

تأثیر ارایه اطلاعات حسابداری اجتماعی بر تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران

دکتر محسن خوش‌طینت* - حمید راعی**

چکیده

هدف از سرمایه‌گذاری در سهام شرکت‌ها، حداکثر کردن سود و رفاه سرمایه‌گذار است. برای رسیدن به این هدف، باید تصمیمات سرمایه‌گذاری مناسبی اتخاذ شود. یکی از پارامترها و معیارهایی که سرمایه‌گذاران در تصمیم‌گیری از آن بهره می‌برند، اطلاعات حسابداری منتشر شده توسط شرکت‌هاست. امروزه، حسابداری و گزارش‌گری اجتماعی شرکت‌ها، به عنوان یکی از رویکردهای با اهمیت حسابداری مطرح است که در صورت اجرا می‌تواند اطلاعات با ارزشی را در اختیار استفاده‌کنندگان از اطلاعات حسابداری، از جمله سرمایه‌گذاران قرار دهد. هدف تحقیق حاضر، بررسی این موضوع است که اگر اطلاعات حسابداری اجتماعی در اختیار سرمایه‌گذاران قرار گیرد، در تصمیم‌گیری آن‌ها مؤثر خواهد بود یا خیر؟ و در صورتی که جواب مثبت است، میزان این تأثیر را برآورد و مشخص کنیم. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که گزارش‌گری اطلاعات حسابداری اجتماعی، تأثیری ما بین ۲۶ تا ۳۸ درصد، در تصمیمات سرمایه‌گذاران خواهد گذاشت. به عبارت دیگر می‌توان گفت که اطلاعات حسابداری اجتماعی در تصمیمات سرمایه‌گذاری افراد مؤثر است، اما میزان این تأثیر چندان قابل توجه نیست.

واژه‌های کلیدی: حسابداری اجتماعی، سرمایه‌گذاران، تصمیم‌گیری، تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران

مقدمه

امروزه، مشکلات اجتماعی از جمله مسائلی است که مورد مناظرات سیاسی قرار گرفته و جستجو برای یافتن راه حل این مشکلات اهمیت ویژه‌ای پیدا کرده است. رشد و توسعه صنایع، کارخانه‌ها و واحدهای تجاری همگام با ایجاد و تکامل نهادهای اجتماعی، تحول در نقش اطلاعات، تحول در تشکیلات دولتی و سرانجام، تحول در اخلاق، به تدریج تعهدات و الزاماتی را به عهده واحدهای تجاری گذاشته که پیش از این تحولات، چنین تعهداتی به این شدت رسمی و قانونمند نشده بود. یکی از پیامدهای این رشد و توسعه صنعتی، ظهور پیوند اقتصاد با اخلاق و سیاست و تأثیر متقابل مسائل اقتصادی و اخلاقی و ارزش‌های اجتماعی بر یکدیگر است. بدین ترتیب، مدیریت واحدهای تجاری دیگر صرفاً افزایش سود آوری یا تولید کالا را تنها هدف خویش ندانسته بلکه موضوعاتی دیگر هم چون پرداخت حقوق عادلانه به کارگران، رعایت کیفیت و بهای تولیدات، آلودگی محیط زیست و سایر مسائل اخلاقی، سیاسی، نژادی و اجتماعی را نیز باید رعایت کنند. بنابراین واحدهای تجاری به جای داشتن عملکرد صرفاً اقتصادی، به صورت نهادهایی چند منظوره در آمده‌اند.

از سوی دیگر تحت تأثیر این تحولات، چگونگی ارزیابی عملکرد و معیارهای آن دگرگون شده، از چارچوب تنگ و محدود اقتصادی فراتر رفته، معیارهای عملکرد اجتماعی که مبنای ارزیابی عواقب و تأثیرات اجتماعی فعالیت‌های واحدهای تجاری است، پدیدار شده است.

حسابداری اجتماعی پاسخی به این مشکلات می‌باشد که با در نظر گرفتن نتایج اجتماعی تصمیمات، هم‌چون اثرات اقتصادی آنها، سعی در گسترش دامنه حسابداری سنتی داشته و معیارهای جدیدی را برای تعریف اهداف اجتماعی و ارزیابی میزان پیشرفت در نیل به این اهداف می‌طلبد.

هم‌چنین حسابداری اجتماعی سعی دارد تا این تأثیرات متقابل عملکرد واحدهای تجاری و جامعه پیرامونش را شناسایی و برای تصمیم‌گیری صحیح‌تر استفاده کنندگان از صورت‌های مالی گزارش کند.

گزارش‌های اجتماعی^۱ - مفاهیم و نظریات

تقریباً همگان قبول دارند که شرکت‌ها باید از نظر اجتماعی مسئول کار خود باشند گو اینکه امکان دارد عنوان شود که چنین نظری صرفاً شکل تعمیم یافته این مرام پذیرفته شده جهانی است که افراد و گروه‌ها باید تأثیر اعمال خود بر سایرین را در نظر داشته باشند.

به طور کلی سه رویکرد در مورد مفهوم مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها وجود دارد که بشرح زیر قابل تعیین می‌باشند: (خوش طینت، ۱۳۷۴: ۱۹)

نظریه اول از تئوری‌های کلاسیک اقتصادی منشاء می‌گیرد. طبق این مفهوم، شرکت فقط و فقط یک هدف دارد و آن به حداکثر رسانیدن سود و به تبع آن حداکثر نمودن ثروت سهام‌داران است. البته این موضوع تا جایی پذیرفته شده و قابل حمایت است که در جهت تلاش برای رسیدن به هدف، چارچوبی اخلاقی و حقوقی وجود داشته باشد. این شکل از مفهوم مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها به وسیله فریدمن^۲ در سال ۱۹۶۲ میلادی در قالب عبارات زیر ارایه شده است:

«... تنها یک مسئولیت اجتماعی برای مؤسسات وجود دارد که آن هم استفاده از منابع موجود و به کارگیری آنها در فعالیتهای برنامه‌ریزی شده جهت افزایش سود است، البته مادامی که مؤسسه تحت مقررات تعیین شده فعالیت نماید یعنی رقابت آزاد بدون رقیب و حيله...»^۳

نظریه دوم در دهه ۱۹۷۰ میلادی ارایه گردیده است و بر اساس آن اهداف اجتماعی در رابطه با به حداکثر رسانیدن سود مورد توجه قرار می‌گیرد. طبق این نظریه مدیران شرکت‌ها باید تصمیماتی اتخاذ نمایند که بین حقوق سهام‌داران، کارکنان، مشتریان، عرضه‌کنندگان کالاها و خدمات و عامه مردم تعادل ایجاد کند. در نتیجه باید یک ائتلاف و پیوستگی بین منافع و ملاحظات متعدد ایجاد شود و این ائتلاف تنها راهی است که شرکت را از هدف حداکثر نمودن سود در دراز مدت مطمئن می‌سازد.

