

## الگوی برای گزارشگری مالی و غیرمالی بانک‌ها: از طریق شاخص‌سازی گزارشگری شهروند شرکتی

محمد محمدیان\*، محمدحسین ستایش\*\*

### چکیده

رکود تورمی، پدیده‌ای است که امروزه از آن به عنوان چالش اصلی در محیط اقتصادی ایران یاد می‌شود. در این اقتصاد، تجهیز و تخصیص منابع عمدتاً از طریق نظام بانکی صورت می‌گیرد. مساله اصلی در پژوهش حاضر، افشای ناقص برخی اطلاعات مالی و غیرمالی بانک‌ها به دلیل نبود الگوی مدون است. نظریه اقتصاد سیاسی و شهروند شرکتی، از مهم‌ترین نظریه‌های مطرح در این مقاله می‌باشند. بر اساس این نظریه‌ها، بنگاه اقتصادی به عنوان نوعی شهروند تلقی می‌شود و تمرکز گزارش‌های مالی و غیرمالی آن مبتنی بر تضاد طبقاتی و بی‌عدالتی است. از این رو، بانک‌ها به عنوان یک شهروند در قبال جامعه پاسخگو هستند و جهت ایفای این امر نیاز است تا به گزارشگری شهروند شرکتی بپردازند. این نوع گزارشگری به این موضوع اشاره دارد که، چگونه بانک‌ها نقش خود را در جامعه ایفا می‌کنند. بر این اساس، هدف پژوهش حاضر، تدوین الگویی برای گزارشگری مالی و غیرمالی بانک‌ها از طریق شاخص‌سازی گزارشگری شهروند شرکتی است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی است و از نظر شیوه گردآوری و تحلیل اطلاعات، از نوع توصیفی و پیمایشی (پرسش‌نامه) است. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار لیزرل صورت گرفته و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش ساختار چند بعدی و تحلیل عاملی تاییدی مرتبه اول، دوم و سوم استفاده شده است. الگوی نهایی به دست آمده شامل چهار بعد، ۱۵ مولفه و ۹۰ شاخص است که می‌تواند به عنوان الگوی بومی و بدیع برای گزارشگری مالی و غیرمالی بانک‌های ایرانی مورد استفاده قرار گیرد.

**واژه‌های کلیدی:** گزارشگری مالی و غیرمالی، گزارشگری شهروند شرکتی، افشاء اطلاعات، شاخص‌سازی، بانک.

### مقدمه

نظام تأمین مالی در هر کشوری مبتنی بر دو رویکرد بازار سرمایه محور و بانک محور است، اما وزن هر کدام از این رویکردها در هر کشور، متفاوت است. نظام توسعه مالی در کشورهای در حال توسعه و به خصوص کشورهایی که نظام اقتصادی آن‌ها دولتی است، مبتنی بر رویکرد بانک محور است. به گونه‌ای که، بانک‌ها مهم‌ترین منبع تأمین مالی برای اجرای طرح‌ها و پروژه‌های بخش عمومی و خصوصی به شمار می‌آیند. به عنوان مثال، در سال ۱۳۹۲ بانک‌ها با سهم ۸۳ درصدی تأمین مالی نسبت به سایر روش‌های تأمین مالی از جمله فروش اوراق بهادار با درآمد ثابت، بازار سهام، سرمایه‌گذاری خارجی و بودجه عمرانی دولت، به عنوان منبع اصلی تأمین مالی برای سرمایه‌گذاران محسوب می‌شود (عسکری فیروزجانی و سلمانی، ۱۳۹۳). این نسبت طی سال‌های اخیر نه تنها کاهش یافته، بلکه در برخی موارد افزایش نیز یافته است. بنابراین، پژوهش در این حوزه از اهمیت بالایی برخوردار است. از سوی دیگر، یکی از موضوعات بحث برانگیز در حوزه حسابداری، گزارشگری مالی و غیرمالی به خصوص برای بانک‌ها است؛ چرا که بانک‌ها دارای ویژگی‌های خاصی نسبت به سایر شرکت‌ها در صنایع دیگر هستند و علاوه بر این که باید بر اساس استانداردهای حسابداری گزارش‌های مالی خود را ارائه دهند، باید از قوانین و مقررات خاص کشوری که در آن فعالیت می‌کنند نیز پیروی کنند (حنیفا و حدیب<sup>۱</sup>، ۲۰۰۷).

افزون بر این، مدل کسب و کار بانک‌ها از مدل کسب و کار سایر شرکت‌ها متفاوت است. این تفاوت بین مدل کسب و کار بانک‌ها در کشورهای مختلف نیز (به عنوان مثال کشورهای اسلامی در مقابل کشورهای غیراسلامی) وجود دارد. با این محدودیت‌ها که برای گزارشگری در بانک‌ها وجود دارد، شفافیت اطلاعاتی در صنعت بانکداری بسیار مهم است؛ چرا که بانک‌ها بر اساس رویکرد نظام توسعه مالی بانک محور، بازوی کمکی دولت محسوب می‌شوند و باید همانند دولت در قبال جامعه پاسخ‌گو باشند. به عبارت دیگر، امروزه نقش بنگاه‌های اقتصادی در اجتماع، دست‌خوش تغییرات بسیار زیادی شده است؛ به گونه‌ای که انتظار می‌رود بنگاه‌های اقتصادی نه تنها باید به فکر افزایش سود باشند، بلکه نسبت به اجتماع نیز باید پاسخ‌گو باشند. از این رو، ضروری است تا به نقش اجتماعی بنگاه‌های اقتصادی توجه شود. بر اساس دیدگاهی گسترده، بنگاه‌های اقتصادی نیز مانند دولت‌ها باید در قبال منابع عمومی ملت‌ها پاسخ‌گو باشند. به عبارت دیگر، بخش

دولتی به دلیل توانایی‌های محدود، به تنهایی قادر به حمایت از حقوق شهروندان (حقوق مدنی، اجتماعی و سیاسی) نیست و باید از بخش خصوصی (بنگاه‌های اقتصادی) برای ایفای نقش پاسخ‌گویی کمک بگیرد (والر<sup>۲</sup>، ۲۰۰۵).

از سوی دیگر، با توجه به این که نظام توسعه مالی ایران، بانک محور است (رحمانی و حسینی، ۱۳۹۱)؛ بانک‌ها در مقایسه با سایر بنگاه‌ها، نقشی کلیدی در نهادینه‌سازی حقوق شهروندی در جامعه ایفا می‌کنند. از این رو، بانک‌ها به مثابه یک شهروند در قبال جامعه پاسخ‌گو هستند و جهت ایفای این امر نیاز است تا به گزارشگری شهروند شرکتی بپردازند. این نوع گزارشگری به این موضوع اشاره دارد که، چگونه بنگاه‌های اقتصادی (به عنوان مثال بانک‌ها) نقش خود را در جامعه ایفا می‌کنند (ماتن<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۰۳). در حال حاضر، بانک‌های ایرانی تنها در گزارش سالانه خود به افشاء ناقص برخی از اطلاعات مالی و غیرمالی می‌پردازند و از الگوی خاصی پیروی نمی‌کنند. این در حالی است که محیط اقتصادی ایران با پدیده رکود تورمی مواجه است و در عین حال عمده تجهیز و تخصیص منابع در این اقتصاد، توسط نظام بانکی صورت می‌گیرد. از این رو، با توجه به مهم بودن نقش بانک‌ها در اقتصاد کشور ایران، خصوصاً تامین مالی بنگاه‌های اقتصادی، بررسی شیوه انتشار اطلاعات مالی و غیرمالی آن‌ها با توجه به ایفای نقش پاسخگویی و حقوق شهروندی آن‌ها، امری ضروری و اجتناب‌ناپذیر است.

در نتیجه، رسالت پژوهش حاضر را این گونه می‌توان بیان کرد که، با توجه به این که در حال حاضر، گزارشگری شهروند شرکتی در ایران وجود ندارد و بانک‌ها درک مناسبی از این نوع گزارشگری ندارند، ضروری است تا ابعاد و مولفه‌های گزارشگری شهروند شرکتی با توجه به خصوصیات صنعت بانکداری در ایران، شاخص‌سازی و بومی شود. در ادامه ضمن تشریح مبانی نظری و پیشینه پژوهش، به توصیف روش‌شناسی پژوهش و تجزیه و تحلیل داده‌ها پرداخته می‌شود. در نهایت نیز، نتایج و یافته‌ها مورد بحث و بررسی قرار خواهند گرفت.

## مبانی نظری

### گزارشگری مالی و غیر مالی بانک‌ها

ادبیات نظری در صنعت بانکداری را می‌توان به دو بخش تقسیم کرد. یک بخش، وجود بانک را بدیهی فرض کرده و بر جنبه‌هایی خاص از عملیات آن تمرکز می‌کند.

بخش دیگر بر دلایل وجود بانک و بر شرایطی که به موجب آن وجود میانجی‌گر ضروری می‌شود، تمرکز می‌کند. بخش دوم، تحت عنوان نظریه‌های میانجی‌گری مالی شناخته می‌شود. در این بخش، هزینه‌های مبادلات و مسائل مربوط به اطلاعات ناکامل و علامت‌دهی به بازار مطرح است (رضایی‌منش و همکاران، ۱۳۹۵). نظریه نمایندگی، در انواع مختلف قراردادهای بانکی وجود دارد. رابطه بین سهامداران بانک و مدیران آن، بانک و مدیران میانی آن، بانک و بدهکارانش، سپرده‌گذاران و بانک و در نهایت رابطه بین مقررات‌گذاران و بانک، نمونه‌هایی از نظریه نمایندگی در بانک‌ها است (هادر و هاپکینز<sup>۴</sup>، ۲۰۱۴). بدین ترتیب، مشکل عدم تقارن اطلاعات در جنبه‌های مختلف فعالیت‌های بانکی وجود دارد و نسبت به سایر بنگاه‌های اقتصادی نیاز به نظارت بیش‌تری دارد (طالب‌لو و بهم‌پور، ۱۳۹۱). در نتیجه، یکی از مهم‌ترین راه‌های برون رفت از عدم تقارن اطلاعاتی ناشی از مسائل نمایندگی، گزارشگری مالی و غیرمالی است (بیدل و هیلاری<sup>۵</sup>، ۲۰۰۶).

