

مجله حسابداری سلامت، سال نهم، شماره اول، پیاپی ۲۳، بهار و تابستان ۱۳۹۹، صص ۱۰۰-۷۸.

اعتبارسنجی ابزار ارزیابی سطح افشاء مسئولیت اجتماعی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران

امین عالی‌وندی دارانی^۱، دکتر مهدی عرب‌صالحی^۲، دکتر هادی امیری^۳ و دکتر فرساد زمانی‌بروجنی^۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۹/۰۵ تاریخ اصلاح نهایی: ۱۳۹۸/۰۸/۰۹ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۱۰/۱۲

چکیده

مقدمه: با توجه به تمایل روزافزون سرمایه‌گذاران، سهامداران و به‌طور کلی ذی‌نفعان به شناخت ابعاد مسئولیت اجتماعی، افشاء مطلوب مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بسیار حائز اهمیت است و این امر بدون در اختیار داشتن ابزار دارای روایی و پایایی مناسب امکان‌پذیر نخواهد بود.

روش پژوهش: پژوهش حاضر از لحاظ ماهیت و هدف، کاربردی و بر اساس نحوه گردآوری داده‌ها از نوع پژوهش‌های میدانی است. جامعه آماری پژوهش شامل استادان دانشگاه در رشته‌های حسابداری و مدیریت مالی و افراد حرفه‌ای و متخصص در زمینه مالی، حسابداری و بازار سرمایه است. در این پژوهش پس از بررسی متون و استخراج ابعاد افشاء مسئولیت اجتماعی، با کمک روش دلفی، در سه مرحله شاخص‌های هر یک از ابعاد افشاء مسئولیت اجتماعی بررسی شد.

یافته‌ها: از ۸۴ شاخص پرسش‌نامه اولیه، ۳۹ شاخص در فرآیند سنجش روایی و پایایی حذف و سرانجام بازبینی‌ای (چک‌لیستی) با ۴۵ شاخص دارای روایی و پایایی مناسب، تهیه شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که از دید خبرگان، بُعد محصولات و خدمات از بیشترین اهمیت برای افشاء مسئولیت اجتماعی برخوردار است و کم‌ترین میزان اهمیت افشاء مسئولیت اجتماعی مربوط به بُعد حقوق بشر است.

بحث و نتیجه‌گیری: با توجه به اهمیت مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، استفاده از معیاری معتبر و قابل اعتماد در تعیین و ارزیابی سطح افشاء مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، کیفیت تصمیم‌گیری ذی‌نفعان را افزایش می‌دهد. بنابراین، ابزار ارزیابی سطح افشاء مسئولیت اجتماعی که در این پژوهش ارائه شده و از روایی مناسب و پایایی قابل قبول برخوردار است می‌تواند در بهبود سطح افشاء مسئولیت اجتماعی و ارزیابی آن مفید واقع شود.

واژه‌های کلیدی: اعتبارسنجی، روش دلفی، سطح افشاء، مسئولیت اجتماعی.

۱. دانشجوی دکتری حسابداری، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران (رایانامه: amin.48361@gmail.com)

۲. دانشیار حسابداری، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران (نویسنده مسئول؛ رایانامه: mehdi_arabsalehi@ase.ui.ac.ir)

۳. استادیار اقتصاد، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران (رایانامه: h.amiri@ase.ui.ac.ir)

۴. استادیار کامپیوتر، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران (رایانامه: farsad.zamani@yahoo.com)

مقدمه

اقتصادی، که فعالیت‌های با آثار گسترده محیطی، اجتماعی و اقتصادی دارند، خواسته می‌شود که این فعالیت‌ها را در زمینه محیط‌زیست، رفاه اجتماعی و مسائل اقتصادی افشاء کنند. بنابراین، مسئولیت‌بناگاه اقتصادی تنها محدود به سهامداران نیست بلکه طیف گسترده‌ای (در مکان‌هایی دور یا نزدیک به مکان فیزیکی شرکت) را دربرمی‌گیرد (۴). توجه به مسئولیت اجتماعی و در نظر گرفتن منافع طیف گسترده‌ای از ذی‌نفعان به وسیله شرکت‌ها باعث خلق ارزش اقتصادی می‌شود (۶). شرکت‌های ایرانی نیز متوجه مزایای بالقوه درگیر شدن در فعالیت‌های اجتماعی شده‌اند و دستورعمل‌هایی برای افشاء فعالیت‌های اجتماعی در زمینه کسب‌وکار و فعالیت خود تهیه و تنظیم کرده‌اند. هر چند سطح گزارشگری مسئولیت اجتماعی و زیست‌محیطی اندکی ارتقاء یافته (۷) اما هم‌چنان محیط کسب‌وکار در ایران با چالش‌های قابل‌توجهی در مورد مشارکت‌های اجتماعی روبه‌رو است و سطح درک از مسئولیت اجتماعی شرکتی چندان بالا نیست (۳). استانداردهای حسابداری ایران نیز استاندارد دقیقی را به‌عنوان دستورعملی برای تهیه و گزارش مسئولیت اجتماعی در گزارش سالانه شرکت ارائه نمی‌دهد.

با وجود نقش انکارناپذیر مسئولیت اجتماعی شرکت در بهبود شفافیت و پاسخ‌گویی که در بالا تشریح شد، تاکنون در این مورد معیار جامعی برای اولویت‌بندی افشاء اطلاعات ارائه نشده و در پژوهش‌های پیشین از معیارها و شاخص‌های متعددی به‌عنوان معیارهای افشاء مسئولیت اجتماعی استفاده شده

توجه گسترده جامعه به شکل جدید حسابداری مسئولیت اجتماعی به سال ۱۹۷۰ میلادی برمی‌گردد که مفاهیم مربوط به آن بر اساس نهادهای حسابداری حرفه‌ای و دانشگاهی بیان شد اما با وجود گذشت بیش از ۵۰ سال از کاربرد این مفهوم، هم‌چنان ارائه تعریف واحدی برای آن کار دشواری است (۱). واژه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به‌ظهور یک جنبش اشاره دارد که به دنبال وارد کردن عوامل محیطی و اجتماعی در تصمیم‌های تجاری شرکت‌ها، راهبرد تجاری و حسابداری با هدف افزایش عملکرد اجتماعی و محیطی در کنار ابعاد اقتصادی است، به‌گونه‌ای که برای واحد تجاری، جامعه و محیط مفید و سودمند باشد (۲). به عبارت دیگر، مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی، به بررسی تأثیر متقابل شرکت و اجتماع بر یکدیگر می‌پردازد و از یک‌سو، تأثیر فعالیت‌های شرکت بر تمام افراد جامعه را بررسی و شرکت را در قبال آثار عملکرد خود در برابر همه ذی‌نفعان مسئول و پاسخ‌گو می‌داند و از سوی دیگر، افزایش سودآوری و بهبود جایگاه شرکت و سرانجام بقای درازمدت در دنیای رقابتی را نتیجه مسئولیت‌پذیری اجتماعی آن می‌داند (۳).

شرکت‌ها و واحدهای تجاری از تأثیر فعالیت‌های خود بر محیط‌زیست، اجتماع، کارکنان و سهامداران مربوط آگاه هستند (۴) ولی در حال حاضر هیچ اجباری برای افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی در گزارش‌های سالانه وجود ندارد (۵). در گزارشگری نوین از شرکت‌ها به‌عنوان بزرگ‌ترین بنگاه‌های

ناهماهنگی و پیچیدگی مفهوم، تعجب‌آور نیست که از روش‌های مختلفی در پژوهش‌ها برای اندازه‌گیری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها استفاده شده است. برخی سازمان‌ها و نهادهای بین‌المللی شناخته‌شده در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به تبیین و توسعه ابعاد و شاخص‌های مسئولیت اجتماعی اهتمام می‌ورزند و چارچوب‌های مختلفی در مورد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تدوین کرده‌اند. در این خصوص، از جمله می‌توان به سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، سازمان ابتکارات گزارشگری جهانی، سازمان بین‌المللی استاندارد جهانی و دستورعمل‌ها یا اصول سازمان ملل متحد اشاره کرد.

سازمان همکاری و توسعه اقتصادی

سازمان همکاری و توسعه اقتصادی یک انجمن منحصر به فرد است. بر اساس دیدگاه این سازمان ابعاد مسئولیت اجتماعی شامل اصول حاکمیت شرکتی مطلوب، محیط‌زیست، علم و فن‌آوری، حمایت از مصرف‌کننده، کسب و کار منصفانه، حقوق بشر، قوانین کار و مبارزه با فساد اداری است. در سازمان همکاری و توسعه اقتصادی دولت‌های ۳۰ کشور برای رسیدگی به چالش‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی با هم همکاری و دستورعمل‌هایی را برای حل چنین چالش‌هایی ارائه می‌کنند. هدف مشترک این کشورها با پیروی از دستورعمل‌ها این است که مشوق‌های مثبتی برای شرکت‌های چندملیتی ارائه کنند تا پیشرفت اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی با حداقل مشکلات ممکن به دست آید. بر این اساس، شرکت‌ها تشویق

است (۸). حساس‌یگانه و برزگر (۳)، محمدی و حکیمی (۹) و نمازی و مقیمی (۱۰) در پژوهش‌های خود ابعاد و شاخص‌هایی را برای افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها پیشنهاد ارائه کرده‌اند. بنابراین، در این پژوهش با توجه به گستردگی شاخص‌های افشاء و نبود اجماع در مورد ابعاد و شاخص‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و همین‌طور ویژگی‌های شرکت‌های ایرانی و وجود تفاوت‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و غیره، با در نظر گرفتن نکات مشترک رهنمودها و استانداردهای نهادها و سازمان‌های تدوین‌کننده مقررات بین‌المللی (ایزو، ابتکار گزارشگری جهانی و غیره)، قوانین و دستورعمل‌های موجود در ایران و برخی شاخص‌های افشاء پیشنهاد شده برای شرکت‌های ایرانی (۳)، ابعاد و شاخص‌های افشاء مسئولیت اجتماعی مشخص و سپس با بهره‌گیری از نظر خبرگان این ابعاد و شاخص‌ها بررسی شد. سرانجام، با هدف ارائه الگویی برای گزارشگری مسئولیت اجتماعی و تعیین اولویت افشاء ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، روایی و اعتبار شاخص‌های مطرح‌شده ارزیابی و شاخص‌های افشاء مسئولیت اجتماعی تعیین شد.

