



عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت بر اساس نقاط قوت و ضعف و تغییر طبقه بندی ارقام سود و زیانی: دیدگاه فرصت‌طلبانه در مقابل دیدگاه اخلاقی

کاوه پرن‌دین^۱

یاسر شیرزادی^۲

سمیه حسینی عقدایی^۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۹/۰۹

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۷/۰۹

چکیده

هدف این پژوهش بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و رفتار شرکت برای طبقه‌بندی اشتباه ارقام سود و زیانی (هزینه‌های عملیاتی به عنوان هزینه‌های غیر عملیاتی و درآمدهای غیر عملیاتی به درآمدهای عملیاتی) در صورت سود و زیان برای افزایش سود عملیاتی است. جهت انجام این پژوهش اطلاعات مربوط به ۱۹۱ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران برای سال‌های بین ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۰ با بهره‌گیری از معادلات رگرسیونی چند متغیره به روش‌های حداقل مربعات معمولی و تعمیم یافته با استفاده از نرم افزار ایویوز نسخه ۱۲، آزمون شده اند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که شرکت‌هایی با عملکرد خوب (نقاط قوت) مسئولیت‌پذیری اجتماعی کمتر در تغییر طبقه‌بندی درآمدها درگیر می‌شوند؛ در حالی که شرکت‌های با عملکرد ضعیف (نقاط ضعف) مسئولیت‌پذیری اجتماعی، بیشتر در تغییر طبقه‌بندی هزینه‌ها؛ ولی کمتر در تغییر طبقه‌بندی درآمدها وارد می‌گردند. نتایج این پژوهش با این دیدگاه که شرکت‌های دارای مسئولیت‌پذیری اجتماعی در گزارشگری مالی دارای رفتار اخلاقی هستند، سازگار است. این بدان معناست که افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی از طریق کاهش عدم تقارن اطلاعاتی، موجب افزایش شفافیت اطلاعات مالی و در نتیجه کاهش تغییر طبقه‌بندی ارقام سود و زیانی می‌شود. یافته‌های این پژوهش موجب غنای ادبیات پژوهشی دیدگاه فرصت‌طلبانه در مقابل دیدگاه اخلاقی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی و تغییر طبقه‌بندی ارقام سود و زیانی می‌شود و نتایج آن می‌تواند مورد استفاده شرکت‌های با مسئولیت‌پذیری اجتماعی واقع شود.

واژه‌های کلیدی: دیدگاه فرصت‌طلبانه، مسئولیت اجتماعی شرکت، تغییر طبقه بندی، مدیریت سود، دیدگاه اخلاقی.

۱. گروه حسابداری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)، kparandin@pnu.ac.ir

۲. گروه حسابداری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. Shirzadi62@pnu.ac.ir

۳. گروه حسابداری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. hosseinia @pnu.ac.ir



۱- مقدمه

امروزه دنیا با بحران‌های متعددی روبرو شده است که رفع آنها بدون مشارکت و مسئولیت‌پذیری سازمان‌ها و شرکت‌ها امکان پذیر نیست. بحران‌هایی همچون افزایش گازهای گلخانه‌ای، آلودگی محیط زیست، مهاجرت، فقر و بیکاری از این جمله‌اند (ایران‌زاده و شریعت، ۱۳۹۲). چالشی که سازمان‌ها با آن رو به رو هستند این است که آنها باید همزمان با افزایش سودآوری و پاسخگویی به انتظارات اجتماعی جدید به مدیریت همزمان این دو پدیده به ظاهر متناقض بپردازند (حسن زاده دستجردی، ۱۳۹۵). امروزه روابط متقابل کسب و کارها و جامعه بیش از هر زمان دیگری آشکار شده است. موفقیت در کسب و کار و رفاه اجتماعی به یکدیگر وابسته‌اند. در نتیجه یکی از چالش‌های پیش رو در دنیای مدرن امروز که کسب و کارها با آن مواجه شده‌اند، مسئولیت‌پذیری اجتماعی بنگاه^۱ است. در گذشته باور شرکت‌ها بر این بوده که تولیدات آنها حداکثر ارزش و فایده را برای مشتریان داشته باشد. اما با پیدایش مفهوم مسئولیت اجتماعی، تعریف سنتی شرکت کمی تغییر پیدا کرده و بُعد اقتصادی- اجتماعی به آن اضافه شده است. از آنجا که همه سازمانها ارتباط‌هایی با جامعه دارند، مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان‌ها، صرف نظر از اندازه یا بخش سازمان، در نوع خود به موضوع اجتناب ناپذیری تبدیل شده است. تمام سازمان‌ها با هدف کسب انتفاع و افزایش سود برای سهامداران خود به فعالیت می‌پردازند. با گذشت زمان و تغییرات محیطی، رفته رفته این رویکرد با تغییراتی مواجه شده است. در دنیای مدرن، سازمان‌ها با هر اندازه و در هر بازاری، باید برای بقای خود رضایت جامعه را کسب و حفظ کنند و این رضایت فقط در صورتی حاصل می‌شود که جوامع نسبت به این موضوع باور داشته باشند که عملیات سازمان‌ها تأثیر سودمندی بر انسان و محیط زیست باقی می‌گذارد. از طرفی، اهمیتی که سود حسابداری برای استفاده‌کنندگان از صورتهای مالی دارد، باعث شده است که مدیریت واحد تجاری توجه خاصی به مبلغ و نحوه تهیه و ارائه آن قائل شود. بنابراین همواره این نگرانی و مشکل وجود دارد که سود به عنوان یکی از مهمترین شاخص‌های عملکرد شرکت‌ها، توسط مدیران که در تضاد منافع بالقوه با سهامداران عادی قرار دارند، با اهداف خاصی مدیریت شده باشد. مساله آنجا اهمیت بیشتر می‌یابد که طبقه‌بندی اقلام سود و زیان دارای محتوی اطلاعاتی است و می‌تواند سیگنال‌های متفاوتی در مورد سودآوری آتی شرکت به گیرندگان این سیگنال‌ها انتقال دهد لذا سرمایه‌گذاران نیز بر مبنای همین استدلال و بر اساس سود عملیاتی و غیرعملیاتی شرکت تصمیمات سرمایه‌گذاری متفاوتی اتخاذ می‌کنند. در چند ساله اخیر توجه ویژه سهامداران نهادی شرکت‌ها به ارزیابی عملکرد ناشی از فعالیت‌های اصلی جلب شده و حتی دستورالعمل‌های پاداش انگیزشی که مدیران این شرکت‌ها تنظیم می‌کنند، بیشتر به سود عملیاتی آنها توجه می‌شود. از طرف دیگر، سهامداران جزء نیز پوشش سودهای پیش‌بینی شده شرکت‌ها را در تداوم روند سودآوری عملیاتی شرکت‌ها جستجو می‌کنند و در حقیقت این استمرار سود را در تصمیمات خود تأثیر می‌دهند. تمام این عوامل موجب می‌شود

^۱. Corporate Social Responsibility (CSR)

که مدیریت نیز به سمتی سوق داده شود که دستیابی به سود عملیاتی برای وی از اهمیت فوق العاده‌ای برخوردار گردد. لذا اگر در این راه، وی نتواند بوسیله عملکرد واقعی خود به پیش‌بینی‌های مورد نظر دست یابد، به روشی متوسل خواهد شد که با کمترین واکنش از جانب حسابرسان، به اهداف فوق نائل شود. روش مدیریت سود از طریق تغییر طبقه‌بندی اقلام سود و زبانی به گونه‌ای است که با احتمال پایین کشف یا مقاومت از سوی حسابرسان (محدودیت ذاتی)، قابل انجام بوده و می‌تواند مدیریت را به اهداف گزارشگری خود نائل سازد؛ زیرا در این روش بدون آن که سود خالص شرکت تغییر کند تنها با استفاده از جابجایی هزینه‌های عملیاتی به هزینه‌های غیر عملیاتی (مک وی، ۲۰۰۶) و جابجایی درآمدهای غیر عملیاتی به درآمدهای عملیاتی (مالیکوف و همکاران، ۲۰۱۷) سود عملیاتی شرکت مورد دستکاری قرار می‌گیرد.

پژوهش‌های قبلی ارتباط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و مدیریت سود را به دو دیدگاه نسبت می‌دهند؛ دیدگاه اول که بیان می‌کند شرکت‌هایی که از لحاظ عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی موفق عمل کرده و پایبندی بسیار بالایی نسبت به آن دارند، به احتمال کمی در هر گونه مدیریت سودی درگیر می‌شوند. در راستای این دیدگاه، کیم و همکاران (۲۰۱۲) استدلال می‌کنند که شرکت‌هایی که منابعشان در جهت برنامه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی بکار برده و هدف آنها از انجام این برنامه‌ها معطوف به منافع اخلاقی ذینفعان است، به دنبال گزارش‌های مالی با شفافیت و اعتماد بالاتر هستند و بنابراین به احتمال کمتری به سمت مدیریت سود خواهند رفت. دیدگاه دوم که معطوف به رفتار فرصت‌طلبانه مدیریت است، بیانگر آن است که مدیران از گزارشگری مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای پنهان نمودن رفتارهای فرصت‌طلبانه خود در زمینه دستکاری سود استفاده می‌نمایند. در همین راستا و مطابق با این دیدگاه، پریور و همکاران (۲۰۰۸) استدلال می‌کنند مدیرانی که در عمل مدیریت سود مشارکت دارند، احتمالاً به مسئولیت‌پذیری اجتماعی روی آورند تا از این طریق ذهنیت ذینفعان شرکت را نسبت به اقدامات مدیریت سود خود منحرف نمایند. در همین زمینه می‌توان گفت زمانی که مدیران منافع شخصی را در اولویت قرار داده و پیگر منافع خود هستند، آنها می‌توانند اقدامات مرتبط با مدیریت سود خود را از طریق مسئولیت‌پذیری اجتماعی مخفی نمایند.

از طرفی پژوهش‌های قبلی به نتایج متضادی در بحث ارتباط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و روش‌های مدیریت سود (شامل واقعی و تعهدی) دست یافته‌اند به عنوان مثال رحیمی و همکاران (۱۳۹۴) و اسکولتن و کنگ (۲۰۱۳) نشان دادند که بین مدیریت سود و مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه مثبت معناداری وجود دارد در مقابل پژوهش‌های پاکدلان و همکاران (۱۴۰۰) و چو و همکاران (۲۰۱۳) نشان دادند که رابطه منفی معناداری بین مدیریت سود و فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی وجود دارد. این پژوهش از چند نظر از پژوهش‌های متمایز قبلی است؛ اول اینکه این پژوهش عملکرد مسئولیت اجتماعی را به مولفه‌های اصلی تشکیل دهنده آن (یعنی نقاط قوت و ضعف) تفکیک نموده و ارتباط آن‌ها را با تغییر طبقه‌بندی اقلام سود و زبانی بررسی می‌نماید؛ دوم این پژوهش ارتباط بین عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی و مدیریت سود از طریق تغییر طبقه‌بندی را از دو دیدگاه اخلاقی و فرصت‌طلبانه مورد بحث قرار می‌دهد و سوم این

پژوهش از این حیث که تاکنون ارتباط بین مسئولیت اجتماعی با تغییر طبقه بندی اقلام سود و زیانی بررسی نشده، به غناپذیری دانش در پژوهش‌های حوزه مسئولیت اجتماعی و مدیریت سود، کمک می‌نماید. در نهایت آنچه که اهمیت و ضرورت انجام این پژوهش را در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار ایران دوچندان می‌کند؛ این است که تبیین رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تغییر طبقه‌بندی اقلام سود و زیانی می‌تواند گام مهمی در بهبود مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در ایران باشد، که امروزه ضرورت آن در ایران بسیار احساس می‌شود.

مبانی نظری

در سال‌های اخیر، موضوع مسئولیت پذیری اجتماعی در کانون توجه ذینفعان قرار گرفته است. در واقع، انتظار بر این است که در گیر شدن شرکت‌ها در فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای تمام ذینفعان مفید باشد، در واقع، انتظار می‌رود که سهامداران اغلب جذب شرکت‌هایی شوند که از شهرت خوبی در زمینه مسئولیت‌پذیری اجتماعی برخوردار هستند. ایمن و جمال (۲۰۲۲) بیان می‌کنند که مدیران احتمالاً برای جلب حمایت سهامداران، دفاع از فعالیت خود در برابر ذینفعان و بهبود شهرت تجاری در فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی مشارکت دارند.

در زمینه مسئولیت اجتماعی سه تئوری مشروعیت، ذینفعان و اقتصاد سیاسی همگی بر این مطلب تاکید دارند که مدیران بنا بر انگیزه‌های مختلفی همچون؛ کسب مشروعیت در جامعه، فشار و رضایت ذینفعان و یا بنا بر قوانین و استانداردهای ملی و بین‌المللی اقدام به افشا اطلاعات عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌نمایند. در تئوری ذینفع هم شاخه اخلاقی و هم شاخه مدیریتی وجود دارد. شاخه اخلاقی به این موضوع می‌پردازد که سازمان‌ها چگونه باید با گروه‌های ذینفع خود رفتار کنند. این دیدگاه بر مسئولیت‌های سازمان‌ها تأکید دارد. در مقابل شاخه مدیریتی تئوری گروه‌های ذینفع بر نیاز به مدیریت گروه‌های ذینفع خاص تأکید دارد (فروغی و همکاران، ۱۳۸۷). مطالعات قبلی، شواهد ترکیبی را در مورد رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت (CSR) و مدیریت سود ارائه داده‌اند.

