

## بررسی تاثیر گذاری کوتاه بینی مدیران بر مولفه های اجتماعی - اقتصادی گزارش عملکرد پایداری

جواد دلیری

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

فرزین رضایی

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

فاضل محمدی نوده

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

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۵/۲۲ تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۸/۲۱

### چکیده

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

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

واژه های کلیدی: کوتاه بینی - عملکرد پایداری - مسئولیت اجتماعی - مولفه اجتماعی - مولفه اقتصادی.

## ۱- مقدمه

است که به بالاترین ارزش مورد انتظار برای شرکت بیانجامد، اما در عمل، گاهی اوقات مدیران به دلایل مختلف (برای مثال در پاسخ به معیارهای کوتاه‌مدت‌نگر ارزیابی عملکرد)، در انتخاب راهبردهای ارزش‌آفرین شرکت، به جای تمرکز بر اهداف بلندمدت و خلق بیشترین ارزش مورد انتظار از طریق انتخاب بهترین راهکار، به راهکارهایی روی می‌آورند که عملکرد کوتاه‌مدت آنها را بهبود بخشد و این مهم، زمانی به موضوعی بگرنج و مسئله‌ساز مبدل می‌شود که چنین انتخابی از سوی مدیران، به هزینه کاهش ارزش مورد انتظار شرکت در بلندمدت منجر شود و تأثیر نامطلوبی بر عملکرد آینده شرکت بگذارد. به بیان دیگر، انتظار می‌رود مدیرانی که بر اهداف کوتاه‌مدت متمرکز هستند، در یک فاصله زمانی کوتاه به نتایج و بازده سریع و البته موقت دست یابند، اما در بلندمدت عملکرد آنان مطلوب و رضایت بخش نخواهد بود و به گفته ای، درگیر عدم دوراندیشی می‌شوند (یزدی، ۱۳۹۶).

مسئولیت اجتماعی سازمانی شکلی از مدیریت است که شامل روابط اخلاقی و برخورد شفاف و روشن شرکت با تمامی ذی‌نفعانش می‌باشد که با استقرار آن به عنوان جزئی از اهداف سازمان که توان سازگاری با توسعه پایدار جامعه به حفظ منابع زیست محیطی و فرهنگی را ایجاد می‌کند و با ایجاد تنوع و بهبود، می‌تواند منجر به کاهش مشکلات اجتماعی برای نسل‌های آینده شود (ال‌قوال و کارویی، ۲۰۱۷).

عملکرد پایداری شرکت‌ها در سه بعد اقتصادی، اجتماعی و محیطی است که اشاره به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها دارد. مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها کاملاً نزدیک به مفهوم توسعه پاینده است و پیامد رویکرد توسعه پاینده، توجه خاص به مفهوم افشاء و گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها است. شرکت‌هایی که عملکرد پایداری بهتری دارند، نسبت به رقبای خود در طولانی مدت در بازار سهام و نیز عملکرد حسابداری، بهتر عمل می‌کنند و کمتر تحت تأثیر شوک‌های خارجی که بر ایجاد ارزش در داخل سازمان اثر می‌گذارد، قرار می‌گیرند (بانکران، ۲۰۱۴).

در پایداری رقابت باید، توانایی رقابت با شرکت‌های هم صنعت به نحوی که در آن صنعت فعال کما فی سابق باقی بماند، از این رو پایداری رقابت سهم بازار خود را حفظ کرده و میزان فروش، مصرف مواد اولیه، مشتری و عرضه‌کننده خود را در بازار دارد. همینطور در پایداری گزارشگری باید میزان دست کاری مدیریت در جهت اینکه اطلاعات با شرایط واقعی رخ داده تطبیق بیشتری داشته باشد یا اینکه اطلاعاتی را به نفع خود گزارش می‌دهد، کمتر باشد (بروکت و رضایی، ۲۰۱۳).

همانطور که می‌دانیم در دنیای امروز، مدیریت نقش تعیین‌کننده در افزایش بازدهی و بهره‌وری شرکت‌ها دارد. در میان عوامل کلیدی موفقیت در سازمان‌ها امروزه نقش مدیریت بیش از هر زمان دیگری اهمیت یافته است که در سالهای اخیر، بخش زیادی از مطالعات به بررسی دقت سودهای پیش‌بینی شده توسط مدیریت پرداخته است. تحقیقات جدید حکایت از آن دارد که علاوه بر سایر عوامل، عوامل روان-شناختی مدیران، عامل مهمی در تصمیم‌گیری افراد به شمار می‌آید. عامل قضاوت فردی عامل مؤثری به حساب می‌آید. بخش عمده‌ای از تئوری‌های مالی و اقتصادی بر این مفهوم استوار است که افراد عقلایی رفتار می‌کنند و در فرایند تصمیم‌گیری، اطلاعات را در یک چارچوب منطقی مورد استفاده قرار می‌دهند، در صورتی که محققان دانشگاهی به شواهد فراوانی دست یافته‌اند که نشان دهنده رفتار غیر عقلایی و تکرار خطا در ارزیابی و قضاوت انسان است. که البته پیشینه رفتار مالی نشان می‌دهد که افراد در تفکرات خود دچار خطای سیستماتیک ۱ نیز می‌شوند (چن و لین، ۲۰۱۳).

نگرش فکری حاکم بر یک مجموعه، تحت تأثیر فلسفه فکری مدیران آن است. از آنجایی که به‌طور طبیعی، مسئولیت‌ها و اختیارات در دست مدیران است، آنها با رفتار، عملکرد و سیاست‌گذاری‌های خود، سازمان را به سمتی سوق می‌دهند که منطبق بر رویکرد فکری خودشان باشد و این موضوعی غیرقابل انکار است. بدیهی است این سیر طبیعی را به هیچ وجه نمی‌توان تغییر داد. قاعدتاً می‌بایستی مدیران از نظر نگرش فکری، مخصوصاً در حوزه فرهنگ کار، دارای تفکرات سالم و بهینه‌ای باشند. به عبارت بهتر، انتظار می‌رود که رویکرد فکری مدیران، هرچه بیشتر بر ایده‌ال‌های انسانی، اجتماعی و علمی منطبق شوند. در جهان پرقابیت امروز، سازمان‌هایی پایدار می‌مانند که برنامه‌هایی با دیدگاه بلندمدت را پایه ریزی کنند.

فرهنگ فکری یک سازمان، عنصر کلیدی برای رسیدن به موفقیت بلندمدت سازمانی است. ایدئولوژی مدیران سازمان، به‌همراه توانایی‌های علمی آنها مهمترین نقش را در شکل‌گیری فرهنگ کاری آن سازمان ایفا می‌کند (یزدی، ۱۳۹۶).

مدیران در اجرای برنامه‌های تجاری، از توان انتخاب راهبردهای مختلف مدیریتی برخوردارند که هر یک از این روش‌ها منجر به ایجاد جریان‌های نقدی متفاوتی خواهد شد و در نهایت، کارایی مدیریت، مستلزم انتخاب راهبردهای بهینه‌ای

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها شامل شاخص‌های تأثیر اجتماعی، تعهدات اجتماعی و منافع اجتماعی است. شرکت‌ها نسبت به گروه‌های سازنده در جامعه غیر از سهامداران و فراتر از آن چیزی که از طریق قانون و قرارداد اتحادیه توصیف شده، وظیفه دارند و مسئولند، بنابراین تأثیر اجتماعی آنها ملموس‌تر است (سلیمانزاده، ۱۳۹۶). منظور از تأثیر اجتماعی هرگونه تأثیری است که شرکت بر افراد، محیط، روابط اجتماعی، عملکرد و... باقی می‌گذارد (سادوک و آیمن، ۲۰۱۶).

تعهد، عبارت است از موضعی که شخص را به انجام و یا ترک عمل، نسبت به امری، ملتزم کند. حال زمانی که این موضع نسبت به منافع اشخاص، گروه‌ها، سازمان‌ها، جامعه و.. باشد، تعهد اجتماعی است. شرکت‌هایی که از تعهدات اجتماعی برخوردارند تمایل بیشتری به افشای عمومی فعالیت‌های اجتماعی خود دارند. سطح بالای شفافیت در اطلاعات باعث کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بین شرکت و سرمایه‌گذاران می‌شود (باقری و همکاران، ۱۳۹۴). تعهد اجتماعی، حالت روان شناختی است که بیانگر رابطه شرکت با اجتماع است و او را به مسئولیت اجتماعی متعهد می‌سازد که بر اساس این رابطه، نوعی حس همکاری و کمک در شرکت ایجاد می‌شود و در نتیجه، شرکت را به اجرای اقداماتی، ملتزم و متعهد می‌کند که به تحقق اهداف اجتماعی منجر می‌گردد (پری و همکاران، ۲۰۱۶).

بعد منافع اجتماعی به عنوان فعالیت‌هایی توصیف می‌شود که به منظور پیشرفت بعضی از اهداف اجتماعی که فراتر از اهداف مالی هستند انجام می‌گردد. سطح بالای شفافیت در اطلاعات باعث کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بین شرکت و سرمایه‌گذاران می‌شود. منافع اجتماعی یعنی شرکت پول را صرف پروژه‌ای که هزینه فرصت اقتصادی مثبت از دست رفته داشته باشد نکند و آن را صرف اجتماع نکند نه سهامداران. به عبارتی هزینه فرصت اقتصادی از دست رفته موضوعاتی که بایستی تصمیم‌گیری می‌شد و انتخاب نشد کمترین باشد، یعنی هر انتخابی که باید تصمیم‌گیری می‌شد ولی به دلیل نداشتن منفعت موجه کنار گذاشته شد، هزینه فرصت اقتصادی مثبت در برابر گزینه‌های انتخاب شده ندارد و اینجاست که منفعت اجتماعی معنا می‌گیرد (کروگر، ۲۰۱۵).

ادبیات گسترده و رو به رشد روان‌شناسی اقتصادی و رفتار انسان بیانگر این مطلب است که تمایلات رفتاری و ویژگی‌های شخصیتی مدیران با توجه به محدودیت‌های مهمی که در جذب منابع وجود دارد، تصمیمات اقتصادی و اجتماعی آنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. همینطور، پیشینه‌ی رفتار مالی نشان می‌دهد که افراد در تفکرات خود دچار خطای سیستماتیک

می‌شوند. ممکن است که آن‌ها در مورد نتایج تصمیمات خود دچار کوتاه بینی شوند که ممکن است تمایلات افراد موجب انحراف شود. مطالعات کمتری در زمینه‌ی اینکه چطور سونگری‌ها (احتمال اتفاق خوب اغراق شده و احتمال اتفاق بد را دست کم گرفتن) عملکرد پایداری را تحت تأثیر قرار می‌دهد، استوار کرده‌اند. مطالعات نشان می‌دهد که الویت‌های شخصی مدیران و تعصبات رفتار مدیریتی، عملکرد شرکت‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد (چن و لین، ۲۰۱۳).

از این رو، هدف اصلی این مطالعه بررسی نقش کوتاه بینی مدیران بر ابعاد اجتماعی- اقتصادی عملکرد پایداری شرکت‌ها است تا مشخص شود چگونه کوتاه بینی مدیران بر ابعاد اجتماعی- اقتصادی عملکرد پایداری تأثیرگذار است؟

## ۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

تحقیقات تجربی در چارچوب ادبیات مالی رفتاری نیز نشان می‌دهد که عوامل احساسی و خطای شناختی مانند سوگیری‌های رفتاری نقش محوری در فرایند تصمیم‌گیری دارند (بن محمد، ۹ و همکاران، ۲۰۱۴). در سال‌های اخیر، مطالعات بسیاری در زمینه‌ی مالی رفتاری انجام شده است که ادغان دارد مدیران همواره به صورت کاملاً عقلایی رفتار نمی‌کنند و تحت تأثیر کوتاه بینی ممکن است تصمیم‌های غیرعقلایی اتخاذ کنند که تأثیر مهمی در فعالیت‌های مالی و سیاست‌های شرکت دارد. برخی از سوگیری‌ها می‌توانند در فرایندهای تصمیم‌گیری رخنه کنند و تصمیم‌ها را تحت تأثیر قرار دهند (وکیلی فرد و همکاران، ۱۳۹۵).

کوتاه بینی مدیریت به عنوان یکی از عوامل مهم در منجر شدن به بحران‌های مالی و اقتصادی اخیر و ورشکستگی‌های مهم، باعث افزایش مطالعات در این زمینه شده است. کوتاه بینی مدیریت از تمرکز بیش از اندازه بر روی نتایج کوتاه مدت ناشی می‌شود، که پرتفوی‌های کوتاه مدت بازدهی دارند که می‌تواند بنا بر تئوری تصمیم آگاهانه باعث افزایش هزینه‌های شرکت در زمانی که شرکت دچار کاهش موقت در فروش شده است چرا که مدیر با توجه به اهداف کوتاه مدت سعی در حفظ سود در سطح معین در بازه زمانی مدیریت خودش است (میزیک، ۲۰۱۰).

کوتاه بینی، با گرایش به اهداف کوتاه مدت و حرکت در جهت برآورده کردن آنان، با تغییر در روش‌های عملیاتی به طور مستقیم، فرآیند تجاری و سود اقتصادی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. شرکت‌های دارای مدیریت کوتاه بینی در سال‌های اولیه، بازده سهام بالاتری نسبت به سایر شرکت‌ها دارند. این شرکت‌ها سود غیر عادی بیشتری نسبت به شرکت‌های دیگر

گزارش می‌کنند که اگر سرمایه‌گذاران از تورم سود آگاه باشند آنگاه احتمالاً اطلاعات سود را بی‌ارزش خواهند دانست (مرادی و باقری، ۱۳۹۳).

