بسم الله الرحمن الرحیم

فصلنامه ـ علمی تخصصی راهبردهای حسابداری

صاحب امتیاز: انجمن علمی ـ دانشجویی حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران

سردبیر: مرتضی کاظم‌پور

مدیر مسئول: محمد استقامت

مشاوران علمی: دکتر محمد کاشانی‌پور و دکتر محمدرضا مهربان‌پور

همکار امور فرهنگی: مریم شریفی‌دانا

طراح جلد: مهدی احمدی

شماره: اول، بهار ۱۳۹۶

هیأت تحریریه

دکتر محمد کاشانی‌پور (دانشیار، دانشگاه تهران)
دکتر محمدعلی آقایی (دانشیار، دانشگاه تربیت مدرس)
دکتر محمدرضا مهربان‌پور (استادیار، دانشگاه تهران)
دکتر سحر سپاسی (استادیار، دانشگاه تربیت‌مدرس)
محمد مهدی دانا (مربی، دانشگاه خلیج فارس بوشهر)
زهره قیومی (دانشجوی دکتری، دانشگاه تهران)
مرتضی کاظم‌پور (دانشجوی دکتری، دانشگاه تهران)
فاطمه محقق (دانشجوی دکتری، دانشگاه تهران)
انور بایزیدی (دانشجوی دکتری، دانشگاه تهران)
حسین علی‌پور (دانشجوی دکتری، دانشگاه تهران)
محمد رحمانی (دانشجوی دکتری، دانشگاه تهران)
مژده کدخدایی (دانشجوی دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی ـ واحد علوم‌وتحقیقات)

نشانی: قم- ابتدای جاده قدیم تهران- پردیس فارابی دانشگاه تهران- انجمن علمی دانشجویی حسابداری
کد پستی: ۳۷۱۸۱۱۷۴۶۹ شماره تماس: ۰۲۵۳۶۱۶۶۳۴۱ رایانامه سردبیر: M.kazempour@ut.ac.ir

استفاده از مطالب مجله با ذکر منبع مجاز است

حوزه فعالیت، اهداف، راهنمای تدوین و شرایط پذیرش مقالات

فصلنامه حاضر با رویکرد علمی تخصصی و در راستای توسعه دانش حسابداری و حسابرسی به عنوان نشریه علمی انجمن دانشجویی حسابداری پردیس فارابی دانشگاه تهران منتشر می‌شود. حوزه موضوعی مجله، حسابداری و حسابرسی با تأکید بر مباحث نوین است که پس از داوری تخصصی، تأیید سردبیر و هیأت‌تحریریه و با توجه به ساختار تعریف‌شده در این راهنما، چاپ می‌شود. از نویسندگان محترم تقاضا می‌شود در تهیه و تنظیم مقالات خود، نکات زیر را رعایت فرمایند:

۱. مقاله در محیط نرم‌افزاری Word 2007

- اندازه کاغذ: A4
- حاشیه‌ها (بالا، پایین، چپ و راست): ۴ سانتی‌متر
- فونت عنوان مقاله: BTitr 14
- فونت متن: فارسی B Zar 12 و انگلیسی Times New Roman 10
- فونت در جدول و نمودار: فارسی B Zar 10 و انگلیسی Times New Roman 9
- حداکثر تعداد صفحات نباید از ۲۰ صفحه در همین فرمت بیش‌تر باشد.
- برای واژه‌ها و نام‌های خارجی، در حد امکان از معادل‌های فارسی مصطلح و مصوب استفاده کنید.
- در صورت نیاز به درج زیرنویس، همهٔ موارد فارسی به‌صورت راست‌چین با قلم BMitra و اندازهٔ ۱۰pt. و زیرنویس‌های لاتین به صورت چپ‌چین با قلم Times New Roman اندازهٔ ۹ pt. نوشته شوند.
- لطفا توجه فرمایید منابع خارجی داخل متن حتماً باید به فارسی نوشته شوند؛ ولی در بخش فهرست منابع به انگلیسی نوشته شوند.
- در فهرست منابع، ابتدا منابع فارسی به ترتیب حروف الفبا فارسی (B Zar 11) و سپس منابع انگلیسی به ترتیب حروف الفبای انگلیسی (Times New Roman 10) نوشته شوند.
- ضمناً منابع به صورت زیر نگارش شوند:

کتاب: نام خانوادگی، نام نویسنده. (سال انتشار). عنوان کتاب، نوبت چاپ، محل انتشار: نام ناشر.

مقاله: نام خانوادگی، نام نویسنده. (سال انتشار). عنوان مقاله، نام مجله، دوره، شماره، شماره صفحات.

اگر مقاله یا کتاب بیش از یک نویسنده داشت بین اسامی نویسندگان ویرگول (،) گذاشته شود.

نویسندگان محترم می‌توانند مقالات خود را به رایانامه سردبیر M.kazempour@ut.ac.ir یا رایانامه نشریه Accstrategy2017@gmail.com ارسال نمایند.

فهرست مقالات

تأثیرحضور بانوان در هیأت مدیره بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها.....۱۶_۱
عبدالحسین برشد، فریده عرفانی و سمیرا ابراهیم قوچی

نقش و جایگاه رضایت شغلی بانوان در مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها .....۲۹_۱۷
پریسا برجی

حسابرسی داخلی، راهبری شرکتی و مدیریت ریسک .....۴۰_۳۰
هنگامه نظری و مصطفی قناد

مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در کشورهای مختلف جهان .....۵۱_۴۱
مرتضی کاظم‌پور

سرمایه فکری و مروری جامع بر پژوهش‌های آن در ایران .....۷۱_۵۲
مهدی مران‌جوری و جهانگیر رضوانی

راهبردهای حسابداری
سال اول، شماره اول
صص ۱۶-۱

تأثیر حضور بانوان در هیأت‌مدیره بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها

عبدالحسین برشد[۱]، فریده عرفانی[۲]، سمیرا ابراهیم قوچی[۳]

چکیده

در سال‌های گذشته افزایش قابل‌توجهی در میزان اشتغال زنان در جامعه مشاهده شده است. علت این مسئله وجود استعدادهای فراوان و شایستگی‌های آنان در زمینه مدیریت است. بنابراین، نگاهی جدید به مدیریت زنان در کشورهای در حال توسعه در حال ظهور است. ازاین‌رو، هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی تأثیر حضور مدیران زن در هیأت‌مدیره بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. برای اندازه‌گیری مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها از روش تحلیل محتوی استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است که از این تعداد ۱۵۰ شرکت به عنوان نمونه آماری انتخاب شده است. برای تجزیه و تحلیل و آزمون فرضیات پژوهش از نرم افزار ایویوز استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهند که بین حضور مدیران زن در هیأت‌مدیره و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

واژگان کلیدی: هیأت مدیره، مدیران زن، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت.

---

۱. عضو هیأت‌علمی مؤسسه آموزش عالی طبرستان چالوس
رایانامه؛ **abarshod@gmail.com**

۲. کارشناس ارشد حسابداری، مؤسسه آموزش عالی شفق تنکابن
رایانامه؛ **farideherfani@yahoo.com**

۳. کارشناس ارشد حسابداری، مؤسسه آموزش عالی شفق تنکابن (نویسنده مسئول مکاتبات)
رایانامه؛ **samiraebrahimghochi@gmail.com**

۱. مقدمه

مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها[1] و افشاگرهای مرتبط با آن، عامل ضروری است که به تداوم شرکت‌ها منجر می‌شود؛ زیرا همه شرکت‌ها ارتباط‌هایی با جامعه دارند. لذا جامعه امکان بقای شرکت‌ها را در درازمدت فراهم می‌آورد. گسترش مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها بر این موضوع دلالت دارد که مسئولیت شرکت‌ها از آنچه در گذشته بوده، یعنی"فراهم کردن پول برای سهامداران" فراتر رفته است. شرکت‌ها باید در برابر ذی‌نفعان (سهامداران، مشتریان، کارکنان، عرضه‌کنندگان کالا، بانک‌ها، قانون‌گذاران، محیط و جامعه) پاسخگو باشند. به این ترتیب، شرکت‌ها علاوه بر مسئولیت اقتصادی، باید در برابر مسائل اجتماعی احساس مسئولیت کنند. بنابراین، با توجه به اهمیت مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و افشاگری‌های مرتبط با آن در گزارش‌های مالی، باید مراقبت‌های کافی به عمل آید. اعمال نظارت و مراقبت در این زمینه می‌تواند مستلزم سازوکارهای راهبری شرکتی[2] باشد (بهار مقدم و همکاران، ۱۳۹۲). در اهمیت راهبری شرکتی برای موفقیت شرکت‌ها و رفاه اجتماعی شکی نیست. این موضوع با توجه به رخدادهای اخیر اهمیت بیش‌تری یافته است. در سال‌های اخیر، فروپاشی شرکت‌های بزرگ از قبیل انرون[3] و ورلدکام[4] ناشی از سیستم‌های ضعیف راهبری شرکتی بوده و موجب زیان بسیاری از سرمایه‌گذاران و ذی‌نفعان شده است. در نتیجه، موجب تأکید بیش از پیش بر ضرورت ارتقای و اصلاح راهبری شرکتی در سطح بین‌المللی شده است (حساس یگانه، ۱۳۸۴). فدراسیون بین المللی حسابداران[5] (IFAC) در سال ۲۰۰۴ راهبری شرکتی را چنین تعریف کرده است: "راهبری شرکتی (راهبری واحد تجاری) تعدادی مسئولیت‌ها و شیوه‌های به کار برده شده توسط هیأت مدیره و مدیران موظف با هدف مشخص کردن مسیر راهبردی که تضمین‌کننده دستیابی به هدف‌ها، کنترل خطر و مصرف مسئولانه منابع است".

گراملینگ و همکاران (۲۰۰۴) سازوکارهای راهبری شرکت‌ها را ۴ عامل می‌دانند که یکی از آن‌ها هیأت مدیره و مدیریت است (سپاسی و کاظم‌پور، ۱۳۹۴). یکی از موضوعات مهم در سال‌های گذشته بحث حضور زنان در هیأت مدیره است و در این زمینه پژوهش‌های مختلفی انجام شده است. آرفکن و همکاران (۲۰۰۴) دریافتند نظریات و ایده‌های مدیران زن یک منبع حیاتی و عضویت زنان در هیأت مدیره به افزایش تصمیمات راهبردی شرکت منجر می‌شود. برخی پژوهش‌گران دریافتند که مدیران زن در هیأت مدیره به طور مثبت بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها اثر می‌گذارند (ستوپمیز، ۲۰۱۵؛ آلونسوآلمیدا و همکاران، ۲۰۱۵؛ هیون و همکاران، ۲۰۱۶). از نظر اسلام زنان می‌توانند در عرصه‌های مختلف شغلی و مدیریتی با حفظ موازین اسلامی حضور فعال داشته باشند (بیابانی و گرکز، ۱۳۹۳).

---

1 -Corporate Social Responsibility
2- Corporate Governance
3- Enron
4 -World
5 -International Federation of Accountants

با توجه به شرایط متفاوت قانونی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی کشور ما، مقاله حاضر درصدد پاسخگویی به این سؤال است که آیا حضور مدیران زن در هیأت مدیره تأثیر معناداری بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها خواهند گذاشت یا خیر؟

۲. مبانی نظری پژوهش

۲-۱. مدیران زن و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها

در مورد مسئولیت‌پذیری اجتماعی، استاد شهید مرتضی مطهری فرمودند: "احساس مسئولیت اجتماعی، انسانی‌ترین مسئولیت‌هاست". توجه بیش از حد نهادهای مختلف در دنیای کسب وکار به موضوع مسئولیت اجتماعی شرکت، آن را به یک عنصر ضروری برای موفقیت شرکت‌ها تبدیل کرده است (ملکیان و همکاران، ۱۳۹۵). منظور از مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، پیوستگی و اتحاد میان فعالیت‌ها و ارزش‌های سازمان به گونه‌ای است که منافع کلیه ذی‌نفعان شامل سهامداران، مشتریان، کارکنان، سرمایه‌گذاران و عموم جامعه در سیاست‌ها و عملکرد سازمان منعکس شود. به‌عبارت‌دیگر، سازمان باید همواره خود را جزیی از اجتماع بداند و نسبت به جامعه احساس مسئولیت داشته باشد و در جهت بهبود رفاه عمومی به گونه‌ای مستقل از منافع مستقیم شرکت، تلاش کند (فروغی و همکاران، ۱۳۸۷).

به طور کلی، سه رویکرد در مورد مفهوم مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها وجود دارد (پورعلی و حجامی، ۱۳۹۳):

رویکرد اول، از نظریه‌های کلاسیک اقتصادی منشاء می‌گیرد. طبق این مفهوم شرکت فقط یک هدف دارد و آن بیشینه‌سازی سود و 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.

رویکرد دوم، در دهه ۱۹۷۰ میلادی ارائه شده است و بر اساس آن، اهداف اجتماعی در زمینه با بیشینه‌سازی سود مورد توجه قرار می‌گیرد. طبق این رویکرد مدیران شرکت‌ها باید تصمیماتی اتخاذ نمایند که بین حقوق سهامداران، کارکنان، مشتریان، عرضه‌کنندگان کالاها، 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 بیشینه‌سازی سود در درازمدت مطمئن می‌سازد.

براساس رویکرد سوم، سود نقطه پایانی اهداف موسسه نیست و مدیران اجرایی شرکت‌ها پس از کسب سود با مشکل خواسته‌های کارکنان برای افزایش دستمزد، لزوم اجرای طرح‌های توسعه، درخواست قیمت‌های پایین‌تر از جانب مشتریان و افزایش کیفیت محصولات، سود سهام بیش‌تر برای سهامداران و ... رو به رو می‌شوند. در این حالت تصمیم‌گیری‌های سازمانی لازم است به جای تلاش به منظور بیشینه‌سازی سود به دنبال کسب سطح مناسبی باشد که طی آن هم سود کسب شود و هم سطح مطلوبی از اقدامات اجتماعی تأمین گردد.

استاویسکی و همکاران (۲۰۱۰) دریافتند که مدیران حس مالکیت قوی‌تری از اعمال مسئولیت‌پذیری اجتماعی نسبت به افراد در موقعیت‌های دیگر در شرکت دارند. فاما و همکاران (۱۹۸۳) معتقدند هیأت مدیره مهم‌ترین عامل در کنترل و نظارت بر مدیریت شرکت و محافظت از منابع سهامداران قلمداد می‌شود. نتایج حاکی از آن است که هیأت مدیره در ارتقای عملکرد شرکت نقش با اهمیتی ایفا می‌کند. هووس و همکاران (۲۰۰۶) بیان نمودند حضور زنان در هیأت مدیره می‌تواند رفتار هیأت مدیره و اثربخشی آن را بهبود ببخشد تنها به این دلیل که، زنان در هیأت مدیره شرکت‌های بزرگ تمایل بیش‌تری برای حضور در جلسات هیأت مدیره نسبت به جنس مخالف خود دارند. ایگلی و همکاران (۲۰۰۳)، بیان کردند که سبک رهبری در محیط کسب و کار مؤثر است. بنابراین، پیشنهاد می‌کنند سهم بیش‌تری از کرسی‌های مدیریت را به مدیران زن واگذار کنند. به نظر می‌رسد زنان از سبکی در رهبری استفاده می‌کنند که به حفظ سطح بالایی از انگیزه کارکنان مرتبط است (باربوتو، فریتز و ماتکین، ۲۰۰۷). پس، مدیران زن به روابط طولانی با ذی‌نفعان اولویت می‌دهند (کریشنان و پارک، ۲۰۰۵). توجیه رایج برای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و ترویج نقش مدیران زن (برای نمونه، هیأت مدیره) به زمان گذشته برمی‌گردد که زنان، به طور کلی، از نظر اخلاقی حساس‌تر (مهربان‌تر) و همدلانه‌تر از مردان هستند (بیر و همکاران، ۲۰۱۰ ؛ بن‌عمار و همکاران، ۲۰۱۵). برناردی و همکاران (۱۹۹۷) دریافتند که مدیران زن از استانداردهای اخلاقی بالاتری نسبت به همتایان مرد خود در نقش مدیر برخوردار هستند. به عنوان مثال، ایگلی و کارلی (۲۰۰۳)، در تلاش برای ارتباط نظریه نقش اجتماعی به نظریه رهبری، نشان دادند که گرایش‌های کلی، از جمله ارزش‌های مفید بودن، مهربان بودن، دلسوز بودن و احساس مراقبت و پرورش غالباً در زنان وجود دارد (مشاوره دلویتی، ۲۰۱۵). وتلسن (۲۰۱۳)، بیان می‌کند زنان در هویت خود به عنوان رهبر، زنانگی سنتی را نیز می‌گنجانند و تأکید بیش‌تری بر خلاقیت و کمک به سایرین دارند. آدامز و همکاران (۲۰۱۰) استدلال می‌کنند مدیران زن دارای تفکرات مستقل‌تری نسبت به مدیران مرد می‌باشند و روند نظارت را بهبود می‌بخشند. همچنین دریافتند سرمایه‌گذاران ارزش بالایی نسبت به مدیران زن قائلند. آن‌ها معتقدند، ارائه اطلاعات با حداقل میزان عدم تقارن اطلاعاتی، کیفیت سود را تسهیل می‌نمایند.

پژوهش‌های پیشین دریافتند جنسیت یکی از قدرتمندترین عواملی است که تفاوت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت را توضیح می‌دهد (آلونسوآلمیدا و همکاران، ۲۰۱۵). در این خصوص، دو دیدگاه پژوهشی توسعه یافته است که بر جنسیت و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت تمرکز دارد. دیدگاه اول، به نابرابری جنسیتی در شرکت‌ها و نحوه‌ی از میان بردن این شکاف با استفاده از توسعه مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌پردازد (براون، ۲۰۱۰؛ جمالی، صفی‌الدین و دائوک، ۲۰۰۷). دیدگاه دوم، به نقش زنان در هیأت مدیره می‌پردازد. این دیدگاه پژوهشی درمی‌یابد، زمانی‌که زنان بیش‌تری در هیأت مدیره باشند، شرکت به توسعه ابتکارات گسترده‌تری از مسئولیت‌پذیری اجتماعی گرایش می‌یابد (مارکوئیز و لی، ۲۰۱۱؛ سوآرز، مارکوئیز و لی، ۲۰۱۱). بن‌عمار و همکاران (۲۰۱۶)، نشان می‌دهند که مدیران زن به

احتمال زیاد نگران دیگر گروه‌های ذی‌نفع هستند. به این ترتیب، منطقی است که انتظار می‌رود مدیران زن مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت را بیش‌تر از مدیران مرد می‌پذیرند و به طور جدی در مسائل مربوط به رفاه گروه‌های ذی‌نفع تلاش می‌کنند. با این حال، همچنین ممکن است که مدیران زن به دلیل نگرانی در مورد شهرت مجبور به توجه بیش‌تر به مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت خود باشند. نخست، مدیران زن می‌تواند وضعیت شهرت خود را در درون سازمان از طریق تجربه آن‌ها در مسائل مرتبط با مسئولیت‌پذیری اجتماعی بهبود ببخشند. بنابراین، انتظار می‌رود که مدیران زن به احتمال زیاد به خاطر جدیت و نگرانی در مورد موضوع مسئولیت‌پذیری اجتماعی بیش‌تر در جلسات هیأت مدیره شرکت می‌کنند. دوم، عملکرد یک فرد به عنوان مدیر بر شهرت او در بازار کار خارجی تأثیر می‌گذارد.

آدامز و فریرا (۲۰۰۹)، نشان دادند هیأت مدیره با حضور مدیران زن بهتر خدمت می‌کنند و همچنین، هیز و همکاران (۲۰۰۹) معتقدند که زنان در هیأت مدیره یک تأثیر مثبت بر کنترل وظایف دارند. زنان خلاق، متفکر و ایده‌های جدید را ارائه می‌دهند (هیز و همکاران ۱۹۹۰؛ هیز و سُلبرگ، ۲۰۰۶)؛ زنان توجه بیش‌تری به مسائل کیفی از قبیل مسئولیت‌های اجتماعی و انسان‌دوستی دارند (هافیس و تورگوت، ۲۰۱۳؛ بر و همکاران، ۲۰۱۰؛ ویلیامز، ۲۰۰۳). زنان بینش قوی‌تری از اخلاق کسب وکار دارند (مکاب و همکاران، ۲۰۰۶)؛ زنان یک بخش مهمی از منبع سرمایه انسانی در کار و محصول در بازار هستند (بلیمُریا و ویلر، ۲۰۰۰؛ ماتیس، ۲۰۰۰) و همچنین زنان مشروعیت خارجی را بهبود می‌بخشند (بلیمُریا، ۲۰۰۰). آلونسوآلمیدا (۲۰۱۲) و برون (۲۰۱۰) معتقدند کارآفرینان زن مثل مدیران زن نسبت به مردان از مسئولیت‌پذیری اجتماعی نگرش قوی‌تری دارند. آن‌ها در مواجه با مشکلات، تصمیمات مسئولانه‌تری می‌گیرند (آلونسوآلمیدا و برمسر، ۲۰۱۴). به خاطر این‌که مدیران زن معمولاً منابع کم‌تری در اختیار دارند، می‌توانند از مسئولیت اجتماعی به‌گونه‌ای راهبردی در ارتقای کسب و کار بهره برند (پورتر و کرامر، ۲۰۰۶). بن عمار و همکاران (۲۰۱۶) نشان می‌دهند مدیران زن اغلب به نقض قانون حساس‌تر هستند و در نتیجه تمایل بیش‌تری به مراقب و دوری از تخلفات دارند. کامینگ و همکاران (۲۰۱۵) نشان دادند با افزایش مدیران زن در هیأت مدیره شرکت‌ها، سطح فساد در شرکت‌های نمونه کاهش می‌یابد. موسسه آسپن[1] (۲۰۰۸)، دریافت که زنان نسبت به مردان اهمیت بیش‌تری برای حفظ جامعه‌ای سالم قائلند. پس، به‌نظر می‌آید که زنان در جست‌وجوی اقدامات گسترده‌تری از مسئولیت‌پذیری اجتماعی هستند تا از مطلوبیت بیش‌تری بهره برند (پیرسون، ۲۰۰۷) همچنین، هادسون و میلر (۲۰۰۵) دریافتند زنان به موضوع مسئولیت اجتماعی به‌خصوص در رابطه با موضوع زیست‌محیطی، حساس‌تر هستند. این یافته‌ها به یافته‌های فریدمن و بارتولومو (۱۹۹۰) و لامسا و همکاران (۲۰۰۸) شباهت دارند. پس، موضوع‌های اجتماعی و زیست‌محیطی بیش‌تر از بعد ذی‌نفع برای زنان اهمیت دارند (آلونسوآلمیدا و همکاران، ۲۰۱۵). به غیر از

1- Aspen Institute

چند استثنا (کولودینسکی، مدن، زیسک و هنکل، ۲۰۱۰ که هیچ تفاوتی نیافتند) زنان در حالت کلی بیش‌تر از مردان برای مسئولیت‌پذیری اجتماعی ارزش قائلند (آلونسوآلمیدا و همکاران، ۲۰۱۵).

۳. پیشینه پژوهش

سیلا و همکاران (۲۰۱۶)، به بررسی رابطه تنوع جنسیتی در هیأت مدیره و ریسک شرکت پرداختند. آن‌ها رابطه‌ای را بین هیأت مدیره زن و ریسک حقوق صاحبان سهام مشاهده نکردند. همچنین دریافتند که رابطه منفی بین هیأت مدیره زن و ریسک شرکت وجود دارد. هیون و همکاران (۲۰۱۶)، به بررسی رابطه بین زنان در هیأت مدیره و مسئولیت‌پذیری اجتماعی پرداختند. آن‌ها دریافتندبین مدیران زن و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت رابطه مثبت وجود دارد و شدت این رابطه بستگی به سطح جهت‌گیری بازار مصرف‌کننده شرکت دارد.

آلونسوآلمیدا و همکاران (۲۰۱۵)، به بررسی تأثیر مدیران زن بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت پرداختند. یافته‌ها نشان می‌دهند که مدیران ارشد در اسپانیا، بیش از سایر ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی، به بعد جهت‌گیری ذینفعان ارزش می‌نهند. همچنین، نتایج نشان می‌دهند که پیش زمینه حرفه‌ای و فردی، تأثیر محدودی بر ادراک زنان از مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارد. همچنین نتایج نشان می‌دهند زنان کارآفرین، ادراک بهتری از مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارند. ستوپمیز (۲۰۱۵)، به بررسی رابطه بین مدیران زن و مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها پرداخت. نتیجه پژوهش نشان می‌دهد مدیران زن بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت تأثیر مثبتی دارد. استعداد زنان می‌تواند نقش راهبردی در قادر ساختن شرکت برای مدیریت مسئولیت اجتماعی و شیوه‌های مناسب پایداری، داشته باشد.

سرواس و تامایو (۲۰۱۳)، در پژوهشی تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی را بر ارزش شرکت بررسی کردند. نتایج پژوهش نشان می‌دهند 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، رابطه مثبت وجود دارد و برای شرکت‌هایی که آگاهی مشتریان و یا عموم مردم پایین است، این رابطه ضعیف و یا منفی می‌باشد. همچنین نتایج حاصل از پژوهش نشان دادند که تأثیر آگاهی بر رابطه مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش شرکت در مورد شرکت‌هایی که شهرت کمی در اجتماع دارند منفی است.

سکولتنز و چاینگ کانگ (۲۰۱۲)، در پژوهشی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و مدیریت سود را بررسی کردند. نتایج پژوهش نشان دادند که شرکت‌هایی با نسبت مسئولیت اجتماعی خوب به طور چشمگیری به کاهش مدیریت سود علاقه‌مند هستند و حمایت سرمایه‌گذاران با مدیریت سود رابطه منفی دارد و مسئولیت اجتماعی شرکتی، باعث می‌شود شرکت‌های آسیایی مدیریت سود را کم به‌کار ببرند و این بستگی به سیستم قانونی دارد.

اویونو و همکاران (۲۰۱۱)، به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد مالی پرداختند. در این پژوهش سود قبل از بهره، مالیات و استهلاک و سود هر سهم به عنوان متغیرهای عملکرد مالی در نظر گرفته شدند. نتایج پژوهش نشان می‌دهند که بین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد مالی رابطه مثبت و تقریباً ضعیفی وجود دارد. بنابراین آن‌ها ادعا کردند که گزارش فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها باعث بهبود عملکرد مالی می‌شود.

سپاسی و عبدلی (۱۳۹۵)، به بررسی تأثیر حضور زنان در هیأت مدیره بر ارزش شرکت و عملکرد مالی پرداختند. نتایج نشان می‌دهند زنان در هیأت مدیره به طور مثبت بر عملکرد مالی (که به‌وسیله بازده دارایی‌ها و فروش اندازه‌گیری شده) اثر می‌گذارند که به طور کلی گویای این است که زنان در هیأت مدیره بر عملکرد مالی (که به نوبه خود مرتبط با ارزش شرکت است) اثر می‌گذارند و از این طریق ارزش شرکت را نیز تحت تأثیر خود قرار می‌دهند.

پناهی و همکاران (۱۳۹۴)، به بررسی اثر افشای مسئولیت اجتماعی و نرخ بازده دارایی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج نشان می‌دهند که بین مسئولیت اجتماعی جامعه و عملکرد مالی رابطه منفی وجود دارد؛ اما از لحاظ آماری معنی‌دار نمی‌باشد و رابطه بین مسئولیت اجتماعی کارکنان و همچنین مسئولیت اجتماعی محیط‌زیست با نرخ بازده دارایی مثبت و معنی‌دار است.

بیابانی و گرکز (۱۳۹۳)، به بررسی رابطه بین حضور مدیران زن در هیأت مدیره با عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج نشان می‌دهند حضور مدیران زن در هیأت مدیره با بازده دارایی و بازده حقوق صاحبان سهام رابطه مثبت و معناداری دارد و نیز با نسبت Q توبین و فروش رابطه معناداری ندارد.

عرب صالحی و همکاران (۱۳۹۲)، به بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج پژوهش نشان می‌دهند که عملکرد مالی با مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به مشتریان و نهادهای موجود در جامعه ارتباط دارد؛ ولی عملکرد مالی با مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به کارکنان و محیط‌زیست رابطه معناداری ندارد. این پژوهش به مدیران کمک خواهد کرد تا سیاست‌های مؤثر مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها که برای دستیابی به عملکرد مالی بهتر آن‌ها در بلندمدت لازم است را توسعه دهند. همچنین بینشی را برای شرکت‌ها در زمینه‌ی نقش مسئولیت اجتماعی در کسب منافع آتی فراهم می‌کنند.

۴. فرضیه پژوهش

براساس مبانی نظری و پیشینه پژوهش، فرضیه زیر تدوین شد:

حضور مدیران زن در هیأت مدیره بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها تأثیر معناداری می‌گذارند.

۵. روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از لحاظ هدف پژوهشی کاربردی است. از سوی دیگر، براساس چگونگی جمع‌آوری داده‌ها، پژوهش حاضر از نوع پژوهش‌های توصیفی است. با توجه به دسته‌بندی‌های مختلف پژوهش‌های توصیفی، پژوهش حاضر از نوع همبستگی خواهد بود. داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از نرم‌افزار Excel تلخیص و سپس متغیرهای مورد نظر محاسبه شده‌اند. محاسبات آماری و برآوردها با استفاده از نرم‌افزار Eviews نسخه ۸ انجام شده است.

۶. جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری پژوهش حاضر کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره زمانی ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۳ هستند. برای انتخاب نمونه از بین کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، شرکت‌هایی برای انجام آزمون انتخاب شدند که دارای شرایط زیر باشند:

۱. اطلاعات مالی حسابرسی شده هر یک از شرکت‌های مورد مطالعه موجود باشد؛

۲. سال مالی شرکت منتهی به پایان اسفند ماه هر سال باشد؛

۳. شرکت در سال‌های ۱۳۸۹تا ۱۳۹۳، تغییر سال مالی نداده باشد؛

۴. تا پایان سال ۱۳۸۸در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته شده باشد؛

۵. جزء بانک‌ها و شرکت‌های سرمایه‌گذاری، واسطه‌گری مالی، شرکت‌های هلدینگ و لیزینگ نباشد.

