

بررسی ارتباط سیستماتیک دین‌داری مدیران با افشای گزارشگری پایداری

اجتماعی

فرهاد عزیزی^۱، فاطمه کشانی^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۸/۲۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۹/۲۷

چکیده

هدف: هدف از پژوهش حاضر دین‌داری مدیران بر افشای گزارشگری پایداری اجتماعی شرکت‌ها است.

روش پژوهش: این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی بوده و از بعد روش شناسایی، همبستگی و در زمره تحقیقات توصیفی است. جامعه آماری پژوهش بورس اوراق بهادار تهران است و نمونه پژوهش ۱۶۷ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران در دوره زمانی ۹ ساله بین سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۴۰۲ است. به منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش از رگرسیون چندمتغیره با داده‌های ترکیبی و نرم‌افزار ایویوز استفاده شده است.

یافته‌ها: نتایج یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که مذهب مدیران بر افشای گزارشگری پایداری اجتماعی تأثیرگذار است. همچنین نتایج بیانگر آن است که مذهب مدیران در صنعت خودرویی نسبت به صنایع پتروشیمی و پالایشی و صنعت فلزات اساسی نیز بیشتر است که در این صنایع افشای گزارشگری پایداری اجتماعی بیشتر صورت می‌گیرد.

نتیجه‌گیری: دین‌داری مدیران از طریق تقویت ارزش‌های اخلاقی و کاهش رفتارهای فرصت‌طلبانه، به‌ویژه در محیط‌هایی با فشارهای اجتماعی و قانونی قوی، می‌تواند به بهبود افشای گزارشگری پایداری اجتماعی کمک کند. برای

^۱ استادیار، گروه حسابداری، واحد شهرقدس، دانشگاه آزاد اسلامی، شهرقدس، ایران نویسنده مسئول:

azizi.fv@gmail.com

^۲ کارشناس ارشد حسابداری، واحد شهرقدس، دانشگاه آزاد اسلامی، شهرقدس، ایران

درک دقیق‌تر این رابطه، نیاز به پژوهش‌های بیشتر با تمرکز خاص بر نقش دین‌داری در گزارشگری پایداری در ایران وجود دارد.

واژه‌های کلیدی: دین‌داری مدیران، مسئولیت اجتماعی شرکت، افشای گزارشگری پایداری اجتماعی.

طبقه‌بندی موضوعی: N۲۰, O۳۱, G۳۲

مقدمه

فرهنگ‌ها و هنجارها، به‌ویژه دین‌داری^۱ (درجه پایبندی به مقررات مذهبی)، نقش قابل‌توجهی در عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها^۲، فرآیندهای تصمیم‌گیری، پایداری و عملکرد کوتاه‌مدت و بلندمدت کسب‌وکارها ایفا می‌کنند (استلا و همکاران^۳، ۲۰۲۱)، همچنین در مسئولیت‌های اجتماعی، تأثیرات زیست‌محیطی و پایداری آن‌ها (دویکت و همکاران^۴، ۲۰۲۲، ۲۰۲۳). شورای جهانی توسعه پایدار، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را به‌عنوان "تعهد کسب‌وکارها به مشارکت در توسعه اقتصادی پایدار، همکاری با کارکنان، خانواده‌های آن‌ها، جامعه محلی و جامعه در کل برای بهبود کیفیت زندگی آن‌ها" تعریف کرده است. در همین حال، سازمان توسعه صنعتی ملل متحد^۵ مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را "مفهومی مدیریتی می‌داند که در آن شرکت‌ها نگرانی‌های اجتماعی و زیست‌محیطی را در عملیات تجاری و تعاملات خود با ذی‌نفعانشان ادغام می‌کنند."

^۱ Religiosity

^۲ Corporate Social Responsibility (CSR)

^۳ Stella et al

^۴ Dwikat et al

^۵ United Nations Industrial Development Organization (UNIDO)

ادبیات نظری نتایج متفاوتی را در مورد تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر عملکرد کسب‌وکارها نشان می‌دهد. بخش قابل توجهی از تحقیقات همبستگی مثبتی بین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد کسب‌وکار مطرح کرده‌اند (دات و همکاران^۱، ۲۰۲۲)، در حالی که برخی محققان بر این باورند که رابطه ضعیف یا عدم وجود رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد کسب‌وکار وجود دارد (رتاب و همکاران^۲، ۲۰۲۱). اعتقادات مذهبی از جمله عوامل و محرک‌هایی هستند که بر تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر عملکرد اثر می‌گذارند (دات و همکاران، ۲۰۲۲). مطابق با نظریه عمومی ماکس وبر^۳ درباره دین و تأثیرات آن، پایه اصلی بسیاری از پژوهش‌گرانی بوده است که تأثیر دین بر عملکرد انسان و شرکت‌ها را مورد مطالعه قرار داده‌اند. از این رو، وبر خود را وقف مطالعه چگونگی شکل‌گیری ساختارهای اجتماعی توسط دین کرد. بسیاری از محققان نشان داده‌اند که اعتقادات مذهبی مدیریت ارشد نه تنها بر تصمیم‌گیری‌های آن‌ها تأثیر می‌گذارد، بلکه بر رفتار کارکنان در شرکت‌ها نیز اثر دارد (انجلیدیس و ابراهیم^۴، ۲۰۰۴؛ ابراهیم و همکاران^۵، ۲۰۰۸). اگرچه اعتقادات مذهبی بر عملکرد و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تأثیر دارند، اما تأثیر گروه‌های مذهبی مختلف متفاوت است. برای مثال، مشخص شده است که پروتستان‌های مسیحی نسبت به کاتولیک‌ها تأثیر بیشتری دارند (دی - جورج^۶، ۱۹۸۷). سایر ادیان، مانند اسلام، نیز مورد مطالعه قرار گرفته‌اند و همبستگی‌های مثبتی را نشان داده‌اند. با این حال، تعداد رو به رشدی از ادبیات

^۱ Dat et al

^۲ Rettab et al

^۳ Max Weber's

^۴ Angelidis and Ibrahim

^۵ Ibrahim et al

^۶ De George

به اسلام و تأثیر آن بر عملکرد کسب و کار، از جمله مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها پرداخته و نتایج مثبتی را نشان داده‌اند (خورشید و همکاران^۱، ۲۰۱۴). با وجود ارتباط ذکرشده بین دین و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، تنها یک مقاله منتشرشده به مرور نظام‌مند ادبیات در زمینه دین‌داری و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها مرتبط است (ون آکن و بوخنر، ۲۰۲۰). این مقاله تنها انتشارات موجود در پایگاه داده الکترونیکی^۲ را پوشش داده و سایر پایگاه‌های داده الکترونیکی مانند وب آف ساینس^۳ را شامل نشده است (ون آکن و بوخنر، ۲۰۲۰). بنابراین، انگیزه انجام یک مطالعه مرور نظام‌مند^۴ جمع‌آوری و خلاصه‌سازی تمام تحقیقات منتشرشده قبلی در زمینه دین‌داری و افشای گزارشگری پایداری اجتماعی شرکت‌ها، بررسی تأثیر دین‌داری بر افشای گزارشگری پایداری اجتماعی شرکت‌ها با استفاده از پایگاه‌های داده الکترونیکی شناخته شده است. لذا بر پایه این استدلال، پژوهش حاضر درصدد یافتن پاسخی برای این سوال است که آیا دین‌داری مدیران بر افشای گزارشگری پایداری اجتماعی شرکت‌ها تأثیرگذار است یا خیر؟ در صورت مثبت بودن پاسخ فوق، نوع رابطه به چه شکل است.

