Archive of SID.ir

پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی
دورهٔ ۱۶ / شمارهٔ ۳ (پیاپی ۶۳)/ پائیز ۱۴۰۳
صفحه ۲۳ تا ۵۵

https://doi.org/DOI:%2010.30495/FAAR.1403.1073522

تأثیر مدیریت غیرعادی ریسک سازمانی بر مسئولیت اجتماعی شرکت: نقش تعدیلگری ترکیبی فرا اطمینانی مدیرعامل و مدیریت سود واقعی

محمد تقی کبیری[1]✉
راضیه خانلری[2]
محمد جودکی[3]

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۴/۱۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۶/۱۹

چکیده

مسئولیت اجتماعی شرکتی موضوعی جدید و حساسیت‌برانگیز در ادبیات نظری پژوهش‌های حسابداری بوده است و عامل اساسی بقای شرکت‌ها به شمار می‌رود و از جنبه‌های مختلف مورد توجه سرمایه‌گذاران، مدیران و پژوهشگران قرارگرفته است. محققان متغیرهای متعددی را به‌عنوان عوامل مؤثر بر ایفای مسئولیت اجتماعی شرکتی ذکر نموده‌اند؛ اما این پژوهش مشخصاً به بررسی عواملی مانند مدیریت ریسک سازمانی، مدیریت سود و فرا اطمینانی مدیرعامل بر مسئولیت اجتماعی شرکتی پرداخته است. در این پژوهش با استفاده از اطلاعات مربوط به ۱۲۱ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران و در طی سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۹ و با استفاده از نرم‌افزار ایویوز به بررسی فرضیه‌ها پرداخته شد. نتایج حاصل از فرضیه اول نشان داد مدیریت غیرعادی ریسک بر مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر منفی و معنادار دارد. همچنین، نتایج فرضیه دوم نشان داد مدیرعامل فرا اطمینان، زمانی که مدیریت غیرعادی ریسک سازمانی افزایش می‌یابد، با درگیر شدن در مدیریت سود واقعی، مسئولیت اجتماعی بالاتری از خود بروز می‌دهد.

واژه‌های کلیدی: مسئولیت اجتماعی شرکت، مدیریت ریسک سازمانی، مدیریت سود واقعی، فرا اطمینانی مدیرعامل.

۱ – گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه اراک، اراک، ایران (نویسنده مسئول) kabiri.m@lu.ac.ir.
۲ – گروه حسابداری، دانشکده حسابداری، دانشگاه لرستان، لرستان، ایران. Razieh.khanlary@gmail.com
۳ – گروه حسابداری، واحد فولادشهر، موسسه آموزش عالی امین، فولادشهر، ایران. joodaki3030@gmail.com

نوع مقاله: علمی پژوهشی
http://faar.iauctb.ac.ir
Creative Commons – Attribution 4.0 International – CC BY 4.0
Creativecommons.org

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

۱- مقدمه

طی دهه‌های گذشته نحوه تعامل واحدهای تجاری با جامعه با تغییرات زیادی همراه بوده است و شرکت‌ها را بر آن داشته است تا نسبت به کلیه ذینفعان پاسخگو باشند (مشایخ و همکاران، ۱۴۰۰). سال‌هاست که بنگاه‌های اقتصادی و تولیدی از مسئولیت اجتماعی[۱] برای ایفای تعهدات خود به جامعه و در عین حال تقویت برند خود استفاده می‌نمایند. تئوری مسئولیت اجتماعی بر پایه یک سیستم اخلاقی بنا شده است که در آن تصمیمات و اقدامات باید قبل از اقدام از نظر اخلاقی تائید شوند (اوبرسدر و همکاران[۲]، ۲۰۱۱).

اگر اقدام یا تصمیمی باعث آسیب به جامعه یا محیط‌زیست شود، از نظر اجتماعی غیرمسئولانه تلقی می‌شود. این مفهوم مدیریت که امروزه با عنوان مسئولیت اجتماعی شناخته می‌شود عمدتاً محصول قرن بیستم است که در اوایل دهه ۱۹۵۰ شکل گرفت(لو و همکاران[۳]، ۲۰۱۹). در ادامه دونالدسون و پرستون[۴] (۱۹۹۵) با کمک گرفتن از نظریه ذینفعان (فریمن[۵]، ۱۹۸۴) عنوان نمودند که یک شرکت دارای ذینفعان متعددی مانند سرمایه‌گذاران، کارکنان، و حتی شهروندان جامعه و منطقه‌ای که شرکت در آن فعالیت می‌نماید، است. آن‌ها عنوان نمودند که حقوق و منافع همه این گروه‌های ذینفع باید از طرف مدیران واحد اقتصادی در نظر گرفته شده و در راستای تحقق آن‌ها تلاش نمایند. بنابراین، براساس تئوری ذینفعان می‌توان عنوان نمود که فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی بر سودآوری شرکت تأثیرگذار است و این امر به‌نوبه خود می‌تواند منافع تمام گروه‌های ذینفع را تأمین نماید(نسیم و همکاران[۶]، ۲۰۲۰).

هدف اصلی شرکت‌ها برای ایفای مسئولیت اجتماعی ارتقای تصویر شرکت، کسب وفاداری مشتری و ایجاد فروش بیشتر است. از طرفی، چون در چنین رویکردی شرکت‌ها در راستای منافع جمعی فعالیت می‌نمایند، جامعه و محیط‌زیست نیز منتفع می‌شوند (گرین و پلوزا[۷]، ۲۰۱۴؛ اوبرسدر و همکاران، ۲۰۱۱). یک برنامه جامع مسئولیت اجتماعی شرکتی می‌تواند مزایایی مانند افزایش شهرت و اعتبار برند، بهبود ریسک و مدیریت زنجیره تأمین، صرفه‌جویی در هزینه، دسترسی بهتر به سرمایه، روابط بهینه با مشتری، مدیریت منابع انسانی، پایداری عملیات، توانایی در نوآوری و در نهایت بهبود کارایی و افزایش درآمد را به دنبال داشته باشد. بنابراین، شرکت‌ها به‌خوبی دریافته‌اند ایفای صحیح مسئولیت اجتماعی نه تنها برای تجارت و افزایش جایگاه اجتماعی و افزایش ارزش شرکت مفید است، برای جامعه و محیط‌زیست نیز مزایای زیادی به دنبال دارد (سالویونی و جناری[۸]، ۲۰۱۷).

---

[1] . Social Responsibility
[2] . Oberseder et al.
[3] . Lu et al.
[4] . Donaldson and Preston
[5] . Frieman
[6] . Naseem et al.
[7] . Green and Peloza
[8] . Salvioni and Gennari

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

با توجه به اهمیت ایفای مسئولیت اجتماعی از جانب شرکت‌ها، تاکنون پژوهشگران تأثیر عوامل متعدد و مختلفی مانند عملکرد مالی (گراس و همکاران[۱]، ۲۰۱۶)، وجه نقد و محدودیت دسترسی به وجه نقد (دیتمار و مارت اسمیت[۲]، ۲۰۰۷)، بازاریابی و تبلیغات و فروش (نصر[۳]، ۲۰۱۰)، چسبندگی هزینه (اورلیتزتی[۴]،۲۰۰۳) و غیره را بر ایفای مسئولیت اجتماعی شرکتی بررسی و اثر معنادار آن‌ها را به اثبات رسانده‌اند (کو و همکاران[۵]، ۲۰۲۰). یکی از عواملی که تاکنون کمتر پژوهشگری تأثیر آن بر ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را مورد بررسی قرار داده است، مدیریت غیرعادی ریسک سازمانی است.

پس از رسوایی‌های مالی مانند بحران مالی جهانی در سال ۲۰۰۷، جامعه بین‌المللی به سمت ایجاد مکانیسم‌های حاکمیت شرکتی مانند مدیریت ریسک سازمانی در راستای مبارزه با رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیران که سبب تضعیف اعتبار اطلاعات مالی و همچنین اعتبار سرمایه‌گذاران و واحد اقتصادی شده بود، متمایل شد. یک شرکت با استفاده از سیستم مدیریت ریسک، استراتژی خود را درباره میزان و چگونگی این سرمایه‌گذاری را مشخص نموده و با استفاده مؤثر و کارآمد منابع سازمانی؛ ریسک را در سطح معین و قابل قبولی کنترل نماید که در نهایت بتواند با پرداختن به مسائل اجتماعی که دغدغه عمده جوامع امروزی می‌باشد موجبات افزایش شهرت، سودآوری، منافع هرچه بیشتر همه ذینفعان و ارزش شرکت را فراهم آورند (هارتجو و لاکساماناً[۶]، ۲۰۱۸). از طرفی، به نظر می‌رسد این احتمال وجود دارد که در شرکت‌هایی که سیستم مدیریت ریسک بهینه و سازمان‌یافته‌ای برخوردار نیستند، مدیران و بخصوص مدیران فرا اطمینان (مدیران دارای اعتماد به نفس بیش از حد) می‌توانند با استفاده از دست‌کاری و مدیریت واقعی سود منابع شرکت را با استفاده از عنوان سرمایه‌گذاری در زمینه مسئولیت اجتماعی در جهت کسب ثروت و منافع شخصی خود؛ بکار گیرند (کو و همکاران، ۲۰۲۰). با توجه به مطالب فوق و خلأ پژوهشی این موضوع در ایران قصد دارد به بررسی تأثیر متغیرهای جدیدی مانند مدیریت ریسک سازمانی، مدیریت سود و فرا اطمینانی مدیریت که تاکنون کمتر به اثر آن‌ها بر مسئولیت اجتماعی شرکت بخصوص در کشور ایران توجه شده است، بپردازد.

۲- مبانی نظری پژوهش

۲-۱- مسئولیت اجتماعی شرکت

پایه و اساس شکل‌گیری ایده مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تئوری ذینفعان بود. براساس این تئوری، محققان بر این باورند که تمام ذینفعان واحد اقتصادی افراد و اشخاص سرمایه‌گذار نیستند و شرکت‌ها در قبال کارمندان،

[1] . Gras et al.
[2] . Dittmar and Mahrt Smith
[3] . Nasr
[4] . Orlitzt et al.
[5] . Kuo et al.
[6] . Harjoto and Laksmana

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

جامعه و محیط زیستی که در آن فعالیت می‌نمایند، نیز تعهد دارند(بروور و ماهاجان[۱]، ۲۰۱۳؛ چاترجی[۲]، ۲۰۱۴). مبحث مسئولیت اجتماعی شرکت به‌عنوان موضوعی جدید در اقتصاد امروزی مطرح و مورد توجه بسیاری از پژوهش گران و ذینفعان شرکت‌ها قرار گرفته است. در حقیقت مسئولیت‌پذیری اجتماعی به مسائل اخلاق‌مدارانه در مورد رفتار و تصمیم‌گیری شرکت در خصوص موضوع‌هایی مانند مدیریت منابع انسانی، مسائل زیست‌محیطی، سلامت کارکنان، مسائل اجتماعی و رابطه با مشتریان و ذینفعان می‌پردازد (باردوس و همکاران[۳]، ۲۰۲۰). هدف شرکت‌ها از ایفای وظایف اجتماعی رضایت ذینفعان مختلف مانند سهامداران، کارکنان، جامعه و عموم مردم و حتی توجه به مسائل زیست‌محیطی است که در نهایت فوایدی مانند افزایش شهرت و عملکرد مالی واحد اقتصادی را نیز به دنبال دارد (پورتر و کرامر[۴]،۲۰۰۶).

مسئولیت‌پذیری اجتماعی به معنای ایفای وظیفه، قابلیت اتکا و اطمینان، تصمیم‌گیری بر مبنای اخلاق و منطق است. تعهد مدیران و کارفرمایان شرکت‌ها علاوه بر کسب سود در قبال برآورده کردن رفاه جامعه را مسئولیت اجتماعی شرکتی می‌نامند. شرکت‌ها در قبال آلاینده‌های زیست‌محیطی، عدم تبعیض در مسائل استخدام کارکنان و توجه به نیازهای آن‌ها، مسئول‌اند و با پرداختن به چنین اموری سطح کیفیت زندگی در آن جامعه را بالا می‌برند (لمندی[۵]، ۲۰۰۷).

۲-۲ - مدیریت ریسک سازمانی و مدیریت غیرعادی ریسک سازمانی[۶]

فعالیت‌های یک کسب‌وکار، سازمان یا شرکت اساساً جدا از ریسک نیست و همه سازمان‌ها با شرایط عدم اطمینان و ریسک در فرایند کسب‌وکار خود دست‌وپنجه نرم می‌کنند. این خطرات از منابع مختلفی از جمله عدم قطعیت‌های مالی، بدهی‌های قانونی، مسائل فناوری، خطاهای مدیریت استراتژیک، حوادث و بلایای طبیعی ناشی می‌شوند. یک برنامه مدیریت ریسک موفق به سازمان کمک می‌کند تا طیف کاملی از ریسک‌هایی را که با آن مواجه است در نظر بگیرد (عارف منش و همکاران، ۱۴۰۱). همچنین، مدیریت ریسک رابطه بین ریسک‌ها و تأثیر آبشاری آن‌ها را بر اهداف استراتژیک سازمان بررسی می‌کند (ویراوان و همکاران[۷]، ۲۰۲۰). مدیریت ریسک فرآیند شناسایی، ارزیابی و کنترل تهدیدات برای سرمایه و درآمد یک سازمان است و هدف آن این است که مقدار قابل‌قبول از عدم اطمینان‌ها در راستای بهبود محیط کسب‌وکار و ارزش‌آفرین بودن را تخمین بزند و طی آن هر دو نوع ریسک‌های مالی و غیرمالی مانند ریسک‌های عملیاتی و ریسک‌های راهبردی

[1] . Brower and Mahajan
[2] . Chatterji
[3]. Bardos et al.
[4]. Porter and Kramer
[5]. Lamandi
[6] . Abnormal Organizational Risk Management
[7] . Wirawan et al.

