Archive of SID.ir

Research Article

Vol. 15, No. 1, 2023, p. 73 - 98

Corporate Risk Management and Social Responsibility: the Moderating Role of Real Earnings Management

Gh. Farsidoost[1], M. Moradi[2*], A. Soleimani[3]

1- MSc. in Accounting, Imam Reza International University, Mashhad, Iran
2- Professor, Accounting Department, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran
3- MSc. in Auditing, Management Department, University of Tehran, Tehran, Iran

(*- Corresponding Author Email: mhd_moradi@um.ac.ir) https://orcid.org/0000-0002-3525-8189
https://doi.org/10.22067/tmj.2023.81222.1404

Received: 2023/02/19 Revised: 2023/11/12 Accepted: 2023/11/12	**How to cite this article:** Farsidoost, G.; Moradi, M., & Soleimani, A. (2023). Corporate Risk Management and Social Responsibility: The Moderating Role of Real Earnings Management. *Transformation Management Journal*, *15*(1): 73-98. (in Persian with English abstract). https://doi.org/10.22067/tmj.2023.81222.1404
Available Online: 2023/11/12	

1- INTRODUCTION

Companies operate in an environment where the public expects them, in addition to their ability to generate profits, to maintain a balance between business growth and social progress. Therefore, corporate social responsibility has become an inevitable priority for business leaders. Furthermore, the activities of companies are different in terms of the degree of risk-taking, and thus, risk management is of great concern for them in dynamic global environments. Organizational risk management pays special attention to more effective identification of risks and social communication of the company. Also, to reduce the effects of uncertainty on the company's performance, managers can manage profit within a framework of accounting standards by affecting the structure of actual transactions and maintaining the stock price and support of their shareholders. But what the general

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

investors understand about social responsibility is to report the companies' financial issues transparently.

2- THEORETICAL FRAMEWORK

As a ranking factor instead of internal control, risk management targets the companies' strategy to manage their attitude and exposure to risk and increase their value. Theoretically, a manager's trust or willingness to participate in social responsibility relates to corporate governance and the company's executive motivations. Social responsibility is morally optional rather than morally required, and the risk management model strengthens a manager's economic incentive to allocate some company resources to social responsibility activities. The agency perspective of social responsibility argues that entrenched managers in a company with strong corporate governance may use social responsibility activities to collude with shareholders to gain higher management authority to benefit from personal interests. In other situations, managers who are ascertained of positive benefits from these activities may choose social investments even if they are not value-adding. Factors such as capital market pressure, product market competition, and job-related incentives can motivate managers to perform earnings management. When the company has more effective organizational risk management, it has more potential opportunities, so managers may be less willing to manipulate profits. Managers use actual earnings management more when the risk management system is relatively weak. Some managers believe that social responsibility can reduce the possibility of disclosure of companies' participation in earnings management by providing the interests of the beneficiaries and presenting an image of social and environmental concerns. Earnings management practices harm the collective interests of stakeholders. Hence, the managers who manipulate the profit can address the activism and vigilance of the stakeholders through social responsibility methods.

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

3- METHODOLOGY

This research is a quantitative study. Its strategy is multiple linear regression and moderated regression analyses based on panel data. Needed data was gathered from 102 companies admitted to the Tehran Stock Exchange (TSE) from 2015 to 2021. Eviews software (version 12) was used to analyze the data.

4- RESULTS & DISCUSSION

The results show that the variable of organizational risk management has a positive and significant effect on the variable of corporate social responsibility. This result may be because risk management leads managers to social responsibility activities by creating a top-down view and guiding future harmful risks from society that may take the company off the track of success. Also, the interactive variable of actual earnings management with organizational risk management has a positive and significant effect on the variable of corporate social responsibility. The interaction of real earnings management strategy with risk management provides the necessary platform through increasing short-term productivity and consequently removing the managers' concern about maintaining their position and interests, encouraging them to carry out socially valuable activities with future benefits.

5- CONCLUSIONS & SUGGESTIONS

Effective organizational risk management can reduce the effects of individual and general risks on the company's social responsibility goals. Companies with more effective risk management are more willing to invest in humanitarian activities. Also, actual earnings management can affect organizational risk management preferences that are applied to increase social responsibility activities. Our results have critical strategic implications for stakeholders and regulators regarding managerial opportunism and corporate governance mechanisms. Managers should focus more on organizational risk management and actual earnings management

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

in the framework of accounting standards to maintain a sustainable competitive advantage.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Risk Management, Real Earnings Management

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

پژوهش نامه مدیریت تحول، سال پانزدهم، شماره ۱، پیاپی۲۹، بهار و تابستان ۱۴۰۲
https://tmj.um.ac.ir

مدیریت ریسک سازمانی و مسئولیت اجتماعی شرکت: نقش تعدیل‌گری مدیریت سود واقعی

غلامرضا فارسی‌دوست
کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه بین‌المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران.
مهدی مرادی*
عضو هیئت‌علمی گروه حسابداری، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران.
ابوالفضل سلیمانی
کارشناسی ارشد حسابرسی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

نوع مقاله: پژوهشی
https://doi.org/10.22067/tmj.2023.81222.1404

چکیده

هدف این پژوهش، بررسی رابطه بین مدیریت ریسک سازمانی و افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت، و همچنین بررسی اثر تعدیل‌کنندگی مدیریت سود واقعی بر این رابطه است. داده‌های به‌کار گرفته شده، شامل ۱۰۲ شرکت پذیرفته در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۹ است. جهت بررسی فرضیه‌ها از مدل رگرسیون خطی چندگانه با استفاده از داده‌های تابلویی استفاده شده است. نتایج به‌دست آمده از این پژوهش نشان می‌دهد که بین مدیریت ریسک سازمانی و افشای مسئولیت اجتماعی رابطه معنی‌دار و مثبت وجود دارد. این نتیجه می‌تواند به این دلیل باشد که مدیریت ریسک سازمانی با ایجاد یک دید از بالا به پایین و هدایت ریسک‌های مضر آتی از سوی جامعه که ممکن است رخ بدهند و شرکت را از ریل موفقیت خارج کنند، گرایش مدیران به فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی را بیشتر می‌کند. همچنین، مدیریت سود واقعی این رابطه را تقویت می‌کند. در واقع تعامل استراتژی مدیریت سود واقعی با مدیریت ریسک سازمانی، بستر لازم را از طریق افزایش بهره‌وری کوتاه‌مدت و در نتیجه رفع نگرانی مدیران برای حفظ جایگاه و منافعشان، آن‌ها را به اجرای فعالیت‌های ارزشمند اجتماعی و دارای منافع آتی تشویق می‌کند. نتایج پژوهش ما پیامدهای استراتژیک حیاتی برای ذینفعان و قانون‌گذاران مرتبط با فرصت‌طلبی مدیریتی و مکانیزم حاکمیت شرکتی دارد.

کلیدواژه‌ها: مسئولیت اجتماعی شرکت، مدیریت ریسک سازمانی، مدیریت سود واقعی.

---

* نویسنده مسئول: mhd_moradi@um.ac.ir
تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۱/۳۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۸/۲۱
صفحات: ۹۸-۷۳

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

مقدمه

شرکت‌ها در محیطی فعالیت می‌کنند که در آن عموم مردم نه‌تنها به توانایی‌های شرکت در تولید سود توجه دارند، بلکه از آن‌ها انتظار دارند که تعادلی بین رشد کسب‌وکار و پیشرفت اجتماعی حفظ کنند. در این دیدگاه، یک شرکت نه‌تنها باید ثروت سهامداران را به حداکثر برساند، بلکه باید فرصت‌ها را برای اقلیت‌های محروم، حفاظت از محیط‌زیست و پیشبرد منافع کارکنان و مصرف‌کنندگان ارتقا دهد (Shen & Chang, 2009). شرکت‌ها در این خصوص می‌توانند دو انتخاب داشته باشند، اول اینکه برنامه‌های مسئولیت‌های اجتماعی را در شرکت اجرا نمایند و دوم اینکه رقبای خود را که به اجرای مسئولیت‌های اجتماعی مبادرت می‌کنند، تماشا کنند (Porter & Kramer, 2006). ظاهراً مسئولیت اجتماعی شرکت، به یک اولویت اجتناب‌ناپذیر برای رهبران کسب‌وکار در سراسر جهان تبدیل شده است. از سویی فعالیت شرکت‌ها از لحاظ ریسک‌پذیری یکسان نبوده و دارای درجات مختلفی هستند. به‌عنوان‌مثال؛ ریسک پروژه‌های به وجود آمده ناشی از اقدامات زیست‌محیطی شرکت، اجتماعی، بهداشتی، مسائل امنیتی متحمل شده ناشی از هزینه‌های عملیاتی و افزایش ریسک سرمایه‌گذاران در شرکت‌های مختلف، متفاوت است. در این شرایط مدیریت ریسک به یک نگرانی اساسی در محیط جهانی پویا تبدیل شده است. به‌عنوان یک اقدام اختیاری، مدیریت ریسک موجب افزایش انگیزه‌های اقتصادی مدیر در راستای انجام مسئولیت‌های اجتماعی (Kuo, Lin, & Chien, 2021)، و اتخاذ سیاست‌هایی برای تمرکز بر مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی خواهد شد (Torshizi & Bazzaz Zadeh Torbati, 2018; Beasley, Clune, & Hermanson, 2005). نماینده فزاینده‌ای برای این استدلال وجود دارد که سازمان‌ها عملکرد خود را با استفاده از مدیریت ریسک سازمانی بهبود می‌بخشند (Gordon, Loeb, & Tseng, 2009). مدیریت ریسک سازمانی توجه ویژه‌ای به شناسایی مؤثرتر ریسک‌ها و ارتباطات اجتماعی شرکت دارد (Mohammadi & Karimi Deldar, 2021). با توجه به این موضوع، پیش‌بینی می‌کنیم که مدیریت ریسک سازمانی، مدیران را به تخصیص برخی از منابع شرکت به فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی برانگیخته می‌کند.