مدیران با انگیزه‌های خاصی همچون رسیدن به سود هدف، سود سال قبل و یا موارد دیگر اقدام به دستکاری سود شرکت می‌کنند و انگیزه‌های منفعت شخصی خود را پنهان می‌نمایند که این امر منتج به مشلات نمایندگی شده و هزینه‌های نمایندگی شرکت‌ها را افزایش خواهد داد. در زمینه مشارکت شرکت‌ها در فعالیت‌های اجتماعی و در گیر شدن آنها در مدیریت سود دو دیدگاه فرصت‌طلبانه و اخلاقی مطرح است. مطابق با تئوری نمایندگی مدیران شرکت‌ها در راستای اهداف فرصت‌طلبانه خود و در تضاد با منافع سهامداران، اقدام به انجام فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌کنند. به عبارت دیگر مسئولیت‌پذیری اجتماعی ابزاری برای رسیدن مدیران به اهداف فرصت‌طلبانه و منافع شخصی آنها، بدون در نظر گرفتن منافع سهامداران

است (محمدی و همکاران، ۱۴۰۲). از طرف دیگر چندین مطالعه نظری (کارول، ۱۹۷۹؛ دونالدسون و پرستون، ۱۹۹۵) فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت را به انگیزه‌های اخلاقی مرتبط می‌دانند و نشان دادند که شرکت‌هایی که بطور فعال در فعالیت‌های CSR شرکت می‌کنند، اخلاقاً موظف به دنبال کردن اعتماد و صداقت هستند و بنابراین کمتر در مدیریت سود شرکت می‌کنند. برای مثال کیم و همکاران (۲۰۱۲) دریافتند که شرکت‌هایی با عملکرد خوب مسئولیت‌پذیری اجتماعی (یعنی شرکت‌های با مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالا) نسبت به شرکت‌هایی با عملکرد ضعیف مسئولیت‌پذیری اجتماعی (یعنی شرکت‌های با مسئولیت‌پذیری اجتماعی پایین)، احتمال کمتری دارد که در مدیریت سود مبتنی بر تعهدی و واقعی شرکت کنند؛ این یافته آنها از دیدگاه اخلاقی حمایت می‌کند. از سوی دیگر، تعدادی از مطالعات استدلال می‌کنند که مدیران، فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی را برای اهداف فرصت‌طلبانه انجام می‌دهند، این بیانگر آن است که شرکت‌های با مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالا به احتمال بیشتری، مدیریت سود دارند (کارول، ۱۹۷۹؛ مک‌ویلیامز و همکاران، ۲۰۰۶؛ پتروویتس، ۲۰۰۶؛ چیه و همکاران، ۲۰۰۸؛ پریور و همکاران، ۲۰۰۸؛ سوروکا و تریبو، ۲۰۰۸). به عنوان مثال، همینگوی و مک‌لاگان (۲۰۰۴) پیشنهاد می‌کنند که شرکت‌ها در فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی درگیر می‌شوند تا رفتار نادرست خود را پنهان و ذینفعان را گمراه نمایند.

تغییر طبقه‌بندی نشان‌دهنده رفتار فرصت‌طلبانه مدیران در گزارشگری مالی است که از طریق آن سود (زیان) عملیاتی را با استفاده از طبقه‌بندی اشتباه اقلام سود و زیانی (جابجایی هزینه‌های عملیاتی به هزینه‌های غیرعملیاتی و درآمدهای غیرعملیاتی به عنوان درآمدهای عملیاتی) افزایش می‌دهند. چندین مطالعه اخیر نشان می‌دهند که مدیران معمولاً از تغییر طبقه‌بندی در صورت سود و زیان استفاده می‌کنند، به ویژه برای برآورده کردن یا شکستن پیش‌بینی‌های سود تحلیلگران (مک‌وی، ۲۰۰۶؛ آتاناساکو و همکاران، ۲۰۰۹). تغییر طبقه‌بندی با انواع دیگر مدیریت سود، مانند مدیریت سود مبتنی بر اقلام تعهدی^۱ (AEM) و مدیریت سود واقعی^۲ (REM)، از چندین جنبه متفاوت است. اولاً، تغییر طبقه‌بندی کمتر مستعد بررسی دقیق قانون‌گذاران و حساب‌برسان است، زیرا بر سود خالص بر اساس اصول پذیرفته‌شده حسابداری (GAAP) تأثیر نمی‌گذارد. دوم، تغییر طبقه‌بندی نسبت به AEM یا REM کمتر بر ارزش شرکت تأثیر نامطلوب می‌گذارد، چون در آن معکوس‌های همراه اقلام تعهدی یا کاهش جریان‌های نقدی آتی که بر چشم‌انداز شرکت تأثیر منفی می‌گذارند، وجود ندارد (رویچودری، ۲۰۰۶؛ کوهن و زاروین، ۲۰۱۰). از آنجایی که تغییر طبقه‌بندی نشان‌دهنده یک ابزار مدیریت سود جایگزین و کم‌هزینه است، شرکت‌های با مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالا می‌توانند نسبت به شرکت‌های با مسئولیت‌پذیری اجتماعی پایین در تغییر طبقه‌بندی درگیر شوند، حتی اگر عموماً در AEM و REM کمتری مشارکت داشته باشند (کیم و همکاران، ۲۰۱۲). مطالعات قبلی نشان می‌دهند زمانی که توانایی شرکت‌ها برای استفاده از سایر روش‌های مدیریت سود محدود می‌شود، احتمالاً در تغییر

^۱ . Accrual Earnings Management (AEM)

^۲ . Real Earnings Management (REM)

طبقه بندی اقلام سود و زیانی درگیر می شوند، که این بیانگر یک رابطه جایگزین بین تغییر طبقه بندی و سایر روش های مدیریت سود است (فان و همکاران، ۲۰۱۰؛ آبرناتی و همکاران، ۲۰۱۴). بنابراین، حتی اگر شرکت های با مسئولیت پذیری اجتماعی بالا به دلیل نگرانی در مورد آسیب احتمالی به شهرت خود، کمتر در AEM و REM درگیر شوند، ممکن است تلاش کنند تا عملکرد عملیاتی خود را به طور مطلوب ارائه دهند، که در این حالت راهکار جایگزین می تواند استفاده از طبقه بندی نادرست هزینه های عملیاتی به عنوان هزینه های غیرعملیاتی یا طبقه بندی درآمدهای غیرعملیاتی به عنوان درآمدهای عملیاتی برای گزارش سود عملیاتی بالاتر باشد. گرچه در این صورت، تغییر طبقه بندی ممکن است بی ضرر به نظر برسد، اما می تواند اعتبار صورت های مالی را تضعیف کند زیرا احتمالاً سرمایه گذاران و سایر استفاده کنندگان صورت های مالی را در مورد تداوم عملکرد شرکت گمراه کند (آبرناتی و همکاران، ۲۰۱۴). یک پیش بینی جایگزین دیگر در مورد رابطه بین عملکرد مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و تغییر طبقه بندی، دیدگاه اخلاقی است. این دیدگاه بیان می کند که اگر شرکت های با مسئولیت پذیری اجتماعی بالا واقعاً بدون توجه به هزینه روش های مدیریت سود در دسترس، به دنبال گزارش دهی مالی شفاف باشند، احتمال کمتری وجود دارد که در تمام انواع مدیریت سود شرکت کنند (هاوانگ و همکاران، ۲۰۲۲). این پژوهش، ادبیات مدیریت سود و مسئولیت پذیری اجتماعی را به چندین روش توسعه می دهد. اول اینکه، کیم و همکاران (۲۰۱۲) شواهدی قوی از ارتباط عملکرد مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت با مدیریت سود کمتر با استفاده از مدیریت سود تعهدی و مدیریت سود واقعی ارائه دادند. این پژوهش، یافته های آنها را با ارائه شواهدی در مورد نوع دیگری از مدیریت سود (تغییر طبقه بندی)، را تکمیل می کند. با توجه به رابطه جایگزین بالقوه بین تغییر طبقه بندی و سایر ابزارهای مدیریت سود (ثقفی و جمالیان پور، ۱۳۹۷؛ فان و همکاران، ۲۰۱۰؛ آبرناتی و همکاران، ۲۰۱۴)، یافته های این پژوهش تصویر کامل تری از رفتارهای اخلاقی شرکت ها در گزارشگری مالی ارائه می دهد. دوم، این پژوهش به ادبیات رو به رشد در مورد تغییر طبقه بندی (مک وی، ۲۰۰۶؛ فان و همکاران، ۲۰۱۰؛ آبرناتی و همکاران، ۲۰۱۴؛ فن و لیو، ۲۰۱۷؛ ثقفی و جمالیان پور، ۱۳۹۷)، با بررسی یک عامل تعیین کننده مهم تغییر طبقه بندی یعنی مشارکت شرکت در فعالیتهای مسئولیت پذیری اجتماعی کمک می کند. در حالی که مطالعات قبلی (زالاتا و رابرتز، ۲۰۱۶؛ نگار و سن، ۲۰۱۷؛ حمیدیان و همکاران، ۱۳۹۷؛ فرجی و همکاران، ۱۳۹۶) نشان می دهند که عوامل متعددی مانند انگیزه های گزارشگری مالی، پاداش های اجرایی و حاکمیت شرکتی، در ماندگی مالی و تخصص حسابرسی بر رفتارهای تغییر طبقه بندی شرکت ها تأثیر می گذارد، این پژوهش اولین شواهد را در مورد نقش عملکرد مسئولیت پذیری اجتماعی در تغییر طبقه بندی ارائه می کند. در نهایت، یافته های ما پیامدهای مهمی را برای قانونگذاران و سیاست گذاران ارائه می کند. ارتباط مثبت بین عملکرد مسئولیت پذیری اجتماعی و کیفیت گزارشگری مالی نشان می دهد که سرمایه گذاران و قانون گذاران می توانند از اطلاعات مربوط به عملکرد مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها هنگام ارزیابی کیفیت گزارش دهی مالی یا شناسایی شرکت هایی که درگیر تغییر طبقه بندی هستند، استفاده کنند. بنابراین، نتایج این پژوهش اهمیت

افشای اطلاعات مربوط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی را برجسته می‌کند. بنابراین با توجه به دو دیدگاه رقیب (دیدگاه فرصت‌طلبانه در مقابل دیدگاه اخلاقی) این یک سوال تجربی است که آیا شرکت‌های با مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالا نسبت به شرکت‌های با مسئولیت‌پذیری اجتماعی پایین، بیشتر یا کمتر در تغییر طبقه‌بندی درگیر هستند. بنابراین هدف این پژوهش بررسی ارتباط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها با تغییر طبقه‌بندی اقلام سود و زیانی است.

پیشینه پژوهش

هاوانگ و همکاران (۲۰۲۲) با بررسی ارتباط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تغییر طبقه بندی به این نتیجه رسیدند که شرکت‌های با عملکرد خوب مسئولیت اجتماعی (شرکت‌هایی با CSR بالا) نسبت به شرکت‌هایی که عملکرد ضعیف مسئولیت اجتماعی (شرکت‌هایی با CSR پایین) دارند کمتر در تغییر طبقه بندی هزینه‌ها درگیر می‌گردند. آنها همچنین دریافتند که شرکت‌های با مسئولیت‌پذیری بالا حتی زمانی که انگیزه‌های بیشتری برای دستیابی به معیارهای سود دارند، در تغییر طبقه‌بندی کمتر شرکت می‌کنند. بارتوف و همکاران (۲۰۲۱) در بررسی ارتباط عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی و واکنش بازار به رویدادهای منفی این فرض را مطرح کردند که عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی ممکن است واکنش منفی قیمت سهام یک شرکت را به رویدادهای منفی را تشدید و نه لزوماً تعدیل نماید. آنها دریافتند که عملکرد CSR واکنش منفی فوری قیمت سهام به اعلامیه‌های ارائه مجدد غیرعمدی (متقلبانه) را کاهش می‌دهد (بزرگ‌نمایی می‌کند). همچنین آنها به این نتیجه رسیدند که عملکرد CSR یک شرکت ممکن است ارزش شرکت را تخریب کند، نه لزوماً افزایش دهد. بورک و همکاران (۲۰۲۰) در بررسی ارتباط عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی و محافظه کاری شرطی حسابداری با تاکید بر دیدگاه‌های درگیر شدن ذینفعان^۱ و تقویت اطلاعاتی^۲ از فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی، فرض کردند که تقاضا برای محافظه کاری مشروط که عمدتاً ناشی از نگرانی طرف‌های قرارداد مختلف در مورد فرصت‌طلبی مدیریتی و/یا عدم تقارن اطلاعاتی است، برای شرکت‌های با عملکرد بهتر CSR، کمتر است.