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

به‌صورت یکپارچه مدیریت می‌شوند (هویت و همکاران[1]، ۲۰۰۸). مدیریت ریسک می‌تواند نوسانات درآمدی و قیمتی را کاهش و کارایی سرمایه و هم‌افزایی فعالیت‌ها را افزایش دهد و در نتیجه به بهبود تصمیم‌گیری استراتژیک و اجرایی منجر می‌گردد(عارف منش و همکاران، ۱۴۰۰). لازم به ذکر است، میزان انحراف از مدیریت بهینه ریسک سازمانی نشان‌دهنده ضعف در مدیریت ریسک سازمانی است و مدیریت غیرعادی ریسک سازمانی نامیده می‌شود (وانگ و همکاران[2]، ۲۰۱۸)

۲-۳ – مدیریت سود واقعی

این دسته از مدیریت‌های سود به‌وسیله مدیرعامل رخ می‌دهد و بعضی از اتفاق‌های اقتصادی را تحت کنترل خود در می‌آورد و بر آن‌ها اثرگذار است. اتفاق‌هایی که از طریق مدیریت سود واقعی هدایت می‌گردد وجوه نقد را متأثر می‌سازد. از جمله موارد مدیریت واقعی سود می‌توان به دست بردن در مخارج اختیاری، بیشتر از میزان لازم تولید نمودن، تخفیف‌های نامعقول در انتهای سال مالی و تغییر زمان فروش محصولات، و بهره‌برداری از سرمایه‌گذاری‌های واحد اقتصادی را نام برد (ریچودری[3]، ۲۰۰۶).

۲-۴ -فرا اطمینانی مدیریت[4]

فرا اطمینانی نوعی انحراف از رفتار معقول و منشعب از خوش‌خیالی به علم، ویژگی‌ها و برآوردهای مدیریت است. بر اساس فرض سلسله مراتبی که به‌وسیله هامبریک و ماسون[5] (۱۹۸۴) مطرح شد عنوان می‌شود که ویژگی‌های مدیریت نوع تصمیم‌های اتخاذشده از جانب آن‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. از شاخصه‌های قابل‌توجه مدیریت را می‌توان فرا اطمینانی او در نظر گرفت. مدیران فرا اطمینان احتمال پیشرفت شرکت را فراتر از حد برآورد می‌نمایند و پیشرفت‌های شرکت را به استعداد خود نسبت می‌دهند و هیچ نقشی برای شاخصه‌های شانس، نوسان‌های بازارهای اقتصادی و مالی داخلی و بین‌المللی، قوانین داخلی (مانند اعطای معافیت‌های مالیاتی) و سایر عوامل خارجی در نظر نمی‌گیرند (ون و همکاران، ۲۰۰۷).

۲-۵- تأثیر مدیریت ریسک سازمانی بر مسئولیت اجتماعی شرکت با در نظر گرفتن نقش تعدیلگری ترکیبی فرا اطمینانی مدیرعامل و مدیریت سود واقعی

در دنیای اقتصادمحور امروزی در کنار گسترش روزافزون صنایع و شرکت‌ها و منافعی که چنین رخدادی برای سهامداران و سرمایه‌گذاران واحدهای تولیدی و اقتصادی به همراه دارد، اما چنین فعالیت‌های صنعتی و عموماً

[1]. Hoyt et al.
[2]. Wang et al.
[3]. Roychowdhury
[4]. CEO Overconfidence
[5]. Hambrick and Mason

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

بزرگی مشکلات و تبعاتی برای ساکنین و حتی محیط‌زیست این مناطق به دنبال دارد (سویونو و فارکویی[۱]، ۲۰۱۸). لذا، مبحث مسئولیت اجتماعی شرکتی به یکی از مباحث روز و دغدغه بسیاری از محققان، اقتصاددانان، دولت‌ها و عموم مردم جوامع بدل و سبب شده است تا بسیاری از شرکت‌ها و کمپانی‌های مطرح جهانی بخصوص در جوامع توسعه‌یافته در قبال کارکنان، جامعه و محیط زیستی که در آن مشغول به فعالیت هستند؛ احساس مسئولیت نموده و در راستای ایفای این مسئولیت، استراتژی‌های تولید و کسب‌وکار خود را تنظیم می‌نمایند (کو و همکاران، ۲۰۲۰).

ادبیات نظری نشان می‌دهد که تاکنون پژوهشگران عوامل مختلفی مانند نقش دولت و قانون‌های وضع شده (آنتونی و هوانگ[۲]، ۲۰۱۴)، ذینفعان(متینگلی و برمن[۳]، ۲۰۰۶؛ بومن و اسکیتجا[۴]، ۲۰۱۲)، مدیران (تینگیچی لیو و همکاران[۵]، ۲۰۱۴)، رقابت در بازار محصول (پورفخاریان و همکاران، ۱۳۹۹)، نگهداشت وجه نقد (داهالی وال و همکاران[۶]، ۲۰۱۲) و غیره را بر ایفای مسئولیت اجتماعی شرکتی مورد بررسی قرار داده و معناداری اثر آن‌ها را به اثبات رسانده‌اند (کو و همکاران، ۲۰۲۰). اما پژوهشگران اندکی احتمال اثرگذاری مدیریت ریسک سازمانی و بخصوص مدیریت ریسک سازمانی غیرعادی بر ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را مطرح نموده‌اند و در این مطالعه، پژوهشگر تلاش می‌نماید تا خلأ پژوهشی بخصوص در شرکت‌های فعال در بازار سرمایه ایران را پر نماید.

براساس تئوری نمایندگی و تضاد منافع میان مدیریت و مالکیت (سهامداران)، مدیریت ریسک سازمانی سبب کاهش هزینه‌های نمایندگی و کاهش عدم تقارن اطلاعاتی می‌گردد. همچنین، از طریق جلوگیری از رفتارهای منفعت‌طلبانه سبب بهبود عملکرد مالی سازمان و افزایش منافع سهامداران می‌گردد (کاجوتر و هری[۷]، ۲۰۰۵). براساس این دیدگاه انتظار می‌رود پیاده‌سازی یک سیستم مدیریت ریسک سازمانی کارآمد سبب کاهش تضاد منافع و سوق دادن مدیریت واحد اقتصادی به سمت فعالیت‌هایی که علاوه بر حفظ و گسترش منافع سازمان، در جهت رفاه عمومی جامعه (مانند ایفای مسئولیت اجتماعی شرکتی) باشد، گردد. بر این اساس، گوردون و همکاران[۸] (۲۰۰۹) استدلال نمودند که سازمان‌ها از طریق مکانیسم مدیریت ریسک سازمانی عملکرد خود را بهبود می‌بخشند. همچنین، نسیم و همکاران[۹] (۲۰۲۰) دریافتند مدیریت ریسک سازمانی سبب ایفای مؤثرتر وظیفه مسئولیت اجتماعی و همچنین افزایش کارایی شرکت‌ها می‌گردد. به‌طورکلی و خاص، مدیریت ریسک سازمانی به یاری مدیریت واحد اقتصادی آمده تا بتوانند خطرات ناشی از عدم اطمینان را تشخیص داده و پس از ارزیابی

[1] . Suyono and Farooque
[2] . Anthony and Hong
[3] . Mattingly and Berman
[4] . Bauman and Skitka
[5] . Tingchi Liu et al.
[6] . Dhaliwal et al.
[7] . Kajuter and Harri
[8] . Gordon et al.
[9] . Naseem et al.

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

آن‌ها را به طرز مؤثرتری مدیریت نموده و به بهبود کارایی عملیاتی و سرمایه‌گذاری شرکت بخصوص در زمینه مسئولیت اجتماعی منجر گردد (هارتجو و همکاران، ۲۰۱۸).

اما بر اساس دیدگاه مدل پنیر سوییسی (ریزن[1]) سیستم مدیریت ریسک همیشه به نحو مطلوب وظایف خود را انجام نمی‌دهد. هر تکه پنیر سوئیسی مجموعه‌ای از سوراخ‌های منحصربه‌فرد خود را دارد. این حفره‌ها نشان دهنده کاستی‌ها یا مناطقی هستند که احتمال شکست وجود دارد. گاهی اوقات سوراخ‌ها روی هم قرار می‌گیرند و در نتیجه سوراخی ایجاد می‌شود که تا انتها و از پشت پنیر می‌گذرد (ریزن، ۱۹۹۰). این چنین رخدادی نشان دهنده نقطه‌ضعفی است که ممکن است در تمام حوزه‌های یک سازمان و بخصوص حوزه تأثیرگذار مدیریت و جایی که بیشترین پتانسیل برای شکست وجود دارد، رخ دهد (فوکوکا و فوروشو[2]، ۲۰۱۶) و منجر به انحراف مدیریت ریسک بهینه یا به عبارت دیگر، ریسک غیرعادی سازمانی گردد (کو و همکاران، ۲۰۲۰).

براساس تئوری نمایندگی و مدل پنیر سوییسی، مدیران فرا اطمینان از ضعف‌های عمده و غیرعادی موجود در سیستم مدیریت شرکت در جهت منافع خود استفاده می‌نمایند. به‌عنوان مثال، یافته‌های برخی از محققان مانند دیتریچ و همکاران[3](۲۰۰۵) مالمندایر و تاته[4](۲۰۰۸) و کولاسینسکی و لی[5](۲۰۱۳) نشان داد که مدیران و بخصوص مدیران فرا اعتماد با استفاده از مدیریت واقعی سود و از طریق اجرای روش‌هایی مانند تغییر در جدول ارسال کالاها، اعطای تخفیفات، تولید بیش از اندازه و کاهش در مخارج تحقیق و توسعه به قصد گمراه نمودن برخی از صاحبان سهام (ذینفعان) در خصوص عملکرد اقتصادی و سرمایه‌گذاری شرکت در راستای کسب منافع شخصی اقدام می‌نمایند (گارسیا اوساما و همکاران[6]، ۲۰۲۱). مدیران و بخصوص مدیران فرا اطمینان (مدیران دارای اعتماد به نفس بیش از حد) می‌توانند با استفاده از ضعف و خلأهای مکانیسم مدیریت ریسک سازمانی و با بهره‌گیری اختیارات مدیریتی درباره میزان سرمایه‌گذاری‌های (پروژه‌های) ایفای مسئولیت اجتماعی و تأمین اعتبار این‌گونه سرمایه‌گذاری‌ها از منابع تأمین مالی داخلی و خارجی (مدیریت سود واقعی)، منابع سازمان را تحت عنوان مسئولیت اجتماعی شرکتی اما با هدف کسب منافع شخصی بکار گیرند (کو و همکاران، ۲۰۲۰). براساس استدلال‌های فوق، فرضیه‌های این پژوهش به‌صورت زیر عنوان می‌شود:

فرضیه اول پژوهش: مدیریت غیرعادی ریسک بر مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر منفی و معنادار دارد.

فرضیه دوم پژوهش: مدیرعامل فرا اطمینان، زمانی که مدیریت غیرعادی ریسک سازمانی افزایش می‌یابد، با درگیر شدن در مدیریت سود واقعی، مسئولیت اجتماعی بالاتری از خود بروز می‌دهد.

---

[1] . Reason
[2] . Fukuoka and Furusho
[3] . Dittrich et al.
[4] . Malmendier and Tate
[5] . Kolasinski and LI
[6]. García Osma et al.

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

۳- پیشینه پژوهش

۳-۱- پژوهش‌های خارجی

وو و چن[1] (۲۰۲۲) طی مطالعه‌ای به بررسی "تأثیر فرهنگ فساد بر ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت" در کشور چین پرداختند. نمونه آماری مطالعه آن‌ها شامل ۱۲۵۳ شرکت در طی دوره زمانی ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۷ بود. آن‌ها بر اساس تئوری محدودیت منابع دریافتند شرکت‌هایی که در مناطق در مناطقی با سطوح بالای فساد فرهنگی؛ مسئولیت اجتماعی کمتری از خود بروز می‌دهند و این رابطه پس از معیارهای جایگزین فرهنگ فساد همچنان به‌صورت درون‌زا وجود دارد. علاوه بر این، آن‌ها دریافتند شرکت‌هایی که روابط سیاسی قوی‌تری دارند میزان ایفای مسئولیت اجتماعی در آن‌ها کمتر است. در نهایت آن‌ها استدلال نمودند که این رابطه منفی با افزایش رانت و سودجویی تشدید می‌شود.

کو و همکاران[2] (۲۰۲۰) در پژوهش خود به "بررسی مسئولیت اجتماعی شرکت، مدیریت ریسک سازمانی و مدیریت درآمد واقعی: شواهدی از فرا اطمینانی مدیریت" پرداختند. نمونه آماری مطالعه آن‌ها شامل ۱۸۱۵ شرکت در طی سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۵ بود. آن‌ها دریافتند شرکت‌های دارای مدیریت ریسک سازمانی مؤثرتر، تمایل بیشتری به انجام رفتارهای مسئولیت اجتماعی دارند. آن‌ها دریافتند شرکتی با مدیرعامل دارای فرا اطمینانی بیشتر، با درگیر شدن در مدیریت سود واقعی، مسئولیت اجتماعی بیشتری از خود بروز می‌دهد. در ادامه آن‌ها عنوان نمودند شرکتی با مدیرعامل دارای فرا اطمینانی بیشتر، زمانی که مدیریت ریسک غیرعادی بیشتری دارد، همچنان با درگیر شدن در مدیریت سود واقعی، مسئولیت اجتماعی بیشتری از خود بروز می‌دهد.

