



Boosting Economic Growth: A Model for Industries and Companies Combining Corporate Social Responsibility and Strategic Management Accounting

Amir Mohebbi * 

*Corresponding Author, PhD Candidate, Department of Accounting, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran. E-mail: amirmoebbiedu@gmail.com

Farzin Rezaei 

Associate Prof., Department of Accounting, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran. E-mail: farzin.rezaei@qiau.ac.ir

Mahdi Beshkooh 

Associate Prof., Department of Accounting, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran. E-mail: beshkooh@gmail.com

Gholamreza Kordestani 

Prof., Department of Accounting, Imam Khomeini International University, Qazvin, Iran. E-mail: kordestani@soc.ikiu.ac.ir

Abstract

Objective

This research aims to deepen the understanding of how the integration of corporate social responsibility (CSR) and strategic management accounting (SMA) as a strategic approach can positively impact community culture, alleviate deprivation in communities adjacent to industries, and contribute to the economic and managerial development of companies and industries. This study explores how to combine these two areas and identify an efficient model based on this integration. The primary focus is on how organizations can use CSR strategies to improve their economic, social, and environmental performance. Additionally, this study seeks to offer solutions for enhancing social and environmental commitments to achieve sustainable development goals.

Methodology

This study employs a grounded theory method, a robust and effective approach in qualitative research. This method involves deep data analysis through field collection and interpretation. Data for this study was collected through semi-structured interviews with managers and experts from various companies and field surveys. The data analysis process follows the Strauss and Corbin approach and is conducted in three stages: open coding, axial coding, and selective coding. In the open coding phase, basic concepts and categories were extracted from the data. In the axial coding phase, these categories are divided into main and

subcategories and linked together. Finally, a comprehensive theory is developed in the selective coding phase based on the relationships between different categories.

Findings

The findings indicate that industries and companies have a responsibility toward their communities and the environment. Industrial activities can negatively impact both people's lives and the environment. Therefore, industries must first address and compensate for any harm caused, and then focus on alleviating deprivation and fostering community development. This approach helps improve the living conditions of people and the environment while building trust and loyalty among local communities. The research also reveals that companies incorporating social responsibility into their overall strategy can reap long-term economic and social benefits. The results demonstrate that integrating CSR and SMA enhances organizational performance, increases stakeholder satisfaction, and promotes economic sustainability.

Conclusion

This research demonstrates that integrating CSR and SMA significantly enhances organizational and community performance, contributing to sustainability, social justice, and sustainable economic development. Companies should implement comprehensive strategies to improve social and environmental conditions, which not only support economic growth but also foster trust and loyalty among local communities. This strategic approach enables companies to achieve both financial and social objectives simultaneously, thereby strengthening their competitive position and improving their public image over time. The research underscores the importance of utilizing strategic management accounting tools to fulfill CSR goals and shows how an integrated approach can elevate the overall performance of organizations.

Keywords: Strategic Management Accounting, Corporate Social Responsibility, Deprivation Alleviation, Grounded Theory, Economic Development.

Citation: Mohebbi, Amir; Rezaei, Farzin; Beshkooh, Mahdi & Kordestani, Gholamreza (2024). Boosting Economic Growth: A Model for Industries and Companies Combining Corporate Social Responsibility and Strategic Management Accounting. *Journal of Business Management*, 16(3), 641-666. <https://doi.org/10.22059/JIBM.2024.378512.4807> (in Persian)

Journal of Business Management, 2024, Vol. 16, No.3, pp. 641-666

Published by University of Tehran, Faculty of Management

<https://doi.org/10.22059/JIBM.2024.378512.4807>

Article Type: Research Paper

© Authors

Received: April 23, 2024

Received in revised form: July 17, 2024

Accepted: July 22, 2024

Published online: September 28, 2024





ارتقای توسعه اقتصادی صنایع و شرکتها: طراحی مدل بر اساس مسئولیت اجتماعی و حسابداری مدیریت راهبردی

امیر محبی*

* نویسنده مسئول، دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران. رایانامه: amirmoebbiedu@gmail.com

فرزین رضایی

دانشیار، گروه حسابداری، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران. رایانامه: farzin.rezaei@qiau.ac.ir

مهدی بشکوه

استادیار، گروه حسابداری، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران. رایانامه: beshkooh@gmail.com

غلامرضا کردستانی

استاد، گروه حسابداری، دانشگاه بین‌المللی امام خمینی، قزوین، ایران. رایانامه: kordestani@soc.ikiu.ac.ir

چکیده

هدف: هدف این پژوهش، توسعه درکی عمیق‌تر از چگونگی ادغام مسئولیت اجتماعی شرکتها و حسابداری مدیریت راهبردی، به‌عنوان یک رویکرد استراتژیک است که می‌تواند روی فرهنگ جوامع و رفع محرومیت جوامع جوار صنعت و همچنین روی توسعه اقتصادی و مدیریتی شرکتها و صنایع تأثیر مثبتی داشته باشد. این پژوهش بر آن است تا به بررسی نحوه ترکیب دو حوزه مسئولیت اجتماعی و حسابداری مدیریت بپردازد و مدل کارآمد مبتنی بر این ادغام را شناسایی کند. تمرکز اصلی پژوهش بر این است که چگونه سازمانها می‌توانند با استفاده از استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی، به بهبود عملکرد اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی خود دست یابند. همچنین، این پژوهش به دنبال ارائه راه‌کارهایی برای ارتقای تعهدهای اجتماعی و زیست‌محیطی شرکتهاست تا بتوانند در راستای تحقق اهداف توسعه پایدار گام بردارند.

روش: این پژوهش از روش داده‌بنیاد استفاده می‌کند که یکی از رویکردهای قوی و مؤثر در تحقیقات کیفی است. این روش به تحلیل عمیق داده‌ها، از طریق جمع‌آوری و تفسیر میدانی می‌پردازد. داده‌های این مطالعه از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با مدیران و کارشناسان شرکت‌های مختلف و همچنین، بررسی میدانی جمع‌آوری شده است. فرایند تحلیل داده‌ها مطابق با رویکرد اشتراوس و کوربین، در سه مرحله انجام شده است: کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی. در مرحله کدگذاری باز، مفاهیم و مقوله‌های اولیه از داده‌ها استخراج و در مرحله کدگذاری محوری، این مقوله‌ها به دسته‌های اصلی و فرعی تفکیک و با هم ارتباط داده شده‌اند. در نهایت، در مرحله کدگذاری انتخابی، یک نظریه جامع، بر اساس ارتباط بین مقوله‌های مختلف توسعه داده شده است.

یافته‌ها: یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که صنایع و شرکتها باید در قبال جامعه و محیط زیست پیرامون خود مسئولیت‌پذیر باشند. فعالیت‌های صنعتی ممکن است به زندگی مردم و محیط زیست آسیب برساند؛ بنابراین، صنایع موظف‌اند ابتدا خسارت‌های

وارده را جبران کنند و پس از آن، به محرومیت‌زدایی و توسعه جوامع محلی بپردازند. این اقدامات نه تنها به بهبود وضعیت زندگی مردم و محیط زیست کمک می‌کند، بلکه باعث ایجاد اعتماد و وفاداری در میان جوامع محلی می‌شود. این پژوهش همچنین نشان می‌دهد که شرکت‌هایی که مسئولیت اجتماعی را به‌عنوان بخشی از استراتژی کلی خود در نظر می‌گیرند، می‌توانند از مزایای بلندمدت اقتصادی و اجتماعی بهره‌مند شوند. نتایج نشان می‌دهد که ادغام مسئولیت اجتماعی شرکتی و حسابداری مدیریت راهبردی می‌تواند به بهبود عملکرد سازمان‌ها، افزایش رضایت ذی‌نفعان و تقویت پایداری اقتصادی منجر شود.

نتیجه‌گیری: این پژوهش نشان می‌دهد که ادغام مسئولیت اجتماعی شرکتی و حسابداری مدیریت راهبردی به‌شکل چشمگیری بر بهبود عملکرد سازمان‌ها و جوامع تأثیرگذار است و به ایجاد پایداری و عدالت اجتماعی و توسعه اقتصادی پایدار منجر می‌شود. شرکت‌ها باید استراتژی‌های جامعی را برای بهبود شرایط اجتماعی و زیست‌محیطی پیاده‌سازی کنند که نه تنها به توسعه اقتصادی آن‌ها کمک می‌کند، بلکه باعث ایجاد اعتماد و وفاداری در میان جوامع محلی نیز می‌شود. این رویکرد استراتژیک می‌تواند به شرکت‌ها کمک کند تا به‌طور هم‌زمان، به اهداف مالی و اجتماعی خود دست یابند و در نتیجه، به تقویت موقعیت رقابتی و ارتقای تصویر عمومی آن‌ها در بلندمدت بینجامد. این پژوهش بر اهمیت استفاده از ابزارهای حسابداری مدیریت راهبردی در جهت تحقق اهداف مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تأکید دارد و نشان می‌دهد که چگونه یک رویکرد یکپارچه می‌تواند به بهبود عملکرد کلی سازمان‌ها کمک کند.

کلیدواژه‌ها: حسابداری مدیریت راهبردی، مسئولیت اجتماعی، محرومیت‌زدایی، داده‌بنیاد، توسعه اقتصادی.

استناد: محبی، امیر؛ رضایی، فرزین؛ بشکوه، مهدی و کردستانی، غلامرضا (۱۴۰۳). ارتقای توسعه اقتصادی صنایع و شرکت‌ها: طراحی مدل بر اساس مسئولیت اجتماعی و حسابداری مدیریت راهبردی. *مدیریت بازرگانی*، ۱۶(۳)، ۶۴۱-۶۶۶.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۰۴

تاریخ ویرایش: ۱۴۰۳/۰۴/۲۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۵/۰۱

تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۷/۰۷

doi: <https://doi.org/10.22059/JIBM.2024.378512.4807>

مدیریت بازرگانی، ۱۴۰۳، دوره ۱۶، شماره ۳، صص. ۶۴۱-۶۶۶

ناشر: دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

نوع مقاله: علمی پژوهشی

© نویسندگان

مقدمه

در عرصه کسب و کار مدرن، ادغام حسابداری مدیریت راهبردی و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، به‌عنوان یک رویکرد استراتژیک برای افزایش تأثیرگذاری سازمان‌ها روی جوامع و محیط زیست در کانون توجه قرار گرفته است. این پژوهش نوآورانه با هدف توسعه درک عمیق‌تری از چگونگی ترکیب این دو حوزه و شناسایی مزایا و چالش‌های پیش رو انجام شده است تا به سازمان‌ها کمک کند که استراتژی‌های پایدارتر و اثربخش‌تری را پیاده‌سازی کنند (گادفری و هچ^۱، ۲۰۰۷).

ترکیب حسابداری مدیریت راهبردی و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها یک استراتژی علمی برای مدیریت پایدار و اخلاق مدار کسب و کارهاست که تأکید ویژه‌ای بر جبران خسارت‌های وارده به جوامع محلی دارد. شرکت‌ها و صنایع، به‌ویژه آن‌هایی که به‌طور مستقیم بر زندگی و محیط اطراف خود تأثیر می‌گذارند، در گام نخست موظفاند آسیب‌های ناشی از فعالیت‌های خود را شناسایی و جبران کنند، این اقدام نه‌تنها به‌عنوان یک وظیفه قانونی و اخلاقی مطرح است، بلکه بخشی از یک استراتژی جامع برای ایجاد اعتماد و پایداری در جوامع محلی تلقی می‌شود (چندلر^۲، ۲۰۲۲؛ اگبانیک، اوگبودو و اونیالی^۳، ۲۰۲۲). در گام بعدی، توجه به محرومیت‌زدایی و توسعه اقتصادی و اجتماعی مناطق تحت تأثیر فعالیت‌های صنعتی، بخش مهمی از برنامه‌ریزی‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی است که می‌تواند از طریق ابزارهای حسابداری مدیریت استراتژیک پشتیبانی شود. از طریق تحلیل داده‌های دقیق و برنامه‌ریزی استراتژیک، حسابداری مدیریت استراتژیک به شرکت‌ها کمک می‌کند تا اقداماتی متناسب با نیازهای محلی طراحی و پیاده‌سازی کنند که نه‌تنها جبران خسارت می‌کند، بلکه بستری برای رشد و توسعه پایدار فراهم می‌آورد. این رویکرد نه‌تنها از نظر اجتماعی مسئولانه است، بلکه از دیدگاه اقتصادی نیز منفعت‌رسان بوده و به تقویت موقعیت رقابتی شرکت‌ها کمک می‌کند (کاهیاندیتو^۴، ۲۰۱۱؛ بوتزلی^۵، ۲۰۲۱؛ هاپر، تسامنی، اودین و ویکراماسینگه^۶، ۲۰۰۹؛ رجب‌پور و مرادی، ۱۴۰۰).

