

مسئولیت اجتماعی و گزارشگری آن در شرکت‌های دارویی: با تاکید بر اقدام‌های مسئولیت‌پذیرانه مرتبط با ویروس کرونا

منصور سرفراز^۱ غلامحسین اسدی^۲ رافیک باغومیان^{۳*} حمیده اثنی‌عشری^۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۵/۱۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۲/۰۵

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی گزارشگری اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی در مواجهه با ویروس کرونا انجام شده است. بدین‌منظور با استفاده از روش تحلیل محتوا طی بازه زمانی اسفند ۱۳۹۸ الی مهر ۱۴۰۰ به بررسی گزارش‌های شرکت‌های دارویی در این زمینه پرداخته شد. جامعه آماری پژوهش شامل ۳۸ شرکت دارویی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد که با پالایش جامعه مذکور با استفاده از روش حذفی سیستماتیک، تعداد ۲۹ شرکت انتخاب شده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد گزارشگری اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی در مواجهه با ویروس کرونا بر افشای اقدام‌های مرتبط با بعد کارکنان متمرکز بوده است. همچنین بیشتر گزارش‌های منتشرشده در این زمینه به‌صورت گذشته‌نگر، با محتوای کیفی، به‌صورت متنی و از طریق سامانه کدال انجام شده است. نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش نیز اگرچه حاکی از نبود تفاوت معنادار بین افشای اطلاعات ابعاد مختلف اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی (ابعاد جامعه، کارکنان و اقتصادی) در مواجهه با ویروس کرونا است اما، تفاوت معناداری در افشای اطلاعات مذکور بین افق‌های زمانی مختلف، بین معیارهای اندازه‌گیری متفاوت، بین نحوه افشای مختلف و بین محل افشای مختلف وجود دارد. نتایج پژوهش می‌تواند به نهادهای نظارتی در زمینه شناسایی نقاط ضعف و قوت موجود در

^۱ دانشجوی دکتری حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران. m.sarfaraz3640@gmail.com

^۲ دانشیار حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران. assadi4@gmail.com

^۳ استادیار حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران (نویسنده مسئول). rafikba@yahoo.com

^۴ استادیار حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران. h_asnaashari@sbu.ac.ir

گزارشگری اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی در مواجهه با ویروس کرونا یاری رساند.

واژه‌های کلیدی: مسئولیت اجتماعی شرکت، ویروس کرونا، گزارشگری، شرکت‌های دارویی

۱- مقدمه

با افزایش نگرانی‌ها در خصوص عملکرد اجتماعی شرکت‌ها و افزایش آگاهی ذینفعان در این زمینه، طی چند دهه اخیر گزارشگری اطلاعات غیرمالی از قبیل گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها^۱، در کانون توجه شرکت‌ها (پدرسون، ۲۰۰۶) و پژوهشگران (هوانگ و واتسون، ۲۰۱۵)، قرار گرفته است. بعضی پژوهشگران همچون اون (۲۰۰۵) ادعا می‌کنند که پس از رسوایی مالی شرکت انرون، گزارشگری مسئولیت اجتماعی به یکی از موضوع‌های اولویت‌دار شرکت‌ها تبدیل شده است. بررسی ادبیات موجود حاکی از آن است که بخش عمده‌ای از مطالعات به بررسی اینکه چه نوع شرکت‌هایی به گزارشگری مسئولیت اجتماعی مبادرت می‌ورزند و اینکه گزارشگری اجتماعی چگونه تصمیم‌ها و خروجی‌های ناشی از عملکرد یک شرکت را تغییر می‌دهد، متمرکز شده‌اند (هوانگ و واتسون، ۲۰۱۵). بخش عمده‌ای از جامعه مورد مطالعه پژوهش‌های مذکور نیز کشورهای توسعه‌یافته می‌باشد (ژو و ژانگ، ۲۰۱۵). به طوری که مطالعات محدودی در زمینه چشم‌انداز گزارشگری مسئولیت اجتماعی در کشورهای در حال توسعه انجام شده (بلال و مومین، ۲۰۰۹) و بخش عمده‌ای از مطالعات انجام شده بر کشورهای هم‌چون چین، کره جنوبی، هنگ‌کنگ و مالزی متمرکز شده است (اکروت و بن‌عثمان، ۲۰۱۳). این در حالی است که کشورهای در حال توسعه در اثر رویارویی با رشد اقتصادی سریع، رشد انفجاری جمعیت و گسترش شهرنشینی، با مشکلات اجتماعی و محیطی بسیاری مواجه هستند (کامپل لندروم و کروال، ۲۰۰۷). علاوه بر این، بعضی پژوهشگران همچون زینل و زین‌الدین (۲۰۱۳) معتقدند به دلیل متفاوت بودن سطح اهمیت موضوع‌ها و چالش‌های مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و محتوای گزارشگری مسئولیت اجتماعی در اقتصادهای توسعه‌یافته و در حال توسعه، لازم است توجه خاصی به گزارشگری مسئولیت اجتماعی در کشورهای در حال توسعه صورت پذیرد.

بر اساس استدلال‌ها و ادعاهای مطرح شده توسط پژوهشگران به شرح فوق، می‌توان چنین استنباط کرد که امروزه گزارشگری مسئولیت اجتماعی از اهمیت بالایی برخوردار است و اهمیت این موضوع در کشورهای در حال توسعه به دلیل چالش‌های اجتماعی موجود در این کشورها بیشتر است. شیوع ویروس کرونا نیز بر اهمیت مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و گزارشگری آن افزوده است. به طوری که سانچز و سانچز (۲۰۲۰) معتقدند پیامدهای اجتماعی، اقتصادی و بهداشتی ناشی از شیوع ویروس کرونا، نیاز به مشارکت همه بخش‌ها جهت روبه‌رو شدن با سناریویی که تاکنون تجربه نشده را مشهودتر نموده است. بنابراین با توجه به اهمیت و جایگاه بنگاه‌های اقتصادی در دنیای امروزی، انتظار می‌رود شرکت‌های فعال در هر جامعه، در راستای

¹ Corporate Social Responsibility Reporting (CSRR)

مسئولیت اجتماعی خود در زمینه رفع و کاهش آثار منفی ناشی از ویروس کرونا ایفای نقش نموده و به گزارشگری اقدام‌های خود در این زمینه بپردازند. در این راستا در پژوهش حاضر به بررسی گزارشگری اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی در مواجهه با ویروس کرونا پرداخته شده است.

لازم‌به‌ذکر است از آنجایی که ویروس کرونا به‌طور مستقیم با سلامت جامعه در ارتباط است شرکت‌های فعال در صنعت دارویی در خط مقدم مقابله با ویروس کرونا قرار دارند، از این رو مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی در دوره شیوع ویروس کرونا در مقایسه با سایر شرکت‌ها بسیار بیشتر است (دربیزکو و همکاران، ۲۰۲۰)، بنابراین شرکت‌های مذکور باید نقش مؤثرتری را در این زمینه ایفا نمایند. در واقع، چالش ناشی از شیوع ویروس کرونا، ناخواسته شرکت‌ها را در معرض آزمون میزان تعهد آنها به منشور اخلاق سازمانی و مسئولیت اجتماعی خود در قبال ذینفعان قرار داده است (هی و هاریس، ۲۰۲۰). به‌طوری‌که شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار مادرید^۱، اقدام‌هایی را در راستای محافظت از منافع سهامداران، مشتریان، کارکنان، عرضه‌کنندگان و سایر ذینفعان (آحاد جامعه) در دوره شیوع ویروس کرونا انجام داده و به گزارشگری آن پرداخته‌اند که از آن جمله می‌توان به ارائه برنامه اقدام در دوره شیوع ویروس کرونا^۲، تقویت فروش مجازی، تعدیل ساعت کاری پرسنل و ... اشاره نمود (سانچز و سانچز، ۲۰۲۰). شرکت‌های دارویی کشور نیز اقدام‌هایی را در این زمینه انجام داده و به گزارشگری آن پرداختند که از آن جمله می‌توان به تولید واکسن کرونا، توزیع ماسک و اقلام بهداشتی بین پرسنل، تشریح برنامه اقتصادی شرکت در دوره شیوع ویروس اشاره نمود.

از سوی دیگر، شرکت‌های فعال در صنعت دارویی کشور، همانند شرکت‌های خارجی به‌منظور ایفای مسئولیت اجتماعی خود، اقدام‌هایی را در راستای کاهش بخشی از مشکلات ناشی از شیوع ویروس کرونا انجام داده و اطلاعات این اقدام‌ها را گزارش نموده‌اند. علی‌رغم اهمیت موضوع، بررسی ادبیات موجود حاکی از نبود مطالعه‌ای فراگیر در زمینه تحلیل ماهیت و محتوای اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های فعال در صنعت دارویی کشور در زمینه کاهش آثار منفی ویروس کرونا و گزارشگری اقدام‌های یادشده است، لذا این پژوهش با هدف پوشش خلاء پژوهشی مذکور، انجام شده است.

۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

با توجه به ماهیت چند وجهی مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، در خصوص تعریف این مفهوم هیچگونه اتفاق نظری بین صاحب‌نظران وجود ندارد. در واقع با وجود اینکه ادبیات به‌نسبت

¹ Companies Listed on the Madrid Stock Exchange

² Company's action plan in the coronavirus pandemic period

قوی در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها وجود دارد، به دلیل اینکه مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت، مفهومی وسیع، پیچیده و در حال تکامل بوده و نگرش‌ها و ایده‌های متنوعی را شامل می‌شود، تعریف قوی و فراگیر عملیاتی از مفهوم مذکور ارائه نشده است، از این‌رو دامنه و مرزهای مفهومی آن در عمل بسیار مورد بحث و مناقشه است و تاکنون تعریف پذیرفته شده عمومی از مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ارائه نشده است (هیز و والکر، ۲۰۰۵؛ توماس و نوک، ۲۰۰۶). به طوری که در برخی موارد مفاهیمی همچون پایداری شرکتی^۱، شهروند شرکتی^۲، اخلاق تجاری^۳ و گزارشگری سه سطحی^۴ مترادف با مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت به کار گرفته می‌شوند (مون و همکاران، ۲۰۱۰). از این‌رو برخی پژوهشگران معتقدند بهتر است تا مفهوم مسئولیت اجتماعی به عنوان یک اصطلاح فراگیر که مجموعه‌ای از مفاهیم مرتبط را در برمی‌گیرد در نظر گرفته شود (ابنر و بام‌گارتز، ۲۰۰۶؛ لوسمر و لییم، ۲۰۱۷).

دالسرود (۲۰۰۸) با بررسی و تحلیل ۳۷ تعریف ارائه شده در زمینه مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت، در پژوهش‌های انجام شده طی بازه زمانی ۱۹۸۰ الی ۲۰۰۳، ادعا می‌کند که تعریف ارائه شده توسط کمیسیون جوامع اروپایی^۵ (۲۰۰۱) و همچنین انجمن کسب و کار جهانی برای توسعه پایدار^۶ (۱۹۹۹)، جزء تعاریف پر کاربرد در ادبیات حاکم بر این حیطه است. به طور مشخص، کمیسیون جوامع اروپایی (۲۰۰۱) مسئولیت اجتماعی را به عنوان مفهومی که شرکت‌ها از طریق آن، به صورت داوطلبانه جنبه‌های زیست‌محیطی و اجتماعی را در فعالیت‌های تجاری و تعامل‌های خود با ذینفعان دخیل می‌کنند، تعریف کرده است. انجمن کسب و کار جهانی برای توسعه پایدار (۱۹۹۹) نیز عنوان می‌کند که مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت به تعهد شرکت‌ها مبنی بر ایفای نقش در راستای تحقق توسعه اقتصادی پایدار و همچنین همکاری با کارکنان و خانواده‌های آنها، جوامع محلی و آحاد جامعه جهت بهبود کیفیت زندگی آنها اشاره دارد. دالسرود (۲۰۰۸) همچنین معتقد است به رغم وجود تعریف‌های متعدد از مفهوم مسئولیت اجتماعی، براساس تعریف‌های ارائه شده این نکته قابل استنباط است که بعد اجتماعی و بعد زیست‌محیطی، جزء ابعاد اصلی مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت هستند و ابعاد مربوط به سهامداران شرکت‌ها، بعد اخلاقی و بعد اقتصادی در زمره ابعاد فرعی مفهوم مذکور قرار می‌گیرند.

¹ Corporate Sustainability

² Corporate Citizenship

³ Business Ethic

⁴ Triple Bottom-Line Reporting

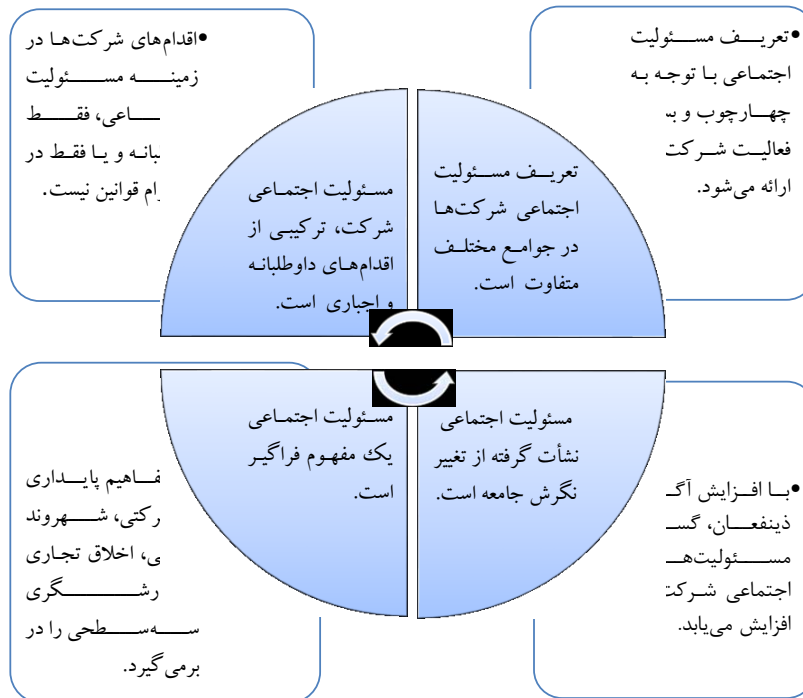
⁵ Commission of the European Communities

⁶ World Business Council for Sustainable Development

با توجه به تعاریف ارائه شده از مفهوم مسئولیت اجتماعی و گزارشگری آن، انتظار می‌رود شرکت‌های دارویی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران نیز در راستای ایفای مسئولیت اجتماعی خود در مواجهه با ویروس کرونا، با هدف بهبود کیفیت زندگی کارکنان و خانواده‌های آنها، آحاد جامعه و سایر ذینفعان، اقدام‌های لازم را در جهت کاهش آثار منفی شیوع ویروس کرونا انجام داده و اطلاعات این اقدام‌ها را افشا نمایند. در ضمن، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها صرفاً مبتنی بر بعد جامعه نیست؛ بلکه بعد اخلاقی، بعد اقتصادی و بعد کارکنان را نیز در بر می‌گیرد، از این رو به دلیل تاثیرگذاری مستقیم ویروس کرونا بر بعد کارکنان و بعد اقتصادی شرکت‌ها، در این پژوهش علاوه بر بعد جامعه، گزارشگری اطلاعات اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از نظر ابعاد مذکور نیز بررسی شده است.