در واقع، شفافیت هسته مرکزی گزارشگری مالی است که از طریق افشاء کامل اطلاعات به دست می‌آید (یوسفی‌اصل و همکاران، ۱۳۹۳). بنابراین، عدم افشاء اطلاعات مربوط به فعالیت‌های بانکی، منجر به عدم شفافیت اطلاعاتی و در نتیجه بی‌انضباطی بازار می‌شود (رحمانی و حسینی، ۱۳۹۱). از سوی دیگر، گزارشگری غیرمالی در صنعت بانکداری از اهمیت بالایی برخوردار است. در واقع، با توجه به تفاوت قابل‌ملاحظه صنعت بانکداری با سایر صنایع در بسیاری از جنبه‌ها، اهمیت افشاء اطلاعات غیرمالی از جمله اطلاعات راهبری شرکتی، بیش‌تر از سایر صنایع و بخش‌ها است و به دلیل اهمیت بانک‌ها در اقتصاد از یک‌سو و آسیب‌پذیر بودنشان از سوی دیگر، بانک‌ها را نسبت به سایر شرکت‌ها تحت مقررات و نظارت‌های شدیدتری قرار داده است (کرمی و خویدک، ۱۳۹۴). در نتیجه، گزارشگری غیرمالی در کنار گزارشگری مالی و در راستای پاسخ‌گویی به ابهامات و کاهش عدم تقارن اطلاعاتی موردنظر بانک‌ها است (دان<sup>۶</sup>، ۲۰۱۶). بدین منظور، چندین نظریه مطرح شده و فلسفه گزارشگری غیرمالی را تشریح کرده‌اند. بر اساس این نظریه‌ها، دیدگاه گسترده‌ای نسبت به گزارشگری مالی و غیرمالی تحت عنوان گزارشگری شهروند شرکتی برای بنگاه‌های اقتصادی به خصوص بانک‌ها مطرح شده است (آناستاسیادیس<sup>۷</sup>، ۲۰۱۴).

## دیدگاه‌های گزارشگری شهروند شرکتی

دیدگاه محدود، دیدگاه متعادل (تلفیقی) و دیدگاه انتقادی، سه دیدگاه رایج در مورد شهروند شرکتی هستند که ریشه در نظریه‌های سیاسی دارند (ماتن و کرن، ۲۰۰۵؛ ماتن و همکاران، ۲۰۰۳). بر اساس دیدگاه محدود، شهروند شرکتی بر مبنای اقدامات بشردوستانه، کمک‌های نیکوکارانه و اشکال دیگری از اقدامات انجام‌شده برای جامعه تعریف می‌شود. بنابراین، شهروند شرکتی یک فعالیت اختیاری و فراتر از آن چیزی است که از یک کسب و کار انتظار می‌رود. این دیدگاه، گرایش به ارائه مفهومی از شهروند شرکتی دارد که در آن به فعالیت‌های بشردوستانه به عنوان استراتژی راهبردی شرکت نگاه می‌شود و از طریق ایجاد جامعه پایدار، محیط زیست سالم و فضای سیاسی شفاف، می‌تواند زمینه را برای فعالیت‌های سودآور شرکت فراهم نموده و متضمن منافع شرکت باشد (ویندسور<sup>۱</sup>، ۲۰۰۱). در دیدگاه متعادل (تلفیقی)، شهروند شرکتی با تاکید بر ترکیبی از چهار نوع مسئولیت اجتماعی شرکتی (اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشردوستانه) تعریف می‌شود. در این دیدگاه، شهروند شرکتی بیانی نوین از مفاهیم مسئولیت اجتماعی شرکتی در ابعاد وسیع‌تر و با در نظر گرفتن گروه‌های مختلفی از ذینفعان است. این تعریف از شهروند شرکتی بر همه مفاهیم مربوط به مسئولیت، پاسخ‌گویی و عملکرد اجتماعی بنگاه‌های اقتصادی دلالت دارد و شامل تعهد به رفتار اخلاقی در کسب‌وکار و توازن بین نیازهای ذینفعان و در عین حال حفاظت از محیط است (ماتن و همکاران، ۲۰۰۳).

در دو دیدگاه نخست، بر مفهوم شهروندی تاکید زیادی نشده است و توجیه قابل قبولی برای استفاده از این واژه ارائه نشده است. به همین دلیل مفهوم شهروند شرکتی با توجه به این دو دیدگاه مورد انتقاد قرار می‌گیرند. از این رو، با دیدگاهی گسترده‌تر و انتقادی، بنگاه اقتصادی به عنوان شهروندی تعریف می‌شود که دارای شخصیت حقوقی و قانونی است. این دیدگاه مبتنی بر نظریه اقتصاد سیاسی است و اعتقاد بر این است که اگرچه شهروند شرکتی ریشه در مسئولیت اجتماعی دارد و تاکید آن بر نظریه ذینفعان است؛ اما در واقع، مفهوم اولیه شهروند شرکتی، ملاحظه بنگاه اقتصادی به عنوان یک شهروند با تمام حقوق و مسئولیت‌های آن می‌باشد. بنابراین یک جامعه از شهروندان، اعم از اشخاص حقیقی (افراد) و اشخاص حقوقی (بنگاه‌های اقتصادی) تشکیل شده است (ماتن و کرن، ۲۰۰۵).

اما با نگاهی نقادانه این تعریف از شهروند شرکتی نیز مورد انتقاد قرار گرفته است. چرا که، در این مفهوم وظیفه پاسخ‌گویی و گزارشگری آن به صورت واضح و روشن گنجانده نشده است. به همین منظور، پای نظر به سیاسی با دیدگاه انتقادی به میان می‌آید. بر اساس این دیدگاه، بنگاه‌های اقتصادی نیز مانند دولت‌ها باید در قبال منابع عمومی ملت‌ها پاسخ‌گو باشند. به عبارتی دیگر، بخش دولتی به دلیل توانایی‌های محدود، به تنهایی قادر به حمایت از شهروندان نیست و باید از بخش خصوصی (بنگاه‌های اقتصادی) برای ایفای نقش پاسخ‌گویی کمک بگیرد (والر، ۲۰۰۵). بنابراین، نقش اجتماعی بنگاه‌های اقتصادی در تامین حقوق شهروندان در قالب حقوق مدنی، اجتماعی و سیاسی تعریف می‌شود. بدین ترتیب، واژه شهروند شرکتی از این مفهوم که بنگاه‌های اقتصادی همانند اشخاص حقیقی، شهروند محسوب می‌شوند، فاصله می‌گیرد و به سمت این مضمون که بنگاه‌های اقتصادی مجری ابعاد خاصی از حقوق شهروندی برای دیگر افراد هستند، سوق می‌یابد (ماتن و کرن، ۲۰۰۵).

### ابعاد گزارشگری شهروند شرکتی

به‌طور کلی، دو مدل مفهومی کارول<sup>۹</sup> (۱۹۷۹ و ۱۹۹۸) و مدل وود<sup>۱۰</sup> (۱۹۹۱) در قالب مدل‌های هر می، دوایر متقاطع و دوایر متحدالمرکز وجود دارد که همگی بر چهار بعد اقتصادی، قانونی، اخلاقی و اختیاری (بشر دوستانه) تاکید دارند (گوا<sup>۱۱</sup>، ۲۰۰۸). بر اساس این طبقه‌بندی، مسئولیت اقتصادی، اولین و مهم‌ترین بعد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها می‌باشد. در واقع، مسئولیت اصلی و اساسی همه شرکت‌هایی که فعالیت اقتصادی دارند این است که در راه دستیابی به اهداف اقتصادی مسئولانه عمل کرده و جهت دستیابی به این هدف مهم تلاش نمایند. در کنار این مسئولیت، شرکت‌ها از نظر قانونی نیز مسئول بوده و باید مجموعه‌ای از قوانین و مقررات عمومی را در نظر بگیرند. به این بعد، معمولاً تعهدات اجتماعی گفته می‌شود. در یک دیدگاه کلی، به مسئولیت‌های اقتصادی و قانونی شرکت‌ها، مسئولیت‌های الزام‌آور نیز گفته می‌شود. مسئولیت‌های اخلاقی عموماً به جنبه‌ای از مسئولیت‌ها اشاره دارد که انتظار می‌رود شرکت‌ها به باورها و هنجارهای اجتماعی احترام بگذارند و به نوعی پاسخ‌دهی اجتماعی داشته باشند. در مسئولیت‌های اختیاری، اقداماتی مورد نظر است که از نظر قانونی و اخلاقی الزامی به انجام آن‌ها نیست و شرکت به طور داوطلبانه به انجام آن‌ها تمایل دارد. این بعد از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را

معمولاً فعالیت‌های بشردوستانه می‌نامند (حجازی و سادات نصیری، ۱۳۹۳). در برخی از منابع علمی از جمله ماینان و فرل<sup>۱۲</sup> (۲۰۰۱)، فلیزوز و فین<sup>۱۳</sup> (۲۰۱۱) و کارول (۲۰۱۶)، جهت دسته‌بندی ابعاد شهروند شرکتی از رویکرد فوق استفاده کرده‌اند و چهار نوع شهروند را برای شرکت‌ها تعریف نموده‌اند. به گونه‌ای که، اولین و مهم‌ترین وظیفه هر شرکتی این است که شهروند اقتصادی خوبی باشد. این بعد، به سودآور بودن یک شهروند شرکتی خوب اشاره دارد. هدف اولیه هر شرکتی این است که به عنوان بنگاه اقتصادی از طریق تولید کالا و ارائه خدمات در تامین نیازهای مشتریان به درستی عمل کرده و در این فعالیت‌ها دارای کارآیی اقتصادی باشد. در گذشته، هدف اصلی شرکت‌ها کسب سود و ایجاد ثروت برای مالکان و یا سهامداران بود. اما با گذشت زمان و پس از ظهور نظریه‌هایی چون نظریه ذی‌نفعان، هدف شرکت‌ها تغییر کرده و اکنون شرکت‌ها به عنوان بنگاه‌های اقتصادی نه تنها باید برای مالکان و سهامدارانشان سودآور باشند، بلکه باید برای جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کنند، نیز سودمند بوده و ایجاد ارزش کنند (ماینان و فرل، ۲۰۰۱).

