

نوآوری و خلاقیت در تعیین و اولویت‌بندی شاخص‌های افشا مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها

امیر شمس کلونچی^۱

علیرضا مهرآذین^۲

ابوالقاسم مسیح آبادی^۳

محمد رضا شورورزی^۴

چکیده

زمینه: در سال‌های اخیر شاهد افزایش اهمیت مسئولیت اجتماعی و گزارشگری آن در میان سازمان‌ها بوده ایم. در این راستا خلاقیت و نوآوری در تعیین و الویت‌بندی مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از اهمیت خاصی برخوردار است.

هدف: تحقیق حاضر، مؤلفه‌ها و شاخص‌های افشا مسئولیت‌های اجتماعی را با بررسی نظر خبرگان در یک چارچوب جامع ارائه و مورد تحلیل قرار می‌دهد. همچنین پس از تعیین مؤلفه‌ها به بررسی شکاف بین وضعیت موجود و مورد انتظار از نظر خبرگان پرداخته شد.

روش: جامعه آماری مورد مطالعه شامل اساتید دانشگاهی، کارشناسان و مدیران شاغل در حرفه حسابداری، حسابرسی و مدیریت مالی ایران در سال ۱۳۹۶ است. داده‌های پژوهش با استفاده از آزمون تحلیل عاملی اکتشافی و آزمون تی از طریق نرم افزار SPSS تحلیل شد.

یافته‌ها: نتایج تحلیل عاملی اکتشافی نشان داد که ۸ بعد برای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها (رهبری و فرایندهای درون سازمانی، حمایت از محیط زیست، محیط کار، جامعه و کشور، حمایت از کارکنان، ارائه گزارشات، کمک‌های عام‌المنفعه و کسب استانداردها) قابل استخراج است و همچنین نتایج حاصل از آزمون تی نشان داد که بین وضعیت موجود (عملکرد فعلی) و مورد انتظار از نظر خبرگان تفاوت معناداری وجود دارد.

نتیجه‌گیری: این تحقیق با این امید انجام شده است که شرکتها شفافیت را در اولویت برنامه‌های خود قرار دهند و مدیران به افشای داوطلبانه اطلاعات مسئولیت‌های اجتماعی تمایل داشته باشند.

واژه‌های کلیدی: افشا مسئولیت اجتماعی، بورس اوراق بهادار تهران، تحلیل عاملی اکتشافی، گزارشگری اجتماعی.

۱. دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، واحد نیشابور، دانشگاه آزاد اسلامی، نیشابور، ایران shams1122@gmail.com

۲. استادیار، گروه حسابداری، واحد نیشابور، دانشگاه آزاد اسلامی، نیشابور، ایران (نویسنده مسئول) Mehrazeen@gmail.com

۳. استادیار، گروه حسابداری، واحد سبزوار، دانشگاه آزاد اسلامی، سبزوار، ایران massihabadee@gmail.com

۴. دانشیار، گروه حسابداری، واحد نیشابور، دانشگاه آزاد اسلامی، نیشابور، ایران shorvarzi@gmail.com

پیشگفتار

مطمئن ترین مسیر پیش روی کشور در راستای دستیابی به اهداف مندرج در برنامه های توسعه، ایجاد ساختاری مناسب در جهت تدوین خط مشی های مطلوب، تعیین متولی اجرا و استفاده از نظرات ذینفعان است. از سوی دیگر، پایبندی به اسناد برنامه های توسعه و الزامات اجرایی توسط دولتها و مدیران ارکان مختلف در طول ادوار مختلف نیز، در این امر خطیر موثر است. (علی آبادی و همکاران، ۱۳۹۷)

انتقادهای زیادی از سوی سرمایه داران تجارت آزاد و فعالان ضدجهانی سازی و نیز طرفداران محیط زیست در مورد مسئولیت اجتماعی شرکتی صورت گرفته است. سرمایه داران تجارت آزاد فکر می کنند هر چیزی که مانع کسب سود شود، ایده خوبی نیست و منافع شخصی در نهایت به هر شکل می تواند پیشرفت های اجتماعی را هم به دنبال داشته باشد. اما مخالفان جهانی سازی و طرفداران محیط زیست فکر می کنند شرکت ها از این روش برای احیاء وجهه تخریب شده خود و به نمایش گذاشتن چهره خوبی از خودشان سوء استفاده می کنند. در حالی که به اصول اساسی نمی پردازند، با این حال، بسیاری از کشورها وقتی مسائل اخلاقی، شرایط محیط کار، پایداری محیط زیست و غیره مطرح می شود، در اتخاذ رفتارهای مسئولانه پیشتاز هستند. این امکان که سازمان ها می توانند با سرمایه گذاری بر روی مسئولیت اجتماعی، یک مزیت رقابتی بوجود آورند با تغییراتی که در رفتار و نگرش های سرمایه گذاران نسبت به اجتماع بوجود آمده است نیز به شدت در سال های اخیر در حال افزایش است (وهاب و الساید، ۲۰۱۵). هم چنین افشا مناسب مسئولیت اجتماعی شرکت ها جایگاه به مراتب رفیع تری در دستور کار بورس اوراق بهادار به عنوان یک سازمان تاثیر گذار در این زمینه دارد.

در دهه اخیر، همواره گزارشگری با رویکرد اجتماعی و زیست محیطی برای فعالیتهای تجاری و عمومی مورد تأکید بیشتری قرار گرفته است. گذشته از این، انتقاد می شود که

حسابداری و گزارشگری مالی متداول نمی تواند اطلاعات کافی برای این رویکرد فراهم کند و از این رو نیاز گسترده تری به گزارشگری با این رویکرد در شرکت ها و سازمان ها احساس می شود. شرکت ها، واکنش های مختلفی در جهت پاسخگویی به تقاضاهای جدید دارند به گونه ای که برخی شرکت ها فرهنگ سازمانی و حاکمیتی خود را تغییر داده و در نظر گرفتن مسولیت اجتماعی شرکت ها را به عنوان هسته اصلی فعالیت های تجاری شان پذیرفته اند (حساس یگانه و برزگر، ۱۳۹۳).

بیشتر صاحب نظران معتقدند که هزینه های مسولیت اجتماعی کوتاه مدت و منافع آن بلند مدت است. مسولیت اجتماعی در واقع نوعی سرمایه گذاری برای آینده به امید کسب مزیت رقابتی پایدار و بلند مدت است.

تعامل در فعالیت های اجتماعی، که نشان دهنده یک سیستم تثبیت شده مطلوب نیز است، بیانگر یک رفتار تایید شده اجتماعی بوده که تاکتیک موثر مستقر مدیران به جهت مشروعیت دادن بر سازمان خود را تشکیل می دهد (هان و کاهن^۱، ۲۰۱۳).

تئوری مشروعیت بیان می کند که میان شرکت ها و جامعه ای که شرکت ها در آن فعالیت می کنند قراردادی اجتماعی وجود دارد. لذا انتظار می رود ایفای مسولیت اجتماعی شرکت ها با مکانیزم های راهبری شرکتی که مجموعه ای از قواعد ناظر بر هدایت، کنترل و نظارت شرکت ها هستند، بهبود یابد (سان، یای و لین^۲، ۲۰۱۲).

افشا بیشتر مسولیت های اجتماعی منجر به تمایل شرکت ها در تعهد نسبت به عملکرد اجتماعی در تمامی ابعاد شده و اثر قابل توجهی بر عملکرد شرکت دارد؛ چرا که این تمایل منجر به ترغیب واحد تجاری برای بهبود وضعیت زیست محیطی، شامل استفاده از انرژی، مواد و ضایعات کمتر می شود. در نتیجه می تواند بازده بلند مدت خود را از طریق کاهش اثرات منفی بر اجتماع به صورت اختیاری کاهش دهد (ساندو و کاپور^۳، ۲۰۱۰). بنابراین

1 . Hahn & Kuhnen
2 . Sun & Yi & Lin
3 . Sandhu & Kapoor

اجرا و افشا عملکرد اجتماعی منجر به تاثیرگذاری در موفقیت شرکت در بلند مدت شده و رشد اقتصادی و افزایش توان رقابتی شرکت خواهد داشت. طبق نظریه مشروعیت حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی دو هدف اصلی بهبود گزارشگری است (لی و ژانگ^۱، ۲۰۱۷). در چند دهه گذشته مفهوم مسولیت اجتماعی به عنوان یک مضمون اصلی برای اینکه شرکت‌ها به آن پردازند مطرح شده است. توسعه مسئولیت اجتماعی شرکتی در ایران به شدت در ارتباط با فشار فزاینده ناشی از رقابت شدید در بازار کشور است (راه چمنی، ۱۳۹۱). بنابراین اغلب شرکت‌ها از یک زاویه راهبردی برای بهبود هویت شرکتی شان به آن نگاه می‌کنند که می‌تواند سهم بازار را افزایش دهد. همچنین روند خصوصی سازی بانک‌های ایران با مالکیت دولتی، مسئولیت اجتماعی را به عنوان یک شیوه برای تسلیم بخش‌های امور جامعه به بخش خصوصی و افزایش همکاری جهت ارتقا قدرت رقابت ملی و بین المللی می‌بینند (اسچالدنس و هانگ^۲، ۲۰۱۳).

