

## بررسی تاثیر نظریه رفتار برنامه ریزی شده بر گزارشگری اجتماعی مبتنی بر انتظارات ذینفعان

یاسر بیرالوند<sup>۱</sup> و احمد مالمیری فیروز<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> کارشناس ارشد حسابداری، واحد تاکستان، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران (نویسنده مسئول) Yaser.bld@gmail.com

<sup>۲</sup> دانشجوی دکتری حسابداری، واحد نور، دانشگاه آزاد اسلامی، مازندران، ایران A.mfirooz1985@yahoo.com

### چکیده

بسیاری از ذینفعان، گزارشگری فعلی در رابطه با حوزه اجتماعی را برای نیازهایشان ناکافی می دانند لذا این مهم منجر به نارضایتی آنان شده است در رابطه با عدم تمایل به گزارشگری اجتماعی عوامل متعددی وجود دارد بر همین اساس این تحقیق به دنبال بررسی نقش نظریه رفتار برنامه ریزی شده بر گزارشگری اجتماعی می باشد. در این تحقیق تعداد ۱۳۸ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در دوره زمانی ۱۳۹۹-۱۳۹۸ بررسی شده است. جهت آزمون فرضیه ها از مدل های رگرسیون پولد استفاده شده، یافته های پژوهش نشان می دهد نظریه رفتار برنامه ریزی شده (نگرش نسبت به رفتار، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتار ادراک شده) و تعهد اخلاقی مدیران مالی بر تمایل به گزارشگری اجتماعی تاثیر مثبت معناداری دارد. **واژه های کلیدی:** نگرش نسبت به رفتار، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتار ادراک شده، تعهد اخلاقی مدیران، گزارشگری اجتماعی

## ۱- مقدمه

ذینفعان مختلف انتظارات متفاوتی از یک شرکت دارند و بنابراین نقش های متفاوتی در روابطشان با شرکت ها ایفا می کنند (فریمن<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰). به طور کلی نیازهای اطلاعاتی ذینفعان متفاوت بوده لذا ممکن است آنها به حالت های مختلفی از اطلاعات علاقه مند باشند، بر همین اساس واحدهای اقتصادی باید اقدام به افشاء اطلاعات بر اساس چارچوب توافق شده به منظور دست یابی اهداف مختلف ذینفعان نمایند (کلاین و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۷). یکی از این چارچوب های توافق شده در حوزه افشاء اطلاعات ارائه گزارش جهانی می باشد ارائه گزارشی که به این شکل، فرآیند سنجش و اعلان عملکرد پایداری و همچنین مسئول بودن در برابر ذینفعان داخلی و خارجی در قبال عملکرد اجتماعی و زیست محیطی سازمان است (روسا<sup>۳</sup>، ۲۰۱۰). با توجه به مباحث مذکور می توان گفت موجبات آگاهی ذینفعان از فعالیت های مدیریت شرکت، ارائه اطلاعات بر اساس چارچوب گزارشی که اجتماعی می باشد اما با توجه به اینکه مدیران در موقعیت های رقابتی دارای استراتژی های متفاوتی نیز هستند بر همین اساس ممکن است خواسته های برخی از گروه ها را مدنظر قرار ندهند که این مورد میتواند شکاف اطلاعاتی بین شرکت و ذینفعان را به دنبال داشته باشد (برایسون، ترجمه، ۱۳۹۰). بسیاری از پژوهش ها انگیزش های مدیریت را به منظور افشای اطلاعات داوطلبانه را برای کسب مشروعیت به ذینفعان مورد بررسی قرار دادند که نتایج آن در میان ملت ها و فرهنگ های مختلف، متفاوت بود (هوریش و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۴). برای دستیابی به الگوی افشاء اجتماعی و ارزیابی عوامل تاثیر گذار بر آن (از جمله عوامل مرتبط با نظریه رفتار برنامه ریزی شده) در ادامه به ارائه مبانی نظری، فرضیات و یافته های آماری پژوهش و نهایتا نتیجه گیری و پیشنهادات پرداخته می شود.

## ۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

افشای اطلاعات اجتماعی شرکت، ذینفعان را در اتخاذ تصمیمات مالی و سرمایه گذاری یاری می رساند و امکان درک عملکرد شرکت را در راستای اهداف اجتماعی فراهم می آورد. این مهم منجر می گردد که ذینفعان با استفاده از اطلاعات افشاء شده، قادر به درک رشد و سود دهی شرکت شوند (هوریش و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۱۴). شالتگر و واگنر<sup>۶</sup> (۲۰۰۶) مدعی اند که ارائه گزارش اجتماعی به دو دلیل حیاتی و مهم است: اول آن که ارتباط اطلاعات را موثر می سازد و تضمین می کند که آن اطلاعات به توسعه پایدار کمک می کند. دوم آن که ارتباط مذکور، از ارائه سطحی گزارش عملکرد پایداری (از جمله بعد اجتماعی) جلوگیری می کند؛ زیرا تنها اطلاعاتی ارائه می گردد که پشتوانه عملکرد واقعی دارند (کاسترلو و رودریگز<sup>۷</sup>، ۲۰۰۶). به طور کلی اطلاعات از جنبه اجتماعی شامل افشاء مزایای ارائه شده به کارمندان، بهداشت و ایمنی کارگران، میانگین ساعات آموزش به کارکنان و انجام هزینه هایی بابت پایداری شرکتی از جمله هزینه اعطایی به امور خیریه و هزینه های مشخص شده از سوی دولت به منظور بازسازی یا کمک و نظایر آن به صورت بلاعوض است (آلوارز و اورتا<sup>۸</sup>، ۲۰۱۷). با توجه به مباحث مذکور می توان گفت یکی از موضوعات حائز اهمیت که موجبات آگاهی ذینفعان از فعالیت های مدیریت شرکت می شود، ارائه اطلاعات اجتماعی بر اساس چارچوب پایداری شرکتی می باشد اما با توجه به اینکه مدیران در موقعیت های رقابتی دارای استراتژی های متفاوتی نیز هستند بر همین اساس ممکن است خواسته های برخی از گروه ها را مدنظر قرار ندهند که این مورد می تواند شکاف اطلاعاتی بین شرکت و ذینفعان را به دنبال داشته باشد (برایسون<sup>۹</sup>، ۱۳۹۰). به اینکه به طور ضمنی، تمایل شرکت در گزارشی اجتماعی در درجه اول با در دسترس بودن منابع و فشار از ذینفعان عمده تعیین می شود اما عوامل تعیین کننده ای در همین راستا وجود دارد که قصد و تمایل به گزارشی اجتماعی را تعیین می کند یکی از این عوامل موارد مرتبط با نظریه

