

Developing a model to improve the credit of companies based on financial reporting and social responsibilities

Dariush Ghorbani¹, Mostafa Ghasemi², Abdolreza Mohseni¹

Received: 09/12/2022

Accepted: 30/03/2023

Extended Abstract

Introduction

Today, companies are operating in complex, changing and competitive environments, and the complexity and environmental changes in the competitive business arenas and the increase in the expectations of financial information users have revealed the necessity of knowing the weaknesses and strengths of the company and continuously improving their business credibility. Since companies need to gain credit and reputation in order to succeed in competitive environments as well as attract investors and provide the required credits, only by having feedback from the surrounding and internal environment, it will be possible to identify weaknesses and strengths and opportunities through designing a suitable model to improve the credit rating of companies based on financial reporting and social responsibilities.


Literature Review

There is a social contract between the companies and the societies in which they operate. The companies have responsibilities towards the entire society, future generations and the natural resources of the environment, and reporting the related materials is considered an essential factor for the continuation of the companies. Providing accountability information and its reporting imply that the responsibilities of companies have gone beyond what they were in the past, that is, "providing money for shareholders" and companies must be accountable to stakeholders, users, society, etc.

1. Department of Accounting, Bushehr Branch, Islamic Azad University, Bushehr, Iran.

2. Department of Accounting, Bushehr Branch, Islamic Azad University, Bushehr, Iran. (Corresponding Author).
m.ghasemi@iaubushehr.ac.ir

How to cite this paper: Ghorbani, D., Ghasemi, M., Mohseni, A. (2023). Developing a model to improve the credit of companies based on financial reporting and social responsibilities. *Advances in Finance and Investment*, 4(1), 83-114. [In Persian]

 <https://doi.org/10.30495/afi.2023.1971554.1166>

Research Methodology

This research is a developmental and fundamental research, because through the designing and developing a model to improve the credit rating of companies based on financial reporting and social responsibilities paves the way for other studies and some credit problems. In addition, a quantitative approach has been used in this research. According to Morgan's table, the size of the statistical sample was estimated for 384 people. The results of the research showed that the factors that determine the credit rating of companies based on financial reporting and social responsibilities have been done through foundation data (Grounded Theory).

Results

As a result of this process, six main categories (causal conditions, central phenomenon, intervening conditions, contextual conditions, strategies and consequences) of the paradigm model of model development, 20 interviews were conducted, based on which 16 basic categories, (organizational, environmental, specialized, organizational commitment, organizational goals, strategic (management), structural, human, knowledge, requirements, professional environment, progress, support, basic and efficiency) as dimensions of the improvement model of credit rating of companies based on financial reporting and social responsibilities.

Discussion and Conclusion

The results of quantitative analysis showed that the amount of strategy application, especially the category of progress and support, improves the credit rating of companies based on financial reporting and social responsibilities and doubles the effectiveness of the credit rating of companies. In economic theories, the most important source of foreign financing for companies is financing through bank facilities, thus, it is necessary to pay more attention to the role of financial reporting and social responsibilities in creating credit and taking measures to improve the credit rating of companies.

Conflict of Interest

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

Keywords: Company Social Responsibilities, Credit Rating, Financial Reporting, Grounded Theory.

JEL Classification: B21, B26, O11.

پیشرفت‌های مالی و سرمایه‌گذاری

سال چهارم، بهار ۱۴۰۲ - شماره ۱

صفحات ۱۱۴-۸۳

نوع مقاله: پژوهشی

تدوین الگویی جهت بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی

داریوش قربانی^۱، مصطفی قاسمی^۲، عبدالرضا محسنی^۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۱/۱۰

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۹/۱۸

چکیده

هدف: هدف از این پژوهش بررسی عوامل مؤثر جهت بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی می‌باشد.

روش‌شناسی پژوهش: این پژوهش یک پژوهش بنیادی است، چرا که از طریق طراحی مدلی تدوین الگویی جهت بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی راهگشای سایر مطالعات و برخی مشکلات اعتباری می‌باشد. علاوه بر این پژوهش از رویکرد کمی نیز استفاده شده است. حجم نمونه آماری باتوجه به جدول مورگان ۳۸۴ نفر برآورد شد. عوامل تعیین‌کننده رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی از طریق داده بنیاد (Grounded Theory) انجام شده است.

یافته‌ها: حاصل این فرآیند شش مقوله اصلی (شرایط علی، پدیده محوری، شرایط مداخله‌گر، شرایط زمینه‌ای، راهبردها و پیامدها) الگوی پارادایمی تدوین الگو، ۲۰ مصاحبه صورت پذیرفت که بر اساس آن ۱۶ مقوله بنیادی، مقوله سازمانی، مقوله محیطی، مقوله تخصصی، مقوله تعهد سازمانی، مقوله اهداف سازمانی، مقوله راهبردی (مدیریتی)، مقوله ساختاری، مقوله انسانی، مقوله دانش مقوله الزامات، مقوله محیط حرفه‌ای، مقوله پیشرفت، مقوله حمایتی، مقوله مبنایی و مقوله کارایی به‌عنوان ابعاد الگوی بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی به دست آمد.

اصالت / ارزش افزوده علمی: نتایج حاصل از معادلات ساختاری نشان داد بین عوامل علی و عوامل پدیده محوری، بین عوامل پدیده محوری و عوامل راهبردی، بین عوامل زمینه‌ای و عوامل راهبردی، بین عوامل مداخله‌گر و عوامل راهبردی و بین عوامل راهبردی و پیامدها رابطه معناداری وجود دارد.

کلیدواژه‌ها: داده بنیاد، رتبه اعتباری، گزارشگری مالی، مسئولیت‌های اجتماعی شرکت.

طبقه‌بندی موضوعی: B21, B26, O11

۱. گروه حسابداری، واحد بوشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، بوشهر، ایران.

۲. گروه حسابداری، واحد بوشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، بوشهر، ایران. (نویسنده مسئول). m.ghasemi@iaubushehr.ac.ir

استناد: قربانی، داریوش؛ قاسمی، مصطفی؛ محسنی، عبدالرضا. (۱۴۰۲). تدوین الگویی جهت بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی. *پیشرفت‌های مالی و سرمایه‌گذاری*، ۴(۱)، ۸۳-۱۱۴.

۱- مقدمه

نظریه مشروعیت بیان می‌کند میان شرکت‌ها و جامعه‌ای که شرکت‌ها در آن فعالیت می‌کنند قراردادی اجتماعی وجود دارد، شرکت‌ها در برابر کل جامعه، نسل‌های آینده و منابع طبیعی محیط‌زیست دارایی مسئولیت‌هایی هستند و گزارشگری مطالب مرتبط با آن عامل ضروری برای تداوم شرکت‌ها محسوب می‌شود. ارائه اطلاعات مسئولیت‌پذیری و گزارشگری آن بر این موضوع دلالت دارد که مسئولیت‌های شرکت‌ها از آنچه در گذشته بوده، یعنی (فراهم‌کردن پول برای سهامداران) فراتر رفته است و شرکت‌ها بایستی در برابر ذی‌نفعان و استفاده‌کنندگان، جامعه و... پاسخگو باشند. یعنی شرکت‌ها علاوه بر مسئولیت اقتصادی که بر عهده دارند، باید در برابر مسائل اجتماعی نیز احساس مسئولیت کنند. گزارش اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی با افشاء اطلاعات توسط شرکت‌ها، منافع مصرف‌کننده، منافع اجتماعی و منافع سایر ذی‌نفعان را تأمین می‌کند (Aslaksen et al., 2021).

در تعیین استراتژی‌های رشد، سرمایه‌گذاری و تولید، تصمیمات تأمین مالی نقش مهمی بازی می‌کند. دسترسی به هزینه تأمین مالی پایین، یکی از الزامات امکان‌سنجی اقتصادی در پروژه‌های توسعه است و رتبه اعتباری نقش مهمی در کسب تأمین مالی ایفا می‌کند. رتبه اعتباری شرکت، ارزیابی مستقلی از توانایی شرکت در خصوص پرداخت به‌موقع بدهی را نشان می‌دهد. دو نوع اصلی رتبه‌بندی اعتباری عبارت است از رتبه اعتباری اوراق بدهی و رتبه اعتباری صادرکننده اوراق. رتبه اعتباری اوراق، احتمال نکول یا تأخیر در پرداخت اصل و بهره اوراق و رتبه اعتباری صادرکننده اوراق، ارزیابی کلی میزان اعتبار شرکت را نشان می‌دهد (Rank and Contreras, 2021).

از طرفی، امروزه سیستم‌های اطلاعاتی حسابداری نقش بسیار مهمی در گردش فعالیت‌های سازمان ایفا نموده، به‌طوری‌که بسیاری از تصمیمات اقتصادی بر اساس اطلاعات حاصل از این سیستم‌ها اتخاذ می‌شود. هرگونه تحقیق در زمینه نحوه اثرگذاری اطلاعات حسابداری بر تصمیمات طیف وسیع تصمیم‌گیرندگان ذی‌نفع در شرکت‌ها، به درک بهتر از چگونگی نقش این اطلاعات و ضرورت افشای بیشتر و بهتر آنها کمک می‌کند. از آنجاکه سهامداران و بستانکاران دو گروه اصلی استفاده‌کنندگان اطلاعات مالی هستند و فراهم‌کردن اطلاعات مربوط و قابل‌اتکا برای این دو گروه از دغدغه‌های اصلی مدیریت و سیستم‌های اطلاعاتی به شمار می‌روند. توجه به کیفیت اطلاعات تهیه‌شده برای این دو گروه ضرورتی خاص دارد و افزایش کیفیت اطلاعات می‌تواند موجب ارتقای جایگاه شرکت نزد این دو گروه گردد. اگرچه مفهوم مسئولیت اجتماعی، شرکت‌ها به طور وسیعی در نظریه و عمل بحث شده است، هنوز یک تعریف مفهومی پذیرفته‌شده عام برای آن ارائه نشده است. در تقسیم‌بندی مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی، سه بعد اقتصادی، اجتماعی و محیط‌زیست مطرح شد که اندازه‌گیری مسئولیت‌پذیری اجتماعی

شرکت‌ها را می‌توان در سه زمینه منافع سهامداران و کارکنان، منافع جامعه و مردم و ملاحظات زیست‌محیطی انجام داد. در زمینه منافع سهامداران و کارکنان، ارتقای عملکرد مالی، کاهش هزینه‌های عملیاتی، اعتلای نام و نشان شرکت، افزایش فروش و اعتماد مشتری، بهره‌وری بیشتر و کیفیت بالاتر، کاهش نیاز به وضع مقررات نوین، دسترسی به سرمایه، ارتقای ایمنی محصولات و کاهش نیاز به تضمین‌های جدید ملاک عمل قرار می‌گیرند. در بعد منافع جامعه و مردم نیز مشارکت در امور عام‌المنفعه، ارائه طرح‌های داوطلبانه کارکنان، مشارکت همگان در تحصیلات عمومی، اشتغال و برنامه‌های کمک به بی‌خانمان‌ها، و ایمنی و کیفیت محصول مدنظر قرار می‌گیرند. در زمینه ملاحظات زیست‌محیطی، بازیافت هرچه بیشتر مواد، کارکرد و دوام بیشتر محصولات، استفاده بیشتر از منابع تجدیدشدنی و به‌کارگیری ابزارهای مدیریت زیست‌محیطی در طرح‌های کسب‌وکار شامل ارزیابی چرخه حیات و هزینه‌ها و استانداردهای مدیریت زیست‌محیطی به‌عنوان شاخص‌های مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند. در این راستا مدیران ارشد شرکت‌ها با مشارکت نیروی انسانی و سرمایه‌های و نیز از طریق مذاکره و رسیدن به نتایج مشترک با دیگر ارکان جامعه مدنی مثل سازمان‌های غیردولتی، سازمان ملل و دولت‌های محلی و منطقه‌ای می‌توانند نقش مهمی را در اجرای استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها ایفا نمایند (Eriandani, 2020).