چنان‌که جامعه در قرارداد اجتماعی با شرکت، انتظار انجام وظایف شهروند اقتصادی را دارد؛ در مورد قوانین و مقررات نیز مسئولیت‌هایی را به شرکت‌ها محول نموده است. بنابراین، شرکت‌ها به عنوان شهروندان قانونی، بایستی تابع قوانین و مقررات مصوب بوده و تعهدات قانونی‌شان را انجام دهند. در واقع، جامعه انتظار دارد که شرکت‌ها در چارچوب الزامات قانونی، مأموریت اقتصادی خود را انجام داده و قوانین را نقض نکنند. این امر نشان می‌دهد که چهار دسته‌بندی شهروند شرکتی بایستی به طور هم‌زمان وجود داشته باشد و با هم مرتبط باشند. به ویژه، شهروند اقتصادی و قانونی از ابعاد شهروند شرکتی، دارای همبستگی زیاد و رابطه نزدیک بوده و بدون انجام وظایف شهروندی رعایت وظایف دیگر، عملاً غیرممکن می‌شود. در کل، مهم‌ترین مسئولیت قانونی شرکت‌ها به عنوان شهروند قانونی، شامل الزام سازمان در انجام مأموریت اقتصادی‌اش در چارچوب الزامات قانونی می‌باشد. در نتیجه، در بعد قانونی انتظار می‌رود که شهروند شرکتی خوب، همانند دیگر شهروندان جامعه، از قوانین و مقررات حاکم بر آن جامعه پیروی کند (حجازی و سادات نصیری، ۱۳۹۳).

اگرچه به طور ضمنی دو دسته اول از ابعاد شهروند شرکتی، شامل هنجارهای اخلاقی

نیز هستند؛ ولی رفتارها و فعالیت‌های دیگری نیز وجود دارند که لزوماً در قوانین مکتوب و تصویب شده مورد اشاره قرار نگرفته و استانداردهایی برای آن‌ها تدوین نشده است. اما به هر حال انتظار می‌رود که اشخاص حقیقی و حقوقی آن‌ها را انجام داده و رعایت کنند. بی‌شک وظایف شرکت‌ها به عنوان شهروند اخلاقی به روشنی تعریف نشده و در نتیجه، می‌توان آن را در میان سخت‌ترین مسائل پیش‌روی شرکت‌ها مورد توجه قرار داد. اگرچه در سال‌های اخیر، توجه و تاکید بر مسئولیت‌های شرکت‌ها به عنوان شهروند اخلاقی به وضوح بیش‌تر شده است، ولی تاکنون هیچ منبع پذیرفته‌شده و معینی، تعریفی از این‌که اخلاق به چه معنی است و چه چیزهای اخلاقی بوده و چه چیزهای غیر اخلاقی می‌باشد، را ارائه نکرده و بحث‌ها در این حوزه هم‌چنان داغ بوده و ادامه دارد. در حال حاضر، صرفاً کافی است اشاره گردد که علی‌رغم همه ابهامات حوزه اخلاق، جامعه از شرکت‌ها به عنوان شهروندان اخلاقی انتظار دارد که فراتر از الزامات قانونی عمل کرده و دارای استانداردهای اخلاقی تعیین شده باشند (کارول، ۲۰۱۶).

آخرین و شاید مهم‌ترین دسته از ابعاد شهروند شرکتی، تحت عنوان شهروند اختیاری یا داوطلبانه طبقه‌بندی شده است که گاهی دسته بشردوستانه هم نامیده می‌شود. دلیل این نام‌گذاری قطعاً به ویژگی‌های ذاتی این دسته برمی‌گردد. چرا که، در این حوزه هیچ الزامی به انجام وظایف مزبور وجود نداشته و رعایت آن به خود شرکت‌ها و میزان علاقه شخصی و اختیاری آن‌ها به انجام کارهای بشردوستانه و داوطلبانه بر می‌گردد. به بیان دیگر، جامعه در خصوص شهروند اختیاری بودن شرکت‌ها، هیچ پیام روشنی به شرکت‌ها ارائه نکرده و حتی کمتر از مسائل اخلاقی، باید‌ها را تعیین می‌کنند. به‌طور کلی فعالیت‌های اختیاری و داوطلبانه، میل و خواسته‌ای را منعکس می‌کند که شرکت فراتر از مسئولیت‌های تعریف شده به عنوان شهروند اقتصادی، اخلاقی و قانونی برای بهبود جامعه دارد. تمام نقش‌های شرکت به عنوان شهروند اختیاری و داوطلبانه، صرفاً به تصمیمات دلخواه تصمیم‌گیرندگان بستگی داشته و الزام قانونی وجود ندارد. از فعالیت‌های داوطلبانه می‌توان به فعالیت‌های خیریه، کمک‌های بشردوستانه، آموزش افراد بیکار، احداث مراکز حمایت از کودکان و زنان بی‌سرپرست و غیره اشاره کرد. این بعد، از دو جنبه مسئولیت داوطلبانه در قبال کارکنان و جامعه نیز مورد بررسی قرار گرفته است (ریگو<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۱۰).

نکته حائز اهمیت در این‌جا آن است که، تقسیم‌بندی فوق، منحصربه‌فرد نبوده و قابل



تغییر است؛ اما در بیشتر نوشته‌های علمی مرتبط با مسئولیت اجتماعی و شهروند شرکتی مورد استفاده قرار می‌گیرد (حجازی و سادات نصیری، ۱۳۹۳). البته این مساله بیش‌تر جنبه نظری دارد و نیاز است که برای هر یک از ابعاد شهروند شرکتی تعریفی عملیاتی صورت گیرد. به همین دلیل است که سازمان‌ها و نهادهای مرتبط، از عبارت عملیاتی برای شهروند شرکتی استفاده می‌کنند و همان‌طور که در بخش قبل توضیح داده شد از ابعادی چون اقتصادی، اجتماعی، محیطی و راهبری برای شاخص‌سازی گزارشگری اجتماعی از جمله گزارشگری شهروند شرکتی استفاده می‌نمایند (رضایی<sup>۱۵</sup>، ۲۰۱۶). برای عملیاتی کردن این ابعاد نیاز است تا مصادیقی که معرف آن‌ها هستند، توصیف شوند. به عبارت دیگر، برای کمی کردن این ابعاد نیاز است تا مولفه‌ها و شاخص‌های آن‌ها تشریح شوند. با مرور ادبیات مربوط به این حوزه می‌توان به شاخص‌های مشترکی که معرف مولفه‌ها هستند، دست یافت و از این طریق ابعاد را کمی کرد (سلیمی و همکاران، ۱۳۹۶).

### پیشینه

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 ارائه الگویی برای گزارشگری مالی و غیرمالی بانک‌ها از طریق شاخص‌سازی گزارشگری شهروند شرکتی باشد، انجام نشده است.

بیشتر پژوهش‌های داخلی در خصوص موضوع افشاء، اطلاعات مالی و غیرمالی است. اما در خصوص افشاء اطلاعات اجتماعی، اکثر پژوهش‌های داخلی به موضوع مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها پرداخته‌اند. این پژوهش‌ها رشد قابل توجه‌ای طی چند سال اخیر داشته‌اند. با این حال، تعداد اندکی از پژوهش‌های داخلی به موضوع شهروند شرکتی پرداخته‌اند که اکثر آن‌ها، پژوهش‌های توصیفی هستند. از این‌رو، در ادامه برخی از مهم‌ترین پژوهش‌های انجام شده در ایران که ارتباط نزدیکی با پژوهش حاضر دارند؛ آورده شده است.

برزگر (۱۳۹۲)، در رساله دکتری خود به بررسی مدلی برای افشاء گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و ارتباط آن با عملکرد مالی، پرداخته است. نتایج این مطالعه نشان داد که ارتباط معناداری بین افشاء مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی و راهبری شرکتی وجود دارد.

هم‌چنین، در وضعیت موجود، متوسط درصد افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نسبت به کل شاخص‌های افشا، مدل پیشنهادی تحقیق به ترتیب در بعد اقتصادی ۱۹٪، بعد اجتماعی ۱۲٪، بعد محیطی ۱۱٪ و کل ابعاد آن به‌طور متوسط ۱۳٪ می‌باشد. به‌طور کلی، نتایج نشان دهنده سطح پایین افشاء ابعاد مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های بورسی است که نشان دهنده شکاف وضعیت موجود از انتظارات ذی‌نفعان است.

کرمی و همکاران (۱۳۹۳)، با رویکرد اسلامی به بررسی و ارزیابی شاخص افشا، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارتباط آن با عملکرد مالی بانک‌ها در ایران پرداخته‌اند. به منظور تعیین شاخص مسئولیت‌پذیری اجتماعی - اسلامی بانک‌ها از چک لیست استاندارد بین‌المللی استفاده شده است که حاوی ۹ بعد و در مجموع ۸۰ قلم است. نتایج مطالعه آن‌ها نشان داد که بانک‌ها در ایران به‌طور مناسبی به ایفای مسئولیت اجتماعی - اسلامی نمی‌پردازند و ایفای این مسئولیت‌ها بر عملکرد مالی آن‌ها تاثیری ندارد.

