

بررسی تاثیر افشاء مسئولیت اجتماعی شرکت و مقایسه پذیری حسابداری بر تداوم سود شرکتها

بهنام مرادخانی ملال^۱

مرضیه بزی^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۱/۰۱ تاریخ چاپ: ۱۴۰۳/۰۳/۳۱

چکیده

مسئولیت اجتماعی شرکتی به عنوان یک جنبه حیاتی از شیوه های کسب و کار مسئولانه برجسته شده است. شرکت ها به طور فزاینده ای اهمیت رفتار اخلاقی و پایداری در عملیات خود را تشخیص می دهند. با این حال، یک سوال دائمی باقی می ماند. آیا افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی واقعاً به تداوم سود کمک می کند. مسئولیت اجتماعی شرکتی و مقایسه پذیری حسابداری دو موضوع مهم در ادبیات حسابداری و مالی هستند. با توجه به مطالعات انجام شده در منابع داخلی و خارجی مسئولیت اجتماعی شرکتی می تواند به شرکت ها در کسب و حفظ مشروعیت اجتماعی، بهبود روابط با ذینفعان و افزایش شهرت برند کمک کند. مقایسه پذیری حسابداری می تواند به سرمایه گذاران در ارزیابی عملکرد مالی شرکت ها و تصمیم گیری های سرمایه گذاری آگاهانه یاری می رساند. تداوم سود برای بقای بلندمدت شرکت ها ضروری است این مقاله به بررسی رابطه پیچیده بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی و تداوم سود در مقالات مختلف می پردازد و مزایا و چالش های بالقوه ادغام ملاحظات اجتماعی و زیست محیطی را در استراتژی مالی شرکت ها بررسی می کند. بررسی یافته های مقالات مختلف نشان داد که بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و عملکرد های مالی، رابطه ی مثبتی وجود دارد.

واژگان کلیدی

مسئولیت اجتماعی شرکت، مقایسه پذیری حسابداری، تداوم سود

۱. فوق لیسانس حسابداری، عضو هیئت علمی دانشگاه هاتف، زاهدان. (نویسنده مسئول).

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه هاتف، زاهدان.

۱- مقدمه

مسئولیت اجتماعی شرکت به تعهدات یک شرکت برای عمل به نفع جامعه و محیط زیست، فراتر از آنچه که از نظر قانونی یا اقتصادی از آن خواسته می‌شود، اشاره دارد. افشای مسئولیت اجتماعی شرکت به انتشار اطلاعات مربوط به فعالیت‌ها و عملکرد مسئولیت اجتماعی یک شرکت به ذینفعان اشاره دارد. مقایسه‌پذیری حسابداری به توانایی مقایسه گزارش‌های مالی شرکت‌های مختلف اشاره دارد. تداوم سود به توانایی یک شرکت برای حفظ عملکرد سودآور در طول زمان اشاره دارد.

(جعفری، ۱۴۰۲) به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت، مقایسه‌پذیری حسابداری و تداوم سود در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخت و این مطالعه نشان داد که هم مسئولیت اجتماعی شرکت و هم مقایسه‌پذیری حسابداری اثر مثبتی بر تداوم سود دارند. (کران و همکاران، ۲۰۰۷) مسئولیت اجتماعی شرکت افشای شده به انتشار اطلاعات مالی و غیرمالی در مورد محیط زیست، جامعه‌ای که کسب و کار در آن فعالیت می‌کند و جامعه‌ای که شرکت در آن فعالیت دارد، اطلاق می‌شود. (کارول، ۱۹۹۱) اظهار می‌دارد که مسئولیت اجتماعی شرکت به انتظارات اقتصادی، قانونی، اخلاقی و سیاسی جامعه در هر دوره خاص مربوط می‌شود. (فریمن، ۱۹۸۴) مسئولیت اجتماعی شرکت به صاحبان سهام شرکت مربوط می‌شود، کسانی که به طور مستقیم یا غیرمستقیم بر اقدامات شرکت تأثیر می‌گذارند یا تحت تأثیر قرار می‌گیرند. به طور خاص، گزارش‌های مسئولیت اجتماعی شرکت در مورد نگرانی‌های اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی مؤثر بر کسب و کار، در گزارش‌های سالانه شرکت جمع‌آوری و منتشر می‌شوند. (گاتریو همکاران، ۱۹۸۵، گری، ۲۰۲۱) مسئولیت اجتماعی شرکت به یک عامل حیاتی در تصمیم‌گیری شرکت تبدیل شده است و بسیاری از سازمان‌ها در حال حاضر فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت خود را برنامه‌ریزی، اجرا و مدیریت می‌کنند تا بتوانند به صورت عمومی آنها را گزارش دهند. (وگول، ۲۰۰۵، هانچاریا و همکاران، ۲۰۱۰) مطالعات مسئولیت اجتماعی شرکت متعددی بر روی اقتصادهای صنعتی مانند ایالات متحده، انگلستان و سایر کشورهای اروپایی انجام شده است. (کران و همکاران، ۲۰۰۷، ویلیانا و همکاران، ۲۰۱۹، پاپین و همکاران، ۲۰۱۶) در کشورهای صنعتی، شرکت‌ها مفاهیم، هنجارها و چارچوب‌های مسئولیت اجتماعی شرکت را در یک دوره زمانی نسبتاً طولانی توسعه و تغییر داده‌اند. به گفته محققان، اقتصادهای توسعه یافته نسبت به اقتصادهای نوظهور توجه بیشتری به مسئولیت اجتماعی شرکت می‌کنند. (گریس، ۲۰۰۷، یانگ و همکاران، ۲۰۱۶). کشورهایی با سطوح مختلف توسعه اقتصادی و اجتماعی اثرات متفاوتی بر آگاهی و عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت دارند. با این حال مطالعات تحقیقاتی متعدد در مورد مسئولیت اجتماعی شرکت و تداوم سود در کشورهای در حال توسعه، به ویژه در اندونزی و چین، نشان دهنده ارتباط مطلوب بین مسئولیت اجتماعی شرکت و تداوم سود است.

(نوردین و حمزه، ۲۰۱۶، رضایی و ژانگ، ۲۰۲۰). اطلاعات کمی در مورد نحوه مشاهده و اجرای مسئولیت اجتماعی شرکت در کشورهای در حال توسعه، به ویژه در ایران و ویتنام که در دهه‌های اخیر توسعه اقتصادی سریعی را تجربه کرده است، وجود دارد. (ناگوین و همکاران، ۲۰۱۸، وو و آرتو، ۲۰۲۰) بیان کردند که اطلاعات کمی در مورد نحوه مشاهده و اجرای مسئولیت اجتماعی شرکت در کشورهای در حال توسعه، به ویژه در ویتنام که در دهه‌های اخیر توسعه اقتصادی سریعی را تجربه کرده است، وجود دارد. ایران نمونه بارز و شاخصی از یک کشور در حال توسعه است که در حال توسعه سریع اقتصادی است و در عین حال با مشکلات اجتماعی ناشی از افزایش فعالیت شرکت‌ها نیز مواجه است. با این حال، در حال حاضر کمبود مطالعات در مورد مسئولیت اجتماعی شرکتی در ایران وجود دارد، اگرچه در حال حاضر شرایط

مختلف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور ایران، موقعیت ایده آلی برای ایده‌های عمومی مسئولیت اجتماعی شرکتی، داده است. این عناصر زمینه‌ای که شامل مؤسسات دولتی و مدل‌های تجاری می‌شود، بر توسعه چارچوب مسئولیت اجتماعی شرکتی، تأثیر گذاشته است (رضایی و همکاران، ۱۳۹۹).

