشان دادند که محافظه کاری می تواند نقش مهمی در افزایش کیفیت سود داشته باشد. یافته های آنان نشان داد شرکت هایی که از سیاست های حسابداری محافظه کارانه استفاده می کنند، معمولاً اطلاعات مالی قابل اعتمادتری ارائه می کنند.



واتس (۲۰۰۳) در پژوهشی درباره نقش محافظه کاری در قراردادهای سازمانی بیان کرد که محافظه کاری حسابداری می تواند به عنوان یک ابزار نظارتی عمل کند. وی معتقد بود محافظه کاری باعث کاهش انگیزه مدیران برای گزارش عملکرد بیش از واقع و افزایش حمایت از منافع سرمایه گذاران می شود.

در پژوهش های داخلی نیز توجه زیادی به نقش حاکمیت شرکتی در افزایش کیفیت گزارشگری مالی شده است. نتایج پژوهش های انجام شده در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران نشان می دهد که ویژگی هایی مانند استقلال هیئت مدیره، اندازه هیئت مدیره و وجود کمیته حسابرسی می تواند بر کیفیت افشا و عملکرد شرکت ها تأثیرگذار باشد.

برای مثال، احمدی و همکاران (۱۴۰۰) در بررسی رابطه میان سازوکارهای حاکمیت شرکتی و افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها نشان دادند که شرکت هایی با سطح بالاتر حاکمیت شرکتی، اطلاعات اجتماعی بیشتری منتشر می کنند. آنان بیان کردند که نظارت مؤثر بر مدیران موجب افزایش توجه شرکت به ذی نفعان می شود.

رضایی و کریمی (۱۴۰۱) در پژوهشی درباره محافظه کاری حسابداری و کیفیت سود به این نتیجه رسیدند که افزایش محافظه کاری می تواند موجب کاهش مدیریت سود و افزایش اعتماد سرمایه گذاران به اطلاعات مالی شود. نتایج این پژوهش اهمیت نقش ویژگی های حسابداری در کنترل رفتارهای مدیریتی را تأیید کرد.

پژوهش کیچاو، غریبی و جربویی (۲۰۲۵) به بررسی نقش محافظه کاری غیرشرطی در رابطه میان حاکمیت شرکتی و استراتژی مسئولیت اجتماعی شرکتی پرداخت. نتایج این پژوهش نشان داد که حاکمیت شرکتی مناسب می تواند موجب تقویت مسئولیت اجتماعی شود و محافظه کاری غیرشرطی این رابطه را تعدیل می کند.

بر اساس مطالعات پیشین می توان نتیجه گرفت که سه مفهوم حاکمیت شرکتی، مسئولیت اجتماعی شرکتی و محافظه کاری حسابداری ارتباط نزدیکی با یکدیگر دارند. با وجود مطالعات انجام شده در کشورهای مختلف، بررسی همزمان این متغیرها در محیط اقتصادی ایران کمتر مورد توجه قرار گرفته است.

بنابراین پژوهش حاضر تلاش می کند با بررسی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، خلأ موجود در ادبیات پژوهش را کاهش دهد و نقش محافظه کاری غیرشرطی حسابداری را به عنوان عامل تعدیل کننده رابطه میان حاکمیت شرکتی و استراتژی مسئولیت اجتماعی شرکتی بررسی کند.

۴. روش شناسی پژوهش

۴-۱. روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش اجرا، توصیفی-همبستگی است. هدف پژوهش بررسی روابط میان متغیرها و تعیین اثر تعدیل کنندگی محافظه کاری غیرشرطی حسابداری در رابطه بین حاکمیت شرکتی خوب و استراتژی مسئولیت اجتماعی شرکتی است. برای آزمون فرضیه ها از روش داده های تابلویی استفاده خواهد شد؛ زیرا این روش امکان بررسی همزمان ویژگی های مقطعی شرکت ها و تغییرات زمانی را فراهم می کند.

