



فصلنامه علمی پژوهشی
دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت
دوره ۱۳/ شماره ۳ (پیاپی ۵) / پائیز ۱۴۰۳
صفحه ۷۳ تا ۹۳

سنجش و رتبه‌بندی ابعاد حسابرسی مسؤلیت اجتماعی با استفاده از تکنیک‌های تصمیم‌گیری چندشاخصه

محمدرضا اقبالی مقدم

دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، واحد بین‌المللی کیش، دانشگاه آزاد اسلامی، جزیره کیش، ایران
moghadam3316@gmail.com

محسن حمیدیان

دانشیار، گروه حسابداری، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
hamidian_2002@yahoo.com

نوروز نورالهزاده

استادیار، گروه حسابداری، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
Nour541@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۰/۲۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۶/۲۷

چکیده

حسابرسی اجتماعی در سال‌های اخیر به نحو بارزی مورد توجه قرار گرفته است و مصرف‌کنندگان خواستار افزایش شفافیت در اقدامات شرکت‌ها هستند. شرکت‌ها در سراسر جهان به ارزیابی عملکرد اجتماعی روی آورده‌اند و گزارش نتایج ارزیابی خود را به عنوان ابزاری برای نشان دادن تعهدشان به مسؤلیت اجتماعی می‌دانند. لذا در این پژوهش به سنجش و رتبه‌بندی ابعاد حسابرسی مسؤلیت اجتماعی با استفاده از تکنیک‌های تصمیم‌گیری چندشاخصه پرداخته شده است. با بررسی مبانی نظری و مرور پیشینه‌های پژوهش، متغیرهای اثرگذار بر مسؤلیت اجتماعی تعیین شدند که توسط خبرگان مورد تأیید قرار گرفتند. عوامل مؤثر در پنج گروه اصلی که شامل: کیفیت خدمات ادراک شده، تعهد به حقوق کارکنان، تعهد به حقوق مشتری، اقدامات محیط طبیعی و مشارکت مدنی و نگرش به حقوق صاحبان سهام بود، طبقه‌بندی شدند و همچنین مدل پژوهش نیز تدوین گردید. سپس پرسشنامه بین مدیران و تحلیلگران مالی به تعداد ۱۴۱ نفر توزیع شد و به کمک مدل‌سازی معادلات ساختاری لیزرل، داده‌ها تجزیه و تحلیل شدند. نتایج حاصل از مدل مفهومی معادلات ساختاری حاکی از وجود تاثیر معنادار هر یک از عوامل کیفیت خدمات ادراک شده، تعهد به حقوق کارکنان، تعهد به حقوق مشتری، اقدامات محیط طبیعی و مشارکت مدنی و نگرش به حقوق صاحبان سهام بر مسؤلیت اجتماعی در الگوی نهایی تعیین مسؤلیت اجتماعی شرکت‌ها بوده است.

واژه‌های کلیدی: ابعاد حسابرسی، مسؤلیت اجتماعی، تکنیک‌های تصمیم‌گیری.

۱- مقدمه

مسئولیت اجتماعی شرکتها به ارائه روش‌هایی می‌پردازد که سازمانها در فضاهای کسب و کار خود به آن عمل می‌کنند و پاسخگوی توقعات جامعه، انتظارات تجاری، قانونی، اخلاقی و اجتماعی آنان هستند. چرا که سازمانها مسئولیت‌های بزرگی در زمینه اجتماعی، اقتصادی و محیطی در قبال کارکنان، سهامداران، مشتریان، دولت، تامین‌کنندگان و تمامی ذینفعان خود برعهده دارند. بدون شک، چنانچه افراد، گروه‌ها، سازمان‌ها و مؤسسات مختلف جامعه، خود را نسبت به رویدادها، اتفاقات و بحران‌های مختلف مسئول دانسته و هر یک در حدود مسئولیت و حیطه کاری خویش در حل بحران‌های فوق تلاش نمایند، بسیاری از مشکلات کاسته شده و جامعه‌ای سالم و آرام به وجود خواهد آمد. به عبارت دیگر، سازمان به هر نحوی که عمل کند، عملکردش روی جامعه تأثیر می‌گذارد. بنابراین سازمان‌ها باید به کارهایی دست بزنند که مورد قبول جامعه و منطبق با ارزشهای آن باشد. سازمان‌هایی که نتوانند خود را با این شرایط تطبیق دهند، در عرصه عمل موفق نخواهند بود. به عبارت دیگر، سازمان‌ها برای آنکه بتوانند جایگاه خود را در جامعه حفظ نموده یا ارتقاء بخشند، به نحوی که باعث ادامه بقای آنها و موفقیت‌شان در کار شود، لازم است که به مسئولیت اجتماعی توجه لازم را داشته باشند. بنابراین مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها عامل اساسی، بقای هر سازمان است. (رویایی، مهردوست، ۸۸).

در سال‌های پایانی قرن بیستم میلادی و در آستانه ورود به قرن بیست و یکم، ورشکستگی شرکت‌های عظیم نظیر انرون، وردکام، آدلفی، سیسکو، لیوسنت و زیراکس، سیستم گزارشگری مالی را با بحران مواجه کرد. ورشکستگی چنین شرکت‌هایی باعث نشانه رفتن انگشت اتهام به سوی حسابداری و گزارشگری مالی شد، به طوری که در موارد متعدد از این وقایع به عنوان رسوایی حسابداری یاد شد. اما این خاتمه کار نبود، بلکه سیستم گزارشگری مالی به دلیل خدشه‌دار شدن اعتبار آن، همواره در جلب اعتماد عمومی با بحران‌هایی مواجه شد (بولو، ۱۳۸۶). افزایش شمار تقلب‌ها که با ورشکستگی شرکت‌های بزرگ درهم آمیخته بود، نگرانی‌هایی را درباره کیفیت گزارش‌های مالی به همراه داشت. حرفه حسابداری و حسابرسی در راستای چاره‌جویی در این خصوص به تدبیر راهکارهای همت‌گمارد. تغییر رویکرد تدوین استانداردهای حسابداری از استانداردهای مبتنی بر قواعد به استانداردهای مبتنی بر اصول، تأکید بر استقلال حسابرسان و حاکمیت شرکتی برای حمایت از منافع سهامداران جزء و تنظیم مقررات انتظامی حرفه حسابداری و حسابرسی از جمله تدابیر اتخاذ شده برای جلب اعتماد عمومی بود. از سوی دیگر، صاحب‌نظران و اندیشمندان دانشگاهی نیز به سهم خود،

سمت و سوی پژوهش‌های تجربی را به کیفیت گزارشگری مالی و اثرات آن بر بازار سرمایه سوق دادند تا بلکه بتوانند در این خصوص نقش مفیدی را ایفا نمایند. در حال حاضر در ارتباط با کیفیت گزارش‌های مالی و اندازه‌گیری آن و نیز تأثیر دستورات عمل‌ها و استانداردهای حسابداری بر کیفیت گزارشگری مالی پژوهش‌های در حال انجام است. بسیاری از این پژوهش‌ها، کیفیت گزارشگری مالی شرکت‌ها را با دیدگاه رویکرد رویدادی، صرفاً به استانداردها و رهنمودهای حسابداری و گزارشگری مالی نسبت داده و درصدد تبیین کیفیت گزارشگری مالی از منظر دستورات عمل‌های بیرونی ناظر بر آن برآمده‌اند. اما با وجود مکانیزه‌های نظارتی یکسان برای گزارشگری مالی شرکت‌ها، به نظر می‌رسد کیفیت گزارشگری مالی آنها یکسان نیست و این امر بیانگر آن است که احتمالاً عوامل دیگری وجود دارد که باعث ایجاد تفاوت در کیفیت گزارشگری مالی شرکت‌ها می‌گردد. از طرف دیگر امروزه با توجه به پیچیده شدن ارتباط شرکت‌های موجود در جامعه با یکدیگر و همچنین با دولت و افراد حاضر در جامعه شرایطی بوجود آمد که شرکت‌ها می‌بایست نه تنها به ذینفعان بلکه به آحاد مردم پاسخگو باشند.

از دهه ۶۰ میلادی شرکت‌ها به اهمیت منابع اجتماعی پی برده‌اند بگونه‌ای که این اهمیت خود را در یک دهه بعد در گزارشگری اجتماعی نشان داد. دهه ۷۰ شروع و اوج دوران حسابداری و گزارشگری اجتماعی به شمار می‌آید. در این دهه مقالات زیادی نوشته شد که نشان از علاقه مندی مدیران به ارائه اطلاعات اجتماعی می‌دهد بطوری که در دهه اول گسترش حسابداری اجتماعی بسیاری از شرکت‌ها به سمت گزارشگری اجتماعی پیش رفتند.

حسابرسی اجتماعی در سال‌های اخیر به نحو بارزی مورد توجه قرار گرفته است و مصرف‌کنندگان خواستار افزایش شفافیت در اقدامات شرکت‌ها هستند. شرکت‌ها در سراسر جهان به ارزیابی عملکرد اجتماعی روی آورده‌اند و گزارش نتایج ارزیابی خود را به عنوان ابزاری برای نشان دادن تعهدشان به مسئولیت اجتماعی می‌دانند. این نوع حسابرسی می‌تواند به شرکت‌ها در شناسایی خطرات، عدم انطباق با قوانین و سیاست‌های سازمان و شناسایی حوزه‌هایی که نیاز به بهبود دارند، کمک شایانی نماید. حسابرسی اجتماعی همچنین می‌تواند فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی و دست‌آورد‌های مربوط به اثرات زیست‌محیطی، توسعه پایدار، رفاه مصرف‌کننده، تجارت عادلانه و رفاه کارکنان و روابط با سایر ذینفعان را نشان دهد. با وجود اینکه حسابرسی اجتماعی مفهوم ارزشمندی است اما به دلیل داوطلبانه بودن به نظر می‌رسد برای رسیدن به اهداف در نظر گرفته شده کارساز نیست. توافق کمی در مورد تعریف و استفاده

را برای شرکت و مدیران بیان کرد. در دهه‌ی ۱۹۶۰ برای اولین بار مسائل سیاسی در مقررات گذاری شرکت‌ها در نظر گرفته شد. این تحولات باعث ظهور مسئولیت اجتماعی شرکت در اوایل دهه‌ی ۱۹۷۰ شد. در دهه‌ی ۱۹۷۰ تغییرات مهمی در قوانین کار کشورهایی همچون انگلستان و امریکا و در جهت افزایش قدرت کارکنان و اتحادیه‌های کارگری به وجود آمد. در این دهه، ارتباطات میان کارکنان و کارفرمایان بهبود یافت. از دهه‌ی ۱۹۷۰ شرکت‌های انگلیسی گزارش‌هایی در زمینه‌ی مسئولیت‌های اجتماعی خود منتشر کردند که می‌توان از جمله آنها به گزارش در مورد مشتریان و اجتماع که بیشتر توسط بخش دولتی انگلستان منتشر می‌گردید، گزارش مربوط به کارکنان که شامل حسابداری منابع انسانی می‌شد و گزارش در مورد محیط زیست اشاره کرد. در دهه‌ی ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ بیشتر مسائل محیطی مورد توجه دولتمردان قرار گرفت (گری، اون و ادامس^۳، ۱۹۹۶).

حسابرسی مسئولیت اجتماعی ارزیابی مستقل عملکرد سازمان است همچنان که دستیابی به اهداف اجتماعی توسط سازمان را گزارش می‌دهد. حسابرسی اجتماعی ابزار پاسخگویی اجتماعی یک سازمان است و فرآیندی است که ارزیابی عملکرد اجتماعی سازمان را ایجاد نموده و مزایای اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی سازمان را نشان می‌دهد. حسابرسی اجتماعی ارزیابی از اثرات اهداف غیر مالی یک سازمان را نشان می‌دهد که به طور سیستماتیک و قانونی منعکس کننده عملکرد سازمان و دیدگاه ذینفعان آن سازمان است.

از لحاظ نظری، حوزه‌ی مسئولیت اجتماعی شرکت با مشکلاتی مشابه‌ای در تعریف مفهوم مسئولیت اجتماعی روبه‌رو می‌باشد. تعدد و چندگانگی روش‌ها و ابعاد این مفهوم پیچیده، ارائه گزارش عینی از اجزای آن که بیشتر ذهنی و اغلب ارزیابی آن بر اساس معیارهای مربوط به زمینه‌های اخلاقی و یا اجتماعی می‌باشد را دشوار کرده است (دخیلی و انسی، ۲۰۱۲). تعریف اولیه‌ی مسئولیت اجتماعی شرکت به دهه‌ی پنجاه میلادی بازمی‌گردد (کارول^۴، ۱۹۹۹). اصطلاح مسئولیت اجتماعی شرکت به وسیله‌ی سه لغت که دربرگیرنده‌ی آن است تعریف شده است: شرکت، اجتماع، مسئولیت، زو و تن^۵ (۲۰۰۸) مسئولیت اجتماعی شرکت را به عنوان فرآیند ایجاد ثروت، ارتقاء مزیت رقابتی شرکت و حداکثر کردن ارزش ثروت و منافع ایجاد شده برای جامعه بیان کرده‌اند، که به طور کلی تعهد و توجه کسب و کار به کیفیت زندگی کارکنان، مشتریان، جامعه محلی

از معیارهای ارزیابی تاثیر فعالیت‌ها و عملکرد اجتماعی وجود دارد. از این رو مهم است که وضع کنندگان استاندارد در حرفه حسابداری، استانداردهایی را در مورد مسائل اجتماعی تنظیم نمایند تا این استانداردها برای انجام حسابرسی، به حساب‌سازان کمک نماید.