بر اساس تئوری نمایندگی، شیوه‌های مسئولیت اجتماعی ممکن است با منافع شخصی مدیران مرتبط باشد (McWilliams, Siegel, & Wright, 2006). یک مدیر ممکن است در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی برای پوشاندن تخلفات شرکتی مشارکت کند (Hemingway & Maclagan, 2004). چنگ و همکاران (۲۰۱۲) دریافتند که انگیزه‌های مدیریتی و حکمرانی نقش مهمی در فعالیت‌های اجتماعی ایفا می‌کنند (Cheng, Hong, & Shue, 2012). بورگسی و همکاران (۲۰۱۴) گزارش می‌دهند که مدیران با این باور

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

که چنین فعالیت‌هایی باعث افزایش شهرت حرفه‌ای و شخصی آن‌ها می‌شود، آن‌ها را دنبال می‌کنند (Borghesi, Houston, & Naranjo, 2014). برای کاهش اثرات عدم قطعیت بر عملکرد شرکت، مدیران می‌توانند در چارچوب استانداردهای حسابداری با تغییر اقلام تعهدی و تأثیرگذاری بر ساختار معاملات واقعی اقدام به مدیریت سود نموده و قیمت سهام خود را حفظ نمایند. پریور و همکاران (۲۰۰۸) نشان دادند که اقدامات مسئولیت اجتماعی می‌تواند برای جلب حمایت سهامداران استفاده شود اما از سویی می‌تواند منجر به تثبیت مدیرانی شود که سود را دستکاری می‌کنند (Prior, Surroca, & Tribo, 2008). بااین‌حال، اتکینز (۲۰۰۶) ادعا می‌کند که آنچه عموم سرمایه‌گذاران از "مسئولیت اجتماعی" درک می‌کنند، شفافیت در گزارشگری مالی شرکت‌ها است (Atkins, 2006). شرکت‌هایی که شیوه‌های مسئولیت اجتماعی را برای برآورده کردن انتظارات ذینفعان اجرا می‌کنند، احتمالاً مدیریت سود را محدود می‌کنند و در نتیجه اطلاعات مالی شفاف‌تر و قابل‌اعتمادتری را در اختیار سرمایه‌گذاران قرار می‌دهند. کیم و همکاران (۲۰۱۲) دریافتند که شرکت‌های دارای مسئولیت اجتماعی در مقایسه با شرکت‌های غیرفعال در این حوزه، کمتر احتمال دارد سود را از طریق فعالیت‌های عملیاتی واقعی دستکاری و مدیریت کنند (Kim, Park, & Wier, 2012). در همین حال، مسئولیت اجتماعی سبب اثر ترکیبی بر کاهش قابلیت پیش‌بینی سود و کاهش خطر درگیری با سهامداران می‌شود (Becchetti, Ciciretti, & Hasan, 2015)، و مدیران ممکن است از مسئولیت اجتماعی برای افزایش شهرت شرکت خود و محدود کردن مدیریت سود برای کاهش آسیب احتمالی به آن استفاده کنند.

به‌جز بررسی رابطه بین مدیریت ریسک سازمانی و مسئولیت اجتماعی، این مقاله به بررسی اثر تعامل بین مدیریت سود واقعی و مدیریت ریسک سازمانی بر فعالیت‌های مسئولیت‌اجتماعی می‌پردازد. شواهد تجربی نشان می‌دهند که مدیریت ریسک سازمانی بر مشارکت در مسئولیت اجتماعی تأثیر دارد، که می‌تواند نشانه‌ای از بهبود حاکمیت شرکتی در پناه مدیریت ریسک سازمانی و در نتیجه تشویق مدیران شرکت‌ها به فعالیت‌های اجتماعی گردد. همچنین مدیریت سود واقعی دارای تأثیر تعدیل‌کنندگی مثبت بر رابطه بین مدیریت ریسک سازمانی و مسئولیت اجتماعی دارد. می‌توان ابراز داشت درگیر شدن ترکیبی در مدیریت سود واقعی و مدیریت ریسک، فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی را افزایش می‌دهد و مدیریت از این استراتژی برای افزایش شهرت خود و شرکت استفاده می‌کند.

این مطالعه از چند طریق به ادبیات پژوهش کمک می‌کند؛ اول، به مجموعه رو به رشدی از ادبیات مالی و حسابداری در مورد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها کمک می‌کند. دوم، مبانی نظری مدیریت ریسک

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

سازمانی که بر کارایی و عملکرد شرکت‌ها تأثیر می‌گذارد توسعه داده و رابطه بین مدیریت ریسک سازمانی و مسئولیت اجتماعی را که تاکنون چندان زیاد مورد بررسی قرار نگرفته است، تشریح می‌کند. تحقیقات قبلی شواهدی را ارائه کرده است که افشای اجباری در مورد محیط‌زیست، شرکت‌ها را مجبور به بهبود عملکرد عملیاتی خود کرده است (Delmas, Montes-Sancho, & Shimshack, 2010)، شرکت‌هایی که گزارش‌های پایداری را منتشر می‌کنند هزینه سرمایه کمتری دارند (Dhaliwal, Li, Tsang, & Yang, 2011)، و شرکت‌هایی که دارای برتری در عملکرد محیطی، اجتماعی و حاکمیتی هستند، دسترسی بهتری به امور مالی داشته (Cheng, Ioannou & Serafeim, 2014)، کیفیت ادراک‌شده و ارزش برند بهتری دارند (Abbasi, Zandilak, & Khalifeh, 2016)، و ارزش سهام آن‌ها بالاتر است (Hassas Yeganeh, Sohrabi, & Ghavasikenari, 2020). علاوه بر این، بازار سهام، مزایای خالص شرکت‌هایی با عملکرد غیرمالی قوی را بهتر درک می‌کند (Grewal, Riedl, & Serafeim, 2019)، و مسئولیت اجتماعی به‌طور غیرمستقیم ارزش شرکت را با بهبود درک بازار محصول افزایش می‌دهد (Bardos, Ertugrul, & Gao, 2020). سوم، گسترش افق مطالعات مرتبط با مدیریت سود واقعی از دیدگاه استانداردهای حسابداری و نیز رفتارهای فرصت‌طلبانه و تأثیری که بر رابطه مدیریت ریسک سازمانی و مسئولیت اجتماعی خواهد گذاشت.

در ادامه پس از مرور مبانی نظری، پیشینه تجربی و بسط فرضیه‌ها، روش‌شناسی، یافته‌های پژوهش و در پایان نتیجه‌گیری و پیشنهادها ارائه می‌گردد.

مبانی نظری، پیشینه تجربی و بسط فرضیه‌ها

مسئولیت اجتماعی شرکت تعاریف مختلفی دارد اما همیشه برای همه افراد یکسان نیست (Kaveh & Salemi, 2022). کارول (۱۹۷۹) پذیرفته‌شده‌ترین تعریف را ارائه می‌کند: مسئولیت اجتماعی شرکت شامل انتظارات اقتصادی، قانونی، اخلاقی و اختیاری است که جامعه از سازمان‌ها در یک مقطع زمانی معین دارد (Carroll, 1979). این تعریف در واقع نشان می‌دهد که شرکت‌های درگیر در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی، جهت کسب سود و حمایت مالی، اطاعت از قانون، رفتار اخلاقی و به‌عنوان شهروندان شرکتی خوب، اهداف اجتماعی شایسته را در پی می‌گیرند. برانکو و رودریگز (۲۰۰۶) پیشنهاد می‌کنند که مسئولیت اجتماعی با مسائل اخلاقی مربوط به تصمیم‌گیری و رفتار شرکتی مرتبط است (Branco & Rodrigues, 2006). بنابراین، مسئولیت اجتماعی به مسائل پیچیده‌ای مانند حفاظت از محیط‌زیست،

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

مدیریت منابع انسانی، سلامت و ایمنی کار، روابط جامعه محلی و روابط با تأمین‌کنندگان و مشتریان می‌پردازد.

