



ارائه‌ی الگوی حسابداری مدیریت استراتژیک مبتنی بر ایفای نقش مسئولیت‌های اجتماعی

رضا مظفری^۱
محمد رضا پورعلی^{۲*}
محمود صمدی لرگانی^۳
سید فخرالدین فخرحسینی^۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۶/۰۳ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۷/۲۶

چکیده

موفقیت هر سازمان در رسیدن به اهداف خود به نحو قابل توجهی به تصمیمات مدیران بستگی دارد. موفقیت حسابداری مدیریت استراتژیک نیز بستگی به این دارد که بتواند با ارائه اطلاعات مفید، تصمیم‌گیری مدیران را بهبود بخشد؛ اما مسأله‌ی اصلی در حسابداری مدیریت استراتژیک، توجه به ذینفعان و مدیریت مؤثر بر آن‌ها از طریق به کارگیری مؤلفه‌های مسئولیت‌های اجتماعی است که اخیراً به عنوان یکی از الزامات عرصه‌ی حسابداری و مالی در میان کسب و کارها، شرکت‌ها و سازمان‌ها مطرح شده است. به همین منظور در مقاله حاضر، با استفاده از روش تحلیل مضمون به ارائه مدل مفهومی در راستای ارائه‌ی الگوی حسابداری مدیریت استراتژیک مبتنی بر ایفای نقش مسئولیت‌های اجتماعی از طریق مصاحبه با خبرگان (اساتید دانشگاه که دارای مرتبه علمی استادیار پایه ۱۵ به بالا و یا حداقل دانشیار بوده اند) پرداخته شده است که نمونه‌ی آماری به صورت هدفمند و در دسترس به تعداد ۱۵ نفر تا دستیابی به اشباع نظری صورت گرفت. نتایج تحقیق در قالب الگوی ارائه شده دارای چهار بُعد مشتمل بر عوامل الزام‌آور شامل الزامات مبتنی بر شفافیت مالی، هم‌سویی و همراستایی استراتژیک بین مدیران و ذینفعان، تدوین اهداف شرکت مبتنی بر شفاف‌سازی مالی، عوامل ساختاری شامل افشاء اطلاعات به نفع ذینفعان، مصون‌سازی اطلاعات، جریان اطلاعاتی، گزارش دهی بهنگام، ساز و کارهای شفاف‌سازی و مدیریت مشارکتی و عوامل تسهیل‌گر شامل یکپارچه‌سازی اطلاعات مالی، یکپارچه‌سازی ساختاری، مشوق‌ها و تسهیلات و فرهنگ‌سازی و عوامل بسترساز شامل تعریف نقش‌ها، نظارت و کنترل و هدایت و رهبری می‌باشد.

کلمات کلیدی: حسابداری مدیریت استراتژیک، تحلیل مضمون، مسئولیت‌های اجتماعی

^۱ دانشجوی دکتری حسابداری، واحد تنکابن، دانشگاه آزاد اسلامی، تنکابن، ایران Rmozaffari803@gmail.com
^۲ دانشیار گروه حسابداری، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران (نویسنده مسئول) Pourali@iauc.ac.ir
^۳ استادیار گروه حسابداری، واحد تنکابن، دانشگاه آزاد اسلامی، تنکابن، ایران mstlargani@gmail.com
^۴ دانشیار گروه حسابداری، واحد تنکابن، دانشگاه آزاد اسلامی، تنکابن، ایران Sf.fakhrhosseini@iau.ac.ir

۱- مقدمه

تمام فعالیت‌های شرکت با استراتژی کسب و کار شده و موجب افزایش رقابت‌پذیری شرکت می‌گردد (رودباری و کردستانی، ۱۴۰۰). از طرف دیگر، توجه به حوزه‌ی مسئولیت‌های اجتماعی در میان استراتژی‌های کسب و کار رواج بسیاری داشته است. مسئولیت اجتماعی موضوعی جدید نیست اما به نظر می‌رسد که افزایش علاقه در میان دانشگاهیان و متصدیان به مسئولیت اجتماعی به خاطر منفعت‌هایی که مسئولیت اجتماعی برای اقتصاد، جامعه و محیط زیست دارد تازه و جدید باشد. در مطالعات جدید نیز این امر ثابت شده است که مسئولیت اجتماعی به طور فزاینده‌ای از فرهنگ، اجتماع و اقتصاد حاکم بر جامعه حمایت می‌کند (پورعلی و داداشی، ۱۴۰۱). مسئولیت اجتماعی شرکت^۴ یک تصمیم استراتژیک است که از طریق آن سازمان‌هایی که متعهد به ایفای مسئولیت اجتماعی خود هستند می‌توانند، با هدف تأثیرگذاری مثبت بر افراد خارج از سازمان، به حل مسائل زیست محیطی و اجتماعی کمک کنند. سازمان‌های تجاری اهمیت عملکرد مالی و همچنین غیر مالی (به عنوان مثال عملکرد اجتماعی شرکت‌ها) را بر نتیجه کلی فعالیت‌های خود تأیید می‌کنند؛ در حالی که امور مالی سنتی بر نظریه کسب حداکثر سود شرکت تمرکز دارد، رویکرد مسئولیت اجتماعی شرکت مفهومی مدرن و ذینفع محور از سازمان‌ها را معرفی می‌کند (یگانه و برزگر، ۱۳۹۸). مسئولیت اجتماعی راهبردی مقابله-ای برای پاسخگویی به نگرانی‌های اجتماعی، زیست محیطی و توسعه پایدار است. فورد مسئولیت اجتماعی را پیروی از قوانین اجتماعی و برآوردن انتظاراتی که جامعه از فرد دارد تعریف می‌کند. کاستاکو بالزارووا مسئولیت اجتماعی را تعهد مداوم برای رفتار به شیوه‌ی اخلاقی و همراه با بهبود کیفیت زندگی افراد و خانواده‌هایشان به علاوه بهبود اجتماع و جامعه در مقیاس وسیع تر می‌دانند.

اولین قدم که در توسعه‌ی هر علمی برداشته می‌شود، تدوین چارچوب نظری و مبانی تئوریک برای آن می‌باشد. حسابداری مدیریت نیز، از تئوری‌های ساختار یافته و ساختار نیافته برخوردار است که هر کدام از این تئوری‌ها برای خود مجموعه‌ای از اصول را دارا می‌باشند. در حسابداری مدیریت جهت شناسایی هر چه بهتر این اصول، از سه پارادایم غالب اثبات‌گرایی^۱، تفسیرگرایی^۲ و انتقادی^۳ استفاده شده است. در این بین تفکر انتقادی، به طور مستقل نظریه‌ای مانند دو پارادایم دیگر ندارد، بلکه سراسر آن انتقاد دو تفکر قبلی است. از این رو، پارادایم انتقادی دیدگاهی گسترده‌تر از دو پارادایم اثبات‌گرایی و تفسیری دارد (نوری و همکاران، ۱۴۰۱). سازمان‌ها به صورت فزاینده‌ای با محیط‌های پویا و در حال تغییر مواجه هستند و بنابراین به منظور بقا و پویایی خود مجبورند خود را با تغییرات محیطی سازگار سازند. با توجه به سرعت شتابنده تغییرات و تحولات علمی، تکنولوژیک، اجتماعی، فرهنگی در عصر حاضر، سازمان‌هایی موفق و کارآمد بشمار می‌روند که علاوه بر هماهنگی با تحولات جامعه‌ی امروزی، بتوانند مسیر تغییرات و دگرگونی‌ها را در آینده پیش‌بینی کرده و قادر باشند که این تغییرات را در جهت ایجاد تحولات مطلوب برای ساختن آینده‌ای بهتر هدایت نمایند (سلیمانی و همکاران، ۱۴۰۲). در این مسیر، اهمیت نقش حسابداری مدیریت استراتژیک با توجه به دارا بودن رویکرد بلندمدت و منعطف نسبت به تغییرات پیرامونی، مشخص است. هدف حسابداری مدیریت استراتژیک در شرکت‌ها، غلبه یافتن در رقابت با شرکت‌های رقیب است به شکلی که می‌توان باعث حفظ و توسعه‌ی فرآیند کسب و کار شرکت‌ها گردد. به عبارت دیگر، حسابداری مدیریت استراتژیک باعث ارتباط

³ Criticism⁴ Corporat Social Responsibility¹ Positivism² Interpretiveness

معرفی شده است. از آن زمان، علاقه به اشاعه چنین رویکرد‌هایی در بین شرکت‌ها و تعیین تأثیر آنها بر عملکرد شرکت در حال افزایش است. با این حال، در حالی که برخی از مطالعات تجربی اثبات کرده‌اند که رویکردهای حسابداری مدیریت استراتژیک مورد استفاده باعث عملکرد بهتر شرکت شده است (سحری و پورزمانی، ۱۴۰۱). چنین نتایجی برای بسیاری از محققان که انتظار داشتند شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک با توجه به توانایی بالقوه آنها در کمک به مدیران برای مقابله با افزایش سطح رقابت و عدم اطمینان و تصمیمات استراتژیک آگاهانه، در عمل گسترش یابد، تعجب آور است (حیدرپور و سحری، ۱۴۰۲).