بر اساس نظریه سوم، سود نقطه پایانی اهداف مؤسسه نیست و مدیران اجرایی شرکت‌ها پس از کسب سود با مشکل خواسته‌های کارکنان برای افزایش دستمزد، لزوم اجرای طرح‌های توسعه، درخواست قیمت‌های پایین تر از جانب مشتریان و افزایش کیفیت محصولات، سود سهام بیشتر برای سهام‌داران و... روبرو می‌شوند. در این حالت،

1. Social Reporting

2. Friedman

3. Glautier Bunderdown, theory & Practice, Pitman, 1987, PP 474-475

تصمیم‌گیری‌های سازمانی لازم است به جای تلاش در جهت حداکثر نمودن سود، بدنبال کسب سطح مناسبی باشد که طی آن هم سود کسب شود و هم سطح مطلوبی از اهداف اجتماعی تأمین شود. (راماناتان^۱، ۱۹۷۶)

تغییر از نظریه دوم به نظریه سوم، مانند حرکت از مفهوم مؤسسات تجاری بر مبنای منافع سهام‌داران به یک مفهوم گسترده‌تر است. یعنی در نظریه دوم، ملاک، ایجاد سود برای سهام‌داران بود که با حقوق دیگر گروه‌های علاقه‌مند از قبیل مشتریان، کارکنان و... مرتبط می‌شود در صورتی که نظریه سوم بر این تأکید دارد که مسئولیت مؤسسات تجاری در قبال تمامی افراد ذینفع بوده و نیز سود و زیان تنها به عنوان یکی از نتایج فعالیت‌های آن‌ها محسوب می‌شود و باید تصمیمات سازمانی بر اساس آن دسته از راه کارهایی که در اجتماع مسئولیت بیشتری را بوجود می‌آورد اتخاذ شود.

ایردهای حسابداری متداول - طرفداران حسابداری اجتماعی، ایرادهایی علیه استانداردهای حسابداری دربارهٔ فراهم ساختن اطلاعات مربوط و مناسب برای تصمیم‌گیری مدیریت و سرمایه‌گذاران مطرح کرده‌اند. عدم شناسایی و گزارش تعهدات اجتماعی، به هزینه منظور کردن مخارج متحمل شده توسط واحد تجاری و تکمیل حساب‌گری بهتر در صورت استفاده از دارایی‌های بیشتری هم‌چون منابع اجتماعی و انسانی در مدل بهره‌وری داده/ ستاده از جمله این ایرادهاست.

ماهیت حسابداری اجتماعی

حسابداری مرسوم با تأکید بر اندازه‌گیری و گزارش‌گری معاملات و رویدادهای اقتصادی واحدهای تجاری، معاملات اجتماعی واحدهای تجاری با اجتماع پیرامونش را نادیده می‌گیرد. به کارگیری و استفاده از منابع اجتماعی باعث روی دادن معاملات اجتماعی بین واحد تجاری و جامعه پیرامونش می‌شود. پیامد این معاملات اجتماعی، هزینه‌های اجتماعی به معنی کاهش منابع اجتماعی و منافع اجتماعی به معنی افزایش و بهبود منابع اجتماعی است. هدف نهایی حسابداری اجتماعی اندازه‌گیری و گزارش‌گری این منابع، هزینه‌ها و منافع اجتماعی است.

تعریف حسابداری اجتماعی

حسابداری اجتماعی فرآیند گردآوری، اندازه‌گیری و گزارش معاملات و تأثیرات متقابل این معاملات بین واحدهای تجاری و جامعه پیرامونی اوست. حسابداری اجتماعی از طریق اندازه‌گیری و گزارشگری تأثیرات متقابل واحد تجاری و جامعه پیرامونی‌اش، ارزیابی از توان ایفا تعهدات اجتماعی را امکان‌پذیر می‌سازد. (جعفری، ۱۳۷۲: ۷۹).

هم‌چنین حسابداری اجتماعی را می‌توان در ارتباط با اطلاعات منتشره بوسیله یک سازمان که به طرف‌های ذی‌نفع امکان می‌دهد تا عملکرد سازمان را در مواجهه با مسائل اجتماعی (مثبت و منفی) ارزیابی کند، تعریف کرد (میرسپاسی، ۱۳۷۴).

اهداف حسابداری اجتماعی

طبق نظر شوکر (۱۹۷۴) هر واحد تجاری با جامعه پیرامونش توافق و قرار دادی غیر رسمی دارد. این قرار داد، دو کارکرد مهم را برای واحدهای تجاری در پی دارد که عبارتند از (جعفری، ۱۳۷۲: ۸۰):

۱. تولید و ارایه کالاها و خدمات سودمند برای جامعه.
 ۲. توزیع عادلانه امکانات اقتصادی، اجتماعی یا سیاسی بین گروه‌های اجتماعی که در واقع عامل پیدایش و دوام واحد تجاری هستند.
- در نقش تولید و ارایه کالاها و خدمات اجتماعی، واحد تجاری کارکردی تولیدی دارد و فرض می‌شود که انتفاع اجتماعی حاصل از تولیدات واحد تجاری بیش از هزینه‌های اجتماعی آن خواهد بود. مدیریت واحد تجاری هم‌زمان با تعیین آثار و نتایج سرمایه‌گذاری‌های اقتصادی، می‌باید هزینه - منفعت اجتماعی را نیز در نظر بگیرد و با توجه به میزان انتفاع یا زیان متحمل بر جامعه به هر گونه سرمایه‌گذاری اقدام کند.
- وظیفه دوم واحد تجاری، کارکرد توزیعی است. در کارکرد تولیدی، به طور کلی به انتفاع یا هزینه اجتماعی معاملات اجتماعی واحد تجاری اشاره شد ولی در کارکرد توزیعی، چگونگی توزیع این هزینه‌ها و منافع اجتماعی بین اقشار مختلف جامعه مطرح می‌شود؛ به عبارت دیگر، مسأله این است که آیا در اثر معاملات اجتماعی واحد تجاری، همگی گروه‌های اجتماعی به طور عادلانه انتفاع یا هزینه را متحمل شده‌اند یا توزیع ناعادلانه صورت گرفته است. مثلاً اگر بانکی به دلیل نیاز و تقاضای مناطق پر رونق، یکی از شعب خود را در منطقه‌ای کم‌رونق و پرجمعیت، تعطیل و به مکانی دیگر منتقل کند،

بهره‌وری خود بانک و اقلیتی از جامعه و در مقابل، زیان‌رسانی برای اکثریتی از جامعه در منطقه‌ای دور افتاده و فقیر نشین را در پی خواهد داشت. به این ترتیب واحد تجاری باعث برهم زدن توزیع عادلانه امکانات و خدمات اجتماعی می‌شود.

