

# ارائه مدل مسئولیت‌های اجتماعی مبتنی بر سازوکارهای اصول راهبری شرکت با تأکید بر شفافیت مالی

نوید رفیعی<sup>۱</sup>، مجید زنجیردار<sup>۲</sup>، حمیدرضا قاسمی<sup>۳</sup>

## چکیده

رویکرد مسئولیت‌اجتماعی شرکت که مفهومی مدرن و ذینفع محور از شرکت‌ها ارائه می‌دهد، در برگیرنده اقتصاد، قانون و رفتارهای بنگاه‌های تجاری است که به ذینفعان و سهامداران شرکت به صورت شبکه‌ای تعمیم می‌یابد. شفافیت مالی یکی از موضوعات مهم در مسئولیت‌اجتماعی و سازوکارهای اصول راهبری شرکت است که موارد فوق را فراهم می‌سازد. سازوکارهای اثربخش اصول راهبری شرکت یک عامل بنیادی در شفاف‌سازی مالی است، لذا شناسایی عواملی که از بستر سازوکارهای اصول راهبری شرکت و با شفافیت مالی می‌توانند ایفای مسئولیت اجتماعی را تحقق بخشند، بسیار حائز اهمیت است. هدف پژوهش حاضر مدل‌سازی ارتباط بین مسئولیت‌های اجتماعی و سازوکارهای اصول راهبری شرکت با تأکید بر شفافیت مالی است که به همین منظور با مطالعه مقالات داخلی و خارجی و استفاده از روش تحلیل مضمون، شناسایی و استخراج مضامین صورت پذیرفت. یافته‌های پژوهش به ارائه چهار مضمون اصلی شامل مضامین الزام‌آور، نظارتی، زیرساختی و ساختاری و شانزده مضمون فرعی منجر شد که مؤلفه‌های مدل موصوف را شکل می‌دهند. با توجه به اینکه تاکنون عوامل مؤثر بر مسئولیت‌های اجتماعی مبتنی بر سازوکارهای اصول راهبری شرکت با تأکید بر شفافیت مالی مورد بررسی قرار نگرفته، لذا نتایج این پژوهش و شناخت مؤلفه‌های اثرگذار به غناپذیری و دانش‌افزایی در پژوهش‌های حوزه مسئولیت اجتماعی و راهبری شرکتی کمک می‌نماید.

**کلیدواژه‌ها:** مسئولیت اجتماعی - سازوکارهای اصول راهبری شرکت - شفافیت مالی - تحلیل مضمون

کد طبقه بندی JEL : M14, G30

## ۱- مقدمه

---

<sup>۱</sup> گروه مالی، واحد اراک، دانشگاه آزاد اسلامی، اراک، ایران [navidrafiee88@gmail.com](mailto:navidrafiee88@gmail.com)

<sup>۲</sup> گروه مالی، واحد اراک، دانشگاه آزاد اسلامی، اراک، ایران (نویسنده مسئول). [zanjirdar.08@gmail.com](mailto:zanjirdar.08@gmail.com)

<sup>۳</sup> گروه مدیریت دولتی، واحد اراک، دانشگاه آزاد اسلامی، اراک، ایران. [hrghasemi1382@gmail.com](mailto:hrghasemi1382@gmail.com)

مسئولیت اجتماعی شرکت تصمیمی راهبردی است و سازمان‌هایی که متعهد به ایفای مسئولیت اجتماعی خود هستند می‌توانند با هدف تأثیرگذاری مثبت بر افراد خارج از سازمان، به حل مسائل اجتماعی به نفع آحاد جامعه اقدام نمایند (رمضان و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۲۱). سازمان‌های تجاری اهمیت عملکرد مالی و غیرمالی (به عنوان مثال عملکرد اجتماعی شرکت‌ها) را بر نتیجه کلی فعالیت‌های خود تأکید می‌کنند (آکسیک و گال<sup>۲</sup>، ۲۰۱۱). در حالی که امور مالی سنتی بر نظریه کسب حداکثر سود شرکت تمرکز دارد، رویکرد مسئولیت‌های اجتماعی مفهومی مدرن و ذینفع محور از سازمان‌ها را معرفی می‌کند (پالترینیری و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۲۰). سازوکارهای اصول راهبری شرکت با نگاه به مسئولیت‌های اجتماعی و شفافیت مالی، یک رویکرد فراگیر، جامع و یکپارچه در راستای همگرایی سازمان از طریق اعمال محدودیت‌ها، قوانین، الزامات، قواعد و ابزارها جهت تعیین زمین بازی، قاعده بازی و ابزارهای بازی در راستای ایفای نقش مسئولیت‌های اجتماعی و شفافیت مالی می‌باشد. لذا پژوهش حاضر به دنبال ارائه مدل مسئولیت‌های اجتماعی مبتنی بر سازوکارهای اصول راهبری شرکت با تأکید بر شفافیت مالی است. سازوکارهای اثربخش اصول راهبری شرکت یک عامل بنیادی در فرآیند شفاف‌سازی مالی می‌باشد. این سیستم با تطبیق دادن و تنظیم کردن تضاد منافع و کاهش رفتارهای فرصت‌طلبانه و متقلبانه، عملکرد شرکت‌ها را بهبود می‌بخشد، کیفیت اطلاعات موجود برای مشارکت‌کنندگان در بازار سرمایه را ارتقاء و فساد محتمل در سیستم را کاهش داده و سیستم را در مسیر شفافیت سوق می‌دهد. تمام اقتصادهای در حال گذار، پیشرفت‌های زیادی در بسط چارچوب حاکمیت شرکتی داشته‌اند و به سمت انطباق با اصول سازمان توسعه اقتصادی به صورت اختیاری یا اجباری حرکت کرده‌اند (حسینی و حقیقت، ۱۳۹۵). بنا به گزارش سازمان بین‌المللی شفافیت در سال ۲۰۲۱ رتبه ایران بین ۱۸۰ کشور، ۱۵۰ می‌باشد (سازمان بین‌المللی شفافیت<sup>۴</sup>، ۲۰۲۲). این رتبه، بیانگر ضعف در شفافیت فرآیندهای حاکمیتی، فساد در سازوکارهای بدنه تصمیم‌گیری و نهادها و مؤسسات مالی می‌باشد. با توجه به اینکه تاکنون در کشور به این موضوع پرداخته نشده و عواملی که بتواند با تأکید بر شفافیت مالی به ارتباط بین سازوکارهای اصول راهبری شرکت و مسئولیت اجتماعی بپردازد، شناسایی نشده است، به عنوان یک خلأ پژوهشی مورد توجه قرار گرفت. چنانچه این عوامل مورد توجه قرار نگیرد همچنان ساختارهای فسادزا و ضعف در شفافیت مالی وجود داشته و عدم شفافیت مالی مؤید این مطلب خواهد بود، همچنین مدل مناسبی که ارتباط بین سازوکارهای اصول راهبری شرکت و مسئولیت‌های اجتماعی را تبیین کند، شناسایی نمی‌شود. مدیران ارشد شرکت‌ها، هیئت‌های مدیره و عامل، سازمان بورس و اوراق بهادار و نیز پژوهشگران و استادان دانشگاه از کاربران این پژوهش خواهند بود.

1- Ramzan et al

2- Akisik and Gal

3- Paltrinieri et al

4- Transparency International

رهنمودها، اصول، قوانین و مقررات برای رفتار شرکت‌ها در جامعه به دنبال افزایش تقاضا برای شفافیت مالی درباره عملیات شرکت و اثرات این عملیات بر جامعه، در حال توسعه است و شرکت‌ها به طور اختیاری یا الزامی گزارش‌های خود را در خصوص عملکرد خود در ابعاد اجتماعی، اخلاقی و محیطی تحت عناوین مختلفی منتشر می‌کنند (حسینی و حقیقت، ۱۳۹۵). در سال ۱۹۲۹ بحرانی بزرگ در بورس آمریکا پدید آمد که علت اصلی آن، عدم مسئولیت‌پذیری بود. مسئولیت‌پذیری و تفکیک مالکیت از مدیریت توسط آدام اسمیت<sup>۱</sup> در سال ۱۷۷۶ مطرح شد و برای اولین بار توسط برل و مینز<sup>۲</sup> تجزیه و تحلیل شد. امروزه این جدایی با نام مشکل کنندگی شناخته می‌شود و بدین معنا است که چگونه می‌توان اطمینان داشت که مدیران از آزادی عمل خویش در راستای منافع سرمایه‌گذاران استفاده خواهند کرد. در واقع تمامی معیارها به صورت ظاهری و فقط در جهت رعایت قوانین بودند، بدون آن که بتوانند از منافع سهامداران در مقابل مدیران حمایت نمایند، زیرا سازوکارهایی از حاکمیت شرکتی که بتواند علاوه بر مطابقت با تمام معیارهای گفته شده، به هدف غایی شرکت یعنی افزایش منافع سهامداران و نیز بهبود عملکرد شرکت منجر شود، وجود نداشت (یگانه و همکاران، ۱۳۸۸). در راستای انجام پژوهش حاضر، پیامدهای مثبتی در راستای ارتباط بین سازوکارهای اصول راهبری شرکت از منظر مسئولیت‌های اجتماعی و بکارگیری نظریه کنشگران ایجاد می‌شود. توجه به رویکرد مسئولیت‌های اجتماعی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، زیرا نقش غیرقابل انکاری در پاسخ واحدهای تجاری به دغدغه‌ها و مباحث مرتبط دارد. از طرفی جذب، هدایت و راهبری سرمایه اجتماعی از طریق سازوکارهای اصول راهبری شرکت که دارای امتیازاتی همچون شفافیت مالی، سطح دسترسی اطلاعات، ایجاد حس مسئولانه، تمرکزگرایی در تصمیمات راهبردی مالی و ارتقای سطح مسئولیت‌های اجتماعی شرکت می‌باشد نیز بسیار حائز اهمیت است. لذا در این پژوهش، پژوهشگر بر خلاف مدل‌هایی که تاکنون ارائه شده، به بررسی ارتباط بین پیامدها و الزامات ساختار و سازوکارهای اصول راهبری شرکت با ابعاد مسئولیت اجتماعی می‌پردازد، همچنین با استفاده از یک رویکرد نظری و اکتشافی به استخراج ابعاد و مؤلفه‌های مؤثر در سازوکارهای اصول راهبری شرکت و مسئولیت‌های اجتماعی پرداخته می‌شود. شناخت ابعاد و مؤلفه‌های ارائه شده در این پژوهش و به کارگیری آن‌ها می‌تواند منجر به استقرار سیستم‌ها و سامانه‌های نرم‌افزاری به منظور هدایت و راهبری سهامداران و ذینفعان در راستای شفافیت مالی باشد. نوآوری پژوهش حاضر نگاه به مسئولیت اجتماعی از منظر سازوکارهای اصول راهبری شرکت و نیز استفاده از روش تحلیل مضمون برای شناسایی مؤلفه‌های پژوهش است.

## ۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

<sup>۱</sup> - Adam Smith

<sup>۲</sup> - Berle and Means

مسئولیت اجتماعی، فراتر رفتن از چارچوب حداقل الزامات قانونی است که سازمان‌ها در آن فعالیت دارند. به عبارت دیگر مسئولیت اجتماعی رویکرد متعالی به کسب و کار است که تأثیر اجتماعی یک سازمان بر جامعه چه داخلی و چه خارجی را مد نظر قرار داده و هدف اصلی آن گرد هم آوردن تمامی بخش‌ها اعم از دولتی، خصوصی و داوطلبان به منظور همکاری با یکدیگر است تا هم موجب هم‌سویی منافع اقتصادی با مسائل اجتماعی و هم سبب توفیق، رشد و پایداری کسب و کار شود. مسئولیت اجتماعی حاکمیت اخلاق را به دنبال دارد، یعنی در چارچوب مسئولیت- اجتماعی سازمان کارهایی را که برای جامعه خوب و مناسب است انجام داده و از اموری که برای اجتماع می‌تواند زیان‌آور باشد، دوری می‌نماید (ولت<sup>۱</sup>، ۲۰۲۰). مسئولیت اجتماعی شرکت اغلب به عنوان یک ابزار مؤثر برای بدست آوردن حمایت از جانب سهامداران، کسب اطمینان از استفاده مؤثر از منابع سازمانی، به دست آوردن حمایت از جانب رسانه‌ها، ارسال سیگنال‌های مشروعیت به جامعه و کاستن از مورد بررسی موشکافانه قرار گرفتن از سوی سرمایه‌گذاران و کارکنان است. بنابراین، انتظار بر این است که شرکت‌ها برای نشان دادن رفتار مسئولیت اجتماعی اشتیاق داشته باشند و به دنبال سرمایه‌گذاری‌های بیشتر در فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکت باشند (نمازی و اسماعیل‌پور، ۱۴۰۰). حاکمیت شرکتی قوانین، مقررات، ساختارها، فرایندها، فرهنگ‌ها و نظام‌هایی است که موجب دستیابی به هدف‌های پاسخ‌گویی، شفافیت، عدالت و رعایت حقوق ذی‌نفعان می‌شود. حاکمیت شرکتی شامل روابط بین بسیاری از بازیگران از جمله ذی‌نفعان و اهدافی می‌باشد که شرکت آن‌ها را هدایت می‌کند. (رهنمای رودپشتی، ۱۳۹۵). نتایج پژوهش رستمی-مازویی و همکاران (۱۳۹۸) نشان می‌دهد که کنشگران فنی و انسانی نقش مؤثری در بهبود کارکردهای نظام حسابداری مدیریت ایفا می‌نمایند. لذا الگوهای برنامه‌ریزی، کنترل و ارزیابی به‌عنوان وظایف حسابداری مدیریت فراتر از بخش‌های مالی تغییر و توسعه یافته است و با به‌کارگیری مفهوم شبکه کنشگر و فرآیند تفسیر بهتر می‌توان ماهیت چندوجهی ارتباط بین کنشگران مختلف را نظاره نمود. رضانی و برزگر (۱۳۹۶) در پژوهشی رابطه بین سطح افشای مسئولیت اجتماعی شرکت با نگهداشت وجه نقد و تأثیر حاکمیت شرکتی بر آن را در بورس اوراق بهادار تهران بررسی کرده و نتایج حاصل بیانگر ارتباط معنی‌دار بین سطح افشای مسئولیت اجتماعی شرکت با نگهداشت وجه نقد می‌باشد. حاکمیت شرکتی بر رابطه بین سطح افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و نگهداشت وجه نقد تأثیر معناداری دارد. نتایج پژوهش حسینی و حقیقت (۱۳۹۵) که به بررسی ارتباط بین حاکمیت شرکتی و ایفای مسئولیت اجتماعی پرداخته‌اند، نشان داد بین تعداد جلسات هیئت‌مدیره و دوگانگی وظیفه مدیرعامل با تعهد به ایفای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها رابطه معناداری وجود دارد، اما بین استقلال هیئت‌مدیره، کمیته‌های تخصصی

---

<sup>۱</sup>- Velt

هیئت‌مدیره و سهامداران نهادی با مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها رابطه‌ای پیدا نشد. عبدالفتح و ابود<sup>۱</sup> (۲۰۲۰) به بررسی رابطه بین فرار مالیاتی، حاکمیت شرکت و افشای مسئولیت‌اجتماعی شرکت می‌پردازند. نتایج نشان می‌دهد، مشاغل دارای هیئت‌مدیره پیچیده‌تر که با حضور خانواده یا اعضای خارجی اندازه‌گیری می‌شوند، افشای مسئولیت-اجتماعی بیشتری را ارائه می‌دهند. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که شرکت‌هایی که افشای مسئولیت‌اجتماعی بالاتری دارند، بازده سهام بیشتری دارند، همچنین مسئولیت‌اجتماعی ارزش افزایشی دارد. اولاه و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۹) در پژوهشی به بررسی حاکمیت شرکتی و سطح افشای مسئولیت‌های اجتماعی در شرکت‌های بیمه پرداخته و نتیجه گرفتند که استقلال هیئت‌مدیره و نسبت مدیران زن ارتباطات مثبتی با میزان افشای مسئولیت‌های اجتماعی دارد. وانگ و سارکیس<sup>۳</sup> (۲۰۱۷) در پژوهشی به بررسی تأثیر نقش میانجی مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها، در رابطه بین حاکمیت شرکتی و عملکرد مالی پرداختند. نتایج نشان می‌دهد که شرکت‌ها اجرای موفقیت‌آمیز مدیریت مسئولیت‌های اجتماعی را برای عملکرد مالی به خوبی ایفا می‌کنند. نتایج مطالعه با ارائه توضیحی در مورد اثرات واقعی مسئولیت‌های اجتماعی به یافته‌های ناهمگن در رابطه با بازده مالی مسئولیت‌های اجتماعی کمک می‌کند. کیم و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۱۶) در پژوهش خود به ارتباط بین مسئولیت‌اجتماعی شرکت و پیامدهای داخلی آن با استفاده از درک مسئولیت‌های اجتماعی توسط کارکنان هتل، کیفیت زندگی کاری، تعهد عاطفی، رفتار شهروندی سازمانی و عملکرد شغلی پرداختند. نتایج بدست آمده از داده‌های جمع‌آوری شده از کارکنان هتل‌های مجلل کره جنوبی، نشان داد درک مسئولیت‌اجتماعی کارمندان هتل از این شرکت، بر تعهد عاطفی و رفتار شهروندی سازمانی آنها تأثیر مثبت می‌گذارد، که به نوبه خود باعث افزایش عملکرد شغلی آنها می‌شود. کو و همکارانش<sup>۵</sup> (۲۰۱۶) در پژوهشی به بررسی چگونگی سازوکارهای حاکمیت شرکتی در سطح بنگاه و تأثیر آن بر مسئولیت‌های اجتماعی و نقش رقابت پرداختند. بررسی‌های آن‌ها در بورس‌های هنگ کنگ، تایوان، سنگاپور و چین نشان داد حساسیت رقابت منتج به عملکرد قوی برای شرکت می‌شود که بیانگر آن است که نقش حاکمیت در ساختار رقابت بازار محصول انگیزه‌های مدیریتی ارائه می‌دهد و حاکمیت شرکتی نقش مهمی در شکل دادن به انگیزه‌های مدیریتی دارد. مونتنگرو و بولگاکوف<sup>۶</sup> (۲۰۱۴) در پژوهش خود به مضامین مربوط به حاکمیت شرکتی، تئوری شبکه کنشگران و نتایج استراتژیک می‌پردازند و با ارائه پیشنهادی به منظور نگاه و رویکرد جامع بر کنشگران انسانی و غیرانسانی

---

1-Abdelfath and Aboud

2-Ullah

3 - Wang and Sarkis

4- Kim

5 - Que

6- montenegro and bulgacov

از نظریه شبکه کنشگران در دامنه آن، درک نظریه شبکه حاکمیتی را توسعه دادند. مطالعات اخیر در مورد مفهوم شبکه‌های ناهمگن، اهمیت کنشگران غیرانسانی را برای درک پدیده‌های اجتماعی و سازمانی نشان داده است. هنگامی که با دیدگاه شبکه ترکیب می‌شود، استراتژی به عنوان کاری که افراد در درون سازمان‌ها انجام می‌دهند و نه کاری که سازمان‌ها انجام می‌دهند، دیده می‌شود. شبکه‌ها نیاز به تعامل، حرکت و فرآیند دارند. یعنی مشارکت فعال بازیگران درگیر تصمیم‌گیری و فعالیت‌ها به طور پیوسته بر اساس پیوند بین بازیگران و مطالبی که با آنها سروکار دارند تحقق می‌یابد. سرواس و تامایو<sup>۱</sup> (۲۰۱۳) در پژوهشی به بررسی تأثیر مسئولیت‌های اجتماعی بر ارزش شرکت‌ها از طریق شبکه کنشگران پرداختند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد مسئولیت اجتماعی با ارزش شرکت‌هایی که در آنها سطح آگاهی مشتریان و یا عموم مردم از طریق تبلیغات و بین شبکه بازیگران انجام می‌شود رابطه مثبت و معناداری دارد.

