

Developing a Strategic Management Accounting Model Based on Corporate Social Responsibility Reporting in Iran

1. Erfan Davari¹: Department of accounting, Ta.C., Islamic Azad University, Tabriz, Iran

2. Saeed Anvar Khatibi^{2*}: Department of accounting, Ta.C., Islamic Azad University, Tabriz, Iran. Email: saeed.anvarkhatibi@iau.ir (Corresponding Author)

3. Rasoul Abdi³: Department of accounting, Bon.C., Islamic Azad University, Bonab, Iran

4. Mahdi Zeinali⁴: Department of accounting, Ta.C., Islamic Azad University, Tabriz, Iran

Article history



Received: 13 August 2025

Revised: 22 November 2025

Accepted: 29 November 2025

Initial Publish: 02 December 2025

Final Publish: 22 December 2026

Abstract:

This study aims to develop and validate a Strategic Management Accounting (SMA) model based on Corporate Social Responsibility (CSR) reporting to enhance organizational transparency, accountability, and strategic decision-making in Iranian firms. This research is developmental–applied in purpose and quantitative–descriptive in design. The statistical population consisted of 278 managers, deputies, and experts in accounting and strategic management from Iranian organizations, selected through cluster random sampling. Data were collected using a researcher-designed questionnaire derived from theoretical frameworks and empirical studies. Content validity (CVR and CVI) and confirmatory factor analysis ensured instrument validity, while reliability was tested using Cronbach’s alpha and composite reliability. Data were analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) through SmartPLS software. The results indicated that all variables—“Information System Changes,” “Management Accounting–CSR Relationship,” “Economic Motivation,” “Development Strategies,” “CSR Measurement Indicators,” “Stakeholder Role,” and “Economic, Legal, Cultural, and Technological Challenges”—had significant effects on the model ($t > 1.96$). The overall model fit index (GOF = 0.56) confirmed strong model adequacy, and R^2 values showed substantial explanatory power for endogenous constructs. Among the constructs, “Information System Changes” and “Management Accounting–CSR Relationship” exhibited the strongest influence on the integrated SMA–CSR model. Findings confirm that integrating CSR reporting into Strategic Management Accounting enhances transparency, informed decision-making, and corporate sustainability. The proposed model provides a localized framework for policymakers and managers to align economic, social, and technological indicators with CSR principles within Iran’s strategic accounting systems.

Keywords: Strategic Management Accounting; Corporate Social Responsibility; Structural Equation Modeling; Organizational Transparency; Sustainability

Citation: Davari, E., Khatibi, S. A., Abdi, R., & Zeinali, M. (2026). Developing a Strategic Management Accounting Model Based on Corporate Social Responsibility Reporting in Iran. *Accounting, Finance and Computational Intelligence*, 4(4), 1-18.



Copyright: © 2026 by the authors. Published under the terms and conditions of Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

Extended Abstract

Introduction

Managerial competencies have increasingly been recognized as one of the fundamental determinants of organizational success, performance enhancement, and sustainable competitiveness in dynamic business environments. Competence is broadly defined as an integrated set of knowledge, skills, attitudes, and personal attributes that enable individuals to perform effectively in their professional roles (Dubois et al., 2004). The growing complexity of managerial responsibilities in contemporary organizations requires senior managers to possess multidimensional competencies that extend beyond technical expertise, encompassing ethical, strategic, digital, and leadership capabilities (Soveidi & Dosti, 2025). Competency-based management has thus evolved into a strategic approach that enables organizations to identify, develop, and utilize managerial capabilities to drive long-term performance improvement (Naimati et al., 2025).

Recent research emphasizes that managerial competency directly influences organizational decision quality, ethical standards, and financial transparency. Competent managers are capable of analyzing complex financial data, identifying risks, and making strategic decisions that enhance operational efficiency and accountability (Seyfi et al., 2024). Studies conducted in both developed and developing economies have found that auditor and managerial competence correlates strongly with higher quality in financial reporting and greater investor confidence (Rezaei Rajani et al., 2024). Moreover, professional competence coupled with ethical integrity has been shown to mitigate misconduct and improve internal control mechanisms, reinforcing corporate governance systems (Momeny & zabihi zarinkolai, 2023).

Parallel to traditional managerial skills, digital and technological competencies have emerged as essential components of modern management. Technological advancements such as artificial intelligence (AI), data analytics, and cybersecurity management have redefined organizational processes and decision-making frameworks (Donbesuur et al., 2023). Managers now require digital literacy and adaptive learning skills to interpret data-driven insights, manage cyber threats, and lead technology-driven transformations (Hadavand et al., 2023). According to (Liikamaa, 2015), the ability to employ digital tools and manage innovative systems has become a crucial determinant of managerial effectiveness and organizational sustainability.

Furthermore, research in strategic leadership highlights the importance of transformational leadership as an integral dimension of managerial competency (Khanifar et al., 2020). Transformational leaders inspire, motivate, and guide their teams toward achieving shared organizational goals, fostering innovation and resilience. Similarly, (Khoshouei et al., 2013) identified eight core managerial competencies necessary for twenty-first-century leaders, including analytical decision-making, adaptability, performance orientation, leadership, and communication—dimensions that align closely with the conceptual framework of this study.

Scholarly investigations into managerial competency models have further revealed their significance in enhancing governance, transparency, and accountability. For instance, (Herranz et al., 2022) found that the expertise and commitment of audit committee members significantly reduce earnings management practices and improve financial reporting quality in European firms. Likewise, (Zarefar et al., 2016) demonstrated that ethics, experience, and auditor competence positively affect audit quality, with professional skepticism acting as a moderating variable. These studies affirm that managerial competence is an essential antecedent of ethical decision-making and quality assurance.

Empirical evidence also underscores the relationship between managerial competencies and firm growth. (Okwor et al., 2022) revealed that intrapreneurial competencies, when supported by perceived organizational support, significantly promote firm growth, particularly in emerging economies. Similarly, (Rai et al., 2025) demonstrated that enhancing managerial competencies in Bhutanese construction projects leads to improved efficiency and financial control. At a broader level, (Asgari et al., 2015) classified managerial competencies within the Iranian context into three key dimensions—individual, occupational, and value-based—emphasizing that behavioral and ethical competencies exert the most substantial influence on organizational performance.

Research by (Hemati dehaghani et al., 2024) supports these findings by showing that cognitively and emotionally competent leaders are better equipped to provide high-quality professional services, manage decision-making biases, and sustain organizational trust. In addition, (Gruicic & Benton, 2015) demonstrated that emotional intelligence can be cultivated through mind-body training, further reinforcing its role as a managerial competency that enhances empathy, communication, and resilience. Complementing this perspective, (Dreyfus, 2008) emphasized that managerial effectiveness in research and development settings is strongly predicted by interpersonal skills, experiential learning, and mentorship capability—qualities that align with the multidimensional competency model identified in the present study.

Overall, these findings collectively suggest that managerial competency is not a static construct but an evolving multidimensional framework that encompasses professional and financial expertise, ethical leadership, and digital intelligence. Accordingly, this study seeks to explain and empirically validate the competency criteria of senior managers and to examine their impact on company performance across industrial organizations in Iraq.

Methods and Materials

The present study employed a mixed-method design with an exploratory sequential strategy. In the qualitative phase, semi-structured interviews were conducted with 14 academic experts in accounting and management to extract key dimensions of managerial competence. Data were analyzed through thematic content analysis using MAXQDA software. Coding reliability was verified using Cohen's Kappa coefficient, yielding a satisfactory agreement rate ($\kappa = 0.86$). The Delphi technique was applied in two rounds to achieve expert consensus on identified competency dimensions.

In the quantitative phase, a structured questionnaire was distributed to 400 managers across Iraqi industrial firms, of which 392 valid responses were analyzed. Measurement instruments included a researcher-developed competency scale based on qualitative findings and Kaplan's (2001) 360-degree performance evaluation model for assessing company performance. Data analysis was performed using Smart PLS structural equation modeling to examine causal relationships between variables and to evaluate the predictive validity of the proposed model.

Findings

The qualitative analysis identified three overarching dimensions of managerial competencies: (1) professional and financial competencies, (2) managerial and leadership competencies, and (3) digital and technological competencies. Each dimension included several sub-components such as financial literacy, ethical conduct, risk management, transformational leadership, strategic decision-making, AI utilization, and cybersecurity awareness.

The Delphi validation results confirmed expert agreement on all identified dimensions, with mean consensus scores exceeding the standard threshold ($M > 5.0$; agreement coefficient > 0.70). Quantitative findings revealed that all three competency dimensions had significant positive effects on company performance. The path coefficient between overall

managerial competence and company performance was $\beta = 0.444$, with a t-value of 33.155, confirming the main hypothesis at the 0.05 significance level.

Model validation indices indicated strong internal consistency and reliability (Cronbach's $\alpha = 0.955$; composite reliability = 0.962). The coefficient of determination (R^2) for company performance was 0.606, suggesting that managerial competencies explained 60.6% of the variance in performance outcomes. Predictive relevance indices (Q^2) for each dimension were above 0.5, indicating robust model predictability. Moreover, the highest predictive effect was observed in digital and technological competencies ($Q^2 = 0.814$), followed by managerial and leadership competencies ($Q^2 = 0.753$) and professional-financial competencies ($Q^2 = 0.574$).

Overall, the results confirmed that senior managers' competencies substantially enhance company performance by improving strategic decision-making, risk management, innovation, and operational efficiency.

Discussion and Conclusion

The findings of this study reinforce the theoretical and empirical understanding that managerial competencies are multidimensional constructs that significantly influence organizational performance. The results demonstrated that financial expertise, ethical commitment, leadership capability, and digital literacy jointly contribute to higher levels of performance among industrial firms. This evidence supports the argument that senior managers must integrate both technical and behavioral competencies to sustain organizational growth and adaptability.

The strong relationship between professional-financial competencies and performance corroborates prior studies suggesting that financial literacy, transparency, and adherence to ethical principles are key determinants of organizational success. Managers possessing financial acumen and risk assessment skills are better able to design internal controls, manage crises, and maintain the trust of stakeholders. Furthermore, the importance of ethical and professional integrity in managerial competence highlights the role of moral conduct in mitigating financial misreporting and enhancing corporate credibility.

