



ارزش آفرینی گزارشگری شهروند شرکتی در بانکها

دکتر محمدحسین ستایش^۱، دکتر محمد محمدیان^{۲*}

چکیده: هدف این مقاله، معرفی گزارشگری شهروند شرکتی برای بانک‌ها به عنوان نوعی گزارشگری مالی و غیرمالی و بررسی پیامدها و عوامل موثر بر محتوای اطلاعاتی (ارزش آفرینی) این نوع گزارشگری است. بدین منظور، ابتدا گزارشگری شهروند شرکتی مفهوم‌سازی شده و پس از آن داده‌های پژوهش برای ۱۲ بانک طی سال‌های ۱۳۹۰ الی ۱۳۹۹ جمع‌آوری شد. این مقاله به لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها، نوعی پژوهش کمی و تجربی در حوزه حسابداری و مالی است و برای سنجش عوامل موثر بر گزارشگری شهروند شرکتی و همچنین ارتباط بین این متغیرها با پیامدها و در نهایت ارزش بانک، از رویکرد معادلات ساختاری و روش کم‌ترین مربعات نسبی (PLS) استفاده شده است. فرضیه اصلی، مربوط به تأثیر گزارشگری شهروند شرکتی بر ارزش آفرینی بانک است. مسیر مستقیم مربوط به این ارتباط با ضریب $0/271$ بیانگر این موضوع است که ارزش آفرینی بانک به میزان ۲۷ درصد (با آماره t معادل $6/1897$) از طریق گزارشگری شهروند شرکتی (به صورت مستقیم و بدون دخالت متغیر میانجی) تبیین می‌شود. این بدین معنا است که با افزایش افشاء شاخص‌های گزارشگری شهروند شرکتی، ارزش بانک افزایش می‌یابد. در نتیجه، بانک‌ها با ارائه گزارشگری شهروند شرکتی و افشاء شاخص‌های مالی و غیرمالی می‌توانند بر ارزش آفرینی بانک تأثیرگذار باشند و از طریق کاهش هزینه سرمایه شرکت، کاهش هزینه‌های نمایندگی، افزایش نقدینگی، بهبود عملکرد مالی و کیفیت گزارشگری مالی، منجر به افزایش ارزش بازار سهام بانک و در نهایت افزایش ارزش بانک شوند. مهم‌ترین دستاورد این مقاله، توسعه مفهوم گزارشگری شهروند شرکتی به عنوان یک نوع گزارش با ارزش در صنعت بانکداری است.

واژه‌های کلیدی: ارزش آفرینی، افشاء اطلاعات مالی و غیرمالی، گزارشگری شهروند شرکتی.

۱. استاد حسابداری دانشگاه شیراز، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی - دانشگاه شیراز - شیراز - ایران

setayesh@shirazu.ac.ir

۲. دکتری حسابداری دانشگاه شیراز، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی - دانشگاه شیراز - شیراز - ایران (نویسنده مسئول)

mohammadian.shirazu@gmail.com

دریافت: ۱۴۰۱/۸/۲۸ اصلاحات نهایی: ۱۴۰۱/۱۱/۴ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۲/۱۰

۱. مقدمه

در کشورهایی که نظام توسعه مالی آن‌ها بانک محور است، صنعت بانکداری نسبت به بازار سرمایه در کانون توجه دولت و جامعه قرار می‌گیرد (رحمانی و حسینی، ۱۳۹۱). در ایران نیز با توجه به عدم توسعه لازم در بازار سرمایه، عملاً بانک‌ها وظیفه تامین مالی را بر عهده دارند. در نتیجه، بانکداری در ایران از اهمیت بالایی برخوردار است. بنابراین، ضروری است تا به‌طور خاص به گزارشگری مالی و غیرمالی بانک‌ها در ایران توجه شود. یکی از دلایل این ضرورت را می‌توان این‌گونه بیان کرد که، بانک‌های ایرانی از الگو کسب‌وکار بانکداری بدون ربا که متفاوت از الگو کسب‌وکار مبتنی بر بهره است، تبعیت می‌کنند. در نتیجه، بانک‌ها باید افزون بر رعایت کردن استانداردهای حسابداری در تهیه گزارش‌های مالی، اطلاعات مالی و غیرمالی ناشی از فعالیت‌های بانکداری بدون ربا را نیز گزارش کنند. به‌گونه‌ای که، در اولین اصل الگو کسب‌وکار بانکداری بدون ربا در ایران به نقش وکیل بودن بانک‌ها اشاره شده است. به عبارت دیگر، در قرارداد بین بانک و سپرده‌گذاران، رابطه مستقیمی وجود دارد. در این رابطه، بانک در مقابل دیگران، پاسخ‌گو خواهد بود (بدری، ۱۳۹۴). در نتیجه، پژوهش پیرامون شفافیت گزارشگری و در ارتباط با منطبق بودن فعالیت‌های بانک با مبانی شرعی (بر اساس قانون عملیات بانکداری بدون ربا) به خصوص نحوه استفاده از سپرده‌ها (به عنوان شاخصی برای گزارشگری پاسخ‌گویی^۱)، در کشورهای اسلامی از جمله ایران، از اهمیت دوچندانی برخوردار است. افزون بر این، اهمیت افشاء و گزارشگری اطلاعات غیرمالی، به دلیل تفاوت بانک‌ها نسبت به صنایع دیگر، حساس‌تر از سایر بخش‌ها بوده و ضروری است تا پژوهش‌های عمیقی در این حوزه صورت گیرد. بر این اساس، در مقاله حاضر به بررسی ارزش‌آفرینی یکی از نوظهورترین گزارش‌های مالی و غیرمالی (به خصوص در صنایع بانکداری) یعنی گزارشگری شهروند شرکتی^۲ پرداخته شده است. منظور از ارزش‌آفرینی^۳، ارزشی است که با افشاء اطلاعات در قالب گزارشگری مالی و غیرمالی برای بانک‌ها به وجود می‌آید و منظور از شهروند شرکتی، در نظر گرفتن شرکت (بانک) به عنوان شهروندی است که دارای شخصیت حقوقی و قانونی است (ماتن و کرن، ۲۰۰۵). بدین معنی که جامعه از شهروندان، اعم از اشخاص حقیقی و اشخاص حقوقی (به خصوص بانک‌ها در کشورهایی با نظام توسعه بانک محور) تشکیل شده است. در این میان، بانک‌ها نیز از شهروندان جامعه می‌باشند و نسبت به سایر شهروندان هم دارای حقوق است و هم در قبال آن‌ها وظایفی دارند. در نتیجه، گزارشگری شهروند شرکتی نوعی گزارشگری

است که در آن چگونگی ایفای نقش شرکت (بانک) در قبال جامعه تشریح می‌شود (گاریگا و میله، ۲۰۰۴). بنابراین، هدف مقاله حاضر، معرفی گزارشگری شهروند شرکتی برای بانکها به عنوان نوعی گزارشگری مالی و غیرمالی و بررسی پیامدها و عوامل موثر بر محتوای اطلاعاتی (ارزش آفرینی) این نوع گزارشگری است. در واقع، مساله افشاء اطلاعات مالی و غیرمالی بانکها در قالب گزارشگری شهروند شرکتی را می‌توان با توجه به دو سطح خرد و کلان در ایران مورد بررسی قرار داد. در سطح کلان، یکی از کلیدی‌ترین اهداف و مقاصد ملی، افزایش شفافیت و پاسخ‌گویی است که در بسیاری از قوانین و برنامه‌ها از جمله سند چشم‌انداز ۲۰ ساله، خصوصی‌سازی طبق اصل ۴۴ قانون اساسی، برنامه ششم توسعه، سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، قانون عملیات بانکی بدون ربا و غیره آورده شده است. اما بر اساس تفکر انتقادی، این سوال مطرح می‌شود که آیا در عمل شفافیت و پاسخ‌گویی در سطح کلان افزایش یافته است؟ و یا کیفیت افشاء اطلاعات بهبود یافته است؟ پاسخ این دو سوال یا به نوعی انتقاد را باید در سطح خرد جستجو کرد. بدین‌منظور، می‌توان با رویکردی انتقادی به نقش گزارش‌های حسابداری در سطح بانکها جهت ایفای مسئولیت پاسخ‌گویی و افزایش شفافیت توجه کرد. به گونه‌ای که، بانکها در حال حاضر پاسخگویی اجتماعی را در قالب گزارشگری پاسخ‌گویی، ارائه نمی‌دهند و همین امر عدم شفافیت اطلاعاتی گزارش‌های حسابداری بانکها را به دنبال داشته است (بدری، ۱۳۹۴). در این راستا، گزارشگری شهروند شرکتی، نوعی گزارشگری پاسخ‌گویی است که جهت معرفی آن به بانکها نیاز است تا ابعاد، مولفه‌ها و شاخص‌های آن تعیین شود. با بررسی عوامل موثر و پیامدهای این نوع گزارشگری می‌توان الگوی گزارشگری شهروند شرکتی بانکها را تبیین کرد و راه‌حل عملی و کاربردی برای افزایش شفافیت اطلاعاتی به بانکها ارائه داد. در نهایت، خلاصه مطالب (بیان مساله) را می‌توان این‌گونه بیان کرد: علی‌رغم این‌که نظام توسعه مالی ایران، بانک محور است؛ اما گزارش‌های حسابداری بانکها در واقعیت مطابق با اهداف حسابداری نیستند؛ از دلایل آن عدم افشاء یا افشاء ناکافی است. این مساله باعث شده تا ارزش آفرینی گزارش‌های حسابداری بانکها با ابهام مواجه شود. از این‌رو، مساله اصلی مربوط به نبود چارچوب و الگویی بومی برای ارائه اطلاعات مالی و غیرمالی بانکها در قالب گزارشگری پاسخ‌گویی (از جمله گزارشگری شهروند شرکتی به عنوان نوعی از گزارشگری پاسخ‌گویی) است. در نتیجه، پرسش اصلی به این صورت مطرح می‌شود که آیا در ایران، گزارشگری شهروند شرکتی، منجر به ارزش آفرینی گزارشگری مالی و غیرمالی بانکها می‌شود؟ البته این نکته قابل ذکر است که در حال حاضر، بانکهای ایرانی به صورت جداگانه

گزارش‌های مسئولیت اجتماعی یا شهروند شرکتی ارائه نمی‌دهند. به همین دلیل، در این مقاله سعی شده تا از شاخص‌های گزارشگری شهروند شرکتی که در گزارش‌های سالانه بانک‌ها منتشر می‌شود، استفاده شود.

۲. مبانی نظری پژوهش

۱.۲. گزارشگری شهروند شرکتی

تاکنون گزارشگری‌های متفاوتی برای افشاء اطلاعات مالی و غیرمالی نزد دانشگاهیان و متخصصان حرفه‌ای مورد توجه قرار گرفته است. گزارشگری پاسخگویی و اجتماعی در قالب گزارشگری پایداری از جمله این نوع گزارشگری‌ها است. در واقع، گزارشگری پایداری از جمله شیوه‌های گزارشگری است که بسیاری از انواع گزارش‌ها از جمله گزارشگری زیست‌محیطی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها را در خود جای داده است (دان، ۲۰۱۶). یکی دیگر از انواع گزارش‌هایی که زیر مجموعه گزارشگری پایداری قرار دارد و اخیراً توجه پژوهشگران را به خود جلب کرده است، گزارشگری شهروند شرکتی است (جین و ریزوی، ۲۰۱۸). هر یک از این نوع گزارش‌ها با توجه به پارادایم، دیدگاه، رویکرد مطالعاتی و نظریه‌های مطرح در این زمینه، مفهوم‌سازی شده است. به طور کلی، با توجه به دو پارادایم اصلی (انتقادی و اثباتی)، سه دیدگاه کلی (کلاسیک اقتصادی، مسئولیت‌پذیری و عمومی)، سه رویکرد مطالعاتی (رویکرد مفید بودن اطلاعات، رویکرد اقتصادی و رویکرد اجتماعی و سیاسی) و چهار نظریه کلی مورد استفاده در مطالعات مرتبط با گزارشگری اجتماعی (ابزاری، سیاسی، یکپارچه و اخلاقی)، نظریه‌های زیر در خصوص افشاء اطلاعات غیرمالی از جمله اطلاعات مرتبط با گزارشگری پاسخگویی و اجتماعی (از جمله گزارشگری مسئولیت اجتماعی و شهروند شرکتی) مطرح شده است: نظریه مشروعیت، نظریه نمایندگی، نظریه اقتصاد سیاسی، نظریه تبادل اجتماعی، نظریه نهادی، نظریه ذی‌نفعان، نظریه حسابداری شهروندی و نظریه حسابداری انتقادی (گاریگا و میله، ۲۰۰۴). در این میان، مفهوم شهروندی ضمن اینکه تحت تاثیر نظریه تبادل اجتماعی قرار گرفته است (حیدری و همکاران، ۱۴۰۱)، در قالب نظریه‌های انتقادی شهروندی شکل گرفته و بیانگر این موضوع است که هر شهروند آزاد دارای حقوق متعدد و سه جنبه مختلف از جمله حقوق مدنی، حقوق اجتماعی و حقوق سیاسی است (ماتن و همکاران، ۲۰۰۳). اما سوالی که در اینجا مطرح می‌شود این است که

حقوق شهروندان چگونه محقق می‌شود؟ پاسخ به این سوال منجر به شکل‌گیری تعبیری جدید از حسابداری تحت عنوان حسابداری شهروندی و ظهور مفهوم شهروند شرکتی و در نتیجه گزارشگری شهروند شرکتی شده است. سه دیدگاه کلی در مورد شهروند شرکتی، دیدگاه محدود، انتقادی و تلفیقی است که بر اساس نظریه‌های سیاسی بنا نهاده شده‌اند (ماتن و کرن، ۲۰۰۵). شهروند شرکتی در دیدگاه محدود، بر مبنای فعالیت‌های بشردوستانه و نیکوکارانه و شیوه‌های دیگری از فعالیت‌های انجام شده برای جامعه بنا نهاده شده است (حجازی و ابوحمزه، ۱۳۹۳). بر اساس دیدگاه تلفیقی، شهروند شرکتی شامل چهار بعد مسئولیت اجتماعی (اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشردوستانه) است. در این دو دیدگاه، اشاره زیادی به مفهوم شهروندی نشده است و توجه آن برای استفاده از این عبارت ارائه نشده است. به همین دلیل انتقاد جدی به مفهوم شهروند شرکتی شده است. در نتیجه، با دیدگاهی انتقادی، شرکت به عنوان یک شهروند تعریف می‌شود که از شخصیت حقوقی و قانونی برخوردار است. نظریه حاکم بر این دیدگاه، نظریه اقتصاد سیاسی است و بر اساس آن شرکت یک شهروند بوده که از تمامی حقوق بهره‌مند است. در نتیجه، جامعه شهروندان حقیقی و حقوقی هستند و با توجه به مفهوم شهروند شرکتی، گزارشگری شهروند شرکتی نوعی گزارشگری درباره اینکه شرکت (بانک) در قبال جامعه چه نقشی دارد، است (گاریگا و میله، ۲۰۰۴).

