

بررسی تأثیر اقدامات مسئولیت اجتماعی شرکتی بر مدیریت سود با نقش میانجی محافظه کاری حسابداری و نقش تعدیل گر حاکمیت شرکتی

حسین ناصری^۱

۱. استادیار، حسابداری، دانشگاه پیام نور

چکیده

در سال های اخیر، افزایش توجه سرمایه گذاران و سایر ذی نفعان به عملکرد غیرمالی شرکت ها موجب شده است که مسئولیت اجتماعی شرکتی به یکی از موضوعات مهم در پژوهش های حسابداری و مدیریت تبدیل شود. شرکت ها از طریق اجرای اقدامات مسئولیت اجتماعی تلاش می کنند اعتماد عمومی را افزایش داده و ارتباط مطلوب تری با جامعه و ذی نفعان برقرار کنند. با این حال، برخی پژوهش ها نشان داده اند که مدیران ممکن است از فعالیت های مسئولیت اجتماعی به عنوان ابزاری برای بهبود تصویر شرکت و پنهان کردن رفتارهای فرصت طلبانه مانند مدیریت سود استفاده کنند. از این رو، بررسی عوامل مؤثر بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و مدیریت سود اهمیت زیادی دارد. هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر اقدامات مسئولیت اجتماعی شرکتی بر مدیریت سود با تأکید بر نقش میانجی محافظه کاری حسابداری و نقش تعدیل گر حاکمیت شرکتی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. در این پژوهش مسئولیت اجتماعی شرکتی به عنوان متغیر مستقل، مدیریت سود به عنوان متغیر وابسته، محافظه کاری حسابداری به عنوان متغیر میانجی و حاکمیت شرکتی به عنوان متغیر تعدیل گر در نظر گرفته شده است. جامعه آماری پژوهش شامل شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره زمانی ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۴ است که با استفاده از روش حذف سیستماتیک، تعداد ۱۴۵ شرکت به عنوان نمونه انتخاب شدند. برای آزمون فرضیه ها از روش رگرسیون داده های تابلویی و آزمون های مربوط به اثرات میانجی و تعدیلی استفاده می شود. نتایج مورد انتظار نشان می دهد که افزایش فعالیت های مسئولیت اجتماعی می تواند موجب کاهش انگیزه مدیران برای مدیریت سود شود و محافظه کاری حسابداری و حاکمیت شرکتی مناسب می توانند این رابطه را تقویت کنند. یافته های این پژوهش می تواند برای سرمایه گذاران، مدیران شرکت ها و نهادهای نظارتی در جهت افزایش کیفیت گزارشگری مالی و توسعه رفتارهای مسئولانه سازمانی مفید باشد.

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



مقدمه

در محیط اقتصادی رقابتی امروز، شرکت ها علاوه بر دستیابی به اهداف مالی و افزایش سودآوری، با انتظارات گسترده ای از سوی جامعه، سرمایه گذاران و سایر ذی نفعان مواجه هستند. دیگر نمی توان عملکرد شرکت ها را تنها بر اساس شاخص های مالی ارزیابی کرد، بلکه میزان توجه سازمان ها به مسائل اجتماعی، محیط زیستی و اخلاقی نیز به یکی از معیارهای مهم ارزیابی عملکرد تبدیل شده است. مسئولیت اجتماعی شرکتی به عنوان رویکردی نوین در مدیریت، بیانگر تعهد شرکت ها نسبت به جامعه و گروه های مختلف ذی نفع است (کارول، ۱۹۹۱).

گسترش مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی باعث شده است بسیاری از شرکت ها فعالیت های اجتماعی و محیط زیستی خود را در گزارش های سالانه افشا کنند. این اقدامات می تواند موجب افزایش شهرت سازمانی، بهبود روابط با مشتریان و کاهش ریسک های ناشی از فشارهای اجتماعی شود. با این حال، موضوع مهم این است که آیا فعالیت های مسئولیت اجتماعی همواره نشان دهنده رفتار مسئولانه واقعی شرکت ها است یا ممکن است در برخی موارد به عنوان ابزاری برای مدیریت برداشت ذی نفعان مورد استفاده قرار گیرد.

یکی از رفتارهای فرصت طلبانه مدیران که همواره مورد توجه پژوهشگران حسابداری قرار گرفته، مدیریت سود است. مدیریت سود زمانی رخ می دهد که مدیران با استفاده از اختیارات خود در انتخاب روش های حسابداری یا زمان بندی معاملات، اطلاعات مالی شرکت را به گونه ای تغییر دهند که تصویر مطلوب تری از عملکرد شرکت ارائه شود. اگرچه مدیریت سود همیشه به معنای تقلب نیست، اما می تواند موجب کاهش کیفیت سود و کاهش قابلیت اعتماد اطلاعات مالی شود (هیلی و والن، ۱۹۹۹).

بر اساس نظریه نمایندگی، تضاد منافع میان مدیران و سهامداران می تواند زمینه ساز رفتارهای فرصت طلبانه مدیران شود. مدیران ممکن است برای دستیابی به منافع شخصی مانند افزایش پاداش یا حفظ موقعیت شغلی، اقدام به دستکاری اطلاعات مالی کنند. در این شرایط، سازوکارهای کنترلی مانند حاکمیت شرکتی و ویژگی های گزارشگری مالی می توانند نقش مهمی در کاهش مدیریت سود ایفا کنند (جنسن و مک لینگ، ۱۹۷۶).

یکی از ویژگی های مهم گزارشگری مالی که می تواند بر رفتار مدیران تأثیر بگذارد، محافظه کاری حسابداری است. محافظه کاری باعث می شود شرکت ها در شناسایی سود و دارایی ها رویکرد محتاطانه تری داشته باشند و اخبار نامطلوب را سریع تر در گزارش های مالی منعکس کنند. این ویژگی می تواند فرصت مدیران برای دستکاری سود را کاهش داده و کیفیت اطلاعات مالی را افزایش دهد (باسو، ۱۹۹۷).



از سوی دیگر، حاکمیت شرکتی مناسب می تواند نقش مهمی در کنترل ارتباط میان مسئولیت اجتماعی، محافظه کاری حسابداری و مدیریت سود داشته باشد. وجود هیئت مدیره مستقل، کمیته حسابرسی فعال و افزایش شفافیت اطلاعاتی می تواند موجب شود فعالیت های مسئولیت اجتماعی شرکت ها واقعی تر بوده و کمتر به عنوان ابزاری برای پوشش رفتارهای فرصت طلبانه استفاده شود.

بنابراین، بررسی همزمان تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی بر مدیریت سود و نقش میانجی محافظه کاری حسابداری و نقش تعدیل گر حاکمیت شرکتی می تواند شناخت دقیق تری از رفتار شرکت ها ارائه دهد. پژوهش حاضر تلاش می کند این روابط را در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بررسی کند.

۲. بیان مسئله

در سال های اخیر، مسئولیت اجتماعی شرکتی به یکی از موضوعات مهم در مطالعات حسابداری، مدیریت و مالی تبدیل شده است. افزایش آگاهی جامعه، سرمایه گذاران و نهادهای نظارتی موجب شده است شرکت ها علاوه بر تمرکز بر عملکرد اقتصادی، نسبت به پیامدهای اجتماعی و محیط زیستی فعالیت های خود نیز پاسخگو باشند. مسئولیت اجتماعی شرکتی بیانگر میزان تعهد سازمان ها در قبال جامعه و گروه های مختلف ذی نفع است و می تواند نقش مهمی در ایجاد مشروعیت، اعتماد عمومی و توسعه پایدار شرکت ها داشته باشد (کارول، ۱۹۹۱).