دیک و همکاران[3] (۲۰۲۱) طی مطالعه‌ای به بررسی "تأثیر شرکت‌های با مالکیت خانوادگی و اعتمادبه‌نفس بیش‌ازحد مدیرعامل بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها" در کشور لهستان پرداختند. نمونه آماری آن‌ها شامل ۳۴۳ شرکت با مالکیت خانوادگی در طی سال ۲۰۱۴ بود. آن‌ها دریافتند شرکت‌های خانوادگی تحت کنترل مؤسس، سطوح پایینی از ایفای وظیفه مسئولیت اجتماعی نشان می‌دهند. آن‌ها دریافتند شرکت‌های با مالکیت خانوادگی تلاش می‌کنند تا فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی که می‌تواند کنترل آن‌ها بر سطح شرکت و درنتیجه روابط اجتماعی- عاطفی آن‌ها را به چالش بکشد، محدود نمایند. علاوه بر این، مدیران با اعتمادبه‌نفس بیش‌ازحد در این شرکت‌ها (شرکت‌های خانوادگی) تمایل دارند عملکرد مسئولیت اجتماعی برتری را از خود نشان دهند. درنتیجه می‌توان اولویت‌ها و ترجیح‌های مالکان شرکت‌های خانوادگی برای محدود نمودن فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی را از طریق مدیران با اعتمادبه‌نفس بالا کاهش داد و برافزایش شهرت از طریق این‌گونه فعالیت‌ها تمرکز نمود.

---

1. Wu and Chen
2. Kuo et al.
3. Dick et al.

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

غالب و همکاران[1] (۲۰۲۰) طی مطالعه‌ای به "بررسی رابطه مدیریت واقعی سود با مسئولیت اجتماعی شرکتی با در نظر گرفتن اثر تعاملی تنوع جنسیتی در کشور اردن" پرداختند. نمونه آماری مطالعه آن‌ها شامل ۴۷۵ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار امان در طی سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۶ بود. نتایج مطالعه آن‌ها نشان داد که مدیریت واقعی سود رابطه منفی و معناداری با مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها دارد. بااین‌وجود، حضور زنان در هیئت‌مدیره سبب کاهش مدیریت واقعی سود در شرکت‌ها می‌گردد. مهم‌تر از همه این نتایج این مسئله بود که آن‌ها دریافتند حضور زنان در هیئت‌مدیره سبب تعدیل رابطه منفی میان مدیریت واقعی سود و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های اردنی می‌گردد. علاوه بر این، آن‌ها دریافتند هنگامی‌که این فرضیه میان دو گروه شرکت‌های دارای عضو زن در هیئت‌مدیره و شرکت‌های فاقد عضو زن (غیر متنوع) در هیئت‌مدیره بررسی نمودند؛ دریافتند که رابطه معنادار و تعدیل‌کننده فقط در شرکت‌های دارای عضو زن در هیئت‌مدیره مشهود است.

۳-۲- پژوهش‌های داخلی

شفاعت و همکاران (۱۴۰۰) طی مطالعه‌ای به بررسی "تأثیر متغیر تیپ شخصیتی مدیران بر مدیریت سود و نقش تعدیلی آن در رابطه بین مدیریت سود با افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت" پرداختند. جامعه آماری پژوهش ایشان شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران در قلمرو زمانی سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۷ بود که این جامعه با استفاده از روش حذف سیستماتیک به تعداد ۱۴۹ شرکت محدود شد. نتایج پژوهش نشان داد که متغیر تیپ شخصیتی مدیران بر مدیریت سود تأثیر مثبت و معنادار دارد. همچنین، این متغیر در تعامل با متغیر مدیریت سود بر افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت تأثیر مثبت و معنادار دارد. براساس یافته‌های این پژوهش، مدیران دارای تیپ شخصیتی A در سال‌هایی که سود شرکت مدیریت شده است، بیشتر به افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت خود می‌پردازند.

یاراحمدی و محمدی (۱۳۹۹) طی مطالعه‌ای به بررسی "تأثیر خانوادگی بودن شرکت‌ها بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و مدیریت سود" پرداختند. برای این منظور، داده‌ها و اطلاعات ۱۱۹ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۶جمع‌آوری شد و فرضیه‌های پژوهش بر مبنای رگرسیون داده‌های ترکیبی آزمون شدند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد بین مالکیت خانوادگی با مسئولیت اجتماعی و مدیریت سود به ترتیب رابطه مثبت و منفی معنی‌داری وجود دارد. همچنین، یافته اصلی پژوهش حاکی از آن است که در شرکت‌های خانوادگی، رابطه بین مسئولیت اجتماعی و مدیریت سود تضعیف می‌شود. در شرکت‌های خانوادگی عامل اصلی سرمایه‌گذاری در مسئولیت اجتماعی و اجتناب از مدیریت سود، توجه مالکان خانوادگی به شهرت، اعتبار و حفظ ثروت اجتماعی و احساسی خانواده می‌باشد.

[1]. Ghaleb et al.

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

حاجیها و شاکری (۱۳۹۸) طی پژوهشی به بررسی "حاکمیت شرکتی، افشای مسئولیت اجتماعی و ارزش شرکت" پرداختند. آن‌ها با استفاده از اطلاعات ۷۵ شرکت بورسی در طی سال های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۴ دریافتند بین معیار تمرکز مالکیت و مسئولیت اجتماعی ارتباط معنی‌داری وجود دارد ولی بین معیار درصد سهام در دست سهام‌داران عمده و مسئولیت اجتماعی ارتباط معنی‌داری مشاهده نشد. همچنین بین مسئولیت اجتماعی و ارزش شرکت نیز ارتباطی معنی‌دار مشاهده نشد.

عبدلی و همکاران (۱۳۹۲) به بررسی "ترکیب هیئت‌مدیره و ساختار مالکیت بر میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها" طی سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۰ در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نمونه آماری مطالعه تجربی آن‌ها شامل ۱۰۹ شرکت بود. نتایج حاکی از آن است که بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها با نسبت اعضای موظف هیئت‌مدیره و تمرکز مالکیت رابطه معنی‌داری وجود دارد و تغییر تمرکز مالکیت بیشترین تأثیر را نسبت به سایر متغیرها بر روی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها می‌گذارد. همچنین، مطابق با نتایج به‌دست‌آمده مشخص گردید بین نقش دوگانه رئیس هیئت‌مدیره نسبت تغییرات هیئت‌مدیره و نوع مالکیت با مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها رابطه معناداری وجود ندارد.

۴- روش پژوهش

این تحقیق ازنظر هدف، کاربردی است. هدف تحقیقات کاربردی توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص می‌باشد. همچنین از منظر طرح تحقیق توصیفی است. تحقیق توصیفی شامل مجموعه روش‌هایی است که هدف آن‌ها توصیف کردن شرایط یا پدیده‌های مورد بررسی است. داده‌های موردنیاز در این تحقیق از طریق گزارش‌های شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران به‌عنوان اصلی‌ترین منبع اطلاعاتی گردآوری شده و سپس فرضیه‌های طرح‌شده بر اساس مدل‌های همبستگی تحلیل رگرسیون از طریق نرم‌افزار آماری ایویوز[1] ۱۰آزمون شدند.

۴-۱- جامعه آماری و روش نمونه‌گیری

نمونه آماری این پژوهش به روش حذف سیستماتیک انتخاب می‌گردد و شامل شرکت‌هایی است که از ویژگی‌های زیر برخوردار هستند:

[1]. EViews

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

جدول ۱- روش انتخاب نمونه پژوهش

ردیف	شرایط و محدودیت‌ها	تعداد
۱	کلیه شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس در تاریخ ۱۳۹۹/۱۲/۲۹	۳۴۹
۲	شرکت‌های تحت بررسی جز شرکت‌های سرمایه‌گذاری، هلدینگ و واسطه‌گری مالی	(۶۹)
۳	شرکت‌هایی که بعد از سال ۱۳۸۹ در بورس پذیرفته‌شده‌اند.	(۵۱)
۴	معاملات سهام شرکت طی دوره پژوهش، بیش از ۶ ماه در بورس اوراق بهادار تهران متوقف‌شده است یا لغو پذیرش‌شده‌اند.	(۲۶)
۵	سال مالی آن‌ها به ۲۹ اسفندماه هرسال ختم نمی‌گردد	(۳۲)
۶	اطلاعات و صورت‌های مالی آن‌ها از سال ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۹ به‌صورت کامل در دسترس نیست	(۵۰)
	نمونه آماری انتخاب‌شده جهت این پژوهش	۱۲۱

منبع: یافته‌های پژوهشگر

۵- مدل و متغیرهای پژوهش

برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از رابطه رگرسیونی زیر استفاده می‌گردد (کو و همکاران، ۲۰۲۰).

مدل (۱)

$$CSRS_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 ABERMI_{it} + \alpha_2 REM_{it} + \alpha_3 CEO\ Overconfidence_{it} + \alpha_4 CEOShare_{it} + \alpha_5 CEOBONUS_{it} + \alpha_6 CEO\ Overconfidence_{it} * REM_{it} + \alpha_7 CEOShare_{it} * REM_{it} + \alpha_8 CEOBONUS_{it} * REM_{it} + \alpha_9 ROA_{it} + \alpha_{10} LEV_{it} + \alpha_{11} CAPEX_{it} + \alpha_{12} BETA_{it} + \alpha_{13} SIZE_{it} + \alpha_{14} CFO_{it} + \alpha_{15} Blockholders_{it} + \alpha_{16} Outside\ Director_{it} + \alpha_{17} BIG_{it} + \alpha_{18} CEOChair_{it} + \alpha_{19} Age_{it} + \varepsilon$$

که در این مدل $CSRS_{it}$: مسئولیت اجتماعی شرکت، $ABERMI_{it}$: مدیریت ریسک سازمانی غیرعادی، REM_{it}: مدیریت سود واقعی، $CEO\ Overconfidence_{it}$: فرا اطمینانی مدیرعامل، $CEOShare_{it}$: مالکیت مدیریت، $CEOBONUS_{it}$: پاداش مدیریت، ROA_{it}: نرخ بازده دارایی‌ها، LEV_{it}: اهرم مالی، $CAPEX_{it}$: هزینه سرمایه شرکت، $BETA_{it}$: ضریب بتا، $SIZE_{it}$: اندازه شرکت، CFO_{it}: موجودی وجه نقد، $Blockholders_{it}$: مالکیت نهادی، $Outside\ Director_{it}$: استقلال هیئت‌مدیره، BIG_{it}: اندازه حسابرس، $CEOChair_{it}$: دوگانگی مسئولیت مدیرعامل و Age_{it}: سن شرکت است.

جهت پذیرش فرضیه اول پژوهش، پس از تخمین مدل رگرسیونی شماره (۱) و در صورتی‌که ضریب α_1 منفی و معنادار باشد، فرضیه اول پژوهش تائید و حاکی از آن است که مدیریت غیرعادی ریسک بر مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر منفی و معنادار دارد. همچنین، جهت آزمون فرضیه دوم از مدل رگرسیونی شماره (۲) به‌صورت زیر استفاده می‌شود:

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

مدل (۲)

$$CSRS_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 ABERMI_{it} + \alpha_2 REM_{it} + \alpha_3 CEO\ Overconfidence_{it} + \alpha_4 CEOShare_{it} + \alpha_5 CEOBONUS_{it} + \alpha_6 CEO\ Overconfidence_{it} * ABERMI * REM_{it} + \alpha_7 CEOBONUS_{it} * ABERMI * REM_{it} + \alpha_8 ROA_{it} + \alpha_9 LEV_{it} + \alpha_{10} CAPEX_{it} + \alpha_{11} BETA_{it} + \alpha_{12} SIZE_{it} + \alpha_{13} CFO_{it} + \alpha_{14} Blockholders_{it} + \alpha_{15} Outside\ Director_{it} + \alpha_{16} BIG_{it} + \alpha_{17} CEOChair_{it} + \alpha_{18} Age_{it} + \varepsilon$$

جهت پذیرش فرضیه دوم پژوهش، پس از تخمین مدل رگرسیونی شماره (۲) و در صورتی که ضرایب α_6 مثبت و معنادار باشند، فرضیه دوم پژوهش تائید و حاکی از آن است که مدیرعامل فرا اطمینان، زمانی که مدیریت غیرعادی ریسک سازمانی افزایش می‌یابد، با درگیر شدن در مدیریت سود واقعی، مسئولیت اجتماعی بالاتری از خود بروز می‌دهد.

