

## بررسی رابطه بین ایفای مسئولیت اجتماعی و مدیریت سود واقعی و حسابداری در شرکتهای دارای مالکیت خانوادگی و غیرخانوادگی

بهزاد خدایی<sup>۱</sup>

<sup>۱</sup> کارشناس ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

### چکیده

هدف این تحقیق بررسی رابطه بین ایفای مسئولیت اجتماعی و مدیریت سود واقعی و حسابداری در شرکتهای دارای مالکیت خانوادگی و غیرخانوادگی است. بر این منظور داده های ۷۱ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال های ۱۳۸۶ الی ۱۳۹۵ مورد مطالعه قرار گرفت. روش آماری استفاده شده در این تحقیق روش حداقل مربعات معمولی می باشد که با بهره گیری از نرم افزار EViews انجام شده است. مسئولیت پذیری اجتماعی با توجه به معیارهای موسسه آمریکایی معروف به KLD که هر ساله سازمان ها را بر اساس معیارهای اجتماعی و زیست محیطی رتبه بندی می کند، اندازه گیری شده است. نتایج آزمون فرضیه های اول و دوم نشان می دهد رابطه ی معکوسی بین مسئولیت اجتماعی شرکتهای و مدیریت سود واقعی و حسابداری وجود دارد. یعنی هرچه مسئولیت اجتماعی افزایش یابد، مدیریت سود واقعی و مدیریت سود حسابداری کاهش می یابد. همچنین، طبق نتایج فرضیه های سوم و چهارم مالکیت خانوادگی تاثیری بر این رابطه ندارد.

**واژه های کلیدی:** مالکیت خانوادگی، مدیریت سود حسابداری، مدیریت سود واقعی، مسئولیت اجتماعی.

## ۱- مقدمه

اطلاعات به دست آمده از سیستم اطلاعاتی حسابداری یکی از بهترین منابع در دسترس برای استفاده کنندگان جهت اخذ تصمیم گیری های آنان درباره واحد تجاری می باشد. نتیجه نهایی کار سیستم های اطلاعاتی حسابداری گزارشات مالی سالانه می باشد. کلیه استفاده کنندگان جهت بررسی واحد تجاری به این گزارشات مالی اتکاء می کنند. اگر گزارشگری مالی از کیفیت لازم برخوردار باشد، تصمیم های درستی توسط استفاده کنندگان اخذ خواهد شد. استفاده کنندگان از این اطلاعات شامل سرمایه گذاران، اعتبار دهندگان، کارکنان، مشتریان، سایر بستانکاران تجاری، دولت و ... می باشند. این تصمیمات درست منجر به تخصیص بهینه منابع خواهد شد که این تخصیص بهینه منابع در وضعیت اقتصادی کشور تاثیر بسزایی دارد. استفاده از سود به عنوان شاخص عملکرد ممکن است با اعمال نظر مدیریت همراه باشد. از یک طرف اعمال نظر مدیریت ممکن است به سبب انگیزه فرصت طلبی در جهت منافع شخصی باشد که به آن دستکاری فرصت طلبانه می گویند. از طرف دیگر، ممکن است مدیران به دلیل دسترسی داشتن به اطلاعات محرمانه مربوط به شرکت با اعمال نظر در رویه های حسابداری درصدد انتقال اطلاعات شخصی به استفاده کنندگان گزارش های مالی برآیند. به هرحال مدیریت سود پدیده ای است که در بطن گزارشگری مالی قرار دارد و ارقام گزارش شده سود را تحت تاثیر قرار می دهد. از طرفی نیز، مدیران برای رسیدن به اهداف خاصی که منطقی منافع عده ای خاص را تامین می کند ممکن است سود را طوری گزارش کنند که با هدف تامین منافع عمومی استفاده کنندگان مغایرت داشته باشد. به مجموعه اقداماتی که مدیران در جهت آراستن اطلاعات برای دستیابی به اهداف خاص انجام می دهند، مدیریت سود اطلاق می شود. مباحثی بین پژوهشگران وجود دارد و این است که آیا مدیریت سود خوب است یا بد. خوب بودن یا بد بودن مدیریت سود با توجه به انگیزه های پشت استفاده از تکنیک های مورد استفاده دارد. مطالعات اخیر همچون ماسفیگر و همکاران (۲۰۱۳)، انگیزه هایی همچون منافع شخصی، پاداش مدیریت و انگیزه های مالیاتی را بیان کرده اند.

## ۲- بیان مساله

ساختار مالکیت شرکت ها می تواند بسیار متنوع باشد و طیف وسیعی از سهامداران حقیقی و حقوقی می توانند در این ساختار ایفای نقش کنند. حضور سهامداران حقیقی از یک خانواده یا فامیل با در اختیار داشتن درصد بالای سهام و یا حضور آن ها در هیأت مدیره به نوعی خانوادگی بودن مالکیت شرکت را نشان می دهد (اندرسون و ریب، ۲۰۰۳). در شرکت های خانوادگی به علت وجود سهامدار عمده حقیقی و یا وجود اعضای خانواده در هیأت مدیره، ممکن است سایر سهامداران این گمان را داشته باشند که منافع خانواده، به عنوان یکی از اصلی ترین ارکان تصمیم گیری برای شرکت، بر منافع سایر سهامداران در اولویت قرار گیرد. طبق تئوری حسابداری (هندریکسون و بردا، ۱۹۹۳) هدف اصلی گزارشگری سود، فراهم آوردن اطلاعات سودمند برای اشخاصی است که بیشترین علاقه را به گزارشات مالی دارند. با فرض اینکه مدیریت، به منافع شخصی خویش می اندیشد، مدیران ممکن است سود حسابداری را دستکاری، یا به زبانی دیگر سود را مدیریت نمایند، تا بیشترین منافع را بدست آورند. نقش مهم «سود» به عنوان شاخصی مناسب در اتخاذ تصمیمات سرمایه گذاران، و این امر که مدیران این توانایی را دارند که با دستکاری سود اطلاعات گمراه کننده ای، در اختیار استفاده کنندگان از اطلاعات قرار دهند، و وجود مقوله مدیریت سود به عنوان ابزاری برای دستکاری سود توسط مدیران نیاز به توجه بیشتر به ساختار مالکیت شرکت ها و تحلیل بیشتر اطلاعات ارائه شده توسط آنها را نشان می دهد. مسئولیت پذیری اجتماعی به مباحث اخلاقی درباره رفتار و تصمیم گیری شرکت درباره موضوعاتی مانند مدیریت منابع انسانی، حمایت محیطی، سلامت کاری، روابط اجتماعی و روابط با عرضه کنندگان و مشتریان می پردازد. مسئولیت پذیری اجتماعی، رضایت سهامداران را بهبود بخشیده و بر روی شهرت شرکت نیز اثر مثبتی دارد. کیم و همکاران (۲۰۱۲) نشان دادند که فعالیت های مرتبط با مسئولیت اجتماعی باعث کاهش گرایش به مدیریت سود می گردد. اهمیت شرکت های خانوادگی در دنیای اقتصاد به حدی است که چیزی حدود ۳۵ درصد (۱۷۵ شرکت) از ۵۰۰ شرکت بزرگ آمریکایی از نوع شرکت های خانوادگی می باشند (امیدوار، ۱۳۸۹). به همین منظور در بسیاری کشورها، شاخص های متعددی برای تعریف اینگونه شرکت ها ارائه گردیده است و پژوهشگران در سال های اخیر به دلیل اهمیت این شرکت ها پژوهش های

مختلفی را در مورد این شرکت‌ها انجام داده اند. در ایران، متأسفانه به دلیل شفافیت کم، اطلاعات افشا شده در مورد ماهیت و مالکیت شرکت‌ها و به تبع عدم تشخیص و تفکیک شرکت‌های خانوادگی (شرکت‌هایی که یک یا چند خانواده به خصوص در اجرای سیاست‌های کلی و راهبردی شرکت، نقش کلیدی ایفا می‌کنند) تا کنون تحقیقات زیادی در مورد اینگونه شرکت‌ها صورت نگرفته است.