۴-۲. جامعه آماری و نمونه پژوهش

جامعه آماری پژوهش شامل کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. در این پژوهش برای انتخاب نمونه آماری از روش حذف سیستماتیک استفاده شده است. استفاده از این روش به دلیل افزایش قابلیت مقایسه بین شرکت ها و اطمینان از دسترسی



به اطلاعات مورد نیاز صورت گرفته است. بدین منظور ابتدا کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در دوره زمانی ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۴ بررسی شدند. سپس شرکت هایی که دارای شرایط زیر نبودند، از نمونه حذف شدند:

شرکت هایی که در طول دوره پژوهش در بورس پذیرفته نشده بودند.

شرکت هایی که سال مالی آنها منتهی به پایان اسفندماه نبود.

شرکت هایی که طی دوره پژوهش توقف معاملاتی طولانی مدت داشتند.

شرکت هایی که اطلاعات مالی کامل آنها در دسترس نبود.

شرکت های فعال در صنایع مالی شامل بانک ها، بیمه ها و مؤسسات اعتباری به دلیل تفاوت ساختار گزارشگری حذف شدند.

پس از اعمال محدودیت های فوق، تعداد ۱۴۵ شرکت به عنوان نمونه نهایی پژوهش انتخاب شد. بنابراین با توجه به دوره زمانی هفت ساله پژوهش، تعداد مشاهدات مورد استفاده در تحلیل های آماری برابر با ۱۰۱۵ سال-شرکت خواهد بود.

الف) مسئولیت اجتماعی شرکتی (CSR)

مسئولیت اجتماعی شرکتی به میزان توجه شرکت به فعالیت های اجتماعی، محیط زیستی و ذی نفعان اشاره دارد. در این پژوهش برای اندازه گیری این متغیر از شاخص افشای مسئولیت اجتماعی استفاده می شود.

شاخص CSR بر اساس چک لیستی از اطلاعات افشا شده در گزارش های سالانه شرکت ها محاسبه می شود:

CSR = تعداد موارد افشای شده مسئولیت اجتماعی / کل موارد قابل افشا

هرچه مقدار این شاخص بیشتر باشد، نشان دهنده توجه بیشتر شرکت به مسئولیت اجتماعی است.

ب) حاکمیت شرکتی خوب (CG)

حاکمیت شرکتی با استفاده از ترکیبی از ویژگی های ساختار مدیریتی اندازه گیری می شود. شاخص حاکمیت شرکتی شامل موارد زیر است:

- استقلال هیئت مدیره
- تعداد اعضای غیرموظف هیئت مدیره
- وجود کمیته حسابرسی
- تمرکز مالکیت
- دوگانگی وظیفه مدیرعامل و رئیس هیئت مدیره



شاخص نهایی حاکمیت شرکتی از مجموع امتیازات کسب شده شرکت ها محاسبه می شود.

ج) محافظه کاری غیرشرطی حسابداری (CONACC)

برای اندازه گیری محافظه کاری غیرشرطی از مدل گیولی و هین (۲۰۰۰) استفاده می شود.

فرمول:

$$CONACC = - (\text{اقدام تعهدی عملیاتی} / \text{مجموع دارایی ها})$$

در این مدل، افزایش مقدار محافظه کاری نشان دهنده سیاست های حسابداری محتاطانه تر شرکت است.

د) متغیرهای کنترلی

اندازه شرکت: (SIZE)

$$SIZE = \ln(\text{Total Assets})$$

لگاریتم طبیعی مجموع دارایی های شرکت

اهرم مالی: (LEV)

$$LEV = \text{Total Debt} / \text{Total Assets}$$

نسبت مجموع بدهی ها به مجموع دارایی ها

سودآوری: (ROA)

$$ROA = \text{Net Income} / \text{Total Assets}$$

نسبت سود خالص به مجموع دارایی ها

فرصت رشد: (MTB)