شرکت‌ها تحت تأثیر خطرهای ذاتی و متنوع عمل می‌کنند. بااین‌حال، وسعت و پیچیدگی چنین خطرهایی به دلیل عدم اطمینان و تغییرات محیطی به‌تدریج افزایش یافته، و کوچک‌ترین لغزش گاه می‌تواند منجر به زوال یک شرکت گردد (Ahmadzade, Moradi, & Mostaghimi, 2022). لذا آن‌ها برای حفظ مزیت رقابتی خود همواره مجبور به تجدیدنظر در شیوه مدیریتی خود می‌باشند (Homayoni Rad & Lagzian, 2015). در این میان مدیریت ریسک به‌عنوان یک فاکتور رتبه‌بندی و شاخصی به‌جای کنترل داخلی، استراتژی کلی شرکت را هدف قرار می‌دهد و زمانی‌که به‌درستی اجرا شود، می‌توان از آن برای مدیریت نگرش شرکت و مواجهه با ریسک، و افزایش ارزش شرکت استفاده کرد (Arefmanesh, Ramshe, & Shokohi, 2022). بیسلی و همکاران (۲۰۰۵) استدلال می‌کنند که بسیاری از سازمان‌ها فرآیندهای مدیریت ریسک را برای افزایش اثربخشی فعالیت‌های مدیریتی خود با هدف نهایی افزایش ارزش سهامداران اجرا می‌کنند (Beasley, Clune, & Hermanson, 2005). در مقابل نادیده‌گرفتن یا استفاده ناکافی از فرآیندهای مدیریت ریسک می‌تواند به نابودی یک شرکت کمک کند (Harner, 2010).

به‌طورکلی، شرکت‌های فعال در حوزه مسئولیت اجتماعی به دلیل سرمایه اجتماعی بالاتر با سهامداران و وفاداری بیشتر از سوی سرمایه‌گذاران و مشتریان، ریسک خاص پایینی دارند (Cheung, 2016)، و در نتیجه عملکرد عملیاتی مؤثرتری خواهند داشت (Bavarsad, Jaldani, & Ghezelbash, 2021). همان‌طور که کیتل و روگیه (۲۰۰۵) نشان می‌دهند، مسئولیت اجتماعی به دو صورت با مدیریت ریسک شرکت مرتبط است: ۱. ریسک‌ها را شناسایی می‌کند و ۲. ابزار مؤثری برای پاسخ به آن‌ها ارائه می‌دهد (Kytle & Ruggie, 2005). کلید هردو، مدیریت مؤثرتر روابط با سهامداران است. پژوهش کوو و همکاران (۲۰۲۱) حاکی از این است که بین مدیریت ریسک سازمانی و مسئولیت‌های اجتماعی شرکت رابطه مستقیمی وجود دارد (Kuo, Lin, & Chien, 2021). دارابی و همکاران (۲۰۱۷) نیز معتقدند مسئولیت اجتماعی شرکت می‌تواند استراتژی مؤثری برای مدیریت ریسک بوده و به‌نوبه خود، به‌طور قابل‌توجهی ریسک شرکت را کاهش دهد (Darabi, Vaghfi, & Salmanian, 2017). علاوه‌براین، گادفری (۲۰۰۵) استدلال می‌کند که مسئولیت اجتماعی از نظر اخلاقی اختیاری است تا اخلاقاً الزامی، و مدل مدیریت ریسک، انگیزه اقتصادی یک مدیر را برای تخصیص برخی از منابع شرکت به فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی تقویت می‌کند. همچنین شرکت‌های مسئولیت‌پذیر اجتماعی در مدیریت ریسک و گزارش‌های مالی

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

متفاوت از سایر شرکت‌ها رفتار می‌کنند (Godfrey, 2005). هرجوتو و لاکسمانا (۲۰۱۸) دریافتند که مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت تأثیر دارد زیرا ریسک بیش‌ازحد را کاهش می‌دهد (Harjoto & Laksmana, 2018). نسیم و همکاران (۲۰۲۰) نشان می‌دهند که مدیریت ریسک شرکت تا حدی واسطه رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد شرکت است (Naseem, Shahzad, Asim, & Nawaz, 2020).

علی‌رغم این پژوهش‌ها، ادبیات داخلی عمدتاً کمرنگ است که آیا اجرای مدیریت ریسک سازمانی می‌تواند نمایه‌های ریسک را کاهش یا حذف کند و اثربخشی را به‌ویژه برای شرکت‌های مسئولیت‌پذیر اجتماعی افزایش دهد. بااین‌حال، اکثر مطالعات در مورد مسئولیت اجتماعی بر افزایش عملکرد و ثروت سهامداران تمرکز دارند، و مطالعات کمی به بررسی اثر مدیریت ریسک سازمانی بر مسئولیت اجتماعی پرداخته است. بنابراین، این مطالعه رابطه بین مدیریت ریسک سازمانی و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را بررسی می‌کند. ما انتظار داریم که مدیریت ریسک سازمانی با مسئولیت اجتماعی همبستگی مثبت داشته باشد زیرا شرکتی با مدیریت ریسک سازمانی مؤثرتر توانایی بیشتری برای سرمایه‌گذاری در مسئولیت اجتماعی دارد. بنابراین ما فرضیه زیر را پیشنهاد می‌کنیم:

فرضیه اول: بین مدیریت ریسک سازمانی و افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی، رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

مک‌ویلیامز و همکاران (۲۰۰۶) استدلال می‌کنند که مسئولیت اجتماعی یکی از رویه‌های مدیریتی است که مدیران می‌توانند از آن برای پیشبرد اهداف شغلی یا سایر برنامه‌های شخصی خود استفاده کنند (McWilliams, Siegel, & Wright, 2006). بارنیا و روبین (۲۰۱۰) همچنین تأکید می‌کنند که مدیران ممکن است برای افزایش شهرت شخصی خود، بیش‌ازحد در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی سرمایه‌گذاری کنند (Barnea & Rubin, 2010). بااین‌حال، دیدگاه نمایندگی مسئولیت اجتماعی، استدلال می‌کند که مدیران ریشه‌دار در یک شرکت با حاکمیت شرکتی قوی ممکن است از فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی برای تبانی با سهامداران استفاده کنند تا از اختیارات مدیریتی بالاتری برای بهره بردن از منافع شخصی برخوردار شوند (Cheung, 2016). در موقعیت‌های دیگر، مدیرانی که از توجه مثبت ناشی از این فعالیت‌ها مطمئن هستند یا به‌طور شخصی سود می‌برند، ممکن است سرمایه‌گذاری‌های اجتماعی را انتخاب کنند، حتی اگر دارای ارزش افزاینده نباشند.

زمانی‌که شرکت مدیریت ریسک سازمانی مؤثرتری داشته باشد، فرصت‌های بالقوه بیشتری دارد (Mohammad Sharifi, Nabavi Chashmi, & Yadollahzade Tabari, 2021)، در نتیجه ممکن است