در سال‌های اخیر این نظریه مطرح است که کسب‌وکار نباید صرفاً منجر به کسب سود و افزایش ثروت سهامداران شود؛ بلکه باید مسئولیت‌هایی در قبال کارکنان، محیط‌زیست و جامعه بپذیرد. این نظریه تحت عنوان مسئولیت اجتماعی شرکت به یکی از ویژگی‌های شرکت‌ها تبدیل شده است. مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها برآیند چهار مؤلفهٔ مسئولیت اقتصادی، مسئولیت قانونی، مسئولیت اخلاقی، مسئولیت‌های بشردوستانه است. کمیسیون اروپا، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را مفهومی می‌داند که علاوه بر گزارشگری فعالیت‌های تجاری، موضوعاتی مثل مسائل زیست‌محیطی و گزارشگری اجتماعی و تعاملات شرکت‌ها با ذی‌نفعان متعدد را شامل می‌شود. برای جمع‌بندی، می‌توان مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را چنین تعریف کرد: مسئولیت اجتماعی شرکت عبارت است از الزام به پاسخگویی و ارضای توقعات گروه‌های ذی‌نفع خارجی اعم از مشتریان، تأمین‌کنندگان، توزیع‌کنندگان، پاسداران محیط‌زیست و اهالی محل فعالیت واحد تولیدی یا خدماتی همراه با حفظ منافع گروه‌های ذی‌نفع داخلی اعم از مالکان یا سهامداران و کارکنان واحد همان‌طور که از تعاریف بیان شده راجع به مسئولیت اجتماع شرکت بر می‌آید یکی از وظایف شرکت‌ها در حیطه مسئولیت اجتماعی کمک به بهبود وضعیت اقتصادی و رفاه جامعه است و از طرفی گزارشگری مالی نیز با هدف ارائه اطلاعات صحیح برای تصمیم‌گیری درست مالی و در نتیجه رشد اقتصادی انجام می‌شود. امروزه باتوجه به تأثیر فعالیت‌ها و عملیات شرکت‌ها بر

جامعه، انتظارات ذی‌نفعان از نقش واحدهای تجاری در جامعه در حال افزایش است. رهنمودها، اصول و قوانین و مقررات برای رفتار شرکت‌ها، به دنبال افزایش تقاضا برای شفافیت و پاسخگویی درباره عملیات شرکت و همچنین اثرات این عملیات بر جامعه در حال توسعه است و شرکت‌ها به صورت اختیاری با الزامی گزارش‌های خود را در خصوص عملکردشان در ابعاد اجتماعی، اخلاقی و محیطی تحت عناوین مختلفی منتشر می‌کنند. در حال حاضر، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بخش جدایی‌ناپذیر ادبیات تجاری جهان تلقی می‌شود و تمایل به سرمایه‌گذاری در شرکت‌هایی که نسبت به گزارشگری مسئولیت اجتماعی توجه دارند روبه‌افزایش است (Costa and Fonseca, 2022).

حوزه مربوط به روش یا رویه کسب‌وکار در برگیرنده یکی از پویاترین و چالش‌پذیرترین موضوعاتی است که امروزه مدیران شرکت‌ها با آن روبرو هستند؛ برای مدیران امروز دیگر کافی نیست که وظایفی چون برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی و کنترل را انجام دهند و خود را اثربخش بنامند بلکه، پاسخگویی به نیازهای جامعه و خواست شهروندان و مشتریان داخلی و خارجی سازمان‌ها از زمره وظایف بااهمیت‌تر آنان محسوب می‌شود. شرایط امروز جهان و فضاهای جدید کسب‌وکار، ایجاب می‌کند تا مدیران سازمان‌ها و شرکت‌های بزرگی که در بازارهای جهانی با بازارهای در حال جهانی‌شدن نقش فعال و مؤثری دارند، تلاش خود را متوجه ایجاد ارزش برای تمامی ذی‌نفعان و تعهد به مسئولیت‌های اجتماعی خود کنند و نوعی تعادل میان بخش‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی کسب‌وکارشان ایجاد نمایند. از این‌رو انتظار می‌رود که سهامداران و بستانکاران به مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها توجه ویژه‌ای بنمایند (Kinderman, 2019).

یکی از ریسک‌هایی که بانک‌ها، شرکت‌ها و مؤسسات مالی را بیشتر از سایر ریسک‌ها تحت‌تأثیر قرار داده است و یکی از مشکلات اساسی آنها به‌ویژه در وضعیت اقتصادی جهان، ریسک اعتباری می‌باشد که توجه پژوهشگران و محققان اقتصادی را در تمام زمینه‌ها، به خود جلب کرده است (Zhang et al., 2021). ریسک اعتباری که موجب تنزل رتبه اعتباری شرکت در بازار مالی می‌شود اصلی‌ترین منبع ریسک دارایی‌های اعتباری است و از این‌رو مورد توجه بانک‌ها و سرمایه‌گذاران اوراق بهادار می‌باشد (ALrfai et al., 2022).

تنزل این رتبه منجر به مشکلاتی در بازار تأمین اعتبار و بازارهای هدف محصول نیز می‌شود. این ریسک از این جهت ناشی می‌شود که دریافت‌کنندگان تسهیلات توانایی بازپرداخت اقساط بدهی خود را به بانک نداشته باشند (Anastasiou et al., 2018).

ریسک‌های اعتباری در دو دسته کلی شامل ریسک‌های اعتباری خاص (ویژگی‌های خاص بانک از جمله رشد اعتبار، سودآوری، نسبت سرمایه به دارایی و اندازه بانک) و ریسک اعتباری سیستماتیک

(احتمال انجام نشدن تعهدات به مؤسسه اعتباری در نتیجه تغییر شرایط اقتصادی کلان همچون رکود، بحران و...) تقسیم‌بندی می‌شود؛ بنابراین، ضرورت دارد عوامل مرتبط با مدیریت ریسک اعتباری بانک‌ها و مؤسسات اعتباری در این دو دسته ارزیابی و تحلیل شود (Nategh and Zeinabi, 2021). تحلیل این عوامل ممکن است هم از نظر بانک‌ها و هم از نظر تصمیم‌گیران بانک مرکزی و دولت برای پیاده‌کردن سیاست‌های پولی و مالی دولت مفید باشد (Rostami et al., 2018). بنابراین، ریسک اعتباری یکی از مهمترین عوامل تولید ریسک در نظام مالی است. این ریسک از این جهت ناشی می‌شود که دریافت کنندگان تسهیلات توانایی عمل به تعهداتشان را نداشته باشند (Pourhossein et al., 2022).

مسئله مهم آنجاست که اصولاً اگر شرکت‌ها مدیریت صحیحی در کنترل ریسک اعتباری نداشته باشند با خطرات زیادی از جمله ورشکستگی که مهم‌ترین آنها است؛ مواجه می‌شوند (Pazicky and Bohdalova, 2018). به همین دلیل ارزیابی ریسک اعتباری در بین پژوهشگران بسیار مورد توجه قرار گرفته، و روش‌های بسیاری برای ارزیابی آن ارائه شده است (Moradi et al., 2022). اهمیت این مسئله را می‌توان این‌گونه مورد مذاقه داد که اساساً یکی از مهم‌ترین موضوعات مطروحه در ادبیات مالی و حسابداری، چگونگی تفسیر صورت‌های مالی و استفاده از اطلاعات حسابداری توسط بازیگران مختلف بازار است (Nadri and Kabiri, 2021). صورت‌های مالی مهم‌ترین منبع اشخاص برون‌سازمانی جهت دستیابی به اطلاعات مورد نیاز است. در این بین، صورت سود و زیان با ارائه اطلاعات مفید درباره توان سودآوری بنگاه‌های اقتصادی، توجه بسیاری از بازیگران بازار را به خود جلب نموده است (Farhadi et al., 2022). با این حال، اعمال قضاوت شخصی مدیران در تهیه صورت‌های مالی، نگرانی‌هایی را در مورد قابلیت اتکا سود حسابداری ایجاد کرده است. چنانچه مدیران از طریق اعمال اختیارات خود در زمینه گزینش‌های حسابداری در گزارشگری مالی، انگیزه‌هایی برای گمراه کردن کاربران صورت‌های مالی داشته باشند، احتمال دست‌کاری یا مدیریت سود قوت می‌گیرد (Dadashi and Norouzi, 2020). از سوی دیگر، محیط در حال رشد و بسیار رقابتی پیرامون بنگاه‌های اقتصادی، آنها را وادار می‌سازد برای ادامه حیات با عوامل متعددی در سطح ملی و بین‌المللی رقابت کرده و فعالیت‌های خود را از طریق سرمایه‌گذاری‌های جدید گسترش دهند (Soori and Kordi, 2021). بنگاه‌های اقتصادی برای سرمایه‌گذاری به منابع مالی نیاز دارند، اما آنچه در این بین اهمیت دارد، مفهوم انعطاف‌پذیری مالی است. به عبارت دیگر، تصمیم‌های امروز مدیران بنگاه‌های مزبور نباید به گونه‌ای باشد که تأمین مالی آینده و یا فرصت‌های رشد و پیشرفت آن را به خطر اندازد (Teng et al., 2021). عدم توجه به این مفهوم در تصمیم‌های تأمین مالی، وضعیت پرمخاطره‌ای را برای بنگاه اقتصادی به وجود

خواهد آورد؛ زیرا اگر بنگاه در موقع نیاز نتواند منابع لازم را از بازار مالی تأمین کند، مجبور به چشم‌پوشی از فرصت‌های سرمایه‌گذاری مناسب خواهد شد (Ghanbarzadeh and Moradian, 2022). رتبه اعتباری شرکت‌ها از طرفی تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران و اعتباردهندگان را به‌عنوان استفاده‌کنندگان اصلی شرکت‌ها تسهیل می‌کند و از سوی دیگر به کاهش هزینه سرمایه شرکت‌های دارای صلاحیت اعتباری و شرایط مناسب مالی منجر می‌شود (BozorgAsl et al., 2021). از دید قانون‌گذاران نیز، رتبه‌بندی اعتباری توسط نهادی مستقل حائز اهمیت است. در ایران نیز وجود مؤسسات رتبه‌بندی اعتباری در ماده ۲۱ قانون اوراق بهادار پیش‌بینی شده است و سازمان بورس و اوراق بهادار دستورالعمل شرایط ثبت و نظارت بر مؤسسات رتبه‌بندی اعتباری را در ۳۹ ماده تدوین کرده است (Didar et al., 2017).

