



Investigating the role of formal accountants ethics in social responsibility of companies based on the theory of political economy

Zholanezhad Fatemeh¹, Bekhradi Nasab Vahid²

Received: 2021/05/06

Approved: 2022/02/18

Research Paper

Abstract

According to the theory of political economy, the focus of corporate executives should not be solely based on organizational interests and equity. Instead, they must be part of a moral affair in order to ensure the well-being, comfort, needs and interests of other sectors of society. Therefore, management decisions should not lead to damages, losses and harm to society and its people. The development of this framework is rooted in ethics in accounting. Therefore, the purpose of this study is to investigate the effect of accounting ethics on corporate social responsibility. The statistical population of this research is the official accountants in 2017, which according to the official account community of 2377, and the sample size based on the Cochran formula was determined from 331 individuals who were asked to receive 350 questionnaires in a healthy way and 337 questionnaires Healthy was received. 337 questionnaires were analyzed. Paired t-test and ANOVA were used to analyze the data using SPSS software version 22. Research evidence suggests that formal professional accountants, honesty and integrity, professional performance, independence and neutrality and the confidentiality of formal accountants increase corporate social responsibility. From other research results, it can be said that individuals with different characteristics have the same viewpoints as expressed. So, finally, it can be said that, with respect to ethics among official accountants, corporate social responsibility improves.

Key Words: Accounting Ethics, Corporate Responsibility, Political Economy Theory, Theory of Law, Theory of Beneficiaries.

JEL classification: A13

 10.22034/JPAR.2022.529850.1033

1. Ph.D.Student, Department of Accounting, Najafabad Branch, Najafabad, Iran.

(Corresponding Author) jolanejad1022@gmail.com

2. Ph.D. in Accounting Department of Accounting, Najafabad branch, Islamic Azad University, Najafabad, Iran.

vahid.bekhradinhasab@gmail.com

<http://article.iacpa.ir>

بررسی نقش اخلاق حسابداران رسمی در مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها مبتنی بر تئوری اقتصاد سیاسی

فاطمه ژولانزاد^{۱*}، وحید بخردی نسب^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۱۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۱/۲۹

مقاله‌ی پژوهشی

چکیده

بر اساس تئوری اقتصاد سیاسی تمرکز مدیران شرکت‌ها نباید فقط متکی بر تأمین منافع سازمانی و حقوق صاحبان سهام باشد بلکه آن‌ها باید تحت عنوان یک امر اخلاقی در راستای تأمین رفاه، آسایش، نیازها و علائق سایر آحاد جامعه نیز مشارکت داشته باشند. پس تصمیم‌های مدیریت نباید منجر به وارد کردن خسارات، زیان و آسیب به جامعه و افراد آن باشد. توسعه‌ی این چارچوب ریشه در پرورش اخلاق در حسابداری دارد. بنابراین هدف از مطالعه‌ی حاضر بررسی تأثیر اخلاق در حسابداری بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها می‌باشد. جامعه‌ی آماری این پژوهش حسابداران رسمی در سال ۱۳۹۹ است که با توجه به داده‌های پایگاه جامعه‌ی حسابداران رسمی بالغ بر ۲۸۱۷ نفر می‌باشند. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران از قرار ۳۳۱ نفر مشخص شد. پرسش‌نامه‌ها طی سه مرحله توزیع و ۳۳۷ مورد به صورت سالم دریافت گردید که مبنای تجزیه و تحلیل آماری قرار گرفت. تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون t زوجی و تحلیل واریانس با استفاده نرم‌افزار اسپاس پی اس نسخه ۲۲ انجام شد. شواهد پژوهش حاکی از آن است که رفتار حرفه‌ای حسابداران رسمی، صداقت و درستکاری، عملکرد حرفه‌ای، استقلال و بی‌طرفی و رازداری حسابداران رسمی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها را افزایش می‌دهد. می‌توان گفت که افراد با مشخصه‌های مختلف، دیدگاه یکسانی نسبت به نظرات ابراز شده دارند. در نهایت توان گفت که با رعایت اخلاق در بین حسابداران رسمی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها بهبود می‌یابد.

واژه‌های کلیدی: اخلاق در حسابداری، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، تئوری اقتصاد سیاسی، تئوری مشروعیت، تئوری ذی‌نفعان.

doi 10.22034/JPAR.2022.529850.1033

jolanecjad1022@gmail.com

۱. دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، واحد نجف آباد، نجف آباد، ایران (نویسنده مسئول).

vahid.bekhradinab@gmail.com

۲. دکتری تخصصی حسابداری، گروه حسابداری، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران.

http://article.iacpa.ir

۱- مقدمه

حرفه‌ی حسابداری و حسابداری با یکی از حساس‌ترین موضوعات مرتبط با اشخاص جامعه یعنی مال و دارایی افراد در ارتباط است. حسابداران مانند پزشکان هستند که اعتماد شخص مقابل نقش اصلی را در شغل و حرفه‌ی آنان دارد. بی‌اعتمادی صاحب‌کار آفت سیستم‌های حسابداری است. سیستم آموزش دانشگاهی فعلی به‌گونه‌ای است که موجب پرورش حسابدارانی دارای مهارت استدلال قاعده محور می‌شود. دانش‌آموختگان حاضر از مهارت تفکر انتقادی و استدلال تحلیلی برخوردار نیستند و در مواجهه با رویدادهایی که در پوشش قوانین، استانداردها و آیین رفتار حرفه‌ای موضوعه قرار نمی‌گیرند، با مشکلات عدیده روبرو می‌شوند. پس استادان باید به دانشجویان بفهمانند که شخصیت واقعی هر شخص در گرو اخلاق او است. یک حسابدار برتر در وهله‌ی اول شخصی است که اخلاق حرفه‌ای داشته باشد. بسیاری از اندیشمندان بر این باورند که رشد و تعالی جوامع بشری تنها به علم و تکنیک و پیشرفت‌های مادی نیست بلکه از عوامل مهم ترقی یا انحطاط ملت‌ها رعایت موازین اخلاقی و خصلت‌های روحی است. رسوایی‌های مالی سال‌های اخیر به‌ویژه سال‌های ۲۰۰۰ و ۲۰۰۱ برای شرکت انرون نشان داد که بی‌اخلاقی چه بلایی به روز انرون آورد. پس توجه به تقویت مهارت استدلال اخلاقی در کنار مهارت‌های فنی (تخصصی) نقش مهمی در محیط تجاری کنونی بر عهده دارد. بنابراین شایسته است دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی به منظور ایفای رسالت خود جهت تربیت نیروی انسانی متخصص متناسب با نیازهای بازار کار، تدابیر مناسبی را اتخاذ نمایند (رباط میلی و همکاران، ۱۳۹۳).

از طرفی مدیران علاوه بر آن که باید منافع و حقوق سازمان خود را تأمین کنند باید به‌عنوان یک امر اخلاقی در راه تأمین رفاه، آسایش، نیازها و علائق مردم جامعه نیز مشارکت داشته باشند. از جهت دیگر نباید تصمیم‌ها و رفتارهای مدیریتی منجر به واردکردن خسارت، زیان و آسیب به جامعه و افراد آن شود (دارابی، ۱۳۹۵).

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها شامل تعهدات مداوم اخلاقی از طرف آن‌ها است که در محیط‌های اقتصادی رخ می‌دهد و کیفیت زندگی نیروی کار را بهبود می‌بخشد، همان‌طور که خدمات عمومی برای همه باید انجام گردد. مبتنی بر تئوری مشروعیت و ذی‌نفعان، پیوستگی و اتحاد میان فعالیت‌ها و ارزش‌های سازمان به‌گونه‌ای که منافع کلیه ذی‌نفعان شامل سهامداران، مشتریان، کارکنان، سرمایه‌گذاران و عموم جامعه، در سیاست‌ها و عملکرد سازمان منعکس گردد را مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها می‌نامند. به عبارت دیگر سازمان باید همواره خود را جزیی از اجتماع بداند و نسبت به جامعه احساس مسئولیت داشته باشد و در جهت بهبود رفاه عمومی به‌گونه‌ای مستقل از منافع مستقیم شرکت تلاش کند (فروغی و همکاران، ۱۳۸۷).

شرکت‌هایی که عملکرد اجتماعی بالایی دارند تمایل بیشتری به رعایت و افشای عمومی فعالیت‌های اجتماعی خود دارند. از این‌رو مسئولیت اجتماعی به‌عنوان یک فاکتور کلیدی در موفقیت و تداوم فعالیت بنگاه‌ها فرض (وکیلی فرد و حسین پور، ۱۳۹۶) و بخش جدایی‌ناپذیری از کتب و مقالات مالی اقتصادی جهان تلقی می‌شود. تمایل به سرمایه‌گذاری در شرکت‌هایی

که اعمال و گزارش‌گری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها دارند، در حال افزایش است. در حالی که اصطلاح مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نسبتاً جدید به نظر می‌رسد، بررسی آثار و پژوهش‌ها نشان می‌دهد که این مفهوم در طول چندین دهه همگام با توسعه‌های اجتماعی، سیاسی و محیط کسب و کار تکامل یافته است.