مسئولیت‌های اجتماعی

مسئولیت اجتماعی، رویکردی متعالی به کسب و کار است که تأثیر اجتماعی اقدامات یک سازمان بر جامعه را مورد توجه قرار می‌دهد. با وجود تعریف‌های زیادی که از مسئولیت‌های اجتماعی شده است، هنوز توافق کلی بر سر این تعریف این موضوع وجود ندارد و هنگام ارائه تعریفی جامع و بی‌طرف، سردرگمی پیش می‌آید (دی ساتنافو و همکاران، ۲۰۱۸) که می‌تواند به دلیل انواع متعدد مسئولیت‌های اجتماعی و مشخص نبودن حدود و ثغور آن‌ها باشد (حاتمی و همکاران، ۱۳۹۸). بر اساس نظر کارول (۱۹۷۹)، مسئولیت اجتماعی شامل انتظارهای اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشردوستانه جامعه از سازمان در زمان خاص است در تعریف دیگر، مسئولیت اجتماعی سازمان ناظر بر ساز و کارهایی است که روابط اجتماعی سازمان را به نفع ذینفعان، آحاد جامعه و مشتریان از طریق رعایت حقوق اجتماعی، زیست محیطی و حقوق شهروندی تحکیم و تقویت می‌نماید (پورعلی و رجبی، ۱۳۹۹).

پژوهشگران مسئولیت اجتماعی را ارزشی گران‌بها که بر دموکراسی و جامعه دموکراتیک تأثیر می‌گذارد معرفی می‌کند (نیکومرام و همکاران، ۱۳۹۷).

بر اساس مطالب بیان شده، مهمترین چالش‌های شناسایی شده در راستای حسابداری مدیریت استراتژیک مبتنی بر ایفای نقش مسئولیت‌های اجتماعی شامل موارد ذیل می‌باشد:

- ضعف در تعریف و تبیین اصول حسابداری مدیریت استراتژیک مبتنی بر الزامات مسئولیت‌های اجتماعی؛
 - ضعف در الگوسازی استراتژیک در راستای پیاده‌سازی مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها؛
 - ضعف در توسعه‌ی رویکردهای مدیریت ذینفعان مبتنی بر ارتقاء مسئولیت‌های اجتماعی از دریچه‌ی فعالیت‌های حسابداری مدیریت استراتژیک؛
 - ضعف در اتخاذ رویکردهای استراتژیک به منظور پیاده‌سازی مسئولیت‌های اجتماعی در شرکت‌ها؛
- با توجه به موارد فوق الذکر، سؤال اصلی محقق این است که الگوی مطلوب راهبردی (استراتژیک) سازمان با رویکرد حسابداری انتقادی جهت ایفای مؤثر نقش مسئولیت‌های اجتماعی چگونه است؟ به عبارت دیگر، محقق ضمن توصیف، تبیین و الگوسازی حسابداری مدیریت استراتژیک در مواجهه با مسئولیت‌های اجتماعی، به دنبال شناسایی شاخص‌ها و مؤلفه‌هایی است که نقش حسابداری مدیریت را در توسعه‌ی نگرش مسئولیت‌های اجتماعی تعیین نماید.

۲- مبانی نظری و پیشینه تحقیق

حسابداری مدیریت استراتژیک

ادبیات مربوط به حسابداری مدیریت استراتژیک بعد از مطالعات سیموندز^۱ (۱۹۸۱) به طور قابل توجهی گسترش یافته و رویکردهایی برای حسابداری مدیریت استراتژیک

^۱ Simmonds

پیشینه تحقیق

والکات و سارگنت^۱ (۲۰۲۱) به بررسی تفکر انتقادی در آموزش حسابداری پرداختند و نشان دادند که رشد شناختی فراگیران و پژوهشگران عرصه‌ی حسابداری می‌تواند در توسعه‌ی تفکر انتقادی مؤثر باشد. کالما و بایرد^۲ (۲۰۲۱) نشان داد که تفکر انتقادی در کسب و کارها دارای عوامل و راهکارهای مؤثر از جمله ۱- شناسایی گرایش‌ها و توانایی افراد، ۲- توسعه‌ی علوم حرفه‌ای و تخصصی و ۳- غنی‌سازی اطلاعاتی می‌باشد. عبدالفتاح و ابود^۳ (۲۰۲۱) نشان داد که شرکت‌هایی که افشای مسئولیت اجتماعی بالاتری دارند، بازده سهام بیشتری دارند همچنین نشان می‌دهد مسئولیت اجتماعی ارزش افزایی دارد. این یافته‌ها پیامدهای مهمی برای کاربران بازار سرمایه و سیاستگذار در اقتصادهای نوظهور دارد. لطیف و همکاران^۳ (۲۰۱۸) نشان دادند که هدف تفکر انتقادی ترویج تفکر مستقل و قضاوت مستدل در فکر و عمل است که مستلزم ملاحظه‌ی دو بُعد می‌شود: توانایی استدلال خوب و تمایل به انجام این کار. دیلارد و ویناری^۴ (۲۰۱۷) در مقاله خود نشان داد که عموماً مطالعات انتقادی مجموعه‌ای از بی‌عدالتی‌های اقتصادی، اجتماعی و یا زیست محیطی را که توسط حوزه‌های انتخابی مختلف تجربه می‌شود، تا حدودی متمرکز، هر چند برجسته و مناسب تشخیص می‌دهد، و تا حدودی، این مطالعات زمینه و شرایطی را در نظر می‌گیرد که موجب نابرابری و بی‌عدالتی می‌شود. با این حال، با رشد این حوزه، نیاز به توسعه قوی‌تر پیامدهای اجتماعی و سیاسی تحقیقات حسابداری انتقادی و بیان ایده‌ها و پیامدهای برنامه‌های عملی وجود دارد. علاوه بر این، بررسی‌ها نشان می‌دهد که چندین حوزه انتخابی مرتبط مانند حیوانات، کودکان، نسل‌های آینده،

