Presenting a Structural-interpretive model of financial performance based on social responsibility in banks

- **Ghasem Rahimi Rigi** [۱]
- **Mohsen Rashidi** [۲]
- **Mahnam Molaei** [۳]

Abstract

The purpose of this research is to determine financial performance indicators in banks with a social responsibility approach. The current research had a phenomenological and applied-developmental approach, which was conducted through in-depth interviews with ۵ bank managers that the questions based on the audit standards published by auditing international organizations were answered. The answers were specified in three stages of open, central and selective coding, and finally, the acceptance threshold of each component was determined using the fuzzy Delphi method. At this stage, the opinions of ۲۰ banking experts are used. In the phenomenology stage, six main axes of financial criteria, corporate governance, economic, social, related to employees and environment were identified with ۴۳ sub-components.. Finally,by polling ۱۵ other experts By analyzing structural-interpretive modeling and using MATLAB software on the power of influence and the degree of dependence of banks' performance indicators, it was determined that the analysis and analysis of the power of influence and the power of dependence of the components showed that the variables of corporate and financial governance as dependent variables; Economic, social and environmental variables were considered as independent variables and employees as independent variables. In other words, in terms of influence, the MICMAC analysis showed that first the environment, (social and economic), then the employees, and finally the corporate and financial governance have a greater influence on other variables, which indicates the high importance of social responsibility in banks.

Key words: banks, phenomenology, Structural-interpretive, financial performance, social responsibility.

[۱] Ph. D. Candidate in Accounting, Department of Accounting, Mobarakeh Branch, Islamic Azad University, Mobarakeh, Iran. Email: g. rahimi۱۹۸۸@yahoo. com

[۲] Associate Professor of Accounting Department of Accounting, Lorestan University, Khorramabad, Iran. Email: m.rashidi.acc@gmail.com

[۳] Assistant Professor of Accounting, Department of Accounting, Najaf Abad Branch, Islamic Azad University, Najaf Abad, Iran. Email: molaie۶۱@gmail. Com

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]

ارائه الگوی ساختاری تفسیری عملکرد مالی مبتنی بر مسئولیت اجتماعی در بانک‌ها

- قاسم رحیمی ریگی [۱]
- محسن رشیدی [۲]
- مهنام ملایی [۳]

چکیده

هدف از این پژوهش تعیین شاخص‌های عملکرد مالی در بانک‌ها با رویکرد مسئولیت اجتماعی است. پژوهش حاضر دارای رویکرد پدیدارشناسانه و از نوع کاربردی ـ توسعه‌ای می‌باشد که از طریق مصاحبه عمیق با ۵ نفر از مدیران بانکی انجام شده است که سؤالات مبتنی بر استانداردهای حسابرسی منتشره نهادهای بین‌المللی حسابرسی پاسخ داده شدند. پاسخ‌ها در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و گزینشی مشخص و در نهایت با روش دلفی‌فازی میزان آستانه پذیرش هر مؤلفه مشخص شد. در این مرحله نیز از نظرات ۲۰ نفر از خبرگان حوزه بانکی استفاده شد. در مرحله پدیدارشناسی شش محور اصلی معیارهای مالی، حاکمیت شرکتی، اقتصادی، اجتماعی، مرتبط با کارکنان و محیطزیست با تعداد ۴۳ زیر مؤلفه شناسایی شدند. در نهایت با نظرخواهی از ۱۵ خبره دیگر با تحلیل مدل بندی ساختاری ـ تفسیری و استفاده از نرم‌افزار متلب، قدرت نفوذ و میزان وابستگی شاخص‌های عملکرد بانک‌ها مشخص شد که بررسی و تحلیل نیروی نفوذ و نیروی وابستگی مؤلفه‌ها نشان داد که متغیرهای حاکمیت شرکتی و مالی به‌عنوان متغیرهای وابسته؛ متغیرهای اقتصادی، اجتماعی و محیطزیست متغیرهای مستقل و کارکنان به‌عنوان متغیر خودمختار در نظر گرفته شدند، از لحاظ تأثیرگذاری، تحلیل میک‌مک نشان داد که به ترتیب ابتدا محیطزیست، (اجتماعی و اقتصادی) سپس کارکنان و در نهایت حاکمیت شرکتی و مالی تأثیر بیشتری بر سایر متغیرها دارند که نشان‌دهنده اهمیت بالای مسئولیت اجتماعی در بانک‌ها می‌باشد.

واژگان کلیدی: بانک‌ها، پدیدارشناسی ، ساختاری ـ تفسیری، عملکرد مالی، مسئولیت اجتماعی.

۱. مقدمه

[۱] دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، واحد مبارکه، دانشگاه آزاد اسلامی، مبارکه، ایران.

[۲] دانشیار حسابداری، گروه حسابداری، دانشگاه لرستان، خرم‌آباد، ایران. نویسنده مسئول. ایمیل: m.rashidi.acc@gmail.com

[۳] استادیار حسابداری، گروه حسابداری، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف‌آباد، ایران.

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]

امروزه همراه با رشد و توسعه صنایع و واحدهای تجاری مختلف، مسائل و مشکلات جدیدی پدیدار شده که ناشی از پیامدها و تأثیرات فعالیت‌های واحدهای تجاری بر روی اجتماع است؛ بنابراین فعالیت آن‌ها باید به‌گونه‌ای باشد که اثرات مثبت حاصل از فعالیت خود را به حداکثر و اثرات منفی آن را به حداقل برسانند و به‌عنوان تأثیرگذارترین عضو جامعه، نگران نیازها و خواسته‌های درازمدت جامعه بوده و در جهت رفع معضلات آن بکوشند. این بدان مفهوم است که سازمان‌های امروزی بایستی مسئولیت اجتماعی خود را به‌عنوان یک فرهنگ غالب، شناخته و پذیرای آن باشند (ایسلام[۱] و همکاران، ۲۰۲۴؛ هونگ و همکاران[۲]، ۲۰۱۹؛ محمدی و همکاران، ۱۴۰۲).

تا به امروز تعریف واحدی از مفهوم مسئولیت اجتماعی که مقبول همگان باشد، عنوان نشده است. بااین‌حال دهالسرود[۳] (۲۰۰۸) با بررسی ۳۷ تعریف مختلف از مسئولیت اجتماعی، به این نتیجه رسید که تفاوت در تعاریف مختلف به دلیل وجود پنج بُعد محیطی، اجتماعی، اقتصادی، ذینفعان، داوطلبانه بودن بوده است که باعث شده هرکدام از تعاریف به سمت منافع خاصی متمایل شوند (ژو و همکاران[۴]، ۲۰۲۴؛ عباس و همکاران[۵]، ۲۰۲۳؛ الشماری و همکاران[۶]، ۲۰۲۲).

شرکت‌ها، واکنش‌های مختلفی در جهت پاسخگویی به تقاضاهای جدید دارند، که برخی شرکت‌ها فرهنگ خود را تغییر داده و در نظر گرفتن مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را به‌عنوان هسته‌ی اصلی فعالیت‌های تجاری‌شان پذیرفته‌اند (ایسلام و همکاران، ۲۰۲۴؛ مولینا[۷]، ۲۰۱۰). شرکت‌ها بایستی انتظارات ذینفعان متعدد را برآورده کرده و برای وضعیت شهرت خود رقابت کنند. در این محیط رقابتی، مسئولیت اجتماعی شرکت یکی از عوامل اساسی بقای سازمان است. مسئولیت اجتماعی دربرگیرنده پاسخگویی مدیران به انتظارات قانونی، اجتماعی و محیطی ذینفعان است (ادنان و همکاران[۸]، ۲۰۱۲). تقاضای روزافزون ذی‌نفعان از شرکت‌ها برای پذیرش مسئولیت‌های اجتماعی، شرکت‌ها

۱. Islam et al
۲. Hung et al
۳. Dahlsrud
٤. Zhou et al
٥. Abbass et al
٦. Al-Shammari et al
۷. Molina
۸. Adnan et al

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]

را به درگیر شدن در مسئولیت‌های زیست‌محیطی و اجتماعی تشویق می‌کند (عباس و همکاران، ۲۰۲۳؛ وانگ و همکاران[۱]، ۲۰۱۲؛ معبودی و همکاران، ۱۴۰۱).

مسئولیت اجتماعی سازمان به‌عنوان فعالیت‌های داوطلبانه شرکت‌ها برای بهبود اوضاع اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی تعریف می‌شود (لای و همکاران[۲]، ۲۰۱۰). به‌طورکلی، واژه‌ی مسئولیت اجتماعی با هدف افزایش عملکرد اجتماعی و محیطی در کنار ابعاد اقتصادی است به‌گونه‌ای که برای واحد تجاری، جامعه و محیط مفید و سودمند باشد (مک کینلی[۳]، ۲۰۰۸). گزارش‌ها حاکی از آن است که ۷۰ درصد از مدیران جهان معتقدند که مسئولیت اجتماعی برای سودآوری شرکت‌هایشان مؤلفه‌ای ضروری است؛ به‌طوری‌که به توسعه چارچوب گزارشگری و تأکید بر ارائه اطلاعات اجتماعی در کنار اطلاعات مالی در سال‌های اخیر انجامیده است. (موسوی و همکاران، ۱۳۹۵).

در مجموعه استانداردهای بین‌المللی حسابرسی ناظر بر نهادهای دولتی تأکید زیادی بر مسائل اجتماعی شده است. سازمان بین‌المللی مؤسسات حسابرسی عالی (اینتوسای) استانداردهای زیادی در رابطه با مسائل اجتماعی، زیست‌محیطی و حاکمیتی و اقتصادی و ... منتشر نموده است و نیاز است که نهادهای نظارتی همچون دیوان محاسبات در حسابرسی‌های خود بر بانک‌ها و سایر سازمان‌ها به آن‌ها توجه نماید (مهرانی و همکاران، ۱۳۹۸). از جمله اهم این استانداردها می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود:

استاندارد ۲۰ ـ اصول شفافیت و پاسخگویی[۴]

استاندارد ۲۱ ـ اصول شفافیت و پاسخگویی ـ اصول و رویه‌های خوب[۵]

استاندارد ۳۰ ـ آیین‌نامه اخلاقیات[۶]

استاندارد ۵۱۱۰: رهنمودی در مورد جهت دادن فعالیت‌های حسابرسی با چشم‌اندازی زیست‌محیطی[۷]

استاندارد ۵۱۲۰: حسابرسی زیست‌محیطی و حسابرسی با قاعده[۸]

---

۱. Wang et al
۲. Lai et al
۳. McKinley
٤. ISSAI ۲۰ – Principles of transparency and accountability
٥. ISSAI ۲۱ – Principles of Transparency and Accountability - Principles and Good Practices
٦. ISSAI ۳۰ – Code of Ethics
۷. ISSAI ٥۱۱۰ – Guidance on Conducting Audit Activities with an Environmental Perspective
۸. ISSAI ٥۱۲۰ – Environmental Audit and Regularity Auditing

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]

استاندار ۵۱۴۰: چگونه مؤسسات عالی حسابرسی می‌توانند با موضوعات زیست‌محیطی بین-المللی همکاری نمایند.[۱]
استاندارد ۵۲۳۰: دستورالعمل بهترین رویه برای حسابرسی قوانین و مقررات اقتصادی[۲]
استاندارد ۵۵۱۰: حسابرسی کاهش ریسک بحران‌های طبیعی[۳]
استاندارد ۵۵۲۰: حسابرسی کمک به قربانیان بحران طبیعی[٤]
استاندارد ۵۵۳۰: پذیرش رویه‌های حسابرسی برای در نظر گرفتن ریسک افزایش یافته تقلب و فساد در مرحله اورژانسی بحران طبیعی[٥]
استاندارد ۵۵۴۰: کاربرد اطلاعات مکانی در حسابرسی مدیریت بحران و کمک به آسیب دیدگان[٦]
استاندارد ۹۱۲۰ ـ کنترل داخلی: فراهم نمودن پایه‌های پاسخگویی در دولت[۷] (اسلام زاده و همکاران، ۱۴۰۰).

در گزارش مالی شرکت‌های دارای مسئولیت اجتماعی شواهد کمتری از مدیریت سود را نشان می‌دهد و بیان می‌کند که تعهد شرکت‌ها به استانداردهایی با اصول اخلاقی بالاتر دارای تأثیر مثبتی بر کیفیت اطلاعات حسابداری دارد (کیم و همکاران[۸]، ۲۰۱۲). اغلب افراد معتقدند که کسب‌وکارها، علاوه بر دنبال کردن سود، باید در قبال کارکنانشان، جامعه و سایر سهامداران پاسخگو باشند، حتی اگر لازم باشد برای بهتر بودن، شرکت‌ها بخشی از سود خود را قربانی کنند (بن‌صالح و بن‌عامر[۹]، ۲۰۲۲؛ کارول و شبانا[۱۰]، ۲۰۱۰).