تأکید بر حسابداری مدیریت استراتژیک در کنار مسئولیت اجتماعی شرکتی به سازمان‌ها این امکان را می‌دهد که با استفاده از داده‌ها و تحلیل‌های دقیق‌تر، تصمیم‌های آگاهانه‌تری در راستای تعهدهای اجتماعی و زیست‌محیطی خود اتخاذ کنند. این امر هم به بهبود شفافیت و پاسخ‌گویی کمک می‌کند و هم می‌تواند به تقویت مشارکت ذی‌نفعان و بهبود موقعیت رقابتی شرکت‌ها نیز بینجامد. به‌علاوه، ادغام این دو مفهوم می‌تواند به مدیریت بهتر ریسک‌ها و فرصت‌های مرتبط با مسائل اجتماعی و زیست‌محیطی منجر شود (چفی، عبدالمقصود و فاروق^۷، ۲۰۲۱؛ پرامنو، سووارنو، آمیار و فریسکا^۸، ۲۰۲۳). با این حال، پیاده‌سازی یک چنین استراتژی جامعی، بدون چالش نیست. در این مسیر، مقاومت درون سازمانی در برابر تغییر، نیاز به آموزش و توسعه منابع انسانی برای کار با داده‌های پیچیده‌تر و تعیین شاخص‌های کلیدی

1. Godfrey & Hatch
2. Chandler
3. Egbunike, Ogbodo & Onyali
4. Cahyandito
5. Buthelezi
6. Hopper, Tsamenyi, Uddin & Wickramasinghe
7. Cheffi, Abdel-Maksoud & Farooq
8. Pramono, Suwarno, Amyar & Friska

عملکرد که هم عملکرد مالی و هم تأثیرهای اجتماعی و زیست‌محیطی را دربرمی‌گیرند، از جمله موانع اصلی به‌شمار می‌روند. به‌علاوه، این ادغام ممکن است به منابع مالی و زمانی شایان توجهی نیاز داشته باشد که برای برخی سازمان‌ها احتمالاً دشوار است (لوزانو^۱، ۲۰۱۳؛ کلو^۲، ۱۹۹۷). با وجود این، فواید حاصل از این ترکیب می‌تواند بسیار چشمگیر باشد. از طریق تحقیقات موردی و شواهد عملی، این مطالعه نشان داده است که شرکت‌هایی که حسابداری مدیریت استراتژیک و مسئولیت اجتماعی شرکتی را به‌طور مؤثری ادغام کرده‌اند، نه‌تنها در افزایش سودآوری خود موفق بوده‌اند، بلکه توانسته‌اند به‌طور قابل ملاحظه‌ای بر تعهدهای اجتماعی و محیطی خود نیز عمل کنند (تای و چوانگ^۳، ۲۰۱۴؛ فورنلافاتراچاکورن و نا کالاسیندو^۴، ۲۰۲۰). این پژوهش بر اهمیت درک متقابل بین رویکردهای مالی و اجتماعی تأکید دارد و نشان می‌دهد که چگونه یک استراتژی یکپارچه می‌تواند به تقویت کلی عملکرد سازمان کمک کند.

در این پژوهش به بررسی و تحلیل دقیق چگونگی تأثیرگذاری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و حسابداری مدیریت راهبردی بر توسعه پایدار و اخلاقی سازمان‌ها می‌پردازد. هدف از این پژوهش، شناسایی و تدوین استراتژی‌های عملی است که به شرکت‌ها امکان می‌دهد در عین حفظ رقابت‌پذیری، به تعهدهای اخلاقی و اجتماعی خود نیز عمل کنند. پژوهش حاضر به دلیل نیاز مبرم به استراتژی‌های مدیریتی که هم‌زمان بر موفقیت اقتصادی و مسئولیت اجتماعی تمرکز دارند، ضرورت پیدا می‌کند. از آنجا که تعداد کمی از تحقیقات به‌طور مؤثر به ادغام حسابداری مدیریت راهبردی با مسئولیت‌های اجتماعی پرداخته‌اند، این مطالعه قصد دارد به پر کردن این خلأ بپردازد و راه‌کارهایی ارائه دهد که به سازمان‌ها اجازه می‌دهد تا با یکپارچه‌سازی این دو حوزه، به سودآوری پایدار و تأثیر مثبت اجتماعی دست یابند. این پژوهش، از روش داده‌بنیاد (گراند تئوری) استفاده می‌کند که یکی از رویکردهای قدرتمند در تحقیقات کیفی است و به تحلیل عمیق داده‌ها از طریق جمع‌آوری و تفسیر میدانی می‌پردازد. این روش، امکان شناسایی، تحلیل و ترکیب الگوهای موجود در داده‌ها را فراهم می‌آورد تا از آن‌ها مدل نظری جامع و دقیقی پدید آید و زمینه‌های تازه‌ای از دانش را در ارتباط با تعامل حسابداری مدیریت استراتژیک و مسئولیت اجتماعی شرکتی تبیین کند. استفاده از گراند تئوری در این بررسی به ما این امکان را می‌دهد که از طریق یک فرایند تحقیق مرحله‌به‌مرحله، به درکی عمیق‌تر از چگونگی تأثیرگذاری ادغام حسابداری مدیریت استراتژیک و مسئولیت اجتماعی شرکتی روی کسب‌وکارها و جوامع برسیم. این روش، به‌ویژه برای پرداختن به موضوعات پیچیده و دینامیک که در آن‌ها متغیرهای زیادی دخیل هستند، مناسب است و می‌تواند به تولید دیدگاه‌های نوآورانه‌ای منجر شود که در رویکردهای تحقیق سنتی‌تر کمتر مورد توجه قرار می‌گیرند.

پیشینه پژوهش

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و رفع محرومیت

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، مفهومی کلیدی در دنیای کسب‌وکار است که تعهد سازمان‌ها به اخلاقیات، توسعه پایدار و

1. Lozano
2. Kloot
3. Tai & Chuang
4. Phornlaphatrachakorn & Na-Kalasinthu

بهبود رفاه اجتماعی را نشان می‌دهد. مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر این اساس است که شرکت‌ها باید به‌طور داوطلبانه به نگرانی‌های اجتماعی، زیست‌محیطی و اقتصادی توجه کنند و هم‌زمان با انتظارات ذی‌نفعان و استانداردهای رفتاری بین‌المللی هماهنگ باشند. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در طول زمان توسعه یافته است و اکنون موضوعاتی مانند حفاظت از محیط زیست، ریشه‌کنی فقر، بهبود شرایط کاری و توسعه انسانی را دربرمی‌گیرد که همه رویکردی جامع به فعالیتهای تجاری را نشان می‌دهد. در حالی که فعالیتهای مرتبط با CSR می‌تواند به بهبود شهرت شرکت و تصویر آن نزد مشتریان کمک کند، گاهی صنایع از این ابتکارها برای تغییر الگوهای مصرف و کاهش تأثیرهای منفی فعالیتهای خود استفاده می‌کنند. به‌طور کلی، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، به‌عنوان ابزاری استراتژیک عمل می‌کند که به شرکت‌ها کمک می‌کند تا هم‌گام با شیوه‌های پایدار و اخلاقی، به بهبود جامعه و محیط زیست کمک کنند (تای و چوانگ، ۲۰۱۴؛ کو، چن و منگ^۱، ۲۰۲۱؛ کلین و ناس^۲، ۲۰۲۳؛ حاجی‌زاده، رجب‌پور، احمدی و اسماعیل‌پور، ۱۴۰۲).

مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی با گذر زمان تکامل یافته است، از تمرکز اولیه بر خیریه در اوایل قرن بیستم به رویکردی یکپارچه‌تر که شامل نگرانی‌های اخلاقی، زیست‌محیطی و اجتماعی در عملیات تجاری می‌شود (کوکران^۳، ۲۰۰۷؛ تقوی، کریمی زند و میرابی، ۱۴۰۱). در ابتدا، فعالیتهای مسئولیت اجتماعی شرکتی بیشتر بر خیریه متمرکز بود؛ اما امروزه به‌عنوان یک ضرورت استراتژیک برای اجرای تمرین‌های پایدار کسب‌وکار دیده می‌شود که برای حفظ سودآوری بلندمدت ضروری است (داماتو، هندرسون و فلورانس^۴، ۲۰۰۹). تفسیر مدرن از مسئولیت اجتماعی شرکتی از شرکت‌ها می‌خواهد که اطمینان حاصل کنند عملیات آن‌ها به منابع اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی آسیب نمی‌زند، بلکه آن‌ها را برای نسل‌های آینده حفظ می‌کند (فلاح شایان، محبتی کلجهی، علوی و زاهد^۵، ۲۰۲۲).

از نظر اقتصادی، انتظار می‌رود شرکت‌هایی که مسئولیت اجتماعی را اجرا می‌کنند، به‌طور سودآور و همچنین اخلاقی عمل کنند، به تمام ذی‌نفعان بازده عادلانه‌ای را ارائه دهند و کسب‌وکار را به گونه‌ای انجام دهند که هیچ شریک تجاری را استثمار یا متضرر نسازد. از نظر اجتماعی، مسئولیت اجتماعی، شرکت‌ها را به بهبود شرایط زندگی کارکنان و جوامعی سوق می‌دهد که در آن‌ها فعالیت می‌کنند (نیکولایدس^۶، ۲۰۲۱). این شامل ارائه شغل‌های بهتر، اطمینان از امنیت شغلی و کمک به اقتصاد محلی از طریق آموزش و برنامه‌های توسعه است. از نظر زیست‌محیطی، شرکت‌ها تشویق می‌شوند که ردپای کربنی خود را کاهش دهند، مدیریت زباله‌ها را بهبود ببخشند، سطح آلودگی را کاهش دهند و تمرین‌های پایدار دیگری را اتخاذ کنند که به حفظ منابع طبیعی جهان کمک می‌کند (پاپ، دینا و مارتین^۷، ۲۰۱۱؛ فلاح شایان و همکاران، ۲۰۲۲).

رفع محرومیت جزء ضروری از مسئولیت اجتماعی شرکتی است که به کمبود توانایی‌های اساسی برای زندگی با

1. Kuo, Chen & Meng
2. Klein & Nuss
3. Cochran
4. D'amato, Henderson & Florence
5. Fallah Shayan, Mohabbati-Kalejahi, Alavi & Zahed
6. Nicolaides
7. Pop, Dina & Martin

کرامت اشاره می‌کند که شرایط زندگی ضعیف، فقدان فرصت‌های آموزشی، مراقبت‌های بهداشتی و زیرساخت‌های ناکافی را شامل می‌شود. شرکت‌ها با در آغوش گرفتن مسئولیت اجتماعی، می‌توانند با اجرای برنامه‌هایی که به‌طور مستقیم این مسائل را در جوامعی که در آن‌ها فعالیت می‌کنند، مورد هدف قرار می‌دهند، در رفع محرومیت نقش محوری ایفا کنند (فلاح شایان و همکاران، ۲۰۲۲). تمرکز بر رفع محرومیت به‌عنوان بخشی از فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی از دو جنبه اخلاقی و عملی اهمیت دارد؛ زیرا به ساختن جامعه‌ای پایدارتر، تولیدی‌تر و پایدار منجر می‌شود که در آن شرکت فعالیت می‌کند. این به سهم خود فضای کسب‌وکار بهتری را ایجاد می‌کند؛ زیرا جامعه توانایی بیشتری برای مشارکت در فعالیت‌های اقتصادی پیدا می‌کند (اوسوجی و ایبواکو^۱، ۲۰۱۶).

