

Alzahra University- Faculty of Social Sciences and Economics
Accounting and Social Interests, VOL. 13, NO. 1, Spring 2023, Pages 111-134

Designing a Corporate Citizen Reporting Model: Interpretive Ranking Analysis (IRP)¹

Soheila Sharif Khafri², Mehdi Safari Gerayli³, Ebrahim Givaki⁴,
Azar Moslemi⁵

Received: 2022/10/23

Accepted: 2023/03/17

Research Paper

Abstract

Purpose: With the shift from traditional to modern management practices, the belief in the mere existence of institutions to oversee companies' financial performance in disclosure has shifted, and today financial reporting goes beyond standards and regulations, based on the firm's commitment and responsibility. In providing transparent information to stakeholders. The purpose of this research is to design a Corporate Citizen Reporting Model by Interpretive Ranking Analysis (IRP).

Methodology: In this research, which is considered a developmental and combined methodology, an attempt was made to identify the components of corporate citizen reporting by relying on meta-hybrid and Delphi analysis processes in the qualitative part of the research. Then, in a quantitative part, interpretive ranking analysis and Mick Mac can be used to identify the most effective component of corporate citizen reporting at the level of Iranian capital market companies. The statistical population in the qualitative section was 15 specialists and experts in the field of accounting at the university level, and in the quantitative section, the participation of 24 managers of capital market companies who had both experiences in terms of knowledge and experience was used. The basis for sample selection was the use of a homogeneous method.

Result: The results of the research in the qualitative section, after screening the content of 12 approved studies, indicated the existence of 8 components of corporate citizen reporting. The results in the quantitative part of the research showed that from the total impact based on the pair scale between research components, it was found that the impact of the information disclosure component of the board of directors is higher than other corporate citizen reporting components, which means to implement the citizen reporting approach. At the level of capital market companies, the disclosure of information about the functions of the board of directors is more effective than other components.

Originality: Based on the interpretive ranking process, this study has sought to evaluate the dimensions of corporate citizen reporting functions at the capital market level which has been done by few researchers before and therefore has analytical innovation and content that can help the development of theoretical literature in this field.

Keywords: Corporate Citizen Reporting, Interpretive Ranking Analysis (IRP), Mic Mac Matrix Analysis.

JEL Classification: G30, G39, M14.

1. DOI: 10.22051/JAASCI.2022.39179.1666

2. Ph.D Student, Department of Accounting, Khomein Branch, Islamic Azad University, khomein, Iran. (a_ebrahimi@jdm.ac.ir).

3. Associate Professor Department of Accounting, Bandargaz Branch, Islamic Azad University, Bandargaz, Iran. (Corresponding Author). (Mehdi.safari83@yahoo.com).

4. Assistant Professor, Department of Management, Khomein Branch, Islamic Azad University, Khomein, Iran. (egivaki_1352@yahoo.com).

5. Assistant Professor Department of accounting, Khomein Branch, Islamic Azad University, Khomein, Iran. (azar.moslemi.kh@gmail.com).



طراحی مدل گزارشگری شهروند شرکتی: تحلیل رتبه‌بندی تفسیری (IRP)^۱

سهیلا شریف خفری^۲، مهدی صفری گرایلی^۳، ابراهیم گیوکی^۴، آذر مسلمی^۵

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۸/۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۲/۲۶

مقاله پژوهشی

چکیده

هدف: با تغییر رویه‌های سنتی به سمت رویه‌های مدیریت نوین، به تدریج باور به وجود صرف نهادها در نظارت بر عملکردهای مالی شرکت‌ها در افشاء، تغییر یافت و امروزه گزارشگری مالی فراتر از استانداردها و مقررات تدوین شده، براساس تعهد و مسئولیت‌پذیری خود شرکت‌ها در ارائه اطلاعات شفاف به ذینفعان، صورت می‌پذیرد. هدف این پژوهش طراحی مدل گزارشگری شهروند شرکتی می‌باشد.

روش پژوهش: در این پژوهش که از نظر روش شناسی توسعه‌ای و ترکیبی محسوب می‌شود، با اتکاء به فرآیندهای تحلیل فراترکیب و دلفی در بخش کیفی پژوهش، اقدام به شناسایی مولفه‌های گزارشگری شهروند شرکتی شده است. سپس در بخش کمی از تحلیل رتبه‌بندی تفسیری و میک‌مک (MICMAC) جهت شناسایی اثرگذارترین مولفه گزارشگری شهروند شرکتی در سطح شرکت‌های بازار سرمایه ایران استفاده گردید. جامعه آماری در بخش کیفی، ۱۵ نفر از خبرگان بودند و در بخش کمی از مشارکت ۲۴ نفر از مدیران شرکت‌های بازار سرمایه بهره برده شد.

یافته‌ها: نتایج پژوهش در بخش کیفی وجود ۸ مولفه گزارشگری شهروند شرکتی را پس از غربالگری محتوایی ۱۲ پژوهش تأیید شده، نشان داد. نتایج در بخش کمی پژوهش نشان داد، درصد تاثیرگذاری مولفه افشای اطلاعات هیئت‌مدیره نسبت به بقیه مولفه‌های گزارشگری شهروند شرکتی بیشتر است، که به معنای آن است که جهت جاری‌سازی رویکرد گزارشگری شهروند شرکتی در سطح شرکت‌های بازار سرمایه، افشاء اطلاعات مربوط به کارکردهای هیئت‌مدیره نسبت به سایر مولفه از اثربخشی بالاتری برخوردار است.

دانش افزایی: این مطالعه به تغییر زمینه‌های شناخت شهروندان در حوزه‌های عملکرد اجتماعی شرکت‌ها کمک می‌کند و باعث شکاف انتظارات در حوزه‌ی نمایندگی می‌گردد.

واژه های کلیدی: گزارشگری شهروند شرکتی، تحلیل رتبه‌بندی تفسیری (IRP)، تحلیل میک‌مک.

طبقه بندی موضوعی: G30, G39, M14

10.22051/JAASCI.2022.39179.1666 : DOI

۱. دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، واحد خمین، دانشگاه آزاد اسلامی، خمین، ایران. (s_ava2115@yahoo.com)
۲. دانشیار، گروه حسابداری، واحد بندرگز، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرگز، ایران. (نویسنده مسئول). (Mehdi.safari83@yahoo.com)
۳. استادیار، گروه مدیریت، واحد خمین، دانشگاه آزاد اسلامی، خمین، ایران. (egivaki_1352@yahoo.com)
۴. استادیار، گروه حسابداری، واحد خمین، دانشگاه آزاد اسلامی، خمین، ایران. (azar.moslemi.kh@gmail.com)

مقدمه^۱

گزارشگری مالی به‌عنوان یکی از ارکان پاسخگویی باگذر زمان و ماهیت انتظارات و استانداردها، تغییرات ملموسی نسبت به گذشته داشته است. ظهور این رویکردها که از مدیریت بازرگانی وام گرفته شده بود، باعث تقویت توسعه اصول مدیریت حقوق ذینفعان در مدیریت مالی در دهه اخیر شده است و مدیریت مالی سنتی را به مدیریت مالی نوین تغییر داده است (جرج و همکاران، ۲۰۲۰: ۱۵۰). رویکرد شهروند شرکتی در راستای تغییر ماهیت کارکردی شرکت‌ها از بنگاه به بخشی از شهروندان یک اجتماع، به بهتر درک شدن نیازها و انتظارات ذینفعان توسط شرکت منجر خواهد شد. به‌عبارت دیگر، شرکت بخشی از جامعه‌ایی است که با انجام مسئولیت‌های متعهدانه خود می‌تواند نقش یک شهروند خوب را برای جامعه ایفا نماید و در مقابل انتظار بازخورد مطلوب از نهادها و سایر شهروندان فعال در جامعه را دارد (ایرانی و همکاران، ۱۴۰۰: ۳۰۴). گزارشگری به‌عنوان بخشی از این رویکرد اجتماعی، وظایفی فراتر از ماهیت صرفاً کمی در افشای اطلاعات را بر عهده دارند. بنابراین، شهروند شرکتی یک فعالیت اختیاری و فراتر از آن چیزی است که از یک کسب و کار انتظار می‌رود و می‌تواند با توسعه بازخوردهای عملکردی از طریق گزارشگری مالی، شکل پویاتری از ارتباطات بین شرکت با ذینفعان را شکل دهند (آبوتایو و همکاران، ۲۰۱۸: ۲۱۸). این دیدگاه گرایش به ارائه مفهومی از شهروند شرکتی دارد که در آن به فعالیت‌های بشردوستانه به‌عنوان استراتژی راهبردی شرکت نگاه می‌شود و از طریق ایجاد یک جامعه پایدار، محیط‌زیستی سالم و فضای سیاسی شفاف، می‌تواند زمینه را برای فعالیت‌های سودآور شرکت فراهم نموده و ضمن حفاظت از منافع ذینفعان بیرونی، متضمن منافع ذینفعان درونی شرکت‌ها نیز باشد (آندرسون و یوهانسون، ۲۰۲۱: ۶۹۰). علیرغم وجود دستورالعمل‌هایی همچون «الزام به افشای اطلاعات و تصویب معاملات با اشخاص وابسته ناشران بورسی» باهدف حمایت از حقوق سرمایه‌گذاران و پیشگیری از وقوع تخلفات در بازار سرمایه، اما کماکان کمبود استانداردهای مبتنی بر توسعه‌ی کارکردهای اجتماعی در حفاظت از منافع سهامداران و سرمایه‌گذاران احساس می‌شود. بنابراین، همانطور که مشاهده می‌شود، مفهوم گزارشگری شهروند شرکتی به لحاظ رویه‌های افشای اطلاعات از جانب نهادها در قالب توصیه یا پیشنهادها به شرکت‌ها مغفول مانده است و از نظر دانش‌افزایی علمی نیز، به دلیل فقدان تمرکز بر

۱. مقاله برگرفته از رساله دکتری است.