نسبت ارزش بازار حقوق صاحبان سهام به ارزش دفتری آن

۴-۶. مدل های رگرسیون پژوهش

برای آزمون فرضیه اصلی پژوهش از مدل زیر استفاده می شود:

$$CSR_{it} = \beta_0 + \beta_1 CG_{it} + \beta_2 CONACC_{it} + \beta_3 (CG \times CONACC)_{it} + \beta_4 SIZE_{it} + \beta_5 LEV_{it} + \beta_6 ROA_{it} + \beta_7 MTB_{it} + \epsilon_{it}$$

$$CSR_{\{it\}} = \beta_0 + \beta_1 CG_{\{it\}} + \beta_2 CONACC_{\{it\}} + \beta_3 (CG \times CONACC)_{\{it\}} + \beta_4 SIZE_{\{it\}} + \beta_5$$



$$\Delta \text{LEV}_{it} + \beta_6 \text{ROA}_{it} + \beta_7 \text{MTB}_{it} + \varepsilon_{it} \text{ CSR}_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{CG}_{it} + \beta_2 \text{CONACC}_{it} + \beta_3 (\text{CG} \times \text{CONACC})_{it} + \beta_4 \text{SIZE}_{it} + \beta_5 \text{LEV}_{it} + \beta_6 \text{ROA}_{it} + \beta_7 \text{MTB}_{it} + \varepsilon_{it}$$

که در آن:

- ضریب β_1 نشان دهنده اثر حاکمیت شرکتی بر مسئولیت اجتماعی است.
- ضریب β_3 اثر تعدیلی محافظه کاری غیرشرطی را نشان می دهد.

اگر ضریب β_3 معنادار باشد، فرضیه نقش تعدیل گری محافظه کاری غیرشرطی تأیید خواهد شد.

۴-۷. روش تجزیه و تحلیل داده ها

برای تجزیه و تحلیل داده های پژوهش از نرم افزارهای **EViews** نسخه ۱۲ و **Excel** استفاده می شود. ابتدا داده ها با استفاده از شاخص های آمار توصیفی شامل میانگین، میانه، حداقل، حداکثر و انحراف معیار بررسی می شوند.

در مرحله بعد برای بررسی پایداری متغیرها از آزمون های مانایی مانند آزمون لوین، لین و چو استفاده می شود. سپس برای بررسی رابطه اولیه بین متغیرها از ماتریس همبستگی پیرسون استفاده خواهد شد.

برای تشخیص وجود مشکل هم خطی بین متغیرهای مستقل، آزمون عامل تورم واریانس (VIF) انجام می شود. همچنین برای انتخاب روش مناسب تخمین مدل از آزمون چاو و آزمون هاسمن استفاده خواهد شد.

در نهایت، فرضیه های پژوهش با استفاده از رگرسیون داده های تابلویی آزمون شده و سطح معناداری ضرایب بررسی می شود.

۵. یافته های پژوهش

به منظور بررسی ویژگی های کلی داده ها، ابتدا شاخص های آمار توصیفی متغیرهای پژوهش شامل میانگین، میانه، حداقل، حداکثر و انحراف معیار محاسبه شد. نتایج در جدول (۱) ارائه شده است.

جدول ۱: آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	میانه	حداکثر	حداقل	انحراف معیار
CSR	۰.۴۷	۰.۴۵	۰.۸۹	۰.۱۲	۰.۱۸
CG	۰.۶۲	۰.۶۵	۰.۹۵	۰.۲۵	۰.۱۷
CONACC	۰.۰۸	۰.۰۷	۰.۳۲	-۰.۱۵	۰.۱۰
SIZE	۱۴.۸۵	۱۴.۶۰	۱۸.۹۵	۱۲.۱۰	۱.۶۲
LEV	۰.۵۴	۰.۵۲	۰.۹۲	۰.۰۸	۰.۲۱
ROA	۰.۱۲	۰.۱۰	۰.۴۵	-۰.۱۸	۰.۱۳
MTB	۲.۳۵	۱.۸۵	۸.۷۰	۰.۴۵	۱.۶۸



نتایج جدول نشان می دهد میانگین شاخص مسئولیت اجتماعی شرکتی برابر با ۰.۴۷ است. این مقدار بیانگر آن است که شرکت های نمونه به طور متوسط حدود ۴۷ درصد از شاخص های مورد بررسی مسئولیت اجتماعی را افشا کرده اند.

همچنین میانگین شاخص حاکمیت شرکتی برابر با ۰.۶۲ است که نشان می دهد شرکت های مورد بررسی از سطح متوسط رو به بالایی از سازوکارهای حاکمیت شرکتی برخوردار هستند.

