

Research Article

The Moderating Role of Coronavirus Outbreak on The Relationship Between Managers' Religiosity and Profit Quality

Doi: 10.30508/kdip.2021.291244.1001

Ruhollah Rahmani

Extended Abstract

1. Introduction

Religiosity and religious beliefs can influence all aspects of human life, including the managers' behavior in terms of how to fulfill their responsibilities and their decisions in this regard, which, in turn, affect the quality of corporate earnings. Therefore, this study sought to investigate the relationship between the managers' religiosity and the quality of the firm's profits, taking the modifying role of the coronavirus outbreak into account.

In addition to the financial sector, the problem of ethics recession has also affected the whole world. Involving monetary earnings and personal profits, the financial sector is a highly sensitive field where its scandals become much more highlighted. Thus, if the managers and accountants are not committed to ethics, they may undertake to manipulate financial statements to avoid management risks and make the conditions look more favorable. Meanwhile, a high level of religiosity can affect managers and their organizations. Therefore, as managers' decisions and their choice of accounting practices may influence the quality of corporate earnings, the managers' religiosity is expected to affect the quality of corporate profits.

2. Theoretical Principles

Considered by the managers as a key criterion in attracting the attention of investors and analysts, accounting profit is used as a basis for measuring management efficiency. On the other hand, as a major source of information, profit is a tool for predicting future profits and cash flows, whose quality has different aspects.

reasons behind the gap between citizens in terms of using digital services and to reduce the existing digital inequalities. The model comprises three components, including accessibility, motivation, and digital capital. The motivation component includes variables such as lack of interest in the Internet, scarcity of appropriate and attractive content, and partial understanding of the benefits of the Internet. The accessibility component comprises seven dimensions, including the costs of the Internet, physical access, time limit, technophobia, lack of formal and informal learning, and inability. Finally, digital capital consists of five elements, including quintuple capitals (economic, personal, cultural, political, and social), digital literature, literacy, confidence in one's ability, and proficiency in a foreign language.

Integrated Model: Another model proposed in the United States to study the digital divide, using digital inequality to achieve e-learning. The framework of the model which includes items such as access, resources, power, electronic acceptance, and electronic inclusion can be used to analyze the effects, behavioral elements, and impact of the digital divide. Comparison of the models proposed for the digital divide shows that in general, Van Dijk's model is more comprehensive and complete than the other ones.

3. Designing a Model for Traditional Businesses

Today, traditional businesses are being threatened by the digital divide. In other words, online businesses and retailers have turned into serious competitors for traditional and physical stores and businesses. Thus, providing an online sales platform and online advertising alongside the physical space can help traditional businesses improve their sales. However, most businesses cannot do this as they suffer from the digital divide. On the other hand, considering various users in Iran and the presence of businessmen with different social statuses and education levels, it is necessary to study the digital divide in Iran's context. In this regard, some researchers have mainly referred to gender, age, ethnicity, income, and education as effective variables involved in the digital divide. Therefore, as the survival of

different businesses depends on access to ICTs, studying the digital divide seems necessary today. Considering the significance of social networks, the high number of such networks' users, and the expansion of Internet businesses in those platforms in Iran, it is necessary to introduce networking skills as one of the digital skills, as lacking the required skills in using such networks is one of the important factors that contribute to the digital divide now. Networking skills refer to the user's familiarity with and ability to use social networks. Therefore, in addition to the two skills introduced by Van Dijk, network skills were also added to the model proposed in this study to examine the skill gap more accurately.

4. Conclusion

In recent years, a number of models have been proposed by different scholars to identify and study the digital divide. Moreover, most of the studies conducted in this regard have focused on four levels of Internet motivation, material access, skill gap, and the diversity in using the Internet and information technology. On the other hand, the models for Digital divide analysis have often been investigated in scientific communities such as Universities, schools, or specific groups that are dealing more with ICTs. Therefore, businesses and economic groups have mostly been neglected in this regard.

As e-businesses have become serious competitors for traditional shops and businesses, examining the traditional businesses' digital divide and overcoming its barriers can help improve traditional markets' business systems and get them out of the crisis. On the other hand, people's economic capital or assets, including income can also affect the digital divide. Moreover, due to the individuals' desire to use electronic platforms or the collective use of such platforms, social capital is also effective in the digital divide. Furthermore, cultural capital examines the dominant atmosphere of the market environment and its impact on the digital divide.

Keywords: Digital Divide, Internet Attitude, Material Access, Internet Skill Access, Diversity of Usage

مقاله پژوهشی

نقش تعدیل کننده شیوع ویروس کرونا بر رابطه میان دین داری مدیران و کیفیت سود

Doi: 10.30508/kdip.2021.291244.1001

روح الله رحمانی^۱

۱- مربی گروه حسابداری، موسسه آموزش عالی فردوس، مشهد، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۳/۲۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۸/۱۷

صفحه: ۲۲ - ۳۵

چکیده

دین داری و باورهای دینی می تواند بر همه شئون زندگی انسان ها تاثیرگذار باشد. یکی از موضوعاتی که متأثر از باورهای دینی است، رفتار مدیران و تصمیم گیری آنها برای چگونگی انجام دادن مسئولیت هایشان می باشد. نوع عملکرد مدیران می تواند بر روی کیفیت سود تاثیرگذار باشد. لذا تحقیق حاضر به دنبال بررسی رابطه میان دین داری مدیران و کیفیت سود شرکت ها با نقش تعدیل کنندگی شیوع ویروس کرونا هست. از نظر هدف؛ تحقیق کاربردی بوده و از نظر نوع جمع آوری داده ها در تحقیق های توصیفی و همبستگی قرار می گیرد. از طریق نمونه گیری حذفی تعداد ۱۷۳ شرکت انتخاب و پرسشنامه برای مدیران آنها ارسال گردید. در نهایت ۱۳۴ پرسشنامه تکمیل شده جمع آوری شد و اطلاعات این شرکت ها به دست آمد. آزمون فرضیه ها با رگرسیون چند متغیره و به کمک نرم افزار ای.ویوز انجام گردید. نتایج تحقیق نشان داد که میان سطح دین داری مدیران و کیفیت سود شرکت ها رابطه معنی دار و مثبتی وجود دارد. همچنین نتیجه فرضیه دوم نشان دهنده آن است که شیوع ویروس کرونا می تواند بر رابطه میان دین داری مدیران و کیفیت سود تأثیر معنادار و مثبتی داشته باشد و در واقع این رابطه را محکم تر نماید.

واژگان کلیدی: دین داری، باورهای دینی، کیفیت سود، شیوع ویروس کرونا

۱- مقدمه

رسوایی‌ها و بحران‌هایی که در ابتدای قرن جدید و در شرکت‌هایی مانند انرون و ورلدمکام اتفاق افتاد، باعث گردید تا مباحث فرهنگی و ارزش‌های اخلاقی در شرکت‌های بزرگ مجدداً مورد توجه قرار گیرد. حسابداران بابت این اتفاقات با انتقادات فراوانی روبرو شدند (Sri-dharan, 2002, 14 Dickes, & Caines). رکود اخلاقی موضوعی نیست که صرفاً بخش مالی را تحت تأثیر قرار دهد، این معضل کل دنیا را درگیر نموده است. در حوزه مالی از آنجا که بحث پول مطرح می‌گردد و منافع شخصی در آن دخیل است و هم چنین با توجه به حساسیت آن، رسوایی‌هایی که در این حوزه اتفاق می‌افتد، بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد. به دلیل محکم نبودن ساختار خانواده‌ها، توجه بیش از حد به مسائل مادی، کم‌اهمیت بودن آموزش‌ها، پوچ‌گرایی و از همه مهم‌تر کاهش جایگاه معنویت و بی‌ارزش شدن آن باعث شده تا مشکلات زیادی در حوزه‌های مختلف و از جمله حوزه‌های کسب و کار و اقتصادی اتفاق بیفتد. مشکل اقتصادی برای انسان‌ها و زیاده‌خواهی آن‌ها شرایطی را ایجاد نموده که باعث شده تا بی‌تعهدی اخلاقی اتفاق بیفتد که باعث می‌شود اثرات آن در حوزه مالی بیشتر نمود پیدا کند. مدیران و حسابداران در صورتی که به اصول اخلاقی متعهد نباشند، برای رهایی از تهدیدات مدیریت و بهتر جلوه دادن شرایط شرکت اقدام به دستکاری صورت‌های مالی می‌نمایند. رسوایی‌ها سقوط‌های پی‌درپی شرکت‌ها موجی از انتقادات را با توجه به نقش و اثربخشی نهادهای رسمی و ساختارهای نظارتی به وجود آورده است (Tonoyan, Strohmeyer, Habib, & Perlitz, 2010, 820).