این مطالعه با پایان دادن به تحقیق، در مورد مسئولیت اجتماعی شرکتی، در تجارت خرده‌فروشی مواد غذایی و با ترکیب دیدگاه‌های مختلف سهامداران و مصرف‌کنندگان کلیدی، هشت موضوع کلیدی را که بر فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی در صنعت خرده‌فروشی مواد غذایی حاکم است، رانشناسایی کرده که شامل موارد زیر است.

۱- ملاحظات زیست‌محیطی: خرده‌فروشان به طور فزاینده‌ای به دنبال کاهش ردپای کربن خود و ارتقای شیوه‌های پایدار در سراسر زنجیره تامین خود هستند. این شامل مواردی مانند استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر، کاهش ضایعات و استفاده از مواد بسته‌بندی پایدار می‌شود.

۲- تأمین اخلاقی: مصرف‌کنندگان خواهان خرید محصولاتی هستند که به طور اخلاقی و با رعایت استانداردهای کار منصفانه تولید شده باشند. خرده‌فروشان باید با تامین‌کنندگان خود برای اطمینان از رعایت این استانداردها همکاری کنند.

۳- عدالت اجتماعی: خرده‌فروشان می‌توانند با حمایت از تنوع و فراگیری در محل کار و جوامع خود، به عدالت اجتماعی کمک کنند. این شامل مواردی مانند ارائه فرصت‌های برابر استخدام، حمایت از ابتکارات تنوع و فراگیری و اهدای کمک به سازمان‌های مرتبط با عدالت اجتماعی می‌شود.

۴- حمایت از جوامع: خرده‌فروشان می‌توانند از طریق مشارکت در ابتکارات محلی، حمایت مالی از سازمان‌های غیرانتفاعی و ارائه فرصت‌های داوطلبانه به کارکنان خود، به جوامع خود بازگردانند.

۵- سلامت و رفاه: خرده‌فروشان می‌توانند با ارائه گزینه‌های غذایی سالم‌تر، ارتقای فعالیت بدنی و ارائه مزایای بهداشتی و رفاهی مناسب به کارکنان خود، از سلامت و رفاه جوامع خود حمایت کنند.

۶- شفافیت: مصرف‌کنندگان خواهان شفافیت بیشتر از خرده‌فروشان در مورد شیوه‌های تجاری آنها هستند. این شامل مواردی مانند افشای اطلاعات مربوط به زنجیره تامین، شیوه‌های تامین و عملکرد پایداری می‌شود.

۷- حاکمیت شرکتی: خرده‌فروشان باید از حاکمیت شرکتی قوی برای اطمینان از پاسخگویی و اخلاقی بودن عملیات خود برخوردار باشند. این شامل مواردی مانند داشتن هیئت مدیره مستقل، فرآیندهای حسابرسی قوی و یک کد رفتاری روشن است.

۸- تعامل با ذینفعان: خرده‌فروشان باید با ذینفعان کلیدی، از جمله کارکنان، مشتریان، تامین‌کنندگان و جوامع محلی، برای درک نگرانی‌ها و اولویت‌های آنها و مشارکت در تصمیم‌گیری‌های مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکتی تعامل داشته باشند.

اینها تنها چند مورد از موضوعات کلیدی است که بر فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی در صنعت خرده‌فروشی حاکم است. با توجه به افزایش انتظارات مصرف‌کنندگان و ذینفعان، خرده‌فروشان که به طور فعال در این زمینه‌ها مشارکت می‌کنند، به احتمال زیاد در بلندمدت موفق خواهند بود. علاوه بر این موضوعات، توجه به روندهای خاص صنعت و جامعه محلی نیز مهم است. به عنوان مثال، خرده‌فروشی که در صنعت مواد غذایی فعالیت می‌کند ممکن است بر کاهش ضایعات مواد غذایی تمرکز کند، در حالی که خرده‌فروشی که در یک جامعه روستایی فعالیت می‌کند ممکن است بر حمایت از آموزش محلی تمرکز کند. مسئولیت اجتماعی شرکتی یک سفر مداوم است و خرده‌فروشان باید به طور فعال برای بهبود عملکرد خود در این زمینه تلاش

کنند. با تعهد به این اصول، خرده‌فروشان می‌توانند تأثیر مثبتی بر جوامع خود و جهان بگذارند. اجرای فعالیت‌هایی که نشان دهنده انصاف و برابری، تضمین کیفیت و ایمنی مواد غذایی، ارتقای شفافیت اطلاعات، ایجاد شرایط مطلوب تدارکات، حمایت از حقوق کارکنان و ترویج حفاظت از محیط زیست و فعالیت‌های خیریه است (وو و آرتو، ۲۰۲۰).

به طور خاص، هیچ مطالعه‌ای در مورد ارتباط بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و پایداری سود در ایران یا بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و قابلیت مقایسه حسابداری انجام نشده است. مطالعه ما، کمک‌های مختلفی به ادبیات موجود می‌کند. اولاً، این اولین مقاله‌ای است که تأثیر قابلیت مقایسه حسابداری بر پایداری سود را در بازارهای نوظهوری مانند ایران بررسی می‌کند؛ بنابراین بررسی تأثیر افشاء مسئولیت اجتماعی شرکت و مقایسه پذیری حسابداری بر تداوم سود از اهمیت بالایی برخوردار است. در ادامه ساختار پژوهش حاضر با ارائه مبانی نظری و تجربی به توسعه فرضیه پژوهش پرداخته و روش شناسی پژوهش و همچنین نتایج و یافته‌ها ارائه گردیده است.

مبانی نظری

بر اساس تئوری ذینفعان، تلاش‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی به کسب و کارها در مدیریت مؤثر روابط با ذینفعان خود کمک می‌کند و آن‌ها را قادر می‌سازد تا ارتباطاتی با منابع حیاتی ایجاد، توسعه و حفظ کنند (وو و جونز، ۲۰۱۶، رابرت، ۱۹۹۲). شرکت‌هایی که دارای عملیات مسئولیت اجتماعی شرکتی برتر هستند، بیشتر با ذینفعان خود ارتباط برقرار می‌کنند (گلب و استراور، ۲۰۰۱).

