



نوع مقاله: پژوهشی

بررسی عوامل مؤثر جهت بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی به کمک تکنیک معادلات ساختاری

داریوش قربانی^۱، مصطفی قاسمی^{۲*}، عبدالرضا محسنی^۳

۱- گروه حسابداری، واحد بوشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، بوشهر، ایران

۲- گروه حسابداری، واحد بوشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، بوشهر، ایران (نویسنده مسئول)

۳- گروه حسابداری، واحد بوشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، بوشهر، ایران

سابقه مقاله

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۷/۱۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۲/۲۱

چکیده

هدف از این پژوهش بررسی عوامل مؤثر جهت بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی می‌باشد. این پژوهش یک پژوهش توسعه‌ای و بنیادی است، چرا که از طریق طراحی مدلی تدوین الگوی جهت بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی راه‌گشای سایر مطالعات و برخی مشکلات اعتباری می‌باشد. بعلاوه در این پژوهش از رویکرد کمی - کیفی (آمیخته) استفاده شده است. قلمرو زمانی این پژوهش سال ۱۳۹۹ را دربر می‌گیرد. قلمرو مکانی این پژوهش کل کشور می‌باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر تمامی متخصصین و اساتید حوزه حسابداری و حسابداری شرکت‌های خصوصی و دولتی می‌باشد که تعداد آنها نامحدود می‌باشد. حجم نمونه‌ی آماری با توجه به جدول مورگان ۳۸۴ نفر برآورد شد. نتایج پژوهش نشان داد که عوامل تعیین‌کننده رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی از طریق داده بنیاد (گرنند تئوری) انجام شده است. حاصل این فرآیند شش مقوله اصلی (شرایط علی، پدیده محوری، شرایط مداخله‌گر، شرایط زمینه‌ای، راهبردها و پیامدها) است. در الگوی پارادایمی تدوین الگو، ۲۰ مصاحبه صورت پذیرفت که بر اساس آن ۱۶ مقوله بنیادی، مقوله سازمانی، مقوله محیطی، مقوله تخصصی، مقوله تعهد سازمانی، مقوله اهداف سازمانی، مقوله راهبردی (مدیریتی)، مقوله ساختاری، مقوله انسانی، مقوله دانش مقوله الزامات، مقوله محیط حرفه‌ای، مقوله پیشرفت، مقوله حمایتی، مقوله مبنایی و مقوله کارایی به عنوان ابعاد الگوی بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی به دست آمد. نتایج حاصل از معادلات ساختاری نشان داد بین عوامل علی و عوامل پدیده محوری، بین عوامل پدیده محوری و عوامل راهبردی، بین عوامل زمینه‌ای و عوامل راهبردی، بین عوامل مداخله‌گر و عوامل راهبردی و بین عوامل راهبردی و پیامدها رابطه معناداری وجود دارد.

کلمات کلیدی: داده بنیاد، رتبه اعتباری، گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی شرکت

۱ مقدمه

یکی از ریسک‌هایی که بانک‌ها، شرکت‌ها و مؤسسات مالی را بیشتر از سایر ریسک‌ها تحت تأثیر قرار داده است و یکی از مشکلات اساسی آن‌ها به‌ویژه در وضعیت اقتصادی جهان، ریسک اعتباری است، که توجه پژوهشگران و محققان اقتصادی را در تمام زمینه‌ها، به خود جلب کرده است. ریسک اعتباری که موجب تنزل رتبه اعتباری شرکت در بازار مالی می‌شود اصلی‌ترین منبع ریسک دارایی‌های اعتباری است و از این‌رو مورد توجه بانک‌ها و سرمایه‌گذاران اوراق بهادار است. تنزل این رتبه منجر به مشکلاتی در بازار تأمین اعتبار و بازارهای هدف محصول نیز می‌شود. این ریسک از این جهت ناشی می‌شود که دریافت‌کنندگان تسهیلات توانایی بازپرداخت اقساط بدهی خود را به بانک نداشته باشند. اگر شرکت‌ها مدیریت صحیحی در کنترل ریسک اعتباری نداشته باشند با خطرات زیادی از جمله ورشکستگی که مهمترین آن‌ها است؛ مواجه می‌شوند. به همین دلیل ارزیابی ریسک اعتباری در بین پژوهشگران بسیار مورد توجه قرار گرفته، و روش‌های بسیاری برای ارزیابی آن ارائه شده است. یکی از مهم‌ترین موضوعات مطروحه در ادبیات مالی و حسابداری، چگونگی تفسیر صورت‌های مالی و استفاده از اطلاعات حسابداری توسط بازیگران مختلف بازار است. صورت‌های مالی مهم‌ترین منبع اشخاص برون‌سازمانی جهت دستیابی به اطلاعات موردنیاز است. در این بین، صورت سود و زیان با ارائه اطلاعات مفید درباره سودآوری بنگاه‌های اقتصادی، توجه بسیاری از بازیگران بازار را به خود جلب نموده است. با این حال، اعمال قضاوت شخصی مدیران در تهیه صورت‌های مالی، نگرانی‌هایی را در مورد قابلیت اتکا سود حسابداری ایجاد کرده است. چنانچه مدیران از طریق اعمال اختیارات خود در زمینه‌گزینه‌های حسابداری در گزارشگری مالی، انگیزه‌هایی برای گمراه کردن کاربران صورت‌های مالی داشته باشند، احتمال دست‌کاری یا مدیریت سود قوت می‌گیرد (سعیدی و همکاران، ۱۳۹۲). از سوی دیگر، محیط در حال رشد و بسیار رقابتی پیرامون بنگاه‌های اقتصادی، آن‌ها را وادار می‌سازد برای ادامه حیات با عوامل متعددی در سطح ملی و بین‌المللی رقابت کرده و فعالیت‌های خود را از طریق سرمایه‌گذاری‌های جدید گسترش دهند. بنگاه‌های اقتصادی برای سرمایه‌گذاری به منابع مالی