این اتفاقات باعث گردید تا تحقیقات دانشگاهی به

سمت کشف نقش نهادهای غیررسمی، به‌ویژه دین‌داری، در تأثیر بر رفتار مدیریت و کیفیت گزارشگری مالی معطوف گردد (Callen, Morel, & Richardson, 2011, 117., Kanaga-retnam, Lobo, & Wang, 2015, 285). نتایج تحقیقات نشان داده که سطح بالای دین‌داری می‌تواند بر مدیران و سازمان‌های تحت کنترل آن‌ها اثرگذار باشد (Abdel-salam, Duygun, Matall n-S ez, & Tortosa-Ausina, 2017, 374).

از آنجا که هنجارهای مذهبی احساس گناه و شرم را به احساس مسئولیت‌پذیری در میان افراد تبدیل می‌کند، مدیران را به سمت تصمیم‌گیری‌های اخلاقی سوق می‌دهد. هرچند ممکن است هنجارهای اجتماعی مذهبی در همه‌جا با یک روش مشابه عمل کند (Gallego, Al-varez, Rodr guez, Dom nguez, & Mart n Vallejo, 2020, 577)، اما میزان تأثیر آن‌ها در شکل‌گیری تصمیمات اقتصادی بین کشورها و مناطق مختلف متفاوت است. این تفاوت به دلیل سطوح مختلف پایبندی به موازین مذهبی در کشورها و مناطق جغرافیایی مختلف است (Haliki-opoulou, & Vasilopoulou, 2016). از آنجا که تصمیم‌های مدیران و انتخاب رویه‌های حسابداری توسط آنان می‌تواند بر کیفیت سود شرکت‌ها تأثیرگذار باشد، انتظار می‌رود که دین‌داری مدیران بر کیفیت سود شرکت‌ها تأثیرگذار باشد.

در این تحقیق در پی آن هستیم تا رابطه میان دین‌داری و کیفیت سود را بررسی کنیم. از این رو در این تحقیق در پی پاسخ دادن به دو سؤال هستیم. سؤال اول اینکه آیا دین‌داری مدیران و سطح دین‌داری آن‌ها می‌تواند بر کیفیت سود شرکت‌ها تأثیرگذار باشد؟ و سؤال دوم اینکه آیا شیوع ویروس کرونا بر رابطه میان دین‌داری مدیران

کیفیت سود شرکت‌ها تأثیرگذار است؟

۲. مبانی نظری

سود حسابداری افشاء شده در صورت‌های مالی یکی از پرکاربردترین اطلاعات از نظر استفاده‌کنندگان می‌باشد. از سود حسابداری به مثابه مبنایی برای اندازه‌گیری کارایی مدیریت استفاده می‌شود. همچنین سود ابرازی است که به کمک آن می‌توان سودها و جریان‌های نقدی آینده را پیش‌بینی کرد. از سود حسابداری می‌توان برای تعیین مالیات و همچنین به عنوان ابرازی برای ارزیابی و قضاوت در مورد اینکه منابع چگونه تخصیص یابند، استفاده کرد. این فرض که سود به عنوان یک منبع اصلی اطلاعات شناخته‌شده توسط تحقیقات تجربی تأیید شده است؛ نتایج این تحقیقات نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاران بیشتر از آن که به سایر معیارهای ارزیابی عملکرد توجه کنند، سود حسابداری را مدنظر قرار می‌دهند. همچنین نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که سود حسابداری از دیدگاه مدیران به عنوان یک معیار اصلی که سرمایه‌گذاران و تحلیل‌گران به آن توجه می‌کنند، در نظر گرفته می‌شود (Cohen, & Zarowi, 2010, 14). سود یکی از معیارهای اصلی ارزیابی عملکرد می‌باشد ولی از آنجا که محاسبه سود و رقم آن تحت تأثیر استفاده از رویه‌های مختلف حسابداری هست، لذا در تحلیل‌ها باید به این نکته توجه کرد که صرفاً رقم سود نمی‌تواند عملکرد شرکت را به درستی نشان دهد. به دلیل وجود تفاوت میان سود حسابداری که در صورت‌های مالی افشاء شده و سود واقعی واحدهای تجاری، استفاده از رقم سود بدون در نظر گرفتن این واقعیت ممکن است باعث شود تا ارزیابی عملکرد و تحلیل‌ها و پیش‌بینی‌ها به بیراهه برود. حال سؤالی که به وجود می‌آید این است که با این شرایط چطور می‌توان از رقم سود در ارزیابی عملکرد و همچنین در پیش‌بینی آینده استفاده کرد؟

قرن بیست و یکم با رسوایی‌های مالی بسیار بزرگ شروع شد. این رسوایی‌های مالی باعث شده تا استفاده‌کنندگان از بابت کیفیت گزارشگری مالی نگران باشند و نتوانند به صورت کامل به گزارش‌ها و اطلاعات مالی اطمینان نمایند. علت به وجود آمدن این نگرانی و عدم اطمینان‌ها این

است که مدیران شرکت‌ها در استفاده از تکنیک‌های حسابداری اختیار عمل دارند و همین اختیار عمل به آن‌ها این توانایی را می‌دهد تا بتوانند در گزارش‌های مالی و به ویژه در سود حسابداری دست‌کاری کرده و آن‌ها را تغییر دهند. در این شرایط این سؤال پیش می‌آید که سود گزارش شده حاصل عملکرد واقعی شرکت است یا خیر (بولو و حسنی، ۱۳۹۵: ۳۶). یکی از راهکارهایی که محققین برای این چالش معرفی می‌کنند و استفاده‌کنندگان و تحلیل‌گران نیز از آن بهره می‌برند استفاده از مفهوم «کیفیت سود» به جای رقم سود حسابداری است. با وجود این مفهوم، دیگر کم یا زیاد بودن رقم سود به تنهایی نمی‌تواند نشان‌گر شرایط بد یا خوب یک واحد تجاری باشد. استفاده‌کنندگان و تحلیل‌گران از مفاهیمی چون کیفیت بالا و کیفیت پایین سود به جای رقم زیاد یا کم سود استفاده می‌کنند. مفهوم کیفیت سود از زمانی که بحران‌های مالی بزرگ در شرکت‌هایی همچون انرون و ورلدکام اتفاق افتاد، بیشتر از پیش در میان استفاده‌کنندگان و تحلیل‌گران مورد استفاده قرار گرفت. چرا که در پی این رسوایی‌ها اعتماد سرمایه‌گذاران و اعتباردهندگان به گزارش‌های مالی کاهش یافت و آن‌ها دیگر در تحلیل‌ها و تصمیم‌گیری‌هایشان صرفاً به رقم سود مندرج در صورت‌های مالی اکتفا نمی‌کنند و به جای آن از مفهوم کیفیت سود بهره می‌برند.