The significant impact of managerial and leadership competencies further underlines the necessity of transformational leadership in achieving organizational excellence. Leaders who inspire, motivate, and empower their teams foster innovation and collaboration, which ultimately drive performance improvement. These competencies also facilitate effective communication and conflict management, ensuring alignment between individual and organizational objectives. In line with contemporary leadership theories, this dimension of competence acts as a catalyst for organizational learning, adaptability, and continuous improvement.

The findings also highlight the growing relevance of digital and technological competencies in the era of digital transformation. Managers capable of employing data analytics, artificial intelligence, and cybersecurity measures can improve strategic decision-making and operational efficiency. These skills are no longer optional but essential prerequisites for managerial success. Organizations that invest in developing digital literacy among their leaders are more resilient and better equipped to navigate technological disruptions and market uncertainties.

From a strategic perspective, the integrated competency model proposed in this study provides a holistic framework that can guide organizations in aligning human resource development with strategic objectives. By institutionalizing competency-based recruitment, training, and performance appraisal systems, firms can ensure that managerial talent is effectively leveraged to enhance innovation, efficiency, and profitability.

Authors' Contributions

Authors equally contributed to this article.

Acknowledgments

Authors thank all participants who participate in this study.

Declaration of Interest

The authors report no conflict of interest.

Funding

According to the authors, this article has no financial support.

Ethical Considerations

All procedures performed in this study were under the ethical standards.

توسعه الگوی حسابداری مدیریت استراتژیک مبتنی بر گزارشگری مسئولیت اجتماعی در ایران

تاریخچه مقاله

تاریخ دریافت: ۲۲ مرداد ۱۴۰۴

تاریخ بازنگری: ۱ آذر ۱۴۰۴

تاریخ پذیرش: ۸ آذر ۱۴۰۴

تاریخ چاپ اولیه: ۱۱ آذر ۱۴۰۴

تاریخ چاپ نهایی: ۱ دی ۱۴۰۵

۱. عرفان داوری^{ID}: گروه حسابداری، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

۲. سعید انور خطیبی^{ID}: گروه حسابداری، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران. ایمیل: saeed.anvarkhatibi@iaui.ac.ir (نویسنده مسئول)

۳. رسول عبدی^{ID}: گروه حسابداری، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران

۴. مهدی زینالی^{ID}: گروه حسابداری، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

چکیده

هدف پژوهش حاضر توسعه و اعتبارسنجی الگوی از حسابداری مدیریت استراتژیک مبتنی بر گزارشگری مسئولیت اجتماعی در ایران با هدف ارتقای شفافیت، پاسخگویی و تصمیم‌گیری راهبردی در سازمان‌ها است. این پژوهش از نظر هدف توسعه‌ای-کاربردی و از حیث ماهیت، کمی و توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری شامل ۲۷۸ نفر از مدیران، معاونان و کارشناسان حوزه حسابداری و مدیریت استراتژیک در شرکت‌های ایرانی بود که با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای تصادفی انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق‌ساخته بر اساس مؤلفه‌های شناسایی‌شده از پیشینه نظری و مطالعات تجربی بود. روایی ابزار از طریق روایی محتوا (CVR) و (CVI) و تحلیل عاملی تأییدی و پایایی از طریق آلفای کرونباخ و پایایی مرکب تأیید گردید. برای تحلیل داده‌ها از مدل‌یابی معادلات ساختاری به روش حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM) با نرم‌افزار SmartPLS استفاده شد. نتایج نشان داد که تمامی متغیرهای پژوهش شامل «اجرای تغییرات در سیستم‌های اطلاعاتی»، «ارتباط حسابداری مدیریت و مسئولیت اجتماعی»، «انگیزه‌های اقتصادی»، «راهکارهای توسعه»، «شاخص‌های اندازه‌گیری مسئولیت اجتماعی»، «نقش ذی‌نفعان» و «چالش‌های اقتصادی، قانونی، فرهنگی و فناوری» دارای اثر معنادار بر مدل نهایی هستند ($t > 1.96$) شاخص برازش کلی مدل ($GOF = 0.56$) نشان‌دهنده برازش قوی مدل است و مقادیر R^2 بیانگر توان تبیینی مناسب سازه‌های درون‌زا می‌باشد. نتایج همچنین نشان داد که تغییرات در سیستم‌های اطلاعاتی و ارتباط حسابداری مدیریت با CSR بیشترین تأثیر را در تبیین مدل دارند. نتایج تحقیق تأیید می‌کند که تلفیق گزارشگری مسئولیت اجتماعی با حسابداری مدیریت استراتژیک می‌تواند موجب بهبود شفافیت، تصمیم‌گیری آگاهانه، و پایداری سازمانی گردد. الگوی توسعه‌یافته ابزاری برای مدیران و سیاست‌گذاران فراهم می‌کند تا شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی و فناوری را در راستای مسئولیت‌پذیری اجتماعی در نظام حسابداری مدیریت بومی‌سازی کنند.

کلیدواژه‌ها: حسابداری مدیریت استراتژیک؛ گزارشگری مسئولیت اجتماعی؛ مدل‌یابی معادلات ساختاری؛ شفافیت سازمانی؛ پایداری

شیوه استناددهی: داوری، عرفان، انور خطیبی، سعید، عبدی، رسول، و زینالی، مهدی. (۱۴۰۵). توسعه الگوی حسابداری مدیریت استراتژیک مبتنی بر گزارشگری مسئولیت اجتماعی در ایران. *حسابداری، امور مالی و هوش محاسباتی*، ۴(۴)، ۱۸-۱.



در دهه‌های اخیر، تحولات سریع محیط‌های اقتصادی، اجتماعی و فناوری، مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را به یکی از محورهای اساسی در مدیریت راهبردی و حسابداری مدیریت تبدیل کرده است. سازمان‌ها دیگر صرفاً به‌عنوان نهادهای اقتصادی در پی کسب سود در نظر گرفته نمی‌شوند، بلکه به‌عنوان نهادهای اجتماعی دارای تعهد در برابر ذی‌نفعان متعدد خود، از کارکنان و سهام‌داران تا جامعه و محیط‌زیست، ارزیابی می‌شوند (Camilleri, 2022). در این میان، گزارشگری مسئولیت اجتماعی و ارتباط آن با حسابداری مدیریت استراتژیک نقش کلیدی در شفافیت، پاسخگویی و تصمیم‌گیری آگاهانه ایفا می‌کند. امروزه شرکت‌ها با فشار فزاینده‌ای از سوی نهادهای نظارتی، سرمایه‌گذاران و افکار عمومی برای افشای عملکردهای اجتماعی و زیست‌محیطی مواجه‌اند و حسابداری مدیریت استراتژیک به‌عنوان ابزاری تحلیلی و پیش‌نگر، می‌تواند در جهت تحقق و ارزیابی این اهداف ایفای نقش کند (Pourali Lakeye et al., 2024).

مطالعات مختلف نشان داده‌اند که تلفیق مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی در نظام حسابداری مدیریت، موجب ارتقای اثربخشی استراتژی‌ها، افزایش کارایی تصمیم‌گیری و خلق ارزش پایدار برای سازمان‌ها می‌شود (Altwaijri, 2025; Kim et al., 2023). از سوی دیگر، در کشورهای در حال توسعه از جمله ایران، فقدان چارچوب‌های یکپارچه و مدل‌های بومی‌سازی‌شده برای استقرار حسابداری مدیریت استراتژیک مبتنی بر مسئولیت اجتماعی موجب شده است که سازمان‌ها در مسیر دستیابی به توسعه پایدار با چالش‌های متعددی روبه‌رو شوند (Bonabi Ghadim et al., 2022; Firouzi, 2024). بنابراین، طراحی و توسعه الگویی که بتواند ابعاد مختلف گزارشگری مسئولیت اجتماعی را در قالب نظام حسابداری مدیریت استراتژیک جای دهد، ضرورتی دوچندان یافته است.

بر اساس پژوهش‌های انجام‌شده، مسئولیت اجتماعی شرکتی (CSR) تأثیر معناداری بر عملکرد مالی و غیرمالی شرکت‌ها دارد و یکی از سازوکارهای حیاتی برای تقویت روابط بلندمدت با ذی‌نفعان محسوب می‌شود (Lahjie et al., 2023; Lu & Abeysekera, 2021). از سوی دیگر، گزارشگری CSR به مدیران کمک می‌کند تا عملکردهای سازمان را نه تنها از منظر مالی بلکه از جنبه‌های اخلاقی، اجتماعی و زیست‌محیطی نیز بسنجند و تصمیمات راهبردی مؤثرتری اتخاذ کنند (Ehteshami Nejad & Pakzad, 2023; Yeganeh Rad et al., 2023). این امر در شرایطی که شرکت‌ها با بحران‌هایی مانند فشارهای قانونی، نوسانات اقتصادی، انتظارات فزاینده مشتریان و ذی‌نفعان و پیچیدگی روابط زنجیره تأمین مواجه‌اند، اهمیت بیشتری می‌یابد (Taghipour et al., 2022).

از دیدگاه نظری، حسابداری مدیریت استراتژیک بر شناسایی، تحلیل و ارزیابی عوامل داخلی و بیرونی مؤثر بر موفقیت سازمان متمرکز است. این شاخه از حسابداری با استفاده از داده‌های غیرمالی و ترکیب آن با تحلیل‌های اقتصادی و رقابتی، ابزار تصمیم‌سازی برای مدیران عالی سازمان را فراهم می‌سازد (Suryani, 2022). ادغام مسئولیت اجتماعی در این چارچوب می‌تواند موجب توسعه رویکردهای نوین مدیریت ارزش، بهبود تصویر برند، ارتقای مشروعیت سازمانی و کاهش ریسک‌های ناشی از رفتارهای غیراخلاقی یا عدم شفافیت شود (Golchoghani et al., 2023; Khayati & Hossein Zadeh, 2023). در حقیقت، حسابداری مدیریت استراتژیک زمانی کارآمد خواهد بود که بتواند عملکرد سازمان را بر اساس معیارهای چندبعدی شامل مالی، زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی بسنجد.