۱-۵- متغیر وابسته

مسئولیت اجتماعی شرکت [1]

مسئولیت اجتماعی شرکت متغیر وابسته در این مطالعه است. جهت گردآوری این متغیر از شاخص‌های کا دی ال و با کمک گرفتن از گزارش فعالیت هیئت‌مدیره و فایل یادداشت‌های توضیحی صورت‌های مالی انجام پذیرفته است (کارول[2]، ۱۹۷۹). این متغیر از چهار بعد تشکیل‌شده است. ابعاد چهارگانه این متغیر شامل مشارکت اجتماعی، روابط کارمندان و کارکنان، مسائل زیست‌محیطی و ویژگی‌های محصولات تولیدی می‌باشد. هر یک از این ابعاد دارای نقاط ضعف و قوت منحصربه‌فرد و خاص خود می‌باشد. در این روش پژوهشگر پس از مطالعه گزارش فعالیت هیئت‌مدیره و یادداشت‌های ضمیمه صورت‌های مالی مختص هرسال شرکت در صورت وجود پرداختن شرکت به آن مسئولیت و بعد خاص مسئولیت اجتماعی خود، یک نقطه قوت محسوب شده و به آن عدد یک اختصاص داده می‌شود و درصورتی‌که در آن زمینه ایفای نقشی نداشته باشد، به‌عنوان یک ضعف محسوب شده و به آن عدد یک اختصاص داده می‌شود. در انتها جهت محاسبه نهایی متغیر مسئولیت اجتماعی را رابطه تجمعی نسبی زیر استفاده می‌شود:

رابطه (۱)

$$Csr_t^i = \frac{\Sigma_{p=1}^{n_t^i} Strength_p^i}{n_t^i} - \frac{\Sigma_{q=2}^{m_t^i} Weakness_q^i}{m_t^i}$$

$CSR_{,}^{i}$: امتیاز افشاگری مسئولیت اجتماعی شرکت i در زمان t می‌باشد.

Strength: مجموع کل امتیازات مثبت شرکت i و $n_{,}^{i}$ کل مجموعه نقاط قوت شرکت i در زمان t می‌باشد.

[1]. Corporate Social Responsibility
[2]. Caroll

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

Weakness: مجموع کلیه نقطه‌ضعف‌های شرکت i و $m_{.}^{i}$ کل نقطه‌ضعف‌های i در زمان t می‌باشد.

به پیروی از مطالعه میشرا[1] و همکاران (۲۰۱۱)، نقطه‌ضعف‌ها و قوت‌های مسئولیت اجتماعی در جدول ۲ عنوان‌شده است.

جدول ۲- نقاط ضعف و قوت مسئولیت اجتماعی شرکت

نقاط قوت	نمره	نقاط ضعف	نمره	ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت
- پرداخت کمک‌های نوع‌دوستانه و خیریه - کمک در زمینه نوآوری (کمک به مؤسسات غیرانتفاعی، شراکت در طرح‌های عمومی)		- تأثیر منفی اقتصادی (آثار سو بر کیفیت زندگی جامعه و ذینفعان، تعطیلی شرکت) - خودداری از پرداخت مالیات		مشارکت اجتماعی
مجموع امتیازهای اندازه افشاگری شرکت درزمینه مشارکت اجتماعی				
- پاداش پرداختی به کارکنان و کارمندان - پرداخت مزایای بازنشستگی		- مشکلات در زمینه بهداشت و ایمنی کار (نداشتن گواهی ایزو ۱۸۰۰) - تعدیل کارکنان		روابط کارکنان
مجموع امتیازهای افشاگری رابطه کارکنان و کارمندان				
- سوخت‌های پاک (بهره گرفتن از سوخت‌های پاک با آلایندگی کمتر) - کنترل نمودن آلودگی هوا و کاهش گازهای گلخانه‌ای (داشتن گواهینامه ایزو ۱۴۰۰۰)		- تولید زباله‌های خطرناک - پرداخت جریمه به دلیل نقض مدیریت زباله		محیط‌زیست
مجموع امتیازهای افشاگری شرکت در زمینه محیط‌زیست				
- کیفیت محصولات (داشتن گواهینامه ایزو ۹۰۰۱) - ایمنی محصولات		- نداشتن تبلیغ متناسب با محصولات - پرداخت جریمه جهت تبلیغ‌های دارای اثر منفی		ویژگی محصول‌ها

[1]. Mishra

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

نقاط قوت	نمره	نقاط ضعف	نمره	ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت
مجموع امتیازهای افشاگری شرکت در زمینه ویژگی محصول‌ها				
مجموع امتیازات				

منبع: یافته‌های پژوهشگر

به‌عنوان‌مثال، اگر شرکت در گزارش فعالیت هیئت‌مدیره افشا نماید که در برهه زمانی خاصی توقف تولید داشته است، یک نقطه‌ضعف برای شرکت محسوب شده و به آن عدد یک اختصاص داده می‌شود. درصورتی‌که شرکتی در یادداشت‌های توضیحی صورت‌های مالی که مالیات پرداخت ننموده است به‌عنوان یک نقطه‌ضعف مشارکت اجتماعی بشمار می‌رود و به آن عدد یک اختصاص داده می‌شود. همچنین، درصورتی‌که شرکت در گزارش فعالیت هیئت‌مدیره اعلام نماید که کمک‌های نوع‌دوستانه داشته یا در مباحث مرتبط با عمران مشارکت نموده است به‌عنوان نقطه قوت مشارکت اجتماعی بشمار می‌رود و به آن عدد یک اختصاص داده می‌شود. درصورتی‌که شرکت تولیدی از گواهینامه ایزو ۱۸۰۰۰ برخوردار نباشد، نقطه‌ضعفی در رابطه با ایمنی کارکنان بشمار می‌رود و به آن عدد یک اختصاص داده می‌شود.

اگر شرکت در فرایند تولید خود زباله‌های مضر برای محیط‌زیست تولید نماید به‌عنوان یک نقطه‌ضعف در مسائل مرتبط با گزارشگری زیست‌محیطی بشمار می‌رود و به آن عدد یک اختصاص داده می‌شود و درصورتی‌که در گزارش فعالیت هیئت‌مدیره خود افشا نماید که زباله‌های زیست‌محیطی خو را بازیافت نموده است، نقطه-قوتی در زمینه مسائل زیست‌محیطی شرکت بشمار می‌رود و به آن عدد یک اختصاص داده می‌شود. اگر شرکت در گزارش فعالیت هیئت‌مدیره اعلام نماید که به دلیل نداشتن ایمنی محصولات تولیدی خود مجبور به پرداخت جریمه‌شده است، به‌عنوان یک نقطه‌ضعف در زمینه ویژگی محصول‌ها بشمار می‌رود و به آن عدد یک اختصاص داده می‌شود. در انتها و پس از بررسی و استخراج همه نقاط قوت و ضعف شرکت‌ها در زمینه ایفای مسئولیت اجتماعی به کمک رابطه شماره (۱) امتیاز تجمعی نسبی این متغیر به دست می‌آید.

متغیرهای مستقل

مدیریت ریسک سازمانی غیرعادی[1]

در این پژوهش، برای سنجش مدیریت ریسک غیرعادی سازمانی ابتدا متغیر مدیریت ریسک سازمانی محاسبه می‌گردد و در ادامه به پیروی از وانگ و همکاران[2] (۲۰۱۸) متغیر ریسک غیرعادی سازمانی محاسبه می‌گردد.

1. Abnormal Organizational Risk Management
2. Wang et al.

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

در این پژوهش برای محاسبه متغیر مدیریت ریسک سازمانی از چهار عامل بهره گرفته‌شده است. این عوامل برگرفته از مدل گوردون و همکاران[1] (۲۰۰۹) است. آن‌ها شاخصی برای مدیریت ریسک سازمانی بر اساس چهار معیار استراتژی، بهره‌وری، گزارشگری و انطباق ارائه نمودند که این معیارها همگی مبتنی بر خروجی‌های مالی شرکت‌ها می‌باشند. هدف اساسی این رویکرد ترکیب دستیابی به چهار هدف فوق در یک معیار است و برای میزان دستیابی به هر هدف؛ از دو شاخص برای اندازه‌گیری استفاده‌شده است که مجموع حاصل از دو فرمول بیانگر هر یک از شاخص‌های نهایی است. لازم به ذکر است که دوره زمانی این پژوهش در طی سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۹ است؛ اما با توجه به اینکه برای محاسبه برخی از شاخص‌ها؛ به‌عنوان‌مثال، شاخص‌های مربوط به معیار استراتژی نیاز به محاسبه فروش سال گذشته و همچنین ضریب بتای سال گذشته می‌باشد، به اطلاعات سال ۱۳۸۹ نیز نیاز است که در محاسبات چنین متغیرهایی لحاظ شده‌اند.

رابطه (۲)

$$ERM=\sum_{K=1}^{2} Strategy +\sum_{K=1}^{2} Operation +\sum_{K=1}^{2} Reporting +\sum_{K=1}^{2} Compliance$$

که در ادامه به تشریح عوامل مربوط پرداخته می‌شود.

استراتژی (Strategy): به راهکارهای اتخاذشده به‌وسیله شرکت‌ها جهت حفظ جایگاه رقابتی اشاره دارد. فروش بیشتر شرکت i نسبت به میانگین فروش صنعت نشان‌دهنده حفظ استراتژی رقابتی است. برای اندازه‌گیری استراتژی رقابت از دو رابطه شماره (۳) و (۴) استفاده می‌شود.

رابطه (۳)

$$Strategy1=\frac{Sales_{it}-M_{sales}}{\sum Sales}$$

در رابطه فوق:

Sales: فروش شرکت i در سال t. M_{sales}: میانگین فروش صنعت در سال t. $\sum_{Sales}$: انحراف معیار فروش شرکت‌ها در صنعت در سال t.

رابطه (۴)

$$Strategy2=\frac{\Delta B-U_{\Delta B}}{\sigma_{\Delta B}}$$

ΔB: بتای شرکت در سال t منهای بتای شرکت در سال t-۱. $U_{\Delta B}$: میانگین بتای صنعت در سال t. $\sigma_{\Delta B}$: انحراف معیار ΔB کل شرکت‌ها در سال t. بهره‌وری (Operation) به‌عنوان ارتباط ورودی‌ها و خروجی‌های شرکت در فرایند عملیات شرکت تعریف می‌شود. هراندازه خروجی‌های شرکت در سطح معینی از ورودی‌ها

[1]. Gordon et al.

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

بیشتر باشد، نشان از عملکرد بهتر شرکت خواهد بود. افزایش بهره‌وری شرکت‌ها منجر به کاهش ریسک و افزایش ارزش شرکت خواهد شد. به‌منظور اندازه‌گیری بهره‌وری از دو رابطه (۵) و (۶) استفاده‌شده است:

رابطه (۵)

$$\text{Operation}۱=\frac{\text{Sales}}{\text{Total Assets}}$$

در رابطه فوق:

Sales: درآمد حاصل از فروش کالا و خدمات شرکت.Total Assets: کل دارایی‌های شرکت.

رابطه (۶)

$$\text{Operation}۲=\frac{\text{Sales}}{\text{Number of Employees}}$$

در رابطه فوق:

Number of Employees: تعداد کارکنان شرکت. این متغیر از فایل ضمیمه صورت‌های مالی استخراج می‌گردد. انطباق (Compliance): جهت اندازه‌گیری متغیر انطباق از دو رابطه (۷) و (۸) استفاده‌شده است.

رابطه (۷)

$$\text{Compliance}۱=\frac{\text{Auditor Fees}}{\text{Total Assets}}$$

در رابطه فوق:

Auditor Fees: حق‌الزحمه حسابرسی. این متغیر از فایل ضمیمه صورت‌های مالی و بخش هزینه‌های عملیاتی استخراج می‌گردد.

رابطه (۸)

$$\text{Compliance}۲=\frac{\text{Net Gain (Loss)}}{\text{Total Assets}}$$

در رابطه فوق:

Net Gain (Loss): سود (زیان) خالص شرکت. گزارشگری (Reporting): هدف از گزارشگری مالی ارائه گزارش‌های قابل‌اتکا و قابل‌اطمینان است. تحریف حقایق و تقلب مالی نشان از گزارشگری مالی ضعیف است. جهت محاسبه ضعف در گزارشگری مالی از دو رابطه (۹) و مدل رگرسیونی (۲) استفاده‌شده است.

رابطه (۹)

$$\text{Reporting}۱=\frac{|\text{Normal Accrual}|}{|\text{Normal Accrual}+\text{Abnormal Accrual}|}$$

در رابطه فوق:

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

Normal Accrual: اقلام تعهدی. Abnormal Accrual: اقلام تعهدی غیرعادی. در این پژوهش اندازه‌گیری اقلام تعهدی غیرعادی بر اساس مدل کوتاری و همکاران[1] (۲۰۰۵) صورت گرفته است. برای این منظور در ابتدا اقلام تعهدی با استفاده از مدل زیر برآورد می‌شود:

مدل (۲)

$$\frac{TACC_{it}}{Assets_{it-1}} = \alpha_0 \left(\frac{1}{Assets_{it-1}}\right) + \alpha_1 \left(\frac{\Delta REV_{it}}{Assets_{it-1}}\right) + \alpha_2 \left(\frac{PPE_{it}}{Assets_{it-1}}\right) + \varepsilon$$

در رابطه فوق:

TACC: مجموع اقلام تعهدی شرکت i در سال t. $Assets_{it-1}$: کل دارایی‌های شرکت i در سال t-۱. ΔREV_{it}: تفاوت فروش سال جاری شرکت i نسبت به سال قبل. PPE_{it}: ناخالص اموال، ماشین‌آلات و تجهیزات شرکت i در سال t

در مرحله بعد، پس از برازش مدل رگرسیونی (۲) و استخراج ضرایب α_1 و α_2 و α_3 به روش حداقل مربعات طبق رابطه (۱۰) اقلام تعهدی عادی برآورد می‌گردد:

رابطه (۱۰)

$$\frac{DA_{it}}{Assets_{it-1}} = \alpha_0 \left(\frac{1}{Assets_{it-1}}\right) + \alpha_1 \left(\frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{Assets_{it-1}}\right) + \alpha_2 \left(\frac{PPE_{it}}{Assets_{it-1}}\right) + \varepsilon$$

در رابطه فوق:

DA: اقلام تعهدی اختیاری شرکت i در سال t. درنهایت، اقلام تعهدی غیرعادی به‌صورت زیر محاسبه می‌شود:

رابطه (۱۱)

$$ABACC_{it} = \frac{TACC_{it}}{Assets_{it-1}} - \frac{DA_{it}}{Assets_{it-1}}$$

رابطه (۱۲)

Reporting۲=Material Weakness +Auditor Opinion +Restatement

در رابطه فوق:

الف- ضعف عمده در کنترل داخلی[2] : متغیری مجازی است بدین‌صورت که اگر حسابرس مستقل ضعف عمده‌ای را کنترل داخلی شرکت در سال جاری گزارش نموده باشد به آن عدد یک اختصاص داده می‌شود و در غیر این صورت به آن عدد صفر اختصاص داده می‌شود (میترا و همکاران[3]، ۲۰۱۷).