کیفیت سود، جنبه‌های متفاوتی دارد. تعاریف مختلفی برای آن ارائه شده و معیارهای متفاوتی برای اندازه‌گیری آن وجود دارد. تحقیقات مختلف دو ویژگی اصلی برای تعریف مفهوم کیفیت سود بیان شده است. یکی از آن‌ها، سودمندی در تصمیم و دیگری ارتباط با سود اقتصادی است. در واقع، کیفیت سود بالا یعنی اطلاعات سود در تصمیم‌گیری استفاده‌کنندگان مفید بوده و همچنین سود حسابداری به سود اقتصادی نزدیک‌تر است (Barth, Beaver, & landsman, 2001, 73). عوامل زیادی بر روی کیفیت سود شرکت‌ها تأثیر می‌گذارند. تحقیقات متعددی در خصوص بررسی عوامل تأثیرگذار بر کیفیت سود انجام شده و نتایج نشان‌دهنده طیف گسترده‌ای از عوامل درون و برون‌سازمانی هستند که مؤثر بر کیفیت سود شرکت‌ها می‌باشند. در سال‌های اخیر در خصوص ویژگی‌های

هنجارها می‌تواند آنچه افراد یا سازمان‌ها انجام می‌دهند یا آنچه باید انجام دهند را تشریح کند. این هنجارها هستند که به‌طور کلی شناخت‌ها، رفتارها، اعمال و عواطف بازیگران مختلف عرصه اجتماع را دیکته می‌کنند (Eriksson, 2015, 59). نظریه هنجارهای اجتماعی در ابتدا توسط پرکینز و برکوئینز (۱۹۸۶: ۹۶۸) معرفی شد. این نظریه چارچوبی مفید برای درک الگوهای رفتاری مبتنی بر سیستم‌های تنبیه و پاداش فراهم می‌کند. دین‌داری نمونه بارز هنجارهای اجتماعی است و به میزان پایبندی به اعتقادات مذهبی، رمزها، ارزش‌ها و شیوه‌ها اشاره دارد. اگرچه رفتار اخلاقی منحصرأ منتسب به پایبندی به مذهب نیست، اما شواهد پژوهشی اخیر در علوم اجتماعی نشان‌دهنده یک ارتباط مثبت بین این دو است (Vitell, 2009, 164). دین سازوکاری را فراهم می‌کند که از طریق آن هنجارهای اجتماعی، مانند: صداقت و ریسک‌گریزی، برای تأثیرگذاری بر رفتارها ارتقا می‌یابد (Dyrenge, Mayew, & Williams, 2012, 856).

با ابلاغ مجموعه اصول مشترک و اعتقادات توسط ادیان تأثیرگذار، می‌توان دین را مجموعه‌ای از اقدامات و فضیلت‌ها برای رفتار اخلاقی خوب دانست (Mel, & Fontrodona, 2017, 674). به همین ترتیب، هنجارهای دینی با افراد و همچنین تصمیم‌گیری‌های شرکت برای ترویج انجام اقدامات اخلاقی جهت جلوگیری از دست‌کاری و مدیریت سود در تعامل هست (McGuire, Omer, & Sharp, 2012, 664).

اختیاری بودن برخی از روش‌های حسابداری و توان مدیران برای انتخاب میان این روش‌ها و همچنین باز بودن دست‌آنها در نحوه اجرای استانداردهای حسابداری باعث می‌گردد تا مدیران بتوانند از طریق این اختیار عمل‌ها، سود را تغییر دهند. از طرف دیگر از آنجا که مدیران از وضعیت شرکت آگاهی بیشتری دارند این انتظار وجود دارد که بتوانند به بهترین شکل ممکن اطلاعات مرتبط با وضعیت شرکت را تهیه و ارائه کنند تا از این طریق شرایط شرکت را به درستی نمایش دهند. بنابراین مدیران به دنبال ابقاء در شرکت و دریافت پاداش بوده، و عمداً یا سهواً سود شرکت را دست‌کاری می‌کنند تا وضعیت شرکت را بهتر نمایش دهند. در این شرایط سود واقعی

مختلف مدیران و تأثیر آن بر کیفیت سود تحقیقات گسترده‌ای انجام شده است. یکی از ویژگی‌های مدیران که می‌تواند بر تصمیمات مدیران و به تبع آن بر کیفیت سود اثرگذار باشد، دین‌داری مدیران است. دین کلمه‌ای عربی است که از نظر لغوی به معنای جزا و پاداش هست. تعریفی که از دین ارائه می‌گردد به این صورت است که دین، اعتقاد به خداوند و مجموعه قوانینی است که از طرف خداوند برای انسان‌ها آورده شده است. همچنین دین را می‌توان اطاعت و آیین و شریعت تعریف کرد که می‌تواند انسان‌ها را به درستی رهنمون نماید (منظری توکلی و عراقی پور، ۱۳۸۹: ۲۶). دین‌داری در نگاه کلی به دو بخش عینی و ذهنی تقسیم می‌گردد. بخش عینی آن در واقع اشاره به اعمال و رفتاری دارد که توجه ما را به سمت خداوند متعال رهنمون می‌کند. بخش ذهنی نیز نشان‌دهنده اعتقاد یا شناخت از مواردی است که یک سازمان دینی آن را بیان و تأیید می‌کند و این بخش همچنین نشان‌دهنده میل و احساس به این توصیفات و تاییدات می‌باشد. دین‌داری اسلامی به عنوان میزان التزام و باور عینی و ذهنی افراد به دین اسلام است که می‌توان آن را به عنوان مجموعه‌ای از اعتقادات، احساسات و اعمالی که مرتبط با خداوند است و در رابطه با خداوند شکل و سازمان گرفته است، تعریف کرد (طالبان، ۱۳۸۴: ۵۳۶).

دین‌داری در اکثر جوامع و از جمله جامعه ایران یکی از ویژگی‌های مهم اجتماعی هست. بررسی پدیده‌های اجتماعی بدون در نظر گرفتن دین‌داری کاری بیهوده است. همچون سایر جوامع، دین در جامعه ایران نیز همواره از جایگاهی ویژه‌ای برخوردار بوده است. ایران همواره جامعه‌ای بوده که دین در آن جایگاه خاص و ویژه‌ای داشته و دین در ایران به صورت فراگیر همه جوانب زندگی ایرانیان را متأثر از خود کرده و این موضوع به صورت کاملاً مشهود در جامعه ایرانی دیده می‌شود. می‌توان گفت که هر گونه مطالعاتی که در حوزه جامعه‌شناختی و با هر زمینه‌ای در ایران انجام می‌شود، بدون در نظر گرفتن دین، ناممکن و بیهوده است (فرجی و حمیدی، ۱۳۸۷).

هنجارهای اجتماعی به‌طور گسترده‌ای از نظر جامعه‌شناسان به عنوان مکانیزمی برای توضیح نظم اجتماعی و برخی رفتارهای اجتماعی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

با سودی که گزارش شده متفاوت است چرا که به دلیل اعمالی که مدیر انجام داده، مدیریت سود اتفاق افتاده است (نمازی، بایزیدی، و جبارزاده کنگرلویی، ۱۳۹۰: ۱۸). از دیدگاه بعضی از حسابدارن مدیریت سود عملی مشروع و درست است (Parfet, 2000, 486) اما برخی از حسابداران آن را نامشروع می‌شناسند (Elias, 2004, 78).

سود یکی از همواره یک عامل مهم و حیاتی در تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران و مابقی ذینفعان هست و از سایر اقلام موجود در صورت‌های مالی بیشتر کاربرد دارد. از این رو، تغییراتی که در سود ممکن است اتفاق بیفتد برای تصمیم‌گیری تصمیم‌گیرندگان بسیار حائز اهمیت خواهد بود. لذا اختیار عمل مدیران در انتخاب رویه‌های حسابداری باعث ایجاد تغییرات در میزان سود و همچنین در کیفیت سود گزارش شده، می‌گردد. از این رو ویژگی‌های شخصیتی، اخلاقی و به طور ویژه؛ دین‌داری مدیران و کارکنان می‌تواند بر کیفیت سود شرکت‌ها مؤثر باشد. نتایج برخی تحقیقات نشان می‌دهد افرادی که مذهبی‌ترند کمتر به دست‌کاری اطلاعات حسابداری اقدام می‌کنند (Lon- & Emerson, 2004, 36⁶ Conroy, & Emerson, 2004, 379 genecker, McKinney, & Moore, 2004, 379)؛ بنابراین، می‌توان گفت که شرکت‌های مستقر در کشورهای و مناطق مذهبی کمتر در معرض خطر عملکرد مالی ناپایدار قرار می‌گیرند (Hilary, & Hui, 2000) و احتمال بی‌نظمی در گزارشگری مالی آن‌ها کمتر است (McGuire & et al, 2012, 671). شرکت‌های بزرگ در کشورهایی که میزان دین‌داری در آن‌ها بالاتر است تحت تأثیر هنجارهای مذهبی غالب هستند و این هنجارهای مذهبی بر تصمیمات شرکت‌ها تأثیرگذار است (Chircop, Johan, & Tarsalewska, 2020, 73 & Adhikari, & Agrawal, 2016, 375). به عنوان مثال در شرکت‌های آمریکایی، آن‌ها که در مناطق بسیار مذهبی مستقر هستند با نوسانات کمتری در بازده سهام، بازده دارایی‌ها و نوسانات قیمت سهام روبرو هستند (Blau, Hilary, & Hui, 2000, 470 & 2017).