مقوله‌ی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، چالش‌هایی را در سازمان‌های مختلف بین‌المللی، ملی و منطقه‌ای در فرآیند تدوین استانداردها برای گزارش‌گری اطلاعات غیرمالی به همراه داشته است و افشاهای مرتبط با آن پارادایمی تحقیقاتی در طی سال‌های اخیر بوده است. چرا که شرکت‌ها با شک و تردید اقدام به افشای گزارش‌گری مسئولیت‌های اجتماعی می‌نمایند. وجود حرفه‌ای به نام حسابداری و حسابرسی پیامد وجود فعالیت‌های اقتصادی و سرمایه‌گذاری است و بدون آن شکل نخواهد گرفت. صاحبان کار محرکان چرخه‌ی اقتصادی محسوب می‌شوند. بنابراین کسب اعتماد آنان در استفاده از حرفه‌ی حسابرسی و حسابداری، وظیفه‌ی تمامی حسابداران و شاغلان در این حرفه است تا آینده‌ی حرفه‌ی حسابداری تضمین شود. بنابراین آینده‌ی حرفه منوط به داشتن ارزش‌های درستکاری، صداقت و تخصص است. در شرایطی که حرفه‌ی حسابداری هنوز نتوانسته است جایگاهی در جامعه‌ی ایران و به‌ویژه نزد دولتمردان به دست آورد افزایش بی‌اعتمادی به حسابداران به هر دلیل و علت نقش مخربی در توسعه‌ی پایدار حرفه خواهد داشت. انتظار می‌رود که با پیشرفت اخلاق در حرفه‌ی حسابداری، زمینه برای هموارسازی اجرا و رعایت مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها فراهم شود.

۲- مبانی نظری پژوهش

زندگی اجتماعی انسان همواره با احساس و درخواست تعهد و مسئولیت همراه بوده است. در تاریخ اندیشه‌ی فلسفی، دلایل فراوانی برای این درخواست و لزوم ایجاد این احساس همگانی ارائه شده است. به‌طور ویژه چارچوب نظری مسئولیت اجتماعی از درون فلسفه‌ی اخلاق و با تبیین نقش مناسب افراد در زندگی جمعی ترسیم می‌شود. این نقش‌ها با تعهدات و مسئولیت‌ها توأم است. وجه مشترک مفهوم مسئولیت اجتماعی در همه‌ی گونه‌های فلسفه اخلاق، پذیرش همدلی‌ها و وفاداری‌ها در کنار پیوندها و دلبستگی‌ها بوده است. از دیدگاه مک اینتایر سرشت انسان به موقعیت‌ها و خصلت‌های اجتماعی وابسته است و فاعلان اخلاقی، توانایی‌های خود را در تعهدات و وفاداری‌های اجتماعی جستجو می‌کنند (براتعلی پور، ۱۳۸۶). تعاریف اولیه مسئولیت اجتماعی شرکت به دهه‌ی پنجاه میلادی بازمی‌گردد. در دهه‌ی شصت میلادی اولین کوشش‌ها برای ارائه‌ی یک ایده و تصویر بهتر و دقیق‌تر شروع شد. سه محقق مربوط به موضوع در آن زمان دیویس، فردریک و مک گویر می‌باشند. دیویس اولین فردی بود که به قدرت سازمان‌ها و مسئولیت‌های اجتماعی اشاره کرد. او تکلیف اجتماعی شرکت را تصمیمات و رفتارهای بنگاه که دلایل اتخاذ آن حداقل فراتر رفتن از مرزهای سازمان می‌باشد تعریف کرد. شکست در موازنه کردن قدرت و مسئولیت اجتماعی در نهایت می‌تواند به زوال بنگاه بینجامد. فردریک تکلیف اجتماعی شرکت را وسیله‌ای برای بهبود رفاه

اجتماعی اقتصادی جامعه عنوان می‌کند اما تحقیق جامع‌تر را در این زمینه مک‌گوییر در پژوهشی تحت عنوان «تجارت و جامعه» انجام داد و مفهوم تعهد اجتماعی را فراتر از تعهد اقتصادی و قانونی شرکت‌ها دانست (شربت اوغلی و همکاران، ۱۳۸۹).

هرچند برخی معتقدند که فقط کسب سود هر چه بیش‌تر، باید هدف شرکت‌ها و سازمان‌ها باشد اما برخی عقیده دارند شرکت‌ها و سازمان‌ها، علاوه بر کسب سود اقتصادی، وظایف دیگری هم دارند از جمله توجه به قوانین و عرف جامعه مانند رعایت حق کارکنان، سلامت و خواسته‌های مصرف‌کنندگان، حفظ محیط زیست و جلوگیری از آلودگی هوا، کمک به امور عام‌المنفعه و... این وظایف را مسئولیت اجتماعی شرکت گویند. تئوری‌های مطرح در مورد مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها عبارت‌اند از تئوری مشروعیت، تئوری اقتصاد سیاسی و تئوری گروه‌های ذی‌نفع که همگی بیانگر این مطلب هستند که مدیران به دلایل مختلف همچون کسب مشروعیت سازمانی و یا فشار گروه‌های ذی‌نفع مایل به رعایت مسئولیت اجتماعی سازمان هستند (جبارزاده، بایزیدی، ۱۳۸۹).

افزایش میزان کارهای غیراخلاقی، غیرقانونی و غیرمسئولانه در محیط‌های کاری توجه مدیران و صاحب‌نظران را به بحث اخلاق کار و مدیریت اخلاق معطوف ساخته است (اعظمی و همکاران، ۱۳۸۷). حسابداران مانند پزشکان هستند که اعتماد شخص مقابل نقش اصلی را در شغل آنان دارد. بی‌اعتمادی صاحب‌کار آفت سیستم‌های حسابداری و حرفه است. کیم و همکارانش (۲۰۱۲) بر این باورند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت منعکس‌کننده نگرانی‌های اخلاقی مدیران بوده و گزارش شفاف و مورد اطمینانی را از فعالیت‌های مالی ارائه می‌دهد. از طرفی پیامدها و عوامل مؤثر بر کیفیت اطلاعات حسابداری همواره مورد علاقه‌ی سرمایه‌گذاران، قانون‌گذاران و سایرین بوده است (کاشانی‌پور، مؤمنی‌یانسری، ۱۳۹۰). اخلاقیات ارتباط نزدیک و تنگاتنگی با ارزش‌ها دارند و به‌عنوان ابزاری نگرینده می‌شوند که ارزش‌ها را به عمل تبدیل می‌کنند. اخلاق کاری ضعیف بر نگرش افراد نسبت به شغل، سازمان و مدیران مؤثر بوده، می‌تواند بر عملکرد فردی، گروهی و سازمانی اثر بگذارد (رحمان‌سرشت و همکاران، ۱۳۸۸). شرایط امروز جهان و فضاهای جدید کسب و کار ایجاب می‌کند تا رهبران و مدیران سازمان‌ها و شرکت‌های بزرگ که در بازارهای جهانی یا بازارهای در حال جهانی شدن فعال و مؤثر هستند، نوعی تعادل میان بخش‌های اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی کسب و کارشان ایجاد کنند. اطلاعات در رابطه با مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت برای سرمایه‌گذاران از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. به‌عنوان مثال مدیران حرفه‌ای در ایالات متحده آمریکا تقریباً ۳/۰۱ تریلیون دلار دارایی تعیین شده را تحت سرفصل سرمایه‌گذاری در بخش مسئولیت اجتماعی در سبد پروژه‌های سال ۲۰۱۰ ذخیره کردند. این نکته نشان‌گر آن است که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، تأثیر مستقیمی بر ثروت سرمایه‌گذاران دارد. پژوهش‌های اخیر نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاران به دنبال اطلاعات موثق درباره‌ی عملکرد اجتماعی شرکت از طریق مجاری خصوصی و یا عمومی بوده و آن‌ها از این اطلاعات به‌طور گسترده در تصمیم‌های سرمایه‌گذاری خود استفاده می‌کنند (کوهن و همکاران، ۲۰۱۱).