شناسایی مناطق محروم و درک ابعاد مختلف محرومیت که می‌تواند شامل عوامل اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی باشد، برای اجرای مؤثر مسئولیت اجتماعی شرکتی حیاتی است. شاخص‌های اقتصادی مانند سطح درآمد، نرخ بیکاری و دسترسی به خدمات اساسی مانند آموزش و بهداشت می‌تواند به شرکت‌ها کمک کند تا مناطق نیازمند پشتیبانی را شناسایی کنند (مدینا مانوز و مدینا مانوز^۲، ۲۰۲۰). با متمرکز کردن تلاش‌های مسئولیت اجتماعی در این مناطق، شرکت‌ها نه تنها وظایف شهروندی شرکتی خود را انجام می‌دهند، بلکه سرمایه اعتباری خود را افزایش داده و محیط پایداری برای عملیات خود تأمین می‌کنند که به پیشرفت اجتماعی بلندمدت از طریق شراکت‌های استراتژیک و مشارکت جامعه منجر می‌شود (آنونگ^۳، ۲۰۱۹؛ کائو، چن، وو و یانگ^۴، ۲۰۱۶).

حسابداری مدیریت راهبردی

حسابداری مدیریت راهبردی یک جنبه حیاتی از حسابداری است که مدیریت مالی را با اهداف استراتژیک کسب‌وکار هم‌راستا می‌کند و توانایی سازمان برای سازگاری و رشد در محیط رقابتی را افزایش می‌دهد (نیکسون و برنز^۵، ۲۰۱۲). حسابداری مدیریت راهبردی فراتر از حسابداری مدیریت سنتی است و بر اطلاعاتی تأکید دارد که از تصمیم‌گیری‌ها و اقدامات استراتژیک پشتیبانی می‌کند. این نوع حسابداری به مدیران داده‌های مالی و همچنین بینش‌های عملیاتی و اطلاعات خارجی در مورد روندهای بازار، رقبا و شرایط اقتصادی را فراهم می‌کند که به برنامه‌ریزی و اجرای استراتژیک کمک می‌کند (الشراری^۶، ۲۰۲۴؛ سینکینی و تنوچی^۷، ۲۰۱۰).

اهمیت حسابداری مدیریت راهبردی، از نقش آن در هدایت سازمان به سمت سودآوری و پایداری بلندمدت نشئت می‌گیرد. این سیستم، داده‌های مالی و غیرمالی را یکپارچه سازی می‌کند و دیدگاه گسترده‌تری ارائه می‌دهد که به مدیریت کمک می‌کند تا محیط اقتصادی و تأثیرهای آن بر استراتژی شرکت را درک کند (فورنلافاتراچاکورن^۸، ۲۰۱۹).

1. Osuji & Obibuaku

2. Medina-Muñoz & Medina-Muñoz

3. Anong

4. Kao, Chen, Wu & Yang

5. Nixon & Burns

6. Alsharari

7. Cinquini & Tenucci

8. Phornlaphatrachakorn

این یکپارچه‌سازی از تصمیم‌گیری‌های استراتژیک مانند ورود به بازار، استراتژی‌های قیمت‌گذاری، مدیریت عملکرد و تخصیص منابع پشتیبانی می‌کند. حسابداری مدیریت راهبردی داده‌های هزینه سنتی و معیارهای مالی را به بیش‌های استراتژیک تبدیل می‌کند که به مدیران امکان می‌دهد تغییرات بازار را پیش‌بینی کرده و تاکتیک‌های عملیاتی خود را با آن هماهنگ کنند (سسکون، کوستانتینی و گراستی^۱، ۲۰۱۹).

حسابداری مدیریت راهبردی همچنین نقش مهمی در شناسایی و مدیریت مناطق محروم در دایره نفوذ سازمان دارد. با استفاده از داده‌های حسابداری مدیریت، افراد تمرین‌کننده حسابداری مدیریت راهبردی می‌توانند مناطق یا گروه‌هایی را که از منابع کمی برخوردارند یا تحت فشارهای اقتصادی نابرابرند، شناسایی کنند (آلواتج و ویکراماسینگه^۲، ۲۰۲۲). این توانایی برای سازمان‌هایی حیاتی است که به دنبال اجرای مسئولیت اجتماعی شرکتی به‌طور مؤثر و توسعه تأثیر مثبت در جامعه هستند. از طریق تجزیه و تحلیل دقیق، حسابداری مدیریت راهبردی نه تنها به شناسایی مناطق جغرافیایی نیازمند به توجه بیشتر کمک می‌کند، بلکه بخش‌هایی در سازمان یا زنجیره تأمین خود را که کم‌کارکرد یا بالقوه آسیب‌پذیرند، شناسایی می‌کند (پیکرینگ^۳، ۲۰۲۲؛ اوبراین، لمبک و دیل^۴، ۲۰۱۶).

با استفاده از این ابزارهای حسابداری مدیریت راهبردی، سازمان‌ها می‌توانند استراتژی‌های هدفمندی را توسعه دهند که به نیازهای خاص مناطق محروم پاسخ دهند. برای مثال، اگر منطقه‌ای به‌عنوان منطقه اقتصادی محروم شناسایی شود، حسابداری مدیریت راهبردی می‌تواند راهنمایی‌هایی برای تخصیص منابع بیشتر آموزشی یا سرمایه‌گذاری مستقیم برای بهبود اقتصاد محلی ارائه دهد (هاپر و همکاران، ۲۰۰۹) به‌طور مشابه، در زمینه زنجیره تأمین، حسابداری مدیریت راهبردی می‌تواند تأمین‌کنندگان یا شرکا را که در مشکل هستند، شناسایی کند و پشتیبانی لازم را برای اطمینان از پایداری در سراسر زنجیره تأمین فراهم آورد. این رویکرد استراتژیک نه تنها به انجام وظایف اجتماعی سازمان کمک می‌کند، بلکه مقاومت کلی کسب‌وکار و ارزش ذی‌نفعان را نیز افزایش می‌دهد، ثابت می‌کند که حسابداری مدیریت راهبردی ابزار جدایی‌ناپذیری در مدیریت کسب‌وکار مدرن است (سریونو، سوپراپتو، نوگروهو و سیرایت^۵، ۲۰۲۲؛ جایورنا، جونز و مکفرسون^۶، ۲۰۱۱).

هم‌افزایی حسابداری مدیریت استراتژیک و مسئولیت اجتماعی شرکتی در مدیریت پایدار

حسابداری مدیریت راهبردی و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، دو جنبه مهم از تمرین‌های کسب‌وکار مدرن هستند که وقتی با هم ترکیب شوند، می‌توانند به‌طور شایان توجهی پایداری و اثر اخلاقی یک شرکت را افزایش دهند. حسابداری مدیریت راهبردی که حسابداری مدیریت سنتی را با ادغام بیش‌های استراتژیک و عملیاتی گسترش می‌دهد، در پیشبرد اهداف مسئولیت اجتماعی شرکتی نقش حیاتی ایفا می‌کند. این هم‌افزایی به سازمان‌ها کمک می‌کند هم عملکرد مالی و

1. Cescon, Costantini & Grasseti

2. Alawattage & Wickramasinghe

3. Pickering

4. O'Brien, Lambek & Dale

5. Sriyono, Soeprapto, Nugroho & Sirait

6. Jayawarna, Jones & Macpherson

هم تأثیرهای اجتماعی، زیست‌محیطی و اقتصادی را بهبود بخشند (نمازی و رضایی^۱، ۲۰۲۳؛ کوسی اوغلو، بیک و پرنل^۲، ۲۰۲۱). حسابداری مدیریت راهبردی با ارائه اطلاعات دقیق و انجام‌پذیر که به تصمیم‌گیری‌ها کمک می‌کند، از ابتکارهای مسئولیت اجتماعی شرکتی پشتیبانی می‌کند (آدوماکو و همکاران^۳، ۲۰۲۳). این رویکرد حسابداری شامل تجزیه و تحلیل رفتار هزینه، سودآوری و داده‌های عملیاتی است که برای توسعه استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی مؤثر حیاتی هستند. به‌طور مثال، حسابداری مدیریت راهبردی می‌تواند فرصت‌های صرفه‌جویی در هزینه‌ها را از طریق کاهش ضایعات یا اتخاذ تمرین‌های کارآمد از نظر انرژی شناسایی کند که با پایداری زیست‌محیطی که جزء اصلی مسئولیت اجتماعی شرکتی محسوب می‌شود، هماهنگ است. علاوه‌براین، حسابداری مدیریت راهبردی ابزارهایی برای پیش‌بینی و بودجه‌بندی فراهم می‌کند که به تخصیص منابع به‌طور مؤثر به پروژه‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی کمک می‌کند، اطمینان حاصل می‌شود که نه تنها خوب برنامه‌ریزی شده‌اند، بلکه از نظر مالی نیز قابل دفاع هستند (پرامونو و همکاران، ۲۰۲۳؛ آپانان، محد سعید، اونگ و سنیک^۴، ۲۰۲۳).

استفاده از حسابداری مدیریت راهبردی برای پیشبرد اهداف مسئولیت اجتماعی شرکتی، به‌ویژه در نحوه مدیریت شرکت‌ها برای تخصیص منابع و اندازه‌گیری عملکرد آشکار است. با یکپارچه‌سازی داده‌های غیرمالی مانند ارزیابی‌های تأثیر زیست‌محیطی، امتیازهای رضایت مشتری و سطوح مشارکت کارمندان در معیارهای کلی عملکرد، حسابداری مدیریت راهبردی به شرکت‌ها کمک می‌کند تا اثربخشی فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی خود را پایش و ارزیابی کنند (الشراوی، ۲۰۲۴). این رویکرد یکپارچه اطمینان حاصل می‌کند که ابتکارهای مسئولیت اجتماعی شرکتی، از استراتژی کسب‌وکار اصلی جدا نیستند، بلکه با اهداف کلی تجارت سازگارند و به بهبود جامع عملکرد شرکت منجر می‌شوند (فریرا و مولانگ^۵، ۲۰۰۹).

چندین شرکت پیشرو حسابداری مدیریت راهبردی را با موفقیت برای بهبود عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی خود به کار گرفته‌اند. به‌طور مثال، یک شرکت تولیدی جهانی با استفاده از تکنیک‌های حسابداری مدیریت راهبردی، برای تجزیه و تحلیل صرفه‌جویی در هزینه‌های فرایندهای کاهش ضایعات خود، توانست ناکارآمدی‌ها را شناسایی و منابع را به سمت تمرین‌های پایدارتر هدایت کند و به‌طور چشمگیری هزینه‌ها و تأثیرهای زیست‌محیطی را کاهش دهد (دوراسامی^۶، ۲۰۱۶). نمونه دیگر، یک زنجیره خرده‌فروشی چندملیتی است که حسابداری مدیریت راهبردی را برای بهینه‌سازی عملیات زنجیره تأمین خود به کار برد و تضمین کرد که تأمین اخلاقی انجام شده و ردپای کربن کاهش یافته است. از این طریق عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی آن‌ها را بهبود بخشید و اعتماد ذی‌نفعان را تقویت کرد (مارکوویچ و استوانوویچ^۷، ۲۰۱۴).

