



---

Type of Article (Research Article)

## Developing A Conceptual Model Of Corporate Social Responsibility Reporting With A Sustainable Development Approach

**Mahdi Mohebbeali Pour:** Department of Accounting, Mara.C., Islamic Azad University, Marand, Iran.

**\*Haydar Mohammadzade Salte:** Department of Accounting, Mara.C., Islamic Azad University, Marand, Iran.

**Akbar Kanani:** Department of Accounting, Mara.C., Islamic Azad University, Marand, Iran.

**Ali Akbar Nonahal Nahr:** Department of Accounting, Bos.C., Islamic Azad University, Bostanabad, Iran.

---

### Article Info

Received: 2025/05/13  
Accepted: 2025/09/08  
pp. 132-142

### Keywords:

Reporting  
Corporate Social Responsibility  
Company Sustainable  
Development

---

### Abstract

This study aims to identify and elucidate the key factors influencing corporate social responsibility (CSR) reporting and to develop a conceptual model based on a sustainable development approach. Many companies, by focusing solely on economic growth and financial objectives, neglect their social responsibilities—a problem that poses significant challenges to organizational sustainability. A lack of comprehensive understanding of influencing factors and the absence of an effective conceptual framework are among the main reasons for this neglect. This research employs a mixed-methods approach. In the qualitative phase, data were collected through semi-structured interviews with experts and certified public accountants, and theoretical saturation was achieved after 11 interviews. The qualitative data were coded and analyzed using grounded theory. In the quantitative phase, 384 questionnaires were randomly distributed among employees of accounting organizations, and the data were analyzed using SmartPLS software. The findings revealed 12 main categories that shape CSR reporting, encompassing various dimensions from professional and structural requirements to environmental and capital market pressures. The results indicate that these factors can explain the motivations and primary drivers for organizations' engagement in CSR reporting. Furthermore, the proposed conceptual model demonstrates that implementing this approach not only addresses environmental obligations but also facilitates the achievement of sustainable development goals while enhancing organizational legitimacy and accountability.

---

**Citation:** Mohebbeali Pour, Mahdi. Mohammadzade Salte, Haydar. Kanani, Akbar. Nonahal Nahr, Ali Akbar. (2025). Developing A Conceptual Model Of Corporate Social Responsibility Reporting With A Sustainable Development Approach. *Journal Of Socio-Cultural Changes*, 22(3), Serial No. 132-142.

---

### DOI:

---

\*Corresponding Author: Haydar Mohammadzade Salte

E-mail Address: 2752323883@iau.ac.ir

Tel: +989143160853

## Extended Abstract

### Introduction

In recent decades, corporate social responsibility (CSR) has emerged as a central pillar in organizational management and accounting. Organizational performance assessment is no longer limited to economic profitability; the manner in which companies interact with society, the environment, and stakeholders has become a critical criterion. Neglecting social responsibilities may lead to decreased public trust, threats to social capital, and increased organizational risks. In this context, CSR reporting serves as a key tool for transparency and accountability, reinforcing trust and organizational legitimacy. This reporting process discloses the economic, social, and environmental impacts of organizational activities through formal reports, facilitating effective engagement with investors, regulatory bodies, and society. Environmental, professional, and structural factors—including legal requirements, capital market expectations, and social pressures—play a decisive role in shaping CSR reporting. The link between social responsibility and sustainable development can be explained across economic, social, and environmental dimensions, requiring a balance among these dimensions to create long-term value for stakeholders. Identifying and elucidating the factors influencing CSR reporting provides the foundation for designing a conceptual model that enhances transparency and accountability while facilitating sustainable development, offering practical applications for managers and policymakers. This study addresses the question of which factors constitute the key components shaping CSR reporting and how these factors can be explained within a sustainable development framework. The primary hypothesis posits that environmental, professional, and structural factors play a crucial role in reinforcing CSR reporting and that leveraging these factors can facilitate sustainable development goals and strengthen organizational legitimacy.

### Methodology

This study employed a mixed-methods design to simultaneously utilize qualitative and quantitative data. In the qualitative phase, data were collected through semi-structured interviews with 11 Iranian experts, professors, and certified public accountants. Purposeful sampling was used to ensure participants had relevant experience and expertise in CSR reporting. The interview data were coded and analyzed using grounded theory to identify and finalize the dimensions and indicators of CSR reporting, ensuring validity and reliability. In the quantitative phase, the statistical population included all employees of accounting organizations, and the sample size was calculated using the formula for an infinite population, resulting in 384 questionnaires. To account for incomplete responses, 394 questionnaires were distributed, and 384 complete responses were ultimately analyzed. Quantitative data were analyzed using SmartPLS software to examine relationships among variables, validate the conceptual model, and reinforce qualitative findings. This combined approach allowed for comprehensive identification of key CSR reporting components and their roles within a sustainable development framework.

### Results and discussion

The findings indicate that the collected qualitative and quantitative data provide a comprehensive understanding of the factors influencing CSR reporting. In the qualitative phase, 11 experts identified dimensions and indicators of CSR reporting, resulting in 12 main categories and 51 final indicators. Grounded theory analysis was conducted through open, axial, and selective coding to develop the conceptual model of CSR reporting based on sustainable development. In the quantitative phase, analysis of 384 completed questionnaires using SmartPLS revealed that all relationships among constructs were significant and stable, and both measurement and structural models demonstrated satisfactory validity, reliability, and fit. The inner model results indicated that internal economic and political relationships, meritocracy in management, financial policy control, and the implementation of accounting standards and regulations significantly affect reporting quality, transparency, and economic development. These findings confirm that the proposed conceptual model effectively and comprehensively explains the variables influencing CSR reporting. The results demonstrate that CSR reporting is an effective tool for enhancing public trust, strengthening social capital, and increasing transparency in the economy. Alignment among legal requirements, accounting standards, informational transparency, and managerial meritocracy reinforces the foundation for sustainable development. Policymakers and regulatory bodies can enhance the reliability of financial information by focusing on disclosure processes, while auditors can better protect stakeholder rights in politically connected firms. At the managerial level, implementing reward and penalty systems related to reporting transparency encourages employees and managers to provide more accurate information, leading to optimal resource allocation, increased informational efficiency, and improved competitiveness. Proper implementation of CSR reporting not only generates economic value and employment opportunities but also reduces poverty, improves living standards, and strengthens social cohesion, ultimately supporting the achievement of sustainable economic value—the ultimate goal of the proposed conceptual model.

## ارائه الگوی مفهومی گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکتها با رویکرد توسعه پایدار

مهدی محبعلی پور: گروه حسابداری، واحد مرند، دانشگاه آزاد اسلامی، مرند، ایران.

\*حیدر محمدزاده سالطه: گروه حسابداری، واحد مرند، دانشگاه آزاد اسلامی، مرند، ایران.

اکبر کنعانی: گروه حسابداری، واحد مرند، دانشگاه آزاد اسلامی، مرند، ایران.

علی اکبر نونهال نهر: گروه حسابداری، واحد بستان آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، بستان آباد، ایران.

