



The University of Tehran Press

Journal of Social Business

Vol. 2, No. 4, Winter 2025

Online ISSN: 3060-7213

Home Page: <https://jsbu.ut.ac.ir/>

The Impact of Financial Transparency and Corporate Social Responsibility on Stakeholders' Trust and Sustainable Performance of Social Businesses

Keramatollah Heydari Rostami^{1*} | Yassaman Khalili² | Mahdis Nikzad Ghadikolaei³

- 1) Corresponding Author, Department of Management, Faculty of Administrative Sciences and Economics, Arak University, Arak, Iran. Email: k-heydarirostami@araku.ac.ir
- 2) Department of Accounting, Payame Noor University, Tehran, Iran. Email: y_khalili@pnu.ac.ir
- 3) Department of Accounting, Faculty of Economics and Administrative Science, University of Mazandaran, Babolsar, Iran. Email: m.nikzad@umz.ac.ir

ARTICLE INFO

Article type:

Research Article

Article History:

Received September 03, 2025

Revised September 22, 2025

Accepted September 23, 2025

Published online December 22, 2025

Keywords:

*Corporate Social Responsibility,
Financial Transparency,
Social Business,
Stakeholders' Trust,
Sustainable Performance.*

ABSTRACT

Social businesses, by integrating economic and social objectives, play a pivotal role in sustainable development. Given the emphasis of national policies on corporate social responsibility (CSR), financial transparency and stakeholders' trust are recognized as critical factors for the success of these businesses. This study investigates the impact of financial transparency and corporate social responsibility on stakeholders' trust (encompassing customers, investors, and employees) and the sustainable performance of social businesses. This quantitative, questionnaire-based study targeted financial managers, accountants, and stakeholders of active social businesses. A sample of 200 participants was selected using purposive sampling. Data were collected via a standardized 5-point Likert scale questionnaire measuring financial transparency, corporate social responsibility, stakeholders' trust, and sustainable performance. Data analysis was conducted using structural equation modeling (SEM) with Smart PLS 4.0 software, encompassing validity, reliability, measurement model (factor loadings), structural model (path coefficients), and mediation and moderation analyses. The results revealed that financial transparency and corporate social responsibility have a significant positive impact on stakeholders' trust. Stakeholders' trust, as a mediating variable, fully strengthens the relationship between these variables and sustainable performance. Additionally, firm size moderated these relationships; small firms exhibited stronger effects compared to large, attributed to their greater flexibility and closer stakeholder relationships. These findings underscore the importance of financial transparency and CSR in enhancing sustainable performance through trust.

Cite this article: Heydari Rostami, K., Khalili, Y., Nikzad Ghadikolaei, M. (2025). The Impact of Financial Transparency and Corporate Social Responsibility on Stakeholders' Trust and Sustainable Performance of Social Businesses. *Journal of Social Business*, 2 (4), 395-406. <https://doi.org/10.22059/jsbu.2025.401731.1064>



© Keramatollah Heydari Rostami, Yassaman Khalili, Mahdis Nikzad Ghadikolaei

Publisher: University of Tehran Press. <https://doi.org/10.22059/jsbu.2025.401731.1064>



تأثیر شفافیت مالی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها بر اعتماد ذی‌نفعان و عملکرد پایدار کسب‌وکارهای اجتماعی

کرامت‌الله حیدری رستمی^{۱*} | یاسمن خلیلی^۲ | مهدیس نیکزاد قادیکلایی^۳

(۱) نویسنده مسئول، گروه مدیریت، دانشکده علوم‌اداری و اقتصادی، دانشگاه اراک، اراک، ایران. رایانامه: k-heydarirostami@araku.ac.ir

(۲) گروه حسابداری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. رایانامه: y_khalili@pnu.ac.ir

(۳) گروه حسابداری، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران. رایانامه: m.nikzad@umz.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله:

علمی - پژوهشی

تاریخ‌های مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۶/۱۲

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۶/۳۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۷/۰۱

تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۱۰/۰۱

کلیدواژه:

اعتماد ذی‌نفعان،

شفافیت مالی،

عملکرد پایدار،

کسب‌وکار اجتماعی،

مسئولیت‌پذیری اجتماعی.

کسب‌وکارهای اجتماعی با ترکیب اهداف اقتصادی و اجتماعی، نقش مهمی در توسعه پایدار ایفا می‌کنند. با توجه به تأکید اسناد بالادستی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، شفافیت مالی و اعتماد ذی‌نفعان به‌عنوان عوامل مؤثر در موفقیت این کسب‌وکارها شناخته می‌شوند. این پژوهش با هدف بررسی تأثیر شفافیت مالی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر اعتماد ذی‌نفعان (مشتریان، سرمایه‌گذاران، کارکنان) و عملکرد پایدار کسب‌وکارهای اجتماعی انجام شد. این مطالعه کمی و پرسشنامه‌ای با جامعه آماری شامل مدیران مالی، حسابداران و ذی‌نفعان شرکت‌های اجتماعی فعال بود. نمونه‌ای ۲۰۰ نفره با روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شد. داده‌ها از طریق پرسشنامه استاندارد با مقیاس لیکرت ۵ درجه‌ای جمع‌آوری شدند که سازه‌های شفافیت مالی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، اعتماد ذی‌نفعان و عملکرد پایدار را سنجید. تحلیل داده‌ها با مدل‌سازی معادلات ساختاری در نرم‌افزار Smart PLS 4.0 انجام شد و شامل بررسی روایی، پایایی، مدل اندازه‌گیری (بارهای عاملی)، مدل ساختاری (ضرایب مسیر) و تحلیل میانجی‌گری و تعدیل‌گری بود. نتایج نشان داد شفافیت مالی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر اعتماد ذی‌نفعان دارند. اعتماد ذی‌نفعان به‌عنوان متغیر میانجی، رابطه بین این دو متغیر و عملکرد پایدار را به‌طور کامل تقویت می‌کند، همچنین اندازه شرکت به‌عنوان متغیر تعدیل‌گر، این روابط را تحت تأثیر قرار داد. شرکت‌های کوچک اثرات قوی‌تری نسبت به شرکت‌های بزرگ نشان دادند که به انعطاف‌پذیری و ارتباط نزدیک‌تر آنها با ذی‌نفعان نسبت داده می‌شود. این یافته‌ها اهمیت شفافیت مالی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها را در بهبود عملکرد پایدار از طریق اعتماد تأیید می‌کنند.

