

آزمون خوش بینی مدیران بر مولفه‌های اجتماعی - اقتصادی و رویکرد گزارشگری عملکرد پایدار (مسئولیت اجتماعی)

جواد دلیری

دانشجوی دکترای حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین، قزوین، ایران
Javad6443@yahoo.com

فرزین رضایی

دانشیار حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین، قزوین، ایران، (نویسنده مسئول)
Farzin.rezaei@qiau.ac.ir

فاضل محمدی نوده

استادیار حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد لاهیجان، لاهیجان، ایران
mnfazel@liau.ac.ir

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۵/۰۸ تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۵/۰۹

چکیده

پایداری مفهوم گسترده تری است، که مفاهیم دیگری چون مسئولیت اجتماعی را در خود جای داده است و با مفاهیمی چون، پایداری رقابت، پایداری گزارشگری و پایداری اجتماعی مورد بررسی قرار گرفته است. هدف این پژوهش بررسی تاثیرگذاری خوش بینی مدیران بر مولفه های اجتماعی-اقتصادی گزارش عملکرد پایداری میباشد. پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و از بعد روش شناسی از نوع پژوهش های توصیفی-همبستگی است. بدین منظور داده های مورد نیاز از ۷۹ شرکت عضو بورس اوراق بهادار تهران، در طی دوره زمانی ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۶ جمع آوری گردیده است.

نتایج پژوهش حاکی است، که در میان مولفه های اقتصادی عملکرد پایداری که شامل پایداری رقابت و پایداری گزارشگری می باشند، رابطه ی میان خوش بینی مدیریت با پایداری گزارشگری مثبت و بی معنی و پایداری رقابت منفی و معنادار است و در میان مولفه های اجتماعی عملکرد پایداری که از طریق پایداری اجتماعی حاصل می شود و خود پایداری اجتماعی شامل تاثیر اجتماعی، تعهد اجتماعی و منافع اجتماعی می باشند، رابطه میان خوش بینی مدیریت با پایداری اجتماعی، تاثیر اجتماعی، تعهد اجتماعی و منافع اجتماعی منفی و معنادار است. در آخر خوش بینی مدیران و عملکرد پایداری که از ترکیب دو مولفه اجتماعی و اقتصادی است منفی و معنادار است.

واژه‌های کلیدی: خوش بینی، عملکرد پایدار، مسئولیت اجتماعی، مولفه اجتماعی- اقتصادی، گزارشگری مالی.

۱- مقدمه

همانطور که می‌دانیم در دنیای امروز، مدیریت نقش تعیین کننده در افزایش بازدهی و بهره‌وری شرکت‌ها دارد. تحقیقات جدید حکایت از آن دارد که علاوه بر سایر عوامل، عوامل روان-شناختی مدیران، عامل مهمی در تصمیم‌گیری افراد به شمار می‌آید. بخش عمده‌ای از تئوری‌های مالی و اقتصادی بر این مفهوم استوار است که افراد عقلایی رفتار می‌کنند و در فرایند تصمیم‌گیری، اطلاعات را در یک چارچوب منطقی مورد استفاده قرار می‌دهند، در صورتی که محققان دانشگاهی به شواهد فراوانی دست یافته‌اند که نشان دهنده‌ی رفتار غیر عقلایی و تکرار خطا در ارزیابی و قضاوت انسان است. که البته پیشینه‌ی رفتار مالی نشان می‌دهد که افراد در تفکرات خود دچار خطای سیستماتیک^۱ نیز می‌شوند (چن ولین، ۲۰۱۳). ادبیات گسترده و رو به رشد روان‌شناسی اقتصادی و رفتار انسان بیانگر این مطلب است که تمایلات رفتاری و ویژگی‌های شخصیتی مدیران با توجه به محدودیت‌های مهمی که در جذب منابع وجود دارد، تصمیمات اقتصادی و اجتماعی آنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. همینطور، پیشینه‌ی رفتار مالی نشان می‌دهد که افراد در تفکرات خود دچار خطای سیستماتیک می‌شوند. ممکن است که آن‌ها در مورد نتایج تصمیمات خود دچار خوش‌بینی شوند که ممکن است تمایلات افراد موجب انحراف شود. مطالعات کمتری در زمینه‌ی اینکه چطور سونگری‌ها (احتمال اتفاق خوب اغراق شده و احتمال اتفاق بد را دست کم گرفتن) عملکرد پایداری را تحت تأثیر قرار می‌دهد، استوار کرده‌اند. مطالعات نشان می‌دهد که الویت‌های شخصی مدیران و تعصبات رفتار مدیریتی، عملکرد شرکت‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد (چن و لین، ۲۰۱۳).

در سال‌های اخیر شاهد افزایش اهمیت مسئولیت اجتماعی و گزارشگری آن در میان شرکت‌ها بوده ایم. این امکان که شرکت‌ها می‌توانند با سرمایه‌گذاری بر روی مسئولیت اجتماعی، یک مزیت رقابتی بوجود آورند با تغییراتی که در رفتار و نگرش‌های سرمایه‌گذاران نسبت به اجتماع بوجود آمده است نیز به شدت در سال‌های اخیر در حال افزایش است. در تئوری‌های ابزاری مسئولیت اجتماعی، فرض بر این است که شرکت ابزاری برای ایجاد رفاه اقتصادی است و این تنها مسئولیت اجتماعی شرکت است و صرفاً جنبه اقتصادی تعامل بین واحد تجاری و جامعه در نظر گرفته می‌شود (احمدی‌نیاسانی و همکاران، ۱۳۹۴).

گرایش به سمت مسئولیت اجتماعی، واحد تجاری را ترغیب می‌کند تا برای بهبود محیط زیست، استفاده از انرژی و مواد کمتر، مدیریت ضایعات و غیره تلاش کند. در نتیجه

واحد‌های تجاری می‌توانند بازده‌های بلند مدت خود را از طریق کاهش اثرات منفی خود بر اجتماع، بصورت اختیاری، حداکثر نمایند. به طوری که امروزه این تفکر در میان واحد‌های تجاری به صورت روز افزون در حال شکل‌گیری است که موفقیت بلند مدت آن‌ها می‌تواند از طریق مدیریت کردن عملیات شرکت، هم‌زمان با ایجاد اطمینان از حمایت محیطی و پیشرفت مسئولیت‌های اجتماعی شرکت تحقق یابد و در نهایت منجر به رشد اقتصادی و افزایش توان رقابتی شرکت و عملکرد پایدار آن می‌گردد (سلیمانزاده، ۱۳۹۶).

۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

تحقیقات تجربی در چارچوب ادبیات مالی رفتاری نیز نشان می‌دهد که عوامل احساسی و خطای شناختی مانند سوگیری‌های رفتاری نقش محوری در فرایند تصمیم‌گیری دارند (بن محمد و همکاران، ۲۰۱۴). در سال‌های اخیر، مطالعات بسیاری در زمینه‌ی مالی رفتاری انجام شده است که ادغان دارد مدیران همواره به صورت کاملاً عقلایی رفتار نمی‌کنند و تحت تأثیر خوش‌بینی ممکن است تصمیم‌های غیرعقلایی اتخاذ کنند که تأثیر مهمی در فعالیت‌های مالی و سیاست‌های شرکت دارد.

مدیران خوش‌بین با برآوردی بیش از واقع از توانایی خود در تاثیرگذاری بر سود شرکت و دست کم گرفتن اتفاقات غیرمترقبه مانند نوسانات در چرخه کسب و کار، به احتمال زیاد پیش‌بینی سود بیش از حد خوش‌بینانه منتشر خواهند کرد که غالباً به عدم تحقق سود پیش‌بینی شده این مدیران منجر می‌شود. در نتیجه آنان سعی می‌کنند با استفاده از اقلام تعهدی سود گزارش شده را بیش از واقع نشان دهند. در حال حاضر، عملکرد پایداری شرکت‌ها در سه بعد اقتصادی، اجتماعی و محیطی است که اشاره به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها دارد (لیبی و رنیکامپ، ۲۰۱۲).