### ۳- پرسش‌های پژوهش

با توجه به مبانی نظری و مطالب مطرح شده پرسش‌های پژوهش به شرح زیر مطرح می‌شود:

۱- ابعاد و مؤلفه‌های مدل مسئولیت‌های اجتماعی مبتنی بر سازوکارهای اصول راهبری شرکت با تأکید بر شفافیت مالی کدام‌اند؟

۲- مدل مسئولیت‌های اجتماعی مبتنی بر سازوکارهای اصول راهبری شرکت با تأکید بر شفافیت مالی چگونه است؟

### ۴- روش شناسی پژوهش

روش انجام این پژوهش مطالعه متون مختلف در ارتباط با ارائه الگوی مسئولیت‌های اجتماعی مبتنی بر سازوکارهای اصول راهبری شرکت و استخراج مضامین با روش تحلیل مضمون است. برای درک بهتر این روش، فرایند اجرایی به اختصار تشریح می‌شود.

تحلیل مضمون، روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی است. این روش، فرآیندی برای تحلیل داده‌های متنی است و داده‌های پراکنده و متنوع را به داده‌های غنی و تفصیلی تبدیل می‌نماید (براون و کلارک<sup>۲</sup>، ۲۰۰۶). روش‌های متفاوتی برای تحلیل مضمون وجود دارد که هر یک از آنها، فرایندهای خاصی را دنبال می‌کند. در این پژوهش، روش آتراید و استیرلینگ<sup>۳</sup> (۲۰۰۱) به کار گرفته می‌شود. تحلیل مضمون را می‌توان به سه مرحله تقسیم کرد: الف- تجزیه و توصیف متن، ب- تشریح و تفسیر متن، ج- ادغام و یکپارچه نمودن مجدد متن.

---

<sup>1</sup> Servas and Tamayo

<sup>2</sup> - Braun, V. & Clarke

<sup>3</sup> - Attride-Stirling

هر مرحله با تفسیر و تحلیل همراه است اما در هر مرحله از تحلیل سطح بالاتری از انتزاع به دست می‌آید (آتراید و استیرلینگ، ۲۰۰۱). فرایند تحلیل مضمون زمانی شروع می‌شود که تحلیل‌گر به دنبال شناخت الگوهای معانی و موضوعات در داده‌ها باشد. البته ممکن است این کار در طول جمع‌آوری داده‌ها اتفاق بیفتد. نقطه پایان این فرایند نیز تهیه گزارشی از محتوا و معانی الگوها و مضامین داده‌هاست. نکته دیگر آن است که تحلیل‌های کیفی از مجموعه‌ای از خطوط راهنما استفاده می‌کنند و نه مجموعه‌ای از قوانین مشخص، این امر باعث انعطاف‌پذیری آن‌ها برای تناسب روش با پرسش‌ها و داده‌های پژوهش می‌شود. لذا این فرایند سه مرحله‌ای تنها راه تحلیل مضمون نیست. از این رو هر پژوهشگری با توجه به ماهیت و پرسش‌های پژوهش خود و با توجه به تصمیمات و ابزارهایی که به کار می‌برد، می‌تواند از روش خاص خودش استفاده کند (عابدی جعفری و همکاران، ۱۳۹۰).

#### ۴-۱ جامعه و نمونه آماری

ابتدا به منظور تحلیل مضمون از بین اسناد منتشر شده در پایگاه‌های علمی به شرح جدول ۱ به روش نمونه‌گیری نظری بر مبنای واژگان کلیدی نمونه‌برداری صورت گرفت. این روش از قاعده انتخاب تدریجی پیروی می‌کند. فرایند این نوع نمونه‌گیری تکراری است. بدین صورت که پژوهشگر نمونه اولیه را انتخاب و داده‌ها را تجزیه و تحلیل می‌کند. سپس نمونه بعدی را برای شناسایی مقولات از نو برمی‌دارد. این عمل تا هنگامی که پژوهشگر به مرحله اشباع داده‌ها می‌رسد ادامه خواهد داشت. به عبارت دیگر تا جایی که در آن مرحله ایده جدیدی از گسترش نمونه‌ها به دست نمی‌آید (محمدپور، ۱۳۸۹). بدین ترتیب از طریق نمونه‌گیری نظری، تعداد ۱۵ مقاله با توجه به دستیابی پژوهشگر به اشباع نظری انتخاب شدند.

جدول ۱- فهرست پایگاه‌های اطلاعاتی استفاده شده در پژوهش

بازه زمانی	نوع سند	کلید واژه‌ها	عنوان	پایگاه‌های اطلاعاتی
۱۳۹۹-۱۳۸۸	مقالات فارسی	مسئولیت اجتماعی سازوکارهای اصول راهبری شرکت شفافیت مالی	sid Civilica Ensani Noormags	داخلی

بازه زمانی	نوع سند	کلید واژه ها	عنوان	پایگاه های اطلاعاتی
۲۰۲۱- ۲۰۰۹	مقالات لاتین	Social responsibility Corporate governance Financial transparency Analysis theme	Sciencedirect Elsevier Emerald	خارجی

منبع: یافته‌های پژوهشگر

با توجه به تعداد بسیار زیاد مقالات موجود در پایگاه‌های اطلاعاتی، به منظور ورود به فرایند تحلیل مضمون معیارهایی برای گزینش مقالات به کار گرفته شد که خروجی آن منجر به شناسایی ۶۸ مقاله به عنوان جامعه آماری گردید. وجود کلیدواژه در عنوان، مرتبط بودن قلمروی موضوعی مقاله با هدف و موضوع پژوهش، امکان دسترسی آزاد به متن کامل مقالات و نیز بررسی مقالات از نقطه نظر مطابقت عنوان، چکیده و محتوا، معیارهای انتخاب مقالات بوده، همچنین نشریات داخلی که مقاله‌ای از آن در نمونه‌های این پژوهش مورد استفاده قرار گرفته، دارای رتبه علمی پژوهشی می‌باشند. در مورد نشریات خارجی نیز قرار داشتن نشریه در فهرست مجلات نمایه شده JCR یا Master Journal List یا Scopus یا DOAJ از الزامات انتخاب مقاله از آن نشریه می‌باشد. در جدول ۲ تعداد مقالات نمونه به تفکیک داخلی و خارجی ارائه شده است.

#### جدول ۲- تعداد مقالات نمونه

مقاله	تعداد	درصد
داخلی	۷	۴۶.۷
خارجی	۸	۵۳.۳
جمع کل	۱۵	۱۰۰

منبع: یافته‌های پژوهشگر

در جدول ۳، مقالات نمونه ارائه شده است:

#### جدول ۳- مقالات نمونه

کد مقاله	عنوان مقاله	پژوهشگر
A1	ارتباط گزارشگری مسئولیت اجتماعی با ارزش شرکت	یگانه، سهرابی و غواصی کناری



پژوهشگر	عنوان مقاله	کد مقاله
الهیاری، پورزمانی، ترابی	اثر بخشی ابعاد حاکمیت شرکتی بر رابطه مسئولیت اجتماعی و عدالت مالیاتی	A2
برزگر، غواصی کناری	مطالعه رابطه سطح افشای مسئولیت اجتماعی و سیاست تقسیم سود در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران	A3
حسینی، حقیقت	رابطه بین حاکمیت شرکتی و تعهد به ایفای مسئولیت های اجتماعی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران.	A4
حسینی، حقیقت	بررسی نقش تعدیلی عملکرد مالی شرکت بر رابطه بین حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران،	A5
صبوحی، محمدزاده	بررسی رابطه بین عملکرد اجتماعی، ساختار مالکیت و حاکمیت شرکتی.	A6
حساس یگانه، پاک مرام	ارزیابی تأثیر ابعاد کنترلی و شفافیت اطلاعات مالی حاکمیت شرکتی بر سیاست تقسیم سود شرکت‌ها.	A7
Francisco-José López-Arceiz	The role of Corporate Governance and transparency in the generation of financial.	A8
Patricia Crifo, Antoine Rebérioux	CORPORATE GOVERNANCE AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: A TYPOLOGY OF OECD COUNTRIES,	A9
Abdussalam Mahmoud Abu-Tapanjeh	Corporate governance from the Islamic perspective:A comparative analysis with OECD principles.	A10
Made Pradana Adiputra, Sylvia Veronica Siregar. Ratna Wardhani	Responsibility Disclosure, Social Corporate Governance and Cost of Equity Capital	A11

