

رتبه بندی عوامل موثر بر گزارشگری مسئولیت اجتماعی

محمد جواد زارع بهنمیری^۱، محمد رضا لشگری دربندی^۲

^۱ استادیار گروه حسابداری دانشگاه مازندران

^۲ کارشناسی ارشد حسابداری دانشگاه مازندران

نام و نشانی ایمیل نویسنده مسئول:

محمد رضا لشگری دربندی

lashkari.mohammad@yahoo.com

چکیده

مسئولیت اجتماعی شرکت ها به نقش شرکت در حوزه اجتماع می پردازد. مسئولیت اجتماعی شرکتی مجموعه وظایف و تعهداتی است که شرکت بایستی در جهت حفظ، مراقبت و کمک به جامعه ایی که در آن فعالیت می کند، انجام دهد. هدف این پژوهش بررسی رتبه بندی گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت ها می باشد. **قلمرو مکانی تحقیق** کارشناسان، متخصصین و اساتید دانشگاهی در این حوزه در استان مازندران می باشد. و **قلمرو زمانی تحقیق** سال ۹۳ را در بر می گیرد. به منظور انجام محاسبات و تجزیه و تحلیل از مدل رتبه بندی FAHP فازی و نرم افزار Excell استفاده شده است. یافته های پژوهش حاکی از آن است که، از میان شاخص های اصلی محیطی، اجتماعی، اقتصادی، شاخص اجتماعی، بالاترین اولویت را دارد. و جایگاه بعدی به ترتیب مربوط به شاخص های محیطی و اقتصادی می باشد. همچنین از میان زیر شاخص ها، زیر شاخص رعایت قوانین ومقررات مربوط زیست محیطی آن(شاخص محیطی) بالاترین اولویت را دارد. و پس از آن زیر شاخص های سرمایه گذاری مسؤلانه و رعایت و تبعیت از قوانین ومقررات بعد اجتماعی رتبه های بعدی را به خود اختصاص می دهند.

واژگان کلیدی: مسئولیت اجتماعی، گزارشگری، پاسخگویی.

مقدمه

امروزه مشکلات و معضلات اجتماعی از جمله مسائلی است که در کانون توجه قرار گرفته است و یافتن راه حل این مشکلات اهمیت ویژه ای پیدا کرده است. تا جایی که سازمان های جهانی، جوامع اروپایی و حتی سازمان ملل در این زمینه فعالیت داشته اند. حسابداری و گزارشگری مسئولیت اجتماعی پاسخی به این مشکلات است که با در نظر گرفتن نتایج اجتماعی تصمیمات، همچون اثرات اقتصادی آنها، سعی در گسترش دامنه حسابداری سنتی داشته و معیارهای جدیدی را برای تعریف اهداف اجتماعی و ارزیابی میزان پیشرفت در نیل به این اهداف را می طلبد (خوش طینت ۱۳۷۳). شرایط امروز و فضای کسب و کار حاکم ایجاب می کند تا سازمان های بزرگ که در بازارهای جهانی یا در حال جهانی شدن فعال هستند توجه خاصی به ایجاد ارزش برای ذینفعان کنند و نوعی تعادل میان بخش های اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی کسب و کارشان ایجاد نمایند (برزگر ۱۳۹۱). دیگر حسابداری سنتی پاسخگوی تمامی نیازهای جامعه و سازمان نمی باشد و سازمانها مجبور به حرکت به سمت پاسخگویی اجتماعی هستند. در حال حاضر مدیریت نه تنها در خصوص کارایی عملیات موسسه تحت تصدی خود مسئول می باشد بلکه در قبال هر آنچه که در مورد مشکلات بیشمار اجتماعی انجام می دهد نیز مسئول است و واحدهای اقتصادی ناگزیر از قبول مسئولیت های اجتماعی خود هستند، همچنان که در مورد مسئولیت های اقتصادی آنان نیز چنین است (خوش طینت ۱۳۷۳).

با توجه به تغییر نقش واحد های اقتصادی انتظار می رود واحدهای تجاری نه تنها به فکر افزایش سود خود بوده بلکه نسبت به اجتماع نیز پاسخ گو، و برای جامعه ای که در تعامل با آن هستند مفید باشند. واحد تجاری نمی تواند از اجتماع بگریزد و جامعه را نیز نمی توان بدون واحد تجاری تصور کرد لکن، یک ارتباط دو طرفه بین واحد تجاری و اجتماع وجود دارد. در سال های اخیر نظریه هایی بیان شده مبنی بر اینکه، واحدهای تجاری می توانند ایجاد ثروت، اشتغال و نوآوری کنند، بازار را تأمین نمایند، و فعالیت هایشان را تقویت کرده و رقابت شان را بهبود بخشند و برای حفظ اجتماعی که خود در راه اندازی آن نقش اساسی داشته اند، همکاری کنند و در مقابل جامعه نیز با فراهم کردن شرایط لازم به منظور کسب بازده توسط سرمایه گذاران و ایجاد اطمینان برای ذینفعان از نبود فعالیت های آربیتراژ و غیرعادلانه، بسترهای مناسب جهت توسعه و پیشرفت واحدهای تجاری را فراهم کنند (ساندهو و کاپور^۱، ۲۰۱۰). در نتیجه مسئولیت شرکت نسبت به اجتماع هم برای خود واحد تجاری و هم برای اجتماع سودمند می باشد و درک بهتر منافع بالقوه آن می تواند منجر به بازده های زیاد سرمایه گذاری برای شرکت ها شود (عرب صالحی و دیگران، ۱۳۹۲).

در این پژوهش سعی شده عوامل موثر بر پاسخگویی واحد تجاری به اجتماع در سه گروه محیطی، اجتماعی و اقتصادی مورد بررسی قرار گیرند.

مروری بر پیشینه نظری پژوهش

حسابداری اجتماعی و مسئولیت اجتماعی

حسابداری اجتماعی را فرایند گردآوری، اندازه گیری و گزارش معاملات و اثرات متقابل معاملات بین واحد تجاری و جامعه پیرامون آن ها تعریف می کنند. حسابداری اجتماعی با اندازه گیری و گزارش اثرات متقابل واحد تجاری و جامعه پیرامون، استفاده کنندگان اطلاعات مالی را در ارزیابی توان ایفای تعهدات اجتماعی واحد تجاری یاری می کند (جعفری، ۱۳۷۲).

مسئولیت اجتماعی مجموعه ی فعالیت های صاحبان سرمایه و بنگاه ها به عنوان عضوی مفید از جامعه است که به صورت داوطلبانه انجام می شود. فرنچ و ساورد مسئولیت اجتماعی را مشارکت مثبت و عدم تأثیر گذاری منفی موسسات خصوصی بر زندگی اجتماعی مردم تعریف می کنند. به عقیده آنها این وظایف همچون آلوده نکردن، تبعیض قائل نشدن در استخدام، نپرداختن به فعالیت های غیر اخلاقی و آگاه کردن مصرف کننده از کیفیت محصولات است (رحمان سرشت، ۱۳۸۸).