محققان اغلب استدلال می‌کنند که مسئولیت اجتماعی شرکت می‌تواند موجب بهبود رقابت شرکت شود. به این معنی که در بلندمدت این امر منجر به ایجاد یک رابطه مثبت بین مسئولیت اجتماعی شرکت و موفقیت مالی می‌شود. از آنجا که شناخت اولیه مسئولیت اجتماعی شرکتی در دهه ۱۹۶۰ اتفاق افتاد، شرکت‌ها در سراسر جهان با توجه به سطح عملکرد اجتماعی شان، یعنی تاثیر مثبت و منفی آنها بر ذینفعان، جامعه و محیط زیست، تحت نظارت گسترده‌ای قرار گرفتند. در طول سالهای متمادی سازمان‌ها دستورالعمل‌های رفتاریشان را بسط دادند و به تدریج گزارشات داوطلبانه مسئولیت اجتماعی شرکتی را به منظور واکنش به افزایش فشار ناشی از ذینفعان در جهت بهبود استانداردهای اجتماعی، زیست محیطی و اخلاقی منتشر کردند. با این وجود، نمی‌توان شیوه‌ی یکسانی برای جمع‌آوری و گزارش این اطلاعات بیان نمود. اهمیت اساسی در کیفیت گزارش مسئولیت اجتماعی که در طول چهار دهه‌ی گذشته تلاش قابل توجهی را به خود جلب کرده است، این است که آیا سازمان‌ها به طور موثر به خواسته‌های ذینفعان جامعه‌ی عمل پوشانده‌اند؟ جهت دستیابی به این امر، کانون توجهات به حسابداری اجتماعی و به طور خاص تر اثر بخشی حسابرسی اجتماعی معطوف شده است. حسابرسی اجتماعی ممکن است به طور گسترده به عنوان یک راه تجزیه و تحلیل، اندازه‌گیری و گزارش عملکرد اجتماعی و اخلاقی یک سازمان با بررسی دقیق فعالیت‌های غیر مالی آن سازمان که به طور مستقیم و یا غیر مستقیم بر ذینفعان تاثیر می‌گذارد، تفسیر شود. حسابرسی اجتماعی کنترل و نظارت بر مکانیسم شرکت‌های انفرادی را تسهیل نموده و اجازه می‌دهد تا افراد ذینفع، عملکرد اجتماعی یک شرکت در برابر استانداردهای خاص یا انتظارات را ارزیابی کنند، در نهایت نقش ابزار پاسخگویی اجتماعی برای سازمان را مشابه حسابرسی مالی ایفا می‌نماید. (چاوان^۱، ۲۰۱۶).

۲- مبانی نظری و مروری بر پیشینه پژوهش

تفکر جدید پیرامون شرکت و مسئولیت اجتماعی آن توسط بوون^۲ در سال ۱۹۵۳ مطرح گردید. وی مسئولیت‌های جدیدی

⁴ Carroll

⁵ Zhu & Tan

¹-Chawan

² Bowen

³ Gray, owen & adams

شرکت‌ها با سؤالاتی در زمینه‌ی نقش خود در جامعه مواجه شدند و چندین تئوری در این زمینه در این دهه ارائه گردید (کلارک^۵، ۲۰۰۰).

تعاریف اولیه‌ی مسئولیت اجتماعی شرکتی به دهه‌ی پنجاه میلادی بازمی‌گردد (کارول^۶، ۱۹۹۹). در دهه‌ی شصت میلادی اولین کوشش‌ها برای ارائه‌ی یک ایده و تصویر بهتر و دقیق‌تر شروع شد. سه محقق مربوط به موضوع در آن زمان دیویس، فردریک و مک‌گوییر^۷ می‌باشند. دیویس اولین فردی بود که به قدرت سازمان‌ها و مسئولیت‌های اجتماعی اشاره کرد. او تکلیف اجتماعی شرکت را تصمیمات و رفتارهای بنگاه که دلایل اتخاذ آن حداقل فراتر از مرزهای سازمان می‌باشد تعریف کرد. شکست در بالانس و موازنه کردن قدرت و مسئولیت اجتماعی در نهایت می‌تواند به زوال بنگاه بیانجامد. فردریک تکلیف اجتماعی شرکت را وسیله‌ای برای بهبود رفاه اجتماعی - اقتصادی جامعه عنوان می‌کند، اما پژوهش جامع‌تر را در این زمینه مک‌گوییر در مقاله‌ای تحت عنوان تجارت و جامعه انجام داد و مفهوم تعهد اجتماعی را فراتر از تعهد اقتصادی و قانونی شرکت‌ها دانست (والکر^۸، ۲۰۰۷).

علی‌رغم روند موجود در جامعه، فریمن^۹ در سال ۱۹۶۲ عنوان کرد که بنگاه‌های تجاری فقط و فقط در رابطه با سودآوری در قبال سهام‌داران خود مسئول هستند هر چند که این نظریه مورد قبول پژوهشگران دیگر واقع نگردید. (والکر^{۱۰}، ۲۰۰۷) در دهه‌ی هفتاد میلادی هیلد در مقاله‌ی خود تحت عنوان «تعهدات اجتماعی تجارت: جامعه و شرکت ۱۹۶۰-۱۹۰۰» این ایده را مطرح کرد که تکلیف اجتماعی شرکت‌ها باید در رابطه با سیاست‌های واقعی که بنگاه‌ها انجام می‌دهند مورد توجه قرار گیرد (هیلد^{۱۱}، ۱۹۷۰). (ایلز و والتون^{۱۱}، ۱۹۷۴) تکلیف اجتماعی شرکت‌ها را بسیار وسیع دانستند و آن را بالاتر از فعالیت‌های اقتصادی شرکت‌ها قلمداد کردند.

تلاش‌های اولیه برای تعریف تعهد اجتماعی شرکت‌ها محدود به فهم عمومی از قضیه بود و با پیشرفت موضوع تعاریف دقیق‌تری ارائه گردید. به طور مثال جانسون (۱۹۷۱) به وضوح به نقش ذی‌نفعان شامل کارمندان، تأمین‌کنندگان و توزیع‌کنندگان و اجتماعات محلی علاوه بر سهام‌داران تأکید می‌کند که در اصل یکی از اولین تل-اش‌ها برای معرفی مدل

و کل جامعه را در جهت توسعه‌ی اقتصادی پایدار مدنظر دارد (هولمه و واتس^۱، ۲۰۰۰). مسئولیت اجتماعی شرکت اغلب به طبقات اقتصادی، اجتماعی و محیطی تقسیم می‌شود که با توجه به تعریف مرکز جهانی توسعه پایدار کسب و کار، به عنوان تعهد کسب و کار در توجه به توسعه‌ی اقتصادی پایدار، کار کردن با کارمندان، خانواده، جامعه‌ی محلی و به طور کلی جامعه در جهت بهبود کیفیت زندگی تعریف شده است (کارنا^۲، ۲۰۰۴). مسئولیت اجتماعی شرکت عموماً به طریقه‌ای از تجارت و نیز خلق ارزش‌های اجتماعی اطلاق می‌شود که بر طبق و حتی فراتر از الزامات قانونی، اخلاقی و خواسته‌های عمومی و اقدامات قانونی در پاسخگویی به ارزش‌های گروه‌های ذینفع است (لوتکنهورست^۳، ۲۰۰۴؛ واداک، بودول و گراوس، ۲۰۰۲). با این حال، در تمام تعاریفی که دانشمندان در مورد مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ارائه کرده‌اند، این باور عمومی وجود دارد که فراتر از تلاش برای به حداکثر رساندن سود شرکت، سازمان‌ها و شرکت‌ها نقشی حیاتی در حل مشکلات جامعه بازی می‌کنند. ایده‌ی اساسی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها این است که آن منعکس‌کننده‌ی ضرورت‌ها و پیامدهای اجتماعی موفقیت در کسب و کار می‌باشد (بابالولا، ۲۰۱۲).

۱-۲- مسئولیت اجتماعی

در حالی که رفته رفته تأکید بر تکلیف اجتماعی شرکت‌ها رو به گسترش می‌باشد و بر رابطه‌ی شرکت‌ها با ذی‌نفعان تأثیر می‌گذارد، هیچ اتفاق نظری بین اهل پژوهش در مورد این که دلایل و تأثیرات برنامه‌های اجتماعی سازمان‌ها چیست وجود ندارد. این عدم اتفاق نظر در مورد این که چه فعالیت‌هایی از سازمان دقیقاً تکلیف اجتماعی سازمان نامیده می‌شود نیز وجود دارد و همان طور که در ادامه خواهیم دید تعاریف متعددی برای تکلیف اجتماعی سازمان ارائه گردیده است که اغلب آن‌ها به خاطر شفاف نبودن موجب می‌شوند که ساختن یک تئوری و همچنین ابزارهای اندازه‌گیری مشکل باشد (ویلیامز و همکاران^۴، ۲۰۰۶). شکل‌گیری موضوع تکلیف اجتماعی به دهه‌های آغازین قرن بیستم و هنگامی که شرکت‌هایی چون فورد و کارنیج شروع به ایجاد مؤسسات غیرانتفاعی در جهت توسعه‌ی اجتماع نمودند بازمی‌گردد. تکلیف اجتماعی شرکت‌ها در دهه‌های پنجاه و شصت میلادی مورد توجه بیشتری واقع گردید. هنگامی که

⁷ McGuire

⁸ Walker

⁹ Freeman

¹⁰ Heald

¹¹ Aylz and Walton

¹ Holme & Watts

² Karna

³ Luetkenhorst

⁴ Mc Williams, Siegel, & Wright

⁵ Clark

⁶ Carroll

برای این منظور به مرور چارچوب‌های ارائه شده در رابطه با مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها پرداخته شده تا بر اساس دیدگاه‌ها یک چارچوب مشخص به بررسی نحوه‌ی نگرش مدیران به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها پرداخته شود.

۲-۲- چارچوب سه سطحی وود^۴ (۱۹۹۱)

وود در سال ۱۹۹۱ سه سطح آنالیز و بررسی را شرح می‌دهد که به وسیله‌ی آن تعریف CSR را به سه سطح تقسیم می‌نماید و با این روش تحلیلی سبب ملموس‌تر شدن مفهوم CSR می‌گردد. سطح اول تعریف وود سطح مؤسسه^۵ است. در این جا مسئولیت شرکت‌ها به طور عمومی، بلندمدت و روابط آن‌ها با جامعه مورد بحث قرار می‌گیرد. در این سطح قسمتی از تئوری‌های CSR مورد توجه قرار می‌گیرد که مربوط به قانون‌مندی CSR از طریق جامعه به عنوان یک مفهوم یا روش تجاری می‌باشد و لذا برای همه نوع شرکت و با هر گونه ابعاد و اندازه‌ای قابل کاربرد است. تصویری که برخی از شرکت‌ها از CSR دارند، منطبق بر این سطح از تعریف می‌باشد. سطح دوم، سطح سازمانی می‌باشد. در این سطح روشن می‌شود بنگاه دقیقاً در برابر چه کسانی مسئولیت‌پذیر است. ذی‌نفعان عمده‌ی بنگاه شناسایی می‌شوند. در این دیدگاه روش ذی‌نفعان آرایه شده توسط فریمن می‌تواند راهگشا باشد. وود مسئولیت‌پذیری در این سطح را مسئولیت اجتماعی نامید. در مرور ادبیات موضوع، فیچ^۶ (۱۹۷۶)، ایلبرت و پارکت^۷ (۱۹۷۳) و اسمیت^۸ (۲۰۰۳) مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها را در این سطح تعریف کرده‌اند و به عبارت دیگر مسئولیت اجتماعی بنگاه را مسئولیت در قبال ذی‌نفعان عمده یا گاهی در قبال شرکت‌ها و شرکای شرکت که تحت تأثیر فعالیت‌های بنگاه قرار دارند، تعریف کرده‌اند.

وود سومین لایه را سطح فردی تعریف می‌کند. در این سطح، میزان و قدرت تشخیص و تصمیم‌گیری مدیریتی در قبال ذی‌نفعان مورد بررسی قرار می‌گیرد. تصمیم‌گیری و تشخیص مدیران در این سطح به این نکته اشاره دارد که چه قدر تک‌تک مدیران به ذی‌نفعان بنگاه اهمیت می‌دهند. هی و گری^۹ (۱۹۷۴) عنوان کردند که هر مدیری دارای ارزش‌های مختص به خود می‌باشد که به سختی قابل تغییرند. همچنین آن‌ها دقت کردند که بعضی از مدیران نسبت به مسائل مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکت خود دغدغه‌ی بیشتری دارند.