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها شامل شاخص‌های تاثیر اجتماعی، تعهدات اجتماعی و منافع اجتماعی است. شرکت‌ها نسبت به گروه‌های سازنده در جامعه غیر از سهامداران و فراتر از آن چیزی که از طریق قانون و قرارداد اتحادیه توصیف شده، وظیفه دارند بنابراین تاثیر اجتماعی آنها ملموس‌تر است. بعد منافع اجتماعی به‌عنوان فعالیت‌هایی توصیف می‌شود که به منظور پیشرفت بعضی از اهداف اجتماعی که فراتر از اهداف مالی هستند انجام می‌گردد. در بعد تعهدات اجتماعی شرکت‌هایی که از تعهدات اجتماعی برخوردارند تمایل بیشتری به افشای عمومی فعالیت‌های اجتماعی خود دارند. سطح بالای

شفافیت در اطلاعات باعث کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بین شرکت و سرمایه‌گذاران می‌شود (سلیمانزاده، ۱۳۹۶).

پایداری رقابت یعنی توانایی رقابت با شرکت های هم صنعت به نحوی که در آن صنعت فعال کما فی سابق باقی بماند، از این رو پایداری رقابت سهم بازار خود را حفظ کرده و میزان فروش، مصرف مواد اولیه، مشتری و عرضه کننده خود را در بازار دارد و منظور از پایداری گزارشگری یعنی اینکه میزان دست کاری مدیریت در جهت اینکه اطلاعات با شرایط واقعی رخ داده تطبیق بیشتری دهد یا اینکه اطلاعات را به نفع خود گزارش دهد، کمتر باشد. یعنی در طول زمان دستکاری به هر انگیزه ای انقدر نوساناتش شدید نباشد که تفاوت معناداری در مطلوبیت تصمیم گیری استفاده کننده بوجود آورد (رشوند، ۱۳۹۷).

تمایل و اصرار واحد تجاری به تعهد نسبت به مسئولیت اجتماعی در تمام ابعاد، اثر قابل توجهی را روی عملکرد پایدار شرکت دارد، در واقع گرایش به سمت مسئولیت اجتماعی، واحد تجاری را ترغیب می‌کند تا برای بهبود محیط زیست، استفاده از انرژی و مواد کمتر، مدیریت ضایعات و غیره تلاش کند. بنابراین اجرای مسئولیت اجتماعی شرکت منجر به بهبود موفقیت شرکت‌ها در بلندمدت می‌شود و در نهایت منجر به رشد اقتصادی و افزایش توان رقابتی شرکت و عملکرد پایدار آن می‌گردد (سلیمانزاده، ۱۳۹۶).

اما مشکلی که امروزه علیرغم افزایش سطح آگاهی ها و دانش عمومی استفاده کنندگان از صورتهای مالی دیده می شود، اتکای شدید بر اعداد گزارشات حسابداری (به ویژه سود حسابداری به عنوان یکی از معیارهای اصلی ارزیابی عملکرد) جهت تصمیم گیری در خصوص سرمایه گذاری می باشد. این اتکای غیرمنطقی انگیزه های فراوانی برای مدیران ایجاد می کند تا این اعداد را به نفع خودشان گزارشگری نمایند که موجب قضاوت نادرست سهامداران و سرمایه گذاران در خصوص عملکرد واحدهای اقتصادی_ اجتماعی و مدیران آنها شده و نه تنها منجر به تضییع اصل و سود سرمایه آنها می شود، بلکه نوعی بدبینی در میان سهامداران به وجود آورده و همچنین رقابت سالم بین واحدهای اقتصادی کشور را از بین می برد. از طرفی نیز موجب می شود که این سرمایه گذاران متضرر، سرمایه های خود را از بخش زیربنایی اقتصاد (بورس) به سمت بخشهای غیر مولد و کاذب (از جمله دلالی و ...) هدایت نمایند. که عملاً با این کار، متن اقتصاد کشور فاسد گشته و در نهایت عموم مردم جامعه از این فرآیند متضرر می شوند (قدرتی و فیضی، ۱۳۹۴).

از آنجایی که مدیران هنگام تصمیم گیری های خود، توجهی به فعالیت های اجتماعی شرکت ندارند و تصمیماتشان را بر مبنای افشای اطلاعات شرکت ها درباره فعالیت های زیست محیطی و اجتماعی، در اطلاعات مالی مرسوم (گزارش های سالانه) تغییر نمی دهند و از آنجایی که تصمیمات مدیریتی در ابعاد مختلف در قابلیت کنترل هزینه های واحد تجاری در آینده و برآورد رفتار هزینه در تصمیمات آتی واحد تجاری موثر است، شناسایی ارتباط بین عملکرد اقتصادی و اجتماعی شرکت ها در واکنش به رفتار مدیریت می تواند ساختاری را ارائه نماید تا در کنترل هزینه و افزایش سودآوری مورد استفاده قرار گیرد (بوریت و اسکالتگر، ۲۰۱۰). با در نظر گرفتن توضیحات فوق هدف اصلی این مطالعه که بررسی نقش خوش بینی مدیران بر مولفه های اجتماعی_ اقتصادی عملکرد پایداری شرکت‌ها است تا مشخص شود چگونه خوش بینی مدیران بر مولفه های اجتماعی_ اقتصادی عملکرد پایداری شرکت‌ها تاثیرگذار است؟ (جوادی، ۱۳۹۵). در ادامه برخی از پژوهش‌های مهم در زمینه این مطالعه ارائه می‌شود:

جابری و حیدری (۱۳۹۶)، در پژوهشی با عنوان بررسی تاثیر خوش بینی مدیران و مسئولیت اجتماعی شرکتها بر ساختار سرمایه در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار دریافتند که خوش بینی مدیران در افشای بعد اقتصادی، بعد اجتماعی و بعد محیطی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران مثبت و معنادار است.

رضایی و محمدپور (۱۳۹۶)، در پژوهشی با عنوان تبیین رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت ها و هزینه سرمایه ضمنی آنها دریافتند که رابطه منفی و معناداری بین مسئولیت اجتماعی شرکت ها و هزینه سرمایه ضمنی آنها وجود دارد.

سپاسی و حسن زاده (۱۳۹۵)، موضوع تاثیر بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی شرکت روی پایداری سود را مورد ارزیابی قرار دادند. هدف این تحقیق بررسی تاثیر بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی شرکت بر پایداری سود شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. نتایج کلی حاصل از تحقیق نشان داد که بین بعد اقتصادی و مسئولیت اجتماعی شرکت و پایداری سود رابطه معنی داری وجود دارد. بدین معنی که افزایش و ثبات در سودآوری میتواند با ایفای جنبه اقتصادی مسئولیت اجتماعی شرکت تسهیل شود.

حساس یگانه و برزگر (۱۳۹۲)، در پژوهشی با عنوان ارائه ی مؤلفه ها و شاخص های بُعد اجتماعی مسئولیت شرکت ها و وضعیت موجود آن در ایران، مؤلفه ها و شاخص های افشای بعد اجتماعی مسئولیت شرکت‌ها را با رویکرد توسعه ی پایدار و با استفاده از روش های پرسشنامه و تحلیل مدل مسیر در یک

فرضیه فرعی ۱-۲: رابطه ویژگی خوش بینی مدیریت با پایداری رقابت منفی و معنادار است.

فرضیه اصلی ۲: رابطه ویژگی های خوش بینی مدیریت با مولفه های اجتماعی عملکرد پایداری شرکت ها منفی و معنادار است.

فرضیه فرعی ۲-۱: رابطه ویژگی خوش بینی مدیریت با پایداری اجتماعی عملکرد شرکت ها منفی و معنادار است.

فرضیه فرعی ۲-۲: رابطه ویژگی خوش بینی مدیریت با تاثیر اجتماعی عملکرد شرکت ها منفی و معنادار است.

فرضیه فرعی ۲-۳: رابطه ویژگی خوش بینی مدیریت با تعهد اجتماعی عملکرد شرکت ها منفی و معنادار است.

فرضیه فرعی ۲-۴: رابطه ویژگی خوش بینی مدیریت با منافع اجتماعی عملکرد شرکت ها منفی و معنادار است.

فرضیه اصلی ۳: رابطه خوش بینی مدیران با عملکرد پایداری شرکت ها منفی و معنادار است.

فرضیه فرعی ۳-۱: رابطه خوش بینی مدیریت با عملکرد پایداری شرکت ها منفی و معنادار است.