رویکرد های مطرح در مفهوم مسئولیت اجتماعی

رویکرد اول، از تئوری های کلاسیک اقتصادی نشات می گیرد. بر اساس آن شرکت فقط و فقط یک هدف دارد و آن حداکثر کردن سود و به تبع آن حداکثر کردن ثروت سهامداران است. البته این موضوع تا جایی پذیرفته شده و قابل حمایت است که در جهت تلاش برای رسیدن به هدف چارچوبی اخلاقی و حقوقی وجود داشته باشد. این شکل از مفهوم مسئولیت های اجتماعی شرکت ها بوسیله فریدمن در سال ۱۹۶۲ در

¹ Sandhu & kapoor

قالب عبارت زیر ارائه شده است: «... تنها یک مسئولیت اجتماعی برای موسسات وجود دارد که آن هم استفاده از منابع موجود و به کارگیری آنها در فعالیتهای برنامه ریزی شده جهت افزایش سود است، البته مادامی که موسسه تحت مقررات تعیین شده فعالیت نماید، یعنی رقابت آزاد بدون فریب و حيله...» (همتی، ۱۳۹۰).

رویکرد دوم، در دهه ۱۹۷۰ میلادی در رابطه با به حداکثر رساندن سود مورد توجه قرار می گیرد. طبق این نظریه مدیران شرکت ها باید تصمیماتی اتخاذ کنند که بین حقوق سهامداران، کارکنان، مشتریان، عرضه کنندگان کالا ها و خدمات و عامه مردم تعادل ایجاد کند. در نتیجه باید یک ائتلاف و هماهنگی بین منافع و ملاحظات ایجاد شود که این ائتلاف تنها راهی است که شرکت ها را از هدف حداکثر نمودن سود دراز مدت مطمئن می سازد (همتی، ۱۳۹۰).

به طور کلی براساس این دیدگاه مدیران باید نسبت به گروه های که سازمان از آن ها اثر می پذیرد یا می توانند روی منافع و اهداف سازمان مؤثر باشد ایفا مسئولیت کنند. در نتیجه سازمان فقط در مقابل صاحبان سهام مشترک، سازمان های دولتی، رقبا، اتحادیه های کاری، کارکنان، عرضه کنندگان مواد اولیه، اعتباردهندگان و... مسئولیت دارند.

رویکرد سوم، سود نقطه پایانی اهداف مؤسسه نیست و مدیران اجرایی شرکت ها پس از کسب سود با مشکل خواسته های کارکنان برای افزایش سود، لزوم اجرای طرح های توسعه، درخواست قیمت های پایین تر از جانب مشتریان و افزایش کیفیت محصولات، سود سهام بیشتر برای سهامداران و ... روبرو می شوند. در این حالت تصمیم گیری های سازمانی لازم است به جای تلاش در جهت حداکثر نمودن سود به دنبال کسب سطحی باشد که طی آن هم سود کسب شود و هم سطح مطلوبی از اقدامات اجتماعی تأمین گردد. تغییر از نظریه دوم به نظریه سوم مسئولیت اجتماعی مؤسسات تجاری مانند حرکت از مفهوم مؤسسات تجاری بر مبنای منافع سهامداران به یک مفهوم گسترده تر می باشد. یعنی در نظریه دوم ملاک ایجاد سود برای سهامداران بود که با حقوق دیگر گروه های علاقه مند از قبیل مشتریان، کارکنان و ... مرتبط می شد در صورتی که نظریه سوم بر این تأکید دارد که مسئولیت مؤسسات تجاری در قبال تمامی افراد ذینفع بوده و نیز سود و زیان تنها به عنوان یکی از نتایج فعالیت های آن ها محسوب می شود و باید تصمیمات سازمانی براساس آن دسته از راه کارهایی که در اجتماع مسئولیت بیشتری به وجود می آورد اتخاذ گردد. بدیهی است اکثر مؤسسات قادر به گسترش نظریات روشن از برتری های اجتماعی هستند اما اغلب قادر به برنامه ریزی در اموری که اکثریت اجتماع از آن استفاده ببرند نمی باشند (همتی، ۱۳۹۰).

مؤلفه های تشکیل دهنده مسئولیت اجتماعی

مؤلفه اقتصادی، شامل صداقت، کنترل و نظارت سازمان، توسعه اقتصادی جامعه، شفافیت، جلوگیری از رشوه خواری و فساد، انجام پرداخت های لازم به مقامات ملی و محلی، استفاده از تأمین کنندگان محلی، استخدام نیروی کار محلی و غیره.

مؤلفه اجتماعی، شامل حقوق بشر، حقوق کارگر، آموزش و توسعه کارگران محلی، کمک به تخصص های مربوط به برنامه های جامعه و غیره.

مؤلفه زیست محیطی، شامل رویکردهای احتیاط آمیز برای جلوگیری یا به حداقل رساندن عوارض نامطلوب، حمایت از اقدامات و ابتکاراتی که مسئولیت بیشتر زیست محیطی را ترویج می دهند، توسعه و انتشار فناوری های مطلوب و مساعد زیست محیطی و غیره (گروه کارشناسان ایران، ۱۳۸۶).

مروری بر پیشینه تجربی پژوهش

الف) پژوهش های خارجی

هو و همکاران^۲ (۲۰۱۱)، در مطالعه ای تحت عنوان "اثر ساختار مالکیت بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت" سهامداران را با توجه به داشتن انگیزه های متفاوت به گروه هایی از جمله سهامداران با مالکیت نهادی، مالکیت مدیریتی و مالکیت خارجی تقسیم بندی کردند. داده های آن ها شامل یک نمونه ۱۱۸ تایی از شرکت های بزرگ کره بود. نتایج نشان داد که مسئولیت اجتماعی با مالکیت نهادی مالکیت خارجی رابطه مثبت و معناداری دارد. اما رابطه مسئولیت اجتماعی شرکتی با مالکیت مدیریتی مثبت و معنادار نیست. پژوهش آن ها نشان داد که گروه های مختلف سهامداران اثر متفاوتی بر افشای مسئولیت اجتماعی دارند.

