

عنوان مقاله:

رسالت اجتماعی حسابرسی

محل انتشار:

نخستین همایش تخصصی حرفه ای حسابرسی مطهر (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 36

نویسندگان:

محمدرضا مهربان پور - استادیار گروه حسابداری و مدیریت مالی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشکدگان فارابی دانشگاه تهران، ایران

جواد محمدی مهر - دانشگاه تهران، ایران دانشجوی دکتری حسابداری، گروه حسابداری و مدیریت مالی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشکدگان فارابی

خلاصه مقاله:

در سالهای گذشته، حسابرسی اجتماعی به طور مداوم در صنایع و حوزه های مختلف ترویج شده است که توسط الزامات نظارتی خود شرکتها و پیگیری منافع حاصل از نمایش تصویر مثبت ناشی از آن برای یک سازمان یا شرکت هدایت میشود. رسالت اجتماعی حسابرسی مفهومی بسیار وسیع است که در حال حاضر عمدتاً بر حسابرسی اجتماعی متمرکز است. درحالی که بهطور سنتی نقش حسابرسی اجتماعی عمدتاً ماهیتی نظارتی تلقی میشد، این مفهوم همیشه در برابر اهداف تثبیت شده شرکت مانند تعقیب سود شکست میخورد. این مطالعه در چارچوب پارادایم روش شناسی انتقادی، با استفاده از روش پژوهش کیفی و به طور مشخص روش انتقادی و رویکرد مروی؛ و روش تحلیل مضمون و روش گردآوری اطلاعات روش اسنادی؛ حسابرسی اجتماعی را مورد واکاوی قرار داده و در پایان نیز مکانسیمهای اجرایی با توجه به مطالعات حسابرسی اجتماعی پیشنهاد شده است. قلمرو مکانی پژوهش شامل همه کشورهایی است که به موضوع پرداخته اند و به کشور ایران محدود نمیشود. قلمرو زمانی پژوهش سالهای ۱۳۸۰ تا ۱۴۰۲ است. حسابرسی اجتماعی ابتدا به عنوان یک مفهوم داوطلبانه توسعه یافته است و حسابرسان شرکتی هیچ تعهدی برای گزارش دادن به سهامداران در مورد تاثیر اجتماعی یک شرکت بر جامعه ندارند. اگرچه به نظر میرسد در آینده به سمت و سوی الزامی شدن در حرکت است. هرچند مفهوم حسابرسی اجتماعی ارزشمند است؛ اما به نظر میرسد وضعیت موجود، برای تحقق اهداف موردنظر آن کافی نیست. درحالی که در طول سالها شرکتهای خاص به طور قابل توجهی شیوه های گزارشدهی اجتماعی خود را بهبود بخشیدهاند، نگرانیهایی در رابطه با اعتبار واقعی خودتنظیمی شرکتها مطرح شده است. فشار از سوی گروه های خارجی و ذینفعان، بسیاری از شرکتها را به انتشار داوطلبانه گزارشهای مسئولیت اجتماعی سوق داده است؛ اما قالب، محتوا و جزئیات موجود در داده ها اغلب تنظیم نشده است. این امر بحثهایی را مطرح کرده است که حسابرسی های اجتماعی که تنها باهدف پاسخگویی به فشارهای بیرونی یا تبلیغ اعمال خوب شرکت انجام میشوند، معنادار نیستند.

کلمات کلیدی:

حسابرسی اجتماعی، گزارشدهی اجتماعی، پاسخگویی.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1930821>