مبانی نظری پژوهش

دین‌داری به عنوان یک ویژگی شخصیتی و فرهنگی، می‌تواند بر تصمیم‌گیری‌ها و رفتارهای مدیران در سازمان‌ها تأثیر بگذارد. گزارشگری پایداری اجتماعی، به عنوان بخشی از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، به افشای اطلاعات مرتبط با

^۱ Khurshid et al

^۲ Elton B. Stephens Company (EBSCO)

^۳ Web of Science

^۴ Van Aaken and Buchner

^۵ Systematic Literature Review (SLR)

تأثیرات اجتماعی فعالیت‌های سازمان بر ذینفعان اشاره دارد. این مطالعه به بررسی ارتباط سیستماتیک بین دین‌داری مدیران و تمایل آن‌ها به افشای گزارشگری پایداری اجتماعی می‌پردازد. برای این منظور، از نظریه‌های مختلف مدیریت، اخلاق، و جامعه‌شناسی استفاده می‌شود. مطابق با نظریه نمایندگی بیان می‌کند که بین مدیران (نمایندگان) و سهامداران (مالکان) تضاد منافع وجود دارد. مدیران ممکن است تصمیم‌هایی بگیرند که منافع شخصی خود را به جای منافع سهامداران یا سایر ذینفعان اولویت دهد. دین‌داری مدیران می‌تواند به عنوان یک عامل اخلاقی، این تضاد منافع را کاهش دهد. مدیران دیندار ممکن است به دلیل پایبندی به ارزش‌های اخلاقی و معنوی، تمایل بیشتری به شفافیت و افشای اطلاعات پایداری اجتماعی داشته باشند تا اعتماد ذینفعان را جلب کنند. این رفتار می‌تواند به کاهش هزینه‌های نمایندگی و بهبود روابط با ذینفعان منجر شود.

از سویی دیگر؛ نظریه ذینفعان بر اهمیت توجه به نیازها و انتظارات تمامی گروه‌های ذینفع (کارکنان، مشتریان، جامعه محلی، و غیره) تأکید دارد. دین‌داری می‌تواند مدیران را به سمت ارزش‌های اخلاقی و عدالت‌محور سوق دهد که این امر با اهداف گزارشگری پایداری اجتماعی هم‌راستا است. مدیران دیندار ممکن است به دلیل باورهای مذهبی خود، مسئولیت بیشتری نسبت به جامعه و محیط‌زیست احساس کنند و در نتیجه، گزارشگری پایداری اجتماعی را به عنوان ابزاری برای پاسخگویی به ذینفعان و تقویت مشروعیت سازمانی به کار گیرند. نظریه مشروعیت بیان می‌کند که سازمان‌ها برای حفظ مشروعیت خود در جامعه، باید فعالیت‌هایشان را با هنجارها و ارزش‌های اجتماعی هم‌راستا کنند. دین‌داری مدیران می‌تواند به عنوان یک نیروی محرکه برای هم‌سویی با ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی عمل کند. در جوامعی که دین‌داری

ارزشی برجسته است، مدیران دیندار ممکن است از طریق افشای گزارش‌های پایداری اجتماعی، مشروعیت سازمانی را تقویت کنند. این گزارش‌ها می‌توانند نشان‌دهنده تعهد سازمان به ارزش‌های اخلاقی و اجتماعی باشند که با باورهای دینی مدیر هم‌خوانی دارند.

دین‌داری اغلب با مجموعه‌ای از ارزش‌ها و اصول اخلاقی همراه است که بر رفتار افراد تأثیر می‌گذارد. در ادیان مختلف، مانند اسلام، مسیحیت، و یهودیت، تأکید بر عدالت، شفافیت، و مسئولیت‌پذیری اجتماعی وجود دارد. مدیران دیندار ممکن است این ارزش‌ها را در تصمیم‌گیری‌های خود منعکس کنند و افشای گزارشگری پایداری اجتماعی را به‌عنوان بخشی از تعهد اخلاقی خود به جامعه و ذی‌نفعان در نظر بگیرند. برای مثال، در اسلام، مفهوم «امانت‌داری» و «حسابرسی» می‌تواند مدیران را به ارائه گزارش‌های شفاف و مسئولانه تشویق کند. تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده بیان می‌کند که رفتار افراد تحت تأثیر نگرش‌ها، هنجارهای اجتماعی، و کنترل رفتاری ادراک‌شده قرار دارد. دین‌داری می‌تواند نگرش مدیران را نسبت به مسئولیت اجتماعی و افشای اطلاعات پایداری شکل دهد. در جوامعی که دین‌داری به‌عنوان یک هنجار اجتماعی قوی پذیرفته شده است، مدیران دیندار ممکن است به دلیل فشارهای هنجاری و باورهای شخصی، تمایل بیشتری به افشای گزارش‌های پایداری اجتماعی داشته باشند. بنابراین؛ دین‌داری مدیران می‌تواند از طریق تأثیر بر ارزش‌ها و نگرش‌های اخلاقی، بر افشای گزارشگری پایداری اجتماعی اثر بگذارد. تئوری‌های نمایندگی، ذی‌نفعان، مشروعیت، اخلاق دینی، و رفتار برنامه‌ریزی‌شده، چارچوبی جامع برای درک این رابطه فراهم می‌کنند. مدیران دیندار ممکن است به دلیل پایبندی به اصول اخلاقی و هنجارهای دینی، تمایل بیشتری به افشای اطلاعات پایداری اجتماعی داشته باشند که این امر می‌تواند

به تقویت مشروعیت سازمانی، بهبود روابط با ذی‌نفعان، و کاهش تضاد منافع منجر شود. بر پایه استدلال‌های فوق، فرضیه‌های پژوهش به صورت زیر تدوین شده است:

فرضیه اول: دین‌داری مدیران تأثیر متفاوتی بر افشای گزارشگری پایداری اجتماعی شرکت دارد.

فرضیه دوم: دین‌داری مدیران در صنایع مختلف بر فعالیت‌های گزارشگری پایداری اجتماعی شرکت تأثیرگذار است.

روش پژوهش، جامعه و نمونه آماری

تحقیق حاضر از نظر هدف، پژوهشی کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها از نوع تحقیقات نیمه تجربی پس‌رویدادی در حوزه تحقیقات اثباتی حسابداری است، یعنی بر مبنای تجزیه و تحلیل اطلاعات گذشته انجام گرفته است. از نظر روش تحلیل داده‌ها نیز تحقیق همبستگی است، زیرا پژوهش حاضر در پی یافتن رابطه بین متغیرهای پژوهش در یک جامعه آماری است. داده‌های پژوهش از پایگاه اینترنتی بورس اوراق بهادار تهران و نرم‌افزار ره‌آورد نوین گردآوری گردید. در نهایت، با توجه به حجم نمونه‌ها، از نرم‌افزار ایویوز نسخه سیزدهم و استاتا برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد. جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش شامل کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۴۰۲ است. نمونه انتخابی پژوهش در جدول (۱) خلاصه شده است.

