

مسئولیت اجتماعی شرکت، مدیریت ریسک و مدیریت سود واقعی: با تأکید بر بیش اعتمادی مدیریتی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۷/۰۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۷/۲۵

کد مقاله: ۱۴۷۹۵

مهرداد گلیجانی^{۱*}، رسول پورفیض اله^۲

نادیه الهیاری وانستاق^۳

چکیده

پیش بینی می‌شود که اگر مدیران بر پایه اطمینان و انگیزه‌های فرصت طلبانه خود در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت، همکاری کنند، احتمالاً سهامداران را در مورد ارزش و عملکرد مالی شرکت گمراه می‌کنند. مدیریت ریسک شرکت بر کیفیت حاکمیت شرکتی تأثیر می‌گذارد، که سهامداران را قادر می‌سازد تا ریسک را به طور مؤثرتری مدیریت کنند و شرکت‌ها را به بهبود عملکرد تشویق می‌کند. از این رو هدف این پژوهش بررسی این موضوع است که آیا مسئولیت اجتماعی شرکت و مدیریت ریسک شرکت بر مدیریت سود واقعی: با تأکید بر بیش اعتمادی مدیریتی تأثیر معناداری دارد یا نه؟ جامعه آماری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بین سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۹ و با بهکارگیری اطلاعات ۱۲۰ شرکت و روش رگرسیون خطی چند متغیره به آزمون فرضیه پرداخته شد. با توجه به نتایج آزمون فرضیه اول، مسئولیت اجتماعی شرکت و مدیریت ریسک شرکت رابطه مستقیم و معناداری دارند. و همچنین نتایج فرضیه دوم حاکی از آن است که مدیریت سود واقعی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و مدیریت ریسک شرکت تأثیر معناداری دارد. و نیز نتایج فرضیه سوم حاکی از آن است که بیش اعتمادی مدیریتی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و مدیریت ریسک شرکت تأثیر معناداری دارد.

واژگان کلیدی: بیش اعتمادی مدیریتی، مدیریت سود واقعی، مدیریت ریسک شرکت، مسئولیت اجتماعی شرکت

۱- استادیار گروه حسابداری، واحد تنکابن، دانشگاه آزاد اسلامی، تنکابن، ایران. (نویسنده مسئول)

m.golejani1@yahoo.com

۲- دانشجوی دکتری حسابداری، واحد تنکابن، دانشگاه آزاد اسلامی، تنکابن، ایران.

۳- کارشناس ارشد حسابداری، واحد تنکابن، دانشگاه آزاد اسلامی، تنکابن، ایران.

شرکت‌ها در محیطی فعالیت می‌کنند که در آن عموم مردم نه تنها به توانایی‌های خود در تولید سود توجه دارند، بلکه از آنها انتظار دارند که تعادلی بین رشد کسب‌وکار و پیشرفت اجتماعی برقرار کنند (یافن و همکاران^۱، ۲۰۲۰). در این دیدگاه، یک شرکت نه تنها باید ثروت سهامداران را به حداکثر برساند، بلکه باید فرصت‌هایی را برای اقلیت‌های محروم، حفاظت از محیط‌زیست، و منافع کارکنان و مصرف‌کنندگان فراهم نماید. این مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت است (شن و چانگ^۲، ۲۰۰۹). طبق نظر گرانت^۳ (۲۰۱۸)، کسب و کارهایی که اصول مسئولیت اجتماعی شرکت را اتخاذ می‌کنند، معتقدند که با عملکرد اخلاقی و مسئولانه، شانس بیشتری برای موفقیت دارند. مسئولیت‌ها و اخلاقیات شرکت‌ها شایسته توجه است. بنابراین، مدیران باید در مسئولیت اجتماعی شرکت، به نفع سهامداران شرکت کنند (گود فری^۴، ۲۰۱۵). پورتر و کرامر^۵ (۲۰۱۶) استدلال می‌کنند که شرکت‌ها دو انتخاب دارند: یا توسعه یک برنامه مسئولیت اجتماعی شرکت که در تجارت ادغام شده است، یا تماشای انجام این کار توسط رقبای. ظاهراً مسئولیت اجتماعی شرکت به یک اولویت اجتناب‌ناپذیر برای رهبران مشاغل در سراسر جهان تبدیل شده است. افزون بر این، شرکت‌ها در ریسک دارایی خود، همگن نیستند (رهنمای رودپشتی، ۱۴۰۰). بنابراین مدیریت ریسک به یک نگرانی اساسی در محیط جهانی پویا تبدیل شده است. به عنوان یک اقدام اختیاری، مدیریت ریسک انگیزه اقتصادی یک مدیر را برای تخصیص برخی از منابع شرکت به منظور افزایش فعالیت‌های CSR تقویت می‌کند. برخلاف تکنیک‌های مرسوم مدیریت ریسک، مدیریت ریسک شرکت الگوی جدیدی برای مدیریت مجموعه ریسک‌هایی است که سازمان‌ها با آن مواجه هستند و سیاست‌گذاران همچنان بر مکانیسم‌هایی برای بهبود حاکمیت و مدیریت ریسک شرکت تمرکز می‌کنند (بیزلی و همکاران^۶، ۲۰۱۹). به گفته گوردون و همکاران^۷ (۲۰۰۹)، حمایت فزاینده‌ای برای این استدلال وجود دارد که سازمان‌ها عملکرد خود را با به‌کارگیری مدیریت ریسک شرکت بهبود می‌بخشند. مدیریت ریسک شرکت بر کیفیت حاکمیت شرکتی تأثیر می‌گذارد، که سهامداران را قادر می‌سازد تا ریسک را به‌طور مؤثرتری مدیریت کنند و شرکت‌ها را به بهبود عملکرد تشویق می‌کند. (یافن و همکاران، ۲۰۲۰). بر پایه تئوری نمایندگی، شیوه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت ممکن است با پیگیری منافع شخصی مدیران مرتبط باشد (جنسن و مک‌کلینگ^۸، ۱۹۷۶؛ مک ویلیامز و همکاران^۹، ۲۰۰۶). یک مدیر ممکن است در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت کند تا تخلفات شرکتی را ببوشاند (همینگوی و مک‌لاگان^{۱۰}، ۲۰۰۴). چنگ و همکاران^{۱۱} (۲۰۱۴) دریافته‌اند که مشوق‌های مدیریتی و حکمرانی نقش مهمی در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت ایفا می‌کنند. بورگسی و همکاران^{۱۲} (۲۰۱۴) گزارش می‌دهد که مدیران با این اعتقاد که چنین فعالیت‌هایی شهرت حرفه‌ای و شخصی آنها را افزایش می‌دهد، فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت را دنبال می‌کنند. اگرچه مدیران عامل در مورد اینکه آیا شرکت‌ها باید در فعالیت‌های مسئولیت‌پذیر اجتماعی شرکت کنند تفاوت دارند، نظرات آنها تا اندازه‌ای به نگرش سرمایه‌گذاران و سطح حاکمیت شرکتی بستگی دارد. افزون بر این، از آنجایی که اعتماد مدیر عامل توجه آکادمیک زیادی را به خود جلب می‌کند، این می‌تواند برخی از الگوهای رفتاری مدیران را توضیح دهد که با ریسک‌گریزی مدیریتی کمتر قابل توضیح نیستند (گوئل و تاکور^{۱۳}، ۲۰۰۸). در پی بحران‌های مالی اخیر و شکست‌های شرکتی، مدیران عامل اغلب به‌خاطر اعتماد بیش از اندازه سرزنش می‌شوند که منجر به دستکاری درآمد و ریسک‌های بیش از اندازه می‌شود. از منظر دیگر، اعتماد بیش از اندازه ممکن است به ریسک‌پذیری بیشتر و صورت‌های مالی نادرست منجر شود (شراند و زچمن^{۱۴}، ۲۰۱۲). هامفری جنر و همکاران^{۱۵} (۲۰۱۶) دریافته‌اند که مدیران عامل با خودباوری بیش از اندازه گزینه‌های بیشتری را در شرکت‌های نوآور و ریسک‌پذیر دریافت می‌کنند (یافن و همکاران، ۲۰۲۰). اگر مشوق‌های غرامت غالب باشد، مسئولیت اجتماعی شرکت همیشه به صرف دلایل اقتصادی انجام نمی‌شود، بلکه ویژگی‌ها و مشوق‌های مدیر عامل تأثیر مهمی بر ورودی‌های مسئولیت اجتماعی شرکت دارند (جهان‌شاهی، ۱۳۹۷). پیش‌بینی می‌شود که اگر مدیران بر پایه اطمینان و انگیزه‌های فرصت‌طلبانه خود در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت همکاری کنند، احتمالاً سهامداران را در مورد ارزش و عملکرد مالی شرکت گمراه می‌کنند. مشوق‌های مدیر عامل می‌توانند مدیران با خودباوری را برای مشارکت در مدیریت ریسک شرکت مؤثرتر تحریک کنند، که به نوبه خود بر مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر می‌گذارد (یافن و همکاران، ۲۰۲۰). برای کاهش اثرات عدم قطعیت بر عملکرد شرکت، مدیران را می‌توان با

- 1 Ya-Fen et al.
- 2 Shen & Chang
- 3 Grant T
- 4 Godfrey
- 5 Porter & Kramer
- 6 Beasley et al
- 7 Gordon et al
- 8 Jensen & Meckling
- 9 McWilliams et al
- 10 Hemingway & Maclagan
- 11 Cheng et al
- 12 Borghesi et al
- 13 Goel & Thakor
- 14 Schrand & Zechman
- 15 Humphery-Jenner et al

تغییر اقلام تعهدی و تأثیرگذاری بر ساختار معاملات واقعی، در نتیجه حفظ قیمت سهام، برانگیختن سود را در صلاحدید مجاز اصول حسابداری پذیرفته شده همگانی (GAAP) مدیریت کنند. پریور و همکاران^۱ (۲۰۰۸) نشان می‌دهند که مسئولیت اجتماعی شرکت می‌تواند برای جلب حمایت سهامداران مورد استفاده قرار گیرد، اما این می‌تواند منجر به تثبیت مدیرانی شود که سود را دستکاری می‌کنند (پور نعمت و همکاران، ۱۴۰۰). با این حال، اتکینز^۲ (۲۰۰۶) ادعا می‌کند که آنچه عموم سرمایه‌گذاران از «مسئولیت اجتماعی» درک می‌کنند، شفافیت در گزارشگری مالی شرکت‌ها است. شرکت‌هایی که شیوه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت را برای برآورده کردن آن اجرا می‌کنند، انتظارات سهامداران شاید مدیریت سود را محدود می‌کند و در نتیجه اطلاعات مالی شفاف و قابل اعتماد تری را برای سرمایه‌گذاران فراهم می‌کند. به نظر می‌رسد این شیوه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت بر ادراک ذی‌نفعان تأثیر می‌گذارد، و سهامداران کلیدی را به این باور می‌رساند که شرکت به الزامات اجتماعی متعهد است. افزون بر این، کیم و همکاران^۳ (۲۰۱۲) دریافته‌اند که شرکت‌های دارای مسئولیت اجتماعی در مقایسه با شرکت‌های غیر مسئولیت اجتماعی شرکت کمتر احتمال دارد سود را از طریق اقلام تعهدی اختیاری مدیریت کنند یا فعالیت‌های عملیاتی واقعی را دستکاری کنند. مدیران ممکن است از مسئولیت اجتماعی شرکت برای افزایش شهرت شرکت خود و محدود کردن مدیریت سود برای کاهش آسیب احتمالی به آن استفاده کنند. (یافن و همکاران، ۲۰۲۰).