### ۳- اهمیت و ضرورت تحقیق

به دلیل اهمیت سود به عنوان یکی از اساسی‌ترین ابزارهای تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران و وجود مقوله مدیریت سود به عنوان ابزاری برای دستکاری سود توسط مدیران، این پژوهش کوشش می‌کند تا ابتدا شرکت‌های خانوادگی را تعریف و شناسایی نموده و سپس رفتار مدیریت سود را در این شرکت‌ها و شرکت‌های غیر خانوادگی بررسی نماید. در شرکت‌های خانوادگی عموماً بخش زیادی از سهام در اختیار یک یا چند سهامدار عمده حقیقی از اعضای یک خانواده است و اعضای خانواده در پست‌های مدیریتی و عملیاتی مشغول کار هستند. طبق پژوهش‌های انجام شده، مشخص شده اگر میزان سهم مدیران از حدی بیشتر باشد، می‌تواند این انگیزه را در آن‌ها ایجاد کند تا وضعیت مالی و عملکرد مطلوب‌تری را ارائه دهند، همچنین سهامداران عمده نیز می‌توانند از طریق کنترل رفتار مدیران بر روی تصمیمات و فعالیت‌های شرکت تأثیر گذار باشند (محمدی، ۱۳۸۸). چنانچه مدیران برای گمراه کردن استفاده‌کنندگان از صورت‌های مالی، از طریق اعمال اختیارات خود در زمینه‌های ارزش‌های حسابداری در گزارشگری مالی، انگیزه‌هایی داشته باشند، احتمال می‌رود مدیریت سود رخ دهد. مدیریت سود می‌تواند در فرآیند حسابداری تعهدی ظهور کند و گزارشات مالی را بدون آنکه قابل رویت باشد متأثر از خویش سازد و مسئولیت اجتماعی می‌تواند اثر مثبت یا منفی بر روی مدیریت سود داشته باشد. اهمیت این پژوهش در این است که بگونه‌ای تجربی به تحلیل گران مالی، سرمایه‌گذاران، مدیران و سایر استفاده‌کنندگان اطلاعات حسابداری نشان دهد که مسئولیت اجتماعی، به عنوان یک عامل تأثیر گذار می‌تواند بر شاخص مدیریت سود اثر گذار باشد. بنابراین درک این موضوع که اعمال قضاوت‌های مدیریتی در گزارشگری مالی باعث افزایش ارزش اطلاعات حسابداری برای استفاده‌کنندگان می‌شود و یا باعث کاهش آن می‌شود، در چگونگی تعیین استانداردهای گزارشگری مالی از اهمیت بالایی برخوردار است. بنابراین درک این موضوع که اعمال قضاوت‌های مدیریتی در گزارشگری مالی باعث افزایش یا کاهش ارزش اطلاعات حسابداری می‌شود، برای استفاده‌کنندگان در جهت اتکاء به این گزارشات حسابداری مفید می‌باشد. مدیریت سود شاخصی برای اندازه‌گیری کیفیت سود است. هر چه کیفیت سود بالا باشد، ویژگی کیفی اطلاعات مانند ویژگی مربوط بودن و بیان صادقانه نیز بیشتر خواهد بود. در شرکت‌های خانوادگی ممکن است به دلیل ساختار مالکیت خاص این شرکت‌ها، حفظ منافع خانواده بر حفظ منافع سهامداران جزء ارجحیت یابد، در نتیجه به دلیل اینکه سهامداران جزء کمتر به اطلاعات مهم و اساسی شرکت دسترسی دارند، همواره این خطر احساس می‌شود که منافع این گروه در معرض خطر به خصوص در بلندمدت قرار گیرد (عبدالمحمدی و وال، ۲۰۱۰). نبود شاخصی مناسب برای شناسایی شرکت‌های خانوادگی و لزوم توجه بیشتر و عمیق‌تر در ساختار مالکیت شرکت‌ها، همچنین مطالعات بسیار محدود در این مورد در ایران، ضرورت انجام پژوهش در مورد شرکت‌های خانوادگی در بازار سرمایه کشور را مشخص می‌کند. در ایران، برخلاف شرکت‌های صاحب‌نظر در زمینه حسابداری و مطالعات مالی، تاکنون شاخص مناسبی، متناسب با شرایط بازار سرمایه کشور برای تعریف شرکت‌های خانوادگی - در عین وجود اینگونه شرکت‌ها - ارائه نگردیده است و بیشتر تحقیقات متوجه مالکیت‌های نهادی بوده است. با توجه به مباحث فوق، مسأله اساسی تحقیق حاضر، بررسی رابطه بین ایفای مسئولیت اجتماعی و مدیریت سود واقعی و حسابداری در شرکت‌های دارای مالکیت خانوادگی و غیر خانوادگی در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد.

### ۴- پیشینه تحقیق

خواجوی و همکاران (۱۳۹۰) در تحقیق خود به بررسی رابطه بین مدیریت سود و مسئولیت‌پذیری اجتماعی با استفاده از داده‌های ۱۱۵ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۸۱ تا ۱۳۸۷ پرداختند. آن‌ها در پژوهش خود برای اندازه‌گیری متغیر مدیریت سود از مدل تعدیل شده جونز، و برای جمع‌آوری داده‌های مربوط به متغیر مسئولیت‌پذیری

اجتماعی از پرسشنامه ی سینگاپکدی و همکاران (۱۹۹۶) استفاده نمودند. یافته های آن ها نشان داد که بین مسئولیت پذیری اجتماعی و مدیریت سود رابطه منفی وجود دارد و در حدود ۱۶ درصد از تغییرات مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت بطور معکوس تحت تاثیر متغیر مدیریت سود و متغیرهای کنترلی تحقیق می باشد. مجتهدزاده و طبقیان (۱۳۹۰) طی تحقیقی به بررسی مسئولیت اجتماعی شرکت و کاهش فقر و نقش و انگیزه در بکارگیری شاخص های عملکرد اجتماعی پیشنهادی مرتبط با فقر پرداختند. در این راستا چندین شاخص عملکرد اجتماعی مرتبط با کاهش فقر معرفی و مورد بررسی قرار گرفت. نتایج آزمون آن ها نشان داد که شرکت ها مایل به بکارگیری این مسئولیت ها می باشند. همچنین تفاوت قابل توجهی در درک افراد به لحاظ جنسیت، سن، تحصیلات، طبقه، سابقه شغلی و درآمد وجود نداشت. علاوه ایجاد انگیزه هایی مانند تخلفات مالیاتی، تامین اعتبار آسان و ارزان و ایجاد تعادل در قوانین می تواند نقش موثری در بکارگیری مسئولیت های اجتماعی کاهش دهنده فقر داشته باشد. مهرآذین و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیق خود به بررسی مالکیت خانوادگی، غیر خانوادگی شرکت ها و مدیریت سود پرداختند. آنها پس از بررسی کلیه شرکتهای بورسی، تعداد ۳۱ شرکت با توجه به شاخص تعریف شده برای مالکیت خانوادگی مشخص کردند. سپس، به همین تعداد شرکتهای غیرخانوادگی انتخاب و در گروه غیرخانوادگی قرار دادند. همچنین از معیار مدل جونز تعدیل شده برای اندازه گیری مدیریت سود استفاده نمودند. نتایج آنها نشان داد که بین ساختار مالکیت شرکتها و مدیریت سود رابطه معنی داری وجود دارد و به طور میانگین شرکتهای غیرخانوادگی مدیریت سود بیشتری انجام می دهند. خواجهی و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیقی با عنوان مالکیت خانوادگی، ترکیب هیات مدیره و کیفیت گزارشگری مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران با بررسی ۲۹ شرکت خانوادگی و ۶۴ شرکت غیرخانوادگی طی سال های ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۸ به این نتیجه دست یافتند که رابطه معناداری بین درصد اعضای غیرموظف هیات مدیره و کیفیت گزارشگری مالی وجود ندارد و مالکیت خانوادگی نیز تاثیر معناداری بر رابطه بین این دو متغیر ندارد. فخاری و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان تاثیر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت بر کارایی سرمایه گذاری، به این نتیجه دست یافتند که افشای مسئولیت اجتماعی به بهبود کارایی سرمایه گذاری در شرکت ها خواهد انجامید. نتیجه آنها، مورد حمایت تئوری ذینفعان می باشد. به طور کلی یافته های آن ها، نقش مهم و برجسته مسئولیت اجتماعی در شکل دادن به رفتار سرمایه گذاری و کارا بودن آن را نشان می دهد. مشایخی و حسین پور (۱۳۹۵) در پژوهش با عنوان "رابطه بین مدیریت سود واقعی و مدیریت سود تعهدی در شرکت های مشکوک به تقلب بورس اوراق بهادار تهران" به بررسی ارتباط این دو مدیریت سود در شرکت های مشکوک به تقلب بورسی ایرانی پرداختند. آن ها به منظور تجزیه تحلیل این ارتباط از روش تحلیل پانلی استفاده کردند. همچنین، آن ها در جهت تجزیه تحلیل مذکور از اطلاعات ۱۰۷ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار که مشکوک به تقلب بودند، در دوره زمانی ۱۳۹۲ - ۱۳۸۷ استفاده کردند. یافته های آن ها حاکی از آن است که مدیریت سود واقعی بر مدیریت سود تعهدی در شرکت های مشکوک به تقلب، در سطح اطمینان ۹۵ درصد، تاثیر منفی و معناداری دارد. همچنین آنها پیشنهاد کردند که پژوهشگران، استانداردهاگذاران و حسابرسان بایستی به هر دو مدیریت سود تعهدی و واقعی در شرکت های مشکوک به تقلب توجه لازم داشته باشند. همچنین بایستی کیفیت حسابرسی در شرکت های مشکوک به تقلب بورسی ایرانی تقویت شود.