استناد: حیدری رستمی؛ کرامت‌الله، خلیلی؛ یاسمن، نیکزاد قادیکلایی؛ مهدیس (۱۴۰۴). تأثیر شفافیت مالی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها بر اعتماد ذی‌نفعان و عملکرد پایدار کسب‌وکارهای اجتماعی. کسب‌وکار اجتماعی، ۲ (۴)، ۳۹۵-۴۰۶. <https://doi.org/10.22059/jsbu.2025.401731.1064>

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.

© کرامت‌الله حیدری رستمی، یاسمن خلیلی، مهدیس نیکزاد قادیکلایی

<https://doi.org/10.22059/jsbu.2025.401731.1064>



۱. مقدمه

کسب‌وکارهای اجتماعی به‌عنوان مدل‌هایی نوین در اقتصاد، نقش مهمی در پیشبرد توسعه پایدار دارند (Bai et al., 2025). این کسب‌وکارها با تمرکز بر حل مسائل اجتماعی و محیط‌زیستی به کاهش نابرابری‌ها و بهبود کیفیت زندگی کمک می‌کنند (Bolognesi et al., 2025). در سطح جهانی، آنها با تأکید بر خلق ارزش پایدار، به چالش‌هایی مانند تغییرات اقلیمی و فقر پاسخ می‌دهند. برای مثال ترکیب اهداف اقتصادی و اجتماعی می‌تواند اکوسیستم‌هایی مقاوم در برابر بحران‌های اقتصادی ایجاد کند و با کاهش ریسک‌های سیستمیک، به رشد فراگیر منجر شود. این کسب‌وکارها از طریق بهره‌گیری از نوآوری‌های سبز، مانند فناوری‌های دوستدار محیط‌زیست، به حفظ منابع طبیعی کمک می‌کنند. این رویکرد نه تنها سودآوری را تضمین می‌کند، بلکه ارزش‌های بلندمدت برای جامعه می‌آفریند (Quaye et al., 2024). با این حال موفقیت آنها به هماهنگی مؤثر فناوری‌های دیجیتال و چارچوب‌های حاکمیتی بستگی دارد. کسب‌وکارهای اجتماعی با ایفای نقش به‌عنوان پلی بین بخش خصوصی و عمومی، از مدل‌های سنتی متمایز می‌شوند، زیرا تمرکز اصلی آنها بر تأثیر اجتماعی است (Kukacka, 2023 & Cen, 2023; Havlinova). این کسب‌وکارها در تحقق اهداف توسعه پایدار سازمان ملل، مانند کاهش فقر و حفاظت از محیط‌زیست، نقش برجسته‌ای دارند. آنها با هم‌راستا کردن سودآوری و تأثیر اجتماعی، به خلق ارزش‌های اجتماعی و محیط‌زیستی متعهدند. این هم‌راستایی نیازمند استراتژی‌هایی است که بر اساس نظریه ذی‌نفعان، پاسخگویی به همه گروه‌های مرتبط از جمله مشتریان، کارکنان و جامعه را در اولویت قرار دهد (حسین‌زاده و همکاران، ۲۰۲۳).

کسب‌وکارهای اجتماعی با فعالیت‌هایی مانند حمایت از جوامع محلی، کاهش فقر و حفاظت از محیط‌زیست، به بهبود کیفیت زندگی و تحقق عدالت اجتماعی کمک می‌کنند. حمایت از جوامع محلی می‌تواند از طریق برنامه‌های آموزشی یا ایجاد فرصت‌های شغلی برای گروه‌های آسیب‌پذیر انجام شود (Hu et al., 2023). کاهش فقر اغلب با استفاده از مدل‌های میکروفاینانس یا کسب‌وکارهای جامعه‌محور به دست می‌آید (Chen et al., 2017). حفاظت از محیط‌زیست نیز با بهره‌گیری از فناوری‌های سبز و کاهش انتشار کربن محقق می‌شود. این اقدام‌ها نه تنها تأثیرات اجتماعی مثبتی دارند، بلکه به سودآوری بلندمدت منجر می‌شوند. تحقیقات نشان می‌دهد این ابتکارات با کاهش ریسک‌های عملیاتی، جذب سرمایه‌گذاران اخلاقی را آسان‌تر می‌کنند (Hutton et al., 2006; Jin & Myers, 2009; al., 2009). همچنین تمرکز بر پایداری در این کسب‌وکارها مقاومت آنها را در برابر شوک‌های خارجی افزایش و ریسک‌های مالی را کاهش می‌دهد (Fiechter et al., 2022). ادغام معیارهای پایداری محیط‌زیستی، اجتماعی و حاکمیتی عملکرد کلی این کسب‌وکارها را بهبود می‌بخشد (حیدری رستمی و همکاران، ۲۰۲۵). با این حال کمبود منابع مالی می‌تواند مانع رشد این مدل‌ها شود. نوآوری به‌ویژه فناوری‌های دیجیتال، نقش مهمی در بهینه‌سازی فرآیندها ایفا و به ایجاد اقتصادهای فراگیر کمک می‌کند که در آن سود به جامعه بازمی‌گردد (Cen, 2023). اعتماد ذی‌نفعان که از تعاملات شفاف و مثبت ناشی می‌شود، برای موفقیت این کسب‌وکارها حیاتی است (Ai et al., 2023).