با توجه به دو کارکرد مذکور، حسابداری اجتماعی اهداف سه‌گانه‌ای به شرح زیر را دنبال می‌کند (جعفری ۱۳۷۲: ۸۱):

۱. تعیین و اندازه‌گیری خالص انتفاع و مشارکت اجتماعی واحد تجاری طی دوره مالی، از طریق محاسبه هزینه‌ها و منافع اجتماعی واحد تجاری.

سیاست‌ها و اقداماتی از قبیل استخدام افراد بیکار جامعه، آموزش نیروهای متخصص برای بهبود کیفیت تولیدات و تأسیس شعبه‌های جدید در مناطق کم رونق و فقیر نشین از جمله اقداماتی است که تأثیر مثبتی بر منافع اجتماعی دارد و باید به‌عنوان منافع اجتماعی شناسایی شود. به‌طور کلی واحد تجاری با رعایت ارزش‌های اجتماعی هم‌چون عدالت و رفاه اجتماعی در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی باعث بهره‌وری جامعه خواهد شد. مسأله دوم اندازه‌گیری این هزینه‌ها و منافع است. همان‌طور که در علوم اجتماعی با مشکل کمی نمودن تأثیرات و پیامدهای اجتماعی رویدادهای مختلف روبرو هستیم، در حسابداری اجتماعی نیز برای اندازه‌گیری هزینه‌ها و منافع اجتماعی، با این مشکل روبرو هستیم. کمی نمودن اطلاعات بر مفید بودن آن می‌افزاید و نسبت به اطلاعاتی که صرفاً کیفی هستند بار اطلاعاتی بیشتری نیز دارد. تلاش‌ها و تحقیقاتی برای کمی نمودن هزینه‌ها و منافع اجتماعی صورت گرفته و نتایجی را نیز در بر داشته است؛ به‌طور مثال برای تعیین و اندازه‌گیری دارایی انسانی، مدل‌های هلتنس^۱ و لیکرت هاورز^۲ و روش‌های بهای تمام‌شده تاریخی و بهای جایگزین و غیره قابل ذکر است.

۲- تعیین ارتباط استراتژی و عملیات جاری واحد تجاری با ترجیحات و معیارهای اجتماعی.

از طریق به کارگیری حسابداری اجتماعی، مشخص خواهد شد که واحد تجاری در انجام و ایفای تعهدات اجتماعی تا چه اندازه موفق است و عملیات روزمره‌اش تا چه حد با هدف‌ها و معیارهای از پیش تعیین شده اجتماعی واحد تجاری مطابقت دارد.

دو هدف مذکور، اهدافی هستند که به تعیین و اندازه‌گیری تأثیرات متقابل معاملات اجتماعی واحد تجاری و جامعه و ارزیابی عملکرد اجتماعی واحد تجاری تأکید دارد.

1. Helts

2. Likert- Havers

هدف سوم به نحوه گزارش‌گری اجتماعی و تأثیر آن بر تصمیم‌گیری‌های استفاده‌کنندگان اشاره دارد.

۳- ارایه اطلاعاتی مربوط در مورد هدف‌ها، سیاست‌ها و برنامه‌های اجتماعی. از نظر گزارش‌گری برون‌سازمانی و تأمین نیازهای اطلاعاتی استفاده‌کنندگان، اطلاعاتی مربوط، کافی و مناسب برای کمک به ارزیابی و آگاهی از مشارکت‌های اجتماعی واحد تجاری باید گزارش شود. ارایه اطلاعاتی که این ویژگی‌های کیفی را ندارد، باعث گمراهی استفاده‌کنندگان (از قبیل گروه‌های اجتماعی) خواهد شد. این‌ها اطلاعاتی هستند که استفاده‌کنندگان را در اتخاذ تصمیمات در تخصیص صحیح‌تر منابع اجتماعی یاری داده و باعث جلوگیری از ابهام و سردرگمی آن‌ها خواهد شد.

حسابداری اجتماعی با تأمین اهداف سه‌گانه که تشریح شد، به تکمیل حسابداری مرسوم در گزارش‌گری و تأمین اطلاعات کافی، مربوط و مناسب مورد نیاز کلیه استفاده‌کنندگان، کمک می‌کند.

گزارش‌گری اجتماعی - رویه‌های عملی

با توجه به این که مدیران عمدتاً مسأله سودآوری شرکت را مورد توجه خاص قرار می‌دهند و در این رابطه با محدود نمودن هر چه بیشتر هزینه‌ها، بنای افزایش سود شرکت را دارند، از این رو طبیعی است که به صورت خودجوش، هیچ‌گاه بدنبال مسائلی مربوط به هزینه‌های اجتماعی و جبران خسارات وارده به محیط زیست نخواهند بود مگر آن که همانند برخی از کشورها الزامات قانونی لازم در این مورد، آنان را وادار به اجرای مقررات و دستورالعمل‌های مربوطه کنند. از طرفی در صورتی که شرکت مجبور به پرداخت بهای خسارت وارده به محیط شود آن را جزء هزینه‌های غیر قابل کنترل منظور نموده و ارزیابی عملکرد مدیران، شامل این گونه هزینه‌ها نخواهد بود.