۲.۲. پیامدها و عوامل موثر بر ارزش آفرینی گزارشگری شهروند شرکتی در بانک

مطابق با نظریه مشروعیت، شرکت ابزاری است برای افزایش دادن دامنه افشاء اطلاعات اجتماعی در گزارش‌های سالانه خود و از این بابت باید پاسخ‌گو باشد. بدین‌منظور، پژوهش‌گران در کشورهای توسعه یافته و در برخی موارد توسعه نیافته، به بررسی پیامدها و عوامل موثر بر ارزش شرکت‌ها از طریق گزارشگری اجتماعی پرداخته‌اند. اما نتایج پژوهش‌ها متفاوت بوده است. به‌طورکلی، دو دیدگاه در خصوص پیامدها و عوامل موثر بر ارزش آفرینی گزارشگری شهروند شرکتی، وجود دارد. طرفداران دیدگاه اول بر این اعتقادند که افشاء اطلاعات از جمله اطلاعات غیر-مالی از طریق گزارشگری اجتماعی یا گزارشگری شهروند شرکتی، با بهبود عملکرد شرکت، افزایش ارزش، کاهش ریسک مالی، کاهش عدم تقارن اطلاعاتی، آسان بودن دسترسی به منابع مالی و پایین آمدن هزینه سرمایه مرتبط است. دیدگاه دوم، برخلاف دیدگاه اول است. در این دیدگاه، اقداماتی که در راستای مسئولیت‌پذیری اجتماعی صورت می‌گیرد، باعث می‌شود تا بین ذی‌نفعان

گونگون تضاد به وجود آید و شرکت‌ها منابع خود را به عنوان هزینه‌های غیرضروری تلقی کرده و این امر منجر به ایجاد یک نقطه ضعف رقابتی در مقایسه با شرکت‌های با مسئولیت‌پذیری اجتماعی پایین خواهد بود (تاهین، ۲۰۱۴). این دو دیدگاه منعکس‌کننده پیامدهای مالی مرتبط با افشاء اطلاعات اجتماعی و گزارشگری شهروند شرکتی است. از یک سو، افشاء این اطلاعات را با مطرح نمودن نظریه فرصت‌طلبی مدیریت، منبع تضاد بین سهامداران گوناگون می‌دانند و بیان می‌کنند که اهداف شخصی مدیریت، اتلاف منابع را به دنبال دارد. دلیل آن هم سرمایه‌گذاری مسئولیت اجتماعی برای خودنمایی مدیران است. از این رو، مسئولیت اجتماعی نمونه‌ای از مشکلات نمایندگی شرکت‌ها است (گروچیو و همکاران، ۲۰۱۴). از سوی دیگر، حامیان مقابل این دیدگاه، مطرح می‌کنند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها منجر به افزایش شهرت، وفاداری کارکنان و بهره‌مندی از مشتریان می‌شود. این فرآیند افزایش سود پایدار و باثبات در شرکت را به وجود می‌آورد. در نتیجه، اگرچه سودآوری با میزان افشاء اطلاعات اجتماعی شرکت در ارتباط است، اما با توجه به این دو دیدگاه، جهت رابطه معلوم نیست. علت این تفاوت، اثر فضای کلی و عمومی بر افشاء گزارشگری اجتماعی شرکت‌ها است. عواملی از جمله کشوری که شرکت در آن فعالیت می‌کند، شرایط اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی، آیین مذهبی، دوره زمانی، وقوع رویدادهای خاص و فشار ذی‌نفعان از عوامل عمومی است که بر افشاء گزارشگری اجتماعی (یا گزارشگری شهروند شرکتی) تأثیر می‌گذارد. به عنوان مثال، در کشورهای توسعه یافته، شرکت‌ها در فرهنگی متفاوت با اهداف و اخلاق تجاری خاص آن محیط فعالیت دارند و از آن‌جا که شرایط سیاسی، اقتصادی و اجتماعی در ایران متفاوت از سایر کشورها است، نمی‌توان نتایج پژوهش‌های این کشورها را به کشورهای در حال توسعه تعمیم داد (جین و ریزوی، ۲۰۱۸). بر این اساس، در این مقاله به بررسی تأثیر ویژگی‌های بانک و وضعیت رقابتی آن‌ها به عنوان دو عامل موثر بر گزارشگری شهروند شرکتی و همچنین دو پیامد کیفیت گزارشگری مالی و عملکرد مالی بر رابطه بین گزارشگری شهروند شرکتی و ارزش‌آفرینی بانک پرداخته شده است.

۳.۲. ویژگی‌های بانک

یکی از پرکاربردترین و مسلط‌ترین نظریه‌ها برای افشاء محیطی و اجتماعی، نظریه مشروعیت است. با توجه به این نظریه، یکی از عواملی که بر سطح افشاء اطلاعات تأثیر می‌گذارد، ویژگی‌های شرکت است. به عبارت دیگر، این ویژگی‌ها عواملی هستند که بیانگر میزان فشار اجتماعی در ارائه

اطلاعات است. بر مبنای نظریه مشروعیت، شرکت‌های بزرگ به لحاظ سودآوری، نقدینگی و اهرم مالی، نزد عموم محبوب‌ترند و به همین دلیل انتظارات برای ارائه اطلاعات از سوی این شرکت‌ها بیشتر است. البته، ویژگی‌های منحصر به فرد این گونه شرکت‌ها باعث شده تا رویه‌های افشاء اجتماعی متفاوتی را دنبال کنند. دلیل این اختلاف را می‌توان در هزینه‌های سیاسی دانست. در واقع، شرکت‌هایی که در معرض هزینه‌های سیاسی قرار می‌گیرند و در یک صنعت فعالیت می‌کنند، سیاست افشاء اجتماعی مشابهی را پیش می‌گیرند (شیهاتا، ۲۰۱۴). مطابق با نظریه اقتصاد سیاسی، یکی از صنایعی که در کشورهای در حال توسعه (به دلیل ویژگی‌های نظام توسعه مالی بانک محور آن‌ها)، بیش‌تر تحت تأثیر هزینه‌های سیاسی قرار می‌گیرد، صنعت بانکداری است. از سوی دیگر، یکی از بارزترین ویژگی بانک‌ها که بر گزارشگری اجتماعی موثر است و تحت تأثیر هزینه‌های سیاسی قرار می‌گیرد و سایر ویژگی‌های یک بانک کارا را تحت تأثیر قرار می‌دهد، اندازه بانک است. بانک‌های بزرگ همانند شرکت‌های بزرگ در سایر صنایع، به دلیل حساسیت نسبت به هزینه‌های سیاسی، به افشاء اطلاعات بیش‌تر روی می‌آورند و از این طریق توان رقابتی خود را افزایش می‌دهند و باعث می‌شوند تا انتقادهای عمومی یا دخالت دولت کاهش یابد (رفورنیر، ۱۹۹۵). علاوه بر این، بانک‌های اسلامی از هویت اخلاقی خاصی برخوردارند. به همین دلیل اعتقاد بر این است که این بانک‌ها در مباحث اجتماعی نسبت به سایر بانک‌ها مسئولیت‌پذیرتر هستند. در نتیجه، تمامی ویژگی‌های بانک با توجه به ویژگی اسلامی بودن آن‌ها بر گزارشگری شهروند شرکتی موثر است (حنیفا و حدیب، ۲۰۰۷).

۴.۲. وضعیت رقابتی

ساختار بازار، طیفی از رقابت کامل تا انحصار کامل را در بر می‌گیرد. رقابت در بازار، دو پیامد کلی دارد. یکی اینکه بنگاه‌ها مجبورند اطلاعات رقباي خود را به دست بیاورند و دیگری اینکه اطلاعات پنهانی داشته باشند. در واقع رقابت، مبارزه بر سر جذب مشتریان، افزایش سهم بازار و سودآوری است (برگر و همکاران، ۲۰۰۹). روش‌های ساختاری و غیرساختاری، از روش‌های کلی برای بررسی وضعیت رقابتی بانک‌ها محسوب می‌شوند. فرضیه ساختاری- رفتاری- عملکردی و فرضیه کارایی از جمله روش‌های ساختاری است. در فرضیه اول، تمرکز بیش از حد در بازار، باعث به وجود آمدن رفتار غیر متعارف بین شرکت‌های بزرگ شده و عملکرد کلی بازار را تحت تأثیر قرار خواهد داد. فرضیه کارایی نیز بر این اصل استوار است که انحصاری شدن فعالیت شرکت‌ها و بهبود

عملکرد آن‌ها ناشی از کارایی بالای این شرکت‌ها است. در روش‌های ساختاری، تمرکز نقشی اساسی در تبیین میزان عملکرد رقابتی بانک‌ها دارد. در روش‌های غیرساختاری، اندازه‌گیری قدرت انحصاری و کمی کردن رفتار رقابتی بانگاه‌ها شکل می‌گیرد (نجاززاده و همکاران، ۱۳۹۱). بر اساس روش‌های فوق، دیدگاه‌های مختلفی نسبت به ارتباط وضعیت رقابتی و افشاء اطلاعات مالی و غیر-مالی وجود دارد. به‌گونه‌ای که برخی‌ها معتقدند رقابت در بازار، بهبود کیفیت افشاء اطلاعات را به دنبال خواهد داشت و شرکت‌ها را وابسته به مزیت رقابتی می‌کند. هم‌چنین مالکان را تشویق می‌کند تا سازوکارهای راهبری شرکتی را تقویت کنند و از این طریق اقدامات فرصت‌طلبانه مدیران کاهش یابد (لی، ۲۰۱۰). از طرف دیگر، در بازارهای رقابتی، اقدام یک شرکت به سختی می‌تواند رفتار تمام بازار را تحت تأثیر خود قرار دهد و کیفیت افشاء نیز بازخورد رقبا را به دنبال نخواهد داشت. در نتیجه، شرکت‌ها فقط برای جلب توجه ذی‌نفعان و بالا بردن اعتبار اجتماعی خود و کاهش هزینه سرمایه، به افشاء اطلاعات مالی و غیرمالی می‌پردازند. در طرف مقابل، در بازارهایی که رقابت وجود ندارد یا پایین است، تفاوت‌های فاحشی در مزیت‌های رقابتی وجود دارد. در این بازارها، سیاست شرکت‌ها افشاء اطلاعات است؛ چرا که نگران بازخورد متقابل از رقبای فعلی نیستند. به‌طور مشابه شرکت‌هایی با رقابت پایینی روبرو هستند نیز سیاست‌های افشاء اطلاعات را دنبال می‌کنند؛ چرا که این سیاست‌ها و اقدامات افشاگرانه، توجه شرکت‌های رقیب را جلب نمی‌کند. در نتیجه، در بازارهای انحصاری هم سیاست‌های فعال در حوزه افشاء وجود دارد (فانگاکوا و همکاران، ۲۰۱۷). از سوی دیگر، بر اساس نظریه‌های کلاسیک و ابزاری، افشاء اطلاعات به خصوص اطلاعات غیرمالی در قالب گزارش‌های اجتماعی (به عنوان مثال گزارشگری شهروند شرکتی) منحصرأ ابزاری برای حداکثرسازی ارزش بنگاه و کسب مزایای رقابتی است. بنابراین، انتظار می‌رود گزارشگری شهروند شرکتی قبل از این‌که بر ارزش‌آفرینی بانک تأثیرگذار باشد، تحت تأثیر ویژگی‌های بانک و وضعیت رقابتی بانک قرار گیرد (ستورلی و استراهان، ۲۰۰۶). در نتیجه، گزارشگری شهروند شرکتی بانک به عنوان یک متغیر میانجی در نظر گرفته شده است.

۲.۵. ارزش بانک، عملکرد مالی و کیفیت گزارشگری مالی

نظریه ذی‌نفعان و نظریه مشروعیت دو شاخه از نظریه غیرکلاسیک اقتصاد سیاسی هستند. پیامدهای اولیه گزارشگری شهروند شرکتی را می‌توان با استفاده از نظریه مشروعیت مورد بررسی قرار داد. اما پیامد نهایی یعنی افزایش ارزش شرکت (بانک) مبتنی بر نظریه ذی‌نفعان است. به

عبارت دیگر، دورنمای ارائه شده درون نظریه مشروعیت از نظریه ذی‌نفعان وسیع‌تر است؛ زیرا تمایل دارد انتظارات جامعه را در کل بررسی کند و ارتباط کم‌تری به فرض تفکیک، شناسایی و دسته‌بندی ذی‌نفعان دارد. بنابراین، هم‌چنین، ارزش آفرینی گزارشگری پاسخ‌گویی بانکها از طریق گزارشگری شهروند شرکتی بر اساس نظریه ذی‌نفعان به این صورت است که افشاء اطلاعات مرتبط با گزارشگری اجتماعی در راستای پاسخ‌گویی به ذی‌نفعان است و از طریق کم کردن هزینه سرمایه، کاهش دادن عدم تقارن اطلاعاتی، کم کردن هزینه‌های نمایندگی، افزایش نقدینگی، بهبود عملکرد مالی و بهبود کیفیت گزارشگری مالی، منجر به افزایش ارزش بازار سهام بانک و در نهایت افزایش ارزش بانک می‌شود (دان، ۲۰۱۶). اما بر اساس نظریه مشروعیت، افشاء اطلاعات ابزاری برای بنگاه‌ها است تا نشان دهند که بر اساس ارزش‌های اجتماعی رفتار می‌کنند و از این طریق می‌توانند وظیفه مسئولیت اجتماعی خود را به تصویر بکشانند و یا به عبارت دیگر، مشروعیت اجتماعی کسب کنند و یا حفظ کنند. افشاء از منظر اسلامی، وسیله‌ای است برای پاسخ‌گویی اجتماعی و بیانگر میزان شفافیت اطلاعاتی شرکت‌ها است. بر این اساس، از بانک‌های اسلامی انتظار می‌رود تا گزارش شفافی از فعالیت‌های خود ارائه کنند و صادقانه و منصفانه تمام حقایق موجود را گزارش کنند (فاروق و همکاران، ۲۰۱۱). در نتیجه، بانک‌هایی که به این طریق به دنبال مشروعیت بخشی خود هستند، گزارش‌های شفافی دارند، میزان مدیریت سود فرصت‌طلبانه آن‌ها کم است و از کیفیت سود و در نتیجه کیفیت گزارشگری مالی بالایی برخوردارند (حنیفا و حدیب، ۲۰۰۷). علاوه بر این، گرایش به سمت تعهد نسبت به اجتماع، باعث می‌شود تا شرکت‌ها برای بهبود محیط‌زیست، بهره‌برداری کم‌تر از انرژی و مواد و کنترل ضایعات تلاش کنند (ساندهو و کاپور، ۲۰۱۰). شرکت‌ها می‌توانند به صورت اختیاری و از طریق کاهش اثرات منفی خود بر جامعه، بازده‌های بلندمدت خود را حداکثر نمایند. از این رو، گزارشگری در ارتباط با تعهد شرکت‌ها نسبت به جامعه منجر به بهبود موفقیت آنها در بلندمدت شده و افزایش رشد اقتصادی و توان رقابتی و در نهایت سودآوری را به دنبال داشته باشد (آیونو و همکاران، ۲۰۱۱). به همین دلیل، موضوع شناسایی رابطه مستقیم بین گزارشگری تعهد نسبت به اجتماع و عملکرد مالی شرکت بین پژوهش‌گران از محبوبیت بالایی برخوردار شده است. اما یافته‌های پژوهش آن‌ها نادرست و مبهم است. دلیل این موضوع را می‌توان نتایج متفاوت پژوهش‌گران از آزمون این رابطه دانست. بر اساس مطالعات صورت گرفته در این حوزه، علاوه بر رابطه مثبت و منفی، رابطه خنثی (عدم وجود رابطه) نیز بین گزارشگری اجتماعی و عملکرد مالی وجود دارد (ای موسعید و بیوتی، ۲۰۱۲). دیدگاه‌های متفاوتی در خصوص ارتباط