شرکت‌هایی که عملکرد اجتماعی بالاتری دارند تمایل بیشتری به افشای فعالیتهای عمومی فعالیت‌های اجتماعی خود دارند و این موضوع کاهش هزینه‌های تامین سرمایه و بدهی را به دنبال خواهد داشت.

نظریه‌های موجود در رابطه با مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها عبارتند از: الف-نظریه مشروعیت؛ بیان می‌کند که سازمان‌ها و شرکت‌ها تا زمانی می‌توانند به حیات خود ادامه دهند که جامعه آنها را مشروع بداند و به آنها مشروعیت ببخشد. به عبارتی دیگر، قرارداد اجتماعی ما بین شرکت‌ها و تک تک اعضای جامعه وجود دارد. جامعه به عنوان مجموعه-ای از افراد به سازمان‌ها و شرکت‌ها رسمیت و اختیار استفاده از منابع طبیعی و نیروی کار را ارائه می‌کند. سازمان‌ها و شرکت‌ها از این منابع استفاده می‌کنند و ضمن ارائه کالا و خدمات به جامعه، بر روی محیط اثرات منفی می‌گذارند. مشروعیت منبعی است که

1 . Liu & zhang
2 . Scholtens & Kang

حیات سازمان و شرکت به آن وابسته است. اما سازمان و شرکت می‌تواند بر این منبع اثر گذاشته و یا آنرا دستکاری نماید. ب- نظریه گروه‌های ذینفع: در تئوری گروه‌های ذینفع، هم شاخه‌ی اخلاقی (یا دستوری) و هم شاخه‌ی مدیریتی (یا اثباتی) وجود دارد. شاخه‌ی اخلاقی، به این موضوع می‌پردازد که سازمان‌ها و شرکت‌ها چگونه باید با گروه‌های ذینفع خود رفتار کنند. این دیدگاه بر مسئولیت‌های سازمان‌ها و شرکت‌ها تأکید دارد. در مقابل شاخه‌ی مدیریتی تئوری گروه‌های ذینفع بر نیاز به مدیریت گروه‌های ذی‌نفع خاص (به ویژه آنهایی که بر منابع ضروری برای سازمان و شرکت کنترل دارند) تأکید دارد. هر چه این گروه‌های ذینفع برای سازمان و شرکت مهمتر باشند، سازمان و شرکت تلاش بیشتری در زمینه مدیریت روابط با آنها انجام می‌دهد. ارائه اطلاعات، اقدام اصلی است که می‌تواند توسط سازمان و شرکت برای مدیریت و یا تغییر عقاید گروه‌های ذینفع و به منظور سود بردن از حمایت و پشتیبانی آنها و یا منصرف ساختن آنها از مخالفت کردن با سازمان و شرکت انجام گیرد. این اطلاعات، عموماً به دلایل راهبردی افشا می‌گردند و نه بر مبنای مسئولیت سازمان و شرکت انگیزه‌مدیر از افشای این اطلاعات آن است که به گروه‌های ذینفع نشان دهد که سازمان و شرکت مطابق با انتظارات آنها عمل می‌کند. ج- نظریه اقتصاد سیاسی، نظریه اقتصاد سیاسی توسط گری و همکارانش به عنوان چارچوب اقتصادی، سیاسی و اجتماعی که زندگی انسان در آن واقع شده، تعریف گردیده و بیان می‌کند که جامعه، سیاست و اقتصاد از یکدیگر غیر قابل تفکیک هستند.

به هر حال سه تئوری فوق بر این مطلب تأکید دارند که در صورت اختیاری بودن افشای اطلاعات مربوط به اثرات اجتماعی ناشی از فعالیت سازمان و شرکت، مدیران تنها مایل به ارائه اطلاعاتی هستند که جنبه‌های مثبت فعالیت سازمان و شرکت را نشان می‌دهد تا از این طریق بتواند تصویری مطلوب از شرکت در اذهان عموم جامعه ترسیم نمایند. بنابراین لازم است افشای اطلاعات مربوط به اثرات اجتماعی ناشی از فعالیت سازمان‌ها و شرکت‌ها توسط مراجع ذیصلاح اجباری شود (فروغی و همکاران، ۱۳۸۷).

این نظریه ها همگام با نظریه های گزارشگری و افشاگری عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت ها هستند.

الف- نظریه توصیفی در گزارشگری اجتماعی شرکت ها: گزارش ها و افشاهای اجتماعی توصیفی تقریباً به فهرست همه فعالیت های اجتماعی شرکت می پردازد و ساده ترین نوع اطلاع رسانی برای گزارشگری و افشاگری اجتماعی به شمار می آید. این فعالیت ها در بخش های کوتاهی از گزارش سالیانه به سهامداران، مکتوب به انتشار آن دسته از مسایل اجتماعی که شرکت با آن سر و کار دارد، می پردازد. استفاده از نظریه توصیفی در گزارشگری و افشاگری اجتماعی توسط شرکت ها بیانگر این موضوع است که اندازه گیری عملکرد اجتماعی شرکت نمی تواند به صورت مفید توسعه یابد.

ب- نظریه " هزینه های انجام شده ": طبق این نظریه هزینه های انجام شده توسط شرکت در مورد هر یک از فعالیت های اجتماعی فهرست می شود و طبق آن یک صورت تلفیقی از گزارش های توصیفی در حالتی که فعالیت های توصیفی در قالب پول ارائه شده اند تهیه می شود. یکی از امتیازات نظریه " هزینه های انجام شده " در گزارشگری اجتماعی، قابلیت مقایسه عملکرد سال های گوناگون با یکدیگر است و در چه موفقیت شرکت را نسبت به سطح تعهدات مالی فعالیت های اجتماعی اعلام می دارد. در این روش میزان مخارج انجام شده با بازده منافع حاصله مقایسه نمی شود. بنابراین مخارج سنگین ممکن است در زمینه برنامه های آموزشی که غیر اثر بخش هم است، انجام شود.

ج- نظریه " هزینه- منافع ": این نظریه افشا کننده هزینه ها و منافع وابسته به فعالیت های اجتماعی شرکت است. این نظریه غالباً حاوی اطلاعات مفید اما بعضاً در بر دارنده مشکلاتی است که در اندازه گیری منافع وجود دارد. منتقدان این نظریه ادعا می کنند که اندازه های بازده در قالب واحد پول بیان می شود و این بی معنی است، زیرا منافع اجتماعی اساساً یک ماهیت کیفی دارند (نخیلی^۱ و همکاران، ۲۰۱۷).

با این حال مبانی نظری گزارشگری اجتماعی شرکت به آسانی قابل شناسایی نیست. تحقیق‌های گذشته در خصوص این موضوع نتایجی قابل توجه ای را بیان می‌کنند. فیری^۱ و همکاران (۲۰۱۹) به بررسی روابط ذینفعان اصلی و اثر گذاری آنها بر فعالیت های مسئولیت اجتماعی شرکتی در صنعت استخراج مس در کشور زامبیا پرداختند. نتایج نشان داد که ناهمگونی های جدی در روابط بین دولت، جامعه مدنی و شرکت های معدنی وجود دارد که در اثر عوامل مختلفی مانند دسته بندی بین ذینفعان اصلی تشدید می شوند. صرف نظر از عدم توازن قدرت در بین ذینفعان، توان همکاری خلاق در سطح محلی نیز در اثر نبود چارچوب های محیطی و اجتماعی پذیرفته شده مشترک، شفافیت و مسئولیت پذیری رهبری گروه های دینفع با چالش هایی مواجه شده است. لی و ژانگ (۲۰۱۶) نشان داد که گزارشگری عملکرد اجتماعی در بلند مدت منجر به توسعه عملکرد مالی شرکت شده و حاکمیت شرکتی قوی در این فرایند منجر به تشدید افشای داوطلبانه در برخی از صنایع می شود. کوهان^۲ و همکاران (۲۰۱۶)، با استفاده از داده های اختصاصی که میزان افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها در ۲۱ کشور را در بر می گیرد، به بررسی چگونگی تأثیر نهاد های ملی در سطح افشای اطلاعات در مورد عملکرد مسئولیت اجتماعی پرداختند. آنها پس از بررسی مفاهیم ارزیابی افشای مسئولیت اجتماعی بررسی رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی و تفاوت ارزش شرکت در کشورهای مختلف را مدنظر قرار دادند. برخلاف مطالعات پیشین، انجام مسئولیت اجتماعی را به یک بخش مورد انتظار و غیر منتظره جدا کردند که در آن بخش غیر منتظره یک شاخص برای اطلاعات افزوده موجود در افشای مسئولیت اجتماعی است. بهادوری و سلارکا^۳ (۲۰۱۶)، در تحقیقی به بررسی تأثیر حاکمیت شرکتی بر مسئولیت اجتماعی پرداختند. نتایج آنها نشان داد شرکتهای بزرگتر، با قدمت بیشتر و شرکتهایی که بین سهامداران سود تقسیم می کنند، تمایل بیشتری به سرمایه گذاری