در این میان، پژوهش‌های بین‌المللی نشان داده‌اند که افشای گزارش‌های مسئولیت اجتماعی نه تنها موجب افزایش ارزش بازار شرکت‌ها می‌شود بلکه اعتماد سرمایه‌گذاران و تحلیل‌گران مالی را نیز تقویت می‌کند (Lu & Abeysekera, 2021). در بازارهایی نظیر بورس تهران نیز یافته‌ها حاکی از آن است که گزارشگری مسئولیت اجتماعی رابطه مثبتی با کیفیت سود، حاکمیت شرکتی و ارزش بازار دارد (Yarifard & Hashemi, 2024). از سوی دیگر، نتایج برخی مطالعات داخلی نشان می‌دهد که هنوز در بسیاری از شرکت‌های ایرانی، مسئولیت اجتماعی بیشتر در قالب اقدامات تبلیغاتی یا گزارش‌های صوری جلوه‌گر است و در ساختار تصمیم‌گیری مالی و مدیریتی جایگاه واقعی خود را نیافته است (Bonabi Ghadim et al., 2022; Pourali Lakeye et al., 2024).

افزایش اهمیت گزارشگری مسئولیت اجتماعی در حوزه حسابداری، منجر به شکل‌گیری مطالعاتی در زمینه رابطه میان CSR و مدیریت سود نیز شده است. نتایج متاآنالیزهای انجام‌شده نشان می‌دهد که شرکت‌هایی که به اصول مسئولیت اجتماعی پایبندند، تمایل کمتری به دستکاری سود دارند و عملکرد حسابداری شفاف‌تری ارائه می‌کنند (Lajnef, 2024).

(Faridi Mayvan et al., 2022) نیز تأکید دارد که افشای مسئولیت اجتماعی می‌تواند بر ارزیابی ریسک حسابرسی اثرگذار باشد و منجر به کاهش ابهامات در تصمیمات مالی گردد.

علاوه بر این، فناوری‌های سبز و نوآورانه در سال‌های اخیر به‌عنوان یکی از عوامل کلیدی در ارتقای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها مطرح شده‌اند. بهره‌گیری از فناوری‌های نو می‌تواند موجب کاهش آثار زیست‌محیطی فعالیت‌های سازمان، افزایش کارایی انرژی و ایجاد مزیت رقابتی پایدار شود (Ehteshami Nejad & Pakzad, 2023). به‌طور مشابه، حسابداری محیط‌زیست نیز به‌عنوان ابزاری برای سنجش آثار زیست‌محیطی عملیات شرکت‌ها شناخته شده و در چارچوب حسابداری مدیریت استراتژیک قابل ادغام است (Alaussuli, 2024). این هم‌گرایی میان فناوری، حسابداری و مسئولیت اجتماعی، چشم‌انداز جدیدی را برای طراحی مدل‌های تلفیقی مدیریت و گزارشگری ایجاد کرده است.

در ایران، پژوهش‌های جدیدی نیز تلاش کرده‌اند تا با بررسی پیوند میان گزارشگری مسئولیت اجتماعی و تصمیمات مدیریتی، چارچوبی بومی برای حسابداری مدیریت استراتژیک ارائه دهند. به‌عنوان مثال، (Pourali Lakeye et al., 2024) الگویی راهبردی را معرفی کرده است که نشان می‌دهد تلفیق شاخص‌های مسئولیت اجتماعی در فرایند حسابداری مدیریت، موجب افزایش اثربخشی تصمیم‌گیری و انسجام استراتژیک در سازمان‌ها می‌شود. در همین راستا، (Mahmoudi Yekheh Baghi et al., 2024) نیز تأکید می‌کند که تنوع جنسیتی هیئت‌مدیره و مدیریت لحن گزارشگری می‌تواند نقش میانجی در بهبود شفافیت و مسئولیت‌پذیری اجتماعی ایفا کند.

افزون بر آن، رابطه بین حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی نیز یکی از محورهای کلیدی در تبیین مدل‌های نوین حسابداری مدیریت استراتژیک است. پژوهش‌های (Lahjie et al., 2023) و (Lahjie et al., 2023) نشان می‌دهند که ساختارهای کارآمد حاکمیت شرکتی، میزان عدم تقارن اطلاعاتی را کاهش داده و ارزش بازار شرکت‌ها را از طریق گزارشگری شفاف‌تر ارتقا می‌دهند. این یافته‌ها با نتایج (Golchoghani et al., 2023) همسو است که بیان می‌کند ترکیب مسئولیت اجتماعی و مدیریت ریسک می‌تواند از طریق بهبود اعتماد مدیران و کاهش مدیریت سود، کیفیت گزارشگری مالی را افزایش دهد.

از منظر بین‌المللی، شرکت‌هایی که بین مسئولیت اجتماعی و استراتژی‌های بازاریابی ارتباط برقرار می‌کنند، قادرند وفاداری مشتریان را تقویت کرده و تصویر برند خود را بهبود بخشند (Altwaajiri, 2025; Yeganeh Rad et al., 2023). به همین ترتیب، در محیط رقابتی امروز، مسئولیت اجتماعی شرکتی نه‌تنها یک الزام اخلاقی بلکه ابزاری راهبردی برای دستیابی به مزیت رقابتی محسوب می‌شود (Suryani, 2022). با این حال، چالش‌های فرهنگی، اقتصادی و حقوقی خاص هر کشور بر نحوه اجرای این مسئولیت‌ها تأثیرگذار است (Sepasi & Talebian Darzi, 2022). از این‌رو، تدوین مدل‌های بومی‌سازی شده برای کشورهای با ساختار اقتصادی و نهادی خاص، از جمله ایران، اهمیتی دوچندان دارد.

در سطح تجربی، شواهد نشان می‌دهد که مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها می‌تواند رفتار مالیاتی، مدیریت سود و شفافیت اطلاعاتی آن‌ها را تحت‌تأثیر قرار دهد. به‌طور مثال، (Wahdi, 2024) دریافت که تعهد به مسئولیت اجتماعی موجب کاهش گرایش شرکت‌ها به اجتناب مالیاتی می‌شود، و این نتیجه با یافته‌های (Shi et al., 2024) و (Golchoghani et al., 2023) مبنی بر تأثیر مثبت CSR بر کاهش رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیریتی سازگار است. به علاوه، (Khayati & Hossein Zadeh, 2023) رابطه معکوس میان مدیریت سود و مسئولیت اجتماعی را در شرکت‌های بورسی ایران تأیید کرده است.

از نظر کاربردی، حسابداری مدیریت استراتژیک زمانی می‌تواند بیشترین کارایی را داشته باشد که داده‌های مالی و غیرمالی را در جهت پاسخگویی اجتماعی و ارزیابی ارزش بلندمدت شرکت به‌کار گیرد. به بیان دیگر، پیوند میان حسابداری مدیریت استراتژیک و گزارشگری مسئولیت اجتماعی، چارچوبی جامع برای هدایت تصمیمات مدیریتی در مسیر پایداری و توسعه پایدار فراهم می‌آورد (Camillieri, 2022; Taghipour et al., 2022). این الگوها نه‌تنها به مدیران در ارزیابی عملکرد و تخصیص منابع کمک می‌کنند، بلکه زمینه اعتماد و مشروعیت سازمانی را در میان ذی‌نفعان تقویت می‌نمایند.

در نهایت، مرور مطالعات پیشین نشان می‌دهد که علی‌رغم پیشرفت‌های قابل توجه در حوزه مسئولیت اجتماعی و گزارشگری آن، هنوز خلأهای نظری و تجربی قابل توجهی در زمینه ترکیب این مفهوم با نظام حسابداری مدیریت استراتژیک در ایران وجود دارد (Faridi Mayvan et al., 2022; Sepasi & Talebian Darzi, 2022). با توجه به اهمیت شفافیت، پاسخگویی، و پایداری در سازمان‌های امروزی، توسعه مدلی جامع که بتواند شاخص‌های مسئولیت اجتماعی را در قالب نظام حسابداری مدیریت استراتژیک

ادغام کند، امری ضروری است (Pourali Lakeye et al., 2024; Yarifard & Hashemi, 2024). هدف پژوهش حاضر توسعه الگویی از حسابداری مدیریت استراتژیک مبتنی بر گزارشگری مسئولیت اجتماعی در ایران است تا زمینه‌ساز تصمیم‌گیری آگاهانه، شفافیت و پاسخگویی در سطح سازمانی گردد.

روش پژوهش و مواد

این مطالعه از حیث هدف توسعه‌ای-کاربردی و از نظر ماهیت کاملاً کمی و مبتنی بر طرح توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری شامل متخصصان حسابداری و مدیریت استراتژیک، مدیران، معاونان و کارشناسان واحدهای مالی و برنامه‌ریزی سازمان‌ها و شرکت‌هایی است که نقش‌های اجرایی و استراتژیک در تصمیم‌گیری دارند. نمونه‌گیری به صورت خوشه‌ای تصادفی از خوشه‌های صنعتی و جغرافیایی انجام می‌شود تا نمایندگی کافی از صنایع مختلف و اندازه‌های گوناگون بنگاه‌ها حاصل شود. حجم نمونه بر مبنای جدول مورگان برآورد می‌شود تا توان آماری لازم برای برآورد مدل معادلات ساختاری فراهم گردد و در صورت اقتضا با توجه به پیچیدگی مدل، حداقل حجم نمونه پیشنهادی برای رویکرد حداقل مربعات جزئی نیز رعایت خواهد شد. معیارهای ورود شامل اشتغال در حوزه‌های مرتبط با حسابداری مدیریت یا برنامه‌ریزی و راهبرد، آشنایی با سازوکارهای گزارشگری مسئولیت اجتماعی در سطح سازمان و تمایل به مشارکت آگاهانه است؛ پاسخ‌دهندگان که سابقه مرتبط ندارند یا پرسشنامه ناقص ارائه دهند از تحلیل حذف می‌شوند. پیش از گردآوری داده‌ها تمامی اصول اخلاق پژوهش شامل رضایت آگاهانه، تضمین محرمانگی و ناشناس‌سازی پاسخ‌ها و امکان دسترسی به خلاصه نتایج برای مشارکت‌کنندگان رعایت می‌شود.