1 Freeman

2 Kleine and Et al

3 Roosa

4 Horisch and Et al

5 Horisch and Et al

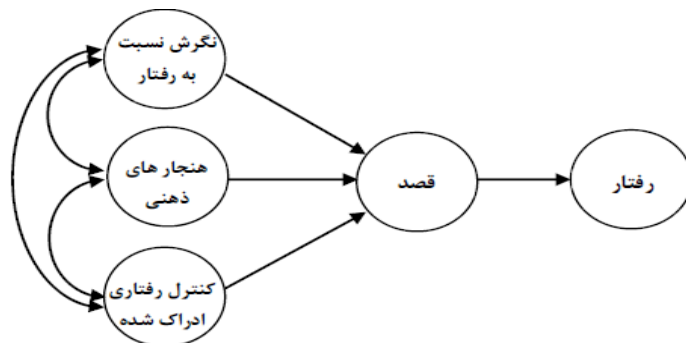
6 Schalter and Wagner

7 Castelo and Rodrigues

8 Alvarez and Ortas

9 Bryson

رفتار برنامه ریزی می باشد که در ادامه مبانی نظری مربوط به آن ارائه می گردد. نظریه رفتار برنامه ریزی شده یکی از تأثیرگذارترین و شناخته شده ترین نظریه های مورد استفاده در پژوهش های روانشناسی برای پیش بینی و توضیح رفتار انسان است. نظریه رفتار برنامه ریزی شده از نظریه اقدام منطقی (TRA) توسعه یافته است (آجزن<sup>۱۰</sup>، ۱۹۸۰). در حالی که نظریه اقدام منطقی بر این فرض است که نگرش ها و هنجارهای ذهنی عوامل تعیین کننده ای برای اهداف و رفتار است. نظریه رفتار برنامه ریزی شده "کنترل رفتاری درک شده" را به عنوان یک متغیر اضافی در نظر می گیرد که قصد و رفتار را پیش بینی می کند. از این رو، از دیدگاه نظریه رفتار برنامه ریزی شده، نگرش، هنجار ذهنی و کنترل رفتاری درک شده، عواملی هستند که بر روی قصد رفتاری فرد تأثیر می گذارند که به انگیزه فرد برای انجام رفتار اشاره دارند (ساریخانی و همکاران، ۱۳۹۸). آجزن (۱۹۹۱) نگرش را بدین معنی که فرد به چه میزان یک رفتار را مطلوب یا نامطلوب ارزیابی می کند، تعریف کرده است. هنجارهای ذهنی نیز بیانگر ادراک فرد از نظرات برخی افراد برجسته است که بر تصمیم گیری فرد تأثیر می گذارند. به عبارت دیگر، هنجارهای ذهنی، تمایل فرد را برای نمایش رفتاری تأثیر گرفته از افراد مهم جامعه توصیف می کند. کنترل رفتاری درک شده نیز به معنای درکی است که یک فرد در مورد توانایی خود برای انجام رفتاری خاص دارد. تورادنیایا و همکاران<sup>۱۱</sup> (۲۰۱۵) کنترل رفتاری درک شده را به معنای وضعیتی که فردی کنترل کاملی بر انجام یک رفتار را ندارد، بیان نموده اند. همان طور که تورادنیایا و همکاران (۲۰۱۵) بیان نمودند، نه تنها اقدامات افراد به طور کلی تحت تأثیر اطلاعاتی است که مرتباً پردازش و عمل می کنند، بلکه اقدامات آنها تا حد قابل توجهی تحت تأثیر دسترسی به منابع و نیروهای خارجی است که نفوذ زیادی بر انجام اعمال آنها دارند به همین ترتیب، تمایز قابل توجهی که بین نظریه رفتار برنامه ریزی شده و نظریه اقدام منطقی است، در این واقعیت است که نظریه اقدام منطقی، تأثیر دسترسی منابع بر عملکرد رفتار یک فرد را در نظر نمی گیرد. به طور خلاصه از دیدگاه نظریه رفتار برنامه ریزی شده و رفتار واقعی یک فرد بستگی به نگرش فرد نسبت به رفتار، تأثیر دیگر افراد مهم جامعه بر رفتار فرد و ظرفیت فرد برای انجام رفتار دارد. مدل مفهومی نظریه رفتار برنامه ریزی شده به شرح شکل شماره (۱) می باشد:



شکل شماره (۱): نظریه رفتار برنامه ریزی شده (منبع، آجزن، ۱۹۹۱)

تئوری رفتار برنامه ریزی شده نظریه ای است که چارچوبی برای گسترش درک افراد از نیت های رفتاری برای شرکت در فعالیت های اجتماعی مربوط به نگرش مدیران، هنجار ذهنی بازتاب انتظارات ذینفعان و کنترل رفتار ادراک شده به عنوان عوامل تأثیر گذار بر قصد شرکت در مشارکت فعالیت های اجتماعی فراهم می آورد (فدر و ویدنبرگر<sup>۱۲</sup>، ۲۰۱۹). در کسب و کارهای گسترده، نگرش و ادراکات مدیران نسبت به گزارشگری اجتماعی می تواند تأثیر بسزایی در تصمیم گیری شرکت در این فعالیت ها داشته باشد و تصمیمات مدیریتی به عنوان یک عامل مهم برای اجرای موفقیت آمیز حسابداری و گزارشگری اجتماعی در شرکت ها در نظر گرفته می شود (پوندویل و همکاران<sup>۱۳</sup>، ۲۰۱۳). پک و آجزن<sup>۱۴</sup> (۱۹۹۱) مدل بسط داده شده

10 Ajzen

11 Thoradeniya and et al

12 Feder and Weißenberger

13 Pondeville and et al

14 Beck and Ajzen

نظریه رفتار برنامه ریزی شده را با اضافه نمودن شاخص تعهد اخلاقی ارائه نمودند. آنها به این نتیجه دست یافتند که با اضافه کردن شاخص تعهد اخلاقی، قدرت مدل در پیش بینی قصد رفتار افزایش می یابد. تعهد اخلاقی یکی از عواملی غیر از مدل تئوری رفتار برنامه ریزی شده است که می تواند قصد و رفتار مدیران را در گزارشگری اجتماعی تحت تاثیر قرار دهد. موسستیکسری<sup>۱۵</sup> (۲۰۰۹) استدلال می کند که مدل تئوری رفتاری برنامه ریزی شده همچنان امکان افزودن متغیرهای پیش بینی کننده اضافی، علاوه بر نگرش، هنجار ذهنی و کنترل رفتار ادراک شده را دارد. بر اساس مدل وو و چن<sup>۱۶</sup> (۲۰۱۴) تعهد اخلاقی بر هنجار ذهنی تاثیر می گذارد. تعهد اخلاقی یک هنجار ذاتی در یک فرد است و بیان کننده تمایل افراد به انجام یک رفتار بر اساس مسئولیت وظیفه شخصی است و بعید به نظر می رسد که بین دیگران مشترک باشد. در واقع رفتار، با قصد و نیتی شروع می شود که پیش زمینه این قصد و نیت، نگرش نسبت به رفتار، هنجارهای ذهنی، کنترل ادراک شده و تعهد اخلاقی است (ساریخانی و همکاران، ۱۳۹۸). لذا یک عامل مهم، تعهد مدیریت نسبت به اجتماع و محیط زیست است، هر چه مدیران اهمیت بیشتری نسبت به جامعه و محیط زیست قائل باشند، احتمالاً تمایل به گزارشگری اجتماعی در این زمینه دارند (تورادنی و همکاران، ۲۰۱۵). در حالی که در ادبیات، ریسک رفتاری<sup>۱۷</sup> یک مفهوم شناسی دقیق از واژه «ادراک» صورت نگرفته است که شاید علت آن نه عامدانه که غافلانه باشد، تنها در معدود مقالات اقتصادی مثل شوارتز<sup>۱۸</sup> (۱۹۹۸) و ویر<sup>۱۹</sup> (۲۰۰۴) این مفهوم بکار رفته است. همچنین این مفهوم بیشتر در رفتار سازمانی بکار رفته است و نه در مالی رفتاری. از آن جا که ادراک از پدیده ها بر برآوردهای ذهنی و در نتیجه تصمیم گیری و رفتار انسان اثرگذار است از اهمیت زیادی برخوردار می باشد. اغلب گفته می شود که "هر کس دنیا را با دید متفاوتی می بیند" (ناطق گلستان، ۱۳۹۶). بنابراین می توان گفت که فراگرد دریافت و تعبیر و تفسیر محرک های محیطی را ادراک<sup>۲۰</sup> گویند. در تعریف دیگری ادراک در واقع به این معناست که ادراک کننده بر اساس شفافیت اطلاعات احساس شده خویش از پدیده قابل ادراک بر اساس تخصص و تجربیات گذشته خویش به قضاوت نهایی در مورد آن پدیده می پردازد (ریکاردی<sup>۲۱</sup>، ۲۰۰۸). این در حالی است که یکی از واقعیت ها در فضای تصمیم گیری و اقدام مدیران، ریسک می باشد که ادراکات متفاوتی از این پدیده وجود دارد. از دهه ۱۹۶۰ به منظور توضیح رفتار مصرف کنندگان، نظریه ادراک ریسک<sup>۲۲</sup> مورد استفاده قرار گرفته است. تحقیقات قابل توجهی در مورد تاثیر ریسک بر تصمیم گیری مصرف کنندگان سنتی انجام شده است (لین<sup>۲۳</sup>، ۲۰۰۸) پیترو و ریان<sup>۲۴</sup> (۱۹۷۶)، ادراک ریسک را به عنوان نوعی از زیان مورد انتظار ذهنی تعریف می کند و همچنین فیدرمن و پاولو<sup>۲۵</sup> (۲۰۰۳) ادراک ریسک را به عنوان یک زیان احتمالی در پی یک نتیجه عمل تعریف می کند. کانینگهام<sup>۲۶</sup> (۱۹۴۷) اشاره کرد که ریسک ادراک شده، میزان زیان بالقوه ای (یعنی آنچه که در معرض خطر است) است که از نتایج یک رفتار نامناسب ناشی می شود و یا احساس اطمینانی است که فردی نسبت به نتایج نامطلوب یک رفتار درک می کند، وو و چن<sup>۲۷</sup> (۲۰۱۴) در مدل خود نشان دادند که ریسک ادراک شده بر نگرش تمایل به انجام یک رفتار تاثیر گذار است. ریسک ادراک شده یکی از عواملی است که تاثیر مستقیمی بر نگرش داشته و در نهایت رفتار افراد را تحت تاثیر قرار می دهد (تسانک و وانک<sup>۲۷</sup>، ۲۰۱۶). تردیدهای مدیریت ارشد به عنوان ریسک ادراک شده نسبت به عدم بکارگیری گزارشگری اجتماعی به عنوان یکی از عوامل مهم در اجرای آن در نظر گرفته شد (مارتین و هدلی، ۲۰۰۸). این