آنها این نتیجه رسیدند که بین عملکرد CSR و محافظه کاری یک رابطه منفی برقرار است. علاوه بر این، در تحلیل‌های مقطعی آنها بیانگر آن است که ارتباط منفی برای شرکت‌هایی با عدم تقارن اطلاعاتی بیشتر و حاکمیت شرکتی قوی‌تر، بارزتر است. نسیم و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی تحت عنوان مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و عملکرد شرکت در آسیا پاسفیک: نقش مدیریت ریسک شرکت نشان دادند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی بر عملکرد شرکت تاثیر می‌گذارد. به طور خاص، مدیریت ریسک شرکت نقش واسطه‌ای در رابطه میان مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و عملکرد مالی شرکت دارد. جو و چمبرلین

^۱. stakeholder-engaging

^۲. information-enhancing

(۲۰۱۷) پیشنهاد می‌کنند که عمل محافظت از پاداش‌های اجرایی در برابر موارد خاص منفی، انگیزه‌های را برای مدیران ارشد فراهم می‌کند تا در تغییر طبقه‌بندی شرکت کنند تا بر پاداش آنها تأثیر بگذارند. مارتینز و همکاران (۲۰۱۳) در تحقیقی به بررسی ارتباط بین کیفیت گزارشگری مالی و کیفیت اطلاعات مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت پرداختند. نتایج این تحقیق حاکی از آن است که شرکت‌هایی که گزارشگری مالی را با کیفیت بالاتری ارائه می‌کنند، تمایل بیشتری به محافظه کاری و تمایل کمتری به اعمال غیراخلاقی مانند مدیریت سود دارند. همچنین شرکت‌هایی با کیفیت بالای اطلاعات مالی تمایل به انتشار گزارش توسعه پایدار با کیفیت بالا دارند. سالوسکی و زولچ (۲۰۱۳) در تحقیقی به بررسی ارتباط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و کیفیت گزارشگری مالی پرداخت. یافته‌های آنها نشان می‌دهد شرکت‌هایی که رتبه مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالاتری دارند، میزان مدیریت سود بالاتر و شرکت‌هایی که رتبه مسئولیت‌پذیری اجتماعی پایینتری دارند، محافظه کاری بیشتری دارند. نتایج پژوهش آنها حاکی از این است که شرکت‌ها به دلایل فرصت‌طلبانه در مسئولیت‌پذیری اجتماعی مشارکت می‌کنند؛ بنابراین بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و کیفیت گزارشگری مالی ارتباط منفی وجود دارد. کیم و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهشی با عنوان آیا کیفیت سود با مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت در ارتباط است؟ به بررسی این موضوع پرداختند که آیا شرکت‌های دارای مسئولیت‌پذیری اجتماعی در گزارشگری مالی خود متفاوت از سایر شرکت‌ها رفتار می‌کنند یا خیر؟ یافته‌های پژوهش آنها نشان داد که شرکت‌های دارای مسئولیت اجتماعی، کمتر احتمال دارد که به مدیریت سود از طریق اقلام تعهدی اختیاری بپردازند، فعالیت‌های عملیاتی واقعی شرکت را دستکاری و موضوع رسیدگی کمیسیون بازار و اوراق بهادار در آینده قرار گیرند. هانگ و اندرسون (۲۰۱۱) به کشف ارتباط بین رتبه مسئولیت‌پذیری اجتماعی و مدیریت سود در شرکت‌های آمریکایی پرداختند. آنها نشان دادند شرکت‌های فعال در زمینه مسئولیت‌پذیری اجتماعی از کیفیت اقلام تعهدی بالاتری برخوردارند و کمتر به فعالیت‌های مبتنی بر مدیریت سود می‌پردازند. خان احمدی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی به بررسی ارتباط سودآوری و شهرت بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی در ایران پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان داد که سودآوری شرکت، یک عامل تعیین‌کننده در افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی در ایران می‌باشد. یافته‌های آنها بیانگر این است که، شرکت‌های با سودآوری بیشتر در حوزه سرمایه بکار گرفته شده، افشای مسئولیت اجتماعی بهتری دارند. همچنین یافته‌های آنها نشان داد که شهرت شرکت، یک عامل تعیین‌کننده در افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی در ایران نیست. مشایخ و همکاران (۱۴۰۰) ررسی رابطه مسئولیت اجتماعی با کیفیت اطلاعات حسابداری و گزارش حسابرسی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران به این نتیجه رسیدند که با افزایش افشای مسئولیت اجتماعی، کیفیت اطلاعات حسابداری بهبود می‌یابد و اظهارنظر حسابرسی با احتمال بیشتری مقبول می‌گردد. پاکدلان و همکاران (۱۴۰۰) رابط بین مسئولیت اجتماعی و مدیریت سود تعهدی و واقعی را بررسی کردند. نتایج پژوهش آنها نشان داد بین افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و مدیریت سود مبتنی بر اقلام تعهدی و مدیریت سود واقعی رابطه منفی و معناداری وجود دارد.

حساس یگانه و همکاران (۱۳۹۹) با بررسی ارتباط گزارشگری مسئولیت اجتماعی با ارزش شرکت نشان دادند که همبستگی مثبت بین ارزش شرکت و امتیاز گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها وجود دارد. همچنین، یافته‌های آنها نشان داد که در نظر گرفتن همزمان اطلاعات مالی گزارشهای سالانه و اطاعات مسئولیت اجتماعی، نسبت به توجه صرف به اطلاعات مالی، به نحو بهتری تغییرات ارزش سهام را توضیح می‌دهد. گیلانی و دکامی (۱۳۹۹) با بررسی رابطه بین بیش‌نمایی سود، ریسک و مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران به این نتیجه رسیدند که بین ریسک سیستماتیک (ریسک شرکت) با بیش‌نمایی سود و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها رابطه معناداری وجود ندارد (دارد)؛ علاوه بر این، آنها دریافتند که بین بیش‌نمایی سود و افشای مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه معناداری وجود دارد. در نهایت، به این نتیجه رسیدند که ریسک شرکت بر ارتباط بین بیش‌نمایی سود و افشای مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر می‌گذارد. یاراحمدی و محمدی (۱۳۹۸) تأثیر خانوادگی بودن شرکت‌ها بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و مدیریت سود را بررسی و نشان دادند که بین مالکیت خانوادگی با مسئولیت اجتماعی و مدیریت سود به ترتیب رابطه مثبت و منفی معناداری وجود دارد. همچنین، یافته اصلی پژوهش حاکی از آن است که در شرکت‌های خانوادگی، رابطه بین مسئولیت اجتماعی و مدیریت سود تضعیف می‌شود. حمیدیان و همکاران (۱۳۹۷) با بررسی نقش تخصص حسابرس در صنعت در پیشگیری از اعمال تغییر طبقه بندی فرصت طلبانه اقلام صورت سود و زیان در شرکت‌های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران به این نتیجه رسیدند که مدیریت سود از طریق تغییر طبقه بندی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران وجود دارد. همچنین نتایج پژوهش آنها نشان می‌دهد که حسابرس متخصص صنعت و اثر تعاملی آن با دوره تصدی بلند مدت حسابرس (بیش از چهار سال) قادر به کشف مدیریت سود از طریق تغییر طبقه بندی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد؛ ولی اظهار نظر حسابرس تأثیری بر کشف و کنترل این ابزار ندارد. فروغی و همکاران (۱۳۹۷) به بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر نگهداشت وجه نقد از طریق اثر همزمان متغیرهای منتخب پرداختند. یافته‌های پژوهش آنها نشان می‌دهد که مسئولیت اجتماعی از طریق ریسک غیرنظام‌مند (نظام‌مند) بر نگهداشت وجه نقد تأثیر معنادار و مثبت (منفی) دارد. همچنین نتایج آنها نشان می‌دهد مسئولیت اجتماعی از طریق حاکمیت شرکتی بر نگهداشت وجه نقد تأثیر معنادار و مثبتی دارد. عظیمی و گنجی ارجنکی (۱۳۹۵) تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت بر کیفیت گزارشگری مالی را بررسی نمودند. تایج پژوهش آنها بیانگر این است که، بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و میزان محافظه کاری رابطه معناداری وجود ندارد. همچنین بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و کیفیت اقلام تعهدی نیز رابطه معناداری یافت نشد. رحیمی و همکاران (۱۳۹۴) با بررسی سرمایه اجتماعی و مدیریت سود دریافتند که رابطه مثبتی بین سرمایه اجتماعی و مدیریت سود در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران وجود دارد. جلیلی و قیصری (۱۳۹۳) در بررسی ارتباط بین کیفیت سود و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران نشان دادند که در مدل اقلام تعهدی اختیاری و مدل

هزینه‌های تولیدی غیرعادی، بین مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی و مدیریت سود رابطه مثبت غیر معنادار وجود داشته و در مدل وجوه نقد عملیاتی غیرعادی و مدل هزینه‌های اختیاری غیرعادی بین مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی و کیفیت سود رابطه معناداری وجود دارد. عرب صالحی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران به این نتیجه رسیدند که عملکرد مالی با مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به مشتریان و نهادهای موجود در جامعه ارتباط دارد. ولی عملکرد مالی با مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به کارکنان و محیط زیست رابطه معناداری ندارد. خواجه‌وی و همکاران (۱۳۹۰) با بررسی رابطه بین مدیریت سود و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، نشان دادند که بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و مدیریت سود، رابطه منفی وجود دارد و حدود ۱۶٪ از تغییرات مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت به طور معکوس تحت تأثیر متغیرهای اندازه شرکت، منابع مالی و مدیریت سود می‌باشد. همچنین یافته‌های پژوهش آنها نشان می‌دهد که عملکرد مالی شرکت با مدیریت سود رابطه مثبت و با مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت، رابطه منفی و معکوس؛ ولی مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت در کنار مدیریت سود، باعث کاهش اثر معکوس مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت بر عملکرد مالی؛ یعنی بهبود عملکرد مالی شرکت شده است. در نهایت نشان دادند که، تعهدات سازمانی با مدیریت سود و عملکرد مالی شرکت رابطه منفی دارد.

توسعه فرضیه

دو دیدگاه رقیب یعنی؛ دیدگاه فرصت طلبانه و دیدگاه اخلاقی در مورد رابطه بین عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تغییر طبقه‌بندی اقلام سود و زبانی هر کدام پیش‌بینی‌هایی دارند. از یک طرف، شرکت‌هایی که عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی خوبی دارند، اگر به دلایل فرصت طلبانه در فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی مشارکت کنند، احتمالاً در تغییر طبقه‌بندی درگیر می‌شوند. به طور خاص، برخی از مطالعات نظری (کارول، ۱۹۷۹؛ مک ویلیامز و همکاران، ۲۰۰۶) نشان می‌دهند که مدیران، فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی را برای منافع خود انجام می‌دهند. به عنوان مثال، مک ویلیامز و همکاران (۲۰۰۶) از دیدگاه نمایندگی، پیشنهاد می‌کند که فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی به مدیران کمک می‌کند تا کارهای خود را پیش ببرند یا به برنامه‌های شخصی دیگر دست یابند. علاوه بر این، همینگوی و مک‌لاگان (۲۰۰۴) استدلال می‌کنند که شرکت‌ها در فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی مشارکت می‌کنند تا رفتار نادرست خود را پنهان کنند. بنابراین، مسئولیت‌پذیری اجتماعی را می‌توان به عنوان شکلی از بیمه شهرت در نظر گرفت که مجوز فعالیت با توجه به مدیریت سود را به شرکت ارائه می‌دهد (کیم و همکاران، ۲۰۱۲). این توضیح نشان می‌دهد که فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌تواند سرمایه‌گذاران و سایر ذینفعان را به این باور برساند که شرکت شفاف است حتی اگر در پشت صحنه، سود را مدیریت کند. علاوه بر این، با توجه به رابطه جایگزین بالقوه بین تغییر طبقه‌بندی و سایر ابزارهای مدیریت سود (آبرنهایی و همکاران، ۲۰۱۴)، شرکت‌های با

مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالا ممکن است بیشتر از شرکت‌های با مسئولیت‌پذیری اجتماعی پایین در تغییر طبقه‌بندی وارد شوند، این استدلال‌ها یک رابطه مثبت بین عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تغییر طبقه‌بندی را پیش‌بینی می‌کنند. مطابق با این دیدگاه‌ها، چندین مطالعه شواهد تجربی را ارائه می‌کنند که شرکت‌ها، سود را مدیریت می‌کنند. به عنوان مثال، پتروویتس (۲۰۰۶) دریافت که شرکت‌هایی با افزایش سود اندک، انتخاب‌های افزایش سود را برای تامین مالی خود نشان می‌دهند. چیه و همکاران (۲۰۰۸) همچنین دریافتند که شرکت‌های با مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالا به احتمال زیاد اقلام تعهدی را به صورت تهاجمی مدیریت می‌کنند. از سوی دیگر، رحیمی و همکاران (۱۳۹۴)؛ موتاکین و همکاران (۲۰۱۵)؛ اسکولتن و کنگ (۲۰۱۳) در پژوهش‌هایشان نشان دادند که بین مدیریت سود و مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه مثبت معناداری وجود دارد که نشان می‌دهد که شرکت‌هایی با سطح بالاتری از فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی به دنبال پنهان ساختن رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیریتی هستند. از سوی دیگر، یک دیدگاه جایگزین (یعنی دیدگاه اخلاقی)، پیش‌بینی می‌کند که شرکت‌های دارای مسئولیت اجتماعی، عمدتاً به دلیل ملاحظات اخلاقی، کمتر در هر شکلی از مدیریت سود، از جمله تغییر طبقه‌بندی، درگیر می‌شوند. چندین مطالعه نظری (کارول، ۱۹۷۹؛ دونالدسون و پرستون، ۱۹۹۵) فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی را به انگیزه‌های اخلاقی مرتبط می‌کنند، که نشان می‌دهند شرکت‌ها از نظر اخلاقی موظف به مشارکت در فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی هستند. مسئولیت اخلاقی شامل دستیابی به یک استاندارد رفتاری بالا در فرآیندهای مختلف تجاری از جمله گزارشگری مالی است. مطابق با این دیدگاه، اتکینز (۲۰۰۶) استدلال می‌کند که مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی شامل شفافیت در گزارشگری مالی است. این دیدگاه اخلاقی نشان می‌دهد که شرکت‌های با مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالا احتمال کمتری برای مدیریت سود دارند و در نتیجه گزارش‌های مالی شفاف و قابل اعتماد ارائه می‌کنند. مطابق با انگیزه‌های اخلاقی برای فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی، کیم و همکاران (۲۰۱۲) دریافتند که شرکت‌های با مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالا احتمال کمتری برای مشارکت در AEM و REM دارند. همچنین پژوهش‌های پاکدلان و همکاران (۱۴۰۰)؛ السعدی و همکاران (۲۰۱۷)؛ چو و چون (۲۰۱۶) و چوی و همکاران (۲۰۱۳) نشان داد رابطه منفی معناداری بین مدیریت سود و فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی وجود دارد به این معنا که شرکت‌هایی با تعهد قوی به مسئولیت‌پذیری اجتماعی کمتر احتمال دارد که در مدیریت سود شرکت کنند. از طرف دیگر استریک و همکاران (۲۰۰۶) پیشنهاد می‌کنند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی باید به نقاط قوت و ضعف تجزیه شود زیرا ویژگی‌های متمایز فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی، زمانی که نقاط قوت و ضعف‌ها جمع شوند، می‌توانند از بین بروند. چو و همکاران (۲۰۱۳) نشان دادند که تأثیر عملکرد منفی مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر عدم تقارن اطلاعاتی یک شرکت نسبت به تأثیر عملکرد مثبت مسئولیت‌پذیری اجتماعی بارزتر است و اهمیت بررسی جداگانه عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی مثبت و منفی را برجسته می‌کند. بر اساس دیدگاه انگیزه اخلاقی برای فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی، انتظار می‌رود عملکرد خوب مسئولیت‌پذیری اجتماعی (نقاط قوت) با

تغییر طبقه بندی کمتر همراه باشد، در حالی که عملکرد ضعیف مسئولیت پذیری اجتماعی (نقاط ضعف) انتظار می رود با رفتارهای تغییر طبقه بندی بیشتر همراه باشد.

