

تأثیر اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل بر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها با نقش تعدیل گر مالکیت نهادی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

فاطمه ذوالفقاری، حامد اجتماعی شولی، غزاله ذوالفقارلو، رحمن مرادی،
فاطمه قربان پور، مهدیه کارگر
دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری مدیریت، دانشگاه زند شیراز.

نام نویسنده مسئول:
فاطمه ذوالفقاری

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۶/۰۱
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۸/۰۸

چکیده

اهمیت مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت در حال افزایش است و نتایج استراتژیکی برای شرکت ها در بر دارد. شرکت های بزرگ به طور قابل توجهی در فعالیتهای مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکت سرمایه گذاری می کنند. تمایل به سرمایه گذاری در مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت نشان می دهد که این یک هزینه، محدودیت یا کار درستی که باید انجام داد، نیست بلکه منبعی برای کسب مزیت رقابتی است. امروزه مسئولیت اجتماعی شرکت برای اکثر سازمان ها و مدیرانشان موضوعی مهم به شمار می رود. از این رو هدف این تحقیق بررسی تأثیر اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل بر مسئولیت اجتماعی شرکت ها با نقش تعدیل گر مالکیت نهادی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد. پژوهش حاضر تحقیقی کاربردی و از نوع تحقیقات شبه تجربی و روش شناسی آن از نوع پس رویدادی است که در آن تأثیر اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل بر مسئولیت اجتماعی شرکت ها با نقش تعدیل گر مالکیت نهادی، مورد بررسی قرار گرفته است. در راستای تحقق اهداف پژوهش سه فرضیه تدوین شده است. جهت آزمون فرضیه های پژوهش از مدل رگرسیون رگرسیون خطی چند متغیره و داده های ترکیبی استفاده شده است. نمونه آماری پژوهش شامل ۹۳ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد که طی سال های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۸ مورد بررسی قرار گرفته است. براساس نتایج پژوهش، اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل بر مسئولیت اجتماعی شرکت ها تأثیر معناداری دارد همچنین، مالکیت نهادی به عنوان تعدیل گر بر شدت رابطه بین اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل و مسئولیت اجتماعی شرکت ها تأثیر می گذارد.

واژگان کلیدی: اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل، مسئولیت اجتماعی شرکت ها، مالکیت نهادی

طبقه بندی موضوعی: M41

مقدمه

مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها^۱، یکی از موضوعات حساسیت برانگیز و روبه توجه در سال های اخیر بوده و عامل اساسی بقای هر سازمانی محسوب می شود. در حقیقت، سازمان های سرآمد به عنوان یک سازمان پاسخگو، برای شفافیت و پاسخگویی به ذی نفعان خود در قبال عملکردشان باید تعهدات خود را به مسئولیت پذیری اجتماعی از طریق ارزش های خویش ابراز دارند و اطمینان حاصل نمایند که این تعهدات در سرتاسر سازمان جاری خواهد شد (فغانی ماکرانی، ۱۳۹۵). به دلیل اهمیت این موضوع، شرکت های بزرگ به طور قابل توجهی در فعالیتهای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت سرمایه گذاری می کنند تا از این طریق دامنه فعالیت هایشان را گسترش داده و به یک مزیت رقابتی دست یابند این بدان معناست که سرمایه گذاری در فعالیتهای مسئولیت پذیری اجتماعی می تواند برای شرکت و ذی نفعان سودمند واقع شود و ارزش سهام سهامداران را نیز به حداکثر برساند (وهاب و اساید^۲، ۲۰۱۵).

همچنین به نظر می رسد، صفات و ویژگی های شخصی مدیران بر سیاست های شرکت در اعمال فعالیت های مسئولیت پذیری اجتماعی اثرگذار باشد. یکی از این ویژگی ها و صفات، اعتماد بیش از حد مدیران است (بن-دایوید و همکاران^۳، ۲۰۱۳؛ دشموک و همکاران^۴، ۲۰۱۳). در حقیقت، این ویژگی شخصی مدیران در تصمیمات مدیران ارشد اجرایی (مدیر عامل شرکت) نقش بسزایی را ایفا می کند؛ به گونه ای که مدیران دارای اعتماد بیش از حد به صورت افراطی احتمالات دستیابی به نتایج خوب را بیش از حد در نظر می گیرند و به همان ترتیب احتمالات وقوع عواقب بد ناشی از اعمال فعالیت های خود را به حساب نمی آورند (هیتون^۵، ۲۰۰۲).

به طور مثال، مدیران ارشد اجرایی دارای اعتماد بیش از حد، ابزارهای حفاظتی (ریسک، زیان های احتمالی و ...) را در شرکت بیش از اندازه کاهش می دهند تا از به تأخیر انداختن شناسایی زیان ها برآورد خوش بینانه تری را در تعیین ارزش شرکت بدست آورند؛ به همین جهت، اعتماد بیش از حد مدیران ارشد اجرایی موجب کاهش مسئولیت پذیری اجتماعی می شود (مالمندیر و همکاران، ۲۰۱۱؛ بن-دایوید و همکاران، ۲۰۱۳). از طرفی دیگر، مدیران ارشد اجرایی در تلاش هستند با سرمایه گذاری در فعالیتهای مسئولیت پذیری اجتماعی بتوانند دیدی بهتر از ذی نفعان را نسبت به خود کسب کرده و مورد تحسین و تمجید قرار گیرند (جیراپورن و چینتراکارن^۶، ۲۰۱۳).

در واقع ادبیات موجود را می توان به واسطه حدسیات ضمنی و ساده آن مبنی بر رابطه بین اعتماد بیش از حد مدیران ارشد اجرایی و مسئولیت پذیری اجتماعی از طریق مالکیت نهادی به چالش کشید. به ویژه آنکه استدلال اصلی می تواند این باشد که مالکیت نهادی با تمرکز بر عملکرد اقتصادی و اجتناب از رفتارهای فرصت طلبانه، اعتماد بیش از حد مدیر عامل را کاهش دهد. همچنین با توجه به شرکت ها و مؤسسات سرمایه گذاری ریسک گریز که اعتباربخشی شرکت را در گرو فعالیت های اجتماعی و محیطی می دانند، مشارکت در سرمایه گذاری بر فعالیتهای مسئولیت پذیری اجتماعی را افزایش داده و از این طریق مؤسسات سرمایه گذاری بیشتری را جذب نمایند (ماهونی و رابرتز^۷، ۲۰۰۷؛ پیترسن و ریندنبرگ^۸، ۲۰۰۹). بنابراین سؤال اصلی این تحقیق این است که، آیا اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل شرکت با توجه به نقش تعدیل گر مالکیت نهادی چه تأثیری بر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها دارد؟

¹ Corporate Social Responsibility

² Wahba & Elsayed

³ Ben-David et al

⁴ Deshmukh et al

⁵ Heaton

⁶ Jiraporn & Chintarakam

⁷ Mahoney et al

⁸ Petersen & Vredenburg

مبانی نظری پژوهش

اعتماد به نفس بیش از حد، یکی از مهمترین مفاهیم مالی رفتاری مدرن است که هم در تئوری مالی و هم روانشناسی جایگاه ویژه‌ای دارد. در سال‌های اخیر با ورود مبحث روانشناسی به حوزه مالی و حسابداری، موضوع اعتماد بیش از حد مدیران یکی از عوامل شناخته شده در این حوزه قرار گرفت (پیرمادی، ۱۳۹۳). چرا که اعتماد بیش از حد باعث می‌شود انسان دانش و مهارت خود را بیش از حد، و ریسک را کمتر از حد تخمین بزند. این تورش رفتاری همچنین باعث می‌شود که احساس کنیم روی مسائل کنترل داریم؛ در حالی که ممکن است این گونه نباشد. نکته قابل توجه این است که هرچه توانایی، دانش و مهارت فرد در حوزه‌ای بیشتر باشد، اعتماد فرد به دانش خود نیز بیشتر خواهد شد (رهنمای رودپشتی و زندیه، ۱۳۹۱).