بنابراین، پس از اعمال محدودیت‌های پیش‌گفته و انجام نمونه‌گیری از بین تمام شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تعداد ۱۵۰ شرکت به عنوان نمونه آماری انتخاب گردید.

۷. مدل و تعریف متغیرها

در این پژوهش، مدل زیر برای فرضیه آزمون شده است :

$$CSR_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 Women\ on\ board_{i,t} + \alpha_2 Size_{i,t} + \alpha_3 Leverage_{i,t} + \alpha_4 Growth_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

۱ـ۷. متغیر وابسته

CSR : سطح افشای اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی شرکت‌ها است که برای اندازه‌گیری آن از روش تحلیل محتوی استفاده شد. تحلیل محتوای یک روش کدگذاری متن به گروه‌های مختلف با توجه به معیارهای از قبل تعریف شده است که به‌طور گسترده‌ای در پژوهش‌های مرتبط با افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی به کار می‌رود؛ زیرا این روش برای محققان، یک رویکرد سیستماتیک به منظور تحلیل داده‌های غیر ساختاری بزرگ فراهم می‌کند (اسلام و دیگان، ۲۰۰۸). در پژوهش حاضر برای اندازه‌گیری سطح افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی شرکت‌ها، پس از مرور گسترده ادبیات مربوطه، چک‌لیست اولیه‌ای شامل ۴۳ نوع اطلاعات تدوین شد که این اطلاعات از پژوهش اریبی و جائو (۲۰۱۰) ؛ جائو، هراوی و زیااو (۲۰۰۵) و مران جوری و علی خانی (۱۳۹۳) اقتباس شدند. پس از حذف

برخی موارد، چک‌لیست نهایی شامل ۳۹ نوع اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی تهیه شد که انتظار می‌رود به صورت داوطلبانه یا اجباری در گزارش‌های سالانه‌ی شرکت‌های ایرانی افشاء شود.

۲ـ۷. متغیر مستقل

Women on board : متغیر ساختگی است، اگر در هیأت مدیره شرکت زن وجود داشته باشد معادل یک است در غیر این صورت صفر است.

۳ـ۷. متغیرهای کنترل

Size : به اعتقاد مالین و همکاران (۲۰۱۴) بانک‌ها و شرکت‌های بزرگ که بیش‌تر در چشم عموم هستند، بر فعالیت‌های خود نسبت به جامعه گسترده‌تر نظارت می‌کنند. بنابراین، در این پژوهش همانند مالین و همکاران، (۲۰۱۴) از لگاریتم طبیعی کل دارایی‌ها به‌عنوان نماینده‌ای برای اندازه شرکت استفاده می‌شود، چرا که استدلال شده است که اندازه شرکت بر سطح فعالیت‌های اجتماعی شرکت مؤثر است.

Leverage : اهرم مالی از نسبت کل بدهی‌ها به کل دارایی‌ها به دست آمده است.

Growth : رشد، تفاوت فروش سال جاری و گذشته تقسیم بر فروش سال گذشته است.

۸. یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی پژوهش در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

معیارها / متغیرها	تعداد	میانگین	میانه	بیشینه	کمینه	انحراف معیار	ضریب چولگی	ضریب کشیدگی
مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت	۷۵۰	۰/۷۴۳	۰/۷۴۳	۱	۰/۴۶۱	۰/۰۸۲	-۰/۳۴۹	۳/۸۵۷
حضور بانوان در هیأت‌مدیره	۷۵۰	۰/۰۷۶	۰	۱	۰	۰/۲۶۵	۳/۲۰۰	۱۱/۲۴
اندازه شرکت	۷۵۰	۵/۹۹۷	۵/۹۳۲	۸/۱۵۰	۴/۳۵۶	۰/۶۳۰	۰/۵۸۶	۳/۷۲۲
اهرم بدهی	۷۵۰	۰/۶۳۳	۰/۶۳۰	۲/۷۷۳	۰/۰۸۹	۰/۲۵۸	۲/۳۳۹	۱۸/۱۲۹
رشد شرکت	۷۵۰	۰/۰۳۰	۰/۰۵۲	۲/۴۹۸	-۱۳/۷۱	۰/۶۶۷	-۱۱/۶۶۴	۲۴۲/۷۷

نتایج پایایی متغیرهای پژوهش در جدول شماره ۲ ارائه شده است. پایایی به این معنا است که میانگین و واریانس متغیرها در طول زمان و کوواریانس متغیرها بین سال‌های مختلف ثابت است. در این پژوهش، برای سنجش پایایی متغیرها از آزمون لوین، لین و چو استفاده شده است. از آن‌جاکه مقدار سطح معناداری تمامی متغیرها کم‌تر از ۵٪ است؛ تمامی متغیرهای مورد استفاده در پژوهش در دوره پژوهش در سطح پایا بودند.

جدول ۲. پایایی متغیرهای پژوهش

متغیرها	مقدار آماره لوین، لین و چو	احتمال آماره لوین، لین و چو
مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت	-۸/۸۳۳	۰/۰۰۰۰
حضور بانوان در هیأت‌مدیره	-۳/۲۷۵	۰/۰۰۰۵
اندازه شرکت	-۶/۶۵۶	۰/۰۰۰۰
اهرم بدهی	-۴۶/۲۵۸	۰/۰۰۰۰
رشد شرکت	-۱۰۶/۶۷۴	۰/۰۰۰۰

۹. یافته‌های پژوهش

قبل از آزمون فرضیه پژوهش، ابتدا با استفاده از آزمون F لیمر به انتخاب مدل داده‌های تلفیقی[1] در برابر مدل داده‌های پانل[2] پرداخته می‌شود. نتیجه آزمون F لیمر در جدول شماره ۳ نشان می‌دهد که مقدار احتمال آماره F لیمر، کم‌تر از سطح معناداری ۵٪ است. ازاین‌رو، برای آزمون فرضیه پژوهش از روش داده‌های پانل استفاده می‌شود.

جدول ۳. آزمون F لیمر مدل رگرسیونی پژوهش

مدل	$CSR_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 Women\ on\ board_{i,t} + \alpha_2 Size_{i,t} + \alpha_3 Leverage_{i,t} + \alpha_4 Growth_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$		
احتمال آماره آزمون	درجه آزادی	مقدار آماره آزمون	نوع آزمون
۰/۰۰۰	(۸/۷۴۱)	۹/۰۲۳۷۸۰	F لیمر

به دلیل عدم انتخاب مدل داده‌های تلفیقی در برابر داده‌های پانل، برای انتخاب الگوی آثار ثابت در برابر الگوی اثرات تصادفی، آزمون هاسمن انجام شده است. همان‌طور که در جدول شماره ۴ مشاهده می‌شود؛ مقدار احتمال آماره آزمون، کم‌تر از سطح معنی‌داری ۵٪ است؛ ازاین‌رو، دلیل کافی برای رد الگوی اثرات ثابت وجود ندارد و برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از الگوی اثرات ثابت استفاده می‌شود.

جدول ۴. انتخاب الگوی اثرات ثابت در برابر الگوی اثرات تصادفی

مدل	$CSR_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 Women\ on\ board_{i,t} + \alpha_2 Size_{i,t} + \alpha_3 Leverage_{i,t} + \alpha_4 Growth_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$		
احتمال آماره آزمون	درجه آزادی خی‌دو	مقدار آماره خی‌دو	نوع آزمون
۰/۰۰۰	۴	۳۶/۰۹۵۱۱	هاسمن

1-Pooled
2-Panel

جدول ۵. مدل رگرسیونی اثرات ثابت برای آزمون فرضیه پژوهش

آماره‌ها / متغیرها	ضرایب رگرسیونی	مقدار آماره t	سطح معناداری
مقدار ثابت	۰/۴۴۴	۱۶/۴۴۲	۰/۰۰۰
حضور بانوان در هیأت‌مدیره	۰/۰۲۱	۲/۰۷۴	۰/۰۳۸
اندازه شرکت	۰/۰۴۷	۱۰/۷۴۱	۰/۰۰۰
اهرم بدهی	۰/۰۲۲	۲/۰۷۹	۰/۰۳۸
رشد شرکت	۰/۰۰۳	۰/۹۱۷	۰/۳۵۹۴
ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	احتمال آماره F	آماره دوربین-واتسون
۰/۲۰	۰/۱۹	۰/۰۰۰	۱/۶۵

نتایج مربوط به آماره F نشان می‌دهند که مدل در حالت کلی معنی‌دار است. از آن‌جاکه مقدار آماره دوربین-واتسون در محدوده بحرانی ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد؛ می‌توان بیان نمود که مدل، فاقد مشکل خود همبستگی بین جز اخلال است. ضریب تعیین تعدیل شده R^2 برابر ۰/۱۹ بوده و گویای این مطلب است که ۱۹ درصد از تغییرات متغیر وابسته با متغیر مستقل مدل قابل تبیین است؛ همان‌طور که در جدول شماره ۵ نشان داده شده است، سطح معناداری مربوط به حضور بانوان در هیأت مدیره برابر با ۰/۰۳۸ است که این امر گویای وجود رابطه معنادار بین حضور بانوان در هیأت مدیره و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها است. با توجه به مثبت بودن ضریب رگرسیونی، می‌توان بیان نمود که بین حضور بانوان در هیأت مدیره و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. بنابراین، فرضیه پژوهش تأیید می‌شود.

۱۰. نتیجه‌گیری

آلونسوآلمیدا و همکاران (۲۰۱۵) دریافتند که زنان بیش‌تر از مردان برای مسئولیت‌پذیری اجتماعی ارزش قائلند. هدف اصلی پژوهش حاضر، بررسی تأثیر حضور مدیران زن بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بوده است. به همین منظور، برای اندازه‌گیری مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت از روش تحلیل محتوا استفاده شده است. فرضیه پژوهش با استفاده از اطلاعات مربوط به ۱۵۰ شرکت فعال در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره زمانی ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۳ مورد آزمون قرار گرفت. نتایج نشان دادند بین حضور مدیران زن در هیأت مدیره و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. زمانی‌که مدیران زن در هیأت مدیره فعالیت می‌کنند، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها افزایش می‌یابد. نتایج این پژوهش، با نتایج پژوهش‌های آلونسو آلمیدا و همکاران (۲۰۱۵)، ستوپمیز (۲۰۱۵) و هیون و همکاران (۲۰۱۶) که بیان کردند بین حضور مدیران زن در هیأت مدیره و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها رابطه مثبت وجود دارد، همسو است.

در برنامه توسعه کشورمان به مقوله زنان و توانمندسازی آن‌ها توجه شده است؛ ولی در این برنامه‌ها به زنان کم‌تر از دید مدیریتی نگریسته شده است. نکاتی که در برنامه چهارم توسعه مورد توجه قرار گرفته است برای بهبود جایگاه زنان بسترسازی می‌نماید، اما به توانمندسازی زنان برای مشارکت بیش‌تر در پست‌های مدیریتی توجه چندانی نمی‌کند. با توجه به نتایج به دست آمده، پیشنهاد می‌شود که قانون‌گذار سهمیه اجباری برای حضور زنان در هیأت مدیره، جهت ترویج حضور زنان در پست‌های مدیریتی در شرکت‌ها اقدامات لازم را اتخاذ نمایند.

منابع

۱. بهارمقدم، مهدی؛ صادقی، زین‌العابدین و صفرزاده، ساره (۱۳۹۲). بررسی رابطه‌ی مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ، حسابداری مالی. سال پنجم. شماره ۲۰، صص ۱۰۷-۹۰.

۲. بیابانی، سروش؛ گرکز، منصور (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین حضور مدیران زن در هدئت مدیره با عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، فصلنامه دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، سال سوم. شماره ۱۲: صص۷۴-۶۳.

۳. پناهی؛ اسماعیل، نوروزی؛ محمد، قاسمی؛ مهرناز، قاسمی؛ عادل (۱۳۹۴). بررسی اثر افشای مسئولیت اجتماعی و نرخ بازده دارایی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، کنفرانس بین‌المللی اقتصاد مدیریت و علوم اجتماعی.

۴. پورعلی، محمدرضا؛ حجامی، محدثه (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی و مالکیت نهادی در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت. دوره سوم، شماره دهم، صص ۱۵۰-۱۳۵.

۵. حساس‌یگانه، یحیی (۱۳۸۴) . مفاهیم حاکمیت شرکتی، مجله حسابدار. شماره ۱۶۷، صص ۳۳-۳۰.

۶. سپاسی، سحر؛ عبدلی، لیلا (۱۳۹۵). تأثیرات حضور زنان در هیأت مدیره بر ارزش شرکت و عملکرد مالی، فصلنامه پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی. سال۸. شماره ۲۹، صص ۵۸-۳۹.

۷. سپاسی، سحر؛ کاظم‌پور، مرتضی (۱۳۹۴). تأثیر وجود کمیته‌ی حسابرسی و واحد حسابرسی داخلی بر هموارسازی سود شرکت‌های پذیرفته شده در بورس ، دوماهنامه حسابرسان داخل. شماره ۵ و ۶ ، صص ۷۴-۶۱.

۸. علی‌خانی، رضیه؛ مران جوری، مهدی (۱۳۹۳). بررسی افشای مسئولیت‌های اجتماعی از بعد موضوع: شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران، اولین همایش ملی حسابداری، حسابرسی و مدیریت.

۹. عرب صالحی؛ مهدی، صادقی؛ غزل، معین‌الدین؛ محمود (۱۳۹۲). رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران». پژوهش‌های تجربی حسابداری. سال سوم، شماره ۹، صص ۲۰-۱.

۱۰. فروغی؛ داریوش، میر شمس شهشهانی؛ مرتضی و پورحسین؛ سمیه (۱۳۸۷) . نگرش مدیران درباره افشای اطلاعات حسابداری اجتماعی: شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی. شماره ۵۲ ، صص ۷۰-۵۵ .

۱۱. ملکیان؛ اسفندیار، سلمانی؛ رسول، شهسواری، معصومه (۱۳۹۵). مطلعه رابطه بین مالکیت دولتی و نهادی با مسئولیتپذیری اجتماعی شرکت‌ها (شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران)، دانش سرمایه‌گذاری. دوره پنجم، شماره هفدهم، صص ۷۴-۵۵.

۱۲ .Adams, R., & Ferreira, D (2009). Women in The Boardroom and Their Impact on Governance and Performance. Journal of Financial Economics, 94(2), 291–309.

13. Adams, R., S. Gray, and J. Nowland (2010). Is there a business case for female directors? Evidence from the market reaction to all new director appointments. Working paper, City University of Hong Kon.

14. Arfken, D. E., Bellar, S. L., & Helms, M. M (2004). The ultimate glass ceiling revisited: The presence of women on corporate boards. Journal .of Business Ethics, 50(2), 177–186.
15. Alonso-Almeida, M. M (2012). Water and waste management in the Moroccan tourism industry: the case of three women entrepreneurs. Women's Studies International Forum, 35(5), 343–353.
16. Alonso-Almeida, M. M., & Bremser, K (2014). Strategic management decisions in power positions to achieve business excellence in small service businesses: does gender matter? European Accounting and Management Review, 1(1) (Available at SSRN:xzhttp://ssrn.com/abstract = 2532404. Accessed February 13, 2015).
17. Alonso-Almeida, M. M., Casani, F., & Rodriguez-Pomeda, J (2015). Corporate social responsibility perception in business students as future managers: A multifactorial analysis. Business Ethics: A European Review, 24(1), 1–27.
18. Alonso-Almeida a, M , Perramonb , j, Bagur, l (2015). Women managers and corporate social responsibility (CSR) in Spain: Perceptions and drivers. Journal of Women's Studies International Forum, 47–56.
19. Aribi, A., & Gao, S (2010). Corporate social responsibility disclosure. Journal of Financial Reporting and Accounting, 8(2), 72-91
20. Aspen Institute (2008) Where will they lead? MBA Students' attitudes about business and society Aspen Institute for Social Innovation Through Business. New York: Center for Business Education.
21. Barbuto, J. E., Jr., Fritz, S. M., Matkin, G. S., & Marx, D. B (2007). Effects of gender, education, and age upon Leaders' Use of influence tactics and full range leadership behaviors. Sex Roles, 56, 71–83.
22. Bear, S.; Rahman, N.; Post, C. The impact of board diversity and gender composition on corporate social responsibility and firm reputation. J. Bus. Eth. 2010, 97, 207–221.
23. Ben-Amar, W.; Chang, M.; Mcllkenny, P. Board gender diversity and corporate response to sustainability initiatives: Evidence from the carbon disclosure project. J. Bus. Eth. 2015.
24. Bernardi, R. and Arnold, D (1997). An examination of moral development within public accounting by gender, staff level, and firm ,Contemporary Accounting Research, Vol. 14 No. 4, pp. 653-68.
25. Bilimoria, D (2000). Building The Business Case for Women Corporate Directors. In R. J. Burke & M. C. Mattis (Eds.), "Women on Corporate Boards of Directors: International Challenges and Opportunities. Dordrecht: Kluwer Academic publishers
26. Bilimoria, D., & Wheeler, J (2000). Women Corporate Directors: Current Research and Future Directions. In R. Burke & M. Mattis (Eds.), Women in Management: Current Research Issues (Vol. II,PP. 138–163). Dordrecht: Kluwer.
27. Braun, P (2010). Going green: women entrepreneurs and the environment. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 2(3), 245–259
28. Carroll, A.B (1999). Corporate social responsibility evolution of a definitional construct. Bus. Soc. 38, 268–295.
29. Cumming, D.; Leung, T.; Rui, O (2015). Gender diversity and securities fraud. Acad. Manag. J., 58, 1572–1593.
30. Deloitte Consulting. Women in the boardroom; A global perspective. Available online http://www2.deloitte. com/global/en/pages/risk/articles/women-in-the-boardroom-a-global-perspective.html (accessed on 15 December 2015).
31. Eagly, A. and Carli, L (2003). The female leadership advantage: an evaluation of the evidence'', The Leadership Quarterly, Vol. 14, pp. 807-34.
32. Fama, E. F. and Jensen, M. C (1983). Separation of Ownership and Control. Journal of Law and Economics , 16: 301-325.

33. Freedman, A. M., & Bartholomew, P. S (1990). Age, experience and genders as factors in ethical development of hospitality managers and students. Hospitality Research Journal, 14(2), 1–10.
34. Gao, S. S., Heravi, S., & Xiao, J. Z (2005). Determinants of corporate social and environmental reporting in Hong Kong: A research note. Accounting Forum, 29, 233–242.
35. Gramling, A. A., Maletta, M. J., Schneider, A., & Church, B. K (2004). The role of the internal audit function in corporate governance: A synthesis of the extant internal auditing literature and directions for future research. Journal of Accounting Literature, 23, 194–244.
36. Hafsi, T., & Turgut, G (2013). Boardroom Diversity and Its Effect on Social Performance: Conceptualization and Empirical Evidence," Journal of Business Ethics, 112(3),PP. 463–479.
37. Hillman, A.J.; Keim, G.D (2001). Shareholder value, stakeholder management, and social issues: What's the bottom line? Strateg. Manag. J , 22, 125–139.
38. Hudson, S., & Miller, G (2005). Ethical orientation and awareness of tourism students. Journal of Business Ethics, 62(4), 383–396.
39. Huse, M., Nielsen, S., & Hagen, I (2009). Women and Employee Elected Board Members, and Their Contributions to Board Control Tasks", Journal of Business Ethics, 89(4),PP. 581– 597.
40. Huse, M., & Solberg, A (2006). Gender-Related Boardroom Dynamics: How Scandinavian Women Make and Can Make Contributions on Corporate Boards",Women in Management Review, 21(2),PP.113–130.
41. Hyun, Eunjung, Yung, Daegyu, Jung, Hojin and Hong, Kihoon (2016). Women on Boards and Corporate Social Responsibility. Journal of *Sustainability. 8*(4), 300; doi:10.3390/su8040300.
42. International Federation of Accountants, (2004). Enterprise Governance Getting the Balance Right, Professinonal Accountants in Business committee (PAIB), New York. Amsterdam.
43. Islam, M. A. & Deegan, C (2008). Motivations for an organization within a developing country to report social responsibility information: Evidence from Bangladesh", Accounting, Auditing and Accountability Journal, Vol. 21, No. 6, PP. 850–874.
44. Jamali, D., Safieddine, A., & Daouk, M (2007). Corporate governance and women: an empirical study of top and middle women managers in the Lebanese banking sector. Corporate Governance, 7(5), 574–585.
45. Kolodinsky, R. W., Madden, T. M., Zisk, D. S., & Henkel, E. T (2010). Attitudes about corporate social responsibility: business student predictors. Journal of Business Ethics, 91(2), 167–181.
46. Krishnan, H. A., & Park, D (2005). A few good women-on top management teams. Journal of Business Research, 58(12), 1712–1720.
47. Lamsa, A., Vehkapera, M., Puttonen, T., & Pesonen, H. L (2008). Effect of business education on women and men students' attitudes on corporate responsibility in society. Journal of Business Ethics, 82(1), 45–58.
48. Mallin, Christine; Farag, Hisham; Ow-Yong, Kean (2014). Corporate social responsibility and financial performance inIslamic banks", Behavior & Organization 103, S21–S38.
49. Marquis, C., & Lee, M (2011). Who is governing whom? senior managers, governance and the structure of generosity in large U.S. Firms. Harvard Business School, working paper (pp. 11–121).
50. Mattis, M (2000). Women Corporate Directors in The United States. In R. J. Burke & M. C. Mattis (Eds.), Women on Corporate Boards of Directors: International Challenges and Opportunities. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.
51. Mccabe, A., Ingram, R., & Dato-on, M (2006). The Business of Ethics and Gender", Journal of Business Ethics, 64(2),PP. 101–116.

52. Oeyono, J. and Samy, M .and Bampton, R (2011). An examination of corporate social responsibility and financial performance: A study of the top 50 Indonesian listed corporations",Journal of Global Responsibility, Vol.2, PP.100-112
53. Pearson, R (2007). Beyond women workers: gendering CSR. Third World Quarterly, 28(4), 731–749.
54. Porter, M. E., & Kramer, M. R (2006). Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility. Harvard Business Review, 84(12), 78–92.
55. Rahman Khan ,A. and Badrul Mottakin (2012); "Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Disclosures: Evidence From an Emerging Economy".Journal of Business Ethics.
56. Scholtens, B. and Ching Kang, F (2012). Corporate Social Responsibility and Earnings Management: Evidence from Asian Economies.Vol 20, pp 95–112
57. Servaes, Henri; Tamayo, Ane (2013). The Impact of Corporate Social Responilisibty on Firm Value: The Role of Customer Awareness", Management Science, Vol. 59 Iss 5 pp. 1045 – 1061.
58. Seto -Pamies, Dolors (2015). The Relationship between Women Directors and Corporate Social Responsibility. Journal Corporate Social Responsibility and Environmental Management. Volume 22, Issue 6, Pages 334–345
59. Shrader, C., Blackburn, V., & Iles, P (1997). Women in Management and Firm Financial Performance: An Exploratory Study," Journal of Managerial Issues, 9(3), PP. 355–372.
60. Sila, Vathunyoo, Gonzalez, Angelica and Hagendorff, jens (2016). Women on board : does boardoom gender diversity affect firm risk? Journal of corporate Finance 36,pp. 26-53.
61. Soares, R., Marquis, C., & Lee, M (2011). Gender and corporate social responsibility: It's a matter of sustainability. Catalyst report.
62. Wetlesen, T. S. (2013). Work values in the second generation of gender equality pioneers: A case study from Norway. Gender, Work and Organization, 20(1), 100–112.
63. Williams, R. J (2003). Women on corporate boards of directors and their influence on corporate philanthropy. Journal of Business Ethics, 42(1), 1–10.
64. Zhang, J. Q., Zhu, H., & Ding, H (2013). Board composition and corporate social responsibility: An empirical investigation in the post Sarbanes-Oxley Era. Journal of Business Ethics, 114, 381–392.

راهبردهای حسابداری
سال اول، شماره اول
صص ۲۹-۱۷

نقش و جایگاه رضایت شغلی بانوان در مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها

پریسا برجی[۱]

چکیده

رضایت شغلی نقش بسزایی در بهبود و پیشرفت سازمان، بهداشت و سلامت نیروی‌کار ایفا می‌کند، با توجه به این موضوع که بخشی از نیروی‌کار را بانوان تشکیل می‌دهند، مسئله رضایت شغلی بانوان شاغل از مسائل بنیادین هر سازمانی به‌شمار می‌رود؛ زیرا وضعیت بانوان به‌عنوان بخشی از نیروی‌کار به دلیل وظایف خانه‌داری و همسرداری، با شرایط کاری مردان متفاوت است. توجه به فعالیت‌های مسئولیت‌اجتماعی، نیازهای بانوان شاغل و رفع نیازها، منجر به ایجاد رضایت و بهبود کیفی زندگی آن‌ها می‌گردد و رضایت بیش‌تر، کارایی و تلاش مضاعف و بازده کاری بهتر را درپی خواهد داشت.ازاین‌رو، در این مقاله به بررسی نقش و جایگاه رضایت شغلی بانوان در مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها پرداخته می‌شود.

واژگان کلیدی: رضایت شغلی، بانوان، مسئولیت‌پذیری اجتماعی.

۱ دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه تهران

۱. مقدمه

کارکنان از مهم‌ترین عوامل تعیین کننده موفقیت سازمان در فضای رقابتی امروز هستند و این مسئله برای سازمان‌های عمرانی و خدماتی از اهمیت بسزایی برخوردار است؛ زیرا رفتارهای مطلوب و پسندیده کارکنان باعث بهبود کیفیت محصولات و ارائه خدمات می‌شود (آزور و کاظمی، ۱۳۹۳). بنابراین، به منظور کسب مزیت رقابتی در فضای رقابتی موجود، برخورداری از کارکنان متعهد که تمام تلاش خود را بر تحقق اهداف و عملکرد بهتر سازمان معطوف کنند، برای هر سازمانی ضروری به نظر می‌رسد. در چنین شرایطی، توسعه مطلوب نظام سازمانی که بتواند به افزایش تعهد سازمانی، رضایت شغلی و وفاداری کارکنان منجر شود؛ از مهم‌ترین وظایف و مسئولیت‌های اجتماعی سازمان‌ها است (یاسربی، ۲۰۰۶). طبق نظریه فریمن (۱۹۸۴) بهره‌مندی از راهبردهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی از طریق رضایت ذینفعان مختلف شرکت(مانند مشتریان، کارکنان، دولت و سهامداران) به‌دست خواهد آمد و سازمان فقط در برابر سهامداران خود پاسخ‌گو نیست؛ بلکه باید منافع گروهی از ذینفعان را مورد توجه قرار دهدکه بر دستیابی به اهداف سازمان تأثیر می‌گذارند (لی و همکاران، ۲۰۱۳). ازآن‌جا که کارکنان از مهم‌ترین ذینفعان سازمان هستند، در نتیجه رعایت مسائل اخلاقی و ایجاد نگرشی مثبت در آن‌ها و در نهایت رضایت شغلی، یکی از مهم‌ترین مسئولیت‌پذیری‌های اجتماعی سازمان است که می‌تواند افزایش کیفیت محصولات و خدمات به مشتریان، عملکرد بهتر شغلی و موفقیت‌های مالی را به‌همراه داشته باشد (بائومان و اسکیتکا، ۲۰۱۲). بانوان، به عنوان بخشی از نیروی‌کار در طی قرون اخیر، گام‌های بلندی را برای بهبود جایگاه خود در نظام استخدام عمومی برداشته‌اند. اکنون، نگاه جهان بیش‌تر به سوی بانوان معطوف شده است؛ زیرا امروزه برای تحقق توسعه اجتماعی، تسریع فرایند توسعه اقتصادی و محقق شدن عدالت اجتماعی، چنانچه به بانوان به عنوان نیروی فعال و سازنده نگریسته شود، قطعاً تأثیر بسیاری در روند توسعه و افزایش کمی و کیفی نیروی انسانی آن جامعه خواهد داشت (مجدی و همکاران، ۱۳۹۲). عوامل بسیاری باعث افزایش سهم بانوان در تلاش ملی در یک کشور می‌شود، یکی از این عوامل مهم، رضایت شغلی آن‌ها است (سفیری و همکاران، ۱۳۹۲). شرایط حاکم بر زندگی بانوان شاغل، در اکثر نقاط دنیا حاکی از آن است که نه تنها از مسئولیت‌های آن‌ها کاسته نشده است، بلکه اشتغال، بار مضاعفی را بر دوش آن‌ها گذاشته است. کار در بیرون از منزل، نقش همسری، نقش مادری و رسیدگی به وضع منزل در کنار فعالیت در محیط کار باعث می‌شود تا بانوان دچار خستگی و اضطراب ناشی از محیط‌کار و منزل شوند. فشار کاری بانوان شاغل، روابط اجتماعی و خانه‌داری آن‌ها را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد و برای آن‌ها تعارض ایجاد می‌کند. مسلماً، تعارض‌های نقشی، به‌ویژه فشارهای کاری، می‌توانند سلامت جسمانی و روانی بانوان شاغل را در معرض خطر قرار دهند (شجاع‌نوری و همکاران، ۱۳۹۴). بنابراین، مسئله رضایت شغلی بانوان از اهمیت زیادی در بحث مسئولیت‌پذیری اجتماعی برخوردار است.

۲. رضایت شغلی

با توجه به این که موضوع رضایت شغلی با انسان سروکار دارد، تسلط بر تمام ابعاد آن و ارائه تعریفی جامع، بسیار دشوار است (منصوری و همکاران، ۱۳۸۷). به هر حال، تعاریف مختلفی از رضایت شغلی مطرح شده است. برای نمونه، رضایت شغلی نگرش فرد نسبت به شغل و به زبان ساده، چگونگی احساس فرد نسبت به شغل خود و جنبه‌های گوناگون آن است (سید جوادین، ۱۳۸۴). رضایت شغلی عبارت است از میزان احساس مثبت یا منفی کارمند (کارگر) نسبت به شغل خود(لام وچان، ۲۰۰۲). پژوهش‌ها نشان می‌دهند که علت نگرش مثبت یا منفی افراد نسبت به شغل خود به شرح زیر است:

۱. عواملی که مربوط به سیاست‌ها و رویه‌های سازمان است؛
۲. عواملی که مربوط به شرایط کار و یا نحوه قرار گرفتن افراد در محل انجام کار است؛
۳. عواملی که در ارتباط با شخصیت‌های فردی کارکنان است (درویش، ۱۳۸۶).

