

عنوان مقاله:

تاثیر ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی بر قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری

محل انتشار:

نشریه علمی پژوهش های راهبردی بودجه و مالی، دوره 3، شماره 4 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 35

نویسندگان:

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

زینب کریمی - دکترای حسابداری دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران

سید علی واعظ - دانشیار گروه حسابداری دانشگاه شهید چمران اهواز

خلاصه مقاله:

یکی از عوامل بیرونی موثر بر کیفیت گزارشگری مالی، نگرش اجتماعی شرکت ها برای تامین منافع همه گروه های ذینفع به عنوان مشروعیت اجتماعی است. زیرا پذیرش مسئولیت اجتماعی سبب تقویت افشا، کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و کاهش ریسک تجاری می شود. هدف پژوهش حاضر، بررسی تاثیر ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی بر قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش همبستگی و پس رویدادی می باشد. برای این منظور ۹۸۴ سال-شرکت در فاصله زمانی ۱۳۹۲-۱۳۹۹ انتخاب و با استفاده از مدل های رگرسیونی چندمتغیره در نرم افزار ایویوز موردتحلیل قرار گرفتند. نتایج آزمون فرضیات نشان می دهد شاخص کل مسئولیت پذیری اجتماعی تاثیر مثبتی بر قابلیت مقایسه اطلاعات دارد و سبب افزایش آن می شود. همچنین بعد اخلاقی و بعد اقتصادی مسئولیت پذیری اجتماعی به ترتیب بیشترین تاثیرگذاری مثبت بر قابلیت مقایسه اطلاعات را دارند در حالی که بعد قانونی مسئولیت پذیری اجتماعی تاثیر معنی داری بر قابلیت مقایسه اطلاعات ندارد که می تواند ناشی از عدم وجود قابلیت های قانونی مورد انتظار برای پاسخگویی نسبت به مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری باشد.

کلمات کلیدی:

مسئولیت پذیری اجتماعی، قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری، کیفیت اطلاعات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1591522>