مبانی نظری

اندازه‌گیری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به دو دلیل پیچیده است. اول این که در مفهوم نظری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، اجماع وجود ندارد (۱۱)؛ دوم، مسئولیت اجتماعی مفهومی چند بُعدی با ابعاد به نسبت ناهمگن است (۱۲). بنابراین، به دلیل

می‌شوند اطلاعات اضافی را در اختیار استفاده‌کنندگان قرار دهند که می‌تواند شامل اطلاعات اجتماعی، اخلاقی و زیست‌محیطی، اطلاعات در مورد نظام‌های مدیریت خطر، رعایت قوانین و رفتار تجاری و اطلاعات مربوط به روابط با کارکنان و دیگر ذی‌نفعان باشد (۱۳).

سازمان ابتکارات گزارشگری جهانی

سازمان ابتکارات گزارشگری جهانی برای توسعه رهنمودهایی برای گزارشگری سه‌بعدی اقتصادی، اجتماعی و محیطی در سال ۱۹۹۷ میلادی پایه‌گذاری شد. هدف سازمان مذکور ارتقای سطح افشای پایداری بر اساس شاخصی است که توانایی سازمان را برای برآورده ساختن انتظارات عمومی، اخلاقی و قانونی جامعه از طریق عملیات سازمانی و شرکت‌ها می‌سنجد (۱۴).

بیانیه سازمان ابتکارات گزارشگری جهانی به‌عنوان چارچوب کلی برای گزارش عملکرد اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی بوده و قابل استفاده در هر شرکت با هر اندازه و یا هر موقعیت جغرافیایی است. این بیانیه طیف متنوعی از شرکت‌های کوچک تا شرکت‌هایی با عملیات گسترده و موقعیت جغرافیایی پراکنده را شامل می‌شود. ابعاد افشاء اقتصادی دربرگیرنده عملکرد اقتصادی، حضور در بازار و آثار غیرمستقیم اقتصادی است و آثار اجتماعی به موارد مؤثر بر نظام اجتماعی محل فعالیت شرکت مربوط می‌شود و شامل ارائه اطلاعاتی از بُعد حقوق بشر، جامعه، آثار اقتصادی، محیط‌زیست، مسئولیت محصولات و خدمات و قوانین کار و کارکنان است که برای هر یک

از این ابعاد شاخص‌هایی در نظر گرفته شده است (۱۵).

سازمان بین‌المللی استاندارد جهانی

سازمان بین‌المللی استاندارد جهانی به‌عنوان یک سازمان غیردولتی در سال ۲۰۱۰ میلادی استاندارد مسئولیت اجتماعی خود را با عنوان ایزو ۲۶۰۰۰ و با مشارکت بیش از ۴۰۰ نفر از سراسر دنیا پایه‌گذاری کرد که شامل فعالان صنعت، اتحادیه‌های کارگری، مصرف‌کنندگان، دولت‌ها، نهادهای مردم‌نهاد و پژوهشگران بود (۳).

ایزو ۲۶۰۰۰ شامل تعاریف، پس‌زمینه، اصول و هفت بُعد اصلی در مورد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها است که به ارائه راهنمایی (نه الزام) در مورد گزارشگری مسئولیت اجتماعی می‌پردازد. به همین دلیل، مانند ایزو ۹۰۰۰ و ایزو ۱۴۰۰۱ به‌عنوان گواهی‌نامه استفاده نمی‌شود. هفت بُعد اصلی مسئولیت اجتماعی ایزو ۲۶۰۰۰ شامل حاکمیت شرکتی، کارکنان و فعالیت‌های کاری، محیط‌زیست، کسب و کار، مشتریان و مصرف‌کنندگان، مشارکت در توسعه جامعه و حقوق بشر و شهروندی است (۱۶).

پیمان جهانی سازمان ملل متحد

پیمان جهانی سازمان ملل متحد از شرکت‌ها می‌خواهد که در حوزه حقوق بشر، استانداردهای کار، محیط‌زیست و رفع فساد، فعالیت و از این اقدامات حمایت کنند. معاهده‌ها و بیانیه‌های جهانی در زمینه مسئولیت اجتماعی شامل اعلامیه جهانی حقوق بشر، بیانیه سازمان بین‌المللی کار درباره اصول و حقوق

در برابر تمام اشکال فساد فعالیت کنند از جمله اخاذی و رشوه دادن) است (۱۷). در جدول شماره ۱ در زیر مؤلفه‌ها و ابعاد مسئولیت اجتماعی نهادهای بین‌المللی مطرح‌شده به‌طور خلاصه و مقایسه‌ای ارائه شده است.

قوانین و دستورعمل‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ایران

برخی الزامات قانونی در حوزه‌های مختلف وجود دارد که می‌تواند مبنای افشاء داوطلبانه در مورد مسئولیت اجتماعی قرار گیرد. این الزامات قانونی ممکن است به‌عنوان یک اصل هدایت‌کننده برای شرکت‌ها در مورد چگونگی افشای مسئولیت اجتماعی باشد. هم‌چنین، اطلاعات مربوط به مسئولیت اجتماعی در حال حاضر به‌طور عمده به‌وسیله خود شرکت‌ها و به‌صورت داوطلبانه تعیین می‌شود. در جدول شماره ۲ برخی از قوانین و دستورعمل‌های مربوط به مسئولیت

بنیادی کار، بیانیه ریو در مورد محیط‌زیست و توسعه و پیمان سازمان ملل متحد علیه فساد اداری است. برخی از اصولی که از این معاهده‌های جهانی حاصل شده شامل حقوق بشر (اصل ۱: شرکت‌ها باید حمایت و احترام خود را به حفاظت از حقوق بشر اعلام کنند. اصل ۲: شرکت‌ها باید اطمینان حاصل کنند که در نقض حقوق بشر همکاری نکرده‌اند)، استانداردهای کار (اصل ۳: شرکت‌ها باید آزادی و حق چانه‌زنی را حفظ کنند. اصل ۴: از بین بردن تمام اشکال کار اجباری. اصل ۵: رفع مؤثر کار کودکان. اصل ۶: از بین بردن تبعیض در رابطه با اشتغال)، محیط‌زیست (اصل ۷: شرکت‌ها باید رویکرد احتیاطی نسبت به چالش‌های محیط‌زیست را پشتیبانی کنند. اصل ۸: ابتکار عمل برای ترویج مسئولیت زیست‌محیطی بیشتر. اصل ۹: تشویق توسعه و گسترش فن‌آوری‌های حامی محیط‌زیست) و مبارزه با فساد (اصل ۱۰: بنگاه‌ها باید

جدول ۱: ابعاد مسئولیت اجتماعی نهادهای بین‌المللی

بُعد مسئولیت اجتماعی	سازمان همکاری و توسعه اقتصادی	سازمان ابتکار گزارشگری جهانی	سازمان بین‌المللی استاندارد جهانی	پیمان جهانی سازمان ملل متحد
جنبه‌های اقتصادی		✓		
اصول حاکمیت شرکتی مطلوب	✓		✓	
محیط‌زیست	✓	✓	✓	✓
علم و فن‌آوری	✓			
حمایت از مصرف‌کننده	✓	✓	✓	
کسب‌وکار منصفانه	✓		✓	✓
حقوق بشر	✓	✓	✓	✓
قوانین کار و کارکنان	✓	✓	✓	✓
مبارزه با فساد	✓		✓	✓
جامعه و خدمات اجتماعی	✓	✓	✓	

جدول ۲: برخی قوانین و دستورعمل‌های مربوط به ابعاد و شاخص‌های افشاء مسئولیت اجتماعی در ایران

بُعد اجتماعی	شاخص‌های ابعاد اجتماعی	قوانین و دستورعمل‌های موجود در ایران
	مواد اولیه	ماده ۳۳ آیین‌نامه اصول راهبری شرکتی
		ماده ۱۴ قانون اصلاح الگوی مصرف انرژی
	انرژی	مواد ۱۶ و ۲۵ قانون اصلاح الگوی مصرف انرژی ماده ۶۱ قانون اصلاح الگوی مصرف انرژی (حمایت از انرژی تجدیدپذیر)
	تنوع زیستی	ماده ۱ قانون حفاظت و بهسازی محیط‌زیست (مصوبه ۱۳۵۳/۳/۲۸ و اصلاحیه ۱۳۷۱/۸/۲۴)
		بند د ماده ۴۵ قانون وصول برخی از درآمدهای دولت
		مواد ۲، ۵ و ۹ قوانین و مقررات حفاظت از محیط‌زیست
محیط‌زیست		تصویب‌نامه هیئت‌وزیران در مورد اقدامات مربوط به برنامه مشارکت ملی در زمینه کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای
	گازهای آلاینده، پسماند فاضلاب و زباله	ماده ۳۳ آیین‌نامه اصول راهبری شرکتی مواد ۱، ۴۲ و ۱۱۰ آیین‌نامه حفاظت و بهداشت کار سال ۱۳۸۹ مؤسسه کار و تأمین اجتماعی
		ماده ۱ قانون مدیریت پسماندها
		مواد ۸، ۱۴ و ۱۷ قوانین و مقررات حفاظت از محیط‌زیست
	سازوکار پاسخ‌گویی به شکایت زیست‌محیطی	ماده ۸ قوانین و مقررات حفاظت از محیط‌زیست
	جوایز زیست‌محیطی	ماده ۲۷ قانون اصلاح الگوی مصرف
	جرائم زیست‌محیطی	ماده ۵ قانون اصلاح الگوی مصرف تبصره ۱ ماده ۳۸ قانون مالیات بر ارزش افزوده
	استخدام	ماده ۳۳ آیین‌نامه اصول راهبری شرکتی
	روابط کارکنان و مدیریت	ماده ۱۳۹ قانون کار جمهوری اسلامی ایران
کار و کارکنان (نیروی انسانی)	بهداشت و ایمنی شغلی	مواد ۸۵ و ۹۱ قانون کار جمهوری اسلامی ایران
	فرصت برابر	اصل ۶۴ قانون اساسی
	آموزش نیروی انسانی	ماده ۱۱۰ قانون کار جمهوری اسلامی ایران
	حقوق بومیان	اصل ۶۴ قانون اساسی
جامعه و مشارکت‌های اجتماعی	جوامع محلی	ماده ۳۳ آیین‌نامه اصول راهبری شرکتی
	مبارزه با فساد	ماده ۱۴ قانون ارتقاء سلامت نظام اداری و مقابله با فساد
	سیاست عمومی	ماده ۳۳ آیین‌نامه اصول راهبری شرکتی
	آزادی انجمن و تشکل‌های کارگری	ماده ۱۳۹ قانون کار جمهوری اسلامی ایران
حقوق بشر	کودکان کار	ماده ۷۹ قانون کار جمهوری اسلامی ایران
	کار اجباری	مواد ۶ و ۴۸ قانون کار جمهوری اسلامی ایران
	بهداشت و ایمنی مشتری	مواد ۲، ۳ و ۴ قانون حمایت از مصرف‌کننده مواد ۵ و ۷ قانون حمایت از مصرف‌کننده
محصولات و خدمات	اقدامات در جهت بهبود بهداشت و ایمنی محصولات و خدمات	ماده ۲ قانون حمایت از مصرف‌کننده
	اطلاعات مربوط به محصول و خدمات درج‌شده بر روی آن طبق قوانین و مقررات مربوط	مواد ۵ و ۷ قانون حمایت از مصرف‌کننده
	خدمات پس از فروش قابل ارائه به‌وسیله شرکت	مواد ۳ و ۴ قانون حمایت از مصرف‌کننده

اجتماعی شرکت‌های ایرانی ارائه شده است.

