

افشاء مسئولیت اجتماعی و مدیریت سود مصنوعی
(مفاهیم، تئوری‌ها و روابط)

نویسنده:

معصومه نوری



انتشارات دوا برای دانش

فهرست مطالب

عنوان

صفحه

بخش اول: مسئولیت اجتماعی

فصل اول: افشاء مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها.....	۱۹
۱-۱- مقدمه.....	۱۹
۱-۲- تاریخچه مسئولیت اجتماعی.....	۱۹
۱-۳- افشاء مسئولیت اجتماعی شرکت.....	۲۱
۱-۳-۱- تئوری افشاء.....	۲۱
۱-۳-۲- مسئولیت اجتماعی.....	۲۱
۱-۴- برخی مفاهیم کلیدی در تحلیل علمی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها.....	۲۲
۱-۵- تئوری‌های مسئولیت اجتماعی.....	۲۴
۱-۵-۱- طبقه‌بندی تئوری‌های مسئولیت اجتماعی گری.....	۲۴
۱-۵-۲- طبقه‌بندی تئوری‌های مسئولیت اجتماعی ریگا و مل.....	۲۵
۱-۵-۳- تئوری‌های غالب در تحقیقات مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها.....	۲۶
۱-۵-۳-۱- تئوری مشروعیت.....	۲۶
۱-۵-۳-۲- تئوری اقتصاد سیاسی.....	۲۶
۱-۵-۳-۳- تئوری ذینفعان.....	۲۷
۱-۶- رایج‌ترین مدل‌ها از مسئولیت اجتماعی شرکت در کشورهای در حال توسعه.....	۲۷
۱-۶-۱- مدل مسئولیت اجتماعی کارول.....	۲۷
۱-۶-۲- مدل مسئولیت اجتماعی لانتوس.....	۲۹
۱-۶-۳- مدل دوایر متقاطع.....	۳۰
۱-۶-۴- مدل دوایر متحدالمرکز.....	۳۰
۱-۷- رویکردها و نظریه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها.....	۳۱
۱-۷-۱- نظریه اول یا دیدگاه کلاسیک.....	۳۱
۱-۷-۲- نظریه دوم یا دیدگاه مسئولیت‌پذیری.....	۳۱
۱-۷-۳- نظریه سوم یا دیدگاه عمومی.....	۳۲

۳۲	۸-۱- مکاتب مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها.....
۳۲	۱-۸-۱- مکتب اخلاق کسب‌وکار.....
۳۲	۲-۸-۱- مکتب شرکت و جامعه.....
۳۳	۳-۸-۱- مکتب مدیریت مسائل اجتماعی.....
۳۳	۹-۱- اهداف حسابداری مسئولیت‌های اجتماعی.....
۳۳	۱۰-۱- مزایای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها عبارتند از:.....
۳۴	۱۱-۱- ایجاد ارزش از طریق اجرای مسئولیت اجتماعی.....
۳۵	۱۲-۱- دلایل معافیت و مخالفان مسئولیت اجتماعی.....
۳۷	۱۳-۱- الزامات پهنای CSR.....
۳۸	۱۴-۱- طبقه‌بندی شرکت‌های ایرانی از نظر سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی.....
۳۹	۱۵-۱- مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در قوانین تجاری.....
۴۰	۱۶-۱- ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها.....
۴۱	۱-۱۶-۱- افشای مسئولیت اجتماعی در روابط کارکنان.....
۴۱	۲-۱۶-۱- افشای مسئولیت اجتماعی در روابط با مشتریان.....
۴۱	۳-۱۶-۱- افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها در تولید.....
۴۲	۴-۱۶-۱- افشای مسئولیت اجتماعی در محیط زیست.....
۴۳	فصل دوم: مدیریت سود.....
۴۳	۱-۲- مدیریت سود.....
۴۳	۲-۲- اشکال مدیریت سود.....
۴۴	۱-۲-۲- مدیریت سود واقعی (دست کاری فعالیت‌های واقعی):.....
۴۴	۲-۲-۲- مدیریت مبتنی بر ارقام حسابداری (مدیریت سود مصنوعی یا مدیریت با ارقام تعهدی اختیاری):.....
۴۴	۳-۲- رویکردهای سه گانه ی مدیریت سود.....
۴۵	۴-۲- ابزارهای مدیریت سود.....
۴۵	۱-۴-۲- نحوه برخورد مدیریت به حسابداری معاملات.....
۴۵	۲-۴-۲- انتخاب و تغییر اصول حسابداری.....
۴۵	۳-۴-۲- مدیریت اقلام تعهدی.....
۴۶	۴-۴-۲- قیمت‌های انتقالی.....
۴۶	۵-۴-۲- تصمیمات اقتصادی واقعی.....
۴۸	۵-۲- فرضیه‌های مختلف در رابطه با مدیریت سود.....