رضایت شغلی ترکیبی از رضایت شناختی و رضایت احساسی فرد نسبت به شغل خود است. رضایت شناختی، رضایتی است که بیش‌تر بر ارزیابی منطقی و عقلانی شرایط کار استوار است. بنابراین، رضایت شناختی ارزیابی مبتنی بر مقایسه‌هااست که بر قضاوت‌های احساسی تکیه ندارد و شرایط فرصت‌ها و درآمدها را در نظر می‌گیرد. اما، رضایت احساسی، ارزیابی کلی فرد از لحاظ احساس نسبت به شغل خود است، که خلق‌وخوی و احساس خوب و مثبت افراد را در هنگام کار کردن نسبت به کارکنان نشان می‌دهد (علیپور و فرید، ۱۳۹۲). بررسی‌ها نشان می‌دهند که از سال ۱۹۷۶ به بعد بیش از ۳۰۰۰ مطالعه در رابطه با رضایت شغلی انجام شده است (دونوهو و هی‌وود، ۲۰۰۴). این موضوع، به ویژه در کشورهای اروپایی، از اهمیت بالایی برخوردار است. در این کشورها، مؤسساتی هستند که وضعیت متغیرهای مرتبط با انگیزش را به طور مستمر، پایش می‌کنند. برای نمونه، نتایج پیمایش‌های انجام شده نشان می‌دهند که در سال ۲۰۱۲، میزان رضایت شغلی به طور میانگین در هشت کشور اروپایی، بالاتر از حد متوسط (۶/۶ از ۱۰) بوده است که در این میان، بیش‌ترین میزان رضایت شغلی، در هلند و بلژیک (۷/۱) و کم‌ترین آن در انگلستان و فرانسه (۶/۲) است (اسدی و همکاران، ۱۳۹۳). نتایج پژوهش مای(۲۰۱۱)، نشان می‌دهد که روابط مناسب با همکاران موجب افزایش رضایت شغلی حسابرسان می‌شود. نتیجه پژوهشی که توسط اکپرا و وین (۲۰۰۸) صورت گرفت، حاکی از وجود رابطه معنادار بین اخلاق کار سازمانی، تعهد سازمانی و رضایت شغلی است. نتایج پژوهش مدیسون (۲۰۰۲)، بر روی ۲۱۰۰۰ زن شاغل حاکی از آن است که کارکنانی که فاقد برخورداری از حمایت همکاران خود هستند، از شغل خود احساس نارضایتی می‌کنند. ابرهات و شانی (۲۰۰۰) با بررسی رضایت شغلی جمعی از کارکنان زن و مرد که به صورت پاره‌وقت و دائم در یک بیمارستان کار می‌کردند، بیان نمودند که کارکنان پاره وقت نسبت به کارکنان تمام وقت از شغل خود بیش‌تر راضی هستند. نتایج پژوهش دانلیز (۲۰۰۰) حاکی از آن است که افزایش سن و عدم

پیشرفت در کار از جمله عواملی هستند که در نارضایتی شغلی بانوان تأثیر می‌گذارند. نتایج پژوهش وانپراگ و همکاران (۲۰۰۱) نشان می‌دهد که بین رضایت شغلی و سلامت عمومی رابطه وجود دارد و رضایت شغلی با افزایش سن، تجهیزات شغلی و حقوق افزایش می‌یابد. چیو (۱۹۹۸) در پژوهشی درباره ۳۲۶ وکیل که از پیمایش ملی ۱۹۹۰ به دست آمده است، نشان می‌دهد که بانوان به طور معناداری رضایت شغلی کم‌تری دارند و این موضوع در درجه اول به‌خاطر فقدان نفوذ و فرصت‌های ترفیعی آن‌ها بوده است. به‌علاوه بانوانی که در سطوح بالاتر حرفه‌ای بودند با این که انتظارات یکسانی با مردان حرفه‌ای داشتند؛ به دلیل نابرابری در فرصت‌ها، از رضایت شغلی کم‌تری برخوردار بودند (چیو، ۱۹۹۸). پژوهش هاروی (۲۰۰۶) نشان می‌دهد، کارگرانی که روابط بین‌فردی خوبی با دیگران و تحصیلات مرتبط با شغل خود دارند، از رضایت شغلی بیش‌تری برخوردار هستند. نتایج پژوهش منظری توکلی و رجبی (۱۳۹۲) نشان می‌دهد هرچند مؤلفه‌های عدالت سازمانی (عدالت توزیعی، رویه‌ای و تعاملی) ارتباط معنی داری با رضایت شغلی دارند؛ تنها دو مؤلفه عدالت توزیعی و تعاملی به پیش‌بینی رضایت شغلی قادر هستند. نتایج پژوهش باقرپورولاشانی و همکاران (۱۳۹۱) نشان می‌دهند که هشت عامل سازمانی شامل دستمزد، ارتقا، مشارکت در تصمیم‌گیری، قدردانی، تخصصی کردن فعالیت‌های حسابرسی، ارزیابی عملکرد به شیوه مناسب، پیشرفت شخصی و فعالیت در مؤسسات حسابرسی بزرگ و شش عامل ماهیتی شامل تنوع کاری، آزادی عمل در کار حسابرسی، آگاهی از نتیجه حاصل از فعالیت حسابرسی، چالشی بودن شغل حسابرسی، انعطاف‌پذیری در حین فعالیت حسابرسی و احساس مفید بودن و سه عامل محیطی شامل سرپرستی، روابط اجتماعی مناسب همکاران و امنیت شغلی در مؤسسات حسابرسی موجب افزایش و ابهام در شغل حسابرسی، موجب کاهش رضایت شغلی حسابرسان می‌شود. بهشتی‌فر و همکاران (۱۳۸۹) نشان دادند که بین مسئولیت‌پذیری مدیران و رفتار عادلانه مدیران با رضایت شغلی کارکنان رابطه معنادار مثبتی وجود دارد. نتایج پژوهش زمینی و همکاران (۱۳۹۰) نشان می‌دهند بین فرهنگ سازمانی و رضایت شغلی رابطه معکوس و معنی‌داری وجود دارد. نتایج پژوهش کوهستانی و شجاعی‌فر (۱۳۸۰) حاکی از آن است که رضایت شغلی با رشته تحصیلی رابطه معنی‌داری دارد؛ اما با سابقه خدمت رابطه معنی‌داری ندارد. کشانی نتیجه گرفت زنان و مردان از نظر میزان رضایت شغلی و فرسودگی شغلی با هم تفاوت دارند و زنان رضایت شغلی بالاتر و فرسودگی شغلی پایین‌تری نسبت به مردان دارند(زرقانی، ۱۳۸۵).

۳. اهمیت رضایت شغلی

شواهد زیادی مبنی بر اهمیت رضایت شغلی برای مدیران بخش دولتی وجود دارد. کارمندان راضی به دلیل کاهش میزان غیبت و در نتیجه تداوم یافتن کار، بهره‌وری بیش‌تری را برای بخش دولتی به ارمغان می‌آورند و در نتیجه منافع بیش‌تری عاید جامعه می‌سازند (رجب‌بیگی و همکاران، ۱۳۸۵). آگاهی از میزان نگرش کارکنان نسبت به شغل خود در همه‌ی مؤسسات، مهم محسوب می‌گردد. مدیران، در زمان گزینش و استخدام افراد، تنها در پی داوطلبانی برنمی‌آیند که از توانایی‌ها، تجربه و انگیزه‌های لازم برخوردار باشند، بلکه به نظام ارزشی آنان که متناسب با ارزش‌های سازمان باشد، نیز توجه دارند. از سوی دیگر مدیران در حین کار نیز، به نگرش کارکنان و میزان رضایت شغلی آن‌ها تأکید دارند(لیو و همکاران، ۲۰۰۴). رضایت شغلی از دو بعد اهمیت دارد، نخست از جنبه کرامت انسانی که شایسته است با کارکنان منصفانه و با احترام رفتار شود، دوم، از جنبه رفتاری که رضایت شغلی می‌تواند رفتار کارکنان را به گونه‌ای هدایت کند که بر کارکرد و وظایف سازمانی آن‌ها تاثیر بگذارد (سپهوند و شریعت‌نژاد، ۱۳۹۳).

۴. عوامل تعیین کننده رضایت شغلی

عوامل زیادی بر رضایت شغلی تأثیر می‌گذارند که این عوامل را می‌توان در چهارگروه عمده طبقه‌بندی کرد:

۱. عوامل سازمانی: بعضی از عوامل سازمانی که منبع رضایت شغلی هستند، شامل حقوق‌ودستمزد، ترفیعات، خط‌مشی‌های سازمانی می‌باشند.

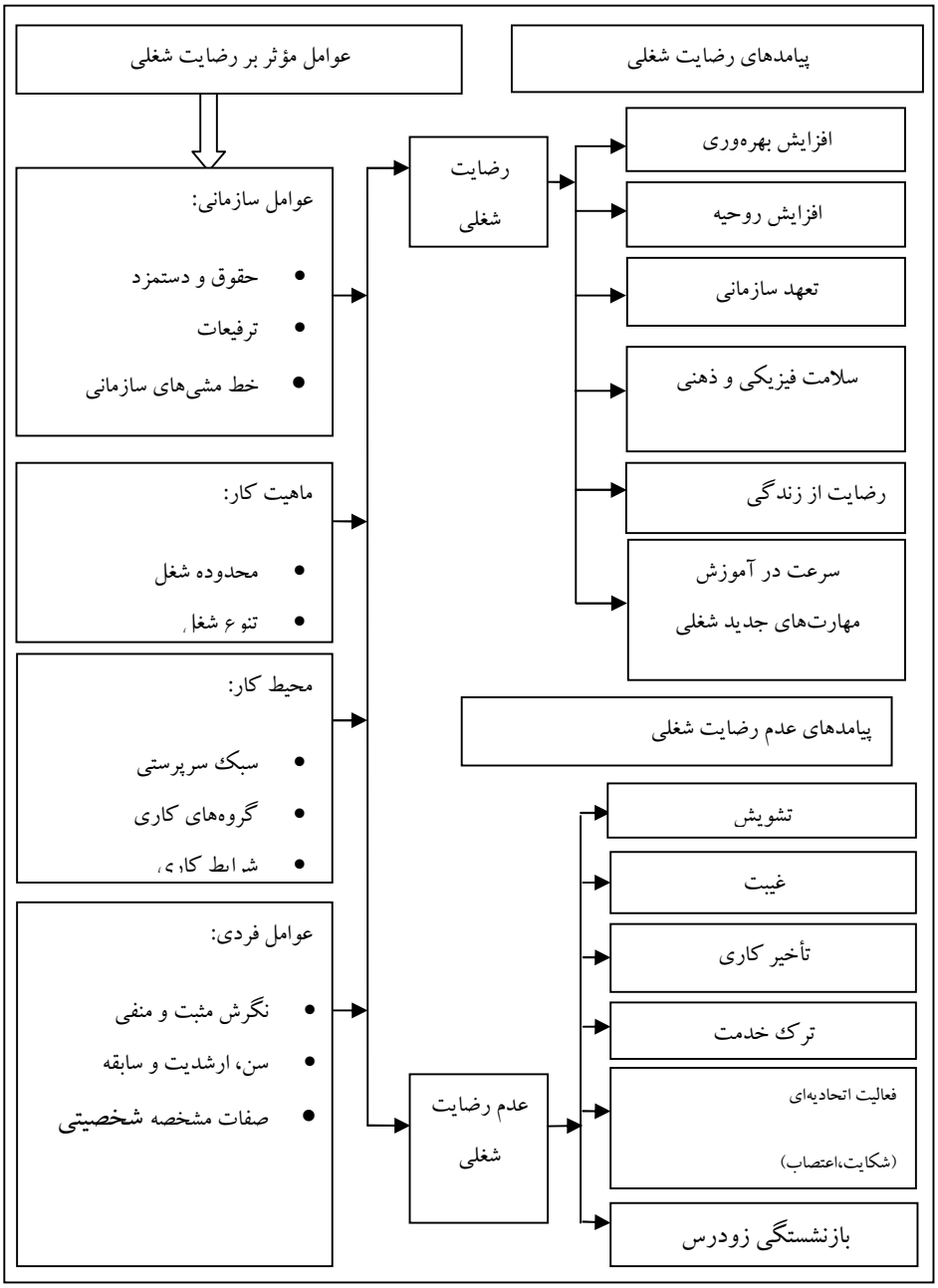
۲. عوامل محیطی: عوامل محیطی شامل سبک سرپرستی و گروه‌های کاری می‌باشند.

۳. ماهیت کار: کار به خودی خود نقش مهمی در تعیین سطح رضایت شغلی دارد. محتوای شغل دارای دو جنبه است، یکی محدوده شغل است که شامل میزان مسئولیت، اقدامات کاری و بازخورد است. هرچه این عوامل وسیع‌تر باشند باعث افزایش حیطه شغلی می‌شود که آن نیز به‌نوبه خود رضایت شغلی را فراهم می‌آورد. دومین جنبه عبارت است از تنوع‌کاری. تحقیقات نشان می‌دهد که تنوع‌کاری متوسط، مؤثرتر است. تنوع‌کاری گسترده باعث ابهام و اضطراب می‌شود و از طرف دیگر تنوع‌کاری کم، باعث یکنواختی و خستگی می‌گردد که نهایتاً به عدم رضایت شغلی منجر می‌گردد.

۵. عوامل فردی: در حالی که محیط بیرونی سازمان و ماهیت شغل، عوامل تعیین کننده در رضایت شغلی هستند، صفات و ویژگی‌های فرد نیز نقش مهمی در آن دارد. بعضی صفات مشخصه شخصیتی طوری است که باعث افزایش رضایت شغلی می‌شود(بهشتی‌فر و نکوئی‌مقدم، ۱۳۸۹).

۶. هر سازمانی با نیروی انسانی ایجاد می‌شود و بدون آن هیچ سازمانی به ادامه حیات قادر نخواهد بود. بنابراین، شناخت نیازها، انگیره‌ها، تمایلات، عوامل رضایت و عدم رضایت کارمندان نه تنها لازم است، بلکه جهت اتخاذ سیاست‌های صحیح، راهبردهای مناسب و برنامه‌های مؤثر ضروری می‌باشد(مقیمی، ۱۳۸۰).

در مدل رضایت شغلی، اولاً بهره‌وری فرد افزایش می‌یابد، فرد نسبت به سازمان متعهد می‌شود، سلامت فیزیکی و ذهنی فرد تضمین می‌شود، روحیه فرد افزایش می‌یابد، از زندگی راضی است و مهارت‌های جدید شغلی را به سرعت آموزش می‌بینند. ثانیاً، عدم رضایت شغلی سبب کاهش روحیه کارکنان می‌شود و روحیه‌ی پایین در کار بسیار نامطلوب است. در نتیجه مدیران وظیفه دارند علائم روحیه پایین و عدم رضایت شغلی را به طور مستمر زیر نظر بگیرند(فرهی بوزنجانی و همکاران، ۱۳۹۰). مدل رضایت شغلی (مفیمی، ۱۳۸۰)



۵. مسئولیت‌پذیری اجتماعی

توجه به آثار شرکت‌ها در جامعه، به ظهور مفهومی مهم در ادبیات کسب‌وکار به نام مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها منجر شده است. (نصر، ۲۰۱۰). درسال ۱۹۵۳ هاروارد بوون اولین نظریه‌پرداز مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، در کتاب مسئولیت‌های اجتماعی تاجر بیان کرد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی، تعهد از جانب کارفرما برای گرفتن تصمیم‌ها و یا انجام فعالیت‌هایی است که از نظر اهداف و ارزش‌های جامعه مطلوب هستند. (میریام جانکالوا، ۲۰۱۶). در جامعه امروز، مسئولیت‌پذیری اجتماعی یک مزیت رقابتی محسوب می‌شود و می‌تواند دید مثبتی از شرکت در جامعه ایجاد کند، که این امر در نهایت رضایت جامعه، جذب مشتریان جدید و سودآوری را به‌همراه خواهد داشت(جونس و همکاران، ۲۰۱۰). چهار بعد مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، برگرفته از مدل کارول به شرح زیر است:

۱. بعد اقتصادی

مسئولیت اقتصادی، پایه و شالوده همه ابعاد هرم مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت است و به عقیده کارول، مهم‌ترین بعد است؛ زیرا سازمان باید، به منظور ابقای خود در بازار و منفعت‌رسانی به جامعه، سودآوری و بهره‌وری داشته باشد. درواقع، مسئولیت اقتصادی این است که از طریق تولید با کیفیت خوب و قیمت منصفانه برای مصرف‌کننده، سودآوری سرمایه‌ها را درپی داشته باشد(لانتوس، ۲۰۰۱).

۲. بعد قانونی

مسئولیت قانونی که در سطح پایین‌تری از بعد قبلی قرار دارد، نشان‌دهنده این اصل است که هر کسب‌وکار مستلزم پیروی از قوانین‌ومقررات تعیین شده برای اصلاح همگان است (جمالی و میرشاک، ۲۰۰۷).

۳. بعد اخلاقی

مسئولیت اخلاقی مبهم‌ترین بعدی است که کارول مطرح کرده است. این بعد که انتظارات جامعه از سازمان و فراتر از چارچوب قوانین مکتوب است، مبنی بر این است که سازمان، ارزش‌ها و هنجارهای جامعه را مورد نظر داشته باشد و به آن‌ها احترام بگذارد. مسئولیت‌های اخلاقی پایبندی به اصول اخلاقی، انجام کارهای درست، عدالت، انصاف و احترام به حقوق مردم است (کارول، ۱۹۹۱).

۴. بعد بشردوستانه

مسئولیت بشردوستانه، تلاش داوطلبانه‌ی سازمان به منظور رسیدگی به مسائل و معضلات جامعه است. این مسئولیت، یعنی صرف‌نظر کردن از پول و زمان در جهت خدمات، همکاری‌ها و کمک‌های داوطلبانه می‌باشد و اکثر بحث‌وجدل‌ها درباره‌ی مشروعیت و حدومرز مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، بر سر همین موضوع است. شرکت‌ها به طور روزافزون سعی می‌کنند کمک‌های خود را در جهت نیازهای مبرم کارکنان و مصرف‌کنندگان قرار دهند(جمالی و میرشاک، ۲۰۰۷).

مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی، مزایای احتمالی بی‌شماری همچون بهبود رابطه سازمان با ذینفعان خود و ارتقای ظرفیت آن برای ابتکار و نوآوری، از طریق ارائه دیدگاه‌ها و نگرش‌های جدید و ارتباط با طیف

متنوعی از ذینفعان؛ افزایش روحیه وفاداری و تعهد کارکنان، بهبود بهداشت و ایمنی برای کارکنان زن و مرد و تأثیر مثبت بر قابلیت سازمان در استخدام، ایجاد انگیزه و حفظ کارکنان و...برای سازمان‌ها را در پی دارد(احمدی کهنعلی وهمکاران، ۱۳۹۴).

۶. رضایت شغلی بانوان و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها

شرکت‌ها علاوه‌بر آن‌که مؤسسه‌های اقتصادی هستند، اساساً نهادهایی اجتماعی می‌باشند و لذا بایستی به پیامدهای اجتماعی فعالیت‌های خود اهمیت داده و بین مسئولیت‌های متضاد خود نسبت به گروه‌های ذینفع مختلف تعادل برقرار سازند(صنایعی و همکاران، ۱۳۸۷). شرکت‌هایی که مسئولیت‌پذیری اجتماعی خود را انجام داده و آثار مسئولیت‌پذیری اجتماعی و محیطی خود را می‌پذیرند، منافع ویژه‌ای به دست می‌آورند که تمام آن‌ها را نمی‌توان در قالب مبالغ کمی ارائه کرد؛ از جمله این منافع می‌توان به استخدام و ابقای بهتر کارکنان، بهبود در تصمیم‌گیری‌های درون‌سازمانی و صرفه‌جویی هزینه‌ها، بهبود وجه‌شرکت و روابط با سهامداران و بهبود بازده‌مالی اشاره کرد(خواجوی و همکاران، ۱۳۹۴). مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، منابع انسانی خود را به سمتی مدیریت می‌کنند تا از ایمنی در محل‌کار، جلوگیری از حوادث و سلامت کارکنان اطمینان حاصل کنند (گرین وود، ۲۰۰۲). کارکنان سازمان در موفق شدن برنامه‌های مسئولیت‌پذیری‌اجتماعی سازمان نقش اساسی دارند؛ زیرا این کارکنان هستند که راهبردها را ابداع می‌کنند، تصمیم می‌گیرند و برنامه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان را به اجرا می‌گذارند (سلمانی و همکاران، ۱۳۹۴). فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها فرصت‌هایی از قبیل، ایجاد کردن چارچوب برای کار قابل تحمل، تشویق به منظور ایجاد ابتکار در عملیات برای گسترش و ترویج سلامت و امنیت شغلی، درنظر گرفتن حساسیت‌های گروه‌های ذینفع مختلف از طریق کسب شناخت نسبت به آن‌ها، برای تقویت سلامت و امنیت شغلی کارکنان ارائه می‌دهد که در نهایت سبب رضایت شغلی آن‌ها می‌شود(ایزاسکان و همکاران، ۲۰۱۷).

به منظور رسیدگی درست نسبت به مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها کارول پیشنهاد می‌کند که سازمان در تمام سطوح مسئولیت‌پذیر باشد، نه صرفاً به معنی مسئولیت‌پذیری در برابر ایجاد سود برگشتی برای سهامداران و اطاعت از قانون در سطوح اقتصادی و قانونی، بلکه برای حمایت از حقوق اخلاقی و برآوردن انتظارات مشتریان، کارکنان، جامعه و برای ترویج رفاه و حسن‌نیت در سطوح اخلاقی و بشردوستانه(کارول، ۱۹۹۱). با افزایش بهره‌مندی‌های شخصی و فردی بانوان، نقش آنان در توسعه جامعه‌ای که به آن تعلق دارند، بیش‌تر شده است(جواهری و همکاران، ۱۳۸۷). بانوان شاغل به‌جهت سلامت شغلی و نیازهای امنیتی خاصی که دارا می‌باشند، به‌عنوان کارکنان آسیب‌پذیر طبقه‌بندی می شوند(سازمان نیروی کار بین‌الملل، ۲۰۱۶). درنتیجه رضایت شغلی و عوامل فردی و محیطی موثر بر آن، به دلیل ارتباط مستقیم با سرمایه انسانی، از مهم‌ترین مباحث در سازمان‌هاهستند(اسدی و همکاران، ۱۳۹۳)؛ زیرا اگر فرد به شغل خود علاقه‌مند باشد، خلاقیت و استعداد وی در زمینه کاری شکوفا خواهد شد و کم‌تر دچار خستگی و افسردگی می‌شود برعکس، اگر فرد

از حرفه خود راضی نباشد، هم خودش دچار افسردگی و سرخوردگی می‌شود و هم کارش بی‌نتیجه خواهد شد. رضایت شغلی یکی از عوامل بسیار مهم در موفقیت شغلی است و باعث افزایش کارایی و احساس رضایت فردی می‌شود (فرهی بوزنجانی و همکاران، ۱۳۹۰). در واکنش به شغل هر جنسیتی باید تفاوت‌های جنسیتی در محیط‌کار (استقلال کم و کنترل زیاد در کار به دلیل موقعیت مردها در سلسله مراتب کاری، تبعیض در محیط‌کار)، تفاوت‌های جنسیتی در وضعیت اشتغال کارکنان (پاره‌وقت، تفکیک افقی و عمودی مطابق با محرک‌های محل‌کار)، توازن بین کاروزندگی (مراقبت از کودک، مراقبت از سالمند، وظایف داخلی) و عوامل مرتبط غیرکاری(خشونت‌خانگی) که باعث خستگی و استرس می‌شود را در نظر گرفت (مسینگ و همکاران۲۰۰۳). دیدگاه اصلی برای سلامت و امنیت شغلی بانوان مبتنی بر تفاوت‌های بیولوژیکی، فیزیکی و روانشناسی آن‌ها می‌باشد(سازمان نیروی کار بین‌الملل، ۲۰۱۰). شرکت‌هایی که خواهان فراهم کردن نیازهای بانوان در رابطه با موضوع سلامت و امنیت شغلی آن‌ها هستند، می‌توانند از رویه‌های مختلفی استفاده کنند برای نمونه، ثبت و تجزیه‌وتحلیل از کارافتادگی به دلیل انواع مختلف بیماری و حادثه، نظارت کردن بر محرک‌های خاص بانوان، مانند بار هیجانی شغل‌های خاص، استقلال محدود و کنترل آن‌ها، کار دوگانه، تغییر یا طراحی مجدد شرایط‌های کاری در یک شغل یا فرآیند، برای تشویق مشارکت بانوان و انجام اقدامات برای جلوگیری و از بین بردن مزاحمت‌هایی که در محیط‌کار برای آن‌ها ایجاد می‌شود (ایزاسکان و همکاران، ۲۰۱۷).

۷. نتیجه‌گیری

مشارکت سازمان در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی، بر برداشت و نگرش بانوان شاغل اثر خواهد گذاشت و آن‌ها تحت‌تأثیر این فعالیت‌ها قرار خواهند گرفت؛ به‌طوری که رضایت این افراد از نحوه عملکرد مدیریت، شرایط فیزیکی کار و... باعث ایجاد رضایت شغلی در آن‌ها می‌شود و رضایت کارکنان از شغل خود سبب افزایش مشارکت آن‌ها در روندانجام وظایف، یادگیری سریع مهارت‌های شغلی و عدم ترک شغل و افزایش روحیه می‌گردد؛ که بر اساس نظریه لیکرت، بین روحیه افراد و بازدهی رابطه مستقیم و نزدیکی وجود دارد؛ به‌طوری که افزایش روحیه کارکنان سبب افزایش بازدهی سازمان می‌شود. از آن‌جا که مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان عامل اصلی بقای هر سازمانی می‌باشد؛ سازمان‌ها باید به فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی خود توجه بیش‌تری داشته باشند و منافع تمام ذینفعان، به‌خصوص بانوان شاغل را درنظر گرفته و سعی کنند شرایطی را فراهم آورند که آن‌ها از شغل خود احساس رضایت داشته باشند که در نتیجه این رضایت‌مندی از شغل، آن‌ها می‌توانند نقش‌های همسری و مادری خود را به نحو مطلوبی ایفا نمایند؛ زیرا رضایت شغلی پدیده‌ای است که از مرز سازمان فراتر می‌رود و آثار آن در زندگی خصوصی فرد و خارج از سازمان مشاهده می‌شود.

منابع

۱. آزور، هیوا.، و کاظمی، مهدی (۱۳۹۳). شناسایی تاثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر کیفیت روابط کارکنان و پیامدهای آن(مطالعه موردی: کارکنان شرکت خدمات مهندسی و ساخت کیسون). مدیریت بازرگانی، سال ۶،شماره ۴، ص ۶۸۵-۶۶۵

۲. احمدی کهنعلی، رضا.، عباس‌نژاد، طیبه.، و زنده‌بودی، ماهرخ (۱۳۹۴). بررسی مقایسه‌ای مدل‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی(CSR). دومین کنفرانس ملی و اولین کنفرانس بین‌المللی. پژوهش‌های نوین درعلوم انسانی

۳. اسدی، محمودرضا.، عباسی کارجگان، داوود.، عسگری، کاظم.، و سخن‌سنج، نرگس (۱۳۹۳). بررسی تاثیر عوامل فردی و محیطی بر رضایت شغلی کارکنان شهرداری منطقه ۱۸ تهران. اقتصاد و مدیریت شهری، سال۳، شماره ۹، ص ۱۳-۱.

۴. باقرپورولاشانی، محمدعلی، ساعی، محمدجواد، وشعنی، سیداسماعیل (۱۳۹۱). تحلیل دیدگاه حسابرسان دررابطه با عوامل مؤثر بر رضایت‌مندی شغلی آن‌ها. پژوهش‌های تجربی حسابداری، سال ۲، شماره ۶، ص ۹۴-۶۵.

۵. بهشتی‌فر، ملیکه.، و نکوئی‌مقدم، محمود (۱۳۸۹). رابطه رفتار اخلاقی مدیران با رضایت شغلی. اخلاق در علوم و فناوری، سال ۵، شماره‌های ۱و۲، ص ۷۳-۶۷.

۶. جواهری، فاطمه.، و داریاپور، زهرا (۱۳۸۷). مشکلات شغلی زنان عضو هیأت‌علمی دانشگاه. پژوهش زنان، دوره۶، شماره۲، ص ۱۰۶-۷۹

۷. خواجوی، شکراله.، و اعتمادی جوریابی، مصطفی (۱۳۹۴). مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و گزارشگری آن، فصلنامه حسابداری سلامت، سال ۴، شماره۲، شماره پیاپی(۱۲)، ص۱۲۳-۱۰۴.

۸. درویش، حسن (۱۳۸۶). بررسی عوامل مؤثر بر رضایت شغلی کارکنان(رویکردی تحلیلی-پژوهشی). فرهنگ مدیریت، سال۵، شماره۱۶، ص ۱۴۰-۱۱۷.

۹. رجب‌بیگی، مجتبی.، امینی، مجید.، پرتوی، بامداد.، وقنبرزاده علمداری، ناهید (۱۳۸۵). سنجش رضایت شغلی منابع انسانی در بخش دولتی و عوامل مؤثر بر آن. فصلنامه مدرس علوم‌انسانی، دوره ۱۰، شماره۱ (پیاپی۴۴)، ص ۱۳۱-۱۱۱.