نیاز دارند، اما آنچه در این بین اهمیت دارد، مفهوم انعطاف‌پذیری مالی است. به عبارت دیگر، تصمیم‌های امروز مدیران بنگاه‌های مزبور نباید به گونه‌ای باشد که تأمین مالی آینده و یا فرصت‌های رشد و پیشرفت آن را به خطر اندازد (شعری و همکاران، ۱۳۹۶). عدم توجه به این مفهوم در تصمیم‌های تأمین مالی، وضعیت پرمخاطره‌ای را برای بنگاه اقتصادی به وجود خواهد آورد؛ زیرا اگر بنگاه در موقع نیاز نتواند منابع لازم را از بازار مالی تأمین کند، مجبور به چشم‌پوشی از فرصت‌های سرمایه‌گذاری مناسب خواهد شد (محمودآبادی و غیوری مقدم، ۱۳۹۰). رتبه‌بندی شرکت‌ها و صندوق‌های سرمایه‌گذاری بر اساس عملکرد مالی آن‌ها نقش مهم و منحصر به فردی در شناسایی سیاست‌های مالی آن‌ها و مشکلات آینده شرکت‌ها و صندوق‌ها در ارتباط با پایداری آن‌ها بازی می‌کند. همچنین می‌تواند راهنمایی باشد برای فراهم کردن حمایت‌های مالی، ارزیابی وضعیت موجود و همین‌طور در ارتباط با شرکت‌ها و صندوق‌های مشابه مزیت رقابتی ایجاد کند. ارزیابی عملکرد مالی شرکت و صندوق‌ها یک کار بسیار پیچیده است تا آن‌جا که نه تنها به سودآوری و کارایی اقتصادی وابسته است بلکه ویژگی‌ها و تأثیرپذیری سیستم اقتصادی فعلی نیز به آن‌ها وابسته است (عادلی، ۱۳۹۵). رتبه‌بندی شرکت‌ها می‌تواند تأثیر بسیار مثبت و مؤثری در تقویت کردن مزیت‌های رقابتی برای مطالبات یا بازارهای جهانی داشته باشد. با علم به تثبیت موقعیت فعلی برای مقایسه شرکت‌ها و صندوق‌ها با یکدیگر، تصمیم‌گیرندگان می‌توانند برای تطابق روش‌های جدید در سازمان‌دهی و مدیریت کردن عملکرد شرکت‌ها و صندوق‌ها، رویکرد بهتری اتخاذ کنند. از دیدگاه‌های مختلف، رتبه‌بندی می‌تواند به پیش‌بینی و برخورد کردن با مشکلات ناشی از تأثیرات عوامل چندبعدی و پیچیده (برای مثال، هدف و تأثیر تصمیمات تجاری گوناگون و ریسک‌های وابسته، تنظیم استراتژی کسب‌وکار، مکانیزم سازمان‌دهی و منابع انسانی و مسائل سیاسی) به درگیر شدن فیله‌های ویژه کسب‌وکار کمک کند. رتبه‌بندی می‌تواند به عنوان اولین قدم برای به کارگیری هر چه بیشتر طرح‌های برنامه‌ریزی استراتژیک واقعی با هدف دستیابی به رفتار اقتصادی کارا و افزایش بهره‌وری، در نظر گرفته شود (عمرانی گرگری، ۱۳۹۵).

امروزه با توجه به تأثیر فعالیت‌ها و عملیات شرکت‌ها بر جامعه، انتظارات ذی‌نفعان از نقش واحدهای تجاری در جامعه در حال افزایش است (بور و هان، ۲۰۱۸). با توجه به این مطالب، نیاز به اطلاعاتی مناسب و خلاصه‌شده احساس می‌گردد که وضعیت اعتباری بنگاه‌های اقتصادی را تشریح کند. چنین اطلاعاتی را می‌توان از طریق رتبه‌بندی اعتباری استخراج نمود. مؤسسات رتبه‌بندی اعتباری، گروه مهمی از بازیگران بازار هستند که به رغم نقش تأثیرگذارشان در اقتصاد، به‌طور عام، و در بازارهای مالی نوین، به‌طور خاص، در مطالعات و پژوهش‌های قبلی کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند (گیزلر^۱، ۲۰۱۴). این مؤسسات با استفاده از اطلاعات فراهم شده توسط مدیریت و صورت‌های مالی، سعی می‌کنند الگوهایی را برای پیش‌بینی دورنمای کلی بنگاه‌های اقتصادی ارائه داده و از عدم اطمینان پیش روی سرمایه‌گذاران و سایر ذی‌نفعان هنگام اتخاذ تصمیم‌های مالی بکاهند. در واقع، رتبه‌بندی اعتباری، اظهار نظری رسمی و تکنیکی در مورد درجه نسبی ریسک عدم باز پرداخت به موقع اصل و بهره یک ابزار بدهی بوده که صلاحیت اعتباری نهاد ناشر آن را پیش‌بینی می‌کند (مجموعه مقررات مقام ناظر بر بازار اوراق بهادار اتحادیه اروپا، ۲۰۱۳).

امروزه شرکت‌ها در محیطی پیچیده و متغیر و رقابتی فعالیت دارند و پیچیدگی و تغییرات محیطی در عرصه‌های رقابتی تجاری و افزایش انتظارات استفاده‌کنندگان اطلاعات مالی، ضرورت آگاهی از نقاط ضعف و قوت شرکت و بهبود مستمر اعتبار تجاری آن‌ها را بیش‌ازپیش آشکار نمود است. از آنجا که شرکت‌ها برای موفقیت در محیط‌های رقابتی و همچنین جذب سرمایه‌گذاران و تأمین اعتبارات مورد نیاز نیازمند کسب اعتبار و شهرت هستند. تنها با داشتن بازخوردی از محیط پیرامونی و درونی، شناسایی نقاط ضعف و قوت و فرصت‌ها از طریق طراحی الگویی مناسب جهت بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی، محقق خواهد شد.

1. Geiszler

در سال‌های اخیر شاهد افزایش اهمیت مسئولیت اجتماعی و گزارشگری آن در میان شرکت‌ها بوده‌ایم (حساس یگانه و همکاران، ۱۳۹۹)؛ با این حال گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت با توجه به ماهیت چندبعدی آن (ذی‌نفعان زیست‌محیطی، اجتماعی، اقتصادی و داوطلبانه بودن)، تنوع استانداردها، کیفیت و اعتبار گزارش‌ها، قابلیت اطمینان مسائل کمی و کیفی، فقدان نیازها و مسائل مشترک و ...، با چالش‌های زیادی مواجه است (جمشیدی نوید و حیدری‌نژاد، ۱۳۹۹). بررسی‌ها نشان می‌دهد که در ایران در هیچ‌یک از برنامه‌ها و اقدامات، شرکت‌ها ملزم به انتشار گزارش مسئولیت اجتماعی نبوده و عملاً گزارش‌های قابل‌توجهی در ایران در این راستا منتشر نمی‌شود. توجه به مسئولیت اجتماعی توسط شرکت‌ها و گزارش کردن و متعهد بودن به آن تحت تأثیر عوامل مختلفی مانند قوانین و مقررات، شفافیت، فناوری اطلاعات، رسانه‌ها، انحصار، مالکین شرکت‌ها، توسعه بازار سرمایه، نهادهای نظارتی، فرهنگ، رسانه‌ها و ... است که شناخت میزان تأثیر هر کدام از این عوامل می‌تواند در توسعه گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نقش اساسی ایفا کند. اما در حال حاضر مسئولین، برنامه‌ریزان و محققان اطلاعی از عوامل مهم تأثیرگذار و میزان تأثیر هر یک از عوامل مؤثر بر گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ایران را ندارند؛ که این مسئله هرگونه اقدامی را در ارتقاء کیفیت گزارش‌های مذکور ناکارآمد می‌سازد (دوستار و همکاران، ۱۳۹۳).