### چکیده

### اطلاعات مقاله

هدف پژوهش شناسایی و تبیین عوامل کلیدی مؤثر بر گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکتها و ارائه الگوی مفهومی با رویکرد توسعه پایدار است. بسیاری از شرکتها با تمرکز صرف بر توسعه اقتصادی و اهداف مالی، از تعهدات اجتماعی غافل می شوند؛ مسئله‌ای که دستیابی به پایداری سازمانی را با چالش جدی مواجه می‌سازد. فقدان شناخت جامع نسبت به عوامل اثرگذار و نبود چارچوب مفهومی کارآمد، از مهمترین دلایل این کم‌توجهی محسوب می‌شود. روش تحقیق به صورت ترکیبی است. در بخش کیفی، داده‌ها از طریق مصاحبه نیمه ساختاریافته با صاحب‌نظران و کارشناسان حسابداری رسمی گردآوری و پس از ۱۱ مصاحبه اشباع‌نظری حاصل شد. داده‌های کیفی با روش گراند تئوری کدگذاری و تحلیل گردید. در بخش کمی، نیز ۳۸۴ پرسش‌نامه به صورت تصادفی ساده میان کارکنان سازمان‌های حسابداری توزیع شد و داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SmartPLS مورد تحلیل قرار گرفت. یافته‌ها نشان داد که ۱۲ مقوله اصلی در شکل‌گیری گزارشگری مسئولیت اجتماعی نقش دارند و می‌توانند ابعاد گوناگون از الزامات حرفه‌ای و ساختاری تا فشارهای محیطی و بازار سرمایه را دربرگیرند. نتایج پژوهش بیانگر آن است که این عوامل می‌توانند انگیزه‌ها و دلایل اصلی گرایش سازمان‌ها به گزارشگری مسئولیت اجتماعی را تبیین کنند. همچنین الگوی مفهومی ارائه شده نشان می‌دهد که پیاده‌سازی این رویکرد، علاوه بر پاسخ‌گویی به الزامات محیطی، زمینه ساز تحقق اهداف توسعه پایدار و ارتقای مشروعیت و پاسخ‌گویی سازمانی خواهد بود.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۲/۲۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۶/۱۷

شماره صفحات: ۱۴۲-۱۳۲

### واژگان کلیدی:

گزارشگری

مسئولیت اجتماعی

شرکت

توسعه پایدار

استناد: محبعلی پور، مهدی. محمدزاده سالطه، حیدر. کنعانی، اکبر. نونهال. علی اکبر. (۱۴۰۴). ارائه الگوی مفهومی گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکتها با رویکرد توسعه پایدار. فصلنامه تغییرات اجتماعی-فرهنگی، دوره ۲۲، شماره ۳؛ (پیاپی ۸۸)، ۱۴۲-۱۳۲.

### DOI:

\*نویسنده مسئول: حیدر محمدزاده سالطه

آدرس پست الکترونیک: 2752323883@iau.ac.ir

تلفن: ۰۹۱۴۳۱۶۰۸۵۳

## مقدمه

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از دهه‌های اخیر به‌عنوان یکی از ارکان اصلی مدیریت و حسابداری سازمانی مطرح شده است. سازمان‌ها دیگر صرفاً بر اساس سودآوری اقتصادی سنجیده نمی‌شوند، بلکه نحوه تعامل با جامعه، محیط‌زیست و ذی‌نفعان نیز معیار مهمی در ارزیابی عملکرد و مشروعیت آنان به‌شمار می‌رود (فاطری، حجازی، مشایخی، ۱۴۰۲: ۶۲). بی‌توجهی به مسئولیت‌های اجتماعی، علاوه بر کاهش اعتماد عمومی و تهدید سرمایه اجتماعی، ریسک‌های بالقوه‌ای برای پایداری سازمانی ایجاد می‌کند. گزارشگری مسئولیت اجتماعی، به‌عنوان ابزار شفافیت و پاسخ‌گویی، نقشی محوری در تثبیت اعتماد و تقویت مشروعیت سازمان‌ها ایفاء می‌کند (مون، ۱۳۹۶: ۳۶). در واقع، گزارشگری مسئولیت اجتماعی فرایندی است که طی آن آثار اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی فعالیت‌های سازمان در قالب گزارش‌های رسمی افشا می‌شود. افزون بر ارتقای شفافیت، زمینه‌ساز تعامل مؤثر با سرمایه‌گذاران، نهادهای نظارتی و جامعه می‌شود. عوامل محیطی، حرفه‌ای و ساختاری، شامل الزامات قانونی، انتظارات بازار سرمایه و فشارهای اجتماعی، نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌دهی به این گزارشگری دارند (موسوی‌عباسی، ۱۴۰۳: ۴۲). پیوند میان مسئولیت اجتماعی و توسعه پایدار از سه بُعد اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی قابل تبیین است. تحقق آن مستلزم رعایت تعادل میان این ابعاد و ایجاد ارزش بلندمدت برای ذی‌نفعان است (ولی‌زاده‌لاریجانی، مفاخری‌باشماق، ۱۴۰۳: ۱۰۵). گزارشگری مسئولیت اجتماعی، به‌عنوان ابزار عملیاتی‌سازی این رویکرد، امکان هم‌سویی میان اهداف اقتصادی سازمان‌ها و انتظارات جامعه را فراهم می‌آورد و نقش مؤثری در ارتقای مشروعیت و پاسخ‌گویی سازمانی ایفاء می‌کند (شمس‌الدینی، نعمتی، عسکری‌شاهم‌آباد، ۱۴۰۱: ۸۸-۸۵). شناسایی و تبیین عوامل کارآمد بر گزارشگری مسئولیت اجتماعی، بستری برای طراحی الگویی مفهومی فراهم می‌آورد که ضمن تقویت شفافیت و پاسخ‌گویی، زمینه تحقق اهداف توسعه پایدار را تسهیل کند. این الگوسازی، علاوه بر ارائه بینشی نظری، کاربردهایی عملی برای مدیران و سیاست‌گذاران سازمانی فراهم می‌کند و امکان سنجش، ارزیابی و بهبود عملکرد اجتماعی شرکت‌ها را در چارچوب الزامات محیطی و بازار سرمایه فراهم می‌سازد. پرسش پژوهش آن است که - چه عواملی به‌عنوان مؤلفه‌های کلیدی بر شکل‌دهی گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تأثیرگذار هستند و این عوامل چگونه می‌توانند در چارچوب توسعه پایدار تبیین شوند؟ - فرض است -عوامل محیطی، حرفه‌ای و ساختاری نقش اساسی در شکل‌دهی و تقویت گزارشگری مسئولیت اجتماعی دارند و به‌کارگیری این عوامل می‌تواند تحقق اهداف توسعه پایدار و ارتقای مشروعیت سازمانی را تسهیل کند.