به‌جز بررسی پیامدهای تأثیر مدیریت سود فعالیت‌های واقعی بر مسئولیت اجتماعی شرکت، این مطالعه به بررسی رابطه بین مدیریت ریسک شرکت (ERM) و مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR) می‌پردازد، افزون بر اینکه، چگونه بیش اعتمادی مدیریتی بر این رابطه تأثیر می‌گذارد. این پژوهش بیشتر تحلیل می‌کند که آیا مدیریت سود یک مدیر، تأثیر تعدیل‌کننده ای بر رابطه مذکور دارد یا خیر. از همین رو پژوهش آماده تأثیر تعامل بین مدیریت سود فعالیت‌های واقعی و بیش اعتمادی مدیریتی را بر فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت بررسی می‌کند. از آنجایی که ویژگی‌های شخصیتی مدیران ممکن است از طریق مدیریت سود، انگیزش آنها را القا کند، ما بیشتر نقش تعدیل‌کننده مدیریت سود فعالیت‌های واقعی (REM) را بررسی می‌کنیم. لذا این مطالعه سه کمک به ادبیات تحقیق دارد که به‌عنوان نوآوری آن تلقی می‌شود: اول، به مجموعه رو به رشدی از ادبیات مالی و حسابداری در مورد مسئولیت اجتماعی شرکت کمک می‌کند، زیرا رابطه مستقیم بین مسئولیت اجتماعی و ریسک شرکت برقرار می‌کند. با این حال ما ریسک شرکت را با توجه به ریسک کلی آن اندازه‌گیری می‌کنیم. بنابر این، این مقاله به بررسی جدید مدیریت ریسک شرکت کمک می‌کند و جزء پژوهشی است که شواهد جدیدی را ارائه می‌دهد که مسئولیت اجتماعی شرکت می‌تواند تحت‌تأثیر میزان ریسک شرکت قرار گیرد. دوم، اگرچه برخی مطالعات ارتباط بین مسئولیت اجتماعی و مدیریت سود را بررسی نمودند، اما یافته‌های متناقضی ارائه داده‌اند. از این رو این پژوهش با ادغام بیش اعتمادی مدیریتی و مدیریت سود فعالیت‌های واقعی به رابطه بین مدیریت ریسک و مسئولیت اجتماعی پرداخته‌است. چرا که شخصیت مدیران بر تصمیمات مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر گذار است. سوم، این پژوهش با نشان دادن اینکه مدیریت سود اثر تعدیل‌کننده ای بر رابطه بین اعتماد مدیریتی و مسئولیت اجتماعی شرکت دارد، به ادبیات مسئولیت اجتماعی شرکت کمک می‌کند.

۲- مبانی نظری

۲-۱- مدیریت ریسک

مدیریت ریسک فرایند سنجش یا ارزیابی ریسک و سپس طرح استراتژی‌هایی برای اداره ریسک است. روی هم‌رفته، استراتژی‌های به کار رفته شامل: انتقال ریسک به بخش‌های دیگر، دوری از ریسک، کاهش اثرات منفی ریسک و پذیرش قسمتی یا تمامی پیامدهای یک ریسک خاص هستند (هال، ۲۰۱۵).

۲-۲- مدیریت سود واقعی

تعریف مدیریت سود واقعی از نظر رویچوداری (۲۰۱۴) انحراف از روش‌های عملیاتی عادی است که با به‌کارگیری آن مدیران اقدام به گمراه کردن بعضی از ذی‌نفعان شرکت درباره رسیدن به هدف‌های خاص شرکت می‌کنند. مدیران می‌توانند به‌وسیله این رفتارها به هدف‌های گزارشگری مالی خود برسند؛ ولی این رفتارها الزاماً سبب افزایش ارزش شرکت نمی‌شود. مدیران در مدیریت سود واقعی جهت کسب سود دلخواه دست به دستکاری فعالیت‌های تأثیرگذار می‌زنند. این دستکاری اثر مستقیم بر جریان وجوه نقد دارد (دجو و شراند، ۲۰۰۴). طبق نظر کوهن و همکاران^۴ (۲۰۰۸) مدیران از طریق دستکاری مخارج اختیاری^۵، تولید و فروش به

1 Prior et al

2 Atkins, B

3 Kim et al

4 Hull

5 Dechow & Schrand

6 Cohen & et al

7 Discretionary Expenditure

سود مورد نظر خود دست می‌یابند. از نظر گانی (۲۰۰۵) یکی از روش‌هایی که مدیران جهت دستکاری سود استفاده می‌کنند، فروش دارایی‌هاست.

۳-۲- بیش اعتمادی مدیریتی

اعتماد مدیریتی مدیران، ویژگی شخصی است که می‌تواند به صورت ارباب رفتاری و داشتن اعتقادات غیرواقعی (مثبت) درباره هر یک از جنبه‌های یک پیشامد در شرایط عدم اطمینان تعریف شود (اسکالا، ۲۰۰۸). هیر شلیفر (۲۰۰۱)^۱ معتقد است، اعتماد مدیریتی مدیران، بر تئوری خودفریبی^۲ مبتنی است. این تئوری به مکانیزم‌هایی می‌پردازد که طی آن افراد سعی می‌کنند از طریق توجیه تصمیمات گذشته خود، احترام خود را جلب کنند.

۴-۲- مسئولیت اجتماعی شرکت

مسئولیت اجتماعی شرکت به عنوان مسئولیت شرکت در قبال جامعه، افراد انسانی و محیطی است که سازمان در آن فعال است و این مسئولیت از ملاحظات اقتصادی فراتر می‌رود. مسئولیت اجتماعی شرکت فعالیت‌هایی است که پیش برنده منفعت اجتماعی بوده و فراتر از منافع شرکت و آن چیزی است که قانون لازم می‌دارد (حاجی‌ها و سرافراز، ۱۳۹۳).

۳- پیشینه پژوهش

اصلاوی (۱۴۰۱) استراتژی‌های مدیریت ریسک سازمان‌های بین‌المللی در اقتصادهای نوظهور را مورد بررسی قرار داد. نتایج نشان می‌دهد که دولت همچنان یکی از ذی‌نفعان اصلی می‌باشد و حفظ روابط فعال با آنها، به موفقیت عملیاتی MNE ها کمک کرده است. استراتژی‌های کاهش ریسک به کاررفته توسط MNE ها شامل مدیریت هوشیاری، به تصویر کشیدن رفتار مناسب، هدایت بدون چالش و واسطه‌گری فعال می‌باشد.

رجایی زاده و همکاران (۱۴۰۰) در بررسی تأثیر اعتماد بیش از اندازه مدیریت بر کارایی سرمایه‌گذاری در نیروی انسانی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بین سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۸ با نمونه دربردارنده ۱۲۰ شرکت و با به کارگیری رگرسیون چندگانه بر پایه داده‌های ترکیبی پرداختند، به این نتیجه رسیدند که اعتماد بیش از اندازه مدیریت بر کارایی سرمایه‌گذاری در نیروی انسانی تأثیر معکوس و معناداری دارد.

رهنمای رودپشتی و همکاران (۱۴۰۰) به ارزیابی مدیریت ریسک شرکت با به کارگیری کاربرد تصمیم‌گیری چندمعیاره خاکستری با وزن آنتروپی شرکت‌های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نمونه مورد مطالعه شامل ۲۰ شرکت طی سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۷ است. در این پژوهش ابتدا به دنبال یافتن وزن نسبی برای اندازه‌گیری مدیریت ریسک شرکت‌ها با به کارگیری متغیرهای (مدیریت ریسک استراتژیک، مدیریت ریسک عملیاتی، مدیریت ریسک گزارشگری و مدیریت ریسک عدم رعایت قوانین و مقررات) صورت گرفته است. سپس، بر پایه نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل آنتروپی، به دنبال مشخص کردن رتبه بندی شرکت‌ها از لحاظ عملکرد مدیریت ریسک با به کارگیری تجزیه و تحلیل رابطه خاکستری در شرکت‌ها شدند. نتایج حاصل از این پژوهش حاکی از آن است که بسیاری از شرکت‌ها نسبت به مدیریت ریسک از عملکرد بالایی برخوردارند.

پور نعمت و همکاران (۱۴۰۰) در تحقیقی که هدف آن، بررسی تأثیر وقوع بحران مالی بر مدیریت ریسک شرکت‌های پذیرفته شده در بورس بود، اشاره به این دارند که اقتصاد هر از چند گاهی دچار بحران مالی می‌شود. آگاهی از میزان تأثیر بحران‌های مالی بر مدیریت سود بر تصمیمات سرمایه‌گذاران تأثیرگذار است. همچنین، هزینه‌های اقتصادی ورشکستگی نیز بسیار زیاد است. بنابراین، توانایی پیش بینی بحران مالی و جلوگیری از وقوع آن از اهمیت اساسی برخوردار است و از تخصیص نامناسب منابع کمیاب اقتصادی جلوگیری می‌کند. مدیران به‌عنوان نمایندگان صاحبان سهام باید تلاش نمایند ساختار سرمایه شرکت را به گونه‌ای تنظیم کنند که هزینه سرمایه شرکت را حداقل و در نتیجه ارزش شرکت و ثروت سهامداران حداکثر گردد.

محمدی و کریمی دلداری (۱۴۰۰) به بررسی تأثیر شاخص‌های مسئولیت اجتماعی شرکت بر روش‌های مدیریت ریسک در شرکت‌های پذیرفته شده در سازمان بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج فرضیه نخست پژوهش نشان داد که شاخص‌های مسئولیت اجتماعی شرکت بر مدیریت ریسک استراتژیک شرکت تأثیر معناداری و مثبت دارد. نتایج فرضیه دوم پژوهش نشان داد که شاخص‌های مسئولیت اجتماعی شرکت بر مدیریت ریسک عملیاتی شرکت تأثیر معنادار و منفی دارد. نتایج فرضیه سوم پژوهش نشان داد که شاخص‌های مسئولیت اجتماعی شرکت بر مدیریت ریسک گزارشگری شرکت تأثیر معناداری ندارد. نتایج فرضیه چهارم نیز نشان داد که شاخص‌های مسئولیت اجتماعی شرکت بر مدیریت ریسک عدم رعایت قوانین و مقررات شرکت تأثیر معنادار و منفی دارد.

