

بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تعهد سازمانی با محافظه‌کاری در گزارش‌گری مالی شرکت‌های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران

سعید جبارزاده کنگرلوئی^۱ / انور بایزیدی^۲

چکیده

هدف این پژوهش بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تعهد سازمانی با محافظه‌کاری در گزارش‌گری مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. در این پژوهش برای اندازه‌گیری میزان محافظه‌کاری از مدل گیولی و همکاران (۲۰۰۷) جهت اندازه‌گیری مسئولیت‌پذیری اجتماعی از پرسشنامه استاندارد سینگاپکدی و همکاران (۱۹۹۶) و اندازه‌گیری تعهد سازمانی از پرسشنامه هانت و همکاران (۱۹۸۹) استفاده شده است. در این پژوهش، تعداد ۱۱۵ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در دوره‌ی زمانی ۱۳۸۷-۱۳۸۱ استفاده شده است. جهت آزمون فرضیه‌ها از مدل‌های رگرسیونی و نرم‌افزار اقتصادسنجی Eviews 6 استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد، رابطه بین سازه‌های اخلاقی (مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و تعهد سازمانی) و محافظه‌کاری مثبت بوده ولی تنها رابطه متغیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و محافظه‌کاری از لحاظ آماری معنی‌دار می‌باشد. نتایج هم‌چنین نشان می‌دهد که حدود ۲۴ درصد از تغییرات محافظه‌کاری در شرکت‌های بررسی شده تحت تأثیر سازه‌های اخلاقی مورد بحث بدون توجه به متغیرهای کنترلی بوده است و این تأثیر با توجه به متغیرهای کنترلی به ۳۱ درصد افزایش یافته است. در بین متغیرهای پژوهش، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت دارای بیشترین قدرت توضیح‌دهندگی برای محافظه‌کاری را داشته است. نتایج در رابطه با متغیرهای کنترلی نشان می‌دهد که شرکت‌های بزرگ و رشدی، گزارش‌گری مالی محافظه‌کارانه‌ای دارند و رابطه بین اهرم مالی و محافظه‌کاری منفی است.

واژه‌گان کلیدی: مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، تعهد سازمانی و محافظه‌کاری.

طبقه‌بندی موضوعی: C30, G00, M41

۱. عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد ارومیه

۲. کارشناس ارشد حسابداری

مقدمه

محافظه‌کاری^۱ از ویژگی‌های بارز گزارش‌گری مالی است که از مدت‌ها قبل با تئوری و عمل حسابداری درآمیخته است (Kim et al., 2007). تعاریف چندی از محافظه‌کاری در ادبیات حسابداری به عمل آمده است. از نظر ولک و همکاران (۲۰۰۱) محافظه‌کاری یعنی تمایل حسابداران به شناسایی همراه با تأخیر سودها و رشدیابی هر چه کمتر دارایی‌ها (Paek et al., 2007). هم‌چنین از دیدگاه باسو، محافظه‌کاری عبارت است از استفاده درجات بالاتر قابلیت اتکا برای شناسایی و ثبت سودها و اخبار خوشایند و در مقابل استفاده از درجات پایین‌تر قابلیت اتکا برای شناسایی و ثبت زیان‌ها و اخبار ناخوشایند (Basu, 1997). در پاراگراف ۹۵ بیانیه‌ی مفاهیم حسابداری شماره دو نیز برای تشریح محافظه‌کاری چنین آمده است «اگر دو برآورد از یک مبلغ دریافتی یا پرداختی آتی وجود داشته باشد و احتمال وقوع هر دو یکسان باشد، محافظه‌کاری استفاده از برآوردی را دیکته می‌کند که کمتر خوش‌بینانه است» (FASB, 1980). حال با توجه به تعاریف ارائه شده در بالا سؤالی که مطرح می‌شود این است که مدیران با چه انگیزه‌هایی اقدام به ارائه گزارش‌گری مالی محافظه‌کارانه می‌نمایند و آیا معیای رفتار و غیر مالی از قبیل سازه‌های اخلاقی به ویژه رعایت مسائل اجتماعی، محیطی و سازمانی شرکت بر میزان محافظه‌کاری در گزارش‌گری مالی تأثیرگذار است یا خیر؟

با بررسی پژوهش‌های انجام شده در این زمینه متوجه می‌شویم که در رابطه با محافظه‌کاری و رابطه آن با متغیرهای دیگر حسابداری، پژوهش‌های زیادی انجام شده است اما در هیچ‌کدام از این پژوهش‌ها مبحث مسئولیت‌پذیری اجتماعی^۲ و تعهد سازمانی^۳ شرکت به عنوان مؤلفه‌های اخلاقی مورد توجه قرار نگرفته است. پژوهش حاضر با الهام از نتایج پژوهش‌های قبلی سعی در معرفی مؤلفه‌های اخلاقی در پژوهش‌های مربوط به محافظه‌کاری دارد و به عبارت دیگر در این پژوهش رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تعهد سازمانی با محافظه‌کاری در شرکت‌های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد.

در ادامه، ساختار پژوهش به این شکل خواهد بود که در بخش دوم مبانی نظری و پیشینه پژوهش و در بخش سوم فرضیه‌های پژوهش تبیین و ارائه می‌گردند. بخش چهارم در برگیرنده

1. Conservatism (CSVT)

2. Corporate Social Responsibility (CSR)

3. Organizational Commitment (OC)

روش تحقیق و آزمون فرضیه‌ها و بخش پنجم شامل یافته‌های پژوهش می‌باشد و در بخش آخر نتیجه‌گیری و پیشنهادات ارائه می‌گردد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

محافظه‌کاری یکی از ویژگی‌های گزارش‌گری مالی است که در سال‌های اخیر به واسطه‌ی رسوایی‌های مالی شرکت‌هایی مانند انرون و وردکام، توجه بیشتری را به سوی خود جلب کرده است و برخی مطالعات اخیر مانند (Watts, 2003)، (LaFond et al., 2006) و (Roychowdhury et al., 2007) به طور ویژه بر محافظه‌کاری تمرکز نموده‌اند. هر چند بسیاری از حسابداران بر وجود محافظه‌کاری در تنظیم صورت‌های مالی توافق دارند، اما تاکنون تعریفی جامع از آن ارائه نشده است. با وجود این، در متون حسابداری دو خصوصیت عمده محافظه‌کاری مورد بررسی قرار گرفته است: اولی، وجود جانب‌داری در ارائه کمتر از واقع ارزش دفتری سهام نسبت به ارزش بازار آن که توسط (Feltham et al., 1995) میلادی عنوان شد که معرف محافظه‌کاری از دیدگاه ترازنامه‌ای بوده و معیار نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری نیز برگرفته از همین تعریف است و دیگری، تمایل به سرعت بخشیدن در شناسایی زیان‌ها و به تعویق انداختن شناسایی سودها که معرف محافظه‌کاری از دیدگاه سود و زیانی است و بر همین اساس باسو (Basu, 1997)، معیار عدم تقارن زمانی^۱ را معرفی نمود. بلیس (Bliss, 1924)، واتز (Watts, 2003) و پرایس (Price, 2005) در تعریف محافظه‌کاری چنین نقل نموده‌اند: "محافظه‌کاری به طور سنتی با ضرب‌المثل هیچ سودی را پیش‌بینی نکن، اما همه زیان‌ها را پیش‌بینی کن، تعریف شده است". پیش‌بینی سود به معنای شناسایی سود پیش از وجود ادعای قانونی نسبت به درآمدهایی که باعث ایجاد آن شده و تأییدپذیری آن درآمدها، تعریف شده است. البته مقصود از محافظه‌کاری این نیست که باید تمام جریان‌های نقدی مربوط به درآمد پیش از شناسایی سود دریافت شوند، بلکه باید این جریان‌های نقدی تأییدپذیر باشند (مانند شناسایی فروش‌های نسیه). این ضرب‌المثل به صورت "گرایش حسابداری به الزام درجه‌ی بالاتری از تأییدپذیری برای شناسایی اخبار خوب^۲ (یعنی سود) نسبت به شناسایی اخبار بد^۳ (یعنی زیان) تفسیر شده است (Watts, 2003).