## پیشینه تحقیق

محب‌علی‌پور به‌تفاتی (۱۴۰۴)، در پژوهش خود به تبیین عوامل مؤثر بر گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها پرداخته‌اند. آن‌ها با بهره‌گیری از رویکرد کیفی و کمی نشان دادند که عوامل مختلف سازمانی، اقتصادی و مدیریتی در شکل‌گیری و توسعه گزارشگری مسئولیت اجتماعی نقش تعیین‌کننده دارند. نتایج پژوهش حاکی از آن است که عواملی چون استقرار استانداردها و قوانین حسابداری، نیاز به شفافیت گزارشگری، توسعه اقتصادی، ارزیابی کیفیت گزارشگری، شایسته‌سالاری در استخدام مدیران، ارتباطات سیاسی و اقتصادی درون‌واحدی، اعمال کنترل بر سیاست‌های مالی و عملیاتی و فشار و رقابت بازار سرمایه از جمله مهمترین متغیرهایی هستند که با پیاده‌سازی موفق گزارشگری مسئولیت اجتماعی پیوند معنادار دارند. به‌طور خاص، این عوامل در قالب مدل پیشنهادی قادرند بخش مهمی از تغییرات مربوط به انگیزه‌ها و دلایل روی آوردن شرکت‌ها به مسئولیت اجتماعی را توضیح دهند و بدین ترتیب می‌توانند مبنای سیاست‌گذاری‌های سازمانی در این حوزه قرار گیرند (محب‌علی‌پور و دیگران، ۱۴۰۴: ۴۶۵-۴۴۵). اسماعیلی‌کیا و ناصری (۱۴۰)، به بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر راهبردهای رقابتی با نقش تعدیل‌کنندگی عملکرد راهبری و عملکرد شرکت پرداخته‌اند. و با بهره‌گیری از تحلیل رگرسیون چندگانه نشان دادند که مسئولیت اجتماعی شرکت در شکل‌گیری و تقویت راهبردهای راهبری هزینه و تمایز نقش تعیین‌کننده دارد. نتایج پژوهش حاکی از آن است که مؤلفه‌هایی چون استقلال کمیته حسابرسی، کارایی واحد حسابرسی داخلی و شاخص‌های ارزش‌آفرینی اقتصادی و بازار، تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر راهبردهای رقابتی را تقویت می‌کنند، درحالی‌که استقلال هیئت مدیره نقش تعدیل‌کنندگی معناداری ندارد. به‌طور خاص، این عوامل در قالب مدل تحلیلی پژوهش قادرند بخش مهمی از تغییرات مرتبط با راهبردهای رقابتی و خلق ارزش شرکت‌ها را توضیح دهند و بدین ترتیب می‌توانند مبنای برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌های مدیریتی در حوزه مسئولیت اجتماعی و مزیت رقابتی شرکت‌ها قرار گیرند (اسماعیلی‌کیا، ناصری،

۱۴۰۴: ۱۸۴-۱۴۵). بارکر<sup>۱</sup> (۲۰۲۵)، به واکاوی اصول و مبانی گزار شگری پایداری شرکتی پرداخته است. او با بهره‌گیری از برر سی ادبیات علمی نشان داد که مفاهیمی چون پایداری، اهمیت آن برای شرکت‌ها و ذی‌نفعان، اجزای گزار شگری پایداری و ارتباط آن با گزار شگری مالی سنتی، و نقش استانداردهای گزار شگری، در شکل‌گیری و توسعه این حوزه نقش تعیین‌کننده دارند. نتایج پژوهش حاکی از آن است که درک صحیح از نظریه تغییر و سازوکار اثرگذاری گزار شگری پایداری می‌تواند راهنمای سیاست‌گذاری و کاربرد عملی در شرکت‌ها باشد. به‌طور خاص، این مفاهیم در قالب چارچوب تحلیلی پژوهش قادرند بخش مهمی از سازوکارهای تصمیم‌گیری و توسعه پایداری شرکتی را توضیح دهند و بدین ترتیب می‌توانند مبنای بهبود سیاست‌ها و اقدامات اجرایی در این حوزه قرار گیرند (Barker, 2025: 1-21). وانگ<sup>۲</sup>، پیون<sup>۳</sup> و پیگین<sup>۴</sup> (۲۰۲۴)، به ارائه مدل مفهومی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در باشگاه‌های لیگ برتر چین پرداخته‌اند. آن‌ها با بهره‌گیری از مبانی نظری همچون توسعه پایدار، توسعه مثبت جوانان، احساس تعلق به جامعه و نظریه‌های جهانی شدن نشان دادند که مسئولیت اجتماعی در سازمان‌های ورزشی، به‌ویژه در زمینه شرقی، چندبعدی است و شامل ابعاد اقتصادی، جوانان، جامعه، محیط‌زیست و فرهنگی می‌شود. نتایج پژوهش حاکی از آن است که هر یک از این ابعاد نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری و تقویت مسئولیت اجتماعی باشگاه‌ها دارند و ارزیابی آن‌ها می‌تواند چارچوبی منسجم برای تدوین راهبردهای مؤثر CSR فراهم کند. بدین سان، مدل ارائه شده قادر است بخش مهمی از تغییرات مرتبط با استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی در ورزش حرفه‌ای چین را توضیح دهد و می‌تواند مبنای تصمیم‌گیری مدیریتی و توسعه سیاست‌های عملی در این حوزه قرار گیرد (Wang, Pyun, 2024: 382-399).

## ادبیات و مبانی نظری

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، به معنای تعهدات و اقدامات سازمان‌ها فراتر از الزامات قانونی و اقتصادی برای تأمین منافع جامعه است (جم‌شیدی، ۱۳۹۹: ۲۸). آر. کارول<sup>۵</sup> (CSR) را در ۴ بعد اقتصادی، قانونی، اخلاقی و خیرخواهانه معرفی می‌کند، که ابعاد مختلف نقش شرکت‌ها در اجتماع و محیط‌زیست را نشان می‌دهد (سپاسی، کاظم‌پور، ۱۳۹۶: ۵۶). از دیدگاه توسعه پایدار، CSR به شرکت‌ها کمک می‌کند تا فعالیت‌های خود را به گونه‌ای مدیریت کنند که اثرات منفی اقتصادی، اجتماعی و محیط‌زیستی به حداقل برسد و نقش مثبتی در ارتقای جامعه ایفاء کنند (ذوالفقاری، ۱۴۰۰: ۶۱). توسعه پایدار فرایندی است که نیازهای نسل حاضر را برآورده می‌سازد بدون آنکه توانایی نسل‌های آینده برای تأمین نیازهایشان به خطر بیفتد CSR ابزاری کلیدی برای تحقق توسعه پایدار است (رضایی، جمادی، ۱۳۹۳: ۲)، زیرا شرکت‌ها با رعایت مسئولیت‌های اجتماعی و محیط‌زیستی می‌توانند هم‌زمان اهداف اقتصادی، اجتماعی و محیط‌زیستی را دنبال کنند (شاه‌حسینی و دیگران، ۱۴۰۰: ۱۱۰). رد ریک / ادوارد فریمن<sup>۶</sup> در نظریه ذی‌نفعان، نشان می‌دهد که شرکت‌های موفق باید به منافع تمام ذی‌نفعان خود توجه داشته باشند تا عملکرد پایدار و مشروعیت اجتماعی خود را حفظ کنند (علی‌محمدی، یوسفی‌امین، حسینی، ۱۴۰۲: ۲۵۵). گزار شگری CSR به سازمان‌ها امکان می‌دهد عملکرد اجتماعی و محیط‌زیستی خود را شفاف ارائه کنند (عبدی، کردستانی، رضازاد، ۱۳۹۸: ۲۶-۲۴). مارگارت جی. سچمن<sup>۷</sup> در نظریه مشروعیت، بیان می‌کند که سازمان‌ها با گزار شگری مسئولانه، اعتماد و پذیرش جامعه را حفظ می‌کنند (محمودی و دیگران، ۱۴۰۲: ۲۰۸). همچنین مایکل / سپینس<sup>۸</sup> در نظریه سیگنالینگ، نشان می‌دهد انتشار اطلاعات CSR به سرمایه‌گذاران و ذی‌نفعان پیام مثبتی ارسال می‌کند و موجب افزایش اعتماد آن‌ها می‌شود (مون، ۱۳۹۷: ۷۴). یک الگوی مفهومی برای گزار شگری CSR با رویکرد توسعه پایدار باید ترکیبی از ابعاد اقتصادی، اجتماعی و محیط‌زیستی باشد و ضمن ارتقای شفافیت، توجه به ذی‌نفعان و جامعه را در نظر گیرد. رابرت گری<sup>۹</sup> و جان