پارک و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی تحت عنوان افشای مسئولیت اجتماعی و ریسک سیستماتیک شرکت های رستورانی با نقش تعدیلی تنوع جغرافیایی، به این نتیجه رسیدند که تنوع جغرافیایی به عنوان نقش تعدیل کننده بر رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی و ریسک سیستماتیک تاثیر مثبت و معناداری دارد. لیو و همکاران (۲۰۱۷) در تحقیقی با عنوان تاثیر مسئولیت اجتماعی بر مدیریت سود حسابداری و واقعی در شرکت های خانوادگی به بررسی داده های ۵۰۰ شرکت طی سال های ۲۰۰۳ تا ۲۰۱۰ پرداختند. آنها به این نتیجه دست یافتند که مسئولیت اجتماعی با مدیریت سود واقعی در شرکت های خانوادگی و شرکت های غیرخانوادگی ارتباط معناداری ندارد. همچنین یافتند که مسئولیت اجتماعی با مدیریت سود حسابداری در شرکت های خانوادگی و شرکت های غیرخانوادگی ارتباط منفی و معناداری دارد. ناکاشیما و زیبارت (۲۰۱۵)، در پژوهشی به بررسی این موضوع پرداختند که آیا قانون ساربینز آکسلی در ژاپن تاثیری بر مدیریت سود و کیفیت سود داشته

است. پژوهشگران مذکور به این نتیجه رسیدند که مدیریت سود تعهدی برای شرکت های نمونه در قبل و بعد از قانون ساربینز آکسلی قابل ملاحظه بود ولی مدیریت سود واقعی برای شرکت های نمونه برای بعد از قانون ساربینز آکسلی کاهش یافته است. واهبا و السید (۲۰۱۵) در پژوهشی تحت عنوان اثر میانجی عملکرد مالی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و ساختار مالکیت به این نتیجه رسیدند که عملکرد مالی بهتر (یا بدتر) و مسئولیت اجتماعی شرکت مسیری برای هدایت سهامداران نهادی است که برای سرمایه گذاری های خود تصمیم گیری می نمایند. همچنین نتایج نشان داد که عملکرد مالی به عنوان یک متغیر میانجی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و ساختار مالکیت شرکت ها تاثیرگذار است. آدوت دیوید و همکاران (۲۰۱۳) در تحقیق خود شرکت های مدیریت سود پیشگویانه و فرصت گرایانه را به وسیله بررسی رابطه بین اقلام تعهدی اختیاری و جریان نقدی آینده شناسایی کردند. آن ها دریافتند که نسبت به شرکت هایی که نه به عنوان پیشگویانه و نه فرصت گرایانه طبقه بندی شده اند، شرکت های مدیریت سود پیشگویانه (فرصت گرایانه) سطوح بالاتری (پایین تری) از درآمد، پاداش و مزایای کل را دارند. لانیس و ریچاردسون (۲۰۱۲) در پژوهش خود نشان داده اند که اصول مسئولیت اجتماعی، بطور بالقوه ای بر اجتناب مالیاتی شرکت ها تاثیر می گذارد. این اصول منجر به استقلال هیات مدیره شرکت ها می گردد به این صورت که اعضای غیرموظف هیات مدیره نسبت به نیازهای جامعه مسئولیت پذیری بیشتری دارند و هیات مدیره را به تمکین مالیاتی هدایت می کنند و بر همین اساس مالیات یکی از فاکتورهای انگیزشی در تصمیم گیری بسیاری از شرکت هاست. بلاک و همکاران (۲۰۱۱) با به کارگیری تئوری نمایندگی اثرات مالکیت خانوادگی را با اثرات مدیریتی مورد مقایسه قرار دادند. با استفاده از تجزیه تحلیل بیز ایشان دریافتند در آنجایی که مالکیت خانوادگی و موسس منجر به عملکرد ممتاز گردیده، نتایج مدیریت خانوادگی و حتی موسس دارای ابهام بیشتری است. در این مقاله اثرات متمایز مالکیت خانوادگی و موسس بر عملکرد، برای اولین بار و با استفاده از تحلیل بیز بررسی گردید. این مطالعه بر اساس شرکت های S & P 500<sup>1</sup> در سال های ۱۹۹۴ تا ۲۰۰۳ نشان می دهد که بالغ بر ۹۰ درصد موارد، سطح بالاتر مالکیت خانوادگی یا مالکیت موسس، عملکرد مالی موسسه را افزایش می دهد. در مقابل شرکت هایی که توسط خانواده مدیریت شده اند نسبت به شرکت هایی که خانواده مدیریت آن را به عهده نداشت بالغ بر ۵۰ درصد موارد عملکرد بهتری داشتند. عبدالحمیدی و وال (۲۰۱۰) به بررسی اولویت های مدیریت سود در شرکت های خانوادگی و غیرخانوادگی شرکت های نروژی بین سال های ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۷ پرداختند. نتایج نشان داد که شرکت های خانوادگی نسبت به شرکتهای غیرخانوادگی هموار سازی سود بیشتری انجام می دهند، همچنین شرکت های خانوادگی با اهرم مالی بالا از تمایل بیشتری برای انجام مدیریت سود نسبت به شرکت های غیرخانوادگی با اهرم مالی بالا برخوردارند.

#### ۵-روش تحقیق

تحقیق حاضر از لحاظ طبقه بندی بر مبنای هدف، از نوع کاربردی و از لحاظ طبقه بندی برحسب روش، از نوع توصیفی است و از میان انواع پژوهش های توصیفی، از نوع همبستگی می باشد. این روش در مورد پژوهش هایی که هدف آن ها کشف رابطه بین متغیرهای مختلف است، سودمند است. همچنین تحقیق حاضر از نوع تحقیقات پس رویدادی می باشد، زیرا بر مبنای تجزیه و تحلیل داده های مشاهده شده انجام می شود. از آنجایی که این تحقیق به مطالعه داده های مرتبط با مقطع زمانی خاص می پردازد، مقطعی است و از آن لحاظ که نتایج کسب شده در این پژوهش می تواند در فرآیند استفاده از اطلاعات مالی استفاده شود از نوع تحقیقات کاربردی به شمار می رود.

#### ۶-فرضیه های تحقیق

- فرضیه شماره ۱: بین مسئولیت اجتماعی و مدیریت سود واقعی ارتباط منفی و معناداری وجود دارد.
- فرضیه شماره ۲: بین مسئولیت اجتماعی و مدیریت سود حسابداری ارتباط منفی و معناداری وجود دارد.
- فرضیه شماره ۳: مالکیت خانوادگی ارتباط منفی بین مسئولیت اجتماعی و مدیریت سود واقعی را تضعیف/ تقویت می کند.
- فرضیه شماره ۴: مالکیت خانوادگی ارتباط منفی بین مسئولیت اجتماعی و مدیریت سود حسابداری را تضعیف/ تقویت می کند.

<sup>1</sup> Standard & Poors 500

## ۷-جامعه، نمونه آماری و روش نمونه گیری

کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، جامعه آماری تحقیق حاضر را تشکیل می دهند و فرضیه های مورد نظر در رابطه با این جامعه آماری مورد مطالعه و آزمون قرار خواهند گرفت. به علت گستردگی حجم آماری جامعه و وجود برخی ناهماهنگی ها میان اعضاء جامعه، شرایط زیر برای انتخاب نمونه آماری قرار داده شده که شامل موارد زیر است:

- ۱) از شرکت های سرمایه گذاری، بانک ها، بیمه ها، فعالیت کشاورزی نباشند.
- ۲) این شرکت ها باید قبل از سال ۱۳۸۶ در بورس تهران پذیرفته شده باشند.
- ۳) پایان سال مالی این شرکت ها باید پایان اسفند هر سال باشد؛ همچنین تغییر سال مالی در بازه ۱۳۸۶/۰۱/۰۱ تا ۱۳۹۵/۱۲/۲۹ نداشته باشند.

با توجه به شرایط و محدودیت های ذکر شده، تعداد ۷۱ شرکت در دوره زمانی ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۵ بر اساس روش نمونه گیری حذف سیستماتیک، به عنوان نمونه آماری انتخاب شد که با توجه به قلمرو زمانی ۱۰ ساله تحقیق، در نهایت تعداد کل مشاهدات ۷۱۰ سال- شرکت می باشد. از تعداد ۷۱ شرکت انتخاب شده به عنوان نمونه آماری، ۳۰ شرکت دارای مالکیت خانوادگی می باشند و ۴۱ شرکت دارای مالکیت غیرخانوادگی هستند.

## ۸-متغیرهای تحقیق و شیوه اندازه گیری آنها

### ۸-۱-متغیرهای وابسته

#### ۸-۱-۱-مدیریت سود واقعی (REM) :

در تحقیق حاضر مانند تحقیقات لیو و هکاران (۲۰۱۷)، روچودهری (۲۰۰۶) و کوهن و زاروین (۲۰۱۰) جهت اندازه گیری سطح دستکاری فعالیت های واقعی از سه معیار سطح غیرعادی هزینه های تولیدی، سطح غیرعادی هزینه های اختیاری و سطح غیرعادی جریان نقدی عملیاتی استفاده می شود. برای اندازه گیری این سه معیار به ترتیب از مدل های رگرسیون زیر استفاده می شود و در همه آن ها جزء باقیمانده معادله رگرسیون (E) نشان دهنده سطح غیرعادی متغیر برآورد شده می باشد.