1. Asymmetric Timeliness Measure

2. Good News

3. Bad News

واتر و زیمرمن در تعریف محافظه‌کاری چنین نوشته‌اند: "محافظه‌کاری یعنی این که حسابدار باید از بین ارزش‌های ممکن برای دارایی‌ها، کم‌ترین ارزش و برای بدهی‌ها، بیش‌ترین ارزش را گزارش نماید. درآمدها باید دیدتر شناسایی شوند نه زودتر و هزینه‌ها باید زودتر شناسایی شوند نه دیرتر (Watts et al., 1980).

در کشور ما کمیته‌ی فنی سازمان حسابرسی در مفاهیم نظری گزارش‌گری مالی، محافظه‌کاری را به عنوان یکی از مؤلفه‌های خصوصیات کیفی قابل اتکاء بودن در نظر گرفته، اما واژه‌ی محافظه‌کاری را به کار نبرده است، بلکه از واژه‌ی احتیاط^۱ به جای آن استفاده نموده است. احتیاط عبارت است از کاربرد درجه‌ای از مراقبت که در اعمال قضاوت برای انجام برآورد در شرایط ابهام^۲ مورد نیاز است به گونه‌ای که درآمدها یا دارایی‌ها بیش‌تر از واقع و هزینه‌ها یا بدهی‌ها کم‌تر از واقع ارائه نشوند. اعمال احتیاط نباید منجر به ایجاد اندوخته‌های پنهانی یا ذخایر غیرضروری گردد یا دارایی‌ها و درآمدها را عمدتاً کمتر از واقع و بدهی‌ها و هزینه‌ها را عمدتاً بیش‌تر از واقع نشان دهد، زیرا این امر موجب نقض بی‌طرفی^۳ است و برقابلیت اتکای اطلاعات مالی اثر می‌گذارد (کمیته فنی سازمان حسابرسی، ۱۳۸۱، ۴۹۸). تعریف بالا نشان می‌دهد که محافظه‌کاری محصول ابهام است و هرگاه حسابداران با ابهام روبرو شوند، محافظه‌کاری را به کار می‌برند.

تئوری‌های مطرح در مورد مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها عبارتند از تئوری مشروعیت، تئوری گروه‌های ذی‌نفع و تئوری اقتصاد سیاسی که همگی بیانگر این مطلب هستند که مدیران به دلایل مختلفی هم‌چون کسب مشروعیت سازمانی و یا فشار گروه‌های ذینفع مایل به افشای اطلاعات اجتماعی سازمان هستند ولی در تئوری اقتصاد سیاسی، اعتقاد بر لزوم تدوین قوانین و استانداردهایی در این زمینه است. در تئوری گروه‌های ذینفع هم شاخه‌ی اخلاقی و هم شاخه‌ی مدیریتی وجود دارد. شاخه اخلاقی به این موضوع می‌پردازد که سازمان‌ها چگونه باید با گروه‌های ذینفع خود رفتار کنند. این دیدگاه بر مسئولیت‌های سازمان‌ها تأکید دارد. در مقابل شاخه مدیریتی تئوری گروه‌های ذینفع بر نیاز به مدیریت گروه‌های ذینفع خاص تأکید دارد (فروغی و همکاران، ۱۳۸۷).

همان‌طوری که از محتوای این تئوری (ذینفعان) استنباط می‌شود، از آن‌جایی که توجه به مسئولیت‌پذیری شرکت می‌تواند دید بهتری در ذینفعان نسبت به مدیران شرکت ایجاد نماید، بنابراین انتظار می‌رود که مدیران شرکت‌هایی که بیش‌تر به رفتارهای مدیریتی سود می‌پردازند از

1. Prudence

2. Uncertainty

3. Neutrality

مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالایی برخوردار باشند و بالعکس. از متغیرهای دیگر این پژوهش تعهد سازمانی می‌باشد که توسط پرت و همکاران (Porter et al., 1976) به عنوان درجه نسبی تعیین هویت فرد با سازمان و مشارکت و درگیری او در سازمان تعریف شده است. در این تعریف تعهد سازمانی سه عامل را شامل می‌شود که عبارتند از اعتقاد به اهداف و ارزش‌های سازمان، تمایل به تلاش قابل ملاحظه به خاطر سازمان و آرزو و خواست قوی برای عضویت در سازمان.

آرانیا و فریس (Aranya et al., 1984) تعهد سازمانی را قدرت نسبی احساس هم‌خوانی و درگیر شدن در یک سازمان خاص ضمن تمایل به تلاش و باقی ماندن در آن سازمان تعریف می‌کند. برمن و همکاران (Berman et al., 1999) معتقدند که داشتن روابط خوب با ذی‌نفعان باعث بهبود عملکرد مالی شرکت می‌شود. تأثیر مثبت مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت را می‌توان از جهات مختلف مورد سؤال قرار داد؛ اول این که بعضی از مدیران کوتاه‌نگر^۱ به خصوص مدیرانی که تازه منصوب شده و به دنبال کسب شهرت هستند، ممکن است با توسل بر سیاست‌های کوتاه مدت و بی‌توجهی به مسئولیت‌پذیری اجتماعی بلندمدت باعث تأثیر منفی بر عملکرد شرکت شوند (Preston et al., 1997). دوم این که مدیریت روابط مابین طیف وسیعی از ذی‌نفعان با اهداف متفاوت، می‌تواند با مصرف منابع بیش‌تر باعث صدمه دیدن عملکرد مالی شرکت شود (Aupperle et al., 1985). نهایتاً مدیران ممکن است به طور فرصت‌طلبانه با استفاده از سیاست‌های حفاظتی^۲ در زیر چتر مسئولیت‌پذیری اجتماعی عملکرد مالی شرکت را تخریب نمایند (Jones, 1995).