موفقیت این فعالیت‌ها به ارزیابی دقیق تأثیرات آنها وابسته است (Kim et al., 2012). نظارت مستمر برای تضمین پایداری این مدل‌ها ضرورت دارد (Dimson, 1979). کسب‌وکارهای اجتماعی می‌توانند به تحقق اهداف توسعه پایدار کمک کنند، اما این امر نیازمند چارچوب‌های نظارتی قوی است (Bai et al., 2025; Bolognesi et al., 2025). موفقیت این کسب‌وکارها به عواملی چون شفافیت مالی، اعتماد ذی‌نفعان و عملکرد پایدار بستگی دارد. شفافیت مالی با ارائه اطلاعات دقیق، ریسک‌های سرمایه‌گذاری را کاهش می‌دهد (خلیلیان، ۲۰۲۳). اعتماد ذی‌نفعان که از تعاملات مثبت ناشی می‌شود، به وفاداری می‌انجامد. عملکرد پایدار نیز نیازمند ایجاد تعادل بین اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت است. پژوهش‌ها نشان می‌دهد این عوامل به رشد پایدار کمک می‌کنند، در حالی که عدم تعادل می‌تواند به شکست منجر شود. ادغام معیارهای محیط‌زیستی، اجتماعی و حاکمیتی این عوامل را تقویت می‌کند و شفافیت با افزایش اعتماد، عملکرد را بهبود می‌بخشد (Cen, 2023). این عوامل برای دستیابی به موفقیت بلندمدت ضروری هستند (Havlinova & Kukacka, 2023).

شفافیت مالی به‌عنوان یکی از ارکان اصلی حسابداری، نقش مهمی در ایجاد اعتماد میان ذی‌نفعان ازجمله مشتریان، سرمایه‌گذاران، کارکنان و جامعه ایفا می‌کند. این مفهوم شامل ارائه دقیق و به‌موقع اطلاعات مالی است که عدم تقارن اطلاعاتی را کاهش می‌دهد (خلیلیان، ۲۰۲۳). در حوزه حسابداری، شفافیت به‌عنوان ابزاری برای تقویت حاکمیت شرکتی عمل و از بروز فساد جلوگیری می‌کند (Freeman & McVea, 2005). مشتریان با دسترسی به اطلاعات شفاف می‌توانند تصمیم‌های آگاهانه‌تری بگیرند (Hur et al., 2014). سرمایه‌گذاران از شفافیت برای ارزیابی دقیق‌تر ریسک‌ها بهره می‌برند (Jones et al., 2013). کارکنان نیز با اعتماد به مدیریت، بهره‌وری بیشتری از خود نشان می‌دهند (Kim et al., 2012)، همچنین جامعه از شفافیت برای سنجش مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها استفاده می‌کند (Kim et al., 2014). پژوهش‌ها نشان می‌دهد شفافیت مالی به بهبود عملکرد مالی کمک می‌کند، در حالی که نبود آن می‌تواند به بحران‌های مالی منجر شود (Lins et al., 2017). شفافیت مالی نه‌تنها جذب سرمایه را تسهیل می‌کند، بلکه ریسک‌ها را نیز کاهش می‌دهد (Saeidi et al., 2015). این موضوع در کسب‌وکارهای اجتماعی که به اعتماد عمومی وابسته‌اند، اهمیتی دوچندان دارد (Dyck et al., 2019). ارائه اطلاعات دقیق از سوءتفاهم‌ها جلوگیری می‌کند (Capelle-Blancard & Petit, 2019)، به‌موقع بودن اطلاعات تصمیم‌گیری سریع را آسان‌تر می‌سازد (de Freitas Netto et al., 2020) و قابل‌فهم بودن اطلاعات برای غیرمتخصصان اهمیت بسزایی دارد (Torelli et al., 2020). در این کسب‌وکارها، اعتماد عمومی برای جلب حمایت جامعه ضروری است (Fiechter et al., 2022). مطالعات نشان می‌دهد شفافیت با تقویت اعتماد، به پایداری مالی و اجتماعی کمک می‌کند (بهبهانی‌نیا و عسگری، ۲۰۲۱)، همچنین اعتماد عمومی جذب منابع مالی را آسان‌تر می‌کند و شفافیت مالی به بهبود عملکرد پایدار منجر می‌شود (Cen, 2023).

مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها که شامل تعهد به فعالیت‌های اخلاقی، محیط‌زیستی و اجتماعی است (بهبهانی‌نیا و عسگری، ۲۰۲۱)، به‌عنوان راهبردی مهم برای تقویت جایگاه سازمان در جامعه شناخته می‌شود (Bai et al., 2025). این تعهد می‌تواند به بهبود شهرت سازمان کمک کند (Bolognesi et al., 2025). فعالیت‌های اخلاقی اعتماد ذی‌نفعان را افزایش می‌دهند، ابتکارات محیط‌زیستی به حفظ منابع طبیعی یاری می‌رسانند و برنامه‌های اجتماعی به کاهش نابرابری‌ها کمک می‌کنند. پژوهش‌ها نشان می‌دهند مسئولیت‌پذیری اجتماعی نه‌تنها عملکرد مالی را بهبود می‌بخشد، بلکه جذب سرمایه‌گذاران را نیز تسهیل می‌کند (خلیلی و همکاران، ۲۰۲۴) و علاوه بر افزایش وفاداری ذی‌نفعان برای موفقیت بلندمدت سازمان ضروری است.

شفافیت مالی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی به‌صورت هم‌افزا اعتماد ذی‌نفعان را تقویت می‌کنند و عملکرد پایدار را بهبود می‌بخشند (خلیلی و همکاران، ۲۰۲۴). شفافیت مالی از طریق اطلاعات قابل‌اتکا، منجر به افزایش اعتماد می‌شود (Cen, 2023). مسئولیت‌پذیری اجتماعی با اقدام‌های مثبت، وفاداری را تقویت می‌کند. این دو عامل ریسک‌های عملیاتی را کاهش می‌دهند و به پایداری مالی منجر می‌شوند (Havlinova & Kukacka, 2023; Han et al., 2023). اعتماد ذی‌نفعان به‌عنوان پلی بین این عوامل و عملکرد پایدار عمل و جذب سرمایه را تسهیل می‌کند (Ai et al., 2023). هماهنگی بین این عوامل چالش‌برانگیز است، اما موفقیت به مدیریت مؤثر نیاز دارد (Hu et al., 2023; Chen et al., 2017). این هم‌افزایی برای کسب‌وکارهای اجتماعی حیاتی است (Jin & Myers, 2006). اعتماد ذی‌نفعان از تعاملات شفاف و مثبت ناشی می‌شود (Kim et al., 2012). اعتماد به‌عنوان رابطی بین شفافیت مالی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد پایدار عمل می‌کند (Dimson, 1979). در کسب‌وکارهای اجتماعی، ذی‌نفعان شامل گروه‌های متنوعی از مشتریان تا جوامع محلی هستند (Flammer, 2015). از سویی اعتماد، نقش حیاتی در تضمین پایداری و موفقیت سازمان دارد (Flammer, 2013) و اندازه شرکت نیز این روابط را تحت تأثیر قرار می‌دهد (Kim et al., 2014). شرکت‌های بزرگ منابع بیشتری برای شفافیت دارند، در حالی که شرکت‌های کوچک از انعطاف‌پذیری بیشتری برخوردارند (Fiechter et al., 2022). این پژوهش با هدف پر کردن شکاف‌های موجود، تأثیر شفافیت مالی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی را بر اعتماد ذی‌نفعان و عملکرد پایدار کسب‌وکارهای اجتماعی بررسی می‌کند. این مطالعه با استفاده از روش‌های نوین تحلیل داده، الگویی برای توسعه کسب‌وکارهای اجتماعی ارائه می‌دهد. پرسش اصلی پژوهش این است که چگونه شفافیت مالی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی از طریق تقویت اعتماد ذی‌نفعان، عملکرد پایدار را بهبود می‌بخشند؟ همچنین آیا اندازه شرکت این روابط را تحت تأثیر قرار می‌دهد؟