تأثیر افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی بر پایداری سود بر اساس تئوری ذینفعان بوده که معتقد است طول عمر یک سازمان، به شدت تحت تأثیر گروه‌های پشتیبانی مرتبط با دفتر مرکزی آن است (ویتولا و همکاران، ۲۰۱۹). برای تقویت ارتباطات ذینفعان و حفاظت از منافع ذینفعان، شرکت‌ها اغلب کیفیت سود را به عنوان هموارسازی سود منعکس شده منتشر می‌کنند (نوردین و همکاران، ۲۰۱۶، چو و وانگ، ۲۰۱۵). در نتیجه، ارتباطات مثبت بین سهامداران ممکن است به کسب و کار کمک کند. از سوی دیگر، تعاملات ضعیف با ذینفعان، کسب و کارها را در معرض خطرات مازاد قرار می‌دهد و حساسیت آن‌ها را نسبت به بحران شرکت افزایش می‌دهد (کرنل و شاپیرو، ۱۹۸۷، بارت و سالمون، ۲۰۰۶). در نتیجه، ایجاد ارتباطات مثبت با سهامداران ممکن است به یک کسب و کار کمک کند تا عملکرد بهتری داشته باشد (وو و جونز، ۲۰۱۶، کوردیورو و تواری، ۲۰۱۵، یو و همکاران، ۱۳۹۹). بر اساس تئوری سیگنالینگ، ذینفعان از اطلاعات برای اتخاذ تصمیماتی استفاده می‌کنند که به نفع آن‌ها باشد (گرینبلات و هوانگ، ۱۹۸۹، رضایی، ۲۰۱۶). تصویر مثبت تری را به عموم مردم منتقل می‌کند (هوانگ و واستون، ۲۰۱۵-هومی و شیلیک، ۲۰۱۶). (اورلیزکی و همکاران، ۲۰۰۳) و پلوزا (۲۰۰۹) نشان داده‌اند که افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی، می‌تواند به کاهش ریسک شرکت کمک کند.

کسب و کارها می‌توانند اطلاعات بسیار مسئولیت‌پذیری اجتماعی را در نتیجه ایجاد روابط قوی‌تر با مصرف‌کنندگان و تأمین‌کنندگان و همچنین با ایجاد نام تجاری و اعتبار برای محصولات و خدمات با کیفیت بالا ارسال کنند. علاوه بر این، توجه به تغییرات اجتماعی و محیطی ممکن است به سازمان‌ها کمک کند تا عملکرد را افزایش دهند، شانس مدیریت درآمد را کاهش دهند و بنابراین ثبات صورت‌های مالی با کیفیت بالا را حفظ کنند و در عین حال پایداری سود را افزایش دهند (رضایی و همکاران، ۲۰۲۰، وانگ و همکاران، ۲۰۲۰). در نتیجه، کسب و کارها برای نشان دادن مشروعیت خود برای اقداماتی که به نفع جامعه است و بهبود محیطی که در آن فعالیت می‌کنند، تحت فشار اجتماعی و سیاسی قرار دارند (مک ویلیامز، ۲۰۰۶).

مسئولیت اجتماعی شرکتی، کسب و کارها را قادر می‌سازد تا اعتبار اجتماعی کسب کنند (راپلی و همکاران، ۲۰۱۲). با این حال، کسب و کارهایی که رویه‌های پایداری مشکوک دارند، ادعاهای پایداری با کیفیت پایین را انتخاب می‌کنند تا ضمن حفظ اعتبار، فعالیت‌های واقعی خود را پنهان کنند (هومی و چلیک، ۲۰۱۵). از جنبه مثبت، افزایش مشروعیت یک شرکت، آن را قادر می‌سازد تا به وعده‌های مورد نیاز ذینفعان عمل کند که منجر به کاهش ریسک سرمایه‌گذاری می‌شود. سازمان تلاش می‌کند تا لذت کارکنان را افزایش دهد و در عین حال به رسمیت شناختن اجتماعی و اطمینان از دوام طولانی مدت دست یابد (بانسال و روس، ۱۹۹۳). مشروعیت یک «مجاز فعالیت» یعنی یک جزء حیاتی و حداقل ضروری از اعتبار یک کسب و کار و در نتیجه یک دارایی نامشهود ارزشمند را، اعطا می‌کند زمانی که یک کسب و کار از حداقل قانونی برای مثال، با استخدام کارکنان واجد شرایط بیشتر و مصرف کنندگان وفادار، فراتر رود؛ می‌توان به مزایای اعتباری بیشتری دست یافت (فومین و کاربرج، ۲۰۰۰، بارمر و پاولین، ۲۰۰۶).

تأثیر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت بر تداوم سود مسئولیت اجتماعی شرکتی به عنوان یک جنبه حیاتی از شیوه‌های کسب و کار مسئولانه برجسته شده است. شرکت‌ها به طور فزاینده‌ای اهمیت رفتار اخلاقی و پایداری در عملیات خود را تشخیص می‌دهند. با این حال، یک سوال دائمی باقی می‌ماند: آیا افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی واقعاً به تداوم سود کمک می‌کند؟ با توجه به بررسی مطالعات انجام شده در منابع داخلی و خارجی بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و عملکرد مالی، رابطه‌ی مثبتی وجود دارد، رابطه تعاملی بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی و مقایسه‌پذیری حسابداری باعث تداوم سود می‌شود. به این معنی که اثر مثبت هر یک از این دو عامل بر تداوم سود، با وجود عامل دیگر، قوی‌تر می‌شود.

پژوهش‌های دیگری که به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکتی، مقایسه‌پذیری حسابداری و تداوم سود پرداخته‌اند، مسئولیت اجتماعی شرکتی می‌تواند به شرکت‌ها در کسب و حفظ مشروعیت اجتماعی، بهبود روابط با ذینفعان و افزایش شهرت برند کمک کند و بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و عملکرد مالی، رابطه‌ی مثبتی وجود دارد، مطالعه حاکمیت شرکتی و مقایسه‌پذیری حسابداری بر تداوم سود نشان داد که افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی، حاکمیت شرکتی خوب و مقایسه‌پذیری حسابداری همگی با تداوم سود بالاتر مرتبط هستند (ژانگ و همکاران، ۲۰۲۰). مطالعه کیفیت گزارشگری مالی نشان داد که شرکت‌هایی که افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی بیشتری دارند، کیفیت گزارشگری مالی آنها نیز بالاتر است (چن و گنگ، ۲۰۱۹). مطالعه تاثیر افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی بر رفتار سرمایه‌گذاران نشان داد که شرکت‌هایی که افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی بیشتری دارند، تمایل دارند سرمایه بیشتری جذب کنند و ارزش سهام آنها نیز بالاتر می‌باشد (کوی و همکاران، ۲۰۱۸). افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی می‌تواند به عنوان سیگنالی از تعهد شرکت به مدیریت بلندمدت و پایدار تلقی شود. این امر می‌تواند منجر به جذب سرمایه‌های بلندمدت، کاهش هزینه‌های تامین مالی و افزایش وفاداری مشتری شود که همگی به نوبه خود به تداوم سود بیشتر کمک می‌کنند (داودی و همکاران، ۲۰۱۹).