موج رسوایی‌ها و فروپاشی مالی شرکت‌ها و مؤسسات بزرگ از جمله انرون، آرتوراندرسن و ورلدکام در آغاز قرن بیست و یکم، بیانگر شواهدی از رویه‌های تجاری غیراخلاقی و غیرمسئولانه از بعد اجتماعی است. همچنین، فرآیند جهانی شدن، قدرت

۱. ISSAI ٥١٤٠ – How SAIs may co-operate on the audit of international environmental accords
۲. ISSAI ٥٢٣٠ – Guidelines on Best Practice for the Audit of Economic Regulation
۳ ISSAI ٥٥١٠ – The audit of disaster risk reduction
٤. ISSAI ٥٥٢٠ – The audit of disaster-related aid
٥. ISSAI ٥٥٣٠ – Adapting audit procedures to take account of the increased risk of fraud and corruption in the emergency phase following a disaster
٦. ISSAI ٥٥٤٠ – Use of geospatial information in auditing disaster management and disaster-related aid
۷. INTOSAI GOV ٩١٢٠ – Internal Control: Providing a Foundation for Accountability in Government
۸. Kim et al
۹. Ben Salah and Ben Amar
۱۰. Carroll and Shabana

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]

شرکت‌ها را افزایش داده و شرکت‌ها با افزایش فشار از طرف جامعه برای برخورداری از یک نگرش وسیع‌تر به اهداف و فعالیت‌هایشان در ابعاد اجتماعی و محیطی مواجه هستند. شرکت‌ها به‌طور اختیاری یا الزامی گزارش‌های خود را در خصوص عملکردشان در ابعاد اجتماعی، اخلاقی و محیطی تحت عناوین مختلفی منتشر می‌کنند و روند این مقوله گزارشگری روزبه‌روز در حال افزایش می‌باشد (حساس یگانه و برزگر، ۱۳۹۳). یکی از سازمان‌های تأثیرگذار بر جامعه که نقش مهمی در ارتقاء سرمایه اجتماعی و به‌تبع آن ایجاد اعتماد عمومی در میان اقشار مختلف جامعه ایفاء می‌نماید، بانک است. یک بانک باید دارای الزامات اجتماعی و حقوقی خاصی باشد تا بتواند پاسخگوی تمامی قسمت‌های اجتماعی و دولتی پیچیده باشد. یک بانک برای افزایش اعتبار خود در جامعه باید به مسئولیت‌های زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی و ... توجه نماید (آکوا[1]، ۲۰۰۸).

امروزه از بانک‌هایی که در فعالیت‌های مربوط به مسئولیت اجتماعی فعالیت می‌کنند، با عنوان بانک‌های اجتماعی یاد می‌شود این بانک‌ها تمرکز اصلی را بر فعالیت‌های اجتماعی فراهم کردن فرصت‌هایی برای محرومان، حمایت‌های اجتماعی، حفظ محیطزیست و رعایت اصول اخلاقی قرار داده‌اند. بانک‌های فوق تلاش می‌کنند در فعالیت‌هایی سرمایه‌گذاری کنند که موجب بهبود شرایط کل جامعه شود و به دنبال ایجاد منفعت سازمانی برای خود یا برای عده معدودی از افراد جامعه نیستند. این نوع از بانکداری درعین‌حال که به کسب سود اهمیت می‌دهد، به‌صورت موازی زمینه‌هایی برای ارتقای شرایط اجتماعی و محیطزیست فراهم می‌آورد. هر فعالیتی که در بانک‌های اجتماعی صورت می‌پذیرد بر پایه خلق بازدهی چندگانه است؛ یعنی بازدهی که در آن سود حاصل از فعالیت‌ها و مبادلات پولی به‌عنوان هدف نهایی در نظر گرفته نمی‌شود، بلکه الزاماً رسیدن به مقاصد والاتر است؛ مقاصدی که نشان‌دهنده تعهد این صنعت به پیرامون و جهانی است که عضوی از آن است. (ژو و همکاران، ۲۰۲۴؛ عباس و همکاران، ۲۰۲۳؛ عرفانی و مرادی، ۱۴۰۰).

امروزه در مقایسه با سایر بنگاه‌ها، بانک‌ها نقشی کلیدی در نهادینه‌سازی مسئولیت اجتماعی در جوامع ایفا می‌کنند. نقش بانک‌ها به‌عنوان تسهیل گر و محرک چرخ‌های اقتصاد و تجارت، به‌عنوان نهادهای مولد ثروت و همچنین فراهم آورندگان خدمات برای

---

۱. Achua

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]

اجتماعات محلی، ملی و بین‌المللی بیانگر اهمیت این مؤسسات در به جریان اندازی حرکت فکری مسئولیت اجتماعی در کل جامعه است. در سال‌های اخیر، مؤسسات مالی به وسعت دامنه فعالیت‌های اجتماعی و زیست‌محیطی قابل‌اجرا در مؤسسات خود پی برده‌اند. چراکه مؤسسات مالی علاوه بر نقشی که از طریق مدیریت ارزیابی اثرات عملکرد خود بر جامعه دارند، نقشی حیاتی در تشویق و انگیزش مشتریان خود به اقدام مسئولانه و کاهش اثرات سوء اجتماعی و زیست‌محیطی فعالیت‌های خود دارند (اسکندری و همکاران، ۱۳۹۸).

درواقع مسئولیت‌پذیری اجتماعی بانک‌ها ریشه در بازاریابی اجتماعی آن‌ها دارد. فلسفه بازاریابی اجتماعی با دیگر فلسفه‌های رایج در بازاریابی از جهت اینکه نسبت به منافع آیندگان و جامعه و رفاه آن‌ها تأکید دارد، تفاوت داشته و به دنبال دخالت دادن موضوعات فرهنگی و ارزشی در مسائل بازاریابی است. بر این اساس، مدیران ناگزیرند در تعیین راهبردها و خط‌مشی‌های بازاریابی خود، عوامل مهمی مانند خواسته‌های مصرف‌کنندگان و منافع جامعه را در نظر بگیرند. حفظ مزیت‌های رقابتی مستلزم تقویت مستمر برند بوده که خود نیازمند همراهی بیشتر سازمان‌ها با افراد جامعه و کمک به دستیابی به اهداف اجتماعی است. متمایزسازی برند یک بانک در میان سایر بانک‌هایی که خدماتی مشابه به مشتریان خود عرضه می‌کنند، نیازمند مؤلفه‌ای است که می‌توان از آن به مسئولیت اجتماعی نام برد. مشتریان باید این نکته را به‌وضوح احساس نمایند که هدف مدیران بانک تنها کسب منافع و افزایش سود سهام‌داران نیست، مدیران بانک‌ها نیز باید به مشتریان خود در عمل نشان دهند که در کنار منافع بانک و سهامداران، به منافع بلندمدت و کوتاه‌مدت جامعه نیز توجه دارند.

با توجه به اهمیت مواردی که ذکر شد پرداختن به نقش مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی و نقش آن‌ها بر عملکرد در صنعت بانکداری برای موفقیت و بقا این سازمان‌ها مسئله‌ای مهم است. باید گفت که با توجه به موقعیتی که بانک‌ها در کشور ایران دارند و همچنین با توجه به حساس و مهم بودن این جایگاه در نظام مالی و اعتباری و اقتصادی کشور، بانک‌ها با شناخت و تقویت این مؤلفه‌ها در خود می‌توانند به بهترین شکل ممکن رضایت‌مندی در مراجعین را فراهم سازند و با شناخت این مؤلفه‌ها می‌توانند در وضعیت کلی کشور و زندگی مردم عادی تأثیرگذار باشد.

وجود یک الگوی مناسب و کاربردی برای بهبود و ارتقای عملکرد بانک‌ها می‌تواند منجر به پاسخگویی، ارتقای کیفیت خدمات و افزایش رضایت مشتریان بیانجامد؛

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]

درگذشته عملکرد بانک‌ها صرفاً از طریق شاخص‌های سوددهی سنجیده می‌شد درحالی‌که پیچیدگی عملیاتی بانک‌های کنونی، هزینه‌های فزاینده وصول مطالبات، تخصص گرایی، تأکید بر مشتری، جامعه و همچنین کارایی و اثربخشی خدمات ازجمله عواملی هستند که بانک‌ها را به تحول در بهبود عملکرد به‌ویژه عملکرد مالی ترغیب و تشویق نموده است. بدیهی است هرگونه برنامه‌ریزی استراتژیک و تدوین نقشه راه برای آینده صنعت بانکداری و حتی تدوین برنامه‌های عملیاتی واحدهای بانک نیازمند شناخت دقیق از صنعت بانکداری است. نه‌تنها مدیران ارشد بانک، بلکه حتی کارشناسان رده پایین بانک بدون شناخت از نقشه آینده صنعت بانکداری و در کنار آن نقشه راه بانک‌ها در آینده، نمی‌توانند نیازهای بلندمدت بانک را پیش‌بینی نموده و برنامه‌های خود را با نگاه به آینده به‌پیش ببرد.

استدلال بنیادین درباره مسئولیت اجتماعی این است که هیچ گروهی نمی‌تواند جان سالم به دربرد اگر منافع شخصی خود را بدون در نظر گرفتن عواقب اعمال خود بر اجتماع، هدف قرار داده و پیگیری نماید. واحدهای تجاری مسئولیت‌های غیرمالی دارند و باید به سلامت جامعه توجه ویژه داشته باشند، لذا چگونگی ارزیابی عملکرد و معیارهای واحدهای تجاری دگرگون شده و حرکت در مسیر مسئولیت‌های اجتماعی عامل ضروری و حیاتی برای تداوم فعالیت سازمان در بلندمدت شده است (آئوستین و همکاران[۱]، ۲۰۰۶).

طبق نظریه ذینفعان، شرکت‌ها با انتظارات مختلفی از جانب ذینفعان روبه‌رو هستند که پاسخگویی به این انتظارات موجب بهبود روابط با آن‌ها می‌شود و به‌تبع آن بهبود عملکرد مالی را در بلندمدت به دنبال خواهد داشت، همچنین نظریه مشروعیت که از پارادایم اقتصاد سیاسی مشتق شده است، دلالت دارد بر اینکه جامعه، سیاست و اقتصاد از هم جدا نیست و مسائل اقتصادی را نمی‌توان بدون در نظر گرفتن مسائل اجتماعی و سیاسی بررسی کرد؛ بنابراین بانک‌ها با ایفای گزارشگری اجتماعی، مقاصد سیاسی، اجتماعی و اقتصادی خود را برای طیف وسیعی از استفاده‌کنندگان به نمایش می‌گذارند و ازاین‌رو مشروعیت مطلوبی به دست می‌آورند. درواقع، اگرچه اجرای مسئولیت اجتماعی هزینه‌های اولیه‌ای دارد درنهایت به دلیل بهبود شهرت، کاهش هزینه‌ها در بلندمدت و

۱. Austin et al

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]

افزایش تقاضا، موجب افزایش سود و درنتیجه به بهبود عملکرد منجر می‌شود (پودی و ورگالی[۱]، ۲۰۰۹).

برای اولین بار، حنیفا و حدیب (۲۰۰۷) نشان دادند که بانک‌ها دارای «هویت اخلاقی» هستند و این به مسئولیت‌پذیری اجتماعی بیشتر آن‌ها تأکید دارد. رعایت و افشای این مسئولیت‌ها، تأثیرات مثبتی بر جامعه دارد و موجب بهبود روابط با ذینفعان، بهبود عملکرد مالی بانک به دلیل اعتماد عمومی نسبت به بانک‌ها و فراهم آمدن منابع ارزان‌تر برای بانک، نسبت به سایر رقیبان می‌شود. طی سال‌های اخیر با توجه به وقوع بی‌نظمی‌های گسترده مالی و عدم اطمینان مشتریان نسبت به بانک‌ها به‌عنوان یکی از گزینه‌های سرمایه‌گذاری، توجه ویژه‌ای به صنعت بانکداری شده است. از سوی دیگر طی چند دهه گذشته مسئولیت‌پذیری اجتماعی اهمیت ویژه‌ای پیداکرده است؛ زیرا با مسائل و مشکلاتی از قبیل بیکاری، فقر، آلودگی زیست‌محیطی و مسائل اجتماعی دیگر در ارتباط است. هم‌اکنون این باور مورد توافق همگان است که نبودن اخلاق در تجارت، نه‌تنها پیامدهای زیانباری برای بخش مالی دارد بلکه برای جامعه و محیط‌زیست نیز زیان‌آور است (کرمی و همکاران، ۱۳۹۳). پژوهش‌های متعددی نشان داده است که بیشتر مسلمانان، سطح بالایی از افشای روش‌های مسئولیت‌پذیری را از مؤسسات مالی و بانک‌ها انتظار دارند (حنیفا و حدیب[۲]، ۲۰۰۷).

علیرغم آن‌که در کشورهای درحال‌توسعه، چون ایران، اندیشه دینی و انگیزه‌های اعتقادی و مذهبی با توجه به اشارات آیات قرآن و احادیث، نقش مهمی را در توجه به جنبه‌های بشردوستانه مسئولیت اجتماعی کسب‌وکارها ایفا می‌کند (رفیعی و همکاران، ۱۳۹۵) و کشور ایران یکی از کشورهای بزرگ اسلامی می‌باشد و به‌عنوان عضو ناظر سازمان تجارت جهانی پذیرفته شده است و در آینده نزدیک نیز به آن خواهد پیوست، در بانک‌های کشورهای اسلامی و ایران اهمیت مسئولیت اجتماعی سازمانی در حوزه بانک‌ها مورد بررسی قرار نگرفته است.

مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی به‌طور عمیقی در اسلام جای گرفته است (دیوساکی و عبدالله[۳]، ۲۰۰۷). این مفهوم، قوی‌ترین و بحرانی‌ترین بخش در سامانه بانکداری اسلامی است که بانکداری غیرقانونی را منع می‌کند؛ بنابراین بانک‌ها در

۱. Poddi & Vergalli
۲. Haniffa & Hudaib
۳. Dusuki and Abdullah

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]

سراسر جهان برای اثبات ادعای خود نسبت به پیروی از اصول شریعت، باید به ایفای مسئولیت‌های اجتماعی خود همت گمارند. درواقع بانک‌ها به‌عنوان یکی از مهم‌ترین نهادهای اقتصادی، نقش انکارناپذیری در اجتماع دارند و عملکرد آن‌ها در کل جامعه تأثیرگذار است، لذا توجه به مقوله مسئولیت اجتماعی برای بانک‌ها بسیار حائز اهمیت است، زیرا از یک طرف بانک‌ها موظف به تأمین انتظارات سهامداران خود هستند و از طرفی باید نقدینگی کافی برای پاسخگویی به تقاضای مشتریان را داشته باشند.