عین الهی نژاد (۱۴۰۰) به بررسی و مطالعه آیت‌های مؤثر بر ارتقا کارایی و اثربخشی در سازمان با رویکرد مدیریت ریسک (مطالعه موردی: شهرداری تهران) پرداخت. نتایج نشان داد ریسک‌های رقابت، سیاسی، نیروی انسانی، بازار، نقدینگی، قوانین،

1 Hirshleifer
 2 Self-Deception Theory

مقررات اعتباری، شهرت و اعتبار، حاکمیت شرکتی، نقدشوندگی، سیستم عملیاتی، سرمایه و رویداد به ترتیب در رتبه‌های اولویت قرار دارند.

پورمه‌دیان (۱۴۰۰) گروه‌های تجاری و مسئولیت اجتماعی شرکت را با به‌کارگیری ۱۱۸ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و در دوره زمانی ۱۳۹۸-۱۳۹۱ مورد بررسی قرار دادند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که شرکت‌های وابسته به گروه‌های تجاری بر عملکرد مسئولیت اجتماعی تأثیر منفی و معناداری دارد. اما شرکت‌های وابسته به گروه‌های تجاری بر عملکرد مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های متعلق به دولت تأثیر معناداری ندارد.

نقدی پور بیرگانی و مطلبیان (۱۴۰۰) در پژوهش خود موضوع اثربخشی کمیته حسابرسی در تأثیر عدم تقارن اطلاعاتی بر مدیریت واقعی سود شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران را بررسی کردند. نتایج فرضیه اول نشان داد که عدم تقارن اطلاعاتی بر مدیریت سود واقعی تأثیر مثبت دارد. همچنین دیگر یافته‌های پژوهش حاکی از این است که با وجود کمیته حسابرسی اثر بخش شدت تأثیر عدم تقارن اطلاعاتی بر مدیریت سود واقعی کاهش می‌یابد. با توجه به نتایج آزمون فرضیه‌ها می‌توان بیان کرد که انجام مدیریت سود واقعی توسط مدیران در شرایط عدم تقارن اطلاعاتی با وجود نظارت کمیته حسابرسی به دلایل رویکرد اطلاعاتی، رفتار فرصت طلبانه و انعقاد قراردادهای کارا می‌باشد.

مرادی و همکاران (۱۳۹۹) به تأثیر رفتار شرکت‌های رقیب بر مدیریت سود شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. در این راستا داده‌های ۹۳ شرکت طی بازه زمانی سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۶ تجزیه و تحلیل شدند. نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش نشان‌دهنده وجود رابطه معنادار میان عملکرد شرکت‌های رقیب و مدیریت سود تعهدی است؛ با این حال، نتایج نشان می‌دهند عملکرد شرکت‌های رقیب بر مدیریت سود واقعی شرکت‌ها تأثیر معناداری ندارد. با توجه به آنکه اقدامات مدیریت سود تعهدی به منابع و زمان کمتری نیاز دارد و بر جریان‌های نقدی شرکت نیز تأثیرگذار نیست، دور از انتظار نیست که شرکت‌ها به منظور بهبود عملکرد ظاهری خود، تنها به مدیریت سود تعهدی مبادرت کنند.

تجویدی و عامری (۱۳۹۷) تحقیقی با عنوان بررسی اثر بازگشت مدیریت سود واقعی بر عملکرد عملیاتی بلندمدت شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران انجام دادند. تعداد ۱۱۴ شرکت انتخاب شده‌اند که طی دوره زمانی ۱۳۹۵-۱۳۹۰ مورد بررسی قرار گرفته‌اند. نتایج پژوهش حاکی از آن است که بین بازگشت کاهش اختیاری در مخارج فروش، عمومی واداری با کاهش عملکرد آتی رابطه معناداری وجود ندارد، اما بین بازگشت کاهش اختیاری در مخارج فروش، عمومی واداری و میزان محدودیت شرکت در مدیریت سود اقلام تعهدی رابطه معناداری وجود دارد.

هان و همکاران^۱ (۲۰۲۲) به بررسی مالکیت خارجی و مدیریت سود واقعی پرداختند. نتایج پژوهش حاکی از این است که سرمایه‌گذاران خارجی از کشورهایی با کیفیت افشای پایین، عدم تقارن اطلاعاتی بالا یا شدت نظارت ضعیف، از کشورهای دارای قانون مدنی، یا کشورهای غیر IFRS به میزان کمتر، شیوه‌های حکمرانی خوب را از طریق سرمایه‌گذاری‌های خود منتشر می‌کنند و مدیریت سود را محدود می‌کنند. همچنین فاصله فرهنگی زیاد یا فاصله نهادی کوچک تأثیر انضباطی مالکیت خارجی بر مدیریت سود را کاهش می‌دهد.

لیو و همکاران^۲ (۲۰۲۱) تأثیر مدیریت سود واقعی و رفتار سرمایه‌گذاری شرکت‌ها: اثر آستانه بازده حقوق صاحبان سهام را مورد بررسی قرار دادند. نتایج پژوهش حاکی از آن است که شرکت‌هایی که سود را مدیریت می‌کنند، بسته به سطح بازده سهام (بازده حقوق صاحبان سهام) شرکت‌ها، می‌توانند بیش از اندازه یا کمتر سرمایه‌گذاری کنند. نتایج مطالعه یک رابطه معکوس بین مدیریت سود و سرمایه‌گذاری شرکت‌ها را نشان می‌دهد که با افزایش بازده حقوق صاحبان سهام فراتر از سطوح آستانه مشخص، از منفی به مثبت تغییر می‌کند.

لای و همکاران^۳ (۲۰۲۰) به بررسی تأثیر خودباوری بیش از اندازه مدیر و کارایی سرمایه‌گذاری در نیروی انسانی را مورد بررسی قرار دادند که یافته‌های آنان نشان داد که شرکت‌های دارای مدیرعامل با خودباوری بالا، کارایی سرمایه‌گذاری در نیروی انسانی کمتری دارند.

سویانس و همکاران^۴ (۲۰۲۰) پژوهشی را با عنوان بررسی رابطه بین بیش اطمینانی و عملکرد آتی شرکت در استرالیا در فاصله زمانی ۲۰۱۵ - ۲۰۱۱ با به‌کارگیری رگرسیون حداقل مربعات و داده‌های ترکیبی به بررسی رابطه بین بیش اطمینانی و عملکرد آتی شرکت پرداختند. آنها در مطالعات انجام شده خود به این نتیجه رسیدند بین بیش اطمینانی و عملکرد آتی شرکت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

واتس و تیت^۵ (۲۰۱۹) پژوهشی را با عنوان بررسی رابطه بین بیش اطمینانی و عملکرد آتی شرکت در ۱۲۴ شرکت در طی سال‌های ۲۰۱۶ - ۲۰۱۲ در ژاپن با به‌کارگیری مدل رگرسیونی چند متغیره به بررسی رابطه بین بیش اطمینانی و عملکرد آتی شرکت پرداختند. نتایج حاصل از پژوهش آنان حاکی از این بود که بین بیش اطمینانی و عملکرد آتی شرکت رابطه معناداری وجود دارد.

- 1 Han et al
- 2 Liu et al
- 3 Liu et al
- 4 Swans et al
- 5 watts & titee

آمیدو و همکاران^۱ (۲۰۱۹) به بررسی تأثیر قیمت‌گذاری انتقالی و مدیریت سود بر اجتناب مالیاتی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس غنا پرداختند. آنها به این نتیجه رسیدند که تقریباً همه شرکت‌های موجود در نمونه، استراتژی‌های قیمت‌گذاری انتقالی و مدیریت سود را به‌منظور اجتناب از پرداخت مالیات طی سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۵ به کار می‌برند. همچنین نتایج بیانگر این است که حساسیت اجتناب از پرداخت مالیات به قیمت‌گذاری انتقالی با افزایش مدیریت سود کاهش می‌یابد.

هندریکسون^۲ (۲۰۱۸) پژوهشی را با عنوان بررسی رابطه بین بیش اطمینانی و عملکرد آتی شرکت در ۱۱۲ شرکت در طی سال‌های ۲۰۱۶-۲۰۱۲ در اندونزی با به‌کارگیری رگرسیون حداقل مربعات و داده‌های پنل به بررسی رابطه بین بیش اطمینانی و عملکرد آتی شرکت پرداخت. در این پژوهش، وی به این نتیجه رسید که بین بیش اطمینانی و عملکرد آتی شرکت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

آرشاد و رازاک^۳ (۲۰۱۸) تحقیقی را با عنوان بررسی افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد شرکت‌های مالزیایی انجام دادند. در این پژوهش اطلاعات ۲۴۲ شرکت مالزی در سال‌های ۲۰۱۲-۲۰۱۴ گردآوری شدند. نتایج این مطالعه نشان داد که افشای فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها اثر قابل توجهی بر روی موفقیت شرکت‌ها دارد و به‌طور بالقوه‌ای منجر به عملکرد مالی قوی و ایجاد ارزش برای شرکت‌ها می‌شود. همچنین ساختار مالکیت غالب باعث بهبود فعالیت‌های افشای مسئولیت اجتماعی می‌گردد.

آرانیا^۴ (۲۰۱۸) پژوهشی را با عنوان عملکرد مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی، مطرح ساخت. آن‌ها با به دیده داشتن یک نمونه از داده‌ها و اطلاعات صورت‌های مالی ۳۱۰ شرکت‌های آمریکایی، طی یک دوره زمانی ۲۰ ساله بین سال‌های ۲۰۱۸-۱۹۹۷ نشان دادند، بی‌توجهی به مسئولیت‌پذیری اجتماعی، باعث تأثیر منفی بر عملکرد شرکت در بلندمدت شده و با خدشه‌دار کردن روابط ما بین طیف وسیعی از ذی‌نفعان با مدیران شرکت، می‌تواند باعث آسیب دیدن عملکرد مالی شرکت شود.