کشورهای در حال توسعه، و اقلیت‌های جنسی و جنسیتی در ادبیات فعلی سهم کمی در ادبیات فعلی داشته‌اند. تویییدی^۵ (۲۰۱۸) در مقاله خود به بررسی نظریه انتقادی حسابداری پرداخت و استدلال نمود که تئوری انتقادی آکسل هنته می‌تواند تحقیقات مهم حسابداری را به ویژه در سنت مکتب فرانکفورت پیش ببرد. همان طور که محققان حسابداری قبلی نشان داده‌اند، تئوری انتقادی دانشکده فرانکفورت قصد دارد هنجارهای عقلانی یا "مهم" برای انجام کارهای اجتماعی دیرینه، که می‌تواند بر تحولات اجتماعی رهایی تأثیر بگذارد، به صورت توأمان بکار برد. در حالی که تئوری انتقادی قبلی بر یورگن هابرماس متمرکز است، هنته جایگزین امیدوارکننده‌ای را ارائه می‌دهد. حسابداری انتقادی هابرماسی هنجارهای مهم را از پیش-شرط‌های عقلانی گفتمان اجتماعی خودمختار ناشی می‌کند. هنته مجموعه گسترده‌تری از هنجارها را از دو منبع جایگزین بسیج می‌کند: (الف) یک انسان‌شناسی فلسفی از توسعه خودشناختی و (ب) بازسازی‌های جامعه‌شناختی پیش‌شرط‌های هنجاری نهادهای خاص یا شیوه‌های اجتماعی. نظریه انتقادی هنته می‌تواند بی‌عدالتی‌ها و آسیب‌شناسی‌هایی را که در آن حسابداری متعهد است، روشن کند، اما خارج از لنزهای گفتمان- رویه‌ای هابرماس قرار دارد. مقاله تویییدی این امکانات را در سطوح مختلف تحقیق حسابداری مهم نشان می‌دهد. در درون سازمان‌ها، انسان‌شناسی فلسفی شناخت هنته می‌تواند پدیدارشناسی غنی‌تری از چگونگی عملکرد حسابداری یا سیستم‌ها در روابط بین افراد ایجاد کند. جامعه‌شناسی هنجاری هنته هم‌چنین برخی از راهکارهای با سابقه کمتر و منطقی‌تر را برای انتقاد از مؤسسات حسابداری و چارچوب‌هایی که نقض وعده‌ها یا هنجارهای توانمند خود هستند، پیشنهاد

⁴-Dilard and Vinari

⁵-Tueedi

¹ Wolcott & Sargent

Abdelfath & Aboud

³ Latif et al

در ابتدا به معرفی این نشانگرهایی استفاده شد که در ابتدا به معرفی این نشانگرها می‌پردازیم:

- نشان‌گر P : نشان دهنده "تکته کلیدی" و مخفف کلمه *Point*
- نشان‌گرهای A, B, C, \dots : بیانگر موردهای مطالعه (مصاحبه‌های انجام شده) است.
- نشان‌گرهای عددی $1, 2, 3, \dots$: بیانگر شماره کدها است.
- به طور مثال: $PE10$ نشان دهنده کد دهم در مصاحبه نفر پنجم است.

در این مرحله کدهای اولیه و مضامین پایه شناسایی می‌شوند. در این سطح عمل کدگذاری، عمل مقطعی و ایستا نیست که یکبار اتفاق بیفتد. مقایسه مستمر کدها با یکدیگر از آن جهت که منجر به دقیق‌تر شدن تحلیل و بلوغ و تکامل تدریجی کدهاست، امری مهم و ضروری در تحلیل مضمون و طبقه‌بندی مضامین است. عدم دستیابی به مضامین و نیز عدم افزایش سطح انتزاع مضامین، نتیجه عدم مقایسه مستمر داده‌ها و عدم درک تفاوت‌ها و شباهت‌های میان کدهاست. محدودیت زمان، عدم تسلط کافی بر روش کیفی و عدم تعهد به فرآیند تحلیل از دلایل بروز چنین عارضه‌ای است. کدگذاری باز، جزئی از تحلیل است که با تحلیل دقیق داده‌ها، نام‌گذاری و طبقه‌بندی کردن داده‌ها انجام می‌شود، در این مرحله کدگذاری باید به حدی وسیع انجام شود تا محقق قادر به کشف مفاهیم در موقعیت باز باشد. به عبارت دیگر محقق می‌بایست به کدگذاری هر رویداد جالب توجه نماید. ممکن است از درون یک مصاحبه کدهای زیاد استخراج شود اما وقتی کدها به طور مرتب مورد بازنگری قرار می‌گیرند، کدهای جدید احصاء و کدهای نهایی مشخص می‌شوند. جدول‌های کدگذاری باز شامل دو قسمت می‌باشند: ۱- کدگذاری اولیه، ۲- مقوله‌های فرعی و

می‌کند. لارسن^۱ (۲۰۱۷) در مطالعه‌ی خود نشان داد که فهم و ادراک تفکر انتقادی و یادگیری آن نیازمند دارا بودن حس همزادپنداری، رویکرد عادلانه و استقلال رفتاری در مواجهه با ذینفعان در عرصه‌ی مالی است.

۳- روش‌شناسی تحقیق

این پژوهش، از نوع پژوهش‌های کاربردی به روش کیفی بوده و شیوه انجام آن، تحلیل و بررسی مصاحبه‌ها با رویکرد تحلیل مضمون است. تحلیل مضمون یعنی "به کارگیری روشی تکرارپذیر و معتبر برای کسب استنباط‌هایی از متن مصاحبه‌ها در رابطه با موقعیت‌ها یا ویژگی‌های منبع آن" تحلیل مضمون رویکرد تجربی، روش‌مند و کنترل شده محتواها با استفاده از قواعد تحلیل محتوا و مراحل الگوهای آن بدون کمی‌سازی عجولانه است. برای تحلیل مضمون در این پژوهش هم منابع مکتوب و هم محتوایی که پس از مصاحبه با متخصصان مرتبط با موضوع تحقیق در شرکت-های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بدست آمد مورد بررسی قرار گرفت. برای انتخاب مصاحبه‌شوندگان از روش نمونه‌گیری در دسترس و هدفمند به صورت گلوله برفی به تعداد ۱۵ نفر بهره گرفته شد. این خبرگان همگی حائز معیارهای لازم برای انتخاب، از جمله تجربه زیاد، تناسب رشته با موضوع، تحصیلات دکتری و آشنایی عمیق به حوزه مربوط به مسئولیت‌های اجتماعی و حسابداری مدیریت می‌باشند.

۴- یافته‌ها

در اولین گام تمام مصاحبه‌ها پیاده‌سازی شد و پس از حذف بخش‌های زائد، اصل گفتگو تنقیح شد و برای مرحله بعد یعنی کدگذاری توصیفی آماده‌سازی شد. جهت کدگذاری و نمایش کدها هم از نشانگرهایی استفاده شد که

^۱ Larsson

اصلی استخراج شده از کدگذاری اولیه، این دو مرحله از کدگذاری باز، در جدولی جداگانه به تفکیک افراد مصاحبه شونده قابل مشاهده است.

جدول (۱): کدهای مصاحبه

| کد مصاحبه شونده | کد | زیرمقوله | مقوله |
|-----------------|--|---|-------------------------|
| 1 | واژه مسئولیت اجتماعی در تصمیمات تجاری شرکت ها، استراتژی تجاری و حسابداری است و هدف از آن، تلاش در جهت ارتقای عملکرد اجتماعی و زیست محیطی در کنار ابعاد اقتصادی می‌باشد. مسئولیت اجتماعی شرکت ها به مسئولیت واحدهای تجاری در قبال تأثیرشان بر جامعه اطلاق می شود. | ارتقای عملکرد اجتماعی | عوامل مدیریتی |
| | | افشاء جداگانه تحت عنوان گزارش مسئولیت اجتماعی | تعریف نقش ها |
| | | افشاء جداگانه تحت عنوان گزارش مسئولیت اجتماعی | گزارش دهی |
| | | تناسب با هنجارها، ارزش ها و باورها | تناسب سازی اهداف |
| | | تقارن اطلاعاتی بین مدیران و سهامداران | یکپارچه سازی اطلاعاتی |
| | | ریسک سهامداران | اولویت دهی به سهامداران |
| | | محافظة کاری | عوامل مدیریتی |
| 2 | مخبره این اطلاعات ارزیابی ریسک سهامداران و به تبع آن ارزشیابی سهام توسط سرمایه گذاران را تحت تأثیر قرار می‌دهد. محافظه کاری و تمایل کمتر به اعمال غیراخلاقی مانند مدیریت سود | رتبه مسئولیت اجتماعی | پارامترهای حاکمیتی |
| | میزان مدیریت سود بالاتر و شرکت هایی که رتبه مسئولیت اجتماعی پایین تری دارند، محافظه کاری بیشتری دارند. | کیفیت گزارشگری مالی | گزارش دهی |
| | ارتباط بین درجه گزارشگری مسئولیت اجتماعی و ارزش بازار شرکت | درجه گزارشگری مسئولیت اجتماعی | گزارش دهی |