#### • اندازه گیری هزینه های تولید غیرعادی

$$\text{Prod}_{it}/\text{Assets}_{it-1} = K_1(1/\text{Assets}_{it-1}) + K_2(\text{Sales}_{it}/\text{Assets}_{it-1}) + K_3(\Delta\text{Sales}_{it}/\text{Assets}_{it-1}) + K_4(\Delta\text{Sales}_{it-1}/\text{Assets}_{it-1}) + \varepsilon_{it}$$

$\text{Prod}_{it}$  : هزینه های تولیدی را در دوره t نشان می دهد و شامل مجموع بهای تمام شده کالای فروش رفته و تغییرات در موجودی کالا است.

$\text{Assets}_{it-1}$  : دارایی های ابتدای دوره

$\text{Sales}_{it}$  : فروش شرکت i در پایان سال t

$\Delta\text{Sales}_{it}$  : تغییرات فروش شرکت i در پایان سال t که برابر با تفاوت فروش بین سال t و سال t-1 است.

$\Delta\text{Sales}_{it-1}$  : تغییرات فروش شرکت i در پایان سال t-1 که برابر با تفاوت فروش بین سال t-1 و سال t-2 است.

$\varepsilon_{it}$  : باقیمانده مدل

#### • اندازه گیری هزینه های اختیاری غیرعادی

$$\text{Disexp}_{it}/\text{Assets}_{it-1} = K_1(1 - \text{Assets}_{it-1}) + K_2(\text{Sales}_{it-1}/\text{Assets}_{it-1}) + \varepsilon_{it}$$

است و شامل مجموع هزینه تبلیغات، هزینه های عمومی فروش و اداری تشکیلاتی t: هزینه های اختیاری در دوره  $\text{Disexp}_{it}$  می شود.

#### • اندازه گیری جریان های نقدی غیرعادی

$$\text{CFO}_{it}/\text{A}_{it-1} = \alpha_1(1/\text{Assets}_{it-1}) + \alpha_2(\text{Sales}_{it}/\text{Assets}_{it-1}) + \alpha_3(\Delta\text{Sales}_{it}/\text{Assets}_{it-1}) + \varepsilon_{it}$$

$\text{CFO}_{it}$  : جریان نقدی عملیاتی در دوره t

حال همچون پژوهش های گذشته برای بدست آوردن متغیر مدیریت واقعی سود، جزء باقیمانده (E) سه معادله رگرسیونی بالا را طبق مدل زیر استاندارد کرده و با یکدیگر جمع می کنیم تا متغیر مدیریت سود واقعی بدست آید:

$$[(PROD)+(DISEXP*-1)+(CFO*-1)]$$

#### ۸-۱-۲-مدیریت سود حسابداری (AEM):

در این تحقیق برای محاسبه مدیریت سود حسابداری (AEM)، از مدل کازنیک (۱۹۹۹) استفاده کردیم. این مدل با افزودن تغییر در خالص وجه نقد عملیاتی، مدل جونز را تعدیل می کند. مدل کازنیک به شرح زیر می باشد:

$$TACC_{it}/TA_{it-1} = \alpha_1(1/TA_{it-1}) + \alpha_2(\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it})/TA_{it-1} + \alpha_3 PPE_{it}/TA_{it-1} + \alpha_4 \Delta CFO_{it}/TA_{it-1} + \varepsilon_{it}$$

که در آن:

$\Delta CFO_{it}$ : تغییر در جریان وجه نقد عملیاتی

$\Delta REC_{it}$ : تغییر در حسابهای دریافتی از سال

$\Delta REV_{it}$ : تغییر در درآمد از سال

$TA_{it-1}$ : جمع دارایی های ابتدای دوره

$PPE_{it}$ : ناخالص دارایی های ثابت مشهود که از جمع دارایی، اموال و ماشین آلات در ابتدای دوره تقسیم بر جمع دارایی های ابتدای دوره به دست می آید.

$TACC_{it}$ : از تفاوت بین جریان های نقد حاصل از عملیات و سود خالص بعد از مالیات، تقسیم بر جمع دارایی های ابتدای دوره بدست می آید.

#### ۸-۲-متغیر مستقل

#### ۸-۲-۱-مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR):

متغیر مستقل پژوهش حاضر، مسئولیت پذیری اجتماعی می باشد که با توجه به معیارهایی که موسسه آمریکایی معروف به KLD<sup>۲</sup> که هر ساله سازمان ها را بر اساس معیارهای اجتماعی و زیست محیطی رتبه بندی می کند، اندازه گیری شده است. مسئولیت پذیری اجتماعی در این پژوهش دارای چهار بعد می باشد، هر بعد آن دارای نقاط قوت و ضعف مخصوص به خود می باشد. لازم به ذکر است که در صورت وجود هر نقطه ضعف یا نقطه قوت مربوطه، عدد یک و در صورت نبود آن ها عدد صفر در نظر گرفته خواهد شد. با تفاضل نقاط قوت از نقاط ضعف مربوطه نمره آن بعد به دست می آید. در نهایت با جمع تمام ابعاد فوق یک نمره کلی برای مسئولیت پذیری اجتماعی بدست خواهد آمد که از فرمول زیر محاسبه می شود (میشرا و همکاران، ۲۰۱۱).

$$ESG_t = COM_t + PRO_t + EMP_t + ENV_t$$

موارد مثبت در بعد مشارکت اجتماعی (COM) عبارتند از: ۱-کمک های خیریه ۲-کمک های نوآورانه (کمک به سازمان های غیر انتفاعی، مشارکت در طرح های عمومی).

موارد منفی در بعد مشارکت اجتماعی (COM) عبارت است از: ۱) اثر منفی اقتصادی (تعطیلی کارخانه) ۲) عدم پرداخت مالیات.

موارد مثبت در بعد روابط کارکنان (EMP) عبارتند از: ۱-به اشتراک گذاشتن سود نقدی ۲)مزایای بازنشستگی.

موارد منفی در بعد روابط کارکنان (EMP) عبارتند از: ۱)ضعف بهداشت و ایمنی (شرکت متحمل جریمه یا مجازات قابل توجه مدنی به دلیل نقض عمده استاندارد سلامت و ایمنی کارکنان شده) ۲)کاهش نیروی کار.

موارد مثبت در بعد محیط زیست (ENV) عبارتند از: ۱)انرژی پاک (استفاده از سوخت با آلودگی کمتر) ۲)کنترل آلودگی هوا و کاهش گاز گلخانه ای.

موارد منفی در بعد محیط زیست (ENV) عبارتند از: ۱)تولید زباله های خطرناک ۲)پرداخت جریمه به دلیل نقض مدیریت زباله.

<sup>2</sup> Kinder, Lydenberg & Domini Research & Analytics, INC. (KLD)

موارد مثبت در بعد ویژگی محصولات (PRO) عبارتند از: (۱) کیفیت محصول (۲) ایمنی محصول. موارد منفی در بعد ویژگی محصولات (PRO) عبارتند از: (۱) پرداخت جریمه در مورد ایمنی محصول (۲) پرداخت جریمه برای فعالیت های تبلیغاتی.

#### ۳-۸- متغیرهای کنترلی

- اندازه شرکت (SIZE): لگاریتم طبیعی دارایی ها.
- اهرم مالی (LEV): تقسیم بدهی های شرکت بر دارایی های شرکت.
- نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری (MB): تقسیم ارزش بازار سهام شرکت بر ارزش دفتری سهام شرکت.

#### ۴-۸- خانوادگی یا غیرخانوادگی بودن مالکیت شرکت (Family Firm):

مهم ترین مسأله در تحقیقات مربوط به شرکت های خانوادگی، تعریف اینگونه شرکت ها است. شرکت های خانوادگی را از جنبه های گوناگون، می توان تعریف کرد. عضویت اعضای خانواده در هیأت مدیره، درصد مالکیت سهم از سوی اعضای خانواده و کنترل یا نفوذ قابل ملاحظه خانواده در شرکت، از عواملی است که شرکت های خانوادگی به وسیله آن، تعریف می شود. به طور مثال (اهراردت و نواک، ۲۰۰۰) شرکت های خانوادگی را شرکت هایی تعریف نموده اند که یک یا چند نفر از یک یا دو خانواده، صاحب حداقل پنجاه درصد از حقوق صاحبان سهام باشند. اندرسون و ریب در سال ۲۰۰۳ میزان تملک هجده درصد از سهام عادی توسط خانواده را شرط تعریف شرکت های خانوادگی عنوان نموده اند. ویلاونگا و آمیت (۲۰۰۶) شرکت خانوادگی را این طور تعریف نموده اند: «شرکتی که موسس یا یکی از اعضای نسبی یا سببی خانواده، عضو هیأت مدیره، مدیر اجرایی یا مالک حداقل ۵ درصد از سهام شرکت، به صورت فردی یا گروهی باشند». در همین سال ونگ در پژوهش خود شرکتی را خانوادگی تعریف نموده که میزان زیادی از سهام آنان، در دست اعضای خانواده باشد و این افراد به طور فعالی، در مدیریت و هیأت مدیره شرکت، مشارکت داشته باشند. در سال ۲۰۱۰ مرکز تحلیل گران و انتشار دهندگان داده های بورس آلمان شاخص "خانوادگی دکس پلاس" را برای تعریف شرکت های خانوادگی ارائه نمود که طبق آن شرکتی به عنوان خانوادگی معرفی می شود که یکی از دو شرط زیر را دارا باشد:

الف) خانواده موسس حداقل ۲۵ درصد سهام عادی را در اختیار داشته باشد.

