Journal of Advances in Finance and Investment
Volume 5, Issue 1, 2024
pp. 163-192.
Paper type: Research paper

Identify and rank the components of social responsibility disclosure and provide an indigenous model

Hadi Javanshir[1], Jamadoordi Gorganli Davaji[2], Parviz Saeedi[1], Arash Naderian[1]

Received: 28/09/2022 Accepted: 30/03/2024

Extended Abstract

Introduction

In the early 21st century, the collapse and financial scandals of several high-profile companies, including Enron, highlighted the critical importance of robust corporate social responsibility (CSR) practices in the global economy. These events underscored the need for businesses to improve their environmental and social practices, aligning corporate actions with broader societal expectations. As global trade expanded, recent studies indicated a growing trend towards increased international CSR disclosures (Hoang and Tran, 2021). CSR represents a comprehensive assessment of a company's impact on society, addressing critical issues such as unemployment, poverty, environmental pollution and other social challenges (Abdi *et al*., 2019). Providing high-quality, comparable information is essential for stakeholders' decision-making processes, significantly influencing the qualitative characteristics of financial reporting. The evolution of CSR is evident in the changing relationship between corporations and society, where companies are expected to address a broader spectrum of responsibilities beyond economic performance. This study aims to identify and rank the components of CSR disclosure and develop an indigenous model tailored to the unique context of Iranian companies. The study seeks to address the gap between current CSR practices in Iranian companies and societal expectations, promoting greater transparency and accountability.

Literature Review

The development of comprehensive CSR disclosure requirements has become a focal point for regulatory bodies and stock exchanges, aiming to enhance non-financial transparency and accountability in capital markets (Masoud and Vij, 2021). Over the past few decades, CSR has evolved into a critical aspect of corporate governance, ethical behavior and environmental stewardship. This literature review explores

1. Department of Accounting, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katul, Iran.
2. Department of Accounting, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katul, Iran. (Corresponding Author). gorganli@aliabadiau.ac.ir

How to cite this paper: Javanshir, H., Gorganli Davaji, J., Saeedi, P., Naderian, A. (2024). Identify and rank the components of social responsibility disclosure and provide an indigenous model. *Advances in Finance and Investment, 5*(1), 163-192. [In Persian]

https://doi.org/10.71729/afi.2024.1088556

various dimensions of CSR, from environmental responsibilities to social and ethical issues, illustrating the multifaceted nature of CSR and its integration into business practices (Lari Dasht Bayaz *et al*., 2019). Recent studies highlight the importance of CSR in building sustainable business models, with particular attention to stakeholder engagement and ethical governance (Pour Aghajan and Malek Pour, 2018). Theoretical frameworks such as positive accounting theory and agency theory provide insights into the motivations and impacts of CSR disclosures (Mir Abbasi and Sohrabi, 2022). The literature also examines the global and regional standards and guidelines that inform CSR practices, emphasizing the need for companies to address broader societal expectations. By reviewing these standards, this study lays the groundwork for developing a comprehensive CSR disclosure model suitable for Iranian companies, integrating international and regional best practices to create a framework that is both relevant and effective in the Iranian context (Rajabi and Jafari, 2022).

Research Methodology

This study employs a mixed-methods approach, combining applied and fundamental research to develop and validate robust CSR disclosure indicators for Iranian companies. The research methodology involves several key steps: Delphi forecasting, AHP ranking and the use of structured questionnaires to collect and analyze data. The sample includes professionals, academics and experienced managers specializing in corporate reporting and CSR. Data collection involved both library research and content analysis of financial reports from companies listed on the Tehran Stock Exchange (TSE). Analytical tools such as Excel and AHP TOPSIS were employed for data processing and analysis. The study's methodological rigor was ensured through the careful selection of indicators, consultation with experts and adherence to international CSR standards. The Delphi method allowed for iterative refinement of the indicators based on expert feedback, while AHP ranking provided a structured approach to prioritize the components. This robust methodological framework aimed to identify and rank the most relevant CSR components, providing a reliable basis for developing an indigenous CSR disclosure model tailored to the Iranian corporate environment. This comprehensive approach ensures that the proposed model is both scientifically rigorous and practically applicable, addressing the specific needs and challenges of CSR disclosure in Iran.

Results

The findings from the analysis show significant variability in the importance of different CSR components. Customer-related factors were found to be the most critical, with a relative weight of 0/220, followed by community responsibilities (0/174), environmental issues (0/140), products and services (0/128), energy (0/117), economic factors (0/112) and human resources (0/108). The low level of social dimension disclosure among Iranian companies indicates a substantial gap between current practices and societal expectations, underscoring the need for stringent regulations and standards to enhance corporate transparency and accountability. The analysis revealed that customer-related factors, including health and safety measures, responsiveness to customer needs and product safety standards, are paramount. In

contrast, energy and economic factors, though significant, are currently less emphasized. The results also highlight the critical role of community responsibilities and environmental issues, which require greater attention from Iranian companies. These findings suggest a pressing need for regulatory bodies to develop comprehensive CSR guidelines that align with societal expectations, promoting better transparency and accountability in corporate practices. The study also provides a detailed ranking of the CSR components, offering valuable insights for policymakers and corporate managers to focus their efforts on the most impactful areas.

Discussion and Conclusion

The discussion emphasizes the implications of these findings for corporate practice and policy. The significant gap between current CSR disclosures and societal expectations in Iran highlights a pressing need for regulatory intervention. Key areas for improvement include the health and safety of customers, responsiveness to customer needs and stringent product safety standards. The proposed indigenous CSR disclosure model offers a comprehensive framework to bridge this gap, promoting greater alignment between corporate activities and social responsibilities. By adopting this model, Iranian companies can enhance their CSR practices, contributing to sustainable development and improved stakeholder trust. The study's conclusions underscore the necessity for the Tehran Stock Exchange and other regulatory bodies to implement these recommendations, fostering a culture of transparency and accountability. This enhanced disclosure framework will not only meet stakeholder expectations but also support the broader goals of social and environmental sustainability. The study's contributions are significant, providing a comprehensive, context-specific approach to CSR that can serve as a benchmark for future research and practice in similar developing economies. Furthermore, the study highlights the potential benefits of improved CSR practices, including enhanced corporate reputation, increased investor confidence and better alignment with international standards. The implementation of the proposed model is expected to lead to more consistent and transparent CSR reporting, ultimately benefiting all stakeholders involved. The discussion also calls for ongoing research and continuous improvement of CSR practices, emphasizing the dynamic nature of CSR and the need for companies to adapt to evolving societal expectations and regulatory requirements.

Conflict of Interest

The authors of this article declared no conflict of interest regarding the authorship or publication of this article.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Evaluation Disclosure Level, Iranian Companies, Social Dimension Components and Indicators.

JEL Classification: M14, P29, G39.

پیشرفت‌های مالی و سرمایه‌گذاری
سال پنجم، بهار ۱۴۰۳ – شماره ۱
صفحات ۱۹۲-۱۶۳
نوع مقاله: پژوهشی

شناسایی و رتبه‌بندی مؤلفه‌های افشای مسئولیت اجتماعی و ارائه الگوی بومی

هادی جوانشیر[۱]، جمادوردی گرگانلی دوجی[۲]، پرویز سعیدی[۱]، آرش نادریان[۱]

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۷/۰۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۱/۱۱

چکیده

هدف: ضرورت پاسخگویی و توجه به سایر گروه‌های اجتماع و همچنین آثار زیست‌محیطی ناشی از فعالیت‌های بنگاه اقتصادی موجب شد تا مفهوم افشای مسئولیت اجتماعی در مباحث نظری حسابداری مطرح شود. تقاضای روزافزون ذی‌نفعان از شرکت‌ها برای پذیرش مسئولیت‌های اجتماعی، شرکت‌ها را به درگیرشدن در مسئولیت‌های زیست‌محیطی و اجتماعی تشویق کرده است؛ باتوجه‌به این ضرورت هدف از پژوهش حاضر، شناسایی و رتبه‌بندی مؤلفه‌های افشای مسئولیت اجتماعی و ارائه الگوی بومی می‌باشد.

روش‌شناسی پژوهش: با استفاده از روش‌های پیش‌بینی دلفی، تحلیل سلسله‌مراتبی و پرسش‌نامه در یک چهارچوب جامع ارائه و مورد تحلیل قرار داده است. همچنین، وضعیت موجود آن و سطح افشای بعد اجتماعی در شرکت‌ها از طریق تحلیل محتوای گزارش‌های هیأت‌مدیرهٔ شرکت‌های ایرانی تعیین گردیده است.

یافته‌ها: یافته‌ها بیان‌کنندهٔ این است که مهم‌ترین مؤلفه‌های بعد اجتماعی از نظر اولویت عبارتند از عامل مشتریان با وزن نسبی ۰/۲۲۰ در رتبه اول و پس از آن عامل مسئولیت‌های جامعه با وزن نسبی ۰/۱۷۴ در رتبه دوم و مسائل محیطی با وزن نسبی ۰/۱۴۰ در رتبه سوم و محصولات و خدمات با وزن نسبی ۰/۱۲۸ در رتبه چهارم و انرژی با وزن نسبی ۰/۱۱۷ در رتبه پنجم و اقتصادی با وزن نسبی ۰/۱۱۲ در رتبه ششم و منابع انسانی با وزن نسبی ۰/۱۰۸ در رتبه هفتم اهمیت قرار دارد؛ در مجموع، سطح پایین افشای بعد اجتماعی در شرکت‌های ایرانی نشان‌دهندهٔ شکاف بالای وضعیت موجود از انتظارات جامعه است و مستلزم وجود مقررات، الزامات و استانداردهای مناسب در حوزهٔ گزارشگری و افشای شرکت‌ها برای پاسخگویی به انتظارات ذی‌نفعان و جامعه است.

اصالت / ارزش‌افزوده علمی: نتایج تحلیل مسیر و شاخص‌های مطلوب برازش مدل ساختاری، بیان‌کنندهٔ معناداری و تبیین و توجیه مناسب کلیهٔ مؤلفه‌ها برای افشای بعد اجتماعی مسئولیت شرکت‌ها است و باعث می‌شود تا با رشد و توسعهٔ صنایع و واحدهای تجاری مختلف، عواقب و تأثیرات فعالیت‌های آن‌ها بر جامعه و عدم ارائه گزارشگری اجتماعی، شکاف میان انتظارات واحدهای اقتصادی و انتظارات جامعه کاهش پیدا کند.

کلیدواژه‌ها: ارزیابی سطح افشا، شرکت‌های ایرانی، مسئولیت اجتماعی، مؤلفه‌ها و شاخص‌های اجتماعی.
طبقه‌بندی موضوعی: M14, P29, G39.

۱. گروه حسابداری، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران.
۲. گروه حسابداری، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران. (نویسنده مسئول). gorganli@aliabadiau.ac.ir

استناد: جوانشیر ، هادی؛ گرگانلی دوجی، جمادوردی؛ سعیدی، پرویز ؛ نادریان، آرش. (۱۴۰۳). شناسایی و رتبه‌بندی مؤلفه‌های افشای مسئولیت اجتماعی و ارائه الگوی بومی. *پیشرفت‌های مالی و سرمایه‌گذاری*، ۵(۱). ۱۹۲-۱۶۳.

https://doi.org/10.71729/afi.2024.1088556

۱- مقدمه

باتوجه‌به فروپاشی و رسوایی مالی برخی شرکت‌ها از جمله انرون در اوایل قرن ۲۱ بحث در خصوص جایگاه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها[1] در اقتصاد جهانی و خصوصاً شرکت‌های بین‌المللی برای بهبود شرایط محیطی و اجتماعی افزایش یافته است. همگام با توسعهٔ تجارت جهانی، پژوهش‌های اخیر حرکت در مسیر افشای بیشتر در سطح بین‌المللی را نشان می‌دهد (Hoang and Tran, 2021). در قرن جدید، مقایسهٔ درک ملل از مسئولیت اجتماعی و نقش واحدهای تجاری در جامعه بسط یافته است و توسعه بین‌المللی قابل ملاحظه‌ای در جنبش افشای مسئولیت اجتماعی در این قرن رخ داده است و در سطح جهانی توجه به حقوق انسانی، اجتماعی و محیطی بسیار مورد توجه است (Nosratzadeh *et al*., 2021).

تغییرات صورت‌گرفته در انتظارات و باورهای عمومی طی دههٔ ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ باعث شد شرکت‌ها علاوه بر حوزهٔ اقتصادی به سایر جوانب مدنظر افراد و بهره‌وران توجه کنند. مسئولیت اجتماعی از جمله جوانبی است که به آن توجه ویژه شده است. مسئولیت اجتماعی در یک جمله به معنای بررسی تأثیر فعالیت‌های سازمان بر جامعه است و با بیکاری، فقر، آلودگی زیست‌محیطی و مسائل اجتماعی دیگر در ارتباط است؛ بنابراین بحث افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و افشاهای مرتبط با آن در سال‌های اخیر اهمیت زیادی پیدا کرده است (Abdi *et al*., 2019). از جانبی تهیه و ارائه اطلاعات باکیفیت، لازمه تصمیم‌گیری ذی‌نفعان واحدهای تجاری است. یکی از ویژگی‌های این اطلاعات، داشتن قابلیت مقایسه با سایر شرکت‌های همتا، به‌عنوان یکی از ویژگی‌های کیفی این اطلاعات است. مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌تواند روی ویژگی‌های کیفی گزارشگری مالی تأثیرگذار باشد.