پس از اعمال محدودیت‌های اعمال شده تعداد ۱۶۷ شرکت و ۱۵۰۳ مشاهده (سال - شرکت) به‌عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند.

جدول (۱): فرایند انتخاب نمونه و پراکندگی شرکت‌ها بر اساس صنعت

بخش (الف) فرایند انتخاب نمونه			
ردیف	محدودیت اعمال شده	مشاهده	شرکت
۱	تعداد کل شرکت‌ها تا پایان سال ۱۴۰۲	۵۰۶۷	۵۶۳
۲	شرکت‌هایی که تغییر سال مالی یا فعالیت داشته‌اند.	(۷۵۶)	(۸۴)
۳	شرکت‌هایی که طی دوره پژوهش دارای فعالیت	(۹۵۴)	(۱۰۶)
۴	نبوده یا از بورس خارج شده‌اند.	(۸۰۱)	(۸۹)
۵	شرکت‌های عضو گروه مالی، واسطه‌گری، بانک و بیمه	(۱۰۵۳)	(۱۱۷)
	شرکت‌هایی که پایان سال مالی آن‌ها منتهی به ۲۹ اسفندماه نیست.	۱۵۰۳	۱۶۷
نمونه نهایی			
بخش (ب) پراکندگی شرکت‌ها بر اساس نوع صنعت			
۱	خودرو و ساخت قطعات	۲۷	۱۶٪
۲	فلزات اساسی و محصولات فلزی	۲۰	۱۲٪
۳	مواد و محصولات دارویی	۲۰	۱۲٪
۴	پتروشیمی، فرآورده‌های نفتی، شیمیایی، لاستیک و	۱۸	۱۱٪
۵	پلاستیک	۱۷	۱۰٪
۶	محصولات کانی، غیرفلزی و سایر معادن	۱۵	۹٪
۷	مواد غذایی (شامل قند و شکر)	۱۵	۹٪

۸	سیمان، آهک و گچ	۱۴	۸٪
۹	ماشین آلات، تجهیزات و دستگاه های برقی	۶	۴٪
۱۰	کاشی و سرامیک	۴	۳٪
۱۱	محصولات کاغذی	۳	۲٪
۱۲	حمل و نقل، انبارداری و ارتباطات	۲	۱٪
۱۳	رایانه	۲	۱٪
۱۴	زراعت و خدمات وابسته	۴	۲٪
	سایر	۱۶۷	۱۰۰٪
	جمع		

متغیرها و مدل رگرسیونی پژوهش

متغیر مستقل: مذهب

متغیرهای مستقل در این پژوهش مذهب است که باتوجه به نظریه هنجار اجتماعی که پیش بینی می کند هنجارهای اجتماعی بر رفتار افراد تأثیر می گذارند، تنظیم گردیده است. نظریه هنجارهای اجتماعی پیش بینی می کند که دین داری مدیران متأثر از هنجارهای مذهبی و دینی در یک منطقه جغرافیایی محلی خواهد بود، به این دلیل که هنجارهای اجتماعی دینی مردم محلی یک عنصر مهم محیطی است که مدیران در آن زندگی می کنند و به کار و فعالیت مشغول اند. اهمیت هنجارهای اجتماعی دینی در یک جامعه نقش مهمی در پایداری افراد به یک هنجار اجتماعی را ایفا می کند (سپاسی و حسنی، ۱۳۹۵). مدیران شرکت هایی با سطح دین داری بالا که در مناطقی از فضای مذهبی قرار دارند نسبت به شرکت هایی که در این ناحیه قرار نگرفته اند دارای سطح

دین‌داری بالاتری هستند. در پژوهش حاضر باتوجه‌به پژوهش دو (۲۰۱۳)، دو و همکاران (۲۰۱۴) و لی و کائی (۲۰۱۶) با استفاده از فاصله بین شرکت‌های ثبت‌شده در اداره ثبت با مساجد مذهبی به بررسی این موضوع خواهیم پرداخت که تا چه میزان ریسک سقوط قیمت سهام تحت‌تأثیر مسائل دینی قرار می‌گیرند. روش اندازه‌گیری مذهب در پژوهش حاضر بی‌صورت است که ابتدا با استفاده از گوگل ارث، طول و عرض جغرافیایی شرکت‌های ثبت‌شده را مشخص کرده و سپس موقعیت جغرافیایی هر شرکت را باتوجه‌به فاصله آن‌ها با مساجد اطراف مورد سنجش قرار داده و درنهایت منجر به معیاری برای طول و عرض جغرافیایی شرکت شده و پس از آن فاصله هر شرکت را با مکان‌هایی که دارای فعالیت‌های مذهبی هستند باتوجه‌به طول و عرض جغرافیایی (طول قوس جزئی در سرتاسر سطح زمین) بررسی می‌گردد. به‌طورکلی شاخص مذهب با استفاده از فواصل مشخص‌شده بین دفتر مرکزی شرکت و مساجد اطراف آن در شعاع ۱۰۰ کیلومتری نشانی شرکت‌های ثبت‌شده مورد سنجش قرار خواهد گرفت. بدین معنی که هرچه این فاصله زیاد باشد مدیران کمتر تحت‌تأثیر مذهب قرار می‌گیرند و مطابق با پژوهش لی و کائی (۲۰۱۶) هرچه فاصله مساجدی که در شعاع ۱۰۰ کیلومتری در اطراف شرکت قرارگرفتن باشند، کمتر باشد، دین‌داری مدیران بیشتر است یا به‌عبارت‌دیگر مدیران نسبت به مسائل دینی اهمیت زیادی قائل هستند؛ بنابراین طبق پژوهش لی و کائی (۲۰۱۶) رابطه‌های ذیل مطرح می‌گردد:

رابطه (۵):

$$\cos \theta = \sin lat_r \times \sin lat_f + \cos lat_r \times \cos lat_f \times \cos (lon_r - lon_f)$$

رابطه (۶):

$$rad = (40075.04/360) \times (180/\pi)$$

رابطه (۷):

$$d = rad \times \left(\frac{\pi}{4} - \arctan(\cos \theta / \sqrt{1 - \cos^2 \theta}) \right)$$

که در آن (d) فاصله بین نشانی ثبت شده شرکت با مساجد اطراف شرکت است و lon_r ، lat_r و lon_f ، lat_f به ترتیب طول و عرض فاصله جغرافیایی است

متغیر وابسته: پایداری اجتماعی شرکت

متغیر وابسته پژوهش پایداری اجتماعی شرکت است که از سه شاخص، افشای اطلاعات زیست محیطی، افشای اطلاعات منابع انسانی، افشای اطلاعات مسئولیت های جامعه و شاخص افشای اطلاعات محصولات بر اساس پژوهش رشیدی و همکاران (۱۴۰۱) استفاده شده است. بدین صورت که برای رعایت هر کدام از موارد فوق چک لیست تهیه و بر اساس آن امتیازهای کسب شده به مجموع امتیازها، شاخص پایداری اجتماعی شرکت را می رسانی. اطلاعات مربوطه از متن یادداشت های همراه صورت های مالی استخراج می گردد.