ب) یکی از اعضای خانواده در هیأت مدیره عضویت داشته و حداقل ۵ درصد از سهام عادی را در اختیار داشته باشد.

در ایران، کمیته تدوین استانداردهای حسابداری در بند ۸ استاندارد حسابداری شماره ۲۰ عنوان می کند، در صورتی که سهامداران حداقل ۲۰ درصد از قدرت رأی در واحد سرمایه پذیر را داشته باشند، در این صورت بر شرکت نفوذ قابل ملاحظه دارند.

همچنین طبق ماده ۱۰۷ قانون تجارت ایران کلیه شرکت های سهامی عام ملزم به تشکیل هیأت مدیره ای از صاحبان سهام می باشند که می بایست تعداد این هیأت حداقل ۵ نفر باشند، لذا منطقاً می توان استنباط نمود، چنانچه سهامداری مالک ۲۰ درصد سهام شرکت باشد به عنوان یکی از اعضای هیأت مدیره مطرح و از این طریق می تواند بر عملیات شرکت اعمال کنترل نماید.

با توجه به مطالبی که ذکر شد، و پس از بررسی شرایط شرکت های ایرانی و استفاده از نظرات خبرگان، در این پژوهش از دو شرط زیر برای تعریف شرکت های خانوادگی در ایران استفاده شده است:

الف) سهامدار حقیقی مالک حداقل ۲۰ درصد سهام عادی شرکت باشد.

ب) یکی از اعضای هیأت مدیره، خود، به تنهایی مالک حداقل ۵ درصد سهام عادی و یا مجموع سهام عضو حقیقی هیأت مدیره و اعضای خانواده و فامیل وی، حداقل ۵ درصد مجموع سهام عادی شرکت باشد. شرکت های غیرخانوادگی نیز شرکت هایی هستند که هیچ یک از شرایط ذکر شده را نداشته باشند.

پس از تعیین شرکتهای دارای مالکیت خانوادگی، فرضیه ها یکبار برای شرکتهای خانوادگی و یکبار برای شرکتهای غیرخانوادگی آزمون خواهند شد. سپس، به بررسی و مقایسه نتایج این آزمون ها پرداخته خواهد شد.



۹- تجزیه تحلیل آماری و آزمون فرضیه ها  
۹-۱- آمار توصیفی

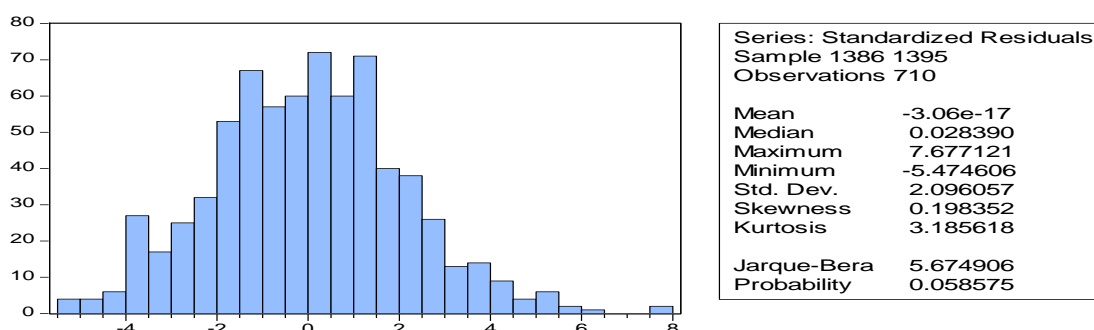
جدول ۱. تحلیل توصیفی متغیرهای بکار رفته در مدل آزمون فرضیه ها

متغیرها	میانگین	میان	حداقل	حداکثر	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
مسئولیت اجتماعی CSR	۲,۰۵۱	۲	-۱	۴	۰,۹۹۴	-۰,۰۹۳	۲,۶۰۱
مدیریت سود حسابداری AEM	-۰,۱۱۶	-۰,۰۷۷	-۱,۳۵۶	۰,۷۷۱	۰,۳۳۶	-۰,۷۸۵	۳,۹۹۸
مدیریت سود واقعی REM	-۰,۰۰۱	۰,۰۱۴	-۱,۰۸۶	۰,۵۵۸	۰,۱۶۴	-۱,۸۸۷	۳,۴۶۵
اندازه شرکت SIZE	۱۲,۰۹۰	۱۲,۰۴۸	۱۰,۶۸۳	۱۴,۱۲۸	۰,۵۸۶	۰,۶۶۵	۳,۰۶۰
اهرم مالی LEV	۰,۵۹۷	۰,۶۰۷	۰,۱۱۴	۰,۸۹۹	۰,۱۶۵	-۰,۴۷۱	۲,۸۴۶
ارزش بازار به ارزش دفتری MTB	۱,۵۶۲	۲,۱۴۴	۰,۱۱۳	۶,۳۹۳	۱,۲۵۱	۱,۱۸۲	۳,۰۶۳
تعداد مشاهدات : ۷۱۰							

همانطور که در جدول ۱ مشاهده می‌شود شاخص بدست آمده برای متغیر مسئولیت اجتماعی CSR، ۲,۰۵۱ می‌باشد. حداقل مسئولیت اجتماعی برابر با ۱- می‌باشد که نشان می‌دهد بعد منفی شرکت‌ها بیشتر از بعد مثبت آنها بوده که در نهایت با جمع کردن آن‌ها در فرمول مسئولیت اجتماعی (ESG) برابر با ۱- شد. میانگین متغیر مدیریت سود حسابداری AEM، ۰,۱۱۶- می‌باشد. همچنین میانگین بدست آمده برای متغیر مدیریت سود واقعی REM، ۰,۰۰۱- می‌باشد. میانگین بدست آمده برای متغیر اهرم مالی LEV، ۰,۵۹۷ می‌باشد که نشان می‌دهد ۶۰ درصد از دارایی‌های شرکت‌های نمونه آماری، از طریق بدهی تأمین شده است. میانگین بدست آمده برای متغیر نسبت ارزش بازار سهام به ارزش دفتری سهام MTB، ۱,۵۶۲ می‌باشد که نشان می‌دهد ارزش بازار سهام شرکت‌های نمونه آماری به طور متوسط ۱,۶ برابر ارزش دفتری آن‌ها می‌باشد.

۹-۲- آزمون نرمال بودن داده‌های تحقیق

به منظور بررسی نرمال بودن داده‌ها از آزمون نرمال بودن جملات پسماند استفاده شده است. در این راستا از آزمون جاک-برا (JB) در سطح اطمینان ۰,۹۵ استفاده می‌شود. بر این مبنای، در صورتی که نتایج حاصل در قسمت احتمال آماره آزمون بزرگتر از سطح خطای ۰,۰۵ باشد، فرض صفر مبنی بر توزیع نرمال پذیرفته می‌شود که بر نرمال بودن توزیع داده‌ها دلالت دارد. نتایج در شکل ۱ نمایش داده شده است.



شکل ۱. نتایج آزمون نرمال بودن داده‌های تحقیق

۹-۳- نتایج حاصل از آزمون فرضیه ها

ابتدا برای تعیین روش داده‌های تابلویی یا تلفیقی از آزمون F لیمر استفاده شد و از آن جایی که مقدار احتمال این آزمون در هر چهار مدل از آزمون فرضیه‌ها کمتر از ۰,۰۵ است، از روش داده‌های تابلویی استفاده شده است. سپس برای تعیین روش

اثرات ثابت یا تصادفی از آزمون هاسمن استفاده شد که چون مقدار احتمال این آزمون کمتر از ۰,۰۵ شده است لذا در هر چهار مدل پژوهش، از روش اثرات ثابت استفاده شده است. نتایج آزمون های مذکور در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲. آزمون های F لیمر و هاسمن مدل های آزمون فرضیه ها

فرضیه ها	آزمون	مقدار آماره	سطح معناداری	نتیجه	روش تأیید شده
فرضیه اول	F لیمر	۸,۸۵۲	۰,۰۰۰	رد $H_0$	روش داده های تابلویی
	هاسمن	۴,۵۰۸	۰,۰۰۲	رد $H_0$	روش اثرات ثابت
فرضیه دوم	F لیمر	۹,۹۵۱	۰,۰۰۰	رد $H_0$	روش داده های تابلویی
	هاسمن	۵,۷۹۷	۰,۰۰۳	رد $H_0$	روش اثرات ثابت
فرضیه سوم	F لیمر	۵,۹۷۷	۰,۰۰۰	رد $H_0$	روش داده های تابلویی
	هاسمن	۵,۹۱۶	۰,۰۰۱	رد $H_0$	روش اثرات ثابت
فرضیه چهارم	F لیمر	۶,۹۶۸	۰,۰۰۳	رد $H_0$	روش داده های تابلویی
	هاسمن	۱۰,۰۶۳	۰,۰۱۹	رد $H_0$	روش اثرات ثابت

#### ۹-۴-نتایج آزمون فرضیه اول

فرضیه شماره ۱: بین مسئولیت اجتماعی و مدیریت سود واقعی ارتباط منفی و معناداری وجود دارد.