۱۰. زرقانی، علی (۱۳۸۵). بررسی رابطه بین میزان رضایت‌مندی اعضاء هیأت‌علمی از عوامل درون‌سازمانی باانگیزه پژوهشی آنان در دانشگاه‌های شهرستان سبزوار، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، مدیریت آموزش‌وپژوهش، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی خراسان رضوی.

۱۱. زمینی، سهیلا، حسینی‌نسب، داوود، زمینی، سمیرا.، و زارعی، پروین (۱۳۹۰). بررسی رابطه فرهنگ سازمانی با رضایت شغلی و فرسودگی شغلی در میان کارکنان دانشگاه تبریز. فصلنامه سلامت کار ایران، دوره ۸، شماره ۱، ص ۴۰-۳۱.

۱۲. سپهوند، رضا، و شریعت‌نژاد، علی (۱۳۹۳). بررسی تاثیر شایستگی مدیریتی بر رضایت شغلی و تعهد سازمانی اعضای هیأت علمی و کارکنان دانشگاه‌های خرم‌آباد. مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۱۲، شماره ۳، ص ۵۲۸-۵۰۵.

۱۳. سفیری، خدیجه، باستانی، سوسن، و قرانی دامداباجلا، لیلا (۱۳۹۲). سنجش رابطه حمایت شبکه‌های اجتماعی غیررسمی و رضایت شغلی زنان در شهر اردبیل. زن درتوسعه و سیاست، شماره ۴۱، ص ۲۷۴-۲۵۳.

۱۴. سلمانی، داود، مدرسی، سعید.، نوریان، کیمیا، و سلمانی، آرزو (۱۳۹۴). تأثیر قضاوت‌های کارکنان درباره برنامه‌های مرتبط با مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان، بر نگرش و رفتارهای آن‌ها. مدیریت دولتی، دوره ۷، شماره ۲، ص ۱۰۶-۷۹.

۱۵. سید جوادین، سیدرضا (۱۳۸۵). مدیریت منابع انسانی، تهران، انتشارات ترمه.

۱۶. شجاع‌نوری، فروغ‌الصباح، خادمی، فاطمه، و سدیدپور، سمانه‌سادات (۱۳۹۴). تحلیل اثرات دورکاری زنان شاغل و متأهل بر تعادل کار ـ زندگی. مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان، سال ۱۳، شماره ۳، ص ۴۲-۷.

۱۷. صنایعی، علی.، صفری، علی، و علیزاده، سمیرا (۱۳۸۷). بررسی تأثیر رعایت مسئولیت‌پذیری اجتماعی (CSR) برحفظ محیط‌زیست. اولین کنفرانس بین‌المللی جایگاه ایمنی صنعتی، بهداشت حرفه‌ای و محیط‌زیست در سازمان‌ها.

۱۸. علیپور، حمیدرضا، و فرید، مرضیه (۱۳۹۲). بررسی رضایت شغلی کارکنان بانک کشاورزی لاهیجان. مطالعات کمی در مدیریت، سال ۴، شماره ۲، ص ۱۲۶-۱۱۵.

۱۹. فرهی‌بوزنجانی، برزو.، مهدوی، موسی، و عباسی، مصیب (1390). عوامل مؤثر بر رضایت یا عدم رضایت شغلی کارکنان فاوای نزسا. فصلنامه‌ی پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین ⑨، سال ۲، شماره ۳و۴ (شماره پیاپی ۷و۸)، ص ۱۲۰-۱۰۱.

۲۰. کوهستانی، حسینعلی، و شجاعی‌فر، حبیب‌الله (۱۳۸۰). رابطه رضایت شغلی مدیران دانشکده‌ها با تعهد سازمانی دردانشگاه‌های مشهد، مجله دانش و توسعه، شماره۱۳، ص ۱۱-۲۶.

۲۱. مجدی، علی‌اکبر، رضایی، امید، و برادران، سیمین (۱۳۹۲). پیش‌بینی رضایت شغلی زنان شاغل در مشاغلخدماتی غیردولتی مشهد. مطالعات فرهنگی اجتماعی خراسان، شماره۲۹، ص ۱۶۰-۱۳۹.

۲۲. مقیمی، سیدمحمد (۱۳۸۰). سازمان و مدیریت رویکردی پژوهش. تهران، انتشارات ترمه.

۲۳. منصوری، علی، صفری، سعید، عباسی، داود، صالحی، مهدی (۱۳۸۷). کاربرد مدل تحلیل مسیر در تبیین عوامل مؤثر بر رضایت شغلی کارکنان (مطالعه موردی: گمرک جمهوری اسلامی ایران). فرهنگ مدیریت، سال ۵، شماره ۱۷، ص ۱۱۰-۸۹.

۲۴. منظری توکلی، علیرضا، و رجبی، محبوبه (۱۳۹۲). بررسی رابطه ادراک عدالت سازمانی و رضایت شغلی کارکنان دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی کرمان. مجله بهداشت و توسعه، دوره۲، شماره۱، ۳۲-۲۲.

25. Aberhurt and shunny, (2000), Shift work and job stress, Journal of organizational Behavior.

26. Bauman, Ch. W. and SKitka, L. J (2012). Corporate social responsibility as a source of employee satisfaction. Research in organizational Behavior, 32(0): 63-86.
27. Carroll, A. B (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. Business Horizons, 34(4): 39-48.
28. Chiu, Ch (1998). Doprofessional Women Have Lower Job Satisfaction than Professional Men? Lawyers as a case study, Pro Quest Social Science Journals, 38, 718.
29. Daniels, K (2000). Measures of Five Aspects of Effective Well-being at Work, Human Relations, 53 (2), 275-290.
30. Donohue, W., Heywood, J (2004). Job Satisfaction. International Journal of Man Power, Vol. 26, 36-37.
31. Greenwood, M, R., 2002. Ethics and HRM: a review and conceptual analysis. J. Bus. Ethics 36 (3). 261-278
32. Harvay, S (2006) .Personality & Individual Difference, APR, 40 (5), 1063-1074.
33. ILO, 2010. Women Workers and Gender Issues on Occupational Safety and Health.International Labour Organization Geneva.
34. ILO, 2016.Women at Work.Trends 2016. International Labor Office, Geneva. Jain, A., Leka. S., Zwetsloot, G., 2011.Corporate Social responsibility and psychosocial risk management in Europe.J. Bus. Ethics 101 (4), 619-633.
35. IzaskanLarriete-Rubin de Ceil, Sara Fernandez de Bobadilla-Guemez, Maria del Mar Alonso- Almeida, Eva Velasco-Balmaseda (2017).Woman's occupational health and safety management: An issue for corporate social responsibility. Journal homepage: www.elsevier.com/locate/ssci, 61-70.
36. Jamali, D. &Mirshak, R (2007). Corporate social responsibility (CSR): Theory and practice in a developing country context. Journal of Business Ethics, 72: 243-262.
35. Jones, D. a., Willness, C. R., and Madey, S (2010). Why Are Job Seekers Attracted To Socially Responsible Companies.Journal of*ACAD MANAGE PROC*, 1-6.
36. Lam, T., Lo, A. and Chan, J (2002). New employees' turnover intentions and organizational commitment in the Hong Kong hotel industry.Journal of Hospitality and Tourism Research, 26 (3): 217-234.
37. Lantos, G. P (2001). The boundaries of strategic corporate social responsibility. Journal of Consumer Marketing, 18 (2): 595-630.
38. Lee, C-K., Hakjun, S. and Bernhard, B. J (2013). The impact of CSR on casino employees' organizational trust, job satisfaction, and customer orientation: An empirical examination of responsible gambling strategies. International Journal of Hospitality Management, 33: 406-415.
39. Liu, C., I. Borg, and P.E.S pector (2004), Measurement Invariance f the German Job Satisfaction Survey used in a multinational organization: Implications of Schwartz's Culture Model.Journal of Applied Psychology, V, 89. N, 6: 1070-82.
40. Madison, D (2002). Can Your Job Make You Sick?.Journal of psychology Today, Vol. 5. No. 2: 93-95.
41. May- Chiun Lo,T. Ramayah, (2011), Mentoring and job satisfaction in Malaysian SMEs.Journal of Management Development Vol. 30No. 4,2011 pp. 427-440.
42. Messing, K., punnett,L., Bond, M., Alexanderson,K., Pyle, J., Zahm, S., Wegman, D., stock, S. R., de Grosbois, S., et al., 2003. Be the fairest of them all: challenges and recommendations for the fairest of them all: challenges and recommendations for the treatment of them all: challenges and recommendations for the treatment of gender in occupational health research. Am. J. lnd. Med. 43 (6), 618-629.

43. Miriam Jankalova (2016). Approaches to the evaluation of corporate Social Responsibility, procedia Economics and finance, 39.580-589.
44. NASR, H(2010), corporate social responsibility disclosure: an examination of framework of determinants and consequences. Doctoral thesis, Durham University. Available at Durham E-Theses, Online: http://ethesses.dur.ac.uk/480/
45. Okpara, J. O, Wynn, p (2008). The impact of ethical climate or job satisfaction, and commitment in Nigeria, Implications for management development, Journal of Management Development, 9 (27), 935-950.
46. Van praag, B. M S., Frijiters, Ferrer, I., and carbonell, A (2000).The anatomy of subjective well-being.Journal of Economic Behavior and Organization, 51, 29-49.
47. Yasrebi, A (2006). Relationship between teacher's professional commitment and organizational climate in Saghez schools, unpublished MsDissertation, Urmia University. Urmia. (In personal).

راهبردهای حسابداری
سال اول، شماره اول
صص ۴۰-۳۰

حسابرسی داخلی، راهبری شرکتی و مدیریت ریسک

هنگامه نظری[۱]، مصطفی قناد[۲]

چکیده

حسابرسی داخلی به عنوان ابزار نظارتی در سازمان، امکان مدیریت بهتر فعالیت‌ها را برای تصمیم‌گیرندگان درون‌سازمانی فراهم می‌کند. باتوجه به این‌که حسابرسان داخلی مسئولیت نظارت بر عملیات و کنترل فعالیت‌های مدیریت را بر عهده دارند؛ نقش مهمی در نظام راهبری شرکت ایفا می‌کنند. راهبری شرکتی، سازوکار هدایت و کنترل سازمان است که توازن مناسبی را میان آزادی مدیریت، رعایت حقوق ذی‌نفعان و پاسخگویی فراهم می‌آورد. از طرف دیگر حسابرسی داخلی به تصمیم‌گیری در شرایط بحرانی کمک کرده و نسبت به صحت مدیریت ریسک در سازمان اطمینان معقولی را فراهم می‌کند. بنابراین، برخی از تحلیل‌گران، حسابرسی داخلی ضعیف را نشانه‌ای از ریسک شکست راهبری شرکتی می‌شناسند. در این نوشتار به روابط میان حسابرسی داخلی، راهبری شرکتی و مدیریت ریسک پرداخته می‌شود و براهمیت نقش روزافزون حسابرسی داخلی در سازمان تأکید می‌شود.

واژگان کلیدی: حسابرسی داخلی، راهبری شرکتی، مدیریت ریسک، ریسک.

---

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران
رایانامه؛ Nazari.h@stu.um.ac.ir

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران و عضو باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران.
رایانامه؛ Ghannad.Fa@Gmail.Com

۱. مقدمه

تغییرات متوالی در حرفه حسابرسی داخلی موجب شده است که حسابرسان داخلی بر اثربخشی مدیریت ریسک و بهبود کنترل فرآیندهای راهبری شرکتی تمرکز بیش‌تری داشته باشند (عبدالمحمدی، ۱۳۹۳). وجود بحران‌ها و فسادهای اقتصادی و تغییرات در مقررات و فناوری، که محرک اصلی تغییرات گسترده در حسابرسی داخلی هستند؛ حاکی از عدم راهبری شرکتی مناسب در سازمان‌ها است (اسدی و اصغری، ۱۳۹۳). بنابراین، در چنین محیط پرچالشی ارتقای صلاحیت‌های محوری و حرفه‌ای حسابرسان داخلی اهمیت می‌یابد (رحمانی، ۱۳۹۳). از سویی دیگر، با افزایش سطح ریسک‌های موجود در سازمان، دستیابی به سیستم حسابرسی داخلی کارا در سازمان مستلزم آگاهی در زمینه کسب‌وکار، چارچوب مفهومی حسابداری در سطح ملی و بین‌المللی و اصول و استانداردهای حسابرسی داخلی می‌باشد (مدیرکیا، ۱۳۹۴). با وجود این‌که حسابرسی داخلی شامل حسابرسی مالی، عملیاتی و رعایت است؛ نقش آن طی دوره‌های زمانی مختلف تغییر یا توسعه می‌یابد. به‌عنوان نمونه، امروزه حسابرسی داخلی با استفاده از ابزار حاکمیتی به مدیریت ریسک کمک می‌کند. جدایی مالکیت از مدیریت در سازمان‌ها به علت اهداف متفاوت طرفین به ایجاد تضاد منافع منجر می‌گردد. لذا راهبری شرکتی به عنوان راهکاری برای ایجاد کنترل و برقراری توازن میان منافع مدیران و سهامداران، کاهش هزینه‌های نمایندگی، مقابله با سود و ایجاد ارزش برای سازمان‌ها مورد توجه قرارگرفته است (سلیمانی و مقدسی، ۱۳۹۳). سرمایه‌گذاران برای تصمیم‌گیری، عوامل راهبری شرکتی، ازجمله میزان ریسک، کیفیت قوانین و وضعیت انحصاری سازمان را موردتوجه قرار می‌دهند. شواهد بررسی حسابرسی داخلی در کشورمان نشان می‌دهد که اثربخشی حسابرسی داخلی در تحقق اهداف راهبری شرکتی در سطح پایینی قرار دارد و به بررسی اسناد حسابداری منحصر می‌شود (آزاد و بختیاری، ۱۳۹۰).

۲. مفهوم حسابرسی داخلی، راهبری شرکتی و مدیریت ریسک

براساس قانون بورس نیویورک (۲۰۰۴) تمام شرکت‌های پذیرفته شده به داشتن واحد حسابرسی داخلی و ارائه نتایج آن به مدیریت ملزم هستند (اسدی و اصغری، ۱۳۹۳). مدیران سازمان‌های انتفاعی و غیرانتفاعی برای دستیابی به اهداف سازمان و حصول اطمینان از به‌کارگیری منابع و باتوجه به پیچیدگی‌های سازمان و افزایش معاملات و مبادلات تجاری، واحدی تحت عنوان حسابرسی داخلی را ایجاد نمودند (رحیمیان و توکل‌نیا، ۱۳۹۱). برخی از مهم‌ترین عواملی که موسسه حسابرسان داخلی در سال ۲۰۱۰ به عنوان مسئولیت حسابرسان داخلی مطرح کرده است شامل موارد زیر می‌باشد (عبدالمحمدی، ۱۳۹۳):

- ✓ بررسی راهبری شرکتی
- ✓ حسابرسی فرآیندهای مدیریت ریسک شرکت؛

- ✓ ارزیابی اثربخشی سیستم‌های کنترلی؛
- ✓ حسابرسی مخاطرات تأمین مالی؛
- ✓ حسابرسی ریسک اطلاعاتی؛
- ✓ حسابرسی ریسک فناوری اطلاعات و ارتباطات؛
- ✓ مدیریت بحران و پیش‌بینی.

انجمن حسابرسی داخلی آمریکا در سال ۲۰۱۳ گزارشی را به نام «حسابرسی داخلی در سال ۲۰۲۰» منتشر کرده است که در آن مهم‌ترین ویژگی حسابرسی داخلی را بررسی حوزه ریسک، مهارت‌های حرفه‌ای فوق‌العاده و تغییرات اساسی در گزارش حسابرسی و فناوری معرفی کرده است. الزامات قانونی جدید در راهبری شرکتی و استانداردهای جدید مدیریت ریسک نشان می‌دهند که حسابرسی داخلی برای مواجهه با این شرایط، نیاز به تغییر روش‌ها، ابزارآلات و تکنیک‌های سنتی خود دارد (اسدی و اصغری، ۱۳۹۳). حرفه حسابرسی داخلی از لحاظ تاریخی سه دوره را گذرانده است و در هر مرحله نقش‌های مهمی را پذیرفته که در جدول ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱. سیرتاریخی حسابرسی داخلی

مرحله زمانی	نقش حسابرسی داخلی
حسابرسی داخلی سنتی	✓ حسابرسی داخلی در خدمت مدیرمالی است و وظیفه کنترل کیفیت عملیات حسابرسی را برعهده دارد ✓ بررسی رویدادهای حسابداری و سندرسی، ارزیابی تطابق (بررسی رعایت رویه‌های شرکت) و آزمون رویه‌ها، ازجمله اقداماتی است که توسط حسابرسان داخلی انجام می‌شود
حسابرسی داخلی مدرن	✓ هدف، توسعه خدمات حرفه‌ای و گسترش بازار است ✓ کنترل تمام عملیات داخلی، ارزیابی کنترل‌های داخلی، گزارش درباره سیستم کنترل داخلی و ارائه خدمات مشاوره به مدیریت، ازجمله خدمات حسابرسان داخلی است
حسابرسی داخلی نومدرن	✓ فعالیت حسابرسان داخلی توسعه یافته و طیف وسیعی از گروه‌های سازمان ازجمله هیأت مدیره، مدیریت ارشد، مدیریت عملیاتی و حسابرسان مستقل را شامل می‌شود ✓ فرایند حسابرسی شامل حسابرسی هرگونه عملیات، عملکرد، اطلاعات سیستم اطلاعاتی، رعایت قانونی، صورت‌های مالی، تقلب و گزارش عملکرد می‌شود ✓ حسابرسان داخلی نقش مهمی در ارزیابی و بهبود مدیریت یسک و ایجاد ارزش افزوده برای سازمان ایفا می‌کنند

* منبع: مونتینو و زاهاریا (۲۰۱۴)

باتوجه به این‌که دامنه حسابرسی داخلی گسترده و دربرگیرنده جنبه‌های عملیاتی سازمان به صورت کامل می‌باشد؛ می‌تواند از وقوع رویدادهای نامطلوب در سازمان جلوگیری به عمل آورد؛ از جایگاه ویژه‌ای در سازمان برخوردار است. انجمن حسابرسان داخلی، حسابرسی داخلی را فعالیتی بی‌طرفانه با هدف مشاوره به مدیریت سازمان معرفی می‌نماید که به بهبود اثربخشی مدیریت ریسک، کنترل داخلی و راهبری شرکتی کمک می‌کند (عبدالمحمدی، ۱۳۹۳). محدوده وظایف، فعالیت‌ها و روش‌های حسابرسی داخلی و نحوه گزارشگری آن‌ها باید به روشنی مشخص بوده و به عهده افراد صاحب صلاحیت قرار گیرد (رحیمیان و توکل‌نیا، ۱۳۹۱). حسابرسی داخلی باتوجه به فعالیت‌هایی که انجام می‌دهد؛ به ایجاد ارزش افزوده برای سازمان منجر می‌گردد. همچنین، گزارش حسابرسی داخلی شامل اطلاعاتی در خصوص تجزیه‌وتحلیل ریسک‌هایی است که شرکت در معرض آن قرار دارد (مدیرکیا، ۱۳۹۴). باتوجه به افزایش ارزش و جایگاه حسابرسی داخلی، این انتظار وجود دارد که حسابرسان داخلی با روش‌های زیر به ارزش‌آفرینی در سازمان‌ها کمک نمایند (رحمانی، ۱۳۹۳):

- ✓ هشدار زودهنگام نسبت به وجود ریسک‌های نوظهور؛
- ✓ تمرکز عمیق بر موضوعات عملیاتی، رعایت و گزارشگری غیرمالی؛
- ✓ بهبود اطلاعات برای تصمیم‌گیری در سراسر سازمان؛
- ✓ توجه به نشانه‌های تهدید و زوال فرهنگ ریسک.

حسابرسی داخلی ریشه در سه مفهوم مدیریت ریسک، کنترل و راهبری شرکتی دارد (ارباب سلیمانی و کمالی زارع، ۱۳۸۵). مفهوم راهبری شرکتی به سیستمی که سازمان به وسیله آن اداره و کنترل می‌شود؛ اشاره دارد (کاراتاس و اپاتاریو، ۲۰۱۴). مطابق بیانیه انجمن حسابرسان داخلی در سال ۲۰۱۴، بخش حسابرسی مالی از برنامه حسابرسی داخلی کاهش یافته است؛ درحالی‌که بخش بزرگی از آن، بر اثربخشی مدیریت ریسک، راهبری شرکتی و استراتژی تجارت متمرکز شده است. امروزه حسابرسی داخلی به جزء جدایی‌ناپذیری از راهبری شرکتی تبدیل شده است (مولر، ۲۰۰۹). افزون براین، مسئول نظارت و تأیید فعالیت‌های مدیران با دخالت مستقیم در راهبری شرکتی می‌باشد (استانسیو، ۲۰۱۲).

فعالیت حسابرسان داخلی، علاوه بر ارزیابی عملکرد، اطمینان ازکفایت کنترل‌های داخلی و پیشگیری و کشف تقلب‌ها، شامل حصول اطمینان از مسئولیت‌پذیری در راهبری شرکتی است. همچنین، حسابرسی داخلی فعالیتی هدفمند و مستقل است که نسبت به کنترل‌های داخلی سازمان اطمینانی را فراهم می‌کند و با ارزیابی‌های مستمر از ریسک به سازمان در دستیابی به اهداف کمک می‌کند (جوکان،۲۰۱۱). افزون بر موارد پیش‌گفته، حسابرسی داخلی فعالیت‌های مشاوره‌ای، اطمینان از بهره‌وری عملیاتی و اطمینان از انطباق با قوانین و مقررات و راهبری شرکتی را دربر می‌گیرد (عبدالمحمدی،۱۳۹۳).

فرآیند راهبری شرکتی بر توسعه کفایت حسابرسی داخلی اثربخش برای حفاظت از دارایی‌ها تاکید می‌ورزد (یانگ، ۲۰۰۲). کرملینگ و همکاران (۲۰۰۴) اظهار می‌دارند عملکرد حسابرسی داخلی یکی از

زیربناهای اصلی راهبری شرکتی است. کمیته حسابرسی و مدیریت به بررسی سیستم کنترل داخلی تعیین شده از طریق راهبری شرکتی وابسته هستند (ماهزان و یان، ۲۰۱۴). غیرالزامی بودن بسیاری از اصول راهبری شرکتی به عدم رعایت آن‌ها از سوی شرکت‌ها منجر می‌شود که در این شرایط، مقامات نظارتی به کنترل و اجرای استانداردها قادر نخواهند بود (مدیرکیا، ۱۳۹۴). راهبری شرکتی برای ایفای نقش مؤثر بر سازمان، به سازوکارهایی از جمله هیأت مدیره و مدیریت، کمیته حسابرسی، واحد حسابرسی داخلی و حسابرس مستقل نیاز دارد.

ریسک‌پذیری عنصری جدایی‌ناپذیر از راهبرد شرکت، محرکی برای دستیابی به اهداف و بخشی از تصمیم‌گیری در سازمان است. ریسک را می‌توان به عنوان احتمال وقوع رویدادهایی در سازمان دانست که مانع رسیدن به اهداف می‌شوند (رای، ۲۰۰۸). رهنمودهای بین‌المللی مدیریت ریسک ایزو ۳۱۰۰۰ در سال ۲۰۰۹، با عنوان «مدیریت ریسک، اصول و رهنمودها» به صورت استاندارد تدوین شده است. این استاندارد راهنما و مبنایی برای سازمان‌ها به‌منظور بهبود مدیریت ریسک فراهم می‌آورد. هیأت مدیره با استفاده از اطلاعات کافی، سهامداران را از اجرای مؤثر مدیریت ریسک یا وجود ضعف در آن آگاه می‌سازد؛ بدین منظور در بیش‌تر کشورها، مقررات و آیین‌نامه‌هایی برای تحقق این امر تعریف شده است (مدیران بورس اوراق بهادار کانادا، ۲۰۱۰). توانایی ارزیابی و پاسخگویی به چگونگی مدیریت ریسک یک شرکت به دلیل اثرگذاری شرکت بر ذی‌نفعان و بازارهای ملی و بین‌المللی، به ارتباطی فراتر از ارتباط میان سهامداران و هیأت مدیره منجر می‌شود (شبکه بین‌المللی راهبری شرکتی، ۲۰۱۰).

مدیریت ریسک به ریسک‌ها و فرصت‌های مؤثر بر خلق یا حفظ ارزش می‌پردازد و فرآیندی است که به هیأت مدیره، مدیریت و سایر کارکنان در تدوین راهبرد سازمان، شناسایی رویدادهای بالقوه مؤثر بر واحد تجاری و تعیین میزان دستیابی به اهداف باتوجه به میزان ریسک‌پذیری آن، کمک می‌کند (رحیمیان و زمانی فرد، ۱۳۹۳). فرآیندهای مدیریت ریسک برای اثربخشی بایستی با سیستم‌های مدیریت سازمان یکپارچه شود. مدیریت ریسک برای حمایت از تصمیم‌گیری مدیران با عوامل دیگری مانند منابع انسانی، بودجه‌بندی و سیاست‌های اخلاقی پیوند می‌خورد (اسدی و اصغری، ۱۳۹۳).

هیأت مدیره باید سطح تحمل ریسک شرکت را تعیین کند و بر عناصر کلیدی مدیریت ریسک برای محافظت از سرمایه‌گذاری سهامداران و دارایی‌های شرکت نظارت داشته باشد. همچنین کنترل‌های داخلی برای مدیریت ریسک حائز اهمیت هستند و هیأت مدیره باید در تبیین، اجرا و بررسی سیستم کنترل داخلی متعهد باشد (ماهزان و یان، ۲۰۱۴). در همین جهت حسابرسان داخلی نسبت به ادامه فعالیت‌های تجاری و بهبود وضعیت سازمان پس از وقوع بحران اطمینان می‌دهند. یکی از اصول کلیدی چارچوب کوزو ۲۰۱۳ مربوط به نظارت و ارزیابی بر ریسک تقلب است که باتوجه به آن، درصورتی‌که شرکت کوزو را پذیرفته باشد به بررسی مجدد میزان کفایت کنترل‌های موجود در سازمان نیاز دارد.

۳. تعامل و ارتباط میان حسابرسی داخلی، راهبری شرکتی و مدیریت ریسک

براساس گزارش انجمن حسابرسان داخلی خبره، حسابرسان داخلی در بخش خدمات مالی مسئولیت ارزیابی صحت ریسک محاسبه شده قبل از وقوع رویدادهای استراتژیک را بر عهده دارند. مدیر اجرایی انجن حسابرسان داخلی خبره اظهار می‌دارد که در مقررات کنونی، نقش حسابرسی داخلی به عنوان عنصر کلیدی در مدیریت ریسک درنظر گرفته شده است. حسابرسان داخلی به تصمیم‌گیری در شرایط بحرانی کمک می‌کنند و نسبت به درستی بررسی و مدیریت ریسک‌هایی که در شرکت ایجاد می‌شوند؛ اطمینان می‌دهند. امروزه تحلیل‌گران مالی برای ارزیابی مدیریت ریسک، جایگاه و تأثیر حسابرسی داخلی را افزون بر سایر عوامل مورد توجه قرار می‌هند تا دریابند تصمیم‌های استراتژیک چگونه اتخاذ می‌شود و آیا هیأت مدیره به پشتوانه حسابرسان داخلی به چالش‌های مدیریتی می‌پردازد؟ (بیاتی، ۱۳۹۳).

هیأت مدیره در سازمان ملزم به افشاء موارد زیر است (مدیران بورس اوراق بهادار کانادا، ۲۰۱۰):

- ✓ اطلاعات مربوط به ریسک‌های ناشر و تعیین مهم‌ترین آن‌ها؛
- ✓ مشاوره نسبت به چگونگی یکپارچه شدن مدیریت ریسک با سایر فرآیندهای تجاری مهم سازمان، مانند مدیریت راهبردی؛
- ✓ سیاست سازمان در برخورد با مدیریت ریسک؛
- ✓ ارزیابی هیأت مدیره در اثربخشی سیاست‌ها و روش‌های مدیریت ریسک؛

حرفه حسابرسی داخلی از طریق موارد زیر می‌تواند به تحقق اهداف مذکور توسط هیأت مدیره کمک نماید (مدیران بورس اوراق بهادار کانادا، ۲۰۱۰) :

- ✓ ایفای نقش در مدیریت ریسک سازمان؛
- ✓ پشتیبانی از مدیریت ریسک از طریق اطمینان‌بخشی نسبت به وجود کنترل‌های مربوط به نقاط بحرانی؛
- ✓ توسعه تکنیک‌های جدید برای نظارت، بررسی و ارتباط میان مدیریت ریسک و راهبری شرکتی؛
- ✓ همکاری گسترده حسابرسان در سراسر جهان به‌منظور رویارویی با چالش‌ها و تغییر در الزامات و آموزش حسابرسان داخلی.

مدیریت ریسک به دنبال کاهش احتمال پیامدهای زیان‌بار و افزایش احتمال پیامدهای مفید حاصل از تصمیم‌گیری‌های انجام شده در سازمان است. بنابراین، تمرکز حسابرسی داخلی نباید صرفاً به کنترل در سازمان معطوف باشد، بلکه باید به توانایی سازمان در مدیریت ریسک هم توجه داشته باشد (اسدی و اصغری، ۱۳۹۳). در این جهت، پیشنهاد بازنگری در قانون ساربنز آکسلی به‌منظور تغییر تمرکز حسابرسی داخلی از کنترل به مدیریت ریسک مطرح شده است.

نقش حسابرسان داخلی کمک به تصمیم‌گیرندگان در دستیابی به مناسب‌ترین راهکارهای بهبود ریسک است. خروجی فرآیند مدیریت ریسک، از طرفی برنامه بهبود ریسک است و از طرفی دیگر، شروعی برای حسابرسان داخلی و توسعه برنامه حسابرسی داخلی می‌باشد. حسابرسی داخلی برای اجرای اثربخش مدیریت ریسک باید نقش‌ها و مسئولیت‌های خود را به‌روزرسانی کند. یکی از مواردی که در این جهت مورد بررسی قرار می‌گیرد؛ ارتباط و همسویی حسابرسان داخلی و مستقل است. انجام حسابرسی‌های مستقل از نتایج کار حسابرسان داخلی نسبت به مدیریت ریسک کلی سازمان است (اسدی و اصغری، ۱۳۹۳). حسابرسان داخلی می‌توانند با تشکیل کمیته ارزیابی ریسک و یا از طریق خود ارزیابی ریسک، ریسک‌های بالقوه در سازمان را شناسایی نمایند (باقرپور، جهانبانی و ظفرزاده، ۱۳۹۳).