| | | | |
|---|---|---|---|
| ارزش بازار شرکت | ارزش بازار شرکت | ارزش بازار شرکت در راستای توسعه مسئولیت اجتماعی | |
| توسعه پایدار | بعد اقتصادی | بعد اقتصادی به عنوان چک لیست افشای اطلاعات مرتبط با مسئولیت اجتماعی | 3 |
| توسعه پایدار | بعد اجتماعی | بعد اجتماعی به عنوان چک لیست افشای اطلاعات مرتبط با مسئولیت اجتماعی | |
| توسعه پایدار | بعد محیطی | بعد محیطی به عنوان چک لیست افشای اطلاعات مرتبط با مسئولیت اجتماعی | |
| توسعه پایدار | عملکرد اقتصادی | عملکرد اقتصادی به عنوان مؤلفه های بُعد اقتصادی | |
| تدوین اهداف شرکت شاخص های مالی | حضور در بازار و منطقه اثرات اقتصادی غیرمستقیم | حضور در بازار و منطقه به عنوان مؤلفه های بُعد اقتصادی اثرات اقتصادی غیرمستقیم به عنوان مؤلفه های بُعد اقتصادی | 4 |
| اقدامات داوطلبانه | سرمایه گذاری های مسئولانه | سرمایه گذاری مسئولانه به عنوان مؤلفه های بُعد اقتصادی | |
| ساز و کارهای شفاف سازی اولویت دهی به سهامداران گزارش دهی | ایفای تعهد شرکت ها گروه های مختلف ذی نفع گزارشگری مناسب | مسئولیت اجتماعی شرکت ها به عنوان مسئولیت پذیری و ایفای تعهد شرکت ها در قبال گروه های مختلف ذی نفع مسئولیت اجتماعی شرکت ها به عنوان مسئولیت پذیری و ایفای تعهد شرکت ها در قبال گروه های مختلف ذی نفع گزارشگری مناسب در خصوص مسئولیت اجتماعی شرکت ها باید شامل گزارشگری ابعاد اقتصادی، محیطی و اجتماعی مسئولیت پذیری باشد | |
| پارامترهای حاکمیتی | تداوم شرکت ها | مسئولیت اجتماعی شرکتی و افشاگرهای مرتبط با آن عامل ضروری است که به تداوم شرکت ها منجر شود. | 5 |
| مسئولیت پذیری | گسترش مسئولیت پذیری | گسترش مسئولیت پذیری شرکت ها بر این موضوع دلالت دارد که مسئولیت های شرکت ها از آن چه در گذشته بوده یعنی فراهم کردن پول برای سهامداران فراتر رفته است. | |
| اولویت دهی به سهامداران | فراهم کردن پول برای سهامداران | گسترش مسئولیت پذیری شرکت ها بر این موضوع دلالت دارد که مسئولیت های شرکت ها از آن چه در گذشته بوده یعنی فراهم کردن پول برای سهامداران فراتر رفته است. | 6 |
| اولویت دهی به سهامداران | سهامداران، مشتریان، کارکنان، عرضه کنندگان کالا، بانک ها، قانون گذاران، محیط و جامعه | شرکت ها بایستی در برابر ذینفعان شامل سهامداران، مشتریان، کارکنان، عرضه کنندگان کالا، بانک ها، قانون گذاران، محیط و جامعه پاسخگو باشند. | |
| ساز و کارهای شفاف سازی | مکانیزم های حاکمیتی | مکانیزم های حاکمیتی ساختار یافته | |

| | | | |
|--|------------------------------|--------------------------------|-----------|
| افشای حجم اطلاعات مالی و اجتماعی شرکت ها | اطلاعات مالی و اجتماعی | یکپارچه سازی اطلاعاتی | |
| نگرش اقتصادی و حداکثرسازی سود و ارزش | حداکثر سازی سود و ارزش، | شاخص های مالی | |
| شفافیت در اصول، قوانین و مقررات | اصول | الزامات و سیاستها | 7 |
| شفافیت در اصول، قوانین و مقررات | قوانین | الزامات و سیاستها | |
| شفافیت در اصول، قوانین و مقررات | مقررات | الزامات و سیاستها | |
| شفافیت در اصول، قوانین و مقررات | شفافیت | پارامترهای مسئولیت های اجتماعی | |
| شفافیت و پاسخگویی | پاسخگویی | پارامترهای مسئولیت های اجتماعی | |
| مسئولیت پذیری و تفکیک مالکیت از مدیریت | تفکیک مالکیت از مدیریت | یکپارچه سازی ساختاری | 8 |
| حفظ منافع عمومی با مصون سازی اطلاعات | اطلاعات مصون سازی شده | امنیت اطلاعاتی | |
| منافع مدیران و مالکان همسو با اهداف شرکت | همسویی منافع مدیران و مالکان | همسویی و هم راستایی منافع | |
| ساز و کارهای حاکمیت شرکتی، مالکیت سهامداران نهادی | مالکیت سهامداران نهادی | پارامترهای حاکمیت شرکتی | |
| اعتماد سرمایه گذاران نسبت به صورت های مالی | اعتماد سرمایه گذاران | اولویت دهی به سهامداران | |
| تأثیر نسبت تقسیم سود بر ایفای نقش حاکمیتی شرکت | نسبت تقسیم سود | شاخص های مالی | 9 |
| ارتقای سطح مسئولیت اجتماعی | سطح مسئولیت اجتماعی | پارامترهای مسئولیت های اجتماعی | |
| تأثیر اندازه شرکت بر ایفای نقش مسئولیت های اجتماعی | اندازه شرکت | پارامترهای حاکمیت شرکتی | |
| افزایش میزان وجوه نقد | میزان وجوه نقد | پارامترهای حاکمیت شرکتی | |
| فرصت رشد برابر برای سهامداران | فرصت رشد | پارامترهای حاکمیت شرکتی | |
| پیاده سازی اهرم مالی | اهرم مالی | پارامترهای حاکمیت شرکتی | 10 |

| | | | |
|--|--|--|-----------|
| پارامترهای حاکمیت شرکتی | بازده دارایی‌ها | تحلیل بازده دارایی | |
| پارامترهای حاکمیت شرکتی | معیار چرخه صنعت | شناسایی معیار چرخه صنعت | |
| اولویت دهی به سهامداران | اعتماد سرمایه گذاران | اعتماد سرمایه گذاران نسبت به صورت‌های مالی | |
| پارامترهای حاکمیت شرکتی | اهرم مالی | پیاده‌سازی اهرم مالی | |
| پارامترهای حاکمیت شرکتی | بازده دارایی‌ها | تحلیل بازده دارایی | 11 |
| پارامترهای حاکمیت شرکتی | معیار چرخه صنعت | شناسایی معیار چرخه صنعت | |
| اولویت دهی به سهامداران | اعتماد سرمایه گذاران | اعتماد سرمایه گذاران نسبت به صورت‌های مالی | |
| شاخص‌های مالی پارامترهای مسئولیت‌های اجتماعی | نسبت تقسیم سود سطح مسئولیت اجتماعی | تأثیر نسبت تقسیم سود بر ایفای نقش حاکمیتی شرکت ارتقای سطح مسئولیت اجتماعی | |
| پارامترهای حاکمیت شرکتی | اندازه شرکت | تأثیر اندازه شرکت بر ایفای نقش مسئولیت‌های اجتماعی | 12 |
| پارامترهای حاکمیت شرکتی | میزان وجوه نقد | افزایش میزان وجوه نقد | |
| پارامترهای حاکمیت شرکتی | مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی | مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی، مالکیت سهامداران نهایی است. | |
| پارامترهای حاکمیت شرکتی | مالکیت سهامداران | شناسایی وضعیت مالکیت سهامداران | |
| همسویی و هم‌راستایی منافع مشارکت و تعامل سهامداران | استراتژی کارکنان و سایر ذینفعان مشارکت فعال | تدوین استراتژی کارکنان و سایر ذینفعان برقراری مشارکت فعال در بین ذینفعان | 13 |
| همسویی و هم‌راستایی منافع پارامترهای مسئولیت‌های اجتماعی | ارتباط با ذینفعان | برقراری ارتباط مداوم و دوره‌ای با ذینفعان | |
| پارامترهای حاکمیت شرکتی | رقابت عادلانه | پیاده‌سازی بستر رقابت عادلانه | |
| پارامترهای حاکمیت شرکتی | مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی | پیاده‌سازی مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی | |
| پارامترهای حاکمیت شرکتی | مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی | مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی، مالکیت سهامداران نهایی است. | |