متغیرهای کنترلی

در این پژوهش برخی از مهم ترین متغیرهایی که بر مبنای مطالعات قبلی به عنوان عوامل مؤثر بر مسئولیت اجتماعی شرکت و مذهب شناخته شده اند، به عنوان متغیرهای کنترلی مدنظر قرار گرفتند که عبارت اند از:

اندازه شرکت: بر اساس پژوهش عبد - الهالیم و همکاران (۲۰۲۵) و کامارودین و همکاران (۲۰۲۵) اندازه شرکت از طریق از لگاریتم کل دارایی های شرکت اندازه گیری می شود.

اهرم مالی: بر اساس پژوهش علی و همکاران (۲۰۲۵) اهرم مالی از تقسیم مجموع بدهی بر ارزش دفتری دارایی‌های شرکت محاسبه می‌شود.

فرصت‌های رشد: شرکت‌های با فرصت رشد بالا بازده سهام آن‌ها پرنوسان‌تر است و احتمال بیشتری وجود دارد که زیان‌های بزرگی را تجربه کنند که این حاکی از ریسک‌پذیری بالا در این‌گونه شرکت‌ها است (راسی و همکاران، ۲۰۲۵)؛ بنابراین، در این پژوهش نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام به‌عنوان معیار فرصت‌های رشد و یکی دیگر از متغیرهای کنترلی لحاظ شده است.

نرخ بازده دارایی: متغیر حاضر برابر است با نسبت سود خالص به مجموع دارایی‌های ابتدای دوره شرکت (آگوس - هارجاتو و همکاران، ۲۰۱۹).

مدل رگرسیونی پژوهش

مطابق با پژوهش آگوس - هارجاتو و همکاران (۲۰۱۹) از رابطه‌های رگرسیونی زیر جهت برازش فرضیه‌های مطرح شده استفاده شده است.

مدل (۱): آزمون فرضیه‌های پژوهش (لازم به ذکر است که مدل رگرسیونی فوق یک‌بار با کلیه صنایع در نظر گرفته شده در پژوهش حاضر مورد بررسی و آزمون قرار می‌گیرد و بار دیگر در صنایع مختلف به‌صورت جداگانه مورد بررسی و آزمون قرار گرفته است)

$$\begin{aligned} CSR_{i,t} = & \alpha_0 + \beta_1 RELIGION_{i,t} + \beta_2 SIZE_{i,t} \\ & + \beta_3 LEV_{i,t} + \beta_4 ROA_{i,t} \\ & + \beta_5 GROWTH_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \end{aligned}$$

که در آن:

$CSR_{i,t}$: پایداری اجتماعی شرکت i در سال t (متغیر وابسته)؛ $Religion_{i,t}$:
 مذهب مدیران شرکت i در سال t (متغیر مستقل)؛ $LEV_{i,t}$: اهرم مالی شرکت
 i در سال t (متغیر کنترلی)؛ $GROWTH_{i,t}$: نسبت رشد شرکت i در سال t
 (متغیر کنترلی)؛ $SIZE_{i,t}$: اندازه شرکت i در سال t (متغیر کنترلی)؛ $ROA_{i,t}$:
 نرخ بازده دارایی شرکت i در سال t (متغیر کنترلی)

یافته‌های استنباطی

آمار توصیفی

جدول (۲)، آمار توصیفی متغیرهای مورد آزمون که شامل برخی شاخص‌های
 مرکزی و پراکندگی است را نشان می‌دهد.

جدول ۲. آمار توصیفی مربوط به متغیرهای پژوهش

متغیر	نماد متغیر	فاصله	میانگین	میانه	انحراف معیار	پیشینه	کمینه
مذهب	RELIGION	۱۰۰ کیلومتر	۳۸/۶۳۳	۴۰/۰۷۷	۱۰/۳۰۲	۷/۴۹۳	۱/۳۷۶
پایداری اجتماعی	CSR	----	۱۲/۳۱۰	۱۱/۵۰۶	۱/۶۸۹	۳	۸/۰۰۰
نرخ بازده دارایی	ROA	----	۰/۱۲۴	۰/۰۸۷	۰/۰۵۳	۱/۰۰۰	۰/۶۷۲
اندازه شرکت	SIZE	----	۱۵/۱۳۹	۱۴/۸۵۳	۱/۴۴۲	۷	-
اهرم مالی	LEV	----	۰/۵۲۵	۰/۵۳۱	۰/۲۰۸	۲/۲۹۲	۱/۰۳۱
فرصت‌های رشد	GROWTH	----	۱۱/۵۸۳	۷/۸۱۳	۲/۷۳۲	۲/۱۸۳	۲
						۰	۰/۱۱۳
						۱/۰۸۴	۹/۳۰۷
						۹۹/۳۹۴	

در جدول فوق برخی از مفاهیم آمار توصیفی متغیرها شامل میانگین، میانه، حداقل، حداکثر مشاهده‌ها به‌عنوان شاخص‌های مرکزی و انحراف معیار به‌عنوان شاخص پراکندگی و ضریب کشیدگی، ضریب چولگی به‌عنوان شاخص‌های توزیعی ارائه شده است. اصلی‌ترین شاخص مرکزی، میانگین است که بیانگر نقطه تعادل و مرکز ثقل توزیع است و شاخص خوبی برای نشان دادن مرکزیت داده‌ها است. مقادیر میانگین مذهب در فاصله ۱۰۰ کیلومتری این مطلب را بیان می‌کند که به طور متوسط فاصله بین نزدیک‌ترین مسجد تا دفتر مرکزی شرکت‌ها دارای $38/633$ کیلومتر است که این نشان می‌دهد هر چه میزان فاصله شرکت‌های نمونه از مساجد کمتر باشد، اعتقادات مذهبی مدیران آن‌ها بیشتر است. فلذا کمترین میزان فاصله بین مسجد و دفتری اصلی شرکت در تهران به میزان $1/37$ کیلومتر است. همچنین میانگین افشای پایداری اجتماعی شرکت‌های نمونه حاکی از آن است که مدیران شرکت‌ها در راستای افشای پایداری شرکت‌ها اقدامات مناسبی را انجام داده‌اند. یافته‌های مطالعه حاضر با پژوهش آمر (۲۰۲۳) که بر تأیید این مطلب تأکید می‌کنند که استفاده‌کنندگان از صورت‌های مالی تمایل بیشتری برای استفاده از گزارش‌های پایداری اجتماعی شرکت‌ها دارند. متغیر اندازه شرکت با مقدار $1/77$ از انحراف معیار و دامنه گسترده‌تری کم‌تری برخوردار است. همچنین انحراف معیار متغیرهای استفاده شده صفر نیست، لذا می‌توان متغیرهای مدنظر را در مدل وارد کرد. میانگین مشاهدات و میانه آن‌ها اختلاف اندکی دارند. نزدیک بودن مقادیر میانگین و میانه مشخص می‌کند که داده‌ها از توزیع نرمال برخوردارند.

