

The Effect of CEO Confidence on Corporate Social Responsibility; With Role of Moderating of Institutional Ownership in Firms Listed in Tehran Stock Exchange¹

Abdolrasoul Rahmanian Koushkaki², Zahra Imanrooy³

Received: 2021/06/24

Accepted: 2021/09/06

Research Paper

Abstract

Corporate social responsibility is very important and has strategic consequences in companies. Large companies invest in corporate social responsibility activities in important capital markets such as the stock market. Nowadays, CSR has become increasingly significant for a wide range of organizations and for the managers that work within them. Thus, this research aims to describe the effect CEO confidence on corporate social responsibility; with role of moderating of institutional ownership in firms listed in Tehran Stock Exchange. This study is applied research and quasi-experimental nature, and the method employed is an ex-post facto design in which the effects of CEO confidence on corporate social responsibility; with role of moderating of institutional ownership in firms has been investigated. To this end, two hypotheses were defined in the study. In order to test the hypotheses of the study, the statistical measure of Multivariate Linear Regression Analysis has been employed. The type of data utilized to test the respective research hypotheses was panel data. Sample of the study was included 93 firms listed in Tehran Stock Exchange whose data were investigated over years 2006 to 2015. According to the results of the study, CEO confidence has an effect on corporate social responsibility. Also, institutional ownership as a moderating variable, has an effect on the intensity of relationship between CEO confidence and corporate social responsibility. Senior executive managers (CEO) who are overconfident, invest less in corporate social responsibility activities.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Institutional Ownership, Over Confidence of CEO.

JEL classification: M41

1. DOI: 10.22051/JAASCI.2021.36283.1626

2. Assistant Professor, Department of Accounting, Payame Noor University (PNU), Tehran, Iran. Corresponding Author (abr.rahmanian@gmail.com)

3. Master Student of Accounting, Zand Shiraz Higher Education Institute, Shiraz, Iran. (Zimanrooy@yahoo.com)



تأثیر اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها با نقش تعدیل‌گر مالکیت نهادی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران^۱

عبدالرسول رحمانیان کوشکی^۲، زهرا ایمان روی^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۴/۰۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۶/۱۵

مقاله پژوهشی

چکیده

مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت داری اهمیت بالایی است و نتایج استراتژیکی در شرکت‌ها دارد. شرکت‌های بزرگ در فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکت در بازارهای مهم سرمایه همچون بورس، سرمایه‌گذاری می‌کنند. امروزه مسئولیت اجتماعی شرکت برای اکثر سازمان‌ها و مدیران‌شان موضوعی مهم به شمار می‌رود. از این رو، هدف این پژوهش بررسی تأثیر اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با نقش تعدیل‌گر مالکیت نهادی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. پژوهش حاضر پژوهشی کاربردی و از نوع پژوهش‌های شبه‌تجربی و روش‌شناسی آن از نوع پس‌رویدادی است که در آن تأثیر اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با نقش تعدیل‌گر مالکیت نهادی، مورد بررسی قرار گرفته است. در راستای تحقق اهداف پژوهش، سه فرضیه تدوین شده است. جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش از مدل رگرسیون خطی چند متغیره و داده‌های ترکیبی استفاده شده است. نمونه آماری پژوهش شامل ۹۳ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد که طی سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۸ مورد بررسی قرار گرفته است. براساس نتایج پژوهش، اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تأثیر معناداری دارد. همچنین، مالکیت نهادی به عنوان تعدیل‌گر بر شدت رابطه بین اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تأثیر می‌گذارد. مدیران ارشد اجرایی (مدیر عامل) با اعتماد به نفس بیش از حد، سرمایه‌گذاری کمتری در فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی انجام می‌دهند.

واژه‌های کلیدی: اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، مالکیت نهادی

طبقه بندی موضوعی: M41

10.22051/JAASCI.2021.36283.1626 : DOI .۱

۲. استادیار، گروه حسابداری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)، (abr.rahmanian@gmail.com).

۳. کارشناسی ارشد حسابداری، موسسه آموزش عالی زند شیراز، شیراز، ایران. (Zimanrooy@yahoo.com).

مقدمه

مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، یکی از موضوعات حساسیت برانگیز و روبه توجه در سال‌های اخیر بوده و عامل اساسی بقای هر سازمانی محسوب می‌شود. در حقیقت، سازمان‌های سرآمد به‌عنوان یک سازمان پاسخگو، برای شفافیت و پاسخگویی به ذی‌نفعان خود در قبال عملکردشان باید تعهدات خود را در قبال مسئولیت‌پذیری اجتماعی از طریق ارزش‌های خویش ابراز دارند و اطمینان حاصل نمایند که این تعهدات در سرتاسر سازمان جاری خواهد شد (فغانی ماکرانی، ۱۳۹۵). به دلیل اهمیت این موضوع، شرکت‌های بزرگ به طور قابل توجهی در فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت سرمایه‌گذاری می‌کنند تا از این طریق دامنه فعالیت‌های خود را گسترش داده و به یک مزیت رقابتی دست یابند. این بدان معناست که سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌تواند برای شرکت و ذی‌نفعان سودمند واقع شود و ارزش سهام سهامداران را نیز به حداکثر برساند (وهاب و اساید، ۲۰۱۵).

همچنین، به نظر می‌رسد خصوصیات و ویژگی‌های شخصی مدیران بر سیاست‌های شرکت در اعمال فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی اثرگذار باشد. یکی از این ویژگی‌ها و صفات، اعتماد بیش از حد مدیران است (بن‌داوید و همکاران، ۲۰۱۳؛ دشموک و همکاران، ۲۰۱۳). در حقیقت، این ویژگی شخصی مدیران در تصمیمات مدیران ارشد اجرایی (مدیر عامل شرکت) نقش بسزایی را ایفا می‌کند؛ به گونه‌ای که مدیران با اعتماد بیش از حد به صورت افراطی، احتمالات دستیابی به نتایج خوب را بیش از حد در نظر می‌گیرند و به همان ترتیب احتمالات وقوع عواقب بد ناشی از اعمال فعالیت‌های خود را به حساب نمی‌آورند (هیتون، ۲۰۰۵).