عملکرد پایداری رویکرد متفاوتی به کسب و کار است که برای مشتریان و کارکنان خود ارزش بلند مدت می‌آفریند. در این رویکرد تنها استراتژی زیست محیطی مد نظر نیست بلکه همه ابعاد عملکرد یک کسب و کار یعنی ابعاد اجتماعی و اقتصادی نیز علاوه بر بعد زیست محیطی مورد توجه قرار می‌گیرند. عملکرد پایداری همه فعالیت‌ها و استراتژی‌هایی را در بر می‌گیرد که نیازهای ذی‌نفعان امروز را برآورده می‌کنند (ان‌جی و رضایی، ۱۰، ۲۰۱۵).

مشکلی که امروزه علیرغم افزایش سطح آگاهی‌ها و دانش عمومی استفاده‌کنندگان از صورتهای مالی دیده می‌شود، اتکای شدید بر اعداد گزارشات حسابداری (به ویژه سود حسابداری به عنوان یکی از معیارهای اصلی ارزیابی عملکرد) جهت تصمیم‌گیری در خصوص سرمایه‌گذاری می‌باشد. این اتکای غیرمنطقی انگیزه‌های فراوانی برای مدیران ایجاد می‌کند تا این اعداد را به نفع خودشان گزارشگری نمایند که موجب قضاوت نادرست سهامداران و سرمایه‌گذاران در خصوص عملکرد واحدهای اقتصادی و اجتماعی و مدیران آنها شده و نه تنها منجر به تضییع اصل و سود سرمایه آنها می‌شود، بلکه نوعی بدبینی در میان سهامداران به وجود آورده و همچنین رقابت سالم بین واحدهای اقتصادی کشور را از بین می‌برد. از طرفی نیز موجب می‌شود که این سرمایه‌گذاران متضرر، سرمایه‌های خود را از بخش زیربنایی اقتصاد (بورس) به سمت بخشهای غیر مولد و کاذب (از جمله دلالی و ...) هدایت نمایند. که عملاً با این کار، متن اقتصاد کشور فاسد گشته و در نهایت عموم مردم جامعه از این فرآیند متضرر می‌شوند (قدرتی و فیضی، ۱۳۹۴).

مدیران انگیزه‌ها و فرصت‌هایی را برای استفاده از منابع شرکت در جهت پیگیری منافع شخصی خود، با هزینه سهامداران دارند، که این منفعت طلبی سبب می‌گردد سهم بازار خود را از دست دهند و میزان فروش، مصرف مواد اولیه، مشتری و عرضه‌کننده خود را در بازار نداشته باشند (سیرانی و سیفعلی، ۱۳۹۳). اما در محیط‌های رقابتی‌تر، با احتمال کمتری وجه نقد شرکت را در راه رسیدن به اهداف منفعت‌جویانه خود صرف می‌کنند و این رقابت سبب عملکرد پایدار در شرکت می‌شود.

مدیران همچنین سعی می‌نمایند با استفاده از اقلام تعهدی، سود گزارش شده را کمتر از واقع نشان دهند که موجبات گزارش دهی اشتباه در میان این مدیران و شروع

شیب لغزنده را که نهایتاً به گزارشگری مالی متقلبانه و عملکرد پایین منجر می‌شود، فراهم می‌نماید (فلورین انگلمایر، ۱۱، ۲۰۱۴). اما به جهت حفظ منافع خود، شهرت و اعتبار خود این میزان دستکاری را کاهش می‌دهند که برخلاف ویژگی شخصیتی آنهاست.

معاملات و فعالیت‌ها باید به گونه‌ای شکل گیرند که باعث بهینه‌ترین استفاده از منابع شوند. مدیران باید اطمینان یابند که تصمیمات آنها علاوه بر قانونی و اخلاقی بودن، کارا، اثربخش و باصرفه اقتصادی است. مدیران باید پاسخگوی مدیریت منطقی و تأثیرگذار منابع در اختیار خود باشند. انتظار می‌رود مدیران در مقابل استفاده از منابع و اقدامات صورت گرفته پاسخگو باشند. حسابرسان از صحیح و منصفانه بودن گزارش‌های ارائه شده توسط مدیران اطمینان می‌یابند (کامیابی و همکاران، ۱۳۹۶). شرکت‌های دارای مدیریت کوتاه بینی در گزارشگری اطلاعات، در سال‌های اولیه، بازده سهام بالاتری نسبت به سایر شرکت‌ها دارند. این شرکت‌ها سود غیر عادی بیشتری نسبت به شرکت‌های دیگر گزارش می‌کنند که اگر سرمایه‌گذاران از تورم سود آگاه باشند آنگاه احتمالاً اطلاعات سود را بی‌ارزش خواهند دانست (رضایی و رضایی، ۱۳۹۵).

همچنین مدیران دارای دید کوتاه بینی، در شرایط رقابتی بازار در مورد یک محصول کمتر قادر به تحمل شوک هزینه‌ای بر محصولاتشان هستند لذا سعی دارند اولاً این شوک‌ها را به نوعی پوشش دهند ثانیاً رقابت موجود در بازار محصول نگرانی مدیریت در مورد دوره تصدی وی به دنبال دارد که این نگرانی در نهایت ممکن است به ریسک تصمیمات وی در آن بیانجامد. مدیریت در شرایط رقابتی بودن بازار تصمیم به صرف مخارج سرمایه‌ای می‌کند و یا به دلیل عدم اطمینان نسبت به تقاضای بازار تصمیم به منتظر ماندن برای کاهش ابهام در آینده می‌کند (حساس یگانه و همکاران، ۱۳۹۱).

پایداری اجتماعی از سه پایداری تاثیر، منافع و تعهد اجتماعی حاصل می‌شود و چگونگی فعالیت آنها باید به گونه‌ای باشد که در اثر آن، زبانی به جامعه نرسد و در صورت رسیدن زیان، شرکت‌های مربوطه ملزم به جبران آن باشند و محیط اطلاعاتی و کیفیت اطلاعات حسابداری را بهبود می‌بخشد و در نتیجه نامتقارنی اطلاعات بین مدیران و سهامداران را کاهش می‌دهد. مدیران دارای دید کوتاه بینی به جهت منافع خود و با بی‌توجهی به مسئولیت‌های اجتماعی موجب افزایش دخالت و در نتیجه کاهش کارایی عملکرد می‌شوند (رضایی و ان‌جی، ۲۰۱۵).

منظور از تاثیر اجتماعی یعنی خواستگاه اجتماعی محصول چیست، بنگاه‌ها می‌توانند از بعد برند، حق الامتیاز و ... تاثیر

اجتماعی مثبت یا منفی بگذارند. مدیران می باید نسبت به گروه های خاصی که روی سازمان تأثیر می گذارند یا می توانند روی منافع و اهداف سازمان موثر باشند، احساس مسئولیت نمایند. یک بنگاه اقتصادی نه تنها بایستی نسبت به سهامدارانش و سرمایه داران خود احساس مسئولیت کند، بلکه بایستی با همان نسبت به همان گروه هایی که در موفقیت آن سهیم هستند، احساس مسئولیت نماید این گروه ها عبارتند از: صاحبان سهام، مشتریان، سازمان های دولتی، اتحادیه های کارگری، کارکنان، عرضه کنندگان مواد اولیه، اعتبار دهندگان و... اما مدیران دارای دید کوتاه بینی به جهت اهداف کوتاه مدت خود سعی در حفظ منافع خود دارند (سادوک و آیمین، ۱۲، ۲۰۱۶).

در تعهدات اجتماعی شرکت هایی که از تعهدات اجتماعی برخوردارند تمایل بیشتری به افشای عمومی فعالیت های اجتماعی خود دارند. اگر شرکتی به جامعه پاسخگو باشد طبق نظریه ذی نفعان که الزاما به سهامداران پاسخگو نیست، نشان از توانایی شرکت و مدیران آن می باشد، پس اگر در شرکتی پاسخگویی افزایش می یابد یعنی گزارشگری به عامه مردم به استثنا سهامداران افزایش پیدا کرده. (پری ۱۳ و همکاران، ۲۰۱۶). مدیران دارای دید عدم دوراندیشی امکان دسترسی بی قید و شرط به بخش مهمی از اطلاعات سازمان را به دست می آورند. این ویژگی زمانیکه انگیزه هایی همچون پاداش، مقررات گریزی، افزایش روز افزون رقابت ها و... پیش می آید، محرکی قوی برای مدیران می شود تا در جهت منافع خویش و حتی در تضاد با منافع سایر گروه ها تمایلی به افشای عمومی فعالیت های اجتماعی نداشته باشند، درست است که مردم در شرکت نفعی ندارند ولی حق دارند که بدانند.

زمانی که شرکت ها تعداد ذی نفعان را در برابر مدیران مسئول، افزایش می دهند، تعداد نظارت کنندگان بر رفتارهای مدیریتی افزایش یافته و موجب می شود قراردادهای ضمنی با مجموعه ای گسترده از ذی نفعان منعقد شود. بنابراین، انتظار بر این است که افزایش نظارت و گسترش مجموعه ای از قراردادهای ضمنی تضاد ها را کاهش دهد و با تعادل بین منافع و نیازهای ذی نفعان مختلف، مدیران دارای دید کوتاه بینی زمان فرصت طلبی به نفع خود را ندارند و در انتخاب پروژه هایی با منفعت اجتماعی کوشا هستند (کروگر ۱۴، ۲۰۱۵).

به عبارتی مسئولیت اجتماعی در عمل قادر نخواهد بود برای بازده اصلی تأسیس یک شرکت یعنی محفوظ نگاه داشتن سهامداران در برابر ضررهای مالی احتمالی حاصل از عملکرد شرکت، تأثیر قابل توجهی بگذارد. از آنجایی که کوتاه بینی مدیریت از تمرکز بیش از اندازه بر روی نتایج کوتاه مدت ناشی می شود و مدیران سعی می کنند با استفاده از اقلام تعهدی

سود گزارش شده را کمتر از واقع نشان دهند و هنگام تصمیم گیری های خود، توجهی به فعالیت های اجتماعی شرکت ندارند و تصمیماتشان را بر مبنای افشای اطلاعات شرکت ها درباره فعالیت های زیست محیطی و اجتماعی، در اطلاعات مالی مرسوم (گزارش های سالانه) تغییر نمی دهند و به دنبال کسب سود خود بوده، مستقیماً نسبت به هدف ها و مسائل اجتماعی فعالیتی ندارند و حداکثر سازی ارزش برای سهامداران منعکس کننده منافع کوتاه مدت به جای سود آوری بلند مدت برای مدیران است (جوادی، ۱۳۹۵).

از سویی تصمیمات مدیریتی در ابعاد مختلف در قابلیت کنترل هزینه های واحد تجاری در آینده و برآورد رفتار هزینه در تصمیمات آتی واحد تجاری موثر است، شناسایی ارتباط بین عملکرد اقتصادی و اجتماعی شرکت ها در واکنش به رفتار مدیریت می تواند ساختاری را ارائه نماید تا در کنترل هزینه و افزایش سودآوری مورد استفاده قرار گیرد (رضایی و چو ۱۵، ۲۰۱۷).

با توجه به عدم تقارن اطلاعات بین استفاده کنندگان درون سازمانی و برون سازمانی، مدیران با استفاده از رویه های فرصت طلبانه سعی در ارسال علائم مورد نظر به استفاده کنندگان صورتهای مالی دارند. از طرفی با توجه به نقش گواهی دهی حسابرسان در فرایند انتقال اطلاعات، حسابرسی های با کیفیت می تواند نقش مهمی در محدود کردن این رویه های فرصت طلبانه داشته باشند. کیفیت حسابرسی در کشف تحریف ها و ناهنجاری های موجود در صورتهای مالی و سپس گزارش آن به افراد ذی نفع موثر است (وکیلی فرد و همکاران، ۱۳۹۵). کیفیت حسابرسی ساز و کاری موثر برای کنترل تصمیم مدیران محاسب می شود. علاوه بر این، شواهد به دست آمده از پژوهش کیم، لی و پارک (۲۰۱۵) نشان می دهد حسابرسی با کیفیت، نقش بسزایی در کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و به تبع آن، کاهش هزینه نمایندگی ایفا می کند. به بیانی، حسابرسان با فراهم آوردن شرایط مناسب برای ارائه اطلاعات با کیفیت به استفاده کنندگان، زمینه لازم برای کنترل سوگیری مدیران را مهیا می کنند.

واضح است اگر کیفیت حسابرسی بیشتر باشد، حسابدهی و مباشرت مدیریت به طور شفاف به استفاده کنندگان ارائه می شود. از جنبه دیگر، حسابرسان از طریق استقلال بیشتر و تبانی کمتر با مدیر و توانایی در کشف تحریف ها، موجب نظارت بهتر بر فعالیت های مدیریتی می شوند. همچنین نظارت خارجی حسابرسان با کیفیت، می تواند اطلاعات قابل اتکایی را درباره استفاده نادرست مدیران از منابع سرمایه گذاری شرکت فراهم کند؛ به طوری که کیفیت گزارشگری مالی بیشتر، از عدم تقارن

گسترش صلاحیت های تخییری مقامات عمومی، تغییر در قوانین و مقررات مالی و محاسباتی را ایجاد می نماید. همچنین اجرای حسابرسی عملکرد در دیوان محاسبات کشور مستلزم ایجاد ظرفیت های حقوقی لازم در جهت اجرای قوانین و مقررات مربوطه می باشد.

وکیلی فرد و همکاران (۱۳۹۵)، تاثیر ویژگیهای اجتماعی حسابرسان بر قضاوت آنها در حل تعارض میان حسابرس و مدیریت ویژگی های منتخب: بیش اعتمادی و شخصیت ماکاولیسم را بررسی نمودند. آنها دریافتند که اعتماد بیش از حد حسابرسان و نیز شخصیت ماکاولیسم آن ها بر قضاوت حرفه ای تاثیر گذار است. همچنین نتایج نشان داد قضاوت حرفه ای بر تعارض بین حسابرس و مدیریت تاثیر گذار است و نیز اعتماد بیش از حد تاثیری معنادار بر آن دارد و قضاوت حرفه ای نقش تعدیل کننده در تاثیرگذاری اعتماد بیش از حد و شخصیت ماکاولیسم بر تعارض بین حسابرس و مدیریت ایفا می کند.