آزمون فرضیه‌های پژوهش (یافته‌های استنباطی)

آزمون مانایی و انتخاب نوع مدل

برای بررسی ایستایی (مانایی) متغیرهای پژوهش از آزمون مانایی لوین، لین و چو^۱ (۱۹۶۰) و آیم، پسران و شین^۲ (۲۰۰۳) استفاده گردیده است که نتایج آن در جدول (۳) ارائه شده است.

جدول ۳. آزمون بررسی مانایی متغیرهای پژوهش

متغیر	<i>RELIGIO</i>	<i>CSR</i>	<i>SIZE</i>	<i>LEV</i>	<i>ROA</i>	<i>AGE</i>
آماره IPS	-۲/۱۱	-۲/۵۴	-۳/۷۷	-۲/۹۶	-۲/۱۷	-۲/۱۶
سطح معناداری	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰
نتیجه آزمون	I(۰)	I(۰)	I(۱)	I(۰)	I(۱)	I(۰)
مرتبه تفاضل گیری	بدون	بدون	در یک سطح	بدون	در یک سطح	بدون
	تفاضل گیری	تفاضل گیری	تفاضل گیری	تفاضل گیری	تفاضل گیری	تفاضل گیری
آماره LLC	-۱/۱۱	-۲/۴۴	-۳/۳۶	-۲/۵۲	-۱/۷۰	-۱/۶۶
سطح معناداری	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰
نتیجه آزمون	I(۰)	I(۰)	I(۰)	I(۰)	I(۰)	I(۰)
مرتبه تفاضل گیری	بدون	بدون	بدون	بدون	بدون	بدون
	تفاضل گیری	تفاضل گیری	تفاضل گیری	تفاضل گیری	تفاضل گیری	تفاضل گیری
توضیحات: آزمون مانایی پژوهش، نشان دهنده آن است که برخی متغیرها در یک سطح تفاضل گیری معنادار و برخی متغیرها بدون سطح تفاضل گیری معنادار بودند. بدین معنی که این آزمون بیان کننده پایداری و قابل اعتماد بودن سری زمانی است. زمانی که یک سری زمانی مانا است، الگوها، روندها و ویژگی های آماری در طول زمان تغییر کمی دارند و می توان به نتایج رگرسیون اعتماد کرد						

^۱ Levin, Lin, and Chu

^۲ Im, Pesaran & Shin

همان‌طور که در جدول (۳) قابل مشاهده است، هر یک از متغیرهای پژوهش در سطح درجه انباشتگی آن متغیر صفر (۰) است که حاکی از ساختگی نبودن روابط موجود در رگرسیون و معنادار بودن متغیرها است. به طور نمونه؛ متغیر عملکرد پایداری اجتماعی در آماره آیم، پسران و شین (۲۰۰۳) بدون تفاضل‌گیری متغیر معنادار است و نشان‌دهنده ساختگی نبودن روابط موجود این متغیر در مدل است. همچنین در آماره لوین، لین و چو (۱۹۶۰) باتوجه به عدد (۰/۰۰) حاکی از تأیید عدم ساختگی این متغیر در مدل پژوهش است؛ بنابراین، باتوجه به نتایج بدست آمده در جدول (۳) کلیه متغیرهای پژوهش را می‌توان به صورت فوق تفسیر کرد که نتایج کلیه متغیرها در دو آماره مانایی آیم، پسران و شین (۲۰۰۳) و آماره مانایی لوین، لین و چو (۱۹۶۰) باتوجه به سطح معناداری (۰/۰۰) می‌توان اظهار داشت که متغیرهای این پژوهش در مدل حاضر از عدم ساختگی در مدل (به عبارت دیگر عدم رگرسیون ساختگی) برخوردار هستند.

آزمون‌های تشخیص مدل و فروض کلاسیک

جدول (۴) نتایج مربوط به آزمون‌های تعیین نوع داده‌های ترکیبی و همچنین آزمون فروض کلاسیک رگرسیون را برای هر دو مدل پژوهش به تفکیک نشان داده است. در این پژوهش برای تعیین نوع داده‌های ترکیبی، تعیین نوع داده‌های پنل، تشخیص خودهمبستگی و تشخیص همسانی واریانس به ترتیب از آزمون‌های اف لیمر، هاسمن، براش - گادفری و ویگینز و پوی (۲۰۰۳) استفاده شده است. همچنین برای بررسی همخطی از معیار عامل تورم واریانس^۱ کمک گرفته شده است. همان‌طور که در جدول (۴) قابل مشاهده است، آزمون لیمر

^۱ Variance Inflation Factor (VIF)

بیانگر آن است که داده‌های مورد آزمون به صورت ترکیبی از نوع تابلویی است و آزمون هاسمن نشان‌دهنده تابلویی از نوع اثرات ثابت است.

جدول ۴. نتایج آزمون‌های تعیین نوع داده‌های ترکیبی و فروض کلاسیک رگرسیون

نتایج آزمون چاو (لیمر)				نتایج آزمون هاسمن					
مدل	آماره	درجه آزادی	سطح خطا	روش پذیرفته شده	مدل اول	آماره	درجه آزادی	سطح خطا	روش پذیرفته شده
اول	۷/۵۵۷	۱۶۶/۲۴۵	۰/۰۰۰	داده‌های تلفیقی		۱۳/۲۸۸	۶	۰/۰۰۱	روش اثرات ثابت
مدل اول-تفکیک صنایع	۵/۱۱۹	۱۶۶/۲۴۵	۰/۰۰۰	داده‌های تلفیقی	مدل اول-تفکیک صنایع	۱۱/۴۹۱	۸	۰/۰۰۹	روش اثرات ثابت

تخمین نهایی مربوط به فرضیه اول پژوهش

جدول ۵. نتایج آزمون آماری فرضیه اول پژوهش

$CSR_{i,t} = \alpha_0 + \beta_1 RELIGION_{i,t} + \beta_2 SIZE_{i,t} + \beta_3 LEV_{i,t} + \beta_4 ROA_{i,t} + \beta_5 GROWTH_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$							
متغیرها	مخفف	نماد	ضرایب	خطای	آماره t	احتمال	عدم چندم خطی
ضریب ثابت	C	α_0	۰/۱۷۹	۰/۰۴۵	۳/۹۷۷	۰/۰۰۰۵	۱/۲۲
مذهب	RELIGION	β_1	۳/۵۲۹	۱/۱۵۰	۳/۰۶۸	۰/۰۰۴۶	۱/۳۸
اندازه شرکت	SIZE	β_2	۰/۰۷۶	۰/۰۲۰	۳/۸۶۴	۰/۰۰۰۹	۱/۰۸

۱/۷۳	۰/۰۲۴۱	۲/۰۳۸	۰/۰۲۶	۰/۰۵۳	β_3	LEV	اهرم مالی
۲/۵۱	۰/۰۰۵۲	۳/۰۷۲	۱/۳۴۳	۴/۱۲۸	β_4	ROA	نرخ بازده دارایی
۱/۴۴	۰/۰۲۰۸	۲/۴۷۵	۰/۲۲۵	۰/۵۵۷	β_5	GROWTH	فرصت‌های رشد
					R^2	ضریب تعیین	
					Adj- R^2	ضریب تعیین تعدیل شده	
					D-W	دوربین - واتسون	
					آماره F		
					احتمال (آماره F)		