پیشینه پژوهش

در پژوهش‌های انجام‌شده داخلی و خارجی، ابعاد و شاخص‌های مختلفی برای مسئولیت اجتماعی در نظر گرفته شده و بر مبنای آن سطح افشاء مسئولیت اجتماعی تعیین شده است که در ادامه برخی از آن‌ها تشریح می‌شود.

گل و همکاران در پژوهشی برای تحلیل مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، بر اساس نظریه‌های نمایندگی و ذی‌نفعان، بیان کردند که مسئولیت اجتماعی شامل هفت بُعد جامعه، مدیریت شرکت، تنوع محصول، روابط کارکنان، محیط‌زیست، حقوق بشر و کیفیت و ایمنی محصول است (۱۸). گلاواس و فیتزجرالد در پژوهشی با بررسی روند تغییرات داوطلبانه مسئولیت اجتماعی در صنعت لبنیات آمریکا نشان دادند که ذی‌نفعان آثار مثبت و فزاینده‌ای بر روند این تغییرات دارند (۱۹). تیمبات و پارک در پژوهشی برای بررسی مسئولیت اجتماعی، شرکت‌ها را با استفاده از شاخص‌های تعیین‌شده به دو دسته بالا و پایین‌تر از ۵۰٪ افشاء مسئولیت اجتماعی تقسیم کردند (۲۰). کیو و همکاران در پژوهشی برای بررسی رابطه شاخص‌های افشاء و عملکرد، بیش از ۱۶۰ شاخص مسئولیت اجتماعی را در دو دسته کلی محیطی و اجتماعی بر مبنای دستورعمل سازمان ابتکارات گزارشگری جهانی قرار دادند (۲۱). برناردی و استارک در پژوهشی با عنوان «افشاء زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی ...»، برای محاسبه سطح افشاء کل شرکت، از

مجموع سه سطح افشاء اجتماعی، زیست‌محیطی و حاکمیت شرکتی استفاده کردند. نتایج پژوهش آنان نشان داد که، به ترتیب، سطح افشای زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی در بهبود اثربخشی گزارشگری جامع مؤثر است (۱۴). جیاناراکیس و همکاران در پژوهشی مؤلفه‌های مالی، محیطی و راهبری مؤثر بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را بررسی و برای سنجش مسئولیت اجتماعی شرکت‌های آمریکایی از نظام رتبه‌بندی بلومبرگ استفاده کردند (۲۲). ایسا و موهذغزالی در پژوهشی جنبه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های مالزیایی را منابع انسانی، اطلاعات ارزش‌افزوده، محیط‌زیست، مشارکت جامعه و اطلاعات مربوط به محصولات یا خدمات در نظر گرفتند (۲۳). یافتیان و همکاران برای تجزیه و تحلیل محتوای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در گزارش سالانه در پژوهشی به تحلیل محتوای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج پژوهش آنان نشان داد که از میان ۵ بُعد افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها یعنی منابع انسانی، فعالیت‌های اجتماعی، مصرف انرژی و رضایت‌مندی و کیفیت محصول، افشای اطلاعات منابع انسانی رایج‌ترین بُعد افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها است (۲۴). اورارت و همکاران در پژوهشی دو بُعد اصول و نگرش مدیریت را به‌عنوان شاخص‌های عملکردی افشاء مدنظر قرار داده و مؤلفه‌های بُعد اجتماعی را حقوق بشر، رویه‌های کار، محصول و جامعه تعیین کردند (۲۵).

نمازی و مقیمی در پژوهشی برای تعیین تأثیر نوآوری

و نقش تعدیلی مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت‌ها مواردی مانند مشارکت اجتماعی، روابط کارکنان، محیط‌زیست و ویژگی محصولات را به‌عنوان ابعاد مسئولیت اجتماعی در نظر گرفته و شاخص‌های مربوط به آن‌ها را به دو دسته قوی و ضعیف تقسیم کردند (۱۰). اسدی و همکاران در پژوهشی برای بررسی ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر ارزش‌آفرینی شرکت‌های دارویی و غیردارویی پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، مسئولیت اجتماعی را با استفاده از نظریه اسچوارتز و کارل ارزیابی کردند (۲۶). حسینی و امجدیان در پژوهشی برای بررسی رابطه مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و خطر سقوط آینده قیمت سهام، مواردی مانند راهبرد کارکنان، محیط‌زیست، مشتریان و عرضه‌کنندگان، سرمایه‌گذاری اجتماعی و راهبرد شرکت را به‌عنوان معیارهای اصلی افشاء مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در نظر گرفتند (۲۷). فخاری و همکاران در پژوهشی برای تبیین و رتبه‌بندی مؤلفه‌ها و شاخص‌های گزارشگری زیست‌محیطی، اجتماعی و راهبری شرکتی با نظرخواهی از خبرگان، بازینه‌ای (چک‌لیستی) از شاخص‌ها و معیارهای اجتماعی، زیست‌محیطی و راهبری شرکتی تهیه و با استفاده از تحلیل محتوا روند صعودی افشاء اطلاعات راهبری شرکتی را نشان دادند. نتایج پژوهش آنان حاکی از آن بود که افشاء اطلاعات اجتماعی و زیست‌محیطی دارای روندی متغیر است (۲۸). محمدی و حکیمی در پژوهشی با بررسی مفهوم و دامنه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ایران، با در نظر گرفتن نگرش استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰، ابعاد پاسخ‌گویی، احترام به حقوق انسان، احترام و توجه

به اجرای قانون، احترام و توجه به منافع سهامداران، رفتار اخلاقی، شفاف‌سازی فعالیت‌های سازمان، پایداری و صیانت از محیط‌زیست و تعامل مؤثر با نهادهای اجتماعی را به‌عنوان ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ذکر کردند (۹). دارابی و همکاران در پژوهشی برای بررسی رابطه گزارشگری مسئولیت اجتماعی با خطر و ارزش شرکت‌های پذیرفته‌شده بورس اوراق بهادار تهران مواردی مانند محیط‌زیست، رفاه کارکنان، فعالیت اجتماعی و مصرف انرژی را به‌عنوان شاخص‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها معرفی کردند (۲۹). حساس‌یگانه و برزگر در پژوهشی با موضوع ارائه مؤلفه‌ها و شاخص‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و وضعیت موجود آن در ایران، مؤلفه‌ها و شاخص‌های افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را با رویکرد توسعه پایدار تحلیل کردند. نتایج پژوهش آنان نشان داد که مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی از نظر انتظارات ذی‌نفعان شامل اخلاق کسب‌وکار، فساد و رشوه‌خواری و مشارکت در توسعه جامعه است و مؤلفه‌های کار و کارکنان، مشتریان و مصرف‌کنندگان سهم بیشتری در افشاء مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها دارد. هم‌چنین، سطح پایین افشاء مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های ایرانی نشان‌دهنده شکاف بالای وضعیت موجود از انتظارات جامعه و مستلزم وجود مقررات، الزامات و استانداردهای مناسب در حوزه گزارشگری و افشای شرکت‌ها برای پاسخ‌گویی به انتظارات ذی‌نفعان و جامعه است (۳).

سؤال‌های پژوهش

هر گاه پژوهشگر درصدد حل مسئله‌ای از نوع رابطه

میان دو یا چند متغیر است، تدوین فرضیه و پیش‌بینی رابطه بین آن‌ها امکان‌پذیر است اما در مواردی که هدف رابطه میان متغیرها نباشد بلکه تنها برای کشف وضعیت یک متغیر جست‌وجو و کاوش شود، فرضیه ضروری نیست (۳۰). از این رو، سؤال‌های پژوهش حاضر به شرح زیر است:

پرسش اول: آیا ابزار تعیین سطح افشاء مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از اعتبار کافی برخوردار است؟
پرسش دوم: با توجه به محیط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و غیره ایران، معیارها و شاخص‌های افشاء مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها کدام‌اند؟
پرسش سوم: بر اساس دیدگاه خبرگان اولویت‌بندی معیارهای افشاء مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها چگونه است؟

روش پژوهش

پژوهش حاضر در سه مرحله (مرحله ۱: تعیین ابعاد و شاخص‌های افشاء مسئولیت اجتماعی و طراحی پرسش‌نامه اولیه، مرحله ۲: بررسی روایی ابزار و مرحله ۳: بررسی پایایی ابزار) به شرح زیر انجام شده است.

مرحله ۱: تعیین ابعاد و شاخص‌های افشاء مسئولیت اجتماعی و طراحی پرسش‌نامه اولیه
در این پژوهش با توجه به گستردگی شاخص‌های افشاء و نبود اجماع در مورد ابعاد و شاخص‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و با توجه به محیط شرکتی ایران و وجود تفاوت‌های اقتصادی، اجتماعی،

فرهنگی و غیره برای تعیین مؤلفه‌های اصلی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، نکات مشترک، رهنمودها و استانداردهای نهادهای سازمان‌های تدوین مقررات بین‌المللی (ایزو، ابتکارات گزارشگری جهانی و غیره)، قوانین و دستورعمل‌های موجود در کشور و همچنین برخی شاخص‌های افشاء پیشنهاد شده برای شرکت‌های ایرانی (۲)، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به دو دسته اصلی محیط‌زیست و فعالیت‌های اجتماعی دسته‌بندی و سرانجام ۵ بُعد و ۸۴ شاخص به‌عنوان شاخص‌های افشاء مسئولیت اجتماعی در نظر گرفته شد.

در پرسش‌نامه طراحی شده از طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای استفاده شد. به این صورت که افراد نظرات خود را به صورت پاسخ‌های کاملاً موافقم، موافقم، نظری ندارم، مخالفم و کاملاً مخالفم مشخص کردند. در ادامه، با بهره‌گیری از نظر خبرگان (با استفاده از پرسش‌نامه و به کمک روش دلفی) این ابعاد و شاخص‌ها مورد بررسی و ارزیابی بیشتر قرار گرفت و شاخص‌های مطرح‌شده بنا به شرایط کشور، محیط شرکتی، فرهنگی و غیره ایران تعدیل و سرانجام شاخص‌های افشاء مسئولیت اجتماعی تعیین شد.