پژوهشگر	عنوان مقاله	کد مقاله
Giannarakis	Corporate governance and financial characteristic effects on the extent of corporate social responsibility disclosure	A12
Puneeta Goel	Implications of corporate governance on financial performance: an analytical review of governance and social reporting reforms in India	A13
Jean-Michel Sahut· Marta Peris-Ortiz· Frédéric Teulon	Corporate social responsibility and governance	A14
Ionica Oncioiu Delia-Mioara Popescu, Anca Elena Aviana, Alina S, Erban Florica Rotaru, Mihai Petrescu and Andreea Marin- Pantelescu	The Role of Environmental, Social, and Governance Disclosure in Financial Transparency	A15

منبع: یافته‌های پژوهشگر

## ۵- تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای بررسی متون از روش تحلیل مضمون و از نرم‌افزار Atlas.ti استفاده شد. ابتدا متون به دقت بررسی شده و مورد کدگذاری قرار گرفت و مضامین متعدد و مختلف مورد استفاده در این پژوهش شناسایی گردید. سپس مضامین با توجه به محتوای آنها در طبقه‌بندی‌هایی که نشان‌دهنده یک مضمون هستند تقسیم‌بندی شدند. این طبقه‌بندی‌ها در قالب مضامین مختلفی ارائه شد و طبقه‌بندی‌های مربوط به هر مضمون تحلیل و نهایتاً مضامین مستخرج به عنوان خروجی مشخص خواهند شد. سپس کدهای اولیه و مضامین پایه شناسایی می‌شوند. در این سطح عمل کدگذاری، عمل مقطعی و ایستا نیست که یکبار اتفاق بیفتد. مقایسه کدها با یکدیگر به دلیل اینکه که باعث دقت بیشتر تحلیل و تکامل تدریجی کدهاست، اقدامی بسیار مهم و حیاتی در تحلیل و دسته‌بندی مضمون‌ها است. مقایسه نکردن داده‌ها باعث عدم دستیابی به مضامین و کاهش سطح انتزاع مضامین خواهد بود.

برای محاسبه پایایی کدگذاری از شاخص هولستی<sup>۱</sup> به شرح رابطه ۱ استفاده شد:

$$PAO = \frac{2M}{N_1 + N_2} \quad \text{رابطه ۱}$$

که در آن:

M: تعداد توافق در دو مرحله کدگذاری

N: تعداد کدگذاری در مراحل ۱ و ۲

PAO<sup>2</sup>: درصد توافق مشاهده شده (ضریب پایایی)

در این پژوهش  $PAO = \frac{2M}{N_1 + N_2} = \frac{2 \times 99}{105 + 112} = 0.912$  که نشان‌دهنده سطح بالایی از اطمینان در کدگذاری است.

همان‌طور که اشاره شد با بررسی ۱۵ مقاله و اشباع نظری حاصل از این مقالات، مضامین پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر استخراج گردید.

نتایج حاصل از مقالات نمونه به شرح جدول ۴ می‌باشد:

#### جدول ۴- نتایج حاصل از بررسی مقالات نمونه

۱۵	تعداد مقالات نمونه
۲۱۴	تعداد کل کدهای استخراج شده
۹۹	تعداد مضامین پایه
۱۶	تعداد مضامین سازمان‌دهنده
۴	تعداد مضامین فراگیر

منبع: یافته‌های پژوهشگر

در جدول ۵ آمار کدهای استخراج شده از مقالات ارائه شده است.

#### جدول ۵- تعداد کدهای استخراج شده از مقالات

شماره مقاله	تعداد کد مستخرج	شماره مقاله	تعداد کد مستخرج
۱	۲۰	۹	۱۳
۲	۳۳	۱۰	۱۶
۳	۹	۱۱	۱۶

<sup>۱</sup>- Holstie

<sup>۲</sup>- Percentage of Agreement Observation

شماره مقاله	تعداد کد مستخرج	شماره مقاله	تعداد کد مستخرج
۴	۱۶	۱۲	۱۲
۵	۷	۱۳	۱۲
۶	۱۴	۱۴	۱۲
۷	۱۲	۱۵	۱۲
۸	۱۰	جمع کل	۲۱۴

منبع: یافته‌های پژوهشگر

در شکل ۱ نسبت کدهای استخراج شده از مقالات ارائه شده است.



منبع: یافته‌های پژوهشگر

در جدول ۶ تعداد کدهای استخراج شده براساس مقالات داخلی و خارجی ارائه شده است.

### جدول ۶- تعداد کدهای مستخرج از مقالات داخلی و خارجی

مقاله	تعداد کد مستخرج	درصد
داخلی	۱۱۱	۵۱.۹
خارجی	۱۰۳	۴۸.۱
جمع کل	۲۱۴	۱۰۰

منبع یافته های پژوهشگر

پس از شناسایی کدهای موجود در مقالات با پالایش و رفت و آمد بین کدها و طبقه‌بندی آنها براساس مفهوم هر کد تعداد ۹۹ مضمون پایه حاصل شد. برای نمونه فرایند استخراج مضامین از یکی از مقالات منتخب در ذیل ارائه شده است. همین روش برای سایر مقالات نیز استفاده و مضامین مربوطه استخراج شد. در متن مقالات جملات و عبارات و توصیف‌های ارائه شده که در موارد متعدد مشابه بودند، کدگذاری گردید. لذا در مقالات مختلف مضامین متفاوتی شناسایی و استخراج شد. بر پایه مضامین شناسایی شده یک طبقه‌بندی شکل گرفت و مضامین مشابه داخل این طبقه‌ها دسته‌بندی شد. در این مرحله مضامینی انتخاب شدند که به بهترین نحو بتوانند موضوعاتی را که در آن قرار گرفته‌اند توصیف کنند. در جدول ۷ مشخصات یک نمونه از مقالات و در جدول ۸ مضامین مستخرج از این مقاله ارائه شده است.

#### جدول ۷- مشخصات مقاله اول

کد مقاله	عنوان مقاله	پژوهشگر	سال	مجله نمایه شده
A1	ارتباط گزارشگری مسئولیت اجتماعی با ارزش شرکت	یگانه، سهرابی و کناری	۱۳۹۹	پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی

#### جدول ۸- مضامین مقاله اول

شماره	کد	مضمون پایه	مضمون سازمان-دهنده
		واژه مسئولیت‌اجتماعی در تصمیمات تجاری شرکت‌ها، استراتژی تجاری و حسابداری است و هدف از آن، تلاش در جهت ارتقای	عوامل مدیریتی

شماره	کد	مضمون پایه	مضمون سازمان- دهنده
A11		عملکرد اجتماعی و زیست محیطی در کنار ابعاد اقتصادی می باشد.	
A12		مسئولیت اجتماعی شرکت ها به مسئولیت واحدهای تجاری در قبال تأثیرشان بر جامعه اطلاق می شود.	تعریف نقش ها مسئولیت واحدهای تجاری در قبال تأثیرشان بر جامعه
A13		شرکت ها به دو صورت به گزارشگری اطلاعات پیرامون فعالیت های مسئولیت- اجتماعی می پردازند: ۱- افشای جداگانه تحت عنوان گزارش مسئولیت اجتماعی ۲- افشا همراه با گزارش های سالانه	گزارش دهی افشای جداگانه تحت عنوان گزارش مسئولیت اجتماعی
A14		ملاک مشروعیت تناسب با هنجارها، ارزش ها و باورها	تناسب سازی اهداف تناسب با هنجارها، ارزش ها و باورها
A15		هزینه های نمایندگی به دلیل عدم تقارن اطلاعاتی بین مدیران و سهامداران و مشاهده نشدن فعالیت مدیران توسط مالکان ایجاد می شود.	یکپارچه سازی اطلاعاتی تقارن اطلاعاتی بین مدیران و سهامداران
A16		مخبره این اطلاعات ارزیابی ریسک سهامداران و به تبع آن ارزشیابی سهام توسط سرمایه گذاران را تحت تأثیر قرار می دهد.	اولویت دهی به سهامداران ریسک سهامداران
A17		محافظه کاری و تمایل کمتر به اعمال غیراخلاقی مانند مدیریت سود	عوامل مدیریتی محافظه کاری
A18		میزان مدیریت سود بالاتر و شرکت هایی که رتبه مسئولیت اجتماعی پایین تری دارند، محافظه کاری بیشتری دارند.	پارامترهای حاکمیتی رتبه مسئولیت اجتماعی
A19		ارتباط بین مسئولیت اجتماعی شرکت و کیفیت گزارشگری مالی	گزارش دهی کیفیت گزارشگری مالی