با افزایش اهمیت مسئولیت اجتماعی، بسیاری از شرکت ها اقدام به افشای اطلاعات مرتبط با فعالیت های اجتماعی، زیست محیطی و اخلاقی خود در گزارش های سالانه کرده اند. این اقدامات می تواند موجب بهبود تصویر شرکت در جامعه، افزایش اعتماد سرمایه گذاران و کاهش هزینه های سرمایه شود. با این حال، یکی از مسائل مهم مطرح شده در ادبیات پژوهش این است که آیا مسئولیت اجتماعی شرکتی همواره منعکس کننده رفتار واقعی و اخلاقی شرکت ها است یا ممکن است برخی مدیران از آن به عنوان ابزاری برای مدیریت برداشت ذی نفعان استفاده کنند.

یکی از مهم ترین رفتارهای فرصت طلبانه مدیران که کیفیت گزارشگری مالی را تحت تأثیر قرار می دهد، مدیریت سود است. مدیریت سود به شرایطی اشاره دارد که مدیران با استفاده از اختیارات خود در انتخاب رویه های حسابداری یا زمان بندی معاملات، اطلاعات مالی شرکت را به گونه ای تنظیم می کنند که اهداف خاصی مانند افزایش پاداش، حفظ موقعیت مدیریتی یا جلب نظر سرمایه گذاران را دنبال کنند (هیلی و والن، ۱۹۹۹).

بر اساس نظریه نمایندگی، تضاد منافع میان مدیران و مالکان می تواند زمینه ایجاد رفتارهای فرصت طلبانه را فراهم کند. مدیران به دلیل دسترسی بیشتر به اطلاعات داخلی شرکت ممکن است از عدم تقارن اطلاعاتی موجود برای دستکاری



گزارش های مالی استفاده کنند. در چنین شرایطی، وجود سازوکارهای نظارتی مانند حاکمیت شرکتی و ویژگی های کیفی گزارشگری مالی می تواند نقش مهمی در محدود کردن این رفتارها داشته باشد (جنسن و مک لینگ، ۱۹۷۶).

از طرف دیگر، رابطه میان مسئولیت اجتماعی شرکتی و مدیریت سود می تواند پیچیده باشد. برخی پژوهش ها معتقدند شرکت هایی که فعالیت های اجتماعی بیشتری انجام می دهند، به دلیل تعهد اخلاقی و افزایش پاسخگویی، کمتر به مدیریت سود روی می آورند. در مقابل، برخی دیگر معتقدند مدیران ممکن است از مسئولیت اجتماعی به عنوان ابزاری برای ایجاد تصویر مثبت و پنهان کردن عملکرد واقعی مالی استفاده کنند.

یکی از عواملی که می تواند این رابطه را تحت تأثیر قرار دهد، محافظه کاری حسابداری است. محافظه کاری به عنوان یکی از ویژگی های مهم گزارشگری مالی باعث می شود شرکت ها در شناسایی سود و دارایی ها رویکرد محتاطانه ای داشته باشند. باسو (۱۹۹۷) معتقد است محافظه کاری موجب می شود اخبار منفی سریع تر از اخبار مثبت در سود منعکس شود و از ارائه اطلاعات بیش از حد خوش بینانه جلوگیری شود.

محافظه کاری حسابداری می تواند از طریق کاهش فرصت مدیران برای دستکاری سود، کیفیت گزارشگری مالی را افزایش دهد. هنگامی که سیستم حسابداری شرکت دارای سطح بالایی از محافظه کاری باشد، مدیران امکان کمتری برای بزرگ نمایی عملکرد اقتصادی شرکت خواهند داشت. بنابراین انتظار می رود محافظه کاری حسابداری بتواند رابطه میان مسئولیت اجتماعی شرکتی و مدیریت سود را توضیح دهد.

در کنار محافظه کاری، حاکمیت شرکتی نیز یکی از عوامل مهم کنترل رفتار مدیران است. حاکمیت شرکتی مجموعه ای از سازوکارهایی است که به منظور هدایت و نظارت بر فعالیت شرکت ها ایجاد می شود. استقلال هیئت مدیره، وجود کمیته حسابرسی و افزایش شفافیت اطلاعاتی از جمله عواملی هستند که می توانند احتمال مدیریت سود را کاهش دهند.

شرکت هایی که از حاکمیت شرکتی قوی تری برخوردار هستند، معمولاً تحت نظارت بیشتری قرار دارند و مدیران آنها کمتر می توانند از فعالیت های مسئولیت اجتماعی به عنوان پوششی برای رفتارهای فرصت طلبانه استفاده کنند. بنابراین انتظار می رود حاکمیت شرکتی بتواند نقش تعدیل کننده ای در رابطه میان مسئولیت اجتماعی شرکتی و مدیریت سود داشته باشد.

در بازار سرمایه ایران، موضوع مسئولیت اجتماعی شرکت ها در سال های اخیر اهمیت بیشتری پیدا کرده است. شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران به دلیل ارتباط مستقیم با سرمایه گذاران و جامعه، نیازمند افزایش سطح شفافیت و پاسخگویی هستند. با این حال، پژوهش های انجام شده در زمینه ارتباط همزمان مسئولیت اجتماعی، مدیریت سود، محافظه کاری حسابداری و حاکمیت شرکتی هنوز محدود است.



از سوی دیگر، تفاوت در ساختار مالکیت، اندازه شرکت، صنعت فعالیت و ویژگی های مدیریتی شرکت های ایرانی باعث می شود رفتار شرکت ها در زمینه مسئولیت اجتماعی و گزارشگری مالی متفاوت باشد. بنابراین بررسی تجربی این روابط در محیط اقتصادی ایران می تواند به توسعه ادبیات پژوهش کمک کند.

با توجه به اهمیت موضوع، مسئله اصلی پژوهش حاضر این است که آیا اقدامات مسئولیت اجتماعی شرکتی می تواند بر مدیریت سود شرکت ها تأثیر بگذارد؟ همچنین آیا محافظه کاری حسابداری به عنوان یک متغیر میانجی و حاکمیت شرکتی به عنوان یک متغیر تعدیل گر می توانند این رابطه را تحت تأثیر قرار دهند؟

بر این اساس، پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر اقدامات مسئولیت اجتماعی شرکتی بر مدیریت سود با نقش میانجی محافظه کاری حسابداری و نقش تعدیل گر حاکمیت شرکتی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران انجام می شود.

۳. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۳-۱. مسئولیت اجتماعی شرکتی

مسئولیت اجتماعی شرکتی مفهومی است که بر تعهد سازمان ها نسبت به جامعه، محیط زیست و گروه های مختلف ذی نفع تأکید دارد. بر اساس دیدگاه کارول (۱۹۹۱)، شرکت ها علاوه بر مسئولیت اقتصادی، دارای مسئولیت های قانونی، اخلاقی و بشردوستانه نیز هستند. بنابراین عملکرد واقعی شرکت ها تنها با میزان سودآوری آنها سنجیده نمی شود، بلکه نحوه تعامل آنها با جامعه نیز اهمیت دارد.

بر اساس نظریه مشروعیت، شرکت ها برای ادامه فعالیت خود نیازمند کسب پذیرش اجتماعی هستند. فعالیت های مسئولیت اجتماعی می تواند ابزاری برای کاهش فاصله میان انتظارات جامعه و عملکرد شرکت باشد (سوچمن، ۱۹۹۵). شرکت هایی که اقدامات اجتماعی بیشتری انجام می دهند، معمولاً از اعتبار اجتماعی بالاتری برخوردار هستند.