این مفهوم، می‌توان گفت از عدم انسجام نظری لازم برخوردار است. با عنایت به توضیح‌های داده شده، ضرورت انجام این پژوهش را می‌توان از دو منظر زیر مدنظر قرار داد.

اولاً اینکه این پژوهش جزء نخستین پژوهش‌هایی است که به واکاوی مفهوم گزارشگری شهروند شرکتی می‌پردازد و از طریق تحلیل‌های ترکیبی به دنبال ارائه یک مدل یکپارچه ادراکی در ارتقای سطح شفافیت شرکت‌ها می‌باشد، تا از طریق شناخت شیوه‌های مبتنی بر تعهد و مسئولیت اجتماعی، شرکت‌ها به گونه‌ای فراگیرتر نسبت به منافع اجتماعی ذینفعان، اقدام به پاسخگویی نماید. گریزی به پژوهش‌های گذشته همچون آگودلو و همکاران (۲۰۱۹)، ابوتایب و همکاران (۲۰۱۸) و فیفکا (۲۰۱۳) نشان می‌دهد، اگرچه موضوع گزارشگری شهروند شرکتی در قالب رویکرد مسئولیت اجتماعی مورد توجه بوده است، اما به نقش ارزش‌های فراگیر در حوزه شهروند شرکتی پرداخته نشده است و این پژوهش می‌تواند مبنایی برای توسعه‌ی این مفهوم در سطح پاسخگویی شرکت‌های بازار سرمایه باشد.

ثانیاً، نتایج این پژوهش می‌تواند به نهادهای نظارتی همچون سیاستگذاران و تدوین‌کنندگان استانداردهای گزارشگری مالی کمک نماید تا با تدوین راهبردها و آموزش‌هایی در خصوص تشویق به افشای اختیاری اطلاعات در گام اول با افزایش هنجارهای رفتاری در حوزه پابندی، به حفاظت از حقوق اجتماعی ذینفعان کمک نماید و در گام دوم اعتماد سهامداران و سرمایه‌گذاران را در شرایط اقتصادی نامتوازن بازارهای سرمایه‌ای همچون بازار سرمایه ایران، تقویت نمایند. بنابراین، همسو با افزایش انتظارات ذینفعان به‌عنوان شهروندان، ظهور چنین تغییراتی می‌تواند به افزایش پویایی تعاملات بین شرکت با ذینفعان کمک نماید و سبب تقویت اثربخشی رقابت‌ها گردد. بر این اساس، هدف این پژوهش طراحی مدل گزارشگری شهروند شرکتی و رتبه‌بندی تفسیری ابعاد شناسایی شده در بخش کیفی می‌باشد.

مبانی نظری پژوهش

شهروند شرکتی همواره تداعی‌کننده این مفهوم است که واحد تجاری همانند سایر افراد جامعه، شهروند متعهد و پایبند به ارزش‌های اجتماعی است که تلاش دارد تا با اشاعه ارزش‌های اخلاقی، به افزایش مسئولیت‌پذیری، اعتماد و اطمینان در سطح جامعه کمک نماید (حجازی و نصیری، ۱۳۹۶):

۱۶۶). به همین دلیل از یکسو در درون ساختارهای خود تلاش می‌کند ارزش‌های اخلاق‌گرایی را از طریق فرهنگ سازمانی ترویج دهد و از سویی دیگر، به ارزش‌های اجتماعی مانند حفاظت از محیط‌زیست و رعایت حقوق سهامداران، متعهدانه عمل می‌نماید (محمودخانی و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۹۲). ماتن و همکاران (۲۰۰۳: ۱۱۴) در جامعیت بخشیدن به مفهوم شهروند شرکتی، بر سه مفهوم زیر تأکید داشتند.



شکل ۱. ابعاد شهروند شرکتی

در دیدگاه محدود، مفهوم شهروند شرکتی به معنای نوع‌دوستی شرکت نسبت به جامعه، سرمایه‌گذاری اجتماعی و مسئولیت‌های اجتماعی تعیین شده برای شرکت در قبال جامعه است (حجازی و حیاتی، ۱۳۹۶: ۲۱). بنابراین، شهروند شرکتی یک فعالیت اختیاری و فراتر از آن چیزی است که از یک بنگاه تجاری انتظار می‌رود (اگالا و ماریا، ۲۰۲۰: ۱۱۴). در دیدگاه متعادل مفهوم جدیدی از نقش شرکت‌ها در مسئولیت اجتماعی (مسئولیت اقتصادی؛ قانونی؛ اخلاقی و اختیاری) جهت پایبندی عملگرایانه به حیطه‌های اخلاقی جامعه را ارائه می‌نماید. در این دیدگاه شرکت تلاش دارد تا براساس اولویت‌ها و الزامات تعیین شده، شیوه‌های متفاوت‌تری از مسئولیت‌های اجتماعی را در ابعاد وسیع‌تر و با درک نیازهای عمیق‌تری از منافع ذینفعان بکار گیرد (کروگل و همکاران، ۲۰۲۰: ۵۶). در دیدگاه انتقادی، شرکت‌ها فراتر از نهادها و احتمالاً فقدان الزامات قوانین، به‌عنوان یک منتقد، از طریق ایجاد ارزش‌هایی اخلاقی در جامعه، به دنبال پُر نمودن خلاءهای نظارتی و ترویج رفتارهای اختیاری جهت پاسخگویی بیشتر به ذینفعان و جلب اعتماد و اطمینان آنان می‌باشند (کارینی و همکاران، ۲۰۲۱: ۱۲۰).

گزارشگری شهروند شرکتی

تغییرات گزارشگری به واسطه تغییر کسب و کار، همواره چالش‌های با اهمیتی را بر سر راه شرکت‌ها جهت تهیه و ارائه اطلاعات قرار داده است. ضرورت وجود گزارشگری از جهت توسعه شفافیت محیط اقتصادی شرکت‌ها و تصمیم‌گیری بهتر مدیران و سرمایه‌گذاران غیرقابل انکار است، زیرا به نظر می‌رسد که گزارشگری سنتی قادر به ترسیم جایگاه واقعی شرکت در جامعه، صنعت و بازار نیست. در پاسخ به این نیازها کمیته بین‌المللی گزارشگری با اشاره به مفاهیم جدیدی همچون شهروندی شرکتی بر اهمیت گزارشگری یکپارچه صحه گذاشت و از این طریق تلاش نمود تا صحت شفافیت‌ها براساس توسعه‌ی هنجارهای اخلاقی را ارتقاء بخشد (مارسیلا و باگستر، ۱۹۹۹: ۱۶۴). همسو با رویکرد انتقادی، در مفهوم شهروند شرکتی مورد تأکید در پژوهش ماتن و همکاران (۲۰۰۳)، گزارشگری شهروند شرکتی بر حوزه‌هایی از گزارشگری در شرکت‌ها متمرکز است که در کنار مزیت‌های اقتصادی به ترویج مفاهیم مرتبط با ارزش‌های اخلاقی از طریق فرهنگ‌سازی در زمینه‌هایی همچون منابع انسانی، حفاظت از منافع سهامداران، محیط‌زیست و ... می‌پردازد. این دیدگاه مبتنی بر نظریه اقتصاد فرهنگی است و اعتقاد دارد که اگرچه رویکرد شهروند شرکتی، ریشه در مسئولیت اجتماعی دارد و تأکید آن بر نظریه ذینفعان است، اما در گزارشگری شهروند شرکتی، به‌عنوان زیرمجموعه این مفهوم، بر نقش بنگاه اقتصادی در ترویج ارزش‌های اخلاقی در حوزه پایداری منافع به‌عنوان یک شهروند در برابر سایر ذینفعان تأکید می‌نماید (ماتن و کران، ۲۰۰۵: ۱۶۸). در واقع، براساس نگاهی نقادانه به مفهوم شهروند شرکتی، می‌توان دریافت که این مفهوم به وظیفه پاسخگویی و گزارشگری به صورت واضح و روشن اشاره‌ای نکرده است (کارول، ۱۹۹۸: ۳) و توسعه‌ی حوزه گزارشگری شهروند شرکتی می‌تواند بخش مهمی از خلاء پایداری در حفاظت از منافع ذینفعان و جامعه را پر نماید (محمدیان و ستایش، ۱۳۹۷: ۴۹). بنابراین، نظریه‌پردازان مختلفی همچون آندرسون و یوهانسون (۲۰۲۱)؛ کارینی و همکاران (۲۰۲۱)؛ شینکل و اسپنسر (۲۰۱۲) با ترکیب نظریه‌های سیاسی، اقتصادی و فرهنگی تلاش نمودند تا بنگاه‌های اقتصادی را به‌عنوان یک شهروند متعهد در برابر سایر شهروندان جامعه پاسخگو و مسئولیت‌پذیرتر نمایند، زیرا اساساً بخش دولتی در قالب نهادها و بخش عمومی در قالب جنبش‌های اجتماعی، نتوانستند الزامات قانونی لازم

