فصلنامه علمی اقتصاد و بانکداری اسلامی، شماره چهل و پنجم، زمستان ۱۴۰۲- صفحات ۱۹۴-۱۷۷

الگوی ارزشیابی پرداخت‌های غیرپولی در حسابداری مدیریت (نظریه عدم قطعیت و مقایسه)

نوع مقاله: پژوهشی

احمد محرمی[۱]
نادررضایی[۲]
عسگر پاک مرام[۳]
رسول عبدی[۴]

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۵/۲۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۷/۲۵

چکیده

هدف این پژوهش ارائه الگوی ارزش بازپرداخت‌های غیرپولی در حسابداری مدیریت(نظریه عدم قطعیت و مقایسه) است که با استفاده از رویکرد کمّی می‌باشد. تحقیق حاضر یک تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی است و از لحاظ ماهیت و روش تحقیق از نوع تحقیقات همبستگی است جامعه آماری پژوهش در این بخش خبرگان سرمایه گذاری متشکل از حسابداران خبره و مدیران مالی و حسابداران شرکت های فعال در بازار سرمایه بودند که با استفاده از نمونه‌گیری در دسترس تعداد ۶۲ نفر به عنوان نمونه جهت تحلیل پرسشنامه محقق ساخته انتخاب شدند و ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه بود و جهت تجزیه و تحلیل از نرم افزار pls استفاده شد که طبق نتایج حاصل از پژوهش مسیرشرایط علّی از قبیل روانشناسی انگیزش و روانشناسی اجتماعی با مقوله محوری تاثیر دارد و تایید می‌شود و مسیر مقوله محوری بر راهبرد ناشی از اصول حسابداری مدیریت تاثیر دارد، تایید می‌شود و فرض پژوهش مبنی بر مسیر شرایط مداخله‌گر با راهبردها از

---

۱ دانشجوی دکترای حسابداری، واحد بناب ، دانشگاه آزاد اسلامی،بناب، ایران
ahmadm1140@gmail.com
۲ استادیار گروه حسابداری، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران (نویسنده مسئول)
naderrezaeimiandoab@gmail.com
۳ دانشیار گروه حسابداری، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران
pakmaram@bonab.iau.ac.ir
۴ استادیار، گروه حسابداری، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب،ایران
abdi.rasool@yahoo.com

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

طریق عامل مهارت ها تاثیر دارد، تایید می‌شود ولی فرض مبنی بر مسیرهای شرایط زمینه‌ای بر راهبردها تاثیر دارد، تایید نمی‌شود و فرض پژوهش مبنی بر مسیرهای راهبردها بر پیامدها تاثیر دارد، تایید می‌شود.

کلمات کلیدی: ارزش بازپرداخت‌های غیرپولی، نظریه روانشاسی اجتماعی، حسابداری مدیریت رفتاری.

طبقه بندی JEL : B52, C44, G32

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

مقدمه

نظریه روانشناسی پیش بینی می کند که عملکرد نسبی اطلاعات باعث افزایش تعهد اجرای اهداف می شود و اطلاعات نشان می دهد که افراد احتمال زیادی برای موفقیت دارند و تلاش شان بیشتر می شود(هانان[۱] و همکاران، ۲۰۰۸). شفافیت و کیفیت مطلوب اطلاعات مالی، که پایه و اساس تصمیم‌گیری‌های بهینه اقتصادی سرمایه‌گذاران، اعتباردهندگان و بطور اعم استفاده کنندگان از اطلاعات است، از اهمیت ویژه ای برخوردار می‌باشد(عشایری، ۱۴۰۱).چشم انداز رقابتی امروز، محیط کسب و کار را برای مدیران بخش عمومی در اقتصاد بسیار چالشی ساخته است و ارزیابی عملکرد مالی را در چرخه سیستم های اطلاعاتی مدیریت، به امر حیاتی مبدل نموده است(عسکرپور و همکاران ، ۱۴۰۲).اغلب افراد تنوعی از اهداف را به غیر از ارزش مادی و دارایی پیگیری می کنند، زیرا آنها برای کسب سود و منافع را از اهداف اجتماعی و روانشناسی بهره مند می شوند. برخی از این اهداف شامل عزت نفس[۲]، منصف بودن[۳]، صداقت[۴] و هویت اجتماعی[۵] می باشند. تعیین این اهداف و درک چگونگی ارزش این بازپرداخت(سود و منافع) در تبادل ها در برابر بازپرداخت غیرپولی برای درک تصمیم گیری اهمیت دارد(گلویچ[۶] و همکاران، ۲۰۰۶). از این روحسابداری مدیریت می تواند این بازپرداخت غیرپولی را بوسیله حسابداری رفتاری و برخی نظریه های اجتماعی تحت تاثیر قرار می دهد و هنجارهایی از قبیل تناسب، صداقت به تعیین اثرات حسابداری مدیریت در رفتار افراد مبتنی بر پدیده بازپرداخت‌های غیرپولی کمک می کند. در نتیجه حسابداری مدیریت، این هنجارهای اجتماعی را برای ایجاد دارایی و ارزش بیشتر، نسبت به قراردادهایی که در تصور افزایش دارایی ارائه شده اند را کنترل می کند(تیلور و همکاران، ۲۰۰۶). همچنین، طبق نظریه های اجتماعی(نظریه مقایسه اجتماعی)، تاثیر عملکرد نسبی اطلاعات به چگونگی تاثیر اطلاعات بر عقاید افراد[۷] در موقعیت آنها بستگی دارد. از این رو تاثیر هنجارهای اجتماعی و اولویت های اجتماعی مربوط به مضمون است(هانان[۸] و همکاران، ۲۰۰۶). افرادی که بازپرداخت پولی را حذف می کنند نه تنها به اولویت شخصی ثابت وابسته هستند بلکه به تفسیر آنها از مضمون تصمیم

---

۱ Hanan
۲ Self-esteem
۳ fairness
۴ honesty
۵ Social identity
۶ Gloich
۷ People's opinions
۸ Hanan

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

گیری بستگی دارد. تبادل پیچیده هنجارهای اجتماعی[۱]، منافع شخصی[۲] و حسابداری مدیریت می توانند نتایج غیر حسی را اغلب واگذار کنند. هانان و همکاران(۲۰۰۶) در پژوهشی دریافتند که پیروی متناقص زمانی صداقت کمتری دارند که مافوق آنها اطلاعات دقیق تری دارند.