جدول ۳. نتایج تحلیل آماری برای آزمون فرضیه اول

REM = $\beta_0 + \beta_1 CSR + \beta_2 Size + \beta_3 Leverage + \beta_4 MTB + \varepsilon$					
متغیر	علامت اختصاری	ضریب	خطای استاندارد	آماره t	سطح معناداری
ضریب ثابت	C	-۰,۱۶۵	۰,۳۳۹	-۰,۴۸۸	۰,۶۲۶
مسئولیت اجتماعی	CSR	-۰,۰۲۱	۰,۰۰۹	-۲,۳۴۴	۰,۰۴۲
اندازه شرکت	SIZE	۰,۰۵۹	۰,۰۲۷	۲,۲۵۳	۰,۰۲۱
اهرم مالی	LEV	۰,۱۴۱	۰,۰۶۴	۲,۲۰۷	۰,۰۱۵
ارزش بازار سهام به ارزش دفتری سهام	MTB	-۰,۰۰۴	۰,۰۰۷	-۰,۵۹۵	۰,۵۵۲
آماره F فیشر			۱۸,۸۵۷		
احتمال آماره F فیشر			۰,۰۰۰		
ضریب تعیین تعدیل شده			۰,۵۱۰		
آماره دوربین واتسون			۱,۹۵۸		

طبق نتایج فرضیه اول، ضریب تعیین تعدیل شده مدل رگرسیونی ۰,۵۱۰ می باشد و حاکی از این است که این مدل توانسته است ۵۱ درصد از تغییرات در متغیر وابسته یعنی مدیریت سود واقعی شرکت های نمونه آماری را از طریق متغیرهای مستقل و کنترلی تبیین نماید. آماره دوربین واتسون بین ۱,۵ تا ۲,۵ می باشد و بنابراین، بین خطاهای الگوی رگرسیونی خودهمبستگی شدیدی وجود ندارد و عدم وجود خودهمبستگی بین خطاها، به عنوان یکی از فرض های اساسی رگرسیون در خصوص مدل برازش شده، پذیرفته می شود. همچنین سطح معنی داری F فیشر کمتر از ۰,۰۵ درصد می باشد، بدین معنی که مدل رگرسیونی از اعتبار مناسب برخوردار می باشد. بر اساس نتایج حاصله، اندازه ضریب متغیر مسئولیت اجتماعی، برابر با ۰,۰۲۱- و با سطح معناداری ۰,۰۴۲ است. این یافته نشان می دهد که در سطح اطمینان ۹۵ درصد بین متغیر مذکور با متغیر مدیریت سود واقعی، ارتباط منفی و معناداری وجود دارد. بدین معنی که با افزایش مسئولیت اجتماعی شرکت ها، مدیریت

سود واقعی شرکت ها کاهش پیدا می کند. یافته های حاصل از برازش مدل، با ادعای مطرح شده در فرضیه اول تحقیق سازگار می باشد. تحلیل آماری برای متغیرهای کنترلی نشان می دهد که ضریب متغیر کنترلی اندازه شرکت (SIZE)، ۰,۰۵۹، با سطح معناداری ۰,۰۲۱ است که کمتر از ۰,۰۵ می باشد که در نتیجه رابطه مثبت و معناداری با متغیر مدیریت سود واقعی دارد. بدین معنی که شرکت های بزرگتر، مدیریت سود واقعی بیشتری دارند. همچنین ضریب متغیر کنترلی اهرم مالی (LEV)، ۰,۱۴۱ با سطح معناداری ۰,۰۱۵ است که کمتر از ۰,۰۵ می باشد که در نتیجه رابطه مثبت و معناداری با متغیر مدیریت سود واقعی دارد. بدین معنی که شرکت های دارای اهرم مالی بیشتر، مدیریت سود واقعی بیشتری دارند. همچنین ضریب متغیر کنترلی ارزش بازار سهام به ارزش دفتری (MTB)، ۰,۰۰۴- با سطح معناداری ۰,۵۵۲ است که بیشتر از ۰,۰۵ می باشد که در نتیجه رابطه معناداری با متغیر مدیریت سود واقعی ندارد.

#### ۹-۵- نتایج آزمون فرضیه دوم

فرضیه شماره ۲: بین مسئولیت اجتماعی و مدیریت سود حسابداری ارتباط منفی و معناداری وجود دارد.

#### جدول ۴. نتایج تحلیل آماری برای آزمون فرضیه دوم

AEM = $\beta_0 + \beta_1 CSR + \beta_2 Size + \beta_3 Leverage + \beta_4 MTB + \varepsilon$					
متغیر	علامت اختصاری	ضریب	خطای استاندارد	آماره t	سطح معناداری
ضریب ثابت	C	-۲,۲۱۹	۰,۴۷۹	-۴,۶۲۷	۰,۰۰۰
مسئولیت اجتماعی	CSR	-۰,۰۲۶	۰,۰۱۱	-۲,۲۸۸	۰,۰۳۲
اندازه شرکت	SIZE	۰,۱۴۷	۰,۰۳۹	۳,۷۳۹	۰,۰۰۰
اهرم مالی	LEV	۰,۵۰۹	۰,۰۹۰	۵,۶۴۶	۰,۰۰۰
ارزش بازار سهام به ارزش دفتری سهام	MTB	۰,۰۱۸	۰,۰۱۰	۱,۷۳۸	۰,۰۸۳
آماره F فیشر			۱۳,۳۸۸		
احتمال آماره F فیشر			۰,۰۰۰		
ضریب تعیین تعدیل شده			۰,۶۰۹		
آماره دوربین واتسون			۱,۷۵۲		

طبق نتایج فرضیه دوم، ضریب تعیین تعدیل شده مدل رگرسیونی ۰,۶۰۹ می باشد و حاکی از این است که این مدل توانسته است ۶۱ درصد از تغییرات در متغیر وابسته یعنی مدیریت سود حسابداری شرکت های نمونه آماری را از طریق متغیرهای مستقل و کنترلی تبیین نماید. بر اساس نتایج حاصله، اندازه ضریب متغیر مسئولیت اجتماعی، برابر با ۰,۰۲۶- و با سطح معناداری ۰,۰۳۲ است. این یافته نشان می دهد که در سطح اطمینان ۹۵ درصد بین متغیر مذکور با متغیر مدیریت سود حسابداری، ارتباط منفی و معناداری وجود دارد. بدین معنی که با افزایش مسئولیت اجتماعی شرکت ها، مدیریت سود حسابداری شرکت ها کاهش پیدا می کند. یافته های حاصل از برازش مدل، با ادعای مطرح شده در فرضیه دوم تحقیق سازگار می باشد. تحلیل آماری برای متغیرهای کنترلی نشان می دهد که ضریب متغیر کنترلی اندازه شرکت (SIZE)، ۰,۱۴۷، با سطح معناداری ۰,۰۰۰ است که کمتر از ۰,۰۵ می باشد که در نتیجه رابطه مثبت و معناداری با متغیر مدیریت سود حسابداری دارد. بدین معنی که شرکت های بزرگتر، مدیریت سود حسابداری بیشتری دارند. همچنین ضریب متغیر کنترلی اهرم مالی (LEV)، ۰,۵۰۹، با سطح معناداری ۰,۰۰۰ است که کمتر از ۰,۰۵ می باشد که در نتیجه رابطه مثبت و معناداری با متغیر مدیریت سود حسابداری دارد. بدین معنی که شرکت های دارای اهرم مالی بیشتر، مدیریت سود حسابداری بیشتری دارند. همچنین ضریب متغیر کنترلی ارزش بازار سهام به ارزش دفتری (MTB)، ۰,۰۱۸، با سطح معناداری ۰,۰۸۳ است که بیشتر از ۰,۰۵ می باشد که در نتیجه رابطه معناداری با متغیر مدیریت سود حسابداری ندارد.

### ۹-۶- نتایج آزمون فرضیه سوم

فرضیه شماره ۳: مالکیت خانوادگی ارتباط منفی بین مسئولیت اجتماعی و مدیریت سود واقعی را تضعیف/ تقویت می کند.