در ترویج ارزش‌های شهروندی را توسعه بخشند. بنابراین، نقش اجتماعی بنگاه‌های اقتصادی در پاسخگویی به‌عنوان یک منفعت عمومی در جامعه، در قالب گزارشگری شهروند شرکتی تعریف می‌شود. فلیزوز و فین (۲۰۱۱: ۱۴۰۹) در یک دسته‌بندی، گزارشگری شهروند شرکتی را در قالب چهار بُعد زیر تفکیک می‌کند.



شکل ۲. ابعاد گزارشگری شهروند شرکتی

شرکت‌ها در نقش شهروند اقتصادی، فعالیت‌هایی که ماهیت منفعت برای کل اقتصاد را دارد، می‌بایست مدنظر قرار دهند. در تقابل با نظریه‌های سنتی، این رویکرد صرفاً بر کسب سود و ایجاد ثروت برای مالکان یا سهامداران متمرکز نمی‌باشد، بلکه رسیدن به حد برابری از کارایی اقتصادی برای جامعه را در نظر دارد (حجازی و سادات نصیری، ۱۳۹۳: ۱۶۷). شهروند قانونی، بیان‌کننده این موضوع است که شرکت‌ها بایستی تابع قوانین و مقررات مصوب بوده و تعهدات قانونی‌شان را انجام دهند. در رویکرد شهروند اخلاقی، اگرچه به دلیل گستردگی مفهومی نمی‌توان تعریف مشخصی برای آن ارائه داد، اما این رویکرد شرکت‌ها را فراتر از الزامات قانونی، به رعایت استانداردها و رفع نقایص قانونی در قالب ارائه گزارش‌های شفاف به ذینفعان تشویق می‌نماید (کارول، ۲۰۱۶: ۵). در نهایت، شهروند اختیاری اشاره به کارکردهای داوطلبانه‌ی شرکت‌ها در گزارشگری مالی دارد که از آن گاهی در دسته بشر دوستانه نیز یاد می‌کنند (ریگو و همکاران، ۲۰۱۰: ۱۱۰). توجه به این نکته مهم است که این ابعاد بسته به هدف و بسترهای اجتماعی فعالیت شرکت‌ها قابل تغییر هستند و برای عملیاتی کردن آن‌ها تمرکز بر مصادیق مربوط به کارکردهای شرکت‌ها در محیط اجتماعی نیازمند

توجه می‌باشد. بنابراین، با بیان مطالب نظری فوق، سوال‌های پژوهش را می‌توان به ترتیب زیر ارائه داد:

سوال اول پژوهش) مولفه‌های گزارشگری شهروند شرکتی کدامند؟

سوال دوم پژوهش) تأثیرگذارترین مولفه‌های گزارشگری شهروند شرکتی کدامند؟

در ادامه، نتایج برخی تحقیقات مرتبط با موضوع پژوهش حاضر ارائه می‌شود. کاپوتو و همکاران (۲۰۲۱) پژوهشی تحت عنوان «ارتقای سطح شفافیت اطلاعات محیطی از طریق پایداری گزارشگری شهروند شرکتی» انجام دادند. نتایج نشان داد، حاکمیت شرکتی و ویژگی‌های گزارش بر شفافیت محیطی تأثیر می‌گذارد. آندرسون و یوهانسون (۲۰۲۱) پژوهشی تحت عنوان «شهروندی شرکتی: چالش شرکت‌ها در بازاریابی شرکتی» انجام دادند. نتایج مشخص ساخت، توسعه رویکرد نظری شهروند شرکتی باعث خواهد شد تا سطح چالش‌های شرکت در بازاریابی در قالب کارکردهای سازمانی همچون مالی و حسابداری، منابع انسانی، انبارداری همچون یک حلقه پیوسته بهم عمل نماید. میلر و سی آرسی (۲۰۲۰) پژوهشی تحت عنوان «بسط علم شهروندی در گزارشگری پایدار شرکتی» انجام دادند. نتایج پژوهش نشان داد، اگرچه واکاوی در متون گزارش‌های ارائه شده شرکت‌ها، مستقیماً از واژه شهروندی استفاده نشده بود، اما لحن گزارشگری مالی شرکت‌ها به دلیل مسئولیت‌های آنان در قبال ذینفعان، اجتماع و محیط‌زیست نشان از وجود ارزش‌های دانش شهروندی در گزارشگری پایدار شرکت‌ها بود. طرقة و همکاران (۱۴۰۰) پژوهشی تحت عنوان «الگوی ماهیت شناسی رفتار شهروندی حسابداری» انجام دادند. جهت‌گیری این پژوهش، بنیادی؛ فلسفه آن، ساخت‌گرایی؛ روش مورد استفاده آن، کیفی و از نوع تکنیک تحلیل مضمون بود. تحلیل داده‌ها نیز با استفاده از سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام گرفته بود و داده‌ها در قالب ۹۹ مفهوم، ۳۶ مقوله فرعی و ۱۶ مقوله اصلی دسته‌بندی گردیده بودند. بر این اساس، مضمون رفتار شهروندی در حسابداری شامل سه بعد فردی، گروهی و سازمانی می‌باشد. بعد فردی این رفتار، مقوله‌های «انضباط فردی»، «جوانمردی»، «آداب رفتاری»، «ارتقای فردی»، «وجدان کاری» و «ابتکار فردی»؛ بعد گروهی آن مقوله‌های «فداکاری»، «نوع دوستی»، «رفتارهای کمک‌کننده» و «اخلاق حرفه‌ای» و در نهایت، بعد سازمانی آن نیز شامل مقوله‌های «فضیلت سازمانی»، «اطاعت سازمانی»، «اجابت

سازمانی»، «وفاداری سازمانی»، «مشارکت سازمانی» و «تعصب سازمانی» بود. حجازی و همکاران (۱۳۹۹) پژوهشی تحت عنوان «رابطه رهبری اخلاقی و رفتارهای شهروند شرکتی با نقش تعدیل گر خودکارآمدی، احترام و تعامل بین مدیر و کارکنان» انجام دادند. این پژوهش کاربردی و از نوع توصیفی-همبستگی بود و جامعه آن را کل کارکنان شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تشکیل می‌دهد. نمونه برگزیده شامل ۱۰۲ نفر است که با استفاده از نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شده‌اند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که بین رهبری اخلاقی و شهروند شرکتی در بعد فردی و سازمانی روابط مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین، خودکارآمدی، احترام و تعامل بین مدیر و کارکنان روابط بین رهبری اخلاقی و شهروند شرکتی در بعد فردی و سازمانی را به گونه‌ای مثبت تعدیل می‌کند. خواجهی و محمدیان (۱۳۹۷) پژوهشی تحت عنوان «الگوی مفهومی حسابداری شهروندی مبتنی بر تفکر انتقادی» انجام دادند. نتایج نشان داد، که نقش پاسخگویی در برابر جامعه و شهروندان از سطح کلان (دولت) به سطح خرد (شرکت‌ها به‌عنوان شهروند شرکتی) و نهایتاً به حسابداران (حسابداری شهروندی) انتقال یافته است و حسابداران جهت ادای حقوق شهروندان (درجهت کمک به دولت) موظفند با رعایت کردن اخلاقیات (عدل و انصاف) و تهیه اطلاعاتی سودمند، در قبال جامعه و شهروندان پاسخگو باشند.