درست از همین روست که محققان دریافته‌اند که مدیران ارشد اجرایی (مدیر عامل) دارای اعتماد به نفس بالا، توانایی خود را در دستیابی به اطلاعات دقیق‌تر در مورد جریان‌های نقدی صورت گرفته برای پروژه‌های سرمایه‌گذاری آینده‌نگر بیش از حد بالا می‌برند. به عبارت بهتر، آن‌ها بیش از اندازه بر روی دقت و توانایی خود حساب می‌کنند و همین امر موجب می‌شود تا برآورد کمتری را از تغییرات در جریان‌های نقدی ایجاد شده در این پروژه‌های سرمایه‌گذاری داشته باشند. به‌طور ویژه، مدیران ارشد اجرایی دارای اعتماد به نفس بیش از حد ریسک ناشی از پروژه‌های سرمایه‌گذاری را کمتر در نظر می‌گیرند (بن-دایوید و همکاران، ۲۰۱۳؛ دشموک و همکاران، ۲۰۱۳). این امر موجب می‌شود مدیران ارشد اجرایی خود را به صورت نسبتاً کمتری در معرض خطر ریسک احساس کنند و این تصور را داشته باشند که احتمال موفقیت سایر شرکت‌ها در چنین پروژه‌های تنها ۵۹ درصد است، در حالی که برای شرکت‌های تحت مالکیت خود بیش از ۸۱ درصد را در نظر می‌گیرند (مک کارتی و همکاران، ۲۰۱۶). در واقع این اعتماد به نفس کاذب مدیران را می‌توان با خودشیفتگی آن‌ها مرتبط ساخت. در این باره شافر و همکاران^۹ (۲۰۰۴) با ارائه مستندات، این رابطه را به اثبات رسانند و بیان کردند افراد با ویژگی خودشیفتگی نیاز شدیدی به تحسین دارند؛ از این رو، شرکت‌ها با مشارکت در فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی فرصتی را برای مدیران ارشد اجرایی فراهم می‌آورند تا مورد تعریف و تمجید قرار گیرند.

پترنکو و همکاران^{۱۰} (۲۰۱۵) و والاس و بائومیسستر^{۱۱} (۲۰۰۲) سه دلیل برای نشان دادن ارتباط میان خودشیفتگی مدیران و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت مطرح کردند: اولین دلیل این است که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت دارای ابتکاراتی در جهت پیشبرد برخی از مناسبات اجتماعی (کمک به خیریه) می‌باشد. دوم اینکه مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت در مقابل با گروه‌های مختلف ذی‌نفعان قرار دارد و دلیل سوم این گونه می‌باشد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت باعث تداوم و تنوع در فرصت‌هایی می‌شود که مدیران ارشد اجرایی به وسیله آن می‌توانند، خود را مفیدتر و تأثیرگذارتر جلوه دهند (مک کارتی و همکاران^{۱۲}، ۲۰۱۶). بنابراین، شرکت‌ها با اجرای فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌توانند ذی‌نفعان داخلی و خارجی (شامل جامعه، سازمان‌های دولتی و غیردولتی، مشتریان، تأمین کنندگان و کارکنان) را از طریق یک ارتباط سازنده با آن‌ها خشنود نموده و به شهرت و اعتبار و دیگر مزایای بالقوه دست یابند (پورتر و کرامر^{۱۳}، ۲۰۰۶؛ وگول^{۱۴}، ۲۰۰۵).

همچنین، در چند دهه اخیر همراه با افزایش منافع مؤسسات سرمایه‌گذاری نظیر بانک‌ها، صندوق‌های خصوصی سرمایه‌گذاری در سهام سایر شرکت‌ها، شرکت‌های بیمه و صندوق‌های بازنشستگی شاهد تغییر قابل توجه در ساختار مالکیت شرکت‌ها نیز بوده‌ایم (ساندارا مورتی و همکاران^{۱۵}، ۲۰۰۵). تحقیقات زیادی با موضوع مالکان نهادی انجام شده که نشان می‌دهد این مالکان، مدیریت شرکت را به تمرکز بر عملکرد اقتصادی و اجتناب از رفتارهای فرصت طلبانه وا می‌دارند؛ این

⁹ Schaefer et al

¹⁰ Petrenko et al

¹¹ Wallance & Baumeister

¹² McCarthy et al

¹³ Porter & Kramer

¹⁴ Vogel

¹⁵ Sundaramurthy et al

مسئله بدین دلیل است که مالکان نهادی فرصت، منابع و توانایی نظارت بر مدیریت شرکت را دارند و از طریق از بیش اطمینانی مدیران را جلوگیری می کنند (مانکز و مینو^{۱۶}، ۱۹۹۵).

البته تحقیقاتی هم وجود دارد که بیان می کند مالکان نهادی منطبق با نظریه ریسک گریزی، سرمایه گذارانی منطقی هستند که بادر نظر گرفتن ریسک و بازده مربوط به هر سرمایه گذاری مطرح، به دنبال سرمایه گذاری کارآمد می گردند. بنابراین، ممکن است به برنامه ها و اقدامات اجتماعی شرکت ها به عنوان ابزاری برای کاهش ریسک بالقوه بنگرند (وهاب، ۲۰۱۰). این امر به احتمال قوی زمانی روی می دهد که کسب اعتبار در فعالیتهای اجتماعی و زیست محیطی باعث کاهش نوسانات قیمت سهام شود (پیترسن و ریدنبرگ، ۲۰۰۹). بنابراین برطبق این نظریه، تأثیر مسئولیت پذیری اجتماعی بر مالکیت نهادی مؤسسه مثبت خواهد بود. به عبارتی دیگر، شرکت هایی که بیشتر بر روی کسب اعتبار اجتماعی خود سرمایه گذاری می کنند قادر به جذب مالکیت نهادی بیشتری خواهند بود (وهاب و الساید، ۲۰۱۵). برعکس، بر طبق نظریه مؤسسات کوتاه بین، مالکیت نهادی، به عنوان سرمایه گذاران کوتاه بینی در نظر گرفته می شوند که فقط به بازده کوتاه مدت توجه داشته و مدیران این گونه مؤسسات بر اساس بازده کوتاه مدت خود مورد سنجش قرار گرفته و تشویق می شوند. از آنجایی که سرمایه گذاری در این گونه برنامه ها و فعالیت ها، یک تصمیم بلندمدت است که نیاز به زمان دارد تا به صرفه جویی در هزینه دست یابد، سازمان هایی که بر روی مسئولیت پذیری اجتماعی سرمایه گذاری می کنند، قادر به جذب سرمایه مالکیت نهادی نخواهند بود. بر همین اساس، این ادعا نشان می دهد که مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت تأثیر منفی بر مالکیت نهادی دارد (وهاب، ۲۰۱۰).