ذی‌نفعان می‌باشد. جانسون (۱۹۷۱) آبوت و مونسن^۱ (۱۹۷۹)، به نقل از والکر، (۲۰۰۷) شرکت‌های مجله‌ی فورچون ۵۰۰ را از حیث تکلیف اجتماعی مورد سنجش قرار دادند و مشاهده کردند که گروه‌های مختلفی در داخل و خارج سازمان‌ها تحت تأثیر این مقوله قرار می‌گیرند. حسابرسی اجتماعی ابزاری است که شرکت‌ها می‌توانند جهت شناساندن پیشرفت‌ها و چالش‌های خود به سهامداران، کارکنان، مشتریان، سرمایه‌گذاران، تأمین‌کنندگان، رسانه‌ها و قانون‌گذاران که بیش از پیش خواستار شفافیت و پاسخگویی شرکت‌ها در مقابل تعهدات و عملکردشان هستند، به کارگیرند. گاهلوت ساشمیتا در مقاله‌ی حسابرسی اجتماعی، دلیل اصلی اجرای حسابرسی اجتماعی را تفکیک بین آن چیزی که جامعه می‌خواهد و آن چیزی که جامعه بدست می‌آورد، می‌داند. بر طبق نظر وی این فاصله عموماً به دلیل کلاهبرداری و رشوه از وجوه عمومی اتفاق می‌افتد. برنامه‌ها توسط سیاستمداران ایجاد شده و تحت هدایت ماموران اداری برای توسعه جامعه اجرا می‌شوند. با این حال، در حاشیه‌ی کار، تخفیفات، کمیسیون‌ها و رشوه، بودجه عمومی را از مسیر بهره‌برداری که از قبل تعیین شده، منحرف می‌کند. به محض اینکه حسابرس اجتماعی وارد می‌شود، کنترل خود را بر توسعه دهندگان و مجریان سیاست به صورت زیر اعمال می‌کند: ۱. مزایای اجتماعی طرح را اندازه‌گیری می‌نماید. ۲. تأثیر اجتماعی و اخلاقی عملکرد سازمان را پایش می‌کند. ۳. مبنای برای چارچوب خط مشی مدیریت در مسئولیت اجتماعی و روش پاسخگویی به کار می‌گیرد. ۴. به ایفای مسئولیت پاسخگویی کمک می‌کند. ۵. شفافیت را افزایش می‌دهد. ۶. هزینه اجتماعی را ارزیابی می‌کند (چن و همکاران، ۲۰۱۸).

همان‌گونه که مرور شد تعریف دقیق تکلیف اجتماعی شرکت‌ها تاکنون یک تعریف دقیق و واحد نبوده و نویسندگان مختلف هر یک زیر این چتر مفاهیم مختلفی را ارائه کرده‌اند که صرف‌نظر از تعاریف متفاوت و بی‌شمار، برخی از آن‌ها به صورت وسیع‌تری به این موضوع نگاه کرده‌اند و حتی توانسته‌اند بسیاری از تعاریف دیگر را به صورت یک جا پوشش دهند (لانتوس^۳، ۲۰۰۱) با در نظر گرفتن هدف این پژوهش که بررسی نحوه‌ی نگرش مدیران شرکت‌های ایرانی به مفهوم تکلیف اجتماعی می‌باشد نیاز به تبیین تعریف واحد از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها وجود داشت تا تصویری که مدیران ایرانی در رابطه با مسئولیت اجتماعی دارند در این قالب بحث گردد و در ادامه

⁶ Fitch

⁷ Eilbirt & Parket

⁸ Smith

⁹ Hay & Gray

¹ Abbott & Monsen

² Fortune Magazine

³ Lantos

⁴ Wood

⁵ Institution

۳-۲- چارچوب کارول

بدون شک در ادبیات موضوع، چارچوب کارول (۱۹۷۹) به عنوان پراستفاده‌ترین چارچوب نقل قول شده است. او عنوان کرد که تکلیف اجتماعی هر بنگاه را می‌توان از چهار منظر مشاهده نمود که پرداختن به آن‌ها موجب ارتقای کیفیت شهروندی هر بنگاه می‌گردد که این چهار منظر عبارت‌اند از منظر اقتصادی، منظر حقوقی، منظر اخلاقی و منظر بشردوستی (نوع‌دوستی) و در ادامه بیان می‌کند که این چهار منظر کاملاً از یکدیگر جدا نمی‌باشند و هر یک به مثابه‌ی یک زنجیره است که در یک طرف آن دغدغه‌های اقتصادی و در سوی دیگر دغدغه‌های اجتماعی نهفته است (کارول، ۱۹۷۹).

تعهدات اقتصادی: به طور کلی بنگاه‌های اقتصادی به عنوان واحدهای اقتصادی در جوامع برای نیل به اقتصاد بهتر شکل گرفته‌اند و تولید خدمت و کالا برای اعضای جامعه اولین و بدیهی‌ترین هدف بنگاه‌های اقتصادی می‌باشد. به همین خاطر نقش اولیه و اصلی بنگاه‌ها تولید کالا یا خدماتی است که جامعه از آن‌ها انتظار دارد و این فرآیند موجب تولید سود برای بنگاه می‌گردد که گاهی اوقات این دیدگاه و نگرش به این صورت تغییر می‌یابد که هدف بنگاه حداکثر ساختن سود است. به هر حال باید توجه داشت که دیگر اهداف و فعالیت‌های بنگاه در سایه‌ی فعالیت‌های اقتصادی معنی پیدا می‌کنند و اگر بنگاه اقتصادی سودده نباشد دیگر فعالیت‌های وی مورد سؤال خواهد بود (کارول، ۱۹۷۹).

تعهدات حقوقی: جامعه از بنگاه‌ها فقط نمی‌خواهد که سودده باشند بلکه همچنین می‌خواهد مطابق با قوانین و مقررات رفتار نمایند. به عبارت دیگر، در «قرارداد اجتماعی» بین جامعه و بنگاه‌های اقتصادی، جامعه از بنگاه‌ها و شرکت‌های اقتصادی می‌خواهد که در یک چارچوب حقوقی و قانونی سودده باشند. مسئولیت‌های حقوقی دربرگیرنده‌ی یک مجموعه از دستورالعمل‌های اخلاقی است که برای تجارت عادلانه توسط قانون‌گذاران وضع شده است. این نوع از مسئولیت بنگاه را در اصل می‌توان لایه‌ی دوم از هرم تعهدات اجتماعی بنگاه برشمرد ولی همچون تعهدات اقتصادی از نوع پایه‌ای و اجباری می‌باشند که در صورت عدم پرداختن به آن‌ها موجب زوال بنگاه می‌گردد.

تعهدات اخلاقی: تعهدات اخلاقی بازگوکننده‌ی فعالیت‌هایی است که بر خلاف تعهدات اقتصادی و تعهدات حقوقی تدوین نشده‌اند و از طرف افراد جامعه به صورت دستورالعمل ارائه نشده‌اند. تعهدات اخلاقی دربرگیرنده‌ی

هنجارها، استانداردها و انتظاراتی است که بازگوکننده‌ی دغدغه‌های مصرف‌کنندگان، کارکنان، سهام‌داران و جوامع درخصوص عدالت، برابری و پاسداری از وجدان ذی‌نفعان می‌باشد (کارول، ۱۹۷۹). نکته‌ای که وجود دارد این است که شاید تعهدات اخلاقی به صورت کج‌دار و مریز در جامعه وجود داشته باشند و وحدت نظر در مورد آن حاصل نشده باشد که موجب خواهد شد بنگاه‌ها در این زمینه دچار مشکلات شناسایی اخلاقیات و انتظارات جامعه باشند.

تعهد نوع‌دوستانه: نوع‌دوستی شامل آن دسته از فعالیت‌های بنگاه می‌گردد که در جهت پاسخ به انتظارات جامعه برای شناسایی بنگاه به عنوان شهروند خوب^۱ انجام می‌شوند (کارول، ۱۹۷۹). به طور مثال مشارکت بنگاه‌های اقتصادی چه از جهت مالی و چه از لحاظ زمانی و معنوی در فعالیت‌های هنری، آموزشی یا تشکیل انجام آن‌ها از این دسته می‌باشند. خط حایل بین فعالیت‌های ناشی از تعهد اخلاقی و فعالیت‌های ناشی از تعهدات نوع‌دوستانه را می‌توان درگیر نبودن وجدان و شعور اخلاق افراد جامعه در رابطه با تعهدات نوع‌دوستانه دانست. جامعه علاقه‌مند است که بنگاه‌ها قسمتی از پول و دارایی خود را در فعالیت‌های خیرخواهانه مصرف کنند. اما اگر بنگاهی این کار را نکند، در نزد آن‌ها محکوم نمی‌باشد. نکته‌ای که وجود دارد این است که هر چند شرکت در فعالیت‌های نوع‌دوستانه والاترین و کامل‌ترین نوع تعهد اجتماعی بنگاه محسوب می‌گردد اما در هرم تعهد اجتماعی به وضوح کم‌اهمیت‌ترین است (کارول، ۱۹۷۹).

۴-۲- چارچوب ذی‌نفعان

سومین چارچوب مورد بررسی در رابطه با مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها را می‌توان ناشی از کتاب معروف «مدیریت استراتژیک: روش ذی‌نفعان» دانست (کوچیس^۲، ۲۰۰۶). هر چند کارول (۱۹۷۱، ۱۹۹۱) و وود (۱۹۹۱) هر دو به مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها در قبال جامعه اشاره داشته‌اند اما پیش‌روی واقعی در زمینه‌ی مسئولیت در قبال ذی‌نفعان بدون شک فریمن می‌باشد (کوچیس، ۲۰۰۶) تئوری ذی‌نفعان که توسط فریمن در سال ۱۹۸۴ مطرح گردید به طور کلی به تعامل بنگاه و جامعه تأکید دارد. سال‌هاست که تئوری ذی‌نفعان به عنوان بخشی از مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها توسط محققان مختلفی همچون هریسون و فریمن (۱۹۹۹)، کلونوسکی^۳، کلارکسون^۴ (۱۹۹۵) مورد تأکید می‌باشد و این موضوع مطرح است که با سیستم

³ Klonosk

⁴ Clarkson

¹ Good Corporate Citizen

² Cochius

- فراهم کرده‌اند، عملکرد بهتری از نظر کیفیت و تحویل داشته و به سطوح بالاتر بهره‌وری دست‌یابی یافته‌اند.
- (۲) یادگیری و نوآوری: یادگیری و نوآوری برای بقای طولانی مدت هر کسب و کاری حیاتی می‌باشد. مسئولیت اجتماعی شرکت می‌تواند وسیله و ابزاری برای کسب و کار در پاسخ به خطرات زیست محیطی و اجتماعی باشد و چالش‌ها را به فرصت‌های کسب و کار تبدیل کند.
- (۳) مدیریت اعتبار و شهرت^۱: شرکت‌ها در بازاری از ایده‌ها و اندیشه‌ها فعالیت می‌کنند. اینکه چگونه شرکت‌ها توسط مشتریان، تأمین‌کنندگان و به طور گسترده‌تر جامعه، مورد قضاوت قرار بگیرند، بر سودآوری و موفقیت شرکت تأثیر می‌گذارد. مسئولیت اجتماعی شرکت، وسیله و ابزاری را ارائه می‌کند که شرکت‌ها به وسیله آن می‌توانند بر نگرش‌ها و ادراکات ذینفعان و میزان اعتماد آنها تأثیر بگذارند و از مزایای ایجاد روابط مثبت، مزیت‌هایی برای مدیریت کسب و کار ارائه کنند.
- (۴) مدیریت ریسک و پرتفوی ریسک: مسئولیت اجتماعی شرکت امکان مدیریت مؤثرتر ریسک را فراهم می‌کند، به شرکت‌ها برای کاهش تلفات قابل اجتناب کمک می‌کند، مسائل جدید در حال ظهور را شناسایی و از موقعیت‌های رهبری به عنوان وسیله‌ای برای به دست آوردن مزیت رقابتی استفاده می‌کند.
- (۵) رقابت‌پذیری و موقعیت‌یابی بازار: ایجاد نام تجاری با مسئولیت اجتماعی شرکت می‌تواند مشتریان را از رقبا دور کند و در نتیجه باعث بهبود سودآوری می‌شود.
- (۶) بهره‌وری عملیاتی: مسئولیت اجتماعی شرکت می‌تواند فرصت‌هایی را برای کاهش هزینه‌های حال و آینده کسب و کار و در نتیجه افزایش بهره‌وری عملیاتی ارائه دهد (براین و همکاران^۲، ۲۰۰۷).
- (۷) روابط سرمایه‌گذار و دسترسی به سرمایه: سرمایه‌گذاری جامعه به طور فزاینده‌ای به قضاوت راجع به مسئولیت اجتماعی شرکت بستگی دارد. پژوهش‌های اخیر نشان می‌دهد که تحلیل‌گران اهمیت زیادی به شهرت شرکت در عملکرد مالی می‌دهند (هیل و نولتون^۳، ۲۰۰۶).
- (۸) مجوز برای کار: شرکت‌هایی که قادر به مدیریت مسئولیت‌های خود در ارتباط با جامعه به عنوان کل

مدیریت ذی‌نفعان کارآمد می‌توان مسائل اخلاقی و اجتماعی را برطرف نمود و نیازهای جامعه و ذی‌نفعان را نیز به موقع مورد توجه قرار دارد هریسون و فریمن (۱۹۹۹). کلارکسون (۱۹۹۵) عنوان نمود که بین مسئولیت‌هایی که در قبال جامعه وجود دارد و مسئولیت‌هایی که در قبال ذی‌نفعان وجود دارد، تفاوت‌هایی می‌توان قایل شد. وی این دو مسئولیت را جدا از یکدیگر دانست و عنوان نمود که مسئولیت‌ها در قبال جامعه بیشتر در شرکت‌های محلی و در راستای قانون‌مداری می‌باشند در حالی که مسئولیت در قبال ذی‌نفعان غالباً خارج از حوزه‌ی قانون‌گزاران می‌باشد. وی به صورت شفاف این موضوع را توضیح را می‌دهد و به عنوان مثال، مسائل مربوط به ایمنی و بهداشت صنعتی را دغدغه‌ی شهرداری‌ها در آمریکا عنوان می‌کند و لذا این مسائل مربوط به مسائل اجتماعی می‌باشد زیرا آن‌ها دارای قوانین حقوقی می‌باشند در حالی که مسیر شغلی و آموزشی کارکنان هیچ پشتوانه‌ی حقوقی ندارد و لذا به عنوان مسئولیت اجتماعی در قبال ذی‌نفعان (کارمندان) مطرح می‌باشد که برای بنگاه می‌تواند حالت داوطلبانه داشته باشد (کلارکسون، ۱۹۹۵).