باتوجه به این مطالب، نیاز به اطلاعاتی مناسب و خلاصه‌شده احساس می‌گردد که وضعیت اعتباری بنگاه‌های اقتصادی را تشریح کند. چنین اطلاعاتی را می‌توان از طریق رتبه‌بندی اعتباری استخراج نمود. مؤسسات رتبه‌بندی اعتباری، گروه مهمی از بازیگران بازار هستند که به‌رغم نقش تأثیرگذارشان در اقتصاد، به طور عام، و در بازارهای مالی نوین، به طور خاص، در مطالعات و پژوهش‌های قبلی کمتر موردتوجه قرار گرفته‌اند (Karmozdi et al., 2022). این مؤسسات با استفاده از اطلاعات فراهم‌شده توسط مدیریت و صورت‌های مالی، سعی می‌کنند الگوهایی را برای پیش‌بینی دورنمای کلی بنگاه‌های اقتصادی ارائه داده و از عدم اطمینان پیشروی سرمایه‌گذاران و سایر ذی‌نفعان هنگام اتخاذ تصمیم‌های مالی بکاهند. در واقع، رتبه‌بندی اعتباری، اظهارنظری رسمی و تکنیکی در مورد درجه نسبی ریسک عدم باز پرداخت به‌موقع اصل و بهره یک ابزار بدهی بوده که صلاحیت اعتباری نهاد ناشر آن را پیش‌بینی می‌کند (Suchodolski et al., 2020).

ضرورت بررسی این پژوهش را می‌توان از این حیث مورد مذاقه قرار داد که اصولاً امروزه شرکت‌ها در محیطی پیچیده و متغیر و رقابتی فعالیت دارند و پیچیدگی و تغییرات محیطی در عرصه‌های رقابتی تجاری و افزایش انتظارات استفاده‌کنندگان اطلاعات مالی، ضرورت آگاهی از نقاط ضعف و قوت شرکت و بهبود مستمر اعتبار تجاری آنها را بیش‌ازپیش آشکار نمود است. از آنجاکه شرکت‌ها برای موفقیت در محیط‌های رقابتی و همچنین جذب سرمایه‌گذاران و تأمین اعتبارات موردنیاز نیازمند کسب اعتبار و شهرت هستند (Xu et al., 2021). تنها با داشتن بازخوردی از محیط پیرامونی و درونی، شناسایی نقاط ضعف و قوت و فرصت‌ها از طریق طراحی الگویی مناسب جهت بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی، محقق خواهد شد.

با این مقدمات اجمالی، مقاله کنونی تلاشی است در راستای بررسی عوامل مؤثر جهت بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی.

۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

امروزه رقابت در بازار به طور فزاینده‌ای در حال گسترش است و سرعت تغییرات شرکت‌ها را تحت فشار بی‌سابقه‌ای قرار داده است که نه تنها به دنبال کسب موفق در حیطه فعالیت خود باشند، به دنبال حفظ آن در آینده نیز باشند. در همین راستا و در طول سالیان گذشته، علاقه سرمایه‌گذاران به عملکرد غیرمالی شرکت‌ها به طور چشمگیری افزایش یافته و در پی افزایش مقررات و رشد سطح آگاهی سهامداران، مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی نیز اهمیت بیشتری پیدا کرده است. بیشتر پژوهش‌های قبلی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش شرکت را به واسطه تصمیمات سرمایه‌گذاری بررسی کرده و این حقیقت را نادیده گرفته‌اند که ارزش شرکت تابعی از تصمیمات مالی هوشمندانه نیز هست. مطالعات محدودی در خصوص بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش شرکت به واسطه تصمیمات تأمین مالی وجود دارد. نظریه نمایندگی بیان می‌کند رابطه‌ای بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و اهرم شرکت وجود ندارد؛ زیرا مدیران گرایش به بیش سرمایه‌گذاری در مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارند تا شهرت و اعتبار شخصی خود را افزایش دهند؛ با این حال، پژوهش‌های مدیریت حاکی است مسئولیت‌پذیری اجتماعی، ارزش شرکت را با کاهش هزینه سرمایه از طریق کانال‌های متفاوت افزایش می‌دهد. نخست، افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی، شفافیت ایجاد می‌کند و باعث کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بین شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران می‌شود. شرکت‌های با مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالا اطلاعات بیشتری را برای ارائه تصویر مثبتی از پروژه‌شان افشا می‌کنند و عدم تقارن اطلاعاتی را کاهش می‌دهند. دوم، شرکت‌هایی که در مسئولیت‌پذیری اجتماعی سرمایه‌گذاری می‌کنند، گرایش به سرمایه‌گذاری بیشتر و هزینه سرمایه پایین‌تری دارند؛ زیرا سرمایه‌گذارانی که به لحاظ اجتماعی هوشیارند، از شرکت‌های با مسئولیت‌پذیری اجتماعی پایین دوری می‌کنند. سوم، با توجه به اینکه مسئولیت‌پذیری اجتماعی، بیمه‌ای مثل محافظت در زمان عملکرد ضعیف فراهم می‌کند، به طور کلی ریسک شرکت‌های با مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالا در مقایسه با شرکت‌های با مسئولیت‌پذیری اجتماعی پایین، کمتر است و سرمایه‌گذاران صرف ریسک کمتری را برای حفظ چنین سهامی انتظار دارند؛ بنابراین، انتظار می‌رود مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر میزان بدهی‌ها شرکت‌ها اثر داشته باشد (Sahmaniasl et al., 2022).

نسل موسوی و همکاران (Nasle Mosavi et al., 2022) در پژوهشی به بررسی تأثیر کیفیت حسابرسی بر رابطه بین ویژگی‌های کمیته حسابرسی و کیفیت گزارشگری مالی پرداخته و به این نتیجه‌گیری دست یافتند که بین ویژگی‌های کمیته حسابرسی و کیفیت گزارشگری مالی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین نتایج پژوهش بیانگر آن است که کیفیت حسابرسی بر رابطه بین ویژگی‌های کمیته حسابرسی و کیفیت گزارشگری مالی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

حاجیها و قربانی (Hajiha and Ghorbani, 2021) در پژوهشی به بررسی تأثیر ریسک عدم بازپرداخت بدهی‌ها بر رتبه‌بندی اعتباری باتوجه‌به نقش تعدیلی محدودیت مالی پرداخته و به این نتیجه‌گیری دست یافتند که شرکت‌هایی که در بازپرداخت اصل و بهره تعهدات مالی خود ضعیف عمل می‌کنند باعث بی‌اعتمادی اعتباردهندگان می‌گردند که این امر در نتیجه، رتبه اعتباری شرکت را کاهش می‌دهد. همچنین نتایج پژوهش نشان داد، محدودیت مالی دارای تأثیر مثبت بر رابطه بین ریسک عدم بازپرداخت بدهی‌ها و رتبه‌بندی اعتباری شرکت است. بدین ترتیب شرکت‌هایی که دارای محدودیت مالی هستند، ریسک عدم بازپرداخت بدهی‌ها بالایی دارند و در نتیجه آن بی‌اعتمادی اعتباردهندگان افزایش می‌یابد که این امر منجر به کاهش رتبه اعتباری شرکت‌ها می‌گردد. سرمایه‌گذاران و اعتباردهندگان علاقه دارند به شرکت‌هایی که محدودیت مالی کمتری دارند، اهمیت بیشتری دهند. این امر منجر می‌گردد که این شرکت‌ها نزد سرمایه‌گذاران و اعتباردهندگان اعتبار بالاتری به‌واسطه تأمین مالی آسان بیابند. همچنین افزایش ریسک عدم بازپرداخت بدهی‌ها، باعث بدبینی اعتباردهندگان به شرکت نسبت به عدم پرداخت تعهدات مالی‌شان می‌گردد.

شیری و همکاران (Shiri et al., 2021) در پژوهشی به بررسی اثر گزارشگری مسئولیت اجتماعی بر رتبه اعتباری شرکت، به این نتیجه‌گیری دست یافتند که می‌توان گزارشگری مسئولیت اجتماعی را به‌عنوان یک ویژگی کیفی برای شرکت و حتی یک ابزار نوآورانه در نظر گرفت که بر رتبه اعتباری آن شرکت مؤثر خواهد بود.

محمدی خانقاه و همکاران (Mohammadikhanghah et al., 2020) در پژوهشی به بررسی مدیریت سود واقعی، کیفیت حاکمیت شرکتی و رتبه اعتباری پرداخته و به این نتیجه‌گیری دست یافتند که کیفیت حاکمیت شرکتی بر مدیریت سود واقعی اثر معکوس و معنادار و مدیریت سود واقعی اثر منفی و معنادار بر رتبه اعتباری دارد. همچنین نتایج حاکی از این است که کیفیت حاکمیت شرکتی به‌صورت غیرمستقیم و از طریق مدیریت سود واقعی بر رتبه اعتباری اثرگذار است. وجود سازوکارهای حاکمیت شرکتی قوی، به کاهش رفتار فرصت‌طلبانه مدیران منجر می‌شود و از این طریق باعث می‌شود که رتبه

اعتباری افزایش یابد. به بیان دیگر، نقش میانجی مدیریت سود واقعی در رابطه بین کیفیت حاکمیت شرکتی و رتبه اعتباری تأیید می‌شود.

گرمسیری و همکاران (Garmsiri et al., 2017) در پژوهشی به بررسی اثر کیفیت گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، ویژگی‌های حاکمیت شرکتی، عملکرد مالی، بر شهرت اجتماعی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران به این نتیجه‌گیری دست یافتند که عامل کیفیت گزارشگری مسئولیت اجتماعی دارای ارتباط مستقیم با شهرت اجتماعی شرکت می‌باشد، و از میان ویژگی‌های حاکمیت شرکتی عامل دوگانگی پست مدیرعامل دارای رابطه‌ای معکوس، میزان مالکیت هیئت‌مدیره و عضویت صنعتی دارای رابطه مستقیم و سه عامل اندازه هیئت‌مدیره، اندازه شرکت، نسبت اعضای موظف هیئت‌مدیره دارای رابطه معناداری با شهرت اجتماعی نیستند و در نهایت یافته‌های پژوهش نشان داد که بین عملکرد مالی و شهرت اجتماعی شرکت رابطه معناداری وجود ندارد.

یو و فانگ (Yu and Fang, 2022) در پژوهشی به بررسی رتبه‌بندی اعتبار مالیاتی و تصمیمات نوآوری شرکت پرداخته و به این نتیجه‌گیری دست یافتند که با استفاده از داده‌های شرکت‌های فهرست‌شده از ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۹، متوجه می‌شویم که شرکت‌هایی با رتبه‌بندی اعتبار مالیاتی بالاتر، بیشتر در نوآوری سرمایه‌گذاری می‌کنند، زیرا این سیستم به مدیران کمک می‌کند فرصت‌های تحقیق و توسعه را شناسایی کنند، محدودیت‌های تأمین مالی شرکت‌ها را کاهش داده و هزینه‌های آژانس را کاهش می‌دهد. نویسندگان در ادامه به این موضوع اذعان می‌کنند که رتبه‌بندی‌های اعتبار مالیاتی تأثیرات متعددی بر محیط‌های اطلاعاتی شرکت‌ها و تصمیم‌گیری‌های تجاری دارد و رتبه‌بندی‌های بهتر بر تصمیم‌های تجاری شرکت‌ها تأثیر مثبت دارد. این کشف می‌تواند به اصلاح سیاست مالیاتی، تشویق نوآوری شرکت‌ها و ایجاد سیستم‌های اعتبار اجتماعی کمک کند.