پیشینه تحقیق پژوهش

فابریزی و همکاران^{۱۷} (۲۰۱۴)، در پژوهشی به بررسی نقش انگیزه مدیر عامل در اجرای فعالیتهای مسئولیت اجتماعی شرکت ها پرداختند. نتایج پژوهش آنان نشان داد که انگیزه مالی مدیران به جهت افزایش ارزش شرکت تأثیر منفی و معناداری بر اجرای فعالیتهای مسئولیت اجتماعی شرکت ها دارد.

فرناندو و همکاران^{۱۸} (۲۰۱۵)، در پژوهشی به بررسی اعتماد به نفس کاذب مدیریتی و مدیریت ریسک شرکت های بزرگ پرداختند. یافته های پژوهش حاکی از آن است که اعتماد به نفس کاذب مدیریتی است که برای نفوذ در تعدادی از تصمیم گیری شرکت های بزرگ یافت شده است، تصمیم گیری مدیریت بر ریسک شرکت های بزرگ نیز تأثیر می گذارد.

چانگ^{۱۹} (۲۰۱۶)، در پژوهشی به بررسی رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی و سطح نگهداشت وجه نقد با میانجیگری سه عامل ریسک غیرسیستماتیک، ریسک سیستماتیک و حاکمیت شرکتی پرداخت. نتایج پژوهش وی حاکی از وجود رابطه مثبت و معنادار مسئولیت پذیری اجتماعی و نگهداشت وجه نقد با نقش میانجیگری ریسک سیستماتیک می باشد. همچنین، نتایج پژوهش وی نشان داد که دو عامل ریسک غیرسیستماتیک و حاکمیت شرکتی تأثیر معناداری بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و میزان نگهداشت وجه نقد وجود ندارند.

هانگ و همکاران^{۲۰} (۲۰۱۶)، در پژوهشی به بررسی ارتباط بیش اعتمادی مدیریت و سر رسید بدهی شرکت پرداختند. یافته های پژوهش حاکی از آن است که شرکت هایی که مدیران آن ها دارای ویژگی بیش اعتمادی هستند، سر رسید بدهی آن ها کمتر از شرکت هایی است که مدیران آن ها دارای بیش اعتمادی نیستند.

مک کارتی و همکاران (۲۰۱۶)، در پژوهشی به بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی و اعتماد بیش از حد مدیر عامل پرداختند. یافته های پژوهش حاکی از آن است که اثر اعتماد بیش از حد مدیر عامل در جنبه های سازمانی مسئولیت اجتماعی، مانند جامعه و تنوع نیروی کار، نسبت به جنبه های فنی مسئولیت اجتماعی، مانند حاکمیت شرکتی و کیفیت محصول شدیدتر است.

¹⁶ Monks & Minow

¹⁷ Fabrizio et al

¹⁸ Fernando

¹⁹ Cheung

²⁰ Huang

سونگ و جونگ مین^{۲۱} (۲۰۱۷)، در پژوهش خود به بررسی رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی و ارزش سهامداران پرداختند. نتایج پژوهش آن ها نشان می دهد که فعالیت های مسئولیت پذیری اجتماعی به طور مثبتی با ارزش سهامداران رابطه دارد و عملکرد آتی را بهبود می بخشد. علاوه بر این، آن ها یک رگرسیون حداقل مربعات را برای ایجاد یک رابطه علی بین فعالیت های مسئولیت پذیری اجتماعی و ارزش سهام داران پیاده سازی کردند. شواهد پژوهش با این مفهوم سازگار است که سهامداران زمانی که با سطح بالایی از آگاهی ذینفعان روبه رو می شوند، ارزش مثبتی را در اختیار دارند.

هسی و همکاران^{۲۲} (۲۰۱۹)، در پژوهشی به بررسی تأثیر مالکیت نهادی بر رابطه بین کیفیت حسابداری و هزینه سرمایه پرداختند. نتایج پژوهش آن ها نشان می دهد که رابطه ی بین کیفیت حسابداری و هزینه سرمایه با ایجاد تحول در سطح مالکیت نهادی، تغییر می کند.

هی و همکاران^{۲۳} (۲۰۲۰)، در پژوهشی به بررسی تأثیر اعتماد به نفس بیش از حد مدیران در گزینش تأمین مالی داخلی و بازده سرمایه گذاری (مقیاس سرمایه گذاری، سرمایه گذاری زیاد و سرمایه گذاری کم) در بورس شانگهای چین و بورس شنژن پرداختند. نتایج پژوهش آن ها نشان می دهد که تأمین مالی داخلی می تواند موجب بهبود فرصت های کسب و کار و کاهش کمبود سرمایه شود. اما ممکن است باعث سرمایه گذاری مفرط شود، به ویژه در شرکت هایی که دارای مدیرانی با اعتماد به نفس بیش از حد هستند.

همچنین در ایران، پورعلی و حجامی (۱۳۹۲)، در پژوهشی به بررسی رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها و مالکیت نهادی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج پژوهش آنان نشان داد که یک رابطه منفی و معنادار بین میزان افشای مربوط به کارکنان، تولید و محیط زیست با مالکیت نهادی وجود دارد. این در حالی است که بین میزان افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی با مالکیت نهادی رابطه معناداری وجود ندارد.

چاوشی و همکاران (۱۳۹۴)، در پژوهشی به بررسی رابطه اطمینان بیش از حد مدیران و انتخاب سیاست های تأمین مالی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج پژوهش حاکی از عدم رابطه بین اطمینان بیش از حد و تصمیم های مالی می باشد. علاوه بر این، رابطه ی فرصت های رشد، سودآوری، اندازه شرکت و ریسک درماندگی با تصمیم های مالی، معنادار است.

قاسمی و همکاران (۱۳۹۴)، در پژوهشی به بررسی تأثیر اعتماد به نفس بیش از حد مدیریت بر نوسان بازده غیر متعارف سهام در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج پژوهش آن ها نشان می دهد که تأثیر مثبت و معناداری بین اعتماد به نفس بیش از حد مدیریت و نوسان بازده غیر متعارف سهام وجود دارد.

قربانی و مبین رهنی (۱۳۹۴)، در پژوهشی به بررسی تأثیر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها بر کاهش ریسک سقوط قیمت سهام در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخت. نتایج پژوهش آن ها نشان می دهد که بین افشای بعد اجتماعی و زیست محیطی مسئولیت اجتماعی شرکت با ریسک سقوط قیمت سهام رابطه منفی و معناداری دارد. اما افشای بعد اقتصادی آن بر کاهش ریسک سقوط قیمت سهام تأثیر معناداری ندارد.