۴۸	۱-۵-۲- فرضیه مکانیکی
۴۸	۲-۵-۲- فرضیه بازارکارا
۴۸	۳-۵-۲- نظریه اثباتی
۴۹	۶-۲- دوره‌های چهارگانه تحقیقات حول محور مدیریت سود
۴۹	۱-۶-۲- دهه ۱۹۶۰ فرضیه اثبات رفتاری
۴۹	۲-۶-۲- دهه ۱۹۷۰ فرضیه کارآمد
۴۹	۳-۶-۲- اواخر دهه ۱۹۷۰ تئوری اثباتی حسابداری
۵۰	۴-۶-۲- دهه ۱۹۹۰ مدل اقلام تعهدی جونز
۵۰	۷-۲- جایگاه مدل کازنیک جهت محاسبه مدیریت سود مصنوعی
۵۱	۸-۲- مدیریت سود مصنوعی (مدیریت اقلام تعهدی)
۵۳	فصل سوم: حسابداری تعهدی
۵۳	۱-۳- حسابداری تعهدی
۵۳	۲-۳- اقلام تعهدی
۵۴	۱-۲-۳- تجزیه و تحلیل اقلام تعهدی
۵۴	۲-۲-۳- عوامل تاثیرگذار بر اقدام تعهدی
۵۴	۳-۲-۳- نقش و اهمیت اقلام تعهدی
۵۵	۴-۲-۳- دسته بندی اقلام تعهدی
۵۵	۱-۴-۲-۳- اقلام تعهدی اختیاری و غیر اختیاری
۵۵	۲-۴-۲-۳- اقلام تعهدی یگانه
۵۶	۳-۴-۲-۳- روش جمع اقلام تعهدی
۵۶	۵-۲-۳- مدل‌های اقلام تعهدی اختیاری
۵۶	۱-۵-۲-۳- مدل جونز
۵۷	۲-۵-۲-۳- مدل تعدیل شده جونز (دیجو، اسلوان و سونی، ۱۹۹۵)
۵۸	۳-۵-۲-۳- مدل ترکیبی - رقابتی (کنگ و سیوارا ماکریشنان، ۱۹۹۵)
۵۹	۴-۵-۲-۳- مدل جریان نقد جونز (جتر و شیواکمار، ۱۹۹۹)
۵۹	۵-۵-۲-۳- مدل جریان نقد جونز توسعه یافته (کازنیک، ۱۹۹۹)
۶۰	۶-۵-۲-۳- مدل انتظاری (دیجو، ریچاردسون و تونا، ۲۰۰۳)
۶۰	۷-۵-۲-۳- مدل تطبیقی - عملکرد (کوتاری، لئون و ویسلی، ۲۰۰۵)
۶۱	۸-۵-۲-۳- مدل تجاری (یو، ۲۰۰۶)
۶۱	۹-۵-۲-۳- مدل یون، کیم و وودراف (۲۰۱۲)

- ۳-۳- هدف از مدیریت سود مصنوعی (حسابداری بر مبنای تعهدی) چیست؟ ۶۲
- ۳-۴- ارتباط اندازه شرکت با مدیریت سود (مصنوعی) ۶۲
- ۳-۵- ارتباط اهرم مالی با مدیریت سود (مصنوعی) ۶۳
- ۳-۶- ارتباط افشاء مسئولیت اجتماعی و مدیریت سود (مصنوعی) ۶۳