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

احمدی نیاسانی و همکاران (۱۳۹۴)، در مطالعه ای به بررسی رابطه بین شاخص های مسئولیت اجتماعی و اجزای عملکرد مالی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج پژوهش بیانگر آن است که بین هر یک از شاخص های مسئولیت اجتماعی با اجزای عملکرد مالی شرکتها رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. از طرفی، نتایج نشان دهنده آن است که بین هر کدام از متغیرهای کنترلی این پژوهش که به منظور ارزیابی افشای مسئولیت های اجتماعی و سطح فعالیت های اجتماعی شرکت به کار گرفته شده اند با شاخص های مسئولیت اجتماعی رابطه مثبت و معنی داری برقرار است.

کاکاوی و ایرجی راد (۱۳۹۴)، در پژوهشی با عنوان بررسی تاثیر عملکرد پایداری شرکت بر عدم تقارن اطلاعاتی، شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران که هدف از پژوهش حاضر به دنبال بررسی رابطه ای میان عملکرد پایداری شرکت و ابعاد آن شامل بعد اجتماعی زیست محیطی

اطلاعاتی میان مدیران و مالکان می کاهد و به سهامداران کمک می کند که عملکرد مدیران را بهتر ارزیابی کنند (کیم و همکاران، ۲۰۱۵). به بیان دیگر، کیفیت حسابرسی، موجب بهبود اطلاعات درباره وضعیت و عملکرد مالی شرکت و کاهش آزادی عمل و کنترل سوگیری مدیران می شود (سرلک و همکاران، ۱۳۹۷).

بادرنظرگرفتن توضیحات فوق هدف اصلی این پژوهش ارائه الگوی تاثیرگذاری ویژگی های رفتاری مدیران بر مولفه های اجتماعی - اقتصادی گزارش عملکرد پایداری است. تحقیقات در این زمینه می تواند در تصمیمات بهتر در آینده، سرمایه گذاران را راهنمایی و کمک نماید.

## ۲-۱- پیشینه پژوهش

در ادامه برخی از پژوهشهای مهم در زمینه این مطالعه ارائه می شود:

رشوند (۱۳۹۷)، در پژوهشی با عنوان تاثیر افشای اختیاری اطلاعات غیرمالی بر عملکرد پایداری شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران دریافت که نتایج آزمون فرضیه ها، تاثیر مثبت و معناداری بین متغیرهای اطلاعات غیرمالی و عملکرد پایداری را نشان می دهد.

رضایی و همکاران (۱۳۹۶)، در پژوهشی با عنوان تبیین ایفای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها و تاثیر آن بر خصوصیات کیفی اطلاعات مالی دریافتند که بین ایفای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها و ارزش پیش بینی کنندگی اطلاعات رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین بین ایفای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها و سایر خصوصیات کیفی شامل ارزش تایید کنندگی، محافظه کاری، بی طرفی، بیان صادقانه و کامل بودن رابطه ای وجود ندارد.

یزدی (۱۳۹۶)، در پژوهشی به بررسی تأثیر کوتاه بینی مدیریت بر رابطه بین رقابت در بازار محصول و ریسک تصمیمات عملیاتی مدیریت با تأکید بر سطوح فن آوری در دارائی های شرکت پرداخت و دریافت که کوتاه بینی مدیریت بر رقابت در بازار محصول تاثیر منفی و معناداری دارد.

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

زارعی و فاضلی نژاد (۱۳۹۵)، الزامات حقوقی تحقق حسابرسی عملکرد در دیوان محاسبات کشور را بررسی نمودند. براساس نتایج آنها الزامات حقوقی حسابرسی عملکرد از جمله تدوین قانون بودجه مستقل، نظام نظارتی نتیجه محور و

و اقتصادی با عدم تقارن اطلاعاتی می باشد نتایج به دست آمده حاکی از ای است که بین ابعاد اجتماعی و اقتصادی عملکرد پایداری شرکت ها با عدم تقارن اطلاعاتی رابطه ای وجود ندارد.

حساس یگانه و برزگر (۱۳۹۲)، در پژوهشی با عنوان ارائه ی مؤلفه ها و شاخص های بُعد اجتماعی مسئولیت شرکت ها و وضعیت موجود آن در ایران، مؤلفه ها و شاخص های افشای بعد اجتماعی مسئولیت شرکت ها را با رویکرد توسعه ی پایدار و با استفاده از روش های پرسشنامه و تحلیل مدل مسیر در یک چارچوب جامع ارائه و مورد تحلیل قرار دادند. نتایج تحلیل مسیر و شاخص های مطلوب برازش مدل ساختاری، بیان کننده ی معناداری و تبیین و توجیه مناسب کلیه ی مؤلفه ها برای افشای بعد اجتماعی مسئولیت شرکت هاست.

بهراری مقدم و همکاران (۱۳۹۰)، به بررسی رابطه مکانیزم های حاکمیت شرکتی بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها در بازار بورس اوراق بهادار تهران پرداختند و به این نتیجه رسیدند که متغیرهای انتخاب شده مکانیزم های حاکمیت شرکتی به جزء مسئولیت دوگانه مدیر عامل در هیأت مدیره رابطه مثبت و معناداری با افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها دارند و سطح افشای در شرکت های انتخاب شده در سطح پایین است.

گوپتا ۱۶ (۲۰۱۸)، تأثیر عملکرد پایدار زیست محیطی بر هزینه سرمایه در ۴۳ کشور مورد بررسی قرار دادند. نتایج نشان می دهد که بهبود عملکرد پایدار زیست محیطی، منجر به کاهش هزینه سرمایه شرکت می شود. هم چنین هرچقدر شرکت ها سطح حاکمیت شرکتی ضعیف تری داشته باشد، این نتایج قوی تر است.

ال قوال و کارویی (۲۰۱۷)، در پژوهشی به بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد صندوق های سرمایه گذاری در کانادا پرداختند. نتایج نشان داد صندوق های با مسئولیت اجتماعی بالاتر نسبت به صندوق ها با مسئولیت اجتماعی پایین عملکرد قوی تری دارند. این نتایج به سرمایه گذاران در انتخاب سودآورترین صندوق برای سرمایه گذاری کمک زیادی می کند. سادوک و آیمن (۲۰۱۶)، در پژوهشی به بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد صندوق های سرمایه گذاری در کانادا پرداختند. نتایج نشان داد صندوق های با مسئولیت اجتماعی بالاتر نسبت به صندوق ها با مسئولیت اجتماعی پایین عملکرد قوی تری دارند. این نتایج به سرمایه گذاران در انتخاب سودآورترین صندوق برای سرمایه گذاری کمک زیادی می کند. رضایی و ان جسی (۲۰۱۵)، در پژوهشی با عنوان تأثیر عملکرد پایداری کسب و کار و هزینه صاحبان سهام، بیان

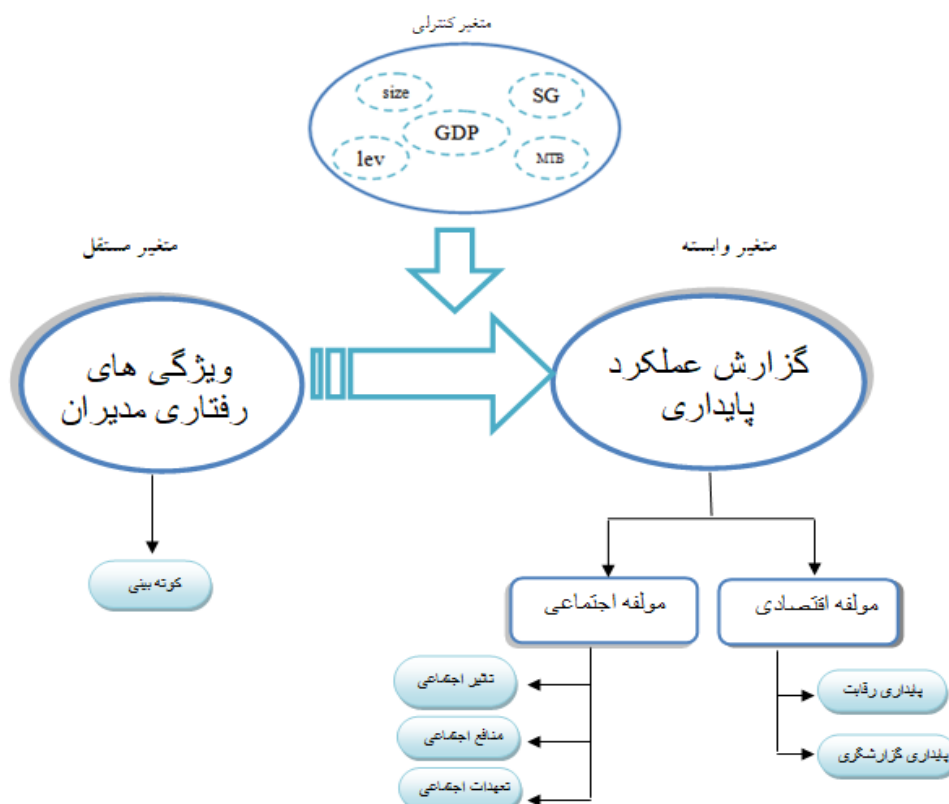
داشتند که پایداری کسب و کار به عنوان موضوع قرن ۲۱ تبدیل شده است. استدلال می کنند که آیا و چگونه ابعاد مختلف افشای پایداری اقتصادی و همچنین ابعاد محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی پایداری عملکرد بر هزینه حقوق صاحبان سهام، به صورت جداگانه و در کل، تأثیر می گذارد. علاوه بر این، بررسی می کنند که آیا و چگونه پایداری کسب و کار و پایداری محیطی، اجتماعی، حاکمیت شرکتی به طور تعاملی هزینه حقوق صاحبان سهام را تحت تأثیر قرار می دهد. آن ها دریافتند که عملکرد پایداری کسب و کار و پایداری محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی و به طور تعاملی بر هزینه سرمایه تأثیر می گذارد. به طور کلی، هنگامی که پایداری عملکرد محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی قوی است، رابطه بین پایداری محیطی، اجتماعی، حاکمیت شرکتی و هزینه حقوق صاحبان سهام تقویت می شود.

مرسدس ۱۷ (۲۰۱۵)، رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی را با در نظر گرفتن ایجاد یک نظام راهبری شرکتی مناسب در شرکت های اسپانیایی مورد بررسی قرار داد. نتایج تجزیه و تحلیل های وی در بورس اوراق بهادار مادرید ثابت نمود که طبقه بندی و به کارگیری کلیه سیاست های اجتماعی موجب ارتقای منابع مالی می شود و به طور بالعکس افزایش عملکردهای مالی منجر به منافع اجتماعی بالاتر می گردد.

سایکتی ۱۸ (۲۰۱۵)، در پژوهشی به بررسی تأثیر مسئولیت پذیری اجتماعی استراتژیک و غیر استراتژیک شرکت ها بر عملکرد مالی شرکت ها و همچنین بررسی تأثیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها بر ضریب واکنش به سود پرداخت. نتایج یافته ها نشان داد مسئولیت پذیری اجتماعی استراتژیک و غیر استراتژیک شرکت ها به ترتیب تأثیر مثبت و منفی بر عملکرد مالی شرکتها دارند. همچنین نتایج نشان داد مسئولیت پذیری اجتماعی استراتژیک بر ضریب واکنش به سود در گزارشات سالانه تأثیر دارد و مسئولیت پذیری اجتماعی غیر استراتژیک تأثیری بر ضریب واکنش به سود ندارد.

گونزالز و همکاران (۲۰۱۴)، پژوهشی با عنوان کارایی هیات مدیره و کوتاه بینی انجام دادند. در این پژوهش آنها به بررسی ارتباط بین یک هیات مدیره کارا (از نظر شاخص های اندازه، تجربه، مالکیت و استقلال هیات مدیره) و ریسک کوتاه مدت یا کوتاه بینی مدیریت پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان داد که با افزایش کارایی هیات مدیره، ریسک کوتاه مدت شرکت کاهش پیدا می کند. این نتیجه برای انواع روش های اندازه ریسک کوتاه مدت برقرار است.