15 Mustikasari

16 Wu and Chen

17 Behavioral risk

18 Schwartz

19 Wyer

20 Perception

21 Ricciardi

22 Perceived Risk

23 Lin

24 Peter and Ryan

25 Pavlo

26 Cunningham

27 Tesanc and Vank

پژوهش در ادامه با الگوی موجود جهت گزارشگری اجتماعی به بررسی تاثیر عوامل نظریه رفتار برنامه ریزی شده (نگرش نسبت به رفتار، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتار ادراک شده) و تعهد اخلاقی مدیران بر تمایل به گزارشگری اجتماعی می پردازد.

### ۳- فرضیات پژوهش

با توجه به مبانی نظری ارائه شده و برای پاسخ به سوالات تحقیق، فرضیات زیر مطرح می گردد:

فرضیه ۱: نظریه رفتار برنامه ریزی شده مدیران مالی بر گزارشگری اجتماعی مبتنی بر انتظارات دینفعان تاثیر دارد.  
فرضیه فرعی ۱-۱: نگرش نسبت به رفتار مدیران مالی بر تمایل به گزارشگری اجتماعی مبتنی بر انتظارات دینفعان تاثیر دارد.  
فرضیه فرعی ۱-۲: هنجارهای ذهنی مدیران مالی بر تمایل به گزارشگری اجتماعی مبتنی بر انتظارات دینفعان تاثیر دارد.  
فرضیه فرعی ۱-۳: کنترل رفتار ادراک شده مدیران مالی بر تمایل به گزارشگری اجتماعی مبتنی بر انتظارات دینفعان تاثیر دارد.

فرضیه ۲: تعهد اخلاقی مدیران مالی بر تمایل به گزارشگری اجتماعی مبتنی بر انتظارات دینفعان تاثیر دارد.

### ۴- روش شناسی پژوهش

#### ۴-۱- روش و مدل های پژوهش

این تحقیق از لحاظ هدف کاربردی می باشد روش این تحقیق برای حصول اهداف ذکر شده از نوع توصیفی - تحلیلی است به این معنی که ضمن توصیف نتایج به تحلیل آماری نیز نیاز خواهد بود. با این حال، برای تحلیل آماری نیز از نرم افزار SPSS (نسخه ۲۱) و Eviews (نسخه ۹) استفاده شده است و برای آزمون فرضیات مرتبط با متغیرهای نظریه رفتار برنامه ریزی شده و گزارشگری اجتماعی مبتنی بر انتظارات دینفعان از روش حداقل مربعات و مدل های تحقیق کیون<sup>۲۸</sup> و همکاران (۲۰۱۵)، کاسپرسن و جوهانسون<sup>۲۹</sup> (۲۰۱۶) و ژانگ (۲۰۱۷) استفاده می گردد:

$$\text{مدل آزمون فرضیه ۱-۱: } ESCORE_{it} = \beta_0 + \beta_1 H1\_1_{it} + \beta_2 ARE_{it} + \beta_3 AGE_{it} + \beta_4 SIZE_{it} + \beta_5 LEV_{it} + \varepsilon_{it}$$

$$\text{مدل آزمون فرضیه ۱-۲: } ESCORE_{it} = \beta_0 + \beta_1 H1\_2_{it} + \beta_2 ARE_{it} + \beta_3 AGE_{it} + \beta_4 SIZE_{it} + \beta_5 LEV_{it} + \varepsilon_{it}$$

$$\text{مدل آزمون فرضیه ۱-۳: } ESCORE_{it} = \beta_0 + \beta_1 H1\_3_{it} + \beta_2 ARE_{it} + \beta_3 AGE_{it} + \beta_4 SIZE_{it} + \beta_5 LEV_{it} + \varepsilon_{it}$$

$$\text{مدل آزمون فرضیه ۲: } ESCORE_{it} = \beta_0 + \beta_1 H2_{it} + \beta_2 ARE_{it} + \beta_3 AGE_{it} + \beta_4 SIZE_{it} + \beta_5 LEV_{it} + \varepsilon_{it}$$

در این مدل ها متغیرهای  $H1\_1$ ،  $H1\_2$ ،  $H1\_3$  و  $H2_{it}$  به ترتیب نگرش نسبت به رفتار، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتار ادراک شده مدیران مالی و تعهد اخلاقی مدیران مالی می باشد و متغیرهای  $ARE$ ،  $AGE$ ،  $SIZE$  و  $LEV$  به ترتیب مکان شرکت، عمر، اندازه و اهرم مالی شرکت می باشد. بازه زمانی پژوهش حاضر سالهای ۱۳۹۸ الی ۱۳۹۹ و جامعه آماری آن شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. به لحاظ افزایش قابلیت مقایسه، باید سال مالی شرکت های مورد بررسی پایان اسفند ماه هر سال باشد. جزء شرکت های سرمایه گذاری و واسطه گری مالی به دلیل ماهیت خاص فعالیت آنها نباشند. هم چنین، در بازه زمانی مذکور نماد معاملاتی شرکت ها نباید وقفه معاملاتی بیش از سه ماه داشته باشند و دوره مالی خود را تغییر داده باشند. در ضمن باید اطلاعات مورد نیاز متغیرهای پژوهش (صورت های مالی، یادداشت های همراه و گزارش هیأت مدیره به مجمع) در دسترس باشد. با در نظر گرفتن شرایط بالا، نمونه ای با حجم ۱۳۸ شرکت از جامعه آماری شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران انتخاب شده است.