² Ho, et al

رحمان خان و بدر المتکین^۳ (۲۰۱۲)، مطالعه ای تحت عنوان "حاکمیت شرکتی و افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها، شواهدی مبتنی بر اقتصاد نوظهور" در کشور بنگلادش انجام داده اند. در این پژوهش رابطه برخی از مکانیزم های حاکمیت شرکتی شامل: مالکیت مدیریتی، مالکیت عمومی، مالکیت خارجی، نسبت مدیران غیر مؤلف در هیأت مدیره، دوگانگی مدیر عامل و حضور کمیته حسابرسی با افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها مورد آزمون قرار گرفت. نتایج نشان داد که افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی با مالکیت مدیریتی رابطه ی منفی دارد. و مالکیت عمومی و خارجی و مدیران غیرمؤلف در هیأت مدیره و حضور کمیته حسابرسی اثر مثبت و معناداری با افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی دارد.

سولیمان و همکاران^۴ (۲۰۱۲)، در تحقیقی تحت عنوان ساختار مالکیت و مسئولیت اجتماعی شرکت ها در مصر ساختار مالکیت را به سه گروه مختلف مالکیت نهادی، مدیریتی و خارجی تقسیم کردند. نتایج نشان دهنده ی رابطه ی مثبت و معنادار بین سرمایه گذاران خارجی و نهادی است. اما بین مالکیت خارجی و مسئولیت اجتماعی رابطه منفی وجود دارد. به عبارتی مالکیت مدیریتی علاقه ی کمتری به افشای اطلاعات نسبت به سهامدان نهادی و خارجی دارد.

لامرتجان و برت^۵ (۲۰۱۲)، اهمیت نوع مالکیت بر مسئولیت اجتماعی شرکت ها را بررسی کرده اند. در این مقاله از بیش از ۶۰۰ شرکت اروپایی از ۱۶ کشور و ۳۵ صنعت استفاده شده . به این نتیجه رسیدند که مالکیت کارکنان، خصوصی و شرکتی رابطه نسبتاً ضعیف با مسئولیت اجتماعی دارند در حالی که شرکت های هلدینگ مثل بانک و سرمایه گذاران نهادی و همچنین سرمایه گذاران دولتی در این رابطه بی طرف به نظر می رسند.

سویان پک و همکاران^۶ (۲۰۱۳)، به بررسی رابطه مالکیت مدیریتی بر ابعاد مختلف مسئولیت اجتماعی شرکت ها پرداختند که ابعاد مسئولیت اجتماعی شامل روابط کارکنان، اجتماع، محیط زیست و تولیدات می باشد. نتایج تحقیق نشان می دهد که مالکیت مدیریتی با روابط کارکنان ارتباط معنادار منفی دارد. در حالی که اثر آن بر اجتماع، محیط زیست و ابعاد تولیدات ناچیز است.

کیم و همکاران^۷ (۲۰۱۴)، در پژوهشی به بررسی رابطه بین گزارشگری مسئولیت اجتماعی و ریسک کاهش قیمت سهام پرداختند. نتایج این تحقیق حاکی از آن است که عملکرد CSR شرکت دارای رابطه منفی با ریسک کاهش قیمت سهام در آینده است. علاوه بر این، تأثیر کاهنده CSR بر ریسک سقوط زمانی برجسته تر می باشد که شرکت ها دارای حاکمیت شرکتی کمتری بوده یا دارای سطح پایین تر از مالکیت نهادی باشند. نتایج به دست آمده با این مفهوم سازگاری دارد که شرکت هایی که به صورت فعال در CSR مشارکت دارند، از اعمال و رفتارهای محترانه باز داشته می شوند، بنابراین خطر سقوط قیمت سهام کاهش می یابد. زمانی که مکانیسم حاکمیت شرکتی مثل نظارت هیأت مدیره با سرمایه گذاران نهادی ضعیف باشد، نقش CSR به طور ویژه حائز اهمیت خواهد بود .

واشیلکی و همکاران^۸ (۲۰۱۴)، به بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی شرکت و مدیریت سود در بانک های ایالات متحده آمریکا پرداختند. نتایج حاکی از آن است که رابطه معنادار مثبتی بین مدیریت سود و مسئولیت اجتماعی شرکت وجود دارد. (ب) پژوهش های داخلی

بهار مقدم و همکاران (۱۳۹۲)، در تحقیقی تحت عنوان بررسی رابطه ی مکانیزم های حاکمیت شرکتی بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها به این نتیجه رسیدند که افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها تحت تأثیر مکانیزم های حاکمیت شرکتی قرار دارد. یعنی هرچه مکانیزم های حاکمیت شرکتی بهتر اعمال و اجرا شود، افشای گزارشات مسئولیت اجتماعی شرکت ها نیز بهبود می یابد و مکانیزم ها به عنوان زیربنای افشای مسئولیت اجتماعی است.

قاضی زاده و همکاران (۱۳۹۲)، در پژوهشی به شناسایی رابطه مسئولیت اجتماعی شرکت با وفاداری مشتریان پرداختند. جامعه آماری تحقیق شامل مشتریان بانک ملت شهر تهران بود. نمونه آماری ۳۸۴ نفر و روش نمونه گیری خوشه ای بود. برای گردآوری داده ها از پرسشنامه روجیروتانا مان هاچی تارا (۲۰۱۱) استفاده شده است. از آمار توصیفی برای توصیف وضعیت آزمودنی ها استفاده شد و در قسمت آمار استنباطی از آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون گام به گام جهت بررسی معناداری فرضیه ها و به منظور بررسی قابلیت پذیرش مقدار ضریب مسیر از آزمون تی استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد که بین مسئولیت اجتماعی سازمان با وفاداری مشتریان رابطه معناداری وجود دارد.

³ Bahram Khan & Badrul Mottakin

⁴ Soliman

⁵ Lamrt jon

⁶ Soyon Peak

⁷ Vassiliki et al

مهدی عرب صالحی و همکاران (۱۳۹۲)، در یک پژوهشی تحت عنوان «رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران» دریافتند که نتایج پژوهش نشان می دهد عملکرد مالی با مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به کارکنان و محیط زیست رابطه معناداری ندارد. این پژوهش به مدیران کمک خواهد کرد تا سیاست های موثر مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکت را که برای دستیابی به عملکرد مالی بهتر، در بلند مدت لازم است را توسعه دهند.

عبدلی و همکاران (۱۳۹۳)، به بررسی تاثیر ساختار و ترکیب هیات مدیره بر مسئولیت اجتماعی شرکت ها پرداختند. نتایج حاکی از آن است که بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها با نسبت اعضای هیات مدیره و تمرکز مالکیت رابطه معنی داری وجود دارد و متغیر تمرکز مالکیت، بیشترین تاثیر را نسبت به سایر متغیرها بر روی مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها می گذارد. همچنین مطابق با نتایج بدست آمده مشخص گردید بین نقش دوگانه رئیس هیئت مدیره، نسبت تغییرات هیئت مدیره و نوع مالکیت با مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها رابطه معناداری وجود ندارد.