<sup>۱</sup> Richard Barker

<sup>۲</sup> Bingjie Wang

<sup>۳</sup> Do Young Pyun

<sup>۴</sup> Joe Piggin

<sup>۵</sup> R. Carroll

<sup>۶</sup> R. Edward Freeman

<sup>۷</sup> Margaret C. Suchman

<sup>۸</sup> Michael Spence

<sup>۹</sup> Robert Gray

بیگتون<sup>۱</sup>، بر اهمیت تلفیق شاخص‌های کمی و کیفی در گزار شگری CSR تأکید دارند تا عملکرد واقعی پایدار سازمان قابل ارزیابی باشد (آرژمجو، کیقبادی، حیدری، ۱۳۹۹: ۳۷۷-۳۷۵). چنین چارچوبی، علاوه بر کاربرد مدیریتی، می‌تواند به شرکت‌ها کمک کند تا استراتژی‌های توسعه پایدار را در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی عملیاتی خود لحاظ کنند.

## مواد و روش تحقیق

این پژوهش از نوع تحقیق آمیخته است که باهدف بهره‌گیری هم‌زمان از داده‌های کیفی و کمی دریک مطالعه واحد طراحی شده است. در بخش کیفی، داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۱۱ نفر از صاحب‌نظران، اساتید و کارشناسان حسابداری رسمی ایران گردآوری شد. نمونه‌گیری کیفی به صورت هدف‌مند انجام گرفت تا افراد منتخب دارای تجربه و تخصص مرتبط با گزار شگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها باشند. داده‌های مصاحبه‌ها با استفاده از روش داده‌بنیاد (گراند تئوری)، کدگذاری و تحلیل شد تا ابعاد و شاخص‌های گزار شگری مسئولیت اجتماعی شناسایی و نهایی گردد. هدف این بخش، استخراج مفاهیم، بررسی مؤلفه‌ها و تأمین روایی و پایایی شاخص‌های پژوهش بود و تعداد مصاحبه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. در بخش کمی، جامعه آماری شامل کلیه کارکنان سازمان‌های حسابداری با تعداد نامحدود در نظر گرفته شد. حجم نمونه با استفاده از فرمول نمونه‌گیری برای جامعه نامحدود محاسبه شد: حجم نمونه  $n$  برابر است با ضریب اعتماد  $Z$  به توان ۲، ضرب در  $p$  ضرب در  $q$  تقسیم بر مربع خطای قابل قبول  $\epsilon$ . به صورت عددی:

$$n = (1.96^2 \times 0.5 \times 0.5) / 0.05^2 = (3.8416 \times 0.25) / 0.0025 \approx 384$$

برای کنترل داده‌های مخدوش و ناقص، ۳۹۴ پرسش‌نامه توزیع شد و در نهایت ۳۸۴ پرسش‌نامه کامل جمع‌آوری و تحلیل شد. داده‌های کمی با بهره‌مندی از نرم‌افزار SmartPLS مورد تحلیل قرار گرفت تا روابط بین متغیرها بررسی، مدل مفهومی اعتبارسنجی و نتایج کیفی تقویت شود.

## بحث و یافته‌های تحقیق

در این پژوهش، داده‌ها از ۲ گروه نمونه جمع‌آوری شد: خبرگان بخش کیفی و کارکنان سازمان‌های حسابداری در بخش کمی. در بخش کیفی، ۱۱ نفر از صاحب‌نظران و کارشناسان حسابداری رسمی به صورت هدف‌مند انتخاب شدند تا ابعاد و شاخص‌های گزار شگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به طور جامع شناسایی شود. بررسی ویژگی‌های جمعیت شناختی این خبرگان نشان داد که ۷ نفر مرد (۶۳ درصد) و ۴ نفر زن (۳۷ درصد) بودند. از نظر گروه سنی، ۲ نفر کمتر از ۳۵ سال (۱۸ درصد)، ۵ نفر بین ۳۵ تا ۴۵ سال (۴۵ درصد) و ۴ نفر ۴۵ سال و بالاتر (۳۷ درصد) بودند. همچنین از لحاظ تحصیلات، ۳ نفر دارای کارشناسی ارشد (۲۷ درصد) و ۸ نفر دارای دکتری (۷۳ درصد) بودند و براساس سابقه کاری، ۷ نفر دارای ۱۰ تا ۲۰ سال تجربه (۶۳ درصد) و ۴ نفر بیش از ۲۰ سال سابقه (۳۷ درصد) گزارش شد. در بخش کمی پژوهش، داده‌ها از ۳۸۴ پرسش‌نامه تکمیل شده توسط کارکنان سازمان‌های حسابداری جمع‌آوری شد. توزیع پاسخ‌دهندگان براساس جنسیت نشان داد که ۲۳۰ نفر مرد (۵۹/۹ درصد) و ۱۵۴ نفر زن (۴۰/۱ درصد) بودند. بررسی گروه‌های سنی حاکی از آن بود که بیشترین تعداد پاسخ‌دهندگان، یعنی ۱۵۰ نفر (۳۹/۱ درصد)، در گروه ۳۰ تا ۴۰ سال قرار داشتند و سایر گروه‌ها کمتر از ۳۰ سال (۸۸ نفر، ۹-۲۲ درصد)، ۴۱ تا ۵۰ سال (۱۳۱ نفر، ۱-۳۴ درصد) و ۵۱ سال و بالاتر (۱۵ نفر، ۹-۳ درصد) بودند. و بررسی سطح تحصیلات و سابقه کاری نشان داد که بیشترین فراوانی مربوط به دارندگان کارشناسی ارشد و بالاتر (۲۳۰ نفر، ۵۹/۹ درصد) بود، در حالی که کارشناسی ۱۰۱ نفر (۲۶/۳ درصد) و کاردانی ۵۳ نفر (۱۳/۸ درصد) را شامل می‌شد. از نظر سابقه کاری، بیشترین گروه شامل ۱۷۴ نفر با سابقه ۱۱ تا ۱۵ سال (۴۵/۳ درصد) بود و ۱۲۳ نفر بیش از ۱۵ سال سابقه (۳۲ درصد) داشتند. طوری که این ویژگی‌ها نشان‌دهنده نمونه‌ای متنوع و نماینده است که تحلیل کیفی و کمی عوامل مؤثر بر گزار شگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را پشتیبانی می‌کند.