#### ۴-۲- روش محاسبه متغیرهای پژوهش

متغیر وابسته در این پژوهش گزارشگری اجتماعی می باشد که ابتدا برای دسترسی به الگوی گزارشگری اجتماعی از پرسشنامه استاندارد G4 (استاندارد بین المللی توسعه پایدار) استفاده شده است. در ادامه مولفه های گزارشگری اجتماعی بر اساس استاندارد بین المللی توسعه پایدار به شرح زیر ارائه می گردد.

جدول (۱) فهرست مولفه های گزارشگری اجتماعی

ردیف	نام مولفه های گزارشگری اجتماعی
۱	مزایای ارائه شده به کارمندان تمام وقت که برای کارمندان موقت یا پاره وقت ارائه نمی شود
۲	مرخصی والدین
۳	کمیته رسمی مشترک مدیریت بهداشت و ایمنی کارگران
۴	میانگین ساعت آموزش در سال به ازای هر کارمند
۵	ریسک قابل توجه عملیات و تامین کنندگان در خصوص اجبار و کار
۶	حوادث نقض مربوط به حقوق مردمان بومی
۷	عملیات با مشارکت جامعه محلی، ارزیابی تأثیر و برنامه های توسعه
۸	تأثیرات منفی اجتماعی در زنجیره تأمین و اقدامات انجام شده
۹	حوادث عدم رعایت بهداشت و تأثیرات ایمنی محصولات و خدمات
۱۰	عدم رعایت قوانین و مقررات در حوزه اجتماعی و اقتصادی

در ادامه عملکرد افشاء گزارشگری اجتماعی را به این شکل محاسبه میکنیم که اگر شرکت مولفه مورد نظر را افشاء کرده باشد امتیاز ۱ و در غیر اینصورت امتیاز ۰ داده می شود. مدل افشاء غیرروزی برای محاسبه امتیاز افشاء هر شرکت بر اساس پژوهش های مهدوی و همکاران (۱۳۹۴) و صالح و همکاران (۲۰۱۰) به صورت زیر بیان می شود.

$$= \sum_{j=1}^n \frac{D_j}{n} \text{DOCS}$$

DOCS = امتیاز افشاء یک شرکت

Dj = مجموع ارزش تعداد اقلام افشاء شده یک شرکت

n = حداکثر امتیازی که یک شرکت میتواند کسب کند (۳۳ مولفه طبق نتایج آزمون فرضیه اول)

متغیر مستقل در این پژوهش به شرح زیر اندازه گیری می شود:

#### نحوه اندازه شاخص های نظریه رفتار برنامه ریزی شده مدیران مالی

در ادامه با توجه به نظریه رفتار برنامه ریزی شده، ادراک ریسک را در کنار مولفه های نگرش، هنجار ذهنی، کنترل رفتار ادراک شده و تعهد اخلاقی قرار می دهد تا تمایل به گزارشگری اجتماعی را بررسی نماید.

جدول (۲) پرسشنامه مربوطه به شاخص های نظریه رفتار برنامه ریزی شده مدیران مالی

ردیف	گویه ها	شاخص
۱	از دیدگاه مدیران، گزارشگری اجتماعی برای شرکت ما خوب است.	نگرش نسبت به رفتار مدیران مالی
۲	از دیدگاه مدیران، گزارشگری اجتماعی برای شرکت ما ارزشمند است.	
۳	از دیدگاه مدیران، گزارشگری اجتماعی برای شرکت ما مفید است.	
۴	از دیدگاه مدیران، گزارشگری اجتماعی برای شرکت ما معنی دار است.	
۵	از دیدگاه مدیران، اکثر ذینفعان داخلی (کارمندان، مدیران و سهامداران) تمایل دارند شرکت ما گزارشگری اجتماعی داشته باشد.	تمایل دارند
۶	از دیدگاه مدیران، اکثر ذینفعان شرکت ما (سهامداران، کارمندان، مدیران، جامعه و ..) تمایل دارند شرکت ما گزارشگری اجتماعی داشته باشد.	

از دیدگاه مدیران، اکثر سازمان هایی که نظرشان برای شرکت ما مهم و با ارزش است، تمایل به گزارشگری اجتماعی دارند.	۷	هنجارهای ذهنی مدیران مالی
از دیدگاه مدیران، بسیاری از شرکت های مشابه شرکت ما، تمایل به گزارشگری اجتماعی دارند.	۸	
از دیدگاه مدیران، گزارشگری اجتماعی برای شرکت ما آسان است.	۹	کنترل رفتار ادراک شده
از دیدگاه مدیران، گزارشگری اجتماعی برای شرکت ما امکان پذیر است.	۱۰	
از دیدگاه مدیران، شرکت ما اختیار تصمیم در حوزه گزارشگری اجتماعی دارد.	۱۱	مدیران مالی
از دیدگاه مدیران، شرکت ما تصمیم به مشارکت در حوزه گزارشگری اجتماعی دارد.	۱۲	

## نحوه اندازه متغیر تعهد اخلاقی مدیران مالی

جدول (۳) پرسشنامه مربوطه به متغیر تعهد اخلاقی مدیران مالی

از دیدگاه مدیران، شرکت ما با عدم گزارشگری اجتماعی احساس گناه می کند.	۱
از دیدگاه مدیران، عدم گزارشگری اجتماعی از نظر اخلاقی اشتباه است.	۲
از دیدگاه مدیران، عدم گزارشگری اجتماعی بر خلاف اصول و موازین شرکت ما است.	۳

## نحوه اندازه گیری متغیرهای کنترلی

متغیرهای کنترلی مرتبط با گزارشگری اجتماعی به شرح زیر اندازه گیری می شود:

- اندازه شرکت: برای اندازه گیری این متغیر از لگاریتم طبیعی مجموع دارایی ها استفاده می شود.
- اهرم مالی: برای اندازه گیری این متغیر از نسبت کل بدهی ها به کل دارایی ها استفاده می شود.
- مکان شرکت: متغیر ساختگی است که اگر شرکت در منطقه توسعه یافته اقتصادی باشند از متغیر مصنوعی ۱ (یک) و در غیر این صورت از متغیر مصنوعی ۰ (صفر) استفاده می شود به طور کلی ویژگی های مناطق توسعه یافته اقتصادی شامل سرمایه فیزیکی و انسانی، شبکه های ارتباطاتی، بازبودن اقتصاد، ساختار صنعتی، نرخ رشد جمعیت می باشد (ژانگ، ۲۰۱۷). در این تحقیق شرکتهایی که به صورت رسمی در منطقه جغرافیایی کلان شهرها فعالیت می کنند به عنوان شرکتهای توسعه یافته اقتصادی در نظر گرفته شده اند.
- عمر شرکت: سن شرکت می باشد که برای اندازه گیری آن از لگاریتم سال هایی که شرکت در بورس اوراق بهادار پذیرفته شده، استفاده می شود.