در آمریکا به منظور ملزم نمودن کلیه شرکت‌ها در رعایت اثرات مالی تخریب محیط زیست، هیأت تدوین استانداردهای حسابداری مالی، بیانیه شماره (۵)^۱ را در این زمینه منتشر نمود. به موجب این بیانیه در زمان قبل از انتشار صورت‌های مالی، اگر احتمال وقوع هزینه‌های اجتماعی زیاد باشد که منجر به ایجاد یک بدهی یا از بین رفتن یک دارایی در تاریخ ترازنامه شد و میزان زیان وارده تحقق یافته باشد باید اثر آن در صورت سود و زیان

ارسالی مورد گزارش لحاظ گردد. در صورتی که مبلغ زیان را قطعاً نتوان تعیین نمود اما به طور تقریبی قابل بر آورد باشد باید مبلغ حداقل بر آورد شده در صورت‌های مالی ثبت گردد. اما در صورتی که احتمال وقوع قابل تشخیص نباشد و یا بر آورد قابل قبولی از آن وجود نداشته باشد، باید تنها به افشاء هزینه‌های اجتماعی در یادداشت‌های توضیحی صورت‌های مالی اکتفا نمود. هم‌چنین در صورتی که شرکت مخارجی را از بابت هزینه‌های اجتماعی متحمل شود باید بلافاصله آن مبلغ را هزینه نماید مگر آنکه موجب افزایش عمر، ظرفیت یا کارآیی دارایی گردد که در این صورت این مبلغ، سرمایه‌ای تلقی می‌شود. اگر چه گزارشگری اجتماعی هنوز در ابتدای راه قرار دارد، اما عکس‌العمل شرکت‌ها در این زمینه دلگرم کننده می‌باشد. اکثر شرکت‌ها با تأکید بر جنبه‌های اجتماعی فعالیتشان به گونه‌ای به افشای «مسائل اجتماعی» می‌پردازند (خوش طینت، ۱۳۷۴: ۲۹).

اولین بار بر اساس گزارش ترولبود^۱ (اندرسون^۲، ۱۹۸۰) حسابداری اجتماعی به صورت یکی از اهداف گزارشگری مالی مورد توجه قرار گرفت. متعاقب آن انجمن حسابداران آمریکا^۳ یک بررسی در سال ۱۹۷۶ بین ۶۹۵ تن از اعضایش انجام داد و اعلام نمود که ۷۱ درصد از پاسخ‌ها با ضرورت وجود یک سیستم حسابداری، برای عملکرد اجتماعی شرکت‌ها موافقت دارند. هم‌چنین ۹۰ درصد از پاسخ‌ها با ضرورت وجود یک سیستم حسابداری، برای عملکرد اجتماعی شرکت‌ها موافقت دارند. مضافاً ۹۰ درصد از پاسخ‌ها بیانگر آن بود که اندازه‌گیری عددی و توصیفی عملکرد اجتماعی هر دو ضروری می‌باشند.

یک تحقیق انجام شده در زمینه نظرات شرکت‌ها مشخص نمود که سه نظریه اساسی در مورد گزارشگری اجتماعی وجود داشته و بکار گرفته می‌شود (خوش طینت، ۱۳۷۴: ۳۰).

۱- نظریه توصیفی در گزارشگری اجتماعی شرکت‌ها: گزارش‌های اجتماعی توصیفی تقریباً به فهرست همه فعالیت‌های اجتماعی شرکت می‌پردازد و ساده‌ترین نوع اطلاع‌رسانی برای گزارشگری اجتماعی به شمار می‌آید. این فعالیت‌ها در بخش‌های کوتاهی از گزارش سالیانه به سهامداران، مکتوب به انتشار آن دسته از مسایل اجتماعی که شرکت با آن سرو کار دارد، می‌پردازد. استفاده از نظریه توصیفی در گزارشگری اجتماعی توسط شرکت‌ها

بیانگر این موضوع است که اندازه‌گیری عملکرد اجتماعی شرکت نمی‌تواند به صورت مفید توسعه یابد.

۲- نظریه « هزینه‌های انجام شده »: طبق این نظریه هزینه‌های انجام شده توسط شرکت در مورد هر یک از فعالیت‌های اجتماعی فهرست می‌شود و طبق آن یک صورت تطبیقی از گزارش‌های توصیفی در حالتی که فعالیت‌های توصیفی در قالب پول آرایه شده اند تهیه می‌شود. یکی از امتیازات نظریه « هزینه‌های انجام شده » در گزارشگری اجتماعی، قابلیت مقایسه عملکرد سالهای گوناگون با یکدیگر می‌باشد و درجه موفقیت شرکت را نسبت به سطح تعهدات مالی فعالیت‌های اجتماعی اعلام می‌دارد. در این روش میزان مخارج انجام شده با بازده منافع حاصله مقایسه نمی‌گردد؛ بنابراین مخارج سنگین ممکن است در زمینه برنامه‌های آموزشی که غیر اثر بخش هم است، انجام شود.

۳- نظریه « هزینه - منافع »^۱: این نظریه افشاء کننده هزینه‌ها و منافع وابسته به فعالیت‌های اجتماعی شرکت است. این نظریه غالباً حاوی اطلاعات مفید اما بعضاً در بردارنده مشکلاتی است که در اندازه‌گیری منافع وجود دارد. منتقدان این نظریه ادعا می‌کنند که اندازه‌های بازده در قالب واحد پول بیان می‌شود و این بی‌معنی است، زیرا منافع اجتماعی اساساً یک ماهیت کیفی دارند.

به‌طور کلی دو نوع گزارشگری اجتماعی مد نظر است، یکی گزارشگری اجتماعی غیر مالی و دیگری گزارشگری اجتماعی مالی.

گزارش‌گری اجتماعی غیر مالی^۱

گزارش‌گری اجتماعی غیر مالی را می‌توان در قالب گروه‌های زیر عنوان نمود: (بروک^۲، ۱۹۸۶)

- گزارش‌های توصیفی
- اطلاعات آماری
- شاخص‌های اجتماعی
- گزارش‌های توصیفی^۳

1. Non- Financial Social Reporting
2. Brook
3. Narrative- Report

همانطور که قبلاً در نظریه توصیفی در گزارش‌گری اجتماعی عنوان شد، این روش ساده‌ترین راه اطلاع‌رسانی برای گزارش‌گری اجتماعی به‌شمار می‌آید. این روش اولین بار در سال ۱۹۷۳، توسط انجمن حسابداران آمریکا پیشنهاد شد و چهار سال بعد نیز در سال ۱۹۷۷، انجمن حسابداران رسمی آمریکا (AICPA) این روش را به‌عنوان جزئی از طرح گزارش اجتماعی خود، پیشنهاد کرد.