حوزه مربوط به روش یا رویه کسب‌وکار دربرگیرنده یکی از پویاترین و چالش‌پذیرترین موضوعاتی است که امروزه مدیران شرکت‌ها با آن روبرو هستند؛ برای مدیران امروز دیگر کافی نیست که وظایفی چون برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی و کنترل را انجام دهند و خود را اثربخش بنامند بلکه، پاسخگویی به نیازهای جامعه و خواست شهروندان و مشتریان داخلی و خارجی سازمان‌ها از زمره وظایف با اهمیت‌تر آنان محسوب می‌شود و کمتر این نکته مورد توجه قرار گرفته است. شرایط امروز جهان و فضاهاى جدید کسب‌وکار، ایجاب می‌کند تا مدیران سازمان‌ها و شرکت‌های بزرگی که در بازارهای جهانی با بازارهای در حال جهانی شدن نقش فعال و مؤثری دارند، تلاش خود را متوجه ایجاد ارزش برای تمامی ذی‌نفعان و تعهد به مسئولیت‌های اجتماعی خود کنند و نوعی

تعادل میان بخش‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی کسب‌وکارشان ایجاد نمایند. از این رو انتظار می‌رود که سهامداران و بستانکاران به مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها توجه ویژه‌ای کنند. اما متأسفانه این انتظارات به خوبی مورد ارزیابی قرار نمی‌گیرد و به این جهت این تحقیق در پاسخ به این سوال انجام شده است که: عوامل مؤثر جهت بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی کدامند؟

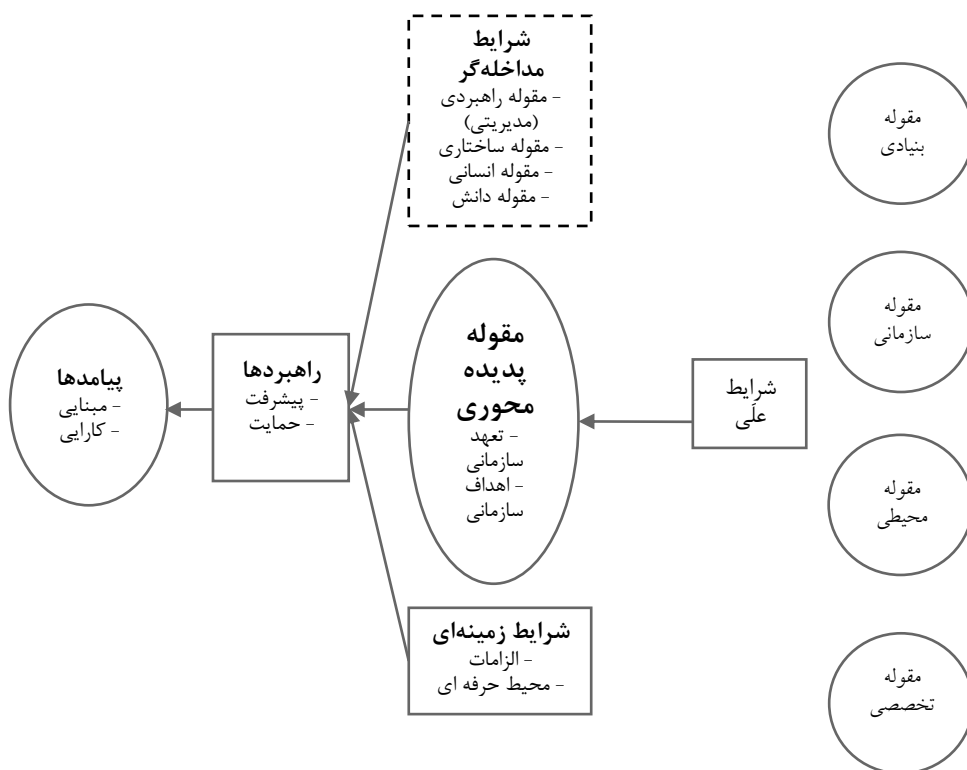
۲ روش تحقیق

این پژوهش از لحاظ هدف جزء پژوهش‌های کاربردی و از نظر ماهیت و روش جزء پژوهش‌های توصیفی-پیمایشی است. با توجه به کمی - کیفی (روش آمیخته) بودن تحقیق حاضر، این تحقیق پیمایشی-مقطعی است نیز از روش پیمایشی-مقطعی استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق حاضر تمامی متخصصین و اساتید حوزه حسابداری و حسابداری شرکت‌های خصوصی و دولتی است که تعداد آن‌ها نامحدود است. حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان به دست آمد که ۳۸۴ نفر است. در بخش کمی از پرسشنامه و در بخش کیفی از مصاحبه برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده است. پرسشنامه این پژوهش به صورت حضوری و الکترونیکی تهیه و ارسال شد. جهت سنجش بر ارزش‌الگوی طراحی شده پرسشنامه‌ای محقق ساخت، طراحی شده و روایی و پایایی آن مورد ارزیابی قرار گرفته است. سپس این پرسشنامه در جامعه آماری پژوهش توزیع و گردآوری و مورد تحلیل قرار گرفته است. نتیجه تحلیل این داده‌ها امکان ترکیب نتایج بخش کیفی و کمی را میسر ساخته و الگوی نهایی ارتقای رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی را ارائه نموده است.

تحلیل داده‌ها در بخش کیفی، کدگذاری بوده و در بخش کمی از نرم‌افزار SPSS و PLS و از پرکاربردترین نرم‌افزارهای مدل‌سازی معادلات ساختاری، استفاده شد.

۳ یافته‌های تحقیق

بر اساس نتایج حاصل از مصاحبه، بر اساس آن ۱۶ مقوله بنیادی، مقوله سازمانی، مقوله محیطی، مقوله تخصصی، مقوله تعهد سازمانی، مقوله اهداف سازمانی، مقوله راهبردی (مدیریتی)، مقوله ساختاری، مقوله انسانی، مقوله دانش مقوله الزامات، مقوله محیط حرفه‌ای، مقوله پیشرفت، مقوله حمایتی، مقوله مبنایی و مقوله کارایی به عنوان ابعاد الگوی بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی به دست آمد و مدل تحقیق ارائه گردید.



شکل (۱): تدوین الگوی جهت بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی

شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

در این قسمت شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش شامل میانگین، انحراف معیار، کمینه و بیشینه در جدول (۱) ارائه شده است.

جدول (۱): میانگین، انحراف معیار، کمینه و بیشینه متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	انحراف معیار	کمینه	بیشینه
شرایط علی	۳/۷۹	۰/۳۲	۱/۸۳	۴/۵۴
پدیده محوری	۳/۸۶	۰/۴۴	۲/۱۱	۴/۷۶
عوامل مداخله‌گر	۳/۱۱	۰/۴۱	۲/۰۲	۴/۳۵
شرایط زمینه‌ای	۳/۲۲	۰/۳۵	۲/۱۴	۴/۵۷
راهبردها	۳/۱۹	۰/۴۸	۱/۹۵	۴/۷۰
پیامدها	۳/۳۶	۰/۴۳	۱/۸۶	۴/۳۵

همان‌طور که در جدول (۱) ملاحظه می‌شود، میانگین تمامی متغیرها از مقدار متوسط (یعنی ۳) بزرگ‌تر شده است.

روایی و پایایی

به منظور برآورد روایی پرسشنامه در این پژوهش از اعتبار محتوا استفاده خواهد شد. برای این منظور از روایی محتوایی به روش CVR و تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد.