به طور مثال، مدیران ارشد اجرایی با اعتماد به نفس بیش از حد، ابزارهای حفاظتی (ریسک، زیان‌های احتمالی و ...) را در شرکت بیش از اندازه کاهش می‌دهند تا از به تأخیر انداختن شناسایی

-
1. Corporate Social Responsibility
 2. Wahba & Elsayed
 3. Ben-David et al
 4. Deshmukh et al
 5. Heaton

زیان‌ها، برآورد خوش‌بینانه‌تری را در تعیین ارزش شرکت داشته باشند. به همین جهت، اعتماد به نفس بیش از حد مدیران ارشد اجرایی موجب کاهش مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌شود (مالمندیر و همکاران، ۲۰۱۱؛ بن-دایوید و همکاران، ۲۰۱۳). از سوی دیگر، مدیران ارشد اجرایی در تلاش هستند با سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی بتوانند دیدی بهتر از ذی‌نفعان را نسبت به خود کسب کرده و مورد تحسین و تمجید قرار گیرند (جیراپورن و چینتراکارن، ۲۰۱۳). بیش‌اطمینانی یا اعتماد به نفس بیش از حد، یکی از مهمترین مفاهیم مالی مدرن است که هم در تئوری‌های مالی و هم روان‌شناسی جایگاه ویژه‌ای دارد. مطالعات در این حوزه نشان داده است مشاغلی که به قضاوت نیاز دارند، بیش از مشاغل دیگر دچار بیش‌اطمینانی می‌شوند و هرچه تخصص افراد بیشتر باشد، در معرض بیش‌اطمینانی بیشتری قرار دارند (پارک و همکاران، ۲۰۲۰). مدیران بیش‌اطمینان نسبت به سودها و جریان‌های نقدی آتی واحد تجاری خود خوشبین هستند و چشم‌انداز مثبتی از ریسک و بازده آتی شرکت دارند (دیک و همکاران، ۲۰۲۰). این موضوع بر مالکیت نهادی نیز موثر است. بعضی از مدیران، اعتماد به نفس بیش از حد را به عنوان یک تورش رفتاری دارند (حمیدی و همکاران، ۲۰۲۱) که بازده‌های آتی ناشی از سرمایه‌گذاری‌های شرکت را بیش از حد برآورد می‌کنند (صالحی و همکاران، ۲۰۲۰). ذینفعان تمایل دارند ارزش شرکت را افزایش دهند، اما مدیران می‌خواهند بر منافع شخصی و شهرت خود بیفزایند (محمدی و همکاران، ۲۰۲۱). بر اساس نظریه مباشرت، منافع مدیران بایستی در راستای منافع سهامداران و ذینفعان باشد، بنابراین وجود مالکیت مدیران به علت همسو قرار گرفتن منافع مالکان و مدیران باعث بهتر شدن عملکرد شرکت می‌شود (جبارزاده و همکاران، ۱۳۹۴).

در واقع ادبیات موجود را می‌توان به واسطه حدسیات ضمنی و ساده آن مبنی بر رابطه بین اعتماد بیش از حد مدیران ارشد اجرایی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی از طریق مالکیت نهادی به چالش کشید. به‌ویژه آنکه استدلال اصلی می‌تواند این باشد که مالکیت نهادی با تمرکز بر عملکرد اقتصادی و اجتناب از رفتارهای فرصت‌طلبانه، اعتماد بیش از حد مدیر عامل را کاهش دهد. همچنین، با توجه به شرکت‌ها و مؤسسات سرمایه‌گذاری ریسک‌گریز که اعتباربخشی شرکت را در گرو فعالیت‌های اجتماعی و محیطی می‌دانند، مشارکت و سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی را

افزایش داده و از این طریق، سرمایه‌گذاری بیشتری را جذب می‌نمایند (ماهونی و رابرتز، ۲۰۰۷؛ پیترسن و ریندبرگ، ۲۰۰۹). بنابراین، سؤال اصلی این تحقیق این است که، آیا اعتماد به نفس بیش از حد مدیرعامل شرکت با توجه به نقش تعدیل‌گر مالکیت نهادی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها اثر دارد؟

مبانی نظری پژوهش

اعتماد به نفس بیش از حد، یکی از مفاهیم مالی رفتاری مدرن است که در سال‌های اخیر با ورود مبحث روانشناسی به حوزه مالی و حسابداری، به یکی از عوامل شناخته شده در این حوزه تبدیل شده است (پیرمادی، ۱۳۹۳)، زیرا 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 (مدیرعامل) 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 دیگر، آنها بیش از اندازه بر روی دقت و توانایی خود حساب می‌کنند و همین امر موجب می‌شود تا برآورد کمتری از تغییرات در جریان‌های نقدی ایجاد شده در این گونه از 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 (بن‌دایوید 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 پروژه‌هایی 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^۱ (۲۰۰۴) با ارائه مستندات، این رابطه را به اثبات رساندند 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^۲ (۲۰۱۵) و والاس و بائومیستر (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 تقابل 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 کارت و همکاران، ۲۰۱۶). بنابراین، شرکت‌ها با اجرای فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌توانند ذی‌نفعان داخلی و خارجی (شامل جامعه، سازمان‌های دولتی و غیردولتی، مشتریان، تأمین‌کنندگان 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، ۲۰۰۶؛ و گول، 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، ۲۰۰۵). پژوهش‌های زیادی با موضوع مالکان نهادی انجام شده که نشان می‌دهد این مالکان، مدیریت شرکت را به تمرکز بر عملکرد اقتصادی و اجتناب از رفتارهای فرصت‌طلبانه الزام می‌نمایند و این مسئله بدین دلیل است که مالکان نهادی، فرصت، منابع و توانایی نظارت بر مدیریت شرکت را دارند و از این طریق از بیش اطمینانی مدیران، جلوگیری می‌کنند (مانکز و مینو، ۱۹۹۵).