این توسعه در تکامل پژوهش‌های حوزهٔ مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به‌وضوح قابل‌مشاهده است و حتی ارتباط میان دولت و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نیز مورد بررسی قرار گرفته است. از زمان اولین مطالعه کلاسیک صورت‌گرفته توسط بوون (Bowen, 2013)، اهمیت افشای مسئولیت اجتماعی و تأثیر آن بر جامعه از جنبه‌های مختلف مورد کاوش پژوهشگران قرار گرفته و منجر به بروز دیدگاه‌های متفاوتی درباره مسئولیت اجتماعی شده است که در نهایت منجر به توسعه چهارچوب افشا و مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها است (Barzegar and Hasas Yeganeh, 2015). امروزه مسئولیت اجتماعی برای اکثر سازمان‌ها مهم به شمار می‌رود. پیشرفت‌های اجتماعی – اقتصادی به نوبه خود سبب انتقال میزان زیادی از قدرت به اقتصاد شده است. بسیاری از این پیشرفت‌ها از تغییرات گسترده

1. Corporate Social Responsibility (CSR)

در ساختارهای اقتصادی سرچشمه می‌گیرد (Grossi *et al*., 2020). بر اثرِ شرایط مطلوب جدید، امکان تأثیرگذاری بیشتری برای شرکت‌ها فراهم شده، ولی درعین‌حال احتمال سوءاستفاده از قدرت به‌وسیله آن‌ها نیز به وجود آمده است. در این اثنا، مسئولیت اجتماعی به‌عنوان عنصر مهارکننده قدرت، تأثیر و تخلفات شرکت‌ها اهمیت زیادی به دست آورده است در وضعیتی که شرکت‌ها به‌سرعت به‌سوی جهانی‌شدن حرکت می‌کنند، دیگر آن‌ها نمی‌توانند تنها با فعالیت‌های اقتصادی و بیشینه‌سازی ارزش سهامداران، ارزش و اعتبار خود را در صحنهٔ رقابت حفظ کنند (Grossi *et al*., 2020)؛ بنابراین حساسیت سازمان‌های دولتی به مسائل مختلف عمومی جامعه محلی، مقوله‌ای ارزشمند است که تنها می‌تواند از طریق افشای مسئولیت اجتماعی جنبه عملی و کاربردی به خود بگیرد. سازمان‌های دولتی بنا به سهم و نقش زیادی که در فرهنگ‌سازی و القای هنجارها دارند، می‌توانند طلایه‌دار تحقق و ترویج این مفهوم در اداره امور باشند تا دیگر بخش‌های غیردولتی با الهام و الگوبرداری از سازمان‌های دولتی دراین‌خصوص به پذیرش و استقرار مفهوم افشای مسئولیت اجتماعی در بخش متبوع مبادرت ورزند؛ لذا باتوجه‌به اهمیت موارد مطرح‌شده می‌توان ادعا نمود که انجام پژوهشی با عنوان شناسایی و رتبه‌بندی مؤلفه‌های افشای مسئولیت اجتماعی و ارائه الگوی بومی ضرورت می‌یابد.

۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

امروزه توسعه فراگیر الزامات افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و پایندگی آن‌ها به‌منظور ایجاد شفافیت و پاسخگویی فرامالی در بازارهای سرمایه، موردتوجه نهادهای مقررات‌گذار و بورس‌های اوراق بهادار قرار گرفته است (Masoud and Vij, 2021). در سال‌های گذشته، مسئولیت‌پذیری اجتماعی اهمیت و مقبولیت زیادی پیدا کرده است و بهره‌وران به این موضوع توجه ویژه‌ای کرده‌اند؛ در نتیجه شرکت‌ها باید مؤلفه‌های مختلف مسئولیت‌پذیری اجتماعی خود را افشا کنند؛ نمونه‌های بی‌شماری از بی‌مسئولیتی شرکت‌ها در زمینهٔ چالش‌های محیط زیستی، مسائل اجتماعی، اخلاقی و حاکمیتی، توجه عموم و رسانه‌ها را به خود جلب کرده است (Lari Dasht Bayaz *et al*., 2019). همچنین در طول چند دههٔ گذشته، به‌ویژه در دو دههٔ اخیر علاقهٔ روبه‌رشدی به پژوهش در خصوص رفتار شرکت‌ها و تأثیر رفتار آن‌ها بر جامعه به وجود آمده است. باتوجه‌به پیچیده‌شدن ارتباط شرکت‌ها با یکدیگر و همچنین با دولت و افراد حاضر در جامعه، شرایطی به وجود آمده است که شرکت‌ها باید نه‌تنها به بهره‌وران بلکه به تک‌تک مردم پاسخگو باشند (Mir Abbasi and Sohrabi, 2022). منظور از مسئولیت اجتماعی سازمان، پیوستگی و اتحاد میان فعالیت‌ها و ارزش‌های سازمان به‌گونه‌ای که منافع تمام ذی‌نفعان شامل سهامداران، مشتریان، کارکنان، سرمایه‌گذاران و عموم جامعه، در سیاست و عملکرد

سازمان منعکس شود (Pour Aghajan and Malek Pour, 2018). افزایش فشار برای مسئولیت اجتماعی یکی از مهم‌ترین مشکلات تجاری برای شرکت‌ها محسوب می‌شود. شرکت‌ها، خصوصاً آن‌هایی که در بازارهای جهانی فعالیت دارند، درحالی‌که حداکثرکردن ارزش سهامداران را دنبال می‌کنند، بیش‌ازپیش مستلزم تعادل و توازن عناصر اجتماعی، اقتصادی و محیطی تجاری خود هستند (Rezaeian *et al*., 2020).

در شرکت‌های بزرگ، مفاهیمی چون مسائل زیست‌محیطی، عملکرد اجتماعی و مسئولیت اجتماعی، کلید بقای شرکت است و موجب پایداری آن‌ها می‌شود و این هدف‌ها به یک مزیت رقابتی تبدیل شده است؛ مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها کاملاً نزدیک به مفهوم توسعهٔ پاینده و وابسته به سه عنصر اساسی شامل حمایت محیطی، رشد اقتصادی و عدالت اجتماعی است. توسعهٔ پایدار به مفهوم افشا و گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها توجه خاصی دارد (Hegde and Mishra, 2019). به‌طورکلی باید گفت مسئولیت اجتماعی منافع بسیاری برای جامعه دارد؛ برای نمونه باعث جلوگیری از تحمیل هزینه‌های شرکت‌ها (مانند آلودگی، مصرف منابع طبیعی و بهره‌کشی از افراد حاشیه‌نشین) بر جامعه می‌شود؛ هرچند ممکن است شرکت‌ها از منابع مشترک (اجتماعی) بهره‌کشی کنند؛ بااین‌حال، اقدامات مسئولیت‌پذیرانهٔ اجتماعی سبب می‌شود شرکت‌ها در برابر این هزینه‌ها، پاسخگو باشند. بهره‌وران می‌توانند با اعمال فشار روی شرکت‌ها، آن‌ها را به بازیافت، سرمایه‌گذاری در فناوری‌های دوستدار محیط زیست و مشارکت در اقدامات بشردوستانه وادار کنند (Hoang and Tran, 2021). نکتهٔ مهم آن است که مؤلفه‌های افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها رهنمودهای کلی است و عمدتاً یک یا چند مؤلفهٔ اجتماعی را سنجیده‌اند و نه همهٔ آن را؛ بنابراین ارائهٔ معیارها و مؤلفه‌های افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به‌صورت جامع و باتوجه‌به همهٔ مؤلفه‌های آن در یک رویکرد ترکیبی از رهنمودها و استانداردهای مختلف بین‌المللی و منطقه‌ای با تأکید بر محیط شرکتی و با درنظرگرفتن قابلیت سنجش و افشای آن‌ها هستند (Masoud and Vij, 2021). بسترسازی لازم برای مؤلفه‌های افشای مسئولیت اجتماعی در شرکت‌ها با حمایت و مساعدت مدیریت ارشد شرکت‌ها، سهامداران نهادی و مسئولین ذی‌ربط برای آموزش و فرهنگ‌سازی عملکرد اجتماعی پایدار شرکت‌ها و ایجاد انگیزه و مشوق‌های لازم در شرکت‌ها همراه با تدوین الزامات و مقررات مناسب توسط نهادهای مرتبط در حوزهٔ گزارشگری شرکت‌ها از جمله سازمان بورس اوراق بهادار با همکاری نهادهای فعال در حوزهٔ اجتماعی و فرهنگی کشور برای پاسخگویی به انتظارات جامعه صورت می‌گیرد. به‌طورکلی مؤلفه‌های اساسی برای افشای مسئولیت اجتماعی در یک رویکرد مقایسه‌ای میان سازمان‌ها و نهادهای فعّال در این حوزه، شامل کارکنان، مشتریان، حقوق بشر، جامعه، فساد و رعایت و تبعیت از قوانین مرتبط با آن‌ها است. در

مجموع، وضعیت فعلی مؤلفه‌های افشای مسئولیت اجتماعی در واحدهای اقتصادی، بیان کنندهٔ شکاف قابل‌توجه میان انتظارات جامعه از شرکت‌ها و عملکرد واقعی آن‌ها است (Ameraldo and Ghazali, 2021).

به دلیل اینکه هر واحد تجاری عضوی از جامعه و در ارتباط با سایر اعضای جامعه هست لازم است که از تعهدات و مسئولیت‌های خود آگاه باشد و آن‌ها را محدود به حفظ منافع سهامداران نداند و بداند که در قبال اعتباردهندگان، کارکنان، مشتریان، فروشندگان، گروه‌های موجود در جامعه و همچنین محیط زیست اطراف خود مسئول است. مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها و شرکت‌ها از جمله سازمان‌های دولتی فقط یک الزام اخلاقی و یا بازاریابی اجتماعی تلقی نمی‌شود؛ بلکه عنصر بزرگی در حلقه مفقوده رابطه سیاست‌های دولت و سیاست‌های سازمان‌های دولتی است (Rajabi and Jafari, 2022). از جمله مشکلات مسئولیت اجتماعی سازمان‌های دولتی می‌توان به مسائلی چون فقدان مشارکت مردمی، کمبود سازمان‌های مردم‌نهاد ساختاریافته، بحث شفافیت، نیاز به ساخت ظرفیت‌های محلی و درک محدود از ابتکارات مشارکت اجتماعی اشاره کرد. افشای مسئولیت اجتماعی زمانی برای مردم جا می‌افتد که ارزش و فرهنگ آن در ذهنیت‌ها ایجاد شود. در حال حاضر مؤلفه‌های روشنی در مسئولیت اجتماعی سازمان‌های دولتی برای همه جوامع وجود ندارد و باید همه ملاحظات فرهنگی و اخلاقی در هر جامعه رعایت شود؛ در واقع افشای مسئولیت اجتماعی سازمان‌های دولتی را ملزم به رعایت تعدادی هنجارهای اجتماعی خواهد کرد (Khoshkar *et al*., 2022). نکتهٔ مهم آن است که شاخص‌ها و معیارهای افشای بعد اجتماعی مسئولیت شرکت‌ها که به مهم‌ترین آن‌ها در بخش بعد اشاره می‌شود، برخی رهنمودهای کلی است و عمدتاً یک یا چند مؤلفهٔ اجتماعی را سنجیده‌اند و نه همهٔ آن را (Barzegar and Ghavasi Kanari, 2016). نظریه حسابداری مثبت یا نظریه نمایندگی، نظریه دیگری است که برای توضیح مسئولیت اجتماعی شرکت از آن استفاده می‌شود. این نظریه در زمینه افشای مسئولیت اجتماعی شرکت استفاده شد (Friedman and Miles, 2006). شرکت‌ها به مثابهٔ شهروندان اجتماع بهترین نوع نگرش به پدیده مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها است. درحالی‌که اکثر شرکت‌ها امروزه اعتقاد دارند که باید به مسئولیت‌های اجتماعی و محیطی با رویکرد توسعهٔ پاینده توجه داشته باشند، دامنه و مرزهای گزارشگری و افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها برای شرکت‌های ایرانی تعیین‌شده و واضح نیست. درک مناسبی از ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در کشور ما وجود ندارد و برای تبیین مفهوم عملیاتی از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و شناخت ماهیت، نوع و محتوای آن در شرکت‌های ایرانی، پژوهش‌های جامعی صورت نگرفته است. در ایران به‌عنوان یک کشور درحال‌توسعه با رویکرد توسعهٔ پاینده بر اساس قانون اساسی، سیاست‌های کلی سند چشم‌انداز ۱۴۰۱ و برنامهٔ پنجم توسعهٔ اقتصادی