پورعلی و حجامی (۱۳۹۳)، به بررسی رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها و ابعاد آن، میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان، مشارکت اجتماعی، تولید و محیط زیست با مالکیت نهادی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. یافته های پژوهش حاکی از رابطه معنادار منفی بین افشای مسئولیت اجتماعی، میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان، تولید و محیط زیست با مالکیت نهادی می باشد، این در حالی است که بین میزان افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی با مالکیت نهادی رابطه معناداری وجود ندارد.

سوالات پژوهش

- ۱- رتبه بندی عوامل اصلی مؤثر بر گزارشگری مسئولیت اجتماعی چگونه است؟
- ۲- رتبه بندی معیار های مؤثر بر شاخص اجتماعی گزارشگری مسئولیت اجتماعی چگونه است؟
- ۳- رتبه بندی معیار های مؤثر بر شاخص محیطی گزارشگری مسئولیت اجتماعی چگونه است ؟
- ۴- رتبه بندی معیار های مؤثر بر شاخص اقتصادی گزارشگری مسئولیت اجتماعی چگونه است؟

روش پژوهش

در این پژوهش برای تعیین میزان اهمیت ورتبه بندی سبد عوامل اصلی و فرعی مؤثر بر گزارشگری مسئولیت اجتماعی، از روش AHP فازی استفاده شده است. برای پیاده سازی این روش، ابتدا باید نظرات کارشناسان و متخصصین مختلف با استفاده از روش میانگین هندسی با هم تلفیق شود. اما از آنجا که یک ماتریس ناسازگار می تواند منتج به نتایج اشتباه شود، تجمیع نظر خبرگان قبل از حل مسئله امری ضروری می باشد. در این پژوهش این کار با استفاده از روش گاگوس و بوچر (۱۹۹۸) انجام شده است و اطلاعات بر اساس مطالعات کتابخانه ای، مصاحبه با کارشناسان و متخصصین، تنظیم و استفاده از پرسشنامه ها، مستندات موجود، برگزاری جلسات تخصصی، تجزیه و تحلیل اطلاعات حاصله و غیره بدست آمده است. برای تحلیل داده های عمومی و جمعیت شناختی جمع آوری شده مانند: سن، جنس، میزان تحصیلات و... از نرم افزار اکسل استفاده شده، از آنجایی که هدف این تحقیق استفاده از مدل تصمیم گیری در محیط های فازی جهت رتبه بندی عوامل اصلی و فرعی مؤثر بر گزارشگری مسئولیت اجتماعی است و از طرفی تصمیم گیرندگان قادر خواهند بود ترجیحات خود را در مورد عوامل به صورت اوزان عددی به دست آورند، اعداد فازی تعریف شده توسط مقیاس فازی را به اعداد فازی مثلثی تبدیل، سپس محاسبات مربوط به تکنیک GAHP فازی، تحت روش تحلیل توسعه ای (EA)^۸ به منظور محاسبه وزن عوامل مؤثر بر گزارشگری مسئولیت اجتماعی با کمک نرم افزار EXCEL انجام گرفته و رتبه بندی و انتخاب مهم ترین عامل میسر شده است.

^۸. Extent Analysis Method

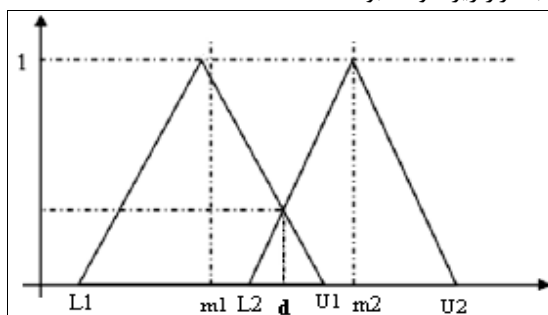
جامعه و نمونه آماری

جامعه مورد بررسی، کارشناسان، متخصصین و اساتید دانشگاهی هستند که در واحدها و بخش های مختلف حسابداری ارتباط کاری دارند. طی رایزنی انجام پذیرفته، ۲۰ نفر به عنوان نمونه آماری این پژوهش شناسایی شدند تا در خصوص انتخاب عوامل مؤثر بر گزارشگری مسئولیت اجتماعی و اولویت بندی آنها نظر داده و در تهیه گزارشات مورد نیاز همکاری نمایند. از کل نمونه آماری ۸ نفر زن و ۱۲ نفر مرد می باشند، تحصیلات ۴۰٪ نمونه مورد بررسی دکترا و ۶۰٪ کارشناسی ارشد است. پراکندگی سنی نمونه به گونه ای است که سن نیمی از نمونه مورد بررسی بین ۲۰ تا ۳۰ سال است و نیمی بالای ۳۰ سال است.

مدل پژوهش

-تحلیل سلسله مراتبی گروهی فازی^۹ (به روش تحلیل توسعه ای چانگ^{۱۰}):

براساس روابط بین اعداد فازی مثلثی، اگر دو عدد فازی مثلثی $M_\gamma = (L_\gamma, m_\gamma, u_\gamma)$ و $M_\delta = (L_\delta, m_\delta, u_\delta)$ را در نظر بگیریم؛ آنگاه روابط جمع، ضرب و معکوس بین این دو عدد به قرار زیر خواهد بود:



نمودار اعداد فازی مثلثی

$$M_\gamma + M_\delta = (L_\gamma + L_\delta, m_\gamma + m_\delta, u_\gamma + u_\delta)$$

$$M_\gamma \cdot M_\delta = (L_\gamma L_\delta, m_\gamma m_\delta, u_\gamma u_\delta)$$

$$M_\gamma^{-1} = \left(\frac{1}{u_\gamma}, \frac{1}{m_\gamma}, \frac{1}{L_\gamma} \right) \quad M_\delta^{-1} = \left(\frac{1}{u_\delta}, \frac{1}{m_\delta}, \frac{1}{L_\delta} \right)$$

باید توجه داشت که حاصلضرب دوعدد فازی مثلثی یا معکوس یک عدد فازی مثلثی، دیگر یک عدد فازی مثلثی نیست و این روابط فقط تقریبی از حاصلضرب واقعی دو عدد فازی مثلثی و معکوس یک عدد فازی مثلثی را بیان می کند. در روش EA برای هر یک از سطریهای ماتریس مقایسات زوجی، ارزش S_k که خود یک عدد فازی مثلثی است، به صورت زیر محاسبه می گردد:

$$S_k = \sum_{j=1}^n M_{kj} \otimes \left[\sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n M_{ij} \right]^{-1}$$

در مدل فوق K بیانگر شماره سطرو i و j به ترتیب نشان دهنده گزینه ها و شاخص ها می باشند. برای محاسبه هر یک از بخش های رابطه فوق به صورت زیر عمل می کنیم:

⁹. Fuzzy Group Analytical Hierarchy Process (FGAHP)

¹⁰. Chang

$$\sum_{i=1}^n M_{ij} = \left(\sum_{i=1}^n l_j, \sum_{i=1}^n m_j, \sum_{i=1}^n u_j \right) \quad i = 1, 2, \dots, n$$

$$\sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n M_{ij} = \left(\sum_i l_i, \sum_i m_i, \sum_i u_i \right)$$

$$\left[\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m M_{ji}^j \right]^{-1} = \left(\frac{1}{\sum_{i=1}^n u_i}, \frac{1}{\sum_{i=1}^n m_i}, \frac{1}{\sum_{i=1}^n l_i} \right)$$

پس از محاسبه تمامی S_k ها، در این مرحله باید طبق رابطه زیر درجه بزرگی هر یک از عناصر سطوح را بر سایر عناصر آن سطح، به صورت جداگانه، محاسبه نماییم.

$$\begin{cases} V(M_1 \geq M_2) = 1 & \text{اگر } m_1 \geq m_2 \\ V(M_1 \geq M_2) = \text{hgt}(M_1 \cap M_2) & \text{در غیر این صورت} \end{cases}$$

در نتیجه داریم:

$$\text{hgt}(M_1 \cap M_2) = \frac{u_1 - l_2}{(u_1 - l_2) + (m_2 - m_1)}$$

میزان بزرگی یک عدد فازی مثلثی از K عدد فازی مثلثی دیگر از رابطه ی زیر به دست می آید:

$$V(M_1 \geq M_2, \dots, M_k) = V(M_1 \geq M_2) \text{ and } \dots \text{ and } V(M_1 \geq M_k)$$

برای محاسبه وزن شاخص ها در ماتریس مقایسات زوجی به صورت زیر عمل می کنیم:

$$w'(x_i) = \min\{V(S_i \geq S_k)\} \quad k = 1, 2, \dots, n, k \neq i$$

بنابراین بردار وزن شاخص ها بصورت زیر خواهد بود، که همان بردار ضرایب ناپهنجار AHP فازی خواهد بود:

$$w' = [w'(x_1), w'(x_2), \dots, w'(x_n)]^t$$

سپس با استفاده از روش نرمال سازی ساعتی با تقسیم هر یک از عناصر ماتریس وزنی غیر نرمال بر حاصل جمع عناصر همین ماتریس می توانیم وزن هر یک از عناصر سطح مربوطه را به دست می آوریم.

$$\frac{w'_i}{\sum w'_i} w_i =$$

-محاسبه‌ی ناسازگاری ماتریس‌های مقایسات زوجی فازی

گاگوس و بوچر (۱۹۹۸) بر اساس شرایط انتقال‌پذیری قوی، روشی را برای محاسبه‌ی درجه‌ی ناسازگاری ماتریس‌های مقایسات زوجی فازی ارائه نموده‌اند. در این روش به منظور بررسی ناسازگاری، لازم است از هر ماتریس مقایسه زوجی A^m ، دو ماتریس مجزا تشکیل شود: A^m و A^g . ماتریس A^m از مقادیر میانی ترجیحات هر خبره حاصل می‌گردد، $A^m = [a_{ijm}]$. ماتریس دوم نیز (A^g) ، از میانگین هندسی حد بالا و حد پایین اعداد فازی مثلثی ایجاد می‌شود:

$$A^g = \sqrt{a_{ijl} \cdot a_{iju}}$$

برای یافتن نرخ ناسازگاری، بردار وزن هر یک از این دو ماتریس باید محاسبه شود. لذا، بردارهای اوزان، w^m و w^g ، از روابط زیر به دست می‌آیند:

$$w^m = [w_i^m] \text{ where } w_i^m = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n \frac{a_{ijm}}{\sum_{i=1}^n a_{ijm}}$$

$$w^g = [w_i^g] \text{ where } w_i^g = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n \frac{\sqrt{a_{iju} \cdot a_{ijl}}}{\sum_{i=1}^n \sqrt{a_{iju} \cdot a_{ijl}}}$$

λ_{max} بعد ماتریس است. بزرگ‌ترین مقدار ویژه (λ_{max}) برای هر کدام از ماتریس‌ها از روابط زیر محاسبه می‌شود:

$$\lambda_{max}^m = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n a_{ijm} (w_j^m / w_i^m)$$

$$\lambda_{max}^g = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n \sqrt{a_{iju} \cdot a_{ijl}} (w_j^g / w_i^g)$$

شاخص ناسازگاری^{۱۱} (CI) بترتیب زیر محاسبه می‌گردد:

$$CI^m = \frac{(\lambda_{max}^m - n)}{(n)} \text{ و } CR = \frac{CI}{RI}$$

$$CI^g = \frac{(\lambda_{max}^g - n)}{(n)}$$

برای محاسبه‌ی نرخ ناسازگاری^{۱۲} $(CR = \frac{CI}{RI})$ ، شاخص‌های تصادفی R^m و R^g توسط گاگوس و بوچر (۱۹۹۸) ارائه شده است (جدول ۴-۳). اگر هر دو نرخ ناسازگاری $(CR^g$ و $CR^m)$ هر ماتریس مقایسه زوجی بزرگ‌تر از ۰/۱ باشد، باید از خبره مورد نظر درخواست شود تا در

^{۱۱}. Consistency Index

ترجیحاتش تجدید نظر نماید. اگر فقط CR^m (CR^g) از ۰/۱ بزرگتر باشد، در حالی که دیگری در طیف مورد قبول باشد، بهتر است تصمیم گیرنده برای ارزیابی مجدد مقادیر میانی (مقادیر حدها) ترغیب شوند و مقادیر حدها (مقادیر میانی) بدون تغییر بمانند.