جدول (۲): حداقل مقدار نسبت روایی محتوای قابل قبول بر اساس تعداد متخصصین (جدول لاوشه)

تعداد متخصصین	مقدار CVR	تعداد متخصصین	مقدار CVR	تعداد متخصصین	مقدار CVR
۵	۰/۹۹	۱۱	۰/۵۹	۲۵	۰/۳۷
۶	۰/۹۹	۱۲	۰/۵۶	۳۰	۰/۳۳
۷	۰/۹۹	۱۳	۰/۵۴	۳۵	۰/۳۱
۸	۰/۷۵	۱۴	۰/۵۱	۴۰	۰/۲۹
۹	۰/۷۸	۱۵	۰/۴۹		
۱۰	۰/۶۲	۲۰	۰/۴۲		

۱۰۲ بررسی عوامل مؤثر جهت بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی به کمک...
 برای تعیین نسبت روایی محتوای پرسشنامه، پرسشنامه طراحی شده در اختیار ۱۰ نفر از متخصصین در این حوزه قرار گرفت و با توجه به نتایج نظرات تمامی آنها، مقدار آیتم‌ها بیشتر از ۰.۶۲ برآورد شد. بنابراین مشخص شد تمام سؤالات و مؤلفه‌های روایی محتوایی لازم را دارا بودند.
 در این پژوهش برای به‌دست آوردن پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است که معمولاً مقدار بالای ۰.۷ قابل قبول است.

برازش مدل و آزمون فرضیه‌های پژوهش

در این قسمت، ساختار کلی مدل مفهومی پژوهش مورد آزمون قرار می‌گیرد، تا مشخص شود که آیا روابط تئوریکی که بین متغیرها در مرحله تدوین چارچوب مفهومی مدنظر محقق بوده است، به وسیله داده‌ها تأیید می‌گردد یا نه. در ابتدا نرمال بودن توزیع متغیرهای پژوهش که یکی از پیش‌فرض‌های اصلی مدل‌سازی معادلات ساختاری است با استفاده از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف مورد بررسی قرار گرفت.

بررسی نرمال بودن توزیع متغیرهای پژوهش با استفاده از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف
 جهت بررسی نرمال بودن متغیرهای پژوهش از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف استفاده شده است که نتایج مربوط به آن در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول (۳): نتایج آزمون نرمال بودن متغیرهای پژوهش

متغیر	آماره کلموگروف-اسمیرنوف	سطح معناداری
شرایط علی	۱/۱۰	۰/۰۰۱*
پدیده محوری	۰/۰۸۷	۰/۰۰۱*
عوامل مداخله‌گر	۰/۰۹۸	۰/۰۰۱*
شرایط زمینه‌ای	۰/۰۳۹	۰/۰۹۴ ^{NS}
راهبردها	۱/۲۱۱	۰/۰۳۶*
پیامدها	۰/۰۳۳	۰/۱۱۲ ^{NS}

*. در سطح خطای ۰/۰۵ معنی‌دار است.

^{NS}. در سطح خطای ۰/۰۵ معنی‌دار نیست.

همان‌طور که در جدول (۳) ملاحظه می‌شود، سطح معنی‌داری مربوط به آماره کلموگروف-اسمیرنوف برای تمامی متغیرها بجز شرایط زمینه‌ای و پیامدها از ۰٫۰۵ کوچک‌تر شده است. بنابراین، به‌جز شرایط زمینه‌ای و پیامدها سایر متغیرها از توزیع نرمال پیروی نمی‌کنند.

۴-۲ آزمون فرضیه‌های پژوهش

جهت برازش مدل کلی و آزمون فرضیه‌های پژوهش، با توجه به عدم نرمال بودن توزیع اکثر متغیرها، از مدلیابی معادلات ساختاری در نرم‌افزار وارپ پی ال اس استفاده شد. به منظور برازش مدل کلی پژوهش از شاخص‌های برازندگی مدل معادلات ساختاری استفاده به عمل آمد که براساس آن، شاخص‌ها بدین‌گونه برآورد شده است:

ارزیابی مدل ساختاری

نرم‌افزار وارپ پی ال اس سه شاخص را برای برازندگی مدل ارائه می‌دهد که عبارتند از: متوسط ضریب مسیر^۱، ضریب تعیین^۲، ضریب تعیین تعدیل شده^۳ و متوسط عامل تورم واریانس^۴. مقادیر این شاخص‌ها در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول (۳): شاخص‌های برازندگی مدل پژوهش

نتیجه	مقدار مطلوب	سطح معنی‌داری	مقدار محاسبه شده	معیار
تأیید	$0.001 < \text{سطح معنی‌داری}$	۰٫۰۰۰۱	۰٫۴۱۳	متوسط ضریب مسیر
تأیید	$0.001 < \text{سطح معنی‌داری}$	۰٫۰۰۰۱	۰٫۴۱۰	ضریب تعیین
تأیید	$0.001 < \text{سطح معنی‌داری}$	۰٫۰۰۰۱	۰٫۴۰۸	ضریب تعیین تعدیل شده
تأیید	کمتر از ۳٫۳	-	۱٫۰۹	متوسط عامل تورم واریانس

1 Average Path Coefficient (APC)

2 Average R-Squared (ARS)

3 Average adjusted R-squared (AARS)

4 Average Block VIF (AVIF)

همان‌طور که در جدول (۳) ملاحظه می‌شود سطح معنی‌داری برای متوسط ضریب مسیر، ضریب تعیین، ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰,۰۰۰۱ شده و از ۰,۰۰۱ کوچک‌تر می‌باشد. همچنین متوسط عامل تورم واریانس برابر با ۱,۰۹ شده و از ۳,۳ کوچک‌تر می‌باشد که نشان دهنده برازش عالی مدل است.

ارزیابی قدرت پیش‌بین مدل

برای بررسی قدرت پیش‌بین مدل از معیار ضریب تعیین (R^2) و ضریب پیش‌بین (Q^2) استفاده می‌شود. مقادیر محاسبه شده برای این دو معیار در جدول (۴) ارائه شده است.

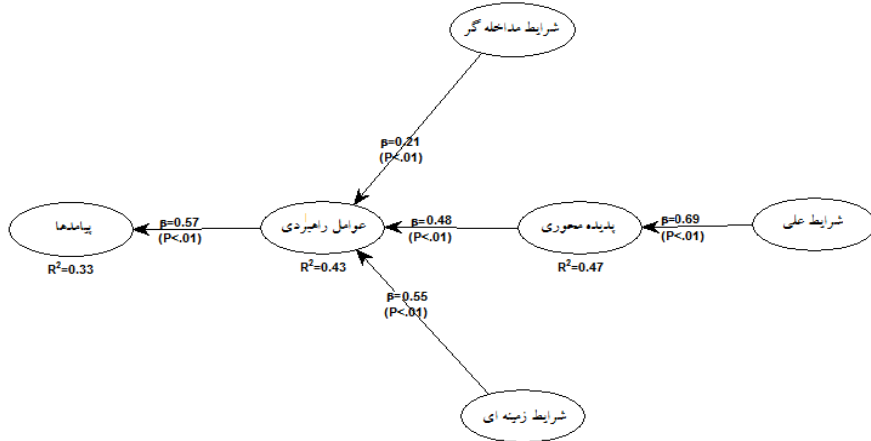
جدول (۴): ارزیابی قدرت پیش‌بین مدل پژوهش