1 . Phiri

2 . Cahan

3 . Bhaduri and Selarka

در پروژه های مسئولیت اجتماعی دارند. هم چنین رابطه مثبت و معناداری بین نسبت سهامداران نهادی و مسئولیت اجتماعی وجود دارد. در مقابل نسبت مدیران مستقل در هیئت مدیره، تأثیری بر مسئولیت اجتماعی ندارد. همچنین سودآوری رابطه ی معناداری با مسئولیت اجتماعی ندارد.

نخیلی و همکاران (۲۰۱۷)، تفاوت بین مالکیت خانوادگی و افشا مسئولیت اجتماعی و ارزش بازار شرکت را بررسی کردند و دریافتند که مالکیت خانوادگی بیشتر منجر به کاهش میزان گزارشگری اجتماعی شده و از این رو حمایت سهامداران را کمتر از شرکت های دیگر کسب می کنند. پارک^۱ و همکاران (۲۰۱۷) به بررسی افشای مسئولیت های اجتماعی و ریسک سیستماتیک شرکت های رستورانی با نقش تعدیلی تنوع جغرافیایی پرداختند. نتایج نشان داد که تنوع جغرافیایی به عنوان نقش تعدیل کننده بر رابطه بین افشای مسئولیت های اجتماعی و ریسک سیستماتیک تأثیر مثبت و معناداری دارد. حبیب و منصور حسن^۲ (۲۰۱۵) به بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی بر چسبندگی هزینه ها پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان داد که افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها در ارتباط با هزینه ها، رفتار چسبیده ای دارد. با این حال شرکت ها سرمایه گذاری خود را در حوزه مسئولیت های اجتماعی کاهش نمی دهند، حتی زمانی که سطح فعالیت آنها کاهش می یابد.

بهارمقدم و همکاران (۱۳۹۲) دریافتند که متغیرهای انتخاب شده مکانیزم های حاکمیت شرکتی به جزء مسئولیت دوگانه مدیر عامل در هیأت مدیره رابطه مثبت و معناداری با افشاء مسئولیت اجتماعی شرکت ها دارند و سطح افشاء در شرکت های انتخاب شده در سطح پایین است. پورعلی و حجامی (۱۳۹۳) رابطه منفی بین عملکرد مسئولیت اجتماعی با مالکیت نهادی در بورس تهران را نشان دادند. همچنین دارابی و همکاران (۱۳۹۵) نشان دادند که گزارشگری مسئولیت اجتماعی با ریسک عدم تقارن اطاعتی و عملکرد مالی شرکت رابطه

1 . Park

2 . Habib & Hasan

معناداری دارد. شهسواری و سلمانی (۱۳۹۷) نشان دادند که مسئولیت اجتماعی بالا، ناکارآمدی سرمایه‌گذاری را تا حدی کاهش و در نتیجه کارایی سرمایه‌گذاری را افزایش داده است. در واقع مسئولیت‌پذیری اجتماعی با کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بین مدیریت و سرمایه‌گذاران و برطرف کردن مشکلات نمایندگی، به افزایش کارایی سرمایه‌گذاری منجر شده است. نمازی و مقیمی (۱۳۹۷) به این نتیجه رسیدند که در بورس اوراق بهادار تهران، نوآوری در صنعت دارویی، شیمیایی و پلاستیک نسبت به صنایع دیگر، تأثیری بیشتری روی عملکرد مالی دارد و مسئولیت‌پذیری اجتماعی در صنعت کانی‌ها و دارویی، شیمیایی و لاستیک نسبت به صنایع دیگر، تأثیر بیشتری بر عملکرد مالی شرکت‌ها دارد. عباسی سروک و همکاران (۱۳۹۷) نشان دادند که سرمایه‌انسانی به عنوان یکی از مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی باعث افزایش خلاقیت و نوآوری در سازمان و کارکنان آن می‌شود. همچنین نتایج تحقیق اژدری و همکاران (۱۳۹۷) مشخص کرد که اقدامات جذب و به‌کارگیری، مصاحبه استخدام، برنامه ورود به سازمان، ساختار رده‌بندی و پرداخت کارکنان، پرداخت‌های اقتضایی و موقعیتی و پاداش‌های گروه‌های خاص در اغلب شرکت‌های دانش‌بنیان اجرا می‌شود.

در اندازه‌گیری افشا مسئولیت اجتماعی از نظر سطح اندازه‌گیری دو بعد مختلف وجود دارد، نخستین بعد به افشا در سطح بازار و یا یک کشور می‌پردازد. اندازه‌گیری افشا در سطح یک کشور، به معنای سنجش میزان شفافیتی است که در نتیجه نیروهای بازار بر شرکت‌ها تحمیل می‌شود و به اندازه‌گیری قوانین مرتبط و سیستم‌های حسابداری مربوط است. از آنجایی که هر شرکتی تحت قوانین و سیستم‌های حسابداری کشور متبوع خود فعالیت می‌کند، این قوانین و سیستم‌های حسابداری، حداقل سطح شفافیت گزارشگری مالی شرکت‌ها را در آن کشور نشان می‌دهد. دومین بعد به افشا در سطح هر شرکت مرتبط

است. گرچه قوانین و سیستم های حسابداری تمامی شرکت های موجود در یک کشور یکسان هستند اما سطح افشا شرکت ها متفاوت است (کیم^۱، ۲۰۰۵).

جهت سنجش شفافیت گزارشگری مالی ممکن است از معیارهای تک بعدی و یا چند بعدی استفاده شود، اما از آنجایی که معیارهای تک بعدی، سازه هایی هستند که افشا را با خطا اندازه گیری می کنند (جیلت و دیبسکی^۲، ۲۰۱۱). بسیاری از تحقیقات معیارهای جامعی از افشا طراحی کرده اند که ابعاد مختلف افشا را می سنجند. با توجه به این موضوع که تمامی معیارهای تک بعدی، شاخص های غیر مستقیم و به احتمال زیاد مستقل افشا هستند، معیارهای چند بعدی موجب افزایش توان تشریحی آزمون ها می گردند.

در ایران سطح افشا مسئولیت اجتماعی عمدتاً متوجه افشای اجباری در استانداردهای حسابداری ایران است و تحقیق درباره سطح افشای اختیاری هنوز در ابتدای کار قرار دارد. افشاء اختیاری در بسیاری از شرکت های پذیرفته شده در بورس های معتبر جهانی مورد تشویق قرار می گیرد و از ابعاد مختلفی نظیر اطلاعات مالی، اطلاعات غیر مالی، اطلاعات چشم انداز آتی و غیره برخوردار است. پژوهشی های انجام شده در سالهای اخیر نشان می دهد، چارچوب گزارشگری مالی سنتی توانایی ارائه صورت کاملی از فعالیت های شرکت را نداشته و قادر به ایفای وظیفه پاسخگویی بطور کامل و صحیح نیست (گودری^۳ و همکاران، ۲۰۰۴). شواهد تجربی نشان می دهد، اطلاعات مهمی نظیر اطلاعات مرتبط با دارایی های نامشهود، مسئولیت اجتماعی و زیست محیطی شرکت، مکانیزهای حاکمیت شرکتی و چشم انداز آتی فعالیت های شرکت جایگاهی در گزارشگری سنتی ندارد. لذا در راستای رفع نواقص گزارشگری سنتی لازم است الگوها و چارچوب هایی برای افشای اختیاری مسئولیت اجتماعی تدوین و ارائه شود که بتواند تا حد امکان نیازهای اطلاعاتی ذی-نفعان را مرتفع سازد.