مثبت وجود دارد. اولین دیدگاه بر اساس نظریه اثر اجتماع است. در این نظریه فرض می‌شود که تامین نیازهای ذی‌نفعان می‌تواند اثر مثبتی بر عملکرد بگذارد و شرکت‌ها کم‌تر تلاش می‌کنند تا هزینه‌های کیفی ناشی از اقدامات اجتماعی را به هزینه‌های کمی تبدیل کنند. در دیدگاه دوم، شرکت‌های سودآور منابع کم‌تری را جهت بهبود عملکرد مالی خود به کار می‌گیرند و سعی می‌کنند تا بخش قابل‌توجه‌ای از منابع خود را صرف بهبود عملکرد اجتماعی کنند. در دیدگاه سوم اعتقاد بر این است که شرکت‌های متعهد در قبال جامعه، کم‌تر با ریسک رویدادهای منفی روبرو می‌شوند، زیرا به ندرت این احتمال وجود دارد که بر علیه آن‌ها دعوی حقوقی و هزینه‌بر صورت گیرد و یا به ندرت اقداماتی انجام می‌دهند که خلاف جامعه باشد و منجر به تخریب اعتبار آنها شود. در نتیجه عملکرد مالی این شرکت‌ها بهبود می‌یابد (ابوبکر و آمر، ۲۰۱۱ و آیونو و همکاران، ۲۰۱۱). فرضیه فرصت‌طلبی مدیران را می‌توان یکی از فرضیه‌های بنیادین جهت تبیین و تشریح ارتباط منفی بین گزارشگری اجتماعی و عملکرد مالی دانست. بر اساس این فرضیه، مدیران دید کوتاه‌مدت دارند و در شرایط سودآوری از فرصت استفاده کرده و با کاهش هزینه‌های اجتماعی عملکرد مالی را بهبود می‌بخشند تا از این طریق پاداش فردی خود را افزایش دهند. از سوی دیگر، مدیران با افزایش هزینه‌های اجتماعی سعی دارند تا عملکرد مالی ضعیف خود را توجیه کنند (لیما و همکاران، ۲۰۱۱). یکی از دلایل عدم ارتباط مستقیم بین این دو مقوله پیچیدگی ارتباط بین شرکت و جامعه است. برخی از پژوهش‌گران رویکرد مورد استفاده در اکثر مطالعه‌های صورت گرفته را به دلیل آزمون رابطه مستقیم بین گزارشگری اجتماعی و عملکرد مالی شرکت مناسب نمی‌دانند. آن‌ها معتقدند، این رابطه پیچیده‌تر از نتایجی است که در مطالعات پیشین نشان داده شده است و باید این رابطه به صورت غیرمستقیم مورد بررسی قرار گیرد (الافی و حسونه، ۲۰۱۲). به عنوان مثال، ویژگی‌های خاص صنعت در تبیین این ارتباط بسیار موثر است. یکی از این صنایع، صنعت بانکداری است که ویژگی‌های آن قبلاً بیان شده است. بر اساس نظریه مشروعیت، مسائل اقتصادی بدون در نظر گرفتن مسائل اجتماعی و سیاسی قابل بررسی نیست. از این رو، بانک‌ها (به خصوص بانک‌های اسلامی) با افشاء اطلاعات مالی و غیرمالی از طریق گزارشگری اجتماعی به اهداف سیاسی، اجتماعی و اقتصادی خود در مقابل ذی‌نفعان می‌رسند و به کلیه فعالیت‌های خود مشروعیت می‌بخشند. این مشروعیت باعث می‌شود تا شهرت بانک افزایش یابد، هزینه‌ها در بلند مدت کاهش یابد، سود و عملکرد مالی بانک افزایش و بهبود یابد (باسین و همکاران، ۲۰۱۲). بنابراین، با توجه به نتایج متفاوت پژوهش‌گران از آزمون رابطه بین (مثبت، منفی و خنثی)

گزارشگری اجتماعی (شهروند شرکتی و مسئولیت اجتماعی) و عملکرد مالی شرکت‌ها (ای موسعید و بیوتی، ۲۰۱۲)، نیاز است تا به بررسی این ارتباط به طور همزمان پرداخته شود و از متغیر میانجی استفاده شود (نمازی و نمازی، ۲۰۱۶). بدین منظور، در مقاله حاضر ارتباط همزمان بین پیامدها و عوامل موثر بر ارزش آفرینی گزارشگری شهروند شرکتی در بانک‌ها مورد بررسی قرار گرفته است.

۳. پیشینه تجربی پژوهش

پژوهش‌های مختلفی در زمینه افشاء اطلاعات غیرمالی به خصوص افشاء اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی و همچنین گزارشگری مسئولیت اجتماعی انجام شده است؛ اما پژوهشی که به بررسی ارزش آفرینی گزارشگری شهروند شرکتی پرداخته شده باشد، انجام نشده است. در ادامه، با توجه به پراکنده بودن موضوعی پژوهش‌ها، در دسترس بودن آن‌ها و همچنین محدودیت فضا برای توضیح تفصیلی هر یک از آن‌ها، به تشریح برخی از پژوهش‌ها که ارتباط نزدیک‌تری با موضوع این پژوهش دارد، پرداخته شده است. همچنین سعی شده تا به پژوهش‌های انجام شده در حوزه گزارشگری بانک‌ها، اشاره شود.

خواجهی و همکاران (۱۳۹۰)، در پژوهشی به بررسی ارتباط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و مدیریت سود پرداختند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد، عملکرد مالی تحت تاثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی قرار می‌گیرد و در کنار مدیریت سود، افزایش می‌یابد.

جلیلی و قیصری (۱۳۹۳)، در پژوهشی به تجزیه و تحلیل ارتباط بین کیفیت سود و مسئولیت‌پذیری اجتماعی پرداخته‌اند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد، بین اقلام تعهدی و وجوه نقد عملیاتی با مسئولیت‌پذیری اجتماعی، رابطه معنادار و البته منفی وجود دارد؛ ولی بین اقلام تعهدی اختیاری و هزینه‌های تولیدی با مسئولیت‌پذیری اجتماعی، رابطه مثبت وجود دارد.

حاجیه و سرافراز (۱۳۹۳)، در پژوهشی ارتباط بین هزینه حقوق صاحبان سهام و مسئولیت‌پذیری اجتماعی را مورد بررسی قرار داده‌اند. یافته‌ها بیانگر رابطه معنادار و البته منفی بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و هزینه سرمایه است و مسئولیت‌پذیری اجتماعی، کاهش هزینه سرمایه را به دنبال دارد.

حجازی و ابوحمزه (۱۳۹۳)، به بررسی مفهوم شهروند شرکتی و ارائه یک الگو مفهومی، پرداخته‌اند. بدین منظور، از روش کتابخانه‌ای استفاده شده است و با مرور ادبیات پژوهش در این

حوزه، مفهوم شهروند شرکتی در قالب سه دیدگاه محدود، ترکیبی و جامع، بسط داده‌اند و به این نتیجه رسیدند که شهروند شرکتی، به معنای استفاده از منابع شرکت در جهت تامین منافع اجتماعی است.

حجازی و حیاتی (۱۳۹۶)، به بررسی مفاهیم و اقدامات صورت گرفته در خصوص جهان شهروند شرکتی پرداخته‌اند. نتایج مطالعه آن‌ها نشان می‌دهد که یک چارچوب مشخص برای گزارشگری شهروند شرکتی وجود ندارد و این نوع گزارشگری باید متناسب با ویژگی‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی و فرهنگی هر کسب‌وکار انجام شود.

خواجهی و محمدیان (۱۳۹۷)، در پژوهشی به ارائه الگوی مفهومی حسابداری شهروندی پرداختند. نتایج نشان می‌دهد که نقش پاسخگویی در برابر جامعه و شهروندان از سطح دولت به سطح شرکت‌ها و نهایتاً به حسابداران انتقال یافته است و حسابداران در جهت کمک به دولت موظفند ضمن در نظر گرفتن مسائل اخلاقی از جمله عدل و انصاف نسبت به گزارشگری شهروند شرکتی اقدام نمایند و در قبال جامعه و شهروندان، پاسخگو باشند.

ستایش و محمدیان (۱۳۹۷)، در پژوهشی به بررسی و ارائه الگوی گزارشگری شهروند شرکتی پرداختند. الگوی نهایی شامل ۹۰ شاخص است که از چهار بعد اقتصادی، اجتماعی، محیطی و راهبری تشکیل شده است.

داروغه حضرتی و همکاران (۱۳۹۹)، در پژوهشی شاخص‌های گزارشگری یکپارچه که بر اساس وب است را مورد بررسی قرار دادند. البته رویکرد اصلی گزارشگری شهروند شرکتی بوده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که مسئولیت اقتصادی، دارای بیشترین ضریب اهمیت و رتبه بوده و سه بعد دیگر به ترتیب مسئولیت قانونی، مسئولیت اخلاقی و مسئولیت اختیاری رتبه‌های بعدی را به خود اختصاص داده‌اند.

مصطفایی و حسینی (۱۴۰۰)، محتوای کیفی گزارش‌های مربوط به مسئولیت اجتماعی برخی از شرکت‌ها را مورد بررسی قرار دادند. نتایج پژوهش آن‌ها بیانگر ۱۸ مقوله و ۶۲ خرده مقوله است که بیشترین ارتباط را با کارمندان، مشتریان و جامعه دارد.

شریف خفری و همکاران (۱۴۰۱)، به بررسی تاثیر آنومی فشار اجتماعی بر گزارشگری شهروند شرکتی، پرداخته‌اند. نتایج پژوهش که از طریق مصاحبه و پرسشنامه به دست آمده است نشان می‌دهد که آنومی فشار اجتماعی بر گزارشگری شهروند شرکتی تأثیر مثبت و معناداری دارد. نتیجه کسب شده گویایی این واقعیت است که گزارشگری شهروند شرکتی در نتیجه هنجارهای

شکل گرفته ناشی از آنومی فشار اجتماعی می‌تواند مجموعه‌ای از فعالیت‌های بشردوستانه و نیکوکارانه و انواع دیگری از فعالیت‌های انجام شده متعهدانه شرکت در برابر محیط اجتماعی و ذینفعان را در بر گیرد.

ای موسعید و بیوتی (۲۰۱۲)، رابطه بین مسئولیت اجتماعی بانک‌های اسلامی و عملکرد مالی آن‌ها را مورد بررسی قرار دادند. بدین منظور اطلاعات مالی و غیرمالی افشاء شده توسط ۸ بانک در مالزی طی سال‌های ۲۰۰۸ الی ۲۰۱۰ تجزیه و تحلیل شدند. نتایج مطالعه آن‌ها نشان داد که ارتباطی بین افشاء این اطلاعات با عملکرد مالی بانک‌ها وجود ندارد. تاهین (۲۰۱۴)، در پژوهشی به بررسی ارتباط بین عملکرد بانک‌های اسلامی در بنگلادش و افشاء اطلاعات اجتماعی آن‌ها پرداخت. در این پژوهش، اطلاعات ۷ بانک طی سال‌های ۲۰۰۷ الی ۲۰۰۱ تجزیه و تحلیل شدند. نتایج مطالعه وی نشان داد که افشاء اطلاعات اجتماعی تأثیری بر بهبود عملکرد مالی بانک‌ها ندارد.

گروچو و همکاران (۲۰۱۴)، ارتباط بین افشاء اطلاعاتی اجتماعی و مدیریت سود را در بانک‌ها مورد بررسی قرار داده‌اند. جامعه آماری در نظر گرفته شده در این مطالعه، ۱۱۶ بانک تجاری در ایالات متحده آمریکا است و داده‌های مربوطه طی سال‌های ۲۰۰۳ الی ۲۰۰۵ جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل شده‌اند. نتایج مطالعه آن‌ها با استفاده از معادلات هم‌زمان نشان داد که بانک‌هایی که فعالیت‌های مدیریت سود را انجام می‌دهند، به‌طور فعال اطلاعات اجتماعی را افشاء می‌کنند؛ اما عکس این رابطه وجود ندارد.

پلاتنوا و همکاران (۲۰۱۸)، به بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی برخی از بانک‌های اسلامی که در حوزه خلیج فارس فعالیت دارند، پرداختند. جامعه آماری در نظر گرفته شده در این پژوهش ۲۴ بانک از ۵ کشور بحرین، عربستان، قطر، کویت و امارات است. نتایج مطالعه آن‌ها نشان داد که بین گزارشگری اجتماعی و عملکرد مالی بانک‌های اسلامی، ارتباط مثبتی وجود دارد.

جین و ریزوی (۲۰۱۸)، در پژوهشی به بررسی رابطه بین شهروند شرکتی و رفتار شهروندی در بانک‌های هندی پرداختند. نتایج بیانگر ارتباط مثبت و معناداری بین رفتار شهروندی و شهروند شرکتی است. به گونه‌ای که در بین ابعاد شهروند شرکتی، دو بُعد اخلاقی و بشردوستانه از عوامل قابل ملاحظه در به‌کارگیری رفتار شهروندی است.

بیداری و دجاجادیکرتا (۲۰۲۰)، به بررسی و تحلیل محتوای اطلاعات افشاء شده در گزارش‌های سالانه بانک‌های کشور نپال از طریق شاخص‌های گزارشگری مسئولیت اجتماعی پرداخته‌اند.

یافته‌ها نشان می‌دهد که بین اندازه بانک و سودآوری و میزان افشای اطلاعات در بانک‌های نپال روابط مثبت و معناداری وجود دارد، در حالی که سن بانک یک عامل تعیین‌کننده جزئی است. عبدالنور (۲۰۲۱)، به بررسی میزان افشای مسئولیت اجتماعی در گزارش‌های سالانه بانک‌های بورس اوراق بهادار خارطوم در سودان پرداخته است. نتایج مطالعه وی نشان داد که مهم‌ترین و بیشترین اطلاعات افشا شده مربوط به منابع انسانی، محصول، مشارکت در فعالیت‌های جامعه و مسائل زیست محیطی است.

رضایی پسته نویی و همکاران (۲۰۲۲)، به بررسی تاثیر کمیته حسابرسی بر پذیرش گزارشگری شهروند شرکتی پرداخته‌اند. نتایج حاکی از آن است که کمیته حسابرسی با افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ارتباط مثبتی دارد. همچنین یافته‌های پژوهش به سرمایه‌گذاران، تنظیم‌کننده‌های بازار سرمایه و سایر ذی‌نفعان کمک می‌کند تا تأثیر کمیته حسابرسی بر افشای مسئولیت اجتماعی و پذیرش شهروندی شرکتی را بهتر درک کنند.