با وجود اینکه تاکنون تعریف جهان‌شمولی از مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، ارائه نشده است، اما با توجه به تعاریف‌های ارائه‌شده در ادبیات حاکم بر این حیطه چند نکته مهم در خصوص تعریف این مفهوم وجود دارد که اغلب پژوهشگرها در مورد آنها اتفاق نظر دارند که خلاصه‌ای از این نکات در شکل شماره ۱ ارائه شده است.

شکل ۱: خلاصه‌ای از نکات مرتبط با تعریف مسئولیت اجتماعی (محقق ساخته)



با بررسی نظریه‌های پشتوانه مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، می‌توان نظریه‌های موجود در این زمینه را به دو دسته نظریه‌های دارای نگرش اجباری و نظریه‌های دارای نگرش اختیاری به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تقسیم نمود.

با بررسی دیدگاه صاحب‌نظرانی که از نظریه مشروعیت^۱، نظریه ذینفعان^۲، نظریه قرارداد اجتماعی^۳ و نظریه نهادی^۴ برای تحلیل چرایی پرداختن شرکت‌ها به مسئولیت اجتماعی می‌پردازند می‌توان اینگونه استنباط کرد که دیدگاه این گروه از صاحب‌نظران هم‌راستا با یکدیگر بوده و دارای نگرش اجباری به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها هستند؛ زیرا هر چهار گروه معتقدند شرکت‌ها جهت تداوم فعالیت، خلق ارزش، ایجاد مزیت رقابتی و بهبود اعتبار خود، ملزم به کسب مشروعیت اجتماعی، توجه به انتظارات ذینفعان مختلف، رعایت قرارداد اجتماعی ضمنی موجود بین شرکت و جامعه و همچنین انطباق فعالیت‌های خود با هنجارها و انتظارات جامعه هستند و این موضوع را از عوامل ترغیب شرکت‌ها در زمینه استقرار نظام مسئولیت اجتماعی و گزارشگری آن می‌دانند. به عبارت دیگر، این دسته از نظریه‌پردازان به صورت غیرمستقیم اقدام‌های شرکت‌ها در راستای ایفای مسئولیت اجتماعی را به عنوان اقدام‌های اجباری محسوب می‌کنند؛ زیرا تداوم فعالیت شرکت‌ها را منوط به ایفای مسئولیت اجتماعی‌شان می‌دانند. بنابراین انتظار می‌رود شرکت‌های فعال در جوامعی که ایفای مسئولیت اجتماعی و گزارشگری آن براساس پشتوانه‌های حاکم بر نظریه‌های دارای نگرش اجباری صورت می‌پذیرد، جهت گزارشگری اقدام‌های مسئولیت اجتماعی خود بیشتر بر افشای اطلاعات با استفاده از رویکرد گذشته‌نگر^۵، افشای اطلاعات با محتوای کیفی و افشای اطلاعات در قالب محتوای متنی متمرکز باشند. زیرا طبق نظریه‌های دارای نگرش اجباری، پیشگیری از عواقب ناشی از عدم ایفای مسئولیت اجتماعی و گزارشگری آن برای شرکت‌ها در مقایسه با کیفیت و اثربخشی گزارشگری مسئولیت اجتماعی حائز اهمیت بیشتری می‌باشد. لازم به ذکر است براساس ادبیات موجود از قبیل پژوهش هلفیا و همکاران (۲۰۱۸)، گزارش‌هایی که با استفاده از رویکرد گذشته‌نگر، با محتوای کیفی و در قالب متنی افشا می‌شوند، از کیفیت پایین‌تری برخوردار هستند. در ضمن، منظور از افشای اطلاعات با استفاده از رویکرد گذشته‌نگر این است که شرکت‌ها به افشای اطلاعات اقدامات مسئولیت اجتماعی خود در مواجهه با ویروس کرونا که تا تاریخ افشا عملیاتی نموده‌اند، بپردازند (از قبیل توزیع اقلام بهداشتی

^۱ Legitimacy Theory

^۲ Stakeholder Theory

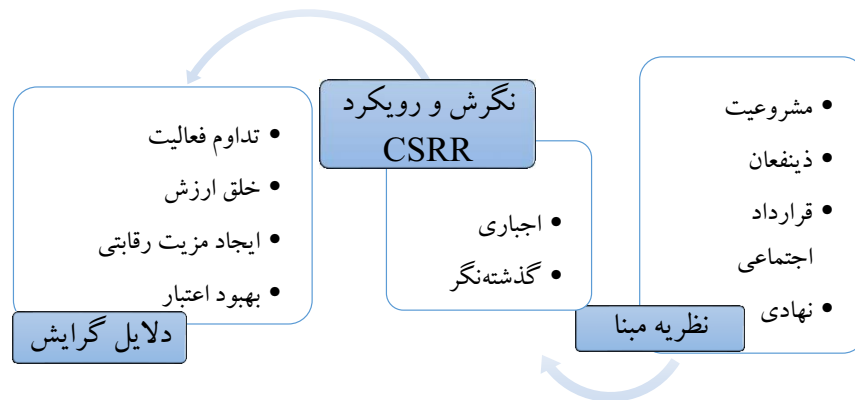
^۳ Social Contract Theory

^۴ Institutional Theory

^۵ نمونه‌هایی از افشاهای شرکت‌های دارویی که دارای رویکرد گذشته‌نگر و یا رویکرد آینده‌نگر هستند و همچنین افشاهای دارای محتوای کیفی، مقداری و پولی در قسمت مربوط به تشریح یافته‌های پژوهش ارائه شده است.

بین پرسنل). در مقابل منظور از افشای اطلاعات با استفاده از رویکرد آینده‌نگر این است که شرکت‌ها به افشای اطلاعات برنامه‌های خود در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکت در مواجهه با ویروس کرونا بپردازند (از قبیل تشریح برنامه شرکت جهت تولید واکسن کرونا و ...). خلاصه‌ای از نگرش نظریه‌پردازان مذکور در شکل شماره ۲ ارائه شده است:

شکل شماره ۲: خلاصه‌ای از نظریه‌های دارای نگرش اجباری (محقق ساخته)



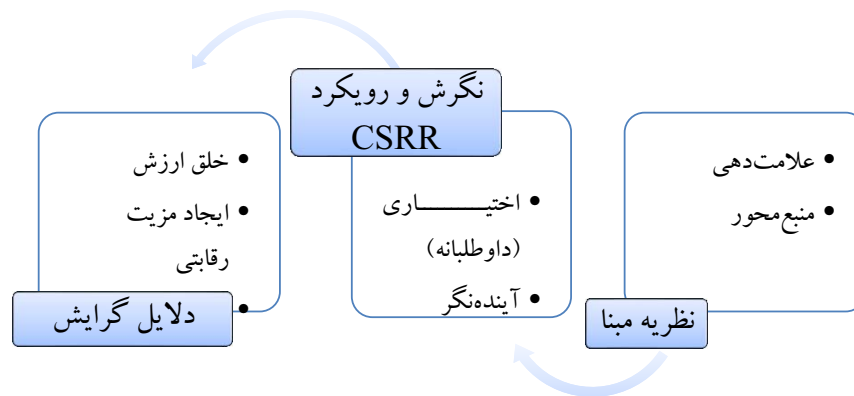
با بررسی دیدگاه صاحب‌نظرانی که از نظریه علامت‌دهی^۱ و نظریه منبع‌محور^۲ برای تحلیل چرایی پرداختن شرکت‌ها به مسئولیت اجتماعی می‌پردازند، می‌توان اینگونه استنباط کرد که دیدگاه این گروه از صاحب‌نظران، هم‌راستا با یکدیگر بوده و دارای نگرش اختیاری به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها هستند؛ زیرا هر دو گروه معتقدند که آثار مثبت ناشی از ایفای مسئولیت اجتماعی و مخابره آن، موجب ترغیب شرکت‌ها در این زمینه می‌گردد. به عبارت دیگر از منظر این گروه از صاحب‌نظران، ایفای مسئولیت اجتماعی توسط شرکت‌ها، به‌طور کلی در اثر انگیزه‌های اختیاری و داوطلبانه صورت می‌پذیرد. بنابراین انتظار می‌رود شرکت‌های فعال در جوامعی که ایفای مسئولیت اجتماعی و گزارشگری آن براساس پشتوانه‌های حاکم بر نظریه‌های دارای نگرش اختیاری صورت می‌پذیرد، جهت گزارشگری اقدام‌های مسئولیت اجتماعی خود بیشتر بر افشای اطلاعات با استفاده از رویکرد آینده‌نگر، افشای اطلاعات با محتوای پولی و مقداری و افشای اطلاعات با استفاده از ابزارهای بصری (از قبیل نمودار، جدول، شکل و تصاویر) متمرکز باشند. زیرا طبق نظریه‌های دارای نگرش اختیاری، کیفیت و اثربخشی گزارشگری مسئولیت اجتماعی در مقایسه با پیشگیری از عواقب ناشی از عدم ایفای مسئولیت اجتماعی و گزارشگری آن برای

^۱ Signaling Theory

^۲ Resource-Based Theory

شرکت‌ها حائز اهمیت بیشتری خواهد بود. لازم به ذکر است براساس ادبیات موجود از قبیل پژوهش هلفیا و همکاران (۲۰۱۸)، گزارش‌هایی که با رویکرد آینده‌نگر، با محتوای پولی و مقداری و با بهره‌گیری از ابزارهای بصری افشا می‌شوند. از کیفیت بالاتری برخوردار هستند. خلاصه‌ای از نگرش نظریه‌پردازان مذکور در شکل شماره ۳ ارائه شده است:

شکل شماره ۳: خلاصه‌ای از نظریه‌های دارای نگرش اختیاری (محقق ساخته)



با توجه به نظریه‌های پشتوانه مسئولیت اجتماعی و گزارشگری آن، شامل نظریه‌های دارای رویکرد اجباری و نظریه‌های دارای رویکرد اختیاری، انتظار می‌رود شرکت‌های دارویی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در راستای ایفای مسئولیت اجتماعی خود در مواجهه با ویروس کرونا اقدام‌های مناسبی را با هدف کاهش آثار منفی شیوع ویروس کرونا بر جامعه، کارکنان و عملکرد اقتصادی خود انجام دهند تا از این طریق، ضمن ایجاد مزیت رقابتی و خلق ارزش، زمینه تداوم فعالیت خود را نیز فراهم نمایند. در ضمن پیش‌بینی می‌شود، شرکت‌های دارویی با هدف بهره‌مندی حداکثری از مزایای عنوان شده در نظریه‌های اختیاری مسئولیت اجتماعی (به‌ویژه نظریه علامت‌دهی)، جهت گزارشگری اطلاعات اقدام‌های مسئولیت اجتماعی خود در مواجهه با ویروس کرونا از انواع روش‌ها و ابزارهایی که موجب افزایش اثربخشی گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت می‌شود، استفاده کنند. به‌عنوان مثال می‌توان به استفاده از رویکرد آینده‌نگر و ابزارهای بصری شامل جدول و نمودار در ارائه اطلاعات، ارائه اطلاعات کمی و مقداری و ارائه اطلاعات از طریق وبسایت شرکت و خبرگزاری‌ها اشاره نمود.

پیشینه پژوهش

اگرچه در برخی پژوهش‌ها همچون پژوهش دربیازکو و همکاران (۲۰۲۰)، به صورت غیرمستقیم بر تاثیر ویروس کرونا بر شرکت‌های دارویی و مسئولیت اجتماعی این شرکت‌ها در این خصوص اشاره شده است؛ اما، براساس بررسی‌های انجام‌شده، پژوهش پیش‌رو اولین پژوهشی است که در زمینه بررسی گزارشگری اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی در مواجهه با ویروس کرونا انجام شده است. در ادامه به تشریح برخی از مطالعات انجام شده در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در دوره شیوع ویروس کرونا پرداخته شده است:

دربیازکو و همکاران (۲۰۲۰) طی پژوهشی به بررسی خط‌مشی‌های استراتژیک شرکت‌ها در زمینه مسئولیت اجتماعی خود در ارتباط با ویروس کرونا پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان می‌دهد که با توجه به اینکه صنعت داروسازی در خط مقدم مقابله با ویروس کرونا قرار دارد مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی در دوره شیوع ویروس کرونا در مقایسه با سایر شرکت‌ها بسیار بیشتر است. آنها همچنین معتقدند شیوع ویروس کرونا علاوه بر ایجاد فرصت‌های جدیدی همچون تولید واکسن و انجام آزمایش‌های کلینیکی به‌منظور بررسی تاثیر داروهای موجود در زمینه درمان ویروس کرونا، تاثیر عمیقی بر چرخه تامین و توزیع صنعت دارو داشته است و ریسک قابل‌ملاحظه‌ای را بر فعالیت‌های عادی شرکت‌های دارویی تحمیل کرده است.