در ایران، بسیاری از سازمان‌های دولتی با مشکلاتی نظیر عدم شایستگی در استخدام‌ها، عدم تناسب حقوق کارکنان در سازمان‌های مختلف، بی‌اعتمادی، بی‌انگیزگی، عدم پاسخگویی احساس مسئولیت مدیران، بیکاری پنهان و... دست به گریبان‌اند و کارکنان، ارباب‌رجوع و دولتمردان از این مشکل رنج می‌برند. بر همین اساس، تبیین مدلی اثربخش از مسئولیت اجتماعی سیستم بانکی و بررسی کلیه ابعاد آن، نقطه عطفی در ایجاد مشارکت این نهاد مالی در حل مسائل اجتماعی خواهد بود.

بانک‌های با مسئولیت اجتماعی درصدد شناسایی راه‌های بهتر برای عملیات بانکی در رسیدن به اهداف خاص اجتماعی هستند. فعالیت این بانک‌ها حرکت در مدار مسئولیت اجتماعی همچون فراهم کردن فرصت اشتغال و تولید برای محرومان، حفظ و صیانت از محیط‌زیست و رعایت اصول اخلاقی است. بانک‌هایی که به مسئولیت اجتماعی توجه دارند در فعالیت‌هایی سرمایه‌گذاری می‌نمایند که علاوه بر سودآوری موجب بهبود شرایط عمومی کل جامعه گردد (وو[۱]، ۲۰۱۳). مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها در رابطه با مسئولیت در برابر جامعه، انسان‌ها و محیطی است که سازمان‌ها در آن فعالیت می‌کنند و این از مسئولیت‌های اقتصادی و مالی سازمان فراتر رفته است. توجه به مسائل اجتماعی در نظام بانکداری باعث پدید آمدن پدیده‌ای به نام بانکداری اجتماعی شده است. بانکداری اجتماعی نوعی بانکداری است که هدف آن تهیه خدمات مالی و بانکی با تمرکز بر رضایتمندی جامعه جهت برآورده سازی نیازهای اقتصادی و اجتماعی موجود بوده درحالی‌که به‌طور هم‌زمان پایداری اجتماعی، فرهنگی، زیست‌محیطی و اقتصادی را نیز مورد توجه قرار می‌دهد (لنتنر[۲]، ۲۰۱۵).

در مقایسه با سایر بنگاه‌ها، بانک‌ها نقشی کلیدی در نهادینه‌سازی مسئولیت اجتماعی در جوامع ایفا می‌کنند. نقش بانک‌ها به‌عنوان تسهیل گر و محرک چرخ‌های

۱. Wu
۲. Lentner

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]

اقتصاد و تجارت، به‌عنوان نهادهای مولد ثروت و همچنین به‌عنوان فراهم آورندگان خدمات برای اجتماعات و بین‌المللی بیانگر اهمیت این مؤسسات در به جریان اندازی حرکت فکری محلی، ملی، مسئولیت اجتماعی در کل جامعه است. در سال‌های اخیر، مؤسسات مالی به وسعت دامنه فعالیت‌های اجتماعی و زیست‌محیطی قابل اجرا در مؤسسات خود پی برده‌اند، زیرا مؤسسات مالی علاوه بر نقشی که از طریق مدیریت عملکرد خود در جامعه دارند، نقشی حیاتی در تشویق و انگیزش مشتریان (حقیقی و شرکتی) خود به اقدام مسئولانه و کاهش اثرات سوء اجتماعی و زیست‌محیطی فعالیت‌های خود دارند، ازآنجاکه مؤسسات مالی نظارت و کنترل جریان سرمایه، وام‌دهی، تأمین مالی پروژه‌ها و سیاست‌ها و اقدامات بیمه‌ای را بر عهده دارند، قادرند در نحوه عملکرد کسب‌وکارهای تحت حمایت خود اعمال نفوذ کنند. به‌این‌ترتیب، بانک‌ها می‌توانند بنگاه‌ها را وادار به پاسخگویی در قبال مسائل و معضلات اجتماعی و زیست‌محیطی کنند که ناشی از کسب‌وکار آن‌هاست. به‌این‌ترتیب، بی‌توجهی بنگاه‌ها به مسئولیت‌های اجتماعی و عواقب عملکردی خود می‌تواند ریسک‌های سرمایه‌گذاری و اعتباری چشم‌گیر برای آن‌ها به همراه داشته باشد (عرفانی و محمد مرادی، ۱۴۰۰).

با توجه به اهمیت زیاد ارتقای عملکرد مالی در صنعت مالی و به‌ویژه بانکداری توجه به متغیرهای اثرگذار بر آن شامل مسائل زیست‌محیطی، اجتماعی، اقتصادی، کارکنان و حاکمیت شرکتی ضروری به نظر می‌رسد. از سویی دیگر با توجه به رقابت فزاینده در بین بانک‌ها جهت بهبود وضعیت مالی، تحقیق حاضر از یک‌سو به دنبال تعیین شاخص‌های عملکرد مالی در این حوزه و زمینه‌ساز ارتقای بینش مدیران و سیاست‌گذاران این صنعت در زمینه عملکرد مالی است، از سوی دیگر شاخص‌ها و مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی در صنعت خدمات بانکداری را شناسایی نموده و سپس افق پیش روی بانک‌ها را گسترش می‌دهد؛ که این امر زمینه ارتقای عملکرد مالی بانک‌ها با تکیه‌بر ابعاد مسئولیت اجتماعی مورد استفاده سیاست‌گذاران و مدیران بانک‌ها را فراهم نموده و از طریق بهبود عملکرد مالی و پایبندی بیشتر بانک‌ها به مسئولیت اجتماعی، منافع قابل‌توجهی را به اعتباردهندگان، سرمایه‌گذاران و عموم مردم عرضه می‌نماید؛ بنابراین پژوهش حاضر به دنبال شناسایی شاخص‌های عملکرد مالی بانک‌ها به منظور بهبود و ارتقای عملکرد مالی بانک‌ها با در نظر گرفتن مسئولیت اجتماعی بانکداری است.

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

ایسلام و همکاران (۲۰۲۴) نشان دادند که عوامل اقتصادی و اخلاقی به‌طور مثبت و معنی‌داری بر شیوه‌های مسئولیت اجتماعی تأثیر می‌گذارند، درحالی‌که عوامل اجتماعی و محیطی بر شیوه‌های مسئولیت اجتماعی تأثیر منفی می‌گذارند، اما به‌طور معنی‌دار نیستند. عوامل فرهنگی نیز به‌طور مثبت و قابل توجهی بر شیوه‌های مسئولیت اجتماعی تأثیر می‌گذارد. ژو و همکاران (۲۰۲۴) تأثیر عملکرد مسئولیت اجتماعی را بر فعالیت‌های شرکت‌های چندملیتی چین تأیید نمودند. عباس و همکاران (۲۰۲۳) تأثیر عملکرد مسئولیت اجتماعی را بر دیدگاه‌های ارزشی مشتریان بانک‌ها تأیید نمودند. سینگ و همکاران[۱] (۲۰۲۳) نشان دادند که بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد سازمانی رابطه معناداری وجود دارد و اعتبار شرکت و مدیریت ریسک بر این رابطه نقش تعدیل گر دارد. پژوهش الشماری و همکاران (۲۰۲۲) حاکی است بهبود هزینه‌های تحقیق و توسعه و هزینه‌های عملیاتی بر بهبود عملکرد مسئولیت اجتماعی مؤثر است. همچنین رابطه عملکرد مالی و مسئولیت اجتماعی و اقتصاد مورد تأیید واقع شد. میلادی و شعیبی[۲] (۲۰۲۲) نشان دادند که قدرت مدیرعامل رابطه مسئولیت اجتماعی و مدیریت سود بانک‌ها را تعدیل می‌کند. نتایج پژوهش بن‌صالح و بن عامر[۳] (۲۰۲۲) بیانگر آن است که مسئولیت اجتماعی بر سیاست تقسیم سود اثرگذار است. ایبید[۴] (۲۰۲۲) تأثیر معیارهای حاکمیت شرکتی بر مسئولیت اجتماعی را رد نکردند. پژوهش اشرف و همکاران[۵] (۲۰۲۲) حاکی از آن است که سیاست‌های مرتبط با کارکنان بر مسئولیت اجتماعی اثرگذار است. باهتا و همکاران[۶] (۲۰۲۱) مشخص نمودند که عملکرد مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی به یکدیگر مرتبطاند و قابلیت نوآوری بر این رابطه نقش میانجی دارد. پارتالیدو و همکاران[۷] (۲۰۲۰) رابطه مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی را تأیید نمودند. دوی[۸] و همکاران (۲۰۲۰) رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد و ریسک را مورد بررسی قرار دادند. گانگی و همکاران (۲۰۱۹) نشان دادند از یکسو

۱. Singh et al
۲. Miladi and Chouaibi
۳. Ben Salah and Ben Amar
۴. Ebaid
۵. Ashraf et al
۶. Bahta et al
۷. Partalidou et al
۸. Devie

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]

سازگاری مسئولیت اجتماعی با قابلیت جذب دانش داخلی بانک‌ها در عملکرد شهروندی تأثیر مثبت می‌گذارد و از سوی دیگر، ابتکارات انجام گرفته در خصوص فعالیت در زمینه مسئولیت اجتماعی، رقابت در این صنعت را افزایش داده و با ایجاد زمینه شهرت برای بانک، در بهبود عملکرد مالی‌اش مؤثر است. دل‌آتی و همکاران[۱] (۲۰۱۷) بیان نمودند که شهرت بانک با عملکرد حسابداری آن ارتباطی مثبت و با وضعیت اهرمی و ریسک ارتباط منفی دارد. باوجودی که رابطه مثبت بین شهرت و عملکرد اجتماعی وجود دارد. ارتباط میان شهرت، حاکمیت شرکتی و عملکرد زیست‌محیطی همواره منفی است. صفی خانی و همکاران (۱۴۰۳) نشان دادند که حاکمیت شرکتی بر مبنای کفایت و توانایی بر رابطه بین افشاء داوطلبانه و عملکرد مالی تأثیر معناداری دارد. آزاده و همکاران (۱۴۰۲) بر اساس یافته‌های تحقیق خود بیان نمودند که چهار استراتژی مدیریت دارایی و مصارف بانک، جذب منابع مالی و سودآور سازی، توانمندسازی مدیریت بانک و توسعه زیرساخت‌های بانکداری بهترین معیارهای عملکردند. عبدالعلی پور و همکاران (۱۴۰۲) نشان دادند که توجه به مشتریان بر عملکرد تأثیر مثبتی دارد. آخوندی و همکاران (۱۴۰۲) بر اساس یافته‌های تحقیق خود بیان نمودند که رفتارهای ماکیاول گرایانه (سوء استفاده‌گرایانه) در میان مدیران موجب می‌گردد که آنان برای دستیابی به اهداف خود و نمایش مطلوب وضعیت شرکت، تأثیر مثبتی بر روی گرایش‌ها سهامداران در ارتباط با مسئولیت اجتماعی شرکتی و اجرای گزارشگری پایدار در شرکت‌ها داشته باشند. صفاخواه و همکاران (۱۴۰۲) تأثیر مدل‌های مختلف افشای اطلاعات مسئولیت‌های اجتماعی بر رابطه بین محدودیت‌های مالی و مالکیت خانوادگی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران را رد نکردند. شهابی و همکاران (۱۴۰۱) تأثیر شدت هزینه‌های زیست‌محیطی اجباری و اختیاری بر عملکرد مالی در شرکت‌های پتروشیمی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران را تأیید نکردند. سعادت مهر (۱۳۹۹) تأثیر هزینه‌های تبلیغات بر عملکرد بانک‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران را تأیید نمودند. متغیر نقدینگی بیشترین تأثیرپذیری را از هزینه تبلیغات دارد. مهنانی (۱۳۹۷) نشان داد که بین ارزش و تعهد به مسئولیت اجتماعی، بین استاندارد اخلاقی و تعهد به مسئولیت اجتماعی، بین تعهد به مسئولیت اجتماعی و رضایت مشتری، بین تعهد به مسئولیت اجتماعی و اعتماد مشتری، بین

۱. Dell’Att et al

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]

رضایت مشتری و وفاداری مشتری و درنهایت بین اعتماد مشتری و وفاداری مشتری رابطه معناداری وجود دارد. تحقیق پیربازاری و همکاران (۱۳۹۶) حاکی است که سازمان‌هایی همچون بانک با تمرکز بر فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت‌پذیری اجتماعی علاوه بر افزایش تصویر مثبت سازمان می‌توانند به بهبود رضایت‌مندی و وفاداری مشتریان نائل آیند. اسماعیل‌پور و صیادی (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان "تأثیر مسئولیت اجتماعی در وفاداری به برند به واسطه اعتبار برند (بانک صادرات بوشهر)" نشان دادند که تمام ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت (اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشردوستانه) در اعتبار برند بانک صادرات تأثیر مثبت و معنادار دارد. اعتبار برند بانک صادرات در وفاداری به برند آن نیز تأثیر مثبت و معنادار دارد. فخاری و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیقی نقش مهم و برجسته مسئولیت اجتماعی در شکل دادن به رفتار سرمایه‌گذاری و کارا بودن آن را نشان دادند. کرمی و همکاران (۱۳۹۳) نشان دادند که بانک‌ها در ایران به‌طور مناسبی به ایفای مسئولیت اجتماعی – اسلامی نمی‌پردازند.

