

تبیین الگوی مناسب حسابرسی مسئولیت اجتماعی (اخلاق اجتماعی) شرکت‌ها از دیدگاه حقوق بشر و ارزش‌های اجتماعی با استفاده از رویکرد تحلیل عاملی اکتشافی و مدل‌سازی معادلات ساختاری

مجید داوودی نصر

دانشجوی دکترای حسابداری، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (مسئول مکاتبات)
m_davodi85@yahoo.com

قدرت‌اله طالب‌نیا

دانشیار گروه حسابداری، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

رمضانعلی رویایی

استادیار گروه حسابداری، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

سیدرضا صالحی امیری

دانشیار گروه مدیریت دولتی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۹۶/۰۷/۰۴ تاریخ پذیرش: ۹۶/۰۷/۲۳

چکیده

امروزه مسئولیت اجتماعی شرکت با اضافه شدن مباحثی چون محیط زیست، مباحث حقوق بشر، استانداردهای کار و مبارزه با فساد دامنه بسیار وسیع‌تری نسبت به گذشته پیدا کرده است. تئوری‌های مطرح در مورد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را تئوری مشروعیت، تئوری گروه ذینفعان و تئوری اقتصاد سیاسی می‌توان بیان کرد. هدف اصلی این پژوهش پاسخ به سؤال اصلی آن یعنی تبیین الگوی مناسب حسابرسی مسئولیت اجتماعی (اخلاق اجتماعی) شرکت‌ها از دیدگاه حقوق بشر و ارزش‌های اجتماعی می‌باشد. این تحقیق از لحاظ ماهیت و روش در دسته تحقیقات توصیفی-پیمایشی و بر مبنای هدف از نوع کاربردی می‌باشد. جامعه آماری شامل کلیه خبرنگاران حسابرسان رسمی مؤسسات حسابرسی شهر تهران و همچنین مدیران سازمان حسابرسی می‌باشد، تعداد ۷۶ پرسشنامه با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس جمع آوری شده است که مربوط به دوره زمانی ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۶ است. از جداول فراوانی و شکلها و نرم‌افزار SPSS برای بررسی مؤلفه‌های جمعیت شناختی و تکنیک‌های تحلیل عاملی اکتشافی، معادلات ساختاری و آزمون فریدمن برای بررسی سؤالات پژوهش استفاده شده است. نتایج حاکی از آن است که ابعاد حسابرسی مسئولیت اجتماعی از دیدگاه حقوق بشروارزش‌های اجتماعی عبارتند از پایگاه اجتماعی، استفاده از رسانه‌های جمعی، حضور در عرصه عمومی، نگرش به حقوق شهروندی، مسئولیت‌پذیری و پاسخ‌گویی، کمک به مشارکت مدنی، اطلاع‌رسانی و شفافیت، کمیت و کیفیت خدمات و تعهد مأموریت اجتماعی معنادار و مثبت است.

واژه‌های کلیدی: حسابرسی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، حقوق بشر، ارزش‌های اجتماعی، نگرش به حقوق شهروندی، مسئولیت‌پذیری و پاسخ‌گویی، اطلاع‌رسانی و شفافیت.

۱- مقدمه

فعالیت‌ها باید مطابق با ارزش‌ها و هنجارهای اجتماع انجام گیرند (آبرو، ۲۰۱۵).

لذا پیچیدگی فرایند حسابرسی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در راستای تحقق حسابرسی مسئولیت اجتماعی با مشکل عدم الزام شرکت‌ها به دستورالعمل سازمان ملل و سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی تحت عنوان ضوابط رفتاری شرکت‌های چند ملیتی مواجه هستند، اقدامات بین‌المللی سازمان ملل و سازمان جهانی کار نیز بر این نکته صحنه گذارده است که از آن جایی که شرکت‌ها هنوز تابعان اصلی حقوق بین‌الملل نیستند نمی‌توان مجازاتی یا الزامی برای آنان در نظر گرفت و توافق کشورها نیز به آسانی امکان‌پذیر نیست و در نتیجه باید اذعان نمود که مسئولیت شرکت‌ها در مقابل نقض قواعد حقوق بشر هنوز هم در هاله‌ای از ابهام قرار دارد. همچنین عوامل اثر گذار بر حسابرسی مسئولیت اجتماعی باعث شده است تا ضرورت معرفی و تبیین تبیین الگوی مناسب برای حسابرسی شرکت‌ها در رعایت حقوق بشر (شهروندی) و ارزش‌های اجتماعی آنان در حوزه جامعه شناسی با محوریت حسابرسی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و نقش آنها در رعایت حقوق بشر (شهروندی) و ارزش‌های اجتماعی که با شناسایی شاخص‌های حقوق شهروندی و ارزش‌های اجتماعی و نقش آنها در فرایند حسابرسی مسئولیت اجتماعی می‌پردازد و نحوه ارتباط موثر فرایند حسابرسی مسئولیت اجتماعی و اجزای تشکیل دهنده هر سیستم را نشان می‌دهد، بیشتر آشکار گردد. بر این اساس پژوهش حاضر، پژوهشی نظری مبتنی بر ادبیات علمی است که به تبیین جامع و کلاسیک نظریه‌های حقوق شهروندی و ارزش‌های اجتماعی آنان، به عنوان یکی از نظریه‌های جامعه شناسی و بررسی کاربرد آن در حسابداری برای اولین بار در ایران می‌پردازد.

۲- مبانی نظری و مروری بر پیشینه پژوهش

بی‌شک دوران رشد سرمایه‌داری که با ادغام و ترکیب شرکت‌های بزرگ همراه بود با مواردی همراه شد که به نوعی تقلب و اختلاس در آن‌ها دیده می‌شد و در جریان این پدیده‌ها حسابرسی هم مرتباً خود را روزآمد می‌کرد تا بتواند با این پدیده‌های شوم مقابله کند. در واقع از آنجا که مسئولیت حسابرسان در سه حوزه حرفه‌ای، قانونی و اجتماعی قابل بازنگری است شاید به جرئت بتوان گفت که مسئولیت‌های اجتماعی حسابرسان بسی فراتر از سایر حوزه‌های مسئولیتی آنان می‌باشد زیرا گزارشات حسابرسان مورد استناد کل جامعه قرار خواهد گرفت و از این رهگذر در چارچوب نظریه «رفاه اجتماعی» حسابرسان لزوماً و ضرورتاً نمی‌تواند صرفاً به

سقوط همراه با تقلب شرکت‌های اترن، وردکام و پارمالات باعث بدنامی یکی از بزرگ‌ترین مؤسسات حسابرسی جهان (آرتورآندرسن) و اضمحلال آن شد. بررسی اجمالی تقلب‌های گسترده در بازار جهانی نشان دهنده گسترش فساد و تقلب در اداره امور بنگاه‌های اقتصادی می‌باشد. از آنجا که اعتباردهی گزارشات مالی بنگاه‌های اقتصادی توسط حسابرسان مستقل صورت می‌گیرد نقش و مسئولیت حسابرسان در چندساله اخیر موضوع محوری بازارهای سرمایه بوده است (حساس یگانه و برزگر، ۱۳۹۳).

صحبت در مورد تجارت نمی‌تواند جدا از حسابداری باشد. چرا که براساس تئوری‌های حسابداری و یک طبقه بندی اولیه این تصور و مفهوم را دارد که حسابداری یک زبان است (کامر و همکارن، ۲۰۰۹). حسابداری می‌تواند اطلاعات مهمی را در مورد وضعیت یک سازمان یا نهاد انتقال دهد که این اطلاعات اغلب بوسیله کاربران آن موسسه یا نهاد قابل دستیابی نمی‌باشد. امروزه تجارت در بسیاری موارد با حقوق بشر مرتبط است. بدین معنا که نهادهای تجاری ممکن است در جهت دستیابی به اهدافشان اخلاقیات، محیط و اجتماع را نادیده بگیرند. در دراز مدت اثرات این موضوع گسترده بوده و به دلیل تناقض پیش آمده ثبات در جامعه از بین می‌رود.

رویکردهای متداول به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با تعریف مدلی سر و کار دارد که مکانیزم هائی را برای پذیرش ابزارهای مدیریتی و رویه‌های مسئولیت اجتماعی توسط شرکت‌ها برای عملکرد اقتصادی بهتر از طریق کاهش ریسک و هزینه، حداکثر سازی سود، مزیت رقابتی، شهرت و مشروعیت و هم افزایی در ایجاد ارزش شناسایی کند برخی رویکرد‌ها روی مزایا و منافع کوتاه مدت و میان مدت تأکید دارند و برخی دیگر، با چشم انداز بلند مدت به دنبال کسب منافع و ایجاد ارزش پایدار هستند. (گالی، ۲۰۱۳)^۱

شهروندان به عنوان کاربران اطلاعات مالی استدلال می‌کنند که حسابداران و حسابرسان باید مسئولیت بیشتری برای تعیین و انتشار اعمال غیرقانونی شرکت‌ها به عهده داشته باشند تا صلاحیت و کارایی فرآیند حسابرسی بهبود یابد (دیبیلز، ۲۰۱۱)^۲. پارسونز^۳ (۱۹۵۶)، یکی از اولین محققینی بود که حسابداری را به عنوان یک سیستم اجتماعی با هدف خاص مشخص که باید به یک سیستم بزرگ‌تر نظیر اجتماع کمک کنند شناخت. برای بقای یک سازمان، آن گونه که جکسون و همکاران^۴ (۲۰۰۸) در مورد چرخش حسابرسان استدلال می‌کنند این امر باید اطمینان حاصل کند که این

تحقیقات و تئوری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها پیشرو بوده است و اخیراً افراد و انجمن‌های حرفه‌ای نیز این مقوله را مورد توجه بسیار قرار داده‌اند. نقش اصلی حسابداران، مشارکت آن‌ها در فراهم کردن مکانیزم‌هایی برای شرکت‌ها جهت پاسخگو بودن در راستای ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها هستند و به طور خاص، ملاحظات گزارشگری و افشاء مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در چشم انداز حرفه حسابداری بسیار حائز اهمیت است. سؤال اساسی از دیدگاه حسابداران و حرفه حسابداری این است که آیا مدل‌های حسابداری و گزارشگری در مقوله مسائل اجتماعی شرکت‌ها، منجر به هیچ‌گونه تغییری در رفتار سازمان‌ها می‌گردد؟ چالش اصلی در این راستا، در بین مردم و به طور کلی جامعه، تغییر نگرش در خصوص مسئولیت اجتماعی شرکت‌هاست. در واقع، نهادهای حرفه‌ای حسابداری باید در چشم انداز و استراتژی خود برای تغییر در راستای این مفاهیم جدید در ادبیات حسابداری بین‌الملل سازماندهی و سازگار شوند و حتی این نگرانی وجود دارد که حرفه حسابداری در این محیط تجاری امروزی مسیر خودش را نامناسب ترسیم نماید و شاید به عنوان یک خطر برای نقش‌نهایی حسابداران در جامعه باشد. حسابداران در زمینه‌های مربوط به مسئولیت‌های اجتماعی همچون، گزارشگری، شفافیت، اصول اخلاقی، مطابقت با قانون، ارتباط با ذی‌نفعان و مصرف منابع، نقشی حیاتی در سازمان‌ها بازی می‌کنند. محیط تجاری کنونی فرصت‌ها و مخاطراتی را برای حسابداری و حسابداران به وجود آورده است. با افزایش اهمیت مسائل محیطی، مسئولیت‌های اجتماعی، مدیریت ریسک و گزارشگری، حرفه‌ی حسابداری باید تغییر کند. حرفه حسابداری در این راستا می‌تواند با مشارکت در مسیر تدوین رویه‌ها و رهنمودهای مناسب بر شفافیت بهتر و گزارشگری متوازن در موضوعات مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها یا پایداری نقش بسزایی داشته باشد. از طریق ترویج، آموزش و آگاهی بخشی به بخش‌های مختلف، حرفه حسابداری می‌تواند مشارکت بهتری برای درک تغییرات این ابعاد در جامعه و اثرات اطلاعات غیر مالی در عملکرد واحدهای تجاری داشته باشد یا ایفاء کند (لی^۷، ۲۰۰۸).

در هزاره جدید، اخلاق اجتماعی شرکت‌ها نقش و جایگاه برجسته و بالایی را در حوزه آکادمیک به دست آورده است. ویسر^۸ (۲۰۱۲) و بسیاری آن را برای شرکت‌ها یک ضرورت مطلق در نظر می‌گیرند تا بتوانند نقششان را در جامعه تعریف نمایند و استاندارد‌های مسئولانه اجتماعی، اخلاقی، قانونی و محیطی را در کسب و کارشان به کار گیرند. از این رو، اخلاق اجتماعی به یک مفهوم جهانی بسط یافته است و به طور خاص در کشورهای توسعه یافته اروپایی به خوبی جا افتاده است. از

استانداردهای حسابرسی اتکا نمایند. امروزه بنگاه‌های اقتصادی باید اصول جهانی هشت‌گانه‌ای را که به مجموعه اخلاق جهانی در تجارت مشهور شده رعایت کنند. این هشت مورد که به نام هشت اصل جهانی^۹ مشهورند عبارتند از:

(۱) مجموعه مقررات جهانی سازمان ملل متحد در مورد عدم گم‌کردن کودکان و مقررات حقوق بشر (۲) مقررات سازمان جهانی کار (۳) رهنمودهای اتحادیه اروپا (۴) مجموعه مقررات ایزو سری ۱۴۰۰۰ (۵) مقررات پاسخ گوئی سری ۱۰۰۰ (۶) مقررات حقوق بشر (۷) اصول جهانی مسئولیت‌های اجتماعی موسوم به اصول سولیوان (۸) مجموعه مقررات مسئولیت‌های اجتماعی سری ۸۰۰۰.

نگاهی به موارد فوق نشان‌دهنده اهمیت اصل مضافاً بر آنکه اخیراً نیز موضوع نقش حسابرسی در مبارزه با تروریسم جهانی به عنوان یکی از مسئولیت‌های حسابرسان در حال تصویب می‌باشد. الزامات به پاسخ گوئی و رعایت شفاف‌سازی و استانداردهای بین‌المللی است که حافظ منافع مردم در مسائل زیست محیطی و کیفیت کالاها و رعایت حقوق بشر از منظر حقوق کارگران و... می‌باشد؛ لذا بر همین اساس حسابداران رسمی دیگر کسانی نیستند که صرفاً با استانداردهای حسابداری و حسابرسی سر و کار دارند بلکه آن‌ها انسان‌های فرهیخته‌ای هستند که در مقام دفاع از منافع عمومی بر پایه مسئولیت‌های اجتماعی باید عدم رعایت الزامات فوق را در گزارشات خود مطرح و با افشای مسائل پنهان بنگاه‌های اقتصادی، تاریکخانه‌های بازار سرمایه را از طریق استقرار استانداردهای حسابرسی جهان شمول روشن سازند. مهم‌ترین نکته‌ای که انتظار می‌رود در آینده نه چندان دور در چارچوب مسئولیت‌های اجتماعی مدیران و حسابداران رسمی مورد توجه و تاکید خاص قرار گیرد رعایت الزامات حقوق بشر در بنگاه‌های اقتصادی من جمله عدم تبعیض بین جنسیت نیروی کار، حداقل مزد روزانه زن و مرد، تعلق مزد بدون توجه به رنگ پوست و نژاد و مذهب و نیروی کار و... است که حسابداران رسمی (حسابرسان) در این‌گونه موارد مسئولیت بس خطیری را عهده‌دار خواهند شد (حساس یگانه و برزگر، ۱۳۹۳).