جدول ۱ شاخص های تصادفی گاوس و بوچر

اندازه ماتریس	R^m	R^g
۱	۰	۰
۲	۰	۰
۳	۰/۴۸۹۰	۰/۱۷۹۶
۴	۰/۷۹۳۷	۰/۲۶۲۷
۵	۱/۰۷۲۰	۰/۳۵۹۷
۶	۱/۱۹۹۶	۰/۳۸۱۸
۷	۱/۲۸۷۴	۰/۴۰۹۰
۸	۱/۳۴۱۰	۰/۴۱۶۴
۹	۱/۳۷۹۳	۰/۴۳۴۸
۱۰	۱/۴۰۹۵	۰/۴۴۵۵
۱۱	۱/۴۱۸۱	۰/۴۵۳۶
۱۲	۱/۴۴۶۲	۰/۴۷۷۶
۱۳	۱/۴۵۵۵	۰/۴۶۹۱
۱۴	۱/۴۹۱۳	۰/۴۸۰۴
۱۵	۱/۴۹۸۶	۰/۴۸۸۰

یافته ها و نتایج آزمون

سؤال اول: رتبه بندی عوامل اصلی مؤثر بر گزارشگری مسئولیت اجتماعی چگونه است؟
 اظهار نظرهای کلامی پاسخگویان نمونه آماری در مورد سبب عوامل اصلی و فرعی مؤثر بر مسئولیت اجتماعی شرکت ها که جمع آوری شده- اند به روش های مختلفی قابل تبدیل به اعداد مثلثی هستند. به منظور شناسایی عوامل با استفاده از نظر خبرگان، با مراجعه به تحقیقات مشابه و با استفاده از پرسشنامه بومی سازی، سه عامل اصلی (اجتماعی، محیطی، اقتصادی) مؤثر بر گزارشگری مسئولیت اجتماعی شناسایی شد. نتایج بیانگر کسب بالاترین اولویت توسط عامل «اجتماعی» و پایین ترین اولویت توسط عامل «اقتصادی» در گروه فاکتورهای اصلی مؤثر بر گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت ها است. در این مطالعه از اعداد فازی مثلثی استفاده شده است، CR محاسبه شده برای هر دو ماتریس کمتر از ۰/۱ است. بنابراین ماتریس مقایسه زوجی فاکتورهای اصلی مربوط به ماتریس تجمیع نظرات خبرگان کاملاً سازگار است.

جدول ۲ ماتریس تجمیع نظرات خبرگان مربوط به عوامل اصلی مسئولیت مؤثر بر رتبه بندی گزارشگری اجتماعی

	اجتماعی	محیطی	اقتصادی
اجتماعی	(۱،۱،۱)	(۰/۶۸، ۱/۲۶، ۱/۵۴)	(۰/۷۴، ۱/۲۳، ۰/۸۶)
محیطی	(۰/۶۵، ۰/۷۹، ۱/۴۶)	(۱،۱،۱)	(۰/۷۹، ۱/۲۲، ۱/۷۳)
اقتصادی	(۰/۵۴، ۰/۸۰، ۱/۳۵)	(۰/۵۸، ۰/۸۲، ۱/۲۶)	(۱،۱،۱)

جدول ۳ محاسبه CR ماتریس میانگین هندسی حدود فاکتورهای اصلی مربوط به ماتریس تجميع نظرات خبرگان

G	اجتماعی	محیطی	اقتصادی	میانگین سطری
اجتماعی	۰/۳۵۴۰۱۱	۰/۳۵۶۶۲۹	۰/۳۵۰۹۹۲	۰/۳۵۳۸۷۷
محیطی	۰/۳۴۴۶۴۱	۰/۳۴۷۱۸۹	۰/۳۵۰۲۳۱	۰/۳۴۷۳۵۴
اقتصادی	۰/۳۰۱۳۴۸	۰/۲۹۶۱۸۲	۰/۲۹۸۷۷۷	۰/۲۹۸۷۶۹
$\lambda_{max}^g = 4/0.77891$		CI=۰/۰۲۵۹۶۴		CR ^g = ۰/۰۹۸۸۳۴

سؤال دوم: رتبه بندی معیار های مؤثر بر شاخص اجتماعی گزارشگری مسئولیت اجتماعی چگونه است؟
کسب بالاترین اولویت توسط عامل « رعایت و تبعیت از قوانین و مقررات مرتبط بعد اجتماعی » و پایین ترین اولویت توسط عامل « حقوق بشر » در گروه زیرفاکتورهای عامل اجتماعی. CR محاسبه شده برای هر دو ماتریس کمتر از ۰/۱ است. بنابراین ماتریس مقایسات زوجی زیر فاکتورهای عامل اجتماعی مربوط به ماتریس تجميع نظرات خبرگان کاملاً سازگار است.

جدول ۴ محاسبه CR ماتریس میانگین هندسی حدود زیرفاکتورهای عامل قانونی مربوط به ماتریس تجميع نظرات خبرگان

G	کار و کارکنان/	حقوق بشر	مشتریان و مصرف کنندگان محصولات	مشارکت و توسعه جامعه	اخلاق کسب و کار/	فساد، رشوه خواری	رعایت قوانین	میانگین سطری
کار و کارکنان/ اشتغال ر	۰/۱۱۷۱۷	۰/۱۶۵۹۱	۰/۰۹۸۷۵	۰/۱۳۵۶۲	۰/۰۷۶۷۱	۰/۰۹۰۴۸	۰/۱۳۹۸۷	۰/۱۱۷۷۹
حقوق بشر	۰/۰۴۶۳۳	۰/۰۶۵۶	۰/۱۶۵۵۲	۰/۱۶۱۴۹	۰/۰۸۴۱۴	۰/۰۹۴۳	۰/۲۲۴۹۲	۰/۱۲۰۳۳
مشتریان و مصرف کنندگان محصولات	۰/۱۷۱۲۱	۰/۱۶۸۲	۰/۱۴۴۲۹	۰/۰۹۹۳۱	۰/۰۶۲۶۸	۰/۱۲۷۸۳	۰/۲۱۸۶۷	۰/۱۴۱۷۴
مشارکت و توسعه	۰/۰۲۱۴	۰/۱۵۳۳۵	۰/۱۹۹۲۸	۰/۲۰۳۳۵	۰/۰۸۷۹۷	۰/۱۵۷۰۷	۰/۱۶۱۸۶	۰/۱۵۲۱۵
اخلاق کسب و کار/ رویه های عملیاتی منصفانه	۰/۱۷۵۶۹	۰/۲۰۵۸۵	۰/۱۴۷	۰/۱۷۶۹۷	۰/۱۹۶۶۹	۰/۱۴۹۷۱	۰/۰۶۹۶۳	۰/۱۶۰۲۲
فساد، رشوه خواری	۰/۱۴۷۵۵	۰/۱۴۶۶۸	۰/۱۱۹۶۴	۰/۱۱۰۰۶	۰/۱۴۷۹۲	۰/۱۳۰۲۴	۰/۰۶۳۳۲	۰/۱۲۳۶۳
رعایت قوانین	۰/۲۳۹۹۲	۰/۰۹۴۴۲	۰/۱۲۵۵۲	۰/۱۱۳۲	۰/۳۴۳۸۸	۰/۲۵۰۳۶	۰/۱۲۱۷۳	۰/۱۸۴۱۵
$\lambda_{max}^g = 8/2.3472$		CI=۰/۰۳۳۵۳		CR ^g = ۰/۰۸۰۵۳				

سؤال سوم: رتبه بندی معیار های مؤثر بر شاخص محیطی گزارشگری مسئولیت اجتماعی چگونه است ؟

نتایج بیانگر کسب بالاترین اولویت توسط عامل « رعایت قوانین ومقررات مربوط آن » و پایین ترین اولویت توسط عامل « مواد اولیه وانرژی » در گروه زیرفاکتورهای عامل محیطی است. CR محاسبه شده برای هر دو ماتریس کمتر از ۰/۱ است. بنابراین ماتریس مقایسات زوجی زیرفاکتورهای عامل محیطی مربوط به ماتریس تجميع نظرات خبرگان کاملاً سازگار است.