این پژوهش‌ها نشان می‌دهند که مسئولیت اجتماعی شرکتی، مقایسه‌پذیری حسابداری و تداوم سود به طور فزاینده‌ای برای ذینفعان مختلف، از جمله سرمایه‌گذاران، اعتباردهندگان و تنظیم‌کننده‌ها، اهمیت پیدا می‌کنند. این مقاله به بررسی رابطه پیچیده بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی و تداوم سود در مقالات مختلف می‌پردازد و مزایا و چالش‌های بالقوه ادغام ملاحظات اجتماعی و زیست محیطی را در استراتژی مالی شرکت بررسی می‌کند.

مزایای بالقوه: افزایش اعتبار و ارزش برند مصرف کنندگان به طور فزاینده ای به سمت برندهای اخلاقی و مسئولیت پذیر جذب می شوند. افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی قوی می تواند شهرت یک شرکت را تقویت کند و مشتریان و سرمایه گذارانی را جذب کند که به پایداری اهمیت می دهند.

دسترسی بهبود یافته به سرمایه: سرمایه گذاران به طور فزاینده ای به دنبال شرکت هایی با شیوه های مسئولیت اجتماعی شرکتی قوی هستند با افشای شفاف تلاش های خود، شرکت ها می توانند تعهد خود را به پایداری بلندمدت، جذب فرصت های سرمایه گذاری بالقوه و تضمین هزینه های استقراض کمتر نشان دهند.

کاهش ریسک و افزایش کارایی عملیاتی: پرداختن به نگرانی های اجتماعی و زیست محیطی می تواند منجر به مدیریت پیشگیرانه ریسک شود. با به حداقل رساندن اثرات زیست محیطی و تقویت محیط های کاری اخلاقی، شرکت ها می توانند خطرات قانونی، نظارتی و اعتباری بالقوه را کاهش دهند. علاوه بر این، مدیریت کارآمد منابع و شیوه های پایدار می تواند منجر به صرفه جویی در هزینه و افزایش کارایی عملیاتی شود.

درگیر کردن استعدادها و حفظ کارکنان: شرکت هایی که مسئولیت اجتماعی شرکتی را در اولویت قرار می دهند، به احتمال زیاد استعدادهای برتر را جذب و حفظ می کنند و نیروی کار متعهدتر و مولدتری ایجاد می کنند.

چالش ها و ملاحظات:

هزینه اجرا و گزارش ایجاد و حفظ ابتکارات مسئولیت اجتماعی شرکتی قوی می تواند منابع فشرده باشد. توسعه چارچوب های گزارش دهی جامع و مشارکت در ممیزی های خارجی می تواند هزینه های قابل توجهی را به همراه داشته باشد که مستلزم در نظر گرفتن دقیق اولویت های سرمایه گذاری است.

اندازه گیری تأثیر و کمی کردن بازده:

اندازه گیری مستقیم تأثیر طرح های مسئولیت اجتماعی شرکتی می تواند دشوار باشد و کمی کردن سهم آن در تداوم سود را چالش برانگیز می کند. این می تواند متعادل کردن سهامداران در مورد ارزش مالی طرح های مسئولیت اجتماعی شرکتی را دشوار کند. بازاریابی سبز و عدم شفافیت برخی از شرکت ها درگیر بازاریابی سبزی می شوند. با استفاده از بازاریابی فریبده خود را دوستدار محیط زیست بدون پشتوانه اساسی نشان می دهند. این اعتماد به گزارش مسئولیت اجتماعی شرکتی را از بین می برد و می تواند منجر به آسیب به شهرت شود. شیوه های افشای قوی و شفاف برای اطمینان از اصالت بسیار مهم است.

چگونه افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی بر تداوم سود تأثیر می گذارد: مسئولیت اجتماعی شرکتی دیگر یک روند صرف نیست. این یک ضرورت استراتژیک است. در حالی که مزایای اخلاقی و زیست محیطی به طور گسترده تایید شده است، یک سوال مهم باقی می ماند: آیا افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی واقعاً به تداوم سود کمک می کند؟ پاسخ، به طور فزاینده ای، بله است، اما این رابطه پیچیده و ظریف است.

افزایش اعتبار برند: شفافیت و شیوه های اخلاقی باعث ایجاد اعتماد با مصرف کنندگان، سرمایه گذاران و ذینفعان می شود، تصویر مثبت برند به افزایش وفاداری مشتری، اعتماد سرمایه گذار قوی تر و مزیت رقابتی ترجمه می شود.

دسترسی بهبود یافته به سرمایه: سرمایه گذاران به طور فزاینده ای به دنبال شرکت هایی با سوابق پایداری قوی هستند. شیوه های اخلاقی و مسئولانه، حاکمیت شرکتی صحیح و پایداری بلندمدت را نشان می دهد و سرمایه گذارانی را که مایل به پرداخت حق بیمه برای چنین شرکت هایی هستند، جذب می کند.

کاهش هزینه های عملیاتی: اجرای شیوه های سازگار با محیط زیست و منابع اخلاقی می تواند منجر به صرفه جویی در هزینه ها در بلندمدت از طریق بهره وری منابع و کاهش تعهدات زیست محیطی شود.

کسب و حفظ استعدادها: کارکنان به طور فزاینده ای به سمت شرکت هایی کشیده می شوند که رفتار اخلاقی و مسئولیت اجتماعی را در اولویت قرار می دهند. جذب و حفظ استعدادهای برتر برای تضمین موفقیت بلندمدت بسیار مهم است.

پیچیدگی ها: تاثیر کوتاه مدت در مقابل بلندمدت در حالی که مزایای مسئولیت اجتماعی شرکتی به وضوح با تداوم سود بلندمدت مرتبط است، پیاده سازی اولیه می تواند شامل هزینه های اولیه قابل توجهی باشد. این تاثیر بالقوه کوتاه مدت باید در مقابل دستاوردهای بلندمدت متعادل شود.

اعتبار و اصالت: افشای ابتکارات مسئولیت اجتماعی شرکتی بدون تعهد واقعی و پیگیری می تواند نتیجه معکوس داشته باشد. اصالت و شفافیت برای ایجاد شهرت مثبت و اطمینان از اعتماد بسیار مهم است.

اندازه گیری بازده سرمایه گذاری: تعیین کمیت تاثیر افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی بر تداوم سود همچنان یک چالش است. توسعه معیارها و چارچوب های قوی برای ردیابی و اندازه گیری بازده سرمایه گذاری (نرخ بازگشت سرمایه)

برای نشان دادن ارزش پیشنهادی بسیار مهم است.