افراد با ایده‌آل‌گرایی بالا معتقدند که اعمالشان باید پیامدهای مثبت برای دیگران به همراه

داشته باشد و همواره می‌توان از آسیب رساندن به دیگران جلوگیری کرد (فورسیث، ۱۹۸۰). این گروه به اصول مطلق اخلاقی اعتقاد داشته و برای ارزیابی جنبه‌های اخلاقی یک عمل به اصول اخلاقی پذیرفته شده‌ی جامعه تکیه می‌کنند. افرادی که آرمان‌گرایی پایین تری دارند، به این‌که رفتار و اعمال آن‌ها همواره باید نتایج مثبت برای سایرین در پی داشته باشد باور ندارند. اگر ایده‌آل‌گرایی در یک مقیاس بررسی شود، در یک طرف آن افراد با ایده‌آل‌گرایی پایین قرار دارند که پذیرفته‌اند در انجام یک عمل یا قضاوت اخلاقی، جلوگیری از صدمه زدن به دیگران در تمام شرایط ممکن نیست، حتی در برخی موارد ممکن است برای رسیدن به پیامد مطلوب افرادی زیان ببینند. بنابراین باید کار خوب را حتی اگر به قیمت صدمه دیدن برخی از مردم است، انجام داد. در طرف دیگر مقیاس افراد با آرمان‌گرایی بالا هستند که اعتقاد دارند می‌توان به طریقی عمل کرد که از صدمه دیدن دیگران جلوگیری شود. برای یک آرمان‌گرای بالا عمل اخلاقی از آسیب رساندن به دیگران حاصل نمی‌شود. این افراد تصمیمات اخلاقی خود را بر مبنای کاهش سطح آسیب به تمام طرف‌های درگیر می‌گیرند (آلسوا و همکاران، ۲۰۱۲). این انتظار وجود دارد که مبتنی بر تئوری‌های اقتصادی با رعایت اخلاق مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها بهبود یابد. یکی از این تئوری‌های اقتصادی، تئوری اقتصاد سیاسی است. اساس تئوری‌های اقتصادی این است که شرکت‌ها بسیار بزرگ شده‌اند و تأثیر آن‌ها بر جامعه آن‌چنان عمیق است که باید برای ایفای مسئولیت خود غیر از سهامداران به بخش‌های بسیار بیش‌تری از جامعه توجه کرده و پاسخگو باشند. برخی از این راهبردها شامل همراه شدن با انتظارات جامعه، افزایش منابع اجتماعی سازمان نسبت به مخارج اجتماعی آن، قرار دادن سیستم ارزشی سازمان در راستای سیستم ارزشی جامعه، توزیع منافع سیاسی و یا اجتماعی و اقتصادی میان گروه‌های مختلف از مجرای قدرت سازمانی خود، تغییر رفتار سازمان با تغییر انتظارات جامعه، متقاعد ساختن آحاد جامعه در مورد مسئولیت‌پذیر بودن سازمان، تغییر درک و یا انتظارات و یا ارزش‌های اجتماعی، کاهش تضاد منافع گروه‌های مختلف ذی‌نفع در سازمان و تغییر درک عموم جامعه با دور ساختن توجه آن‌ها از موضوعی که باعث نگرانی افراد می‌گردد و جلب توجه آن‌ها به سایر موضوعات است.

۲-۱- تئوری اقتصاد سیاسی

تئوری حسابداری اقتصاد سیاسی در دهه ۱۹۹۰ از نوشته‌های پارکر استخراج شد. این تئوری در مقابل مفهوم قرارداد اجتماعی پیشنهاد می‌کند که وجود یک سازمان بر حمایت کلی جامعه تکیه دارد. اگر مشاهده شود که یک سازمان درگیر فعالیت‌های اجتماعی نامطلوب شده است، جامعه از تأیید آن سازمان صرف‌نظر می‌کند و این منجر به نابودی آن سازمان می‌شود. تئوری اقتصاد سیاسی بحث می‌کند که حسابداری می‌تواند یک نقش محوری در شیوی ساختار سازمانی و محیط پیرامون به‌طور اقتصادی، سیاسی و اجتماعی بازی نماید (علی‌خانی، مرانجوری، ۱۳۹۳). در تئوری اقتصاد سیاسی دو جنبه وجود دارد. به عبارت دیگر تئوری اقتصاد سیاسی را می‌توان از جنبه‌ی کلاسیک و یا از جنبه‌ی طبقه متوسط (غیر کلاسیک) مد نظر قرار داد. اقتصاد سیاسی کلاسیک،

تضاد منافع، نابرابری و نقش دولت را در کانون تجزیه و تحلیل خود قرار می‌دهد. بر عکس اقتصاد سیاسی طبقه متوسط تمایل دارد این موارد را به همان صورتی که هستند در نظر بگیرد و لذا این موارد را از تجزیه و تحلیل، مستثنی و خارج می‌کند. اقتصاد سیاسی کلاسیک مدعی است مادامی که مسئولیت‌پذیری اجتماعی فعالیت واحدهای تجاری به صورت اختیاری انجام می‌شود، تنها بخشی از مشروعیت را تأمین می‌کند. لذا این دیدگاه تمایل روشنی به وضع قوانین رعایت اجباری آن دارد. در این دیدگاه دولت به منظور حفظ مشروعیت سیستم به‌عنوان یک کل می‌باشد (فروغی، ۱۳۸۷). در این میان اقتصاد غیرکلاسیک از اهمیت تضاد و تعارض‌های ساختاری کاسته و چندین دیدگاه جهانی را پذیرفته و به دخالت و فشارهای گروه‌های مختلف جامعه بر واحدهای تجاری اشاره دارد. تئوری غیر کلاسیک اقتصاد سیاسی به دو شاخه: تئوری مشروعیت و تئوری ذی‌نفعان تقسیم می‌شود (علی‌خانی، ۱۳۹۳). به عبارتی منشأ تئوری مشروعیت و تئوری گروه‌های ذی‌نفع یک تئوری بزرگ‌تر و آن تئوری اقتصاد سیاسی است. «تئوری مشروعیت و تئوری گروه‌های ذی‌نفع» درصدد برآمده‌اند در این باره توضیح دهند که چرا سازمان‌ها در گزارش‌های سالانه بر اساس برخی از مسئولیت‌های اجتماعی اقدام به انتشار اطلاعات می‌کنند. مشروعیت پویا است و آن بدین معنی است که گروه‌های ذی‌نفع به صورت مستمر محصولات، روش‌ها و هدف‌های سازمان را مورد ارزیابی قرار می‌دهند. اساس تئوری ذی‌نفع این است که شرکت‌ها بسیار بزرگ شده‌اند و تأثیر آن‌ها بر جامعه آن‌چنان عمیق است که باید برای ایفای مسئولیت خود به غیر از سهامداران به بخش‌های بسیار بیش‌تری از جامعه توجه کرده و پاسخگو باشند. اگر سازمان در فعالیت‌های خود تجدید نظر نکند، فاصله بین انتظارات تغییر یافته جامعه و محصولات سازمان بیش‌تر خواهد شد و مشروعیت آن دستخوش تهدید قرار خواهد گرفت (مرادی، ۱۳۹۵). مسئله‌های مطرح در زمینه مسئولیت‌های اجتماعی به یک مسئله مالی تبدیل شده است. مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی و افشاگرهای مرتبط با آن عامل ضروری است که به تداوم شرکت‌ها منجر می‌شود. زیرا همه‌ی شرکت‌ها ارتباط‌هایی با جامعه دارند. لذا جامعه امکان بقای شرکت‌ها را در دراز مدت فراهم می‌آورد. توسعه‌ی این بعد از رعایت ریشه در تقویت اخلاق حسابداری دارد. به عبارتی با رعایت اخلاق در بین حسابداران، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها بهبود می‌یابد.

۲-۲- رویکرد اخلاقی

رویکرد اخلاقی بیان می‌کند که ذی‌نفعان نسبت به فعالیت سازمان‌ها ذی‌حق هستند و مدیریت باید سازمان را در حداکثر کردن منافع همه‌ی ذی‌نفعان اداره کند. طبق این رویکرد، مدیریت باید منافع سهامداران و منافع سایر ذی‌نفعان را به‌طور یکسان مورد توجه قرار دهد و زمانی که میان منافع آن‌ها تضاد وجود دارد سعی کند این تضادها را کاهش داده و تعالی مطلوب بین آن‌ها برقرار نماید. محققان هنجاری معتقدند که تئوری ذی‌نفعان به‌عنوان یک تئوری اخلاق سازمانی هنگامی که توسط تئوری مسئولیت اجتماعی اخلاقی تکمیل شود، سودمند است. مطابق این تئوری توجه به یک ذی‌نفع (به‌عنوان مثال فقط سهامداران) نمی‌تواند به منافع سایر ذی‌نفعان (مثل جامعه یا

کارمندان) فشار وارد کند (دیگان و کوردن، ۱۹۹۶). البته تئوری مشروعیت دورنمای وسیع‌تری را بررسی می‌کند. زیرا این تئوری تمایل دارد که انتظارات جامعه را در کل بررسی کند. در مقایسه با تئوری ذی‌نفعان به نظر می‌رسد تئوری مشروعیت کم‌تر به فرض مجزا کردن، قابل‌شناسایی کردن و دسته‌بندی ذی‌نفعان ارتباط دارد (علی‌خانی، ۱۳۹۳). جدول ۱ اشتراک بین تئوری ذی‌نفع و مشروعیت را در زمینه‌ی رویکرد اخلاقی نشان می‌دهد.

جدول (۱) اشتراک بین تئوری ذی‌نفع و مشروعیت در زمینه‌ی رویکرد اخلاقی

مشروعیت سازمانی	
عملی	اخلاقی
شاخه‌ی مدیریتی تئوری ذی‌نفعان • مبادله • تأثیر • تنظیم	وابسته به اصول عقاید و ارزش‌های جامعه • مفهومی • رویه‌ای • سازمانی

منبع: (دیگان و کوردن، ۱۹۹۶)

۳- پیشینه‌ی پژوهش

در سال‌های اخیر افزایش چشم‌گیر فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها باعث شده تا تحقیقاتی در مورد رابطه‌ی بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و رفتارهای اخلاقی پیرامون مسئولیت‌پذیری اجتماعی انجام شود.