روش شناسی پژوهش

در این پژوهش همانند فرآیند تحلیل در روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره، ابتدا مولفه‌های پژوهش جهت ارتقای سطح کارکردهای شهروندی در گزارشگری شرکت‌های بازار سرمایه براساس فرآیند تحلیل فراترکیب مورد شناسایی قرار می‌گیرد تا براساس آن ساختار مسئله که شامل یک مقایسه زوجی بین مولفه‌های پژوهش است، مورد کنکاش قرار گیرد. براین اساس می‌توان بیان نمود، از نظر ماهیت روش شناسی نتیجه، این پژوهش در دسته پژوهش‌های توسعه‌ای قرار می‌گیرد، زیرا عدم‌انجام نظری در باب مفاهیم و تئوری‌های مرتبط به این حوزه، باعث گردیده است تا این پژوهش به دنبال ایجاد یک رویکرد یکپارچه در مورد گزارشگری شهروند شرکتی باشد. از سوی دیگر، براساس نوع داده، این پژوهش ترکیبی است، زیرا در بخش کیفی از طریق غربالگری نظری براساس روش سیستماتیک فراترکیب، این پژوهش به دنبال شناسایی مولفه‌های گزارشگری شهروند شرکتی

می‌باشد و سپس در بخش کمی از طریق تحلیل ماتریس قطبی براساس روش تصمیم‌گیری چندمعیاره، الگویی از گزارشگری شهروند شرکتی را مورد بررسی قرار می‌دهد. معمولاً فرآیندهای تصمیم‌گیری براساس مولفه و گزاره که در قالب تحلیل ماتریسی و براساس مقایسه زوجی مورد بررسی قرار می‌گیرند، یکی از بهترین فرآیندهای رتبه‌بندی تفسیری می‌باشند. در اجرای فرآیند رتبه‌بندی تفسیری، روابط بین معیارها در قالب روابط ضمنی و انتقال‌پذیر همانند فرآیند رتبه‌بندی تفسیری مورد استفاده قرار می‌گیرد.

جامعه آماری پژوهش

جامعه آماری در بخش کیفی، شامل ۱۵ نفر از متخصصان و خبرگان رشته حسابداری در سطح دانشگاهی هستند، که به واسطه انجام پژوهش‌های علمی در زمینه مشابه، دارای رویکردی تخصصی و علمی در این رابطه می‌باشند. این افراد از طریق روش نمونه‌گیری همگن انتخاب شدند. همچنین، براساس تحلیل فراترکیب، در این بخش از پژوهش‌هایی مرتبط با مفاهیم پژوهش بهره‌برده می‌شود. در فاز دوم، به منظور انجام بخش تحلیل تفسیری رتبه‌بندی، از ۲۴ نفر از مدیران شرکت‌های بازار سرمایه که چه به لحاظ دانشی و چه به لحاظ تجربی دارای سابقه بودند، خواسته شده تا براساس پرسشنامه‌های ماتریسی نسبت به مقایسه سطری «I» و ستونی «J» مولفه‌ها با یکدیگر اقدام شود. قابل ذکر است که باتوجه به اینکه تحلیل رتبه‌بندی تفسیری (IRP) یک تحلیل مبتنی بر تجزیه و تحلیلی ماتریسی می‌باشد، باید براساس معیار مشخصی همچون تجربه یا دانش تخصصی مشارکت‌کنندگان مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد.

یافته‌های پژوهش

براساس مفهوم حاضر در این پژوهش باتوجه به اینکه، چارچوب منسجمی وجود ندارد، ابتدا از طریق شیوه‌های تحلیل کیفی نسبت به انتخاب مولفه‌های پژوهش و تعیین پایایی آن استفاده می‌شود و سپس براساس تحلیل رتبه‌بندی تفسیری در بخش تحلیل کمی نسبت به تعیین تأثیرگذارترین مولفه‌ها اقدام می‌شود. براین اساس، ابتدا در بخش تحلیل کیفی، تحلیل فراترکیب، دلفی و سپس در بخش کمی، تحلیل تفسیری رتبه‌بندی ارائه خواهد شد.

در بخش اول و براساس تحلیل فراترکیب طی بازه زمانی ۲۰۲۱-۲۰۱۸ نسبت به تعیین پژوهش‌های مشابه جهت غربالگری محتوایی اقدام می‌شود تا بتوان مولفه‌های گزارشگری شهروند شرکتی را تعیین نمود. بنابراین، ابتدا می‌بایست براساس مرور پژوهش‌های تجربی مشابه، براساس عنوان، محتوا و تحلیل، پژوهش‌هایی مورد بررسی قرار گیرد که بیشترین نزدیکی را با موضوع پژوهش دارد. براساس این سه مرحله، ۱۲ پژوهش تأیید گردید. در گام سوم، از نظر ارزیابی انتقادی با مشارکت خبرگان، پژوهش‌های انتخاب شده، مورد تحلیل قرار گیرد. این فرآیند شامل ۱۰ معیار زیر است که براساس امتیاز حداقل (۱) و حداکثر (۵) مورد بررسی قرار می‌گیرد. مجموع امتیازها براساس ۱۰ معیار می‌تواند ۵۰ باشد که اگر پژوهشی امتیاز ۳۰ و بیش از آن را کسب نماید، وارد گام چهارم می‌شود. براساس شناخت بهتر فرآیند انجام تحلیل در این گام، با مشارکت خبرگان پژوهش، ۱۲ پژوهش اولیه تأیید شده، مورد واکاوی امتیازی براساس تحلیل ارزیابی انتقادی قرار گرفت.

جدول ۱. تحلیل ارزیابی انتقادی

پژوهش‌های داخلی	پژوهش‌های بین‌المللی											پژوهش‌های تأیید شده	معیارهای ارزیابی انتقادی
	۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲		
خراشوری و محمدیان (۱۳۹۸)	محمدیان و ستایش (۱۳۹۹)	حجازی و همکاران (۱۳۹۹)	ایرانی و همکاران (۱۴۰۰)	ابوبن‌سب و همکاران (۲۰۱۸)	آرورا (۲۰۱۸)	آگودو و همکاران (۲۰۱۹)	کلس و لریتر (۲۰۱۹)	لمو و لیس (۲۰۲۰)	اسپینو و آنتونیو (۲۰۲۰)	اوجیلا و ساری (۲۰۲۰)	آندرسون و یوهانسون (۲۰۲۱)	هدف	
۲	۴	۳	۳	۴	۲	۳	۳	۴	۳	۲	۵	روش	
۳	۳	۳	۳	۳	۲	۳	۳	۴	۴	۱	۴	طرح	
۲	۴	۳	۳	۴	۲	۴	۴	۴	۴	۲	۳	نمونه‌گیری	
۱	۴	۴	۲	۴	۳	۳	۳	۴	۴	۳	۴	جمع‌آوری	
۲	۳	۳	۳	۴	۲	۴	۴	۳	۴	۲	۳	تعمیم	
۱	۴	۴	۲	۴	۱	۵	۲	۴	۳	۳	۳	اخلاقی	
۲	۴	۴	۲	۴	۳	۴	۳	۴	۴	۳	۳	تحلیل	
۲	۳	۳	۳	۴	۳	۵	۳	۳	۵	۳	۴	تئوریک	
۲	۴	۴	۳	۳	۲	۴	۳	۴	۴	۲	۴	ارزش	
۲	۴	۴	۳	۴	۳	۴	۴	۴	۴	۲	۴	جمع	
۱۹	۳۷	۳۴	۲۷	۳۷	۲۳	۳۹	۳۳	۳۷	۳۹	۲۳	۳۷		

پس از انجام فرآیند ارزیابی انتقادی مشخص گردید، ۴ پژوهش از مجموع پژوهش‌های تایید شده، به دلیل اینکه امتیاز زیر ۳۰ را کسب نمودند، حذف گردیدند. در ادامه به منظور تعیین مولفه‌های گزارشگری شهروند شرکتی از فرآیند انتخاب بیشترین جمع توزیع فراوانی با واکاوی محتوایی در پژوهش‌های تایید شده، استفاده می‌شود. براساس پژوهش‌های تایید شده، ابتدا کلیه معیارهای مربوط به مفهوم پژوهش تعیین و در ستون جدول (۲) آورده می‌شود تا با قراردادن علامت «» در جلوی هر پژوهش، در نهایت مشخص شود، بیشترین فراوانی مولفه گزارشگری شهروند شرکتی کدام است.