جین و درزدنکو (Jin et al., 2010) در پژوهشی درباره رابطه بین اخلاقیات، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد سازمانی به این نتیجه رسیدند که مدیران سازمان‌های نظام یافته^۳ در مقایسه با سازمان‌های ماشین بنیاد^۴، سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی و اخلاقیات بالایی دارند. پاگانو و ولپین (Pagano et al., 2005) بیان می‌کنند که مدیران شرکت‌ها ممکن است از فعالیت‌های مربوط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی به عنوان ابزاری جهت جلوگیری از قبضه مالکیت توسط بازار سرمایه استفاده نموده و از این طریق موجبات رضایت سهام‌داران را فراهم نمایند.

^۱. Short-Sighted

^۲. Entrenchment Strategy

^۳. Organic

^۴. Mechanistic

بال و همکاران (Ball et al., 2000) نشان دادند که سطح محافظه کاری در کشورهای با ساختارهای قانونی انعطاف پذیر بیش تر از سطح محافظه کاری در کشورهای با ساختارهای قانونی انعطاف ناپذیر است. علاوه بر این بررسی های باتاچاریا و همکاران (Battacharya et al., 2003) و بال و همکاران نشان داد که محافظه کاری می تواند سبب افزایش شفافیت گردد

پائیک و همکاران (۲۰۰۷) بیان می کنند که تصویب استانداردهای حسابداری که حاوی رویه های محافظه کارانه باشد متضمن هزینه هایی برای بازار سرمایه است. این استانداردها قابلیت پیش بینی سود را کاهش داده و سرمایه گذاران بالفعل را از مسیر گرفتن تصمیمات صحیح اقتصادی منحرف می سازند (به نقل از مشایخی و همکاران، ۱۳۸۸).

کیم و کیم (Kim et al., 2010) در پژوهشی در خصوص مقایسه تأثیر نگرش های سنتی و ارزش های فرهنگی بر درک مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت های کره ای به این نتیجه رسیدند که تأثیر نگرش ها و باورهای بنیادی و سنتی بر درک مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها نسبت به تأثیر ارزش های فرهنگی هوفستد با اهمیت تر است.

ورنر (Werner, 2009) در پژوهشی با عنوان "مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت، مقدمه ای بر محدودیت های اجتماعی در بنگلادش" به این نتیجه رسید که مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت اثر بالقوه مثبت و پایا در کشورهای در حال توسعه به ویژه در جوامع دارای محدودیت های اجتماعی دارد.

فرضیه های پژوهش

۱. بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و محافظه کاری در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران رابطه معنی داری وجود دارد.
۲. بین تعهد سازمانی و محافظه کاری در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران رابطه معنی داری وجود دارد.

جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری این پژوهش، شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران برای دوره زمانی ۱۳۸۷-۱۳۸۱ است. وجود برخی ناهمگنی ها در بین شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران موجب گردید تا برخی شرایط ویژه برای انتخاب شرکت های مورد آزمون در نظر گرفته شود که به شرح زیر می باشد:

۱. شرکت‌های نمونه انتخابی می‌بایستی از سال ۱۳۸۰ در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته شده باشند.

۲. شرکت‌ها در فاصله زمانی پژوهش تغییر دوره مالی نداده و سال مالی آن‌ها منتهی به ۲۹ اسفند باشد.

۳. جزء شرکت‌های سرمایه‌گذاری و واسطه‌گری مالی نباشند.
با در نظر گرفتن شرایط فوق، تعداد ۱۱۵ شرکت به عنوان نمونه انتخاب گردید.

ابزارها و روش‌های گردآوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها

به منظور گردآوری داده‌های مربوط به محافظه‌کاری از صورت‌های مالی شرکت‌های مورد مطالعه در دوره زمانی پژوهش، برای جمع‌آوری داده‌های مربوط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی از پرسشنامه استاندارد سینگاپکدی و همکاران (Singhapakdi et al., 1996)، برای جمع‌آوری داده‌های مربوط به تعهد سازمانی از پرسشنامه هانت و همکاران (Hunt et al., 1989) به دلیل پایایی و روایی بالای آن‌ها استفاده شده است. پرسشنامه‌های مربوط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تعهد سازمانی بین ۶۴۰ نفر از کارکنان مالی و حسابداری شرکت‌های مورد آزمون توزیع گردید که در نهایت تعداد ۵۴۰ پرسشنامه دریافت شد که از طریق نرم‌افزار اقتصادسنجی EViews 6، داده‌های پژوهش مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. تعدادی از سؤالات مطرح شده در پرسشنامه برای اندازه‌گیری مسئولیت‌پذیری اجتماعی به صورت زیر است:

۱. من در جهت تعهد اجتماعی سازمانم کار می‌کنم تا خدمات بیش‌تری برای جامعه ارائه کند.
۲. سازمان من زمان و هزینه و منابع زیادی برای تعهد اجتماعی صرف می‌کند.
۳. در صورتی که بقای یک شرکت در مخاطره باشد، بایستی تعهد اجتماعی را نادیده گرفت.
۴. پابندی به تعهد اجتماعی برای سودآوری بلندمدت یک شرکت، ضروری است.
۵. اثربخشی کلی یک مؤسسه می‌تواند به این صورت تعیین شود که آن مؤسسه چه‌قدر به تعهد اجتماعی پایبند است.

تعدادی از سؤالات مطرح شده در پرسشنامه برای اندازه‌گیری تعهد سازمانی به صورت زیر است:

۱. من تمایل دارم شغلم را تغییر دهم در صورتی که حقوق شغل جدید ۲۵٪ بیش‌تر از شغل قدیمی باشد.

۲. من تمایل دارم شغلم را تغییر دهم در صورتی که شغل جدید آزادی خلاقیت بیش‌تری داشته باشد.

۳. من تمایل دارم شغلم را تغییر دهم در صورتی که در شغل جدید جایگاه بالاتری داشته باشم.

۴. من تمایل دارم شغلم را تغییر دهم در صورتی که در شغل جدید صمیمیت و روابط دوستانه بیش‌تری وجود داشته باشد.