عوامل مهم و تأثیرگذاری همچون، بحران مالی و رسوایی‌های مالی شرکت‌های بزرگ جهان سبب شد که نیازهای اطلاعاتی استفاده‌کنندگان افزایش یابد و مدیریت فراتر از تعهدات قانونی خود به صورت داوطلبانه گزارش‌هایی را به منظور شفاف‌سازی هر چه بیشتر تهیه و ارائه نماید. از این رو، حسابداران و حرفه حسابداری یک نقش اساسی در مباحثات جدید از جمله مسئولیت اجتماعی یا اخلاق اجتماعی شرکت‌ها به عهده دارند. در سال‌های اخیر، حسابداری آکادمیک در

جزیی از اجتماع بدانند و نسبت به جامعه احساس مسئولیت داشته باشد و در جهت بهبود رفاه عمومی به گونه‌ای مستقل از منافع مستقیم شرکت، تلاش کند (فروغی و همکاران، ۱۳۸۷).

شرکت‌هایی که عملکرد اجتماعی بالایی دارند تمایل بیشتری به افشای عمومی فعالیت‌های اجتماعی خود دارند. سطح بالای شفافیت در اطلاعات باعث کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بین شرکت و سرمایه‌گذاران می‌شود و این خود باعث کاهش ریسک می‌گردد (سرافیم و همکاران، ۲۰۱۳).

خانی و قجاوند (۱۳۹۱)، بیان کردند که این نتایج متفاوت نشان دهنده دیدگاه‌های نظری متفاوتی در رابطه با مسئولیت اجتماعی می‌باشد. سرافیم و همکاران (۲۰۱۳)، معتقد است که سازمان باید همواره خود را جزئی از اجتماع بدانند و نسبت به جامعه احساس مسئولیت داشته باشد و در جهت بهبود رفاه عمومی به گونه‌ای مستقل از منافع مستقیم شرکت، تلاش کند. شرکت‌هایی که عملکرد اجتماعی بالایی دارند تمایل بیشتری به افشای عمومی فعالیت‌های اجتماعی خود دارند. سطح بالای شفافیت در اطلاعات باعث کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بین شرکت و سرمایه‌گذاران می‌شود و این خود باعث کاهش ریسک می‌گردد. مک دونالد (۲۰۱۶)، معتقد است که مدیران شرکت‌ها اغلب در فعالیت‌هایی که سرمایه‌گذاری می‌کند که این گونه به نظر برسد که آن‌ها نسبت به اجتماع خود مسئولیت‌پذیری هستند. در برخی موارد، این سرمایه‌گذاری‌ها ارزش سهامداران را افزایش می‌دهد و در برخی موارد ممکن است مدیرانی که از این فعالیت‌های اجتماعی منتفع می‌شوند، و جلب توجه می‌کنند ممکن است فعالیت‌هایی را انتخاب کنند که باعث افزایش ارزش برای شرکت نشوند. پذیرش مسئولیت اجتماعی بیشتر توسط شرکت‌ها، باعث افزایش دقت در سود و منجر به افزایش ضریب واکنش سود می‌شود. همچنین مسئولیت اجتماعی کم شرکت باعث می‌شود که شرکت نسبت با سودهای آتی خود با عدم اطمینان بالایی مواجه شود.

همان گونه که گفتیم مسئولیت شرکت‌ها در برابر سایر ذی‌نفعان در دیدگاه سوم (حقوق بشر) به طریق ذیل مورد سنجش قرار می‌گیرد:

رعایت و اجرای قواعد زیست-محیطی، احترام به حقوق بشر، رعایت حقوق بشر، رعایت حقوق کارگران، پاسخگو بودن و شفاف سازی عملکرد، رعایت حقوق مصرف کنندگان و مشتریان، مشارکت‌های اجتماعی و توجه به رفاه جامعه. تا کنون در زمینه الزام شرکت‌ها به رعایت حقوق بشر و رعایت حقوق جامعه عمدتاً به راه حل‌ها و قواعد انعطاف پذیر و نرم بسنده شده است و اینکه چنین راه حل‌ها و قواعدی ضمانت

نگرش مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، سازمان‌ها به عنوان یک محرک کلیدی در فرایند ایجاد و ساخت دنیای بهتر به شمار می‌روند و بنابراین، فشار برای توصیف و پاسخگویی نسبت به مسئولیت شرکت‌ها به نحو مناسب و شفاف روی به افزایش است و در این مسیر توسعه و به روز رسانی برنامه‌ها، رویه‌ها و تلاش برای سنجش عملکرد اجتماعی و محیطی و انتقال ارزش‌های ایجاد شده به ذینفعان شامل کارکنان، گروه‌های محیطی، جوامع محلی و دولت‌ها از جمله وظایف و مسئولیت‌های سازمان‌ها و شرکت‌های امروزی به شمار می‌رود. به طور خلاصه امروز، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از یک ایده و ایدئولوژی به واقعیت تبدیل شده و به عنوان یک بعد مهم برای رویه‌های کسب و کار معاصر تلقی می‌گردد و واحدهای تجاری بزرگ و پیشرو، افزایش اهمیت این مقوله را به خوبی درک کرده‌اند و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را به عنوان یک عنصر مهم برای بقا و موفقیت خود در قرن بیست و یکم به شمار می‌آورند (ویسر، ۲۰۱۲).

از زمان انقلاب صنعتی تا مدت‌های طولانی تاسیس انواع بنگاه‌های اقتصادی با هدف کسب سود بود. در واقع، مدیریت سازمان‌ها که در برخی موارد جزئی از مالکان آن‌ها بودند، توجهی به مسائل غیر مالی و اجتماعی نداشتند. با گذشت زمان و ظهور نظریه‌هایی چون تئوری ذینفعان و در نتیجه اهمیت نقش رضایت جامعه و مسائل اخلاقی در شرکت‌ها، مفاهیم جدیدی نظیر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و شهروند شرکتی به ادبیات و حرفه مدیریت افزوده شد. این مفاهیم نه تنها مدیریت سازمان‌ها، بلکه حسابداران را نیز به عنوان منبع اصلی تأمین کننده اطلاعات افراد درون و برون سازمان تحت تأثیر قرار داد. گستره و اهمیت این مفاهیم به حدی است که امروزه در اکثر نقاط دنیا اکثر گروه‌ها نظیر سهامداران، اعتباردهندگان، قانون‌گذاران، تحلیل‌گران مالی، عرضه‌کنندگان، مشتریان، کارکنان و دولت‌ها از مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت به عنوان شاخص اصلی جهت سنجش شهروندی و پایبندی شرکت به تعهدات اجتماعی استفاده می‌کنند. به دلیل این اهمیت، هدف مقاله حاضر این است تا با بررسی مفاهیم شهروند و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، به درک بهتر و صحیح‌تر مدیران از این مفاهیم و تمایز میان آن‌ها کمک نماید (حجازی و سادات نصیری، ۱۳۹۳).

منظور از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، پیوستگی و اتحاد میان فعالیت‌ها و ارزش‌های سازمان به گونه‌ای است که منافع کلیه ذینفعان شامل سهامداران، مشتریان، کارکنان، سرمایه‌گذاران و عموم جامعه، در سیاست‌ها و عملکرد سازمان منعکس گردد. به عبارت دیگر سازمان باید همواره خود را

را ریشه کن نماید. طرفداران این فلسفه معتقدند که چون جامعه اجازه فعالیت و استفاده از منابع کمیاب را به سازمان اعطاء کرده و محیط مناسب برای کسب سود را برای آن به وجود آورده است، سازمان باید خود را مدیون به جامعه دانسته و همواره خود را خدمت گذار آن بداند (الوانی و قاسمی، ۱۳۷۷).

آبرو (۲۰۱۵) 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 بی‌سوادی 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 بین‌المللی حسابداری و همچنین استانداردهای بین‌المللی حسابرسی مرتبط شوند تا پیچیدگی کاهش و شفافیت افزایش یابد. وی بیان نمود حسابرسی مسئولیت اجتماعی می‌تواند نقش به‌سزایی بر حقوق شهروندی و ارزش‌های اجتماعی شرکت‌ها داشته باشد. سرواس و تامایو^{۱۱} (۲۰۱۳) استدلال می‌کند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی با ارزش، 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 تحقیق نشان داد که تأثیر آگاهی بر رابطه مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش شرکت در مورد شرکت‌هایی که شهرت کمی در اجتماع دارند منفی است.

• مفهوم حسابرسی مسئولیت‌های اجتماعی

حسابداری و حسابرسی مسئولیت اجتماعی عبارت است از حسابداری اجتماعی و زیست‌محیطی و ارائه گزارش نسبت به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها می‌باشد به تعبیری دیگر گزارش مسئولیت اجتماعی شرکت شامل یک گزارش با ابعاد مالی و غیرمالی موضوعات حسابداری می‌باشد که در آن گزارشی از فرآیند انتقال اثرات اجتماعی و زیست‌محیطی ناشی از مجموعه اقدامات اقتصادی سازمان را به صورت ویژه مورد توجه قرار می‌دهد (افضلیان مند و رضایی، ۱۳۹۵).

توسعه ایجاد شده در گزارشگری مؤثر مسئولیت اجتماعی در موفقیت‌های اخیر حسابرسی محیط زیست نقش داشته است که به صورت غیراجباری صورت می‌گیرد. پیشرفت انجام شده بر همین اساس، استدلال می‌کند که یک سیستم حسابرسی مدون که کلیه جنبه‌های عملکرد اجتماعی شرکت

اجرای برای دولت‌ها، شرکت‌ها و افراد به وجود نمی‌آورد و شرکت‌ها با چنین نگاهی پاسخگو نیستند و در نهایت قابلیت اجرا و موفقیت این قوانین بسیار پایین است. به عنوان مثال می‌توان به دستورالعمل‌های سازمان ملل در مورد ضوابط رفتاری شرکت‌های فرا ملی یا دستورالعمل‌های سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی تحت عنوان ضوابط رفتاری شرکت‌های چند ملیتی اشاره کرد. همچنین سازمان ملل را در سال ۲۰۰۰ تدوین کرد که شرکت‌ها به صورت داوطلبانه به این عهدنامه می‌پیوندند و می‌بایست نه اصل این عهدنامه مشتمل بر ۱- رعایت و اجرای قواعد زیست-محیطی ۲- احترام به حقوق بشر ۳- رعایت حقوق بشر ۴- رعایت حقوق کارگران ۵- پاسخگو بودن و شفاف سازی عملکرد ۶- رعایت حقوق مصرف کنندگان ۷- رعایت حقوق مشتریان ۸- مشارکت‌های اجتماعی و ۹- توجه به رفاه جامعه را در عملکردهای تجاری خود رعایت کنند (آنگستروم، ۲۰۰۲).

به طور کلی، سه نظریه در مورد مفهوم مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها وجود دارد که به شرح زیر قابل تبیین است: نظریه اول یا دیدگاه کلاسیک: در نظریه های کلاسیک اقتصادی ریشه دارد. طبق این مفهوم شرکت فقط و فقط یک هدف دارد و آن به حداکثر رساندن سود و به تبع آن حداکثر سازی ثروت سهامداران است.

نظریه دوم یا دیدگاه مسئولیت‌پذیری: در دهه ۱۹۷۰ میلادی ارائه شده است و بر اساس آن اهداف اجتماعی در زمینه به حداکثر رساندن سود مورد توجه قرار نمی‌گیرد. صاحب‌نظران این نظریه به طور خلاصه معتقدند زندگی سازمان وابسته به حیات جامعه است و سازمان، درون داده‌های خود را از جامعه می‌گیرد و برون‌داده‌های خود را به درون جامعه وارد می‌کند (حساس یگانه و برزگر، ۱۳۹۳).

نظریه سوم یا دیدگاه حقوق بشر: این دیدگاه دامنه گسترده‌تر از دیدگاه مسئولیت‌پذیری دارد. دیدگاه عمومی، بنگاه‌های اقتصادی را به عنوان شرکا دولت و سایر مؤسسات و نهادهای جامعه تعریف کرده و معتقد است که سازمان ملزم است تا در جهت حل مسائل و مشکلات جامعه و نیز بهبود کیفیت زندگی عموم افراد در کنار سایر مؤسسات عمومی فعالیت کند. در نتیجه سود آوری، تنها یکی از هدف‌های بنگاه اقتصادی محسوب می‌گردد. از این رو سازمان آزاد نیست که تنها هدف‌های فردی خود را ترغیب کند. با توجه به این دیدگاه، سازمان متعهد است به همان اندازه ای که هدف‌های شخصی خود را دنبال می‌کند، هدف‌های بشر دوستانه را نیز پیگیری نماید. بر اساس این، سازمان به طور جدی تلاش می‌کند که مشکلات عمومی مثل فقر، بیکاری، آلودگی و تورم

اخلاقی کاری خود ذکر کرده‌اند. شرکت‌ها و به ویژه شرکت‌های فراملی و بزرگ در سال‌های اخیر، نگرانی‌های زیادی را در مورد رعایت حقوق بشر ایجاد کرده‌اند. ولی از طرفی نقض قواعد حقوق بشر از سوی شرکت‌ها، در بیشتر موارد، توجه عمومی افراد، نهادهای غیردولتی و ارگان‌های حکومتی را بر می‌انگیزد. به منظور جلوگیری از چنین مواردی لازم است تدابیر ویژه و قواعدی وضع و اتخاذ گردد هدف اصلی این قواعد باید این امر باشد که شرکت‌ها ملزم به رعایت مقررات بین‌المللی حقوق بشر گردند (امیدوار، ۱۳۸۵). از آن جایی که شرکت‌ها هنوز تابعان اصلی حقوق بین‌الملل نیستند نمی‌توان مجازاتی یا الزامی برای آنان در نظر گرفت و توافق کشورها نیز به آسانی امکان‌پذیر نیست و فقط می‌توان از طریق اقدامات داوطلبانه و سیاست‌های تشویقی و آگاه‌سازی، شرکت‌ها را به رعایت حقوق بشر تشویق کرد. شاخص‌های حقوق بشر را می‌توان در پنج بخش به صورت زیر ارائه نمود:

الف- حقوق شهروندی: شهروندی مفهومی است که با مسئولیت و مسئولیت‌پذیری آحاد جامعه همراه است. مبنای حقوق شهروندی قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران می‌باشد و آگاهی از حقوق شهروندی این است که افراد در ذهن خود در مورد حقوق شهروندی چه چیزهایی می‌دانند و این دانسته‌ها چقدر مطابق با واقعیت است در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران ۱۲ اصل به حقوق سیاسی شهروندی، ۸ اصل به حقوق مدنی شهروندی، ۴ اصل به حقوق فرهنگی شهروندی و ۲۰ اصل به حقوق جنسیتی اشاره دارد (هزارجریبی و همکاران، ۱۳۹۰).