از این رو با عنایت به عدم توجه به رابط های اجتماعی مبتنی بر نظریه روانشناسی اجتماعی در بازپرداخت‌های غیرپولی حسابداری مدیریت در ایران، مسئله این پژوهش چگونگی درک میزان بازپرداخت‌های غیرپولی حسابداری مدیریت در قبال برخی نظریه های روانشناسی اجتماعی منجمله عدم قطعیت و مقایسه اجتماعی و همچنین با توجه به تحقیقات انجام‌شده در ایران در این زمینه با تاکید بر مسائل روانشناختی و اجتماعی، پژوهش حاضر مؤلفه‌هایی را مورد آزمون قرار داده که در تحقیقات قبلی آزمون نشده است و موارد مشابهی برای آن وجود ندارد. لذا، در این پژوهش چارچوب سازی زمینه ارزشیابی بازپرداخت‌های غیرپولی با تاکید بر مسائل روانشناختی و اجتماعی با تاکید بر نقش حوزه حسابداری مدیریت آشکار می‌شود؛ بنابراین به توجه به مطالب فوق، مسئله این پژوهش را می توان درک چگونگی زمینه بازپرداخت‌های غیرپولی با تاکید بر حسابداری مدیریت تعریف کرد، که این مهم با اتکاء به آزمون نظریه روانشناسی اجتماعی و سایر نظریه های زیرمجموعه صورت خواهد گرفت. بنابراین با توجه به مطالب فوق، این پژوهش در پی پاسخ به این سؤال است که چه الگویی برای چارچوب سازی زمینه ارزشیابی بازپرداخت‌های غیرپولی در حسابداری مدیریت مناسب است؟ به منظور پاسخ به این سؤال، از نظریه های روانشناسی اجتماعی و نظریه های جامعه شناختی بهره گرفته خواهد شد. ازاین‌رو، انتظار می‌رود نتایج پژوهش حاضر بتواند به مدیران، تحلیل گران مالی و سایر استفاده‌کنندگان اطلاعات حسابدری مدیریت در درک اهمیت بازپرداخت‌های غیرپولی در حسابداری مدیریت کمک کرده و آن‌ها را در اتخاذ تصمیم‌های صحیح مدیریتی، مالی و سرمایه‌گذاری کمک نماید.

از آنجائیکه حسابداری مدیریت از طریق تکنیکهای متعدد خود که در طی سالهای اخیر رشد قابل ملاحظه ای داشته نقش خود را ایفا می نماید، توجه به چگونگی کارکرد این تکنیکها و اهمیت آنان در نزد مدیران و حسابداران مدیریت در قالب چارچوب سازی زمینه رفتاری تصمیم گیرندگان می تواند از طریق کاربردی نمودن و بهبود تکنیکهای بااهمیت به بهینه نمودن این فرآیند کمک شایانی نماید. نظریه های روانشناسی با تمرکز و شناخت عمیق تر پدیده های ذهنی افراد، بجای پدیده های عینی سازمانی می‌تواند برای تشریح و تحلیل علت و اثرات روش های حسابداری مدیریت مورد استفاده قرار گیرد(رهنمای رودپشتی و رستمی، ۱۳۹۴). روانشناسی بر روی رفتار

---

۱ social norms

۲ Personal interests

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

اشخاص و گروهها به جای بازارها و سازمان ها و بر ورودی پدیده های ذهنی(شناختی) به عنوان نمایندگان ذهنی تمرکز دارد. بنابراین، با توجه به این‌که هیچ چارچوبی برای زمینه ارزشیابی بازپرداخت‌های غیرپولی در حوزه حسابداری مدیریت تدوین‌نشده است لذا ضرورت پیدا می‌کند که چارچوبی برای زمینه ارزشیابی بازپرداخت‌های غیرپولی در حوزه حسابداری مدیریت تدوین گردد.

فرضیات پژوهش

- شرایط علی با مقوله محوری رابطه دارد.
- مقوله محوری با راهبردها رابطه دارد.
- شرایط مداخله‌گر با راهبردها رابطه دارد.
- شرایط زمینه‌ای با راهبردها رابطه دارد.
- راهبردها با پیامدها رابطه دارد.