همچنین در این پژوهش، مدل های مورد استفاده جهت آزمون فرضیه های پژوهش به شرح زیر می باشد، که بر گرفته از مقاله سایکتی (۲۰۱۵) است:

$$RS_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 OPT_{it} + \sum_{j=2}^5 \alpha_j control_{jt} + \varepsilon_{it}$$

$$CS_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 OPT_{it} + \sum_{j=2}^5 \alpha_j control_{jt} + \varepsilon_{it}$$

$$SS_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 OPT_{it} + \sum_{j=2}^5 \alpha_j control_{jt} + \varepsilon_{it}$$

$$SI_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 OPT_{it} + \sum_{j=2}^5 \alpha_j control_{jt} + \varepsilon_{it}$$

$$SC_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 OPT_{it} + \sum_{j=2}^5 \alpha_j control_{jt} + \varepsilon_{it}$$

$$SB_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 OPT_{it} + \sum_{j=2}^5 \alpha_j control_{jt} + \varepsilon_{it}$$

$$RPS_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 OPT_{it} + \sum_{j=2}^5 \alpha_j control_{jt} + \varepsilon_{it}$$

متغیرهای این پژوهش، به منظور آزمون فرضیه ها شامل متغیرهای وابسته، مستقل، مداخله گر و کنترلی می باشند که، نحوه اندازه گیری و محاسبه متغیرهای این الگوها در جدول (۱) اشاره شده است.

چارچوب جامع ارائه و مورد تحلیل قرار دادند. نتایج تحلیل مسیر و شاخص های مطلوب برازش مدل ساختاری، بیان کننده ی معناداری و تبیین و توجیه مناسب کلیه ی مؤلفه ها برای افشای بعد اجتماعی مسئولیت شرکت هاست.

شیائو و همکاران (۲۰۱۸)، در پژوهشی با عنوان تاثیر عملکرد پایداری در سطح کشور. چنین عنوان می کنند که بهبود عملکرد پایداری شرکت ها نه تنها برای سلامتی اجتماعی و محیط زیست، بلکه برای سلامتی مالی شرکت سودمند است. نتایج حاصل از آزمون فرضیه های پژوهش نشان می دهد که پایداری مدیریت می تواند یک منبع مزیت رقابتی برای شرکت های واقع در کشورهای در حال توسعه، که میزان عملکرد پایداری نسبتا پایینی دارند.

سادوک و آیمن (۲۰۱۶)، در پژوهشی به بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد صندوق های سرمایه گذاری در کانادا پرداختند. نتایج نشان داد صندوق های با مسئولیت اجتماعی بالاتر نسبت به صندوق ها با مسئولیت اجتماعی پائین عملکرد قوی تری دارند. این نتایج به سرمایه گذاران در انتخاب سودآورترین صندوق برای سرمایه گذاری کمک زیادی می کند. مرسدس (۲۰۱۵)، رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی را با در نظر گرفتن ایجاد یک نظام راهبری شرکتی مناسب در شرکت های اسپانیایی مورد بررسی قرار داد. نتایج تجزیه و تحلیل های وی در بورس اوراق بهادار مادرید ثابت نمود که طبقه بندی و به کارگیری کلیه سیاست های اجتماعی موجب ارتقای منابع مالی می شود و به طور بالعکس افزایش عملکردهای مالی منجر به منافع اجتماعی بالاتر می گردد.

آدام و همکاران (۲۰۱۴)، به بررسی اثر خوش بینی مدیریتی در قراردادهای مالی پرداخته اند. این پژوهش در این مورد است که مدیران خوش بین که مصرا نه آینده ی گردش های مالی شرکت را اغراق می کنند، استعداد بیشتری در اجرای قرض های وابسته به کارایی دارند تا مدیران منطقی. این امکان از آنجا بر می آید که مدیران خوش بین تصمیم به رقابت با مدیران منطقی می گیرند.

۳- فرضیه ها و مدل های پژوهش

در راستای پاسخ به سؤالات پژوهش، فرضیه های زیر طراحی و مورد آزمون قرار میگیرند:

فرضیه اصلی ۱: رابطه ویژگی خوش بینی مدیریت با مولفه های اقتصادی عملکرد پایداری شرکت ها منفی و معنادار است.
فرضیه فرعی ۱-۱: رابطه ویژگی خوش بینی مدیریت با پایداری گزارشگری منفی و معنادار است.

جدول ۱: نحوه اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش

نماد	نوع متغیر	نام متغیر	نحوه محاسبه
پانل متغیرهای کنترلی			
اهرم مالی	Lev	کنترلی	$\frac{TD}{TA} = LEV$ TD: مجموع بدهی‌های TA: مجموع دارایی‌ها
رشد شرکت	Growth	کنترلی	$Growth = \frac{S_t - S_{t-1}}{S_{t-1}}$ S _t : مجموع فروش‌های سال t S _{t-1} : مجموع فروش‌های سال t-1
اندازه شرکت	Size	کنترلی	لگاریتم مجموع دارایی‌های شرکت Size = Ln(TA)
نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	MTB	کنترلی	$MTB = \frac{MVE}{BVE}$ ارزش بازار سهام = MVE ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام = BVE
تولید ناخالص ملی	GDP	کنترلی	لگاریتم تولید ناخالص ملی GDP = Ln(GDP)
پانل متغیرهای مستقل			
مسئولیت پذیری اجتماعی	CSR	مستقل	برای سنجش مسئولیت پذیری اجتماعی بعنوان متغیر مستقل از مقاله سالوسکی و زولچ (۲۰۱۴) استفاده گردیده است. $CSR_{it} = SI_{it} + SC_{it} + SB_{it}$
تاثیر اجتماعی	SI	مستقل	$SI = \frac{\text{جریان نقد عملیاتی} - \text{سود عملیاتی}}{\text{کل دارائیه‌ها}}$
تعهدات اجتماعی	SC	مستقل	$SC = \frac{\text{نقدینگی} + \text{ارزش بازار سهام}}{\text{کل دارائیه‌ها}}$
منافع اجتماعی	SB	مستقل	$SB = \frac{\text{مجموع بدهی‌های جاری و غیر جاری}}{\text{ارزش بازار سهام}}$
مولفه اجتماعی	SS	مستقل	$COV(CSR) = \frac{AVE(CSR)}{STD(CSR)}$
پایداری رقابت	CS	مستقل	برای سنجش پایداری رقابت بعنوان متغیر مستقل از رشوند (۱۳۹۷) به شرح زیر استفاده گردیده است: $MS = \frac{\text{فروش شرکت هر در سال}}{\text{فروش صنعت در هر سال}}$ $0 < MS < 1$ طی سه سال (سال جدید و دو سال قبل) STD(MS) هرچه سهم بازار کمتر، پایداری رقابت بالاتر
پایداری گزارشگری	RS	مستقل	برای سنجش پایداری گزارشگری بعنوان متغیر مستقل از رشوند (۱۳۹۷) به شرح زیر استفاده گردیده است: $TAcc_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 CFO_{it-1} + \alpha_2 CFO_{it} + \alpha_3 CFO_{it+1} + \alpha_4 ROA + \varepsilon_{it}$ TAcc _{it} : (سود خالص - جریان نقد عملیاتی) / کل دارایی‌های سال قبل CFO _{it} : جریان نقد عملیاتی ROA: نرخ بازده دارایی‌ها
مولفه اقتصادی	ES	مستقل	مجموع پایداری رقابت و پایداری گزارشگری ES = CS + RS
گزارش عملکرد پایداری	RPS	مستقل	مجموع مولفه اجتماعی و مولفه اقتصادی RPS = SS + ES
پانل متغیرهای وابسته			

نحوه محاسبه	نام متغیر	نوع متغیر	نماد
<p>برای متغیر خوش بینی از متغیر مجازی ۲ ارزشی استفاده می‌شود به این صورت که به خوش بینی عدد ۱ و بدبینی عدد صفر نسبت داده می‌شود. برای محاسبه این متغیر به پیروی از کمیل و همکاران (۲۰۱۱):</p> <p>ابتدا داده‌های مربوط به سود واقعی و سود پیش بینی شده هر سهم برای شرکت‌های نمونه گردآوری و از رابطه زیر برای تعیین خوش بینی یا بدبینی آن‌ها استفاده می‌شود</p> $UE_{i,t} = \frac{Price_{i,t-1}}{(E_{i,t} - MF_{i,t})}$ <p>$E_{i,t}$: سود تحقق یافته واقعی هر سهم شرکت i ام در سال t $MF_{i,t}$: سود پیش بینی شده هر سهم شرکت i ام در سال t $Price_{i,t-1}$: قیمت هر سهم شرکت i ام در سال $t-1$</p> <p>این متغیر به صورت فصلی (با توجه به صورت‌های مالی ۳ ماهه، ۶ ماهه، ۹ ماهه و ۱۲ ماهه) بررسی می‌شود</p>	وابسته	OPT	خوش بینی مدیران