مرحله ۲: بررسی روایی ابزار

به‌منظور تعیین روایی ابزار پژوهش از روش‌های مختلفی شامل روایی صوری، روایی محتوا، روایی هم‌زمان، روایی پیش‌بین و روایی سازه استفاده می‌شود. هر کدام از این روش‌ها برای هدف‌های مشخصی کاربرد دارد. روایی صوری برای بررسی ظاهری ابزار، روایی محتوا به‌منظور تطابق محتوایی ابزار، روایی

هم‌زمان هنگامی که پرسش‌نامه استاندارد در اختیار باشد، روایی پیش‌بین برای پیش‌بینی پدیده‌ها در آینده و روایی سازه برای انطباق ساختاری ابزار با نظریه‌های قبلی بکار می‌رود (۳۱). در این پژوهش از روش‌های روایی صوری و روایی محتوا برای بررسی روایی ابزار پژوهش استفاده شد. ابتدا، روایی صوری بررسی شد؛ زیرا، در صورت نیاز به تغییر جمله‌ها و عبارت‌ها ممکن بود کل اعتبار پرسش‌نامه دستخوش تغییر شود. برای تعیین روایی صوری از دو روش کیفی و کمی استفاده شد. در بررسی کیفی روایی صوری، با ۵ نفر از خبرگان به صورت چهره به چهره مصاحبه شد و مواردی از قبیل سطح دشواری، میزان تناسب و ابهام پرسش‌نامه بررسی شد. پس از اصلاح موارد بر اساس نظر خبرگان، در گام بعدی از روش تعیین روایی صوری کمی (روش تأثیر شاخص) برای کاهش عبارت‌ها، حذف عبارت‌های نامناسب و تعیین اهمیت هر یک از شاخص‌ها استفاده شد. در این پژوهش نظر پاسخ‌دهندگان از طریق طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای به صورت کاملاً مهم (امتیاز ۵)، مهم (امتیاز ۴)، اهمیت متوسط (امتیاز ۳)، اندکی مهم (امتیاز ۲) و بی‌اهمیت (امتیاز ۱) مشخص شد. پس از تکمیل پرسش‌نامه به وسیله گروه خبرگان، با استفاده از رابطه شماره ۱، امتیاز تأثیر هر شاخص محاسبه و شاخص‌های با امتیاز بالای ۱/۵ باقی ماند و شاخص‌های کم‌اهمیت حذف شد (۳۱).

$$\text{رابطه ۱} \quad \text{SCORE} = F(\%) \times \text{IMIM SCORE}$$

SCORE: امتیاز تأثیر شاخص.

F(%): درصد شرکت‌کنندگانی که شاخص را بررسی

کرده‌اند.

IMIM SCORE: میانگین پاسخ کل پاسخ‌دهندگان. برای تعیین روایی محتوای ابزار از دو روش کیفی و کمی روایی محتوا بر اساس الگوی لاوشی استفاده شد (۳۲). در بررسی کیفی روایی محتوا با ۵ نفر از خبرگان مصاحبه انجام شد و از آنان درخواست شد که پس از مطالعه دقیق ابزار پژوهش، دیدگاه‌های اصلاحی خود را به صورت مبسوط و کتبی ارائه کنند. هم‌چنین، تأکید شد که در ارزیابی کیفی روایی محتوا رعایت دستور زبان، استفاده از کلمات مناسب، اهمیت شاخص‌ها و قرارگیری شاخص‌ها در جای مناسب خود را مورد توجه قرار دهند. پس از جمع‌آوری نظرهای خبرگان، تغییرات لازم در ابزار اعمال شد. در بررسی کمی روایی محتوا از دو شاخص (شاخص نسبت روایی محتوا و شاخص روایی محتوا) استفاده شد. برای اطمینان از این که مهم‌ترین و درست‌ترین محتوا (ضرورت شاخص) انتخاب شده است از شاخص نسبت روایی محتوا و برای اطمینان از این که شاخص‌های ابزار به بهترین نحو برای اندازه‌گیری محتوای مورد نظر طراحی شده از شاخص روایی محتوا استفاده شد (۳۲). برای ارزیابی روایی محتوا، طبق رابطه شماره ۲ برای هر یک از شاخص‌ها نسبت روایی محاسبه و بر اساس جدول لاوشه (جدول شماره ۳) حداقل مقدار روایی با توجه به تعداد خبرگان شرکت‌کننده به‌عنوان مبنا در نظر گرفته شد. سرانجام، شاخص‌هایی حذف شد که نسبت روایی محتوای آن‌ها کم‌تر از ۰/۳۳ بود.

$$\text{رابطه ۲} \quad \text{CVR} = \frac{n_E - \frac{N}{2}}{\frac{N}{2}}$$

CVR: نسبت روایی محتوا.

جدول ۳: تصمیم‌گیری در مورد نسبت روایی محتوا

تعداد خبرگان	حداقل مقدار روایی
۱۰	۰/۶۲
۱۵	۰/۴۹
۲۰	۰/۴۲
۲۵	۰/۳۷
۳۰	۰/۳۳
۴۰	۰/۲۹

n_E : تعداد خبرگانی است که به گزینه ضروری پاسخ

داده‌اند.

N : تعداد کل خبرگان.

شاخص روایی محتوا طبق روش والتس و باسل محاسبه شد (۳۳). برای این منظور پرسش‌نامه در اختیار خبرگان قرار گرفت و از آنان خواسته شد که هر یک از شاخص‌ها را مورد تحلیل قرار داده و طبق طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای نظر خود را اعلام کنند. سرانجام، با استفاده از رابطه شماره ۳ شاخص روایی محتوا تعیین شد (۳۱).

$$CVI = \frac{n}{N} \quad \text{رابطه ۳}$$

CVI : شاخص روایی محتوا.

n : تعداد خبرگانی است که به شاخص‌ها امتیاز ۴ و ۵ داده‌اند.

طبق روش والتس و باسل شاخص‌های دارای نمره بالاتر از ۰/۷۹ مناسب و بین ۰/۷ تا ۰/۷۹ نیاز به اصلاح و بازنگری و کم‌تر از ۰/۷ غیرقابل قبول است. پس از اصلاح و بازنگری شاخص‌هایی که امتیاز آن بین ۰/۷ تا ۰/۷۹ بود بار دیگر شاخص‌ها در اختیار خبرگان قرار گرفت و برای مرتبه دوم ارزیابی شد و شاخص‌های با امتیاز کم‌تر از ۰/۷ حذف شد.

مرحله ۳: پایایی ابزار

منظور از پایایی این است که ابزار اندازه‌گیری تا چه حد قادر است نتایج همسانی را در شرایط یکسان ارائه دهد. برای محاسبه پایایی، روش‌های متفاوتی وجود دارد از جمله، روش اجرای دوباره (بازآزمایی)، روش موازی یا هم‌تا، روش تصنیف یا دونیمه کردن و ضریب آلفای کرونباخ. نتایج پژوهش‌ها (۳۴ و ۳۵) نشان داده است که از بین این روش‌ها، روش آلفای کرونباخ از قدرت و دقت بیشتری برخوردار است. این پژوهش بر مبنای طیف لیکرت طراحی شده و با توجه به این که ابزار طراحی شده دربرگیرنده جمع نمرات شاخص‌ها است باید از نظر همسانی درونی مورد ارزیابی قرار گیرد. در نتیجه، به‌منظور تعیین پایایی پرسش‌نامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد (۹).

خبرگان شرکت‌کننده در مراحل انجام پژوهش شامل استادان دانشگاه در رشته‌های حسابداری و مدیریت مالی با دارا بودن حداقل ۵ سال سابقه و افراد حرفه‌ای و متخصص در زمینه مالی، حسابداری و بازار سرمایه با حداقل مدرک کارشناسی مرتبط و ۱۰ سال تجربه حرفه‌ای بوده است. نمونه آماری این پژوهش نیز

شامل ۵۳ نفر از خبرگان بوده که به روش قضاوتی هدفمند انتخاب شدند. روش گردآوری داده‌ها در این پژوهش، از طریق توزیع پرسش‌نامه و بر اساس روش دلفی بوده است. پس از ارسال پرسش‌نامه‌ها به خبرگان، نظرات ۴۱ نفر از آن‌ها بازگردانده شد و با توجه به بررسی پرسش‌نامه‌ها ۳۳ مورد دارای شرایط لازم بوده و مبنای تجزیه و تحلیل قرار گرفت. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۱۶ و اکسل نسخه ۲۰۱۰ انجام شد.

خاصی در داده‌ها ایجاد نمی‌کند. نتایج پژوهش شامل تعیین ابعاد و شاخص‌ها، بررسی روایی و پایایی پرسش‌نامه و سرانجام تعیین شاخص‌های افشاء مسئولیت اجتماعی است که در ادامه به آن پرداخته شده است. برای بررسی اعتبار (روایی و پایایی) ابزار تعیین شاخص افشاء مسئولیت اجتماعی بررسی‌های زیر انجام شد:

الف: بررسی روایی ابزار

۱. روایی صوری کیفی ابزار: پس از جمع‌آوری اطلاعات در مورد سطح دشواری، میزان تناسب و ابهام از طریق مصاحبه با ۵ نفر از خبرگان تغییرات لازم در شاخص‌های پرسش‌نامه انجام شد.
۲. روایی صوری کمی ابزار: محاسبه امتیاز تأثیر هر شاخص و مواردی که امتیاز ۱/۵ را کسب نکردند از پرسش‌نامه حذف شد (جدول شماره ۵).
۳. روایی کیفی محتوای ابزار: پس از این که پرسش‌نامه در اختیار ۹ نفر از خبرگان قرار گرفت، ۵ نفر نظرهای خود را اعلام کرده و طبق نظرهای آنان تغییرات در پرسش‌نامه انجام شد.