مدل آماری اندازه‌گیری محافظه‌کاری

در این پژوهش برای اندازه‌گیری محافظه‌کاری از مدل گیولی و همکاران (Givoly et al., 2007) استفاده شده است. از منظر گریگوریو و اسکرات (Gregoriou et al., 2007)، بکارگیری حسابداری تعهدی زمینه را برای اعمال محافظه‌کاری فراهم می‌آورد. برای مثال کاربرد محافظه‌کاری ایجاب می‌کند که برای موجودی کالا یا سرمایه‌گذاری‌ها، ذخیره و زیان کاهش ارزش شناسایی شود. هر چند شناسایی این‌گونه زیان‌ها و ذخایر مرتبط با آن‌ها سبب کاهش سود حسابداری می‌گردد، اما تأثیری بر جریان‌های نقدی ندارد. پس به صورت طبیعی، اقلام و جریان‌های نقدی نباید از اعمال محافظه‌کاری تأثیر پذیرد. گیولی و همکاران (۲۰۰۷) با تکیه بر یک تعریف خاص، اقلام تعهدی غیرعملیاتی (اختیاری) را برای اندازه‌گیری محافظه‌کاری به کار گرفتند. بنابر تعریف مذکور، محافظه‌کاری زمانی در شناسایی و گزارش رویدادهای مالی اعمال می‌شود که نخست، مدیریت با ابهام و نبود اطمینان مواجه بوده و ناگزیر از انتخاب یک گزینه از بین دو یا چند گزینه باشد و دوم، روشی انتخاب و اجرا شود که به کمترین مقدار ممکن برای سود انباشته منجر شود. آن‌ها به این دلیل از اقلام تعهدی اختیاری (غیرعملیاتی) استفاده کردند که از یک سو، حسابداری تعهدی، مجرای برای اعمال محافظه‌کاری است و از سوی دیگر، اعمال اختیار از جانب مدیران در شرایط نبود اطمینان، زمینه پیدایش محافظه‌کاری را فراهم می‌آورد. هم‌چنین استفاده از این معیار مبتنی بر این فرض است که سطح عدم اطمینان، در رابطه با اقلامی که جز عملیات معمول و مستمر شرکت نیستند، بیش‌تر از سطح عدم اطمینان در رابطه با اقلامی است که جز فعالیت‌های عادی شرکت محسوب می‌شوند (Givoly et al., 2000).

جمع اقلام تعهدی و اقلام تعهدی اختیاری (غیرعملیاتی) این‌گونه محاسبه می‌شود:

$$ACC_{it} = (NA_{it} + DEP_{it}) - CFO_{it}$$

$$OACC_{it} = \Delta(AR_{it} + I_{it} + P_{it}) - \Delta(AP_{it} + TP_{it})$$

$$NOACC_{it} = ACC_{it} - OACC_{it}$$

$$NOACC_{it} / ACC_{it} = 1 - OACC_{it} / ACC_{it}$$

$$CSV_{it} = 1 / (1 - OACC_{it} / ACC_{it})$$

که داریم:

$$ACC_{it} = \text{جمع اقلام تعهدی شرکت } i \text{ در پایان سال } t$$

$$I_{it} = \text{موجودی مواد و کالا شرکت } i \text{ در پایان سال } t$$

$$NI_{it} = \text{سود خالص قبل از اقلام غیر مترقبه شرکت } i \text{ در پایان سال } t$$

$$AR_{it} = \text{حساب‌های دریافتی شرکت } i \text{ در پایان سال } t$$

$$DEP_{it} = \text{هزینه استهلاک شرکت } i \text{ در پایان سال } t$$

$$P_{it} = \text{پیش‌پرداخت‌ها شرکت } i \text{ در پایان سال } t$$

$$CFO_{it} = \text{جریان نقدی عملیاتی شرکت } i \text{ در پایان سال } t$$

$$AP_{it} = \text{حساب‌های پرداختی شرکت } i \text{ در پایان سال } t$$

$$OACC_{it} = \text{اقلام تعهدی عملیاتی شرکت } i \text{ در پایان سال } t$$

$$TP_{it} = \text{مالیات‌های پرداختی شرکت } i \text{ در پایان سال } t$$

$$NOACC_{it} = \text{اقلام تعهدی غیرعملیاتی (اختیاری) شرکت } i \text{ در پایان سال } t$$

$$CSV_{it} = \text{شاخص مستقیم محافظه‌کاری}$$

یافته‌های گیولی و همکاران (Givoly et al., 2000) نشان می‌دهد که با گذشت هر سال، اقلام تعهدی غیرعملیاتی نسبت به سال قبل به صورت معنی‌دار منفی‌تر (کوچک‌تر) شده است. بر این اساس، نتیجه گرفته شد که با گذشت زمان، محافظه‌کاری بیش‌تر شده است. این بدان معناست که در طول زمان، مدیران روش‌هایی را انتخاب می‌کنند که به حداقل شدن سود انباشته منجر می‌شود. این نکته نیز در خصوص مدل فوق قابل ذکر است که هرچه قدر اقلام تعهدی غیرعملیاتی پایین‌تر باشد، محافظه‌کاری بالا خواهد بود (به نقل از مهرانی و محمدآبادی، ۱۳۸۸).

لازم به توضیح است که پائیک و همکاران (Paek, et al., 2007) و باتاچاریا و همکاران (Battacharya et al., 2003) برای هم‌سو شدن جمع مقادیر جبری اقلام تعهدی غیرعملیاتی با میزان محافظه‌کاری از قرینه این اقلام استفاده کرده‌اند.

متغیرهای کنترلی

خان و واتز (Khan et al., 2007) محافظه‌کاری را تابعی از سه ویژگی شرکت (اندازه شرکت، اهرم و نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری سرمایه) دانستند. به عقیده خان و واتز در شرکت‌های بزرگ

به سبب وجود محیط‌های اطلاعاتی قوی و کمتر بودن عدم تقارن اطلاعاتی از لحاظ تبیین قراردادی و مالیاتی، نیاز کمتری به اعمال رویه‌های محافظه کارانه در گزارش‌گری مالی وجود دارد ولی از لحاظ تبیین دعاوی حقوقی نیاز بیشتری به محافظه‌کاری در این شرکت‌ها وجود دارد. به طوری که به عقیده (Watts et al., 1978) شرکت‌های بزرگ با هزینه‌های سیاسی بزرگی مواجه هستند و این باعث می‌شود که آن‌ها به سمت گزارش‌گری محافظه کارانه پیش بروند. هم‌چنین در شرکت‌هایی که میزان اهرم بالایی دارند به سبب وجود هزینه‌های نمایندگی بین اعتباردهندگان و سرمایه‌گذاران و مشکلات بین این دو گروه نیاز بیشتری به محافظه‌کاری وجود دارد (تبیین قراردادی برای محافظه کاری). هم‌چنین به لحاظ تبیین مالیاتی نیز نیاز بیشتری به محافظه‌کاری احساس می‌شود و سرانجام در شرکت‌هایی که نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری سرمایه بیشتری دارند به سبب این که شاید بخش اعظم ارزش سرمایه‌گذاری‌شان به علت پروژه‌های با ریسک بالا باشد و در مواقع ورشکستگی، شرکت با دعاوی حقوقی زیادی بر علیه خود مواجه باشد، لذا طبق تبیین دعاوی حقوقی محافظه‌کاری، نیاز بیشتری به رویه‌های محافظه کارانه دیده می‌شود

با توجه به توضیحات مطرح شده بالا، متغیرهای کنترلی استفاده شده در این پژوهش شامل موارد زیر است:

۱. **اندازه شرکت**، که برای محاسبه آن از رابطه زیر استفاده شده است:

$$Size_{it} = \log(MV_{it})$$

$Size_{it}$ = اندازه شرکت i در پایان سال t

$$\log(MV_{it}) = \text{لگاریتم ارزش بازار شرکت } i \text{ در پایان سال } t$$

۲. **نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری**، که برای محاسبه آن از رابطه زیر استفاده شده است:

$$MB_{it} = MV_{it} / BV_{it}$$

MB_{it} = نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری شرکت i در پایان سال t

MV_{it} = ارزش بازار شرکت i در پایان سال t

BV_{it} = ارزش دفتری سرمایه شرکت i در پایان سال t

۳. **نسبت اهرمی**، که برای محاسبه آن از رابطه زیر استفاده شده است:

$$Lev_{it} = TD_{it} / MV_{it-1}$$

$$Lev_{it} = \text{نسبت اهرمی شرکت } i \text{ در پایان سال } t$$

$$TD_{it} = \text{ارزش کل بدهی‌های شرکت } i \text{ در پایان سال } t$$

$$MV_{it-1} = \text{ارزش بازار شرکت } i \text{ در پایان سال } t-1$$

تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش

آمار توصیفی متغیرهای پژوهش در جدول ۱ ارائه شده است. نتایج نشان می‌دهد که در بین متغیرهای پژوهش، متغیر محافظه‌کاری دارای بیش‌ترین نوسان و پراکندگی هم با توجه به فاصله بین مقدار بیشینه و کمینه این متغیر و هم با توجه به مقدار ضریب تغییرات که از طریق تقسیم انحراف معیار بر میانگین به دست می‌آید. این موضوع نشان می‌دهد که اولاً در طی دوره پژوهش، میزان محافظه-کاری از ثبات و پایداری پایینی برخوردار بوده و دوماً مقوله محافظه‌کاری تحت تأثیر عوامل و سازه-های مختلف قرار دارد که باید با انجام پژوهش‌های آتی این فاکتورها شناسایی و تعیین گردند. از طرف دیگر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت با توجه به معیارهای فوق‌الذکر دارای کم‌ترین نوسان و پراکندگی بوده که این امر دلالت بر ثبات و پایداری این متغیر در طی دوره پژوهش دارد. بالا بودن میانگین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت مطابق با پژوهش جین و درزدنکو (Jin et al., 2010) نشان می‌دهد که مدیران ایرانی دارای سازمان‌های نظام‌مند هستند نه ماشین‌محور.

جدول (۱): آماره توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیرها آماره‌ها	محافظه‌کاری	مسئولیت‌پذیری اجتماعی	تعهد سازمانی	اندازه شرکت	نسبت اهرمی	نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری
میانگین	۰/۱۱	۳/۹۱	۲/۹۱	۱۱/۸۵	۲	۲/۳۶
میانه	۰/۱۲	۳/۹۶	۲/۷۹	۱۱/۹۳	۱/۲۸	۱/۵۹
ماکزیمم	۱۴/۶۲	۴/۳۳	۴/۳۸	۱۳/۲۹	۱۴/۱۳	۸/۷۶
مینیمم	-۱۶/۳۹	۳/۲۹	۱/۸۸	۱۰/۱۷	۰/۱	۰/۵۹
انحراف معیار	۵/۰۵	۰/۲۵	۰/۶۴	۰/۷۵	۲/۸۴	۱/۹۹
ضریب تغییرات	۴۵/۹۱	۰/۰۶	۰/۲۲	۰/۰۶	۱/۴۲	۰/۸۴
تعداد	۱۱۵	۱۱۵	۱۱۵	۱۱۵	۱۱۵	۱۱۵

همبستگی بین متغیرهای پژوهش در جدول ۲ نشان می‌دهد که در طی دوره پژوهش، متغیرهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، تعهد سازمانی و متغیر کنترلی اندازه شرکت به ترتیب دارای

بیشترین همبستگی با میزان محافظه کاری در گزارش گری مالی بوده است. این موضوع نشان می دهد که شرکت های بزرگ تر و دارای مسئولیت پذیری اجتماعی و تعهد سازمانی بالاتر در بورس اوراق بهادار تهران دارای گزارش گری مالی محافظه کارانه ای هستند.

جدول (۲): همبستگی بین متغیرهای پژوهش

متغیرها آماره ها	محافظه کاری	مسئولیت پذیری اجتماعی	تعهد سازمانی	اندازه شرکت	نسبت اهرمی	نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری
محافظه کاری	۱					
مسئولیت پذیری اجتماعی	۰/۴۹	۱				
تعهد سازمانی	۰/۲	۰/۳۵	۱			
اندازه شرکت	۰/۱۸	-۰/۱۵	-۰/۱۶	۱		
نسبت اهرمی	-۰/۰۸	۰/۰۴	-۰/۰۳	-۰/۱۹	۱	
نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	۰/۱۱	۰/۰۹	-۰/۱۲	۰/۱۵	-۰/۳۱	۱

نتایج مدل رگرسیونی در جدول (۳) نشان می دهد که مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت در کنار متغیرهای کنترلی با محافظه کاری رابطه مثبت دارد یعنی با افزایش مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت، میزان محافظه کاری نیز افزایش می یابد. این رابطه با توجه به ضریب رگرسیونی و مقدار آماره t بسیار قوی بوده و از لحاظ آماری معنی دار می باشد. این موضوع نشان می دهد که احتمالاً مدیران ایرانی با نیت بالا بردن مسئولیت پذیری اجتماعی و احتمال وقوع چنین هزینه هایی در آینده در گزارش گری مالی به خصوص در رابطه با سود به صورت محافظه کارانه عمل می کنند. نتایج هم چنین نشان می دهد که شرکت های بزرگ تر و دارای سهام رشدی (ارزش بازار بیش تر) به دلیل وجود هزینه های سیاسی (پاسخ گویی به طیف وسیعی از مدعیان و ذی نفعان شرکت و تبیین دعاوی حقوقی)، گزارش گری مالی محافظه کارانه ای دارند. لازم به توضیح است که رابطه منفی بین متغیر کنترلی اهرم مالی و محافظه کاری شاید به این دلیل باشد که مدیران شرکت ها برای ایجاد دید مثبت در اعتباردهندگان و مؤسسات مالی در گزارش گری مالی محافظه کاری کمتری دارند. مقدار آماره ضریب تعیین نشان می دهد که در طی دوره پژوهش حدود ۳۱٪ از تغییرات محافظه کاری تحت تأثیر متغیرهای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و متغیرهای کنترلی بوده است. مدل در حالت کلی با توجه به آماره F معنی دار بوده و آماره دوربین-واتسون نشان می دهد که مدل فاقد مشکل خودهمبستگی می باشد.