لونتیس، ددولیس و عبدالسلام (۲۰۱۸: ۶۵) مکانیزم‌هایی را ارائه دادند که از طریق آن‌ها می‌توان به رابطه میان موقعیت مذهبی و رفتار شرکت‌ها در مورد انتظارات و هنجارها پی برد. اولین مکانیسم مرتبط با میزان

و شدت دین‌داری است. مطابق با این مکانیسم می‌توان گفت که وجود افراد با سطح دین‌داری بالا که جزء کارکنان رده‌های مختلف یک واحدهای تجاری می‌باشند، باعث خواهد شد تا تصمیمات و اقدامات واحدهای تجاری نیز تحت تأثیر دین‌داری کارکنان خود قرار گیرند. این موضوع به یکی از ویژگی‌های شرکت‌ها تبدیل شده و تصمیمات آن‌ها را مطابق با هنجارهای اجتماعی غالب جامعه محلی منعکس می‌کند (Hilary, & Hui, 2000). دومین سازوکار این‌گونه است که کارکنانی که دین‌دار هستند در زمان اقدامات نادرست و غیراخلاقی که در شرکت انجام می‌شود، نسبت به این موضوع واکنش نشان می‌دهند. در این شرایط شرکت‌ها از انجام چنین اقدامات غیرمجاز و غیراخلاقی اجتناب می‌کنند، چرا که حاضر نیستند در معرض دید کارکنان دین‌دار خود قرار گیرند. این مواجهه می‌تواند برای شرکت‌ها پرهزینه باشد (Javers, 2011). مکانیسم نهایی مربوط به اثر مکان است. در مناطق جغرافیایی که سطح دین‌داری در آن‌ها بالاتر است، تصمیمات مدیران واحدهای تجاری که حتی ممکن است هیچ‌گونه گرایش مذهبی نداشته باشند، تأثیرگذار باشد (Dyrenge, Mayew, & Williams, 2012, 860). این تأثیر از طریق تعاملات اجتماعی افراد با کسانی که رفتارهای داخل منطبق با هنجارهای مذهبی مورد تأیید منطقه جغرافیایی خود دارند برای جلوگیری از تحریم‌های اجتماعی و واکنش‌های منفی صورت می‌گیرد (Callen, & Fang, 2015, 178 & McGuire & et al, 2012, 646). تحقیقات اخیر (Gallego-Alvarez & et al, 2020, 577) نشان می‌دهند که ارزش‌هایی که مورد حمایت ادیان، باعث ایجاد سطوح بالاتر پیروی از هنجارها و اجرای رفتارهای اخلاقی توسط شرکت‌ها می‌گردند.

مک کویر و همکاران (۲۰۱۲: ۶۴۷) معتقد هستند که در جامعه‌ای که هنجارهای اجتماعی دینی رعایت می‌گردد، مدیران شرکت‌ها این هنجارهای اجتماعی دینی را در زمان تصمیم‌گیری‌های خود مد نظر قرار می‌دهند. به طور مثال، مدیران رده میانی که از سطح دین‌داری بالاتری برخوردار هستند، می‌توانند جلوی فشارهای مدیران بالاتر خود برای دست‌کاری در نتایج مالی بایستند؛ و همچنین مدیران رده

دارایی کمتر مشاهده می‌شود. علاوه بر این، در این نوع از کشورها تمایل کمتری به اعمال دست‌کاری و مدیریت سود دارند (Grullon, Kanatas, & Weston, 2010) از این رو می‌توان گفت که شواهد نشان‌دهنده وجود رابطه میان دین‌داری و کیفیت سود شرکت‌ها هست.

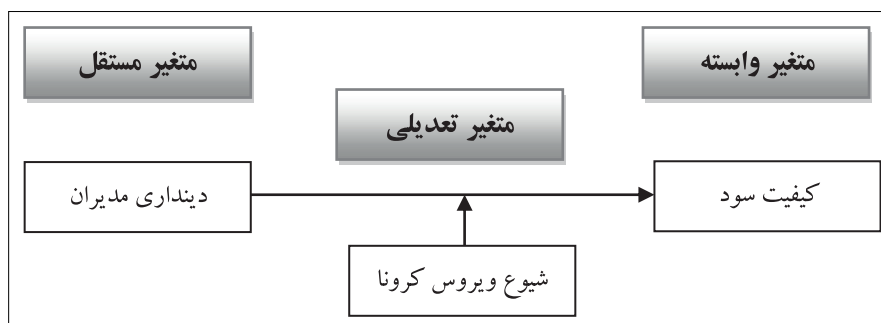
شیوع ویروس کرونا که امروزه به عنوان یک بحران از آن یاد می‌شود، ابتدا به عنوان یک مسئله پزشکی و بهداشتی مورد توجه قرار گرفت؛ اما این موضوع به سرعت به یک مسئله اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی تبدیل شد. یکی از حوزه‌هایی که در این روزها توجه بسیاری از صاحب‌نظران را به خود جلب کرده است، پیامدهای شیوع ویروس کرونا بر دین و دین‌داری هست. از ابتدای همه‌گیری ویروس کرونا، بحث تأثیر کرونا بر دین و دین‌داری و همچنین تأثیر دین و دین‌داری بر کرونا مورد توجه قرار گرفت. در این خصوص دو فرضیه مطرح گردید. **فرضیه اول:** همه‌گیری ویروس کرونا و مسائل مرتبط با آن، بحران بزرگی در حیات دینی و دین‌داری به وجود آورده است.

فرضیه دوم: همه‌گیری ویروس کرونا باعث گردیده تا مردم به‌سوی دین برگردند و در واقع همه‌گیری ویروس کرونا باعث تقویت دین شده است.

نتایج بررسی‌ها در خصوص فرضیه‌های فوق نشان می‌دهد که به اعتقاد برخی، شیوع ویروس کرونا در دو سطح به بحران دین‌داری در جامعه ایران می‌تواند دامن بزند. نخست آن‌که شیوع این ویروس به روند سکولار شدن جامعه که از سال‌های گذشته شروع شده است، شتاب بیشتری می‌دهد و دوم این‌که حتی باورهای اقشار مذهبی جامعه را نیز تحت تأثیر خود قرار می‌دهد و آن‌ها

بالا چنین برداشتی دارند که مدیران رده میانی و با سطح دین‌داری بالا با عمل غیراخلاقی موافقت نمی‌کنند.

نتیجه پژوهش انجام‌شده توسط چن، الدر و هانگ (۲۰۱۰: ۱۹۷) نشان داد که دین‌داری باعث می‌گردد تا سوءرفتار حسابداری کاهش یافته و در نتیجه کیفیت اقلام تعهدی اختیاری افزایش یابد. دئو، جیان، لای، دو و پی (۲۰۱۵: ۷۲۵) پژوهشی انجام دادند که موضوع آن پژوهش به این صورت بود که آیا دین می‌تواند باعث کاهش مدیریت سود شود؟ نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که رابطه بین دین‌داری و مدیریت سود رابطه منفی وجود دارد. این نتیجه به آن معنی است که دین می‌تواند باعث کاهش رفتارهای غیراخلاقی مدیران شرکت‌ها و از جمله مدیریت سود گردد. مونتنگرو (۲۰۱۷: ۵۶) در پژوهش که بررسی رابطه میان دین‌داری و گزارش‌گری مالی شرکت در میان شرکت‌های پرتغالی پرداخت. بازه پژوهش او بین سال‌های ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۸ بود. نتایج پژوهش او نشان داد که بین دین‌داری و مدیریت سود اقلام تعهدی رابطه منفی و معنی‌داری وجود دارد. نتایج پژوهش او همچنین بیان‌گر آن بود که شرکت‌هایی که در مناطق با سطح بالاتری از دین‌داری فعالیت می‌کنند کمتر به مدیریت سود می‌پردازند. همچنین او می‌گوید که دین‌داری مدیران و کارکنان و واقع شدن شرکت‌ها در مناطقی با دین‌داری بالا می‌تواند تا همراه با سایر روش‌هایی که از بیرون سازمان نظارت می‌کنند، مکانیزیمی برای کاهش رویه‌های حسابداری متهورانه باشد. شواهد زیادی نشان‌دهنده رابطه میان مدیریت سود و دین‌داری هستند. کاناکاتنام و همکاران (۲۰۱۵: ۲۸۴) نشان دادند که در کشورهایی که پیروی بیشتری از موازین مذهبی دارند گزارش‌خرابی