1 . Kim
2 . Gillett & DeBoskey
3 . Guthrie

با توجه به مطالب فوق جهت ارزیابی وسیع ابعاد مختلف افشا مسئولیت اجتماعی در محیط اطلاعاتی مورد مطالعه مؤلفه های مختلف و پر کاربردتر در تحقیقات پیشین مبنای این تحقیق قرار خواهد گرفت و فرضیه های این تحقیق به صورت زیر تبیین می شوند:

فرضیه اول: شاخص های مسئولیت اجتماعی شرکت ها از نظر خبرگان دارای اولویت بندی متفاوت نسبت به یکدیگر هستند.

فرضیه دوم: بین وضعیت موجود و مورد انتظار مسئولیت اجتماعی شرکت ها تفاوت معناداری وجود دارد.

روش پژوهش

برای بررسی شاخص های مسئولیت اجتماعی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران از روش تجزیه و تحلیل عاملی^۱ استفاده می شود. در این پژوهش سعی شده است با استفاده از روش تحلیل عاملی اکتشافی (آنالیز اکتشافی داده ها) نتایج قبلی مورد بازبینی قرار گرفته و بررسی کند که آیا دسته بندی های قبلی اشاره شده درست است یا خیر؟. به عبارت دیگر دسته بندی ذیل بهترین نتایج را ارائه می دهد یا خیر؟ پرسشنامه ها و چک لیست های زیادی در مورد افشا مسئولیت های اجتماعی سازمانی وجود دارد که در این تحقیق سعی می شود از مؤلفه ها و سوالات اکثر آنها استفاده شود و با توجه به نظر خبرگان به سوالات و طبقه بندی جدیدی برای اندازه گیری مسئولیت اجتماعی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران برسیم.

جامعه آماری تحقیق، شامل کلیه اساتید دانشگاهی، کارشناسان و مدیران شاغل در حرفه حسابداری، حسابرسی و مدیریت مالی ایران در سال ۱۳۹۶ بوده است. در پژوهش حاضر به خاطر عدم دسترسی به کل جامعه آماری و استفاده بهینه از نظرات ارزشمند این جامعه، با

1 . Factor Analysis

استفاده از روش تصادفی اقدام به توزیع پرسشنامه بین افراد جامعه پرداخته شد و در نهایت ۱۱۰ پرسشنامه برگشت داده شده و با استفاده از روش تحلیل عاملی اکتشافی و نرم افزار SPSS مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. ابزارهای اعتبار بخشی این پژوهش، روایی و پایایی بودند. برای بررسی روایی از روایی محتوا استفاده شد که پرسشنامه به ۷ نفر خبره در این زمینه ارسال شد و مورد تایید قرار گرفت و در بخش پایایی از آلفای کرباخ استفاده گردید. مقدار آلفای کرباخ ۰/۸۷۵ بود که نشان از پایایی قابل پذیرش پرسشنامه دارد.

در روش تحلیل عاملی اکتشافی محقق هیچ پیش فرضی را در مورد داده ها در تحلیل نداشته و وارد مدل نمی کند. بنابراین نتیجه آن ممکن است ساختار جدیدی را با سازنده های جدید و ترکیب سوالات جدید با تعداد ابعاد جدید بدست آورد. در این روش هدف یافتن متغیرهای مکنون یا سازه های یک مجموعه متغیر اندازه گیری شده است. از لحاظ نظری متغیرهای مکنون یا سازه ها علل زیربنایی متغیرهای اندازه گیری شده است. نتیجه هر چه که باشد در انطباق با مدل های موجود قبلی دید واضح تر و جدیدی به محقق می دهد. بدست آوردن نتایج جدید را می توان با انعطاف و سازگاری مدل اکتشافی با شرایط و محیطی که پژوهش در آن صورت گرفته است توضیح داد. در مورد تحلیل شکاف بین وضعیت موجود و مورد انتظار از نظر خبرگان نیز از آزمون تی مقایسه ای استفاده شد.

یافته های پژوهش

فرضیه اول: شاخص های مسئولیت اجتماعی شرکت ها از نظر خبرگان دارای اولویت بندی و وزن متفاوت نسبت به یکدیگر هستند.

جدول ۱ مقدار ویژه واریانس متناظر با عامل ها را نشان می دهد. ستون مقدار خاص اولیه مقادیر ویژه اولیه برای هر یک از عامل ها در قالب مجموع واریانس تبیین شده برآورد می-

شود. واریانس تبیین شده بر حسب درصدی از کل واریانس و درصد تجمعی است. مقدار ویژه هر عامل، نسبتی از واریانس کل متغیرها است که توسط آن عامل تبیین می شود. مقدار ویژه از طریق مجموع مجذورات بارهای عاملی مربوط به تمام متغیرها در آن عامل قابل محاسبه است. از این رو مقادیر ویژه اهمیت اکتشافی عوامل را در ارتباط با متغیرها نشان می دهد. پایین بودن این مقدار برای یک عامل به این معنی است که آن عامل نقش اندکی در تبیین واریانس متغیرها داشته است.

همچنین در ستون مقدار استخراج بارهای مربعی واریانس تبیین شده عامل هایی ارایه شده است که مقادیر ویژه آنها بزرگتر از یک است. در نهایت ستون مقدار چرخش بارهای مربعی مجموعه مقادیر عامل های استخراج شده بعد از چرخش را نشان می دهد. چنانچه دیده می شود هشت عامل قابلیت تبیین واریانس را دارند. اگر عامل های بدست آمده را با روش واریمکس چرخش دهیم عامل های اول تا هشتم در مجموع ۷۴/۲۹ درصد از واریانس را در بر دارند، که درصد مناسبی است.