۴. روش‌شناسی پژوهش

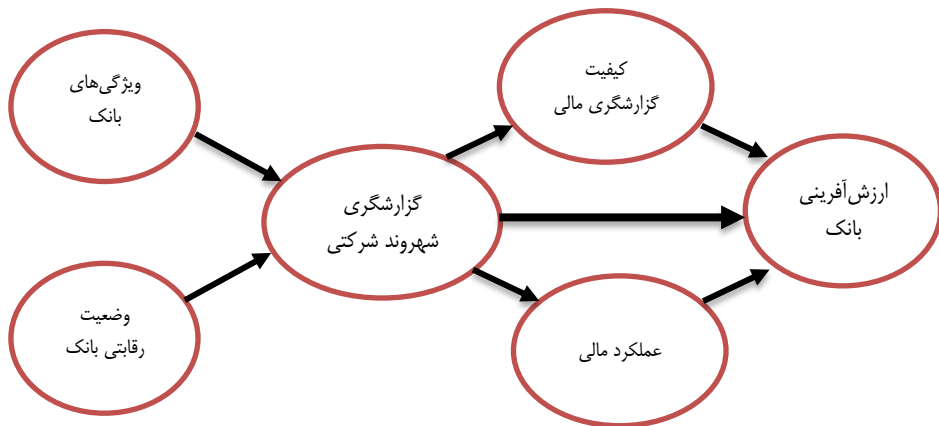
۴.۱. نوع و روش پژوهش

روش پژوهش به لحاظ هدف، کاربردی و از نوع پس رویدادی است. در واقع، این پژوهش به لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها و یا به عبارت دیگر به لحاظ روش پژوهش، نوعی پژوهش کمی و تجربی در حوزه حسابداری و مالی است؛ چرا که در آن برای سنجش عوامل موثر بر گزارشگری شهروند شرکتی و همچنین ارتباط بین این متغیرها با پیامدها و در نهایت ارزش بانک، از رویکرد معادلات ساختاری استفاده شده است. بدین منظور، برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش کم‌ترین مربعات نسبی (PLS) استفاده شد.

۴.۲. الگوی مفهومی، متغیرها و فرضیه‌های پژوهش

پرسش اساسی که در این پژوهش دنبال می‌شود بدین‌صورت است که آیا در ایران، گزارشگری شهروند شرکتی منجر به ارزش‌آفرینی گزارشگری مالی و غیرمالی بانک‌ها می‌شود؟ از این رو، مساله اصلی، مربوط به ارتباط بین ارزش بانک و گزارشگری شهروند شرکتی است. بدین‌منظور ارتباط بین عوامل اثرگذار بر گزارشگری شهروند شرکتی (ویژگی‌های بانک‌ها و وضعیت

رقابتی بانکها) و همچنین، ارتباط بین گزارشگری شهروند شرکتی بانکها و پیامدهای آن (عملکرد مالی، کیفیت گزارشگری مالی و ارزش شرکت) مورد بررسی قرار گرفته است. در نتیجه، با توجه به مبانی نظری و همچنین پیشینه پژوهش، الگو مفهومی پژوهش به صورت شکل ۱ ترسیم شده است. بر اساس این الگو، انتظار می‌رود تا ویژگی‌های بانک و وضعیت رقابتی بر افساء اطلاعات تحت عنوان گزارشگری شهروند شرکتی بانک تاثیرگذار باشد و به همین دلیل قبل از این که به بررسی اثرگذاری گزارشگری شهروند شرکتی بانک بر ارزش آفرینی بانک پرداخته شود، اثرگذاری دو عامل مهم فوق بر گزارشگری شهروند شرکتی بانک مورد بررسی قرار می‌گیرد و در نتیجه با در نظر گرفتن گزارشگری شهروند شرکتی به عنوان یک متغیر میانجی، ارتباط مستقیم به ارتباط غیرمستقیم تبدیل می‌شود (ستورلی و استراهان، ۲۰۰۶). از سوی دیگر، مطابق با مبانی نظری فوق انتظار می‌رود، افساء اطلاعات مالی و غیرمالی بانکها از طریق گزارشگری شهروند شرکتی دارای پیامدهایی از جمله بهبود عملکرد مالی و کیفیت گزارشگری مالی باشد و به همین دلیل انتظار می‌رود تا گزارشگری شهروند شرکتی بانک بر ارزش آفرینی بانک به صورت غیر مستقیم و با در نظر گرفتن پیامدهای این نوع گزارشگری در قالب متغیرهای میانجی تاثیرگذار باشد (ای موسعید و بیوتی، ۲۰۱۲).



شکل ۱. الگوی مفهومی پژوهش برای ارزش آفرینی گزارشگری شهروند شرکتی

بر اساس الگوی مفهومی فوق، مبانی نظری و پیشینه پژوهش، سوال اصلی و فرضیه‌های زیر مطرح شده است:

سوال اصلی) آیا افشاء شاخص‌های گزارشگری شهروند شرکتی برای بانک‌ها، ارزش‌آفرین است؟

فرضیه اول) گزارشگری شهروند شرکتی بر ارزش‌آفرینی بانک، تأثیر معناداری می‌گذارد.
فرضیه دوم) ویژگی‌های بانک از طریق گزارشگری شهروند شرکتی، تأثیر معناداری بر ارزش‌آفرینی بانک می‌گذارد.

فرضیه سوم) وضعیت رقابتی بانک از طریق گزارشگری شهروند شرکتی، تأثیر معناداری بر ارزش‌آفرینی بانک می‌گذارد.

فرضیه چهارم) گزارشگری شهروند شرکتی از طریق کیفیت گزارشگری مالی بانک، تأثیر معناداری بر ارزش‌آفرینی بانک می‌گذارد.

فرضیه پنجم) گزارشگری شهروند شرکتی از طریق عملکرد مالی بانک، تأثیر معناداری بر ارزش‌آفرینی بانک می‌گذارد.

فرضیه ششم) عملکرد مالی بر ارزش‌آفرینی بانک، تأثیر معناداری می‌گذارد.

فرضیه هفتم) کیفیت گزارشگری مالی بر ارزش‌آفرینی بانک، تأثیر معناداری می‌گذارد.

در این پژوهش مطابق با مبانی نظری و پیشینه، ابتدا شاخص‌های گزارشگری شهروند شرکتی و تحلیل محتوا گزارش‌های سالانه بانک‌ها مطابق پژوهش ستایش و محمدیان (۱۳۹۷) صورت گرفت و سپس متغیرهای مربوط به پیامدها و عوامل موثر بر ارزش‌آفرینی گزارشگری شهروند شرکتی مورد بررسی قرار گرفتند. در الگو اولیه، ویژگی‌های بانک و وضعیت رقابتی بانک از جمله عوامل موثر بر گزارشگری شهروند شرکتی در بانک‌ها محسوب می‌شوند. به عبارت دیگر، ارتباط بین گزارشگری شهروند شرکتی و ارزش‌آفرینی بانک تحت تأثیر این دو متغیر قرار می‌گیرد. از این رو، این دو متغیر به عنوان متغیرهای مستقل در نظر گرفته می‌شوند. همچنین، کیفیت گزارشگری مالی و عملکرد مالی به عنوان پیامدهای اولیه گزارشگری شهروند شرکتی در بانک‌ها محسوب می‌شوند. بر این اساس، از یک طرف به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته می‌شوند و از سوی دیگر، نوعی متغیر میانجی در ارتباط بین گزارشگری شهروند شرکتی و ارزش‌آفرینی بانک، محسوب می‌شوند. در نتیجه، متغیر گزارشگری شهروند شرکتی از یک سو، متغیر مستقل و از سوی دیگر متغیر میانجی می‌باشد. در نهایت، ارزش‌آفرینی بانک به عنوان متغیر وابسته در الگو فوق در نظر گرفته

شده است. در ادامه، خلاصه‌ای از معیارهای اندازه‌گیری هر یک از این متغیرها، نحوه محاسبه آن‌ها و پژوهش‌های استفاده شده از این متغیرها در نگاره ۱ نشان داده شده است.

نگاره ۱. متغیرهای پژوهش

منابع	شیوه اندازه‌گیری	اختصار	متغیر	
جین و ریزوی (۲۰۱۸) برزگر (۱۳۹۲) ستایش و محمدیان (۱۳۹۷)	ابتدا مطابق با پژوهش ستایش و محمدیان (۱۳۹۷) چک‌لیستی از شاخص‌های گزارشگری شهروند شرکتی (در قالب چهار بعد اقتصادی، اجتماعی، محیطی و راهبری) که مستخرج از گزارش‌های سالانه هیات مدیره بانک‌ها است، تهیه شده و سپس با استفاده از روش عدم وزن‌دهی نمره هر بانک از تقسیم امتیاز افشاء شاخص‌های شهروند شرکتی در بانک‌ها بر حداکثر نمره افشاء، محاسبه می‌شود.	CC	گزارشگری شهروند شرکتی	
حنیفا و حدیب (۲۰۰۷) باسین (۲۰۱۲) جارو (۲۰۱۳) فروهی (۲۰۱۴) سامی (۲۰۱۷) چالاک و همکاران (۱۳۹۵) فتاحی و همکاران (۱۳۹۶)	سرمایه کل به دارایی‌های موزون شده بر اساس ریسک	CAD	کفایت سرمایه	وینگی بانک
	تسهیلات اعطایی به کل دارایی‌ها	QA	کیفیت دارایی	
	دارایی‌های نقد به کل سپرده‌ها	QL	کیفیت نقدینگی	
	کل تسهیلات به کل سپرده‌ها	QM	کیفیت مدیریت	
	لگاریتم طبیعی کل دارایی‌ها	SB	اندازه بانک	
	کل بدهی‌ها به کل دارایی‌ها	Lev	اهرم مالی	
	سود سهام پرداختی به کل دارایی‌ها	Div	سود تقسیمی	
بوید و دی نیکولا (۲۰۰۵) ستورلی و استراهان (۲۰۰۶) لی (۲۰۱۰) فانگاکوا و همکاران (۲۰۱۷) بروجردی و همکاران (۱۳۸۹) سلیمی و همکاران (۱۳۹۶)	سرمایه کل به دارایی‌های موزون شده بر اساس ریسک	DM	سهام سپرده‌ها	وضعیت رقابتی بانک
	تسهیلات اعطایی به کل دارایی‌ها	DF	سهام تسهیلات	
	دارایی‌های نقد به کل سپرده‌ها	DR	سهام درآمد‌ها	
	کل تسهیلات به کل سپرده‌ها	DI	سهام سود خالص	
	لگاریتم طبیعی کل دارایی‌ها	DA	سهام دارایی‌ها	
	کل بدهی‌ها به کل دارایی‌ها	B	تنوع جغرافیایی	

منابع	شیوه اندازه گیری	اختصار	متغیر	
الافی و حسونه (۲۰۱۲) پلاتونوا و همکاران (۲۰۱۸) کبیر و دای (۲۰۱۷) کریمی و خویدک (۱۳۹۴) سلیمی و همکاران (۱۳۹۶)	جمع قیمت اول دوره و آخر دوره سهام به علاوه سایر عواید ناشی از خرید سهام تقسیم بر قیمت سهام	R	بازده سهام	عملکرد مالی بانک
	سود خالص تقسیم بر دارایی‌ها	ROA	بازده دارایی‌ها	
	سود خالص تقسیم بر حقوق صاحبان سهام	ROE	بازده صاحبان سهام	
	درآمدهای مشاع تقسیم بر کل درآمدها	CR	درآمدهای مشاع	
	سود تسهیلات تقسیم بر کل درآمدها	I	سود تسهیلات	
مارتینز و همکاران (۲۰۱۵) یوویب و همکاران (۲۰۱۷) مهرانی و صفرزاده (۱۳۹۰)	قدر مطلق اقلام تعهدی (الگو تعدیل شده جونز)	ACC	کیفیت تعهدی	کیفیت گزارشگری مالی
	انحراف معیار سود عملیاتی به جریان نقد عملیاتی	IS	هموارسازی سود	
	نسبت اقلام تعهدی غیر عملیاتی به کل دارایی‌ها	IC	محافظه کاری سود	
بامان و نیر (۲۰۰۴) لی و همکاران (۲۰۱۴) اکبری و همکاران (۱۳۹۴)	ارزش بازار حقوق صاحبان سهام به ارزش دفتری دارایی‌ها منهای میانه کیوتوبین صنعت	Q	کیوتوبین	ارزش بانک
	لگاریتم طبیعی ارزش بازار حقوق صاحبان سهام	M	ارزش بازار	
	نسبت ارزش بازار بانک به ارزش دفتری آن	MB	ارزش بازار به دفتری	

۳.۴. جامعه آماری، قلمرو زمانی و روش نمونه‌گیری

پژوهش حاضر در حوزه صنعت بانکداری است. از این رو، تمامی بانک‌هایی که در ایران فعالیت می‌کنند، جامعه آماری پژوهش حاضر را تشکیل می‌دهند. در این پژوهش از نمونه‌گیری آماری استفاده نشد؛ اما به دلیل قابلیت تعمیم نتایج پژوهش به سایر بانک‌های مشابه، سهولت اخذ اطلاعات، قابلیت اطمینان اطلاعات و قابلیت دسترسی داده‌ها، بانک‌های مورد بررسی بر اساس سه معیار انتخاب شدند. اول، بانک‌ها از سوی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، مجاز به فعالیت باشند. دوم، جزء بانک‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و یا فرابورس باشند. سوم، اطلاعات مالی مورد نیاز به منظور استخراج داده‌ها، طی سال‌های ۱۳۹۰ الی ۱۳۹۹ در دسترس باشند. بر اساس معیار اول، ۲۹ بانک از سوی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران طی دوره

پژوهش مجاز به فعالیت بودند. بر اساس معیار دوم، تعداد ۷ بانک و بر اساس معیار سوم، تعداد ۱۰ بانک از جامعه حذف شدند. در نتیجه تعداد ۱۲ بانک به عنوان نمونه مورد بررسی انتخاب شدند.

۵. یافته‌ها

۵.۱. آمار توصیفی

آمار توصیفی متغیرها، به شرح نگاره ۲ است. این آمار مربوط به ۱۲ بانک طی ۱۰ سال است. نتایج آمار توصیفی متغیرهای آشکار مربوط به متغیر گزارشگری شهروند شرکتی، نشان می‌دهد که کم‌ترین امتیازی که بانک‌ها کسب کرده‌اند در بُعد محیطی (صفر) است و بیش‌ترین امتیاز مربوط به ابعاد راهبری و اقتصادی (یک) است. به‌طور میانگین نیز بیش‌ترین امتیاز مربوط به بُعد اقتصادی (۰/۸۷) است.