حرکت روبه جلو: شواهد نشان می دهد که افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی، زمانی که به صورت استراتژیک یکپارچه شده و به طور واقعی اجرا شود، می تواند به طور قابل توجهی به تداوم سود کمک کند.

شرکت ها باید شفافیت را در آغوش بگیرند: گزارش های جامع و قابل تأیید مسئولیت اجتماعی شرکتی را منتشر کنند، با جزئیات ابتکارات، تأثیر و پیشرفت خاص.

با ذینفعان همسو شوید: با ذینفعان تعامل کنید تا انتظارات آنها را درک کنید و طرح های مسئولیت اجتماعی شرکتی را با ارزش های مشترک هماهنگ کنید.

سرمایه گذاری در اندازه گیری و ردیابی: معیارها و چارچوب های قوی برای ردیابی تأثیر ابتکارات مسئولیت اجتماعی شرکتی بر شاخص های مالی کلیدی ایجاد کنید.

فرهنگ مسئولیت را پرورش دهید: مسئولیت اجتماعی شرکتی را در فرهنگ و ارزش های شرکت ادغام کنید تا از تعهد واقعی و شیوه های پایدار اطمینان حاصل کنید.

در نتیجه، افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی یک تلاش خیریه نیست. این یک سرمایه گذاری استراتژیک برای موفقیت بلندمدت تجاری است. با پذیرش شفافیت، اصالت و اندازه گیری قوی، شرکت ها می توانند از مسئولیت اجتماعی شرکتی به عنوان یک محرک قدرتمند تداوم سود بهره ببرند و آینده ای پایدار را برای کسب و کار خود و جوامعی که به آنها خدمت می کنند تضمین کنند. افشای مسئولیت اجتماعی شرکت مسئولیت اجتماعی شرکتی به عنوان یک عامل حیاتی مؤثر بر تداوم سود، معیاری برای عملکرد مالی بلندمدت شرکت ظاهر شده است. شرکت ها با پذیرش طرح های مسئولیت اجتماعی شرکتی و افشای شفاف تأثیرات اجتماعی و زیست محیطی آنها، تعهد خود را به شیوه های تجاری اخلاقی و پایدار نشان می دهند. این به نوبه خود، شهرت و اعتماد ذینفعان آنها را افزایش می دهد و منجر به تعدادی از نتایج مثبت می شود که به تداوم سود کمک می کند. اول، افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی تصویر برند شرکت و

وفاداری مشتری را تقویت می کند. مصرف کنندگان به طور فزاینده‌ای برندهایی را ترجیح می‌دهند که با ارزش‌های آنها همسو باشند و فعالانه از علل اجتماعی و محیطی حمایت کنند. شرکت‌ها با افشای فعالانه تلاش‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی خود، اعتبار کسب می‌کنند و مشتریانی را جذب می‌کنند که با موضع اخلاقی آنها شناسایی می‌شوند. این منجر به افزایش فروش، تکرار تجارت و کاهش ریزش مشتری می‌شود که در نهایت به سودآوری پایدار کمک می‌کند. علاوه بر این، افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی دسترسی به سرمایه و سرمایه‌گذاری را بهبود می‌بخشد. سرمایه‌گذاران، به ویژه آنهایی که بر سرمایه‌گذاری مسئولانه متمرکز هستند، از شرکت‌هایی با تعهدات مسئولیت اجتماعی شرکتی قوی حمایت می‌کنند. این سرمایه‌گذاران تشخیص می‌دهند که شیوه‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی می‌تواند خطرات را کاهش دهد، خلق ارزش بلندمدت را افزایش دهد و به عملکرد کلی سبد سهام کمک کند. در نتیجه، شرکت‌هایی که گزارش‌دهی شفاف مسئولیت اجتماعی شرکتی دارند، مجموعه وسیع‌تری از سرمایه‌گذاران بالقوه را جذب می‌کنند و شرایط مطلوب و تامین مالی بلندمدت را تضمین می‌کنند. علاوه بر این، افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی روابط مثبت با ذینفعان را تقویت می‌کند. شرکت‌ها با تعامل با ذینفعان و پرداختن به نگرانی‌های اجتماعی و زیست‌محیطی آنها، روابط قوی مبتنی بر اعتماد و همکاری ایجاد می‌کنند. این همکاری می‌تواند به کاهش نظارت نظارتی، سیاست‌های مطلوب دولت و حمایت جوامع محلی منجر شود. این نتایج یک محیط عملیاتی مطلوب ایجاد می‌کند و شرکت‌ها را قادر می‌سازد تا بر رشد و نوآوری تمرکز کنند که در نهایت به تداوم سود کمک می‌کند. در نهایت، افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی مشارکت و بهره‌وری کارکنان را ارتقا می‌دهد. کارکنان به احتمال زیاد نسبت به سازمان‌هایی که آنها را اخلاقی و مسئولیت اجتماعی می‌دانند، با انگیزه و متعهد هستند. با افشای ابتکارات مسئولیت اجتماعی شرکتی خود، شرکت‌ها تعهد خود را به رفاه کارکنان، تنوع و شمول و حفاظت از محیط زیست نشان می‌دهند. این محیط کاری مثبت وفاداری کارکنان را تقویت می‌کند، غیبت را کاهش می‌دهد و بهره‌وری را افزایش می‌دهد که همه اینها به سودآوری بلندمدت کمک می‌کند. در نتیجه، افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی با افزایش شهرت برند، جذب سرمایه‌گذاران، تقویت روابط مثبت با سهامداران و ارتقای مشارکت کارکنان، نقشی اساسی در تداوم سود ایفا می‌کند. شرکت‌ها با پذیرش شفافیت و مسئولیت‌پذیری در گزارش‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی، پایه و اساس موفقیت مالی بلندمدت را ایجاد می‌کنند و از توانایی خود برای تولید سود پایدار در طول زمان اطمینان می‌دهند. افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی مسئولیت اجتماعی شرکتی به عنوان یک جنبه مهم از شیوه‌های تجاری مدرن ظاهر شده است که بر جنبه‌های مختلف عملیات یک شرکت، از جمله عملکرد مالی بلندمدت آن تأثیر می‌گذارد. تحقیقات نشان می‌دهد که رابطه مثبتی بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی و تداوم سود وجود دارد و مزایای چندوجهی پذیرش طرح‌های مسئولیت اجتماعی را برجسته می‌کند. افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی به عنوان گواهی بر تعهد یک شرکت به عملکرد اخلاقی، احترام به مقررات زیست محیطی و حمایت از رفاه اجتماعی عمل می‌کند. شرکت‌ها با افشای داوطلبانه فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی خود، شهرت و اعتبار خود را افزایش می‌دهند و اعتماد را در میان ذینفعان، از جمله مشتریان، سرمایه‌گذاران و کارمندان تقویت می‌کنند. این ادراک مثبت می‌تواند به افزایش وفاداری به برند، حمایت مشتری و فضای سرمایه‌گذاری مطلوب‌تر تبدیل شود. علاوه بر این، افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی با تقاضاهای در حال تحول جامعه مطابقت دارد که به طور فزاینده‌ای انتظار دارد که کسب و کارها نقش فعالانه‌ای در پرداختن به مسائل اجتماعی و زیست محیطی ایفا کنند. مصرف کنندگان بیشتر از شرکت‌هایی حمایت می‌کنند که تعهد واقعی به پایداری، منابع اخلاقی و مشارکت جامعه را نشان می‌دهند. با شناخت و برآورده ساختن این خواسته‌ها، شرکت‌ها خود را برای موفقیت بلندمدت در بازاری که به طور فزاینده‌ای از نظر اجتماعی آگاه است، قرار می‌دهند. علاوه بر این، افشای