۵-۲- محرک‌های اقتصادی مسئولیت اجتماعی شرکت

با توجه به تجربیات آن دسته از شرکت‌هایی که مسئولیت اجتماعی شرکت را اتخاذ کرده‌اند، مفسران روش‌های مختلفی که در آن رویکرد تصمیم‌گیری کسب و کار به بهبود عملکرد مالی منجر می‌شود، شناسایی کرده‌اند. محرک‌های اقتصادی زیر توسط انجمن اقتصاد جهانی و کسب و کار در جامعه به عنوان توضیح و بررسی داوطلبانه مسئولیت اجتماعی شرکت توسط شرکت‌ها در سراسر جهان شناخته شده است. محققان بیان کرده‌اند که این محرک‌ها در انزوا عملی نمی‌شوند. شرکت‌های مختلف ممکن است محرک‌های مختلفی داشته باشند. محرک‌های مختلف نیز ممکن است در بخش‌های مختلف و برای شرکت‌های مختلف قوی‌تر و متفاوت باشد. حرکت به سمت پذیرش مسئولیت اجتماعی شرکت ممکن است با ترکیبی از محرک‌ها به وجود بیاید.

(۱) استخدام، انگیزش و نگهداری کارکنان، پژوهش‌های اخیر نشان می‌دهد که مسئولیت اجتماعی شرکت به طور فزاینده‌ای عامل مهمی در جذب و حفظ نیروی کار با استعداد و متنوع است. شرکت‌هایی که برای کارکنان خود منافع و مزیت‌هایی را با ارائه شرایط کاری خوب

³ Hill & Knowlton

¹ Reputation

² Brine, Brown & Hackett

نتایج رگرسیون اول که CSR به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده بود نشان دهنده این موضوع است که شرکتهایی که مدیریت سود بالاتر دارند امتیاز مسئولیت اجتماعی آنها بالاتر است، هرچه میزان محافظه کاری بیشتر باشد مسئولیت اجتماعی کمتر و کیفیت اقلام تعهدی تأثیر چندانی بر مسئولیت اجتماعی ندارند، گرچه ضریب QA منفی بود بنابراین این نتیجه با فرض هزینه های سیاسی واتز وزیمرمن (۱۹۸۶) که اشاره به این واقعیت دارد که شرکت های بزرگتر انگیزه بیشتری برای مسئولیت اجتماعی دارند، تطابق دارد. نتایج رگرسیون دوم که معیارهای کیفیت گزارشگری مالی به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته بود حاکی از آن است که رابطه مثبت بین مسئولیت اجتماعی و مدیریت سود وجود دارد، بین CSR و محافظه کاری رابطه منفی وجود دارد و رابطه معناداری بین CSR و کیفیت اقلام تعهدی وجود ندارد. به طور کلی یافته های این پژوهش ارتباط منفی بین مسئولیت اجتماعی و کیفیت گزارشگری مالی را تأیید می کند.

کمپوس و گرانجل^۵ (۲۰۱۸) به ارائه مدلی بر مبنای زبان DSL (زبان برنامه نویسی تحت حوزه) برای مسئولیت پذیری شرکتها پرداختند. در این پژوهش، شرکتها از سیستم های کامپیوتری مناسب برای مدیریت CSR استفاده می کنند تا اطمینان از پذیرش بهترین شیوهها با هدف به دست آوردن مزایای رقابتی باشد. از سوی دیگر، مهندسی مدل ارائه شده یک پارادایم اثبات شده و پذیرفته شده است که مکانیسم های صحیح را برای توسعه سیستم های کامپیوتری با کیفیت و قابل اعتماد در یک روش کارآمد از مدل های تجاری فراهم می کند. نتایج، یک مدل DSL برای ارائه CSR ارائه می دهد. این زبان از طراحی مدل های مستقل کامپیوتری CSR پشتیبانی می کند. در نهایت یک مطالعه موردی عملی با استفاده از این DSL برای بهبود و اعتبار مدل مسئولیت اجتماعی تعریف شده و برای ارائه پیشنهاد در یک شرکت طراحی شده است.

هسیه و به (۲۰۱۷) به بررسی تأثیرگذاری کیفیت جلسات هیئت مدیره بر مسئولیت پذیری اجتماعی پرداختند. نتایج نشان می دهد مسئولیت پذیری اجتماعی در حضور جلسات مختلف هیئت مدیره به میزان قابل توجهی، از شرکت هایی که مسئولیت پذیری اجتماعی کمتر است، بیشتر است. برای شرکت های دارای مسئولیت پذیری اجتماعی بالا، میزان حضور هیئت مدیره به طور مثبت بر روی رتبه بندی مسئولیت پذیری اجتماعی تأثیر می گذارد، و این بدان معنی است که کوشش هیئت مدیره برای نظارت بر مدیریت برای دستیابی به اهداف اجتماعی بالاتر

نیستند، در معرض خطر از دست دادن مجوز کار خود می باشند (براین و همکاران، ۲۰۰۷).

۵-۲- پیشینه پژوهش های خارجی

آبرو^۱ (۲۰۲۰) استدلال میکند که حسابداری و حسابرسی باید مسئولیت بیشتری برای تعیین و انتشار اعمال غیرقانونی به منظور افزایش مشروعیت اظهارنامه سالانه به عهده بگیرد. به هر حال شهروند با بی سوادی مواجه است. هدف بررسی آن است. از طریق کارهای تجاری، مؤسسات مالی و نهادهای عمومی، محیط چندوجهی که در آن اظهارنامه سالانه آشکار است، باید به استانداردهای بین المللی حسابداری و همچنین استانداردهای بین المللی حسابرسی مرتبط شوند تا پیچیدگی کاهش و شفافیت افزایش یابد. وی بیان نمود حسابرسی مسئولیت اجتماعی می تواند نقش به سزایی بر حقوق شهروندی و ارزشهای اجتماعی شرکتها داشته باشد.

سرواس و تامایو^۲ (۲۰۲۰) استدلال میکند که مسئولیت پذیری اجتماعی با ارزش، در شرکتهایی که میزان آگاهی مشتریان و یا آگاهی عموم مردم از طریق تبلیغاتی که شرکت انجام می دهد بیشتر باشد، رابطه مثبت وجود دارد و برای شرکتهایی که آگاهی مشتریان و یا عموم مردم پایین است این رابطه ضعیف و یا منفی می باشد. همچنین نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که تأثیر آگاهی بر رابطه مسئولیت پذیری اجتماعی و ارزش شرکت در مورد شرکتهایی که شهرت کمی در اجتماع دارند منفی است.

برگلدن و کانگ^۳ (۲۰۱۹) به بررسی اعتماد اجتماعی در گزارشگری مالی با توجه به هزینه های حسابرسی پرداختند. نتایج نشان داد هزینه حسابرسی شرکت های دارای استراتژی اعتماد اجتماعی پایین تر از سایر شرکت هاست، به این دلیل که این شرکت ها در تلاشند سطح اطمینان به صورت های مالی خود را با افشای صادقانه حفظ کرده و منجر به کاهش هزینه های نمایندگی خود شوند.

تسته و همکاران^۴ (۲۰۱۹)، در مقاله ای تحت عنوان "تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکتها بر کیفیت گزارشگری مالی" به بررسی وابستگی میان مسئولیت اجتماعی و کیفیت گزارشگری مالی بین ۹۰ شرکت برزیلی پرداختند. برای محاسبه کیفیت گزارشگری مالی معیارهای مدیریت سود، محافظه کاری و کیفیت اقلام تعهدی را در نظر گرفتند و برای بررسی شرکتها از نظر مسئولیت اجتماعی از رتبه بندی موسسه KLD استفاده نمودند.

⁴ Testoe and et al

⁵ C. Campos, R. Grangel

⁶ Yaying Mary Chou Yeh and Wen-Chi Hsieh

¹ Abero

² Sarvan and tamayo

³ Ber geland and kang

آبرو (۲۰۱۵) در پژوهش خود به رابطه بین حسابداری و حسابرسی با رعایت حقوق شهروندی پرداخت. در واقع شهروندان به عنوان کاربر اطلاعات مالی استدلال می‌کند که حسابداری و حسابرسی باید مسئولیت بیشتری برای تعیین و انتشار اعمال غیرقانونی به منظور افزایش مشروعیت اظهارنامه سالانه به عهده بگیرد. از طریق کارهای تجاری، مؤسسات مالی و نهادهای عمومی، محیط چندوجهی که در آن اظهارنامه سالانه آشکار است، باید به استانداردهای بین‌المللی حسابداری و همچنین استانداردهای بین‌المللی حسابرسی مرتبط شوند تا پیچیدگی کاهش و شفافیت افزایش یابد.

لیز و همکاران^۲ (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان مشخص سازی از طریق گزارشگری اجتماعی شرکت به این موضوع پرداخته‌اند. در این پژوهش به بررسی ارتباط بین هزینه های مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد شرکت پرداخته شده است و نتایج آن نشان داده است که رابطه مثبتی بین هزینه های جاری مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی آینده شرکت وجود دارد و عوامل مختلفی موثر بر عملکرد مالی آینده شرکت وجود دارند که با هزینه های جاری مسئولیت اجتماعی شرکت در ارتباط هستند.

سرواس و تامایو^۳ (۲۰۱۳) به پژوهشی با عنوان تأثیر مسئولیت پذیری اجتماعی بر ارزش شرکت پرداختند. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی با ارزش شرکت، در شرکت‌هایی که میزان آگاهی مشتریان و یا آگاهی عموم مردم از طریق تبلیغاتی که شرکت انجام می‌دهد بیشتر باشد، رابطه مثبت وجود دارد و برای شرکت‌هایی که آگاهی مشتریان و یا عموم مردم پایین است این رابطه ضعیف و یا منفی می‌باشد. همچنین نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که تأثیر آگاهی بر رابطه مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش شرکت در مورد شرکت‌هایی که شهرت کمی در اجتماع دارند منفی است.

فرنز و پراکاش^۴ (۲۰۱۲)، توسعه گزارشگری مسئولیت-پذیری اجتماعی را بر روی شرکت‌های موجود در کشورهای اروپای شرقی و آمریکای شمالی مورد بررسی قرار دادند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که گزارش‌های اجتماعی منتشر شده‌ی شرکت‌های اروپایی، سطح پاسخ‌گویی اجتماعی بالاتری نسبت به شرکت‌های آمریکای شمالی دارند. در اروپای شرقی کیفیت گزارش‌های اجتماعی از کشوری به کشور دیگر متفاوت است، اما آن‌ها در مقایسه با شرکت‌های مشابه در آمریکای شمالی، دارای موضوعات تفصیلی گزارشگری اجتماعی می‌باشند.

ضروری است. با این حال، سرمایه اجتماعی و آموزش به طور قابل توجه اما منفی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی تأثیر می‌گذارد، که مستلزم ایجاد هیجان انگیز و کمبود مهارت های هیئت مدیره است.

گیل و همکاران (۲۰۱۷)، در مقاله‌ای تحت عنوان " تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر کیفیت گزارشگری مالی" به بررسی وابستگی میان مسئولیت اجتماعی و کیفیت گزارشگری مالی بین ۹۰ شرکت اروپایی پرداختند. برای محاسبه کیفیت گزارشگری مالی معیارهای مدیریت سود، محافظه‌کاری و کیفیت ارقام تعهدی را در نظر گرفتند و برای بررسی شرکت‌ها از نظر مسئولیت اجتماعی از رتبه‌بندی موسسه KLD استفاده نمودند. نتایج رگرسیون اول که CSR به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده بود نشان دهنده این موضوع است که شرکت‌هایی که مدیریت سود بالاتر دارند امتیاز مسئولیت اجتماعی آنها بالاتر است، هرچه میزان محافظه‌کاری بیشتر باشد مسئولیت اجتماعی کمتر و کیفیت ارقام تعهدی تأثیر چندانی بر مسئولیت اجتماعی ندارند، گرچه ضریب QA منفی بود بنابراین این نتیجه با فرض هزینه های سیاسی واتز وزیمرم (۱۹۸۶) که اشاره به این واقعیت دارد که شرکت‌های بزرگتر انگیزه بیشتری برای مسئولیت اجتماعی دارند، تطابق دارد. نتایج رگرسیون دوم که معیارهای کیفیت گزارشگری مالی به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته بود حاکی از آن است که رابطه مثبت بین مسئولیت اجتماعی و مدیریت سود وجود دارد، بین CSR و محافظه‌کاری رابطه منفی وجود دارد و رابطه معناداری بین CSR و کیفیت ارقام تعهدی وجود ندارد. به طور کلی یافته‌های این پژوهش ارتباط منفی بین مسئولیت اجتماعی و کیفیت گزارشگری مالی را تأیید می‌کند. مک دونالد (۲۰۱۶)^۱ در پژوهشی با عنوان حساسیت به ثروت مدیر عامل شرکت و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به این موضوع پرداخته است. در این پژوهش با استفاده از حساسیت به ثروت مدیر عامل شرکت و عملکرد سهام (دلتا) و نوسانات سهام (وگا) به ارائه شواهد تجربی می‌پردازد که ساختار دستمزد مدیرعامل شرکت بر مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر گذار است. یافته‌های این پژوهش نشان داده است که مدیران عامل برای حفظ سرمایه‌گذاری در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکت از دیدگاه سود با عدم قطعیت مواجه هستند، اما آن‌ها به این که طرح‌های مسئولیت اجتماعی شرکت ریسک شرکت را افزایش دهد اعتماد دارند.