شکل ۱: مدل مفهومی؛ منبع: (یافته‌های تحقیق)

را به سمت سکولار شدن پیش می‌برد (کمالوند، ۱۳۹۹). اما برخی دیگر از صاحب‌نظران با ارائه شواهدی چنان ادعا می‌کنند که شیوع ویروس کرونا باعث شده تا افرادی که دین‌گریز بوده‌اند، به سوی خدا پناه ببرند. شیوع کرونا به جوامع مدرن نشان داد که بسیاری از دین‌پژوهان در مورد سکولار شده جوامع و برگشت‌ناپذیری آن‌ها به سوی خدا دچار خطا شده‌اند. در شرایط وجود همه‌گیری این ویروس، تجربه‌های دینی و باورهای دینی توانسته تا به جوامع در مبارزه با این ویروس کمک نماید (صادق‌نیا، ۱۳۹۹). با توجه به مطالب فوق و فرضیه‌هایی که ارائه شد، مدل مفهومی تحقیق به شرح شکل شماره (۱) ارائه می‌گردد.

۳- روش تحقیق

مدل رگرسیونی بررسی فرضیه اول به شرح زیر است:

$$EARNQUAL = \beta_0 + \beta_1 RELIG + \beta_2 LEVERAGE + \beta_3 SIZE + \beta_4 AGE + \varepsilon$$

مدل رگرسیونی فرضیه دوم نیز به شرح زیر است:

$$EARNQUAL = \beta_0 + \beta_1 RELIG + \beta_2 COVID + \beta_3 COVID * RELIG + \beta_4 LEVERAGE + \beta_5 SIZE + \beta_6 AGE + \varepsilon$$

کیفیت سود: EARNQUAL

کیفیت سود شرکت متغیر وابسته در مدل مفهومی است که برای اندازه‌گیری این متغیر از مدل ارائه شده از سوی دیچو و همکاران (۱۹۹۵) استفاده شده است. در این مدل باقیمانده‌ی مدل رگرسیونی به عنوان متغیر کیفیت سود در نظر گرفته شده است. این مدل به شرح رابطه شماره (۱) است:

$$\frac{TA_{it}}{A_{it-1}} = \beta_0 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_1 \left(\frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) + \varepsilon_{it}$$

در مدل فوق داریم:

i: نمونه‌ی مورد بررسی

t: دوره‌ی زمانی مورد بررسی

TAit: نشان‌دهنده اقلام تعهدی کل است که برابر با نسبت تغییر در غیر دارایی‌ها (دارایی کل منهای وجوه نقد و سرمایه‌گذاری‌های کوتاه مدت) منهای تغییر در غیر بدهی‌ها (تعهدات کل منهای بدهی کل) به دارایی کل شرکت.

Ait-1: کل دارایی‌های شرکت در ابتدای دوره.

REVit: تغییر درآمد حاصل از فروش شرکت نسبت به درآمد حاصل از فروش در دوره‌ی گذشته.

RECit: تفاوت میان حساب‌های پرداختنی سال جاری نسبت به دوره‌ی گذشته.

PPEit: اموال، ماشین‌آلات و تجهیزات شرکت در دوره‌ی جاری.

εit: خطای مدل رگرسیونی که شاخص اندازه‌گیری کیفیت سود شرکت‌ها است.

RELIG: میزان دین‌داری مدیران

برای اندازه‌گیری میزان دین‌داری مدیران از پرسشنامه جهت‌گیری دینی آلپورت و راس که توسط جان بزرگی در سال ۱۳۷۸ مورد استفاده قرار گرفته بود و اعتبار و پایایی آن تأیید شده، مورد استفاده قرار گرفت. این پرسشنامه شامل ۲۱ سؤال در خصوص جهت‌گیری دینی هست. مقیاس پاسخگویی این پرسشنامه طیف لیکرت چهار درجه‌ای است که از کاملاً موافقم تا کاملاً مخالفم را در برمی‌گیرد. سؤالات این پرسشنامه برای فهم و ارزیابی دین‌داری درونی و بیرونی مورد استفاده قرار می‌گیرد. این پرسشنامه توسط برخی محققان و صاحب‌نظران در ایران ترجمه شده و با شرایط ایران تغییر کرده است. آماره آلفای کرونباخ پایایی این پرسشنامه را عدد ۰/۷۴ به دست آمد. در این تحقیق نیز آلفای کرونباخ به کمک محققان آمده تا پایایی پرسشنامه مورد ارزیابی قرار گیرد. ضریب آلفای محاسبه شده ۰/۷۲ به دست آمد. از آنجاکه این عدد بزرگ‌تر از ۰/۷۰ است می‌توان گفت پرسشنامه‌ای که در این تحقیق استفاده شد، دارای پایایی قابل قبول است.

COVID: شیوع ویروس کرونا که با توجه به موقعیت جغرافیایی شهر مورد فعالیت و به این صورت که در پایان هرماه اگر شهر مورد نظر وضعیت سفید قرار گیرد عدد صفر، زرد یک، نارنجی دو و قرمز سه اختصاص می‌یابد. در

جدول ۱: آمار توصیفی مرتبط با متغیرهای تحقیق						
متغیرها	تعداد	میانگین	میان	انحراف معیار	حداقل	حداکثر
EARNQUAL	۸۹۵	۵۲/۰-	۰۰/۰	۲۶/۰	۱۴/۱-	۶۳/۰
RELIG	۹۳۸	۲۱/۵۴	۵۴	۸۷/۲	۶۴	۴۸
COVID	۹۳۶	۶۲/۱	۲۶/۱	۲۰/۰	۵۲/۱	۱۷/۲
LEV	۹۳۸	۲۵/۰	۱۱/۰	۲۹/۰	۰۰/۰	۴۶/۱
SIZE	۹۳۸	۹۳/۱۳	۸۳/۱۳	۰۹/۲	۰۰/۰	۱۱/۱۹
AGE	۹۳۸	۷۹/۳۲	۰۰/۳۲	۲۵/۱۶	۰۰/۱-	۰۰/۶۶

شرایط زیر همگن گردیده‌اند و سپس بر اساس روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، از بین آن‌ها نمونه انتخاب خواهد شد:

۱- به دلیل شرایط خاص هلدینگ‌ها، مؤسسات مالی، بانک‌ها، بیمه‌ها و شرکت‌های سرمایه‌گذاری این شرکت‌ها کنار گذاشته شده‌اند.

۲- شرکت‌هایی که در طی دوره بررسی کاملاً فعال باشند.

۳- جهت یکسان شدن اطلاعات می‌بایست پایان سال مالی آن‌ها منتهی به ۲۹ اسفند باشد.

۴- طی دوره موردبررسی (۱۳۹۲-۱۳۹۸) تغییر سال مالی نداشته باشد.

با توجه به اعمال شرایط فوق، از بین شرکت‌های جامعه همگن شده تعداد نمونه ۱۷۳ شرکت می‌باشد. پرسشنامه پژوهش برای مدیران این شرکت‌ها ارسال و در نهایت ۱۳۴ پرسشنامه تکمیل شده دریافت گردید که مبنای تهیه اطلاعات برای آزمون فرضیه‌ها قرار گرفت. از این تعداد،

نهایت با توجه به نمرات به دست آمده از هرماه میانگین نمره هر شهر به عنوان متغیر شیوع ویروس کرونا در نظر گرفته می‌شود.

COVID* RELIG: تأثیر شیوع ویروس کرونا بر رابطه دین‌داری مدیران و کیفیت سود است.

LEV: اهرم است که از تقسیم بدهی بلندمدت بر دارایی به دست می‌آید.

Size: اندازه شرکت که از لگاریتم طبیعی دارایی به دست می‌آید.

Age: سن شرکت از تاریخ تأسیس است.