۴- روش انجام پژوهش

این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ ماهیت و روش، توصیفی-عللی است. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌های پژوهش، از معادله رگرسیون خطی چند متغیره استفاده شده است. به منظور انجام پژوهش، داده‌های کمی مورد نیاز از صورتهای مالی حسابرسی شده شرکتها و سایر گزارشات مالی آنها و همچنین، نرم افزار ره آورد نوین استخراج شده است. داده‌ها پس از جمع‌آوری در صفحه اکسل، مرتب و طبقه‌بندی شده و در نهایت با استفاده از نرم افزار ایویوز مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند.

- ۴) نوع فعالیت شرکت تولیدی بوده و لذا موسسات مالی، سرمایه‌گذاری، بانک‌ها، بیمه، شرکت‌های لیزینگ و هلدینگ در نمونه آورده نمی‌شود.
- ۵) داده‌های مورد نیاز برای محاسبه متغیرهای پژوهش برای شرکت در دسترس باشد.
- ۶) شرکت وقفه معاملاتی بیش از شش ماه نداشته باشد.

در این پژوهش بعد از اعمال پیش‌فرض‌ها، ۷۹ شرکت از ۱۰ صنعت به عنوان نمونه در نظر گرفته شدند.

۶- نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش

نتایج آزمون فرضیه اول

فرضیه اصلی اول: رابطه ویژگی خوش بینی مدیریت با مولفه‌های اقتصادی عملکرد پایداری شرکت‌ها منفی و معنادار است.

فرضیه فرعی ۱-۱: رابطه ویژگی خوش بینی مدیریت با پایداری گزارشگری منفی و معنادار است.

برای آزمون فرضیه پژوهش از مدل‌های رگرسیونی زیر استفاده شده است:

$$RS_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 OPT_{it} + \sum_{j=2}^5 \alpha_j control_{jt} + \varepsilon_{it}$$

به منظور آزمون فرضیه پژوهش ما ابتدا مدل را با استفاده از آزمون T و f مورد بررسی و تحلیل قرار می‌دهیم سپس به اثبات یا رد فرضیه پژوهش می‌پردازیم.

۵- دوره مطالعه و جامعه آماری

جامعه آماری شامل کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران که از سال ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۶ در بورس اوراق بهادار تهران بوده‌اند می‌باشد. در این پژوهش برای نمونه‌گیری از روش غربالگری استفاده شد؛ به این صورت که پژوهشگر شرایط را برای انتخاب نمونه مورد نظر تعیین می‌نماید و در صورتی که هر عضو جامعه واجد یکی از شرایط نباشد از جامعه حذف و در نهایت باقی‌مانده جامعه، نمونه را تشکیل می‌دهد. شرکت‌هایی انتخاب می‌شوند که دارای شرایط زیر باشند:

- شرکت‌ها قبل از سال ۱۳۹۲ در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته شده باشد و تا پایان سال ۱۳۹۶ از فهرست شرکت‌های یاد شده حذف نشده باشد.
- پایان سال مالی شرکت ۲۹ اسفند ماه هر سال باشد.
- شرکت‌ها در طول دوره پژوهش (۹۶-۹۲) تغییر سال مالی نداده باشند.

جدول (۲): نتایج بررسی ضرایب جزئی الگوی ۱

نماد متغیرها	ضرایب	آماره t	احتمال	VIF
C	۰/۴۰۸۷	۴/۷۰۳۵	۰/۰۰۰۰	----
SIZE	-۰/۰۰۴۲	-۱/۴۱۹۳	۰/۱۵۷۲	۱/۰۱۵۳
MTB	-۰/۰۰۴۲	-۱/۷۴۵۹	۰/۰۴۲۱	۱/۰۲۸۰
LEV	-۰/۰۱۸۵	-۱/۳۷۴۰	۰/۱۷۰۸	۱/۰۲۰۸
SG	۰/۰۱۶۰	۲/۳۰۳۲	۰/۰۲۲۲	۱/۴۳۳۹
GDP	-۰/۰۶۵۳	-۲/۸۰۱۵	۰/۰۰۵۵	۱/۴۳۰۶
OPT	۰/۰۰۰۹	۰/۱۰۴۳	۰/۹۱۷۰	۱/۰۳۳۴
	مقدار	آزمون	مقدار	P- Value
R ^۲	۰/۸۲۲۷	هاسمن	۳/۵۹۶	۰/۰۰۰۸
R ^۲ تعدیل شده	۰/۷۵۷۲	F لیمر	۲/۰۲۱	۰,۰۰۰۰
D-W	۲/۳۵۶	F فیشر	۱۲/۵۵۸	۰,۰۰۰۰

فرضیه اصلی اول: رابطه ویژگی خوش بینی مدیریت با مولفه های اقتصادی عملکرد پایداری شرکت ها منفی و معنادار است. فرضیه فرعی ۱-۲: رابطه ویژگی خوش بینی مدیریت با پایداری رقابت منفی و معنادار است. برای آزمون فرضیه پژوهش از مدل های رگرسیونی زیر استفاده شده است:

$$CS_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 OPT_{it} + \sum_{j=2}^5 \alpha_j control_{jt} + \varepsilon_{it}$$

به منظور آزمون فرضیه پژوهش ما ابتدا مدل را با استفاده از آزمون T و f مورد بررسی و تحلیل قرار می دهیم سپس به اثبات یا رد فرضیه پژوهش می پردازیم.

همان طور که در جدول (۳) ملاحظه می شود آماره t بدست آمده برای متغیر خوش بینی برابر ۱/۲۰۲۸- و سطح معنی داری آن ۰/۲۳۰ است، فرضیه دوم پژوهش تایید می شود. بنابراین رابطه ویژگی خوش بینی مدیریت با پایداری رقابت منفی و معنادار است.

همان طور که در جدول (۲) ملاحظه می شود، مقدار آماره F و سطح معناداری مربوط به این آماره بیانگر این است که فرضیه صفر آماری که همان بی معنا بودن کل مدل (صفر بودن تمام ضرایب) است، رد می شود و مدل رگرسیون برآورد شده در کل معنادار است. در این مدل، ضریب تعیین برابر با ۰/۸۲۲۷ است. یعنی ۸۲/۲۷٪ از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل قابل توضیح است. با توجه به این که آماره بدست آمده دوربین - واتسون در دامنه ۱/۵ و ۲/۵ قرار دارد، بیانگر نبود خود همبستگی بین خطاهای مدل است. همچنین مقادیر عامل تورم واریانس که بیانگر وجود رابطه شدید بین متغیرهای مستقل و کنترلی است، زیر ۱۰ می باشد که نشان از عدم وجود هم خطی بین متغیرهای مستقل و کنترلی را تأیید می کند. بنابراین همان طور که مشاهده می شود آماره t بدست آمده برای متغیر خوش بینی برابر ۰/۱۰۴۳ و سطح معنی داری آن ۰/۹۱۷۰ است، فرضیه اول پژوهش رد می شود. بنابراین ویژگی های خوش بینی مدیریت با پایداری گزارشگری رابطه مثبت و بی معنی است.