جن‌هی و همکاران (۲۰۱۵) در پژوهشی تحت عنوان «رابطه‌ی بین مسئولیت اجتماعی شرکت و کیفیت گزارش‌گری مالی» نتیجه‌گیری نمودند که بین مسئولیت اجتماعی شرکت و کیفیت گزارش‌گری مالی رابطه‌ی مثبت و معناداری وجود دارد.

سرواس و تامایو (۲۰۱۳) به پژوهشی با عنوان «تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر ارزش شرکت» پرداختند. نتایج حاصل از تحقیق نشان می‌دهد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی با ارزش شرکت، در شرکت‌هایی که میزان آگاهی مشتریان و یا آگاهی عموم مردم از طریق تبلیغاتی که شرکت انجام می‌دهد بیشتر باشد، رابطه‌ی مثبت وجود دارد و برای شرکت‌هایی که آگاهی مشتریان و یا عموم مردم پایین است این رابطه ضعیف یا منفی می‌باشد. همچنین نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که تأثیر آگاهی بر رابطه‌ی مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش شرکت در مورد شرکت‌هایی که شهرت کمی در اجتماع دارند منفی است.

فرمز و پراکاش (۲۰۱۲) توسعه‌ی گزارش‌گری مسئولیت‌پذیری اجتماعی را بر روی شرکت‌های موجود در کشورهای اروپای شرقی و آمریکای شمالی مورد بررسی قرار دادند. نتایج تحقیق آن‌ها نشان داد که گزارش‌های اجتماعی منتشرشده‌ی شرکت‌های اروپایی، سطح پاسخ‌گویی اجتماعی

بالاتری نسبت به شرکت‌های آمریکای شمالی دارند. در اروپای شرقی کیفیت گزارش‌های اجتماعی از کشوری به کشور دیگر متفاوت است اما در مقایسه با شرکت‌های مشابه در آمریکای شمالی دارای موضوعات تفصیلی گزارش‌گری اجتماعی می‌باشند.

میشرا و همکاران (۲۰۱۱) به این نتیجه رسیدند که شرکت‌هایی که در افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی در گزارش‌های خود سرمایه‌گذاری کرده‌اند هزینه‌ی سرمایه‌ای بالطبع پایین‌تر از شرکت‌هایی داشته‌اند که این افشاگری را انجام نمی‌دادند.

جین و درزدنکو (۲۰۱۰) در پژوهشی درباره‌ی رابطه‌ی بین اخلاقیات، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد سازمانی به این نتیجه رسیدند که مدیران سازمان‌های نظام یافته در مقایسه با سازمان‌های ماشین بنیاد، سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی و اخلاقیات بالایی دارند.

بسن و همکاران (۲۰۰۶) در پژوهشی با موضوع «تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر هزینه‌ی سرمایه شرکت‌ها» به بررسی روابط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی شرکت‌ها پرداخته در نهایت به این نتیجه رسیدند که شرکت‌های با عملکرد اجتماعی بالا ریسک پایین‌تری دارند و هزینه‌ی سرمایه شرکت‌ها با افزایش عملکرد اجتماعی کاهش می‌یابد.

موسوی و همکاران (۱۳۹۶) به تبیین ایفای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و تأثیر آن بر خصوصیات کیفی اطلاعات مالی پرداخته‌اند. یافته‌های پژوهش نشان داد که بین ایفای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و ارزش پیش‌بینی‌کنندگی اطلاعات رابطه‌ی مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین نتایج نشان داد که بین ایفای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها با سایر خصوصیات کیفی شامل ارزش تأییدکنندگی، محافظه‌کاری، بی‌طرفی، بیان صادقانه و کامل بودن رابطه‌ای وجود ندارد.

حجامی (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان «بررسی رابطه‌ی بین افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و مالکیت نهادی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران» نشان داد که بین افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی در تمام ابعاد آن (مشارکت اجتماعی، محیط زیست، روابط کارکنان، ویژگی محصولات) با مالکیت نهادی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، رابطه‌ی منفی وجود دارد. بنابراین لازم است آن دسته از سرمایه‌گذاران نهادی که توجه به سودهای جاری و کوتاه مدت دارند به منظور به حداکثر رساندن سودآوری خود، اولویت را به سرمایه‌گذاری در شرکت‌هایی دهند که کم‌ترین افشای مسئولیت اجتماعی را داشته باشند.

کنگرلویی و همکاران (۱۳۸۹) در پژوهش خود به بررسی رابطه‌ی بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تعهد سازمانی با محافظه‌کاری در گزارش‌گری مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که رابطه‌ی بین سازه‌های اخلاقی (مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و تعهد سازمانی) و محافظه‌کاری مثبت بوده ولی تنها رابطه‌ی متغیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و محافظه‌کاری از لحاظ آماری معنادار می‌باشد. بر اساس بررسی‌های انجام شده ظاهراً تحقیقی که در ایران به بررسی رابطه‌ی بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و هزینه‌ی حقوق صاحبان سهام پرداخته باشد تاکنون انجام نشده است. از

این‌رو تحقیق حاضری می‌تواند در این رابطه به دانش حسابداری بیفزاید.

۴- فرضیه‌ها

فرضیه‌ی اصلی: با رعایت اخلاق در بین حسابداران رسمی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها بهبود می‌یابد.

فرضیه‌ی فرعی ۱: رفتار حرفه‌ای حسابداران رسمی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها را افزایش می‌دهد.

فرضیه‌ی فرعی ۲: صداقت و درستکاری حسابداران رسمی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها را افزایش می‌دهد.

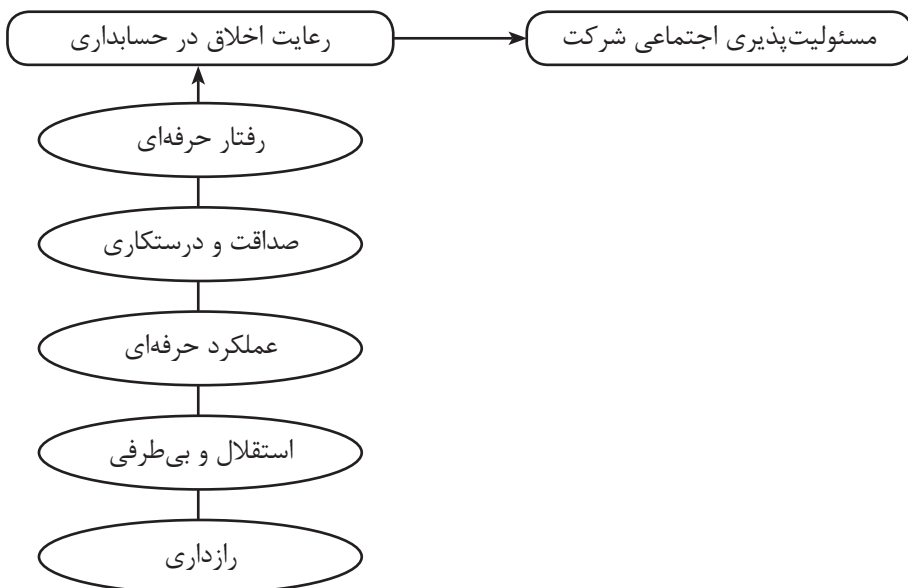
فرضیه‌ی فرعی ۳: عملکرد حرفه‌ای حسابداران رسمی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها را افزایش می‌دهد.

فرضیه‌ی فرعی ۴: استقلال و بی‌طرفی حسابداران رسمی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها را افزایش می‌دهد.

فرضیه‌ی فرعی ۵: رازداری حسابداران رسمی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها را افزایش می‌دهد.

فرضیه‌ی فرعی ۶: افراد با مشخصه‌های مختلف دیدگاه یکسانی نسبت به نظرات ابرازشده دارند.

مبتنی بر فرضیه‌های فوق مدل مفهومی پژوهش به شرح زیر می‌باشد:



بر اساس مدل فوق متغیرهای پژوهش به شرح زیر تعریف می‌گردد:

۵- متغیرهای پژوهش

۵-۱- متغیر وابسته

مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها: متغیر وابسته مطالعه‌ی حاضر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها می‌باشد. این متغیر با استفاده از پرسش‌نامه‌ی استاندارد سینگاپکدی سنجیده شده است. سؤال ۱ تا ۲۰ پرسش‌نامه ابزاری جهت اندازه‌گیری مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها می‌باشد که گویه‌ی این متغیر به شرح جدول ۱ می‌باشد.