جامعه و نمونه تحقیق

جامعه آماری که در این تحقیق مورد آزمون قرار گرفته مدیران شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. برای دستیابی به اطلاعات بهتر و دقیق‌تر جهت آزمون فرضیه‌ها، شرکت‌های جامعه آماری بر اساس

جدول ۲: نتایج آزمون چاو و آزمون								
نتیجه	آزمون هاسمن			آزمون چاو یا لیمر				مدل
	مقدار احتمال	درجه آزادی	مقدار کای-دو	مقدار احتمال	درجه آزادی	مقدار	آزمون اثرات	
مدل با اثرات ثابت	۰۰۰/۰	۴	۰۸/۳۵	۰۰۰/۰	۱۳۳،۷	۷۸/۱	مقدار F	مدل اول
				۰۰۰/۰	۱۳۳	۹/۲۴۳	مقدار کای-دو	
مدل با اثرات تصادفی	۸۰۷/۰	۴	۶۱/۱	۰۰۰/۰	۱۳۳،۷	۵۵/۱	مقدار F	مدل دوم
				۰۰۰/۰	۱۳۳	۳/۲۱۵	مقدار کای-دو	

جدول ۳: برآورد و آزمون پارامترهای مدل اول					
پارامترها	مقدار ضرایب	مقدار t	مقدار احتمال	نتیجه	VIF
مقدار ثابت	۵۸۴/۰	۰۰/۳	۰۰۳/۰	معنی دار و مثبت	-
RELIG	۶۳۴/۰	۹۸/۴	۰۰۰/۰	معنی دار و مثبت	۰۵/۱
LEV	۰۱۲/۰-	۶۵/۰-	۵۱۵/۰	بی معنی	۰۴/۱
SIZE	۰۵۰/۰-	۲۵/۳-	۰۰۱/۰	معنی دار و منفی	۰۳/۱
AGE	۰۰۱/۰	۰۹/۱	۲۷۸/۰	بی معنی	۰۰/۱
مقدار F		۱۹/۲	مقدار احتمال F		۰۰۰/۰
ضریب تعیین		۲۹/۰	دوربین واتسون		۱۸/۲

حدود ۵۳ درصد (۷۱ نفر) دارای مدرک تحصیلی کارشناسی، ۴۲ درصد (۵۶ نفر) دارای مدرک کارشناسی ارشد و ۵ درصد (۷ نفر) دارای مدرک دکتری بودند. از نظر جنسیت، ۱۱۵ نفر مرد (۸۶ درصد) و ۱۹ نفر زن (۱۴ درصد) نمونه این تحقیق را تشکیل می دهند. در ادامه جدول شماره (۱)، آمار توصیفی مرتبط با متغیرهای تحقیق نشان داده شده است.

تحلیل پانلی و فرآیند انتخاب مدل مناسب

ابتدا می بایست مدل مناسب برای آزمون فرضیه ها را از میان مدل های موجود (مدل ادغام شده، مدل با اثرات ثابت و یا مدل با اثرات تصادفی) انتخاب کرد. برای انتخاب مدل مناسب از آزمون چاو و هاسمن استفاده می گردد. نتایج آزمون چاو و هاسمن برای این پژوهش به شرح جدول شماره (۲) ارائه گردیده است.

مقدار احتمال آزمون چاو که در جدول بالا برای مدل های اول و دوم دیده می شود برابر با ۰۰۰/۰ است، از آنجا که این عدد کمتر از ۰۵/۰ است، بنابراین می توان گفت که مدل مورد استفاده در این تحقیق دارای اثرات جداگانه ای برای هر کدام از شرکت ها است. این بدان معنی است که مدل با اثرات ثابت مناسب است و از آنجا که مقادیر احتمال به دست آمده برای آزمون هاسمن مرتبط

با مدل اول برابر با ۰۰۰/۰ است و چون این مقدار کمتر از ۰۵/۰ است، بنابراین مدل با اثرات ثابت برای داده های این تحقیق مناسب است. مقادیر احتمال آزمون هاسمن برای مدل دوم عدد ۰۸۷/۰ به دست آمده و از آنجا که این مقدار بیشتر از ۰۵/۰ است؛ بنابراین می توان این گونه عنوان کرد که مدل با اثرات تصادفی برای داده های این مدل مناسب تر می باشد. در ادامه و با توجه به تحلیل های فوق از مدل با اثرات ثابت برای آزمون فرضیه اول و مدل اثرات تصادفی برای آزمون فرضیه دوم استفاده می گردد.

برازش مدل اول

در جدول زیر مدل مورد استفاده در این تحقیق با استفاده از اثرات ثابت برآورد شده است. مقدار احتمال معنی داری آماره F برابر با عدد ۰۰۰/۰ است و این مقدار کمتر از عدد ۰۵/۰ است. با تفسیر و تحلیل این مقادیر می توان این گونه عنوان کرد که فرض صفر در سطح اطمینان ۹۵ درصد رد می گردد. معنی این جمله این است که در سطح اطمینان ۹۵ درصد مدل معنی داری وجود دارد. مقدار ضریب تعیین محاسبه شده برای این مدل برابر با ۰۲۹/۰ است. تحلیل و تفسیر این عدد نشان دهنده آن است که ۲۹ درصد از تغییرات متغیر وابسته را می توان توسط متغیرهای

جدول ۴: برآورد و آزمون پارامترهای مدل سوم					
پارامترها	مقدار ضرایب	مقدار t	مقدار احتمال	نتیجه	VIF
مقدار ثابت	۷۱۷/۰	۶۶/۳	۰۰۰/۰	معنادار و مثبت	-
RELIG	۴۳۳/۰	۲۰/۳	۰۰۱/۰	معنادار و مثبت	۴۷/۱
COVID	۱۴۸/۰-	۹۷/۲-	۰۰۳/۰	معنادار و منفی	۲۸/۲
COVID*RELIG	۴۹۰/۰	۱۲/۴	۰۰۰/۰	معنادار و مثبت	۸۲/۲
LEV	۰۱۴/۰-	۷۷/۰-	۴۴۴/۰	بی معنی	۰۴/۱
SIZE	۰۵۵/۰-	۶۰/۳-	۰۰۰/۰	معنادار و منفی	۰۴/۱
AGE	۰۰۰۵/۰	۸۶/۰	۳۹۲/۰	بی معنی	۰۱/۱
مقدار F		۳۳/۲	مقدار احتمال F		۰۰۰/۰
ضریب تعیین		۳۰/۰	دوربین واتسون		۱۱/۲

برازش مدل دوم

همان طور که در بخش تحلیل مدل ها عنوان شد مدل این فرضیه با اثرات تصادفی برآورد شده است. مقدار احتمال معنی داری آماره F برای این مدل برابر با عدد ۰/۰۰۰ است. از آنجا که این مقدار کمتر از عدد ۰/۰۵ است، بنابراین می توان گفت که فرض صفر برای این مدل در سطح اطمینان ۹۵ درصد رد می شود. رد فرض صفر به این معنی است که در سطح اطمینان ۹۵ درصد می توان مدل را معنی داری فرض کرد. میزان ضریب تعیین به دست آمده در این مدل برابر با عدد ۰/۳۰ است. این عدد به نشان دهنده آن است که در مدل میزان ۳۰ درصد از تغییرات متغیر وابسته به وسیله متغیرهای مستقل و کنترل بیان می گردد. مفهوم این جمله این است که می توان گفت شیوع ویروس کرونا می تواند ۳۰ درصد رابطه میان دین داری مدیران و کیفیت سود را تحت تأثیر قرار دهد. مقدار آماره دوربین واتسون برای این مدل برابر با عدد ۲/۱۱ است. همان طور که در تحلیل فرضیه اول هم عنوان شد نزدیک بودن مقدار آماره دوربین واتسون به عدد ۲ نشان از عدم خودهمبستگی بین متغیرهای مستقل مدل می باشد.

مقدار آماره t برای متغیر RELIG برابر با ۳/۲۰ (معنادار و مثبت)، برای COVID برابر با ۲/۹۷- (معنادار و منفی)، برای COVID*RELIG برابر با ۴/۱۲ (معنادار و مثبت)، برای LEV

مستقل و کنترل پیش بینی کرد. یا به طور واضح تر می توان گفت که دین داری مدیران می تواند نزدیک به ۳۰ درصد کیفیت سود شرکت ها را پیش بینی نماید. مقداری که در این پژوهش برای آماره دوربین واتسون محاسبه گردیده برابر با ۲/۱۸ است. هر چه مقادیر محاسبه شده برای آماره دوربین واتسون به عدد ۲ نزدیک تر باشد نشان دهنده عدم خودهمبستگی باقیمانده ها است. عدم خودهمبستگی میان داده ها یکی از فروض کلاسیک رگرسیون می باشد. با توجه به عدد محاسبه شده برای این آماره در مدل آزمون می توان گفت که خودهمبستگی بین باقیمانده ها وجود ندارد.