بررسی ادبیات پژوهش در زمینه عملکرد مالی بانک‌ها و نیز مسئولیت اجتماعی در این حوزه نشان‌دهنده این است پژوهشی که بتواند به‌صورت خاص ابعاد مختلف عملکرد بانک‌ها را شناسایی نموده و نیز شاخص‌های مسئولیت اجتماعی در بانک‌ها را تبیین و از روش‌های پدیدارشناسی و دلفی فازی راهکارهای عملی ارتقای عملکرد مالی به‌واسطه مسئولیت‌پذیری اجتماعی و موارد مرتبط را ارائه نماید یافت نشد. سوابق پژوهشی تحقیق حاضر نشان از اهمیت و غنی بودن موضوع می‌باشد، لیکن با نگاه عمیق علمی در ارتباط با موضوع مقاله حاضر کار علمی و تحقیقاتی مورد نظر در ایران انجام نشده و لذا این پژوهش به منظور جبران یک خلأ تحقیقاتی انجام شده است. همچنین تحقیقات داخلی صورت گرفته به جنبه‌های مختلف عملکرد مسئولیت اجتماعی پرداخته نشده است و سایر موارد مانند معیارهای حاکمیت شرکتی و کارکنان و محیطزیست و ...، مورد توجه قرار نگرفته است. درحالی‌که در پژوهش حاضر ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، کارکنان و محیطزیست به‌صورت جامع و کامل مدنظر نویسندگان قرار خواهد گرفت تا موضوع به صورت جامع‌تری مورد بررسی قرار گیرد.

۳. روش‌شناسی پژوهش

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]

پـژوهش حاضـر از نـوع کیفـی و دارای رویکـرد پدیدارشناسـانه و از نـوع کـاربردی ـ توسـعه‌ای اسـت کـه از طریـق مصـاحبه عمیـق بـا ۵ نفـر از خبرگـان انجـام شـد. پدیدارشناسی مطالعه فلسـفی سـاختارهای تجربـی و آگـاهی پیرامـون پدیـده مـورد مطالعـه از دیـدگاه افـراد دسـت اول اسـت. هـدف پـژوهش پدیدارشناسـی، توضـیح صـریح و شناسـایی پدیـده‌هـا اسـت آن‌گونـه کـه در مـوقعیتی خـاص توسـط افـراد ادراک مـی‌شـوند. بـر اسـاس دسـته‌بنـدی پـارادایم‌هـای بوریـل و مورگـان پدیدارشناسـی در دسـته پـارادایم‌هـای تفسـیری قـرار مـی‌گیـرد؛ یعنـی یـک روش علمـی کـه بـا رویکـردی ذهنـی بـه جمع‌بنـدی مباحـث اجتماعی همچون شاخص‌هـای عملکـرد مبتنـی بـر مسـئولیت اجتمـاعی مـی‌پـردازد. در مرحلـه پدیدارشناسـی پاسـخ‌هـا در سـه مرحلـه کدگـذاری بـاز، محـوری و گزینشـی مشـخص و در نهایت با روش دلفی فـازی میـزان آسـتانه پـذیرش و میـزان اهمیـت و کمـی سـازی مؤلفـه‌هـا مشـخص مـی‌گـردد. در ایـن مرحلـه نیـز از نظـرات ۲۰ نفـر از خبرگـان اسـتفاده مـی‌شـود. ازاین‌رو مصاحبه و پرسشنامه بسته دلفـی فـازی ابـزار اصـلی ایـن پـژوهش مـی‌باشـد. خبرگـان دارای تحصیلات و سابقه کـاری مـرتبط بـا حـوزه بانـک‌هـا هسـتند کـه بـا روش گلولـه برفـی انتخـاب شـدند. پـس‌ازایـن مرحلـه بـرای تحلیـل داده‌هـای پرسشـنامه مـدل‌سـازی سـاختاری تفسـیری کـه برخاسـته از نظـرات ۱۵ خبـره اسـت، از نـرم‌افـزار MATLAB اسـتفاده مـی‌شود. جهـت شـروع فرآینـد تجزیـه‌وتحلیـل داده‌هـا بـر مبنـای تکنیـک مـدل‌سـازی سـاختاری تفسـیری، یـک مـاتریس N در N شـامل شـاخص‌هـای عملکـرد بانـک‌هـا در قالـب فـرم پرسشـنامه در اختیـار خبرگـان قـرار داده مـی‌شـود تـا بـر اسـاس اصـول تکنیـک مـدل‌سـازی ساختاری تفسیری این ماتریس را تکمیل کنند.

۴. یافته های پژوهش

در این تحقیق ابتدا به سؤال اصلی ذیل پاسخ داده می‌شود:

شـاخص‌هـای عملکـرد مبتنـی بـر مسـئولیت اجتمـاعی بـا توجـه بـه اسـتانداردهای نـوین حسابرسـی منتشـره توسـط نهادهـای بـین‌المللـی حسابرسـی در صـنعت بانکـداری کـدام‌انـد و میزان اهمیت کدام مؤلفه بیشتر است؟

و سپس به ارائـه الگـوی سـاختاری تفسـیری شـاخص‌هـای عملکـرد مبتنـی بـر مسـئولیت اجتماعی در صنعت بانکداری پرداخته می‌شود.

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]

در این قسمت در ابتدا بر اساس رویکرد پدیدارشناسانه به شناسایی شاخص‌های عملکرد مبتنی بر مسئولیت اجتماعی در صنعت بانکداری پرداخته می‌شود. پس‌ازاین مرحله به کدگذاری مؤلفه‌های شناسایی شده در مرحله مصاحبه با ۵ نفر از مدیران بانک‌ها پرداخته می‌شود. مدیران مربوطه دارای مشخصه‌های زیر بودند:

جدول ۱: مشخصات مصاحبه شوندگان

ردیف	جنسیت	سمت	تحصیلات	سابقه کاری بانکی
۱	مرد	رئیس هیات مدیره	دکترای حسابداری	۱۶
۲	مرد	رئیس بانک شعبه مستقل	کارشناسی ارشد حسابداری	۳۲
۳	مرد	رئیس بانک شعبه ممتاز	کارشناسی ارشد مدیریت	۲۹
۴	مرد	رئیس بانک	دانشجوی دکترای حسابداری	۲۳
۵	مرد	رئیس بانک	کارشناسی ارشد حسابداری	۱۹

سؤالات در این مرحله این‌گونه پرسیده می‌شود:

در مورد موضوع عملکرد مالی مبتنی بر مسئولیت اجتماعی با توجه به استانداردهای نوین حسابرسی منتشره توسط نهادهای بین‌المللی حسابرسی چه تجربه‌ای دارید؟ چه عواملی بر این پدیده مؤثرند؟ هر یک از این پدیده‌ها شامل چه مواردی می‌باشد؟

برای مثال پاسخ یکی از مدیران به این شکل بود:

«بر اساس تجربه بنده در بانک دی با توجه به شرایط اقتصادی موجود بانک‌ها همواره باید برای کاهش ریسک‌های احتمالی برنامه‌هایی داشته باشند و به بیانیه‌های بانک مرکزی و کمیته بازل توجه داشته باشند. برای افزایش اعتماد عمومی شرایط مالی بانک را در گزارش‌های مالی به خوبی ارائه دهند و هیئت‌مدیره با استقلال کامل بر این مهم با کمک کمیته حسابرسی و سایر افراد در بانک، نظارت داشته باشد. در این زمینه مالکان اصلی و سهامداران نیز هر چه قدرتمندتر باشند مسائل بانک را راحت‌تر حل می‌نمایند. بهتر است که بانک‌ها برای بهبود نظارت تمامی رویه‌های حاکمیت شرکتی را مورد توجه قرار دهند. هیچ بانکی نباید آیین حاکمیت شرکتی را زیر پا بگذارد، زیرا این مهم سبب کاهش اعتبار بانک در میان ذی‌نفعان کلیدی خود می‌گردد. با کاهش اعتبار بانک در میان ذی‌نفعان از اعتبار بانک در بین ذی‌نفعان کاسته می‌شود و رفته‌رفته عملکرد بانک‌ها ضعیف خواهد شد. این موارد تنها یک بعد از موارد تأثیرگذار بر عملکرد مالی مبتنی بر مسئولیت اجتماعی بانک‌هاست. علاوه بر این با توجه به مشکلات جامعه چنانچه بانک بتواند در حل مشکلات اقتصادی همچون تولید و

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]

اشتغال اثرگذار باشد، سبب افزایش توجه مردم به فعالیت‌های بانک می‌گردد. کمبود منابع هم سبب می‌شود تا برنامه‌های صرفه‌جویی آن‌ها علاوه بر بهبود عملکردشان مردم را به سوی خود بکشاند».

در این پاسخ عوامل مرتبط با حاکمیت شرکتی و معیارهای اقتصادی و زیست-محیطی با زیر مؤلفه‌های جداگانه برداشت می‌گردد.

در این مرحله با نظرخواهی از همه خبرگان شش محور اصلی شامل معیارهای مالی، معیارهای حاکمیت شرکتی، معیارهای اقتصادی، معیارهای اجتماعی، معیارهای مرتبط با کارکنان و معیارهای محیط‌زیست با تعدادی زیر مؤلفه شناسایی شدند که بعد از این مرحله با مطالعه ادبیات تحقیق به صورت جدول ذیل تکمیل گردد تا در مرحله دلفی فازی به تعیین میزان پایایی و پذیرش هر یک از ۴۳ مؤلفه زیر پرداخته شود:

جدول ۲: کدگذاری مؤلفه‌ها

کدگذاری محوری (ابعاد)	کدگذاری انتخابی (مقوله اصلی)	کدگذاری باز (مقوله‌ها یا پیشران‌ها)
عملکرد مالی با تأکید بر مسئولیت اجتماعی در بانک‌ها	مالی	نسبت‌های نقدینگی
		نسبت‌های سودآوری
		نسبت‌های فعالیت
		نسبت‌های اهرمی
		نسبت‌های بازار
		تکنیک‌های مدیریت هزینه در ابعاد مالی و غیرمالی
		تنوع‌بخشی درآمدها
	حاکمیت شرکتی	مدیریت ریسک
		کمیته حسابرسی
		استقلال هیئت‌مدیره
		قدرت مالکیت
		شفافیت مالی
		تبعیت از قوانین و مقررات نهادهای نظارتی ملی و بین‌المللی
	اقتصادی	بهبود عملکرد اقتصادی
		توجه به معیارهای اثربخشی، کارایی و صرفه اقتصادی عملیات
		حمایت از تولید پایدار
		حمایت از اشتغال پایدار
		رقابت با مؤسسات مالی و اعتباری
		پرداخت به‌موقع تسهیلات
		پرداخت تسهیلات متنوع
	اجتماعی	ارائه خدمات باکیفیت به مشتریان
		مزیت عملیاتی

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]

کدگذاری محوری (ابعاد)	کدگذاری انتخابی (مقوله اصلی)	کدگذاری باز (مقوله‌ها یا پیشران‌ها)
		وفاداری مشتریان
		خروج مشتریان
		خدمات پس از ارائه محصول
		تقویت مبارزه با فساد و جلوگیری از رانت، رشوه‌خواری و پول‌شویی
		حفظ حریم و اطلاعات خصوصی مشتریان
		رعایت و تبعیت از قوانین و مقررات جامعه
		رعایت اصول مربوط به اخلاق کسب‌وکار و رویه‌های منصفانه
	کارکنان	برگزاری دوره‌های آموزشی برای کارکنان
		مدیریت دانش
		سامانه ارزیابی عملکرد کارکنان
		تلاش جهت ایجاد محیط کاری سالم
		اطلاع‌رسانی در مورد استخدام و به‌کارگیری نیروی کار مجرب
		ارائه حقوق و دستمزد و بیمه درمانی مناسب به کارکنان
		تلاش در جهت بهبود روحیه کاری کارکنان
		استفاده از نظرات کارکنان و مشارکت آن‌ها در انجام فعالیت‌ها
		برخورداری کارکنان از بازنشستگی به‌موقع و دریافت مزایا
	محیط‌زیست	رعایت قوانین و مقررات مرتبط با محیط‌زیست
		تلاش در جهت کاهش تولید زباله
		سرمایه‌گذاری در پروژه‌های زیست‌محیطی
		تشویق عموم مردم به حفظ محیط‌زیست
		کاهش مصرف انرژی

برای تعیین میزان پایایی عوامل فوق از ضریب کاپای کوهن (شاخص کاپا) و نظرات دو کارشناس خبره بانکی به‌عنوان کدگذار و ارزیاب نهایی استفاده می‌شود:

$$Pi = (PAo - PAE)/ (1 - PAE)$$

مقدار PAo نمایانگر میزان توافق دو ارزیاب است. مقدار PAE نیز نمایانگر میزان توافق مورد انتظار است. چنانچه مقدار این ضریب از ۰,۷ بیشتر باشد پایایی وجود دارد. با توجه به اینکه دو کدگذار نظر یکسانی در مورد متغیرها داشتند و مؤلفه‌ها مورد پذیرش هر دو کدگذار قرار گرفته، لذا میزان ضریب کاپای کوهن ۱۰۰ درصد می‌باشد.

