

The effect of managers' personality type on earnings management and its moderating role in the relationship between earnings management and corporate social responsibility disclosure

Ahmad Reza Shafaat

PhD Student in Accounting, Qom Branch, Islamic Azad University, Qom, Iran. Shafaat821@yahoo.com

Mohammad Kashanipour*

Associate Professor in Accounting, University of Tehran, Tehran, Iran. (Corresponding Author) Kashanipour@ut.ac.ir

Reza Gholami Jamkarani

Assistant Professor of Accounting Department Ghom Branch, Islamic Azad University, ghom, Iran (Accountghom@gmail.com)

Hossein Jahangirnia

Assistant Professor of Accounting Department Ghom Branch, Islamic Azad University, ghom, Iran (Hosein_jahangirnia@yahoo.com)

Abstract:

Managers' personality traits can influence corporate financial decisions and performance. On the other hand, earnings management and its relationship with corporate social responsibility disclosure are topics of interest to academics and financial statement users that may be influenced by the personality traits of managers. The purpose of this study is to investigate the effect of managers' personality type on earnings management and its role in the relationship between earnings management and corporate social responsibility. The research population included companies listed on the Tehran Stock Exchange during 2013-2018. In total, 149 firms were selected by systematic elimination method. We used the library method to collect a part of the data. In addition, managers' personality type was assessed using Bortner's questionnaire. The research data were analyzed by multiple regression test in Eviews software. The results show that the variable of managers' personality type has a positive and significant effect on earnings management, In addition, this variable has a significant positive effect on the disclosure of corporate social responsibility in interaction with the earnings management variable. According to the findings of the present study, managers with Type "A" personality in

the years when the firm's earnings is managed are more likely to disclose their corporate social responsibility. The results of this research can have a positive impact on the development of internal literature on the subject of research as well as on the improvement of managerial, behavioral and investment decisions in the country.

Keywords: PersonalityType, Corporate Social Responsibility Disclosure, Earnings Management, Hiding Earnings Management

Copyrights



This license only allowing others to download your works and share them with others as long as they credit you, but they can't change them in any way or use them commercial.

دو فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری- سال ششم، شماره دوازدهم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰، صفحه ۳۰۸-۳۴۳

تأثیر متغیر تیپ شخصیتی مدیران بر مدیریت سود و نقش تعدیلی آن در رابطه بین مدیریت سود با افشای مسئولیت های اجتماعی شرکت

احمد رضا شفاعت^{۱*} محمد کاشانی پور^{۲*} رضا غلامی جمکرانی^۳ حسین جهانگیر نیا^۴

تاریخ پذیرش: ۹۸/۱۱/۱۸

تاریخ دریافت: ۹۹/۱۰/۰۴

چکیده

ویژگی های شخصیتی مدیران می تواند بر تصمیمات و عملکرد مالی شرکت ها اثرگذار باشد از سوی دیگر مدیریت سود و رابطه آن با افشای مسئولیت های اجتماعی شرکت ها از مباحث مورد توجه دانشگاهیان و استفاده کنندگان از صورت های مالی است که ممکن است تحت تأثیر ویژگی های شخصیتی مدیران باشد. هدف این پژوهش بررسی تأثیر تیپ شخصیتی مدیران بر مدیریت سود و نقش آن در رابطه بین مدیریت سود و مسئولیت های اجتماعی شرکت ها است. جامعه آماری تحقیق شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در قلمرو زمانی سال های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۷ می باشد که این جامعه با استفاده از روش حذف سیستماتیک به تعداد ۱۴۹ شرکت محدود شده است. در این پژوهش برای جمع آوری بخشی از داده ها و اطلاعات، از روش اسنادکاوی و برای سنجش تیپ شخصیتی مدیران از پرسشنامه بورنتر استفاده شده است. داده های تحقیق از طریق آزمون رگرسیون چندگانه در نرم افزار ایویوز مورد تحلیل آماری قرار گرفت. نتایج پژوهش نشان می دهد که متغیر تیپ شخصیتی مدیران بر مدیریت سود تأثیر مثبت و معنادار دارد و همچنین این متغیر در تعامل با متغیر مدیریت سود بر افشای مسئولیت های اجتماعی شرکت تأثیر مثبت و معنادار دارد. بر اساس یافته های پژوهش حاضر، مدیران دارای تیپ شخصیتی A در سال هایی که سود شرکت مدیریت شده است بیشتر به افشای مسئولیت های اجتماعی شرکت خود می پردازند. نتایج این تحقیق می تواند بر گسترش ادبیات داخلی موضوع

^۱ دانشجوی دوره دکتری حسابداری، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران Shafaat821@yahoo.com

^۲ -دانشیار گروه حسابداری، دانشگاه تهران، پردیس فارابی قم، ایران (نویسنده مسئول)

Kashanipour@ut.ac.ir

^۳ -استادیار گروه حسابداری، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران Accountghom@gmail.com

^۴ -استادیار گروه حسابداری، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران

Hosein_jahangirnia@yahoo.com

دکتر کاشانی پور و همکاران، تاثیر متغیر تیپ شخصیتی مدیران بر مدیریت سود و نقش تعدیلی آن در رابطه... ۳۱۱

تحقیق و همچنین بهبود تصمیم‌گیری‌های مدیریتی، رفتاری و سرمایه‌گذاری در کشور اثر مثبت بگذارد.

واژه های کلیدی: تیپ شخصیتی، افشای مسئولیت های اجتماعی شرکت، مدیریت سود، پنهان سازی مدیریت سود.

۱-مقدمه

از دیدگاه اطلاعاتی، مفهوم سود نتیجه فعالیتهای اقتصادی را بیان می کند، ولی به عنوان معیار اساسی اندازه گیری، هم چنان مورد تردید قرار دارد. بر مبنای مفروضات بازار کارای سرمایه، پژوهش های تجربی مؤید آن هستند که سود حسابداری دارای محتوای اطلاعاتی می باشد (حقیقت و رایگان، ۱۳۸۷). در این میان حسابداری تعهدی، حق انتخاب قابل توجهی به مدیران در تعیین سود در دوره های زمانی متفاوت اعطا کرده است. در واقع تحت این نوع سیستم حسابداری، مدیران کنترل چشم گیری بر روی زمان تشخیص برخی از اقلام درآمد و هزینه دارند (مشایخی و همکاران، ۱۳۸۴). که این امر به ایجاد موضوعی به نام مدیریت سود منجر گردیده است. مدیریت سود، به عنوان فرآیند برداشتن گام های آگاهانه در محدوده اصول پذیرفته شده حسابداری برای رساندن سود گزارش شده به سطح سود مورد نظر تعریف شده است، و این عمل نزدیک کردن سود گزارش شده به سطح سود هدف از طریق دست کاری در اقلام حسابداری انجام می گیرد (ملانظری و کریمی زند، ۱۳۸۶). صورت های مالی از نظر قرار گرفتن در چارچوب استانداردهای حسابداری مشکلی نداشته و حسابرسان از این منظر نمی توانند بر صورت های مالی اشکال بگیرند، ولی با توجه به این که سود یکی از مهم ترین عوامل مؤثر بر تصمیم گیری هاست، لذا، آگاهی استفاده کنندگان از قابلیت اتکای رقم سود می تواند آن ها را در انتخاب تصمیمات بهتر یاری کند (برتون و استولوی، ۲۰۰۰).

مدیریت سود یکی از موضوعات جذاب در پژوهش های تجربی حسابداری در بازار سرمایه است. در سال های اخیر این موضوع در پژوهش های رفتاری هم مورد توجه پژوهشگران حسابداری قرار گرفته است. عوامل انگیزشی در مدیریت سود، می تواند منشا رفتاری و روانشناختی داشته باشند (رفاهی بخش و همکاران، ۱۳۹۶). در این راستا، برخی پژوهش ها نشان داده اند رفتار مدیریت سود با شخصیت افراد رابطه دارد و رفتار مدیر در بیش نمایی سود را می توان با دیدگاه های اخلاقی او نیز مرتبط دانست (شفر و وانگ، ۲۰۱۱ و دایاناندان و همکاران ۲۰۱۲). در تحقیق دیگر پژوهشگران نشان داده اند مدیریت سود با سطح بیش اعتمادی مدیر رابطه ای مستقیم دارد (نصیری و همکاران، ۱۳۹۶).

موضوع دیگر مورد بحث این مقاله افشای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها می باشد، مسئولیت پذیری اجتماعی، در یک جمله به معنای بررسی تأثیر فعالیت های سازمان بر جامعه است و با بیکاری، فقر، آلودگی زیست محیطی و مسائل اجتماعی دیگر در ارتباط است. (کاشانی پور و همکاران، ۱۳۹۷). ارلیتزکی و همکاران (۲۰۰۳) بیان می کنند، که وارد شدن در فعالیت های مسئولیت پذیری اجتماعی نه تنها رضایت سهامداران را بهبود می بخشد، بلکه روی شهرت شرکت نیز اثر مثبتی دارد به عبارت دیگر، افشای اطلاعات درباره مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت، تصویر

مثبتی از شرکت در بین سهام‌داران ایجاد می‌کند. از آن جایی که رفتارهای مدیریت سود ممکن است منافع ذی‌نفعان را به خطر بیندازد، بنابراین انتظار می‌رود که مدیران شرکت‌هایی که بیش تر درگیر رفتارهای مدیریت سود هستند به خاطر جلب رضایت ذی‌نفعان، توجه بیش‌تری به مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت داشته باشند. (خواجوی و همکاران، ۱۳۹۰)

با توجه به مبانی مذکور شناخت عوامل شخصیتی موثر بر مدیریت سود و همچنین تاثیر این عوامل بر رابطه بین مدیریت سود و افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت ضروری به نظر می‌رسد که تاکنون پژوهشی در این زمینه انجام نشده است. بنابراین هدف مقاله حاضر در گام اول بررسی تاثیر تیپ شخصیتی مدیران شرکت‌ها بر مدیریت سود و در گام دوم بررسی نقش تعدیل‌گر تیپ شخصیتی مدیران در رابطه بین مدیریت سود و افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها می‌باشد.

۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

مدیریت سود در پژوهش‌های دانشگاهی توجه زیادی را به خود جلب کرده است. هیلی و والن (۱۹۹۹) معتقدند، که مدیریت سود زمانی رخ میدهد که مدیر برای گزارشگری مالی از قضاوت شخصی خود استفاده می‌کند و این کار را با هدف گمراه کردن برخی از سهام‌داران درباره عملکرد واقعی یا برای تاثیر در نتایج قراردادهایی که به ارقام حسابداری گزارش شده بستگی دارند، انجام می‌دهد. اسکات (۱۹۹۷) به مدیریت سود، به عنوان اختیار شرکت در انتخاب سیاست‌های حسابداری برای دستیابی به برخی از اهداف خاص مدیر، اشاره می‌کند. کلاگ و کلاگ (۱۹۹۱) دو انگیزه اصلی برای مدیریت سود تعریف می‌کنند: تشویق سرمایه‌گذاران برای خرید سهام شرکت و افزایش ارزش بازار شرکت. این انگیزه‌ها از منظر تئوری مشروعیت^۱ قابل بررسی هستند.

از دیدگاه تئوری مشروعیت و ملاحظات مربوطه یعنی قرارداد اجتماعی^۲، یک واحد تجاری زمانی فعالیت‌های اجتماعی ویژه‌ای را انجام می‌دهد که مدیریت تصور می‌کند این فعالیت‌ها مورد انتظار جامعه‌ای است که در آن فعالیت صورت می‌گیرد. این یک قرارداد اجتماعی یا به عبارتی مشروعیت یا جواز فعالیت می‌باشد (دیگان و آرنمن، ۱۳۹۱).

تئوری مشروعیت بیان می‌کند که سازمانها تا زمانی می‌توانند به حیات خود ادامه دهند که جامعه آنها را مشروع بداند و به آنها مشروعیت ببخشد. به عبارت دیگر، یک قرارداد اجتماعی مابین شرکت‌ها و تک تک اعضای جامعه وجود دارد. جامعه به عنوان مجموعه‌ای از افراد به

^۱ - Legitimacy Theory

^۲ - Social contract

سازمانها رسمیت و اختیار استفاده از منابع طبیعی و نیروی کار را ارائه می‌کند. سازمانها از این منابع استفاده می‌کنند و ضمن ارائه کالا و خدمات به جامعه، بر روی محیط اثرات منفی نیز می‌گذارند (ماتیوس، ۱۹۹۳). مشروعیت منبعی است که حیات سازمانها به آن وابسته است. اما سازمان می‌تواند بر این منبع اثر گذاشته یا آن را دستکاری نماید. به عبارتی مدیران برای ادامه حیات سازمان به هر شکلی سعی میکنند تا مشروعیت آن را افزایش دهند و لذا از راهبردهایی در این زمینه استفاده می‌کنند. برخی از این راهبردها شامل همراه شدن با انتظارات جامعه، افزایش منافع اجتماعی سازمان نسبت به مخارج اجتماعی آن، قرار دادن سیستم ارزشی سازمان در راستای سیستم ارزشی جامعه، توزیع منافع سیاسی، اجتماعی و اقتصادی میان گروههای مختلف از مجرای قدرت سازمان خود، تغییر رفتار سازمان با تغییر انتظارات جامعه، متقاعد ساختن آحاد جامعه در مورد مسئولیت‌پذیر بودن سازمان، تغییر درک و یا انتظارات و یا ارزشهای اجتماعی، کاهش تضاد منافع گروههای مختلف ذینفع در سازمان، تغییر درک عموم جامعه با دور ساختن توجه آنها از موضوعی که باعث نگرانی افراد می‌گردد و جلب توجه آنها به سایر موضوعات است. اما هرگونه راهبردی که توسط مدیر انجام پذیرد در صورتی می‌تواند بر جامعه اثرگذار باشد که افشا گردد و در اختیار عموم قرار گیرد (دیگان، ۲۰۰۲).