در جدول شماره (۳) مقدار آماره t برای RELIG برابر با ۴/۹۸ (معنادار و مثبت)، برای LEV برابر با ۰/۶۵- (بی معنی)، برای SIZE برابر با ۳/۲۵- (معنادار و منفی) و برای AGE برابر با ۱/۰۹ (بی معنی) است. مقدار آماره t برای عرض از مبدأ برابر با ۳/۰۰ است که در سطح اطمینان ۹۵ درصد در ناحیه رد فرض صفر قرار دارد یعنی عرض از مبدأ معنادار است. این بدان معنی است که بین دین داری مدیران و کیفیت سود رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد. بدین ترتیب فرضیه اول پژوهش پذیرفته می شود که با مبانی نظری که در بخش های گذشته نیز ارائه گردید همخوانی دارد.

برابر با ۰/۷۷- (بی معنی)، برای SIZE برابر با ۳/۶۰- (معنادار و منفی) و برای AGE برابر با ۰/۸۶- (بی معنی) است. مقدار آماره t برای عرض از مبدأ برابر با ۰/۴۵ است که در سطح اطمینان ۹۵ درصد در ناحیه عدم رد فرض صفر قرار دارد یعنی عرض از مبدأ معنادار نیست. نتایج آزمون این فرضیه همان طور که در جدول شماره (۴) تشریح گردید نشان می دهد که همه گیری ویروس کرونا توانسته بر رابطه میان دین داری مدیران و کیفیت سود تأثیر معنادار و مثبتی داشته باشد. این نتیجه با فرضیه دومی که در خصوص تأثیر همه گیری ویروس کرونا بر دین داری عنوان گردید، همخوانی دارد و به این ترتیب می توان این گونه نتیجه گرفت که فرضیه دوم نیز مورد پذیرش قرار می گیرد.

۴- نتیجه گیری

یکی از مهم ترین عوامل تأثیرگذار بر رفتار انسان ها دین و میزان دین داری آن ها است. همین موضوع باعث گردید تا در این تحقیق به بررسی رابطه میان دین داری مدیران با کیفیت سود بپردازیم. برای بررسی این موضوع و سنجش میزان دین داری مدیران از پرسشنامه باورهای دینی استفاده شد تا با تحلیل پاسخ های مدیران به سؤالات این پرسشنامه میزان دین داری و باورهای دینی مدیران شرکت ها اندازه گیری شود. سپس اثر میزان دین داری بر کیفیت سود شرکت ها مورد آزمون قرار گرفت. همچنین تأثیر شیوع ویروس کرونا بر رابطه میان دین داری و کیفیت سود مورد آزمون قرار گرفت. نتایج آزمون فرضیه ها نشان می دهد که میزان دین داری مدیران با کیفیت سود دارای رابطه مثبت و معناداری دارد. این نتیجه نشان دهنده آن است که هر چه مدیران به باورهای دینی اعتقاد بیشتری داشته باشند، کیفیت سود شرکت های تحت مدیریت آن ها افزایش پیدا می کند. در تحلیل این نتیجه به دست آمده می توان گفت که مدیرانی با سطح دین داری بالا خود را ملزم می دانند تا استانداردهای حسابداری را به درستی اجرا نمایند. همچنین این مدیران با توجه به باورهای دینی خود درستکاری را سرلوحه همه فعالیت های خود قرار داده و از این رو وظایف خود را به درستی انجام می دهند. از این رو می توان گفت شرکت هایی که تحت مدیریت مدیرانی با باورهای دینی بالا هستند، به احتمال

کمتری گزارشگری و اطلاعات مالی آن ها دست کاری و تحریف می شود. هر چه میزان تحریف ها و دست کاری ها در صورت های مالی کمتر باشد، احتمال بالا بودن کیفیت سود در چنین شرکت هایی بالاتر است. باورهای دینی و دین داری مدیران باعث می گردد تا ویژگی های اخلاقی مدیران نمود و بروز بیشتری پیدا کند. اخلاق مداری مدیران نیز از موضوعاتی است که نتایج تحقیقات گذشته رابطه مثبت آن را بر کیفیت سود نشان داده است. یکی دیگر از عواملی که می توان برای تحلیل نتیجه آزمون فرضیه عنوان نمود این است که مدیران دارای باورهای دینی بالاتر و متدین تر، به دلیل اعتقاد به این که می باید در محضر خداوند پاسخگو باشند از همین رو به نحوی عمل می نمایند که هیچ گونه تخلفی در اعمال و رفتارشان وجود نداشته باشد. همین روحیه پاسخگویی در محضر خداوند، باعث می گردد تا این گونه مدیران پاسخگویی به مالکان را نیز سرلوحه فعالیت های خود قرار می دهند.

آزمون فرضیه دوم در مورد تأثیر شیوع ویروس کرونا بر رابطه میان دین داری مدیران و کیفیت سود نشان می دهد که شیوع ویروس کرونا بر رابطه این دو تأثیر مثبت و معنی داری دارد. این تأثیر بدین معناست که شیوع ویروس کرونا توانسته است رابطه میان دین داری و کیفیت سود را محکم تر نماید. همان طور که در مبانی نظری نیز عنوان شد، شیوع ویروس کرونا توانسته تأثیر مثبتی بر دین داری افراد داشته باشد. همین تأثیر توانسته بر رابطه میان دین داری مدیران و کیفیت سود شرکت ها تأثیرگذار باشد. شیوع ویروس کرونا علیرغم تمامی مشکلات و معضلاتی که برای بشریت به ارمغان آورده، باعث گردیده تا باور و اعتقاد به خداوند افزایش پیدا کند. بالا رفتن باورهای دینی و اعتقاد به خداوند باعث می گردد تا ویژگی های اخلاقی بیشتر نمود پیدا کند و همین موضوع می تواند تأثیر مثبتی بر رابطه دین داری مدیران و کیفیت داشته باشد.

اطلاعات و گزارش های مالی را می توان یکی از با ارزش ترین منابع اطلاعاتی برای استفاده کنندگان در تصمیم گیری های اقتصادی دانست. در میان اطلاعات مالی رقم سود یکی از اولین اطلاعاتی است که تمام استفاده کنندگان علاقه مند به آن هستند. رقم سود

استانداردهای حسابداری و گزارش شده در صورت‌ها و گزارش‌های مالی با سود واقعی شرکت که ناشی از فعالیت‌ها و عملکرد شرکت است، نزدیک می‌باشد. هر چه کیفیت سود شرکت‌ها افزایش یابد، اطمینان استفاده‌کنندگان به شرکت نیز افزایش می‌یابد.

همان‌طور که در مبانی نظری هم گفته شد، تمامی مطالعات حوزه علوم انسانی و علوم اجتماعی تحت تأثیر دین‌داری می‌باشد. نتایج این تحقیق نیز نشان داد که بحث دین‌داری و باورهای دینی مدیران می‌تواند بر روی کیفیت سود شرکت‌ها تأثیرگذار باشد. این نتایج تأکیدی دوباره بر این موضوع است که بحث دین‌داری در کشور همچنان یکی از موضوعات بسیار تأثیرگذار بر روی تحقیقات حوزه علوم اجتماعی می‌باشد. هرچند امروزه مباحثی در خصوص کم‌رنگ شدن نقش دین و باورهای دینی در جامعه می‌شود، با این حال نتایج تحقیقات و از جمله تحقیق حاضر نشان می‌دهد که همچنان باورهای دینی افراد بر روی نحوه عملکرد و همچنین تصمیم‌گیری‌ها آن‌ها مؤثر است.