جدول ۲. فرآیند تعیین مولفه‌های گزارشگری شهروند شرکتی

شماره	محققان مولفه‌ها	پژوهش‌های خارجی						داخلی		جمع
		(۲۰۱۱) آندریسون و یوهانسون	(۲۰۲۰) استیونسون و آنتونیوس	(۲۰۲۰) لیب و لیب	(۲۰۱۹) کسلوس و لوبیتز	(۲۰۱۹) آگر دلو و همکاران	(۲۰۱۸) آبه‌تایب و همکاران	(۱۳۹۹) حجازی و همکاران	(۱۳۹۷) محمدیان و ستایش	
۱	اترزی	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	۵
۲	حقوق بشر		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	۵
۳	منابع انسانی			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	۵
۴	حفاظت از مالکیت سهامداران	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		۵
۵	مسائل شرعی								<input checked="" type="checkbox"/>	۱
۶	هیئت‌مدیره		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	۵
۷	حقوقی و قضایی			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>	۳
۸	پولشویی و مبارزه با فساد				<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>	۳
۹	کنترل داخلی	<input checked="" type="checkbox"/>								۲
۱۰	محیط‌زیست	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		۶
۱۱	ریسک	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		۶
۱۲	ابعاد اقتصادی			<input checked="" type="checkbox"/>					<input checked="" type="checkbox"/>	۳
۱۳	بازار								<input checked="" type="checkbox"/>	۲
۱۴	تأمین مالی			<input checked="" type="checkbox"/>						۱
۱۵	چشم‌اندازهای توسعه			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				۳
۱۶	رعایت قوانین	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>	۵

در این بخش ۸ مولفه اصلی به‌عنوان مبانی اصلی گزارشگری شهروند شرکتی براساس بیشترین فراوانی در پژوهش‌های تأیید شده، انتخاب شدند. در گام بعدی، به منظور تعیین اجماع نظر خبرگان برای متناسب بودن مولفه‌های پژوهش با مقوله‌ی گزارشگری شهروند شرکتی در سطح بازار سرمایه ایران، از تحلیل دلفی براساس دو معیار میانگین و ضریب توافق استفاده شد. برای انجام این بخش با توجه به مقیاس ۷ گزینه‌ای ارزیابی، طبق جدول (۳) نتایج تحلیل دلفی ارائه شده است.

جدول ۳. فرآیند تحلیل دلفی برای تعیین اجماع نظر خبرگان

	نتیجه	دور دوم دلفی		دور اول دلفی		
		ضریب توافق	میانگین	ضریب توافق	میانگین	
مولفه‌های ارزیابی گزارشگری شهروند شرکتی	انرژی	تایید	۰/۶۵	۵/۳۰	۰/۶۰	۵/۲۰
	حقوق بشر	تایید	۰/۸۵	۶/۲۰	۰/۸۰	۶
	منابع انسانی	تایید	۰/۵۵	۵/۱۰	۰/۵۰	۵
	مالکیت سهامداران	تایید	۰/۷۵	۵/۵۰	۰/۶۵	۵/۳۰
	هیئت‌مدیره	تایید	۰/۸۵	۶/۲۰	۰/۸۰	۶
	محیط زیست	تایید	۰/۶۵	۵/۳۰	۰/۶۰	۵/۲۰
	ریسک	تایید	۰/۷۵	۵/۵۰	۰/۶۵	۵/۳۰
	رعایت قوانین	تایید	۰/۶۵	۵/۳۰	۰/۶۰	۵/۲۰

نتایج پس از دو دور تحلیل در گام دلفی نشان داد، تمامی مولفه‌های پژوهش براساس ضریب توافق و میانگین مورد تأیید قرار گرفتند. بنابراین، مجموعاً ۸ مولفه گزارشگری شهروند شرکتی براساس چارچوب نظری تدوین شده زیر، وارد فاز تحلیل رتبه‌بندی تفسیری می‌شوند.

در ادامه همانطور که پیش‌تر توضیح داده شد، پژوهش وارد فاز تحلیل رتبه‌بندی تفسیری می‌شود تا اثرگذارترین مولفه‌ی مربوط به گزارشگری شهروند شرکتی را مشخص نماید. جهت مقایسه زوجی مولفه‌های پژوهش از فرآیند ارزیابی تاثیرگذاری سطر «*A*» بر ستون «*A*» و یا برعکس و یا متقابل، استفاده شد. به منظور ایجاد ماتریس‌های تعاملی ابتدا می‌بایست سطح ارتباط مستقیم، متقارن و یا غیرمستقیم را همسو با توضیح‌ها مور توجه قرار داد. برای تعیین نوع روابط پیشنهاد شده است که از نظر مشارکت کنندگان براساس نمادهای مندرج در جدول (۴) استفاده شد.

جدول ۴. روابط مفهومی در تشکیل ماتریس خود تعاملی ساختاری

اختصارات تعریف شده				
O	X	A	V	
$i \not\leftrightarrow j$	$i \leftrightarrow j$	$i \leftarrow j$	$i \Rightarrow j$	تشریح ریاضی
عدم وجود اثر سطر و ستون	اثر متقابل سطر و ستون	اثر مستقیم ستون بر سطر	اثر مستقیم سطر بر ستون	تشریح تفسیری

به عبارت دیگر، از طریق تدوین یک پرسشنامه ماتریسی، مشابه جدول (۵) و توزیع آن در بین مشارکت کنندگان بخش کمی، از آنان خواسته شده تا نسبت به مقایسه سطری و ستونی ابعاد کد گذاری شده براساس امتیازهای « $X = 4$ »؛ « $V = 3$ »؛ « $A = 2$ »؛ « $O = 1$ » اقدام نمایند. به عنوان مثال در واقع قرار دادن عدد «۴» در ماتریس سطری و ستونی نشان دهنده تأثیر متقابل هر دو معیار بر یکدیگر می باشد. پس از جمع آوری داده ها از طریق شاخص «مد» نسبت به اختصا ص نماد ماتریسی در تقاطع اثر سطری و ستونی اقدام گردید. با عنایت به اختصارات این تحلیل، در ادامه نسبت به تشکیل ماتریس خود تعاملی ساختاری (SSIM) اقدام شد.

جدول ۵. ماتریس خود تعاملی مولفه های گزارشگری شهروند شرکتی

	C	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	
مولفه های مستقر سطر «i»	انرژی	C1	-	O	O	V	A	X	V	O
	حقوق بشر	C2		-	X	X	A	O	A	O
	منابع انسانی	C3			-	O	A	O	O	O
	مالکیت سهامداران	C4				-	A	O	A	A
	هیئت مدیره	C5					-	O	O	V
	محیط زیست	C6						-	A	A
	ریسک	C7							-	X
	رعایت قوانین	C8								-
مولفه های مستقر ستون «j»										

در این بخش می بایست نسبت به تعیین ماتریس تفسیری براساس مقایسه سطر « i » و ستون « j » و شاخص مد به ترتیب زیر اقدام شود.

جدول ۶. تحلیل تفسیری ماتریس متقابل مولفه‌های گزارشگری شهروند شرکتی

C8	C7	C6	C5	C4	C3	C2	C1	
	افشای انرژی در راستای ارائه جزئیات ریسک	افشای انرژی در راستای حفاظت از محیط زیست		افشای انرژی مبنایی در راستای منافع سهامداران			-	C1
				ارائه اطلاعات حقوق بشر مبنایی منافع سهامداران	ارائه اطلاعات حقوق بشر مبنای رعایت منابع انسانی	-		C2
						عملکردهای منابع انسانی در راستای صیانت از حقوق بشر		C3
						حفظ مالکیت سهامداران مبنایی برای ارائه حقوق بشر		C4
هیئت مدیره محرکی برای عملکردهای حقوقی و قضایی				هیئت مدیره محرکی برای حفاظت از مالکیت	هیئت مدیره محرکی برای ارائه اطلاعات منابع انسانی	هیئت مدیره محرکی برای ارائه حقوق بشری	هیئت مدیره محرک افشای انرژی	C5
							حفاظت از محیط زیست مبنای افشای انرژی	C6
افشای جزئیات ریسک در راستای شفافیت حقوقی و قضایی		افشای جزئیات ریسک در راستای حفاظت از محیط زیست		افشای ریسک در راستای حفاظت از مالکیت سهامداران		افشای جزئیات ریسک در راستای ارائه اطلاعات حقوق بشری		C7
	افشای عملکردهای حقوقی مبنایی برای کاهش ریسک	افشای عملکردهای حقوقی مبنایی برای حفاظت از محیط زیست		افشای عملکردهای حقوقی مبنایی برای حفاظت از مالکیت				C8

مولفه‌های مستقر سطر ۱ تا ۸

مولفه‌های مستقر ستون ۱ تا ۸

در این بخش، براساس فرآیند تبدیل اختصارهای تعریف شده در جدول (۴)، نحوه تبدیل نمادهای اختصاری ارائه شده در جدول (۷)، توسط خبرگان پژوهش، به نمادهایی متشکل از مقادیر ۰ و ۱ در جدول (۸)، تبدیل شدند.