شاخص‌های اجتماعی^۱

شاخص‌های اجتماعی، مفاهیمی است بر مبنای مشاهده و معمولاً کمی که به ما در مورد جنبه‌هایی از زندگی که به آن علاقه‌مندیم و یا تغییراتی که در آن رخ داده اطلاعات می‌دهد. چنین اطلاعاتی ممکن است واقعی و عینی باشد که در این صورت شرایط واقعی جامعه را به ما نشان می‌دهد و یا این اطلاعات ممکن است ذهنی باشد که در این صورت نشانگر تلقی جامعه از شرایط واقعی است. فهرستی از نواحی که شاخص‌های اجتماعی در آن قابل محاسبه‌اند، عبارتند از:

- سلامتی
- تعلیم و تربیت
- استخدام و کیفیت زندگی کاری
- اوقات فراغت
- درآمد و ثروت
- محیط فیزیکی شامل مسکن و شرایط محیط زیست
- تعلقات اجتماعی شامل شرایط خانوادگی
- امنیت شخصی و اجرای قانون
- فرصت‌ها و مشارکت‌های اجتماعی

برای استفاده از چنین شاخص‌هایی در عمل مشکلات خاصی وجود دارد. برخلاف شاخص‌های اقتصادی که به کمک آن می‌توان پدیده‌های اقتصادی را اندازه‌گیری نمود؛ با به‌کارگیری شاخص‌های اجتماعی نمی‌توان براحتی به این مهم دست یافت چرا که پدیده‌های اجتماعی صریح و قابل فهم نیستند و ما نمی‌توانیم بسیاری از آن‌ها را هم‌چون رفاه اجتماعی، به‌طور کمی اندازه‌گیری کنیم. همان‌طور که پارک^۲ و پترسن^۳ (۱۹۸۱)

1. Social indicats
2. Parke
3. Peterson

اذعان می کنند، اندازه گیری میزان قدرت، شادابی و رفاه قابل اندازه گیری دقیق نیستند. سایر مشکلات و نارسایی های شاخص های اجتماعی را می توان به شرح زیر عنوان کرد:

- تاکید بر آنچه که قابل اندازه گیری است تا تاکید بر آنچه که مهم است.
- چگونگی برخورد با روابط بین شاخص ها

نکته دیگر این که به کارگیری کلیه این شاخص ها در سطح یک سازمان به خاطر اجرای گزارش گیری اجتماعی آن، عمل نادرست است؛ چرا که بسیاری از شاخص ها به خیلی از سازمان ها مربوط نمی شوند و آن سازمان ها هیچ گونه کنترل و دخل و تصرفی در آن نمی توانند داشته باشند. برای مثال شاخص اجتماعی "تعداد افراد بی خانه در هر هزار نفر"، برای سازمانی که مثلاً به تولید پزشکی مشغول است نمی تواند مناسب و قابل بررسی باشد ولیکن نسبت هایی نظیر نسبت های مربوط به سطوح استخدام، میزان پرداخت حقوق، مالیات، کمک هزینه های زندگی و ... را می توان در اکثر سازمان ها به کار برد.

گزارشگری اجتماعی مالی^۱

در بخش های قبلی، گزارش گیری اجتماعی در حالتی توضیح داده شد که اطلاعات غیر مالی، مبنای گزارش ها قرار می گرفت. البته به دلیل مشکلات مربوط به کمی کردن اثرات معاملات اجتماعی (هزینه ها و منافع اجتماعی و ...) و عدم توفیق در این مسئله تا به امروز کماکان مدل های غیر مالی مذکور مورد استفاده شرکت ها قرار می گیرند. مدل هایی که گزارش های حاصل از آنها به گزارش های مالی حسابداری مرسوم نزدیک تر باشند کم تر مورد استفاده است. یکی از این مدل ها که در آن سعی شده حتی المقدور از اطلاعات مالی استفاده شود، صورت وضعیت عملیات اقتصادی اجتماعی لی نوز^۲ است، که در آن هزینه های انجام شده توسط سازمان در جهت منافع گروه های خاص از قبیل مشتریان، محیط زیست و جامعه، به وسیله ضرر و زیان ناشی از غفلت های سازمانی تعدیل می شوند. خالص عقب افتادگی یا رشد برای هر گروه و در جمع نشان داده می شود. (گری^۳، ۱۹۸۷)

در روش های گزارش گیری مالی، مسئله برآورد واقعی تاثیر منافع اجتماعی و همچنین اندازه گیری هزینه های اجتماعی یا بطور کلی، کمی کردن هزینه ها، منافع، دارائی ها و بدهی های اجتماعی مسئله ای است که لاینحل بوده و به همین دلیل اکثر کشورها برای

1. Financial Social Reporting
2. Linowes
3. Gray

گزارش‌گیری اجتماعی خود از همان روش‌های گزارش‌گیری غیر مالی استفاده می‌کنند. برای مثال در کشور فرانسه کلیه شرکت‌هایی که دارای کارمندانی بیش از ۷۵۰ نفر هستند باید یک تراژنامه اجتماعی منتشر کنند که صرفاً به موضوعات مربوط به کارکنان نظیر تعداد استخدام شدگان، شرایط سلامتی و ایمنی، تعلیم و تربیت و ... توجه دارد.

در انگلستان نیز به‌رغم این که گزارش‌گیری اجتماعی الزامی نیست، افشاء وسیع و جامع مسائل مربوط به محیط زیست در این کشور امری معمول است. در آلمان نیز مانند انگلستان، با وجود فقدان هرگونه پیش‌بینی‌های قانونی اکثر شرکت‌ها تاریخچه‌ای طولانی در امر گزارش‌گیری اجتماعی در حوزه‌های ارتباطات کارمندان با شرکت و هم‌چنین افشاء مربوط به محیط زیست دارند. برخلاف کشورهای فرانسه و آلمان که گزارش‌گیری اجتماعی بر روی گزارش‌گیری برون سازمانی متمرکز شده است در کشور سوئد گزارش‌گیری درون سازمانی مربوط به کارمندان اعمال می‌شود.

بالاخره گزارش‌گیری اجتماعی (اختیاری) در کشورهای مثل کانادا، استرالیا، نیوزلند، هند، مالزی و ... نیز کم و بیش اجرا می‌گردد ولیکن در ایران صرفاً به وضع قوانین و مقررات زیست محیطی و یک‌سری تحقیقات آکادمیک اعم از مقالات و پایان‌نامه‌ها، اکتفاء شده و عملاً شرکت‌ها از گزارش‌گیری اجتماعی سرباز می‌زنند و احتمالاً بسیاری از آن‌ها با مفاهیم این بحث نیز آشنایی چندانی ندارند. به همین دلیل، آنچه در این تحقیق مد نظر قرار گرفته این است که ضمن معرفی و شناساندن حسابداری اجتماعی جهت آشنایی و استفاده علاقه‌مندان تاثیر اجرای آن بر تصمیمات سرمایه‌گذاران در ایران را آزمون کنیم.