داده‌ها از طریق یک پرسشنامه محقق‌ساخته گردآوری می‌شود که بر اساس ادبیات پژوهش و استانداردها و چارچوب‌های معتبر حوزه حسابداری مدیریت استراتژیک و گزارشگری مسئولیت اجتماعی تدوین شده است. ساختار پرسشنامه به گونه‌ای طراحی می‌شود که ابعاد مفهومی مدل پیشنهادی را در قالب سازه‌های نهفته و شاخص‌های مشاهده‌پذیر پوشش دهد و پاسخ‌ها با مقیاس لیکرت پنج‌درجه‌ای از «کاملاً مخالف» تا «کاملاً موافق» سنجیده شود. روایی صوری پرسشنامه از طریق یک پیش‌آزمون محدود با گروهی مشابه جامعه هدف ارزیابی می‌شود تا ابهام‌های احتمالی در عبارت‌بندی گویه‌ها برطرف گردد. روایی محتوایی با اتکا به نظر خبرگان دانشگاهی و حرفه‌ای سنجیده و برای هر گویه نسبت روایی محتوا محاسبه می‌شود؛ میانگین نسبت‌های روایی محتوا به عنوان شاخص روایی محتوایی ابزار گزارش می‌گردد و گویه‌های کم‌اعتبار بازنگری یا حذف می‌شوند. روایی سازه در فاز تحلیل با اجرای تحلیل عاملی تأییدی در چارچوب مدل اندازه‌گیری کنترل می‌شود؛ بدین ترتیب بارهای عاملی هر گویه، میانگین واریانس استخراج‌شده و پایایی ترکیبی برای هر سازه ارزیابی خواهد شد تا همگرایی و تمایز سازه‌ها احراز گردد. پایایی ابزار از طریق آلفای کرونباخ و نیز پایایی ترکیبی بررسی می‌شود تا هم‌سویی درونی شاخص‌ها تأیید شود. برای کاهش سوگیری روش مشترک، ترتیب گویه‌ها متنوع‌سازی می‌شود، محرمانگی پاسخ‌ها به صراحت اطلاع‌رسانی می‌شود و دستورالعمل پاسخ‌دهی بی‌طرفانه در ابتدای پرسشنامه درج می‌گردد.

پس از پاک‌سازی داده‌ها و حذف موارد پرت یا ناقص، تحلیل توصیفی برای گزارش ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و شاخص‌های مرکزی و پراکندگی متغیرها انجام می‌شود و پیش‌فرض‌های اولیه مانند الگوهای گمشده و هم‌خطی چندگانه بررسی می‌گردد. سپس مدل‌یابی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی و با استفاده از نرم‌افزار SmartPLS اجرا می‌شود. در گام نخست، مدل اندازه‌گیری ارزیابی می‌شود؛ بارهای عاملی مشاهده‌گرها باید معنادار و در دامنه قابل قبول قرار گیرند، میانگین واریانس استخراج‌شده برای هر سازه از آستانه مرسوم فراتر باشد تا اعتبار همگرا تأیید شود، پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ نشان‌دهنده ثبات درونی باشند و اعتبار و اگر با معیار فورنل-لارکر یا شاخص‌های جایگزین مناسب احراز گردد. در گام دوم، مدل ساختاری برآورد می‌شود؛ ضرایب مسیرها با بوت‌استرپ‌گیری چند هزار بار آزمون می‌شوند تا مقادیر t و بازه‌های اطمینان به دست آید؛ مقادیر R^2 برای سازه‌های درون‌زا میزان تبیین واریانس را نشان می‌دهد، شاخص Q^2 از طریق رویه‌های پیش‌بینی‌گری برآورد می‌شود تا قدرت پیش‌بینی مدل سنجیده گردد و در صورت نیاز اندازه اثر f^2 برای مسیرهای اصلی گزارش خواهد شد. در نهایت، برازش کلی با شاخص‌های مناسب در چارچوب PLS از جمله GOF و نیز سنجه‌های مکمل مانند SRMR ارزیابی می‌شود. برای آزمون استحکام نتایج، تحلیل‌های حساسیت شامل برآورد مجدد مدل با حذف گویه‌های کم‌بار یا کنترل متغیرهای جمعیت‌شناختی انجام می‌گیرد و در صورت مشاهده سوگیری روش مشترک، آزمون‌های تکمیلی مانند روش نشانگر واحد یا رویه‌های آماری مناسب به کار گرفته می‌شود. خروجی این فرآیند کمی، مجموعه‌ای از روابط معنادار میان سازه‌های الگوی حسابداری مدیریت استراتژیک مبتنی بر گزارشگری مسئولیت اجتماعی در ایران است که بر اساس آن می‌توان مدل نهایی را تبیین و پیشنهادهای اجرایی متناسب با بافت نهادی کشور ارائه کرد.

یافته‌ها

در این پژوهش ۲۷۸ نفر از مدیران، کارشناسان و متخصصان حوزه حسابداری و مدیریت استراتژیک شرکت کردند. از نظر سنی، بیشترین سهم مربوط به گروه سنی ۴۱ تا ۵۰ سال با ۱۱۱ نفر (۳۹.۹ درصد) بود، در حالی که گروه‌های سنی ۳۱ تا ۴۰ سال با ۶۶ نفر (۲۳.۷ درصد)، ۵۱ سال و بالاتر با ۵۶ نفر (۲۰.۱ درصد) و ۲۵ تا ۳۰ سال با ۴۵ نفر (۱۶.۲ درصد) در رتبه‌های بعدی قرار داشتند. از نظر جنسیت، ۱۹۸ نفر (۷۱.۲ درصد) مرد و ۸۰ نفر (۲۸.۸ درصد) زن بودند که نشان‌دهنده غلبه نسبی پاسخ‌دهندگان مرد در جامعه آماری است. از لحاظ وضعیت تأهل، ۲۰۰ نفر (۷۱.۹ درصد) متأهل و ۷۸ نفر (۲۸.۱ درصد) مجرد بودند. در زمینه تحصیلات، بیشترین فراوانی مربوط به دارندگان مدرک کارشناسی با ۱۳۰ نفر (۴۴.۶ درصد) بود و پس از آن، کارشناسی ارشد با ۹۱ نفر (۳۰.۹ درصد) و دکتری با ۵۷ نفر (۱۸.۳ درصد) قرار داشتند. همچنین از نظر سابقه خدمت، بیشترین فراوانی مربوط به گروه دارای سابقه ۶ تا ۱۰ سال با ۱۲۱ نفر (۴۳.۵ درصد) بود، در حالی که ۷۳ نفر (۲۶.۳ درصد) دارای سابقه ۱۱ تا ۱۵ سال، ۶۷ نفر (۲۴.۱ درصد) دارای سابقه ۱۶ تا ۲۰ سال و تنها ۱۷ نفر (۶.۱ درصد) دارای سابقه کاری ۱ تا ۵ سال بودند. این توزیع بیانگر آن است که بخش عمده پاسخ‌دهندگان از میان افراد باتجربه و دارای تحصیلات دانشگاهی در سطوح کارشناسی و کارشناسی ارشد انتخاب شده‌اند که اعتبار و دقت یافته‌های پژوهش را افزایش می‌دهد.

جدول ۱. آزمون نرمال بودن داده‌ها

متغیرهای پژوهش	چولگی	کشیدگی	آماره K-S	معناداری
شاخص اندازه‌گیری مسئولیت اجتماعی	-۰.۸۹۴	۱.۷۴۴	۲.۰۶۸	۰.۰۰۰
ارتباط حسابداری مدیریت و مسئولیت اجتماعی	-۲.۱۰۲	۱۰.۷۰۵	۲.۳۴۲	۰.۰۰۰
انگیزه و محرک اقتصادی	-۱.۰۴۸	۳.۷۲۱	۴.۸۶۵	۰.۰۰۰
اجرای تغییرات در سیستم‌های اطلاعاتی	-۰.۶۲۸	۱.۴۱۴	۲.۲۲۵	۰.۰۰۰
چالش‌های اقتصادی، قانونی، فرهنگی و فناوری	-۰.۳۹۲	-۰.۰۹۱	۲.۵۶۰	۰.۰۰۰
راهکارهای توسعه	-۰.۴۷۹	۰.۱۱۹	۳.۲۴۶	۰.۰۰۰
نقش ذی‌نفعان	-۲.۵۴۱	۱۱.۵۰۷	۳.۸۰۳	۰.۰۰۰

همان‌گونه که در جدول ۱ مشاهده می‌شود، نتایج آزمون نرمال بودن داده‌ها بر اساس شاخص‌های چولگی، کشیدگی و آماره کولموگروف-اسمیرنوف نشان می‌دهد که توزیع متغیرهای پژوهش از نرمال فاصله دارد. مقدار چولگی برای تمامی متغیرها منفی است که بیانگر تمایل توزیع داده‌ها به سمت چپ می‌باشد، و مقادیر بالای کشیدگی در برخی متغیرها مانند «ارتباط حسابداری مدیریت و مسئولیت اجتماعی» (۱۰.۷۰۵) و «نقش ذی‌نفعان» (۱۱.۵۰۷) حاکی از وجود قله‌های بلند در توزیع داده‌ها است. علاوه بر این، مقدار آماره K-S برای همه متغیرها در سطح معناداری کمتر از ۰.۰۵ به‌دست آمده است که فرض نرمال بودن را رد می‌کند. بنابراین، داده‌های گردآوری‌شده دارای توزیع غیرنرمال هستند و در تحلیل‌های آماری بعدی، استفاده از روش‌های ناپارامتریک یا مدل‌یابی معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM) که به نرمال بودن داده‌ها وابستگی ندارد، مناسب‌ترین رویکرد به شمار می‌آید.