1. Schaefer et al

2. Petrenko et al

البته پژوهش‌هایی هم وجود دارد که بیان می‌کند مالکان نهادی منطبق با نظریه ریسک‌گریزی، سرمایه‌گذارانی منطقی هستند که با در نظر گرفتن ریسک و بازده مربوط به هر سرمایه‌گذاری مطرح، به دنبال سرمایه‌گذاری کارآمد می‌گردند. بنابراین، ممکن است به برنامه‌ها و اقدامات اجتماعی شرکت‌ها به عنوان ابزاری برای کاهش ریسک بالقوه بنگرند (وهاب، ۲۰۱۰). این امر به احتمال قوی زمانی روی می‌دهد که کسب اعتبار در فعالیت‌های اجتماعی و زیست محیطی باعث کاهش نوسانات قیمت سهام شود (پیترسن و ریدنبرگ، ۲۰۰۹). بنابراین، برطبق این نظریه، تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر مالکیت نهادی مؤسسه مثبت خواهد بود. به عبارتی دیگر، شرکت‌هایی که بیشتر بر روی کسب اعتبار اجتماعی خود سرمایه‌گذاری می‌کنند قادر به جذب مالکیت نهادی بیشتری خواهند بود (وهاب و الساید، ۲۰۱۵). برعکس، بر طبق نظریه مؤسسات کوته‌بین، مالکیت نهادی، به عنوان سرمایه‌گذاران کوته‌بینی در نظر گرفته می‌شوند که فقط به بازده کوتاه‌مدت توجه داشته و مدیران این گونه مؤسسات بر اساس بازده کوتاه‌مدت خود مورد سنجش قرار گرفته و تشویق می‌شوند. از آنجایی که سرمایه‌گذاری در این گونه برنامه و فعالیت‌ها، یک تصمیم بلندمدت است که نیاز به زمان دارد تا به صرفه‌جویی در هزینه دست یابد، سازمان‌هایی که بر روی مسئولیت‌پذیری اجتماعی سرمایه‌گذاری می‌کنند، قادر به جذب سرمایه مالکیت نهادی نخواهند بود. بر این اساس، این ادعا نشان می‌دهد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت تأثیر منفی بر مالکیت نهادی دارد (وهاب، ۲۰۱۰).

پیشینه پژوهش

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

هانگ و همکاران (۲۰۱۶)، در پژوهشی به بررسی ارتباط بین بیش اعتمادی مدیریت و سررسید بدهی شرکت‌ها پرداختند. یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که شرکت‌هایی که مدیران آنها

دارای ویژگی بیش اعتمادی هستند، سررسید بدهی کمتری از شرکت‌هایی که مدیران آن‌ها دارای بیش اعتمادی نیستند، دارند.

مک‌کارتی و همکاران (۲۰۱۶)، در پژوهشی به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و اعتماد به نفس بیش از حد مدیرعامل پرداختند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که اثر اعتماد به نفس بیش از حد مدیرعامل در جنبه‌های سازمانی مسئولیت اجتماعی، مانند جامعه و تنوع نیروی کار، نسبت به جنبه‌های فنی مسئولیت اجتماعی، مانند حاکمیت شرکتی و کیفیت محصول شدیدتر است.

سونگ و جونگ‌مین (۲۰۱۷)، در پژوهش خود به بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش سهامداران پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان می‌دهد که فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی به طور مثبتی با ارزش سهامداران رابطه دارد و عملکرد آتی را بهبود می‌بخشد. علاوه بر این، آنها یک رگرسیون حداقل مربعات را برای ایجاد یک رابطه علی بین فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش سهامداران پیاده‌سازی کردند.

هسی و همکاران (۲۰۱۹)، در پژوهشی به بررسی تأثیر مالکیت نهادی بر رابطه بین کیفیت حسابداری و هزینه سرمایه پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان می‌دهد که رابطه بین کیفیت حسابداری و هزینه سرمایه با ایجاد تحول در سطح مالکیت نهادی، تغییر می‌کند.

هی و همکاران (۲۰۲۰)، در پژوهشی به بررسی تأثیر اعتماد به نفس بیش از حد مدیران در گزینش تأمین مالی داخلی و بازده سرمایه‌گذاری در بورس شانگهای چین و بورس شژن پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان می‌دهد که تأمین مالی داخلی می‌تواند موجب بهبود فرصت‌های کسب و کار و کاهش کمبود سرمایه شود، اما ممکن است باعث سرمایه‌گذاری مفرط نیز شود، به ویژه در شرکت‌هایی که دارای مدیرانی با اعتماد به نفس بیش از حد هستند.

نصیری پوردری و همکاران (۱۳۹۵)، در پژوهشی به بررسی ارتباط میان بیش اعتمادی مدیران و بیش‌نمایی سود در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان می‌دهد که هر چه بیش اعتمادی مدیران افزایش یابد، در آن صورت مدیریت سود از نوع

حداکثرسازی سود افزایش می‌یابد. همچنین، نتایج این پژوهش بیانگر آن است که رابطه‌ای منفی و معنادار بین نسبت بدهی و اندازه شرکت با مدیریت سود از نوع حداکثرسازی سود وجود دارد.