نگاره ۲. آمار توصیفی متغیرها

متغیر پنهان	متغیرهای آشکار	اختصار	کم‌ترین	بیش‌ترین	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات
گزارشگری شهروند شرکتی	بُعد اقتصادی	EC	۰/۳۶	۱	۰/۸۷	۰/۰۹۶	۰/۱۱
	بُعد اجتماعی	SO	۰/۱۵	۰/۸۸	۰/۴۴	۰/۲۵	۰/۵۷
	بُعد محیطی	NE	۰	۰/۷۷	۰/۲۳	۰/۲۱	۰/۹۱
	بُعد راهبری	CG	۰/۲۲	۱	۰/۷۳	۰/۱۵	۰/۲۰
ویژگی بانک	کفایت سرمایه	CAD	۰/۰۲	۰/۳۱	۰/۱۱	۰/۰۶	۰/۵۴
	کیفیت دارایی	QA	۰/۱۷	۰/۸۳	۰/۵۷	۰/۱۳	۰/۰۰۲
	کیفیت نقدینگی	QL	۰/۰۲	۰/۱۲	۰/۰۹	۰/۰۲	۰/۲۲
	کیفیت مدیریت	QM	۰/۲۹	۳/۷۱	۱/۴۴	۱/۶۷	۱/۱۶
	اندازه بانک	SB	۶/۵۱	۹/۷۸	۸/۲۷	۰/۵۳	۰/۰۶۴
	اهرم مالی	Lev	۰/۳۳	۰/۹۹	۰/۹۳	۰/۰۹	۰/۰۹۶
وضعیت رفتاری بانک	سود تقسیمی	Div	۰	۰/۱۰	۰/۰۳	۰/۰۲	۰/۰۶۶
	سهم سپرده‌ها	DM	۰	۰/۰۵	۰	۰/۰۱	۰
	سهم تسهیلات	DF	۰	۰/۰۶	۰	۰/۰۱	۰
	سهم درآمدها	DR	۰	۰/۰۶	۰/۰۱	۰/۰۱	۱
	سهم سود خالص	DI	۰	۰/۰۶	۰/۰۱	۰/۰۱	۱

متغیر پنهان	متغیرهای آشکار	اختصار	کم‌ترین	بیش‌ترین	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات
	سهم‌داری‌ها	DA	۰	۰/۸۷	۰/۱۲	۰/۲۵	۲/۰۸
	تنوع جغرافیایی	B	۰	۰/۰۵	۰	۰/۰۱	۰
عملکرد مالی بانک	بازده سهام	R	-۰/۵۳	۰/۲۲	۰/۰۷	۰/۰۷	۰/۲۵
	بازده‌داری‌ها	ROA	-۰/۰۳	۰/۱۸	۰/۱۳	۰/۰۶	۰/۲۵
	بازده صاحبان سهام	ROE	-۰/۶۴	۰/۴۹	۰/۱۶	۰/۱۷	۰/۲۵
	درآمدهای مشاع	CR	۰/۰۲	۰/۹۰	۰/۳۶	۰/۲۴	۰/۲۵
	سود تسهیلات	I	۰/۰۱	۰/۸۳	۰/۳۱	۰/۱۶	۰/۲۵
	کیفیت تعهدی	ACC	-۰/۱۰	۰/۲۹	۰/۰۰۶	۰/۰۷	۰/۲۵
مراستری مالی کیفیت	هموارسازی سود	IS	۰/۰۲	۰/۷۹	۰/۲۳	۰/۲۳	۰/۲۵
	محافظه‌کاری سود	IC	-۰/۱۷	۰/۳۹	۰/۰۳	۰/۰۹	۰/۲۵
	کیوتوبین	Q	۰/۱۲	۷/۱۵	۱/۰۷	۱/۵۸	۰/۲۵
ارزش بانک	ارزش بازار	M	۶/۳۸	۷/۹۸	۷/۱۷	۰/۳۷	۰/۲۵
	ارزش بازار به دفتری	MB	۰/۵۱	۱/۹۷	۱/۲۳	۰/۳۱	۰/۲۵

آمار توصیفی متغیرهای آشکار مربوط به متغیر ویژگی‌های بانک نشان می‌دهد که میانگین کفایت سرمایه بانک‌ها (۰/۱۱) بیش‌تر از حد تعیین شده از سوی بانک مرکزی یعنی ۰/۰۸ است (رحمانی و حسینی، ۱۳۹۱)؛ اما از حد تعیین شده توسط کمیته بازل (۲۰۰۵) یعنی ۰/۱۲ کم‌تر است. با این حال، ضریب تغییرات (انحراف معیار تقسیم بر میانگین) این متغیر (۰/۵۴) بیانگر این موضوع است که وضعیت بانک‌ها و توانایی آن‌ها در شرایط سخت اقتصادی جهت بازپرداخت تعهدات، با ثبات و پایدار نیست. کیفیت‌داری‌ها نیز بیانگر میزان کیفیت تسهیلات اعطایی است و نتایج نشان می‌دهد که به‌طور میانگین ۵۷ درصد بانک‌ها از کیفیت‌داری مناسبی برخوردارند. در مقابل، وضعیت نقدینگی و به عبارت دیگر مدیریت نقدینگی بانک‌ها در وضعیت مناسبی به سر نمی‌برد؛ به‌گونه‌ای که میانگین نسبت‌داری‌ها نقد به کل سپرده‌ها تنها ۰/۰۹ می‌باشد. میانگین متغیر کیفیت مدیریت نیز ۱/۴۴ می‌باشد. این متغیر بیانگر وضعیت انعطاف‌پذیری مالی بانک است و از طریق نسبت کل تسهیلات به کل سپرده‌ها محاسبه می‌شود (فتاحی و همکاران، ۱۳۹۶ و چالاک و همکاران، ۱۳۹۵). کم‌ترین و بیش‌ترین میزانی که بانک‌ها از این نسبت کسب کرده‌اند به

ترتیب ۰/۲۹ و ۳/۷۱ است. بنابراین، بانک‌هایی که نسبتی کم‌تر از میانگین دارند در اعطای تسهیلات فعال نبوده و از کیفیت مدیریت پایینی برخوردارند. اما بانک‌هایی که نسبتی بالاتر از میانگین دارند، در اعطای تسهیلات زیاده‌روی کرده‌اند و ممکن است با کمبود نقدینگی روبرو شوند. وضعیت رقابتی بانک‌ها در این پژوهش متناسب با نوع فعالیت در صنعت بانکداری و با توجه به ابعاد دارایی‌ها، سپرده‌ها، تسهیلات، درآمدها و سودخالص و همچنین تنوع جغرافیایی شعب مورد بررسی قرار گرفته است و میزان رقابت بانک‌ها با توجه به شاخص هرفیندال هیرشمن محاسبه شده است (بروجردی و همکاران، ۱۳۸۹). با توجه به میانگین این متغیرها که کم‌تر از ۰/۱ هستند (به جز سهم دارایی‌ها)، می‌توان نتیجه گرفت که بانک‌ها در یک بازار رقابتی فعالیت می‌کنند. در بین متغیرهای آشکار مربوط به متغیر پنهان عملکرد مالی، بازده سهام به‌طور میانگین تنها ۰/۰۷ است. در حالی که میانگین بازده دارایی‌ها و بازده حقوق صاحبان سهام (۰/۱۳ و ۰/۱۶) تقریباً نرمال است. از سوی دیگر، دو متغیر درآمدهای مشاع و سود تسهیلات، با توجه به متفاوت بودن الگو کسب‌وکار بانک‌ها نسبت به سایر بنگاه‌های فعال در صنایع دیگر، به عنوان معیارهای عملکرد در نظر گرفته شده است. نتایج آمار توصیفی مربوط به این دو متغیر نشان می‌دهد که به‌طور میانگین بانک‌ها از عملکرد مالی مطلوبی برخوردارند (۰/۳۶ و ۰/۳۱). نتایج آمار توصیفی مربوط به متغیر-های کیفیت گزارشگری مالی نشان می‌دهد که به‌طور میانگین، گزارشگری مالی بانک‌ها از کیفیت پایینی برخوردارند. در بین متغیرهای آشکار ارزش آفرینی بانک، متغیر کیوتوبین نسبت به دو متغیر دیگر از ضریب تغییرات بالاتری برخوردار است و نسبتاً ناپایدار است. میانگین ارزش بازار به ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام ۱/۲۳ می‌باشد و بیانگر این موضوع است که بانک‌هایی که ارزشی بالاتر از میانگین دارند، از وضعیت بهتری برخوردارند.

۵.۲. آمار استنباطی

در این مقاله از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) و مبتنی بر کم‌ترین مربعات نسبی (PLS) و از رویکرد مبتنی بر واریانس جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات استفاده شده است. این روش از دو مرحله اصلی تشکیل شده است: (۱) برازش الگو اندازه‌گیری، الگو ساختاری و الگو کلی و (۲) آزمودن روابط میان سازه‌ها. در ادامه به تجزیه و تحلیل هر یک از این مراحل پرداخته می‌شود. بار عاملی هر یک از متغیرهای آشکار در نگاره ۳ نشان داده شده است. از آن‌جا که متغیرهای بازده (از متغیر پنهان عملکرد مالی) و کیفیت نقدینگی (از متغیر پنهان ویژگی‌های

بانک) بار عاملی کم‌تر از ۰/۴ دارند، حذف می‌شوند. بعد از بررسی بارهای عاملی متغیرها باید پایایی داده‌ها از طریق آلفای کرونباخ و همچنین پایایی ترکیبی سازه‌ها، مورد بررسی قرار گیرد. ضرایب در صورتی که بالاتر از ۰/۷ باشد حاکی از پایایی مناسب الگو است (رامین‌مهر و پروانه، ۱۳۹۲). مقادیر مربوط برای تمامی سازه‌ها در نگاره ۴ نشان داده شده است. از آن‌جا که تمامی مقادیر بالاتر از ۰/۷ می‌باشند بنابراین، الگو از پایایی مناسبی برخوردار است. در روایی همگرا میزان همبستگی هر سازه نسبت به شاخص‌های خود سنجیده می‌شود. بدین منظور از معیار AVE استفاده می‌شود که مقدار مناسب برای آن، ۰/۵ به بالا است.

نگاره ۳. بار عاملی هر یک از متغیرها

نتیجه	بار عاملی	متغیرهای آشکار	متغیر پنهان	نتیجه	بار عاملی	متغیرهای آشکار	متغیر پنهان
رد	۰/۰۳	بازده سهام	عملکرد مالی بانک	عدم رد	۰/۷۶	بُعد اقتصادی	گزارشگری شهروند شرکتی
عدم رد	۰/۸۹	بازده دارایی‌ها		عدم رد	۰/۹۰	بُعد اجتماعی	
عدم رد	۰/۸۰	بازده صاحبان سهام		عدم رد	۰/۹۰	بُعد محیطی	
عدم رد	۰/۸۶	درآمدهای مشاع		عدم رد	۰/۷۴	بُعد راهبری	
عدم رد	۰/۸۷	سود تسهیلات		عدم رد	۰/۹۲	کفایت سرمایه	
عدم رد	۰/۹۴	سهام سپرده‌ها	ویژگی‌ها: رابطه بانک	عدم رد	۰/۸۳	کیفیت دارایی	ویژگی بانک
عدم رد	۰/۹۲	سهام تسهیلات		رد	۰/۰۹	کیفیت نقدینگی	
عدم رد	۰/۸۶	سهام درآمدها		عدم رد	۰/۹۶	کیفیت مدیریت	
عدم رد	۰/۴۰	سهام سود خالص		عدم رد	۰/۶۶	اندازه بانک	
عدم رد	۰/۹۴	سهام دارایی‌ها		عدم رد	۰/۹۲	اهرم مالی	
عدم رد	۰/۸۷	تنوع جغرافیایی	عدم رد	۰/۹۰	سود تقسیمی		
عدم رد	۰/۸۹	کیوتوبین	ارزونه بانک	عدم رد	۰/۹۳	کیفیت تعهدی	کیفیت گزارشگری مالی
عدم رد	۰/۹۵	ارزش بازار		عدم رد	۰/۷۹	هموارسازی سود	
عدم رد	۰/۸۰	ارزش بازار به دفتری		عدم رد	۰/۸۸	محافظه‌کاری سود	

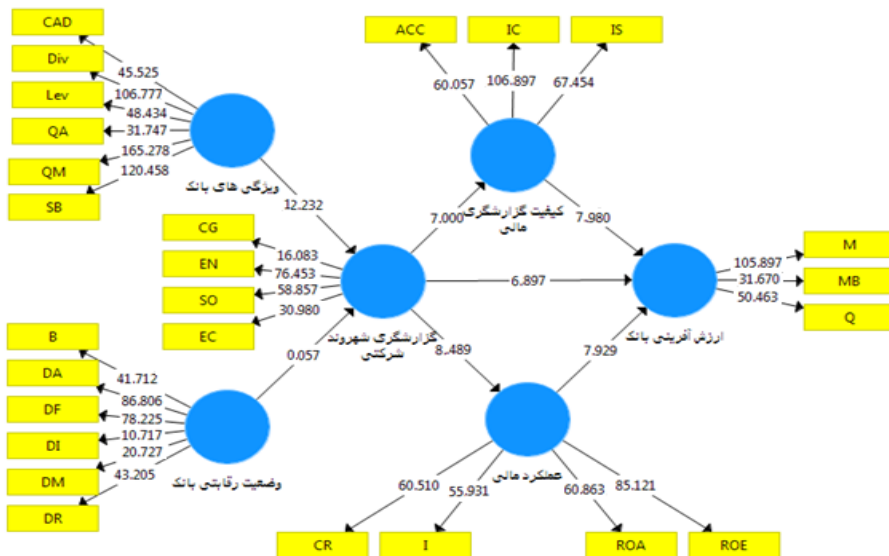
با توجه به نتایج نشان داده شده در نگاره ۴ مقدار AVE برای تمامی متغیرهای پنهان الگو بالاتر از ۰/۷ است. روش فورنل و لارکر (۱۹۸۱) برای بررسی روایی واگرا است. در این روش به مقایسه همبستگی یک متغیر با سایر متغیرها و میزان همبستگی یک متغیر با شاخص‌های آن پرداخته می‌شود. بدین ترتیب، ماتریسی به شرح نگاره ۴ تشکیل می‌شود. با توجه به نتایج نشان داده شده در این نگاره، مقادیری که در قطر اصلی ماتریس هستند، از مقدار همبستگی میان آن‌ها که در خانه‌های پایین و چپ قطر اصلی هستند، بیش‌تر است. در نتیجه، متغیرهای پنهان، تعامل بیش‌تری با شاخص‌های خود دارند تا با متغیرهای دیگر. به بیان دیگر، الگو از روایی واگرای مناسبی برخوردار است.

نگاره ۴. روایی و پایایی

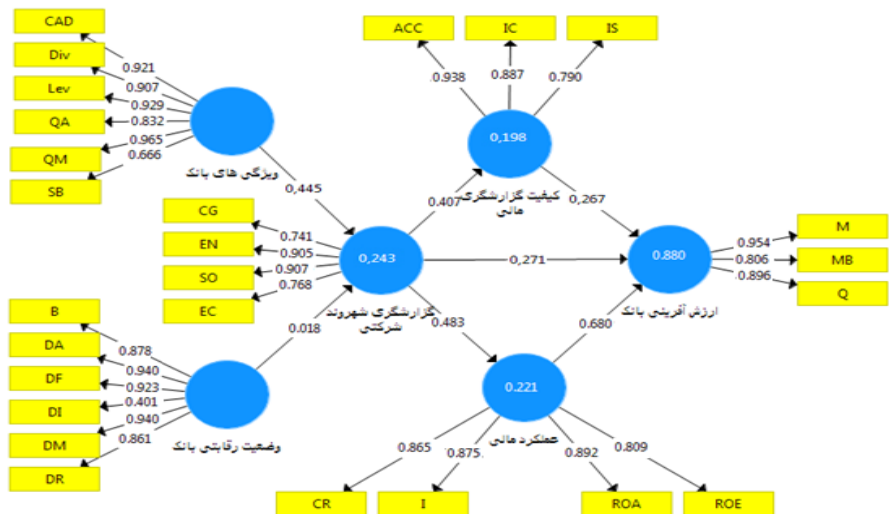
متغیرهای پنهان	ضریب پایایی ترکیبی	ضریب آلفای کرونباخ	روایی همگرا AVE	روایی واگرا					
				ارزش آفرینی بانک	عملکرد مالی	وضعیت رقابتی بانک	ویژگی بانک	کیفیت گزارشگری مالی	گزارشگری شهروند شرکتی
ارزش آفرینی بانک	۰/۹۸۲	۰/۷۸۳	۰/۹۰۹	۰/۹۵۲					
عملکرد مالی	۰/۹۷۵	۰/۸۷۳	۰/۹۳۳	۰/۹۲۱	۰/۹۷۱				
وضعیت رقابتی بانک	۰/۸۵۱	۰/۷۸۸	۰/۹۵۴	۰/۹۴۲	۰/۸۶۴	۰/۹۸۳			
ویژگی‌های بانک	۰/۹۵۸	۰/۸۹۹	۰/۹۳۶	۰/۸۹۴	۰/۹۴۲	۰/۹۵۴	۰/۹۶۰		
کیفیت گزارشگری مالی	۰/۹۳۹	۰/۸۹۶	۰/۹۵۱	۰/۹۰۱	۰/۹۵۳	۰/۹۶۳	۰/۹۰۳	۰/۹۷۳	
گزارشگری شهروند شرکتی	۰/۹۷۶	۰/۹۸۶	۰/۷۶۳	۰/۵۰۶	۰/۳۹۱	۰/۴۴۵	۰/۴۸۲	۰/۴۱۵	۰/۸۵۵

یکی از معیارهای برازش الگو ساختاری، ضرایب معناداری Z است و این صورت است که اگر اعداد بیش‌تر از ۱/۹۶ باشند، در سطح اطمینان ۹۵٪ معنی‌دار خواهند بود (رامین‌مهر و پروانه، ۱۳۹۲).