ب- پایگاه اجتماعی: آلن بیرو در فرهنگ علوم اجتماعی این مفهوم را جایگاهی می‌داند که هر کس در ساختار اجتماعی اشغال می‌کند و همچنین وضع یا اعتبار اجتماعی که معاصران فرد به او در بطن جامعه‌ای که زندگی می‌کند تفویض می‌دارند، به عبارت دیگر جایی که یک فرد خاص در نظام مخصوص و در زمانی معین اشغال می‌کند پایگاه او خوانده می‌شود.

ج- استفاده از رسانه‌های جمعی: شامل رادیو، تلویزیون، مطبوعات تلویزیون‌های ماهواره‌ای، اینترنت و همچنین خبرنامه‌های درون سازمانی.

د- حضور در عرصه عمومی: با استفاده از میزان عضویت و همکاری فرد در انجمن‌ها و نهادهای مدنی سنجدیده می‌شود و با این فرض که هر چه میزان حضور افراد در عرصه عمومی بیشتر باشد آگاهی افراد از حقوق شهروندی‌شان بیشتر است.

و- نگرش به حقوق شهروندی: نوع واکنش افراد در زمانی است که درباره این مسئله مورد پرسش واقع می‌شوند (هزارجریبی و همکاران، ۱۳۹۰).

را در برگرد مورد نیاز سازمان‌ها است (پاکروان، ۱۳۹۵). حسابرسی مسئولیت اجتماعی به معنای اساسی از ابعاد پایداری اجتماعی به ایجاد توسعه در جامعه منتج خواهد شد و همچنین تسهیل کننده و توسعه یکپارچه برای ابزارهای حسابرسی در سراسر ابعاد توسعه پایدار است و امروزه روش‌های اندازه‌گیری مختلفی که قابلیت اجرایی دارند برای مسئولیت اجتماعی سازمان‌های مختلف وجود دارد.

• اخلاق تجاری و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها

اخلاق تجاری یعنی مسئولیت شرکت در پاسخگویی به پیامدهای فعالیت‌هایی که جامعه را تحت تأثیر قرار می‌دهد، شرکت باید در اتخاذ تصمیمات و انجام فعالیت‌ها و اجرای عملیات خود، منافع همه ذینفعان را در نظر بگیرد. ذینفعان شرکت همه کسانی هستند که نتایج و پیامدهای تصمیمات و اعمال شرکت‌ها بر آن اثر می‌گذارد. ذینفعان داخلی، کارکنان و سهامداران هستند که به طور مستقیم تحت تأثیر تصمیمات و عملیات سازمان قرار دارند و ذینفعان خارجی شامل شهروندان، مشتریان، عرضه کنندگان، رقبا، دولت و نهادهای اجتماعی‌اند. توجه به منافع ذینفعان و به طور کلی جامعه، برای شرکت ضروری است، شرکت در برابر تمامی ذینفعان مسئولیت‌هایی دارند. یکی از انگیزه‌های لازم برای تشویق به ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، ناشی از این باور است که شرکت‌ها مسئولیت اجتماعی دارند، می‌باید به صورتی اخلاقی عمل کنند و منافع تمام ذینفعان را در نظر بگیرند. بنابراین اخلاق تجاری پیش شرط یک کسب و کار موفق است که می‌تواند منجر به رشد و توسعه همه جانبه گردد. کمیسیون اروپا مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را مفهومی می‌داند که علاوه بر گزارشگری فعالیت‌های تجاری، موضوعاتی مثل مسائل زیست محیطی، گزارشگری اجتماعی و تعاملات شرکت با ذینفعان متعدد را شامل می‌شود (پورعلی و حجامی، ۱۳۹۳).

• حقوق بشر توسط شرکت‌ها

اصلی‌ترین سند در مورد حقوق بشر را می‌توان اعلامیه ۱۹۴۸ حقوق بشر دانست. این اعلامیه جهانی حقوق بشر سبب شد در سال ۱۹۶۶ دو میثاق بین‌المللی در مورد؛ حقوق مدنی سیاسی، حقوق اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی^{۱۲} منعقد گردد. در همین راستا تلاش‌هایی نیز در خصوص اینکه چه حقوقی بیشترین ارتباط را با شرکت‌ها دارند صورت گرفته است. به هر صورت بعضی از انواع حقوق بشر کارکرد نزدیک و ارتباط بیشتری با مسئله شرکت‌ها دارد. بسیاری از شرکت‌های بزرگ رعایت و احترام به حقوق بشر را جز ارزش‌های کاری و ضوابط

• ارزش اجتماعی

ارزش اجتماعی دارای شاخص‌هایی است که بر اساس آن سنجیده می‌شود:

الف- مسئولیت‌پذیری و پاسخ‌گویی سازمان‌ها: هر سازمانی پس از طی مراحل می‌تواند نسبت به مشکلات خود پاسخگو باشد کارهای روزمره جدیدی باید یاد گرفته شوند و سیاست‌ها و برنامه‌های کاری نوین طراحی گردد، یک سازمان یا شرکت برای پاسخ‌گویی از مراحل هم چون خط مشی که این اولین مرحله آگاهی اجتماعی است شروع می‌کند و وقتی مشکل اجتماعی معلوم و یک خط و مشی عمومی برای آن مشخص شد سازمان‌ها بایستی یاد بگیرند چگونه با مقابله با مشکل موجود پرداخته متعاقباً خط و مشی جدید را به کار بگیرند.

ب- کمک به مشارکت مدنی: سازمان ملزم است تا در جهت حل مشکلات، مسائل و بهبود کیفیت زندگی مردم فعالیت کنند.

ج- اطلاع‌رسانی و شفافیت: به عقیده دیویس سازمان باید به عنوان یک سیستم باز دوطرفه عمل می‌کند آزادانه ورودی‌های خود را از جامعه دریافت و آزادانه نتیجه کار خود را به جامعه عرضه دارد. شفافیت شاخص توان مدیریت در ارائه اطلاعات ضروری به شکل صحیح، روشن، به موقع و در دسترس است. مخصوصاً اطلاعات حسابرسی شده که هم به شکل گزارشات عمومی و هم از طریق انعکاس در رسانه‌های گروهی و سایر روش‌ها منتشر شده باشد (هالوود^{۱۳}، ۲۰۰۱).

د- کمیت و کیفیت خدمات: سازمان‌ها در راه قبول و انجام مسئولیت اجتماعی خود با مشکلات متعددی روبرو هستند از جمله این مشکلات نامشخص بودن حدود این مسئولیت می‌باشد و دیگر مشکلات مسئولیت اجتماعی محیط رقابت آمیز خارج از سازمان‌ها است که اگر سازمان‌های بنام خود را صرف تحقق مسئولیت اجتماعی می‌کنند، مسلماً در حوزه رقابت نخواهند توانست با سازمان‌های دیگر برابری کنند.

و- تعهد مأموریت اجتماعی سازمان‌ها در قبال جامعه: سازمان‌هایی که این سیاست را بر می‌گزینند، در واقع هم به تعهدات قانونی خود عمل می‌کنند و هم به تعهدات اخلاقی، اجابت قانون پایین‌ترین حد مفروضی که سازمان می‌تواند پاسخگویی اجتماعی داشته باشد. بسیاری از سازمان‌ها بزرگ هنگامی که داوطلبانه به اشکال مختلف به کمک نیازمندان می‌روند، در اصل استراتژی پاسخگویی اجتماعی خود را بیش از حد موظف به نمایش گذاشته‌اند.

۲-۱- پیشینه پژوهش

مک دونالد^{۱۴} (۲۰۱۶) اظهار داشت 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.

آبرو (۲۰۱۵) بیان نمود شهروندان به عنوان کاربر اطلاعات مالی استدلال می‌کند که حسابدار و حسابرس باید مسئولیت بیشتری برای تعیین و انتشار اعمال غیرقانونی به منظور افزایش مشروعیت اظهارنامه سالانه به عهده بگیرد و باید به استانداردهای بین‌المللی حسابداری و همچنین استانداردهای بین‌المللی حسابرسی مرتبط شوند تا پیچیدگی کاهش و شفافیت افزایش یابد.

لیز و همکاران (۲۰۱۵) دریافتند که رابطه مثبتی بین هزینه‌های جاری مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی آینده شرکت وجود دارد و عوامل مختلفی مؤثر بر عملکرد مالی آینده شرکت وجود دارند که با هزینه‌های جاری مسئولیت اجتماعی شرکت در ارتباط هستند.

سرواس و تامایو (۲۰۱۳) نشان دادند 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.

فرنز و پراکاش (۲۰۱۲)، نشان داد که گزارش‌های اجتماعی منتشر شده 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.

گیلبرگ و همکاران^{۱۵} (۲۰۱۱) در تحقیق خود بیان می‌دارد که الگوهای بین‌المللی در طول پنج سال اخیر بدون تغییر باقی مانده است و آنچه که به عنوان عوامل تعیین کننده در تغییرات اساسی رتبه‌های کشورهای بر اساس شاخص‌های عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بوده است، نهادهای اقتصاد سیاسی مهم‌تر از سایر عوامل از جمله ویژگی‌های شرکت یا صنعت بوده است.

میشرا و همکاران^{۱۶} (۲۰۱۱) اظهار داشتند شرکت‌هایی که در افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی در گزارش‌های خود

سرمایه‌گذاری کرده‌اند هزینه سرمایه‌ای بالطبع پایین‌تر از شرکت‌هایی داشته‌اند که این افشاگری را انجام نمی‌دادند.

چین و درزندکو^{۱۷} (۲۰۱۰)، به این نتیجه رسیدند که مدیران سازمان‌های نظام یافته در مقایسه با سازمان‌های ماشینی بنیاد، سطح مسئولیت اجتماعی و اخلاقیات بالایی دارند.

ورنر (۲۰۰۹)، در پژوهشی با عنوان مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت مقدمه‌ای بر محدودیت‌های اجتماعی در بنگلادش به این نتیجه رسیدند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت دارای اثرات بالقوه مثبت و پایدار در کشورهای در حال توسعه به ویژه در جوامع دارای محدودیت‌های اجتماعی است. باسامال و جرمیز (۲۰۰۵) نشان داد که گزارش و حسابرسی اجتماعی و زیست‌محیطی باعث افزایش در مشروعیت شرکت و بقای آن می‌شود.

حساس یگانه و برزگر (۱۳۹۳) در پژوهش خود ابتدا با تشریح فرآیند تکاملی نسل‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، مروری بر مفاهیم، تعاریف آن داشته و همچنین، ابعاد مسئولیت اجتماعی و پایداری شرکت‌ها در حوزه گزارشگری و افشاء با توجه به واژه‌های غالب در این مقوله ارائه کردند. سپس، رویکردها و نظریه‌های مختلف موجود همراه با مدل‌های مفهومی حاکم بر ادبیات آن مطرح شد و در ادامه طبقه‌بندی تئوری‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها همراه با اشاره اجمالی بر تئوری‌های رایج در مطالعات و تحقیقات سال‌های اخیر ارائه گردید.

حجازی و ابوحمزه (۱۳۹۳) دو دیدگاه متداول از شهروند شرکتی را ارائه می‌دهند که عبارتند از دیدگاه محدود و دیدگاه تلفیقی. در دیدگاه محدود، شهروند شرکتی یعنی استراتژی‌های بشردوستانه و در دیدگاه تلفیقی شهروند شرکتی یعنی تلفیقی از جنبه‌های گوناگون مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی. محدودیت‌ها و مشکلات موجود در این دیدگاه‌ها نیاز به بسط مفهوم شهروند شرکتی را به وجود آورد.

عرب صالحی و همکاران (۱۳۹۲)، نشان می‌دهند که عملکرد مالی با مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به مشتریان و نهادهای موجود در جامعه ارتباط دارد. ولی عملکرد مالی با مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به کارکنان و محیط زیست رابطه معناداری ندارد. این پژوهش به مدیران کمک خواهد کرد تا سیاست‌های مؤثر مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها که برای دستیابی به عملکرد مالی بهتر آن‌ها در بلندمدت لازم است را توسعه دهند.

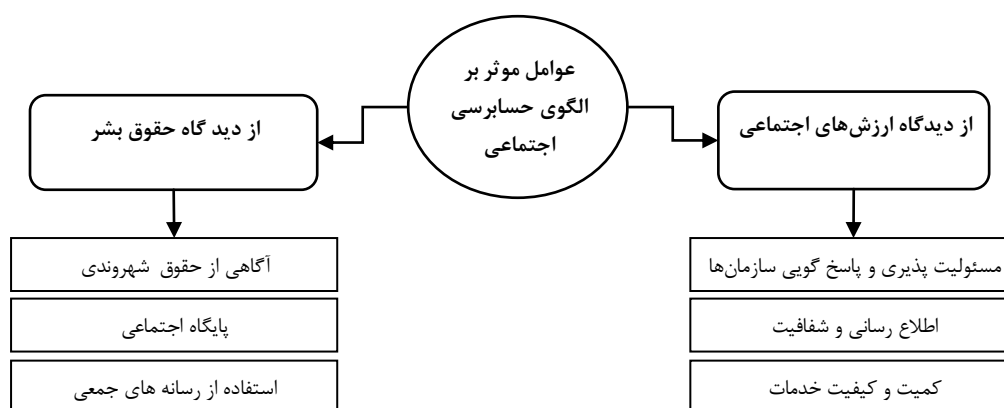
بهار مقدم و همکاران (۱۳۹۲)، اظهار داشتند که متغیرهای انتخاب شده مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی به جزء مسئولیت دوگانه مدیرعامل در هیأت مدیره رابطه مثبت و معناداری با افشاء مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها دارند و سطح افشاء در شرکت‌های انتخاب شده در سطح پایین است.

حیدری (۱۳۹۱) به این نتیجه دست یافت که حسابداری به عنوان یک زبان وسیله کارآمدی جهت انتقال اطلاعات نهادها و مؤسسات مختلف می‌باشد. حسابداری به عنوان عامل کنترل کننده نیز با بررسی و رسیدگی کامل عمل می‌کند. با توجه به پیچیدگی‌های تجارت افزایش نیاز به پیشرفت و گسترش خدمات رسیدگی و بازرسی بیش از گذشته احساس می‌شود و این مهم نیاز به تدارک استانداردهای حسابداری به عنوان یک میزان و معیار سنجش به منظور تضمین اجرای حقوق بشر را دارد.