1. Namazi & Rezaei
2. Köseoglu, Yick & Parnell
3. Adomako et al.
4. Appannan, Mohd Said, Ong & Senik
5. Ferreira & Moulang
6. Doorasamy
7. Marković & Stevanović

در نتیجه، رابطه بین حسابداری مدیریت راهبردی و مسئولیت اجتماعی شرکتی به طور ذاتی هم‌افزاست. حسابداری مدیریت راهبردی چارچوب استراتژیک و توانایی‌های تجزیه‌وتحلیلی لازم را برای تقویت ابتکارات مسئولیت اجتماعی شرکتی فراهم می‌کند، آن‌ها را با اهداف تجاری هماهنگ‌تر و از نظر اقتصادی پایدارتر می‌سازد (برلیانتینینگروم، سوناریانتو و پراتیکتو^۱، ۲۰۱۷؛ بهینه‌واتی^۲، ۲۰۱۶). با استفاده از حسابداری مدیریت راهبردی، شرکت‌ها می‌توانند اطمینان حاصل کنند که تلاش‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی آن‌ها، هم برای جامعه و محیط زیست مفید است و هم ارزش افزوده‌ای به کسب‌وکار اضافه می‌کند و رقابت‌پذیری و شهرت آن‌ها را در درازمدت افزایش می‌دهد. از طریق برنامه‌ریزی استراتژیک، تخصیص دقیق منابع و نظارت بر عملکرد با حسابداری مدیریت راهبردی، کسب‌وکارها می‌توانند تعادل پایدار بین سودآوری و مسئولیت اجتماعی را حفظ کنند (مون^۳، ۲۰۰۷؛ فهریزال، لیندریناساری و دیوی^۴، ۲۰۲۱).

تعامل حسابداری مدیریت استراتژیک و مسئولیت اجتماعی شرکتی: نظریه‌ها

حسابداری مدیریت راهبردی و مسئولیت اجتماعی شرکتی، دو مفهومی هستند که به‌طور عمیقی درهم تنیده‌اند و چنانچه به‌درستی هم‌راستا شوند، بر رویه‌های کسب‌وکار و بهزیستی اجتماعی تأثیر تحول‌آفرینی دارند. چارچوب‌های نظری که این مفاهیم را پشتیبانی می‌کنند، مانند نظریه ذی‌نفعان و نظریه مشروعیت، پایه‌ای محکم برای فهم ادغام و اجرای آن‌ها فراهم می‌آورند. این نظریه‌ها هم به تدوین استراتژی‌های مؤثر کمک می‌کنند و هم در ارزیابی تأثیرهای این استراتژی‌ها بر ذی‌نفعان و جامعه، به‌طور کلی تأثیرگذارند.

نظریه ذی‌نفعان و نقش آن در حسابداری مدیریت استراتژیک و مسئولیت اجتماعی شرکتی

نظریه ذی‌نفعان بیان می‌کند که باید منافع تمام ذی‌نفعان و نه فقط سهام‌داران، در فرایندهای تصمیم‌گیری یک کسب‌وکار در نظر گرفته شود. این نظریه در زمینه حسابداری مدیریت راهبردی و مسئولیت اجتماعی شرکتی حیاتی است؛ زیرا پاسخ‌گویی شرکت‌ها را فراتر از عملکرد مالی صرف به بهبود نتایج اجتماعی، زیست‌محیطی و اقتصادی گسترش می‌دهد. حسابداری مدیریت راهبردی با تمرکز بر ارائه اطلاعات استراتژیک و مرتبط به مدیران، در شناسایی و اندازه‌گیری نیازها و نتایج مربوط به ذی‌نفعان مختلف، از جمله کارکنان، تأمین‌کنندگان، مشتریان و جامعه، کمک می‌کند. با یکپارچه‌سازی دیدگاه‌های ذی‌نفعان در برنامه‌ریزی استراتژیک و پاسخ‌گویی، حسابداری مدیریت راهبردی تلاش‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی را تقویت و اطمینان حاصل می‌کند که این تلاش‌ها نه‌تنها با اهداف شرکتی هم‌راستا هستند، بلکه با انتظارات گسترده‌تر جامعه نیز هم‌خوانی دارند (راسلندر و هارت^۵، ۲۰۰۳؛ نیکسون و برنز، ۲۰۱۲؛ دمیتریف، فریمن و هوریش^۶، ۲۰۲۱؛ آوا، اتیم و اوگبوندا^۷، ۲۰۲۴).

1. Berliantiningrum, Sunaryanto & Pratikto
2. Bhinekawati
3. Moon
4. Fahrizal, Lindrianasari & Dewi
5. Roslender & Hart
6. Dmytriyeu, Freeman & Hörisch
7. Awa, Etim & Ogbonda

نظریه مشروعیت

نظریه مشروعیت پیشنهاد می‌کند که شرکت‌ها باید در محدوده‌ای عمل کنند که از نظر اجتماعی پذیرفته شده است. این نظریه بر اهمیت ابتکارهای مسئولیت اجتماعی شرکتی، در حفظ یک مجوز اجتماعی مشروع برای فعالیت تأکید دارد (استراتلینگ^۱، ۲۰۰۱). شرکت‌ها از ابزارهای حسابداری مدیریت راهبردی برای اندازه‌گیری و گزارش‌دهی فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی استفاده می‌کنند، در نتیجه شفافیت را فراهم می‌آورند و تعهد خود را به رویه‌های مشروعی نشان می‌دهند که استانداردهای جامعه را برآورده می‌کنند. نظریه مشروعیت پشتیبان ایده‌ای است که برای حفظ موفقیت بلندمدت، عملیات و استراتژی‌های کسب‌وکار باید از نظر تمام عوامل جامعه مشروع تلقی شوند. حسابداری مدیریت راهبردی به این فرایند کمک می‌کند با اطمینان از دقت، به‌موقع بودن و بازتاب‌دهنده تأثیر شرکت بر زمینه‌های اجتماعی و زیست‌محیطی، اطلاعات مربوط به ابتکارهای مسئولیت اجتماعی شرکتی را فراهم آورد (اولاتجو، اولاتجو، آدویه و ایلاس^۲، ۲۰۲۱؛ گیلدینگ، کریونز و تایلز^۳، ۲۰۰۰).

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش که با هدف کاربردی انجام شده، بر اساس جمع‌آوری داده‌های کیفی است و از روش نظریه داده‌بنیاد برای توسعه نظریه‌های جدید بهره می‌برد. این روش به پژوهشگران اجازه می‌دهد تا بدون وابستگی به نظریه‌های موجود، به‌طور مستقل به کشف و تدوین نظریه‌های تازه بپردازند. در این مطالعه، روش تحلیل داده‌ها مطابق با رویکرد اشتراوس و کوربین انجام شده و شامل سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی است. جامعه آماری این پژوهش را خبرگان صنعتی با تجربه در اجرای مسئولیت‌های اجتماعی و اساتید دانشگاهی با ده سال سابقه در حوزه حسابداری مدیریت تشکیل داده‌اند. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته و بررسی مطالعات پیشین جمع‌آوری شده‌اند.

جدول ۱. اطلاعات خبرگان

جنسیت کل شرکت‌کنندگان	مرد
تعداد با سابقه کمتر از ۱۰ سال	۳ نفر
تعداد با سابقه ۱۰ تا ۱۵ سال	۶ نفر
تعداد با سابقه بیش از ۱۵ سال	۹ نفر
صنایع مشارکت‌کنندگان	فولاد، نفت، مالی و سرمایه‌گذاری، انرژی، گردشگری، لبنیات، تولید مواد شیمیایی، بخش دانش‌بنیان، خدمات بندری، صنایع غذایی، بخش‌های بنیادی و توسعه اجتماعی، بانکداری، صنایع غذایی (نوشیدنی)، بخش عمران و مسکن، دو عضو هیئت علمی و کارشناس مذهبی

در فرایند کدگذاری باز، کدهای مربوط به موضوعات مشترک استخراج و گروه‌بندی شده‌اند. در مرحله کدگذاری محوری، مقوله‌های اصلی به‌وسیله الگوی پارادایمی به زیرمقوله‌ها متصل شده‌اند و در نهایت، کدگذاری انتخابی به ایجاد

1. Stratling
2. Olateju, Olateju, Adeoye & Ilyas
3. Guilding, Cravens & Tayles

ارتباط بین مقوله‌ها و شکل‌گیری خط داستانی منجر شده است. برای تأیید اعتبار نتایج، از روش‌های بررسی اعضا و بازیابی فرایند کدگذاری استفاده شده است. همچنین، روش بازآزمون با نرخ پایایی ۷۶ درصد و توافق بین دو کدگذار با نرخ پایایی ۸۸ درصد به تأیید بیشتر پایایی ابزارهای جمع‌آوری داده کمک کرده است.

یافته‌های پژوهش

کدگذاری باز

در این مرحله از پژوهش، پژوهشگران با بررسی دقیق داده‌های به‌دست‌آمده از مصاحبه‌ها، نکات و عناصر کلیدی را شناسایی و آن‌ها را به‌صورت منظم تحلیل می‌کنند. این روند شامل استخراج کدهایی است که به مفاهیم مشترک اشاره دارند؛ سپس آن‌ها را در گروه‌های مرتبط با سطح بالاتری از انتزاع قرار می‌دهند. این کدهای اولیه به ۱۳۷ مفهوم تبدیل و در نهایت به تعریف ۲۰ مقوله منجر شدند که برای تحلیل بیشتر در کدگذاری محوری به کار رفتند.

کدگذاری محوری

در این مرحله، مقوله‌های اصلی شناسایی شده از کدگذاری باز در فرایندی عمیق‌تر و مبتنی بر نظریه پایه بررسی می‌شوند. این مرحله بر پایه ساختن یک چارچوب نظری مستحکم‌تر است که پیوند دادن مقولات اصلی با عوامل علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر را شامل می‌شود. همچنین، استراتژی‌ها و پیامدهای مرتبط با هر مقوله در این بخش تحلیل و تبیین می‌شوند. این فرایند به ساخت الگوی پارادایمی کمک می‌کند که در آن روابط بین عناصر مختلف به شکل ساختاریافته‌ای نمایان می‌شود و در نهایت، نتایج کدگذاری محوری به‌صورت مفصل در مدل پارادایمی اشتراوس و کوربین، همان‌طور که در جدول مربوطه آمده است، ارائه می‌شود.

این فرایند دقیق و منظم نه‌تنها به شناسایی الگوهای پیچیده در داده‌ها کمک می‌کند، بلکه امکان می‌دهد تا تأثیرهای متقابل بین عوامل مختلف در یک چارچوب نظری مشخص، به‌درستی تحلیل و درک شود. این نوع تحلیل عمیق از داده‌ها، پایه‌ای برای توسعه درک بهتر مسائل و ارائه راه‌کارهای مؤثرتر در مواجهه با چالش‌های پیش رو فراهم می‌آورد و به پژوهشگران امکان می‌دهد تا نظریه‌های جدیدی را که به‌طور مستقیم از داده‌ها نشأت گرفته‌اند، شکل دهند. در ادامه نتایج کدگذاری محوری بر اساس مدل پارادایمی اشتراوس و کوربین در جدول ۲ ارائه شده است:

جدول ۲. مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با محورهای پارادایمی

مقوله اصلی	مقوله فرعی	کد اولیه
تقویت مشارکت اجتماعی و حقوق کار	تقویت روابط کاری و حقوق کارگران می‌تواند به بهبود اعتبار شرکت در بازار و افزایش پایداری عملیاتی منجر شود.	۳
		۴
تعهد به مشکلات جوار صنعت نه‌تنها محیط کاری عادلانه‌ای ایجاد می‌کند و حفظ استعدادها برتر کمک می‌کند که این امر به نوبه خود رقابت‌پذیری شرکت را افزایش می‌دهد.		