## ۵- یافته های پژوهش

## ۵-۱- نتایج آمار توصیفی و نرمالیت

آمار توصیفی متغیرهای تحقیق به شرح زیر ارائه می گردد:

جدول (۴) آمار توصیفی متغیرهای تحقیق

متغیر	میانگین	میانه	بیشینه	کمینه	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
نگرش نسبت به رفتار مدیران مالی (H1_1)	۳/۱۳۰	۳/۰۰۰	۵/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۸۸۴	-۰/۱۵۴	۲/۷۲۶
هنجارهای ذهنی مدیران مالی (H1_2)	۲/۹۵۹	۳/۰۰۰	۵/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۸۳۹	-۰/۱۲۱	۲/۹۳۱
کنترل رفتار ادراک شده مدیران مالی (H1_3)	۳/۰۷۷	۳/۰۰۰	۵/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۸۸۶	-۰/۳۶۶	۲/۵۸۸
تعهد اخلاقی مدیران مالی (H2)	۳/۱۰۹	۳/۳۳۳	۵/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۹۹۵	-۰/۲۴۰	۲/۲۷۶
گزارشگری اجتماعی (ESCORE)	۰/۳۰۶	۰/۳۰۰	۰/۸۰۰	۰/۰۰۰	۰/۱۸۸	۰/۵۰۱	۲/۵۹۲
عمر شرکت (AGE)	۳/۶۴۸	۳/۷۳۷	۴/۲۰۴	۲/۳۹۷	۰/۳۹۱	-۰/۷۱۱	۲/۷۹۶

۳/۰۳۳	۰/۷۲۶	۱/۷۳۴	۱۲/۰۳۱	۲۰/۷۶۸	۱۵/۳۲۳	۱۵/۷۵۱	اندازه شرکت (SIZE)
۲/۶۱۲	۰/۲۱۷	۰/۲۱۰	۰/۰۳۱	۱/۰۸۴	۰/۴۶۵	۰/۴۷۶	اهرم مالی (LEV)

جدول (۵) آمار توصیفی فراوانی متغیرهای تحقیق

متغیر	میانگین
مکان شرکت (ARE)	سال - شرکتهای در منطقه توسعه یافته اقتصادی: ۱۶۸ سال - شرکتهای فاقد منطقه توسعه یافته اقتصادی: ۱۰۸

با توجه به آماره توصیفی، می توان شاخص های بالا را به شاخص های مرکزی، پراکندگی و سایر شاخص ها تقسیم نمود، که شاخص های مرکزی عبارت از شاخص میانگین و میانه، شاخص های پراکندگی عبارت از شاخص انحراف معیار و سایر شاخص ها عبارت از شاخص بیشینه، کمینه، چولگی و کشیدگی می باشد. به طور خلاصه میانگین متغیر اهرم مالی نشان می دهد که شرکت های نمونه آماری برای تامین ساختار سرمایه خود ۴۷/۶ درصد از بدهی ها استفاده می کنند و مابقی ساختار سرمایه خود را از حقوق صاحبان سهام تامین می نمایند دلیل این مورد، احتمالاً هزینه بالای تامین مالی در کشور می باشد. همچنین متغیر مکان شرکت نشان می دهد که ۱۶۸ شرکت در منطقه توسعه یافته اقتصادی قرار دارد و ۱۰۸ شرکت در منطقه توسعه یافته اقتصادی قرار ندارد. در مورد ضریب چولگی منفی برخی از متغیرها نیز میتوان گفت که این موضوع حاکی از وجود چوله به راست و تمایل این متغیرها به مقادیر کوچکتر است، همچنین مثبت بودن ضرایب کشیدگی، حکایت از این مطلب دارد که از توزیع نرمال بلندتر بوده و داده ها حول میانگین متمرکز شده است.

در ادامه یکی از مهم ترین فرضیه های رگرسیونی، نرمال بودن توزیع متغیر وابسته می باشد که میتوان بر اساس آن، اعتبار مدل را بررسی کرد. نتایج آزمون نرمال بودن به شرح جدول (۶) می باشد.

جدول (۶) نتایج بررسی نرمال بودن توزیع متغیر وابسته

نتایج آزمون KS (نرمالیته)						متغیر
سطح معنی داری	آماره K-Z	کمینه	بیشینه	انحراف معیار	میانگین	
۰/۰۷۸	۱/۰۲۶	۰/۰۰۰	۰/۸۰۰	۰/۱۸۸	۰/۳۰۶	گزارشگری اجتماعی (ESCORE)

مقادیر سطح معنی داری آزمون K-S برای متغیر وابسته بالاتر از ۰/۰۵ می باشد بنابراین فرضیه  $H_0$  مبنی بر نرمال بودن توزیع این متغیر پذیرفته می شود و گویای آن است که متغیر وابسته تحقیق دارای توزیع نرمال می باشد.

## ۵-۲- نتایج آمار استنباطی و برآورد مدل فرضیات

برای آزمون فرضیات ابتدا آزمون های پیش فرض و در نهایت یافته های تحقیق به تفکیک هر یک از فرضیه ها به شرح زیر ارائه می گردد.

### ۵-۲-۱- نتایج آزمون فرضیه ۱-۱

فرضیه فرعی ۱-۱: نگرش نسبت به رفتار مدیران مالی بر تمایل به گزارشگری اجتماعی مبتنی بر انتظارات ذینفعان تاثیر دارد.

جدول (۷) نتایج برآورد مدل برای فرضیه ۱-۱ پژوهش

نام و نماد متغیر	ضریب رگرسیون	آماره t	سطح معنی داری	آماره VIF
نگرش نسبت به رفتار مدیران مالی (H1_1)	۰/۰۹۵	۸/۲۹۱	۰/۰۰۰	۱/۰۰۲



۱/۰۳۵	۰/۰۴۱	۲/۱۲۳	۰/۰۴۵	مکان شرکت (ARE)
۱/۰۸۱	۰/۷۷۷	۰/۲۸۲	۰/۰۰۷	عمر شرکت (AGE)
۱/۰۳۳	۰/۰۲۷	۲/۴۷۱	۰/۰۱۴	اندازه شرکت (SIZE)
۱/۰۳۴	۰/۰۲۰	-۲/۵۰۱	-۰/۱۲۳	اهرم مالی (LEV)
-	۰/۸۶۱	۰/۱۷۴	۰/۰۲۶	مقدار ثابت
۲/۰۳۵	آماره دوربین واتسون	۱۵/۹۸۶ (۰/۰۰۰)		آماره F (سطح معنی داری)
۵/۴۶۲ (۰/۰۷۱)	آماره جارکو برا (سطح معنی داری)	۰/۲۵۵		(ضریب تعیین)
Prob. ۰/۱۸۲	۱/۷۱۱			آماره Godfrey
Prob. ۰/۴۰۸	۰/۶۸۶			آماره ARCH

بر اساس نتایج آزمون فرضیه ۱-۱ تحقیق، که در جدول (۷) ارائه شده است، سطح معنی داری آماره ARCH بیشتر از سطح خطای مورد پذیرش (۵ درصد) بوده، لذا رگرسیون دارای ناهمسانی واریانس نمی باشد. در مرحله بعد آماره Godfrey آزمون واقع شد لذا سطح معنی داری آماره Godfrey بیشتر از سطح خطای مورد پذیرش (۵ درصد) بوده، این موضوع بیانگر این است که رگرسیون دارای مشکل خود همبستگی سریالی نمی باشد، با توجه به اینکه آماره F (۰/۰۰۰) دارای سطح معناداری زیر (۵ درصد) می باشد، بنابراین رگرسیون قدرت تبیین دارد. ضریب تعیین مدل نیز گویای آن است که ۲۵/۵ درصد از تغییرات متغیر تمایل به گزارشگری اجتماعی، توسط متغیرهای وارد شده در مدل تبیین می شود. همچنین در بررسی مفروضات رگرسیون کلاسیک نتایج آزمون جارکو برا گویای آن است که باقیمانده های حاصل از برآورد مدل در سطح اطمینان ۹۵٪ از توزیع نرمال برخوردار می باشند بطوری که سطح معنی داری مربوط به این آزمون بزرگتر از ۰/۰۵ است (۰/۰۷۱). همچنین با توجه به این که مقدار آماره دوربین واتسون مدل مابین ۱/۵ و ۲/۵ است (۲/۰۳۵) لذا می توان گفت در مدل، مشکل خود همبستگی باقیمانده ها وجود ندارد. در نهایت با توجه به سطح معناداری متغیر نگرش نسبت به رفتار مدیران مالی (متغیر مستقل) که زیر ۰/۰۵ است (۰/۰۰۰) لذا نگرش نسبت به رفتار مدیران مالی بر تمایل به گزارشگری اجتماعی مبتنی بر انتظارات ذینفعان تاثیر مثبت معناداری دارد. از متغیرهای کنترلی نیز مکان و اندازه شرکت بر تمایل به گزارشگری اجتماعی مبتنی بر انتظارات ذینفعان تاثیر مثبت و اهرم مالی تاثیر منفی و معناداری دارد. در نهایت با آزمون همخطی میان متغیرهای تحقیق نیز مقدار آماره VIF (عامل تورم واریانس) برای تمامی متغیرها از ۵ کوچکتر بوده و بیانگر این است که میان متغیرهای پژوهش مشکل همخطی شدید وجود ندارد.