مسئولیت اجتماعی شرکتی می تواند به بهبود کارایی عملیاتی و مدیریت ریسک منجر شود. با اجرای شیوه های مسئولانه، شرکت ها می توانند ضایعات را کاهش دهند، استفاده از منابع را بهینه کنند و تعهدات زیست محیطی بالقوه را کاهش دهند. این رویکرد فعال نه تنها به صرفه جویی در هزینه و حفاظت از محیط زیست کمک می کند، بلکه انعطاف پذیری شرکت را در برابر شوک ها و اختلالات خارجی افزایش می دهد. علاوه بر این، افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی مشارکت و انگیزه کارکنان را تقویت می کند. کارمندان به احتمال زیاد به کار برای شرکت هایی که با ارزش های آنها همسو هستند و فعالانه به خیر بیشتر کمک می کنند افتخار می کنند. نیروی کار با انگیزه می تواند منجر به افزایش بهره وری، نوآوری و کاهش جابجایی کارکنان شود که همه اینها بر تداوم سود تأثیر مثبت دارند. در نتیجه، تأثیر افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی بر تداوم سود غیرقابل انکار است. شرکت هایی که از ابتکارات مسئولیت اجتماعی استقبال می کنند، شهرت خود را افزایش می دهند، مشتریان وفادار را جذب می کنند، سرمایه گذاران را جذب می کنند، کارایی عملیاتی را بهبود می بخشند و روحیه کارکنان را تقویت می کنند. با همسویی با انتظارات اجتماعی و پرداختن فعالانه به نگرانی های اجتماعی و زیست محیطی، شرکت ها خود را برای موفقیت مالی بلندمدت و رشد پایدار قرار می دهند.

تئوری های مربوط به افشای مسئولیت اجتماعی شرکت

• **تئوری ذینفعان:** این تئوری بیان می کند که شرکت ها باید به حقوق و منافع تمامی ذینفعان خود، از جمله سهامداران، کارکنان، مشتریان، جوامع محلی و دولت، توجه کنند. مسئولیت اجتماعی شرکتی یکی از راه هایی است که شرکت ها می توانند به تعهدات خود در قبال ذینفعان عمل کنند.

• **تئوری مشروعیت:** این تئوری بیان می کند که شرکت ها برای ادامه فعالیت خود نیاز به کسب و حفظ مشروعیت در نزد ذینفعان خود دارند. مسئولیت اجتماعی شرکتی یکی از راه هایی است که شرکت ها می توانند مشروعیت خود را به دست آورند و حفظ کنند.

• **تئوری علامت دهی:** این تئوری بیان می کند که شرکت ها می توانند از افشا اطلاعات برای ارسال سیگنال به ذینفعان در مورد نوع و کیفیت شرکت خود استفاده کنند. افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی یکی از راه هایی است که شرکت ها می توانند به ذینفعان در مورد تعهدات اجتماعی خود و عملکردشان در این زمینه سیگنال ارسال کنند.

تئوری های مربوط به مقایسه پذیری حسابداری:

• **تئوری عاملیت:** این تئوری بیان می کند که بین مدیران و سهامداران تضاد منافع وجود دارد. مقایسه پذیری حسابداری می تواند به کاهش این تضاد منافع و بهبود کیفیت گزارشگری مالی کمک کند.

• **تئوری نهادی:** این تئوری بیان می کند که قوانین و مقررات نقش مهمی در شکل گیری ساختارهای نهادی دارند که در آنها شرکت ها فعالیت می کنند. مقایسه پذیری حسابداری می تواند به ایجاد یک محیط نهادی قوی تر کمک کند که در آن شرکت ها تشویق به ارائه اطلاعات با کیفیت بالا می شوند.

• **تئوری هزینه های معاملاتی:** این تئوری بیان می کند که شرکت ها برای انجام معاملات با یکدیگر باید هزینه هایی را متحمل شوند. مقایسه پذیری حسابداری می تواند به کاهش این هزینه های معاملاتی و تسهیل تبادل اطلاعات بین شرکت ها کمک کند.

تئوری های مربوط به تداوم سود شامل:

• **تئوری علامت‌دهی:** این تئوری بیان می‌کند که تداوم سود سیگنالی به سرمایه‌گذاران در مورد کیفیت و پایداری عملکرد آتی شرکت ارسال می‌کند.

• **تئوری مدیریت سود:** این تئوری بیان می‌کند که مدیران ممکن است از روش‌های مختلفی برای دستکاری سود شرکت و ارسال سیگنال‌های نادرست به سرمایه‌گذاران استفاده کنند.

• **تئوری کارایی بازار:** این تئوری بیان می‌کند که قیمت سهام شرکت‌ها تمام اطلاعات مربوط به شرکت، از جمله اطلاعات مربوط به تداوم سود را منعکس می‌کند.

۴. چارچوب نظری تلفیقی:

در این مقاله از یک چارچوب نظری تلفیقی برای بررسی رابطه بین افشا مسئولیت اجتماعی شرکتی، مقایسه‌پذیری حسابداری و تداوم سود استفاده می‌شود. این چارچوب بر اساس تئوری‌های ذینفعان، مشروعیت، علامت‌دهی، عاملیت، نهادی، هزینه‌های معاملاتی، علامت‌دهی، مدیریت سود و کارایی ارائه گردیده است.

پیشینه تحقیق

(جلیلی و قیصری، ۱۳۹۳) به بررسی رابطه بین مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی و کیفیت سود شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. یافته‌ها و نتایج آن تحقیق نشان داد در مدل اقلام تعهدی اختیاری و مدل هزینه‌های تولیدی غیر عادی، بین مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی و مدیریت سود رابطه مثبت غیرمعنادار وجود داشته و در مدل وجوه نقد عملیاتی غیر عادی و مدل هزینه‌های اختیاری غیر عادی بین مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی و کیفیت سود رابطه معناداری وجود داشته است.