جدول ۲. نتایج بررسی پایایی و روایی همگرایی سازه‌ها

متغیر	آلفای کرونباخ	rho_A	پایایی مرکب	میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE)
اجرای تغییرات در سیستم‌های اطلاعاتی	۰.۹۰۲	۰.۹۳۳	۰.۹۲۹	۰.۶۹۵
ارتباط حسابداری مدیریت و مسئولیت اجتماعی	۰.۹۲۴	۰.۹۳۱	۰.۹۳۳	۰.۵۹۳
انگیزه و محرک اقتصادی	۰.۸۹۵	۰.۸۹۶	۰.۹۲۷	۰.۷۶۱
راهکارهای توسعه	۰.۷۳۹	۰.۷۴۶	۰.۸۵۱	۰.۶۵۶
شاخص‌های اندازه‌گیری مسئولیت اجتماعی در حسابداری مدیریت	۰.۸۶۵	۰.۹۰۰	۰.۸۹۲	۰.۵۹۶
مدیریت فرآیند	۰.۸۹۰	۰.۸۹۰	۰.۹۴۸	۰.۹۰۱
چالش‌های اقتصادی، قانونی، فرهنگی و فناوری	۰.۸۶۳	۰.۸۶۶	۰.۹۱۶	۰.۷۸۵

داوری و همکاران

بر اساس جدول ۲، تمامی متغیرهای پژوهش از سطح مطلوبی از پایایی و روایی همگرا برخوردارند. مقادیر آلفای کرونباخ همگی بالاتر از ۰.۷ بوده و بیانگر همسانی درونی مناسب گویه‌های هر سازه است. به‌ویژه متغیر «ارتباط حسابداری مدیریت و مسئولیت اجتماعی» با آلفای ۰.۹۲۴ و متغیر «اجرای تغییرات در سیستم‌های اطلاعاتی» با مقدار ۰.۹۰۲ دارای بالاترین میزان پایایی می‌باشند. همچنین مقادیر پایایی مرکب (CR) برای تمامی سازه‌ها بالاتر از ۰.۸۵ است که نشان‌دهنده ثبات درونی مطلوب شاخص‌ها می‌باشد. شاخص میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) نیز برای تمامی متغیرها بیش از ۰.۵ گزارش شده است، به‌جز در مورد «ارتباط حسابداری مدیریت و مسئولیت اجتماعی» که مقدار آن در مرز قابل قبول ۰.۵۹۳ قرار دارد؛ این امر نشان می‌دهد که بیش از ۵۰ درصد از واریانس شاخص‌ها توسط سازه‌های مربوطه تبیین می‌شود. در مجموع، نتایج جدول حاکی از آن است که ابزار اندازه‌گیری پژوهش از دقت، انسجام و روایی سازه‌ای کافی برخوردار بوده و قابلیت استفاده در مدل‌یابی معادلات ساختاری را دارد.

جدول ۳. ماتریس سنجش روایی واگرا به روش فورنل و لارکر

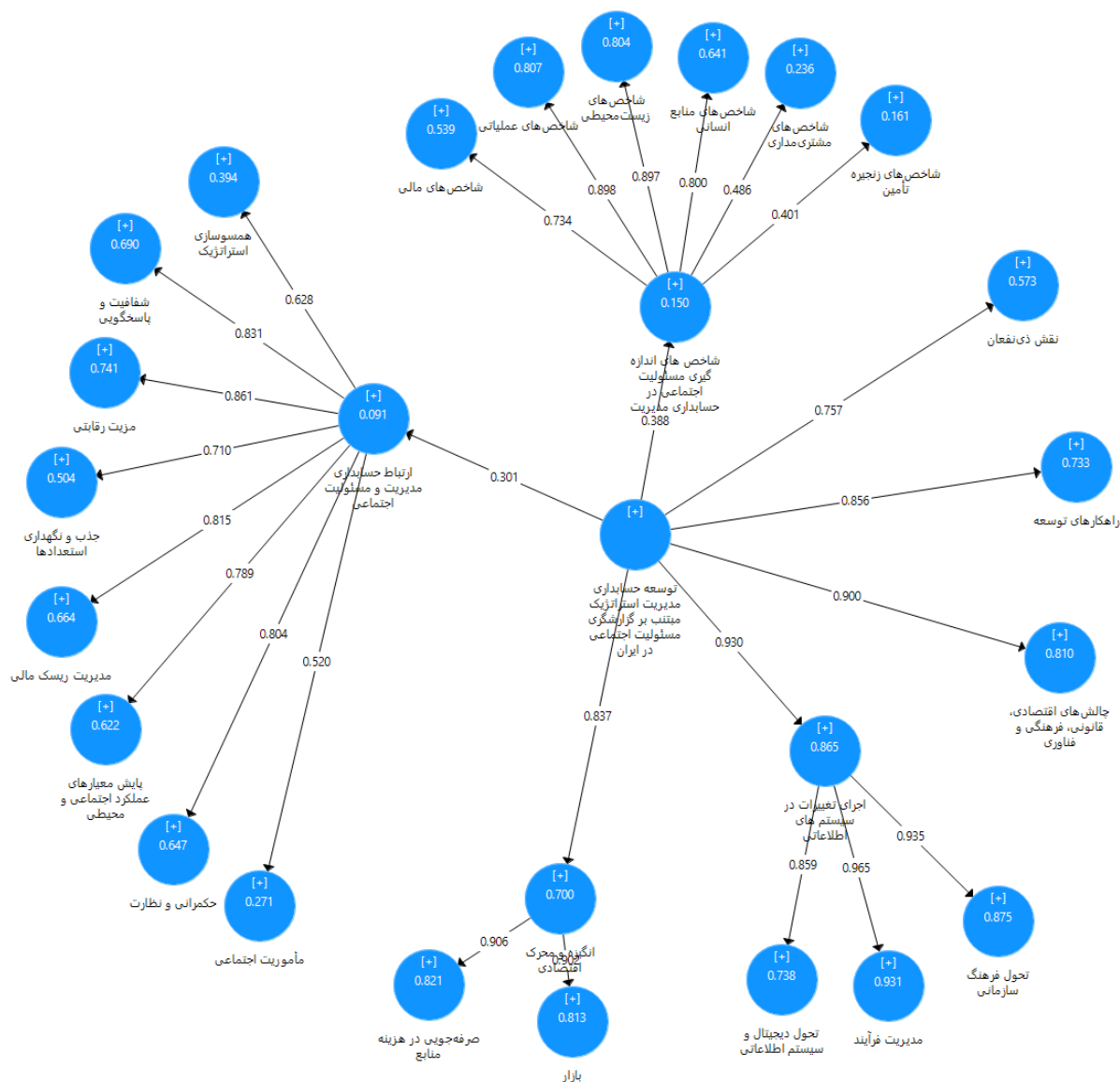
متغیرها	اجرای تغییرات در سیستم‌های اطلاعاتی	ارتباط حسابداری مدیریت و مسئولیت اجتماعی	انگیزه و محرک اقتصادی	و راهکارهای توسعه	شاخص‌های اندازه‌گیری مسئولیت اجتماعی در حسابداری مدیریت	نقش ذی‌نفعان	چالش‌های اقتصادی، قانونی، فرهنگی و فناوری
اجرای تغییرات در سیستم‌های اطلاعاتی	۰.۸۳۳						
ارتباط حسابداری مدیریت و مسئولیت اجتماعی	۰.۸۲۸	۰.۶۲۷					
انگیزه و محرک اقتصادی	۰.۸۰۵	۰.۱۳۲	۰.۸۷۲				
راهکارهای توسعه	۰.۸۰۱	۰.۵۵۰	۰.۶۵۵	۰.۸۱۰			
شاخص‌های اندازه‌گیری مسئولیت اجتماعی در حسابداری مدیریت	۰.۱۲۷	۰.۵۱۹	۰.۱۹۵	۰.۱۹۵	۰.۶۲۹		
نقش ذی‌نفعان	۰.۷۰۸	۰.۲۱۳	۰.۴۹۴	۰.۸۰۲	۰.۱۴۸	۰.۹۶۹	
چالش‌های اقتصادی، قانونی، فرهنگی و فناوری	۰.۸۹۴	۰.۱۰۷	۰.۶۹۶	۰.۷۸۸	۰.۱۸۵	۰.۷۰۹	۰.۸۸۶

بر اساس نتایج جدول ۳، روایی واگرا به روش فورنل و لارکر برای تمامی سازه‌های مدل اندازه‌گیری بررسی شد. طبق این روش، مقدار ریشه دوم میانگین واریانس استخراج‌شده (اعداد قطری) باید از ضرایب همبستگی بین سازه‌ها در سطر و ستون مربوطه بیشتر باشد. نتایج نشان می‌دهد که این شرط برای تمامی متغیرهای پژوهش برقرار است؛ به‌طور مثال، مقدار ۰.۸۳۳ برای سازه «اجرای تغییرات در سیستم‌های اطلاعاتی» از همبستگی آن با سایر سازه‌ها بالاتر است، و به همین ترتیب برای سازه‌های دیگر نیز این نسبت رعایت شده است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که هر سازه به‌طور مناسب از سایر سازه‌ها متمایز بوده و مدل از روایی واگرایی مطلوبی برخوردار است، که بیانگر تفکیک مفهومی و استقلال سازه‌ها در مدل پژوهش است.