داده‌های کیفی حاصل از ۱۱ مصاحبه نیمه ساختاریافته با خبرگان و کارشناسان حسابداری رسمی جمع‌آوری شد و با استفاده از نظریه پردازی داده‌بنیاد، تحلیل گردید. تحلیل داده‌ها به صورت یکپارچه و در ۳ مرحله انجام شد؛ ابتدا در کدگذاری باز، کدهای اولیه استخراج و با حذف تکرارها و یکپارچه سازی کدهای هم‌معنی، در قالب مضامین و شاخص‌های اولیه دسته‌بندی شدند. سپس در

<sup>۱</sup> John Bebbington

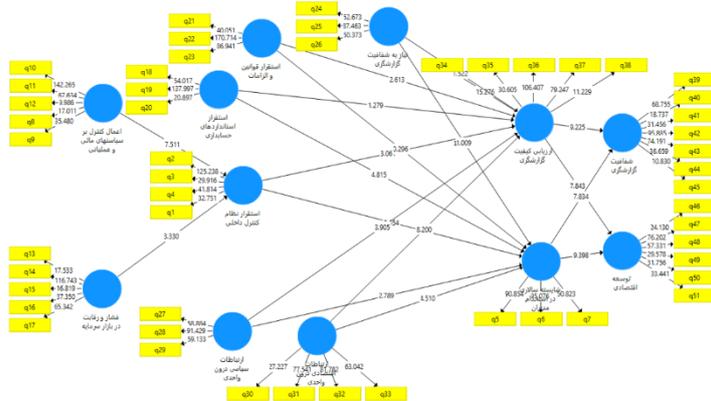
کدگذاری محوری، روابط میان طبقه‌ها و مقوله‌ها تعیین شد که شامل شرایط علی، پدیده محوری، راهبردها و پیامدها بود. در نهایت، در کدگذاری انتخابی، مقوله‌های اصلی تجمیع و روابط کلیدی میان آن‌ها مشخص شد تا مدل مفهومی گزارشگری مسئولیت اجتماعی با رویکرد توسعه پایدار شکل گیرد. این روش امکان می‌دهد مفاهیم استخراج شده هم‌زمان مبتنی بر داده‌های تجربی باشند و مدل مفهومی پژوهش را به صورت نظری تقویت کنند. برپایه (جدول ۱)، می‌توان مقوله‌های اصلی و فرعی مؤثر را عنوان داشت. در مرحله کدگذاری گزینشی، داده‌های گردآوری شده تلفیق و در قالب مدل مفهومی ارائه شدند. در این فرایند، ابتدا داده‌ها در ۱۲ مقوله اصلی طبقه‌بندی شد و سپس با نظر خبرگان، از میان شاخص‌های استخراج شده، ۵۱ شاخص نهایی به‌عنوان مبنای طراحی مدل گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها انتخاب گردید.

جدول ۱. ابعاد، مقوله‌های اصلی و فرعی - (مأخذ: یافته‌های پژوهشی، ۱۴۰۴)

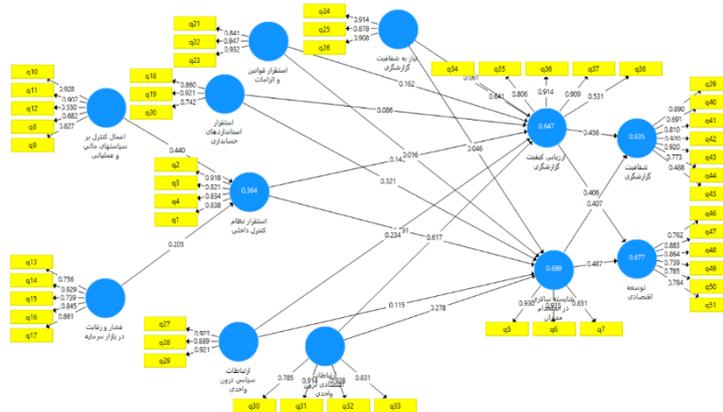
مقوله‌های اصلی	پارادایم	مقوله‌های فرعی
استقرار نظام کنترل داخلی	پدیده محوری	ارتقاء توان رقابتی، پاسخ‌گویی و مسئولیت‌پذیری
		بررسی مستمر اثربخشی سیستم کنترل‌های داخلی
		به‌کارگیری زبان گزارشگری توسعه پذیر
شایسته‌سالاری در استخدام مدیران	راهبردها و اقدامات	گزارشگری میان دوره‌ای
		مخاطفه‌کاری مدیریت
		به‌کارگیری مدیران متخصص و با مهارت
اموال کنترل بر سیاست‌های مالی و عملیاتی شرکت	شرایط علی	ارتقاء سرمایه انسانی، ساختاری و ارتباطی
		ارائه گزارشگری در راستای کاهش خروج منافع از شرکت
		تدوین سیاست‌های مالی شفاف
		برآورد ریسک نظام‌مند (سیستماتیک) شرکت
		اجتناب مالیاتی
		تفویض اختیار مدیران و اعطای پادش جبران خدمات
		دستکاری اقلام تعهدی برای دستیابی به اهداف سود
		انگیزه کاهش اتلاف منابع و بیشینه‌سازی سود
		تلاش جهت منصرف کردن رقبا برای ورود به صنعت مالی
		ارائه اطلاعات بایات به بازار
فشار و رقابت بازار سرمایه		تحت فشار بودن مدیران برای عملکرد خاص (اعطای وام کلان و غیره)
		شفاف‌سازی رویه‌های گزارشگری
		طبقه‌بندی صورت‌های مالی و گزارشگری میان‌دوره
استقرار استانداردهای حسابداری	شرایط زمینه‌ای	روش تجدید ارزیابی در شناسایی دارایی‌ها
		به‌کارگیری قوانین وضع شده در شرکت
		عملکرد براساس استانداردهای حسابداری
استقرار قوانین و الزامات حسابداری		رعایت الزامات حسابداری
		اهمیت رفع ابهام مسائل مالی برای عموم
		پاسخ‌گویی به مشتریان
نیاز به شفافیت گزارشگری		رفع مسائل و ابهامات مالی موجود
		شرایط نامناسب سیاسی جامعه
		وجود رانت و ارتباطات سیاسی افراد
ارتباطات سیاسی درون واحدی	شرایط مداخله‌گر	اتخاذ سیاست‌های مالی مناسب
		کمبود نقدینگی در شرکت
		کاهش حاشیه سود شرکت و یازده سهام
ارتباطات اقتصادی درون واحدی		تولید ناخالص داخلی
		عدم ثبات نرخ ارز و تورم
		ارزیابی کیفیت اطلاعات به دور از جانب‌داری
ارزیابی کیفیت گزارشگری	راهبردها و اقدامات	استقرار نظام ارزیابی عملکرد در شرکت
		مشارکت و همکاری تمامی افراد شرکت در ارزیابی
		نظارت درونی و بیرونی گزارشگری
شفافیت گزارشگری	پیامدها	به‌کارگیری متخصصان سنجشگر در ارزیابی کیفیت
		کاهش عدم‌توازن اطلاعاتی بین سرمایه‌گذاران، سهامداران، پست‌کناران و مدیران
		کاهش نسبت اطلاعات مجرمانه به اطلاعات عمومی
		افزایش اعتماد عمومی به شرکت
		کاهش هزینه‌های تأمین مالی
		ارتقاء درجه نقدشوندگی سهام
		افزایش کارایی بازار سرمایه
		کاهش تجدید ارائه صورت‌های مالی و تقلب
		ایجاد فرصت‌های مربوط به رشد اقتصادی
		گسترده‌گی بازارهای مالی
توسعه اقتصادی		آزادسازی جریان سرمایه
		تأمین منابع مالی پایدار
		کنترل نرخ بهره
		جذب سرمایه‌گذاران

برای اعتبار سنجی مدل مفهومی از روش حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM)، استفاده شد. نتایج حاصل از اجرای مدل در حالت تخمین استاندارد جهت و شدت روابط میان متغیرها را نشان می‌دهد برپایه (شکل ۱). همچنین، به‌منظور بررسی معناداری روابط، از

روش خودگردان سازی (Bootstrapping)، بهره گرفته شد. براین اساس، اگر مقدار آماره  $t$  بزرگتر از  $1/96$  باشد، روابط در سطح خطای درصد معنادار محسوب می‌شوند. مقادیر به دست آمده برای آماره  $t$  و ضرایب بوت‌استرپینگ برپایه (شکل ۲)، ارائه شده است.