[1]. Kothari et al.
[2]. Material Weakness
[3]. Mitra et al.

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

ب- اظهارنظر حسابرس[1]: در این پژوهش جهت محاسبه متغیر اظهارنظر حسابرس از متغیرهای ترتیبی بر اساس شدت اظهارنظرهای تعدیل‌یافته حسابرسی که به‌وسیله لی و وو[2] (۲۰۰۴) معرفی‌شده است، استفاده‌شده است. هرچه مقدار این متغیر بیشتر باشد ماهیت تعدیل اظهارنظر حسابرس از شدت بیشتری برخوردار است (آقا بابایی و بابایی، ۱۳۹۳). انواع اظهارنظرهای حسابرسی با کدهای زیر تعریف‌شده است: عدد ۱ نشان‌دهنده اظهارنظر مقبول؛ عدد ۲ نشان‌دهنده گزارش مقبول با بند توضیحی؛ عدد ۳ نشان‌دهنده گزارش مشروط؛ عدد ۴ نشان‌دهنده گزارش مشروط با بند توضیحی؛ عدد ۵ نشان‌دهنده عدم اظهارنظر حسابرس.

نهایتاً شاخص ترکیبی مدیریت ریسک سازمانی، مجموع امتیازات معیارهای فوق‌الذکر را نشان می‌دهد. رویکرد و معیار توسعه‌یافته داده‌شده در فوق به‌وسیله گوردون و همکاران (۲۰۰۹)، در قالب یک شاخص ترکیبی، سیستم مدیریت ریسک سازمانی را مبتنی بر توانایی آن در دستیابی به اهداف چهارگانه استراتژی، بهره‌وری، گزارشگری و انطباق اندازه‌گیری می‌نماید.

پس از محاسبه متغیر مدیریت ریسک سازمانی (که با عنوان ERMI نام‌گذاری می‌شود)، با استفاده از مدل (۳)، رابطه (۱۳) و (۱۴) که در ادامه به تشریح آن‌ها پرداخته می‌شود؛ متغیر مدیریت ریسک غیرعادی سازمانی محاسبه می‌گردد. در این روش ابتدا با استفاده از مدل (۳) و پنج متغیر که احتمالاً به بهترین حالت ریسک شرکت را کنترل می‌نمایند.

مدل (۳)

$$ERMI_{i,t}=\alpha_{.}+\alpha_{1}EUN_{i,t}+\alpha_{2}Ind\ Com_{i,t}+\alpha_{3}Size_{i,t}+\alpha_{4}Fcom_{i,t}+\alpha_{5}BDM_{i,t}+\varepsilon$$

که در آن:

$ERMI_{i,t}$: شاخص جامع مدیریت ریسک سازمانی است. $EUN_{i,t}$: عدم اطمینان محیطی را نشان می‌دهد که برای محاسبه آن از ضریب تغییرات فروش استفاده‌شده است، زیرا هرچه نوسان فروش بیشتر باشد؛ محیط فعالیت شرکت با عدم اطمینان بیشتری همراه است. این متغیر از نسبت انحراف معیار فروش طی سه سال گذشته به میانگین فروش طی سه سال گذشته محاسبه می‌گردد. $Ind\ Com_{i,t}$: شاخص رقابت در صنعت است که از طریق شاخص هرفیندال هیرشمن محاسبه می‌گردد. این شاخص از حاصل جمع توان دوم سهم بازار تمامی شرکت‌های صنعت به دست می‌آید (خداداد کاشی، ۱۳۷۸).

رابطه (۱۳)

$$HHI_{i,t}=\sum_{i=1}^{n}\frac{Sales_{I,t}}{\sum_{I=1}^{nI}Sales_{I,t}}$$

که در آن:

[1]. Auditor Opinion
[2]. Li and Wu

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

$HHI_{i,t}$:شاخص هرفیندال- هیرشمن شرکت i در زمان $Sales_{I,t}.t$: میزان فروش شرکت i در زمان $\sum_{I=1}^{nI} Sales_{I,t}.t$: مجموع فروش شرکت‌ها در صنعت در زمان $Size_{i,t}.t$: اندازه شرکت است که از طریق لگاریتم طبیعی کل دارایی‌های شرکت محاسبه می‌گردد.$Fcom_{i,t}$: نشان‌دهنده پیچیدگی‌های شرکت است. در این پژوهش به پیروی از ایگور (۲۰۱۷) پیچیدگی شرکت با استفاده از معیار اندازه شرکت و اهرم مالی اندازه‌گیری می‌شود. بدین ترتیب که اگر برای هر شرکت در سال t هر دو معیار اندازه و اهرم مالی مساوی و یا بیشتر از ارزش میانه باشد به‌عنوان شرکتی پیچیده در نظر گرفته می‌شود و به آن عدد یک اختصاص داده می‌شود و در غیر این صورت به آن عدد صفر اختصاص داده می‌شود.$BDM_{i,t}$: اندازه هیئت‌مدیره شرکت است و از طریق تعداد کل اعضای هیئت‌مدیره شرکت محاسبه می‌شود. پس از تخمین این رابطه رگرسیونی (۱۳) ضرایب استخراج و پس از نرمال نمودن این ضرایب با استفاده از رابطه غیر رگرسیونی (۱۴) بهترین حالت مدیریت ریسک سازمانی محاسبه می‌گردد (با عنوان PERMI نام‌گذاری می‌شود).

رابطه (۱۴)

$$PERMI= EUN + Ind Com + Size + Fcom + BSM$$

میزان انحراف از مدیریت بهینه ریسک سازمانی نشان‌دهنده ضعف در مدیریت ریسک سازمانی است و با عنوان مدیریت غیرعادی ریسک سازمانی نامیده می‌شود که در این پژوهش با استفاده از رابطه (۱۵) و قدر مطلق متغیر مدیریت ریسک سازمانی منهای مدیریت بهینه ریسک سازمانی محاسبه می‌گردد:

رابطه (۱۵)

$$ABERMI= | ERMI – PERMI|$$

متغیرهای تعدیلگر

مدیریت سود واقعی[1]

در این پژوهش ریچودهری[2] (۲۰۰۶) برای محاسبه سطح دست‌کاری فعالیت‌های واقعی از سه شاخص سطح غیرعادی جریان نقدی عملیاتی، سطح غیرعادی هزینه‌های تولید و سطح غیرعادی هزینه‌های غیرعادی استفاده می‌شود. برای اندازه‌گیری این سه شاخص به ترتیب از مدل‌های رگرسیونی (۵)، (۶) و (۷) استفاده می‌شود و در همه آن‌ها جز باقیمانده (ε) نشان‌دهنده سطح غیرعادی متغیر برآورد شده است.

الف- جریان نقد عملیاتی غیرعادی

مدل (۴)

$$\frac{CFO_{i,t}}{Assets_{i,t-1}} = \alpha_0 + \alpha_1 \frac{1}{Assets_{i,t-1}} + \alpha_2 \frac{Sales_{i,t}}{Assets_{i,t-1}} + \alpha_3 \frac{\Delta Sales_{i,t}}{Assets_{i,t-1}} + \varepsilon$$

[1]. Real Management Profit
[2]. Roychowdhury

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

ب- هزینه‌های تولید غیرعادی

مدل (۵)

$$\frac{Prod_{i,t}}{Assets_{i,t-1}} = \alpha_0 + \alpha_1 \frac{1}{Assets_{i,t-1}} + \alpha_2 \frac{Sales_{i,t}}{Assets_{i,t-1}} + \alpha_3 \frac{\Delta Sales_{i,t}}{Assets_{i,t-1}} + \alpha_4 \frac{\Delta Sales_{i,t-1}}{Assets_{i,t-1}} + \varepsilon$$

پ- هزینه‌های اختیاری غیرعادی

مدل (۶)

$$\frac{DISEX_{i,t}}{Assets_{i,t-1}} = \alpha_0 + \alpha_1 \frac{1}{Assets_{i,t-1}} + \alpha_2 \frac{Sales_{i,t-1}}{Assets_{i,t-1}} + \varepsilon$$

که در آن‌ها:

CFO: جریان وجوه نقد عملیاتی،Prod : هزینه‌های تولید (بهای تمام‌شده کالای فروش رفته به‌اضافه تغییرات در موجودی کالا)Disex : مخارج اختیاری (هزینه‌های تحقیق و توسعه، تبلیغات و هزینه‌های عمومی، اداری و فروش).Assets : مجموع دارایی‌ها.Sales : درآمد فروش.ΔSales : تغییرات در درآمد فروش نسبت به سال قبل. پس از برازش مدل‌های فوق به پیروی از گانی[1] (۲۰۰۵) و ریچودهری (۲۰۰۶) جز باقیمانده سه رابطه استخراج و استانداردشده و با یکدیگر جمع می‌گردند تا متغیر نهایی مدیریت واقعی سود محاسبه گردد.

فرا اطمینانی مدیرعامل است[2]

در این پژوهش جهت محاسبه فرا اطمینانی مدیرعامل از توانایی او در تغییر در ساختار سرمایه و به‌وسیله نسبت بدهی به حقوق صاحبان سهام استفاده می‌شود، به این صورت که پس از محاسبه این نسبت، با میانگین این نسبت در هر صنعت مقایسه می‌شود و درصورتی‌که بزرگ‌تر از آن باشد به معنای فرا اطمینانی مدیریت است و به آن عدد یک اختصاص داده می‌شود و در غیر این صورت به آن عدد صفر اختصاص داده می‌شود.

متغیرهای کنترلی

مالکیت هیئت‌مدیره (CEOShare): درصد سهام در اختیار اعضا هیئت‌مدیره شرکت i در سال t.

دوگانگی مسئولیت مدیرعامل (CEOChair): متغیری مجازی است بدین‌صورت که اگر مدیرعامل شرکت به‌طور هم‌زمان وظیفه ریاست هیئت‌مدیره را نیز بر عهده داشته باشد به آن عدد یک اختصاص داده شود و در غیر این صورت به آن عدد صفر اختصاص داده می‌شود.

پاداش مدیریت (CEOBONUS): نسبت پاداش پرداختی به هیئت‌مدیره به حقوق صاحبان سهام شرکت i در سال t.

---

1. Gunny
2. CEO Overconfidence

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

نرخ بازده دارایی‌ها (ROA): نسبت سود خالص به‌کل دارایی‌ها شرکت i در سال t.

اندازه شرکت (Size): لگاریتم طبیعی کل دارایی‌های شرکت i در سال t.

هزینه سرمایه شرکت (CAPEX): (اموال، ماشین‌آلات و تجهیزات (دارایی‌های مشهود) + دارایی‌های نامشهود) تقسیم‌بر کل دارایی‌های شرکت i در سال t.

ضریب بتا (Beta): در این پژوهش از ریسک سیستماتیک به‌عنوان معیار سنجش ریسک استفاده می‌شود. آن قسمت از تغییرپذیری در بازده کلی محصولات مالی که مستقیماً به تغییرات بازار یا اقتصاد بستگی دارد، ریسک سیستماتیک گویند. ضریب بتای یک سهم ریسک سیستماتیک تلقی می‌شود. برای محاسبه ضریب بتا از رابطه (۱۶) و داده‌های سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۹ استفاده شده است:

رابطه (۱۶)

$$\beta=\frac{cov\,(R_i\ ,R_m)}{\sigma^2(R_m)}$$

که در آن:

در رابطه بالا COV(Ri, Rm) نشان‌دهنده کوواریانس (همسویی تغییرات) بین بازده سهام شرکت‌های نمونه (R_i) و بازده پرتفوی بازار (R_m) بوده و$\sigma^2(R_m)$ نشانگر واریانس بازده بازار است.

اهرم مالی (Lev): نسبت کل بدهی‌ها به‌کل دارایی‌های شرکت i در سال .

موجودی وجه نقد (CFO): نسبت وجه نقد و دارایی‌های جاری به‌کل دارایی های شرکت i در سال t

مالکیت نهادی (Blockholders): مجموع درصد سهام در اختیار مالکان حقوقی که بیش از ۵ درصد سهام شرکت را در اختیاردارند (کو و همکاران، ۲۰۲۰).

استقلال هیئت‌مدیره (Outside Director): نسبت اعضا غیرموظف هیئت‌مدیره به‌کل اعضا هیئت‌مدیره شرکت i در سال t.

اندازه شرکت حسابرسی (BIG): متغیری مجازی است بدین‌صورت که اگر حسابرس مستقل شرکت سازمان حسابرسی باشد به آن عدد یک اختصاص داده شود و درصورتی‌که حسابرس مستقل شرکت از سایر مؤسسات خصوصی حسابرسی باشد به آن عدد صفر اختصاص داده می‌شود (کو و همکاران، ۲۰۲۰).

سن شرکت (Age): سن شرکت از زمان تأسیس تا سال t.