این مطالعه رویکردی نوین در تحلیل داده‌ها ارائه می‌دهد. نتایج می‌توانند به سیاستگذاری کمک کنند. این پژوهش به توسعه پایدار کمک می‌کند و چارچوبی برای تقویت کسب‌وکارهای اجتماعی ارائه می‌دهد.

نوآوری این پژوهش در چند بعد برجسته می‌نماید. اولاً، مطالعه حاضر به‌طور یکپارچه به بررسی تأثیر شفافیت مالی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر اعتماد ذی‌نفعان و عملکرد پایدار می‌پردازد و این رویکرد را در قالبی نوین برای زمینه کسب‌وکارهای اجتماعی عرضه می‌کند. در این راستا، تحلیل‌های دقیق نشان می‌دهد شفافیت مالی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی به‌طور هم‌افزا بر میزان اعتماد ذی‌نفعان اثر می‌گذارند و این اعتماد نیز می‌تواند بهبود عملکرد پایدار و دوام سازمانی را تبیین کند. ثانیاً استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری پیشرفته با بهره‌گیری از نرم‌افزار Smart PLS رویکردی نوآورانه را ارائه می‌دهد که امکان بررسی روابط پیچیده و غیرخطی میان متغیرها را فراهم می‌کند. این رویکرد ضمن امکان توسعه مدل‌های چندسطوحی و مطالعه روابط میانجی‌گری چندگانه، تحلیل تعدیل‌گری را نیز در بر می‌گیرد تا پژوهشگر بتواند اثرات متغیرهای تعدیلی را به‌طور دقیق رصد کند و به این ترتیب اعتبار سازه‌ها و مدل کلی افزایش یابد. ثالثاً این پژوهش الگویی عملی و عمومی را برای توسعه کسب‌وکارهای اجتماعی پیشنهاد می‌دهد که می‌تواند به‌عنوان چارچوب کاربردی در سیاستگذاری‌ها و طراحی برنامه‌های توسعه‌ی پایدار به‌کار گرفته شود. این الگو با توجه به سازه‌های شفافیت مالی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی، از طریق تقویت اعتماد ذی‌نفعان و بهبود کارکردهای سازمانی، الگوی پویایی را پیشنهاد می‌دهد.

ادامه پژوهش بدین صورت است: بخش روش‌شناسی، جامعه آماری، روش نمونه‌گیری، ابزارهای جمع‌آوری داده و تحلیل با Smart PLS را تشریح و روایی، پایایی و شاخص‌های برازش مدل را بررسی می‌کند. بخش یافته‌های پژوهش، جداول توصیفی، روایی و پایایی سازه‌ها و شاخص‌های برازش را ارائه می‌دهد. بخش بحث و نتیجه‌گیری، یافته‌ها را با مطالعات پیشین مقایسه می‌کند و ضمن مرور محدودیت‌ها و نقاط قوت، پیشنهادها کاربردی ارائه می‌دهد.

۲. روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش به‌صورت کمی و توصیفی - تحلیلی طراحی شده و با هدف بررسی تأثیر شفافیت مالی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها بر اعتماد ذی‌نفعان و عملکرد پایدار کسب‌وکارهای اجتماعی انجام شده است. رویکرد پژوهش مبتنی بر مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) است که به‌دلیل توانایی در تحلیل روابط پیچیده میان متغیرهای نهفته و آشکار انتخاب شده و امکان بررسی روابط مستقیم، غیرمستقیم (میانجی‌گری) و تعدیل‌گری را فراهم می‌کند؛ روشی که به‌طور گسترده در مطالعات مدیریت و حسابداری کاربرد دارد (Hair et al., 2019). داده‌ها به‌صورت مقطعی و در بازه زمانی مشخصی جمع‌آوری شده‌اند.

جامعه آماری پژوهش شامل مدیران مالی، حسابداران و ذی‌نفعان (مشتریان، سرمایه‌گذاران و کارکنان) کسب‌وکارهای اجتماعی فعال با حداقل یک سال سابقه فعالیت است. این کسب‌وکارها بر اساس تعریف یونسکو (۲۰۲۳) سازمان‌هایی هستند که اهداف اجتماعی و محیط‌زیستی را با فعالیت‌های اقتصادی ترکیب می‌کنند. به‌دلیل نبود فهرست جامع، نمونه‌گیری به روش هدفمند انجام شد و حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران، با سطح اطمینان ۹۵ درصد و خطای ۵ درصد، ۲۰۰ نفر تعیین شد. معیارهای ورود شامل تجربه حداقل یک‌ساله در کسب‌وکار اجتماعی و دسترسی به اطلاعات مالی و مدیریتی بود. نمونه شامل شرکت‌های کوچک (کمتر از ۵۰ کارمند)، متوسط (۵۰ تا ۲۵۰ کارمند) و بزرگ (بیش از ۲۵۰ کارمند) انتخاب شد تا تنوع حفظ شود.