³ Servaes & Tamayo

⁴ Ferns & Prakash

¹ MacDonald

² Lys et al

۶-۲- پیشینه پژوهش‌های داخلی

امجدی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی به بررسی تاثیر تخصص حسابرسان بر اعتماد اجتماعی با نقش میانجی کیفیت حسابرسی عملکرد (مطالعه موردی دیوان محاسبات) پرداختند. یافته‌ها حاکی از آن است که تخصص حسابرسان دیوان محاسبات بر اعتماد اجتماعی تاثیر مثبت و معنادار دارد. همچنین، تخصص حسابرسان دیوان محاسبات از طریق کیفیت حسابرسی آنها بر اعتماد اجتماعی تاثیر مثبت دارد و به عبارتی کیفیت حسابرسی نقش میانجی در رابطه تخصص حسابرسان دیوان محاسبات و اعتماد اجتماعی دارد.

گلی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی به بررسی نقش بیمه مسئولیت اجتماعی و حرفه‌ای حسابرسان بر ریسک شهرت اخلاقی و کیفیت حسابرسی با استفاده از رویکرد دلفی و معادلات ساختاری پرداختند. نتایج فرضیه اول نشان داد که حسابرسان مستقل بیمه مسئولیت اجتماعی و حرفه‌ای را بر کاهش ریسک شهرت خود موثر می‌دانند و ارتباط مثبت و معناداری میان بیمه مسئولیت اجتماعی و حرفه‌ای و کاهش ریسک شهرت اخلاقی حسابرسان وجود دارد. در ارتباط با فرضیه دوم نتایج نشان داد که بیمه مسئولیت اجتماعی حرفه‌ای منجر به کاهش کیفیت حسابرسی می‌شود.

برزگر و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی به بررسی اثر ویژگی‌های کمیته حسابرسی بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها پرداختند. بر اساس نتایج به دست آمده، کمیته حسابرسی اثربخش به عنوان سازوکار مؤثر، موجب می‌شود اعتبار گزارشگری‌های مالی و غیرمالی مانند افشای مسئولیت اجتماعی ارتقا یابد؛ یعنی کمیته حسابرسی اثربخش از طریق نظارت بر فرایند گزارشگری می‌تواند سطح افشای داوطلبانه اطلاعات مانند افشای مسئولیت اجتماعی را بهبود بخشد.

جامعی و نجفی (۱۳۹۸) در پژوهشی به بررسی رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و حق الزحمه حسابرسی پرداختند. از آنجایی که مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت یک مفهوم تازه می‌باشد و فقدان یک چارچوب قانونی برای افشای آن است، تلاش حسابرسی بیشتر مورد نیاز است که منجر به افزایش حق الزحمه حسابرسی می‌شود. همچنین شرکت‌هایی که مالکیت دولتی بیشتری دارند، به دلیل استفاده کمتر از افشای مسئولیت اجتماعی، تلاش و ریسک حسابرس کمتر خواهد بود که منجر به کاهش حق الزحمه حسابرسی می‌شود.

دستگیر و همتی (۱۳۹۷) مطالعه‌ای را با عنوان رابطه بین مسئولیت اجتماعی و چرخه عمر شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران را مورد مطالعه قرار دادند. در مسیر پاسخ به سؤالات و حصول اهداف پژوهش؛ نمونه‌ای مرکب از ۷۵

شرکت در بورس اوراق بهادار تهران، از طریق نمونه‌گیری به روش حذف سیستماتیک، برای دوره زمانی ده ساله (از ابتدای سال ۱۳۸۵ تا پایان سال ۱۳۹۴) بعنوان نمونه آماری انتخاب و آزمون‌های آماری‌های لازم بر داده‌های مستخرج از صورت‌های آنان صورت گرفت. یافته‌ها، بیان داشت بین مرحله بلوغ چرخه عمر شرکت‌ها و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها رابطه مثبت معنادار وجود دارد و متغیر قابلیت سودآوری، رابطه مثبت معنادار بین متغیر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و متغیر چرخه عمر شرکت‌ها را تعدیل می‌کند.

رضایی و محمدپور (۱۳۹۶) به تبیین رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و هزینه سرمایه ضمنی آن‌ها پرداختند. برای بررسی رابطه‌ی بین مسئولیت اجتماعی شرکت و هزینه سرمایه ضمنی، با بهره‌گیری از الگوی مسئولیت اجتماعی کارول، شاخص‌هایی برای ابعاد اقتصادی، قانونی، اخلاقی و انسان‌دوستانه در نظر گرفته شد. از روش تحلیل پوششی داده‌ها الگوی BCC، برای اندازه‌گیری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و الگوی ایستون جهت محاسبه هزینه سرمایه ضمنی استفاده گردید. نمونه آماری شامل ۶۰ شرکت، در بازه زمانی ۹۴-۸۴ می‌باشد. نتایج حاکی است رابطه‌ی منفی و معناداری بین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و هزینه سرمایه ضمنی آن‌ها وجود دارد.

یحیی‌زاده‌فر و همکاران (۱۳۹۶)، به بررسی رابطه‌ی بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و واکنش سرمایه‌گذاران در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. جامعه‌ی آماری شامل ۹۲ شرکت است که به روش نمونه‌گیری حذفی انتخاب شده‌اند و در طی سال‌های ۹۰ تا ۹۴ مورد بررسی قرار گرفتند. برای اندازه‌گیری مسئولیت‌پذیری اجتماعی تحلیل محتوای گزارش فعالیت هیئت مدیره شرکت‌ها صورت گرفته است و برای متغیر واکنش سرمایه‌گذار از فعالیت حجم معاملات (TVA) استفاده شده است. آزمون فرضیه‌ها در نرم افزار Eviews انجام گرفت. نتایج آزمون فرضیه‌ها نشان داد بین متغیرهای افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و سود تقسیمی هر سهم با واکنش سرمایه‌گذار رابطه‌ی مثبت معنی‌داری وجود دارد و بین متغیر تغییرات قیمت سهام با واکنش سرمایه‌گذار، رابطه منفی معنی‌داری وجود دارد.

برزگر و غواصی (۱۳۹۵) رابطه‌ی سطح افشای مسئولیت اجتماعی و سیاست تقسیم سود در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران را مورد بررسی قرار دادند. به منظور اندازه‌گیری سطح افشای مسئولیت اجتماعی از روش تحلیل محتوای گزارش‌های هیئت مدیره استفاده شد. از این‌رو، چک لیستی متشکل از ۱۷ مؤلفه و ۶۰ معیار که سه بُعد اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی مسئولیت اجتماعی در آن لحاظ

تواند تأثیر بسزایی در منافع اجتماعی داشته باشد. از این رو در این پژوهش، رابطه بین مالکیت نهادی و مالکیت شرکتی با افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در بورس اوراق بهادار تهران مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. پس از مشخص شدن جامعه آماری، تعداد ۱۰۰ شرکت با استفاده از فرمول کوکران به عنوان حجم نمونه برای دوره‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۲ انتخاب شدند. پس از انجام تجزیه و تحلیل مورد نیاز با نرم افزار Eviews نتایج نشان داد که روابط متقابل مثبت و معناداری بین مالکیت نهادی و افشای مسئولیت اجتماعی شرکتها وجود دارد و رابطه بین مالکیت شرکتی با افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها رد شد. پورعلی (۱۳۹۳) به بررسی رابطه بین افشای مسئولیت

اجتماعی و مالکیت نهادی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخت، نمونه آماری پژوهش به صورت حذفی سیستماتیک شامل ۶۰ شرکت، در طی دوره ۵ زمانی ۱۳۸۵-۱۳۸۹ می‌باشد و روش گردآوری داده « کاربردی » و از حیث هدف « توصیفی- همبستگی » می‌باشد. پژوهش حاضر است. به منظور افزایش درجه اطمینان نسبت به نتایج حاصل از آزمون فرضیات، از روش داده‌های « کتابخانه ای » تلفیقی ایستا استفاده شده است و تخمین سیستم معادلات به کمک روش اقتصادسنجی حداقل مربعات تعمیم یافته در سطح خطای ۵ درصد انجام گردیده است. یافته‌های پژوهش حاکی از رابطه ی معنادار منفی بین افشای مسئولیت اجتماعی، میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان، تولید و محیط زیست با مالکیت نهادی می‌باشد. این در حالی است که بین میزان افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی با مالکیت نهادی رابطه ی معناداری وجود ندارد.

در پژوهشی با عنوان پیشنهادها و رویه‌های حسابرسی (حسابداری) مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها در دیوان محاسبات کشور توسط مقیم تیرگر (۱۳۹۴)، که هدف از ارائه این مقاله آشنا شدن علاقه‌مندان حسابداری، با حسابرسی اجتماعی است. در این مقاله تعاریف اولیه از حسابداری اجتماعی آورده شده است. سپس به استفاده‌کنندگان از حسابداری اجتماعی اشاره شده است. همچنین به تاریخچه و بعد از آن به اهداف حسابداری اجتماعی و مزایای آن و سپس به مشکلات پیاده سازی حسابداری و گزارشگری اجتماعی اشاره و در نتیجه جمع بندی کلی نسبت به مطالب ارائه شده انجام گردیده است.

۳- روش شناسی پژوهش

در این پژوهش با مصاحبه از خبرگان مدیران مالی شرکت‌های دولتی و خصوصی عضو یا غیرعضو بورس، کارگزاران و تحلیل گران بورس و مشاوران سرمایه‌گذار بانک‌های تجاری و به روش

گردیده است، مورد سنجش قرار گرفت. بر اساس نتایج، به طور متوسط حدود ۴۸ شاخص یعنی ۸۰٪ آنها در گزارش‌های سالانه فعالیت هیئت مدیره افشاء نمی‌شود. سطح پایین افشاء ابعاد سه گانه مسئولیت اجتماعی را می‌توان ناشی از شکاف وضعیت موجود از انتظارات ذی‌نفعان دانست. لذا، تدوین الزامات و استانداردهای مناسب برای گزارشگری و افشاء این شاخص‌ها در گزارش‌های سالانه شرکت‌ها برای پاسخگوئی به انتظارات ذی‌نفعان در بازار سرمایه ایران ضروری می‌باشد. همچنین نتایج رگرسیون حداقل مربعات معمولی گویای آن است که بین سطح افشای مسئولیت اجتماعی با نسبت تقسیم سود، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به بیان دیگر، مدیران شرکت‌هایی که سطح بیشتری از مسئولیت اجتماعی را افشا می‌کنند، به منظور جلب رضایت و افزایش علاقه سهامداران سود، بیشتری را نیز بین آنان توزیع می‌نمایند.

نوروزی و همکاران (۱۳۹۴) به بررسی رابطه بین شاخص های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از قبیل؛ جامعه، روابط کارکنان، محیط زیست و محصولات با عملکرد مالی شرکت‌ها در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند، در این پژوهش برای اندازه گیری شاخص های مسئولیت اجتماعی از طریق آنالیز محتوایی صورتهای مالی و برای اندازه گیری عملکرد از نرخ بازده دارایی‌ها استفاده شده است. در این پژوهش، تعداد ۸۵ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در دوره زمانی ۱۳۸۱-۱۳۹۱ بررسی شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که بین مسئولیت اجتماعی جامعه و عملکرد مالی رابطه منفی وجود دارد اما از لحاظ آماری معنی دار نمی‌باشد و رابطه بین مسئولیت اجتماعی کارکنان و همچنین مسئولیت اجتماعی محیط زیست با نرخ بازده دارایی مثبت و معنی دار است.

سعیدی و همکاران (۱۳۹۴)، رابطه بین انواع مالکیت سهامداران با افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در بورس اوراق بهادار تهران را مطالعه کردند، مسئولیت اجتماعی یکی از رویکردهای نو در بنگاه‌های اقتصادی و شرکت‌ها می‌باشد که با هدف هماهنگی تمامی بخشهای خصوصی و دولتی جهت همکاری در دستیابی به منافع اجتماعی از قبیل محیط زیست صورت می‌گیرد. از آنجایی که سهامداران مالکان اصلی واحدهای تجاری هستند، هدف اصلی آن‌ها افزایش سود مستقیم شرکت و یا سود غیر مستقیم شرکت از طریق سرمایه گذاری در مسئولیت های اجتماعی می‌باشد. با توجه به تنوع سهامداران از قبیل دولتی، شرکتی، خصوصی، نوع نگاه سهامداران به سود مستقیم و غیرمستقیم با سرمایه گذاری در مسئولیت اجتماعی متفاوت است. بنابراین شناسایی انواع سهامداران و میزان علاقمندی آن‌ها به سرمایه گذاری در مسئولیت اجتماعی می

به مدل آماری مذکور و اهداف عنوان شده پژوهش، فرضیه‌های این پژوهش، به شرح زیر تدوین شده است:

- ۱) کیفیت خدمات ادراک شده تاثیر معناداری بر مسئولیت اجتماعی دارد.
- ۲) تعهد به حقوق کارکنان تاثیر معناداری بر مسئولیت اجتماعی دارد.
- ۳) تعهد به حقوق مشتری تاثیر معناداری بر مسئولیت اجتماعی دارد.
- ۴) اقدامات محیط طبیعی و مشارکت مدنی تاثیر معناداری بر مسئولیت اجتماعی دارد.
- ۵) نگرش به حقوق صاحبان سهام تاثیر معناداری بر مسئولیت اجتماعی دارد.

۴- متغیرهای پژوهش

در این پژوهش متغیر وابسته مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها است که توسط متغیرهای دیگری تبیین می‌شود. که سنجش این متغیر با توجه به نحوه سنجه‌ها و تاثیر پذیری متغیر وابسته انجام می‌شود.