| | | | |
|--|------------------------------|--------------------------------|----|
| پاسخگویی و تعهد یک شرکت در قبال عملکرد خود در برابر اجتماع | پاسخگویی در قبال عملکرد شرکت | پارامترهای مسئولیت‌های اجتماعی | ۱۴ |
| برقراری حس تعهد در قبال عملکرد شرکت | تعهد در قبال عملکرد شرکت | پارامترهای مسئولیت‌های اجتماعی | |
| ارائه اطلاعات دقیق از سوی شرکت‌ها به رعایت اخلاق حرفه‌ای | رعایت اخلاق حرفه‌ای | پارامترهای مسئولیت‌های اجتماعی | |
| ایجاد روابط قوی با مشتریان | روابط با مشتریان | اولویت دهی به سهامداران | |
| ایجاد ساز و کارها و رویه‌های حاکمیتی | اتخاذ رویه‌های حاکمیتی | پارامترهای حاکمیت شرکتی | |
| تمرکز بر مالیکت نهایی شرکت‌ها | تمرکز مالکیت | پارامترهای حاکمیت شرکتی | |
| شناخت نسبت به نظریه نمایندگی | نظریه نمایندگی | پارامترهای حاکمیت شرکتی | |
| کسب رضایت روانی سهامداران | رضایت روانی سهامداران | اولویت دهی به سهامداران | ۱۵ |
| شناخت نسبت به ارکان هیئت مدیره شرکت | هیئت مدیره | مشخصه‌های شرکت | |
| ایجاد ساختار مالکیت شرکت | ساختار مالکیت شرکت | مشخصه‌های شرکت | |
| تدوین ساز و کارهای مالکیت نهادی | مالکیت نهادی | پارامترهای حاکمیت شرکتی | |
| در نظر گرفتن حقوق سهامداران | حقوق سهامداران | اولویت دهی به سهامداران | |

در جدول (۲) محتوای بدست آمده به صورت یکپارچه نشان داده شده است:

جدول (۲): یکپارچه‌سازی مفاهیم و محتوای به دست آمده از مصاحبه با خبرگان

| ابعاد اصلی | مقوله‌ها | زیرمقوله‌ها |
|-----------------|------------------------------|---|
| عوامل الزام آور | الزامات مبتنی بر شفافیت مالی | تدوین سیاست‌های مسئولیت‌های اجتماعی تدوین سیاست‌ها و الزامات سیاست‌های اجرایی مسئولیت‌های اجتماعی استراتژی‌ها و سیاست‌های هسته مرکزی سازمان استراتژی‌های مدیریت خط مشی‌گذاری مبتنی بر شفافیت اطلاعات خط مشی اجتماعی |

تدوین دستورالعمل‌های اجرایی
تدوین سیاست‌ها
تدوین الزامات قانونی
رعایت و تبعیت از قوانین و مقررات
اصول

هم راستایی اهداف شرکت
هم راستایی دیدگاه‌ها

اهداف کسب و کار
تدوین اهداف بلندمدت
اهداف کوتاه مدت
بهبود سازی اهداف شرکت
اهداف مالی شرکت
حضور در بازار و منطقه
اهداف مالی