دینگ و همکاران^۵ (۲۰۱۸) در تحقیقی تحت عنوان وابستگی دولتی، مدیریت سود واقعی و عملکرد شرکت پرداختند. که باهدف بررسی تأثیر مدیریت سود واقعی بر رابطه بین مالکیت دولتی و عملکرد شرکت‌های چینی در بازه زمانی سال‌های ۱۹۹۸ تا ۲۰۱۰ به این نتیجه رسیدند که مالکیت دولتی که به‌واسطه وابستگی دولت به وجود آمده موجب افزایش عملکرد شرکت می‌گردد و همچنین مدیریت سود واقعی بر رابطه موجود بین مالکیت دولتی و عملکرد شرکت‌های چینی تأثیر مستقیم دارد.

تامایو^۶ (۲۰۱۷) پژوهشی را با عنوان "تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر ارزش شرکت" انجام دادند. در این پژوهش اطلاعات ۱۲۰ شرکت بریتانیایی در طی سال‌های ۲۰۱۵-۲۰۱۲ گردآوری شدند. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی با ارزش شرکت در شرکت‌هایی که میزان آگاهی مشتریان و یا آگاهی عموم مردم از طریق تبلیغاتی که شرکت انجام می‌دهد، بیشتر باشد رابطه مثبت وجود دارد و برای شرکت‌هایی که آگاهی مشتریان و یا عموم مردم پایین است، این رابطه ضعیف و یا منفی می‌باشد. همچنین نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که تأثیر آگاهی بر رابطه مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش شرکت در مورد شرکت‌هایی که شهرت کمی در اجتماع دارند، منفی است.

پارک و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی تحت عنوان افشای مسئولیت اجتماعی و ریسک سیستماتیک شرکت‌های رستورانی با نقش تعدیل‌گر تنوع جغرافیایی به این نتیجه رسیدند که تنوع جغرافیایی به‌عنوان نقش تعدیل‌کننده بر رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی و ریسک سیستماتیک تأثیر مثبت معنی‌داری دارد.

۴- روش‌شناسی

تحقیق مورد نظر از نظر هدف، کاربردی و از جهت روش استنتاج و گردآوری داده‌ها از نوع توصیفی - همبستگی و از نظر طرح تحقیق پس‌رویدادی می‌باشد. در این پژوهش برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز در صورت عدم دسترسی به برخی اطلاعات از بانک‌های اطلاعاتی موجود مانند ره‌آورد نوین یا تدبیر پرداز استفاده گردید و با مراجعه به سایت کدال داده‌های مربوط به هر یک از متغیرها گردآوری شد. پس از جمع‌آوری، داده‌ها به‌صورت خام وارد نرم‌افزار اکسل شد و پس از تحلیل اولیه داده‌ها برای ورود به نرم‌افزار ۱۰ EViews آماده گردید و آزمون‌های آماری مورد نیاز جهت برآورد مدل در نرم‌افزار ذکر شده پیاده‌سازی شد. این پژوهش از لحاظ قلمرو مکانی در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. به‌دلیل گستردگی بالای جامعه و نمونه آماری و نامتجانس بودن برخی از اعضای آن، از روش حذف سیستماتیک برای انتخاب نمونه استفاده شده‌است. (جدول ۱)

۴-۱- اهداف تحقیق

هدف اصلی اول: تبیین تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر مدیریت ریسک شرکت.

- 1 Amidu
- 2 Hendrikson
- 3 Arshad and Razak
- 4 Aranya
- 5 Ding et al
- 6 Tamayo

هدف اصلی دوم: تبیین تأثیر مدیریت سود واقعی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و مدیریت ریسک شرکت.
هدف اصلی سوم: تبیین تأثیر اعتماد مدیریتی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و مدیریت ریسک شرکت.

۲-۴- فرضیه‌های تحقیق

فرضیه اصلی اول: مسئولیت اجتماعی شرکت بر مدیریت ریسک شرکت تأثیر معناداری دارد.
فرضیه اصلی دوم: مدیریت سود واقعی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و مدیریت ریسک شرکت تأثیر معناداری دارد.
فرضیه اصلی سوم: اعتماد مدیریتی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و مدیریت ریسک شرکت تأثیر معناداری دارد.

جدول ۱- مراحل و نحوه انتخاب داده شرکت‌های نمونه

ردیف	محدودیت‌ها و شرایط جامعه	تعداد موجود	تعداد باقیمانده
۱	تعداد شرکت‌های موجود در پایان سال ۱۳۹۹	۵۵۷	
۲	تعداد شرکت‌هایی که سال مالی آنها منتهی به ۲۹ اسفند ماه نمی‌باشد.	(۷۰)	۴۸۷
۳	شرکت‌هایی که اطلاعاتشان در دسترس نیست یا شش دوره در بورس تهران عضویت نداشته‌اند	(۱۰۸)	۳۷۹
۴	شرکت‌هایی که بیش از ۶ ماه وقفه عملیاتی داشتند	(۷۲)	۳۰۷
۵	تعداد شرکت‌های سرمایه‌گذاری، هلدینگ، بانک‌ها و بیمه‌ها	(۱۸۷)	۱۲۰
۶	تعداد شرکت‌هایی که داده‌های آنها جمع‌آوری شده‌است (نمونه نهایی).		۱۲۰

۳-۴- مدل رگرسیونی و متغیرهای تحقیق

برای بررسی آزمون فرضیه اول از مدل رگرسیون ترکیبی برگرفته از مدل شرکت i و زمان t به‌عنوان مدل فرضیه اول استفاده شده‌است.

$$ERM_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 Size_{it} + \beta_3 BM_{it} + \beta_4 Leverage_{it} + \beta_5 Loss_{it} + \beta_6 CF_{it} + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

برای بررسی آزمون فرضیه دوم از مدل رگرسیون ترکیبی برگرفته از مدل شرکت i و زمان t به‌عنوان مدل فرضیه اول استفاده شده‌است.

$$ERM_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 RM_{it} + \beta_3 (RM \times CSR)_{it} + \beta_4 Size_{it} + \beta_5 BM_{it} + \beta_6 Leverage_{it} + \beta_7 Loss_{it} + \beta_8 CF_{it} + \varepsilon_{i,t} \quad (2)$$

برای بررسی آزمون فرضیه سوم از مدل رگرسیون ترکیبی برگرفته از مدل شرکت i و زمان t به‌عنوان مدل فرضیه اول استفاده شده‌است.

$$ERM_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 overcon_{it} + \beta_3 (overcon \times CSR)_{it} + \beta_4 Size_{it} + \beta_5 BM_{it} + \beta_6 Leverage_{it} + \beta_7 Loss_{it} + \beta_8 CF_{it} + \varepsilon_{i,t} \quad (3)$$

۴-۴- متغیر مستقل: مسئولیت اجتماعی

با توجه به معیارهایی که مؤسسه آمریکایی معروف به KLD که هر ساله سازمان‌ها را بر پایه معیارهای اجتماعی و زیست محیطی رتبه بندی می‌کند، اندازه گیری می‌شود.

$$CSR-S = CSR-COM-S + CSR-EMP-S + CSR-ENV-S + CSR-PRO-S \quad (4)$$

رابطه

$CSR-S$ = نمره مسئولیت پذیری اجتماعی، $CSR-COM-S$ = نمره افشای مشارکت اجتماعی که از تفاضل نقاط قوت و نقاط ضعف خاص خود به‌صورت زیر محاسبه می‌شود:

$$CSR-COM-S = \sum Strengths - \sum Concerns \quad (5)$$

رابطه ۲

همین طور می‌توان نمره‌های ابعاد دیگر مسئولیت پذیری اجتماعی، همچون: $CSR-EMP-S$ (نمره افشای روابط کارکنان)، $CSR-ENV-S$ (نمره افشای محیط‌زیست)، $CSR-PRO-S$ (نمره افشای ویژگی محصولات) را از طریق ذکر شده در بالا محاسبه کرد (میش و همکاران، ۲۰۱۱).

۵-۴- متغیر وابسته: مدیریت ریسک شرکت

در این پژوهش از مدل گوردون و همکاران (۲۰۰۹) برای اندازه گیری و کمی کردن مدیریت ریسک شرکت در شرکت‌ها استفاده می‌شود.

$$Operation = sales / total \ assets \quad (6)$$

Sales: فروش
total assets: نشان دهنده جمع کل دارایی‌هاست.

۴-۶- متغیرهای تعدیلی

اعتماد مدیریتی (overcon)

در این پژوهش مطابق با پژوهش احمد و دولتمن (۲۰۱۳) برای اندازه‌گیری بیش اعتمادی مدیریتی از (مازاد سرمایه‌گذاری) استفاده شده‌است.

$$ASSETit * GRit = \beta_0 + \beta_1 SALEit * GRit + \epsilon it \quad (7)$$

مدیریت سود واقعی (RM it)

از مدل‌های زیر برای اندازه‌گیری سطح عادی جریان نقدی عملیاتی، هزینه غیر عادی تولید و هزینه اختیاری غیر عادی استفاده می‌شود:

جریان نقد عملیاتی غیر عادی (RCFO):

$$CFOit / TAit-1 = B_0(1/TAit-1) + B_2(Salesit / TAit-1) + B_3(\Delta Salesit / TAit-1) + \epsilon it \quad (8)$$

هزینه غیر عادی تولید (RPROD):

$$PRODit / TAit-1 = B_0(1/TAit-1) + B_1(Salesit / TAit-1) + B_2(\Delta Salesit / TAit-1) + B_3(\Delta Salesit-1 / TAit-1) + \epsilon it \quad (9)$$

هزینه اختیاری غیر عادی (RDISX):

$$DisExpit / Ait-1 = B_1(1/Ait-1) + B_2(Salesit-1 / Ait-1) + B_3(\Delta Salesit / Ait-1) + \epsilon it \quad (10)$$

CFOit: جریان‌های نقد عملیاتی شرکت i در پایان سال t

TAit-1: جمع کل دارایی‌های شرکت i در پایان سال t-1

Salesit: فروش شرکت i در طی سال t

$\Delta Salesit$: تغییرات فروش شرکت i در پایان سال t که برابر است با فروش در سال t منهای فروش در سال t-1

PRODit: هزینه تولید شرکت i در پایان سال t که برابر است با بهای تمام شده کالای فروش‌رفته + تغییرات در موجودی کالا

$\Delta Salesit-1$: تغییرات فروش شرکت i در پایان سال t-1 که برابر با تفاوت فروش بین سال t-1 و t-2 است.

DisExpit: هزینه اختیاری شرکت i در دوره t است و شامل مجموع هزینه‌ی تبلیغات، هزینه‌های عمومی، فروش و اداری تشکیلاتی می‌شود.