#### ۲-۲-۵- نتایج آزمون فرضیه ۱-۲

فرضیه فرعی ۱-۲: هنجارهای ذهنی مدیران مالی بر تمایل به گزارشگری اجتماعی مبتنی بر انتظارات ذینفعان تاثیر دارد.

جدول (۸) نتایج برآورد مدل برای فرضیه ۱-۲ پژوهش

آماره VIF	سطح معنی داری	آماره t	ضریب رگرسیون	نام و نماد متغیر
۱/۰۴۰	۰/۰۰۰	۵/۹۷۰	۰/۰۷۷	هنجارهای ذهنی مدیران مالی (H1_2)
۱/۰۴۳	۰/۰۴۴	۲/۰۷۰	۰/۰۴۶	مکان شرکت (ARE)
۱/۰۸۱	۰/۷۰۹	۰/۳۷۲	۰/۰۱۰	عمر شرکت (AGE)
۱/۰۶۰	۰/۰۲۵	۲/۴۸۱	۰/۰۱۵	اندازه شرکت (SIZE)

۱/۰۳۷	۰/۰۱۷	-۲/۷۶۱	-۰/۱۴۳	اهرم مالی (LEV)
-	۰/۹۸۲	۰/۰۲۱	۰/۰۰۳	مقدار ثابت
۲/۰۳۶	آماره دوربین واتسون	۹/۸۴۳ (۰/۰۰۰)	آماره F (سطح معنی داری)	
۵/۴۶۲ (۰/۰۷۱)	آماره جارکو برا (سطح معنی داری)	۰/۱۶۹		(ضریب تعیین)
Prob. ۰/۱۸۹	۱/۷۰۲	آماره Godfrey		
Prob. ۰/۰۵۶	۳/۶۵۶	آماره ARCH		

بر اساس نتایج آزمون فرضیه ۱-۲ تحقیق، ضریب تعیین مدل نیز گویای آن است که ۱۶/۹ درصد از تغییرات متغیر تمایل به گزارشگری اجتماعی، توسط متغیرهای وارد شده در مدل تبیین می شود. همچنین در بررسی مفروضات رگرسیون کلاسیک نتایج آزمون جارکو برا گویای آن است که باقیمانده های حاصل از برآورد مدل در سطح اطمینان ۹۵٪ از توزیع نرمال برخوردار می باشند بطوری که سطح معنی داری مربوط به این آزمون بزرگتر از ۰/۰۵ است (۰/۰۷۱). همچنین با توجه به این که مقدار آماره دوربین واتسون مدل مابین ۱/۵ و ۲/۵ است (۲/۰۳۶) لذا می توان گفت در مدل، مشکل خود همبستگی باقیمانده ها وجود ندارد. در نهایت با توجه به سطح معناداری متغیر هنجارهای ذهنی مدیران مالی (متغیر مستقل) که زیر ۰/۰۵ است (۰/۰۰۰) لذا هنجارهای ذهنی مدیران مالی بر تمایل به گزارشگری اجتماعی مبتنی بر انتظارات ذینفعان تاثیر مثبت معناداری دارد. از متغیرهای کنترلی نیز مکان و اندازه شرکت بر تمایل به گزارشگری اجتماعی مبتنی بر انتظارات ذینفعان تاثیر مثبت و اهرم مالی تاثیر منفی و معناداری دارد.

### ۵-۲-۳- نتایج آزمون فرضیه ۱-۳

فرضیه فرعی ۱-۳: کنترل رفتار ادراک شده مدیران مالی بر تمایل به گزارشگری اجتماعی مبتنی بر انتظارات ذینفعان تاثیر دارد.

جدول (۹) نتایج برآورد مدل برای فرضیه ۱-۳ پژوهش

آماره VIF	سطح معنی داری	آماره t	ضریب رگرسیون	نام و نماد متغیر
۱/۰۰۴	۰/۰۰۰	۶/۶۱۳	۰/۰۷۹	کنترل رفتار ادراک شده مدیران مالی (H1_3)
۱/۰۳۵	۰/۰۴۵	۲/۰۵۴	۰/۰۴۵	مکان شرکت (ARE)
۱/۰۸۱	۰/۶۸۳	۰/۴۰۸	۰/۰۱۱	عمر شرکت (AGE)
۱/۰۳۴	۰/۰۱۹	۲/۵۲۲	۰/۰۱۵	اندازه شرکت (SIZE)
۱/۰۳۳	۰/۰۱۷	-۲/۵۷۶	-۰/۱۳۱	اهرم مالی (LEV)
-	۰/۳۶۱	۰/۹۱۴	۰/۱۴۲	مقدار ثابت
۲/۰۴۸	آماره دوربین واتسون	۱۰/۹۶۴ (۰/۰۰۰)	آماره F (سطح معنی داری)	
۵/۴۶۲ (۰/۰۷۱)	آماره جارکو برا (سطح معنی داری)	۰/۱۹۲		(ضریب تعیین)
۰/۲۳۲ Prob.	۱/۴۷۳	آماره Godfrey		
۰/۵۱۱ Prob.	۰/۴۳۱	آماره ARCH		

بر اساس نتایج آزمون فرضیه ۱-۳ تحقیق، ضریب تعیین مدل نیز گویای آن است که ۱۹/۲ درصد از تغییرات متغیر تمایل به گزارشگری اجتماعی، توسط متغیرهای وارد شده در مدل تبیین می شود. همچنین در بررسی مفروضات رگرسیون کلاسیک نتایج آزمون جارکوبرا گویای آن است که باقیمانده های حاصل از برآورد مدل در سطح اطمینان ۹۵٪ از توزیع نرمال برخوردار می باشند بطوری که سطح معنی داری مربوط به این آزمون بزرگتر از ۰/۰۵ است (۰/۰۷۱). همچنین با توجه به این که مقدار آماره دوربین واتسون مدل مابین ۱/۵ و ۲/۵ است (۲/۰۴۸) لذا می توان گفت در مدل، مشکل خود همبستگی باقیمانده ها وجود ندارد. در نهایت با توجه به سطح معناداری متغیر کنترل رفتار ادراک شده مدیران مالی (متغیر مستقل) که زیر ۰/۰۵ است (۰/۰۰۰) لذا کنترل رفتار ادراک شده مدیران مالی بر تمایل به گزارشگری اجتماعی مبتنی بر انتظارات ذینفعان تاثیر مثبت معناداری دارد. از متغیرهای کنترلی نیز مکان و اندازه شرکت بر تمایل به گزارشگری اجتماعی مبتنی بر انتظارات ذینفعان تاثیر مثبت و اهرم مالی تاثیر منفی و معناداری دارد.