۶- نتایج پژوهش

۶-۱- آمار توصیفی داده‌ها

با توجه به جدول ۳، میانگین متغیر مسئولیت اجتماعی شرکت برابر با (۰/۴۲۰) بوده و بیشترین و کمترین مقدار آن به ترتیب برابر با (۰/۱۵۹) و (۰/۶۱۳) است. بررسی میزان کشیدگی این متغیر که بایستی بین ۰ تا ۳ باشد تا متغیر دارای توزیع نرمال باشد، عدد (۲/۱۵۶) را نشان می‌دهد و بیانگر این مطلب است که این

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

متغیر دارای توزیع نرمال است. همچنین میانگین مدیریت ریسک سازمانی غیرعادی برابر با (۰/۰۰۸) بوده و کم‌ترین و بیشترین مقدار آن به ترتیب برابر با (۰/۰۰۰) و (۰/۰۵۶) است. میزان چولگی و کشیدگی این متغیر به ترتیب اعداد (۲/۴۵۰) و (۳/۰۶۶) است که این اعداد نشان‌دهنده توزیع نرمال این متغیر هستند. سایر متغیرهای پژوهش نیز مانند موارد فوق قابل تفسیر است.

جدول ۳- آمار توصیفی برای متغیرهای پژوهش

عنوان فارسی متغیرها	عنوان لاتین متغیرها	میانگین	میانه	انحراف معیار	حداقل	حداکثر	چولگی	کشیدگی
مسئولیت اجتماعی شرکت	CSRS	۰/۴۲۰	۰/۴۳۴	۰/۱۳۲	۰/۱۵۹	۰/۶۱۳	۰/۳۹۲	۲/۱۵۶
مدیریت ریسک سازمانی غیرعادی	ABERMI	۰/۰۰۸	۰/۰۰۲	۰/۰۱۴	۰/۰۰۰	۰/۰۵۶	۲/۴۵۰	۳/۰۶۶
مدیریت واقعی سود	REM	-۰/۰۱۳	-۰/۰۵۲	۰/۴۷۰	-۰/۸۹۶	۱/۰۸۱	۰/۳۹۷	۲/۹۹۷
مالکیت مدیریت	Ceo share	۰/۰۲۲	۰/۰۰۰	۲/۲۶۶	۰/۰۰۰	۰/۲۵۸	۱/۹۲۷	۳/۰۴۱
پاداش مدیریت	CEO Bonusit	۰/۰۰۲	۰/۰۰۰	۰/۰۰۴	۰/۰۰۰	۰/۰۱۶	۲/۱۱۱	۲/۵۹۰
نرخ بازده دارایی‌ها	ROA	۰/۱۱۷	۰/۰۹۱۹	۰.۱۳۸	-۰.۴۰۴	۰/۶۱۱	۰/۴۲۹	۲/۹۵
اثر تعاملی فرا اطمینانی مدیرعامل و مدیریت واقعی سود	CEO_ OVERCONFIDENCE _REM	-۰/۰۱۷	۰/۰۰۰	۰/۰۹۸	-۰/۳۶۱	۰/۱۵۵	-۲/۳۵۳	۳/۴۸۶
اثر تعاملی مالکیت مدیریت و مدیریت واقعی سود	CEOSHARE_REM	-۰/۰۱۶	۰/۰۰۰	۰/۰۶۶	-۰/۲۳۹	۰/۰۷۶	-۲/۴۲۰	۲/۴۸۸
اثر تعاملی پاداش مدیریت و مدیریت واقعی سود	CEOBONUS_REM	-۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۱	-۰/۰۰۴	۰/۰۰۳	۲/۹۹۲	۳/۵۲۶
اثر تعاملی فرا اطمینانی مدیرعامل، مدیریت ریسک سازمانی غیرعادی و مدیریت واقعی سود	$CEO\ Overconfidence_{it}$ * ABERMI *REM_{it}	-۰/۰۰۶	۰/۰۰۰	-۰/۰۲۵	-۰/۱۰۳	۰/۰۱۳	-۳/۳۷۳	۳/۹۶۱
اثر تعاملی پاداش مدیریت، مدیریت ریسک سازمانی غیرعادی و مدیریت واقعی سود	* ABERMI $CEOBONUS_{it}$ *REM_{it}	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	-۰/۰۰۱	۰/۰۰۰۸	-۱/۲۰۹	۳/۳۹۰
اهرم مالی	LEV	۰/۵۶۰	۰/۵۵۵	۰/۲۱۲	۰/۱۷۷	۰/۹۵۸	۰/۰۱۲	۲/۲۳۶

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

عنوان فارسی متغیرها	عنوان لاتین متغیرها	میانگین	میانه	انحراف معیار	حداقل	حداکثر	چولگی	کشیدگی
هزینه سرمایه شرکت	CAPX	۰/۳۰۲	۰/۲۵۶	۰/۲۰۹	۰/۰۲۶	۰/۷۷۵	۰/۶۸۱	۲/۵۴۲
اندازه شرکت	Size	۱۳/۹۵۴	۱۳/۷۵۲	۱/۶۰۶	۱۱/۲۴۰	۱۷/۲۶۸	۰/۳۶۲	۲/۵۲۸
ضریب بتا	Beta	۰/۴۴۲	۰/۳۹۵	۰/۴۸۲	-۰/۰۱۰	۲/۱۹۵	۲/۵۸۶	۴/۰۹۰
موجودی وجه نقد	CFO	۰/۱۳۹	۰/۱۱۱	۰/۱۵۳	۰/۰۸۴	۰/۵۲۵	۰/۸۹۰	۳/۳۵۱
استقلال هیئت‌مدیره	Outside Director	۰/۴۶۹	۰/۴۰۰	۰/۱۳۹	۰/۲۰۰	۰/۸۰۰	۰/۶۳۹	۰/۱۹۲
مالکیت نهادی	Block holders	۰/۷۱۰	۰/۷۶۱	۰/۱۹۰	۰/۲۶۰	۰/۹۵۳	-۰/۹۲۲	۰/۰۱۹
سن شرکت	Age	۳۸/۱۷۴	۳۹/۰۰۰	۱۳/۲۳۷	۱۷/۰۰۰	۵۸/۰۰۰	-۰/۰۶۱	۱/۵۹۷

منبع: یافته‌های پژوهشگر

جدول ۴- شاخص‌های توصیف‌کننده متغیرهای مجازی پژوهش

نام متغیر	تعداد	اندازه‌گیری	درصد
فرا اطمینانی مدیریت	۱۲۱۰	فر اطمینان	۱۵/۷
		معمولی	۸۴/۳
دوگانگی مسئولیت مدیرعامل	۱۲۱۰	همزمان مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره	۰/۰۵۳
		فقط مدیرعامل	۹۹/۴
نوع حسابرس	۱۲۱۰	سازمان حسابرسی	۲۸/۳
		مؤسسات خصوصی حسابرسی	۷۱/۷

منبع: یافته‌های پژوهشگر

۱-۶- آمار استنباطی

پیش از برآورد مدل‌ها لازم است تا آزمون اف لیمر به منظور بررسی استفاده از روش داده‌های تابلویی با اثرات ثابت در مقابل روش داده‌های ترکیبی برای مدل‌های پژوهش انجام شود. نشان این آزمون نشان داد که احتمال آزمون اف لیمر برای هر دو مدل اول و دوم پژوهش (۰/۰۰۰) و کمتر از ۰/۰۵ است، بنابراین از روش داده‌های تابلویی در برآورد مدل‌های پژوهش استفاده می‌شود. اگر بر طبق نتیجه آزمون اف لیمر جهت هرکدام از فروض تحقیق، رویکرد متغیرهای پنل مورد قبول واقع گردد، جهت تشخیص نوع روش تخمین مدل، رویکرد هاسمن مورد استفاده قرار می‌گیرد. احتمال آزمون هاسمن برای مدل‌های پژوهش؛ عددی کمتر از ۰/۰۵ را نشان می‌دهد، بنابراین از روش اثرات ثابت در برآورد مدل‌های پژوهش استفاده می‌گردد.

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

با توجه به نتایج آزمون بروش پاگان گادفری جهت بررسی ناهمسانی واریانس برای مدل‌های پژوهش به ترتیب برای مدل اول آماره (۲۹/۹۶۰) و سطح معناداری (۰/۰۰۰) و همچنین برای مدل دوم پژوهش به ترتیب آماره (۲۸/۸۳۷) و سطح معناداری (۰/۰۰۰) است، که می‌توان دریافت که مدل‌های پژوهش دارای ناهمسانی واریانس هستند و لذا باید روش حداقل مربعات تعمیم‌یافته استفاده شود.

در ادامه برای بررسی نبود خودهمبستگی جمله خطا (باقیمانده‌ها) از آزمون براش گود فری استفاده شد و نتایج حاصل از سطح معناداری آزمون براش گود فری برای مدل‌های پژوهش کوچک‌تر از ۰/۰۵ بود، بنابراین، فرض مقابل مبنی بر خودهمبستگی مرتبه اول سریالی؛ برای هر دو مدل پژوهش تائید شد.

۶-۲- آزمون فرضیه پژوهش

۱-۲-۶- نتایج آزمون فرضیه اول پژوهش

مقدار آمارها و مقدار احتمال برای مدل کلی به ترتیب برابر (۳۱۷/۸۵۲) و (۰/۰۰۰) می‌باشد، که نشان‌دهنده معنادار بودن مدل در حالت کلی می‌باشد (زیرا مقدار احتمال این آماره کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد). معروف‌ترین آماره نیکویی برازش، ضریب تعیین است که مقدار آن بین صفر و یک قرار دارد. اگر ضریب تعیین بزرگ و نزدیک به یک باشد، مدل داده‌ها را به‌خوبی برازش کرده است درحالی‌که اگر ضریب تعیین تعدیل‌شده پایین یعنی نزدیک به صفر باشد، مدل برازش خوبی از داده‌ها ارائه نداده است. در مدل اول مقدار ضریب تعیین تعدیل‌شده برابر ۰/۶۷۶ است که نشان می‌دهد این مدل بیش از ۶۷ درصد تغییرات در متغیر وابسته یعنی مسئولیت اجتماعی شرکت را تبیین نموده است. آماره دوربین واتسون که خودهمبستگی بین باقیمانده‌های مدل را نشان می‌دهد (۱/۸۹۱) و در محدوده مجاز ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد.

فرضیه اول این پژوهش عنوان می‌نماید که مدیریت غیرعادی ریسک بر مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر منفی و معنادار دارد. با توجه به جدول (۵) و سطح معناداری متغیر توضیحی مدیریت ریسک شرکتی کمتر از ۰/۰۵ است، فرضیه اول پژوهش در سطح اطمینان ۰/۹۵ رد نمی‌شود. همچنین، با توجه به ضریب این متغیر که عدد منفی (۰/۰۰۴-) را نشان می‌دهد می‌توان عنوان نمود که مدیریت غیرعادی ریسک بر مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر منفی و معنادار دارد لذا فرضیه اول در سطح معناداری ۰/۰۵ درصد تائید می‌گردد.

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

جدول ۵- نتایج آزمون مدل فرضیه دوم پژوهش

نام متغیر	ضریب بتا	خطای استاندارد	آماره تی	سطح معناداری
مدیریت ریسک سازمانی غیرعادی	-۰/۰۰۴	۰/۰۰۰	-۸/۵۶۶	۰/۰۰۰
مدیریت واقعی سود	-۰/۰۰۶	۰/۰۰۱	-۳/۵۲۳	۰/۰۰۰
فرا اطمینانی مدیریت	-۰/۰۲۰	۰/۰۰۶	-۳/۰۵۲	۰/۰۰۲
مالکیت مدیریت	۰/۰۰۱	۰/۰۰۵	۰/۲۶۹	۰/۷۸۷
پاداش مدیریت	۰/۶۶۴	۰/۱۴۵	۴/۵۵۴	۰/۰۰۰
اثر تعاملی فرا اطمینانی مدیرعامل و مدیریت واقعی سود	۰/۰۰۲	۰/۰۰۱	۲/۸۶۳	۰/۰۰۶
اثر تعاملی مالکیت مدیریت و مدیریت واقعی سود	-۰/۰۴۲	۰/۰۱۱	-۳/۵۷۶	۰/۰۰۰
اثر تعاملی پاداش مدیریت و مدیریت واقعی سود	-۰/۲۴۳	۰/۵۵۲	-۰/۴۴۱	۰/۶۵۹
نرخ بازده دارایی‌ها	۰/۰۰۴	۰/۰۰۳	۱/۵۵۵	۰/۱۲۰
اهرم مالی	-۰/۰۲۴	۰/۰۰۸	-۲/۷۶۴	۰/۰۰۵
هزینه سرمایه شرکت	۰/۰۰۳	۰/۰۰۶	۰/۶۴۶	۰/۵۱۸
اندازه شرکت	۰/۰۱۰	۰/۰۰۲	۵/۰۰۱	۰/۰۰۰
ضریب بتا	-۰/۰۰۲	۰/۰۰۲	-۱/۱۵۴	۰/۲۴۸
موجودی وجه نقد	-۰/۰۱۸	۰/۰۰۴	-۴/۰۴۷	۰/۰۰۰
استقلال هیئت‌مدیره	-۰/۰۰۹	۰/۰۰۶	-۱/۴۲۶	۰/۱۵۴
مالکیت نهادی	۰/۰۱۱	۰/۰۰۶	۱/۷۷۸	۰/۰۷۵
سن شرکت	-۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	-۱/۵۰۳	۰/۱۳۳
دوگانگی مسئولیت مدیرعامل	-۰/۰۱۸	۰/۰۰۴	-۴/۰۹۸	۰/۰۰۰
نوع حسابرس	-۰/۰۰۵	۰/۰۰۲	-۲/۰۹۵	۰/۰۳۶
وقفه اول جز خطای مدل	۰/۴۵۴	۰/۰۵۰	۹/۰۸۰	۰/۰۰۰
عرض از مبدأ	۰/۳۱۳	۰/۰۳۳	۹/۲۲۹	۰/۰۰۰
آماره F(۳۱۷/۸۵۲)	آزمون دوربین واتسون (۱/۸۹۱)			
سطح معناداری F(۰/۰۰۰)	ضریب تعیین تعدیل‌شده (۰/۶۷۶)			

منبع: یافته‌های پژوهشگر

۲-۲-۶- نتایج آزمون فرضیه دوم پژوهش

آماره اف و آماره احتمال مدل فرضیه دوم به ترتیب برابر با (۴۵۵/۸۰۸) و (۰/۰۰۰) و نشان دهنده معناداری کل مدل است. همچنین، ضریب تعیین مدل دوم عدد (۰/۶۸۲) را نشان می‌دهد که بیانگر این نکته است که

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

بیش از ۶۸ درصد تغییرات در متغیر وابسته یعنی مسئولیت اجتماعی شرکت را متغیرهای مستقل موجود در مدل تبیین نموده‌اند.