فرضیه اول: بین عملکرد خوب مسئولیت پذیری اجتماعی (نقاط قوت) و تغییر طبقه بندی هزینه ها ارتباط منفی معناداری وجود دارد.

فرضیه دوم: بین عملکرد ضعیف مسئولیت پذیری اجتماعی (نقاط ضعف) و تغییر طبقه بندی هزینه ها ارتباط مثبت معناداری وجود دارد.

فرضیه سوم: بین عملکرد خوب مسئولیت پذیری اجتماعی و تغییر طبقه بندی درآمدها ارتباط منفی معناداری وجود دارد.

فرضیه چهارم: بین عملکرد ضعیف مسئولیت پذیری اجتماعی و تغییر طبقه بندی درآمدها ارتباط مثبت معناداری وجود دارد.

روش شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی است؛ زیرا نتایج این پژوهش می تواند به عنوان راهنمایی برای تصمیم گیری سرمایه گذاران مورد استفاده قرار گیرد. همچنین از نقطه نظر نحوه استنباط در خصوص فرضیه های پژوهش در طبقه پژوهش های توصیفی - همبستگی قرار می گیرد. جهت انجام این پژوهش اطلاعات مربوط به ۱۹۱ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران برای سال های بین ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۰ با بهره گیری از معادلات رگرسیونی چند متغیره به روش های حداقل مربعات معمولی و تعمیم یافته با استفاده از نرم افزار ایویوز نسخه ۱۲، آزمون شده اند. چون که به منظور یافتن رابطه بین متغیرها از رگرسیون و همبستگی استفاده شده است. همچنین برای آزمون فرضیه ها از الگوی رگرسیون چند متغیره بر اساس داده های ترکیبی استفاده شده است. اطلاعات لازم برای این پژوهش از نرم افزار رهاورد نوین ۳ و همچنین سایت کدال گردآوری شده است.

جامعه آماری و روش نمونه گیری

جامعه آماری پژوهش حاضر، همه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران خواهد بود. به منظور انتخاب نمونه آماری از داده های شرکت های استفاده شد که دارای شرایط زیر باشند: شرکت ها تا پایان سال ۱۳۹۴ در بورس تهران پذیرفته شده باشند. طی دوره زمانی ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۰ در بورس تهران فعال بوده باشند. جزء شرکت های مالی، سرمایه گذاری، بیمه و بانک ها نباشند. اطلاعات آنها در دسترس بوده باشد. سال مالی آنها به پایان اسفند منتهی شده باشد و تغییر سال مالی نداده باشند. در پایان تعداد 191 شرکت عضو بورس اوراق بهادار تهران که شرایط بالا را داشتند، به عنوان نمونه انتخاب شدند.

جدول (۲) انتخاب شرکت های نمونه

تعداد شرکت ها	معیار های انتخاب نمونه
۵۹۶	کل شرکت هایی که تا پایان سال ۱۴۰۰ عضو بورس بوده اند.
۶۲	از ابتدای سال ۱۳۹۵ در بورس اوراق بهادار پذیرفته شده باشد.
۱۲۱	جزء شرکت های سرمایه گذاری و واسطه گری مالی و بانک ها باشد.
۱۰۹	سال مالی آنها منتهی به پایان اسفند ماه نباشد و یا تغییر سال مالی داده باشند.
۱۰۱	تعداد شرکت هایی که در قلمرو زمانی ۹۵-۹۹ در بورس فعال نبوده اند.
۱۲	داده های مورد نیاز برای محاسبه متغیر های پژوهش برای شرکت در دسترس نیستند.
۱۹۱	تعداد نمونه آماری انتخاب شده

مدل های پژوهش

برای آزمون فرضیه های اول و دوم از مدل (۱) و برای آزمون فرضیه یوم و چهارم از مدل (۲) که برگرفته از مدل هاوانگ و همکاران (۲۰۲۲) است، استفاده گردید.

$$UEOP_{it} = \gamma_0 + \gamma_1 NOE_{it} + \gamma_2 STRE_{it} + \gamma_3 NOE_{it} * STRE_{it} + \gamma_4 CONC_{it} + \gamma_5 NOE_{it} * CONC_{it} + \gamma_6 A_ACC_{it} + \gamma_7 A_DISE_{it} + \gamma_8 A_OCF_{it} + \gamma_9 A_PROD_{it} + \gamma_{10} SIZE_{it} + \gamma_{11} MB_{it} + \gamma_{12} ROA_{it} + \gamma_{13} LEV_{it} + \gamma_{14} SG_{it} + \gamma_{15} REP_{it} + \sum_{i=16}^{20} \gamma_i CLC_{it} + \epsilon_{it} \quad \text{مدل (۱)}$$

$$UEOP_{it} = \omega_0 + \omega_1 NOR_{it} + \omega_2 STRE_{it} + \omega_3 NOR_{it} * STRE_{it} + \omega_4 CONC_{it} + \omega_5 NOR_{it} * CONC_{it} + \omega_6 A_ACC_{it} + \omega_7 A_DISE_{it} + \omega_8 A_OCF_{it} + \omega_9 A_PROD_{it} + \omega_{10} SIZE_{it} + \omega_{11} MB_{it} + \omega_{12} ROA_{it} + \omega_{13} LEV_{it} + \omega_{14} SG_{it} + \omega_{15} REP_{it} + \sum_{i=16}^{20} \omega_i CLC_{it} + \epsilon_{it} \quad \text{مدل (۲)}$$

در مدل (۱) و (۲) بر ضریب متغیر تعاملی $NOE*STRE$ ، $NOE*CONC$ ، $NOR*STRE$ و $NOR*CONC$ تاکید می گردد. بر اساس دیدگاه انگیزه اخلاقی برای فعالیت های مسئولیت اجتماعی، انتظار می رود عملکرد خوب مسئولیت پذیری اجتماعی (نقاط قوت مسئولیت اجتماعی) با تغییر طبقه بندی کمتر همراه باشد، یعنی انتظار داریم که ضریب متغیر های تعاملی $NOE*STRE$ و $NOR*STRE$ منفی و معنادار باشد؛ در حالی که عملکرد ضعیف مسئولیت پذیری اجتماعی (نقاط ضعف مسئولیت اجتماعی) انتظار می رود با رفتار های تغییر طبقه بندی بیشتر همراه باشد یعنی انتظار داریم که ضریب متغیر های $NOE*CONC$ و $NOR*CONC$ مثبت و معنادار باشد.

متغیرهای پژوهش و نحوه اندازه گیری متغیرها آنها

متغیر وابسته

UEOP سود (زیان) عملیاتی غیر منتظره است. مشابه با رویکرد مک وی (۲۰۰۶) سود (زیان) عملیاتی غیرمنتظره بیانگر تفاوت میان سود (زیان) عملیاتی گزارش شده و سود (زیان) عملیاتی مورد انتظار است که سود (زیان) عملیاتی مورد انتظار با استفاده از مدل (۵) اندازه گیری می‌شود. به عبارت دیگر سود (زیان) عملیاتی غیر منتظره باقی مانده رابطه (۱) است.

$$OP_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 OP_{it-1} + \alpha_2 ATO_{it} + \alpha_3 ACCR_{it-1} + \alpha_4 ACCR_{it} + \alpha_5 \Delta SALES_{it} + \alpha_6 NEG_ \Delta SALES_{it} + \mu_{it} \quad \text{رابطه (۱)}$$

متغیرهای بکار رفته در رابطه (۵) به شرح زیر هستند:

OP سود (زیان) عملیاتی که سود (زیان) حاصل از فعالیت‌های اصلی و مستمر شرکت‌ها است. از طریق خالص درآمدها منهای بهای تمام شده کالای فروش رفته منهای هزینه‌های عمومی، فروش و اداری تقسیم بر خالص درآمد بدست می‌آید.

ATO نسبت خالص گردش دارایی‌ها عملیاتی می‌باشد؛ از طریق خالص درآمد به میانگین خالص دارایی‌های عملیاتی اندازه گیری می‌گردد؛ که طی آن خالص دارایی‌های عملیاتی برابر است با تفاوت بین دارایی‌های عملیاتی و بدهی‌های عملیاتی.

ACCR اقلام تعهدی عملیاتی برابر است با سود (زیان) عملیاتی منهای جریان وجوه نقد عملیاتی که با استفاده از خالص درآمد همگن شده است.

$\Delta SALES$ درصد تغییرات در فروش خالص درآمد؛ $\Delta SALES_t = (SALES_t - SALES_{t-1}) / SALES_{t-1}$ اگر $\Delta SALES < 0$ باشد مقدار آن برابر است با درصد تغییرات در خالص درآمد و در غیر این صورت صفر.

متغیرهای مستقل

NOE هزینه‌های غیر عملیاتی است که برابر درصد کاهش در سود (زیان) غیرعملیاتی که براساس خالص درآمد کل استاندارد شده است و هرگاه با افزایش در سود همراه باشد برابر است با صفر. (سود غیرعملیاتی از تفاوت بین سود(زیان) خالص و سود(زیان) عملیاتی تقسیم بر خالص درآمد، بدست آمده است(ثقفی و جمالیان پور، ۱۳۹۷).

NOR درآمدهای غیر عملیاتی است که برابر است با درصد افزایش در سود غیرعملیاتی که براساس خالص درآمد استاندارد شده است و هرگاه با کاهش در سود همراه باشد برابر است با صفر.

CSR امتیاز عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت است. در این پژوهش از دسته‌بندی مشیرا و همکاران (۲۰۱۱) که بوسیله فروغی و همکاران (۱۳۹۷) برای عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی بهره‌گرفته شده است. مطابق با پژوهش فروغی و همکاران (۱۳۹۷)، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت دارای چهار دسته (مشارکت اجتماعی، افشای روابط کارکنان، محیط زیست و ویژگی‌های محصولات) است؛ که هر دسته دارای نقاط قوت و ضعف مخصوص است در جدول (۱) ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی همراه با نقاط قوت و ضعف آنها گزارش شده است. در صورت وجود هر نقطه ضعف یا قوت مربوطه، عدد یک و در غیر این صورت عدد صفر در نظر گرفته خواهد شد.

مطابق با پژوهش هاوانگ و همکاران (۲۰۲۲) امتیاز هر دسته به عنوان مجموع همه نقاط قوت منهای مجموع همه نقاط ضعف مربوطه تقسیم بر حداکثر تعداد ممکن کل اقلام نقاط قوت و ضعف محاسبه می‌شود؛ سپس نمره کلی عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت از طریق میانگین حسابی نمرات ترکیبی در چهار بُعد مسئولیت‌پذیری اجتماعی بدست می‌آید. به عنوان مثال امتیاز بُعد مشارکت اجتماعی CSRcom از طریق رابطه (۲) محاسبه شده است:

$$CSR_{comi,t} = \frac{\sum Strengths_{i,t} - \sum Concerns_{i,t}}{N_{it}} \quad \text{رابطه (۲)}$$

$\sum Strengths_{i,t}$ مجموع نقاط قوت بُعد مشارکت اجتماعی؛ $\sum Concerns_{i,t}$ مجموع نقاط ضعف بُعد مشارکت اجتماعی و N_{it} حداکثر تعداد ممکن کل نقاط قوت و ضعف بُعد مشارکت اجتماعی شرکت i در سال t . سپس امتیاز ابعاد دیگر مسئولیت‌پذیری اجتماعی یعنی روابط کارکنان CSRrep، محیط زیست CSRenv و ویژگی‌های محصولات CSRprod مشابه با رابطه (۲) محاسبه و در نهایت امتیاز کلی مسئولیت‌پذیری اجتماعی از طریق میانگین حسابی امتیاز تمام ابعاد به شرح رابطه (۳) بدست آمده است.

$$TCSR_{i,t} = \frac{CSR_{comi,t} + CSR_{empi,t} + CSR_{envi,t} + CSR_{prodi,t}}{4} \quad \text{رابطه (۳)}$$

STRE که کل امتیاز نقاط قوت مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت i در سال t است؛ از طریق میانگین حسابی نمرات نقاط قوت ترکیبی در چهار بُعد مسئولیت اجتماعی، که در آن امتیاز هر بُعد به عنوان مجموع تمام نقاط قوت، تقسیم بر حداکثر تعداد ممکن کل نقاط قوت محاسبه می‌شود. به عنوان مثال امتیاز نقاط قوت بُعد مشارکت اجتماعی از طریق رابطه (۴) محاسبه شده است:

$$STRE_{comi,t} = \frac{\sum Strengths_{i,t}}{N_{it}} \quad \text{رابطه (۴)}$$

سپس امتیاز نقاط قوت ابعاد دیگر مسئولیت پذیری اجتماعی یعنی روابط کارکنان STREepm؛ محیط زیست STREenv و ویژگی های محصولات STREprod مشابه رابطه (۴) محاسبه و در نهایت کل امتیاز نقاط قوت ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی از طریق میانگین حسابی امتیاز نقاط قوت تمام ابعاد آن به شرح رابطه (۵) محاسبه شده است.

$$STRE_{i,t} = \frac{STRE_{comi,t} + STRE_{empi,t} + STRE_{envi,t} + STRE_{prodi,t}}{4} \quad \text{رابطه (۵)}$$

