

Investigating the Effect of Personality and Structural Characteristics of Management on Corporates Social Responsibilities: Emphasis on Data Mining Models and Data Envelopment Analysis (DEA)

Mohsen Lotfi*

Assistant Professor, Faculty of Industrial Engineering and Management, Shahrood University of Technology, Shahrood, Iran

(Corresponding Author) mohsenlotfi@shahroodut.ac.ir

Seyed Karim Ghaderzadeh

Assistant Professor, Payam e Noor University, Sagez, Iran, k,ghaderzadeh@yahoo.com

Abstract

Purpose: The purpose of this study is to survey the effect of a set of personality characteristics (including: myopia, optimism and conservatism) and management structure (including: board independence, gender diversity, entrenchment and management ability) on corporate social responsibilities.

Method: In order to achieve the purpose of the study, a sample of 155 companies listed on the Tehran Stock Exchange, in the period from 2007 to 2018, using statistical methods such as regression model based on panel data and data mining methods (Neural networks and decision tree), was analyzed.

Results: The results of the two methods showed that only a limited number of management characteristics have had a significant impact on the corporate social responsibilities.

Conclusion: The findings of regression research methods showed that only optimism and myopia of managers' personality features and management entrenchment and board independence from structural management characteristics had a significant effect on corporate social responsibilities. However, a comparison of the results of regression methods and data mining models showed that only the optimism and managerial myopia in both methods had a significant effect on corporate social responsibilities. These results indicate that the corporate social responsibilities have been influenced by factors other than management characteristics, such as rules and regulations or the mechanisms of corporate governance.

Contribution: In this study, for the first time, comprehensively, various aspects of management characteristics (personality and structural) with the corporate social responsibilities have been evaluated. In addition to regression approach, the use of data mining approach in the examining the relationship between managers' characteristics and corporate social responsibilities is also one of the contributions of this research.

Keywords: Corporate Social Responsibilities (CSR), Data Mining Models and Management characteristics.

بررسی تأثیر ویژگی‌های شخصیتی و ساختاری مدیریت بر نحوه ایفای مسئولیت- های اجتماعی شرکت‌ها: با تأکید بر مدل‌های داده‌کاوی و تحلیل پوششی داده‌ها

محسن لطفی*

استادیار گروه حسابداری، دانشکده مهندسی صنایع و مدیریت، دانشگاه صنعتی شاهرود (نویسنده مسئول)

mohsenlotfi@shahroodut.ac.ir

سیدکریم قادرزاده

استادیار گروه حسابداری، دانشگاه پیام نور، سقز، ایران. k.ghaderzadeh@yahoo.com

چکیده

هدف: هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر مجموعه‌ای از ویژگی‌های شخصیتی (شامل: کوتاه‌بینی، خوش‌بینی و محافظه‌کاری) و ساختاری مدیریت (شامل: استقلال هیئت مدیره، تنوع جنسیتی، ثبات و توانایی مدیریت) بر نحوه ایفای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها بوده است.

روش: به منظور دستیابی به هدف پژوهش، داده‌های ۱۵۵ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، در دوره زمانی سال‌های ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۷ جمع‌آوری و سپس با استفاده از روش‌های آماری همچون مدل رگرسیونی مبتنی بر داده‌های پانلی و روش‌های داده‌کاوی (شبکه‌های عصبی و درخت تصمیم) مورد تحلیل و بررسی قرار گرفت.

یافته‌ها: مجموع نتایج دو روش فوق بیانگر آن است که، تنها تعداد محدودی از ویژگی‌های مدیریت تأثیرگذاری معناداری بر ایفای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها داشته است.

نتیجه‌گیری: یافته‌های روش‌های رگرسیونی پژوهش نشان داد که تنها متغیرهای خوش‌بینی و کوتاه‌بینی از ویژگی‌های شخصیتی مدیران و ثبات مدیریت و استقلال هیئت مدیره از ویژگی‌های ساختاری مدیریت تأثیری معنادار بر ایفای مسئولیت‌های اجتماعی داشته است. این در حالی است که مقایسه نتایج روش‌های رگرسیونی و مدل‌های داده‌کاوی نشان داد که تنها متغیر خوش‌بینی و کوتاه‌بینی مدیریت، در هردو روش، تأثیری معنادار بر ایفای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها داشته است. این نتایج بیانگر آن است که ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تحت تأثیر عوامل دیگری غیر از ویژگی‌های مدیریت، نظیر قوانین و مقررات و یا سازوکارهای نظام راهبری شرکتی، قرار گرفته است.

دانش‌افزایی: در این پژوهش برای نخستین بار به صورت جامع جنبه‌های گوناگون ویژگی‌های مدیریت (شخصیتی و ساختاری) با نحوه ایفای مسئولیت اجتماعی مورد ارزیابی قرار گرفته داده است. همچنین استفاده از رویکرد داده‌کاوی علاوه بر رویکرد رگرسیونی در بررسی ارتباط بین ویژگی‌های مدیران و ایفای مسئولیت اجتماعی، نیز از نوآوری‌های این پژوهش است.

واژگان کلیدی: مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها، مدل‌های داده‌کاوی و ویژگی‌های مدیریت.

۱- مقدمه

در طی دو دهه اخیر، با توجه به توسعه نهادهای مدنی، افزایش مطالبه‌گری، رشد آگاهی‌های اجتماعی و فرهنگی، توسعه بازارهای سرمایه و رسوایی‌های پی در پی شرکت‌های مطرح در سطح جهانی، توجه به مسئولیت اجتماعی تبدیل به پارادایم مسلط در ساز و کار راهبری و حاکمیتی شرکت‌ها شده است. مسئولیت اجتماعی مجموعه وظایف و تعهداتی است که سازمان بایستی در جهت حفظ، مراقبت و کمک به جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کند، انجام دهد. در این بین مسئولیت اجتماعی تبدیل به یک استراتژی برد برد برای شرکت‌ها شده است، به طوری که در قبال انجام وظایف، مقررات و تعهدات به جامعه در چارچوب نیازهای ذینفعان، به اعتبار و شهرت شرکت نیز افزوده می‌شود. به همین دلیل مسئولیت اجتماعی تبدیل به یک مزیت رقابتی پایدار شده و در بلندمدت سودآوری شرکت‌ها را بهبود می‌بخشد (گریفین و ماهونی^۱، ۱۹۹۷).

در این راستا رحمان و همکاران^۲ (۲۰۱۱) اظهار داشتند که مسئولیت اجتماعی در کنار اطلاعات مالی منجر به توسعه چارچوب گزارشگری شده است. بر همین اساس گری و همکاران^۳ (۱۹۹۵)، ابراز داشتند که برای تأمین خواسته‌های ذینفعان و افزایش مشروعیت شرکت دیگر نمی‌توان به چارچوب سنتی حسابداری که مبتنی بر رفاه اقتصادی هستند تکیه داشت. از این رو، ارائه اطلاعات اجتماعی به عنوان نماد ابعاد اجتماعی و زیست محیطی در کنار اطلاعات مالی به یک وظیفه ملزم و بدیهی در فرآیند پاسخگویی شرکت‌ها تبدیل شده است (قادرزاده و همکاران، ۱۳۹۶).

در این بین محققان به تازگی توجه خود را به نقش ویژگی‌های مدیران در رابطه با ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها معطوف ساخته‌اند. منطق زیربنایی این توجه آن است که از آنجایی که مدیران ارشد شرکت‌ها، به عنوان سکانداران اصلی هدایت و راهبری شرکت‌ها، بر تصمیمات استراتژیک شرکت تأثیر قابل توجهی دارند، لذا می‌توانند تصمیمات شرکت در رابطه با ایفای مسئولیت اجتماعی را نیز تحت تأثیر قرار دهند. به عبارت دیگر پژوهش‌های زیادی در زمینه ویژگی‌های مدیریت و تصمیمات گوناگون مالی و عملکردی شرکت‌ها انجام شده، اما شواهد کمی وجود دارد که ویژگی‌های مدیریت را به عملکردهای غیرمالی شرکت همچون ایفای مسئولیت اجتماعی مرتبط سازد. اندک مطالعات همسو با این دیدگاه نشان می‌دهد که جنسیت مدیرعامل، خصوصیات روانشناختی، انگیزش فکری، سوابق تحصیلی و وابستگی‌های سیاسی تأثیر قابل توجهی بر ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها دارد (دی گیولی و کاستاوسکی^۴، ۲۰۱۴ و تانگ و همکاران^۵، ۲۰۱۵).

به عنوان مثال نتایج مطالعات اخیر نشان می‌دهد مدیران به دلایل روانشناختی کمتر به صورت منطقی و عقلایی رفتار نموده و بعضاً تحت تأثیر احساسات خوش‌بینانه قرار می‌گیرند. همین امر موجب سوپره در تصمیم‌گیری آن‌ها شده و نتایج عملیات شرکت را تحت تأثیر قرار می‌دهد. لذا

مدیران خوش‌بین ابهام و ریسک‌های آتی شرکت را کمتر از واقع‌ارزیابی نموده و به همین دلیل اقدامات لازم برای پوشش ریسک را انجام نمی‌دهند (مک‌کارتی و همکاران، ۲۰۱۴). لذا انتظار بر این است مدیران خوش‌بین کمتر در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی که به‌عنوان محافظی در برابر خطرات آتی واحد تجاری عمل می‌نمایند، درگیر شوند (گروایس و همکاران، ۲۰۱۱).

از سوی دیگر مطابق تئوری نمایندگی، یکی از رفتارهای سودجویانه مدیران شناسایی به موقع سودها و به تاخیر انداختن زیان‌هاست. محافظه‌کاری محدودیتی است که توانایی و تمایل این رفتار فرصت‌طلبانه را از مدیران می‌گیرد. به‌طور کلی، محافظه‌کاری موجب محدود کردن رفتارهای خوش‌بینانه در مدیران و کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بین افراد درون شرکتی و برون شرکتی شده، به همسویی منافع مدیریت و سهامداران کمک می‌کند و هزینه نمایندگی را کاهش داده و بهره‌وری سرمایه‌گذاری را افزایش می‌دهد. نتایج مطالعات قبلی حاکی از آن است که مشارکت در مسئولیت اجتماعی به معنای متعهد بودن مدیریت به شفافیت و افزایش پاسخگویی در قبال ذینفعان و کاهش ناقربینگی اطلاعات است. علاوه بر این، نظریه‌های اخلاقی در مورد مسئولیت اجتماعی نشان می‌دهد که مدیران انگیزه‌های زیادی برای رعایت استانداردهای بالای رفتاری و انجام صحیح کارها در فرآیندهای تجاری خود دارند. زیرا برای شرکت مخصوصاً در بلندمدت فایده‌مند است. از این رو، محافظه‌کاری به مدیران کمک می‌کند که علاوه بر شناسایی به موقع زیان‌ها که تأمین‌کننده منافع سهامداران است. موضع‌گیری مسئولانه و اخلاقی نسبت به همه ذینفعان داشته باشند و فعالیت‌های اجتماعی بیشتری را انجام دهند (آنگنوستوبولو و همکاران، ۲۰۲۰).

از سوی دیگر، ممکن است تصمیمات راهبردی و اقدامات مدیریتی مدیران، تحت تأثیر دیدگاه‌های کوتاه‌بینانه آن‌ها قرار گیرد. مشکل اکثر مدیران کوتاه‌بین این است که هرآنچه مانع از دستیابی حداکثری به منافع کوتاه‌مدت گردد، از آن حذر می‌نمایند و این درحالی است که معمولاً نتایج و منافع ایفای مسئولیت اجتماعی در بلندمدت عاید شرکت می‌گردد. به عبارت دیگر اکثر مدیران چون مسئولیت اجتماعی را کاهنده منافع کوتاه‌مدت تلقی می‌کنند، اهمیتی برای آن قائل نمی‌شوند. به عبارت بهتر، انسان‌ها تنها زمانی به شیوه عقلایی و با دیدگاه بلندمدت به منافع خود توجه می‌کنند که براساس یک باور، انگیزه و ارزش معنوی، حتی ارزش اقتصادی بلندمدت، به وظایف و مسئولیت خود در جامعه توجه کرده و عمل کنند، در غیر این صورت قصد کسب ثروت بیشتر کوتاه‌مدت، موجب بی‌توجهی به ایفای نقش مسئولیت اجتماعی می‌شود (ابراهیمی‌نژاد و اکبری، ۱۳۸۸).