عمل به مسئولیت‌های اجتماعی شرکت می‌تواند یکی از راهبردهای انجام شده توسط مدیران باشد (آدامز، ۲۰۰۲). هیل (۲۰۰۵) افشای مسئولیت اجتماعی شرکتها را به عنوان بخشی از استراتژی شرکتها در پاسخ به ناسازگاری و تناقض بین اهداف اجتماعی و جستجو برای سود آوری [اهداف سود جویانه شرکتها] تعریف کرده است. استراتژی مسئولیت اجتماعی شرکتها به عنوان یک مدل مدیریتی نوظهور ارائه شده و شرکت به عنوان مجموعه‌ای از روابط نه فقط بین صاحبان و مدیران، بلکه با احزاب و گروه‌های علاقه مند به تکامل در شرکت از جمله کارکنان، مشتریان، تامین‌کنندگان، رقبا، محیط زیست و جامعه متصور است (آدامز، ۲۰۰۲). بنابراین مسئولیت اجتماعی شرکتها یک تاثیر سه جانبه اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی از طریق توسعه سیستم‌های حفاظت زیست محیطی و اقدامات توسعه روابط با جامعه، مشتریان یا تامین‌کنندگان به منظور بهره برداری شرکت و سهامداران مختلف دارد (آدامز ۲۰۰۲؛ وادوک، ۲۰۰۳). دیگان (۲۰۰۲) بیان می‌کند در زمانی که افشای مسئولیت‌های اجتماعی به صورت اختیاری انجام می‌گیرد امکان استفاده مدیریت از این ابزار به عنوان راهبردی برای دور ساختن افکار جامعه از موضوعات نگران‌کننده درباره شرکت وجود دارد. قدرت و اختیار تصمیم‌گیری در مورد انتخاب راهبردهای شرکت به عهده مدیر است و براساس پژوهش فرانکن و موریس (۲۰۰۵) تصمیم‌گیریها و قضاوتها تحت تاثیر ویژگی‌های فردی است و تفاوت‌های شخصیتی افراد بر تصمیم‌گیری آنها تاثیر خواهد گذاشت. ویژگی‌های شخصی مدیر از قبیل شخصیت، تواناییها،

ارزشها و اعتبار شخص مدیر از جمله عوامل موثر در انتخاب سبک یا شیوه رهبری مدیران می باشند (سید جوادین، ۱۳۸۳). در حقیقت سبک رهبری مدیران نشان دهنده طرز تفکر، جهان بینی و شخصیت مدیران است (نیبرگ و همکاران، ۲۰۰۵).

در مورد ابعاد شخصیتی افراد، دانشمندان نظرات گوناگونی ارائه و تقسیم بندی های مختلفی کرده اند. از جمله این نظرات می توان به تحقیق گسترده دو تن از متخصصان قلب به نام های «میر فریدمن» و «ری رزنمن» در دهه ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ اشاره نمود. آنها در ضمن مطالعات خود درباره علل بیماری قلبی کرونری، الگوی رفتاری را مطرح کردند که به نظر می رسد باعث افزایش ناراحتی های قلبی می شود که نهایتاً منجر به سکت قلبی می گردد. آنها این الگوی رفتاری را تیپ A نامیدند که دارای چهار مولفه رقابت جویی، اعتیاد به کار، خصومت و عصبانیت و بی صبری و بی قراری می باشد. آنها رفتارها و الگوهای غیر از تیپ A را تیپ B نام نهادند (وتن و کمرون، ۱۳۸۰). در ادامه به پیشینه شکل گیری و تشریح مدل تیپ شخصیتی A و B خواهیم پرداخت:

بیماری قلبی هر سال تقریباً ۴۰ درصد مرگها را در ایالات متحده تشکیل می دهد. بیماری قلبی کرونری کاهش جریان خون در رگهای کرونری را شامل می شود که خون قلب را تأمین می کنند. این نوع بیماری قلبی مسئول تقریباً ۹۰ درصد مرگهای مرتبط با قلب است (ویتن، ۱۳۸۵). در اوایل دهه ۱۹۶۰ رویکرد خاصی در زمینه مطالعه تفاوت های فردی در واکنش به استرس به میان آمد که نتایج آن به پیوند بین الگوهای رفتاری و شیوع بیماری های تصلب شراین قلب اشاره داشت (البطوی و دیگران، ۱۳۸۴). در آن زمان، دو جراح متخصص قلب، میرفریدمن و ری رزنمن درباره علل بیماری قلبی کرونری تحقیق می کردند. در جریان این تحقیقات نکته ای توجه آنان را جلب کرد و آن نکته این بود که در پی مراجعه بیماران قلبی به مطب آنان و استفاده از صندلی های مطب، تنها لبه جلویی صندلی اتاق انتظار پاره شده است. رزنمن و فریدمن دریافتند که بسیاری از بیماران قلبی که ناشکیبا بودند، افرادی بودند که به موقع به قرار ملاقات پزشکی خود رسیده بودند و بسیار عجله داشتند که آنجا را ترک کنند. این دو پزشک نتیجه گرفتند که این بیماران دقیقاً بر روی لبه های صندلی نشسته اند و انتظار را نمی توانستند تحمل کنند. آنها مشاهدات خود را با مصاحبه های عمیق ادامه دادند (وتن و کمرون، ۱۳۸۰). این یافته ها نشان داد افرادی که ویژگی های رفتاری خاصی دارند بیش از دیگران در معرض خطرند. بعدها اصطلاح «دارای الگوی رفتاری سنخ A یا گرایش به بیماری تصلب شراین» در مورد این افراد به کار رفت و افرادی را که خطر ابتلای آنان به بیماری تصلب شراین قلب کمتر بود سنخ B نامیدند (البطوی و دیگران، ۱۳۸۴).

رزمن و فریدمن الگوی رفتاری نوع A را اینگونه تعریف کردند: ترکیبی از عمل-عاطفه که می تواند در هر فردی مشاهده شود که به صورت تهاجمی در تلاش و کوشش مداوم در جهت نائل شدن به اهداف و موفقیت بیشتر و بیشتر در زمان کمتر و کمتر می باشد و اگر لازم باشد در برابر افراد یا چیزهایی که مانع از تلاشهایش در رسیدن به اهدافش می شود، جبهه گیری می کند (فری، ۱۹۹۹).

برخلاف شخصیت‌های تیپ A نوعی شخصیت دیگر نیز وجود دارد که همان تیپ B می باشد که از نظر روانشناسی انعطاف پذیرتر از تیپ A می باشند. تیپ B ممکن است با فشار بهتر کنار بیاید. در حقیقت تیپ B ممکن است به نظر رسد که در مقابل فشار کامیاب می شود! (شیفر، ۱۳۷۰). این افراد موفقیت طلبی اندکی دارند، سلطه جویی و پرخاشگری کمتری دارند و احساس فوریت زمانی، عجله و شتاب در آنها کمتر است (میشائیل، ۱۹۸۲). ویژگی‌های رفتاری افراد دارای تیپ‌های شخصیتی A و B به صورت مقایسه‌ای در شکل (۱) نشان داده شده است.

شکل ۱ مقایسه الگوی رفتاری نوع A و نوع B (مک شاون و وان گلینو، ۲۰۰۳)

*به سرعت صحبت می کند	*جزئیات را با شکیبایی مدیریت می کند
*به شدت درگیر کار خود می باشد	*کمتر رقابتی می باشد
*به شدت رقابتی می باشد	*موضوعات را با دقت بررسی می کند
*برای اینکه چندین وظیفه را انجام دهد تلاش می کند	*توجه کمتری به محدودیت‌های زمانی دارد
*احساس فوریت زمانی دارد	*نگرش آسوده‌خاطری به زندگی دارد
*از بیکاری و استراحت کردن احساس گناه می کند	*از استراحت کردن احساس گناه نمی کند
*به راحتی از کوره در می رود	*با سرعت ثابت کار می کند
*سخن دیگران را قطع می کند	*به آسانی خشمگین نمی شود

شخصیت نوع A دارای روحیه تهاجمی، توانمندی در مخالفت، حساسیت زیاد نسبت به وقت و تأکید زیاد بر پیشرفت است (علوی، ۱۳۸۱ و سید جوادین، ۱۳۸۳). تحقیقات نشان می دهند که اکثر مدیران ارشد سازمان‌ها از دسته بندی نوع B می باشند (سید جوادین، ۱۳۸۳ و رابینز، ۲۰۰۳).

در رابطه با شخصیت و سبک رهبری مدیران، شخصیت، ویژگی فردی مهمی برای مدیران می باشد که باید درک شود (اسچرمهورن، ۲۰۰۵). با این وجود شخصیت مدیر از جمله یکی از محدود جنبه هایی است که کمتر بدان پرداخته شده است؛ با وجود آنکه تاثیر بارزی بر نحوه نگرش، عملکرد و شیوه مدیریت مدیران دارد (هرشی و لاگو، ۱۹۷۰). چون عقیده همه

روان‌شناسان بر این است که در انجام دادن همه کارها، کل ویژگی‌های انسانها وارد عمل می‌شود: هوش، استعدادها، شخصیت، علایق، نگرشها و غیره. انسان کلیت دارد و در هر کاری که انجام می‌دهد کل وجود او وارد عمل می‌شود (گنجی، ۱۳۸۲). همه عوامل درونی شخص است که ویژگیهای نحوه رفتار، تفکر و احساس او را تحت تاثیر قرار می‌دهد (هرشی و لاگو، ۱۹۷۰). با درک شخصیت می‌توانیم ارتباط متقابل بین شخصیت مدیر و تمایل وی به رفتار به شیوه‌ای خاص را پیش‌بینی کنیم (اسچرمهورن، ۲۰۰۵).

پاگانو و ولپین (۲۰۰۵) بیان می‌کنند، که مدیران شرکت‌ها ممکن است از فعالیت‌های مربوط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی، به عنوان ابزاری جهت جلوگیری از قبضه مالکیت به وسیله بازار سرمایه، استفاده نموده و از این طریق موجبات رضایت سهام‌داران را فراهم نمایند. از این رو می‌توان فرض کرد، مدیرانی که با هدف دستیابی به منافع شخصی و گمراه کردن دیگران دست به رفتارهای مدیریت سود فرصت طلبانه می‌زنند، جهت سرپوش گذاشتن به اقدامات‌شان و جلب رضایت گروه‌های ذینفع شرکت، مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالایی داشته باشند.

پریور و همکاران (۲۰۰۸)، در پژوهش خود تحت عنوان «بررسی رابطه بین مدیریت سود و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت» به این نتیجه رسیدند، که مدیریت سود بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت تأثیر مثبت دارد و وجود همین رابطه‌ی مثبت بین این دو متغیر، باعث تأثیر منفی بر عملکرد مالی شرکت می‌شود.

چیپ و همکاران (۲۰۰۸) در پژوهشی با عنوان «مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، محافظت از سرمایه‌گذار و مدیریت سود: شواهد بین‌المللی» با بررسی ۱۶۵۳ شرکت در ۴۶ کشور به این نتیجه رسیدند که در نظر عموم، ویژگی‌های مربوط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، بر روی کیفیت اطلاعات مالی منتشر شده اثر مثبت یا منفی دارد.

دایاناندان و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهشی نشان دادند که افراد با شخصیت ایده‌آل‌گرا و نسبی‌گرایی بالا، مدیریت سود را رفتاری غیر اخلاقی می‌شناسند. آن‌ها همچنین به رابطه معنی‌داری میان فرصت‌طلبی و مدیریت سود دست نیافتند.

اوزسوی (۲۰۱۶)، در پژوهشی تحت عنوان «سبک مدیریت تعارض و تیپ شخصیتی A» به بررسی رابطه بین تیپ شخصیتی A و سبک مدیریت تعارض پرداخت. نتایج این پژوهش نشان داد که بین ابعاد غالب سبک‌های مدیریت تعارض و شخصیت نوع A رابطه مثبت وجود دارد.

سامت و جاربوی (۲۰۱۷) در تحقیقی با عنوان «بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی، هزینه‌های نمایندگی و حساسیت سرمایه‌گذاری به جریان نقدی» به بررسی رابطه بین حساسیت سرمایه‌گذاری به جریان نقدی و تعامل شرکت در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی در مجموعه شرکت‌های اروپایی پرداختند. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد عملکرد مسئولیت اجتماعی

باعث تضعیف حساسیت سرمایه گذاری به بودجه داخلی می شود. این تحقیق نشان می دهد که شرکت های با مسئولیت اجتماعی بالاتر در موقعیت بهتری برای کسب منابع مالی از بازار سرمایه از طریق کاهش در اصطکاک بازار و هزینه های نمایندگی هستند.