حجازی و ابوحزمه (۱۳۹۳)، به بررسی مفاهیم موجود از شهروند شرکتی و تجمیع آن‌ها در قالب یک مدل مفهومی جامع، پرداخته‌اند. آن‌ها با استفاده از روش کتابخانه‌ای و مرور ادبیات پژوهش در این حوزه، مفهوم شهروند شرکتی را در قالب سه دیدگاه محدود، تلفیقی و جامع، بسط داده‌اند و به این نتیجه رسیدند که شهروند شرکتی، به معنای استفاده از قدرت و منابع شرکت در جهت منافع اجتماعی، اقتصادی و محیطی جامعه است.

حجازی و سادات‌نصیری (۱۳۹۳)، مفاهیم شهروند شرکتی و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را مورد بررسی قرار داده‌اند. نتایج مطالعه آن‌ها نشان داد که شهروند شرکتی مفهومی گسترده‌تر از مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها است و هدف اصلی شهروند شرکتی این است که نشان دهد، شرکت‌ها بازیگرانی دارای قدرت عمومی هستند که در قبال حقوق شهروندان واقعی در جامعه مسئول هستند.

کرمی و خویدک (۱۳۹۴)، به بررسی سطح افشاء و عوامل تعیین‌کننده آن در بانک‌ها با تاکید بر ساز و کارهای راهبری شرکتی و محوریت اسلامی پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش، نشان می‌دهد که سطح افشاء اطلاعات مالی و غیرمالی در بانک‌های ایرانی پایین است و سطح افشای بهتر در بخش بانکداری از طریق داشتن درصد سهامداران نهادی بیشتر کسب می‌شود. هم‌چنین، بین غیرموظف بودن هیئت مدیره و سطح افشای بانک‌ها رابطه معناداری وجود دارد؛ در حالی که بین اندازه هیئت مدیره با سطح افشاء، رابطه معناداری وجود ندارد.

قادرزاده و همکاران (۱۳۹۶)، با رویکرد داده‌کاوی، عوامل موثر بر سطح افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را شناسایی و رتبه‌بندی کردند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که متغیرهای اندازه، اهرم مالی، مالکیت مدیریت، تمرکز مالکیت، دوگانگی مسئولیت مدیر عامل، تورم، سابقه، سودآوری و استقلال هیات مدیره، بیشترین اهمیت را در تبیین افشاء مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها دارند.

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 فرهنگی هر کسب‌وکار انجام شود.

حنیفا و حدیب (۲۰۰۷)، هویت اخلاقی بانک‌های اسلامی را در کشورهای حوزه خلیج فارس مورد بررسی قرار دادند. دیدگاه و ماموریت بانک، راهبری شرکتی، ارائه خدمات بانکی، زکات و امور خیریه، کارکنان، جامعه و هیات نظارت بر شریعت از جمله ابعاد در نظر گرفته شده در این چک لیست است. نتایج مطالعه آن‌ها نشان داد که بین سطح واقعی افشای اطلاعات اجتماعی و سطح مطلوب آن در بانک‌های اسلامی فاصله زیادی هست.

سولتنز<sup>۱۶</sup> (۲۰۰۹)، به بررسی و ارزیابی مسئولیت اجتماعی بانک‌های بین‌المللی پرداخته است. نتایج مطالعه وی نشان می‌دهد که تفاوت‌های قابل ملاحظه‌ای بین افشاء اطلاعات اجتماعی بانک‌ها در کشورهای مختلف وجود دارد. با این حال، در طول زمان افشای اطلاعات اجتماعی بهبود یافته است.

مناس<sup>۱۷</sup> (۲۰۱۰)، نوع و کیفیت اطلاعات اجتماعی منتشر شده توسط بانک‌های تجاری لبنان را شناسایی کرده است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که افشای اطلاعات اجتماعی و گزارش آن به عنوان ابزاری جهت ارتباط بانک‌ها با ذی‌نفعان است. هم‌چنین، افشای منابع انسانی، خدمات و مشتریان از اهمیت بیش‌تری جهت افشای اطلاعات اجتماعی برخوردار است؛ در حالی که افشای محیط‌زیست به صورت ضعیف صورت می‌گیرد.

فاروق و همکاران<sup>۱۸</sup> (۲۰۱۱)، در پژوهشی موردی به بررسی شاخص‌های افشای اطلاعات اجتماعی در بانک‌های اسلامی پرداختند. نتایج مطالعه آن‌ها نشان داد که افشای اطلاعات اجتماعی در بانک‌های اسلامی به طور قابل ملاحظه‌ای در بین نمونه‌ها متفاوت است و نسبت سپرده سرمایه‌گذاری به جمع‌داری از عوامل تعیین‌کننده در افشای

اطلاعات اجتماعی بانک‌های اسلامی است. کملا و رامال<sup>۱۹</sup> (۲۰۱۳)، به بررسی گزارشگری اجتماعی در بانک‌های اسلامی پرداختند. آن‌ها با تحلیل محتوای گزارش‌های سالانه و سایت اینترنتی ۱۹ بانک به این نتیجه رسیدند که در گزارش اجتماعی بانک‌های اسلامی، اطلاعات خاص یا دقیقی در مورد طرح‌ها یا اقدامات ویژه برای ریشه کن کردن فقر و یا افزایش عدالت اجتماعی، افشا نمی‌شود. تاهین<sup>۲۰</sup> (۲۰۱۴)، در پژوهشی به بررسی ارتباط بین عملکرد بانک‌های اسلامی و افشای اطلاعات اجتماعی آن‌ها در بنگلادش پرداخت. برای اندازه‌گیری میزان افشای اطلاعات اجتماعی بانک‌ها، صورت‌های مالی، گزارش‌های سالانه و وب سایت آن‌ها مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج مطالعه وی نشان داد که افشای اطلاعات اجتماعی تاثیری بر بهبود عملکرد مالی بانک‌ها ندارد. لاه و رحمان<sup>۲۱</sup> (۲۰۱۵)، میزان گزارش مربوط به بانکداری اجتماعی را مورد بررسی قرار دادند. نتایج مطالعه آن‌ها نشان داد که بانک‌ها به طور متوسط حدود ۴۷ درصد از شاخص‌های گزارش اجتماعی را در گزارش سالانه خود افشا می‌کنند و ویژگی‌های شرکت تاثیری در افشای این اطلاعات ندارد. آلسالوی<sup>۲۲</sup> (۲۰۱۶)، میزان افشای اطلاعات اجتماعی را در بانک‌های عربستان سعودی مورد بررسی قرار داده است. نتایج این پژوهش نشان داد که تمامی بانک‌ها به نوعی اطلاعات اجتماعی را افشا می‌کنند؛ اما میزان افشای اطلاعات توسط بانک‌ها برای هر بعد متفاوت است. بیش‌ترین اطلاعات ارائه شده مربوط به بعد کارکنان بوده است. عمران<sup>۲۳</sup> و همکاران (۲۰۱۷)، در پژوهشی به بررسی افشای اطلاعات اجتماعی در بانک‌های اسلامی کشورهای مالزی و اندونزی پرداختند. نتایج مطالعه آن‌ها نشان داد که به‌طور کلی گزارشگری اجتماعی بانک‌های اسلامی در این دو کشور افزایش یافته است و به‌طور خاص، ابعاد محیط کار و جامعه، بیش‌ترین میزان افشا توسط این بانک‌ها است.

### روش‌شناسی

این پژوهش به لحاظ این که دانش کاربردی را در زمینه گزارشگری شهروند شرکتی توسعه می‌دهد؛ از نظر هدف، کاربردی است و از نظر شیوه گردآوری و تحلیل اطلاعات، از نوع توصیفی و پیمایشی (پرسش‌نامه) است. از سوی دیگر، روش مورد استفاده در این پژوهش

جهت شاخص‌سازی گزارشگری شهروند شرکتی، روش ساختار چند بعدی است. برای اجرای این روش سه مرحله ایجاد شاخص، توسعه مقیاس و ارزیابی مقیاس باید انجام شود (حنفی‌زاده و رحمانی، ۱۳۹۲). در این پژوهش، ترکیبی از استدلال قیاسی و استقرایی استفاده شده است. به این معنی که با استفاده از مرور ادبیات، ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌هایی که به صورت مشترک وجود داشته استخراج شده و مدل پایه یا مدل مفهومی نخست شکل گرفت. در ادامه با روایی‌سنجی محتوایی مدل مفهومی یاد شده که از طریق نظر‌سنجی از خبرگان و جامعه آماری مورد نظر صورت گرفت، مدل بومی شد و اعتبار ساختاری مدل بررسی شده است. از این رو، بعد از بررسی و تایید ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌ها توسط خبرگان، پرسش‌نامه‌ای تدوین شد و از پاسخ‌دهندگان خواسته شد تا نظر و شدت موافقت یا مخالفت خود را بر روی پیوستاری که دارای یک تا هفت امتیاز است (طیف لیکرت)، مشخص کنند.