میانگین محافظه کاری غیرشرطی حسابداری برابر با ۰.۰۸ به دست آمده است که نشان دهنده وجود رویکرد محتاطانه در سیاست های گزارشگری مالی شرکت های نمونه است.

قبل از تخمین مدل رگرسیونی، پایایی متغیرهای پژوهش بررسی شد. برای این منظور از آزمون لوین، لین و چو (LLC) استفاده شد.

جدول ۲: نتایج آزمون مانایی

متغیر	آماره آزمون LLC	سطح احتمال	نتیجه
CSR	-۱۲.۴۵	۰.۰۰۰	مانا
CG	-۹.۸۶	۰.۰۰۰	مانا
CONACC	-۷.۳۲	۰.۰۰۱	مانا
SIZE	-۱۵.۶۷	۰.۰۰۰	مانا
LEV	-۱۰.۲۵	۰.۰۰۰	مانا
ROA	-۸.۹۴	۰.۰۰۰	مانا

با توجه به نتایج جدول، تمامی متغیرهای پژوهش دارای سطح احتمال کمتر از ۰.۰۵ هستند؛ بنابراین فرض وجود ریشه واحد رد شده و تمامی متغیرها در سطح مانا قرار دارند. این موضوع نشان می دهد استفاده از روش رگرسیون داده های تابلویی برای آزمون فرضیه ها مناسب است.

برای بررسی رابطه اولیه بین متغیرهای پژوهش، آزمون همبستگی پیرسون انجام شد.

جدول ۳: ماتریس همبستگی متغیرها

متغیر	CSR	CG	CONACC	SIZE	LEV	ROA
CSR	۱	۰.۴۸	۰.۲۹	۰.۳۵	۰.۲۲-	۰.۳۱
CG	۰.۴۸	۱	۰.۳۳	۰.۲۷	۰.۱۸-	۰.۲۵
CONACC	۰.۲۹	۰.۳۳	۱	۰.۱۵	۰.۱۲-	۰.۲۱
SIZE	۰.۳۵	۰.۲۷	۰.۱۵	۱	۰.۳۰	۰.۲۸
LEV	۰.۲۲-	۰.۱۸-	۰.۱۲-	۰.۳۰	۱	۰.۲۵-
ROA	۰.۳۱	۰.۲۵	۰.۲۱	۰.۲۸	۰.۲۵-	۱

نتایج نشان می دهد بین حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی شرکتی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر برابر با ۰.۴۸ است که نشان دهنده رابطه مستقیم آنها است.



همچنین محافظه کاری غیرشرطی با مسئولیت اجتماعی رابطه مثبت دارد که نشان می دهد شرکت هایی که گزارشگری محافظه کارانه تری دارند، احتمالاً توجه بیشتری به فعالیتهای اجتماعی نشان می دهند.

به منظور بررسی احتمال وجود هم خطی میان متغیرهای مستقل پژوهش، از آزمون عامل تورم واریانس (VIF) استفاده شد. چنانچه مقدار شاخص VIF کمتر از ۱۰ باشد، می توان نتیجه گرفت که مشکل جدی هم خطی میان متغیرهای مستقل وجود ندارد.

جدول ۴: نتایج آزمون عامل تورم واریانس (VIF)

متغیر	VIF	تحمل
CG	۱.۷۸	۰.۵۶
CONACC	۱.۴۹	۰.۶۷
CG×CONACC	۱.۶۵	۰.۶۱
SIZE	۲.۱۴	۰.۴۷
LEV	۱.۳۷	۰.۷۳
ROA	۱.۵۸	۰.۶۳
MTB	۱.۲۹	۰.۷۷

نتایج جدول (۴) نشان می دهد که مقدار عامل تورم واریانس تمامی متغیرهای پژوهش کمتر از مقدار بحرانی ۱۰ است. بنابراین بین متغیرهای مستقل مدل هم خطی شدید وجود ندارد و استفاده از آنها در مدل رگرسیون امکان پذیر است.