حسابرسی داخلی مبتنی بر ریسک به حسابرسی مدیریت ریسک در سازمان اشاره می‌کند. درسال‌های اولیه استقرار سیستم مدیریت ریسک در سازمان، ممکن است حسابرس داخلی به طورمستقیم در شناسایی ریسک، ارزیابی تأثیرات آن، بهبود واکنش نسبت به ریسک‌های مختلف و طراحی کنترل‌ها دخالت نماید. حسابرسی داخلی به بهبود سیستم مدیریت ریسک کمک می‌کند و به علت درک بهتر از تجارت و ریسک، ارتباط با مدیران در تمام سطوح سازمان و مهارت ارتباطی بالاتر، نسبت به سایر عناصر موجود در سازمان تأثیر بیش‌تری دارد. حسابرسی داخلی اطمینان می‌دهد که تمام تصمیم‌گیرندگان در سازمان ریسک‌پذیری و مدیریت ریسک را درک کرده‌اند و آن را در مدل‌های تصمیم‌گیری به کارگرفته‌اند. حسابرسی داخلی ضعیف نشان‌دهنده ریسک شکست راهبری شرکتی برای سهامداران و سایر ذی‌نفعان است (باتاچاریا، ۲۰۱۵)

حسابرسی داخلی نمی‌تواند از عدم هیچ‌گونه اختلال و مطابقت فعالیت‌های حسابرسی با کنترل‌های داخلی ویژه اطمینان کاملی فراهم نماید؛ بلکه تنها اطمینان معقولی از شناسایی ریسک‌های مدیریت و تحت کنترل بودن آن‌ها را فراهم می‌کند. حسابرسان داخلی باید درک کاملی از تجارتی که شرکت انجام می‌دهد، به منظور نظارت بر شرایط و ارزیابی تغییرات در واحد تجاری داشته باشند. آن‌ها باید از چالش‌های موجود آگاهی داشته باشند تا به مدیران نسبت به شناسایی ریسک‌های آتی کمک نمایند (زاهاریا و همکاران، ۲۰۱۴).

حسابرسان داخلی عنصر جدایی‌ناپذیر راهبری شرکتی هستند و نقش عمده‌ای در اطمینان‌بخشی از صحت و قابلیت اتکاء صورت‌های مالی ایفا می‌کنند و در اداره امور شرکت و مواجه با بحران‌های مختلف از طریق ارائه توصیه‌های قابل‌اطمینان درمورد اقداماتی که باید در جهت اصول راهبری شرکتی و اجتناب از ریسک انجام شوند؛ نقش مؤثری ایفا می‌کنند (مدیرکیا، ۱۳۹۴). در چارچوب کمیته حسابرسی، حسابرسی داخلی از طریق موارد زیر در راهبری شرکتی مشارکت می‌کند (سوایر، ۲۰۰۳):

- ✓ ارائه بهترین نقطه نظرات کاربردی در خصوص کنترل‌های داخلی؛
- ✓ تهیه اطلاعات درمورد فعالیت‌های متقلبانه؛
- ✓ حسابرسی سالانه و گزارشگری آن؛

- ✓ تشویق کمیته حسابرسی برای بازبینی‌های دوره‌ای عملیات سازمان و مقایسه آن با عملیات برنامه‌ریزی شده.

حسابرسی داخلی جزء جدایی‌ناپذیر سیستم نظارتی درون سازمان محسوب می‌شود و گستره وسیعی از اطلاعات بر اساس معیارهای مختلفی مانند ارزش، مقدار و زمان را شامل می‌شود که از آن برای آگاهی از رعایت قوانین و مقررات استفاده می‌شود (کاگرمان و همکاران، ۲۰۰۸). نقش حسابرسی داخلی درمورد راهبری شرکتی مربوط به معیارهایی می‌شود که باید برای طرح‌ریزی چارچوب راهبری شرکتی و اجتناب از ریسک بیش‌ازحد هدف‌گذاری شوند:

- ✓ افزایش کارایی مربوط به نظارت بر ریسک‌های موردنظر شوراها؛
- ✓ بهبود وضعیت اداره ریسک و اطمینان‌بخشی به نظارت فراهم شده توسط سرپرستان اداره ریسک.

فعالیت‌های حسابرسی داخلی باید روش‌های مناسبی را برای بهبود فرآیند حاکمیتی در موفقیت موارد زیر ایجاد نماید (ماهزان و یان، ۲۰۱۴):

- ✓ ترویج اخلاق و ارزش‌های مناسب در سازمان؛
- ✓ حصول اطمینان از پاسخگویی و عملکرد مؤثر مدیریت سازمان؛
- ✓ اطلاعات کنترلی و ریسک برقراری ارتباط مؤثر برای بخش‌های سازمان؛
- ✓ هماهنگی فعالیت‌ها و اطلاعات بین هیأت مدیره، مدیریت، حسابرسان داخلی و حسابرسان مستقل.

باتوجه به این‌که حسابرسی داخلی مسئول پاسخگویی در بخش راهبری شرکت است و به صورت مستقیم استراتژی‌هایی را برای مدیریت فراهم می‌نماید؛ دراصطلاح حسابرسان داخلی به‌عنوان چشم و گوش هیأت مدیره در سازمان شناخته می‌شوند. یکی از عواملی که می‌تواند به ضعف نظام راهبری شرکتی منجر شود؛ مدیریت نامناسب ریسک مانند نظارت ناکارآمد حسابرسی داخلی است (اسدی و اصغری، ۱۳۹۳). حسابرسی داخلی با استفاده از رویه‌ای سیستماتیک و منظم به بهبود فرآیندهای مدیریت ریسک و نظارت بر ریسک‌های سازمانی کمک می‌کند (دیلویت، ۲۰۰۵) و نقش روزافزونی در راهبری شرکتی یافته است (رضایی، ۲۰۰۹). نتایج پژوهش دراگالاس و همکاران (۲۰۱۱) نشان می‌دهد راهبری کارآمد شرکت برای شرکت‌هایی که در کشورهای درحال توسعه فعالیت می‌کنند امری ضروری است و برای دستیابی به آن باید از حسابرسی داخلی جهت ایجاد اطمینان و خدمات مشاوره استفاده نمایند. کائو و همکاران (۲۰۱۵) دریافته‌اند که روش‌های جدید کنترل داخلی مبتنی بر ریسک باعث تقویت روابط بین حسابرسی داخلی و راهبری شرکتی می‌شوند.

۴. نتیجه‌گیری

باتوجه به افزایش روزافزون نقش حسابرسی داخلی در سازمان‌ها، تبدیل حسابرسی داخلی به عنوان عنصرِ حامیِ اقدامات مدیریت در راهبری شرکتی و ابزاری برتر برای شناسایی ریسک در طول زمان نیاز وجود دارد. حسابرسی داخلی با رویکردی منظم، ارزیابی و بهبود کارایی و اثربخشی کنترل و مدیریت ریسک را تحت پوشش قرار می‌دهد. اهداف و مواضع مشترکی میان حسابرسان داخلی و مدیریت وجود دارد. ازاین‌رو، مدیران باید توصیه‌های حسابرسان داخلی را درک کنند و آگاه باشند که حمایت از آن‌ها باعث به کنترل درآوردن ریسک‌های موجود می‌شود. تاکنون اهمیت و جایگاه حسابرسی داخلی مورد توجه کم‌تری از سوی سازمان‌ها و استانداردگذاران قرار داشته است. در سال‌های آتی، حسابرسان داخلی به‌منظور داشتن نقش مؤثر و پایدار در موفقیت سازمان، مسئولیت‌های ویژه‌ای را می‌پذیرند. به‌عنوان نمونه، هنگام ارزیابی ریسک و تعیین برنامه حسابرسی داخلی به صورت استراتژیک عمل می‌کنند؛ مدیران را نسبت به وجود ریسک‌های بالقوه در سازمان آگاه و بر گزارشگری غیرمالی، رعایت و عملیاتی تمرکز می‌کنند.

منابع

۱. اسدی، مرتضی؛ اصغری، نیلوفر (مترجمین) (۱۳۹۳). «نقش آینده‌ی حسابرسی داخلی در مدیریت ریسک». دوماهنامه حسابرسان داخلی، سال اول، شماره ۱، صص ۲۸-۳۶. نویسندگان: جان شورترید، جان فریزر، گرانت پاردی و آرنولد شانفیلد.

۲. آزاد، عبداله؛ بختیاری، مهرداد (۱۳۹۰). «جایگاه کمیته حسابرسی، حسابرسی داخلی و کنترل‌های داخلی در نظام راهبری شرکتی». مجله حسابدار رسمی، شماره ۱۳، صص ۹۲-۹۸.

۳. باقرپورولاشانی، محمدعلی؛ جهانبانی، مصطفی؛ ظفرزاده، سمیه (۱۳۹۳). «ارزش‌آفرینی حسابرسی داخلی مبتنی بر ریسک». دومین کنگره سالانه حسابرسی داخلی؛ ارزش آفرینی در اقتصاد، نقش آفرینی در فرهنگ، تهران، انجمن حسابرسان داخلی ایران، ۲۸ مهر ۱۳۹۳.

۴. بیاتی، زهره (مترجم) (۱۳۹۳). «نقش مهم‌تر حسابرسی داخلی در ادغام و تملک و مدیریت ریسک». دوماهنامه حسابرسان داخلی، سال اول، شماره ۴، صص۳۹-۴۰. نویسنده: سارا ویت.

۵. رحمانی، علی (۱۳۹۳). «حسابرسی داخلی: کامیابی‌ها و جهت‌گیری‌های آینده». مجله حسابرس، شماره ۷۵، صص ۸۲ و ۸۳.

۶. رحیمیان، نظام‌الدین؛ توکل‌نیا، اسماعیل (۱۳۹۱). «نقش حسابرسی داخلی در کیفیت سیستم کنترل داخلی». مجله حسابرس، شماره ۵۹، صص ۱۰۴-۱۱۳.

۷. رحیمیان، نظام‌الدین؛ زمانی‌فرد، ندا (۱۳۹۳). « به‌کارگیری چارچوب‌های کنترل داخلی و مدیریت ریسک در سازمان‌های دولتی و غیرانتفاعی». دوماهنامه حسابرسان داخلی، سال اول، شماره ۳، صص ۸-۲۰.

۸. سلیمانی، غلامرضا ؛ مقدسی، مینا (۱۳۹۳). «نقش کنترل‌های داخلی، حسابرسی داخلی و کمیته حسابرسی در بهبود نظام راهبری (حاکمیت) شرکتی». مجله پژوهش حسابداری، شماره ۱۲، صص ۶۳-۷۷.

۹. عبدالمحمدی، محمدجواد (۱۳۹۳). «حدود وظایف حسابرسی داخلی در حاکمیت شرکت‌های بورسی». ماهنامه بازار و سرمایه، شماره ۵۶ و ۵۷، ص ۶۰ و ۶۱.

۱۰. مدیرکیا، پروانه (۱۳۹۴). «نقش حسابرسی داخلی در اصول راهبری شرکت‌ها و بحران‌های جاری». دوماهنامه حسابرسان داخلی، سال دوم، شماره ۵و۶ ، صص ۲۸-۳۲.

11. Bhattacharyya, A. K. (2015). “Internal Audit-Its Role in Corporate Governance” .Available at SSRN 2621149.

12. Cao, L., Li, W., & Zhang, L. (2015). “Audit mode change, corporate governance and audit effort” .China journal of accounting research, working paper.

13. Caratas, M. A., & Apatariu, E. C. (2014). “Contemporary approaches in internal audit” .Procedia economics and finance, 15, 530-537.

14. Kagermann, H ., & kinney, W ., & Kuting, K ., & Webwer, c-p. (2008). “Internal audit handbook: management with the SAP-Audit Roadmap” .First edition.

15. Karagiorgos, T., Drogalas, G., Christodoulou, P., & Pazarskis, M. (2010). “ Internal Auditing as an Effective Tool for Corporate Governance” .Journal of Business Management, 2(1), International Science Press, 15-23.

16. Mahzan, N., & Yan, C. M. (2014). “Harnessing the benefits of corporate governance and internal audit: advice to SME” .Social and behavioral sciences, 115, 156-165.
17. Moeller, R. (2009). “Brink’s modern internal auditing: A common body of knowledge published by John Wiley & Sons, Inc, Seventh Edition.
18. Munteanu, V., & Zaharia, D. L. (2014). “current trends in internal audit” .Social and behavioral sciences, 116, 2239-2242.
19. Sawyer, B. L. (2003). “Sawyer’s internal auditing, the practice of modern internal auditing” .The institute of internal auditors, 5th end, 1061-1102.
20. Stanciu, V. (2012). “Internal audit-rising to the challenge” .7th International conference “accounting and management system”., June 13-14, Bucharest, Romania.
21. Young, M. R. (2002). “Accounting irregularities and financial fraud” .A corporate governance guide, Aspen Law & Business, New York.
22. Zaharia, D. L., Lazar, A., & Tilea, D. M. (2014). “The role of internal audit regarding the corporate governance and the current crisis” .Social and behavioral sciences, 116, 4819-4823.

راهبردهای حسابداری
سال اول، شماره اول
صص ۵۱-۴۱

مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در کشورهای مختلف جهان

مرتضی کاظم‌پور[۱]

چکیده

شرکت‌ها با آن که بنگاه اقتصادی محسوب می‌شوند؛ در اصل می‌توان آن‌ها را نیز نهادی اجتماعی در نظر گرفت. ازاین‌رو، آن‌ها باید به پیامدهای اجتماعی فعالیت‌های خود توجه کنند. به همین دلیل، در سال‌های گذشته، مسئولیت‌پذیری اجتماعی به‌عنوان عنصر مهارکننده برای قدرت، تأثیر و تخلفات شرکت‌ها اهمیت و مقبولیت زیادی پیدا کرده است و یکی از موارد مهم در مسئله خودکنترلی و نظارت درونی به شمار می‌رود. علاوه بر این، ادراک هر چه بیش‌تر ذی‌نفعان از حقوق خود و نیاز به حفظ و نگهداری از محیط‌زیست برای نسل‌های آتی نیز ضرورت مسئولیت‌پذیری اجتماعی را تقویت کرده است. ازاین‌رو، برای درک هر چه بهتر مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، ابتدا کلیات، مفاهیم اولیه و نظریه‌های مختلف بیان شدند. سپس، پژوهشی از ولفورد (۲۰۰۴) در حوزه مسئولیت‌پذیری اجتماعی در کشورهای مختلف جهان و در نهایت، توجه به این مفهوم در بورس و بازارهای برخی از کشورهای جهان مانند ژاپن، استرالیا و عمان بررسی شد.

واژگان کلیدی: مسئولیت‌پذیری اجتماعی، نظریه‌ها، مزایا، هزینه‌ها، کشورهای مختلف.

۱ دانشجوی دکتری حسابداری، دانشگاه تهران
رایانامه؛ M.kazempour@ut.ac.ir

۱. مقدمه

مسئولیت‌پذیری اجتماعی عبارت است از رفتارها و تصمیمات مبتنی بر ارزش‌های پذیرفته‌شده اجتماعی (آنچه باید باشد) که فرد، گروه یا جامعه بر مبنای آن‌ها عمل می‌کند. در این تعریف، عناصر مختلفی وجود دارد. مطابق با این تعریف، مسئولیت‌پذیری اجتماعی نوعی تعهد است که شرکت‌ها باید در قبال آن پاسخ‌گو باشند. شرکت‌ها مسئول هستند که از آلوده کردن محیط‌زیست، اعمال تبعیض در امور استخدامی، بی‌توجهی به تأمین نیازهای کارکنان، تولید محصولات زیان‌آور و مانند آن‌که به سلامت جامعه لطمه می‌زند، بپرهیزند و سرانجام سازمان‌ها باید با اختصاص منابع مالی، در بهبود رفاه اجتماعی مورد قبول بیشینه جامعه، بکوشند (طاهری گودرزی و همکاران، ۱۳۹۳). به این نکته نیز باید اشاره شود که در مورد مسئولیت‌پذیری اجتماعی تعریف واحدی وجود ندارد. برای نمونه، به عقیده دیویس[1] (۱۹۷۵) مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، تعهد مدیریت به اعمال حمایت و بهبود هم رفاه جامعه در کل و هم منافع سازمان‌ها است. همچنین، باتاچاریا[2] و همکاران (۲۰۰۹) بیان کردند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، تعهد به بهبود سلامت جامعه از راه فعالیت‌ها و کمک‌های تجاری داوطلبانه از محل منابع شرکت است. وانگ و جاسلین[3] (۲۰۰۹) مطرح کردند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت فرض می‌کند که سازمان‌ها در جامعه نقشی گسترده‌تر از برآوردن تقاضا دارند و می‌توانند به عنوان اقداماتی تعریف شوند که برخی کالاهای اجتماعی را فراتر از منافع شرکت و آنچه توسط قانون الزامی شده است، ارائه می‌نمایند.

اما، جدا از مباحث نظری و تعاریف مختلف، امروزه موضوع مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و سازمان‌ها به یکی از رایج‌ترین موضوعات محافل علمی و دنیای تجارت تبدیل شده است و بسیاری از مدیران، به اختیار و یا به الزام، در تصمیم‌گیری‌های خود به آن توجه می‌کنند (جیو[4]، ۲۰۱۰). در این جهت، شرکت‌های فعال در زمینه‌های تجاری و خدماتی گوناگون، از سوی سیاستگذاران و دولت‌مردان مجاب می‌شوند تا برنامه‌های پاسخ‌گویانه خود را در رابطه با مسائل اجتماعی، طرح‌ریزی و اجرا کنند. به همین منظور، جوایز و گواهی‌نامه‌های معتبری نیز به شرکت‌ها اعطا می‌شود. ازاین‌رو، در سطح کشورها روزبه‌روز حجم ارائه اطلاعات و گزارش‌های دسته‌بندی‌شده از طرف سازمان‌های دولتی و غیردولتی در اهمیت مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان‌ها، افزایش یافته است (شافعی و احمدی، ۱۳۹۲). موضوع مسئولیت‌پذیری اجتماعی به حدی با اهمیت شده است که سازمان‌های بین‌المللی مانند سازمان ملل و اتحادیه اروپا، استانداردهایی را در این زمینه ارائه کرده‌اند و بنیاد مدیریت کیفیت اروپا در مدل الگوی تعالی خود برای سازمان‌ها، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها را به‌عنوان یکی از ارزش‌های هشت‌گانه

1. Davis
2. Bhattacharya
3. Wang & Juslin
4. Jio

خود معرفی کرده است (سپاسی و راهداری، ۱۳۹۲) و اتحادیه اروپا سال ۲۰۰۵ را به سال مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در کشورهای اتحادیه اروپا نام‌گذاری کرد (برزگر، ۱۳۹۲). ذکر این نکته نیز حائز اهمیت است که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در فرایند خودکنترلی نقش بسیار مهمی ایفا می‌کند و می‌تواند نظارت درونی را در سازمان گسترش دهد. ازاین‌رو، در مطالعه حاضر تلاش می‌شود تا مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی و توجه به آن در کشورهای مختلف جهان مورد بررسی قرار گیرد.

۲. تاریخچه مسئولیت‌پذیری اجتماعی

در ۱۷۶۰ سال قبل از میلاد، حمورابی منشور حمایت و محافظت از کودکان، زنان و قشرهای ضعیف جامعه را برای حکومتش صادر کرد. بعدها در زمان لویی پادشاه فرانسه، قوانینی برای محافظت از جنگل‌های آن کشور ارائه شد. سال‌ها پس‌ازآن، یعنی بعد از انقلاب صنعتی و بل اخص در قرن ۱۹ میلادی کارگران نیز پیگیر مسئولیت سازمان‌ها در قبال آموزش، مسکن و بهداشت خود و خانوادهای آنان شدند. با پایان دوران اقتصاد کلاسیک، نتیجه تمایل شرکت‌ها و سازمان‌ها به بی‌قیدی در قبال نقش اجتماعی خود و ناتوانی‌شان در کسب رضایت جامعه، پیدایش دولت‌های به نام دولت رفاه با ادعای خدمتگزاری به شهروندان در همه حوزه‌ها بود. در دهه ۱۹۳۰ تئودور کرس[1] مفهوم ممیزی اجتماعی را برای سازمان‌ها مطرح کرد که مقدمه‌ای برای تبیین رفاه اجتماعی و توسعه مفهوم گزارش‌دهی اجتماعی سازمان‌ها شد (الوانی، ۱۳۷۹).

در سال ۱۹۶۰ مسئولیت‌پذیری اجتماعی تلاش کرد تا جامعه را با شرکت‌ها مرتبط سازد، اساس این باور در یک جمله خلاصه شد: «به‌کارگیری سودمند منابع در سوی رفاه اجتماعی». به‌عبارت دیگر بالا بردن رفاه از طریق ارتقای اقتصاد با تولید و توزیع محصولات در جامعه. در سال ۱۹۷۰ مسئولیت‌پذیری اجتماعی با عنوان انطباق با صنایع شناخته شد و توانست در تمام بخش‌های اقتصادی وارد شود (دیپکا و راما[2]، ۲۰۱۴). زمانی که مسئولیت‌پذیری شرکت‌های چندملیتی، به‌عنوان موضوعی برای مباحث اجتماعی مطرح شد و انتقادها نسبت به موضوعات ارائه شده در بالا افزایش یافت، هیأت بلند پایه‌ای از سازمان ملل برای مطالعه نقش شرکت‌های چندملیتی در توسعه و روابط بین‌المللی شکل گرفت، که بعدها باعث تأسیس و استقرار مرکز شرکت‌های فراملیتی سازمان ملل و کار روی رفتار این شرکت‌ها شد. در سال ۱۹۹۲ اجلاس سران زمین، با موضوع توسعه پایدار در ریودوژانیروی مکزیک (از سوی سازمان ملل) برگزار شد و در نهایت به صدور اعلامیه ریو توسط سران ریو منجر شد. این اعلامیه یک چارچوب معاهداتی درباره تغییرات اقلیم، یک چارچوب معاهداتی درباره تنوع زیستی، تأسیس صندوق زیست‌محیطی بانک جهانی، تجهیز امکانات زیست‌محیطی جهانی و ۲۱ برنامه برای اجرا بود. اگرچه حکومت‌ها (به‌ویژه کشورهای توسعه‌یافته) عامل کاهش فقر و کمینه‌سازی تأثیرات زیست‌محیطی فعالیت‌های اقتصادی هستند؛ اما این برنامه تأکید کرد که

1. Theodore Cress
2. Deepika & Rama

تمامی بخش‌ها می‌توانند در از بین بردن فعالیت‌های غیر پایدارانه مشارکت کنند و از طریق تشکیل شورای تجارت برای توسعه پایدار، جامعه تجاری پذیرای مسئولیتش از طریق گفت‌وگو درباره موضوعات زیست‌محیطی، اقتصادی، اجتماعی شد (ایزو[1]، ۲۰۰۴). رحمان[2] (۲۰۱۱) ضمن ارزیابی و تحلیل تاریخی مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی در دهه‌های پیشین ابعاد مورد تأکید در هر دهه را استخراج نمود که در جدول ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱. ابعاد مورد تأکید مسئولیت‌پذیری اجتماعی در دهه‌های مختلف

دهه	ابعاد
۱۹۵۰	تعهد به جامعه
۱۹۶۰	رابطه بین شرکت و جامعه
۱۹۷۰	سلامت شهروندان، فلسفه‌ای که به منافع جامعه توجه دارد و به حل مسائل محلی می‌پردازد، ارتقای کیفیت زندگی، مسئولیت اقتصادی، مسئولیت قانونی، مسئولیت اخلاقی و مسئولیت داوطلبانه
۱۹۸۰	فعالیت‌های داوطلبانه، سودآوری اقتصادی، رعایت قوانین، حمایت اخلاقی و اجتماعی، مسئولیت‌های اقتصادی، مسئولیت‌های قانونی، مسئولیت اخلاقی، مسئولیت‌های داوطلبانه یا نوع‌دوستانه
۱۹۹۰	مشارکت ذی‌نفعان، تعهد به جامعه، نظارت زیست‌محیطی، افراد، کره خاکی، سود.
بعد از ۲۰۰۰	یکپارچه‌سازی ملاحظات اجتماعی و زیست‌محیطی، فعالیت‌های داوطلبانه، رفتار اخلاقی، توسعه اقتصادی، بهبود کیفیت زندگی شهروندان، حقوق بشر، محافظت از محیط‌زیست، مبارزه با فساد، شفافیت و پاسخ‌گویی

در یکی از جدیدترین مقالاتی که در زمینه مسئولیت‌پذیری اجتماعی نگارش شده است ویسر[3] (۲۰۱۴) بیان نمود که مسئولیت‌پذیری اجتماعی در سال ۲۰۲۰ دارای وضعیتی به‌صورت زیر خواهد بود:

۱. بسیاری از شرکت‌های بین‌المللی بزرگ، چهار مرحله اول مسئولیت‌پذیری اجتماعی (تدافعی، خیرخواهانه، ترویجی و راهبردی) را طی خواهند کرد و به نوعی دنبال تحول‌گرایی مسئولیت و پایداری شرکتی را خواهند گرفت.

۲. اتکا به دستورالعمل‌ها، استانداردها و رهنمودهای کسب‌وکارها، لازم است؛ ولی کم در نظر گرفته خواهند شد. شرکت‌ها بر اساس میزان نوآوری در محصولات و فرآیندها برای رسیدگی به مسائل اجتماعی و زیست‌محیطی مورد قضاوت قرار خواهند گرفت.

۳. مصرف‌کنندگان اخلاق محور، کم‌تر به‌عنوان عامل تغییر بررسی خواهند شد؛ چراکه شرکت‌ها با توجه به انگیزه‌های دریافتی از خط‌مشی‌ها و مشوق‌های حکومتی، به اصلاح محصولات خود تمایل بیش‌تری نشان خواهند داد و امکان خرید بدون دغدغه را فراهم خواهند کرد.

1. ISO
2. Rahman
3. Visser

۴. شراکت‌های میان بخشی در مرکز رویکردهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی قرار خواهند گرفت. این رویکردها از راه ارائه مهارت‌ها و شایستگی‌های اصلی کسب‌وکار (علاوه بر منابع مالی) به شرکا تعریف خواهند شد.
۵. شرکت‌هایی که به دنبال اقدامات مسئولانه هستند، با بهترین اصول عملکرد جهانی، همگام خواهند شد؛ درعین‌حال، نسبت به مسائل و اولویت‌های محلی حساسیت نشان خواهند داد.
۶. شرکت‌های پیشرفته به مدیریت کامل چرخه عمر محصولات خود ملزم خواهند بود و پسماندها را کاملاً از بین برده و به تولید بدون کربن و آلودگی آب روی خواهند آورد.
۷. شکلی از اقدامات که مورد پذیرش عمومی هستند مورد توافق قرار خواهند گرفت و اصول، روش‌ها و قواعدی که مورد اجماع هستند، به‌منظور اندازه‌گیری و معرفی کسب‌وکارهای پایدار مورد استفاده قرار خواهند گرفت. همچنین، مجموعه‌ای از مؤسسات معتبر در زمینه امتیازدهی به مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی پدید خواهند آمد.
۸. بسیاری از اقدامات مسئولانه فعلی به فعالیت‌های اجباری تبدیل خواهند شد. بااین‌حال، مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای واحدهایی که دارای تمایل و توانایی یا تحت‌فشار باشند، اقدامی داوطلبانه باقی خواهد ماند (به‌صورت حوزه‌ای از نوع و تمایز).
۹. شفافیت شرکت‌ها به شکل مجموعه‌ای از داده‌ها که در دسترس عموم هستند ظهور خواهد یافت. پلتفرم‌های مشارکتی وب ۲/۰ و تارنماهای افشاگر مانند ویکی‌لیکس و نیز اپلیکیشن‌های امتیازدهی به محصولات به تحقق این امر یاری خواهند رساند.
۱۰. مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی در میان بخش‌ها و کارشناسان تخصصی بیش‌تری حضور خواهد یافت و هیچ بخشی از کسب‌وکار از حوزه آن بیرون نخواهد ماند (ویسر، ۲۰۱۴).

۳. منافع و هزینه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها برای جامعه

مسئولیت‌پذیری اجتماعی، برای جامعه نیز هزینه‌هایی در پی دارد و به عقیده گروهی از نویسندگان، موفقیت مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌تواند خساراتی را برای ذینفعان مختلف به وجود آورد. نخست، در صورت موفقیت تلاش‌های مربوط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی، مقررات حکومتی برای کسب‌وکارها، از بین خواهند رفت. اقدامات مسئولانه، در اصل، نوعی از خودتنظیمی برای صنعت هستند. شرکت‌ها، خودتنظیمی را به مقررات حکومتی ترجیح می‌دهند؛ زیرا ارزان‌تر است و شرکت می‌تواند نحوه اجرای آن را کنترل کند. همچنین، درصورتی‌که اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی، خودتنظیم در نظر گرفته شوند؛ ولی رسمیت نیابند، شرکت‌ها در عمل کردن یا نکردن به این اقدامات پیشنهادی، آزاد خواهند بود. درنتیجه ممکن است برخی از شرکت‌ها، این قواعد را نادیده بگیرند و با عمل کردن به نفع خود، پیامدهای منفی را برای جامعه به وجود آورند (کومبس و هالادی[1]، ۲۰۱۲).