تعیین آستانه پذیرش مؤلفه‌ها با روش دلفی فازی

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]

در این مرحله از نظرات ۲۰ نفر از خبرگان با مشخصه‌های زیر استفاده شد:

جدول ۳: مشخصات پاسخ‌دهندگان دلفی فازی

ردیف	جنسیت	سمت	تحصیلات	سابقه کاری بانکی
۱	مرد	رئیس هیات مدیره	دکترای حسابداری	۱۶
۲	مرد	رئیس بانک شعبه مستقل	کارشناسی ارشد حسابداری	۳۲
۳	مرد	رئیس بانک شعبه ممتاز	کارشناسی ارشد مدیریت	۲۹
۴	مرد	رئیس بانک	دانشجوی دکترای حسابداری	۲۳
۵	مرد	رئیس بانک	کارشناسی ارشد حسابداری	۱۹
۶	زن	حسابرس بانک	کارشناسی ارشد حسابداری	۱۰
۷	زن	حسابرس بانک	کارشناسی ارشد حسابداری	۱۲
۸	مرد	حسابرس بانک	دکترای حسابداری	۱۶
۹	مرد	حسابرس بانک	دکترای اقتصاد	۱۶
۱۰	مرد	کارمند ستادی بانک	کارشناسی ارشد حسابداری	۱۱
۱۱	مرد	کارمند ستادی بانک	کارشناسی ارشد حسابداری	۱۳
۱۲	مرد	کارمند اعتبارات بانک	کارشناسی ارشد حسابداری	۱۰
۱۳	مرد	کارمند اعتبارات بانک	کارشناسی ارشد حسابداری	۸
۱۴	مرد	کارمند ستادی بانک	کارشناسی ارشد حسابداری	۱۷
۱۵	مرد	کارمند ستادی بانک	کارشناسی ارشد حسابداری	۱۲
۱۶	مرد	کارمند صندوق بانک	کارشناسی ارشد حسابداری	۱۵
۱۷	مرد	کارمند اعتبارات بانک	کارشناسی ارشد حسابداری	۱۴
۱۸	مرد	کارمند ارزی بانک	کارشناسی ارشد حسابداری	۱۸
۱۹	مرد	معاون بانک	کارشناسی ارشد حسابداری	۲۱
۲۰	مرد	کارمند بانک	کارشناسی ارشد حسابداری	۱۱

در این مرحله ابتدا خبرگان به بررسی روایی دقیق مؤلفه‌ها پرداختند و مؤلفه‌ها نهایی شدند، سپس به بیان اهمیت هر یک از موارد در قالب دلفی فازی ۷ درجه اشاره شد تا در نهایت میزان اجماع بر هر یک از مؤلفه‌ها مشخص شود.

جدول ٤: اعداد فازی مثلثی معادل طیف لیکرت ۷ درجه

کاملاً بااهمیت			خیلی بااهمیت			بااهمیت			متوسط			بی‌اهمیت			خیلی بی‌اهمیت			کاملاً بی‌اهمیت		
۱	۱	۰/۹	۱	۰/۹	۰/۷۵	۰/۹	۰/۷۵	۰/۵	۰/۷۵	۰/۵	۰/۳	۰/۵	۰/۳	۰/۱	۰/۳	۰/۱	۰	۰/۱	۰	۰

منبع: (حبیبی و همکاران، ۲۰۱۵)

ابتدا پاسخ‌های خبرگان در قالب اعداد فازی به شرح زیر وارد جدول می‌شوند:

جدول ۵: کمی سازی نظرات خبرگان در قالب اعداد فازی (نمونه پاسخ کارشناس ۱، ۱۰ و ۲۰ برای مؤلفه اول و آخر)

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]

مؤلفه‌های عملکرد مبتنی بر مسئولیت اجتماعی	نظر کارشناس خبره ۱			نظر کارشناس خبره ۱۰			نظر کارشناس خبره ۲۰		
	L	M	N	L	M	N	L	M	N
نسبت‌های نقدینگی	۰/۹	۱	۱	۰/۹	۱	۱	۰/۹	۱	۱
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
کاهش مصرف انرژی	۰/۹	۱	۱	۰/۹	۱	۱	۰/۹	۱	۱

پس‌ازاین مرحله محاسبات فازی انجام می‌شوند:

جدول ٦: محاسبات فازی نظرات خبرگان برای مؤلفه اول و آخر

مؤلفه‌های عملکرد مبتنی بر مسئولیت اجتماعی	جمع فازی			میانگین فازی		
	∑L	∑M	∑N	∑L/20	∑M/20	∑N/20
نسبت‌های نقدینگی	۱۶/۹۰	۱۹/۲۰	۱۹/۸۰	۰/۸۵	۰/۹۷	۰/۹۹
...	...	...	...	...	...	...
کاهش مصرف انرژی	۱۸	۲۰	۲۰	۰/۹۰	۱	۱

پس‌ازاین مرحله موارد مورد پذیرش نهایی مشخص می‌شوند:

جدول ۷: موارد پذیرش نهایی

زیر مؤلفه‌ها	میانگین نهایی	نتیجه نهایی
	∑ L+∑M+∑N/3	اگر میانگین نهایی>۰,۷=پذیرش
نسبت‌های نقدینگی	۰/۹۲	Accept
نسبت‌های سودآوری	۰/۹۷	Accept
نسبت‌های فعالیت	۰/۷۹	Accept
نسبت‌های اهرمی	۰/۷۴	Accept
نسبت‌های بازار	۰/۸۹	Accept
تکنیک‌های مدیریت هزینه در ابعاد مالی و غیرمالی	۰/۹۷	Accept
تنوع‌بخشی درآمدها	۰/۹۷	Accept
مدیریت ریسک	۰/۹۷	Accept
کمیته حسابرسی	۰/۹۷	Accept
استقلال هیئت‌مدیره	۰/۹۲	Accept
قدرت مالکیت	۰/۸۲	Accept
شفافیت مالی	۰/۹۰	Accept
تبعیت از قوانین و مقررات نهادهای نظارتی ملی و بین‌المللی	۰/۹۷	Accept
بهبود عملکرد اقتصادی	۰/۹۰	Accept

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]

زیر مؤلفه‌ها	میانگین نهایی	نتیجه نهایی
	∑ L+∑M+∑N/3	اگر میانگین نهایی>۰,۷=پذیرش
توجه به معیارهای اثربخشی، کارایی و صرفه اقتصادی عملیات	۰/۹۷	Accept
حمایت از تولید پایدار	۰/۹۲	Accept
حمایت از اشتغال پایدار	۰/۹۶	Accept
رقابت با مؤسسات مالی و اعتباری	۰/۹۰	Accept
پرداخت به‌موقع تسهیلات	۰/۹۵	Accept
پرداخت تسهیلات متنوع	۰/۷۹	Accept
ارائه خدمات باکیفیت به مشتریان	۰/۹۷	Accept
مزیت عملیاتی	۰/۸۲	Accept
وفاداری مشتریان	۰/۹۷	Accept
خروج مشتریان	۰/۷۲	Accept
خدمات پس از ارائه محصول	۰/۹۷	Accept
تقویت مبارزه با فساد و جلوگیری از رانت، رشوه‌خواری و پول‌شویی	۰/۹۵	Accept
حفظ حریم و اطلاعات خصوصی مشتریان	۰/۹۰	Accept
رعایت و تبعیت از قوانین و مقررات جامعه	۰/۹۶	Accept
رعایت اصول مربوط به اخلاق کسب‌وکار و رویه‌های منصفانه	۰/۹۲	Accept
برگزاری دوره‌های آموزشی برای کارکنان	۰/۹۵	Accept
مدیریت دانش	۰/۹۷	Accept
سامانه ارزیابی عملکرد کارکنان	۰/۷۴	Accept
تلاش جهت ایجاد محیط کاری سالم	۰/۸۹	Accept
اطلاع‌رسانی در مورد استخدام و به‌کارگیری نیروی کار مجرب	۰/۸۹	Accept
ارائه حقوق و دستمزد و بیمه درمانی مناسب به کارکنان	۰/۷۲	Accept
تلاش در جهت بهبود روحیه کاری کارکنان	۰/۹۰	Accept
استفاده از نظرات کارکنان و مشارکت آن‌ها در انجام فعالیت‌ها	۰/۹۶	Accept
برخورداری کارکنان از بازنشستگی به‌موقع و دریافت مزایا	۰/۹۲	Accept
رعایت قوانین و مقررات مرتبط با محیط‌زیست	۰/۹۷	Accept
تلاش در جهت کاهش تولید زباله	۰/۹۰	Accept
سرمایه‌گذاری در پروژه‌های زیست‌محیطی	۰/۹۵	Accept
تشویق عموم مردم به حفظ محیط‌زیست	۰/۹۰	Accept
کاهش مصرف انرژی	۰/۹۷	Accept

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]

مدل‌سازی ساختاری تفسیری

در ادامه مدل‌سازی ساختاری تفسیری ISM شاخص‌های عملکرد بانک‌ها انجام می‌شود:

جهت شروع فرآیند تجزیه‌وتحلیل داده‌ها بر مبنای تکنیک ISM، یک ماتریس ۶ در ۶ شامل شاخص‌های عملکرد بانک‌ها در قالب فرم پرسشنامه در اختیار خبرگان قرار داده شد که آن‌ها بر اساس اصول تکنیک ISM این ماتریس را تکمیل نمودند.

به دست آوردن ماتریس خود تعاملی ساختاری (SSIM) شاخص‌های عملکرد بانک‌ها

با توجه به مؤلفه‌های عوامل شش‌گانه مؤثر بر عملکرد بانک‌ها، ماتریس خودتعاملی ساختاری به صورت جدول زیر می‌باشد. از خبرگان در این زمینه خواسته شد تا نظر خود را در رابطه با روابط دوبه‌دوی میان این عوامل بیان نمایند.

جدول ۸: ماتریس خود تعاملی ساختاری شاخص‌های عملکرد بانک‌ها

علائم راهنما			شاخص‌های عملکرد بانک‌ها					
V: یعنی i بر j تأثیر می‌گذارد. A: یعنی i از j تأثیر می‌پذیرد. X: یعنی i و j تأثیر متقابل دارند. O: یعنی i و j بر یکدیگر بی‌تأثیرند.	i عامل / j عامل		مالی	محیط‌زیست	اقتصادی	اجتماعی	کارکنان	حاکمیت شرکتی
	شاخص‌های عملکرد بانک‌ها	مالی	*					
		محیط‌زیست	*	*				
		اقتصادی	*	*	*			
		اجتماعی	*	*	*	*		
		کارکنان	*	*	*	*	*	
		حاکمیت شرکتی	*	*	*	*	*	*

با تبدیل نمادهای ماتریس SSIM به اعداد صفر و یک بر اساس زیر ماتریس دستیابی اولیه بدست می‌آید.

اگر نماد خانه ij حرف V باشد در آن خانه عدد ۱ و در خانه قرینه عدد صفر گذاشته می‌شود.

اگر نماد خانه ij حرف A باشد در آن خانه عدد صفر و در خانه قرینه عدد ۱ گذاشته می‌شود.

اگر نماد خانه ij حرف X باشد در آن خانه عدد ۱ و در خانه قرینه نیز عدد ۱ گذاشته می‌شود.

اگر نماد خانه ij حرف O باشد در آن خانه عدد صفر و در خانه قرینه نیز عدد صفر گذاشته می‌شود.

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]

بعد از جمع‌آوری نظرات همه خبرگان، اعداد صفر و یک همه ماتریس‌ها با یکدیگر جمع می‌شود. در پرسشنامه ISM مبنای تلفیق نظرات خبرگان را مد پرسشنامه قرار می‌دهیم.

بدست آوردن ماتریس دستیابی شاخص‌های عملکرد بانک‌ها

جدول ۹: جمع‌بندی نظرهای خبرگان در مورد روابط میان شاخص‌های عملکرد بانک‌ها

	مالی	محیط‌زیست	اقتصادی	اجتماعی	کارکنان	حاکمیت شرکتی
مالی		۲۴	۳۵	۳۴	۳۰	۳۵
محیط‌زیست	۳۰		۲۹	۲۸	۳۲	۳۱
اقتصادی	۲۸	۳۴		۲۹	۳۱	۲۶
اجتماعی	۳۱	۳۶	۲۳		۲۷	۲۹
کارکنان	۲۶	۳۱	۳۴	۳۶		۲۵
حاکمیت شرکتی	۲۹	۳۴	۲۷	۳۰	۳۴	

با توجه به نظرات تجمیعی ۱۵ خبره، ماتریس دسترسی اولیه[۱] به شرح زیر است، به بیان ساده عدد مد در جدول بالا ملاک ارزیابی قرار می‌گیرد که برابر است با ۳۴ بدین منظور اعداد جدول زیر را با مد ۳۴ مقایسه می‌کنیم و اعدادی که از ۳۴ بزرگ‌تر هستند را برابر ۱ قرار می‌دهیم و اعدادی که از ۳۴ کوچک‌تر هستند را عدد ۰ قرار می‌دهیم. لازم به ذکر است که تمامی مراحل گفته شده در این بخش با استفاده از نرم‌افزار MATLAB انجام شده است.