در این راستا لیمبیج و همکاران^۹ (۲۰۱۷) نشان دادند شرکت‌هایی که از ثبات مدیریتی بیشتری برخوردارند، به‌طور متوسط تصمیمات کوتاه‌بینانه کمتری اتخاذ می‌کنند، لذا انتظار بر این است که

شرکت‌هایی که مدیران آن‌ها از ثبات و استحکام بالاتری برخوردارند، با توجه به اثرات و منافع بلندمدت ایفای مسئولیت اجتماعی، بیشتر در آن و به تبع گزارشگری آن هزینه نمایند. استقلال هیئت‌مدیره نیز می‌تواند بر ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تاثیرگذار باشد. وجود افراد مستقل در هیئت‌مدیره، موجب ایجاد دیدگاه مثبت جامعه به شرکت می‌شود، و همین مساله در کسب مشروعیت واحد تجاری تأثیرگذار خواهد بود. در این راستا نیز تئوری مشروعیت بیان می‌دارد، که شرکت‌های با هیئت‌مدیره مستقل به منظور افزایش مشروعیت اجتماعی شرکت اقدام به گزارش اطلاعات اجتماعی و زیست‌محیطی بیشتری می‌نمایند. همچنین افشاء وسیع‌تر مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های با هیئت‌مدیره مستقل احتمالاً بالاتر خواهد بود (حنیفه و کوک، ۲۰۰۵). لازم به ذکر است تنوع جنسیتی هیئت‌مدیره نیز به دلیل تفاوت‌های ذاتی، زمینه‌های فرهنگی، یا قومی زنان نسبت به هم‌تایان خود (مردان) باعث افزایش استقلال هیئت‌مدیره، می‌شود، لذا این ویژگی در سال‌های اخیر به یکی از اجزای اساسی راهبردی شرکت‌ها تبدیل شده است. در این راستا تئوری جنسیت به این موضوع می‌پردازد که زنان سهم قابل توجهی در موفقیت‌های اقتصادی دارند که شامل کارهای با ارزشی بوده و به رفاه و آسایش انسان‌ها کمک می‌نماید. زنان و مردان در معرض توسعه‌های اخلاقی متفاوت، تمایل به بروز ارزش‌های متفاوت دارند که آن‌هم منجر نگرش و رفتارهای گوناگون می‌شود. برای مثال مردان ارزش را به پول، پیشرفت و قدرت نسبت می‌دهند، درحالی که زنان بیشتر به روابط اجتماعی توجه دارند و علاقه‌مند هستند تا وظایف محوله را مؤثرتر انجام دهند و با احتمال بیشتری قوانین را پیروی می‌کنند. علاوه بر این در مقایسه با هیئت‌هایی که تمام مدیران آن مرد هستند، می‌توانند دیدگاه‌های مختلفی را در هیأت مدیره مطرح کنند و تصمیمات آگاهانه‌تری بگیرند و منجر به افزایش شفافیت در سطح هیأت مدیره شوند. در واقع هیأت مدیره‌های با تنوع جنسیتی در ارتباط با توصیه‌های ایمن، قانون-گذاری‌ها، ارتباطات اثربخش، تعهدات و منابع برای شرکت بهتر از هیأت مدیره‌های بدون تنوع جنسیتی عمل می‌کنند. زنان همچنین در تصمیم‌گیری مالی، ریسک‌پذیری و بیش اطمینانی کمتر و محافظه‌کاری بیشتری را دارند. نتایج برخی مطالعات نشان می‌دهد که زنان نسبت به مردان بیشتر به فعالیت‌های بشر دوستانه و امور خیریه می‌پردازند، و در کنار شاخص‌های اقتصادی به مسائلی همچون شهرت، کیفیت خدمات، احترام به کارکنان و مسائل زیست‌محیطی اهمیت ویژه‌ای می‌دهند (کاظمی علوم و همکاران، ۱۳۹۸).

در این راستا سپاسی و عبدلی (۱۳۹۵) شواهدی ارائه نمودند که نشان می‌داد زنان به واسطه ویژگی‌های ذاتی و مهارت‌های حرفه‌ای از توانایی‌های ارزشمندی برخوردار هستند که موجب بهبود عملکرد مالی و اقتصادی شرکت خواهند شد. همچنین شواهدی وجود دارد که نشان می‌دهد رهبران زن احتمالاً بیش از مردان به عدالت، انصاف و همکاری اهمیت می‌دهند و بر تأمین نیازهای ذینفعان مختلف از جمله کارمندان و جامعه تأکید بیشتری دارند. به طور کلی تفاوت در

زمینه‌های فرهنگی، تربیتی، آموزشی و ملیتی و... بر نقش مدیریتی و استقلال زنان تاثیر می‌گذارد. حنیفه و کوک (۲۰۰۵) اظهار داشتند که وجود زنان در هیئت مدیره باعث تغییر نگرش و افزایش رضایت جامعه از شرکت شده و در نهایت مشروعیت شرکت را بهبود می‌بخشد (قادرزاده و همکاران، ۱۳۹۶).

در نهایت رابطه معنادار میان توانایی مدیرعامل و ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت نیز مورد انتظار است. مسئولیت اجتماعی یک سرمایه‌گذاری بلندمدت با خروجی بسیار مبهم است، لذا مدیرانی که دارای توانایی مدیریتی اندکی هستند، به سمت سرمایه‌گذاری کمتر در مسئولیت اجتماعی، به دلیل نگرانی‌های شغلی گرایش دارند. از سوی دیگر، مدیران عامل دارای توانایی مدیریتی بالا و دورنمای شغلی بهتر، دیدگاه‌های بلندمدت‌تری دارند. لذا آن‌ها انگیزه بیشتری برای سرمایه‌گذاری در مسئولیت اجتماعی دارند، زیرا منافع بلندمدت مسئولیت اجتماعی خواه از نظر مالی خواه از بعد کاهش ریسک، برای آن‌ها مهم بود (فیسلا^۱، ۲۰۱۱).

با توجه به آنچه گذشت، از آنجاییکه مدیران شرکت‌ها سکان راهبری، کنترل و تصمیم‌گیری‌های مالی و عملیاتی شرکت را در اختیار دارند، این سؤال مطرح می‌شود که آیا ویژگی‌های شخصیتی و ساختاری مدیریت با مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ارتباط دارد؟ لذا این پژوهش به دنبال آن است که رابطه ویژگی‌های شخصیتی و ساختاری مدیران و ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را مورد بررسی قرار دهد. از این رو، نوآوری این پژوهش در آن است که برای نخستین بار به صورت جامع جنبه‌های گوناگون ویژگی‌های مدیریت با مسئولیت اجتماعی مورد ارزیابی قرار گرفته است. همچنین استفاده از رویکرد داده‌کاوی علاوه بر رویکرد رگرسیونی در بررسی ارتباط بین ویژگی‌های مدیران و ایفای مسئولیت اجتماعی، نیز از نوآوری‌های این پژوهش است.

۲- مبانی نظری، ادبیات و فرضیه‌ها

کیتل و روگی^{۱۲} (۲۰۰۵) معتقدند تضاد و تعارض منافع بین شرکت و جامعه موجب افزایش ریسک خواهد شد، در نتیجه ایفای مسئولیت اجتماعی می‌تواند به کاهش چنین تضادهایی کمک کند، لذا پرداختن به مسئولیت‌های اجتماعی می‌تواند باعث کاهش ریسک و به تبع آن با افزایش ارزش شرکت همراه باشد. در واقع مدیران از مسئولیت اجتماعی برای کاهش ریسک قانونی و ریسک اجتماعی شرکت تحت مدیریت خود بهره می‌برند. به عبارت دیگر در صورت وجود قوانین اجرایی مؤثر در حوزه مسئولیت اجتماعی، شرکت‌ها کمتر در معرض دعاوی حقوقی از جانب ذینفعانی خواهند شد که ادعا می‌کنند عدم کیفیت و کفایت مناسب گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت موجب زیان آن‌ها بوده است. به عنوان مثال، موارد متعددی مشاهده شده که شاکای ادعا کرده است که آنان به گزارش‌های پایداری شرکت‌ها درباره ادعای برنامه ایمنی یا سازگاری با محیط زیست، اعتماد کرده‌اند ولی بدنبال آن حوادث صنعتی اتفاق افتاده که موجب افت قیمت سهام و

متضرر شدن آن‌ها شده است. در هر صورت گزارش مسئولیت اجتماعی در چارچوب تعهدات اخلاقی شرکت بوده و آنان بصورت اختیاری این گزارش‌ها را ارائه می‌نمایند (فرانسیس و آرمسترانگ^{۱۳}، ۲۰۰۳).

در این بین مطابق تئوری نمایندگی مدیران بیشتر از سهامداران، به مسائل اجتماعی و زیست‌محیطی توجه دارند. بنابراین افزایش زیست‌محیطی می‌تواند تابعی از تصمیمات و دیدگاه‌های مدیریتی باشد. در این راستا هانگ و سوان^{۱۴} (۲۰۱۷) در پژوهشی به این نتیجه دست یافتند که بین عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با تخصص‌گرایی، آموزش، سن، و دوره تصدی مدیران آن‌ها ارتباط معنادار وجود دارد.

در این راستا خوش‌بینی مدیران می‌تواند عاملی تعیین‌کننده بر نحوه ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها باشد. مدیران خوش‌بین، آینده و خطرات بالقوه شرکت را کمتر از واقع‌ارزیابی می‌کنند؛ لذا این دسته از مدیران در مقایسه با مدیران محافظه‌کار اقدامات مصون‌سازی و پوشش ریسک کمتری را تقبل می‌نمایند (مک‌کارتی و همکاران، ۲۰۱۴). لذا از آنجاییکه خوش‌بینی بیش از حد می‌تواند منجر به افزایش ریسک‌پذیری شود، مدیران محافظه‌کار نسبت به مدیران دارای خوش‌بینی، چون از ریسک‌پذیری کمتری برخوردارند، بیشتر در فعالیتهای مسئولیت اجتماعی که موجب کاهش مخاطرات بالقوه و پوشش ریسک می‌شود، درگیر خواهند شد. به عبارت دیگر، مدیران خوش‌بین اثرات مصون‌سازی را که نشأت گرفته از فعالیتهای مسئولیت اجتماعی است، نادیده انگاشته و توجه کمتری به بهبود ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت، که در واقع سپری در مقابل ریسک‌های خاص هست، می‌نمایند (گروایس و همکاران، ۲۰۱۱). یافته‌های پژوهش مک‌کارتی و همکاران (۲۰۱۴) نیز بیانگر آن است که مدیران دارای بیش اطمینانی کمتر خود را درگیر فعالیتهای مربوط به مسئولیت اجتماعی می‌کنند و این امر به‌نوبه خود پیامدهایی را برای ارزش شرکت در پی دارد. یافته‌های پژوهش اکبری و همکاران (۱۳۹۵) نیز نشان داد که اعتماد به نفس بیش از حد مدیران بر روی مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیرگذار است. همچنین تأثیر اعتماد به نفس بیش از حد مدیران بر روی بعد فنی و بعد نهادی مسئولیت اجتماعی شرکت تفاوت چندانی باهم ندارند. لذا براساس ادبیات پژوهش، فرضیه اول و دوم پژوهش به صورت زیر تدوین می‌گردد:

فرضیه اول: خوش‌بینی مدیریت، برای ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تأثیر منفی و معنادار دارد.
فرضیه دوم: محافظه‌کاری مدیریت، برای ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تأثیر مثبت و معنادار دارد.
از سوی دیگر با توجه به مسئله نمایندگی ممکن است مدیران به‌جای حداکثر کردن ارزش شرکت و ثروت سهامداران، منافع خود را پی‌بگیرند. لذا منافع بلندمدت شرکت را فدای منافع کوتاه‌مدت و پاداش خود سازند. از این‌رو انتظار می‌رود که ویژگی‌ها و نگرش مدیران، منافع شرکت من جمله ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت را تحت تأثیر قرار دهد. به طوری که اگر تصمیمات استراتژیک و

اقدامات مدیر تحت تأثیر کوتاه‌بینی وی قرار گیرد، ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با توجه به اثرات بلندمدت آن دچار اخلاص می‌گردد (تانگ و ژانگ^{۱۵}، ۲۰۱۵). این درحالی است که اگر بازار کارا باشد، مدیران رفتار کوتاه‌بینانه انجام نمی‌دهند، زیرا منافع بلندمدت سهامداران و سودآوری آتی شرکت را تحت تأثیر قرار می‌دهد و سهامداران از این امر آگاهی دارند. در این راستا ثبات و استحکام مدیریت نیز به عنوان یکی از جلوه‌های تعارض بین سهامداران و مدیران می‌تواند در کاهش این کوتاه‌نگری مفید واقع گردد. مدیرانی که دارای ثبات و استحکام نیستند، ممکن است تحت فشار بازار، گرایش به کوتاه‌بینی پیدا کنند و از طریق ارائه سیگنال‌های مربوط به وجود کارایی شرکت به سهامداران، در پی افزایش کوتاه‌مدت قیمت سهام باشند. در این راستا لیمبیج و همکاران (۲۰۱۷) نشان دادند شرکت‌هایی که از ثبات مدیریتی بیشتری برخوردارند، به طور متوسط تصمیمات کوتاه‌بینانه کمتری اتخاذ می‌کنند، لذا انتظار بر این است که شرکت‌هایی که مدیران آن‌ها از ثبات بالاتری برخوردارند، با توجه به اثرات و منافع بلندمدت ایفای مسئولیت اجتماعی، بیشتر در آن و گزارشگری آن هزینه نمایند. بنابراین فرضیه سوم و چهارم پژوهش به صورت زیر ارائه می‌گردد:

فرضیه سوم: کوتاه‌بینی مدیریت، برایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تأثیر منفی و معنادار دارد.
 فرضیه چهارم: ثبات مدیریت، برایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تأثیر مثبت و معنادار دارد.
 استقلال هیئت‌مدیره نیز به عنوان یکی از ارکان اصلی راهبری شرکتی می‌تواند بر ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تأثیرگذار باشد. حنیفه و کوک (۲۰۱۰) بیان داشتند که مدیران مستقل از قدرت بیشتری برای تشویق مدیریت در جهت افشای گسترده‌تر مسئولیت اجتماعی برخوردار هستند. همچنین تفاوت در جنسیت، زمینه‌های فرهنگی، یا قومی زنان نسبت به مردان باعث افزایش استقلال هیئت‌مدیره، می‌شود. یافته‌های ناصر^{۱۶} (۲۰۱۰) نشان می‌دهد که از اجزای اصلی راهبری شرکتی وجود تنوع جنسیتی در ساختار هیئت‌مدیره است. به طور خلاصه یافته‌های پژوهش‌های اخیر نشان می‌دهد که تنوع در ساختار هیئت‌مدیره به صورت مستقیم موجب افزایش استقلال هیئت‌مدیره و ارتقاء راهبری شرکت شده و به صورت غیرمستقیم و نظارتی موجب بهبود پاسخگویی اجتماعی شرکت‌ها خواهد شد (قادرزاده و همکاران، ۱۳۹۶). در همین راستا آها و همکاران^{۱۷} (۲۰۱۹) دریافته‌اند که در شرکت‌های فاقد مالکیت خانوادگی، هنگامی که هیئت‌مدیره استقلال و تنوع داشته باشد، بیشتر در فعالیتهای مسئولیت اجتماعی مشارکت می‌نمایند، زیرا هیئت‌مدیره، بر مدیران نظارت می‌کنند و منابع لازم را برای ارتقاء مسئولیت اجتماعی به عنوان ابزار سنجش عملکرد مدیران فراهم می‌کنند، در حالی که شرکت‌های دارای مالکیت خانوادگی قوی از آنجا که هیئت‌مدیره منافع سهامداران خانوادگی را تامین می‌کند، از این کار منصرف می‌شوند و یا در صورت انجام از آن به عنوان ابزاری برای نشان دادن اعتبار و شهرت شرکت استفاده می‌نمایند. همچنین عیسی و محمد^{۱۸} (۲۰۱۵) دریافته‌اند که بین تنوع هیئت‌مدیره، استقلال و

اندازه هیئت‌مدیره با سطح افشای مسئولیت اجتماعی ارتباط مثبتی وجود دارد. در حوزه پژوهش‌های داخلی نیز یافته‌های مران‌جوری و علی‌خانی (۱۳۹۳)، بیانگر آن بود که بین افشاء اطلاعات مربوط به مسئولیت‌های اجتماعی با اندازه شرکت و مالکیت مدیریتی رابطه منفی و معناداری وجود دارد؛ اما بین سطح افشای اینگونه از اطلاعات با سرمایه‌گذاران نهادی و مدیران غیرموظف رابطه معنی‌داری وجود ندارد. با توجه به آنچه گذشت فرضیه پنجم و ششم به شرح زیر تدوین می‌گردد:

فرضیه پنجم: استقلال هیئت‌مدیره، بر ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تاثیر مثبت و معنادار دارد. فرضیه ششم: تنوع جنسیتی در ساختار هیئت‌مدیره، بر ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تاثیر مثبت و معنادار دارد.

درنهایت، مطالعات قبلی نشان می‌دهد که توانایی مدیریت مدیران^۱، همبستگی نزدیکی با دورنمایی شغلی وی دارد (کر و مسکو^{۱۹}، ۲۰۱۳). در کل مدیران دارای توانایی‌های مدیریتی بالا، معمولاً نگرانی‌های شغلی کمتری دارند چون در بازار کار، شهرت بهتری به دلیل کارآیی عملی به دست می‌آورند، پس احتمال استخدام آن‌ها توسط شرکت‌های دیگر بیشتر است (فی و هالدوک^{۲۰}، ۲۰۰۳). در این میان، مطالعات انجام شده مدت‌هاست این ایده را مطرح کرده‌اند که نگرانی‌های شغلی مدیران می‌تواند تاثیر قدرتمندی بر تصمیمات آن‌ها داشته باشد؛ بعنوان مثال باعث انحراف تصمیمات سرمایه‌گذاری آن‌ها می‌گردد. ایده اصلی آن است که وقتی مدیران عمیقاً نگران نحوه ارزیابی خود در بازار کار باشند، معمولاً سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت با بازده نامشخص و مبهم را به نفع سرمایه‌گذاری‌های دارای بازده فوری، نظیر پروژه‌های کوتاه‌مدتی که به آن‌ها اجازه انتقال سریع مهارت‌های ممتاز خود را می‌دهد، کنار می‌گذارند (هی و تیان^{۲۱}، ۲۰۱۴). لذا، رابطه معنادار میان توانایی مدیرعامل و ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت مورد انتظار است. مسئولیت اجتماعی یک سرمایه‌گذاری بلندمدت با خروجی بسیار مبهم است، لذا مدیرانی که دارای توانایی‌های اندکی هستند، به سمت سرمایه‌گذاری کمتر در مسئولیت اجتماعی به دلیل نگرانی‌های شغلی گرایش دارند. از سوی دیگر، مدیران عامل دارایی توانایی مدیریتی بالا و دورنمای شغلی بهتر، دیدگاه‌های بلندمدت‌تری دارند. لذا آن‌ها انگیزه بیشتری برای سرمایه‌گذاری در مسئولیت اجتماعی دارند، زیرا منافع بلندمدت مسئولیت اجتماعی خواه از نظر مالی خواه از بعد کاهش ریسک، برای آن‌ها مهم خواهد بود (فیسلسر، ۲۰۱۱). در نهایت فرضیه هفتم پژوهش به شرح زیر ارائه می‌گردد:

فرضیه هفتم: توانایی مدیریت، بر ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تاثیر مثبت و معنادار دارد.

۱. توانایی مدیریت به معنای استفاده اثربخش منابع توسط مدیران است؛ به این مفهوم که در سطح ثابتی از منابع، بتوان به خروجی بیشتری رسید یا منابع کمتری برای رسیدن به خروجی مورد انتظار استفاده کرد (هوانگ و سان، ۲۰۱۷).

۳- روش‌شناسی پژوهش

جامعه آماری این پژوهش، شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. نمونه انتخابی این پژوهش شامل شرکت‌هایی می‌شود که اطلاعات مالی آن‌ها برای دوره زمانی پژوهش یعنی سال‌های ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۷ موجود باشد، سال مالی آن‌ها منتهی به پایان اسفند باشد، حداکثر تا تاریخ ۱۳۸۶/۱/۱ در بورس اوراق بهادار پذیرفته شده و نام آن‌ها در دوره بررسی از بین شرکت‌های پذیرفته شده در بورس حذف نشده باشد، جزء موسسات مالی، بانک‌ها، شرکت‌های سرمایه‌گذاری و... به دلیل ماهیت خاص فعالیت نباشد و در نهایت وقفه معاملاتی بالاتر از ۶ ماه نداشته باشد. درحقیقت شرکت‌های مورد بررسی در این پژوهش به روش حذف سیستماتیک انتخاب شده‌اند. پس از اعمال محدودیت‌های فوق تعداد ۱۵۵ شرکت در دوره زمانی ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۷ شرایط فوق را دارا بوده و با توجه به این امر نمونه‌گیری انجام نگردیده و تمامی شرکت‌ها جهت بررسی انتخاب شده‌اند (با توجه به نحوه محاسبه برخی از متغیرها، از اطلاعات سال ۱۳۸۵ نیز استفاده شده است).

لازم به ذکر است در این پژوهش به منظور تدوین مبانی نظری، روش کتابخانه‌ای مورد استفاده قرار گرفته و به منظور جمع‌آوری داده‌های مالی روش میدانی مورد استفاده قرار گرفته است و از منابع مختلفی از جمله صورت‌های مالی شرکت‌ها، لوح‌های فشرده سازمان بورس و اوراق بهادار تهران، نرم‌افزار ره‌آوردنویس و سایت اطلاع‌رسانی شرکت بورس و سازمان بورس (کدال) استفاده شده است. برای دسته‌بندی، تلخیص و ایجاد پایگاه داده‌ها از نرم‌افزار Excel و به منظور آزمون فرضیه از نرم‌افزارهای Eviews نسخه ۱۰ و IBM SPSS Modeler نسخه ۱۸ استفاده شده است.