#### جدول ۵. نتایج تحلیل آماری برای آزمون فرضیه سوم

REM = $\beta_0 + \beta_1\text{CSR} + \beta_2\text{Size} + \beta_3\text{Leverage} + \beta_4\text{MTB} + \varepsilon$					
متغیر	علامت اختصاری	ضریب	خطای استاندارد	آماره t	سطح معناداری
ضریب ثابت	C	-۲,۳۸۸	۰,۸۷۵	-۲,۷۲۹	۰,۰۰۷
مسئولیت اجتماعی	CSR	-۰,۰۳۵	۰,۰۱۹	-۱,۸۳۱	۰,۰۶۸
اندازه شرکت	SIZE	۰,۱۶۱	۰,۰۷۳	۲,۲۰۵	۰,۰۲۸
اهرم مالی	LEV	۰,۵۰۵	۰,۱۶۴	۳,۰۸۳	۰,۰۰۲
ارزش بازار سهام به ارزش دفتری سهام	MTB	۰,۰۱۸	۰,۰۱۷	۱,۰۱۱	۰,۳۱۳
آماره F فیشر			۱۸,۹۲۴		
احتمال آماره F فیشر			۰,۰۰۰		
ضریب تعیین تعدیل شده			۰,۴۶۶		
آماره دوربین واتسون			۱,۸۱۹		

طبق نتایج فرضیه سوم، ضریب تعیین تعدیل شده مدل رگرسیونی ۰,۴۶۶ می باشد و حاکی از این است که این مدل توانسته است ۴۷ درصد از تغییرات در متغیر وابسته یعنی مدیریت سود واقعی شرکت های نمونه آماری را از طریق متغیرهای مستقل و کنترلی تبیین نماید. بر اساس نتایج حاصله، اندازه ضریب متغیر مسئولیت اجتماعی، برابر با ۰,۰۳۵- و با سطح معناداری ۰,۰۶۸ است. این یافته نشان می دهد که در سطح اطمینان ۹۵ درصد بین متغیر مذکور با متغیر مدیریت سود واقعی، ارتباط معناداری وجود ندارد. بدین معنی که تغییرات در مسئولیت اجتماعی شرکت ها تغییری در مدیریت سود واقعی ایجاد نمی کند. یافته های حاصل از برازش مدل، با ادعای مطرح شده در فرضیه سوم تحقیق سازگار نمی باشد. تحلیل آماری برای متغیرهای کنترلی نشان می دهد که ضریب متغیر کنترلی اندازه شرکت (SIZE)، ۰,۱۶۱ با سطح معناداری ۰,۰۲۸ است که کمتر از ۰,۰۵ می باشد. بدین معنی که شرکتهای بزرگتر، مدیریت سود واقعی بیشتری دارند. همچنین ضریب متغیر کنترلی اهرم مالی (LEV)، ۰,۵۰۵ با سطح معناداری ۰,۰۰۲ است که کمتر از ۰,۰۵ می باشد. در نتیجه رابطه مثبت و معناداری با متغیر مدیریت سود واقعی دارد. بدین معنی که شرکتهای دارای اهرم مالی بیشتر، مدیریت سود واقعی بیشتری دارند. همچنین ضریب متغیر کنترلی ارزش بازار سهام به ارزش دفتری (MTB)، ۰,۰۱۸ با سطح معناداری ۰,۳۱۸ است که بیشتر از ۰,۰۵ می باشد که در نتیجه رابطه معناداری با متغیر مدیریت سود واقعی ندارد. از آنجایی که یافته های مدل نشان می دهد ارتباط معناداری بین مسئولیت اجتماعی شرکت ها و مدیریت سود واقعی در بین شرکتهای دارای مالکیت خانوادگی وجود ندارد، بنابراین فرضیه تحقیق رد می گردد.

### ۹-۷- نتایج آزمون فرضیه چهارم

فرضیه شماره ۴: مالکیت خانوادگی ارتباط منفی بین مسئولیت اجتماعی و مدیریت سود حسابداری را تضعیف/ تقویت می کند.

جدول ۶. نتایج تحلیل آماری برای آزمون فرضیه چهارم

AEM = $\beta_0 + \beta_1\text{CSR} + \beta_2\text{Size} + \beta_3\text{Leverage} + \beta_4\text{MTB} + \varepsilon$					
متغیر	علامت اختصاری	ضریب	خطای استاندارد	آماره t	سطح معناداری
ضریب ثابت	C	۰,۵۲۰	۰,۵۶۷	۰,۹۱۸	۰,۳۵۶
مسئولیت اجتماعی	CSR	-۰,۰۲۲	۰,۰۱۳	-۱,۷۶۹	۰,۰۹۴
اندازه شرکت	SIZE	-۰,۰۴۹	۰,۰۴۷	-۱,۰۳۶	۰,۳۰۱
اهرم مالی	LEV	۰,۱۳۸	۰,۱۰۶	۱,۳۰۳	۰,۱۹۴
ارزش بازار سهام به ارزش دفتری سهام	MTB	-۰,۰۲۸	۰,۰۱۱	-۲,۵۰۱	۰,۰۱۳
آماره F فیشر			۱۵,۰۶۵		
احتمال آماره F فیشر			۰,۰۰۶		
ضریب تعیین تعدیل شده			۰,۲۳۲		
آماره دوربین واتسون			۲,۰۳۰		

طبق نتایج فرضیه چهارم، ضریب تعیین تعدیل شده مدل رگرسیونی ۰,۲۳۲ می باشد و حاکی از این است که این مدل توانسته است ۲۳ درصد از تغییرات در متغیر وابسته یعنی مدیریت سود حسابداری شرکت های نمونه آماری را از طریق متغیرهای مستقل و کنترلی تبیین نماید. بر اساس نتایج حاصله، اندازه ضریب متغیر مسئولیت اجتماعی، برابر با ۰,۰۲۲- و با سطح معناداری ۰,۰۹۴ است. این یافته نشان می دهد که در سطح اطمینان ۹۵ درصد بین متغیر مذکور با متغیر مدیریت سود حسابداری، ارتباط منفی و معناداری وجود ندارد. یافته های حاصل از برازش مدل، با ادعای مطرح شده در فرضیه چهارم تحقیق سازگار نمی باشد. تحلیل آماری برای متغیرهای کنترلی نشان می دهد که ضریب متغیر کنترلی اندازه شرکت (SIZE)، ۰,۰۴۹- با سطح معناداری ۰,۳۰۱ است که بیشتر از ۰,۰۵ می باشد که در نتیجه رابطه معناداری با متغیر مدیریت سود حسابداری ندارد. همچنین ضریب متغیر کنترلی اهرم مالی (LEV)، ۰,۱۳۸، با سطح معناداری ۰,۱۹۴ است که بیشتر از ۰,۰۵ می باشد که در نتیجه رابطه معناداری با متغیر مدیریت سود حسابداری ندارد. همچنین ضریب متغیر کنترلی ارزش بازار سهام به ارزش دفتری (MTB)، ۰,۰۲۸- با سطح معناداری ۰,۰۱۳ است که کمتر از ۰,۰۵ می باشد که در نتیجه رابطه منفی و معناداری با متغیر مدیریت سود حسابداری دارد. بدین معنی که شرکتهای دارای ارزش بازار کمتر، مدیریت سود حسابداری بیشتری دارند. از آنجایی که یافته های مدل نشان می دهد ارتباط معناداری بین مسئولیت اجتماعی شرکت ها و مدیریت سود حسابداری در بین شرکتهای دارای مالکیت خانوادگی وجود ندارد، بنابراین فرضیه تحقیق رد می گردد.

#### ۱۰- نتیجه گیری و ارائه پیشنهادات

نقش مهم «سود» به عنوان شاخصی مناسب در اتخاذ تصمیمات سرمایه گذاران، و این امر که مدیران این توانایی را دارند که با دستکاری سود اطلاعات گمراه کننده ای، در اختیار استفاده کنندگان از اطلاعات قرار دهند، و وجود مقوله مدیریت سود به عنوان ابزاری برای دستکاری سود توسط مدیران نیاز به توجه بیشتر به ساختار مالکیت شرکتها و تحلیل بیشتر اطلاعات ارائه شده توسط آنها را نشان می دهد. مسئولیت پذیری اجتماعی به مباحث اخلاقی درباره رفتار و تصمیم گیری شرکت درباره موضوعاتی مانند مدیریت منابع انسانی، حمایت محیطی، سلامت کاری، روابط اجتماعی و روابط با عرضه کنندگان و مشتریان می پردازد. با توجه به این مباحث، مسأله اساسی تحقیق حاضر، بررسی رابطه بین ایفای مسئولیت اجتماعی و مدیریت سود واقعی و حسابداری در شرکتهای دارای مالکیت خانوادگی و غیرخانوادگی در بورس اوراق بهادار تهران می باشد. نتایج آزمون فرضیه ها نشان می دهد در سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه ای معکوسی بین مسئولیت اجتماعی شرکتها و مدیریت سود واقعی و حسابداری وجود دارد که این یافته ها با یافته های لیو و همکاران (۲۰۱۷) مطابقت دارد. یعنی هرچه مسئولیت اجتماعی افزایش یابد، مدیریت سود واقعی و حسابداری کاهش می یابد. همچنین، طبق نتایج فرضیه های سوم و چهارم

مالکیت خانوادگی تأثیری بر این رابطه ندارد که این یافته با یافته های مهرآذین و همکاران (۱۳۹۱) و عبدالمحمدی و وال (۲۰۱۰) مغایرت دارد.