همان‌گونه که در شکل ۲ مشاهده می‌شود، ضرایب در مسیر متغیرهای پنهان به جز مسیر وضعیت رقابتی همان‌گونه که در شکل ۲ مشاهده می‌شود، ضرایب در مسیر متغیرهای پنهان به جز مسیر وضعیت رقابتی رقابتی بانک به گزارشگری شهروند شرکتی (۰/۰۵۷) همگی از ۱/۹۶ بیش‌تر است.



شکل ۲. ضرایب معناداری Z



شکل ۳. مقدار R2

ضرایب R2 مربوط به متغیرهای وابسته نیز یکی دیگر از معیارهای برازش الگو ساختاری است و بیانگر تأثیر یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا است. مطابق با شکل ۳، مقدار R2 برای سازه گزارشگری شهروند شرکتی (۰/۲۴۳)، عملکرد مالی (۰/۲۲۱)، کیفیت گزارشگری مالی (۰/۱۹۸) و ارزش آفرینی بانک (۰/۸۸۰) می‌باشد. معیار Q2، نیز بیانگر قدرت پیش‌بینی الگو است، به گونه‌ای که مقادیر ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵، به ترتیب بیانگر قدرت پیش‌بینی به صورت ضعیف، متوسط و قوی است (رامین‌مهر و پروانه، ۱۳۹۲). نتایج در نگاره ۵ نشان داده شده است. مقدار Q2 برای سه سازه عملکرد مالی، کیفیت گزارشگری مالی و گزارشگری شهروند شرکتی، که به ۰/۱۵ نزدیک است، نشان از قدرت متوسط الگو در خصوص این سازه‌ها دارد و سازه ارزش آفرینی بانک با مقدار ۰/۶۳ نشان از قدرت پیش‌بینی قوی الگو دارد. افزون بر این، الگو کلی شامل هر دو بخش الگو اندازه‌گیری و ساختاری می‌شود و با تایید برازش آن، بررسی برازش در یک الگو کامل می‌شود. برای بررسی برازش الگو کلی، تنها یک معیار به نام GOF استفاده می‌شود. این معیار از طریق مجذور میانگین مقادیر اشتراکی متغیرهای پنهان ضرب در میانگین ضریب تعیین محاسبه می‌شود. با توجه به مقادیر ۰/۰۱، ۰/۲۰ و ۰/۳۶ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF، حاصل شدن مقدار ۰/۵۹۰ برای GOF بیانگر برازش کلی الگو به صورت قوی است.

نگاره ۵. قدرت پیش‌بینی الگو

GOF	مقادیر اشتراکی	ضریب تعیین	Q ²	متغیرهای پنهان
۰/۵۹۰	۰/۹۰۹	۰/۸۸۰	۰/۶۳۶	ارزش آفرینی بانک
	۰/۹۳۳	۰/۲۲۱	۰/۱۱۴	عملکرد مالی
	۰/۹۵۴	-	-	وضعیت رقابتی بانک
	۰/۹۳۶	-	-	ویژگی‌های بانک
	۰/۹۵۱	۰/۱۹۸	۰/۱۲۱	کیفیت گزارشگری مالی
	۰/۷۶۳	۰/۲۴۳	۰/۱۲۴	گزارشگری شهروند شرکتی
	۰/۹۰۷	۰/۳۸۵	-	میانگین

۵.۳. آزمون فرضیه‌ها

خروجی الگو که پیش از این در شکل ۲ نیز آمده است، نشان می‌دهد که ضرایب معناداری تمامی مسیرها (به جز مسیر مربوط به وضعیت رقابتی بانک به گزارشگری شهروند شرکتی) بیش‌تر از ۱/۹۶ است. بنابراین فرضیه مربوط به ارتباط معنادار بین وضعیت رقابتی بانک و ارزش‌آفرینی بانک از طریق گزارشگری شهروند شرکتی، تایید نمی‌شود و مابقی فرضیه‌ها مورد تایید قرار می‌گیرند. از سوی دیگر، فرضیه اصلی، مربوط به تأثیر گزارشگری شهروند شرکتی بر ارزش‌آفرینی بانک است. مطابق با نتایج استخراج شده در شکل ۳، مسیر مستقیم مربوط به این ارتباط با ضریب ۰/۲۷۱ بیانگر این موضوع است که ارزش‌آفرینی بانک به میزان ۲۷ درصد (با آماره t معادل ۶/۸۹۷) از طریق گزارشگری شهروند شرکتی (به صورت مستقیم و بدون دخالت متغیر میانجی) تبیین می‌شود. بدین معنا که با افزایش افشاء شاخص‌های گزارشگری شهروند شرکتی، ارزش بانک افزایش می‌یابد. بنابراین، فرضیه اول (اصلی) رد نمی‌شود. در فرضیه دوم و سوم، ارزش‌آفرینی بانک از طریق متغیر میانجی گزارشگری شهروند شرکتی و با توجه به دو عامل موثر بر آن یعنی ویژگی‌های بانک و وضعیت رقابتی بانک، مورد نظر قرار گرفته است. مسیر مربوط به ارتباط بین گزارشگری شهروند شرکتی و ویژگی‌های بانک با ضریب ۰/۴۴۵ بیانگر این موضوع است که گزارشگری شهروند شرکتی به میزان ۴۴ درصد (با آماره t معادل ۱۲/۲۳۲) از طریق ویژگی‌های بانک تبیین می‌شود. بدین معنا که ویژگی‌های بانک بر گزارشگری شهروند شرکتی موثر است. از سوی دیگر، ویژگی‌های بانک به‌طور غیرمستقیم و از طریق گزارشگری شهروند شرکتی به میزان ۱۲ درصد ($0/271 \times 0/445$) بر ارزش‌آفرینی بانک تأثیر دارد. بنابراین فرضیه دوم رد نمی‌شود. در فرضیه سوم، همان‌طور که در بخش قبل بیان شد، مقدار ضریب معناداری Z مربوط به مسیر وضعیت رقابتی بانک و گزارشگری شهروند شرکتی (۰/۰۵۷) کم‌تر از حد قابل قبول (۱/۹۶) است، بنابراین این فرضیه تایید نمی‌شود و در نتیجه وضعیت رقابتی بانک عاملی موثر بر گزارشگری شهروند شرکتی و ارزش‌آفرینی بانک نمی‌باشد. نتایج این دو فرضیه نشان می‌دهد که تأثیر مستقیم گزارشگری شهروند شرکتی بر ارزش‌آفرینی بانک قوی‌تر از تأثیر غیرمستقیم است ($0/271 < 0/18$). در فرضیه چهارم و پنجم، فرض بر این است که گزارشگری شهروند شرکتی بر عملکرد مالی و کیفیت گزارشگری مالی بانک تأثیر گذار است و با اثرگذاری بر این دو پیامد، منجر به ارزش‌آفرینی بانک می‌شود. مسیر مربوط به ارتباط بین گزارشگری شهروند شرکتی و کیفیت گزارشگری مالی با ضریب ۰/۴۰۷ بیانگر این موضوع است که کیفیت گزارشگری مالی به میزان ۴۰ درصد (با آماره t معادل ۷) از طریق

گزارشگری شهروند شرکتی، تبیین می‌شود. بدین معنا که گزارشگری شهروند شرکتی بر کیفیت گزارشگری مالی، موثر است. از سوی دیگر، گزارشگری شهروند شرکتی به صورت غیرمستقیم و از طریق کیفیت گزارشگری مالی به میزان ۱۱ درصد ($0/407 \times 0/267$) بر ارزش آفرینی بانک تأثیر دارد. بنابراین فرضیه چهارم رد نمی‌شود. همچنین، مسیر مربوط به ارتباط بین گزارشگری شهروند شرکتی و عملکرد مالی با ضریب $0/483$ بیانگر این موضوع است که عملکرد مالی به میزان ۴۸ درصد (با آماره t معادل $8/489$) از طریق گزارشگری شهروند شرکتی، تبیین می‌شود. بدین معنا که گزارشگری شهروند شرکتی بر عملکرد مالی، موثر است. از سوی دیگر، گزارشگری شهروند شرکتی به صورت غیرمستقیم و از طریق عملکرد مالی به میزان تقریبی ۳۳ درصد ($0/483 \times 0/680$) بر ارزش آفرینی بانک تأثیر دارد. بنابراین فرضیه پنجم نیز رد نمی‌شود. نتایج این دو فرضیه نشان داد که فقط، مسیر غیرمستقیم گزارشگری شهروند شرکتی و ارزش آفرینی بانک از طریق عملکرد مالی، قوی‌تر از تأثیر مستقیم است ($0/33 < 0/27$). در فرضیه ششم و هفتم، فرض بر این است که عملکرد مالی و کیفیت گزارشگری مالی بانک بر ارزش آفرینی بانک تأثیر گذار است. مسیر مربوط به ارتباط بین عملکرد مالی و ارزش آفرینی بانک با ضریب $0/680$ بیانگر این موضوع است که ارزش آفرینی بانک به میزان ۶۸ درصد (با آماره t معادل $7/9$) از طریق عملکرد مالی، تبیین می‌شود. بنابراین فرضیه ششم رد نمی‌شود. در نهایت، مسیر مربوط به ارتباط بین کیفیت گزارشگری مالی و ارزش آفرینی بانک با ضریب $0/267$ بیانگر این موضوع است که ارزش آفرینی بانک به میزان ۲۷ درصد (با آماره t معادل $7/9$) از طریق کیفیت گزارشگری مالی، تبیین می‌شود. بنابراین فرضیه هفتم رد نمی‌شود.

۶. بحث و نتیجه‌گیری

مسئله اصلی در این پژوهش، مربوط به ارتباط بین ارزش بانک و گزارشگری شهروند شرکتی بود. بدین منظور ارتباط بین عوامل اثرگذار بر گزارشگری شهروند شرکتی (ویژگی‌های بانک‌ها و وضعیت رقابتی بانک‌ها) و همچنین، ارتباط بین گزارشگری شهروند شرکتی بانک‌ها و پیامدهای آن (عملکرد مالی، کیفیت گزارشگری مالی و ارزش شرکت) مورد بررسی قرار گرفت. نتایج آزمون فرضیه اول نشان داد که در کل، افشاء شاخص‌های گزارشگری شهروند شرکتی برای بانک‌ها، ارزش آفرین است. به عبارت دیگر فرضیه اول و مسیر اصلی (مستقیم) در الگوی معادلات ساختاری مربوط به تأثیر گزارشگری شهروند شرکتی بر ارزش بانک است، که نتایج تحلیل‌ها بیانگر

تأثیرگذاری افشاء شاخص‌های مالی و غیرمالی بانک بر میزان ارزش بانک می‌باشد. بدین معنا که با افزایش افشاء شاخص‌های گزارشگری شهروند شرکتی، ارزش بانک افزایش می‌یابد. بنابراین، مطابق با نظریه اقتصاد سیاسی، نظریه انتقادی و نظریه ذی‌نفعان نتیجه‌گیری می‌شود که بانک‌ها با ارائه گزارشگری شهروند شرکتی و افشاء شاخص‌های مالی و غیرمالی می‌توانند بر ارزش‌آفرینی بانک تأثیرگذار باشند و از این طریق به عنوان یک شهروند و بازوی کمکی دولت در قبال سایر شهروندان پاسخ‌گو باشند. همچنین، ارزش‌آفرینی گزارشگری پاسخ‌گویی بانک‌ها از طریق گزارشگری شهروند شرکتی بر اساس نظریه ذی‌نفعان به این صورت است که افشاء اطلاعات مرتبط با گزارشگری اجتماعی در راستای پاسخ‌گویی به ذی‌نفعان است و از طریق کاهش هزینه سرمایه شرکت، کاهش عدم تقارن اطلاعاتی، کاهش هزینه‌های نمایندگی، افزایش نقدینگی، بهبود عملکرد مالی و بهبود کیفیت گزارشگری مالی، منجر به افزایش ارزش بازار سهام بانک و در نهایت افزایش ارزش بانک می‌شود. این نتیجه با پژوهش‌های مشابه صورت گرفته توسط دان (۲۰۱۶)، توماس و همکاران (۲۰۱۵)، حاجیها و سرافراز (۱۳۹۳) و بشیری منش و همکاران (۱۳۹۴) سازگار است. در فرضیه دوم، به بررسی این موضوع پرداخته شد که ویژگی‌های بانک از طریق گزارشگری شهروند شرکتی، تأثیر معناداری بر ارزش‌آفرینی بانک می‌گذارد. نتایج آزمون این فرضیه نشان داد که از بین متغیرهای تبیین‌کننده ویژگی‌های بانک، متغیر کیفیت نقدینگی از الگو حذف شد و سایر متغیرها (اندازه، اهرم، سود تقسیمی، کیفیت دارایی‌ها، کفایت سرمایه و کیفیت مدیریت) در الگو باقی ماندند. نتایج آزمون الگو نیز نشان داد که، ویژگی‌های بانک یکی از عوامل موثر بر گزارشگری شهروند شرکتی است. این نتیجه تایید کننده دو نظریه مشروعیت و اقتصاد سیاسی است. بدین صورت که، طبق نظریه مشروعیت، بانک‌های بزرگ با ویژگی‌هایی مطلوب، بیش‌تر مورد توجه عموم قرار گرفته و در نتیجه تقاضا برای ارائه اطلاعات و بهبود شفافیت افزایش می‌یابد. همچنین، مطابق با نظریه اقتصاد سیاسی بانک‌های بزرگ، به دلیل حساس بودن نسبت به هزینه‌های سیاسی، اطلاعات بیش‌تر و باکیفیت‌تری را افشاء می‌کنند، تا ضمن افزایش توان رقابتی خود، انتقادهای عمومی یا دخالت دولت در فعالیت‌هایشان را کاهش دهند. از سوی دیگر، نتایج آزمون الگو نشان داد که ویژگی‌های بانک به‌طور غیرمستقیم و از طریق گزارشگری شهروند شرکتی بر ارزش‌آفرینی بانک تأثیر دارد. با این حال، ضریب تأثیرپذیری این مسیر نسبت به مسیر مستقیم (فرضیه اول) کم‌تر است. به عبارت دیگر، ارزش‌آفرینی بانک تأثیرپذیری بیش‌تری از گزارشگری شهروند شرکتی به عنوان متغیر مستقل (مسیر مستقیم) نسبت به متغیر میانجی (مسیر غیرمستقیم) می‌گیرد. این