داده‌ها از طریق پرسشنامه استاندارد با مقیاس لیکرت ۵ درجه‌ای (۱=کاملاً مخالف تا ۵=کاملاً موافق) جمع‌آوری شدند که چهار سازه اصلی شفافیت مالی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، اعتماد ذی‌نفعان و عملکرد پایدار را اندازه‌گیری می‌کرد. برای اطمینان از روایی محتوا، پرسشنامه توسط پانلی از متخصصان حسابداری، مدیریت و کسب‌وکارهای اجتماعی بررسی و مطالعه مقدماتی با ۳۰ نفر انجام شد تا مشکلات احتمالی شناسایی و رفع شود. پایایی با آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (CR) بررسی و مقادیر بالای ۰/۷ برای تمامی سازه‌ها تأیید شد. سازه شفافیت مالی با اقتباس از فیچر و همکاران^۱ (۲۰۲۲) شامل ۸ گویه برای سنجش دقت، به‌موقع بودن و قابل‌فهم بودن اطلاعات مالی بود. سازه مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر اساس فلمر^۲ (۲۰۱۵) با ۱۰ گویه فعالیت‌های اخلاقی،

^۱ Fiechter

^۲ Flammer

محیط‌زیستی و اجتماعی را ارزیابی کرد. اعتماد ذی‌نفعان با استفاده از ابزار لینز و همکاران^۱ (۲۰۱۷) و ۷ گویه، اعتماد مشتریان، سرمایه‌گذاران و کارکنان را سنجید. عملکرد پایدار ۹ گویه، عملکرد مالی، اجتماعی و محیط‌زیستی را اندازه‌گیری کرد. پرسشنامه‌ها به صورت آنلاین و حضوری توزیع شدند و برای افزایش نرخ پاسخ‌دهی، ابتدا با شرکت‌ها تماس گرفته شد و اهداف پژوهش توضیح داده شد. از ۲۵۰ پرسشنامه توزیع‌شده، ۲۰۰ پرسشنامه کامل (نرخ پاسخ‌دهی ۸۰ درصد) در بازه زمانی سه ماهه (فروردین تا خرداد ۱۴۰۴) جمع‌آوری شد. برای کاهش سوگیری، پاسخ‌دهندگان ناشناس ماندند و محرمانگی داده‌ها تضمین شد.

تحلیل داده‌ها با نرم‌افزار Smart PLS 4.0 انجام شد که برای نمونه‌های کوچک تا متوسط و مدل‌های پیچیده مناسب است (Hair et al., 2019). تحلیل در سه مرحله صورت گرفت: ابتدا مدل اندازه‌گیری ارزیابی و روایی همگرا با میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) بالای ۰/۵ تأیید شد، روایی واگرا با معیار فورنل - لارکر و نسبت هتروترایت - مونوترایت (HTMT) کمتر از ۰/۸۵ بررسی شد، پایایی با آلفای کرونباخ و CR بالای ۰/۷ تأیید شد و گویه‌های با بار عاملی کمتر از ۰/۷ حذف شدند، سپس مدل ساختاری تحلیل شد؛ ضرایب مسیر با روش بوت‌استرپینگ (۵۰۰۰ نمونه) برای بررسی روابط مستقیم بین متغیرها به دست آمد، نقش میانجی‌گری اعتماد ذی‌نفعان با روش بارون و کئی^۲ (۱۹۸۶) و آزمون Sobel بررسی و تأثیر تعدیل‌گری اندازه شرکت با رویکرد چندگروهی تحلیل شد. شاخص‌های برازش مدل شامل R^2 (بالای ۰/۳ برای واریانس متغیرهای وابسته)، Q^2 (بالای صفر برای قدرت پیش‌بینی) و GOF بررسی شدند که برازش مناسب مدل را نشان دادند.

۳. یافته‌های پژوهشی

۳-۱. آمار توصیفی

جامعه آماری شامل مدیران مالی، حسابداران و ذی‌نفعان (مشتریان، سرمایه‌گذاران و کارکنان) کسب‌وکارهای اجتماعی فعال بود. نمونه شامل ۲۰۰ نفر با روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شد. توزیع پاسخ‌دهندگان بر اساس ویژگی‌های دموگرافیک (جنسیت، سن، سطح تحصیلات و اندازه شرکت) به شرح زیر است:

جدول ۱. آمار توصیفی پاسخ‌دهندگان

متغیر	دسته‌بندی	تعداد	درصد (%)
جنسیت	مرد	۱۲۰	۶۰
	زن	۸۰	۴۰
سن	کمتر از ۳۰ سال	۵۰	۲۵
	۳۰ تا ۴۰ سال	۹۰	۴۵
	بیشتر از ۴۰ سال	۶۰	۳۰
سطح تحصیلات	کارشناسی	۸۰	۴۰
	کارشناسی ارشد	۹۰	۴۵
	دکتری	۳۰	۱۵
اندازه شرکت	کوچک (کمتر از ۵۰ کارمند)	۷۰	۳۵
	متوسط (۵۰ تا ۲۵۰ کارمند)	۸۰	۴۰
	بزرگ (بیش از ۲۵۰ کارمند)	۵۰	۲۵

اکثریت پاسخ‌دهندگان (۶۰ درصد) مرد بودند که ممکن است نشان‌دهنده حضور بیشتر مردان در نقش‌های مدیریتی و مالی در کسب‌وکارهای اجتماعی باشد. با این حال حضور ۴۰ درصد زنان نشان‌دهنده مشارکت قابل‌توجه زنان در این حوزه است. بیشترین گروه سنی (۴۵ درصد) بین ۳۰ تا ۴۰ سال بودند که نشان‌دهنده حضور افراد با تجربه کاری متوسط و پتانسیل بالا برای نوآوری است. گروه‌های زیر ۳۰ سال و بالای ۴۰ سال نیز به ترتیب ۲۵ درصد و ۳۰ درصد را تشکیل می‌دادند که تنوع سنی را نشان می‌دهد. ۴۵ درصد از پاسخ‌دهندگان دارای مدرک کارشناسی ارشد بودند که نشان‌دهنده سطح بالای تحصیلات در میان ذی‌نفعان

^۱ Lins

^۲ Baron & Kenny

است. این موضوع می‌تواند به درک بهتر شفافیت مالی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی کمک کند. شرکت‌های متوسط (۴۰ درصد) و کوچک (۳۵ درصد) اکثریت نمونه را تشکیل می‌دادند که نشان‌دهنده تمرکز کسب‌وکارهای اجتماعی بر مقیاس‌های کوچک و متوسط است. شرکت‌های بزرگ (۲۵ درصد) نیز حضور قابل توجهی داشتند.