یافته‌ها

آمار توصیفی مربوط به خبرگان شرکت‌کننده در مراحل انجام پژوهش در جدول شماره ۴ ارائه شده است. همان‌طور که در این جدول نشان داده شده است حدود ۷۵٪ پاسخ‌دهندگان مرد و حدود ۲۵٪ زن هستند. حدود ۶۶٪ پاسخ‌دهندگان بیش از ۱۰ سال سابقه کاری داشته و حدود ۹۶٪ پاسخ‌دهندگان مدرک تحصیلی کارشناسی‌ارشد به بالا دارند. نتایج جمعیت‌شناختی بیانگر آن است که جامعه خبرگان در این پژوهش، نمونه‌ای معرف بوده و لذا اخذ نظر از آنان اریب

جدول ۴: آمار توصیفی

سن	فراوانی	درصد فراوانی	سابقه کار	فراوانی	درصد فراوانی	مدرک تحصیلی	فراوانی	درصد فراوانی	جنسیت	فراوانی	درصد فراوانی
بین ۲۵ تا ۳۵	۱۱	۰/۳۳	بین ۵ تا ۱۰	۱۱	۰/۳۳	کارشناسی	۱	۰/۰۳	مرد	۲۵	۰/۷۶
بین ۳۶ تا ۴۵	۱۷	۰/۵۱	بین ۱۱ تا ۱۵	۱۴	۰/۴۲	کارشناسی ارشد	۱۲	۰/۳۶	زن	۸	۰/۲۴
بین ۴۶ تا ۵۵	۴	۰/۱۲	بین ۱۶ تا ۲۰	۲	۰/۰۶	دانشجوی دکتری	۵	۰/۱۵			
بالای ۵۵ سال	۱	۰/۰۳	بالای ۲۰ سال	۶	۰/۱۸	دکتری	۱۵	۰/۴۵			

به‌طورکلی در جدول شماره ۵ نشان داده شده است.

ب: بررسی پایایی ابزار

به‌منظور سنجش پایایی پرسش‌نامه ضریب آلفای کرونباخ پرسش‌نامه محاسبه شد. با توجه به این‌که آلفای کرونباخ پرسش‌نامه ۰/۹۲۹ و بزرگ‌تر از ۰/۷ است، پایایی ابزار در حد بسیار خوب ارزیابی و مورد تأیید قرار گرفت؛ بنابراین، ابزار تعیین سطح افشاء مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها دارای اعتبار کافی است. در جدول شماره ۵ نتایج ارزیابی اعتبار (روایی و پایایی) هر یک از شاخص‌های افشاء مسئولیت اجتماعی ارائه شده است.

۴. روایی کمی محتوای ابزار: نتایج به‌دست‌آمده از بررسی شاخص نسبت روایی محتوا نشان داد که ۳۵ شاخص از شاخص‌های پرسش‌نامه نسبت روایی محتوای کم‌تر از ۰/۳۳ دارد که از پرسش‌نامه حذف شد (جدول شماره ۵). همچنین، بر اساس نتایج حاصل از بررسی شاخص روایی محتوا شاخص‌هایی که امتیاز بالاتر از ۰/۷۹ دارد در پرسش‌نامه حفظ‌شده و تعداد ۱۷ شاخص که نمره بین ۰/۷ تا ۰/۷۹ دارد پس از اصلاح و بازنگری خبرگان در نظرهای خود در مرحله دوم و با کسب نمره بالاتر از ۰/۷۹ در پرسش‌نامه حفظ‌شده و سرانجام ۴ شاخص دیگر که نمره آن‌ها کم‌تر از ۰/۷ بود حذف شد. نتایج به‌دست‌آمده برای هر بُعد

جدول ۵: نتایج ارزیابی روایی و پایایی شاخص‌های افشاء مسئولیت اجتماعی

بُعد	شاخص	امتیاز تأثیر	نسبت روایی محتوا	شاخص روایی محتوا	آلفای کرونباخ
محیط‌زیست	مقدار مواد خام مصرف‌شده در فعالیت‌های جاری شرکت	تأیید ۳/۰۳	رد (۰/۳۹)	-	-
	مقدار بازیافت مواد خام مصرف‌شده در فعالیت‌های جاری شرکت	تأیید ۴/۰۶	تأیید ۰/۵۲	تأیید ۰/۷۶	تأیید ۰/۹۳
	برق استفاده‌شده بابت فعالیت‌های جاری شرکت (مگاوات ساعت)	تأیید ۳/۶۱	رد ۰/۲۱	-	-
	صرفه‌جویی برق در فعالیت‌های جاری شرکت (مگاوات ساعت)	تأیید ۳/۹۷	تأیید ۰/۵۲	تأیید ۰/۷۶	تأیید ۰/۹۲۷
	گاز مصرفی در فعالیت‌های جاری شرکت (متر مکعب)	تأیید ۳/۶۷	رد ۰/۱۵	-	-
	صرفه‌جویی گاز در فعالیت‌های جاری شرکت (متر مکعب)	تأیید ۳/۹۱	تأیید ۰/۳۳	رد ۰/۶۷	-
	سوخت استفاده‌شده بابت فعالیت‌های جاری شرکت (لیتر)	تأیید ۳/۸۸	تأیید ۰/۵۲	تأیید ۰/۷۶	تأیید ۰/۹۲۸
	صرفه‌جویی سوخت در فعالیت‌های جاری شرکت (لیتر)	تأیید ۴/۱۲	تأیید ۰/۷۶	تأیید ۰/۸۸	تأیید ۰/۹۲۸
	انرژی هسته‌ای استفاده‌شده در فعالیت‌های جاری شرکت	تأیید ۳/۵۲	رد ۰/۲۷	-	-
	انرژی خورشیدی استفاده‌شده در فعالیت‌های جاری شرکت	تأیید ۴/۱۸	تأیید ۰/۷	تأیید ۰/۸۵	تأیید ۰/۹۲۸

جدول ۵ (ادامه)

بُعد	شاخص	امتیاز تأثیر	نسبت روایی محتوا	شاخص روایی محتوا	آلفای کرونباخ
	استفاده از سایر انرژی‌های تجدیدپذیر در فعالیت‌های جاری شرکت (مانند باد، زمین گرمایی، امواج و غیره)	تأیید ۴/۱۵	تأیید ۰/۷۶	تأیید ۰/۸۸	تأیید ۰/۹۲۸
	سیاست بهره‌وری انرژی مورد استفاده در شرکت	تأیید ۴/۲۴	تأیید ۰/۸۲	تأیید ۰/۹۱	تأیید ۰/۹۲۷
	مصرف آب بابت فعالیت‌های جاری شرکت (متر مکعب)	تأیید ۴/۲۴	تأیید ۰/۷	تأیید ۰/۸۵	تأیید ۰/۹۲۹
	بازیافت آب مصرف‌شده در فعالیت‌های جاری شرکت (متر مکعب)	تأیید ۴/۵۵	تأیید ۰/۷۶	تأیید ۰/۸۸	تأیید ۰/۹۲۷
	آثار قابل توجه فعالیت‌ها، محصولات و خدمات بر محیط‌زیست و تنوع زیستی	تأیید ۴/۰۹	تأیید ۰/۴۵	تأیید ۰/۷۳	تأیید ۰/۹۲۵
	راهبردها، اقدامات فعلی و برنامه‌های آینده برای مدیریت آثار بر محیط‌زیست و تنوع زیستی	تأیید ۴/۲۱	تأیید ۰/۷	تأیید ۰/۸۵	تأیید ۰/۹۲۵
	انتشار گازهای گلخانه‌ای، خطرناک، ریزآلاینده و غیره به وسیله شرکت	تأیید ۴/۴۵	تأیید ۰/۸۲	تأیید ۰/۹۱	تأیید ۰/۹۲۸
	طرح‌های کاهش انتشار گازهای خطرناک، ریزآلاینده و غیره اجراشده به وسیله شرکت	تأیید ۴/۲۷	تأیید ۰/۶۴	تأیید ۰/۸۲	تأیید ۰/۹۲۶
	زباله‌های خطرناک تولیدشده به وسیله شرکت	تأیید ۴/۵۵	تأیید ۰/۸۲	تأیید ۰/۹۱	تأیید ۰/۹۲۶
	بازیافت زباله‌های خطرناک تولیدشده به وسیله شرکت	تأیید ۴/۴۸	تأیید ۰/۷۶	تأیید ۰/۸۸	تأیید ۰/۹۲۶
محیط‌زیست	مصرف کاغذ در فعالیت‌های جاری شرکت	تأیید ۳/۶۴	رد ۰/۲۱	-	-
	بازیافت کاغذ مصرف‌شده در فعالیت‌های جاری شرکت	تأیید ۳/۸۲	رد ۰/۲۷	-	-
	سیاست تخلیه و دفع پسماند در محیط‌زیست شرکت	تأیید ۴/۳۳	تأیید ۰/۸۲	تأیید ۰/۹۱	تأیید ۰/۹۲۶
	سیاست کاهش زباله به وسیله شرکت	تأیید ۴/۲۷	تأیید ۰/۷	تأیید ۰/۸۵	تأیید ۰/۹۲۷
	ابتکارات برای کاهش آثار منفی محصولات و خدمات بر محیط‌زیست	تأیید ۴/۱۲	تأیید ۰/۷	تأیید ۰/۸۵	تأیید ۰/۹۲۵
	کل هزینه‌های حفاظت از محیط‌زیست و سرمایه‌گذاری انجام شده	تأیید ۴/۱۸	تأیید ۰/۶۴	تأیید ۰/۸۲	تأیید ۰/۹۲۸
	ارزیابی تأثیر فعالیت‌های حمل‌ونقل شرکت بر محیط‌زیست و اقدامات اصلاحی	تأیید ۳/۴۲	رد (۰/۱۵)	-	-
	ارزیابی تأثیر فعالیت‌های تأمین‌کنندگان مواد اولیه و خدمات بر محیط‌زیست	تأیید ۳/۵۸	رد ۰/۰۳	-	-
	سازوکار پاسخ‌گویی به شکایت زیست‌محیطی	تأیید ۳/۸۵	تأیید ۰/۳۹	تأیید ۰/۷	تأیید ۰/۹۲۶
	موارد تأییدشده رعایت قوانین و مقررات زیست‌محیطی	تأیید ۳/۹۴	تأیید ۰/۴۵	تأیید ۰/۷۳	تأیید ۰/۹۲۷
	جوایز دریافتی زیست‌محیطی شرکت (آب، انرژی، محیط‌زیست و غیره)	تأیید ۳/۵۸	رد ۰/۱۵	-	-
	جریمه‌های زیست‌محیطی شرکت (آب، انرژی، محیط‌زیست و غیره)	تأیید ۳/۸۲	تأیید ۰/۳۳	رد ۰/۶۷	-

جدول ۵ (ادامه)