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

مدیران کمتر بخواهند سود را دستکاری کنند. در این راستا پوراحمدی و فرسادامان الهی (۲۰۲۱) نیز نشان دادند مدیران هنگامی که سیستم مدیریت ریسک سازمانی نسبتاً ضعیف است، بیشتر از مدیریت سود واقعی استفاده می‌کنند (Pourahmadi & Farsad Aman Elahi, 2021). از لحاظ تئوری، اعتماد یا تمایل یک مدیر برای مشارکت در مسئولیت اجتماعی با حاکمیت شرکتی و انگیزه‌های اجرایی شرکت مرتبط است (Kuo, Lin, & Chien, 2021). براساس تئوری نمایندگی، مستقیم‌ترین راه‌حل برای این مشکل، همسو کردن انگیزه‌های مدیران با منافع سهامداران از طریق اعطای سهام و اختیار سهام به مدیران است (Hall & Liebman, 1998). به گفته پرستون و اوبانن (۱۹۹۷) در غیر این‌صورت، مدیران برای افزایش سودآوری کوتاه‌مدت و جبران خسارت شخصی، هزینه‌های مربوط به مسئولیت اجتماعی را کاهش می‌دهند (Preston & O'Bannon, 1997). از منظر مدیریتی، بسته به اهداف شرکت و انگیزه‌های مدیریت سود، ممکن است روش‌های مختلف حسابداری انتخاب شوند. تئوری علامت‌دهی بیان می‌کند که مدیران از مدیریت سود برای علامت دادن و رساندن اخبار خوب به بازار و ذینفعان استفاده می‌کنند (Fakhari, Mohammadi, & Hasannataj Kordi, 2015). همان‌طور که توسط پریور و همکاران (۲۰۰۸) اشاره شد، برخی از مدیران معتقدند که با تأمین منافع ذینفعان و ارائه تصویری از نگرانی‌های اجتماعی و محیطی، مسئولیت اجتماعی می‌تواند احتمال مشارکت شرکت‌ها در مدیریت سود را کاهش دهد (Prior, Surroca, & Tribo, 2008). شیوه‌های مدیریت سود به منافع جمعی ذینفعان آسیب می‌رساند. ازاین‌رو، مدیرانی که سود را دستکاری می‌کنند، می‌توانند از طریق شیوه‌های مسئولیت اجتماعی به کنش‌گرایی و هوشیاری ذینفعان بپردازند. کیم و همکاران (۲۰۱۲) استدلال می‌کنند که اگر مدیران در چارچوب یک الزام اخلاقی در مسئولیت اجتماعی شرکت کنند، به‌احتمال‌زیاد مدیریت سود را محدود کرده و تصمیمات عملیاتی مسئولانه‌ای اتخاذ می‌کنند و ارتباط منفی بین مسئولیت اجتماعی و مدیریت سود وجود دارد (Kim, Park, & Wier, 2012). چیه و همکاران (۲۰۰۸) شواهدی ارائه می‌دهند که نشان می‌دهد شرکت‌های مسئولیت‌پذیر اجتماعی در مدیریت اقلام تعهدی تهاجمی‌تر هستند اما کمتر درگیر هموارسازی سود و اجتناب از زیان هستند. بااین‌حال، شرکتی که به دلیل مفروضات حسابداری تهاجمی در دوره‌های قبلی فاقد این انعطاف‌پذیری است، در صورت مشارکت در مدیریت سود مبتنی بر تعهدی، ریسک بالایی دارد که توسط حسابرس خود شناسایی شود یا استانداردهای حسابداری را نقض کند (Chih, Shen, & Kang, 2008). گراهام و همکاران (۲۰۰۵) دریافتند که مدیران، مدیریت سود واقعی را به مدیریت اقلام تعهدی ترجیح می‌دهند (Graham, Harvey, & Rajgopal, 2005)، زیرا مدیریت سود واقعی به دلیل اینکه با

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

تغییر در زمان‌بندی یا ساختار فعالیت‌های واقعی واحد تجاری همراه است (Jalili & Gheysari, 2014)، کمتر توسط حسابرسان و قانون‌گذاران مورد بررسی قرار می‌گیرند. اورت و واگنهوفر (۲۰۰۵) نشان می‌دهند که مدیریت سود واقعی زمانی افزایش می‌یابد که بررسی‌های دقیق حسابداری، هزینه مدیریت سود مبتنی بر تعهدی را افزایش می‌دهد (Ewert & Wagenhofer, 2005). مدیران شرکت‌هایی که تحت نظارت حسابرسان با کیفیت بالا هستند، تمایل دارند به مدیریت سود واقعی درگیر شوند، رویه‌ای که رایج شده است و پیامدهای شدیدتری نسبت به مدیریت سود مبتنی بر تعهدی به همراه دارد (Cohen & Zarowin, 2010). در واقع، مدیران می‌توانند هم مدیریت سود مبتنی بر تعهدی و هم مدیریت سود واقعی را برای دستیابی به اهداف سود اتخاذ کنند. علاوه بر این، تحقیقات قبلی نشان می‌دهد که احتمال بیشتری وجود دارد که مدیران بیش‌اعتماد، سود را اشتباه بیان کنند (Presley & Abbott, 2013; Schrand & Zechman, 2012) و در مدیریت سود شرکت نمایند (Hsieh, Bedard, & Johnstone, 2014). همچنین درماندگی مالی (Habibzadeh & Joyaee, 2020)، معاملات با اشخاص وابسته (Sarlak & Akbari, 2014) نیز تأثیر معنی‌دار و مثبت بر مدیریت سود دارند. مک‌ویلیامز و همکاران (۲۰۰۶) معتقدند که انجام مدیریت سود واقعی، اثربخشیِ مدیریت ریسک سازمانی کاهش می‌یابد و در نتیجه افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت نیز، تحت تأثیر مدیریت ضعیف ریسک سازمانی، کاهش می‌یابد (McWilliams, Siegel, & Wright, 2006). رستگار (۲۰۲۲) نیز ابراز می‌دارد مدیریت سود واقعی می‌تواند منجر به افزایش سطح ریسک عملکردی شرکت شود، زمانی که ریسک عملکردی شرکت افزایش می‌یابد، مدیران بیش اطمینان احساس خطر کرده و کمتر اقدام به سرمایه‌گذاری‌های بیش از حد می‌کنند و این امر می‌تواند حتی بر افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی نیز اثر کاهنده داشته باشد (Rastegar, 2022). شرکت‌هایی که پاداش مدیران آن‌ها بیشتر به قیمت سهام وابسته است، انگیزه بالاتری برای مدیریت سود برای افزایش قیمت سهام دارند (Bergstresser & Philippon, 2006). عوامل دیگر، همچون فشارهای بازار سرمایه، رقابت در بازار محصول و انگیزه‌های مرتبط با شغل (مثل انگیزه دریافت پاداش بالاتر) نیز می‌تواند این انگیزه را در مدیران ایجاد کند تا سود را مدیریت کنند (Healy & Wahlen, 1999). بنا به مطالب ذکر شده، با توجه به تأثیر مدیریت سود واقعی بر مدیریت ریسک سازمانی، و نقشی که مدیریت ریسک سازمانی بر مسئولیت اجتماعی شرکت دارد و اینکه دستکاری سود یکی از مهم‌ترین عوامل تعیین کننده بر تصمیمات مدیران است. ازاین‌رو، ما انتظار داریم مدیریت سود واقعی بر رابطه بین مدیریت ریسک سازمانی و مسئولیت اجتماعی اثر تعدیل کننده داشته باشد. بر این اساس، فرضیه زیر مطرح می‌شود:

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

فرضیه دوم: مدیریت سود واقعی رابطه بین مدیریت ریسک سازمانی و افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی را تعدیل می‌کند.

روش‌شناسی

این پژوهش از نوع تحقیقات کمی با تحلیل توصیفی و استنباطی است که از رگرسیون خطی چندگانه و تحلیل رگرسیون تعدیلی مبتنی بر داده‌های تابلویی استفاده می‌کند. برای تجزیه‌وتحلیل اطلاعات از نرم‌افزار ایویوز نسخه ۱۲ استفاده شد. در این تحقیق از داده‌های ثانویه مندرج در گزارش‌های سالانه مجامع و گزارش‌های مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق تهران طی سال‌های ۱۳۹۳-۱۳۹۹ استفاده شده است. منبع داده‌ها سایت کدال، نرم‌افزار ره‌آورد نوین و سایت سازمان بورس بود.

در این پژوهش کلیه شرکت‌هایی که دارای شروط پنج‌گانه ما بودند به‌عنوان نمونه در تحلیل‌های آماری استفاده شدند: ۱. پایان سال مالی آن‌ها منطبق با آخرین روز اسفندماه باشد. ۲. جزء شرکت‌های مالی (مثل بانک‌ها، مؤسسات بیمه) و شرکت‌های سرمایه‌گذاری نباشند. ۳. در طی دوره مورد بررسی تغییر سال مالی یا تغییر فعالیت نداشته باشند. ۴. وقفه معاملاتی بیش از ۳ ماه نداشته باشند. ۵. اطلاعات مربوط به متغیرهای انتخاب شده در دسترس باشند، به‌عنوان نمونه انتخاب و بقیه حذف شده‌اند.

با توجه به محدودیت‌های اعمال شده و سایر اطلاعات مورد نیاز تعداد ۱۰۲ شرکت انتخاب شد و نمونه پژوهش شامل ۷۱۴ سال-شرکت است.