محمودآبادی و ایمان روی (۱۳۹۵)، در پژوهشی به بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد مالی بر چسبندگی هزینه در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان می‌دهد که مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد مالی از طریق مؤلفه بازده فروش تأثیر معناداری بر میزان شدت افزایش چسبندگی هزینه‌های اداری، عمومی و فروش دارند، اما مؤلفه جریان وجه نقد عملیاتی تأثیری بر میزان شدت افزایش چسبندگی هزینه‌های اداری، عمومی و فروش ندارد و باعث کاهش شدت چسبندگی هزینه می‌شود.

خوشکار و همکاران (۱۳۹۸)، در پژوهشی به بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی شرکت در شرکت‌های فعال عرضه‌کننده محصولات بهداشتی پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان می‌دهد که بین شرایط محیط کار و بعد راهبردی به عنوان ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی رابطه معناداری وجود ندارد. بین بعد توجه به محیط زیست به عنوان یکی از ابعاد مسئولیت‌پذیری 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 نگاهداشت وجه نقد با تأکید بر نقش واسطه‌ای عوامل ریسک سیستماتیک و حاکمیت شرکتی پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان می‌دهد که ریسک سیستماتیک و حاکمیت شرکتی نقش واسطه‌ای بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و نگاهداشت وجه نقد دارند. به عبارتی، ریسک سیستماتیک باعث تضعیف و حاکمیت شرکتی باعث تقویت رابطه بین مسئولیت اجتماعی و نگاهداشت وجه نقد می‌شود.

صالحی (۱۳۹۹)، در پژوهشی به بررسی تأثیر مالکیت نهادی بر شاخص‌های ارزیابی عملکرد مبتنی بر اجزای سود باقیمانده و بازار در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان می‌دهد که رابطه مثبت و معناداری بین مالکیت نهادی و شاخص‌های ارزیابی عملکرد مبتنی بر اجزای سود باقیمانده و شاخص‌های بازار وجود دارد که این نتایج با فرضیه نظارت کارآمد و فرضیه همگرایی منافع، مطابقت دارد.

به دلیل دغدغه‌های حرفه‌ای مدیریت، مدیران اجرایی دارای انگیزه قوی برای تأثیر بر تصمیمات مربوط به عملیات شرکت تحت مدیریت خود برای دستیابی به عملکرد بهتر می‌باشند. در پژوهش‌های نظری به بررسی

رابطه بین نگرانی‌های حرفه‌ای مدیران ارشد شرکت و تصمیمات سرمایه‌گذاری در بازه زمانی بلندمدت پرداخته شده است. به هر حال پژوهش‌های تجربی در این زمینه بسیار محدود است. مسئولیت‌پذیری اجتماعی با تاکید بر ویژگی‌های مالکیت نهادی موضوع بسیار مهمی در سرمایه‌گذاری در این حوزه است. سرمایه‌گذاری نهادی به دلیل مالکیت و نظارت بر مدیران می‌تواند منجر به تغییر رفتار شرکت‌ها نیز شوند. به عبارت دیگر حضور مالکان نهادی در ساختار سرمایه شرکت سبب افزایش انعطاف‌پذیری آنها می‌شود.

روش پژوهش و ابزار پژوهش

این پژوهش، با توجه به داده‌های پژوهش از نوع پژوهش‌های نیمه‌تجربی قلمداد می‌شود و به جهت تجزیه و تحلیل روابط بین متغیرها از نوع پژوهش‌های توصیفی-همبستگی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۸ است. براساس شرایط زیر شرکت‌های عضو نمونه به صورت حذفی از بین شرکت‌های عضو جامعه آماری مدنظر قرار گرفته شده‌اند:

۱. شرکت‌های نمونه جزء بانک‌ها و مؤسسات مالی (شرکت‌های سرمایه‌گذاری، واسطه‌گری مالی، شرکت‌های هلدینگ و لیزینگ‌ها) نباشند، زیرا افشای اطلاعات مالی و ساختارهای راهبردی شرکتی در آنها متفاوت است.

۲. سال مالی شرکت‌ها منتهی به پایان اسفندماه هر سال باشد.

۳. طی سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۸ تغییر سال مالی نداشته باشد.

۴. تا پایان سال مالی ۱۳۸۸ در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته باشند.

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

۶. اطلاعات مالی مورد نیاز این پژوهش از جمله گزارشات هیأت مدیره شرکت‌ها به همراه گزارش عملکرد اجتماعی به منظور استخراج داده‌های مورد نیاز در دسترس باشد.

با اعمال شرایط فوق تعداد جامعه آماری در دسترس به ۹۳ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تقلیل و به‌عنوان نمونه انتخاب شدند.

داده‌های مورد نیاز از یادداشت‌های پیوست صورت‌های مالی، گزارشات هیأت‌مدیره شرکت‌ها، نمونه‌های آماری و همچنین از طریق بانک‌های اطلاعاتی رایانه‌ای مانند نرم‌افزار شرکت تدبیرپرداز و ره‌آورد نوین و گاهی مراجعه به سازمان حسابرسی، جمع‌آوری و در نرم‌افزار اکسل وارد شد و سپس با استفاده از نرم‌افزار 7 Eviews اقدام به آزمون فرضیه‌ها شد.

در این پژوهش به منظور آزمون فرضیات از مدل داده‌های تلفیقی ایستا استفاده شده است. در مدل داده‌های ترکیبی ایستا پس از آزمون هاسمن و انتخاب روش اثرات ثابت، اقدام به برآورد ضرایب مدل با استفاده از روش حداقل مربعات تعمیم‌یافته برآوردی (GLS) شد. یکی از مزایای بکارگیری این روش در افزایش قدرت آماری ضرایب نسبت به استفاده از تجزیه و تحلیل مجزای داده‌های آماری به صورت سری زمانی یا مقطعی است.