و اجتماعی و فرآیند خصوصی‌سازی ضروری به نظر می‌رسد تا بتوان بر مبنای یک مطالعهٔ تجربی و نتایج حاصل از آن، به درک و توسعهٔ افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در شرکت‌های ایرانی کمک کرد. در حال حاضر در ایران مقررات و استانداردهای مشخصی برای افشای مسئولیت اجتماعی در گزارش‌های سالانه در سطح شرکت‌ها به طور جداگانه یا یکپارچه وجود ندارد؛ لذا، این پژوهش به دنبال این است که با مطالعه و ارزیابی مدل‌ها و استانداردهای موجود مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در پژوهش‌های مختلف و درنظرگرفتن شرایط محیطی شرکت‌های ایران و نظرهای خبرگان، مؤلفه‌ها و شاخص‌های افشای بعد اجتماعی مسئولیت شرکت‌ها در گزارش‌های سالانه را ارائه و وضعیت موجود آن را مورد بررسی قرار دهد. این پژوهش و نتایج حاصل از آن می‌تواند گام مؤثری برای ایجاد شناخت، درک و انگیزهٔ لازم برای این امر و توجه‌دادن به مدیران و تدوین‌کنندگان مقررات برای لحاظ‌کردن این مقوله در اهداف گزارشگری و افشای داوطلبانه یا الزامی شرکت‌ها به ذی‌نفعان با نگرش توسعهٔ پایدار در جامعه باشد؛ بنابراین دغدغه پژوهشگر پاسخ به این سؤال است که: شناسایی و رتبه‌بندی مؤلفه‌های افشای مسئولیت اجتماعی و ارائه الگوی بومی به چه صورت است؟

مهم‌ترین مؤلفه‌های افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ایران کدام هستند؟

مهم‌ترین مؤلفه‌های مسائل محیطی در افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ایران کدام هستند؟

مهم‌ترین مؤلفه‌های محصولات و خدمات در افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ایران کدام هستند؟

مهم‌ترین مؤلفه‌های منابع انسانی در افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ایران کدام هستند؟

مهم‌ترین مؤلفه‌های مشتریان در افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ایران کدام هستند؟

مهم‌ترین مؤلفه‌های مسئولیت‌های جامعه در افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ایران کدام هستند؟

مهم‌ترین مؤلفه‌های انرژی در افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ایران کدام هستند؟

مهم‌ترین مؤلفه‌های اقتصاد در افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ایران کدام هستند؟

اولویت (وزن) هر یک از مؤلفه‌های افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ایران نسبت به هم چگونه است؟

مدل مناسب برای افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ایران کدام است؟

هوانگ و تران (Hoang and Tran, 2021)، به مطالعه افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی شرکت‌های ساختمانی (شواهدی از ویتنام) پرداختند. بر اساس ۱۳۵ نمونه مشاهدات از ۲۷ شرکت ساختمانی فهرست‌شده در بورس اوراق بهادار ویتنام که طی دوره ۲۰۱۴ الی ۲۰۱۸ بررسی شد،

این مطالعه یک رابطه مثبت بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی، از جمله رابطه مثبت افشای مسئولیت اجتماعی شرکت محصول در مورد بازده دارایی[1] را نشان داد.

تیبیلتی و همکاران (Tibiletti *et al*., 2020)، به مطالعه این موضوع که آیا حاکمیت شرکتی در افشای مسئولیت اجتماعی شرکت اهمیت دارد؟ (شواهدی از ایتالیا) در عصر پایداری پرداختند. یافته‌ها نشان می‌دهد که هیأت‌مدیره بزرگ احتمال پایبندی به شیوه‌هایی را کاهش می‌دهد که ذی‌نفعان را نزدیک‌تر در فعالیت‌های شرکت درگیر می‌کند، در حالی که شرکت‌هایی که مدیران مستقل بیشتری دارند، تقریباً طبق تعریف، سطح بالاتری از حمایت از سهامداران دارند؛ بنابراین، نیاز به راه‌های بیشتری برای مشارکت ذی‌نفعان در فعالیت‌های شرکت وجود دارد. نتایج همچنین نشان می‌دهد که همپوشانی بین نقش‌های مدیرعامل و رئیس هیأت‌مدیره تأثیر نامطلوبی بر گزارش مسئولیت اجتماعی شرکت دارد.

مسعود و ویج (Masoud and Vij, 2021)، به مطالعه عوامل مؤثر بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها توسط شرکت‌های دولتی لیبی پرداختند. این مقاله رابطه بین متغیرهای خاص شرکت انتخاب‌شده و میزان افشای مسئولیت اجتماعی شرکت توسط شرکت‌های دولتی لیبی را بررسی می‌کند. نمونه اولیه در این مطالعه شامل ۳۱۰ گزارش سالانه از ۹۵ شرکت در یک دوره هشت ساله از سال ۲۰۱۰ الی ۲۰۱۸ می‌باشد. یک رویکرد تحلیل محتوا از گزارش‌های سالانه شرکت‌ها با استفاده از شاخص افشای مسئولیت اجتماعی شرکت بر اساس دستورالعمل‌های ابتکار گزارشگری جهانی استفاده می‌شود. عوامل در این مطالعه در برابر میزان افشای مسئولیت اجتماعی شرکت توسط شرکت‌های دولتی با استفاده از رگرسیون چندگانه تحلیل می‌شوند. یافته اصلی از تحلیل محتوا نشان می‌دهد که میزان افشای مسئولیت اجتماعی شرکت که توسط شرکت‌های دولتی در گزارش‌های سالانه آن‌ها انجام می‌شود، عمدتاً توصیفی است و خیریه و کمک مالی بیشترین موارد افشاشده را تشکیل می‌دهند. یافته‌های اصلی از تحلیل‌های همبستگی و رگرسیون نشان می‌دهد که چهار متغیر از هشت متغیر مستقل پیشنهادی، اندازه شرکت، سن شرکت، نوع بخش و مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها از نظر آماری معنی‌دار و مثبت و با متغیر وابسته افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها مرتبط هستند. باتوجه‌به مشخصات مدیران شرکت‌های دولتی، به نظر می‌رسد کسانی که در حوزه‌های مسئولیت اجتماعی مسئولیت‌پذیری دارند، تأثیر قابل‌توجهی بر افشای اطلاعات از این نظر دارند؛ شاید به این دلیل که حرفه آن‌ها باعث می‌شود آن‌ها از چنین موضوعاتی بیشتر آگاه شوند.

هج و میشرا (Hegde and Mishra, 2019)، در پژوهش خود تأثیر تأهل رئیس هیأت‌مدیران را بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت مورد بررسی قرار دادند. آن‌ها برای سنجش افشای مسئولیت

1. Return on Asset (ROA)

اجتماعی از شاخص‌های کی.ال.دی استفاده کردند. این شاخص هفت بخش از مسئولیت اجتماعی (راهبری شرکتی، تنوع‌پذیری، اجتماع، کارکنان، حقوق بشر، محیطی و تولید) را مدّنظر قرار می‌دهد. نتایج نشان دادند تأهل رئیس هیأت‌مدیران محرّک مهمی برای تصمیم‌گیری‌های اجتماعی شرکت‌ها است.

وودیچندنن (Wuttichindanon, 2017)، در پژوهشی افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی و عوامل تعیین‌کننده افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی در بورس اوراق بهادار تایلند[1] بررسی نمود. در این پژوهش از سه متغیر مستقل استفاده نمودند: قدرت سهامدار (مالکیت دولتی)، دید عمومی (اندازه شرکت و سن) و عملکرد اقتصادی (سودآوری و اهرم). نتایج نشان داد که شرکت‌های دولتی یا شرکت‌های بزرگ احتمال بیشتری نسبت به گزارش پایداری را ترجیح می‌دهند. علاوه بر این، تجزیه‌وتحلیل محتوا از افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی در سه صنایع منابع، فناوری و محصولات صنعتی انجام شد. ۹ اجزای مسئولیت اجتماعی شرکتی با ۴۳ شاخص توسعه داده شد. بالاترین مسئولیت اجتماعی شرکتی، موارد افشاشده مربوط به برداشت اعلام نگرانی‌های حقوق بشر و برابری، داشتن سیاست ضدفساد و سخاوتمندانه بود؛ علاوه بر این، ارتباط مثبت بین تعداد اقلام افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی و مالکیت دولتی وجود دارد. بین دید عمومی و عملکرد اقتصادی با تعداد اقلام افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی، ارتباط مثبت و معناداری وجود ندارد. این یافته‌های پژوهشی از پیشنهاد نظریه ذی‌نفعان پشتیبانی می‌کند.

احسان و کالیم (Ehsan and Kaleem, 2012)، در پژوهشی به این نتیجه رسیده‌اند که ابعاد مورداستفاده برای سنجش مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها شامل دو بعد کارکنان و مشارکت اجتماعی (هدایا و کمک‌های بلاعوض) بوده است که به‌عنوان شاخص مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در نظر گرفته شد. یافته‌ها بیان‌کنندهٔ این بود که شرکت‌های پاکستانی در امور اجتماعی و بهبود استانداردهای زندگی و تسهیلات بهتر برای آموزش و سلامت کارکنان و حمایت‌های محیطی در تغییرات هزارهٔ جدید توجه دارند و اعتقاد بر این است که این امر سبب ایجاد اعتماد و اطمینان کارکنان آن‌ها بر شرکت خواهد شد.

رضاییان و همکاران (Rezaeian *et al*., 2020)، به طراحی الگوی مسئولیت اجتماعی در نظام بانکی کشور پرداختند. این پژوهش با هدف ارائه الگوی یکپارچه مسئولیت اجتماعی در نظام بانکی انجام یافته است. برای انجام‌دادن پژوهش، پس از مرور ادبیات، ابتدا با استفاده از روش دلفی و نظرخواهی از خبرگان به شناسایی ابعاد مسئولیت اجتماعی در نظام بانکی پرداخته شده است. جامعه آماری این بخش ترکیبی از خبرگان دانشگاهی و نظام بانکی کشور در سطح بانک‌های دولتی، خصوصی

1. Stock Exchange of Thailand (SET)

و نیمه‌دولتی بود و نمونه‌گیری از روش طبقه‌ای نسبی انجام شد. برای انجام‌دادن مراحل دلفی، پرسش‌نامه‌ای برگرفته از شاخص‌های مسئولیت اجتماعی در ادبیات و مبانی نظری به خبرگان ارسال شد. نظرسنجی پس از مرحله دوم دلفی متوقف و الگوی مفهومی اولیه تدوین شد؛ سپس در مرحله دوم پژوهش برای بررسی اعتبار الگو، از جامعه آماری به تعداد ۲۲۹۶ نفر که شامل مدیران و کارشناسان مربوطه در نظام بانکی بود، نمونه‌ای به تعداد ۷۴۹ نفر به روش طبقه‌ای نسبی انتخاب و پرسش‌نامه تدوین‌شده بر اساس الگو در میان آن‌ها توزیع شد. پس از انجام‌دادن تجزیه‌وتحلیل در این بخش با استفاده از روش تحلیل عاملی تأییدی، الگوی مفهومی نهایی مسئولیت اجتماعی در نظام بانکی تدوین شد. یافته‌های پژوهش بیانگر ۲ بعد اصلی (ذی‌نفعان اولیه و ذی‌نفعان ثانویه)، ۹ مؤلفه (رقبا، نهادهای نظارتی و قانونی، مشتریان، تأمین‌کنندگان و شرکا، سهامداران، کارکنان، نهادهای حاکمیتی، جامعه و محیط زیست) و ۳۲ شاخص است. در نهایت بر اساس الگوی به‌دست‌آمده مسئولیت اجتماعی بانک‌ها، پیشنهادهایی در زمینه ابعاد ذی‌نفعان اولیه و ثانویه ارائه شد.

باقری‌نژاد و همکاران (Bagherinezhad *et al*., 2020)، به طراحی الگوی مسئولیت اجتماعی مدیریت منابع انسانی در صنعت برق پرداختند. این پژوهش با هدف طراحی الگوی مسئولیت اجتماعی مدیریت منابع انسانی در صنعت برق اجرا شده است. روش پژوهش به‌صورت کیفی و مبتنی بر نظریه‌پردازی داده‌بنیاد نظام‌مند است. برای گردآوری اطلاعات از مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته استفاده شده و تجزیه‌وتحلیل اطلاعات به روش کدگذاری انجام گرفت. نمونه‌گیری به روش نظری و با بهره‌مندی از تکنیک‌های هدفمند و گلوله برفی انجام شد. به این منظور ضمن انجام مصاحبه باز با ۱۵ نفر از مدیران و معاونین و رؤسای گروه‌های منابع انسانی صنعت برق، مجموعه‌ای از مضامین اولیه طی فرآیند کدگذاری باز گردآوری و از آن‌ها مقوله‌هایی استخراج شد. سپس در مرحله کدگذاری محوری، پیوند میان این مقوله‌ها زیرعناوین شرایط علی، پدیده محوری، راهبردها، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر و پیامدها تعیین شد. با تحلیل مصاحبه‌های انجام‌شده در مرحله اول، ۱۷۲ کد اولیه به دست آمد. در کدگذاری انتخابی این مفاهیم به ۶۰ طبقه تبدیل و در نهایت ۲۱ کد محوری استخراج شد که هر کدام زیرمقوله‌های الگوی نظام‌مند (شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، راهبردها، شرایط مداخله‌گر و پیامدها) جای گرفت.

