

عنوان مقاله:

بررسی رابطه شاخص مسئولیت پذیری اجتماعی با قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری در مراحل چرخه عمر شرکت

محل انتشار:

فصلنامه بررسی های حسابداری و حسابرسی، دوره 28، شماره 1 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 32

نویسندگان:

رحیم بنابی قدیم - استادیار گروه حسابداری، واحد هشتگرد، دانشگاه آزاد اسلامی، هشتگرد، ایران.

سید علی واعظ - دانشیار، گروه حسابداری، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران.

خلاصه مقاله:

هدف: وجود اطلاعات باکیفیت، عامل موثری برای افزایش اطمینان سرمایه گذاران در تخصیص بهینه منابع در قالب تصمیم های سرمایه گذاری و تامین مالی است. در این راستا، یکی از عوامل بیرونی موثر بر کیفیت گزارشگری مالی، نگرش اجتماعی شرکت ها برای تامین منافع همه گروه های ذی نفع، به عنوان مشروعیت اجتماعی است؛ ولی پایبندی شرکت ها به این موضوع با توجه به الزام موجود برای اجرای رویه های متفاوت تجاری در مراحل مختلف چرخه عمر شرکت، نیز متفاوت است. با توجه به این مقدمه، هدف پژوهش حاضر، بررسی رابطه مسئولیت پذیری اجتماعی با قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری در مراحل چرخه عمر شرکت است. روش: این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، هم بستگی و پس رویدادی است. به منظور آزمون فرضیه های پژوهش، ۱۲۳ شرکت در فاصله زمانی سال های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۸ انتخاب و با استفاده از مدل های رگرسیونی چندگانه تحلیل شدند. برای اندازه گیری شاخص مسئولیت پذیری اجتماعی، از سه بعد اقتصادی، قانونی و اخلاقی مسئولیت پذیری اجتماعی مشابه روش جیو و راپونس (۲۰۱۰) استفاده شد. برای اندازه گیری قابلیت مقایسه صورت مالی از مدل دی فرانکو و همکاران (۲۰۱۱) و برای چرخه عمر شرکت از روش دیکنسون (۲۰۱۱) منطبق بر الگوی جریان های وجوه نقد استفاده شد. یافته ها: نتایج آزمون فرضیه ها نشان می دهد که شاخص کل مسئولیت پذیری اجتماعی، بر قابلیت مقایسه اطلاعات تاثیر مثبتی دارد. از سوی دیگر، شاخص مسئولیت پذیری اجتماعی در مرحله رشد بیشترین و در مرحله بلوغ کمترین تاثیر را می گذارد و در مرحله افول، بر قابلیت مقایسه اطلاعات تاثیری ندارد. نتیجه گیری: افزایش مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت برای پاسخ گویی شفاف در مقابل عملکرد سالانه خود به ذی نفعان مختلف و در نتیجه، نظارت بیشتر بر عملکرد شرکت، عدم تقارن اطلاعاتی را کاهش داده و بر این اساس، کیفیت و قابلیت مقایسه اطلاعات را افزایش می دهد. شرکت ها در مراحل رشد و بلوغ تجاری، به سبب دسترسی بیشتر به منابع مالی و تمرکز بر استراتژی تمایز، برای افزایش کیفیت گزارشگری و تقویت جایگاه رقابتی خود، از مسئولیت پذیری اجتماعی استفاده می کنند.

کلمات کلیدی:

قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری، مراحل چرخه عمر، مسئولیت پذیری اجتماعی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1386850>