شماره	کد	مضمون پایه	مضمون سازمان - دهنده
A110	ارتباط بین درجه گزارشگری مسئولیت- اجتماعی و ارزش بازار شرکت	درجه گزارشگری مسئولیت اجتماعی	گزارش دهی
A111	ارزش بازار شرکت در راستای توسعه مسئولیت اجتماعی	ارزش بازار شرکت	شاخص های مالی
A112	بعد اقتصادی به عنوان چک لیست افشای اطلاعات مرتبط با مسئولیت اجتماعی	بعد اقتصادی	توسعه پایدار
A113	بعد اجتماعی به عنوان چک لیست افشای اطلاعات مرتبط با مسئولیت اجتماعی	بعد اجتماعی	توسعه پایدار
A114	بعد محیطی به عنوان چک لیست افشای اطلاعات مرتبط با مسئولیت اجتماعی	بعد محیطی	توسعه پایدار
A115	عملکرد اقتصادی به عنوان مؤلفه های بعد اقتصادی	عملکرد اقتصادی	توسعه پایدار
A116	حضور در بازار و منطقه به عنوان مؤلفه های بعد اقتصادی	حضور در بازار و منطقه	تدوین اهداف شرکت
A117	اثرات اقتصادی غیرمستقیم به عنوان مؤلفه- های بعد اقتصادی	اثرات اقتصادی غیرمستقیم	شاخص های مالی
A118	سرمایه گذاری مسئولانه به عنوان مؤلفه های بعد اقتصادی	سرمایه گذاری های مسئولانه	اقدامات داوطلبانه
A119	مالیات به عنوان مؤلفه های بعد اقتصادی	مالیات	ساز و کارهای شفاف سازی
A120	رعایت و تبعیت از قوانین و مقررات به عنوان مؤلفه های بعد اقتصادی	رعایت و تبعیت از قوانین و مقررات	الزامات و سیاستها

تحلیل کدها زمانی متوقف شد که پژوهشگر پس از بررسی مکرر متون به مضامین جدیدی دست پیدا نکرد و از متن مقالات اطلاعات جدید و مرتبط دیگری به دست نیامد. به عبارتی مضامین ارائه شده به مرز اشباع رسید. بنابراین هرگاه مضمونی مشابه با متون قبلی شناسایی می شد در قالب کدهای موجود مورد کدگذاری قرار می گرفت. در مرحله بعد کدهای استخراج شده به دقت مطالعه و براساس شباهت های مفهومی و الگوهای ارتباطی بین آنها به دسته های انتزاعی تر ترکیب و تلخیص شدند که به تشکیل مضامین پایه منجر شد. با توجه به اینکه این مضامین نیاز به ساختاردهی و دسته بندی در قالب مفاهیم داشتند، مضامین پایه استخراج شده مبتنی بر ارتباط معنایی و مفهومی بین آنها و بر اساس دانش و تجربیات پژوهشگر دسته بندی و طبقه بندی شدند. عناوین این دسته ها به

گونه‌ای انتخاب شد که بیانگر تمام مفاهیم باشد. این مفاهیم بیانگر مضامین سازمان‌دهنده هستند. مثلاً مضامینی چون نظارت مؤثر بر اعضای هیئت‌مدیره، محدودسازی، ایجاد مکانیزم‌های کنترلی، کنترل نرخ‌ها و شاخص‌های مالی، ایجاد کمیته‌های ممیزی و نظارت، طراحی سیستم‌های کنترلی، با توجه به اینکه به موضوعی کلان‌تر اشاره می‌کردند در یک گروه دسته‌بندی شدند. این مفهوم کلی‌تر که در این مورد نظارت و کنترل است یک مضمون سازمان‌دهنده را نشان می‌دهد. در ادامه همانند مرحله قبل، این بار مضامین سازمان‌دهنده شناسایی شده، دسته‌بندی و مضامین فراگیر استخراج شد. به طور مثال مضامین سازمان‌دهنده‌ای چون کنترل و نظارت، مدیریت مشارکتی، تعریف نقش‌ها، هدایت و راهبری در قالب مضمون فراگیری به نام مضامین نظارتی دسته‌بندی شدند. با اجرای همین روش و دسته‌بندی مضامین سازمان‌دهنده، نهایتاً مضامین فراگیر به دست خواهند آمد. در جدول ۹ و ۱۰، ارتباط بین مضامین پایه و سازمان‌دهنده و فراگیر ارائه شده است.

### جدول ۹- ارتباط مضامین سازمان‌دهنده و پایه

ردیف	مضمون سازمان‌دهنده	تعداد مضامین پایه ی شکل دهنده مضمون سازمان‌دهنده
۱	الزامات مبتنی بر شفافیت مالی	۱۲
۲	هم‌سویی و هم‌راستایی استراتژیک بین مدیران و ذینفعان	۲
۳	تدوین اهداف شرکت مبتنی بر شفاف‌سازی مالی	۱۲
۴	افشاء اطلاعات به نفع ذینفعان	۳
۵	مصون‌سازی اطلاعات	۳
۶	جریان اطلاعاتی	۲
۷	گزارش‌دهی به‌هنگام	۱۰
۸	سازوکارهای شفاف‌سازی	۱۲
۹	مدیریت مشارکتی	۴
۱۰	تعریف نقش‌ها	۵
۱۱	نظارت و کنترل	۷
۱۲	هدایت و راهبری	۶
۱۳	یکپارچه‌سازی اطلاعات مالی	۱۱
۱۴	یکپارچه‌سازی ساختاری	۲
۱۵	مشوق‌ها و تسهیلات	۳
۱۶	فرهنگ‌سازی	۵
مجموع	۱۶	۹۹

منبع: یافته‌های پژوهشگر



جدول ۱۰- ارتباط مضامین فراگیر و سازمان دهنده

ردیف	مضمون فراگیر	تعداد مضمون سازمان دهنده شکل دهنده‌ی مضمون فراگیر
۱	الزام آور	۳
۲	ساختاری	۶
۳	نظارتی	۳
۴	زیرساختی	۴
مجموع	۴	۱۶

منبع: یافته‌های پژوهشگر

در جدول ۱۱، نتایج حاصل از بررسی مقالات و شناسایی مضامین سازمان دهنده و فراگیر ارائه شده است:

جدول ۱۱- مضامین

فراگیر	سازمان دهنده
عوامل الزام آور	الزامات مبتنی بر شفافیت مالی
	هم‌سویی و همراستایی استراتژیک بین مدیران و ذینفعان
	تدوین اهداف شرکت مبتنی بر شفاف‌سازی مالی
عوامل ساختاری	افشاء اطلاعات به نفع ذینفعان
	مصون‌سازی اطلاعات
	جریان اطلاعاتی
	گزارش‌دهی به‌هنگام
	سازو کارهای شفاف‌سازی
	مدیریت مشارکتی
عوامل نظارتی	تعریف نقش‌ها
	نظارت و کنترل
	هدایت و راهبری
عوامل زیرساختی	یکپارچه‌سازی اطلاعات مالی
	یکپارچه‌سازی ساختاری
	مشوق‌ها و تسهیلات

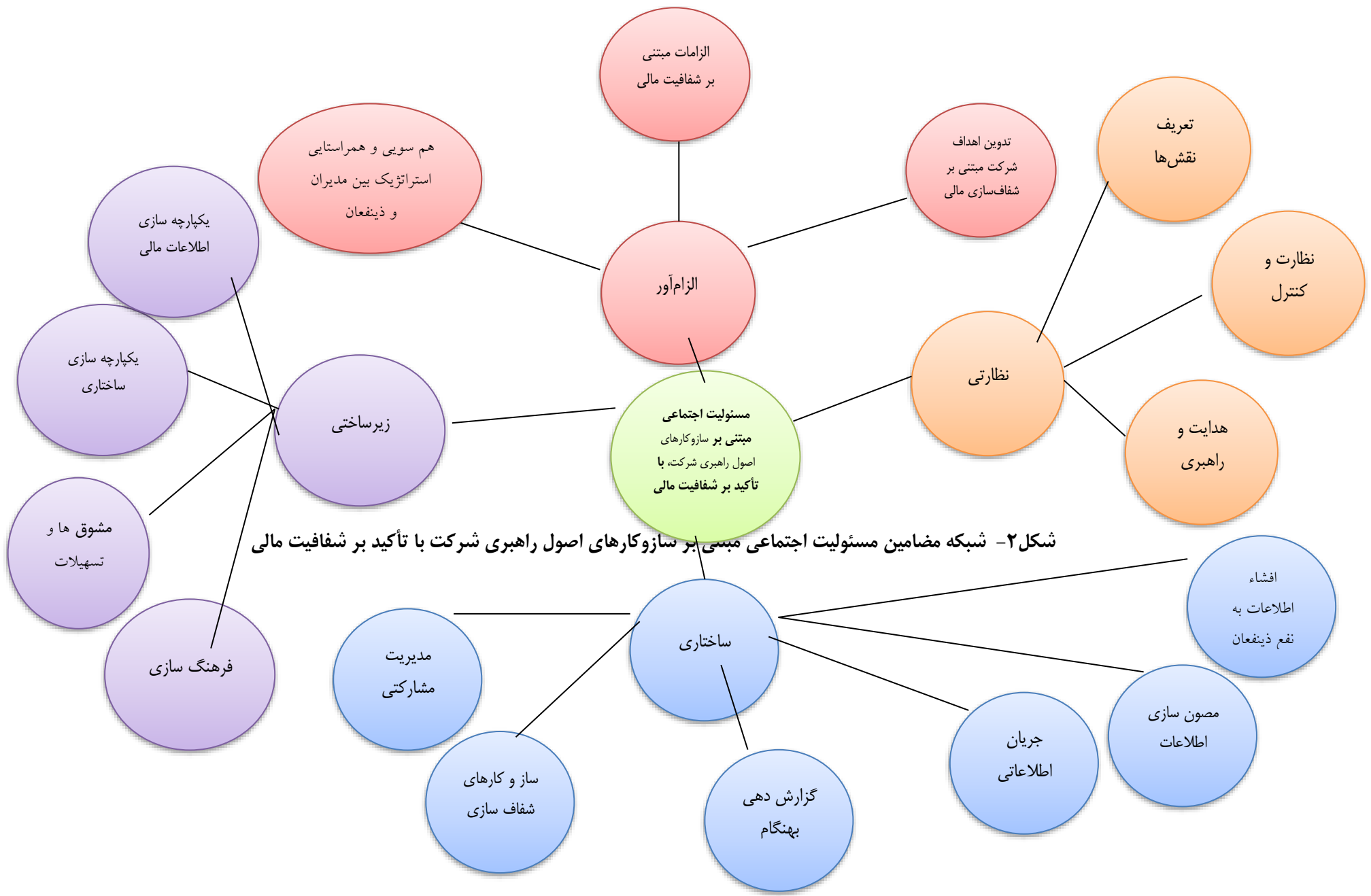
<b>سازمان دهنده</b>	<b>فراگیر</b>
فرهنگ سازی	