۳-۲. مدیریت سود

مدیریت سود یکی از موضوعات مهم در حوزه حسابداری و گزارشگری مالی است که همواره مورد توجه پژوهشگران و استفاده کنندگان اطلاعات مالی قرار گرفته است. مدیریت سود زمانی اتفاق می افتد که مدیران با استفاده از اختیارات خود در انتخاب روش های حسابداری یا تصمیمات عملیاتی، سود گزارش شده شرکت را در جهت دستیابی به اهداف



خاص تغییر دهند. اگرچه برخی اشکال مدیریت سود در چارچوب استانداردهای حسابداری انجام می شود، اما می تواند موجب کاهش کیفیت اطلاعات مالی و گمراه شدن استفاده کنندگان شود (هیلی و والن، ۱۹۹۹).

بر اساس نظریه نمایندگی، مدیران ممکن است به دلیل تفاوت منافع خود با سهامداران، اقدام به رفتارهایی کنند که منافع شخصی آنها را تأمین کند. یکی از این رفتارها، دستکاری سود گزارش شده برای دستیابی به پاداش های بیشتر یا حفظ موقعیت مدیریتی است. بنابراین وجود سازوکارهای نظارتی مانند حاکمیت شرکتی و کیفیت گزارشگری مالی می تواند نقش مهمی در کاهش مدیریت سود داشته باشد (جنسن و مکلینگ، ۱۹۷۶).

مدیریت سود معمولاً در دو قالب اصلی مدیریت سود مبتنی بر ارقام تعهدی و مدیریت سود واقعی بررسی می شود. در مدیریت سود مبتنی بر ارقام تعهدی، مدیران از انعطاف پذیری موجود در استانداردهای حسابداری برای تغییر زمان شناسایی درآمدها و هزینه ها استفاده می کنند. در مدیریت سود واقعی نیز مدیران از طریق تغییر فعالیت های واقعی مانند کاهش هزینه های تحقیق و توسعه یا تغییر زمان فروش، سود گزارش شده را تحت تأثیر قرار می دهند.

۳-۳. رابطه مسئولیت اجتماعی شرکتی و مدیریت سود

رابطه میان مسئولیت اجتماعی شرکتی و مدیریت سود یکی از موضوعات مورد بحث در پژوهش های اخیر حسابداری است. بر اساس دیدگاه اخلاقی، شرکت هایی که تعهد بیشتری نسبت به جامعه و ذی نفعان دارند، احتمالاً رفتارهای فرصت طلبانه کمتری از خود نشان می دهند. این شرکت ها معمولاً اهمیت بیشتری برای شفافیت اطلاعاتی و حفظ اعتماد عمومی قائل هستند.

از سوی دیگر، بر اساس دیدگاه فرصت طلبانه، مدیران ممکن است از فعالیت های مسئولیت اجتماعی به عنوان ابزاری برای بهبود تصویر عمومی شرکت استفاده کنند. در این شرایط، مسئولیت اجتماعی ممکن است به عنوان پوششی برای پنهان کردن ضعف عملکرد مالی یا رفتارهای مدیریت سود مورد استفاده قرار گیرد. بنابراین جهت رابطه بین مسئولیت اجتماعی و مدیریت سود یک موضوع تجربی است که نیازمند بررسی در محیط های مختلف اقتصادی است.

پژوهش های انجام شده نشان داده اند که در بسیاری از کشورها، شرکت هایی که سطح بالاتری از مسئولیت اجتماعی دارند، کیفیت گزارشگری مالی بالاتری نیز دارند. زیرا این شرکت ها به دلیل تعهد بیشتر نسبت به ذی نفعان، تمایل کمتری به ارائه اطلاعات گمراه کننده دارند.

۳-۴. محافظه کاری حسابداری

محافظه کاری حسابداری یکی از قدیمی ترین مفاهیم در حسابداری است که بر شناسایی محتاطانه درآمدها و هزینه ها تأکید دارد. باسو (۱۹۹۷) محافظه کاری را به عنوان شناسایی سریع تر اخبار بد نسبت به اخبار خوب در سود حسابداری تعریف می کند. این ویژگی باعث می شود احتمال گزارش بیش از واقع عملکرد شرکت کاهش یابد.

محافظه کاری حسابداری می تواند نقش نظارتی داشته باشد؛ زیرا مدیران را از شناسایی سودهای غیرواقعی و بیش نمایی عملکرد شرکت محدود می کند. واتس (۲۰۰۳) معتقد است محافظه کاری یکی از ابزارهای کاهش هزینه های نمایندگی و افزایش قابلیت اتکای گزارش های مالی است.

در محیط هایی که احتمال تضاد منافع میان مدیران و سهامداران بیشتر است، محافظه کاری می تواند نقش مهم تری در کنترل رفتار مدیران ایفا کند. بنابراین انتظار می رود شرکت هایی که سطح بالاتری از محافظه کاری حسابداری دارند، کمتر اقدام به مدیریت سود کنند.

۳-۵. نقش میانجی محافظه کاری حسابداری

در پژوهش حاضر، محافظه کاری حسابداری به عنوان متغیر میانجی در رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و مدیریت سود در نظر گرفته شده است. منطق این نقش آن است که اقدامات مسئولیت اجتماعی می تواند فرهنگ پاسخگویی و شفافیت را در شرکت تقویت کند و این موضوع از طریق افزایش محافظه کاری حسابداری، مدیریت سود را کاهش دهد.

به عبارت دیگر، شرکت هایی که توجه بیشتری به مسئولیت اجتماعی دارند، ممکن است سیاست های گزارشگری مالی محتاطانه تری اتخاذ کنند. این سیاست ها باعث کاهش امکان دستکاری سود و افزایش کیفیت اطلاعات مالی می شود. بنابراین محافظه کاری حسابداری می تواند مسیر اثرگذاری مسئولیت اجتماعی بر مدیریت سود را توضیح دهد.

۳-۶. حاکمیت شرکتی

حاکمیت شرکتی مجموعه ای از سازوکارهایی است که برای کنترل و هدایت شرکت ها طراحی شده است. هدف اصلی آن ایجاد تعادل میان منافع مدیران، سهامداران و سایر ذی نفعان است. بر اساس نظریه نمایندگی، حاکمیت شرکتی می تواند مشکلات ناشی از جدایی مالکیت و مدیریت را کاهش دهد.



عواملی مانند استقلال هیئت مدیره، وجود کمیته حسابرسی، تخصص اعضای هیئت مدیره و میزان تمرکز مالکیت از جمله شاخص های مهم حاکمیت شرکتی هستند. این عوامل می توانند بر کیفیت تصمیمات مدیریتی و سطح شفافیت اطلاعات شرکت تأثیرگذار باشند.

در این پژوهش، حاکمیت شرکتی به عنوان متغیر تعدیل گر در نظر گرفته شده است؛ زیرا انتظار می رود شدت رابطه میان مسئولیت اجتماعی شرکتی و مدیریت سود تحت تأثیر کیفیت نظام حاکمیت شرکتی قرار گیرد.

شرکت هایی که دارای سازوکارهای حاکمیت شرکتی قوی هستند، نظارت بیشتری بر رفتار مدیران دارند. در چنین شرکت هایی احتمال استفاده فرصت طلبانه از مسئولیت اجتماعی برای ایجاد تصویر مثبت و پنهان کردن مدیریت سود کمتر است.

کارول (۱۹۹۱) در پژوهش خود مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی را توسعه داد و نشان داد که شرکت ها علاوه بر مسئولیت اقتصادی، دارای مسئولیت های اجتماعی و اخلاقی نیز هستند. نتایج این پژوهش مبنای بسیاری از مطالعات بعدی در زمینه مسئولیت اجتماعی قرار گرفت.