کاکایی دهکردی و دستگیر (۱۳۹۴)، در پژوهشی به بررسی رابطه اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل و تجدید ارائه صورت های مالی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج پژوهش آن ها نشان می دهد که تعداد روزهای تغییر قیمت سهام با تجدید ارائه صورت های مالی رابطه ای ندارد. این در حالی است که درصد افزایش قیمت سهام با تجدید ارائه صورت های مالی رابطه منفی و معناداری دارد.

پوردی و همکاران (۱۳۹۵)، در پژوهشی به بررسی ارتباط میان بیش اعتمادی مدیران و بیش نمایی سود در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج پژوهش آن ها نشان می دهد که هر چه بیش اعتمادی مدیران افزایش

²¹ Seong & Jong-Min

²² Hsieh et al

²³ He et al

یابد، در آن صورت مدیریت سود از نوع حداکثر سازی سود افزایش می یابد. همچنین نتایج بیانگر آن است که رابطه ای منفی و معنی دار بین نسبت بدهی و اندازه شرکت با مدیریت سود از نوع حداکثر سازی سود وجود دارد.

محمودآبادی و ایمان روی (۱۳۹۵)، در پژوهشی به بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت ها و عملکرد مالی بر چسبندگی هزینه در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج پژوهش آن ها نشان می دهد که متغیر مسئولیت اجتماعی شرکت ها از طریق مجموع ابعاد زیست محیطی، ویژگی محصول، کارکنان و آموزش و متغیر عملکرد مالی از طریق مؤلفه بازده فروش تأثیر معناداری بر میزان شدت افزایش چسبندگی هزینه های اداری، عمومی و فروش دارند؛ اما مؤلفه جریان وجه نقد عملیاتی تأثیری بر میزان شدت افزایش چسبندگی هزینه های اداری، عمومی و فروش ندارد و باعث کاهش شدت چسبندگی هزینه می شود.

خوشکار و همکاران (۱۳۹۸)، در پژوهشی به بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی شرکت در شرکت های فعال عرضه کننده محصولات بهداشتی پرداختند. نتایج پژوهش آن ها نشان می دهد که عد شرایط محیط کار و بعد راهبردی به عنوان ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد مالی رابطه معناداری وجود ندارد. بین بعد توجه به محیط زیست به عنوان یکی از ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی و جامعه و اجتماع محلی و عملکرد مالی رابطه معناداری و مثبت وجود دارد.

اقدامی و همکاران (۱۳۹۹)، در پژوهشی به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و نگهداشت وجه نقد با تأکید بر نقش واسطه ای عوامل ریسک سیستماتیک و حاکمیت شرکتی پرداختند. نتایج پژوهش آن ها نشان می دهد که ریسک سیستماتیک و حاکمیت شرکتی نقش واسطه ای بر رابطه مسئولیت اجتماعی و نگهداشت وجه نقد دارند، در واقع ریسک سیستماتیک باعث تضعیف اما حاکمیت شرکتی باعث تقویت رابطه بین مسئولیت اجتماعی و نگهداشت وجه نقد می شود.

صالحی (۱۳۹۹)، در پژوهشی به بررسی تأثیر مالکیت نهادی بر شاخص های ارزیابی عملکرد مبتنی بر اجزای سود باقیمانده و بازار در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج پژوهش آن ها نشان می دهد که رابطه مثبت و معنی داری بین مالکیت نهادی و شاخص های ارزیابی عملکرد مبتنی بر اجزای سود باقیمانده (سود قبل از بهره و مالیات و سود عملیاتی بعد از مالیات) و شاخص های بازار (ارزش افزوده بازار و نسبت کیوتوبین) در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران وجود دارد که این نتایج با فرضیه نظارت کارآمد و فرضیه همگرایی منافع مطابقت دارد.

فرضیه های پژوهش

فرضیه ۱: اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل به طور معناداری بر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها تأثیر دارد.
فرضیه ۲: مالکیت نهادی به طور معناداری بر رابطه بین اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها تأثیر دارد.

روش تحقیق

این پژوهش دارای استراتژی پژوهش کاربردی می باشد، با توجه به این که داده های پژوهش بدون دخالت محقق گردآوری شده از نوع پژوهش های نیمه تجربی قلمداد می شود و به جهت تجزیه و تحلیل روابط بین متغیرها از نوع پژوهش توصیفی-همبستگی می باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۸ است. براساس شرایط زیر شرکت های عضو نمونه به صورت حذفی از بین شرکت های عضو جامعه آماری مد نظر قرار گرفته شده اند:

۱. شرکت های نمونه جزء بانک ها و مؤسسات مالی (شرکت های سرمایه گذاری، واسطه گری مالی، شرکت های هلدینگ و لیزینگ ها) نباشند؛ زیرا افشای اطلاعات مالی و ساختارهای راهبردی شرکتی در آن ها متفاوت است.
۲. سال مالی شرکت ها منتهی به پایان اسفندماه هر سال باشد.
۳. طی سال های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۸ تغییر سال مالی نداشته باشد.
۴. تا پایان سال مالی ۱۳۸۸ در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته نباشند.

۵. در دوره زمانی موردنظر از بورس اوراق بهادار تهران خارج نشده باشند.

۶. اطلاعات مالی موردنیاز این پژوهش از جمله گزارشات هیأت مدیره شرکت ها به همراه گزارش عملکرد اجتماعی به منظور استخراج داده های موردنیاز در دسترس باشد.

با اعمال شرایط فوق تعداد جامعه آماری در دسترس به ۹۳ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تقلیل یافته و در نهایت به عنوان نمونه انتخاب شده اند.

داده های مورد نیاز از یادداشت های پیوست صورت های مالی، گزارشات هیأت مدیره شرکت ها نمونه آماری و همچنین از طریق بانک های اطلاعاتی رایانه ای مانند نرم افزار شرکت تدبیر پرداز و ره آورد نوین و گاهی مراجعه به سازمان حسابرسی، جمع آوری و وارد نرم افزار اکسل شد و سپس با استفاده از نرم افزار Eviews 7 اقدام به آزمون فرضیه ها شده است.

در این پژوهش به منظور آزمون فرضیات از مدل داده های تلفیقی ایستا استفاده شده است. در مدل داده های تابلویی ایستا پس از آزمون هاسمن و انتخاب روش اثرات ثابت اقدام به برآورد ضرایب مدل با استفاده از روش حداقل مربعات تعمیم یافته برآوردی (GLS) شد. یکی از مزایای به کارگیری این روش در افزایش قدرت آماری ضرایب نسبت به استفاده از تجزیه و تحلیل مجزای داده های آماری به صورت سری زمانی یا مقطعی است. در نتیجه مشاهدات سری زمانی و مقطعی و استفاده از اطلاعات به مراتب گسترده تر در روش داده های تلفیقی در مقایسه با روش های دیگر، ناهمسانی واریانس در مؤسسات محدود، همخطی بین متغیرها کاهش یافته و به واسطه ی افزایش درجه آزادی، برآورد کاراتر انجام می شود. استفاده از داده های تلفیقی می تواند به حل مشکل تورش برآوردهای معادلات مقطعی کمک نماید.