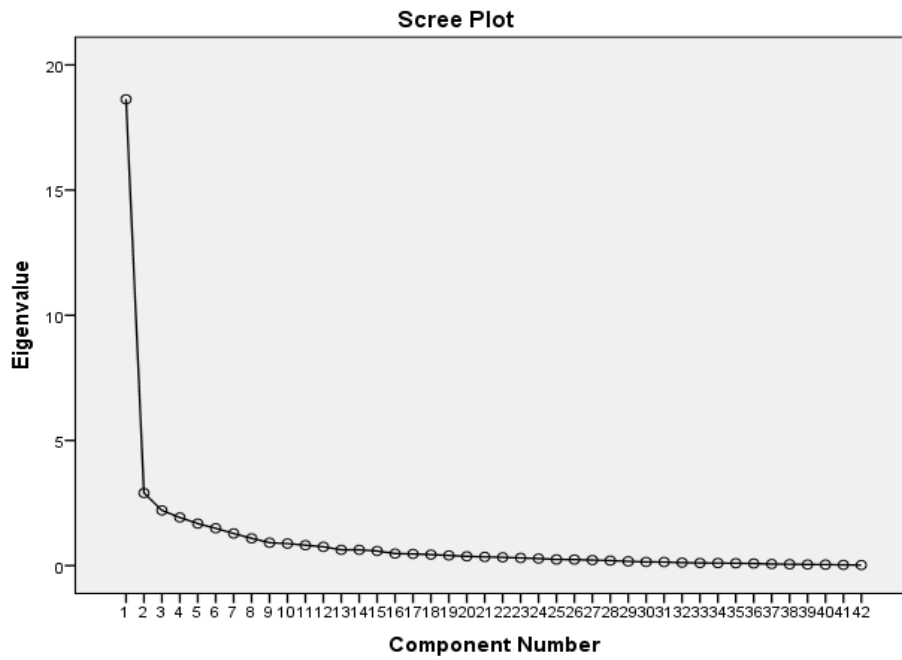


جدول ۱. درصد واریانس و مقادیر ویژه عامل های مختلف

مؤلفه	مقدار خاص اولیه			مقدار استخراج بارهای مربعی			مقدار چرخش بارهای مربعی		
	کل	درصد واریانس	درصد تجمعی	کل	درصد واریانس	درصد تجمعی	کل	درصد واریانس	درصد تجمعی
۱	۱۸/۶۲۸	۴۴/۳۵۲	۴۴/۳۵۲	۱۸/۶۲۸	۴۴/۳۵۲	۴۴/۳۵۲	۸/۷۳۶	۲۰/۸	۲۰/۸
۲	۲/۹۰۲	۶/۹۰۹	۵۱/۲۶۱	۲/۹۰۲	۶/۹۰۹	۵۱/۲۶۱	۴/۰۸۹	۹/۷۳۶	۳۰/۵۳۶
۳	۲/۲۰۷	۵/۲۵۵	۵۶/۵۱۶	۲/۲۰۷	۵/۲۵۵	۵۶/۵۱۶	۴/۰۵۷	۹/۶۵۹	۴۰/۱۹۵
۴	۱/۹۲۲	۴/۵۷۷	۶۱/۰۹۳	۱/۹۲۲	۴/۵۷۷	۶۱/۰۹۳	۳/۷۳۶	۸/۸۹۴	۴۹/۰۹
۵	۱/۶۷۸	۳/۹۹۶	۶۵/۰۸۹	۱/۶۷۸	۳/۹۹۶	۶۵/۰۸۹	۳/۶۸۴	۸/۷۷۱	۵۷/۸۶
۶	۱/۴۹۲	۳/۵۵۳	۶۸/۶۴۲	۱/۴۹۲	۳/۵۵۳	۶۸/۶۴۲	۲/۶۹۷	۱۵۴۹۳	۶۴/۲۸۱
۷	۱/۲۸۵	۳/۰۶۰	۷۱/۷۰۲	۱/۲۸۵	۳/۰۶۰	۷۱/۷۰۲	۲/۴۲۱	۵/۷۶۴	۷۰/۰۴۵
۸	۴۳۸۳۹	۲/۵۹۵	۷۴/۲۹۷	۲/۵۹۵	۴۳۸۳۹	۷۴/۲۹۷	۱/۷۸۶	۴/۲۵۲	۷۴/۲۹۷
۹	-/۹۱۶	۲/۱۸۱	۷۶/۴۷۸						
۱۰	-/۸۸۳	۲/۱۰۱	۷۸/۵۷۹						
۱۱	-/۸۱۶	۱/۹۴۲	۸۰/۵۲۱						
۱۲	-/۷۵۳	۱/۷۹۳	۸۲/۳۱۴						
۱۳	-/۶۳۲	۱/۵۰۵	۸۳/۸۲						
۱۴	-/۶۳۱	۱/۵۰۳	۸۵/۳۲۲						
۱۵	-/۵۸۵	۱/۳۹۳	۸۶/۷۱۵						
۱۶	-/۴۸۱	۱/۱۴۵	۸۷/۸۶۱						
۱۷	-/۴۶۹	۱/۱۱۶	۸۸/۹۷۷						
۱۸	-/۴۴۲	۱/۰۵۳	۹۰/۰۳						
۱۹	-/۴۰۶	۰/۹۶۷	۹۰/۹۹۶						
۲۰	-/۳۷۲	۰/۸۸۶	۹۱/۸۸۲						
۲۱	-/۳۴۸	۰/۸۲۸	۹۲/۷۱						
۲۲	-/۳۳۱	۰/۷۸۸	۹۳/۴۹۸						
۲۳	-/۳۰۸	۰/۷۳۳	۹۴/۲۳۱						
۲۴	-/۲۸۲	۰/۶۷	۹۴/۹۰۱						

۹۵/۴۸۹	۰/۵۸۸	۰/۲۴۷	۲۵
۹۶/۰۶۷	۰/۵۷۸	۰/۲۴۳	۲۶
۹۶/۵۹۶	۰/۵۲۹	۰/۲۲۲	۲۷
۹۷/۰۷۶	۰/۴۷۹	۰/۲۰۱	۲۸
۹۷/۴۸	۰/۴۰۴	۰/۱۷	۲۹
۹۷/۸۳۱	۰/۳۵۱	۰/۱۴۷	۳۰
۹۸/۱۷۵	۰/۳۴۴	۰/۱۴۵	۳۱
۹۸/۴۶۲	۰/۲۸۷	۰/۱۲	۳۲
۹۸/۷۱۶	۰/۲۵۵	۰/۱۰۷	۳۳
۹۸/۹۶۱	۰/۲۴۵	۰/۱۰۳	۳۴
۹۹/۱۸۷	۰/۲۲۶	۰/۰۹۵	۳۵
۹۹/۳۸۹	۰/۲۰۱	۰/۰۸۵	۳۶
۹۹/۵۳۸	۰/۱۵	۰/۰۶۳	۳۷
۹۹/۶۷	۰/۱۳۱	۰/۰۵۵	۳۸
۹۹/۷۷۴	۰/۱۰۵	۰/۰۴۴	۳۹
۹۹/۸۷۳	۰/۰۹۹	۰/۰۴۲	۴۰
۹۹/۹۴۸	۰/۰۷۵	۰/۰۳۲	۴۱
۱۰۰	۰/۰۵۲	۰/۰۲۲	۴۲

نمودار ۱ که به اسکری گراف مشهور است تغییرات مقادیر ویژه را در ارتباط با مؤلفه‌ها نشان می‌دهد و برای تعیین تعداد بهینه مؤلفه‌ها به کار می‌رود. با توجه به این نمودار مشاهده می‌شود که از عامل هشتم به بعد تغییرات مقدار ویژه کم شده و لذا می‌توان هشت عامل را به عنوان عوامل مهم که بیشترین نقش را در تبیین واریانس داده‌ها دارند، استخراج کرد.



نمودار ۱- اسکری گراف تغییرات مقادیر ویژه مؤلفه ها

جدول ۲ سهم متغیرها را در عامل ها بعد از چرخش نشان می دهد. هر متغیر در عاملی قرار می گیرد که با آن عامل همبستگی معنی داری داشته باشد. در واقع هدف از چرخش تغییر تعداد فاکتورهای استخراج شده نیست بلکه سعی در رسیدن به وضعیت جدیدی برای محورها (فاکتورها) است که بتوان راحت تر تفسیر نمود. در واقع جدول زیر ماتریس چرخیده شده اجزاء را نشان می دهد که شامل بارهای عاملی هر یک از متغیرها در هشت عامل باقی مانده پس از چرخش است. تفسیر این ماتریس راحت تر از ماتریس دوران نیافته قبلی است. هر چقدر مقدار قدر مطلق این ضرایب بیشتر باشد عامل مربوطه نقش بیشتری در کل تغییرات (واریانس) متغیر مورد نظر دارد.