شاهریار و همکاران (۲۰۱۷)، در تحقیق خود با عنوان «تیپ شخصیتی و زیر ساخت های حسابداری» از طریق معیار های تیپ شخصیتی «هالند، (۱۹۹۷)» و طبقه بندی حسابداران در شش معیار شخصیتی هالند، استدلال نمودند که تیپ شخصیتی حسابداران بر عملکرد آنان در حوزه های مربوطه تاثیر گذار است. نتایج نشان داد که دانشجویان با تیپ شخصیتی متهور در حسابداری مدیریت بهتر عمل می کنند.

مارتینز فررو و همکاران (۲۰۱۷) در تحقیقی با عنوان «آیا سرمایه گذاران می توانند اختیارات مدیریت در شیوه های مسئولیت اجتماعی شرکت ها را شناسایی کنند؟» به بررسی توانایی سرمایه گذاران در شناسایی اینکه آیا مدیران مسئولیت اجتماعی شرکت ها را به عنوان یک شیوه برای پنهان کردن مدیریت سود بکار می برند و آیا این شناسایی با سطح حفاظت از سرمایه گذار تعیین می شود یا خیر؟ پرداخته اند. نتایج نشان داد که سرمایه گذاران و بازارها جبهه گیری های مدیریتی بر اساس ارتقاء شیوه های پایدار را شناسایی نکرده اند به جز زمانی که چنین جبهه گیری در شرکت واقع در کشورهایی با قوانین حمایت از سرمایه گذار انجام شود.

المهروگ و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «مدیریت سود و مسئولیت های اجتماعی: شواهدی از انگلستان» با تحقیق بر روی شرکت های بزرگ انگلیسی نشان دادند که شرکت هایی که تعهد بالاتری نسبت به مسئولیت های اجتماعی دارند، کمتر احتمال دارد که از طریق اقلام تعهدی دست به مدیریت سود بزنند.

بویرتی و همکاران (۲۰۲۰) در تحقیق خود به بررسی رابطه بین مدیریت سود و مسئولیت های اجتماعی شرکت با تاکید بر نقش تعدیلی مکانیزم های حاکمیت شرکتی پرداختند و نشان دادند که بین مسئولیت های اجتماعی شرکت و مدیریت سود رابطه مثبت و معنادار وجود دارد و اندازه هیئت مدیره و نوع مالکیت به میزان قابل توجهی این رابطه را تعدیل می نماید.

خواجوی و همکاران (۱۳۹۰) به بررسی رابطه بین مدیریت سود و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. یافته های پژوهش نشان می دهد که بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و مدیریت سود، رابطه منفی وجود دارد. همچنین عملکرد مالی شرکت با مدیریت سود رابطه مثبت و با مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت، رابطه منفی و معکوس داشته، 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، تعهدات سازمانی با مدیریت سود و عملکرد مالی شرکت رابطه‌ی منفی دارد.

جلیلی و قیصری (۱۳۹۳) در پژوهش خود با عنوان «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.

خواجوی و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیق خود با عنوان «تأثیر خودشیفتگی مدیران بر مدیریت سود و عملکرد مالی» به رابطه مثبت و معنادار بین خودشیفتگی مدیران به عنوان یک ویژگی شخصیتی و شاخص‌های مرتبط با مدیریت سود و عملکرد مالی آن‌ها دست یافتند. آن‌ها نشان دادند که به هر اندازه که مدیران از خودشیفتگی بالاتری برخوردار باشند برای نمایش عملکرد مالی مطلوب در کوتاه‌مدت به ذینفعان، بیشتر به سمت‌وسوی فعالیت‌های مرتبط با مدیریت سود سوق پیدا خواهند کرد.

رفاهی بخش و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیقی با عنوان «عواطف فردی و رفتار مدیریت سود: آزمونی از نظریه روانشناسی مثبت‌گرا» اثر عواطف مثبت و منفی بر مدیریت سود فرصت طلبانه و کارا را مورد بررسی قرار دادند. نتایج تحقیق آنان نشان داد که عواطف و احساسات مثبت به تصمیم‌گیری‌های مالی مثبت و در راستای افزایش ثروت سهامداران و عواطف منفی به تصمیم‌گیری‌های منفی و ناکارآمد و در جهت منافع شخصی مدیریت منجر می‌شود.

۳- فرضیه‌های پژوهش

از آنجایی‌که عوامل انگیزشی در مدیریت سود، می‌تواند منشا رفتاری و روانشناختی داشته باشند (رفاهی‌بخش و همکاران، ۱۳۹۶) همچنین رفتار مدیریت سود با شخصیت افراد رابطه دارد (شفر و وانگ، ۲۰۱۱ و دایاناندان و همکاران ۲۰۱۲)، انتظار می‌رود تیپ شخصیتی مدیران شرکت‌ها بر میزان مدیریت سود اثرگذار باشد. بنابراین فرضیه اول تحقیق به صورت زیر تدوین می‌گردد:

فرضیه اول: نوع تیپ شخصیتی مدیران شرکت‌ها بر میزان مدیریت سود آن‌ها موثر است.

از سوی دیگر مدیران در مواقعی که اقدام به مدیریت سود می‌نمایند با سطح بالاتری از افشای مسئولیت‌های اجتماعی سعی در پنهان‌سازی آن می‌کنند (پریور و همکاران، ۲۰۰۸). بنابراین مدیریت سود می‌تواند بر میزان افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت تاثیرگذار باشد و از

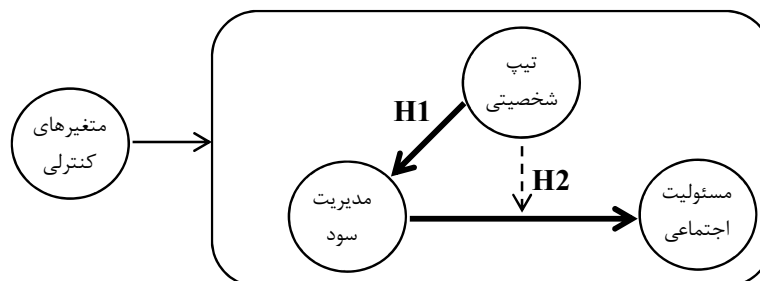
آنجایی که شخصیت مدیر تاثیر بارزی بر نحوه نگرش، عملکرد و شیوه مدیریت وی دارد (هرشی و لاگو، ۱۹۷۰)، انتظار می‌رود که تیپ شخصیتی مدیر بر رابطه بین مدیریت سود و افشای مسئولیت‌های اجتماعی تاثیر تعدیلی داشته باشد. یعنی انتظار می‌رود متغیر مدیریت سود در تعامل با متغیر تیپ شخصیتی بر افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت تاثیر معنادار داشته باشد. بنابراین فرضیه دوم تحقیق به صورت زیر تدوین می‌گردد:

فرضیه دوم: تیپ شخصیتی مدیران بر رابطه بین مدیریت سود و افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت (CSR) تاثیر تعدیلی معنادار دارد.

مدل مفهومی تحقیق:

نحوه بررسی روابط بین متغیرهای تحقیق در قالب یک مدل شماتیک در شکل (۲) نمایش داده شده است.

شکل ۲ مدل مفهومی تحقیق



۴- روش پژوهش

این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ ماهیت، یک پژوهش توصیفی با تأکید بر روابط همبستگی است، زیرا از یک طرف وضع موجود را بررسی می‌کند و از طرف دیگر، رابطه بین متغیرهای مختلف را با استفاده از تحلیل رگرسیون، تعیین می‌نماید.

جامعه آماری شامل تمامی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد که طبق شروط زیر همگن شده و جامعه غربال شده مورد بررسی قرار گرفته است:

۱- به دلیل دسترسی مناسب‌تر به اطلاعات مالی شرکت‌ها، دوره تحقیق از ابتدای سال ۱۳۹۲ انتخاب شده است لذا شرکت‌های جامعه آماری باید دست کم از سال ۱۳۹۲ در بورس پذیرفته شده و تا پایان دوره تحقیق (۱۳۹۷) در بورس فعال باشند.

۲- پایان سال مالی آنها ۲۹ اسفند ماه باشد. (به این دلیل که چنانچه سال مالی شرکت‌های نمونه تحقیق یکسان نباشد، ممکن است تغییر مدیر عامل در پایان سال مالی شرکت‌هایی که از این جهت ناهمگون هستند بر روی متغیر تیپ شخصیتی مدیر اثر گذاشته و تحلیل‌های آماری تحقیق را دچار خدشه نماید.)

۳- به دلیل ماهیت متفاوت فعالیت موسسه‌های مالی، سرمایه‌گذاری، بانک‌ها و شرکت‌های بیمه از شرکت‌های تولیدی، و ایجاد ناهمگونی در برخی متغیرهای تحقیق (اجزای محاسبه مدیریت سود) این شرکت‌های مالی و سرمایه‌گذاری از جامعه تحقیق حذف می‌گردند.

۴- توقف معاملاتی بیش از ۳ ماه نداشته باشد.

۵- اطلاعات مورد نیاز جهت محاسبه متغیرهای عملیاتی تحقیق، برای آنها در دسترس باشد.

جدول (۱) مراحل مختلف غربالگری جامعه آماری

تعداد	مراحل مختلف نمونه‌گیری
۵۱۲	تعداد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در پایان سال ۹۷
(۱۲۲)	تعداد شرکت‌هایی که تا قبل از فروردین ۱۳۹۲ در بورس پذیرفته نشده و یا تا پایان سال ۱۳۹۷ نماد آنها متوقف شده است.
(۸۳)	نبوده است. اسفند ۲۹ به منتهی آنها مالی تعداد شرکت‌هایی که سال
(۱۰۶)	ها و شرکت‌های بیمه هستند. مالی، سرمایه‌گذاری، بانک‌تعداد شرکت‌هایی که جزء موسسه
(۳۹)	تعداد شرکت‌هایی که توقف معاملاتی بیش از ۳ ماه داشته‌اند.
(۱۳)	تعداد شرکت‌هایی که اطلاعات مورد نیاز جهت محاسبه متغیرهای عملیاتی تحقیق، برای آنها در دسترس نبوده است.
۱۴۹	تعداد شرکت‌های نمونه

بنابراین با توجه به موارد بندهای فوق تعداد ۱۴۹ شرکت به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند و برای هر متغیر این پژوهش اقدام به جمع‌آوری تعداد ۸۹۴ داده-سال، جهت آزمون فرضیه‌های آماری گردیده است لازم به ذکر است هر چند داده‌های غیر پرسشنامه‌ای این تحقیق به طور کامل تهیه شده است، اما داده‌های تیپ شخصیتی مدیران برای ۲۳۲ سال-شرکت در دسترس قرار نگرفت لذا پژوهش حاضر با داده‌های در دسترس، فرضیات تحقیق را برای ۶۶۲ سال-شرکت مورد آزمون قرار داده است.

بر مبنای تئوری نمایندگی^۱، مدیرعامل به عنوان نماینده مالکان اداره شرکت را به عهده دارد. مدیران با توجه به اهداف و انگیزه‌های گوناگون، از جمله تأثیرگذاری بر قیمت سهام، بیشینه‌سازی

^۱ - Agency Theory

مطلوبیت و رفاه خود و پرهیز از نقض قراردادهای بدهی اقدام به مدیریت سود گزارش شده می‌کنند (باباجانی و همکاران، ۱۳۹۳). همچنین مطابق با تئوری مشروعیت مدیرعامل انگیزه و قدرت لازم برای کسب مشروعیت از طریق افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت را دارد، لذا با توجه به موارد فوق و با پیروی از خواجهی و همکاران (۱۳۹۵)، در این تحقیق، مدیران عامل شرکت‌ها به عنوان جامعه هدف تحقیق انتخاب گردیده‌اند.

روش گردآوری و پردازش داده‌ها

روش گردآوری اطلاعات در این تحقیق برای کلیه متغیرها به‌جز متغیر تیپ شخصیتی مدیران، روش اسنادکاوی است و برای متغیر تیپ شخصیتی از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. مباحث تئوریک پژوهش از مسیر مطالعه منابع، نشریات، منابع داخلی و خارجی موجود در کتابها و استفاده از اینترنت جمع‌آوری شده است. جمع‌آوری اطلاعات با استفاده از اطلاعات اولیه شرکتها بوده است؛ یعنی اطلاعات و داده‌های مورد نیاز تحقیق برای اندازه‌گیری متغیرهای مدیریت سود، افشای مسئولیت‌های اجتماعی و متغیرهای کنترلی تحقیق از روش اسنادکاوی، با استفاده از نرم‌افزار ره‌آوردنویس و با مراجعه به سازمان بورس اوراق بهادار تهران و مطالعه صورتهای مالی اساسی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران به‌دست آمده‌اند. برای سنجش تیپ شخصیتی مدیران از پرسشنامه تیپ شخصیتی بورنتر (۱۹۶۹) استفاده شده است. برای این منظور مدیرعامل هر شرکت برای هر سال دوره تحقیق مشخص گردیده و سپس به تعداد لازم برای هر شرکت پرسشنامه تیپ شخصیتی با نام مدیرعامل مربوط به هر سال تهیه گردیده و به شرکت‌های مورد بررسی در تحقیق، ارسال گردید و پاسخ مربوطه دریافت شد. به دلیل وجود پدیده‌های مالکیت مدیریتی و مدیریت خانوادگی بسیاری از مدیرانی که دوره مدیرعاملی آنها به اتمام رسیده‌است، هنوز هم در هیئت‌مدیره حضور دارند و دسترسی به آنان امکان‌پذیر می‌باشد. از سوی دیگر برخی از مدیران پس از اتمام دوره مدیریت‌شان در یک شرکت، به عنوان مدیرعامل در شرکت دیگری مشغول به فعالیت می‌گردند لذا در بسیاری موارد دسترسی به تیپ شخصیتی مدیرعامل یک شرکت، به مثابه دسترسی به تیپ شخصیتی مدیرعامل شرکت‌های تحت مدیریت آن مدیر در سال‌های گذشته می‌باشد.