- ۳- فرضیه‌های و مدل های پژوهش**
- فرضیه اصلی ۱:** رابطه ویژگی کوتاه بینی مدیریت با مولفه های اقتصادی عملکرد پایداری شرکت ها منفی و معنادار است.
- فرضیه فرعی ۱-۱: رابطه ویژگی کوتاه بینی مدیریت با پایداری گزارشگری منفی و معنادار است.
  - فرضیه فرعی ۲-۱: رابطه ویژگی کوتاه بینی مدیریت با پایداری رقابت منفی و معنادار است.
- فرضیه اصلی ۲:** رابطه ویژگی های کوتاه بینی مدیریت با مولفه های اجتماعی عملکرد پایداری شرکت ها منفی و معنادار است.
- فرضیه فرعی ۱-۲: رابطه ویژگی کوتاه بینی مدیریت با پایداری اجتماعی عملکرد شرکت ها منفی و معنادار است.
- فرضیه فرعی ۲-۲:** رابطه ویژگی کوتاه بینی مدیریت با تاثیر اجتماعی عملکرد شرکت ها منفی و معنادار است.
- فرضیه فرعی ۳-۲:** رابطه ویژگی کوتاه بینی مدیریت با تعهد اجتماعی عملکرد شرکت ها منفی و معنادار است.
- فرضیه فرعی ۴-۲:** رابطه ویژگی کوتاه بینی مدیریت با منافع اجتماعی عملکرد شرکت ها منفی و معنادار است.
- فرضیه اصلی ۳:** رابطه کوتاه بینی مدیریت با عملکرد پایداری شرکت ها منفی و معنادار است.
- فرضیه فرعی ۱-۳: رابطه کوتاه بینی مدیریت با عملکرد پایداری شرکت ها منفی و معنادار است.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش  
(عبدلی و نورو، پور، ۱۳۹۷)

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

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

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

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

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

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

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

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



۴- معرفی متغیرها و نحوه محاسبه آنها

گیری و محاسبه متغیرهای این الگوها در جدول (۱) اشاره شده

متغیرهای این پژوهش، به منظور آزمون فرضیه‌ها شامل متغیرهای وابسته، مستقل و کنترلی می باشند که، نحوه اندازه

جدول ۱: نحوه اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش

نماد	نام متغیر	نوع متغیر	نحوه محاسبه									
<b>پانل متغیرهای وابسته</b>												
			<p>به پیروی از اندرسون و سیائو (۱۹۸۲):</p> <p>متغیر مجازی است که اگر مدیریت کوتاه بینی داشته باشد برابر با یک و در غیر این صورت برابر با عدد صفر می باشد.</p> <p>برای شناسایی و تعیین شرکتهای دارای مدیران کوتاه بینی، ابتدا لازم است سطح مورد انتظار بازده دارایی، هزینه توزیع و فروش و بازاریابی را برای هر شرکت در سال استخراج کرد. در این راستا، به پیروی از مقاله اندرسون و سیائو (۱۹۸۲):</p> <p>رابطه (۱)</p> $ROA_{it} = \beta_0 + \beta_1 ROA_{it-1} + \varepsilon_{it}$ <p>رابطه (۲)</p> $Mktg_{it} = \beta_0 + \beta_1 Mktg_{it-1} + \varepsilon_{it}$ <p>بازده دارایی ها (سود خالص تقسیم بر جمع دارایی ها): <math>ROA_{it}</math></p> <p><math>Mktg_{it}</math>: مخارج بازاریابی توزیع و فروش</p> <p>یادآوری می شود که هزینه توزیع و فروش و بازاریابی از یادداشتهای توضیحی افشا شده شرکت ها استخراج خواهد شد. به منظور استخراج ضرایب مدل و برآورد باقی مانده ها، معادله های فوق در هر سطح صنعت اجرا خواهد شد.</p> <p>در نهایت بر اساس میزان خطای به دست آمده از معادلات رگرسیون و بر اساس روابط زیر خواهیم داشت:</p> <div style="text-align: center;"> <table border="1" style="margin: 0 auto;"> <tr> <td style="text-align: center;"><math>\varepsilon_{it} &gt; 0</math></td> <td style="text-align: center;"><math>\varepsilon_{it} &lt; 0</math></td> <td style="text-align: center;"><math>\varepsilon_{it} (ROA)</math></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">0</td> <td style="text-align: center;"><math>\varepsilon_{it} &lt; 0</math></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">0</td> <td style="text-align: center;">0</td> <td style="text-align: center;"><math>\varepsilon_{it} &gt; 0</math></td> </tr> </table> <p>۱. کوتاه بینی ۲. عدم کوتاه بینی</p> </div> <p>اگر رابطه ی ۱ منفی باشد و رابطه ی ۲ مثبت باشد شرکت درگیر کوتاه بینی مدیران است و عدد ۱ را اختیار خواهد نمود در غیر اینصورت عدد ۰ را اختیار خواهد کرد.</p>	$\varepsilon_{it} > 0$	$\varepsilon_{it} < 0$	$\varepsilon_{it} (ROA)$	1	0	$\varepsilon_{it} < 0$	0	0	$\varepsilon_{it} > 0$
$\varepsilon_{it} > 0$	$\varepsilon_{it} < 0$	$\varepsilon_{it} (ROA)$										
1	0	$\varepsilon_{it} < 0$										
0	0	$\varepsilon_{it} > 0$										
		وابسته	کوتاه بینی مدیران									
			MYO									
<b>پانل متغیرهای مستقل</b>												
			<p>به پیروی از رشوند (۱۳۹۶):</p> $MS = \frac{\text{فروش شرکت هر در سال}}{\text{فروش صنعت در هر سال}}$ <p><math>0 &lt; MS &lt; 1</math> <math>STD(MS)</math></p> <p>طی سه سال (سال جاری و دو سال قبل) هر چه سهم بازار کمتر، پایداری رقابت بالاتر .</p>									
		مستقل	پایداری رقابت									
			CS									
			<p>به پیروی از رضایی و چو (۲۰۱۷):</p> $TAcc_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 CFO_{it-1} + \alpha_2 CFO_{it} + \alpha_3 CFO_{it+1} + \alpha_4 ROA_0 + \varepsilon_{it}$ <p><math>STD(\varepsilon_{it})</math></p>									
		مستقل	پایداری گزارشگری									
			RS									
			<p>برای سنجش مسئولیت پذیری اجتماعی بعنوان متغیر مستقل از مقاله سالوسکی و زولچ (۲۰۱۴) استفاده گردیده است. آنها بیان نمودند که با استفاده از چندین شاخص از جمله تأثیر اجتماعی فعالیت ها، تعهدات اجتماعی و منافع اجتماعی می توان از دیدگاهی نوین مسئولیت اجتماعی شرکتها را</p>									
		مستقل	مسئولیت پذیری اجتماعی									
			CSR									

نماد	نام متغیر	نوع متغیر	نحوه محاسبه
			مورد ارزیابی قرار داد. $CSR_{it} = SI_{it} + SC_{it} + SB_{it}$
SI	تأثیر اجتماعی	مستقل	شاخص تأثیر اجتماعی فعالیت‌های شرکت که از طریق رابطه زیر محاسبه می‌گردد: $SI = \frac{\text{جریان نقد عملیاتی - سود خالص}}{\text{کل دارائیه‌ها}}$
SC	تعهدات اجتماعی	مستقل	شاخص تعهد اجتماعی فعالیت‌های شرکت که از طریق رابطه زیر محاسبه می‌گردد: $SC = \frac{\text{تقدینگی «ارزش بازار سهام»}}{\text{کل دارائیه‌ها}}$
SB	منافع اجتماعی	مستقل	شاخص منافع اجتماعی فعالیت‌های شرکت که از طریق رابطه زیر محاسبه می‌گردد: $SB = \frac{\text{مجموع بدهی های جاری و غیر جاری}}{\text{ارزش بازار سهام}}$
SS	مولفه اجتماعی	مستقل	$COV(CSR) = \frac{AVE(CSR)}{STD(CSR)}$
ES	مولفه اقتصادی	مستقل	مجموع پایداری رقابت و پایداری گزارشگری $ES = CS + RS$
RPS	عملکرد پایداری	مستقل	مجموع مولفه اجتماعی و مولفه اقتصادی $RPS = SS + ES$
<b>پانل متغیرهای کنترلی</b>			
Lev	اهرم مالی	کنترلی	$\frac{TD}{TA} = LEV$ TD: مجموع بدهی‌های TA: مجموع دارایی‌ها
Growth	رشد شرکت	کنترلی	$Growth = \frac{S_t - S_{t-1}}{S_{t-1}}$ S <sub>t</sub> : مجموع فروش‌های سال t S <sub>t-1</sub> : مجموع فروش‌های سال t-1
Size	اندازه شرکت	کنترلی	لگاریتم مجموع دارایی‌های شرکت $Size = \ln(TA)$
MTB	نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	کنترلی	$MTB = \frac{MVE}{BVE}$ ارزش بازار سهام = MVE ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام = BVE

گونه ای که شرکت های مترقی به دنبال متمایز کردن خود از سایرین، به لحاظ میزان درگیر بودن و توجه به مسئولیت های اجتماعی، هستند از این رو مسئولیت اجتماعی به عنوان یکی از ابعاد مهم فعالیت های عملیاتی شرکت ها درآمده است (سالوسکی و زولچ، ۲۰۱۴).

مطالعات پیرامون مسئولیت اجتماعی شرکتها در اکثر مواقع بر اقتصادهای توسعه یافته تمرکز یافته که ماهیتی توصیفی دارد و جهت تحلیل محتوا و محدوده افشا در گزارشهای سالانه انجام میشود و دلایل مسئولیت اجتماعی شرکتها را از بُعد انگیزه های مدیریتی و سازمانی مورد بررسی قرار میدهد. اعتقاد بر این است که مسئولیت اجتماعی شرکت ها، توان بهبود کیفیت، عدالت اجتماعی، شفافیت و پاسخگویی را در سازمان های تجاری دارد (رستمی و همکاران، ۱۳۹۴).

منظور از مسئولیت اجتماعی شرکت ها، پیوستگی و اتحاد میان فعالیت ها و ارزش های سازمان به گونه است که منافع کلیه ذی نفعان شامل سهامداران، مشتریان، کارکنان، سرمایه گذاران و عموم جامعه، در سیاست ها و عملکرد سازمان منعکس گردد. به عبارت دیگر سازمان باید همواره خود را جزئی از اجتماع بداند و نسبت به جامعه احساس مسئولیت داشته باشد و در جهت بهبود رفاه عمومی به گونه ای مستقل از منافع مستقیم شرکت، تلاش کند. در حالیکه دولت ها به طور سنتی، به تنهایی مسئولیت بهبود شرایط زندگی مردم را بر عهده دارند، نیاز جوامع بیش از توانایی و قابلیت دولت ها برای برآوردن آنهاست. در این راستا، نگاه ها در حال تغییر جهت از دولت ها به نقش فعالیت های اقتصادی افراد و شرکت ها در جامعه است و روی کسب و کار متمرکز شده است، به

فقدان درک از ادبیات مسئولیت اجتماعی شرکت ها در خصوص این مقوله در اقتصاد نوظهور وجود دارد. بسیاری از مطالعات مسئولیت اجتماعی شرکت ها در اقتصادهای نوظهور ماهیتاً توصیفی هستند و اکثر این مطالعات به دنبال انگیزه ها و دلایل و توجیه چرایی مسئولیت اجتماعی شرکت ها هستند. شاخص هایی که برای سنجش مسئولیت های اجتماعی شرکت ها مورد استفاده قرار خواهد گرفت با نگرش پایداری مورد استفاده می باشد و معیاری برای ملاحظات پایداری محسوب می گردد (جوادی، ۱۳۹۵).

یکی از مشکلات پیش رو در اندازه گیری مسئولیت پذیری شرکت، غیر کمی و کیفی بودن آن است و استفاده از یک مدل کمی می تواند اطلاعات ملموس تر و متناسب تری را در مقایسه با سایر اطلاعات حسابداری در اختیار محققین قرار دهد (رستمی و همکاران، ۱۳۹۴). سالوسکی و زولچ در سال ۲۰۱۴ بیان نمودند که با استفاده از چندین شاخص از جمله تأثیر اجتماعی فعالیت ها، تعهدات اجتماعی و منافع اجتماعی می توان از دیدگاهی نوین، مسئولیت اجتماعی شرکتها را مورد ارزیابی قرار داد. که در آن:

SI: بیانگر شاخص تأثیر اجتماعی فعالیت های شرکت که از طریق رابطه زیر محاسبه می گردد.

$$SI = \frac{\text{جریان نقد عملیاتی - سود عملیاتی}}{\text{کل دارائیهها}}$$

SC: بیانگر شاخص تعهدات اجتماعی فعالیت های شرکت که از طریق رابطه زیر محاسبه می گردد.

$$SC = \frac{\text{نقدینگی} + \text{ارزش بازار سهام}}{\text{کل دارائیهها}}$$

SB: بیانگر شاخص منافع اجتماعی فعالیت های شرکت که از طریق رابطه زیر محاسبه می گردد.

$$SB = \frac{\text{مجموع بدهی های جاری و غیر جاری}}{\text{ارزش بازار سهام}}$$

## ۵- روش انجام پژوهش

این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ ماهیت و روش، توصیفی- علی است. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیه های پژوهش، از معادله رگرسیون خطی چند

متغیره استفاده شده است. به منظور انجام پژوهش، داده های کمی مورد نیاز از صورتهای مالی حسابرسی شده شرکتها و سایر گزارشات مالی آنها و همچنین، نرم افزار ره آورد نوین استخراج شده است. داده ها پس از جمع آوری در صفحه اکسل، مرتب و طبقه بندی شده و در نهایت با استفاده از نرم افزار ایویوز مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته اند.

جامعه آماری شامل کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران که از سال ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۶ در بورس اوراق بهادار تهران بوده اند می باشد. در این پژوهش برای نمونه گیری از روش غربالگری استفاده شد؛ به این صورت که پژوهشگر شرایط را برای انتخاب نمونه مورد نظر تعیین می نماید و در صورتی که هر عضو جامعه واجد یکی از شرایط نباشد از جامعه حذف و در نهایت باقی مانده جامعه، نمونه را تشکیل می دهد. شرکت هایی انتخاب می شوند که دارای شرایط زیر باشند:

- ۱) شرکت ها قبل از سال ۱۳۹۲ در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته شده باشد و تا پایان سال ۱۳۹۶ از فهرست شرکت های یاد شده حذف نشده باشد.
- ۲) پایان سال مالی شرکت ۲۹ اسفند ماه هر سال باشد.
- ۳) شرکت ها در طول دوره پژوهش (۹۶-۹۲) تغییر سال مالی نداده باشند.
- ۴) نوع فعالیت شرکت تولیدی بوده و لذا موسسات مالی، سرمایه گذاری، بانک ها، بیمه، شرکت های لیزینگ و هلدینگ در نمونه آورده نمی شود.
- ۵) داده های مورد نیاز برای محاسبه متغیرهای پژوهش برای شرکت در دسترس باشد.
- ۶) شرکت وقفه معاملاتی بیش از شش ماه نداشته باشد. در این پژوهش بعد از اعمال پیش فرض ها، ۷۹ شرکت از ۱۰ صنعت به عنوان نمونه در نظر گرفته شدند.

## ۶- تجزیه و تحلیل داده ها

### ۶-۱- نتایج آمار توصیفی

آمار توصیفی متغیرهای پژوهش در جدول ۲ نشان داده شده می شود.