لاری دشت بیاض و همکاران (Lari Dasht Bayaz *et al*., 2019)، در مطالعه خود به افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و ارزش بازار (شرکت‌های خانوادگی در مقابل غیرخانوادگی) پرداختند. این پژوهش، در وهلهٔ اول بررسی رابطه بین افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و ارزش بازار و در وهله دوم بررسی اثر مالکیت خانوادگی بر رابطه مذکور می‌باشد. در این پژوهش برای اندازه‌گیری افشای

مسئولیت‌پذیری اجتماعی از روش تحلیل محتوا و ارزش بازار با استفاده از نسبت کیوتوبین محاسبه شده است. جامعه آماری پژوهش شامل ۱۱۲ شرکت و دوره مطالعه، سال‌های ۱۳۸۶ الی ۱۳۹۵ را در بر می‌گیرد. آزمون فرضیه‌های پژوهش از طریق داده‌های ترکیبی و رویکرد حداقل مربعات تعمیم‌یافته صورت پذیرفته است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که بین افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش بازار رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و از طرفی مالکیت خانوادگی نیز اثر معناداری بر رابطه مذکور ندارد. علاوه بر این، یافته‌ها نشان داد که بین اندازه شرکت و ارزش بازار رابطه منفی و معنادار و بین اهرم مالی، بازده دارایی‌ها، سلامت مالی و نسبت مخارج سرمایه‌ای با ارزش بازار رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

عبدی و همکاران (Abdi *et al*., 2019)، در پژوهشی افشای پایدار از مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی، تمرکز مالکیت و ارزشمندی سود را مورد بررسی قرار دادند. اطلاعات مربوط به ۷۰ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۰ الی ۱۳۹۶ بررسی شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که بین مالکیت غالب و ارزشمندی سود، رابطه منفی و معنادار وجود دارد و از بین مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی، افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی و عوامل تولید بر رابطه بین مالکیت غالب و ارزشمندی سود، تأثیر منفی و معنادار داشته‌اند. درحالی‌که افشای اطلاعات زیست‌محیطی و روابط کارکنان بر این رابطه، تأثیر معنادار و مثبت داشته است. در واقع در شرکت‌هایی که گزارشگری همراه با افشای مسئولیت اجتماعی است، بین مالکیت غالب و ارزشمندی سود رابطه ضعیف‌تری دیده می‌شود.

فیاضی آزاد و همکاران (Fayyazi Azad *et al*., 2017)، به طراحی مدل عوامل مؤثر بر مسئولیت اجتماعی شرکت ملی نفت ایران پرداختند. به‌منظور تحقق این هدف، از مصاحبه، مطالعات کتابخانه‌ای، فیش‌برداری و تحلیل تم، استفاده شد. سپس، با به‌کارگیری روش دلفی و بهره‌گیری از نظرهای ۲۹ نفر از خبرگان آشنا به موضوع پژوهش، مهم‌ترین ابعاد مسئولیت اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن در شرکت نفت شناسایی شد. در مرحلهٔ بعد، پس از تعیین حجم نمونه بر اساس جدول مورگان و روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، ۳۸۵ نفر از کارشناسان ارشد و مدیران شرکت نفت ایران انتخاب شدند و ابعاد و عوامل شناسایی‌شده در قالب پرسش‌نامه‌ای در اختیار آن‌ها قرار گرفت. داده‌ها با روش مدل‌سازی معادلات ساختاری تجزیه‌وتحلیل شد. در نهایت، مدل عوامل مؤثر بر مسئولیت اجتماعی شرکت نفت شامل ۱۲ متغیر، در دو بخش ابعاد مسئولیت اجتماعی (شامل پاسخگویی، رعایت اصول اخلاقی – اجتماعی، قوانین تدوین‌شده، شفافیت و حفظ منافع ذی‌نفعان) و نیز عوامل مؤثر بر آن (شامل آگاهی و باور مدیران ارشد، آموزش، دانش، توجه به رقابت، حفظ محیط زیست، کنترل و ارتباطات) طراحی شد.

قادرزاده و همکاران (Ghaderzadeh *et al*., 2018)، شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها است. یافته‌های پژوهش بر مبنای آزمون فرضیه‌ها با استفاده از مدل رگرسیون چندگانه نشان می‌دهد عوامل اقتصادی، ویژگی‌های شرکت و عوامل راهبری شرکتی تأثیر معنی‌داری بر سطح افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها دارند. همچنین یافته‌های پژوهش در خصوص رتبه‌بندی متغیرهای بااهمیت با استفاده از رویکرد داده‌کاوی شامل مدل‌های درخت تصمیم C5، شبکه‌های عصبی، شبکه‌های بیزین، رگرسیون لجستیک و مقایسه این مدل‌ها با هم نشان می‌دهد مدل درخت تصمیم C5 نسبت به سایر مدل‌ها از کارایی بیشتری برخوردار است. براین‌اساس، به ترتیب، متغیرهای اندازه، اهرم مالی، مالکیت مدیریت، تمرکز مالکیت، دوگانگی مسئولیت مدیرعامل، تورم، سابقه، سودآوری و استقلال هیأت‌مدیره بیشترین اهمیت را در تبیین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها داشته‌اند.

کردستانی و همکاران (Kordestani *et al*., 2018)، به ارزیابی تأثیر افشای مسئولیت اجتماعی بر معیارهای حسابداری، اقتصادی و بازار ارزیابی عملکرد شرکت‌ها پرداختند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که سطح افشای مسئولیت اجتماعی تأثیر مثبت معناداری بر نرخ بازده دارایی‌ها، سود هر سهم و ارزش‌افزوده اقتصادی شرکت‌ها دارد. همچنین سطح افشای مسئولیت اجتماعی تأثیر منفی معناداری بر نرخ هزینه سرمایه شرکت‌ها دارد. بااین‌حال، سطح افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر معیارهای ارزش‌افزوده بازار و نرخ بازده سهام تأثیر معناداری نداشته است.

برزگر و غواصی کناری (Barzegar and Ghavasi Kanari, 2016)، رابطهٔ بین رتبهٔ افشای مسئولیت اجتماعی و سیاست تقسیم سود در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران را بررسی کردند. به‌منظور اندازه‌گیری سطح افشای مسئولیت اجتماعی از روش تحلیل محتوای گزارش‌های هیأت‌مدیره استفاده شد. سطح پایین افشای ابعاد سه‌گانهٔ مسئولیت اجتماعی را می‌توان ناشی از شکاف وضعیت موجود از انتظارات ذی‌نفعان دانست؛ لذا، تدوین الزامات و استانداردهای مناسب برای گزارشگری و افشای این شاخص‌ها در گزارش‌های سالانهٔ شرکت‌ها برای پاسخگویی به انتظارات ذی‌نفعان در بازار سرمایهٔ ایران ضروری می‌باشد. همچنین نتایج رگرسیون حداقل مربعات معمولی گویای آن است که بین سطح افشای مسئولیت اجتماعی با نسبت تقسیم سود، رابطهٔ مثبت و معناداری وجود دارد؛ به بیان دیگر، مدیران شرکت‌هایی که سطح بیشتری از مسئولیت اجتماعی را افشا می‌کنند، به‌منظور جلب رضایت و افزایش علاقهٔ سهامداران، سود بیشتری را نیز بین آن‌ها توزیع می‌نمایند.

فخاری و همکاران (Fakhari *et al*., 2017)، به بررسی تأثیر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت بر کارایی سرمایه‌گذاری پرداختند. شواهد بیانگر این مطلب است که با افشای مسئولیت اجتماعی شرکت،

عدم کارایی سرمایه‌گذاری کاهش و در نتیجه کارایی سرمایه‌گذاری افزایش می‌یابد. برای اندازه‌گیری سطح افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی، از روش تحلیل محتوا استفاده شد. روش پژوهش از نظر هدف کاربردی، از نوع پژوهش توصیفی – همبستگی و از نظر روش جمع‌آوری داده‌ها، پس‌رویدادی است. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از روش رگرسیون چندگانه استفاده شده است. یافته‌های پژوهش بیانگر آن است که افشای مسئولیت اجتماعی به بهبود کارایی سرمایه‌گذاری در شرکت‌ها خواهد انجامید.

برزگر و حساس یگانه (Barzegar and Hasas Yeganeh, 2015)، در پژوهش خود الگویی را برای افشای مسئولیت اجتماعی و پایندگی شرکت‌ها مورد بررسی قرار دادند. نتایج بیانگر آن بود که از ۶۰ شاخص سنجش‌شده در پژوهش به‌صورت متوسط حدود ۴۵ شاخص، یعنی ۷۵ درصد آن‌ها، در گزارش‌های سالانهٔ فعالیت هیأت‌مدیران شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران افشا نمی‌شوند.

برزگر و حساس یگانه (Barzegar and Hasas Yeganeh, 2015)، مؤلفه‌ها و شاخص‌های افشای بعد اجتماعی مسئولیت شرکت‌ها را با رویکرد توسعهٔ پایدار و با استفاده از روش‌های پرسش‌نامه و تحلیل مدل مسیر در یک چهارچوب جامع ارائه و مورد تحلیل قرار داده است؛ همچنین، وضعیت موجود آن و سطح افشای بعد اجتماعی در شرکت‌ها از طریق تحلیل محتوای گزارش‌های هیأت‌مدیرهٔ شرکت‌های ایرانی تعیین گردیده است. نتایج تحلیل مسیر و شاخص‌های مطلوب برازش مدل ساختاری، بیان کنندهٔ معناداری و تبیین و توجیه مناسب کلیهٔ مؤلفه‌ها برای افشای بعد اجتماعی مسئولیت شرکت‌ها است. یافته‌ها بیان‌کنندهٔ این است که مهم‌ترین مؤلفه‌های بعد اجتماعی از نظر انتظارات ذی‌نفعان عبارتند از اخلاق کسب‌وکار، فساد، رشوه‌خواری و مشارکت در توسعهٔ جامعه و همچنین بیشترین افشای اجتماعی در وضعیت موجود گزارش‌های شرکت‌ها عبارتند از مؤلفه‌های کار و کارکنان، مشتریان و مصرف‌کنندگان. در مجموع، سطح پایین افشای بعد اجتماعی در شرکت‌های ایرانی نشان‌دهندهٔ شکاف بالای وضعیت موجود از انتظارات جامعه است.

خدامی‌پور و بزرایی (Khodamipour and Bazraee, 2013)، عوامل حاکمیتی مؤثر بر کیفیت افشا و تأثیر رقابت بر رابطهٔ بین آن‌ها را بررسی کردند و در نتیجهٔ پژوهش بیان کرده‌اند که بین اندازهٔ هیأت‌مدیره و کیفیت افشا رابطهٔ منفی و معناداری وجود دارد در حالی که بین استقلال هیأت‌مدیره و کیفیت افشا رابطهٔ مثبت و معناداری وجود دارد. در خصوص رابطه دوگانگی رئیس هیأت‌مدیره و مدیرعامل با کیفیت افشا و همچنین دررابطه‌با تأثیر رقابت بازار بر رابطهٔ بین ساختار هیأت‌مدیره و کیفیت افشا رابطهٔ معناداری یافت نشده است. قربانی و همکاران (Ghorbani *et al*., 2013) در

پژوهشی نشان دادند که رقابت در بازار محصول دارای اثر راهبردی است و رابطهٔ معنی‌دار U شکلی با کیفیت افشای اطلاعات دارد.

فروغی و همکاران (Foroughi *et al*., 2008)، نگرش مدیران شرکت‌های تولیدی پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران دربارهٔ افشای اطلاعات حسابداری اجتماعی مورد بررسی داده‌اند. این پژوهش توصیفی – پیمایشی، نشان داد که مدیران شرکت‌های ایرانی مایل به افشای اطلاعات مربوط به منافع اجتماعی، منابع انسانی و شرایط کار کارکنان خود هستند؛ ولی برای افشای اطلاعات مربوط به هزینه‌های اجتماعی سازمان خود که ممکن است حیات و یا منافع سازمان را به خطر اندازد، تمایل ندارند.