جدول ۸. فرآیند تبدیل نمادهای اختصاری به ۰ و ۱

تبدیل نمادهای مفهومی به اعداد کمی		نماد مفهومی
V	خانه‌ی مربوط به این زوج در ماتریس دستیابی عدد ۱ و خانه‌ی قرینه‌ی آن عدد ۰ قرار می‌گیرد.	
A	خانه‌ی مربوط به این زوج در ماتریس دستیابی عدد ۰ و خانه‌ی قرینه‌ی آن عدد ۱ قرار می‌گیرد.	
X	خانه‌ی مربوط به این زوج در ماتریس دستیابی عدد ۱ و خانه‌ی قرینه‌ی آن عدد ۱ قرار می‌گیرد.	
O	خانه‌ی مربوط به این زوج در ماتریس دستیابی عدد ۰ و خانه‌ی قرینه‌ی آن عدد ۰ قرار می‌گیرد.	

در این بخش براساس این مفاهیم، اقدام به تشکیل ماتریس دستیابی جهت تعیین مقایسه سطر «i» و ستون «j» براساس مقادیر ۰ و ۱ اقدام شد.

جدول ۸. ماتریس دستیابی مولفه‌های گزارشگری شهروند شرکتی

	C	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	
مولفه‌های مستقر سطر «i»	انرژی	C1	۱	۰	۰	۱	۰	۱	۱	۱
	حقوق بشر	C2	۰	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰
	منابع انسانی	C3	۰	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰
	مالکیت سهامداران	C4	۰	۱	۰	۱	۰	۰	۰	۰
	هیئت‌مدیره	C5	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۱
	محیط‌زیست	C6	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰
	ریسک	C7	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۱	۱
	رعایت قوانین	C8	۰	۰	۰	۱	۰	۱	۱	۱
مولفه‌های مستقر ستون «j»										

در ادامه‌ی تحلیل جهت تعیین ارتباط غیرمستقیم بین مولفه‌های گزارشگری شهروند شرکتی، مقایسه‌ی زوجی i امین مولفه به صورت دو به دو با تمام عناصر از (i + 1) ام تا n ام مورد مقایسه

قرار گرفت. برای هر ارتباط پاسخ بله از گزینه «» استفاده شده است که به معنای وجود ارتباط قطعی بین مولفه‌های پژوهش است.

جدول ۹. مقایسه زوجی بین مضامین گزاره‌ای براساس فرم ماتریس

ماتریس متقابل C1...C6														
C8 -C1	C1 -C8	C7 -C1	C1 -C7	C6 -C1	C1 -C6	C5 -C1	C1 -C5	C4 -C1	C1 -C4	C3 -C1	C1 -C3	C2 -C1	C1 -C2	C1
		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
ماتریس متقابل C2...C6														
C8 -C2	C2 -C8	C7 -C2	C2 -C7	C6 -C2	C2 -C6	C5 -C2	C2 -C5	C4 -C2	C2 -C4	C3 -C2	C2 -C3	C2 -C2	C2 -C3	C2
							<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
ماتریس متقابل C3...C8														
C8 -C3	C3 -C8	C7 -C3	C3 -C7	C6 -C3	C3 -C6	C5 -C3	C3 -C5	C4 -C3	C3 -C4	C3 -C3	C3 -C4	C3 -C4	C3 -C4	C3
				<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>						
ماتریس متقابل C4...C8														
C8 -C4	C4 -C8	C7 -C4	C4 -C7	C6 -C4	C4 -C6	C5 -C4	C4 -C5	C4 -C4	C4 -C5	C4 -C4	C4 -C5	C4 -C5	C4 -C5	C4
	<input checked="" type="checkbox"/>								<input checked="" type="checkbox"/>					
ماتریس متقابل C5-C8														
C8 -C5	C5 -C8	C7 -C5	C5 -C7	C6 -C5	C5 -C6	C5 -C5	C5 -C6	C5 -C6	C5 -C6	C5 -C6	C5 -C6	C5 -C6	C5 -C6	C5
									<input checked="" type="checkbox"/>					
ماتریس متقابل C6-C8														
C8 -C6	C6 -C8	C7 -C6	C6 -C7	C6 -C6	C6 -C7	C6 -C6	C6 -C7	C6 -C7	C6 -C7	C6 -C7	C6 -C7	C6 -C7	C6 -C7	C6
									<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				
ماتریس متقابل C7-C8														
C8 -C7	C7 -C8	C7 -C7	C7 -C8	C7 -C7	C7 -C8	C7 -C7	C7 -C8	C7 -C7	C7 -C8	C7 -C7	C7 -C8	C7 -C7	C7 -C8	C7

براساس این نتایج مشخص می‌شود، اگر مولفه‌ی C1 با مولفه‌ی C2 بدون ارتباط تفسیر شده باشد، اما ارتباط بین C2 با C3 به صورت مستقیم تعریف شده است، براساس اجرای دستور بولین پروداکت در نرم‌افزار متلب می‌توان ارتباط C1 با C3 به صورت متقارن و در قالب «^{*}۱» تعیین شود. بنابراین، نتایج این بخش در جدول (۱۰) به ترتیب زیر ارائه شده است.

جدول ۱۰. ماتریس دستیابی نهایی مولفه‌های گزارشگری شهروند شرکتی

	C	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8
مولفه‌های مستقر سطر «i»	انرژی	C1	۱	۰	۰	۱	۰	۱	۱
	حقوق بشر	C2	۰	۱	۱	۱	۰	۱ ^۰	۰
	منابع انسانی	C3	۰	۱	۱	۰	۰	۱ ^۰	۰
	مالکیت سهامداران	C4	۰	۱	۰	۱	۰	۱ ^۰	۰
	هیئت مدیره	C5	۱	۱	۱	۱	۱	۱ ^۰	۱
	محیط زیست	C6	۱	۰	۰	۰	۰	۱ ^۰	۰
	ریسک	C7	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۱
	رعایت قوانین	C8	۰	۰	۰	۱	۰	۱	۱
مولفه‌های مستقر ستون «j»									
تأثیرگذاری انتقالی									
تأثیرگذاری مستقیم									

باتوجه به مشخص شدن، سطح تاثیرگذاری مستقیم و انتقالی مولفه‌های گزارشگری شهروند شرکتی، در گام بعد اقدام به تعیین درصدهای امتیاز مجموع سطح تاثیرگذاری‌ها می‌شود که این نتایج در قالب جدول (۱۱) ارائه شده است.

جدول ۱۱. درصد امتیازهای سطح تاثیرگذاری مضامین استیلای قدرت

	C	تأثیرگذاری			درصد تاثیرگذاری جامع	Rank		
		اثر مستقیم	تأثیرگذاری انتقالی	تأثیرگذاری تفسیری				
مولفه‌های گزارشگری شهروند شرکتی	انرژی	C1	۵	۰	۳	۸	۱۴/۸۱	2 th
	حقوق بشر	C2	۳	۱	۲	۶	۱۱/۱۱	5 th
	منابع انسانی	C3	۲	۱	۱	۴	۷/۴	6 th
	مالکیت سهامداران	C4	۲	۱	۱	۴	۷/۴	6 th
	هیئت مدیره ^۰	C5	۶	۱	۵	۱۲	۲۲/۲۲	1 th
	محیط زیست	C6	۲	۱	۱	۴	۷/۴	6 th
	ریسک	C7	۵	۰	۴	۹	۱۱/۶۶	4 th
	رعایت قوانین	C8	۴	۰	۳	۷	۱۲/۹۶	3 th
مجموع		۲۹	۵	۲۰	۵۴			
درصد		۵۳/۷۰	۹/۲۵	۳۷/۰۳				

نتایج نشان داد، ۵۳/۷۰ درصد ارتباط بین مولفه‌های گزارشگری شهروند شرکتی، مستقیم و تنها ۹/۲۵ درصد دارای تاثیرگذاری انتقالی هستند. از مجموع تاثیرگذاری کلی مبتنی بر مقیاسه زوجی بین مولفه‌های پژوهش مشخص شد، درصد تاثیرگذاری مولفه‌ی افشای اطلاعات هیئت‌مدیره نسبت به بقیه مولفه‌های گزارشگری شهروند شرکتی بیشتر است، که به معنای آن است که جهت جاری‌سازی رویکرد گزارشگری شهروند شرکتی در سطح شرکت‌های بازار سرمایه، افشاء اطلاعات مربوط به کارکردهای هیئت‌مدیره نسبت به سایر مولفه از اثربخشی بالاتری برخوردار است. در ادامه باهدف تقویت شناخت مولفه‌های پژوهش از نظر ماتریس میک‌مک، اقدام به جایگذاری هریک از مولفه‌های پژوهش در درون این ماتریس شد.