پیامدها	راهبردها	پدیده محوری	متغیر
۰,۳۳	۰,۴۳	۰,۴۷	ضریب تعیین
۰,۳۱	۰,۴۳	۰,۴۶	ضریب پیش‌بین

همان‌طور که در جدول (۴) مشاهده می‌شود تمامی ضرایب در حد مطلوب هستند، لذا مدل مذکور از ظرفیت و توان پیش‌بین لازم برخوردار است. بنابراین، می‌توان گفت که مدل پژوهش به خوبی برازش شده است، پس مورد تأیید قرار می‌گیرد. در واقع شاخص‌های مورد نظر، کیفیت مدل مفهومی را مطلوب ارزیابی می‌کنند. از این‌رو بعد از تأیید مدل می‌توان نتایج تحلیل ساختاری را در آزمون فرضیه‌ها استفاده کرد و به تفسیر آن‌ها پرداخت.

۴-۱-۲ تفسیر نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

شکل (۲) نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش و روابط ساختاری بین متغیرهای مدل پژوهش را نشان می‌دهند. معیار تأیید یا رد فرضیه‌های پژوهش، سطح معنی‌داری و آماره تی است. اگر سطح معنی‌داری فرضیه‌ای کمتر از ۰,۰۵ باشد، یا آماره تی مربوط به آن خارج از بازه (۱,۹۶, -۱,۹۶) قرار داشته باشد آن فرضیه در سطح خطای پنج درصد تأیید می‌شود.



شکل (۲): نتایج کلی برآورد الگوی معادلات ساختاری پژوهش

تفسیر فرضیه اول پژوهش:

فرضیه اول به ارتباط بین عوامل علی و عوامل پدیده محوری می‌پردازد. همان‌طور که در شکل (۲) و جدول (۴) ملاحظه می‌گردد، ضریب مسیر این رابطه برابر با ۰٫۶۹ و آماره تی مربوط به آن برابر با ۱۴٫۸۲ شده است که خارج از بازه (۱٫۹۶ ، -۱٫۹۶) قرار دارد. همچنین، سطح معنی‌داری مربوط به آن برابر با ۰٫۰۰۱ شده و از ۰٫۰۵ کوچک‌تر می‌باشد. بنابراین، می‌توان گفت که بین عوامل علی و عوامل پدیده محوری ارتباط معنی‌داری دارد. ضریب تعیین برای متغیر پدیده محوری برابر با ۰٫۴۷ شده است که نشان دهنده این است که ۴۷ درصد از تغییرات متغیر پدیده محوری به عوامل علی مربوط می‌شود.

جدول (۵): نتیجه بررسی ارتباط بین عوامل علی و عوامل پدیده محوری

نتیجه	سطح معنی‌داری	آماره تی	ضریب مسیر	مسیر
تأیید	۰٫۰۰۱	۱۴٫۸۲	۰٫۶۹	عوامل علی ← پدیده محوری

تفسیر فرضیه دوم پژوهش:

فرضیه دوم به ارتباط بین عوامل پدیده محوری و عوامل راهبردی می‌پردازد. همان‌طور که در شکل (۲) و جدول (۵) ملاحظه می‌گردد، ضریب مسیر این رابطه برابر با ۰/۴۸ و آماره تی مربوط به آن برابر با ۹/۷۲ شده است که خارج از بازه (۱/۹۶ , -۱/۹۶) قرار دارد. همچنین، سطح معنی - داری مربوط به آن برابر با ۰/۰۰۱ شده و از ۰/۰۵ کوچک‌تر می‌باشد. بنابراین، می‌توان گفت که بین عوامل پدیده محوری و عوامل راهبردی ارتباط معنی‌داری دارد.

جدول (۵): نتیجه بررسی ارتباط بین عوامل پدیده محوری و عوامل راهبردی

مسیر	ضریب مسیر	آماره تی	سطح معنی‌داری	نتیجه
عوامل پدیده محوری ← عوامل راهبردی	۰/۴۸	۹/۷۲	۰/۰۰۱	تأیید

تفسیر فرضیه سوم پژوهش:

فرضیه سوم به ارتباط بین عوامل زمینه‌ای و عوامل راهبردی می‌پردازد. همان‌طور که در شکل (۲) و جدول (۶) ملاحظه می‌گردد، ضریب مسیر این رابطه برابر با ۰/۵۵ و آماره تی مربوط به آن برابر با ۱۱/۷۲ شده است که خارج از بازه (۱/۹۶ , -۱/۹۶) قرار دارد. همچنین، سطح معنی‌داری مربوط به آن برابر با ۰/۰۰۱ شده و از ۰/۰۵ کوچک‌تر می‌باشد. بنابراین، می‌توان گفت که بین عوامل زمینه‌ای و عوامل راهبردی ارتباط معنی‌داری دارد.

جدول (۶): نتیجه بررسی ارتباط بین عوامل زمینه‌ای و عوامل راهبردی

مسیر	ضریب مسیر	آماره تی	سطح معنی‌داری	نتیجه
عوامل زمینه‌ای ← عوامل راهبردی	۰/۵۵	۱۱/۷۲	۰/۰۰۱	تأیید

تفسیر فرضیه چهارم پژوهش:

فرضیه چهارم به ارتباط بین عوامل مداخله‌گر و عوامل راهبردی می‌پردازد. همان‌طور که در شکل (۲) و جدول (۷) ملاحظه می‌گردد، ضریب مسیر این رابطه برابر با ۰/۲۱ و آماره تی مربوط به آن برابر با ۴/۲۳ شده است که خارج از بازه (۱/۹۶ , -۱/۹۶) قرار دارد. همچنین، سطح معنی‌داری مربوط به آن برابر با ۰/۰۰۱ شده و از ۰/۰۵ کوچک‌تر می‌باشد. بنابراین، می‌توان گفت که بین

عوامل مداخله‌گر و عوامل راهبردی ارتباط معنی‌داری دارد. ضریب تعیین برای متغیر عوامل راهبردی برابر با ۰/۴۳ شده است که نشان دهنده این است که ۴۳ درصد از تغییرات متغیر عوامل راهبردی به عوامل زمینه‌ای، مداخله‌گر و پدیده محوری مربوط می‌شود.

جدول (۷): نتیجه بررسی ارتباط بین عوامل مداخله‌گر و عوامل راهبردی

مسیر	ضریب مسیر	آماره تی	سطح معنی‌داری	نتیجه
عوامل زمینه‌ای ← عوامل راهبردی	۰/۲۱	۴/۲۳	۰/۰۰۱	تأیید

تفسیر فرضیه پنجم پژوهش:

فرضیه پنجم به ارتباط بین عوامل راهبردی و پیامدها می‌پردازد. همان‌طور که در شکل (۲) و جدول (۸) ملاحظه می‌گردد، ضریب مسیر این رابطه برابر با ۰/۵۷ و آماره تی مربوط به آن برابر با ۱۲/۱۸ شده است که خارج از بازه (۱/۹۶, -۱/۹۶) قرار دارد. همچنین، سطح معنی‌داری مربوط به آن برابر با ۰/۰۰۱ شده و از ۰/۰۵ کوچک‌تر می‌باشد. بنابراین، می‌توان گفت که بین عوامل راهبردی و پیامدها ارتباط معنی‌داری دارد. ضریب تعیین برای متغیر پیامدها برابر با ۰/۳۳ شده است که نشان دهنده این است که ۳۳ درصد از تغییرات متغیر پیامدها به عوامل راهبردی مربوط می‌شود.