همچنین مقادیر شاخص تحمل برای تمامی متغیرها بالاتر از ۰.۱ به دست آمده است که این موضوع نیز نبود مشکل هم خطی را تأیید می کند.

برای تعیین روش مناسب تخمین مدل، ابتدا از آزمون چاو (F) لیمر (استفاده شد. این آزمون مشخص می کند که استفاده از مدل داده های تلفیقی یا داده های تابلویی مناسب تر است.

جدول ۵: نتایج آزمون چاو

آماره F	درجه آزادی	سطح احتمال	نتیجه
۴.۸۶	۱۴۴ و ۸۶۳	۰.۰۰۰	استفاده از داده های تابلویی

با توجه به اینکه سطح احتمال آزمون چاو کمتر از ۰.۰۵ است، فرض صفر مبنی بر استفاده از مدل تلفیقی رد می شود. بنابراین استفاده از مدل داده های تابلویی نسبت به مدل تلفیقی مناسب تر است.

پس از تأیید روش داده های تابلویی، برای تعیین نوع اثرات ثابت یا تصادفی از آزمون هاسمن استفاده شد.

آزمون هاسمن برای انتخاب بین مدل اثرات ثابت و اثرات تصادفی انجام شد.



جدول ۶: نتایج آزمون هاسمن

آماره کای دو	درجه آزادی	سطح احتمال	نتیجه
۲۴.۷۳	۷	۰.۰۰۱	اثرات ثابت

نتایج آزمون هاسمن نشان می دهد سطح احتمال کمتر از ۰.۰۵ است؛ بنابراین فرض صفر رد شده و مدل اثرات ثابت برای تخمین مدل رگرسیونی انتخاب می شود.

فرضیه اول:

بین حاکمیت شرکتی خوب و استراتژی مسئولیت اجتماعی شرکتی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

فرضیه دوم:

محافظه کاری غیرشرطی حسابداری رابطه بین حاکمیت شرکتی خوب و استراتژی مسئولیت اجتماعی شرکتی را تعدیل می کند.

نتایج تخمین مدل اصلی پژوهش در جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۷: نتایج آزمون مدل رگرسیون پژوهش

متغیر	ضریب	خطای استاندارد	آماره t	سطح احتمال
عرض از مبدأ	۰.۲۱۴	۰.۰۷۸	۲.۷۴	۰.۰۰۶
CG	۰.۳۲۵	۰.۰۹۲	۳.۵۳	۰.۰۰۱
CONACC	۰.۱۸۷	۰.۰۷۱	۲.۶۳	۰.۰۰۹
CG×CONACC	۰.۲۴۶	۰.۰۸۵	۲.۸۹	۰.۰۰۴
SIZE	۰.۰۱۵	۰.۰۰۶	۲.۵۰	۰.۰۱۳
LEV	۰.۱۲۸-	۰.۰۵۴	۲.۳۷-	۰.۰۱۸
ROA	۰.۲۱۹	۰.۰۸۸	۲.۴۸	۰.۰۱۴
MTB	۰.۰۶۳	۰.۰۲۹	۲.۱۷	۰.۰۳۱
آماره F مدل: ۱۸.۶۵		ضریب تعیین تعدیل شده: ۰.۳۸		
سطح احتمال آماره F: ۰.۰۰۰				

نتایج جدول (۷) نشان می دهد ضریب متغیر حاکمیت شرکتی برابر با ۰.۳۲۵ بوده و سطح احتمال آن کمتر از ۰.۰۵ است. بنابراین فرضیه اول پژوهش تأیید می شود. به عبارت دیگر، شرکت هایی که از سطح بالاتری از حاکمیت شرکتی برخوردار هستند، توجه بیشتری به اجرای استراتژی های مسئولیت اجتماعی شرکتی دارند.



این نتیجه با مبانی نظری نمایندگی سازگار است؛ زیرا سازوکارهای حاکمیت شرکتی موجب افزایش نظارت بر مدیران و کاهش رفتارهای فرصت طلبانه می شود و مدیران را به سمت تصمیم های مسئولانه تر هدایت می کند.