متغیر مستقل

متغیر محرک درون‌داد است که به وسیله پژوهشگر اندازه‌گیری، دستکاری یا انتخاب می‌شود تا تأثیر یا ارتباط آن با متغیر دیگری معین شود. متغیر مستقل پیش‌فرض متغیر وابسته است. به عبارت دیگر این متغیر، مقدمه و متغیر وابسته، نتیجه است. در این پژوهش متغیرهای مستقل شامل کیفیت خدمات ادراک شده، تعهد به حقوق کارکنان، تعهد به حقوق مشتری، اقدامات محیط طبیعی و مشارکت مدنی و نگرش به حقوق صاحبان سهام می‌باشند که سنجه به شرح ذیل تدوین شده‌اند:

دلفی و همچنین چارچوب نظری پژوهش سوالات استخراج شده است. در روش دلفی برای روش هیأت (پنل)‌هایی از متخصصان تشکیل می‌شود که تعامل بین اعضاء، توسط رئیس یا ناظر هیأت انجام می‌شود. تشکیل تیم اجرا و نظارت بر انجام دلفی، انتخاب اعضاء پنل جهت شرکت در فعالیت‌ها، تنظیم پرسش نامه برای دور اول، بررسی پرسش نامه از نظر نوشتاری (رفع ابهامات استنباطی و...)، ارسال اولین پرسش نامه، تجزیه و تحلیل پاسخ‌های رسیده در دور اول (اضافه نمودن و حذف متغیرها)، آماده کردن پرسشنامه دور دوم (با بازنگری‌های موردنیاز)، ارسال پرسشنامه دور دوم برای اعضاء هیأت‌ها، تجزیه و تحلیل پاسخ‌های رسیده در دور دوم و آماده سازی گزارش توسط تیم تحلیل‌گر.

در مرحله بعد پرسش نامه بین خبرگان جامعه آماری پخش شد که نهایتاً پرسش نامه جمع آوری شده با استفاده از نرم افزار Lisrel تحلیل عاملی اکتشافی شده و در نهایت با استفاده از روش حل معادلات ساختاری مورد تجزیه و تحلیل واقع می‌شود. در این پژوهش به منظور جمع آوری داده‌های مورد نیاز در بخش میدانی از ابزار پرسشنامه استفاده شده است.

برای بررسی میزان پایایی پرسشنامه، ابتدا پرسشنامه اولیه میان 35 نفر از اعضای جامعه آماری توزیع گردید. این عده پرسشنامه را در حضور پژوهشگر تکمیل کرده و با پرسش‌های خود در خصوص محتوا، نگارش و نوع گزینه‌ها، پژوهشگر را به اصلاح و حذف ابهام رهنمون ساختند.

تعداد 188 پرسشنامه برای جامعه آماری پژوهش شامل حسابرسان، حسابرسان ارشد، سرپرست، سرپرست ارشد، مدیر و شریک در موسسات حسابرسی ارسال گردید. از کل 169 پرسشنامه فرستاده شده، 141 پرسشنامه بازگردانده شد. نرخ پاسخ‌های دریافتی برابر 75 درصد بوده است. همچنین با عنایت

جدول ۱ سنجه‌های متغیرهای مستقل پژوهش

ردیف	متغیرها	سنجه‌ها	شناسه
۱	کیفیت خدمات ادراک شده	استفاده از امکانات، تجهیزات، و فناوری مدرن و به‌روز	QSP1
۲		داشتن دانش کافی جهت کمک و مشاوره	QSP2
۳		کمک مشتاقانه به مراجعین	QSP3
۴		بهتر بودن کیفیت خدمات نسبت به سایرین	QSP4
۵		برخوردار بودن از تنوع خدمات مناسب	QSP5
۶		عمل کردن به تعهد در زمان وعده شده	QSP6
۷		حفظ سوابق عملیات های مالی	QSP7
۸		کیفیت روابط با تامین کنندگان	QSP8
۹		کیفیت روابط با مقاطعه‌کاران فرعی	QSP9
۱۰		دسترسی به خدمات ضروری	QSP10
۱۱		توسعه تکنولوژی و دسترسی به آن	QSP11

ردیف	متغیرها	سنجه‌ها	شناسه
۱۲	تعهد به حقوق کارکنان	در نظر گرفتن حقوق و پاداش های منصفانه ای برای تمام کارکنان	HR1
۱۳		پاسخ به نیاز کارکنان	HR2
۱۴		فراهم بودن زمینه برای استخدام برابر اقشار مختلف	HR3
۱۵		حمایت از ارزش های خانوادگی کارمندان	HR4
۱۶		فراهم کردن فرصت های برابر برای آموزش و ارتقای شغلی کارکنان	HR5
۱۷		استخدام کارکنان بر اساس شایسته سالاری	HR6
۱۸		پیشگیری از فساد و انحراف در میان کارکنان	HR7
۱۹		بهبود مستمر شرایط کاری	HR8
۲۰		ارزیابی مهارت‌های شغلی و فرآیند گزینش کارکنان	HR9
۲۱		رضایت شغلی کارمندان	HR10
۲۲		بهبود روابط صنعتی و برقراری دیالوگ اجتماعی بین مدیریت ارشد و کارکنان	HR11
۲۳		استفاده از نیروی انسانی با فرهنگ مختلف	HR12
۲۴		سلامت و امنیت کارکنان	HR13
۲۵		کیفیت ارتقای سیستم کارکنان و مدیریت	HR14
۲۶	تعهد به حقوق مشتری	پاسخگویی نیازها و درخواست های مشتریان	CP1
۲۷		جذب مشتریان جدید در سطوح مختلف	CP2
۲۸		رفتار منصفانه با مشتریان در همه جوانب و مراودات تجاری	CP3
۲۹		شناسایی و برخورد توأم با احترام با مشتریان	CP4
۳۰		پرداخت به موقع خسارت به مشتریان	CP5
۳۱		خودداری از ارائه اطلاعات نادرست در اطلاع رسانی	CP6
۳۲		محترم دانستن و حفظ حریم خصوصی مشتریان	CP7
۳۳		رفتار منصفانه با مشتریان	CP8
۳۴		کیفیت روابط با مشتریان	CP9
۳۵		پذیرش شکایت مشتریان و نظارت مقامات مجاز و ارائه پاسخ در کوتاهترین زمان	CP10
۳۶		عدم کینه توزی با مشتریان منتقد	CP11
۳۷		احترام به فرهنگ، آداب، رسوم و اعتقادات مشتریان	CP12
۳۸		برقراری روابط شفاف با مشتری	CP13
۳۹		اقدامات محیط طبیعی و مشارکت مدنی	به حداقل رساندن ریسک های زیست محیطی
۴۰	مشارکت در فعالیت های خیرخواهانه و مذهبی		EFO2
۴۱	همکاری با سازمان های خیریه به شکلی آگاهانه و داوطلبانه		EFO3
۴۲	مشارکت در حل مشکلات و بهبود کیفیت زندگی مردم		EFO4
۴۳	پاسداری از طبیعت، محیط زیست و توسعه پایدار		EFO5
۴۴	استفاده از محصولات و کالا های سازگار با محیط زیست استفاده		EFO6
۴۵	برگزاری جلسات زیست محیطی (HSE) و کمیته انرژی بصورت مستمر و ماهانه		EFO7
۴۶	شناسایی و ارزیابی جنبه های زیست محیطی و اجرای برنامه های کنترلی		EFO8
۴۷	اخذ گواهینامه استاندارد زیست محیطی و تمدید سالانه آن		EFO9
۴۸	ایجاد تعادل بین مسئولیت و قدرت		EFO10
۴۹	جلوگیری از آلودگی هوا		EFO11
۵۰	استفاده از انرژی تجزیه پذیر		EFO12
۵۱	تعهد بلندمدت به محیط زیست		EFO13
۵۲	داشتن مقررات زیست محیطی موثر		EFO14
۵۳	افشای هزینه‌های زیست محیطی		EFO15

ردیف	متغیرها	سنجیه‌ها	شناسه
۵۴	نکرش به حقوق صاحبان سهام	افشاسازی های مالی به موقع و به صورت دوره ای	ER1
۵۵		تعریف ارتباط رسمی بین فعالیت های مالی و تامین مالی به شکلی واضح	ER2
۵۶		اطلاع به عموم و ذینفعان در صورت اضافه برداشت اعطای تسیلات	ER3
۵۷		افشاسازی عملیات های مالی و در دسترس قرار گرفتن عموم و صاحبان سهام	ER4
۵۸		خلق ارزش و درآمد	ER5
۵۹		کشف فرصت های کاهش هزینه	ER6
۶۰		تصمیمات سرمایه گذاری و اثرات بالقوه	ER7
۶۱		تضمین موفقیت مالی بلندمدت	ER8

دکتری گزارش شده است. ۱۵ درصد از افراد نیز با مادرک کارشناسی ارشد شاغل هستند. همچنین ۱۱ درصد از افراد پاسخ دهند، دارای سابقه کاری کمتر از ۱۰ سال می باشند. میزان سابقه کاری ۳۹ درصد از آنها بین ۱۰ تا ۱۵ سال گزارش شده است. ۳۹ درصد از آزمودنی ها نیز دارای سابقه بین ۱۵ تا ۲۰ سال هستند. این رقم در مورد مدیران مالی شرکت های دولتی و خصوصی عضو یا غیرعضو بورس، کارگزاران و تحلیل گران بورس و مشاوران سرمایه گذار بانک های تجاری، با سابقه کاری بیشتر از ۲۰ سال به ۲۵ درصد می رسد.

جدول ۳ ویژگی جمعیت شناختی مشارکت کنندگان در پژوهش

نوع ویژگی جمعیت شناختی	تعداد	درصد
۱- جنسیت پاسخ دهندگان:		
الف- زن	۳۵	۲۵
ب- مرد	۱۰۶	۷۵
۲- میزان تحصیلات پاسخ دهندگان:		
الف- کارشناسی	۲۱	۱۵
ب- کارشناسی ارشد	۸۱	۵۷
ج- دکتری	۳۹	۲۸
۳- میزان سابقه کاری		
الف- کمتر از ۱۰ سال	۱۱	۷
ب- بین ۱۰ تا ۱۵ سال	۴۱	۳۹
ج- بین ۱۵ تا ۲۰ سال	۵۵	۳۹
د- بیشتر از ۲۰ سال	۳۴	۲۵
۴- میزان تجربه مدیریتی		
الف- کمتر از ۱۰ سال	۲۲	۳۲
ب- بین ۱۰ تا ۲۰ سال	۳۳	۴۲
ج- بالای ۳۰ سال	۱۴	۲۶

به منظور بررسی پایایی پرسشنامه، با استفاده از پایایی آلفای کرونباخ و به کمک نرم افزار spss میزان آلفای کرونباخ برای هر یک از متغیرهای پرسشنامه محاسبه شده و به شرح جدول (۲) می باشد.

جدول ۲ میزان آلفای کرونباخ پرسشنامه

نام متغیر	تعداد سوال	اندازه نمونه	مقدار آلفای کرونباخ
کیفیت خدمات ادراک شده	۱۱	۱۴۱	۰.۷۲۰
تعهد به حقوق کارکنان	۱۴	۱۴۱	۰.۷۹۱
تعهد به حقوق مشتری	۱۳	۱۴۱	۰.۷۱۴
اقدامات محیط طبیعی و مشارکت مدنی	۱۵	۱۴۱	۰.۷۱۹
نگرش به حقوق صاحبان سهام	۸	۱۴۱	۰.۷۴۱

لذا با توجه به اینکه مقدار آلفای کرونباخ برای متغیرهای پژوهش از ۰.۷ بیشتر است، می توان گفت که پرسشنامه های مربوط به همه متغیرها از پایایی مناسب برخوردار هستند.

۵- نتایج پژوهش

۵-۱- توصیف ویژگی های جمعیت شناختی

در این بخش ویژگی هایی مانند جنسیت، میزان سابقه کاری، سمت افراد، تجربه کاری و تحصیلات برای ۱۴۱ نفر از مدیران مالی شرکت های دولتی و خصوصی عضو یا غیرعضو بورس، کارگزاران و تحلیل گران بورس و مشاوران سرمایه گذار بانک های تجاری توصیف می گردد. چنانکه در جدول زیر مشاهده می شود، ۷۵ درصد از افراد گروه نمونه را پاسخ دهندگان مرد تشکیل می دهند، این رقم در خصوص پاسخ دهندگان زن به ۲۵ درصد کاهش یافته است. بر اساس اطلاعات جدول زیر، ۵۷ درصد از افراد دارای مدرک کارشناسی می باشند و این در حالی است که میزان تحصیلات تنها ۲۸ درصد از افراد دارای مدرک

۵-۲- آزمون فرضیه‌های پژوهش

بررسی اعتبار مدل

همان گونه که آشکار است، نرم‌افزار Lisrel شاخص‌هایی را جهت سنجش نیکویی برازش مدل تدوین شده ارائه می‌دهد. در واقع در مبحث معادلات ساختاری برای ارزیابی مدل طراحی شده از نرم‌افزار لیزرل از شاخص‌های کای دو به درجه آزادی، شاخص برازندگی، شاخص تعدیل برازندگی، شاخص نرم شده برازندگی، شاخص برازندگی تطبیقی و شاخص بسیار مهم ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب استفاده شده است. این شاخص‌ها برای مدل مفهومی معادلات ساختاری در نظر گرفته شده در این پژوهش، به شرح زیر است:

جدول ۴ مقادیر شاخص‌های برازش مدل و نتیجه برازش

مقدار الگو	نماد	شاخص برازش
۱.۱۹	df/χ^2	کای دو به درجه آزادی
۰.۹۳	$GFI < 0.9$	شاخص برازندگی
۰.۸۹	$AGFI < 0.85$	شاخص تعدیل برازندگی
۰.۹۲	$NFI < 0.9$	شاخص نرم شده برازندگی
۰.۹۸۱	$CFI < 0.95$	شاخص برازندگی تطبیقی
۰.۰۳۹	$RMSEA > 0.08$	ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب

با توجه به شاخص‌های برازش همگی در محدوده‌های مشخص شده قرار دارند و لذا الگوی نهایی از برازش مناسبی برخوردار می‌باشد و می‌توان به داده‌ها و خروجی تحلیل آماری اطمینان داشت.