هرچند موارد یاد شده در دسترسی به تیپ شخصیتی مدیران عامل، بسیار موثر بود ولی در هر حال دسترسی به تعداد زیادی از مدیران جهت تکمیل پرسشنامه تیپ شخصیتی، میسر نگردید؛ بنابراین به جهت جلوگیری از حذف بی‌مورد مشاهدات، تمام ۲۳۲ سال-شرکت خارج از دسترس نیز به صورت خانه خالی وارد نرم افزار Eviews گردیده‌اند و بطور اتوماتیک توسط نرم افزار بدون دخل و تصرف و قضاوت ذهنی پژوهشگران، از تحلیل‌ها حذف گردیده‌اند.

مدل های آماری فرضیه ها

مدل تخمین فرضیه اول

$$DEM_{it} = \beta_0 + \beta_1 Pt_{it} + \beta_2 Size_{it} + \beta_3 Debt_{it} + \beta_4 Risk_{it} + \beta_5 Working\ capital_{it} + \beta_7 R\&DIntensivity_{it} + \varepsilon_i$$

DEM^۱: متغیر موهومی مدیریت سود (در این تحقیق برای سنجش مدیریت سود شرکت از یک متغیر موهومی استفاده می‌گردد به این نحو که این متغیر در زمانی که مقدار اقلام تعهدی اختیاری شرکت از مقدار اقلام تعهدی اختیاری متوسط صنعت مربوطه بیشتر باشد مقدار ۱ و در غیر این صورت مقدار صفر می‌پذیرد).

Pt: تیپ شخصیتی مدیران

Size: اندازه شرکت

Debt: نسبت بدهی

Risk: ریسک شرکت

Working capital: سرمایه در گردش شرکت

R&DIntensivity: هزینه های تحقیق و توسعه شرکت

***نکته: برای آزمون فرضیه اصلی اول به دلیل دو ارزشی بودن متغیر وابسته (مدیریت سود) از رگرسیون با تخمین لاجستیک شاخص نیکویی برازش مک فادن استفاده شده است.

در رابطه فوق معنادار بودن ضریب β_1 نشان دهنده رابطه بین تیپ شخصیتی با مدیریت سود است. قدر مطلق ضریب مذکور بیانگر شدت رابطه و مثبت یا منفی بودن علامت β_1 به ترتیب نشان دهنده رابطه مستقیم و یا معکوس بین متغیر تیپ شخصیتی با مدیریت سود است. معنادار بودن ضریب β_1 به معنای عدم رد فرضیه اول می باشد.

مدل تخمین فرضیه دوم

$$CSR_{it} = \beta_0 + \beta_1 DEM_{it} + \beta_2 Pt_{it} + \beta_3 Pt * DEM_{it} + \beta_4 Size_{it} + \beta_5 Debt_{it} + \beta_6 Risk_{it} + \beta_7 Working\ capital_{it} + \beta_8 Industry_{it} + \beta_9 R\&DIntensivity_{it} + \varepsilon_i$$

CSR: افشای مسئولیت های اجتماعی شرکت

DEM: متغیر موهومی مدیریت سود

Pt: تیپ شخصیتی مدیران

Size: اندازه شرکت

Debt: نسبت بدهی

Risk: ریسک شرکت

^۱ - Dummy Earning Management

Working capital: سرمایه در گردش شرکت

Industry: نوع صنعت

R&D Intensity: هزینه های تحقیق و توسعه شرکت

در رابطه فوق، ضریب β_1 نشان دهنده رابطه بین متغیر موهومی مدیریت سود و افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت می‌باشد و ضریب β_3 نشان دهنده اثر تعدیلی متغیر تیپ شخصیتی مدیران در رابطه بین مدیریت سود با متغیر وابسته (افشای مسئولیت‌های اجتماعی) است. مثبت و معنادار بودن ضریب β_3 نشان دهنده این مطلب است که در سال-شرکت‌هایی که مدیران شرکت دارای تیپ شخصیتی A بوده‌اند و اقدام به مدیریت سود نموده‌اند، مسئولیت‌های اجتماعی شرکت خود را بیشتر و کاملتر افشا نموده‌اند و چنانچه ضریب β_3 منفی و معنادار باشد به این معنا است که در سال-شرکت‌هایی که مدیران شرکت دارای تیپ شخصیتی B بوده‌اند و اقدام به مدیریت سود نموده‌اند، مسئولیت‌های اجتماعی شرکت خود را بیشتر و کاملتر افشا نموده‌اند و در صورتی که ضریب β_3 معنادار نباشد این به معنی عدم ارتباط مدیریت سود در تعامل با متغیر تیپ شخصیتی با افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت است. مارتینز فررو و همکاران (۲۰۱۷) این افزایش افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت را جبهه‌گیری مدیریت برای پنهان کردن مدیریت سود از طریق افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت تفسیر می‌نمایند. قدر مطلق ضریب مذکور بیانگر شدت است. معنادار بودن ضریب β_3 نشان دهنده وجود نقش تعدیلی متغیر تیپ شخصیتی مدیران در رابطه بین مدیریت سود و افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت می‌باشد که این امر موجب عدم رد فرضیه پژوهشگر می‌باشد.

شیوه اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش

الف) افشای مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR)

شرکت‌ها اطلاعات مربوط به مسئولیت‌های اجتماعی خود را در یادداشت‌های پیوست صورت‌های مالی منتشر می‌نمایند این موارد می‌تواند به صورت کمی بوده و جزئیات آن به طور مفصل همراه با عکس، نمودار و جداول مختلف ارائه گردد و یا اینکه افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت به صورت غیر کمی و توضیحی باشد و یا اینکه حتی در این مورد افشایی صورت نگیرد. در این مطالعه ارزش هر مورد افشا شده به صورت کمی اندازه‌گیری می‌شود. به این ترتیب که بر اساس اهمیت درک شده از سوی گروه‌های متنوع استفاده کننده از صورت‌های مالی، از هر مورد افشا شده، به موارد مختلف افشای مسئولیت‌های اجتماعی امتیازدهی می‌گردد. (آلتوو جیری و همکاران، ۲۰۰۴ و هیوز و همکاران، ۲۰۰۱)

افشای مسئولیت های اجتماعی شرکت شامل چهار بعد، میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان (EMPD)^۱، میزان افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی (COMD)^۲، میزان افشای اطلاعات مربوط به تولید (PROD)^۳ و میزان افشای اطلاعات مربوط به محیط زیست (ENVD)^۴ می باشد. در این تحقیق برای ارزیابی این متغیر از تجزیه و تحلیل محتوا استفاده شده است. تجزیه و تحلیل محتوا در مورد طبقه بندی از جملات در متن یادداشت های پیوست صورت های مالی دسته بندی می شوند. (پورعلی و حجامی، ۱۳۹۳)

افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها

ارزش کلی افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها از جمع ارزش جزئی ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت ها بدست می آید و از فرمول زیر قابل محاسبه است (نیروانتو و همکاران، ۲۰۱۱ و صالح و همکاران، ۲۰۱۰):

$$CSR = EMPD + COMD + PROD + ENVD$$

نمره کل افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها:

$$CSR_j = \frac{\sum_{t=1}^{n_j} X_{ij}}{n_j}$$

می باشد. n_j شرکت در CSR افشای : نمره CSR_j

n_j : تعداد موارد تخمین زده شده برای شرکت j می باشد.

X_{ij} : با بررسی یادداشت های پیوست صورت های مالی، اگر موارد افشای مسئولیت های اجتماعی شرکت بصورت کمی و جزئیات آن به صورت اعداد، شرح مفصلی از فعالیت و در صورت امکان تصاویر، نمودارها و جداول بوده باشد، نمره افشا ۳ می باشد. اگر اطلاعات بصورت غیرکمی و توضیحات به صورت شرح بند بوده باشد، نمره افشا ۲ می باشد. اگر موارد افشاء بصورت کیفی و توضیحات به صورت جمله یا پاراگراف بوده باشد، نمره افشا ۱ می باشد. اگر موردی افشاء نشود، نمره افشا صفر می باشد.

میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان (EMPD)

برای نشان دادن میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان نیاز به شش معیار داریم:

(۱) سلامت محیط کارکنان

(۲) آموزش کارکنان

- 1 _ Employee Relation Disclosure
- 2 _ Community Involvement Disclosure
- 3 _ Product Disclosure
- 4 _ Environment Disclosure

۳) مزایای کارکنان

۴) مشخصات کارکنان

۵) مالکیت سهم کارکنان

۶) ایمنی و بهداشت کارکنان (ایزو ۱۸۰۰۰)

نمره افشای بعد روابط کارکنان از فرمول زیر بدست می‌آید:

$$EMPD = \frac{\sum A}{6}$$

EMPD: نمره افشای روابط کارکنان

A: نمره افشا برای هر یک از معیارهای روابط کارکنان در شرکت J

*عدد شش در مخرج نشان دهنده شش معیار مربوط به میزان افشای روابط کارکنان می‌باشد.

میزان افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی (COMD)

برای نشان دادن میزان افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی نیاز به شش معیار داریم:

۱) برنامه اهدا وجه نقد

۲) برنامه خیریه

۳) برنامه بورس تحصیلی

۴) حامیان مالی برای فعالیت ورزشی

۵) حامیان غرور ملی

۶) پروژه های عمومی

نمره افشای بعد مشارکت اجتماعی از فرمول زیر بدست می‌آید:

$$COMD = \frac{\sum B}{6}$$

COMD: نمره افشای مشارکت اجتماعی

B: نمره افشا برای هر یک از معیارهای مشارکت اجتماعی در شرکت J

*عدد شش در مخرج نشان دهنده شش معیار مربوط به میزان افشای مشارکت اجتماعی می‌باشد.

میزان افشای اطلاعات مربوط به تولید (PROD)

برای نشان دادن میزان افشای اطلاعات مربوط به تولید نیاز به چهار معیار داریم:

۱) ایمنی محصول

۲) کیفیت محصول ایزو (۹۰۰۰)

۳) توسعه محصول

۴) خدمات پس از فروش

نمره افشای بعد تولید از فرمول زیر بدست می‌آید:

$$PROD = \frac{\sum C}{4}$$

PROD : نمره افشای تولید

C : نمره افشا برای هر یک از معیارهای تولید در شرکت J

* عدد چهار در مخرج نشان دهنده چهار معیار مربوط به میزان افشای اطلاعات مربوط به تولید می‌باشد.

میزان افشای اطلاعات مربوط به محیط زیست (ENVD)

برای نشان دادن میزان افشای اطلاعات مربوط به محیط زیست نیاز به چهار معیار داریم:

۱) کنترل آلودگی هوا

۲) برنامه پیشگیری و جبران خسارت

۳) حفاظت و استفاده از محصولات ناشی از بازیافت

۴) جایزه در زمینه محیط زیست (ایزو ۱۴۰۰۰)

نمره افشای بعد محیط زیست از فرمول زیر بدست می‌آید:

$$ENVD = \frac{\sum D}{4}$$

PROD : نمره افشای محیط زیست

D : نمره افشا برای هر یک از معیارهای محیط زیست در شرکت J

* عدد چهار در مخرج نشان دهنده چهار معیار مربوط به میزان افشای اطلاعات مربوط به محیط زیست می‌باشد.