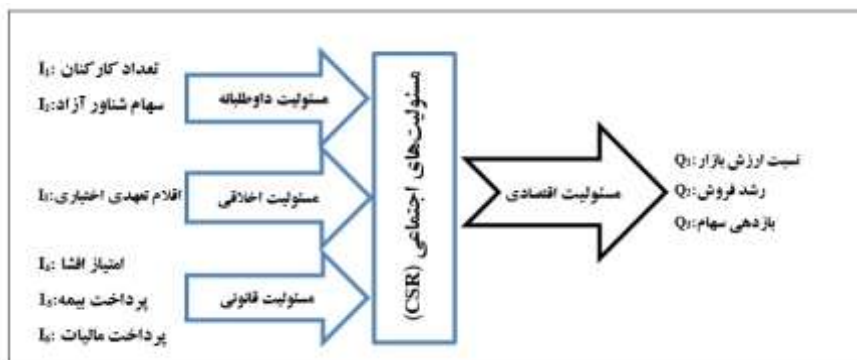
در این پژوهش ابتدا وضعیت کلی متغیرهای پژوهش با استفاده از آمار توصیفی بررسی خواهد شد. در ادامه ابتدا با استفاده از مدل رگرسیونی زیر به بررسی تاثیر همزمان ویژگی‌های مدیریت بر ایفای مسئولیت‌های اجتماعی پرداخته شده است (او و همکاران، ۲۰۱۹). سپس با استفاده از مدل‌های شبکه‌های عصبی و درخت تصمیم به عنوان روش تکمیلی، به بررسی مجدد تاثیر متغیرهای توضیحی پژوهش بر متغیر وابسته پژوهش اقدام شده است. استفاده از این روش ضمن شناسایی متغیرهای تاثیرگذار نسبت به اولویت‌بندی تاثیرگذارترین ویژگی‌های مدیریت بر وضعیت ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها اقدام می‌نماید.

مدل (۱):

$$CSR_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_i \sum_{i=i}^7 MANCH_{it} + \alpha_8 Age_{it} + \alpha_9 Size_{it} + \alpha_{10} ROA_{it} + \alpha_{11} Debts_{it} + \alpha_{12} INST_{it} + \sum FixEffects + \varepsilon_{i,t}$$

در مدل (۱) هریک از متغیرها به شرح زیر اندازه‌گیری می‌گردد:

وضعیت ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها (CSR_{it}): برای اندازه‌گیری این متغیر از الگوی تحلیل پوششی داده‌ها^{۲۲} و متغیرهای زیر استفاده می‌شود (رمضان‌نیا و همکاران، ۱۳۹۶):
 در این الگو مسئولیت‌های اجتماعی شرکت با استفاده از تابع تولید و بر اساس روش مورد استفاده چارنز و کوپر اندازه‌گیری می‌گردد. این تابع حداکثر مقادیر خروجی که با ترکیبی از مقادیر ورودی بدست می‌آید را نشان می‌دهد. جدول زیر تعریف هریک از متغیرهای مدل فوق را به نمایش می‌گذارد:



نام متغیر	نماد	تعریف متغیر و نحوه محاسبه
مسئولیت داوطلبانه	I ₁	لگاریتم طبیعی تعداد کارکنان شرکت
مسئولیت داوطلبانه	I ₂	تعداد سهامداران شرکت
مسئولیت اخلاقی	I ₃	مسئولیت‌های اخلاقی که براساس میزان اقدام تعهدی اختیاری که در زیر تشریح شده است اندازه‌گیری می‌شود:
		$\frac{TAC_{it}}{A_{it-1}} = \alpha_0 + \alpha_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \alpha_2 \left(\frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{A_{it-1}} \right) + \alpha_3 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) + \varepsilon_{it}$ <p>که در آن:</p> <p>TAC: کل اقدام تعهدی (سودخالص منهای وجوه نقد عملیاتی)، ΔREV_{it}: تغییرات درآمد شرکت نسبت به دوره ماقبل، PPE: ماشین آلات و تجهیزات، A_{it-1}: کل دارایی‌های اول دوره و ΔREC_{it}: تغییرات حساب‌های دریافتی نسبت به دوره ماقبل. اقدام تعهدی اختیاری برابر با قدر مطلق مقادیر باقیمانده است. امتیاز افشاء طبق اعلام سالانه سازمان بورس.</p>
مسئولیت قانونی	I ₄	
مسئولیت قانونی	I ₅	بیمه سهم کارفرما،
مسئولیت قانونی	I ₆	مالیات عملکرد،
مسئولیت اقتصادی	Q ₁	نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری شرکت،
مسئولیت اقتصادی	Q ₂	رشد فروش نسبت به سال گذشته،
مسئولیت اقتصادی	Q ₃	بازده سهام شرکت.

ویژگی‌های مدیریت (MANCH_{it}): این ویژگی‌ها شامل ویژگی‌های شخصیتی و ساختاری مدیریت است. این متغیرها همگی به صورت همزمان وارد مدل پژوهش خواهند شد. نحوه اندازه‌گیری هریک از متغیرها به شرح زیر است:

الف) ویژگی‌های شخصیتی مدیران

الف-۱) خوش‌بینی مدیریت

خوش‌بینی مدیریت براساس روش مبتنی بر میزان سرمایه‌گذاری صورت گرفته (سرمایه‌گذاری بیشتر از رشد فروش) اندازه‌گیری می‌شود. لذا روش محاسبه سرمایه‌گذاری بیش از حد به شرح زیر است (شراند و زهمن^{۲۳}، ۲۰۱۱):

$$\text{Investment}_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 \text{Sale_Growth}_{i,t-1} + \varepsilon_{i,t}$$

که در آن:

$\text{Investment}_{i,t}$: وجوه نقد پرداختی جهت تحصیل یا ساخت دارایی‌های ثابت مشهود، نامشهود و سایر دارایی‌ها،

$\text{Sale_Growth}_{i,t-1}$: رشد فروش دوره گذشته،

چنانچه مقدار باقیمانده‌های مدل فوق $\varepsilon_{i,t}$ ، مثبت باشد، بدان معناست که سرمایه‌گذاری آتی بیشتر از رشد فروش بوده و سرمایه‌گذاری بیش از حد انجام شده و بالعکس. بنابراین در صورت وقوع سرمایه‌گذاری بیش از حد، که نشان دهنده وجود خوش‌بینی مدیریت است، برای این متغیر عدد ۱ و در غیر این صورت ۰ در نظر گرفته می‌شود.

الف-۲) محافظه‌کاری مدیریت

جهت سنجش این متغیر از مدل محافظه‌کاری باسو^{۲۴} استفاده خواهد شد:

$$\text{NI}_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 R_{it} + \beta_2 \text{DR}_{it} + \beta_3 \text{DR}_{it} \times R_{it} + \varepsilon_{it}$$

که در این مدل:

$\text{NI}_{i,t}$: نسبت سود هر سهم به قیمت سهام در اول دوره،

R_{it} : نشان دهنده بازده سهام i در دوره t ،

DR_{it} : متغیر مجازی که اگر بازده سهام شرکت منفی باشد، برای این متغیر عدد ۱ و در غیر این صورت ۰ در نظر گرفته می‌شود.

در مدل فوق β_1 نشان‌دهنده سرعت تاثیرگذاری اخبار خوب و β_3 بیانگر سرعت نهایی فزاینده تاثیرگذاری اخبار بد نسبت به اخبار خوب بر بازده سهام است. چنانچه این ضریب مثبت و معنادار گردد نشان‌دهنده سرعت تاثیرگذاری بیشتر اخبار بد نسبت به اخبار خوب بر قیمت سهام است و به عبارت دیگر نشان‌دهنده وجود محافظه‌کاری است. در نهایت شاخص محافظه‌کاری به شرح زیر اندازه‌گیری می‌شود:

$$\text{CONSER}_{i,t} = \frac{-(\beta_1 + \beta_3)}{\beta_1}$$

الف-۳) کوتاه‌بینی مدیریت

مدیران کوتاه‌بین با وجود آنکه شرکت از وضعیت مالی و فرصت‌های مناسبی جهت سرمایه‌گذاری در دارایی‌های سرمایه‌های برخوردار است، برای بهبود وضعیت کوتاه‌مدت شرکت، از این کار

امتناع می‌نمایند. بنابراین شرکت‌هایی که بازده و سودآوری بیش از انتظار دارند و در عین حال هزینه‌های بازاریابی و تحقیق و توسعه کمتر از حد انتظار دارند، به عنوان شرکت‌های دارای مدیریت کوتاه‌بین در نظر گرفته می‌شوند. لذا برای مشخص نمودن شرکت‌های کوتاه‌بین، لازم است نخست سطح مورد انتظار بازده دارایی، هزینه بازاریابی، تحقیق و توسعه برای هر شرکت در دوره زمانی پژوهش با استفاده از روابط زیر برآورد گردد (آندرسون^{۲۵}، ۱۹۸۲):

$$\begin{aligned} ROA_{i,t} &= \beta_0 + \beta_1 ROA_{i,t-1} + \varepsilon_{i,t} \\ Mktg_{i,t} &= \beta_0 + \beta_1 Mktg_{i,t-1} + \varepsilon_{i,t} \\ R\&D_{i,t} &= \beta_0 + \beta_1 R\&D_{i,t-1} + \varepsilon_{i,t} \end{aligned}$$

که در آن:

$ROA_{i,t}$: نرخ بازده دارایی‌ها (سود خالص به جمع دارایی‌ها)،

$Mktg_{i,t}$: نسبت هزینه‌های بازاریابی و فروش به جمع دارایی‌ها

$R\&D_{i,t}$: نسبت هزینه‌های تحقیق و توسعه به جمع دارایی‌ها

سپس، مقادیر پیش‌بینی شده توسط مدل‌های فوق با مقادیر واقعی مقایسه می‌شود و با توجه به میزان تفاوت موجود ($\varepsilon_{i,t}$)، شرکت‌های در چهار گروه اصلی زیر تقسیم‌بندی می‌گردند:

گروه ۱	گروه ۲	گروه ۳	گروه ۴
اختلاف مثبت بین بازده دارایی پیش‌بینی شده و واقعی	اختلاف مثبت بین بازده دارایی پیش‌بینی شده و واقعی	اختلاف مثبت بین بازده دارایی پیش‌بینی شده و واقعی	اختلاف منفی بین بازده دارایی پیش‌بینی شده و واقعی
اختلاف منفی هزینه‌های بازاریابی و تحقیق و توسعه پیش‌بینی شده و واقعی	فقط اختلاف یکی از هزینه‌های بازاریابی و تحقیق و توسعه منفی	اختلاف مثبت هزینه‌های بازاریابی و تحقیق و توسعه پیش‌بینی شده و واقعی	پیش‌بینی شده و واقعی

درنهایت، شرکت‌های حاضر در گروه ۱، از آنجاییکه با داشتن عملکرد مالی مثبت و افزایش بازده دارایی‌ها، هزینه‌های بازاریابی و تحقیق و توسعه خود را کاهش داده‌اند به عنوان شرکت‌های دارای مدیریت کوتاه‌بین در نظر گرفته می‌شود.

(ب) ویژگی‌های ساختاری مدیریت

ب-۱) ثبات و استحکام مدیریت

در ابتدای دوره تصدی مدیریت، کسب تجارب و مهارت‌های لازم برای پست جدید احساس می‌شود اما پس از طی دوره گذار که مطابق پژوهش‌های گذشته حداقل ۳ سال است، مدیریت به اقتدار و ثبات می‌رسد (فردریکسون و همکاران^{۲۶}، ۱۹۸۸). بنابراین در پژوهش حاضر چنانچه دوره تصدی مدیر عامل در سال مورد نظر حداقل سه سال باشد، مدیریت با ثبات تلقی می‌گردد و برای آن مقدار ۱ و در غیر این صورت مقدار صفر در نظر گرفته خواهد شد (دی‌مئو و همکاران^{۲۷}، ۲۰۱۷).