اوبارهند و چاندنی (Ubarhande and Chandani, 2021) در پژوهشی به بررسی عناصر رتبه‌بندی اعتباری: بررسی ترکیبی و دستور کار تحقیقات آینده پرداخته و به این نتیجه‌گیری دست یافتند که ۴۸ درصد از مطالعات بر توسعه مکانیسم جدید رتبه‌بندی اعتباری بدون ارزیابی عمیق ساختار موجود متمرکز شده‌اند. همچنین در این مطالعه مشخص شده است که عوامل تعیین‌کننده اعتبار برای بخش‌های مختلف متفاوت است.

رافای و همکاران (Rafay et al., 2018) در پژوهشی به بررسی تجزیه و تحلیل تأثیر رتبه‌بندی اعتباری بر عملکرد شرکت و بازده سهام: شواهدی از تایوان پرداخته و به این نتیجه‌گیری دست یافتند که یافته‌ها نشان می‌دهند که رتبه‌بندی اعتباری توسط عوامل مهم خاص شرکت مانند اندازه و

فرصت‌های رشد، شدت سرمایه، بازده دارایی، نوع بخش و غیره پیش‌بینی می‌شود. نتایج همچنین نشان می‌دهد که شرکت‌هایی با رتبه اعتباری بالاتر تمایل به عملکرد بهتری دارند.

نوآوری مقاله کنونی از چند حیث قابل‌بررسی است:

نخست، بررسی عوامل مؤثر جهت بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی.

دوم، بررسی عوامل تعیین‌کننده رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی از طریق روش داده بنیاد.

سوم، بررسی روابط معناداری یا عدم معناداری عوامل تعیین‌کننده رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی.

۳- روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر ماهیت و روش جزء پژوهش‌های توصیفی - پیمایشی است. برای انجام این پژوهش از ارائه پژوهش ترکیبی استفاده شده است که برای طراحی الگویی جهت بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی، ابتدا از رویکرد کیفی و به طور ویژه روش پژوهش نظریه داده بنیاد استفاده شده است. پژوهش حاضر از نظر روش اجرا به دو بخش کیفی و کمی تقسیم شده است.

بخش کیفی بر اساس نظریه داده بنیاد بوده و روش گردآوری داده‌ها در بخش کیفی اغلب مصاحبه بوده و باتوجه به موضوع و اهداف تحقیق از روش مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده شده است. با در نظر گرفتن مفهوم اشباع نظری، در بخش کیفی پژوهش تعداد ۲۰ مصاحبه با مشارکت‌کنندگان انجام شده است. به منظور جمع‌آوری اطلاعات، مصاحبه‌های عمیق با مشارکت‌کنندگان صورت پذیرفت؛ به این صورت که با مصاحبه‌کننده‌هایی که دارای شاخص‌های ذکر شده بودند، با طرح پرسش‌های بازبین ۴۵ تا ۹۰ دقیقه مصاحبه صورت گرفت، مصاحبه‌شونده‌های اولیه از طریق این شاخص‌ها و سپس با نمودار شدن مقوله محوری و در راستای غنا بخشیدن به نظریه در حال شکل‌گیری از اشباح نظری در مصاحبه استفاده شد؛ برای این منظور از آگاه‌ترین افراد به مسئله مورد بررسی انتخاب می‌شدند. در مرحله بعد متن مصاحبه‌ها پیاده و با مطالعه عمیق و چندباره، واحدهای معنایی استخراج شد. در طی مصاحبه تلاش شد تا نظرات و دغدغه‌های مدیران نسبت به مقوله محوری مورد توجه قرار گرفته و بر آنها تأکید شود. در جهت سهولت طبقه‌بندی و گزارش‌گیری از مفاهیم و مقوله‌ها در این فرایند، نرم‌افزار

مکس کیودا^۱ مورد استفاده قرار گرفت و الگوی ارتقای رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی طراحی شده است.

بخش کمی پیمایشی مقطعی می‌باشد نیز از روش پیمایشی مقطعی استفاده شده است. باتوجه به اینکه حجم جامعه نامعلوم است حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان به دست آمد که ۳۸۴ نفر است. پرسش‌نامه این پژوهش به صورت حضوری و الکترونیکی تهیه ارسال شد. جهت سنجش برازش الگوی طراحی شده در بخش کمی، پرسش‌نامه‌ای محقق ساخت طراحی شده و روایی و پایایی آن مورد ارزیابی قرار گرفته است. سپس این پرسش‌نامه در جامعه آماری پژوهش توزیع و گردآوری و مورد تحلیل قرار گرفته است. نتیجه تحلیل این داده‌ها امکان ترکیب نتایج بخش کیفی و کمی را میسر ساخته و الگوی نهایی ارتقای رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی را ارائه نموده است. جهت تحلیل داده‌ها در بخش کیفی، کدگذاری بوده و در بخش کمی از نرم‌افزار اس پی اس اس^۲ و پی ال اس^۳ از پرکاربردترین نرم‌افزارهای مدل‌سازی معادلات ساختاری هستند، استفاده شد.

۴- تجزیه و تحلیل داده‌ها

محققان کیفی بر مبنای ماهیت فرآیند پژوهش در رویکرد نظریه داده بنیاد که بر تجربه و تغییرپذیری واقعیت اجتماعی در بستر و زمینه پژوهش تأکید می‌کنند، پایایی را تنها در سطح داده‌ها مطرح می‌کنند. در این پژوهش محقق با استفاده از دستگاه ضبط صوت حرفه‌ای (ضبط مکالمه با هماهنگی مشارکت‌کننده)، انتخاب مکان و زمان مناسب باتوجه به نظر مشارکت‌کنندگان، اختصاص یک صفحه به هر مشارکت‌کننده و ثبت مشاهدات دیداری در طول مصاحبه (در یادداشت‌های تحلیلی)، پیاده‌سازی شخصی مصاحبه‌ها و ثبت حالات کلامی و سنج‌های غیرکلامی مهم سعی نموده است که پایایی نتایج پژوهش را تقویت کند. جهت تعیین روایی (تأییدپذیری) یافته‌ها نیز از سه تکنیک جمع‌آوری داده‌ها از منابع متعدد، تحلیل موارد منفی و انعطاف روش استفاده گردید. به‌طور کلی اعتبار پژوهش از طریق اجماع سه سویه (اجماع داده‌ها، اجماع پژوهشگران و اجماع نظریه‌ها و اجماع روش‌شناسی) به دست آمده است.

برای تحلیل داده‌ها در بخش کیفی این پژوهش از روش کدگذاری استفاده شده است. اول به شناسایی شواهد گفتاری پرداخته شد. مرحله دوم مفاهیم شناسایی شد که مفهوم‌پردازی نیز نامیده می‌شود. در مرحله سوم مقوله‌ها شناسایی شده و آن‌ها را نام‌گذاری کردیم که مقوله‌پردازی نیز نامیده

می‌شود. در مرحله چهارم که مرحله آخر داده بنیاد است، رابطه بین مقوله‌های پژوهش که در قالب الگو طراحی شده، ارزیابی نمودیم.

کدگذاری باز به شیوه تطبیقی، یعنی پرسیدن سؤالات و انجام مقایسه‌ها صورت می‌گیرد. ابتدا از کدگذاری باز استفاده شد. به‌منظور کدگذاری باز، تمامی مصاحبه‌ها در نرم‌افزار مکس کیودا وارد شده‌اند. در مجموع ۱۶ مقوله و ۱۵۰ مفهوم شناسایی و استخراج شدند که در **جدول (۱)** دسته‌بندی مفاهیم در مقولات اصلی ارائه شده است.

جدول (۱) دسته‌بندی مفاهیم در مقولات اصلی

Table (1) Classification of concepts in main categories

مقوله	مفهوم	کدگذاری اولیه
		اندازه واحد تجاری
		سیاست‌های اقتصادی و اجتماعی دولتی
		توجه به قوانین گزارشگری و به‌کارگیری روش حسابداری یکسان
	مقوله بنیادی	قوانین گزارشگری و اعتبارسنجی
		چگونگی و نحوه اعتبارسنجی
		حذف مباحث سیاسی
		تداوم در مسئولیت‌پذیری اجتماعی
		سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی در هر صنعت
		مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر اساس محتوا فعالیت شرکت
	مقوله سازمانی	شناسایی موانع موجود در صنعت
		مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر اساس محتوا فعالیت شرکت
شرایط علی		وضعیت رقابت‌پذیری و فشار رقبا
		تغییرات قوانین گزارشگری و اعتبارسنجی
		چگونگی و نحوه رسیدگی اعتبارسنجی
	مقوله محیطی	حذف مباحث سیاسی اعتبارسنجی
		تداوم در مسئولیت‌پذیری اجتماعی
		افزایش گزارشگری داوطلبانه
		آگاهی از آخرین بخشنامه‌ها و تغییرات موجود قوانین گزارشگری
		اصلاح ساختار اقتصاد
	مقوله تخصصی	اصلاح و تغییرات قوانین موجود
		توجه به ریسک
		پیچیدگی فعالیت

مقوله	مفهوم	کدگذاری اولیه
		تجربه صنعت
		تشکیل کمیته نظارتی
		آزمون و گزینش حسابداران
		استخدام حسابداری متخصص در شرکت‌ها
		قانون‌پذیری فعالیت‌های شرکت
		عدم فرصت‌طلبی از اعتباری به وجود آمده
		تیم قوی برای انتخاب موارد گزارشگری مالی مسئولیت‌های اجتماعی
		شبکه‌سازی بین نهاد دانشگاهی و سازمانی با هدف اجتماعی
مقوله تعهد سازمانی		توجه به مسئولیت‌های اجتماعی
		ضمانت تولید محصولات باکیفیت
		حمایت تولید داخلی
		حفاظت از جامعه و محیط‌زیست
		رعایت اخلاق و ارزش‌ها در مباحث اجتماعی
		دسترسی به منابع مالی
		ایجاد و ارتقاء رتبه اعتباری
		کاهش هزینه سرمایه
		برآورد ریسک موجود
پدیده		اطلاع‌رسانی فعالیت زیست‌محیطی
محوری		حمایت از تولید محصولات
		جذب سرمایه‌گذاری
		تطابق گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی با قوانین
		تناسب جزئیات گزارشگری مالی با فعالیت‌های اعتباری
مقوله اهداف سازمانی		ارتقا مباحث اجتماعی امنیت‌زا
		سودآوری شرکت
		مدیریت هزینه
		ارتقا شفافیت
		افزایش ارتباطات سازمانی
		رضایت‌مندی مشتریان
		پاسخگویی اجتماعی
		خود هدف‌گذاری سازمانی

مقوله	مفهوم	کدگذاری اولیه
		نگرش‌های مدیران مقبولیت عملکرد وابستگی دولتی بهره‌گیری مدیران توانمند و کارا وجود مغایرت‌ها و محدودیت‌های قانونی اتخاذ سیاست‌های اشتباه به دلیل کم‌تجربگی مدیران پیشین استقلال مدیران چشم‌انداز و اهداف میان‌مدت و طولانی‌مدت سازمانی مسائل رفاهی و انگیزشی مدیران وجود نظام‌های پیگیری برای ذی‌نفعان
شرایط مداخله‌گر	مقوله ساختاری	محدودیت‌های مالی نظارت دقیق بر رفتار شرکت‌ها وجود رویه یکسان فرایند اجرای رتبه‌بندی نفوذ سیاسی تشکیل نهادهای ویژه برای حل مشکلات ناشی از تغییرات ساختاری صحت و قابلیت اتکا اطلاعات محدودیت ارتباط با مشتری شفافیت قوانین و مقررات وجود سامانه‌های پیگیری فعالیت‌ها حمایت تأمین‌کنندگان مالی
	مقوله انسانی	تیم محوری کارکنان نگرش‌های افراد شایسته‌سالاری متوازن‌سازی تخصص و فعالیت مدیریت استعداد و منابع انسانی تخصص‌گرایی کارکنان
	مقوله دانش	تسلط بر استانداردها و قوانین بین‌المللی تسلط بر استانداردها و قوانین داخلی پیش‌بینی‌های آتی گزارشگری تسلط بر دانش محیط‌زیست