شکل ۱. معناداری روابط متغیرها با روش حداقل مربعات جزئی؛ (بوت‌استرپینگ) - (مأخذ: یافته‌های پژوهشی، ۱۴۰۴)



شکل ۲. معناداری روابط متغیرها با روش خودگردان سازی؛ (بوت‌استرپ) - (مأخذ: یافته‌های پژوهشی، ۱۴۰۴)

مدل بیرونی یا مدل اندازه‌گیری برای سنجش اعتبار گویه‌ها به کار گرفته شد. نتایج نشان داد که تمامی بارهای عاملی بزرگتر از  $0/5$  و آماره  $t$  بزرگتر از  $1/96$  بوده و بدین ترتیب روایی و پایایی مدل تأیید شد. همچنین برای ارزیابی اعتبار مدل بیرونی از ۳ شاخص روایی همگرا، پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ استفاده گردید. همان گونه که در برپایه (جدول ۲)، مشاهده می‌شود، تمامی مقادیر AVE بزرگتر از  $0/5$ ، آلفای کرونباخ بیش از  $0/7$  و پایایی ترکیبی بیشتر از مقادیر AVE بوده است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که مدل اندازه‌گیری از اعتبار مناسبی برخوردار است.

جدول ۲. اعتبار مدل بیرونی (اندازه‌گیری) - (مأخذ: یافته‌های پژوهشی، ۱۴۰۴)

پارادایم	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	میانگین واریانس استخراج شده
ارتباطات اقتصادی درون واحد	۰/۸۸۹	۰/۹۲۳	۰/۷۵۱
ارتباطات سیاسی درون واحد	۰/۹۰۵	۰/۹۳۶	۰/۸۳۶۰
ارزیابی کیفیت گزارشگری	۰/۸۲۰	۰/۸۷۹	۰/۶۰۱
استقرار استانداردهای حسابداری	۰/۸۰۰	۰/۸۸۱	۰/۷۱۳
استقرار قوانین و الزامات	۰/۸۹۲	۰/۹۳۳	۰/۸۲۴
استقرار نظام کنترل داخلی	۰/۸۸۰	۰/۹۱۵	۰/۷۳۹
اعمال کنترل بر سیاست‌های مالی و عملیاتی	۰/۸۴۳	۰/۸۹۱	۰/۹۲۷
توسعه اقتصادی	۰/۸۹۰	۰/۹۱۶	۰/۹۴۷
شایسته‌سالاری در استخدام مدیران	۰/۸۹۱	۰/۹۳۳	۰/۸۲۲
شفافیت گزارشگری	۰/۸۹۷	۰/۹۲۲	۰/۶۳۶
فشار و رقابت در بازار سرمایه	۰/۸۹۳	۰/۹۱۶	۰/۶۸۷
نیاز به شفافیت گزارشگری	۰/۸۹۰	۰/۹۲۸	۰/۸۱۰

برای اطمینان از تفکیک‌پذیری سازه‌ها، روایی واگرا نیز بررسی شد. در این مرحله جذر AVE هر سازه با هم‌بستگی آن با سایر سازه‌ها مقایسه گردید. همان‌طور که برپایه (جدول ۳)، نشان داده شده است، مقادیر گزارش شده در قطر اصلی ماتریس بالاتر از هم‌بستگی‌های مربوطه بوده و این امر بیانگر وجود روایی واگرایی قابل قبول در مدل است. بنابراین سازه‌ها بیشتر با شاخص‌های خود هم‌بستگی دارند تا با سایر سازه‌ها، که نشان‌دهنده برازش مطلوب مدل بیرونی است.

جدول ۳. روایی واگرایی مدل بیرونی (مأخذ: یافته‌های پژوهشی، ۱۴۰۴)

پارادایم	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲
ارتباطات اقتصادی درون واحدی (۱)	۰/۸۶۷											
ارتباطات سیاسی درون واحدی (۲)	۰/۷۶۶	۰/۹۱۱										
ارزیابی کیفیت گزارشگری (۳)	۰/۷۵۸	۰/۴۷۸	۰/۷۷۵									
استقرار اسنادردهای حسابداری (۴)	۰/۷۶۴	۰/۶۰۴	۰/۶۲۲	۰/۸۴۴								
استقرار قوانین و الزامات (۵)	۰/۷۴۰	۰/۵۱۴	۰/۶۹۲	۰/۸۴۵	۰/۹۰۸							
استقرار نظام کنترل داخلی (۶)	۰/۶۶۳	۰/۵۳۳	۰/۵۹۹	۰/۵۶۶	۰/۵۷۴	۰/۸۵۴						
اعمال کنترل بر سیاست‌های مالی و عملیاتی (۷)	۰/۷۳۰	۰/۵۶۶	۰/۵۹۴	۰/۶۶۲	۰/۶۶۰	۰/۵۸۵	۰/۸۹۲					
توسعه اقتصادی (۸)	۰/۸۳۹	۰/۶۳۲	۰/۷۴۵	۰/۷۵۰	۰/۷۵۲	۰/۶۵۶	۰/۷۱۶	۰/۸۰۵				
شایسته‌سالاری در استخدام مدیران (۹)	۰/۷۳۶	۰/۵۳۰	۰/۶۹۷	۰/۷۲۸	۰/۶۸۷	۰/۷۳۷	۰/۸۰۴	۰/۷۷۰	۰/۹۰۷			
شفافیت گزارشگری (۱۰)	۰/۷۹۶	۰/۵۹۱	۰/۷۴۲	۰/۷۶۱	۰/۷۳۷	۰/۶۱۹	۰/۷۰۱	۰/۸۴۲	۰/۷۲۶	۰/۷۹۸		
فشار و رقابت در بازار سرمایه (۱۱)	۰/۷۱۹	۰/۶۱۲	۰/۵۹۱	۰/۷۳۵	۰/۶۷۵	۰/۵۱۷	۰/۷۰۷	۰/۷۰۷	۰/۶۶۳	۰/۶۷۴	۰/۸۳۹	
نیاز به شفافیت گزارشگری (۱۲)	۰/۶۳۷	۰/۴۵۰	۰/۵۶۰	۰/۶۰۹	۰/۶۱۰	۰/۴۵۳	۰/۵۷۸	۰/۶۱۴	۰/۵۵۲	۰/۶۴۵	۰/۵۵۲	۰/۹۰۰

در بخش مدل درونی، روابط میان سازه‌های اصلی پژوهش بررسی شد. نتایج آزمون بوت‌استرپینگ نشان داد که تمامی ضرایب مسیر دارای آماره t بزرگتر از ۱/۹۶ و مقادیر p کمتر از ۰/۰۵ بوده‌اند. می‌توان با اطمینان عنوان نمود ۹۵ درصد فرضیه مورد قبول است. خلاصه نتایج ضرایب مسیر، آماره t و سطح معناداری برپایه (جدول ۴)، ۱۶ ارائه شده است. این یافته‌ها تأیید می‌کنند که متغیرهای پژوهش دارای روابط معنادار و پایدار بوده و چارچوب نظری تحقیق به خوبی پشتیبانی می‌شود.