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف، تحقیقی کاربردی است. چون در این تحقیق به توصیف و مطالعه آن‌چه هست پرداخته می‌شود، لذا این تحقیق از لحاظ روش اجراء، از نوع تحقیقات توصیفی است. از آنجایی که در تحقیقات توصیفی می‌توان ویژگی‌های جامعه مورد مطالعه را از طریق پیمایش ارزیابی نمود، تحقیق حاضر یک تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی است. از لحاظ ماهیت و روش تحقیق از نوع تحقیقات همبستگی است. همچنین بر اساس نحوه گردآوری داده‌ها یک تحقیق توصیفی-پیمایشی است. در نهایت تحقیق حاضر از لحاظ ماهیت کمی بوده و از لحاظ معیار زمانی، از نوع تحقیقات مقطعی قلمداد می‌شود. که به روش میدانی و با استفاده از پرسشنامه انجام می-پذیرد. جامعه آماری پژوهش در این بخش خبرگان سرمایه گذاری متشکل از حسابداران خبره و مدیران مالی و حسابداران شرکت های فعال در بازار سرمایه بودند که با استفاده از نمونه‌گیری در دسترس تعداد ۶۲ نفر به عنوان نمونه جهت تحلیل پرسشنامه محقق ساخته انتخاب شدند و پاسخ‌های آنان با استفاده از معادلات ساختاری تجزیه و تحلیل گردید (نمونه‌گیری در دسترس، افراد جامعه براساس راحتی نسبی دسترس به آن‌ها تعریف می‌شود که به آن نمونه‌گیری اقتضای هم گفته می‌شود). لازم به ذکر است که در نمونه‌ها هیچ مورد مشترکی از پاسخگویان انتخاب نشدند تا نتایج دقیق و قابل اتکا باشنددر پژوهش حاضر، در مرحله اول، گردآوری اطلاعات برای مطالعه ادبیات موضوع و بررسی پیشینه‌های پژوهش از روش مطالعات کتابخانه‌ای استفاده شده و سپس در مرحله دوم جهت گردآوری اطلاعات از روش میدانی با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته که روایی و پایایی آن با روش آلفای کرونباخ و نظر خبرگان تایید شده، اقدام شده است.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

یعنی برای گردآوری داده‌ها برای بررسی مبانی نظری و ادبیات تحقیق از مطالعات کتابخانه‌ای و برای آزمون سوالات و مسیرها و نتیجه‌گیری از روش میدانی و ابزار پرسشنامه استفاده شد..در این پژوهش پس از بیان آمار توصیفی به آزمون سوال ها با استفاده از ضریب مسیر و با بهره‌گیری از معادلت ساختاری (PLS) پرداخته شد.

یافته ها

در این بخش مدل اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش را در دو حالت معناداری و ضرایب استاندارد بیان شده است که با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته مشتمل بر ۴۷ سوال به دست آمد که بین ۶۲ نفر از اعضای جامعه آماری به شیوه در دسترس توزیع گردید و به کمک معادلات ساختاری اقدام به تجزیه و تحلیل مسیرهای مطرح شده پرداخته شد. که در جدول ۱ ویژگی‌های جمعیت شناختی جامعه آماری تشریح شده است.

جدول ۱: آمار توصیفی جمعیت‌شناختی بخش کمی

ویژگی	جنسیت		تحصیلات		سن			سابقه		
فروانی	مرد	زن	کارشناسی ارشد	دکتری	۴۵-۳۰	۴۶-۵۵	۵۶ به بالا	۱۰-۵	۱۱-۲۰	۲۱ سال به بالا
درصد	۸۵	۱۵	۷۰	۳۰	۶۹	۲۸	۳	۶۵	۳۲	۳
مجموع(تعداد)	۶۲		۶۲		۶۲			۶۲		