ورود به بازارهای جدید صادراتی،

هدف گذاری

تصمیمات شرکت

ارزش بازار

اهداف کسب و کار

افشا احترازی

افشا مطلوب

افشا دوجانبه

امینت اطلاعات ذینفعان

محرمانگی اطلاعات

سطح دسترسی افراد

تبادلات اطلاعاتی

اثرگذاری بر مبادلات مالی

انتشار گزارشات سالانه

انتشار عملکرد شرکت

گزارشات محیطی و اجتماعی

طراحی فرآیندهای گزارش دهی

ارایه گزارشات مالی

اولویت‌های گزارش دهی مسئولیت‌های اجتماعی

ایجاد ساختارهای گزارش دهی یکپارچه

افشاء جداگانه تحت عنوان گزارش مسئولیت

اجتماعی

کیفیت گزارشگری مالی

هم سویی و هم راستایی

استراتژیک بین مدیران و

ذینفعان

تدوین اهداف شرکت مبتنی بر

شفاف سازی مالی

افشاء اطلاعات به نفع ذینفعان

عوامل ساختاری

مصون سازی اطلاعات

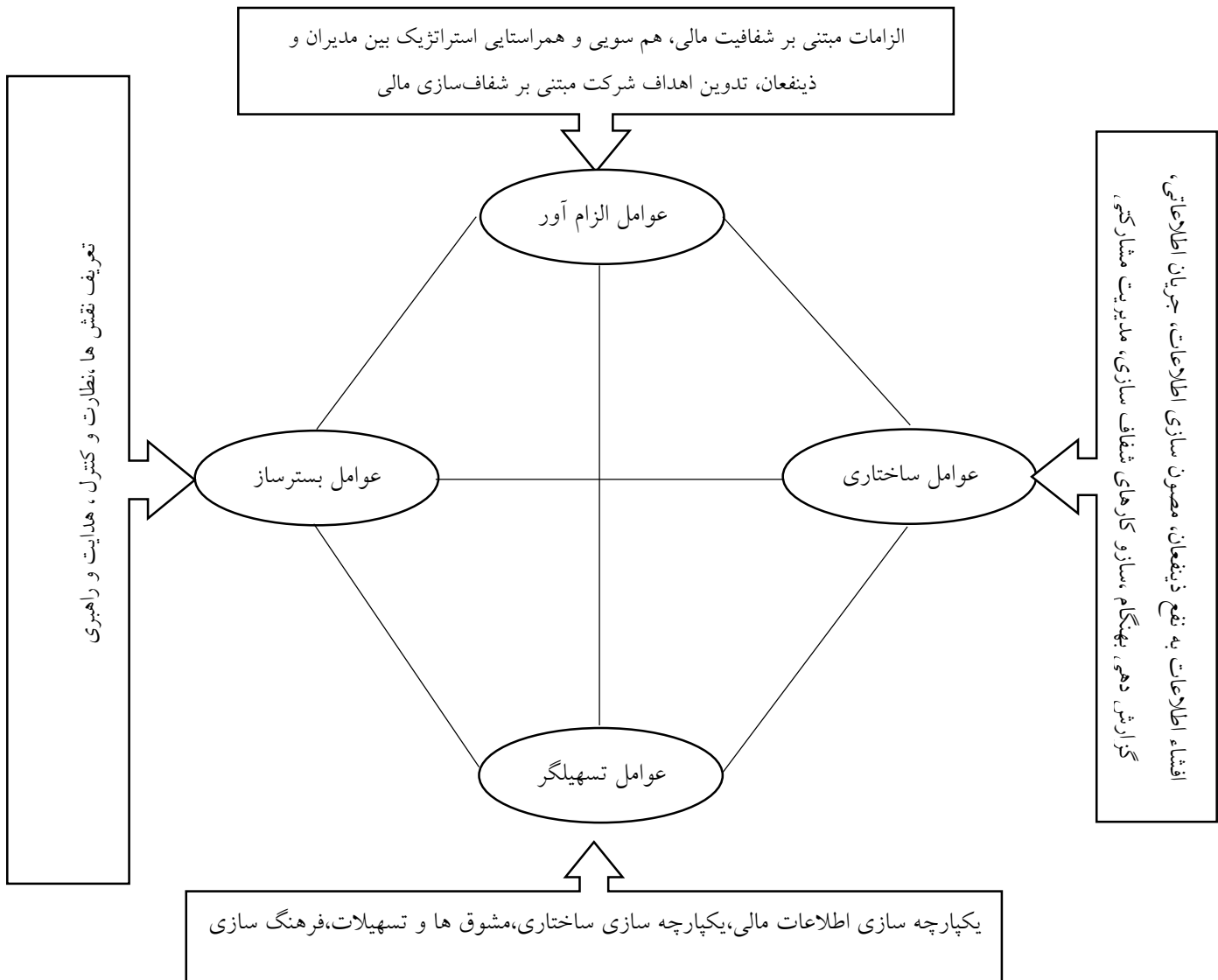
جریان اطلاعاتی

گزارش دهی بهنگام

| | | | |
|--|-------------------------------|---------------------------|----------------|
| <p>درجه گزارشگری مسئولیت اجتماعی</p> <p>ایجاد ساز و کارهای شفافیت مالی</p> <p>فرآیند تصمیم‌گیری</p> <p>استقرار سیستم‌های کنترلی</p> <p>شفافیت اطلاعات سهامداران</p> <p>شفاف سازی عملکرد مدیران</p> <p>ارتقا شفافیت و بازارهای کارآمد</p> <p>ایجاد مکانیزم‌های تصمیم‌گیری در شرکت</p> <p>چارچوب سازی مکانیزم‌های حسابداری مدیریت</p> <p>مدیریت ریسک و چالش‌های امنیتی جدید و ناشناخته</p> <p>ایجاد عرصه رقابتی</p> <p>استقرار سیستم شفاف مالی</p> <p>عملکرد عادلانه</p> <p>مشارکت در تصمیم‌گیری</p> <p>مشارکت سهامداران در تصمیمات</p> <p>فرآیندهای تصمیم‌گیری</p> <p>مشارکت اجتماعی</p> <p>کنترل اقدامات</p> <p>تعریف نقش‌ها و مسئولیت‌ها</p> <p>تفویض اختیارات</p> <p>سیستم پاسخگویی</p> <p>سلسله مراتب گزارش‌دهی</p> <p>نظارت مؤثر بر اعضای هیئت مدیره</p> | <p>ساز و کارهای شفاف سازی</p> | | |
| | | مدیریت مشارکتی | |
| | | تعریف نقش‌ها | عوامل بسترساز |
| | | نظارت و کنترل | |
| <p>محدودسازی</p> <p>ایجاد مکانیزم‌های کنترلی</p> <p>ایجاد کمیته ممیزی و نظارت</p> <p>کنترل اثربخش کسب و کار</p> <p>کنترل نرخ‌ها و شاخص‌های مالی</p> <p>طراحی سیستم‌های کنترلی</p> <p>هدایت بازارهای مالی</p> <p>اولویت‌دهی به علایق ذینفعان</p> <p>ایجاد فصل مشترک بین ذینفعان و شرکت</p> <p>مکانیسم‌های هدایت و کنترلی</p> <p>هدایت بازارهای مالی</p> <p>اولویت‌دهی به علایق ذینفعان</p> | | هدایت و راهبری | |
| | | یکپارچه سازی اطلاعات مالی | عوامل تسهیل‌گر |
| <p>یکپارچه سازی استراتژی‌های شرکت با مسئولیت‌های اجتماعی</p> <p>شفاف سازی اطلاعات</p> | | | |

| | |
|---|----------------------|
| همکاری بین شرکت و سهامداران | |
| افشای اطلاعات عملکردی | |
| افشای اطلاعات مالی | |
| افشای اطلاعات ذینفعان | |
| ارتباط بین مدیران و سهامداران | |
| همسوسازی دیدگاه و علایق سهامداران و مالکان | |
| ایجاد ساختار سهامداران | |
| یکپارچگی بین مدیریت، اعضای هیئت مدیره و سهامداران | |
| ارتباط بین اهداف اجتماعی و اقتصادی | |
| ایجاد یکپارچگی مالی | |
| تفکیک مالکیت از مدیریت | یکپارچه سازی ساختاری |
| عدم تقارن اطلاعاتی | |
| اولویت دهی به ذینفعان | مشوق ها و تسهیلات |
| حداکثرسازی منافع ذینفعان | |
| سودآوری به نفع ذینفعان | |
| نگرش های مالی شرکت | فرهنگ سازی |
| رفتار مسئولیت های اجتماعی | |
| نهادینه سازی اخلاق کسب و کار حرفه ای | |
| رفتارسازی حرفه ای | |
| ارتقای آموزش و ارتقاء و حفاظت از فرهنگ، | |

بر اساس دسته‌بندی صورت گرفته، الگوی پارادایمی تحقیق به صورت شکل (۱) می‌باشد:



شکل (۱): الگوی پارادایمی تحقیق

۵- بحث و نتیجه‌گیری

در این تحقیق مهمترین مسئله‌ی موجود در بسیاری از شرکت‌های دولتی، خصولتی و خصوصی که همانا الگوی حسابداری مدیریت استراتژیک مبتنی بر تفکر انتقادی از منظر ایفای نقش مسئولیت‌های اجتماعی است، مورد بحث و بررسی قرار گرفت. پس از تبیین چالش‌ها و دغدغه‌های

موجود در زمینه‌ی بسترهای حسابداری مدیریت استراتژیک به منظور ایفای نقش مسئولیت‌های اجتماعی، به ارائه‌ی مبانی نظری تحقیق و پژوهش‌ها و نظریه‌ها و مدل‌های مبنایی و تبیین روند مطالعات مرتبط با مسئولیت‌های اجتماعی و حسابداری مدیریت استراتژیک پرداخته شد. در بررسی و تحلیل نظریات سعی شد که

مبانی و نظریه‌های مسئولیت‌های اجتماعی مد نظر قرار داده بودند مورد بررسی قرار گیرند. همچنین در این بخش تاریخچه، تعاریف، اصول، مدل‌ها، نقش‌ها و مسئولیت‌ها، اهداف غایی استانداردهای بین‌المللی و نمونه‌های موفق در این حوزه به همراه نظام‌های جهانی رتبه‌بندی بررسی شد و تئوری‌های حسابداری مدیریت استراتژیک از منظر تئوری‌پردازان حسابداری، حسابرسی، حسابرسی مدیریت و مدیریت استراتژیک مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت. در مرحله‌ی بعد و در بخش کیفی با استفاده از روش تحلیل مضمون به شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های مؤثر بر ایفای نقش مسئولیت‌های اجتماعی با تأکید بر حسابداری مدیریت استراتژیک پرداخته شد. در این تحقیق، مدل حسابداری مدیریت استراتژیک در قالب چهار مضمون اصلی و شانزده مضمون فرعی طی کدگذاری ارائه و تبیین شد. چهار مضمون اصلی شامل عوامل الزام آور، عوامل ساختاری، عوامل بستر ساز و عوامل تسهیل گر است. مضامین الزامات ناظر بر اقداماتی است که در راستای هم-سوسازی، هم‌راستایی و جهت‌دهی به ترجیحات، انتظارات و اقدامات مدیران، اعضای هیئت مدیره و تمامی ارکان اجرایی شرکت‌ها، به منظور ایجاد شفافیت مالی به عنوان یکی از شئون مسئولیت‌های اجتماعی از طریق بستر حاکمیت شرکتی به نفع ذینفعان، سهامداران و مشتریان انجام می‌شود. بر اساس نتایج حاصل از مصاحبه با خبرگان، عوامل الزام‌آور شامل تدوین اهداف شرکت مبتنی بر شفاف‌سازی مالی، هم‌سویی و هم‌راستایی استراتژیک بین مدیران و ذینفعان و تدوین اسناد بالادستی مبتنی بر شفافیت مالی است. با توجه به مطالعات صورت گرفته در زمینه‌ی اقدامات مورد نیاز در راستای ایجاد الزامات مورد نیاز به این موضوع اشاره کردند که در بسیاری از شرکت‌ها و سازمان‌ها، تدوین یک نقشه‌ی راه عملیاتی مبتنی بر شفافیت مالی، می‌تواند سهم بسزایی در ایفای تعهدات توسط مدیران در قبال سهامداران و ذینفعان را ایجاد نماید. رعایت و تبعیت از قوانین و مقررات به عنوان یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های بُعد اقتصادی در مقالات اشاره شده