1.Coombs & Holladay

با وجود هزینه‌هایی که ممکن است مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها به جامعه تحمیل کنند؛ این اقدامات منافعی نیز برای جامعه دارد. برای نمونه، مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌تواند باعث جلوگیری از تحمیل هزینه‌های شرکت‌ها (مانند آلودگی، مصرف منابع طبیعی و بهره‌کشی از افراد حاشیه‌نشین) بر جامعه شود. هرچند ممکن است شرکت‌ها از منابع مشترک (اجتماعی) بهره‌کشی کنند؛ اقدامات مسئولیت‌پذیرانه اجتماعی سبب می‌شود که شرکت‌ها در برابر این هزینه‌ها، پاسخ‌گو باشند. ذینفعان می‌توانند با اعمال فشار روی شرکت‌ها، آن‌ها را به بازیافت، سرمایه‌گذاری در فناوری‌های دوستدار محیط‌زیست و مشارکت در اقداماتی که به حقوق بشر احترام می‌گذارند، وادار کنند. از منافع دیگری که مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای جامعه دارد، این‌که پی بردن به ملاحظات اجتماعی مشترک می‌تواند به همکاری شرکت‌ها و گروه‌های مختلف با یکدیگر منتهی شود. پیگیری ملاحظات اجتماعی مشترک می‌توان شرکت‌ها و نیز سازمان‌های غیردولتی که دغدغه‌های مشترکی دارند را متحد کند. مشارکت با شرکت‌های دیگر می‌تواند زمینه‌ساز تجمیع منابعی مانند تخصص، سرمایه مالی و سرمایه اجتماعی شود و درنتیجه منافع حاصل از این همکاری‌ها را تقویت کند (شاه‌حسینی و عربلوی‌مقدم، ۱۳۹۵).

۴. مسئولیت‌پذیری اجتماعی در کشورهای مختلف جهان

ولفورد[1] (۲۰۰۴) در پژوهش خود به اولویت‌بندی فعالیت‌های مربوط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی و سنجش میزان توسعه آن در ۱۵ شرکت اروپایی و آسیایی و آمریکایی پرداخت. وی در این مطالعه اجزا مسئولیت‌پذیری اجتماعی را در چهار گروه کلی (شهروندی[2]، پاسخ‌گویی[3]، جنبه‌های داخلی[4] و خارجی[5]) طبقه‌بندی کرد (ولفورد، ۲۰۰۴). اجزاء مسئولیت‌پذیری اجتماعی در جدول شماره ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲. اجزای مسئولیت‌پذیری اجتماعی

شهروندی	پاسخ‌گویی	جنبه‌های داخلی	جنبه‌های خارجی
۱. حمایت مستقیم از توسعه پایدار و ارائه نوآوری ۲. برنامه‌های آموزشی به‌منظور ارتقای شهروندی اجتماعی ۳. داشتن برنامه‌های خارجی برای ارتقای	۱. تعهد به گزارش‌دهی اجتماعی و توسعه پایدار ۲. داشتن رویه‌ها و سیاست‌های مناسب برای استفاده از ذی‌نفعان در سطح کلان	۱. تدوین سیاست‌های مناسب در مسیر رفع تبعیض شغلی ۲. تدوین دستورالعمل‌هایی برای رعایت تساوی و به‌کارگیری برنامه‌ها ۳. تدوین دستورالعمل‌هایی برای برخورداری از	۱. سیاست‌هایی در زمینه تعهد عرضه‌کنندگان به استانداردهای کاری ۲. سیاست‌هایی در زمینه محدودیت به‌کارگیری کودکان توسط عرضه‌کنندگان ۳. تعهد شرکت‌ها به

1. Welford
2. Citizenship
3. Accountability
4. Internal aspect
5. External aspect

توسعه پایدار و موضوعات اجتماعی	ساعات کار متعادل و ساختار پرداخت منصفانه ۴. توسعه کارکنان صف و آموزش ضمن خدمت ۵. حقوق آزادی بیان و فراهم آوردن امکان رسیدگی به شکایات ۶. حمایت صاحبان شرکت از حقوق بشر.	رعایت حقوق بشر. ۴. بررسی میزان تعهد عرضه‌کنندگان به داشتن محیط کاری سالم ۵. تدوین سیاست‌ها و رویه‌های مربوط به پاسخ‌گویی به شکایات ذی‌نفعان ۶. سیاست‌های مربوط به تجارت پاک و منصفانه ۷. وضع قوانین در زمینه حفاظت از محیط‌زیست ۸. منشور اخلاقی

منبع : شافعی و احمدی، ۱۳۹۲

میزان تعهد شرکت‌های مورد بررسی به عناصر اشاره شده در جدول شماره ۱ به تفکیک کشورها، عبارت است از: انگلستان ۷۳ درصد؛ آلمان ۷۰ درصد؛ نروژ ۶۶ درصد؛ ایالات‌متحده امریکا ۶۶ درصد؛ سنگاپور ۶۰ درصد؛ کانادا ۵۳ درصد؛ چین ۵۳ درصد؛ ژاپن ۵۳ درصد؛ اسپانیا ۳۳درصد؛ مکزیک ۲۷ درصد؛ کره جنوبی ۲۷ درصد؛ تایلند ۲۳ درصد و مالزی ۲۳ درصد.

نتایج این پژوهش وجود رابطه مستقیم بین میزان توسعه‌یافتگی کشورها و تعهد آن‌ها به مسئولیت‌پذیری اجتماعی را تأیید می‌کند. نتایج پژوهش ولفورد (۲۰۰۴) نشان می‌دهد که در شرکت‌های آسیایی آموزش ضمن خدمت و استانداردهای کاری کم‌تر موردتوجه قرار گرفته است. به‌علاوه، درصد حمایت از حقوق بشر در شرکت‌های این سه قاره به ترتیب در بین شرکت‌های اروپایی ۴۶ درصد، شرکت‌های آمریکای شمالی ۳۴ درصد و شرکت‌های آسیایی ۲۹ درصد بوده است (ولفورد، ۲۰۰۴).

۵. گزارشگری و افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در بورس‌ها و بازارهای سرمایه

در بورس‌های اوراق بهادار، قانون‌گذاران و سرمایه‌گذاران به شرکت‌های پذیرفته‌شده برای گزارش ابعاد اجتماعی و محیطی اعمال فشار می‌کنند. در سال‌های اخیر در بورس‌هایی ازجمله استانبول، توجه خاص به سنجش و گزارشگری موارد اجتماعی و محیطی شروع شده است. همچنین، سازمان ملل متحد در نشست سال ۲۰۱۲ زمین، برنامه‌هایی را برای افزایش شفافیت ابعاد محیطی، اجتماعی و حاکمیت برای شرکت‌های

بورس اعلام نمود. سازمان گزارشگری جهانی[1] (GRI) در یکی از گزارش‌های خود، به چرایی اهمیت گزارشگری پاینده در شرکت‌های بورس پرداخته است و اشاره دارد که بیش از ۱۰۰ بورس در دنیا وجود دارد و بیش‌تر آن‌ها به دنبال توجه با استانداردهای پایندگی و پیروی از مقررات مرتبط با آن هستند. دلایل بسیاری برای توجه به این نوع گزارشگری وجود دارد. ازاین‌رو، تقاضا برای ارائه گزارش پایندگی در مرحله پذیرش شرکت‌ها در حال افزایش روزافزون است و چندین بورس، در حال توسعه استانداردهای آن هستند (برزگر، ۱۳۹۲). از جمله در فرانسه قانونی تصویب شده است که شرکت‌ها را به ارائه گزارشی سالانه ملزم کرده که در آن علاوه بر عملکرد مالی، عملکرد زیست‌محیطی و اجتماعی نیز باید تهیه شود (طاهری گودرزی و همکاران، ۱۳۹۳). در برزیل برگه‌های پایندگی یک بخش مهم از گزارشگری شرکت‌های بورسی به شمار می‌رود و چارچوب مبتنی بر GRI را برای گزارشگری پاینده آن‌ها توسعه داده‌اند. همچنین، در بورس هلند، در نظر گرفتن ابعاد پایندگی یک عامل مهم در پذیرش شرکت‌ها است. در بورس سنگاپور ترغیب شرکت‌های بورسی به گزارشگری عملکرد پاینده مورد توجه خاص است. این کشور در سال ۲۰۱۰ رهنمودی را برای استفاده شرکت‌ها منتشر نمود.

جدول ۲ الزامات و اقدامات چند سال اخیر نهادهای دولتی قانون‌گذار و بورس‌ها در این خصوص را به‌طور خلاصه نشان می‌دهد.

جدول ۲. اقدامات انجام شده در بورس‌های مختلف در زمینه مسئولیت‌پذیری اجتماعی یا پایندگی

کشور	اقدامات بورس
برزیل	بازار بورس برزیل (بوسپا)، در سال ۲۰۰۵ برای اولین شاخص پایداری شرکتی را منتشر کرد. در سال ۲۰۱۲ این بازار بورس، توصیه‌های گزارش‌دهی پایدار را برای شرکت‌های بورس اعلام کرد.
چین	در سال ۲۰۰۹ بازار بورس شانگهای به همراه شرکت شاخص امنیت چین، شاخص‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی بورس شانگهای را به راه انداختند. در سال ۲۰۱۰ مجموعه‌های شاخص پایداری شرکتی هنگ‌سنگ منتشر شد و در سال ۲۰۱۲ بورس شانگهای شاخص‌های جدیدی برای حفظ محیط‌زیست معرفی نمود. این شاخص سهامی را که بیش از ۲۵ درصد سود خود را از مدیریت منابع انسانی، فنّاوری پاک یا مدیریت آلودگی به‌دست می‌آورند را غربال می‌کند.
هنگ‌کنگ	در سال ۲۰۱۱ بورس هنگ‌کنگ یک مقاله رایزنی را منتشر کرد تا دیدگاه‌های موجود نسبت به راهنمای گزارش‌دهی زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی را بسنجد. در سال ۲۰۱۲ این بورس برنامه‌هایی را مبنی بر به اجرا گذاشتن الزاماتی برای تنوع در هیأت‌مدیره شرکت‌های بورسی اعلام کرد. شرکت‌ها باید با این الزامات مطابقت داشته باشند و اگر هم ندارند باید دلایل خود را بیان کنند.
هندوستان	از سال ۲۰۱۱ بورس هند شرکت‌های بورسی را ملزم کرد درباره فعالیت‌های زیست‌محیطی،

1. Global Reporting Initiative

	اجتماعی و حاکمیتی خود گزارش بدهند. این گزارش باید براساس اصول کلیدی اعلام شده در «دستورالعمل ملی اختیاری مسئولیت‌های کسب‌وکار در امور اجتماعی، زیست‌محیطی و اقتصادی» باشد.
سنگاپور	در سال ۲۰۱۲ بورس بمبئی شاخص سبز را معرفی کرد. در ادامه سال ۲۰۱۲ این بورس شاخصی را برای اندازه‌گیری کرین معرفی کرد. این شاخص عملکرد شرکت‌های بورسی سازمان بورس بمبئی را نسبت به کاهش تولیدات گازهای گلخانه‌ای می‌سنجد. در سال ۲۰۱۱ بورس سنگاپور دستورالعمل اختیاری برای گزارش‌دهی پایداری را منتشر کرد. در سال ۲۰۱۲ این بورس برنامه‌ای را اعلام کرد که به شرکت‌های بورسی کمک می‌کند تا با استفاده از داده‌های زیست‌محیطی موجود، تأثیر زیست‌محیطی خود را ارزیابی کنند. درنتیجه این برنامه میزان وابستگی کشور به منابع طبیعی مشخص می‌شود.
تایوان	در سال ۲۰۱۲ بورس تایوان اصول عملکرد نمونه در زمینه مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی را منتشر کرد. این اصول ابتدا توسط کنسول کسب‌وکار تایوان برای توسعه پایدار و مؤسسه مسئولیت اجتماعی تایوان منتشر شد. در سال ۲۰۱۲ بورس تایوان شاخصی را در زمینه مسئولیت‌پذیری اجتماعی و راهبری شرکتی معرفی کرد.
ژاپن	در اول ژوئن ۲۰۱۵ کد راهبری شرکتی بورس توکیو منتشر شد. در اصل ۲.۳ این کد، به مسائل پایداری ازجمله فعالیت‌های زیست‌محیطی و مسائل اجتماعی توجه شده است. در این اصل بیان می‌شود که شناخت مناسب فعالیت‌های زیست‌محیطی و اجتماعی یکی از موارد مهم در مدیریت ریسک است و با توجه به با اهمیت شدن موضوع پایداری و مسائل اجتماعی در سال‌های اخیر، هیات‌مدیره شرکت‌های ژاپنی باید فعالانه در این مسائل مشارکت کنند و آن‌ها را به نحو احسن افشا کنند.

۶. نتیجه‌گیری

شرکت‌ها دریافته‌اند که برای افزایش بهره‌وری، توان رقابت با سایر شرکت‌ها و افزایش توانایی پاسخ‌گویی به تغییرات سریع جهانی باید مسئولانه عمل کنند. جهانی‌شدن، مرزهای جغرافیایی ملی را کم‌رنگ کرده و فن‌آوری، فاصله‌ها و زمان را از میان برداشته است. با این حجم از تغییرات محیطی، شرکت‌ها در تلاش هستند تا سودآوری و حسن شهرت خود را افزایش و ریسک را کاهش دهند. همچنین، جهانی‌شدن، رقابت تنگاتنگی را برای جذب و نگهداشت نیروی کار ماهر، سرمایه‌گذاران و مشتریان وفادار به همراه داشته است و چگونگی پاسخ‌گویی شرکت به نیازهای کارکنان، بازار و مشتریان درگرو پایداری کسب‌وکار است. ازاین‌رو، شرکت‌ها مایل هستند تا با اجرای مسئولانه فعالیت‌های خود، کسب‌وکاری پایدار داشته باشند و با این کار علامت‌های مثبتی را به بازار مخابره کنند. بنابراین، هدف مقاله حاضر بررسی مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی و توجه به این مفهوم در کشورهای مختلف جهان است. به همین منظور، ابتدا کلیاتی از مفهوم مسئولیت‌پذیری، منافع و هزینه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها مطرح شد و سپس پژوهش ولفورد (۲۰۰۴) مورد بررسی قرار گرفت. ولفورد (۲۰۰۴) در پژوهش خود به

اولویت‌بندی فعالیت‌های مربوط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی و سنجش میزان توسعه آن در ۱۵ شرکت اروپایی و آسیایی و آمریکایی پرداخت. وی چهار شاخه اصلی شامل شهروندی، پاسخ‌گویی، جنبه‌های داخلی و خارجی را به همراه چندین زیرشاخه برای اجرای مسئولیت‌پذیری اجتماعی در نظر گرفت. نتایج پژوهش وی نشان می‌دهند که بیش‌ترین میزان تعهد به این اجزا مربوط به کشور انگلستان با ۷۳ درصد و کم‌ترین میزان تعهد مربوط به کشورهای تایلند و مالزی با ۲۳ درصد است.

سپس، برای ارائه درکی مناسب از مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی، این موضوع در بورس‌ها و بازارهای سرمایه هشت کشور بررسی شد که تمامی آن‌ها توجه ویژه‌ای به این مفهوم دارند. برای نمونه در کشور ژاپن در جدیدترین اصلاحات اصول راهبری شرکتی در سال ۲۰۱۵ بیان شده است که شناخت مناسب فعالیت‌های زیست‌محیطی و اجتماعی یکی از موارد مهم در مدیریت ریسک است و با توجه به با اهمیت شدن موضوع پایداری و مسائل اجتماعی در سال‌های اخیر، هیات‌مدیره شرکت‌های ژاپنی باید به‌صورت فعالانه‌ای در این مسائل مشارکت کنند و آن‌ها را به نحو احسن افشا نمایند.

منابع

۱. الوانی، سید مهدی. (۱۳۷۹). مدیریت عمومی. نشر نی، تهران.

۲. برزگر، قدرت الله. (۱۳۹۲). مدلی برای افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و رابطه آن با عملکرد مالی. رساله دکتری، به راهنمایی دکتر یحیی حساس یگانه، دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده مدیریت و حسابداری.

۳. برزگر، قدرت اله، (۱۳۹۲)، ضرورت گزارشگری و افشاء مسئولیت اجتماعی و پایداری شرکت‌ها در بازار سرمایه؛ با تأکید بر ایران، اولین همایش منطقه‌ای حسابداری و مدیریت (گامی در جهت تحقق حماسه اقتصادی)، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد جویبار.

۴. سپاسی، سحر و راهداری، امیرحسین. (۱۳۹۲). ارائه چارچوب افشای مسئولیت اجتماعی اسلامی برای نظام بانکی کشور، نخستین کنفرانس ملی توسعه مدیریت پولی و بانکی، تهران.

۵. شافعی، رضا و احمدی، کیومرث، (۱۳۹۲)، مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی: مفاهیم، نظریه ها، الگوها و کاربردها، چاپ اول، تهران: انتشارات سمت.

۶. شاه‌حسینی، محمدعلی و عربلوی‌مقدم، سعید. (۱۳۹۵). مسئولیت اجتماعی شرکتی رویکردی جامع، چاپ اول، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.

۷. طاهری گودرزی، حجت؛ غیاثی‌فر، سودابه و رضوانی‌زاده، ایمان. (۱۳۹۳). مدیریت سرمایه اجتماعی و مسئولیت اجتماعی شرکتی. چاپ اول، نشر فوژان، تهران.

8. Bhattacharya, C. B.; Korschun, D.; and S. Sen (2009). Strengthening Stakeholder-Company Relationships through Mutually Beneficial Corporate Social Responsibility Initiatives, Journal of Business Ethics, Vol. 85, No. 1, pp. 257-272.

9. Corporate Governance Principles and Recommendations. (2014). *ASX Corporate Governance Council*. 3rd edition.

10. Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2012). Conceptualizing Corporate Social Responsibility. Managing Corporate Social Responsibility: A Communication Approach, 1-27.

11. Deepika, D., & Rama, M. (2014). CSR practices in Indian banking sector. Global Journal of Finance and Management, Vol. 6, No.9, pp 853-862.

12. ISO, working report on social responsibility, ISO advisory group on social responsibility, April 2004.

13. Japan corporate governance code. (2015). Tokyo Stock Exchange.

14. Jiao, Yawen. , (2011). Stakeholder welfare and firm value. Journal of Banking and Finance, Vol 34, pp 2549 2561.

15. Rahman, Shafiqur.(2011). Evaluation Of Definitions: Ten Dimensions Of Corporate Social Responsibility, Word Review Of Business Research, vol.1.NO. 1.March 2011.PP.166-176.

16. Visser, W. (2014). CSR 2.0: Transforming Corporate Social Responsibility. Springer Briefs in Business.

17. Wang, L & Juslin, H (2009). The impact of Chinese culture on corporate social responsibility: the harmony approach. Journal of Business, 88, pp. 433- 451.

18. Welford, Richard (2004), Corporate Social Responsibility in Europe, North America & Asia, University of Hong Kong, China, pp. 33-51

راهبردهای حسابداری
سال اول، شماره اول
صص ۷۱-۵۲

سرمایه فکری و مروری جامع بر پژوهش‌های آن در ایران

مهدی مران‌جوری[۱]
جهانگیر رضوانی[۲]

چکیده

موفقیت هر سازمان در دنیای امروز به شناسایی، اندازه‌گیری، مدیریت و کنترل صحیح دارایی‌ها بستگی دارد. امروزه رشد و اهمیت سرمایه‌های فکری به عنوان یک ابزار مؤثر در تقویت مزیت رقابتی سازمان‌ها به طور وسیعی مشاهده شده است. در عصر فرا رقابتی، سازمان‌ها با محیطی روبه‌رو هستند که دارای پیچیدگی‌های بسیاری می‌باشد. لذا سازمان‌ها برای بقا و پیشرفت خود با چالش‌های جدیدی مواجه خواهند شد که برای بیرون رفتن از این چالش‌ها باید به توسعه و تقویت مهارت‌ها و توانایی‌های درونی توجه بیش‌تری کنند و این کار جز از راه مبانی دانش سازمانی و سرمایه فکری حاصل نمی‌شود. با توجه به اهمیت بسیار زیاد سرمایه فکری در ایجاد و افزایش ارزش سازمان‌ها و همچنین دارا بودن مزیت‌های رقابتی برای سازمان‌ها، در این مقاله به مفاهیم و تعاریف سرمایه فکری، عناصر تشکیل دهنده و اهداف اندازه‌گیری سرمایه فکری پرداخته شد و برای ارائه دید وسیع‌تری از مفهوم سرمایه فکری، بیش از ۵۰ مقاله در این حوزه مورد بررسی قرار گرفت.

واژگان کلیدی: سرمایه فکری، سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری، سرمایه رابطه‌ای.

۱. عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد چالوس
رایانامه: Mr.Maranjory@gmail.com
۲ کارشناس ارشد حسابداری
رایانامه: Jahangir.Rezvani@gmail.com

۱. مقدمه

صاحب نظران معتقدند دهه ۸۰، دهه جنبش کیفیت و دهه ۹۰، دهه مهندسی مجدد (بهبود فرآیند کسب وکار و کاهش هزینه‌ها) بوده و دهه کنونی، دهه مدیریت دانش است. با وقوع انقلاب تکنولوژی و فناوری اطلاعات، از سال‌های بعد از ۱۹۹۰، الگوی اقتصاد جهانی، تغییر اساسی کرد. در اقتصاد امروز، دانش به عنوان مهم‌ترین سرمایه، جایگزین سرمایه مادی و فیزیکی شده است (قلیچ لی و مشبکی، ۱۳۸۵).

در اقتصاد مبتنی بر دانش، تغییراتی به علل متفاوت، از جمله جهانی شدن، رقابت بین‌المللی و چند ملیتی، مشتریان آگاه، رقبا و عرضه‌کنندگان توانمند پدید آمده است (پابلوس، ۲۰۰۳). بیش‌تر دارایی‌های شناخته شده ماهیت مشهود و عینی دارند. بنابراین، سرمایه مشهود به دارایی‌های فیزیکی و مالی سازمان اشاره دارد. در اقتصاد کنونی مزیت رقابتی شرکت‌ها بر پایه دارایی‌های نامشهود است (دستگیر و محمدی، ۱۳۸۸). در جهان دانش محور کنونی قابلیت‌های سازمانی براساس دانش و سرمایه فکری می باشد و مدیران باید درک کنند که چه قابلیت‌هایی برای حفظ مزیت رقابتی لازم است. یکی از چالش‌های اساسی مدیران، به کارگیری دانش و سرمایه فکری شرکت برای ایجاد ارزش است و از این جهت، مدیران باید وظایفی را طراحی کنند که بتوانند از سرمایه فکری برای ایجاد ارزش استفاده نمایند. شناسایی و تعیین ارزش این دارایی‌ها بسیار مشکل بوده و از گذشته تا امروز ادامه داشته و درست به همین خاطر است که در بیش‌تر شرکت‌ها اصلاً گزارش نمی شوند. با وجود اهمیت بسیار زیاد سرمایه فکری در ایجاد و افزایش ارزش سازمان‌ها و همچنین دارا بودن مزیت‌های رقابتی برای سازمان‌ها شناخت کمی از چگونگی شناسایی و مدیریت آن وجود دارد.

۲. مفاهیم و تعاریف سرمایه فکری

قبل از شناسایی، اندازه‌گیری و مدیریت سرمایه فکری نیازمندیم که مفهوم آن را به طور صحیح درک نمائیم. جان گالبریت (۱۹۶۹) اولین کسی بود که از اصطلاح سرمایه فکری استفاده کرد. در اواسط ۱۹۸۰حرکت از عصر صنعت به عصر اطلاعات آغاز شد و شکاف عمیقی بین ارزش دفتری و ارزش بازار شرکت‌ها به وجود آمد و در اواخر دهه ۱۹۸۰ اولین تلاش‌ها برای تدوین روش‌هایی که سرمایه فکری را اندازه‌گیری کنند؛ صورت گرفت. در اوایل دهه ۲۰۰۰، اولین مجله معتبر با محوریت سرمایه‌های فکری و اولین استانداردهای حسابداری سرمایه فکری توسط دولت دانمارک منتشر گردید (همتی و همکاران، ۱۳۹۰). بسیاری تمایل دارند از اصطلاحاتی مانند دارایی‌ها، منابع یا محرک‌های عملکرد به جای کلمه سرمایه استفاده کنند و آن‌ها واژه فکری را با کلماتی مانند نامشهود، غیر مالی و یا بر مبنای دانش جایگزین می‌کنند. بعضی از حرفه‌ها (حسابداری مالی و حرفه‌های قانونی) نیز تعاریف کاملاً متفاوتی مانند دارایی‌های ثابت غیرمالی که موجودیت عینی و فیزیکی ندارند ارائه کرده‌اند (مر، ۲۰۰۸).

از آغاز پژوهش درباره سرمایه فکری تعاریف متعددی از آن ارائه شده است. اگر چه این تعاریف با یکدیگر متفاوت هستند؛ هیچ‌کدام دیگری را نقض نمی‌کند؛ چرا که بیش‌تر این تعاریف ویژگی‌های یکسانی را بیان می کنند؛ این تعاریف شامل:

سرمایه فکری، دارایی است که توانایی سازمان را برای ایجاد ثروت اندازه می‌گیرد. این دارایی ماهیت عینی و فیزیکی ندارد و یک دارایی نامشهود است که از طریق به کارگیری دارایی‌های مرتبط با منابع انسانی، عملکرد سازمانی و روابط خارج از سازمان به دست آمده است. همه این ویژگی‌ها ارزش درون سازمانی را ایجاد کرد. و این ارزش به دست آمده به‌دلیل این‌که یک پدیده کاملاً داخلی است، قابلیت خریدو فروش ندارد. کلین و پروساک(۱۹۹۴) بیان می‌کنند که سرمایه فکری یک ماده فکری است که جمع آوری و شکل بندی شده و برای تولید یک دارایی با ارزش‌تر مورد استفاده قرار می‌گیرد. بروکینگ(۱۹۹۶) سرمایه فکری را به دارایی‌های ناملموس جمعی نسبت داده که سازمان را برای ایجاد ارزش قادر می‌سازد. ادوینسون و مالون(۱۹۹۷) معتقدند که سرمایه فکری عبارت است از داشتن دانش، به کارگیری تجربه، تکنولوژی سازمانی، ارتباط با مشتری و عرضه کننده و نیز توانایی‌های حرفه‌ای که یک مزیت رقابتی در بازار را از آن شرکت می‌کند. استوارت (۱۹۹۷) می‌گوید، سرمایه فکری مجموعه‌ای از دانش، اطلاعات، دارایی‌های فکری، تجربه، رقابت و یادگیری سازمانی است که می تواند برای ایجاد ثروت به کار گرفته شود. بونتیس (۱۹۹۸) معتقد است سرمایه فکری مجموعه‌ای از دارایی‌های نامشهود (منابع، توانایی‌ها، رقابت) است که از عملکرد سازمانی و ایجاد ارزش به دست می‌آید. پابلوس (۲۰۰۴) می‌گوید سرمایه فکری شامل تمامی منابع دانش محوری است که برای سازمان، ارزش تولید می‌کنند ولی در صورت‌های مالی وارد نمی‌شوند.

۳. اجزای تشکیل دهنده سرمایه فکری

اکثر پژوهشگران و صاحب نظران حوزه سرمایه فکری به تعریف سرمایه فکری بر حسب اجزای تشکیل دهنده آن اجتماع نظر دارند (بارت، ۲۰۰۱). بیش‌تر، سرمایه فکری را متشکل از سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای می‌دانند و معتقدند که تعامل میان این اجزا به مزیت رقابتی سازمان‌ها منجر می‌گردد (انگستروم، ۲۰۰۳).

۳-۱. سرمایه انسانی

«سرمایه انسانی» مهم‌ترین دارایی سازمان و منبع خلاقیت و نوآوری است. سرمایه انسانی یک جزء اصلی و اولیه برای اجزای فعالیت‌های سرمایه فکری به حساب می‌آید. سرمایه انسانی شامل دانش، مهارت، تجربه و دانایی افراد است (بتی، ۲۰۱۰). در نتیجه این عوامل، کارکنان به عملکردی ترغیب می‌شوند که مشتریان مایلند بابت آن پول بپردازند و سود شرکت از آن راه به دست می‌آید (زاهدی و لطفی زاده، ۱۳۸۶). سرمایه انسانی حاصل جمع دانش حرفه‌ای کارکنان، توانایی رهبری، ریسک پذیری و توانایی‌های حل مسئله است (بزبارو، ۲۰۰۴). سرمایه انسانی شامل ذخیره دانش اعضای یک سازمان است

که شامل شایستگی‌ها و طرز فکر کارکنان است (بنتیس و همکاران، ۲۰۰۰) و سرمایه ساختاری و رابطه‌ای تابعی از سرمایه انسانی هستند. در واقع بدون سرمایه انسانی امکان رشد و توسعه آن‌ها محدود است (چن و ژو، ۲۰۰۴). منابع انسانی می‌توانند به منزله روح و فکر منابع سرمایه فکری باشند. این سرمایه در پایان روز کاری با ترک سازمان از سوی کارکنان از شرکت خارج می‌شود؛ اما سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای حتی با ترک کارکنان از سازمان هم بدون تغییر باقی می‌مانند (دستگیر و محمدی، ۱۳۸۸).

۳-۲. سرمایه ساختاری

«سرمایه ساختاری» به عنوان سخت افزار، نرم افزار، پایگاه داده‌ها، ساختار سازمانی، حقوق انحصاری سازمان، علوم تجاری و تمام توانایی‌های سازمان که حامی بهره‌وری کارکنان است، می باشد (ادوینسون و مالون، ۱۹۹۱). سرمایه ساختاری شامل تمام انباشته‌های غیر انسانی دانش در یک سازمان است (انگستروم و وستنس، ۲۰۰۳). در تعریف دیگر، سرمایه ساختاری عبارت است از ساختارهای توانایی که به سازمان اجازه بهره‌برداری و استفاده از سرمایه فکری را می‌دهد. این عوامل از دارایی‌های کاملاً نامشهود تا دارایی‌های مشهودتر طبقه بندی می‌شوند. در این طیف، دارایی‌های کاملاً نامشهود مانند فرهنگ و جو سازمانی و دارایی‌های مشهودتر مانند حق کپی رایت، علائم تجاری حقوق انحصاری، پایگاه داده‌های داخلی، سیستم‌های کامپیوتری و شبکه اینترنت سازمان هستند که تمامی این عوامل در جهت مدیریت دانش می‌باشند (سیتارامن و همکاران، ۲۰۰۴). سرمایه ساختاری همه چیزی است که شب هنگام زمانی که افراد به خانه‌های خود می‌روند در سازمان باقی می‌ماند و از فرآیندها و رویه‌های سازمانی بر می خیزد (روس و روس، ۱۹۹۷). سرمایه ساختاری دامنه گسترده‌ای از عناصر ضروری را پوشش می دهد که مهم‌ترین آن‌ها معمولاً شامل فرآیندهای مهم اجرایی سازمان، چگونگی ساختاربندی آن‌ها، سیاست‌ها، جریان‌های اطلاعاتی و عناصر پایگاه داده‌ها، رهبری و سبک مدیریت آن، فرهنگ سازمان و طرح های پاداش کارکنان می‌باشد.