سانچز و سانچز (۲۰۲۰) طی پژوهشی به تحلیل واکنش شرکت‌های بزرگ اسپانیایی با چالش‌های ایجاد شده برای جامعه در اثر شیوع ویروس کرونا و هدف شرکت‌های مذکور از واکنش به این موضوع، پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان می‌دهد که چندین شرکت اسپانیایی با مبادرت به انجام اقدام‌هایی در راستای تسکین پیامدهای ناشی از شیوع ویروس کرونا، تعهد بالای خود را به جامعه نشان داده‌اند و گروه دیگر از شرکت‌ها نیز استراتژی‌های مختلفی را با هدف‌های متفاوت در این زمینه اتخاذ کرده‌اند. به‌طور مشخص آنها عنوان می‌کنند که شرکت‌های اسپانیایی را از منظر نوع نگرش به مسئولیت اجتماعی خود در دوره شیوع ویروس کرونا می‌توان به سه گروه طبقه‌بندی کرد: گروه اول شرکت‌هایی که خود را فقط در قبال محافظت از منافع سهامداران و سرمایه‌گذاران مسئول می‌دانند، گروه دوم شرکت‌هایی که خود را در قبال تامین رفاه جامعه اسپانیا به‌صورت اعم و گروه‌های آسیب‌پذیر به‌طور اخص مسئول می‌دانند و گروه سوم شرکت‌هایی که در زمینه ایفای مسئولیت اجتماعی خود در دوره کرونا ترکیبی از اهداف خیرخواهانه (همانند شرکت‌های گروه دوم) و منافع تجاری را دنبال می‌کنند.

عباس و همکاران (۲۰۲۰) نیز به بررسی اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های اندونزیایی در دوره شیوع ویروس کرونا پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان می‌دهد که شرکت‌های مذکور در

جهت کاهش پیامدهای منفی شیوع ویروس کرونا به تخصیص منابع نقدی، اینترنت رایگان، سبد محصولات پروتئینی، ماسک و ابزارهای پزشکی اقدام نموده‌اند.

کارول (۲۰۲۰) با این ادعا که شیوع ویروس کرونا، میزان تعهد شرکت‌ها به مسئولیت اجتماعی خود را در معرض آزمون قرار داده است، به بررسی اقدام‌های شرکت‌ها در این زمینه پرداخت. نتایج تحقیق وی حاکی از این بود که بسیاری از شرکت‌ها در تلاش هستند تا طرز فکر و نوآوری‌های خودشان را در ارتباط با ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت تغییر دهند تا بتوانند چالش ناشی از این ویروس را مدیریت کنند و انتظارات جامعه در این زمینه را برآورده نمایند. محمود و همکاران (۲۰۲۱) طی پژوهشی به بررسی نحوه واکنش شرکت‌های آمریکایی در مواجهه با ویروس کرونا در راستای محافظت از ذینفعان اصلی خود همچون پرسنل، مشتریان، و جامعه پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان می‌دهد که شرکت‌های آمریکایی در راستای ایفای مسئولیت اجتماعی خود سازوکارهای مناسبی را در زمینه محافظت از ذینفعان خود در مقابل ویروس کرونا اتخاذ کرده‌اند. از جمله این اقدام‌ها می‌توان به فراهم‌نمودن تجهیزات محافظت در مقابل ویروس کرونا برای پرسنل، تخصیص کمک‌های مالی جهت مطالعه در زمینه درمان ویروس کرونا، تخصیص کمک‌های مالی به موسسه‌های غیرانتفاعی، کمک به تسهیل آموزش مجازی دانشجویان و ... اشاره کرد.

گیگائوری (۲۰۲۱) طی پژوهشی به بررسی واکنش شرکت‌های گرجستانی به چالش ناشی از شیوع ویروس کرونا در راستای ایفای مسئولیت اجتماعی خود پرداخته است، نتایج پژوهش ایشان نشان می‌دهد که اقدام مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، جهت مدیریت چالش‌های ناشی از شیوع ویروس در سطح کشور از اهمیت بسیار بالای برخوردار است.

ریمو و همکاران (۲۰۲۱)، طی پژوهشی به بررسی اقدام‌های مسئولیت اجتماعی ۱۴ شرکت پذیرفته شده در بورس مادرید که با همکاری سازمان‌های غیردولتی مختلف در زمینه کاهش آثار ناشی از شیوع ویروس کرونا تلاش می‌کردند، پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان می‌دهد که شرکت‌های مورد بررسی جهت ایفای مسئولیت اجتماعی خود در دوره شیوع ویروس کرونا بیشتر در راستای حمایت‌های اجتماعی و تکنولوژیکی، تامین غذا و سلامتی جامعه و افراد آسیب‌پذیر تلاش کرده‌اند.

نویکاز و همکاران (۲۰۲۱) طی پژوهشی به تغییر پارادایم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در اثر شیوع ویروس کرونا پرداختند، نتایج پژوهش آنها نشان می‌دهد که بدون توجه به سطح پیشرفت کشورها، شرکت‌های فعال در کشورهای مختلف در پاسخ به شیوع ویروس کرونا نسبت به استقرار اقدام‌های مسئولیت اجتماعی مناسب اقدام کرده‌اند و شرکت‌هایی که تجربه بیشتری

در زمینه ایفای مسئولیت اجتماعی خود دارند در زمینه ایفای مسئولیت اجتماعی خود در دوره شیوع ویروس کرونا مسئولانه‌تر اقدام کرده‌اند.

اگرچه پژوهش‌هایی بسیاری در زمینه شناسایی ابعاد و محتوای گزارش‌های مسئولیت اجتماعی و پایداری شرکت‌ها و موانع ارائه گزارش‌های مذکور توسط پژوهشگران داخلی انجام شده است که از جمله پژوهش‌های انجام‌شده در این زمینه می‌توان به پژوهش محمودخانی و همکاران (۱۴۰۰)، اخترشناس و همکاران (۱۳۹۹) و طالب‌نیا و همکاران (۱۳۹۱) اشاره نمود؛ اما، براساس بررسی‌های صورت‌گرفته تاکنون هیچگونه پژوهش داخلی در زمینه بررسی و شناسایی اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی کشور در مواجهه با ویروس کرونا و گزارشگری اقدام‌های مذکور انجام نشده است، لذا پژوهش پیش‌رو اولین پژوهش انجام‌شده در این زمینه می‌باشد. لازم به ذکر است تاکنون مطالعات داخلی معدودی در حیطه موضوعی "مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و ویروس کرونا" انجام شده است که محتوای مطالعات مذکور با پژوهش حاضر متفاوت است. پژوهش توسلی (۱۴۰۰) و زارعی و همکاران (۱۳۹۹) جزء مرتبط‌ترین پژوهش‌های انجام شده در این زمینه هستند. توسلی (۱۴۰۰) طی یک پژوهش مروری به تحلیل ادبیات موجود در زمینه بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در بهبود کسب و کار در دوران کرونا پرداخته است. زارعی و همکاران (۱۳۹۹) نیز طی پژوهشی به بررسی عوامل تبیین تبلیغات دهان به دهان الکترونیکی در شبکه اجتماعی اینستاگرام برای یک خبر منفی در ارتباط با مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ارتباط با بحران کرونا پرداخته‌اند. در واقع در پژوهش مذکور عوامل تبیین تبلیغات دهان به دهان الکترونیکی یک قطعه خبر ساختگی از طریق شبکه اجتماعی اینستاگرام که به‌طور بالقوه نشان‌دهنده رفتار غیرمسئولانه یک شرکت نسبت به مدیریت بحران ویروس کرونا بود، مورد بررسی قرار گرفته است.

۳- فرضیه‌های پژوهش

بت‌رایت (۲۰۰۳) معتقد است براساس نظریه ذینفعان شرکت‌ها متعهد به فعالیت در راستای منافع کلیه ذینفعان هستند. در همین راستا گریوز و همکاران (۲۰۰۱) نیز عنوان می‌کنند همانند سهامداران که منابع مالی خود را در شرکت سرمایه‌گذاری می‌کنند، کارمندان وقت و سرمایه‌فکری و مشتریان، وفاداری خود را در شرکت سرمایه‌گذاری می‌کنند و سایر ارگان‌ها و تشکل‌ها نیز زیرساخت‌های فعالیت شرکت و همچنین امکانات آموزش کارکنان جدید را فراهم می‌کنند. ویرینگ (۲۰۰۵) نیز عنوان می‌کند که نظریه ذینفعان بر اهمیت تمامی گروه‌های مرتبط با شرکت تأکید دارد. در واقع، این گروه‌ها کسانی هستند که به‌صورت مستقیم یا غیرمستقیم تحت تاثیر فعالیت‌های شرکت قرار دارند.

اما با توجه به تنوع بالای ذینفعان گزارشگری مسئولیت اجتماعی، یکی از چالش‌های موجود در زمینه گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، شناسایی ذینفعان و نیازهای اطلاعاتی آنها است؛ زیرا، گزارش‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها برای تامین نیازهای اطلاعاتی ذینفعان مختلف همچون کارکنان، مشتریان، عرضه‌کنندگان، سهامداران، مدیران، دولت، سازمان‌های مردم‌نهاد، رسانه‌ها و عموم جامعه تهیه و ارائه می‌شوند (اسشوپ و هافنر، ۲۰۱۵).

با توجه به اینکه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها صرفاً مبتنی بر بعد جامعه نیست بلکه ابعاد دیگری همچون بعد اقتصادی و بعد کارکنان را نیز در بر می‌گیرد (دالسرود، ۲۰۰۸). همچنین از آنجایی که در بیشتر موارد شیوع هر نوع بیماری از جمله ویروس کرونا، لزوماً تاثیر منفی قابل ملاحظه‌ای بر بعد اقتصادی فعالیت شرکت‌های دارویی ندارد بلکه در برخی موارد، ممکن است شرکت‌های دارویی با تولید و عرضه داروهای درمان بیماری جدید عملکرد اقتصادی خود را بهبود بخشند، که این موضوع نشان‌دهنده تاثیر متفاوت شیوع ویروس کرونا بر ذینفعان مختلف شرکت‌های دارویی است. از این‌رو با توجه به احتمال اثرگذاری متفاوت شیوع ویروس کرونا بر ذینفعان مختلف، براساس نظریه ذینفعان انتظار می‌رود میزان افشای اطلاعات ابعاد مختلف اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی در مواجهه با ویروس کرونا، همچون بعد جامعه، بعد کارکنان و بعد اقتصادی نیز متفاوت باشد. در واقع طبق نظریه ذینفعان، شرکت‌ها دارای ذینفعان مختلف هستند و بایستی جهت تامین انتظارات ذینفعان مذکور به ابعاد مختلف مسئولیت اجتماعی خود بپردازند و نباید صرفاً به بعد خاصی از مسئولیت اجتماعی خود متمرکز شوند (کارول، ۲۰۱۵). در همین راستا شرکت‌ها برای نشان دادن میزان مسئولیت‌پذیری خود در قبال ذینفعان مختلف، نسبت به افشای اطلاعات ابعاد مختلف اقدام‌های مسئولیت اجتماعی خود می‌پردازند. از سوی دیگر با عنایت به اینکه تعریف مفهوم مسئولیت اجتماعی و گزارشگری آن، با توجه به چهارچوب و بستر فعالیت شرکت‌ها، قابل ارائه می‌باشد (دالسرود، ۲۰۰۸). این امکان وجود دارد که شرکت‌های دارویی کشور براساس شرایط حاکم بر محیط فعالیت خود، تمرکز خود را بر بعد خاصی از اقدام‌های مسئولیت اجتماعی و گزارشگری آن متمرکز نمایند. براین‌اساس فرضیه اول پژوهش به شرح زیر تدوین می‌شود:

فرضیه اول: بین میزان افشای اطلاعات ابعاد مختلف اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی (شامل بعد جامعه، بعد کارکنان و بعد اقتصادی) در مواجهه با ویروس کرونا تفاوت معناداری وجود دارد.

هلفیا و همکاران (۲۰۱۸) ادعا می‌کنند از منظر استفادکنندگان و تهیه‌کنندگان گزارش‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، معیار اندازه‌گیری استفاده‌شده جهت گزارشگری مسئولیت اجتماعی، از اهمیت بالایی برخوردار است و براساس نتایج پژوهش آنها، ارائه اطلاعات اقدام‌های

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در قالب اطلاعات کمی غیر مالی و اطلاعات کمی مالی شاخص‌های با اهمیت در تعیین کیفیت گزارشگری مسئولیت اجتماعی هستند. نتایج پژوهش گاتری و همکاران (۲۰۰۸)، نیز نشان داد که میزان افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی به صورت پولی و مقداری در مقایسه با اطلاعات کیفی یا اخباری پایین‌تر است. طالب‌نیا و همکاران (۱۳۹۱) نیز ادعا می‌کنند تفاوت معناداری در افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی در قالب اطلاعات اخباری (کیفی)، پولی و مقداری وجود دارد.

همانطور که نتایج پژوهش هلفیا و همکاران (۲۰۱۸)، گاتری و همکاران (۲۰۰۸) و طالب‌نیا و همکاران (۱۳۹۱) نشان داد می‌توان عنوان نمود که از منظر معیار اندازه‌گیری، شرکت‌ها جهت ارائه گزارش‌های مسئولیت اجتماعی خود از معیارهای اندازه‌گیری مختلفی همچون معیار پولی، مقداری و کیفی استفاده می‌کنند. از سوی دیگر طبق نظریه علامت‌دهی، ممکن است شرکت‌های دارویی با هدف بهره‌مندی حداکثری از مزایای ناشی از مسئولیت‌پذیری اجتماعی، حسب شرایط جهت افشای اطلاعات اقدام‌های مسئولیت اجتماعی خود در مواجهه با ویروس کرونا، به صورت هدفمند روی معیارهای اندازه‌گیری پولی و مقداری متمرکز شوند. براین اساس فرضیه دوم پژوهش به شرح ذیل تدوین می‌شود:

فرضیه دوم: بین میزان استفاده از معیار کیفی، معیار پولی و یا معیار مقداری در افشای اطلاعات اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی در مواجهه با ویروس کرونا تفاوت معناداری وجود دارد.

کلی (۱۹۹۳) با مقایسه اطلاعات ارائه‌شده به صورت متنی و اطلاعات ارائه‌شده در قالب جدول و نگاره، نشان داد که جدول و نگاره ابزارهای اثربخش برای تبادل اطلاعات عملکرد شرکت هستند و در مقایسه با اطلاعات ارائه شده به صورت متنی و مختلط راحت‌تر تلفیق می‌شوند. زیگ (۲۰۰۰) نیز ادعا می‌کند که بیشتر مواقع سرمایه‌گذاران، ابتدا بخش‌هایی از گزارش که مربوط به مرور اطلاعات مالی هستند را بررسی می‌کنند و در مرحله بعد، بخش خلاصه گزارش را مطالعه می‌کنند و در فرایند تصمیم‌گیری نیز بیشتر به اطلاعات ارائه‌شده در نگاره‌های مالی تمرکز می‌کنند. هلفیا و همکاران (۲۰۱۸) نیز ادعا می‌کنند استفاده از ابزارهای بصری (از قبیل جدول، نمودار، تصویر/شکل) در ارائه گزارش‌های سالانه و گزارش‌های پایداری، می‌تواند کیفیت گزارش‌های ارائه‌شده را افزایش دهد.