حجایی (۱۳۹۱)، نشان داد که بین افشای مسئولیت پذیری اجتماعی در تمام ابعاد آن با مالکیت نهادی رابطه منفی وجود دارد.

طبقیان (۱۳۸۹) نشان داد که شرکت‌ها مایل به بکارگیری این مسئولیت‌ها می‌باشند؛ همچنین قابل توجهی در درک افراد به لحاظ جنسیت، سن، تحصیلات، طبقه و سابقه شغلی و درآمد وجود نداشت. به‌علاوه ایجاد انگیزه‌هایی مثل تخفیفات مالیاتی، تأمین اعتبار آسان و ارزان و ایجاد تعادل در قوانین می‌تواند نقش مؤثری در بکارگیری مسئولیت‌های اجتماعی کاهش دهنده فقر داشته باشد.

تقی زاده و سلطانی (۱۳۸۹)، یافته‌ها نشان می‌دهد که اخلاق کسب و کار بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی تأثیر می‌گذارد از این رو پیشنهاد کردند جهت ارتقاء مسئولیت‌پذیری اجتماعی بنگاه‌ها، اخلاق کسب و کار در سازمان‌ها تقویت گردد.



شکل ۱- چارچوب مفهومی مطالعه تبیین الگوی مناسب حسابرسی مسئولیت اجتماعی (اخلاق اجتماعی) شرکت‌ها از دیدگاه حقوق بشر و ارزشهای اجتماعی (آبرو، ۲۰۱۵ و ابراهیم پور، ۱۳۹۳)

حسابرسان رسمی مؤسسات حسابرسی شهر تهران و همچنین مدیران سازمان حسابرسی (باتوجه به اینکه شناسایی تمام خبرگان حسابرسان رسمی مؤسسات حسابرسی شهر تهران و همچنین مدیران سازمان حسابرسی غیرممکن بود ما تعداد ۱۲۰ نفر را شناسایی کردیم) که بین تمام اعضای جامعه با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس پرسش‌نامه توزیع شد که در نهایت تعداد ۷۶ پرسشنامه جمع‌آوری شده را با نرم افزار PLS مورد بررسی قرار داده است. ج) محقق پس از شناسایی عوامل مؤثر از آزمون فریدمن برای تعیین اولویت هر یک از عوامل استفاده کرده که محقق در این مرحله نیز از نرم افزار SPSS استفاده نموده است. در تحقیق حاضر در بخش اول از جداول فراوانی و نمودارها و نرم افزار SPSS برای بررسی مؤلفه‌های جمعیت شناختی استفاده شده است. در بخش دوم از تکنیک‌های تحلیل عاملی اکتشافی، معادلات ساختاری و آزمون فریدمن برای بررسی سئوالات استفاده شده است. روایی ابزار تحقیق با استفاده از نظر خبرگان، متخصصان و اساتید و نیز تحلیل عاملی و پایایی سازه‌ها با استفاده از آزمون آلفای کرون باخ سنجیده شد که نتایج در جدول (۱) ارائه شده است.

۳- روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر بر اساس رویکرد فلسفی و علمی و بر پایه روش شناخت تاریخی به موضوع حسابرسی مسئولیت اجتماعی برای اولین بار در ایران می‌پردازد. در حقیقت بر اساس این رویکرد محقق قصد دارد به معرفی و تبیین نظریه حسابرسی مسئولیت اجتماعی (اخلاق اجتماعی) شرکت‌ها از دیدگاه حقوق بشر و ارزشهای اجتماع پر دازد و به سوال اصلی پژوهش یعنی آیا می‌توان با رویکرد جامعه‌شناسی بر اساس نظریه مسئولیت اجتماعی مباحث حسابداری را تبیین کرد؟ پاسخ دهد. برای جمع‌آوری منابع مورد نیاز، اسناد و مدارک آرشیوی که نتیجه تحقیقات تجربی است، بررسی گردید و مبانی نظری و پیشینه تحقیق به روش کتابخانه‌ای شناسایی و مورد استفاده قرار گرفت.

جمع‌آوری اطلاعات مربوط به آزمون فرضیه‌های تحقیق از پرسشنامه مرتبط استفاده گردیده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از سه بخش استفاده شده که در زیر ارائه شده است: الف) پس از استفاده از فن دلفی و جمع‌آوری نظرات در مرحله ابتدایی شاخص‌ها شناسایی شده و در مرحله دوم نظرات ۳۵ خبره جمع‌آوری و بررسی شده و پس از تدوین پرسشنامه اولیه و ارائه پاسخ به آن نتایج با استفاده از روش تحلیل عاملی اکتشافی و نرم افزار SPSS مورد آزمون قرار گرفته است. در این مرحله شاخص‌های اولیه شناسایی و مدل مفهومی شکل گرفته است. ب) محقق مدل اکتشافی مرحله اول را به عنوان مدل ملاک قرار داده و پرسش‌نامه مرحله سوم بین خبرگان

جدول ۱- بررسی پایایی پرسشنامه

متغیر	سؤالات	آلفای کرونباخ	متغیر	سؤالات	آلفای کرونباخ
کمیت و کیفیت خدمات	۱ الی ۷	۰/۸۹۳	آگاهی از حقوق شهروندی	۲۹ الی ۳۴	۰/۸۸۸
تعهد مأموریت اجتماعی سازمان‌ها در قبال جامعه	۸ الی ۱۳	۰/۸۶۳	حضور در عرصه عمومی	۳۵ الی ۳۹	۰/۷۳۷
مسئولیت‌پذیری و پاسخ‌گویی	۱۴ الی ۱۸	۰/۹۵۰	نگرش به حقوق شهروندی	۴۰ الی ۴۴	۰/۸۹۵
کمک به مشارکت مدنی	۱۹ الی ۲۳	۰/۷۶۷	استفاده از رسانه‌های جمعی	۴۵ الی ۵۰	۰/۸۷۲
اطلاع‌رسانی و شفافیت	۲۴ الی ۲۸	۰/۸۸۰	پایگاه اجتماعی	۵۱ الی ۵۴	۰/۸۴۸

۴-۱-۲- بررسی تناسب تحلیل عاملی برای شناسایی

ساختار مدل

به منظور بررسی این که آیا تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار (مدل عاملی) مناسب است یا نه از آزمون بارتلت استفاده شده و نشان می‌دهد سطح معنی‌داری برابر با (۰/۰۰۰) می‌باشد که از ۵ درصد کمتر بوده بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار (مدل عاملی) روشی مناسب است.

۴-۱-۳- بررسی بار عاملی سؤالات

به منظور بررسی این مسئله که آیا سؤالات طراحی شده مناسب هستند یا نه به بار عاملی سؤالات استناد می‌شود؛ نتایج بررسی بار عاملی سؤالات پرسشنامه در جدول (۳)، ارائه شده است.

در جدول (۳)، مشخص شد که هیچ کدام از سؤالات پرسشنامه دارای بار عاملی کمتر از ۰/۵ نیستند، بنابراین سؤالات استخراج شده، متغیرهای تحقیق را به شکل قابل قبولی نمایش می‌دهند و مناسب هستند.

۴- تجزیه و تحلیل سؤالات پژوهش

۴-۱- بررسی سؤال اول تحقیق

به منظور شناسایی شاخص‌های اولیه در حسابرسی مسئولیت اجتماعی از دیدگاه ارزش‌های اجتماعی از آزمون تحلیل اکتشافی استفاده شده است؛ و نتایج در چهار مرحله زیر ارائه شده است:

۴-۱-۱- بررسی کفایت تعداد داده‌ها

برای تحلیل عاملی از شاخص KMO استفاده می‌شود که نتایج حاصل از آن در جدول (۲)، ارائه شده است:

جدول ۲- نتایج آزمون KMO و بارتلت برای سؤال اول

پژوهش	
آماره KMO	۰/۶۲۶
آماره کای اسکوئر	۱/۱۹۳
آزمون بارتلت	درجه آزادی ۳۷۸
سطح معنی‌داری	۰/۰۰۰

در جدول (۲)، با توجه به اینکه ضریب KMO برابر با (۰/۶۲۶) بوده و این مقدار بیشتر از ۰/۶ می‌باشد بنابراین تعداد داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی مناسب است.

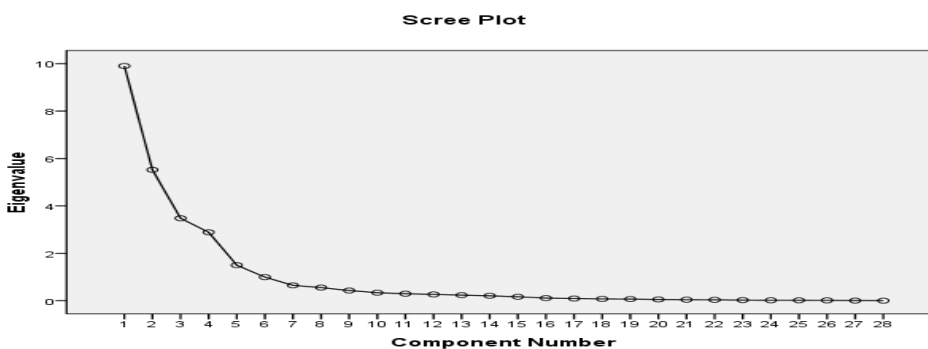
جدول ۳- جدول بار عاملی سؤالات پرسشنامه

سؤالات	بار عاملی	سؤالات	بار عاملی	سؤالات	بار عاملی	سؤالات	بار عاملی
سؤال ۱	۰/۸۱۸	سؤال ۱۵	۰/۷۹۸	سؤال ۲۲	۰/۷۸۹	سؤال ۱	۰/۸۱۶
سؤال ۲	۰/۸۳۲	سؤال ۱۶	۰/۸۹۷	سؤال ۲۳	۰/۹۴۶	سؤال ۲	۰/۸۲۲
سؤال ۳	۰/۷۱۱	سؤال ۱۷	۰/۹۳۹	سؤال ۲۴	۰/۶۵۷	سؤال ۳	۰/۸۴۸
سؤال ۴	۰/۷۲۲	سؤال ۱۸	۰/۹۳۶	سؤال ۲۵	۰/۷۹۹	سؤال ۴	۰/۹۲۸
سؤال ۵	۰/۷۴۸	سؤال ۱۹	۰/۷۷۴	سؤال ۲۶	۰/۷۴۶	سؤال ۵	۰/۸۹۹
سؤال ۶	۰/۸۹۶	سؤال ۲۰	۰/۹۴۸	سؤال ۲۷	۰/۸۲۰	سؤال ۶	۰/۹۳۸
سؤال ۷	۰/۸۷۴	سؤال ۲۱	۰/۸۴۶	سؤال ۲۸	۰/۸۵۲	سؤال ۷	۰/۶۹۲

۴-۱-۴- شناسایی تعداد مؤلفه‌های معنادار و تبیین واریانس
 در جدول (۴)، مشخص شد پنج عامل دارای مقادیر ویژه بیشتر از ۱ بوده و در تحلیل باقی می‌مانند. این شش عامل می‌توانند تقریباً ۸۳ درصد از واریانس مورد نظر را تبیین نمایند که در شکل (۲) ارائه شده است.

جدول ۴: جدول واریانس کل برای مؤلفه‌های سؤال اول پژوهش

عوامل استخراجی با چرخش		مقادیر ویژه		متغیرها (عوامل)	
واریانس	درصد	واریانس	درصد	عدد کلی	درصد
تجمعی	واریانس	تجمعی	واریانس		
۱۸/۸۶۴	۱۸/۸۶۴	۵/۲۸۲	۳۵/۳۶۶	۳۵/۳۶۶	۹/۹۰۳
۳۶/۵۱۱	۱۷/۶۴۷	۴/۹۴۱	۵۵/۰۸۶	۱۹/۷۲۰	۵/۵۲۲
۵۲/۷۰۷	۱۶/۱۹۶	۴/۵۳۵	۶۷/۵۰۹	۱۲/۴۲۲	۳/۴۷۸
۶۸/۳۲۴	۱۵/۶۱۶	۴/۳۷۳	۷۷/۸۲۴	۱۰/۳۱۵	۲/۸۸۸
۸۳/۱۷۹	۱۴/۸۵۵	۴/۱۵۹	۸۳/۱۷۹	۵/۳۵۵	۱/۴۹۹



شکل ۲- عوامل معنادار مدل برای سؤال اول تحقیق

جدول ۵- ماتریس چرخش یافته عوامل

گویه ها	عامل اول	عامل دوم	عامل سوم	عامل چهارم	عامل پنجم	گویه ها	عامل اول	عامل دوم	عامل سوم	عامل چهارم	عامل پنجم
سؤال ۱	.881	.040	-.161	.069	.095	سؤال ۱۵	-.034	.126	.830	.302	-.034
سؤال ۲	.824	.147	.196	.289	-.094	سؤال ۱۶	-.057	.179	.892	.255	-.057
سؤال ۳	.816	-.161	-.082	-.035	.102	سؤال ۱۷	.058	.114	.925	.233	.058
سؤال ۴	.739	.238	.180	.297	.001	سؤال ۱۸	.071	.107	.927	.245	.071
سؤال ۵	.617	-.217	.151	.088	.538	سؤال ۱۹	.129	.845	.015	.208	.129
سؤال ۶	.906	-.001	.069	.114	.238	سؤال ۲۰	.189	.907	.091	.276	.189
سؤال ۷	.910	.048	.033	.094	.185	سؤال ۲۱	.388	.695	.170	.419	.388
سؤال ۸	.136	.729	.500	.053	-.114	سؤال ۲۲	.030	.877	.137	.021	.030
سؤال ۹	.057	.780	.441	.106	.070	سؤال ۲۳	.168	.899	.157	.291	.168
سؤال ۱۰	-.027	.763	.058	.473	.194	سؤال ۲۴	.192	-.027	.122	-.020	.192
سؤال ۱۱	.006	.857	.398	.168	.080	سؤال ۲۵	-.012	.072	-.023	.177	-.012
سؤال ۱۲	.038	.865	.244	.299	.023	سؤال ۲۶	.115	-.008	.000	.060	.115
سؤال ۱۳	-.032	.862	.261	.353	.046	سؤال ۲۷	.236	-.061	-.113	-.113	.236
سؤال ۱۴	.457	.349	.598	-.053	-.014	سؤال ۲۸	-.015	.076	.034	.138	-.015

نتیجه گرفت که تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار (مدل عاملی) روشی مناسب است.