جریان نقد عملیاتی غیر عادی، هزینه غیر عادی تولید و هزینه‌های اختیاری بر این پایه‌اند تفاوت بین مقادیر واقعی آنها و سطوح برآورد شده آنها با به‌کارگیری مدل‌های فوق. (لنارد و همکاران، ۲۰۱۶)

$$RM = RPROD - RCFO - RDISX \quad (11)$$

a. متغیرهای کنترلی:

$Size_{it}$: لگاریتم طبیعی ارزش بازار شرکت در پایان سال مالی به‌عنوان معیار اندازه شرکت

BM_{it} : نسبت ارزش دفتری به ارزش بازار شرکت

$Leverage_{it}$: اهرم مالی شرکت i در سال t که از تقسیم بدهی بر ارزش دفتری دارایی‌ها محاسبه می‌گردد.

$Loss_{it}$: زیان شرکت است که اگر شرکتی در سال جاری زیان داشته‌باشد یک در غیر این صورت صفر می‌گیرد.

CF_{it} : از نسبت جریان نقد عملیاتی بر کل دارایی‌ها به‌دست می‌آید.

۵- یافته‌های پژوهش

۵-۱- آمار توصیفی

شاخص‌های آماری توصیفی استفاده‌شده در این پژوهش میانگین، میانه، انحراف‌معیار، کمترین و بیشترین، ضریب چولگی و کشیدگی می‌باشند.

با نگاهی به جدول ۲ مشاهده می‌شود که میانه و میانگین متغیرها فاصله زیادی با هم ندارند و هر چه قدر به هم نزدیک باشد پخش آن‌ها به توزیع نرمال نزدیک‌تر است. با توجه به پنل ب نیز، نتایج نشان می‌دهد درصد فراوانی متغیر زیان شرکت ۱۳,۸۹٪ می‌باشد که نشان دهنده این است که تقریباً ۱۳,۸۹٪ یعنی حدود ۱۰۰ شرکت مورد بررسی دارای زیان است. درصد فراوانی متغیر زیان شرکت ۴۵,۴۲٪ می‌باشد که نشان دهنده این است که تقریباً ۴۵,۴۲٪ یعنی حدود ۳۲۷ شرکت مورد بررسی دارای مدیران بیش اعتماد هستند.

جدول ۲- شاخص‌های توصیفی متغیرها

متغیرهای پیوسته				پنل الف:	
میانگین	میانه	بیشترین	کمترین	معیار انحراف	
۰,۸۸	۰,۷۶	۱,۹۷	۰,۲۵	۰,۴۷	مدیریت ریسک شرکت
۲,۷۶	۳,۰۰	۷,۰۰	۳,۰۰-	۱,۸۸	مسئولیت اجتماعی
۰,۲۵	۰,۲۰	۰,۷۱	۰,۰۲	۰,۱۹	نسبت ارزش دفتری به ارزش بازار شرکت
۰,۱۱	۰,۱۰	۰,۷۳	۰,۳۹-	۰,۱۴	نسبت جریان نقد عملیاتی
۰,۵۷	۰,۵۷	۰,۹۵	۰,۲۲	۰,۲۰	اهرم مالی
۱۵,۶۲	۱۵,۴۳	۲۱,۷۷	۱۱,۸۷	۱,۷۸	اندازه شرکت
۰,۰۱	۰,۰۴	۰,۵۷	۰,۷۰-	۰,۳۲	مدیریت سود واقعی
متغیرهای گسسته				پنل ب:	
نام متغیر			نوع طبقه	فراوانی	درصد
زیان شرکت			۰	۶۲۰	۸۶,۱۱%
			۱	۱۰۰	۱۳,۸۹%
بیش اعتمادی مدیریتی			۰	۳۹۳	۵۴,۵۸%
			۱	۳۲۷	۴۵,۴۲%

۲-۵- آمار استنباطی

۵-۲-۱- آزمون مانایی

برای بررسی مانایی از آزمون ریشه واحد استفاده شده است.

جدول ۳- خلاصه نتایج آزمون ریشه‌ی واحد-آزمون لوین لین و چپو

نام متغیر	آماره آزمون	سطح معناداری	نتیجه
مدیریت ریسک شرکت	-۱۸/۵۸	۰/۰۰۰۰	مانا
مسئولیت اجتماعی	-۲۰/۱۵	۰/۰۰۰۰	مانا
نسبت ارزش دفتری به ارزش بازار شرکت	-۱۶/۸۳	۰/۰۰۰۰	مانا
نسبت جریان نقد عملیاتی	-۱۰/۳۵	۰/۰۰۰۰	مانا
اهرم مالی	-۱۹/۹۹	۰/۰۰۰۰	مانا
اندازه شرکت	-۵۳/۱۹	۰/۰۰۰۰	مانا (مرتب اول)
مدیریت سود واقعی	-۵/۱۰	۰/۰۰۰۰	مانا
زیان شرکت	-۳/۹۱	۰/۰۰۰۰	مانا
بیش اعتمادی مدیریتی	-۱۱/۹۴		

با توجه به نتایج جدول ۳ می‌توان گفت، از آنجایی که احتمال‌های محاسبه شده در آزمون لوین لین و چو کوچک‌تر از ۰/۰۵ است، در نتیجه تمامی متغیرها مانا هستند.

۵-۲-۲- آزمون ناهمسانی واریانس

برای آزمون ناهمسانی واریانس از آزمون وایت استفاده شده است.

جدول ۴- آزمون همسانی واریانس

آزمون وایت	مقدار آماره	سطح معنی‌داری	نتیجه
مدل اول	۳/۴۴	۰/۰۰۰۰	ناهمسانی واریانس
مدل دوم	۴/۷۵	۰/۰۰۰۰	ناهمسانی واریانس
مدل سوم	۲/۶۱	۰/۰۰۰۰	ناهمسانی واریانس

روش حداقل مربعات معمولی (OLS) بر پایه قضیه گاوس-مارکف بهترین تخمین زننده خطی بدون تورش است؛ اما در صورت وجود ناهمسانی واریانس دیگر روش حداقل مربعات معمولی (OLS) روش مناسبی برای تخمین نیست که از این رو با وزن دادن (Cross-section weights) به رفع آن پرداخته و مدل مناسب برای برآورد آزمون فرضیه‌ها روش حداقل مربعات تعمیم‌یافته (GLS) خواهد بود.

۵-۲-۳- انتخاب الگوی مناسب برای مدل رگرسیون

برای مشخص کردن نوع مدل در مقاطع و دوره‌های زمانی مختلف داده‌های ترکیبی از آزمون F مقید (چاو) استفاده شده است؛ که خروجی آزمون در جدول ۵ نشان داده شده است.

جدول ۵- نتایج آزمون چاو (F مقید) در بررسی مدل فرضیات تحقیق

مدل	F آماره	p-value	نتیجه آزمون چاو	نوع آزمون
مدل اول	۵۴/۶۶	۰/۰۰۰۰	رد می‌شود H_0	داده‌های ترکیبی Panel date
مدل دوم	۵۳/۲۸	۰/۰۰۰۰	رد می‌شود H_0	داده‌های ترکیبی Panel date
مدل سوم	۵۳/۰۹	۰/۰۰۰۰	رد می‌شود H_0	داده‌های ترکیبی Panel date

نتایج خروجی آزمون F نشان می‌دهد فرضیه صفر مدل رد شده چون سطح معناداری کمتر از ۵ درصد به دست آمده و از میان طرح پنل یا رگرسیون تجمیع شده (تلفیقی) و پنل انتخاب می‌شود. همچنین برای انتخاب اثرات ثابت و اثرات تصادفی مدل از آزمون هاسمن استفاده شد. خروجی آزمون هاسمن به شرح جدول ۶ می‌باشد.

جدول ۶- نتایج آزمون هاسمن در بررسی مدل فرضیه‌های تحقیق

آزمون هاسمن	آماره	p-value	نتیجه آزمون هاسمن	نوع آزمون
مدل اول	۸/۲۷	۰/۲۱۸۹	تأیید می‌شود H_0	اثرات تصادفی
مدل دوم	۳۶/۱۸	۰/۰۰۰۰	رد می‌شود H_0	اثرات ثابت
مدل سوم	۱۴/۱۴	۰/۰۷۸۳	تأیید می‌شود H_0	اثرات تصادفی

۵-۳- آزمون فرضیه‌های تحقیق

فرضیه اول: مسئولیت اجتماعی شرکت بر مدیریت ریسک شرکت تأثیر معناداری دارد.
معادله رگرسیون مورد برآورد در این پژوهش به صورت زیر می‌باشد:

$$ERM_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{i,t} + \beta_2 Size_{i,t} + \beta_3 BM_{i,t} + \beta_4 Leverage_{i,t} + \beta_5 Loss_{i,t} + \beta_6 CF_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad (12)$$

جدول ۷- نتایج برآورد فرضیه اول تحقیق

متغیرها	ضرایب	انحراف استاندارد ضرایب	آماره t	سطح معناداری	همخطی
عرض از مبدا	۱,۶۳۲۳۹۹	۰,۲۳۰۰۲۳	۷,۰۹۶۶۶۵	۰,۰۰۰۰	-
مسئولیت اجتماعی	۰,۰۲۲۲۸۶	۰,۰۱۰۶۷۲	۲,۰۸۸۳۱۳	۰,۰۲۷۱	۱,۱۱۳۰۷۱
اندازه شرکت	۰,۰۳۷۴۱۳-	۰,۰۱۱۳۰۴	۳,۳۰۹۵۸۹-	۰,۰۰۱۰	۱,۴۲۰۹۳۴
نسبت ارزش دفتری به ارزش بازار شرکت	۰,۷۱۹۵۹۳-	۰,۰۷۶۸۹۰	۹,۳۵۸۷۳۶-	۰,۰۰۰۰	۱,۳۳۷۰۶۲
اهرم مالی	۰,۱۴۱۲۱۶-	۰,۰۸۷۵۴۲	۱,۶۱۳۱۲۴-	۰,۱۰۷۲	۱,۳۷۷۵۶۲
زیان شرکت	۰,۱۵۶۰۱۷-	۰,۰۳۱۰۸۹	۵,۰۱۸۴۴۹-	۰,۰۰۰۰	۱,۲۴۱۵۰۷
جریان نقد عملیاتی	۰,۴۱۶۰۴۰	۰,۰۷۳۹۷۴	۵,۶۲۴۱۲۸	۰,۰۰۰۰	۱,۲۰۰۲۶۲
سایر آماره‌های اطلاعاتی					
ضریب تعیین	۰/۵۲				
ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۵۱				
آماره F	۳۳/۷۰				
سطح معناداری F	۰/۰۰				
دوربین واتسون	۱/۵۲				

با توجه به این که سطح معناداری آماره F از ۵ درصد کوچکتر است (۰/۰۰)، لذا مدل معنی دار بوده و فرضیه H₁ آزمون F در سطح اطمینان ۹۵ درصد پذیرفته می شود. ضریب تعیین مدل نیز گویای آن است که ۰/۵۲ درصد متغیر مدیریت ریسک شرکت توسط متغیرهای توضیحی تبیین می گردد. همچنین ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰/۵۱ درصد به دست آمده است. افزون بر این به منظور بررسی همبستگی جملات خطا باید به میزان آماره دوربین واتسون توجه نمود. چون مقدار آن ۱/۵۲ بین بازه قابل قبول قرار دارد فرض همبستگی جملات خطا رد می شود. با توجه به نتایج به دست آمده از آزمون همخطی مشاهده می شود همه متغیرها کمتر از ۱۰ می باشد از این رو مشکل همخطی در این مدل وجود ندارد. با توجه به نتایج آزمون فرضیه، متغیر مسئولیت اجتماعی شرکت با توجه به اینکه سطح معناداری آن کوچکتر از ۵ درصد هستند که نشان دهنده رابطه معنادار با مدیریت ریسک شرکت است لذا فرضیه اول تحقیق در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می شود. و از آنجایی که ضریب این متغیر مثبت است پس مسئولیت اجتماعی شرکت و مدیریت ریسک شرکت رابطه مستقیمی دارد. همچنین متغیرهای کنترلی اندازه شرکت، نسبت ارزش دفتری به ارزش بازار شرکت، زیان شرکت و جریان نقد عملیاتی با توجه به سطح معناداری کمتر از ۵ درصد در سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه معناداری با مدیریت ریسک شرکت دارند. اما اهرم مالی با توجه به سطح معناداری بیشتر از ۵ درصد در سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه معناداری با مدیریت ریسک شرکت ندارند.