ب-۲) استقلال هیأت مدیره

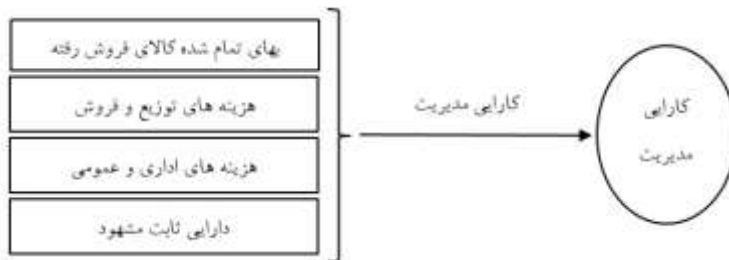
میزان استقلال هیأت مدیره از طریق نسبت تعداد اعضای غیرموظف هیأت مدیره به جمع تعداد اعضای هیأت مدیره، تعریف عملیاتی می‌شود.

ب-۳) تنوع جنسیت هیأت مدیره

چنانچه در سال مورد رسیدگی در هیأت مدیره شرکت هم زنان و هم مردان حضور داشته باشند، هیأت مدیره دارای تنوع جنسیت تشخیص داده می‌شود (سعید و سمیر^{۲۸}، ۲۰۱۷).

ب-۴) توانایی مدیریت

توانایی مدیریت عبارتست از کارایی مدیریت در ایجاد و خلق درآمد (هوانگ و سان، ۲۰۱۷). در این پژوهش این متغیر با استفاده از الگوی تحلیل پوششی داده‌ها به شرح زیر مورد سنجش قرار می‌گیرد (دمرجیان و همکاران^{۲۹}، ۲۰۱۲):



در این روش کارایی مدیریت با استفاده از تابع تولید سنجیده می‌شود. این تابع حداکثر مقادیر خروجی که با ترکیب مقادیر ورودی بدست می‌آید را نشان می‌دهد. الگوی تحلیل پوششی داده‌ها به تفکیک هر صنعت سال مورد بررسی قرار می‌گیرد. مقادیر بدست آمده از الگوی یاد شده بین ۰ تا ۱ خواهد بود که عدد یک بیانگر بالاترین کارایی مدیریت است. سپس مقادیر بدست آمده از تحلیل پوششی داده‌ها به عنوان متغیر وابسته در مدل رگرسیونی زیر وارد می‌شود. در نهایت مقادیر باقیمانده ($\varepsilon_{i,t}$) از مدل رگرسیونی زیر بیانگر توانایی مدیریت است.

$$\text{FirmEff} = \beta_0 + \beta_1 \text{Assets}_{i,t} + \beta_2 \text{MShare}_{i,t} + \beta_3 \text{PosFCF}_{i,t} + \beta_4 \text{Age}_{i,t} + \text{Year} + \varepsilon_{i,t}$$

که در این مدل:

$\text{Assets}_{i,t}$: لگاریتم طبیعی جمع دارایی‌های شرکت

$\text{MShare}_{i,t}$: میزان سهم بازار شرکت که با استفاده از نسبت فروش شرکت به فروش صنعت مورد سنجش قرار می‌گیرد.

$PosFCF_{i,t}$: چنانچه جریان نقدی آزاد (سود قبل از بهره (پس از کسر مالیات) + هزینه استهلاک - تغییرات خالص سرمایه در گردش - مخارج سرمایه ای) به صورت مثبت مشاهده شود مقدار ۱ و در غیر این صورت مقدار صفر اختصاص داده می‌شود.

$Age_{i,t}$: لگاریتم طبیعی سن شرکت از زمان تاسیس تا سال مورد نظر در تحقیق.

متغیرهای کنترلی پژوهش عبارتند از:

Age_{it} : طول عمر شرکت که براساس لگاریتم سن شرکت از زمان تاسیس اندازه‌گیری می‌شود.

$Size_{it}$: اندازه شرکت که براساس لگاریتم طبیعی میزان فروش شرکت اندازه‌گیری می‌گردد.

ROA_{it} : سودآوری شرکت که براساس نسبت سود خالص به جمع دارایی‌ها اندازه‌گیری می‌شود.

$Debts_{it}$: اهرم مالی که با استفاده از نسبت جمع بدهی به دارایی‌های شرکت اندازه‌گیری می‌شود.

$INST_{it}$: سهامداران نهادی که با استفاده از درصد سهام تحت مالکیت سهامداران نهادی (بانک‌ها، بیمه‌ها، شرکت‌های سرمایه‌گذاری، هلدینگ‌ها و) اندازه‌گیری می‌شود.

۴- یافته‌ها

۴-۱. آمار توصیفی و جداول فراوانی

آمار توصیفی متغیرهای پژوهش در جدول (۱) ارائه گردیده است. به علت وجود داده‌های پرت در برخی از متغیرهای پژوهش، با استفاده از تکنیک پیراستن^{۳۰} اقدام به حذف آن‌ها گردیده است. همچنین بررسی‌های به عمل آمده در خصوص نرمال بودن توزیع متغیر وابسته پژوهش نشان دهنده برخورداری متغیر مسئولیت اجتماعی از توزیعی نزدیک به نرمال است. همچنین نتایج بررسی مانایی و همگرایی متغیرهای پژوهش بیانگر عدم وجود رگرسیون کاذب و روابط غیرعادی بین متغیرهای پژوهش است (جهت حفظ اختصار از ارائه نتایج خودداری گردیده است).

جدول ۱: آمار توصیفی متغیرهای اصلی پژوهش

متغیرهای پژوهش	عنوان	نماد	میانگین	میان	انحراف معیار	ضریب چولگی	ضریب کشیدگی	کمینه	بیشینه
مسئولیت اجتماعی	CSR	۰/۶۵۷	۰/۵۹۳	۰/۲۶۱	۰/۱۷۶	-۱/۵۰۵	۰/۲۵۷	۱/۰۰۰	
محافظه کاری	CONSER	-۱/۲۸۸	-۱/۱۴۷	۵/۹۳۸	۰/۱۱۲	-۰/۵۵۴	-۱۰/۵۰۴	۹/۶۰۰	
استقلال هیئت مدیره	Indp	۰/۶۷۴	۰/۶۰۰	۰/۱۹۱	-۰/۳۲۶	-۰/۱۲۰	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	
توانایی مدیریت	Ability	۰/۵۵۳	۰/۵۰۰	۰/۲۸۹	۰/۰۰۱	-۱/۲۰۰	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	
سن شرکت	Age	۱/۵۲۸	۱/۵۸۰	۰/۱۸۶	-۰/۸۳۷	۰/۲۲۸	۰/۶۹۹	۱/۸۲۶	
اندازه شرکت	Size	۵/۸۹۳	۵/۸۶۳	۰/۶۷۸	۰/۳۹۸	۰/۸۶۹	۴/۰۴۴	۷/۹۸۲	
سودآوری شرکت	ROA	۰/۱۱۵	۰/۰۹۸	۰/۱۲۷	-۰/۵۶۹	۱/۱۳۴	-۰/۲۳۹	۰/۵۲۳	
اهرم مالی	Debts	۰/۵۷۸	۰/۵۹۸	۰/۲۰۵	-۰/۱۳۴	۰/۰۱۱	۰/۰۸۵	۱/۱۵۷	
سهامداران نهادی	INST	۰/۷۲۷	۰/۸۰۱	۰/۲۳۶	-۱/۳۹۱	۱/۲۵۷	۰/۰۲۷	۰/۹۹۰	

نتایج جدول (۱) نشان می‌دهد که میانگین ایفای مسئولیت‌های اجتماعی در شرکت‌های نمونه برابر با ۰/۶۵۷ بوده است و هرچه این مقدار به سمت عدد یک میل نماید، نشان‌دهنده سطح بالاتری از انجام مسئولیت‌های اجتماعی است. نتیجه بدست آمده نشان دهنده برخورداری سطح نسبتاً

خوبی از ایفای مسئولیت‌های اجتماعی توسط شرکت‌های نمونه می‌باشد. میانگین متغیر محافظه‌کاری مدیریت برابر با $1/288$ - بوده که منفی بودن این مقدار نشان دهنده سطح پایینی از اعمال محافظه‌کاری در شرکت‌هاست. دیگر نتایج نشان می‌دهد که میزان استقلال هیات مدیره برابر با $0/674$ بوده و این نتیجه بدان معناست که اعضای غیرموظف و خارج از مجموعه کارکنان شرکت، نزدیک به 67 درصد از اعضای هیئت مدیره شرکت‌ها را تشکیل می‌دهد که درصد قابل توجهی بوده است. میانگین لگاریتم سن شرکت‌های نمونه برابر با $1/528$ بوده و این نتیجه بیانگر آن است که سن شرکت‌های بررسی شده بیش از 30 سال بوده که بیانگر سطح قابل توجهی از بلوغ در شرکت‌های بررسی شده است. متوسط اهرم مالی برابر با $0/578$ بوده و این نتیجه نشان می‌دهد که نزدیک به 58 درصد دارایی شرکت‌های نمونه از محل بدهی و تامین مالی از محل استقراض تامین شده است. این نتیجه همچنین نشان می‌دهد که کمتر از نیمی از دارایی‌ها شرکت‌ها از محل سرمایه سهامداران تامین گردیده که با توجه به هزینه‌های بالای تامین مالی، توجه بیشتر به افزایش سرمایه در شرکت‌های نمونه ضروری به نظر می‌رسد. میانگین سودآوری شرکت‌های نمونه برابر با $0/115$ بوده و این بدان معناست که سود کسب شده نزدیک به 12 درصد جمع دارایی‌های شرکت بوده است. این نتیجه بیانگر آن است که با بکارگیری کلیه منابع، در شرکت‌های نمونه نزدیک به 12 درصد دارایی‌های بکار رفته، سود خالص کسب شده است. در نهایت میانگین متغیر سهامداران نهادی برابر با $0/727$ بوده که نشان دهنده درصد قابل توجهی بوده است. این نتیجه نشان می‌دهد که نزدیک به 73 درصد از سرمایه شرکت‌های مورد بررسی، تحت مالکیت سهامداران نهادی قرار داشته است.

همچنین در خصوص متغیرهای مجازی جدول (۲) شامل فراوانی و درصد فراوانی هر یک از مشاهدات ارائه شده است:

جدول ۲: جدول فراوانی متغیرهای مجازی پژوهش

متغیرهای پژوهش عنوان	نماد	تعداد نمونه	فراوانی	درصد فراوانی
کوته‌بینی مدیریت	Myopia	۱۸۶۰	۱۳۵۸	$0/730$
خوش‌بینی مدیریت	Optimism	۱۸۶۰	۱۲۴۷	$0/670$
تنوع جنسی هیئت مدیره	Gendiv	۱۸۶۰	۱۷۴۲	$-/937$
ثبات و استحکام مدیریت	Entrench	۱۸۶۰	۹۳۳	$0/502$

نتایج جدول (۲) نشان می‌دهد که درصد فراوانی شرکت‌های دارای مدیریت کوتاه‌بین برابر با 27 درصد بوده است. دیگر نتایج نشان می‌دهد که میزان خوش‌بینی مدیریت در شرکت‌های مورد بررسی برابر با 33 درصد می‌باشد. این نتایج نشان می‌دهد که حدود یک سوم از شرکت‌ها دارای مدیران کوتاه‌بین و یک سوم دارای مدیران خوش‌بین می‌باشند و بیش از یک سوم شرکت‌های نمونه را مدیرانی فاقد کوته‌بینی و خوش‌بینی قابل توجه، مدیریت می‌کنند. سایر نتایج نشان می‌دهد

که تنوع جنسیت هیات مدیره (وجود زن در هیات مدیره) تنها نزدیک در ۶ درصد از شرکت‌های بررسی شده وجود داشته که بیانگر درصد بسیار اندک و قابل تاملی است. به عبارت دیگر این نتیجه نشان می‌دهد که تنها در ۶ درصد از شرکت‌های نمونه، زنان در رده‌های بالای مدیریت و ارکان اداره کننده شرکت حضور داشته‌اند. دیگر نتایج بیانگر آن است که در نزدیک به نیمی از شرکت‌های نمونه ثبات و استحکام مدیریت وجود داشته که این درصد قابل ملاحظه است. این نتیجه نشان دهنده آن است که در نیمی از شرکت‌های نمونه، مدیرعامل شرکت حداقل طی سه سال گذشته تغییر نکرده و راهبری و مدیریت شرکت بدون تغییر بوده است.