جدول ۶- نتایج آزمون KMO و بارتلت برای سؤال اول

پژوهش	
آماره KMO	۰/۶۱۲
آماره کای اسکوئر	۱/۱۰۲
آزمون بارتلت	درجه آزادی ۳۲۵
سطح معنی داری	۰/۰۰۰

۴-۲-۲- بررسی بار عاملی سؤالات

نتایج بررسی بار عاملی سؤالات پرسشنامه در جدول (۷)، ارائه شده است.

در جدول (۷)، مشخص شد که هیچ کدام از سؤالات پرسشنامه دارای بار عاملی کمتر از ۰/۵ نیستند، بنابراین سؤالات استخراج شده، متغیرهای تحقیق را به شکل قابل قبولی نمایش می‌دهند و مناسب هستند.

۴-۲-۳- شناسایی تعداد مؤلفه‌های معنادار و تبیین واریانس

نتایج جدول (۸)، برای متغیرهای تحقیق حاضر در زیر ارائه شده است.

در جدول (۸)، مشخص شد پنج عامل دارای مقادیر ویژه بیشتر از ۱ بوده و در تحلیل باقی می‌مانند. این پنج عامل می‌توانند تقریباً ۸۴ درصد از واریانس مورد نظر را تبیین نمایند که در شکل (۳) ارائه شده است:

جدول ۷- جدول بار عاملی سؤالات پرسشنامه

سؤالات	بار عاملی	سؤالات	بار عاملی	سؤالات	بار عاملی	سؤالات	بار عاملی
سؤال ۲۹	۰/۹۲۸	سؤال ۳۶	۰/۸۸۳	سؤال ۴۳	۰/۹۱۹	سؤال ۵۰	۰/۸۷۱
سؤال ۳۰	۰/۹۱۲	سؤال ۳۷	۰/۷۹۹	سؤال ۴۴	۰/۶۶۷	سؤال ۵۱	۰/۸۸۳
سؤال ۳۱	۰/۸۶۰	سؤال ۳۸	۰/۹۳۷	سؤال ۴۵	۰/۸۶۸	سؤال ۵۲	۰/۸۹۹
سؤال ۳۲	۰/۸۶۶	سؤال ۳۹	۰/۸۳۷	سؤال ۴۶	۰/۸۲۹	سؤال ۵۳	۰/۶۶۲
سؤال ۳۳	۰/۸۲۶	سؤال ۴۰	۰/۸۹۰	سؤال ۴۷	۰/۹۱۲	سؤال ۵۴	۰/۷۲۷
سؤال ۳۴	۰/۷۸۴	سؤال ۴۱	۰/۹۱۷	سؤال ۴۸	۰/۷۴۸	-	-
سؤال ۳۵	۰/۹۱۴	سؤال ۴۲	۰/۹۱۱	سؤال ۴۹	۰/۷۲۹	-	-

در جدول (۵)، با توجه به نتایج به دست آمده از ماتریس چرخش یافته مشخص شد که شش عامل معنادار بوده و ۲۸ سؤال مطرح شده در قالب این پنج عامل قرار گرفته‌اند. بر این اساس عامل اول با عنوان کیفیت و کمیت خدمات دارای سؤالات (۱ الی ۷)، عامل دوم با عنوان تعهد مأموریت اجتماعی دارای سؤالات (۸ الی ۱۳)، عامل سوم با عنوان مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی سؤالات (۱۴ الی ۱۸)، عامل چهارم با عنوان کمک به مشارکت مدنی دارای سؤالات (۱۹ الی ۲۳)، عامل پنجم با عنوان اطلاع‌رسانی و شفافیت دارای سؤالات (۲۴ الی ۲۸) می‌باشند.

۴-۲-۴- بررسی سؤال دوم تحقیق

به منظور شناسایی شاخص‌های اولیه در حسابرسی مسئولیت اجتماعی از دیدگاه حقوق بشر از آزمون تحلیل اکتشافی استفاده شده است؛ و نتایج در چهار مرحله زیر ارائه شده است:

۴-۲-۱- بررسی کفایت تعداد داده‌ها

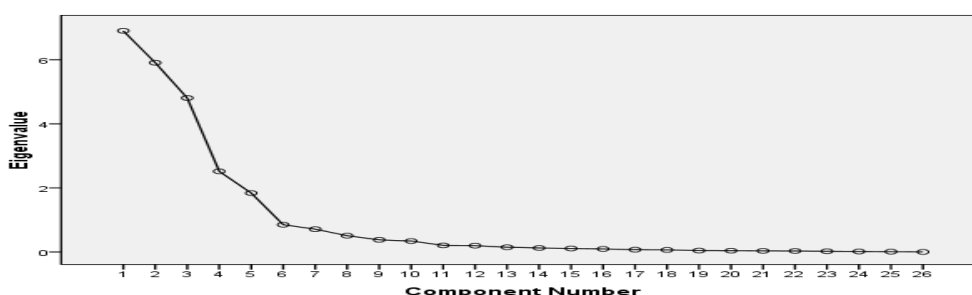
برای تحلیل عاملی از شاخص KMO استفاده می‌شود که نتایج حاصل از آن در نگاره (۵)، ارائه شده است.

در جدول (۶)، با توجه به اینکه ضریب KMO برابر با (۰/۶۱۲) بوده و این مقدار بیشتر از ۰/۶ می‌باشد بنابراین تعداد داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی مناسب است. همچنین با توجه به اینکه آزمون بارتلت نشان می‌دهد سطح معنی‌داری برابر با (۰/۰۰۰) می‌باشد که از ۵ درصد کمتر بوده بنابراین می‌توان

جدول ۸- جدول واریانس کل برای مؤلفه‌های سؤال اول پژوهش

متغیرها (عوامل)	مقادیر ویژه		عوامل استخراجی با چرخش	
	عدد کلی	درصد واریانس	عدد کلی	درصد واریانس
آگاهی از حقوق شهروندی	۶/۹۰۶	۲۶/۵۶۰	۵/۴۴۰	۲۰/۹۲۵
حضور در عرصه عمومی	۵/۹۰۸	۲۲/۷۲۲	۴/۸۶۵	۱۸/۷۱۱
نگرش به حقوق شهروندی	۴/۸۰۸	۱۸/۴۹۳	۴/۵۲۴	۱۷/۳۹۸
استفاده از رسانه‌های جمعی	۲/۵۱۸	۹/۶۸۵	۴/۰۱۹	۱۵/۴۵۸
پایگاه اجتماعی	۱/۸۳۹	۷/۰۷۴	۳/۱۳۱	۱۲/۰۴۲

Scree Plot



شکل ۳- عوامل معنادار مدل برای سؤال دوم تحقیق

جدول ۹- ماتریس چرخش یافته عوامل

گویه ها	عامل اول	عامل دوم	عامل سوم	عامل چهارم	عامل پنجم	گویه ها	عامل اول	عامل دوم	عامل سوم	عامل چهارم	عامل پنجم
سؤال ۲۹	۰/۹۴۲	-۰/۰۱۳	-۰/۱۰۵	۰/۱۵۰	۰/۰۷۹	سؤال ۴۲	۰/۰۳۶	۰/۲۸۹	۰/۹۰۸	۰/۰۰۶	۰/۰۰۸
سؤال ۳۰	۰/۹۴۳	-۰/۰۵۸	-۰/۰۳۳	۰/۱۲۲	۰/۰۵۹	سؤال ۴۳	-۰/۰۸۶	۰/۲۲۴	۰/۹۱۶	۰/۰۴۰	-۰/۱۴۴
سؤال ۳۱	۰/۹۰۴	۰/۰۲۶	-۰/۱۶۵	۰/۰۸۰	۰/۰۹۴	سؤال ۴۴	-۰/۲۳۴	۰/۰۲۲	۰/۷۰۲	۰/۳۲۹	-۰/۱۰۳
سؤال ۳۲	۰/۹۱۶	-۰/۰۱۳	۰/۰۵۷	۰/۰۵۳	-۰/۱۴۵	سؤال ۴۵	۰/۲۹۶	-۰/۱۸۰	۰/۳۹۳	۰/۷۵۸	۰/۱۳۸
سؤال ۳۳	۰/۸۶۸	۰/۱۸۹	-۰/۱۳۱	۰/۱۳۷	۰/۰۱۸	سؤال ۴۶	۰/۱۷۶	۰/۲۹۱	۰/۰۷۴	۰/۸۳۱	-۰/۱۳۵
سؤال ۳۴	۰/۸۶۴	-۰/۱۲۰	-۰/۰۵۱	-۰/۰۱۸	۰/۱۴۱	سؤال ۴۷	۰/۳۱۲	-۰/۱۵۱	۰/۴۰۱	۰/۷۷۵	۰/۱۷۶
سؤال ۳۵	-۰/۱۱۳	۰/۸۸۷	۰/۱۵۷	-۰/۰۰۹	۰/۲۹۸	سؤال ۴۸	۰/۱۰۶	۰/۱۷۶	-۰/۰۵۳	۰/۸۱۵	-۰/۱۹۶
سؤال ۳۶	-۰/۰۴۱	۰/۹۱۶	۰/۱۲۲	۰/۰۸۰	۰/۱۴۷	سؤال ۴۹	۰/۰۵۵	-۰/۱۸۴	۰/۴۹۰	۰/۵۸۸	۰/۳۲۷
سؤال ۳۷	۰/۰۰۰	۰/۸۵۶	۰/۱۸۱	۰/۰۰۵	۰/۱۸۴	سؤال ۵۰	-۰/۰۹۵	۰/۰۰۱	-۰/۰۹۲	۰/۹۲۰	۰/۰۷۷
سؤال ۳۸	۰/۰۱۳	۰/۹۴۹	۰/۱۳۲	-۰/۰۲۵	۰/۱۳۷	سؤال ۵۱	-۰/۰۵۴	۰/۱۸۳	-۰/۱۵۷	۰/۰۴۰	۰/۹۰۶
سؤال ۳۹	۰/۰۹۵	۰/۸۷۷	۰/۱۶۴	۰/۰۹۳	۰/۱۵۴	سؤال ۵۲	-۰/۰۳۸	۰/۱۸۲	-۰/۲۱۹	-۰/۰۵۷	۰/۹۰۲
سؤال ۴۰	-۰/۰۹۹	۰/۳۱۶	۰/۸۱۶	۰/۲۹۵	-۰/۱۶۵	سؤال ۵۳	۰/۳۵۲	۰/۳۱۳	۰/۰۳۵	۰/۰۵۶	۰/۶۶۰
سؤال ۴۱	-۰/۱۴۹	۰/۱۲۰	۰/۹۳۲	۰/۱۰۶	-۰/۰۱۰	سؤال ۵۴	۰/۱۴۲	۰/۴۰۷	۰/۰۷۹	۰/۰۰۵	۰/۷۳۲

در جدول (۹)، با توجه به نتایج به دست آمده از ماتریس چرخش یافته مشخص شد که شش عامل معنادار بوده و ۲۶ سؤال مطرح شده در قالب این پنج عامل قرار گرفته‌اند. بر این اساس عامل اول با عنوان آگاهی از حقوق شهروندی دارای ۲۹ سؤالات (۲۹ الی ۳۴)، عامل دوم با عنوان حضور در عرصه عمومی دارای ۳۰ سؤالات (۳۵ الی ۴۰)، عامل سوم با عنوان نگرش به حقوق شهروندی دارای ۳۱ سؤالات (۴۱ الی ۴۵)، عامل چهارم با عنوان استفاده از رسانه جمعی دارای ۳۲ سؤالات (۴۶ الی ۵۰)، عامل پنجم با عنوان پایگاه اجتماعی دارای ۳۳ سؤالات (۵۱ الی ۵۴) می‌باشند.

در جدول (۹)، با توجه به نتایج به دست آمده از ماتریس چرخش یافته مشخص شد که شش عامل معنادار بوده و ۲۶ سؤال مطرح شده در قالب این پنج عامل قرار گرفته‌اند. بر این اساس عامل اول با عنوان آگاهی از حقوق شهروندی دارای ۲۹ سؤالات (۲۹ الی ۳۴)، عامل دوم با عنوان حضور در عرصه عمومی دارای ۳۰ سؤالات (۳۵ الی ۴۰)، عامل سوم با عنوان نگرش به حقوق شهروندی دارای ۳۱ سؤالات (۴۱ الی ۴۵)، عامل چهارم با عنوان استفاده از رسانه جمعی دارای ۳۲ سؤالات (۴۶ الی ۵۰)، عامل پنجم با عنوان پایگاه اجتماعی دارای ۳۳ سؤالات (۵۱ الی ۵۴) می‌باشند.

۳-۴- بررسی سؤال سوم تحقیق

در این بخش به منظور شناسایی شاخص‌های مؤثر در فرایند حسابرسی مسئولیت اجتماعی از دیدگاه ارزش‌های اجتماعی و حقوق بشر از آزمون معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS استفاده شده است:

۴-۳-۱- آزمون‌های مدل اندازه‌گیری

آزمون‌های مدل اندازه‌گیری در راستایی تأیید سؤالات پرسشنامه می‌باشد. این بخش در غالب دو گام (آزمون پایایی و آزمون روایی) برای سؤالات پرسشنامه مورد آزمون قرار گرفته است.

۴-۳-۲- پایایی متغیرهای مشاهده‌پذیر (بارهای عاملی)

نتایج آزمون پایایی متغیرهای مشاهده‌پذیر در جدول (۱۰)، ارائه شده است.

در جدول (۱۰)، مشخص شد که از ۵۴ سؤال همه سؤالات دارای بارهای عاملی بیشتر از ۰/۵ بوده که حاکی از کیفیت بالای این سؤالات است و از سوی دیگر برای بررسی معنی‌داری سؤالات به ضرایب معنی‌داری در جدول (۱۱)، مراجعه می‌شود.

در جدول (۱۱)، مشخص شد که ضرایب تی مربوط به تمامی سؤالات پرسشنامه در بازه (۱/۹۶+ و ۱/۹۶-) نبوده که حاکی از تأیید معناداری تمامی سؤالات بوده و نیازی به حذف هیچ یک از سؤالات نیست.