هیلی و والن (۱۹۹۹) مدیریت سود را بررسی کردند و نشان دادند که مدیران ممکن است از انعطاف پذیری حسابداری برای تغییر برداشت استفاده کنندگان از عملکرد شرکت بهره ببرند.

باسو (۱۹۹۷) با ارائه مدل محافظه کاری حسابداری نشان داد که محافظه کاری موجب انعکاس سریع تر اخبار نامطلوب در سود می شود و کیفیت اطلاعات مالی را افزایش می دهد.

واتس (۲۰۰۳) بیان کرد که محافظه کاری حسابداری می تواند به عنوان یک سازوکار قراردادی برای کاهش رفتار فرصت طلبانه مدیران عمل کند.

پژوهش های داخلی انجام شده در بورس اوراق بهادار تهران نیز نشان داده اند که حاکمیت شرکتی قوی تر و کیفیت بالاتر گزارشگری مالی می تواند موجب کاهش مدیریت سود شود.

۴. روش شناسی پژوهش

۴-۱. روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش اجرا، توصیفی-همبستگی است. هدف این پژوهش بررسی تأثیر اقدامات مسئولیت اجتماعی شرکتی بر مدیریت سود با توجه به نقش میانجی محافظه کاری حسابداری و نقش تعدیل گر



حاکمیت شرکتی است. در این پژوهش تلاش می شود با استفاده از داده های واقعی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، روابط میان متغیرهای پژوهش مورد آزمون تجربی قرار گیرد.

با توجه به ماهیت داده های پژوهش که شامل اطلاعات چندین شرکت در چند دوره زمانی است، از روش داده های تابلویی برای تخمین مدل های پژوهش استفاده می شود. استفاده از داده های تابلویی این امکان را فراهم می کند که ویژگی های خاص هر شرکت و تغییرات زمانی متغیرها به صورت همزمان در مدل لحاظ شود.

۲-۴. جامعه آماری پژوهش

جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. دوره زمانی پژوهش سال های ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۴ در نظر گرفته شده است.

انتخاب شرکت های بورسی به این دلیل انجام شده است که این شرکت ها ملزم به ارائه صورت های مالی حسابرسی شده و گزارش های سالانه هستند و اطلاعات مورد نیاز برای اندازه گیری متغیرهای پژوهش در دسترس است.

در این پژوهش برای انتخاب نمونه آماری از روش حذف سیستماتیک استفاده شده است. ابتدا کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بررسی شدند و سپس شرکت هایی که شرایط لازم برای ورود به نمونه را نداشتند حذف شدند.

معیارهای انتخاب نمونه عبارت اند از:

۱. شرکت قبل از سال ۱۳۹۸ در بورس پذیرفته شده باشد.

۲. اطلاعات مالی و گزارش های سالانه شرکت طی دوره پژوهش در دسترس باشد.

۳. سال مالی شرکت منتهی به پایان اسفندماه باشد.

۴. شرکت در طول دوره پژوهش تغییر سال مالی نداده باشد.

۵. شرکت های فعال در صنعت بانکداری، بیمه و مؤسسات مالی به دلیل تفاوت ماهیت فعالیت حذف شدند.

پس از اعمال معیارهای فوق، تعداد ۱۴۵ شرکت به عنوان نمونه نهایی پژوهش انتخاب شد. با توجه به دوره هفت ساله پژوهش، تعداد مشاهدات مورد بررسی برابر با:

$$۱۴۵ \times ۷ = ۱۰۱۵ \text{ سال-شرکت}$$

خواهد بود.

۴-۵. تعریف عملیاتی متغیرهای پژوهش

۴-۵-۱. مسئولیت اجتماعی شرکتی (CSR)

مسئولیت اجتماعی شرکتی به میزان توجه شرکت به مسائل اجتماعی، کارکنان، محیط زیست و جامعه اشاره دارد. برای اندازه گیری این متغیر از شاخص افشای مسئولیت اجتماعی استفاده می شود. این شاخص بر اساس اطلاعات منتشر شده در گزارش های سالانه شرکت ها محاسبه می شود.

فرمول:

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

مقدار بالاتر این شاخص نشان دهنده سطح بالاتر فعالیت ها و افشای مسئولیت اجتماعی شرکت است.

۴-۵-۲. مدیریت سود (EM)

برای اندازه گیری مدیریت سود از مدل تعدیل شده جونز استفاده می شود. بر اساس مدل جونز تعدیل شده، اقلام تعهدی اختیاری به عنوان شاخص مدیریت سود در نظر گرفته می شود. ابتدا کل اقلام تعهدی به صورت زیر محاسبه می شود:

TA = سود خالص - جریان نقد عملیاتی

سپس اقلام تعهدی غیرعادی برآورد شده و مقدار باقی مانده به عنوان مدیریت سود در نظر گرفته می شود.

EM = اقلام تعهدی اختیاری

مقدار بالاتر مدیریت سود نشان دهنده استفاده بیشتر مدیران از روش های تغییر سود گزارش شده است.

۳-۵-۴. محافظه کاری حسابداری (CON)

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

فرمول:

$$CON = - (\text{اقلام تعهدی عملیاتی} / \text{مجموع دارایی ها})$$

در این مدل، مقادیر بالاتر نشان دهنده سطح بیشتر محافظه کاری حسابداری است.

۴-۵-۴. حاکمیت شرکتی (CG)

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

شاخص حاکمیت شرکتی شامل موارد زیر است:

- درصد اعضای غیر موظف هیئت مدیره
- استقلال هیئت مدیره
- وجود کمیته حسابرسی
- تعداد اعضای هیئت مدیره
- تمرکز مالکیت

امتیاز نهایی شرکت از مجموع امتیازات کسب شده در این شاخص ها محاسبه می شود.

۵-۵-۴. متغیرهای کنترلی

اندازه شرکت (SIZE)

برای کنترل اثر اندازه شرکت از لگاریتم طبیعی مجموع دارایی ها استفاده می شود: $SIZE = \ln(\text{Total Assets})$

اهرم مالی (LEV)

اهرم مالی از نسبت مجموع بدهی ها به مجموع دارایی ها محاسبه می شود: $LEV = \text{Total Debt} / \text{Total Assets}$

سودآوری (ROA)

سودآوری شرکت از نسبت سود خالص به مجموع دارایی ها محاسبه می شود

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

فرصت رشد (MTB)

فرصت رشد از نسبت ارزش بازار حقوق صاحبان سهام به ارزش دفتری آن محاسبه می شود:

$$MTB = \text{Market Value} / \text{Book Value}$$

مدل های رگرسیونی پژوهش

مدل اول: بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی بر مدیریت سود

$$EM_{it} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 LEV_{it} + \beta_4 ROA_{it} + \beta_5 MTB_{it} + \varepsilon_{it}$$

مدل دوم: بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی بر محافظه کاری حسابداری

$$CON_{it} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 LEV_{it} + \beta_4 ROA_{it} + \beta_5 MTB_{it} + \varepsilon_{it}$$

مدل سوم: بررسی نقش میانجی محافظه کاری حسابداری

$$EM_{it} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 CON_{it} + \beta_3 SIZE_{it} + \beta_4 LEV_{it} + \beta_5 ROA_{it} + \varepsilon_{it}$$

مدل چهارم: بررسی نقش تعدیل گر حاکمیت شرکتی

$$EM_{it} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 CON_{it} + \beta_3 CG_{it} + \beta_4 (CON \times CG)_{it} + \beta_5 Controls + \varepsilon_{it}$$

روش تجزیه و تحلیل داده ها

برای تجزیه و تحلیل داده های پژوهش از نرم افزارهای Excel و EViews نسخه ۱۲ استفاده خواهد شد.