جدول ۲. ماتریس عاملی دوران یافته

مؤلفه ها	ابعاد							
	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸
۱	۰/۰۳۳	-۰/۱۴۲	۰/۰۰۹	۰/۷۲۹	۰/۱۶۴	۰/۰۸۹	۰/۰۸۲	۰/۱۰۶
۲	۰/۲۲۲	۰/۱۶۱	۰/۱۱۶	۰/۷۷۴	-۰/۰۷۶	۰/۰۹۹	۰/۱۴۲	-۰/۱۲۱
۳	۰/۴۹۹	۰/۱۷۲	-۰/۰۸۲	۰/۶۲۳	-۰/۰۸۷	۰/۱۵۶	۰/۱۳	۰/۰۸۲
۴	۰/۶۷۳	۰/۱۶۲	۰/۰۱۷	۰/۳۷۲	-۰/۱۳۴	۰/۱۷۵	۰/۱۱۸	-۰/۰۳۲
۵	۰/۵۲۱	۰/۲۰۷	۰/۲۸۳	۰/۴۲۴	-۰/۰۶۲	-۰/۰۷۷	۰/۲۸۴	۰/۱۲۹
۶	۰/۴۲۲	۰/۰۳۴	۰/۱۰۵	۰/۶۳۱	۰/۳۷۷	۰/۰۷۶	-۰/۰۲۴	-۰/۰۳۲
۷	۰/۴۲۸	۰/۳۵۵	۰/۲۶۶	۰/۳۹	۰/۲۷	۰/۰۷۶	۰/۱۱۲	۰/۲۶
۸	۰/۱۱۹	۰/۰۷۶	۰/۱۱۹	۰/۱۶۹	۰/۱۶۱	۰/۱۵	۰/۸۳۱	-۰/۰۰۴
۹	۰/۱۴۷	۰/۰۴۸	۰/۰۵۹	۰/۱۱۸	-۰/۰۴۵	۰/۰۹۷	۰/۸۵۶	۰/۰۴
۱۰	۰/۶۳۲	۰/۳۹۸	۰/۱۵۹	۰/۱۹۸	۰/۲۷۷	۰/۰۴۶	۰/۰۶	۰/۲۱۷
۱۱	۰/۷۴۷	۰/۱۲۳	۰/۰۷۱	۰/۰۷۶	۰/۴۲	۰/۰۶۷	۰/۱۲	-۰/۰۲۱
۱۲	۰/۸	۰/۱۲۱	۰/۲۱۴	۰/۱۵۷	۰/۳۴۳	۰/۰۷۶	۰/۱۰۷	-۰/۰۳۲
۱۳	۰/۷۸۹	۰/۲۴۱	۰/۱۶۵	۰/۰۶۴	۰/۱۵۶	۰/۱۵۱	۰/۱۶۷	۰/۱۳۴
۱۴	۰/۷۱۴	۰/۲۴۷	۰/۲۲۶	۰/۲۱۳	۰/۱۳۶	۰/۲۹۳	۰/۱۰۲	۰/۱۷۱
۱۵	۰/۷۵۵	۰/۱۴۴	۰/۱۸۸	۰/۰۹۱	۰/۱۴۱	۰/۲۲۱	۰/۰۸۷	۰/۱۷۵
۱۶	۰/۸۱۱	۰/۱۲۸	۰/۱۸۹	۰/۱۷۴	۰/۱۵۱	۰/۲۷۵	-۰/۰۱	۰/۰۰۷
۱۷	۰/۷۴۶	۰/۱۸۱	۰/۲۷۷	۰/۰۶۸	۰/۳	۰/۱۱۵	۰/۰۴۱	۰/۱۸۸
۱۸	۰/۳۱۳	۰/۲۹۷	۰/۱۴۷	۰/۱۸۲	۰/۱۵۴	۰/۱۰۵	۰/۲۵۸	۰/۶۲۲
۱۹	۰/۲۰۵	۰/۳۸۱	-۰/۱۱۳	۰/۲۴۵	۰/۴۱۳	۰/۵۲۳	۰/۲۰۴	۰/۲۳۵
۲۰	۰/۲۷۴	۰/۲۷۵	۰/۱۷۷	۰/۱۲۲	۰/۶۸۸	۰/۲۱۴	۰/۱۲۸	-۰/۲۳۶
۲۱	۰/۳۵۹	۰/۰۰۴	۰/۱۴۹	۰/۰۲۳	۰/۲۵۹	۰/۶۶۸	۰/۳۲۹	۰/۰۷۹
۲۲	۰/۳۵۹	۰/۱۴۶	۰/۱۲۲	۰/۰۶۷	۰/۴۷۵	۰/۵۱	۰/۲۶۸	-۰/۰۹۶
۲۳	۰/۴۶۳	۰/۰۰۵	۰/۲۰۹	۰/۱۶۸	۰/۶۴۸	۰/۳۱۵	۰/۰۷۸	۰/۰۵۲
۲۴	-۰/۰۰۶	۰/۲۱۵	۰/۱۹۱	۰/۴۶۲	۰/۱۱۸	۰/۵۳۵	۰/۰۱۲	۰/۰۴۲
۲۵	۰/۳۴۱	-۰/۰۶۳	۰/۷۳۳	-۰/۰۱۷	۰/۱۹۸	۰/۱۵۹	۰/۲۲	۰/۳۰۴
۲۶	۰/۳۹۲	۰/۴۳۱	۰/۰۹۲	۰/۰۹۲	۰/۵۰۴	-۰/۰۳۱	۰/۱۴۵	۰/۰۵۳
۲۷	۰/۴۶۲	۰/۴۸۷	۰/۲۴۱	۰/۱۱۷	۰/۴۰۲	۰/۱۲۱	۰/۱۷	-۰/۰۵۲
۲۸	۰/۳۷۶	۰/۱۱۹	۰/۰۴۵	۰/۵۱۹	۰/۴۲۶	۰/۰۹	۰/۱۳۷	-۰/۱۵۱
۲۹	۰/۱۲۳	۰/۴۹۲	۰/۲۳	۰/۳۳۱	۰/۲۷۶	۰/۲۷۲	۰/۰۵۹	۰/۳۱۸
۳۰	۰/۳۸۴	۰/۲۳۴	۰/۲۲	۰/۱۶۷	۰/۰۳۸	۰/۵۹۷	۰/۰۵۳	۰/۲۴۸



۰/۵۶	۰/۲۰۸	-۰/۱۸	۰/۰۲۹	۰/۳۸	۰/۰۵۳	۰/۲۸۸	-۰/۱۴۴	۳۱
۰/۲۷۶	۰/۲۷۶	-۰/۰۵۹	۰/۴۲۵	-۰/۰۳۳	۰/۳۷۳	۰/۳۲	۰/۵۵	۳۲
۰/۲۱۶	۰/۱۹۷	-۰/۰۵۵	۰/۲۳۸	-۰/۰۳۹	۰/۵۴۳	۰/۲۱۳	۰/۵۳۵	۳۳
-۰/۱۷۹	۰/۰۷	۰/۳۴۲	-۰/۱۱۷	۰/۱۷۷	۰/۳۹۳	۰/۵۴۶	۰/۲۶۴	۳۴
۰/۱۸۱	۰/۱۷	۰/۱۹	۰/۳۱۸	۰/۰۱	۰/۶۶۳	۰/۰۸۷	۰/۳۵۷	۳۵
۰/۳۵۱	۰/۳۶۴	۰/۳۳	-۰/۰۳	۰/۱۵۲	۰/۳۲۲	۰/۱۱۷	۰/۲۸۶	۳۶
۰/۰۲۱	-۰/۰۲۱	۰/۰۲۷	-۰/۱۰۶	۰/۱۳۴	۰/۷۳۱	۰/۳۲۱	-۰/۰۱۹	۳۷
-۰/۱۱۲	۰/۰۴۷	۰/۱۱۱	۰/۴۸۲	۰/۰۸۴	۰/۵۹۷	۰/۱۱۳	۰/۲۶۸	۳۸
-۰/۲۴۴	۰/۰۰۸	۰/۲۲۶	۰/۱۶۶	۰/۱۲۱	۰/۶۲۸	۰/۲۶۱	۰/۲۷۳	۳۹
-۰/۰۳۵	۰/۰۴۷	۰/۱۸۶	۰/۰۹۷	۰/۲۷۳	۰/۱۴۷	۰/۶۶۳	۰/۳۹۱	۴۰
۰/۰۵۸	۰/۰۵۷	۰/۰۱۳	۰/۳۰۱	۰/۰۸۸	۰/۰۷۵	۰/۷۲	۰/۳۴۹	۴۱
۰/۰۳۵	۰/۰۴۱	۰/۱۱۴	۰/۰۲۶	۰/۱۸۵	۰/۲۰۳	۰/۷۹۱	۰/۱۳۸	۴۲



در جدول ۲ هر یک از متغیرهایی که دارای بار عاملی بالایی بر روی یکی از فاکتورها هستند مشابه مشخص شده است. در واقع این جدول بیانگر این موضوع است که مجموع ۴۲ مؤلفه اصلی مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را می‌توان ذیل هشت سطح (بعد) و به شرح جدول ۳ دسته بندی نمود. نامگذاری هر یک از ابعاد با توجه به مؤلفه های آن (متغیرهای اثرگذار) صورت گرفته است.

جدول ۳. ابعاد مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها حاصل از تحلیل عاملی

مؤلفه ها	بعد	مؤلفه ها	بعد
اهم اقدامات انجام شده در راستای تحقیق شعارهای ملی		میزان حفظ (ماندگاری) کارکنان	
حمایت از کنفرانس های آموزشی، سمینارها یا نمایشگاه های هنری	مسئولیت اجتماعی شرکت در جامعه و کشور	ارزش ایجاد شده توسط کارکنان	مسئولیت اجتماعی شرکت در رهبری و فرایندهای درون سازمانی
کمک های مالی برای ایجاد موسسات آموزشی، درمانی، تفریحی		سیاست احراز صلاحیت کارکنان	