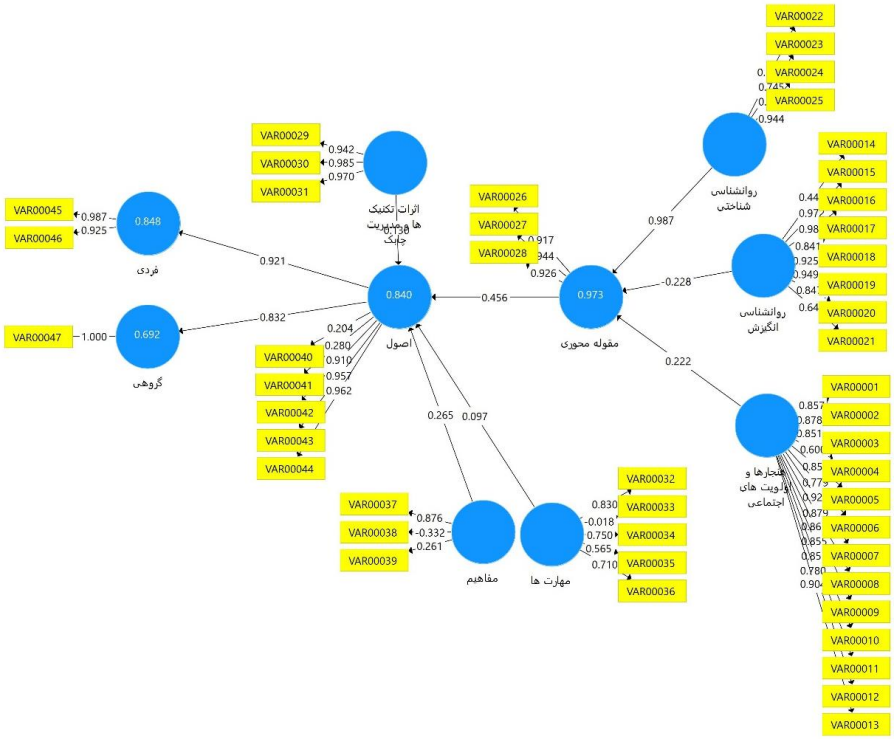
منابع : یافته های پژوهش

- تحلیل برازش معیارهای اندازه‌گیری

در روش‌شناسی مدل معادلات ساختاری، ابتدا به ساکن لازم است تا روایی سازه مورد مطالعه قرار گرفته تا مشخص شود نشانگرهای انتخاب شده برای اندازه‌گیری سازه‌های مورد نظر خود از دقت لازم برخوردار هستند. یعنی آیا سؤالات برای اندازه‌گیری متغیرها درست انتخاب شده‌اند یا خیر؟ برای این منظور از تحلیل عاملی تأییدی (CFA) استفاده می‌شود. به این شکل که بار عاملی هر نشانگر با سازه خود دارای مقدار t معنی دار در سطح خطای ۵ درصد باشد یعنی مقدار آن خارج از بازه ۱/۹۶ و ۱/۹۶- باشد، همچنین بار عاملی هر نشانگر با سازه خود بالاتر از ۰/۵۰ باشد (در این صورت این متغیر حداقل ۲۵ درصد از واریانس متغیر پنهان را اندازه‌گیری کرده است)، آنگاه این نشانگر از دقت لازم برای اندازه‌گیری آن سازه یا صفت مکنون برخوردار است. بدین منظور تحلیل

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

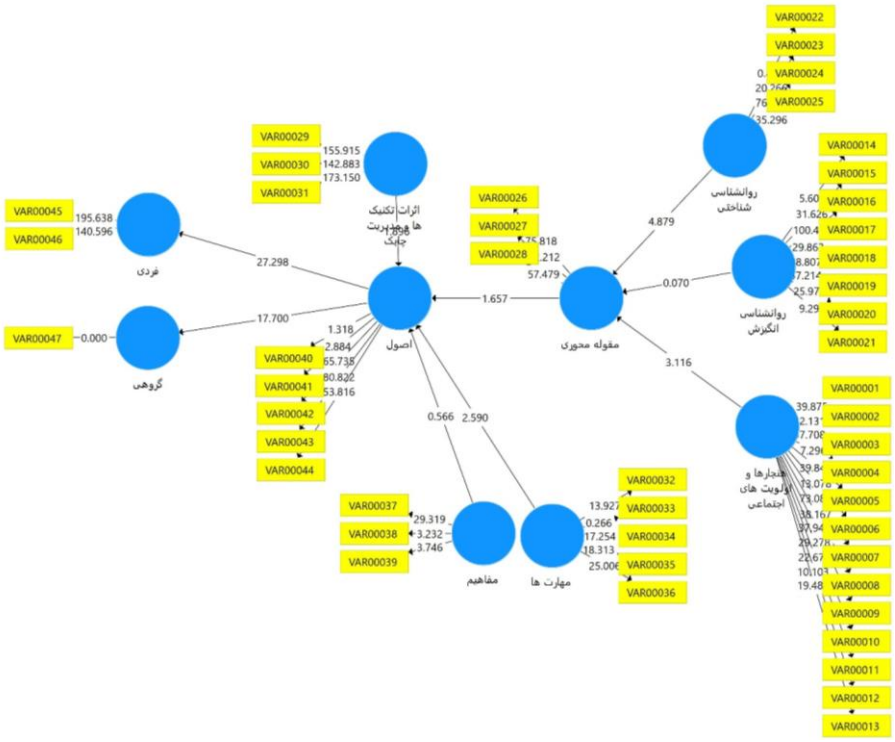
عاملی تأییدی بر روی گویه‌های پرسشنامه صورت گرفت. تمامی سؤالات دارای بار عاملی بالای ۰/۵ و مقادیر معناداری بالای ۱/۹۶ هستند و دقیقاً متغیرهای پیش‌بینی شده در پرسشنامه را اندازه‌گیری می‌کنند. در ادامه مدل اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق را در دو حالت معناداری و ضرایب استاندارد مشاهده می‌نمایید.



نمودار ۱. مدل اندازه‌گیری در حالت استاندارد کلی

منابع : یافته های پژوهش

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]



نمودار ۲: مدل اندازه‌گیری در حالت معنادار کلی

منابع : یافته های پژوهش

اعتبار سازه یکی از روش‌های اعتبار درونی است به این معنا که ابزار مورد نظر فاقد منابع خطا است. این نوع اعتبار بیان می کند که نتایج بدست آمده از کاربرد یک ابزار اندازه‌گیری تا چه حد با نظریه‌هایی که آزمون بر محور آن ها تدوین شده است، تناسب دارد.

با توجه به شکل ۱، گویه‌ها یا نشانگرهای اکثر سازه‌ها بیشترین بار عاملی را بر سازه خود دارند؛ بدین معنی که کمترین بار مقطعی (Cross-Loading) را بر سازه های دیگر داشته باشند اشتراب (۲۰۰۴) پیشنهاد می‌کند که بار عاملی هر گویه بر سازه مربوط به خود باید حداقل ۰,۱ بیشتر از بار عاملی همان گویه بر سازه های دیگر باشد.).از طرفی دیگر، تمام سازه‌ها دارای پایایی ترکیبی بالاتر از ۰,۵ می‌باشند. لذا بین شاخص‌های مربوط به هر متغیر سازگاری درونی وجود دارد.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

اعتبار همگرا۱: بیانگر رابطه ملاک‌ها یا معرف‌های مختلف نسبت به یکدیگر است. در واقع، اگر همبستگی بین نمرات آزمون‌هایی که خصیصه‌ی واحدی را اندازه‌گیری می‌کند بالا باشد، آزمون دارای اعتبار همگرا می‌باشد. چنانچه مقادیر میانگین واریانس استخراج شده (AVE۲) برای تمام سازه‌ها بالاتر از ۰,۵ باشد بدین معنی که گویه‌ها بیش از ۵۰٪ واریانس سازه‌های مربوط به خود را تبیین کنند، نشان از وجود اعتبار همگرا در آزمون‌های بکار رفته است (فورنر و لارکر،۱۹۸۱)

بر اساس جدول ۲ مقادیر محاسبه شده AVE برای تمامی سازه‌ها دارای مقادیر میانگین واریانس استخراج شده بالاتر از ۰,۵ هستند، لذا گویه‌ها بیش از ۵۰٪ از واریانس سازه‌های مربوط به خود را تبیین می‌کنند. مطلوب بودن مقادیر این شاخص نشان از وجود اعتبار همگرا در آزمون‌های بکار رفته دارد.