جدول (۳): نتایج بررسی ضرایب جزئی الگوی ۲

نماد متغیرها	ضرایب	آماره t	احتمال	VIF
C	۰/۰۵۲۰	۶/۳۱۱۵	۰/۰۰۰۰	----
SIZE	-۰/۰۰۰۵	-۱/۸۹۸۸	۰/۰۵۸۸	۱/۰۱۵۳
MTB	۰/۰۰۰۵	۳/۱۱۶	۰/۰۰۲۱	۱/۰۲۸۰
LEV	-۰/۰۰۲۴	۲/۱۵۹۱	۰/۰۳۱۹	۱/۰۲۰۸
SG	-۰/۰۰۳۸	-۵/۹۳۶۸	۰/۰۰۰۰	۱/۴۳۳۹
GDP	-۰/۰۰۵۳	-۲/۶۷۹۴	۰/۰۰۷۹	۱/۴۳۰۶
OPT	-۰/۰۰۰۷	-۱/۲۰۲۸	۰/۰۲۳۰	۱/۰۳۳۴
	مقدار	آزمون	مقدار	P- Value

VIF	احتمال	آماره t	ضرایب	نماد متغیرها	
۰/۰۰۸		۳/۵۹۶	هاسمن	۰/۹۴۷۱	R ^۲
۰,۰۰۰۰		۷/۴۹۵	F لیمر	۰/۹۲۷۶	R ^۲ تعدیل شده
۰,۰۰۰۰		۴۸/۵۰۷	F فیشر	۲/۴۲۶	D-W

نتایج آزمون فرضیه دوم

فرضیه اصلی دوم: رابطه ویژگی خوش بینی مدیریت با مولفه های اجتماعی عملکرد پایداری شرکت ها منفی و معنادار است. فرضیه فرعی ۱-۲: رابطه ویژگی خوش بینی مدیریت با پایداری اجتماعی عملکرد شرکت ها منفی و معنادار است. برای آزمون فرضیه پژوهش از مدل های رگرسیونی زیر استفاده شده است:

$$SS_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 OPT_{it} + \sum_{j=2}^5 \alpha_j control_{jt} + \varepsilon_{it}$$

به منظور آزمون فرضیه پژوهش ما ابتدا مدل را با استفاده از آزمون T و f مورد بررسی و تحلیل قرار می دهیم سپس به اثبات یا رد فرضیه پژوهش می پردازیم.

جدول (۴): نتایج بررسی ضرایب جزئی الگوی ۳

VIF	احتمال	آماره t	ضرایب	نماد متغیرها	
----	۰/۸۴۳۴	-۰/۱۹۷۸	-۰/۴۲۶۸	مقدار	C
۱/۰۱۵۳	۰/۰۴۷۰	۱/۸۴۰۳	۰/۱۴۲۸	مقدار	SIZE
۱/۰۲۸۰	۰/۴۵۳۹	۰/۷۵۰۲	۰/۰۳۸۶	مقدار	MTB
۱/۰۲۰۸	۰/۰۰۹۳	-۰/۵۱۱۷	-۰/۱۶۳۸	مقدار	LEV
۱/۴۳۳۹	۰/۱۶۷۸	۱/۳۸۳۵	۰/۲۱۱۶	مقدار	SG
۱/۴۳۰۶	۰/۰۲۲۱	-۱/۵۵۱۵	-۰/۹۴۸۱	مقدار	GDP
۱/۰۳۳۴	۰/۰۲۴۱	-۰/۸۰۰۷	-۰/۱۳۶۴	مقدار	OPT
P- Value		مقدار	آزمون	مقدار	
۰/۰۰۳۴		۰/۶۹۰	هاسمن	۰/۸۳۹۶	R ^۲
۰,۰۰۰۰		۲/۰۳۳	F لیمر	۰/۷۸۰۳	R ^۲ تعدیل شده
۰,۰۰۰۰		۱۴/۱۶۷	F فیشر	۲/۳۷۷	D-W

$$SI_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 OPT_{it} + \sum_{j=2}^5 \alpha_j control_{jt} + \varepsilon_{it}$$

به منظور آزمون فرضیه پژوهش ما ابتدا مدل را با استفاده از آزمون T و f مورد بررسی و تحلیل قرار می دهیم سپس به اثبات یا رد فرضیه پژوهش می پردازیم.

فرضیه اصلی دوم: رابطه ویژگی خوش بینی مدیریت با مولفه های اجتماعی عملکرد پایداری شرکت ها منفی و معنادار است. فرضیه فرعی ۲-۲: رابطه ویژگی خوش بینی مدیریت با تاثیر اجتماعی عملکرد شرکت ها منفی و معنادار است. برای آزمون فرضیه پژوهش از مدل های رگرسیونی زیر استفاده شده است:

جدول (۵): نتایج بررسی ضرایب جزئی الگوی ۴

VIF	احتمال	آماره t	ضرایب	نماد متغیرها	
----	۰/۰۰۰۰	۶/۶۲۶۸	۰/۸۴۲۸	مقدار	C
۱/۰۱۵۳	۰/۰۰۰۰	-۴/۹۷۹۲	-۰/۰۲۲۰	مقدار	SIZE
۱/۰۲۸۰	۰/۰۰۰۱	۳/۹۹۴۴	۰/۰۱۹۵	مقدار	MTB
۱/۰۲۰۸	۰/۰۲۹۰	۲/۱۹۷۴	۰/۰۶۴۵	مقدار	LEV
۱/۴۳۳۹	۰/۰۰۰۲	-۳/۷۴۲۴	-۰/۰۶۲۸	مقدار	SG
۱/۴۳۰۶	۰/۰۰۰۱	-۴/۰۹۴۹	-۰/۲۷۵۳	مقدار	GDP

۱/۰۳۳۴	۰/۰۰۶۰	-۰/۲۹۷۸	-۰/۰۰۳۵	OPT	
P- Value		مقدار	آزمون	مقدار	
۰/۰۰۰۴		۲۲/۴۸۱	هاسمن	۰/۷۶۶۸	R ^۲
۰,۰۰۰۰		۲/۲۵۰	F لیمر	۰/۶۸۰۶	R ^۲ تعدیل شده
۰,۰۰۰۰		۸/۹۰۰	F فیشر	۲/۲۹۸	D-W

همان‌طور که در جدول (۵) ملاحظه می‌شود آماره t بدست آمده برای متغیر خوش بینی برابر -۰/۲۹۷۸ و سطح معنی‌داری آن ۰/۰۰۶۰ است، فرضیه چهارم پژوهش پذیرفته می‌شود. بنابراین رابطه ویژگی خوش بینی مدیریت با تاثیر اجتماعی عملکرد شرکت‌ها منفی و معنادار است.

همان‌طور که در جدول (۵) ملاحظه می‌شود آماره t بدست آمده برای متغیر خوش بینی برابر -۰/۲۹۷۸ و سطح معنی‌داری آن ۰/۰۰۶۰ است، فرضیه چهارم پژوهش پذیرفته می‌شود. بنابراین رابطه ویژگی خوش بینی مدیریت با تاثیر اجتماعی عملکرد شرکت‌ها منفی و معنادار است.

$$SC_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 OPT_{it} + \sum_{j=2}^5 \alpha_j control_{jt} + \varepsilon_{it}$$

فرضیه اصلی دوم: رابطه ویژگی خوش بینی مدیریت با مولفه های اجتماعی عملکرد پایداری شرکت‌ها منفی و معنادار است.

به منظور آزمون فرضیه پژوهش ما ابتدا مدل را با استفاده از آزمون T و f مورد بررسی و تحلیل قرار می‌دهیم سپس به اثبات یا رد فرضیه پژوهش می‌پردازیم.

جدول (۶): نتایج بررسی ضرایب جزئی الگوی ۵

VIF	احتمال	آماره t	ضرایب	نماد متغیرها	
----	۰/۴۴۱۹	۰/۷۷۰۳	۰/۵۵۴۸	C	
۱/۰۱۵۳	۰/۰۰۰۱	۰/۸۴۲۹	۰/۰۲۱۶	SIZE	
۱/۰۲۸۰	۰/۰۲۱۸	-۰/۹۹۲۸	-۰/۰۱۳۸	MTB	
۱/۰۲۰۸	۰/۲۶۳۱	-۱/۱۲۱۸	-۰/۰۸۹۸	LEV	
۱/۴۳۳۹	۰/۰۳۳۳	۰/۲۱۰۶	۰/۰۰۹۱	SG	
۱/۴۳۰۶	۰/۵۷۳۷	۰/۵۶۳۴	۰/۰۸۶۷	GDP	
۱/۰۳۳۴	۰/۰۰۵۰	-۲/۸۳۵۷	-۰/۱۰۰۰	OPT	
P- Value		مقدار	آزمون	مقدار	
۰/۰۰۲۳		۶/۸۶۷	هاسمن	۰/۷۸۷۸	R ^۲
۰,۰۰۸۲		۱/۲۸۹	F لیمر	۰/۷۰۹۴	R ^۲ تعدیل شده
۰,۰۰۰۰		۱۰/۰۴۸	F فیشر	۲/۴۸۳	D-W

$$SB_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 OPT_{it} + \sum_{j=2}^5 \alpha_j control_{jt} + \varepsilon_{it}$$

همان‌طور که در جدول (۶) ملاحظه می‌شود آماره t بدست آمده برای متغیر خوش بینی برابر -۲/۸۳۵۷ و سطح معنی‌داری آن ۰/۰۰۵۰ است، فرضیه پنجم پژوهش پذیرفته می‌شود. بنابراین رابطه ویژگی خوش بینی مدیریت با تعهد اجتماعی عملکرد شرکت‌ها منفی و معنادار است.