پیش از تخمین مدل‌های پژوهش، ضمن تعیین روش تخمین داده‌های ترکیبی، به بررسی مفروضات الگوهای رگرسیونی پرداخته شد. آزمون‌های صورت گرفته حاکی از روش اثرات ثابت برای تخمین داده‌های ترکیبی پژوهش حمایت کرد که نتایج آن در جدول (۳) آورده شده است. جدول (۵) بیانگر رگرسیون برازش شده در سطح خطای ۵ درصد است. باتوجه به جدول فوق، بر اساس مدل اول از آنجایی که سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ است، لذا می‌توان نتیجه گرفت که مذهب بر پایداری اجتماعی شرکت تأثیرگذار است. همچنین سایر متغیرهای کنترلی پژوهش بیانگر تاثیرگذاری بر پایداری اجتماعی شرکت است؛ بنابراین، این گونه می‌توان استنباط کرد که دین‌داری مدیران، به‌عنوان یکی از متغیرهای کلیدی، با نگرش مثبت نسبت به فضای کسب‌وکار و پذیرش اجتماعی همبستگی مثبت و معناداری دارد. این امر می‌تواند از طریق تقویت ارزش‌های اخلاقی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تعهد به هنجارهای جمعی، به

پایداری اجتماعی کمک کند. همچنین، دین‌داری با تقویت حس همبستگی و کاهش رفتارهای انحرافی، به ایجاد محیطی باثبات‌تر در سازمان‌ها منجر می‌شود که این موضوع با نظریه دورکیم درباره نقش دین در حفظ انسجام اجتماعی هم‌راستاست.

تخمین نهایی مربوط به فرضیه دوم پژوهش

جدول ۵. نتایج آزمون آماری فرضیه دوم پژوهش

متغیرها				صنعت خودرویی				صنایع پتروشیمی و پالایشگاهی			
ضریب	آماره	سطح	عامل	ضریب	آماره	t	سطح	عامل	ضریب	آماره	t
	t	معنادار	تورم		t	معنادار	تورم		ی	واریانس	واریانس
ضریب ثابت	۰/۶۳۵	۲/۸۹۹	۰/۰۱۲۰	---	---	---	---	---	---	---	---
مذهب	۱/۶۱۵	۳/۵۵۷	۰/۰۰۱۵	۱/۳۸	۱/۹۷۳	۰/۰۴۸۷	۲/۴۴	۲/۴۴	۰/۰۴۸۷	۱/۹۷۳	۰/۰۴۸۷
اندازه شرکت	۳/۷۱۳	۳/۳۳۰	۰/۰۰۲۶	۲/۶۴	۸/۶۵۷	۰/۰۰۰۹	۳/۶۶	۳/۶۶	۰/۰۰۰۹	۸/۶۵۷	۰/۰۰۰۹
اهرم مالی	۰/۰۹۵	۲/۵۰۰	۰/۰۱۳۹	۱/۸۷	۴/۰۱۰	۰/۰۰۰۱	۳/۰۲	۳/۰۲	۰/۰۰۰۱	۴/۰۱۰	۰/۰۰۰۱
نرخ بازده دارایی	۰/۹۰۳	۲/۵۳۶	۰/۰۱۳۳	۳/۲۴	۱۰/۲۶۹	۰/۰۰۰۰	۳/۴۶	۳/۴۶	۰/۰۰۰۰	۱۰/۲۶۹	۰/۰۰۰۰
فرصت‌های رشد	۰/۶۵۴	۲/۷۱۵	۰/۰۲۶۳	۱/۵۹	۲/۴۷۸	۰/۰۰۰۲	۳/۷۷	۳/۷۷	۰/۰۰۰۲	۲/۴۷۸	۰/۰۰۰۲
ضریب تعیین	۰/۵۸۶								۰/۵۷۰		
آماره F	۱۲/۵۷۸۹۱								۱۲/۵۷۸۹۱		
احتمال F	۰/۰۰۰۰۰۰								۰/۰۰۰۰۰		
دوربین واتسون	۲/۲۶۴								۲/۲۶۴		

بر اساس جدول (۵)، جهت آزمون فرضیه دوم پژوهش باتوجه به سطح معناداری متغیر مذهب مدیران که به میزان (۰/۰۰۱۵) است؛ در این پژوهش می‌توان اظهار

داشت که فرضیه دوم مورد قبول بوده و مذهب مدیران بر افشای گزارشگری پایداری اجتماعی شرکت تأثیرگذار است. نتیجه به دست آمده را می توان این گونه مورد استدلال قرارداد که در صنعت خودرویی، مدیران دارای مذهب بر افشای گزارشگری پایداری اجتماعی شرکت تأثیر بسزایی دارند. همچنین در صنعت پتروشیمی و پالایشگاهی می توان با تأیید فرضیه استنباط کرد که در صنایع پتروشیمی و پالایشگاهی، مدیران دارای مذهب بر افشای گزارشگری پایداری اجتماعی شرکت تأثیر بسزایی دارند. اما بر اساس نتایج ضریب رگرسیون می توان نتیجه گرفت که در صنعت خودرویی افشای گزارشگری پایداری اجتماعی توسط مدیران بیشتر از صنایع پتروشیمی و پالایشگاهی است.

نتیجه گیری و پیشنهادهای پژوهش

این پژوهش باهدف بررسی نقش مذهب بر گزارشگری پایداری اجتماعی شرکت ها به انجام رسیده است. تأثیر مذهب بر رفتار مدیران به نوع دین و میزان پایبندی آن ها بستگی دارد. برای مثال، مدیرانی با پایبندی عمیق به اصول اسلامی ممکن است به دلیل تأکید قرآن بر عدالت و امانت داری، گزارش های دقیق تری ارائه دهند. در مقابل، تفسیرهای متفاوت از مذهب ممکن است به نتایج متغیری منجر شود. در سازمان هایی که فرهنگ شفافیت و مسئولیت پذیری را ترویج می کنند، تأثیر باورهای مذهبی مدیران می تواند تقویت شود. برعکس، در فرهنگ های سازمانی غیرشفاف، این تأثیر ممکن است کم رنگ باشد. صنایعی مانند پتروشیمی یا فلزات اساسی که فعالیت هایشان تأثیرات زیست محیطی و

اجتماعی قابل توجهی دارد، تحت نظارت بیشتری هستند. در این صنایع، مدیران مذهبی ممکن است به دلیل فشارهای خارجی و ارزش‌های شخصی، انگیزه بیشتری برای افشای گزارش‌های پایداری اجتماعی داشته باشند. در کشورهای با قوانین سخت‌گیرانه در زمینه گزارشگری پایداری، باورهای مذهبی می‌توانند به‌عنوان یک عامل مکمل عمل کنند و مدیران را به رعایت این قوانین ترغیب کنند. در مقابل، در محیط‌هایی با نظارت ضعیف، تأثیر مذهب ممکن است به عوامل دیگر وابسته باشد.