بُعد	شاخص	امتیاز تأثیر	نسبت روایی محتوا	شاخص روایی محتوا	آلفای کرونباخ
نیروی انسانی	تعداد کارکنان مشغول به کار در شرکت	تأیید ۳/۶۷	رد ۰/۰۳	-	-
	میانگین سن کارکنان مشغول به کار در شرکت	تأیید ۳/۳۶	رد (۰/۰۹)	-	-
	درصد زنان مشغول به کار در شرکت	تأیید ۳/۵۵	رد ۰/۲۷	-	-
	درصد حضور زنان در سطح مدیریت شرکت	تأیید ۳/۴۲	رد ۰/۰۹	-	-
	درصد حضور اقلیت‌های قومی در بین کارکنان شرکت	تأیید ۳/۳۶	رد (۰/۰۳)	-	-
	درصد حضور اقلیت‌های قومی در سطح مدیریت شرکت	تأیید ۳/۲۷	رد ۰/۰۹	-	-
	درصد افراد معلول مشغول به کار در شرکت	تأیید ۳/۱۲	رد (۰/۲۷)	-	-
	سیاست بهداشت و ایمنی کار حاکم بر محیط شرکت	تأیید ۴/۰۹	تأیید ۰/۷	تأیید ۰/۸۵	تأیید ۰/۹۲۹
	حوادث کار اتفاق افتاده برای کارکنان شرکت	تأیید ۳/۹۴	تأیید ۰/۶۴	تأیید ۰/۸۲	تأیید ۰/۹۲۸
	تلفات کارکنان در حین انجام وظایف در محیط کار	تأیید ۳/۹۴	تأیید ۰/۶۴	تأیید ۰/۸۲	تأیید ۰/۹۲۸
	هزینه‌های آموزشی کارکنان به منظور افزایش و بهبود عملکرد آنان	تأیید ۴/۰۹	تأیید ۰/۶۴	تأیید ۰/۸۲	تأیید ۰/۹۲۸
	سیاست پاداش عادلانه برای افزایش کارایی کارکنان	تأیید ۳/۸۸	تأیید ۰/۳۹	تأیید ۰/۷	تأیید ۰/۹۲۹
	گواهینامه‌ها و تأییدیه‌های رعایت قوانین و مقررات مربوط به کار و کارکنان	تأیید ۳/۸۵	تأیید ۰/۳۹	تأیید ۰/۷	تأیید ۰/۹۲۸
	حقوق بشر	تعداد شکایات کارکنان بابت شرایط حاکم بر محیط کار	تأیید ۴	تأیید ۰/۵۸	تأیید ۰/۷۹
جرایم و محکومیت‌های رسمی مربوط به شکایات نیروی انسانی شرکت		تأیید ۳/۹۱	تأیید ۰/۶۴	تأیید ۰/۸۲	تأیید ۰/۹۲۸
جوایز دریافت شده به وسیله شرکت در زمینه نیروی انسانی		تأیید ۳/۶۷	رد ۰/۲۷	-	-
کل ساعت آموزش کارکنان در مورد سیاست‌ها و رویه‌های مربوط به جنبه‌های حقوق بشر		تأیید ۲/۷	رد (۰/۵۸)	-	-
تعداد کارکنانی که در مورد سیاست‌ها و رویه‌های مربوط به جنبه‌های حقوق بشر آموزش دیده‌اند		تأیید ۲/۷	رد (۰/۶۴)	-	-
تعداد موارد تبعیض آمیز کشف شده و اقدامات اصلاحی انجام شده (مانند برابری دستمزد زن و مرد، ارتقاء و غیره)		تأیید ۳/۲۳	رد (۰/۲۱)	-	-
حقوق بشر	حق آزادی انجمن و اقداماتی که برای حمایت از این حقوق انجام شده باشد	تأیید ۳/۳۲	رد ۰/۰۳	-	-
	اقدامات انجام شده برای کمک به حل موضوع کودکان کار	تأیید ۳/۷	تأیید ۰/۴۵	تأیید ۰/۷۳	تأیید ۰/۹۲۸
	اقدامات لازم برای از بین بردن تمام اشکال کار اجباری	تأیید ۳/۵۶	رد ۰/۲۱	-	-

جدول ۵ (ادامه)

بُعد	شاخص	امتیاز تأثیر	نسبت روایی محتوا	شاخص روایی محتوا	آلفای کرونباخ
حقوق بشر	درصد و تعداد کل اقداماتی که تحت بررسی‌های حقوق بشری قرار گرفته است	تأیید ۳/۱۴	رد (۰/۲۷)	-	-
	ارزیابی حقوق بشری تأمین‌کنندگان مواد اولیه و خدمات	تأیید ۳/۰۳	رد (۰/۳۳)	-	-
	تعداد شکایات‌ها و محکومیت‌ها و جرائم مربوط به حقوق بشر	تأیید ۳/۲۶	رد ۰/۰۳	-	-
	موارد تأییدشده رعایت قوانین و مقررات حقوق بشر	تأیید ۳/۲۶	رد ۰/۰۳	-	-
	جوایز دریافت شده بابت رعایت حقوق بشر	تأیید ۳/۴۱	رد ۰/۰۳	-	-
	جرائم مربوط به رعایت نکردن حقوق بشر	تأیید ۳/۴۷	رد ۰/۲۷	-	-
	جامعه	مشارکت (فعالیت‌های عام‌المنفعه) در جامعه محلی و ارزیابی آثار محلی (در سطح منطقه جغرافیایی)	تأیید ۳/۹۱	تأیید ۰/۵۲	تأیید ۰/۷۶
مشارکت عمومی (فعالیت‌های عام‌المنفعه) و ارزیابی آثار عمومی (در سطح ملی و بین‌المللی)		تأیید ۳/۹۱	تأیید ۰/۵۲	تأیید ۰/۷۶	تأیید ۰/۹۲۹
کمک‌های مالی و فعالیت‌های خیریه		تأیید ۳/۷۶	تأیید ۰/۳۳	رد ۰/۶۷	-
سیاست‌ها و رویه‌های ضد فساد اداری سازمان		تأیید ۴/۱۲	تأیید ۰/۶۴	تأیید ۰/۸۲	تأیید ۰/۹۲۹
اقدامات انجام‌شده در راستای فساد کشف‌شده		تأیید ۳/۹۷	تأیید ۰/۳۹	تأیید ۰/۷	تأیید ۰/۹۲۹
کمک‌های مالی به احزاب سیاسی، سیاست‌مداران و مؤسسات در کشور		تأیید ۲/۹۱	رد (۰/۴۵)	-	-
ارزیابی آثار فعالیت‌های تأمین‌کنندگان مواد اولیه و خدمات بر جامعه		تأیید ۳/۵۲	رد ۰/۰۹	-	-
رویه اخذ و بررسی شکایات در جهت پاسخ‌گویی به جامعه		تأیید ۳/۷۶	رد ۰/۲۷	-	-
گواهینامه‌ها و تأییدیه‌های رعایت قوانین و مقررات اجتماعی و جامعه		تأیید ۳/۶۴	تأیید ۰/۳۳	رد ۰/۶۷	-
جوایز دریافت شده بابت رعایت قوانین و مقررات فعالیت‌های اجتماعی		تأیید ۳/۴۵	رد (۰/۰۳)	-	-
محصولات و خدمات	جرائم مربوط به رعایت نکردن قوانین و مقررات فعالیت‌های اجتماعی	تأیید ۳/۷۹	تأیید ۰/۳۹	تأیید ۰/۷	تأیید ۰/۹۲۹
	اقدامات در جهت بهبود بهداشت و ایمنی محصولات و خدمات	۴	تأیید ۰/۶۴	تأیید ۰/۸۲	تأیید ۰/۹۲۹
	تعداد حوادث مربوط به انطباق نداشتن با مقررات بهداشت و ایمنی محصولات و خدمات	تأیید ۳/۸۸	تأیید ۰/۴۵	تأیید ۰/۷۳	تأیید ۰/۹۲۹
	اطلاعات مربوط به محصولات و خدمات درج‌شده بر آن طبق قوانین و مقررات مربوط	تأیید ۳/۸۲	رد ۰/۲۷	-	-
	تعداد حوادث مربوط به انطباق نداشتن با اطلاعات درج‌شده بر محصولات و خدمات طبق قوانین و مقررات مربوط	تأیید ۳/۷۹	رد ۰/۲۷	-	-

جدول ۵ (ادامه)

بُعد	شاخص	امتیاز تأثیر	نسبت روایی محتوا	شاخص روایی محتوا	آلفای کرونباخ
محصولات و خدمات	زنجیره تأمین محصولات شرکت	تأیید	تأیید	تأیید	تأیید
	خدمات پس از فروش قابل‌ارائه به‌وسیله شرکت	تأیید	تأیید	تأیید	تأیید
	فعالیت‌های افزایش رضایت‌مندی مشتریان (مانند تکریم، پاسخ‌گویی و غیره)	تأیید	تأیید	تأیید	تأیید
	رویه‌های مرتبط با اندازه‌گیری رضایت مشتریان، از جمله نظرسنجی	تأیید	تأیید	تأیید	تأیید
	سیستم پاسخ‌گویی به شکایت‌ها و نارضایتی مشتریان	تأیید	تأیید	تأیید	تأیید
	حفظ حریم خصوصی مشتریان و حفاظت از داده‌ها و اطلاعات آن‌ها	تأیید	تأیید	تأیید	تأیید
	گواهینامه‌ها و تأییدیه‌های رعایت قوانین و مقررات کالا و خدمات و حقوق مصرف‌کننده	تأیید	تأیید	تأیید	تأیید
	جوایز دریافت شده بابت کالا و خدمات و حقوق مصرف‌کننده	تأیید	رد	رد	رد
	جرایم مربوط به کالا و خدمات و حقوق مصرف‌کننده	تأیید	تأیید	تأیید	تأیید

ریاضی به‌منظور استفاده در تحلیل داده‌ها است و با توجه به وزن‌دهی به هر شاخص، نسبت به روش سنتی فراوانی و میانگین، از اعتبار و قوت بیشتری برای تحلیل و تعیین اولویت شاخص‌ها برخوردار است (۳۶). بر اساس تحلیل دیدگاه خبرگان با استفاده از روش آنتروپی شانون، بُعد محصولات و خدمات دارای بیشترین اهمیت و پس از آن، به ترتیب، بُعد جامعه، محیط‌زیست و نیروی انسانی قرار دارد. کم‌ترین میزان اهمیت افشاء مسئولیت اجتماعی از دیدگاه خبرگان مربوط به بُعد حقوق بشر است. اهمیت هر بُعد بر اساس روش آنتروپی شانون در جدول شماره ۷ ارائه شده است.

پرسش‌نامه طراحی شده اولیه پس از ایجاد تغییرات و حذف شاخص‌های نامناسب طی مراحل مختلف روایی سنجی و پایایی سنجی و هم‌چنین حذف و ادغام برخی از شاخص‌هایی که از نظر محتوا و درک استفاده‌کنندگان نزدیک به هم بودند، سرانجام تبدیل به ابزاری با ۵ بُعد و ۴۵ شاخص سنجش مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها شد (جدول شماره ۶).