جدول ۴. نتایج مدل درونی (روابط متغیرها) (مأخذ: یافته‌های پژوهشی، ۱۴۰۴)

پارادایم	ضریب مسیر	انحراف استاندارد	آماره تی	P Values
ارتباطات اقتصادی درون واحدی -> ارزیابی کیفیت گزارشگری	۰/۶۱۷	۰/۰۷۵	۸/۰۰	۰/۰۰۰
ارتباطات اقتصادی درون واحدی -> شایسته‌سالاری در استخدام مدیران	۰/۲۷۸	۰/۰۶۲	۴/۵۱۰	۰/۰۰۰
ارتباطات سیاسی درون واحدی -> ارزیابی کیفیت گزارشگری	۰/۲۳۴	۰/۰۶۰	۳/۹۰۵	۰/۰۰۰
ارتباطات سیاسی درون واحدی -> شایسته‌سالاری در استخدام مدیران	۰/۱۱۵	۰/۰۴۱	۲/۷۸۹	۰/۰۰۵
ارزیابی کیفیت گزارشگری -> توسعه اقتصادی	۰/۴۰۶	۰/۰۵۲	۷/۸۴۳	۰/۰۰۰
ارزیابی کیفیت گزارشگری -> شفافیت گزارشگری	۰/۴۵۸	۰/۰۵۰	۹/۲۵	۰/۰۰۰
استقرار اسنادردهای حسابداری -> ارزیابی کیفیت گزارشگری	۰/۰۸۶	۰/۰۳۸	۲/۲۷۹	۰/۰۰۰
استقرار اسنادردهای حسابداری -> شایسته‌سالاری در استخدام مدیران	۰/۳۲۱	۰/۰۶۷	۴/۸۱۵	۰/۰۰۰
استقرار قوانین و الزامات -> ارزیابی کیفیت گزارشگری	۰/۱۶۲	۰/۰۶۲	۲/۶۱۳	۰/۰۰۹
استقرار قوانین و الزامات -> شایسته‌سالاری در استخدام مدیران	۰/۰۱۶	۰/۰۰۳	۴/۲۶۹	۰/۰۰۰
استقرار نظام کنترل داخلی -> ارزیابی کیفیت گزارشگری	۰/۱۴۶	۰/۰۴۸	۳/۰۶۱	۰/۰۰۲
استقرار نظام کنترل داخلی -> شایسته‌سالاری در استخدام مدیران	۰/۳۹۱	۰/۰۴۵	۸/۶۵۴	۰/۰۰۰
اعمال کنترل بر سیاست‌های مالی و عملیاتی -> استقرار نظام کنترل داخلی	۰/۴۴۰	۰/۰۵۹	۷/۵۱۱	۰/۰۰۰
شایسته‌سالاری در استخدام مدیران -> توسعه اقتصادی	۰/۴۸۷	۰/۰۵۲	۹/۳۹۸	۰/۰۰۰
شایسته‌سالاری در استخدام مدیران -> شفافیت گزارشگری	۰/۴۰۷	۰/۰۵۲	۷/۹۳۴	۰/۰۰۰
فشار و رقابت در بازار سرمایه -> استقرار نظام کنترل داخلی	۰/۲۰۵	۰/۰۶۲	۳/۳۳۰	۰/۰۰۱
نیاز به شفافیت گزارشگری -> ارزیابی کیفیت گزارشگری	۰/۰۶۱	۰/۰۰۵	۱۱/۵۲۲	۰/۰۰۰
نیاز به شفافیت گزارشگری -> شایسته‌سالاری در استخدام مدیران	۰/۰۴۶	۰/۰۰۵	۱۰/۰۰۹	۰/۰۰۰

در گام نهایی، اعتبار مدل درونی و میزان برازش کلی مدل بررسی شد. مقادیر ضریب تعیین ( $R^2$ )، برای متغیرهای درون‌زا نشان داد که مدل از قدرت تبیین مناسبی برخوردار است. همان‌طور که برپایه (جدول ۵)، گزارش شده، تمامی مقادیر  $R^2$  در سطح مطلوب قرار داشته و معیارهای پذیرفته شده برای سنجش برازش را برآورده کرده‌اند.

جدول ۵. برازش مدل درونی (شاخص‌های ساختاری) - (مأخذ: یافته‌های پژوهشی، ۱۴۰۴)

پارادایم	R Square	R Square Adjusted
ارزیابی کیفیت گزارشگری	۰/۶۴۷	۰/۶۴۱
استقرار نظام کنترل داخلی	۰/۳۶۴	۰/۳۶۰
توسعه اقتصادی	۰/۶۷۷	۰/۶۷۵
شایسته‌سالاری در استخدام مدیران	۰/۶۹۹	۰/۶۹۴
شفافیت گزارشگری	۰/۶۳۵	۰/۶۳۳

علاوه‌براین، شاخص نیکویی برازش (GOF)، برابر با ۰/۶۲۶ محاسبه شد که نشان‌دهنده برازش قوی و قابل قبول مدل پژوهش است. در نتیجه می‌توان نتیجه گرفت که مدل نهایی پژوهش هم در بخش اندازه‌گیری و هم در بخش ساختاری از اعتبار کافی برخوردار است.

### نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها

بناگاه‌های اقتصادی در بستر اقتصاد ملی نقشی فراتر از سودآوری صرف برعهده دارند و مسئولیت اجتماعی آن‌ها زیرساختی اساسی برای تحقق توسعه اقتصادی همراه با عدالت اجتماعی محسوب می‌شود. یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها می‌تواند به‌عنوان ابزاری کارآمد برای ارتقای اعتماد عمومی، تقویت سرمایه اجتماعی و افزایش شفافیت در اقتصاد عمل کند. طراحی الگوی مفهومی در این تحقیق بیانگر آن است که هم‌سویی میان الزامات قانونی، استانداردهای حسابداری، شفافیت اطلاعاتی و شایسته‌سالاری در مدیریت، بنیان توسعه پایدار را در شرکت‌های مالی و اقتصادی تقویت می‌کند. از منظر سیاست‌گذاری، نتایج تأکید می‌کنند که حضور فعال و کیفی روابط عمومی سازمان‌ها در تبیین و انعکاس اقدامات اجتماعی و اقتصادی نقش مؤثری در ارتقای اعتماد ذی‌نفعان و افزایش مشروعیت سازمانی دارد. همچنین، نهادهای نظارتی باید با تمرکز بیشتر بر فرایند افشا و گزارشگری شرکت‌های مالی، زمینه ارتقای قابلیت اتکای اطلاعات مالی را فراهم سازند. برای حساب‌برسان نیز ضروری است که در مواجهه با شرکت‌هایی که ارتباطات سیاسی پررنگی دارند، حساسیت بیشتری در طراحی و اجرای برنامه‌های حسابرسی اعمال کنند تا از منافع سهامداران غیردولتی و ذی‌نفعان حمایت شود. در سطح مدیریتی، پیشنهاد می‌شود شرکت‌ها با ایجاد نظام پاداش و تنبیه در حوزه شفافیت گزارشگری، مدیران و کارکنان را به ارائه اطلاعات دقیق‌تر و قابل‌انکاتر ترغیب کنند. این امر می‌تواند نه تنها به بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها منجر شود بلکه پیامدهایی همچون تخصیص بهینه منابع، افزایش کارایی اطلاعاتی و ارتقای رقابت‌پذیری را در پی داشته باشد. در نتیجه، اجرای صحیح گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها موجب ارزآوری، افزایش فرصت‌های اشتغال، کاهش فقر و ارتقای سطح زندگی در جامعه خواهد شد. این فرایند همچنین زمینه‌ساز افزایش مشارکت جامعه محلی، تقویت هم‌بستگی اجتماعی و ارتقای تعاملات میان گروه‌های مختلف خواهد بود. بدین ترتیب، دستیابی به ارزش اقتصادی پایدار به‌عنوان هدف غایی الگوی پیشنهادی این پژوهش قابل تحقق خواهد بود.