جدول (۸): نتیجه بررسی ارتباط بین عوامل راهبردی و پیامدها

مسیر	ضریب مسیر	آماره تی	سطح معنی‌داری	نتیجه
عوامل راهبردی ← پیامدها	۰/۵۷	۱۲/۱۸	۰/۰۰۱	تأیید

۴ نتیجه‌گیری و پیشنهادات

در تحقیق حاضر، نتایج مصاحبه نشان داد ۱۶ مقوله بنیادی، مقوله سازمانی، مقوله محیطی، مقوله تخصصی، مقوله تعهد سازمانی، مقوله اهداف سازمانی، مقوله راهبردی (مدیریتی)، مقوله ساختاری، مقوله انسانی، مقوله دانش مقوله الزامات، مقوله محیط حرفه‌ای، مقوله پیشرفت، مقوله حمایتی، مقوله مبنایی و مقوله کارایی به عنوان ابعاد الگوی بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی

بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی به دست آمد و مدل تحقیق ارائه گردید. نتایج حاصل از بررسی مدل نشان داد شرایط علی بر مقوله پدیده محوری تأثیرگذار است، نتایج حاصل از برآورد معادلات ساختاری نشان داد که شرایط علی تأثیر مثبت و معناداری مقوله پدیده محوری دارند. در واقع یافته‌های نشان‌دهنده این موضوع است که مقوله بنیادی، مقوله سازمانی، مقوله محیطی و مقوله تخصصی که اجزای شرایط علی را تشکیل می‌دهند، نقش قابل توجه و مثبتی بر تعهد و اهداف سازمانی که اجزای مقوله پدیده محوری، هستند، ایفا می‌کند. با توجه به مدلی که ارائه شد، فرضیه دوم، سوم و چهارم بخش کمی به این صورت تدوین و مورد بررسی قرار می‌گرفت که مقوله پدیده محوری، شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر بر راهبردها تأثیرگذار است. یافته‌ها نشان داد پدیده محوری، شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر به عنوان سه مقوله الگوی بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی بر عوامل راهبردی تأثیر مثبت و قابل توجهی دارند.

در فرضیه پنجم به بررسی تأثیر عوامل راهبردی بر پیامدها پرداخته شد، در این ارتباط یافته‌ها نشان داد که عوامل راهبردی بر پیامدها تأثیر مثبت و معناداری دارند. نتایج تحلیل کمی نشان داد که میزان به‌کارگیری راهبردهای اثربخش و محوری در روند اعتباردهی و پیامدهای مربوط به رتبه اعتباری نقش قابل توجهی دارد و در راستای بهبود و تحقق شفافیت اطلاعاتی و کسب اعتبار چشم‌گیر در زمینه اعتباری باید به راهبردها توجه بیشتری صورت گیرد. در اینجا ذکر این نکته اهمیت دارد که نتایج تحلیل کمی نشان داد که میزان به‌کارگیری راهبرد به ویژه مقوله پیشرفت و حمایت، رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی بهبود می‌بخشد و اثربخشی رتبه اعتباری شرکت‌ها را دوچندان کند. در تئوری‌های اقتصادی، مهمترین منبع تأمین مالی خارجی شرکت‌ها، تأمین مالی از طریق تسهیلات بانکی است، به این ترتیب توجه بیشتر به نقش گزارشگری مالی و مسئولیت اجتماعی در ایجاد اعتبار و انجام اقداماتی به‌منظور بهبود رتبه‌بندی اعتباری شرکت‌ها ضرورت دارد.

مهمترین مرحله یعنی راهبردهای الگوی بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی که شامل مقوله پیشرفت و حمایت می‌شود. برای پیشرفت و حمایت، باید متذکر شد عواملی که موجب تقویت راهبردها می‌شوند، کارآیی عملیاتی شرکت‌ها و تحقق اهداف شرکت‌ها است.

گانی (۲۰۱۷) نشان داد کارایی عملیاتی و عملکرد مدیران نقش قابل توجهی در پیشرفت شرکت‌ها به ویژه به دست آوردن پروژه‌هایی هستند که خالص ارزش فعلی آن‌ها مثبت است، دارد. جیان و همکاران (۲۰۱۸) بیان کردند که عملکرد عملیاتی شرکت وضعیت گزارشگری بهبود می‌دهد و همچنین کارایی قیمت سهام شرکت‌ها را تحت تأثیر قرار خواهد داد که در نتیجه ارزش شرکت را افزایش می‌دهد. بر اساس این استدلال می‌توان عنوان نمود که کارایی عملیاتی از طریق بهبود روند گزارشگری مالی، نقش قابل توجهی در اعتبار شرکت‌ها ایفا خواهد کرد.

میرز و ماجلوف (۱۹۸۴) معتقدند که گزارشگری مالی یکی از مهم‌ترین فرآورده‌های سیستم حسابداری است که از اهداف عمده آن فراهم آوردن اطلاعات لازم برای تصمیم‌گیری اقتصادی استفاده‌کنندگان در خصوص ارزیابی عملکرد و توانایی سودآوری و کارایی بازار سهام بنگاه اقتصادی است. وو و همکاران (۲۰۱۱) معتقدند که تصمیم‌های تأمین مالی و سرمایه‌گذاری در شرکت‌ها، تصمیم‌هایی هستند که هر دو با آینده‌نگری اتخاذ می‌شوند. در تصمیم‌های تأمین مالی، شرکت وجوه مورد نظر خود را در حال حاضر بکار می‌گیرد تا در آینده بتواند به تعهدات خود در قبال تأمین‌کنندگان منابع مالی عمل کند. که این موضوع نشان‌دهنده این است که مقوله‌ها بنیادی و محیطی شرکت بر تصمیمات منابع مالی آن‌ها تأثیرگذار است. به عبارت دیگر اعتباردهندگان هنگام اعطای اعتبار وضعیت بنیادی و گذشته شرکت را مدنظر قرار داد و با توجه آن تصمیم به اعطای اعتبار می‌کنند، که نشان‌دهنده اهمیت مقوله‌ها بنیادی و محیطی شرکت در رتبه‌بندی اعتباری شرکت‌ها است. مایلز و ازل (۱۹۸۰) نشان داد اندازه شرکت‌ها، وجود محدودیت‌های قانونی، تغییرات مقررات و قوانین و محیط قانونی از جمله عواملی هستند که ریسک و رتبه اعتباری و مالی شرکت‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهند.