فرضیه دوم این پژوهش بدین‌صورت بیان‌شده که مدیرعامل فرا اطمینان، زمانی که مدیریت غیرعادی ریسک سازمانی افزایش می‌یابد، با درگیر شدن در مدیریت سود واقعی، مسئولیت اجتماعی بالاتری از خود بروز می‌دهد. با توجه به نتایج مندرج در جدول (۶) و سطح معناداری برای ضریب متغیر مستقل اثر تعاملی فرا اطمینانی مدیرعامل، مدیریت ریسک سازمانی غیرعادی و مدیریت واقعی سود که کمتر از ۰/۰۵ است، فرضیه دوم پژوهش در سطح اطمینان ۰/۹۵ رد نمی‌شود. که بیانگر این مطلب است که مدیرعامل فرا اطمینان، زمانی که مدیریت غیرعادی ریسک سازمانی افزایش می‌یابد، با درگیر شدن در مدیریت سود واقعی، مسئولیت اجتماعی بالاتری از خود بروز می‌دهد، لذا فرضیه دوم در سطح معناداری ۰/۰۵ تائید می‌شود.

جدول ۶- نتایج آزمون مدل فرضیه دوم پژوهش

نام متغیر	ضریب بتا	خطای استاندارد	آماره تی	سطح معناداری
مدیریت ریسک سازمانی غیرعادی	-۰/۰۰۴	۰/۰۰۰	-۷/۹۱۳	۰/۰۰۰
مدیریت واقعی سود	-۰/۰۰۵	۰/۰۰۱	-۲/۶۷۵	۰/۰۰۷
فرا اطمینانی مدیریت	-۰/۰۰۱	۰/۰۰۴	-۴/۰۴۷	۰/۰۰۰
مالکیت مدیریت	۰/۰۰۴	۰/۰۰۳	۱/۳۱۴	۰/۱۸۸
پاداش مدیریت	۰/۵۹۴	۰/۱۰۵	۵/۶۳۵	۰/۰۰۰
اثر تعاملی فرا اطمینانی مدیرعامل، مدیریت ریسک سازمانی غیرعادی و مدیریت واقعی سود	۰/۰۰۴	۰/۰۰۱	۳/۳۱۰	۰/۰۰۱
اثر تعاملی پاداش مدیریت، مدیریت ریسک سازمانی غیرعادی و مدیریت واقعی سود	۰/۶۹۴	۰/۰۷۸	۰/۲۲۵	۰/۸۲۱
نرخ بازده دارایی‌ها	۰/۰۰۲	۰/۰۰۳	۰/۸۹۲	۰/۳۷۲
اهرم مالی	-۰/۰۲۰	۰/۰۰۶	-۲/۰۵۲	۰/۰۰۲
هزینه سرمایه شرکت	۰/۰۰۵	۰/۰۰۵	۱/۰۴۰	۰/۲۹۸
اندازه شرکت	۰/۰۰۹	۰/۰۰۱	۵/۷۹۵	۰/۰۰۰
ضریب بتا	-۰/۰۰۲	۰/۰۰۲	-۱/۰۸۶	۰/۲۷۷
موجودی وجه نقد	-۰/۰۲۱	۰/۰۰۵	-۴/۱۸۸	۰/۰۰۰
استقلال هیئت‌مدیره	-۰/۰۰۸	۰/۰۰۴	-۱/۷۴۶	۰/۰۸۱
مالکیت نهادی	۰/۰۰۵	۰/۰۰۶	۰/۸۲۴	۰/۴۰۹
سن شرکت	-۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	-۱/۵۰۳	۰/۱۳۳

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

نام متغیر	ضریب بتا	خطای استاندارد	آماره تی	سطح معناداری
دوگانگی مسئولیت مدیرعامل	-۰/۰۱۵	۰/۰۰۴	-۴/۳۵۲	۰/۰۰۰
نوع حسابرس	-۰/۰۰۴	۰/۰۰۱	-۲/۷۴۳	۰/۰۰۶
وقفه اول جز خطای مدل	۰/۴۵۰	۰/۰۵۱	۸/۷۹۸	۰/۰۰۰
عرض از مبدأ	۰/۳۱۶	۰/۰۲۳	۱۳/۵۹۹	۰/۰۰۰
آماره اف (۴۵۵/۸۰۸)		آزمون دوربین واتسون (۱/۸۷۰)		
سطح معناداری آماه اف (۰/۰۰۰)		ضریب تعیین تعدیل‌شده (۰/۶۸۲)		

منبع: یافته‌های پژوهشگر

۷- بحث و نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش بررسی تأثیر مدیریت غیرعادی ریسک سازمانی بر مسئولیت اجتماعی شرکت با در نظر گرفتن نقش تعدیلگری ترکیبی فرا اطمینانی مدیرعامل و مدیریت سود واقعی است.

نتایج فرضیه اول نشان داد مدیریت غیرعادی ریسک بر مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر منفی و معنادار دارد. تغییرات در شیوه‌های مدیریت ریسک باهدف بهبود کارایی، سبب شکل‌گیری یک محیط ایدئال و هم‌افزایی بین مدیریت ریسک سازمانی و ایفای مؤثرتر مسئولیت اجتماعی شرکت می‌گردد؛ اما با توجه به میانگین متغیر مدیریت ریسک غیرعادی شرکت می‌توان دریافت مفهوم مدیریت ریسک شرکت به‌طور مناسب در سازمان‌های ایرانی جا نیفتاده است و کمتر سازمانی را می‌توان یافت که از این روش و شاید تحت این عنوان به اسم یک استراتژی واحد برای مدیریت ریسک‌هایش استفاده کند. از طرفی، واحدهای اقتصادی و کسب‌وکارهای ایرانی در شرایطی خاصی از سیاست‌های اقتصادی و اجتماعی قرار گرفته‌اند که سبب پیچیده شدن محیط فعالیت این واحدها شده است و آن‌ها را در معرض ریسک‌های غیرعادی گوناگونی قرار داده است که قبلاً کمتر با آن‌ها مواجه بوده‌اند. نتایج این فرضیه نشان می‌دهد که شرکت‌ها و مدیران تا رسیدن به نقطه مطلوب مدیریت ریسک فاصله زیادی دارند و در رویارویی با ریسک‌های غیرعادی تهدیدکننده عملیات شرکت ناتوان هستند و چنین شرایطی سبب کاهش تلاش و توان واحد اقتصادی در جهت هم‌راستا نمودن منافع ذینفعان از طریق ایفای مسئولیت اجتماعی شده است. از طرفی، کو و همکاران[1] (۲۰۲۰) نیز در پژوهش خود دریافتند شرکت‌های دارای مدیریت ریسک سازمانی مؤثرتر، تمایل بیشتری به انجام رفتارهای مسئولیت اجتماعی دارند و از این نظر می‌توان عنوان نمود که نتایج پژوهش حاضر با نتایج پژوهش ایشان هم‌جهت است.

در ادامه نتایج حاصل از فرضیه دوم نشان داد مدیرعامل فرا اطمینان، زمانی که مدیریت غیرعادی ریسک سازمانی افزایش می‌یابد، با درگیر شدن در مدیریت سود واقعی، مسئولیت اجتماعی بالاتری از خود بروز

[1]. Kuo et al.

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

می‌دهد. در تحلیل یافته‌های این فرضیه می‌توان عنوان نمود زمانی که روابط متقابل میان اعتمادبه‌نفس مدیرعامل و مدیریت واقعی سود بیشتر است؛ یا به‌عبارت‌دیگر، هنگامی‌که مدیران اعتمادبه‌نفس بالایی دارند بیشتر به سمت مدیریت واقعی سود تمایل دارند و تلاش می‌نمایند تا به ذینفعان خارج از مجموعه واحد اقتصادی این پیام را مخابره نمایند که در تلاش‌اند تا استراتژی و وظیفه مسئولیت اجتماعی واحد اقتصادی را به‌خوبی تحقق بخشند و برای خود شهرت کسب نمایند، درحالی‌که در واقع چنین اتفاقی رخ نمی‌دهد و منابع واحد اقتصادی را تحت این عنوان (سرمایه‌گذاری در زمینه ایفای مسئولیت اجتماعی شرکتی) به نفع خود استفاده می‌نمایند. کو و همکاران (۲۰۲۰) نیز دریافتند شرکتی با مدیرعامل دارای فرا اطمینانی بیشتر، با درگیر شدن در مدیریت سود واقعی، مسئولیت اجتماعی بیشتری از خود بروز می‌دهد. نتایج فرضیه حاضر مطابق با یافته‌های پژوهش هایکو و همکاران (۲۰۲۰) است.

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده پیشنهادی کاربردی زیر ارائه می‌گردد:

با توجه به نتایج حاصل از فرضیه اول پژوهش و تأثیر منفی و معنادار مدیریت ریسک غیرعادی شرکتی بر مسئولیت اجتماعی شرکت و همچنین توجه به این نکته که ایفای صحیح مؤثر و بهینه مسئولیت اجتماعی شرکتی سبب بهبود شهرت، نام تجاری و عملکرد واحد اقتصادی می‌گردد، بنابراین، به مدیران واحدهای اقتصادی پیشنهاد می‌شود به مقوله مدیریت ریسک سازمانی و اجرای مؤثر آن بیش از پیش توجه نموده و اقدامات زیر را در دستور کار قرار دهند:

الف- محول نمودن مدیریت ریسک به یک کمیته.

ب- ارائه حداقل یک گزارش رسمی سالانه درباره ریسک‌های مهم فعالیت شرکت بخصوص در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت به هیئت‌مدیره.

ج- درخواست هیئت‌مدیره به مدیران اجرایی در جهت نظارت بر ریسک.

چ- فراهم نمودن دستورالعمل و معیارهایی درباره فرایند ارزیابی ریسک.

براساس نتایج به دست آمده از فرضیه دوم پژوهش و اثر تعدیل گری فرا اطمینانی مدیران که در هنگامی‌که ریسک غیرعادی شرکت بیشتر است، سبب درگیر شدن در فرایند مدیریت واقعی سود می‌شود، و همچنین توجه به این نکته که فرایند مدیریت ریسک غیرعادی در شرکت‌های فعال در بورس اوراق بهادار تهران به گونه ضعیفی اجرا می‌گردد (عطف به میانگین متغیر مدیریت ریسک غیرعادی شرکت در جدول شماره ۳ و قسمت آمار توصیفی)، به سرمایه‌گذاران و به‌ویژه سهامداران عمده پیشنهاد می‌شود به‌منظور کاهش اثر اطمینان بیش‌ازحد مدیران خود (فرا اطمینانی مدیرعامل) بر ریسک، سه‌راه کار در پیش گیرند. ابتدا اینکه به‌منظور کنترل قاطع و با اکثریت آرا بر مدیران، تعداد اعضای هیئت‌مدیره شرکت افزایش یابد، دوم: اینکه مدیر شرکت به دلیل تأثیرگذاری بر تصمیم‌های کلان شرکت نباید در سمت رئیس هیئت‌مدیره قرار گیرد، سوم: اینکه دست‌کم چند نفر از اعضا مستقل هیئت‌مدیره بر فعالیت‌های مدیریت شرکت نظارت بیشتری نمایند. همچنین، به سازمان بورس اوراق بهادار پیشنهاد می‌گردد که با وضع قوانین و دستورالعمل‌های مرتبط

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

شرکت‌ها را ملزم به فعال نمودن کمیته مدیریت ریسک و بخصوص مدیریت مؤثر ریسک‌های غیرعادی نمایند و از این طریق نظارت بیشتری نیز بر مدیران شرکت اعمال نموده و سبب کاهش مدیریت سود شده و از منافع ذینفعان حفاظت و حمایت نمایند. و همچنین به سهامداران و سرمایه‌گذاران پیشنهاد می‌شود برای جلوگیری از زیان‌های احتمالی، کمیته مدیریت ریسک و اثربخشی آن را در صورت امکان بررسی نمایند.

فهرست منابع

پورفخاریان، پروین، ناصر ایزدی نیا و حجت اله هادی پور هفشجانی، (۱۳۹۹)، "بررسی تأثیر رقابت در بازار محصول بر رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و نگهداشت وجه نقد"، *پژوهش‌های تجربی حسابداری*، ۱۰(۴)، صص ۱۵۱-۱۷۶.