جدول ۲: مقادیر AVE برای مولفه های پژوهش

	Average Variance Extracted (AVE)
اثرات تکنیک ها	۰/۹۵۵
اصول	۰/۵۸۹
روانشناسی هنجارها و اولویت های اجتماعی	۰/۷۴۱
روانشناسی انگیزش	۰/۶۴۰
روانشناسی شناختی	۰/۷۸۷
فردی	۰/۹۵۶
مفاهیم	۰/۶۶۵
مقوله محوری	۰/۹۰۹
مهارت ها	۰/۵۱۶
گروهی	۰/۷۲۹

منابع : یافته های پژوهش

۱ Convergent Correlation

۲ Average Variance Extracted

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

پایایی شاخص نیز خود توسط دو معیار مورد سنجش واقع می گردد:

۱. آلفای کرونباخ و

۲. پایایی ترکیبی

- آلفای کرونباخ

مقدار آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۷، نشانگر پایایی قابل قبول است. برخی از محققان در مورد متغیر های با تعداد سوالات اندک، مقدار ۰/۶ را به عنوان سرحد ضریب آلفای کرونباخ معرفی کرده اند. از آن جایی که مقدار آلفای کرونباخ کل پرسشنامه و سایر ابعاد بزرگتر از ۰/۷ می باشد، بنابراین آزمون از پایایی قابل قبولی برخوردار می باشد.

جدول ۳: مقادیر آلفای کرونباخ برای مولفه های پژوهش

	Cronbach's Alpha
اثرات تکنیک ها	۰/۹۷۷
اصول	۰/۷۴۴
روانشناسی هنجارها و اولویت های اجتماعی	۰/۹۴۷
روانشناسی انگیزش	۰/۷۵۹
روانشناسی شناختی	۰/۹۵۲
فردی	۰/۵۵۲
مفاهیم	۰/۹۵۰
مقوله محوری	۰/۷۱۰
مهارت ها	۰/۹۶۷
گروهی	۰/۹۷۳

منابع : یافته های پژوهش

پایایی ترکیبی (CR)

در صورتی که مقدار CR برای هر سازه بالای ۰/۷ شود، نشان از پایداری درونی مناسب برای مدل اندازه گیری دارد و مقدار کمتر از ۰/۶ عدم وجود پایایی را نشان می دهد (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲). در شکل زیر پایایی همه عوامل بالای ۰/۷ است و نشان دهنده پایایی ترکیبی مناسبی است.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

جدول ۴: پایایی ترکیبی

	Composite Reliability
اثرات تکنیک ها	۰/۶۲۴
اصول	۰/۹۸۵
روانشناسی هنجارها و اولویت های اجتماعی	۰/۸۵۵
روانشناسی انگیزش	۰/۹۵۷
روانشناسی شناختی	۰/۸۵۶
فردی	۰/۹۷۸
مفاهیم	۰/۶۰۴
مقوله محوری	۰/۹۶۸
مهارت ها	۰/۸۱۳
گروهی	۰/۹۷۲

منابع : یافته های پژوهش

- تحلیل برازش مدل

یک مدل درونی (مدل ساختاری) به تشریح روابط بین متغیرهای نهفته می‌پردازد و مشخص می‌کند که چه میزان از واریانس یک متغیر نهفته توسط سایر متغیرهای نهفته تبیین می‌شود. برای ارزیابی مدل از شاخص‌های منظمی جهت آزمون استفاده می‌شود که شامل: R2، ضرایب مسیر و ضرایب بحرانی هستند. به منظور بررسی معنی داری ضریب مسیر یا همان بتا از روش سرگیری استفاده شد که برای این منظور از سرگیری در سه حالت ۱۰۰، ۳۰۰ و ۵۰۰ نمونه استفاده شد که نتایج نشان می‌دهد در هر سه حالت در معنی دار بودن یا نبودن پارامترها تغییری ایجاد نشده و نتایج از اعتبار محکمی برخور دار هستند. لذا می‌توان در قالب مدل رگرسیونی مسیرهای تحقیق را آزمون نمود.

برای بررسی برازش مدل در حداقل مربعات جزئی، از معیار کیفیّت جهانی که توسط آماتو۱ و همکاران در سال ۲۰۰۴ مطرح شد، استفاده می‌کنیم.

$$GOF = \sqrt{\overline{communality} \times \overline{R^2}}$$

۱. Amato

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

$\overline{communality}$ میانگین اشتراک هر متغیر است و کیفیّت مدل بیرونی را می‌سنجد. $\overline{R^2}$ میانگین ضرایب تعیین مربوط به هر متغیر پنهان درون زا می‌باشد و کیفیّت مدل درونی را می-سنجد و برای هر متغیر درون زا بر طبق متغیرهای پنهانی که آن را توضیح می‌دهند، محاسبه می‌شود. سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای شاخص نیکویی برازش[۱] (GoF) معرفی شده است.