پژوهش‌های گذشته نشان می‌دهد در حوزه افشای مسئولیت اجتماعی، به‌صورت جداگانه و مجزا پژوهش‌های متعددی انجام شده است؛ به‌عنوان نمونه هوانگ و تران (Hoang and Tran, 2021) به مطالعه افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی شرکت‌های ساختمانی پرداختند و این مطالعه یک رابطه مثبت بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی از جمله رابطه مثبت افشای مسئولیت اجتماعی شرکت محصول در مورد بازده دارایی را نشان داد. همچنین مسعود و ویج (Masoud and Vij, 2021)، به مطالعه عوامل مؤثر بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها پرداختند و نتایج پژوهش‌های آن‌ها نشان داد که چهار متغیر از هشت متغیر مستقل پیشنهادی، اندازه شرکت، سن شرکت، نوع بخش و مسئولیت‌های اجتماعی از نظر آماری معنی‌دار و مثبت و با متغیر وابسته افشای مسئولیت اجتماعی مرتبط هستند. در همین راستا رضاییان و همکاران (Rezaeian *et al*., 2020)، به طراحی الگوی مسئولیت اجتماعی در نظام بانکی کشور پرداختند. یافته‌های پژوهش بیانگر ۲ بعد اصلی (ذی‌نفعان اولیه و ذی‌نفعان ثانویه)، ۹ مؤلفه (رقبا، نهادهای نظارتی و قانونی، مشتریان، تأمین‌کنندگان و شرکا، سهامداران، کارکنان، نهادهای حاکمیتی، جامعه و محیط زیست) و ۳۲ شاخص است. از طرفی، لاری دشت بیاض و همکاران (Lari Dasht Bayaz *et al*., 2019)، در مطالعه خود به افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و ارزش بازار شرکت‌های خانوادگی در مقابل غیرخانوادگی پرداختند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که بین افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش بازار رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و از طرفی مالکیت خانوادگی نیز اثر معناداری بر رابطه مذکور ندارد. علاوه بر این، یافته‌ها نشان داد که بین اندازه شرکت و ارزش بازار رابطه منفی و معنادار و بین اهرم مالی، بازده دارایی‌ها، سلامت مالی و نسبت مخارج سرمایه‌ای با ارزش بازار رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

بنابراین باتوجه‌به بررسی پژوهش‌های پیشین می‌توان دریافت پژوهش‌های انجام‌شده متغیر مسئولیت اجتماعی را به‌صورت جداگانه و محدود با سایر متغیرها مورد بررسی قرار داده است از طرفی

در این پژوهش‌ها به شناسایی و رتبه‌بندی مؤلفه‌های افشای مسئولیت اجتماعی و ارائه الگوی بومی پرداخته نشده است. اما در این پژوهش تلاش گردیده به شناسایی و رتبه‌بندی مؤلفه‌های افشای مسئولیت اجتماعی و ارائه الگوی بومی به‌صورت جامع و گسترده پرداخته شود. همچنین در گام کمی این پژوهش نیز تلاش خواهد شد تا به ارائه الگوی بومی مؤلفه‌های افشای مسئولیت اجتماعی با تحلیل سلسله‌مراتبی و پرسش‌نامه پرداخته شود و اعتبار عوامل حاصل‌شده در جامعه موردمطالعه ارزیابی شود و با روش معادلات ساختاری تلاش خواهد شد تا به بررسی اثر هر یک از عوامل شناسایی‌شده بر افشای مسئولیت اجتماعی پرداخته شود. ازاین‌رو، از جنبه روش شناسایی نیز، پژوهش پیش رو در قیاس با سایر مطالعات انجام‌شده دارای نوآوری است.

۳- روش‌شناسی پژوهش

از نظر جهت‌گیری‌های پژوهشی، پژوهش حاضر از نوع جهت‌گیری ترکیبی از پژوهش کاربردی و بنیادی است و قصد دارد شاخص‌های مهم و معتبر برای افشای بعد اجتماعی مسئولیت شرکت‌ها با رویکرد توسعهٔ پایدار ارائه کند. از لحاظ توسعهٔ شاخص‌های جدید بنیادی و از لحاظ نگاه به ارتقای سطح افشای شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران کاربردی است.

در این پژوهش، جامعهٔ آماری برای بخش پرسش‌نامهٔ پژوهش عبارت است از کلیهٔ افراد حرفه‌ای، آکادمیک، مدیران و کارشناسان باتجربه در حوزهٔ افشا و گزارشگری شرکت‌ها.

برای گردآوری اطلاعات موردنیاز در بخش پیشینهٔ پژوهش و همچنین مبانی نظری، از روش کتابخانه‌ای استفاده شده است. برای جمع‌آوری داده‌های مالی، از شبکه جامع اطلاع‌رسانی ناشران (کدال) و پرسش‌نامه استفاده شده است؛ به این صورت که صورت‌های مالی و گزارش فعالیت هیأت‌مدیرهٔ تمامی شرکت‌ها از این شبکه دریافت شده و سپس تمامی داده‌های موردنیاز، از گزارش سالانهٔ فعالیت هیأت‌مدیره و صورت‌های مالی شرکت‌ها استخراج شده است. برای گردآوری داده‌ها، از نرم‌افزار اکسل[1] و تجزیه‌وتحلیل داده‌ها از نرم‌افزار ای اچ پی تاپسیس[2] استفاده شده است.

برای روایی ابزار پژوهش از روایی محتوا و روایی صوری بهره‌گیری شده است. به این منظور از ابتدا با دقت در پژوهش‌های مربوط به موضوع و استفاده از استانداردها و رهنمودهای شناخته‌شدهٔ بین‌المللی سعی شد از شاخص‌ها و مؤلفه‌های مورد قبول و مناسب استفاده شود. در ادامه با بهره‌گیری از خبرگان این شاخص‌ها مورد بررسی قرار گرفته است و شاخص‌های دیگری نیز بنا به شرایط کشور و محیط شرکتی ایران طراحی و پرسش‌نامه پژوهش تهیه شد.

1. Excel
2. AHP Topsis

٤- تجزیه‌وتحلیل داده‌ها

در این پژوهش برای تحلیل داده‌ها، ابتدا تحلیل توصیفی پاسخ‌دهندگان پرسش‌نامه انجام و با استفاده از روش دلفی ابعاد و مؤلفه‌های افشای مسئولیت اجتماعی را از نظر خبرگان شناسایی و بررسی می‌کنیم؛ حداقل شرایط خبرگان مورداستفاده دارابودن حداقل ۱۰ سال تجربهٔ حرفه‌ای یا آکادمیک در خصوص گزارشگری و افشای شرکت‌ها و حداقل مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد بوده است و در ادامه از طریق تحلیل سلسله‌مراتبی، مهم‌ترین آن‌ها را مشخص و رتبه‌بندی می‌کنیم و در نهایت هم تأثیر مؤلفه‌های شناسایی‌شده را بر عملکرد شرکت‌ها بررسی می‌کنیم (Windle, 2004).

جدول (۱) ماتریس تلفیق‌شده (هندسی) مقایسه‌های زوجی گروهی سطح یک

Table (1) Combined (geometric) matrix of level one group pairwise comparisons

عوامل اصلی	محصولات و خدمات	مشتریان	مسئولیت‌های جامعه	منابع انسانی	مسائل محیطی	اقتصادی	انرژی	وزن	رتبه
محصولات و خدمات	۱	۰/۴۸۰	۰/۸۲۲	۱/۶۰۵	۱/۰۸۷	۰/۷۱۷	۱/۳۷۹	۰/۱۲۸	۴
مشتریان	۲/۵۸۲	۱	۲/۱۸۶	۲/۹۵۱	۰/۹۴۴	۱/۴۱۷	۱/۲۲۳	۰/۲۲۰	۱
مسئولیت‌های جامعه	۱/۲۱۶	۰/۴۵۷	۱	۳/۲۰۰	۱/۱۰۷	۱/۶۹۵	۱/۳۷۹	۰/۱۷۴	۲
منابع انسانی	۰/۶۲۳	۰/۳۳۸	۰/۳۱۲	۱	۱/۰۴۵	۱/۸۲۰	۱/۱۲۱	۰/۱۰۸	۷
مسائل محیطی	۰/۹۱۹	۱/۰۵۹	۰/۹۰۳	۰/۹۵۶	۱	۱/۴۲۰	۱/۰۰۵	۰/۱۴۰	۳
اقتصادی	۱/۳۹۳	۰/۷۰۵	۰/۵۸۹	۰/۵۴۹	۰/۷۰۴	۱	۱/۰۰۰	۰/۱۱۲	۶
انرژی	۰/۷۲۵	۰/۸۱۷	۰/۷۲۵	۰/۸۹۲	۰/۹۹۵	۱/۰۰۰	۱	۰/۱۱۷	۵
IR = ۰/۰۴ < ۰/۱									

نتایج تحلیل جدول (۱) نشان می‌دهد که عامل مشتریان با وزن نسبی ۰/۲۲۰ در رتبه اول و پس از آن عامل مسئولیت‌های جامعه با وزن نسبی ۰/۱۷۴ در رتبه دوم و عامل مسائل محیطی با وزن نسبی ۰/۱۴۰ در رتبه سوم و عامل محصولات و خدمات با وزن نسبی ۰/۱۲۸ در رتبه چهارم و عامل انرژی با وزن نسبی ۰/۱۱۷ در رتبه پنجم و عامل اقتصادی با وزن نسبی ۰/۱۱۲ در رتبه ششم و عامل منابع انسانی با وزن نسبی ۰/۱۰۸ در رتبه هفتم اهمیت قرار دارد. در نهایت نرخ ناسازگاری ماتریس مورد نظر برابر ۰/۰۴ (IR = ۰/۰۴) است و چون این مقدار کمتر از ۰/۱ است (IR < ۰/۱)؛ بنابراین در مقایسه‌های زوجی ماتریس مورد نظر، سازگاری در قضاوت خبرگان وجود دارد.

در گام دوم، برای محاسبه اهمیت (وزن) نسبی هریک از عوامل اصلی پرسش‌نامه‌ای مطابق با فرمت پرسش‌نامه مقایسه دوبه‌دو برای کسب نظرات کارشناسان تهیه و توزیع شد. این پرسش‌نامه شامل یک ماتریس برای مقایسه زوجی عوامل می‌باشد؛ بنابراین به تعداد مقایسه وجود دارد. باتوجه‌به اینکه سطح یک دارای ۷ عامل بوده، پس تعداد مقایسه‌ها و یا سؤالات برابر با $\frac{n(n-1)}{2} = \frac{6(6-1)}{2} =$ 15 پس از تکمیل پرسش‌نامه‌ها نرخ ناسازگاری هر یک از آن‌ها به‌صورت جداگانه مورد بررسی قرار

گرفت. سرانجام ۱۰ پرسش‌نامه مورد تجزیه‌وتحلیل قرار گرفت و با استفاده از نرم‌افزار اکسپرت چویس[1] نظرات افراد با یکدیگر تلفیق گردید. این نرم‌افزار دارای امکانات گسترده‌ای جهت اخذ ماتریس‌های مقایسه‌های زوجی افراد و سپس تلفیق ماتریس‌های افراد گوناگون و تبدیل به یک ماتریس واحد است که از طریق میانگین هندسی تک‌تک عناصر ماتریس‌های افراد به دست می‌آید.

در ادامه به تشریح کامل نحوه محاسبات صورت‌گرفته در جدول (۱) توسط نرم‌افزار اکسپرت چویس می‌پردازیم. برای مثال، میانگین هندسی درایه a_{12} جدول (۱) به شرح رابطه (۱) محاسبه می‌شود.

$$a_{12} = (3 \times \ldots \times 6)^{\frac{1}{10}} = 0/480$$ رابطه (۱)

باتوجه‌به اصل معکوس‌پذیری در روش تحلیل سلسله‌مراتبی، عناصر قطر ماتریس معکوس عناصر بالای قطر را به دست می‌آوریم. برای مثال، درایه a_{21} به این صورت به دست می‌آید:

$$a_{21} = \frac{1}{0/480} = 2/582$$

بقیه عناصر نیز به این صورت به دست می‌آید که نتایج حاصل به شرح جدول (۱) می‌باشد.

نحوه محاسبه اوزان سطح یک به‌صورت رابطه (۲) تشریح می‌گردد. به‌این‌ترتیب، پس از محاسبه میانگین هندسی نظرات کارشناسان ابتدا ماتریس تصمیم‌گیری مسئله را با استفاده از رابطه (۲) نرمالیزه می‌نماییم.

$$r_{ij} = \frac{\overline{a_{ij}}}{\sum_{i=1}^{n} \overline{a_{ij}}}$$ رابطه (۲)

به‌عنوان‌مثال برای به‌دست‌آوردن درایه r_{11} و r_{21} ماتریس نرمالیزه‌شده به این صورت عمل می‌کنیم که ابتدا کلیه درایه‌های ستون اول از ماتریس تلفیق‌شده (هندسی) را با هم جمع می‌کنیم:

$$\sum_{i=1}^{7} \overline{a_{i1}} = 1 + 2/582 + 1/216 + 0/623 + 0/919 + 1/393 + 0/725 = 8/458$$

سپس درایه $\bar{a}_{11}$ از ماتریس تلفیق‌شده (هندسی) را بر جمع کل ستون اول $(\sum_{i=1}^{n} \overline{a_{ij}})$ تقسیم می‌کنیم.

$$\bar{a}_{11} = \frac{1}{8/458} = 0/118$$

بقیه عناصر ماتریس نرمالیزه‌شده در جدول (۲) نشان داده شده است.