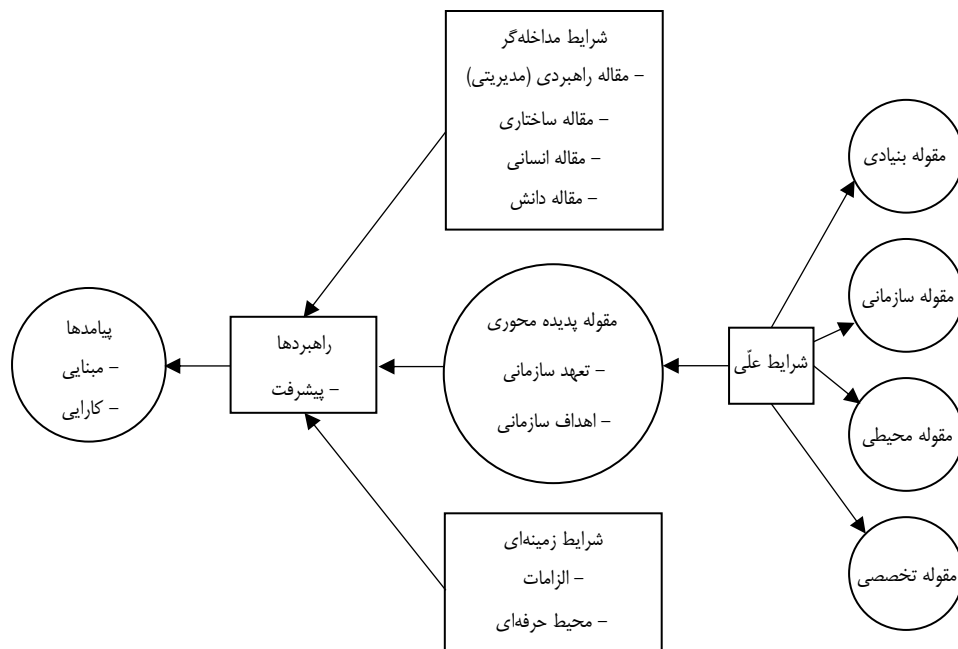
مفهوم	مقوله
کدگذاری اولیه	
آگاهی از نظام رتبه‌بندی آگاهی از استراتژی‌های مالی توانایی‌های کنترل ریسک	
بهره‌گیری از تجربه سایرین کاهش عدم تقارن اطلاعاتی تأمین منافع ذی‌نفعان تضاد منافع شفافیت در رتبه‌بندی افزایش تعاملات سه‌گانه (دولت، سازمان و جامعه) رعایت بی‌طرفی ثبات در سیاست‌های اقتصادی و اجتماعی	مقوله الزامات
ایجاد نظام کنترل دوسویه افزایش پاسخ‌خواهی اجتماعی رتبه‌بندی افشا و ارزیابی و مقایسه حمایت از مسئولیت‌پذیری و قانونمندی افزایش تعهد سازمان‌ها افزایش پاسخگویی ناظران کنترل هزینه‌های نمایندگی دیدهبانی رسانه‌ای کنترل انتصابات و گزینش مدیران و حساب‌سان ارزیابی استقلال حسابرسی ارزیابی و سنجش انطباق قانونی کنترل استانداردهای حسابداری به‌کارگیری فن‌آوری اطلاعات و هوشمندسازی مالی کنترل نقش‌ها و مسئولیت‌ها ارزیابی و مقایسه انتظارات ذی‌نفعان شناسایی و معرفی مؤلفه‌های اعتبار‌آفرین	شرایط زمینه‌ای
مدیریت اطلاعات تحلیل حساسیت و مدل‌سازی اعتباری ارائه برنامه جامع و کامل برای کنترل اطلاعات مالی بهینه‌سازی منابع	مقوله محیط حرفه‌ای مقوله پیشرفت راهبردها

مقاله	مفهوم	کدگذاری اولیه
		مدیریت ریسک
		ارائه بانک اطلاعات تحلیل‌پذیر
		پیاپی‌سازی کامل ابعاد مسئولیت اجتماعی
		تناسب رتبه اعتباری با دسترسی به منابع مالی
		تصمیم‌سازی و قانون‌گذاری و مفسران
		تعامل بین مسئولین و سازمان
		تناسب رتبه اعتباری با دسترسی به منابع مالی
		افزایش سطح آگاهی جامعه
		افزایش مهارت و تخصص
		توجه به مالکیت فکری و گزارشگری
		بهبود قوانین رتبه‌بندی مرتبط با گزارشگری مالی
		دسترسی به منابع مالی
مقاله حمایتی		توسعه روابط بین دانشگاه، صنعت و دولت
		تشویق و آموزش افراد
		توجه به مسائل تحریم و سیاسی کشور
		شفافیت جرائم مرتبط با تخلفات گزارشگری
		احقاق حقوق کلیه ذی‌نفعان
		افزایش بهره‌وری شرکت
		افزایش ثروت سرمایه‌گذاران
		ارتقاء دانش گزارشگری
		همسان‌سازی مسئولیت‌پذیری اجتماعی
		جلوگیری از تخلفات حسابداری
		جلوگیری از سردرگمی سرمایه‌گذاران
		جلوگیری از فساد و فرصت‌طلبی مدیران
پیامدها		کاهش هزینه نمایندگی
		رشد و توسعه اقتصادی
		کاهش آلاینده‌های زیست‌محیطی
		کاهش هزینه‌های معاملاتی
		رشد فروش و افزایش رضایت‌مندی مشتریان
مقاله کارایی		افزایش سرعت دسترسی به منابع مالی
		کاهش ریسک سرمایه‌گذاری

مقوله	مفهوم	کدگذاری اولیه
		قابلیت پیگیری حساب‌ها و فعالیت‌های مالی شرکت
		تحقق اهداف سازمانی
		کاهش وقفه‌های گزارشگری مالی
		افزایش شهرت شرکت
		افزایش کیفیت مدیریت

کدگذاری محوری مرحله دوم تجزیه و تحلیل اطلاعات و داده‌ها در نظریه داده بنیاد در این پژوهش است. هدف این مرحله برقراری رابطه بین مقوله‌های تولیدشده در مرحله کدگذاری باز است. در این پژوهش، چهار مقوله بنیادی، مقوله سازمانی، مقوله محیطی و مقوله تخصصی به‌عنوان شرایط علی در نظر گرفته شده است. مقوله تعهد سازمانی و مقوله اهداف سازمانی به منزله شرایط پدیده محوری در نظر گرفته شد. مقوله راهبردی (مدیریتی)، مقوله ساختاری، مقوله انسانی و مقوله دانش به‌عنوان شرایط مداخله‌گر محسوب بودند. مقوله الزامات و محیط حرفه‌ای به منزله شرایط بستر در نظر گرفته شدند. مقوله پیشرفت و مقوله حمایتی به‌عنوان راهبرد تحقق (تدوین الگویی جهت بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی) شناخته شده است و پیامدهای حاصل از الگوی بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی دو مقوله مبنایی و کارایی طبقه‌بندی کرد.

بر اساس نتایج حاصل از مصاحبه، بر اساس آن ۱۶ مقوله بنیادی، مقوله سازمانی، مقوله محیطی، مقوله تخصصی، مقوله تعهد سازمانی، مقوله اهداف سازمانی، مقوله راهبردی (مدیریتی)، مقوله ساختاری، مقوله انسانی، مقوله دانش مقوله الزامات، مقوله محیط حرفه‌ای، مقوله پیشرفت، مقوله حمایتی، مقوله مبنایی و مقوله کارایی به‌عنوان ابعاد الگوی بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی به دست آمد و مدل تحقیق ارائه گردید.



شکل (۱) تدوین الگویی جهت بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی
 Figure (1) Development of a model to improve the credit rating of companies based on financial reporting and social responsibilities

در این قسمت شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش شامل میانگین، انحراف معیار، کمینه و بیشینه در جدول (۲) ارائه شده است.

جدول (۲) میانگین، انحراف معیار، کمینه و بیشینه متغیرهای پژوهش

Table (2) mean, standard deviation, minimum and maximum of research variables

متغیر	میانگین	انحراف معیار	کمینه	بیشینه
شرایط علی	۳/۷۹	۰/۳۲	۱/۸۳	۴/۵۴
پدیده محوری	۳/۸۶	۰/۴۴	۲/۱۱	۴/۷۶
عوامل مداخله‌گر	۳/۱۱	۰/۴۱	۲/۰۲	۴/۳۵
شرایط زمینه‌ای	۳/۲۲	۰/۳۵	۲/۱۴	۴/۵۷
راهبردها	۳/۱۹	۰/۴۸	۱/۹۵	۴/۷۰
پیامدها	۳/۳۶	۰/۴۳	۱/۸۶	۴/۳۵

همان‌طور که در جدول (۲) ملاحظه می‌شود، میانگین تمامی متغیرها از مقدار متوسط (یعنی ۳) بزرگ‌تر شده است.

به‌منظور برآورد روایی پرسش‌نامه در این پژوهش از اعتبار محتوا استفاده خواهد شد. برای این منظور از روایی محتوایی به روش CVR و تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد.

جدول (۳) حداقل مقدار نسبت روایی محتوای قابل قبول بر اساس تعداد متخصصین

Table (3) The minimum value of acceptable content validity ratio based on the number of experts

مقدار CVR	تعداد متخصصین	مقدار CVR	تعداد متخصصین	مقدار CVR	تعداد متخصصین
۰/۳۷	۲۵	۰/۵۹	۱۱	۰/۹۹	۵
۰/۳۳	۳۰	۰/۵۶	۱۲	۰/۹۹	۶
۰/۳۱	۳۵	۰/۵۴	۱۳	۰/۹۹	۷
۰/۲۹	۴۰	۰/۵۱	۱۴	۰/۷۵	۸
		۰/۴۹	۱۵	۰/۷۸	۹
		۰/۴۲	۲۰	۰/۶۲	۱۰

برای تعیین نسبت روایی محتوای پرسش‌نامه، پرسش‌نامه طراحی شده در اختیار ۱۰ نفر از متخصصین در این حوزه قرار گرفت و باتوجه به نتایج نظرات تمامی آنها، مقدار آیت‌ها بیشتر از ۶۲٪ برآورد شد؛ بنابراین مشخص شد تمام سؤالات و مؤلفه‌های روایی محتوایی لازم را دارا بودند. در این پژوهش برای به‌دست‌آوردن پایایی پرسش‌نامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است که معمولاً مقدار بالای ۰/۷ قابل قبول می‌باشد.