جدول ۱۰: ماتریس دسترسی اولیه شاخص‌های عملکرد بانک‌ها

	مالی	محیط‌زیست	اقتصادی	اجتماعی	کارکنان	حاکمیت شرکتی
مالی	۰	۰	۱	۱	۰	۱
محیط‌زیست	۰	۰	۰	۰	۰	۰
اقتصادی	۰	۱	۰	۰	۰	۰
اجتماعی	۰	۱	۰	۰	۰	۰
کارکنان	۰	۰	۱	۱	۰	۰
حاکمیت شرکتی	۰	۱	۰	۰	۱	۰

۱ Initial reachability matrix

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]

سازگار کردن ماتریس دستیابی شاخص‌های عملکرد بانک‌ها

ماتریس دستیابی اولیه باید این قانون بررسی شود که اگر i,j=1, j,k=1–> i,k=1؛ یعنی اگر معیار A با معیار B رابطه داشته باشد و معیار B نیز با معیار C رابطه داشته باشد، آنگاه معیار A نیز باید با C رابطه داشته باشد. خانه‌هایی که با علامت ۱* مشخص شده‌اند، نشان می‌دهند که در ماتریس دسترسی اولیه صفر بوده و پس از سازگاری عدد یک گرفته‌اند.

جدول ۱۱: ماتریس دسترسی سازگار شده شاخص‌های عملکرد بانک‌ها

	مالی	محیط‌زیست	اقتصادی	اجتماعی	کارکنان	حاکمیت شرکتی
مالی	۱	۱*	۱	۱	۱*	۱
محیط‌زیست	۰	۱	۰	۰	۰	۰
اقتصادی	۰	۱	۱	۰	۰	۰
اجتماعی	۰	۱	۰	۱	۰	۰
کارکنان	۰	۱*	۱	۱	۱	۰
حاکمیت شرکتی	۰	۱	۱*	۱*	۱	۱

بعد از محاسبه ماتریس دسترسی اولیه، ماتریس دسترسی نهایی[۱] برای ابعاد با در نظر گرفتن رابطه تسری بدست می‌آید تا ماتریس دستیابی اولیه سازگار شود. برای محاسبه تراوایی از ضرب بولی ماتریس‌ها به نحو زیر می‌توان استفاده کرد (یعنی ماتریس دسترسی اولیه A، n بار در خودش ضرب می‌شود تا پایدار شود).

$$An-۱=An$$
$$SSIM=Boolean\ (An-۱=An)$$

که SSIM، ماتریس خود تعاملی ساختاری می‌باشد.

بدست آوردن ماتریس دستیابی نهایی شاخص‌های عملکرد بانک‌ها

با توجه به موارد فوق، ماتریس دسترسی نهایی به شرح زیر می‌باشد:

جدول ۱۲: ماتریس دستیابی نهایی شاخص‌های عملکرد بانک‌ها

	مالی	محیط‌زیست	اقتصادی	اجتماعی	کارکنان	حاکمیت شرکتی
مالی	۱	۱	۱	۱	۱	۱
محیط‌زیست	۰	۱	۰	۰	۰	۰

۱ Final Reachability Matrix

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]

	مالی	محیط‌زیست	اقتصادی	اجتماعی	کارکنان	حاکمیت شرکتی
اقتصادی	۰	۱	۱	۰	۰	۰
اجتماعی	۰	۱	۰	۱	۰	۰
کارکنان	۰	۱	۱	۱	۱	۰
حاکمیت شرکتی	۰	۱	۱	۱	۱	۱

ایجاد ماتریس قدرت نفوذ-وابستگی شاخص‌های عملکرد بانک‌ها

ماتریس دستیابی نهایی از لحاظ سازگاری مورد بررسی قرار گرفت و مشکلی از این لحاظ مشاهده نشد. در نهایت ستون قدرت نفوذ از جمع سطری و ستون وابستگی از جمع ستونی حاصل می‌شود و ماتریس قدرت نفوذ- وابستگی شکل می‌گیرد.

جدول ۱۳: ماتریس قدرت نفوذ-وابستگی شاخص‌های عملکرد بانک‌ها

	مالی	محیط‌زیست	اقتصادی	اجتماعی	کارکنان	حاکمیت شرکتی	قدرت نفوذ
مالی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۶
محیط‌زیست	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۱
اقتصادی	۰	۱	۱	۰	۰	۰	۲
اجتماعی	۰	۱	۰	۱	۰	۰	۲
کارکنان	۰	۱	۱	۱	۱	۰	۴
حاکمیت شرکتی	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۵
وابستگی	۱	۶	۴	۴	۳	۲	

سطح‌بندی عناصر ماتریس دستیابی شاخص‌های عملکرد بانک‌ها

سطح‌بندی ابعاد توسط نرم‌افزار MATLAB به شرح زیر گزارش شده است:

جدول ۱٤: سطح‌بندی شاخص‌های عملکرد بانک‌ها

سطح پنجم	سطح چهارم	سطح سوم	سطح دوم	سطح اول

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]

۲	[۴ و ۳]	۵	۶	۱

برای تعیین سطح هر یک از عوامل می‌بایست مجموعه عوامل خروجی، ورودی و مشترک آن‌ها مشخص شود. به همین منظور جدول سطح‌بندی طراحی می‌گردد.

جدول ۱۵: سطح‌بندی شاخص‌های عملکرد بانک‌ها (سطح یک)

شاخص‌های عملکرد بانک‌ها		۱	۲	۳	٤	٥	٦	خروجی	ورودی	سطح
		مالی	محیطزیست	اقتصادی	اجتماعی	کارکنان	حاکمیت شرکتی			
۱	مالی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱ و ۲ و ۳ و ۴ و ۵ و ۶	۱	۱
۲	محیطزیست	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۲	۱ و ۲ و ۳ و ۴ و ۵ و ۶	۲
۳	اقتصادی	۰	۱	۱	۰	۰	۰	۲ و ۳	۱ و ۳ و ۵ و ۶	۳
۴	اجتماعی	۰	۱	۰	۱	۰	۰	۲ و ۴	۱ و ۴ و ۵ و ۶	۴
۵	کارکنان	۰	۱	۱	۱	۱	۰	۲ و ۳ و ۴ و ۵	۱ و ۵ و ۶	۵
۶	حاکمیت شرکتی	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۲ و ۳ و ۴ و ۵ و ۶	۱ و ۶	۶

همان‌گونه که مشاهده می‌شود مجموعه خروجی و مجموعه مشترک عامل اول یعنی مالی یکسان هستند، بنابراین این عامل در سطح یک شاخص‌های عملکرد بانک‌ها قرار می‌گیرد، یعنی این عامل تأثیر چندانی بر سایر عوامل ندارد. با حذف این عامل و حذف شماره آن از مجموعه‌ها می‌توان عوامل سطح دوم را شناسایی نمود.

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]

جدول ۱۶: سطح‌بندی شاخص‌های عملکرد بانک‌ها (سطح دوم)

شاخص‌های عملکرد بانک‌ها		۲	۳	٤	٥	٦	خروجی	ورودی	سطح
		محیط‌زیست	اقتصادی	اجتماعی	کارکنان	حاکمیت شرکتی			
۲	محیط‌زیست	۱	۰	۰	۰	۰	۲	۲ و ۳ و ۴ و ۵ و ۶	۲
۳	اقتصادی	۱	۱	۰	۰	۰	۲ و ۳	۳ و ۵ و ۶	۳
۴	اجتماعی	۱	۰	۱	۰	۰	۲ و ۴	۴ و ۵ و ۶	۴
۵	کارکنان	۱	۱	۱	۱	۰	۲ و ۳ و ۴ و ۵	۵ و ۶	۵
۶	حاکمیت شرکتی	۱	۱	۱	۱	۱	۲ و ۳ و ۴ و ۵ و ۶	۶	۶

همان‌گونه که مشاهده می‌شود مجموعه خروجی و مجموعه مشترک عامل ششم یعنی حاکمیت شرکتی یکسان هستند، بنابراین این عامل در سطح دوم شاخص‌های عملکرد بانک‌ها قرار می‌گیرند.

پس از حذف عامل‌های سطح دوم و شماره‌های آن عوامل از مجموعه‌ها می‌توان عوامل سطح سه را مشخص کرد.

جدول ۱۷: سطح‌بندی شاخص‌های عملکرد بانک‌ها (سطح سوم)

شاخص‌های عملکرد بانک‌ها		۲	۳	٤	٥	خروجی	ورودی	سطح
		محیط‌زیست	اقتصادی	اجتماعی	کارکنان			
۲	محیط‌زیست	۱	۰	۰	۰	۲	۲ و ۳ و ۴ و ۵	۲
۳	اقتصادی	۱	۱	۰	۰	۲ و ۳	۳ و ۵	۳
۴	اجتماعی	۱	۰	۱	۰	۲ و ۴	۴ و ۵	۴
۵	کارکنان	۱	۱	۱	۱	۲ و ۳ و ۴ و ۵	۵	۵

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]

همان‌گونه که مشاهده می‌شود، مجموعه خروجی و مجموعه مشترک عامل پنجم یعنی کارکنان یکسان هستند، لذا این عوامل در سطح سوم شاخص‌های عملکرد بانک‌ها قرار می‌گیرند.

جدول ۱۸: سطح‌بندی شاخص‌های عملکرد بانک‌ها (سطح چهارم)

شاخص‌های عملکرد بانک‌ها		۲	۳	٤	خروجی	ورودی	سطح
		محیط‌زیست	اقتصادی	اجتماعی			
۲	محیط‌زیست	۱	۰	۰	۲	۲ و ۳ و ۴	۲
۳	اقتصادی	۱	۱	۰	۲ و ۳	۳	۳
۴	اجتماعی	۱	۰	۱	۲ و ۴	۴	۴

همان‌گونه که مشاهده می‌شود، مجموعه خروجی و مجموعه مشترک عامل‌های سوم و چهارم یعنی اقتصادی و اجتماعی یکسان هستند، بنابراین این عوامل در سطح چهارم شاخص‌های عملکرد بانک‌ها قرار می‌گیرند.

جدول ۱۹: سطح‌بندی شاخص‌های عملکرد بانک‌ها (سطح پنجم)

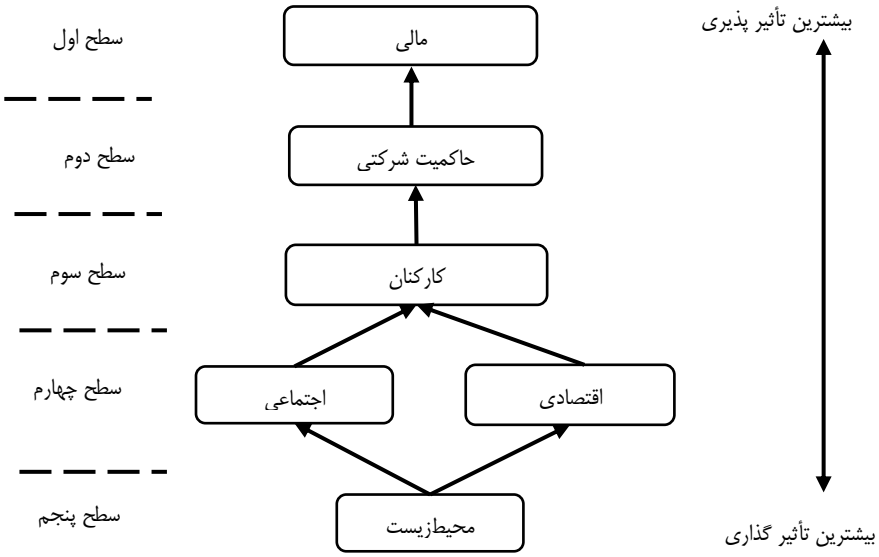
شاخص‌های عملکرد بانک‌ها		۲	خروجی	ورودی	سطح
		محیط‌زیست			
۲	محیط‌زیست	۱	۲	۲	۲

با حذف عوامل سوم و چهارم تنها یک عامل یعنی محیط‌زیست در سطح پنجم جای می‌گیرد.

رسم مدل تفسیری ساختاری شاخص‌های عملکرد بانک‌ها

در این مرحله بر اساس سطوح مختل مؤلفه‌ها، آن‌ها را بر اساس اولویت به دست آمده از بالا به پائین ترسیم می‌شود.

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]



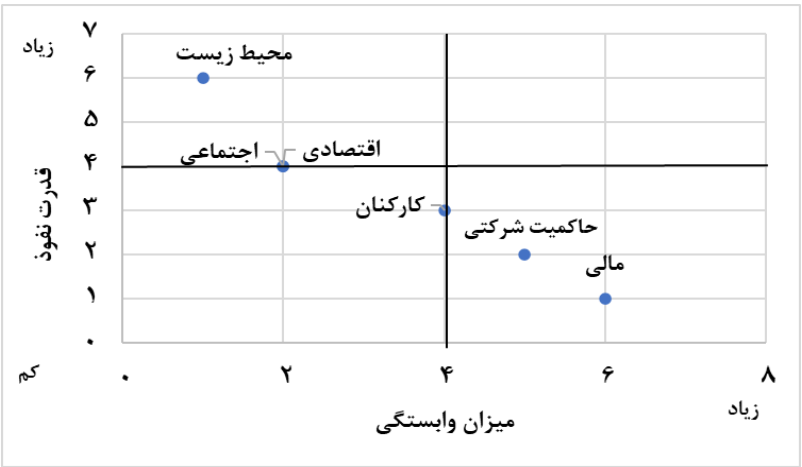
شکل ۱: مدل ساختاری تفسیری شاخص‌های عملکرد بانک‌ها

تجزیه‌وتحلیل قدرت نفوذ و میزان وابستگی (نمودار MICMAC) شاخص‌های عملکرد بانک‌ها با توجه به خروجی نرم‌افزار MATLAB و آزمون MICMAC به صورت زیر می‌باشد.