است و همچنین در راستای الزامات، تدوین و ابلاغ آئین-نامه‌ها به منظور هدایت و راهبری ذینفعان و سهامداران می‌تواند بر لازم‌الاجرا شدن اقدامات در راستای شفافیت مالی بیفزاید. در بُعد مضامین الزام‌آور، تدوین اهداف شرکت در مسیر شفاف‌سازی اطلاعات در قالب نقشه‌ی راه می‌تواند شرکت را به منظور هدف‌گذاری و شاخص‌گذاری مناسب به منظور پایش و کنترل اهداف شفاف‌سازی کمک نماید. مضامین الزام‌آور مجموعه‌ای از قواعد، قوانین، ساختارها و فرآیندهایی را می‌تواند ایجاد نماید که در تدوین، تنظیم، تفسیر، تبعیت و اجرای قانون مورد استفاده قرار گیرد. ایجاد مضامین الزام‌آور در شرکت‌ها سبب حفاظت از حقوق سهامداران و ذینفعان می‌گردد و قواعد و هنجارها و ارزش-هایی که سازمان‌ها می‌بایست از آن‌ها تبعیت نمایند را وضع و اجرا می‌نمایند. این سیستم هم قوانین ملی و هم قوانین وضع شده توسط سازمان‌های ذی‌نقش و ناظر بر حاکمیت شرکتی و نهادهای نظارتی سایر ذینفعان را در بر می‌گیرد. لاپوترا و همکاران (۲۰۰۰) در تحقیق خود بر اهمیت حمایت از سرمایه‌گذاران از منظر قانونی تأکید می‌کنند و بیان می‌کنند که الزامات مفیدترین ساز و کار کنترل و حمایت از سرمایه‌گذاران می‌باشند. الزامات، روابط میان عاملان سازمانی با کلیه‌ی ذینفعان را می‌تواند تنظیم نماید و معیار و مبنایی برای رسیدگی به شکایات و دعوا باشد. این سیستم می‌تواند به عنوان قراردادی به منظور شفافیت مالی و غیرمالی شرکت‌ها قلمداد شود و ابزاری توانمند به منظور کنترل بیرونی به حساب آید. در همین زمینه، کروسلند و همبریک (۲۰۱۱) بیان می‌کنند که قوانین سازمان‌ها و نهادهای ملی و وابسته به دولت و حاکمیت می‌تواند جهت ترجیحات و رفتار مدیران را تعیین نماید. الزامات بایستی بر اساس نُرْم‌ها و هنجارهای ملی هر کشور تدوین شود و سبب بازتنظیم قواعد شناختی و فیلترهای ذهنی حاکمان شرکت‌ها شود. بسیاری از آئین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های ناکارآمد در کشور ما، ترجمه شده مقررات سایر کشورها است که در آن‌ها بستر و زمینه‌ای که آن قانون می‌خواهد برای اجرایی شدن دیده نشده است. یکی

دیگر از مضامین اصلی در راستای شفافیت مالی شرکت‌ها به نفع ذینفعان و سهامداران، مضامین سازمان رسی است. یکی از مشکلات عمده در مسیر تحقق حسابداری مدیریت استراتژیک، منفعل عمل کردن حاکمان شرکتی است. حسابداری مدیریت استراتژیک در سازمان‌ها نقش راهبردی و اداره‌کننده دارد و این نقش می‌تواند مسیر دستیابی به شفافیت مالی را تسریع بخشد. حاکمیت شرکتی می‌تواند به عنوان یک تسهیل‌کننده عمل نماید و در فرآیند طراحی و تعدیل مأموریت، اهداف، استراتژی‌ها و سیاست نقش رهبری را بر عهده گیرد و از کمیته‌های فعال و پویا و جهت‌دهنده که در اختیار می‌گیرد، این مسیر را هموار سازد. در راستای ایجاد شفافیت مالی به عنوان یکی از مهمترین کارکردهای مسئولیت اجتماعی، حاکمیت شرکتی با ایجاد ساز و کارهای نظارتی می‌تواند یک حرکت فعالانه را به سمت ایجاد شفافیت مالی صورت دهد. حسینی و حقیقت (۱۳۹۵)، بیان می‌کنند که پیاده‌سازی مکانیزم‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و ایجاد بستر رقابت عادلانه بین سهامداران، بر تعدیل عملکرد مالی شرکت نقش مهمی را ایفا می‌نماید. صبوحی و محمدزاده (۱۳۹۷)، ایجاد ساختار حسابداری مدیریت استراتژیک در راستای بهبود عملکرد شرکت را ضروری می‌داند که در این مسیر، ارزیابی عملکرد مالی شرکت و تدوین ساز و کارهای نظارتی و ارزیابی اهمیت دارد. آرسیز (۲۰۱۷) معتقد است که تدوین اهداف بلندمدت به منظور تصمیم‌گیری در راستای نقش مسئولیت‌های اجتماعی به منظور شاخص‌گذاری و ارزیابی‌های مقطعی و دوره‌ای می‌تواند بر تحقق شفافیت مالی مؤثر باشد. ساز و کارهای بازار سهام می‌تواند حاکمیت شرکت‌ها، مدیران و اعضای هیئت مدیره را کنترل نماید. نمایان شدن کاهش ارزش سهام در بازار سرمایه می‌تواند از ضعف مدیران سازمان در اتخاذ تصمیمات راهبردی و اقدامات مناسب نشأت بگیرد. دالتون و همکاران (۲۰۰۷) معتقد هستند که بازار ساز و کاری دارد که می‌تواند شرکت‌ها را پایش و کنترل نماید و این ساز و کار مبتنی بر این منطق استوار است که بازار بر اساس بخش از منظومه‌ی عملکردی اعضای

تصمیم‌گیر فعالیت می‌کند. سومین مضمون اصلی به دست آمده در راستای تحقق شفافیت مالی، مضامین توسعه ساختاری است. مضامین توسعه ساختاری، ناظر بر اقداماتی است که مسیر پیاده‌سازی الزامات را تسهیل و تسریع می‌نماید. طبق نظر آنسیو و همکاران (۲۰۲۰) تا مادامی که پشتیبانی و یکپارچه‌سازی اطلاعات در شرکت‌ها صورت نگیرد، نباید به زنده ماندن مسئولیت‌های اجتماعی و شفافیت مالی امیدوار بود. تنظیم و برقراری زیرساخت‌های اساسی، ایجاد تمهیدات مالی به منظور تقویت نرم افزاری و سخت افزاری می‌تواند شرکت را در مسیر دستیابی به مزیت‌های شفافیت مالی کمک نماید. حاکمیت شرکتی، از طریق بسترسازی مناسب از طریق گفتمان‌سازی و جریان‌سازی اطلاعاتی از طریق تمهیدات ساختاری و ارتباطاتی در سازمان ایجاد می‌شود و هر دو از عناصر ضروری برای موفقیت شفافیت مالی تأثیرگذار هستند. مصون‌سازی و ایمن‌سازی اطلاعات به عنوان یک عامل پیش‌برنده در جریان‌سازی مطلوب اطلاعات در سازمان، تأثیرگذار است. تمامی مدیران و ذینفعان باید این اطمینان را داشته باشند که ایمن‌سازی اطلاعات، می‌تواند مسیر تحقق شفافیت مالی را تسهیل نماید. تمامی آحاد سهامداران و ذینفعان باید این حقیقت را دریابند که حفظ محرمانگی اطلاعات و مالکیت معنوی می‌تواند نقش مهمی را در راستای پیاده‌سازی شفافیت مالی صورت دهد.