مدل‌های آزمون فرضیه‌ها

در این پژوهش برای آزمون فرضیه‌های پژوهش، به‌ترتیب از مدل‌های رگرسیونی زیر استفاده شده است:

مدل (۱)

$$CSR_{it} = \beta_0 + \beta_1 ERM_{it} + \beta_2 INVENT_{it} + \beta_3 ROA_{it} + \beta_4 LEV_{it} + \beta_5 PPE_{it} + \beta_6 OCF_{it} + \beta_7 SIZE_{it} + \beta_8 CASH_{it} + \beta_9 REC_{it} + \beta_{10} FirmAge_{it} + \varepsilon_{it}$$

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

مدل (۲)

$$CSR_{it} = \beta_0 + \beta_1 ERM_{it} + \beta_3 REM_{it} + \beta_3 (ERM_{it} \times REM_{it}) + \beta_4 INVENT_{it} + \beta_5 ROA_{it} + \beta_6 LEV_{it} + \beta_7 PPE_{it} + \beta_8 OCF_{it} + \beta_9 SIZE_{it} + \beta_{10} CASH_{it} + \beta_{11} REC_{it} + \beta_{12} FirmAge_{it} + \varepsilon_{it}$$

تعریف عملیاتی متغیرها به‌صورت زیر است:

متغیر وابسته:

در این پژوهش مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR) متغیر وابسته پژوهش است. مسئولیت اجتماعی شرکت که از طریق چک‌لیست مسئولیت اجتماعی، پیوست‌ها و گزارش‌های مالی و حسابرسی به دست می‌آید. پس از مرور ادبیات موجود، در چک‌لیست اولیه‌ی ۴۳ نوع اطلاعات تدوین شد که اطلاعات از پژوهش اریبی و جائو (۲۰۱۰) اقتباس شدند (Aribi & Gao, 2010). پس از حذف برخی موارد به دلیل عدم افشا در شرکت‌های ایرانی، چک‌لیست نهایی شامل ۳۹ مورد اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی تهیه شد که انتظار می‌رود به‌صورت داوطلبانه یا اجباری در گزارش سالانه شرکت‌ها افشا شود (Rastegar, 2022; Maranjory & Alikhani, 2014). اگر هر یک از اطلاعات موجود در چک‌لیست توسط شرکت افشاشده باشد، عدد ۱ و در غیر این صورت صفر، منظور خواهد شد. سپس مجموع تعداد اقلام افشا شده هر سال-شرکت بر عدد ۳۹ تقسیم گردید.

متغیر مستقل:

مدیریت ریسک سازمانی (ERM): در این پژوهش به پیروی تحقیق اندرسن (۲۰۰۶) (Andersen, 2006) و پژوهش عسگرنژاد نوری و امکانی (۲۰۱۷) (Asgarnezhad Nouri & Emkani, 2017)، برای اندازه گیری مدیریت اثربخش ریسک سازمانی مطابق رابطه (۱) از نسبت انحراف استاندارد فروش خالص سالانه بر انحراف استاندارد نرخ بازده دارایی‌ها استفاده می‌شود.

$$ERM_{it} = \frac{\partial_{t-1}^{t-3} NS_{it}}{\partial_{t-1}^{t-3} ROA_{it}}$$ رابطه (۱)

که در آن:

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

ERM_{it}: برابر است با میزان مدیریت ریسک سازمانی شرکت i در سال t. هر قدر شرکت‌ها بتوانند این معیار را کنترل کنند آن‌ها در زمینه مدیریت ریسک سازمانی خود موفق‌تر عمل کرده‌اند.

$\partial_{t-1}^{t-3} NS_{it}$: برابر است با انحراف معیار ۳ سال قبل نسبت فروش خالص به ارزش دفتری دارایی‌های شرکت i در سال t.

$\partial_{t-1}^{t-3} ROA_{it}$: برابر است با انحراف معیار ۳ سال قبل نسبت سود خالص پس از کسر مالیات به ارزش دفتری دارایی‌های شرکت i در سال t.

متغیر تعدیل‌گر:

در این پژوهش متغیر مدیریت سود واقعی (REM) متغیر تعدیل‌گر است که برای اندازه‌گیری آن از مدل پیشنهادی روچودهری (۲۰۰۶) استفاده شده است (Roychowdhury, 2006):

در پژوهش حاضر جهت اندازه‌گیری سطح دستکاری فعالیت‌های واقعی از سه معیار سطح غیرعادی جریان نقدی عملیاتی، سطح غیرعادی هزینه‌های اختیاری و سطح غیرعادی هزینه‌های تولیدی استفاده می‌شود. برای اندازه‌گیری این سه معیار به ترتیب از مدل‌های رگرسیون رابطه‌های ۲، ۳ و ۴ در زیر استفاده می‌شود و در همه آن‌ها جزء باقیمانده معادله رگرسیون (ε) نشان دهنده سطح غیرعادی متغیر برآورد شده می‌باشد. پس از برآورد جزء باقیمانده‌ها، سطح غیرعادی جریان نقدی عملیاتی و سطح غیرعادی هزینه‌های اختیاری در منفی یک ضرب و سپس با سطح غیرعادی هزینه‌های تولیدی جمع می‌شود. مقادیر بدست آمده نشان‌دهنده مدیریت سود واقعی است.

رابطه (۲)

$$\frac{CFO_{it}}{A_{i(t-1)}} = \alpha_1 \left(\frac{1}{A_{i(t-1)}}\right) + \alpha_2 \left(\frac{Sales_{it}}{A_{i(t-1)}}\right) + \alpha_3 \left(\frac{\Delta Sales_{it}}{A_{i(t-1)}}\right) + \varepsilon_{it}$$

رابطه (۳)

$$_{it})+ \varepsilon \frac{Sales_{it-1}}{A_{i(t-1)}} (\ _2) + \alpha \frac{1}{A_{i(t-1)}} (\ _1 = \alpha \frac{DISX_{it}}{A_{i(t-1)}}$$

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

رابطه (۴)

$$\frac{CFO_{it}}{A_{i(t-1)}} = \alpha_1 \frac{1}{A_{i(t-1)}} + \alpha_2 \frac{Sales_{it}}{A_{i(t-1)}} + \alpha_3 \frac{\Delta Sales_{it}}{A_{i(t-1)}} + \alpha_4 \frac{\Delta Sales_{it-1}}{A_{i(t-1)}} + \alpha \frac{PROD_{it}}{A_{i(t-1)}} + \varepsilon_{it}$$

که در آن‌ها:

CFO_{it}: جریان وجه نقد عملیاتی شرکت i در سال t.

A_{it-1}: ارزش دفتری دارایی‌های شرکت i در سال t-1.

$Sales_{it}$: فروش خالص شرکت i در سال t.

$\Delta Sales_{it}$: فروش خالص شرکت i در سال t منهای سال t-1.

$DISX_{it}$: مخارج اختیاری شرکت i در سال t که عبارت است از جمع هزینه بازاریابی و تحقیق و توسعه.

$\Delta Sales_{it-1}$: فروش خالص شرکت i در سال t-1 منهای سال t-2.

$PROD_{it}$: بهای تولید شرکت i در سال t که برابر است با بهای تمام شده کالای فروش رفته به علاوه تغییر در موجودی کالا.

$Sales_{it-1}$: فروش خالص شرکت i در سال t-1.

جریان وجه نقد غیرعادی، مخارج اختیاری غیرعادی و مخارج تولید غیرعادی، از تفاوت ارزش واقعی و مبالغ محاسبه شده در رگرسیون بالا محاسبه می‌شود. در واقع در مدل‌های بالا، جزء خطا (مقادیر باقیمانده) همان مقادیر غیر عادی است.

متغیرهای کنترلی:

$INVENT_{it}$: نسبت موجودی کالا به ارزش دفتری دارایی‌های شرکت i در سال t.

ROA_{it}: نسبت سود خالص پس از کسر مالیات به ارزش دفتری دارایی‌های شرکت i در سال t.

LEV_{it}: نسبت بدهی‌ها به ارزش دفتری دارایی‌های شرکت i در سال t.

PPE_{it}: نسبت دارایی‌های ثابت مشهود به ارزش دفتری دارایی‌های شرکت i در سال t.

OCF_{it}: برابر است با نسبت جریان وجوه نقد عملیاتی شرکت i در سال t به ارزش دفتری دارایی‌ها.

$SIZE_{it}$: لگاریتم ارزش بازار دارایی‌های شرکت i در سال t. ارزش بازار دارایی‌ها برابر است با ارزش دفتری بدهی‌ها به اضافه ارزش بازار حقوق صاحبان سهام.

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

$CASH_{it}$: برابر است با نسبت وجوه نقد به اضافه سرمایه‌گذاری‌های کوتاه‌مدت به ارزش دفتری دارایی‌های شرکت i در سال t.

REC_{it}: برابر است با نسبت اسناد و حساب‌های دریافتنی تجاری به کل ارزش دفتری دارایی‌های شرکت i در سال t.

$FirmAge_{it}$: برابر است با لگاریتم طبیعی عمر شرکت i در سال t.