متغیرهای پژوهش و روش محاسبه متغیرها

الف) متغیر مستقل: اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل

برای اندازه گیری اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل با تعدیل شاخص های به کار گرفته شده در پژوهش مالمندیر و تیت (۲۰۱۱) و کمپل و همکاران (۲۰۱۱) از شاخص افزایش قیمت سهام استفاده می شود. بدین گونه که، اگر درصد افزایش قیمت سهام بیش تر از درصد کاهش قیمت سهام شرکت باشد، فرض می شود که اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل وجود دارد و برای آن عدد یک در نظر گرفته می شود و در غیر این صورت، عدد صفر در نظر گرفته خواهد شد.

ب) متغیر وابسته: مسئولیت پذیری اجتماعی

در پژوهش حاضر جهت اندازه گیری مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها از سه بُعد کارکنان، ویژگی و محیط زیست مطابق با مدل میسرا و همکاران (۲۰۱۱) استفاده می شود. با توجه به ماهیت افشاگری در ایران، شرکت های شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران موظف به افشاء گواهی نامه های 18001 OHSAS استاندارد ایمنی و بهداشت شغلی و برنامه حمایت از آموزش برای اعضای حرفه، صنعت یا جامعه، ISO 9001 سیستم مدیریت کیفیت و ISO 14001 مدیریت زیست محیطی برای اندازه گیری اجتماع در گزارشات هیأت مدیره خود هستند.

الف) امتیاز افشای بُعد کارکنان (Employee): اگر شرکت دارای گواهی نامه 18001 OHSAS باشد، به آن نمره یک و در غیر این صورت نمره صفر تعلق می گیرد.

ب) امتیاز افشای بُعد ویژگی های محصول (Product Characteristics): اگر شرکت دارای گواهی نامه ISO 9001 باشد، به آن نمره یک و در غیر این صورت نمره صفر تعلق می گیرد.

ج) امتیاز افشای بُعد محیط زیست (Environment): اگر شرکت دارای گواهی نامه ISO 14001 باشد، به آن نمره یک و در غیر این صورت نمره صفر تعلق می گیرد.

پس از اندازه گیری ابعاد بالا از طریق رابطه زیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت اندازه گیری می شود:

$$CSR_{score} = EMP_{score} + PRC_{score} + ENV_{score}$$

ج) متغیر تعدیل گر (مالکیت نهادی)

مالکیت نهادی از مجموع سهام در اختیار سرمایه گذاران نهادی بر کل سهام منتشره شرکت محاسبه می شود.

د) متغیر کنترلی

اهرم مالی²⁴ (LEV): برای محاسبه این متغیر از نسبت ارزش دفتری بدهی های بلندمدت به ارزش دفتری کل دارایی های شرکت i در سال t استفاده می شود (جایو²⁵، ۲۰۱۰).

اندازه شرکت²⁶ (Size): برای محاسبه این متغیر از معیارهایی نظیر لگاریتم مجموع دارایی ها استفاده می شود (مک ویلیامز و سیگل²⁷، ۲۰۰۱).

بازده دارایی ها²⁸ (ROA): برای محاسبه این متغیر از سود قبل از مالیات و هزینه بهره (سود خالص عملیاتی) به میانگین مجموع دارایی های شرکت استفاده می شود (کمپیل²⁹، ۲۰۰۷).

دوره تصدی مدیر عامل³⁰ (TENURE): برای محاسبه این متغیر از تعداد سال هایی که مدیر عامل سمت تصدی گری را به عهده داشته باشد، استفاده می شود (چن و همکاران، ۲۰۱۳).

تحلیل داده های پژوهش

الف) مطالعه توصیفی داده ها: به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات، ابتدا آمار توصیفی داده ها شامل میانگین، انحراف معیار، حداقل و حداکثر داده ها محاسبه شده و در جدول (۱) ارائه شده است.

جدول (۱): آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

نام متغیرها	میانگین	میان	انحراف معیار	چولگی	حداقل	حداکثر
مجموع ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی	۱/۷۳۲۳	۲	۱/۳۲۸۸	-۰/۲۸۹۵	۰	۱
اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل	۰/۵۰۵۴	۱	۰/۵۰۰۲	-۰/۰۲۱۵	۰	۱
مالکیت نهادی	۰/۴۲۰۷	۰/۳۲۳۵	۰/۳۴۰۱	۰/۲۷۱۶	۰	۰/۹۹۴۳
اهرم مالی	۰/۶۳۹۸	۰/۶۳۱۹	۰/۲۵۹۰	۱/۰۵۹۰	۰/۰۵۳۳	۱/۸۷۷۰
اندازه شرکت	۵/۷۹۵۱	۵/۷۶۵۱	۰/۵۸۹۵	۰/۷۶۳۴	۳/۸۶۰۳	۸/۰۱۴۷
بازده دارایی	۰/۳۱۲۹	۰/۱۸۷۶	۰/۴۲۷۱	۲/۴۸۶	-۰/۶۴۲۱	۲/۸۱۸۳
دوره تصدی مدیر عامل	۳/۲۰۴۳	۲	۲/۵۷۴۴	۲/۱۰۶۶	۱	۲۰

²⁴ Leverage

²⁵ Jiao

²⁶ Size of Firm

²⁷ McWilliams &, Siegel

²⁸ Return on Assets

²⁹ Campbell

³⁰ Chief Executive Officer Tenure

ب) بررسی پایایی متغیرهای پژوهش: نتایج پایایی متغیرهای پژوهش در جدول (۲) ارائه شده است. بر اساس آزمون ریشه واحد از نوع آزمون لوین، لین و چو چون سطح معناداری آماره آزمون، کمتر از ۵ درصد بوده است؛ کل متغیرهای پژوهش، در طی دوره پژوهش ایستا بوده اند.

جدول (۲): نتایج آزمون ایستایی لوین، لین و چو

نام متغیرها	نماد	مقدار آماره	سطح معناداری
اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل	CONFIDENCE	-۹/۲۸۵	۰/۰۰۰۰
مجموع ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی	CSR _{score}	-۱۴/۱۷	۰/۰۰۰۰
مالکیت نهادی	INSTH	-۱۲/۰۷۶	۰/۰۰۰۰
اهرم مالی	LEV	-۶/۱۸۱	۰/۰۰۰۰
اندازه شرکت	SIZE	-۴/۲۵۰	۰/۰۰۰۰
بازده دارایی ها	ROA	-۱۵/۰۱	۰/۰۰۰۰
دوره تصدی مدیر عامل	TENURE	-۱۱/۶۳	۰/۰۰۰۰

ج) آزمون فرضیه های پژوهش:

قبل از آزمون فرضیه های پژوهش، به انتخاب الگوی مناسب برای مدل های رگرسیونی پرداخته شده است. ابتدا، از آزمون F لیمر به انتخاب مدل داده های تلفیقی در برابر مدل داده های ترکیبی پرداخته شد. مقدار احتمال آماره F لیمر در تمام حالات کمتر از سطح معناداری ۰/۰۵ بوده و لذا، برای آزمون فرضیه های پژوهش استفاده از روش داده های تلفیقی منتهی است. همچنین، احتمال آماره آزمون هاسمن برای فرضیه های اول و دوم، کمتر از ۰/۰۵ بوده است، از این رو، برای آزمون فرضیه های مذکور از مدل رگرسیونی ترکیبی اثرات ثابت استفاده گردید. نتایج آزمون لیمر و هاسمن در جدول (۳) ارائه شده است.