### منابع

- اسماعیلی کیا، غریبه. ناصری، مهدیس. (۱۴۰۴). **مسئولیت اجتماعی شرکت و راهبردهای رقابتی: نقش تعدیل‌کنندگی عملکرد راهبری و عملکرد شرکت**. فصلنامه علمی پژوهشی-پژوهش‌های تجربی حسابداری، دوره ۱۵، شماره ۵۵، ۱۸۴-۱۴۵.
- آرمجو، هانیه. کیقبادی، مریم. حیدری، غلامرضا. (۱۳۹۹). **تبیین جایگاه مسئولیت اجتماعی در الگوی یکپارچه حاکمیت شرکتی در راستای سیاست‌های توسعه اقتصادی پایدار**. فصلنامه علمی پژوهشی-سیاست‌های راهبردی و کلان، دوره ۸، شماره ۲: (پیاپی ۳۰)، ۳۹۲-۳۷۰.
- جمشیدی، سیدرضا. (۱۳۹۹). **اقدامات مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها (جلد ۱)**. چاپ‌اول، تهران: انتشارات زرنوشت.
- ذوالفقاری، مصطفی. (۱۴۰۰). **هیئت مدیره و گزارشگری مسئولیت‌پذیری اجتماعی**. چاپ‌اول، تهران: انتشارات سنجش و دانش.
- رضایی، مهدی. جمادی، حمیده. (۱۳۹۳). **گزارشگری توسعه پایدار و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها**. سومین کنفرانس ملی حسابداری، مدیریت مالی و سرمایه‌گذاری، گرگان-ایران، ۱۴-۱.
- سپاسی، سحر. کاظم‌پور، مرتضی. (۱۳۹۶). **مسئولیت‌پذیری و گزارشگری اجتماعی شرکت‌ها**. چاپ‌اول، تهران: انتشارات ترمه.

- شاه‌حسینی، محمدعلی. نظری، محسن. صالح‌ترکستانی، محمد. قربانی، فاطمه. (۱۴۰۰). **مدل مفهومی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در حوزه گردشگری ایران با رویکرد نظریه داده‌بنیاد**. فصلنامه علمی پژوهشی-مطالعات مدیریت گردشگری، دوره ۱۶، شماره ۳، ۱۷۱-۱۰۹.
- شمس‌الدینی، کاظم. نعمتی، میثم. عسکری شاهم‌آباد، مهدی. (۱۴۰۱). **ارائه مدلی به‌منظور توسعه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها**. فصلنامه علمی پژوهشی-حسابداری و منافع اجتماعی، دوره ۱۲، شماره ۱؛ (پیاپی ۴۴)، ۸۱-۱۰۰.
- عبدی، مصطفی. کردستانی، غلامرضا. رضازاد، جواد. (۱۳۹۸). **طراحی الگوی منسجم گزارشگری پایداری شرکت‌ها**. فصلنامه علمی پژوهشی-پژوهش‌های حسابداری مالی، دوره ۱۱، شماره ۴؛ (پیاپی ۴۲)، ۲۳-۴۴.
- علی‌محمدی، پروانه. یوسفی‌امین، زهرا. حسینی، سیده‌عاطفه. (۱۴۰۲). **تبیین الگوی گزارشگری مسئولیت اجتماعی در ایران با استفاده از روش نظریه بنیاد**. فصلنامه علمی پژوهشی-حسابداری ارزشی و رفتاری، دوره ۸، شماره ۱۵، ۲۹۶-۲۴۹.
- فاطری، علی. حجازی، رضوان. م‌شایخی، بیتا. (۱۴۰۲). **ارائه الگوی گزارشگری پایداری برای شهرداری‌ها**. فصلنامه علمی پژوهشی-دانش حسابداری، دوره ۱۴، شماره ۳؛ (پیاپی ۵۴)، ۵۹-۸۶.
- محب‌علی‌پور، مهدی. محمدزاده‌سالطه، حیدر. کنعانی، اکبر. نونهال‌نهر، علی‌اکبر. (۱۴۰۴). **ارائه و مدل ارزیابی گزارشگری مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها**. فصلنامه علمی پژوهشی-اقتصاد و بانکداری اسلامی، دوره ۱۴، شماره ۵۱، ۴۶۵-۴۴۵.
- محمودی، رضا. طالب‌نیا، قدرت‌الله. وکیلی‌فرد، حمیدرضا. احمدی، فائق. مرادی‌شهادی، خسرو. (۱۴۰۲). **ارائه الگوی گزارشگری پایداری با رویکرد تئوری داده‌بنیاد در شرکت‌های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران**. فصلنامه علمی پژوهشی-اقتصاد مالی، دوره ۱۷، شماره ۶۴، ۲۰۷-۲۲۲.
- موسوی‌عباسی، سیدفضل‌الدین. (۱۴۰۳). **گزارشگری مسئولیت اجتماعی (تاریخچه، نظریه‌ها و مدل‌های CSR، تجربه‌های ملی و جهانی گزارشگری و راهنمای گام‌به‌گام تدوین گزارش پایداری)**. چاپ‌اول، تهران: انتشارات نور علم.
- مون، جرمی. (۱۳۹۶). **درآمدی بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها**. ترجمه: محمد سردارنیا، چاپ‌اول، تهران: انتشارات بازرگانی.
- مون، جرمی. (۱۳۹۷). **مسئولیت اجتماعی شرکتی: معرفی مختصر و مفید**. ترجمه: محمد شهرابی‌فراهانی، چاپ‌اول، تهران: انتشارات میراث اهل قلم.
- ولی‌زاده‌لاریجانی، اعظم. مفاخری‌باشماق، سارینا. (۱۴۰۳). **گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و تأمین مالی (تسهیلات بانکی و اوراق بدهی)**. فصلنامه علمی پژوهشی-مدیریت دارایی و تأمین مالی، دوره ۱۲، شماره ۳؛ (پیاپی ۴۶)، ۱۱۸-۱۰۳.
- Barker, Richard. (2025). *Corporate Sustainability Reporting*. Journal Of Accounting And Public Policy, 48, 1-21.
- Wang, Bingjie. Pyun, Do Young. Piggan, Joe. (2024). *Developing A Conceptual Model Of Corporate Social Responsibility Of The Chinese Super League Clubs*. Quest, 76(3): 382-399.