مقوله اصلی	مقوله فرعی	کد اولیه
	تقویت مشارکت اجتماعی و حقوق کار	کاهش تبعیض و ترویج برابری فرصت‌ها می‌تواند به جذب استعداد‌های برتر کمک کند و فرهنگ سازمانی مثبتی را نهادینه کند.
		تقویت نیروی کار بومی در محل کار به افزایش خلاقیت و نوآوری در تیم‌ها کمک کرده و به بهبود پروفایل شرکت می‌انجامد.
		توجه به کاهش تنش‌های اجتماعی در مناطق مجاور صنایع، به‌ویژه از طریق پروژه‌های محرومیت‌زدایی و بهبود شرایط زندگی محلی که می‌تواند به افزایش وفاداری مشتریان و بهبود تصویر برند کمک کند و در نهایت منجر به افزایش درآمدهای شرکت شود.
		افزایش مشارکت مردمی از طریق ترویج عدالت اجتماعی و حقوق قومی و قومیتی.
		افزایش هم‌دلی و همراهی از طریق ارتقای حقوق شهروندی و مشارکت اجتماعی.
	کاهش نابرابری‌های اقتصادی از طریق توزیع عادلانه ثروت و منابع.	کاهش وابستگی به منابع خارجی از طریق توسعه و تقویت تولید محلی.
		کاهش آسیب‌پذیری اقتصادی از طریق تنوع در منابع درآمد و اشتغال.
		کاهش نابرابری‌های اقتصادی از طریق توجه به بنگاه‌های بومی.
		کاهش نابرابری‌های منطقه‌ای از طریق آبادانی و توسعه منطقه حوار صنعت.
		کاهش نابرابری‌های اجتماعی از طریق توسعه فرصت‌های اجتماعی و اقتصادی.
ایجاد فرصت‌های شغلی و تحقق عدالت اجتماعی و کاهش ناهنجاری‌های اجتماعی.	تقویت برابری جنسیتی در محل کار به افزایش خلاقیت و نوآوری در تیم‌ها کمک کرده و به بهبود پروفایل شرکت می‌انجامد.	کاهش نابرابری‌های اقتصادی از طریق توزیع عادلانه منابع و درآمد.
		کاهش نابرابری‌های جغرافیایی از طریق تقویت زنجیره تأمین.
		کاهش تفرقه‌ها و تعارض‌های اجتماعی از طریق ایجاد فرصت‌های تواصل و دیالوگ.
		افزایش امنیت از طریق ایجاد فرصت‌های شغلی و تحقق عدالت اجتماعی.
		بهبود کیفیت زندگی از طریق ایجاد فرصت‌های فرهنگی، تفریحی و توانمندسازی شهروندان.
	کاهش تبعیض از طریق ارتقای عدالت و توسعه فرصت‌های برابر.	کاهش بیکاری از طریق ایجاد فرصت‌های شغلی و ترویج کارآفرینی.
		کاهش بیکاری از طریق ایجاد فرصت‌های شغلی و ارتقای سرمایه انسانی.
		توجه به کاهش تنش‌های اجتماعی در مناطق مجاور صنایع، به‌ویژه از طریق پروژه‌های محرومیت‌زدایی و بهبود شرایط زندگی محلی که می‌تواند به افزایش وفاداری مشتریان و بهبود تصویر برند کمک کند و در نهایت منجر به افزایش درآمدهای شرکت شود.
		کاهش تبعیض از طریق ارتقای عدالت و توسعه فرصت‌های برابر.

کد اولیه	مقوله فرعی	مقوله اصلی
<p>استفاده از فناوری‌هایی که باعث کاهش تأثیرهای منفی بر محیط زیست می‌شود و ارتقای کیفیت زندگی در مناطق محروم را تضمین می‌کند.</p> <p>ترویج اصول توسعه پایدار در جوامع محروم برای اطمینان از دسترسی به منابع و خدمات پایه در طولانی مدت.</p> <p>برگزاری دوره‌های آموزشی برای افراد در مناطق محروم برای افزایش آگاهی نسبت به اهمیت حفاظت از محیط زیست و کاهش فقر.</p> <p>تشویق و حمایت از تأسیس کسب‌وکارهای سبز در مناطق جوار (محروم) از حلقه زنجیره تأمین</p> <p>سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های اصلی مانند آب، برق و بهداشت در مناطق جوار با هدف دوگانه رفع محرومیت دسترسی به منابع</p> <p>ترویج مدیریت پایدار منابع طبیعی در مناطق محروم برای اطمینان از استفاده بهینه و حفاظت از این منابع برای نسل‌های آینده.</p> <p>اجرای برنامه‌های بهداشت محیط و ارتقای سلامت در مناطق محروم به منظور کاهش بیماری‌ها و افزایش طول عمر ساکنین.</p>	<p>توجه کارآمد و منشعب شده از رفع محرومیت نسبت به مؤلفه‌های پایداری محیط</p>	<p>عامل ر</p>
<p>توسعه امکانات بیمارستانی به منظور افزایش سلامت ساکنان در جوار صنعت با نام آن صنعت</p> <p>بهبود وضعیت بهداشت و درمان از طریق سرمایه‌گذاری در سلامت جامعه.</p> <p>افزایش سلامت جامعه از طریق حمایت از آموزش و بهداشت عمومی.</p> <p>کاهش خسارات ناشی از بلایای طبیعی از طریق آموزش و آمادگی جامعه.</p> <p>افزایش توانمندسازی زنان از طریق حمایت از آموزش و اشتغال زنان.</p>	<p>افزایش سلامت جامعه از طریق حمایت از آموزش و بهداشت عمومی</p>	
<p>بهبود استراتژی‌های بازاریابی از طریق تحلیل داده‌های اجتماعی.</p> <p>افزایش توانمندی زنان از طریق توجه به نقش و حضور زنان در صنعت و اقتصاد.</p> <p>افزایش سرمایه اجتماعی از طریق حمایت از فعالیت‌های فرهنگی و هنری.</p> <p>افزایش توانمندی فرهنگی از طریق حمایت از تولید و حفظ فرهنگ‌ها و ارزش‌ها.</p> <p>افزایش حمایت اجتماعی از طریق ایجاد فرصت‌های مشارکت و اعتماد متقابل.</p> <p>افزایش توانمندی‌های اجتماعی از طریق حمایت از آموزش و پژوهش در زمینه‌های اجتماعی.</p> <p>کاهش آسیب‌پذیری زیرساخت‌ها از طریق حفظ و بهبود زیرساخت‌های اجتماعی و حمل‌ونقل.</p> <p>افزایش توانمندی‌های فردی از طریق آموزش و پژوهش در زمینه‌های فردی و حرفه‌ای.</p> <p>افزایش رفاه اجتماعی از طریق توسعه سیاست‌ها و برنامه‌های اجتماعی.</p> <p>افزایش هماهنگی اجتماعی از طریق تقویت شبکه‌های اجتماعی و ارتباطات.</p> <p>کاهش ناتوانی اجتماعی از طریق ارتقای سیاست‌ها و برنامه‌های اجتماعی.</p> <p>افزایش کیفیت زندگی از طریق توسعه زیرساخت‌های اجتماعی و فرهنگی.</p>	<p>افزایش توانمندی‌های اجتماعی از طریق حمایت از آموزش و پژوهش در زمینه‌های اجتماعی</p>	<p>عامل ز ب ن م ن د</p>

مقوله اصلی	مقوله فرعی	کد اولیه
عامل زمینه‌ای	افزایش توانمندی‌های محلی از طریق توسعه سرمایه‌گذاری‌های محلی و خدمات	بهبود عملکرد مالی از طریق سرمایه‌گذاری در بهسازی زیرساخت‌های محلی.
		جذب نیروی کار ماهر بیشتر از طریق سرمایه‌گذاری در آموزش و اشتغال محلی.
		بهبود سلامت جامعه محلی از طریق سرمایه‌گذاری در اقدامات سلامتی.
		افزایش توانمندی‌های محلی از طریق توسعه زیرساخت‌های عمومی.
		بهبود توانمندی فناوری از طریق سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه.
		افزایش توانمندی محلی از طریق توسعه و تقویت اقتصاد محلی.
		افزایش توانمندی‌های محلی از طریق توسعه سرمایه‌گذاری‌های محلی و خدمات.
		افزایش توسعه اقتصادی منطقه‌ای از طریق سرمایه‌گذاری‌های محلی و خارجی.
		ارتقای شفافیت و اعتماد مشتریان از طریق ارائه اطلاعات دقیق و قابل اعتماد.
	افزایش استقلال اقتصادی از طریق توسعه کارآفرینی و ارائه فرصت‌های کسب و کار	افزایش اطمینان سرمایه‌گذاران از طریق ارائه اطلاعات شفاف و قابل اعتماد.
		افزایش وفاداری مشتری از طریق ارائه خدمات و تجربه مشتری برتر.
		افزایش توانمندی اقتصادی از طریق توسعه کسب و کارهای اجتماعی و مسئولیت‌پذیر.
		افزایش استقلال اقتصادی از طریق توسعه کارآفرینی و ارائه فرصت‌های کسب و کار.
		افزایش اعتماد عمومی از طریق شفافیت و ارتقای اخلاق کسب و کار.
		افزایش نرخ بازگشت سرمایه از طریق برنامه‌های آموزشی برای جوانان محلی.
		کاهش هزینه‌های جذب و آموزش نیروی کار از طریق سرمایه‌گذاری در برنامه‌های آموزشی.
		افزایش سرمایه‌گذاری در پروژه‌های سبز برای تبدیل شدن به یک شرکت پایدار.
		افزایش سودآوری از طریق سرمایه‌گذاری در پروژه‌های محیط زیستی.
	افزایش سرمایه‌گذاری در پروژه‌های سبز برای تبدیل شدن به یک شرکت پایدار	افزایش سرمایه‌گذاری‌ها از طریق جذب سرمایه‌گذاری‌های اجتماعی مسئول.
		افزایش نوآوری و ابتکار از طریق تشویق به ایده‌پردازی و تجربه‌های خلاق.
		کاهش ریسک‌های اقتصادی از طریق تنوع در تجارت و سرمایه‌گذاری.
		بهبود مدیریت منابع انسانی از طریق توسعه مهارت‌ها و آموزش کارکنان.
		کاهش تفاوت‌های اجتماعی از طریق توسعه برابری فرصت‌ها و دسترسی به خدمات.
		بهبود سطح آموزش و دانش از طریق توسعه زیرساخت‌های آموزشی و دسترسی به آموزش عالی.
		افزایش نوآوری از طریق حمایت از تحقیق و توسعه و ارتقای دانش فنی.
		افزایش دسترسی به آموزش و پرورش از طریق توسعه سیستم‌های آموزشی.
		افزایش دسترسی به آموزش عالی