یافته‌ها

آماره‌های توصیفی

خلاصه آماره‌های توصیفی در جدول شماره ۱، ارائه شده است. میانگین متغیر مسئولیت اجتماعی شرکت تقریباً ۰/۳۹۶ می‌باشد که نشان می‌دهد در سال-شرکت‌های مورد بررسی کمتر از ۵۰ درصد از اقلام مسئولیت اجتماعی افشا شده است و نشان از توجه کم شرکت‌ها به این موضوع مهم می‌باشد. میانگین متغیر مدیریت ریسک سازمانی تقریباً ۳/۶۲۱- می‌باشد که نشان می‌دهد شرکت‌های نمونه دارای ویژگی مدیریت ریسک سازمانی نسبتاً مناسبی هستند. میانگین متغیر مدیریت سود واقعی در شرکت‌های مورد بررسی در این پژوهش معادل ۰/۰۰۴ می‌باشد که نشان‌دهنده تمایل شرکت‌ها به دستکاری فعالیت‌های واقعی مثل دستکاری فروش و تولید بیش از حد است.

جدول (۱): آماره‌های توصیفی

نام متغیر	نماد	میانگین	میانه	انحراف معیار	کمینه	بیشینه
افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی	CSR	۰/۳۹۶	۰/۴۱۰	۰/۱۳۶	۰/۱۷۹	۰/۷۴۴
مدیریت ریسک سازمانی	ERM	۳/۶۲۱	۲/۵۴۱	۳/۱۱۲	۰/۰۱۸	۱۴/۸۶۶
مدیریت سود واقعی	REM	۰/۰۰۴	۰/۰۳۳	۰/۳۶۶	-۲/۷۴۱	۱/۹۵۲
نسبت موجودی کالا	INVENT	۰/۲۵۷	۰/۲۳۴	۰/۱۳۸	۰/۰۰۱	۰/۸۹۹
نرخ بازده دارایی‌ها	ROA	۰/۱۲۴	۰/۰۹۴	۰/۱۷۱	-۰/۴۰۴	۰/۶۸۱
اهرم مالی	LEV	۰/۵۸۸	۰/۵۸۴	۰/۲۰۲	۰/۰۵۷	۰/۹۵۲
نسبت اموال، ماشین‌آلات و تجهیزات	PPE	۰/۲۴۲	۰/۲۰۰	۰/۱۷۴	۰/۰۰۰	۰/۸۶۹
نسبت جریان وجوه نقد عملیاتی	OCF	۰/۱۱۵	۰/۱۰۰	۰/۱۶۷	-۰/۳۸۴	۰/۷۲۶
اندازه شرکت	SIZE	۱۴/۷۸۱	۱۴/۶۰۲	۱/۴۵۹	۱۱/۰۰۴	۲۰/۷۶۹
نگهداشت وجه نقد	CACH	۰/۰۶۸	۰/۰۳۶	۰/۰۸۹	۰/۰۰۰	۰/۷۲۷
نسبت حساب‌های دریافتنی	REC	۰/۲۹۴	۰/۲۶۳	۰/۱۸۱	۰/۰۲۶	۰/۸۱۱
عمر شرکت	FirmAge	۳/۶۹۵	۳/۷۶۱	۰/۳۲۶	۲/۷۰۸	۴/۲۴۸

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

نتایج آزمون فرضیه‌ها

مدل رگرسیونی پژوهش به روش خطای استاندارد مقاوم تخمین زده شده است. این رویکرد مشکل ناهمگونی و خود همبستگی را حل می‌کند (Petersen, 2009). علاوه‌براین، ضریب تورم واریانس (VIF) برای تشخیص چند خطی بین متغیرهای مستقل استفاده شد. در تمام مدل‌های تخمین زده شده، این ضریب کمتر از عدد ۱۰ است، که نشان می‌دهد چند خطی بودن معنی‌دار نیست. معنی‌دار بودن آماره آزمون فیشر، اهمیت کلی مدل را در فاصله اطمینان ۹۹ درصد نشان می‌دهد. در جدول ۲ نتایج تخمین مدل ارائه گردید. نتایج آزمون مدل اول نشان می‌دهد که مدل بیش از ۷۸ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌کند. ضریب مدیریت ریسک سازمانی ۰/۰۱۱۷۴۴ و مقدار p کمتر از ۰/۰۵ است که نشان دهنده پذیرش فرضیه اول است. این نتیجه ممکن است به این دلیل باشد که مدیریت ریسک سازمانی با ایجاد یک دید از بالا به پایین و هدایت ریسک‌های مضر آتی از سوی جامعه که ممکن است رخ بدهند و شرکت را از ریل موفقیت خارج کنند، گرایش مدیران به فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی را بیشتر می‌کند. درخصوص متغیرهای کنترلی پژوهش؛ با توجه به ضریب و سطح معنی‌داری، متغیرهای نسبت موجودی کالا و اندازه شرکت به ترتیب دارای رابطه مثبت و منفی معنادار با مسئولیت اجتماعی می‌باشند و سایر متغیرهای کنترلی ارتباط معناداری با مسئولیت اجتماعی ندارند. نتایج آزمون مدل دوم نشان می‌دهد که مدل بیش از ۶۲ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌کند. ضریب برای تعامل مدیریت سود واقعی با مدیریت ریسک سازمانی ۰/۳۰۳۸۳۷ و مقدار p کمتر از ۰/۰۵ است که نشان‌دهنده پذیرش فرضیه دوم است. تعامل استراتژی مدیریت سود واقعی با مدیریت ریسک سازمانی، بستر لازم را از طریق افزایش بهره‌وری کوتاه-مدت و در نتیجه رفع نگرانی مدیران برای حفظ جایگاه و منافعشان، آن‌ها را به اجرای فعالیت‌های ارزشمند اجتماعی و دارای منافع آتی تشویق می‌کند. همچنین متغیرهای کنترلی اندازه و عمر شرکت به ترتیب ارتباط مثبت و منفی معنادار با مسئولیت اجتماعی دارند و سایر متغیرهای کنترلی ارتباط معناداری با مسئولیت اجتماعی ندارند.

جدول (۲): نتایج برآورد مدل‌های آزمون فرضیه‌ها

متغیر	مدل اول			مدل دوم		
	برآورد ضریب	آماره t	مقدار P	برآورد ضریب	آماره t	مقدار P
عرض از مبدأ	۰/۳۶۳۹۹۴	۱/۱۰۱۴۱۳	۰/۲۷۱۲	۰/۳۸۲۶۷۷	۲/۹۵۲۶۵۳	۰/۰۱۰۹
مدیریت ریسک سازمانی	۰/۰۱۱۷۴۴	۲/۰۴۸۱۹۳	۰/۰۴۴۱	۰/۰۵۳۵۸۹	۲/۵۲۶۴۳۲	۰/۰۲۳۱

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

مدیریت سود واقعی	***	***	***	۰/۰۲۲۲۱۹	۴/۴۰۲۴۳۸	۰/۰۰۰۷
اثر تعاملی مدیریت ریسک سازمانی و مدیریت سود واقعی	***	***	***	۰/۳۰۳۸۳۷	۵/۷۵۴۵۳۰	۰/۰۰۰۰
نسبت موجودی کالا	۰/۱۴۳۰۳۰	۲/۲۵۰۳۲۲	۰/۰۳۷۲	۰/۰۵۶۹۷۲	۱/۰۴۲۵۹۹	۰/۲۹۷۵
نرخ بازده دارایی‌ها	-۰/۰۱۱۹۷۸	-۰/۳۸۱۶۰۶	۰/۷۰۲۹	-۰/۰۴۶۳۳۹	-۱/۵۶۲۹۰۷	۰/۱۱۸۵
اهرم مالی	-۰/۰۱۵۲۶۶	-۰/۳۵۲۲۶۰	۰/۷۲۴۸	-۰/۰۲۰۸۵۵	-۰/۷۰۳۸۴۳	۰/۴۸۱۸
نسبت اموال، ماشین‌آلات و تجهیزات	۰/۰۶۲۸۵۷	۱/۱۸۶۲۵۰	۰/۲۳۶۰	۰/۰۰۴۹۱۲	۰/۱۰۲۷۹۶	۰/۹۱۸۲
نسبت جریان وجوه نقد عملیاتی	۰/۰۱۷۷۸۳	۰/۷۰۸۹۳۲	۰/۴۷۸۶	۰/۰۴۱۵۳۰	۱/۷۶۷۲۰۰	۰/۰۷۷۶
اندازه شرکت	-۰/۰۰۳۵۲۰	-۲/۴۶۷۷۱۷	۰/۰۲۶۲	-۰/۰۰۶۸۴۸	-۳/۰۹۴۷۲۴	۰/۰۰۴۰
نگهداشت وجه نقد	۰/۰۳۵۴۱۶	۰/۵۶۷۶۷۹	۰/۵۷۰۵	-۰/۰۵۵۱۸۲	-۰/۹۲۵۹۶۲	۰/۳۵۴۸
نسبت حساب‌های دریافتنی	۰/۰۴۳۸۱۷	۰/۹۶۳۲۱۸	۰/۳۳۵۸	۰/۰۰۱۶۲۹	۰/۰۴۳۶۲۴	۰/۹۶۵۲
عمر شرکت	۰/۰۰۷۶۸۹	۰/۰۷۳۹۳۷	۰/۹۴۱۱	۰/۰۳۲۵۵۳	۲/۳۳۰۳۸۲	۰/۰۴۶۵
آماره معنی‌داری مدل	۲۴/۶۷۶۲۰			۱۴/۵۵۹۸۲۹		
P-مقدار	۰/۰۰۰۰۰۰			۰/۰۰۰۰۰۶		
ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۷۸۶۵۹۵			۰/۶۲۵۵۸۱		