نقش گزارشگری مالی به ویژه از طریق افشای مسئولیت‌های اجتماعی، افزایش اعتبار یک شرکت را به همراه دارد. شفافیت و یکسان بودن گزارشگری مالی برای استفاده‌کنندگان به ویژه سرمایه‌گذاران از اهمیت بالایی برخوردار است و سرمایه‌گذاران با استفاده از آن اقدام به برآورد بازده خود و اخذ تصمیم‌های سرمایه‌گذاری می‌نمایند. از طرفی مدیران شرکت‌ها برای کاهش ریسک به‌وسیله بالا بردن گزارشگری مالی، ریسک سرمایه‌گذاری و اعتباری را نیز کاهش می‌یابد؛ مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به مشارکت اختیاری شرکت برای توسعه شرکت اشاره دارد و یک روش برای کاهش شکاف بین شرکت‌ها و انتظارات ذینفعان در قالب گزارشگری و گزارشگری مالی مازاد و اختیاری با رویکرد پایداری به شمار می‌رود، که موجب افزایش رتبه اعتباری شرکت خواهد شد. بهبود رتبه اعتباری شرکت نقش مهمی را در تقویت عملکرد مالی شرکت با توجه به شرایط ناشی از رقابت و رکود بین‌المللی و الزامات جهانی شدن ایفا نموده است. افزایش رتبه اعتباری به شرکت کمک می‌کند تا خود را در بازار متمایز نموده و دسترسی راحت‌تری به منابع مالی داشته باشد.

بارایبار-دیز و لوان استوریو (۲۰۱۸) معتقد است که اهمیت مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت ناشی از علاقه شرکت به ادغام مسائل اجتماعی به منظور تضمین توسعه پایدار شرکت است. این فرایند بر این باور است که اجرای ایفای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، ارزیابی بهتر فعالیت‌های شرکت را فراهم می‌کند و در نتیجه موجب بهبود عملکرد بلندمدت شرکت می‌شود. شرکت‌ها منابع بیشتری را صرف مسائل اجتماعی می‌کنند و برای مؤثر بودن آن، باید اطلاعات مربوط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت را به ذینفعان منتقل دهند. بر این اساس انتظار می‌رود استفاده‌کنندگان از اطلاعات مسئولیت اجتماعی به ویژه اعتباردهندگان، رفتار مسئولیت‌پذیری اجتماعی را رفتار مسئولانه‌ی مدنظر قرار دهند که این موضوع رتبه‌بندی شرکت را تقویت خواهد کرد.

همچنین بارایبار-دیز و لوان استوریو (۲۰۱۸) معتقدند افزایش قابل‌توجهی از اطلاعات منتشر شده توسط شرکت و تأثیر آن بر اعتماد سرمایه‌گذاران موجب افزایش بیش‌ازپیش اهمیت گزارش

مسئولیت‌پذیری اجتماعی شده است. در این راستا فوئنته و همکاران (۲۰۱۷) بیان نمودند که افشا و گزارشگری مالی ناخواسته مسئولیت‌پذیری اجتماعی به شفافیت اطلاعات مرتبط هستند. بارایبار-دیز و لوان استوریو (۲۰۱۸) بیان کردند که تئوری ذینفعان، در خصوص مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت به یک پارادایم غالب تبدیل شده است، که جنبه‌های هنجاری تئوری مشروعیت و جنبه‌های مثبت تئوری نمایندگی را شامل می‌شود، از جمله منافع و خواسته‌های سایر ذینفعان در برابر سهامداران است. بنابراین بر اساس تئوری ذینفعان یک چشم انداز جامع‌تر که در آن تلاش می‌شود تا منافع همه گروه‌های درگیر در یک شرکت ترجیح داده شود، فراهم می‌شود. به این معنا، ایفای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت در نظر گرفته شده است تا شرکت برای مذاکره در رابطه فعالیت خود با ذینفعان و عموم مردم تلاش می‌کند که مشروعیت فعالیت‌های شرکت افزایش یابد. یکی از ابزارهای مورد نیاز جهت مذاکره، نیازهای اطلاعاتی گروه‌های مختلف است، که در مفهوم ضمنی گزارشگری مالی و شفافیت خلاصه می‌شود. در واقع از طرفی گزارشگری مالی باعث درک بهتر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و افشای بیشتر مباحث زیست‌محیطی و اجتماعی شرکت می‌تواند اعتبار شرکت را تقویت کند.

پیشنهادهای در زمینه تحقیق

- از جمله موارد مهم مربوط به شرایط علی مقوله بنیادی مرتبط به سیاست‌های اقتصادی و اجتماعی دولتی، قوانین گزارشگری و اعتبارسنجی و توجه به قوانین گزارشگری و به‌کارگیری روش حسابداری یکسان است، این موضوع می‌تواند موجب بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها است. این موضوع احتمالاً ناشی از شناخت کافی حسابداران از نقاط قوت موجود در ساختار و قوانین گزارشگری و همچنین آگاهی مدیران از مزایای مسئولیت اجتماعی است، از طرفی بیانگر توجه اعتباردهندگان به مقوله رعایت قوانین و مقررات گزارشگری است. بنابراین به مسئولین پیشنهاد می‌شود از طریق تعامل با اعتباردهندگان مهمترین مؤلفه‌های گزارشگری مالی مربوط به رتبه

اعتباری را مشخص نمایند و بر اساس آن رتبه‌بندی شرکت‌ها را (به ویژه شرکت‌های بورسی) را تعیین و جهت بهره‌گیری استفاده‌کنندگان؛ رتبه اعتباری تمام شرکت را منتشر نمایند.

- پدیده محوری با هدف افزایش تعهدپذیری شرکت در خصوص گزارشگری مالی و بهبود رتبه اعتباری باید مورد توجه مراجع تدوین استاندارد و قوانین قرار گیرد، چرا که آن‌ها برای افزایش اطلاعات مازاد و ایفای بیشتر و افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی نیاز به قوانین حمایت‌کننده و ضمانت اجرایی در خصوص بهبود رتبه اعتباری دارند.

- پژوهش‌های کاربردی، هدفمند هستند و تمام فرایند این پژوهش از اولین گام‌های مشاهده‌شده تا آخرین مراحل استنتاج، حول طراحی مدلی برای بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی است، با این حساب عوامل مداخله‌گر که بیانگر عوامل راهبردی در حوزه مدیریتی و حسابداران است، نقش قابل توجهی بر تحقق اهداف شرکت دارند، بنابراین باید مورد نظر مالکان و سهامداران قرار گیرد، در واقع مالکان از طریق انتخاب مدیران و حسابداران توانمند و باتجربه می‌توانند استراتژی مناسبی در خصوص گزارشگری مالی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی در راستای بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها، انتخاب نمایند، به عبارت دیگر انتخاب مدیران و حسابداران متخصص، توانمند و باتجربه تسهیل‌گر تحقق الگوی بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی هستند.

- زمینه اجرایی شدن طراحی مدل بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها مبتنی بر گزارشگری مالی و مسئولیت‌های اجتماعی توجه الزامات از طریق رعایت بی‌طرفی و شفافیت در رتبه‌بندی می‌تواند ارتباط بهتری بین اعتباردهندگان و شرکت‌ها ایجاد کند، که این موضوع موجب شناسایی بهتر شرکت‌ها از نحوه دقیق رتبه بنده شده و از طرفی موجب افزایش پاسخگویی طرفین می‌شود.