حمایت از دانشگاه، دانشجویان و نخبگان		توصیف پاداش (سیستم پاداش)	
ارتباط با ذی نفعان		بهره وری نیروی کار	
دوره های آموزشی کارکنان برای حفاظت محیط زیست		گواهینامه تعالی منابع انسانی	
بیان اصول و ارزشهای اخلاقی حاکم بر محیط کسب و کار (تدوین منشور اخلاقی)	مسئولیت اجتماعی شرکت در حمایت از کارکنان	ارائه شاخص های ایمنی و سلامت کارکنان (مانند؛ ضریب تکرار حادثه)	
تلاش برای سازندگی زندگی خانوادگی کارکنان		ارائه اطلاعاتی درباره سطح رضایتمندی کارکنان	
ارائه شاخص های بهره وری انرژی		اقدامات بهبود کیفیت منابع انسانی	
ارائه اطلاعاتی درباره برنامه های ایمنی محصول شرکت های زیر مجموعه	مسئولیت اجتماعی	اقدامات انجام شده درباره سلامت، ایمنی و رفاه کارکنان	
گزارشات روند مصرف انرژی در درمقایسه با سالهای قبل	شرکت در ارائه گزارشات	سنجش رضایتمندی از دوره های آموزشی	
ارائه هزینه های اجتماعی		استراتژی سنجش سرمایه انسانی بیان سایر فعالیتهای داوطلبانه اجتماعی (اهدای خون، احداث اماکن عمومی و.....)	
بیان اقدامات در مبارزه با پولشویی		عضویت در نهادهای اجتماعی، فرهنگی، مذهبی و ورزشی	
کمک های مالی به موسسات خیریه و موقوفه	مسئولیت اجتماعی شرکت در کمک های عام المنفعه	حمایت برای حفاظت از منابع طبیعی و توسعه فضای سبز	مسئولیت اجتماعی شرکت در حمایت از محیط زیست
ارائه کمک به قربانیان بلایای طبیعی		استقرار سیستم مدیریت ایمنی و بهداشت حرفه ای	
توجه به شرایط رفاهی و ایمنی معلولین		انجام فعالیتهایی در راستای ترویج فرهنگ حفاظت از محیط زیست	
گواهینامه های کیفیت مصرف انرژی	مسئولیت اجتماعی شرکت در کسب استانداردها	طرحها و برنامه های حفاظت از محیط زیست	
گواهینامه سیستم استاندارد مدیریت محیط زیست (سری ISO 14000)			

مدیریت ضایعات برای تفکیک مواد قابل بازگشت به محیط زیست میزان پیشرفت پروژه های زیست محیطی و زمان تکمیل آنها اقدامات صورت گرفته در راستای توسعه اقتصادی و خودکفایی کشور اقدامات مربوط به رعایت قوانین و مقررات در رابطه با محیط زیست اقدامات مدیریت و کنترل و پسماند خروجی اقدامات صورت گرفته برای مدیریت مصرف انرژی	مسئولیت اجتماعی شرکت در محیط کار
---	-------------------------------------

فرضیه دوم: بین وضعیت موجود و مورد انتظار مسئولیت اجتماعی شرکت ها تفاوت
معناداری وجود دارد.

جدول ۴. نتایج آزمون فرضیه دوم

شرح	میانگین	انحراف استاندارد	تی	سطح معناداری
مسئولیت اجتماعی شرکت ها	۴۸/۵۱۴۳	۳/۳۹۴۹۹	۲/۸۳۷	۰/۰۰۴
وضعیت مورد انتظار	۵۷/۷۴۳۲	۴/۵۳۳۱۷		

بررسی جدول فوق نشان می‌دهد که سطح معناداری کمتر از ۵ درصد است که این موضوع نشان دهنده این است که بین وضعیت موجود و مورد انتظار مسئولیت اجتماعی از نظر خبرگان تفاوت معناداری وجود دارد و فرضیه تایید می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

با پیشرفت جوامع و توجه به حقوق بشر، افزون بر مسئولیت متداول شرکت‌ها یعنی سوددهی، مسئولیت شرکت‌ها در قبال جامعه و محیط نیز مورد توجه قرار گرفته است. سهامداران دیگر تنها ذینفعان شرکت نیستند بلکه شهروندان، مشتریان، کارکنان و دولت و حتی نسل‌های آینده نیز ذینفعان شرکت محسوب می‌شوند. هم‌اکنون شرکت‌های زیادی در سراسر جهان، به این مسئولیت خود واقف بوده و در جهت ایفای آن تلاش می‌کنند. گزارشگری مسئولیت‌های اجتماعی، ابزاری برای ارزیابی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها است و با استفاده از آن شرکت‌ها می‌توانند اقدامات خود را در جهت ارتقای کیفیت زندگی آحاد جامعه به اطلاع کلیه افراد جامعه و نهادهای ذینفع برسانند (خواجوی و اعتمادی‌جوریابی، ۱۳۹۴).

در این تحقیق به تعیین و اولویت بندی مؤلفه شاخص‌های افشا مسئولیت اجتماعی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار و همچنین بررسی شکاف بین وضعیت موجود و مورد انتظار افشا مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از نظر خبرگان مالی پرداخته شد و برای این منظور دو فرضیه تبیین گردید. در فرضیه اول شاخص‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از نظر خبرگان بررسی گردید و در فرضیه دوم وضعیت موجود و مورد انتظار مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها مورد بررسی قرار گرفت.

برای بررسی فرضیه اول تحلیل عاملی اکتشافی به روش مؤلفه‌های اصلی انجام شد. در این پژوهش مقدار شاخص کفایت نمونه‌برداری برابر با ۰/۸۵۴ است که نشان‌دهنده کفایت

نمونه‌گیری است. همچنین میزان مجذور کای کرویت بارتلت $3078/075$ بود که با درجه آزادی 861 در سطح $0/01$ معنادار است. در نتیجه این مقادیر حاکی از مناسب بودن داده‌ها است. ارزش ویژه هشت عامل بزرگ‌تر از 1 به دست آمد. این هشت عامل در مجموع $74/297$ درصد کل واریانس بین 42 ماده مورد مطالعه را تبیین می‌کنند. همچنین یافته‌ها بیانگر این موضوع است که مجموع 42 مؤلفه اصلی مؤلفه‌های موثر در افشا مسئولیت‌های اجتماعی را می‌توان ذیل هشت سطح (بعد) و به شرح رهبری و فرایندهای درون سازمانی، حمایت از محیط زیست، محیط کار، جامعه و کشور، حمایت از کارکنان، ارائه گزارشات، کمک‌های عام‌المنفعه و کسب استانداردها دسته‌بندی نمود.

حسابداری مسئولیت‌های اجتماعی بخشی از دانش حسابداری است که هدف آن اندازه‌گیری و گزارشگری اثرات اجتماعی (هزینه‌ها و منافع اجتماعی) ناشی از فعالیت‌های واحد تجاری است و از آنجایی که هر واحد تجاری عضوی از جامعه‌ای است که در آن فعالیت می‌کند و به طور مستمر در تعامل با سایر اعضای جامعه است و با استناد به قراردادهای ناشی از فعالیت اجتماعی بین اعضای جامعه که برای حفظ منافع تمامی اعضا وضع شده‌اند، ضرورت دارد، واحد تجاری از تعهدات و مسئولیت‌های خود آگاه باشد و آنها را محدود به حفاظت منافع سهامداران نداند، بلکه تعهدات و مسئولیت‌های دیگری در قبال سایر گروه‌های اجتماع از قبیل اعتبار دهندگان، کارکنان، مشتریان و فروشندگان و گروه‌های موجود در جامعه و همچنین محیط زیست پیرامون خود احساس کند. برای مثال در سیستم حسابداری مسئولیت‌های اجتماعی، گزارشگری نتایج عملیات واحد تجاری محدود به روش سنتی مقابله در آمد با هزینه‌ها نخواهد بود، بلکه ضرورت دارد که دامنه این مقابله گسترش یابد و هزینه‌ها و منافع واحد تجاری را نیز در بر گیرد. در تحقیقات گذشته داخلی مانند تحقیقات حساس یگانه و برزگر (۱۳۹۲) و خواجوی و اعتمادی‌جوریابی (۱۳۹۴) به بررسی گزارشگری مسئولیت‌های اجتماعی شرکت و اولویت‌بندی آنها پرداخته شده است، اما این تحقیقات طبقه‌بندی جدیدی انجام نداده و به بررسی مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها با توجه ابزارها

اندازه‌گیری مطالعات خارجی پرداخته‌اند و آنها را ارزیابی کرده‌اند. در تحقیقات خارج از کشور نیز تحقیقات زیادی جهت بررسی وضعیت افشا مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها مانند نخیلی و همکاران (۲۰۱۷) و لی و ژانگ (۲۰۱۶) صورت گرفته است، که استفاده بدون بومی‌سازی آنها ممکن است باعث شود تا نتایج مناسبی با توجه به تفاوت‌های فرهنگی و سیاسی کشورمان بدست نیاید. در این تحقیق سعی شد با توجه به شرایط فرهنگی و سیاسی کشورمان به تعیین و اولویت‌بندی مؤلفه‌های شاخص‌های افشا مسئولیت اجتماعی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار پرداخته شود و که این امر اندازه‌گیری افشا مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها در ایران را بهتر نشان خواهد داد.