جدول ۵: محاسبه برازش درونی

	مقادیر اشتراکی	ضریب تعیین
اثرات تکنیک ها	۰/۶۷۳	-
اصول	۰/۶۵۵	-
روانشناسی هنجارها و اولویت های اجتماعی	۰/۵۲۱	-
روانشناسی انگیزش	۰/۶۱۲	-
روانشناسی شناختی	۰/۵۵۴	-
فردی	۰/۶۳۱	۰/۷۷۲
مفاهیم	۰/۵۳۲	-
مقوله محوری	۰/۵۵۴	۰/۸۷۵
مهارت ها	۰/۶۶۳	-
گروهی	۰/۵۸۳	۰/۶۵۴
Gof	۰/۶۳۰	

منابع : یافته های پژوهش

همانطور که در جدول ۵ مشاهده می‌نمایید، مقدار شاخص نیکویی برازش معادل ۰/۶۳۰ است که نشان از برازش کلی بالای متوسط برای مدل ساختاری است؛ یعنی مدل درونی قدرت کافی برای آزمون فرضیات را دارد و نتایج آزمون را می‌توان به لحاظ آماری صد در صد قابل اتکاء دانست. همچنین معیار R2 یا ضریب تعیین نشان از تأثیری دارد که متغیرهای برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا دارند؛ این معیار فقط برای سازه‌های درون‌زا محاسبه می‌شود و در مورد سازه‌های برون‌زا مقدار آن برابر صفر است. هر چه مقدار ضریب تعیین یک مدل بیش‌تر باشد، نشان از برازش بهتر مدل دارد.

۱. Goodness-of- fit index (GoF)

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به عنوان ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی معرفی شده است.

- رد با تائید مسیرهای مدل اندازه گیری

مسیر اول: مسیرشرایط علّی با مقوله محوری

جدول ۶: بررسی مسیر اول

مستقل	جهت تأثیر	وابسته	مقدار استاندارد	مقدار تی	مقدار احتمال	نتیجه
روانشناسی شناختی	<----	مقوله محوری	۰/۶۲۱	۴/۸۷۹	۰/۰۰۰	تائید مسیر
روانشناسی انگیزش	<----	مقوله محوری	۰/۰۰۳	۰/۰۷۰	۰/۹۴۵	رد مسیر
هنجارها و اولویت های اجتماعی	<----	مقوله محوری	۰/۱۰۷	۳/۱۱۶	۰/۰۰۲	تائید مسیر

منابع : یافته های پژوهش

همانطور که در جدول ۶ مشاهده می‌کنید میزان تأثیرگذاری مستقیم دو متغیر روانشناسی شناختی و روانشناسی اجتماعی ناشی از شرایط علّی بر مقوله محوری به ترتیب ۰/۰۰۳ و ۰/۱۰۷ می‌باشد و مقدار تی این ضریب به ترتیب برابر با ۴/۸۷۹و ۳/۱۱۶ است که بیشتر از مقدار ۱/۹۶ است. لذا می‌توان گفت دو مسیر پژوهش مبنی بر شناسی انگیزش و روانشناسی اجتماعیبه عنوان شرایط علّی بر مقوله محوری تاثیر دارد، تایید می‌شود. همچنین، میزان تأثیرگذاری مستقیم متغیر روانشناسی انگیزش ناشی از شرایط علّی بر مقوله محوری ۰/۰۰۳ می‌باشد و مقدار تی این ضریب برابر با ۰/۹۴۵ است که کمتر از مقدار ۱/۹۶ است.

مسیر دوم: مسیر مقوله محوری با راهبردها

جدول ۷: بررسی مسیر دوم

مستقل	جهت تأثیر	وابسته	مقدار استاندارد	مقدار تی	مقدار احتمال	نتیجه
مقوله محوری	<----	اصول حسابداری	۰/۲۶۶	۱/۶۵۷	۰/۰۹۸	رد مسیر

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

		مدیریت رفتاری				

منابع : یافته پژوهش

همانطور که در جدول ۷ مشاهده می‌کنید مقدار تأثیرگذاری مستقیم مسیر ناشی از متغیر مقوله محوری بر متغیر اصول حسابداری مدیریت رفتاری به عنوان راهبرد اصلی ۰/۲۶۶ می‌باشد و چون مقادیر t به دست آمده برای این پارامترها بیشتر از ۱/۹۶ محاسبه شده است، لذا فرض صفر با ۹۵ درصد اطمینان رد می‌شود و فرض مسیر مقوله محوری بر راهبرد ناشی از اصول حسابداری مدیریت تاثیر دارد، تایید می‌شود.

مسیر سوم: مسیر شرایط مداخله‌گر با راهبردها

جدول ۸: بررسی مسیر سوم

مستقل	جهت تأثیر	وابسته	مقدار استاندارد	مقدار تی	مقدار احتمال	نتیجه
مهارت ها	<----	راهبردها	۰/۲۶۲	۲/۵۹۰	۰/۰۱۰	تأیید مسیر
مفاهیم	<----	راهبردها	۰/۰۹۰	۰/۵۶۶	۰/۵۷۲	رد مسیر

منابع : یافته های پژوهش

همانطور که در جدول ۸ مشاهده می‌کنید مقدار تأثیرگذاری مستقیم متغیرهای مهارت ها و مفاهیم به عنوان شرایط مداخله‌گر بر راهبردهای حسابداری مدیریت رفتاری به ترتیب ۰/۲۶۲ و ۰/۰۹۰ می‌باشد و مقدار تی این ضریب به ترتیب برابر با ۲/۵۹۰ و ۰/۵۷۲ است که به ترتیب بیشتر و کمتر از مقدار ۱/۹۶ است. لذا می‌توان گفت فرض پژوهش مبنی بر مسیر شرایط مداخله‌گر با راهبردها از طریق عامل مهارت ها تاثیر دارد، تایید می‌شود.