(غلامرضا حیدری کرد زنگنه و همکاران، ۱۳۹۶) به بررسی مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. یافته‌های تحقیق نشان داد شرکت‌هایی که مسئولیت اجتماعی بهتری از نظر هریک از شاخص‌های شفافیت سازمانی، پایداری اقتصادی-اجتماعی، مسئولیت بشردوستانه و حاکمیت شرکتی خوب دارند، به سوددهی بالاتری می‌رسند. همچنین نتایج نشان داد سودآوری شرکت‌ها از نظر بازده دارایی، منجر به افزایش سطح مسئولیت اجتماعی آن‌ها نیز می‌شود.

(یادگاری و امیری، ۱۴۰۱) به بررسی تاثیر حاکمیت شرکتی بر عملکرد مالی با نقش واسطه‌ای کارایی فنی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. نتایج آزمون فرضیات نشان داد حاکمیت شرکتی بر عملکرد مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تاثیر مثبت و معنی داری دارد. همچنین کارایی فنی بر تاثیر حاکمیت شرکتی بر عملکرد مالی نقش واسطه‌ای مثبت و معنی داری دارد.

(جعفری، ۱۴۰۲) به بررسی تاثیر افشاء مسئولیت اجتماعی شرکت و مقایسه‌پذیری حسابداری بر تداوم سود شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. یافته‌های این مطالعه نشان داد که بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و تداوم سود رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

(فیروزی و آرام، ۱۴۰۰) بررسی ارتباط بین افشای مسولیت اجتماعی شرکت‌ها و ریسک سیستماتیک با نگهداشت وجه نقد و حاکمیت شرکتی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد نگهداشت وجه نقد و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ارتباط مثبت و معنی داری وجود دارد بین ریسک

سیستماتیک و عملیاتی با مسئولیت اجتماعی شرکتها ارتباط منفی و معناداری وجود دارد و بین حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی شرکتها ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.

(لی و همکاران، ۲۰۲۱) به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت، مقایسه پذیری حسابداری و کیفیت سود در شرکت های چینی پرداختند یافته های این مطالعه نشان داد که مسئولیت اجتماعی شرکتی و مقایسه پذیری حسابداری هر دو با کیفیت سود مرتبط هستند.

(گرو همکاران، ۲۰۲۰) به بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی بر مقایسه پذیری حسابداری در شرکت های آمریکایی پرداختند. این مطالعه نشان داد که مسئولیت اجتماعی شرکتی با مقایسه پذیری حسابداری بالاتر مرتبط است.

(دهلی و همکاران، ۲۰۱۷) به بررسی مسئولیت اجتماعی شرکت و کیفیت حسابداری در شرکت ایالات متحده آمریکا پرداختند یافته های این مطالعه نشان داد که مسئولیت اجتماعی شرکتی با کیفیت حسابداری رابطه مثبت دارد.

(کیم و همکاران، ۲۰۱۶) به بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر تداوم سود پرداختند. یافته های این مطالعه نشان داد که مسئولیت اجتماعی شرکتی با تداوم سود رابطه مثبت دارد

(چانگک هوان و همکاران، ۲۰۱۲) به بررسی نقش تعدیل کننده مقایسه پذیری حسابداری در رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت پرداختند. این مطالعه نشان داد که مقایسه پذیری حسابداری رابطه بین افشاء مسئولیت اجتماعی شرکتی و ارزش شرکت را تعدیل می کند

نتیجه گیری

شواهد مقالات مختلف خارجی و داخلی حاکی از آن است که هم مسئولیت اجتماعی شرکتی و هم مقایسه پذیری حسابداری با تداوم سود مرتبط هستند. علاوه بر این، مقایسه پذیری حسابداری می تواند اثر مثبت مسئولیت اجتماعی شرکتی بر تداوم سود را تعدیل کند. این یافته ها برای ذینفعان مختلف، از جمله مدیران شرکت ها، سرمایه گذاران و سیاست گذاران، حائز اهمیت است. مدیران شرکت ها می توانند از این یافته ها برای استفاده از مسئولیت اجتماعی شرکتی و مقایسه پذیری حسابداری برای بهبود عملکرد مالی بلندمدت خود استفاده کنند. سرمایه گذاران می توانند از این یافته ها برای شناسایی شرکت هایی که احتمالاً سودآوری پایدارتری دارند، استفاده کنند. سیاست گذاران می توانند از این یافته ها برای تدوین سیاست هایی که مسئولیت اجتماعی شرکتی و مقایسه پذیری حسابداری را تشویق می کنند، استفاده کنند. رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی و تداوم سود چندوجهی است و موضوع تحقیقات در حال انجام است. در حالی که مزایای بالقوه واضحی برای ادغام ملاحظات اجتماعی و زیست محیطی در استراتژی مالی یک شرکت وجود دارد، چالش ها همچنان وجود دارد برای به حداکثر رساندن تاثیر مثبت افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی، شرکت ها باید تعهد واقعی را اولویت بندی کنند ابتکارات مسئولیت اجتماعی شرکتی باید عمیقاً در ارزش ها و عملیات شرکت ریشه داشته باشد، نه صرفاً یک ابزار بازاریابی. سرمایه گذاری استراتژیک شرکت ها باید منابع را به طور موثر تخصیص دهند تا اطمینان حاصل شود که طرح های مسئولیت اجتماعی شرکتی به خوبی اجرا شده و به طور موثر اندازه گیری می شوند. شفافیت را در آغوش بگیرید شیوه های گزارش دهی واضح و مختصر برای ایجاد اعتماد با سهامداران و نشان دادن تعهد واقعی به پایداری ضروری است. آینده کسب و کار در یافتن تعادل بین عملکرد مالی و مسئولیت اجتماعی و زیست محیطی نهفته است. با پذیرش شفافیت و نشان دادن تعهد واقعی به پایداری، شرکت ها می توانند پتانسیل افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی را برای ایجاد تداوم سود و آینده پایدارتر باز کنند.