در مورد فرضیه دوم نیز نتایج نشان داد که بین وضعیت موجود (عملکرد فعلی) و مورد انتظار شرکت‌ها در خصوص افشا مسئولیت‌های اجتماعی از نظر خبرگان تفاوت معناداری وجود دارد. وضعیت فعلی افشا مسئولیت‌های اجتماعی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، بیان‌کننده شکاف قابل توجه بین انتظارات جامعه از شرکت‌ها در حوزه افشا مسئولیت‌های اجتماعی و عملکرد واقعی آنهاست. یافته‌های این تحقیق از لحاظ وضعیت موجود افشای مسئولیت‌های اجتماعی با نتایج تحقیقات حساس یگانه و برزگر (۱۳۹۲) و فروغی و همکاران (۱۳۸۷) همسو است.

لازم است نهادهای حرفه‌ای که مسئولیت تدوین استانداردهای حسابداری را بر عهده دارند به تدوین استانداردهای حسابداری اجتماعی توجه کنند و با انجام تحقیقات بیشتر و با عنایت به ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی حاکم بر کشورمان زمینه‌ی لازم برای افشای اینگونه اطلاعات را توسط مدیران واحدهای تجاری فراهم آورند. همچنین لازم پژوهش‌هایی در خصوص محرک‌های انجام و افشا مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها انجام شود و در آن برای انجام مسئولیت‌های اجتماعی رویکردی مناسب ارائه شود.

سپاسگزاری: این پژوهش برگرفته از پایان نامه رساله دکتری دانشگاه آزاد اسلامی واحد نیشابور است. نویسندگان مقاله بر خود لازم می دانند از همکاری و مساعدت اساتید دانشگاهی، کارشناسان و مدیران شاغل در حرفه حسابداری، حسابرسی و مدیریت مالی و همه عزیزانی که در این پژوهش ما را یاری نموده اند سپاسگزاری نمایند.

منابع و مآخذ

- ازدري، گلناز، لگزبان، محمد، شیرازی، علی، فیاضی، بی بی مرجان. (۱۳۹۷). نوآوری و خلاقیت در اجرای اقدامات مدیریت منابع انسانی در شرکت های دانش بنیان. *ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی*، ۷(۴)، ۱-۳۲.
- بهار مقدم، مهدی؛ صادقی، زین العابدین و صفرزاده، ساره. (۱۳۹۲). "بررسی رابطه ی مکانیزم های حاکمیت شرکتی بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها". *فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مالی*، سال پنجم، ۹۷-۱۰۷.
- پورعلی، محمدرضا و حجامی، محدثه. (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی و مالکیت نهادی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، ۳(۱۰)، ۱۳۵-۱۵۰.
- حساس یگانه یحیی، برزگر قدرت اله. (۱۳۹۲) ارائه ی مؤلفه ها و شاخص های بُعد اجتماعی مسئولیت شرکت ها و وضعیت موجود آن در ایران. *مطالعات توسعه اجتماعی فرهنگی*، ۲(۱)، ۲۰۹-۲۳۴.
- حساس یگانه، یحیی، برزگر، قدرت اله. (۱۳۹۳). مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکتها و پارادایم تحقیقاتی آن در حرفه حسابداری. *حسابداری مدیریت*، ۷(۳)، ۱۰۹-۱۳۳.
- خواجوی، شکراله، اعتمادی جوریابی، مصطفی. (۱۳۹۴). مسئولیت اجتماعی شرکت ها و گزارشگری آن. *حسابداری سلامت*، ۴(۲)، ۱۰۴-۱۲۳.
- دارابی، رویا. وقفی، حسام و سلیمانیان، مریم. (۱۳۹۵). "بررسی ارتباط بین گزارشگری مسئولیت اجتماعی با ارزش و ریسک شرکت" *دوفصلنامه حسابداری ارزش و رفتاری*، ۱(۲)، ۱۹۳ - ۲۱۳.

راه چمنی احمد و لاجوردی، لیدا (۱۳۹۱) "بررسی تاثیر اقدامات مسئولیت اجتماعی شرکت بر ترجیح برند در صنعت بانکداری" دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قزوین، مدیریت و حسابداری. شهسواری، معصومه، سلمانی، رسول. (۱۳۹۷). بررسی پیامدهای اقتصادی مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها (با تأکید بر کارایی سرمایه گذاری). *دانش سرمایه گذاری*، ۷(۲۷)، ۲۲۵-۲۴۰.

عباسی سروک، لطف اله، باقری، مریم، کردستانی، فرشته. (۱۳۹۷). بررسی رابطه سرمایه انسانی با خلاقیت و نوآوری کارکنان مدارس دولتی شهر تهران. *ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی*، ۸(۲)، ۲۰۹-۲۲۸.

علی آبادی، ابراهیم، عزیزی، محمد، عالم تبریز، اکبر، داوری، علی. (۱۳۹۷). شناسایی موانع اجرای خط مشی های کارآفرینی و نوآوری در برنامه های توسعه جمهوری اسلامی ایران. *ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی*، ۸(۳)، ۹۵-۱۳۲.

فروغی، داریوش؛ میر شمس شهشانی، مرتضی و سمیه پور حسین (۱۳۸۷). "نگرش مدیران درباره افشای اطلاعات حسابداری اجتماعی شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران" (۱۳۸۶). *بررسیهای حسابداری و حسابرسی*، شماره ۵۲، ۵۵-۷۰.

نمازی، محمد، مقیمی، فاطمه. (۱۳۹۷). تأثیر نوآوری و نقش تعدیلی مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت‌ها در صنایع مختلف. *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، ۲۵(۲)، ۲۸۹-۳۱۰.

Bhaduri, S. N., & Selarka, E. (2016). Impact of Corporate Governance on Corporate Social Responsibility in India—Empirical Analysis. In *Corporate Governance and Corporate Social Responsibility of Indian Companies* (pp. 88-113). Springer, Singapore.

Cahan, S. F., De Villiers, C., Jeter, D. C., Naiker, V., & Van Staden, C. J. (2016). Are CSR disclosures value relevant? Cross-country evidence. *European Accounting Review*, 25(3), 579-611.

DeBoskey, D. G., & Gillett, P. R. (2013). The impact of multi-dimensional corporate transparency on us firms' credit ratings and cost of capital. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 40(1), 101-134.

- Guthrie, J., Boedker, C., & Cuganesan, S. (2004). Final report: Department of Lands, NSW, management, measurement and reporting of intellectual capital. *Report of MGSM Centre for the Management of Knowledge Capital, December, Sydney.*
- Habib, A., & Hasan, M. M. (2019). Corporate social responsibility and cost stickiness. *Business & Society, 58(3), 453-492.*
- Hahn, R., & Kühnen, M. (2013). Determinants of sustainability reporting: a review of results, trends, theory, and opportunities in an expanding field of research. *Journal of cleaner production, 59, 5-21.*
- Kim, J. (2005). Accounting transparency of Korean firms: Measurement and determinant analysis. *Journal of American Academy of Business, 3, 222-229.*
- Liu, X., & Zhang, C. (2017). Corporate governance, social responsibility information disclosure, and enterprise value in China. *Journal of Cleaner Production, 142, 1075-1084.*
- Nekhili, M., Nagati, H., Chtioui, T., & Rebolledo, C. (2017). Corporate social responsibility disclosure and market value: Family versus nonfamily firms. *Journal of Business Research, 77, 41-52.*
- Park, S., Song, S., & Lee, S. (2017). Corporate social responsibility and systematic risk of restaurant firms: The moderating role of geographical diversification. *Tourism Management, 59, 610-620.*
- Phiri, O., Mantzari, E., & Gleadle, P. (2019). Stakeholder interactions and corporate social responsibility (CSR) practices: Evidence from the Zambian copper mining sector. *Accounting, Auditing & Accountability Journal, 32(1), 26-54.*
- Scholtens, B., & Kang, F. C. (2013). Corporate social responsibility and earnings management: Evidence from Asian economies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 20(2), 95-112.*
- Sun, Y., Yi, Y., & Lin, B. (2012). Board independence, internal information environment and voluntary disclosure of auditors' reports on internal controls. *China Journal of Accounting Research, 5(2), 145-161.*
- Wahba, H., & Elsayed, K. (2015). The mediating effect of financial performance on the relationship between social responsibility and ownership structure. *Future Business Journal, 1(1-2), 1-1.*