سؤالات بدین گونه مطرح گردید که: با توجه به اهمیت مسئولیت اجتماعی و توجه به آن با در نظر گرفتن رعایت اخلاق حرفه‌ای حسابداران رسمی و پیشنهادهایی که در زمینه‌ی مسئولیت اجتماعی به شرکت خواهد شد، تا چه اندازه:

جدول (۱) گویه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها

شرکت به بحث پیرامون مسائل اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی خواهد پرداخت؟
در شرکت سیاست و استراتژی خاصی در خصوص مسئولیت اجتماعی تعریف و معین خواهد گردید؟
شرکت یکی از مدیران ارشد با مسئولیت مشخص و روشن را در خصوص مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را تعیین خواهد کرد؟
مسائل مسئولیت شرکت با بررسی و ارزیابی عملکرد کارکنان و مدیران در شرکت مشخص خواهد شد؟
در شرکت اولویت‌های اصلی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تعریف و حتی در سراسر سازمان تعمیم خواهد یافت؟
مدیران شرکت با ذی‌نفعان شرکت در تعامل و گفتگو خواهند بود و نیازهایشان را در نظر خواهند گرفت؟
شرکت در فرآیندهای استخدام، ترفیع، طراحی محصول و خدمات، طراحی ساختار، دفاتر کاری به شاخص‌های مسئولیت اجتماعی توجه خواهد نمود و این شاخص‌ها را وارد فرآیندها می‌نماید؟
شرکت برنامه‌های عملیاتی جهت کاهش تأثیرات زیان‌بار فعالیت‌هایش بر محیط زیست را پایه‌ریزی و اجرا خواهد نمود؟
شرکت سیستمی را جهت اداره، کنترل و بررسی تأثیرات محیط زیستی علی‌الخصوص استفاده منابع آب و انرژی و انتشار کربن برقرار خواهد نمود؟
شرکت یک برنامه کارآموزی جهت آموزش کارکنان به منظور اجرای سیاست‌های مربوط به محیط زیست و برنامه عملیاتی را اجرا خواهد نمود؟
شرکت کاهش کمی انتشار کربن را نسبت به سال گذشته نشان خواهد داد؟
شرکت برنامه بازیافت منابع مصرفی خود را دارا خواهد بود؟
شرکت یک برنامه عملیاتی در خصوص ارزیابی نیروی انسانی به‌طور منظم خواهد داشت؟
کارکنان نماینده رسمی در شرکت خواهند بود؟
شرکت فرآیندی را در خصوص جلوگیری از تکرار مشکلات مربوط به امور سلامتی و ایمنی نشان خواهد داد؟

شرکت روند مؤثری جهت رسیدگی به شکایات خواهد داشت؟
شرکت از طرح‌های در حال اجرا جهت کاهش تأثیرات مضر شغلی استفاده خواهد نمود؟
شرکت فرصت‌هایی را برای کارکنان خود برای مشارکت در فعالیتهای مسئولیت اجتماعی فراهم آورده و این تلاش آنان مورد تشویق قرار خواهد گرفت؟
شرکت برنامه عملیاتی در خصوص تعامل با جامعه خواهد داشت؟
شرکت قوانین و رویه‌هایی در خصوص تحلیل رشوه‌خواری و فساد اعمال خواهد کرد؟

۵-۲- متغیر مستقل

اخلاق در حسابداری: متغیر مستقل مطالعه‌ی حاضر اخلاق در حسابداری می‌باشد. اخلاق در حسابداری با استفاده از پنج معیار رفتار حرفه‌ای، صداقت و درستکاری، عملکرد حرفه‌ای، استقلال و بی‌طرفی و رازداری ارزیابی می‌باشد. این متغیر با استفاده از سؤال ۲۱ تا ۵۷ پرسش‌نامه سنجیده شده است. گویه‌های این متغیر به شرح جدول ۲ می‌باشد. سؤالات بدین گونه مطرح گردید که در موقعیت فعلی، حسابداران رسمی تا چه اندازه به ویژگی‌های اخلاقی پای‌بند هستند؟

جدول (۲) اخلاق در حسابداری

تعهد به قواعد اخلاقی و استانداردهای حاکم بر حرفه‌ی حسابرسی	رفتار حرفه‌ای
انجام وظایف حرفه‌ای با مراقبت حرفه‌ای لازم	
عدم انجام اعمال مغایر با شأن و منزلت حرفه	
عدم انجام تبلیغات نادرست	
عدم پرداخت کمیسیون برای یک حسابرسی جدید	
عدم انتقاد از کیفیت کار دیگر حساب‌برسان	
فریب ندادن افراد در رابطه با صلاحیت و تجربه‌ی خود	
بررسی دلایل تغییر حسابرسان قبلی پیش از پذیرش کار	صداقت و درستکاری
پای‌بندی به اعتقادات مذهبی	
اظهارنظر بر اساس شواهد بدون در نظر گرفتن فشارها	
انجام کار درست و صادقانه	
اجرای تعهدات مطابق وعده‌ها و قراردادهای	
عدم انتشار هرگونه گزارش گمراه‌کننده یا تحریف‌شده	
همکاری با دیگران برای بهتر انجام دادن وظایف حرفه‌ای	
توانایی حل مشکلاتی و پذیرش اشتباهات	
عدم دریافت هدیه یا کمک مالی	
ارائه‌ی اظهارنظر شفاف، چه با محتوای مثبت چه منفی	
داشتن عدالت و رفتار یکسان با دستیاران	

داشتن صلاحیت علمی و تجربه‌ی عملی	عملکرد حرفه‌ای
پذیرش کار با توجه به توانایی انجام آن	
انجام وظایف حرفه‌ای مطابق استانداردها	
داشتن یک سیستم کنترل کیفیت از کار اعضای تیم	
جمع آوری شواهد کافی و قابل اعتماد	
تهیه گزارش کامل و دقیق	
داشتن استقلال ظاهری و باطنی	استقلال و بی‌طرفی
نداشتن تضاد منافع	
نداشتن یک رابطه‌ی مالی مستقیم یا غیرمستقیم با اهمیت با صاحب‌کار	
نگرفتن وام از صاحب‌کار	
نبودن هزینه‌ی پرداخت نشده به حسابرس توسط صاحب‌کار	
نداشتن سمت اجرایی یا سمت راهبردی در شرکت صاحب‌کار	
عدم وجود دعوا له یا علیه حسابرس در دادگاه	
نداشتن مصالح خانوادگی در شرکت	
انجام ندادن خدمات مالی دیگر به صاحب‌کار(مانند دفترداری)	
عدم وجود شرط برای حق الزحمه‌ی حسابرس توسط صاحب‌کار	رازداری
عدم افشای اطلاعات صاحب‌کار جز در موارد خاص	
عدم سوءاستفاده از اطلاعات صاحب‌کار	

۵- جامعه‌ی آماری و حجم نمونه

جامعه‌ی آماری این پژوهش حسابداران رسمی هستند که تا تاریخ تهیه‌ی پرسش‌نامه تعداد ۲۸۱۷ نفر در سال ۱۳۹۹ می‌باشند. لذا برای محاسبه‌ی حجم نمونه پاسخ‌گویان از فرمول کوکران استفاده شده است. فرمول کوکران به شرح رابطه‌ی ۱ است.

رابطه‌ی (۱)

$$N = \frac{t^2 pq}{d^2} \left(1 + \frac{1}{n} \left(\frac{t^2 pq}{d^2} - 1 \right) \right)$$

در این فرمول، N حجم جامعه‌ی مورد مطالعه، n حجم نمونه، t اندازه‌گیری متغیر در توزیع طبیعی، P درصد توزیع صفت در جامعه، q درصد افرادی که فاقد آن صفت هستند، d تفاضل نسبت واقعی صفت در جامعه را نشان می‌دهد (حافظ نیا، ۱۳۸۶). تعداد نمونه‌ی آماری با مفروضات فوق، حدود ۳۳۱ مشارکت‌کننده برآورد می‌گردد. شایان ذکر است در مرحله‌ی پایلوت و بررسی اولیه برای بررسی اعتبار پرسش‌نامه برای ۳۰ نفر ارسال و پاسخ‌های مربوطه واصل و

آزمون‌های اولیه برای پایایی پرسش‌نامه انجام شد. در گام دوم پرسش‌نامه‌ها از طریق ایمیل، فکس و به صورت حضوری برای حسابداران رسمی ارسال گردید و همچنین ضریب آلفای کرونباخ از نتایج توزیع این پرسش‌نامه‌ها به دست آمد. مقدار Z هم یک عدد ثابت است که به فاصله اطمینان و سطح خطا (α) بستگی دارد. در این پژوهش سطح خطا بر اساس سطح معناداری ۹۰٪، برابر با ۱۰٪ در نظر گرفته شده است. در نتیجه Z برابر با ۱/۶۴۵ است. همچنین مقدار d در این رابطه همان سطح خطا است که برابر با ۰/۱۰ در نظر گرفته شده است. با جای‌گذاری پارامترها در رابطه‌ی ۱، حجم نمونه بالغ بر ۳۳۱ حسابدار رسمی مشخص شد. پرسش‌نامه‌ها طی سه مرحله توزیع شد. در مرحله‌ی نخست تعداد ۳۵۰ پرسش‌نامه توزیع شد و از این مجموع تعداد ۱۷۶ پرسش‌نامه توزیع گردید که از این تعداد ۱۵۱ پرسش‌نامه شرایط سالم بودن را دارا بودند و لذا نیاز بود تعداد پرسش‌نامه بیش‌تری تا رسیدن به تعداد موردنظر توزیع گردد. در مرحله‌ی دوم تعداد ۳۰۰ پرسش‌نامه دیگر توزیع و از این تعداد، ۱۲۳ پرسش‌نامه‌ی سالم استخراج و دریافت شد. در نهایت با توجه به این‌که نیاز به تعداد ۵۷ پرسش‌نامه‌ی دیگر بود، در مرحله‌ی سوم تعداد ۱۰۰ پرسش‌نامه توزیع شد که با پیگیری‌های مکرر، در نهایت ۶۳ پرسش‌نامه دریافت و در مجموع تعداد پرسش‌نامه‌های سالم به ۳۳۷ عدد رسید. نکته‌ای که نیاز به توضیح دارد وجود تفاوت بین تعداد پرسش‌نامه‌ی دریافتی با تعداد پرسش‌نامه‌ی مورد نیاز می‌باشد. با توجه به این‌که حذف ۶ پرسش‌نامه به دلخواه سبب ایجاد تغییرات احتمالی در نتایج پژوهش می‌شد، در این پژوهش این تعداد حذف نگردید تا بتوان از دست‌کاری احتمالی اطلاعات خودداری شده و نتایج نمونه‌ی آماری را با قطعیت بالاتری به جامعه تعمیم داد.