۳-۳. سرمایه رابطه‌ای

«سرمایه رابطه‌ای» به عنوان یک پل و سازمان دهنده عملیات فکری تلقی می‌شود و یک عامل تعیین کننده در تبدیل سرمایه فکری به ارزش بازار است. این سرمایه شامل استحکام و وفاداری مناسبات و روابط مشتری است (ستایش وکاظم نژاد ،۱۳۸۸). سرمایه رابطه‌ای عبارت است از دانش گرفته شده در کانال‌های بازاریابی و روابط مشتریان یک سازمان (بنتیس و همکاران، ۲۰۰۰). پژوهش‌های انجام شده در دانشگاه میشیگان نشان داده است که رضایت مشتریان می‌تواند ارتباطات تجارت را حفظ کند و نوسان‌پذیری قیمت محصول را کم کرده و پرستیژ شرکت را بهبود بخشد (چن و ژو، ۲۰۰۴). سرمایه رابطه‌ای ارزش ارتباطاتی است که سازمان با گروه‌های مختلف در محیط بیرون برقرار می‌کند (کسترو، ۲۰۰۴). این بعد سرمایه فکری، معرف سرمایه ارتباطات است. سرمایه ارتباطات مجموع کل دارایی‌هایی است که روابط شرکت را با محیط اطرافش مدیریت کرده و نظم می‌دهد. سرمایه رابطه‌ای شامل روابط با مشتریان، سهامداران، عرضه‌کنندگان، رقبا، دولت و مؤسسات دولتی جامع است (زاهدی و لطفی زاده، ۱۳۸۶).

۴. دلایل واهداف اندازه‌گیری سرمایه فکری

به عقیده بسیاری از نظریه‌پردازان در حوزه سرمایه فکری، هنگامی که سازمان نتواند موضوعی را مورد سنجش قرار دهد، به ناچار از مدیریت آن نیز عاجز خواهد بود (خاوندکار و همکاران، ۱۳۸۸). موفقیت در دنیای پیچیده، با رقابت روزافزون، تنها با برخورداری از دارایی‌های دانشی میسر نیست، بلکه شناسایی این دارایی‌ها نیز امری ضروری است؛ اما مهم‌ترین و اثر بخش‌ترین کار این است که شرکت‌ها علاوه بر شناسایی این دارایی‌ها، آن‌ها را به خوبی مدیریت کنند. جهت مدیریت این دارایی‌ها است که سازمان‌ها از وضعیت کنونی آن‌ها مطلع شده و جهت رفع نقص وکمبودهای آن‌ها، اقدامات لازم را به عمل آورند. برای آگاهی از وضع کنونی دارایی‌های دانشی در سازمان، باید آن‌ها را اندازه‌گیری کرد (زاهدی ولطفی زاده، ۱۳۸۶). اندرسین(۲۰۰۲) نیز اعتلای مدیریت داخلی، بهبود گزارشگری خارجی و انگیزه‌های قانونی و معاملاتی را از جمله دلایل اندازه‌گیری سرمایه فکری بر می‌شمرد (ستایش و کاظم نژاد، ۱۳۸۸). نتیجه بررسی بیش از ۷۰۰ مقاله در زمینه اندازه‌گیری سرمایه فکری، این‌که پنج هدف کلی برای اندازه‌گیری سرمایه فکری وجود دارد:

۱. برای کمک به سازمان‌ها در جهت فرموله کردن استراتژی‌هایشان؛

۲. برای ارزیابی نحوه اجرای استراتژی‌ها؛

۳. کمک به گسترش و تنوع تصمیم گیری‌های شرکت؛

۴. ارزیابی‌های غیرمالی سرمایه فکری می‌تواند به طرح‌های بازپرداخت و پاداش‌های مدیران ارتباط داده شود؛

۵. جهت ایجاد رابطه با سهامداران خارج از شرکت که سرمایه فکری را در اختیار دارند (مر و همکاران، ۲۰۰۳).

سه هدف از این مجموعه به تصمیم گیری‌های داخلی مربوط می شوند و هدف آن‌ها حداکثر کردن عملکرد عملیات شرکت‌ها، برای ایجاد درآمد از طریق حداقل هزینه و بهبود روابط، مشتریان و تأمین‌کنندگان و سهم بازار است. هدف چهارم به ایجاد انگیزه‌های اجرایی مربوط می‌شود و هدف پنجم به ایجاد انگیزه برای سهامداران خارج از سازمان اشاره می‌کند (دستگیر و محمدی، ۱۳۸۸).

۵. پژوهش‌های مرتبط با سرمایه فکری در ایران

نیکومرام و یاری (۱۳۸۷) با بررسی ارتباط بین سرمایه فکری با بازده سرمایه‌گذاری و ارزش افزوده اقتصادی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۸۱ تا ۱۳۸۵ دریافتند بین سرمایه فکری با بازده سرمایه‌گذاری و ارزش افزوده اقتصادی در کلیه شرکت‌های مورد مطالعه ارتباط معناداری وجود دارد و سرمایه فکری بر روی این شاخص‌ها تأثیرگذار بوده است. ستایش و کاظم‌نژاد (۱۳۸۸) در پژوهشی با بررسی تأثیر سرمایه فکری بر عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۵ بیان نمودند که سرمایه فکری به‌طور مثبت و معناداری، نرخ بازده

دارایی‌ها و نسبت گردش دارایی‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ ولی این تأثیر بر نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری معنادار نیست. همچنین سرمایه فکری تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد آتی شرکت دارد. به‌علاوه، رابطه معنادار بین رشد سرمایه فکری و عملکرد سال آینده شرکت مورد تأیید قرار گرفت. متفاوت بودن تأثیر سرمایه فکری بر عملکرد شرکت‌های موجود در صنایع مختلف نیز از نتایج پژوهش حاضر به شمار می‌رود که این تفاوت ناشی از تأثیر متفاوت سرمایه فکری بر نرخ بازده دارایی‌ها و نسبت گردش دارایی‌هاست. رهنمای رودپشتی و همتی (۱۳۸۸) در پژوهش خود با عنوان "سنجش ارتباط بین سرمایه فکری با متغیرهای نوین سنجش عملکرد مبتنی بر ارزش آفرینی" نشان دادند بین مقیاس سرمایه فکری و ارزش افزوده بازار رابطه معناداری وجود دارد؛ ولی براساس نتایج متفاوت مدل‌های مقیاس سرمایه فکری نمی‌توان در خصوص رابطه بین سرمایه فکری با ارزش افزوده اقتصادی و ارزش افزوده سهامدار به نتیجه واحدی دست یافت. عباسی و گلدی صدقی (۱۳۸۹) در پژوهشی به بررسی تأثیر کارایی عناصر سرمایه فکری بر عملکرد مالی شرکت‌ها در بورس تهران برای ۹۹ شرکت طی سال‌های ۱۳۷۹ تا ۱۳۸۲ پرداختند. نتایج نشان داد ضریب کارایی هر یک از عناصر سرمایه فکری بر نرخ بازده حقوق صاحبان سهام تأثیر مثبت و معناداری دارد، تأثیر ضریب کارایی سرمایه‌های فیزیکی و ساختاری بر نرخ بازده سالانه مثبت، اما تأثیر ضریب کارایی سرمایه انسانی بر آن منفی و معنادار بود. همیچنین نتایج نشان داد شرکت‌هایی که سرمایه فکری بالاتری دارند، دارای عملکرد مالی بهتری هستند. مجتهدزاده و همکاران (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان "رابطه سرمایه فکری (انسانی، مشتری و ساختاری) و عملکرد صنعت بیمه (از دیدگاه مدیران)" نشان دادند که سرمایه‌های فکری، انسانی، مشتری (رابطه‌ای) و ساختاری در بررسی جداگانه و مستقل از یکدیگر، با عملکرد رابطه معنادار دارند؛ در حالی‌که در بررسی همزمان صرفاً رابطه سرمایه ساختاری و انسانی با عملکرد معنادار است. رضایی و همکاران (۱۳۸۹) در پژوهش خود با عنوان "سرمایه فکری و عملکرد مبتنی بر ارزش و سرمایه فکری" دریافتند که بین سنجه‌های اندازه‌گیری عملکرد مبتنی بر ارزش و سرمایه فکری در کلیه شرکت‌های مورد مطالعه ارتباط معناداری وجود دارد. البته مدل ارزش افزوده اقتصادی نسبت به بقیه مدل‌ها جهت برازش سرمایه فکری براساس آزمون آکائیک مناسب می‌باشد. همچنین این ارتباط در کلیه صنایع مورد مطالعه قرار گرفت و به جز در برخی از صنایع در سایر صنایع به تایید رسیده است. نیکومرام و اسحقی (۱۳۸۹) در پژوهش خود با بررسی رابطه بین تأثیر سرمایه فکری بر عملکرد شرکت‌های ارزشی و رشدی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران برای ۶۴ شرکت طی سال‌های ۱۳۸۳ تا ۱۳۸۶ به این نتیجه دست یافتند که بین سرمایه فکری و بازده سرمایه‌گذاری شرکت‌های رشدی رابطه معناداری وجود ندارد. همچنین نتایج نشان داد که رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه فکری و بازده سرمایه‌گذاری شرکت‌های ارزشی وجود دارد. از طرف دیگر، بین تأثیر سرمایه فکری بر بازده سرمایه‌گذاری و حقوق صاحبان سهام شرکت‌های ارزشی تفاوت معناداری مشاهده نشد. همتی و همکاران (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان "بررسی ارتباط بین سرمایه فکری و ارزش بازار و عملکرد مالی شرکت‌های

غیرمالی" پس از بررسی ۶۰ شرکت در بازه زمانی ۱۳۸۳ تا ۱۳۸۷ بیان کردند که بین سرمایه فکری و ارزش بازار و عملکرد مالی شرکت‌های غیرمالی ارتباط معناداری وجود دارد. عارف‌منش و زارع (۱۳۹۰) در پژوهشی به اندازه‌گیری سرمایه فکری و بررسی ارتباط آن با عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند، براساس یافته‌های این پژوهش، کارایی سرمایه فیزیکی با دو معیار ارزیابی عملکرد یعنی سودآوری و ارزش بازار رابطه منفی و معنادار و با معیار بهره‌وری رابطه مثبت و معنادار دارد. کارایی سرمایه انسانی با دو معیار سوآوری و ارزش بازاز رابطه مثبت و معنادار و با معیار بهره‌وری رابطه منفی و معنادار دارد و بین کارایی سرمایه ساختاری با هیچ‌کدام از معیارهای ارزیابی عملکرد رابطه معناداری وجود ندارد. مرادزاده‌فر و عدیلی (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان " بررسی رابطه بین مالکیت نهادی سهام و عملکرد سرمایه فکری در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران" به بررسی ۹۲ شرکت در بازه زمانی ۱۳۸۴ تا ۱۳۸۸ پرداختند. نتایج حاکی از آن بودند که بین سطح سرمایه‌گذاران نهادی و عملکرد سرمایه فکری رابطه مستقیم وجود دارد؛ اما بین تمرکز سرمایه‌گذاران نهادی و عملکرد سرمایه فکری رابطه معناداری مشاهده نشد. نمازی و ابراهیمی (۱۳۹۰) در پژوهش خود به بررسی تجربی نقش اجزای سرمایه فکری در ارزیابی عملیات مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند و به همین منظور ۱۰۰ شرکت را طی سال‌های ۱۳۸۱ تا ۱۳۸۶ مورد آزمون قرار دادند؛ نتایج نشان داد که بین سرمایه فکری و عملکرد مالی شرکت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. افزون بر این، میان کارایی سرمایه به‌کار گرفته شده و کارایی سرمایه انسانی با سود هر سهم نیز رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ اما رابطه میان کارایی سرمایه ساختاری با سود هر سهم بی‌معناست. همتی و مهرابی (۱۳۹۰) در پژوهشی به بررسی ارتباط بین سرمایه فکری و بازده مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند؛ نتایج حاکی از آن بود که بین سرمایه فکری و عملکرد مالی و عملکرد آتی شرکت همبستگی مثبت وجود دارد. همچنین، سهم سرمایه فکری در عملکرد آتی شرکت در صنایع مختلف متفاوت می‌باشد؛ اما نتایج نشان داد بین نرخ رشد سرمایه فکری و عملکرد آتی شرکت ارتباطی وجود ندارد. جلیلی و همتی (۱۳۹۰) در پژوهش خود با عنوان "حاکمیت شرکتی و عملکرد سرمایه فکری در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادرا تهران" بیان کردند که بین وجود مدیران غیرموظف در ترکیب هیأت مدیره و سرمایه ساختاری رابطه معناداری مشاهده گردید. همچنین بین وجود حسابرسی داخلی شرکت و سرمایه انسانی و سرمایه ساختاری از اجزای سرمایه فکری نیز رابطه معناداری مشاهده گردید. بنی‌مهد و قنبری‌ها (۱۳۹۰) در پژوهشی رابطه بین سرمایه فکری، اندازه شرکت، سودآوری و ساختار سرمایه در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار را مورد بررسی قرار دادند؛ نتایج پژوهش نشان داد که سرمایه فکری با شاخص ساختار سرمایه شرکت‌ها (نسبت بدهی)، رابطه‌ای مثبت دارد. همچنین نتایج پژوهش بر وجود رابطه‌ای منفی و معکوس میان شاخص سودآوری شرکت‌ها با شاخص ساختار سرمایه و رابطه‌ای مثبت و مستقیم میان اندازه شرکت با شاخص ساختار سرمایه تاکید دارد.

ستایش و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهش خود با عنوان "بررسی تأثیر سازوکارهای حاکمیت شرکتی بر کارایی اجزای سرمایه فکری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران" پس از بررسی ۶۶ شرکت در بازه زمانی ۱۳۸۴ تا ۱۳۸۸ به این نتیجه دست یافتند که سازوکارهای حاکمیت شرکتی یعنی مالکیت نهادی، مالکیت مدیریتی، مالکیت خانوادگی، تمرکز مالکیت، درصد اعضای غیرموظف و یکسانی مدیریت و رئیس هیأت مدیره تأثیری بر کارایی اجزای سرمایه فکری ندارد. همچنین نتایج بررسی در سطح صنایع نشان داد که بین نوع صنعت و کارایی اجزای سرمایه فکری رابطه معناداری وجود دارد. طالب‌نیا و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهش خود با عنوان "بررسی تأثیر سرمایه فکری بر ارزش بازار و عملکرد مالی شرکت‌های صنعت سیمان پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران" دریافتند که بین سرمایه فکری با ارزش بازار و عملکرد مالی شرکت‌های فعال در صنعت سیمان رابطه معناداری وجود دارد. همچنین در بین عناصر تشکیل دهنده سرمایه فکری، کارایی سرمایه به کار گرفته شده دارای بیش‌ترین تأثیر بر ارزش بازار شرکت‌های فعال در صنعت سیمان می‌باشد. رحمانی و عارف‌منش (۱۳۹۱) در پژوهش خود به اندازه‌گیری سرمایه فکری و رابطه آن با هزینه حقوق صاحبان سهام پرداختند. براساس یافته‌ها، ارزش افزوده سرمایه فکری با هزینه حقوق صاحبان سهام رابطه منفی و معنادار دارد. همچنین ارزش افزوده سرمایه انسانی رابطه منفی و معنادار با هزینه حقوق صاحبان سهام دارد؛ اما ارزش افزوده سرمایه فیزیکی به کار گرفته شده و ارزش افزوده سرمایه ساختاری با هزینه حقوق صاحبان سهام رابطه معناداری نداشت. حجازی و رشیدی (۱۳۹۱) در پژوهش خود عوامل مؤثر بر افشای سرمایه فکری در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران را مورد بررسی قرار دادند و دریافتند که جمع دارایی‌ها و نرخ سود ناخالص بر افشای شاخص‌های سرمایه فکری تأثیر مثبت داشته‌اند؛ ولی سن شرکت و نرخ حقوق صاحبان سهام بر افشای سرمایه فکری بی‌تاثیر هستند. همچنین مشخص شد میزان تأثیر متغیر سود ناخالص از میزان تأثیر متغیر جمع دارایی‌ها بیش‌تر بوده است. دیلمی (۱۳۹۱) تأثیر سرمایه فکری بر حسابداری مدیریت شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران را در ۱۰۵ شرکت مورد مطالعه قرار داد، نتایج حاکی از آن بود که سرمایه فکری بر سطح تکامل حسابداری مدیریت شرکت‌های مورد مطالعه تأثیرگذار است، به‌نحوی که شرکت‌های برخوردار از سرمایه انسانی، فیزیکی و ساختاری بیش‌تر، شانس بالاتری نیز در حرکت به مراحل تکاملی بالاتر حسابداری مدیریت دارند. همچنین از این سه بعد سرمایه فکری، به ترتیب سرمایه انسانی و بعد سرمایه فیزیکی و در نهایت سرمایه ساختاری در دستیابی به مراحل تکامل بالاتر حسابداری مدیریت تاثیرگذار هستند. احمدپور و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهش خود با عنوان "بررسی نقش ساختار هیأت مدیره بر سرمایه فکری شرکت‌ها با رویکرد فازی، مطالعه موردی شرکت‌های داروسازی بورس اوراق بهادار تهران" به این نتیجه دست یافتند که تعداد اعضای هیأت مدیره بر سرمایه فکری شرکت‌ها اثر مثبت داشته در حالی‌که دو متغیر درصد اعضای غیرموظف به کل اعضای هیأت مدیره و درصد مالکیت هیأت مدیره بر سرمایه فکری رابطه معناداری نداشته است. دارابی (۱۳۹۱) تأثیر افشای

اجزای سرمایه فکری بر کیفیت گزارشگری مالی ۱۸۴ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران را طی سال‌های ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۰ مورد بررسی قرار داد؛ نتایج نشان داد کـه از اجـزای سـرمایه فکـری، تـأثیر دو جزء سرمایه ارتباطی و سرمایه انسانی بر متغیـر وابسـته کیفیـت گزارشـگری مـالی مثبـت و معنـادار و تـأثیر سرمایه ساختاری بر کیفیت گزارشگری مالی نسبت به دو عامل دیگر به مراتب قوی‌تر بوده است. همچنـین تفکیک داده‌ها به تفکیک صنعت حاکی از آن است که تأثیر مثبت دو عامل کارایی ایجاد ارزش (توانـایی فکری) و کارایی سرمایه انسانی در تمام صنایع تقریبا مشابه و مثبت بوده است؛ اما تأثیر کـارایی سـرمایه بـه کار گرفته شده و کارایی سرمایه ساختاری بر کیفیت گزارشگری مالی در صنایع مختلف، متفـاوت اسـت. ستایش و کاشانی‌پور (۱۳۹۱) در پژوهش خود با عنـوان "تـأثیر اجـزای سـرمایه فکـری در تعیـین عملکـرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران" پس از بررسی ۵۶ شرکت در بازه زمـانی ۱۳۸۵ تـا ۱۳۸۹ دریافتند که در بین متغیرهای سرمایه فکری، دو متغیر نسبت مخارج تحقیق و توسعه و تعداد سال‌های پذیرش شرکت در بورس اوراق بهادار تهران دارای اثرات منفی و بقیه متغیرها دارای اثرات مثبت بـر روی بازده حقوق صاحبان سهام می‌باشند. دارابی و همکاران (۱۳۹۲) تـأثیر سـرمایه فکـری بـر نسـبت کیوتـوبین شرکت‌های داروسازی را مورد مطلعه قرار دادند و دریافتند که دو متغیر مستقل سـرمایه ارتبـاطی و سـرمایه ساختاری تأثیر مثبتی بر نسبت کیوتوبین و متغیر مستقل سرمایه انسانی بر نسبت کیوتوبین تـأثیر منفـی دارد. ستایش و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهش خود به بررسی رابطه بین عناصر سرمایه فکری و مدیریت سـود در نمونه‌ای متشکل از ۷۷ شرکت طی سال‌های ۱۳۸۵ تا ۱۳۸۹ پرداختند، نتایج نشان دادکه بین سرمایه فکـری و اجزای آن با مدیریت سود ارتباط معناداری وجود ندارد؛ به این معنا که شرکت‌های پذیرفته شده بـورس اوراق بهادار تهران از طریق افشای سرمایه فکری، سود شرکت را مدیریت نمی‌کنند و از این مزیت رقـابتی برای اعمال مدیریت سود استفاده نمی‌کنند. جنانی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی رابطه بین ارزش افزوده اقتصادی و سرمایه فکری با ارزش بـازار را مـورد بررسـی قـرار دادنـد؛ نتـایج حـاکی از آن بـود کـه سـود باقی‌مانده محاسبه شده به روش حسابداری بهتر از روش ارزش افـزوده اقتصـادی، ارزش شـرکت را تبیـین می‌کند. علاوه بر این، مدل‌های تعیین کننده ارزش شرکت که متغیرهای سرمایه فکری به آن‌ها افزوده شده است نسبت به مدل‌هایی که این متغیرها را ندارند؛ قـدرت تبیـین نسـبی بـالاتری دارنـد. انـواری رسـتمی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهش خود با عنوان "سرمایه فکری، ثروت سهامداران و عملکرد مالی شرکت‌های بورس اوراق بهادار تهران" با بررسی ۸۷ شرکت طی سال‌های ۱۳۸۶ تا ۱۳۸۹ بیان کردند که سرمایه فکری بر هر شش متغیر مورد بررسی، تأثیر مثبت و معناداری داشته‌اند. همچنین سرمایه انسانی نیز با ارزش افـزوده اقتصادی، سود هر سهم، بازده دارایی‌ها و بازده سالانه حقوق صاحبان سهام، رابطه مثبـت و معنـاداری دارد اما بین سرمایه انسانی با ارزش افزوده بازار و بـازده حقـوق صـاحبان سـهام رابطـه معنـاداری وجـود نـدارد؛ محمودآبـادی و همکـاران (۱۳۹۲) در پـژوهش خـود بـا بررسـی آثـار سـرمایه فکـری در بهبـود کیفیـت گزارشگری مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در ۷۶ شرکت طی سال‌های ۱۳۸۲

تا ۱۳۸۸ پرداختند؛ نتایج حاکی از آن بود که بین ضریب کارایی سرمایه ساختاری و ضریب کارایی سرمایه انسانی با کیفیت گزارشگری مالی رابطه مستقیم معناداری وجود دارد؛ اما رابطه بین ضریب کارایی سرمایه فیزیکی وکیفیت گزارشگری مالی از لحاظ آماری معنادار نیست. اسدی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهش خود با عنوان "تأثیر سرمایه فکری روی ارزش افزوده اقتصادی شرکت‌ها" بیان نمودند که ضریب ارزش افزوده فکری به عنوان شاخص کارائی سرمایه فکری تأثیر مثبتی روی ارزش افزوده اقتصادی شرکت‌ها دارد. همچنین تأثیر مثبت اجزای ضریب ارزش افزوده فکری شامل کارایی سرمایه به کار گرفته شده و کارایی سرمایه ساختاری به جز کارائی سرمایه انسانی، بر ارزش افزوده اقتصادی تایید شد. علوی طبری و تفرشی (۱۳۹۲) در پژوهش خود با بررسی تأثیر نظام راهبری شرکتی بر افشای سرمایه فکری برای ۱۲۰ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۸۹ دریافتند که بین تعداد مدیران و میزان افشای سرمایه فکری رابطه معنادار منفی وجود ندارد؛ بین درصد اعضای غیرموظف و میزان افشای سرمایه فکری رابطه معنادار مثبت وجود دارد؛ بین یکسان بودن مدیرعامل و رئیس هیأت مدیره و میزان افشای سرمایه فکری رابطه معنادار منفی وجود دارد و بین وجود بخش حسابرسی داخلی و میزان افشای سرمایه فکری رابطه معناداری وجود ندارد. دهقان‌هراتی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهش خود به بررسی رابطه سرمایه فکری هیأت مدیره با ارزش و عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند؛ نتایج حاکی از آن بود که تعداد متخصصان در هیأت مدیره بر ارزش و عملکرد مالی شرکت‌های دانش محور تأثیرگذار است. نیکومرام و همکاران (۱۳۹۲) به مقایسه عملکرد پرتفوی انتخابی براساس مدل‌های حسابداری سرمایه فکری با استفاده از مدل تحلیل شبکه با مدل‌های سنتی و نوین شبکه در بازه زمانی ۱۳۸۵ تا ۱۳۸۹ پرداختند. نتایج نشان داد که طبق هر دو معیار عملکرد ترینر و شارپ، همبستگی بیش‌تری بین پرتفوهای مشتمل بر مدل پالیک سرمایه فکری و بازار وجود داشته و انتخاب پرتفوی مبتنی بر آن، نسبت به مدل سنتی و نوین شبکه بازدهی بیش‌تری را نصیب سرمایه‌گذار می‌نماید؛ همچنین سایر مدل‌های سرمایه فکری نیز با بازار همبستگی نداشت. دیانتی دیلمی و رمضانی (۱۳۹۲) تأثیر سرمایه فکری بر کیفیت اطلاعات مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران را با بررسی ۹۴ شرکت طی سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۹ مورد مطالعه قرار دادند؛ نتایج حاکی از آن بود که در میان اجزای سرمایه فکری، سرمایه ساختاری بیش‌ترین همبستگی و سرمایه انسانی و سرمایه فیزیکی در مراتب بعدی قرار دارند و اجزای سرمایه فکری در مجموع ۵۰٪ تغییرات در کیفیت اطلاعات را تبیین می‌نمایند. یزدی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهش خود با عنوان "بررسی عملکرد شبکه‌های عصبی مصنوعی در پیش‌بینی کارایی سرمایه فکری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران" دریافتند که الگوی شبکه‌های عصبی مصنوعی از دقت بالایی در پیش‌بینی کارایی سرمایه فکری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار برخوردار می‌باشد. مشایخی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهش خود با عنوان "بررسی عوامل مؤثر بر افشای سرمایه فکری در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران" به

بررسی ۶۳ شرکت طی سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۱ پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که فرصت رشد و عمر شرکت، رابطه مثبت و معنادار و سودآوری و اهرم مالی، رابطه منفی و معناداری با افشای سرمایه فکری دارد. همچنین مطالعه اجزای سرمایه فکری، مشخص کرد که بین سودآوری، فرصت رشد و عمر شرکت با افشای سرمایه انسانی رابطه منفی و معناداری وجود دارد. در خصوص افشای سرمایه مشتری و سرمایه ساختاری نیز، نتایج مبین وجود رابطه مثبت و معناداری بین فرصت رشد و عمر شرکت و رابطه منفی و معناداری بین اهرم مالی و افشای سرمایه مشتری و سرمایه ساختاری بود. نمازی و قدیریان آرانی (۱۳۹۳) در پژوهش خود با عنوان "بررسی رابطه سرمایه فکری و اجزای آن با خطر ورشکستگی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران " با بررسی ۸۰ شرکت در بازه زمانی ۱۳۸۳ تا ۱۳۹۰ بیان کردند که بین سرمایه فکری و ریسک ورشکستگی شرکت‌ها رابطه معنادار منفی وجود دارد. همچنین اجزای سرمایه فکری در مدل پالیک (شامل کارایی سرمایه به کار گرفته شده، کارایی سرمایه انسانی و کارایی سرمایه ساختاری) بر ریسک ورشکستگی به گونه‌ای منفی تأثیرگذارند. حیدرپور و فولادی (۱۳۹۳) در پژوهش خود تأثیر ساختار مالکیت بر ارزش افزوده سرمایه فکری را مورد بررسی قرار دادند. براساس یافته‌های این پژوهش، ساختار مالکیت مدیریتی رابطه خطی معناداری با ضریب ارزش افزوده سرمایه فکری ندارد؛ اما مالکیت شرکتی و نهادی با ضریب ارزش افزوده سرمایه فکری رابطه مثبت و معناداری دارند. حسنی و میثاقی (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان "مطالعه کنش سرمایه فکری در بیان انعطاف‌پذیری مالی" با مطالعه ۱۶۱ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۰ بیان کردند که سرمایه فکری تاثیر منفی و معناداری بر انعطاف‌پذیری مالی شرکت‌ها دارد. این بدان معناست که ضریب ارزش افزوده سرمایه فکری شرکت دارای محتوای اطلاعاتی با بار منفی و به عبارتی، کنش معکوس در بیان انعطاف پذیری مالی شرکت است. به عبارت دیگر، شرکت‌های دارای سرمایه فکری بالاتر، انعطاف‌پذیری مالی کم‌تری را تجربه کرده‌اند. نتایج دیگر نشان داد که بین انعطاف‌پذیری مالی شرکت‌های با سرمایه فکری بالا و شرکت‌های با سرمایه فکری پایین، اختلاف معناداری وجود دارد. همچنین رابطه بین سرمایه فکری و انعطاف‌پذیری مالی در شرکت‌های با سرمایه فکری بالا، قوی‌تر از شرکت‌های با سرمایه فکری پایین است. دستگیر و همکاران (۱۳۹۳) با بررسی تأثیر سرمایه فکری بر عملکرد مالی شرکت دریافتند که بین سرمایه فکری و دو شاخص عملکرد مالی (نسبت قیمت به درآمد و نرخ رشد) ارتباط معناداری وجود دارد. سینایی و رنگباری خینی (۱۳۹۳) در پژوهش خود با بررسی اثرهای ارزش افزوده اقتصادی و سرمایه فکری بر قیمت بازار سهام شرکت‌ها در دوره زمانی ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۱ نشان دادند که در دوره مورد بررسی، سود باقی‌مانده محاسبه شده به روش حسابداری بهتر از روش ارزش افزوده اقتصادی، قیمت بازار سهام شرکت را تبیین می‌کند. علاوه بر این، مدل‌های تعیین کننده ارزش شرکت که متغیرهای سرمایه فکری به آن‌ها افزوده شده است، قدرت توضیحی نسبی بالاتری دارند. جبارزاده کنگرلویی و بشیری (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان "مقایسه قدرت توضیحی ارزش افزوده