در این پژوهش به‌منظور اولویت‌بندی افشاء معیارهای مسئولیت اجتماعی در مرحله دوم دلفی از فن آنتروپی شانون استفاده شد. این روش که در تحلیل محتوا نیز کاربرد دارد، در رابطه با بسط یک رابطه

جدول ۶: ابعاد و شاخص‌های نهایی افشاء مسئولیت اجتماعی

بعد مسئولیت اجتماعی	شاخص‌های افشاء
محیط زیست	<p>مقدار بازیافت مواد خام مصرف شده در فعالیت‌های جاری شرکت</p> <p>صرفه‌جویی برق در فعالیت‌های جاری شرکت (مگاوات ساعت)</p> <p>سوخت مصرف شده بابت فعالیت‌های جاری شرکت (لیتر)</p> <p>صرفه‌جویی در سوخت برای انجام فعالیت‌های جاری شرکت (لیتر)</p> <p>انرژی خورشیدی مصرف شده در فعالیت‌های جاری شرکت</p> <p>استفاده از سایر انرژی‌های تجدیدپذیر در فعالیت‌های جاری شرکت (مانند باد، زمین‌گرایی، امواج و غیره)</p> <p>سیاست بهره‌وری انرژی مورد استفاده در شرکت</p> <p>مصرف آب بابت فعالیت‌های جاری شرکت (متر مکعب)</p> <p>بازیافت آب مصرف شده در فعالیت‌های جاری شرکت (متر مکعب)</p> <p>آثار قابل توجه فعالیت‌ها، محصولات و خدمات بر مناطق محافظت شده و مناطق با ارزش تنوع زیستی بالا</p> <p>راهبردها، اقدامات فعلی و برنامه‌های آینده برای مدیریت آثار فعالیت‌های شرکت بر محیط زیست و تنوع زیستی</p> <p>انتشار گازهای گلخانه‌ای، گازهای خطرناک، ذرات ریز آلاینده و غیره به وسیله شرکت</p> <p>طرح‌های کاهش گازهای گلخانه‌ای، گازهای خطرناک، ذرات ریز آلاینده و غیره اجرا شده به وسیله شرکت</p> <p>زباله‌های خطرناک تولید شده به وسیله شرکت</p> <p>بازیافت زباله‌های خطرناک تولید شده به وسیله شرکت</p> <p>سیاست تخلیه و دفع پسماند در محیط زیست شرکت</p> <p>سیاست کاهش زباله به وسیله شرکت</p> <p>اقدامات مناسب برای کاهش آثار منفی محصولات و خدمات بر محیط زیست</p> <p>کل هزینه‌های حفاظت از محیط زیست و سرمایه‌گذاری انجام شده</p> <p>سازوکار پاسخ‌گویی به شکایت زیست محیطی</p> <p>موارد تأیید شده رعایت قوانین و مقررات زیست محیطی</p>
نیروی انسانی	<p>سیاست بهداشت و ایمنی کار حاکم بر محیط شرکت</p> <p>حوادث کار اتفاق افتاده برای کارکنان شرکت</p> <p>تلفات کارکنان در حین انجام وظایف در محیط کار</p> <p>هزینه‌های آموزشی کارکنان به منظور افزایش و بهبود عملکرد آنان</p> <p>سیاست پاداش عادلانه برای افزایش کارایی کارکنان</p> <p>گواهینامه‌ها و تأییدیه‌های رعایت قوانین و مقررات مربوط به کار و کارکنان</p> <p>تعداد شکایات کارکنان بابت شرایط حاکم بر محیط کار</p> <p>جرایم و محکومیت‌های رسمی مربوط به شکایات نیروی انسانی شرکت</p>
حقوق بشر	<p>اقدامات انجام شده برای کمک به حل موضوع کودکان کار</p>
جامعه	<p>مشارکت (فعالیت‌های عام‌المنفعه) در جامعه محلی و ارزیابی آثار محلی (در سطح منطقه جغرافیایی)</p> <p>مشارکت عمومی (فعالیت‌های عام‌المنفعه) و ارزیابی آثار عمومی (در سطح ملی و بین‌المللی)</p> <p>سیاست‌ها و رویه‌های ضد فساد اداری سازمان</p> <p>اقدامات انجام شده در راستای فساد کشف شده</p> <p>جرایم مربوط به رعایت نکردن قوانین و مقررات فعالیت‌های اجتماعی</p>
محصولات و خدمات	<p>اقدامات در جهت بهبود بهداشت و ایمنی محصولات و خدمات</p> <p>تعداد حوادث مربوط به انطباق نداشتن با مقررات بهداشت و ایمنی محصولات و خدمات</p> <p>زنجیره تأمین محصولات شرکت</p> <p>خدمات پس از فروش قابل ارائه به وسیله شرکت</p> <p>فعالیت‌های افزایش رضایت‌مندی مشتریان (مانند تکریم، پاسخ‌گویی و غیره)</p> <p>رویه‌های مرتبط با اندازه‌گیری رضایت مشتریان، از جمله نظرسنجی</p> <p>نظام پاسخ‌گویی به شکایت‌ها و نارضایتی مشتریان</p> <p>حفظ حریم خصوصی مصرف‌کنندگان و حفاظت از داده‌ها و اطلاعات آن‌ها</p> <p>گواهینامه‌ها و تأییدیه‌های رعایت قوانین و مقررات کالا و خدمات و حقوق مصرف‌کننده</p> <p>جرایم مربوط به کالا و خدمات و حقوق مصرف‌کننده</p>

جدول ۷: اولویت‌بندی ابعاد افشاء مسئولیت اجتماعی بر اساس روش آنتروپی شانون

اولویت‌بندی	میانگین وزنی ابعاد بر اساس آنتروپی شانون	ابعاد افشاء مسئولیت اجتماعی
اول	۰/۰۲۱۳۸۳	محصولات و خدمات
دوم	۰/۰۲۰۸۰۶	جامعه
سوم	۰/۰۲۰۳۰۸	محیط‌زیست
چهارم	۰/۰۱۹۴۵۷	نیروی انسانی
پنجم	۰/۰۱۸۷۸۸	حقوق بشر

نتیجه‌گیری

از روش تعیین ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. از آن جا که تعیین روایی پرسش‌نامه در این مطالعه، مبتنی بر قضاوت افراد متخصص بود در مراحل مختلف این پژوهش مبنای سنجش مناسب نظر خبرگان دارای تخصص بود. سرانجام، پرسش‌نامه اولیه تبدیل به ابزاری با ۵ بُعد و ۴۵ شاخص افشاء مسئولیت اجتماعی شد که از دید خبرگان دارای اهمیت بود.

نتایج پژوهش حاضر نشان داد که ابزار ارزیابی سطح افشاء مسئولیت اجتماعی از اعتبار (روایی و پایایی) کافی برخوردار است و می‌تواند به‌عنوان بازبینی (چک‌لیست) برای تعیین سطح افشاء مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در پژوهش‌های آینده مورد استفاده قرار گیرد. همچنین، یافته‌های پژوهش نشان داد که از دید خبرگان، بُعد محصولات و خدمات از بیشترین اهمیت برای افشاء برخوردار است و کم‌ترین میزان اهمیت افشاء مسئولیت اجتماعی مربوط به بُعد حقوق بشر است. نتایج این پژوهش از لحاظ شاخص‌ها و معیارهای افشاء مسئولیت اجتماعی مطابق با یافته‌های پژوهش‌های فخاری و همکاران (۲۸)، حساس‌یگانه و برزگر (۳) و کیو و همکاران (۲۱) بوده اما از لحاظ ترتیب اولویت افشاء با یافته‌های پژوهش حساس‌یگانه و برزگر (۳) مغایر است؛

از دیدگاه ذی‌نفعان به‌منظور دستیابی به سطح بهینه و وضعیت قابل قبول باید سطح افشاء مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ارزیابی شود. بنابراین، وجود ابزاری معتبر و قابل‌اعتماد برای انجام ارزیابی ضروری است. طبق بررسی‌های موجود برای بررسی سطح افشاء مسئولیت اجتماعی، پرسش‌نامه علمی استاندارد در ایران یافت نشد. لذا، در این مطالعه سعی بر طراحی و اعتبارسنجی پرسش‌نامه تعیین سطح افشاء اجتماعی شده است. در این پژوهش ۵ بُعد محیط‌زیست، نیروی انسانی، جامعه، حقوق بشر و محصولات و خدمات به‌عنوان ابعاد مسئولیت اجتماعی در نظر گرفته شد و برای هر بُعد شاخص‌هایی تعیین و تعریف شد. برای طراحی پرسش‌نامه اولیه از متون معتبر داخلی و خارجی متعدد استفاده شد. طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت، به دلیل این که به پاسخ‌دهندگان آزادی عمل بیشتری حین پاسخ‌گویی می‌دهد، به‌عنوان مقیاس پاسخ‌گویی در نظر گرفته شد. برای اعتبارسنجی از معتبرترین روش‌های روایی‌سنجی یعنی محاسبه روایی محتوا و روایی صورتی به‌صورت کمی و کیفی و برای بررسی سازگاری درونی (پایایی)

مسئولیت اجتماعی بر اساس نوع صنعت مورد بازمینی قرار گیرد و وزن و اهمیت هر شاخص تعیین شود. گفتنی است پژوهش حاضر با محدودیت خاصی مواجه نبوده است هرچند توجه نکردن برخی از خبرگان به اهمیت موضوع پژوهش و همکاری نکردن آن‌ها موجب کاهش تعداد خبرگان مورد بررسی در پژوهش حاضر شد.

تضاد منافع

هیچ‌گونه تضاد منافی برای نویسندگان این مقاله وجود ندارد.

زیرا، نتایج پژوهش آنان نشان داد که مهم‌ترین مؤلفه‌های بُعد مسئولیت اجتماعی از نظر انتظارات ذی‌نفعان عبارت است از اخلاق کسب‌وکار، فساد و رشوه‌خواری و مشارکت در توسعه جامعه.