جدول (۲): آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

شرح متغیرها	نماد متغیر	مشاهدات	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشدگی	کمینه	بیشینه
کوتاه بینی	MYO	۳۹۵	۰,۴۱۵	۰,۴۹۳	۰,۳۴۴	۱,۱۱۸	۰,۰۰۰	۱,۰۰۰
تأثیر اجتماعی	SI	۳۹۵	۰,۲۶۱	۰,۲۰۷	۰,۳۵۷	۱,۷۵۰	-۰,۰۰۵	۰,۶۹۷
تعهدات اجتماعی	SC	۳۹۵	۱,۰۶۹	۰,۵۳۲	۰,۳۹۰	۱,۷۴۲	۰,۳۵۱	۱,۹۹۴
منافع اجتماعی	SB	۳۹۵	۰,۹۸۸	۰,۵۸۹	۰,۴۴۲	۱,۶۶۳	۰,۲۲۲	۱,۹۹۹

شرح متغیرها	نماد متغیر	مشاهدات	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی	کمینه	بیشینه
مسئولیت پذیری اجتماعی	CSR	۳۹۵	۱,۵۲۴	۰,۵۹۹	-۰,۴۰۹	۲,۲۸۲	۰,۰۸۷	۲,۷۶۴
مولفه اجتماعی	SS	۳۹۵	۳,۳۸۹	۲,۵۱۹	۰,۴۸۰	۲,۰۳۹	۰,۱۱۵	۸,۹۷۰
پایداری رقابت	CS	۳۹۵	۰,۰۳۸	۰,۰۱۷	۰,۵۸۳	۱,۸۱۰	۰,۰۱۲	۰,۰۷۱
پایداری گزارشگری	RS	۳۹۵	۰,۲۵۹	۰,۱۶۲	۰,۶۱۵	۲,۰۰۲	۰,۰۶۵	۰,۵۹۹
مولفه اقتصادی	ES	۳۹۵	۰,۲۹۸	۰,۱۶۴	۰,۵۷۱	۲,۹۶۴	۰,۰۷۹	۰,۶۵۹
عملکرد پایداری	RPS	۳۹۵	۳,۶۷۶	۲,۵۲۸	۰,۴۶۱	۲,۰۴۴	۰,۱۷۳	۹,۱۹۸
اندازه شرکت	SIZE	۳۹۵	۲۷,۹۳۰	۱,۳۱۵	۰,۵۲۵	۲,۰۷۵	۲۶,۰۰۹	۳۰,۸۶۷
اهرم مالی	LEV	۳۹۵	۰,۳۷۴	۰,۲۳۲	۰,۱۴۲	۱,۳۱۰	۰,۰۸۹	۰,۶۸۹
ارزش بازار به ارزش دفتری	MTB	۳۹۵	۲,۸۷۷	۱,۵۱۲	۰,۲۶۰	۱,۵۰۳	۰,۹۰۱	۵,۱۲۸
نرخ رشد فروش	SG	۳۹۵	۰,۰۱۲	۰,۵۰۸	۰,۰۳۵	۲,۴۲۶	-۰,۹۷۴	۱,۱۵۳
تولید ناخالص ملی	GDP	۳۹۵	۰,۱۸۰	۰,۱۲۴	۰,۱۴۴	۱,۹۰۳	۰,۰۱۱	۰,۳۵۱

## ۷- نتایج حاصل از آزمون فرضیه های پژوهش

### ۷-۱- نتایج آزمون فرضیه اول

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

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

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

همان طور که در جدول (۳) ملاحظه می شود، مقدار آماره F و سطح معناداری مربوط به این آماره بیانگر این است که فرضیه صفر آماری که همان بی معنا بودن کل مدل (صفر بودن تمام ضرایب) است، رد می شود و مدل رگرسیون برآورد شده در کل معنادار است. در این مدل، ضریب تعیین برابر با ۰/۸۵۱۴ است. یعنی ۸۴/۱۴٪ از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل قابل توضیح است. با توجه به این که آماره بدست آمده دورین - واتسون در دامنه ۱/۵ و ۲/۵ قرار دارد، بیانگر نبود خود همبستگی بین خطاهای مدل است. همچنین مقادیر عامل تورم واریانس که بیانگر وجود رابطه شدید بین متغیرهای مستقل و کنترلی است، زیر ۱۰ می باشد که نشان از عدم وجود هم خطی بین متغیرهای مستقل و کنترلی را تأیید می کند. بنابراین همان طور که مشاهده می شود آماره t بدست آمده برای متغیر کوتاه بینی برابر ۶/۵۲۷۷- و سطح معنی داری

همان طور که در جدول (۲)، مشاهده می شود آماره های توصیفی شامل میانگین، انحراف معیار، چولگی، کشیدگی، کمینه و بیشینه می باشد که معروف ترین و در عین حال پر مصرف ترین شاخص های آمار تو صیفی اند. میانگین، متوسط داده ها را نشان می دهد. چولگی و کشیدگی شاخص تقارن داده ها و نشان دهنده وضعیت آن ها نسبت به توزیع نرمال است. با توجه به مطالب مذکور و با نگاهی به جدول (۲)، می توان دریافت که میانگین عمده تمام متغیرها فاصله چندانی با هم ندارد در بین متغیرها، اندازه شرکت با مقدار ۲۷,۹۳۰ دارای بالاترین میانگین و نرخ رشد فروش با مقدار ۰,۰۱۲ دارای کم ترین میانگین می باشد. همچنین گزارشگری عملکرد پایداری با مقدار ۲,۵۲۸ از انحراف معیار و دامنه گسترده تری برخوردار است.

با در نظر گرفتن ضریب چولگی انواع متغیرها، مشخص می شود که توزیع همه متغیرهای پژوهش بجز مسئولیت پذیری اجتماعی به طور کلی از چولگی به سمت راست (چولگی مثبت) برخوردار است؛ این بدان معناست که توزیع جامعه کاملاً متقارن نبوده و در مقایسه با توزیع نرمال حجم بیشتری از داده های مشاهده شده برای هر یک از متغیرها کمتر از مقدار میانگین آن ها بوده است.

همچنین با توجه به ضریب کشیدگی، که نشان دهنده میزان پراکندگی داده های مشاهده شده پیرامون میانگین داده ها است، میزان کشیدگی همه متغیرهای پژوهش کمتر از توزیع نرمال بوده است (ضریب کشیدگی برای توزیع نرمال تقریباً مساوی ۳ است)؛ به این معنی که پراکندگی داده های مربوط به این متغیرها کمتر یا تقریباً مساوی توزیع نرمال می باشد.

آن ۰/۰۰۰۰ است، فرضیه اول پژوهش پذیرفته می شود. رابطه منفی و معنادار است. بنابراین ویژگی های کوتاه بینی مدیریت با پایداری گزارشگری

جدول (۳): نتایج بررسی ضرایب مدل ۱

VIF	احتمال	آماره t	ضرایب	نماد متغیرها
----	۰/۰۰۰۰	۴/۵۱۳۰	۰/۳۶۶۸	C
۱/۰۱۵۳	۰/۷۶۰۰	۰/۳۰۵۹	۰/۰۰۰۶	SIZE
۱/۰۲۸۰	۰/۵۲۷۲	-۰/۶۳۳۱	-۰/۰۰۰۹	MTB
۱/۰۲۰۸	۰/۰۴۵۴	-۲/۲۴۲۰	-۰/۰۰۸۸	LEV
۱/۴۳۳۹	۰/۰۳۵۴	۲/۶۷۴۱	۰/۰۱۱۳	SG
۱/۴۳۰۶	۰/۰۴۲۲	-۲/۸۷۳۸	-۰/۰۴۷۸	GDP
۱/۰۲۳۵	۰/۰۰۰۰	-۶/۵۲۷۷	-۰/۰۲۸۱	MYO
P- Value	مقدار	آزمون	مقدار	
۰/۰۴۱	۱/۲۳۴	هاسمن	۰/۸۵۱۴	R <sup>۲</sup>
۰,۰۰۰۰	۲/۰۰۱	F لیمر	۰/۷۹۴۶	R <sup>۲</sup> تعدیل شده
۰,۰۰۰۰	۱۵/۵۰۴	F فیشر	۲/۳۹۴	D-W

در کل معنادار است. در این مدل، ضریب تعیین برابر با ۰/۹۳۶۸ است. یعنی ۹۳/۶۸٪ از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل قابل توضیح است. با توجه به این که آماره بدست آمده در دامنه ۱/۵ و ۲/۵ قرار دارد، بیانگر نبود خود همبستگی بین خطاهای مدل است. همچنین عامل تورم واریانس که بیانگر وجود رابطه شدید بین متغیرهای مستقل و کنترل است، زیر ۱۰ می باشد که نشان از عدم وجود هم خطی بین متغیرهای مستقل و کنترلی را تأیید می کند. بنابراین همان طور که مشاهده می شود آماره t بدست آمده برای متغیر کوتاه بینی برابر ۲/۱۵۶۸- و سطح معنی داری آن ۰/۰۳۲۱ است، فرضیه دوم پژوهش پذیرفته می شود. بنابراین ویژگی های کوتاه بینی مدیریت با پایداری رقابت رابطه منفی و معنادار است.

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

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

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

همان طور که در جدول (۴) ملاحظه می شود، مقدار آماره F و سطح معناداری مربوط به این آماره بیانگر این است که فرضیه صفر آماری که همان بی معنا بودن کل مدل (صفر بودن تمام ضرایب) است، رد می شود و مدل رگرسیون برآورد شده

جدول (۴): نتایج بررسی ضرایب مدل ۲

VIF	احتمال	آماره t	ضرایب	نماد متغیرها
----	۰/۰۰۰۰	۶/۳۰۳۲	۰/۰۵۲۰	C
۱/۰۱۵۳	۰/۰۷۱۱	-۱/۸۱۳۱	-۰/۰۰۰۵	SIZE
۱/۰۲۸۰	۰/۰۰۰۹	۳/۳۶۷۲	۰/۰۰۰۵	MTB
۱/۰۲۰۸	۰/۰۴۴۶	۲/۰۱۹۰	۰/۰۰۲۴	LEV
۱/۴۳۳۹	۰/۰۰۰۰	-۶/۱۳۸۴	-۰/۰۰۳۹	SG
۱/۴۳۰۶	۰/۰۲۱۲	-۲/۳۲۰۱	-۰/۰۰۴۷	GDP
۱/۰۲۳۵	۰/۰۳۲۱	-۲/۱۵۶۸	-۰/۰۰۱۰	MYO

VIF	احتمال	آماره t	ضرایب	نماد متغیرها	
P- Value		مقدار	آزمون	مقدار	
۰/۰۰۰۰		۳۶/۱۲۰	هاسمن	۰/۹۳۶۸	R <sup>۲</sup>
۰,۰۰۰۰		۷/۴۶۹	F لیمر	۰/۹۱۳۵	R <sup>۲</sup> تعدیل شده
۰,۰۰۰۰		۴۰/۱۷۴	F فیشر	۲/۴۵۳	D-W

### ۲-۷- نتایج آزمون فرضیه دوم

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

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

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

همان طور که در جدول (۵) ملاحظه می شود، مقدار آماره F و سطح معناداری مربوط به این آماره بیانگر این است که فرضیه صفر آماری که همان بی معنا بودن کل مدل (صفر بودن

تمام ضرایب) است، رد می شود و مدل رگرسیونی برآورد شده در کل معنادار است. در این مدل، ضریب تعیین برابر با ۰/۸۳۷۴ است. یعنی ۸۳/۷۴٪ از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل قابل توضیح است. با توجه به این که آماره بدست آمده در دامنه ۱/۵ و ۲/۵ قرار دارد، بیانگر نبود خود همبستگی بین خطاهای مدل است. همچنین عامل تورم واریانس که بیانگر وجود رابطه شدید بین متغیرهای مستقل و کنترلی است، زیر ۱۰ می باشد که نشان از عدم وجود هم خطی بین متغیرهای مستقل و کنترلی را تأیید می کند. همان طور که مشاهده می شود آماره t بدست آمده برای متغیر کوتاه بینی برابر ۲/۱۹۷۲ و سطح معنی داری آن ۰/۰۲۹۰ است، فرضیه سوم پژوهش پذیرفته می شود. بنابراین رابطه ویژگی های کوتاه بینی مدیریت با پایداری اجتماعی عملکرد شرکت ها منفی و معنادار است.

جدول (۵): نتایج بررسی ضرایب مدل ۳

VIF	احتمال	آماره t	ضرایب	نماد متغیرها	
----	۰/۶۵۰۷	-۰/۴۵۳۳	۱/۰۴۷۴		C
۱/۰۱۵۳	۰/۰۴۰۷	۲/۸۸۴۸	۰/۱۵۵۸		SIZE
۱/۰۲۸۰	۰/۲۶۱۹	۱/۱۲۴۵	۰/۰۵۵۹		MTB
۱/۰۲۰۸	۰/۵۸۲۵	-۰/۵۵۰۴	-۰/۱۷۸۹		LEV
۱/۴۳۳۹	۰/۰۳۵۸	۲/۰۰۵۳	۰/۱۵۱۰		SG
۱/۴۳۰۶	۰/۰۳۱۸	-۲/۲۷۹۸	-۰/۷۵۶۷		GDP
۱/۰۲۳۵	۰/۰۲۹۰	-۲/۱۹۷۲	-۰/۲۶۸۰		MYO
P- Value		مقدار	آزمون	مقدار	
۰/۰۰۱۵		۰/۵۱۶	هاسمن	۰/۸۳۷۴	R <sup>۲</sup>
۰,۰۰۰۰		۲/۰۵۵	F لیمر	۰/۷۷۷۳	R <sup>۲</sup> تعدیل شده
۰,۰۰۰۰		۱۳/۹۳۵	F فیشر	۲/۳۷۳	D-W

برای آزمون فرضیه پژوهش از مدل های رگرسیونی زیر استفاده شده است:

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

**فرضیه اصلی دوم:** رابطه ویژگی کوتاه بینی مدیریت با مولفه های اجتماعی عملکرد پایداری شرکت ها منفی و معنادار است. **فرضیه فرعی ۱-۲:** رابطه ویژگی کوتاه بینی مدیریت با تاثیر اجتماعی عملکرد شرکت ها منفی و معنادار است.