بخش دوم: مورد مطالعه: شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

- فصل چهارم: کلیات ۶۹
- ۴-۱- مقدمه ۶۹
- ۴-۲- بیان مسأله ۷۰
- ۴-۳- اهمیت و ضرورت انجام پژوهش ۷۱
- ۴-۴- مروری بر ادبیات و پیشینه تحقیق ۷۲
- ۴-۵- اهداف تحقیق ۷۴
- ۴-۵-۱- هدف کاربردی ۷۴
- ۴-۵-۲- هدف اصلی ۷۵
- ۴-۵-۳- اهداف فرعی ۷۵
- ۴-۶- فرضیه‌های تحقیق ۷۵
- ۴-۶-۱- فرضیه اصلی ۷۵
- ۴-۶-۲- فرضیه‌های فرعی ۷۵
- ۴-۷- تعریف واژه‌ها و اصطلاحات تحقیق ۷۶
- ۴-۷-۱- مدیریت سود مصنوعی: ۷۶
- ۴-۷-۲- متغیر مستقل: ۷۶
- فصل پنجم: پیشینه ۷۹
- ۵-۱- پیشینه داخلی ۷۹
- ۵-۲- پیشینه خارجی ۸۰
- فصل ششم: روش ۸۷
- ۶-۱- مقدمه ۸۷
- ۶-۲- روش تحقیق ۸۸
- ۶-۳- قلمرو تحقیق ۸۸
- ۶-۳-۱- قلمرو موضوعی ۸۸
- ۶-۳-۲- قلمرو مکانی ۸۹

۸۹	۳-۳-۶- قلمرو زمانی:
۸۹	۴-۶- جامعه و نمونه آماری
۹۰	۵-۶- فرضیه‌های آماری و مدل‌های تحقیق
۹۱	۱-۵-۶- فرضیه اصلی تحقیق
۹۲	۲-۵-۶- فرضیه‌های فرعی تحقیق
۹۶	۶-۶- اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق
۹۷	۱-۶-۶- متغیر وابسته
۹۷	۲-۶-۶- متغیر مستقل
۹۹	۳-۶-۶- متغیرهای کنترلی
۹۹	۷-۶- روش گردآوری منابع و داده‌ها
۹۹	۸-۶- درآمدی بر روش‌های آماری مورد استفاده
۱۰۰	۹-۶- آزمون‌های تشخیصی ترکیبی
۱۰۰	۱-۹-۶- آزمون جاک-ب-آ-آ
۱۰۰	۲-۹-۶- دوربین-واتسون
۱۰۰	۳-۹-۶- آزمون چاو
۱۰۱	۵-۹-۶- آزمون معنادار بودن در الگوی رگرسیون
۱۰۲	۶-۹-۶- آزمون معنادار بودن معادله رگرسیون
۱۰۳	فصل هفتم: تجزیه و تحلیل داده‌ها
۱۰۳	۱-۷- مقدمه
۱۰۳	۲-۷- آمار توصیفی
۱۰۵	۱-۲-۷- ماتریس کواریانس
۱۰۶	۲-۲-۷- ماتریس ضرایب همبستگی
۱۰۸	۳-۲-۷- آزمون نرمال بودن متغیرهای وابسته
۱۰۸	۳-۷- بررسی ناهمسانی واریانس
۱۱۰	۴-۷- آزمون معنی دار بودن روش اثرات ثابت
۱۱۰	۵-۷- آزمون مانایی متغیرهای پژوهش
۱۱۲	۶-۷- آزمون دوربین-واتسون
۱۱۲	۱-۶-۷- آزمون دوربین-واتسون مدل اصلی:
۱۱۲	۲-۶-۷- آزمون دوربین-واتسون مدل فرعی اول:
۱۱۳	۳-۶-۷- آزمون دوربین-واتسون مدل فرعی دوم:

۱۱۳	۷-۶-۴- آزمون دوربین - واتسون مدل فرعی سوم:
۱۱۴	۷-۶-۵- آزمون دوربین - واتسون مدل فرعی چهارم:
۱۱۴	۷-۷- آزمون فرضیه اصلی
۱۱۵	۷-۸- آزمون فرضیه فرعی اول
۱۱۷	۷-۹- آزمون فرضیه فرعی دوم
۱۱۸	۷-۱۰- آزمون فرضیه فرعی سوم
۱۱۹	۷-۱۱- آزمون فرضیه فرعی چهارم
۱۲۱	فصل هشتم: خلاصه، نتیجه گیری و پیشنهادهای تحقیق
۱۲۱	۸-۱- مقدمه
۱۲۲	۸-۲- خلاصه تحقیق
۱۲۳	۸-۳- نتیجه و بحث
۱۲۴	۸-۴- محدودیت‌های تحقیق
۱۲۴	۸-۵- پیشنهادهای تحقیق
۱۲۴	۸-۵-۱- پیشنهادهای ناشی از تحقیق
۱۲۵	۸-۵-۲- پیشنهادها برای تحقیقات آتی
۱۲۷	منابع و مآخذ

سخن مؤلف

محاسبه سود بنگاه اقتصادی متأثر از روشهای برآوردی حسابداری، تهیه صورتهای مالی را بر عهده مدیریت واحد تجاری قرار داده است. اما بر اساس تئوری نمایندگی، ممکن است مدیران تصمیماتی اتخاذ کنند که در راستای منافع سهامداران نباشد. پس اعمال فرصت طلبانه مدیران در فعالیتهای واقعی صورتهای مالی، به صورت دستکاری اقلام تعهدی همواره وجود خواهد داشت. از طرفی جامعه در تأثیر متقابل با سایر اجزاء، ابعاد جدیدی از مشکلات ناشی از عواقب همین تأثیرات را بر اجتماع وارد ساخته است که مدیران را برآن داشته تا دست به افشاء اطلاعات اجتماعی سازمانی بزنند. بنابراین بهبود ایفای نقش مسئولیت اجتماعی به جهت کاهش خطرات اجتماعی، جهت جذب سرمایه گذاران، جلب اعتماد آنان نسبت به ارقام سود گزارش شده را می طلبد. لذا مساله اصلی این کتاب بررسی مبانی نظری افشاء مسئولیت اجتماعی شرکتها و مدیریت سود مصنوعی و رابطه میان این دو متغیر با یکدیگر است که با پژوهش شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران صورت گرفته است. بنابراین کتاب حاضر با هدف بررسی ارتباط بین افشاء مسئولیت اجتماعی و رویکرد مصنوعی مدیریت سود، ضمن تأکید بر اهمیت افشاء مسئولیت اجتماعی، به بررسی ارتباط این مفهوم در چهار بعد روابط کارکنان، مشارکت اجتماعی، تولید و محیط زیست مدیریت سود مصنوعی پرداخته است. جامعه آماری این کتاب، شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سالهای ۱۳۸۹ لغایت ۱۳۹۳ بوده که به روش حذف سیستماتیک، ۴۵۰ شرکت به عنوان نمونه‌ی آماری انتخاب گردید. تحقیق با رویکرد توصیفی - همبستگی و از حیث هدف کاربردی بوده که با استفاده از روش کتابخانه‌ای، به انجام رسیده است.

یادآوری این نکته ضروریست که با تمام تلاشی که برای در چه مفروضات بودن مطالب این کتاب به انجام رساندم با توجه به وجود محدودیت هایی، با کمال تواضع ایشان دارم که وجود اشکالات و اشتباهاتی که ممکن است از دیده پنهان مانده باشد محال است. به مصداق فرمایش امیرالمومنین (ع) که می فرمایند: "هرکس به من حرفی آموخت مرا بنده ی خویش ساخت"، از دکتر محمدرضا پور علی که در آرایه ی هرچه بهتر این اثر از محضر ایشان بهره جستم صمیمانه سپاس گذارم.

معصومه نوری