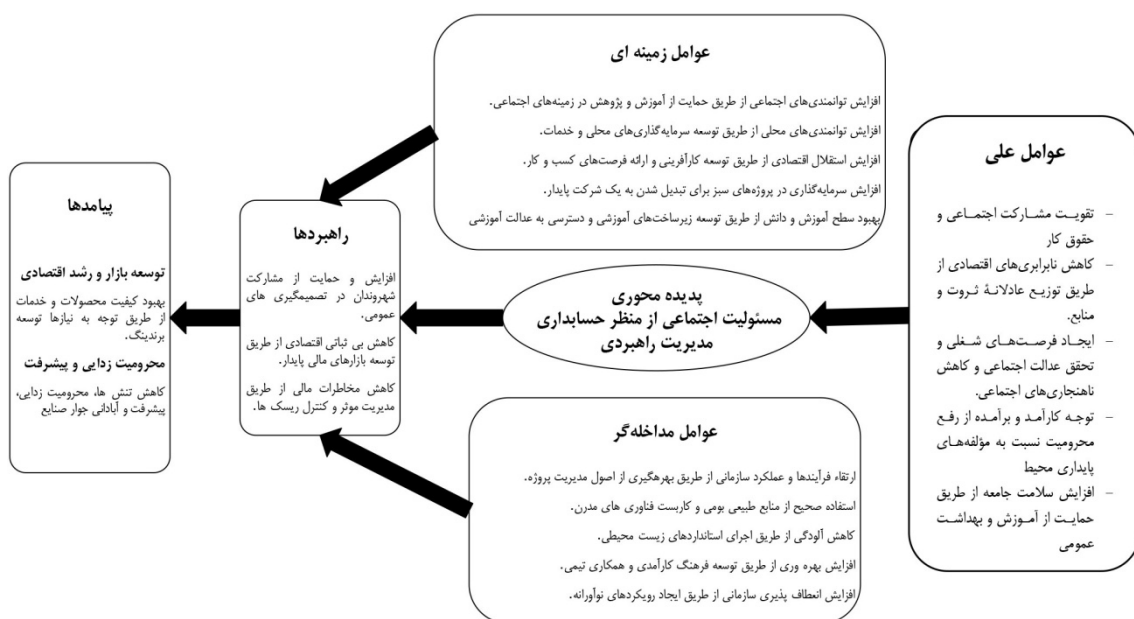
مقوله اصلی	مقوله فرعی	کد اولیه	
عامل مداخله‌گر	ارتقای فرایندها و عملکرد سازمانی از طریق بهره‌گیری از اصول مدیریت پروژه	بهبود وضعیت مالی از طریق بهره‌برداری از مزایای مالیاتی در پروژه‌های محیط زیستی.	
		ارتقای فرایندها و عملکرد سازمانی از طریق بهره‌گیری از اصول مدیریت پروژه.	
		بهبود مدیریت ارتباط با مشتریان از طریق بهره‌گیری از فناوری‌های نوین.	
		کاهش هزینه‌ها و افزایش سودآوری از طریق بهره‌گیری بهینه از منابع.	
		کاهش هزینه‌های تولید از طریق بهره‌گیری از فناوری‌های پیشرفته.	
		افزایش تولیدی از طریق بهبود عملکرد و کارایی فرایندها.	
	استفاده صحیح از منابع طبیعی بومی و کاربست فناوری‌های مدرن	بهبود توانمندی سازمانی از طریق ارتقای فرایندهای مدیریت دانش.	بهبود کارایی و بهره‌وری سازمانی از طریق بهینه‌سازی فرایندها و منابع.
		بهبود ارتباط با مشتری از طریق استفاده از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته.	بهبود کارایی انرژی از طریق استفاده از منابع انرژی تجدیدپذیر و بهینه‌سازی مصرف.
		افزایش شفافیت و شهره‌سازی از طریق ارتقای فرایندها و فناوری‌های اطلاعاتی.	افزایش شفافیت و شهره‌سازی از طریق ارتقای فرایندها و فناوری‌های اطلاعاتی.
		کاهش هدررفت منابع از طریق بهینه‌سازی فرایندها و مصرف.	کاهش هدررفت منابع از طریق بهینه‌سازی فرایندها و مصرف.
		افزایش کارایی سازمانی از طریق بهبود فرایندها و استفاده از فناوری‌های نوین.	افزایش کارایی سازمانی از طریق بهبود فرایندها و استفاده از فناوری‌های نوین.
		کاهش مصرف مواد مخرب از طریق ترویج استفاده از مواد قابل بازیافت.	کاهش مصرف مواد مخرب از طریق ترویج استفاده از مواد قابل بازیافت.
کاهش آلودگی از طریق اجرای استانداردهای زیست‌محیطی	کاهش مصرف انرژی از طریق بهینه‌سازی فرایندها و استفاده از منابع انرژی پاک.	کاهش مصرف انرژی از طریق بهینه‌سازی فرایندها و استفاده از منابع انرژی پاک.	
	کاهش مصرف آب از طریق بهینه‌سازی فرایندها و استفاده از فناوری‌های مدرن.	کاهش مصرف آب از طریق بهینه‌سازی فرایندها و استفاده از فناوری‌های مدرن.	
	افزایش هوش مصنوعی از طریق توسعه فناوری‌های پیشرفته و هوشمند.	افزایش هوش مصنوعی از طریق توسعه فناوری‌های پیشرفته و هوشمند.	
	کاهش مصرف انرژی و گازهای گلخانه‌ای از طریق توسعه فناوری‌های پایدار.	کاهش مصرف انرژی و گازهای گلخانه‌ای از طریق توسعه فناوری‌های پایدار.	
	کاهش اثرات زیست‌محیطی از طریق همکاری با جوامع محلی در پروژه‌های عمرانی.	کاهش اثرات زیست‌محیطی از طریق همکاری با جوامع محلی در پروژه‌های عمرانی.	
	کاهش آلودگی محیط زیست از طریق استفاده از فناوری‌های پاک و دوستدار محیط زیست.	کاهش آلودگی محیط زیست از طریق استفاده از فناوری‌های پاک و دوستدار محیط زیست.	
افزایش بهره‌وری از طریق توسعه فرهنگ کارآمدی و همکاری تیمی	افزایش پایداری محیط زیست از طریق حفظ و مدیریت منابع طبیعی.	افزایش پایداری محیط زیست از طریق حفظ و مدیریت منابع طبیعی.	
	افزایش آگاهی عمومی از طریق ترویج آموزش و اطلاع‌رسانی درباره مسائل اجتماعی و زیست‌محیطی.	افزایش آگاهی عمومی از طریق ترویج آموزش و اطلاع‌رسانی درباره مسائل اجتماعی و زیست‌محیطی.	
	کاهش آلودگی هوا و آب از طریق اجرای استانداردهای زیست‌محیطی.	کاهش آلودگی هوا و آب از طریق اجرای استانداردهای زیست‌محیطی.	
	افزایش همکاری و تعامل در سازمان از طریق ارتقای فرایندهای ارتباطی.	افزایش همکاری و تعامل در سازمان از طریق ارتقای فرایندهای ارتباطی.	
	افزایش بهره‌وری کارگری از طریق آموزش و ارتقای شرایط کار.	افزایش بهره‌وری کارگری از طریق آموزش و ارتقای شرایط کار.	
	کاهش خشونت اجتماعی از طریق ارتقای فرهنگ همدلی.	کاهش خشونت اجتماعی از طریق ارتقای فرهنگ همدلی.	
	کاهش تبعیض نژادی و قومیتی از طریق ترویج فرهنگ احترام متقابل.	کاهش تبعیض نژادی و قومیتی از طریق ترویج فرهنگ احترام متقابل.	
	کاهش تبعیض در محیط کار از طریق ترویج فرهنگ سازمانی متنوع و شفاف.	کاهش تبعیض در محیط کار از طریق ترویج فرهنگ سازمانی متنوع و شفاف.	
	افزایش بهره‌وری از طریق توسعه فرهنگ کارآمدی و همکاری تیمی.	افزایش بهره‌وری از طریق توسعه فرهنگ کارآمدی و همکاری تیمی.	

مقوله اصلی	مقوله فرعی	کد اولیه
عمل مداخله‌گر	افزایش انعطاف‌پذیری سازمانی از طریق ایجاد رویکردهای نوآورانه	بهبود ارتباطات سازمانی از طریق ایجاد فرهنگ سازمانی مبتنی بر ارزش‌ها.
		افزایش توانمندی سازمانی از طریق ایجاد ساختارهای سازمانی انعطاف‌پذیر و مدیریت تغییر.
		افزایش اعتماد عمومی از طریق شفافیت و مسئولیت‌پذیری سازمانی.
		افزایش انعطاف‌پذیری سازمانی از طریق ایجاد رویکردهای نوآورانه.
		افزایش انعطاف‌پذیری اقتصادی از طریق توسعه بخش خصوصی و کارآفرینی.
		کاهش آسیب‌پذیری در برابر بحران‌های طبیعی از طریق ایجاد زیرساخت‌های مقاوم.
		افزایش مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها از طریق تدوین و اجرای استانداردهای مسئولیت‌پذیری.
توسعه	توسعه بازار و رشد اقتصادی (بهبود کیفیت محصولات و خدمات از طریق توجه به نیازها توسعه برندینگ).	بهبود روابط با مشتریان از طریق ارتقای کیفیت خدمات و محصولات.
		افزایش رضایت مشتریان از طریق ارائه خدمات به موقع و مطابق با نیازها.
		بهبود کیفیت محصولات و خدمات از طریق ارتقای فرایندهای کنترل کیفیت.
		افزایش اطمینان مشتری از طریق تضمین کیفیت و عملکرد محصولات.
		بهبود کیفیت محصولات و خدمات از طریق توجه به نیازها و انتظارات مشتریان.
		افزایش ارزش افزوده از طریق توسعه صادرات و تولید محصولات با ارزش افزوده بالا.
		کاهش نقص‌های سیستم بهداشتی از طریق ایجاد دسترسی عمومی به خدمات بهداشتی.
محرومیت‌زدایی	محرومیت‌زدایی و پیشرفت (کاهش تنش‌ها، محرومیت‌زدایی، پیشرفت و آبادانی جوار صنایع)	افزایش همکاری بومی از طریق ارتباطات محیطی و ارتقا دانش و فناوری جوار صنعت.
		کاهش تنش‌های از طریق جبران ضرر و همکاری.
		کاهش تنش‌های از طریق محرومیت‌زدایی.
		افزایش قدرت نرم‌افزاری از طریق توسعه فرهنگ همکاری.
		کاهش نابرابری‌های از طریق آبادانی و کمک‌های انسان دوستانه.
حمایت	افزایش دموکراتیزاسیون از طریق حمایت از مشارکت شهروندان در تصمیم‌گیری‌های عمومی.	افزایش رضایت و مشارکت کارکنان از طریق مشارکت در تصمیم‌گیری‌های سازمانی.
		افزایش پذیرش اجتماعی از طریق حمایت از مشارکت مردم در تصمیم‌گیری‌های محلی.
		افزایش دموکراتیزاسیون از طریق حمایت از مشارکت شهروندان در تصمیم‌گیری‌های عمومی.

مقوله اصلی	مقوله فرعی	کد اولیه
	کاهش بی‌ثباتی اقتصادی از طریق توسعه بازارهای مالی پایدار.	ایجاد محصولات مالی جدید با رویکرد اخلاقی و اجتماعی.
		جذب بازار مشتری جدید و وفادار از طریق محصولات مالی جدید.
		افزایش شفافیت مالی از طریق انتشار اطلاعات مالی به صورت عمومی.
		کاهش بی‌ثباتی اقتصادی از طریق توسعه بازارهای مالی پایدار.
		افزایش توسعه صنایع کوچک و متوسط از طریق پشتیبانی مالی و فنی.
	کاهش مخاطرات مالی از طریق مدیریت مؤثر و کنترل ریسک‌ها.	کاهش ناپایداری اقتصادی از طریق توسعه بازارهای مالی پایدار.
		کاهش دعای قضایی و ناراضی‌ها از طریق مسئولیت اجتماعی مؤثر.
		توسعه بازار مشتریان از طریق ارتباطات مؤثر با جوامع محلی.
		بهبود عملکرد مالی از طریق بهبود مدیریت ریسک‌های مالی.
		کاهش مخاطرات مالی از طریق مدیریت مؤثر و کنترل ریسک‌ها.
کاهش مخاطرات مالی از طریق مدیریت مؤثر و کنترل ریسک‌ها.	کاهش آسیب‌پذیری اجتماعی از طریق برنامه‌ریزی برای مدیریت بحران‌ها.	
	افزایش آمادگی برای مواجهه با تغییرات اقلیمی از طریق اقدامات مدیریت ریسک.	
	افزایش مدیریت ریسک از طریق شناسایی و کاهش خطرات مختلف.	
	کاهش انحرافات مالی از طریق تقویت کنترل داخلی و حسابرسی مستقل.	