با توجه به این که حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها موضوعی چندوجهی و بین‌رشته‌ای است، به پژوهشگران پیشنهاد می‌شود که در پژوهش‌های آینده دیدگاه خبرگان سایر حوزه‌ها از جمله محیط‌زیست، انرژی، کار و کارگری، تولید و غیره نیز در تعیین شاخص‌های مسئولیت اجتماعی بررسی شود. همچنین، توصیه می‌شود اهمیت ابعاد و شاخص‌های افشاء

References

- 1 Kazempour, M. and N. Rahimian (2019). "Corporate Social Responsibility: Concepts, Dimensions, Theories and Review of Models", *Journal of Accounting Research*, Vol. 8, No. 14, pp. 143-165. [In Persian]
- 2 Bhaduri, S. N. and E. Selarka (2016). *Corporate Governance and Corporate Social Responsibility of Indian Companies*, 1st Edition, Singapore: Springer Science and Business Media.
- 3 Hassas Yeganeh, Y. and Gh. Barzegar (2013). "Identifying the Components and Indicators of Corporate Social Responsibility in Iran", *Journal of Studies of Socio-Cultural Development*, Vol. 2, No. 1, pp. 209-234. [In Persian]
- 4 Skouloudis, A.; Evangelinos, K.; and F. Kourmouis (2010). "Assessing Non-Financial Reports According to the Global Reporting Initiative Guidelines: Evidence from Greece", *Journal of Cleaner Production*, Vol. 18, No. 5, pp. 426-438.
- 5 KPMG (2011). "KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2011", Available at: <https://www.kpmg.de/docs/survey-corporate-responsibility-reporting-011.pdf>. [Online] [9 June 2019]
- 6 Khajavi, Sh. and M. Etemadi Jouryabi (2015). "Corporate Social Responsibility and Its Reporting", *Journal of Health Accounting*, Vol. 4, No. 2, pp. 104-123. [In Persian]
- 7 Khozein, A.; Talebnia, Gh.; Garkaz, M.; and B. Bani Mahd (2016). "Investigating the Level of Environmental Financial Reporting Development for the Companies Listed on the Tehran Stock Exchange", *Journal of Health Accounting*, Vol. 5, No. 2, pp. 28-46. [In Persian]
- 8 Yabalouei Khameslouei, M.; Izadnia, N.; and M. Arabsalehi (2019). "Investigating the Mutual Relationship

- between the Extent of Disclosure of Corporate Sustainability Reporting Indicators and Earnings Quality”, *Journal of Health Accounting*, Vol. 7, No. 2, pp. 104-126. [In Persian]
- 9 Mohammadi, H. and A. Hakimi (2017). “Measurement of the Corporate Social Responsibility Principles with the Standard Approach 26000 (Case Study: Gas Company of Mazandaran Province)”, *Journal of Quality and Standard Management*, Vol. 7, No. 1, pp. 16-33. [In Persian]
 - 10 Namazi, M. and F. Moghimi (2018). “Effects of Innovations and Moderating Role of Corporate Social Responsibility on the Financial Performance of the Firms Listed on the Tehran Stock Exchange in Different Industries”, *Accounting and Auditing Review*, Vol. 25, No. 2, pp. 289-310. [In Persian]
 - 11 Dahlsrud, A. (2008). “How Corporate Social Responsibility is Defined: An Analysis of 37 Definitions”, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 15, No.1, pp.1-13.
 - 12 Carroll, A. B. (1979). “A Three Dimensional Model of Corporate Social Performance”, *Academy of Management Review*, Vol. 4, No. 4, pp. 497-505.
 - 13 Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD) (2004). “OECD Principles for Corporate Governance”, Available at: <http://www.oecd.org/daf/ca/corporate-governanceprinciples/31557724>. [Online] [12 Nov 2016].
 - 14 Bernardi, C. and A. W. Stark (2018). “Environmental, Social and Governance Disclosure, Integrated Reporting, and the Accuracy of Analyst Forecasts”, *The British Accounting Review*, Vol. 50, No.1, pp. 16-31.
 - 15 Global Reporting Initiative (2016). “Sustainability Reporting Standards”, Available at: <http://www.globalreporting.org>. [Online] [24 Dec 2018].
 - 16 The International Organization for Standardization (2010). “ISO 26000-Social Responsibility”, Available at: <http://www.iso.org/iso/home/standard/s/iso26000.html>. [Online] [22 Nov 2016].
 - 17 UN Global Compact (2011). “Overview of the UN Global Compact”, Available at: http://www.unglobalcompact.org/About_the_GC/index.html. [Online] [12 Nov 2012].
 - 18 Gul, F. A.; Krishnamurti, C.; Shams, S.; and H Chowdhury (2020). “Corporate Social Responsibility, Overconfident CEOs and Empire Building: Agency and Stakeholder Theoretic Perspectives”, *Journal of Business Research*, Vol. 111, No. 1, pp. 52-68.
 - 19 Glavas, A. and E. Fitzgerald (2020). “The Process of Voluntary Radical Change for Corporate Social Responsibility: The Case of the Dairy Industry”, *Journal of Business Research*, Vol. 110, No. 1, pp. 184-201.
 - 20 Timbate, L. and C. K. Park (2018). “CSR Performance, Financial Reporting, and Investors’ Perception on Financial Reporting”, *Sustainability*, Vol. 10, No. 2, pp. 522-538.
 - 21 Qiu, Y.; Shaukat, A.; and R. Tharyan (2016). “Environmental and Social Disclosures: Link with Corporate Financial Performance”, *The British Accounting Review*, Vol. 48, No. 1, pp. 102-116.

- 22 Giannarakis, G.; G. Kondeos.; and N. Sariannidis (2014). "Financial, Governance and Environmental Determinants of Corporate Social Responsible Disclosure", *Management Decision*, Vol. 52, No. 10, pp. 120-132.
- 23 Esa, E. and N. A. Mohd Ghazali (2012). "Corporate Social Responsibility and Corporate Governance in Malaysian Government-Linked Companies", *Corporate Governance*, Vol. 12, No. 3, pp. 292-305.
- 24 Yaftian, A.; Wise, V.; Cooper. K.; and S. Mirshekary (2013). "Corporate Social Reporting Preferences in a Developing Country: Evidence from Iran", *Problems and Perspectives in Management*, Vol. 11, No. 1, pp. 50-58.
- 25 Everaert, P.; Bouten, L.; Van Liedekerke, L.; De Moor, L.; and J. Christiaens (2009). "Discovering Patterns in Corporate Social Responsibility (CSR) Reporting: A Transparent Framework based on the Global Reporting Initiative's (GRI) Sustainability Reporting Guidelines", Available at: <https://ideas.repec.org/p/rug/rugwps/09-557.html>. [Online][17 Nov 2018]
- 26 Asadi, L.; Vaez, A.; JerJer Zadeh, A.; and A. Kaab Amir (2018). "The Effect of Corporate Social Responsibility Dimensions on Value Creation of the Pharmaceutical and Non-Pharmaceutical Companies Listed on the Tehran Stock Exchange", *Journal of Health Accounting*, Vol. 7, No. 1, pp. 1-31. [In Persian]
- 27 Hosseini, S. A. and F. Amjadian (2017). "Relationship between Corporate Social Responsibility and Crash Risk of Stock Price", *Journal of Accounting Knowledge*, Vol. 8, No. 1, pp. 105-75. [In Persian]
- 28 Fakhari, H.; Malekian, E.; and M. Jafaei Rahni (2017). "Explaining and Ranking of the Components and Indicators of Environmental, Social and Corporate Governance Reporting by Analytic Hierarchy Process in the Companies Listed in The Tehran Stock Exchange", *Iranian Journal of Value and Behavioral Accounting*, Vol. 2, No. 4, pp. 153-187. [In Persian]
- 29 Darabi, R.; Vaghfi, S. H.; and M. Soleimani (2015). "Relationship between Social Responsibility Reporting with Company Value and Risk for the Companies Registered in Tehran Stock Exchange", *Iranian Journal of Value and Behavioral Accounting*, Vol. 1, No. 2, pp. 213-193. [In Persian]
- 30 Moosavi-Nasab, S. M. S. (2011). "Hypothesis; Where is it Necessary?", *Research*, Vol. 3, No. 2, pp 5-14. [In Persian]
- 31 Hajizadeh, E. and M. Asghari (2015). *Methods and Statistical Analysis by Looking at the Research Method in Health and Biological Sciences*, 2nd Edition, Tehran: Jahad Daneshgahi Publication Organization. [In Persian]
- 32 Lawshe, C. H. (1975). "A Quantitative Approach to Contentvalidity", *Personnel Psychology*, Vol. 28, No. 4, pp. 563-575.
- 33 Waltz, C. and R. B. Bausell (1983). *Nursing Research: Design, Statistics and Computer Analysis*, 1st Edition, Philadelphia: F. A. Davis Company.
- 34 Moradi, M.; Rahimi, K.; and N. Ghodrati (2017). "Investigating the Factors Influencing the Effectiveness of Accounting Information System from the Viewpoint of Managers and Experts of Iranian Medical Sciences

- Universities Based on Accrual Accounting”, *Journal of Health Accounting*, Vol. 6, No. 1, pp. 111-130. [In Persian]
- 35 Hejazi, R. and Sh. Meyhami (2017). “Survey Adoption of Fair Value Accounting Standards and Its Impact on Accounting Profit”, *Journal of Empirical Research in Accounting*, Vol. 6, No. 4, pp. 127-150. [In Persian]
- 36 Azar, A. (2001). “Developing of Shannon Entropy Method in Content Analysis”, *Al-Zahra University Journal of Humanities*, Vol. 11, No. 37, 38. pp. 1-18. [In Persian]

Validation Tool for Assessing the Level of Disclosure of Corporate Social Responsibility for the Companies Listed on the Tehran Stock Exchange

A. Alivandi Darani¹, M. Arabsalehi (Ph. D.)², H. Amiri (Ph. D.)³ and F. Zamani Boroojeni (Ph. D.)⁴

Received: 2018/11/26

Revised: 2019/10/31

Accepted: 2020/01/02

Abstract

Introduction: Considering the increasing interest of investors, shareholders and general stakeholders in recognizing the dimensions of corporate social responsibility of companies, it is important to disclose the social responsibility of the company and to this end, recognizing the existing situation is essential. This matter is not possible without possessing the valid and reliable tools.

Method: This research is applied in terms of purpose and regarding data collection method, it is a field research. The statistical society for this study consists of university professors in the fields of accounting and financial management, and also, experts in finance, accounting and capital markets. In this study, after examining the texts and extracting different aspects of social responsibility disclosure, indicators of these aspects were examined in 3 stages using the Delphi method.

Results: The results show that out of the 85 indexes of the initial questionnaire, 39 were excluded and a checklist of 45 reliable and valid indicators was created. In the experts' point of view regarding the importance of the disclosure of aspects, services and products were the most and social responsibility was the least important.

Conclusion: Considering the importance of corporate social responsibility, using a valid and reliable criterion in evaluating the level of corporate social responsibility increases the quality of stockholder decision-making. Therefore, benefiting from experts' view in formulating a proper tool for evaluating the level of social responsibility can improve the level of social responsibility and its assessment.

Keywords: Delphi Method, Disclosure Level, Social Responsibility, Validation.

¹ Ph.D. Student in Accounting, Isfahan (Khorasgan) Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran (Email: amin.48361@gmail.com)

² Associate Professor of Accounting, Isfahan University, Isfahan, Iran (Corresponding author; Email: mehdi_arabsalehi@ase.ui.ac.ir)

³ Assistant Professor of Economics, Isfahan University, Isfahan, Iran (Email: h.amiri@ase.ui.ac.ir)

⁴ Assistant Professor of Computer Engineering, Isfahan (Khorasgan) Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran (Email: farsad.zamani@yahoo.com)