جدول (۳): نتایج آزمون لیمر و هاسمن

آزمون لیمر			آزمون هاسمن		
مدل	آماره F	Prob. F	الگوی انتخابی	آماره Chi-Sq	Prob. Chi-Sq
مدل اول	۱۷/۳۲	۰/۰۰۰۰	تابلویی	۴۷/۹۶	۰/۰۰۰۰
مدل دوم	۱۶/۴۶	۰/۰۰۰۰	تابلویی	۴۲/۰۱	۰/۰۰۰۰

فرضیه اول: اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل به طور معناداری بر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها تأثیر دارد. همان گونه که در جدول (۴) مشاهده می شود، سطح معناداری محاسبه شده برای متغیر اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل کمتر از ۵ درصد (۰/۰۰۰۰) است. از این رو، می توان نتیجه گرفت که اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل بر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها تأثیر معناداری دارد. از سوی دیگر، ضریب برآورد شده برای متغیر اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل در سطح خطای ۰/۰۵ درصد منفی (۰/۲۲۱۵-) است؛ به عبارت بهتر، فرضیه مزبور نشان می دهد که اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل، فعالیت های مرتبط با مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها را کاهش می دهد. بنابراین، فرضیه اول پژوهش در سطح اطمینان ۰/۹۵ رد نخواهد شد.

از بین متغیرهای کنترلی وارد شده به مدل متغیر اهرم مالی با ضریب (۰/۱۹۱۶) و معنی داری (۰/۰۰۰۰) و متغیر اندازه شرکت با ضریب (۰/۲۸۹۴) و معناداری (۰/۰۰۰۰)، متغیر بازده دارایی با ضریب (۰/۵۶۶۷) و معناداری (۰/۰۰۰۰) ارتباط مثبت و معناداری با متغیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها دارند. اما متغیر دوره تصدی مدیر عامل با ضریب (۰/۰۰۴۸) و

معناداری (۰/۲۳۶۴) هیچ ارتباطی با مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها ندارد. مقدار آماره F مدل و احتمال آن (۶۱/۴۲) و (۰/۰۰۰۰) حاکی از معناداری کل مدل می باشد.

هم چنین، مقدار آماره دوربین واتسون بین بازه ۱/۵ تا ۲/۵ قرار گرفته که نشان می دهد بین جملات خطا خود همبستگی وجود ندارد. افزون بر آن، مقدار ضریب تعیین تعدیل شده (۰/۵۴۷۸) نشان می دهد که تقریباً ۵۵ درصد از تغییرات متغیر وابسته (مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت) توسط رگرسورها (متغیرهای مستقل و کنترلی) موجود در مدل رگرسیون توضیح داده می شود.

علاوه بر آن، مقادیر باقیمانده های رگرسیونی مدل مذکور دارای آماره جاک برا برابر با ۳/۷۲۸۸ و احتمال آماره جاک برا برابر با ۰/۱۵۴۹ بوده که حاکی از نرمال بودن باقیمانده های رگرسیونی است.

جدول (۴): خلاصه نتایج آزمون فرضیه اول

نام متغیرها	ضریب	مقدار آماره t	سطح خطا
$CSR_{score} = \alpha_0 + \alpha_1 CONFIDENCE_{i,t} + \alpha_2 LEV_{i,t} + \alpha_3 SIZE_{i,t} + \alpha_4 ROA_{i,t} + \alpha_5 TENURE_{i,t} + \varepsilon$			
مقدار ثابت α_0	-۰/۳۴۷۱	-۱/۴۰۵۰	۰/۱۶۰۴
اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل α_1	-۰/۲۲۱۵	-۷/۷۵۴۴	۰/۰۰۰۰
اهرم مالی α_2	۰/۱۹۱۶	۵/۳۱۶۳	۰/۰۰۰۰
اندازه شرکت α_3	۰/۲۸۹۴	۶/۹۳۹۶	۰/۰۰۰۰
بازده دارایی α_4	۰/۵۶۶۷	۱۹/۸۰۹۳	۰/۰۰۰۰
دوره تصدی مدیر عامل α_5	۰/۰۰۴۸	۱/۱۸۴۵	۰/۲۳۶۴
آماره F (Prob.)	۶۲/۴۲ (۰/۰۰۰۰)	ضریب تعیین	۰/۵۸۰۹
آماره دوربین واتسون	۱/۹۳	ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۵۴۷۸
آماره جاک برا	۳/۷۲۸۸	احتمال آماره جاک برا	۰/۱۵۴۹

فرضیه دوم: مالکیت نهادی به طور معناداری بر رابطه بین اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها تأثیر دارد.

همان گونه که در جدول (۵) مشاهده می شود، ضریب متغیر اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل منفی (۰/۲۸۲۹-) و معنادار (۰/۰۰۱۲) می باشد؛ همچنین، ضریب متغیر مالکیت نهادی با ضریب (۰/۷۸۶۳) و معناداری (۰/۰۰۰۰) تأثیر مثبت و معناداری بر متغیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها دارد. از سوی دیگر، ضریب برآورد شده β_3 به عنوان متغیر تعدیل گر معنادار (۰/۰۰۰۰) است که نشان می دهد، مالکیت نهادی موجب تعدیل رابطه اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل با مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها می شود؛ با توجه به این که ضریب برآورد شده برای متغیر اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل در فرضیه اول پژوهش (۰/۲۲۱۵-) و در فرضیه مزبور (۰/۲۸۲۹-) می باشد، متغیر مالکیت نهادی به عنوان تعدیل گر به میزان (۰/۰۶۱۴) موجب افزایش شدت رابطه این دو متغیر (اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها) می گردد. بنابراین، فرضیه دوم پژوهش در سطح اطمینان ۰/۹۵ رد نخواهد شد.

از بین متغیرهای کنترلی وارد شده به مدل، متغیر اهرم مالی با ضریب (۰/۱۳۰۸) و معناداری (۰/۰۰۰۰) و متغیر اندازه شرکت با ضریب (۰/۲۴۱۰) و معناداری (۰/۰۰۰۰)، متغیر بازده دارایی با ضریب (۰/۳۷۲۵) و معناداری (۰/۰۰۰۰)؛ ارتباط

مثبت و معناداری با متغیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها دارند. اما متغیر دوره تصدی مدیرعامل با ضریب (۰/۰۰۴۶) و معناداری (۰/۰۰۴۶) هیچ ارتباطی با مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها ندارند.

مقدار آماره F مدل و احتمال آن (۵۰/۱۱ و ۰/۰۰۰۰) حاکی از معناداری کل مدل می باشد. همچنین، مقدار آماره دوربین واتسون بین بازه ۱/۵ تا ۲/۵ قرار گرفته که نشان می دهد بین جملات خطا خود همبستگی وجود ندارد. افزون بر آن، مقدار ضریب تعیین تعدیل شده (۰/۴۵۸۱) نشان می دهد که تقریباً ۴۶ درصد از تغییرات متغیر وابسته (مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت) توسط رگرسورها (متغیرهای مستقل، تعدیل گر و کنترلی) موجود در مدل رگرسیون توضیح داده می شود. علاوه بر آن، مقادیر باقیمانده های رگرسیونی مدل مذکور دارای آماره جاک برا برابر با ۱/۰۳۸۲ و احتمال آماره جاک برا برابر با ۰/۵۹۵۰ بوده که حاکی از نرمال بودن باقیمانده های رگرسیونی است.