به منظور آزمون فرضیه پژوهش ما ابتدا مدل را با استفاده از آزمون T و f مورد بررسی و تحلیل قرار می‌دهیم سپس به اثبات یا رد فرضیه پژوهش می‌پردازیم.

فرضیه اصلی دوم: رابطه ویژگی خوش بینی مدیریت با مولفه های اجتماعی عملکرد پایداری شرکت‌ها منفی و معنادار است. فرضیه فرعی ۲-۴: رابطه ویژگی خوش بینی مدیریت با منافع اجتماعی عملکرد شرکت‌ها منفی و معنادار است.

همان‌طور که در جدول (۷) ملاحظه می‌شود آماره t بدست آمده برای متغیر خوش بینی برابر ۰/۳۴۴۱ و سطح معنی‌داری آن ۰/۰۳۱۰ است، فرضیه ششم پذیرفته می‌شود. بنابراین رابطه ویژگی خوش بینی مدیریت با منافع اجتماعی عملکرد شرکت‌ها منفی و معنادار است.

برای آزمون فرضیه پژوهش از مدل‌های رگرسیونی زیر استفاده شده است:

جدول (۷): نتایج بررسی ضرایب جزئی الگوی ۶

نماد متغیرها	ضرایب	آماره t	احتمال	VIF
C	۲/۰۵۰۹	۳/۱۲۴۱	۰/۰۰۲۰	----
SIZE	-۰/۰۳۵۷	-۱/۵۲۸۶	۰/۱۲۷۷	۱/۰۱۵۳
MTB	-۰/۰۲۶۳	-۲/۲۳۸۱	۰/۰۲۶۲	۱/۰۲۸۰
LEV	۰/۱۱۷۳	۱/۵۴۱۲	۰/۰۲۴۶	۱/۰۲۰۸
SG	۰/۰۴۰۲	۱/۰۶۳۲	۰/۲۸۸۸	۱/۴۳۳۹
GDP	-۰/۲۵۵۳	-۱/۷۰۹۱	۰/۰۴۸۷	۱/۴۳۰۶
OPT	-۰/۰۱۲۲	-۰/۳۴۴۱	۰/۰۳۱۰	۱/۰۳۳۴
	مقدار	مقدار	P- Value	
R ^۲	۰/۸۰۵۴	۴/۷۹۵	۰/۰۴۱۳	
R ^۲ تعدیل شده	۰/۷۳۳۵	۱/۹۰۴	۰,۰۰۰۱	
D-W	۲/۳۱۰	۱۱/۲۰۴	۰,۰۰۰۰	

نتایج آزمون فرضیه سوم

فرضیه اصلی سوم: رابطه خوش بینی مدیران با عملکرد پایداری شرکت ها منفی و معنادار است.
 فرضیه فرعی ۳-۱: رابطه خوش بینی مدیریت با عملکرد پایداری شرکت ها منفی و معنادار است.
 برای آزمون فرضیه پژوهش از مدل های رگرسیونی زیر استفاده شده است:

$$RPS_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 OPT_{it} + \sum_{j=2}^5 \alpha_j control_{jt} + \varepsilon_{it}$$

به منظور آزمون فرضیه پژوهش ما ابتدا مدل را با استفاده از آزمون T و f مورد بررسی و تحلیل قرار می دهیم سپس به اثبات یا رد فرضیه پژوهش می پردازیم.
 همان طور که در جدول (۸) ملاحظه می شود آماره t بدست آمده برای متغیر خوش بینی برابر ۰/۶۴۰۵- و سطح معنی داری آن ۰/۰۱۹۵ است، فرضیه هفتم پذیرفته می شود. بنابراین رابطه خوش بینی مدیریت با عملکرد پایداری شرکت ها منفی و معنادار است.

جدول (۹): نتایج بررسی ضرایب جزئی الگوی ۷

نماد متغیرها	ضرایب	آماره t	احتمال	VIF
C	۰/۳۹۱۱	۰/۱۶۳۸	۰/۸۷۰۰	----
SIZE	-۰/۱۲۴۴	۱/۴۵۸۱	۰/۰۴۶۱	۱/۰۱۵۳
MTB	۰/۰۳۰۳	۰/۵۷۲۷	۰/۵۶۷۴	۱/۰۲۸۰
LEV	-۰/۲۴۱۳	-۰/۶۸۹۴	۰/۴۹۱۲	۱/۰۲۰۸
SG	۰/۲۰۸۳	۱/۲۹۹۳	۰/۰۱۹۵	۱/۴۳۳۹
GDP	-۰/۷۷۷۰	-۱/۲۴۲۸	۰/۰۲۱۵	۱/۴۳۰۶
OPT	-۰/۱۱۴۷	-۰/۶۴۰۵	۰/۰۱۹۵	۱/۰۳۳۴
	مقدار	مقدار	P- Value	
R ^۲	۰/۸۱۷۰	۰/۶۱۲	۰/۰۰۷۴	
R ^۲ تعدیل شده	۰/۷۴۹۴	۲/۰۰۲	۰,۰۰۰۱	
D-W	۲/۴۱۲	۱۲/۰۸۴	۰,۰۰۰۰	

۷- جمع بندی و تفسیر

با توجه به نتایج آماری، فرضیه های پژوهش به صورت زیر می باشند:

نتایج حاصل از آزمون فرضیه اول نشان داد که رابطه ویژگی خوش بینی مدیریت با پایداری گزارشگری مثبت و بی معنی است. منظور از پایداری گزارشگری یعنی اینکه میزان دست کاری مدیریت در جهت اینکه اطلاعات با شرایط واقعی رخ داده

اجتماعی یعنی خواستگاه اجتماعی محصول چیست، بنگاه ها می توانند از بعد برند، حق الامتیاز و ... تاثیر اجتماعی مثبت یا منفی بگذارند. مدیران می باید نسبت به گروه های خاصی که روی سازمان تاثیر می گذارند یا می توانند روی منافع و اهداف سازمان موثر باشند، احساس مسئولیت نمایند. یک بنگاه اقتصادی نه تنها بایستی نسبت به سهامدارانش و سرمایه داران خود احساس مسئولیت کند، بلکه بایستی با همان نسبت به همان گروه هایی که در موفقیت آن سهیم هستند، احساس مسئولیت نماید این گروه ها عبارتند از: صاحبان سهام، مشتریان، سازمان های دولتی، اتحادیه های کارگری، کارکنان، عرضه کنندگان مواد اولیه، اعتبار دهندگان و ... اما مدیران خوش بین به جهت اهداف خود سعی در حفظ منافع خود دارند بنابراین خوش بینی مدیریت با تاثیر اجتماعی عملکرد شرکت ها منفی و معنادار است.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه پنجم نشان داد که رابطه ویژگی خوش بینی مدیریت با تعهد اجتماعی عملکرد شرکت ها منفی و معنادار است. در تعهدات اجتماعی شرکت هایی که از تعهدات اجتماعی برخوردارند تمایل بیشتری به افشای عمومی فعالیت های اجتماعی خود دارند. اگر شرکتی به جامعه پاسخگو باشد طبق نظریه ذی نفعان که الزاما به سهامداران پاسخگو نیست، نشان از توانایی شرکت و مدیران آن می باشد، پس اگر در شرکتی پاسخگویی افزایش می یابد یعنی گزارشگری به عامه مردم به استثنای سهامداران افزایش پیدا کرده. مدیران خوش بین امکان دسترسی بی قید و شرط به بخش مهمی از اطلاعات سازمان را به دست می آورند. این ویژگی زمانیکه انگیزه هایی همچون پاداش، مقررات گریزی، افزایش روز افزون رقابت ها و ... پیش می آید، محرک قوی برای مدیران می شود تا در جهت منافع خویش و حتی در تضاد با منافع سایر گروه ها تمایلی به افشای عمومی فعالیت های اجتماعی نداشته باشند، درست است که مردم در شرکت نفعی ندارند ولی حق دارند که بدانند. بنابراین خوش بینی مدیریت با تعهد اجتماعی عملکرد شرکت ها منفی و معنادار است.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه ششم نشان داد که رابطه ویژگی خوش بینی مدیریت با منافع اجتماعی عملکرد شرکت ها منفی و معنادار است. منافع اجتماعی به عنوان فعالیت هایی توصیف می شود که به منظور پیشرفت بعضی از اهداف اجتماعی که فراتر از اهداف مالی هستند انجام می گردد. منافع اجتماعی یعنی شرکت پول را صرف پروژه ای که هزینه فرصت اقتصادی مثبت از دست رفته داشته باشد نکند و آن را صرف اجتماع کند نه سهامداران. به عبارتی هزینه فرصت اقتصادی از دست رفته موضوعاتی که بایستی تصمیم گیری می شد و