- به‌منظور دستیابی به نظام رتبه‌بندی صحیح و درست، باید بسترسازی اولیه در مورد قوانین گزارشگری و اعتبارسنجی و شفافیت اطلاعات از طریق تعامل بین حسابداران و حسابرسان ایجاد نمود، این موضوع رتبه اعتباری شرکت‌ها را ارتقا بخشیده و اتکای رتبه اعتباری شرکت‌ها به میزان شفافیت را تقویت می‌کند، بنابراین تدوین‌کنندگان قوانین باید به این موضوع توجه کنند.

- یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که افزایش مهارت و تخصص سطح آگاهی، افزایش مهارت و تخصص و همچنین توجه به مالکیت فکری و گزارشگری و ایده‌های افراد نقش قابل توجهی در رتبه اعتباری شرکت‌ها دارند. با توجه به اینکه آموزش و آگاهی از دیدگاه پیامدگرایی، حاوی پیام‌های اخلاقی است که در هر عملی عواقب و پیامدهای آن در نظر گرفت که چه آثار و عواقبی به دنبال دارد و در نتیجه آگاهی و آموزش بیشتر، می‌تواند دیدگاه مثبتی را در مورد مزایای گزارشگری مالی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی در افراد ایجاد کرد. بنابراین به مسئولین پیشنهاد می‌شود، پیامدهای مثبت پذیرش مسئولیت اجتماعی از طریق تبلیغات بیشتر اطلاع‌رسانی نمایند و شرایط و مشوق‌های قابل توجهی برای ارائه ایده فراهم کنند.

۵ مراجع

- ۱- جمشیدی، نوید، بابک و حیدری‌نژاد، قدرت‌الله. (۱۳۹۹). گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت: چالش استانداردگذاری و خدمات اطمینان‌بخش، نشریه مطالعات حسابداری و حسابرسی، سال نهم، شماره ۳۴، ص ۹۸-۸۳.
- ۲- حساس‌یگانه، یحیی، سهرابی، حسینعلی و غواصی کناری، محمد. (۱۳۹۹). ارتباط گزارشگری مسئولیت اجتماعی با ارزش شرکت، پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، سال دوازدهم، شماره ۴۵، ص ۲۰-۱.
- ۳- دوستار، محمد، قلی‌زاده، محمدحسن و صفرزاده، طاهره. (۱۳۹۳). شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، کنفرانس بین‌المللی حسابداری و مدیریت، تهران.
- ۴- سعیدی، علی، نرگس حمیدیان و حامد ربیعی. (۱۳۹۲). رابطه بین فعالیت‌های مدیریت واقعی سود و عملکرد آتی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مالی، ۶ (۱۷). صص ۴۵-۵۸.

۵- شعری، صابر؛ احمدوند، میثم و لاریجانی، ریحانه. (۱۳۹۶). آزمون رابطه مدیریت سود واقعی و رتبه اعتباری شرکت های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. پژوهش های تجربی حسابداری، ۷(۲)، ۱۱۷-۱۴۵.

۶- عادل، امید. (۱۳۹۵). ارزیابی رتبه‌بندی صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشترک در ایران، فصلنامه اقتصاد مالی، سال دهم، شماره ۳۶، ص ۸۷-۱۰۴.

۷- عمرانی گرگری، سحر. (۱۳۹۵). ارزیابی عملکرد شرکت‌های تولیدی صنعت سیمان در بورس اوراق بهادار تهران با استفاده از FAHP و روش TOPSIS، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت صنعتی گرایش تحقیق در عملیات، دانشگاه غیرانتفاعی عبدالرحمن صوفی رازی زنجان.

۸- محمودآبادی، حمید و غیوری‌مقدم، علی. (۱۳۹۰). رتبه‌بندی اعتباری از لحاظ توان مالی پرداخت اصل و فرع بدهی‌ها با استفاده از شیوه تحلیل پوششی داده‌ها. (مورد مطالعه: شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران). مجله دانش حسابداری، سال دوم، شماره ۴، ص ۱۴۵-۱۲۵.

9- Baraibar-Diez, E., & Luna Sotorrió, L. (2018). The mediating effect of transparency in the relationship between corporate social responsibility and corporate reputation. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 20(1), 5-21.

10- Bauer, R., & Hann, D. (2018). Corporate environmental management and credit risk. Available at SSRN 1660470.

11- European Securities and Markets Authority(ESMA). 2013. "Credit Rating Agencies", Annual Report.

12- Fuente, J. A., Garcia-Sanchez, I. M., & Lozano, M. B. (2017). The role of the board of directors in the adoption of GRI guidelines for the disclosure of CSR information. *Journal of Cleaner Production*, 141, 737-750.

13- Geiszler, M. (2014). The Effect of Accrual Quality, Real Activities Earnings Management and Corporate Governance on Credit Ratings. Ph.D. Thesis, Kent State University Graduate School of Management.

- 14- Gunny, K. A. (2017). The Relation Between Earnings Management Using Real Activities Manipulation and Future Performance: Evidence From Meeting Earnings Benchmark. *Contemporary Accounting Research*. 27, 855-888.
- 15- Jiang, H., Habib, A & Wang, S. (2018). Real Earnings Management, Institutional Environment, and Future Operating Performance: An International Study. *The International Journal of Accounting*. 53(1), 33-53.
- 16- Myers, S. and Majluf, N. (1984). Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have. *Journal of Financial Economics*, 17: 152- 221.
- 17- Wu, W., Oliver, M and Wu, C. (2011). Trade credit, cash holdings, and financial deepening: Evidence from a transitional economy. *Journal of Banking & Finance*.

Investigating the effective factors for improving the credit rating of companies based on financial reporting and social responsibilities

Received:2021/10/09

Accepted:2022/05/11

Abstract

The purpose of this study is to investigate the effective factors to improve the credit rating of companies based on financial reporting and social responsibility. This research is a developmental and fundamental research, because by designing a model to develop a model to improve the credit rating of companies based on financial reporting and social responsibility, it opens the way for other studies and some credit problems. In addition, a quantitative approach has been used in this study. The statistical sample size was estimated to be 384 according to Morgan table. The results showed that the factors determining the credit rating of companies based on financial reporting and social responsibility have been done through data foundation (grounded theory). As a result of this process, six main categories (causal conditions, pivotal phenomena, intervening conditions, contextual conditions, strategies and consequences) paradigm model were developed. , Organizational commitment category, Organizational goals category, Strategic (managerial) category, Structural category, Human category, Knowledge category, Requirements category, Professional environment category, Progress category, Support category category, Basic category and Efficiency category as dimensions of credit rating improvement model based companies The results of structural equations showed that between causal factors and phenomenon-centered factors, between phenomenon-centered factors and strategic factors, between contextual and strategic factors, between intervening factors and strategic factors, and between There is a significant relationship between strategic factors and consequences.

Keywords: data foundation, credit rating, financial reporting and corporate social responsibility