همانطور که نتایج پژوهش کلی (۱۹۹۳)، زیگ (۲۰۰۰) و هلفیا و همکاران (۲۰۱۸) نشان داد می‌توان عنوان نمود که از منظر نحوه افشا، شرکت‌ها گزارش‌های خود را به صورت متنی و یا با استفاده از ابزارهای بصری (شامل جدول، نمودار، شکل و ...) ارائه می‌دهند. با عنایت به اینکه

به دلیل ارتباط مستقیم ویروس کرونا با سلامت جامعه، عملکرد اجتماعی شرکت‌های دارویی در مواجهه با ویروس کرونا توسط ذینفعان مختلف مورد بررسی و رصد مستمر قرار می‌گیرد (دربیزکو و همکاران، ۲۰۲۰) و همچنین با توجه به گستردگی ذینفعان، مخاطبان گزارش‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نیز از توان تحلیل متفاوتی برخوردار هستند (اسشوپ و هافنر، ۲۰۱۵). از سوی دیگر طبق نظریه علامت‌دهی، ممکن است شرکت‌های دارویی با هدف بهره‌مندی حداکثری از مزایایی ناشی از مسئولیت‌پذیری اجتماعی، حسب شرایط جهت افشای اطلاعات اقدام‌های مسئولیت اجتماعی خود در مواجهه با ویروس کرونا، به صورت هدفمند از ابزارهای بصری مختلف جهت ارائه گزارش خود استفاده کنند. براین اساس فرضیه سوم پژوهش به شرح ذیل تدوین می‌شود:

فرضیه سوم: بین میزان استفاده از قالب متنی یا استفاده از ابزارهای بصری جهت افشای اطلاعات اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی در مواجهه با ویروس کرونا تفاوت معناداری وجود دارد.

برخی پژوهشگران همچون داوف (۲۰۱۶) ادعا می‌کنند شرکت‌ها جهت گزارشگری مسئولیت اجتماعی خود فقط به گزارش‌های سالانه متکی نیستند و از انواع روش‌های دیگر از قبیل رسانه‌ها، صفحات وب و ... نیز استفاده می‌کنند. بنابراین ممکن است شرکت‌های فعال در صنعت دارویی کشور نیز گزارش اقدام‌های مسئولیت اجتماعی خود در مواجهه با ویروس کرونا را از طریق سامانه کدال و یا سایر پایگاه‌های اطلاع‌رسانی از قبیل سایت اینترنتی شرکت و رسانه‌ها ارائه کنند. طالب‌نیا و همکاران (۱۳۹۱) نیز ادعا می‌کنند از منظر محل افشا، تفاوت معناداری در اطلاعات مسئولیت اجتماعی افشا شده در بخش‌های مختلف گزارش سالانه شرکت‌ها وجود دارد.

همانطور که نتایج پژوهش داوف (۲۰۱۶) و طالب‌نیا و همکاران (۱۳۹۱) نشان داد می‌توان عنوان نمود که شرکت‌ها گزارش‌های مسئولیت اجتماعی خود را از طریق محل افشاهای مختلفی ارائه می‌دهند. از سوی دیگر طبق نظریه علامت‌دهی، ممکن است شرکت‌های دارویی کشور نیز با هدف بهره‌مندی حداکثری از مزایایی ناشی از مسئولیت‌پذیری اجتماعی، جهت افشای اطلاعات اقدام‌های مسئولیت اجتماعی خود در مواجهه با ویروس کرونا، علاوه بر سامانه کدال (به عنوان مرجع رسمی اطلاع‌رسانی شرکت‌های بورسی) از سایر پایگاه‌های اطلاع‌رسانی نیز استفاده کنند. زیرا براساس نظریه مذکور، گزارشگری مسئولیت اجتماعی به عنوان یک ابزار علامت‌دهی محسوب می‌گردد؛ به طوری که شرکت‌ها به منظور نشان دادن اینکه در زمینه ایفای مسئولیت اجتماعی بهترین شرکت هستند، اطلاعات بیشتری را در مقایسه با شرایط ناشی از اجبار ضوابط و مقررات، در ارتباط با مسئولیت اجتماعی خود افشا می‌کنند (ماهونی، ۲۰۱۲؛ تورن و همکاران، ۲۰۱۴). لازم به ذکر است افشای اطلاعات از طریق سامانه کدال در اثر اجبار ناشی از دستورالعمل‌های

سازمان بورس صورت می‌گیرد، در حالی که افشای اطلاعات از طریق سایر پایگاه‌های اطلاع‌رسانی اختیاری است. براین اساس فرضیه چهارم پژوهش به شرح ذیل تدوین می‌شود:

فرضیه چهارم: بین میزان استفاده از سامانه کدال یا سایر پایگاه‌های اطلاع‌رسانی جهت افشای اطلاعات اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی در مواجهه با ویروس کرونا تفاوت معناداری وجود دارد.

هلفیا و همکاران (۲۰۱۸) ادعا می‌کنند افشای اطلاعات مربوط به اهداف و برنامه‌های شرکت در زمینه ایفای مسئولیت اجتماعی با استفاده از رویکرد آینده‌نگر تاثیر با اهمیتی بر کیفیت گزارش‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها دارد. حاجیان‌نژاد و همکاران (۱۳۹۴) نیز ادعا می‌کنند از نظر اهداف گزارشگری و همچنین ویژگی‌های کیفی اطلاعات، شباهت‌های زیادی بین چارچوب مفهومی حسابداری و چارچوب قابل ارائه برای گزارشگری اطلاعات غیرمالی (از قبیل گزارشگری مسئولیت اجتماعی)، وجود دارد و براساس نظر مشارکت‌کنندگان پژوهش مذکور، به‌منظور گزارشگری اطلاعات غیرمالی، رویکرد آینده‌نگر بر رویکرد گذشته‌نگر برتری دارد.

همانطور که نتایج پژوهش هلفیا و همکاران (۲۰۱۸) و حاجیان‌نژاد و همکاران (۱۳۹۴) نشان داد می‌توان عنوان نمود که از منظر افق زمانی، شرکت‌ها گزارش‌های مسئولیت اجتماعی خود را با استفاده از رویکرد آینده‌نگر یا رویکرد گذشته‌نگر ارائه می‌دهند که بسته به شرایط، میزان استفاده شرکت‌ها از رویکردهای مذکور جهت گزارشگری مسئولیت اجتماعی متفاوت خواهد بود. به‌طوری‌که با توجه به ماهیت صنعت دارویی، انتظار می‌رود افشاهایی که شرکت‌ها در ارتباط با تولید داروهای درمان کرونا انجام می‌دهند، معمولاً با رویکرد آینده‌نگر صورت پذیرد، زیرا معمولاً کشف فرمول تولید یک داروی جدید و صدور مجوز مصرف عمومی آن، نیازمند گذراندن چندین مرحله آزمایش‌های مختلف و صرف زمان حداقل یکساله خواهد بود. حال آنکه افشاهایی که شرکت‌ها در ارتباط با توزیع مواد بهداشتی (از قبیل محلول ضدعفونی‌کننده و ماسک) در بین کارکنان و جامعه انجام می‌دهند، با رویکرد گذشته‌نگر ارائه شود. از سوی دیگر طبق نظریه علامت‌دهی، ممکن است شرکت‌های دارویی با هدف بهره‌مندی حداکثری از مزایای ناشی از مسئولیت‌پذیری اجتماعی، حسب شرایط جهت افشای اطلاعات اقدام‌های مسئولیت اجتماعی خود در مواجهه با ویروس کرونا، به‌صورت هدفمند روی استفاده از رویکرد آینده‌نگر متمرکز شوند. براین اساس فرضیه پنجم پژوهش به شرح زیر تدوین می‌شود:

فرضیه پنجم: بین میزان استفاده از رویکرد گذشته‌نگر و رویکرد آینده‌نگر در افشای اطلاعات مربوط به اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی در مواجهه با ویروس کرونا تفاوت معناداری وجود دارد.

۴- روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف از پژوهش‌های کاربردی و از منظر رویکرد، آمیخته است. در واقع در این پژوهش در مرحله اول با استفاده از روش تحلیل محتوا (روش کیفی) به استخراج و طبقه‌بندی محتوای افشای اطلاعات اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی در مواجهه با ویروس کرونا پرداخته شد، سپس با تخصیص امتیاز عددی به افشاهای انجام‌شده توسط شرکت‌ها در این زمینه (طبق جدول شماره ۱)، اطلاعات گردآوری شده در مرحله اول کمی‌سازی گردید (به هر افشا یک امتیاز تخصیص داده شده است) و براساس داده‌های کمی مذکور، فرضیه‌های پژوهش حسب مورد با استفاده از آزمون ویلکاکسون و آزمون فریدمن مورد بررسی قرار گرفت و روش کمی مورد استفاده، چک لیست تخصیص امتیاز (جدول شماره ۱)، بوده است.

جدول ۱: ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی در دوره شیوع ویروس کرونا و نحوه کمی‌سازی آن

نحوه امتیازدهی	نوع اقدام	بعد
تخصیص یک امتیاز به‌ازای هر افشا	اقدام‌های شرکت در زمینه کاهش پیامدهای منفی شیوع ویروس کرونا	جامعه بر جامعه
تخصیص یک امتیاز به‌ازای هر افشا	اقدام‌های شرکت در زمینه کاهش پیامدهای منفی شیوع ویروس کرونا	کارکنان بر کارکنان
تخصیص یک امتیاز به‌ازای هر افشا	تشریح آثار کرونا بر عملکرد شرکت و اقدام‌های شرکت در زمینه کاهش پیامدهای منفی شیوع ویروس کرونا بر عملکرد اقتصادی شرکت	اقتصادی
مجموع امتیازهای تخصیص یافته	امتیاز عملکرد مسئولیت اجتماعی هر شرکت	

از آنجایی که در اصل، اطلاعات متنی توصیفی یا اکتشافی شرکت‌ها در زمینه اهداف، خط‌مشی‌ها و اقدام‌ها، در قالب داده‌های کیفی ارائه می‌شوند، روش تحلیل محتوا، روشی مناسب برای تحلیل این قبیل اطلاعات است، از این‌رو در این پژوهش برای گردآوری و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل محتوا استفاده شده است. لازم‌به‌ذکر است پژوهش‌هایی که از روش تحلیل محتوا برای بررسی و تحلیل گزارش‌های شرکت‌ها استفاده می‌کنند براساس دو رویکرد مکانیکی فرم‌محور^۱ و رویکرد تفسیری معنامحور^۲ انجام می‌گیرند؛ در رویکرد فرم‌محور، تحلیل متون با هدف کمی‌سازی محتوای بیان‌شده صورت می‌گیرد؛ در واقع در این رویکرد شاخص‌های از پیش تعیین‌شده به‌عنوان مرتبط‌ترین شاخص برای تبیین اهداف موجود در متون مورد بررسی در نظر گرفته می‌شود. به‌طور مشخص در این قبیل پژوهش‌ها، پژوهشگر بر حجم و کمیت

^۱ Form-Oriented Mechanistic Approach

^۲ Meaning-Oriented Interpretive Approach

گزارش‌ها متمرکز است. در مقابل طرفداران رویکرد تفسیری معنامحور با انتقاد از رویکرد فرم‌محور به دلیل تمرکز بر شمارش کلمه‌ها و جمله‌ها به جای تمرکز بر معنا و ماهیت موضوع‌های افشا شده، رویکرد معنامحور را در تحلیل محتوای گزارش‌های اختیاری شرکت‌ها ارجح تر از رویکرد فرم‌محور می‌دانند زیرا در این رویکرد پژوهشگر به جای اینکه فقط به شمارش اطلاعات افشاشده از طریق شمارش جمله‌های مربوط بپردازد به تحلیل محتوای اطلاعات افشاشده در سطح گسترده می‌پردازد (هلفیا و همکاران، ۲۰۱۸). در این پژوهش نیز با توجه به جامع‌بودن رویکرد تفسیری معنامحور، از این رویکرد برای تحلیل محتوای افشای اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی در مواجهه با ویروس کرونا استفاده شده است.

جامعه آماری پژوهش شامل شرکت‌های پذیرفته شده در گروه مواد و محصولات دارویی بورس اوراق بهادار تهران، با در نظر گرفتن ملاحظه‌های زیر با استفاده از روش حذفی سیستماتیک طی بازه زمانی ابتدای اسفند ماه سال ۱۳۹۸ (از اوایل شیوع ویروس کرونا) تا پایان مهر ماه سال ۱۴۰۰ پالایش شده است:

۱. قبل از اسفند ۱۳۹۸ در گروه مواد و محصولات دارویی بورس اوراق بهادار تهران پذیرش شده باشد،
 ۲. با توجه به متفاوت بودن ماهیت فعالیت شرکت‌های بازرگانی و پخش محصولات دارویی و همچنین شرکت‌های تولیدکننده ریشمک با شرکت‌های تولیدکننده دارو و مواد اولیه دارویی، شرکت‌های انتخابی نباید جزء شرکت‌های بازرگانی و پخش و یا تولید ریشمک باشد.
 ۳. با توجه به متفاوت بودن ماهیت فعالیت شرکت‌های سرمایه‌گذاری دارویی و همچنین بررسی اطلاعات افشا شده توسط شرکت‌های زیرمجموعه هلدینگ‌های مذکور به صورت مستقل، شرکت‌های انتخابی نباید جزء شرکت‌های سرمایه‌گذاری دارویی باشد.^۱
- بدین ترتیب با در نظر گرفتن شرایط یادشده نمونه‌ای شامل ۲۹ شرکت به شرح جدول شماره (۲) انتخاب شده است.

پس از انتخاب شرکت‌های واجد شرایط، در ادامه با استفاده از روش تحلیل محتوا به تحلیل گزارش‌های منتشرشده توسط شرکت‌های مذکور از طریق سامانه کدال و سایر پایگاه‌های اطلاع‌رسانی از قبیل سایت اینترنتی شرکت و رسانه‌ها پرداخته شد. در این پژوهش به پیروی از برخی پژوهشگران همچون داوف (۲۰۱۶)، علاوه بر گزارش‌هایی که شرکت‌ها در سامانه کدال

^۱ لازم به ذکر است شرکت‌های زیرمجموعه غیربورسی گروه دارویی برکت (هلدینگ دارویی)، اقدام‌های گسترده‌ای را در زمینه تولید واکسن کرونا انجام دادند و اطلاعات مربوط به این اقدام‌ها نیز توسط شرکت مادر (گروه دارویی برکت)، افشا گردیده است، از این رو شرکت مذکور از نمونه پژوهش حذف نشده است.