۶- روش پژوهش

از آنجا که در این پژوهش به بررسی وضعیت موجود متغیرها با استفاده از جمع‌آوری اطلاعات از خبرگان و متخصصان اقدام خواهد شد، از نظر ماهیت در ردیف مطالعات توصیفی-پیمایشی طبقه‌بندی می‌گردد و با توجه به این‌که نتایج این پژوهش می‌تواند در زمینه‌ی اطلاعات مورد نیاز حساب‌رسان مورد استفاده قرار گیرد از لحاظ هدف کاربردی است. برای جمع‌آوری اطلاعات مربوط به ادبیات موضوع و پیشینه‌ی پژوهش از روش‌های مطالعه‌ی کتابخانه‌ای و برای گردآوری اطلاعات و اجرای تحلیل‌های آماری در جهت پذیرش یا رد فرضیه‌ها از روش‌های میدانی پرسش‌نامه استفاده شده است. همچنین علاوه بر سؤال‌های مطروحه در پرسش‌نامه، متغیرهای جمعیت‌شناختی که شامل جنسیت، میزان تحصیلات، رشته تحصیلی و میزان سابقه می‌باشد نیز به صورت یک مؤلفه‌ی جداگانه در نظر گرفته شده است.

۶-۱- اعتبار و پایایی ابزار جمع‌آوری داده‌ها

برای بررسی اعتبار ابزار، فرآیند طراحی پرسش‌نامه به‌گونه‌ای بوده که ابتدا گروه سؤالات مربوط به هر فرضیه توسط پژوهشگر تدوین و به نظر چند تن از صاحب‌نظران، شرکای مؤسسات

حسابرسی و استادان رسیده نظرات اصلاحی بعد از اخذ، در متن پرسش‌نامه اعمال گردید. همچنین از آلفای کرونباخ برای تعیین پایایی پرسش‌نامه استفاده شد. مقدار آلفای کرونباخ در این پژوهش ۰/۹۳ به دست آمده است که نشان‌دهنده همگنی و همبستگی درونی زیاد بین سؤالات می‌باشد. لازم به ذکر است که پرسش‌نامه در مجموع شامل ۵۶ گویه به صورت محقق ساخته و از نوع پرسش‌نامه‌ی بسته بوده در قالب طیف لیکرت طراحی گردید.

۶-۲- روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

به منظور بررسی آماری و تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده از آزمون t زوجی برای آزمون فرضیه‌های اول تا ششم پژوهش و آزمون تحلیل واریانس برای فرضیه‌ی ششم پژوهش مورد استفاده قرار گرفت. در پردازش اطلاعات نیز از نرم‌افزار اس پی اس نسخه ۲۲ استفاده گردید.

۷- یافته‌های پژوهش

سطح اطمینان در این آزمون ۹۰٪ و سطح خطا ۱۰٪ در نظر گرفته شده است. مطابق جدول ۳ نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده از آماره‌ی t بیانگر آن است که سطح معناداری برای فرضیه‌های یک تا شش کم‌تر از سطح خطای ۱۰٪ می‌باشد. در نتیجه هیچ کدام از این فرضیه‌ها در سطح اطمینان ۹۰٪ رد نمی‌شوند.

جدول (۳) خلاصه‌ی آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیه‌های پژوهش	انحراف معیار	مقدار آماره‌ی t (مشاهده‌شده)	درجه آزادی	مقدار P-Value	تأیید یا رد فرضیه‌ی پژوهش
اول	۹۰/۰	+۰۳۵/۳	۳۳۷	۰۰۳/۰	رد نمی‌شود
دوم	۷۵/۰	+۹۲۵/۱	۳۳۷	۰۵۵/۰	رد نمی‌شود
سوم	۰۳/۱	+۸۵۶/۱	۳۳۷	۰۶۴/۰	رد نمی‌شود
چهارم	۸۷/۰	+۸۷۱/۱	۳۳۷	۰۶۲/۰	رد نمی‌شود
پنجم	۱۹/۱	+۲۴۰/۵	۳۳۷	۰۰۰/۰	رد نمی‌شود

برای آزمون فرضیه‌ی ششم پژوهش، از آزمون تحلیل واریانس برای مشخص نمودن یکسانی نظرات افراد و مشخصه‌های فردی (جنسیت، سطح تحصیلات، رشته تحصیلی و سابقه خدمت) آنان استفاده شد. نتایج این آزمون در جدول ۴ نشان داده شده است. بر مبنای نتایج به دست آمده سطح معناداری رفتار حرفه‌ای با جنسیت، عملکرد حرفه‌ای با رشته تحصیلی و استقلال و بی‌طرفی با سطح تحصیلات کم‌تر از سطح خطای ۱۰٪ که نشان از تفاوت دیدگاه این افراد با آن فرضیه می‌باشد اما در بقیه موارد بیش‌تر از سطح خطای ۱۰٪ و سطح اطمینان ۹۵ درصد است.

جدول (۴) نتایج آزمون t و تحلیل واریانس

سطح معناداری				متغیر
سابقه خدمت	رشته تحصیلی	سطح تحصیلات	جنسیت	
۰/۱۶۸	۰/۴۲۵	۰/۸۲۰	۰/۶۶۶	مسئولیت اجتماعی
۰/۷۶۰	۰/۶۸۹	۰/۵۲۳	۰/۰۵۶	رفتار حرفه‌ای
۰/۲۴۹	۰/۲۸۲	۰/۸۵۲	۰/۵۲۶	صداقت و درستکاری
۰/۱۳۵	۰/۰۹۸	۰/۵۱۶	۰/۲۹۹	عملکرد حرفه‌ای
۰/۹۷۷	۰/۱۷۹	۰/۰۶۷	۰/۴۸۶	استقلال و بی‌طرفی
۰/۱۳۷	۰/۲۴۹	۰/۳۷۷	۰/۴۵۰	رازداری

۸- نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر بررسی نقش اخلاق حسابداران رسمی در مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها است. با توجه به این که نتایج آزمون t زوجی برای فرضیه‌های یک تا پنجم پژوهش در سطح اطمینان ۹۰٪ نشان داد که فرضیه‌ها رد نمی‌شود و نشان می‌دهد که تمام عوامل اخلاقی حسابداران رسمی (رفتار حرفه‌ای، صداقت و درستکاری، عملکرد حرفه‌ای، استقلال و بی‌طرفی و رازداری) بر مسئولیت اجتماعی مؤثر بوده و این تأثیر به صورت مستقیم و دارای جهت مثبت می‌باشند. نظر به این که تاکنون پژوهشی پیرامون تأثیر اخلاق در حسابداری بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی صورت نگرفته، امکان مقایسه با پژوهش‌های پیشین وجود نداشت. نتایج برای تک‌تک فرضیه‌ها به شرح زیر می‌باشد.

فرضیه‌ی اول: هدف این فرضیه بررسی تأثیر رفتار حرفه‌ای حسابداران رسمی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها می‌باشد. بر مبنای نتایج به دست آمده می‌توان گفت که رعایت بالای رفتار حرفه‌ای توسط حسابداران رسمی منجر به مسئولیت‌پذیری اجتماعی بیش‌تر توسط شرکت‌ها می‌گردد و این عامل به‌عنوان یک محرک مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌باشد به‌نحوی که اگر حتی عدم مسئولیت‌پذیری در جهت تضاد با منافع سهامداران باشد، این بخش از اخلاق حسابداران رسمی در جهت منافع سهامداران و همچنین سرمایه‌گذاران و دیگر استفاده‌کنندگان از صورت‌های مالی عمل نموده و اطلاعات لازم در جهت تصمیم‌گیری این افراد را در صورت‌های مالی و همچنین سایر گزارش‌های مرتبط کنترل و نسبت به کمیت و کیفیت آن (حتی درج در گزارش حسابرسی یا نامه مدیریت) اظهار نظر می‌نماید. به عبارت دیگر می‌توان گفت که حسابداران رسمی با هدف دستیابی به بهترین اصول و ضوابط حرفه‌ای، اجرای عملیات در بالاترین سطح ممکن، براساس اصول و ضوابط مذکور و به‌طور کلی تأمین منافع عمومی و همچنین تلاش در جهت تأمین اعتبار، برخورد حرفه‌ای، ارائه‌ی خدمات با کیفیت و ایجاد اطمینان بالا اقدام به بررسی و اظهار نظر در خصوص دیگر اطلاعات مفید در جهت تصمیم‌گیری استفاده‌کنندگان از اطلاعات مالی نموده که یکی از این اطلاعات، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و اجرای صحیح آن مورد بررسی بوده و در جهت افزایش آن تلاش می‌نمایند.