CONC کل امتیاز نقاط ضعف مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت t در زمان t است؛ که از طریق میانگین حسابی نمرات نقاط ضعف ترکیبی در چهار بُعد مسئولیت اجتماعی، که در آن امتیاز هر دسته به عنوان مجموع تمام نقاط ضعف، تقسیم بر حداکثر تعداد ممکن کل نقاط ضعف محاسبه می شود. به عنوان مثال امتیاز نقاط ضعف بُعد مشارکت اجتماعی از طریق رابطه (۶) محاسبه شده است:

$$CONC_{comi,t} = \frac{\sum Concerns_{i,t}}{N_{i,t}} \quad \text{رابطه (۶)}$$

سپس امتیاز نقاط ضعف ابعاد دیگر مسئولیت پذیری اجتماعی یعنی روابط کارکنان CONSepm؛ محیط زیست CONCenv و ویژگی های محصولات CONCprod مشابه رابطه (۶) محاسبه و در نهایت کل امتیاز نقاط ضعف ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی از طریق میانگین حسابی امتیاز نقاط قوت تمام ابعاد آن به شرح رابطه (۷) محاسبه شده است.

$$CONC_{t,t} = \frac{CONC_{comi,t} + CONC_{empi,t} + CONC_{envi,t} + CONC_{prodi,t}}{4} \quad \text{رابطه (۷)}$$

جدول (۱) ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی همراه با نقاط قوت و ضعف آنها

ابعاد مسئولیت اجتماعی	نقاط قوت	نقاط ضعف
مشارکت اجتماعی	(۱) کمک های خیریه	(۱) پرداخت نکردن مالیات
	(۲) کمک های نوآورانه (کمک به سازمانهای غیرانتفاع و مشارکت در طرحهای عمومی)	(۲) اثر منفی اقتصادی (تأثیر منفی بر کیفیت زندگی، تعطیلی کارخانه)
روابط کارکنان	(۱) پرداخت پاداش به کارکنان	(۱) ضعف بهداشت و ایمنی (نداشتن ایزو ۱۸۰۰۱)
	(۲) مزایای بازنشستگی	(۲) کاهش نیروی کار
محیط زیست	(۱) انرژی پاک (استفاده از سوخت با آلودگی کمتر)	(۱) تولید زباله های خطرناک
	(۲) کنترل آلودگی هوا و کاهش گاز گلخانه ای (ایزو ۱۴۰۰۱)	(۲) پرداخت جریمه به دلیل نقض مدیریت زباله
ویژگی محصولات	(۱) کیفیت محصول (ایزو ۱۹۰۰۱) (۹۰۰۱)	(۱) پرداخت جریمه برای تبلیغات منفی (تبلیغات مناسب نداشتن)
	(۲) ایمنی محصول	(۲) پرداخت جریمه در مورد ایمنی محصول

منبع: فروغی و همکاران (۱۳۹۷)

متغیرهای کنترلی

مطابق با ادبیات مرتبط (هاوانگ و همکاران، ۲۰۲۲؛ بانسال، ۲۰۲۱ و اینوی، ۲۰۲۱)، دو مجموعه متغیرهای کنترلی را در نظر گرفته شده است؛ در مجموعه اول سایر روش های مدیریت سود کنترل شده اند، زیرا شرکت ها می توانند سود عملیاتی خود را از طریق درگیر شدن در مدیریت سود تعهدی با استفاده از اقلام تعهدی و یا به روش مدیریت سود از طریق فعالیت های واقعی متورم سازند. مشابه با مطالعات قبلی (زانگ، ۲۰۱۲ و بانسال، ۲۰۲۱) ما هر سه نوع مدیریت سود از طریق فعالیتهای واقعی، یعنی مدل هزینه های تولید غیرعادی، مدل مخارج اختیاری غیر عادی و سطح جریان وجه نقد عملیاتی غیرعادی و برای مدیریت سود تعهدی از مدل تعدیل شده جونز (۱۹۹۱) استفاده شده است.

DSIE مدیریت سود واقعی با استفاده از مدل مخارج اختیاری غیر عادی

$$DISE_{it}/A_{it-1} = \beta_0 + \beta_1(1/TA_{it-1}) + \beta_2(S_{it}/TA_{it-1}) + \varepsilon_t \quad \text{رابطه (۸)}$$

A_PROD مدیریت سود واقعی با استفاده از مدل تولید غیر عادی

$$PROD_{it}/TA_{it-1} = \beta_0 + \beta_1(1/TA_{it-1}) + \beta_2(S_{it}/TA_{it-1}) + (\Delta S_{it}/TA_{it-1}) + (\Delta S_{it-1}/TA_{it-1}) + \varepsilon_{it} \quad \text{رابطه (۹)}$$

A_OCF مدیریت سود واقعی با استفاده از مدل جریان وجه نقد غیر عادی

$$OCF_{it}/TA_{it-1} = \beta_0 + \beta_1(1/TA_{it-1}) + \beta_2(S_{it}/TA_{it-1}) + (\Delta S_{it}/TA_{it-1}) + \varepsilon_{it} \quad \text{رابطه (۱۰)}$$

A_ACC مدیریت سود تعهدی با استفاده از مدل تعدیل شده جونز اندازه گیری می گردد.

$$TA_{it}/A_{it-1} = \beta_0 + \beta_1(1/A_{it-1}) + \beta_2(\Delta S_{it} - \Delta AR_{it})/A_{it-1} + PPT_{it}/A_{it-1} + \varepsilon_{it} \quad \text{رابطه (۱۱)}$$

متغیرهای بکار رفته در رابطه های (۸) تا (۱۱) به شرح زیر هستند:

DISE هزینه های اختیاری (شامل هزینه های توزیع، فروش، اداری و تشکیلاتی)؛ PROD بهای تمام شده کالای فروش رفته و تغییر در موجودی ها؛ OCF جریان وجه نقد عملیاتی؛ TA کل اقلام تعهدی که با استفاده از تفاوت بین سود خالص و جریان وجه نقد عملیاتی بدست آمده است؛ S فروش دوره قبل؛ ΔSt تغییرات فروش سال جاری نسبت به سال قبل؛ $\Delta St-1$ تغییرات فروش سال قبل نسبت به دو سال قبل؛ ΔArt تغییرات حسابهای دریافتی سال جاری نسبت به سال قبل؛ TA دارایی های پایان دوره قبل و PPT اموال ماشین آلات و تجهیزات است.

در مجموعه دوم متغیرهای کنترلی، ویژگی های خاص شرکت‌ها که احتمالاً بر فرصت‌ها و مشوق‌ها برای مدیریت سود تاثیر گذار هستند، کنترل گردیده اند. مورد اول اندازه شرکت است. پایوا و همکاران^۱ (۲۰۱۹) بیان می‌کنند که شرکت‌های بزرگ بیشتر در معرض مقررات و نظارت‌های دقیق بوسیله تحلیل گران قرار دارند بنابراین آنها احتمال کمتری دارد که در رویه‌های مدیریت سود درگیر شوند. متغیر بعدی اهرم مالی است؛ فان و همکاران^۲ (۲۰۱۹) استدلال می‌کنند که وام دهندگان بر شرکت‌های اهرمی قراردادهایی مبتنی بر سود قبل از کسر بهره، مالیات و استهلاک تحمیل می‌کنند که این بر تصمیمات شرکت‌ها برای درگیر شدن در تغییر طبقه‌بندی برای اجتناب از نقض این قراردادهای تاثیر می‌گذارد. سپس مشابه با اسکوسن و همکاران^۳ (۲۰۱۹) و هاوانگ و همکاران (۲۰۲۲) نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری و به پیروی از بانسال و همکاران (۲۰۲۱)، بانسال (۲۰۲۱) درصد تغییرات فروش را به عنوان متغیر فرصت‌های رشد شرکت، کنترل می‌کنیم زیرا شرکت‌های با رشد بالا به احتمال بیشتر در تغییر طبقه‌بندی برای رسیدن به پیش‌بینی تحلیل گران وارد می‌شوند (مک‌وی، ۲۰۰۶). مشابه با هاوانگ و همکاران (۲۰۲۲) بازده دارایی‌ها را به عنوان معیاری از عملکرد مالی و قرار گرفتن در فهرست صد شرکت برتر را به عنوان انگیزه‌های شهرت کنترل می‌کنیم.

SIZE اندازه شرکت برابر است با لگاریتم طبیعی کل دارایی‌ها؛ ROA بازده دارایی‌ها برابر است با سود خالص تقسیم بر کل دارایی‌ها؛ SG رشد شرکت برابر است با درصد تغییرات در فرو؛ LEV نسبت اهرمی برابر است با نسبت کل بدهیها به کل دارایی‌ها؛ MB نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری برابر است با ارزش بازار حقوق صاحبان سهام به ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام در پایان سال؛ REP شهرت شرکت؛ در صورتی که شرکت در فهرست صد شرکت برتر سازمان مدیریت صنعتی قرار گرفته باشد؛ یک و در غیر این صورت صفر.

CLC چرخه عمر شرکت است که مطابق با روش شناسی دیکینسون (۲۰۱۱) مراحل چرخه عمر شرکت تعیین شده و چرخه عمر به ۵ مرحله ظهور (INTRODUCTION)، رشد (GROWTH)، بلوغ (MATURE)، رکود (DECLINE) و افول (SHAKE OUT) دسته بندی گردید. پژوهش‌های قبلی (نگار و سن، ۲۰۱۷؛ بانسال و همکاران، ۲۰۲۲) نشان دادند که چرخه عمر بر تغییر طبقه‌بندی تاثیر داشته و شرکت‌ها در مراحل مختلف از روش‌های تغییر طبقه‌بندی خاصی استفاده می‌کنند برای این منظور در سالهای که شرکت‌ها صورت جریان‌های نقدی را ۵ طبقه ای تهیه نموده اند، به صورت ۳ طبقه ای تعدیل شده است^۴. اگر $CFO < 0$ ، $CFI < 0$ و $CFF > 0$ باشد، شرکت در مرحله ظهور قرار دارد. اگر $CFO > 0$ ، $CFI < 0$ و $CFF > 0$ باشد، شرکت در مرحله ظهور قرار دارد. اگر $CFO > 0$ ، $CFI < 0$ و $CFF > 0$ باشد، شرکت در مرحله ظهور قرار دارد. اگر $CFO > 0$ ، $CFI < 0$ و $CFF < 0$ باشد، شرکت در مرحله بلوغ قرار دارد. اگر $CFO < 0$ ، $CFI > 0$ و $CFF < 0$ باشد، شرکت در مرحله بلوغ قرار دارد. اگر $CFO < 0$ ، $CFI > 0$ و $CFF < 0$ باشد، شرکت در مرحله بلوغ قرار دارد.

^۱. Paiva & et al

^۲. Fan & et al

^۳. Skousen & et al

^۴ مطابق با استاندارد شماره ۲ مصوب ۱۳۹۷

$CFF \Rightarrow 0$ شرکت در مرحله افول قرار دارد. اگر شرکت در هیچ یک از طبقات ۱ تا ۴ قرار نگیرد، در مرحله رکود قرار می‌گیرد.

یافته های پژوهش

جدول (۲) آماره توصیفی متغیرهای پژوهش را ارائه می‌کند. طبق اطلاعات جدول (۲) میانگین و میانه سود(زیان) عملیاتی غیرمنتظره به ترتیب $-0/0064$ و $-0/0161$ است. میانگین (میانه) امتیاز مسئولیت‌پذیری اجتماعی به ترتیب $0/044$ و $0/062$ است در حالی این مقادیر برای نقاط قوت $0/275$ ، $0/25$ و برای ضعف $0/186$ ، $0/125$ است. میانگین هزینه‌های غیر عملیاتی و درآمدهای غیر عملیاتی به ترتیب $-0/0449$ و $0/0444$ است. به علاوه این شرکت‌ها به طور میانگین 14% کل داری‌های خود سود کسب کرده‌اند. میانگین متغیر اهرم مالی نشان می‌دهد که شرکت‌ها بطور میانگین بیشتر از نیمی از منابع خود را از طریق بدهی تامین نموده‌اند. اندازه شرکت $14/977$ حدود است که نشان می‌دهد نیمی از داده‌ها بیشتر از این مقدار و نیمی دیگر کمتر از این مقدار هستند. بین بیشینه و کمینه متغیرهای مربوط به انواع مدیریت سود فاصله نسبتاً زیادی وجود دارد که احتمالاً دارد این شرکت‌ها از سطوح غیر عادی مربوطه برای مدیریت سود استفاده کنند.

جدول (۲) آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	میانه	بیشینه	کمینه	انحراف استاندارد
SIZE	14/9779	14/6712	20/7686	11/1976	1/6223
LEV	0/5293	0/5444	1/3634	0/0138	0/2179
ROA	0/1438	0/1155	0/8303	-0/4044	0/1606
MB	5/9515	3/5664	63/6958	-20/9562	7/5174
SG	0/4401	0/2431	56/0591	-0/9146	1/8959
UEOP	-0/0064	-0/0161	6/3979	-2/2486	0/2788
AACC	0/1458	0/1012	1/0914	0/0020	0/1500
ADISE	0/0310	0/0214	0/3445	0/0004	0/0339
AOFC	0/0977	0/0651	0/8467	0/0001	0/1021
APROD	0/1211	0/0854	0/9911	0/0002	0/1168
NOE	-0/0449	-0/0218	0/0000	-0/6284	0/0664
NOR	0/0444	0/0000	7/7508	0/0000	0/3060
CSR_SCORE	0/0446	0/0625	0/4375	-0/3125	0/1232

متغیر	میانگین	میانه	بیشینه	کمینه	انحراف استاندارد
STRE	۰/۲۷۵۵	۰/۲۵۰۰	۰/۸۷۵۰	۰/۰۰۰۰	۰/۱۹۱۰
CONC	۰/۱۸۶۳	۰/۱۲۵۰	۰/۶۲۵۰	۰/۰۰۰۰	۰/۱۴۴۳
REP	۰/۴۰۳۰	۰/۰۰۰۰	۱/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۴۹۰۷

منبع: یافته های پژوهشگر

آزمون انتخاب مدل ها و فروض کلاسیک رگرسیون

صحیح بودن نتایج حاصل از تخمین مدل رگرسیون تا حد بسیار زیادی به مقادیر خطا و ویژگی های آن بستگی دارد. بنابراین در صورتی می توان به نتایج رگرسیون اتکا کرد که ویژگی های اولیه ی مدل رعایت شده باشد به عبارت دیگر فروض کلاسیک رگرسیون برقرار باشند. با وجود این، فرض های دوم و سوم اهمیت بیشتری دارند و نقص آنها در تخمین مدل رگرسیون مشکلاتی را ایجاد می کند.