۴-۲. آزمون فرضیه

نتایج آزمون همسانی وایانس‌ها (با استفاده از آزمون بروس-پاگان) به شرح جدول (۳) نشان می‌دهد که واریانس‌های باقیمانده‌های مدل پژوهش ناهمسان است (با توجه به اینکه سطح معناداری آن کوچکتر از ۵٪ است) که برای برطرف نمودن آن، از روش حداقل مربعات تعمیم یافته^{۲۹} استفاده می‌شود. نتایج آزمون F (آزمون لیمر) نشان می‌دهد که مدل پژوهش دارای اثرات ثابت است و این بدان معناست که نوع فعالیت شرکت بر ایفای مسئولیت‌های اجتماعی آنها تاثیر معنادار داشته است. از آزمون هاسمن نیز جهت بررسی تصادفی بودن نوع اثرات ثابت استفاده شده که نتایج این آزمون بیانگر وجود اثرات ثابت غیر تصادفی است. بنابراین با استفاده از الگوی اثرات ثابت غیر تصادفی مدل پژوهش مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

جدول ۳: نتایج بدست آمده از آزمون‌های استفاده شده جهت تعیین نوع مدل پژوهش

نوع آزمون	آماره F	نتایج آزمون سطح معناداری	نتیجه
آزمون همسانی واریانس	۵/۵۱۵	۰/۰۰۰	ناهمسانی واریانس‌ها
آزمون F لیمر	۱۳/۶۹۰	۰/۰۰۰	وجود اثرات ثابت
آزمون هاسمن	۴۲/۵۸۸	۰/۰۰۰	غیر تصادفی بودن اثرات ثابت

جدول (۴) نشان دهنده نتایج بدست آمده از تجزیه و تحلیل مدل پژوهش است. مطابق نتایج جدول (۴) مقدار آماره F نشان دهنده معناداری کلیت مدل است و این بیانگر آن است که مدل پژوهش معنادار است. همچنین نتایج نشان می‌دهد ضریب تعیین مدل نزدیک به ۱۴ درصد بوده است. نتایج آماره دوربین و اتسون نیز نشان دهنده عدم همبستگی باقیمانده‌هاست. نتایج آزمون تورم واریانس که جهت بررسی وجود هم خطی بین متغیرهای مستقل انجام گرفته بیانگر عدم وجود هم خطی بین متغیرهای مستقل پژوهش است، که به دلیل حفظ اختصار ارائه نگردیده است.

جدول ۴: ویژگی‌های مدیریت و مسئولیت اجتماعی شرکت

متغیرهای پژوهش	نماد	نتایج حاصل از متغیرهای پژوهش		
		ضریب	آماره t	سطح معناداری
عرض از مبدأ	C	۰/۶۴۲	۸/۲۷۰	۰/۰۰۰
خوش‌بینی مدیریت	Optimism	۰/۰۲۷	-۲/۱۵۰	۰/۰۳۲
محافظه‌کاری	Conser	۰/۰۰۲	۰/۲۳۰	۰/۸۱۶
کوتاه‌بینی مدیریت	Myopia	۰/۰۳۴	-۲/۳۵۰	۰/۰۱۹
ثبات و استحکام مدیریت	Entrench	۰/۰۲۱	۲/۱۵۴	۰/۰۱۵۷
استقلال هیئت مدیره	Indp	۰/۰۷۶	۳/۱۸۰	۰/۰۰۱
تنوع جنسیت هیئت مدیره	Gendiv	۰/۰۳۱	-۰/۹۷۰	۰/۳۳۱
توانایی مدیریت	Ability	۰/۰۱۷	۰/۸۱۰	۰/۴۱۶
سن شرکت	Age	۰/۰۵۱	-۱/۵۴۰	۰/۱۲۵
اندازه شرکت	Size	۰/۰۳۲	۳/۲۸۰	۰/۰۰۱
سودآوری شرکت	ROA	۰/۲۵۷	۳/۸۰۰	۰/۰۰۰
اهرم مالی	Debts	۰/۰۱۷	-۰/۴۳۰	۰/۶۶۵
سهامداران نهادی	INST	۰/۰۹۳	۳/۱۹۰	۰/۰۰۱
آزمون F	۵/۳۰۰			
سطح معناداری	۰/۰۰۰			
ضریب تعیین	۰/۱۳۸			
آماره دوربین واتسون (DW)	۲/۰۵۲			

نتایج فرضیه‌های پژوهش

نتایج جدول (۴) در خصوص متغیر خوش‌بینی مدیریت نشان می‌دهد، آماره t و سطح معناداری آن برابر با $2/150$ و $0/032$ بوده است. نتیجه اخیر بیانگر آن است که در نمونه انتخاب شده، با وجود خوش‌بینی مدیریت ایفای مسئولیت‌های اجتماعی به شکل معناداری کاهش یافته است. لذا فرضیه اول پژوهش با این مضمون که خوش‌بینی مدیریت، بر ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تاثیر منفی و معنادار دارد، در سطح اطمینان ۹۵٪ مورد تایید قرار می‌گیرد.

نتایج در خصوص محافظه‌کاری مدیریت نشان می‌دهد که مقدار آماره t برابر با $0/230$ و سطح معناداری این متغیر برابر با $0/816$ بوده است، که به معنای آن است که تاثیر محافظه‌کاری مدیریت، به عنوان یکی از ویژگی‌های مدیریت، بر متغیر وابسته معنادار نبوده است. این نتیجه بدان معناست که؛ فرضیه دوم مبنی بر اینکه محافظه‌کاری مدیریت، بر ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تاثیر مثبت و معنادار دارد، در سطح اطمینان ۹۵٪ رد می‌شود.

با توجه به آنکه مقدار آماره t و سطح معناداری متغیر کوتاه‌بینی مدیریت به ترتیب برابر با $2/530$ و $0/019$ بوده است، این نتیجه نشان می‌دهد با وجود کوتاه‌بینی مدیریت از میزان ایفای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها به میزان معناداری کاسته شده است. این نتیجه بدان معناست که؛ فرضیه سوم مبنی بر اینکه کوتاه‌بینی مدیریت، بر ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تاثیر منفی و معنادار دارد، در سطح اطمینان ۹۵٪ مورد تایید قرار می‌گیرد.

نتایج مربوط به آماره t و سطح معناداری متغیر ثبات و استحکام مدیریت به ترتیب برابر با $2/154$ و $0/0157$ است، که نشان می‌دهد با وجود ثبات مدیریت بر میزان ایفای مسئولیت اجتماعی

شرکت‌ها به شکلی معنادار افزوده شده است. لذا این نتیجه فرضیه چهارم مبنی بر اینکه ثبات مدیریت، بر ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تاثیر مثبت و معنادار دارد، را در سطح اطمینان ۹۵٪ مورد تایید قرار می‌دهد.

همچنین متغیر استقلال هیئت مدیره تاثیر مثبت و معنادار بر ایفای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها داشته است (با توجه به اینکه مقدار آماره t و سطح معناداری آن به ترتیب برابر با $۳/۱۸۰$ و $۰/۰۰۱$ بوده است)، این نتیجه نشان می‌دهد فرضیه پنجم پژوهش مبنی بر اینکه استقلال هیئت مدیره، بر ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تاثیر مثبت و معنادار دارد، در سطح اطمینان ۹۵٪ مورد تایید قرار می‌گیرد.

همچنین نتایج بررسی تاثیر تنوع جنسیت در ساختار هیئت مدیره، بر مسئولیت‌های اجتماعی نشان می‌دهد که تاثیر این متغیر بر ایفای مسئولیت اجتماعی معنادار نبوده است، لذا فرضیه ششم مبنی بر اینکه تنوع جنسیتی در ساختار هیئت مدیره، بر ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تاثیر مثبت و معنادار دارد، در سطح اطمینان ۹۵٪ رد می‌شود.

در نهایت نتایج بررسی متغیر توانایی مدیریت نشان‌دهنده تاثیرگذاری مثبت و بی‌معنای آن بر متغیر وابسته است. لذا فرضیه هفتم پژوهش مبنی بر اینکه توانایی مدیریت، بر ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تاثیر مثبت و معنادار دارد، در سطح اطمینان ۹۵٪ رد می‌شود.

نتایج بررسی متغیرهای کنترلی

نتایج مربوطه به متغیرهای کنترلی نشان می‌دهد که اندازه شرکت، سودآوری و وجود سهامداران نهادی بر میزان مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تاثیرگذاری مثبت و معناداری داشته است. این نتیجه نشان می‌دهد که ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در شرکت‌های با اندازه بزرگتر، سودآوری بالاتر و نیز دارای سهامداران نهادی بیشتر، به شکل قوی‌تری دنبال می‌گردد.

۴-۳. نتایج پژوهش با استفاده از روش‌های داده‌کاوی - آزمون‌های تکمیلی

در این بخش با استفاده از مدل‌های داده‌کاوی شبکه‌های عصبی و درخت تصمیم، به عنوان روش‌های تکمیلی، مجدداً به بررسی تاثیر ویژگی‌های مدیریت و متغیرهای کنترلی بر متغیر وابسته پژوهش یعنی میزان ایفای مسئولیت‌های اجتماعی پرداخته شده است. در روش‌های شبکه‌های عصبی و درخت تصمیم، کلیه متغیرهای مورد بررسی به عنوان متغیرهای ورودی در مدل پژوهش وارد شده و با استفاده از سطح معناداری موجود در این الگوریتم‌ها، متغیرهای فاقد معناداری با اهمیت کنار گذاشته می‌شود و در مرحله بعدی متغیرهای با اهمیت از لحاظ میزان شدت تاثیرگذاری به ترتیب نمایش داده می‌شوند. در مدل‌های داده‌کاوی با توجه به سطح اهمیت تعیین شده (در این پژوهش ۹۵٪) متغیرهای با اهمیت از متغیرهای بی‌اهمیت تفکیک و سپس متغیرهایی که به عنوان بی‌اهمیت شناسایی شده، حذف شده است. در ادامه مجموعه داده‌های پژوهش به دو

گروه آموزشی و آزمون تقسیم‌بندی شده تا با استفاده از آن میزان تاثیرگذاری بر متغیرهای وابسته پژوهش، اولویت‌بندی تاثیرگذاری آن‌ها مشخص گردد.

نتایج مدل شبکه‌های عصبی نشان می‌دهد که از میان ویژگی‌های مدیریت، صرفاً متغیرهای خوش-بینی و کوتاه‌بینی مدیریت تاثیرگذاری معناداری بر میزان ایفای مسئولیت‌های اجتماعی دارد. یافته‌های این نمودار حاکی از آن است که بیشترین تاثیرگذاری بر ایفای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها، بر اساس مدل شبکه‌های عصبی، به ترتیب مربوط به متغیرهای سهامداران نهادی، اندازه شرکت و سودآوری شرکت بوده است.

نتایج مدل درخت تصمیم نیز نشان می‌دهد که از میان ویژگی‌های مدیریت، تنها متغیر کوتاه‌بینی مدیریت تاثیری معنادار بر ایفای مسئولیت‌های اجتماعی داشته است. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد که بیشترین تاثیرگذاری بر ایفای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها، به ترتیب مربوط به متغیرهای سهامداران نهادی، کوتاه‌بینی مدیریت و سودآوری شرکت بوده است.