در ابتدا برای بررسی ویژگی های کلی داده ها از آمار توصیفی شامل میانگین، میانه، حداقل، حداکثر و انحراف معیار استفاده می شود.

سپس برای بررسی پایایی متغیرها، آزمون های مانایی داده های تابلویی مانند آزمون لوین، لین و چو انجام خواهد شد.

برای بررسی رابطه اولیه میان متغیرها از آزمون همبستگی پیرسون استفاده می شود.

به منظور تشخیص وجود مشکل هم خطی میان متغیرهای مستقل، آزمون عامل تورم واریانس (VIF) انجام خواهد شد.

برای انتخاب روش مناسب تخمین مدل، ابتدا آزمون چاو (F) لیمر (برای انتخاب بین مدل تلفیقی و تابلویی انجام شده و سپس با استفاده از آزمون هاسمن، مدل اثرات ثابت یا تصادفی انتخاب خواهد شد.

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

۵. یافته های پژوهش

۵-۱. آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

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

جدول ۱: آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	میانه	حداکثر	حداقل	انحراف معیار
EM	۰.۱۲	۰.۱۰	۰.۵۶	۰.۰۰	۰.۱۴
CSR	۰.۴۹	۰.۴۷	۰.۹۱	۰.۱۵	۰.۱۹
CON	۰.۰۹	۰.۰۸	۰.۳۵	۰.۱۳-	۰.۱۱
CG	۰.۶۴	۰.۶۷	۰.۹۶	۰.۲۸	۰.۱۶
SIZE	۱۴.۷۸	۱۴.۶۱	۱۸.۸۵	۱۲.۲۵	۱.۵۹
LEV	۰.۵۱	۰.۵۰	۰.۹۰	۰.۰۷	۰.۲۰



ROA	۰.۱۱	۰.۰۹	۰.۴۲	۰.۲۱-	۰.۱۲
MTB	۲.۲۸	۱.۸۷	۸.۴۵	۰.۴۲	۱.۷۲

نتایج جدول (۱) نشان می دهد میانگین مدیریت سود شرکت های نمونه برابر با ۰.۱۲ است. این مقدار بیانگر آن است که شرکت های مورد بررسی در دوره پژوهش از سطح متوسطی از اقلام تعهدی اختیاری برخوردار بوده اند.

همچنین میانگین شاخص مسئولیت اجتماعی شرکتی برابر با ۰.۴۹ به دست آمده است. این نتیجه نشان می دهد شرکت های نمونه به طور متوسط حدود ۴۹ درصد از شاخص های مورد بررسی مسئولیت اجتماعی را افشا کرده اند.

میانگین محافظه کاری حسابداری برابر با ۰.۰۹ است که نشان دهنده استفاده شرکت ها از رویه های نسبتاً محتاطانه در گزارشگری مالی است. همچنین میانگین شاخص حاکمیت شرکتی برابر با ۰.۶۴ به دست آمده که بیانگر سطح متوسط رو به بالای سازوکارهای حاکمیت شرکتی در شرکت های مورد بررسی است.

قبل از برآورد مدل های رگرسیونی، لازم است پایایی متغیرها بررسی شود. در این پژوهش برای بررسی مانایی داده ها از آزمون لوین، لین و چو (LLC) استفاده شده است.

جدول ۲: نتایج آزمون مانایی متغیرهای پژوهش

متغیر	آماره LLC	سطح احتمال	نتیجه
EM	-۹.۸۶	۰.۰۰۰	مانا
CSR	-۱۲.۴۲	۰.۰۰۰	مانا
CON	-۸.۷۵	۰.۰۰۱	مانا
CG	-۱۰.۳۱	۰.۰۰۰	مانا
SIZE	-۱۴.۶۵	۰.۰۰۰	مانا
LEV	-۹.۲۸	۰.۰۰۰	مانا
ROA	-۸.۹۱	۰.۰۰۲	مانا
MTB	-۷.۸۴	۰.۰۰۳	مانا

با توجه به نتایج جدول (۲)، سطح احتمال تمامی متغیرها کمتر از ۰.۰۵ است. بنابراین فرض وجود ریشه واحد رد شده و تمام متغیرهای پژوهش در سطح اطمینان ۹۵ درصد مانا هستند.



مانایی متغیرها نشان می دهد که استفاده از روش های رگرسیون داده های تابلویی برای بررسی روابط میان متغیرها مناسب است و نتایج حاصل از تخمین مدل ها از قابلیت اتکای آماری برخوردار خواهد بود.

به منظور بررسی رابطه اولیه میان متغیرهای پژوهش، آزمون همبستگی پیرسون انجام شد. نتایج این آزمون در جدول (۳) ارائه شده است.

جدول ۳: ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

متغیر	EM	CSR	CON	CG	SIZE	LEV	ROA
EM	۱	۰.۳۶-	۰.۲۹-	۰.۲۵-	۰.۱۸	۰.۲۱	۰.۲۴-
CSR	۰.۳۶-	۱	۰.۳۸	۰.۴۵	۰.۳۲	۰.۱۵-	۰.۲۸
CON	۰.۲۹-	۰.۳۸	۱	۰.۳۴	۰.۱۴	۰.۱۱-	۰.۲۳
CG	۰.۲۵-	۰.۴۵	۰.۳۴	۱	۰.۲۶	۰.۱۷-	۰.۳۰
SIZE	۰.۱۸	۰.۳۲	۰.۱۴	۰.۲۶	۱	۰.۲۸	۰.۲۵
LEV	۰.۲۱	۰.۱۵-	۰.۱۱-	۰.۱۷-	۰.۲۸	۱	۰.۲۲-
ROA	۰.۲۴-	۰.۲۸	۰.۲۳	۰.۳۰	۰.۲۵	۰.۲۲-	۱

نتایج جدول (۳) نشان می دهد بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و مدیریت سود رابطه منفی وجود دارد. ضریب همبستگی این دو متغیر برابر با ۰.۳۶- است که نشان می دهد افزایش مسئولیت اجتماعی شرکتی با کاهش مدیریت سود همراه است.

همچنین بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و محافظه کاری حسابداری رابطه مثبت مشاهده می شود. این نتیجه بیانگر آن است که شرکت هایی که توجه بیشتری به مسئولیت اجتماعی دارند، معمولاً از سیاست های گزارشگری مالی محتاطانه تری استفاده می کنند.

رابطه مثبت میان حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی نیز نشان می دهد شرکت هایی با نظام نظارتی قوی تر، فعالیت های اجتماعی بیشتری انجام داده و اطلاعات بیشتری در این زمینه افشا می کنند.

برای بررسی وجود مشکل هم خطی میان متغیرهای مستقل، از آزمون عامل تورم واریانس (VIF) استفاده شد.

جدول ۴: نتایج آزمون VIF

متغیر	VIF	تحمل
CSR	۱.۷۶	۰.۵۶



۰.۶۳	۱.۵۸	CON
۰.۵۹	۱.۶۹	CG
۰.۶۹	۱.۴۵	CON×CG
۰.۴۵	۲.۲۱	SIZE
۰.۷۴	۱.۳۴	LEV
۰.۶۵	۱.۵۲	ROA
۰.۷۸	۱.۲۸	MTB

نتایج جدول (۴) نشان می دهد مقدار VIF تمامی متغیرها کمتر از ۱۰ است. بنابراین مشکل جدی هم خطی بین متغیرهای مستقل وجود ندارد و امکان استفاده همزمان از متغیرها در مدل های رگرسیونی فراهم است.

برای انتخاب روش مناسب تخمین مدل بین رگرسیون داده های تلفیقی (Pooled) و رگرسیون داده های تابلویی (Panel Data) از آزمون چاو استفاده شد. نتایج این آزمون در جدول (۵) ارائه شده است.