جدول (۳): تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و متغیرهای کنترلی روی محافظه‌کاری

متغیرها	ضریب رگرسیونی	خطای معیار	مقدار آماره t	احتمال آماره t
مقدار ثابت	-۶۲	۲۴/۴۷	-۲/۵۳	۰/۰۲۰۸
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۱۰/۸۴	۴/۱۲	۲/۶۳	۰/۰۱۶۹
اندازه شرکت	۱/۶۸	۱/۳۶	۱/۲۳	۰/۲۳۲۹
نسبت اهرمی	-۰/۱۱	۰/۳۷	-۰/۲۸	۰/۷۷۹۶
نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	۰/۰۰۱	۰/۵۳	۰/۰۰۲	۰/۹۹۸۳
ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	آماره دورین-واتسون	مقدار آماره F	احتمال آماره F
۰/۳۱	۰/۲۵	۱/۹۶	۱/۹۹	۰/۰۰۰۱

نتایج مدل رگرسیونی در جدول ۴ نشان می‌دهد که تعهد سازمانی در کنار متغیرهای کنترلی با محافظه‌کاری رابطه مثبت دارد ولی از لحاظ آماری معنی‌دار نمی‌باشد. مقدار آماره ضریب تعیین نشان می‌دهد که در طی دوره پژوهش تنها ۹ درصد از تغییرات محافظه‌کاری تحت تأثیر تعهد سازمانی و متغیرهای کنترلی بوده است. مدل در حالت کلی معنی‌دار بوده و آماره دورین-واتسون نشان می‌دهد که مدل فاقد مشکل خودهمبستگی می‌باشد.

جدول (۴): تأثیر تعهد سازمانی و متغیرهای کنترلی روی محافظه‌کاری

متغیرها	ضریب رگرسیونی	خطای معیار	مقدار آماره t	احتمال آماره t
مقدار ثابت	-۲۲/۳۷	۲۰/۱۸	-۱/۱۱	۰/۲۸۲۳
تعهد سازمانی	۱/۹۳	۱/۸۲	۱/۰۶	۰/۳۰۲۳
اندازه شرکت	۱/۳۷	۱/۵۶	۰/۸۸	۰/۳۸۹۰
نسبت اهرمی	۰/۰۱	۰/۴۳	۰/۰۳	۰/۹۷۹۹
نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	۰/۲۶	۰/۶۱	۰/۴۳	۰/۶۳۳۲
ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	آماره دورین-واتسون	مقدار آماره F	احتمال آماره F
۰/۰۹	۰/۰۷	۱/۹۹	۰/۴۸	۰/۰۴۵۲

نتایج مدل رگرسیونی در جدول ۵ نشان می‌دهد که بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و محافظه‌کاری رابطه مثبت وجود دارد یعنی با افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، میزان محافظه‌کاری افزایش می‌یابد. این رابطه نیز با توجه به ضریب رگرسیونی و مقدار آماره t بسیار قوی بوده و از لحاظ آماری معنی‌دار می‌باشد. این موضوع نشان می‌دهد که احتمالاً مدیران ایرانی با نیت بالا بردن مسئولیت‌پذیری اجتماعی و احتمال وقوع چنین هزینه‌هایی در آینده در گزارش‌گری مالی به خصوص در رابطه با سود به صورت محافظه‌کارانه عمل می‌کنند. مقدار آماره ضریب تعیین نشان می‌دهد که در طی دوره پژوهش حدود ۲۴ درصد از تغییرات محافظه‌کاری تحت تأثیر متغیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت بوده است. مدل در حالت کلی با توجه به آماره F معنی‌دار بوده و آماره دورین-واتسون نشان می‌دهد که مدل فاقد مشکل خودهمبستگی می‌باشد.

جدول (۵): تأثیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت روی محافظه کاری

متغیرها	ضریب رگرسیونی	خطای استاندارد	مقدار آماره t	احتمال آماره t
مقدار ثابت	-۳۹	۱۵/۳۷	-۲/۵۴	۰/۰۱۹۱
مسئولیت پذیری اجتماعی	۱۰	۳/۹۲	۲/۵۵	۰/۰۱۸۶
ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	آماره دورین - واتسون	مقدار آماره F	احتمال آماره F
۰/۲۴	۰/۲	۱/۹۹	۶/۵	۰/۰۱۸۶

نتایج مدل رگرسیونی در جدول (۶) نشان می دهد که سازه های اخلاقی مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و تعهد سازمانی در کنار متغیرهای کنترلی با محافظه کاری رابطه مثبت دارند یعنی با افزایش سازه های مذکور، میزان محافظه کاری افزایش می یابد. نتایج در این حالت نیز، اثرگذاری بالای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت بر محافظه کاری را نشان می دهد. مقدار آماره ضریب تعیین نشان می دهد که در طی دوره پژوهش حدود ۳۱ درصد از تغییرات محافظه کاری تحت تأثیر سازه های اخلاقی مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت، تعهد سازمانی و متغیرهای کنترلی بوده است. مدل در حالت کلی معنی دار بوده و آماره دورین - واتسون نشان می دهد که مدل فاقد مشکل خودهمبستگی می باشد. نتایج هم چنین نشان می دهد که شرکت های بزرگتر و دارای سهام رشدی (ارزش بازار بیشتر) به دلیل وجود هزینه های سیاسی (پاسخ گویی به طیف وسیعی از مدعیان و ذینفعان شرکت و تبیین دعاوی حقوقی)، گزارش گری مالی محافظه کارانه ای دارند. لازم به توضیح است که رابطه منفی بین متغیر کنترلی اهرم مالی و محافظه کاری شاید به این دلیل باشد که مدیران شرکت ها برای ایجاد دید مثبت در اعتباردهندگان و مؤسسات مالی در گزارش گری مالی محافظه کاری کمتری دارند.

جدول (۶): تأثیر مسئولیت پذیری اجتماعی و تعهد سازمانی با متغیرهای کنترلی روی محافظه کاری

متغیرها	ضریب رگرسیونی	خطای استاندارد	مقدار آماره t	احتمال آماره t
مقدار ثابت	-۶۲/۲۴	۲۵/۱۴	-۲/۴۸	۰/۰۲۴۱
مسئولیت پذیری اجتماعی	۱۰/۳۹	۴/۵۳	۲/۲۹	۰/۰۳۵۰
تعهد سازمانی	۰/۴۸	۱/۷۵	۰/۲۷	۰/۷۸۷۷
اندازه شرکت	۱/۷۲	۱/۴۱	۱/۲۳	۰/۲۳۷۲
نسبت اهرمی	-۰/۰۹	۰/۳۸	-۰/۲۴	۰/۸۱۳۰
نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	۰/۰۳	۰/۵۵	۰/۰۵	۰/۹۶۰۸
ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	آماره دورین - واتسون	مقدار آماره F	احتمال آماره F
۰/۳۱	۰/۲۳	۱/۹۳	۱/۵۳	۰/۰۳۳۲

نتایج مدل رگرسیونی در جدول (۷) نشان می دهد که سازه های اخلاقی مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و تعهد سازمانی با محافظه کاری رابطه مثبت دارند یعنی با افزایش سازه های مذکور، میزان محافظه کاری افزایش می یابد. نتایج در این حالت نیز، اثرگذاری بالای مسئولیت پذیری اجتماعی

شرکت بر محافظه‌کاری را نشان می‌دهد. مقدار آماره ضریب تعیین نشان می‌دهد که در طی دوره پژوهش حدود ۲۴٪ از تغییرات محافظه‌کاری تحت تأثیر سازه‌های اخلاقی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و تعهد سازمانی بوده است. مدل در حالت کلی معنی‌دار بوده و آماره دورین- واتسون نشان می‌دهد که مدل فاقد مشکل خودهمبستگی می‌باشد.