فرضیه دوم: مدیریت سود واقعی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و مدیریت ریسک شرکت تأثیر معناداری دارد. معادله رگرسیون مورد برآورد در این پژوهش به صورت زیر می باشد:

$$ERM_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{i,t} + \beta_2 RM_{i,t} + \beta_3 (RM \times CSR)_{i,t} + \beta_4 Size_{i,t} + \beta_5 BM_{i,t} + \beta_6 Leverage_{i,t} + \beta_7 Loss_{i,t} + \beta_8 CF_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad (۱۳)$$

با توجه به این که سطح معناداری آماره F از ۵ درصد کوچکتر است (۰/۰۰)، لذا مدل معنی دار بوده و فرضیه H₁ آزمون F در سطح اطمینان ۹۵ درصد پذیرفته می شود. ضریب تعیین مدل نیز گویای آن است که ۰/۶۳ درصد متغیر مدیریت ریسک شرکت توسط متغیرهای توضیحی تبیین می گردد. همچنین ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰/۶۲ درصد به دست آمده است. افزون بر این به منظور بررسی همبستگی جملات خطا باید به میزان آماره دوربین واتسون توجه نمود. چون مقدار آن ۱/۷۷ بین بازه قابل قبول قرار دارد فرض همبستگی جملات خطا رد می شود. با توجه به نتایج به دست آمده از آزمون همخطی مشاهده می شود همه متغیرها کمتر از ۱۰ می باشد از این رو مشکل همخطی در این مدل وجود ندارد. با توجه به نتایج آزمون فرضیه متغیر تعاملی (مدیریت سود واقعی * مسئولیت اجتماعی شرکت)، و با توجه به اینکه سطح معناداری آن کمتر از ۵ درصد هستند، که نشان دهنده رابطه معنادار با مدیریت ریسک شرکت است لذا فرضیه دوم تحقیق در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می شود. همچنین متغیرهای کنترلی اندازه شرکت، اهرم مالی نسبت ارزش دفتری به ارزش بازار شرکت، زیان شرکت و جریان نقد عملیاتی با توجه به سطح معناداری کمتر از ۵ درصد در سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه معناداری با مدیریت ریسک شرکت دارند.

جدول ۸- نتایج برآورد فرضیه دوم تحقیق

متغیرها	ضرایب	انحراف استاندارد ضرایب	آماره t	سطح معناداری	همخطی
عرض از مبدا	۱,۷۷۷۱۸۹	۰,۱۵۷۲۴۰	۱۱,۳۰۲۴۲	۰,۰۰۰۰	-
مسئولیت اجتماعی	۱,۰۴۴۴۱۱	۰,۰۴۷۸۶۷	۲۱,۸۱۹۲۰	۰,۰۰۰۰	۱,۱۱۴۱۱۱
مدیریت سود واقعی	۰,۱۱۵۱۱۵	۰,۰۴۷۰۹۷	۲,۴۴۴۱۹۷	۰,۰۱۴۸	۵,۰۵۵۹۹۷
مدیریت سود واقعی * مسئولیت اجتماعی	۰,۹۹۴۳۰۳	۰,۲۵۹۷۸۵	۳,۸۲۷۴۱۴	۰,۰۰۰۱	۳,۴۳۳۲۹۴
اندازه شرکت	۰,۰۳۷۷۲۱-	۰,۰۰۷۸۵۱	۴,۸۰۴۵۶۶-	۰,۰۰۰۰	۱,۴۴۴۱۶۱
نسبت ارزش دفتری به ارزش بازار شرکت	۰,۶۲۵۴۰۴-	۰,۰۴۹۶۶۶	۱۲,۵۹۲۳۰-	۰,۰۰۰۰	۱,۳۴۹۶۹۴
اهرم مالی	۰,۳۳۳۸۶۴-	۰,۰۵۶۶۷۳	۵,۸۹۱۰۴۳-	۰,۰۰۰۰	۱,۴۲۹۰۱۳
زیان شرکت	۰,۱۲۰۹۸۵-	۰,۰۲۰۴۷۱	۵,۹۰۹۹۶۶-	۰,۰۰۰۰	۱,۲۵۴۳۸۹
جریان نقد عملیاتی	۰,۲۴۹۸۷۲	۰,۰۶۷۵۸۹	۳,۶۹۶۹۶۱	۰,۰۰۰۲	۲,۸۵۴۲۸۱
سایر آماره های اطلاعاتی					
ضریب تعیین	۰/۶۳				
ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۶۲				
آماره F	۶۶/۸۶				
سطح معناداری F	۰/۰۰				
دوربین واتسون	۱/۷۷				

فرضیه سوم: اعتماد مدیریتی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و مدیریت ریسک شرکت تأثیر معناداری دارد.

معادله رگرسیون مورد برآورد در این پژوهش به صورت زیر می باشد:

$$ERM_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{i,t} + \beta_2 overcon_{i,t} + \beta_3 (overcon \times CSR)_{i,t} + \beta_4 Size_{i,t} + \beta_5 BM_{i,t} + \beta_6 Leverage_{i,t} + \beta_7 Loss_{i,t} + \beta_8 CF_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad (۱۴)$$

در بررسی معنی‌دار بودن همه مدل با توجه به این که سطح معناداری آماره F از ۵ درصد کوچک‌تر است (۰/۰۰)، لذا مدل معنی‌دار بوده و فرضیه H₁ آزمون F در سطح اطمینان ۹۵ درصد پذیرفته می‌شود. ضریب تعیین مدل نیز گویای آن است که ۰/۶۲ درصد متغیر مدیریت ریسک شرکت توسط متغیرهای توضیحی تبیین می‌گردد. همچنین ضریب تعیین تعدیل‌شده برابر با ۰/۶۱ درصد به‌دست آمده است. افزون بر این به‌منظور بررسی همبستگی جملات خطا باید به میزان آماره دوربین واتسون توجه نمود. چون مقدار آن ۱/۶۱ بین بازه قابل قبول قرار دارد فرض همبستگی جملات خطا رد می‌شود. با توجه به نتایج به‌دست آمده از آزمون همخطی مشاهده می‌شود همه متغیرها کمتر از ۱۰ می‌باشد از این رو مشکل همخطی در این مدل وجود ندارد. با توجه به نتایج آزمون فرضیه متغیر تعاملی (اعتماد مدیریتی * مسئولیت اجتماعی شرکت) با توجه به اینکه سطح معناداری آن کمتر از ۵ درصد هستند که نشان دهنده رابطه معنادار با مدیریت ریسک شرکت است، لذا فرضیه سوم تحقیق در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود. همچنین متغیرهای کنترلی اندازه شرکت، نسبت ارزش دفتری به ارزش بازار شرکت، زیان شرکت و جریان نقد عملیاتی با توجه به سطح معناداری کمتر از ۵ درصد در سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه معناداری با مدیریت ریسک شرکت دارند. اما اهرم مالی با توجه به سطح معناداری بیشتر از ۵ درصد در سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه معناداری با مدیریت ریسک شرکت ندارند.

جدول ۹- نتایج برآورد فرضیه سوم تحقیق

متغیرها	ضرایب	انحراف استاندارد ضرایب	آماره t	سطح معناداری	همخطی
عرض از مبدا	۱,۶۱۱۲۷۵	۰,۲۲۹۵۱۵	۷,۰۲۰۳۴۱	۰,۰۰۰۰	-
مسئولیت اجتماعی	۰,۰۲۶۴۱۲	۰,۰۱۱۱۲۷	۲,۳۷۳۶۲۷	۰,۰۱۷۹	۱,۹۶۷۱۲۴
اعتماد مدیریتی	۰,۰۸۲۶۸۷	۰,۰۱۷۶۱۶	۴,۶۹۳۷۴۱	۰,۰۰۰۰	۳,۱۶۹۲۴۷
اعتماد مدیریتی * مسئولیت اجتماعی	۰,۸۷۵۳۰۵	۰,۰۱۱۲۵۵	۷۷,۷۷۲۹۰	۰,۰۰۰۰	۳,۹۹۴۳۷۷
اندازه شرکت	۰,۰۴۶۸۸۷-	۰,۰۱۱۲۷۲	۳,۲۷۳۳۹۴-	۰,۰۰۱۱	۱,۴۲۲۹۰۴
نسبت ارزش دفتری به ارزش بازار شرکت	۰,۷۱۴۵۱۸-	۰,۰۷۶۷۸۸	۹,۳۰۵۰۳۲-	۰,۰۰۰۰	۱,۳۳۹۹۰۸
اهرم مالی	۰,۱۴۹۵۳۵-	۰,۰۸۷۶۵۴	۱,۷۰۵۹۷۲-	۰,۰۸۸۴	۱,۳۸۰۵۹۹
زیان شرکت	۰,۱۵۷۹۹۵-	۰,۰۳۱۱۰۷	۵,۰۷۹۰۷۰-	۰,۰۰۰۰	۱,۳۴۳۵۷۲
جریان نقد عملیاتی	۰,۴۱۶۳۱۱	۰,۰۷۳۹۴۹	۵,۶۲۹۶۶۹	۰,۰۰۰۰	۱,۲۰۱۸۱۳
سایر آماره‌های اطلاعاتی					
ضریب تعیین	۰/۶۲				
ضریب تعیین تعدیل‌شده	۰/۶۱				
آماره F	۲۵/۴۱				
سطح معناداری F	۰/۰۰				
دوربین واتسون	۱/۶۱				