منتشر می‌کنند، گزارش‌هایی که شرکت‌ها در ارتباط با اقدام‌های خود در خصوص مقابله با ویروس کرونا در سایر پایگاه‌های اطلاع‌رسانی سایت اینترنتی شرکت و رسانه‌ها منتشر می‌کنند نیز مورد بررسی و تحلیل قرار می‌گیرد.

جدول ۲: چگونگی انتخاب شرکت‌های حاضر در نمونه پژوهش

تعداد	شرح
۳۸	کل شرکت‌های پذیرش‌شده در گروه مواد و محصولات دارویی تا قبل از اسفند ۱۳۹۸
(۵)	شرکت‌های فعال در زمینه بازرگانی و بخش محصولات دارویی و همچنین شرکت‌های تولیدکننده ریشمک
(۴)	شرکت‌های سرمایه‌گذاری دارویی
(۹)	جمع شرکت‌های حذف شده
۲۹	شرکت‌های حاضر در نمونه پژوهش

با توجه به اینکه این امکان وجود دارد که اطلاعات اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت به صورت همزمان از طریق پایگاه‌های اطلاع‌رسانی مختلف منتشر شود، در این پژوهش هنگام تحلیل اطلاعات افشاشده توسط شرکت‌ها، ماهیت و محتوای اطلاعات منتشرشده در زمینه اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در نظر گرفته شده است و متفاوت بودن محل افشای اطلاعات در تحلیل فراوانی اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت تاثیرگذار نبوده است.

به عبارت دیگر، اگر اطلاعاتی در ارتباط با یک اقدام خاص مسئولیت اجتماعی شرکت در زمینه مقابله با ویروس کرونا با محتوای مشابه در گزارش‌های مختلف (گزارش منتشرشده از طریق سامانه کدال و یا اخبار و گزارش‌های ارائه‌شده در سایت اینترنتی شرکت و رسانه‌ها) افشا شود، با وجود افشا از طریق پایگاه‌های اطلاع‌رسانی مختلف، این اطلاعات به عنوان یک اقدام مسئولیت اجتماعی در نظر گرفته شده است. برای مثال اگر اقدام شرکت در زمینه تولید واکسن کرونا، در رسانه‌ها و سایت اینترنتی شرکت و گزارش‌های منتشرشده توسط شرکت در سامانه کدال اطلاع‌رسانی شده باشد، اقدام شرکت در این زمینه (تولید واکسن کرونا) با وجود افشا در گزارش‌ها و منابع اطلاعاتی مختلف، از منظر فراوانی اقدام مسئولیت اجتماعی شرکت، نشان‌دهنده "یک اقدام مسئولیت اجتماعی" است (نه چند اقدام).

در ضمن، با توجه به رسمیت بیشتر اطلاعات منتشرشده توسط شرکت‌ها در سامانه کدال (به دلیل نظارت سازمان بورس بر اطلاعات منتشرشده توسط ناشران در این سامانه)، در تحلیل اطلاعات مرتبط با اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، اطلاعات منتشرشده در سامانه مذکور در مقایسه با سایر منابع اطلاعاتی در اولویت بوده است، به عنوان مثال اگر اطلاعات مربوط به یک اقدام خاص شرکت در زمینه مقابله با ویروس کرونا (از قبیل نوع و ظرفیت تولید واکسن کرونا)، از طریق پایگاه‌های اطلاعاتی مختلفی (از قبیل سایت شرکت، رسانه‌ها و سامانه کدال)،

اطلاع‌رسانی شده باشند، در این پژوهش آمار و اطلاعات ارائه شده از طریق سامانه کدال مبنای تحلیل اقدام مسئولیت اجتماعی شرکت بوده است. لازم به ذکر است، اطلاعات منتشر شده توسط شرکت‌ها در سامانه کدال، شامل صورت‌های مالی سالانه و میان‌دوره‌ای شرکت‌ها، گزارش‌های تفسیری مدیریت، گزارش فعالیت هیئت‌مدیره و سایر اطلاعات با اهمیت منتشر شده توسط شرکت‌ها در ارتباط با ویروس کرونا در سامانه کدال می‌باشد. به منظور شناسایی افشاهای انجام شده توسط شرکت‌ها در سایر پایگاه‌های اطلاع‌رسانی (از قبیل سایت شرکت و رسانه‌ها) پس از تعیین شرکت‌های حاضر در نمونه، ابتدا به سایت اینترنتی شرکت‌ها مراجعه شد و ضمن بررسی خبرها و گزارش‌های منتشر شده در ارتباط با اقدام‌های شرکت در زمینه ویروس کرونا به صفحه یا گروه‌های اختصاصی شرکت‌ها در فضای مجازی که در سایت شرکت اطلاع‌رسانی شده بود مراجعه و به بررسی خبرها و گزارش‌های منتشر شده توسط شرکت‌ها در این زمینه پرداخته شد و در ادامه از ابزارهای جستجوی گوگل به منظور شناسایی افشاهایی که از طریق رسانه‌ها در ارتباط با اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها انجام شده بود، پرداخته شد.

پس از گردآوری گزارش‌های منتشر شده توسط شرکت‌های دارویی در زمینه افشای اطلاعات اقدام‌های مسئولیت اجتماعی خود در مواجهه با ویروس کرونا، تحلیل محتوای افشاهای مذکور در قالب مراحل ذیل صورت پذیرفته است:

در مرحله اول طبق رهنمود گزارشگری پایداری شماره ۴ سازمان پیشروی گزارشگری جهانی^۱ به استخراج و طبقه‌بندی محتوای افشای اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی براساس سه بعد جامعه، کارکنان و اقتصادی پرداخته شده است؛ در واقع در این مرحله، افشاهای انجام شده توسط شرکت‌های دارویی در زمینه تشریح اقدام‌های خود در ارتباط با کاهش پیامدهای منفی شیوع ویروس کرونا بر جامعه، کارکنان و عملکرد اقتصادی^۲ مورد تحلیل قرار گرفته است (طبق جدول شماره ۱). لازم به ذکر است بعد جامعه و کارکنان جزء ابعاد اصلی و بعد اقتصادی جزء ابعاد فرعی مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها است (دالسرود، ۲۰۰۸). به منظور اطمینان از قابلیت اتکای نتایج ناشی از تحلیل محتوای گزارش اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی در مواجهه با ویروس کرونا، اطلاعات افشا شده هر شرکت، به وسیله ۳ نفر به صورت جداگانه بررسی و تحلیل گردید، سپس اختلاف‌های موجود بین ۳ تحلیل‌گر در زمینه شناسایی افشای

^۱ Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Guidelines (GRI G4)

^۲ برخلاف بعد جامعه و کارکنان، از منظر بعد اقتصادی علاوه بر افشاهای شرکت‌ها در خصوص تشریح اقدام‌های خود در زمینه کاهش پیامدهای منفی شیوع ویروس کرونا، افشاهایی که شرکت‌ها با هدف تشریح آثار کرونا بر عملکرد اقتصادی خود انجام دادند نیز به عنوان نوعی از گزارشگری مسئولیت اجتماعی (از بعد اقتصادی)، در نظر گرفته شده است.

اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های مذکور، دوباره مورد بررسی، تطبیق نهایی و رفع مغایرت گردید.

در مرحله دوم پس از اینکه افشاهای شرکت‌های دارویی براساس ابعاد مختلف مسئولیت اجتماعی (شامل بعد جامعه، کارکنان و اقتصادی) شناسایی شد؛ براساس پژوهش هلفیا و همکاران (۲۰۱۸) افشاهای انجام‌شده در ارتباط با تشریح اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های مذکور در مواجهه با ویروس کرونا، از جنبه‌های دیگری همچون افق زمانی (گذشته‌نگر و آینده‌نگر)، معیار اندازه‌گیری (کیفی، مقداری و پولی)، نحوه افشا (متنی و یا با استفاده از ابزارهای بصری شامل جدول، تصویر، نمودار) و همچنین براساس پژوهش داووف (۲۰۱۶) از نظر محل افشای اطلاعات اقدام‌های مسئولیت اجتماعی (شامل انواع گزارش‌های که شرکت از طریق سامانه کدال و یا سایر پایگاه‌های اطلاع‌رسانی از قبیل سایت شرکت و رسانه‌ها منتشر می‌کند) مورد تحلیل قرار گرفته است.

به‌منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش، ابتدا با استفاده از آزمون کلموگراف اسمیرنوف، نرمال بودن یا نبودن توزیع داده‌های پژوهش بررسی شد. با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون مذکور کمتر از ۵ درصد بود، جهت تحلیل فرضیه‌های پژوهش از آزمون‌های ناپارامتریک استفاده شده است. لازم به ذکر است با عنایت به اینکه در فرضیه اول و فرضیه سوم چند متغیر (یعنی ابعاد مختلف مسئولیت اجتماعی شامل بعد جامعه، بعد کارکنان و بعد اقتصادی در فرضیه اول و بکارگیری معیارهای اندازه‌گیری پولی، مقداری و کیفی در فرضیه سوم) در یک گروه (در هر شرکت) مورد مقایسه قرار گرفته است از آزمون ناپارامتریک فریدمن استفاده شده است، زیرا جهت مقایسه چند متغیر کیفی رتبه‌ای یا کمی غیرنرمال در یک گروه از آزمون فریدمن استفاده می‌شود (حیدری‌چروده و فروغ‌زاده، ۱۳۸۹)، همچنین با توجه به اینکه در فرضیه دوم، چهارم و پنجم به ترتیب دو متغیر یعنی گذشته‌نگر و یا آینده‌نگر بودن محتوای گزارش (در فرضیه دوم)، نحوه افشای گزارش به‌صورت متنی یا با استفاده از ابزارهای بصری (در فرضیه چهارم) و محل افشای گزارش از طریق سامانه کدال یا از طریق سایر پایگاه‌های اطلاع‌رسانی (در فرضیه پنجم)، در یک گروه (در هر شرکت)، مقایسه شده است از آزمون ناپارامتریک ویلکاکسون استفاده شده است، زیرا جهت مقایسه دو متغیر کیفی رتبه‌ای یا کمی غیرنرمال با یکدیگر در یک گروه، از آزمون ویلکاکسون استفاده می‌شود (حیدری‌چروده و فروغ‌زاده، ۱۳۸۹). در ضمن کلیه آزمون‌های فوق با استفاده از نرم افزار SPSS انجام شده است.

۵- یافته‌های پژوهش

همانطور که در جدول شماره ۳ ملاحظه می‌شود، شرکت‌های مورد بررسی در مجموع ۱۹۷

افشا در ارتباط با اقدام‌های مسئولیت اجتماعی خود در زمینه مقابله با ویروس کرونا انجام داده‌اند که از این میزان ۱۰۸ افشا مربوط به بعد کارکنان، ۵۱ افشا مربوط به بعد اقتصادی و ۳۸ افشا مربوط به بعد جامعه بوده است و از نظر درصد افشای هر یک از ابعاد مذکور نیز ۵۵٪ مربوط به بعد کارکنان، ۲۶٪ مربوط به بعد اقتصادی و ۱۹٪ مربوط به بعد جامعه بوده است که این موضوع، نشان‌دهنده تمرکز بیشتر گزارش‌های شرکت‌های دارویی بر افشای اقدام‌های مرتبط با کاهش آثار منفی شیوع ویروس بر کارکنان می‌باشد. در ضمن، شرکت‌های مورد بررسی به صورت میانگین به میزان ۳/۷۲ افشا از بعد کارکنان، ۱/۷۶ افشا از بعد اقتصادی و ۱/۵۱ افشا از بعد جامعه انجام داده‌اند و میانگین افشای کل شرکت‌ها ۶/۷۹ افشا بوده است. انحراف معیار افشای کل شرکت‌ها ۶/۳۵ افشا بوده است که این موضوع نشان‌دهنده انحراف پایین افشای کل شرکت‌ها از میانگین افشای کل می‌باشد، اما میزان انحراف معیار افشای شرکت‌ها از منظر بعد کارکنان (۵/۹۲) که نشان‌دهنده انحراف بالای افشای بعد کارکنان از میانگین افشای بعد یادشده می‌باشد.

توزیع ابعاد مختلف افشای مسئولیت اجتماعی دارای چولگی مثبت است که نشان‌دهنده توزیع نامتقارن داده‌ها با کشیدگی به سمت مقادیر بالاتر است به عبارت دیگر میانگین تعداد افشا از میانه تعداد افشا بزرگتر می‌باشد. با توجه به اینکه مقدار کشیدگی افشای بعد جامعه و بعد اقتصادی در بازه (۲ و -۲) قرار دارند توزیع افشای ابعاد مذکور تقریباً نرمال است^۱ اما بدلیل اینکه مقدار کشیدگی افشای بعد کارکنان در بازه (۲ و -۲) قرار ندارد، توزیع بعد مذکور نرمال نیست و با توجه به مثبت بودن مقدار آن (۴/۴۰)، توزیع بعد یادشده دارای کشیدگی بیشتر از توزیع نرمال است.

کمینه و بیشینه افشای کل نیز به ترتیب برابر با صفر و ۲۶ افشا بوده است و یک شرکت از مجموع شرکت‌های مورد بررسی هیچگونه افشایی در زمینه اقدام‌های مسئولیت اجتماعی خود در دوران شیوع ویروس کرونا انجام نداده است.

^۱ لازم به ذکر است جهت بررسی دقیق نرمال بودن یا نبودن توزیع داده‌ها به منظور انتخاب آزمون آماری مناسب (پارامتریک یا ناپارامتریک)، از سایر آزمون‌های استنباطی همچون آزمون کلموگراف اسمیرنوف استفاده می‌شود، در واقع بررسی چولگی و کشیدگی داده‌ها صرفاً یک برآورد اولیه از نرمال بودن یا نبودن توزیع داده‌ها ارائه می‌دهد.