#### ۵-۲-۴- نتایج آزمون فرضیه اصلی ۲

فرضیه اصلی ۲: تعهد اخلاقی مدیران مالی بر تمایل به گزارشگری اجتماعی مبتنی بر انتظارات ذینفعان تاثیر دارد.

جدول (۱۰) نتایج برآورد مدل برای فرضیه اصلی ۲ پژوهش

نام و نماد متغیر	ضریب رگرسیون	آماره t	سطح معنی داری	آماره VIF
تعهد اخلاقی مدیران مالی (H2)	۰/۰۹۰	۹/۰۰۰	۰/۰۰۰	۱/۰۰۸
مکان شرکت (ARE)	۰/۰۴۶	۲/۲۳۱	۰/۰۳۶	۱/۰۳۵
عمر شرکت (AGE)	۰/۰۰۷	۰/۲۷۹	۰/۷۸۰	۱/۰۸۱
اندازه شرکت (SIZE)	۰/۰۱۴	۲/۴۴۵	۰/۰۲۸	۱/۰۳۷
اهرم مالی (LEV)	-۰/۱۲۴	-۲/۵۶۸	۰/۰۱۷	۱/۰۳۳
مقدار ثابت	۰/۰۱۹	۰/۱۳۱	۰/۸۹۵	-
آماره F (سطح معنی داری)		۱۹/۴۴۷ (۰/۰۰۰)	آماره دوربین واتسون	۲/۰۵۷
(ضریب تعیین)	۰/۲۸۳		آماره جارکو برا (سطح معنی داری)	۵/۴۶۲ (۰/۰۷۱)
آماره Godfrey			۲/۹۰۸	۰/۰۵۶ Prob.
آماره ARCH			۰/۰۵۱	۰/۸۲۰ Prob.

بر اساس نتایج آزمون فرضیه دوم تحقیق، ضریب تعیین مدل نیز گویای آن است که ۲۸/۳ درصد از تغییرات متغیر تمایل به گزارشگری اجتماعی، توسط متغیرهای وارد شده در مدل تبیین می شود. همچنین در بررسی مفروضات رگرسیون کلاسیک نتایج آزمون جارکوبرا گویای آن است که باقیمانده های حاصل از برآورد مدل در سطح اطمینان ۹۵٪ از توزیع نرمال برخوردار می باشند بطوری که سطح معنی داری مربوط به این آزمون بزرگتر از ۰/۰۵ است (۰/۰۷۱). همچنین با توجه به این که مقدار آماره دوربین واتسون مدل مابین ۱/۵ و ۲/۵ است (۲/۰۵۷) لذا می توان گفت در مدل، مشکل خود همبستگی باقیمانده ها وجود ندارد. در نهایت با توجه به سطح معناداری متغیر تعهد اخلاقی مدیران مالی (متغیر مستقل) که زیر ۰/۰۵ است (۰/۰۰۰) لذا تعهد اخلاقی مدیران مالی بر تمایل به گزارشگری اجتماعی مبتنی بر انتظارات ذینفعان تاثیر مثبت معناداری دارد. از متغیرهای کنترلی نیز مکان و اندازه شرکت بر تمایل به گزارشگری اجتماعی مبتنی بر انتظارات ذینفعان تاثیر مثبت و اهرم مالی تاثیر منفی و معناداری دارد.

#### ۶- نتیجه گیری و پیشنهادات

بسیاری از ذینفعان، گزارشگری فعلی در رابطه با حوزه اجتماعی را برای نیازهایشان ناکافی می دانند لذا این مهم منجر به نارضایتی آنان شده است در رابطه با عدم تمایل به گزارشگری اجتماعی عوامل متعددی وجود دارد یافته های این تحقیق بیانگر این است که نظریه رفتار برنامه ریزی شده (نگرش نسبت به رفتار، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتار ادراک شده) و تعهد اخلاقی مدیران مالی بر تمایل به گزارشگری اجتماعی تاثیر مثبت معناداری دارد. در مورد تحلیل نتایج فرضیه فرعی اول میتوان گفت که صرف نظر از نگرش مدیران نسبت به گزارشگری اجتماعی، زمانی که یک شرکت منابع کافی برای سرمایه گذاری در این اقدامات را در اختیار داشته باشد و زمانی که تحت فشار ذینفعان و تقاضا برای چنین اطلاعاتی باشد، با احتمال بیشتری در گزارشگری اجتماعی مشارکت خواهند کرد. بدین ترتیب با فشار ذینفعان برای چنین اطلاعاتی و در دسترس بودن منابع برای فراهم آوردن چنین مواردی، ممکن است موجب اقدام مدیران برای مشارکت در گزارشگری اجتماعی را برای جلوگیری از تهدیدات قانونی ذینفعان به دنبال داشته باشد. در مورد نتایج فرضیه فرعی دوم میتوان گفت که مدیران و حسابداران، فشارهای اجتماعی را که از حداقل هنجارهای ذینفعان فعلی و بالقوه در زمینه مسئولیت اجتماعی بدست آمده است را درک نموده اند که این امر بر تمایل به حسابداری و گزارشگری اجتماعی تاثیر گذار بوده است. در مورد نتایج فرضیه فرعی سوم میتوان گفت که کنترل رفتاری ادراک شده به درک افراد از آسانی و دشواری یک رفتار خاص با توجه به منابع در دسترس اشاره دارد. از اینرو چنانچه منابع مورد نیاز برای گزارشگری اجتماعی مدیران و حسابداران در دسترس باشد، این مهم منجر به تمایل بیشتر آنها به این اقدامات خواهد شد. در مورد نتایج فرضیه دوم میتوان گفت هر چه مدیران و حسابداران خود را نسبت به ذینفعان و جامعه از نظر اخلاقی متعهد بدانند، به اقدامات مسئولانه دست خواهند زد. لذا تمایل به حسابداری و گزارشگری اجتماعی به عنوان یک رفتار اخلاقی و ارزشی افزایش می یابد. با توجه به نتایج پژوهش به شرکت ها پیشنهاد می شود تا با توسعه برنامه های آموزشی، ایجاد ساختار مناسب، بالا بردن فرهنگ سازمانی، نگرش نسبت به حسابداری و گزارشگری اجتماعی را بهبود بخشند و با در دسترس قرار دادن منابع مورد نیاز بدون خدشه وارد شدن به منافع سهامداران، تمایل به گزارشگری اجتماعی را افزایش دهند. همچنین به قانون گذاران و هیات های تدوین استاندارد پیشنهاد می شود به منظور بهبود حسابداری و گزارشگری اجتماعی، از طریق تدوین استاندارد و گنجانیدن الزامات اخلاقی در آیین رفتار حرفه ای در جهت افزایش آگاهی از تعهدات اخلاقی، گام بردارند هر چند این اقدامات مربوط به گزارشگری اجتماعی بطور داوطلبانه در ایران انجام می شود. به پژوهشگران آتی پیشنهاد می شود از سایر ویژگی های شخصیتی از قبیل هوش مالی، کانون کنترل درونی، هویت اخلاقی، برون گرایی، سودمندی ادراک شده، دینداری و مسئولیت پذیری و غیره در ارتباط با تمایل به گزارشگری اجتماعی استفاده نمایند.