فرضیه تحقیق

به طور خلاصه سئوالاتی که در این تحقیق به دنبال پاسخ برای آن هستیم عبارتند از:

- آیا وجود اطلاعات حسابداری اجتماعی در کنار اطلاعات حسابداری، تاثیری در تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران ایرانی دارد؟
- اگر وجود اطلاعات حسابداری اجتماعی در تصمیمات سرمایه‌گذاری تاثیر دارد، میزان این تاثیر چقدر است؟ به عبارتی آیا این تاثیرگذاری آنقدر هست که بگوییم تهیه اطلاعات اجتماعی مقرون به صرفه است و یا به عبارت علمی‌تر آیا منافع حاصل از افشاء اطلاعات حسابداری اجتماعی بیشتر از هزینه اجرای آن است؟

به دنبال سئوالاتی که برای محقق به شرح فوق مطرح شد و به منظور انجام تحقیق، اقدام به فرضیه‌سازی شد که فرضیه مورد نظر به شرح زیر ارایه می‌شود:

گزارش‌گری اطلاعات حسابداری اجتماعی بر تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران تأثیر به‌سزایی دارد.

پیشینه تحقیق

مطالعات علمی گوناگون برای تعیین میزان سودمند و تأثیر انتشار اطلاعات اجتماعی بر روی تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران انجام شده است که این تحقیقات عموماً حول سه تئوری اجتماعی یعنی تئوری مشروعیت، تئوری اشخاص ذی‌نفع و تئوری اقتصاد سیاسی انجام شده است. از جمله مطالعات به‌عمل آمده توسط افرادی نظیر جاجی^۱، فردمن^۲، اسپیسر^۳، شن^۴، فرانکلی^۵ و اندرسون^۶ و بررسی عملیات سال‌های ۱۹۷۰ تا ۱۹۸۰ شرکت‌ها، تحقیقاتی است که در مورد واکنش بازار سهام نسبت به انتشار اطلاعات حسابداری اجتماعی صورت گرفته و به این نتیجه رسیده که اطلاعات حسابداری اجتماعی در حد معقول آن بر روی تصمیمات سرمایه‌گذاری موثر بوده است. این که عنوان شده در حد معقول آن به معنی افشاء اطلاعات به میزان منطقی و نه خیلی زیاد است. (وارتیک^۷، ۱۹۸۵) برای مثال مطالعه جاجی و فردمن در سال ۱۹۸۶ نشان داده که وسعت دامنه انتشار اطلاعات مربوط به میزان آلودگی محیط زیست، تأثیر چندانی در تصمیم‌گیری مربوط به سرمایه‌گذاری در صنایع به‌وجود آورنده آلودگی محیط زیست ندارد.

هم‌چنین طبق تحقیقات به‌عمل آمده توسط «لانگ استرت^۸» و «روزن بلوم^۹» ۵۷ درصد از تصمیمات سرمایه‌گذاری توسط تحلیل‌گران مالی با توجه به عوامل اجتماعی اتخاذ می‌شود. بلکویی^{۱۰} معتقد است که شکل گزارش‌های اجتماعی شرکت‌ها باید متناسب با نوع فعالیت و تأکید خاص بر مسایل اجتماعی انتخاب شود زیرا تجربه نشان

-
1. Jaggi
 2. Freedman
 3. Spicer
 4. Shane
 5. Frankle
 6. Andreson
 7. Wartick
 8. Long streth
 9. Rosenbloom
 10. Belkoui Ahmed

می‌دهد که انواع هزینه‌ها و منافع اجتماعی اثرات متفاوتی در تصمیمات سرمایه‌گذاری می‌گذارد (خوش‌طینت، ۱۳۷۴: ۳۲).

روش اجرای تحقیق

این تحقیق، تئوری اشخاص ذینفع را مبنا قرار داد و روشی که برای انجام تحقیق، مورد استفاده قرار گرفته است، «روش آزمایشی» با طرح «پس آزمون بدون استفاده از گروه کنترل» است. با این روش قصد داریم تاثیر متغیر مستقل (گزارشگری اطلاعات حسابداری اجتماعی) را بر متغیر وابسته (تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران) آزمون کنیم.

هر چند که اعتقاد عمومی آن است که از اطلاعات حسابداری اجتماعی، گروه‌های وسیعی از استفاده‌کنندگان منتفع می‌شوند ولی همواره برای سرمایه‌گذاران دو دیدگاه مطرح می‌شود، عده‌ای بر این باورند که هزینه‌های اجتماعی برای شرکت، موجب کاهش سود و در نهایت کاهش ثروت سهامدار می‌شود و از مخالفین هزینه‌های محیطی و اجتماعی به شمار می‌روند در حالی که برخی دیگر معتقدند که اثر تقلیل سود و کاهش ثروت کوتاه مدت بوده و در بلند مدت جامعه از جمله سرمایه‌گذاران منتفع می‌شوند و از این‌رو، از هزینه‌های اجتماعی استقبال کرده و آن را از ضرورت تداوم فعالیت می‌دانند. بدین جهت از آنجائی که نظر سهامداران بالفعل و بالقوه می‌توانست در تصمیمات سرمایه‌گذاری آن‌ها از حساسیت خاصی برخوردار باشد، از این‌رو در این تحقیق تنها گروه سرمایه‌گذاران به عنوان جامعه آماری انتخاب شده است.