جدول ۳: نتایج آمار توصیفی ابعاد مختلف گزارشگری مسئولیت اجتماعی

امتیاز افشا	بعد افشا			شاخص
	اقتصادی	کارکنان	جامعه	
۱۹۷	۵۱	۱۰۸	۳۸	تعداد کل موارد افشا
٪۱۰۰	٪۲۶	٪۵۵	٪۱۹	درصد کل موارد افشا
۶/۷۹	۱/۷۶	۳/۷۲	۱/۳۱	میانگین کل موارد افشا
۶/۳۵	۱/۳۳	۵/۹۲	۱/۵۱	انحراف معیار افشا
۰	۰	۰	۰	کمترین مورد افشا
۲۶	۵	۲۳	۵	بیشترین مورد افشا
۱/۸۷	۱/۱۷	۲/۱۰	۱/۰۲	مقدار چولگی
۳/۶۸	۰/۶۷۹	۴/۴۰	-۰/۰۲۶	مقدار کشیدگی
۱	تعداد شرکت‌های فاقد افشا در زمینه ابعاد مسئولیت اجتماعی			

همانطور که در جدول شماره ۴ ملاحظه می‌شود، مجموع افشاهای انجام شده از جنبه افق زمانی، معیار اندازه‌گیری، نحوه و محل افشا، نشان‌دهنده این است که از منظر افق زمانی از مجموع ۱۹۷ افشای انجام شده توسط شرکت‌ها تعداد ۱۷۹ افشا دارای افق زمانی گذشته‌نگر و ۱۸ افشا دارای افق زمانی آینده‌نگر می‌باشد، در واقع ترکیب افشای شرکت‌ها از این منظر به ترتیب ۹۱٪ و ۹٪ بوده است.

از منظر معیار اندازه‌گیری از مجموع ۱۹۷ افشای انجام شده توسط شرکت‌ها تعداد ۱۷۵ به صورت کیفی و ۱۷ افشا حاوی محتوای مقداری و ۵ افشا دارای محتوای پولی می‌باشد، در واقع ترکیب افشای شرکت‌ها از این منظر به ترتیب ۸۸٪، ۹٪ و ۳٪ بوده است.

از منظر نحوه افشا از مجموع ۱۹۷ افشای انجام شده توسط شرکت‌ها تعداد ۱۷۳ افشا به صورت متنی و ۲۴ افشا با استفاده از ابزارهای بصری از قبیل جدول، نمودار و تصاویر انجام شده است، در واقع ترکیب افشای شرکت‌ها از این منظر به ترتیب ۸۸٪ و ۱۲٪ بوده است و از منظر محل افشا از مجموع ۱۹۷ افشای انجام شده توسط شرکت‌ها تعداد ۱۸۰ افشا از طریق سامانه کدال و ۱۷ افشا از طریق سایر پایگاه‌های اطلاع‌رسانی از قبیل سایت اینترنتی شرکت و رسانه‌ها انجام شده است، در واقع ترکیب افشای شرکت‌ها از این منظر به ترتیب ۹۱٪ و ۹٪ بوده است. نتایج مذکور نشان‌دهنده تمرکز افشاهای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به ارائه اطلاعات گذشته‌نگر، اطلاعات حاوی محتوای کیفی، افشای اطلاعات به صورت متنی و افشای اطلاعات از طریق سامانه کدال است. چنین ویژگی‌هایی مطابق یافته‌های تحقیق هلفیا و همکاران (۲۰۱۸) حاکی از پایین بود سطح کیفیت افشای مسئولیت اجتماعی شرکت است.

شاخص	افق زمانی		معیار اندازه‌گیری			نحوه افشا		محل افشا	
	گذشته‌نگر	آینده‌نگر	کیفی	مقداری	پولی	متنی	بصری	سامانه کدال	رسانه‌ها و سایت شرکت
بیشترین مورد افشا	۲۳	۱	۲۳	۳	۳	۳	۲۳	۲۳	۴
مقدار چولگی	۱/۸۷	۰/۱۴	۱/۹۹	۱/۳۱	۱۴/۱۶	۲/۰۶	۴/۷۵	۱/۷۸	۳/۷۶
مقدار کشیدگی	۳/۵۸	-۰/۸۰	۴/۰۹	۰/۷۵	۱۸/۵۶	۴/۴۲	۲۴/۲	۳/۱۹	۲/۱۶

در ادامه به‌منظور آشنایی بیشتر با اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ارتباط با مقابله با ویروس کرونا، خلاصه‌ای از اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در زمینه مقابله با ویروس کرونا از منظر بعد جامعه، کارکنان و اقتصادی به‌ترتیب در جدول‌های ۵، ۶ و ۷ ارائه شده است. همانطور که در جدول شماره ۵، ملاحظه می‌شود، بیشتر تمرکز اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی از بعد جامعه بر تولید داروهای درمانی و پیشگیری از ویروس کرونا و همچنین تولید مواد و ابزارهای پیشگیری از ابتلا به ویروس از قبیل تولید مواد ضدعفونی کننده و ماسک متمرکز بوده است.

جدول ۵: خلاصه‌ای از افشای اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی از بعد جامعه

ویژگی‌ها	نمونه‌ای از افشای مسئولیت اجتماعی
گذشته‌نگر، مقداری، متنی، کدال	تولید روزانه ۲۰۰ هزار دُز واکسن کوو ایران برکت
گذشته‌نگر، کیفی، متنی، رسانه	وارد کردن تجهیزات تولید ماسک به کشور و تولید ماسک
آینده‌نگر، کیفی، متنی، رسانه	برنامه‌ریزی برای تولید واکسن کرونا برای سنین پایین
آینده‌نگر، کیفی، متنی، کدال	بررسی و امکان‌سنجی تولید واکسن کرونا
گذشته‌نگر، مقداری، جدولی، کدال	تولید ۷ محصول حمایتی کرونا
گذشته‌نگر، کیفی، متنی، کدال	تولید داروی ضدکرونا فایوپیرواوپر
گذشته‌نگر، کیفی، متنی، کدال	مساعدت در تأمین محلول ضدعفونی‌کننده برای مراکز درمانی
گذشته‌نگر، مقداری، متنی، سایت اینترنتی شرکت	طراحی مدل سنتز و پره فرمولاسیون چند داروی ضد ویروس موثر در درمان بیماران مبتلا به کرونا، از جمله آتازاناویر و اسلتامیویر که به تولید ۴۰،۰۰۰ عدد کپسول آتازاناویر انجامید.
آینده‌نگر، کیفی، متنی، کدال	انعقاد قرارداد همکاری در زمینه تولید واکسن با پلنفرم ام‌آران‌ای
گذشته‌نگر، مقداری، متنی، سایت اینترنتی شرکت	تولید ۵/۲ کیلوگرم ماده اولیه رمدسیویر

ویژگی‌ها	نمونه‌ای از افشای مسئولیت اجتماعی
گذشته‌نگر، کیفی، متنی، کدال	تولید محلول ضد عفونی کننده الکلی و غیرالکلی دست و سطوح
گذشته‌نگر، کیفی، متنی، کدال	تولید اسپری استنشاقی (PHR ۱۶۰) بهبود دهنده عوارض بیماری کرونا
گذشته‌نگر، کیفی، متنی، کدال	تولید محصولات درمانی کرونا (فاویپیراویر و رم‌دیسیویر) در راستای کمک به درمان این بیماری
گذشته‌نگر، مقداری، متنی، سایت اینترنتی شرکت	تولید ۶۱ تن ماده موثره آزیترومایسین
گذشته‌نگر، کیفی، متنی، کدال	تولید محلول‌های ضد عفونی کننده در پاسخ به نیاز فزاینده بازار
گذشته‌نگر، مقداری، جدول، سایت اینترنتی شرکت	تولید ۲۳ تن ژل و ۹۰ هزار لیتر محلول ضد عفونی کننده

همانطور که در جدول شماره ۶، ملاحظه می‌شود، شرکت‌های دارویی در زمینه ایفای مسئولیت اجتماعی خود در قبال کارکنان در ارتباط با مقابله با ویروس کرونا، از روش‌های مختلفی جهت محافظت از کارکنان و پیشگیری از ابتلای آنها به ویروس کرونا مبادرت ورزیده‌اند که تهیه اقلام محافظتی و بهداشتی (از قبیل ماسک و مواد ضد عفونی کننده) برای کارکنان، رعایت پروتکل‌های بهداشتی (از قبیل فاصله گذاری اجتماعی، ضد عفونی محیط و ...)، آموزش و اطلاع رسانی در خصوص ویروس و تدوین دستورالعمل‌های بهداشتی در این زمینه جزء رایج‌ترین اقدام‌های مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها بوده است.

جدول ۶: خلاصه‌ای از افشای اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی از بعد کارکنان

ویژگی‌ها	شرح اقدام
گذشته‌نگر، کیفی، متنی، کدال	کاهش ساعت کار پرسنل به منظور حفاظت از سلامت آنها در برابر کرونا
گذشته‌نگر، کیفی، نموداری، کدال	آزمایش افراد مشکوک (براساس آزمایش های انجام شده، شرکت آمار مبتلایان و پراکندگی ماهانه آنها به صورت نموداری ارائه شده است).
گذشته‌نگر، کیفی، متنی، کدال	آموزش کارکنان در ارتباط با ویروس کرونا
گذشته‌نگر، کیفی، جدولی، کدال	انجام واکسیناسیون پرسنل در دو نوبت (شرکت کلیه اقدام‌های خود در زمینه مقابله با کرونا را در قالب جدول ارائه نموده است).
گذشته‌نگر، کیفی، متنی، کدال	اعطای مرخصی استعلاجی به تمامی افرادی که دارای کوچکترین علائم سرماخوردگی هستند و جلوگیری از ورود پرسنل مبتلا به کرونا
گذشته‌نگر، کیفی، متنی، کدال	خریداری دستگاه اتوماتیک ضد عفونی کننده دست
گذشته‌نگر، کیفی، متنی، کدال	غربالگری، انجام سنجش و تست کرونای کارکنان
گذشته‌نگر، کیفی، متنی، کدال	تدوین دستورالعمل‌های بهداشتی و ابلاغ آن به کلیه واحدها
گذشته‌نگر، کیفی، متنی، کدال	تدوین سازوکار مناسب برای بازگشت مطمئن کارکنان مبتلا به ویروس به محل کار

ویژگی‌ها	شرح اقدام
گذشته‌نگر، کیفی، متنی، کدال	انجام ضدعفونی کلیه اماکن نظیر سرویس‌های بهداشتی، حمام، رختکن، سرویس ایاب و ذهاب کارکنان، رستوران و آشپزخانه، آسانسورها، کلیه سطوح و... به صورت روزانه
گذشته‌نگر، کیفی، متنی، کدال	ایجاد تمهیدات لازم برای حضور پزشک جهت انجام معاینات در کارخانه به صورت روزانه
گذشته‌نگر، کیفی، متنی، کدال	خرید اقلامی مانند ماسک، دستکش، لوازم تعیین کننده درجه دمای بدن (تب سنج) و ...
گذشته‌نگر، کیفی، متنی، کدال	نصب دستگاه چهره‌خوان به جای دستگاه اثر انگشت
گذشته‌نگر، کیفی، متنی، کدال	استفاده بهینه و زمانبندی صحیح و تقسیم کارکنان به منظور رعایت امر فاصله‌های اجتماعی
گذشته‌نگر، کیفی، متنی، کدال	جمع‌آوری اطلاعات و تهیه پوستر و اطلاعیه‌های متعدد آموزش پیشگیری از بیماری کرونا ویروس و نصب در تابلوی اعلانات و ارسال آن از طریق اتوماسیون برای واحدهای ستادی.

با توجه به ماهیت فعالیت شرکت‌های دارویی، به دلیل قرارگرفتن در فهرست مشاغل گروه یک براساس مصوبات ستاد ملی مبارزه با کرونا، هیچگونه محدودیتی بر فعالیت شرکت‌های مذکور تعیین نشده است؛ از این رو شیوع ویروس کرونا نه تنها بر عملکرد اقتصادی اکثر شرکت‌های دارویی آثار منفی خاصی نداشته است، بلکه برخی شرکت‌ها با تولید داروهایی درمانی کرونا درآمد قابل توجهی را از این محل به دست آورده‌اند. از این رو، بیشتر شرکت‌ها به عدم تاثیرگذاری این ویروس بر عملکرد اقتصادی خود اذعان نموده‌اند و بیشتر شرکت‌های مورد بررسی نیز ابزار کنترل آثار ناشی از شیوع ویروس بر عملکرد اقتصادی خود را رعایت دقیق موازین و دستورالعمل‌های بهداشتی دانسته‌اند، البته برخی از شرکت‌ها ادعا نموده‌اند که شیوع ویروس موجب افزایش هزینه‌های پیشگیری، کندی واردات مواد اولیه و قطعات و وصول مطالبات شرکت گردیده است. در بین شرکت‌های دارویی، شیوع ویروس کرونا بر عملکرد اقتصادی شرکت‌های فعال در زمینه تولید داروهای آنتی‌بیوتیک، تاثیر منفی بیشتری داشته است. اما، شرکت‌های مذکور اقدام موثری در زمینه کاهش آثار منفی شیوع ویروس بر عملکرد اقتصادی خود انجام نداده‌اند. در ضمن، برخی از شرکت‌های دارویی نیز به افشای آثار تولید داروهای پیشگیری و درمان ویروس کرونا بر عملکرد اقتصادی خود پرداخته‌اند. در جدول شماره ۷ خلاصه‌ای از افشای اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی از بعد اقتصادی ارائه شده است:

جدول ۷: خلاصه‌ای از افشای اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی از بعد اقتصادی