بررسی روایی همگرا و روایی واگرا

پس از برازش مدل ساختاری (SEM)، می‌توان روایی سازه (متغیرهای مفهومی) را محاسبه کرد که به شرح زیر محاسبه شده‌اند:

روایی همگرا

هرگاه یک یا چند خصیصه از طریق دو یا چند روش اندازه‌گیری شوند همبستگی بین این اندازه‌گیری‌ها دو شاخص مهم اعتبار را فراهم می‌سازد. اگر همبستگی بین نمرات آزمون‌هایی که خصیصه‌ی واحدی را اندازه‌گیری می‌کند بالا باشد، پرسشنامه دارای اعتبار همگرا می‌باشد. وجود این همبستگی برای اطمینان از این که آزمون آنچه را که باید سنجیده شود می‌سنجد، ضروری است. در این پژوهش مقدار روایی همگرایی که برای متغیرهای پژوهش به دست آمده است به شرح جدول زیر می‌باشد که همگی متغیرها از ۰.۴ بیشتر می‌باشد و این نشان می‌دهد مدل برازش شده، دارای روایی همگرایی مناسبی است.

جدول ۵ بررسی روایی همگرایی

میانگین واریانس استخراج شده	تعداد	نام متغیر مکنون
۰.۶۱۹	۱۴۱	کیفیت خدمات ادراک شده
۰.۵۸۹	۱۴۱	تعهد به حقوق کارکنان
۰.۶۱۵	۱۴۱	تعهد به حقوق مشتری
۰.۵۷۶	۱۴۱	اقدامات محیط طبیعی و مشارکت مدنی
۰.۶۰۵	۱۴۱	نگرش به حقوق صاحبان سهام

روایی واگرا

چنانچه همبستگی بین آزمون‌هایی که خصیصه‌های متفاوتی را اندازه‌گیری می‌کند پایین باشد، آزمون‌ها دارای اعتبار تشخیصی یا واگرا است. در این پژوهش مقدار روایی واگرا که برای متغیرهای پژوهش به دست آمده است به شرح جدول زیر می‌باشد که همگی متغیرها از ۰.۸۵ کمتر می‌باشد و این نشان می‌دهد مدل برازش شده، دارای روایی واگرایی مناسبی است.

جدول ۶ بررسی روایی واگرا

میانگین واریانس استخراج شده	تعداد	نام متغیر مکنون
۰.۶۲۱	۱۴۱	کیفیت خدمات ادراک شده
۰.۵۹۱	۱۴۱	تعهد به حقوق کارکنان
۰.۵۷۳	۱۴۱	تعهد به حقوق مشتری
۰.۶۱۷	۱۴۱	اقدامات محیط طبیعی و مشارکت مدنی
۰.۶۶۱	۱۴۱	نگرش به حقوق صاحبان سهام

۵-۳- تحلیل فرضیات پژوهش با استفاده از معادلات ساختاری حداقل مجذورات جزئی

در این قسمت به دنبال اثبات فرضیه‌های پژوهش هستیم. مدل فرضیه آرایه می‌شود که در آن با توجه به اعداد معناداری فرضیات مورد پذیرش یا رد می‌گردند. با توجه به جدول ۷، به آزمون فرضیه‌ها می‌پردازیم.

چنانکه در جدول (۷) ملاحظه می‌شود فرضیه‌های پژوهش دارای اثر مقدار t طبق قاعده خطای $0/05$ در ناحیه رد فرض صفر برای مقادیر خارج از $1/96$ تا $-1/96$ هر پارامتر مدل، بیشتر از $1/96$ محاسبه شده است. لذا ضریب مسیر برای هر فرضیه محاسبه شده معنی دار شده است. بنابراین تمام فرضیه‌های پژوهش تأیید می‌شود.

همان‌گونه که مشاهده می‌شود، کیفیت خدمات ادراک شده بر در تعیین مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها تأثیر معنادار و مثبت می‌باشد و با تغییر مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها، مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها شاهد تغییر $0/181$ واحد و در جهت

مثبت خواهد بود. همچنین نتیجه آزمون فرضیه ۱ نشان داد کیفیت خدمات ادراک شده بر مسئولیت اجتماعی معنادار و مثبت به اندازه $0/181$ دارد.

همچنین فرضیه ۲ نشان داد تعهد به حقوق کارکنان در تعیین مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها تأثیر معنادار مثبت به اندازه $0/219$ دارد. فرضیه ۲ حاکی از آن است که تعهد به حقوق کارکنان در تعیین مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها تأثیر معنادار دارد و این تأثیر گذاری به اندازه $0/219$ واحد و در جهت مثبت است. لذا فرضیه دوم پژوهش مبتنی بر اینکه تعهد به حقوق کارکنان بر مسئولیت اجتماعی تأثیر دارد، تأیید می‌گردد.

نتایج آزمون فرضیه ۳ حاکی از تأثیر مثبت و معنادار تعهد به حقوق مشتری بر تعیین مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها به اندازه $0/196$ بوده است. همچنین نتایج فرضیه ۴ و فرضیه ۵ نشان داد اقدامات محیط طبیعی و مشارکت مدنی و نگرش به حقوق صاحبان سهام بر تعیین مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها تأثیر معنادار و مثبت به ترتیب به اندازه $0/187$ و $0/36$ بر مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها و لذا فرضیه ۴ و ۵ نیز تأیید می‌گردد.

جدول ۷: آزمون فرضیه‌های پژوهش

نتیجه آزمون	T-VALUE	ضریب مسیر	متغیر وابسته	متغیر مستقل
تأیید فرضیه	۶/۹۱۸	۱۸۱/۰	مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها	کیفیت خدمات ادراک شده
تأیید فرضیه	۷/۶۸۵	۲۱۹/۰	مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها	تعهد به حقوق کارکنان
تأیید فرضیه	۲/۵۵	۲۵۶/۰	مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها	تعهد به حقوق مشتری
تأیید فرضیه	۳/۰۸۷	۲۴۷/۰	مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها	اقدامات محیط طبیعی و مشارکت مدنی
تأیید فرضیه	۲۰/۱۹۵	۳۶۰/۰	مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها	نگرش به حقوق صاحبان سهام

نسبت گزینه اول سنجیده می‌شوند و اگر این شرط برای آنها نیز تأمین نشد؛ آن گزینه‌ها نیز می‌توانند به عنوان جوابهای سازشی در نظر گرفته شوند.

اگر شرط اول برقرار بود شرط دوم را بررسی خواهیم کرد که در آن باید گزینه اول نسبت به گزینه دوم در S و یا R برتری داشته باشد (کوچکتر باشد). با توجه به این موارد، رتبه بندی در روش ویکور به صورت زیر است.

چنانکه در جدول ۸ ملاحظه می‌شود مشارکت در حل مشکلات و بهبود کیفیت زندگی مردم، استفاده از محصولات و کالا های سازگار با محیط زیست استفاده و شناسایی و ارزیابی جنبه های زیست محیطی و اجرای برنامه های کنترلی در رتبه بندی برتر از نظر جامعه مدیران مالی قرار گرفته اند. همچنین عوامل حفظ سوابق عملیات های مالی، تعهد بلندمدت به محیط زیست و جذب مشتریان جدید در سطوح مختلف در آخرین اولویت رتبه بندی نسبت به سایر عوامل بوده اند.

۱-۳-۵- رتبه بندی ابعاد حسابرسی مسئولیت اجتماعی به روش ویکور

نرمال سازی در این روش بر مبنای روش خطی است که با نرمال سازی در روش تاپسیس تفاوت دارد. پس از انجام نرمال سازی مقادیر S_j و R_j محاسبه می‌شود و در نهایت Q_j با در نظر گرفتن $v=0.5$ محاسبه می‌گردد که مبنای رتبه بندی در روش ویکور است و بهترین رتبه به گزینه‌ای تعلق خواهد گرفت که Q کمتری دارد. البته دو شرط ثبات پذیرش و ثبات پذیرش در تصمیم گیری نیز باید تأمین شود. شرط اول در اینجا بدین صورت بیان می‌شود که تفاضل Q گزینه اول از دوم باید بزرگتر از $0 = 2 \frac{1}{5-1}$ باشد یعنی:

$$Q(a^{[2]}) - Q(a^{[1]}) \geq \frac{1}{5-1} = 0.2$$

که ۵ تعداد گزینه هاست. که اگر این شرط برقرار نبود؛ گزینه دوم می‌تواند به عنوان یک جواب سازشی برای گزینه اول بیان شود. همچنین گزینه های سوم، چهارم و ... نیز به همین صورت

جدول (۸) رتبه‌بندی ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی به روش ویکور جامعه مدیران مالی

رتبه	نام شاخص	Q _i	رتبه	نام شاخص	Q _j	رتبه	نام شاخص	Q _i
۱	EFO8	0/111605	۲۷	HR8	0/589293	۵۳	QSP2	0/919905
۲	EFO4	0/13325	۲۸	HR10	0/636684	۵۴	QSP3	0/923287
۳	EFO6	0/1742	۲۹	HR12	0/650122	۵۵	QSP4	0/949536
۴	ER2	0/17888	۳۰	ER7	0/661777	۵۶	QSP6	0/961132
۵	EFO15	0/239135	۳۱	HR13	0/666447	۵۷	QSP9	0/981454
۶	EFO11	0/248156	۳۲	CP1	0/669219	۵۸	QSP10	0/989648
۷	CP3	0/261006	۳۳	CP6	0/680444	۵۹	QSP7	0/989717
۸	CP4	0/282793	۳۴	CP5	0/717378	۶۰	EFO13	0/990152
۹	ER6	0/303403	۳۵	CP8	0/738229	۶۱	CP2	0/991522
۱۰	CP7	0/321195	۳۶	HR11	0/762699			
۱۱	EFO1	0/326831	۳۷	HR14	0/779381			
۱۲	EFO9	0/347121	۳۸	CP9	0/801476			
۱۳	ER5	0/37185	۳۹	CP13	0/806632			
۱۴	EFO14	0/374501	۴۰	EFO2	0/811293			
۱۵	HR1	0/401041	۴۱	EFO5	0/812811			
۱۶	HR3	0/426174	۴۲	EFO7	0/819269			
۱۷	HR5	0/426953	۴۳	CP10	0/82652			
۱۸	HR7	0/427617	۴۴	CP11	0/831588			
۱۹	HR9	0/469238	۴۵	CP12	0/86003			
۲۰	QSP1	0/470177	۴۶	EFO3	0/866513			
۲۱	QSP5	0/479263	۴۷	EFO10	0/881181			
۲۲	QSP11	0/496794	۴۸	EFO12	0/893399			
۲۳	QSP8	0/525217	۴۹	ER8	0/896401			
۲۴	HR2	0/545272	۵۰	ER1	0/899918			
۲۵	HR4	0/551189	۵۱	ER3	0/90102			
۲۶	HR6	0/582785	۵۲	ER4	0/910017			

۱-۶ بحث و نتیجه گیری

حسابرسی اجتماعی در سال‌های اخیر به نحو بارزی مورد توجه قرار گرفته است و مصرف‌کنندگان خواستار افزایش شفافیت در اقدامات شرکت‌ها هستند. شرکت‌ها در سراسر جهان به ارزیابی عملکرد اجتماعی روی آورده‌اند و گزارش نتایج ارزیابی خود را به عنوان ابزاری برای نشان دادن تعهدشان به مسئولیت اجتماعی می‌دانند. این نوع حسابرسی می‌تواند به شرکت‌ها در شناسایی خطرات، عدم انطباق با قوانین و سیاست‌های سازمان و شناسایی حوزه‌هایی که نیاز به بهبود دارند، کمک شایانی نماید. حسابرسی اجتماعی همچنین می‌تواند فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی و دست‌آورد‌های مربوط به اثرات زیست‌محیطی، توسعه پایدار، رفاه مصرف‌کننده، تجارت عادلانه و رفاه کارکنان و روابط با سایر ذینفعان را نشان دهد. با وجود اینکه

حسابرسی اجتماعی مفهوم ارزشمندی است اما به دلیل داوطلبانه بودن به نظر می‌رسد برای رسیدن به اهداف در نظر گرفته شده کارساز نیست. توافق کمی در مورد تعریف و استفاده از معیارهای ارزیابی تاثیر فعالیت‌ها و عملکرد اجتماعی وجود دارد. از این رو مهم است که وضع‌کنندگان استاندارد در حرفه حسابداری، استانداردهایی را در مورد مسائل اجتماعی تنظیم نمایند تا این استانداردها برای انجام حسابرسی، به حساب‌سازان کمک نماید.

از جمله موضوعات بسیار مهمی که در حال حاضر، اغلب پژوهش‌های داخلی و خارجی به آن توجه می‌کنند، موضوع افزایش مسئولیت اجتماعی شرکتها و عوامل مؤثر بر آن است. در سالهای اخیر، موضوع مسئولیت اجتماعی شرکتها در کانون توجه جامعه جهانی و متفکران حسابداری و مدیریت قرار

اجتماعی شرکتی گرایش پیدا کنند. این نتایج نهادهای قانون گذار و استانداردها را به استقرار نظام حاکمیت شرکتی و لزوم تدوین استانداردها، آیین نامه و بکارگیری اقدامات لازم در الزام شرکت ها برای توجه ویژه بر مسئولیت اجتماعی در راستای شفافیت و پاسخگویی به ذینفعان خود در قبال عملکردشان و کاهش شرایط عدم اطمینان، قادر می سازد.