ب) مدیریت سود (با استفاده از مدل جونز) (DEM)

ابتدا معادله زیر را تخمین می‌زنیم:

رابطه (۱)

$$\frac{TAA_{it}}{A_{i,t-1}} = \alpha_{1,t} \left(\frac{1}{A_{i,t-1}} \right) + \alpha_{2,t} \left(\frac{\Delta Sales_{it}}{A_{i,t-1}} \right) + \alpha_{3,t} \left(\frac{PPE_{i,t}}{A_{i,t-1}} \right) + \epsilon_t$$

که در آن:

TAA_{it} = کل اقلام تعهدی در سال t

$$TAA_{it} = [(\Delta CA_{it}) - (\Delta CASH_{it})] - [(\Delta CL_{it}) - (\Delta RLT P_{it})] - DA_{it}$$

که در آن:

$$\Delta CA_{it} = \text{تغییر در دارایی های جاری}$$

$$\Delta CASH_{it} = \text{تغییر در وجه نقد}$$

$$\Delta CL_{it} = \text{تغییر در بدهی های جاری}$$

$$\Delta RLT P_{it} = \text{تغییر در تعهدات (بدهی های) بلند مدت}$$

$$DA_{it} = \text{استهلاک}$$

$$A_{i,t-1} = \text{کل دارایی ها در سال } t-1$$

$$\Delta Sales_{it} = \text{تغییرات درآمد فروش}$$

$$PPE_{it} = \text{اموال، ماشین آلات و تجهیزات ناخالص در پایان سال } t$$

$$\alpha_1, \alpha_2 \text{ و } \alpha_3 = \text{پارامتر های خاص شرکت می باشند که با استفاده از تخمین مدل رگرسیونی}$$

(۱) به دست می آیند و جهت مدیریت سود در رابطه (۲) جایگذاری می گردند.

رابطه (۲)

$$DAA = TAA_{it} - \left[\alpha_{1,t} \left(\frac{1}{A_{i,t-1}} \right) + \alpha_{2,t} \left(\frac{\Delta(Sales - A \times R)_{it}}{A_{i,t-1}} \right) + \alpha_{3,t} \left(\frac{PPE_{it}}{A_{i,t-1}} \right) \right]$$

که در آن:

$$DAA = \text{اقلام تعهدی اختیاری حسابداری}$$

$$A \times R = \text{خالص حساب های دریافتی شرکت}$$

در نهایت برای اندازه گیری مدیریت سود با توجه به تحقیق پریور و همکاران (۲۰۰۸) و مارتینزفررو و همکاران (۲۰۱۷)، با استفاده از یک متغیر موهومی با علامت اختصاری DEM اقدام مینمائیم. متغیر موهومی مدیریت سود (DEM) در زمانی که مقدار اقلام تعهدی اختیاری (DAA) شرکت از مقدار اقلام تعهدی اختیاری (DAA) متوسط صنعت مربوطه بیشتر باشد مقدار ۱ و در غیر این صورت مقدار صفر می پذیرد.

ج) تیپ شخصیتی (مدیر عامل) (Pt)

این متغیر از طریق پرسشنامه تیپ شخصیتی بورتنر (۱۹۶۹) به دست می آید. این پرسشنامه ۱۴ سوال دارد و پاسخ دهی به هر یک از این سوالات به صورت طیفی از اعداد از عدد ۱ تا عدد ۷ می باشد و در نهایت برای هر نفر از پاسخ دهندگان، اعداد اختصاص داده شده به هر سوال با یکدیگر جمع می گردند. کسب نمره ۵۶ و بالاتر در این پرسشنامه، تحت عنوان رفتار تیپ A و کسب نمره ۱۴ تا ۵۵ تحت عنوان رفتار تیپ B، دسته بندی می شود. این مقیاس به شکلی گسترده در علوم بهداشتی و روانشناسی، به منظور تشخیص تیپ A و B به کار رفته است.

¹ - Discretionary Accounting Accruals

پژوهش‌های پیشین نشان داده‌اند که این ابزار، از پایایی، اعتبار سازه (بورتنر، ۱۹۶۹) و اعتبار پیش بین مناسب و کافی برخوردار است (جمال، ۱۹۹۰).

کمی سازی متغیر تیپ شخصیتی مدیر عامل (Pt)

از آنجایی که این متغیر از طریق پرسشنامه به دست می‌آید، اطلاعات حاصل از آن کیفی بوده و قابل استفاده در مدل‌های رگرسیونی پژوهش نمی‌باشد بنابراین لازم است این متغیر به صورت صحیح کمی سازی گردد تا بتوان از آن در مدل‌های تحقیق استفاده کرد. برای این منظور مدیران عامل شرکت‌ها برای هر سال-شرکت مشخص شده سپس این پرسشنامه استاندارد در اختیار مدیریت شرکت قرار می‌گیرد و پس از تکمیل آن در گام اول مشخص می‌کنیم که تیپ شخصیتی مدیر پاسخ دهنده کدام است و در گام دوم برای کمی سازی متغیر تیپ شخصیتی مدیر از یک متغیر موهومی با عنوان تیپ شخصیتی (Pt) استفاده می‌گردد به این نحو که چنانچه مدیریت شرکت برای یک سال-شرکت خاص دارای تیپ شخصیتی A باشد متغیر تیپ شخصیتی (Pt) مقدار ۱ و در غیر اینصورت مقدار صفر می‌گیرد. در نهایت متغیر موهومی به دست آمده با عنوان متغیر تیپ شخصیتی (Pt) به درستی کمی سازی شده و قابل استفاده در مدل‌های رگرسیونی تحقیق خواهد بود.

د) متغیرهای کنترلی:

Size = اندازه شرکت. (لگاریتم طبیعی جمع دارایی‌های پایان دوره)

Debt = نسبت بدهی. (بدهی به حقوق صاحبان سهام)

Risk = ریسک. (β) (منتشر شده در نرم افزار رهاورد نوین ۳)

Working Capital = سرمایه در گردش (تفاوت بین دارایی‌های جاری با بدهی‌های جاری)

Industry = نوع صنعت (برای کنترل متغیر صنعت از تعداد N-1 متغیر موهومی استفاده

می‌شود که N نشان‌دهنده تعداد صنایع نمونه آماری مورد پژوهش است. در پژوهش حاضر از شرکت‌های فعال در ۲۳ صنعت استفاده خواهد شد، برای در نظر گرفتن اثر کنترلی متغیر صنعت از ۲۲ متغیر موهومی در مدل رگرسیون استفاده نموده‌ایم. صنعت منسوجات متغیر حذف شده ماست).

R&D Intensity = هزینه تحقیق و توسعه (مخارج تحقیق و توسعه به کل فروش).

۵- یافته‌های پژوهش

شاخص‌های توصیفی متغیرها

آمار توصیفی متغیرهای پژوهش و همچنین نتیجه آزمون نرمالیتی متغیرهای تحقیق به صورت خلاصه در جدول‌های شماره (۲) و (۳) مورد بررسی قرار می‌گیرد.

جدول شماره (۲) آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	بیشینه	کمینه	انحراف معیار	چولگی	کشیگی
افشای مسئولیت های اجتماعی (CSR)	۲.۶۲۳	۴.۰۲۱۳	۰.۹۸۵۷	۰.۶۲۷۷	-۰.۱۹۲۸	۲.۹۹۰۱
مدیریت سود (DEM)	۰.۴۷۴	۱	۰	۰.۴۹۹۶	۰.۱۰۳۰	۱.۰۱۰۶
تیپ شخصیتی مدیران (Pt)	۰.۳۹۴	۱	۰	۰.۴۸۹	۰.۴۳۲۷	۱.۱۸۷۲
تیپ شخصیتی مدیران در تعامل با مدیریت سود (Pt DEM)*	۰.۱۹۰	۱	۰	۰.۳۹۲۸	۱.۵۷۷۶	۳.۴۸۹۰
اندازه شرکت (Size)	۱۴.۲۶	۱۹.۳۷	۱۰.۴۹	۱.۵۳۴	۰.۷۴۰۳	۳.۹۳۴۳
نسبت بدهی (Debt)	۰.۰۲۲	۳۰.۳.۸۲	-۱۷۱۳.۵	۶۲.۷۴۵	-۲۳.۷۹۲	۶۳۵.۵۳
ریسک (Risk)	۱۴.۲۸	۱۸۷.۹۳	-۱۱.۹۶	۲۰.۴۲۸	۵.۰۲۸۶	۳۹.۱۲۸
سرمایه در گردش (Working Capital)	-۹۰.۴۵۷	۳۵۱۶۸۳۵	-۶۶۶۰.۴۴۰	۴۷۳۸۷۹۶	-۶.۱۲۶۷	۸۳.۱۲۱
هزینه تحقیق و توسعه (R&D Intensity)	۰.۰۰۸	۱.۶۷۲۵	۰	۰.۰۸۱۴	۱۸.۹۲۹	۳۸۱.۱۷

جدول (۲) دربردارنده اصلی ترین شاخص های مرکزی و پراکندگی است. میانگین که نشان دهنده نقطه تعادل و مرکز ثقل توزیع بوده و شاخص خوبی برای نشان دادن مرکزیت داده هاست، برای متغیر افشای مسئولیت های اجتماعی برابر ۲/۶۲ است این به این معناست که شرکت های مورد آزمون به طور متوسط برای افشای مسئولیت های اجتماعی نمره ۲/۶۲ را کسب نموده اند که با توجه به این که حداکثر نمره قابل کسب برای یک شرکت ۱۲ می باشد، میانگین کسب شده بیانگر این است که شرکت های جامعه آماری مسئولیت های اجتماعی خود را به شکل ضعیفی افشا می نمایند. شاخص های پراکندگی، معیاری برای تعیین میزان پراکندگی داده ها از یکدیگر یا میزان پراکندگی آنها نسبت به میانگین است. انحراف معیار یکی از مهم ترین شاخص های پراکندگی است که برای متغیر افشای مسئولیت های اجتماعی برابر ۰/۶۳ می باشد که نشان می دهد پراکندگی داده ها نسبت به میانگین در این متغیر زیاد نیست.

جدول شماره (۳) آزمون نرمالیتی متغیرهای مورد بررسی شرکت ها

نام متغیر	نماد	آزمون جارک-برا	سطح معنی داری	مشاهدات
افشای مسئولیت های اجتماعی	CSR	۵.۵۴۳۶	۰.۰۶۲۵	۸۹۴
مدیریت سود	DEM	۱۴۹.۰۰	۰.۰۰۰۰	۸۹۴
تیپ شخصیتی مدیران	Pt	۱۱۱.۳۰	۰.۰۰۰۰	۶۶۲
تیپ شخصیتی مدیران در تعامل با مدیریت سود	Pt *DEM	۲۸۱.۲۲	۰.۰۰۰۰	۶۶۲
اندازه شرکت	Size	۱۱۴.۳۲	۰.۰۰۰۰	۸۹۴
نسبت بدهی	Debt	۱۴۹۸۸۲	۰.۰۰۰۰	۸۹۴
ریسک	Risk	۵۲۳۸۸	۰.۰۰۰۰	۸۹۴
سرمایه در گردش	Working Capital	۲۴۴۷۱۹	۰.۰۰۰۰	۸۹۴
هزینه تحقیق و توسعه	R&D Intensity	۵۳۸۰۷۹	۰.۰۰۰۰	۸۹۴

جدول (۳) نشان دهنده نتایج آزمون جارک-برا در مورد متغیرهای تحقیق است. همانطور که مشاهده می شود سطح معنی داری آماره جارک-برا تنها برای متغیر افشای مسئولیت های اجتماعی کوچکتر از ۰/۰۵ است که نشان دهنده نرمال بودن این متغیر و غیر نرمال بودن سایر متغیرهاست. لازم به ذکر است غیرنرمال بودن سایر متغیرهای تحقیق به دلیل تعداد زیاد مشاهدات خللی به نتایج رگرسیون وارد نمی نماید.

آزمون های تشخیصی در داده های ترکیبی:

برای تعیین مدل مورد استفاده در داده های ترکیبی از آزمون اف لیمر و هاسمن استفاده شده است آزمون اف لیمر برای تعیین بکارگیری مدل اثرات تابلویی در مقابل تلفیق کل داده ها انجام گرفته و برای تعیین روش تخمین، آزمون اف لیمر و هاسمن برای مدل فرضیه دوم انجام شده است. نتایج این آزمون ها به شرح زیر می باشد:

جدول شماره (۴) نتایج آزمون f لیمر

نتیجه	سطح معنی داری	درجه آزادی	مقدار آماره	شرح	مدل فرضیه دوم
تابلویی	۰.۰۰۰۰	۱۴۴.۷۱۶	۳.۵۴۸۵۹۷	Cross-section F	

همان طور که ملاحظه می شود آزمون F لیمر نشان می دهد مشاهداتی که احتمال آزمون آنها بیشتر از ۰/۰۵ باشد یا به عبارت دیگر آماره آزمون آنها کمتر از آماره جدول باشد، از روش تلفیقی استفاده می شود و برای مشاهداتی که احتمال آزمون آنها کمتر از ۰/۰۵ است، برای تخمین الگو از روش داده های تابلویی استفاده خواهد شد. با توجه به نتایج بدست آمده، روش داده های تابلویی برای مدل فرضیه دوم پذیرفته شده است.

جدول شماره (۵) نتایج آزمون هاسمن

مدل فرضیه دوم	شرح	مقدار آماره	درجه آزادی	سطح معنی داری	نتیجه
Cross-section F		۴۳.۸۳۹۸۸۶	۹	۰.۰۰۰۰۰	اثرات ثابت

منبع: یافته های محقق روش داده های تابلویی خود با استفاده از دو الگوی "اثرات تصادفی" و "اثرات ثابت" می تواند انجام گیرد که برای انتخاب آنها، از آزمون هاسمن استفاده می شود. برای مشاهداتی که احتمال آزمون آنها کمتر از ۵٪ است از الگوی اثرات ثابت و برای مشاهداتی که احتمال آزمون آنها بیشتر از ۵٪ است از الگوی اثرات تصادفی برای تخمین استفاده می شود. با توجه به مدل فرضیه دوم احتمال آزمون کای دو کمتر از ۵٪ شده است بنابراین از اثرات ثابت جهت تخمین و تجزیه و تحلیل مدل فرضیه دوم استفاده شده است.