ویژگی‌ها	شرح اقدام
گذشته‌نگر، کیفی، متنی، کدال	جلوگیری از توقف عملیات شرکت با رعایت دقیق موازین و دستورالعمل‌های بهداشتی
گذشته‌نگر، کیفی، متنی، کدال	در دوره شیوع ویروس کووید ۱۹ نه تنها فروش شرکت‌های گروه کاهش نداشته است بلکه با افزایش قابل توجهی در شرکت‌های گروه روبرو بودیم
آینده‌نگر، کیفی، متنی، کدال	پیش‌بینی می‌شود اهداف بودجه‌ای با رعایت پروتکل‌های بهداشتی و استفاده بهینه و زمانبندی صحیح و تقسیم کارکنان به منظور رعایت امر فاصله‌های اجتماعی تحقق یابد.
گذشته‌نگر، کیفی، متنی، کدال	کندی در وصول مطالبات کالاهای فروخته شده بدلیل عدم پرداخت به‌موقع صورتحساب‌ها توسط شرکت‌های پخش طرف قرارداد
گذشته‌نگر، پولی، جدولی ^۱ ، کدال	مبلغ خسارت مالی عملیاتی ناشی از ویروس کرونا تا تاریخ گزارش (۱۲،۳۲۵) میلیون ریال)
گذشته‌نگر، مقداری، متنی، کدال	قیمت واکسن کوو ایران برکت، ۷۰ درصد قیمت مشابه وارداتی خواهد بود و برآوردها حاکی از حاشیه سود تقریباً ۱۵ تا ۲۰ درصدی این محصول است.
گذشته‌نگر، کیفی، متنی، کدال	افزایش هزینه‌های پیشگیری از شیوع بیشتر بیماری به منظور رعایت پروتکل‌های بهداشتی
گذشته‌نگر، کیفی، متنی، کدال	ویروس تأثیری در روند فعالیت‌ها، تولید و فروش محصولات این شرکت نداشته است
گذشته‌نگر، کیفی، متنی، کدال	شیوع ویروس کرونا باعث کاهش فروش بعضی داروها و افزایش تخفیفات در برخی اقلام دارویی شرکت شده است.
آینده‌نگر، کیفی، متنی، کدال	پیش‌بینی می‌گردد شیوع کرونا به عملکرد سنوات آتی شرکت تأثیر قابل ذکری نداشته باشد.
گذشته‌نگر، کیفی، متنی، کدال	کندی فرایند تامین مواد اولیه داخلی و خارجی که عمدتاً ناشی از مشکلات حمل و نقل، ترخیص و کاهش فعالیت تعداد محدودی از تامین‌کنندگان داخلی می‌باشد.
گذشته‌نگر، پولی، متنی، کدال	مبلغ فروش اسپری استنشاقی (۱۶۰-PHR) که نوعی داروی بهبوددهنده کرونا است معادل ۵۰۴،۴۱۱ میلیون ریال به حاشیه سود ۴۹ درصد بوده است.
گذشته‌نگر، کیفی، متنی، کدال	افزایش تخفیفات فروش به دلیل کاهش فروش محصولات شرکت و انباشت دارو نزد شرکت‌ها پخش دارو
گذشته‌نگر، کیفی، متنی، کدال	شیوع ویروس کرونا باعث بسته‌شدن مطب‌های پزشکی و کاهش چشمگیر در مراجعه بیماران گردیده است که سطح فعالیت بازاریابی و فروش و به تبع آن میزان فروش شرکت را تا حدودی کاهش داده است

^۱ شرکت آثار ناشی از شیوع ویروس کرونا را به صورت جدولی ارائه نموده بود.

در جدول شماره ۸ نتایج آزمون مقایسه ابعاد و جنبه‌های مختلف گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی در ارتباط با مقابله با ویروس کرونا ارائه شده است همانطور که ملاحظه می‌شود با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون فریدمن (۰/۵۹۴) است، فرضیه اول پژوهش رد می‌شود؛ به عبارت دیگر نتایج آزمون فرضیه اول حاکی از نبود تفاوت معنادار بین میزان افشای اطلاعات ابعاد مختلف اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی در مواجهه با ویروس کرونا شامل بعد جامعه، بعد کارکنان و بعد اقتصادی می‌باشد.

با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون فریدمن (۰/۰۰۰) است، فرضیه دوم پژوهش مورد پذیرش قرار می‌گیرد؛ به عبارت دیگر نتایج آزمون فرضیه دوم حاکی از وجود تفاوت معنادار بین میزان استفاده از محتوای کیفی، محتوای پولی و یا محتوای مقداری در افشای اطلاعات اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی در مواجهه با ویروس کرونا می‌باشد (افشای اطلاعات با استفاده از معیار اندازه‌گیری مختلف).

با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون ویلکاکسون (۰/۰۰۰) است، فرضیه سوم پژوهش مورد پذیرش قرار می‌گیرد؛ به عبارت دیگر نتایج آزمون فرضیه سوم حاکی از وجود تفاوت معنادار بین میزان استفاده از قالب متنی یا استفاده از ابزارهای بصری جهت افشای اطلاعات اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی در مواجهه با ویروس کرونا می‌باشد (افشای اطلاعات با استفاده از نحوه افشای مختلف).

با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون ویلکاکسون (۰/۰۰۰) است، فرضیه چهارم پژوهش مورد پذیرش قرار می‌گیرد؛ به عبارت دیگر نتایج آزمون فرضیه چهارم حاکی از وجود تفاوت معنادار بین میزان استفاده از سامانه کدال یا سایر پایگاه‌های اطلاع‌رسانی جهت افشای اطلاعات اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی در مواجهه با ویروس کرونا می‌باشد (افشای اطلاعات با استفاده از محل افشای مختلف).

با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون ویلکاکسون (۰/۰۰۰) است، فرضیه پنجم پژوهش مورد پذیرش قرار می‌گیرد؛ به عبارت دیگر نتایج آزمون فرضیه پنجم حاکی از وجود تفاوت معنادار بین میزان استفاده از رویکرد گذشته‌نگر یا رویکرد آینده‌نگر در افشای اطلاعات مربوط به اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی در مواجهه با ویروس کرونا می‌باشد (افشای اطلاعات با استفاده از افق‌های زمانی مختلف).

جدول ۸: نتایج آزمون مقایسه جنبه‌های مختلف گزارشگری مسئولیت اجتماعی

نتیجه آزمون	فرضیه	سطح معناداری	آماره Z	آماره %	آزمون	متغیر
رد	اول	۰/۵۹۴		۱/۰۴۳	فریدمن	جامعه-کارکنان-اقتصادی
پذیرش	دوم	۰/۰۰۰		۴۴/۴۰۰	فریدمن	کیفی-مقداری-پولی
پذیرش	سوم	۰/۰۰۰	-۳/۸۰۵		ویلکاکسون	متنی-بصری
پذیرش	چهارم	۰/۰۰۰	-۴/۳۳۳		ویلکاکسون	کدال- سایر پایگاه‌های اطلاع رسانی
پذیرش	پنجم	۰/۰۰۰	-۴/۶۳۴		ویلکاکسون	گذشته‌نگر-آینده‌نگر

۶- بحث و نتیجه‌گیری

همانطور که اشاره شد با توجه به ماهیت ویروس کرونا که به‌طور مستقیم با سلامت جامعه در ارتباط است، شرکت‌های فعال در صنعت دارویی در خط مقدم مقابله با ویروس کرونا قرار دارند؛ از این‌رو مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی در دوره شیوع ویروس کرونا در مقایسه با سایر شرکت‌ها بسیار بیشتر است (دربیزکو و همکاران، ۲۰۲۰)، لذا انتظار می‌رود شرکت‌های فعال در صنعت دارویی کشور در راستای ایفای مسئولیت اجتماعی خود اقدام‌هایی را در جهت کاهش بخشی از مشکلات ناشی از شیوع ویروس کرونا انجام دهند و نسبت به گزارشگری این اقدام‌ها مبادرت ورزند.

همانطور که اشاره شد بررسی ادبیات موجود، حاکی از نبود مطالعه‌ای فراگیر در زمینه تحلیل ماهیت و محتوای اقدام‌های انجام شده توسط شرکت‌های دارویی کشور در این زمینه و افشای این اطلاعات است. از این‌رو پژوهش حاضر با هدف تحلیل و شناسایی اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های فعال در صنعت دارویی کشور و گزارشگری آن انجام شد. بدین منظور ابتدا به تحلیل و طبقه‌بندی جامع افشای اطلاعات اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها پرداخته شده و در ادامه براساس داده‌های حاصل از مرحله قبل، به آزمون فرضیه‌های پژوهش پرداخته شد.

نتایج مربوط به تحلیل و طبقه‌بندی میزان افشای اقدام‌های مرتبط با ابعاد مختلف مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی کشور در مواجهه با ویروس کرونا حاکی از تمرکز شرکت‌های مذکور بر افشای اقدام‌های مسئولیت اجتماعی مرتبط با بعد کارکنان می‌باشد و افشای اقدام‌های مرتبط با ابعاد اقتصادی و جامعه به‌ترتیب در اولویت‌های بعدی شرکت‌های مذکور قرار داشتند. این در حالی است که نتایج پژوهش ریمو و همکاران (۲۰۲۱)، نشان داد شرکت‌های پذیرفته شده در

بورس مادرید جهت ایفای مسئولیت اجتماعی خود در دوره شیوع ویروس کرونا بیشتر در راستای حمایت‌های اجتماعی و تکنولوژیکی، تامین غذا و سلامتی جامعه و افراد آسیب‌پذیر تلاش کرده‌اند، در واقع اقدام‌های شرکت‌های مورد بررسی در پژوهش ایشان بر بعد جامعه متمرکز بوده است. لازم‌به‌ذکر است، نتیجه آزمون فرضیه اول پژوهش نیز نشان داد که از نظر آماری تفاوت معناداری بین میزان افشای اطلاعات بعد جامعه، بعد کارکنان و بعد اقتصادی اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی در مواجهه با ویروس کرونا وجود ندارد. این موضوع هم‌راستا به دیدگاه پشتوانه‌های نظری حاکم بر نظریه ذینفعان نیست زیرا طبق نظریه مذکور انتظار می‌رفت با توجه به گستردگی ذینفعان و متفاوت بودن انتظارات آنها، تفاوت معناداری در میزان افشای ابعاد مختلف اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها مورد بررسی وجود داشته باشد.

سطح پایین افشای بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی در مقایسه با بعد کارکنان، نشان‌دهنده عملکرد ضعیف شرکت‌های مذکور در ارتباط با ایفای مسئولیت اجتماعی خود در مواجهه با ویروس کرونا در قبال ذینفعان دارای منفعت اقتصادی می‌باشد (سهامداران شرکت یکی از ذینفعان اصلی در این زمینه هستند)، لذا سازمان بورس، می‌بایست سازوکارهای لازم را به‌منظور ترغیب شرکت‌ها در جهت افزایش سطح افشای بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی ایجاد نمایند. سطح پایین افشای بعد جامعه در مقایسه با ابعاد دیگر نیز نشان‌دهنده عملکرد ضعیف شرکت‌های دارویی در ارتباط با ایفای مسئولیت اجتماعی خود در مواجهه با ویروس کرونا در قبال جامعه است، لذا لازم است وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی جهت رفع نقاط ضعف موجود در این زمینه، نسبت به تدوین سازوکارهای مناسب به‌منظور ترغیب شرکت‌ها در جهت ایفای مناسب مسئولیت اجتماعی خود در قبال جامعه در دوران شیوع ویروس کرونا اقدام نماید.

نتایج مربوط به تحلیل و طبقه‌بندی میزان استفاده از محتوای کیفی، محتوای پولی و یا محتوای مقداری در افشای اطلاعات اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی در مواجهه با ویروس کرونا نشان داد که شرکت‌های مذکور بیشتر افشاهای خود را با استفاده از محتوای کیفی ارائه کرده‌اند که این یافته‌ها هم‌راستا با پژوهش گاتری و همکاران (۲۰۰۸) است. همچنین این ویژگی (تمرکز بر محتوای کیفی) طبق نتایج پژوهش هلفیا و همکاران (۲۰۱۸) نشان‌دهنده پایین بودن سطح کیفیت گزارشگری شرکت‌های مذکور است. بنابراین لازم است نهادهای نظارتی از قبیل سازمان بورس سازوکارهای مناسبی را در راستای ترغیب شرکت‌ها جهت ارائه گزارش‌های مسئولیت اجتماعی حاوی محتوای کمی و پولی تدوین نمایند. لازم‌به‌ذکر است، نتیجه آزمون فرضیه دوم پژوهش نیز نشان داد که از نظر آماری تفاوت معنادار بین میزان استفاده از محتوای کیفی، محتوای پولی و یا محتوای مقداری در افشای اطلاعات اقدام‌های مسئولیت اجتماعی

شرکت‌های دارویی در مواجهه با ویروس کرونا وجود دارد که این موضوع نیز هم‌راستا با پژوهش طالب‌نیا و همکاران (۱۳۹۱) است.

نتایج مربوط به تحلیل و طبقه‌بندی میزان استفاده از قالب متنی یا ابزارهای بصری جهت افشای اطلاعات اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی در مواجهه با ویروس کرونا نشان داد که شرکت‌های مذکور بیشتر افشاهای خود را با استفاده از قالب متنی ارائه کرده‌اند. این ویژگی از اثربخشی (کلی، ۱۹۹۳؛ زیگ، ۲۰۰۰) و کیفیت (هلفیا و همکاران، ۲۰۱۸) گزارشگری شرکت‌های مذکور می‌کاهد. لذا لازم است نهادهای نظارتی از قبیل سازمان بورس سازوکارهای مناسبی را در راستای ترغیب شرکت‌ها جهت استفاده از ابزارهای بصری در ارائه گزارش‌های مسئولیت اجتماعی خود تدوین نمایند. لازم به ذکر است، نتیجه آزمون فرضیه سوم پژوهش نیز نشان داد که از نظر آماری تفاوت معناداری در میزان استفاده از قالب متنی یا ابزارهای بصری جهت افشای اطلاعات اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی در مواجهه با ویروس کرونا وجود دارد.

نتایج مربوط به تحلیل و طبقه‌بندی میزان استفاده از سامانه کدال یا سایر پایگاه‌های اطلاع‌رسانی جهت افشای اطلاعات اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی در مواجهه با ویروس کرونا نشان داد که شرکت‌های مذکور بیشتر افشاهای خود را در قالب گزارش‌های ادواری از طریق سامانه کدال ارائه کرده‌اند. لازم به ذکر است نتیجه آزمون فرضیه چهارم نیز نشان داد که از نظر آماری تفاوت معنادار بین میزان استفاده از سامانه کدال یا سایر پایگاه‌های اطلاع‌رسانی جهت افشای اطلاعات مربوط به اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی در مواجهه با ویروس کرونا وجود دارد که این یافته‌ها هم‌راستا با نتایج پژوهش داوف (۲۰۱۶) و همچنین پشتوانه‌های نظری حاکم بر نظریه علامت‌دهی است.