در این قسمت، ساختار کلی مدل مفهومی پژوهش مورد آزمون قرار می‌گیرد، تا مشخص شود که آیا روابط تئوریکی که بین متغیرها در مرحله تدوین چارچوب مفهومی مدنظر محقق بوده است، به‌وسیله داده‌ها تأیید می‌گردد یا نه. در ابتدا نرمال بودن توزیع متغیرهای پژوهش که یکی از پیش‌فرض‌های اصلی مدل‌سازی معادلات ساختاری است با استفاده از آزمون کلموگروف - اسمیرنوف مورد بررسی قرار گرفت.

جهت بررسی نرمال بودن متغیرهای پژوهش از آزمون کلموگروف - اسمیرنوف استفاده شده است که نتایج مربوط به آن در جدول (۴) ارائه شده است.

جدول (۴) نتایج آزمون نرمال بودن متغیرهای پژوهش

Table (4) The results of the normality test of the research variables

سطح معناداری	آماره کلموگروف - اسمیرنوف	متغیر
۰/۰۰۱*	۱/۱۰	شرایط علی
۰/۰۰۱*	۰/۰۸۷	پدیده محوری
۰/۰۰۱*	۰/۰۹۸	عوامل مداخله‌گر

شرایط زمینه‌ای	۰/۰۳۹	۰/۰۹۴ ^{NS}
راهبردها	۱/۲۱۱	۰/۰۳۶*
پیامدها	۰/۰۳۳	۰/۱۱۲ ^{NS}

*: در سطح خطای ۰/۰۵ معنی‌دار است.

^{NS}: در سطح خطای ۰/۰۵ معنی‌دار نیست.

همان‌طور که در **جدول (۴)** ملاحظه می‌شود، سطح معنی‌داری مربوط به آماره کلموگروف - اسمیرنوف برای تمامی متغیرها به‌جز شرایط زمینه‌ای و پیامدها از ۰/۰۵ کوچک‌تر شده است؛ بنابراین، به‌جز شرایط زمینه‌ای و پیامدها سایر متغیرها از توزیع نرمال پیروی نمی‌کنند.

همان‌گونه که بیان شد، این تحقیق با رویکرد ترکیبی انجام شده است. بدین صورت که در مرحله نخست برای طراحی مدل از روش کیفی، و در مرحله دوم برای تبیین مدل از روش کمی استفاده شده است؛ بنابراین در ابتدا و پیش از مرحله کیفی ما فرضیه‌ای نداشتیم؛ چون که تحقیق ماهیت اکتشافی داشته و پژوهشگر به دنبال پاسخ به شش پرسش اساسی بوده است؛ لذا در مسیر پژوهش به فرضیاتی رسیدیم که در ادامه بحث به آزمون و تفسیر آنها خواهیم پرداخت:

۱. بین عوامل علی و عوامل پدیده محوری ارتباط معنی‌داری وجود دارد.

۲. بین عوامل پدیده محوری و عوامل راهبردی ارتباط معنی‌داری وجود دارد.

۳. بین عوامل زمینه‌ای و عوامل راهبردی ارتباط معنی‌داری وجود دارد.

۴. بین عوامل مداخله‌گر و عوامل راهبردی ارتباط معنی‌داری وجود دارد.

۵. بین عوامل راهبردی و پیامدها ارتباط معنی‌داری وجود دارد.

جهت برازش مدل کلی و آزمون فرضیه‌های پژوهش، باتوجه‌به عدم نرمال بودن توزیع اکثر متغیرها، از مدل‌یابی معادلات ساختاری در نرم‌افزار وارپ پی ال اس^۱ استفاده شد. به‌منظور برازش مدل کلی پژوهش از شاخص‌های برازندگی مدل معادلات ساختاری استفاده به عمل آمد که بر اساس آن، شاخص‌ها بدین‌گونه برآورد شده است:

نرم‌افزار وارپ پی ال اس سه شاخص را برای برازندگی مدل ارائه می‌دهد که عبارتند از: متوسط

ضریب مسیر^۲، ضریب تعیین^۳، ضریب تعیین تعدیل‌شده^۴ و متوسط عامل تورم واریانس^۵. مقادیر این

شاخص‌ها در **جدول (۵)** ارائه شده است.

1. Varp PLS

2. Average Path Coefficient (APC)

3. Average R-Squared (ARS)

4. Average Adjusted R-squared (AARS)

5. Average Block VIF (AVIF)

جدول (۵) شاخص‌های برازندگی مدل پژوهش

Table (5) Appropriateness indices of the research model

نتیجه	مقدار مطلوب	سطح معنی‌داری	مقدار محاسبه‌شده	معیار
تأیید	$< 0/001$	$0/0001$	$0/413$	متوسط ضریب مسیر
تأیید	$< 0/001$	$0/0001$	$0/410$	ضریب تعیین
تأیید	$< 0/001$	$0/0001$	$0/408$	ضریب تعیین تعدیل‌شده
تأیید	کمتر از $3/3$	-	$1/09$	متوسط عامل تورم واریانس

همان‌طور که در جدول (۵) ملاحظه می‌شود سطح معنی‌داری برای متوسط ضریب مسیر، ضریب تعیین، ضریب تعیین تعدیل‌شده برابر با $0/0001$ شده و از $0/001$ کوچک‌تر می‌باشد. همچنین متوسط عامل تورم واریانس برابر با $1/09$ شده و از $3/3$ کوچک‌تر می‌باشد که نشان‌دهنده برازش عالی مدل است.

برای بررسی قدرت پیش‌بین مدل از معیار ضریب تعیین (R^2) و ضریب پیش‌بین (Q^2) استفاده می‌شود. مقادیر محاسبه‌شده برای این دو معیار در جدول (۶) ارائه شده است.

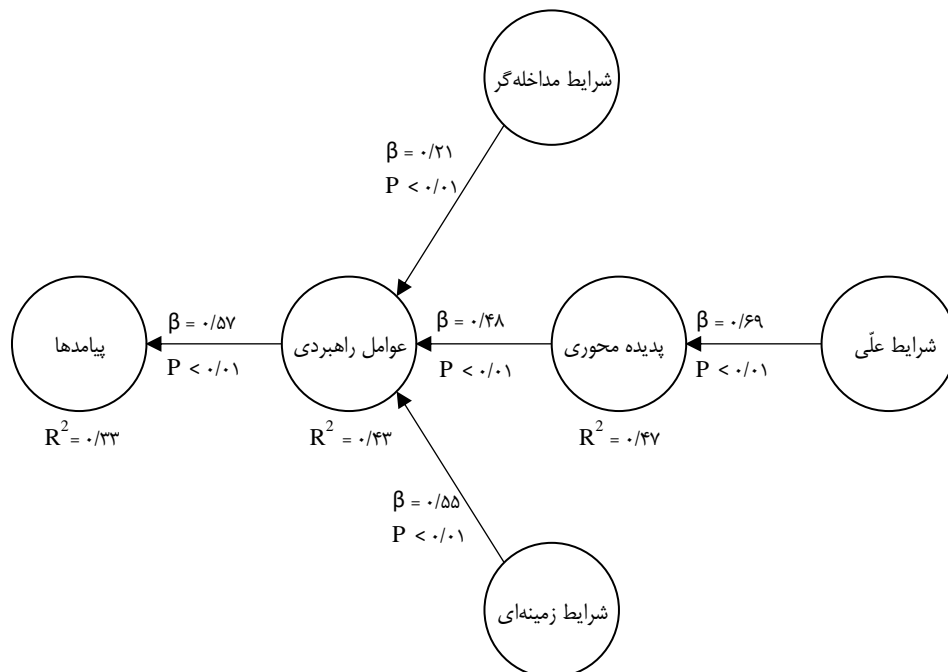
جدول (۶) ارزیابی قدرت پیش‌بین مدل پژوهش

Table (6) Evaluation of the predictive power of the research model

پیامدها	راهبردها	پدیده محوری	متغیر
$0/33$	$0/43$	$0/47$	ضریب تعیین
$0/31$	$0/43$	$0/46$	ضریب پیش‌بین

همان‌طور که در جدول (۶) مشاهده می‌شود تمامی ضرایب در حد مطلوب هستند، لذا مدل مذکور از ظرفیت و توان پیش‌بین لازم برخوردار است؛ بنابراین، می‌توان گفت که مدل پژوهش به‌خوبی برازش شده است، پس مورد تأیید قرار می‌گیرد. در واقع شاخص‌های موردنظر، کیفیت مدل مفهومی را مطلوب ارزیابی می‌کنند. از این‌رو بعد از تأیید مدل می‌توان نتایج تحلیل ساختاری را در آزمون فرضیه‌ها استفاده کرد و به تفسیر آن‌ها پرداخت.

شکل (۲) نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش و روابط ساختاری بین متغیرهای مدل پژوهش را نشان می‌دهند. معیار تأیید یا رد فرضیه‌های پژوهش، سطح معنی‌داری و آماره تی است. اگر سطح معنی‌داری فرضیه‌ای کمتر از $0/05$ باشد، یا آماره تی مربوط به آن خارج از بازه ($1/96$, $-1/96$) قرار داشته باشد آن فرضیه در سطح خطای پنج درصد تأیید می‌شود.



شکل (۲) نتایج کلی برآورد الگوی معادلات ساختاری پژوهش

Fig (2) The general results of estimating the model of structural equations of the research

فرضیه اول به ارتباط بین عوامل علی و عوامل پدیده محوری می‌پردازد. همان‌طور که در شکل (۲) و جدول (۷) ملاحظه می‌گردد، ضریب مسیر این رابطه برابر با ۰/۶۹ و آماره تی مربوط به آن برابر با ۱۴/۸۲ شده است که خارج از بازه (۱/۹۶, -۱/۹۶) قرار دارد. همچنین، سطح معنی‌داری مربوط به آن برابر با ۰/۰۰۱ شده و از ۰/۰۵ کوچک‌تر می‌باشد؛ بنابراین، می‌توان گفت که بین عوامل علی و عوامل پدیده محوری ارتباط معنی‌داری دارد. ضریب تعیین برای متغیر پدیده محوری برابر با ۰/۴۷ شده است که نشان‌دهنده این است که ۴۷ درصد از تغییرات متغیر پدیده محوری به عوامل علی مربوط می‌شود.

جدول (۷) نتیجه بررسی ارتباط بین عوامل علی و عوامل پدیده محوری

Table (7) The result of investigating the relationship between causal factors and central phenomenon factors

مسیر	ضریب مسیر	آماره تی	سطح معنی‌داری	نتیجه
عوامل علی ← پدیده محوری	۰/۶۹	۱۴/۸۲	۰/۰۰۱	تأیید

فرضیه دوم به ارتباط بین عوامل پدیده محوری و عوامل راهبردی می‌پردازد. همان‌طور که در شکل (۲) و جدول (۸) ملاحظه می‌گردد، ضریب مسیر این رابطه برابر با ۰/۴۸ و آماره تی مربوط به آن

برابر با ۹/۷۲ شده است که خارج از بازه (۱/۹۶, -۱/۹۶) قرار دارد. همچنین، سطح معنی‌داری مربوط به آن برابر با ۰/۰۰۱ شده و از ۰/۰۵ کوچک‌تر می‌باشد؛ بنابراین، می‌توان گفت که بین عوامل پدیده محوری و عوامل راهبردی ارتباط معنی‌داری دارد.