۶- نتیجه گیری و بحث

با توجه به نتایج حاصل از فرضیه اول کسب و کارهایی که اصول مسئولیت اجتماعی شرکت را اتخاذ می‌کنند، معتقدند که با عملکرد اخلاقی و مسئولانه، شانس بیشتری برای موفقیت دارند. بنابراین، مدیران باید در مسئولیت اجتماعی شرکت به نفع سهامداران شرکت کنند. شرکت‌ها دو انتخاب دارند: یا توسعه یک برنامه مسئولیت اجتماعی شرکت که در تجارت ادغام شده‌است، یا تماشای انجام این کار توسط رقبا. ظاهراً مسئولیت اجتماعی شرکت به یک اولویت اجتناب‌ناپذیر برای رهبران مشاغل در سراسر جهان تبدیل شده‌است. خطرات پروژه برآمده از مسائل زیست‌محیطی، اجتماعی، بهداشتی و ایمنی، هزینه‌های عملیاتی بالاتری را به‌همراه دارد و ریسک سرمایه‌گذار را افزایش می‌دهد. شرکت‌ها در محیطی فعالیت می‌کنند که در آن عموم مردم نه‌تنها به توانایی‌های شرکت در عملکرد توجه دارند، بلکه از شرکت انتظار دارند تا موازنه‌ای بین رشد عملکرد و توسعه فعالیت‌های اجتماعی ایجاد کند. در این دیدگاه وظیفه شرکت تنها به حداکثر رساندن ثروت سهامداران نیست، بلکه باید فرصت‌هایی را برای اقشار محروم اجتماعی، حفاظت از محیط‌زیست، منافع پرسنل، مصرف‌کنندگان و... فراهم نمایند. مدیریت ریسک بر کیفیت مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر گذار بوده و مدیران را قادر می‌سازد تا ریسک را به‌طور مؤثرتری مدیریت نموده و عملکرد شرکت را بهبود بخشند. بنابراین مدیریت ریسک به یک نگرانی اساسی در محیط جهانی پویا تبدیل شده‌است و با توجه به نتایج تحقیق که نشان داد شرکت‌هایی که مسئولیت اجتماعی بالاتری دارند، مدیریت ریسک بیشتری نیز دارند، به‌عنوان یک اقدام اختیاری، مدیریت ریسک انگیزه اقتصادی یک مدیر را برای تخصیص برخی از منابع شرکت به‌منظور افزایش فعالیت‌های CSR تقویت می‌کند. برخلاف تکنیک‌های مرسوم مدیریت ریسک، مدیریت ریسک شرکت الگوی جدیدی برای مدیریت مجموعه ریسک‌هایی است که

سازمان‌ها با آن مواجه هستند و سیاست‌گذاران همچنان بر مکانیسم‌هایی برای بهبود حاکمیت و مدیریت ریسک شرکت تمرکز می‌کنند. حمایت فزاینده‌ای برای این استدلال وجود دارد که سازمان‌ها عملکرد خود را با به‌کارگیری مدیریت ریسک شرکت بهبود می‌بخشند. نتایج تحقیق با نتایج تحقیق کائو و همکاران (۲۰۲۰)، اتریا و همکاران (۲۰۱۹)، آدیالو و همکاران (۲۰۱۳)، سامی مسلم (۲۰۱۸)، ولی زاده و همکاران (۱۳۹۴)، دارابی و همکاران (۱۳۹۴) و آوازه (۱۳۹۸) مطابقت دارد.

براساس نتیجه فرضیه دوم، مدیریت سود، اختیار شرکت در انتخاب روش‌ها و رویه‌های حسابداری برای دستیابی به برخی اهداف خاص مدیر است. همچنین مدیریت سود به مداخله عمومی مدیریت در فرآیند تعیین سود که اغلب در راستای اهداف دلخواه مدیریت می‌باشد، اطلاق می‌گردد، لذا یک مدیر ممکن است در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت مشارکت کند تا تخلفات شرکتی را بپوشاند. برای کاستن از عدم اطمینان برآمده از عملکرد مدیران و تأثیر آن بر عملکرد شرکت، مدیران را می‌توان با تغییر اقلام تعهدی و تأثیرگذاری بر ساختار معاملات واقعی و در نتیجه حفظ ارزش سهام، برانگیخت تا سود و زیان شرکت را در حدود صلاحدید اصول متداول حسابداری، مدیریت نمایند. درک و فهم سرمایه‌گذاران از مسئولیت اجتماعی شرکت، به شفافیت و رعایت اصول متداول حسابداری در تهیه گزارشات مالی شرکت بستگی دارد، لذا در شرکت‌هایی که مسئولیت اجتماعی شرکت مورد توجه مدیران است، انتظارات سهامداران شاید مدیریت سود را محدود می‌کند و در نتیجه اطلاعات مالی شفاف و قابل اعتماد تری برای سرمایه‌گذاران فراهم می‌شود. شرکت‌های با مسئولیت اجتماعی بالاتر کمتر احتمال دارد سود را از طریق اقلام تعهدی اختیاری مدیریت کنند و یا مبادرت به دستکاری فعالیت‌های عملیاتی واقعی نمایند. نتایج تحقیق با نتایج تحقیق کائو و همکاران (۲۰۲۰) مطابقت دارد.

با عنایت به نتیجه حاصل از فرضیه سوم و با توجه به اینکه مدیران ممکن است از مسئولیت اجتماعی شرکت برای افزایش شهرت شرکت خود استفاده کنند، اعتقاد بر این است که شهرت، در نتیجه ایجاد ارزش شرکت، مدیریت ریسک مدیران را تشویق می‌کند تا برخی از منابع شرکت را به مسئولیت اجتماعی شرکت اختصاص دهند. از آنجایی که اعتماد مدیران، توجه دیگران به خصوص نهادهای حاکمیتی و اجتماعی را به خود جلب می‌کند، میزان مسئولیت اجتماعی و مدیریت ریسک مدیر را تحت تأثیر قرار می‌دهد، لذا توجه به مدیریت ریسک می‌تواند کارکرد مدیریتی شرکت را دگرگون کند. اگر همکاری مدیران در مسئولیت اجتماعی شرکت بر پایه اعتماد به خود باشد، احتمال به انحراف کشیده شدن نگرش مالکین نسبت به عملکرد شرکت می‌رود. انگیزه‌های تشویقی، مدیران با خودباوری را به مشارکت در مدیریت ریسک تحریک نموده و لذا بر مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر گذار است. نتایج تحقیق با نتایج تحقیق کائو و همکاران (۲۰۲۰) مطابقت دارد.

۶-۱- محدودیت‌ها و پیشنهادهای بر پایه فرضیه‌های تحقیق

یکی از برجسته‌ترین مشکلاتی که در بیشتر پژوهش‌های داخل ایران با آن مواجه هستیم، عدم انجام پژوهش مشابه با پژوهش انجام شده در ایران است، که امکان مقایسه یافته‌های پژوهش را کاهش می‌دهد. لذا تحلیل‌گران، ذی‌نفعان و در حالت کلی کسانی که از یافته‌های این پژوهش استفاده می‌کنند بهتر است در تسری آن به شرکت‌های غیر بورسی محتاط‌تر عمل کنند، از طرفی با توجه به بازه زمانی آماده، در عمومیت دادن یافته‌های پژوهش به سال‌های قبل و بعد از بازه زمانی باید احتیاط لازم به عمل آید. همچنین با توجه به اینکه سال مالی شرکت‌های موجود در نمونه آماری، منتهی به آخر سال می‌باشد، تعمیم یافته‌های این پژوهش به دیگر شرکت‌ها بایستی با احتیاط انجام گیرد.

در راستای فرضیه اول و با توجه به نتایج تحقیق که نشان داد شرکت‌هایی که مسئولیت اجتماعی بالاتری دارند مدیریت ریسک بیشتری نیز دارند، پیشنهاد می‌گردد که شرکت‌ها برای مدیریت ریسک بهتر خود، مسئولیت اجتماعی را در اولویت خود قرار داده و و اهتمام ویژه‌ای نسبت به آن داشته‌باشند. با توجه به نتایج پژوهش مدیریت سود، اختیار شرکت در انتخاب روش‌ها و رویه‌های حسابداری برای دستیابی به برخی اهداف خاص مدیر است، از این رو در راستای فرضیه دوم پیشنهاد می‌گردد که مشوق‌های مدیریتی و حکمرانی نقش مهمی در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت ایفا کنند و مدیران با این اعتقاد که چنین فعالیت‌هایی شهرت حرفه‌ای و شخصی آنها را افزایش می‌دهد، فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت را دنبال کنند. با عنایت به نتایج پژوهش و با توجه به اینکه مدیران ممکن است از مسئولیت اجتماعی شرکت برای افزایش شهرت شرکت خود استفاده کنند، اعتقاد بر این است که شهرت، در نتیجه ایجاد ارزش شرکت، مدیریت ریسک مدیران را تشویق می‌کند تا برخی از منابع شرکت را به مسئولیت اجتماعی شرکت اختصاص دهند، از این رو، در راستای فرضیه سوم پیشنهاد می‌گردد که شرکت‌ها برای بالا بردن مسئولیت اجتماعی شرکت و مدیریت کردن ریسک‌های شرکت از مدیران بیش اعتماد بهره بگیرند.

منابع

- اصلاوی، احمد. (۱۴۰۱) استراتژی‌های مدیریت ریسک سازمان‌های بین المللی در اقتصادهای نوظهور، ماهنامه برند آفرین، دوره: ۳، شماره: ۲۵.
- پورمه‌دیان، حسین. (۱۴۰۰) گروه‌های تجاری و مسئولیت اجتماعی شرکت، چشم‌انداز حسابداری و مدیریت، ۴: ۴۲، (۴۲)، ۹۸-۱۱۴.