بحث و نتیجه

بر اساس دیدگاه اقتصاد سیاسی، جامعه، سیاست و اقتصاد از هم جدا نیستند و نمی‌توان مسائل اقتصادی را جدا از ملاحظات اجتماعی و سیاسی بررسی کرد. یک اقتصاد جهانی پایدار مطمئناً مستلزم ادغام فعالیت‌های پایدار در محیط کسب‌وکار و فرهنگ شرکتی است. در این تئوری، گزارش‌های حسابداری به‌عنوان اطلاعات اجتماعی، سیاسی و اقتصادی در نظر گرفته می‌شود که به نفع همه ذینفعان و مشروعیت بخشیدن به فعالیت‌های تجاری است. از سوی دیگر، به دلیل مشکلات نمایندگی و عدم تقارن اطلاعاتی، مدیران ممکن است به جای به حداکثر رساندن ارزش سهامداران، با ارائه تصویری مطلوب‌تر از وضعیت مالی شرکت و معامله عملکرد بلندمدت برای عملکرد کوتاه‌مدت، به دنبال منافع خود باشند. بنابراین انتظار می‌رود، روش‌هایی همچون مدیریت ریسک سازمانی با تمرکز بر حفظ مزیت رقابتی بلندمدت و تحقق اهداف اصلی سازمان، و دستکاری در سود با مرکزگرایی به حفظ قیمت سهام و جایگاه و پاداش مدیر در کوتاه‌مدت، می‌تواند بر دستاوردهای مسئولیت اجتماعی تأثیر بگذارد.

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

این مقاله پیامدها و خط‌مشی‌های روشنی از فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی ارائه می‌دهد. با توجه به پژوهش‌های تجربی، نتایج تجربی با انتظارات نظری ما مطابقت دارد که مدیریت ریسک سازمانی مؤثر می‌تواند اثرات ریسک‌های فردی و کلی را بر اهداف مسئولیت اجتماعی شرکت کاهش دهد. در واقع شرکت‌هایی با مدیریت ریسک مؤثرتر، تمایل بیشتری به سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های عام‌المنفعه دارند. این نتیجه مطابق با نتایج پژوهش‌های کوو و همکاران (۲۰۲۱) و رستگار (۲۰۲۲) می‌باشد. همچنین با بررسی نقش تعدیل‌کنندگی مدیریت سود واقعی متوجه می‌شویم که مدیریت سود واقعی می‌تواند بر ترجیحات مدیریت ریسک سازمانی که در جهت افزایش فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی اعمال می‌گردد تأثیر بگذارد. نتیجه فوق در تضاد با نتایج پژوهش‌های مک‌ویلیامز و همکاران (۲۰۰۶)، کوو و همکاران (۲۰۲۱) و رستگار (۲۰۲۲) می‌باشد. ازاین‌رو، نتایج ما پیامدهای استراتژیک حیاتی برای ذینفعان و قانون‌گذاران مرتبط با فرصت‌طلبی مدیریتی و مکانیزم حاکمیت شرکتی دارد. بهتر است مدیران جهت حفظ مزیت رقابتی شرکت در بلندمدت و نیز محکم کردن پایه‌های صندلی خود در شرکت، تمرکز بیشتری بر مدیریت ریسک سازمانی و مدیریت سود واقعی در چارچوب استانداردهای حسابداری داشته باشند.

این نتایج تجربی دارای چندین محدودیت است: اول، نحوه اندازه‌گیری دقیق مدیریت ریسک سازمانی عموماً با مشکلاتی همراه است؛ زیرا هیچ روش واحد و استانداردی در این حوزه وجود ندارد تا به نحو صحیحی میزان دقیق مدیریت ریسک سازمانی را اندازه‌گیری کند و این کار عموماً با محدودیت بسیار همراه است. دوم، نتیجه پژوهش ما لزوماً نمی‌تواند موفقیت یا شکست اجرای یک سیستم مدیریت ریسک سازمانی را به‌وضوح تعیین کند، که همچنان یک محدودیت بالقوه برای این مطالعه است. سوم، فقدان یک پایگاه اطلاعاتی منظم و سازمان یافته جهت دستیابی به اطلاعات مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها باعث می‌شود که قضاوت‌های شخصی در تجزیه‌وتحلیل گزارش‌های هیئت‌مدیره جهت محاسبه داده‌های مسئولیت اجتماعی، نتایج پژوهش را تحت تأثیر قرار دهد. چهارم از سویی ما تصدیق می‌کنیم که اقدامات مسئولیت اجتماعی مدنظر ما به‌طور کامل تمام ابعاد و معیارهای ممکن و مرتبط کیفیت اطلاعات ارائه شده را در بر نمی‌گیرد. لذا ما بررسی اهمیت اطلاعات مسئولیت اجتماعی و توسعه سایر ابعاد و معیارها و شیوه‌های گزارش کیفیت مسئولیت اجتماعی را به پژوهش‌های آینده واگذار می‌کنیم.

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

References

Abbasi, A.; Zandilak, M., & Khalifeh, M. (2016). The effect of corporate social responsibility on brand trust and brand preference with the mediating role of perceived quality and brand value. *Journal of Business Management Perspective*, 14(25), 31-44. (in Persian)

Ahmadzadeh, M. A.; Moradi, M., & Mostaghimi, M. R. (2022). Strategic agility model based on customers' behavioral tendencies in the insurance industry. *Transformation Management Journal*, 14(1). (in Persian)

Andersen, T.J. (2006). Global Derivatives: A Strategic Risk Management Perspective. *PearsonEducation, Harlow*.

Arefmanesh, Z.; Arefmanesh, Z., & Shokohi, H. (2022). Firm Risk Management and Firm Performance by the Role of Competitive Advantage and Financial Literacy. *Financial Accounting and Auditing Research*, 14(54), 79-100. (in Persian)

Aribi, A., & Gao, S. (2010). Corporate social responsibility disclosure. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 8(2), 72-91.

Asgarnezhad Nouri, B., & Emkani, P. (2017). The Effect of Risk Management on Financial Performance of the Companies Listed in Tehran Stock Exchange: The Mediating Role of Intellectual Capital and Financial Leverage. *Journal of Asset Management and Financing*, *5*(2), 93-112. (in Persian)

Atkins, B. (2006). Is Corporate Social Responsibility Responsible? *NACD Directorship*, 32(10), 33-33.

Bardos, K. S.; Ertugrul, M., & Gao, L. S. (2020). Corporate Social Responsibility, Product Market Perception, and Firm Value. *Journal of Corporate Finance*, 62, 101588.

Barnea, A., & Rubin, A. (2010). Corporate Social Responsibility as a Conflict between Shareholders. *Journal of Business Ethics*, 97(1), 71-86.

Bavarsad, B.; Jaldani, S., & Ghezelbash, H. (2022). Investigating the mediating role of social entrepreneurship for social and human capital to affect operational performance. *Transformation Management Journal*, 13(2), 157-184. (in Persian)

Beasley, M. S.; Clune, R., & Hermanson, D, R. (2005). Enterprise Risk Management: An Empirical Analysis of Factors Associated with the Extent of Implementation. *Journal of Accounting and Public Policy*, 24(6), 521-531.

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

Becchetti, L.; Ciciretti, R., & Hasan, I. (2015). Corporate Social Responsibility, Stakeholder Risk, and Idiosyncratic Volatility. *Journal of Corporate Finance*, 35, 297-309.

Bergstresser, D., & Philippon, T. (2006). CEO incentives and earnings management. *Journal of financial economics*, 80(3), 511-529.

Borghesi, R.; Houston, J. F., & Naranjo, A. (2014). Corporate Socially Responsible Investments: CEO Altruism, Reputation, and Shareholder Interests. *Journal of Corporate Finance*, 26, 64-181.

Branco, M. C., & Rodrigues, L. L. (2006). Corporate Social Responsibility and Resource-Based Perspectives. *Journal of Business Ethics*, 69(2), 111-132.

Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance. *Academy of Management Review*, 4, 497-505.

Cheng, B.; Ioannou, I., & Serafeim, G. (2014). Corporate Social Responsibility and Access to Finance. Strategic Management Journal, 35(1), 1-23.