تطبيق بیشتری دهد یا اینکه اطلاعات را به نفع خود گزارش دهد، کمتر باشد. یعنی در طول زمان دستکاری به هر انگیزه ای انقدر نوساناتش شدید نباشد که تفاوت معناداری در مطلوبیت تصمیم گیری استفاده کننده بوجود آورد. مدیران خوش بین سعی می نمایند با استفاده از اقلام تعهدی، سود گزارش شده را بیش از واقع نشان دهند اما به جهت حفظ منافع خود، شهرت و اعتبار خود این میزان دستکاری را کاهش می دهند که برخلاف ویژگی شخصیتی آنهاست، بنابراین خوش بینی مدیریت با پایداری گزارشگری مثبت و بی معنی است.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه دوم نشان داد که رابطه ویژگی خوش بینی مدیریت با پایداری رقابت منفی و معنادار است. پایداری رقابت یعنی توانایی رقابت با شرکت های هم صنعت به نحوی که در آن صنعت فعال کما فی سابق باقی بماند، از این رو پایداری رقابت سهم بازار خود را حفظ کرده و میزان فروش، مصرف مواد اولیه، مشتری و عرضه کننده خود را در بازار دارد. مدیران خوش بین با برآوردی بیش از واقع از توانایی خود در تاثیرگذاری بر سود شرکت و دست کم گرفتن اتفاقات غیرمترقبه، انگیزه ها و فرصت هایی را برای استفاده از منابع شرکت در جهت پیگیری منافع شخصی خود دارند که این منفعت طلبی سبب می گردد سهم بازار خود را از دست دهند و میزان فروش، مصرف مواد اولیه، مشتری و عرضه کننده خود را در بازار نداشته باشند. بنابراین خوش بینی مدیریت با پایداری رقابت منفی و معنادار است.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه سوم نشان داد که رابطه ویژگی خوش بینی مدیریت با پایداری اجتماعی عملکرد شرکت ها منفی و معنادار است. پایداری اجتماعی از سه پایداری تاثیر، منافع و تعهد اجتماعی حاصل می شود و چگونگی فعالیت آنها باید به گونه ای باشد که در اثر آن، زیانی به جامعه نرسد و در صورت رسیدن زیان، شرکت های مربوطه ملزم به جبران آن باشند و محیط اطلاعاتی و کیفیت اطلاعات حسابداری را بهبود می بخشد و در نتیجه نامتقارنی اطلاعات بین مدیران و سهامداران را کاهش می دهد. اما مدیران خوش بین به جهت منافع خود و با بی توجهی به مسئولیت های اجتماعی موجب افزایش دخالت و در نتیجه کاهش کارایی عملکرد می شوند. بنابراین خوش بینی مدیریت با پایداری اجتماعی عملکرد شرکت ها منفی و معنادار است.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه چهارم نشان داد که رابطه ویژگی خوش بینی مدیریت با تاثیر اجتماعی عملکرد شرکت ها منفی و معنادار است. شرکت ها نسبت به گروه های سازنده در جامعه غیر از سهامداران و فراتر از آن چیزی که از طریق قانون و قرارداد اتحادیه توصیف شده، وظیفه دارند. منظور از تاثیر

ردیف	فرضیات	نتایج
7	فرضیه هفتم	تایید

در این پژوهش برای انجام آزمون این فرضیه، از آزمون‌های ضریب پیرسون، هاسمن و تی و اف استفاده شده است. نتایج این فرضیات با یافته‌های پژوهش رشوند (۱۳۹۷) که دریافتند تاثیر مثبت و معناداری بین متغیرهای اطلاعات غیرمالی و عملکرد پایداری را نشان می‌دهد و جابری و حیدری (۱۳۹۶) که دریافتند خوش بینی مدیران در افشای بعد اقتصادی، بعد اجتماعی و بعد محیطی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران مثبت و معنادار است و کاکاوی و ایرجی راد (۱۳۹۴) که دریافتند بین ابعاد اجتماعی و اقتصادی عملکرد پایداری شرکتها با عدم تقارن اطلاعاتی رابطه ای وجود ندارد و احمدی نیاسانی و همکاران (۱۳۹۴) که دریافتند بین هریک از شاخص‌های مسئولیت اجتماعی با اجزای عملکرد مالی شرکتها رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد همچنین با شاخص‌های مسئولیت اجتماعی رابطه مثبت و معنی‌داری برقرار است و بهاری مقدم و همکاران (۱۳۹۰) دریافتند که متغیرهای انتخاب شده مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی رابطه مثبت و معناداری با مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها دارند، اما با پژوهش سپاسی و حسن زاده (۱۳۹۵) که نشان دادند بین بعد اقتصادی و مسئولیت اجتماعی شرکت و پایداری سود رابطه معنی‌داری وجود دارد و حساس یگانه و برزگر (۱۳۹۲) که نتایج تحلیل مسیر و شاخص‌های مطلوب برازش مدل ساختاری، بیان‌کننده‌ی معناداری و تبیین و توجیه مناسب کلیه‌ی مؤلفه‌ها برای بعد اجتماعی مسئولیت شرکت هاست و رضایی و محمدپور (۱۳۹۶) که دریافتند رابطه منفی و معناداری بین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و هزینه سرمایه‌ی ضمنی آنها وجود دارد مطابقت دارد.

۸- پیشنهادات حاصل از نتایج پژوهش

- ✓ با توجه به اهمیت و وسعت ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکتها، به مدیران شرکتهای پذیرفته شده در بورس پیشنهاد می‌گردد، در جهت ارتقای عملکرد، به طبقه بندی صحیح و بعلاوه در نظر گرفتن آثار فعالیت‌های اجتماعی جدید که به طور مستقیم بر عملکرد تأثیرگذار است روی آورند.
- ✓ مراجع مسئولی که در تلاش هستند تا عوامل روان-شناختی، تفکرات خوش‌بینی یا بدبینی را کم‌رنگ کنند، می‌توانند از نتایج این پژوهش در ارزیابی‌هایشان استفاده کنند.