مسیر چهارم: مسیر شرایط زمینه‌ای بر راهبردها

جدول ۹: بررسی مسیر چهارم

مستقل	جهت تأثیر	وابسته	مقدار استاندارد	مقدار تی	مقدار احتمال	نتیجه
اثرات تکنیک ها و	<----	راهبردها	۰/۳۳۶	۱/۸۹۶	۰/۰۵۹	رد مسیر

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

مدیریت چابک						

منابع : یافته های پژوهش

همانطور که در جدول ۹ مشاهده می‌کنید مقدار تأثیرگذاری مستقیم مسیرهای متغیر شرایط زمینه‌ای با راهبردها معنی دار نمی‌باشد و مقدار تی این ضریب کمتر از مقدار ۱/۹۶ است. لذا می‌توان گفت فرض پژوهش مبنی بر مسیرهای شرایط زمینه‌ای بر راهبردها تاثیر دارد، تایید نمی‌شود.

مسیر پنجم: مسیر راهبردها با پیامدها

جدول ۱۰: بررسی مسیر پنجم

مستقل	جهت تأثیر	وابسته	مقدار استاندارد	مقدار تی	مقدار احتمال	نتیجه
اصول حسابداری مدیریت رفتاری	<----	فردی	۰/۸۸۷	۲۷/۲۹۸	۰/۰۰۰	تأیید مسیر
اصول حسابداری مدیریت رفتاری	<----	گروهی	۰/۸۱۹	۱۷/۷۰۰	۰/۰۰۰	تأیید مسیر

منابع : یافته های پژوهش

همانطور که در جدول ۱۰ مشاهده می‌کنید مقدار تأثیرگذاری مستقیم متغیر مربوط به راهبرد شامل اصول حسابداری مدیریت رفتاری بر پیامدهای فردی گروهی به تریب شامل ۰/۸۸۷ و ۰/۸۱۹ می‌باشد و مقدار تی این ضریب به ترتیب برابر با ۲۷/۲۹۸ و ۱۷/۷۰۰ است که بیشتر از مقدار ۱/۹۶ است. لذا می‌توان گفت فرض پژوهش مبنی بر مسیرهای راهبردها بر پیامدها تاثیر دارد، تایید می‌شود.

نتیجه گیری

حسابداری مدیریت به عنوان یک مرکز اطلاعاتی عامل تاثیرگذاری در عوامل رفتاری گوناگون و سازه های متنوع رفتاری دارد. عوامل رفتاری حسابداری مدیریت به عنوان تهیه کنندگان اطلاعات این مرکز و مدیران به عنوان استفاده کنندگان عمده اطلاعات حائز اهمیت می باشد. عوامل رفتاری در دو سطح خرد و کلان قابل توصیف می باشد. مولفه های رفتاری در سطح خرد شامل رفتار خرد

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

و رفتار گروهی حسابداران مدیریت بوده و در سطح کلان شامل رفتار سازمان به عنوان یک مجموعه واحد و شرایط سازمان و عوامل محیطی طبقه بندی نمود. از طرفی با توجه به اینکه "رفتار"، موضوع علم روانشناسی و جامعه شناختی می باشد، لذا برای بسط حسابداری مدیریت رفتاری، نظریه های روانشناختی مرتبط با حسابداری مدیریت شامل نظریه های شناختی، نظریه های روانشناختی- اجتماعی، نظریه های مدرن جامعه شناختی، نظریه های انگیزشی، نظریه های جامعه شناختی، نظریه نقش، نظریه های تغییر نگرش، مطرح می شوند. کاربرد این تئوری ها در خصوص اثرات تصمیم گیری حسابداری مدیریت به دو اثر کلی انگیزشی و اطلاعاتی قابلیت بررسی دارد. تئوری روانشناسی اجتماعی قاعده ارتباط اجتماعی را پیش بینی می کند که اشخاص می توانند هم یک منطق فکری و هم یک منطق گروهی داشته باشند که آنها را به رقابت یا مشارکت با سایر مردم تحریک می کند. وقتی مردم به عنوان اشخاصی با مرزهای نسبی ادراکی یا فیزیکی مطرح می شوند، آنها یک گرایش "من" دارند و در منافع شخصی رفتار رقابتی را به کار می گیرند. در مقابل وقتی مردم به عنوان یک گروه مطرح می شوند، آنها یک گرایش "ما" دارند و رفتار مشارکتی را به قصد بهبود رفتار گروه به کار می گیرند. حسابداری مدیریت می تواند بر قواعد ارتباط اجتماعی اثر بگذارد و مرکز مسئولیت را مرزبندی کند. به طوری که هر مدیر بخش یک مرکز جداگانه است یا کل مدیران بخش یک فرآیند سازمانی را تشکیل می دهند و یا محصول می تواند یک مرکز مشابه باشد. به طور مشابه، بودجه ها، معیارهای عملکرد یا تشویق ها می تواند برای هر مدیر یا برای گروه مدیران طراحی شود(تیلور و همکاران، ۲۰۰۶).