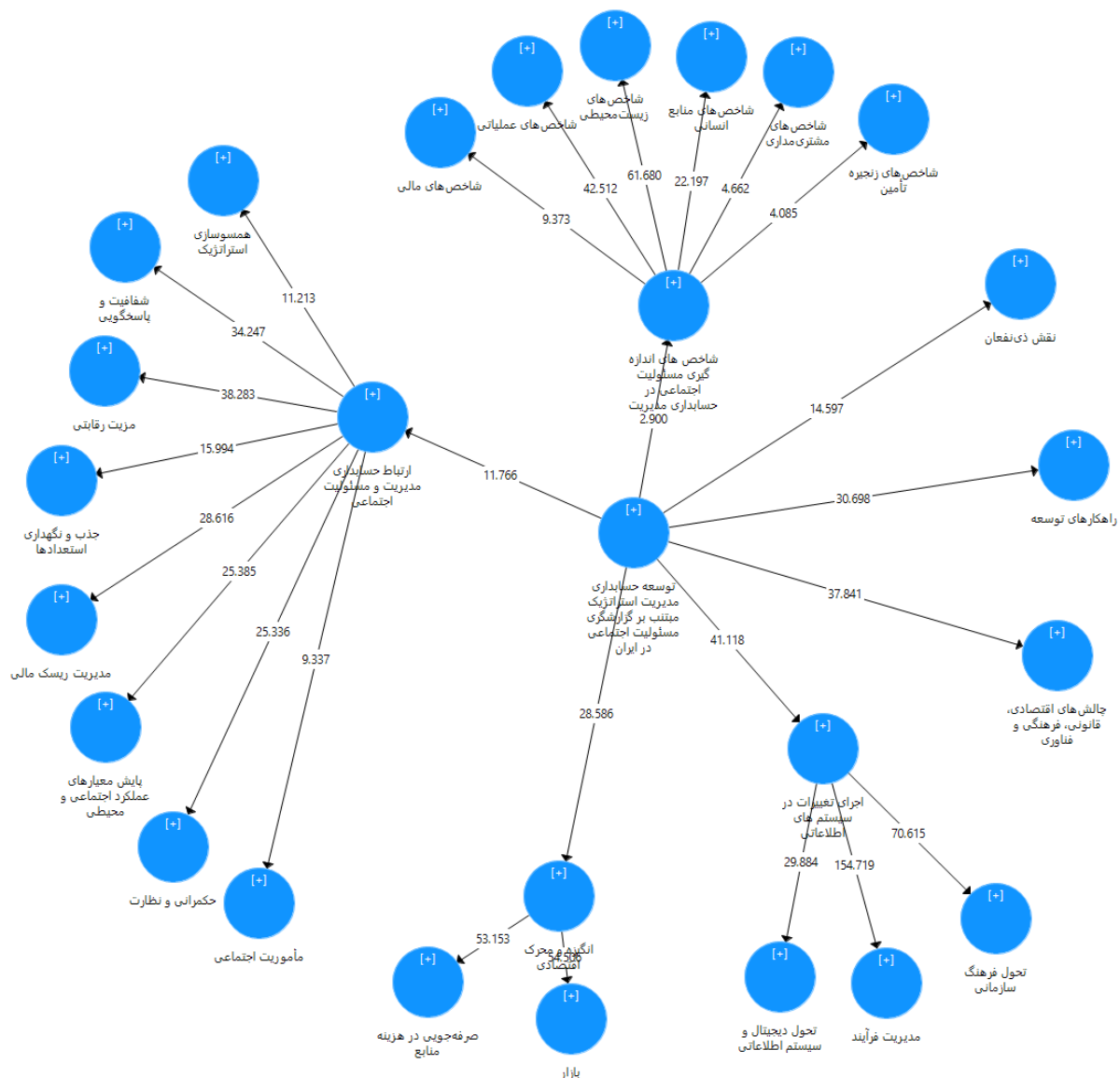
جدول ۴. مقادیر شاخص اعتبار اشتراکی (CV)

سطح قدرت	مقدار CV	مؤلفه‌ها
قوی	۰.۴۵۲	اجرای تغییرات در سیستم‌های اطلاعاتی
قوی	۰.۵۵۷	ارتباط حسابداری مدیریت و مسئولیت اجتماعی
قوی	۰.۵۵۲	انگیزه و محرک اقتصادی
قوی	۰.۴۱۵	راهکارهای توسعه
قوی	۰.۵۶۲	شاخص‌های اندازه‌گیری مسئولیت اجتماعی در حسابداری مدیریت
قوی	۰.۴۱۹	نقش ذی‌نفعان
قوی	۰.۳۹۷	چالش‌های اقتصادی، قانونی، فرهنگی و فناوری

همان گونه که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، تمامی مؤلفه‌های مدل دارای مقادیر شاخص اعتبار اشتراکی (CV) در محدوده «قوی» هستند که نشان از کفایت و پایداری مناسب روابط میان شاخص‌ها و سازه‌های مربوطه دارد. بالاترین مقدار CV مربوط به سازه «شاخص‌های اندازه‌گیری مسئولیت اجتماعی در حسابداری مدیریت» با مقدار ۰.۵۶۲ و «ارتباط حسابداری مدیریت و مسئولیت اجتماعی» با مقدار ۰.۵۵۷ است که حاکی از انسجام درونی بالای این سازه‌هاست. پایین‌ترین مقدار CV نیز به متغیر «چالش‌های اقتصادی، قانونی، فرهنگی و فناوری» با مقدار ۰.۳۹۷ اختصاص دارد که با وجود پایین‌تر بودن نسبت به سایر سازه‌ها، همچنان در سطح قوی ارزیابی می‌شود. این نتایج به‌طور کلی تأیید می‌کنند که مدل اندازه‌گیری از اعتبار اشتراکی مناسبی برخوردار است و شاخص‌های مورد استفاده توانسته‌اند سازه‌های مربوطه را به‌خوبی تبیین کنند.



شکل ۱. مدل نهایی پژوهش با ضرایب استاندارد



شکل ۲. مدل نهایی پژوهش با ضرایب معناداری

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش نشان داد که تمامی مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه الگوی حسابداری مدیریت استراتژیک مبتنی بر گزارشگری مسئولیت اجتماعی در ایران از پایایی و روایی مطلوبی برخوردارند. نتایج حاصل از مدلیابی معادلات ساختاری بیانگر آن بود که متغیرهای «اجرای تغییرات در سیستم‌های اطلاعاتی»، «ارتباط حسابداری مدیریت و مسئولیت اجتماعی»، «انگیزه و محرک‌های اقتصادی»، «راهکارهای توسعه»، «شاخص‌های اندازه‌گیری مسئولیت اجتماعی در حسابداری مدیریت»، «نقش ذی‌نفعان» و «چالش‌های اقتصادی، فرهنگی و فناوری» همگی تأثیر معناداری بر شکل‌گیری مدل نهایی دارند. این یافته مؤید آن است که حسابداری مدیریت استراتژیک در تعامل با گزارشگری مسئولیت اجتماعی نه تنها ابزاری برای کنترل هزینه و برنامه‌ریزی راهبردی است، بلکه سازوکاری برای پاسخگویی اجتماعی، ارتقای شفافیت و پایداری سازمانی محسوب می‌شود. چنین نتیجه‌ای با دیدگاه (Pourali Lakeye et al., 2024) همخوان است که تأکید دارد استقرار حسابداری مدیریت استراتژیک با رویکرد مسئولیت اجتماعی منجر به افزایش اثربخشی تصمیم‌گیری و انسجام درونی استراتژی‌های سازمانی می‌شود.

از نظر تحلیلی، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که یکی از قوی‌ترین مؤلفه‌ها در تبیین مدل، «اجرای تغییرات در سیستم‌های اطلاعاتی» است که بیانگر اهمیت زیرساخت‌های فناوریانه و نظام‌مند در پیاده‌سازی گزارشگری مسئولیت اجتماعی در چارچوب حسابداری مدیریت استراتژیک است. این نتیجه با پژوهش (Ehteshami Nejad & Pakzad, 2023) هم‌راستاست که نشان داد فناوری‌های سبز و هوشمند نقش مؤثری در ارتقای پاسخگویی اجتماعی و کاهش اثرات زیست‌محیطی سازمان‌ها دارند. به‌علاوه، یافته‌ها حاکی از آن است که «انگیزه و محرک‌های اقتصادی» نیز سهم بالایی در مدل دارد که به‌معنای نقش انگیزه‌های مالی، کاهش هزینه‌های اجتماعی و ارتقای عملکرد رقابتی در پذیرش الگوهای مبتنی بر CSR است. این امر با نتایج (Altwaijri, 2025) و (Kim et al., 2023) همسو است که تأکید کرده‌اند مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به‌صورت مستقیم با عملکرد مالی، بازاریابی راهبردی و تعهد کارکنان ارتباط دارد.

از سوی دیگر، نتایج پژوهش نشان داد که ارتباط حسابداری مدیریت با گزارشگری مسئولیت اجتماعی دارای اثر معنادار و مثبت است. این یافته تأیید می‌کند که ادغام اهداف اجتماعی در فرآیند حسابداری مدیریت می‌تواند موجب ارتقای کیفیت اطلاعات، افزایش شفافیت و تسهیل تصمیم‌گیری استراتژیک شود. مشابه این نتیجه، پژوهش (Lu & Abeysekera, 2021) نشان داد که افشای راهبردی مسئولیت اجتماعی توسط شرکت‌ها از دیدگاه تحلیل‌گران و سرمایه‌گذاران با ارزش‌گذاری بالاتری همراه است. به‌طور مشابه، (Varifard & Hashemi, 2024) در مطالعه‌ای بر شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس تهران دریافت که گزارشگری CSR تأثیر مثبتی بر ارزش شرکت با در نظر گرفتن کیفیت حسابرسی و حاکمیت شرکتی دارد. بر این اساس، می‌توان گفت تلفیق سیستماتیک داده‌های اجتماعی در فرآیند حسابداری مدیریت موجب افزایش قابلیت اتکای گزارش‌های مالی و کاهش عدم تقارن اطلاعاتی می‌شود.

در بخش دیگری از نتایج، متغیر «نقش ذی‌نفعان» نیز دارای اثر مثبت و معنی‌دار در توسعه الگوی پیشنهادی بود. این یافته نشان می‌دهد که تعامل با ذی‌نفعان و شناسایی انتظارات آنان از جمله کارکنان، سهام‌داران و جامعه، از الزامات اساسی برای استقرار موفقیت‌آمیز حسابداری مدیریت استراتژیک با رویکرد مسئولیت اجتماعی است. پژوهش‌های (Yeganeh Rad et al., 2023) و (Camilleri, 2022) نیز بر اهمیت ذی‌نفع‌محوری و مدیریت روابط اجتماعی در ارتقای مشروعیت سازمانی تأکید کرده‌اند. از منظر راهبردی، چنین تعاملی می‌تواند موجب افزایش اعتماد اجتماعی، بهبود تصویر برند و تقویت سرمایه معنوی سازمان شود؛ امری که در پژوهش (Bonabi Ghadim et al., 2022) نیز به‌عنوان عامل کلیدی در پیوند میان سرمایه فکری، عملکرد پایداری و استراتژی‌های کسب‌وکار مطرح شده است.

همچنین، یافته‌ها نشان داد که «چالش‌های اقتصادی، قانونی، فرهنگی و فناوری» از جمله عوامل بازدارنده در توسعه الگوی مورد نظر هستند. این نتایج با مطالعات (Sepasi & Talebian Darzi, 2022) و (Faridi Mayvan et al., 2022) هم‌سو است که بیان کرده‌اند نبود ساختارهای قانونی و الزامات نظارتی مشخص برای گزارشگری CSR در ایران از مهم‌ترین موانع گسترش این رویکرد به شمار می‌رود. افزون بر این، تفاوت‌های فرهنگی و فقدان فرهنگ پاسخگویی سازمانی در بسیاری از شرکت‌ها سبب شده است تا مسئولیت اجتماعی بیشتر در سطح نمادین و غیرسیستمی باقی بماند (Firouzi, 2024). از سوی دیگر، ضعف در زیرساخت‌های اطلاعاتی و مالی نیز مانع از جمع‌آوری و تحلیل دقیق داده‌های اجتماعی و زیست‌محیطی در چارچوب نظام حسابداری مدیریت استراتژیک می‌شود (Taghipour et al., 2022). بنابراین، توسعه مدل پیشنهادی مستلزم توجه هم‌زمان به ابعاد فناوریانه، فرهنگی و نهادی است.