فرض دوم به همسان بودن واریانس خطاها در مدل رگرسیون اشاره دارد. برای بررسی همسان بودن مقادیر خطاهای مدل از آزمون براش-پاگان-گادفری استفاده شده است. در این آزمون فرض صفر مبنی بر وجود همسانی واریانس ها می باشد. قاعده آماری آزمون فرض کلاسیک دوم به شرح زیر است:

$$H_0 = \text{Var}(\varepsilon_i) = \sigma^2 \quad \text{فرضیه صفر: واریانس مقادیر خطا همسان است (همسانی واریانس ها)}$$

$$H_1 = \text{Var}(\varepsilon_i) \neq \sigma^2 \quad \text{فرضیه مقابل: واریانس مقادیر خطا همسان نیست (ناهمسانی واریانس ها)}$$

چنانچه سطح معنی داری آزمون براش-پاگان-گادفری بیشتر از ۵٪ باشد نشانگر آن است که واریانس مقادیر خطا همسان است و بنابراین فرض دوم کلاسیک رگرسیون برقرار می باشد در غیر این صورت مدل دارای ناهمسانی واریانس بوده که بایستی قبل از برازش نهایی مدل آن را برطرف نمود.

فرض سوم بیان می کند که بین باقیمانده ها، خودهمبستگی وجود ندارد. اگر خطاها با یکدیگر همبستگی داشته باشند، گفته می شود خطاها دچار خود همبستگی هستند. برای آزمون وجود یا عدم وجود خود همبستگی مرتبه اول از آزمون دوربین واتسن استفاده می گردد؛ اما در داده های ترکیبی ممکن است خود همبستگی سریالی در مراتب بالاتر وجود داشته باشد که این امر از طریق بررسی خود همبستگی سریالی در میان باقیمانده انجام می شود. در این پژوهش از آزمون براش-گادفری برای بررسی خود همبستگی بهره برده شده است. در این آزمون فرض صفر مبنی بر عدم وجود خود همبستگی می باشد. قاعده آماری آن به شرح زیر است:

$$H_0 = \text{COV}(\varepsilon_i, \varepsilon_j) = 0 \quad \text{فرضیه صفر: عدم وجود خود همبستگی}$$

$$H_1 = \text{COV}(\varepsilon_i, \varepsilon_j) \neq 0 \quad \text{فرضیه مقابل: وجود خود همبستگی}$$

چنانچه سطح معنی داری آزمون برآش - گادفری برابر یا بیشتر از ۵٪ باشد بیانگر عدم وجود خود همبستگی است و بنابراین فرض صفر برقرار است. در غیر این صورت مدل دارای خود همبستگی سریالی بوده که بایستی قبل از برآش نهایی مدل آن را برطرف نمود. با توجه به جدول ۴، طبق آماره F آزمون برآش-پاگان-گادفری، سطح معناداری آن برای مدل دوم کمتر از سطح خطای ۵ درصد است، بنابراین ناهمسانی واریانس خطاها وجود دارد و از روش حداقل مربعات تعمیم یافته جهت آزمون مدل دوم استفاده می‌شود. سطح معناداری آزمون بریوش - گادفری برای مدل اول کمتر از ۵ درصد بوده که بیانگر آن است که مشکل خودهمبستگی بین خطاها وجود دارد که برای رفع آن از وقفه جمله خطا استفاده شده است. همچنین طبق جدول ۴، آماره F لیمر آزمون چاو و عدم معناداری آماره آن که بیشتر از سطح خطای ۵ درصد است، آزمون مدل ها باید با الگوی اثرات مشترک (تلفیقی) انجام شود.

جدول (۴) نتایج آزمون انتخاب الگوی مدل‌های رگرسیونی جهت آزمون فرضیه های پژوهش

مدل‌های پژوهش	آزمون	آماره F	سطح معناداری	نتیجه آزمون	روش برآورد مدل
مدل اول	چاو	۱/۴۰۱۳	۰/۲۲۱۱	اثرات مشترک (تلفیقی)	حداقل مربعات معمولی
	برآش-پاگان-گادفری	۰/۸۶۳۴	۰/۶۲۴۲	همسانی واریانس خطا	
	برآش-گادفری	۴/۱۰۵۲	۰/۰۴۳۰	وجود خودهمبستگی	
مدل دوم	چاو	۱/۸۵۰۸	۰/۱۰۰۴	اثرات مشترک (تلفیقی)	حداقل مربعات تعمیم یافته
	برآش-پاگان-گادفری	۲۲/۲۷۳۳	۰/۰۰۰۰	ناهمسانی واریانس خطا	
	برآش-گادفری	۱/۳۱۴۱	۰/۲۵۱۹	عدم وجود خودهمبستگی	

منبع: یافته های پژوهشگر

آزمون فرضیه اول و دوم

جدول (۴) نتایج آزمون فرضیه های اول و دوم را برای بررسی ارتباط بین عملکرد خوب و ضعیف مسئولیت‌پذیری اجتماعی با تغییر طبقه‌بندی هزینه ها را نشان می دهد. نتایج بیانگر آن است که، مدل رگرسیون در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنی دار است. ضریب تعیین تعدیل شده بیانگر آن است که حدود 13 درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای توضیحی در مدل تشریح و پیش‌بینی می‌شود. آماره آزمون دوربین واتسن با میزان ۱/۵۲ در محدود ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد که نشانگر آن است که خودهمبستگی مرتبه اول در بین مقادیر خطا وجود ندارد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه اول نشان می دهد که متغیر تعاملی

هزینه‌های غیرعملیاتی* عملکرد خوب مسئولیت‌پذیری اجتماعی (NOE*STRE) با وجود اینکه علامت ضریب آن با مبانی نظری همخوانی دارد اما از لحاظ آماری معنادار نیست. عدم ارتباط معنادار متغیر تعاملی فرضیه اول با سود(زیان) عملیاتی غیرمنتظره بیانگر آن است که شرکت‌های با عملکرد خوب مسئولیت‌پذیری اجتماعی در تغییر طبقه‌بندی هزینه‌ها درگیر نمی‌شوند.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه دوم نشان می‌دهد که متغیر تعاملی هزینه‌های غیرعملیاتی* عملکرد ضعیف مسئولیت‌پذیری اجتماعی (NOE*CONS) در سطح اطمینان ۹۵ درصد ارتباط مثبت و معناداری با سود(زیان) عملیاتی غیرمنتظره دارد. این یافته بیانگر آن است که شرکت‌های با عملکرد ضعیف مسئولیت‌پذیری اجتماعی به احتمال بیشتری در تغییر طبقه‌بندی هزینه‌ها درگیر می‌شوند و با دیدگاه فرصت‌طلبانه در زمینه درگیر شدن شرکت‌ها در مدیریت سود همخوانی دارد.

جدول (۴) نتایج آزمون فرضیه‌های اول و دوم

متغیر	ضریب	خطای استاندارد	آماره T	سطح معناداری	VIF
C	-۰/۰۸۵۰	۰/۱۰۰۰	-۰/۸۵۰۳	۰/۳۹۵۴	---
NOE	-۰/۰۶۶۲	۰/۳۶۱۲	-۰/۱۸۳۳	۰/۸۵۴۵	۶/۷۲۶۴
STRE	-۰/۱۳۲۲	۰/۰۶۰۵	-۲/۱۸۳۷	۰/۰۲۹۲	۱/۵۳۳۶
STRE*NOE	-۱/۱۴۱۱	۰/۸۱۸۱	-۱/۳۹۴۷	۰/۱۶۳۴	۴/۴۵۷۵
CONS	-۰/۰۳۸۴	۰/۰۸۳۷	-۰/۴۵۹۵	۰/۶۴۶۰	۱/۶۲۳۶
CONC*NOE	۲/۰۷۹۸	۰/۹۶۳۶	۲/۱۵۸۴	-۰/۰۳۱۲	۴/۸۹۳۳
AACC	۰/۰۱۹۳	۰/۰۶۹۱	۰/۲۸۰۵	۰/۷۷۹۱	۱/۳۷۴۵
ADISE	-۰/۳۴۷۸	۰/۲۷۴۷	-۰/۹۰۱۸	۰/۳۶۷۴	۱/۰۸۹۳
AOCF	۰/۴۴۳۱	۰/۱۰۱۵	۴/۳۶۵۲	۰/۰۰۰۰	۱/۳۵۶۳
APROD	۰/۰۳۳۹	۰/۰۸۷۳	۰/۳۸۸۱	۰/۶۹۸۰	۱/۳۰۴۰
SIZE	۰/۰۰۹۰	۰/۰۰۶۳	۱/۴۳۵۲	۰/۱۵۱۶	۱/۱۸۵۷
LEV	-۰/۰۵۵۰	۰/۰۶۱۸	-۰/۸۹۰۲	۰/۳۷۳۶	۲/۰۴۴۸
ROA	۰/۲۱۶۳	۰/۰۹۱۰	۲/۳۷۵۹	۰/۰۱۷۷	۲/۴۹۸۴
MB	-۰/۰۰۱۳۶	۰/۰۰۱۲۸	-۰/۹۸۳۷	۰/۳۲۵۵	۱/۱۹۰۷
SG	۰/۰۰۴۲	۰/۰۰۷۰	۰/۶۱۰۰	۰/۵۴۲۰	۱/۰۴۴۶
REP	-۰/۰۱۷۶	۰/۰۱۹۳	-۰/۹۱۱۷	۰/۳۶۲۱	۱/۰۱۴۶
INTRO	-۰/۱۴۶۹	۰/۰۴۳۰	-۳/۴۱۲۱	-۰/۰۰۰۷	۲/۵۳۶۸
GRO	۰/۰۲۰۶	۰/۰۴۰۰	۰/۵۱۵۳	۰/۶۰۶۴	۲/۹۴۱۰

متغیر	ضریب	خطای استاندارد	آماره T	سطح معناداری	VIF
MAT	۰/۰۳۱۹	۰/۰۳۵۹	۰/۸۸۸۷	۰/۳۷۴۴	۳/۳۷۶۸
DEC	-۰/۲۰۹۱	۰/۰۴۴۵	-۴/۶۹۲۳	۰/۰۰۰۰	۱/۴۹۶۸
SHA	-۰/۰۲۲۹	۰/۰۴۲۳	-۰/۵۴۳۳	۰/۵۸۷۰	۴/۸۵۹۰
RES(-1)	-۰/۰۸۹۶	۰/۰۵۲۴	-۱/۷۱۱۰	۰/۰۸۷۴	---
آماره D-W	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	آماره F	سطح معناداری	
۱/۵۲۲۸	۰/۱۴۹۳	۰/۱۲۸۶	۷/۲۱۳۰	۰/۰۰۰۰	

منبع: یافته های پژوهشگر

آزمون فرضیه سوم و چهارم

جدول (۵) نتایج آزمون فرضیه سوم و چهارم را برای بررسی ارتباط بین عملکرد خوب و ضعیف مسئولیت پذیری اجتماعی با تغییر طبقه بندی درآمدها را نشان می دهد. نتایج نشان می دهد که، مدل رگرسیون در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار است. ضریب تعیین تعدیل شده بیانگر آن است که ۳۵ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای توضیحی در مدل تشریح و پیش بینی می شود. آماره آزمون دوربین واتسن با میزان ۲/۱۵۳ در محدود ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد که نشانگر آن است که خودهمبستگی مرتبه اول در بین مقادیر خطا وجود ندارد.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه سوم نشان می دهد که متغیر تعاملی درآمدهای غیرعملیاتی*عملکرد خوب مسئولیت پذیری اجتماعی (NOR*STRE) در سطح اطمینان ۹۹ درصد ارتباط منفی و معناداری با سود(زیان) عملیاتی غیرمنتظره دارد. این یافته بیانگر آن است که شرکت های با عملکرد خوب مسئولیت پذیری اجتماعی به احتمال کمتری در تغییر طبقه بندی درآمدها درگیر می شوند و با دیدگاه اخلاقی در زمینه درگیر شدن شرکت ها در مدیریت سود همخوانی دارد.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه چهارم نشان می دهد که متغیر تعاملی درآمدهای غیرعملیاتی*عملکرد ضعیف مسئولیت پذیری اجتماعی (NOE*CONS) در سطح اطمینان ۹۹ درصد ارتباط منفی و معناداری با سود(زیان) عملیاتی غیرمنتظره دارد. این یافته بیانگر آن است که شرکت های با عملکرد ضعیف مسئولیت پذیری اجتماعی به احتمال کمتری در تغییر طبقه بندی درآمدها درگیر می شوند و با دیدگاه اخلاقی در زمینه درگیر شدن شرکت ها در مدیریت سود همخوانی دارد.