متغیرهای پژوهش و روش محاسبه متغیرها

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

شاخص افزایش قیمت سهام کمی است که برای محاسبه، شاخص یک سال را به عنوان سال مبنا یا پایه فرض کرده و پس از تقسیم ارزش جاری بر ارزش مبنا (ارزش سال پایه) آن را در عدد ۱۰۰ ضرب می‌کنیم. عدد بدست آمده شاخص آن گروه یا دسته مورد نظر را به ما نشان می‌دهد. در این پژوهش برای اندازه‌گیری اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل با تعدیل شاخص‌های بکار گرفته شده در پژوهش المندیر و تیت (۲۰۱۱) و کمپل و همکاران (۲۰۱۱) بدین گونه محاسبات مربوط انجام شده است: اگر درصد افزایش قیمت سهام بیش تر از درصد کاهش قیمت سهام شرکت باشد، فرض می‌شود که اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل وجود دارد و برای آن عدد یک در نظر گرفته می‌شود و در غیر این صورت، عدد صفر در نظر گرفته خواهد شد.

ب) متغیر وابسته: مسئولیت‌پذیری اجتماعی

در پژوهش حاضر جهت اندازه‌گیری مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها از سه بُعد کارکنان، ویژگی محصولات و محیط‌زیست مطابق با مدل میشر و همکاران (۲۰۱۱) استفاده شده است. با توجه به ماهیت افشاگری در ایران، شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران موظف به افشاء گواهی‌نامه OHSAS 18001، استاندارد ایمنی و بهداشت شغلی و برنامه حمایت از آموزش برای

اعضای حرفه، صنعت یا جامعه، گواهی نامه ISO 9001، سیستم مدیریت کیفیت و گواهی نامه ISO 14001، مدیریت زیست محیطی برای اندازه گیری مسئولیت پذیری اجتماعی در گزارشات هیأت مدیره خود هستند.

الف) امتیاز افشای بُعد کارکنان (Employee) : اگر شرکت دارای گواهی نامه OHSAS 18001 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 مالی (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 (جایو، ۲۰۱۰).

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

بازده دارایی ها (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 (کمپیل، ۲۰۰۷).

دوره تصدی مدیرعامل (TENURE): برای محاسبه این متغیر از تعداد سال‌هایی که مدیرعامل سمت تصدی‌گری را بر عهده داشته است، استفاده می‌شود (چن و همکاران، ۲۰۱۳).

یافته‌های پژوهش

فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اول پژوهش: اعتماد به نفس بیش از حد مدیرعامل به‌طور معناداری بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها تأثیر دارد.

فرضیه دوم پژوهش: مالکیت نهادی به‌طور معناداری بر رابطه بین اعتماد به نفس بیش از حد مدیرعامل و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها تأثیر دارد.

مطالعه توصیفی داده‌ها

به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات، ابتدا آمار توصیفی داده‌ها شامل میانگین، انحراف معیار، حداقل و حداکثر داده‌ها محاسبه شده و در نگاره (۱) ارائه شده است.

نگاره (۱): آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

نام متغیرها	میانگین	میان	انحراف معیار	چولگی	حداقل	حداکثر
مجموع ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۱/۷۳۲۳	۲	۱/۳۲۸۸	-۰/۲۸۹۵	۰	۱
اعتماد به نفس بیش از حد مدیرعامل	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 مدیرعامل	۳/۲۰۴۳	۲	۲/۵۷۴۴	۲/۱۰۶۶	۱	۲۰

بررسی پایایی متغیرهای پژوهش

نتایج پایایی متغیرهای پژوهش در نگاره (۲) ارائه شده است. بر اساس آزمون ریشه واحد از نوع آزمون لوین، لین و چو (۲۰۰۲) چون سطح معناداری آماره آزمون، کمتر از ۵ درصد است، کل متغیرهای پژوهش، در طی دوره پژوهش ایستا هستند.

نگاره (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 مسئولیت‌پذیری 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 دارایی‌ها	ROA	-۱۵/۰۱	۰/۰۰۰۰
دوره تصدی مدیر عامل	TENURE	-۱۱/۶۳	۰/۰۰۰۰

آزمون فرضیه‌های پژوهش

قبل از آزمون فرضیه‌های پژوهش، به انتخاب الگوی مناسب برای مدل‌های رگرسیونی پرداخته شده است. ابتدا، با استفاده از آزمون F لیمر به انتخاب مدل داده‌های تلفیقی در برابر مدل داده‌های تابلویی، پرداخته شد. مقدار احتمال آماره F لیمر در تمام حالات کمتر از سطح معناداری ۰/۰۵ بود. بنابراین، برای آزمون فرضیه‌های پژوهش استفاده از روش داده‌های تلفیقی منتفی است. همچنین، احتمال آماره آزمون هاسمن برای فرضیه‌های اول و دوم، کمتر از ۰/۰۵ بوده است، بنابراین برای آزمون فرضیه‌های مذکور از مدل رگرسیونی تابلویی اثرات ثابت استفاده گردید. نتایج آزمون F لیمر و هاسمن در نگاره (۳) ارائه شده است.

نگاره (۳): نتایج آزمون لیمر و هاسمن

آزمون لیمر			آزمون هاسمن		
مدل	آماره F	سطح معناداری	الگوی انتخابی	آماره خی	سطح معناداری
مدل اول	۱۷/۳۲	۰/۰۰۰۰	تابلویی	۴۷/۹۶	۰/۰۰۰۰
مدل دوم	۱۶/۴۶	۰/۰۰۰۰	تابلویی	۴۲/۰۱	۰/۰۰۰۰

نتایج تخمین فرضیه اول پژوهش مبنی بر اثر اعتماد به نفس بیش از حد مدیرعامل بر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها، در نگاره (۴) ارائه شده است.