جدول ۱۰- بررسی بار عاملی سؤالات

شاخص‌ها	مسئولیت‌پذیری و پاسخ‌گویی	نگرش به حقوق شهروندی	مشارکت مدنی	کمک به شهروندی	آگاهی از حقوق شهروندی	تعهد مأموریت اجتماعی	اطلاع‌رسانی رسانه‌های جمعی و شفافیت	حضور در عرصه عمومی	کیفیت خدمات	پایگاه اجتماعی
AR1	۰/۸۸۵۶۰۴									
AR2	۰/۹۱۲۶۱۸									
AR3	۰/۸۸۹۵۶۰									
AR4	۰/۸۹۰۷۱۴									
AR5	۰/۸۲۰۹۷۹									
AT1		۰/۸۴۶۹۱۸								
AT2		۰/۸۵۵۷۶۴								
AT3		۰/۸۸۳۳۵۶								
AT4		۰/۸۵۷۸۶۵								
AT5		۰/۸۵۵۲۱۹								
CP1			۰/۸۱۷۰۰۶							
CP2			۰/۷۲۵۵۴۲							
CP3			۰/۷۱۰۶۶۷							
CP4			۰/۶۷۱۷۲۵							
CP5			۰/۷۰۳۳۱۵							
CR1				۰/۸۲۶۸۷۹						
CR2				۰/۸۶۱۶۳۵						
CR3				۰/۸۵۲۹۴۴						
CR4				۰/۸۷۷۶۹۶						
CR5				۰/۹۰۴۸۹۴						
CR6				۰/۸۵۹۲۵۳						
CS1					۰/۷۵۰۱۳۸					
CS2					۰/۷۵۹۳۷۲					
CS3					۰/۷۷۹۰۹۶					
CS4					۰/۶۹۲۹۵۷					
CS5					۰/۸۰۸۱۵۹					

شاخص‌ها	مسئولیت‌پذیری و پاسخ‌گویی	نگرش به حقوق شهروندی	کمک به مشارکت مدنی	آگاهی از حقوق شهروندی	تعهد مأموریت اجتماعی	اطلاع‌رسانی رسانه‌های و شفافیت جمعی	حضور در عرصه عمومی	کمیت و کیفیت خدمات اجتماعی	پایگاه اجتماعی
CS6					۰/۷۷۰۰۹۵				
IT1					۰/۷۴۹۸۴۸				
IT2					۰/۸۴۸۹۰۱				
IT3					۰/۸۶۴۷۷۹				
IT4					۰/۷۷۳۰۸۵				
IT5					۰/۹۲۷۵۲۴				
MM1					۰/۷۱۲۲۷۹				
MM2					۰/۷۶۷۷۲۶				
MM3					۰/۷۸۸۴۴۷				
MM4					۰/۷۶۴۸۸۴				
MM5					۰/۷۳۷۱۰۲				
MM6					۰/۸۱۹۵۵۸				
PP1					۰/۷۴۱۵۶۷				
PP2					۰/۸۱۴۳۳۷				
PP3					۰/۷۶۴۶۷۲				
PP4					۰/۷۸۹۹۷۱				
PP5					۰/۷۰۵۰۰۱				
QQ1					۰/۷۸۸۸۲۲				
QQ2					۰/۷۸۲۸۱۰				
QQ3					۰/۶۹۸۴۱۱				
QQ4					۰/۷۹۰۲۸۹				
QQ5					۰/۷۴۷۶۶۸				
QQ6					۰/۷۲۲۵۷۷				
QQ7					۰/۷۱۷۳۷۳				
SB1					۰/۷۶۳۴۷۰				
SB2					۰/۸۵۳۰۷۵				
SB3					۰/۸۰۳۹۷۰				
SB4					۰/۸۳۷۶۲۰				

جدول ۱۱- بررسی معناداری سؤالات (آماره تی)

شاخص‌ها	مسئولیت‌پذیری و پاسخ‌گویی	نگرش به حقوق شهروندی	کمک به مشارکت مدنی	آگاهی از حقوق شهروندی	تعهد مأموریت اجتماعی	اطلاع‌رسانی رسانه‌های و شفافیت جمعی	حضور در عرصه عمومی	کمیت و کیفیت خدمات اجتماعی	پایگاه اجتماعی
AR1	۲۹/۶۵۵۶۵۱								
AR2	۴۳/۵۱۴۱۵۳								
AR3	۳۲/۰۶۷۸۵۹								
AR4	۲۸/۱۴۷۶۲۴								
AR5	۲۰/۸۴۲۲۳۵								
AT1		۲۶/۳۹۱۳۵۶							
AT2		۱۹/۱۵۶۹۵۱							
AT3		۳۹/۴۱۸۳۱۹							
AT4		۲۶/۳۳۹۵۸۵							
AT5		۳۰/۸۲۹۸۳۱							
CPI									۱۸/۲۶۳۱۴۷

شاخص‌ها	مسئولیت‌پذیری و پاسخ‌گویی	نگرش به حقوق شهروندی	کمک به مشارکت مدنی	آگاهی از حقوق شهروندی	تعهد مأموریت اجتماعی	اطلاع‌رسانی و شفافیت	رسانه‌های جمعی	حضور در عرصه عمومی	کمیت و کیفیت خدمات	پایگاه اجتماعی
CP2			۱۲/۳۱۷۲۶۶							
CP3			۹/۱۱۲۳۵۴							
CP4			۹/۴۲۲۸۵۵							
CP5			۱۱/۷۶۵۵۰۸							
CR1			۱۸/۸۴۹۲۶۴							
CR2			۲۸/۱۵۱۶۰۹							
CR3			۲۹/۲۹۷۴۵۹							
CR4			۳۷/۴۴۳۰۵۵							
CR5			۵۳/۳۵۳۲۸۲							
CR6			۲۸/۳۳۷۱۶۴							
CS1				۱۲/۳۴۰۳۱۸						
CS2				۱۲/۶۴۰۶۳۹						
CS3				۱۱/۷۶۳۸۵۰						
CS4				۸/۳۰۲۹۵۷						
CS5				۱۷/۳۳۶۱۷۷						
CS6				۱۶/۳۰۴۴۰۵						
IT1					۱۴/۴۶۰۱۷۳					
IT2					۲۱/۹۱۷۷۶۳					
IT3					۲۶/۶۵۴۶۹۲					
IT4					۱۵/۳۰۷۰۲۷					
IT5					۷۴/۶۳۸۹۳۵					
MM1						۱۲/۶۰۶۱۶۳				
MM2						۱۲/۷۷۳۲۳۷				
MM3						۱۷/۷۷۷۶۰۶				
MM4						۱۶/۵۳۳۲۷۶				
MM5						۱۳/۰۱۸۴۰۰				
MM6						۲۲/۷۰۱۵۵۲				
PP1							۱۱/۵۵۱۶۴۲			
PP2							۱۹/۰۸۵۹۵۵			
PP3							۱۴/۵۵۴۶۶۶			
PP4							۱۷/۲۵۱۹۹۶			
PP5							۱۲/۴۱۸۴۴۷			
QQ1								۱۲/۵۶۰۹۷۵		
QQ2								۱۳/۴۲۶۶۵۹		
QQ3								۱۲/۴۰۰۴۴۶		
QQ4								۱۳/۷۲۶۵۹۸		
QQ5								۱۱/۱۷۳۶۳۶		
QQ6								۱۳/۰۲۳۹۰۶		
QQ7								۱۳/۴۱۵۶۸۹		
SB1									۱۲/۹۹۵۲۲۰	
SB2									۲۰/۵۸۱۰۵۷	
SB3									۱۶/۸۲۲۳۲۱	
SB4									۱۷/۲۸۶۶۲۸	

۳-۳-۴- پایایی آلفای کرون باخ، پایایی مرکب، پایایی اشتراکی

آلفای کرون باخ معیار سنجش انسجام یا همسانی درونی سؤالات می‌باشد که نتایج در جدول (۱۲)، ارائه شده است. در جدول (۱۲)، مقادیر محاسبه شده پایایی بر اساس ضریب آلفای کرون باخ و پایایی مرکب بیشتر از ۰/۷ بوده و مورد تأیید می‌باشد و نتایج پایایی اشتراکی نشان داد که مقادیر محاسبه شده برای تمامی متغیرها بیشتر از ۰/۵ بوده و حاکی از تأیید قابلیت تعمیم‌پذیری سؤالات می‌باشد.

۴-۳-۴- بررسی میانگین واریانس استخراج شده (AVE)

روایی همگرا حاکی از این مطلب بوده تا چه اندازه سؤالات هر متغیر با هم همبستگی دارند که نتایج در جدول (۱۳)، ارائه شده است. در جدول (۱۳)، با توجه به اینکه شاخص میانگین واریانس استخراج شده برای تمامی متغیرهای مطرح شده بالای ۰/۵ بوده بنابراین حاکی از تأیید روایی همگرا می‌باشد.

جدول ۱۲- نتایج پایایی مرکب، اشتراکی و آلفای کرون باخ

متغیر	آلفای کرون باخ	پایایی مرکب	پایایی اشتراکی
کمیت و کیفیت خدمات	۰/۸۷۰۴۷۶	۰/۹۰۰۰۹۵	۰/۵۶۳۳۰۲
تعهد مأموریت اجتماعی	۰/۸۵۴۲۵۷	۰/۸۹۱۶۲۲	۰/۵۷۸۷۸۳
مسئولیت‌پذیری و پاسخ‌گویی	۰/۹۲۷۱۵۱	۰/۹۴۵۱۰۹	۰/۷۷۵۱۷۳
کمک به مشارکت مدنی	۰/۷۷۶۳۶۵	۰/۸۴۸۲۴۳	۰/۵۲۸۹۶۵
اطلاع‌رسانی و شفافیت	۰/۸۸۹۶۳۴	۰/۹۱۹۸۳۱	۰/۶۹۷۷۴۲
آگاهی از حقوق شهروندی	۰/۹۳۲۵۱۵	۰/۹۴۶۴۹۲	۰/۷۴۶۸۶۰
حضور در عرصه عمومی	۰/۸۲۰۹۱۱	۰/۸۷۴۹۲۹	۰/۵۸۳۷۷۴
نگرش به حقوق شهروندی	۰/۹۱۲۱۹۷	۰/۹۳۴۱۵۵	۰/۷۳۹۴۵۰
استفاده از رسانه‌های جمعی	۰/۸۵۹۲۱۲	۰/۸۹۴۶۲۴	۰/۵۸۶۴۰۶
پایگاه اجتماعی	۰/۸۳۱۰۸۷	۰/۸۸۷۸۱۳	۰/۶۶۴۶۴۹

جدول ۱۳- نتایج آزمون روایی همگرا

متغیر	میانگین واریانس استخراج شده (AVE)	متغیر	میانگین واریانس استخراج شده (AVE)
کمیت و کیفیت خدمات	۰/۵۶۳۳۰۲	آگاهی از حقوق شهروندی	۰/۷۴۶۸۶۰
تعهد مأموریت اجتماعی	۰/۵۷۸۷۸۳	حضور در عرصه عمومی	۰/۵۸۳۷۷۴
مسئولیت‌پذیری و پاسخ‌گویی	۰/۷۷۵۱۷۳	نگرش به حقوق شهروندی	۰/۷۳۹۴۵۰
کمک به مشارکت مدنی	۰/۵۲۸۹۶۵	استفاده از رسانه‌های جمعی	۰/۵۸۶۴۰۶
اطلاع‌رسانی و شفافیت	۰/۶۹۷۷۴۲	پایگاه اجتماعی	۰/۶۶۴۶۴۹

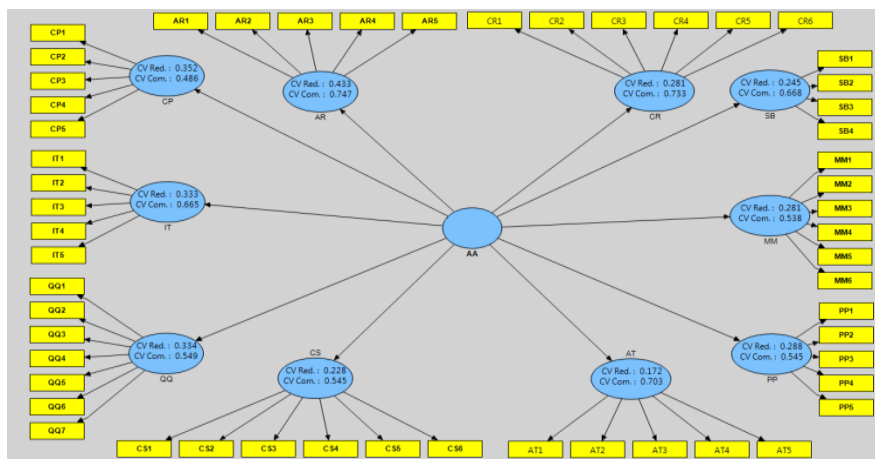
۴-۳-۵- آزمون‌های کیفیت مدل ساختاری و اندازه‌گیری

در این بخش برای بررسی کیفیت مدل اندازه‌گیری از شاخص اشتراک با روایی متقاطع و به منظور بررسی کیفیت مدل ساختاری از شاخص اشتراک افزونگی استفاده می‌شود. از سوی دیگر شاخص (GOF) به عنوان معیاری برای سنجش عملکرد کلی مدل به کار می‌رود و هر دو مدل ساختاری و اندازه‌گیری به صورت هم‌زمان مدنظر قرار می‌گیرد و سه مقدار ۰/۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به ترتیب به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای این شاخص می‌باشد که در شکل (۴) و جدول (۱۴) ارائه شده‌اند.