جدول ۵ محاسبه CR ماتریس میانگین هندسی حدود زیرفاکتورهای عامل محیطی ماتریس تجميع نظرات خبرگان

G	مواد اولیه وانرژی	تنوع گونه های زیستی ومنابع طبیعی	انتشار گازها،فاضلاب وضایعات	محصولات و خدمات و اثرات زیست محیطی	رعایت قوانین ومقررات مربوط زیست محیطی	میانگین سطری
مواد اولیه وانرژی	۰/۱۳۶۴۱	۰/۲۷۲۴۹	۰/۱۰۵۷۵	۰/۱۳۲۰۳	۰/۱۹۵۹۶	۰/۱۶۸۵۳
تنوع گونه های زیستی ومنابع طبیعی	۰/۰۸۷۲۹	۰/۱۷۴۳۶	۰/۱۱۴۸	۰/۲۷۵۸۵	۰/۲۶۲۷۳	۰/۱۸۳۰۱
انتشار گازها،فاضلاب وضایعات	۰/۲۸۸۵۵	۰/۱۳۵۷۹	۰/۲۲۳۶۸	۰/۱۶۱۹	۰/۱۲۳۷۶	۰/۱۸۶۷۳
محصولات و خدمات و اثرات زیست محیطی	۰/۲۶۵۷۹	۰/۲۳۱۳۷	۰/۱۷۷۹۷	۰/۲۱۴۸۳	۰/۲۰۸۴۹	۰/۲۱۹۶۹
رعایت قوانین ومقررات مربوط زیست محیطی	۰/۲۲۱۹۷	۰/۱۸۶	۰/۳۷۷۸۱	۰/۲۱۵۴	۰/۲۰۹۰۵	۰/۲۴۲۰۴
$\lambda_{max}^g = ۸/۱۳۷۲$		CI= ۰/۰۱۹۶		CR ^g = ۰/۰۴۷۱		

سؤال چهارم: رتبه بندی معیار های مؤثر بر شاخص اقتصادی گزارشگری مسؤولیت اجتماعی چگونه است؟
نتایج بیانگر کسب بالاترین اولویت توسط عامل « سرمایه گذاری مسئولانه » و پایین ترین اولویت توسط عامل « حضور در بازار» در گروه زیرفاکتورهای عامل است. CR محاسبه شده برای هر دو ماتریس کمتر از ۰/۱ است. بنابراین ماتریس مقایسات زوجی زیر فاکتورهای عامل اقتصادی مربوط به ماتریس تجميع نظرات خبرگان کاملاً سازگار است.

جدول ۶- محاسبه CR ماتریس میانگین هندسی حدود زیرفاکتورهای عامل اقتصادی مربوط به ماتریس تجميع نظرات خبرگان

G	عملکرد اقتصادی	حضور در بازار	اثرات اقتصادی غیر مستقیم	سرمایه گذاری مسئولانه	حضور در بازار	میانگین سطری
عملکرد اقتصادی	۰/۲۶۸۹۹	۰/۳۵۷۵۴	۰/۲۳۴۴۶	۰/۲۶۴۲۹	۰/۲۳۰۴۵	۰/۲۷۱۱۵
حضور در بازار	۰/۱۵۵۸۵	۰/۲۰۷۱۶	۰/۱۲۲۹۹	۰/۴۰۹۷۳	۰/۰۵۷۷۶	۰/۱۹۰۷
اثرات اقتصادی غیر مستقیم	۰/۱۵۰۲۳	۰/۰۶۸۸۲	۰/۱۳۰۹۴	۰/۱۳۰۲۵	۰/۱۶۳۹۳	۰/۱۲۸۸۳
سرمایه گذاری مسئولانه	۰/۲۸۶۳۹	۰/۲۱۶۴۷	۰/۳۷۸۳۱	۰/۱۳۶۱۱	۰/۳۸۰۹۷	۰/۲۷۹۶۵
حضور در بازار	۰/۱۳۸۵۳	۰/۱۵۰۰۱	۰/۱۳۳۳	۰/۰۵۹۶۲	۰/۱۶۶۸۸	۰/۱۲۹۶۷
$\lambda_{max}^g = ۹/۳۰۴۷۲$		CI= ۰/۰۳۸۰۹		CR ^g = ۰/۰۸۷۶		

نتیجه گیری و پیشنهادات

گزارشگری مسئولیت اجتماعی یکی از موضوعات مهم در عصر جدید است، زیرا بسیاری از سازمان ها برای باقی ماندن در عرصه رقابت به دنبال جلب رضایتمندی هرچه بیشتر مشتریان(سایر افراد) هستند. شرکت هایی که به گزارشگری مسئولیت اجتماعی توجه دارند در برنامه های خود موفق ترند نسبت به شرکت هایی که به این موضوع توجه ندارند. چرا که با صنعتی شدن جوامع نیازهای اولیه برای بسیاری از افراد فراهم شده وبا گذر زمان سطح نیازها تغییر کرده، و افراد به دنبال رفاه بیشتر، محصولاتی با امکانات بهتر، محیطی پاک تر و.... هستند. از این رو توجه به فاکتورها و زیرفاکتورهای مسئولیت اجتماعی عاملی مهم برای پیشبرد این اهداف است.

نتایج تحقیق بیانگر کسب بالاترین اولویت توسط عامل «اجتماعی» و پایین ترین اولویت توسط عامل «اقتصادی» در گروه فاکتورهای اصلی مؤثر بر گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت ها است. بنابراین مدیران بایستی به شاخصهای عوامل اجتماعی توجه بیشتری نمایند، مانند رعایت و تبعیت از قوانین ومقررات مرتبط بعد اجتماعی، فساد، رشوه خواری و پول شویی، اخلاق کسب و کار/رویه های عملیاتی منصفانه، مشارکت وتوسعه جامعه، زنجیره تامین، مشتریان، مصرف کنندگان محصولات و خدمات، کار و کارکنان/اشتغال ورویه های کار، حقوق بشرو پس از آن، مدیران بایستی به شاخصهای عوامل محیطی توجه نمایند، همانند رعایت قوانین ومقررات مربوط زیست محیطی آن، محصولات وخدمات واثرات زیست محیطی آن، انتشار گازها وفاضلاب، تنوع گونه های زیستی ومنابع طبیعی، مواد اولیه وانرژی ودر نهایت نیز آخرین رتبه بندی مربوط به عامل اقتصادی می شود که شامل مواردی چون، سرمایه گذاری مسئولانه، عملکرد اقتصادی، مالیات، اثرات اقتصادی غیر مستقیم، حضور در بازار می باشد. لازم به ذکر است در این خصوص باید اقدامات ویژه ایی صورت گیرد که نیازمند همکاری بین مردم و مسئولین می باشد.