انتخاب نشد کمترین باشد، یعنی هر انتخابی که باید تصمیم‌گیری می‌شد ولی به دلیل نداشتن منفعت موجه کنار گذاشته شد، هزینه فرصت اقتصادی مثبت در برابر گزینه‌های انتخاب شده ندارد و اینجاست که منفعت اجتماعی معنا می‌گیرد. مدیران شرکت‌ها نسبت به سایر استفاده‌کنندگان یا سهامداران شرکت اطلاعات بیشتری نسبت به شرکت دارند که بدین‌گونه مدیران خوش‌بین برای استفاده از منابع شرکت در جهت پیگیری منافع شخصی خود بدون توجه به منفعت اجتماع اطلاعات را نزد خود نگاه میدارند و به دیگران انتقال نمی‌دهند و به انتخاب پروژه‌هایی با منفعت اجتماعی بی‌اعتنا هستند. بنابراین خوش‌بینی مدیریت با منافع اجتماعی عملکرد شرکت‌ها منفی و معنادار است.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه هفتم نشان داد که رابطه خوش‌بینی مدیریت با عملکرد پایداری شرکت‌ها منفی و معنادار است. عملکرد پایداری رویکرد متفاوتی به کسب و کار است که برای مشتریان و کارکنان خود ارزش بلند مدت می‌آفریند. در این رویکرد تنها استراتژی زیست محیطی مد نظر نیستند بلکه همه ابعاد عملکرد یک کسب و کار یعنی ابعاد اجتماعی، اقتصادی نیز علاوه بر محیط زیست مورد توجه قرار می‌گیرد و همه فعالیت‌ها و استراتژی‌هایی را در بر می‌گیرد که نیازهای ذی‌نفعان امروز را برآورده می‌کنند. از آنجایی که مدیران خوش‌بین سعی می‌کنند با استفاده از ارقام تعهدی سود گزارش شده را بیش از واقع نشان دهند و هنگام تصمیم‌گیری‌های خود، توجهی به فعالیت‌های اجتماعی شرکت ندارند و تصمیماتشان را بر مبنای افشای اطلاعات شرکت‌ها درباره فعالیت‌های زیست محیطی و اجتماعی، در اطلاعات مالی مرسوم (گزارش‌های سالانه) تغییر نمی‌دهند و به دنبال کسب سود خود بوده، مستقیماً نسبت به هدف‌ها و مسائل اجتماعی فعالیت‌ی ندارند و حداکثر سازی ارزش برای سهامداران منعکس‌کننده منافع کوتاه مدت به جای سود آوری بلند مدت برای مدیران است، با توجه به نتایج آزمون‌های ۷ تا ۱۲ خوش‌بینی مدیران بر عملکرد پایدار تاثیر منفی و معنادار می‌گذارد.

جدول ۱۰- خلاصه نتایج فرضیات پژوهش

ردیف	فرضیات	نتایج
۱	فرضیه اول	رد
۲	فرضیه دوم	تایید
۳	فرضیه سوم	تایید
۴	فرضیه چهارم	تایید
5	فرضیه پنجم	تایید
6	فرضیه ششم	تایید

شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی قزوین.

* جواد، رزیتا، به راهنمایی رضایی، فرزین (۱۳۹۵). تاثیر واسطه ای عملکرد مالی بر رابطه بین مسئولیت های اجتماعی و ساختار مالکیت شرکت ها. پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی البرز قزوین.

* سلیمانزاده، فاطمه، به راهنمایی رضایی، فرزین (۱۳۹۶). بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی با ضریب واکنش به سود و عملکردهای شرکت‌ها. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی قزوین.

* سیرانی، محمد، سیفعلی، حسین (۱۳۹۳). بررسی تأثیر رقابت در بازار محصول و راهبری شرکتی بر سیاستهای نگهداشت وجه نقد در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. تحقیقات حسابداری و حسابرسی. شماره ۲۳، صص ۱۱۹-۱۰۲.

* قدرتی، حسن، فیضی، سعید (۱۳۹۴). تاثیر حاکمیت شرکتی بر میزان مدیریت سود در بورس اوراق بهادار تهران. دانش حسابرسی، شماره ۵۸، ۲۳۲-۲۰۵.

* کاکاویی، زینب، ایرجی راد، ارسلان (۱۳۹۴). بررسی تاثیر عملکرد پایداری شرکت بر عدم تقارن اطلاعاتی، شرکتهای پذیرفته شده در بازار بورس اوراق بهادار تهران. سومین کنفرانس بین المللی پژوهشهای کاربردی در مدیریت و حسابداری، تهران، دانشگاه شهید بهشتی.

* Adam, Tim R., Burg, Valentin. Scheinert, Tobias., Streitz, Daniel., (2014). Managerial Optimism and Debt Contract Design: The Case of Syndicated Loans. Governance and the efficiency of economic systems.

* Ben Mohamed, E., Fairchild, R., Bouri, A. (2014). Investment cash flow sensitivity under managerial optimism: New evidence from NYSE panel data firms. Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences, 19(36), 11-18.

* Campbell, T. C.; Galleyer, M.; Johnson, S. A.; Rutherford, J.; & B. W. Stanley (2011). "CEO Optimism and Forced Turnover." Journal of Financial Economics, Vol. 020, 191-200.

* Chen, I.Ju., Lin, Shin, Hung., (2013). Managerial Optimism, Investment Efficiency, and Firm Valuation. Multinational Finance Journal.

* Englmaier, F (2014). Managerial Optimism and Investment Choies. Managerial and Decision Economics, 31, 4, pp. 303-310.

* Heaton, J. B. (2016). "Managerial optimism and corporate finance", Financial Management, 31, 33-45.

* Libby, R., and Rennekamp, K. (2012). Self-serving attribution bias, overconfidence, and the issuance of management forecasts. Journal of Accounting Research, 50: 197-231.

✓ برای محدود ساختن علایق شخصی مدیران در افشای مسئولیت اجتماعی، پیشنهاد می گردد که در این خصوص راهنما و دستورالعمل های لازم از سوی بورس اوراق بهادار تهران ارائه گردد.

✓ به شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران توصیه می شود که در ساختار سازمانی خود واحد یا کمیته مستقل مسئولیت اجتماعی شرکتها را جهت تدوین استراتژی ها و اهداف ایفای مسئولیت اجتماعی در شرکتها دایر کنند، تا چگونگی افشای آن را مدنظر قرار دهند.

فهرست منابع

* احمدی نیاسانی، آسیه و همکاران (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین شاخصهای مسئولیت اجتماعی شرکتها و اجزای عملکرد مالی؛ شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران. ماهنامه پژوهشهای مدیریت و حسابداری، شماره چهاردهم، صص ۴۲-۲۵

* بهارمقدم، مهدی، عباسزاده، صدیقه (۱۳۹۱). بررسی تأثیر سرمایه‌گذاریهای شرکتها بر رابطه زیان با ارزش شرکت در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، مجله‌ی دانش حسابداری. سال سوم. شماره نهم، ص ۳۶.

* جابری، سهیلا، حیدری، محمد (۱۳۹۶). بررسی تاثیر خوش بینی مدیران و مسئولیت اجتماعی شرکت ها بر ساختار سرمایه در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار. پژوهش های جدید در مدیریت و حسابداری، شماره ۹، ۲۳-۱.

* حساس یگانه، یحیی، برزگر، قدرت اله (۱۳۹۳). مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکتها و پارادایم تحقیقاتی آن در حرفه حسابداری. فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت، سال هفتم، شماره ۲۲.

* رهنمای رودپشتی، فریدون. نیکومرام، هاشم. جلیلی، آرزو (۱۳۹۲). تأثیر سوءگیریهای قضاوتی بر کارکرد تکنیکهای حسابداری مدیریت. فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت. سال ششم. شماره شانزدهم، ص ۸۸

* رضایی، فرزین، محمدپور، مهدیه (۱۳۹۶). تبیین رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت ها و هزینه سرمایه ضمنی. پژوهش های نوین در حسابداری و حسابرسی، شماره ۱، دوره ۱، صص ۱۳۸-۱۱۷.

* رشوند، فاطمه، به راهنمایی رضایی، فرزین (۱۳۹۷). تاثیر افشای اختیاری اطلاعات غیرمالی بر پایداری عملکرد

- * Mercedes, R. (2015). "Social responsibility and financial performance: The role of good corporate governance". BRQ Business Research Quarterly.
- * Sadok, E. and Karoui, A. (2016). "Does Corporate Social Responsibility Affect Mutual Fund Performance and Flows?". Journal of Banking and Finance (2016), doi: 10.1016/j.jbankfn.2016.10.009.
- * Salewski, M. and Henning, Z. (2014). "The Association between Corporate Social Responsibility (CSR) and Earnings Quality: Evidence from European Blue Chips". HHL Working Paper, No. 131.
- * Sayekti, Y. (2015). "Strategic corporate social responsibility, company financial performance and earning response coefficient: empirical evidence on Indonesian listed companies". Procedia - Social and Behavioral Sciences 211 (2015) 411 – 420.

یادداشت‌ها

¹ . Systematic Error

² . Chen & Lin