بدست آمده در دامنه ۱/۵ و ۲/۵ قرار دارد، بیانگر نبود خود همبستگی بین خطاهای مدل است. مقادیر عامل تورم واریانس که بیانگر وجود رابطه شدید بین متغیرهای مستقل و کنترلی است، زیر ۱۰ می باشد که نشان از عدم وجود هم خطی بین متغیرهای مستقل و کنترلی را تأیید می کند. همان طور که مشاهده می شود آماره t بدست آمده برای متغیر کوتاه بینی برابر ۴/۳۶۰۳- و سطح معنی داری آن ۰/۰۰۰۰ است، فرضیه چهارم پژوهش پذیرفته می شود. بنابراین رابطه ویژگی های کوتاه بینی مدیریت با تاثیر اجتماعی عملکرد شرکت ها منفی و معنادار است.

به منظور آزمون فرضیه پژوهش ما ابتدا مدل را با استفاده از آزمون T و F مورد بررسی و تحلیل قرار می دهیم سپس به اثبات یا رد فرضیه پژوهش می پردازیم. همان طور که در جدول (۶) ملاحظه می شود، مقدار آماره F و سطح معناداری مربوط به این آماره بیانگر این است که فرضیه صفر آماری که همان بی معنا بودن کل مدل (صفر بودن تمام ضرایب) است، رد می شود و مدل رگرسیون برآورد شده در کل معنادار است. در این مدل، ضریب تعیین برابر با ۰/۸۱۶۳ است. یعنی ۸۱/۶۳٪ از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل قابل توضیح است. با توجه به این که آماره

جدول (۶): نتایج بررسی ضرایب مدل ۴

نماد متغیرها	ضرایب	آماره t	احتمال	VIF
C	۱/۸۲۹۴	۵/۴۹۲۸	۰/۰۰۰۰	---
SIZE	-۰/۰۲۲۱	-۴/۲۲۹۵	۰/۰۰۰۰	۱/۰۱۵۳
MTB	۰/۰۱۹۱	۴/۲۸۰۷	۰/۰۰۰۰	۱/۰۲۸۰
LEV	۰/۰۹۱۴	۳/۱۲۰۴	۰/۰۰۲۰	۱/۰۲۰۸
SG	-۰/۰۳۵۵	-۲/۱۱۷۲	۰/۰۳۵۳	۱/۴۳۳۹
GDP	-۰/۳۳۷۲	-۴/۹۸۰۵	۰/۰۰۰۰	۱/۴۳۰۶
MYO	-۰/۰۴۶۲	-۴/۳۶۰۳	۰/۰۰۰۰	۱/۰۲۳۵
	مقدار	آزمون	P- Value	
R <sup>۲</sup>	۰/۸۱۶۳	هاسمن	۰/۰۰۱۰	مقدار
R <sup>۲</sup> تعدیل شده	۰/۷۴۸۴	F لیمر	۰,۰۰۰۰	۲۰/۶۱۹
D-W	۲/۴۱۸	F فیشر	۰,۰۰۰۰	۲/۲۵۹
				۱۲/۰۲۸

تمام ضرایب) است، رد می شود و مدل رگرسیون برآورد شده در کل معنادار است. در این مدل، ضریب تعیین برابر با ۰/۷۱۹۹ است. یعنی ۷۱/۹۹٪ از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل قابل توضیح است. با توجه به این که آماره بدست آمده در دامنه ۱/۵ و ۲/۵ قرار دارد، بیانگر نبود خود همبستگی بین خطاهای مدل است. مقادیر عامل تورم واریانس که بیانگر وجود رابطه شدید بین متغیرهای مستقل و کنترلی است، زیر ۱۰ می باشد که نشان از عدم وجود هم خطی بین متغیرهای مستقل و کنترلی را تأیید می کند. همان طور که مشاهده می شود آماره t بدست آمده برای متغیر کوتاه بینی برابر ۲/۱۶۹۴- و سطح معنی داری آن ۰/۰۳۱۱ است، فرضیه پنجم پذیرفته می شود. بنابراین رابطه ویژگی های کوتاه بینی مدیریت با تعهد اجتماعی عملکرد شرکت ها منفی و معنادار است.

**فرضیه اصلی دوم:** رابطه ویژگی کوتاه بینی مدیریت با مولفه های اجتماعی عملکرد پایداری شرکت ها منفی و معنادار است. فرضیه فرعی ۲-۳: رابطه ویژگی کوتاه بینی مدیریت با تعهد اجتماعی عملکرد شرکت ها منفی و معنادار است. برای آزمون فرضیه پژوهش از مدل های رگرسیونی زیر استفاده شده است:

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

به منظور آزمون فرضیه پژوهش ما ابتدا مدل را با استفاده از آزمون T و F مورد بررسی و تحلیل قرار می دهیم سپس به اثبات یا رد فرضیه پژوهش می پردازیم. همان طور که در جدول (۷) ملاحظه می شود، مقدار آماره F و سطح معناداری مربوط به این آماره بیانگر این است که فرضیه صفر آماری که همان بی معنا بودن کل مدل (صفر بودن

جدول (۷): نتایج بررسی ضرایب مدل ۵

VIF	احتمال	آماره t	ضرایب	نماد متغیرها
----	۰/۵۹۱۷	۵/۵۳۷۱	۰/۴۱۵۹	C
۱/۰۱۵۳	۰/۰۳۵۳	۲/۹۳۰۲	۰/۰۲۵۶	SIZE
۱/۰۲۸۰	۰/۸۸۴۷	-۰/۱۴۵۲	-۰/۰۰۲۰	MTB
۱/۰۲۰۸	۰/۰۴۹۸	-۳/۶۵۲۱	-۰/۱۳۷۴	LEV
۱/۴۳۳۹	۰/۰۳۴۵	۲/۴۶۱۸	۰/۰۶۴۷	SG
۱/۴۳۰۶	۰/۶۸۷۵	۰/۴۰۲۷	۰/۰۶۵۵	GDP
۱/۰۲۳۵	۰/۰۳۱۱	-۲/۱۶۹۴	-۰/۰۷۴۶	MYO
P- Value		مقدار	آزمون	مقدار
۰/۰۲۲۵		۶/۹۷۴	هاسمن	۰/۷۱۹۹
۰,۰۰۷۹		۱/۲۹۰	F لیمر	۰/۶۱۶۴
۰,۰۰۰۰		۶/۹۵۵	F فیشر	۲/۴۶۳
				$R^2$
				$R^2$ تعدیل شده
				D-W

ضرایب) است، رد می‌شود و مدل رگرسیون برآورد شده در کل معنادار است. در این مدل، ضریب تعیین برابر با ۰/۸۰۳۸ است. یعنی ۸۰/۳۸٪ از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل قابل توضیح است. با توجه به این که آماره بدست آمده در دامنه ۱/۵ و ۲/۵ قرار دارد، بیانگر نبود خود همبستگی بین خطاهای مدل است. مقادیر عامل تورم واریانس که بیانگر وجود رابطه شدید بین متغیرهای مستقل و کنترل است، زیر ۱۰ می‌باشد که نشان از عدم وجود هم خطی بین متغیرهای مستقل و کنترلی را تأیید می‌کند. همان‌طور که مشاهده می‌شود آماره t بدست آمده برای متغیر کوتاه بینی برابر ۰/۹۳۲۲ و سطح معنی‌داری آن ۰/۳۵۲۲ است، فرضیه ششم رد می‌شود. رابطه ویژگی های کوتاه بینی مدیریت با منافع اجتماعی عملکرد شرکت ها مثبت و بی معنی است.

**فرضیه اصلی دوم:** رابطه ویژگی کوتاه بینی مدیریت با مولفه های اجتماعی عملکرد پایداری شرکت ها منفی و معنادار است. فرضیه فرعی ۲-۴: رابطه ویژگی کوتاه بینی مدیریت با منافع اجتماعی عملکرد شرکت ها منفی و معنادار است. برای آزمون فرضیه پژوهش از مدل های رگرسیونی زیر استفاده شده است:

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

به منظور آزمون فرضیه پژوهش ما ابتدا مدل را با استفاده از آزمون T و t مورد بررسی و تحلیل قرار می‌دهیم سپس به اثبات یا رد فرضیه پژوهش می‌پردازیم. همان‌طور که در جدول (۸) ملاحظه می‌شود، مقدار آماره F و سطح معناداری مربوط به این آماره بیانگر این است که فرضیه صفر آماری که همان بی‌معنا بودن کل مدل (صفر بودن تمام

جدول (۸): نتایج بررسی ضرایب مدل ۶

VIF	احتمال	آماره t	ضرایب	نماد متغیرها
----	۰/۰۰۱۵	۳/۱۹۴۴	۲/۱۱۴۸	C
۱/۰۱۵۳	۰/۱۰۶۲	-۱/۶۲۲۰	-۰/۰۳۸۴	SIZE
۱/۰۲۸۰	۰/۰۳۴۱	-۲/۱۳۲۱	-۰/۰۲۴۹	MTB
۱/۰۲۰۸	۰/۰۷۶۴	۱/۷۸۰۲	۰/۱۴۰۷	LEV
۱/۴۳۳۹	۰/۲۲۱۱	۱/۲۲۷۰	۰/۰۴۷۰	SG
۱/۴۳۰۶	۰/۰۴۹۰	-۱/۹۷۸۷	-۰/۳۰۰۷	GDP
۱/۰۲۳۵	۰/۳۵۲۲	۰/۹۳۲۲	۰/۰۲۷۲	MYO
P- Value		مقدار	آزمون	مقدار
۰/۰۴۸۶		۴/۷۳۷	هاسمن	۰/۸۰۳۸
۰,۰۰۰۱		۱/۹۰۲	F لیمر	۰/۸۳۱۴
۰,۰۰۰۰		۱۱/۰۹۱	F فیشر	۲/۳۱۶
				$R^2$
				$R^2$ تعدیل شده
				D-W



### ۳-۷- نتایج آزمون فرضیه سوم

**فرضیه اصلی سوم:** رابطه کوتاه بینی مدیران با عملکرد پایداری شرکت ها منفی و معنادار است.

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

برای آزمون فرضیه پژوهش از مدل های رگرسیونی زیر استفاده شده است:

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

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

همان طور که در جدول (۹) ملاحظه می شود، مقدار آماره F و سطح معناداری مربوط به این آماره بیانگر این است که

فرضیه صفر آماری که همان بی معنا بودن کل مدل (صفر بودن تمام ضرایب) است، رد می شود و مدل رگرسیونی برآورد شده در کل معنادار است. در این مدل، ضریب تعیین برابر با ۰/۸۲۱۸ است. یعنی ۸۲/۱۸٪ از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل قابل توضیح است. با توجه به این که آماره بدست آمده در دامنه ۱/۵ و ۲/۵ قرار دارد، بیانگر نبود خود همبستگی بین خطاهای مدل است. مقادیر عامل تورم واریانس که بیانگر وجود رابطه شدید بین متغیرهای مستقل و کنترلی است، زیر ۱۰ می باشد که نشان از عدم وجود هم خطی بین متغیرهای مستقل و کنترلی را تأیید می کند. همان طور که مشاهده می شود آماره t بدست آمده برای متغیر کوتاه بینی برابر ۲/۰۳۴۵- و سطح معنی داری آن ۰/۰۴۳۰ است، فرضیه هفتم پذیرفته می شود. بنابراین رابطه کوتاه بینی مدیریت با عملکرد پایداری شرکت ها منفی و معنادار است.

جدول (۹): نتایج بررسی ضرایب مدل ۷

نماد متغیرها	ضرایب	آماره t	احتمال	VIF
C	-۰/۱۱۵۳	-۰/۰۴۶۷	۰/۹۶۲۸	----
SIZE	۰/۱۱۷۷	۳/۵۰۵۲	۰/۰۳۳۶	۱/۰۱۵۳
MTB	۰/۰۴۸۸	۲/۲۳۰۵	۰/۰۲۹۷	۱/۰۲۸۰
LEV	-۰/۱۹۵۰	-۰/۵۶۶۳	۰/۵۷۱۷	۱/۰۲۰۸
SG	۰/۰۸۹۸	۳/۲۰۸۶	۰/۰۴۸۰	۱/۴۳۳۹
GDP	-۰/۱۰۱۱	-۲/۳۳۱۴	۰/۰۴۳۴	۱/۴۳۰۶
MYO	۰/۲۶۵۲	-۲/۰۳۴۵	۰/۰۴۳۰	۱/۰۲۳۵
	مقدار	آزمون	مقدار	P-Value
$R^2$	۰/۸۲۱۸	هاسمن	۰/۵۱۲	۰/۰۰۱۶
$R^2$ تعدیل شده	۰/۷۵۵۹	F لیمر	۲/۰۲۰	۰,۰۰۰۱
D-W	۲/۳۹۶	F فیشر	۱۲/۴۷۸	۰,۰۰۰۰

### ۸- جمع بندی و تفسیر

ادبیات گسترده و رو به رشد روان شناسی اقتصادی و رفتار انسان بیانگر این مطلب است که تمایلات رفتاری و ویژگی های شخصیتی مدیران با توجه به محدودیت های مهمی که در جذب منابع وجود دارد، تصمیمات اقتصادی و اجتماعی آنان را تحت تأثیر قرار می دهد. همینطور، پیشینه ی رفتار مالی نشان می دهد که افراد در تفکرات خود دچار خطای سیستماتیک می شوند. ممکن است که آن ها در مورد نتایج تصمیمات خود دچار عدم دوراندیشی شوند که در هر دو صورت، ممکن است که تمایلات افراد موجب انحراف شود. مطالعات کمتری در زمینه ی اینکه چطور این یک سونگری ها (احتمال اتفاق خوب

اغراق شده و احتمال اتفاق بد را دست کم گرفتن) عملکرد پایدار را تحت تأثیر قرار می دهد، استوار کرده اند. مطالعات نشان می دهد که الویت های شخصی مدیران و تعصبات رفتار مدیریتی، عملکرد شرکت ها را تحت تأثیر قرار می دهد (چن و لین، ۲۰۱۳).