در جدول (۱۴)، مشخص شد که تمامی مقادیر محاسبه شده برای شاخص‌های اشتراک (CV COM) و (CV RED) مثبت بوده که حاکی از تأیید مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری می‌باشد و با توجه به اینکه مقدار محاسبه شده برای ضریب کیفیت کلی مدل (GOF) برابر با ۰/۸۰ بوده و این مقدار از ۰/۳۶ بیشتر می‌باشد از این رو می‌توان نتیجه گرفت که مدل از مطلوبیت بالایی برخوردار است که در مدل (۱) نشان داده شده است:

$$GOF = \sqrt{\text{میانگین ضرایب تعیین} \times \text{میانگین ضرایب پایایی اشتراکی}} \quad (1)$$

$$GOF = \sqrt{0.64 \times 1} = \sqrt{0.64} = 0.80$$



شکل ۴- کیفیت مدل ساختاری و اندازه‌گیری

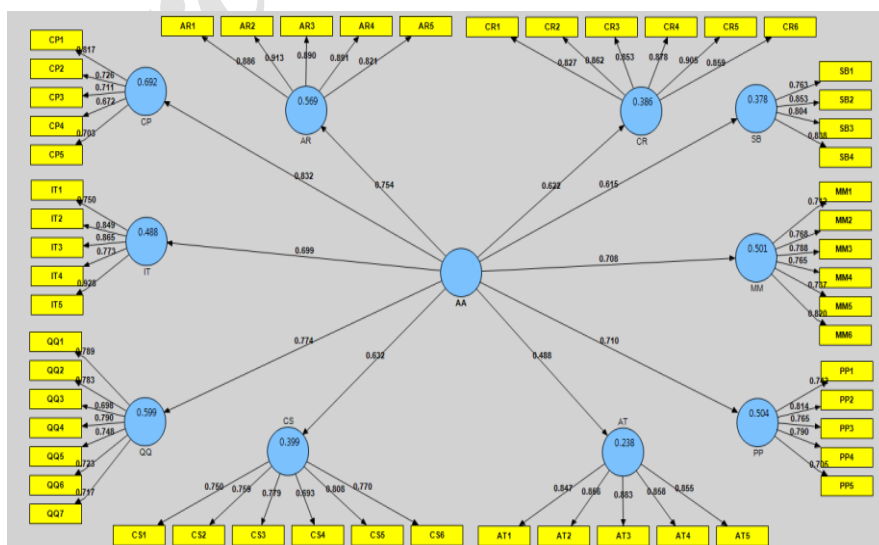
جدول ۱۴ آزمون‌های کیفیت مدل ساختاری و اندازه‌گیری

شاخص اشتراک	شاخص اشتراک	متغیر	شاخص اشتراک	شاخص اشتراک	متغیر
۰/۲۸۱۲۳۷	۰/۷۳۲۵۷۹	آگاهی از حقوق شهروندی	۰/۳۳۳۶۳۲	۰/۵۴۹۳۰۴	کمیت و کیفیت خدمات
۰/۲۸۸۴۱۴	۰/۵۴۴۸۷۱	حضور در عرصه عمومی	۰/۲۲۷۷۱۷	۰/۵۴۴۶۳۲	تعهد مأموریت اجتماعی
۰/۱۷۲۰۳۸	۰/۷۰۳۲۲۱	نگرش به حقوق شهروندی	۰/۴۳۳۲۱۷	۰/۷۴۶۶۲۷	مسئولیت‌پذیری و پاسخ‌گویی
۰/۲۸۰۸۶۵	۰/۵۳۸۰۱۳	استفاده از رسانه‌های جمعی	۰/۳۵۲۱۸۳	۰/۴۸۵۷۸۶	کمک به مشارکت مدنی
۰/۲۴۵۳۵۷	۰/۶۶۸۲۶۰	پایگاه اجتماعی	۰/۳۳۳۰۳۷	۰/۶۶۴۶۳۲	اطلاع‌رسانی و شفافیت

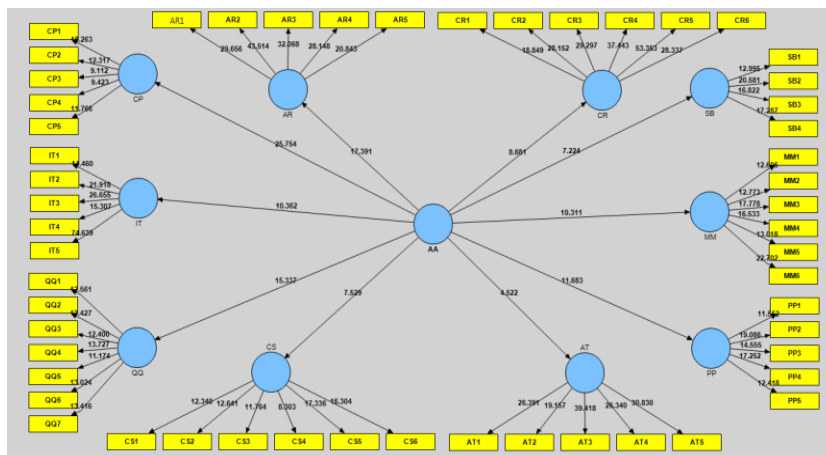
در شکل (۶)، به بررسی معناداری ضرایب مسیر پرداخته‌شده و این ضرایب در سه سطح مورد بررسی قرار می‌گیرند و در سطح معناداری ۹۰ درصدی، ۹۵ درصد و ۹۹ درصد این مقدار به ترتیب با حداقل آماره تی ۱/۶۴، ۱/۹۶ و ۲/۵۸ مقایسه می‌شوند.

۴-۳-۶- آزمون‌های مدل ساختاری

این بخش در غالب دو گام (ضرایب مسیر و معناداری ضریب) برای مدل تحقیق مورد آزمون قرار گرفته و شکل (۵)، نشان دهنده ضرایب استاندارد می‌باشد.



شکل ۵- مدل ضرایب استاندارد



شکل ۶- مدل معناداری (تی)

جدول ۱۵- نتایج آزمون مدل

ضریب مسیبر	ضریب تی	شاخص‌های پژوهش	ضریب مسیبر	ضریب تی	شاخص‌های پژوهش
۰/۶۲۲	۸/۶۸۱	آگاهی از حقوق شهروندی	۰/۷۷۴	۱۵/۳۳۷	کمیت و کیفیت خدمات
۰/۷۱۰	۱۱/۶۸۳	حضور در عرصه عمومی	۰/۶۳۲	۷/۵۲۹	تعهد مأموریت اجتماعی
۰/۴۸۸	۴/۵۲۲	نگرش به حقوق شهروندی	۰/۷۵۴	۱۷/۳۹۱	مسئولیت‌پذیری و پاسخ‌گویی
۰/۷۰۸	۱۰/۳۱۱	استفاده از رسانه‌های جمعی	۰/۸۳۲	۲۵/۷۵۴	کمک به مشارکت مدنی
۰/۶۱۵	۷/۲۲۴	پایگاه اجتماعی	۰/۶۹۹	۱۰/۳۶۲	اطلاع‌رسانی و شفافیت

جدول ۱۶- معنی‌داری آزمون فریدمن

مقادیر محاسبه شده	پارامتر
۷۶	تعداد
۱۱۸/۷۵۵	کای دو
۹	درجه آزادی
۰/۰۰۰	sig

جدول ۱۷- میانگین رتبه شاخص‌ها

میانگین رتبه	مؤلفه	میانگین رتبه	مؤلفه
۶/۲۲	آگاهی از حقوق شهروندی	۴/۸۸	مسئولیت‌پذیری و پاسخ‌گویی
۷/۴۷	پایگاه اجتماعی	۴/۸۲	کمک به مشارکت مدنی
۶/۱۱	استفاده از رسانه‌های جمعی	۵/۱۹	اطلاع‌رسانی و شفافیت
۶/۱۶	حضور در عرصه عمومی	۴/۴۱	کمیت و کیفیت خدمات
۳/۲۰	نگرش به حقوق شهروندی	۶/۵۳	تعهد مأموریت اجتماعی سازمان‌ها در قبال جامعه

در جدول (۱۵)، با توجه به اینکه معناداری ضرایب تمامی متغیرها بیشتر از سطح ۲/۸۵ می‌باشد از این رو می‌توان نتیجه گرفت که این شش متغیر در سطح اطمینان ۹۹ درصد تأثیر مثبت و معناداری بر فرایند حسابرسی مسئولیت اجتماعی از دیدگاه ارزش‌های اجتماعی و حقوق بشر دارند.

۴-۴- بررسی سؤال چهارم تحقیق

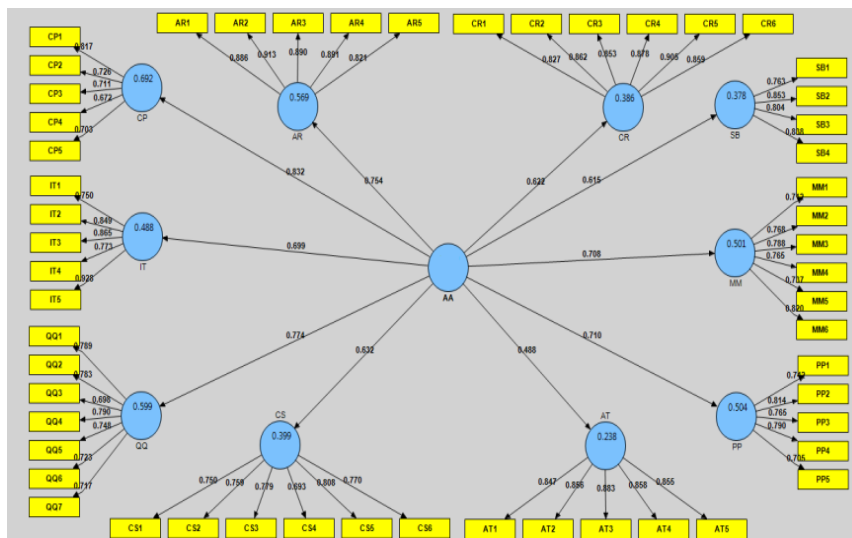
سؤال چهارم: اولویت شاخص‌های مؤثر بر مسئولیت اجتماعی (اخلاق اجتماعی) شرکت‌ها از دیدگاه حقوق بشر و ارزش‌های اجتماعی چگونه است؟
نتایج به دست آمده در جدول (۱۶)، نشان می‌دهد که سطح معناداری به دست آمده کمتر از ۰/۰۵ بوده، بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت که شاخص‌های مؤثر بر مسئولیت اجتماعی (اخلاق اجتماعی) شرکت‌ها از دیدگاه حقوق بشر و ارزش‌های اجتماعی اولویت یکسانی ندارند، به همین جهت میانگین رتبه این عوامل در جدول (۱۷)، مورد بررسی قرار گرفته که بر این اساس به ترتیب شاخص‌هایی که دارای میانگین رتبه بالاتری هستند از اولویت بالاتری برخوردار هستند که در ادامه به ارائه جدول (۱۶) و (۱۷) می‌پردازیم:

۵- نتیجه‌گیری و بحث

حسابرسی اجتماعی یک ارزیابی از اثرات اهداف غیرمالی یک سازمان را نشان می‌دهد که به طور سامانمند و قانونی منعکس‌کننده عملکرد سازمان و دیدگاه ذینفعان آن سازمان است. این پژوهش به دنبال تبیین الگوی مناسب حسابرسی مسئولیت اجتماعی (اخلاق اجتماعی) شرکت‌ها از دیدگاه حقوق بشر و ارزش‌های اجتماعی آنان با استفاده از رویکرد تحلیل عاملی اکتشافی و مدل‌سازی معادلات ساختاری بوده است. با توجه به نتایج حاصل از روش‌های آماری، حسابرسی بر پایگاه اجتماعی، استفاده از رسانه‌های جمعی، حضور در عرصه عمومی، نگرش به حقوق شهروندی، مسئولیت‌پذیری و پاسخ‌گویی، کمک به مشارکت مدنی، اطلاع‌رسانی و شفافیت، کمیت و کیفیت خدمات و تعهد مأموریت اجتماعی تأثیرگذار است. نتایج پژوهش با مبانی نظری مربوطه مطابقت دارد. سه تئوری، زیربنای مطالعات حسابداری و حسابرسی اجتماعی را تشکیل می‌دهد که شامل تئوری ذینفعان، تئوری مشروعیت و تئوری سازمانی است، تئوری مشروعیت به ارتباط اجتماعی بین جامعه و سازمان تأکید دارد و طبق مفهوم مشروعیت می‌توان بیان نمود که حسابرسی اجتماعی ابزاری است که با ارزیابی و مقایسه سیستم ارزشی سازمان با سیستم ارزشی جامعه باعث مشروعیت بخشیدن به سازمان می‌شود. بر اساس تئوری ذینفعان سازمان از طریق حسابرسی اجتماعی می‌تواند با نیازهای متنوع ذینفعان مختلف تطبیق یابد و به طیف گسترده‌ای از ذینفعان پاسخگو باشد. تئوری سازمانی با آزمون و توضیح اینکه چه طور هنجارهای سازمانی و فشارها بر تغییر اجتماعی در میان سازمان‌ها تأثیر می‌گذارند سروکار دارند. مطابق تئوری سازمانی فعالیت‌های سازمان، توسط انواع فشارهای خارجی محدود می‌شود، این تئوری کشف می‌کند که چطور ساختارها و فعالیت‌های سازمانی توسط فرهنگ، سیاست و فشارهای جامعه‌ای که آن را احاطه کرده است، شکل می‌گیرد (فریمپنگ و اوسو، ۲۰۱۲).

نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد که سازوکارهای پاسخگویی می‌توانند به عنوان ابزاری برای تشویق بازتاب و یادگیری، به عنوان سازوکاری بازخوردی عمل کنند که می‌توانند دولت‌ها، دستگاه‌ها و یکایک مقام‌ها را در ارائه تعهدهای خود اثربخش سازند. محققان متعددی این مفهوم را مطرح کرده‌اند که تعهدهای ناشی از پاسخگویی به سطحی قبول شدنی گسترش یافته‌اند. با توجه به پژوهش‌های انجام شده در این زمینه ابراهیم پور (۱۳۹۳) بیان نمود که شهروندی پیوندهای میان فرد و جامعه را قالب حقوق، تعهدات و

مسئولیت‌ها منعکس می‌سازد و چارچوبی برای تکامل افراد گروه‌ها و نهادها ارائه می‌کند، تحقق این امر مستلزم توجه سازمان‌ها یا نهادهای اجتماعی به مسئولیت و تعهد اجتماعی است که تا حدودی با نتایج پژوهش حاضر در یک راستا می‌باشد. باسامال و جرمیز (۲۰۰۵) متوجه شدند که گزارش و حسابرسی اجتماعی و زیست‌محیطی باعث افزایش در مشروعیت و بقای شرکت می‌شود که با یافته‌های این پژوهش مطابقت دارد. حیدری (۱۳۹۱) در راستای بحث حسابداری در حمایت از حقوق بشر، بیان نمود که با توجه به پیچیدگی‌های تجارت افزایش نیاز به پیشرفت و گسترش خدمات رسیدگی و بازرسی بیش از گذشته احساس می‌شود و این مهم نیاز به تدارک استانداردهای حسابداری به عنوان یک میزان و معیار سنجش به منظور تضمین اجرای حقوق بشر را دارد. آبرو (۲۰۱۵) در راستای ارتباط حسابداری و حسابرسی با رعایت حقوق شهروندی پرداخت. در واقع شهروندان به عنوان کاربر اطلاعات مالی استدلال می‌کند که حسابدار و حسابرس باید مسئولیت بیشتری برای تعیین و انتشار اعمال غیرقانونی به منظور افزایش مشروعیت اظهارنامه سالانه به عهده بگیرد که تا حدودی با نتایج پژوهش حاضر در یک راستا می‌باشد. مونا زیر علم (۲۰۱۴) بیان کرد که فرآیند حسابرسی اجتماعی باعث ایجاد تبادل اطلاعات بین شرکت و ذینفعان می‌شود و این حسابرسی برای اطمینان از شفافیت و پاسخگویی در سطح محلی نیز به کار می‌رود. امروزه فساد در همه جا شایع است که باعث شکست پروژه‌ها و برنامه‌ها می‌شود و این نوع حسابرسی اجتماعی بهترین ابزار برای قطع ارتباط ناخواسته بین پیمانکار و مدیر می‌باشد که تا حدودی با نتایج پژوهش حاضر در یک راستا می‌باشد و در نهایت مدل مفهومی پیشنهادی پژوهش در شکل (۷)، ارائه شده است.



شکل ۷- مدل مفهومی پیشنهادی پژوهش

✓ همچنین مدیران باید سعی کنند خصوصیات اخلاقی متعالی مانند عدالت و برابری و انسانیت را پیرامون خود متجلی سازند. عوامل فرهنگی از عوامل مؤثر دیگر عوامل اجتماعی است، از این رو پیشنهاد می‌شود با فرهنگ سازی این موضوع را در جامعه و در اذهان عموم بخصوص دانشگاهیان تعمیم داد و به بازخورد آن توجه نمود.