1. Expert Choice

جدول (۲) ماتریس نرمالیزه‌شده مقایسه‌های زوجی

Table (2) Normalized matrix of pairwise comparisons

	محصولات و خدمات	مشتریان	مسئولیت‌های جامعه	منابع انسانی	مسائل محیطی	اقتصادی	انرژی	جمع سطری	وزن	رتبه
محصولات و خدمات	۰/۱۱۸	۰/۰۹۹	۰/۱۲۶	۰/۱۴۴	۰/۱۵۸	۰/۰۷۹	۰/۱۷۰	۰/۸۹۴	۰/۱۲۸	۴
مشتریان	۰/۳۰۵	۰/۲۰۶	۰/۳۳۴	۰/۲۶۵	۰/۱۳۷	۰/۱۵۶	۰/۱۵۱	۱/۵۵۴	۰/۲۲۰	۱
مسئولیت‌های جامعه	۰/۱۴۴	۰/۰۹۴	۰/۱۵۳	۰/۲۸۷	۰/۱۶۱	۰/۱۸۷	۰/۱۷۰	۱/۱۹۶	۰/۱۷۴	۲
منابع انسانی	۰/۰۷۴	۰/۰۷۰	۰/۰۴۸	۰/۰۹۰	۰/۱۵۲	۰/۲۰۱	۰/۱۳۸	۰/۷۷۱	۰/۱۰۸	۷
مسائل محیطی	۰/۱۰۹	۰/۲۱۸	۰/۱۳۸	۰/۰۸۶	۰/۱۴۵	۰/۱۵۷	۰/۱۲۴	۰/۹۷۶	۰/۱۴۰	۳
اقتصادی	۰/۱۶۵	۰/۱۴۵	۰/۰۹۰	۰/۰۴۹	۰/۱۰۲	۰/۱۱۰	۰/۱۲۳	۰/۷۸۵	۰/۱۱۲	۶
انرژی	۰/۰۸۶	۰/۱۶۸	۰/۱۱۱	۰/۰۸۰	۰/۱۴۵	۰/۱۱۰	۰/۱۲۳	۰/۸۲۳	۰/۱۱۷	۵

پس از نرمالیزه نمودن ماتریس تصمیم‌گیری گروهی، حالا نوبت به محاسبه وزن‌دهی مؤلفه‌های سطح یک می‌رسد که در این مرحله با استفاده از روش میانگین سطری که به‌صورت رابطه (۳) می‌باشد، وزن هر یک از آن‌ها را محاسبه می‌نمایم.

$$W_i = \frac{\sum_{i=1}^{n} W_{ij}}{n}, j = 1, 2, \dots, n, \sum_{i=1}^{n} W_i = 1$$ رابطه (۳)

به‌عنوان‌مثال برای محاسبه وزن A ابتدا کلیه عناصر سطر اول از ماتریس نرمالیزه‌شده را با هم جمع می‌کنیم و سپس تقسیم بر تعداد کلیه عامل‌های اصلی مورد نظر که ۷ تا می‌باشد می‌کنیم؛ بنابراین به‌این‌ترتیب، بقیه اوزان محاسبه گردیده که نتایج آن در جدول (۱) آمده است.

سپس نرخ سازگاری[1] ماتریس تصمیم‌گیری گروهی (جدول ۲) را محاسبه می‌کنیم:

$$\frac{\sum_{i=1}^{n} W_{ij}}{n} = \frac{0/118 + 0/099 + 0/126 + 0/144 + 0/158 + 0/079 + 0/170}{7} = 0/128$$

برای اینکه بتوان به رتبه (اولویت) اعتماد کرد باید نرخ ناسازگاری ماتریس مقایسه‌ها زوجی را محاسبه کرد. به‌این‌ترتیب، مراحل محاسبه نرخ ناسازگاری[2] به این صورت می‌باشد:

گام اول) محاسبه بردار مجموع وزنی[3] به‌صورت رابطه (۴).

$$WSV = D \times W$$ رابطه (۴)

ابتدا ماتریس مقایسه زوجی (D) در جدول (۱) را در بردار وزن‌های نسبی (W) ضرب می‌کنیم:

1. Inconsistency Ratio (IR)
2. Incompatibility Rate
3. Weighted Sum Vector (WSV)

$$WSV = \begin{bmatrix} 1 & 0/480 & 0/822 & 1/605 & 1/087 & 0/717 & 1/379 \\ 2/582 & 1 & 2/186 & 2/951 & 0/944 & 1/417 & 1/223 \\ 1/216 & 0/457 & 1 & 3/200 & 1/107 & 1/695 & 1/379 \\ 0/623 & 0/338 & 0/312 & 1 & 1/045 & 1/820 & 1/121 \\ 0/919 & 1/059 & 0/903 & 0/956 & 1 & 1/420 & 1/005 \\ 1/393 & 0/705 & 0/589 & 0/549 & 0/704 & 1 & 1/000 \\ 0/725 & 0/817 & 0/725 & 0/892 & 0/995 & 1/000 & 1 \end{bmatrix} \times \begin{bmatrix} 0/128 \\ 0/220 \\ 0/174 \\ 0/108 \\ 0/140 \\ 0/112 \\ 0/117 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 0/946 \\ 1/685 \\ 1/287 \\ 0/800 \\ 1/029 \\ 0/823 \\ 0/865 \end{bmatrix}$$

گام دوم) محاسبه بردار سازگاری[1]. عناصر بردار مجموع وزنی را بر بردار وزن‌های نسبی تقسیم می‌کنیم. به بردار حاصل، بردار سازگاری گفته می‌شود:

$$CV = \begin{bmatrix} 0/946 \\ 1/685 \\ 1/287 \\ 0/800 \\ 1/029 \\ 0/823 \\ 0/865 \end{bmatrix} \div \begin{bmatrix} 0/128 \\ 0/220 \\ 0/174 \\ 0/108 \\ 0/140 \\ 0/112 \\ 0/117 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 7/407 \\ 7/587 \\ 7/534 \\ 7/257 \\ 7/377 \\ 7/342 \\ 7/354 \end{bmatrix}$$

گام سوم) محاسبه بزرگ‌ترین مقدار ویژه ماتریس مقایسه‌های زوجی:

$$\lambda_{max} = \frac{7/407 + 7/587 + 7/534 + 7/257 + 7/377 + 7/342 + 7/354}{7} = 7/408$$

گام چهارم) محاسبه شاخص ناسازگار[2]. شاخص ناسازگاری به این صورت محاسبه می‌شود:

$$II = \frac{7/408 - 7}{7} = 0/058$$

گام پنجم) محاسبه نرخ ناسازگاری. به این منظور، به‌صورت رابطه (۵) عمل می‌شود.

$$IR = \frac{II}{IRI} = \frac{0/058}{1/32} = 0/04 \leq 0/1$$ رابطه (۵)

جدول (۳) شاخص ناسازگاری تصادفی (Saaty, 1987)

Table (3) Incompatibility random index (Saaty, 1987)

N	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
IRI	۰	۰	۰/۵۸	۰/۹	۱/۱۲	۱/۲۴	۱/۳۲	۱/۴۱	۱/۴۵	۱/۵۱

در اینجا شاخص ناسازگاری تصادفی[3] مقداری است که از جدول (۳) استخراج می‌شود که این مقدار برای ماتریس با بعد n = ۷ برابر با ۱/۳۲ می‌باشد. در نهایت نرخ ناسازگاری ماتریس مورد نظر برابر ۰/۰۴ است (IR = ۰/۰۴) و چون این مقدار کمتر از ۰/۱ است (IR < ۰/۱)؛ بنابراین در مقایسه‌های زوجی، سازگاری وجود دارد.

1. Compatibility Vector (CV)
2. Inconsistent Index (II)
3. Incompatibility Random Index (IRI)

در گام بعدی، وزن عوامل فرعی مؤثر در هر زیرگروه محاسبه می‌شود که نتایج آن به شرح جدول (۴)، جدول (۵)، جدول (۶)، جدول (۷)، جدول (۸)، جدول (۹) و جدول (۱۰) می‌باشد.

جدول (۴) ماتریس مقایسه زوجی عوامل فرعی منابع انسانی

Table (4) Pairwise comparison matrix of sub factors of human resources

(A)	روحیه و ارتباطات کارکنان	افشای سیاست‌ها و رویه‌های جذب و استخدام	حقوق ماهیانه / پاداش نقدی و مزایا	تعداد کارکنان	وزن	رتبه
روحیه و ارتباطات کارکنان	۱	۲/۴۰۲	۳/۲۰۳	۳/۰۲۱	۰/۴۷۴	۱
افشای سیاست‌ها و رویه‌های جذب و استخدام	۰/۴۱۶	۱	۲/۲۱۵	۲/۴۵۹	۰/۲۶۴	۲
حقوق ماهیانه / پاداش نقدی و مزایا	۰/۳۱۲	۰/۴۵۱	۱	۱/۳۷۹	۰/۱۴۲	۳
تعداد کارکنان	۰/۳۳۱	۰/۴۰۶	۰/۷۲۵	۱	۰/۱۲۰	۴
IR = ۰/۰۲ < ۰/۱						

نتایج تحلیل جدول (۴) نشان می‌دهد که عامل روحیه و ارتباطات کارکنان با وزن نسبی ۰/۴۷۴ در رتبه اول و پس از آن عامل افشای سیاست‌ها و رویه‌های جذب و استخدام با وزن نسبی ۰/۲۶۴ در رتبه دوم و عامل حقوق ماهیانه / پاداش نقدی و مزایا با وزن نسبی ۰/۱۴۲ در رتبه سوم و عامل تعداد کارکنان با وزن نسبی ۰/۱۲۰ در رتبه چهارم اهمیت قرار دارد. در نهایت نرخ ناسازگاری ماتریس مورد نظر برابر ۰/۰۲ است (IR = ۰/۰۲) و چون این مقدار کمتر از ۰/۱ است (IR < ۰/۱)؛ بنابراین در مقایسه‌های زوجی ماتریس مورد نظر، سازگاری در قضاوت خبرگان وجود دارد.

جدول (۵) ماتریس مقایسه زوجی عوامل فرعی مسائل محیطی

Table (5) Pairwise comparison matrix of sub factors of environmental issues

(B)	حفظ منابع طبیعی	کاهش آثار مخرب بر تنوع زیستی و گونه‌های مختلف آن	کنترل آلودگی	بازیافت یا جلوگیری از ضایعات	وزن	رتبه
حفظ منابع طبیعی	۱	۰/۳۲۴	۰/۴۰۳	۰/۶۰۸	۰/۱۲۵	۴
کاهش آثار مخرب بر تنوع زیستی و گونه‌های مختلف آن	۳/۰۸۱	۱	۰/۴۰۹	۰/۵۴۴	۰/۲۱۷	۳
کنترل آلودگی	۲/۴۷۹	۲/۴۴۳	۱	۰/۸۴۴	۰/۳۴۴	۱
بازیافت یا جلوگیری از ضایعات	۱/۶۴۳	۱/۸۳۸	۱/۱۸۴	۱	۰/۳۱۵	۲
IR = ۰/۰۸ < ۰/۱						

نتایج تحلیل جدول (۵) نشان می‌دهد که عامل کنترل آلودگی با وزن نسبی ۰/۳۴۴ در رتبه اول و پس از آن عامل بازیافت یا جلوگیری از ضایعات با وزن نسبی ۰/۳۱۵ در رتبه دوم و عامل کاهش آثار مخرب بر تنوع زیستی و گونه‌های مختلف آن و منابع طبیعی از جمله جنگل و خاک با وزن نسبی ۰/۲۱۷ در رتبه سوم و عامل حفظ منابع طبیعی با وزن نسبی ۰/۱۲۵ در رتبه چهارم و عامل سهولت پیدا کردن اطلاعات در صفحه اصلی وب سایت با وزن نسبی ۰/۱۶۹ در رتبه پنجم اهمیت قرار دارد. در نهایت، نرخ ناسازگاری ماتریس مورد نظر برابر ۰/۰۸ است (IR = ۰/۰۸) و چون این مقدار کمتر از

۰/۱ است (IR < ۰/۱)؛ بنابراین در مقایسه‌های زوجی ماتریس مورد نظر، سازگاری در قضاوت خبرگان وجود دارد.

جدول (۶) ماتریس مقایسه زوجی عوامل فرعی محصولات و خدمات

Table (6) Pairwise comparison matrix of sub factors of products and services

(C)	کیفیت محصول / ISO	ایمنی و سلامت محصول	توسعه محصول / سهم بازار	وزن	رتبه
کیفیت محصول / ISO	۱	۰/۴۸۴	۴/۰۴۲	۰/۳۴۶	۲
ایمنی و سلامت محصول	۲/۰۶۲	۱	۳/۶۴۱	۰/۵۴۱	۱
توسعه محصول / سهم بازار	۰/۲۴۷	۰/۲۷۴	۱	۰/۱۱۳	۳
IR = ۰/۰۷ <۰/۱					

نتایج تحلیل جدول (۶) نشان می‌دهد که عامل ایمنی و سلامت محصول با وزن نسبی ۰/۵۴۱ در رتبه اول و پس از آن عامل کیفیت محصول / ISO با وزن نسبی ۰/۳۴۶ در رتبه دوم و عامل توسعه محصول / سهم بازار با وزن نسبی ۰/۱۱۳ در رتبه سوم اهمیت قرار دارد. در نهایت نرخ ناسازگاری ماتریس مورد نظر برابر ۰/۰۷ است (IR = ۰/۰۷) و چون این مقدار کمتر از ۰/۱ است (IR < ۰/۱)؛ بنابراین در مقایسه‌های زوجی ماتریس مورد نظر، سازگاری در قضاوت خبرگان وجود دارد.