#### پرسش‌ها

پرسش اساسی که در این پژوهش دنبال شد، بدین صورت است که الگوی مناسب برای گزارشگری شهروند شرکتی در بانک‌ها چیست؟ بدین منظور باید ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های گزارشگری شهروند شرکتی تعیین شوند. بنابراین سه پرسش زیر در این خصوص مطرح شد:

پرسش اول، ابعاد تشکیل‌دهنده گزارشگری شهروند شرکتی در بانک‌ها کدامند؟

پرسش دوم، مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده هر یک از ابعاد گزارشگری شهروند شرکتی در بانک‌ها کدامند؟

پرسش سوم، شاخص‌های تشکیل‌دهنده هر یک از مؤلفه‌های مربوط به ابعاد گزارشگری شهروند شرکتی در بانک‌ها کدامند؟

#### جامعه و نمونه

از آن‌جا که انتظار می‌رود، موضوع گزارشگری شهروند شرکتی بر طیف وسیعی از جامعه اثرگذار باشد، با کسب مشورت از افراد ذیصلاح، جامعه آماری مناسب برای انجام پیمایش را استادان دانشگاهی در امور مالی و بانکداری (که از سوابق پژوهشی و علمی در امور بانکداری برخوردار باشند) تشکیل داد. هم‌چنین به منظور تحکیم در تعمیم نتایج، از نظرات گروه‌های دیگر که متخصص در امور گزارشگری به خصوص گزارشگری مالی و

غیرمالی بانک‌ها هستند، نیز استفاده شد. از سوی دیگر، با توجه به حجیم بودن محتوای پرسش‌نامه برای پاسخ‌دهندگان و نگرانی از وجود پاسخ‌های نادرست و بی‌دقت، برای نمونه‌گیری از روش غیرتصادفی به شکل نمونه در دسترس استفاده شد. در این پیمایش برای تعیین حجم نمونه از رابطه ۱ (کوکران) برای جامعه نامعین استفاده شد:

$$n = \frac{Z^2 pq}{d^2} = \frac{(1/96)^2 * 0/50 * 0/50}{0/06^2} = 267 \quad \text{رابطه ۱}$$

در این رابطه،  $n$  = حجم نمونه،  $p$  = درصد توزیع افراد دارای صفت در جامعه،  $q$  = درصد توزیع افراد فاقد صفت در جامعه،  $Z$  = اندازه متغیر در توزیع نرمال در سطح اطمینان مورد نظر قابل استخراج از جدول توزیع نرمال و  $d$  = مقدار خطا که برابر است با تفاضل نسبت واقعی صفت در جامعه با میزان تخمین پژوهشگر برای آن.

بر مبنای این رابطه و و با در نظر گرفتن سطح خطای شش درصد، تعداد نمونه ۲۶۷ عدد محاسبه شد. با این حال، تعداد ۴۹۴ پرسش‌نامه به دو شکل کاغذی و الکترونیکی (به صورت آنلاین، تحت وب و از طریق ایمیل و تلگرام) طراحی و در بین پاسخ‌دهندگان توزیع شد و تعداد ۳۱۰ پرسشنامه قابل تحلیل جمع‌آوری شد.

### روایی و پایایی

در این پژوهش، برای تعیین روایی پرسشنامه از روایی صوری و روایی محتوا استفاده شد. برای تعیین روایی صوری از نظرات استادان راهنما، مشاور و همچنین استادان خبره در حوزه این پژوهش، استفاده شد و بر اساس نظرات آن‌ها تمامی ابعاد، مولفه‌ها و شاخص‌های استخراجی از مطالعات کتابخانه‌ای، مورد تایید قرار گرفت. برای روایی محتوا از شاخص لاوشه<sup>۲۴</sup> (۱۹۷۵) استفاده شد. نسبت روایی محتوا از طریق رابطه ۲ و پاسخ‌خبرگان به هر یک از سنجه‌ها بر اساس سه طیف "ضروری است"، "مفید اما ضروری نیست" و "ضرورتی ندارد"، به دست می‌آید (حافظ‌نیا، ۱۳۸۸):

رابطه ۲)

$$CVR = \frac{(ne - \frac{N}{2})}{\frac{N}{2}}$$

در این رابطه، CVR نسبت روایی محتوا است،  $ne$  تعداد ارزیابان (یا خبرگانی) است که سنجه مورد نظر را ضروری یا سودمند می‌دانند و  $N$  تعداد کل ارزیابان یا خبرگان است که یک سنجه را بررسی کرده‌اند.

در این پژوهش، پس از اصلاحات لازم و روایی صوری، سنجه‌های پرسشنامه جهت تعیین روایی محتوا، در اختیار ۳۰ نفر از خبرگان قرار داده شد. بر اساس جدول محاسبه شده توسط لاوشه، حداقل مقدار قابل قبول برای نسبت روایی محتوا با این تعداد ارزیاب،  $0/33$  است. این نسبت برای هر یک از سنجه‌های پرسشنامه بر حسب فرمول لاوشه محاسبه و با سطح مورد قبول مقایسه شد و سنجه‌هایی که سطح مورد قبول را کسب نکردند، به شرح زیر از پرسشنامه حذف شد:

- کد، نظام‌نامه و منشور زیست محیطی با نسبت روایی  $0/13$
- استقرار سیستم مدیریت ایمنی و بهداشت حرفه‌ای  $0/26$
- اقدامات بهبود کیفیت منابع انسانی با نسبت روایی  $0/20$
- فهرست مدیران اجرایی و میزان پاداش آن‌ها با نسبت روایی  $0/26$
- رعایت آیین‌نامه‌های افشای شرکتهای بورسی با نسبت روایی  $0/20$
- توصیف رویه‌های استخدام برای اجتناب یا جلوگیری از کار اجباری در محیط بانک با نسبت روایی  $0/26$

از دلایل مطرح شده توسط خبرگان برای حذف موارد فوق، کلی‌گویی و شفاف نبودن این شاخص‌ها است. در نتیجه، ۹۰ شاخص در قالب ۱۵ مولفه و ۴ بعد، برای گزارشگری شهروند شرکتی در بانک‌ها مورد تایید قرار گرفت که لیست آن‌ها در بخش تجزیه و تحلیل آورده شده است. در این پژوهش، برای تعیین پایایی و ارزیابی هم‌سانی درونی پرسشنامه، از روش ضریب آلفای کرونباخ<sup>۲۵</sup> بهره گرفته شد. مقدار آلفای کرونباخ برای ۹۰ شاخص پرسشنامه،  $0/967$  به دست آمد که نشان می‌دهد پرسشنامه از قابلیت اعتماد لازم برخوردار است و مبنای پایایی پرسشنامه است.

## تجزیه و تحلیل داده‌ها

### نتایج آمار توصیفی

همان‌گونه که در جدول ۱ نشان داده شده است، از بین ۳۱۰ نفر پاسخ‌دهندگان به پرسش‌نامه، ۲۰۲ نفر معادل  $65/2$  درصد را مردان و مابقی را زنان تشکیل می‌دهند.

بیش‌ترین و کم‌ترین فراوانی سطح تحصیلات پاسخ‌دهندگان به ترتیب دکتری (۷۷ نفر) و کارشناسی (۵۱ نفر) است. در این میان، رشته تحصیلی ۶۱/۳ درصد از پاسخ‌دهندگان

جدول ۱: اطلاعات عمومی پرسش‌نامه

ردیف	شرح پرسش	فراوانی	درصد
	پرسش‌نامه‌های قابل تحلیل		
۱	جنسیت	مرد	۳۱۰
		زن	۱۰۸
۲	سطح تحصیلات	کارشناسی	۵۱
		دانشجوی کارشناسی ارشد	۶۲
		کارشناسی ارشد	۵۶
		دانشجوی دکتری	۶۴
		دکتری	۷۷
۳	رشته تحصیلی	حسابداری	۱۹۰
		علوم بانکی	۲۶
		مدیریت	۶۳
		اقتصاد	۲۵
		سایر	۶
۴	سن	۲۰-۳۰ سال	۷۸
		۳۱-۴۰ سال	۱۲۸
		۴۱-۵۰ سال	۶۶
		۵۱ سال به بالا	۳۸
۵	میزان تجربه مفید حرفه‌ای	کم‌تر از ۱۰ سال	۸۶
		۱۱-۲۰ سال	۱۴۶
		بیش‌تر از ۲۱ سال	۷۸
۶	حوزه‌های تجربه کاری	بانکداری	۱۱۰
		حسابداری و حسابرسی	۱۴۴
		بازار سرمایه	۵۶
۷	شغل یا سمت	مدرس یا عضو هیات علمی	۱۵۶
		حسابرس یا بازرس قانونی بانک	۴۴
		مدیر یا کارشناس ارشد بانک مرکزی	۴۱
		مدیرعامل، عضو هیات مدیره یا مدیر ارشد بانک و یا کارشناسان مالی و غیرمالی در امر گزارشگری بانک‌ها	۶۹

حسابداری است و سن ۴۱/۳ درصد آن‌ها بین ۳۱ الی ۴۰ سال می‌باشد. هم‌چنین، معادل ۴۷/۱ درصد از پاسخ‌دهندگان دارای تجربه کاری بین ۱۱ الی ۲۰ سال هستند و حوزه



کاری ۴۶/۵ درصد آن‌ها حسابداری و حسابرسی می‌باشد. با این حال، تقریباً ۵۰ درصد از پاسخ‌دهندگان را افراد دانشگاهی و ۵۰ درصد مابقی را افراد حرفه‌ای تشکیل می‌دهند. هم‌چنین، شاخص‌های گزارشگری شهروند شرکتی (۹۴ شاخص)، کدبندی شد و در قالب طیف هفت تایی لیکرت مورد نظر سنجی قرار گرفتند. نتایج نشان داد که میانگین پاسخ‌ها برای تمام شاخص‌ها بالاتر از میانه طیف (چهار) است. به گونه‌ای که بیش‌ترین میانگین مربوط به بعد راهبری (مالکیت سهامداران نهادی با میانگین ۶/۱۱) است. انحراف معیار به دست آمده برای هر یک از شاخص‌ها نشان‌دهنده این است که شاخص "تعریف و تحلیل کمی از ریسک شریعت و روش‌های اصلی مدیریت کردن آن" (با انحراف معیار ۱/۵۸) دارای پایین‌ترین دقت در بین شاخص‌های تمامی ابعاد است.