بدین منظور، جهت جمع‌آوری اطلاعات لازم برای تجزیه و تحلیل و آزمون فرضیه تحقیق، به کلیه آزمودنی‌ها صورت‌های مالی مقایسه‌ای، برای سال‌های مالی منتهی به پایان شهریور ماه ۱۳۸۰ و ۱۳۸۱؛ شامل ترازنامه، صورت سود و زیان، گردش حساب سود انباشته و صورت جریان وجوه نقد مربوط به یک شرکت سیمان (با حذف نام شرکت) به همراه اهم یادداشت‌های توضیحی و هم‌چنین گزارش مسئولیت‌های اجتماعی برای سال مالی منتهی به پایان شهریور ماه ۱۳۸۱ در شانزده بند و به شکل یک گزارش ارائه شده است. اطلاعات این گزارش چهار مقاله کارکنان، مشتریان، محیط زیست و جامعه را در بر می‌گیرد و اطلاعاتی راجع به ناتوانی شرکت در جذب پرسنل متخصص، وضعیت نامطلوب بعضی از معادن، اقدامات رفاهی صورت گرفته جهت کارکنان از قبیل تاسیس مهد کودک، افزایش میزان سیمان اهدایی به کارکنان و ... مناسب نبودن فیلترهای هوای

مورد استفاده شرکت، احداث بخش رسیدگی به شکایات مشتریان و غیره را شامل می‌شود. سپس از آزمودنی‌ها خواسته شد تا در مورد افزایش سود هر سهم شرکت معادل حداقل ۱۰ درصد نسبت به سال مالی قبل، موافقت یا مخالفت خود را اعلام کنند و پس از اعلام نظر خویش، کلیه دلایلی را که در این رابطه در نظر دارند، فهرست نمایند. لازم به ذکر است که موافقت یا مخالفت آزمودنی، در این تحقیق فاقد اهمیت می‌باشد و آنچه مهم است، دلایلی است که در این رابطه عنوان می‌کند.

پس از جمع‌آوری پاسخ‌ها، تعداد دلایلی که هر آزمودنی فهرست نموده است، با دقت فراوان، مورد شمارش قرار گرفته، سپس از بین دلایل ارایه شده، آن‌هایی که با توجه به اطلاعات اجتماعی عنوان شده‌اند، مشخص شده و در نهایت، برای هر آزمودنی نسبت «دلایل مربوط به اطلاعات اجتماعی» به «کل دلایل ارایه شده توسط وی» محاسبه شده است. با استفاده از این اطلاعات و به کارگیری تکنیک آماری مناسب که همان «آزمون فرض آماری» است؛ صحت یا سقم فرضیه تحقیق مورد آزمون قرار گرفته است. جهت استفاده از این تکنیک، فرضیه پژوهشی و نقیض آن به فرضیه‌های آماری H_0 و H_1 تبدیل و مراحل آزمون فرض آماری، با توجه به فرضیه تحقیق که در آن، میانگین یک جامعه با یک مقدار ثابت مقایسه می‌شود، طی شد.

مراحل آزمون فرض آماری پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
با توجه به فرضیه تحقیق که در آن میانگین یک جامعه با یک مقدار ثابت مورد مقایسه قرار می‌گیرد؛ مراحل آزمون بشرح زیر است: (آذر و مومنی، ۱۳۷۷)

تعریف فرضیه‌های آماری H_0 و H_1

مهم‌ترین مرحله در آزمون فرض آماری، تبدیل فرضیه پژوهشی و نقیض آن به فرضیه‌های آماری است. آنچه ما را به تعریف H_0 سوق می‌دهد، قاعده آزمون‌پذیر بودن آن است و آن چیزی نیست جز آنکه برای H_0 باید تساوی (=) وجود داشته باشد. در این تحقیق، فرضیه مطرح شده، به صورت فرضیه‌های آماری زیر تبیین شده است:

H_0 : گزارش‌گری اطلاعات حسابداری اجتماعی بر تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران تأثیر

بسنزایی دارد.

H_1 : گزارش‌گیری اطلاعات حسابداری اجتماعی بر تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران تاثیر بسزایی ندارد.

بیان ریاضی فرضیات فوق بشرح زیر است:

پارامتر میانگین جامعه: μ_x

$$H_0: \mu_x \geq 0.5$$

$$H_1: \mu_x < 0.5$$

تعیین توزیع نمونه‌گیری آماره و نوع آماره آزمون

پارامتر (پارامتر میانگین یک جامعه) از آمار نااریب X برخوردار است. طبق قضیه حد مرکزی، اگر $n > 30$ (تعداد نمونه n) باشد، فارغ از توزیع جامعه، توزیع آماره X نرمال فرض می‌شود. بدین ترتیب آماره آزمون را می‌توان از فرمول زیر محاسبه نمود:

$$t \approx Z = \frac{\bar{X} - \mu_0}{S_x / \sqrt{n}}$$

که در این رابطه:

X = میانگین نمونه‌ها

S_x = انحراف معیار نمونه‌ها

μ_0 = مقدار ثابت

n = تعداد نمونه‌ها

اعتبار درونی و بیرونی طرح تحقیق

در طرح آزمایشی تحقیق حاضر، چون گروه‌های آزمایشی بدون سوگیری‌های آشکار و یا پنهان و فقط بر اساس در دسترس بودن انتخاب می‌شوند و هم‌چنین زمان اجرای آزمون کوتاه بوده و آزمودنی‌ها حق ترک محدوده تحقیق را ندارند؛ و بالاخره با دقت در نوع رایه اطلاعات به آزمودنی‌ها، که در آن هیچ‌گونه اشاره‌ای به اطلاعات حسابداری اجتماعی نمی‌شود، سعی می‌شود تا اعتبار درونی طرح آزمایشی حفظ شود. بحث رعایت اعتبار بیرونی طرح آزمایشی تحقیق، از جمله مواردی است که به‌عنوان یکی از محدودیت‌های تحقیق مطرح می‌شود.

جامعه آماری و نمونه

جامعه آماری مورد نظر این پژوهش، شامل کلیه کسانی است که سهام شرکتی را خریداری و یا قصد خرید آن را دارند. به عبارت دیگر، هر شخص که امکان و قصد سرمایه گذاری را داشته باشد جزئی از جامعه آماری این تحقیق تلقی می شود. به دلیل وجود یکسری محدودیت‌ها، از قبیل دشوار بودن تعیین دامنه چنین جامعه‌ای و انتخاب نمونه تصادفی از آن، امکان پذیر نبودن انجام آزمایش بر روی اعضای چنین جامعه‌ای و بالاخره، عدم آشنایی بسیاری از سرمایه گذاران با مفاهیم حسابداری اجتماعی؛ جامعه آماری پژوهش به جامعه جایگزین، یعنی دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد مشغول به تحصیل در رشته حسابداری دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی شهر تهران محدود شد و از بین آن‌ها یک نمونه در دسترس ۵۹ تایی انتخاب و مورد آزمون قرار گرفتند.