جدول (۷) ماتریس مقایسه زوجی عوامل فرعی مسئولیت‌های جامعه

Table (7) Pairwise comparison matrix of sub factors of community responsibilities

(D)	میزان ارتباط متقابل بین مدیران و کارکنان	بینش، نگرش، استراتژی و مسئولیت‌های هیأت‌مدیره و مدیران ارشد نسبت به CSR	فساد رشوه‌خواری و پول‌شویی	هدایا و خدمات خیریه	وزن	رتبه
میزان ارتباط متقابل بین مدیران و کارکنان	۱	۰/۴۷۱	۱/۳۴۵	۱/۷۳۵	۰/۲۵۱	۲
بینش، نگرش، استراتژی و مسئولیت‌های هیأت‌مدیره و مدیران ارشد نسبت به CSR	۲/۱۲۳	۱	۱/۲۵۵	۱/۰۰۰	۰/۳۲۰	۱
فساد رشوه‌خواری و پول‌شویی	۰/۷۴۳	۰/۷۹۶	۱	۱/۷۴۱	۰/۲۴۱	۳
هدایا و خدمات خیریه	۰/۵۷۶	۱/۰۰۰	۰/۵۷۴	۱	۰/۱۸۹	۴
IR = ۰/۰۳ <۰/۱						

نتایج تحلیل جدول (۷) نشان می‌دهد که عامل بینش، نگرش، استراتژی و مسئولیت‌های هیأت‌مدیره و مدیران ارشد نسبت به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با وزن نسبی ۰/۳۲۰ در رتبه اول و پس از آن عامل میزان ارتباط متقابل بین مدیران و کارکنان با وزن نسبی ۰/۲۵۱ در رتبه دوم و عامل فساد رشوه‌خواری و پول‌شویی با وزن نسبی ۰/۲۴۱ در رتبه سوم و عامل هدایا و خدمات خیریه با وزن نسبی ۰/۱۸۹ در رتبه چهارم اهمیت قرار دارد. در نهایت نرخ ناسازگاری ماتریس مورد نظر برابر ۰/۰۳ است (IR = ۰/۰۳) و چون این مقدار کمتر از ۰/۱ است (IR < ۰/۱)؛ بنابراین در مقایسه‌های زوجی ماتریس مورد نظر، سازگاری در قضاوت خبرگان وجود دارد.

جدول (۸) ماتریس مقایسه زوجی عوامل فرعی انرژی

Table (8) Pairwise comparison matrix of energy sub factors

(E)	اصلاح الگوی مصرف و استفاده بهینه از منابع	استفاده از منابع جدید	حفظ و صرفه‌جویی در انرژی	اقدامات انجام‌شده در خصوص مصرف بهینه انرژی	وزن	رتبه
اصلاح الگوی مصرف و استفاده بهینه از منابع	۱	۲/۵۵۰	۰/۹۴۴	۱/۲۴۵	۰/۳۲۵	۱
استفاده از منابع جدید	۰/۳۹۲	۱	۰/۸۸۲	۰/۸۶۲	۰/۱۸۲	۴
حفظ و صرفه‌جویی در انرژی	۱/۰۵۹	۱/۱۳۳	۱	۱/۱۰۳	۰/۲۶۲	۲
اقدامات انجام‌شده در خصوص مصرف بهینه انرژی	۰/۸۰۳	۱/۱۵۹	۰/۹۰۶	۱	۰/۲۳۱	۳
IR = ۰/۰۰ < ۰/۱						

نتایج تحلیل جدول (۸) نشان می‌دهد که عامل اصلاح الگوی مصرف و استفاده بهینه از منابع با وزن نسبی ۰/۳۲۵ در رتبه اول و پس از آن عامل حفظ و صرفه‌جویی در انرژی با وزن نسبی ۰/۲۶۲ در رتبه دوم و عامل اقدامات انجام‌شده در خصوص مصرف بهینه انرژی با وزن نسبی ۰/۲۳۱ در رتبه سوم و عامل استفاده از منابع جدید با وزن نسبی ۰/۱۸۲ در رتبه چهارم اهمیت قرار دارد. در نهایت نرخ ناسازگاری ماتریس مورد نظر برابر ۰/۰۰ است (IR = ۰/۰۰) و چون این مقدار کمتر از ۰/۱ است (۰/۱ > IR)؛ بنابراین در مقایسه‌های زوجی ماتریس مورد نظر، سازگاری در قضاوت خبرگان وجود دارد.

جدول (۹) ماتریس مقایسه زوجی عوامل فرعی اقتصادی

Table (9) Pairwise comparison matrix of economic sub factors

(F)	شاخص‌های بهره‌وری تولید و نیروی کار شرکت	نقش شرکت در رفع نیاز عمومی	مالیات ارزش‌افزوده پرداخت‌شده محصولات و خدمات	وزن	رتبه
شاخص‌های بهره‌وری تولید و نیروی کار شرکت	۱	۳/۱۵۹	۰/۹۰۴	۰/۴۱۱	۲
نقش شرکت در رفع نیاز عمومی	۰/۳۱۶	۱	۰/۲۷۶	۰/۱۲۹	۳
مالیات ارزش‌افزوده پرداخت‌شده محصولات و خدمات	۱/۱۰۶	۳/۶۱۸	۱	۰/۴۶۰	۱
IR = ۰/۰۰ < ۰/۱					

نتایج تحلیل جدول (۹) نشان می‌دهد که عامل مالیات ارزش‌افزوده پرداخت‌شده محصولات و خدمات با وزن نسبی ۰/۴۶۰ در رتبه اول و پس از آن عامل شاخص‌های بهره‌وری تولید و نیروی کار شرکت با وزن نسبی ۰/۴۱۱ در رتبه دوم و عامل نقش شرکت در رفع نیاز عمومی با وزن نسبی ۰/۱۲۹ در رتبه سوم اهمیت قرار دارد. در نهایت نرخ ناسازگاری ماتریس مورد نظر برابر ۰/۰۰ است (IR = ۰/۰۰) و چون این مقدار کمتر از ۰/۱ است (IR < ۰/۱)؛ بنابراین در مقایسه‌های زوجی ماتریس مورد نظر، سازگاری در قضاوت خبرگان وجود دارد.

جدول (۱۰) ماتریس مقایسه زوجی عوامل فرعی مشتریان

Table (10) Pairwise comparison matrix of sub factors of customers

(G)	پاسخگویی به نیاز مشتریان	اقدامات در خصوص سلامت و امنیت مشتریان	وزن	رتبه
پاسخگویی به نیاز مشتریان	۱	۰/۸۵۵	۰/۴۶۱	۲
اقدامات در خصوص سلامت و امنیت مشتریان	۱/۱۶۹	۱	۰/۵۳۹	۱
IR = ۰/۰۰ < ۰/۱				

نتایج تحلیل جدول (۱۰) نشان می‌دهد که عامل اقدامات در خصوص سلامت و امنیت مشتریان با وزن نسبی ۰/۵۳۹ در رتبه اول و پس از آن عامل پاسخگویی به نیاز مشتریان با وزن نسبی ۰/۴۶۱ در رتبه دوم اهمیت قرار دارد. در نهایت نرخ ناسازگاری ماتریس مورد نظر برابر ۰/۰۰ است (۰/۰۰ = IR) و چون این مقدار کمتر از ۰/۱ (IR < ۰/۱) است؛ بنابراین در مقایسه‌های زوجی ماتریس مورد نظر، سازگاری در قضاوت خبرگان وجود دارد.

در گام بعدی، وزن نهایی عناصر را محاسبه می‌کنیم که وزن نهایی عناصر هر گروه برابر است با حاصل‌ضرب وزن محلی عناصر در وزن سرگروه خود (عوامل اصلی) و در نهایت، شناسایی و ارزیابی مشخص می‌گردد که نتایج این گام در جدول (۱۱) آمده است.

جدول (۱۱) اولویت‌بندی بر اساس روش تحلیل سلسله‌مراتبی

Table (11) Prioritization based on hierarchical analysis method

عوامل اصلی	وزن عوامل اصلی	عوامل فرعی	وزن محلی عوامل فرعی	وزن نهایی	رتبه (اولویت)
محصولات و خدمات	۰/۱۲۸	کیفیت محصول / ISO	۰/۳۴۶	۰/۰۴۵	۱۰
		ایمنی و سلامت محصول	۰/۵۴۱	۰/۰۶۹	۳
		توسعه محصول / سهم بازار	۰/۱۱۳	۰/۰۱۴	۲۲
مشتریان	۰/۲۲۰	پاسخگویی به نیاز مشتریان	۰/۴۶۱	۰/۱۰۱	۲
		اقدامات در خصوص سلامت و امنیت مشتریان	۰/۵۳۹	۰/۱۱۹	۱
مسئولیت‌های جامعه	۰/۱۷۴	میزان ارتباط متقابل بین مدیران و کارکنان	۰/۲۵۱	۰/۰۴۳	۱۱
		بینش، نگرش، استراتژی و مسئولیت‌های هیأت‌مدیره و مدیران ارشد نسبت به CSR	۰/۳۲۰	۰/۰۵۶	۴
		فساد رشوه‌خواری و پول‌شویی	۰/۲۴۱	۰/۰۴۲	۱۲
		هدایا و خدمات خیریه	۰/۱۸۹	۰/۰۳۳	۱۴
منابع انسانی	۰/۱۰۸	روحیه و ارتباطات کارکنان	۰/۴۷۴	۰/۰۵۱	۶
		افشای سیاست‌ها و رویه‌های جذب و استخدام	۰/۲۶۴	۰/۰۲۹	۱۷
		حقوق ماهیانه / پاداش نقدی و مزایا	۰/۱۴۲	۰/۰۱۵	۲۱
		تعداد کارکنان	۰/۱۲۰	۰/۰۱۳	۲۳
مسائل محیطی	۰/۱۴۰	حفظ منابع طبیعی	۰/۱۲۵	۰/۰۱۸	۲۰
		کاهش آثار مخرب بر تنوع زیستی و گونه‌های مختلف آن	۰/۲۱۷	۰/۰۳۰	۱۶
		کنترل آلودگی	۰/۳۴۴	۰/۰۴۸	۷
		بازیافت یا جلوگیری از ضایعات	۰/۳۱۵	۰/۰۴۴	۹
اقتصادی	۰/۱۱۲	شاخص‌های بهره‌وری تولید و نیروی کار شرکت	۰/۴۱۱	۰/۰۴۶	۸
		نقش شرکت در رفع نیاز عمومی	۰/۱۲۹	۰/۰۱۴	۲۲
		مالیات ارزش‌افزوده پرداخت‌شده محصولات و خدمات	۰/۴۶۰	۰/۰۵۲	۵
انرژی	۰/۱۱۷	اصلاح الگوی مصرف و استفاده بهینه از منابع	۰/۳۲۵	۰/۰۳۸	۱۳

عوامل اصلی	وزن عوامل اصلی	عوامل فرعی	وزن محلی عوامل فرعی	وزن نهایی	رتبه (اولویت)
		استفاده از منابع جدید	۰/۱۸۲	۰/۰۲۱	۱۹
		حفظ و صرفه‌جویی در انرژی	۰/۲۶۲	۰/۰۳۱	۱۵
		اقدامات انجام‌شده در خصوص مصرف بهینه انرژی	۰/۲۳۱	۰/۰۲۷	۱۸