نگاره (۴): خلاصه نتایج آزمون فرضیه اول

نام متغیرها	ضریب	مقدار آماره تی	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	-۰/۳۴۷۱	-۱/۴۰۵۰	۰/۱۶۰۴
اعتماد به نفس بیش از حد مدیرعامل	-۰/۲۲۱۵	-۷/۷۵۴۴	۰/۰۰۰۰
اهرم مالی	۰/۱۹۱۶	۵/۳۱۶۳	۰/۰۰۰۰
اندازه شرکت	۰/۲۸۹۴	۶/۹۳۹۶	۰/۰۰۰۰
بازده دارایی	۰/۵۶۶۷	۱۹/۸۰۹۳	۰/۰۰۰۰
دوره تصدی مدیرعامل	۰/۰۰۴۸	۱/۱۸۴۵	۰/۲۳۶۴
آماره F	۶۲/۴۲ (۰/۰۰۰۰)	ضریب تعیین	۰/۵۸۰۹
آماره دورین واتسون	۱/۹۳	ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۵۴۷۸
آماره جارک برا	۳/۷۲۸۸	احتمال آماره جارک برا	۰/۱۵۴۹

همان گونه که در نگاره (۴) مشاهده می شود، سطح معناداری محاسبه شده برای متغیر اعتماد به نفس بیش از حد مدیرعامل کمتر از ۵ درصد (۰/۰۰۰۰) است. از این رو، می توان نتیجه گرفت که اعتماد به نفس بیش از حد مدیرعامل بر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها تأثیر معناداری دارد. از سوی دیگر، ضریب برآورد شده برای متغیر اعتماد به نفس بیش از حد مدیرعامل 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 مدیرعامل، فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها را کاهش می دهد. از بین متغیرهای کنترلی وارد شده به مدل اهرم مالی، اندازه شرکت و بازده دارایی‌ها ارتباط مثبت و معناداری با متغیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها دارند، اما بین متغیر دوره تصدی مدیرعامل با مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها رابطه معناداری مشاهده نشد.

نتیجه فرضیه دوم پژوهش مبنی بر اثر تعدیلگر مالکیت نهادی بر رابطه بین اعتماد به نفس بیش از حد مدیرعامل و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها، در نگاره (۵) ارائه شده است.

نگاره (۵): خلاصه نتایج آزمون فرضیه دوم

نام متغیرها	ضریب	مقدار آماره تی	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	-۰/۲۹۹۰	-۱/۳۳۳۶	۰/۱۸۲۷
اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل	-۰/۲۸۲۹	-۲/۷۵۵۸	۰/۰۰۱۲
مالکیت نهادی	۰/۷۸۶۳	۱۰/۶۲۴۷	۰/۰۰۰۰
اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل × مالکیت نهادی	-۰/۵۳۰۲	-۹/۶۶۸۳	۰/۰۰۰۰
اهرم مالی	۰/۱۳۰۸	۴/۲۳۱۱	۰/۰۰۰۰
اندازه شرکت	۰/۲۴۱۰	۶/۳۷۹۴	۰/۰۰۰۰
بازده دارایی	۰/۳۷۲۵	۱۳/۸۵۰۹	۰/۰۰۰۰
دوره تصدی مدیرعامل	۰/۰۴۶	۱/۲۹۱۶	۰/۱۹۶۹
آماره F	۵۰/۱۱ (۰/۰۰۰۰)	ضریب تعیین	۰/۴۸۳۸
آماره دوربین واتسون	۱/۹۶	ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۴۵۱۸
آماره جاکوبرا	۱/۰۳۸۲	احتمال آماره جاکوبرا	۰/۵۹۵۰

همان گونه که در نگاره (۵) مشاهده می شود، متغیر اعتماد به نفس بیش از حد مدیر و مالکیت نهادی معنادار می باشد و مالکیت نهادی موجب تعدیل رابطه اعتماد به نفس بیش از حد مدیرعامل با مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها می شود. از بین متغیرهای کنترلی وارد شده به مدل، متغیر اهرم مالی و اندازه شرکت و بازده دارایی ها ارتباط مثبت و معناداری با متغیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها دارند، اما متغیر دوره تصدی مدیرعامل هیچ ارتباطی با مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها ندارند.

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 ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۸ پرداخته شد. فرضیه اول پژوهش نشان می دهد که اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل بر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها تأثیر منفی دارد و این بدان معنا هست که اگر مدیران با اعتماد به نفس بیش از حد، خود را کمتر در فعالیت های مسئولیت اجتماعی درگیر نمایند، پیامدهای نامطلوبی را برای ارزش

سهامداران به همراه خواهد داشت. از این رو، شرکت‌ها می‌توانند با استخدام مدیران با اعتماد به نفس بالا و در سطح مناسب، در کنار تأکید به درگیر شدن در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی، بر ارزش خود اضافه نمایند و عملکرد مالی خود را بهبود بخشند. از سوی دیگر، فرضیه دوم نشان می‌دهد مالکیت نهادی به عنوان تعدیل‌گر بر این رابطه تأثیر معناداری داشته و در نتیجه باعث افزایش شدت رابطه‌ی موجود بین اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها می‌گردد. با توجه به مبانی و عقاید مطرح شده توسط ایستین و فریدمن (۱۹۹۴)، افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی به عنوان پل ارتباطی بین واحد تجاری و ذی‌نفعان است و باعث جذب سرمایه‌گذاران نهادی می‌شود. در واقع، سهامداران نهادی با نظارت فعالانه بر مدیریت و تصمیمات خود، انگیزه‌هایی را برای مسئولیت‌پذیری بیشتر مدیریت فراهم می‌آورند. بنابراین، سرمایه‌گذاران نهادی مدیران شرکت‌ها را به افشای اطلاعات اجتماعی در گزارش سالانه خود تشویق می‌کنند، تا بتوانند مشروعیت و افزایش ارزش شرکت را از طریق سازوکارهای بازار سرمایه که قیمت سهام شرکت را تحت تأثیر قرار می‌دهد، بدست آورند. همچنین، پیش از این گفته شد مالکیت نهادی موجب تعدیل رابطه اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل با مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها می‌شود، که این نتایج با نتایج مک‌کارتی و همکاران (۲۰۱۶) همسو و با نتایج ماهونی و رابرتز (۲۰۰۷) و پیترسن و ریندنبرگ (۲۰۰۹) نیز ناهمسو می‌باشد.