منبع: یافته های پژوهشگر

با شناسایی چهار مضمون فراگیر و شانزده مضمون سازمان دهنده، اینک می توان شبکه مضامین را ترسیم نمود. شبکه مضامین ابزاری مناسب برای تحلیل است و باعث می شود که به درک عمیق تری از معانی متون رسید و مضامین به دست آمده را تشریح و الگوهای مرتبط با آن ها را شناسایی کرد. مضامین فراگیر که در واقع هسته اصلی مدل را شکل می دهند شامل چهار مضمون الزام آور، ساختاری، نظارتی و زیرساختی می باشد که در ادامه مورد بررسی قرار گرفته اند. مضامین الزام آور ناظر بر اقداماتی است که در راستای همسوسازی، هم راستایی و جهت دهی به ترجیحات، انتظارات و اقدامات مدیران، اعضای هیئت مدیره و تمامی ارکان اجرایی شرکت ها، به منظور ایجاد شفافیت مالی به عنوان یکی از شئون مسئولیت های اجتماعی از طریق سازوکارهای اصول راهبری شرکت به نفع ذینفعان، سهامداران و مشتریان انجام می شود. مضامین الزام آور فرآیندهایی را شکل می دهد که در تدوین، تنظیم، تفسیر، تبعیت و اجرای قانون مورد استفاده قرار گیرد. ایجاد مضامین الزام آور در شرکت ها سبب حفاظت از حقوق سهامداران و ذینفعان می گردد و ارزش هایی که شرکت ها بایستی آن ها را بپذیرند وضع و اجرا می نماید. مضامین ساختاری، ناظر بر اقدامات و تمهیداتی است که بر مصون سازی، جریان اطلاعاتی و گزارش دهی، ایجاد مدیریت مشارکتی و بهنگام سازی اطلاعات تأکید می نماید. سازوکارهای اصول راهبری شرکت، با بستر سازی مناسب توسط گفتمان سازی و جریان سازی اطلاعاتی از طریق تمهیدات ساختاری و ارتباطاتی در سازمان ایجاد می شود و هر دو از عناصر ضروری برای موفقیت شفافیت مالی تأثیر گذار هستند. مضامین نظارتی یکی از مضامین اصلی در راستای شفافیت مالی شرکت ها به نفع ذینفعان و سهامداران است. از مصادیق مهم مضمون نظارتی، پاسخ گویی است که با تعریف نقش ها و مسئولیت ها و تفویض اختیارات، می توان افراد در سازمان را نسبت به اجرا و مسئولیت خود در راستای پیاده سازی شفافیت مالی در مقام پاسخ گویی قرار داد که این عمل موجب می شود در سلسله مراتب سازمانی، مطالبه گری در راستای شفافیت مالی نهادینه گردد.

مضامین زیرساختی ناظر بر اقداماتی است که مسیر پیاده سازی الزامات را تسهیل و تسریع می نماید. تا مادامی که پشتیبانی و یکپارچه سازی اطلاعات در شرکت ها صورت نگیرد، نباید به زنده ماندن مسئولیت های اجتماعی و شفافیت مالی امیدوار بود. تنظیم و برقراری زیرساخت های اساسی، ایجاد تمهیدات مالی به منظور تقویت نرم افزاری و سخت افزاری می تواند شرکت را در مسیر دستیابی به مزیت های شفافیت مالی کمک نماید.

در شکل ۲ شبکه مضامین بر اساس مضامین سازمان دهنده و فراگیر ارائه شده است:



## ۶- بحث و نتیجه گیری

در سالیان اخیر سازمان‌ها اهمیت مسئولیت اجتماعی را درک کرده و از تأثیری که ایفای مسئولیت‌های اجتماعی می‌تواند بر عملکرد مالی شرکت داشته باشد آگاهی یافته‌اند. لذا شرکت‌ها بر آنند تا با ایفای مسئولیت‌های اجتماعی هم تأثیر مثبتی بر ذینفعان داشته باشند و هم حسن شهرت و اعتبار خود بیفزایند. در این راستا سازوکارهای اصول راهبری شرکت نقش ویژه‌ای خواهد داشت چراکه راهبران شرکت هستند که با تصمیمات خود می‌توانند شرکت را به سمت دستیابی به اهداف خود رهنمون سازند. هدف پژوهش حاضر مدل‌سازی ارتباط بین مسئولیت‌های اجتماعی و سازوکارهای اصول راهبری شرکت با تأکید بر شفافیت مالی بوده و به دنبال شناسایی عواملی است که به راهبران شرکت در دستیابی به اهداف شرکت و ایفای مسئولیت‌های اجتماعی یاری رساند. بدین منظور و با هدف شناسایی این عوامل، با بررسی متون و مقالات مرتبط و با استفاده از روش تحلیل مضمون شناسایی مضامین با بررسی ۱۵ مقاله نمونه صورت پذیرفت. مضامین پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر شناسایی شده و چهار مضمون فراگیر با عناوین: مضامین الزام‌آور، مضامین ساختاری، مضامین نظارتی و مضامین زیرساختی، هسته اصلی مدل پیشنهادی را تشکیل می‌دهند که در جدول ۱۲ ارائه شده است.

جدول ۱۲- عوامل مؤثر بر مسئولیت‌های اجتماعی مبتنی بر سازوکارهای اصول راهبری شرکت با تأکید بر شفافیت مالی

الزام‌آور	عوامل مؤثر بر مسئولیت‌های اجتماعی مبتنی بر سازوکارهای اصول راهبری شرکت با تأکید بر شفافیت مالی
ساختاری	
نظارتی	
زیرساختی	

منبع: یافته‌های پژوهشگر

نتایج این پژوهش اطلاعات سودمندی را در اختیار راهبران شرکت می‌گذارد. عوامل الزام‌آور شامل تدوین اهداف شرکت مبتنی بر شفاف‌سازی مالی، هم‌سویی و هم‌راستایی استراتژیک بین مدیران و ذینفعان و تدوین اسناد بالادستی مبتنی بر شفافیت مالی است. لذا راهبران شرکت با تدوین الزاماتی که بتواند دستیابی به عوامل یاد شده را ممکن سازد می‌توانند مسئولیت اجتماعی را در شرکت نهادینه سازند. ایجاد مضامین الزام‌آور در شرکت‌ها سبب حفاظت از حقوق سهامداران و ذینفعان شده و قواعد و هنجارها و ارزش‌هایی را که سازمان‌ها می‌بایست از آن‌ها تبعیت نمایند وضع و اجرا می‌نماید. عوامل زیرساختی، ناظر بر اقداماتی است که مسیر پیاده‌سازی الزامات را تسهیل و تسریع می‌نماید. تا زمانی که پشتیبانی و یکپارچه‌سازی اطلاعات در شرکت‌ها صورت نگیرد، نباید به زنده ماندن مسئولیت‌های اجتماعی و شفافیت مالی امیدوار بود. بنابراین استقرار زیرساخت‌های اساسی، ایجاد تمهیدات مالی به منظور تقویت نرم‌افزاری و سخت‌افزاری می‌تواند شرکت را در مسیر دستیابی به مزیت‌های شفافیت مالی کمک نماید. سازوکارهای اصول راهبری شرکت، با بسترسازی مناسب از طریق گفت‌وگوهای سازوکارهای اطلاعاتی و جریان‌سازی اطلاعاتی و با استفاده از تمهیدات ساختاری و ارتباطاتی در سازمان ایجاد می‌شود و هر دو از عناصر ضروری برای موفقیت در شفافیت مالی هستند. مضامین نظارتی در راستای شفافیت مالی شرکت‌ها به نفع ذینفعان و سهامداران است. یکی از مشکلات عمده در مسیر تحقق شفافیت مالی در بستر سازوکارهای اصول راهبری شرکت، منفعل عمل کردن راهبران شرکتی است. سازوکارهای اصول راهبری شرکت نقش راهبردی و اداره‌کننده دارد و این نقش می‌تواند مسیر دستیابی به شفافیت مالی را تسریع بخشد و در فرآیند طراحی مأموریت، اهداف، استراتژی‌ها و سیاست نقش رهبری را بر عهده گیرد و با تشکیل کمیته‌های فعال و پویا و جهت‌دهنده این مسیر را هموار سازد. ایجاد سازوکارهای نظارتی در شرکت می‌تواند یک حرکت فعالانه را به سمت شفافیت مالی شکل دهد. مضامین ساختاری، ناظر بر اقدامات و تمهیداتی است که بر مصون‌سازی، جریان اطلاعاتی و گزارش‌دهی، ایجاد