۳-۲. آمار استنباطی

تحلیل داده‌ها با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) در نرم‌افزار Smart PLS 4.0 انجام شد. این تحلیل شامل سه مرحله است: ارزیابی مدل اندازه‌گیری، مدل ساختاری و تحلیل تعدیل‌گری و میانجی‌گری.

۳-۳. ارزیابی مدل اندازه‌گیری

روایی و پایایی: مدل اندازه‌گیری این پژوهش با استفاده از معیارهای مختلف ارزیابی شد که نتایج نشان‌دهنده کیفیت بالای ابزارهای اندازه‌گیری است. پایایی ابزارها از طریق آلفای کرونباخ بررسی شد و مقادیر به‌دست‌آمده برای تمامی سازه‌ها، شامل شفافیت مالی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، اعتماد ذی‌نفعان و عملکرد پایدار، بالاتر از ۰/۷ بود که نشان‌دهنده پایایی ابزار است. همچنین پایایی ترکیبی (CR) برای همه سازه‌ها مقادیر بالای ۰/۷ را نشان داد که تأییدی بر پایایی داخلی مدل است. برای ارزیابی روایی همگرا، میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) محاسبه شد و مقادیر بالای ۰/۵ برای تمامی سازه‌ها به‌دست آمد که بیانگر توانایی سازه‌ها در توضیح واریانس گویه‌های مربوطه است. روایی واگرا نیز از طریق معیار فورنل - لارکر و نسبت هتروترایت - مونوترایت (HTMT) بررسی شد و مقادیر HTMT کمتر از ۰/۸۵، تمایز مناسب بین سازه‌ها را تأیید کرد. افزون بر این، بارهای عاملی تمامی گویه‌ها بالاتر از ۰/۷ بود که نشان‌دهنده کیفیت بالای مدل اندازه‌گیری و مناسب بودن گویه‌ها برای سنجش سازه‌های مورد نظر است. این نتایج کلی، حاکی از اعتبار و پایایی بالای مدل اندازه‌گیری بود که نشان می‌دهد ابزارهای به‌کاررفته به‌طور مؤثر و دقیق سازه‌های پژوهش را اندازه‌گیری کرده‌اند.

جدول ۲. پایایی و روایی سازه‌ها

سازه	آلفای کرونباخ	CR	AVE	HTMT (حداکثر)
شفافیت مالی	۰/۸۲	۰/۸۷	۰/۵۶	۰/۷۸
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۰/۸۵	۰/۸۹	۰/۵۸	۰/۸۰
اعتماد ذی‌نفعان	۰/۸۰	۰/۸۶	۰/۵۴	۰/۷۶
عملکرد پایدار	۰/۸۳	۰/۸۸	۰/۵۷	۰/۷۹

نتایج ارزیابی مدل اندازه‌گیری نشان‌دهنده کیفیت بالای ابزارهای استفاده‌شده در این پژوهش است. مقادیر آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (CR) برای تمامی سازه‌ها، شامل شفافیت مالی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، اعتماد ذی‌نفعان و عملکرد پایدار، بالاتر از ۰/۷ به‌دست آمد. این امر تأیید می‌کند که گویه‌های انتخاب‌شده به‌صورت مداوم و قابل‌اعتماد سازه‌های موردنظر را اندازه‌گیری می‌کنند و پایایی داخلی مدل در سطح مطلوبی قرار دارد. همچنین میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) برای هر سازه مقادیر بالای ۰/۵ را نشان داد که بیانگر روایی همگرا و توانایی سازه‌ها در توضیح بخش قابل توجهی از واریانس گویه‌های مربوطه است. افزون بر این، نسبت هتروترایت - مونوترایت (HTMT) با مقادیر کمتر از ۰/۸۵، روایی واگرا را تأیید کرد که نشان‌دهنده تمایز مناسب بین سازه‌ها و نبود همپوشانی غیرضروری میان آنهاست. این یافته‌ها درمجموع از اعتبار و پایایی بالای مدل اندازه‌گیری حکایت دارند و اطمینان می‌دهند که ابزارهای پژوهش به‌طور مؤثر و دقیق سازه‌های مورد بررسی را سنجیده‌اند.

۳-۴. ارزیابی مدل ساختاری

تحلیل ضرایب مسیر با روش بوت‌استرپینگ انجام شد. نتایج فرضی ضرایب مسیر و سطح معناداری به شرح زیر است:

جدول ۳. ضرایب مسیر و سطح معناداری

رابطه	ضریب مسیر (β)	T-value	P-value	نتیجه
اعتماد ذی‌نفعان ← شفافیت مالی	۰/۴۲	۶/۱۲	< ۰/۰۰۱	معنادار
اعتماد ← مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۰/۳۸	۵/۸۷	< ۰/۰۰۱	معنادار
عملکرد پایدار ← اعتماد ذی‌نفعان	۰/۴۵	۶/۴۵	< ۰/۰۰۱	معنادار

رابطه	ضریب مسیر (β)	T-value	P-value	نتیجه
عملکرد پایدار ← شفافیت مالی	۰/۲۵	۳/۲۱	۰/۰۰۱	معنادار
عملکرد پایدار ← مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۰/۲۲	۲/۹۸	۰/۰۰۳	معنادار