نقد و بررسی

مقالات مطالعه شده در مورد تاثیر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و مقایسه پذیری حسابداری بر تداوم سود به بررسی رابطه بین دو عامل مهم در دنیای تجارت امروزی، یعنی مسئولیت اجتماعی شرکت و مقایسه پذیری حسابداری با تداوم سود می پردازد. این مقالات از اهمیت بالایی برخوردار هستند زیرا به درک بهتر رابطه بین این سه مفهوم و چگونگی تاثیر آنها بر عملکرد مالی شرکت ها کمک می کنند. با این حال، چند نکته وجود دارد که باید در نظر گرفته شود این مقالات به موضوع مهمی می پردازد که در حال حاضر در ادبیات حسابداری و مالی توجه زیادی به آن می شود. از مدل تجربی مناسبی برای بررسی فرضیه های تحقیق کرده بودند. یافته های مطالعه از نظر آماری در مقالات مطالعه شده معنی دار بودند و با ادبیات موجود همخوانی داشتند. نقاط ضعف: در مقالات ایرانی از نمونه ای نسبتاً کوچک از شرکت های ایرانی استفاده شده بود و تعداد متغیرها کمتر بود. در صورتی که در مقالات خارجی از نمونه بزرگتر و جامع تر از شرکت ها جهت بررسی و تحلیل داده استفاده شده بود تعداد متغیرهای بیشتری استفاده کرده بودند که میزان خطا را به حداقل ممکن می رساند

یشنهادات

- می توان از مطالعه ای با نمونه بزرگتر و جامع تر برای تأیید یافته های این مطالعه استفاده کرد.
 - می توان به طور مفصل تر به محدودیت های مطالعه، مانند عدم در نظر گرفتن سایر عوامل مؤثر بر تداوم سود، پرداخت.
- این مقاله به طور کلی مطالعه ای با ارزش و مفید در مورد تأثیر افشا مسئولیت اجتماعی شرکت و مقایسه پذیری حسابداری بر تداوم سود ارائه می دهد. با این حال، برخی از محدودیت ها در مطالعه وجود دارد که باید در تحقیقات آتی به آنها توجه شود.

منابع و ماخذ

- ۱- جعفری، حسین. (۱۴۰۲). تاثیر افشاء مسئولیت اجتماعی شرکت و مقایسه پذیری حسابداری بر تداوم سود شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. هشتمین کنفرانس بین المللی مطالعات مدیریت، اقتصاد و حسابداری صنعت محور
- ۲- جلیلی، آرزو و مشیری، اسمعیل. (۱۳۹۲). ابتکارات ذهنی در بکارگیری روی ه های حسابداری مدیریت، ۴۱-۵۰، فصلنامه دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، دوره ۲، شماره
- ۳- حیدری کرد زنگنه، غلامرضا؛ نوروش، ایرج و جعفری، محمد حسین (۱۳۹۶) بررسی رابطه بین افشای مسئولیتهای اجتماعی شرکت ها و کیفیت گزارشگری مالی با تاکید بر نقش تعدیل کننده حاکمیت شرکتی ". مجله اقتصادی، دوره هفدهم، شماره ۳
- ۴- علینژاد، مهدی؛ سالاری، صفیه (۱۳۹۸). تاثیر ساز و کارهای حاکمیت شرکتی در بهنگام بودن اطلاعات سود، فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت دارایی و تامین مالی، سال ۷، شماره ۳.
- ۵- غریب نیا، زهرا؛ سینایی، حسنعلی؛ زرا نژاد، منصور؛ بیگی، توفیق (۱۳۹۷). آزمون اثر غیر خطی اندازه شرکت بر بازده سهام در بورس اوراق بهادار، شماره ۴۱.
- ۶- فصلنامه علمی پژوهشی دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت - انجمن حسابداری مدیریت
- ۷- فیروزی، حسین و آرام، مهناز. (۱۴۰۰). بررسی ارتباط بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها و ریسک سیستماتیک با نگهداشت وجه نقد و حاکمیت شرکتی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران دستاوردهای نوین در مطالعات علوم انسانی سال چهارم شهریور ۱۴۰۰ شماره ۴۰

- ۸- محمدی علی؛ توانگر، افسانه (۱۳۹۷). نقش نظام راهبری اطلاعات حسابداری با کیفیت در انتخاب سرمایه گذاری، فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری دانش و حسابرسی مدیریت، سال هفتم، شماره ۲۸
- ۹- محمودی، امین؛ نجفی، سمیه (۱۳۹۷). تاثیر عمر شرکت بر رابطه میان حاکمیت شرکتی و تصمیمات ساختار سرمایه. فصلنامه مطالعات مدیریت و حسابداری، دوره ۴، شماره ۲.
- ۱۰- یادگاری، سعید وامیری، محمدرضا، ۱۴۰۱. "بررسی تاثیر حاکمیت شرکتی بر عملکرد مالی با نقش واسطه ای کارایی فنی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران." فصلنامه پژوهشی جدید در مدیریت و حسابداری دوره ۵، شماره ۵۸.

- 1- Crane, A.; Matten, D. Corporate social responsibility as a field of scholarship. In Corporate Social Responsibility, Volumes I, II III, Andrew Crane, Dirk Matten; Sage: London, UK, ۲۰۰۷. Available online: <https://ssrn.com/abstract1865404> (accessed on ۱۱ December ۲۰۲۱).
- 2- Kim, J.-B.; Zhang, L. Financial Reporting Opacity and Expected Crash Risk: Evidence from Implied Volatility Smirks. Contemp.Account. Res. 2014, 31, 851–875. [CrossRef]
- 3- Yang, W.; Hyndman, D.W.; Winkler, J.A.; Viña, A.; Deines, J.M.; Lupi, F.; Luo, L.; Li, Y.; 4-Basso, B.; Zheng, C.; et al. Urban watersustainability: Framework and application. Ecol. Soc. 2016, 21, 4. [CrossRef]
- 5- Rezaee, Z.; Dou, H.; Zhang, H. Corporate social responsibility and earnings quality: Evidence from China. Glob. Finance J. 2020, 45, 100473. [CrossRef]
- 6- Carroll, A.B. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. Bus.Horiz. ۱۹۹۱, ۳۴, ۳۹–۴۸. [CrossRef]
- 7- Freeman, R.E. Strategic Management: A Stakeholder Approach; Pitman Press: Boston, MA, USA, ۱۹۸۴.
- 8- Guthrie, J.; Mathews, M.R. Corporate social accounting in Australasia. In Research in Corporate Social Performance and Policy; JAI Press: New York, NY, USA, ۱۹۸۵; pp. ۲۵۱–۲۷۷.
- 9- GRI. Full Set of GRI Standards ۲۰۲۱. Available online: <https://www.globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/gristandards-english-language/> (accessed on ۱۱ December ۲۰۲۱).
- 10- Vogel, D.J. Is There a Market for Virtue?: The Business Case for Corporate Social Responsibility. Calif. Manag. Rev. ۲۰۰۵, ۴۷, ۱۹–۴۵.
- 11- Du, S.; Bhattacharya, C.; Sen, S. Maximizing Business Returns to Corporate Social Responsibility (CSR): The Role of CSRCommunication. Int. J. Manag. Rev. ۲۰۱۰, ۱۲, ۸–۱۹. [CrossRef]
- 12- Rezaee, Z. Business sustainability research: A theoretical and integrated perspective. J. Account. Lit. ۲۰۱۶, ۳۶, ۴۸–۶۴. [CrossRef]
- 13- Chiu, T.-K.; Wang, Y.-H. Determinants of Social Disclosure Quality in Taiwan: An Application of Stakeholder Theory. J. Bus. Ethics 2015, 129, 379–398. [CrossRef]