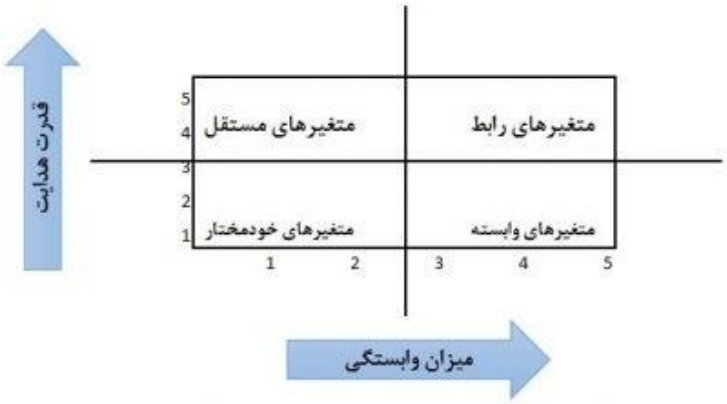
جدول ۲۰: قدرت نفوذ و میزان وابستگی (نمودار MICMAC) شاخص‌های عملکرد بانک‌ها

عوامل	مالی	محیطزیست	اقتصادی	اجتماعی	کارکنان	حاکمیت شرکتی
میزان وابستگی	۱	۶	۴	۴	۳	۲
قدرت نفوذ	۶	۱	۲	۲	۴	۵

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]



نمودار ۱: قدرت نفوذ و میزان وابستگی (نمودار MICMAC) شاخص‌های عملکرد بانک‌ها



نمودار ۲: قدرت هدایت و میزان وابستگی (نمودار MICMAC) متغیرها

هدف از تحلیل MICMAC بررسی و تحلیل نیروی نفوذ و نیروی وابستگی مؤلفه‌ها می‌باشد. در این تحلیل متغیرها به چهار دسته کلی تقسیم می‌شوند.

دسته اول شامل" متغیرهای خودمختار " می‌باشند. این دسته از مؤلفه‌ها نیروی وابستگی ضعیف و همچنین نیروی نفوذ ضعیفی دارند. مؤلفه‌هایی که در این دسته قرار می‌گیرند، تقریباً به صورت جدا از کل سیستم عمل می‌کنند. این مؤلفه‌ها اثر چندانی روی سایر مؤلفه‌ها ندارند. در واقع ارتباطات این مؤلفه‌ها با دیگر مؤلفه‌ها بسیار محدود و ناچیز است.

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]

دسته دوم شامل" متغیرهای وابسته " است که نیروی نفوذ ضعیفی دارند، با این وجود از نیروی وابستگی بالاتری نسبت به سایر مؤلفه‌ها برخوردارند.

دسته سوم شامل" متغیرهای پیوندی " است که از نیروی نفوذ قوی و همچنین نیروی وابستگی قدرتمندی برخوردارند. این متغیرها در حقیقت مؤلفه‌هایی هستند که بی‌ثبات می‌باشند، به این معنا که انجام هرگونه اقدامی در مورد این مؤلفه‌ها علاوه بر اینکه مستقیماً بر سایر مؤلفه‌ها اثر می‌گذارد، می‌تواند در قالب بازخورد از سایر مؤلفه‌ها بر خود مؤلفه نیز اثرگذار باشد.

دسته چهارم "متغیرهای مستقل " است که نیروی نفوذ قوی دارند، اما نیروی وابستگی آن‌ها ضعیف است که در واقع متغیرهای کلیدی هستند و با ایجاد تغییر در آن‌ها می‌توان بر بقیه متغیرها تأثیر گذاشت.

۵. بحث و نتیجه گیری

امروزه مسئولیت همه سازمان‌ها و شرکت‌ها با توجه به افزایش آگاهی مردم علاوه بر بعد مالی در ابعاد مختلف اقتصادی، اخلاقی، اجتماعی و زیست‌محیطی هم افزایش یافته است. مسئولیت اجتماعی به‌طور اجتناب‌ناپذیری به بخش مهمی از فعالیت هر سازمانی تبدیل شده است. این امر به‌ویژه در مورد بانک‌ها که متحمل ضررهای قابل توجهی در شهرت و اعتماد عمومی در پیامدهای بحران‌های مختلف جهانی شد، صدق می‌کند؛ بنابراین جای تعجب نیست که بانک‌ها در سراسر جهان همراه با بهبود عملکرد مالی همواره به دنبال اعلام فعالیت‌های خود از بعد مسئولیت‌های اجتماعی و موارد مرتبط هستند. هدف از این پژوهش تعیین شاخص‌های عملکرد مالی در بانک‌ها با رویکرد مسئولیت اجتماعی با استفاده از تجربیات افراد دست اول است. پژوهش حاضر دارای رویکرد پدیدارشناسانه و از نوع کاربردی ـ توسعه‌ای بوده که از طریق مصاحبه عمیق با ۵ نفر از مدیران بانکی انجام شده است. پاسخ‌ها در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و گزینشی مشخص و در نهایت با روش دلفی‌فازی میزان آستانه پذیرش هر مؤلفه مشخص شد. در این مرحله نیز از نظرات ۲۰ نفر از خبرگان حوزه بانکی استفاده شد. در مرحله پدیدارشناسی شش محور اصلی با تعداد ۴۳ زیر مؤلفه شامل معیارهای مالی (نسبت‌های مالی پنج‌گانه، تکنیک‌های مدیریت هزینه در ابعاد مالی و غیرمالی و تنوع‌بخشی درآمدها)، معیارهای حاکمیت شرکتی (مدیریت ریسک، کمیته حسابرسی،

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]

استقلال هیئت‌مدیره، قدرت مالکیت، شفافیت مالی و تبعیت از قوانین)، معیارهای اقتصادی (بهبود عملکرد اقتصادی، توجه به معیارهای اثربخشی، کارایی و صرفه اقتصادی عملیات، حمایت از تولید پایدار، حمایت از اشتغال پایدار، رقابت با مؤسسات مالی و اعتباری، پرداخت به‌موقع تسهیلات، پرداخت تسهیلات متنوع)، معیارهای اجتماعی (ارائه خدمات باکیفیت به مشتریان، مزیت عملیاتی، وفاداری مشتریان، خروج مشتریان، خدمات پس از ارائه محصول، تقویت مبارزه با فساد و جلوگیری از رانت، رشوه‌خواری و پول‌شویی، حفظ حریم و اطلاعات خصوصی مشتریان، رعایت و تبعیت از قوانین و مقررات جامعه و رعایت اصول مربوط به اخلاق کسب‌وکار و رویه‌های منصفانه)، معیارهای مرتبط با کارکنان (برگزاری دوره‌های آموزشی برای کارکنان، مدیریت دانش، سامانه ارزیابی عملکرد کارکنان، تلاش جهت ایجاد محیط کاری سالم، اطلاع‌رسانی در مورد استخدام و به‌کارگیری نیروی کار مجرب، ارائه حقوق و دستمزد و بیمه درمانی مناسب به کارکنان، تلاش در جهت بهبود روحیه کاری کارکنان، استفاده از نظرات کارکنان و مشارکت آن‌ها در انجام فعالیت‌ها و برخورداری کارکنان از بازنشستگی به‌موقع و دریافت مزایا) و معیارهای محیط‌زیست (رعایت قوانین و مقررات مرتبط با محیط‌زیست، تلاش در جهت کاهش تولید زباله، سرمایه‌گذاری در پروژه‌های زیست‌محیطی، تشویق عموم مردم به حفظ محیط‌زیست و کاهش مصرف انرژی) شناسایی شدند. ازاین‌رو عملکرد مالی مبتنی بر مسئولیت اجتماعی بانک‌ها شامل طیف وسیعی از مؤلفه‌ها خواهد بود که روز به روز و با توجه به شرایط موجود افزایش می‌یابند. سودآوری، مدیریت هزینه، تنوع‌بخشی درآمدها، مدیریت ریسک، کمیته حسابرسی، تبعیت از قوانین ملی و بین‌المللی، توجه به معیارهای هم‌افزایی، ارائه خدمات باکیفیت به مشتریان، وفاداری مشتریان، خدمات پس از ارائه محصول، مدیریت دانش، رعایت قوانین و مقررات مرتبط با محیط‌زیست و کاهش مصرف انرژی به‌عنوان مهم‌ترین مؤلفه‌ها شناسایی شدند. در نهایت با نظرخواهی از ۱۵ خبره دیگر قدرت نفوذ و میزان وابستگی شاخص‌های عملکرد بانک‌ها مشخص شد که بررسی و تحلیل نیروی نفوذ و نیروی وابستگی مؤلفه‌ها نشان داد که متغیرهای حاکمیت شرکتی و مالی به‌عنوان متغیرهای وابسته؛ متغیرهای اقتصادی، اجتماعی و محیط‌زیست متغیرهای مستقل و کارکنان به‌عنوان متغیر خودمختار در نظر گرفته شدند. نتایج تحقیق حاضر با پژوهش‌های ایسلام و همکاران (۲۰۲۴)؛ الشماری و همکاران (۲۰۲۲)؛ ایبید (۲۰۲۲)؛ اشرف و همکاران (۲۰۲۲)؛ دوی و همکاران (۲۰۲۰)؛ عبدالعلی پور و همکاران (۱۴۰۲) مبنی بر

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]

«متغیرهای محیط‌زیست، اجتماعی و اقتصادی، کارکنان، حاکمیت شرکتی و مالی بر مسئولیت اجتماعی اثرگذار است» تا حد زیادی همخوانی داشت. با توجه به مشخصات نوع متغیرها در تحلیل میک‌مک، از لحاظ تأثیرگذاری تحلیل مربوطه حاکی است به ترتیب ابتدا محیط‌زیست، (اجتماعی و اقتصادی) سپس کارکنان و در نهایت حاکمیت شرکتی و مالی تأثیر بیشتری بر سایر متغیرها را دارند که نشان‌دهنده اهمیت بالای مسئولیت اجتماعی در بانک‌ها می‌باشد. ازاین‌رو به منظور بهبود و ارتقای عملکرد مالی بانک‌ها به روسا و مدیران بانک‌ها توصیه می‌شود هر یک از موارد فوق را به ترتیب مورد توجه قرار دهند. ازآنجایی که سازمان‌ها و از جمله بانک‌ها راه گریزی از افزایش قوانین متعدد مرتبط با مسائل اقتصادی و اجتماعی، ندارند و باید عملکرد مالی خود را با در نظر گرفتن ابعاد مختلف مورد توجه ذی‌نفعان بهبود بخشند و توجه صرف به سودآوری در بلندمدت سبب کاهش اعتبار آن‌ها خواهد شد؛ از این‌رو پیشنهاد می‌شود نهادهای متولی همچون بانک مرکزی، مجلس شورای اسلامی و سازمان بورس اوراق بهادار و ... با همکاری یکدیگر، قوانین و بخشنامه‌هایی در جهت بهبود مسئولیت اجتماعی بانک‌ها تدوین و به بانک‌ها ابلاغ نمایند و با توجه به اینکه ارزش محتوایی مسئولیت اجتماعی برای ذی‌نفعان رو به افزایش است، بانک‌ها فعالیت‌های اجتماعی را همراه با سایر معیارها مورد توجه قرار دهند و بخشی از سود خود را برای انجام مسئولیت‌های اجتماعی اختصاص دهند و در جهت افزایش اعتبار بانک در گزارش‌های مالی به صورت شفاف افشا نمایند.

به محققان آتی پیشنهاد می‌شود که تأثیر هر یک از معیارهای شش‌گانه شناسایی شده را به صورت مقایسه‌ای بر متغیرهای کلیدی بانک‌ها همچون کفایت سرمایه، ریسک نقدینگی و سایر ریسک‌های بانکی بررسی نمایند. همچنین تأثیر هر یک از معیارها بر حجم معاملات سهام بانک‌ها، قیمت سهام شرکت‌ها و کیفیت گزارشگری مالی سبب غنای ادبیات پژوهش خواهد شد.

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]

منابع

۱. اسلام‌زاده، امید، حاجی‌نژاد، ابوالفضل، زارع، پریسا و صفاری، مهدی، (۱۴۰۰). کنترل‌های داخلی در بخش عمومی (دیدگاه نظری)، تهران، انتشارات ترمه.

۲. اسماعیل‌پور، مجید، صیادی، امرالله و دلواری احمدپور، مرضیه (۱۳۹۶). تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت در وفاداری به برند به واسطه اعتبار برند (مورد مطالعه، بانک صادرات ایران، شهر بوشهر). *فصلنامه علمی- پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین*، سال هفتم، ۶ ، شماره چهارم، بوشهر ۷۶-۵۷.

۳. آخوندی، پریسا، پورعلی، محمدرضا، سهرابی عراقی، محسن و علی خانی، رضیه (۱۴۰۲). رابطه گرایشات سهامداران و حمایت از گزارشگری پایدار با نقش میانجی ماکیاولیسم، *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، شماره ۴۸، صص ۹۱-۱۰۴.

۴. آزاده، سهیلا، اصلی زاده، احمد، خاکزار بفروئی، مرتضی و اعتمادی، احمدرضا. (۱۴۰۲). توسعه مدل پویای استراتژی بانک در شرایط عدم قطعیت با رویکرد پویایی‌شناسی سیستم. *راهبرد مدیریت مالی*، ۱۱(۲)، ۲۰۳-۲۲۶.

۵. پیربازاری، جلال، دل‌افروز، نرگس و قاسمی، قاسم، (۱۳۹۶)، تأثیر ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر واکنش مشتریان با تأکید بر هویت‌یابی و رضایت مشتریان، *اولین کنفرانس سالانه بین‌المللی مدیریت، اقتصاد و حسابداری نوین*.