Cheng, I. H.; Hong, H. G. & Shue, K. (2012). Do Managers Do Good with Other People's Money? *National Bureau of Economic Research, Working paper*, 19432.

Cheung, A. W. K. (2016). Corporate Social Responsibility and Corporate Cash Holdings. *Journal of Corporate Finance*, 37, 412-430.

Chih, H.; Shen, C., & Kang, F. (2008). Corporate Social Responsibility, Investor Protection, and Earnings Management: Some international evidence. *Journal of Business Ethics*, 79(1-2), 179-198.

Cohen, D. A., & Zarowin, P. (2010). Accrual-based and Real Earnings Management Activities around Seasoned Equity Offerings. *Journal of Accounting and Economics*, 50(1), 2-19.

Darabi, R.; Vaghfi, S. H., & Salmanian, M. (2017). Relationship between social responsibility reporting with company value and risk for companies registered in Tehran Stock Exchange. *Journal of Value & Behavioral Accounting*, 1(2), 193-213. (in Persian)

Delmas, M.; Montes-Sancho, M. J., & Shimshack, J. P. (2010). Information Disclosure Policies: Evidence from the Electricity Industry. *Economic Inquiry*, 48(2), 483-498.

Dhaliwal, D.; Li, O.; Tsang, A., & Yang, Y. (2011). Voluntary Nonfinancial Disclosure and Cost of Equity Capital: The Initiation of Corporate Social Responsibility Reporting. *Accounting Review*, 86(1), 59-100.

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

Ewert, R., & Wagenhofer, A. (2005). Economic Effects of Tightening Accounting Standards to Restrict Earnings Management, *The Accounting Review*, 80(4), 1101-1124.

Fakhari, H.; Mohammadi, J., & Hasannataj Kordi, M. (2015). An Investigation of the Audit Committee Characteristics Effects on Real Earnings Management. *Empirical Studies in Financial Accounting*, *12*(46), 130-154. (in Persian)

Godfrey, P. C. (2005). The Relationship between Corporate Philanthropy and Shareholder Wealth: A Risk Management Perspective. *Academy of Management Review*, 30(4), 777-798.

Gordon, L. A.; Loeb, M, P., & Tseng, C. Y. (2009). Enterprise Risk Management and Firm Performance: A Contingency Perspective. *Journal of Accounting and Public Policy*, 28(4), 301-327.

Graham, J. R.; Harvey, C. R. & Rajgopal, S. (2005). The Economic Implications of Corporate Financial Reporting. *Journal of Accounting and Economics*, 40(1-3), 3-73.

Grewal, J.; Riedl, E. J., & Serafeim, G. (2019). Market Reaction to Mandatory Nonfinancial Disclosure. *Management Science*, 65(7), 3061-3084.

Habibzadeh, A., & Joyaee, R. (2020). Financial distress, internal control and profit management. *Journal of Accounting and Management Vision*, *3*(29), 98-112. (in Persian)

Hall, B. J., & Liebman, J. B. (1998). Are CEOs Really Paid Like Bureaucrats? *Quarterly Journal of Economics*, 113(3), 653-691.

Harjoto, M., & Laksmana, I. (2018). The Impact of Corporate Social Responsibility on Risk Taking and Firm Value. *Journal of Business Ethics*, 151(2), 353-373.

Harner, M. M., (2010). Ignoring the Writing on the Wall: The Role of Enterprise Risk Management in the Economic Crisis. *Journal of Business and Technology Law*, 5(1), 45-58.

Hassas Yeganeh, Y.; Sohrabi, H., & Ghavasikenari, M. (2020). The relationship between social responsibility reporting and firm value. *Financial Accounting and Auditing Research*, *12*(45), 1-20. (in Persian)

Healy, P. M., & Wahlen, J. M. (1999). A review of the earnings management literature and its implications for standard setting. *Accounting Horizons*, 13(4), 365–383.

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

Hemingway, C., & Maclagan, P. (2004). Managers' Personal Values as Drivers of Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 50(1), 33-44.

Homayoni Rad, M. H., & Lagzian, M. (2015). The Employee-Organization Relationship and Organizational Citizenship Behavior. *Transformation Management Journal*, 7(13), 71-94. (in Persian)

Hsieh, T. S.; Bedard, J. C. & Johnstone, K. M. (2014). CEO Overconfidence and Earnings Management. *Journal of Business Finance and Accounting*, 41(9-10), 1243-1268.

Jalili, S., & Gheysari, F. (2014). Investigating the relationship between profit quality and social responsibility of companies listed on the Tehran Stock Exchange. *Journal of audit science*. 14(57), 147-170. (In Persian)

Kaveh, M., & Salemi, G. (2022). The relationship between corporate social responsibility, organizational risk management and real profit management with the moderating role of managerial self-confidence. *Journal of Accounting and Management Vision*, *5*(58), 127-147. (in Persian)

Kim, Y.; Park, M. S., & Wier, B. (2012). Is Earnings Quality Associated with Corporate Social Responsibility? *The Accounting Review*, 87(3), 761-796.

Kuo, Y. F.; Lin, Y. M., & Chien, H. F. (2021). Corporate Social Responsibility, Enterprise Risk Management, and Real Earnings Management: Evidence from Managerial Confidence, *Finance Research Letters*, 41(101805), 1-51

Kytle, B., & Ruggie, J. G. (2005). Corporate Social Responsibility as Risk Management: A Model for Multinationals. Corporate Social Responsibility Initiative, *Harvard University*, Working Paper, 10.

Maranjory, M., & Alikhani, R. (2014). Social Responsibility Disclosure and Corporate Governance. *Accounting and Auditing Review*, *21*(3), 329-348. (in Persian)

McWilliams, A.; Siegel, D. S., & Wright, P. M. (2006). Corporate Social Responsibility: Strategic Implications. *Journal of Management Studies*, 43(1), 1-18.

Mohamadi, M., & Karimi Deldar, B. (2021). Investigating the Impact of Corporate Social Responsibility Indices on Risk Management Methods in Companies Listed in Tehran Stock Exchange. *Journal of Accounting and Management Vision*, *4*(40), 65-83. (in Persian)

Mohammad Sharifi, N.; Nabavi Chashmi, S. A., & Yadollahzade Tabari, N. A. (2021). The Role of Enterprise Risk Management on Firm Performance in

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

the Merger and Acquisition Process Using Heckman's Two-Stage Model. *Financial Engineering and Portfolio Management*, *12*(46), 435-448. (in Persian)

Naseem, T.; Shahzad, F.; Asim, G. A., & 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), 501-513.

Petersen, M. A. (2009). Estimating standard errors in finance panel data sets: Comparing approaches. *Review of Financial Studies*, 22(1), 435–480.

Pourahmadi, M. H., & Farsad Aman Elahi, G. (2021). The Effect of Enterprise Risk Management on the Relationship between External Financing and Earnings Management. *Financial Accounting and Auditing Research*, *13*(49), 73-96. (in Persian)

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Strategy and Society the Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92.

Presley, T. J., & Abbott, L. J. (2013). CEO Overconfidence and the Incidence of Financial Restatement. *Advances in Accounting*, 29(1), 74-84.

Preston, L. E., & O'Bannon, D. P. (1997). The Corporate Social–Financial Performance Relationship: A Typology and Analysis. *Business and Society*, 36(4), 419-429.

Prior, D.; Surroca, J., & Tribo, J. (2008). Are Socially Responsible Managers Really Ethical? Exploring the Relationship between Earnings Management and Corporate Social Responsibility. *Corporate Governance: An International Review*, 16(3), 160-177.

Rastegar, M. A. (2022). The effectiveness test of customer concentration on cash holdings adjustment speed in listed companies in Tehran Stock Exchange. *Financial Knowledge of Securities Analysis*, *14*(52), 139-156. (in Persian)

Roychowdhury, S., (2006). Earnings Management: Through Real Activities Manipulation. *Journal of Accounting and Economics*, 42(3), 335-370.

Sarlak, N., & Akbari, M. (2014). Relationship between Related Party Transactions and Earnings Management. *Accounting and Auditing Review*, *20*(4), 77-92. (In Persian)

Schrand, C. M., & Zechman, S. C. (2012). Executive Overconfidence and the Slippery Slope to Financial Misreporting. *Journal of Accounting and Economics*, 53(1), 311-329.

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

Shen, C. H., & Chang, Y. (2009). Ambition Versus Conscience, Does Corporate Social Responsibility Pay Off? The Application of Matching Methods. *Journal of Business Ethics*, 88(1), 133-153.

Torshizi, A., & Bazzaz zadeh Torbati, H. R. (2018). The Relationship Between Corporate Governance and Firm Risk: A Moderating Role of Social Responsibility. *Financial Accounting Knowledge*, *5*(3), 135-151. (in Persian)

Archive of SID.ir