در جدول (۵) خلاصه نتایج روش‌های رگرسیونی و مدل‌های داده‌کاوی به صورت مقایسه‌ای ارائه شده است. مقایسه نتایج روش‌های رگرسیونی و مدل‌های داده‌کاوی نشان می‌دهد که از میان ویژگی‌های مدیریت، متغیر کوتاه‌بینی در هر سه مورد استفاده، تاثیری معنادار بر مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها داشته است. همچنین نتایج نشان می‌دهد که خوش‌بینی مدیر در اکثر روش‌ها (دو روش از سه روش مورد استفاده) تاثیرگذاری معناداری بر مسئولیت‌های اجتماعی داشته است.

جدول ۵: خلاصه نتایج بدست آمده از روش‌های آماری

متغیرهای پژوهش	نماد	نتایج مدل رگرسیونی	نتایج مدل‌های داده‌کاوی
			شبکه‌های عصبی درخت تصمیم
خوش‌بینی مدیریت	Optimism	*	*
محافظه‌کاری	Conser	-	-
کوتاه‌بینی مدیریت	Myopia	*	*
ثبات و استحکام مدیریت	Entrench	*	-
استقلال هیئت مدیره	Indp	*	-
تنوع جنسیت هیئت مدیره	Gendiv	-	-
توانایی مدیریت	Ability	-	-
سن شرکت	Age	-	-
اندازه شرکت	Size	*	*
سودآوری شرکت	ROA	*	*
اهرم مالی	Debts	-	-
سهامداران نهادی	INST	*	*

- بی‌اهمیت (فاقد معناداری)

* با اهمیت (از لحاظ آماری معنادار)

سایر نتایج نشان می‌دهد که متغیرهای مالکیت سهامداران نهادی و سودآوری در تمامی روش‌ها و متغیر اندازه شرکت در اکثر روش‌ها، بر میزان ایفای مسئولیت‌های اجتماعی تاثیر معنادار داشته، و در نهایت متغیر مالکیت سهامداران نهادی بیشترین تاثیرگذاری را بر ایفای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها براساس نتایج مدل‌های داده‌کاوی داشته است.

۵- بحث و نتیجه‌گیری

امروزه جامعه، شرکت‌ها را فقط از دریچه مالی مورد ارزیابی قرار نمی‌دهد، بلکه توقع آن‌ها از شرکت‌ها افزایش یافته و مجموعه‌ای از پارامترهای مالی و غیر مالی را برای ارزیابی عملکرد آن‌ها و تصمیم‌گیری‌های خود لحاظ می‌نمایند. در طرف مقابل نیز شرکت‌ها پی برده‌اند که هزینه در ایفای مسئولیت اجتماعی علاوه بر افزایش مقبولیت و مشروعیت شرکت نزد جامعه، در بلندمدت نیز موجب افزایش منافع مالی و مزیت رقابتی خواهد شد. از این رو یک رابطه دو سویه برد برد برای شرکت و جامعه در پرداخت تن به مسئولیت اجتماعی وجود دارد. در این راستا از آنجاییکه مدیران شرکت‌ها سکان راهبری، کنترل و تصمیم‌گیری‌های مالی و عملیاتی شرکت را در اختیار دارند، این سؤال مطرح می‌شود که چه ارتباطی بین ویژگی‌های ساختاری و شخصیتی مدیریت با مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها وجود دارد. لذا در این پژوهش به بررسی تاثیر مجموعه‌ای از ویژگی‌های شخصیتی (کوته‌بینی، خوش‌بینی و محافظه‌کاری) و ساختاری مدیریت (استقلال هیئت مدیره، تنوع جنسیتی، ثبات و توانایی مدیریت) بر نحوه ایفای مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس تهران پرداخته شد.

نتایج بدست آمده در بخش ویژگی‌های شخصیتی مدیریت نشان داد که متغیر خوش‌بینی مدیریت تاثیر منفی و معنادار بر ایفای مسئولیت اجتماعی داشته است. در این باره استدلال آن است که مدیران خوش‌بین از آنجاییکه خطرها و مخاطرات شرکت را کمتر از واقع ارزیابی نموده، لذا اثرات مصون‌سازی را که نشأت گرفته از فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی است، نادیده انگاشته و توجه کمتری به بهبود ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت، که در واقع سپری در مقابل ریسک‌های خاص هست، می‌نمایند. همچنین نتیجه دیگر پژوهش نشان داد که کوته‌بینی مدیران تاثیر منفی و معناداری بر مسئولیت اجتماعی داشته است. این نتیجه به دلیل آن است که مدیران کوته‌بین، منافع کوتاه‌مدت را به منافع بلندمدت ترجیح داده و از ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، با توجه به منافع بلندمدت آن چشم‌پوشی نموده‌اند. همچنین شواهد مویده آن است که ثبات مدیریت تاثیر مثبت و معناداری بر ایفای مسئولیت اجتماعی داشته است. در این راستا می‌توان گفت شرکت‌هایی که از ثبات مدیریتی بیشتری برخوردارند، به طور متوسط تصمیمات کوتاه‌بینانه کمتری اتخاذ می‌کنند، لذا شرکت‌هایی که مدیران آن‌ها از ثبات و استحکام بالاتری برخوردارند، با توجه به اثرات و منافع بلندمدت ایفای مسئولیت اجتماعی، بیشتر در آن و به تبع گزارشگری آن هزینه می‌نمایند. لازم به ذکر است نتایج این بخش بطور خلاصه با یافته‌های مک کارتی و همکاران (۲۰۱۴)، تانگ و ژانگ (۲۰۱۵)، هسو و همکاران (۲۰۱۷)، لیمبیج و همکاران (۲۰۱۷) و اکبری و همکاران (۱۳۹۵) همسو و با نتایج گراویس و همکارانش (۲۰۱۱) ناهمسو بوده است. در بخش دیگر پژوهش یافته‌ها نشان داد که از ویژگی‌های ساختاری مدیریت، متغیر استقلال هیئت مدیره تاثیر مثبت و معناداری بر افزایش مسئولیت اجتماعی داشته است. در این باره

شرکت‌های با هیئت‌مدیره مستقل اقدام به افشای بالاتر اطلاعات اجتماعی و زیست‌محیطی در جهت حفظ و افزایش شهرت شرکت می‌نمایند. همچنین براساس نتایج تئوری نمایندگی وجود هیئت‌مدیره مستقل، منجر به بهبود عملکرد شرکت و کاهش عدم تقارن اطلاعاتی می‌گردد و این موضوع افزایش افشای اطلاعات من جمله اطلاعات مسئولیت اجتماعی را در پی دارد. سایر متغیر های اصلی پژوهش شامل؛ محافظه کاری، تنوع جنسیتی هیئت‌مدیره و توانایی مدیریت تاثیر معناداری بر مسئولیت اجتماعی نداشته‌اند. نتایج این بخش با یافته‌های خان^{۳۱} (۲۰۱۰)، عیسی و محمد (۲۰۱۵) و گیانا راکیس^{۳۲} (۲۰۱۳) سازگار بوده است و با نتایج صالح و همکاران (۲۰۱۰)، ناصر (۲۰۱۰) و مران جوری و علی‌خانی (۱۳۹۳) ناسازگار بوده است.

در مورد متغیر های کنترلی نتایج نشان داد که متغیر سودآوری تاثیر مثبت و معناداری بر مسئولیت اجتماعی داشته است. این نتیجه موید آن است که در شرکت‌های با سودآوری بالاتر، مطابق با تئوری علامت‌دهی، مدیریت به افشاء قوی‌تر اطلاعات تمایل بیشتری دارد. از سوی دیگر، تئوری محدودیت منابع نیز پیش‌بینی می‌نماید که شرکت‌های سودآور، برای پرداختن به مسئولیت‌های اجتماعی، از منابع بیشتری برخوردارند. در رابطه با ارتباط مثبت اندازه شرکت و سطح افشای مسئولیت اجتماعی می‌توان چنین استدلال نمود که شرکت‌های بزرگ نسبت به شرکت‌های کوچک، به دلیل صرفه‌جویی در مقیاس، عدم تقارن اطلاعاتی و هزینه‌های سیاسی، بیشتر در زمینه ایفا و افشاء مسئولیت اجتماعی گام برمی‌دارند.

همچنین نتایج موید آن است میزان مالکیت سهامداران نهادی بیشترین تاثیرگذاری مثبت را بر وضعیت ایفای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها داشته است. در این باره می‌توان ادعا نمود که در واقع این گروه از فعالان بازار سرمایه، با توجه به منابع عظیم مالی، نفوذ قابل توجه در بازار سرمایه و برخورداری از دانش و تخصص کافی از توانایی لازم برای نظارت بر عملکرد مدیریت و در نتیجه افزایش پاسخگویی شرکت برخوردارند. به طور خلاصه می‌توان گفت سرمایه‌گذاران نهادی این اطمینان را به سرمایه‌گذاران اقلیت می‌دهد که اطلاعات افشاء شده توسط شرکت‌ها از ثروت آن‌ها در برابر سوءاستفاده‌های مدیریت محافظت می‌کند. همچنین شرکت‌هایی که اقدام به تهیه و انتشار گزارش‌های مسئولیت اجتماعی می‌نمایند از نظر سرمایه‌گذاران نهادی دارای جذابیت بیشتری هستند. سایر متغیرهای کنترلی همچون سابقه شرکت و اهرم مالی تاثیر با اهمیتی بر مسئولیت اجتماعی نداشته‌اند. نتایج این بخش با یافته‌های پژوهشی غزالی^{۳۳} (۲۰۰۷)، صالح و همکاران^{۳۴} (۲۰۱۰) سازگار بوده است.

به طور کلی می‌توان نتیجه گرفت متغیرهای خوش‌بینی و کوتاه‌بینی از ویژگی‌های شخصیتی مدیران و ثبات مدیریت و استقلال هیئت‌مدیره از ویژگی‌های ساختاری مدیریت تاثیر معنادار بر ایفای مسئولیت‌های اجتماعی داشته است. این در حالی است که مقایسه نتایج روش‌های رگرسیونی و مدل‌های داده‌کاوی نشان داد که تنها متغیر خوش‌بینی و کوتاه‌بینی مدیریت، در هر دو روش، تاثیری

معنادار بر ایفای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها داشته است. این نتایج بیانگر آن است که ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تحت تاثیر عوامل دیگری غیر از ویژگی‌های مدیریت، نظیر قوانین و مقررات و یا سازوکارهای نظام راهبری شرکتی، قرار گرفته است.

مهمترین محدودیت این پژوهش نبود استاندارد واحد و یکپارچه جهت سنجش ایفای مسئولیت اجتماعی است. از این رو، با توجه به تنوع ابعاد شاخص‌های پیشنهادی، شاخص اندازه‌گیری ایفای مسئولیت اجتماعی توسط پژوهشگران مختلف یکسان نیست. به همین دلیل قابلیت اتکای نتایج و تعمیم‌پذیری آن با محدودیت همراه است. از دیگر محدودیت‌های پژوهش نیز در زمینه اندازه‌گیری کوتاه‌بینی مدیریت بوده است. یکی از متغیرهای مهم در زمینه اندازه‌گیری کوتاه‌بینی میزان مخارج تحقیق و توسعه انجام شده توسط شرکت بوده است، که طبق بررسی‌های انجام شده متاسفانه کمتر از ۱۰٪ شرکت‌های نمونه این اطلاعات را منتشر می‌نمایند و به همین دلیل در محاسبه وضعیت کوتاه‌بینی مدیریت عملاً از دو رگرسیون دیگر استفاده گردیده و رگرسیون مربوط به این متغیر از فرآیند محاسبه متغیر کوتاه‌بینی حذف گردیده است. در نهایت محدودیت دیگر پژوهش در زمینه اندازه‌گیری محافظه‌کاری مدیریت بوده است، متاسفانه مدلی که به اندازه‌گیری مستقیم محافظه‌کاری مدیریت پردازد وجود نداشته است و لذا به طور غیرمستقیم براساس گزارشگری محافظه‌کارانه نسبت به محافظه‌کار بودن ساختار مدیریت شرکت تصمیم‌گیری شده است.