با توجه به نتایج پژوهش پیشنهاد می‌شود که سهامداران عمده و نهادی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، به منظور افزایش کارایی تصمیم‌گیری در خرید و فروش سهام شرکت‌ها، به مقوله اعتماد به نفس بیش از حد مدیران ارشد اجرایی توجه ویژه‌ای داشته باشند. همچنین، برای پژوهش‌های آتی پیشنهاد می‌شود تأثیر اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها به تفکیک هر صنعت و تأثیر مؤلفه‌های حاکمیت شرکتی بر رابطه اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها بررسی شود.

محدودیتی که در مراحل پژوهش حاضر وجود داشته و باید بدان توجه شود، این است که مدل پیش‌بینی شده برای اندازه‌گیری مسئولیت‌پذیری اجتماعی، نسبت به هر یک از ابعاد، یک فرض مسلم و قطعی نیست.

منابع

- اقدامی، اسماعیل، مشکی میاوقی، مهدی، کرد رستمی، سهراب، خردیار، سینا. (۱۳۹۹). بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و نگره داشت وجه نقد با تأکید بر نقش واسطه‌ای عوامل ریسک سیستماتیک و حاکمیت شرکتی. *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، ۹(۳۴)، ۳۵-۴۵.
- پیرمرادی، فاطمه. (۱۳۹۳). تأثیر بیش اعتمادی مدیریت بر کیفیت سود شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی علوم تحقیقات سیرجان.
- حجازی، رضوان، رجب دری، حسین. (۱۳۹۹). رابطه افشای اطلاعات مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و دقت پیش‌بینی مدیران. *حسابداری و منافع اجتماعی*، ۱۰(۴)، ۷۳-۹۲.
- خوشکار، فرزین، زارعی لاجینی، جلال، ایوبی، موسی. (۱۳۹۸). بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی شرکت در شرکت های فعال عرضه کننده محصولات بهداشتی. *فصلنامه علمی تخصصی رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری*، ۳(۲۴)، ۶۹-۸۶.
- دستگیر، محسن، کاکایی دهکردی، مجتبی. (۱۳۹۴). رابطه بین اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل و تجدید ارائه صورت‌های مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *بررسی‌های حسابداری*، ۲(۷)، ۴۷-۶۶.
- 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.
- صالحی، اله کرم. (۱۳۹۹). تأثیر مالکیت نهادی بر شاخص‌های ارزیابی عملکرد مبتنی بر اجزای سود باقیمانده و بازار. *دانش مالی تحلیل اوراق بهادار*، ۱۳(۴۶)، ۱-۱۴.
- فغانی ماکرانی، خسرو، حیدری رستمی، کرامت‌اله، امین، وحید. (۱۳۹۵). بررسی رابطه میان مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ریسک کاهش قیمت سهام در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، *دانش سرمایه‌گذاری*، ۵(۱۹)، ۲۶۹-۲۸۴.
- محمودآبادی، حمید، ایمان‌روی، زهرا. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد مالی بر چسبندگی هزینه در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، مؤسسه آموزش عالی زند شیراز.
- نصیری پوردری، سلاله، بنی مهد، بهمن، احمدزاده، حمید. (۱۳۹۵). بیش اعتمادی مدیر و بیش نمایی سود. *حسابداری مدیریت*، ۹(۳۰)، ۵۵-۶۵.

- Ben-David, I., Graham, J. R., & Harvey, C. R. (2013). Managerial miscalibration. *The Quarterly journal of economics*, 128(4), 1547-1584.
- Byun, S. K., & Oh, J. M. (2018). Local corporate social responsibility, media coverage, and shareholder value. *Journal of Banking & Finance*, 87, 68-86.
- Campbell, J. L. (2007). Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility. *Academy of management Review*, 32(3), 946-967.
- Campbell, T. C., Gammeyer, M., Johnson, S. A., Rutherford, J., & Stanley, B. W. (2011). CEO optimism and forced turnover. *Journal of Financial Economics*, 101(3), 695-712.
- 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.
- Chin, M. K., Hambrick, D. C., & Treviño, L. K. (2013). Political ideologies of CEOs: The influence of executives' values on corporate social responsibility. *Administrative Science Quarterly*, 58(2), 197-232.
- Cheung, A. (2016). Corporate social responsibility and corporate cash holdings. *Journal of Corporate Finance*.
- Dastgir, M., Kakaii Dehkordi, M. (2015). The Relationship between CEO Overconfidence and Restated Financial Statements of Listed Companies in Tehran Stock Exchange. *Journal of Iranian Accounting Review*, 2(7), 47-66. [In Persian]
- Deshmukh, S., Goel, A. M., & Howe, K. M. (2013). CEO overconfidence and dividend policy. *Journal of Financial Intermediation*, 22(3), 440-463.
- Dick, M., Wagner, E., & Pernsteiner, H. (2021). Founder-controlled family firms, overconfidence, and corporate social responsibility engagement: Evidence from survey data. *Family Business Review*, 34(1), 71-92.
- Eghdami, E., Meshki, M., Kordrostami, S., Kheradyar, S. (2020). Investigating the Relationship between Social Responsibility and Cash Holdings with Emphasis on the Mediating Roles of Systematic Risk Factors and Corporate Governance. *Journal of Management Accounting and Auditing Knowledge*, 9(34), 35-45. [In Persian]
- Fabrizi, M., Mallin, C., & Michelon, G. (2014). The role of CEO's personal incentives in driving corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 124(2), 311-326.
- Faghani Makarani, K., Heydari Rostami, K., Amin, V. (2016). Economic Analysis of the Possibility of a Tax on Bank Deposits. *Journal of Investment Knowledge*, 5(19), 269-284. [In Persian]
- Hamidi, E., Nikkar, J., & Hashemi Tilehnoei, M. (2021). The Impact of Corporate Social Responsibility on the Managers' Behaviors in Companies Listed on the Tehran Stock Exchange. *Iranian Journal of Finance*, 5(2), 128-151.
- Hejazi, R., Rajabdorri, H. (2020). The Relationship between Disclosure of Social Responsibility Information and accuracy of managers Forecast. *Journal of Accounting and Social Interests*, 10(4), 73-92. [In Persian]