جدول ۱۲. تعیین قدرت نفوذ و وابستگی مولفه‌های گزارشگری شهروند شرکتی

		C	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	قدرت نفوذ
مولفه‌های مستقر سطر «ا»	انرژی	C1	۱	۰	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۵
	حقوق بشر	C2	۰	۱	۱	۱	۰	۰	۱	۰	۴
	منابع انسانی	C3	۰	۱	۱	۰	۰	۰	۱	۰	۳
	مالکیت سهامداران	C4	۰	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۰	۳
	هیئت‌مدیره	C5	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۷
	محیط‌زیست	C6	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۰	۳
	ریسک	C7	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۵
	رعایت قوانین	C8	۰	۰	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۴
قدرت وابستگی			۳	۵	۳	۶	۱	۴	۸	۴	
مولفه‌های مستقر ستون «ا»											

براساس تعیین قدرت نفوذ و وابستگی اقدام به تحلیل گره‌ها و لینک‌های هریک از مولفه‌های پژوهش در قالب تحلیل نموداری میک‌مک شد. براساس قدرت نفوذ و وابستگی در جدول (۱۲)، مولفه‌ها در ۴ ربع نمودار میک‌مک جایگذاری می‌شوند.

		رُبع مستقل				رُبع پیوندی			
قدرت نفوذ	8								
	7	[[C5]]							
	6								
	5			[[C1]]				[[C7]]	
	4				[[C8]]	[[C2]]			
	3			[[C3]]	[[C6]]		[[C4]]		
	2								
	1								
		1	2	3	4	5	6	7	8
		رُبع خودمختاری				رُبع وابسته			
		قدرت وابستگی							

نمودار ۱. (MICMAC) قرارگرفتن مولفه‌های پژوهش براساس قدرت نفوذ و وابستگی

همانطور که نتایج نشان می‌دهد، در رُبع اول، یعنی خودمختاری، سه مولفه‌ی منابع انسانی، رعایت قوانین و محیط‌زیست قرار دارند که از نظر، اهمیت در بین مولفه‌های پژوهش از جایگاه پایینی برخوردار هستند، زیرا به دلیل میزان وابستگی و قدرت هدایت کمی دارند، نقش اثرگذاری در فرآیندهای گزارشگری شهروند شرکتی در سطح بازار سرمایه ایفا نمی‌کنند. از سوی دیگر، در رُبع وابسته مشخص شد، دو مولفه حقوق بشر و مالکیت سهامداران قرار دارند که اگرچه قدرت نفوذ پایین تری از حد مطلوب دارند، اما از قدرت وابستگی قوی برخوردار هستند. دو مولفه‌ی حقوق بشر و مالکیت سهامداران تحت تأثیر متغیرهای رُبع مستقل و پیوندی قرار دارند. در رُبع مستقل مشخص شد دو مولفه افشاء انرژی و هیئت‌مدیره دارای قدرت نفوذ بسیار بالایی در کارکردهای گزارشگری شهروند شرکتی در سطح بازار سرمایه هستند و متغیر افشاء ریسک نیز براساس قدرت وابستگی بالا و قدرت نفوذ متوسط، تحت تأثیر دو مولفه افشاء انرژی و هیئت‌مدیره جهت اثربخشی گزارشگری شهروند شرکتی می‌باشند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد، افشاء کارکردهای هیئت‌مدیره از اثربخش‌ترین مولفه‌ها است که به دلیل قدرت نفوذ بالاتر، بر سایر متغیرها اثر می‌گذارد و از آنان تأثیر نمی‌پذیرد. بنابراین، این مولفه مهم‌ترین مبنایی است که انتظارات بازار سرمایه می‌تواند داشته باشد تا کارکردهای گزارشگری مالی از اثربخشی بالاتری برخوردار باشد.

بحث و نتیجه گیری

هدف این پژوهش طراحی مدل گزارشگری شهروند شرکتی براساس تحلیل رتبه‌بندی تفسیری می‌باشد. همانطور که فرآیند طی شده پژوهش نشان داد، در بخش اول یافته‌ها، تلاش شد تا از طریق

فرآیندهای تحلیل کیفی نسبت به تعیین ابعاد گزارشگری شهروند شرکتی اقدام شود. با عنایت به ابعاد شناسایی شده در بخش کیفی و تأیید ابعاد از طریق تحلیل دلفی، در قالب شکل (۴) چارچوب نظری پژوهش مشخص می‌شود.



شکل ۴. الگوی نظری پژوهش

سیس باهدف پاسخ به سوال دوم پژوهش مبنی بر انتخاب تأثیرگذارترین مولفه‌های گزارشگری شهروند شرکتی، از تحلیل رتبه‌بندی تفسیری و تحلیل میک‌مک استفاده شد. نتایج حاکی از تأیید افشاء اطلاعات عملکردها و رویه‌های هیئت‌مدیره در قالب گزارش‌های همراه صورت‌های مالی است. در واقع این نتیجه نشان می‌دهد، از آنجاییکه گزارشگری شهروند شرکتی دارای ماهیتی مبتنی بر ایجاد توازن و تعادل در رابطه با نیازهای اطلاعاتی بین ذینفعان دارد، ارائه‌ی اطلاعات هیئت‌مدیره به شکل مصداقی‌تر می‌تواند کارکرد این نظریه را به اجرا درآورد و ظرفیت‌های مشارکت ذینفعان در قالب توسعه رویکرد شهروندی توسعه یابد. بنابراین، شرکت‌ها فراتر از الزامات تدوین شده در خصوص افشاء اطلاعات، به صورت اختیاری می‌توانند با ارائه گزارش‌هایی در خصوص ساختار و ترکیب هیئت‌مدیره به ذینفعان این اجازه را بدهند که نظارت دقیق‌تری بر عملکردهای آنان داشته باشند تا از این طریق شکاف نمایندگی کاهش یابد. از سوی دیگر، افشاء اطلاعات مربوط به تعداد و برگزاری جلسات و خروجی‌های آن به ذینفعان، باعث خواهد شد تا شرکت براساس وظیفه‌ی شهروندی خود

در مقابل انتظارات بر آمده از بسترهای اجتماعی، مسئولانه‌تر پاسخگویی نماید و این موضوع سبب توسعه پایدار مشروعیت شرکت در برابر ذینفعان گردد. افشاء پاداش هیئت‌مدیره و مدیران شرکت و ارزیابی کمیته‌های تخصصی از عملکردهای شرکت نیز بخش دیگری از کارکردهای مولفه‌ی هیئت‌مدیره در گزارشگری شهروند شرکتی می‌باشد که می‌تواند توازن و تقارن اطلاعاتی بالاتری را برای ذینفعان ایجاد کند. وجود این دست از اطلاعات علیرغم کیفیت‌بخشیدن به افشاء اطلاعات می‌تواند به احساس اعتماد و اطمینان ذینفعان به عملکردهای شرکت در بلندمدت کمک نماید و توجه به آن به‌عنوان یک رویه گزارشگری سبب کسب مزیت و برتری شرکت در مقابل سایر رقبا گردد. براساس تفسیر نتایج حاصل و در پیوند با نظریه‌های ظهور یافته مدرن در حوزه تعامل‌گرایی شرکت‌ها با ذینفعان در کنار رویکرد گزارشگری شهروند شرکتی می‌بایست به نظریه‌هایی همچون نظریه آتروپوسن در شیوه‌ی تعامل عملکردهای انسان با محیط‌زیست، کنش علی/ رفتاری حسابداری اجتماعی و یا هم‌آوایی گفتمان‌های زیست‌محیطی با عملکردهای اجتماعی شرکت‌ها اشاره داشت که نقطه اشتراک تمامی این نظریه‌ها، تبیین و توسعه فراگیر ارزش‌های اجتماعی شرکت‌ها در برابر رعایت حقوق ذینفعان می‌باشد تا بتواند از طریق افشاء اطلاعات به ویژه اطلاعات اختیاری در اثربخشی تعامل بین شرکت‌ها با ذینفعان به طور پایدارتر اقدام نمایند.

نتیجه کسب‌شده با پژوهش‌های اسپوسیتو و آنتونیوسی (۲۰۲۰)؛ لیو و لین (۲۰۲۰)؛ آگودلو و همکاران (۲۰۱۹)؛ ابوتایب و همکاران (۲۰۱۸) و محمدیان و ستایش (۱۳۹۷) مطابقت دارد.

براساس نتیجه کسب‌شده پیشنهاد می‌شود، سیاستگذاران و تدوین‌کنندگان قوانین ناظر بر عملکرد شرکت‌های بازار سرمایه همچون، سازمان بورس اوراق بهادار و سازمان حسابرسی به‌عنوان ارائه‌دهندگان قوانین و مقررات گزارشگری مالی، از طریق سازوکارهای تشویقی، هنجارهای رفتار گزارشگری مالی شرکت‌ها را توسعه بخشند و کمک نمایند تا شرکت‌ها براساس ابزارهایی همچون حسابداری اجتماعی در نقش یک شهروند مسئول ایفای نقش نمایند و نسبت به اشاعه ارزش‌های اجتماعی به ذینفعان در مقایسه با سایر رقبا پیش قدم باشند. همچنین، نهادهای بالادستی در گزارشگری مالی می‌توانند هنجارهایی از مسئولیت اجتماعی را در بازه زمانی بلندمدت‌تری بر سیطره بازار فراگیر کنند و از این طریق به انتظارات ذینفعان واکنش مثبت‌تری نشان دهند. از سوی دیگر، به شرکت‌ها در اجرای اصول راهبری شرکتی پیشنهاد می‌شود با افشاء اطلاعات مربوط به ترکیب، ساختار، حقوق و مزایا، نقش مثبت‌تری از نظر ایجاد اعتماد و اطمینان در بازار به نمایش بگذارند و به ارتقای جایگاه و رتبه افشاء خود که هر ساله توسط سازمان بورس اوراق بهادار اعلام می‌شود، کمک نمایند.