بر اساس تحلیل شاخص‌های برازش مدل، تمامی روابط بین سازه‌ها در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار بوده و مقادیر R^2 مربوط به سازه‌های درون‌زا نشان‌دهنده توان تبیینی مطلوب مدل است. این نتیجه با پژوهش‌های (Lahjie et al., 2023) و (Golchoghani et al., 2023) همخوانی دارد که نشان داده‌اند تلفیق مسئولیت اجتماعی با سازوکارهای حاکمیت شرکتی و مدیریت ریسک، موجب بهبود ارزش بازار شرکت‌ها و افزایش کیفیت گزارشگری مالی می‌شود. همچنین یافته‌های (Lajnef & Ellouz, 2024) تأکید می‌کند که تفاوت‌های فرهنگی در کشورها می‌تواند نقش تعدیل‌کننده‌ای در ارتباط بین CSR و مدیریت سود داشته باشد، که این مسئله برای ایران نیز قابل تعمیم است و نشان می‌دهد شرایط فرهنگی و نهادی خاص کشور باید در تفسیر نتایج لحاظ شود.

به‌علاوه، نتایج تحقیق بیانگر آن بود که «راهکارهای توسعه» یکی از سازه‌های کلیدی در استقرار مدل است. این راهکارها شامل ایجاد زیرساخت‌های گزارشگری دیجیتال، بازنگری در ساختار نظام حسابداری داخلی و تدوین شاخص‌های بومی ارزیابی CSR است. پژوهش (Alaussuli, 2024) نیز نشان داد که حسابداری محیط‌زیست و گزارشگری

مسئولیت اجتماعی می‌تواند از طریق ایجاد شفافیت در عملکرد زیست‌محیطی، موجب ارتقای پاسخگویی و اعتماد عمومی شوند. همچنین یافته‌های (Wahdi, 2024) نشان داد که پایداری شرکت‌ها به مسئولیت اجتماعی، رفتارهای مالیاتی شفاف‌تر و عادلانه‌تری را به همراه دارد، که خود بیانگر نقش راهکارهای مدیریتی در بهبود رفتار اقتصادی و اجتماعی سازمان‌ها است.

نتایج تحلیل‌ها همچنین تأیید کرد که حسابداری مدیریت استراتژیک زمانی اثربخش است که در تعامل با گزارشگری CSR به‌عنوان یک نظام کنترلی و پیش‌نگر عمل کند. این نتیجه با یافته‌های (Khayati & Hossein Zadeh, 2023) و (Shi et al., 2024) مطابقت دارد که تأکید دارند شرکت‌های اجتماعی‌محور کمتر دچار مدیریت سود و رفتارهای فرصت‌طلبانه می‌شوند. در واقع، پایداری به مسئولیت اجتماعی سبب تقویت اخلاق سازمانی، کاهش انگیزه برای گزارشگری فریبده و ارتقای اعتماد بازار می‌شود. بدین ترتیب، الگوی حاضر می‌تواند ابزار مؤثری برای سیاست‌گذاران و مدیران در راستای ترکیب منافع اقتصادی و اجتماعی باشد.

همچنین مشاهده شد که «مدیریت فرآیند» در مدل نهایی تأثیر معناداری بر بهبود هماهنگی میان بخش‌های مختلف حسابداری و گزارشگری دارد. این یافته هم‌راستا با پژوهش (Mahmoudi Yekeh Baghi et al., 2024) است که بیان می‌کند تنوع جنسیتی هیئت‌مدیره و کنترل لحن مدیریتی در گزارش‌ها، از عوامل کلیدی در ارتقای یکپارچگی و هماهنگی فرآیندهای سازمانی مرتبط با CSR است. به‌علاوه، (Suryani, 2022) بر نقش اخلاق حرفه‌ای و راهبردهای اخلاقی‌محور در موفقیت مدیریت استراتژیک تأکید دارد که نشان می‌دهد مسئولیت اجتماعی باید به‌عنوان بخشی از فرهنگ سازمانی نهادینه شود.

از نظر مفهومی، این نتایج نشان می‌دهد که حسابداری مدیریت استراتژیک می‌تواند به‌عنوان بستری برای سنجش اثربخشی اجتماعی سازمان‌ها و ابزار تصمیم‌سازی در حوزه توسعه پایدار عمل کند. چنین نگاهی با دیدگاه (Taghipour et al., 2022) هم‌راستا است که بیان می‌کند ایجاد ارزش مشترک از طریق مسئولیت اجتماعی راهی برای افزایش مزیت رقابتی و پایداری سازمان‌هاست. در عین حال، پژوهش (Lahjie et al., 2023) تأکید می‌کند که وجود سازوکارهای نظارتی و چارچوب‌های قانونی شفاف در تحقق این هدف نقشی اساسی دارد. بنابراین، یافته‌های پژوهش حاضر ضمن تأیید مطالعات پیشین، بر ضرورت بومی‌سازی الگوی حسابداری مدیریت استراتژیک مبتنی بر گزارشگری مسئولیت اجتماعی در ایران تأکید دارد تا بتواند پاسخگوی ویژگی‌های فرهنگی، قانونی و نهادی خاص کشور باشد.

به‌طور کلی، می‌توان گفت نتایج این پژوهش هم‌جهت با روند جهانی تلفیق CSR و حسابداری مدیریت استراتژیک است. سازمان‌ها در دنیای امروز نیازمند ابزارهایی هستند که ضمن کنترل مالی، بتوانند مسئولیت اجتماعی خود را در برابر جامعه و محیط زیست بسنجند. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که توسعه چنین الگویی در ایران می‌تواند موجب ارتقای کارایی مدیریتی، شفافیت، اعتماد ذی‌نفعان و در نهایت افزایش ارزش اقتصادی و اجتماعی سازمان‌ها گردد.

پژوهش حاضر با وجود دقت در طراحی و تحلیل، دارای محدودیت‌هایی است. نخست، داده‌های تحقیق از مدیران و کارشناسان حوزه حسابداری و مدیریت استراتژیک جمع‌آوری شد و ممکن است دیدگاه سایر گروه‌های ذی‌نفع مانند سهام‌داران، کارکنان یا نهادهای نظارتی به‌طور کامل منعکس نشده باشد. دوم، داده‌ها مبتنی بر ادراک پاسخ‌دهندگان از وضعیت سازمانی بوده و ممکن است تحت تأثیر سوگیری پاسخ‌گویی یا تمایل به ارائه تصویر مطلوب قرار گرفته باشد. سوم، به‌دلیل محدودیت‌های زمانی و مکانی، جامعه پژوهش به شرکت‌های خاصی محدود شد و تعمیم نتایج به سایر صنایع باید با احتیاط انجام گیرد. همچنین، پژوهش از رویکرد مقطعی بهره برده و تأثیرات زمانی و پویایی متغیرها بررسی نشده است.

در پژوهش‌های آتی پیشنهاد می‌شود مطالعات طولی با تمرکز بر ارزیابی تأثیر بلندمدت گزارشگری مسئولیت اجتماعی بر شاخص‌های عملکرد مالی و غیر مالی شرکت‌ها انجام گیرد. همچنین می‌توان نقش متغیرهای تعدیل‌گر مانند ساختار مالکیت، شفافیت نهادی یا فرهنگ سازمانی را در تقویت یا تضعیف رابطه میان حسابداری مدیریت استراتژیک و CSR بررسی کرد. پیشنهاد می‌شود مدل حاضر در صنایع مختلف از جمله بانکداری، انرژی، و صنایع خدماتی آزمون شود تا قابلیت تعمیم آن ارزیابی گردد. افزون بر آن، می‌توان با استفاده از روش‌های کیفی همچون نظریه داده‌بنیاد، برداشت‌های مدیران ارشد از چالش‌های استقرار این الگو را مورد بررسی قرار داد.

بر اساس یافته‌های پژوهش، پیشنهاد می‌شود سازمان‌ها با بازنگری در ساختارهای اطلاعاتی و مالی خود، بستر لازم برای تلفیق شاخص‌های مسئولیت اجتماعی در نظام حسابداری مدیریت را فراهم کنند. همچنین، ایجاد کمیته‌های راهبری CSR در سطح هیئت‌مدیره و تدوین دستورالعمل‌های بومی برای گزارشگری اجتماعی می‌تواند موجب ارتقای

پاسخگویی و شفافیت گردد. استفاده از فناوری‌های دیجیتال برای جمع‌آوری و تحلیل داده‌های اجتماعی، آموزش مدیران در حوزه اخلاق سازمانی و تقویت ارتباط با ذی‌نفعان از دیگر اقدامات کلیدی برای استقرار موفق این الگو در سازمان‌های ایرانی است. در نهایت، نهادهای سیاست‌گذار باید با ایجاد الزامات قانونی و مشوق‌های اقتصادی، زمینه پیاده‌سازی الگوی حسابداری مدیریت استراتژیک مبتنی بر گزارشگری مسئولیت اجتماعی را در سطح ملی تقویت نمایند.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

تشکر و قدردانی

از تمامی کسانی که در طی مراحل این پژوهش به ما یاری رساندند تشکر و قدردانی می‌گردد.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

حمایت مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

موازین اخلاقی

در انجام این پژوهش تمامی موازین و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.