یکی از عواملی که ممکن است منجر شود، رفتار هزینه ها متناسب با تغییرات سطح فعالیت نباشد، میزان ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت ها است. واکنش نامتناسب هزینه نسبت به تغییرات در سطح فعالیت که ناشی از ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت هاست، نظر بسیاری از محققان را جلب نموده است. تصمیمات مدیریتی در جهت ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت

ها در ابعاد مختلف، می تواند در قابلیت کنترل هزینه های واحد تجاری در آینده و برآورد رفتار هزینه در تصمیمات آتی واحد تجاری موثر باشد (رضایی و رضایی، ۱۳۹۵).

در برخی موارد مدیران هنگام تصمیم گیری های خود با دید کوتاه بینی، توجهی به فعالیت های اجتماعی شرکت ندارند و تصمیماتشان را بر مبنای افشای اطلاعات شرکت ها درباره فعالیت های زیست محیطی و اجتماعی، در اطلاعات مالی مرسوم (گزارش های سالانه) تغییر نمی دهند، اما تاثیر این سوگیری های رفتاری بر مولفه های اجتماعی و اقتصادی عملکرد پایدار منفی و معنادار می باشد.

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

نتایج حاصل از آزمون فرضیه اول نشان داد که رابطه ویژگی کوتاه بینی مدیریت با پایداری گزارشگری منفی و معنادار است. منظور از پایداری گزارشگری یعنی اینکه میزان دست کاری مدیریت در جهت اینکه اطلاعات با شرایط واقعی رخ داده تطبیق بیشتری دهد یا اینکه اطلاعات را به نفع خود گزارش دهد، کمتر باشد. یعنی در طول زمان دستکاری به هر انگیزه ای انقدر نوساناتش شدید نباشد که تفاوت معناداری در مطلوبیت تصمیم گیری استفاده کننده بوجود آورد. اما شرکت های دارای مدیریت کوتاه بینی در سال های اولیه، بازده سهام بالاتری نسبت به سایر شرکت ها دارند. این شرکت ها سود غیر عادی بیشتری نسبت به شرکت های دیگر گزارش می کنند که اگر سرمایه گذاران از تورم سود آگاه باشند آنگاه احتمالاً اطلاعات سود را بی ارزش خواهند دانست. بنابراین کوتاه بینی مدیران بر پایداری گزارشگری اثر منفی و معنادار دارد.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه دوم نشان داد که رابطه ویژگی کوتاه بینی مدیریت با پایداری رقابت منفی و معنادار است. پایداری رقابت یعنی توانایی رقابت با شرکت های هم صنعت به نحوی که در آن صنعت فعال کما فی سابق باقی بماند، از این رو پایداری رقابت سهم بازار خود را حفظ کرده و میزان فروش، مصرف مواد اولیه، مشتری و عرضه کننده خود را در بازار دارد. مدیریت دارای دید کوتاه بینی در شرایط رقابتی بازار در مورد یک محصول کمتر قادر به تحمل شوک هزینه ای بر محصولاتشان هستند لذا سعی دارند اولاً این شوک ها را به نوعی پوشش دهند ثانیاً رقابت موجود در بازار محصول نگرانی مدیریت در مورد دوره تصدی وی به دنبال دارد که این نگرانی در نهایت ممکن است به ریسک تصمیمات وی در آن بیانجامد. مدیریت در شرایط رقابتی بودن بازار تصمیم به صرف مخارج سرمایه ای می کند و یا به دلیل عدم اطمینان نسبت به تقاضای بازار تصمیم به منتظر ماندن برای کاهش ابهام در

آینده می کند. بنابراین کوتاه بینی مدیران بر پایداری رقابت اثر منفی و معنادار دارد.

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

نتایج حاصل از آزمون فرضیه چهارم نشان داد که رابطه ویژگی کوتاه بینی مدیریت با تاثیر اجتماعی عملکرد شرکت ها منفی و معنادار است. شرکت ها نسبت به گروه های سازنده در جامعه غیر از سهامداران و فراتر از آن چیزی که از طریق قانون و قرارداد اتحادیه توصیف شده، وظیفه دارند. منظور از تاثیر اجتماعی یعنی خواستگاه اجتماعی محصول چیست، بنگاه ها می توانند از بعد برند، حق الامتیاز و ... تاثیر اجتماعی مثبت یا منفی بگذارند. مدیران می باید نسبت به گروه های خاصی که روی سازمان تاثیر می گذارند یا می توانند روی منافع و اهداف سازمان موثر باشند، احساس مسئولیت نمایند. یک بنگاه اقتصادی نه تنها بایستی نسبت به سهامدارانش و سرمایه داران خود احساس مسئولیت کند، بلکه بایستی با همان نسبت به همان گروه هایی که در موفقیت آن سهیم هستند، احساس مسئولیت نماید این گروه ها عبارتند از: صاحبان سهام، مشتریان، سازمان های دولتی، اتحادیه های کارگری، کارکنان، عرضه کنندگان مواد اولیه، اعتبار دهندگان و... اما مدیران دارای دید کوتاه بینی به جهت اهداف کوتاه مدت خود سعی در حفظ منافع خود دارند بنابراین کوتاه بینی مدیریت با تاثیر اجتماعی عملکرد شرکت ها منفی و معنادار است.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه پنجم نشان داد که رابطه ویژگی های کوتاه بینی مدیریت با تعهد اجتماعی عملکرد شرکت ها منفی و معنادار است. در تعهدات اجتماعی شرکت هایی که از تعهدات اجتماعی برخوردارند تمایل بیشتری به افشای عمومی فعالیت های اجتماعی خود دارند. اگر شرکتی به جامعه پاسخگو باشد طبق نظریه ذی نفعان که الزاما به سهامداران پاسخگو نیست، نشان از توانایی شرکت و مدیران آن

می گیرد و همه فعالیت ها و استراتژی هایی را در بر می گیرد که نیازهای ذی نفعان امروز را برآورده می کنند. از آنجایی که کوتاه بینی مدیریت از تمرکز بیش از اندازه بر روی نتایج کوتاه مدت ناشی می شود و هنگام تصمیم گیری های خود، توجهی به فعالیت های اجتماعی شرکت ندارند و تصمیماتشان را بر مبنای افشای اطلاعات شرکت ها درباره فعالیت های زیست محیطی و اجتماعی، در اطلاعات مالی مرسوم (گزارش های سالانه) تغییر نمی دهند و به دنبال کسب سود خود بوده، مستقیماً نسبت به هدف ها و مسائل اجتماعی فعالیتی ندارند و حداکثر سازی ارزش برای سهامداران منعکس کننده منافع کوتاه مدت به جای سود آوری بلند مدت برای مدیران است، با توجه به نتایج آزمون های ۱ تا ۶ کوتاه بینی مدیران بر عملکرد پایدار تاثیر منفی و معنادار می گذارد.

جدول (۷) : خلاصه نتایج فرضیات پژوهش

ردیف	فرضیات	نتایج
۱	فرضیه اول	تایید
۲	فرضیه دوم	تایید
۳	فرضیه سوم	تایید
۴	فرضیه چهارم	تایید
۵	فرضیه پنجم	تایید
۶	فرضیه ششم	رد
۷	فرضیه هفتم	تایید

در این پژوهش برای انجام آزمون این فرضیه، از آزمون های ضریب پیرسون، هاسمن و تی و اف استفاده شده است. نتایج این فرضیات با یافته های پژوهش رشوند (۱۳۹۷) که دریافته اند تاثیر مثبت و معناداری بین متغیرهای اطلاعات غیرمالی و عملکرد پایداری را نشان می دهد و یزدی (۱۳۹۶)، که دریافته اند کوتاه بینی مدیریت بر رقابت در بازار محصول تاثیر منفی و معناداری دارد. کاکاویی و ایرجی راد (۱۳۹۴) که دریافته اند بین ابعاد اجتماعی و اقتصادی عملکرد پایداری شرکتها با عدم تقارن اطلاعاتی رابطه ای وجود ندارد و احمدی نیاسانی و همکاران (۱۳۹۴) که دریافته اند بین هریک از شاخص های مسئولیت اجتماعی با اجزای عملکرد مالی شرکتها رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد همچنین با شاخص های مسئولیت اجتماعی رابطه مثبت و معنی داری برقرار است و بهاری مقدم و همکاران (۱۳۹۰) دریافته اند که متغیرهای انتخاب شده مکانیزم های حاکمیت شرکتی رابطه مثبت و معناداری با مسئولیت اجتماعی شرکت ها دارند، مطابقت ندارد، اما با پژوهش سپاسی و حسن زاده (۱۳۹۵) که نشان دادند بین بعد اقتصادی و

می باشد، پس اگر در شرکتی پاسخگویی افزایش می یابد یعنی گزارشگری به عامه مردم به استثنا سهامداران افزایش پیدا کرده. مدیران دارای دید کوتاه بینی امکان دسترسی بی قید و شرط به بخش مهمی از اطلاعات سازمان را به دست می آورند. این ویژگی زمانیکه انگیزه هایی همچون پاداش، مقررات گریزی، افزایش روز افزون رقابت ها و ... پیش می آید، محرکی قوی برای مدیران می شود تا در جهت منافع خویش و حتی در تضاد با منافع سایر گروه ها تمایلی به افشای عمومی فعالیت های اجتماعی نداشته باشند، درست است که مردم در شرکت نفعی ندارند ولی حق دارند که بدانند. بنابراین کوتاه بینی مدیریت با تعهد اجتماعی عملکرد شرکت ها منفی و معنادار است.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه ششم نشان داد که رابطه ویژگی های کوتاه بینی مدیریت با منافع اجتماعی عملکرد شرکت ها مثبت و بی معنی است. منافع اجتماعی به عنوان فعالیت هایی توصیف می شود که به منظور پیشرفت بعضی از اهداف اجتماعی که فراتر از اهداف مالی هستند انجام می گردد. منافع اجتماعی یعنی شرکت پول را صرف پروژه ای که هزینه فرصت اقتصادی مثبت از دست رفته داشته باشد نکند و آن را صرف اجتماع کند نه سهامداران. به عبارتی هزینه فرصت اقتصادی از دست رفته موضوعاتی که بایستی تصمیم گیری می شد و انتخاب نشد کمترین باشد، یعنی هر انتخابی که باید تصمیم گیری می شد ولی به دلیل نداشتن منفعت موجه کنار گذاشته شد، هزینه فرصت اقتصادی مثبت در برابر گزینه های انتخاب شده ندارد و اینجاست که منفعت اجتماعی معنا میگیرد. زمانی که شرکت ها تعداد ذی نفعان را در برابر مدیران مسئول، افزایش می دهند، تعداد نظارت کنندگان بر رفتارهای مدیریتی افزایش یافته و موجب می شود قراردادهای ضمنی با مجموعه ای گسترده از ذی نفعان منعقد شود. بنابراین، انتظار بر این است که افزایش نظارت و گسترش مجموعه ای از قراردادهای ضمنی تضادها را کاهش دهد و با تعادل بین منافع و نیازهای ذی نفعان مختلف، مدیران دارای دید عدم دوراندیشی زمان فرصت طلبی به نفع خود را ندارند و در انتخاب پروژه هایی با منفعت اجتماعی کوشا هستند بنابراین کوتاه بینی مدیریت با منافع اجتماعی عملکرد شرکت ها مثبت و بی معنی است.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه هفتم نشان داد که رابطه کوتاه بینی مدیریت با عملکرد پایداری شرکت ها منفی و معنادار است. عملکرد پایداری رویکرد متفاوتی به کسب و کار است که برای مشتریان و کارکنان خود ارزش بلند مدت می آفریند. در این رویکرد تنها استراتژی زیست محیطی مد نظر نیستند بلکه همه ابعاد عملکرد یک کسب و کار یعنی ابعاد اجتماعی، اقتصادی نیز علاوه بر محیط زیست مورد توجه قرار

- پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آتی، کوتاه بینی مدیران به طور مقایسه‌ای در شرکت‌های با رشد زیاد و با رشد کم مورد بررسی و تحلیل قرار گیرد.
- به پژوهشگران پیشنهاد می‌شود که در تحقیقات آتی، این پژوهش را با در نظر گرفتن اطلاعات شرکت‌های خارج از بورس و برای یک دوره‌ی زمانی طولانی‌تر تکرار نمایند تا نتایج، قابلیت تعمیم بیشتری داشته باشند.
- با توجه به اینکه در تحقیق حاضر، پایداری زیست-محیطی در پایداری عملکرد در نظر گرفته نشد، تاثیر خوش بینی مدیران بر مولفه‌های اجتماعی و اقتصادی پایداری عملکرد شرکت‌ها با تاکید بر پایداری زیست‌محیطی نیز پیشنهاد می‌شود.

#### محدودیت‌های پژوهش

- جهت محاسبه ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از اطلاعات حسابداری استفاده شد. برای تهیه اطلاعات حسابداری از روش‌های گوناگونی استفاده می‌شود که می‌تواند بر نتایج پژوهش مؤثر باشد.
- تحقیقاتی که بر پایه آمار استنباطی انجام می‌شود، در خصوص تعمیم نتایج آن به سایر شرایط و دوره‌ها می‌باشد. این امکان وجود دارد که ارتباطاتی که در این تحقیق ثابت شده‌اند، در دوره‌ها و یا شرایط متفاوت از شرایط این تحقیق برقرار نباشند و یا اینکه نوع ارتباطات به گونه دیگری باشد. بنابراین باید در تعمیم نتایج این تحقیق، احتیاط لازم به عمل آید.