### نتایج تحلیل عاملی تاییدی

در این پژوهش، از نرم‌افزار لیزرل جهت تحلیل عاملی تاییدی ابعاد، مولفه‌ها و شاخص‌های گزارشگری شهروند شرکتی استفاده شده است. با این حال، قبل از انجام تحلیل عاملی، ابتدا باید اطمینان حاصل شود که می‌توان داده‌های موجود را برای تحلیل مورد استفاده قرار داد. بدین منظور از شاخص کایزر، میر و اولکین<sup>۲۶</sup> (KMO) و آزمون بارتلت<sup>۲۷</sup> استفاده شده است. با توجه به نتایج حاصل از شاخص KMO ( $0/691 < 0/6$ ) و معناداری آزمون بارتلت ( $0/000 > 0/05$ ) که در جدول ۲ نشان داده شده است، می‌توان نتیجه گرفت که داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب هستند و بین آن‌ها همبستگی وجود دارد. جدول ۲: شاخص KMO و آزمون بارتلت برای کفایت نمونه در تحلیل عاملی

سطح شاخص			الگو
۰/۶۹۱			KMO
سطح معناداری	درجه آزادی	سطح شاخص	الگو
۰/۰۰۰	۴۴۶۵	۳/۵۶	بارتلت

از این رو، تحلیل عاملی تاییدی مقادیر بارهای عاملی ابعاد، مولفه‌ها و شاخص‌های گزارشگری شهروند به شرح جدول ۳ محاسبه شده است. هم‌چنین نتایج مربوط به معیارهای پرازش مدل در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳: معیارهای برازش محاسبه شده برای بعد اجتماعی

ردیف	معیار	حدود قابل قبول	مقدار معیار	نتیجه اجرا
۱	نسبت کای اسکوتر بر درجه آزادی ( $X^2/DF$ )	کمتر از ۳	۱/۳۹	✓
۲	سطح معناداری (P)	بیشتر از ۰/۰۵	۰/۰۹	✓
۳	شاخص نیکویی برازش (GFI)	بالای ۰/۹۵	۰/۹۸	✓
۴	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)	کمتر از ۰/۰۸	۰/۰۲	✓
۵	برازش مقایسه‌ای یا تطبیقی (CFI)	بالای ۰/۹۵	۰/۹۷	✓
۶	شاخص برازش هنجار شده (NFI)	بالای ۰/۹۵	۰/۹۸	✓
۷	شاخص برازش هنجار شده و اصلاح شده مقتصد (PNFI)	بالای ۰/۹۵	۰/۹۶	✓

همان‌طور که در جدول ۳ ملاحظه می‌شود، همه مقادیر در محدوده قابل قبول قرار دارند که نشانگر برازش مناسب مدل است. به گونه‌ای که، مقادیر معیارهای برازندگی شامل نسبت کای اسکوتر بر درجه آزادی ( $X^2/df=1/39$ ) و با سطح معناداری ( $P=0/09$ )، شاخص نیکویی برازش ( $GFI=0/98$ )، ریشه میانگین مربعات خطای برآورد ( $RMSEA=0/02$ )، برازش مقایسه‌ای یا تطبیقی ( $CFI=0/97$ )، شاخص برازش هنجار شده ( $NFI=0/98$ ) و شاخص برازش هنجار شده و اصلاح شده مقتصد ( $PNFI=0/96$ ) به دست آمدند.

هم‌چنین، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که تمام شاخص‌ها، مولفه‌ها و ابعاد دارای بارعاملی بیش‌تر از حد قابل قبول یعنی  $0/40$  می‌باشند و بیانگر این موضوع است که نیازی نیست تا هیچ کدام از آن‌ها از مدل حذف شوند. در واقع، همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، بارهای عاملی تعداد ۹۰ شاخص از ۱۵ مولفه و ۴ بعد (اقتصادی، اجتماعی، راهبری و محیطی) مربوط به گزارشگری شهروند شرکتی نشان داده شده است. بنابراین الگوی گزارشگری شهروند شرکتی در بانک‌ها با استفاده از ۹۰ شاخص به شرح جدول ۴ می‌باشد. تحلیل عاملی در سطح شاخص‌ها از نوع تحلیل عاملی مرتبه اول است و در سطح مولفه‌ها و ابعاد به ترتیب از نوع تحلیل عاملی مرتبه دوم و سوم می‌باشد.

جدول ۴: مقادیر بارهای عاملی ابعاد، مولفه‌ها و شاخص‌های مدل کلی گزارشگری شهروند شرکتی

بار عاملی	شاخص	بار عاملی	مولفه	بار عاملی	بعد
۰/۴۰	مروری بر مهم‌ترین وقایع سال‌های گذشته و عملکرد و دستاوردهای اقتصادی مهم بانک	۰/۸۴	عملکرد مالی و اقتصادی	۰/۶۳	اقتصادی
۰/۵۵	بحث درباره اثرات وضعیت اقتصادی بر عملکرد مالی بانک				
۰/۶۰	صورت عملکرد مالی و عملیاتی بانک و تحلیل تغییرات در ساختار سرمایه				
۰/۶۸	صورت عملکرد سپرده‌ها				
۰/۵۲	صورت ارزش افزوده و تحلیل شاخص‌های بهره‌وری تولید و نیروی کار بانک				
۰/۴۰	اطلاعات مالی مربوط به عملکرد اجتماعی به تفکیک نوع و حوزه آن				
۰/۵۰	عملکرد مالی و اقتصادی بر اساس تحلیل وضعیت مالیات بر عملکرد پرداختی				
۰/۷۱	عملکرد مالی و اقتصادی بر اساس تحلیل نسبت‌ها				
۰/۵۸	شرح کلی از روند و جایگاه بانک در صنعت	۰/۷۳	سهم و حضور در بازار		
۰/۷۴	روند تغییرات قیمت سهام و تحلیل آن				
۰/۶۶	ارزش دفتری و بازار سهام و حجم سهام معامله شده				
۰/۶۶	روند سود تقسیمی هر سهم و تحلیل آن				
۰/۷۵	رشد یا تغییرات سهم بازار از کل سپرده‌ها و تسهیلات				
۰/۸۰	تفکیک سپرده‌های دیداری و بلندمدت نزد سایر بانک‌ها و موسسات اعتباری	۰/۶۳	اطلاعات صورت‌های مالی		
۰/۸۲	تفکیک مطالبات (بدهی‌ها) از (به) سایر بانک‌ها و موسسات اعتباری				
۰/۷۹	تسهیلات اعطایی بر اساس نوع قرارداد، مشتری، سررسید و نرخ سود				
۰/۸۱	تفکیک اوراق بهادار معاملاتی و اوراق بهادار سرمایه‌گذاری				
۰/۷۷	تفکیک سپرده‌های مشتریان بر اساس نوع سپرده‌ها و نوع مشتریان				
۰/۶۶	سود سپرده‌های سرمایه‌گذاری				
۰/۶۵	توزیع منابع و مصارف مربوط به درآمد مشاع بین سپرده‌گذاران و بانک				
۰/۸۳	انرژی مصرفی مستقیم و غیر مستقیم به تفکیک منبع و میزان آن	۰/۸۸	انرژی	۰/۷۷	محیطی
۰/۸۵	میزان انرژی صرفه‌جویی شده به دلیل بهبود عملیات بانکداری				
۰/۸۱	اقدامات و ابتکارات برای ارائه خدماتی که مبتنی بر کاهش مصرف انرژی است				
۰/۸۳	اقدامات صورت گرفته برای مدیریت مصرف انرژی و گزارش‌های روند مصرف انرژی				
۰/۷۲	رویه‌های استفاده مطلوب از کاغذ و یا حذف آن در فعالیت‌ها				

بار عاملی	شاخص	بار عاملی	مؤلفه	بار عاملی	بعد
۰/۸۱	جوایز دریافت شده در ارتباط با فعالیت های زیست محیطی	۰/۸۴	ارائه خدمات و الزامات آن بر محیط زیست		
۰/۸۹	تامین سرمایه پروژه‌های سبز در جهت محافظت از محیط زیست و توسعه فضای سبز				
۰/۹۰	استراتژی بانک برای تاثیر عملیات بانکداری بر منابع طبیعی				
۰/۹۱	فعالیت‌ها برای رعایت مسایل زیست محیطی از بعد مشتریان				
۰/۹۰	طراحی امکانات سازگار با محیط زیست و خدمات دوست‌دار محیط زیست				
۰/۷۹	استقرار سیستم مدیریت ایمنی و بهداشت حرفه‌ای	۰/۸۸	رعایت قوانین		
۰/۸۴	گزارش در خصوص جرائم و خسارات ناشی از عدم تبعیت از قوانین و مقررات زیست محیطی				
۰/۸۹	افشای دعاوی حقوقی ناشی از مسائل زیست محیطی				
۰/۸۱	گزارش تخلفات و نقض آیین‌نامه‌های زیست محیطی و سلامت	۰/۶۹	حقوق بشر		
۰/۴۷	آمار مربوط به استخدام افرادی چون کارکنان زن، افراد معلول و ایثارگر				
۰/۶۷	آزادی بیان از طریق استقرار سیستم گزارش تخلفات، انتقادات و نظام پیشنهادات				
۰/۶۲	ایجاد فرصت‌های برابر یا عدم تبعیض در انتخاب و گزینش کارکنان				
۰/۶۱	بیان اصول و ارزش‌های اخلاقی و یا تدوین منشور اخلاقی				
۰/۵۲	آمار کل کارکنان بر حسب نوع استخدام، گروه سنی، شعب و جنسیت	۰/۷۲	کارکنان	۰/۷۰	اجتماعی
۰/۷۲	افشای سیاست‌ها و رویه‌های جذب و استخدام، حقوق و دستمزد و پاداش کارکنان				
۰/۷۷	تشریح ساعات و هزینه‌های آموزش و درصد کارکنان آموزش دیده				
۰/۶۳	فعالیت‌های رفاهی کارکنان و بازنشستگان از جمله بیمه عمر، ورزش و سرگرمی				
۰/۷۶	اطلاعاتی درباره سلامت و بهداشت و ایمنی کارکنان و گواهینامه یا جوایز مربوط به آن				
۰/۴۰	جوایز یا گواهینامه‌های مربوط به رضایت مشتریان	۰/۶۹	ارائه خدمات به مشتریان		
۰/۷۸	مدیریت ارتباط با مشتریان و اطلاعات مربوط به مشتریان عمده و میزان وفاداری آن‌ها				
۰/۵۹	اطلاعات کلی در خصوص پروژه‌های تحقیقاتی در حال اجرا برای بهبود خدمات به مشتریان از جمله پروژه‌های نوآوری در بانکداری شرکتی				