نتیجه با پژوهش‌های مشابه صورت گرفته توسط باسین و همکاران (۲۰۱۲) و مناس (۲۰۱۰) سازگار است؛ اما معیار با نتایج حاصل از پژوهش‌های لاه و رحمان (۲۰۱۵) می‌باشد. در فرضیه سوم، به بررسی این موضوع پرداخته شد که وضعیت رقابتی بانک از طریق گزارشگری شهروند شرکتی، تأثیر معناداری بر ارزش آفرینی بانک می‌گذارد. نتایج نشان داد که هیچ‌یک از متغیرهای تبیین کننده وضعیت رقابتی بانک از الگو حذف نشدند. به عبارت دیگر، تمامی متغیرها می‌توانند معرف مفهوم وضعیت رقابتی بانک باشند. از سوی دیگر، نتایج بیانگر این موضوع است که بانک‌ها در یک محیط رقابتی فعالیت می‌کنند. نتایج آزمون الگو نیز نشان داد که وضعیت رقابتی بانک، عاملی موثر بر گزارشگری شهروند شرکتی و در نتیجه ارزش آفرینی بانک نمی‌باشد. با این حال، این نتیجه بر خلاف نظریه‌های کلاسیک و ابزاری است. طبق این نظریه‌ها افشاء اطلاعات به خصوص اطلاعات غیرمالی در قالب گزارش‌های اجتماعی (به عنوان مثال گزارشگری شهروند شرکتی) منحصراً ابزاری است برای حداکثرسازی ارزش بنگاه و به عنوان ابزاری برای کسب مزیت رقابتی در نظر گرفته می‌شود. بنابراین، انتظار می‌رود گزارشگری شهروند شرکتی تحت تأثیر وضعیت رقابتی بنگاه قرار گیرد. اما نتایج این فرضیه خلاف این انتظار را نشان داد. این نتیجه با پژوهش‌های مشابه صورت گرفته توسط فانگاکوا و همکاران (۲۰۱۷) سازگار است؛ اما معیار با نتایج حاصل از پژوهش‌های لی (۲۰۱۰)، ستورلی و استراهان (۲۰۰۶) می‌باشد. در فرضیه چهارم، به بررسی این موضوع پرداخته شد که گزارشگری شهروند شرکتی از طریق کیفیت گزارشگری مالی بانک، تأثیر معناداری بر ارزش آفرینی بانک می‌گذارد. نتایج نشان داد که هر سه متغیر کیفیت اقلام تعهدی، هموارسازی سود و محافظه کاری سود می‌توانند بیانگر مفهوم کیفیت گزارشگری مالی باشند. از سوی دیگر نتایج نشان داد که کیفیت گزارشگری مالی می‌تواند یکی از پیامدهای گزارشگری شهروند شرکتی باشد. هم‌چنین، نتایج آزمون الگو بیانگر این موضوع است که گزارشگری شهروند شرکتی به صورت غیرمستقیم و از طریق کیفیت گزارشگری مالی بانک، تأثیر معناداری بر ارزش آفرینی بانک می‌گذارد. این نتیجه تایید کننده نظریه مشروعیت است. بدین صورت که، طبق نظریه مشروعیت، افشاء اطلاعات ابزاری برای بنگاه‌ها است تا نشان دهند که فعالیت‌هایشان منطبق بر ارزش‌های اجتماعی است و از این طریق مشروعیت اجتماعی کسب یا حفظ می‌کنند. در نتیجه، بانک‌هایی که به این طریق به دنبال مشروعیت بخشی خود هستند، گزارش‌های شفافی دارند؛ میزان مدیریت سود فرصت طلبانه آن‌ها کم است و از کیفیت سود و در نتیجه از کیفیت گزارشگری مالی بالایی برخوردارند. با این حال، نتایج آزمون الگو نشان داد که گزارشگری شهروند شرکتی به صورت

مستقیم نسبت به مسیر غیرمستقیم، یعنی از طریق کیفیت گزارشگری مالی، تأثیر بیشتری بر ارزش‌آفرینی بانک می‌گذارد. این نتیجه با پژوهش‌های مشابه صورت گرفته توسط گروچو و همکاران (۲۰۱۴)، جلیلی و قیصری (۱۳۹۳) و خواجوی و همکاران (۱۳۹۰) سازگار است. در فرضیه پنجم، به بررسی این موضوع پرداخته شد که گزارشگری شهروند شرکتی از طریق عملکرد مالی بانک، تأثیر معناداری بر ارزش‌آفرینی بانک می‌گذارد. نتایج نشان داد از بین متغیرهای تبیین‌کننده عملکرد مالی، متغیر بازده سهام از الگو حذف شد و سایر متغیرها (بازده دارایی‌ها، بازده حقوق سهامداران، درآمدهای مشاع و سود تسهیلات) در الگو باقی ماندند. نتایج آزمون الگو نشان داد که، عملکرد مالی یکی از عوامل موثر بر گزارشگری شهروند شرکتی است. همچنین، گزارشگری شهروند شرکتی از طریق عملکرد مالی بانک، تأثیر معناداری بر ارزش‌آفرینی بانک می‌گذارد. این نتیجه تأییدکننده نظریه مشروعیت است. بدین‌صورت که بر اساس نظریه مشروعیت، مسائل اقتصادی در کنار مسائل اجتماعی و سیاسی قابل بررسی است و بانک‌ها (به خصوص بانک‌های اسلامی) با ایفای گزارشگری اجتماعی می‌توانند به تمام اهداف سیاسی، اجتماعی و اقتصادی خود برسند و از این طریق اقدامات خود را مشروع جلوه دهند. این مشروعیت منجر به بهبود شهرت بانک، کاهش هزینه‌ها در بلندمدت، افزایش سود و در نهایت بهبود عملکرد مالی بانک می‌شود. با این حال، یکی دیگر از نتایج آزمون الگو این است که برخلاف فرضیه‌های قبلی، گزارشگری شهروند شرکتی به صورت غیرمستقیم یعنی از طریق عملکرد مالی نسبت به مسیر مستقیم، تأثیر بیشتری بر ارزش‌آفرینی بانک می‌گذارد. این نتیجه با پژوهش‌های مشابه صورت گرفته توسط پلاتونوا و همکاران (۲۰۱۸)، ارشد و همکاران (۲۰۱۲) و مناس (۲۰۱۰) سازگار است؛ اما مغایر با نتایج حاصل از پژوهش‌های تاهین (۲۰۱۴)، ای موسعید و بیوتی (۲۰۱۲)، کرمی و همکاران (۱۳۹۳) و خواجوی و همکاران (۱۳۹۰) می‌باشد. در فرضیه ششم و هفتم، که به عنوان فرضیه‌های فرعی هم می‌توان در نظر گرفت، به ارتباط بین عملکرد مالی و کیفیت گزارشگری مالی با ارزش‌آفرینی بانک پرداخته شد. به عبارت دیگر، هر سه متغیر اشاره شده در این ارتباط از پیامدهای گزارشگری شهروند شرکتی بانک می‌باشند. نتایج نیز بیانگر تأثیر معنادار هر دو متغیر بر ارزش‌آفرینی بانک دارد. در توجیه این ارتباط می‌توان به مبانی مربوط به فرضیه اثر اجتماع اشاره کرد. به عبارت دیگر، اثرگذاری مثبت بر عملکرد مالی شرکت‌ها از طریق فراهم نمودن نیازهای اجتماعی ذی‌نفعان و کم‌تر در معرض ریسک رویدادهای منفی قرار گرفتن این بانک‌ها از طریق پرداختن به مسائل اجتماعی ضمن بهبود عملکرد مالی، برای بانک‌ها ارزش‌آفرین خواهد بود. همچنین، بر اساس نظریه

ذی‌نفعان در صورت گزارشگری شهروند شرکتی، تقارن اطلاعاتی به وجود می‌آید و این امور موجب شفافیت اطلاعاتی و در نتیجه بهبود کیفیت گزارشگری مالی شده و در نهایت منجر به افزایش ارزش بازار سهام بانک و یا افزایش ارزش بانک می‌شود. این بخش از نتایج مقاله با نتایج برخی از پژوهش‌گران نیز سازگار است. از جمله این پژوهش‌گران می‌توان به ابوبکر و آمر (۲۰۱۱)، آیونو و همکاران (۲۰۱۱) و دان (۲۰۱۶) اشاره کرد.

۷. پیشنهادها و محدودیت‌های پژوهش

یکی از موانع و محدودیت‌های اصلی در این مقاله عدم دسترسی اطلاعات بانک‌های دولتی (و نداشتن اطلاعات بورسی) و حذف شدن این بانک‌ها از جامعه آماری بود. علاوه بر این، در اندازه‌گیری متغیر مربوط به گزارشگری شهروند شرکتی از روش تحلیل محتوا گزارش‌های سالانه بانک‌ها استفاده شده است. این روش به دلیل این‌که تحت تاثیر قضاوت‌های ذهنی قرار می‌گیرد، به عنوان یک محدودیت (ذاتی) تلقی می‌شود. با این حال، این مقاله می‌تواند به پژوهش‌های دانشگاهی جهت تقویت رشته حسابداری و به خصوص بحث گزارشگری پاسخ‌گویی بانکداری (اسلامی) در کشور کمک کند، بنابراین به پژوهش‌گران پیشنهاد می‌شود تا به بررسی و توسعه مفاهیمی چون شهروند شرکتی، جهان شهروند شرکتی و تفکر انتقادی در گزارشگری مالی و غیرمالی باشند. هم‌چنین، به بانک مرکزی پیشنهاد می‌شود تا در راستای حقوق شهروندان، نظارت دقیق‌تری بر افشاء اطلاعات مالی و غیرمالی بانک‌ها داشته باشد. به مدیران بانک‌ها نیز پیشنهاد می‌شود تا نسبت به بهبود شاخص‌های مربوط به ویژگی‌های بانک از جمله بهبود کفایت سرمایه، کیفیت دارایی‌ها و کیفیت مدیریت توجه ویژه داشته باشند. در نهایت به تمامی ذی‌نفعان و استفاده‌کنندگان از اطلاعات بانک‌ها، پیشنهاد می‌شود تا در ارزیابی و پیش‌بینی عملکرد بانک‌ها، نسبت به شاخص‌ها، عوامل و پیامدهای گزارشگری شهروند شرکتی، توجه ویژه داشته باشند. در این مقاله، تنها دو عامل (وضعیت رقابتی بانک و ویژگی‌های بانک) به عنوان عوامل موثر بر گزارشگری شهروند شرکتی استفاده شد، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌گران آتی از سایر عوامل از جمله ساختار مالکیت و ساختار سرمایه (به خصوص در سایر صنایع) نیز استفاده کنند. مهم‌ترین دستاورد این مقاله، بسط و توسعه مفهوم گزارشگری شهروند شرکتی به عنوان یک نوع گزارش با ارزش جهت افشاء اطلاعات مالی و غیرمالی در صنعت بانکداری است و امید بر این است تا شفافیت اطلاعاتی از این طریق توسط بانک‌ها حاصل شود.

یادداشت‌ها

- | | |
|-----------------------------|------------------------------------|
| 1. Accountability Reporting | 2. Corporate Citizenship Reporting |
| 3. Value Creating | 4. Sustainability Reporting |
| 5. Social Exchange Theory | 6. Institutional Theory |

منابع

الف. فارسی

- اکبری، م؛ قاسمی، م. و هوشمند، ف. (۱۳۹۴). اثر تعدیلی شدت تبلیغات بر رابطه میان مسئولیت اجتماعی و ارزش شرکت. *راهبرد مدیریت مالی*، ۲(۲)، ۱۴۶-۱۲۷.
- بدری، ا. (۱۳۹۴). صورت عملکرد سپرده‌های سرمایه‌گذاری: ارتقای پاسخ‌گویی در الگو کسب‌وکار بانکداری بدون ربا. *پژوهشکده پولی و بانکی*، ۱(۱)، ۱-۲۸.
- برزگر، ق. (۱۳۹۲). *الگوی برای افشاء مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و ارتباط آن با عملکرد مالی* (رساله دکتری، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران).
- بروجردی، پ؛ جلیلی، م. و مردانی، ف. (۱۳۸۹). بررسی تأثیر تمرکز و سایر عوامل در صنعت بانکداری بر سودآوری بانک‌های دولتی. *پژوهش‌های پولی و بانکی*، ۵(۳)، ۱۷۵-۲۰۲.
- بشیری‌منش، ن؛ رحمانی، ع؛ حسینی، ع. و موسوی، م. (۱۳۹۴). قیمت‌گذاری افشاء اختیاری در بازار سرمایه ایران. *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، ۲۲(۳)، ۲۷۹-۳۰۰.
- جلیلی، ص. و قیصری، ف. (۱۳۹۳). بررسی ارتباط بین کیفیت سود و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *دانش حسابرسی*، ۵۷(۱)، ۱۴۷-۱۷۰.
- چالاک، پ؛ حیدری، م. و داداش‌زاده، ع. (۱۳۹۵). بررسی عوامل موثر بر نقدینگی بانک‌ها و موسسه‌های مالی اعتباری ایران. *راهبرد مدیریت مالی*، ۱۲(۱)، ۷۶-۵۹.
- حاجی‌ها، ز. و سرافراز، ب. (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و هزینه حقوق صاحبان سهام در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *پژوهش‌های تجربی حسابداری*، ۱۴(۴)، ۱۰۵-۱۲۳.
- حجازی، ر. و ابوحمزه، م. (۱۳۹۳). به سوی شهروند شرکتی. *پژوهش حسابداری*، ۱۳(۲)، ۲۰-۱.
- حجازی، ر. و حیاتی، ن. (۱۳۹۶). جهان شهروند شرکتی: از مفاهیم تا اقدامات. *پژوهش حسابداری*، ۲۴(۱)، ۳۴-۱۷.

- حیدری، ق؛ نیکومرام، ه؛ بنی‌مهد، ب. و وکیلی‌فرد، ح. (۱۴۰۱). تبیین دیدگاه مبادله اجتماعی در گرایش به افشای تخلف‌های حسابداری در سایه صفات پنهان شخصیت نظارت‌کنندگان مالی. *پیشرفت‌های حسابداری*، ۱۴(۱)، ۳۶-۱.
- خواجوی، ش. و محمدیان، م. (۱۳۹۷). الگوی مفهومی حسابداری شهروندی مبتنی بر تفکر انتقادی، *حسابداری مدیریت*، ۳۷(۲)، ۹۷-۱۰۶.
- خواجوی، ش؛ بایزیدی، ا. و جبارزاده کنگرلویی، س. (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین مدیریت سود و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، *پیشرفت‌های حسابداری*، ۶۰(۳)، ۵۴-۲۹.
- داروغه حضرتی، ف؛ تفتیان، ا؛ معین‌الدین، م. (۱۳۹۹). شناسایی و رتبه بندی مولفه‌ها و شاخص‌های گزارشگری یکپارچه مبتنی بر وب با رویکرد گزارشگری شهروند شرکتی با استفاده از تکنیک ترکیبی دلفی فازی و تحلیل سلسله مراتبی فازی. *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، ۹(۳۶)، ۲۲۹-۲۵۰.
- رامین‌مهر، ح. و پروانه، چ. (۱۳۹۲). روش تحقیق کمی با کاربرد مدل‌سازی معادلات ساختاری (نرم افزار لیزرل)، چاپ اول، تهران، ایران: انتشارات ترمه.
- رحمانی، ع. و حسینی، س. (۱۳۹۱). بررسی شفافیت صورت‌های مالی بانک‌ها، *فصلنامه تازه‌های اقتصاد*، ۱۳۵(۱)، ۷۸-۸۲.
- ستایش، م. و محمدیان، م. (۱۳۹۷). الگویی برای گزارشگری مالی و غیرمالی بانک‌ها: از طریق شاخص‌سازی گزارشگری شهروند شرکتی، *پژوهش‌های کاربردی در گزارشگری مالی*، ۱۲(۷)، ۴۳-۷۰.
- سلیمی، م. ج؛ حنفی‌زاده، پ. و جعفری، ا. (۱۳۹۶). الگوی برای ارزیابی توان مالی بانک‌های ایرانی. *راهبرد مدیریت مالی*، ۱۷(۲)، ۱۳۳-۱۰۱.
- شریف خفری، س؛ صفرس گرایلی، م؛ گیوکی، ا. و مسلمی، آ. (۱۴۰۱). بررسی تاثیر آنومی فشار اجتماعی بر گزارشگری شهروند شرکتی. *حسابداری ارزشی و رفتاری*، ۷(۱۳)، ۲۱-۱.
- فتاحی، ش؛ رضایی، م. و جاهد، ط. (۱۳۹۶). تأثیر سلامت بانکی بر سودآوری بانک‌های تجاری: رویکرد رگرسیون پانل آستانه. *راهبرد مدیریت مالی*، ۱۶(۱)، ۵۰-۲۹.
- کرمی، غ. و خویدک، ف. (۱۳۹۴). سطح افشاء و عوامل تعیین کننده آن در بانک‌ها با تاکید بر سازوکارهای راهبری شرکتی و محوریت اسلامی. *تحقیقات مالی*، ۱۷(۲)، ۳۷۶-۳۵۷.