(۲) با در نظر گرفتن جایگاه مسئولیت اجتماعی شرکت ها در سازمان ها پیشنهاد می شود کمیته تدوین استانداردهای حسابداری، استانداردی را در این خصوص تدوین نماید که همه شرکت ها آن را به کار ببرند.

(۳) نظارت و حصول اطمینان از اجرای صحیح قوانین مربوط به افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها، مستلزم انتشار گزارش سالانه جداگانه در این خصوص است. پیشنهاد می شود راه کارهای تقویت ضمانت اجرایی انتشار چنین گزارشاتی بررسی شود.

(۴) وجود رویه های یکسان جهت افشای مسئولیت اجتماعی به وسیله شرکت اهمیت دارد و به سازمان بورس اوراق بهادار تهران پیشنهاد می شود، چگونگی ایجاد رویه های یکسان به منظور افشای مسئولیت اجتماعی را بررسی نماید.

(۵) با توجه به اهمیت معیارهای اخلاقی در مبحث مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها و لزوم رعایت آنها در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، این پژوهش را می توان با استفاده از معیارهای اخلاقی؛ از قبیل تعهدات اخلاقی حرفه ای، ایدئولوژی های اخلاقی تکرار نمود و تاثیر آنها بر عملکرد شرکت ها را مورد بررسی قرار داد.

فهرست منابع

- * امجدی، اکبر، گرکز، منصور، بخارائیان خراسانی، مریم، معطوفی، علیرضا (۱۳۹۹) تاثیر تخصص حسابرسان بر اعتماد اجتماعی با نقش میانجی کیفیت حسابرسی عملکرد (مطالعه موردی دیوان محاسبات)، فصلنامه دانش حسابرسی، سال بیستم، شماره ۸۰، صص ۱-۲۵.
- * برزگر، قدرت اله، حسن نتاج کردی، محسن، ملکی، دنیا (۱۳۹۸) بررسی اثر ویژگی های کمیته حسابرسی بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها، فصلنامه بررسی های حسابداری و حسابرسی، دوره ۲۶، شماره ۱، صص ۳۸-۱۹.

گرفته است. با توجه به این مطالب، نگرانی هایی نیز در این خصوص وجود دارد که مدیران ممکن است به طور استراتژیک، از افشای مسئولیت اجتماعی برای پنهان کردن رفتار فرصتطلبانه خود استفاده کنند. بنابراین لازم است سازوکاری نظارتی مانند کمیته حسابرسی برای بهبود وضعیت افشای مسئولیت اجتماعی وارد عمل شود.

مسئولیت اجتماعی شرکت در ارتباط با مشتریان شامل فعالیت هایی است که یک شرکت انجام می دهد تا رضایت مشتریان را تامین نماید، به طوری که از اصول مربوط به مدیریت کیفیت نیز، می توان به اصل مشتری مداری و اصل بهبود مستمر اشاره کرد. اصل مشتری مداری بیان می کند که شرکت ها به مشتریان خود وابسته هستند و لذا بایستی نیازهای حال و آینده مشتریان را درک نمایند و در جهت فراتر رفتن از انتظارات مشتری تلاش کنند. هدف از بهبود مستمر در یک سیستم مدیریت کیفیت نیز افزایش احتمال دستیابی به رضایت بیشتر مشتریان و سایر طرف های ذینفع می باشد (استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰، ۱۳۸۹). لذا در این پژوهش سعی شده است سطح درک از مسئولیت اجتماعی شرکت در بخش های مختلف مورد بررسی قرار بگیرد و همچنین نقش آنها، نحوه و روش استقرار کاربردی حسابرسی مسئولیت اجتماعی در سازمان ها با استفاده از بررسی امکان سیستم های اندازه گیری علمی مورد نیاز برای تحلیل مسئولیت های اجتماعی مورد بررسی و آزمون قرار گرفته است و سعی شده است در مرحله اول رابطه مسئولیت اجتماعی سازمان ها در ایجاد توسعه پایدار برای آنها شناسایی و در مرحله دوم بررسی شده است که چه معیارهایی می توانند به عنوان معیارهای اندازه گیری مسئولیت اجتماعی به کار گرفته شوند.

نتایج فرضیه های پژوهش با نتایج آبرو (۲۰۲۰)، برگلند و کانگ (۲۰۱۹) و امجدی و همکاران (۱۳۹۹) همخوانی دارد. در بیشتر پژوهش ها در زمینه مباحث اخلاقی، به منظور تعیین سطح مسئولیت اجتماعی شرکت ها، ابعاد مختلفی شامل کارکنان، مشتریان، محیط زیست، بهداشت و سلامت، آموزش، توسعه روستایی و نهادهای موجود در جامعه در نظر گرفته شده است. یکی از اهداف اصلی هر پژوهش که در بطن سایر اهداف دیده شده است ارائه راهکارها و پیشنهادهایی مبتنی بر نتایج پژوهش است. در واقع این بخش کمک می کند تا از نتایج پژوهش بتوان بصورت کاربردی نیز استفاده نمود. هر چه در طراحی پژوهش و اجرای آن دقت بیشتری شود نتایج قابل اتکاتری خواهد داشت. لذا پژوهشگر حاضر به اتکای نتایج بدست آمده از آزمون فرضیات توصیه هایی را به شرح زیر ارائه می دهد:

(۱) پیشنهاد می شود شرکت ها برای تخصیص منابع محدود، به سمت گزارشگری و فعالیت های مرتبط با مسئولیت

- * خواجوی، شکرالله، بایزیدی، انور و جبارزاده کنگرلویی، سعید. (۱۳۹۰). مدیریت سود و مسئولیت اجتماعی شرکت، پیشرفت‌های حسابداری دانشگاه شیراز، ۳(۱)، ۵۹-۲۹.
- * جامعی، رضا، نجفی، قاسم (۱۳۹۸) بررسی رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و حق الزحمه حسابرسی، مجله علمی دانش حسابداری مالی، دوره ۶، شماره ۱، پیاپی ۲۰، صص ۱۶۱-۱۳۷.
- * رضایی، فرزین، محمدپور، مهدیه. (۱۳۹۶). تبیین رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و هزینه سرمایه ضمنی آن‌ها. پژوهش‌های نوین در حسابداری و حسابرسی ۱(۱)، ۱۱۷-۱۳۸.
- * صنوبر، ناصر، خلیلی، مجید، ثقفیان، حامد. (۱۳۹۰). بررسی رابطه ی بین مسئولیت پذیری اجتماعی با عملکرد مالی شرکت‌ها. فصلنامه علمی- پژوهش کاوش‌های مدیریت بازرگانی، شماره ۴، صص ۲۸-۵۲.
- * عبدلی و کریمی (۱۳۹۵)، بررسی تأثیر برخی مولفه‌های درونی و بیرونی شرکتها بر افشای مسئولیت پذیری اجتماعی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شاهرود - دانشکده اقتصاد و حسابداری
- * کثیری، حسین. (۱۹۳۱). "راهنمای شناخت و ارزیابی اثر بخشی سیستم کنترل داخلی (در سطح سازمانی)". تهران: موسسه حسابرسی هوشیار ممیز.
- * گلی، علی، خوزین، علی، اشرفی، مجید، نادریان، آرش (۱۳۹۹) بررسی نقش بیمه مسئولیت اجتماعی و حرفه ای حسابرسان بر ریسک شهرت اخلاقی و کیفیت حسابرسی با استفاده از رویکرد دلفی و معادلات ساختاری، پژوهش‌های اخلاقی، سال دهم، شماره سه، صص ۸۹-۶۵.
- * مران جویری، مهدی، علی‌خانی، رضیه. (۱۳۹۳). افشای مسئولیت‌های اجتماعی و راهبری شرکتی. بررسی‌های حسابداری و حسابرسی. شماره ۳، صص ۳۴۸-۳۲۹.
- * مقیم تیرگر، عبدالله، (۱۳۹۴). "پیشنهادات و رویه‌های حسابرسی (حسابداری) مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها در دیوان محاسبات کشور"، همایش ملی پژوهش‌های کاربردی علوم‌های فنی مهندسی و مدیریتی در عرصه دانشگاه، صنعت و مدیریت ایران، تهران، شرکت زرین حساب میهن، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج و دانشگاه صنایع و معادن ایران.
- * مهم، کیهان و مجید تک روستا (۱۳۹۱). "شناخت موانع ارزیابی کنترل‌های داخلی در حسابرسی مستقل". فصلنامه ۲۳- دانش حسابرسی، شماره ۴۶، صص ۶۲-۷۹.
- * نتاج، غلامحسین تقی و علی اصغر بهرامیان (۱۳۸۱)، "ارزیابی اثر بخشی کنترل‌های داخلی در یک شرکت سرمایه گذاری". مجله تحقیقات حسابداری و حسابرسی، ۰۱- شماره ۱۱، صص ۱۴-۱۸
- * نوروزی محمد و همکاران (۱۳۹۴)، بررسی اثر افشای مسئولیت اجتماعی بر نرخ بازده حقوق صاحبان سهام در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، اولین کنفرانس بین المللی نقش مدیریت انقلاب اسلامی در هندسه قدرت نظام جهانی (مدیریت، سیاست، اقتصاد، فرهنگ، امنیت، حسابداری)
- * وفادار، عباس (۱۳۹۱)، "نقدی بر دستورالعمل کنترل‌های داخلی، مسوولیت شرکت‌ها و حسابرسان" روزنامه دنیای اقتصاد.
- * یحیی زاده فر و همکاران (۱۳۹۶)، بررسی رابطه ی بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و واکنش سرمایه گذاران در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه مازندران
- * Abreu, Rute, (2015), "Accounting for Citizenship: The Role of Accountant", *Procedia Economics and Finance*, Volume 26, 2015, Pages 933-941 .
- * 18-Albring, Susan M. Keane, Matthew J.; Elder,Randal J.,(۲۰۱۲). "The Effect of the Type and Number of Internal Control Weaknesses and Their Remediation on Audit Fees" *Review of Accounting and Finance*, Volume ۱۱, PP. .۰۳-۰۰
- * Altamuro, J. and A. Beaty (۲۰۱۰). "How Does Internal Control Regulation Affect Financial Reporting?". *Journal of Accounting and Economics* , Vol .۴۹, pp. ۷۴-۵۸
- * Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (۲۰۰۵). "Internal Control – Integrated Framework. Guidance for Smaller Public Companies Reporting on Internal Control over
- * Dhaliwal Dan ,Cheng, Mei, and Yuan Zhang .(۲۰۱۳) "Does Investment Efficiency Improve after the Disclosure of Material Weaknesses in Internal Control over Financial Reporting?" *Journal of Accounting and Economics*, Volume ۵۶(۱), PP.1-18.
- * Ester Gras-Gil ,Mercedes Palacios Manzano ,Joaquín Hernández Fernández,(2017) Investigating the relationship between corporate social responsibility and earnings management: Evidence from Spain , *BRQ Business Research Quarterly* ,Volume 19 ,Issue 4 ,Pages 289-299.
- * Mercedes Rodriguez-Fernandez. (2015). Social responsibility and financial performance:The role of good corporate governance, *BRQ Business Research Quarterly*, (40):1-15.
- * Minnesota management & budge. (2012). "Guide to risk assessment and control activities- revision". p <http://www.beta.mmb.state.mn.us/>
- * Valipour, H.; Moradi, Javad and M. H. Fatheh (2012). "The Impact of Enterprise Resource Planning (ERP) on the Internal Controls Case Study: Esfahan Steel

Company” European Journal of Social Sciences
Vol.28 No.2 ,pp. 228-238.

- * Yaying Mary Chou Yeh ،Wen-Chi Hsieh (2017) ،
Does Board Supervisory Quality Enhance Corporate
Social Performance?-Evidence from Taiwanese
Listed Firms ،sian Journal of Finance & Accounting ،
Vol 9 ،No ،PP 68—89



Accounting Knowledge & Management Auditing
Vol. 13/ No. 51/ Autumn 2024

Measuring and ranking the dimensions of social responsibility auditing using multi-indicator decision-making techniques

Mohammadreza Eghbali Moghaddam

Ph.D Student in Accounting, Department of Accounting, Kish International Branch, Islamic Azad University, Kish Island, Iran
Moghadam3316@yahoo.com

Mohsen Hamidian

Associate Professor, Tehran South Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
(Corresponding Author)
Hamidian_2002@yahoo.com

Nowrouz Noorollah Zadeh

Assistant Professor, Tehran South Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
Nour541@yahoo.com

Abstract

Social auditing has received considerable attention in recent years, and consumers are calling for increased transparency in corporate actions. Companies around the world have turned to social performance appraisal and see reporting the results of their appraisal as a tool to demonstrate their commitment to social responsibility. Therefore, in this study, the dimensions of social responsibility auditing have been measured and ranked using multi-criteria decision-making techniques. By examining the theoretical foundations and reviewing the research backgrounds, the variables affecting social responsibility were determined, which were approved by experts. Factors were classified into five main groups, which included: perceived service quality, commitment to employee rights, commitment to customer rights, natural environment measures and civic participation, and attitudes toward equity, and the research model was developed. Then a questionnaire was distributed among managers and financial analysts to a sample of 141 people and the data were analyzed using LISREL modeling structural equations. The results of the conceptual model of structural equations indicate the significant impact of each of the factors of perceived service quality, commitment to employee rights, commitment to customer rights, natural environment and civil partnership actions and attitudes towards equity on social responsibility in the final model Has been corporate social.

Keywords: Social Responsibility, Multi-Criteria Decision Making and Exploratory Factor Analysis of Structural Equations.