نام متغیرها	ضریب	مقدار آماره t	سطح خطا
$CSR_{score} = \alpha_0 + \alpha_1 CONFIDENCE_{i,t} + \alpha_2 INSTH_{i,t} + \alpha_3 CONFIDENCE_{i,t} \times INSTH_{i,t} + \alpha_4 LEV_{i,t} + \alpha_5 SIZE_{i,t} + \alpha_6 ROA_{i,t} + \alpha_7 TENURE_{i,t} + \varepsilon$			
مقدار ثابت α_0	-۰/۲۹۹۰	-۱/۳۳۳۶	۰/۱۸۲۷
اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل α_1	-۰/۲۸۲۹	-۲/۷۵۵۸	۰/۰۰۱۲
مالکیت نهادی α_2	۰/۷۸۶۳	۱۰/۶۲۴۷	۰/۰۰۰۰
اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل × مالکیت نهادی α_3	-۰/۵۳۰۲	-۹/۶۶۸۳	۰/۰۰۰۰
اهرم مالی α_4	۰/۱۳۰۸	۴/۲۳۱۱	۰/۰۰۰۰
اندازه شرکت α_5	۰/۲۴۱۰	۶/۳۷۹۴	۰/۰۰۰۰
بازده دارایی α_6	۰/۳۷۲۵	۱۳/۸۵۰۹	۰/۰۰۰۰
دوره تصدی مدیر عامل α_7	۰/۰۴۶	۱/۲۹۱۶	۰/۱۹۶۹
آماره F (Prob.)	۵۰/۱۱ (۰/۰۰۰۰)	ضریب تعیین	۰/۴۸۳۸
آماره دوربین واتسون	۱/۹۶	ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۴۵۱۸
آماره جاک برا	۱/۰۳۸۲	احتمال آماره جاک برا	۰/۵۹۵۰

بحث و نتیجه گیری

در این پژوهش به بررسی تأثیر اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل بر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها با نقش تعدیل گر مالکیت نهادی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در دوره زمانی ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۴ پرداخته شد. به طور کلی در راستای فرضیه اول پژوهش حاضر می توان گفت مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها به عنوان یک ابزار دفاعی در برابر ریسک تلقی می شود و مدیران ارشد اجرایی (مدیر عامل) با اعتماد به نفس بیش از حد در تلاش اند تا ابزارهای حفاظتی (ریسک، زیان های احتمالی و ...) را در شرکت بیش از اندازه کاهش دهند؛ مطابق با این تفسیر، مدیران ارشد اجرایی (مدیر عامل) دارای اعتماد به نفس بیش از حد، سرمایه گذاری کمتری در فعالیتهای مسئولیت پذیری اجتماعی انجام می دهند. از سوی دیگر، فرضیه دوم نشان می دهد مالکیت نهادی به عنوان تعدیل گر بر این رابطه تأثیر معناداری داشته و در نتیجه باعث افزایش شدت رابطه ی موجود بین اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها می گردد. با

توجه به مبانی و عقاید مطرح شده توسط اپستین و فریدمن^{۳۱} (۱۹۹۴)، افشای مسئولیت پذیری اجتماعی به عنوان پل ارتباطی بین واحد تجاری و ذی نفعان است و باعث جذب سرمایه گذاران نهادی می شود. در واقع، سهامداران نهادی با نظارت فعالانه بر مدیریت و تصمیمات خود، انگیزه هایی را برای مسئولیت پذیری بیشتر مدیریت فراهم می آورند. بنابراین، سرمایه گذاران نهادی مدیران شرکت ها را به افشای اطلاعات اجتماعی در گزارش سالانه خود تشویق می کنند، تا بتوانند مشروعیت و افزایش ارزش شرکت را از طریق مکانیسم های بازار سرمایه که قیمت سهام شرکت را تحت تأثیر قرار می دهد، بدست آورند. همچنین پیش از این گفته شد، مالکیت نهادی موجب تشدید رابطه بین اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها می گردد، که این نتایج با نتایج مک کارتی و همکاران (۲۰۱۶) همسو و با نتایج ماهونی و رابرتز، (۲۰۰۷) و پیترسن و ریندبرگ (۲۰۰۹) نیز ناهمسو می باشد.

با توجه به نتایج این پژوهش می توان پیشنهادات زیر را ارائه داد:

- ۱- در راستای فرضیه اول به پژوهشگران پژوهش های آتی پیشنهاد می شود که تأثیر اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل بر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها را به تفکیک هر صنعت، بررسی نمایند.
 - ۲- در راستای فرضیه دوم به پژوهشگران پژوهش های آتی پیشنهاد می شود، به بررسی تأثیر مؤلفه های حاکمیت شرکتی بر رابطه اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها بپردازند.
 - ۳- همچنین، به سهامداران به ویژه سهامداران عمده و نهادی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران نیز پیشنهاد می گردد به منظور افزایش کارایی تصمیم گیری در خرید و فروش سهام شرکت ها، به مقوله اعتماد به نفس بیش از حد مدیران ارشد اجرایی (مدیر عامل) توجه ویژه ای داشته باشند.
- محدودیتی که در مراحل پژوهش حاضر وجود داشته و باید بدان توجه شود، این است که برخی از شرکت ها گزارش عملکرد اجتماعی خود را در قالب گزارشات هیأت مدیره در دوره توضیحی ارائه نکرده بودند، لذا اطلاعات همه شرکت ها برای آزمون در دسترس قرار نگرفت. همچنین، مدل پیش بینی شده، برای اندازه گیری مسئولیت پذیری اجتماعی نسبت به هر یک از ابعاد به طور فرض و مسلم و قطعی نیست.