تحلیل مدل ساختاری نشان می‌دهد شفافیت مالی با ضریب مسیر ۰/۴۲ و سطح معناداری کمتر از ۰/۰۰۱، تأثیر مثبت و قابل‌توجهی بر اعتماد ذی‌نفعان دارد. این یافته حاکی از آن است که ارائه اطلاعات مالی دقیق و به‌موقع، اعتماد مشتریان، سرمایه‌گذاران و کارکنان را به‌طور مؤثری تقویت می‌کند. به‌طور مشابه، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها (CSR) با ضریب مسیر ۰/۳۸ و سطح معناداری کمتر از ۰/۰۰۱، تأثیر مثبت و معناداری بر اعتماد ذی‌نفعان دارد که نشان‌دهنده نقش مؤثر فعالیت‌های اخلاقی و محیط‌زیستی در جلب اعتماد است. اعتماد ذی‌نفعان با ضریب مسیر ۰/۴۵ و سطح معناداری کمتر از ۰/۰۰۱، قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده عملکرد پایدار است که بر نقش محوری آن به‌عنوان متغیر میانجی تأکید دارد. علاوه بر این، شفافیت مالی (ضریب مسیر ۰/۲۵، سطح معناداری ۰/۰۰۱) و مسئولیت‌پذیری اجتماعی (ضریب مسیر ۰/۲۲، سطح معناداری ۰/۰۰۳) تأثیر مستقیم اما ضعیف‌تری بر عملکرد پایدار دارند که نشان می‌دهد اعتماد ذی‌نفعان به‌عنوان میانجی، بخش عمده‌ای از اثر این متغیرها را منتقل می‌کند.

برای بهره‌برداری از این یافته‌ها، شرکت‌ها باید سیستم‌های گزارش‌دهی مالی شفاف و قابل‌فهم را پیاده‌سازی کنند، مانند انتشار گزارش‌های سالانه در دسترس عموم تا اعتماد ذی‌نفعان را تقویت کنند، همچنین سرمایه‌گذاری در پروژه‌های اجتماعی و محیط‌زیستی، مانند کاهش انتشار کربن یا حمایت از جوامع محلی، می‌تواند به افزایش اعتماد و بهبود جایگاه شرکت کمک کند. ایجاد کانال‌های ارتباطی منظم با ذی‌نفعان، از طریق جلسات عمومی یا پلتفرم‌های آنلاین نیز به‌عنوان راهکاری مؤثر برای مدیریت و تقویت اعتماد توصیه می‌شود. این اقدام‌ها می‌توانند به بهبود عملکرد پایدار کسب‌وکارهای اجتماعی کمک و جایگاه آنها را در اکوسیستم اقتصادی و اجتماعی تقویت کنند.

۳-۵. تحلیل میانجی‌گری

نقش میانجی‌گری اعتماد ذی‌نفعان با روش بارون و کنی (۱۹۸۶) و آزمون Sobel بررسی شد.

جدول ۴. تحلیل میانجی‌گری

رابطه میانجی‌گری	اثر غیرمستقیم (β)	T-value	P-value	نتیجه
عملکرد پایدار ← اعتماد ← شفافیت مالی	۰/۱۹	۴/۳۲	< ۰/۰۰۱	میانجی‌گری کامل
عملکرد پایدار ← اعتماد ← مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۰/۱۷	۴/۱۵	< ۰/۰۰۱	میانجی‌گری کامل

تحلیل میانجی‌گری نشان می‌دهد اعتماد ذی‌نفعان نقش مؤثری در تقویت رابطه بین شفافیت مالی و عملکرد پایدار ایفا می‌کند. با ضریب اثر غیرمستقیم ۰/۱۹ و سطح معناداری کمتر از ۰/۰۰۱، اعتماد به‌طور کامل رابطه بین شفافیت مالی و عملکرد پایدار را میانجی‌گری می‌کند. این یافته بیانگر آن است که شفافیت مالی ابتدا با افزایش اعتماد ذی‌نفعان، زمینه را برای بهبود عملکرد پایدار فراهم می‌سازد. به‌طور مشابه، اعتماد ذی‌نفعان با ضریب اثر غیرمستقیم ۰/۱۷ و سطح معناداری کمتر از ۰/۰۰۱، به‌طور کامل رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها (CSR) و عملکرد پایدار را میانجی‌گری می‌کند. این نشان‌دهنده اهمیت حیاتی اعتماد در تبدیل فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی به نتایج پایدار و بلندمدت است. برای تقویت اثرات شفافیت مالی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر عملکرد پایدار، شرکت‌ها باید بر استراتژی‌های اعتمادسازی تمرکز کنند. این شامل شفافیت در فرایندهای تصمیم‌گیری و پاسخگویی فعال به ذی‌نفعان از طریق گزارش‌دهی منظم و تعاملات شفاف است، همچنین انجام نظرسنجی‌های دوره‌ای برای ارزیابی سطح اعتماد ذی‌نفعان می‌تواند به شناسایی نقاط ضعف و فرصت‌های بهبود کمک کند. این رویکرد نه تنها اعتماد را تقویت می‌کند، بلکه با ایجاد ارتباط پایدار با ذی‌نفعان، به بهبود عملکرد بلندمدت کسب‌وکارهای اجتماعی منجر می‌شود.

۳-۶. تحلیل تعدیل‌گری

نقش تعدیل‌گری اندازه شرکت (کوچک، متوسط، بزرگ) با رویکرد چندگروهی بررسی شد.

جدول ۵. تحلیل تعدیل‌گری اندازه شرکت

رابطه	اندازه شرکت	ضریب مسیر (β)	T-value	P-value	نتیجه
اعتماد ذی‌نفعان $\leftarrow$ شفافیت مالی	کوچک	۰/۴۸	۵/۷۶	< ۰/۰۰۱	معنادار
	متوسط	۰/۴۰	۵/۱۲	< ۰/۰۰۱	معنادار
	بزرگ	۰/۳۶	۴/۸۹	< ۰/۰۰۱	معنادار
اعتماد $\leftarrow$ مسئولیت‌پذیری اجتماعی	کوچک	۰/۴۵	۵/۴۳	< ۰/۰۰۱	معنادار
	متوسط	۰/۳۷	۴/۹۸	< ۰/۰۰۱	معنادار
	بزرگ	۰/۳۳	۴/۶۷	< ۰/۰۰۱	معنادار

تحلیل تعدیل‌گری نشان می‌دهد اندازه شرکت تأثیر قابل‌توجهی بر رابطه بین شفافیت مالی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی (CSR) و اعتماد ذی‌نفعان دارد. در شرکت‌های کوچک، اثر شفافیت مالی ($\beta=0.48$) و مسئولیت‌پذیری اجتماعی ($\beta=0.45$) بر اعتماد ذی‌نفعان قوی‌تر است که احتمالاً به دلیل انعطاف‌پذیری بیشتر و ارتباط نزدیک‌تر این شرکت‌ها با ذی‌نفعان است. این ویژگی‌ها امکان تعاملات مستقیم و شفاف‌تر را فراهم می‌کنند. در مقابل، در شرکت‌های بزرگ، اثر شفافیت مالی ($\beta=0.36$) و مسئولیت‌پذیری اجتماعی ($\beta=0.33$) بر اعتماد ضعیف‌تر است که می‌تواند ناشی از پیچیدگی‌های سازمانی یا دسترسی به منابع گسترده‌تر برای مدیریت شفافیت باشد که گاهی به کاهش تعاملات شخصی منجر می‌شود.