در نهایت باتوجه به آنکه برخی فاکتورهای شخصیتی و ساختاری مدیریت بر سطح افشای مسئولیت اجتماعی تاثیر داشته‌اند، لذا به ارکان راهبری شرکت پیشنهاد می‌شود در استخدام و بکارگیری مدیران، فاکتورهای تاثیرگذار را با توجه به تاثیر آن در عملکرد اجتماعی و مالی شرکت مد نظر قرار دهند. همچنین به سازمان بورس اوراق بهادار پیشنهاد می‌شود که براساس ملاک‌های شخصیتی و ساختاری اطلاعات جامعی در خصوص مدیران بازار سرمایه تهیه و در معرض دید و قضاوت تصمیم‌گیران قرار دهد. همچنین به مؤسسات رتبه‌بندی و نهادهای نظارتی در سطح ملی پیشنهاد می‌شود علاوه بر ویژگی‌های عملکرد مالی ویژگی‌های شخصیتی و ساختاری مدیران را جهت رتبه‌بندی شرکت‌های بورسی مد نظر قرار دهند.

یادداشت‌ها

- 1- Griffin & Mahon
- 2-Rahman et al.
- 3-Gray et al.
- 4-Di Giuli & Kostovetsky
- 5-Tang et al.
- 6-McCarthy et al.
- 7-Gervais et al.

- 18-Isa & Muhammad
- 19-Kor & Mesko
- 20-Fee & Hadlock
- 21-He & Tian
- 22-Data Envelopment Analysis
- 23-Schrand & Zehman
- 24-Basu

- 8-Limbach et al.
 9-Anagnostopoulou et al.
 10-Haniffa & Cooke
 11-Fieseler
 12-Kytly & Ruggie
 13-Francis & Armstrong
 14-Huang & Sun
 15-Tong & Zhang
 16-Naser
 17-Oh et al.
 25-Anderson & Hsiao
 26-Fredrickson et al.
 27-Di Meo et al.
 28-Saeed & Sameer
 29-Demerjian et al.
 30-Winsorize
 31- Khan
 32-Giannarakis
 33-Ghazali
 34-Saleh et al.

کتابنامه

۱. ابراهیمی نژاد، مهدی و اکبری، مهناز. (۱۳۸۸). رابطه دیدگاه ارزشی مدیران و ایفای مسئولیت اجتماعی در سازمان‌های دولتی. *پژوهش‌های مدیریت ایران*، ۴(۱۳): ۱-۳۲.
۲. اکبری، محسن؛ قاسمی شمس، معصومه و هوشمند، فاطمه. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر اعتماد به نفس بیش از حد مدیران بر مسئولیت اجتماعی (مورد مطالعه: شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران). *پژوهشنامه مدیریت تحول*، ۸(۵۱): ۱۰۷-۱۳۱.
۳. رمضان‌نیا، حسن و رضایی، فرزین. (۱۳۹۶). بررسی اثر مسئولیت‌پذیری شرکت بر ریسک سیستماتیک و ریسک غیر سیستماتیک: با استفاده از مدل تحلیل پوششی داده‌ها. *دو فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری*، ۲(۴): ۱۸۹-۲۱۴.
۴. سپاسی، سحر و عبدلی، لیلا. (۱۳۹۵). تاثیرات حضور زنان در هیئت مدیره بر ارزش شرکت و عملکرد مالی. *فصلنامه پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی*، ۸(۲۹): ۳۹-۵۸.
۵. قادرزاده، سیدکریم؛ کردستانی، غلامرضا و حقیقت، حمید. (۱۳۹۶). شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر سطح افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با رویکرد داده‌کاوی. *نشریه پژوهش‌های کاربردی در گزارشگری مالی*، ۶(۱۱): ۷-۴۶.
۶. مران‌جوری، مهدی و علی‌خانی، راضیه. (۱۳۹۳). افشای مسئولیت‌های اجتماعی و راهبری شرکتی. *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، ۲۱(۳): ۳۲۹-۳۴۸.
۷. کاظمی علوم، مهدی؛ ایمانی برندق، محمد و عبدی، مصطفی. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر تنوع جنسیتی در هیأت مدیره و کمیته حسابرسی بر کیفیت سود. *مجله دانش حسابداری*، ۹(۱۰): ۱۶۸-۱۳۷.

References

1. Akbari, M., Ghasemi Shams, M., & Houshmand, F. (2017). Investigating the Impact of Managers' Overconfidence on Social Responsibility (Case Study of Tehran Stock Exchange Listed Companies). *Transformation management Journal*, 8(51): 107-131. (In Persian).
2. Anagnostopoulou, S.C., Tsekrekos, A.E., & Voulgaris, G. (2020). Accounting Conservatism and Corporate Social Responsibility. *The British Accounting Review*, <https://doi.org/10.1016/j.bar.2020.100942>
3. Anderson, T.W., & Hsiao, C. (1982). Formulation and Estimation of Dynamic Models Using Panel Data. *Journal of Econometrics*, 18(1): 47-82.
4. Demerjian, P., Lev, B., & MacVay, S. (2012). Quantifying Managerial Ability: A New Measure and Validity. *Management Science*, 58(7): 1229-1248.
5. Di Meo, F., García Lara, J.M., & Surroca, J.A. (2017). Managerial Entrenchment and Earnings Management. *Journal of Accounting and Public Policy*, 36(5): 399-414.
6. Di Giuli, A., & Kostovetsky, L. (2014). Are Red or Blue Companies More Likely to Go Green? Politics and Corporate Social Responsibility. *Journal of Financial Economics*, 111(1), 158–180.
7. Ebrahimi nezhad, M., & Akbari, M. (2010). The Relationship Between Managers' Value Perspective and Fulfilling Their Role of Social Responsibility in Public Organizations. *Management Research in Iran*, 4(13): 1-32. (In Persian).
8. Fee, C. E., & Hadlock, C. J. (2003). Raids, Rewards, and Reputations in the Market for Managerial Talent. *Review of Financial Studies*, 16(4): 1315–1357.
9. Fieseler, C. (2011). On the Corporate Social Responsibility Perceptions of Equity Analysts. *Business Ethics: A European Review*, 20(2): 131–147.
10. Francis, R., & Armstrong, A. (2003). Ethics as a Risk Management Strategy: The Australian Experience. *Journal of Business Ethics*, 45(4): 375-385.
11. Fredrickson, J.W., Hambrick, D.C., & Baumrin, S. (1988). A Model of CEO Dismissal. *Acad Manage Rev*, 13(2): 255–270.
12. Gervais, S., Heaton, J., & Odean, T. (2011). Overconfidence, Compensation Contracts and Capital Budgeting. *The Journal of Finance*, 66(5): 1735-1777.
13. Ghaderzadeh, S.k., Kordestani, Gh., & Haghghat, H. (2017). Identifying and Ranking Factors Influencing Levels of Corporate Social Responsibility Disclosure using Data Mining. *Journal of Applied Research in Financial Reporting*, 6(11): 7-46. (In Persian).
14. Ghazali, N. A. M. (2007). Ownership Structure and Corporate Social Responsibility Disclosure: Some Malaysian Evidence. *corporate governance*, 7 (3): 251-266.
15. Giannarakis, G. (2014). The Determinants Influencing the Extent of CSR Disclosure. *International Journal of Law and Management*, 56 (5):393-416.
16. Gray, R. H., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate Social and Environmental Reporting: A Review of the Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 8(2): 47-77.
17. Griffin, J. J., & Mahon, J. F. (1997). The Corporate Social Performance and

Corporate Financial Performance Debate: Twenty-Five Years of Incomparable Research. *Business & society*, 36(1): 5-31.

18. Haniffa, R.M., & Cooke, T.E. (2005). The Impact of Culture and Corporate Governance on Corporate Social Reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*, 24 (5):391-430.

19. He, J., & Tian, X. (2014). Short sellers and innovation: Evidence from a quasi-natural experiment. Working Paper, University of Georgia.

20. Huang, X. S., & Sun, L. (2017). Managerial Ability and Real Earnings Management. *Advances in Accounting*, 39(4): 91-104.

21. Isa, M.A., & Muhammad, S. (2015). The Impact of Board Characteristics on Corporate Social Responsibility Disclosure: Evidence from Nigerian Food Product Firms. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 12(1): 34-45.

22. Kazemi Olum, M., Imani Barandagh, M., Abdi, M. (2019). Impacts of Gender Diversity in Board of Directors and Audit Committee on Earnings Quality. *Journal of Accounting Knowledge*, 10(1): 137-168. (In Persian).

23. Khan, M.H.U.Z. (2010). The Effect of Corporate Governance Elements on Corporate Social Responsibility (CSR) Reporting: Empirical Evidence from Private Commercial Banks of Bangladesh. *International Journal of Law and Management*, 5(2), 82-109.

24. Kor, Y. Y., & Mesko, A. (2013). Dynamic Managerial Capabilities: Configuration and Orchestration of Top Executives' Capabilities and the Firm's Dominant Logic. *Strategic Management Journal*, 34(2): 233-244.

25. Kytte, B., & Ruggie, G. R. (2005). Corporate Social Responsibility as Risk Management: A Model for Multinationals. Working Paper No.10. Cambridge, Kennedy School of Government, Harvard University.

26. Limbach, P., Schmid, M., & Scholz, M. (2017). CEO Firm Match Quality, Entrenchment, and the Relation Between CEO Tenure and Firm Value, Finance Meeting EurAfrica. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2626340>.

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

28. McCarthy, S., Oliver, B., & Song, S. (2014). CEO Overconfidence and Corporate Social Responsibility, working paper: UQ business school.

29. Nasr, T. H. (2010). Corporate Social Responsibility Disclosure: An Examination of Consequences. Doctoral thesis, Durham University, available at Durham e-theses, online: <http://etheses.dur.ac.uk/480/>.

30. Oh, W. Y., Chang, Y. K., & Jung, R. (2019). Board Characteristics and Corporate Social Responsibility: Does Family Involvement in Management Matter?. *Journal of Business Research*, 103: 23-33.

31. Rahman, N.H.W.A., Zain, M.M., & Al-Haj, N.H.Y.Y. (2011). CSR Disclosures and its Determinants: Evidence from Malaysian Government Link Companies. *Social Responsibility Journal*, 7(2): 181-201.

32. Ramzannia, H., & Rezaei, F. (2018). Investigating the Effect of Corporate

- Social Responsibility on Systemic Risk and Idiosyncratic Risk: Using Data Envelopment Analysis Model. *Iranian Journal of Value & Behavioral Accounting*, 2(4): 189-214. (In Persian).
33. Saeed, A., & Sameer, M. (2017). Impact of Board Gender Diversity on Dividend Payments: Evidence from Some Emerging Economies. *International Business Review*, 26(6): 1100-1113.
34. Saleh, M. Zulkifli, N. And 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.
35. Schrand, C. M., & Zehman, S. L. (2011). Executive Overconfidence and the Slippery Slope to Financial Misreporting. *Journal of Accounting and Economics*, 53: 11-29.
36. Sepasi, S., & Abdoli, L. (2016). The Effects of Womrn in Corporate Boards on Firm Value and Financial Performance. *The Financial Accounting and Auditing Researches*, 8(29): 39-58. (In Persian).
37. Tang, Y., Qian, C., Chen, G., & Shen, R. (2015). How CEO Hubris Affects Corporate Social (ir) Responsibility. *Strategic Management Journal*, 36(9): 1338-1357.
38. Tong, J.Y., & Zhang, F.F. (2015). Does Capital Markets Punish Managerial Myopia. FIRN Research Paper, University of Western Australia.