کدگذاری انتخابی

کدگذاری باز و محوری به پیدایش مجموعه‌ای از مقولات می‌انجامد. با پیوند دادن مقولات به همدیگر کدگذاری انتخابی صورت می‌گیرد. بر این اساس که نتایج گام‌های پیشین کدگذاری را به کار برده و مقوله اصلی را انتخاب و به‌شکلی سیستماتیک به سایر مقولات مرتبط می‌کند و آن‌ها را پالایش و توسعه می‌دهد (اشتروس و کوربین، ۱۹۹۸). خط سیر تشکیل الگوی حاصله در مطالعه حاضر بدین شرح قابل ذکر است که: «سیاست گذاری‌های دانشگاه‌های الکترونیکی، تعاملات شرکای آموزشی در این مراکز، آمادگی زیرساخت‌های الکترونیکی این مراکز، شایستگی‌های یادگیرندگان و مدرسان، قابلیت‌های سازمانی این مراکز و جو کارآفرینانه در نظام آموزش الکترونیکی، از جمله پیش شرط‌هایی برای یادگیری کارآفرینانه در بین دانشجویان دانشگاه‌های الکترونیکی می‌شوند. کنش‌ها و واکنش‌های ناشی از یادگیری کارآفرینانه، تحت عنوان راهبردهای اجرایی، اهرمی، ابزارهای یادگیری الکترونیکی و باز تعریف نظام ارزیابی دانشگاهی که زمینه‌ساز آنان، عوامل زمینه‌ای (خاص) شامل سرمایه اجتماعی یادگیرندگان، بینش کارآفرینانه مدیران دانشگاهی، دانشگاه، سیستم‌های مدیریت دانش و زمینه کلان (پیش زمینه‌های فرهنگی، نگرش‌های حاکم بر جامعه نسبت به آموزش الکترونیکی، حمایت‌های دولت از بسترهای آموزش الکترونیکی، جنسیت، سبک یادگیری، توانایی کنترل یادگیرنده بر فرایند یادگیری الکترونیکی) هستند، پیامدهایی را به بار می‌آورند که شامل پیامدهای سطح فردی برای دانشجویان آموزش الکترونیکی و همین‌طور پیامدهای سطح سازمانی برای دانشگاه‌های الکترونیکی می‌باشند». بر این اساس الگوی پیشنهادی یادگیری کارآفرینانه در نظام آموزشی الکترونیکی دانشگاهی ایران در ادامه آورده شده است:



شکل ۱. الگوی پیشنهادی مسئولیت اجتماعی از منظر حسابداری مدیریت راهبردی با رویکرد نظریه داده‌بنیاد

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و حسابداری مدیریت راهبردی به‌عنوان دو مفهوم اساسی در مدیریت کسب‌وکار مدرن به هم پیوند خورده‌اند و ترکیب این دو رویکرد می‌تواند به شکل قابل توجهی بر پایداری و اثر اخلاقی سازمان‌ها تأثیر بگذارد. این پژوهش با استفاده از روش داده‌بنیاد و تحلیل‌های مبتنی بر کدگذاری باز، محوری و انتخابی به بررسی عمیق تأثیر این دو مفهوم روی سازمان‌ها و جوامع پرداخته است.

تحلیل داده‌های به‌دست‌آمده از مصاحبه‌ها و بررسی‌های میدانی نشان داد که مقولات اصلی به چهار دسته عوامل علی، عوامل زمینه‌ای، عوامل مداخله‌گر و پیامدها تقسیم می‌شوند. عوامل علی شامل موضوعاتی هستند که به‌طور مستقیم بر بهبود حقوق بشر و کاهش نابرابری‌ها تمرکز دارند. این عوامل شامل افزایش حقوق بشر از طریق ترویج عدالت اجتماعی و حقوق قومی و قومیتی، کاهش نابرابری‌های اقتصادی از طریق توزیع عادلانه ثروت و منابع، کاهش خشونت و جرم از طریق ایجاد فرصت‌های شغلی و تحقق عدالت اجتماعی، افزایش امنیت غذایی از طریق توسعه کشاورزی پایدار و مقاوم و افزایش سلامت جامعه از طریق حمایت از آموزش و بهداشت عمومی هستند.

عوامل زمینه‌ای بهبود توانمندی‌های اجتماعی و اقتصادی را هدف قرار می‌دهند. این عوامل شامل افزایش توانمندی‌های اجتماعی از طریق حمایت از آموزش و پژوهش در زمینه‌های اجتماعی، افزایش توانمندی‌های محلی از طریق توسعه سرمایه‌گذاری‌های محلی و خدمات، افزایش استقلال اقتصادی از طریق توسعه کارآفرینی و ارائه فرصت‌های کسب‌وکار، افزایش سرمایه‌گذاری در پروژه‌های سبز برای تبدیل شدن به یک شرکت پایدار، و بهبود سطح آموزش و دانش از طریق توسعه زیرساخت‌های آموزشی و دسترسی به آموزش عالی هستند. عوامل مداخله‌گر به بهبود

فرایندها و بهره‌وری سازمانی تمرکز دارند. این عوامل شامل ارتقای فرایندها و عملکرد سازمانی از طریق بهره‌گیری از اصول مدیریت پروژه، کاهش مصرف آب از طریق بهینه‌سازی فرایندها و استفاده از فناوری‌های مدرن، کاهش آلودگی هوا و آب از طریق اجرای استانداردهای زیست‌محیطی، افزایش بهره‌وری از طریق توسعه فرهنگ کارآمدی و همکاری تیمی و افزایش انعطاف‌پذیری سازمانی از طریق ایجاد رویکردهای نوآورانه هستند. پیامدهای تحلیل نشان داد که توجه به این عوامل می‌تواند به توسعه بازار و رشد اقتصادی، بهبود کیفیت محصولات و خدمات از طریق توجه به نیازها و توسعه برندینگ، و محرومیت‌زدایی و پیشرفت و آبادانی جوار صنایع منجر شود. این نتایج نه تنها بر بهبود عملکرد اقتصادی و اجتماعی سازمان‌ها تأکید دارند، بلکه نشان‌دهنده اهمیت تعهدهای اجتماعی و زیست‌محیطی در موفقیت بلندمدت سازمان‌ها هستند.

صنایع و شرکت‌ها باید نسبت به جامعه و محیط زیست پیرامون خود مسئولیت‌پذیر باشند. فعالیت‌های صنعتی ممکن است به زندگی مردم و محیط زیست آسیب بزند و در این راستا، صنایع موظفاند در گام نخست، خسارت‌های وارده را جبران کنند و در گام دوم، به محرومیت‌زدایی و توسعه جوامع محلی بپردازند. این اقدامات نه تنها به بهبود وضعیت زندگی مردم و محیط زیست کمک می‌کند، بلکه باعث ایجاد اعتماد و وفاداری در میان جوامع محلی و در نهایت، به توسعه اقتصادی خود شرکت‌ها نیز منجر می‌شود.

استنتاج علمی این پژوهش نشان می‌دهد که ادغام مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و حسابداری مدیریت راهبردی می‌تواند به شکل قابل توجهی بر بهبود عملکرد سازمان‌ها و جوامع تأثیرگذار باشد. این رویکرد نه تنها به ایجاد پایداری و عدالت اجتماعی کمک می‌کند، بلکه می‌تواند به توسعه اقتصادی پایدار نیز منجر شود. شرکت‌ها باید با بهره‌گیری از ابزارهای حسابداری مدیریت استراتژیک و تمرکز بر مسئولیت اجتماعی، استراتژی‌های جامعی را برای بهبود شرایط اجتماعی و زیست‌محیطی پیاده‌سازی کنند.

استفاده از روش داده‌بنیاد و تحلیل‌های کیفی به ما این امکان را داد که به درکی عمیق‌تر از چگونگی تأثیرگذاری ادغام حسابداری مدیریت استراتژیک و مسئولیت اجتماعی شرکتی روی کسب‌وکارها و جوامع برسیم. این رویکرد علمی و دقیق به شناسایی و تحلیل الگوهای پیچیده در داده‌ها کمک کرده و زمینه‌های تازه‌ای از دانش را در ارتباط با تعامل این دو مفهوم مهم فراهم آورده است.

در مقایسه با پژوهش‌های پیشین، یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که صنایع و شرکت‌ها باید نسبت به جامعه و محیط زیست پیرامون خود مسئولیت‌پذیر باشند. برای مثال، تحقیقی که توسط تای و چوانگ^۱ (۲۰۱۴) انجام شده، به تأثیرات مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر بهبود تصویر برند و افزایش وفاداری مشتریان پرداخته است، در حالی که پژوهش حاضر نشان می‌دهد که علاوه بر این تأثیرها، توجه به حقوق کارگران و تقویت مشارکت اجتماعی نیز می‌تواند به بهبود عملکرد اقتصادی و اجتماعی شرکت‌ها منجر شود. در تحقیق دیگری توسط اگبانیک و همکاران^۲ (۲۰۲۲)، نقش حسابداری مدیریت راهبردی در بهبود تصمیم‌گیری‌های استراتژیک و عملکرد مالی شرکت‌ها مورد بررسی قرار گرفته

است. یافته‌های آن پژوهش نشان می‌دهد که استفاده از اطلاعات دقیق و به‌موقع می‌تواند به افزایش شفافیت و پاسخ‌گویی کمک کند. این نتیجه با یافته‌های پژوهش حاضر هم‌خوانی دارد که نشان می‌دهد ادغام حسابداری مدیریت راهبردی و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها می‌تواند به بهبود عملکرد کلی سازمان‌ها کمک کند.

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از این پژوهش، می‌توان نتیجه گرفت که ترکیب مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و حسابداری مدیریت راهبردی می‌تواند به‌عنوان یک استراتژی مؤثر در مدیریت پایدار و اخلاق‌مدار کسب‌وکارها عمل کند. شرکت‌ها باید با بهره‌گیری از این رویکرد، به تعهدهای اجتماعی و زیست‌محیطی خود پایبند بوده و به توسعه پایدار جوامع و محیط زیست پیرامون خود کمک کنند. این رویکرد نه تنها به بهبود عملکرد اقتصادی شرکت‌ها کمک می‌کند، بلکه باعث ایجاد اعتماد و رضایت در میان ذی‌نفعان و جوامع محلی نیز می‌شود. این نتیجه‌گیری بر اساس مدل پارادایمی تدوین شده از مطالعه حاضر تأکید دارد که صنایع نسبت به مردم در جوار خود مسئولیت دارند. در قبال محیط پیرامون خود که آسیب می‌زنند و به زندگی مردم صدمه می‌زنند، در گام اول وظیفه دارند خسارت‌ها را جبران کنند و در گام دوم، در جهت محرومیت‌زدایی و توسعه‌یافتگی مردم ساکن در جوار تلاش کنند. این اقدامات نه تنها به توسعه اقتصادی شرکت‌ها کمک می‌کند، بلکه باعث بهبود شرایط اجتماعی و ایجاد اعتماد و وفاداری در میان جوامع محلی نیز می‌شود.

همچنین می‌توان اذعان داشت که ادغام حسابداری مدیریت راهبردی و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تأثیرهای چشمگیری بر رویکردهای مدیریتی و توانایی سازمان‌ها در رسیدگی به نیازهای زیست‌محیطی و اجتماعی دارد. این ادغام نه تنها به بهبود عملکرد مالی کمک می‌کند، بلکه موجب تعمیق پایداری و مشارکت‌های اجتماعی شرکت‌ها می‌شود. مطالعه حاضر، با تأکید بر نقش راهبردی حسابداری مدیریت در پیشبرد مسئولیت‌های اجتماعی، پیشنهاد می‌کند که شرکت‌ها باید به‌طور فعال تکنیک‌های نوین حسابداری را با اهداف اجتماعی خود تلفیق کنند تا بتوانند به‌صورت مؤثرتری به چالش‌های پیش رو پاسخ دهند. این تحقیق همچنین بر ضرورت انجام مطالعات بیشتر در این زمینه تأکید می‌ورزد تا با شناسایی خلأها و فرصت‌های موجود، دیدگاه‌های جدیدی را در نظریه و عمل ارائه دهد. این یافته‌ها می‌توانند به‌عنوان پایه‌ای برای تحقیقات آتی عمل کنند که قصد دارند استراتژی‌های مدیریتی مؤثرتر و پاسخ‌گوتری را در زمینه‌های مرتبط توسعه دهند.