جدول (۵) نتایج آزمون فرضیه های سوم و چهارم

متغیر	ضریب	خطای استاندارد	آماره T	سطح معناداری	VIF
C	-۰/۲۱۲۶	۰/۰۴۶۲	-۴/۵۹۹۹	۰/۰۰۰۰	---
NOR	-۰/۴۷۷۵	۰/۰۴۳۶	۱۰/۹۴۴۵	۰/۰۰۰۰	۴/۱۵۸۷
STRE	-۰/۰۲۹۱	۰/۰۲۴۳	۱/۱۹۹۲	۰/۲۳۰۷	۱/۰۹۰۳
STRE*NOR	-۱/۰۸۲۶	۰/۱۱۴۲	-۹/۴۷۸۶	۰/۰۰۰۰	۴/۳۰۰۸
CONS	-۰/۰۰۲۲	۰/۰۳۲۶	-۰/۰۶۸۹	۰/۹۴۵۱	۱/۱۴۵۷
CONC*NOR	-۰/۸۶۶۵	۰/۱۹۹۱	-۴/۳۵۲۲	۰/۰۰۰۰	۱/۲۶۸۴
AACC	-۰/۰۱۴۳	۰/۰۴۳۲	-۰/۳۴۰۰	۰/۷۳۳۹	۱/۵۲۱۹
ADISE	-۰/۰۹۱۱	۰/۱۵۳۳	-۰/۵۹۴۴	۰/۵۵۲۴	۱/۰۷۸۱
AOCF	-۰/۴۳۱۱	۰/۰۵۹۷	۷/۲۱۳۸	۰/۰۰۰۰	۱/۳۶۱۸
APROD	-۰/۰۰۰۹	۰/۰۵۰۷	-۰/۰۱۹۶	۰/۹۸۴۳	۱/۳۱۲۷
SIZE	-۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۲۹	۲/۵۳۸۶	۰/۰۱۱۳	۱/۱۷۰۲
LEV	-۰/۰۲۶۵	۰/۰۲۸۱	-۰/۹۴۴۰	۰/۳۴۵۴	۱/۹۰۷۸
ROA	-۰/۳۵۶۹	۰/۰۴۶۲	۵/۷۲۱۸	۰/۰۰۰۰	۲/۴۶۸۰
MB	۱/۷۵۵-۰۶	۰/۰۰۰۷	۰/۰۰۲۲	۰/۹۹۸۲	۱/۱۸۳۹
SG	-۰/۰۰۶۸	۰/۰۰۲۱	-۳/۲۱۰۰	۰/۰۰۱۴	۱/۰۴۶۵
REP	-۰/۰۰۸۵	۰/۰۰۹۱	-۰/۹۳۰۹	۰/۳۵۲۱	۱/۰۱۲۹
INTRO	-۰/۱۲۰۱	۰/۰۲۱۴	-۵/۶۰۴۳	۰/۰۰۰۰	۲/۵۳۶۹
GRO	-۰/۰۰۶۷	۰/۰۱۹۹	۰/۳۳۳۶۴	۰/۷۳۶۳	۲/۹۵۰۸
MAT	-۰/۰۴۴۵	۰/۰۱۵۵	۲/۸۶۱۰	۰/۰۰۴۳	۳/۴۲۴۱
DEC	-۰/۱۶۹۸	۰/۰۲۰۸	-۸/۱۵۹۹	۰/۰۰۰۰	۱/۵۱۱۰
SHA	-۰/۰۲۹۰	۰/۰۱۹۷	-۱/۴۶۸۶	۰/۱۴۲۲	۴/۹۳۶۳
آماره D-W	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	آماره F	سطح معناداری	
۲/۱۵۳۸	۰/۳۵۸۰	۰/۳۴۵۷	۲۹/۰۲۶۱	۰/۰۰۰۰	

منبع: یافته های پژوهشگر

نتیجه گیری و پیشنهادها

این پژوهش به بررسی این موضوع پرداخته است که آیا ارتباطی بین عملکرد خوب و ضعیف مسئولیت پذیری اجتماعی و بیشتر یا کمتر درگیر شدن در تغییر طبقه بندی اقلام سود و زیانی وجود دارد. برای این منظور با تفکیک مسئولیت پذیری اجتماعی به نقاط قوت و ضعف، اقدام به بررسی ارتباط عملکرد خوب یا ضعیف

عملکرد مسئولیت اجتماعی (نقاط قوت و ضعف مسئولیت اجتماعی) با تغییر طبقه بندی اقلام سود و زیانی گردید. برای این منظور اطلاعات ۱۹۱ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دروره زمانی ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۰ تحلیل گردید.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه اول نشان داد، شرکت‌های با عملکرد خوب (نقاط قوت) مسئولیت اجتماعی در تغییر طبقه بندی هزینه ها درگیر نمی‌شوند. این نتیجه نشان می‌دهد که بر خلاف پیش‌بینی مبانی نظری احتمالاً این شرکت‌ها از موضوع تغییر طبقه بندی هزینه ها به عنوان ابزاری برای نشان دادن نقاط قوت مسئولیت پذیری اجتماعی استفاده نمی‌کنند. مطابق با این یافته نمی‌توان بر اساس نقاط قوت مسئولیت اجتماعی نسبت به درگیر شدن کمتر یا بیشتر یک شرکت در تغییر طبقه بندی هزینه ها قضاوت کرد. این نتایج برخلاف یافته های هاوانگ و همکاران (۲۰۲۲) است. نتایج حاصل از آزمون فرضیه دوم نشان داد شرکت‌های با عملکرد ضعیف (نقاط ضعف) مسئولیت اجتماعی به احتمال بیشتری در تغییر طبقه بندی هزینه ها درگیر می‌شوند و با دیدگاه فرصت طلبانه در زمینه درگیر شدن شرکت‌ها در مدیریت سود همخوانی دارد. این نتایج مطابق با یافته های هاوانگ و همکاران (۲۰۲۲) است. به عبارت دیگر زمانی که عملکرد مسئولیت اجتماعی ضعیف تر است، مدیران تمایل بیشتری در به بکارگیری تغییر طبقه بندی هزینه ها را دارند. نتایج نشان می‌دهد که این شرکت‌ها از تغییر طبقه بندی هزینه ها به عنوان سپری برای پوشش نقاط ضعف مسئولیت اجتماعی استفاده می‌کنند. به عبارت دیگر آنها ضمن ارائه گزارشگری مالی فرصت طلبانه، عملکرد ضعیف مسئولیت پذیری اجتماعی خود را از طریق درگیر شدن در تغییر طبقه بندی هزینه ها پنهان می‌نمایند تا نشان دهند که آنها از لحاظ اقتصادی در زمینه عملکرد عملیاتی بسیار موفق عمل کرده اند.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه سوم نشان داد که شرکت‌های با عملکرد خوب مسئولیت پذیری اجتماعی به احتمال کمتری در تغییر طبقه بندی درآمدها درگیر می‌شوند و این با دیدگاه اخلاقی در زمینه درگیر شدن شرکت‌ها در مدیریت سود همخوانی دارد. این یافته نشان می‌دهد که هرچه عملکرد مسئولیت پذیری اجتماعی بالاتر باشد، مدیریت سود از طریق تغییر طبقه بندی درآمدها کمتر خواهد بود. ضمناً با یافته های هاوانگ و همکاران (۲۰۲۲) همخوانی و مطابقت دارد. این یافته بیانگر آن است که احتمالاً این شرکت‌ها با برجسته کردن ارزش های اخلاقی و نقاط قوت مسئولیت اجتماعی، ضمن ارائه گزارشگری مالی اخلاقی، شفافیت اطلاعاتی بالاتری از طریق ارائه اطلاعات غیر مالی برای استفاده کنندگان فراهم نموده و نیازی به پنهان کردن عملکرد خود در پشت نقاط قوت و عملکرد خوب و مسئولیت پذیری اجتماعی مسئولیت اجتماعی از طریق درگیر شدن در تغییر طبقه بندی درآمدها نمی‌بینند. از طرف دیگر مطابق با تئوری ذینفعان با ارائه اطلاعات غیر مالی مسئولیت اجتماعی رضایت ذینفعان را تامین و در نتیجه موجب کاهش فشار آنها بر مدیریت شرکت می‌گردد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه چهارم نشان داد که برخلاف پیش‌بینی مبانی نظری مبنی بر ارتباط مثبت و درگیر شدن بیشتر شرکت‌های با عملکرد ضعیف مسئولیت پذیری اجتماعی در تغییر طبقه بندی درآمدها، این شرکت‌ها به احتمال کمتری در این نوع از تغییر طبقه بندی درگیر می‌شوند و این یافته با دیدگاه اخلاقی تا

دیدگاه فرصت طلبانه در زمینه درگیر شدن شرکت‌ها در مدیریت سود همخوانی دارد. نتایج این فرضیه با یافته های هاوانگ و همکاران (۲۰۲۲) همخوانی و مطابقت دارد.

بطور کلی یافته های این پژوهش در زمینه ارتباط عملکرد مسئولیت اجتماعی بر اساس نقاط ضعف و قوت با تغییر طبقه بندی اقلام سود و زبانی بیشتر از دیدگاه اخلاقی حمایت می کند تا دیدگاه فرصت طلبانه. به عبارت دیگر این شرکت‌ها، ارائه و گزارش اطلاعات غیرمالی از طریق افشا گزارش های مسئولیت اجتماعی را نه برای پوشش مدیریت سود و تامین منافع شخصی بلکه برای ملاحظات اخلاقی و شفافیت اطلاعات مالی به ذینفعان ارائه می کنند و از این طریق ارزش بالاتری برای شرکت خود فراهم می کنند. این مطالعه با گسترش پژوهش کیم و همکاران (۲۰۱۲)؛ پاکدلان و همکاران (۱۳۹۸)؛ خدایی (۱۳۹۶) و رحیمی و همکاران (۱۳۹۴) و خواجهی و همکاران (۱۳۹۰) به نوع دیگری از مدیریت سود یعنی تغییر طبقه بندی اقلام سود و زبانی و تأیید اینکه شرکت‌های با عملکرد خوب مسئولیت اجتماعی در تغییر طبقه بندی اقلام سود و زبانی کمتری درگیر می گردند، ادبیات مرتبط با مدیریت سود و مسئولیت پذیری اجتماعی را توسعه داد. در حالی که یافته های این پژوهش رابطه بین عملکرد مسئولیت پذیری اجتماعی و تغییر طبقه بندی اقلام سود و زبانی را به رفتارهای اخلاقی شرکت‌ها نسبت می دهد، نمی توان سایر توضیحات جایگزین را برای نتایج بطور کامل رد کرد. برای این منظور می توان به استدلال مک وی (۲۰۰۶) استناد نمود که بیان می کند تغییر طبقه بندی می تواند برای شرکت‌ها بسیار پرهزینه باشد، اگر گزارش سود اصلی بالاتر، انتظارات سود آتی را افزایش دهد و رسیدن به معیار سود در دوره های بعدی را دشوار نماید.

پیشنهادات

- ۱) به سهامداران بالقوه پیشنهاد می شود در راستای سرمایه گذاری مطلوب و تخصیص بهینه منابع در اختیار خود، مسئولیت پذیری اجتماعی را به عنوان عامل کاهش عدم تقارن اطلاعاتی، بهبود کیفیت و شفافیت اطلاعات مدنظر قرار دهند.
- ۲) پیشنهاد می گردد که سرمایه گذاران برای بدست آوردن سودهای مستمر و کاهش هزینه ها و مشکلات نمایندگی، در شرکت‌هایی با مسئولیت پذیری اجتماعی بالاتر سرمایه گذاری نمایند.
- ۳) به سازمان بورس اوراق بهادار و نهادهای متولی در سیاست گذاری مالی و سرمایه گذاری پیشنهاد می گردد که قوانین و مقرراتی را اتخاذ نمایند تا از یک طرف تا حد امکان بتواند میزان امتیاز واقعی مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها را در طول سال های مختلف اندازه گیری کرد و از طرف دیگر این امتیاز ارائه شده از سوی یک نهاد رسمی قابل استناد بوده و هم پژوهشگران و هم ذی نفعان از آن استفاده کنند.

۴) با توجه به این که پژوهش های قبلی نشان دادند که مسئولیت پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی و ارزش شرکت تاثیر دارد، و سرمایه گذاران به سود عملیاتی به عنوان یک عامل مهم در عملکرد عملیاتی توجه نموده و در بحث ارزشیابی نیز به مقوله سود و بخصوص سود عملیاتی نگاه ویژه ای دارند لذا به سرمایه گذاران پیشنهاد می شود که در زمان تصمیم گیری، مقوله مسئولیت پذیری اجتماعی را در نظر بگیرند.

محدودیت های پژوهش

هر پژوهشی با محدودیت ها و مشکلاتی در اجرای آن مواجه است، که باید در تعبیر و تفسیر نتایج و نیز در قابلیت تعمیم آن ملاحظه شود. عدم نظر گرفتن شرایط روانی و جو حاکم بر بازار و چرخه های اقتصادی و همچنین شرایط رکود و رونق بازار، نوع صنعت، موضوع و نوع فعالیت شرکت های مورد بررسی، شرایط خاص سیاسی را می توان به عنوان محدودیت های حاکم بر پژوهش دانست که می تواند منجر به کاهش اتکاء به نتایج شود.

فهرست منابع

- ایرانزاده، سلیمان؛ شریعت، محمد علی. (۱۳۹۲). ارائه الگوی برای سنجش مسئولیتهای اجتماعی و شناسایی عوامل اثر گذار سازمانی بر مسئولیت های اجتماعی شرکت ها (مطالعه موردی: شرکت های تولیدی صنعتی بخش خصوصی در استان سمنان). مجله کارآفرینی و توسعه اقتصادی، شماره ۲۷.
- پاکدلان، سعید؛ آذرباهمان، علیرضا و عزمی، بهناز. (۱۴۰۰). بررسی رابطه بین افشای مسئولیت پذیری اجتماعی با مدیریت سود، مجله دستاوردهای نوین در مطالعات علوم انسانی، ۴(۴۶)، ۲۷-۱۲
- ثقفی، علی؛ جمالیان پور، مظفر. (۱۳۹۷). "جایگاه پدیده تغییر طبقه بندی در مدیریت سود". مطالعات تجربی حسابداری مالی، ۱۵(۵۷)، ۲۳-۱.
- جلیلی، صابر و قیصری، فرزاد. (۱۳۹۳). بررسی ارتباط بین کیفیت سود و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، دانش حسابداری، ۱۴(۵۷)، ۱۷۰-۱۴۷.
- حساس یگانه، یحیی؛ سهرابی، حسینعلی و غواصی کناری، محمد. (۱۳۹۹). ارتباط گزارشگری مسئولیت اجتماعی با ارزش شرکت. پژوهش های حسابداری مالی و حسابداری، ۱۲(۴۵)، ۲۰-۱.
- حمیدیان، محسن؛ بزرگمهریان، شاهرخ و جنت مکان، حسین. (۱۳۹۷). نقش تخصص حسابرسان در صنعت در پیشگیری از اعمال تغییر طبقه بندی فرصت طلبانه اقلام صورت سود و زیان، پژوهش های حسابداری مالی و حسابداری، شماره ۳۸.