با توجه به نتایج تحلیل آزمون سوال های اصلی و فرعی حاکی از تایید اکثریت مسیرهاست می‌توان گفت که مسیرشرایط علّی از طریق فازهای روانشناسی شناختی هنجارهای اجتماعی رابطه معنی داری دارد. بدین معنی سازه های مربوط به روانشناسی شناختی هنجارهای اجتماعی عوامل تاثیرگذار بر ارزش بازپرداخت‌های غیرپولی در حسابداری مدیریت می باشند. به بیانی دیگر یکی از سازه های اثرگذار بر حسابداری مدیریت رفتاری روان شناسی شناختی شامل ویژگی های خودارائه، استدلال محرک، نابرابری گریزی، انصاف خودمدار، قالب زیان، حضور اجتماعی، استدلال انگیزشی، اطمینان بیش از حد، قضاوت روشمند، منصفانه بودن، صداقت، هویت اجتماعی، عمل متقابل، برجستگی، تصمیم گیری کوتاه نظرانه، طمینان و اشتراک گرایی می باشد. همچنین یکی از سازه های اثرگذار بر ارزش بازپرداخت‌های غیرپولی در حسابداری مدیریت هنجارهای اجتماعی شامل تئوری تصمیم گیری رفتاری و قضاوت و عملکرد تصمیم گیری می باشد. مفاهیم قضاوت احتمالی، ابتکارات و سوگیری ها، تئوری چشم انداز و قالب بندی، ابتکارات جستجو و کارکرد گرایی احتمالی در سطح تئوری تصمیم گیری رفتاری در حوزه روان شناسی شناختی

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

مطرح می باشد. همچنین مفاهیم مدل های ذهنی و اثرات پیامد های تصمیم گیری در سطح قضاوت و عملکرد تصمیم گیری نیز عواملی اثرگذار بر این مهم می باشند که این نتیجه با یافته‌های دالاویا(۲۰۲۱) همسو می‌باشد.

اغلب افراد تنوعی از اهداف را به غیر از ارزش و دارایی پیگیری می کنند، زیرا آنها بازپرداخت سود و منافع را از اهداف اجتماعی و روانشناسی دریافت می کنند مانند عزت نفس، منصف بودن، صداقت و هویت اجتماعی تعیین این اهداف و درک چگونگی ارزش این بازپرداخت در تبادلها در برابر بازپرداخت پولی برای درک تصمیم گیری اهمیت دارد و تحقیق اخیر چگونگی تأثیر حسابداری مدیریت را بررسی می کند و بوسیله ارزش بازپرداخت غیر پولی افراد تحت تأثیر قرار می گیرند. نکات زیر مبتنی بر نتایج پژوهش حاضر که با نتایج پژوهش های پیشین همسو بوده قابل تامل است:

الف: ارزش افراد برای دیگران و در مقایسه با دیگران و بنابراین حسابداری مدیریت می تواند رفتاری را تحت تأثیر قرار دهد که بوسیله آن این ظواهر اجتماعی را تحت تأثیر قرار می دهد و به طور مستقل بازپرداخت پولی را تحت تأثیر قرار می دهد.

ب: هنجارهای اجتماعی مانند تناسب، صداقت و ارتباط متقابل به تعیین اثرات حد مدیریت در رفتار افراد کمک می کند. در نتیجه حسابداری مدیریت کنترل می کند هنجارهای اجتماعی را برای ایجاد دارایی و ارزش بیشتر نسبت به حسابداری مدیریت مانند قراردادهای محرک مطرح می کند که در تصور افزایش دارایی ارائه شده اند.

ج: تأثیر هنجارهای اجتماعی و اولویت های اجتماعی مربوط به مضمون است. افرادی که بازپرداخت پولی را حذف می کنند نه تنها به اولویت شخصی ثابت وابسته هستند بلکه به تفسیر آنها از مضمون تصمیم گیری بستگی دارد.

د: تبادل پیچیده هنجارهای اجتماعی، منافع شخصی و حسابداری مدیریت می توانند نتایج غیر حسی را اغلب واگذار کند.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

منابع

۱. رهنمای رودپشتی، فریدون. رستمی مازویی (۱۳۹۴)، مروری بر تئوری های روانشناسی در تحقیقات حسابداری مدیریت، فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت ، سال هشتم، شماره ۲۶.

۲. عسکر پوررضا سکوسر، پطرو سپهری، کیهان آزادی.(۱۴۰۲). طراحی الگوی ابزارهای ارزیابی عملکرد مالی مبتنی بر رویکرد سنجش توانمندی روانشناختی مدیران مالی در بخش عمومی و اقتصادی، فصلنامه اقتصاد بانکداری اسلامی، دوره ۱۲، شماره ۴۲ - (۳-۱۴۰۲)

۳. عشایری آسو امین.(۱۴۰۱). تبیین نقش دانش مالی اعضا و استقلال مدیر عامل بر کیفیت اطلاعات حسابداری در بانکها و موسسات مالی، نشریه اقتصاد و بانکداری اسلامی ، دوره ۱۱، شماره ۳۸ - (۳-۱۴۰۱)

4. Dawes, R.(2000). Tversky, Amos. In A. Kazdin(Ed), Encyclopedia of Psychology(Vol. 8, pp. 127-128). Washington, DC: American Psychological Association.
5. Dearman, D. & Shields, M. (2005). Avoiding accounting fixation: determinants of cognitive adaptation to differences in accounting method. Contemporary Accounting Research, 22, 351–384 Frederickson, J., Peffer, S. & Pratt, J. (1999). Performance evaluation judgments: effects of prior experience under different performance evaluation schemes and feedback frequencies. Journal of Accounting Research, 37, 151–165.
6. Gilovich.T, D. Keltner, and R.Nisbett, (2006). “Socila Psychology”, Newyork: WWW.Norton& company.
7. Hannan. L., R. Krishnan and A. Newman, (2008). “The effect of disseminating relative performance feedback in tournament and individual performance compensation plans”, The Accounting Review 83(4), 893-913.
8. Teylor. S., L. Peplau, and D. Sears, (2006). “Social Psychology”, Upper saddle river, NJ:Prentice Hall, Eleventh edition.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]