فرضیه‌ی دوم: هدف این فرضیه بررسی تأثیر صداقت و درستکاری حسابداران رسمی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها می‌باشد. بر مبنای نتایج به دست آمده می‌توان گفت که افزایش صداقت و درستکاری حسابداران رسمی منجر به مسئولیت‌پذیری اجتماعی بیش‌تر توسط شرکت‌ها می‌گردد و این عامل به‌عنوان یک محرک مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌باشد به‌نحوی که اگر حتی عدم مسئولیت‌پذیری در جهت تضاد با منافع سهامداران باشد، صداقت و درستکاری حسابداران رسمی همانند رفتار حرفه‌ای آنان، در جهت منافع سهامداران و دیگر استفاده‌کنندگان از صورت‌های مالی عمل نموده و اطلاعات لازم در جهت تصمیم‌گیری این افراد را در صورت‌های مالی و همچنین سایر گزارش‌های مرتبط کنترل و نسبت به کمیت و کیفیت آن (در گزارش حسابرسی یا نامه مدیریت) اظهار نظر می‌نماید. به عبارت دیگر می‌توان گفت که حسابداران رسمی با دارا بودن درستکاری در انجام خدمات حرفه‌ای و همچنین جلوگیری از هرگونه پیش‌دواری، جانبداری، تضاد منافع یا نفوذ دیگران در جهت پیشبرد بی‌طرفی خود در ابتدا، حین و انتهای حسابرسی، اطلاعات مفید در تصمیم‌گیری استفاده‌کنندگان از صورت‌های مالی را شناسایی و نسبت به لزوم اجرای صحیح آن و افشا در گزارش‌های مالی اظهار نظر می‌نمایند که یکی از این اطلاعات بر مبنای نتایج پژوهش، مسئولیت‌های اجتماعی شرکت در قبال جامعه و ذی‌نفعان می‌باشد.

فرضیه‌ی سوم: بعد اخلاقی مورد نظر در این فرضیه بیان می‌کند که در صورت وجود و افزایش عملکرد حرفه‌ای حسابداران رسمی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها افزایش می‌یابد. بر مبنای نتایج به دست آمده می‌توان گفت که این بعد مورد تأیید قرار گرفته و حسابداران رسمی با پیشبرد عملکرد حرفه‌ای خود، سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها را ارتقا می‌دهند. به عبارت دیگر با توجه به این که نتایج در سطح اطمینان ۹۰ درصد نشان داد که عملکرد حرفه‌ای حسابداران رسمی عامل و محرک مؤثر در خصوص مسئولیت‌پذیری اجتماعی به ذی‌نفعان و عامه مردم می‌باشد، می‌توان گفت که عملکرد قوی حسابرسان این زمینه را فراهم می‌کند که شرکت با شناخت از اخلاق حسابرسان اقدام به مسئولیت‌پذیری اجتماعی نموده و در صورتی که اطلاعات دیگری علی‌الخصوص در زمینه‌ی مسئولیت اجتماعی مفید تلقی شود، حسابرسان با ایجاد تردید حرفه‌ای در حین کار و ارتقای عملکرد خود، این اطلاعات را شناسایی نموده و اقدام به اظهار نظر و ارائه‌ی راهکارهای مناسب و صحیح در این زمینه بنمایند، علی‌الخصوص در مواردی که این مسئولیت‌پذیری دارای بار مالی بوده که حسابداران رسمی در این زمینه دارای قدرت لازم در خصوص اعمال فشار به شرکت برای اجرای صحیح آن و همچنین افشا در گزارش‌های می‌باشند.

فرضیه‌ی چهارم: این فرضیه به دنبال پاسخ به این سؤال تدوین گردید که آیا استقلال و بی‌طرفی حسابداران رسمی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها را افزایش می‌دهد یا خیر. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که یکی از خروجی‌های استقلال و بی‌طرفی حسابداران رسمی و افزایش آن، افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها می‌باشد. با توجه به این که افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها به‌منزله‌ی تلاش‌های شرکت برای افزایش موقعیت و جایگاه خود در جامعه بوده و همچنین افزایش شهرت و محبوبیت در میان کارمندان، مشتریان، سرمایه‌گذاران (از جمله از دید

منافع مالی) و مردم (برای بهبود تصور عمومی جامعه به شرکت) برای شرکت، زمان و هزینه‌بر بوده لذا حسابداران رسمی با در نظر گرفتن این عوامل بررسی‌های خود را در خصوص افزایش مسئولیت‌پذیری بودن اجتماعی شرکت‌ها افزایش داده و بدون در نظر گرفتن هرگونه نفع و علاقه‌ای، گزارش می‌نمایند. **فرضیه‌ی پنجم:** نتایج به دست آمده برای بعد مورد نظر در این فرضیه بیان می‌کند که حسابداران رسمی با در نظر گرفتن رازداری، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت را افزایش می‌دهند. بنابراین رازداری حسابداران رسمی به‌عنوان یک محرک در خصوص مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها عمل می‌نماید. علاوه بر این با توجه به این که حسابداران رسمی در خصوص رعایت اخلاق حرفه‌ای می‌بایست به محرمانه بودن اطلاعاتی که در جریان ارائه‌ی خدمات حرفه‌ای خود به دست می‌آورند توجه نموده و نباید چنین اطلاعاتی را بدون مجوز صریح صاحب‌کار یا کارفرما استفاده و یا افشا کنند مگر آن که از نظر قانونی یا حرفه‌ای حق و یا مسئولیت افشای آن را داشته باشند. لذا نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که حسابداران رسمی علاقه‌مند هستند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و افشای آن را افزایش دهند. بنابراین اشخاص با رعایت این اصل، سعی در انعکاس این اطلاعات در گزارش‌ها مالی نموده تا در این زمینه با رعایت رازداری، اطلاعات لازم را از طریق گزارش‌های مالی به استفاده‌کنندگان ارائه نمایند.

فرضیه‌ی ششم: نتایج آزمون تحلیل واریانس نشان می‌دهد که سطح معناداری رفتار حرفه‌ای با جنسیت، عملکرد حرفه‌ای با رشته‌ی تحصیلی و استقلال و بی‌طرفی با سطح تحصیلات کم‌تر از سطح خطای ۰/۱۰ که نشان از تفاوت دیدگاه این افراد با آن فرضیه می‌باشد اما در بقیه موارد پاسخ‌دهندگان بدون توجه به جنسیت، سطح تحصیلات، رشته‌ی تحصیلی و سابقه‌ی خدمت، کم‌تر از سطح خطای ۰/۱۰ بوده و نشان از دیدگاه‌های یکسانی در مورد سؤالات بیان شده است. با توجه به این که تفاوت دیدگاه بین جنسیت حسابداران رسمی به عوامل غیرقابل کنترل و تفاوت دیدگاه مردان و زنان در خصوص رفتار و عکس‌العمل افراد منتهی می‌گردد و همچنین با توجه به این که این نتایج در سطح خطای ۵ درصد حاکی از عدم وجود تفاوت دیدگاه می‌باشد لذا می‌توان از میزان خطا در سطح اطمینان ۹۵ درصد چشم‌پوشی نمود، از طرف دیگر نتایج بیانگر وجود تفاوت دیدگاه در خصوص اشخاص با رشته‌ی تحصیلی متفاوت و عملکرد حرفه‌ای و همچنین استقلال و بی‌طرفی با سطح تحصیلات می‌باشد. با در نظر گرفتن این که این خطا در سطح ۵ درصد وجود ندارد در این موارد نیز تغییری در نتایج به دست آمده ایجاد نمی‌شود.

۱- بر مبنای نتایج پژوهش، به هیئت تدوین‌کننده استانداردهای حسابداری و حسابرسی پیشنهاد می‌شود که در خصوص افشای اجباری مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و همچنین بررسی آن توسط حسابداران رسمی بررسی‌های خود را انجام و در صورت لزوم اقدام به تدوین استاندارد لازم در این زمینه بنمایند.

۲- به بورس اوراق بهادار تهران پیشنهاد می‌شود که با تدوین دستورالعمل‌هایی، شرکت‌ها را ملزم به ارائه‌ی اطلاعات ضروری در خصوص مسئولیت‌پذیری اجتماعی نموده و با رتبه‌بندی این شرکت‌ها و در نظر گرفتن اثرات مالی آن برای کشور، شرکت‌ها را در خصوص میزان رعایت و

افشای اطلاعات در این زمینه رتبه‌بندی نمایند. ۳- به حسابداران رسمی پیشنهاد می‌شود که پیامدهای عدم مسئولیت‌پذیر بودن اجتماعی شرکت‌ها را بررسی نموده و در صورت وجود بار مالی برای استفاده‌کنندگان آن را در گزارش خود منعکس نمایند.