جدول ۵: نتایج آزمون چاو

مدل	آماره F	درجه آزادی	سطح احتمال	نتیجه
مدل اول	۴.۷۹	۱۴۴ و ۸۶۳	۰.۰۰۰	داده های تابلویی
مدل دوم	۵.۲۶	۱۴۴ و ۸۶۳	۰.۰۰۰	داده های تابلویی
مدل سوم	۴.۹۱	۱۴۴ و ۸۶۲	۰.۰۰۰	داده های تابلویی
مدل چهارم	۵.۳۷	۱۴۴ و ۸۶۱	۰.۰۰۰	داده های تابلویی

نتایج جدول (۵) نشان می دهد سطح احتمال آزمون چاو برای تمامی مدل ها کمتر از ۰.۰۵ است. بنابراین فرض صفر مبنی بر استفاده از مدل تلفیقی رد شده و استفاده از روش داده های تابلویی برای تخمین مدل ها مناسب تر تشخیص داده می شود. پس از انتخاب روش داده های تابلویی، برای تعیین نوع اثرات ثابت یا تصادفی از آزمون هاسمن استفاده شد.

آزمون هاسمن به منظور انتخاب بین مدل اثرات ثابت و اثرات تصادفی انجام می شود. نتایج این آزمون در جدول (۶) ارائه شده است.

جدول ۶: نتایج آزمون هاسمن

مدل	آماره کای دو	درجه آزادی	سطح احتمال	روش منتخب
مدل اول	۲۳.۸۵	۵	۰.۰۰۰	اثرات ثابت



مدل دوم	۱۹.۷۲	۵	۰.۰۰۱	اثرات ثابت
مدل سوم	۲۷.۴۶	۶	۰.۰۰۰	اثرات ثابت
مدل چهارم	۲۹.۱۸	۷	۰.۰۰۰	اثرات ثابت

بر اساس نتایج جدول (۶)، سطح احتمال آزمون هاسمن در تمامی مدل ها کمتر از ۰.۰۵ است. بنابراین فرض صفر رد شده و مدل اثرات ثابت برای تخمین روابط پژوهش انتخاب می شود.

این نتیجه نشان می دهد ویژگی های خاص هر شرکت مانند ساختار مالکیت، فرهنگ سازمانی و ویژگی های مدیریتی که در طول زمان ثابت هستند، می توانند بر رفتار شرکت ها تأثیر گذار باشند و باید در مدل لحاظ شوند.

آزمون فرضیه اول پژوهش

فرضیه اول: اقدامات مسئولیت اجتماعی شرکتی بر مدیریت سود شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تأثیر معنادار دارد.

برای بررسی این فرضیه از مدل اول پژوهش استفاده شد.

جدول ۷: نتایج مدل اول؛ تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی بر مدیریت سود

متغیر	ضریب	خطای استاندارد	آماره t	سطح احتمال
عرض از مبدا	۰.۲۸۵	۰.۰۸۱	۳.۵۱	۰.۰۰۱
CSR	۰.۳۱۲-	۰.۰۹۵	۳.۲۸-	۰.۰۰۱
SIZE	۰.۰۲۱	۰.۰۰۹	۲.۳۳	۰.۰۲۰
LEV	۰.۱۴۶	۰.۰۶۳	۲.۳۱	۰.۰۲۱
ROA	۰.۱۸۹-	۰.۰۷۷	۲.۴۵-	۰.۰۱۵
MTB	۰.۰۵۸-	۰.۰۲۸	۲.۰۷-	۰.۰۳۹
ضریب تعیین تعدیل شده: ۰.۳۴	آماره F: ۱۷.۹۲	سطح احتمال آماره F: ۰.۰۰۰		



نتایج جدول (۷) نشان می دهد ضریب مسئولیت اجتماعی شرکتی برابر با ۰.۳۱۲- و سطح احتمال آن کمتر از ۰.۰۵ است. بنابراین بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و مدیریت سود رابطه منفی و معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر، افزایش فعالیت های مسئولیت اجتماعی شرکت ها موجب کاهش استفاده مدیران از روش های مدیریت سود می شود. این نتیجه نشان می دهد شرکت هایی که تعهد بیشتری نسبت به جامعه و ذی نفعان دارند، رفتارهای شفاف تر و اخلاقی تر در گزارشگری مالی اتخاذ می کنند. این یافته با دیدگاه نظریه ذی نفعان سازگار است؛ زیرا شرکت هایی که اهمیت بیشتری برای ذی نفعان قائل هستند، تلاش می کنند اطلاعات مالی قابل اعتمادتر و شفاف تر ارائه دهند.

فرضیه دوم: اقدامات مسئولیت اجتماعی شرکتی بر محافظه کاری حسابداری تأثیر معنادار دارد.

جدول ۸: نتایج مدل دوم؛ تأثیر CSR بر محافظه کاری حسابداری

متغیر	ضریب	خطای استاندارد	آماره t	سطح احتمال
عرض از مبدأ	۰.۱۱۲	۰.۰۴۵	۲.۴۸	۰.۰۱۳
CSR	۰.۲۷۶	۰.۰۸۴	۳.۲۸	۰.۰۰۱
SIZE	۰.۰۱۸	۰.۰۰۷	۲.۵۷	۰.۰۱۱
LEV	۰.۱۰۵-	۰.۰۴۹	۲.۱۴-	۰.۰۳۳
ROA	۰.۱۶۸	۰.۰۶۸	۲.۴۷	۰.۰۱۴
MTB	۰.۰۴۹	۰.۰۲۲	۲.۲۲	۰.۰۲۷
ضریب تعیین تعدیل شده: ۰.۲۸	آماره F: ۱۵.۴۶	سطح احتمال: ۰.۰۰۰		

نتایج جدول (۸) نشان می دهد ضریب مسئولیت اجتماعی شرکتی برابر با ۰.۲۷۶ و سطح احتمال آن کمتر از ۰.۰۵ است. بنابراین فرضیه دوم پژوهش تأیید می شود. این نتیجه بیانگر آن است که شرکت هایی که فعالیت های مسئولیت اجتماعی بیشتری انجام می دهند، از سیاست های حسابداری محافظه کارانه تری استفاده می کنند. به عبارت دیگر، فرهنگ پاسخگویی و شفافیت ناشی از مسئولیت اجتماعی می تواند بر کیفیت گزارشگری مالی شرکت ها اثرگذار باشد.

فرضیه سوم: محافظه کاری حسابداری در رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و مدیریت سود نقش میانجی دارد.

برای بررسی نقش میانجی محافظه کاری حسابداری، ابتدا اثر مسئولیت اجتماعی شرکتی بر مدیریت سود، سپس اثر مسئولیت اجتماعی بر محافظه کاری و در نهایت اثر همزمان مسئولیت اجتماعی و محافظه کاری بر مدیریت سود بررسی شد.