جدول (۸) نتیجه بررسی ارتباط بین عوامل پدیده محوری و عوامل راهبردی

Table (8) The result of investigating the relationship between the central phenomenon factors and strategic factors

مسیر	ضریب مسیر	آماره تی	سطح معنی‌داری	نتیجه
عوامل پدیده محوری ← عوامل راهبردی	۰/۴۸	۹/۷۲	۰/۰۰۱	تأیید

فرضیه سوم به ارتباط بین عوامل زمینه‌ای و عوامل راهبردی می‌پردازد. همان‌طور که در شکل (۲) و جدول (۹) ملاحظه می‌گردد، ضریب مسیر این رابطه برابر با ۰/۵۵ و آماره تی مربوط به آن برابر با ۱۱/۷۲ شده است که خارج از بازه (۱/۹۶, -۱/۹۶) قرار دارد. همچنین، سطح معنی‌داری مربوط به آن برابر با ۰/۰۰۱ شده و از ۰/۰۵ کوچک‌تر می‌باشد؛ بنابراین، می‌توان گفت که بین عوامل زمینه‌ای و عوامل راهبردی ارتباط معنی‌داری دارد.

جدول (۹) نتیجه بررسی ارتباط بین عوامل زمینه‌ای و عوامل راهبردی

Table (9) The result of investigating the relationship between contextual factors and strategic factors

مسیر	ضریب مسیر	آماره تی	سطح معنی‌داری	نتیجه
عوامل زمینه‌ای ← عوامل راهبردی	۰/۵۵	۱۱/۷۲	۰/۰۰۱	تأیید

فرضیه چهارم به ارتباط بین عوامل مداخله‌گر و عوامل راهبردی می‌پردازد. همان‌طور که در شکل (۲) و جدول (۱۰) ملاحظه می‌گردد، ضریب مسیر این رابطه برابر با ۰/۲۱ و آماره تی مربوط به آن برابر با ۴/۲۳ شده است که خارج از بازه (۱/۹۶, -۱/۹۶) قرار دارد. همچنین، سطح معنی‌داری مربوط به آن برابر با ۰/۰۰۱ شده و از ۰/۰۵ کوچک‌تر می‌باشد؛ بنابراین، می‌توان گفت که بین عوامل مداخله‌گر و عوامل راهبردی ارتباط معنی‌داری دارد. ضریب تعیین برای متغیر عوامل راهبردی برابر با ۰/۴۳ شده است که نشان‌دهنده این است که ۴۳ درصد از تغییرات متغیر عوامل راهبردی به عوامل زمینه‌ای، مداخله‌گر و پدیده محوری مربوط می‌شود.

جدول (۱۰) نتیجه بررسی ارتباط بین عوامل مداخله‌گر و عوامل راهبردی

Table (10) The result of investigating the relationship between intervening factors and strategic factors

مسیر	ضریب مسیر	آماره تی	سطح معنی‌داری	نتیجه
عوامل زمینه‌ای ← عوامل راهبردی	۰/۲۱	۴/۲۳	۰/۰۰۱	تأیید

فرضیه پنجم به ارتباط بین عوامل راهبردی و پیامدها می‌پردازد. همان‌طور که در شکل (۲) و جدول (۱۱) ملاحظه می‌گردد، ضریب مسیر این رابطه برابر با ۰/۵۷ و آماره تی مربوط به آن برابر با ۱۲/۱۸ شده است که خارج از بازه (۱/۹۶, -۱/۹۶) قرار دارد. همچنین، سطح معنی‌داری مربوط به آن برابر با ۰/۰۰۱ شده و از ۰/۰۵ کوچک‌تر می‌باشد؛ بنابراین، می‌توان گفت که بین عوامل راهبردی و پیامدها ارتباط معنی‌داری دارد. ضریب تعیین برای متغیر پیامدها برابر با ۰/۳۳ شده است که نشان‌دهنده این است که ۳۳ درصد از تغییرات متغیر پیامدها به عوامل راهبردی مربوط می‌شود.

جدول (۱۱) نتیجه بررسی ارتباط بین عوامل راهبردی و پیامدها

Table (11) The result of examining the relationship between strategic factors and outcomes

مسیر	ضریب مسیر	آماره تی	سطح معنی‌داری	نتیجه
عوامل راهبردی ← پیامدها	۰/۵۷	۱۲/۱۸	۰/۰۰۱	تأیید

۵- بحث و نتیجه‌گیری

در تحقیق حاضر، نتایج مصاحبه نشان داد ۱۶ مقوله بنیادی، مقوله سازمانی، مقوله محیطی، مقوله تخصصی، مقوله تعهد سازمانی، مقوله اهداف سازمانی، مقوله راهبردی (مدیریتی)، مقوله ساختاری، مقوله انسانی، مقوله دانش مقوله الزامات، مقوله محیط حرفه‌ای، مقوله پیشرفت، مقوله حمایتی، مقوله مبنایی و مقوله کارایی به‌عنوان ابعاد الگوی بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی به دست آمد و مدل تحقیق ارائه گردید.

نتایج حاصل از بررسی مدل نشان داد شرایط علی بر مقوله پدیده محوری تأثیرگذار می‌باشد، نتایج حاصل از برآورد معادلات ساختاری نشان داد که شرایط علی تأثیر مثبت و معناداری مقوله پدیده محوری دارند. در واقع یافته‌های نشان‌دهنده این موضوع است که مقوله بنیادی، مقوله سازمانی، مقوله محیطی و مقوله تخصصی که اجزای شرایط علی را تشکیل می‌دهند، نقش قابل توجه و مثبتی بر تعهد و اهداف سازمانی که اجزای مقوله پدیده محوری، می‌باشند، ایفا می‌کند. با توجه به مدلی که ارائه شد، فرضیه دوم، سوم و چهارم بخش کمی به این صورت تدوین و مورد بررسی قرار می‌گرفت که مقوله پدیده محوری، شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر بر راهبردها تأثیرگذار می‌باشد. یافته‌ها نشان داد پدیده محوری، شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر به‌عنوان سه مقوله الگوی بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی بر عوامل راهبردی تأثیر مثبت و قابل توجهی دارند. یافته‌های این بخش مقاله در راستای یافته‌های مقاله محمدی خانقاه و همکاران (Mohammadikhanghah et al., 2020) و رافای و همکاران (Rafay et al., 2018) قرار دارد. ولی با یافته‌های پژوهش حاجیها و قربانی (Hajiha and Ghorbani, 2021) و یو و فانگ (Yu and Fang, 2022) سنخیت کاملی ندارد.

در فرضیه پنجم به بررسی تأثیر عوامل راهبردی بر پیامدها پرداخته شد، در این ارتباط یافته‌ها نشان داد که عوامل راهبردی بر پیامدها تأثیر مثبت و معناداری دارند. نتایج تحلیل کمی نشان داد که میزان به‌کارگیری راهبردهای اثربخش و محوری در روند اعتباردهی و پیامدهای مربوط به رتبه اعتباری نقش قابل توجهی دارد و در راستای بهبود و تحقق شفافیت اطلاعاتی و کسب اعتبار چشمگیر در زمینه اعتباری باید به راهبردها توجه بیشتری صورت گیرد. یافته‌های این بخش از پژوهش هم‌راستا با یافته‌های پژوهش شیرینی و همکاران (Shirini et al., 2021)، نسل موسوی و همکاران (Nasle Mosavi et al., 2022) و اوبارهند و چاندنی (Ubarhande and Chandani, 2021) قرار دارد؛ ولی با یافته‌های پژوهش‌های گرمسیری و همکاران (Garmsiri et al., 2017) و حاجیها و قربانی (Hajjiha and Ghorbani, 2021) ارتباط چندانی ندارد.

در اینجا ذکر این نکته اهمیت دارد که نتایج تحلیل کمی نشان داد که میزان به‌کارگیری راهبردی به‌ویژه مقوله پیشرفت و حمایت، رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی بهبود می‌بخشد و اثربخشی رتبه اعتباری شرکت‌ها را دوچندان کند. در نظریه‌های اقتصادی، مهم‌ترین منبع تأمین مالی خارجی شرکت‌ها، تأمین مالی از طریق تسهیلات بانکی است، به این ترتیب توجه بیشتر به نقش گزارشگری مالی و مسئولیت اجتماعی در ایجاد اعتبار و انجام اقداماتی به‌منظور بهبود رتبه‌بندی اعتباری شرکت‌ها ضرورت دارد.

مهم‌ترین مرحله یعنی راهبردهای الگوی بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی که شامل مقوله پیشرفت و حمایت می‌شود. برای پیشرفت و حمایت، باید متذکر شد عواملی که موجب تقویت راهبردها می‌شوند، کارایی عملیاتی شرکت‌ها و تحقق اهداف شرکت‌ها است.

در پایان بایستی خاطر نشان کنیم که نتایج حاصل از بررسی مدل نشان داد شرایط علی بر مقوله پدیده محوری تأثیرگذار می‌باشد، نتایج حاصل از برآورد معادلات ساختاری نشان داد که شرایط علی تأثیر مثبت و معناداری مقوله پدیده محوری دارند. در واقع یافته‌های نشان‌دهنده این موضوع است که مقوله بنیادی، مقوله سازمانی، مقوله محیطی و مقوله تخصصی که اجزای شرایط علی را تشکیل می‌دهند، نقش قابل توجه و مثبتی بر تعهد و اهداف سازمانی که اجزای مقوله پدیده محوری، می‌باشند، ایفا می‌کند. باتوجه به مدلی که ارائه شد، فرضیه دوم، سوم و چهارم بخش کمی به این صورت تدوین و مورد بررسی قرار می‌گرفت که مقوله پدیده محوری، شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر بر راهبردها تأثیرگذار می‌باشد. یافته‌ها نشان داد پدیده محوری، شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر به‌عنوان سه مقوله الگوی بهبود

رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی بر عوامل راهبردی تأثیر مثبت و قابل توجهی دارند.

در فرضیه پنجم به بررسی تأثیر عوامل راهبردی بر پیامدها پرداخته شد، در این ارتباط یافته‌ها نشان داد که عوامل راهبردی بر پیامدها تأثیر مثبت و معناداری دارند. نتایج تحلیل کمی نشان داد که میزان به‌کارگیری راهبردهای اثربخش و محوری در روند اعتباردهی و پیامدهای مربوط به رتبه اعتباری نقش قابل توجهی دارد و در راستای بهبود و تحقق شفافیت اطلاعاتی و کسب اعتبار چشمگیر در زمینه اعتباری باید به راهبردها توجه بیشتری صورت گیرد. در اینجا ذکر این نکته اهمیت دارد که نتایج تحلیل کمی نشان داد که میزان به‌کارگیری راهبرد به‌ویژه مقوله پیشرفت و حمایت، رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی بهبود می‌بخشد و اثربخشی رتبه اعتباری شرکت‌ها را دوچندان کند.

از جمله موارد مهم مربوط به شرایط علی مقوله بنیادی مرتبط به سیاست‌های اقتصادی و اجتماعی دولتی، قوانین گزارشگری و اعتبارسنجی و توجه به قوانین گزارشگری و به‌کارگیری روش حسابداری یکسان می‌باشد، این موضوع می‌تواند موجب بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها است. این موضوع احتمالاً ناشی از شناخت کافی حسابداران از نقاط قوت موجود در ساختار و قوانینی گزارشگری و همچنین آگاهی مدیران از مزایای مسئولیت اجتماعی است، از طرفی بیانگر توجه اعتباردهندگان به مقوله رعایت قوانین و مقررات گزارشگری است؛ بنابراین به مسئولین پیشنهاد می‌شود از طریق تعامل با اعتباردهندگان مهم‌ترین مؤلفه‌های گزارشگری مالی مربوط به رتبه اعتباری را مشخص نمایند و بر اساس آن رتبه‌بندی شرکت‌ها را (به‌ویژه شرکت‌های بورسی) را تعیین و جهت بهره‌گیری استفاده‌کنندگان؛ رتبه اعتباری تمام شرکت را منتشر نمایند.