- حسن زاده دستجردی، کریم. (۱۳۹۵). ارائه الگوی برای تعالی در مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در قالب الگو تعالی سازمانی، مجله صنعت نفت، شماره ۳۸.
- خان احمدی، محبوبه؛ دستگیر، محسن و علی احمدی، سعید. (۱۴۰۰). بررسی ارتباط سودآوری و شهرت شرکت بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی در ایران، اقتصاد مالی، ۱۵(۵۵)، ۲۹۶-۲۶۹.
- خواجوی، شکرالله؛ بایزیدی، انور و جبارزاده کنگرلویی، سعید. (۱۳۹۰). بررسی رابطه ی بین مدیریت سود و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، مجله پیشرفت های حسابداری، دوره سوم، شماره اول، پایپ، ۳/۶۰، ۵۴-۲۹.
- رحیمی، سمیرا؛ لشگری، زهرا و حاجیها، زهره. (۱۳۹۴). سرمایه اجتماعی و مدیریت سود. چشم انداز مدیریت مالی، ۵(۱۲)، ۲۶-۱۳.
- عرب صالحی، مهدی؛ صادقی، غزل و معینالدین، محمود. (۱۳۹۲). رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پژوهش‌های تجربی حسابداری، ۳(۹)، ۲۰-۱.
- عظیمی، مجید و گنجی ارجنکی، سمیه. (۱۳۹۵). تأثیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت بر کیفیت گزارشگری مالی. مطالعات حسابداری و حسابرسی، ۵(۱۷)، ۱۱۱-۹۶.
- فرجی، امید؛ یونسی، معصومه و یونسی، فاطمه. (۱۳۹۶). درماندگی مالی شرکت و مدیریت سود از طریق تغییر طبقه بندی اقلام صورت سود و زیان، چهارمین کنفرانس ملی در مدیریت، حسابداری و اقتصاد با تاکید بر بازاربایی منطقه ای و جهانی.
- فروغی، داریوش؛ امیری، هادی و جوانمرد، راضیه. (۱۳۹۷). تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر نگهداشت وجه نقد از طریق اثرهمزمان متغیرهای منتخب، پژوهش‌های حسابداری مالی، ۱۰(۱)، ۳۶-۱۹.
- فروغی، داریوش؛ شهشهانی، مرتضی میر شمس و پورحسین، سمیه. (۱۳۸۷). نگرش مدیران درباره‌ی افشای اطلاعات حسابداری اجتماعی: شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران (۱۳۸۶)، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۱۵(۳)، ۷۰-۵۵.
- گیلانی نیا، بهنام؛ دکامی، ساناز. (۱۳۹۹). بررسی رابطه بین بیش نمایی سود، ریسک و مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، ۴(۴۸)، ۶۶-۴۴.
- محمدی، سامان؛ اوربایی، زهرا و نادری، علی. (۱۴۰۲). بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و مدیریت سود بانک‌ها با تأکید بر نقش تعدیلی قدرت مدیرعامل. مطالعات تجربی حسابداری مالی، مقالات قابل انتشار، <https://doi.org/10.22054/qjma.2023.72015.2438>.
- مشایخ، شهناز؛ پارسایی، منا و کرانی، اکرم. (۱۴۰۰). رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با کیفیت اطلاعات حسابداری و گزارش حسابرس. پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی، ۱۳(۵۱)، ۶۴-۴۱.

- یاراحمدی، جاوید و محمدی، عبدالله. (۱۳۹۹). تأثیر خانوادگی بودن شرکت‌ها بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و مدیریت سود. حسابداری و منافع اجتماعی، ۱۰(۳)، ۹۳-۱۱۵.
- Abernathy, J.L., Beyer, B., Rapley, E.T., 2014. Earnings management constraints and classification shifting. *J. Bus. Fin. Account.* 41 (5-6), 600-626.
- Alsaadi, A., M. S. Ebrahim, and A. Jaafar. 2017. Corporate Social Responsibility, Shariah Compliance, and Earnings Quality. *Journal of Financial Services Research* 51 (2):169- 194.
- Athanasakou, V., Strong, N.C., Walker, M., 2009. Earnings management or forecast guidance to meet analyst expectations? *Account. Bus. Res.* 39 (1), 3-35.
- Atkins, B., 2006. Is corporate social responsibility responsible? *Forbes.com* (November 28).
- Bansal, M. (2021). "Influence of firm size and firm age on classification shifting: an empirical study on listed firms in India". *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 19 (5), 772-792.
- Bansal, M., Kumar, A. and Badhani, K. N. (2021). "Do Indian firms engage in classification shifting to report inflated core earnings?" *Managerial Finance*, 47(11), 1533-1552.
- Bansal, M. (2021). "Impact of corporate life cycle on misclassification practices: evidence from IFRS adoption in India". *Journal of Applied Accounting Research*, 23 (3), 628-649.
- Bartov, E., Marra, A., Momente, F., 2021. Corporate social responsibility and the market reaction to negative events: evidence from inadvertent and fraudulent restatement announcements. *Account. Rev.* 96 (2), 81-106.
- Burke, Q.L., Chen, P.-C., Lobo, G.J., 2020. Is corporate social responsibility performance related to conditional accounting conservatism? *Account. Horiz.* 34 (2), 19-40.
- Carroll, A., 1979. A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Acad. Manage. Rev.* 4 (4), 497-505.
- Chih, H., Shen, C., Kang, F., 2008. Corporate social responsibility, investor protection, and earnings management: some international evidence. *J. Bus. Ethics* 79 (1), 179-198.
- Cho, S.Y., Lee, C., Pfeiffer Jr., R.Y., 2013. Corporate social responsibility performance and information asymmetry. *J. Account. Public Policy* 32 (1), 71-83.
- 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.
- Choi, B. B., D. Lee, and Y. Park. 2013. Corporate Social Responsibility, Corporate Governance and Earnings Quality: Evidence from Korea. *Corporate Governance: An International Review* 21 (5):447-467.
- Cohen, D., Zarowin, P., 2010. Accrual-based and real earnings management activities around seasoned equity offerings. *J. Account. Econ.* 50 (1), 2-19.
- Donaldson, T., Preston, L., 1995. The stakeholder theory of the corporation: concepts, evidence, and implications. *Acad. Manage. Rev.* 20 (1), 65-91.
- Emna, M., & Jamel, C. (2022). Does CEO power moderate the link between corporate social responsibility & bank earnings management. *Journal of Global Responsibility*, 13(2): 197-216.
- Fan, Y., Barua, A., Cready, W., Thomas, W., 2010. Managing earnings using classification shifting: evidence from quarterly special items. *Account. Rev.* 85 (4), 1303-1323.
- Fan, Y., Liu, X., 2017. Misclassifying core expenses as special items: cost of goods sold or selling, general, and administrative expenses? *Contemp. Account. Res.* 34 (1), 400-426.
- Hwang, J, Choi, S., Choi, S., Lee, G, Y. (2022). Corporate social responsibility and classification shifting. *Journal of Accounting and Public Policy*, 41(2).

- Hemingway, C., MacLagan, P., 2004. Managers' personal values as drivers of corporate social responsibility. *J. Bus. Ethics* 50 (1), 33–44.
- Hong, Y. & Anderson, M. (2011), "The Relationship between Corporate Social Responsibility and Earnings Management: An Exploratory Study", *Journal of Business Ethics*. 104(4), PP. 461-471
- Inoue, S. (2021). "Classification shifting using discontinued operations and impact on core earnings: evidence from Japan". *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 19(2), 211-233
- Jones, J., 1991. Earnings management during import relief investigations. *J. Account. Res.* 29 (2), 193–228.
- Joo, J.H., Chamberlain, S.L., 2017. The effects of governance on classification shifting and compensation shielding. *Contemp. Account. Res.* 34 (4), 1779–1811.
- Kim, Y., Li, H., Li, S., 2014. Corporate social responsibility and stock price crash risk. *J. Bank. Financ.* 43, 1–13.
- Kim, Y., Park, M.S., Wier, B., 2012. Is earnings quality associated with corporate social responsibility? *Account. Rev.* 87 (3), 761–796.
- Martinez-Ferrero, J., Prado-Lorenzo J.M. & Fernandez-Fernandez J.M. (2013), "Corporate Social Responsibility vs. Accounting Ethics", *Spanish Accounting Review*, 36 (1), PP. 32-45.
- Mcvay, S. (2006), "The Use of Special Items to Inflate Core Earnings, dissertation", university of Michigan.
- McWilliams, A., Siegel, D., Wright, P., 2006. Corporate social responsibility: strategic implications. *J. Manage. Stud.* 43 (1), 1–18.
- Mishra, Dev R., Sadok El Ghouli, Omran Guedhami, Chuk C. Y. Kwok, (2011). Does Corporate Social Responsibility Affect the Cost of Capital? *Journal of Banking & Finance*, Vol. 35, No.9, Pp. 2388- 2406.
- Muttakin, M. B., A. Khan, and M. I. Azim. 2015. Corporate social responsibility disclosures and earnings quality: Are they a reflection of managers' opportunistic behavior? *Managerial Auditing Journal* 30 (3):277-298.
- Nagar, N., Sen, K., 2017. Classification shifting: impact of firm life cycle. *J. Financ. Report. Account.* 15 (2), 180–197.
- Naseem, T., Shahzad, F., Ali Asim, G. and Rehman, I.U. and Nawaz, F. (2019). Corporate social responsibility engagement and firm performance in Asia Pacific: The role of enterprise risk management. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(2), 501-513.
- Paiva, I.S., Lourenço, I.C. and Dias Curto, J. (2019). "Earnings management in family versus non-family firms: the influence of analyst coverage". *Spanish Journal of Finance and Accounting*, 48(2), 113-133.
- Petrovits, C., 2006. Corporate-sponsored foundations and earnings management. *J. Account. Econ.* 41 (3), 335–361.
- Prior, D., Surroca, J., Tribo, J., 2008. Are socially responsible managers really ethical? Exploring the relationship between earnings management and corporate social responsibility. *Corp. Govern. Int. Rev.* 16 (3), 160–177.
- Roman, R., Hayibor, S., Agle, B., 1999. The relationship between social performance and financial performance. *Bus. Soc.* 38 (1), 109–125.
- Roychowdhury, S., 2006. Earnings management through real activities manipulation. *J. Account. Econ.* 42 (3), 335–370.

- Salewski, M. & Zülch, H. (2013), "The Association between Corporate Social Responsibility (CSR) and Earnings Quality: Evidence from European Blue Chips", *Journal of Accounting and Auditing*, 4, PP. 55-96.
- Scholtens, B., and F.-C. Kang. 2013. Corporate Social Responsibility and Earnings Management: Evidence from Asian Economies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 20 (2):95-112.
- Skousen, C., Sun, L. and Wu, K. (2019). "The role of managerial ability in classification shifting using discontinued operations". *Advances in Management Accounting*, 31, 113-131.
- Strike, V.M., Gao, J., Bansal, P., 2006. Being good while being bad: social responsibility and the international diversification of US firms. *J. Int. Bus. Stud.* 37 (6), 850-862.
- Surroca, J., Tribo, J.A., 2008. Managerial entrenchment and corporate social performance. *J. Bus. Fin. Account.* 35 (5-6), 748-789.
- Zalata, A. M., & Roberts, C. (2017). "Managing earnings using classification shifting: UK evidence". *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 29, 52-65.
- Zang, A. (2012). "Evidence on the trade-off between real manipulation and accrual manipulation". *Accounting Review*, 87(2), 675-703.

Abstract

The performance of corporate social responsibility based on strengths and weaknesses and the Profit and loss Items Classification Shifting: Opportunistic view versus ethical view

Kaveh Parandin¹
Yaser Shirzadi²
Somayeh Hosseini Aghdai³

Received: 30/ September /2024 Accepted: 29/ November /2024

Abstract

The purpose of this research is to investigate the relationship between corporate social responsibility and the company's behavior for misclassifying profit and loss items (operating expenses as non-operating expenses and non-operating income as operating income) in the profit and loss statement to increase operating profit. In order to carry out this research, the information related to 191 companies admitted to the Tehran Stock Exchange for the years between 2016 and 2021 have been tested by using multivariable regression equations using ordinary and generalized least squares methods using Eviews version 12 software. Research findings show that companies with good performance (strengths) of social responsibility are less involved in changing the classification of incomes; While companies with poor performance (weak points) of social responsibility, more in changing the classification of costs; But they are less involved in changing the classification of incomes. The results of this research are consistent with the view that companies with social responsibility in financial reporting have ethical behavior. This means that the increase in social responsibility through the reduction of information asymmetry will increase the transparency of financial information and as a result reduce the change in the classification of profit and loss items. The findings of this research enrich the research literature of the opportunistic view versus the ethical view of corporate social responsibility and change the classification of profit and loss items.

Keywords: opportunistic perspective, corporate social responsibility, Classification Shifting, earnings management, ethical perspective

¹. Department of Accounting, Payame Noor University, Tehran, Iran, (Corresponding Author), kparandin@pnu.ac.ir

². Department of Accounting, Payame Noor University, Tehran, Iran, shrzadi62@pnu.ac.ir

³. Department of Accounting, Payame Noor University, Tehran, Iran, hosseinia @pnu.ac.ir