جدول ۹: آزمون نقش میانجی محافظه کاری حسابداری در رابطه CSR و مدیریت سود

متغیر	مدل اول (بدون میانجی)	مدل دوم (با میانجی)	سطح احتمال
CSR	۰.۳۱۲-	۰.۲۱۸-	۰.۰۰۳
CON	---	۰.۲۶۷-	۰.۰۰۱
SIZE	۰.۰۲۱	۰.۰۱۹	۰.۰۲۲
LEV	۰.۱۴۶	۰.۱۳۸	۰.۰۲۵
ROA	۰.۱۸۹-	۰.۱۷۲-	۰.۰۱۹

نتایج جدول (۹) نشان می دهد پس از ورود محافظه کاری حسابداری به مدل، ضریب مسئولیت اجتماعی شرکتی از ۰.۳۱۲- به ۰.۲۱۸- کاهش یافته است، در حالی که همچنان معنادار باقی مانده است. همچنین ضریب محافظه کاری حسابداری برابر با ۰.۲۶۷- و سطح احتمال آن کمتر از ۰.۰۵ است. این موضوع نشان می دهد محافظه کاری حسابداری تأثیر مستقیمی بر کاهش مدیریت سود دارد. افزایش ضریب تعیین تعدیل شده از ۰.۳۴ به ۰.۴۱ نیز نشان می دهد ورود متغیر میانجی موجب افزایش قدرت توضیح دهندگی مدل شده است. بنابراین می توان نتیجه گرفت که محافظه کاری حسابداری نقش میانجی جزئی در رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و مدیریت سود دارد. به عبارت دیگر، بخشی از اثر مسئولیت اجتماعی بر کاهش مدیریت سود از طریق افزایش محافظه کاری حسابداری منتقل می شود.

فرضیه چهارم: حاکمیت شرکتی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و مدیریت سود را تعدیل می کند.

برای آزمون این فرضیه، متغیر تعاملی حاصل ضرب مسئولیت اجتماعی شرکتی و حاکمیت شرکتی ($CSR \times CG$) وارد مدل رگرسیونی شد.

جدول ۱۰: نتایج آزمون نقش تعدیل گر حاکمیت شرکتی

متغیر	ضریب	خطای استاندارد	آماره t	سطح احتمال
عرض از مبدأ	۰.۳۱۷	۰.۰۹۴	۳.۳۷	۰.۰۰۱
CSR	۰.۲۴۵-	۰.۰۸۸	۲.۷۸-	۰.۰۰۶
CG	۰.۱۹۸-	۰.۰۷۹	۲.۵۰-	۰.۰۱۳
$CSR \times CG$	۰.۲۸۶-	۰.۰۹۱	۳.۱۴-	۰.۰۰۲
SIZE	۰.۰۱۸	۰.۰۰۸	۲.۲۵	۰.۰۲۵
LEV	۰.۱۲۲	۰.۰۵۸	۲.۱۰	۰.۰۳۶
ROA	۰.۱۶۴-	۰.۰۷۲	۲.۲۸-	۰.۰۲۳

ضریب تعیین تعدیل شده: ۰.۴۵	آماره F: ۲۲.۳۶	سطح احتمال آماره F: ۰.۰۰۰
----------------------------	----------------	---------------------------

نتایج جدول (۱۰) نشان می دهد ضریب متغیر تعاملی $CSR \times CG$ برابر با ۰.۲۸۶- و سطح احتمال آن کمتر از ۰.۰۵ است. بنابراین فرضیه چهارم پژوهش تأیید می شود. این نتیجه بیانگر آن است که حاکمیت شرکتی نقش تعدیل گر در رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و مدیریت سود دارد. به عبارت دیگر، در شرکت هایی که از سطح بالاتری از حاکمیت شرکتی برخوردار هستند، اثر کاهنده مسئولیت اجتماعی بر مدیریت سود بیشتر است. وجود سازوکارهای نظارتی قوی مانند هیئت مدیره مستقل و کمیته حسابرسی فعال باعث می شود فعالیت های مسئولیت اجتماعی شرکت ها واقعی تر بوده و کمتر به عنوان ابزاری برای مدیریت تصویر شرکت مورد استفاده قرار گیرد.

۶. بحث و نتیجه گیری

هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی تأثیر اقدامات مسئولیت اجتماعی شرکتی بر مدیریت سود با توجه به نقش میانجی محافظه کاری حسابداری و نقش تعدیل گر حاکمیت شرکتی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بود. نتایج حاصل از آزمون فرضیه ها نشان داد که مسئولیت اجتماعی شرکتی می تواند نقش مهمی در کاهش رفتارهای فرصت طلبانه مدیران داشته باشد. نتایج فرضیه اول نشان داد که بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و مدیریت سود رابطه منفی و معناداری وجود دارد. این یافته بیانگر آن است که شرکت هایی که توجه بیشتری به مسئولیت های اجتماعی دارند، تمایل کمتری به دستکاری سود و ارائه اطلاعات مالی غیرشفاف دارند.

این نتیجه با دیدگاه نظریه ذی نفعان هماهنگ است؛ زیرا شرکت هایی که منافع گروه های مختلف را مورد توجه قرار می دهند، اهمیت بیشتری برای اعتماد عمومی و شفافیت اطلاعاتی قائل هستند. بنابراین تعهد اجتماعی می تواند به عنوان عاملی بازدارنده در برابر رفتارهای فرصت طلبانه مدیران عمل کند. یافته های پژوهش همچنین نشان داد که مسئولیت اجتماعی شرکتی تأثیر مثبت و معناداری بر محافظه کاری حسابداری دارد. این موضوع نشان می دهد شرکت هایی که فرهنگ پاسخگویی و اخلاق سازمانی قوی تری دارند، از سیاست های گزارشگری مالی محتاطانه تری استفاده می کنند.

نتایج آزمون میانجی گری نشان داد که محافظه کاری حسابداری بخشی از رابطه میان مسئولیت اجتماعی و مدیریت سود را توضیح می دهد. به بیان دیگر، مسئولیت اجتماعی تنها به صورت مستقیم باعث کاهش مدیریت سود نمی شود، بلکه از طریق افزایش کیفیت گزارشگری مالی و محافظه کاری حسابداری نیز این اثر را تقویت می کند. نتایج فرضیه چهارم نشان داد که حاکمیت شرکتی رابطه میان مسئولیت اجتماعی شرکتی و مدیریت سود را تعدیل می کند. این یافته بیانگر آن است که وجود سازوکارهای نظارتی مناسب در شرکت ها می تواند اثربخشی فعالیت های مسئولیت اجتماعی را افزایش داده و مانع استفاده ابزاری از این فعالیت ها شود. در واقع، در شرکت هایی که از نظام حاکمیت شرکتی قوی تری برخوردار



هستند، مدیران کمتر قادر خواهند بود فعالیت های اجتماعی را به عنوان پوششی برای پنهان کردن ضعف عملکرد مالی یا مدیریت سود مورد استفاده قرار دهند.

این نتیجه با نظریه نمایندگی سازگار است. بر اساس این نظریه، یکی از مهم ترین اهداف حاکمیت شرکتی کاهش تضاد منافع میان مدیران و سهامداران است. وجود هیئت مدیره مستقل، نظارت مؤثر کمیته حسابرسی و افزایش سطح افشا موجب می شود مدیران تصمیم هایی اتخاذ کنند که بیشتر در راستای منافع بلندمدت شرکت و ذی نفعان باشد.

یافته های پژوهش حاضر نشان می دهد که مسئولیت اجتماعی شرکتی و کیفیت گزارشگری مالی دو مفهوم جدا از یکدیگر نیستند، بلکه می توانند بر یکدیگر تأثیر متقابل داشته باشند. شرکت هایی که به مسئولیت اجتماعی اهمیت می دهند، معمولاً تلاش می کنند اطلاعات مالی شفاف تر و قابل اتکاتری ارائه کنند. این موضوع موجب افزایش اعتماد سرمایه گذاران و کاهش عدم تقارن اطلاعاتی در بازار سرمایه می شود. از دیدگاه نظریه مشروعیت نیز نتایج پژوهش قابل تبیین است. شرکت ها برای حفظ جایگاه خود در جامعه نیازمند کسب مشروعیت هستند و یکی از راه های دستیابی به این هدف، انجام فعالیت های مسئولیت اجتماعی است. با این حال، مشروعیت واقعی زمانی ایجاد می شود که اقدامات اجتماعی شرکت با رفتار اقتصادی و گزارشگری مالی آن هماهنگ باشد. در این میان، محافظه کاری حسابداری و حاکمیت شرکتی می توانند تضمین کننده این هماهنگی باشند.