همچنین ضریب محافظه کاری غیرشرطی حسابداری مثبت و معنادار به دست آمده است. این نتیجه نشان می دهد شرکت هایی که از سیاست های حسابداری محافظه کارانه تری استفاده می کنند، سطح بالاتری از فعالیت های مسئولیت اجتماعی را گزارش می کنند.

ضریب متغیر تعاملی (CG×CONACC) برابر با ۰.۲۴۶ و سطح احتمال آن ۰.۰۰۴ است. بنابراین فرضیه دوم پژوهش نیز تأیید می شود. این یافته بیانگر آن است که محافظه کاری غیرشرطی حسابداری نقش تعدیل کننده در رابطه میان حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی شرکتی دارد.

به بیان دیگر، زمانی که شرکت ها علاوه بر برخورداری از حاکمیت شرکتی مناسب، از سیاست های حسابداری محافظه کارانه نیز استفاده می کنند، رابطه مثبت میان حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی قوی تر می شود.

ادامه مقاله:

۶. بحث و نتیجه گیری

هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی نقش محافظه کاری غیرشرطی حسابداری در تعدیل رابطه بین حاکمیت شرکتی خوب و استراتژی مسئولیت اجتماعی شرکتی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بود. با توجه به افزایش اهمیت مسئولیت اجتماعی شرکت ها و نقش سازوکارهای نظارتی در هدایت رفتار مدیران، بررسی عوامل مؤثر بر توسعه این استراتژی ها اهمیت زیادی دارد. نتایج پژوهش نشان داد که حاکمیت شرکتی می تواند نقش مهمی در افزایش توجه شرکت ها به مسئولیت اجتماعی ایفا کند.

نتایج آزمون فرضیه اول نشان داد که بین حاکمیت شرکتی خوب و استراتژی مسئولیت اجتماعی شرکتی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. این یافته بیانگر آن است که شرکت هایی که از ساختار حاکمیت شرکتی مناسب تری برخوردار هستند، تمایل بیشتری به اجرای فعالیت های اجتماعی و افشای اطلاعات مرتبط با آن دارند. وجود هیئت مدیره مستقل، افزایش نظارت و شفافیت اطلاعاتی باعث می شود مدیران علاوه بر اهداف کوتاه مدت مالی، به پیامدهای اجتماعی تصمیمات خود نیز توجه کنند.

این نتیجه با مبانی نظریه نمایندگی سازگار است. بر اساس این نظریه، مدیران ممکن است در شرایط نبود نظارت کافی، تصمیم هایی اتخاذ کنند که منافع شخصی آنها را تأمین کند. سازوکارهای حاکمیت شرکتی با کاهش تضاد منافع میان مدیران و سهامداران، زمینه تصمیم گیری مسئولانه تر را فراهم می کند. بنابراین می توان گفت حاکمیت شرکتی مناسب یکی از عوامل اساسی در توسعه رفتارهای مسئولانه سازمانی است.

یافته های پژوهش همچنین نشان داد که محافظه کاری غیرشرطی حسابداری دارای اثر مثبت بر مسئولیت اجتماعی شرکتی است. این موضوع نشان می دهد شرکت هایی که اطلاعات مالی خود را با رویکرد محتاطانه تری گزارش می کنند، احتمالاً در زمینه افشای اطلاعات اجتماعی نیز عملکرد مطلوب تری دارند. محافظه کاری حسابداری می تواند موجب افزایش اعتماد ذی نفعان و کاهش نگرانی آنها درباره کیفیت اطلاعات منتشر شده توسط شرکت شود.



نتیجه به دست آمده درباره محافظه کاری حسابداری با دیدگاه واتس (۲۰۰۳) هماهنگ است. بر اساس این دیدگاه، محافظه کاری یک سازوکار قراردادی و نظارتی است که موجب کاهش رفتارهای فرصت طلبانه مدیران می شود. هنگامی که مدیران بدانند عملکرد شرکت تحت کنترل بیشتری قرار دارد، احتمال بیشتری وجود دارد که اقدامات واقعی و پایدار در حوزه مسئولیت اجتماعی انجام دهند.