۳. پور نعمت، سینا و خان محمدی، محمد حامد و کرد لوئی، حمیدرضا. (۱۴۰۱) مروری بر وقوع بحران مالی بر مدیریت ریسک شرکت‌های پذیرفته شده در بورس، ششمین کنفرانس بین المللی مدیریت، تجارت جهانی، اقتصاد، دارایی و علوم اجتماعی، تهران.
۴. تجویدی، الناز و عامری، حسین. (۱۳۹۷) بررسی اثر بازگشت مدیریت سود واقعی بر عملکرد عملیاتی بلندمدت شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، مقاله ۲، دوره ۸، شماره ۱ - شماره پیاپی ۲۹، پاییز ۱۳۹۷، صفحه ۳۳-۴.
۵. جهانشاهی، ناصر. (۱۳۹۷) رابطه‌ی بین بیش اطمینانی مدیران، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی.
۶. حاجی‌ها، زهره؛ سرافراز، بهمن (۱۳۹۳) بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و هزینه حقوق صاحبان سهام در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. پژوهش‌های تجربی حسابداری، ۴(۱۴)، ۱۲۳-۱۰۵.
۷. حمدی، محمد و کریمی دلدار، بهناز. (۱۴۰۰) بررسی تأثیر شاخص‌های مسئولیت اجتماعی شرکت بر روش‌های مدیریت ریسک در شرکت‌های پذیرفته شده در سازمان بورس اوراق بهادار تهران، چهارمین همایش بین المللی دانش و فناوری هزاره سوم اقتصاد، مدیریت و حسابداری ایران، تهران، <https://civilica.com/doc/1236676>
۸. رجایی زاده هرنندی، احسان؛ مؤمنی، مرضیه؛ عرب خراسانی، مسعود (۱۴۰۰) بررسی تأثیر بیش اطمینانی مدیریت بر کارایی سرمایه‌گذاری در نیروی انسانی، چشم‌انداز حسابداری و مدیریت، ۴ (۳۸)، ۲۰-۳۴.
۹. رهنمای رودپشتی، فریدون، نوروزی، محمد، امینی، هادی، عزیزی، فرهاد. (۱۴۰۰) ارزیابی مدیریت ریسک شرکت با به کارگیری کاربرد تصمیم‌گیری چندمعیاره خاکستری با وزن آنتروپی. مهندسی مالی و مدیریت اوراق بهادار-495، 12(46) , 516.
۱۰. عین اللهی نژاد، رقیه. (۱۴۰۰) بررسی و مطالعه آیت‌های مؤثر بر ارتقا کارایی و اثربخشی در سازمان با رویکرد مدیریت ریسک) مطالعه موردی: شهرداری تهران (، چهارمین همایش بین المللی دانش و فناوری هزاره سوم اقتصاد، مدیریت و حسابداری ایران، تهران.
۱۱. قدی پور بیرگانی، نعمت اله و مطلبیان، مجتبی. (۱۴۰۰) اثربخشی کمیته حسابرسی در تأثیر عدم تقارن اطلاعاتی بر مدیریت واقعی سود شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، چشم‌انداز حسابداری و مدیریت، ۴ (۳۸): ۳۸، ۳۵-۵۲.
۱۲. مرادی، محمد، قضاوت، حسین، سوخکیان، ایمان، حسین زاده، سهراب. (۱۳۹۹) تأثیر رفتار شرکت‌های رقیب بر مدیریت سود شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. پژوهش‌های حسابداری مالی، ۱۲(۴)، ۱-۱۸.
13. Ahmed, A. S., & Duellman, S. (2013). Managerial overconfidence and accounting conservatism. *Journal of Accounting Research*, 51(1), 1-30.
14. Aranya, K. (2018). Does corporate social responsibility (CSR) improve credit ratings? Evidence from geographic identification. *Financial Management*, 43, 505-531.
15. Arshad, S and Razak, A. (2018). The strategic use of decentralized institutions: Exploring certification with the ISO 14001 management standard. *Academy of Management Journal*, 48, 1091-1106
16. Atkins, B.,(2006). Is Corporate Social Responsibility Responsible? *NACD Directorship*, 32(10), 33-33.
17. Beasley, M. S., R. Clune, and D. R. Hermanson, (2019). Enterprise Risk Management: An Empirical Analysis of Factors Associated with the Extent of Implementation. *Journal of Accounting and Public Policy*, 24(6), 521-531.
18. Borghesi, R., J. F. Houston, and A. Naranjo,(2014). Corporate Socially Responsible Investments: CEO Altruism, Reputation, and Shareholder Interests. *Journal of Corporate Finance*, 26, 64-181.
19. Chizma, C. and Kim, M.(2012). "The Effec Of Independence Audit Committee On Earnings Management", The Case In French. *International Journal of Academic Research In Accounting, Finance And Management Sciences*, 4(1), PP 96 -102.
20. Cho, E. and S. Chun,(2016). Corporate Social Responsibility, Real Activities Earnings Management, and Corporate Governance: Evidence from Korea. *Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics*, 23(4), 400-431.
21. Cohen, D., A. Dey, and T. Lys. (2008). Real and accrual-based earnings management in the pre- and post- Sarbanes Oxley periods.. *Accounting Review*, 83(3): 757-787.
22. Dechow P.M., S.A. Richardson, I. Tuna, (2004), Why are Earnings Kinky? An Examination of the Management Explanation, *Review of Accounting Studies* 8 PP: 355-384.
23. Ding Rong & Jialong Lib, *, Zhenyu Wuc.(2018). Government affiliation, real earnings management, and firm performance. *Journal of Business Research* 83 (2018) 138-150
24. Godfrey, P. C., (2015). The Relationship between Corporate Philanthropy and Shareholder Wealth: A Risk Management Perspective. *Academy of Management Review*, 30(4), 777-798
25. Goel, A., and A. Thakor, (2008). Overconfidence, CEO Selection, and Corporate Governance. *The Journal of Finance*, 63(6), 2737-2784.
26. Gordon, L. A., M. P. Loeb, and C. Y. Tseng,(2009). Enterprise Risk Management and Firm Performance: A Contingency Perspective. *Journal of Accounting and Public Policy*, 28(4), 301-327.

27. Han, M., Ding, A., Zhang, H. (2022). Foreign ownership and earnings management, *International Review of Economics & Finance*, 80, 114-133
28. Han, V.(2015). Corporate Governance, Earnings Management and Tax Management. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 177 (2017) 363-366.
29. Heaton, J.B., (2002). Managerial optimism and corporate finance. *Financ. Manage.* 31 (2), 33-45.
30. Hemingway, C., and P. Maclagan, (2004). Managers' Personal Values as Drivers of Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 50(1), 33-44.
31. Hendrikson, M.(2018). Investigate the relationship between overconfidence and future performance of the company. *Technovation*, 69, 40-53.
32. Humphery-Jenner, M., L. L. Lisic, V. Nanda, and S. D. Silveri,(2016). Executive Overconfidence and Compensation Structure. *Journal of Financial Economics*, 119(3), 533-558.
33. Jensen, M., and W. Meckling,(1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Capital Structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.
34. Kim, Y., M. S. Park, and B. Wier, (2012). Is Earnings Quality Associated with Corporate Social Responsibility? *The Accounting Review*, 87(3), 761-796.
35. Lai, X. Li, K.C. Chan (2020). CEO overconfidence and labor investment efficiency, *North American Journal of Economics & Finance*, doi: <https://doi.org/10.1016/j.najef.2020.101319>.
36. Liu, Shengqiang., Lin, Shu., Sun, Zhaoyu and Yuan, Lihua. (2021). Earnings management and firms' investment behavior: The threshold effect of ROE, *Emerging Markets Review*, 47, doi.org/10.1016/j.ememar.2021.100797
37. Loh, R. and K. Hou,(2016). Have we Solved the Idiosyncratic Volatility Puzzle? *Journal of Financial Economics*, 121(1), 167-194.
38. McWilliams, A., D. S. Siegel, and P. M. Wright, (2006). Corporate Social Responsibility: Strategic Implications. *Journal of Management Studies*, 43(1), 1-18.
39. Mishra, Dev R, Sadok El Ghoul., Omran Guedhami., Chuk C. Y. Kwok., (2011). Does Corporate Social Responsibility Affect the Cost of Capital?. *Journal of Banking & Finance*, Vol. 35, Issue 9, pp. 2388-2406.
40. Porter, M. E., and M. R. Kramer, (2016). Strategy and Society the Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92.
41. Prior, D., J. Surroca, and J. Tribo,(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.
42. Roychowdhury, Z.(2014). Earnings Management and Annual Report Readability. *Journal of Accounting and Economics*, 63 (2017) 1-25
43. Schrand, C. M., and S. C. Zechman, (2012). Executive Overconfidence and the Slippery Slope to Financial Misreporting. *Journal of Accounting and Economics*, 53(1), 311-329.
44. Shen, C. H., and Y. Chang, (2009). Ambition Versus Conscience, Does Corporate Social Responsibility Pay Off? The Application of Matching Methods. *Journal of Business Ethics*, 88(1), 133-153.
45. Suyono, E. and O. A. Farooque, (2018). Do Governance Mechanisms Deter Earnings Management and Promote Corporate Social Responsibility? *Accounting Research Journal*, 31(3), 479-495.
46. Swans, U. Ting, I. W. K., & Lean, H.(2020). Investigate the relationship between overconfidence and future performance of the company. *Asian Academy of Management Journal of Accounting & Finance*, 7(2), 137-156.
47. watts, Q., titee, T.D., (2019). Investigate the relationship between overconfidence and future performance of the company. *The Accounting Review*, 80(2), 441-476.
48. Ya-Fen Kuo, Yi-Mien Lin, Hsiu-Fang Chien ,(2020) Corporate Social Responsibility, Enterprise Risk Management, and Real Earnings Management: Evidence from Managerial Confidence. *Finance Research Letters* (2020) doi: <https://doi.org/10.1016/j.frl.2020.101805>.

Corporate social responsibility, corporate risk management and real earnings management: Evidence from managerial trust

Mehrdad Golejani^{1*}, Rasoul Pourfeizollah², Nadiyeh Allahyari Vanestagh³

Abstract

It is expected that if managers engage in CSR activities based on their confidence and opportunistic motives, they are likely to mislead shareholders about the value and financial performance of the firm. Enterprise risk management affects the quality of corporate governance, which enables stakeholders to manage risk more effectively and encourages companies to improve performance. Therefore, the purpose of this research is to investigate whether corporate social responsibility, corporate risk management and real income management: evidence of managerial trust have a significant effect or not? The statistical population of companies admitted to the Tehran Stock Exchange between 2014 and 2019 and using the information of 120 companies and the multivariable linear regression method, the hypothesis was tested. According to the results of the first hypothesis test, corporate social responsibility and corporate risk management have a direct and significant relationship. Also, the results of the second hypothesis indicate that real profit management has a significant effect on the relationship between corporate social responsibility and corporate risk management. And the results of the second hypothesis indicate that managerial trust has a significant effect on the relationship between corporate social responsibility and corporate risk management.

Keywords: management trust, real profit management, company risk management, corporate social responsibility

1. Assistant Professor of Accounting, Tonekabon Branch, Islamic Azad University, Tonekabon, Iran.
m.golejani1@yahoo.com
2. PH.D. Student of Accounting, Tonekabon Branch, Islamic Azad University, Tonekabon, Iran..
3. M.A. Student of Accounting, Tonekabon Branch, Islamic Azad University, Tonekabon, Iran.