۹- محدودیت‌های پژوهش

- ۱- با توجه به این‌که دیدگاه، خواسته‌ها و نیازهای افراد مطابق با تغییر شرایط متحول می‌گردد، لذا نتایج به دست آمده قابل تعمیم به شرایط و زمان‌های مختلف نمی‌باشد.
- ۲- با توجه به این‌که از ابزار پرسش‌نامه جهت جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده، محدودیت‌های مربوط به پرسش‌نامه از جمله برداشت نادرست خواننده از سؤال‌های طرح‌شده و بی‌دقتی در پاسخ به سؤال وجود دارد.
- ۳- عدم همکاری جهت پاسخ به سؤال‌ها به دلایلی نظیر اهمیت ندادن به پژوهش و نداشتن وقت کافی وجود داشت.

منابع

- بخردی‌نسب، وحید؛ ژولانژاد، فاطمه. (۱۳۹۹). تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت با در نظر گرفتن نقش تعدیل‌گر ارزش ویژه نام و نشان تجاری. حسابداری و منافع اجتماعی، ۱۰(۴)، ۲۷-۷۲.
- حاجی محمدلو بهاره، حاجیها زهره. (۱۳۹۹). ارتباط بین جو اخلاقی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و مدیریت سود. اخلاق در علوم و فناوری. ۱۵ (۲): ۱۰۷-۱۰۰.
- داوودی نصر، مجید؛ طالب نیا، قدرت‌اله؛ رویایی، رمضانعلی؛ صالحی امیری، سیدرضا. (۱۳۹۷). تبیین الگوی مناسب حسابرسی مسئولیت اجتماعی (اخلاق اجتماعی) شرکت‌ها از دیدگاه حقوق بشر و ارزش‌های اجتماعی با استفاده از رویکرد تحلیل عاملی اکتشافی و مدل‌سازی معادلات ساختاری. دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۷(۲۵)، ۹۹-۱۲۲.
- دهمرده قلعه نو، محسن؛ یزدیفر، حسن؛ زارعی، حمید. (۱۳۹۹). تأثیر افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر ریسک حسابرسی. فصلنامه پژوهش‌های حسابرسی، ۱(۱)، ۷-۳۰.
- میرحسینی، ملیحه؛ معین‌الدین، محمود؛ حیرانی، فروغ؛ حاتمی‌نسب، سید حسن. (۱۴۰۰). آکاوی مؤثرترین شاخص‌های اخلاق حرفه‌ای حسابدار: ضرورت اجتناب‌ناپذیر برای ارزیابی رفتار ایمن حسابداران. فصلنامه علمی تخصصی طب کار. ۱۳ (۱): ۶۲-۸۰.

Ali-Khani, R. Maran-Jouri, M. (2013). Application of Social and Environmental Information Disclosure Theory, Quarterly Journal of Accounting and Auditing Studies, No. 9, pp. 36-54 (in persian).

Alsua, J.C, Alas.Ruth., Carneiro, J, (2012), "Moral philosophies and Ethical Across Borders: A study of Brazil, China", Estonia and the United States. Academia, Revista Latinoa mericna

de Administracion.PP.30-44.

Azami, A. Esfahani, S. Ruhollah, T. (2008). "Leadership and Management of Islamic Ethics", Islamic Development Magazine Monthly, Year 5, No. 17, pp. 88-71 (in persian).

Barat Ali Pour, M. (2010). "Ethical Endpoint and Social Responsibility", Journal of Theoretical and Contemporary Religious Science, Vol. 6 No. 20 P. 106-81(in persian).

Bekhradi Nasab, V., Zholanezhad, F. (2020). The Role of value Moderator of the Brand Name on the Relationship between Corporate Social Responsibility and Financial Performance of firms Listed in Tehran Stock Exchange. Journal of Accounting and Social Interests, 10(4), 27-72 (in persian).

Cohen, J., Holder- Webb, L., Nath, L., Wood, D., (2011), " Retail Investors' Perceptions of The Decision-Usefulness of Economic Performance, Governance, and Corporate Social Responsibility Disclosures", Behavioral research in Accounting, PP.109-129.

Dahmarde Ghaleno, M., Yazdifar, H., Zarei, H. (2021). The effect of Social Responsibility Disclosure on Audit Risk. Journal of Professional Auditing Research, 1(1), 10-33 (in persian).

Darabi, R. Waqfi, S, H. Salmanian, M. (2016). Investigating the Relationship between Corporate Social Responsibility Report and Values and Risks of Tehran Stock Exchange Companies. Quarterly Journal of Valuation and Behavioral Accounting. 1 (2): 193-213 (in persian).

Davoudi Nasr, M., Talebnia, G., Royayi, R., Salehi Amiri, S. (2018). Determining the Appropriate Model of Corporate Social Responsibility Auditing (Corporate Ethics) from the Perspective of Human Rights and Their Social Values Using Exploratory Factor Analysis and Structural Equation Modeling. Journal of Management Accounting and Auditing Knowledge, 7(25), 99-122 (in persian).

Diegan, G. Anman, J. (2011), Financial Accounting Theory, Ali Parsayian, Second Edition, Terme Publishing (in persian).

Ferns, B. , Prakash S, S. , (2012). Emerging trends in corporate social responsibility (CSR) reporting by large corporations: a comparative analysis of corporate CSR reports by Western European and North American corporations, The Fifth ISBEE World Congress. Warsaw, Poland.

Foroughs, D. Mirhamshah Shahshahani, M. Pourhossein, S. (2007). Attitudes of Managers about Disclosure of Social Accounting Information: Companies Accepted in Tehran Stock Exchange, Quarterly Journal of Accounting and Auditing, Issue 52, pp. 55-70 (in persian).

Forsyth, D. (1980) , "A Taxonomy of Ethical Ideologies, Journal of Personality and Social Psychology. Vol, (39). pp.175-184.

Haghyai, M. (2012). The Relationship between Disclosure of Social Responsibility and Institutional Ownership in Companies Accepted in Tehran Stock Exchange. Master's thesis. Islamic Azad University, Science and Research Branch of Guilan (in persian).

Haji Mohammadlu, B., Haji, Z. (2020). Relationship between Ethical Climate, Social Responsibility and Earnings Management. Ethics in Science and Technology. 15 (2), 100-107 (in persian).

Jabarzadeh Kengrolui, S. Bayazdi, A. (2009). Investigating the Relationship between Social Responsibility and Organizational Commitment with Conservatism in Financial Reporting of Companies Accepted in Tehran Stock Exchange. Quarterly Journal of the Stock Exchange, Third Year, No. 9, pp. 96-77 (in persian).

Jen Hi,Li; Chiang, Hsiangtsai(2015). Financial Reports Quality and Corporate Social Responsibility, Asian Economic and Financial Review, 2015, vol. (5), 453-467.

Kashanipour, M. Momeni Yansari, A. (2011), "An overview of the factors affecting

information asymmetry and its measurement criteria in capital market research", 9th Iranian Accounting Conference, pp. 383-370 (in persian).

Kim, Y., Park, M., Wier, B. (2012) , " Is Earnings Quality Associated with Corporate Social Responsibility?, The Accounting Review 87,PP.761-796.

Mirhosseini M, Moinuddin M, Hirani F, Hatami Nasab, S H. (2021). Analyzing the most effective indicators of accountant professional ethics: the inevitable necessity for assessing the safe behavior of accountants. Research Center of Industry Related Diseases. 13 (1) :62-80 (in persian).

Mishra, Dev R., Sadok El Ghouli , Omran Guedhami. , Chuk C. Y. Kwok. , (2011). Does Corporate Social Responsibility Affect the Cost of Capital?. Journal of Banking & Finance , Vol. 35, Issue 9, pp. 2388-2406.

Moradi, M. (2016). The Role of Theory of Legitimacy and Theory of Civil Society in Corporate Social Responsibility, Economic Studies, Financial Management and Accounting, Volume 2, Issue 4, Pages 174-186 (in persian).

Mousavi, S, A. Rezaei, F. Shah Wissi, F. (2016). Explaining corporate social responsibility and its impact on the qualitative characteristics of financial information. Management Accounting. Article 6, Volume 10, Issue 33, Pages 89-108 (in persian).

Rahman Sarsht, H, Rafiei, M. Kosha, M. (2008). Social Responsibility, Trans-Organization Ethics, Tadbir Monthly, No. 204 (in persian).

Robat, Mili, M. Asna Ashrabi, H. Mojtahedzadeh, V. (2013). The role of ethics in accounting and the challenges faced by academic education. Quarterly Journal of Accounting, Article 9, Volume 4, Issue 1, Pages 157-179 (in persian).

Servaes, Henri. , Tamayo, Ane. (2013). The Impact of Corporate Social Responsibility on Firm Value: The Role of Customer Awareness. Management Science, Vol 59, Issue 5, pp. 1045-1061.

Sohrab Oghili, A. Afshari, D. Najmi M. (2010) "Social Responsibility for Companies Accepted in Tehran Stock Exchange" Journal of Management Management of Iran, Volume 5, Issue 19; Pages: 63-80 (in persian).

Vakili Fard H, R. Hossein Pour F. (2016). Investigating the Effect of Accountants' Religious Attitude on Corporate Responsibility. Quarterly Journal of Valuation and Behavioral Accounting. 2 (3): 185-214 (in persian).

Zarefar, A., & Zarefar, A. (2016). The Influence of Ethics, experience and competency toward the quality of auditing with professional auditor scepticism as a Moderating Variable. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 219, 828-832.



COPYRIGHTS

This is an open access article under the CC-BY 4.0 license.