مدیریت مشارکتی و به‌هنگام‌سازی اطلاعات تأکید می‌نماید. مصون‌سازی و ایمن‌سازی اطلاعات به عنوان یک عامل پیش‌برنده در جریان‌سازی مطلوب اطلاعات در سازمان، تأثیرگذار است. تمامی مدیران و ذینفعان باید این اطمینان را داشته باشند که ایمن‌سازی اطلاعات، می‌تواند مسیر تحقق شفافیت مالی را تسهیل نماید. تمامی سهامداران و ذینفعان باید این حقیقت را دریابند که حفظ محرمانگی اطلاعات و مالکیت معنوی می‌تواند نقش مهمی را در راستای پیاده‌سازی شفافیت مالی صورت دهد. بنابراین ملاحظه می‌شود که نتایج این پژوهش چگونه می‌تواند هم منافع ذینفعان را تأمین کند و هم راهبران شرکت را در دستیابی به اهداف شرکت یاری رساند. در این پژوهش، به بررسی ارتباط بین پیامدها و الزامات ساختار و سازوکارهای اصول راهبری شرکت، با ابعاد مسئولیت‌اجتماعی پرداخته‌شد، همچنین با استفاده از یک رویکرد نظری و اکتشافی ابعاد و مؤلفه‌های مؤثر در سازوکارهای اصول راهبری شرکت، و مسئولیت‌های اجتماعی شناسایی گردید. شناخت ابعاد و مؤلفه‌های ارائه شده در این پژوهش و به‌کارگیری آن‌ها می‌تواند منجر به استقرار سیستم‌ها و سامانه‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری به منظور هدایت و راهبری سهامداران و ذینفعان در راستای شفافیت مالی باشد. لذا با شناسایی این عوامل، سازمانی که در راستای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی گام برمی‌دارد به‌خوبی خواهد دانست تمرکز بر چه موضوعاتی باعث بهبود فرایندهای مرتبط شده، کاهش هزینه‌ها را در پی دارد و از هدررفت منابع ناشی از به‌کارگیری آن‌ها در موارد غیرضروری جلوگیری خواهد شد. به تبع کاهش هزینه‌ها و افزایش درآمدها، سود آن سازمان افزایش یافته و رضایت‌مندی ذینفعان را در پی خواهد داشت. در واقع با توجه این مدل، مدیران شرکت خواهند دانست که برای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی به طوری که شفافیت مالی را در پی داشته باشد بر روی چه مواردی سرمایه‌گذاری کنند و تمرکز خود را بر چه حوزه‌هایی قرار دهد. یکی از مشکلاتی که در بیان مسئله به آن اشاره شد عدم وجود مدلی برای مسئولیت‌های اجتماعی مبتنی بر سازوکارهای اصول راهبری شرکت، می‌باشد که این پژوهش به دنبال پرکردن این خلأ مطالعاتی بوده و با شناسایی چهار عامل الزام‌آور، ساختاری، نظارتی و زیرساختی، پاسخی برای این پرسش یافته است. کمک به راهبران شرکتی به منظور ایفای مسئولیت‌های اجتماعی، شناسایی عوامل مؤثر و سازوکارهای مورد نیاز در راستای ایفای نقش مسئولیت‌های اجتماعی و شفافیت مالی و کمک به رفع اجرای نامناسب و غیرکارآمد سازوکارهای اصول راهبری شرکت در راستای مسئولیت‌های اجتماعی و شفافیت مالی را می‌توان از دستاوردهای این پژوهش نام برد.

لذا ملاحظه می‌شود نتایج این پژوهش با یافته‌های پژوهش‌های الهیاری و همکاران (۱۳۹۷)، حسینی و حقیقت (۱۳۹۵)، صبوحی و محمدزاده (۱۳۹۷)، جین و همکاران (۲۰۱۹)، گوئل (۲۰۱۸) و پرادانا (۲۰۱۷) همراستا می‌باشد. الهیاری و همکاران در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که راهبری شرکتی مجموعه روش‌هایی است که شرکت از طریق آن هدایت و کنترل می‌شود و می‌تواند بر سطح شفافیت مالی از طریق هدایت و رهبری تأثیرگذار باشد. حسینی و حقیقت در نتایج خود برقراری ارتباط و تعامل بیشتر با مشتریان را در راستای همسویی و هم‌راستایی منافع تأثیرگذار می‌دانند. صبوحی و محمدزاده در نتایج به دست آمده از پژوهش خود بر اتخاذ تصمیمات شرکت در راستای هدف‌گذاری مناسب به منظور شفافیت مالی تأکید می‌کنند. جین نتیجه گرفت که استقرار سیستم‌های یکپارچه در روند شفافیت مالی تأثیرگذار است. گوئل نتیجه گرفت که طراحی ساختارهای شرکت در مسیر ایفای نقش مسئولیت‌های اجتماعی می‌تواند مسیر تحقق شفافیت مالی را تسهیل نماید. پرادانا نتیجه گرفت که محدودسازی و کنترل اقدامات شرکت بر شفافیت مالی اثرگذار است.

## ۷- پیشنهادهای پژوهش

با توجه به یافته‌های پژوهش و شناسایی چهار عامل الزام‌آور، ساختاری، نظارتی و زیرساختی در تدوین مدل مسئولیت‌های اجتماعی مبتنی بر سازوکارهای اصول راهبری شرکت با تأکید بر شفافیت مالی، پیشنهادهایی به شرح زیر ارائه می‌شود:

### ۷-۱- پیشنهادهای کاربردی

در راستای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی، شرکت‌ها می‌توانند در ساختار راهبری و مدیریتی خود کمیته‌هایی را برای چهارعامل شناسایی شده در این پژوهش تدوین نمایند تا مسئولیت‌های اجتماعی را به شکل اثربخشی ایفا نمایند. از آنجایی که عوامل نظارتی نقش کلیدی در شفافیت مالی دارد، لذا پیشنهاد می‌شود شرکت‌ها نسبت به تقویت جنبه‌های نظارتی از لحاظ نرم‌افزاری و سخت‌افزاری اقدام نمایند. هم‌چنین پیشنهاد می‌شود در راستای عوامل الزام‌آور، شرکت‌ها نسبت به تدوین دستورالعمل‌ها و روش‌های اجرایی به منظور پیاده‌سازی مدل مسئولیت اجتماعی مبتنی بر سازوکارهای اصول راهبری شرکت با تأکید بر شفافیت مالی اقدام نمایند. با توجه به عوامل زیرساختی پیشنهاد می‌شود راهبران شرکت با آموزش مستمر سرمایه انسانی و ارائه مشوق‌های لازم، فرهنگ ایفای مسئولیت اجتماعی را در شرکت نهادینه سازند. به منظور پیاده‌سازی عامل ساختاری معرفی شده در این پژوهش، پیشنهاد می‌شود شرکت‌ها نسبت به تدوین سازوکارهای مناسب به منظور طراحی و پیاده‌سازی نظام ارزیابی عملکرد مسئولیت اجتماعی اقدام نمایند. هم‌چنین پیشنهاد می‌شود در راستای شفافیت مالی، شرکت‌ها گزارش عملکرد سالانه خود را در حوزه مسئولیت اجتماعی منتشر کنند.

### ۷-۲- پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آینده

از آنجایی که یکی محدودیت‌های این پژوهش، گستردگی حوزه مسئولیت اجتماعی در بخش‌های مختلفی چون محیط‌زیست، خدمات اجتماعی و عام‌المنفعه، ذی‌نفعان و سرمایه انسانی می‌باشد، لذا پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی هر یک از حوزه‌های مسئولیت اجتماعی به طور خاص مورد بررسی قرار گرفته و برای آنها الگوی مناسبی تدوین شود. هم‌چنین پیشنهاد می‌شود عوامل شناسایی شده در این پژوهش از حیث اثرگذاری مورد ارزیابی قرار گرفته و اولویت بندی شوند. پیاده‌سازی مدل پیشنهادی در این پژوهش در صنایع مختلف بورسی و بررسی کارایی و اثربخشی آن دیگر پیشنهاد برای پژوهش‌های آتی است. هم‌چنین با توجه به اینکه ایفای مسئولیت‌های اجتماعی بر ذینفعان اثرگذار است، پیشنهاد می‌شود بررسی سطح رضایت‌مندی ذینفعان اعم از سهامداران و سرمایه انسانی شرکت از ایفای مسئولیت‌های اجتماعی و ارزیابی نقش آن در بهره‌وری شرکت مورد توجه پژوهشگران قرار گیرد. همان‌طور که عنوان شد یکی از نتایج این پژوهش و شناسایی عوامل اثرگذار بر مسئولیت‌های اجتماعی مبتنی بر سازوکارهای اصول راهبری شرکت با تأکید بر شفافیت مالی، هدایت صحیح منابع در راستای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی است. لذا پیشنهاد می‌شود عملکرد مالی و سودآوری شرکت قبل و بعد از به‌کارگیری این مدل مورد مقایسه قرار گیرد.