جدول (۷): تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و تعهد سازمانی روی محافظه‌کاری

متغیرها	ضریب رگرسیونی	خطای استاندارد	مقدار آماره t	احتمال آماره t
مقدار ثابت	-۳۸/۸۴	۱۵/۷۸	-۲/۴۶	۰/۰۲۳۰
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۹/۷۹	۴/۳	۲/۲۸	۰/۰۳۳۸
تعهد سازمانی	۰/۲۳	۱/۶۶	۰/۱۴	۰/۸۹۰۷
ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	آماره دورین- واتسون	مقدار آماره F	احتمال آماره F
۰/۲۴	۰/۱۶	۱/۹۸	۳/۱۱	۰/۰۲۶۷

بحث و نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و تعهد سازمانی با محافظه‌کاری در گزارش‌گری مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. آمار توصیفی نشان می‌دهد که در بین متغیرهای پژوهش، متغیر محافظه‌کاری دارای بیش‌ترین نوسان و پراکندگی و بلعکس متغیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت دارای کم‌ترین نوسان و پراکندگی در طی دوره پژوهش بوده است.

نتایج پژوهش نشان می‌دهد که در طی دوره پژوهش، رابطه بین سازه‌های اخلاقی (مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و تعهد سازمانی) و محافظه‌کاری در طی دوره پژوهش مثبت بوده ولی تنها رابطه متغیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و محافظه‌کاری از لحاظ آماری معنی‌دار می‌باشد. نتایج مربوط به آماره ضریب تعیین نشان می‌دهد که حدود ۲۴ درصد از تغییرات محافظه‌کاری در شرکت‌های بررسی شده تحت تأثیر سازه‌های اخلاقی مورد بحث بدون توجه به متغیرهای کنترلی بوده است. این تأثیر با توجه به متغیرهای کنترلی به ۳۱ درصد افزایش یافته است.

در بین متغیرهای مستقل پژوهش، متغیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت دارای بیش‌ترین قدرت توضیح‌دهندگی (۲۴ درصد) محافظه‌کاری بوده است.

نتایج هم‌چنین نشان می‌دهد که شرکت‌های بزرگ‌تر و دارای سهام رشدی (ارزش بازار بیش‌تر) گزارش‌گری مالی محافظه‌کارانه‌ای دارند (رابطه مثبت) و رابطه بین متغیر کنترلی اهرم مالی و محافظه-کاری منفی می‌باشد.

از یافته‌های به دست آمده می‌توان نتیجه گرفت که:

۱- ثبات و پایداری پایین میزان محافظه‌کاری در طی دوره پژوهش بیان‌گر این موضوع است که مقوله محافظه‌کاری تحت تأثیر عوامل و سازه‌های مختلف قرار دارد که باید با انجام پژوهش‌های آتی این فاکتورها شناسایی و تعیین گردند.

۲- میانگین بالای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت طی دوره پژوهش مطابق با پژوهش جین و درزدنکو (۲۰۱۰) دلالت بر نظام‌مند شرکت‌های بورس دارد نه ماشین‌محور بودن آن‌ها.

۳- با توجه به رابطه مثبت بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و محافظه‌کاری در شرکت‌های تحت بررسی، می‌توان نتیجه گرفت که احتمالاً مدیران ایرانی با نیت بالا بردن مسئولیت‌پذیری اجتماعی و احتمال وقوع چنین هزینه‌هایی در آینده در گزارش‌گری مالی به خصوص در رابطه با سود به صورت محافظه‌کارانه عمل می‌کنند.

مقایسه نتایج این پژوهش در راستای تأثیر دو ویژگی شرکت (اندازه‌ی شرکت و نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری سرمایه) بر روی محافظه‌کاری هم‌راستا با نتایج خان و واتز (۲۰۰۷) و در رابطه با ویژگی اهرم بر محافظه‌کاری مغایر با نتایج واتز و زیمرمن (۱۹۷۸) و خان و واتز (۲۰۰۷) است. لازم به ذکر است بر اساس مطالعات صورت گرفته توسط نویسندگان این مقاله، تا کنون پژوهشی (اعم از داخلی و خارجی) در رابطه با تأثیر سازه‌های اخلاقی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و تعهد سازمانی بر روی محافظه‌کاری انجام نشده است و لذا در این زمینه مقایسه نتایج امکان‌پذیر نمی‌باشد.

پیشنهادهای ناشی از یافته‌های پژوهش

۱. با توجه به رابطه مثبت بین مؤلفه‌های اخلاقی (مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و تعهد سازمانی) و محافظه‌کاری، به مدیران شرکت‌های بورس پیشنهاد می‌شود که در تفسیر محافظه‌کاری به محتوای استاندارد توجه بیش‌تری داشته و تنها شکل قراردادی استاندارد را مدنظر قرار ندهند.

۲. با توجه به وجود رابطه مثبت و بسیار قوی بین معیار مسئولیت‌پذیری اجتماعی و محافظه‌کاری به سازمان بورس اوراق بهادار تهران پیشنهاد می‌شود که به این امر توجه ویژه‌ای داشته و با وضع قوانین و مقررات کنترلی مانع از بهره‌برداری نادرست از این ویژگی کیفی توسط مدیران در جهت تضییع منافع ذینفعان بالفعل از قبیل سهام‌داران کنونی شوند، چرا که تصویب استانداردهای حسابداری حاوی رویه‌های محافظه‌کارانه به پیروی از پائیک و

همکاران (۲۰۰۷) قابلیت پیش‌بینی سود را کاهش داده و سرمایه‌گذاران بالفعل را از مسیر اتخاذ تصمیمات صحیح اقتصادی منحرف می‌سازند.

۳. با توجه به نتایج به دست آمده از این پژوهش و همچنین حذف محافظه‌کاری از ویژگی‌های کیفی گزارش‌گری مالی در پیش‌نویس استانداردهای بین‌المللی حسابداری، به سازمان حسابرسی به عنوان متولی و مرجع تدوین استانداردهای حسابداری ملی پیشنهاد می‌شود که به این موضوع توجه داشته و در مورد اثربخش بودن یا نبودن این ویژگی کیفی، تمهیدات لازم را مدنظر قرار دهند.

پیشنهاد برای پژوهش‌های آتی

۱. تکرار این پژوهش با استفاده از سایر معیارهای اخلاقی از قبیل ایدئولوژی‌های اخلاقی و تعهد حرفه‌ای.