اگرچه شواهد تجربی مستقیم در این زمینه ممکن است محدود باشد، مطالعات مرتبط نشان می‌دهند که ارزش‌های اخلاقی و فرهنگی، از جمله مذهب، می‌توانند بر رفتارهای سازمانی تأثیر بگذارند. به‌عنوان مثال، در کشورهایی با فرهنگ مذهبی قوی، مانند ایران یا کشورهای خاورمیانه، مدیرانی که به اصول دینی پایبند هستند، ممکن است به دلیل فشارهای اجتماعی و ارزش‌های شخصی، گزارش‌های پایداری اجتماعی جامع‌تری ارائه دهند. در عمل، این گزارش‌ها می‌توانند شامل اطلاعاتی در مورد اقدامات شرکت در زمینه‌هایی مانند کاهش آلودگی، بهبود ایمنی کارکنان، حمایت از جوامع محلی یا رعایت حقوق کارگران باشد. این اقدامات نه تنها به بهبود وجهه شرکت کمک می‌کند، بلکه می‌تواند اعتماد ذی‌نفعان را جلب کرده و ریسک‌های قانونی و اجتماعی را کاهش دهد. بر اساس نتایج فرضیه اول پژوهش، مذهب مدیران بر گزارشگری پایداری اجتماعی تأثیرگذار است که این مطلب را می‌توان از جنبه‌های نظری مورد بررسی قرارداد که باورهای مذهبی می‌توانند به‌عنوان یک نیروی انگیزشی درونی عمل کنند که مدیران را به سمت رفتارهای مسئولانه و شفاف سوق می‌دهد. این امر به‌ویژه در جوامعی با فرهنگ مذهبی قوی یا در صنایعی با تأثیرات اجتماعی بالا، مانند پتروشیمی یا خودروسازی، قابل مشاهده

است. افشای گزارش‌های پایداری اجتماعی می‌تواند به‌عنوان نشانه‌ای از تعهد مدیر به ارزش‌های اخلاقی و اجتماعی تفسیر شود که نه تنها به نفع جامعه است، بلکه می‌تواند مزیت رقابتی برای شرکت ایجاد کند. این ارتباط به‌سادگی خطی نیست و تحت تأثیر عوامل متعددی قرار دارد. برای مثال، یک مدیر مذهبی در یک شرکت با فرهنگ غیرشفاف ممکن است نتواند تأثیر معناداری بر گزارشگری پایداری داشته باشد. همچنین، در محیط‌هایی که گزارشگری پایداری اجباری است، تأثیر مذهب ممکن است به‌عنوان یک عامل مکمل ظاهر شود، نه یک نیروی اصلی. تقویت افشای گزارش‌های پایداری اجتماعی توسط مدیران مذهبی می‌تواند به بهبود اعتماد عمومی، کاهش نابرابری‌ها و ارتقای مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها منجر شود. این امر به‌ویژه در کشورهایی مانند ایران که مذهب نقش مهمی در فرهنگ و جامعه ایفا می‌کند، می‌تواند پیامدهای مثبتی داشته باشد. با این حال، برای تحقق این پتانسیل، نیاز به ایجاد استانداردهای گزارشگری شفاف و نظارت قوی وجود دارد.

بر اساس نتایج فرضیه دوم پژوهش، مذهب مدیران در صنایع مختلف بر افشای پایداری اجتماعی شرکت تأثیرگذار است. یافته‌های فرضیه دوم را می‌توان این‌گونه مورد استدلال قرارداد که از منظر تئوری نهادی، فشارهای اجتماعی و انتظارات ذی‌نفعان، به‌ویژه در صنایع مختلف مانند پتروشیمی یا خودروسازی، مدیران مذهبی را به ارائه گزارش‌های جامع‌تر تشویق می‌کند. این تأثیر به عواملی مانند نوع مذهب، شدت پایبندی مدیر، فرهنگ سازمانی و مقررات صنعت بستگی دارد. با این حال، تفاوت در تفسیرهای مذهبی و احتمال استفاده ابزاری از مذهب می‌تواند چالش‌هایی ایجاد کند. سازمان‌ها تحت فشارهای اجتماعی، قانونی و فرهنگی برای کسب مشروعیت عمل می‌کنند. در صنایعی با تأثیرات اجتماعی و زیست‌محیطی بالا (مانند پتروشیمی، خودروسازی یا

فلزات اساسی)، مدیران مذهبی ممکن است به دلیل هم‌راستایی ارزش‌های مذهبی با انتظارات ذی‌نفعان، به افشای گسترده‌تر گزارش‌های پایداری اجتماعی روی آورند. این گزارش‌ها می‌توانند به‌عنوان ابزاری برای نشان‌دادن تعهد شرکت به مسئولیت اجتماعی و جلب‌اعتماد عمومی عمل کنند. نتایج به‌دست‌آمده با پژوهش آمر (۲۰۲۴) همسو است.

برای بهره‌برداری از تأثیر مثبت بالقوه مذهب مدیران بر افشای گزارشگری پایداری اجتماعی شرکت‌ها، پیشنهادها، پیوندهای کاربردی زیر ارائه می‌شوند. این پیشنهادها باهدف تقویت شفافیت، مسئولیت‌پذیری و هم‌راستایی با ارزش‌های اخلاقی و اجتماعی طراحی شده‌اند و می‌توانند در سازمان‌ها، به‌ویژه در صنایعی با تأثیرات اجتماعی بالا مانند پتروشیمی، خودروسازی و فلزات اساسی، اجرا شوند. شرکت‌ها می‌توانند کارگاه‌ها و برنامه‌های آموزشی برای مدیران برگزار کنند که ارزش‌های مشترک ادیان (مانند عدالت، مسئولیت‌پذیری و مراقبت از جامعه) را با اصول گزارشگری پایداری اجتماعی ادغام کند. این برنامه‌ها می‌توانند مدیران را تشویق کنند تا باورهای مذهبی خود را به‌عنوان انگیزه‌ای برای افشای شفاف‌تر و جامع‌تر گزارش‌های پایداری، مانند اقدامات در زمینه حقوق کارکنان یا حمایت از جوامع محلی، به کار گیرند. همچنین مدیران شرکت‌ها استانداردهای گزارشگری پایداری اجتماعی را طوری طراحی کنند که با ارزش‌های مذهبی مدیران هم‌راستا باشد. برای مثال، در کشورهایی با اکثریت مسلمان، تأکید بر مفاهیمی مانند امانت‌داری و عدالت اجتماعی در گزارش‌ها می‌تواند مدیران مذهبی را به ارائه اطلاعات دقیق‌تر در مورد عملکرد اجتماعی شرکت، مانند کاهش نابرابری‌ها یا بهبود شرایط کاری، ترغیب کند.

منابع:

بهبودی، امید؛ غفوریان شاگردی، امیر؛ وقفی، سید حسام و کریم مجید ابوالحب، دعا. (۱۴۰۳). بررسی نقش میانجی رفتار غیراخلاقی در رابطه تعهد حرفه‌ای، رضایت شغلی و دین‌داری باکیفیت حسابرسی (مورد مطالعه: حساب‌رسان مؤسسات حسابرسی در عراق). تأملات اخلاقی، مقالات آماده انتشار.