خلاصه تجزیه و تحلیل ها به تفکیک هر فرضیه

نتایج آماری آزمون فرضیه اول:

نتایج حاصل از تخمین مندرج در جدول ۶، نشان می دهد که احتمال آماره Z برای ضریب ثابت و ضرایب متغیرهای تیپ شخصیتی مدیران و سرمایه در گردش بر میزان مدیریت سود کمتر از ۵٪ است از این رو ضریب برآوردی متغیرهای فوق در سطح ۵ درصد معنادار می باشد. و ضریب برآورد شده توسط نرم افزار برای متغیر تیپ شخصیتی مدیران بر میزان مدیریت سود مثبت و معنادار می باشد که نشان دهنده رابطه مستقیم بین متغیر تیپ شخصیتی با مدیریت سود است. و احتمال آماره Z برای متغیرهای اندازه شرکت، نسبت بدهی، ریسک و هزینه تحقیق و توسعه بر میزان مدیریت سود بیشتر از ۵٪ است. از این رو ضریب برآوردی متغیرهای فوق از لحاظ آماری معنی دار نمی باشد. ضریب تعیین مک فادن، قدرت توضیح دهندگی متغیرهای مستقل را نشان می دهد که قادر است به میزان ۴۳٪ تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهد. برای چنین مدل هایی مقدار قابل قبولی می باشد. یکی از آزمون هایی که برای خوبی برازش مدل های انتخاب باینری استفاده می شود، آزمون هاسمر- لم شو است. که در اینجا مقدار احتمال هاسمر و لم شو بیشتر از ۵٪ است و نشان می دهد مدل این آماره انطباق بیشتری با مشاهدات واقعی دارد. احتمال آماره LR بیانگر این است که کل الگو از لحاظ آماری معنی دار می باشد و مقدار بالای آماره (LR) بیانگر این مطلب است که رابطه ای قوی میان متغیرها در این الگو وجود دارد. با توجه به فرضیه، ضریب برآوردی برای متغیر تیپ شخصیتی مدیران بر میزان مدیریت سود مثبت و معنادار می باشد که نشان دهنده رابطه مستقیم بین متغیر تیپ شخصیتی با مدیریت سود است. بنابراین در سطح اطمینان ۹۵ درصد فرض H_0 رد می شود. یعنی می توان گفت تیپ شخصیتی مدیران شرکت ها بر میزان مدیریت سود آن ها تاثیر مثبت و معنادار دارد.

جدول شماره (۶) نتایج مدل فرضیه اول با استفاده از روش لجستیک طی سال‌های ۹۲ تا ۹۷

متغیرهای توضیحی	نماد متغیرهای توضیحی	ضرایب	خطای استاندارد	آماره-Z	سطح معناداری	نتیجه آزمون
عرض از مبدأ	α_0	-۱.۴۳۱۰۵۸	۰.۸۱۸۰۰۷	-۱.۷۴۹۴۴۵	۰.۰۸۰۲	منفی
تیپ شخصیتی مدیران	Pt	۰.۳۴۲۳۹۸	۰.۱۶۴۵۵۷	۲.۰۸۰۷۲۲	۰.۰۳۷۵	مثبت
اندازه شرکت	Size	۰.۰۸۰۰۹۲	۰.۰۵۶۳۸۰	۱.۴۲۰۵۸۰	۰.۱۵۵۴	بی‌معنی
نسبت بدهی	Debt	۰.۰۰۰۲۷۷	۰.۰۰۱۱۲۷	۰.۲۴۵۵۱۴	۰.۸۰۶۱	بی‌معنی
ریسک	Risk	۰.۰۰۰۰۸۹	۰.۰۰۰۳۷۹۰	۰.۰۲۳۷۲۲	۰.۹۸۱۱	بی‌معنی
سرمایه در گردش	Working Capital	۰.۰۰۰۰۱۰	۰.۰۰۰۰۰۳	۳.۰۴۷۰۶۵	۰.۰۰۲۳	مثبت
هزینه تحقیق و توسعه	R&D Intensity	۱.۰۲۴۱۰۱	۱.۵۰۷۵۰۰	۰.۶۷۹۳۳۷	۰.۴۹۶۹	بی‌معنی
ضریب تعیین مک فادن		۰.۴۲۶۷۲۵	آماره-LR		۲۴.۴۳۳۴۴	
احتمال هاسمر لمشو		۰.۵۹۱۶	سطح معناداری LR			۰.۰۰۰۴۳۵

نتایج آماری آزمون فرضیه دوم:

نتایج حاصل از تخمین مندرج در جدول شماره ۷، نشان می‌دهد که احتمال آماره t برای ضریب ثابت و ضرایب متغیرهای مدیریت سود، تیپ شخصیتی مدیران، تیپ شخصیتی مدیران در تعامل با مدیریت سود، اندازه شرکت، سرمایه در گردش و صنعت های ابزار پزشکی، استخراج زغالسنگ، حمل و نقل و ارتباطات، دارویی، قند و شکر، کاشی و سرامیک، لاستیک و پلاستیک و ماشین آلات و تجهیزات بر افزایش مسئولیت های اجتماعی شرکت (CSR) کمتر از ۵٪ است؛ لذا تاثیر فوق از نظر آماری معنی دار می‌باشد. ضریب برآورد شده برای متغیر تیپ شخصیتی مدیران (Pt) مثبت و معنادار است که نشان می‌دهد رابطه مستقیمی بین تیپ شخصیتی A با افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت (CSR) وجود دارد و احتمال آماره t برای متغیرهای نسبت بدهی، ریسک، هزینه تحقیق و توسعه و صنعت‌های استخراج سایر معادن، استخراج کانه های فلزی، خودرو و قطعات، دستگاه‌های برقی، رایانه، سیمان و آهک و گچ، شیمیایی، غذایی بجز قند و شکر، فرآورده های نفتی، فلزات اساسی، فنی مهندسی، کانی غیر فلزی، محصولات چوبی

و محصولات کاغذی بر افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت (CSR) بیشتر از ۵٪ است. از این رو ضریب برآوردی متغیرهای فوق از نظر آماری معنی‌دار نمی‌باشد. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ این متغیرها در مدل بی‌معنی می‌باشند. ضریب تعیین تعدیل شده قدرت توضیح دهندگی متغیرهای مستقل را نشان می‌دهد که قادر است به میزان ۷۴٪ تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهد. احتمال آماره F بیانگر این است که کل مدل از لحاظ آماری معنی‌دار می‌باشد. ضریب متغیر مدیریت سود منفی و سطح معنی‌داری آن 0.0002 می‌باشد که این امر نشان‌دهنده رابطه منفی و معنی‌دار بین متغیر مدیریت سود و افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت می‌باشد. با توجه به فرضیه مورد آزمون، ضریب متغیر تیپ شخصیتی مدیران در تعامل با مدیریت سود مثبت و معنادار است؛ این امر نشان‌دهنده رابطه مستقیم بین تیپ شخصیتی مدیران در تعامل با مدیریت سود با افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت (CSR) است. همانطور که مشاهده می‌شود ضریب این متغیر مثبت می‌باشد و از آنجایی که ضریب متغیر مدیریت سود منفی است، یعنی اضافه شدن متغیر تیپ شخصیتی در رابطه بین مدیریت سود و افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت، باعث تغییر جهت رابطه و تعدیل آن گردیده‌است. در نتیجه فرضیه دوم پژوهش در سطح اطمینان ۹۵ درصد از نظر آماری تایید می‌گردد.

جدول شماره (۷) نتایج مدل فرضیه دوم با استفاده از روش پانل دیتا طی سال‌های ۹۲ تا ۹۷

نتیجه	سطح معناداری	t آماره-	خطای استاندارد	ضرایب	نماد متغیرهای توضیحی	متغیرهای توضیحی
مثبت	۰.۰۰۰۰	۵.۷۸۰۴۸۴	۰.۴۳۰۵۴۳	۲.۴۸۸۷۴۸	α_0	عرض از مبدأ
منفی	۰.۰۰۰۲	-۳.۷۸۷۳۵۶	۰.۰۲۷۹۷۲	-۰.۱۰۵۹۴۰	DEM	مدیریت سود
منفی	۰.۰۰۰۰	-۴.۹۶۶۵۲۱	۰.۰۳۵۰۷۰	-۰.۱۷۴۱۷۵	Pt	تیپ شخصیتی مدیران
مثبت	۰.۰۰۰۰	۷.۷۱۵۵۲۵	۰.۰۴۱۳۰۷	۰.۳۱۸۷۰۴	Pt *DEM	تیپ شخصیتی مدیران در تعامل با مدیریت سود
منفی	۰.۰۰۰۰	-۴.۳۴۰۴۵۴	۰.۰۰۹۸۴۲	-۰.۰۴۲۷۲۰	Size	اندازه شرکت
بی‌معنی	۰.۵۵۶۲	۰.۵۸۸۸۵۸	۰.۰۰۰۲۹۳	۰.۰۰۰۱۷۲	Debt	نسبت بدهی
بی‌معنی	۰.۱۴۰۳	-۱.۴۷۶۳۶۲	۰.۰۰۱۰۲۷	-۰.۰۰۱۵۱۶	Risk	ریسک
منفی	۰.۰۰۰۰	-۸.۵۲۲۹۳۴	۰.۰۰۰۰۲۵	-۰.۰۰۰۰۲۱	Working Capital	سرمایه در گردش
بی‌معنی	۰.۳۳۱۹	۰.۹۷۰۹۸۳	۰.۴۴۲۷۷۰	۰.۴۲۹۹۲۲	R&D Intensity	هزینه تحقیق و توسعه

مثبت	۰.۰۳۵۲	۲.۱۱۰۸۳۰	۰.۴۲۹۱۸۷	۰.۹۰۵۹۴۰	Industry1	ابزار پزشکی
مثبت	۰.۰۰۱۴	۳.۲۰۸۳۲۱	۰.۴۳۷۴۵۱	۱.۴۰۳۴۸۳	Industry2	استخراج زغالسنگ
بی معنی	۰.۱۵۴۵	۱.۴۲۵۵۴۱	۰.۴۷۰۲۹۶	۰.۶۷۰۴۲۶	Industry3	استخراج سایر معادن
بی معنی	۰.۰۵۹۵	۱.۸۸۸۰۹۳	۰.۴۲۵۸۶۴	۰.۸۰۴۰۷۱	Industry4	استخراج کانه های فلزی
مثبت	۰.۰۴۹۶	۱.۹۶۷۲۸۱	۰.۴۲۱۶۴۸	۰.۸۲۹۵۰۰	Industry5	حمل و نقل و ارتباطات
بی معنی	۰.۰۵۰۴	۱.۹۶۰۱۹۳	۰.۴۱۳۳۱۳	۰.۸۱۰۱۷۳	Industry6	خودرو و قطعات
مثبت	۰.۰۲۹۹	۲.۱۷۶۶۲۰	۰.۴۱۳۵۵۵	۰.۹۰۰۱۵۲	Industry7	دارویی
بی معنی	۰.۰۶۸۱	۱.۸۲۷۵۷۷	۰.۴۱۴۰۳۶	۰.۷۵۶۶۸۳	Industry8	دستگاههای برقی
بی معنی	۰.۱۴۹۹	۱.۴۴۱۶۶۴	۰.۴۲۷۹۴۴	۰.۶۱۶۸۶۶	Industry9	رایانه
بی معنی	۰.۰۹۰۳	۱.۶۹۶۲۶۵	۰.۴۱۱۹۳۸	۰.۶۹۸۷۵۵	Industry10	سیمان آهک گچ
بی معنی	۰.۰۷۷۶	۱.۷۶۷۶۰۳	۰.۴۱۴۹۸۵	۰.۷۳۳۵۲۹	Industry11	شیمیایی
بی معنی	۰.۰۷۴۹	۱.۷۸۳۷۷۹	۰.۴۱۲۶۷۶	۰.۷۳۶۱۲۳	Industry12	غذایی بجز قند و شکر
بی معنی	۰.۳۰۸۵	۱.۰۱۹۱۲۴	۰.۶۰۳۵۰۰	۰.۶۱۵۰۴۱	Industry13	فرآورده های نفتی
بی معنی	۰.۰۶۸۴	۱.۸۲۵۴۳۷	۰.۴۱۴۷۷۲	۰.۷۵۷۱۴۰	Industry14	فلزات اساسی
بی معنی	۰.۳۱۴۹	۱.۰۰۵۸۶۶	۰.۵۶۹۳۷۲	۰.۵۷۲۷۱۲	Industry15	فنی مهندسی
مثبت	۰.۰۱۸۴	۲.۳۶۴۰۰۱	۰.۴۲۳۹۲۵	۱.۰۰۲۱۶۰	Industry16	قند و شکر
مثبت	۰.۰۴۷۶	۱.۹۸۵۰۸۱	۰.۴۱۵۲۶۷	۰.۸۲۴۳۳۹	Industry17	کاشی و سرامیک
بی معنی	۰.۰۵۳۹	۱.۹۳۱۶۳۴	۰.۴۱۱۵۳۷	۰.۷۹۴۹۴۰	Industry18	کانی غیر فلزی
مثبت	۰.۰۲۴۱	۲.۲۶۰۶۸۷	۰.۴۱۱۷۲۱	۰.۹۳۰۷۷۲	Industry19	لاستیک و پلاستیک
مثبت	۰.۰۰۷۸	۲.۶۷۰۰۴۰	۰.۴۱۵۴۸۶	۱.۱۰۹۳۶۴	Industry20	ماشین آلات و تجهیزات
بی معنی	۰.۲۴۵۱	۱.۱۶۳۳۱۴	۰.۵۳۲۶۵۶	۰.۶۱۹۶۴۷	Industry21	محصولات چوبی
بی معنی	۰.۶۰۸۰	۰.۵۱۳۲۴۵	۰.۴۴۶۱۱۰	۰.۲۲۸۹۶۳	Industry22	محصولات کاغذی
۱۷.۳۸۵۲۸	F-آماره		۰.۷۵۲۵۲۲		ضریب تعیین	
۰.۰۰۰۰۰۰	سطح معناداری		۰.۷۴۰۷۵۶		ضریب تعیین تعدیل شده	
	۲.۲۰۵۰۸۳		دوربین واتسون			