حاجیها، زهره و عبدالرضا شاکری، (۱۳۹۸)، "حاکمیت شرکتی، افشای مسئولیت اجتماعی و ارزش شرکت"، پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، ۴۴ (۴۴)، صص ۱۷۵-۱۹۲.

شفاعت، احمدرضا، محمد کاشانی پور و رضا غلامی جمکرانی و حسین، جهانگیر نیا، (۱۴۰۰)، "تأثیر متغیر تیپ شخصیتی مدیران بر مدیریت سود و نقش تعدیلی آن در رابطه بین مدیریت سود با افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت"، دو فصلنامه علمی حسابداری ارزشی و رفتاری، ۶(۱۲)، صص ۳۰۸-۳۴۳.

عارف منش، زهره، منیژه رامشه و حامد شکوهی، (۱۴۰۱)، "رابطه بین مدیریت ریسک سازمانی و عملکرد شرکت با نقش مزیت رقابتی و سواد مالی. پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی"، ۱۴(۲)، صص ۷۹-۱۰۰.

عبدلی، محمدرضا، حمید پناهی و فاطمه رحیمیان، (۱۳۹۲)، "بررسی تأثیر ترکیب هیئت‌مدیره و ساختار مالکیت بر میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران"، دهمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت استراتژیک.

مشایخ، شهناز، منا پارسایی و اکرم کران، (۱۴۰۰)، "رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با کیفیت اطلاعات حسابداری و گزارش حسابرس"، پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، ۱۳(۵۱)، صص ۴۱-۶۴.

یاراحمدی، جاوید و عبدالله محمدی، (۱۳۹۹)، "تأثیر خانوادگی بودن شرکت‌ها بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و مدیریت سود"، *پژوهش حسابداری و حسابرسی*، ۱۰(۳)، صص ۹۳-۱۱۵.

Anthony W. I. & Hong , G. J, (۲۰۱۴), “Exploring the direct and indirect effects of CSR on organizational commitment”, International Journal of Contemporary Hospitality Management, ۲۶(۴), PP. ۵۰۰ – ۵۲۵.

Bardos, K. S, Ertugrul, M. & Gao, L. S, (۲۰۲۰), “Corporate Social Responsibility, Product Market Perception, and Firm Value”, Journal of Corporate Finance, ۶۲, PP. ۱۰۱-125.

Bauman, C. W. & Skitka, L.J, (۲۰۱۲), “Corporate social responsibility as a source of employee satisfaction”. Research in Organizational Behavior, ۳۲, PP. ۶۳-۸۶.

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

Brower, J. & Mahajan, V, (۲۰۱۳), "Driven to be right: A stakeholder theory perspective on the drive of corporate social performance", Journal of BusinessEthics, ۱۱۷(۲), PP. ۳۱۳–۳۳۱.
Chatterji, M, (۲۰۱۴), "Corporate social responsibility", New Delhi: Oxford University Press.
Dhaliwal, D, Radhakrishnan, S, Tsang, A. & Yang, Y, (۲۰۱۲), "Nonfinancial disclosure and analyst forecast accuracy: International evidence on corporate social responsibility disclosure", The Accounting Review, ۸۷ (۳), PP. ۷۲۳–۷۵۹.
Dick, M. Wagner, E. & Pernsteiner, H, (۲۰۲۱), "Founder-controlled family firms, overconfidence, and corporate social responsibility engagement: Evidence from survey data". Family Business Review, ۳۴(۱), PP. ۷۱-۹۲.
Dittrich, D., Guth, W. & Maciejovsky, B, (2005), "Overconfidence in Investment Decisions: an Experimental Approach", European Journal of Finance, 11, PP. 471-491.
Dittmar, A. & Mahrt Smith, J, (2007), "Corporate Governance and the Value of Cash Holdings", Journal of Financial Economics. 83, PP. 599-634.
Donaldson, T. & Preston, L. E, (1995), "The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications". Academy of Management Review, 20(1), PP. 65–91.
Freeman, R, (1984), "Strategic Management: A Stakeholder Approach. Pitman Publishing Inc", Massachusetts, Publishing Ine. PP. 276.
Fukuoka, K. & Furusho, M, (2016), "Relationship between latent conditions and the characteristics of holes in marine accidents based on the Swiss cheese model". WMU Journal of Maritime Affairs v, 15, PP. 267-292.
Freeman, R. E, (۱۹۸۴), "Strategic management: A stakeholder approach", Boston, MA: Pitman Books.
García Osma, B, Gomez-Conde, J. & Lopez-Valeiras, E, (۲۰۲۱), "Management control systems and real earnings management: Effects on firm performance", Management Accounting Research, ۳۱(۴), PP. ۱۰۵-۱۲۵.
Ghaleb, A. B., Qaderi, S, Almashaqbeh, A. & Qasem, A, (۲۰۲۰), "Corporate social responsibility, board gender diversity and real earnings management: The case of Jordan", Cogent Business & Management, ۸(۱), PP.۱۸۸-۲۲۲.
Gordon, L. A, Loeb, M. P. & Tseng, C. Y, (۲۰۰۹), "Enterprise Risk Management and Firm Performance: A Contingency Perspective", Journal of Accounting and Public Policy, ۲۸(۴), PP. ۳۰۱-۳۲۷.
Gras-Gil, E., Manzano, M. & Fernandez, J, (2016), "Investigating the relationship between corporate socialresponsibility and earnings management: Evidence from Spain", BRQ Business Research Quarterly, 19(4), PP. 289-299.
Green, T. & Peloza, J, (2014), "How do consumers infer corporate social responsibility? The role of organisa- tion size," Journal of Consumer Behaviour, 13(4), PP. 282–293.
Hambrick, D.C. & Mason, P. A, (1984), "Upper echelons: the organization as a reflection of its top managers", The Academy of Management Review, 9 (2), PP. 193-206.
Harjoto, M. & Laksmana, I, (۲۰۱۸), "The Impact of Corporate Social Responsibility on Risk Taking and Firm Value", Journal of Business Ethics, ۱۵۱(۲), PP. ۳۵۳-۳۷۳.
Hoyt, R. E. & Liebenberg, A. P, (۲۰۱۱), "The Value of Enterprise Risk Management", The Journal of Risk and Insurance, ۷۸(۴), PP. ۷۹۵-۸۲۲.
Kajuter, P. & Harri, I. K, (2005), "Open-book accounting in networks-potential achievements and reasons for failures," Management Accounting Research, 16, PP. 179–204.
Kothari, S. P, Leone, A. J, & Wasley, C. E, (۲۰۰۵), "Performance matched discretionary accrual measures", Journal of Accounting and Economics, ۳۹(۱), PP. ۱۶۳–۱۹۷.

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

Kuo, Y. F, Lin, Y. M. & Chien, H. F, (۲۰۲۰), "Corporate Social Responsibility, Enterprise Risk Management, and Real Earnings Management: Evidence from Managerial Confidence", Journal Pre-proof, ۴۱, PP. ۱-۵۳.

Kolasinski, A. C. & Li, X, (2013), "Can Strong Boards and Trading Their Own Firm's Stock Help CEOs Make Better Decisions? Evidence from Acquisitions by Overconfident CEOs", Journal of Financial and Quantitative Analysis, 48(4), PP. 1173-1206.

Lamandi, I, (۲۰۰۷), "Corporate Social Responsibility and Social Responsiveness in a Global Business Environment A Comparative Theoretical Approach", Romanian Economic Journal, ۲۳, PP. ۳-۱۸.

Li, S. & Wu, X, (2004), "The improvement in audit opinion and voluntary auditor switch: Descriptive statistics and implications from 1997–2003", Auditing Research, 5, PP. 13-19 .

Lu, J, Ren, L, He, Y, Lin, W. & Streimikis, J, (2019), "Linking corporate social responsibility with reputation and brand of the firm", Amfiteatru Economic, 21(51), PP. 442–460.

Malmendier, U. & Tate, G, (2008), "Who Makes Acquisitions? CEO Overconfidence and the Market's Reaction", Journal of Financial Economics, 89(1), PP. 20-43.

Mattingly, J.E. & Berman, S.L, (۲۰۰۶), "Measurement of Corporate Social Action: DiscoveringTaxonomy in the Kinder Lydenberg Domini Ratings Data", Business and Society, ۴۵, PP. ۲۰-۴۶.

Mishra, D, Sadok, R, El Ghoul., S, Guedhami, O, Chuk, C. & Kwok, Y, (2011), "Does Corporate Social Responsibility Affect the Cost of Capital?", Journal of Banking & Finance , 35 (9), PP. 2388-2406.

Mitra, S., Jaggi, B. & Al-Hayale, T, (2017), "The effect of managerial stock ownership on the relationship between material internal control weaknesses and audit fees", Review of Accounting and Finance, 16 (2), PP. 239-259.

Naseem, T, Shahzad, F, Asim, A. G. & Nawaz, F, (2020), "Corporate Social Responsibility Engagement and Firm Performance in Asia Pacific: The Role of Enterprise Risk Management", Corporate Social Responsibility and Environment Management, 27(2), PP. 501-513.

Nasr, H, (2010), "corporate social responsibility disclosure:an examination of framework of determinants and consequences", Doctoral thesis, Durham University. Available at Durham E-Theses, Online: http://etheses.dur.ac.uk/480.

Oberseder, M, Schlegelmilch, B. B, Murphy, P. E. & Gruber, V, (2014), "Consumers' perceptions of corporate social responsibility: Scale development and validation", Journal of Business Ethics, 124(1), PP. 101– 115.

Orlitzty, M, Schmidt, F. L. & Rynes, S.L, (2003), "Corporate Social and Financial Performance: A Meta-analysis", Organization Studies, 24(3), PP. 403-441

Porter, M. E. & Kramer, M. R, (۲۰۰۶), "Strategy and Society the Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility", Harvard Business Review, ۸۴(۱۲), PP. ۷۸-۹۲.

Reason, J, (1990), "Human error". Cambridge University Press.

Roychowdhury, S, (۲۰۰۶), "Earnings management through real activities manipulation", J. Account. Econ, ۴۲, PP. ۳۳۵–۳۷۰.

Salvioni, D. M. & Gennari, F, (2017), "CSR, Sustainable Value Creation and Shareholder Relations".

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

Suyono, E. & Farooque, O. A, (۲۰۱۸), "Do Governance Mechanisms Deter Earnings Management and Promote Corporate Social Responsibility?, Accounting Research Journal, ۳۱(۳), ۴۷۹-۴۹۵.

Tingchi Liu, M, Anthony W. I. S, Guicheng C. R. L. & Brock, J, (۲۰۱۴), "The impact of corporate social responsibility (CSR) performance and perceived brand quality on customer-based brand preference", Journal of Services Marketing, ۲۸(۳), PP. ۱۸۱ – ۱۹۴.

Wang, T. S, Lin, Y. M, Werner, E. M, & Chang, H, (۲۰۱۸), "The Relationship between External Financing Activities and Earnings Management: Evidence from Enterprise Risk Management", International Review of Economics and Finance, ۵۸, PP. ۳۱۲-۳۲۹.

Wen, F. H, Huang, D.L, Lan, Q.J. & Yang, X.G, (2007), "Numerical Simulation for Influence of Overconfidece and Regret Aversion on Return Distribution", Syetems Engineering-Theroy & Practice, 27(7), PP. 10-18.

Wirawan, A, Jahidatul Falah, L, Kusumadewi, L. & Adhariani, D, (2020), "The Effect of Corporate Social Responsibility on the Firm Value with Risk Management as a Moderating Variable", Journal of Asia-Pacific Business, 15 (3), PP. 25-49.

Wu, J. & Chen, Z, (۲۰۲۲), "Corruption culture and corporate social responsibility: evidence from China", Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics, ۲۹ (۱), ۶۵۰-۶۸۰.

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

Financial Accounting and Auditing Researches
Vol. (16) Issue (63) Autumn 2024

Abstract

https://doi.org/DOI:%2010.30495/FAAR.1403.1073522

The impact of Abnormal Organizational Risk Management on Corporate Social Responsibility: The combined moderating role of CEO Overconfidence and Real Earnings Management

Mohammad Taghi Kabiri[1]
Razia Khanlari[2]
Mohammad Jodaki[3]

Receive:02/July/2024 Acceptance: 09/ September/2024

.

Abstract

Corporate social responsibility has been a new and sensitive topic in the theoretical literature of accounting research and is a key factor in the survival of companies and has been considered by investors, managers, and researchers from various aspects. Researchers have mentioned several variables as effective factors in fulfilling corporate social responsibility; But this study examines factors such as organizational risk management, profit management, and CEO's confidence in corporate social responsibility. In this research, using information related 121 companies listed on the Tehran Stock Exchange from the years 2011 to 2020 and using EViews software, the hypotheses were examined. The results of the first hypothesis showed that abnormal risk management has a negative and significant effect on Social Responsibility of the company. Also, the results of the second hypothesis showed that the overconfident CEO shows higher Social Responsibility by engaging in real profit management when abnormal organizational risk management increases.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Organizational Risk Management, Real Management Profit, Managerial Overconfidence

[1] Department of Management, Faculty of Administrative and Economic Sciences, Arak University, Arak, Iran (corresponding author) kabiri.m@lu.ac.ir
[2] Department of Accounting, Faculty of Accounting, Lorestan University, Iran. Razieh.khanlary@gmail.com
[3] Accounting Department, Foladshahr Branch, Amin Institute of Higher Education, Foladshahr, Iranjoodaki3030@gmail.com

Creative Commons – Attribution 4.0 International – CC BY 4.0
Creativecommons.org

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir