

مروری بر مسئولیت پذیری اجتماعی و گزارشگری پایداری شرکت

علی جعفری^{۱*}
شبنم رجائی^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۹/۰۱ تاریخ چاپ: ۱۴۰۲/۱۲/۲۹

چکیده

در سالهای اخیر توجه دولت‌ها، رسانه‌ها، پژوهشگران و بنگاه‌های اقتصادی به مسئولیت پذیری اجتماعی و گزارشگری پایداری جلب شده است. بخصوص که آلودگی‌های زیست محیطی ناشی از فعالیتهای شرکتها نگرانی‌ها را در پی داشته و بسیاری از ذینفعان در کنار گزارش‌های مالی به دنبال گزارشهای غیرمالی هستند. لذا، در کنار عملکرد مالی شرکت‌ها، گزارشگری پایداری و مسئولیت‌پذیری اجتماعی نیز مدنظر سرمایه‌گذاران، سهامداران، استفاده‌کنندگان و سایر ذینفعان قرار گرفته است. بنابراین، بررسی مبانی نظری و تئوری‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی و گزارشگری پایداری شرکت‌ها حایز اهمیت بوده و هدف این مطالعه بررسی ادبیات و پیشینه مسئولیت‌پذیری اجتماعی و گزارشگری پایداری شرکت برای درک بهتر مفاهیم آنها و تئوری‌های مرتبط با آنها است تا با گسترش مبانی نظری و توصیف آنها زمینه را برای انجام پژوهش‌های بیشتر در این زمینه و گسترش هر چه بیشتر در زمینه گزارش‌های غیرمالی، مسیرهای تحقیقاتی جدیدی برای پژوهشگران در این زمینه فراهم کند.

واژگان کلیدی

مسئولیت‌پذیری اجتماعی، گزارشگری پایداری، بنگاه‌های اقتصادی.

^۱گروه حسابداری، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران. (نویسنده مسئول: jafari.ali.iau@gmail.com)

^۲گروه حسابداری، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران. (rajaeeshabnam73@gmail.com)

۱. مقدمه

در طول سال‌های اخیر اهمیت بحث مسئولیت اجتماعی، روز به روز بیش تر شده است؛ به طوری که امروزه از آن به عنوان یک اولویت اصلی برای سازمان‌ها یاد می‌کنند، باید خاطرنشان ساخت که جنبه نامشهود اقتصاد بر پایه سرمایه فکری بنیان نهاده شده و ماده اولیه و اصلی آن، دانش و قابلیت یادگیری می‌باشد. به عبارت دیگر می‌توان گفت که امروزه مدیریت سرمایه‌های فکری، سازمان‌ها و نهادها را به موفقیت‌های بیش تری در افق‌های آینده بازارهای رقابتی و اعتباری نائل خواهند ساخت (خاوندکار و همکاران^۱، ۲۰۰۹).

در چند دهه گذشته، مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR)^۲ به یک بخش ضروری عملیات کسب و کار تبدیل شده و توجهات و بحث و جدل‌های شدیدی را تقریباً در محدوده کامل رشته کسب و کار معطوف خود نموده است به گونه‌ای که انتظار می‌رود واحدهای تجاری نه تنها به فکر افزایش سود خود بوده بلکه نسبت به اجتماع نیز پاسخ‌گو بوده و برای جامعه‌ای که در تعامل با آن هستند مفید باشند. واحد تجاری نمی‌تواند از اجتماع فرار کند و جامعه نیز نمی‌تواند بدون واحد تجاری وجود داشته باشد. بنابراین، یک ارتباط بین واحد تجاری و اجتماع وجود دارد. در سال‌های اخیر نظریه‌ای بیان شده مبنی بر این که، واحدهای تجاری می‌توانند ایجاد ثروت، اشتغال و نوآوری کنند، بازار را تأمین نمایند و فعالیت-هاشان را تقویت کرده و رقابت‌شان را بهبود بخشند. در صورتی که برای حفظ اجتماعی که خود در راه‌اندازی آن نقش اساسی داشته‌اند، همکاری کنند و در مقابل جامعه نیز با فراهم کردن شرایط لازم به منظور کسب بازده توسط سرمایه-گذاران و ایجاد اطمینان برای ذینفعان از نبود فعالیت‌های آریترائز و غیرعادلانه بسترهای مناسب جهت توسعه و پیشرفت واحدهای تجاری فراهم کند (ساندهو و کاپور^۳، ۲۰۱۰).

راهبرد مسئولیت اجتماعی شرکتی یک مدل مدیریتی جایگزین و نوظهور محسوب می‌شود که شرکت را مجموعه‌ای از روابط بین مالکین و مدیران و سایر گروه‌های دخیل در فرایند تکامل شرکت نظیر کارکنان، مشتریان، تأمین کنندگان، رقبا، محیط و به طور کل جامعه قلمداد می‌کند، یکی از مهم‌ترین پیامدهای اهتمام به انجام مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی، افزایش وجهه شرکت است که این امر به افزایش درک ذینفعان و اعتماد آن‌ها به شرکت منتج می‌شود (مسون و سیمونز^۴، ۲۰۱۴). اعتقاد بر این است که شرکت‌ها می‌باید با صیانت از فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی خود، ضمن حفظ وجهه خود در جامعه رابطه مثبت خود را با ذینفعان حفظ کنند تا از این طریق، بر ارزش شرکت و سهامداران می-افزایند (لوپز، گونزالز و همکاران^۵، ۲۰۱۹).

از طرفی پایداری شرکتی رویکردی متفاوت در کسب و کار است که بر اساس این رویکرد سازمان برای تمامی ذینفعان خود، ارزش بلندمدت می‌آفریند. در این رویکرد تنها استراتژی‌های سبز و دوستدار محیط زیست مدنظر نیست، بلکه همه ابعاد عملکردی کسب و کار یعنی ابعاد اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی به همراه ابعاد محیط زیستی مورد توجه قرار می‌گیرد. پایداری شرکتی، همه فعالیت‌ها و استراتژی‌هایی را در بر می‌گیرد که نیازهای ذینفعان امروز را برآورده می‌کند و در عین حال منابع انسانی و طبیعی مورد نیاز آیندگان را نیز حفظ می‌کند. این مفهوم با مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی ارتباط نزدیکی دارد و در واقع مفهومی بزرگ تر از آن است؛ پایداری شرکتی رویکردی است که همه مفاهیم مسئولیت

¹ Khavndkar

² Corporate social responsibility

³ Sandho and Kapoor

⁴ Mason and simmons

⁵ Gonzalez

اجتماعی شرکتی، شهروندی شرکتی و حتی حاکمیت شرکتی را در بر می گیرد. بر اساس این رویکرد، شرکت ها با هر اندازه و مقیاس عملیاتی، باید با مورد ملاحظه قرار دادن پیچیدگی های اقتصادی در بلندمدت، محدودیت ها را برطرف نموده و با به کارگیری راه حل های نوآورانه، خلق تأثیرات مثبت اجتماعی و زیست محیطی را در فعالیت های کسب و کار خود بگنجانند. اقتصاد پایدار، نیازمند کسب و کارهایی است که عملکردشان متفاوت با امروز باشد و بتوانند با استفاده از منابع کمتر، ارزش بیشتری خلق نمایند. با توجه به این مسائل حسابداری و گزارشگری مالی سنتی به اندازه کافی نمی تواند نیازهای اندازه گیری این اثرات را برآورده سازد و نیاز به گزارشگری گسترده تر در سازمانها احساس می شود، مجموعه متنوعی از ذینفعان، منافع اجتماعی، زیست محیطی و اقتصادی مختلفی را دنبال می کنند که موفقیت سازمان را تعیین می کنند (فنگ، حسن و الامر، ۲۰۲۰).

برخی از تئوری های مرتبط با مسئولیت پذیری اجتماعی و گزارشگری پایداری که در پژوهش های مختلف به دنبال تبیین چرایی انتخاب شرکت ها برای درگیر شدن در مسئولیت های اجتماعی و فعالیت های پایداری هستند، شامل تئوری های ذینفعان، مشروعیت، نمایندگی، علامت دهی، و فرضیه عدم تقارن اطلاعاتی است که در این پژوهش توضیح مختصری نسبت به آنها داده می شود. بنابراین در این پژوهش علاوه بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش، تئوری های مرتبط نیز مرود بررسی قرار می گیرد.

۲. مبانی نظری و ادبیات پژوهش

۲-۱. مسئولیت اجتماعی

از رویکرد آکادمیک تعریف روشنی از مسئولیت اجتماعی شرکت وجود ندارد و پارادایم مسئولیت اجتماعی شرکت در ادبیات آکادمیک به سال ۱۹۲۰ باز می گردد. چیزی که هست، توجهات مدرن به توسعه مسئولیت اجتماعی شرکت، در زمانی که در دو ادبیات آکادمیک و مدیریتی شروع به تعیین وظایف اجتماعی شرکت ها کردند. قدیمی ترین توجهات مدرن به مسئولیت اجتماعی شرکت در سال ۱۹۵۳، زمانی که بوون یک تعریف اولیه از مسئولیت اجتماعی شرکت فراهم کرد می باشد: تعهدات کسب و کار و افراد تجاری برای پیگیری آن دسته از سیاست ها، تصمیم گیری ها و فعالیت هایی که از نظر اهداف و ارزش های جامعه مطلوب هستند (پرینی و تنساتی^۶، ۲۰۰۶).

مسئولیت اجتماعی شرکت^۷ یک تصمیم استراتژیک است که از طریق آن سازمان هایی که متعهد به ایفای مسئولیت اجتماعی خود هستند می توانند، با هدف تأثیرگذاری مثبت بر افراد خارج از سازمان، به حل مسائل زیست محیطی و اجتماعی کمک کنند سازمان های تجاری اهمیت عملکرد مالی و همچنین غیرمالی (به عنوان مثال عملکرد اجتماعی شرکت ها) را بر نتیجه کلی فعالیت های خود تأکید می کنند، در حالی که امور مالی سنتی بر نظریه کسب حداکثر سود شرکت تمرکز دارد، رویکرد مسئولیت اجتماعی شرکت مفهومی مدرن و ذینفع محور از سازمان ها را معرفی می کند (محمدرمضان وهمکاران^۸، ۲۰۲۱).

مدیرانی که شیوه های مسئولیت پذیری اجتماعی را به منزله استراتژی تحکیم بخشی، برای حفظ و افزایش منافع خود، به کار می برند مسئولیت پذیری اجتماعی را با هدف اجتناب از واکنش و کنترل محتمل توسط برخی ذینفعان به کار می گیرند که این موضوع اثری مخرب بر عملکرد و در واقع ارزش شرکت می گذارد و از آنجا که این شرکت ها، به نسبت شرکت -

^۶ Perrini

^۷ CSR

^۸ Mohammad Ramzan

های با اختیارات مدیریتی کم‌تر، وضعیت نامطلوبی دارند، اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌تواند انعطاف‌پذیری سازمان را کاهش دهد (فررو و همکاران^۹، ۲۰۱۷).

شناسایی وسیعی از تقاضای روزافزون سرمایه‌گذاران برای اطلاعات درباره عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها وجود دارد که چارچوب گزارشگری یکپارچه جدید (گزارشگری جهانی که اولین بار در سال ۲۰۱۱ پیشنهاد شد) را توسعه می‌دهد. از جمله رشد سرمایه‌گذاری مشترک فقط در شرکتی صورت می‌گیرد که خصوصیات عملکرد مسئولیت اجتماعی ممتاز دارد، مانند موسسه کا.آل.دی^{۱۰} که دربردارنده ارزیابی عملکرد مسئولیت اجتماعی در گزارش‌های سالانه و پایگاه شرکت می‌باشد و جزء سازمان‌هایی است که تمایل به ایجاد گزارش شهادت دهی و رتبه‌بندی مسئولیت اجتماعی مستقل دارد (بالو و دیگران^{۱۱}، ۲۰۱۲).

روند کنونی جهانی شدن و تقاضای روزافزون ذینفعان از شرکت‌ها برای پذیرش مسئولیت‌های اجتماعی، شرکت‌ها را به درگیر شدن در مسئولیت اجتماعی تشویق می‌کند (صالح و همکاران^{۱۲}، ۲۰۱۰). در نتیجه جهانی شدن، شرکت‌ها در کشورهای در حال توسعه مایل به حرکت به سوی بازارهای جهانی می‌باشند. ازاین‌رو به منظور مقبولیت در بازارهای جهانی، مجبورند نشان دهند که در حال انجام مسئولیت‌های اجتماعی شان هستند (اویونو و همکاران^{۱۳}، ۲۰۱۱).

۲-۲. دلایل موافقان نسبت به مسئولیت اجتماعی

دلایل موافقت نسبت به مسئولیت اجتماعی از مزایای بالقوه‌ای که نصیب سازمان و جامعه می‌شود، ناشی می‌شود. یکی از دلایل این است که انجام مسئولیت اجتماعی باعث آن می‌شود که سازمان در بلندمدت به منافع خود دست یابد. از طرف دیگر فعالیت‌های اجتماعی باعث می‌شود که دولت کمتر در مسائل دخالت کرده و این خود در بلندمدت به نفع سازمان خواهد بود (امیدوار، ۱۳۸۶).

۱. تغییر نیازها و توقعات عمومی
۲. التزام اخلاقی
۳. حفظ منابع محدود
۴. محیط اجتماعی بهتر
۵. حفظ منافع بلندمدت
۶. ممانعت از گسترش قوانین و مقررات حکومتی
۷. تعادل بین مسئولیت و قدرت

۳-۲. دلایل مخالفان نسبت به مسئولیت اجتماعی

۱. لزوم کسب حداکثر سود
۲. تعدد هدف‌های شرکت
۳. هزینه مشارکت اجتماعی
۴. برخورداری شرکت‌ها از قدرت کافی

⁹ Ferrero

¹⁰ KLD Research and Analytics Inc

¹¹ Ballou

¹² Saleh et al

¹³ Oeyono et al

۵. فقدان مهارت های اجتماعی

۶. ناتوانی شرکت ها در انتخاب گزینه های اخلاقی (امیدوار، ۱۳۸۶).

۲-۴. محتوا، ماهیت و رویه های گزارشگری مسئولیت اجتماعی

با توجه به تفاوت های عمده بین کشورها از جنبه های مختلف (از جمله اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و قانونی) محتوا، ماهیت و رویه های گزارشگری مسئولیت اجتماعی در این کشورها متفاوت بوده (هوپ^{۱۴}، ۲۰۰۳) و حتی بین بخش های مختلف در یک کشور نیز متفاوت است (گری و همکاران^{۱۵}، ۲۰۰۱). از طرف دیگر، هر شرکتی ویژگی ها و شرایط منحصر به فردی دارد که این امر بر نگرش آن نسبت به محیط عملیاتی خود و چگونگی تعریف مسئولیت های اجتماعی اش تأثیر می گذارد (عثمان و عمر^{۱۶}، ۲۰۰۹). به علاوه موضوعات افشا نیز با گذشت زمان تغییر می کند، به طوری که در دهه های مختلف، موضوعات متفاوتی مورد توجه قرار گرفته است (زاین و همکاران^{۱۷}، ۲۰۰۶)

۲-۵. گزارشگری پایداری

گزارش پایداری، گزارشی است که توسط یک شرکت یا سازمان در مورد تأثیرات اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی که فعالیت های روزانه اش ایجاد کرده اند، منتشر می شود. گزارش پایداری همچنین بیانگر ارزش ها و مدل حکمرانی سازمان بوده و ارتباط بین استراتژی های سازمان و تعهد آن به یک اقتصاد جهانی پایدار را نشان می دهد. تعداد روزافزونی از شرکت ها و سازمان ها خواهان این هستند که عملیات خود را پایدار کرده و در توسعه پایدار مشارکت داشته باشند. گزارش دهی پایداری می تواند به سازمان ها برای اندازه گیری و اطلاع رسانی عملکرد اقتصادی، زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی خود کمک کند. پایداری قابلیت پایدار ماندن چیزی برای زمان طولانی یا بی نهایت مبتنی بر عملکرد در این چهار حوزه کلیدی است. گزارش دهی نظام مند پایداری به سازمان ها برای اندازه گیری تأثیراتی که ایجاد می کنند یا تجربه می کنند، تنظیم اهداف و مدیریت تغییر کمک می کند. گزارش پایداری یک پلت فرم کلیدی برای اطلاع رسانی عملکرد و اثرات عملکردی چه مثبت و چه منفی است. برای تولید گزارش پایداری، سازمان ها یک چرخه گزارش دهی ایجاد می کنند (برنامه ای از گردآوری داده ها، اطلاع رسانی و پاسخ ها). به این معنی که عملکرد پایداری آنها به طور مستمر پایش می شود. داده ها می توانند به طور منظم برای تصمیم سازان ارشد سازمان به منظور شکل دهی استراتژی و خط مشی ها و بهبود عملکرد آن فراهم شوند. از این رو، گزارش دهی پایداری یک منبع حیاتی برای مدیریت تغییر نسبت به یک اقتصاد جهانی پایدار است. منبعی که سودآوری بلندمدت را با رفتار اخلاقی، عدالت اجتماعی و مراقبت زیست محیطی ترکیب می کند (آلوارز و اورتا و همکاران، ۲۰۱۸).

گزارش پایداری گزارشی است که توسط یک شرکت یا سازمان درباره اثرات اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی مرتبط با فعالیت هایش منتشر می شود. این گزارش همچنین به ارائه ارزش ها و مدل حاکمیتی سازمان می پردازد و ارتباط بین استراتژی و تعهدات سازمان نسبت به یک اقتصاد جهانی پایدار را نشان می دهد. امروزه تعداد رو به رشدی از شرکت ها و سازمان ها هستند که می خواهند عملیات خود را پایدار سازند و در فرآیند توسعه پایدار جهانی مشارکت داشته باشند. گزارشگری پایدار به سازمان ها کمک می کند تا عملکرد خود را در حوزه های اقتصادی، اجتماعی، محیط زیستی و

¹⁴ Hope

¹⁵ Gray et al

¹⁶ Othman & Ameer

¹⁷ Zain, et. al

حاکمیتی اندازه بگیرند و آن را با دیگران به اشتراک و بحث بگذارند. پایداری یا همان توانایی برای زنده ماندن در یک زمان طولانی، بر پایه عملکرد در این چهار حوزه کلیدی استوار است. نظام سیستماتیک گزارشگری پایدار به شرکت‌ها و سازمان‌ها کمک می‌کند تا پیامدهای فعالیت‌های خود را بدانند، اهدافی در این زمینه تعیین کنند و بدین وسیله تغییر را مدیریت نمایند. یک گزارش پایداری، ساختار و چارچوبی کلیدی برای اطلاع‌رسانی و به اشتراک گذاشتن عملکرد مسئولانه و در مسیر پایداری شرکت و سازمان است، خواه این اثرات مثبت باشند، خواه منفی. مراحل تهیه و تدوین یک گزارش پایداری عبارتند از: برنامه جمع‌آوری اطلاعات، برنامه و مکانیزم به اشتراک گذاشتن اطلاعات، و بهبود بر مبنای نظرات و نتایج حاصل شده؛ این بدین معناست که عملکرد پایداری سازمان پایش می‌شود، اطلاعات به‌طور مرتب به تصمیم‌گیران ارائه می‌شود تا بتوانند استراتژی‌ها و خط‌مشی‌ها را تغییر و بهبود دهند، و در نهایت عملکرد ارتقاء می‌یابد (لیو و همکاران، ۲۰۱۹).

در نهایت، گزارش پایداری یک ابزار حیاتی برای مدیریت تغییر به سوی یک اقتصاد جهانی پایدار است؛ اقتصادی که سودآوری طولانی‌مدت را با رفتار اخلاقی، عدالت اجتماعی و مراقبت محیط‌زیستی ترکیب می‌کند. گزارش‌دهی پایداری رویه اندازه‌گیری، اطلاع‌رسانی، افشاگری و پاسخگویی به ذینفعان داخلی و خارجی برای عملکرد سازمان در جهت اهداف توسعه پایدار است. گزارش‌دهی پایداری واژه گسترده‌ای است که با دیگر واژگان (مانند مسوولیت اجتماعی شرکت) مورد استفاده برای توصیف گزارش‌دهی در مورد اثرات اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی، مشابه در نظر گرفته می‌شود. یک گزارش پایداری باید ارائه‌ای متعادل و منطقی از عملکرد پایداری سازمان گزارش‌دهنده (شامل هم مسائل مثبت و هم مسائل منفی) فراهم کند. گزارش‌های پایداری ممکن است برای اهداف زیر استفاده شوند (آلوارز و اورتا و همکاران، ۲۰۱۸).

۲-۶. تاریخچه گزارشگری پایداری شرکت‌ها

گزارشگری پایداری بیشتر در سال‌های ۱۹۹۰ توسط بخش خصوصی در پاسخ به تقاضای سهامداران و سازمان‌های غیردولتی برای افزایش شفافیت اثرات زیست‌محیطی و اجتماعی انجام پذیرفته است. تجربه شرکت‌های بین‌المللی بزرگی از قبیل شل و نایک و... در طول این دوره هم نیاز به این نوع گزارشگری و هم منافع حاصل از آن را آشکار ساخته‌اند. گزارشگری پایداری، دستاوردهای محیطی، اجتماعی و اقتصادی یک شرکت و طرح‌هایی را نشان می‌دهد که در آینده به مرحله اجرا در می‌آورد. به عبارتی دقیق‌تر، تعریف اندازه‌گیری و گزارشگری آثار فعالیت‌های شرکت در قالب عوامل اقتصادی، محیطی و اجتماعی محور اصلی گزارشگری پایداری است. موسسه حسابرسی کی پی ام جی، گزارش‌های پایداری را به عنوان گزارش‌هایی شامل اطلاعات کمی و کیفی عملکرد مالی اقتصادی، اجتماعی اخلاقی و زیست‌محیطی تعریف می‌کند. طبق بررسی‌های انجام شده این موسسه در سال ۱۹۹۸، ۳۵ درصد از ۲۵۰ شرکت بزرگ در بین ۵۰۰ شرکت فورچون جهانی، گزارش‌های زیست‌محیطی با پایداری ارائه کرده‌اند و نیز بررسی‌های انجام شده توسط این موسسه در سال ۲۰۰۲ حاکی از آن است که میزان نشر گزارش‌های پایداری ۱۰۰ شرکت برتر در ۱۱ کشور در سال ۲۰۰۲، ۱۰ درصد بوده است که البته این میزان در سال ۱۹۹۹ درصد قابل توجهی از گزارشگری را تشکیل نمی‌دهد و نیز تهیه گزارش‌های زیست‌محیطی در مقابل گزارش‌های پایداری روندی نزولی هم داشته است (لیو و همکاران، ۲۰۱۹).

۲-۷. دلایل نیاز به گزارشگری پایداری

عمده‌ترین دلایل نیاز به گزارشگری پایداری را می‌توان به شرح زیر بر شمرد:

- فشار حامیان محیط زیست

- رسیدن به شهرت و بحث رقابت پذیری

- پای بندی به اصول اخلاقی حاکم بر فعالیت های ذیربط

- واکنش به رسوایی های مالی اخیر (شرکت های انرون و ورلد کام)

- انفجار فناوری اطلاعات و نقش آن در توسعه پایدار

- تلاش جهت برآورده کردن الزامات قانونی و کاهش هزینه های نهایی در اثر پذیرش قوانین آتی (آبیار قمصری، ۱۴۰۰).

۸-۲. تئوریهای مسئولیت پذیری اجتماعی و گزارشگری پایداری

مطالعات گذشته بیانگر این است که چندین تئوری در باره مسئولیت پذیری اجتماعی و گزارشگری پایداری وجود دارد که این تئوری ها به شرح ذیل می باشند:

تئوری مشروعیت: بیان می کند که سازمان ها به طور مستمر به دنبال اطمینان از این هستند که فعالیت های شان از سوی جامعه دارای مشروعیت است. ساچمن^{۱۸} اشاره دارد که مشروعیت سازمان با در نظر گرفتن هنجارها، ارزش ها و تعاریف سیستم اجتماعی مطلوب به دست می آید. تئوری مشروعیت از مفهوم مشروعیت سازمانی مشتق شده است، مشروعیت سازمان می تواند تحت تاثیر رویکردهای مدیریت قرار گیرد و به طور موثر مدیریت شود. در واقع اجرای موفقیت آمیز عملکرد اقتصادی واحد تجاری تا حد زیادی وابسته به توانایی مدیران در پاسخ به تهدیدات و چالش های گوناگون سازمان است (هان و کانن^{۱۹}، ۲۰۱۴).

تئوری نمایندگی: تئوری نمایندگی پیشنهاد شده توسط جنسن و مک لینگ^{۲۰} بیان می کند که یکی از اهداف اصلی مدیران یکسان سازی منافع شرکت با سهامداران است. فریدمن و آلن^{۲۱} از تئوری نمایندگی برای بررسی فعالیت های شرکت در ایفای مسئولیت اجتماعی استفاده نمودند. آنها بیان نمودند که درگیری در مسئولیت اجتماعی شرکت نشانه ای از مشکل نمایندگی یا یک کشمکش میان منافع مدیران و سهامداران است و مدیران مسئولیت اجتماعی شرکت را به عنوان یک وسیله برای مجاب کردن اجتماع، اقتصاد، سیاست و اهداف حرفه خود به کار می گیرند (هان و کانن، ۲۰۱۴).

تئوری علامت دهی: تئوری علامت دهی بیان میکند که مدیریت تمایل به گزارش معیارهای مسئولیت اجتماعی دارد، برای اینکه عملکرد خوب خود را در این زمینه از سایر شرکت هایی که به مسئولیت اجتماعی توجه نمی کنند، متمایز نماید. از این رو شرکت انگیزه دارد که عملکرد بهتر در زمینه مسئولیت اجتماعی را افشا نماید (لا و همکاران، ۲۰۱۶).

مطابق با این تئوری، شرکت ها منابعی را مصرف می کنند تا اقدامات و ابتکارات خود را به سرمایه گذارانی که نمی توانند به صورت مستقیم آگاه باشند، نشان دهند. پژوهشگران این حوزه بر این باور هستند که شرکت هایی که عملکرد پایداری بهتری دارند، تلاش های خود در این زمینه را در مقایسه با دیگر شرکتها، بیشتر افشاء می کنند. در مقابل، شرکت های با عملکرد ضعیف، تمایلی به افشای اقدامات خود نداشته یا اطلاعات کمتری را افشاء می کنند. منطق افشای اطلاعات پایداری با توجه به تئوری علامت دهی تنها زمانی درست است که مزایای افشاء بیش از هزینه های آن باشد.

¹⁸ Sachman

¹⁹ Hahn & Kuhnen

²⁰ Jensen and McLean

²¹ Friedman and Allen

بنابراین، گزارشهای پایداری به کاهش تقارن اطلاعاتی میان سهامداران و مدیران در خصوص عملکرد پایداری کمک می‌کند (پاپوتسی و سودهی، ۲۰۲۰).

فرضیه عدم تقارن اطلاعاتی: فریمن^{۲۲} (۲۰۱۰) معتقد است که تنها یک روش برای حداکثر سازی ارزش پایداری وجود دارد و آن هم توجه به منافع کلیه ذینفعان است. ممکن است در برخی از موارد یکسری از ذینفعان خاص در تصمیم‌های مدیریت تاثیر گذار باشند و در این شرایط مدیریت باید برای بیشینه سازی ارزش و کاهش هزینه سرمایه از فرضیه و عدم تقارن اطلاعاتی استفاده نمایند. زمانی که مدیران در تلاش برای رفع خواسته‌های ذینفعان مختلف هستند، عدم تقارن اطلاعاتی بالا است و ذینفعان اطلاعات کافی و در دسترس جهت نظارت بر مدیریت ندارند.

نظریه ذینفعان: تئوری ذینفعان زیربنای هر مطالعه مرتبط با سهامداران تجاری و جامعه را فراهم می‌کند. این تئوری پیشنهاد می‌کند که سازمان‌ها در جامعه عمل می‌کنند و بنابراین مسئولیت رفاه آن‌ها را برای جبران خسارات وارده از طریق ایجاد صدا و محیط‌های آلوده دارند (فریمن، ۱۹۸۴). این تئوری فرض می‌کند که موفقیت و پایداری سازمان‌ها عمدتاً بر این واقعیت متکی است که چگونه به سهامداران خود خدمت می‌کنند. این روند نوظهور با تغییر تمرکز قبلی آنها فقط بر سهامداران به طیف گسترده‌ای از سهامداران، مسئولیت‌های شرکت‌ها را افزایش می‌دهد. نویسنده توضیح داد که ذینفعان افراد یا گروهی از افراد هستند که بر عملکرد سازمان‌ها تاثیر می‌گذارند یا تحت تاثیر قرار می‌گیرند. با توجه به این موضوع، دولت، جامعه و عموم، سهامداران، طلبکاران، کارکنان، تامین کنندگان و محیط طبیعی همگی جزو ذینفعان هستند. بر این اساس، سازمان‌ها موظفند با تمرکز بر رفاه افراد و جامعه به منافع سهامداران توجه کنند (هو و همکاران، ۲۰۱۶). رویکرد توصیفی نظریه ذینفعان جهت گیری استراتژیک به سمت رضایت ذینفعان همراه با حداکثرسازی ثروت سهامداران را فرض می‌کند. این ویژگی‌ها و رفتارهای خاص شرکت را به منظور مدیریت CSD یک شرکت توصیف و توضیح می‌دهد. از این رو، بر اساس فرضیه‌های نظریه سهامداران پیشنهاد می‌شود که تنوع جنسیتی اتاق هیئت مدیره برای بهبود CSD بیان می‌شود. علاوه بر این، همچنین استدلال می‌شود که زنان رویکردی متنوع، غیر سنتی و حرفه‌ای به اتاق هیئت دارند. آنها منظم و مشارکتی هستند که عملکرد مالی شرکت‌ها را با غنی سازی درک آنها از نیازهای مشتریان و بازار بهبود می‌بخشد. دیدگاه جدید و متفاوت، فروش و سود شرکت‌ها را با غنی سازی کیفیت استراتژی‌ها، محصولات و خدمات شرکت‌ها و همچنین رفاه سهامداران افزایش می‌دهد (زاهد و همکاران، ۲۰۲۰).

۲-۹. پیشینه پژوهش

هاستد و سوسافیهو^{۲۳} (۲۰۱۹) به بررسی ساختار هیئت مدیره و افشای زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی در آمریکای لاتین پرداختند. این پژوهش به بررسی تاثیر ساختار هیئت مدیره بر افشای زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی در آمریکای لاتین پرداخته است و نمونه آن شامل ۱۰۰ شرکت ثبت شده در این کشور بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۶ می‌باشد و بیان می‌کند که مطالعات گذشته نتایج مختلفی را ارائه داده‌اند، اما شرکت‌های آمریکای لاتین به ندرت مورد مطالعه قرار گرفته است، این پژوهش استدلال می‌نماید که بستر سازمانی آمریکای لاتین باید برخی از روابط بین ساختار هیئت مدیره و افشای زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی را که معمولاً در ادبیات دیده می‌شود، تغییر دهد. فرضیه‌های این پژوهش در مورد تاثیر اندازه هیئت مدیره، زنان در هیئت مدیره، دوگانگی نقش مدیر عامل و استقلال

²² Freeman

²³ Husted & Sousa-Filhoa

مدیران، بر افشای زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی با استفاده از داده‌های هیئت‌رئیس‌ای متعلق به دوره ۴ ساله از پایگاه‌های بلومبرگ و کپیتال ای کیو، مورد آزمایش قرار داد است، نتایج نشان می‌دهد که اندازه هیئت مدیره و استقلال مدیران تأثیر مثبتی بر افشای زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی دارند، اما زنان در هیات مدیره و دوگانگی مدیر عامل، تأثیری منفی بر افشای زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی دارا می‌باشند.

تری و هادریان^{۲۴} (۲۰۱۶) به بررسی حاکمیت شرکتی و افشای زیست محیطی در صنعت معدن اندونزی به پرداختند. این مطالعه به بررسی رفتارهای افشای سازمانی و حاکمیت شرکتی و پایداری در یکی از اقتصادهای در حال ظهور اندونزی برای سال‌های ۲۰۰۴ تا ۲۰۱۴ تمرکز دارد و رابطه بین متغیرهای حاکمیت شرکتی و میزان افشای اطلاعات زیست محیطی را با استفاده از داده‌های استخراج شده از گزارش سالانه شرکت‌های بورس اوراق بهادار اندونزی تحلیل نموده است. یافته‌های اصلی این مطالعه نشان می‌دهد که میزان افشای زیست محیطی این شرکت‌ها در حد متوسط است و ارتباط بین میزان اندازه هیئت مدیره و میزان افشای زیست محیطی رابطه‌ای مثبت است.

محمودی و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی به بررسی و ارائه ی الگوی گزارشگری پایداری با رویکرد تئوری داده بنیاد در شرکت های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. جامعه آماری در بخش کیفی ۱۲ نفر از خبرگان به روش نمونه گیری گلوله برفی و در بخش کمی ۲۱۸۴ نفر از مدیران و کارشناسان بود که به روش نمونه گیری تصادفی ساده ۳۱۷ نفر انتخاب گردیدند. ابزار گردآوری داده‌ها در بخش کیفی مصاحبه نیمه ساختاریافته و در بخش کمی پرسشنامه بود. نتایج علی بخش کیفی شامل ۵ مولفه الزامات محیطی، مشوق‌های محیطی، فشارهای محیطی، ویژگی‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی کشور و ویژگی‌های محیط بین‌الملل، نتایج زمینه ای بخش کیفی شامل ۴ مؤلفه ویژگی‌های محیط شرکت، ویژگی‌های اقتصادی کشور، مشوق‌های مالی و محیط حسابداری و مالی کشور، نتایج مداخله‌گر بخش کیفی شامل ۶ مولفه ویژگی‌های ساختاری شرکت، ویژگی‌های حاکمیت شرکتی، رقابت در صنعت، ویژگی‌های رفتاری مدیران و ویژگی‌های عملکردی، نتایج راهبردهای بخش کیفی شامل ۶ مؤلفه استقرار نظام کنترل داخلی، آموزش مقوله پایداری، مشخص کردن نهاد مسئول پایداری، تدوین اصول و استانداردهای پایداری، تقویت و استفاده از فناوری‌های نوین و تشکیل کمیته پایداری در شرکت ها و نتایج پیامدهای بخش کیفی شامل ۵ مؤلفه حفظ محیط زیست برای نسل‌های آتی، افزایش اعتماد اجتماعی، کیفیت گزارشگری مالی، کیفیت گزارشگری مالی، ارتقاء کیفیت زندگی انسان‌ها و رشد بازار سرمایه بودند. در بخش کمی بالاترین رتبه مربوط به شرایط زمینه ای و کمترین شرایط مداخله گر بود.

یوسفی زاده (۱۴۰۲) به بررسی عوامل و محرک های داخل سازمانی موثر گزارشگری پایداری با رویکرد دلفی فازی پرداخت. پس از بدست آوردن عوامل سازمانی موثر بر گزارش پایداری در میان حدود صد پژوهش، از ۱۱ و ۹ نفر خبرگان در این زمینه در دو مرحله، از طریق پرسشنامه عوامل سازمانی موثر بر گزارش پایداری نظر سنجی شده و داده ها به روش دلفی فازی مورد تحلیل قرار گرفت. یافته ها نشان می دهد که از بین ۴۶ عامل استخراج شده از پژوهش های متعدد، تنها ۲۰ عامل توسط خبرگان مورد تایید قرار گرفته است. نتایج حاصل از پژوهش گویای آن است که عوامل اثر گذار بر گزارش پایداری شامل هشت بعد اصلی ساختار مالکیت، هیات مدیره، اندازه شرکت، سودآوری، اهرم مالی، ساختار حاکمیت شرکتی، ساختار نظارتی هستند.

احمدزاده و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی به ارایه چارچوب گزارشگری پایداری مبتنی بر ایجاد توازن بین انتظارات ذینفعان و ظرفیت های شرکت پرداختند. در این پژوهش تعداد ۱۳۸ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بررسی شده است. روش این پژوهش پیمایشی و نمونه گیری آن به صورت هدفمند است، یافته های پژوهش نشان می دهد که از مجموع ۱۶۹ مولفه مورد بررسی (طبقه بندی شده در ۱۱ گروه)، ۸۵ مولفه (بابت افشاء پایداری) مورد انتظار ذینفعان بوده است و در تمامی گروه ها غیر از طبقه نمایه سازمان، بین وضعیت موجود و مورد انتظار ذینفعان تفاوت معناداری وجود داشته، نهایتا پس از ایجاد توازن بین مولفه ها الگویی شامل ۶۰ مولفه در قالب گزارش پایداری شرکتی متوازن ارایه گردید.

اسمعیلی و یعقوبی (۱۴۰۰) در بررسی عوامل موثر بر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها دریافتند که سازمان ها به طور قابل توجهی در فعالیتهای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت سرمایه گذاری می کنند تا از این طریق سود و عملکرد عملیاتی خود را گسترش دهند و به یک مزیت رقابتی دست یابند. با توجه به اهمیت بسیار زیاد مسئولیت پذیری اجتماعی در ایجاد و افزایش ارزش سازمان ها و همچنین دارا بودن مزیت های رقابتی برای سازمان ها، در این مقاله به مفاهیم و تعاریف مسئولیت پذیری اجتماعی، مولفه های تشکیل دهنده آن و رابطه این مفهوم با سایر متغیرها پرداخته شد و برای ارایه دید وسیعتری از مفهوم مسئولیت پذیری اجتماعی، بیش از ۵۰ مقاله در این حوزه مورد بررسی قرار گرفت.

رضاقلی زاده و همکاران (۱۴۰۰)، در پژوهشی با عنوان ادراکات سازمانی از فشارهای نهادی در گزارش دهی پایداری به بررسی موضوع پرداخته اند. نتایج حاکی از پژوهش آنها نشان می دهد عوامل ناشی از فشارهای اجباری همچون نظارت و ارزیابی محافل قانونی کشور و عوامل ناشی از فشارهای هنجاری مثل فشار ذینفعان مناطق نفتی و گازی دارای اهمیت هستند.

صابری و سعیدی (۱۳۹۸) به بررسی تاثیر سرمایه فکری بر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت های بیمه پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج به دست آمده در پژوهش حاضر نشان می دهد در مجموع بین سرمایه فکری و مسئولیت پذیری اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به صورت جزئی تر، بین سرمایه رابطه ای و انسانی و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. اما رابطه بین سرمایه ساختاری و مسئولیت پذیری اجتماعی مشاهده نشد.

صادقی و خانقاه (۱۳۹۴) به بررسی رابطه سرمایه فکری با مسئولیت اجتماعی شرکتهای تولیدی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج آزمون نشان داد که سرمایه فکری در کل با مسئولیت اجتماعی در ارتباط نمی باشد، اما از اجزای سرمایه فکری، سرمایه رابطه ای با مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه معناداری دارد..

۳. بحث و نتیجه گیری

در این پژوهش مروری بر مسئولیت پذیری اجتماعی و گزارشگری پایداری شرکت و بررسی تاریخچه آن انجام شد و ضمن بررسی نظرات و دیدگاه های محققین، به بررسی تئوری های مربوط به مسئولیت پذیری اجتماعی و گزارشگری پایداری از جمله، تئوری مشروعیت، تئوری نمایندگی، تئوری علامت دهی، فرضیه عدم تقارن اطلاعاتی و نظریه ذینفعان پرداخته شد. با توجه به گسترش هرچه بیشتر مباحث مربوط به مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها و گزارشگری پایداری، سرمایه گذاران و سهامداران و سایر استفاده کنندگان اطلاعات مالی شرکت ها، علاقه بیشتری نسبت به گذشته در رابطه با اطلاعات غیر کمی (از جمله افشای اطلاعات مربوط به مسئولیتهای اجتماعی شرکت و همچنین گزارش پایداری) از خود

نشان می دهند. بنابراین به بنگاه های اقتصادی پیشنهاد می شود در زمینه ارائه گزارش های غیر مالی اقدامات لازم انجام دهند. با توجه به اینکه در برخی از کشورها افشای اطلاعات غیر کمی اجباری شده و بنگاه های اقتصادی موظف به افشای آنها هستند. بنابراین، انجام پژوهش حاضر علاوه بر اینکه موجب بسط مبانی نظری در این زمینه شده، می تواند برای پژوهش های آتی و توجه بیشتر محققین و نهادهای علمی و قانونگذار نیز مثمر واقع گردد.

۴. منابع و مآخذ

۱. احمدزاده، یونس؛ مهدی مران جوری، رضیه علیخانی کشکک، یوسف تقی پوریان گیلانی، (۱۴۰۲). ارائه چارچوب گزارشگری پایداری مبتنی بر ایجاد توازن بین انتظارات ذینفعان و ظرفیت های شرکت، نشریه پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی، ۱۴(۵۶)، ۱۶۱-۱۸۹.
۲. اسمعیلی، حلیمه و یعقوبی، الهه، (۱۴۰۰). عوامل موثر بر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها، فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، ۵(۶۴)، ۱۱۳-۱۲۸.
۳. امیدوار، علیرضا، (۱۳۸۶) مسئولیت اجتماعی شرکت ها، تکمیل کننده و جایگزین کننده سیاستگذاری ها و وظایف دولت. پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تهران. دانشکده حقوق و علوم سیاسی. تهران.
۴. آبیاری قمصری، پیام (۱۴۰۰). بررسی رابطه بین مولفه های کمیته حسابرسی و گزارشگری پایداری در بانکهای تجاری. پایان نامه کارشناسی ارشد؛ دانشگاه آزاد کاشان
۵. رضاقلی زاده، الهه؛ اعظم میرزمانی؛ علینقی امیری؛ علی حمیدی زاده، (۱۴۰۰)، ادراکات سازمانی از فشارهای نهادی در گزارش دهی پایداری، دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و صنعت.
۶. صابری، حسن و سعیدی، پرویز (۱۳۹۸). بررسی تاثیر سرمایه فکری بر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت های بیمه پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، چهارمین کنفرانس سالانه مدیریت و اقتصاد کسب و کار، تهران.
۷. صادقی، عزل و برزگری خانقاه، جمال (۱۳۹۴). رابطه سرمایه فکری با مسئولیت اجتماعی شرکتهای تولیدی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، چهارمین کنفرانس ملی مدیریت و حسابداری، تهران.
۸. محمودی، رضا، طالب نیا، قدرت اله، و کیلی فرد، حمیدرضا، احمدی، فائق، مرادی شهدادی، خسرو. (۱۴۰۲). ارائه الگوی گزارشگری پایداری با رویکرد تئوری داده بنیاد در شرکت های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران. اقتصاد مالی، ۱۷(۶۴)، ۲۰۷-۲۲۲.
۹. یوسفی زاده، سحر، (۱۴۰۲)، عوامل و محرک های داخل سازمانی موثر گزارشگری پایداری با رویکرد دلفی فازی، فصلنامه پژوهش های معاصر در علوم مدیریت و حسابداری، ۵(۱۸)، ۱-۱۱.
10. Lu, W. (2019). An Exploration of the Associations among Corporate Sustainability Performance, Corporate Governance, and Corporate Financial Performance, Ph.D. Thesis in Philosophy, University of Texas, Available, 19(2), 187-199.
11. Alvareza, I. G, Ortas, E. (2018). "Corporate environmental sustainability reporting in the context of national cultures: A quantile regression approach", International Business Review, 26 (2), 337-35.
12. Ballou, B., R. J. Casey, J. H. Grenier, and D. L. Heitger. (2012), "Exploring The Strategic Interaction of Sustainability Initiatives: Opportunities for Accounting Research", Accounting Horizons 26(2), PP. 265-288.
13. Feng, Y., Hassan, A., & Elamer, A. A. (2020). Corporate governance, ownership structure and capital structure: Evidence from Chinese real estate listed companies. International Journal of Accounting & Information Management, 28(4), 759-783.

14. Ferrero, J. M. and Peramato, O. V., Sanchez, I. M. G. (2017), "Can investors identify managerial discretion in corporate social responsibility practices? The moderate role of investor protection. *Australian Accounting Review*, 27(1), pp. 4-16.
15. Gray R.H., M.Javad, D.M.Power and C.D.Sinclair (2001) "Social and environmental disclosure and corporate characteristics: A research note and extension" *Journal of Business Finance and Accounting* 28.3/4, April/May pp327-356.
16. Hahn R., Kuhnen, M. (2014). Determinants of sustainability reporting: A review of results, trends, theory, and opportunities in an expanding field of research. *Journal of Cleaner Production*, 59(14), 5-21.
17. Huo, B., Ye, Y., Zhao, X, Shou, Y. (2016). The impact of human capital on supply chain integration and competitive performance. *International Journal of Production Economics*, 178, 132-143.
18. Husted, José., Milton deSousa-Filho. (2019). Board structure and environmental, social, and governance disclosure in Latin America. *Journal of Business Research*. In Press, 24(3), 138-149.
19. Khavndkar G, Khavndkar E, Mottaki A. (2009), "Intellectual capital (development management, assessment models). Tehran, Iran: Publishing Training Center and Industrial Research of Iran; 2009.
20. López-González, E., Martínez-Ferrero, J., and E. García-Meca. (2019), "Does Corporate Social Responsibility Affect Tax Avoidance: Evidence from Family Firms", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 26, No. 2, Pp. 819-831.
21. Low, J. and Kalafut, P.C (2017), *Invisible Advantage - How Intangibles are Driving Business Performance*, Perseus Publishing, Cambridge. *Management Accountants*, 21(3) ,168-178.
22. Mason, C., and J. Simmons. (2014), "Embedding Corporate Social Responsibility in Corporate Governance: A Stakeholder Systems Approach", *Journal of Business Ethics*, Vol. 119, No. 1, Pp. 77–86.
23. Muhammad, R. & Muhammad, A. & Muhammad, A. (2021), How does corporate social responsibility affect financial performance, financial stability, and financial inclusion in the banking sector, *Research in International Business and Finance*, Research, for the coming.
24. Oeyono, J., Samy, M., Bampton, R., (2011). An Examination of Corporate Social Responsibility and Financial Performance: a Study of the Top 50 Indonesian Listed Corporations. *Journal of Global Responsibility*, 2(1), p. 100-112.
25. Othman, Radiah & Ameer, Rashid (2009) ; "Corporate social and environmental reporting: Where are we heading? A survey of the literature", *International Journal of Disclosure and Governance* 6.289.230.
26. Papoutsis, A., & Sodhi, M. S. (2020). Does disclosure in sustainability reports indicate actual sustainability performance? *Journal of Cleaner Production*, 260, 121049.
27. Perrini1, F. , Tencati, A. (2006). Sustainability and Stakeholder Management: the Need for New Corporate Performance Evaluation and Reporting Systems.
28. Rezaee, Zabihollah. (2017). Corporate Sustainability: Theoretical and Integrated Strategic Imperative and Pragmatic Approach. *The Journal of Business Inquiry*, Vol. 16(1), 60-87.
29. Rezaee, Zabihollah. (2017). Corporate Sustainability: Theoretical and Integrated Strategic Imperative and Pragmatic Approach. *The Journal of Business Inquiry*, Vol. 16(1), 60-87.
30. Saleh,M, Zulkifli,N, RusnahMuhamad,(2010),"Corporate social responsibility disclosure and its relation on institutional ownership: Evidence from public listed companies in Malaysia", *Managerial Auditing Journal*,Vol. 25 Iss: 6 pp. 591 – 613.
31. Sandhu, HS; Kapoor, Shveta. (2010), "Corporate Social Responsibility Initiatives: An Analysis of Voluntary Corporate Disclosure", *South Asian Journal of Management*,17(2), PP. 47-80.
32. Terri Trireksani., Hadrian Geri Djajadikerta. (2016). Corporate Governance and Environmental Disclosure in the Indonesian Mining Industry, *Australasian Accounting, Business and Finance* ,10(1),18-28.
33. Zahed, M., Rahman, H. U., Ali, W., Khan, M., Alharthi, M., Qureshi, M. I., & Jan, A. (2020). Boardroom gender diversity: Implications for corporate sustainability disclosures in Malaysia. *Journal of Cleaner Production*, 24(4), 118-133.
34. Zain, M. M.; Mohammad, R.; and M. K. Ibrahim (2006). *Corporate Social Responsibility Disclosure in Malaysia*, 1st Edition, Malaysia: University Publication Centre (UPENA), Universitiy Teknologi Mara..

A Review of Corporate Social Responsibility and Sustainability Reporting

Ali Jafari^{*1}
Shabnam Rajaei²

Abstract

In recent years, the attention of governments, media, researchers and economic enterprises has been drawn to social responsibility and sustainability reporting. Especially since the environmental pollution caused by the activities of the companies has caused concerns and many stakeholders are looking for non-financial rewards in addition to financial reports. Therefore, along with the financial performance of companies, sustainability reporting and social responsibility are also considered by investors, shareholders, users and other stakeholders. Therefore, it is important to examine the theoretical foundations and theories of social responsibility and sustainability reporting of companies and the purpose of this study is to review the literature and background of social responsibility and corporate sustainability reporting to better understand their concepts and theories related to them. By expanding the theoretical bases and describing them, the field for conducting more researches in this field and expanding as much as possible in the field of non-financial reports, provide new research paths for researchers in this field.

Keywords

Social responsibility, sustainability reporting, economic enterprises

1. Department of Accounting, Bonab Branch, Islamic Azad University, Bonab, Iran (*Corresponding Author: jafari.ali.iau@gmail.com).
2. Department of Accounting, Bonab Branch, Islamic Azad University, Bonab, Iran (rajaeishabnam73@gmail.com).