منابع

- تقوی، سید مهران؛ کریمی زند، مهدی؛ میرابی، وحید رضا (۱۴۰۱). ارائه الگوی مسئولیت اجتماعی شرکتی در راستای توسعه صنعت بانکداری. *مدیریت بازرگانی*، ۱۴(۴)، ۶۹۵-۷۱۶.
- حاجی زاده، زهرا؛ رجب‌پور، ابراهیم؛ احمدی، حیدر و اسماعیل‌پور، مجید (۱۴۰۲). تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر نوآوری محصول با تأکید بر نقش میانجی برند کارفرما (مورد مطالعه: شرکت‌های تولیدی متوسط و بزرگ شهر بوشهر). *مدیریت بازرگانی*، ۱۵(۴)، ۷۲۲-۷۴۶.
- رجب‌پور، ابراهیم و مرادی، محمد (۱۴۰۰). تحلیل و توسعه نهادی مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها: رویکردی آمیخته. *مدیریت بازرگانی*، ۱۳(۴)، ۹۲۹-۹۵۲.

References

- Adomako, S., Abdelgawad, S. G., Ahsan, M., Amankwah-Amoah, J. & Liedong, T. A. (2023). Nonmarket strategy in emerging markets: The link between SMEs' corporate political activity, corporate social responsibility, and firm competitiveness. *Journal of Business Research*, 160, 113767.
- Alawattage, C. & Wickramasinghe, D. (2022). Strategising management accounting: liberal origins and neoliberal trends. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 35(2), 518-546.
- Alsharari, N. M. (2024). The interplay of strategic management accounting, business strategy and organizational change: as influenced by a configurational theory. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 20(1), 153-176.
- Anong, V. (2019). *A critical view of the contribution of Corporate Social Responsibility (CSR) to improving the economic and social profile of mining communities in South Africa*. (Doctoral dissertation, Cape Peninsula University of Technology).
- Appannan, J. S., Mohd Said, R., Ong, T. S. & Senik, R. (2023). Promoting sustainable development through strategies, environmental management accounting and environmental performance. *Business Strategy and the Environment*, 32(4), 1914-1930.
- Awa, H. O., Etim, W. & Ogbonda, E. (2024). Stakeholders, stakeholder theory and Corporate Social Responsibility (CSR). *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 9(1), 1-14.
- Berliantiningrum, R., Sunaryanto, H. & Pratikto, H. H. (2017). The effect of strategic management and strategic management accounting system on the performance of manufacturing companies in East Java. *International Journal of Business, Economics and Law*, 12(1), 44-51.
- Bhinekawati, R. (2016). *Corporate social responsibility and sustainable development: Social capital and corporate development in developing economies*. (1th ed.). Gower.
- Buthelezi, M. (2021). *An assessment of reporting tools used for corporate social responsibility in the Small, Medium, and Micro Enterprises (SMME) Sector in Kwazulu-Natal*. (Doctoral dissertation).
- Cahyandito, M. F. (2011). Accelerating the Achievement of Millennium Development Goals (MDGs) through Corporate Social Responsibility (CSR). *An Actual Discussion in Indonesia and Germany*, (57-2011).
- Cescon, F., Costantini, A. & Grassetti, L. (2019). Strategic choices and strategic management accounting in large manufacturing firms. *Journal of Management and Governance*, 23(3), 605-636.
- Chandler, D. (2022). *Strategic corporate social responsibility: Sustainable value creation*. Sage Publications.

- Cheffi, W., Abdel-Maksoud, A. & Farooq, M. O. (2021). CSR initiatives, organizational performance and the mediating role of integrating CSR into management control systems: Testing an inclusive model within SMEs in an emerging economy. *Journal of Management Control*, 32(3), 333-367.
- Cinquini, L. & Tenucci, A. (2010). Strategic management accounting and business strategy: a loose coupling? *Journal of Accounting & organizational change*, 6(2), 228-259.
- Cochran, P. L. (2007). The evolution of corporate social responsibility. *Business horizons*, 50(6), 449-454.
- D'amato, A., Henderson, S. & Florence, S. (2009). *Corporate social responsibility and sustainable business. A Guide to Leadership tasks and functions*. Published by CCL Press
- Dmytriiev, S. D., Freeman, R. E. & Hörisch, J. (2021). The relationship between stakeholder theory and corporate social responsibility: Differences, similarities, and implications for social issues in management. *Journal of Management Studies*, 58(6), 1441-1470.
- Doorasamy, M. (2016). The perceptions of management on the benefits of adopting an environmental management accounting system as a waste management tool. *Foundations of Management*, 8(1), 93-106.
- Egbunike, F. C., Ogbodo, O. C. & Onyali, C. I. (2014). Utilizing strategic management accounting techniques (SMATs) for sustainability performance measurement. *Research Journal of Finance and Accounting*, 5(13), 140-153.
- Fahrizal, A., Lindrianasari, L. & Dewi, F. G. (2021). The effectiveness of strategic management accounting on financial performance in the financial services sector. *Multicultural Education*, 7(11), 48-55.
- Fallah Shayan, N., Mohabbati-Kalejahi, N., Alavi, S. & Zahed, M. A. (2022). Sustainable development goals (SDGs) as a framework for corporate social responsibility (CSR). *Sustainability*, 14(3), 1222.
- Ferreira, A. & Moulang, C. (2009). Does the involvement of management accountants in strategic management processes enhance organisations' strategic effectiveness? An empirical analysis. An Empirical Analysis. *SSRN Electronic Journal*. (December 1, 2009). DOI:10.2139/ssrn.1515670
- Godfrey, P. C. & Hatch, N. W. (2007). Researching corporate social responsibility: An agenda for the 21st century. *Journal of business ethics*, 70, 87-98.
- Guilding, C., Cravens, K. S. & Tayles, M. (2000). An international comparison of strategic management accounting Practices. *Management Accounting Research*, 11(1), 113- 135.
- Hajizadeh, Z., Rajabpour, E., Ahmadi, H. & Esmailpour, M. (2023). Corporate Social Responsibility's Influence on Product Innovation: Spotlight on the Mediating Role of Employer Branding (A Case Study of Medium and Large Manufacturing Firms in Bushehr City). *Journal of Business Management*, 15(4), 722-746. doi: 10.22059/jibm.2022.345250.4405 (in Persian)

- Hopper, T., Tsamenyi, M., Uddin, S. & Wickramasinghe, D. (2009). Management accounting in less developed countries: what is known and needs knowing. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 22(3), 469-514.
- Jayawarna, D., Jones, O. & Macpherson, A. (2011). New business creation and regional development: Enhancing resource acquisition in areas of social deprivation. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(9-10), 735-761.
- Kao, T. Y., Chen, J. C., Wu, J. T. B. & Yang, M. H. (2016). Poverty reduction through empowerment for sustainable development: A proactive strategy of corporate social responsibility. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 23(3), 140-149.
- Klein, M. & Nuss, F. M. (2023). *CSR: Corporate Social Responsibility. In Encyclopedia of New Populism and Responses in the 21st Century (pp. 1-5)*. Singapore: Springer Nature Singapore.
- Kloot, L. (1997). Organizational learning and management control systems: responding to environmental change. *Management Accounting Research*, 8(1), 47-73.
- Köseoglu, M. A., Yick, M. Y. Y. & Parnell, J. A. (2021). The dissemination of corporate social responsibility into the intellectual structure of strategic management. *Journal of Cleaner Production*, 311, 127505.
- Kuo, T. C., Chen, H. M. & Meng, H. M. (2021). Do corporate social responsibility practices improve financial performance? A case study of airline companies. *Journal of Cleaner Production*, 310, 127380.
- Lozano, R. (2013). Are companies planning their organisational changes for corporate sustainability? An analysis of three case studies on resistance to change and their strategies to overcome it. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 20(5), 275-295.
- Marković, I. & Stevanović, T. (2014). Strategic Management Accounting Role In The Performance Measurement And Control Of Multinational Companies. *Economic Themes*, 52(4), 436-460.
- Medina-Muñoz, R. D. & Medina-Muñoz, D. R. (2020). Corporate social responsibility for poverty alleviation: An integrated research framework. *Business Ethics: A European Review*, 29(1), 3-19.
- Moon, J. (2007). The contribution of corporate social responsibility to sustainable development. *Sustainable development*, 15(5), 296-306.
- Namazi, M. & Rezaei, G. (2023, January). Modelling the role of strategic planning, strategic management accounting information system, and psychological factors on the budgetary slack. *In Accounting Forum (pp. 1-28)*. Routledge.
- Nicolaides, A. (2021). Corporate social responsibility and ethical business conduct on the road to sustainability: A stakeholder approach. *International Journal of Development and Sustainability*, 10(5), 200-215.

- Nixon, B. & Burns, J. (2012). The paradox of strategic management accounting. *Management Accounting Research*, 23(4), 229-244.
- O'Brien, S., Lambek, N. & Dale, A. (2016). Accounting for Deprivation: The Intersection of Sections 7 and 15 of the Charter in the Context of Marginalized Groups. *National Journal of Constitutional Law*, 35(2), 153.
- Olateju, D. J., Olateju, O. A., Adeoye, S. V. & Ilyas, I. S. (2021). A critical review of the application of the legitimacy theory to corporate social responsibility. *International Journal of Managerial Studies and Research*, 9(3), 1-6.
- Osuji, O. K. & Obibuaku, U. L. (2016). Rights and corporate social responsibility: Competing or complementary approaches to poverty reduction and socioeconomic rights? *Journal of Business Ethics*, 136, 329-347.
- Phornlaphatrachakorn, K. (2019). Influences of strategic management accounting on firm profitability of information and communication technology businesses in Thailand. *International Journal of Business Excellence*, 17(2), 131-153.
- Phornlaphatrachakorn, K. & NA-KALASINDHU, K. (2020). Strategic management accounting and firm performance: Evidence from finance businesses in Thailand. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 309-321.
- Pickering, M. (2022). *An Evolution: Turning Management Accounting into a Strategic Function. In Effective Implementation of Transformation Strategies: How to Navigate the Strategy and Change Interface Successfully (pp. 177-201)*. Singapore: Springer Nature Singapore.
- Pop, O., Dina, G. C. & Martin, C. (2011). Promoting the corporate social responsibility for a green economy and innovative jobs. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 15, 1020-1023.
- Pramono, A. J., Suwarno, Amyar, F. & Friska, R. (2023). Sustainability Management Accounting in Achieving Sustainable Development Goals: The Role of Performance Auditing in the Manufacturing Sector. *Sustainability*, 15(13), 10082.
- Rajabpour, E. & Moradi, M. (2022). Institutional Analysis and Development of Organizational Social Responsibility: A Mixed Approach. *Journal of Business Management*, 13(4), 929-952. doi: 10.22059/jibm.2021.328677.4183 (in Persian)
- Roslender, R. & Hart, S. J. (2003). In search of strategic management accounting: theoretical and field study perspectives. *Management accounting research*, 14(3), 255-279.
- Sriyono, S., Soeprapto, A., Nugroho, S. P. & Sirait, A. (2022, December). Strategic Management Accounting for Village-Owned Enterprises in Indonesia. *In Journal of International Conference Proceedings*, 5(5), 345-354.
- Stratling, R. (2001). *The legitimacy of corporate social responsibility*. Power.
- Taghavi, S. M., Karimizand, M. & Mirabi, V. (2022). Designing a Model of Corporate Social Responsibility to Assist the Development of the Iranian Banking Industry. *Journal of Business Management*, 14(4), 695-716. doi: 10.22059/jibm.2022.339091.4320 (in Persian)
- Tai, F. M. & Chuang, S. H. (2014). Corporate social responsibility. *Ibusiness*, 6(03), 117.