کرمی، غ؛ قیومی، ز. و ابراهیمی کردلر، ع. (۱۳۹۳). ارزیابی شاخص‌های افشاء مسئولیت‌پذیری اجتماعی و بررسی ارتباط این شاخص با عملکرد مالی بانک‌ها در ایران. مدیریت اسلامی، ۲۲(۲)، ۱۴۹-۱۳۱.

مصطفایی، پ. حسینی، ع. (۱۴۰۰). تحلیل محتوای کیفی گزارش مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با تأکید بر ذی‌نفعان اجتماعی. پژوهش‌های تجربی حسابداری، ۱۱(۳)، ۷۹-۱۱۲.

مهرانی، ک. و صفرزاده، م. (۱۳۹۰). تبیین ارتباط بین حاکمیت شرکتی و کیفیت سود با رویکرد بومی. دانش حسابداری، ۷(۱)، ۶۹-۹۸.

نجم‌زاده، ر. عزتی، م. و میرزانژاد، ه. (۱۳۹۱). ارزیابی رقابت‌پذیری بازار بانکی ایران با استفاده از مدل پانزار و راس. پژوهش‌های اقتصادی ایران، ۵۱(۲)، ۱۷۹-۱۵۷.

ب. انگلیسی

- Abdelnur, O. A. O. (2021). Corporate social responsibility Disclosure by Sudanese listed commercial banks. *International Review of Management and Marketing*, 11(1), 60-75.
- Abubakar, A. S; & Ameer, R. (2011). Readability of corporate social responsibility communication in Malaysia. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 18(1), 50-60.
- Akbari, M. Ghasemi, M. & Hoshmand. F. (2015). The moderating effect of advertising intensity on the relationship between corporate social responsibility and corporate value. *Financial Management Strategy*, 2(2), 146-127. (in Persian).
- Alafi, K; & Hasoneh, A. B. (2012). Corporate social responsibility associated with customer satisfaction and financial performance a case study with Housing Banks in Jordan. *International Journal of Humanities and Social Science*, 2(15), 102-115.
- Arshad, R., Othman, S., & Othman, R. (2012). Islamic corporate social responsibility, corporate reputation and performance. *World Academy of Science, Engineering and Technology*, 64(4), 1070-1074.
- Badri, A. (2015). Statement of Investing Deposits: Promoting accountability in the usury-free banking business model. *Monetary and Banking Research Institute*, 1(1), 1-28. (in Persian).

- Barzegar, Gh. (2011). *A model for disclosing corporate social responsibility and its relationship with financial performance*. PhD thesis, Allameh Tabatabai University, Tehran. (in Persian).
- Basel Committee on Banking Supervision. (2005). *Enhancing corporate governance for banking organizations*. Retrieved from www.bis.org/publ/bcbs122.htm
- Bashiri Manesh, N; Rahmani, A; Hosseini, A. & Mousavi. M. (2015). Pricing of voluntary disclosure in the Iranian capital market. *Accounting and Auditing Reviews*, 22(3): 279-300. (in Persian).
- Baumann, U; & Nier, E. (2004). Disclosure, volatility, and transparency: An empirical investigation into the value of bank disclosure. *Economic Policy Review*, 10(2), 31-45.
- Berger, A. N., Klapper, L. F., & Turk-Ariss, R. (2009). Bank competition and financial stability. *Journal of Financial Services Research*, 35(2), 99-118.
- Bhasin, M. L; Makarov, R; & Orazalin, N. S. (2012). Determinants of voluntary disclosure in the banking sector: An empirical study. *International Journal of Contemporary Business Studies*, 3(3), 60-71.
- Bidari, G; & Djajadikerta, H. G. (2020). Factors influencing corporate social responsibility disclosures in Nepalese banks. *Asian Journal of Accounting Research*, 5(2), 209-224.
- Boroujerdi, P. Jalili, M. & Mardani. F. (2010) The effect of concentration in the banking industry and other factors on the profitability of state banks. *Monetary and Banking Research*, 5(3), 202-175. (in Persian).
- Boyd, J. H., & De Nicolo, G. (2005). The theory of bank risk taking and competition revisited. *The Journal of finance*, 60(3), 1329-1343.
- Cetorelli, N., & Strahan, P. E. (2006). *Finance as a barrier to entry: Bank competition and industry structure in local US markets*. *The Journal of Finance*, 61(1), 437-461.
- Chalaki, p. Heydari, M. & Dadashzadeh, A. (2016). *The investigation of factors affecting the liquidity of banks and financial credit institutions in Iran*. *Financial Management Strategy*, 12(1), 76-59. (in persian).
- Dane, M. Ch. (2016). *Corporate accountability reporting and high – profile misconduct*. *The Accounting Review*, 91(2), 377-399.
- Darogheh Hazrati, F; Taftian, A. & Moinuddin. M. (2020). Identify and rank the components and indicators of web-based integrated reporting with

- corporate citizenship reporting approach using fuzzy Delphi combined technique and fuzzy hierarchical analysis. *Accounting and Auditing Management Knowledge*, 9(36): 229-250. (In Persian).
- El Mousaid, F; & Boutti, R. (2012). Relationship between corporate social responsibility and financial performance in Islamic banking. *Research Journal of Finance and Accounting*, 3(10), 93-103.
- Farook, S; Kabir Hassan, M; & Lanis, R. (2011). Determinants of corporate social responsibility disclosure: The case of Islamic banks. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 2(2), 114-141.
- Fatahi, Sh. Rezaei, M. & Jahed. I. (2017). The effect of banking soundness on profitability of commercial banks: Threshold panel regression Approach. *Financial Management Strategy*, 16(1), 50-29. (In Persian).
- Ferrouhi, E. M. (2014). Moroccan Banks analysis using camel model. *International Journal of Economics and Financial*, 4(3), 622-627.
- Fungacova, Z., Shamshur, A., & Weill, L. (2017). Does bank competition reduce cost of credit? Cross-country evidence from Europe. *Journal of Banking & Finance*, 83(1), 104-120.
- Fungacova, Z., Shamshur, A., & Weill, L. (2017). Does bank competition reduce cost of credit? Cross-country evidence from Europe. *Journal of Banking & Finance*, 83(1), 104-120.
- Garriga, E; & Mele, D. (2004). Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. *Journal of Business Ethics*, 53(1), 51-71.
- Grougiou, V; Leventis, S; Dedoulis, E; & Owusu-Ansah, S. (2014). Corporate social responsibility and earnings management in US banks. *Accounting Forum*, 38(3), 155-169.
- Hajha, Z. & Sarafraz. B. (2012). Investigating the relationship between corporate social responsibility and equity costs in companies listed on the Tehran Stock Exchange. *Empirical Research in Accounting*. 14(4), 105-123. (In Persian).
- Haniffa, R; & M. Hudaib. (2007). Exploring the ethical identity of Islamic banks via communication in annual reports. *Journal of Business Ethics*, 76(1), 97-116.
- Hejazi, R. & Abu Hamza. M. (2013). Towards a corporate citizenship. *Accounting Research*, 13(2), 20-1. (In Persian).
- Hejazi, R. & Hayati. N. (2017). Corporate citizenship world: From concepts to actions. *Accounting Research*, 24(1): 34-17. (In Persian).

- Heydari, G; Nikoomaram, H; Banimahd, B; & Vaklifard, H. (2022). Explain the perspective of social exchange in the willingnees to Whistleblowing of accounting misconducts in the shadow of dark personality traits of fianacial monitors. *Accounting Advances*, 14(1), 1-36. (In Persian).
- Jain, N. R., & Rizvi, I. A. (2018). Impact of Corporate Citizenship on Organizational Citizenship Behavior of Managers: A Study from Selected Indian Banks. *Global Business Review*, 20(6), 1–18.
- Jalili, S. & Qaisari. F. (2013). Investigating the relationship between earning quality and social responsibility of companies listed on the Tehran Stock Exchange, *Auditing Knowledge*, 57(1), 147-170. (In Persian).
- Jarrow, R. (2013). A leverage ratio rule for capital adequacy. *Journal of Banking & Finance*, 37(3), 973-976.
- Kabir, R; & Thai, H. M. (2017). Does corporate governance shape the relationship between corporate social responsibility and financial performance? *Pacific Accounting Review*, 29(2), 227-258.
- Karami, Gh, Qayyumi, Z. & Ebrahimi Kordlor, A. (2014). Assessing the indicators of disclosure of social responsibility and examining the relationship between this indicator and the financial performance of banks in Iran. *Islamic Management*, 22(2), 149-131. (in Persian).
- Karami, Gh. & Khoidek. F. (2015). The level of disclosure and its determining factors in banks with emphasis on corporate governance mechanisms and Islamic orientation. *Financial Research*, 17(2), 376-357. (In Persian).
- Khajavi, Sh. & Mohammadian. M. (2018). The conceptual model of citizen accounting based on critical thinking. *Management Accounting*, 37(2), 106-97. (In Persian).
- Khajavi, Sh; Bayazidi, A. & Jabbarzadeh Kongerlou. S. (2011). Investigating the relationship between earning management and social responsibility of companies listed on the Tehran Stock Exchange. *Accounting Advances*, 60(3), 29-54. (In Persian).
- Li, F., Minnis, M., Nagar, V., & Rajan, M. (2014). Knowledge, compensation, and firm value: An empirical analysis of firm communication. *Journal of Accounting and Economics*, 58(1), 96-116.

- Li, X. (2010). *The impacts of product market competition on the quantity and quality of voluntary disclosures. Review of Accounting Studies, 15(3), 663-711.*
- Lima, C. V; de Souza, F. F; & Cortes, D. V. F. (2011). Corporate social responsibility, firm value and financial performance in Brazil. *Social Responsibility Journal, 7(2), 295-309.*
- Martinez, F. J; Garcia, S. I. M., & Cuadrado, B. B. (2015). Effect of financial reporting quality on sustainability information disclosure. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 22(1), 45-64.*
- Matten, D; and Crane, A. (2005). Corporate Citizenship: Toward an Extended Theoretical Conceptualization. *Academy of Management Review, 30(1), 166-179.*
- Matten, D; Crane, A; & Chapple, W. (2003). Behind the mask: Revealing the true face of corporate citizenship. *Journal of Business Ethics, 45(1), 109-120.*
- Mehrani, K. & Safarzadeh. M. (2011). Explaining the relationship between corporate governance and earnings quality in Iran. *Accounting Knowledge, 7(1), 69-98.* (In Persian).
- Menassa, E. (2010). Corporate social responsibility: An exploratory study of the quality and extent of social disclosures by Lebanese commercial banks. *Journal of Applied Accounting Research, 11(1), 4-23.*
- Mostafaei, P. & Hosseini. S. A. (2021). Qualitative content analysis of corporate social responsibility reports with emphasis on social stakeholders. *Accounting Empirical Research, 11 (3): 79-112.* (In Persian).
- Najarzadeh, R; ezati, M; & Mirzanejad, H. (2012). Evaluation of the competitiveness of Iran's banking market using the Panzar and Ross model. *Economic Researches of Iran, 51(2), 157-179.* (In Persian).
- Namazi, M., & Namazi, N. R. (2016). Conceptual analysis of moderator and mediator variables in business research. *Procedia Economics and Finance, 36, 540-554.*
- Oeyono, J; Samy, M; & Bampton, R. (2011). An examination of corporate social responsibility and financial performance: A study of the top 50 Indonesian listed corporations. *Journal of Global Responsibility, 2(1), 100-112.*

- Platonova, E; Asutay, M; Dixon, R; & Mohammad, S. (2018). The impact of corporate social responsibility disclosure on financial performance: evidence from the GCC Islamic Banking Sector. *Journal of Business Ethics*, 136(1), 1-21.
- Raffournier, B. (1995). The determinants of voluntary financial disclosure by Swiss listed companies. *European Accounting Review*, 4(2), 261-280.
- Rahmani, A. & Hosseini. S. (2012). Investigating the transparency of banks' financial statements. *Economic Quarterly*, 1(1) 135, 78-82. (In Persian).
- Raminmehr, H; & Parvaneh, Ch. (2013). Quantitative research method using structural equation modeling (Lisrel software), first edition, Tehran, Iran: Termeh Publications. (In Persian).
- Rezaei Pitenoiei, Y., safari gerayli, M., Mohammad hoseini, K., & Gholamrezapoor, M. (2022). An Analysis of the Acceptance of Corporate Citizenship from the Perspective of Audit Committee. *International Journal of Finance & Managerial Accounting*, 7(27), 125-137.
- Salimi, M. Hanafhizadeh. P. & Jafari. A. (2017). A model for assessing the financial strength of the Iranian banks. *Financial Management Strategy*, 17 (2), 133-101. (In Persian).
- Sandhu, H. S, and Kapoor, Sh. (2010). Corporate social responsibility initiatives: An analysis of voluntary corporate disclosure. *South Asian Journal of Management*, 17(2), 47-80.
- Sharif Khafri, S; Safari Gerayli, M; Givaki, E & moslemi, A. (2022). Investigate the Effect of Social Pressure Anomie on Corporate Citizenship Reporting. *Value and Behavioral Accounting*, 7(13), 1-21. (In Persian).
- Shehata, N. F. (2014). Theories and determinants of voluntary disclosure. *Accounting and Finance Research*, 3(1), 18-26.
- Stayesh, MH. & Mohammadian. M. (2018). A model for financial and non-financial reporting of banks: through indexing corporate citizenship reporting. *Applied Research in Financial Reporting*, 12(7): 43-70. (In Persian).
- Swamy, V. (2017). Determinants of bank asset quality and profitability: An empirical assessment. *Applied Economics Quarterly*, 63(1), 97-135.

- Thomas, L; James, P. N; & Clare, W. (2015). Signaling through corporate accountability reporting. *Journal of Accounting and Economics*, 60(3), 56-72.
- Tuhin, M. H. (2014). Does Corporate Social Responsibility Expenditure Affect Financial Performance of Islamic Banks in Bangladesh? *Middle East Journal of Business*, 9(2), 44-50.
- Ullah, M. H; & Rahman, M. A. (2015). Corporate social responsibility reporting practices in banking companies in Bangladesh: Impact of regulatory change. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 13(2), 200-225.
- Uwuigbe, U., Amiolemen, O. O., Uwuigbe, O. R., Asiriwuwa, O., & Jafaru, J. (2017). Disclosure quality and earnings management of selected Nigerian banks. *The Journal of Internet Banking and Commerce*, 22(1), 1-12.