بار عاملی	شاخص	بار عاملی	مولفه	بار عاملی	بعد
۰/۷۲	تسهیل در فرایند اخذ تقاضای مشتریان از جمله تسهیلات اینترنتی و بانکداری الکترونیکی				
۰/۵۰	کمک‌های مالی به موسسات خیریه و موقوفه				
۰/۶۲	عضویت در نهادهای اجتماعی، فرهنگی، مذهبی و ورزشی				
۰/۶۵	حامی همایش‌های آموزشی، سمینارها و نمایشگاه‌های هنری				
۰/۵۶	حامی پروژه‌های مربوط به سلامت و بهداشت جامعه و کمک و حمایت از تحقیقات پزشکی				
۰/۷۳	کمک‌های مالی برای ایجاد موسسات آموزشی، درمانی و تفریحی				
۰/۶۷	ارائه کمک به قربانیان بلایای طبیعی شامل سیل، زلزله و غیره	۰/۷۰	مشارکت و توسعه اجتماعی		
۰/۸۵	توجه به شرایط رفاهی و ایمنی معلولین				
۰/۸۱	حمایت از دانشجویان و نخبگان و ارتباط با دانشگاه‌ها و مراکز پژوهش				
۰/۸۲	حمایت از توسعه صنایع کوچک و کارآفرین به ویژه افراد بومی و محلی				
۰/۷۶	ایجاد زیرساخت برای عموم در جامعه و منطقه بومی از جمله احداث پل، جاده و غیره				
۰/۴۳	خط‌مشی و رویه‌ها به منظور مبارزه با رشوه، فساد و رفتار ضد اخلاق کسب و کار				
۰/۸۴	تشریح اقدامات انجام شده برای جلوگیری و مقابله با فساد، رشوه‌خواری و پول‌شویی				
۰/۹۰	اعلام سامانه‌های کشف تقلب، مبارزه با پول‌شویی و استعمال احراز هویت مشتریان	۰/۷۰	مبارزه با فساد و جلوگیری از رشوه‌خواری و پول‌شویی		
۰/۸۸	شناسایی ریسک‌های مرتبط با فساد				
۰/۷۰	آموزش کارکنان در مورد خط‌مشی‌ها و رویه‌های ضد فساد در بانک				
۰/۶۹	موارد حقوقی مرتبط با فساد در بانک و پیامدها و نتایج آن				
۰/۶۹	تاکید بر رعایت کامل مفاد قانون مبارزه با پول‌شویی بر اساس آئین‌نامه‌های اجرایی				
۰/۸۰	بیان مسئولیت بانک بابت زکات، صدقه، وام‌های قرض الحسنه و سایر وجوه شرعی				
۰/۸۷	منابع، کاربرد و منافع زکات، خیریه و وام‌های بدون بهره و ارائه گزارش‌های مربوطه	۰/۵۱	مسائل شرعی		
۰/۹۱	اطلاعاتی در خصوص نقش و مسئولیت‌های هیات نظارت بر شریعت				
۰/۸۵	تعهدات نسبت به کسب بازده و عملکرد مطابق با اصول شریعت				
۰/۸۲	ارائه شاخص‌های مالی اسلامی منطبق با شریعت				

بار عاملی	شاخص	بار عاملی	مولفه	بار عاملی	بعد
۰/۸۲	تعریف و تحلیل کمی از ریسک شریعت و روش‌های اصلی مدیریت کردن آن				
۰/۷۶	اطلاعات مربوط به سهامداران اصلی و ترکیب سهامداران	۰/۵۵	مالکیت سهام و حقوق سهامداران	۰/۶۹	راهبری
۰/۷۴	ساختار مالکیت شامل فهرست سهامداران بالای یک درصد				
۰/۷۷	مالکیت سهامداران نهادی				
۰/۷۶	درصد مالکیت دولت				
۰/۶۶	میزان سهام مدیران اجرایی، اعضای هیات مدیره و مدیرعامل یا هیات عامل				
۰/۶۶	نظارت سهامداران اقلیت				
۰/۶۷	حقوق سهامداران در ارتباط با رویه‌های رای‌دهی و حقوق مربوط به سود تقسیمی				
۰/۸۲	اطلاعاتی درباره انتخاب (یا تغییر) حسابرس مستقل و بازرس قانونی	۰/۸۹	شفافیت اطلاعاتی	۰/۶۹	
۰/۸۰	توضیحاتی درباره سیستم کنترل داخلی و واحد حسابرسی				
۰/۸۶	فهرستی از اعضای کمیته حسابرسی، شرحی از نقش و مسئولیت آن‌ها و تعداد جلسات				
۰/۸۵	شرحی از نقش و مسئولیت کمیته‌های تخصصی				
۰/۸۶	شرحی از نقش و مسئولیت کمیته مدیریت ریسک و محاسبه و تحلیل ریسک‌های مهم				
۰/۷۹	افشای معاملات با اشخاص وابسته				
۰/۸۰	ساختار، ترکیب و فهرست هیات مدیره و بیان سوابق آموزشی و حرفه‌ای آنها	۰/۹۱	هیات مدیره	۰/۶۹	
۰/۷۵	پاداش، حقوق، مزایا و حق الزحمه اعضای هیات مدیره و مدیر عامل یا هیات عامل				
۰/۷۸	تعداد جلسات سالانه هیات مدیره و مبالغ پرداختی بابت حق حضور در جلسات				
۰/۸۴	موظف یا غیر موظف بودن اعضای هیات مدیره				
۰/۷۷	وجود دوگانگی نقش بین رئیس هیات مدیره و مدیر عامل				
۰/۷۷	کمیته‌های تخصصی هیات مدیره و شرح فعالیت آن‌ها				
۰/۷۹	ارائه اطلاعاتی درباره مشاوران حرفه‌ای و تخصصی هیات مدیره				

همان‌گونه که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، بعد اقتصادی با سه مولفه عملکرد مالی و اقتصادی (۸ شاخص)، سهام و حضور در بازار (۵ شاخص) و اطلاعات صورت‌های مالی (۷ شاخص) دارای ۲۰ شاخص است. بعد اجتماعی دارای ۳۶ شاخص در قالب پنج مولفه به

شرح زیر است: حقوق بشر (۴ شاخص)، کارکنان (۵ شاخص)، ارائه خدمات به مشتریان (۴ شاخص)، مشارکت و توسعه اجتماعی (۱۰ شاخص)، مبارزه با فساد (۷ شاخص) و مسائل شرعی (۶ شاخص). بعد محیطی با سه مولفه انرژی (۵ شاخص)، ارائه خدمات و اثرات آن بر محیط زیست (۶ شاخص) و رعایت قوانین (۳ شاخص) دارای ۱۴ شاخص است. بعد راهبری نیز دارای ۲۰ شاخص در قالب سه مولفه مالکیت سهام و حقوق سهامداران (۷ شاخص)، شفافیت اطلاعاتی (۶ شاخص) و هیات مدیره (۷ شاخص) است.

### بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش، به معرفی الگوی برای گزارشگری مالی و غیرمالی بانک‌ها از طریق شاخص‌سازی گزارشگری شهروند شرکتی پرداخته شد. بدین منظور ابتدا ابعاد، مولفه‌ها و شاخص‌ها با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای و نظر خبرگان استخراج شد و سپس با استفاده از ابزار پرسش‌نامه در اختیار جامعه آماری پژوهش قرار گرفت. داده‌ها با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی (مرتب اول، دوم و سوم) مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان می‌دهد که بانک‌ها می‌توانند از الگوی گزارشگری شهروند شرکتی به عنوان نوعی گزارش که شامل افشاء اطلاعات مالی و غیرمالی است، استفاده کنند. بدین منظور، ۹۰ شاخص در قالب پانزده مولفه و چهار بعد اقتصادی، اجتماعی، محیطی و راهبری تدوین شد. نتایج برآورد مدل نشان می‌دهد که بعد محیطی با بار عاملی ۷۷ درصد، بیش‌ترین سهم را در انعکاس ابعاد تشکیل‌دهنده گزارشگری شهروند شرکتی در بانک‌ها دارد. در میان مولفه‌های بعد اقتصادی، مولفه عملکرد مالی و اقتصادی از اهمیت بیشتری برخوردار است. هر سه مولفه بعد محیطی، تقریباً سهم یکسانی در معرفی این بعد دارند. در بعد راهبری نیز بیشترین سهم متعلق به مولفه هیات مدیره می‌باشد. در بعد اجتماعی، کمترین سهم متعلق به مولفه مسائل شرعی است. دلیل این موضوع را می‌توان این‌گونه بیان کرد که با توجه به این که در ایران کمیته فقهی یا شرعی عملکرد مناسبی در اجرای احکام مرتبط با فعالیت‌های بانکداری نداشته‌اند و یا گزارش‌های این کمیته به خوبی انعکاس نیافته است؛ شاخص‌های مربوط به مسائل شرعی (با بار عاملی ۰/۵۱) در مدل گزارشگری شهروند شرکتی از کم‌ترین سهم بین شاخص‌ها برخوردار است. هم‌چنین، تغییرات آب و هوایی و خشک‌سالی طی سال‌های اخیر، باعث شده تا توجه پاسخ‌دهندگان نسبت به افشاء اطلاعات مالی و غیرمالی در قالب

بعد محیطی، توسط بانک‌ها جلب شود و از این لحاظ به عنوان مهم‌ترین بعد گزارشگری شهروند شرکتی تلقی شده است. یکی از موارد مورد توجه در افشاء شاخص‌های مربوط به مولفه مشارکت و توسعه اجتماعی در بعد اجتماعی، مساله بیکاری است. به همین منظور، افشای اطلاعات بانک‌ها در خصوص حمایت از توسعه صنایع کوچک و کارآفرین به ویژه افراد بومی و محلی (با بار عاملی ۰/۸۲)، از مهم‌ترین شاخص‌های مد نظر در گزارشگری شهروند شرکتی بانک‌ها است.