۶. حساس یگانه، یحیی و برزگر، قدرت الله (۱۳۹۳). مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و پارادایم تحقیقاتی آن درحرفه حسابداری. *فصلنامه علمی-پژوهشی حسابداری مدیریت*، سال هفتم .شماره۲ ، صص ۱۳۳- ۱۰۹.

۷. رفیعی آتانی، عطاالله و نظری، مژگان (۱۳۹۵). رتبه‌بندی مصادیق و مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی در نظام بانکداری ایران بر اساس روش و فرایند تحلیل سلسله مراتبی گروهی. *نشریه علمی پژوهشی مدیریت فردا*. سال پانزدهم.

۸. سجادی، زانیار (۱۴۰۲). رابطه همبستگی درون صنعتی، تنوع سبد سهامداران عمده و عدم تقارن اطلاعاتی با تأکید بر نقش رقابت در بازار و استقلال هیئت مدیره. *مجله دانش حسابداری*، ۱۴(۱)، ۷۱-۹۱.

۹. سعادت مهر مسعود (۱۳۹۹). بررسی تأثیر هزینه‌های تبلیغات بر عملکرد بانک‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. مجله اقتصادی (دوماهنامه بررسی مسائل و سیاستهای اقتصادی). ۱۳۹۹; ۲۰ (۳ و ۴): ۱۳۷-۱۵۳

۱۰. شهابی، صالح، جمشیدی نوید، بابک، قنبری، مهرداد و هاشمی، سید رضا (۱۴۰۱)، بررسی تأثیر شدت هزینه‌های زیست‌محیطی اجباری و اختیاری بر عملکرد مالی در شرکت‌های پتروشیمی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، دوره ۱۱، شماره ۴۴، صفحه ۶۰-۴۵

۱۱. صفاخواه، ابوالفضل، فغانی ماکرانی، خسرو و فاضلی، نقی (۱۴۰۲)، بررسی تأثیر مدل‌های مختلف افشای اطلاعات مسئولیت‌های اجتماعی بر رابطه بین محدودیت‌های مالی و مالکیت خانوادگی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، شماره ۴۸، صص ۲۸۶-۲۷۱.

۱۲. صفی خانی، فهیمه، کاظمی، حسین و احتشام راثی، رضا، (۱۴۰۳)، اثر تعدیل کنندگی حاکمیت شرکتی بر ارتباط بین افشاء داوطلبانه و عملکرد مالی شرکتها، *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، جلد ۱۳، شماره ۵۱، صص ۲۳۳-۲۵۴.

۱۳. عبدالعلی پور، مینا و بوداقی خواجه نوبر، حسین و گلرد، پروانه و رستم زاده، رضا، (۱۴۰۲)، بررسی مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیک و پیامدهای آن در نظام بانکی کشور و ارائه مدل بومی، *فصلنامه اقتصاد کاربردی*، دوره ۱۳، شماره ۴۵.

۱۴. عرفانی، علیرضا و محمد مرادی، صدیقه، (۱۴۰۰)، مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی بانک‌ها در ایران، *فصلنامه پژوهش‌های پولی- بانکی*، سال چهاردهم، شماره ۴۹، پاییز ۱۴۰۰. ص ۵۶۰-۵۳۵.

۱۵. فخاری، حسین ، رضایی پیته نوئی، یاسر و نوروزی، محمد، (۱۳۹۵)، تأثیر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت بر

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]

کارایی سرمایه‌گذاری. *راهبرد مدیریت مالی*، چهارم، ۱۰۶،۸۵–۱۵.

۱۶. کرمی، غلامرضا ، قیومی، زهره و ابراهیمی کرد لر، علی، (۱۳۹۳)، ارزیابی شاخص افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و بررسی ارتباط این شاخص با عملکرد مالی بانک‌ها در ایران، *فصلنامه علمی – پژوهشی مدیریت اسلامی*، بیست و دوم، ۲، ۱۴۹–۱۳۱.

۱۷. محمدی محمد، همتی حسن و اشرفیان ایدا. (۱۴۰۲)، تأثیر سرمایه اجتماعی، سرمایه انسانی حسابرس بر پاداش حسابرس، دوره تصدی و چرخش حسابرس در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *دانش حسابرسی*. ۲۳ (۹۲): ۵–۴۲

۱۸. معبودی حمیدرضا، رضایی فرزین و کردستانی، غلامرضا. (۱۴۰۱)، تأثیر گزارشگری پایداری بر ارتباط بین کیفیت حسابرسی و سایر ساز وکارهای راهبری شرکتی با تکنیک‌های حسابداری مدیریت. *دانش حسابرسی*. ۲۲ (۸۸): ۲۱۹–۲۵۴.

۱۹. موسوی، سید احمد ، رضایی، فرزین و شاه ویسی، فرهاد، تبیین ایفای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و تأثیر آن بر خصوصیات کیفی اطلاعات مالی، *فصلنامه علمی – پژوهشی حسابداری مدیریت*، دهم، ۳۳، ۱۴۱–۸۹، ۱۳۹۵.

۲۰. مهرانی کاوه، مقیمی سیدمحمد و اسکندری قربان. (۱۳۹۸)، بررسی چالش ها و ضعف های دیوان محاسبات کشور در نظارت بر بخش بانکی و راهکارهای رفع آن. *دانش حسابرسی*. ۱۹ (۷۷): ۲۱–۳۷

۲۱. مهنانی، اکرم، ۱۳۹۷، بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و وفاداری مشتریان با نقش استانداردهای اخلاقی، رضایت و اعتماد مشتریان (مطالعه موردی مشتریان بانک‌های خصوصی شهرستان بجنورد)، مجله علمی تخصصی *چشم‌انداز حسابداری و مدیریت*، سال اول، شماره ۲، ص. ۳۸–۳۱.

۲۲. Abbass, Z. Benjelloun Andaloussi, O. and Rais, F. (۲۰۲۳), "The role of CSR practices in generating consumer perceived value: empirical evidence from Moroccan banking sector", Social Responsibility Journal, Vol. ۱۹ No. ۱۰, pp. ۱۸۰۹-۱۸۲۹.

۲۳. Achua, K. J. (۲۰۰۸). Corporate social responsibility in Nigerian banking system. Journal of Society and Business Review, ۳(۱), ۵۷-۷۱.

۲٤. Adnan Mustafa, S. Othman, A. R. Perumal, S. (۲۰۱۲). Corporate Social Responsibility and Company Performance in the Malaysian Context. Procedia - Social and Behavioral Sciences, ٦٥, ۸۹۷ – ۹۰٥.

۲٥. Al-Shammari, M.A. Banerjee, S.N. and Rasheed, A.A. (۲۰۲۲), "Corporate social responsibility and firm performance: a theory of dual responsibility", Management Decision, Vol. ٦۰ No. ٦, pp. ۱٥۱۳-۱٥٤۰.

۲٦. Ashraf, Z. Afshan, G. and Sahibzada, U.F. (۲۰۲۲), "Unpacking strategic corporate social responsibility in the time of crisis: a critical review", Journal of Global Responsibility, Vol. ۱۳ No. ۲, pp. ۱۲۷-۱٥٦.

۲۷. Austin, J. Gutierrez, R. Ogliastri, E. & Reffricco, E. (۲۰۰٦). Effective management of social enterprises. Lessons from Business & Civil Society Organizations in Iberoamerica. Harvard University Press.

۲۸. Bahta, D. Yun, J. Islam, M.R. and Ashfaq, M. (۲۰۲۱), "Corporate social responsibility, innovation capability and firm performance: evidence from SME", Social Responsibility Journal, Vol. ۱۷ No. ٦, pp. ۸٤۰-۸٦۰.

۲۹. Ben Salah, O. and Ben Amar, A. (۲۰۲۲), "Does corporate social responsibility affect dividend policy? Empirical evidence in the French context", Journal of Global Responsibility, Vol. ۱۳ No. ۳, pp. ۲٦۸-۲۸۹.

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]

۳۰. Carroll, A. and Shabana, K. (۲۰۱۰),"The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, researches and practice", International Journal of Management Reviews.

۳۱. Dahlsrud, A. (۲۰۰۸). How corporate social responsibility is defined: An analysis of ۳۷ definitions. Corporate social responsibility and environmental management, ۱۵(۱), ۱ -۱۳.

۳۲. Dell'Atti, Stefano; Trotta, Annarita; Iannuzzi, Antonia Patrizia; and Demaria, Federica (۲۰۱۷). Corporate Social Responsibility Engagement as a Determinant of Bank Reputation: An Empirical Analysis. Corporate Social Responsibility and Environmental Management Corp. Soc. Responsib. Environ. Mgmt.

۳۳. Devie, D. Liman, L.P. Tarigan, J. and Jie, F. (۲۰۲۰), "Corporate social responsibility, financial performance and risk in Indonesian natural resources industry", Social Responsibility Journal, Vol. ۱۶ No. ۱, pp. ۷۳-۹۰.

۳۴. Dusuki, A. and Abdullah, N. (۲۰۰۷). Why do Malaysia customers patronise Islamic banks? International Journal of Bank marketing, ۲۵ (۳), pp. ۱۴۲-۱۶۰.

۳۵. Ebaid, I.E.S. (۲۰۲۲), "Corporate governance mechanisms and corporate social responsibility disclosure: evidence from an emerging market", Journal of Global Responsibility, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print.

۳۶. Gangi, F. Mustilli, M. and Varrone, N. (۲۰۱۹), "The impact of corporate social responsibility (CSR) knowledge on corporate financial performance: evidence from the European banking industry", Journal of Knowledge Management, Vol. ۲۳ No. ۱, pp. ۱۱۰-۱۳۴.

۳۷. Haniffa, R. & Hudaib, M. (۲۰۰۷). Exploring the Ethical Identity of Islamic Banks via Communication in Annual Reports. Journal of Business Ethics.

۳۸. Huang G, To W. M. (۲۰۱۸), Importance-performance ratings of corporate social responsibility practices by employees in Macao's gaming industry. International Journal of Contemporary Hospitality Management. ۲۰۱۸ Sep ۱۰;۳۰(۹):۲۸۷۰-۸۷.

۳۹. Hung, I. L, Chou DW, Lai CW. (۲۰۱۹), Financial performance and corporate social responsibility: Empirical evidence from Taiwan. Asia Pacific Management Review. ۲۰۱۹ Mar ۱;۲۴(۱):۶۱-۷۱.

۴۰. Islam, M.F. Mofiz Uddin, M.M. and Rahman, M.M. (۲۰۲۴), "Factors affecting retailer social responsibility: a PLS-SEM approach in the context of Bangladesh", Social Responsibility Journal, Vol. ۲۰ No. ۳, pp. ۶۰۵-۶۲۵.

۴۱. Kim, Y. Park, M. S. Wier, B. (۲۰۱۲). "Is earnings quality associated with corporate social responsibility?", ۷۶۱–۷۹۶, The Accounting Review ۸ (۳).

۴۲. Lai, C. S. Chiu, C. J. Yang, C. F. & Pai, D. C. (۲۰۱۰). The effects of corporate social responsibility on brand performance: The mediating effect of industrial brand equity and corporate reputation. Journal of business ethics, ۹۵(۳), ۴۵۷-۴۶۹.

۴۳. Lentner, c. Szegedi, k. & Tatay, T. (۲۰۱۵). Corporate Social Responsibility in the Banking Sector. Public Finance Quarterly, ۹۵-۱۰۳.

۴۴. McKinley,A (۲۰۰۸) The Drivers And Performance Of Corporate Environmental And Social Responsibility In The Canadian Mining Industry, master thesis Geography Department and Center for Environment University of Toronto.

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]

٤٥. Miladi, E. and Chouaibi, J. (٢٠٢٢), "Does CEO power moderate the link between corporate social responsibility and bank earnings management", Journal of Global Responsibility, Vol. ١٣ No. ٢, pp. ١٩٧-٢١٦.

٤٦. Molina. M (٢٠١٠) The Corporate Role in a Changing Society: A Model of Sensemaking and of Firm Characterization, PHD Thesis, Business School, Universitat Ramon Llull.

٤٧. Partalidou, X. Zafeiriou, E. Giannarakis, G. and Sariannidis, N. (٢٠٢٠), "The effect of corporate social responsibility performance on financial performance: the case of food industry", Benchmarking: An International Journal, Vol. ٢٧ No. ١٠, pp. ٢٧٠١-٢٧٢٠.

٤٨. Poddi, L. & Vergalli, S. (٢٠٠٩). "Does Corporate Social Responsibility Affect the Performance of Firms?". FEEM Working Paper NO,٥٢.

٤٩. Singh, K. Abraham, R. Yadav, J. Agrawal, A.K. and Kolar, P. (٢٠٢٣), "Linking CSR and organizational performance: the intervening role of sustainability risk management and organizational reputation", Social Responsibility Journal, Vol. ١٩ No. ١٠, pp. ١٨٣٠-١٨٥١.

٥٠. Wang, C. -H. Chen, K. -Y. Chen, S. C. (٢٠١٢). Total quality management, market orien-tation and hotel performance: the moderating effects of external environmentalfactors. IJHM ٣١ (١), ١١٩–١٢٩.

٥١. Wu, M. W. (٢٠١٣). The Role of Banking in Corporate Social Responsibility. Journal of Applied Econimics and Businesess Research, ١٠٣-١١٥.

٥٢. Zhou, H. Hou, Y. and Wang, H. (٢٠٢٤), "Research on the social responsibility performance and its contributing factors to multinational corporations in China", Social Responsibility Journal, Vol. ٢٠ No. ٣, pp. ٤٠٥-٤٢٦.

[Downloaded from danesh.dmk.ir on 2026-11-12]