References

- Alassuli, A. (2024). The role of environmental accounting in enhancing corporate social responsibility of industrial companies listed on the Amman Stock Exchange. *Uncertain Supply Chain Management*, 12(1), 125-132. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.10.012>
- Altwayjri, A. S. (2025). Corporate Social Responsibility and Its Role in the Impact of Marketing Tools on Strategic Marketing. *Journal of Project Management*, 10(2), 367-374. <https://doi.org/10.5267/j.jpm.2025.1.003>
- Asgari, N., Nikoukar, G., Safari, H., & Gholami, M. (2015). Competency Model of Islamic Republic of Iran's Based on 2025 Vision Plan. *Management in Islamic University*, 4(9), 23-38.
- Bonabi Ghadim, R., Vaez, S. A., & Ensani, R. (2022). The Effect of Intellectual Capital on Sustainability Performance Reporting and Business Strategy. *Financial Accounting Research*, 14(2), 63-90. <https://doi.org/10.22108/far.2022.133847.1890>
- Camilleri, M. A. (2022). Strategic attributions of corporate social responsibility and environmental management: The business case for.
- Donbesuur, F., Zahoor, N., Al-Tabbaa, O., Adomako, S., & Tarba, S. Y. (2023). On the performance of platform-based international new ventures: The roles of non-market strategies and managerial competencies. *Journal of International Management*, 29(2), 101002. <https://doi.org/10.1016/j.intman.2022.101002>
- Dreyfus, R. C. (2008). Identifying competencies that predict effectiveness of R&D managers. *Journal of Management Development*, 27(1), 76-91. <https://doi.org/10.1108/02621710810840776>
- Dubois, D. D., Rothwell, W. J., Stern, D. J., & Kemp, L. K. (2004). *Competency-based human resource management*. Davies-Black Publishing.
- Ehteshami Nejad, E., & Pakzad, M. (2023). Examining the Role of Green Technologies in Enhancing Corporate Social Responsibility. *Technology in Entrepreneurship and Strategic Management*, 2(2), 22-28. <https://doi.org/10.61838/kman.jtesm.2.1.4>
- Faridi Mayvan, M., Momeni, A., & Moghadam, A. (2022). Testing Audit Risk Assessment Under the Influence of Corporate Social Responsibility Disclosure. *Accounting and Management Auditing Knowledge*, 11(43), 309-321.
- Firouzi, A. (2024). *Investigating the Impact of Significant Social Developments and Corporate Information Disclosure on the Herding Behavior of Capital Market Activists* Ershad Damavand Institute of Higher Education, Department of Accounting and Financial Management].

- Golchoghani, M., Pourfeizollah, R., & Elahiari Vanestagh, N. (2023). Corporate Social Responsibility, Risk Management, and Real Earnings Management: With an Emphasis on Managerial Pre-Trust. *Research in Accounting and Economic Sciences*, 7(3), 45-60.
- Gruicic, D., & Benton, S. (2015). Development of managers' emotional competencies: mind-body training implication. *European Journal of Training and Development*, 39(9), 798-814. <https://doi.org/10.1108/EJTD-04-2015-0026>
- Hadavand, S., Zamani Moghadam, A., & Taghipoor Zahir, A. (2023). Investigating the Effects of Aligning Senior Managers Training and Business Strategies in Improving Competitive Capabilities. *Journal of research in instructional methods*, 1(3), 101-124. <https://doi.org/10.22091/jrim.2023.9921.1038>
- Hemati dehaghani, A., mohammadi khoshoei, H., & saeidi, R. (2024). The Supply of High quality auditing services through The ability model of competent leaders. *mieaoi*, 13(48), 6.
- Herranz, z., Nuria Reguera, A., & Félix J. López, I. (2022). Audit Committee Competence and Earnings Management in Europe. *Journal of Revista de Contabilidad Spanish Accounting Review*, 25(1), 121-135. <https://doi.org/10.6018/rcsar.385331>
- Khanifar, H., Ebrahimi, S., Seyfi, A., & Fayyazi, B. m. (2020). Designing a Model for the Competency of education Administrators for Use in the Evaluation Center. *Journal of School administration*, 8(2), 118-139.
- Khayati, N., & Hossein Zadeh, F. (2023). Examining the Relationship Between Earnings Management and Corporate Social Responsibility in Companies Listed on the Tehran Stock Exchange. *Second Conference on Applied Research in Humanities in Management, Industrial Engineering, Economics, and Accounting*.
- Khoshouei, M. S., Oreyzi, H. R., & Noori, A. (2013). The eight managerial competencies: Essential competencies for twenty first century managers. *Iranian Journal of Management Studies (IJMS)*, 6(2), 131-152.
- Kim, B. J., Chang, Y., & Kim, T. H. (2023). Translating Corporate Social Responsibility Into Financial Performance: Exploring Roles of Work Engagement and Strategic Coherence. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 30(5), 2555-2573. <https://doi.org/10.1002/csr.2502>
- Lahjie, A. A., Natoli, R., & Zuhair, S. (2023). The effect of corporate governance, corporate social responsibility and information asymmetry on the value of Indonesian-listed firms. *International Journal of Accounting & Information Management, ahead-of-print(ahead-of-print)*. <https://doi.org/10.1108/IJAIM-02-2023-0038>
- Lajnef, F., & Ellouz, M. A. (2024). Do cultural differences moderate the relationship between corporate social responsibility and earnings management? *International Journal of Accounting and Finance*. <https://international.vlex.com/vid/do-cultural-differences-moderate-1072310449>
- Liikamaa, K. (2015). Developing a project manager's competencies: A collective view of the most important competencies. *Procedia Manufacturing*, 681-687. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2015.07.305>
- Lu, Y., & Abeysekera, I. (2021). Do investors and analysts value strategic corporate social responsibility disclosures? Evidence from China. *Journal of International Financial Management & Accounting*, 32(2), 147-181. <https://doi.org/10.1111/jifm.12126>
- Mahmoudi Yekeh Baghi, R., Darvishi, M., & Abbaszadeh, M. R. (2024). Tone Management and Corporate Social Responsibility: The Moderating Role of Board Gender Diversity. *Experimental Accounting Research*, 14(3), 75-102. https://jera.alzahra.ac.ir/jufile?ar_sfile=235515
- Momeny, M., & zabihi zarinkolai, A. (2023). Structural Equation Model Approach in the Test of Ethical Dimensions of Auditors under the Influence of Job Burnout and Spiritual Intelligence. *Accounting and Auditing Studies*, 12(46), 115-142. <https://doi.org/10.22034/iaas.2023.179242>
- Naimati, R., Azad, P., & Mousavi, S. (2025). Development of Core Competency Model for Enhancing the Managerial Training System in the National Oil Products Distribution Company of Iran. *Quarterly Journal of Organizational Education and Leadership Development*, 10(1), 37-60. <https://elmnet.ir/doc/10871371-84222>
- Okwor, H., Ogbo, A., Ndu, V., & Onwe, C. C. (2022). Intrapreneurial competencies and firms' growth: The mediating effect of perceived organizational support. *International Entrepreneurship Review*, 8(2), 51-66. <https://doi.org/10.15678/IER.2022.0802.04>
- Pourali Lakeye, M. R., Mozaffari, R., Samadi Largani, M., & Fakhre Hosseini, S. F.-o.-D. (2024). Presenting a strategic management accounting model based on fulfilling corporate social responsibility. *Scientific Journal of Management Accounting*, 17(60), 1-19. <https://sanad.iau.ir/en/Journal/jma/Article/816253>
- Rai, O., Dorji, U., & Dorji, N. (2025). Assessment of Managerial Competencies in Bhutanese Construction Projects. *Journal of Applied Engineering, Technology and Management*, 5(1), 11-25. <https://doi.org/10.54417/jaetm.v5i1.145>
- Rezaei Rajani, A. A., Mohamadi Khoshoei, H., & Mahdad, A. (2024). Examining the impact of competence, independence, honesty, professional care and experience of the auditor on the quality of the audit, taking into account personality dimensions. *Popularization of Science*, 15(1), 285-301. <https://doi.org/10.22034/popsci.2024.411866.1287>
- Sepasi, S., & Talebian Darzi, F. (2022). A Meta-Study on Corporate Social Responsibility in Accounting and Auditing Research: A Content Analysis Method. *Accounting and Management Auditing Knowledge*, 11(44), 329-345. <https://www.magiran.com/paper/2471510/a-meta-analysis-on-corporate-social-responsibility-on-accounting-and-auditing-researches-content-analysis-method?lang=en>
- Seyfi, S., Gorji zadeh, D., & Khoshkar, F. (2024). The effect of auditors' competency, professional ethics and diversity of auditors signing audit report on the quality of financial reporting in the stock exchange from. *Journal of Accounting and Management Vision*, 7(88), 43-70.
- Shi, H., Liu, H., & Wu, Y. (2024). Are socially responsible firms responsible to accounting? A meta-analysis of the relationship between corporate social responsibility and earnings management. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 22(3), 311-332. <https://doi.org/10.1108/JFRA-06-2021-0171>
- Soveidi, A., & Dosti, A. (2025). Competencies of Public Managers: A Meta-synthesis Approach in National Iranian Oil Company. *Strategic Studies in Petroleum and Energy Industry*, 16(64), 8-18. https://iieshrm.ir/browse.php?a_id=1759&sid=1&slc_lang=en

- Suryani, S. (2022). Governance/ Corporate Social Responsibility (CSR) and Ethics in Strategic Management in Education. *Inspirasi Dunia Jurnal Riset Pendidikan Dan Bahasa*, 2(1), 57-69. <https://doi.org/10.58192/insdun.v2i1.412>
- Taghipour, A., Khazaei, M., Azar, A., Rajabzadeh Ghatari, A., Hajiaghaei-Keshteli, M., & Ramezani, M. (2022). Creating Shared Value and Strategic Corporate Social Responsibility through Outsourcing within Supply Chain Management. *Sustainability*, 14, 1940. <https://doi.org/10.3390/su14041940>
- Wahdi, N. (2024). The Influence of Corporate Social Responsibility and Profitability on Tax Avoidance. *Innovation Business Management and Accounting Journal*, 3(1), 30-36. <https://doi.org/10.56070/ibmaj.2024.004>
- Yarifard, R., & Hashemi, N. (2024). The Impact of Corporate Social Responsibility Reporting on Firm Value Considering the Role of Audit Quality, Corporate Governance, and Earnings Management in Companies Listed on the Tehran Stock Exchange. *Accounting and Management Outlook*, 7IS - 94, 1-27.
- Yeganeh Rad, F., Lowa, A., & Amiri, S. (2023). Examining the role of dimensions of corporate social responsibility on brand reputation perception and brand equity. *Prospects of Accounting and Management*, 6(85), 204-213.
- Zarefar, A., Andreas, B., & Zarefar, A. (2016). The influence of ethics, experience and competency toward the quality of auditing with professional auditor skepticism as a moderating variable. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 219, 828-832. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.074>