۲. بررسی رابطه غیر خطی بین محافظه‌کاری و مؤلفه‌های اخلاقی.

۳. مقایسه قدرت توضیحی سایر مؤلفه‌های اخلاقی با معیارهای اخلاقی استفاده شده در این پژوهش در تعیین محافظه‌کاری شرکت‌ها.

۴. اندازه‌گیری محافظه‌کاری با استفاده از مدلی غیر از مدل مورد استفاده در این پژوهش و بررسی رابطه آن با مؤلفه‌های اخلاقی.

منابع و مأخذ:

۱. فروغی، داریوش؛ میرشمس شهشهانی، مرتضی و پورحسین، سمیه. (۱۳۸۷). "نگرش مدیران درباره افشای اطلاعات حسابداری اجتماعی: شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران (۱۳۸۶)"، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، شماره ۵۲، ۵۵-۷۰.
۲. کمیته فنی سازمان حسابرسی. (۱۳۸۱). استانداردهای حسابداری. تهران: انتشارات سازمان حسابرسی، نشریه ۱۶۰، ص ۴۹۸.
۳. مشایخی، بیتا؛ محمدآبادی، مهدی و حصارزاده رضا. (۱۳۸۸). "تأثیر محافظه‌کاری حسابداری بر پایداری سود و توزیع سود"، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، شماره ۵۶، ۱۲۴-۱۰۷.
۴. مهرانی، ساسان و محمدآبادی، مهدی. (۱۳۸۸). "روش‌های اندازه‌گیری محافظه‌کاری"، ماهنامه حسابداری، سال بیست و سوم، شماره ۲۰۶، ۶۳-۵۸.
5. Aranya, N. & Ferris, K. (1984). "A Reexamination of Accountants' Organizational Professional conflict", The Accounting Review, (January), 1-15.
6. Aupperle, K.; Carroll, A. & Hatfield, J. (1985). "An Empirical Examination of the Relationship between Corporate Social Responsibility and Profitability", Academy of Management Journal, Vol. 28, 446-63.
7. Ball, R., Kothari, S. P. & Robin, A. (2000). "The Effect of International Institutional Factors on Properties of Accounting Earnings". Journal of Accounting & Economics, Vol. 29, 1-52.
8. Battacharya, U., Daouk, H. & Welker, M. (2003). "The World Price of Earnings Opacity", The Accounting Review, Vol. 78, No.3, 641-678.
9. Basu, S. (1997). "The Conservatism Principle and the Asymmetric Timeliness of Earnings, Journal of Accounting and Economics, Vol. 24, No. 1, 3-37.
10. Berman, S.; Wicks, A.; Kotha, S. & Jones, T. (1999). "Does Stakeholder Orientation Matter? The Relationship between Stakeholder Management Models and Firm Financial Performance", Academy of Management Journal, Vol. 42, 488-506.
11. Bliss, J. H. (1924). Management through Accounts. New York, NY: The Ronald Press Co.
12. Feltham, G. & Ohlson, J. (1995). "Valuation and clean surplus accounting for operating and financial activities", Contemporary Accounting Research, Vol. 11, No. 2, 689-731.
13. Financial Accounting Standard Board (1980). Qualitative Characteristics of Accounting Information. Statement of Financial Accounting Concepts, No. 2, Stanford, CT.
14. Givoly, D., Hayn, C. K., & Natarajan, A. (2007). "Measuring Reporting Conservatism", The Accounting Review, Vol. 82, 65-106.

15. Givoly, D. & Hayn, C. (2000). "The Changing Time-series Properties of Earnings, Cash Flows and Accruals: Has Financial Reporting Become More Conservative?", *Journal of Accounting and Economics*, Vol. 29, 287- 320.
16. Hunt, S. D.; Wood, V. R. & Chonko, L. B. (1989). "Corporate Ethical Values and Organizational Commitment in Marketing", *Journal of Marketing*, Vol. 53, 79-90.
17. Jin, G. K. & Drozdenko, R. G. (2010). "Relationships among Perceived Organizational Core Values, Corporate Social Responsibility, Ethics, and Organizational Performance Outcomes: An Empirical Study of Information Technology professionals", *Journal of Business Ethics*, Vol. 92, 341-359.
18. Jones, T. M. (1995). "Instrumental Stakeholder Theory: A Synthesis of Ethics and Economics", *Academy of Management Review*, Vol. 20, 404-437.
19. Khan, M., & Watts, R. (2007). "Estimation and validation of a Firm-year Measure of Conservatism", Sloan School, MIT, Cambridge, Working Paper.
20. Kim, B. & Jung, k. (2007). "The Influence of Tax Costs on Accounting Conservatism", Korea Advanced Institute of Science and Technology, Working Paper.
21. Kim, Y. & Kim, S. Y. (2010). "The Influence of Cultural Values on Perceptions of Corporate Social Responsibility: Application of Hofstede's Dimensions to Korean Public Relations Practitioners", *Journal of Business Ethics*, Vol. 91, 485-500.
22. Lafond, R. & Wats, R. L. (2006). "The Information Role of Conservative Financial Statements, <http://www.ssrn.com>.
23. Paek, W., Chen, L. & Sami, L. (2007). "Accounting Conservatism, Earnings Persistence and Pricing Multiples on Earnings", Arizona State University-West Campus, and Lehigh University, Working Paper.
24. Pagano, M. & Volpin, P. (2005). "Managers, Workers, and Corporate Control", *The Journal of Finance*, Vol. 60, 841-868.
25. Porter, L.; Crampon, W., & Smith, F. (1976). "Organizational Commitment and Managerial Turnover: A longitudinal study", *Organizational Behavior and Human Performance*, Vol. 15, 87-98.
26. Preston, L. & O'Bannon, D. (1997). "The Corporate Social-Financial Performance Relationship. A Typology and Analysis", *Business and Society*, Vol. 36, 419-429.
27. Price, R. A. (2005) "Accounting Conservatism at the Asymmetry in the Earnings Response to Current and Lagged Returns, <http://www.ssrn.com>.
28. Roychowdhury, S. & Wats, R. L. (2007). "Asymmetric Timeliness of Earning, Market to Book and Conservatism in Financial Reporting", *Journal of Accounting and Economics*, Vol. 44, 2-31.
29. Singhapakdi, A.; Vitell, S. J.; Rallapalli, K. C. & Kraft K. (1996). "The Perceived Role of Ethics and Social Responsibility: A Scale Development", *Journal of Business Ethics*, Vol. 15, 1131-1140.

30. Wats, R. L. (2003). "Conservatism in Accounting Part 1: Explanation and Accounting Horizons, Vol. 17, No. 3, 207-221.
31. Wats, R. L. & Zimmerman, J. L. (1978). "Toward a Positive Theory Determination of Accounting Standards", Accounting Review, Vol. 53. 112-134.
32. Werner, W. J. (2009). "Corporate Social Responsibility Initiatives Addressing Social Exclusion in Bangladesh", J. HEALTH POPUL NUTR, Vol. 27, No. 4, 545-562.