#### فهرست منابع

- ۱- برایسون، جان ام. (۱۳۹۰)، برنامه ریزی استراتژیک در سازمان های دولتی، عمومی و غیر انتفاعی. (مهدی خادمی گراشی و قربان برارنیا (ادبی). تهران: انتشارات آریانا قلم.
- ۲- بینشیان، زهرا؛ دهدار، فرهاد. (۱۳۹۷) "ارائه مدل رابطه هوش مالی با گرایشهای رفتاری و اثر آنها در تصمیمات سرمایه گذاری بر اساس نظریه رفتار برنامه ریزی شده"، دانش سرمایه گذاری دوره هفتم، شماره ۲۵، صص ۲۲۲-۲۰۳
- ۳- رهنمای رودپشتی، فریدون؛ ناطق گلستان، احمد؛ یعقوب نژاد، احمد. (۱۳۹۴). "ارائه الگوی ذهنی ادراک ریسک سرمایه گذاران بورس اوراق بهادار تهران"، فصلنامه دانش سرمایه گذاری، دوره ۴، شماره ۱۳، صص ۱۹۵-۳۱۶.
- ۴- ساریخانی، مهدی؛ ایزدی نیا، ناصر؛ دانی کریم زاده، سعید (۱۳۹۸). "بررسی قصد گزارشگری تقلب با استفاده از تئوری رفتار برنامه ریزی شده و نقش تعدیل گری شدت اخلاقی"، دانش حسابداری مالی، دوره ششم، شماره ۱، صص ۷۵-۱۰۵
- ۵- صدوق ونینی، حسن؛ ویسی، هادی؛ اشرف علیپور، علی. (۱۳۸۷). "ارزیابی نگرش نسبت به توسعه پایدار". فصلنامه علوم محیطی، دوره ششم، شماره ۱، صص ۱۳۱-۱۴۰

- ۶- فراتی، حسن؛ خلج، امید؛ نور موسوی، مهدی. (۱۳۶۸). "عوامل مؤثر بر مصرف سبز بر اساس نظریه رفتار برنامه ریزی شده (مورد مطالعه: شهروندان شهر قزوین)". فصلنامه علمی- پژوهشی آموزش محیط زیست و توسعه پایداری دوره هفتم، شماره ۳، صص ۵۹-۷۰.
- ۷- قلمی، عطیه؛ عبدالوند، ندا؛ رجائی هرنندی، سعیده. (۱۳۹۷). "بررسی و رتبه بندی عوامل مؤثر بر توسعه پایدار با رویکرد به کارگیری سیستم های اطلاعاتی". پژوهش های مدیریت در ایران، دوره ۲۲، شماره ۱، صص ۲۱۷-۱۸۷.
- ۸- کفاش، لیلی، ایمانی، حمیدرضا. (۱۳۹۶). "تأثیر تعهد سازمانی و ارزش های اخلاقی بر قصد گزارش تخلف های کشف شده در بین حسابداران بخش عمومی". حسابداری سلامت، دوره ششم، شماره ۲، صص ۸۷-۱۰۵.
- ۹- معصومی، سید رسول؛ صالح نژاد، سید حسن؛ ذبیحی زرین کلایی، علی. (۱۳۹۷). "بررسی تأثیر برخی از عوامل درون سازمانی بر میزان گزارشگری پایداری شرکتهای دارویی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران". حسابداری سلامت دوره هفتم، شماره ۱، صص ۱۲۶-۱۰۳.
- ۱۰- ناطق گلستان، احمد. (۱۳۹۶). "بررسی وجود اثرات ادراک ریسک در بورس اوراق بهادار تهران و تأثیر متغیرهای فصلی بر آن". راهبرد مدیریت مالی، سال پنجم، شماره ۱۸، صص ۱۷۰-۱۴۵.
- 11- AbdurRouf, MD. 2011. Corporate Social Responsibility Disclosure. *Business and Economics Research Journal*, 2 (3), 19-32.
- 12- Ajzen, I. 1991. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 50(2): 179-211.
- 13- Alam, S. M., and S. Akter. 2019. Understanding the Interplay among the Factors of Behavioral Intention Regarding Environmental Reporting. *International Journal of Scientific & Technology Research* 8(11): 2657-2663.
- 14- Alvarez, I. G., and E. Ortas. 2017. Corporate environmental sustainability reporting in the context of national cultures. A quantile regression approach, *International Business Review*. 26 (2): 337-353.
- 15- Beck, L., and I. Ajzen. 1991. Predicting dishonest actions using the theory of planned behavior. *Journal of Research in Personality* 25(3): 285-301.
- 16- Castelo Branco, M. and L. Lima Rodrigues. 2006. Communication of corporate social responsibility by Portuguese banks. a legitimacy theory perspective. *Corporate Communications. An International Journal* 11 (3): 232-248.
- 17- Feder, M., and B. E. Weißenberger. 2019. Understanding the behavioral gap: Why would managers (not) engage in CSR-related activities? *J Manag Control* 30(1): 95-126. DOI:10.1007/s00187-019-00275-y.
- 18- Horisch, J., R.E. Freeman and S. Schaltegger. 2014. Applying stakeholder theory in sustainability management. Links, similarities, dissimilarities, and a conceptual framework. *Organ. Environ.* 27: 328-346.
- 19- Kraten, M. 2014. Sustainability The Accounting Perspective. March. *THE CPA JOURNAL*. pp: 11 -14.
- 20- Kuzey, C., and A. Uyar. 2017. Determinants of sustainability reporting and its impact on firm value: evidence from the emerging market of Turkey. *Journal of Cleaner Production* 143: 27-39.
- 21- Kwakye, T.O., E. E. Welbeck, G. M. Y. Owusu, and F. K. Anokye. 2018. Determinants of intention to engage in Sustainability Accounting & Reporting (SAR): the perspective of professional accountants. *Int J Corporate Soc Responsibility* 3(1): 1-13. DOI:10.1186/s40991-018-0035-2.

- 22- Lee, W.E., R. N. Birkey, and D. M. Patten. 2017. Exposing students to environmental sustainability in accounting: An analysis of its impacts in a US setting. *Social and Environmental Accountability Journal*, 37(2), 81-96.
- 23- Lin W. B. 2008. Investigation on the model of consumers' perceived risk – integrated viewpoint. *Expert Syst Appl* 34(1): 977-88.
- 24- Mustikasari, E. 2009. Empirical Study on Taxpayer Compliance Agency in Manufacturing Industry Company in Surabaya National Seminar on Accounting X. Makasar: 1-17.
- 25- Peter J.P., and M. J. Ryan. 1976. An investigation of perceived risk at the brand level. *J Market Res* 13:1848.
- 26- Pondeville, S., V. Swaen, and Y. De Rongé. 2013. Environmental management control systems: The role of contextual and strategic factors. *Management Accounting Research* 24(4): 317–332.
- 27- Ricciardi, V. 2008. *Handbook of Finance: Investment Management and Financial Management*. ch10. Published by John Wiley & Sons.
- 28- Schwartz, H. 1998. *Rationality Gone Awry? Decision Making Inconsistent with Economic and Financial Theory*. Westport. CT: Greenwood Publishing Group. Inc.
- 29- Simonsen, C.D., and S. Wenstøp. 2011. Companies' Ethical Commitment – An Analysis Of The Rhetoric In CSR Reports. *Issues in Social and Environmental Accounting* 5(1/2): 65-81.
- 30- Thoradeniya, P., J. Lee, R. Tan, and A. Ferreira. 2015. Sustainability reporting and the theory of planned behaviour. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 28(7): 1099-1137.
- 31- Weidman, S. M., A. P. Curatola, and F. Linnehan. 2010. An experimental investigation of the intentions to accrue and disclose environmental liabilities. In *Ethics, Equity, and Regulation* 15: 195–243.