۶- نتیجه‌گیری و بحث

با توجه به آزمونها و تحلیل‌های انجام شده، به این نتیجه رسیدیم که نوع تیپ شخصیتی مدیران شرکت‌ها بر میزان مدیریت سود تاثیر معنادار دارد و با توجه به ضریب مثبت متغیر نوع تیپ شخصیتی مدیران، وجود رابطه مستقیم بین نوع تیپ شخصیتی مدیران و میزان مدیریت سود استنتاج می‌شود. بر طبق مبانی نظری موجود ویژگی‌های شخصی مدیر از قبیل شخصیت، تواناییها، ارزشها و اعتبار شخص مدیر از جمله عوامل موثر در انتخاب سبک یا شیوه رهبری مدیران می‌باشند؛ به نظر می‌رسد تفاوت در تیپ شخصیتی افراد می‌تواند منجر به تفاوت در نحوه برخورد آن‌ها با مشکلات و همچنین جبهه‌گیری آن‌ها در برابر مسائل مختلف گردد. شواهد پیشین نشان دادند که تیپ شخصیتی مدیران، بر سرمایه‌گذاری‌ها و سیاست‌های تأمین مالی شرکت تاثیر می‌گذارد. این شواهد عمدتاً با تجربه‌های مرتبط با ویژگی‌های اخلاقی و رفتاری آنها است که تصمیم‌های آتی مدیران شرکت‌ها را از طریق ایجاد یک ویژگی شخصیتی ثابت تحت تاثیر قرار می‌دهد. از سوی دیگر، به نظر می‌رسد مدیرانی که دارای تیپ شخصیتی A هستند به طور متوسط استراتژی‌های تهاجمی بیشتری را دنبال کنند. لذا تیپ‌های شخصیتی مدیران بر انتخاب‌های مرتبط با حسابداری شرکت‌ها (مدیریت سود و...) تاثیرگذار است؛ به طور کلی، انتظار می‌رود که انتخاب‌های گزارشگری مالی به نوع تیپ شخصیتی مدیران نیز مربوط شود، به خصوص زمانی که مدیرعامل دارای تیپ شخصیتی A می‌باشد و این می‌تواند بر مدیریت سود شرکت تاثیر مثبت بگذارد؛ در این راستا نوع نگرش برخورد شخصیتی مدیران در ارتباط با رویه‌ها و گزارشهای مالی، می‌تواند در نحوه تهیه این نوع اطلاعات از سوی آنان اثر گذارد؛ در این راستا مقیمی و همکاران (۱۳۸۷)، در تحقیقی با عنوان «بررسی ارتباط بین سبک شخصیت و اثربخشی مدیریت در مدیران سازمانهای دولتی»، تاثیر ویژگیهای شخصیتی مدیران بر اثربخشی آنها را بررسی نمودند.

نتایج تحقیق، فرضیه مهم یعنی ارتباط بین انواع خاصی از سبک‌های شخصیت با اثربخشی مدیریت را مورد تأیید قرار داد. در نتایج جانبی نیز نشان داده شد که اثربخش‌ترین سبک شخصیت در مدیران ارشد، سبک شهودی-عاطفی (گروه دوست) و در مدیران عملیاتی، سبک شهودی-منطقی (عملگرا) است، که نتایج این تحقیق و همچنین تحقیقات شاهریار و همکاران (۲۰۱۷) و رفاهی‌بخش و همکاران (۱۳۹۷) با پژوهش حاضر در یک راستا می‌باشد.

با توجه به آزمونها و تحلیل‌های انجام شده، به این نتیجه رسیدیم که نوع تیپ شخصیتی مدیران شرکت‌ها بر رابطه بین مدیریت سود و افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت (CSR) تاثیر تعدیلی مثبت و معنادار دارد. این امر بدین معناست که مدیران دارای تیپ شخصیتی A در دوره‌هایی که اقدام به مدیریت سود نموده‌اند، مسئولیت‌های اجتماعی شرکت را در سطح بالاتر

و بیشتری افشا نموده‌اند. مارتینزفررو و همکاران (۲۰۱۷) این اقدام را به عنوان نوعی استراتژی جبهه‌گیری از طریق افشای مسئولیت‌های اجتماعی جهت پنهان سازی مدیریت سود تعریف نموده‌اند. از این دیدگاه مدیران با تیپ شخصیتی A تمایل به پنهان نمودن مدیریت سود با استفاده از افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت (CSR) دارند. استدلال حاضر با مباحث مطرح در تئوری مشروعیت نیز همخوانی دارد. لذا تیپ‌های شخصیتی بر سبک‌ها و شیوه‌های مدیریتی موثراند و این تاثیر در استفاده مدیران از ابزار افشای مسئولیت‌های اجتماعی در جهت مشروعیت بخشیدن به فعالیت‌های شرکت و پنهان نمودن شیوه‌های مدیریت سود نیز وجود دارد. نتایج به دست آمده با نتایج حاصل از پژوهش‌های مارتینزفررو و همکاران (۲۰۱۷)، اوزسوی (۲۰۱۶)، خواجوی و همکاران (۱۳۹۰)، پاگانو و ولپین (۲۰۰۵) و رفاهی‌بخش و همکاران (۱۳۹۷) مطابقت دارد و با نتایج حاصل از تحقیق پریور و همکاران (۲۰۰۸) مغایر است.

نتایج به دست آمده در این پژوهش با مستندات اشاره شده در چارچوب نظری تحقیق و ادبیات مالی مطابقت دارد. بنابراین به عنوان یک نتیجه‌گیری کلی و با در نظر گرفتن موارد اشاره شده در مقدمه پژوهش، چنین استنباط می‌شود که تیپ شخصیتی مدیران شرکت‌ها بر میزان مدیریت سود و استفاده از افشای مسئولیت اجتماعی شرکت برای پنهان کردن آن تاثیرگذار است. این نتایج می‌تواند درک و دانش سرمایه‌گذاران و پژوهشگران حوزه بازار سرمایه را افزایش دهد و در پرتو آن شاید بتوان به شناسایی عوامل دیگری که توانایی توضیح دادن تغییرات مدیریت سود و افشای مسئولیت اجتماعی را داشته باشند دست یافت. نتایج کاربردی این پژوهش می‌تواند مورد توجه دو گروه کلی قرار گیرد، گروه اول، استفاده‌کنندگان از اطلاعات مالی هستند، این گروه شامل سرمایه‌گذاران، اعتبار دهندگان، مدیران و شرکت‌های حسابرسی می‌باشد. استفاده‌کنندگان در واقع کسانی هستند که مستقیماً با آثار مالی و نتایج حاصل از عملکرد شرکت‌ها در ارتباط می‌باشند. گروه دوم، پژوهشگران، سیاست‌گذاران و تدوین کنندگان استانداردهای حسابداری و یا موسساتی همانند بورس اوراق بهادار هستند که به مسائل اقتصادی و مالی علاقه‌مند می‌باشند. بخش عمده‌ای از نتایج این پژوهش در تطابق با مبانی نظری بوده و ضمن پر کردن خلا تحقیقاتی موجود در این حوزه می‌تواند به مدیران در مدیریت صحیح و سهامداران در سرمایه‌گذاری و تعیین سیاست و رویه‌های شرکت کمک کند.

با توجه به نتایج حاصل از بررسی فرضیه اول، نوع تیپ شخصیتی مدیران شرکت‌ها بر میزان مدیریت سود آن‌ها تاثیر مثبت دارد. این نتایج نشان می‌دهد که تیپ شخصیتی مدیران یک مکانیزم فعال در میزان مدیریت سود شرکت‌های بورسی است، لذا پیشنهاد می‌شود که استفاده کنندگان در مورد ارزیابی کیفیت سود شرکت‌های بورسی نگران تیپ شخصیتی مدیران شرکت‌ها نیز باشند، به علاوه به سازمان بورس پیشنهاد می‌شود که بر اهمیت برخی از ویژگی‌های

مدیرعامل مانند تیپ شخصیتی مدیران به عنوان عوامل اثرگذار بر مدیریت سود و کیفیت گزارشگری مالی در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تاکید نمایند.

بررسی فرضیه دوم پژوهش نشان داد که تیپ شخصیتی مدیران تاثیر معناداری بر پنهان نمودن مدیریت سود با استفاده از افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت (CSR) دارد. لذا با توجه به اینکه حسابداری مهمترین اطلاعات را برای مدیریت شرکت‌ها فراهم می‌کند، پیشنهاد می‌شود که مدیرانی برای شرکت‌ها انتخاب شوند که بستر شخصیتی لازم برای کاربست صحیح اطلاعات فراهم شده را داشته باشند. با عنایت به نتایج تحقیق مبنی بر اثرگذاری تیپ شخصیتی مدیران بر پنهان نمودن مدیریت سود با استفاده از افشای مسئولیت‌های اجتماعی و همچنین اهمیتی که سود حسابداری و ویژگی‌های آن برای استفاده کنندگان صورتهای مالی دارد، پیشنهاد می‌شود یک بانک اطلاعاتی ویژه مدیران به منظور دسترسی آسان فعالان بازار و محققین به داده‌های مربوط به مدیران شرکت‌ها، راه اندازی شود. به ویژه آن‌که در ایران به دلیل عدم دسترسی به اطلاعات مربوط به ویژگی‌های شخصیتی مدیران، تحقیقات بسیار کمی در رابطه با این موضوعات انجام گرفته است و هنوز مدیران در کشور ما جزئی مبهم از اجزای شرکت‌ها هستند. به علاوه به تحلیل‌گران مالی، اعتباردهندگان و سرمایه‌گذاران توصیه می‌شود هنگام تصمیم‌گیری از توجه صرف به کمیت سود اجتناب نموده و به کیفیت سود شرکت‌ها و همچنین ویژگی‌های شخصیتی گزارش‌کنندگان این سودها (مدیران) نیز توجه داشته باشند.

مشکلات مرتبط با جمع‌آوری اطلاعات مربوط به تیپ شخصیتی مدیران شرکت‌ها با توجه به بازه زمانی نسبتاً طولانی پژوهش و همچنین مشکلات پیش رو جهت دسترسی به مدیران شرکت‌ها و اخذ پرسشنامه مربوطه از آنان که بعضاً منجر به عدم دریافت پاسخ از ایشان گردید و نیز عدم امکان کنترل سوگیری‌های رفتاری خودآگاه و ناخودآگاه مدیران در هنگام پاسخگویی به پرسشنامه تیپ شخصیتی، از محدودیت‌های این پژوهش بوده است.

۷۸- پیوست‌ها:

پرسشنامه تیپ شخصیتی A و B بورتنر

این پرسشنامه حاوی ۱۴ زوج عبارت است که هر زوج نشانگر دو صفت متضاد می‌باشد. این دو به وسیله اعداد ۱ تا ۷ (به صورت یک طیف) از هم جدا شده‌اند. شما هر یک از این زوج صفات را مطالعه و با کشیدن خط دور آن عددی که گویای ویژگی شخصیتی شما بین آن دو صف می‌باشد، احساساتتان را مشخص فرمائید. بعنوان مثال ممکن است شما نه کاملاً رقابتگر و نه کاملاً عاری از رقابت باشید در این صورت می‌توانید با انتخاب یکی از اعداد بین ۱ تا ۷ میزان تمایل خود به دو سر این طیف را مشخص نمایید.