منابع

- ایرانی، حمیدرضا؛ سلطانی، مرتضی؛ جمشیدزاده، مولود؛ بابائی، یاور. (۱۴۰۰). شناسایی عوامل اثرگذار و اثرپذیر بر پذیرش شهروندی شرکتی در کسب و کارهای گردشگری، گردشگری و توسعه، ۱۰(۱): ۳۱۹-۳۰۳.
- حجازی، رضوان؛ حیاتی، نهاله. (۱۳۹۶). جهان شهروندی شرکتی؛ از مفاهیم تا اقدامات. *حسابداری و منافع اجتماعی*، ۷(۱): ۱۷-۳۴.
- حجازی، رضوان؛ رجب‌دوری، حسین؛ خانی‌ذلان، امیر رضا. (۱۳۹۹). رابطه رهبری اخلاقی و رفتارهای شهروند شرکتی با نقش تعدیل‌گر خودکارآمدی؛ احترام و تعامل بین مدیر و کارکنان، *اخلاق در علوم و فناوری*، ۱۵(۳): ۴۸-۴۰.
- حجازی، رضوان؛ نصیری، سیده‌سادات. (۱۳۹۳). مفاهیم شهروند شرکتی و مسئولیت اجتماعی، *حسابداری و منافع اجتماعی*، ۴(۴): ۱۸۳-۱۶۳.
- خواجوی، شکراله؛ محمدیان، محمد. (۱۳۹۷). الگوی مفهومی حسابداری شهروندی مبتنی بر تفکر انتقادی، *حسابداری مدیریت*، ۱۱(۳۷): ۹۷-۱۰۶.
- طرقه، سهیلا؛ رضایی، فرزین؛ کردستانی، غلامرضا. (۱۴۰۰). الگوی ماهیت‌شناسی رفتار شهروندی حسابداری، *دو فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری*، ۶(۱۲): ۲۵-۱.
- محمدیان، محمد؛ ستایش، محمدحسین. (۱۳۹۷). الگویی برای گزارشگری مالی و غیرمالی بانک‌ها: از طریق شاخص‌سازی گزارشگری شهروند شرکتی، *پژوهش‌های کاربردی در گزارشگری مالی*، ۷(۱): ۴۳-۷۰.
- محمودخانی، مهناز؛ رحمانی، علی؛ همایون، سعید؛ نیاکان، لیلی. (۱۴۰۰). شناسایی مؤلفه‌های گزارشگری پایداری در صنعت بیمه، *دو فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری*، ۶(۱۱): ۲۱۶-۱۸۷.

References

- Abu-Tayeh, G; Neumann, O; Stuermer, M. (2018). Exploring the Motives of Citizen Reporting Engagement: Self-Concern and Other-Oriented, *Business & Information Systems Engineering*, 60(1): 215-226.
- Agudelo, M, A, L; Jóhannsdóttir, L; Davídsdóttir, B. (2019). A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility, *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 4(1): 25-43.
- Andersen, S, E; Johansen, T, S. (2021). Corporate citizenship: Challenging the corporate centricity in corporate marketing, *Journal of Business Research*, 131(2): 686-699.

- Arora, N, K. (2018). Environmental Sustainability: necessary for survival, *Environmental Sustainability*, 1(1/2): 108-129.
- Caputo, F; Pizzi, S; Ligorio, L; Leopizzi, R. (2021). Enhancing environmental information transparency through corporate social responsibility reporting regulation, *Business Strategy and the Environment*.
- Carini, C; Rocca, L; Veneziani, M; Teodori, C. (2021). Sustainability regulation and global corporate citizenship: A lesson (already) learned? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(1): 116-126.
- Carroll, A. B. (1998). The four faces of corporate citizenship. *Business and Society Review*, 100 (1): 1-7.
- Carroll, A. B. (2016). Carroll's Pyramid of CSR: Taking another look. *International journal of corporate social responsibility*, 1(1): 1-8.
- Cassells, S; Lewis, K. (2019). Managing to be environmentally responsible: incentives and disincentives reported by small businesses, *Small Enterprise Research*, 26(1): 1-17.
- Esposito, P; Antonucci, G. (2021). NGOs, corporate social responsibility and sustainable development trajectories in a new reformative spectrum: 'New wine in old bottles or old wine in new bottles?' *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*.
- Fifka, M, S. (2013). Corporate Responsibility Reporting and its Determinants in Comparative Perspective – a Review of the Empirical Literature and a Meta-analysis, *Business Strategy and Environment*, 22(1): 1-35.
- Filizoz, B; Fişne, M. (2011). Corporate social responsibility: A study of striking corporate social responsibility practices in sport management. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 24(2): 1405-1417.
- Hejazi, R; Hayati, N. (2017). Corporate citizenship; from concepts to actions. Accounting, *Accountability and Community Interests*, 7 (1): 17-34. (In Persian)
- Hejazi, R; Nasiri, S, S. (2014). Concepts of Corporate Citizenship and Social Responsibility, *Accounting and Auditing Research*, 4 (4): 163-183. (In Persian)
- Hejazi, R; Rajabudari, H; Khani Zalan, A, R.(2020). The relationship between ethical leadership and corporate citizen behaviors with the role of moderator of self-efficacy; *Respect and interaction between manager and staff, Ethics in Science and Technology*, 15 (3): 40-48. (In Persian).
- Irani, H; Soltani, M; Jamshidzadeh, M; Babaei, Y. (1400). Identifying Influential and Influential Factors on Corporate Citizenship Acceptance in Acquiring Tourism, *Tourism and Development Businesses*, 10 (1): 303-319. (In Persian).
- Jorge, S; Nogueira, S.P. and Ribeiro, N. (2020). The institutionalization of public sector accounting reforms: the role of pilot entities, *Journal of Public Budgeting, Accounting & Financial Management*, 2(3), 148-192.
- Khajavi, Sh; Mohammadian, M. (1397). Conceptual Model of Citizen Accounting Based on Critical Thinking, *Management Accounting*, 11 (37): 97-106. (In Persian)

- Kruggel, A; Tiberius, V; Fabro, M. (2020). Corporate Citizenship: Structuring the Research Field, *Sustainability*, 12(13): 52-89.
- Liu, X; Lin, K, L. (2020). Green Organizational Culture, Corporate Social Responsibility Implementation, and Food Safety, *Frontiers in Psychology*.
- Mahmoudkhani, M; Rahmani, A; Homayoun, S; Niakan, L. (2021). Identifying Components of Sustainability Reporting in the Insurance Industry, *Value and Behavioral Accounting Quarterly*, 6 (11): 187-216. (In Persian).
- Marcella, R. and Baxter, G. (1999). The information needs and the information seeking behavior of a national sample of the population in the United Kingdom, with special reference to needs related to citizenship, *Journal of Documentation*, 55(2): 159-183.
- Matten, D; 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(2): 109-120.
- Millar, E. and Searcy, C. (2020). The presence of citizen science in sustainability reporting, *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 11(1): 31-64.
- Mohammadian, M; Stayesh, M, H. (2018). A Model for Financial and Non-Financial Reporting of Banks: Through Indexing Corporate Citizen Reporting, *Applied Research in Financial Reporting*, 7 (1): 43-70. (In Persian).
- Ogola, F, O; Mária, J, F. (2020). Mechanisms for development in corporate citizenship: a multi-level review, *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 5(7): 109-137.
- Rego, A; Leal, S; Cunha, M. P; Faria, J; and Pinho, C. (2010). How the perceptions of five dimensions of corporate citizenship and their inter-inconsistencies predict affective commitment. *Journal of Business Ethics*, 94(1): 107-127.
- Shinkle, G, A; Spencer, J, W. (2012). The social construction of global corporate citizenship: Sustainability reports of automotive corporations, *Journal of World Business*, 47(1): 123-133.
- Torghesh, S; Rezaei, F; Kordestani, G. (2022). Pattern of the Nature of Citizenship Behavior in Accounting, *Journal of Value and Behavioral Accounting*, 6(12): 1-25 (In Persian).

COPYRIGHTS



This is an open access article under the CC-BY 4.0 license.