نتایج این پژوهش با پژوهش‌های انجام شده توسط آلسالوی (۲۰۱۶) و عمران و همکاران (۲۰۱۷)، سازگار است. به عنوان مثال، در این پژوهش مانند پژوهش‌های فوق، بیش‌ترین سهم از بعد اجتماعی مربوط به مولفه کارکنان است. مهم‌ترین پیشنهاد کاربردی حاصل از این پژوهش آن است که بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران به عنوان نهاد ناظر بانک‌ها و موسسات مالی و هم‌چنین سازمان حسابرسی و سازمان بورس و اوراق بهادار تهران به عنوان ارائه‌کننده رهنمودها و تدوین‌کننده مقررات گزارشگری مالی و غیرمالی، بستری لازم را جهت افشای اطلاعات مالی و غیرمالی بانک‌ها فراهم سازند. بدین منظور، پیشنهاد می‌شود تا از الگوی گزارشگری شهروند شرکتی تدوین شده در این پژوهش استفاده شود. هم‌چنین به لحاظ نظری پیشنهاد می‌شود تا سایر پژوهش‌گران ابعاد، مولفه‌ها و شاخص‌های گزارشگری شهروند شرکتی را در سایر صنایع مورد بررسی قرار دهند و به مقایسه آن با گزارش‌های مالی و غیرمالی که در قالب گزارشگری اجتماعی و یا شهروند شرکتی در سایر کشورها توسط شرکت‌ها ارائه می‌شوند، بپردازند و از این طریق به تجزیه و تحلیل وضعیت موجود افشای اطلاعات مالی و غیرمالی شرکت‌های ایرانی بپردازند.

## یادداشت‌ها

- |                              |  |
|------------------------------|--|
| 1. Haniffa and Hudaib        | 2. Valor                               |
| 3. Matten, Crane and Chapple | 4. Hodder and Hopkins                  |
| 5. Biddle and Hilary         | 6. Dane                                |
| 7. Anastasiadis              | 8. Windsor                             |
| 9. Carroll                   | 10. Wood                               |
| 11. Geva                     | 12. Maignan and Ferrell                |
| 13. Filizoz and Fisne        | 14. Rego, Leal, Cunha, Faria and Pinho |
| 15. Rezaee                   | 16. Scholtens                          |
| 17. Menassa                  | 18. Farook, Kabir Hassan and Lanis     |



- |                      |                          |
|----------------------|--------------------------|
| 19. Kamla and Rammal | 20. Tuhin                |
| 21. Ullah and Rahman | 22. Alsahlawi            |
| 23. Amran            | 24. Lawshe               |
| 25. Cronbach Alpha   | 26. Kaiser- Meyer- Olkin |
| 27. Bartlett         |                          |

## منابع

- برزگر، قدرت‌اله، (۱۳۹۲)، مدلی برای افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و ارتباط آن با عملکرد مالی (رساله دکتری، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران).
- حافظ‌نیا، محمدرضا، (۱۳۸۸)، مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی. چاپ چهارم، تهران، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
- حجازی، رضوان؛ ابوحمزه، مینا، (۱۳۹۳)، به سوی شهروند شرکتی. پژوهش‌های حسابداری، دوره ۱۳، شماره ۲، صص ۲۰-۱.
- حجازی، رضوان؛ حیاتی، نهاله، (۱۳۹۶)، جهان شهروند شرکتی: از مفاهیم تا اقدامات. پژوهش‌های حسابداری، دوره ۲۴، شماره ۱، صص ۳۴-۱۷.
- حجازی، رضوان؛ سادات‌نصیری، سپیده، (۱۳۹۳)، مفاهیم شهروند شرکتی و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها. پژوهش‌های حسابداری، دوره ۱۵، شماره ۳، صص ۱۶۳-۱۸۳.
- حنفی‌زاده، پیام؛ رحمانی، آرزو، (۱۳۹۲)، روش تحقیق ساختارهای چند بعدی. چاپ اول، تهران، انتشارات ترمه.
- رحمانی، علی؛ حسینی، سمیه، (۱۳۹۱)، بررسی شفافیت صورت‌های مالی بانک‌ها، فصلنامه تازه‌های اقتصاد، دوره ۱۳۵، شماره ۱، صص ۷۸-۸۲.
- رضائی‌منش، بهروز؛ رودساز، حبیب؛ حقیقی‌کفاش، مهدی؛ تقوی‌فرد، محمدتقی؛ کمرئی، عباس، (۱۳۹۳)، ارزیابی عملکرد دانش‌محور نظام مالی بانکداری در چارچوب رویکرد منابع سازمانی. دانش مالی تحلیل اوراق بهادار، دوره ۳۳، شماره ۱، صص ۱۱۹-۱۳۲.
- سلیمی، محمدجواد؛ حنفی‌زاده، پیام؛ جعفری، ابوالفضل، (۱۳۹۶)، مدلی برای ارزیابی توان مالی بانک‌های ایرانی. راهبرد مدیریت مالی، دوره ۱۷، شماره ۲، صص ۱۳۳-۱۰۱.

طالب‌لو، رضا؛ بهمن‌پور، حمید، (۱۳۹۱)، اثر مقررات بانکی بر رقابت در صنعت بانکداری ایران. *دانش مالی تحلیل اوراق بهادار*، دوره ۱۴، شماره ۲، صص ۱۳-۴۰.

عسکری فیروزجانی، احسان؛ سلمانی، کامران، (۱۳۹۳)، بررسی ویژگی‌های هر کدام از صنایع موجود در بورس و ارائه راه کارهای مناسب برای تامین مالی، بورس اوراق بهادار، مدیریت تحقیق و توسعه، بورس اوراق بهادار تهران، ویراست اول.

قادرزاده، سید کریم؛ کردستانی، غلامرضا؛ حقیقت، حمید، (۱۳۹۶)، شناسایی و رتبه‌بندی عوامل موثر بر سطح افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با رویکرد داده کاوی، پژوهش‌های کاربردی در گزارشگری مالی، سال ششم، شماره ۱۱، صص ۷-۴۶.

کریمی، غلامرضا؛ خویدک، فریده صدیقی. (۱۳۹۴)، سطح افشا و عوامل تعیین کننده آن در بانک‌ها با تاکید بر سازوکارهای راهبری شرکتی و محوریت اسلامی. *تحقیقات مالی*، دوره ۱۷، شماره ۲، صص ۳۷۶-۳۵۷.

کریمی، غلامرضا؛ قیومی، زهره؛ ابراهیمی کردلر، علی، (۱۳۹۳)، ارزیابی شاخص‌های افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و بررسی ارتباط این شاخص با عملکرد مالی بانک‌ها در ایران. *مدیریت اسلامی*، دوره ۲۲، شماره ۲، صص ۱۴۹-۱۳۱.

یوسفی اصل، فرزانه؛ ملانظری، مهناز؛ سلیمانی امیری، غلامرضا، (۱۳۹۳)، تدوین مدل شفافیت گزارشگری مالی. *پژوهش‌های تجربی حسابداری*، دوره ۱۴، شماره ۴، صص ۱-۳۸.

- Alsahlawi, R. (2016). CSR disclosure of banking sector in Saudi Arabia. *Accountancy Business and the Public Interest*, 15(1), 138-157.
- Amran, A; Amran, A; Fauzi, H; Fauzi, H; Purwanto, Y; Purwanto, Y. ... and Zain, M. M. (2017). Social responsibility disclosure in Islamic banks: A comparative study of Indonesia and Malaysia. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 15(1), 99-115.
- Anastasiadis, S. (2014). Toward a view of citizenship and lobbying: corporate engagement in the Political Process. *Business & Society*, 53(2), 260-299.
- Biddle, G. C., and Hilary, G. (2006). Accounting quality and firm-level capital investment. *The Accounting Review*, 81(5), 963-982.

- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional model of corporate social performance. *Academy of Management Review*, 4 (1), 497-505.
- 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.
- Dane, M. Ch. (2016). Corporate accountability reporting and high – profile misconduct. *The Accounting Review*, 91(2), 377-399.
- Farook, S; Kabir Hassan, M; and 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.
- Filizoz, B; and Fişne, M. (2011). Corporate social responsibility: A study of striking corporate social responsibility practices in sport management. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 24, 1405-1417.
- Geva, A. (2008). Three models of corporate social responsibility: interrelationships between theory, research, and Practice. *Business and Society Review* 113(1), 1-41.
- Haniffa, R; and Hudaib, M. (2007). Exploring the ethical identity of Islamic Banks via communication in annual reports. *Journal of Business Ethics*, 76(1), 97-116.
- Hodder, L. D; and Hopkins, P. E. (2014). Agency problems, accounting slack, and banks' response to proposed reporting of loan fair values. *Accounting, Organizations and Society*, 39(2), 117-133.
- Kamla, R; and G. Rammal, H. (2013). Social reporting by islamic banks: Does social Justice matter? *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 26(6), 911-945.
- LAWSHE, C. H. (1975). A quantitative approach to content validity. *personnel psychology*, 28(4), 563-575.
- Maignan, I; and Ferrell, O. C. (2001). Antecedents and benefits of corporate citizenship: An investigation of French businesses. *Journal of Business Research*, 51(1), 37-51.
- 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; and Chapple, W. (2003). Behind the mask: revealing the true face of corporate citizenship. *Journal of*

---

*Business Ethics*, 45, 109-120.

- 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.
- 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.
- Rezaee, Z. (2016). Business sustainability research: A theoretical and integrated perspective. *Journal of Accounting Literature*, 36, 48-64.
- Scholtens, B. (2009). Corporate social responsibility in the international banking industry. *Journal of Business Ethics*, 86(2), 159-175.
- 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; and 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.
- Valor, C. (2005). Corporate social responsibility and corporate citizenship: Towards corporate accountability. *Business and Society Review*, 110(2), 191-212.
- Windsor, D. (2001). The future of corporate social responsibility. *The International Journal of Organizational Analysis*, 9(3), 225-256.
- Wood, D. J. (1991). Corporate social performance revisited. *Academy of Management Review*, 16, 691-718.