- Heaton, J. B. (2005). Managerial optimism and corporate finance. In *Advances in Behavioral Finance, Volume II* (pp. 667-684). Princeton University Press.
- Jiraporn, P., & Chintrakarn, P. (2013). How do powerful CEOs view corporate social responsibility (CSR)? An empirical note. *Economics Letters*, 119(3), 344-347.
- Jiao, Y. (2010). Stakeholder welfare and firm value. *Journal of Banking & Finance*, 34(10), 2549-2561.
- Khoshkar, F., Zarei Lachini, J., Ayoubi, M. (2020). Investigating the relationship between social responsibility and corporate financial performance in active companies supplying health products. *Journal of New Research Approaches in Management and Accounting*, 3 (24), 69-86. [In Persian]
- Mahoney, L., & Roberts, R. W. (2007, September). Corporate social performance, financial performance and institutional ownership in Canadian firms. In *Accounting forum* (Vol. 31, No. 3, pp. 233-253). No longer published by Elsevier.
- Malmendier, U., & Tate, G. (2005). CEO overconfidence and corporate investment. *The journal of finance*, 60(6), 2661-2700. Malmendier, U., Tate, G., & Yan, J. (2011). Overconfidence and early-life experiences: the effect of managerial traits on corporate financial policies. *The Journal of finance*, 66(5), 1687-1733.
- Mahmoudabadi, H; Imanrooy, Z. (2016). *Study of the effect of corporate social responsibility and financial performance on cost stickiness in companies listed on the Tehran Stock Exchange. Master Thesis*, Zand Higher Education Institute, Shiraz. [In Persian]
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *Academy of management review*, 26(1), 117-127.
- El Ghoul, S., Guedhami, O., Kwok, C. C., & Mishra, D. R. (2011). Does corporate social responsibility affect the cost of capital?. *Journal of Banking & Finance*, 35(9), 2388-2406.
- McCarthy, S., Oliver, B., & Song, S. (2017). Corporate social responsibility and CEO confidence. *Journal of Banking & Finance*, 75, 280-291.
- Mohammadi, S., Saeidi, H., & Naghshbandi, N. (2020). The impact of board and audit committee characteristics on corporate social responsibility: evidence from the Iranian stock exchange. *International Journal of Productivity and Performance Management*.
- Monks, R., & Minow, N. (1995). *Corporate Governance* Blackwell. Cambridge, MA.
- NasiriPour Dori, S., Banimahd, B., Ahmadzadeh, H. (2016). Managerial Overconfidence and Earnings Overstatement. *Management Accounting*, 9(30), 55-65. [In Persian]
- Park, K. H., Byun, J., & Choi, P. M. S. (2020). Managerial overconfidence, corporate social responsibility activities, and financial constraints. *Sustainability*, 12(1), 61.
- Petersen, H. L., & Vredenburg, H. (2009). Morals or economics? Institutional investor preferences for corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 90(1), 1-14.
- Pirmoradi, F. (2014). *The effect of management distrust on the quality of*

- earnings in Tehran's securities*, M.Sc. Thesis, Islamic Azad University of Sirjan Research Sciences. [In Persian]
- 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.
- Petrenko, O. V., Aime, F., Ridge, J., & Hill, A. (2016). Corporate social responsibility or CEO narcissism? CSR motivations and organizational performance. *Strategic Management Journal*, 37(2), 262-279.
- Rahnama Roodposhti, F., Zandie, V. (2012). *Behavioral finance and neurofinance (the new paradigm in finance) bridging the gap between theory and practice*, Islamic Azad university: Printing and Publishing Organization. [In Persian]
- Salehi, A. (2020). The effect of institutional ownership on performance measurement indicators based on residual income and market components. *Financial Knowledge of Securities Analysis*, 13(46), 1-14. [In Persian]
- Salehi, M., Naeini, A. A. A., & Rouhi, S. (2020). The relationship between managers' narcissism and overconfidence on corporate risk-taking. *The TQM Journal*.
- Sundaramurthy, C., Rhoades, D. L., & Rechner, P. L. (2005). A meta-analysis of the effects of executive and institutional ownership on firm performance. *Journal of Managerial Issues*, 494-510.
- Schaefer, P. S., Williams, C. C., Goodie, A. S., & Campbell, W. K. (2004). Overconfidence and the big five. *Journal of research in Personality*, 38(5), 473-480.
- Vogel, D. (2007). *The market for virtue: The potential and limits of corporate social responsibility*. Brookings Institution Press.
- 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*