✓ دولت مردان و قانونگذاران نیز بایستی متوجه اهمیت موضوع باشند، تا با وضع قوانین و مقررات مربوط به این موضوع، جامعه را در این مسیر قرار دهند و این متخصصین و خبرگان حسابداری و حسابرسی هستند که می‌بایستی استانداردهای خاصی در خصوص حسابرسی اجتماعی وضع کنند تا حسابداران و حسابرسان بتوانند با این مسأله به بهترین نحو برخورد کنند.

✓ به علاوه از آنجا که مدیر نقش کلیدی را در رهبری سازمان دارد پیشنهاد می‌شود با برگزاری کنفرانسها، هم اندیشیها و دوره‌های آموزشی کوتاه مدت مدیران را با مسئولیت اجتماعی شان و حسابرسی اجتماعی آگاه ساخت و مدیران باید سعی کنند که خصوصیات اخلاقی متعالی مانند آزادی، عدالت، برابری، صلح و انسانیت را پیرامون خود متجلی سازند و از خصوصیات پستی مانند تنفر، حسادت پرهیز کنند. همچنین مدیر با تدوین خط مشی مناسب از جمله تالش و همت در کسب رضایت کامل کلیه ذینفعان، شناسایی مستمر برای پیشگیری از عوامل آلوده ساز محیط زیست و

تحقق حقوق شهروندی نیازمند یک حرکت دوسویه است، یکی حرکت از بالا به پایین که همان فرصت دهی و مشارکت جویی ساختار کلان جامعه است، و دیگری حرکت از پایین به بالا که همان مشارکت و فعالیتهای اجتماعی شهروندان به ویژه در عرصه عمومی است، با توجه به اهمیت حقوق شهروندی و نقش مسئولیت اجتماعی سازمانها در ارتقاء آن می‌توان به نتیجه رسید که ارتقاء آگاهی شهروندان از مصادیق حقوق شهروندی در جامعه است و شهروندی محصول و محمل تعهد و مسئولیت پذیری عناصر مختلف سازمانهای اجتماعی جامعه (دولت، حوزه خصوصی، حوزه عمومی)، یعنی افراد و نهادهایی است که دارای حق و تعهدات معینی هستند. از این رو موارد زیر جهت ارتقاء حقوق شهروندی با توجه به مسئولیت اجتماعی سازمانها پیشنهاد می‌گردد:

✓ تدوین برنامه‌ریزی جامع جهت آگاهی‌سازی در زمینه- های مختلف حقوق، وظایف و شأن شهروندی افراد جامعه.

شناسایی موانع، منابع، و اولویت بندی خواسته‌ها گروههای مختلف جامعه و تامین آن از سوی سازمانهای -تدوین و برنامه‌ریزی جامع جهت نهادینه کردن حقوق و وظایف شهروندی در عرصه عمومی، خصوصی، و مطالعه ارزشها، و تقویت آنها که مستلزم توجه به مدیریت مسئولیت اجتماعی سازمانها -تاکید بر مسئولیت اجتماعی سازمانها در تامین نیازهای شهروندان

✓ فرهنگ سازی حقوق شهروند و ارتقاء سطح آگاهی آنها از طریق رسانه و مسئولیت سازمانها در این زمینه.

فهرست منابع

- بهره گیری بهینه از منابع طبیعی میتواند باعث اثرگذاری بیشتر بر حسابرسی اجتماعی باشد.
- ✓ همچنین باید در نظر داشت که واحدهای تجاری با جامعه توافقی و قرارداد غیر رسمی دارند و باید تعهدات ناشی از این قرارداد، شناسائی و گزارش گردد. حسابداری مرسوم (سنتی) با تأکید به اندازه گیری و گزارش معاملات و رویدادهای اقتصادی واحد تجاری، معاملات اجتماعی واحد تجاری با اجتماع پیرامونش را نادیده می گیرد؛ در حالی که به کارگیری و استفاده از منابع اجتماعی باعث رویدادن معاملات اجتماعی بین واحد تجاری و جامعه پیرامونش می شود.
- ✓ در نهایت اثبات پایبندی و وفاداری به انتظارات، رفتارها و عقاید ارزشمند جامعه به طور گسترده از طریق حسابرسی اجتماعی ممکن است به سازمان در کسب حمایت جامعه و همچنین قانونی بودن و مشروعیت کمک بسزایی داشته باشد.
- ✓ با توجه به شناسائی عامل های حسابرسی مسئولیت اجتماعی از دیدگاه اخلاق اجتماعی به دست اندرکاران استاندارد گذاری پیشنهاد می شود از این شاخص ها در تدوین حسابرسی مسئولیت اجتماعی استفاده نمایند.
- ✓ دولت ها در جهت استفاده از مسئولیت اجتماعی شرکت ها با تدوین آئین نامه ها و اصول مربوطه را ایجاد و با حمایت از انجمن ها و تشکل های صنفی و اعطای وظایف مشخص بخشی از وظایف اجتماعی خود را به این مجموعه ها اعطاء و دولت فقط نقش نظارتی داشته باشد.
- ✓ ایجاد و راه اندازی نشریات و شبکه های خبری برای اطلاع رسانی فعالیت های اجتماعی و عمومی که در جامعه توسط شرکت ها صورت می گیرد.
- ✓ دولت ها برای حمایت و تشویق فعالیت های اجتماعی مانند کمک ها و مشارکت های اجتماعی شرکت ها بایستی معافیت های مالیاتی و حمایت های مالی در نظر بگیرد.
- این پژوهش در نوع خود جامع ترین پژوهش انجام شده در زمینه حسابرسی مسئولیت اجتماعی (اخلاق اجتماعی) می باشد که با مرور جامع پیشینه، انجام مصاحبه و سپس انجام روشهای آماری به نتایج بدیع و جامعی در زمینه حسابرسی اجتماعی دست یافته است.
- * ابراهیم پور، حبیب، (۱۳۹۳)، نقش مسئولیت اجتماعی سازمانها در رعایت و ارتقاء حقوق شهروندی، کنفرانس ملی رویکردهای نوین در مدیریت کسب و کار.
- * افضلیان مند، مسعود؛ رضایی، خدیجه، (۱۳۹۵)، نیاز دینفعان، توجه به مسئولیت اجتماعی سازمانها و شرکتهای و حسابداری اجتماعی، پنجمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت و دومین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری های باز، تهران، همایش گران مهر اشراق.
- * امیدوار، علیرضا، (۱۳۹۳)، رعایت حقوق بشر توسط شرکتهای، اولین همایش ملی حسابداری و مدیریت، نور، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نور.
- * آلوانی، سید مهدی؛ قاسمی، احمد، (۱۳۷۷)، "مدیریت و مسئولیت های اجتماعی سازمان"، تهران: انتشارات، مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- * پاکروان، لقمان، (۱۳۹۵)، مسئولیت اجتماعی شرکتهای و حسابرسی مسئولیت های اجتماعی، *دنیای روز اقتصاد*، شماره ۳۸۷۵.
- * پورعلی، محمدرضا؛ حجامی، محدثه، (۱۳۹۳)، "بررسی رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی و مالکیت نهادی در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، دوره ۳، شماره ۱۰، صص ۱۳۵-۱۵۰.
- * تقی زاده، هوشنگ؛ سلطانی فسقندیس، غلامرضا، (۱۳۸۹)، تأثیر اخلاق کسب و کار بر مسئولیت اجتماعی بنگاه، *اخلاق در علوم و فناوری*، دوره ۵، شماره های ۳ و ۴، ۱۰۴-۹۳.
- * حجازی، رضوان؛ ابوحزمه؛ مینا، (۱۳۹۳)، به سوی شهروند شرکتی، *پژوهش حسابداری*، دوره ۴، شماره ۱، ۱-۲۰.
- * حجازی، رضوان؛ سادات نصیری، سپیده، (۱۳۹۳)، مفاهیم شهروند شرکتی و مسئولیت اجتماعی، *پژوهش حسابداری*، دوره ۴، شماره ۳، ۱۶۳-۱۸۳.
- * حجامی، محدثه، (۱۳۹۱)، بررسی رابطه بین افشای مسئولیت پذیری اجتماعی و مالکیت نهادی، پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات گیلان.
- * حساس یگانه، یحیی؛ برزگر، قدرت الله، (۱۳۸۸)، مسئولیت اجتماعی شرکتهای، سیر تکامل مفاهیم و تعاریف. حسابداری رسمی. *پژوهش های فرهنگی و اجتماعی*. شماره ۲۹، ۳۱-۲۲.

- * Ghisi, M., Corradin, A., Basso, K., Frasson, C., Serafin, V., Mukherjee, S., ... & De Bellis, G. (2011). Modulation of microRNA expression in human T-cell development: targeting of NOTCH3 by miR-150. *Blood*, 117(26), 7053-7062.
- * Gilbert, D. U., Rasche, A., Waddock, S. (2011), Accountability in a global economy: The emergence of international accountability standards. *Business Ethics Quarterly*, 21(1), 23-44.
- * Hallwood, Toby, (2001), How can the web used to increase corporate transparency.
- * Jackson, A.B, Moldrich, M, Roebuck, P, (2008), Mandatory audit firm rotation and audit quality, *Managerial Auditing Journal*, 23 (5), 420-437.
- * Jin, G. K, Drozdenko, R. G, (2010), Relationships among Perceived Organizational Core Values, Corporate Social Responsibility, Ethics, and Organizational Performance Outcomes: An Empirical Study of Information Technology professionals, *Journal of Business Ethics*, 92, 341-359.
- * Kumar, A., Scholte, J. A., Kaldor, M., Glasius, M., Seckinelgin, H., & Anheier, H. K. (Eds.). (2009). *Global civil society yearbook 2009: poverty and activism*. Sage.
- * Lys, Th, James, Naughton, Clare, Wang, (2015), Signaling through corporate accountability reporting. *Journal of Accounting and Economics*, 60, 56-72.
- * MacDonald, (2016), Travis, CEO Wealth Sensitivity and Corporate Social Responsibility. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2768578>.
- * Mishra, Dev R, Sadok El Ghou, Omran Guedhami, Chuk C. Y, Kwok, (2011), Does Corporate Social Responsibility Affect the Cost of Capital? *Journal of Banking & Finance*, 35(9), 2388-2406.
- * Munazir, Alam, (2014), Social Audit-A social instrument ensuring public accountability and local level. *International Journal of Research*, 1(8).
- * Parsons, T, (1956), Suggestions for a Sociological Approach to the Theory of Organizations. *Administrative Science Quarterly*, 1 (1), 63-86.
- * Serafeim, George, Ioannou, Ioannis, (2013), The Impact of Corporate Social Responsibility on Investment Recommendations. Available at: <http://ssrn.com/abstract=1507874>.
- * Servaes, Henri, Tamayo, Ane, (2013), The Impact of Corporate Social Responsibility on Firm Value: The Role of Customer Awareness. *Management Science*, 59(5), 1045-1061.
- * Visser, (2012), "The Age of Responsibility: CSR 2.0 and the New DNA of Business" , John Wiley & Sons Ltd.
- * Werner, W. J, (2009), Corporate Social Responsibility Initiatives Addressing Social Exclusion in Bangladesh, *J. health popul nutr*, 27(4), 545-562.
- * حساس یگانه، یحیی، برزگر، قدرت اله (۱۳۹۳) " مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکتها و پارادایم تحقیقاتی آن در حرفه حسابداری " فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت. سال هفتم / شماره بیست و دوم، ۱۳۳-۱۰۹
- * حیدری، محمد حسین، (۱۳۹۱)، حسابداری در حمایت از حقوق بشر، اولین همایش ملی حسابداری و مدیریت. دانشگاه آزاد اسلامی واحد نور.
- * خانی، عبدالله؛ قجائوند، زیبا، (۱۳۹۱)، عدم تقارن اطلاعاتی و ارتباط آن با هزینه سرمایه سهام عادی در بازار رقابتی، *حسابداری و مدیریت مالی*. شماره ۹، ۱۶۶-۱۵۳.
- * طبقیان، فرناز، (۱۳۸۹)، مسئولیت اجتماعی شرکت و کاهش فقر: شاخص‌های عملکرد اجتماعی و نقش انگیزه در بکارگیری آن‌ها، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهرا.
- * عرب صالحی، مهدی؛ صادقی، غزل؛ معین‌الدین، محمود، (۱۳۹۲)، رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی، *پژوهش‌های تجربی حسابداری*، دوره ۳، شماره ۱، ۲۰-۱.
- * فروغی، داریوش؛ میر شمس شهبهانی، مرتضی؛ سمیه پور، حسین، (۱۳۸۷)، "نگرش مدیران درباره افشای اطلاعات حسابداری اجتماعی: شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، دوره ۱۵، شماره ۵۲، صص ۷۰-۵۵.
- * هزار جریبی، جعفر؛ امانیان، ابوالفضل، (۱۳۹۰)، آگاهی زنان از حقوق شهروندی و عوامل مؤثر بر آن، *پژوهش‌های شهری منطقه‌ای*، دوره ۳، شماره ۹، ۱۸-۱.
- * Abreu, Rute, (2015), Accounting for Citizenship: The Role of Accountant, *Procedia Economics and Finance*, 26, 933-941.
- * Basamalah, A.S, jermiah, j, (2005), Social and Environmental reporting and auditing, in Indonesia: Main Training organizational Legitimacy? *International journal of business*, 7(1), 109-127.
- * Engstrom, Viljam, (2002), Who Is Responsible for Corporate Human Rights Violations? Abo Akademi University Institute for Human Rights.
- * Ferns, B, Prakash S, S, (2012), Emerging trends in corporate social responsibility (CSR) reporting by large corporations: a comparative analysis of corporate CSR reports by Western European and North American corporations, *The Fifth ISBEE World Congress*. 11(2), 116-129.
- * Frimpong, Siaw, Owusu, Chareles, (2012), Corporate social and environmental auditing: Perceived responsibility or regulatory requirement. *Research Journal of Finance and Accounting*, 3(4), 47-56.
- * Galli, D, Elefanti, M, Valotti, G, (2013), "From Corporate To Shared Social Responsibility". *Community Governance and Social Capital Creation Through Collaboration*

- ¹ Galli, D., Elefanti, M., Valotti
- ² De Bellis
- ³ Parsons
- ⁴ Jackson et al
- ⁵ Abreu
- ⁶ Eight Global
- ⁷ Lee
- ⁸ Visser
- ⁹ Serafeim, et al
- ¹⁰ Engstrom
- ¹¹ Servaes & Tamayo
- ¹² ICESCR
- ¹³ Hallwood
- ¹⁴ MacDonald
- ¹⁵ Gilbert et al
- ¹⁶ Mishra et al
- ¹⁷ Jin & Drozdenko

Archive of SID