## فهرست منابع

- الهیاری، عباس؛ پورزمانی، زهرا و تقی ترابی (۱۳۹۷). اثربخشی ابعاد حاکمیت شرکتی بر رابطه مسئولیت اجتماعی و عدالت مالیاتی. *حسابداری مدیریت*، دوره ۱۱، شماره ۳۸، صص ۴۶-۲۷.
- برزگر، قدرت اله و محمد غواصی کناری (۱۳۹۵). مطالعه رابطه سطح افشای مسئولیت اجتماعی و سیاست تقسیم سود در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *مجله دانش حسابداری*، دوره ۷، شماره ۲۴، صص ۱۸۰-۱۵۵.
- حساس یگانه، یحیی و عسگر پاک مرام (۱۳۹۱). ارزیابی تأثیر ابعاد کنترلی و شفافیت اطلاعات مالی حاکمیت شرکتی بر سیاست تقسیم سود شرکت‌ها، پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، دوره ۴، شماره ۱۵، صص ۱۱۶-۸۵.
- حساس یگانه، یحیی؛ رئیس، زهره و سیدمجتبی حسینی (۱۳۸۸). رابطه بین کیفیت حاکمیت شرکتی و عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *فصلنامه انجمن علوم مدیریت ایران*، دوره ۴، شماره ۱۳، صص ۷۵-۱۰۰.
- حساس یگانه، یحیی؛ سهرابی، حسینعلی و محمد غواصی کناری (۱۳۹۹). ارتباط گزارشگری مسئولیت اجتماعی با ارزش شرکت. *پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی*، دوره ۱۲، شماره ۴۵، صص ۲۰-۱.
- حسینی، سیدعلی و سرور حقیقت (۱۳۹۴). بررسی نقش تعدیلی عملکرد مالی شرکت بر رابطه بین حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، دومین همایش ملی حاکمیت شرکتی، دانشگاه الزهراء، تهران.
- حسینی، سیدعلی و سرور حقیقت (۱۳۹۵). رابطه بین حاکمیت شرکتی و تعهد به ایفای مسئولیت‌های اجتماعی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *حسابداری و منافع اجتماعی*، دوره ۶، شماره ۴، صص ۱۲۸-۱۰۳.
- رهنمای رودپشتی، فریدون و اله کرم صالحی (۱۳۹۰). مکاتب و تئوریهای مالی و حسابداری، چاپ دوم، تهران انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.
- رستمی مازویی، نعمت؛ رهنمای رودپشتی، فریدون؛ رئیس زاده، محمدرضا و زهرا پورزمانی (۱۳۹۸). واکاوی و تبیین اثرات کنشگران فنی و انسانی بر کارکردهای سیستم اطلاعاتی حسابداری مدیریت با استفاده از نظریه شبکه کنشگران، *فصلنامه حسابداری مدیریت*، دوره ۱۲، شماره ۴۱، صص ۹۱-۱۱۰.
- رمضانی، محمدحسین و قدرت اله برزگر (۱۳۹۶). بررسی رابطه بین سطح افشای مسئولیت اجتماعی شرکت با نگهداشت وجه نقد و تاثیر حاکمیت شرکتی بر آن در بورس اوراق بهادار تهران بین سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۴، پایان نامه کارشناسی ارشد.
- صبوچی، نسترن و امیر محمدزاده (۱۳۹۷). بررسی رابطه بین عملکرد اجتماعی، ساختار مالکیت و حاکمیت شرکتی. *دانش حسابداری مالی*، دوره ۵، شماره ۱، صص ۱۵۱-۱۲۷.
- عابدی جعفری، حسن؛ تسلیمی، محمدسعید؛ فقیهی، ابوالحسن و محمد شیخ زاده (۱۳۹۰). تحلیل مضمون و شبکه مضامین: روشی ساده و کارآمد برای تبیین الگوهای موجود در داده‌های کیفی، *فصلنامه اندیشه مدیریت راهبردی*، سال پنجم، شماره ۲، صص ۱۵۱-۱۹۸.
- محمدپور، احمد (۱۳۸۹). فراروش: بنیان‌های فلسفی و عملی روش تحقیق ترکیبی در علوم اجتماعی. انتشارات جامعه شناسان، تهران.
- نمازی، نویدرضا و حسن اسماعیل پور (۱۴۰۰). تأثیر کیفیت حسابرسی بر ارزش افزوده شرکت‌ها با تأکید بر نقش میانجی مسئولیت اجتماعی. *پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی*، دوره ۱۳، شماره ۵۲، صص ۱۵۰-۱۱۵.

Abdussalam Mahmoud Abu-Tapanjeh. (2009). Corporate governance from the Islamic perspective: A comparative analysis with OECD principles. *Journal of Critical Perspectives on Accounting*. Vol. 20, No. 5, pp. 556-567

Akisik, O., Gal, G., (2011). Sustainability in businesses, corporate philanthropy, and accounting standards: an empirical study. *International Journal Account Informatin Management*. Vol. 19, No3, pp. 304-324.

Attride-Stirling, J. (2001). Thematic Networks: An Analytic Tool for Qualitative Research. *Qualitative Research*, Vol. 1, No. 3, Pp. 385-405.

Braun, V., Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology, *Qualitative Research in Psychology*, Vol. 3, No. 2, pp. 77-101.

Francisco-José López-Arceiz. (2017). The role of Corporate Governance and transparency in the generation of financial. BQR Business Research Quarterly. Spanish Journal of Finance and Accounting / Revista Española de Financiación y Contabilidad, Vol. 47, No. 1.

Giannarakis. (2014). Corporate governance and financial characteristic effects on the extent of corporate social responsibility disclosure, *Social Responsibility Journal*, Vol. 10, No. 4. pp. 569-590

I Made Pradana, A., Sylvia, V.S., Ratna, W. (2017). Social Responsibility Disclosure, Corporate Governance and Cost of Equity Capital, *Advances in Economics, Business and Management Research*, Proceedings of the 6th International Accounting Conference (IAC 2017).

Ionica Oncioiu Delia-Mioara Popescu, Anca, E.A., Alina S, Erban, F.R., Mihai P and Andreea, M.P. (2020). The Role of Environmental, Social, and Governance Disclosure in Financial Transparency. *Asian Journal of Sustainability and Social Responsibility*, Vol. 12, No. 17.

Jean-Michel Sahut, Marta Peris-Ortiz, Frédéric Teulon. (2019). Corporate social responsibility and governance. *Journal of Management and Governance*. vol. 23, pp. 901–912

Kim, D.W., Yu, J.S., Hassan, M.K. (2018). Financial inclusion and economic growth in OIC countries. *Res. Int. Bus. Financ.* Vol. 43, pp. 1–14.

Md Shahid Ullah, Mohammad B., Arifur Kh. (2019). Corporate governance and corporate social responsibility disclosures in insurance companies. *International Journal of Accounting & Information Management*

Paltrinieri, D, A., Migliavacca, M., Piserà, S., (2020). Islamic finance development and banking ESG scores: evidence from a cross-country analysis. *Research in International Business and Finance*, Vol. 51.

Patricia C., Antoine R. (2016). Corporate Governance And Corporate Social Responsibility: A Typology OF OECD Countries, *Journal of Governance and Regulation*. Vol. 5, No. 2.

Puneeta Goel. (2018). Implications of corporate governance on financial performance: an analytical review of governance and social reporting reforms in India, *Asian Journal of Sustainability and Social Responsibility*, Vol. 3, Article number: 4.

Ramzan, M., Amin, M., Abbas, M. (2021). How does corporate social responsibility affect financial performance, financial stability, and financial inclusion in the banking sector? Evidence from Pakistan. *Research In International Business and Finance*, Vol. 55.101314.

Sarkis, J., Wang, Z., Hsieh, T. (2018). CSR Performance and the Readability of CSR Reports: Too Good to be True?. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 25, No.1.

Tarek, A., Ahmed, A. (2020), Tax avoidance, corporate governance, and corporate social responsibility: The case of the Egyptian capital market, *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, Vol. 38.

Velte, P. (2020). Corporate social responsibility and earnings management: A literature review. *Corporate Ownership & Control*. Vol. 17. No.2, pp. 8-19.



[www.transparency.org/cpi](http://www.transparency.org/cpi)

## **Proposing a Social Responsibility Model based on framework of corporate governance mechanisms with an Emphasis on Financial Transparency**

**Navid Rafiee<sup>22</sup>,Majid Zanjirdar<sup>23</sup> ,Hamid Reza Ghasemi<sup>24</sup>**

### **Abstract:**

The corporate social responsibility approach, which offers a modern and stakeholder-oriented concept of companies, includes the economy, law and behavior of businesses, which is generalized to the company's stakeholders and shareholders in a network. Financial transparency is one of the most important issues in social responsibility and framework of corporate governance mechanisms that provide the above. Effective framework of corporate governance mechanisms are a fundamental factor in financial transparency. Therefore, it is very important to identify the factors that can achieve social responsibility through the framework of corporate governance mechanisms and financial transparency. Therefore, the purpose of this study is to model the relationship between social responsibilities and framework of corporate governance mechanisms with emphasis on financial transparency, which for this purpose by studying domestic and foreign articles and using the method of content analysis, identification and extraction of themes. The research findings led to the presentation of four main themes including Mandating, Monitoring, infrastructural and structural themes, and sixteen sub-themes that form the components of the model. Considering that the factors affecting social responsibilities based on the mechanisms of corporate governance principles with emphasis on financial transparency have not been studied so far, so the results of this study and recognizing the components affecting enrichment and knowledge in research in the field of responsibility Social and corporate leadership helps.

**Keywords:** Social Responsibility - framework of corporate governance mechanisms - Financial Transparency - Content Analysis

**JEL Classification:** G30 , M14

---

<sup>22</sup> Department of Financial, Arak Branch, Islamic Azad University, Arak, Iran.navidrafiee88@gmail.com

<sup>23</sup> Department of Financial, Arak Branch, Islamic Azad University, Arak, Iran (Corresponding author).  
zanjirdar08@gmail.com

<sup>24</sup> Department of Public Administration, Arak Branch, Islamic Azad University, Arak,  
Iran.hr.ghasemi1382@gmail.com