یافته‌های تحقیق

خلاصه نتایج حاصل از جمع آوری داده‌ها و تجزیه و تحلیل آن‌ها، بشرح زیر است:

- تعداد نمونه: ۵۹ نفر
- تعداد کل دلایل ارایه شده توسط افراد نمونه: ۲۸۷ دلیل
- تعداد کل دلایل مربوط به اطلاعات اجتماعی: ۹۰ دلیل
- میانگین نسبت «تعداد دلایل مربوط به اطلاعات اجتماعی به کل دلایل ارایه شده»
(X) ۰/۳۲۳۳۷
- انحراف معیار نسبت فوق (S_X): ۰/۲۳۶۳۳

با توجه به اطلاعات فوق آماره آزمون بشرح زیر محاسبه می شود:

$$t \approx Z = \frac{0/32338 - 0/5}{0/23633 / \sqrt{59}} = -0/74$$

با توجه به این که $Z = Z_{0/05} = -1/645$ و با مقایسه آماره آزمون با این مقدار بحرانی و در نظر گرفتن نمودار سطح زیر منحنی H_0 و H_1 ، مشخص می شود که آماره آزمون در ناحیه H_1 قرار می گیرد.

برای برآورد فاصله‌ای میانگین جامعه آماری که به مراتب دقیق تر از برآورد نقطه‌ای آن است از فرمول زیر استفاده می شود:

$$P \left(X - Z_{\alpha/2} \frac{S_x}{\sqrt{n}} \leq \mu_x \leq X + Z_{\alpha/2} \frac{S_x}{\sqrt{n}} \right) = 1 - \alpha$$

که در نتیجه:

$$(0/26307 \leq \mu_x \leq 0/38368)$$

نتیجه‌گیری

نتیجه حاصل از آزمون‌های انجام گرفته حاکی از آن بود که گزارش‌گری اجتماعی، تاثیری ما بین ۲۶ درصد تا ۳۸ درصد، در تصمیمات سرمایه‌گذاران خواهد گذاشت. به عبارت دیگر یک سرمایه‌گذار که قصد سرمایه‌گذاری در سهام شرکتی را دارد، بین ۲۶ درصد تا ۳۸ درصد از کل دلایلی که وی را در تصمیم‌گیری نهایی‌اش هدایت می‌کند، مربوط و برگرفته از اطلاعات حسابداری اجتماعی است. بدین ترتیب، می‌توان گفت که اطلاعات حسابداری اجتماعی در تصمیمات سرمایه‌گذاری افراد موثر است. لکن میزان این تاثیر چندان قابل توجه نیست (عدم تائید فرضیه تحقیق) علاوه بر این، با توجه به این که در عمل، پارامترهای متعددی از جمله شرایط سیاسی، اقتصادی و اجتماعی، نوع صنعت، نسبت‌ها و شاخص‌های گوناگون، تجربیات، ذهنیات و قضاوت‌های شخصی، شایعات و غیره نیز، تصمیمات نهایی سرمایه‌گذاران را تحت تاثیر قرار می‌دهند، در نتیجه نقش اطلاعات اجتماعی کم رنگ‌تر نیز می‌شود.

پیشنهادها

۱. عدم اجرای حسابداری و گزارش‌گری اجتماعی، باعث کتمان بسیاری از حقایق موجود در شرکت‌ها می‌شود که این امر ممکن است منجر به تحریف واقعیات و در نهایت باعث گمراهی استفاده‌کنندگان از اطلاعات حسابداری و در نتیجه، عدم تخصیص بهینه منابع شود. بدین ترتیب لزوم وجود استانداردهای لازم در جهت ملزم ساختن شرکت‌ها به افشاء اطلاعات اجتماعی، کاملاً محسوس است. گرچه پیش از ارایه استانداردها و دستورالعمل‌ها، تدوین چارچوب نظری حسابداری اجتماعی که بتوان بر اساس آن استانداردهایی موثر و قابل اجرایی برای کلیه شرکت‌ها را تدوین نمود، امری ضروری به نظر می‌رسد. بنابراین، با توجه به این که مرجع قانونی تدوین استانداردهای حسابداری در ایران سازمان حسابرسی است، پیشنهاد می‌شود که سازمان مذکور با تشکیل کمیته‌ای اقدام به مطالعه و تحقیق در مورد موضوع نموده و

پس از تدوین چارچوب نظری مناسب، اقدام به صدور دستورالعمل‌های اجرایی کند که در این امر می‌توان با پشتیبانی از پایان‌نامه‌های مربوط به موضوع، از آن‌ها بهره لازم را برد.

۲. به‌رغم این‌که در تحقیق حاضر از جامعه جای‌گزین، یعنی دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد رشته حسابداری استفاده شد، لکن فقدان دانش کافی و آشنایی دانشجویان با مبحث حسابداری اجتماعی باعث شد که افراد نمونه در پاسخ‌های خود کم‌تر از اطلاعات حسابداری و شاخه‌های جدید آن از این‌رو توصیه می‌شود مباحث بدیع حسابداری در وهله اول در سطح دانشگاه‌ها آموزش داده شود و سپس از طریق آموزش‌های همگانی، سعی در بالا بردن دانش حسابداری عامه مردم و یا لاقط کارگزاران و مسئولین بورس اوراق بهادار شود.



منابع

آذر، عادل و مومنی، منصور، «آمار و کاربرد آن مدیریت»، جلد دوم، چاپ اول، ۱۳۷۷.
 جعفری، محمدرضا، «تئوری حسابداری اجتماعی»، فصلنامه بررسی‌های حسابداری، پائیز
 ۱۳۷۲، شماره ۵.

خوش طینت، محسن، «حسابداری مسئولیت‌های اجتماعی»، فصلنامه بررسی‌های
 حسابداری، زمستان ۱۳۷۳ و بهار ۱۳۷۴، شماره ۱۰ و ۱۱
 لی دیوید - پارکر، «حسابداری و منابع انسانی»، ترجمه ناصر میر سپاسی، مرکز آموزش
 مدیریت دولتی، ۱۳۷۴.

- American Accounting Association (1976), "Report of the committee on Accounting for social performance". The Accounting Review, Vol.11.
 Anderson, J.C. and Frankle, A.W:(1980), "Voluntary social reporting: an iso - beta portfolio analysis", The Accounting Review, Vol,55, No. 30.
 Brook, L.J (1986). "Canadian corporate social performabce", society of management accounting of canada, Toronto.
 Glautier MWE Bunderdown, Accounting Theory & Practice, Pitman 1987.
 Gray, R. Owen, D. and Maunders, k. "Corporate Social Reporting", Prentice - hall, 1987.
 Ramanathan, k. v. "Towards a theory of corporate social accuinting", The accunting review, July 1976.
 Wartick, sl and Cochran, P.L. (1985), "The evolution of corporate of corporate social performance model". Academy of management review.