۵- بحث و نتیجه‌گیری

باتوجه‌به مؤلفه‌ها و شاخص‌های استخراج‌شده از پژوهش‌های مربوط به پژوهش و با استفاده از نظرسنجی از بیش از ۱۷۰ نفر افراد حرفه‌ای، آکادمیک، مدیران و کارشناسان سازمان‌های ذی‌ربط در مقولهٔ افشا و گزارشگری شرکت‌ها و همچنین، با استفاده از نتایج تحلیل مسیر و روش پیش‌بینی دلفی، می‌توان مؤلفه‌ها و شاخص‌های مذکور را مناسب قلمداد کرد. ضرایب رگرسیون مدل تحلیل مسیر و معناداری آن‌ها بیان‌کنندهٔ تبیین و توجیه مناسب کلیه مؤلفه‌ها است و می‌توان آن را به عنوان ابزاری کارآمد و جامع برای تعیین سطح افشای عملکرد بعد اجتماعی شرکت‌ها در ایران مبنای عمل قرار داد. همچنین، در تحلیل محتوا گزارش‌های هیأت‌مدیرهٔ شرکت‌ها به عنوان ابزار افشای عملکرد بعد اجتماعی نشان داد که در وضعیت موجود شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران از بعد اجتماعی، عامل اقدامات در خصوص سلامت و امنیت مشتریان با وزن نسبی ۰/۱۱۹ در رتبه اول و پس از آن عامل پاسخگویی به نیاز مشتریان با وزن نسبی ۰/۱۰۱ در رتبه دوم و ایمنی و سلامت محصول با وزن نسبی ۰/۰۶۹ در رتبه سوم و بینش، نگرش، استراتژی و مسئولیت‌های هیأت‌مدیره و مدیران ارشد نسبت به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با وزن نسبی ۰/۰۵۶ در رتبه چهارم و مالیات ارزش‌افزوده پرداخت‌شده محصولات و خدمات با وزن نسبی ۰/۰۵۲ در رتبه پنجم و روحیه و ارتباطات کارکنان با وزن نسبی ۰/۰۵۱ در رتبه ششم و کنترل آلودگی با وزن نسبی ۰/۰۴۸ در رتبه هفتم و شاخص‌های بهره‌وری تولید و نیروی کار شرکت با وزن نسبی ۰/۰۴۶ در رتبه هشتم و بازیافت یا جلوگیری از ضایعات با وزن نسبی ۰/۰۴۴ در رتبه نهم و کیفیت محصول/ ISO با وزن نسبی ۰/۰۴۵ در رتبه دهم و میزان ارتباط متقابل بین مدیران و کارکنان با وزن نسبی ۰/۰۴۳ در رتبه یازدهم و عامل فساد رشوه‌خواری و پول‌شویی با وزن نسبی ۰/۰۴۲ در رتبه دوازدهم و عامل اصلاح الگوی مصرف و استفاده بهینه از منابع با وزن نسبی ۰/۰۳۸ در رتبه سیزدهم و عامل هدایا و خدمات خیریه وزن نسبی ۰/۰۳۳ در رتبه چهاردهم و حفظ و صرفه‌جویی در انرژی با وزن نسبی ۰/۰۳۱ در رتبه پانزدهم و عامل کاهش آثار مخرب بر تنوع زیستی و گونه‌های مختلف آن و منابع طبیعی از جمله جنگل و خاک با وزن نسبی ۰/۰۳۰ در رتبه شانزدهم و عامل افشای سیاست‌ها و رویه‌های جذب و استخدام با وزن نسبی ۰/۰۲۹ در رتبه هفدهم و اقدامات انجام‌شده در خصوص مصرف بهینه انرژی با وزن نسبی ۰/۰۲۷ در رتبه هجدهم و عامل استفاده از

منابع جدید با وزن نسبی ۰/۰۲۱ در رتبه نوزدهم و حفظ منابع طبیعی با وزن نسبی ۰/۰۱۸ در رتبه بیستم و حقوق ماهیانه / پاداش نقدی و مزایا با وزن نسبی ۰/۰۱۵ در رتبه بیست و یکم و عامل‌های توسعه محصول / سهم بازار و نقش شرکت در رفع نیاز عمومی با وزن نسبی ۰/۰۱۴ هر دو عامل در رتبه بیست و دوم قرار گرفته‌اند و تعداد کارکنان با وزن نسبی ۰/۰۱۳ در رتبه بیست و سوم اهمیت قرار دارد. در مجموع، وضعیت فعلی افشای شاخص‌های اجتماعی در واحدهای اقتصادی، بیان‌کنندهٔ شکاف قابل توجه میان انتظارات جامعه از شرکت‌ها و عملکرد واقعی آن‌ها است.

پیشنهادهای اجرایی منتج از این پژوهش عبارتند از: بسترسازی لازم برای افشای شاخص‌های اجتماعی در شرکت‌ها با حمایت و مساعدت مدیریت ارشد شرکت‌ها، سهامداران نهادی و مسئولین ذی‌ربط برای آموزش و فرهنگ‌سازی عملکرد اجتماعی پایدار شرکت‌ها در ایران و ایجاد انگیزه و مشوق‌های لازم در شرکت‌ها همراه با تدوین الزامات و مقررات مناسب توسط نهادهای مرتبط در حوزهٔ گزارشگری شرکت‌ها از جمله سازمان بورس اوراق بهادار با همکاری نهادهای فعال در حوزهٔ اجتماعی و فرهنگی کشور برای پاسخگویی به انتظارات جامعه. همچنین پیشنهادهای نظری برای انجام پژوهش در آینده عبارتند از: اجرای مدل طراحی‌شده و ارزیابی و پایش ادواری شاخص‌های پیشنهادشده با استفاده از مستندات و داده‌های عینی و ملموس در شرکت‌ها، بررسی تحلیلی کمّی و کیفی عملکرد اجتماعی شرکت‌ها در صنایع مختلف فعّال در عرصه‌های اقتصادی و صنعتی کشور و مقایسهٔ وضعیت و روند آن در ایران با سایر کشورهای مشابه از نظر ساختارهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به‌ویژه کشورهای اسلامی و درحال‌توسعه.

همچنین باتوجه‌به نتیجه به‌دست‌آمده پیشنهاد می‌شود سیاست‌گذاران و نهادهای تصمیم‌گیرنده بسترسازی لازم برای افشای شاخص‌های اجتماعی در شرکت‌ها با حمایت و مساعدت مدیریت ارشد شرکت‌ها، سهامداران و مسئولین ذی‌ربط برای آموزش و فرهنگ‌سازی عملکرد اجتماعی پایدار شرکت‌ها در ایران و ایجاد انگیزه و مشوق‌های لازم در شرکت‌ها همراه با تدوین الزامات و مقررات مناسب توسط نهادهای مرتبط در حوزهٔ گزارشگری شرکت‌ها از جمله سازمان بورس اوراق بهادار با همکاری نهادهای فعال در حوزهٔ اجتماعی و فرهنگی کشور برای پاسخگویی به انتظارات جامعه را مدنظر قرار دهند.

باتوجه‌به نتیجه به‌دست‌آمده پژوهش پیشنهاد می‌شود سازمان بورس اوراق بهادار تهران با رتبه‌بندی شرکت‌ها بر اساس شاخص‌های مسئولیت اجتماعی، هم شرکت‌ها را از نظر عملکرد اجتماعی ترغیب نماید و هم برای فعالان بازار سرمایه اطلاعات بیشتری از فعالیت‌های اجتماعی ارائه دهد.

باتوجه‌به نتیجه به‌دست‌آمده پژوهش پیشنهاد می‌شود سازمان بورس اوراق بهادار تهران از نتایج مطالعه حاضر در راستای افزایش بهبود کمی و کیفی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران استفاده نماید و سرمایه‌گذاران و تحلیل‌گران در بررسی وضعیت مالی، ارتباط بین متغیرهای مسئولیت اجتماعی و مراحل مختلف چرخه عمر شرکت‌ها را مدنظر قرار دهند.

٦- تعارض منافع

هیچ‌گونه تعارض منافع در این پژوهش وجود ندارد.

۷- منابع

Abdi, H., Eivani, F., & Alimoradi, M. (2019). Sustainable disclosure of the components of social responsibility, ownership focus and profit value. *New Applied Studies in Management, Economics & Accounting*, *2*(4), 20-36.

Ameraldo, F., & Ghazali, N. A. M. (2021). Factors Influencing the Extent and Quality of Corporate Social Responsibility Disclosure in Indonesian Shari'ah Compliant Companies. *International Journal of Business and Society*, *22*(2), 960–984.

Bagherinezhad, Z., Abdullahi, B., Hassanpour, A., & J'afarinia, S. (2020). Designing a model of social responsibility for human resource management in the electricity industry. *Journal of Research in Human Resources Management*, *12*(2), 148-187. [In Persian]

Barzegar, G., & Ghavasi Kanari, M. (2016). Investigating the relationship between social responsibility disclosure and dividend policy in companies listed on the Tehran Stock Exchange. *Financial Accounting Knowledge*, 7(24), 155-180. [In Persian]

Barzegar, G., & Hasas Yeganeh, Y. (2015). A Model for Social Responsibility Disclosure and Lasting of Companies and Its Current Situation on Those Listed In Tehran Stock Exchange. *Journal of Securities Exchange*, *8*(28), 91-110. [In Persian]

Bowen, H. R. (2013). Social Responsibilities of the Businessman. *University of Iowa Press*.

Ehsan, S., & Kaleem, A. (2012). An Empirical Investigation of the Relationship between Corporate Social Responsibility and Financial Performance. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, *2*, 2909-2922.

Fakhari, H., Rezaei Pitenoei, Y., & Noroozi, M. (2017). Corporate Social Responsibility Disclosure and Investment Efficiency. *Financial Management Strategy*, *4*(4), 85-106. [In Persian]

Fayyazi Azad, A., Rahmati, M. H., & Khanifar, H. (2017). Modeling the Influencing Factors on Social Responsibility of National Iranian Oil Company. *Social Capital Management*, *4*(2), 181-197. [In Persian]

Foroughi, D., Mir Shams Shahshahani, M., & Pourhossein, S. (2008). Managements' Perceptions about Social Accounting Information Disclosures: Listed Companies in TSE. *Accounting and Auditing Review*, *15*(3), 55-70. [In Persian]

Friedman, A. L., & Miles, S. (2006). Stakeholders: Theory and Practice. *Oxford University Press EBooks*.

Ghaderzadeh, S. K., Kordestani, G., & Haghighat, H. (2018). Identifying and ranking Factors Influencing Levels of Corporate Social Responsibility Disclosure using Data Mining. *Applied Research in Financial Reporting*, *6*(2), 7-46. [In Persian]

Ghorbani, S., Movahed Majd, M., & Monfared Maharloie, M. (2013). Product Market Competition, Board Composition and Disclosure Quality: Evidence from Tehran Stock Exchange. *Accounting and Auditing Research*, *5*(19), 92-105. [In Persian]

Grossi, H., Izadinia, N., & Dastgir, M. (2020). The effect of the social responsibility disclosure level on the company's market value. *Financial Accounting and Auditing Research*, *12*(46), 51-76. [In Persian]

Hegde, S. P., & Mishra, D. R. (2019). Married CEOs and corporate social responsibility. *Journal of Corporate Finance*, *58*, 226–246.

Hoang, B. A., & Tran, T. T. H. (2021). Corporate Social Responsibility Disclosure and Financial Performance of Construction Enterprises: Evidence from Vietnam. *Lecture Notes in Civil Engineering*, 1505–1514.

Khodamipour, A., & Bazraee, Y. (2013). Examining governance factors affecting the quality of disclosure and the effect of market competition on the relationship between them. *Financial Accounting Quarterly*, *5*(20), 22-41. [In Persian]

Khoshkar, F., Seyfi, S., & Moein Nemati, M. (2022). The relationship between firm complexity and corporate social Responsibility of companies listed in Tehran Stock Exchange. *Journal of Accounting and Management Vision*, *5*(64), 70-82. [In Persian]

Kordestani, G., Ghaderzadeh, S. K., & Haghighat, H. (2018). Impact of social responsibility disclosure on accounting, economic and market based Measures Of corporate performance evaluation. *Journal of Accounting Advances*, *10*(1), 187-217. [In Persian]

Lari Dasht Bayaz, M., Safdel Deloui, T., Karimzadeh Shahri, M., & Behnam Rad, M. (2019). Corporate social responsibility disclosure and market value: family versus non-family firms. *The 17th National Accounting Conference of Iran*. [In Persian]

Masoud, N., & Vij, A. (2021). Factors influencing corporate social responsibility disclosure (CSRD) by Libyan state-owned enterprises (SOEs). *Cogent Business & Management*, *8*(1), 1859850-1859874.

Mir Abbasi, S. J., Sohrabi, M. (2022). Complementary relationship between human resource accounting and human resource information system. *The 6th*

International Conference and the 9th National Conference on Management and Accounting of Iran. [In Persian]

Nosratzadeh, M., Aghajani, V., Shah Valizadeh, A., & Maleki, M. (2021). Investigating the relationship between social responsibility disclosure and foreign institutional investors in companies listed on the Tehran Stock Exchange. *The 7th international conference on modern accounting, management and human sciences research in the third millennium*. [In Persian]

Pour Aghajan, A. A., & Malek Pour, F. (2018). Factors affecting the social responsibility disclosure of companies admitted to the Tehran Stock Exchange. *The first international conference of new approaches in business management and accounting with an emphasis on value creation and resistance economy*. [In Persian]

Rajabi, R., & Jafari, A. (2022). Investigating cultural-social factors affecting the social responsibility of Ardabili citizens. *The eighth national conference of modern studies and research in the field of educational sciences, psychology and counseling in Iran*. [In Persian]

Rezaeian, A., Vedadi, A., Rabee Mandagin, M. R., & Jafari Taheri, H. (2020). Designing the Pattern of Social Responsibility in the Country's Banking System. *Journal of Monetary and Banking Research*, *13*(43), 25-68. [In Persian]

Saaty, R. W. (1987). The Analytic Hierarchy Process—what It Is and How It Is Used. *Mathematical Modelling*, *9*(3-5), 161–176.

Tibiletti, V., Marchini, P. L., Furlotti, K., & Medioli, A. (2020). Does corporate governance matter in corporate social responsibility disclosure? Evidence from Italy in the "era of sustainability". *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, *28*(2), 896-907.

Windle, P. E. (2004). Delphi technique: assessing component needs. *Journal of PeriAnesthesia Nursing*, *19*(1), 46–47.

Wuttichindanon, S. (2017). Corporate social responsibility disclosure—choices of report and its determinants: Empirical evidence from firms listed on the Stock Exchange of Thailand. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, *38*(2), 156–162.

COPYRIGHTS

© 2024 by the authors. Published by Islamic Azad University, Esfarayen Branch. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).