با توجه به نتایج تحقیق پیشنهاد می شود، مسئولیت اجتماعی شرکت ها می تواند به عنوان مفهومی در نظر گرفته شود که به موجب آن سازمان ها بر منافع ذینفعانشان از طریق الزامات قانونی، تاکید داشته باشند. با داشتن الزامات قانونی و افشای الزامی اطلاعات مالی در خصوص مسئولیت اجتماعی شرکت ها و سازمان ها، بتوان به عنوان ساز و کارهای موثر جهت گسترش روابط بین واحد تجاری و ذینفعانشان تلاش نمود. مدیران ممکن است به دلایل شخصی بر روی مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت سرمایه گذاری کنند. به عنوان مثال برای پیشرفت در حرفه یا افزایش شهرت شخصی خود. بنابراین ممکن است روند رو به رشد سرمایه گذاری و گزارش فعالیت های مربوط به مسئولیت پذیری اجتماعی در شرکت لزوماً منجر به تغییرات واقعی در شرکت ها نشود و ویژگی های شرکت از جمله اقلام تعهدی را تحت تأثیر قرار ندهد. همچنین، به سیاست گذاران و تدوین کنندگان مبانی نظری و ضوابط گزارشگری مالی و استانداردهای حسابداری مالی پیشنهاد می شود جایگاه مسئولیت پذیری اجتماعی را در شرکت ها تقویت کنند. می توان با معرفی زوایای متفاوت مسئولیت پذیری اجتماعی و منافع آن برای شرکت ها و نیز فراهم کردن ساز و کارهای لازم برای گزارشگری مسئولیت اجتماعی، شرکت ها را به اجرای هر چه بیشتر اصول مسئولیت پذیری اجتماعی تشویق کرد.

همچنین، از موضوعات زیر می توان برای تحقیقات آتی استفاده نمود:

تعیین مدیریت سود با استفاده از مدلی غیر از مدل کوهن و زاروین و مدل کازنیک، و بررسی رابطه آن با مسئولیت اجتماعی شرکت های بورس اوراق بهادار تهران.

بررسی رابطه غیرخطی بین مسئولیت اجتماعی و مدیریت سود واقعی و حسابداری.

نمونه آماری این پژوهش شامل تمام صنایع بوده است، در پژوهش بعدی می توان بر صنعت خاصی تأکید نمود که اثر تفاوت در صنعت بر نتایج کنترل شود.

#### منابع

۱. امیدوار، علیرضا؛ رستگار، حسین؛ عقدایی، مونا (۱۳۸۹). حاکمیت شرکتی در شرکت های خانوادگی پاکستان، مرکز ترویج حاکمیت شرکتی، آبان ۱۳۸۹.
۲. خواجوی، شکراله؛ اعتمادی جوریبی، مصطفی؛ منفرد مهارلوئی، محمد و شعله منصوری (۱۳۹۲). مالکیت خانوادگی، ترکیب هیات مدیره و کیفیت گزارشگری مالی. فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مالی. سال ۵. شماره ۱۹. صص ۱۱۰-۱۳۶.
۳. خواجوی، شکرالله؛ بایزیدی، انور و سعید جبارزاده کنگرلوئی (۱۳۹۰)، "بررسی رابطه بین مدیریت سود و مسئولیت اجتماعی"، مجله پیشرفت های حسابداری دانشگاه شیراز، دوره ۳، شماره ۱، صص ۲۹-۵۴.
۴. فخاری، حسین؛ رضائی پسته نونی، یاسر؛ نوروزی، محمد (۱۳۹۵). تأثیر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت بر کارایی سرمایه گذاری. راهبرد مدیریت مالی، سال ۴، شماره ۱۵، صص ۸۵-۱۰۶.
۵. محمدی، محمد (۱۳۸۸). بررسی کیفیت سود شرکت های خانوادگی و غیرخانوادگی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شیراز.
۶. مشایخی، بیتا و امیرحسین حسین پور (۱۳۹۵)، بررسی رابطه بین مدیریت سود واقعی و مدیریت سود تعهدی در شرکت های مشکوک به تقلب بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات تجربی حسابداری مالی، سال ۱۲، شماره ۴۹، صص ۲۹ تا ۵۲.
۷. مهرآذین، علیرضا؛ قبدیان، بشیر؛ فروتن، امید؛ تقی پور، محمد (۱۳۹۱). مالکیت خانوادگی، غیر خانوادگی شرکت ها و مدیریت سود. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، پرتال جامع علوم انسانی.

8. Abdolmohammadi, M. kvall, E. 2010. Earnings Management Priorities of Private Family Firms. American Accounting Association Annual Meeting, 31 July2010, San Francisco, CA.
9. Anderson, R.C. Reeb, D. 2003. Founding family ownership and firm performance : Evidence from S&P500. *Journal of Finance*, 58:1301-1328 .
10. Block, J. H., Jaskiewicz, P., Miller, D., (2011). Ownership versus managements effects on performance in family and founder companies: A bayesian reconciliation. *Journal of family busines*. Vol 2, No 4, 232-245.
11. Cohen, Daniel A. dan Zarowin. 2010. Accrual-Based and Real Earnings Management Activities Around seasoned Equity Offerings, *Journal of Accounting and Economics* Vol. 50 No. 1: 2-19.
12. Davit Adut, Anthony D. Holder, Ashok Robin, (2013), "Predictive versus opportunistic earnings management, executive compensation, AND firm performance". *Account public policy*.
13. Ehrhardt, O. Nowak, E. 2000. The Effect of IPOs on German Family- owned Firms: Governance Changes, Ownership Structure and Performance. *Journal of Small Business Management*, 41:222-232.
14. Hendriksen, E. Van Brada, M. 1993. *Accounting Theory*, 5th Edition, New York:IRWIN.
15. Kasznik, R., (1999), "On the association between voluntary disclosure and earning management", *Journal of Accounting Research*, Vol.37, PP. 57-81.
16. Kim, Y., Park, M. S., & Wier, B. (2012). Is earnings quality associated with corporate social responsibility? *The accounting review*, 87(3), 761-796.
17. Lanis, R., Richardson, G., 2012. The effect of board of director composition on corporate tax aggressiveness. *Journal of accounting and public policy*. 30 (1). 50-70.
18. Liu, M., Shi, Y., Wilson, C., Wu, Z., (2017), Does family involvement explain why corporate social responsibility affects earnings management?, *Journal of business research*, 75, 8-16.
19. Md. Musfiqur Rahman, Mohhamad Moniruzzaman and Md. Jamil sharif, Techniques, motives and controls of earnings management, *International Journal of Information technology and business management*, 2013, 11 (1), 26-31.
20. Mishra, C. Randqy, T. Jenssen, J. 2011. The Effect of Founding Family Influence on Firm Value and Corporate Governance. *Journal of International Financial Management and Accounting* , 12:235-259.
21. Nakashima. M., ziebart. D., did Japanese-sox have an impact on earnings management and earnings quality?, *managerial auditing journal*, 2015, vol 30, pp. 482-510.
22. Roychowdhury, S., 2006. Earnings management through real activities manipulation. *J, Account, Econ*, 42, 335-370.
23. Sungbeen, P., Sujin, S. and Seoki, L. (2017). "Corporate social responsibility and systematic risk of restaurant firms: The moderating role of geographical diversification". *Tourism management*, 59, pp 610-620.
24. Villalonga, B. Amit, R. 2006. How do family ownership, control and management affect firm value? *Journal of Financial Economics*, 80 : 385-417.
25. Wahba, Hayam; Elsayed, Khaled. (2015). The mediating effect of financial performance on the relationship between social responsibility and ownership structure. *Future business journal*.

## The effect of Family Firm on the relation between Social Responsibility and Real Earnings Management and Accounting Earnings Management

Behzad Khodaei<sup>1</sup>

<sup>1</sup>MSc, Faculty of Management and Accounting, Islamic Azad University, Qazvin, Iran

### Abstract

The important role of earnings as an proper index in making investor decisions, and the fact that managers have the ability to manipulate earnings by providing misleading information to users, and earnings management as a implement to manipulate earnings by managers requires more attention to the corporate ownership structure and further analysis of the information provided by them. Corporate social responsibility addresses to ethical debates about the behavior and decision of the company on topics such as human resources management, environmental support, health work, community relations and relations with suppliers and customers. Thus, the information of 71 Firms listed in Tehran Stock Exchange during 2008 , 2017 is studied. The results showe that there is negative and significant relationship between corporate social responsibility with real earnings management and accounting earnings management. But, there is any significant relationship between corporate social responsibility with real earnings management and accounting earnings management in the Family Firm. Research method is descriptive correlation and for hypothesises test of method panel least squares that Eviews software is used.

**Keywords:** Accounting Earnings Management, Corporate Social Responsibility, Real Earnings Management.

---