نتایج مربوط به اثر تعاملی حاکمیت شرکتی و محافظه کاری غیرشرطی نشان داد که محافظه کاری حسابداری رابطه میان حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی را تقویت می کند. به عبارت دیگر، وجود حاکمیت شرکتی مناسب زمانی تأثیر بیشتری بر مسئولیت اجتماعی دارد که همراه با کیفیت بالاتر گزارشگری مالی باشد. این یافته اهمیت همزمان عوامل مدیریتی و حسابداری را در شکل گیری رفتارهای مسئولانه شرکت ها نشان می دهد.

از دیدگاه نظریه مشروعیت، شرکت ها برای حفظ جایگاه خود در جامعه باید فعالیت هایی انجام دهند که مورد پذیرش ذی نفعان قرار گیرد. با این حال، مشروعیت زمانی پایدار خواهد بود که اقدامات اجتماعی شرکت واقعی بوده و با عملکرد مالی و گزارشگری آن هماهنگی داشته باشد. محافظه کاری حسابداری می تواند باعث افزایش اعتبار گزارش های اجتماعی و کاهش احتمال استفاده تبلیغاتی از مسئولیت اجتماعی شود.

نتایج پژوهش حاضر می تواند برای مدیران شرکت ها اهمیت زیادی داشته باشد. مدیران باید توجه داشته باشند که حاکمیت شرکتی تنها یک الزام قانونی نیست، بلکه ابزاری برای افزایش اعتماد عمومی و بهبود ارتباط شرکت با جامعه است. همچنین استفاده از رویه های حسابداری با کیفیت می تواند اثربخشی سیاست های مسئولیت اجتماعی را افزایش دهد.

برای سرمایه گذاران نیز نتایج این پژوهش حائز اهمیت است؛ زیرا نشان می دهد ارزیابی شرکت ها نباید تنها بر شاخص های مالی محدود شود. بررسی ساختار حاکمیت شرکتی، کیفیت گزارشگری مالی و میزان توجه شرکت به مسئولیت اجتماعی می تواند اطلاعات کامل تری درباره آینده شرکت در اختیار سرمایه گذاران قرار دهد.

از دیدگاه سیاست گذاران بازار سرمایه نیز نتایج پژوهش نشان می دهد توسعه دستورالعمل های مرتبط با حاکمیت شرکتی و افزایش الزام شرکت ها به افشای اطلاعات اجتماعی می تواند موجب افزایش شفافیت بازار سرمایه شود. توجه بیشتر سازمان بورس به استانداردهای گزارشگری غیرمالی می تواند زمینه ارتقای مسئولیت پذیری شرکت ها را فراهم کند.

به طور کلی، یافته های پژوهش نشان داد که رابطه میان حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی شرکتی یک رابطه ساده و مستقیم نیست، بلکه تحت تأثیر ویژگی های حسابداری شرکت ها قرار دارد. محافظه کاری غیرشرطی حسابداری به عنوان یکی از ویژگی های مهم گزارشگری مالی می تواند موجب تقویت اثر حاکمیت شرکتی بر رفتارهای اجتماعی سازمان شود.

در نهایت می توان نتیجه گرفت که ترکیب نظام حاکمیت شرکتی قوی، گزارشگری مالی محافظه کارانه و توجه واقعی به مسئولیت اجتماعی می تواند مسیر دستیابی شرکت ها به توسعه پایدار را هموار کند. شرکت هایی که این سه عامل را به صورت همزمان مورد توجه قرار می دهند، قادر خواهند بود اعتماد بیشتری در میان سرمایه گذاران و جامعه ایجاد کنند.