می‌تواند تحت تأثیر انتخاب‌های مدیران قرار گیرد. از این رو ویژگی‌های مدیران کاملاً بر نحوه اندازه‌گیری سود تأثیرگذار است و رقم سود را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در این شرایط مفهوم کیفیت سود می‌تواند به تصمیم‌گیرندگان کمک نماید تا اطلاعات مطلوب‌تری را دریافت نمایند. نتایج این تحقیق نشان داد که کیفیت سود نیز می‌تواند تحت تأثیر دین‌داری مدیران قرار گیرد. به این ترتیب می‌توان عنوان کرد که دین‌داری مدیران می‌تواند باعث بهبود راهبری شرکتی گردد و باعث افزایش کیفیت گزارشگری و سودمندی اطلاعات مندرج در صورت‌های مالی گردد.

با توجه به نتایج به دست آمده می‌توان انتظار داشت که مجامع عمومی و اعضای هیئت‌مدیره در زمان انتخاب مدیران به بحث دین‌داری آن‌ها و پایبندی مدیران به باورهای دینی توجه داشته باشند. چرا که هر چه سطح دین‌داری مدیران و اعضای هیئت‌مدیره شرکت‌ها بالاتر باشد باعث بهبود در کیفیت سود آن‌ها می‌گردد. کیفیت سود بالاتر می‌تواند این نوید را به سرمایه‌گذاران بالفعل و بالقوه شرکت بدهد که سود محاسبه شده توسط

منابع

بولو، قاسم؛ حسنی، مسعود. (۱۳۹۵). «مروری بر مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده کیفیت سود»، *مطالعات حسابداری و حسابرسی*، ۵ (۲۰)، ۳۴-۵۳.

صادق‌نیا، مهرباب. (۱۳۹۹). «کرونا دست‌های زمینی‌ترین آدم‌ها را رو به آسمان کرد»، آدرس:

<http://rasanews.ir/fa/news/646541>

طالبان، محمدرضا. (۱۳۸۴). «مبانی نظری مقیاس‌های دینی»، تهران: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.

فرجی، مهدی؛ حمیدی، نفیسه. (۱۳۸۷). «آسیب‌شناسی تربیت دینی در بین جوانان (با تأکید بر جوانان شهر تهران)»، تهران: سازمان ملی جوانان.

کمالوند، پیمان. (۱۳۹۹). «درک شاکش علم و دین از ستیز تا کنش»، به دنبال راهی برای رهایی»، آدرس:

adyannews.com

منظری توکلی، علیرضا؛ عراقی پور، نجمه. (۱۳۸۹). «بررسی رابطه بین دین‌داری و شادکامی در بین دانشجویان دختر دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان سال ۱۳۸۸»، *فصلنامه روانشناسی تربیتی*، ۶ (۱۹)، ۴۵-۱۹.

نمازی، محمد؛ بایزیدی، انور؛ جبارزاده کنگرلویی، سعید. (۱۳۹۰). «بررسی رابطه بین کیفیت حسابرسی و مدیریت سود شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران»، *فصلنامه تحقیقات حسابداری و حسابرسی*، ۳ (۹)، ۲۱-۴.

- Abdelsalam, O., Duygun, M., Matallín-Sáez, J. C., & Tortosa-Ausina, E. (2017). Is ethical money sensitive to past returns? The case of portfolio constraints and persistence in Islamic funds. *Journal of Financial Services Research*, 51(3), 363-384.
- Adhikari, B. K., & Agrawal, A. (2016). Does local religiosity matter for bank risk-taking? *Journal of Corporate Finance*, 38, 272-293.
- Barth, M. E., Beaver, W. H., & Landsman, W. R. (2001). The relevance of the value relevance literature for financial accounting standard setting: another view. *Journal of accounting and economics*, 31(1-3), 77-104.
- Blau, B. M. (2017). Religiosity and the volatility of stock prices: A cross-country analysis. *Journal of Business Ethics*, 144(3), 609-621.
- Callen, J. L., & Fang, X. (2015). Religion and stock price crash risk. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 50(1-2), 169-195.
- Callen, J. L., Morel, M., & Richardson, G. (2011). Do culture and religion mitigate earnings management? Evidence from a cross-country analysis. *International Journal of Disclosure and Governance*, 8(2), 103-121.
- Chen, K. Y., Elder, R. J., & Hung, S. (2010). The investment opportunity set and earnings management: Evidence from the role of controlling shareholders. *Corporate Governance: An International Review*, 18(3), 193-211.
- Chircop, J., Johan, S., & Tarsalewska, M. (2020). Does religiosity influence venture capital investment decisions? *Journal of Corporate Finance*, 62, 101589.
- Cohen, D. A., & Zarowin, P. (2010). Accrual-based and real earnings management activities around seasoned equity offerings. *Journal of accounting and Economics*, 50(1), 2-19.
- Conroy, S. J., & Emerson, T. L. (2004). Business ethics and religion: Religiosity as a predictor of ethical awareness among students. *Journal of business ethics*, 50(4), 383-396.
- Du, X., Jian, W., Lai, S., Du, Y., & Pei, H. (2015). Does religion mitigate earnings management? Evidence from China. *Journal of Business Ethics*, 131(3), 699-749.
- Dyreng, S. D., Mayew, W. J., & Williams, C. D. (2012). Religious social norms and corporate financial reporting. *Journal of Business Finance & Accounting*, 39(78), 845-875.
- Elias, R. Z. (2004). The impact of corporate ethical values on perceptions of earnings management. *Managerial Auditing Journal*, 19 (1), 84-98.
- Eriksson, L. M. J. (2015). Social norms theory and development economics. *World Bank Policy Research Working Paper*, (7450).
- GallejoAlvarez, I., RodríguezDomínguez, L., & Martín Vallejo, J. (2020). An analysis of business ethics in the cultural contexts of different religions. *Business Ethics: A European Review*, 29(3), 570-586.
- Grullon, G., Kanatas, G., & Weston, J. (2009). Religion and corporate (mis) behavior. *Available at SSRN 1472118*.
- Halikiopoulou, D., & Vasilopoulou, S. (2016). Political instability and the persistence of religion in Greece: The policy implications of the cultural defence paradigm. In *Multireligious Society* (pp. 73-86). Routledge.
- Hilary, G., & Hui, K. W. (2009). Does religion matter in corporate decision making in America? *Journal of Financial Economics*, 93 (3), 455-473..
- Javers, E. (2011). Religion, not money, often motivates corporate whistleblowers. *CNBC, Feb, 12*.
- Kanagaretnam, K., Lobo, G. J., & Wang, C. (2015). Religiosity and earnings management: International evidence from the banking industry. *Journal of Business Ethics*, 132(2), 277-296.
- Leventis, S., Dedoulis, E., & Abdelsalam, O. (2018). The impact of religiosity on audit pricing. *Journal of Business Ethics*, 148(1), 53-78.
- Longenecker, J. G., McKinney, J. A., & Moore, C. W. (2004). Religious intensity, evangelical Christianity, and business ethics: An empirical study. *Journal of business ethics*, 55(4), 371-384.

- McGuire, S. T., Omer, T. C., & Sharp, N. Y. (2012). The impact of religion on financial reporting irregularities. *The Accounting Review*, 87(2), 645-673.
- Melé, D., & Fontrodona, J. (2017). Christian ethics and spirituality in leading business organizations: Editorial introduction. *Journal of Business Ethics*, 145(4), 671-679.
- Montenegro, T. M. (2017). Religiosity and corporate financial reporting: evidence from a European country. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 14(1), 48-80.
- Parfet, W. U. (2000). Accounting subjectivity and earnings management: A preparer perspective. *Accounting Horizons*, 14(4), 481.
- Perkins, H. W., & Berkowitz, A. D. (1986). Perceiving the community norms of alcohol use among students: some research implications for campus alcohol education programming. *International Journal of the Addictions*, 21 (9-10), 961-976.
- Sridharan, U.V., Dickes, L., and Caines, W. R., (2002). The social impact of business failure: Enron. *Mid-American Journal of Business*, 17, 11-21.
- Tonoyan, V., Strohmeier, R., Habib, M., & Perlitz, M. (2010). Corruption and entrepreneurship: How formal and informal institutions shape small firm behavior in transition and mature market economies. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(5), 803-831.
- Vitell, S. J. (2009). The role of religiosity in business and consumer ethics: A review of the literature. *Journal of Business Ethics*, 90(2), 155-167.
- Vitell, S. J. (2009). The role of religiosity in business and consumer ethics: A review of the literature. *Journal of Business Ethics*, 90(2), 155-167.