۶- منابع و مأخذ

۱. پورعلی، محمدرضا. داداشی. نسرین. (۱۴۰۱). تأثیر مسئولیت اجتماعی و ریسک‌پذیری بر عملکرد شرکت‌ها با توجه به متغیر تعدیل‌گر محدودیت مالی. فصلنامه حسابداری مدیریت، شماره ۴۱.
۲. پورعلی، محمدرضا. رجیبی، علی اکبر. (۱۳۹۹). مروری نظری بر نقش مسئولیت اجتماعی شرکت (اخلاق

- فراسازمانی) در پیشبینی سود توسط سرمایه گذاران. فصلنامه مطالعات حسابداری و حسابرسی، سال نهم، شماره ۳۴.
۳. طالب نیا، قدرت. رجب دری، حسین. (۱۳۹۷). بررسی عوامل مؤثر بر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها. فصلنامه مدیریت اسلامی، دوره ۲۶، شماره ۲.
۴. روبری، سیده امنه. کردستانی، غلامرضا. (۱۴۰۰). وضعیت حسابداری مدیریت استراتژیک در ایران: رویکرد تکتیکی - مدیریتی. فصلنامه حسابداری مدیریت. دوره ۱۰، شماره ۴۰.
۵. کرسول، جان. دبلیو، ک. (۱۳۹۰). روش های پژوهش ترکیبی. تهران: نشر آبیژ.
۶. گافکین، میکائیل؛ مهتدی، اعظم و اصغری، ایرج. (۱۳۹۴). مروری بر تئوری های انتقادی حسابداری. **فصلنامه حسابداری**، ۵(۲)، ۷۸-۵۹.
۷. سحری، محمدرضا. حیدرپور، فرزانه. (۱۴۰۲). ویژگی های حاکمیت شرکتی، حسابداری مدیریت استراتژیک و حسابداری مدیریت، دوره ۱۲، شماره ۴۵.
۸. مهتدی، اعظم؛ حجازی، رضوان؛ حسینی، سیدعلی و مومنی، منصور. (۱۳۹۷). به کارگیری تکنیک تحلیل مؤلفه های اصلی در داده کاهی متغیرهای مؤثر بر بازده مالی مبتنی بر رویکرد مالی رفتاری. **فصلنامه پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی**، ۱۰(۳۷)، ۵۲-۲۵.
۹. محمدپور، احمد. (۱۳۹۲). بررسی روش نظریه داده بنیاد. فصلنامه پژوهش های کیفی.
۱۰. مشایخ، شهناز، پارسایی، منا، کرانی، اکرم. (۱۴۰۰). رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با کیفیت اطلاعات حسابداری و گزارش حسابرس. فصلنامه پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی، دوره ۱۳، شماره ۵۱.
۱۱. نظری، مونا؛ رهنمای رودپشتی، فریدونی؛ نیکومرام، هاشم و پورزمانی، زهرا. (۱۳۹۷). ارائه الگوی اصول یکپارچه
- حسابداری مدیریت مبتنی بر تفکر انتقادی. **حسابداری مدیریت**، ۱۱(۳۹)، ۶۷-۸۱.
۱۲. نوری، شهرام. خدابخشی، پاریجان. زارعی، سمیرا. (۱۴۰۱). نقش حسابداران مدیریت بر شیوه‌های اجرایی حسابداری مدیریت استراتژیک: نقش فرهنگ سازمانی و سیستم‌های اطلاعاتی. فصلنامه تحلیل بازار سرمایه، شماره ۴.
۱۳. یگانه، یحیی، سهرابی، حسینعلی. کناری، محمد. (۱۳۹۸). ارتباط گزارشگری مسئولیت اجتماعی با ارزش شرکت. فصلنامه پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی.
14. Beck, U. (1992). *Risk society: Towards a new modernity*. London, England: Sage Publications.
15. Bevir, M. (1999). *Foucault, power and institutions*. *Political Studies*, 47(2), 345-359.
16. Bucaro, A. (2019). *Enhancing auditors critical thinking in audits of complex estimates*. *Journal of Accounting Organization and Society*, 73, 35-49.
17. Bricker, R.J. and Previts, G.J. (1990). *The sociology of accountancy: A study of academic and practice community schisms*. *Accounting Horizons*, 4(1), 1-14.
18. Brown, J. and Dillard, J. (2013). *Agonizing over engagement: SEA and the death of environmentalism debates*. *Critical Perspectives on Accounting*, 24(1), 1-18.
19. Broadbent, J. (2002). *Critical Accounting Research: A View from England*. *Critical Perspectives on Accounting* 13(4):433-449.
20. Brown, J. (2009). *Democracy, sustainability and dialogic accounting technologies: Taking pluralism seriously*.

Critical Perspectives on Accounting, 20(3), 313–342.

21. Burchell, S., Clubb, C., Hopwood, A., Hughes, J. and Nahapiet, J. (1980). *The roles of accounting in organizations and society*. *Accounting, Organizations and Society*, 5(1), 5–27.

22. Burrell, G. and Morgan, G. (1979). *Sociological paradigms and organisational analysis*. Aldershot, England: Ashgate Publishing.

23. Calma, A., Baird, V.C., (2021). *Assessing critical thinking in business education: Key issues and practical solutions*. *The International Journal of Management Education*, Volume 19.

24. Chabrak, N. (2021). *Money talks: The language of the Rochester School*. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 25(3), 452–485.

25. Chalmers, A.F. (2013). *What is this thing called Science?*. (4th ed.). Indianapolis, IN: Hackett Publishing Company.

26. Chiapello, E. (2017). *Critical accounting research and neoliberalism*. *Critical Perspectives on Accounting*, 43, 47-64.

27. Paltrinieri, A., Dreassi, A., Migliavacca, M., Piserà, S., 2020. *Islamic finance development and banking ESG scores: evidence from a cross-country analysis*. *Res. Int. Bus. Financ.* 51, 101100.

Patten, D.M., 1992. *Intra-industry environmental disclosures in response to the Alaskan oil spill: a note on legitimacy theory*. *Account. Organ. Soc.* 17 (5), 471–475.

**proposing a role model of accounting strategic
management based on playing the role of social
responsibilities**

¹Reza Mozaffari

² Mohammad Reza Pourali*

³ Mahmoud Samadi Largani

⁴Seyyed Fakhreddin Fakhr Hosseini

Abstract

The success of any organization in achieving its goals depends significantly on the decisions of managers. The success of strategic management accounting also depends on being able to improve managers' decision-making by providing useful information; But the main issue in strategic management accounting is paying attention to the stakeholders and effective management on them through the use of social responsibility components, which recently became one of the requirements of the accounting and financial field among businesses. , companies and organizations have been mentioned. For this purpose, in this article, using the method of thematic analysis, a conceptual model has been presented in line with the presentation of the accounting model of strategic management based on the role of social responsibilities through interviews with experts. It was targeted and accessible to 15 people until reaching theoretical saturation. The research results in the form of the presented model have four dimensions including binding factors that include requirements based on financial transparency, strategic alignment and alignment between managers and stakeholders, formulation of company goals based on financial transparency, structural factors including information disclosure. For the benefit of the stakeholders, information security, information flow, timely reporting, transparency mechanisms and collaborative management and foundational factors including role definition, monitoring and control, guidance and leadership and facilitating factors including the integration of financial information, integrated It is structural building, incentives and facilities and cultural building.

Keyword: Strategic management accounting, Theme analysis, Social Responsibilities

¹ Ph.D Student of Accounting, Tonekabon Branch, Islamic Azad University, Tonekabon, Iran.Rmozaffari803@gmail.com

² *Associate Professor of Accounting Department, Chalous Branch, Islamic Azad University, Chalous, Iran (Corresponding Author)Pourali@iauc.ac.ir

³ Assistant Professor of Accounting Department, Tonekabon Branch, Islamic Azad University, Tonekabon, Iran . mstlargani@gmail.com

⁴ Associate Professor of Accounting Department, Tonekabon Branch, Islamic Azad University, Tonekabon, Iran.Sf.fakhrhosseini@iau.ac.ir