منابع و مراجع

- [۱] 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، شماره ۲۰، ۱۰۷-۹۰.
- [۲] پورعلی و حجامی (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها و ابعاد آن با مالکیت نهادی، فصلنامه علمی پژوهشی دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، سال سوم، شماره دهم، ۱۵۰-۱۳۵.
- [۳] حساس یگانه، یحیی، برزگر، قدرت الله، (۱۳۹۰)، راهبری شرکتی مسئولیت اجتماعی شرکت ها و نظریه های حسابداری (رویکرد اقتصاد سیاسی و نظریه های اثباتی)، مجله حسابداری.
- [۴] رحیمی، رباب (۱۳۹۰). بررسی تاثیر درصد هیئت مدیره غیر مؤلف و مالکیت نهادی بر مسئولیت پذیری اجتماعی در شرکت ها، همایش ملی ایده های نو در حسابداری و حسابرسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوزستان.
- [۵] رضایی دولت آبادی، حسین، جوشیار نجف آبادی، لیلا خزائی پول، جواد، وریج کاظمی رضا، ۱۳۹۲، تحلیل تاثیر مسئولیت اجتماعی بر تصویر نمادین تصویر عملکردی و وفاداری برند، مجله مدیریت بازرگانی دوره ۵، شماره ۲، صص ۶۹-۸۸.
- [۶] سرمد، زهره؛ بازرگان، عباس و حجازی، الهه. روش های تحقیق در علوم و فناوری، انتشارات آگاه. (۱۳۸۷).
- [۷] صنوبر، ناصر، حیدریان، بهنام (۱۳۹۰). شناسایی عوامل مؤثر بر گرایش سازمان ها به رعایت اجتماعی شرکت ها، دو فصلنامه جامعه شناسی اقتصادی و توسعه، شماره اول، ۸۹-۷۱.
- [۸] عرب صالحی، مهدی، صادقی، غزل، معین الدین، محمود، (۱۳۹۲)، رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پژوهش های تجربی در حسابداری، سال سوم، شماره ۹، صص ۱-۲۰.
- [۹] فروغی، داریوش؛ میرشمس شهنشاهی، مرتضی؛ پورحسین، سمیه. (۱۳۸۷). نگرش مدیران درباره ی افشای اطلاعات حسابداری اجتماعی: شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، بررسی های حسابداری و حسابداری و حسابرسی، شماره ۵۲، ۷۰-۵۵.
- [۱۰] قاضی زاده، مصطفی، سرداری، احمد، دانشخواهی، حامد، رئیسی، حسین، (۱۳۹۲)، شناسایی رابطه مسئولیت اجتماعی شرکت با وفاداری مشتریان (مورد مطالعه: بانک ملت)، فصلنامه تحقیقات بازاریابی نوین، شماره ۱۰، صص ۹۴-۷۵.
- [۱۱] قالیباف اصل، حسن و رنجبر، فائزه (۱۳۸۴). بررسی اثر نوع مالکیت بر عملکرد شرکت ها (تجربه خصوصی سازی در ایران)، تحقیقات مالی، شماره ۱۳۳، ۱۹-۱۱۷.
- [۱۲] کریمی، غلامرضا، مهرانی، ساسان و اسکندر، هادی (۱۳۸۹). بررسی تئوری نمایندگی و تئوری علامت دهی در سیاست تقسیم سود: نقش سرمایه گذاران نهادی، مجله علوم اجتماعی و انسانی سابق، دوره دوم، شماره دوم، ۱۳۲-۱۰۹.
- [13] Arevalo, J. A. & Aravind, D. (2011). Corporate social responsibility practices in India: approach, drivers, and barriers. *Corporate Governance*, 11(4): 399-414
- [14] Bhattacharya, P&M.A. Graham (2009), "Institutional Ownership Structure and Corporate Performance: A Disaggregated View", *Journal Multinational Financial Management*, Vol.19, pp. 370-394.
- [15] Choi, Jong-Seo; Kwak, Young-Ming; Choe, CHongwoo (2010). Corporate social responsibility and corporate financial performance: Evidence from Korea. *Australian Journal of Management*, 53 (3), 291-311.
- [16] Chomvilailuk, R. & Butcher, K. (2013). The effect of CSR knowledge on customer liking, across cultures. *International Journal of Bank Marketing*, 31(2): 98-114

- [17] Danko, Dori; Goldberg, Jennifer S.; Goldberg, Stephen R.; Grant, Rita. (2008). Corporate social responsibility: The united states vs. Europe. *The Journal of Corporate Accounting & Finance*, 19 (6) , 41-47.
- [18] Harjoto, Maretno A. (2011). Corporate governance and CSR nexus. *Journal of Business Ethics*, 100 (1) , 45-67.
- [19] Holme, Richard; Watts, phil. (2000). Corporate social responsibility: Making good business sense. World business Council for Sustainable Development.
- [20] Johnson, Brian R.; Connolly, Eric; Carter, Timothy S. (2010). Corporate social responsibility: The role of fortune 100 companies in domestic and international natural disasters. *Journal of Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 18 (6) , 352-369.
- [21] Nejati, M. & Ghasemi, S. (2013). Corporate social responsibility and organizational commitment: Empirical findings from a developing country. *Journal of Global Responsibility*, 4(2): 263-275.
- [22] Nelling, Edward; Webb, Elizabeth. (2009). Corporate social responsibility and financial performance: The “virtuous circle” revisited. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 32 (2), 197-209.
- [23] Sandhu, H S; Kapoor, Shveta. (2010). Corporate social responsibility initiatives: An analysis of voluntary corporate disclosure. *South Asian Journal of Management*, 17 (2), 47-80.
- [24] Simpson, W. Gary; Kohers, Theodor. (2002). The link between corporate social and financial performance: evidence from the banking industry. *Journal of Business Ethics*, 35 (2), 97-109.
- [25] Turban, Daniel B.; Greening, Daniel W. (1996). Corporate social performance and organizational attractiveness to prospective employees. *Academy of Management Journal*, 40 (3), 658-672.
- [26] Vassiliki Grougiou . Stergios Leventis .Emmanouil Dedoulis. Stephen owusuansah(2014). corporate social pesponsibility and earnings managemeny in u.s.banks. *accounting forum* (1-15).