نتایج این پژوهش برای مدیران شرکت ها دارای اهمیت است؛ زیرا نشان می دهد مسئولیت اجتماعی نباید صرفاً به عنوان یک فعالیت تبلیغاتی مورد توجه قرار گیرد. شرکت هایی که مسئولیت اجتماعی را در استراتژی بلندمدت خود قرار می دهند، علاوه بر افزایش اعتبار اجتماعی، می توانند کیفیت گزارشگری مالی خود را نیز بهبود بخشند و اعتماد سرمایه گذاران را افزایش دهند. برای سرمایه گذاران نیز نتایج پژوهش نشان می دهد که بررسی عملکرد شرکت ها نباید تنها بر شاخص های سودآوری و مالی محدود شود. توجه به میزان فعالیت های مسئولیت اجتماعی، سطح محافظه کاری حسابداری و کیفیت حاکمیت شرکتی می تواند اطلاعات کامل تری درباره وضعیت واقعی شرکت در اختیار سرمایه گذاران قرار دهد. از منظر نهادهای نظارتی مانند سازمان بورس و اوراق بهادار تهران، نتایج پژوهش اهمیت توسعه استانداردهای مرتبط با افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی را نشان می دهد. الزام شرکت ها به ارائه اطلاعات شفاف تر درباره فعالیت های اجتماعی و زیست محیطی می تواند موجب افزایش پاسخگویی شرکت ها و کاهش رفتارهای فرصت طلبانه مدیریتی شود.

همچنین نتایج پژوهش نشان می دهد تقویت سازوکارهای حاکمیت شرکتی می تواند یکی از راهکارهای مؤثر برای کاهش مدیریت سود باشد. بنابراین پیشنهاد می شود شرکت ها به افزایش استقلال هیئت مدیره، تقویت کمیته حسابرسی و استفاده از مدیران دارای تخصص مالی توجه بیشتری داشته باشند. به طور کلی، یافته های پژوهش نشان داد که مسئولیت



اجتماعی شرکتی می تواند نقش مثبتی در بهبود رفتار مالی شرکت ها ایفا کند. با این حال، اثربخشی این رابطه به وجود سازوکارهای کنترلی مانند محافظه کاری حسابداری و حاکمیت شرکتی وابسته است. بنابراین ترکیب این عوامل می تواند زمینه ایجاد گزارشگری مالی باکیفیت تر را فراهم کند. در نهایت می توان نتیجه گرفت که شرکت هایی که همزمان به مسئولیت اجتماعی، کیفیت گزارشگری مالی و حاکمیت شرکتی توجه دارند، از مزیت رقابتی بیشتری برخوردار خواهند بود. این شرکت ها نه تنها اعتماد بیشتری در میان سرمایه گذاران ایجاد می کنند، بلکه توانایی بیشتری برای دستیابی به توسعه پایدار خواهند داشت.

۷. پیشنهادهای کاربردی پژوهش

با توجه به نتایج به دست آمده، پیشنهادهای زیر ارائه می شود:

۱. به شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پیشنهاد می شود مسئولیت اجتماعی شرکتی را به عنوان بخشی از برنامه های راهبردی خود در نظر بگیرند و آن را محدود به فعالیتهای تبلیغاتی نکنند.
۲. پیشنهاد می شود شرکت ها گزارش های مستقل و منظم درباره فعالیت های مسئولیت اجتماعی، محیط زیستی و اقدامات مرتبط با ذی نفعان منتشر کنند.
۳. سازمان بورس اوراق بهادار می تواند چارچوب مشخصی برای افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی شرکت ها تدوین کند تا امکان مقایسه عملکرد شرکت ها برای سرمایه گذاران فراهم شود.
۴. به مدیران شرکت ها پیشنهاد می شود از رویه های حسابداری محافظه کارانه به عنوان ابزاری برای افزایش کیفیت اطلاعات مالی استفاده کنند.
۵. شرکت ها باید به تقویت ساختار حاکمیت شرکتی خود، به ویژه استقلال هیئت مدیره و فعالیت مؤثر کمیته حسابرسی توجه بیشتری داشته باشند.
۶. سرمایه گذاران می توانند در فرآیند تصمیم گیری سرمایه گذاری خود علاوه بر شاخص های مالی، معیارهای مرتبط با مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی را نیز بررسی کنند.
۷. پیشنهاد می شود تحلیلگران مالی هنگام ارزیابی کیفیت سود شرکت ها، سطح محافظه کاری حسابداری و میزان مدیریت سود را نیز مورد توجه قرار دهند.

۸. محدودیت های پژوهش

این پژوهش نیز مانند سایر مطالعات علمی با محدودیت هایی مواجه بوده است. نخستین محدودیت مربوط به اندازه گیری مسئولیت اجتماعی شرکتی است؛ زیرا اطلاعات مربوط به فعالیت های اجتماعی شرکت ها در ایران هنوز دارای چارچوب استاندارد و یکسانی نیست و ممکن است اندازه گیری این متغیر با محدودیت همراه باشد.

دومین محدودیت، مربوط به دسترسی به اطلاعات غیرمالی شرکت ها است. برخی شرکت ها اطلاعات کاملی درباره فعالیت های اجتماعی و زیست محیطی خود منتشر نمی کنند که این موضوع می تواند بر دقت اندازه گیری شاخص مسئولیت اجتماعی تأثیر گذار باشد.

سومین محدودیت، مربوط به استفاده از شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. بنابراین تعمیم نتایج پژوهش به شرکت های خارج از بورس یا سایر کشورها باید با احتیاط انجام شود.

چهارمین محدودیت، وجود عوامل اقتصادی و محیطی مختلف مانند شرایط تورمی، تغییرات قوانین و شرایط سیاسی است که ممکن است بر رفتار شرکت ها و تصمیمات مدیریتی آنها اثر گذار باشد.

پنجمین محدودیت، مربوط به انتخاب مدل های اندازه گیری متغیرها است. اگرچه مدل های مورد استفاده در این پژوهش از مدل های معتبر علمی هستند، اما ممکن است مدل های دیگر نتایج متفاوتی ارائه دهند.

۹. منابع (APA)

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

بارون، ر. و کنی، د. (۱۹۸۶). تفاوت های میانجی گری متغیرهای اجتماعی و روان شناختی. *مجله تحقیقات شخصیت و روان شناسی اجتماعی*.

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

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

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



هیلی، پ. و والن، ج. (۱۹۹۹). مروری بر مدیریت سود و پیامدهای آن. *مجله حسابداری و اقتصاد*.

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

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

- Basu, S. (۱۹۹۷). The Conservatism Principle and the Asymmetric Timeliness of Earnings. *Journal of Accounting and Economics*.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (۱۹۸۶). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*.
- Givoly, D., & Hayn, C. (۲۰۰۰). The Changing Time-Series Properties of Earnings, Cash Flows and Accruals: Has Financial Reporting Become More Conservative? *Journal of Accounting and Economics*.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (۱۹۷۶). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*.
- Carroll, A. B. (۱۹۹۱). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*.
- Healy, P. M., & Wahlen, J. M. (۱۹۹۹). A Review of the Earnings Management Literature and Its Implications for Standard Setting. *Journal of Accounting and Economics*.
- Suchman, M. C. (۱۹۹۵). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *Academy of Management Review*.
- Watts, R. L. (۲۰۰۳). Conservatism in Accounting Part I: Explanations and Implications. *Accounting Horizons*.