³¹- Epstein & Freedman

منابع

- [۱] چاوشی، کاظم؛ رستگار، محمد؛ میرزایی، محسن. (۱۳۹۴)؛ "بررسی رابطه اطمینان بیش از حد مدیران و انتخاب سیاستهای تأمین مالی در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، فصلنامه علمی پژوهشی دانش مالی تحلیل اوراق بهادار، سال هشتم، شماره ۲۵.
- [۲] پورعلی، محمدرضا؛ حجامی، محدثه. (۱۳۹۳)؛ "بررسی رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی و مالکیت نهادی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، سال سوم، شماره ۱۰، صص ۱۳۵-۱۵۰.
- [۳] پیرمرادی، فاطمه (۱۳۹۳). "تأثیر بیش اعتمادی مدیریت بر کیفیت سود شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی علوم تحقیقات سیرجان.
- [۴] رهنمای رودپشتی، فریدون؛ زندیه، وحید (۱۳۹۱). "مالی رفتاری و مالی عصبی (پارادایم نوین مالی) از تئوری تا عمل؛ دانشگاه آزاد اسلامی - سازمان چاپ و انتشارات؛ صص ۴۰-۴۸.
- [۵] فغانی ماکرانی، خسرو؛ حیدری رستمی، کرامت اله؛ امین، وحید (۱۳۹۵). "بررسی رابطه میان مسئولیت پذیری اجتماعی و ریسک کاهش قیمت سهام در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، فصلنامه علمی پژوهشی دانش سرمایه گذاری، سال پنجم، شماره ۱۹، صص ۲۶۹-۲۷۸.
- [۶] قاسمی، علی؛ نیکبخت، محمدرضا؛ ایمانی برندق، محمد. (۱۳۹۴)، "تأثیر اعتماد به نفس بیش از حد مدیریت بر نوسان بازده غیر متعارف سهام"، فصلنامه مطالعات مدیریت و حسابداری، دوره یک، شماره ۱، صص ۵۴-۶۳.
- [۷] قربانی، بهزاد و تینا مبین رهنی. (۱۳۹۴)؛ "تأثیر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها بر کاهش ریسک سقوط قیمت سهام در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران". پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تاکستان، دانشکده علوم انسانی.
- [۸] محمودآبادی، حمید؛ ایمان روی، زهرا (۱۳۹۵). "بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت ها و عملکرد مالی بر چسبندگی هزینه در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران". پایان نامه کارشناسی ارشد، مؤسسه آموزش عالی زند شیراز.
- [۹] کاکایی دهکردی، مجتبی؛ دستگیر، محسن (۱۳۹۴). "رابطه بین اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل و تجدید ارائه صورتهای مالی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، بررسی های حسابداری، دوره دوم، شماره ۷، صص ۴۷-۶۶.
- [10] Ben-David, W.E., Graham, J.R., Harvey, C.R., (2013). "Managerial miscalibration." The Quarterly Journal of Economics 128, 1547-1584.
- [11] Campbell, J.L., (2007). "Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility". The Academy of Management Review 32, 946-967.
- [12] Campbell, T., Gallmeyer, M., Johnson, S., Rutherford, J., Stanley, B., (2011). "CEO optimism and forced turnover". Journal of Financial Economics 101, 695-712.
- [13] Campello, M., Lin, C., Ma, Y., Zou, H., (2011). "The real and financial implications of corporate hedging". The Journal of Finance 66 (5), 1615-1647.
- [14] Chin, M., Hambrick, D., Trevino, L. (2013). "Political ideologies of CEOs: The influence of executives' values on corporate social responsibility". Administrative Science Quarterly 58. 197-232.
- [15] Cheung, A., Hu (2016). "Corporate social responsibility and corporate cash holdings". Journal of Corporate Finance. Vol 37, pp. 412-430.

- [16] Deshmukh, S., Goel, A.M., Howe, K.M., (2013). "CEO overconfidence and dividend policy". *Journal of Financial Intermediation* 22, 440–463.
- [17] Fabrizi, M., Mallin, C., Michelon, G., 2014. "The role of CEO's personal incentives in driving corporate social responsibility". *Journal of Business Ethics* 124, 311–326.
- [18] Huang, R., Tan, K. J. K., & Faff, R. (2016). "CEO Overconfidence and Corporate Debt Maturity". Available at SSRN 2311530.
- [19] Heaton, J.B., (2002). "Managerial optimism and corporate finance". *Financial Management* 31, 33–45.
- [20] Jiraporn, P., & Chintrakam, P. (2013). "How do powerful CEOs view corporate social responsibility (CSR)? An empirical note". *Economics Letters*, 119(3), 344–347
- [21] Jiao, Y., (2010). "Stakeholder welfare and firm value". *Journal of Banking & Finance* 34, 2549–2561.
- [22] Mahoney, L. and Roberts, R.W. (2007), "Corporate social performance, and financial performance and institutional ownership in Canadian firms", *Accounting Forum*,. 31. 233-53.
- [23] Malmendier, U., Tate, G., (2005a). "CEO overconfidence and corporate investment". *The Journal of inance* 60, 2661–2700
- [24] Malmendier, U., Tate, G., Yan, J.O.N., (2011). " Overconfidence and early-life experiences: the effect of managerial traits on corporate financial policies". *The Journal of Finance* 66, 1687–1733.
- [25] McWilliams, A., Siegel, D., (2001). "Corporate social responsibility: a theory of the firm perspective". *The Academy of Management Review* 26, 117–127.
- [26] Mishra, Dev R., Sadok El Ghoul, , Omran Guedhami, , Chuk C. Y. Kwok. , (2011). "Does Corporate Social Responsibility Affect the Cost of Capital?". *Journal of Banking & Finance*, Vol. 35, Issue 9, pp. 2388-2406.
- [27] McCarthy, S., Oliver, B., Song, S. (2016). "Corporate Social Responsibility and CEO confidence". *Journal of Banking and Finance*
- [28] Monks, R. and Minow, N., (1995). "Corporate governance", Blackwell, Cambridge, MA.
- [29] Mahoney, L. and Roberts, R.W. (2007), "Corporate social performance, and financial performance and institutional ownership in Canadian firms", *Accounting Forum*, Vol. 31, pp. 233-53.
- [30] Malmendier, U., Tate, G., Yan, J.O.N., (2011). "Overconfidence and early-life experiences: the effect of managerial traits on corporate financial policies". *The Journal of Finance* 66, 1687–1733
- [31] Petersen, H. L., & Vredenburg, H. (2009). "Morals or economics? Institutional investor preferences for corporate social responsibility". *Journal of Business Ethics*, 90, 1, 1-14
- [32] Porter, M.E., Kramer, M.R., (2006). "Strategy & society: the link between competitive advantage and Corporate Social Responsibility". *Harvard Business Review* 84(12), 78–92.
- [33] Petrenko, O.V., Aime, F., Ridge, J., Hill, A., (2015). "Corporate Social Responsibility of CEO Narcissism? CSR motivations and organizational performance". *Strategic Management Journal* doi: 10.1002/smj.2348
- [34] Sundaramurthy, C., Rhoades, D., & Rechner, P. (2005). "A metal-analysis of the effects of executive and institutional ownership on firm performance". *Journal of Managerial Issues*, 15, 494-510

- [35] Seong K. Byun , Jong-Min Oh .(2017). " Local Corporate Social Responsibility, Media Coverage, and Shareholder Value", Journal of Banking and Finance, doi: 10.1016/j.jbankfin.2017.09.010
- [36] Schaefer, P.S., Williams, C.C., Goodie, A.S., Campbell, W.K., (2004). "Overconfidence and the Big Five". Journal of Research in Personality 38, 473–480.
- [37] Vogel, D., (2005). "The Market for Virtue: The Potential and Limits of Corporate Social Responsibility". Brookings Institution Press, Washington, DC
- [38] Wahba, H. (2010). "How do institutional shareholders manipulate corporate environmental strategy to protect their equity value? A study of the adoption of ISO 14001 by Egyptian firms". Business Strategy and the Environment, 19, 8, 495-511.
- [39] Wahba, Hayam; Elsayed, Khaled. (2015). "The Mediating Effect of Financial Performance on the Relationship between Social Responsibility and Ownership Structure". Future Business Journal
- [40] Wallance, H., Baumeister, R., (2002). "The performance of narcissists rises and falls with perceived opportunity for glory". Journal of Personality and Social Psychology 82, 819–834.