نتایج مربوط به تحلیل و طبقه‌بندی میزان استفاده از رویکرد آینده‌نگر و گذشته‌نگر در افشای اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی در مواجهه با ویروس کرونا نشان داد که شرکت‌های مذکور بیشتر افشاهای خود را با استفاده از رویکرد گذشته‌نگر ارائه کرده‌اند. این ویژگی طبق نتایج پژوهش هلفیا و همکاران (۲۰۱۸) نشان‌دهنده پایین بودن سطح کیفیت گزارشگری شرکت‌های مذکور است. بنابراین لازم است نهادهای نظارتی از قبیل سازمان بورس سازوکارهای مناسبی را در راستای ترغیب شرکت‌ها جهت ارائه گزارش‌های مسئولیت اجتماعی حاوی محتوای آینده‌نگر تدوین نمایند. به عبارت دیگر بیشتر افشاهای شرکت‌های یادشده در این زمینه به تشریح اقداماتی که در گذشته عملیاتی شده‌اند متمرکز بوده است نه اقدامات و برنامه‌هایی که در آینده انجام خواهند شد. لازم به ذکر است نتیجه آزمون فرضیه پنجم نیز نشان داد که از نظر آماری تفاوت معنادار بین میزان استفاده از رویکرد گذشته‌نگر و رویکرد آینده‌نگر

در افشای اطلاعات مربوط به اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی در مواجهه با ویروس کرونا وجود دارد.

با توجه به اینکه در این پژوهش ماهیت و محتوای افشای اقدام‌های مسئولیت اجتماعی کلیه شرکت‌های تولیدکننده مواد و محصولات دارویی پذیرش شده در بورس اوراق بهادار تهران در مواجهه با ویروس کرونا، از منظر ابعاد مختلف (شامل بعد جامعه، بعد کارکنان و بعد اقتصادی) و جنبه‌های مختلف (شامل جنبه افق زمانی، معیار اندازه‌گیری، نحوه افشا و محل افشا)، به‌طور کامل بررسی و به‌صورت خلاصه و طبقه‌بندی شده ارائه گردیده است. نتایج پژوهش به نهادهای نظارتی از قبیل وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، سازمان بورس و سایر ذینفعان کمک خواهد نمود تا نسبت به شناسایی نقاط ضعف و قوت اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی در مواجهه با ویروس کرونا و گزارشگری آن، اقدام نمایند. بدیهی است نهادهای نظارتی مذکور پس از شناسایی نقاط ضعف موجود، بایستی با اتخاذ سازوکارهای مناسب به ترغیب شرکت‌ها در راستای رفع ضعف‌های موجود در این زمینه بپردازند.

یکی از محدودیت‌های اصلی این پژوهش که نشأت گرفته از ماهیت مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی در مواجهه با ویروس کرونا می‌باشد، تمرکز این پژوهش به بررسی سطح افشای اقدام‌های مسئولیت اجتماعی از منظر بعد جامعه، بعد کارکنان و بعد اقتصادی بوده است، به‌عبارت‌دیگر با توجه به اثرپذیری کمتر سایر ابعاد مسئولیت اجتماعی همچون بعد زیست‌محیطی از شیوع ویروس کرونا، در این پژوهش افشای اقدام‌های مرتبط با ابعاد مذکور مورد بررسی قرار نگرفته است. لذا در تعمیم نتایج به سایر شرکت‌ها و سایر ابعاد گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها باید احتیاط شود.

پیشنهاد می‌گردد در مطالعات آتی به‌منظور شناسایی اقدام‌های شرکت‌های فعال در صنایع مختلف در زمینه مقابله با ویروس کرونا و چگونگی افشای آن، پژوهش مشابه در صنایع دیگر از جمله صنعت پتروشیمی، صنعت بانکداری و ... انجام گیرد، به‌منظور تکمیل ادبیات حاکم بر این حیطه در مطالعات آتی تفاوت افشا در سطح ابعاد دیگر همچون بعد زیست‌محیطی و بعد اخلاقی نیز مورد بررسی قرار گیرد. در ضمن، مطالعه تفاوت افشای اقدام‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دارویی قبل و بعد از شیوع ویروس کرونا نیز می‌تواند یافته‌های مفیدی را به‌همراه داشته باشد.

فهرست منابع

- اخترشناس، داریوش؛ خدای پور احمد؛ پورحیدری، امید. (۱۴۰۰)، تدوین و ارزیابی مدل موانع اجرا، افشا و استانداردگذاری پایداری شرکتی در ایران. حسابداری ارزشی و رفتاری، دوره ششم، شماره ۱۱، صص ۲۱۷-۲۴۹.
- توسلی، شکبیا. (۱۴۰۰)، بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی شرکتها در بهبود کسب و کار در دوران بحران کرونا، اولین کنفرانس بین المللی آزمایشگاه مدیریت و رویکردهای نوآورانه در مدیریت و اقتصاد.
- حاجیان نژاد، امین؛ پورحیدری، امید؛ بهار مقدم، مهدی. (۱۳۹۴)، تدوین چهارچوبی برای گزارشگری غیرمالی شرکتها بر مبنای چهارچوب مفهومی حسابداری، دانش حسابداری مالی، دوره پنجم، شماره ۲، صص ۷-۳۱.
- حیدری چروده، مجید؛ فروغزاده، سیمین. (۱۳۸۹)، راهنمای کاربردی نرم افزار *SPSS* با تاکید بر روش تحقیق و آمار براساس سرفصلهای مصوب آموزش عالی همراه با نمونه تفاسیر متعدد از آزمونهای آماری، انتشارات جامعه‌شناسان، تهران.
- زارعی، قاسم؛ رحیمی کلور، حسین؛ حقوردی زاده، ابوالفضل. (۱۳۹۹)، بحران ویروس کرونا و سوء مدیریت مسئولیت اجتماعی شرکت: تحلیل واکنش کاربران شبکه‌های اجتماعی به اخبار منفی حول مسائل *CSR*، مدیریت کسب و کارهای بین المللی، ۳(۱۰)، صص ۳۳-۵۲.
- طالب‌نیا، قدرت‌ا...؛ علی‌خانی، مرضیه؛ مران‌جوری، مهدی. (۱۳۹۱)، ارزیابی کمیّت و ماهیت افشای اطلاعات حسابداری زیست‌محیطی و اجتماعی در ایران، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، دوره نوزدهم، شماره ۳، صص ۴۳-۶۰.
- محمودخانی، مهناز؛ رحمانی، علی؛ همایون، سعید؛ نیاکان، لیلی. (۱۴۰۰)، شناسایی مؤلفه‌های گزارشگری پایداری در صنعت بیمه. حسابداری ارزشی و رفتاری، دوره ششم، شماره ۱۱، صص ۲۱۶-۱۸۷.
- Abbas, A., M. Ilham., N. Triani., A. Arizah, & W. O. Rayyani. 2020. The involvement of firms in helping fight the pandemic of COVID-19: Evidence from Indonesia. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis* 8: 72-76.
- Akrout, M. M., & Othman, H. B. 2013. A study of the determinants of corporate environmental disclosure in MENA emerging markets. *Journal of Reviews on Global Economics*, 2: 46-59.
- Akrum Helfaya. A., Mark. W, Alawattage. C. 2018. Exploring the quality of corporate environmental reporting: Surveying preparers' and users' perceptions. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 32(1): 163-193.

- Belal, R. A. and Momin, M. 2009, Corporate social reporting (CSR) in emerging economies: A review and future direction, *Research in Accounting in Emerging Economies*, 9: 119-143.
- Boatright, R. 2003. *Ethics and the conduct of business*. Pearson Education International, New York
- Campbell-Lendrum, D., & Corvalan, C. 2007. Climate change and developing country cities: Implications for environmental health and equity. *Journal of Urban Health: Bulletin of the New York Academy of Medicine*, 84(1): 109-117.
- Carroll, A. B. 2020. Corporate social responsibility (CSR) and the COVID-19 pandemic: organizational and managerial implications. *Journal of Strategy and Management* 14(3): 315-330.
- Carroll, A.B. (2015). Corporate social responsibility: The centerpiece of competing and complementary frameworks. *organ. Dyn*, 44: 87-96.
- Commission of the European Communities. 2001. Promoting a European framework for corporate social responsibilities, *ThrCOM (2001) 366 final* Brussels.
- Dahlsrud, A. 2008. How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 15(1): 1-13.
- Drobnyazko, S., T. Hilorme, D. Solokha, & O. Bieliakova. 2020. Strategic policy of companies in the area of social responsibility: Covid-19 challenges. In *E3S Web of Conferences (Vol. 211)*. EDP Sciences.
- Duff, A. 2016. Corporate social responsibility reporting in Professional accounting firms. *The British Accounting Review* 48(1): 74-86.
- Ebner, D., R.J. Baumgartner. 2006. *The Relationship Between Sustainable Development and Corporate Social Responsibility*. Corporate responsibility research conference .
- García-Sánchez, I. M., A. García-Sánchez. .2020. Corporate social responsibility during COVID-19 pandemic. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 6(4): 126.
- Gigauri, I. 2021. Corporate Social responsibility and COVID-19 pandemic crisis: evidence from Georgia. *International Journal of Sustainable Entrepreneurship and Corporate Social Responsibility (IJSECSR)* 6(1): 30-47.
- Graves, S.P., S. Waddock, M. Kelly. 2001. How do you measure corporate citizenship?. *Business Ethi.* 12(2): 155-187.
- Guthrie, J., S. Cuganesan, L. Ward. 2008. Industry specific social and environmental reporting: the Australian food and beverage industry. *Accounting Forum* 32(1): 1-15.
- Hayes, B., B. Walker. 2005. Corporate responsibility or core competence?. *Development in Practice* 15(3/4): 405-412.

- He, H., L. Harris. 2020. The impact of Covid-19 pandemic on corporate social responsibility and marketing philosophy. *Journal of business research* 116: 176-182.
- Helfaya, A., M. Whittington, C. Alawattage. 2018. Exploring the quality of corporate environmental reporting: Surveying preparers' and users' perceptions. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 32(1): 163-193.
- Huang, X.B, Watson, L. 2015. Corporate social responsibility research in accounting. *Journal of Accounting Literature*, 34: 1-16.
- Kelly, J. 1993. The effects of display format and data density on time spent reading statistics in text, tables, and graphs. *Journalism Quarterly* 70(1): 140-149..
- Loosemore, M., B. T. H. Lim. 2017. Linking corporate social responsibility and organizational performance in the construction industry. *Construction Management and Economics* 35(3): 90-105.
- Mahmud, A., D. Ding, M. M. Hasan. 2021. Corporate social responsibility: Business responses to Coronavirus (COVID-19) pandemic. *SAGE Open* 11(1): 1-17.
- Mahoney, L. S. 2012. Standalone CSR reports: A Canadian analysis. *Issues in Social & Environmental Accounting*, 6(1/2): 4-25.
- Maon, F., A. Lindgreen, V. Swaen. 2010. Organizational stages and cultural phases: A critical review and a consolidative model of corporate social responsibility development. *International Journal of Management Reviews* 12(1): 20-38.
- Navickas, V., R. Kontautienė, J. Stravinskienė, Y. Bilan. 2021. Paradigm shift in the concept of corporate social responsibility: COVID-19. *Green financeOEE* 3(2): 138-152.
- Owen, D. 2005. CSR after Enron: A role for the academic accounting profession. *European Accounting Review*. 14(2): 395-404.
- Pederson, E. 2006. Making corporate social responsibility (CSR) operable: How companies translate stakeholder dialogue into practice. *Business and Society Review*. 111(2): 137-163.
- Raimo, N., A. Rella, , F. Vitolla, M. I. Sánchez-Vicente, I. M. García-Sánchez. 2021. Corporate social responsibility in the COVID-19 pandemic period: A traditional way to addressnNew social issues. *Sustainability* 13(12): 6561.
- Thomas, G., M. Nowak. 2006. Corporate Social Responsibility: A Definition. Working Paper, Graduate School of Business, Curtin University of Technology, Australia.
- Thorne, L., Mahoney, L., Manetti, G. 2014. Motivations for issuing standalone CSR Reports: A Survey of Canadian Firms, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 27(4): 686 – 714.

-
- Tschopp, D., R. Huefner. 2015. Comparing the evolution of CSR reporting to that of financial reporting. *Journal of Business Ethics* 127(3): 565-577.
- Visser, W. 2009. Corporate social responsibility in developing countries. In the *Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. 1-19.
- Wearing, R. 2005. *Cases in corporate governance*. London. SAGE Publications.
- World Business Council for Sustainable Development. 1999. *Corporate social responsibility: meeting changing expectations*. World Business Council for Sustainable Development: Geneva.
- Zainal, Dalilawati & Zainuddin, Suria. 2013. Corporate social responsibility reporting in malaysia: a Research Note. *Journal of Accounting Perspective*. 21-36.
- Zhu, Q. and Zhang, Q. 2015. Evaluating practices and drivers of corporate social responsibility: the Chinese context. *Journal of Cleaner Production*. 100(1): 315-324.
- Zweig, J. 2000. Chart burn, *Money Magazine* 29(4): 67-69.

Identifying the Factors Affecting the Quality of Investors' Judgment and Decision-Making Based on Cognitive Psychology

Hassan Farajzadeh Dehkordi

Assistant Professor of accounting ,Faculty of financial sciences ,Kharazmi University ,Tehran ,Iran (Corresponding Author), ha.farajzadeh@yahoo.com

Yeganeh Faghfour Maghrebi

*phd of accounting, shahid beheshti university, Tehran ,Iran
(yeganeh.maghrebi@yahoo.com)*

Abstract

Investors' decisions affect the allocation of resources in the capital market so it is important to gain knowledge about the mechanism and factors affecting their judgment and decision-making. In the first step, this study, provides an integrated picture of the theories and viewpoints related to the application of cognitive psychology in the field of judgment and decision-making. In the second step of the research, the thematic analysis has been used to investigate the factors affecting the quality of investors' judgment and decision-making from 2006 to 2022 using 40 papers published in international journals. Analysis results related to the factors affecting the quality of investors' judgment and decision-making show five main themes, including; (1) The usage of qualitative (narrative) information in addition to quantitative information to convey information, (2) Historical course of theories related to judgment and decision-making, (3) Effective factors making differences in the quality of judgment and decision-making, (4) Impact of implicit and integrated feelings and emotions on judgment and decision-making, and (5) Consequences (benefits of paying attention to the factors affecting the quality of judgment and decision-making). The results of this study show that decision and judgment of investors can be affected by the interaction of factors affecting the person, the type of activity (goal) and the environment, and it is necessary to pay attention to each of these factors in order to explain the behavior and judgments of investors.

Keywords: Cognitive Psychology, the Quality of Judgment and Decision Making, Thematic Analysis.

Copyrights



This license only allowing others to download your works and share them with others as long as they credit you, but they can't change them in any way or use them commercial.