اقتصادی و سرمایه فکری در تعیین قیمت بازار" با بررسی ۷۰ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۸۲ تا ۱۳۸۹ به این نتیجه رسیدند که بر خلاف اکثر جوامع، به سرمایه‌های مالی و فیزیکی در تعیین ارزش شرکت‌های بورس اوراق بهادار تهران بهای بیش‌تری داده می‌شود و نقش سرمایه فکری در تعیین ارزش شرکت جایگاه واقعی خود را به‌دست نیاورده است. حسینی و همکاران (۱۳۹۳) به بررسی تأثیر عملکرد شرکت و مالکیت نهادی بر سرمایه فکری در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران برای ۷۳ شرکت در بازه زمانی ۱۳۸۱ تا ۱۳۸۹ پرداختند. نتایج نشان داد که عملکرد شرکت با سرمایه فکری رابطه مثبت و معناداری دارد؛ ولی بین مالکیت نهادی و سرمایه فکری رابطه معناداری وجود ندارد. همتی و جلیلی (۱۳۹۳) در پژوهش خود با بررسی میزان افشای اطلاعات سرمایه فکری در گزارش‌های مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بیان کردند که در سال ۸۷، سرمایه خارجی و در سال ۸۸، سرمایه انسانی بیش‌ترین میزان افشا را داشته‌اند و رابطه معناداری بین میزان افشای اطلاعات سرمایه فکری و نوع صنعت شرکت وجود دارد. یحیی‌زاده‌فر و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان "بررسی رابطه بین سرمایه فکری و عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران" نشان دادند که بازده حقوق صاحبان سهام و بازده کل سهام عادی تنها با یکی از متغیرهای سرمایه فکری یعنی سرمایه ارتباطی، ارتباط مستقیم دارد. همچنین، بازده دارایی‌ها و سود هر سهم با دو متغیر سرمایه فکری یعنی سرمایه ارتباطی و سرمایه انسانی ارتباط مستقیم دارد. به‌علاوه، بازده کل سرمایه‌گذاری، با هر سه متغیر سرمایه فکری یعنی سرمایه ارتباطی، سرمایه انسانی و سرمایه ساختاری ارتباط مستقیم دارد. تقی‌زاده و پوربی (۱۳۹۳) در پژوهش خود به ارزیابی تأثیر ساختار سرمایه بر سرمایه فکری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج حاکی از آن بود که بین نسبت بدهی کوتاه مدت به جمع دارایی‌ها و سرمایه فکری رابطه منفی و معنادار وجود دارد. همچنین بین نسبت حقوق صاحبان سهام به جمع دارایی‌ها و سرمایه فکری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نیکبخت و اسکندری (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان "بررسی رابطه بین سرمایه فکری، ارزش افزوده اقتصادی تعدیل شده و نقدشوندگی سهام" به این نتیجه دست یافتند که سرمایه فکری بر ارزش افزوده اقتصادی تعدیل شده تأثیر معناداری می‌گذارد. همچنین تأثیر سرمایه فکری ساختاری و سرمایه فکری ارتباطی از طریق ارزش افزوده اقتصادی تعدیل شده بر نقدشوندگی سهام، غیرمستقیم است؛ اما سرمایه انسانی از طریق ارزش افزوده اقتصادی تعدیل شده به نقدشوندگی منتقل نمی‌شود، بلکه به‌طور مستقیم بر نقدشوندگی تأثیرگذار است. بابایی و جهانگیری (۱۳۹۴) در پژوهشی با بررسی تأثیر سرمایه فکری بر معیارهای سودآوری، نقدینگی و رشد در دوره جاری و آتی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق تهران طی سال‌های ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۳ در یافتند که ارتباط معناداری بین سرمایه فکری و معیارهای سودآوری در دوره جاری و دوره‌های آتی وجود دارد؛ در حالی‌که بین سرمایه فکری و جریان‌های نقدی و رشد در دوره‌های جاری و آتی ارتباط معناداری وجود ندارد. حیدری و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهش خود با عنوان " تبیین

رابطه بین نظام راهبری شرکتی و سرمایه فکری از دیدگاه نظریه نمایندگی: رویکرد الگوسازی معادلات ساختاری" نشان دادند که بین نظام راهبری شرکتی و سرمایه فکری ارتباط معناداری وجود ندارد. سرلک و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهش خود به رتبه‌بندی شرکت‌های برتر بورسی از جایگاه سرمایه فکری و مقایسه آن با رتبه‌بندی شاخص‌های بورس پرداختند؛ نتایج حاکی از آن بود که در میان عناصر تشکیل دهنده سرمایه فکری، کارایی سرمایه به کار گرفته شده دارای بیش‌ترین تأثیر بر سود هر سهم شرکت‌های برتر می‌باشد و کارایی سرمایه انسانی تأثیر معناداری بر ارزش بازار و عملکرد مالی شرکت‌های برتر بورسی ندارد. اولی و همکاران (۱۳۹۵) با بررسی رابطه بین سرمایه فکری و بهره‌وری در شرکت‌های دارویی بیان کردند که رابطه مثبت و معناداری بین ارزش سرمایه فکری و بهره‌وری وجود دارد. رضایی و عباسی (۱۳۹۵) در پژوهشی با بررسی تأثیر سرمایه فکری بر نسبت ارزش افزوده اقتصادی به سود حسابداری و نسبت ارزش افزوده بازار به سود حسابداری دریافتند که تأثیر سرمایه فکری بر نسبت ارزش افزوده بازار به سود حسابداری مثبت و معنادار است، همچنن با توجه مقادیر ضریب تعیین بالاتر شاخص ارزش افزوده اقتصادی به سود حسابداری از توان تبیین بهتری نسبت به شاخص ارزش افزوده بازار به سود حسابداری برخوردار است. چالاکی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان " عدم تقارن اطلاعاتی و سرمایه فکری: دیدگاهی مبتنی بر نظریه نمایندگی" نشان دادند که بین سرمایه فکری و هزینه‌های نمایندگی، رابطه‌ای مثبت و معنادار وجود دارد. نیکبخت و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهش خود با عنوان " تحلیل هزینه ـ منفعت افشای سرمایه فکری از دیدگاه صاحب‌نظران و کارشناسان حسابداری" دریافتند که از دیدگاه صاحب‌نظران و کارشناسان حسابداری، ارائه و افشای اطلاعات سرمایه فکری به موجب افزایش مربوط بودن اطلاعات درون گزارشات مالی برای استفاده‌کنندگان با اهیمت می‌باشد و همچنین نبود سیستم‌های اطلاعاتی برای شناسایی و اندازه‌گیری منابع نامشهود و هزینه بالای توسعه چنین اطلاعاتی، از جمله مهم‌ترین دلایل بازدارنده افشای اطلاعات سرمایه فکری تا به حال بوده و افزایش شفافیت شرکت و بهبود اعتبار و تصویر شرکت از جمله منافع اصلی حاصل از افشای این اطلاعات می‌باشند. ابراهیمی سروعلیا و جهانشاهی (۱۳۹۵) در پژوهش خود با بررسی رابطه سرمایه فکری و متغیرهای اثرگذار بر تصمیمات سرمایه‌گذاران شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران برای ۱۴۰ شرکت طی دوره زمانی ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۲ بیان کردند که بین سرمایه فکری و سود هر سهم، همچنین بین سرمایه فکری و ریسک سیستماتیک هر سهم رابطه مثبت و معنادار و بین سرمایه فکری و نسبت قیمت به سود هر سهم رابطه منفی و معناداری وجود دارد.

۶. نتیجه‌گیری

سرمایه‌های فکری، دارایی‌های نامشهودی هستند که ارزش در سازمان‌ها را باعث شده و یکی از مهم‌ترین عوامل در ایجاد مزیت رقابتی هستند؛ اما در صورت‌های مالی وجود ندارند. با توجه به با ارزش بودن سرمایه‌های فکری، می بایستی این دارایی‌ها را به طور صحیح شناسایی، اندازه‌گیری، مدیریت و

کنترل نمود که این کار عیب حسابداری کنونی، یعنی عدم گزارشگری و انعکاس سرمایه های فکری در صورت‌های مالی را تا حدودی کاهش می‌دهد. سرمایه های فکری یک سازمان مجموعه‌ای از سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای است. افشا و گزارش سرمایه‌های فکری می‌توانند به‌صورت گزارش‌های سالانه و حتی در برخی شرکت‌ها به صورت گزارش‌های جداگانه صورت گیرد. مدیریت وکنترل صحیح و همچنین افشا و گزارش سرمایه‌های فکری تأثیر مثبتی بر عملکرد سازمان‌ها داشته و باعث پیشرفت و تقویت رابطه با کارکنان، مشتریان، تأمین کنندگان و سایرین خواهد شد. افشا و گزارش سرمایه‌های فکری ارزش آتی سازمان‌ها را افزایش داده و مزیت رقابتی سازمان ها را نیز در اقتصاد دانش محور افزایش می‌دهد. هدف اصلی این پژوهش ارائه دید وسیع‌تری از مفهوم سرمایه فکری است. بنابراین، تلاش شد بررسی جامعی از پژوهش‌های داخلی صورت پذیرد. به همین منظور بیش از ۵۰ پژوهش مورد بررسی قرار گرفت؛ با وجود این؛ عناوین مختلفی وجود دارد که هنوز مورد بررسی و پژوهش قرار نگرفته است و به پژوهشگران توصیه می‌شود این عناوین را مورد بررسی قرار دهند؛ از جمله بررسی سرمایه فکری به تفکیک شرکت‌های خدماتی، بازرگانی و تولیدی؛ بررسی سرمایه فکری برای صنایع مختلف. در انتها باید به این موضوع اشاره شود، با این‌که نویسندگان مقاله حاضر تمام تلاش خود را نمودند بررسی جامعی از پژوهش‌های مرتبط با سرمایه فکری در ایران، صورت پذیرد؛ اما به‌طور حتم برخی از پژوهش‌های مرتبط با این مفهوم در ایران انجام شده‌اند که به دلیل عدم امکان دسترسی و سایر محدودیت‌ها در مقاله به آن‌ها اشاره نشده است.

منابع

۱. ابراهیمی سروعلیا، محمدحسن، جهانشاهی، جواد (۱۳۹۵). بررسی رابطه سرمایه فکری و متغیرهای اثرگذار بر تصمیمات سرمایه‌گذاران شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، مطالعات تجربی حسابداری مالی، شماره ۴۹، صص ۸۱- ۵۳.

۲. اسدی، غلامحسین، عالم تبریز، اکبر، رضایی، شعیب (۱۳۹۲). تأثیر سرمایه فکری روی ارزش افزوده اقتصادی شرکت‌ها، تحقیقات حسابداری و حسابرسی. شماره ۲۰، صص ۵۱- ۳۴.

۳. احمدپور، احمد، ملکیان، اسفندیار، زارع بهنمیری، محمدجواد، نادی، زینب (۱۳۹۱). بررسی نقش ساختار هیأت مدیره بر سرمایه فکری شرکت‌ها با رویکرد فازی، مطالعه موردی شرکت‌های داروسازی بورس اوراق بهادار تهران، دانش حسابداری، شماره ۸، صص ۹۳- ۷۳.

۴. انواری رستمی، علی‌اصغر، احمدیان، وحید، میرزارده، سیداصغر (۱۳۹۲). سرمایه فکری، ثروت سهامداران و عملکرد مالی شرکت‌های بورس اوراق بهادار تهران، پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، شماره ۲۰، صص ۱۱۶- ۸۳.

۵. اولی، محمدرضا، حاجی‌زاده، حسن، سعیدی، مجتبی (۱۳۹۵). رابطه بین سرمایه فکری و بهره‌وری در شرکت‌های دارویی، پژوهش‌های حسابداری و حسابرسی، شماره ۳۱، صص ۹۱- ۷۳.

۶. بابایی، فاطمه، جهانگیری، حسین (۱۳۹۴). تأثیر سرمایه فکری بر معیارهای سودآوری، نقدشوندگی و رشد دوره جاری و آتی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پژوهش حسابداری، شماره ۱۹، صص ۹۰- ۶۵

۷. بنی‌مهد بهمن، قنبریها، زهره (۱۳۹۰). رابطه بین سرمایه فکری، اندازه شرکت، سوآوری و ساختار سرمایه در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، دانش مالی تحلیل اوراق بهادار، شماره ۱۱، صص ۱۸۶- ۱۶۳.

۸. تقی‌زاده، هوشنگ، پوراربی، میروحید (۱۳۹۳). ارزیابی تأثیر ساختار سرمایه بر سرمایه فکری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، حسابداری مالی، شماره ۲۲، صص ۱۵۰- ۱۳۴.

۹. جبارزاده کنگرلویی، سعید، بشیری، علیرضا (۱۳۹۳). مقایسه قدرت توضیحی ارزش افزوده اقتصادی و سرمایه فکری در تعیین قیمت بازار، پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، شماره ۲۴، صص ۱۲۰- ۱۰۳.

۱۰. جلیلی، آرزو، همتی، هدی (۱۳۹۰). حاکمیت شرکتی و عملکرد سرمایه فکری در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، حسابداری مدیریت، شماره ۱۱، صص ۲۴- ۱۳.

۱۱. جنانی، محمدحسین، همت‌فر، محمد، رحیمی، باقر (۱۳۹۲). رابطه بین ارزش افزوده اقتصادی و سرمایه فکری با ارزش بازار، پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، شماره ۲۰، صص ۲۰۲- ۱۸۱.

۱۲. چالاکی، پری، قادری، بهمن، کفعمی، مهدی (۱۳۹۵). عدم تقارن اطلاعاتی و سرمایه فکری: دیدگاهی مبتنی بر نظریه نمایندگی، تحقیقات حسابداری و حسابرسی، شماره ۳۱، صص ۱۱۹- ۱۰۰.

۱۳. حجازی، رضوان، رشیدپور، میترا (۱۳۹۱). عوامل مؤثر بر افشای سرمایه فکری در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، شماره ۱۶، صص ۱۲۱- ۹۵.

۱۴. حسینی، سیدعلی، سیدی، سیدجلال، اسماعیل‌زاده، حجت، سروستانی، امیر (۱۳۹۳). بررسی تأثیر عملکرد شرکت و مالکیت نهادی بر سرمایه فکری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، تحقیقات حسابداری و حسابرسی، شماره ۲۲، صص ۶۹- ۵۲.
۱۵. حسنی، محمد، میثاقی، مهری (۱۳۹۳). مطالعه کنش سرمایه فکری در بیان انعطاف‌پذیری مالی، پژوهش‌های حسابداری مالی، دوره ۶، شماره ۳، صص ۸۴- ۶۷.
۱۶. حیدرپور، فرزانه، فولادی، علی (۱۳۹۳). تأثیر ساختار مالکیت بر ارزش افزوده سرمایه فکری، پژوهش‌های تجربی حسابداری، شماره ۱۱، جلد دوم، صص ۹۴- ۷۹.
۱۷. حیدری، مهدی، قادری، مهین، کفعمی، مهدی (۱۳۹۴). تبیین رابطه بین نظام راهبری شرکتی و سرمایه فکری از دیدگاه نظریه نمایندگی: رویکرد الگوسازی معادلات ساختاری، دانش حسابداری، شماره ۲۲، صص ۱۵۱- ۱۳۱.
۱۸. خاوندکار، جلیل، خاوندکار، احسان، متقی، افشین (۱۳۸۸). سرمایه فکری: مدیریت توسعه ومدل های سنجش، چاپ دوم، انتشارات مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران.
۱۹. دارابی، رویا (۱۳۹۱). تأثیر افشای اجزای سرمایه فکری بر کیفیت گزارشگری مالی، دانش سرمایه‌گذاری، شماره ۴، صص ۱۰۵- ۱۳۱.
۲۰. دارابی، رویا، کامران‌راد، صدیقه، سیدجراحی، حمید (۱۳۹۲). تأثیر سرمایه فکری بر نسبت کیوتوبین (Q) شرکت‌های داروسازی، پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، شماره ۱۸، صص ۱۹۵- ۱۷۵.
۲۱. دستگیر، محسن، محمدی،کامران (۱۳۸۸). سرمایه فکری،گنج تمام نشدنی سازمان، ماهنامه تدبیر، شماره ۲۱۴، صص ۳۲- ۲۸.
۲۲. دستگیر، محسن، عرب صالحی، مهدی، امین جعفری، راضیه، اخلاقی، حسنعلی (۱۳۹۳). تأثیر سرمایه فکری بر عملکرد مالی شرکت، پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، شماره ۲۱، صص ۳۶- ۱.
۲۳. دیانتی دیلمی، زهرا (۱۳۹۱). تأثیر سرمایه فکری بر حسابداری مدیریت شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، حسابداری مدیریت، شماره ۱۴، صص ۹۹- ۸۵.
۲۴. دیانتی دیلمی، زهرا، رمضانی، مریم (۱۳۹۲). تأثیر سرمایه فکری بر کیفیت اطلاعات مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، دانش مالی تحلیل اوراق بهادار، شماره ۱۸، صص ۴۷- ۳۱.
۲۵. دهقان هراتی، شهین، فاضل‌یزدی، علی، جباری، حسین، اسدپور، احمدعلی (۱۳۹۲). بررسی رابطه سرمایه فکری هیأت مدیره با ارزش و عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، حسابداری مدیریت، شماره ۱۷، صص ۴۴- ۲۹.
۲۶. رحمانی، علی، عارف‌منش، زهره (۱۳۹۱). اندازه‌گیری سرمایه فکری و رابطه آن با هزینه حقوق صاحبان سهام، پژوهش‌های حسابداری، شماره ۶، صص ۱۷- ۱.
۲۷. رضایی، عماد، عباسی، ابراهیم (۱۳۹۵). تأثیر سرمایه فکری بر نسبت ارزش افزوده اقتصادی به سود حسابداری و نسبت ارزش افزوده بازار به سود حسابداری، پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، شماره ۳۱، صص ۱۴۴- ۱۲۷.

۲۸. رضایی، فرزین، همتی، حسن، کارگرشاملو، بهرام (۱۳۸۹). سرمایه فکری و عملکرد مبتنی بر ارزش و سرمایه فکری، تحقیقات حسابداری و حسابرسی، شماره ۷، صص ۷۰- ۵۲.
۲۹. رهنمای رودپشتی، فریدون، همتی، هدی (۱۳۸۸). سنجش ارتباط بین سرمایه فکری با متغیرهای نوین سنجش عملکرد مبتنی بر ارزش آفرینی، شماره ۲، صص ۱۳۴- ۱۱۱.
۳۰. زاهدی، سیدمحمد، لطفی‌زاده، فرشته (۱۳۸۶). ابعاد ومدل‌های اندازه‌گیری سرمایه فکری، مطالعات مدیریت بهبود و تحول، شماره۵۵، صص ۶۴- ۳۹.
۳۱. سرلک، نرگس، قنبری، علی‌محمد، حیدری، زهرا (۱۳۹۴). رتبه‌بندی شرکت‌های برتر از جایگاه سرمایه فکری و مقایسه آن با رتبه‌بندی مطابق شاخص‌های بورس، دانش سرمایه‌گذاری، شماره ۱۴، صص ۴۶- ۲۹.
۳۲. ستایش، محمد حسین وکاظم نژاد، مصطفی (۱۳۸۸)، روش‌های اندازه‌گیری وگزارشگری خارجی سرمایه فکری، ماهنامه حسابدار، شماره ۲۰۷، ص۵۸.
۳۳. ستایش محمدحسین، کاظم‌نژاد، مصطفی (۱۳۸۸). بررسی تأثیر سرمایه فکری بر عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پیشرفت‌های حسابداری، شماره ۱، صص ۹۴- ۶۹.
۳۴. ستایش، محمدحسین، دهداری، الیاس، نمازی، نویدرضا (۱۳۹۰). بررسی تأثیر سازوکارهای حاکمیت شرکتی بر کارایی اجزای سرمایه فکری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، حسابداری مالی، شماره ۱۰، صص ۸۶- ۶۲.
۳۵. ستایش، محمدحسین، کاشانی‌پور، فرهاد (۱۳۹۱). تأثیر اجزای سرمایه فکری در تعیین عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، مطالعات تجربی حسابداری مالی، شماره ۳۶، صص ۲۱- ۱.
۳۶. سینایی، حسنعلی، رنگباری خینی، محمود (۱۳۹۳). بررسی اثرهای ارزش افزوده اقتصادی بر قیمت بازار سهام شرکت‌ها، پژوهش‌های حسابداری مالی، دوره ۶، شماره ۳، صص ۹۸- ۸۵.
۳۷. طالب‌نیا، قدرت‌الله، خان‌حسینی، داود، معززملاقاسم، الهه، نیکونسبتی، محمد (۱۳۹۱). بررسی تأثیر سرمایه فکری بر ارزش بازار و عملکرد مالی شرکت‌های صنعت سیمان پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پژوهش‌های تجربی حسابداری، شماره ۵، صص ۶۶- ۵۱.
۳۸. عارف‌منش، زهره، زارع، حبیب (۱۳۹۰). انگیزه سرمایه فکری و بررسی ارتباط آن با عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پژوهش حسابداری، شماره ۳، صص ۹۳- ۷۳.
۳۹. عباسی، ابراهیم، گلدی‌صدقی امان (۱۳۸۹). بررسی تأثیر کارایی عناصر سرمایه فکری بر عملکرد مالی شرکت‌ها در بورس تهران، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، شماره ۶۰، صص ۷۴- ۵۷.
۴۰. علوی‌طبری، سیدحسین، عباس تفرشی، زهره (۱۳۹۲). تأثیر نظام راهبری شرکتی بر افشای سرمایه فکری، تحقیقات حسابداری و حسابرسی، شماره ۱۷، صص ۳۳- ۱۸.
۴۱. فاضل یزدی، علی، تقی‌زاده مهرجردی، روح‌الله، طحاری مهرجردی، محمدحسین (۱۳۹۲). بررسی عملکرد شبکه‌های عصبی مصنوعی در پیش‌بینی کارایی سرمایه فکری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، مهندسی مالی و مدیریت اوراق بهادار، شماره ۱۶، صص ۱۵۳- ۱۲۷.

۴۲. قلچ‌لی، بهروز، مشبکی،اصغر (۱۳۸۵). نقش سرمایه اجتماعی در ایجاد سرمایه فکری در سازمان: مطالعه دو شرکت خودروسازی، دانش مدیریت، شماره۷۵، صص ۱۴۷- ۱۲۵.

۴۳. مجتهدزاده، ویدا، علوی‌طبری، سیدحسین، مهدی‌زاده، مهرناز (۱۳۸۹). رابطه سرمایه فکری (انسانی، مشتری، ساختاری) و عملکرد صنعت بیمه (از دیدگاه مدیران)، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، شماره ۶۰، صص ۱۱۹- ۱۰۹.

۴۴. محمودآبادی، حمید، رضایی، غلامرضا، گرگانی فیروزجاه، ابوالفضل (۱۳۹۲). بررسی آثار سرمایه فکری در بهبود کیفیت گزارشگری مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پیشرفت‌های حسابداری، شماره ۲، صص ۹۹- ۷۵.

۴۵. مرادزاده‌فر، مهدی، عدیلی، مجتبی (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین مالکیت نهادی سهام و عملکرد سرمایه فکری در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پیشرفت‌های حسابداری، شماره ۲، صص ۱۶۲- ۱۴۱.

۴۶. مشایخی، بیتا، سیدی، سیدجلال، زرگران یزد، هستی (۱۳۹۳). بررسی عوامل مؤثر بر افشای سرمایه فکری در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، شماره ۲، صص ۲۷۰- ۲۵۱.

۴۷. نمازی، محمد، ابراهیمی، شهلا (۱۳۹۰). بررسی تجربی نقش اجزای سرمایه فکری در ارزیابی عملیات مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پیشرفت‌های حسابداری، شماره ۲، صص ۱۹۷- ۱۶۳.

۴۸. نمازی، محمد، قدیریان آرانی، محمدحسین (۱۳۹۳). بررسی رابطه سرمایه فکری و اجزای آن با خطر ورشکستگی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پژوهش‌های تجربی حسابداری، شماره ۱۱، صص ۱۴۱- ۱۱۵.

۴۹. نیکبخت، محمدرضا، اسکندری، قربان (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین سرمایه فکری، ارزش افزوده اقتصادی تعدیل شده و نقدشوندگی سهام، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، دور ۲۲، شماره ۴، صص ۵۶۰- ۵۴۱.

۵۰. نیکبخت، محمدرضا، یزدانیان، عالمه، جمالی، الهام (۱۳۹۵). تحلیل هزینه- منفعت افشای سرمایه فکری از دیدگاه صاحب‌نظران وکارشناسان حسابداری، دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، شماره ۱۸، صص ۱۰۴- ۹۵.

۵۱. نیکومرام، هاشم، یاری، مهدی (۱۳۸۷). ارتباط بین سرمایه فکری با بازده سرمایه‌گذاری و ارزش افزوده اقتصادی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، دانش مالی تحلیل اوراق بهادار، شماره ۲، صص ۸۹- ۶۵.

۵۲. نیکومرام، هاشم، اسحقی، فاطمه (۱۳۸۹). رابطه بین تأثیر سرمایه فکری بر عملکرد شرکت‌های ارزشی و رشدی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، دانش مالی تحلیل اوراق بهادار، شماره ۶، صص ۱۶۳- ۱۳۳.

۵۳. نیکومرام، هاشم، رهنمای‌رودپشتی، فریدون، همتی، هدی (۱۳۹۲). مقایسه عملکرد پرتفوی انتخابی براساس مدل‌های حسابداری سرمایه فکری با استفاده از مدل تحلیل شبکه با مدل‌های سنتی و نوین شبکه، حسابداری مدیریت، شماره ۱۹، صص ۱۰۰- ۷۹.

۵۴. همتی، حسن، معین‌الدین، محمود، مظفری، مریم (۱۳۸۹). بررسی ارتباط بین سرمایه فکری و ارزش بازار و عملکرد مالی شرکت‌های غیرمالی، حسابداری مالی، شماره ۷، صص ۴۸- ۲۳.
۵۵. همتی، حسن، مهرابی، امین (۱۳۹۰). بررسی ارتباط بین سرمایه فکری و بازده مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، تحقیقات حسابداری و حسابرسی، شماره ۱۰.
۵۶. همتی، هدی، جلیلی، آرزو (۱۳۹۳). بررسی میزان افشای اطلاعات سرمایه فکری در گزارش‌های مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، تحقیقات حسابداری و حسابرسی، شماره ۲۱، صص ۱۳۷- ۱۱۶.
۵۷. یحیی‌زاده‌فر، محمود، آقاجانی، حسنعلی، یحیی‌تبار، فاطمه (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین سرمایه فکری و عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، تحقیقات مالی، شماره ۱، صص ۱۹۹- ۱۸۱.

58.Bart,c.k.(2001).measuring the mission Effect in Human intellectual capital, Journal of intellectual capital, vol.2, n.3, pp.320-330.
59.Beattie,Vivien & sarah Jane Smith.(2010). Human Capital, value Creation and disclosure. Journal of Human Resource Costing & Accounting,Vol.14, Iss.4, pp.262-285.
60.Bontis, N.(1998). Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and models. Managing Decision,Vol.36, No.2, pp.63-76.
61.Bontis, keow,w,c,c.and Richardson,s(2004), intellectual capital and business performance in Malaysian industries, journal of intellectual capital,vol.1,n.1,pp.85-700.
62.Bozbura,f.tunc(2004). Measurment and application of intellectual capital in turkey. The learning organization, vol.11,n.4/5, pp.357-367.
63.Brooking,a(1996).Core Asset for the Third Millennium EnterprisesEnternational Thomson Business press, London,Vol.8, N.12, pp.12-16.
64.Castro, gregorio martin de pedrolopzsaez and jose Emilio navaslopez.(2004).the role of corporate reputation in developing relational capital, Journal of intellectual capital,vol.5,n.4, pp.575-585.
65.chen,j.zhu,z.andxie,y,h.(2004), measuring intellectual capital: a new model and empirical study, journal of intellectual capital,vol.5n.1, pp.85-100.
66.Edvisson.l and Malone.m.s(1991). intellectual capital: realizing your compaystruc value by finding its hidden brainpower.newyourk:harperbasiness.
67.Edvinso,L,M and s.Malone.(1997). Developing a model ofmanaging Intelleetual Capital, European management journal, vol.4,n.3,pp.356-36413.
68.Engstrom,tj.westnes.p and westnes.s.f,(2003). intellectual,capital in the hotel industry,journal of intellectual capital,voi.12,n.3,pp287-303.
69.klein,D.A. and Pruasak,L.(1994) .Characterizing Intellectual capital, center for Business Innoration, Ernst & Young Lip working paper
70.Marr,b.,gray,d.andneely,a.(2003).why do firms measure their ic? Journal of intellectual capital,vol.4,n.4,pp.441-464.
71.Marr,b.(2008). impacting future value: how to manage your intellectual capital, published by the society of management accountants of Canada,the American in statute of certified public accountants and the chartered institutle of management accountants

72.Pablos,patricia Ordonez de.(2003). Intellectual capital reporting in spain comparativeview, journal of intellectual capital,vol.4,n.1,pp.61-81.
73.Pablos, patriciaordonezde.(2004). Measuring and reporting structural capital. Journal of intellectual capital, vol.5,n.4,pp.626-647.
74.Roos,g.edvinsson, l.roos,j.anddraganneti,n.c.(1997). Intellectual capital: navigating the new businessandscape,macmilan,London.
75. Stewart,T.A.(1997). Intellectual capital: the new wealth of organization, nicholasbrealey,London.