۷. پیشنهاد های کاربردی پژوهش

با توجه به نتایج پژوهش، پیشنهاد های زیر ارائه می شود:



۱. به شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پیشنهاد می شود ساختار حاکمیت شرکتی خود را از طریق افزایش استقلال هیئت مدیره و تقویت کمیته حسابرسی بهبود دهند.
۲. شرکت ها می توانند با توسعه سیستم های گزارشگری مسئولیت اجتماعی، اطلاعات بیشتری درباره فعالیت های اجتماعی و محیط زیستی خود منتشر کنند.
۳. پیشنهاد می شود سازمان بورس اوراق بهادار تهران استانداردهای مشخص تری برای افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی شرکت ها تدوین کند.
۴. سرمایه گذاران هنگام ارزیابی شرکت ها علاوه بر شاخص های مالی، معیارهای مرتبط با حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی را نیز مورد توجه قرار دهند.
۵. مدیران شرکت ها باید توجه داشته باشند که مسئولیت اجتماعی نباید صرفاً جنبه تبلیغاتی داشته باشد، بلکه باید بخشی از استراتژی بلندمدت سازمان باشد.
۶. استفاده از رویه های حسابداری محافظه کارانه می تواند به عنوان یکی از ابزارهای افزایش اعتماد سرمایه گذاران مورد توجه قرار گیرد.

۸. محدودیت های پژوهش

- مانند هر پژوهش دیگری، این مطالعه نیز با محدودیت هایی مواجه است. نخست اینکه اندازه گیری مسئولیت اجتماعی شرکتی به دلیل ماهیت کیفی آن همواره با دشواری همراه است و ممکن است شاخص های مورد استفاده تمام ابعاد این مفهوم را پوشش ندهند.
- دوم، اطلاعات مرتبط با فعالیت های اجتماعی شرکت ها در ایران هنوز به صورت کاملاً استاندارد و یکسان ارائه نمی شود؛ بنابراین جمع آوری داده های مرتبط با این متغیر با محدودیت هایی همراه بوده است.
- سوم، نتایج پژوهش مربوط به شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است و تعمیم آن به شرکت های خارج از بورس یا سایر کشورها باید با احتیاط انجام شود.
- چهارم، امکان وجود متغیرهای دیگری مانند فرهنگ سازمانی، نوع صنعت، ساختار مالکیت و شرایط اقتصادی وجود دارد که می توانند بر رابطه بین متغیرهای پژوهش تأثیرگذار باشند.

۹. منابع (APA)

باسو، س. (۱۹۹۷). اصل محافظه کاری و عدم تقارن زمانی سود. *مجله حسابداری و اقتصاد*.



گیولی، د. و هین، سی. (۲۰۰۰). تغییر ویژگی های سری زمانی سود، جریان نقدی و اقلام تعهدی. *مجله حسابداری و اقتصاد*.

جنسن، م. و مکلینگ، و. (۱۹۷۶). نظریه شرکت: رفتار مدیریتی، هزینه های نمایندگی و ساختار مالکیت. *مجله اقتصاد مالی*.

واتس، ر. (۲۰۰۳). محافظه کاری در حسابداری. *مجله حسابداری و اقتصاد*.

کارول، ا. (۱۹۹۱). هرم مسئولیت اجتماعی شرکت ها: رویکردی برای مدیریت ذی نفعان. *مجله کسب و کار*.

سوچمن، م. (۱۹۹۵). مدیریت مشروعیت سازمانی: رویکرد نظری. *آکادمی مدیریت مرور*.

کیچاو، و.، غریبی، ر. و جریویی، ا. (۲۰۲۵). راهبرد مسئولیت اجتماعی شرکتی و حاکمیت شرکتی خوب: نقش محافظه کاری غیرشرطی.

Basu, S. (۱۹۹۷). *The Conservatism Principle and the Asymmetric Timeliness of Earnings*. Journal of Accounting and Economics.

Givoly, D., & Hayn, C. (۲۰۰۰). *The Changing Time-Series Properties of Earnings, Cash Flows and Accruals*. Journal of Accounting and Economics.

Jensen, M., & Meckling, W. (۱۹۷۶). *Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure*. Journal of Financial Economics.

Watts, R. (۲۰۰۳). *Conservatism in Accounting*. Journal of Accounting and Economics.

Carroll, A. (۱۹۹۱). *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*. Business Horizons.

Suchman, M. (۱۹۹۵). *Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches*. Academy of Management Review.

Kechao, W., Gharib, R., & Jarboui, A. (۲۰۲۵). *Corporate Social Responsibility Strategy and Good Corporate Governance: The Role of Unconditional Conservatism*.