#### فهرست منابع

- \* احمدی نیسانی، آسیه و همکاران. (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین شاخص‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و اجزای عملکرد مالی؛ شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران. ماهنامه پژوهش‌های مدیریت و حسابداری، شماره چهاردهم، صص ۲۵-۴۲.
- \* بهارمقدم، مهدی، عباس‌زاده، صدیقه. (۱۳۹۱). بررسی تأثیر سرمایه‌گذاری‌های شرکت‌ها بر رابطه زیان با ارزش شرکت در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. دانش حسابداری. سال سوم. شماره نهم، صص ۳۶.
- \* باقری، ف؛ صدیق اورعی، غ؛ یوسفی، ع. (۱۳۹۴). تعهد اجتماعی؛ مفهومی جدید در عرصه علوم اجتماعی. اسلام و مطالعات اجتماعی، ۲: ۱۴۴-۱۰۸.

مسئولیت اجتماعی شرکت و پایداری سود رابطه معنی داری وجود دارد و حساس یگانه و برزگر (۱۳۹۲) که نتایج تحلیل مسیر و شاخص‌های مطلوب برازش مدل ساختاری، بیان‌کننده‌ی معناداری و تبیین و توجیه مناسب کلیه‌ی مؤلفه‌ها برای بعد اجتماعی مسئولیت شرکت هاست و رضایی و محمدپور (۱۳۹۶) که دریافتند رابطه منفی و معناداری بین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و هزینه سرمایه‌ی ضمنی آنها وجود دارد مطابقت دارد.

#### پیشنهادات حاصل از نتایج پژوهش

- شناخت اشکال مختلف کوتاه بینی می‌تواند در جلوگیری از انجام رفتارهای کوتاه بینانه، مفید واقع شود.
- با توجه به اهمیت و وسعت ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، به مدیران شرکت‌های پذیرفته شده در بورس پیشنهاد می‌گردد، در جهت ارتقای عملکرد، به طبقه بندی صحیح و بعلاوه در نظر گرفتن آثار فعالیت‌های اجتماعی جدید که به طور مستقیم بر عملکرد تأثیرگذار است روی آورند.
- مراجع مسئولی که در تلاش هستند تا عوامل روان-شناختی را کم‌رنگ کنند، می‌توانند از نتایج این پژوهش در ارزیابی‌هایشان استفاده کنند.
- برای محدود ساختن علایق شخصی مدیران در افشای مسئولیت اجتماعی، پیشنهاد می‌گردد که در این خصوص راهنما و دستورالعمل‌های لازم از سوی بورس اوراق بهادار تهران ارائه گردد.
- به شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران توصیه می‌شود که در ساختار سازمانی خود واحد یا کمیته مستقل مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را جهت تدوین استراتژی‌ها و اهداف ایفای مسئولیت اجتماعی در شرکت‌ها دایر کنند، تا چگونگی افشای آن را مدنظر قرار دهند.

#### پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آتی

- در پژوهش‌های آتی می‌توان دیگر ویژگی‌های رفتاری مدیران مانند فرااعتمادی، نماگری، خود-اسنادی، ابهام‌گریزی و... را بر مولفه‌های اجتماعی-اقتصادی گزارش پایداری عملکرد را مورد بررسی قرار داد.
- انجام پژوهش در سطح هر یک از صنایع به تفکیک نیز پیشنهاد می‌شود.

- \* حساس یگانه، یحیی، برزگر، قدرت اله. (۱۳۹۳). مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکتها و پارادایم تحقیقاتی آن در حرفه حسابداری. فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت، سال هفتم، شماره ۲۲.
- \* حساس یگانه، یحیی، کریمی، ملیحه. (۱۳۹۱). اثر انتخاب روش های حسابداری بر کیفیت سود. پژوهشنامه حسابداری مالی و حسابرسی. (۳) ۹۱:۱۰-۱۱۶.
- \* جواد، رزیتا، به راهنمایی رضایی، فرزین. (۱۳۹۵). تأثیر واسطه ای عملکرد مالی بر رابطه بین مسئولیت های اجتماعی و ساختار مالکیت شرکت ها. پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی البرز قزوین.
- \* رهنمای رودپشتی، فریدون. نیکومرام، هاشم. جلیلی، آرزو. (۱۳۹۲). تأثیر سوءگیری های قضاوتی بر کارکرد تکنیک- های حسابداری مدیریت. فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت. سال ششم. شماره شانزدهم، ص ۸۸
- \* رضایی، فرزین، محمدپور، مهدیه. (۱۳۹۶). تبیین رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت ها و هزینه سرمایه ضمنی. پژوهش های نوین در حسابداری و حسابرسی، شماره ۱، دوره ۱، صص ۱۳۸-۱۱۷.
- \* رشوند، فاطمه، به راهنمایی رضایی، فرزین. (۱۳۹۷). تأثیر افشای اختیاری اطلاعات غیرمالی بر پایداری عملکرد شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی قزوین
- \* سلیمانزاده، فاطمه، به راهنمایی رضایی، فرزین. (۱۳۹۶). بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی با ضریب واکنش به سود و عملکردهای شرکت ها. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی قزوین.
- \* سیرانی، محمد، سیفعلی، حسین. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر رقابت در بازار محصول و راهبری شرکتی بر سیاستهای نگهداشت وجه نقد در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. تحقیقات حسابداری و حسابرسی. شماره ۲۳، صص ۱۱۹-۱۰۲.
- \* قدرتی، حسن، فیضی، سعید. (۱۳۹۴). تأثیر حاکمیت شرکتی بر میزان مدیریت سود در بورس اوراق بهادار تهران. دانش حسابرسی، شماره ۵۸، ۲۳۲-۲۰۵.
- \* کاکاویی، زینب، ایرجی راد، ارسلان. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر عملکرد پایداری شرکت بر عدم تقارن اطلاعاتی، شرکتهای پذیرفته شده در بازار بورس اوراق بهادار تهران، سومین کنفرانس بین المللی پژوهشهای کاربردی در مدیریت و حسابداری، تهران، دانشگاه شهید بهشتی.
- \* یحیی زاده فر، محمود، شمس، شهاب الدین، نادری، مریم. (۱۳۹۵). رابطه خوش بینی مدیریتی و هموارسازی سود در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. مدیریت دارایی و تامین مالی، شماره ۱۸، ۷۷-۸۸.
- \* رضایی، فرزین، رضایی، معصومه. (۱۳۹۵). عنوان ارتباط بین چسبندگی هزینه و مسئولیت اجتماعی در شرکت های تولیدی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. حسابداری ارزشی و رفتاری، شماره ۲، صص ۱۹۱-۱۶۳.
- \* رضایی، فرزین، موسوی، سید احمد، شاه ویسی، فرهاد. (۱۳۹۶). تبیین ایفای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها و تأثیر آن بر خصوصیات کیفی اطلاعات مالی. حسابداری مدیریت، شماره ۳۳، صص ۱۴۱-۸۹.
- \* زارعی، محمدحسین، فاضلی نژاد جواد. (۱۳۹۵). الزامات حقوقی تحقق حسابرسی عملکرد در دیوان محاسبات کشور. دانش حسابرسی. شماره ۶۳، تابستان ۹۵، صفحه ۲۸۸-۲۶۹.
- \* کامیابی یحیی، ملکیان اسفندیار، خانلاری مرتضی. تبیین مؤلفه های حسابرسی عملکرد در بخش عمومی ایران با تأکید بر عملکرد زیست محیطی و اجتماعی. دانش حسابرسی. ۱۳۹۷؛ ۱۸ (۷۱): ۵۷-۷۶
- \* یزدی، سحر، به راهنمایی رضایی، فرزین. (۱۳۹۶). تأثیر کوتاه بینی مدیریت بر رابطه بین رقابت در بازار محصول و ریسک تصمیمات عملیاتی مدیریت با تأکید بر سطوح فن آوری در دارائی های شرکت. پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی کار قزوین.
- \* سرلک، نرگس، فرجی، امید، عزت پور، مصطفی، جدکی چگانی، زهرا. (۱۳۹۷). بیش اعتمادی مدیران و نگهداشت وجه نقد با تأکید بر نقش تعدیل کننده کیفیت حسابرسی. بررسی های حسابداری و حسابرسی، دوره ۲۵، شماره ۲، ۲۱۴-۱۹۹.
- \* مرادی، جواد، باقری، هادی. (۱۳۹۳). بررسی مقایسه ای تأثیر کوتاه بینی مدیریت و مدیریت سود بر بازده سهام. بررسی های حسابداری و حسابرسی، (۲) ۲۱: ۲۲۹-۲۵۰.
- \* عبدلی، محمد رضا، نوروز پور، زهرا. (۱۳۹۷). تأثیر افشای اختیاری اطلاعات مالی و غیر مالی بر پایداری عملکرد شرکت. نخستین کنفرانس ملی تحقیق و توسعه در مدیریت و اقتصاد مقاومتی، ۲۰-۱.
- \* حیرانی، فروغ، وکیلی فرد، حمید، بنی مهد، بهمن، رهنمای رود پشته، فریدون. (۱۳۹۵). تأثیر ویژگیهای اجتماعی حسابرسان بر قضاوت آنها در حل تعارض میان

Professional Commitment Among Scientists and Engineers. *Research Policy*, 45: 1247-1262.

- \* Rezaee, Z., L., Tuo. (2017). Voluntary disclosure of non-financial information and its association with sustainability performance. *Advances in Accounting* 39: 47-59.
- \* Sadok, E. and Karoui, A. (2016). "Does Corporate Social Responsibility Affect Mutual Fund Performance and Flows?". *Journal of Banking and Finance* (2016), doi: 10.1016/j.jbankfn.2016.10.009.
- \* Salewski, M. and Henning, Z. (2014). "The Association between Corporate Social Responsibility (CSR) and Earnings Quality: Evidence from European Blue Chips". HHL Working Paper, No. 131.
- \* Sayekti, Y. (2015). "Strategic corporate social responsibility, company financial performance and earning response coefficient: empirical evidence on Indonesian listed companies". *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 211 (2015) 411 – 420.

#### یادداشت‌ها

<sup>1</sup> Systematic Error

<sup>2</sup> Chen & Lin

<sup>3</sup> El Ghoul & Karoui

<sup>4</sup> Bunker et al 2014

<sup>5</sup> Brockt and Rezaei 2013

<sup>6</sup> Saduk and Ayman 2016

<sup>7</sup> Perry et al. 2016

<sup>8</sup> Kruger 2015

<sup>9</sup> Ben mohammad & el at, 2014

<sup>10</sup> Ng and Rezaei 2015

<sup>11</sup> Florian Englmaier

<sup>12</sup> Saduk and Ayman 2016

<sup>13</sup> Perry et al. 2016

<sup>14</sup> Kruger 2015

<sup>15</sup> Rezaei & tuo 2017

<sup>16</sup> Gupta

<sup>17</sup> Mercedes

<sup>18</sup> Sayekti

حسابرس و مدیریت ویژگی های منتخب: بیش اعتمادی و شخصیت مایکاولیسم. دانش حسابرسی. شماره ۶۷، ۹۸-۷۱.

- \* Anderson, T.W. & Hsiao, C. (1982). Formulation and Estimation of Dynamic Models Using Panel Data. *Journal of Econometrics*, 18 (1): 47-82.
- \* Ben Mohamed, E., Fairchild, R., Bouri, A. (2014). Investment cash flow sensitivity under managerial optimism: New evidence from NYSE panel data firms. *Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 19(36), 11-18.
- \* Banker, R; Byzalov, D; Plehn-Dujowich, J. (2014). Demand uncertainty and cost behavior. *The Accounting Review*, 89: 839-865.
- \* Brockett, A., Z., Rezaee. (2013). *Corporate Sustainability: Integrating Performance and Reporting*. John Wiley and Sons, Inc., Hoboken, NJ.
- \* Chen, I.Ju., Lin, Shin, Hung., (2013). Managerial Optimism, Investment Efficiency, and Firm Valuation. *Multinational Finance Journal*
- \* Campbell, T. C.; Galleyer, M.; Johnson, S. A.; Rutherford, J.; & B. W. Stanley (2011). "CEO Optimism and Forced Turnover." *Journal of Financial Economics*, Vol. 020, 191-200.
- \* Englmaier, F (2014). Managerial Optimism and Investment Choies. *Managerial and Decision Economics*, 31, 4, pp. 303-310.
- \* El Ghoul, S; Karoui, A. (2017). Does Corporate Social Responsibility Affect Mutual Fund Performance and Flows?. *Journal of Banking and Finance*; 77: 53-63.
- \* Gupta, K. (2018). Environmental sustainability and implied cost of equity: international evidence. *Journal of Business Ethics*, 147(2): 343-365.
- \* Guadalupe, M. and F. Pérez-González. (2014). Competition and Private Benefits of Control. Working Paper, Columbia University. Vol.42, No.6, Pp. 125-150.
- \* Kruger, P. (2015). Corporate Goodness and Shareholder Wealth. *Journal of Financial Economics*, 115: 304-329.
- \* Kim, J.B., Lee, J.J., & Park, J. CH. (2015). Audit Quality and The Market Value of Cash
- \* Holdings: The Case of Office-Level Auditor Industry Specialization. *A Journal of Practice & Theory*, 34(2), 27-57.
- \* Mizik, N. (2010). The Theory and Practice of Myopic Management. *Journal of Marketing Research*, 47 (4): 594-611.
- \* Mercedes, R. (2015). "Social responsibility and financial performance: The role of good corporate governance". *BRQ Business Research Quarterly*.
- \* Ng, A. C., & Rezaee, Z. (2015). Business sustainability performance and cost of equity capital. *Journal of Corporate Finance*, 34, 128-149.
- \* Perry, S. J; Hunter, E. M; Currall, S. C. (2016). *Managing the Innovators: Organizational and*