رضائی پشته نوئی یاسر، صدر آرا مهرداد، عمرانی حامد. ارزیابی آثار باورهای دینی و عناصر فرهنگی بر ریسک سقوط قیمت سهام. دوفصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری. ۸ (۱۶): ۳۹۳-۴۲۴

رضوی، کیانوش و حیدرپور، فرزانه. (۱۴۰۳). بررسی تأثیر مؤلفه‌های اخلاقی مدیران در هنگام تصمیم‌گیری بر ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت (یک رویکرد آمیخته). دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۱۳ (۵۱)، ۳۷۳-۳۹۶
نظری‌پور، محمد و زکی‌زاده، بابک. (۱۴۰۳). بررسی تأثیر دین‌داری درونی اسلامی بر قضاوت حساب‌رسان. دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۱۵ (۵۷)، ۴۰-۲۱.

دانشمندی، نجمه و زارع، ایمان. (۱۴۰۳). بررسی تأثیر دین‌داری بر کیفیت افشای اختیاری اطلاعات حسابداری با تأکید بر نقش میانجی خودشیفتگی مدیران. بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۳۱ (۳)، ۴۶۱-۴۹۱.

Arduini, S., Manzo, M. and Beck, T. (۲۰۲۴), "Corporate reputation and culture: the link between knowledge management and sustainability", Journal of Knowledge Management, Vol. ۲۸ No. ۴, pp. ۱۰۲۰-۱۰۴۱.

Ballou, B., Casey, R.J., Grenier, J.H. and Heitger, D.L. (۲۰۱۲), "Exploring the strategic integration of sustainability initiatives: opportunities for accounting research", Accounting Horizons, Vol. ۲۶ No. ۲, pp. ۲۶۵-۲۸۸,

- Bhattacharya, C.B. (२०११), *Small Actions, Big Difference: Leveraging Corporate Sustainability to Drive Business and Societal Value*, Routledge, Abington, UK.
- Egan, M. (२०१४), "Utilising accounting and accountants in the management of water efficiency", *Australian Accounting Review*, Vol. २४ No. ३, pp. ३०६-३१३
- Egan, M. and Tweedie, D. (२०१४), "A 'green' accountant is difficult to find: can accountants contribute to sustainability management initiatives?", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. ३१ No. १, pp. ११६-१११
- Evans, E., Burritt, R. and Guthrie, J. (२०११), *Bridging the Gap between Academic Accounting Research and Professional Practice*, Institute of Chartered Accountants in Australia/University of South Australia, Sydney, Australia
- Gray, R. and Collison, D. (२००२), "Can't see the wood for the trees, can't see the trees for the numbers? Accounting education, sustainability and the public interest", *Critical Perspectives on Accounting*, Vol. १३ Nos ०-१, pp. १११-१३१,
- Gray, R., Bebbington, J. and Walters, D. (१९९३), *Accounting for the Environment*, Paul Chapman, London, UK.
- Gulko, N., Gerardou, F.S. and Withanage, N. (२०२६), "The Concept of Materiality in CSR and SDGs Reporting: Definitions, Interpretation, Application, and Sustainable Value Creation", Hunjra, A.I. and Hussainey, K. (Ed.) *The Emerald Handbook of Ethical Finance and Corporate Social Responsibility*, Emerald Publishing Limited, Leeds, pp. १-३०.
- Jadhav, D.S. and Sarangi, S. (२०२६), "Corporate sustainability and performance: a bibliometric review for

two decades", *Benchmarking: An International Journal*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print.
<https://doi.org/10.1108/BIJ-07-2023-0467>

Johnstone, L. (2019), "Theorising and conceptualising the sustainability control system for effective sustainability management", *Journal of Management Control*, Vol. 3 No. 1, pp. 20-64

KPMG (2020), "The time has come: the KPMG survey of sustainability reporting 2020", available at: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2020/11/the-time-has-come.pdf> (accessed 30 June 2021).

Kurki, M. and Järvenpää, M. (2024), "Engaging management accountants in corporate sustainability", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 37 No. 9, pp. 100-127.

Lambert, C. and Sponem, S. (2012), "Roles, authority and involvement of the management accounting function: a multiple case-study perspective", *European Accounting Review*, Vol. 21 No. 3, pp. 560-589.

Mathews, M.R. (1997), "Twenty-five years of social and environmental accounting research: is there a silver jubilee to celebrate?", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 10 No. 4, pp. 481-531,

Pierce, J.L., Kostova, T. and Dirks, K.T. (2001), "Toward a theory of psychological ownership in organizations", *Academy of Management Review*, Vol. 26 No. 2, pp. 298-310.

Scarpellini, S., Marin-Vinuesa, L.M., Aranda-Uson, A. and Portillo-Tarragona, P. (2020), "Dynamic capabilities and environmental accounting for the circular economy in businesses", *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, Vol. 11 No. 7, pp. 1129-1158

- Schaltegger, S. and Zvezdov, D. (2010), "Gatekeepers of sustainability information: exploring the roles of accountants", *Journal of Accounting and Organizational Change*, Vol. 11 No. 3, pp. 333-361
- Sivanandan, P. (2014), "Sustainability Reporting, Value Creation and Effective Corporate Governance: A Managerial Perspective", Ali, M., Choi-Meng, L., Puah, C.-H., Raza, S.A. and Sivanandan, P. (Ed.) *Strategic Financial Management*, Emerald Publishing Limited, Leeds, pp. 1-12.
- United Nations (2010), "Transforming our world: the 2030 agenda for sustainable development", available at: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/document/s/21202030/20Agenda%20for%20Sustainable%20Development%20web.pdf> (accessed 1 October 2021).
- Windolph, S.E., Harms, D. and Schaltegger, S. (2014), "Motivations for corporate sustainability management: contrasting survey results and implementation", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 21 No. 6, pp. 272-280

**Investigating the Systematic Relationship between
Managers' Religiosity and Social Sustainability Reporting
Disclosure**

Abstract

Objective: The purpose of the present study is to investigate the religiosity of managers on the disclosure of social sustainability reporting by companies.

Research Method: This study is applied in terms of purpose and is a descriptive research in terms of method identification, correlation, and identification. The statistical population of the study is the Tehran Stock Exchange, and the research sample is ۱۶۷ companies listed on the Tehran Stock Exchange in the ۹-year period between ۲۰۱۵ and ۲۰۲۳. In order to test the research hypotheses, multivariate regression with mixed data and Iviews software was used.

Results: The results of the research findings show that managers' religion has an effect on the disclosure of social sustainability reporting. The results also indicate that the religiosity of managers in the automotive industry is higher than in the petrochemical and refining industries and the basic metals industry, which are more likely to disclose social sustainability reporting.

^۱ Department of Accounting, Shahr-e-Quds Branch, Islamic Azad University, Shahr-e-Quds, Iran

Email: f.azizi@iaau.ac.ir

^۲ Master of Science in Accounting, Shahr-e-Quds Branch, Islamic Azad University, Shahr-e-Quds, Iran

Conclusion: Managers' religiosity can help improve disclosure of social sustainability reporting by strengthening ethical values and reducing opportunistic behaviors, especially in environments with strong social and legal pressures. To understand this relationship more precisely, there is a need for more research with a specific focus on the role of religiosity in sustainability reporting in Iran.

Keywords: Managers' religiosity, corporate social responsibility, disclosure of social sustainability reporting.