پدیده محوری با هدف افزایش تعهدپذیری شرکت در خصوص گزارشگری مالی و بهبود رتبه اعتباری باید موردتوجه مراجع تدوین استاندارد و قوانین قرار گیرد، چرا که آنها برای افشای اطلاعات مازاد و ایفای بیشتر و افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی نیاز به قوانین حمایت‌کننده و ضمانت اجرایی در خصوص بهبود رتبه اعتباری دارند.

تمام فرایند این پژوهش از اولین گام‌های مشاهده‌شده تا آخرین مراحل استنتاج، حول طراحی مدلی برای بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی می‌باشد، با این حساب عوامل مداخله‌گر که بیانگر عوامل راهبردی در حوزه مدیریتی و حسابداران می‌باشد، نقش قابل توجهی بر تحقق اهداف شرکت دارند، بنابراین باید موردنظر مالکان و سهامداران قرار گیرد، در واقع مالکان از طریق انتخاب مدیران و حسابداران توانمند و باتجربه می‌توانند استراتژی مناسبی در خصوص

گزارشگری مالی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی در راستای بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها، انتخاب نمایند، به عبارت دیگر انتخاب مدیران و حسابداران متخصص، توانمند و باتجربه تسهیل‌گر تحقق الگوی بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی می‌باشند.

زمینه اجرایی‌شدن طراحی مدل بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی توجه الزامات از طریق رعایت بی‌طرفی و شفافیت در رتبه‌بندی می‌تواند ارتباط بهتری بین اعتباردهندگان و شرکت‌ها ایجاد کند که این موضوع موجب شناسایی بهتر شرکت‌ها از نحوه دقیق رتبه‌بندی شده و از طرفی موجب افزایش پاسخگویی طرفین می‌شود.

به منظور دستیابی به نظام رتبه‌بندی صحیح و درست، باید بسترسازی اولیه در مورد قوانین گزارشگری و اعتبارسنجی و شفافیت اطلاعات از طریق تعامل بین حسابداران و حسابرسان ایجاد نمود، این موضوع رتبه اعتباری شرکت‌ها را ارتقا بخشیده و اتکای رتبه اعتباری شرکت‌ها به میزان شفافیت را تقویت می‌کند، بنابراین تدوین‌کنندگان قوانین باید به این موضوع توجه کنند.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که افزایش مهارت و تخصص سطح آگاهی، افزایش مهارت و تخصص و همچنین توجه به مالکیت فکری و گزارشگری و ایده‌های افراد نقش قابل‌توجهی در رتبه اعتباری شرکت‌ها دارند. باتوجه به اینکه آموزش و آگاهی از دیدگاه پیامدگرایی، حاوی پیام‌های اخلاقی است که در هر عملی عواقب و پیامدهای آن در نظر گرفت که چه آثار و عواقبی به دنبال دارد و در نتیجه آگاهی و آموزش بیشتر، می‌تواند دیدگاه مثبتی را در مورد مزایای گزارشگری مالی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی در افراد ایجاد کرد؛ بنابراین به مسئولین پیشنهاد می‌شود، پیامدهای مثبت پذیرش مسئولیت اجتماعی از طریق تبلیغات بیشتر اطلاع‌رسانی نمایند و شرایط و مشوق‌های قابل‌توجهی برای ارائه ایده فراهم کنند.

۶- تعارض منافع

هیچ‌گونه تعارض منافع توسط نویسندگان بیان نشده است.

۷- منابع

- ALrfai, M. M., Salleh, D. B., & Waemustafa, W. (2022). Empirical Examination of Credit Risk Determinant of Commercial Banks in Jordan. *Risks*, 10(4), 85.
- Anastasiou, D., Louri, H., & Tsionas, M. (2018). Nonperforming loans in the euro area: Are core-periphery banking markets fragmented? *International Journal of Finance & Economics*, 24(1), 97–112.
- Aslaksen, H. M., Hildebrandt, C., & Johnsen, H. Chr. G. (2021). The long-term transformation of the concept of CSR: towards a more comprehensive

- emphasis on sustainability. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 6(11).
- BozorgAsl, M., Osta, S., & Sheikhi, H. (2021). Examining Auditors' Attention to Red Flags in Financial Reporting: Emphasis on Abnormal Labor Investment. *Financial Accounting Research*, 13(3), 129-146. [In Persian]
- Costa, J., & Fonseca, J. P. (2022). The Impact of Corporate Social Responsibility and Innovative Strategies on Financial Performance. *Risks*, 10(5), 103.
- Dadashi, I., & Norouzi, M. (2020). Investigating the Mediating Effect of Financial Reporting Readability on the Relationship between Earnings Management and Cost of Capital. *Journal of Accounting Knowledge*, 11(1), 135-157. [In Persian]
- Didar, H., Mansourfar, G., & Zara, A. (2017). The impact of corporate governance quality on disclosure quality with emphasis on moderating role of product market competition in firms listed on the Tehran Stock Exchange. *Financial Accounting Research*, 9(1), 97-118. [In Persian]
- Eriandani, R. (2020). The Economic Impact of Corporate Social Responsibility. *Proceedings of the 17 Th International Symposium on Management (INSYMA 2020)*.
- Farhadi, H., Jamshidinavid, B., & Ghanbari, M; Jamshid Pour, R. (2022). The Impact of Parametric Reforms on the Financing of Social Security organization's Long-Term Commitments Using Actuaries. *Governmental Accounting*, 8(2), 127-142. [In Persian]
- Garmsiri, S., Vakilifard, H., & Talebnia, Q. (2017). Examine the influence of corporate social responsibility reporting quality and corporate governance characteristics and financial performance on corporate social reputation of Tehran Stock Exchange listed firms. *Management Accounting*, 10(35), 31-43. [In Persian]
- Ghanbarzadeh, M., & Moradian, A. (2022). An Analytical Explanation of the Business Model Financial Reporting Using Fuzzy Logic. *Accounting and Auditing Review*, 29(1), 173-212. [In Persian]
- Hajiha, Z., & Ghorbani, A. (2021). Investigating the Effect of Risk of Non-Repayment of Debts on Credit Rating Due to the Adjusting Role of Financial Constraints. *Management Accounting*, 14(50), 1-13. [In Persian]
- Karmozdi, Z., Gholami, R., Rahnema Rudpashti, F., & Dianati Deilami, Z. (2022). The economic value paradigm of information in management accounting using structural equation modeling. *Management Accounting*, 14(51), 19-41. [In Persian]
- Kinderman, D. (2019). The tenuous link between CSR performance and support for regulation: Business associations and Nordic regulatory preferences regarding the corporate transparency law 2014/95/EU. *Business and Politics*, 22(3), 413-448.

- Mohammadikhanghah, G., Piry, P., & Mansourfar, G. (2020). Real Earnings Management, Corporate Governance Quality and Credit Rating. *Accounting and Auditing Review*, 26(4), 595-614. [In Persian]
- Moradi, M., Eskandar, H., & Garshasbi, F. (2022). The Effect of Manager's Risk Attitude and Expectations on Fraudulent Financial Reporting: Evidence from Game Theory. *Journal of Accounting Knowledge*, 13(4), 1-25. [In Persian]
- Nadri, F., & Kabiri, M. T. (2021). The effect of Economic Policy Uncertainty on the Financial Statement Comparability: moderating effect of Accounting Estimates. *Financial Accounting*, 13(52), 110-133. [In Persian]
- Nasle Mosavi, S. H., Enayatpour Shiadeh, E., & Azinfar, A. (2022). Effect of Audit Quality on the Relationship Between Audit committee characteristics and financial reporting quality. *Advances in Finance and Investment*, 2(5), 23-44. [In Persian]
- Nategh, A., & Zeinabi, N. (2021). The Impact of Personality Characteristics on Risk Perception of stock exchange Investors; Analyzing the Risk Intermediation Role. *Advances in Finance and Investment*, 2(4), 33-54. [In Persian]
- Pazicky, M., & Bohdalova, M. (2018). Consequences of monetary policy for credit risk in the USA. *Oxford Conference Series*, 4(2).
- Pourhossein, M., Mottagi, A., & Mohammadi, A. (2022). Provide a model for assessing credit risk using structural models and debt combinations. *Journal of Investment Knowledge*, 12(46), 1-24. [In Persian]
- Rafay, A., Chen, Y., A. B. Naeem, M., & Ijaz, M. (2018). Analyzing the Impact of Credit Ratings on Firm Performance and Stock Returns: Evidence from Taiwan. *Iranian Economic Review*, 22(3), 767-786.
- Rank, S., & Contreras, F. (2021). Do Millennials pay attention to Corporate Social Responsibility in comparison to previous generations? Are they motivated to lead in times of transformation? A qualitative review of generations, CSR and work motivation. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 6(4).
- Rostami, M. R., Nabizade, A., & Shahi, Z. (2018). Factors Affecting Credit Risk of Commercial Banks of Iran with Emphasis on Banking and Macroeconomic Specific Factors. *Journal of Asset Management and Financing*, 6(4), 79-92. [In Persian]
- Sahmaniasl, M. A., Nasirifar, H., & Weysihsar, S. (2022). Effects of Competition in the Product Market on the Relationship between Social Responsibility and Financial Leverage of Companies. *Financial Accounting Research*, 13(4), 93-114. [In Persian]
- Shiri, Sh., Ghasemi, M., & Ghasemi, M. (2021). The effect of social responsibility reporting on the company's credit rating. *Quarterly of New Research Approaches in Management and Accounting*, 5(18), 139-153. [In Persian]

- Soori, M., & Kordi, M. (2021). The role of entrepreneurial activities in the effect of entrepreneurial orientation on the performance of new international investment. *Management Science Research*, 3(9), 96-108. [In Persian]
- Suchodolski, S. G., Junior, A. M., Bechelaine, C. H. D. O., & Costa, L. M. B. (2020). From global to local: Subnational development banks in the era of Sustainable Development Goals. *Working Paper*.
- Teng, X., Chang, B. G., & Wu, K. S. (2021). The Role of Financial Flexibility on Enterprise Sustainable Development during the COVID-19 Crisis—A Consideration of Tangible Assets. *Sustainability*, 13(3), 1245.
- Ubarhande, P., & Chandani, A. (2021). Elements of Credit Rating: A Hybrid Review and Future Research Agenda. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1878977.
- Xu, J., Marodon, R., Ru, X., Ren, X., & Wu, X. (2021). What are public development banks and development financing institutions? qualification criteria, stylized facts and development trends. *China Economic Quarterly International*, 1(4), 271–294.
- Yu, X., & Fang, J. (2022). Tax credit rating and corporate innovation decisions. *China Journal of Accounting Research*, 15(1), 100222.
- Zhang, W., Li, Y; Xiong, X., & Wang, P. (2021). Downside risk and the cross-section of cryptocurrency returns. *Journal of Banking & Finance*, 133, 106246.

COPYRIGHTS

© 2023 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/>).