۱	هیچگاه دیر سر قرارها حاضر نمیشوم	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	چندان در قید و بند قرار ملاقات ها نیستم
۲	بسیار رقابتگر هستم	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	علاقمند به رقابت با دیگران نیستم
۳	در صحبت با دیگران، به آنها مجال حرف زدن نمیدهم	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	در صحبت با دیگران شنونده خوبی هستم
۴	همیشه عجله دارم	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	هیچگاه عجله ندارم حتی تحت فشار
۵	وقتی در انتظار به سر میبرم بی صبری می کنم	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	می توانم صبورانه در انتظار باشم
۶	در انجام هر کاری تمام انرژی ام را به کار می گیرم	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	در کارها چندان جدی نیستم
۷	سعی می کنم چندین کار را همزمان انجام دهم	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	کارها را به نوبت انجام می دهم
۸	با تاکید صحبت میکنم (با اشارات و حرکات دست و بدن)	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	با تامل و آرام صحبت می کنم
۹	کارهای خوبم را در معرض اطلاع دیگران قرار می دهم	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	در انجام هر کاری به فکر رضایت خودم هستم
۱۰	در غذا خوردن، راه رفتن و ... سریع هستم	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	این کارها را آرام و آهسته انجام می دهم
۱۱	فردی پر جنب و جوش هستم	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	فردی صبور و آرام هستم
۱۲	احساساتم را برای دیگران بیان نمی کنم	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	احساساتم را به سادگی بیان می کنم
۱۳	شغلم سرگرمی من بوده و سرگرمی دیگری ندارم	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	سرگرمی های بسیاری دارم
۱۴	بلند پرواز بوده و به دنبال پیشرفت و مقام بالاتر هستم	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	به همین شغل و موقعیت فعلی راضی هستم

فهرست منابع

البطوی، مصطفی؛ کوپر، کاری ال؛ و کالیمو، رایجا. (۱۳۸۴)، مدیریت عوامل روانی - اجتماعی محیط کار. (محمدتقی براهنی). تهران: نشر رسا. (۲۰۰۵).

- باباجانی، جعفر؛ تحریری، آرش؛ ثقفی، علی؛ بدری، احمد. (۱۳۹۳)، رابطه بین عدم تقارن اطلاعاتی و مدیریت سود، پیشرفتهای حسابداری، دوره ۶، شماره ۲، صص ۱-۲۶.
- پورعلی، محمدرضا و حجامی، محدثه. (۱۳۹۳)، بررسی رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی و مالکیت نهادی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، فصلنامه دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، سال ۳، شماره ۱۰، صص ۱۳۵-۱۵۰.
- جلیلی، صابر و قیصری، فرهاد. (۱۳۹۳)، بررسی ارتباط بین کیفیت سود و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، دانش حسابرسی، سال ۱۴، شماره ۵۷، صص ۱۴۷-۱۷۰.
- حقیقت، حمید و رایگان، احسان. (۱۳۸۷)، نقش هموارسازی سود بر محتوای اطلاعاتی سودها در خصوص پیش بینی سودهای آتی، بررسی های حسابداری و حسابرسی، دوره ۱۵، شماره ۴۶، صص ۳۳-۴۶.
- خواجهی، شکراله؛ بایزیدی، انور؛ جبارزاده کنگر لویی، سعید. (۱۳۹۰)، بررسی رابطه بین مدیریت سود و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، مجله پیشرفتهای حسابداری دانشگاه شیراز، دوره ۳، شماره ۱، صص ۲۹-۵۴.
- خواجهی، شکراله؛ دهقانی سعدی، علی اصغر؛ گرامی شیرازی، فرزاد. (۱۳۹۵)، تأثیر خودشیفتگی مدیران بر مدیریت سود و عملکرد مالی، مجله پیشرفتهای حسابداری دانشگاه شیراز، دوره ۸، شماره ۲، صص ۱۲۳-۱۴۹.
- دیگان، کریگ و آنرمن، جفری. (۱۳۹۱). تئوری حسابداری مالی. (علی پارسائیان). تهران: انتشارات ترمه. (۲۰۱۱).
- رفاهی بخش، سمانه؛ بنی مهد، بهمن؛ خردیار، سینا؛ اوشک سرائی، مریم. (۱۳۹۷)، عواطف فردی و رفتار مدیریت سود: آزمون از نظریه روانشناسی مثبت گرا، فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری. سال ۳، شماره ۶، صص ۲۵۳-۲۴۱.
- سید جوادین، سید رضا. (۱۳۸۳). مدیریت رفتار سازمانی. (چاپ اول). تهران: نشر نگاه دانش.
- شیفر، مارتین. (۱۳۷۰)، فشار روانی. (پروین بلورچی). تهران: انتشارات پازنگ. (۱۹۸۹).
- علوی. سید امین ا... (۱۳۸۱). روانشناسی مدیریت و سازمان (رفتار سازمانی) (چاپ سوم). تهران: انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- کاشانی پور، محمد؛ کاظم پور، مرتضی اسماعیل بیگی، فروغ. (۱۳۹۷)، مسئولیت پذیری اجتماعی در صنعت بانکداری کشورهای مختلف جهان. مطالعات حسابداری و حسابرسی. دوره ۷، شماره ۲۷، صص ۱۹-۳۴.
- گنجی، حمزه. (۱۳۸۲). بهداشت روانی (چاپ دوم). تهران: نشر ارسباران.

- مشایخی، بیتا؛ مهران، ساسان؛ مهران، کاوه؛ کرمی، غلامرضا. (۱۳۸۴)، نقش اقلام تعهدی اختیاری در مدیریت سود شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، بررسی های حسابداری و حسابرسی، دوره ۱۲، شماره ۴۲، صص ۴۷-۶۱.
- مقیم، سید محمد؛ خنیفر، حسین؛ عربی خوان، مهلا. (۱۳۸۷)، بررسی ارتباط بین سبک شخصیت و اثربخشی مدیریت در مدیران سازمان های دولتی، نشریه مدیریت دولتی، دوره ۱، شماره ۱، صص ۸۷-۱۰۴.
- ملانظری، مهناز و کریمی زند، ساناز. (۱۳۸۶)، بررسی ارتباط بین هموارسازی سود با نوع صنعت در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، بررسی های حسابداری و حسابرسی، سال ۱۴، شماره ۴۷، صص ۸۳-۱۰۰.
- نصیری پوردی، سلاله؛ بنی مهد، بهمن؛ احمدزاده، حمید. (۱۳۹۵)، بیش اعتمادی مدیر و بیش نمایی سود، فصلنامه حسابداری مدیریت، سال ۹، شماره ۳۰، صص ۵۵-۶۵.
- وتن، دیویدای و کمرون، کیم اس. (۱۳۸۰). مدیریت استرس (شامل چهل تکنیک اساسی مدیریت زمان). (سعید جعفری مقدم). تهران: موسسه تحقیقات و آموزش مدیریت. (۲۰۰۱).
- ویتن، وین. (۱۳۸۵). روانشناسی عمومی. (یحیی سید محمدی). تهران: نشر روان. (۲۰۰۴).

- Adams, C.A. 2002. Internal Organisational Factors Influencing Corporate Social and Ethical Reporting: Beyond Current Theorising. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15 (2): 223-250.
- Almahrog, Y., Ali Aribi, Z. and Arun, T. 2018. Earnings management and corporate social responsibility: UK evidence. *Journal of Financial Reporting and Accounting* 16 (2): 311-332.
- Al-Tuwaijri, S.A., Christensen, T.E. and Hughes, K.E. II. 2004. The relations among environmental disclosure, environmental performance, and economic performance: a simultaneous equations approach. *Accounting, Organizations and Society* 29 (5-6): 447-471.
- Buertey, S., Sun, E.J., Lee, J.S., Hwang, J. 2020. Corporate social responsibility and earnings management: The moderating effect of corporate governance mechanisms. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 27 (1): 256-271
- Bortner, R.W. 1969. A short rating scale as a potential measure of pattern A behavior. *Journal of Chronic Diseases* 22 (2): 87-91.
- Chih, H. L., Shen, C. H., & Kang, F. C. 2008. Corporate social responsibility, investor protection, and earnings management: Some International evidence. *Journal of Business Ethics* 79 (1): 179-198.

- Dayanandan, A., Donker, H. and Lin, K-Y. 2012. Ethical perceptions on earnings management. *Behavioural Accounting and Finance* 3 (3-4): 163-187.
- Deegan, C. 2002. The Legitimizing Effect of Social an Environmental Disclosures—A Theoretical Foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 15 (3): 282-311
- Franken, I.H.A and Muris, P. 2005. Individual differences in decision-making. *Personality and Individual Differences* 39 (5): 991-998.
- Frei, R.L., Racicot, B. and Travagline, A. 1999. The impact of monochronic and type A behavior patterns on research productivity and stress. *Journal of Managerial Psychology* 14 (5): 374-387.
- Friedman, M. & Rosenman, R. H. 1974. *Type A Behavior And Your Heart*. New York: Knopf.
- Heal, G. 2005. Corporate Social Responsibility: An Economic and Financial Framework. *The Geneva Papers on Risk and Insurance – Issues and Practice* 30(3): 387-409.
- Healy, P. M., & Wahlen, J. M. 1999. A review of the earnings management literature and its implications for standard setting. *Accounting Horizons* 13: 365-383.
- Hershey, G.L., & Lugo, J.O. 1970. *Living psychology*. Toronto: Macmillan.
- Hughes, S.B., Anderson, A. and Golden, S. 2001. Corporate environmental disclosures: are they useful in determining environmental performance?. *Journal of Accounting and Public Policy* 20: 217-240.
- Jamal, M. 1990. Relationship of job stress and Type-A behaviour to employees' job satisfaction, organizational commitment, psychosomatic health problems, and turnover motivation. *Human Relations* 45(8): 727-738.
- Kellog, I., & Kellog, L.B. 1991. *Fraud window dressing and negligence in financial statement*. Colorado: McGraw Hill.
- Martínez-Ferrero, J., Villarón-Peramato, Ó., García-Sánchez, I.M. 2017. Can Investors Identify Managerial Discretion in Corporate Social Responsibility Practices? The Moderate Role of Investor Protection. *Australian Accounting Review* 27(1): 1-13.
- Mathews, M.R. 1993. *Socially Responsible Accounting*. Chapman Hall: London.
- McShane, S.L. and Von Glinow, M.A. 2003. *Organizational behavior (emerging realitie for the workplace revolution)*. 2nd ed: McGraw-Hill.
- Mitchel, T.R. 1982. *People in organization*. 2nd ed. McGraw Hill: NewYork.
- Nirwanto, Mirza.Zulaikha. Rahardja, H. 2011. Corporate social responsibility disclosure and its relation on institutional ownership: Evidence from public listed companies in Malaysia 2008-2010. *Managerial Auditing Journal* 13: 24-47.

- Nyberg, A., Bernin, P. and Theorell, T. 2005. The Impact of leadership on the health of subordinates. Satsa- Joint Programme for working life research in Europe. Available at: https://www.researchgate.net/publication/254202070_The_impact_of_leadership_on_the_health_of_subordinates.
- Orlitzky, M., Schmidt, F. L., & Rynes, S. L. 2003. Corporate social and financial performance: A meta-analysis. *Organization Studies* 24: 403–441.
- Ozsoy, Emrah. 2016. Conflict Management Styles and Type A Personality. Proceedings of the Fifth European Academic Research Conference on Global Business, Economics, Finance and Banking. Available at: http://www.globalbizresearch.org/Turky_Conference_2016_Dec/docs/doc/3.%20%20Management%20&%20Marketing/1612.pdf
- Pagano, M., & Volpin, P. 2005. Managers, workers, and corporate control. *The Journal of Finance* 60 (2): 841–868.
- Prior, D., Surroca, J., & Tribo, J. A. 2008. Are socially responsible managers really ethical? exploring the relationship between earnings management and corporate social responsibility. *Journal Compilation* 16(3): 161–177.
- Robbins, Stephan P. 2003. *Essentials Of Organizational Behavior*; 7th ed., San Diego State University: prentice Hall.
- Saleh, M., Zulkifli, N., Muhamad, R. 2010. Corporate social responsibility disclosure and its relation on institutional ownership: Evidence from public listed companies in Malaysia. *Managerial Auditing Journal* 25(6): 591–613.
- Samet, M. and Jarboui, A. 2017. CSR, agency costs and investment-cash flow sensitivity: a mediated moderation analysis. *Managerial Finance* 43(3): 299–312.
- Schermerhorn, J.R., Hunt, J.G. and Osborn, R.N. 2005. *Organizational behavior*. 9th ed. Wiley International Edition.
- Scott, W. R. 1997. *Financial Accounting Theory*. Scarborough: Prenting Hall.
- Shafer, William E. and Wang, Zhihong. 2011. Effects of ethical context and Machiavellianism on attitudes toward earnings management in China. *Managerial Auditing Journal* 26(5): 372–392.
- Shahriar M.S, Zaki K.A, Abdulquddoos.A. 2017. Personality type and accounting subfields. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal* 21(1): 1–16.
- Breton, Gaetan and Stolowy, Hervé. 2000. A Framework for the Classification of Accounts Manipulations. HEC Accounting & Management Control Working Paper No. 708/2000. Available at:

SSRN: <https://ssrn.com/abstract=263290> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.263290>.

Waddock, S. 2003. Stakeholder Performance Implications of Corporate Responsibility. *International Journal of Business Performance management* 5(2): 114–124.