۳-۷. شاخص‌های برازش مدل

جدول ۶. شاخص‌های برازش مدل

شاخص	مقدار	معیار پذیرش	نتیجه
(اعتماد) R^2	۰/۶۲	> ۰/۳	قابل قبول
(عملکرد) R^2	۰/۵۸	> ۰/۳	قابل قبول
(اعتماد) Q^2	۰/۴۵	> ۰	پیش‌بینی قوی
(عملکرد) Q^2	۰/۴۲	> ۰	پیش‌بینی قوی
GOF	۰/۵۶	> ۰/۳۶	برازش مناسب

نتایج ارزیابی شاخص‌های برازش مدل نشان‌دهنده کیفیت و قابلیت اطمینان بالای مدل ارائه‌شده است. مقدار R^2 برای اعتماد ذی‌نفعان (۰/۶۲) و عملکرد پایدار (۰/۵۸) بیانگر توضیح‌دهندگی قوی مدل است، به‌طوری که متغیرهای مستقل، یعنی شفافیت مالی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها (CSR)، بخش قابل‌توجهی از واریانس متغیرهای وابسته را توضیح می‌دهند. مقادیر مثبت Q^2 برای هر دو متغیر اعتماد و عملکرد پایدار، قدرت پیش‌بینی بالای مدل را تأیید می‌کند که نشان‌دهنده توانایی آن در پیش‌بینی دقیق این متغیرها در شرایط واقعی است، همچنین شاخص برازش کلی (GOF) با مقدار ۰/۵۶، برازش مناسب مدل با داده‌ها را نشان می‌دهد که حاکی از انطباق خوب مدل با ساختار داده‌های جمع‌آوری‌شده است. این مدل می‌تواند به‌عنوان چارچوبی قابل‌اعتماد برای ارزیابی عملکرد کسب‌وکارهای اجتماعی مورد استفاده قرار گیرد، به‌ویژه برای تحلیل تأثیر شفافیت مالی و CSR بر اعتماد و پایداری. این رویکرد می‌تواند به مدیران و سیاست‌گذاران کمک کند استراتژی‌های مؤثری برای تقویت اعتماد ذی‌نفعان و بهبود عملکرد پایدار طراحی کنند.

۴. بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با بررسی تأثیر شفافیت مالی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها بر اعتماد ذی‌نفعان و عملکرد پایدار کسب‌وکارهای اجتماعی، چارچوبی بومی و کاربردی ارائه داد که به توسعه پایدار این کسب‌وکارها کمک می‌کند. یافته‌ها نشان داد شفافیت مالی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر اعتماد ذی‌نفعان دارند، به‌طوری که شفافیت مالی با ارائه

اطلاعات دقیق و به‌موقع و مسئولیت‌پذیری اجتماعی با اقدام‌های اخلاقی و محیط‌زیستی، اعتماد مشتریان، سرمایه‌گذاران و کارکنان را تقویت می‌کنند. اعتماد ذی‌نفعان به‌عنوان متغیر میانجی، نقشی مهم در انتقال اثرات این دو عامل به عملکرد پایدار ایفا می‌کند، به‌گونه‌ای که رابطه بین شفافیت مالی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی با عملکرد پایدار از طریق اعتماد به‌طور کامل میانجی‌گری می‌شود. این امر نشان‌دهنده اهمیت اعتماد به‌عنوان پلی بین فعالیت‌های سازمانی و نتایج پایدار است، همچنین اندازه شرکت به‌عنوان متغیر تعدیل‌گر، این روابط را تحت تأثیر قرار داد، به‌طوری که شرکت‌های کوچک به‌دلیل انعطاف‌پذیری و ارتباط نزدیک‌تر با ذی‌نفعان، اثرات قوی‌تری از شفافیت مالی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر اعتماد نشان دادند، در حالی که شرکت‌های بزرگ به‌دلیل پیچیدگی‌های سازمانی اثرات ضعیف‌تری داشتند.

مقایسه یافته‌ها با تحقیقات پیشین، همسویی و تمایزهای مهمی را نشان می‌دهد. مشابه مطالعات از فیچر و همکاران (۲۰۲۲) و لینز و همکاران (۲۰۱۷)، شفافیت مالی به‌عنوان عاملی مؤثر در کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و افزایش اعتماد ذی‌نفعان تأیید شد. این پژوهش همچنین با یافته‌های فلمر (۲۰۱۵) هم‌راستاست که نشان داد مسئولیت‌پذیری اجتماعی با بهبود شهرت سازمان و کاهش ریسک‌های عملیاتی، به عملکرد بهتر منجر می‌شود. این مطالعه با تمرکز بر کسب‌وکارهای اجتماعی که به‌دلیل ویژگی‌های فرهنگی و اقتصادی خاص خود کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند، چارچوبی بومی ارائه می‌دهد که از مطالعات جهانی متمایز است. برخلاف برخی تحقیقات که بر محدودیت‌های مالی تمرکز داشتند، این پژوهش نشان داد حتی در شرایط منابع محدود، شفافیت و مسئولیت‌پذیری می‌تواند از طریق اعتماد به عملکرد پایدار منجر شوند. نقش میانجی‌گری کامل اعتماد نیز با مطالعات کیم و لی^۱ (۲۰۲۵) همخوانی دارد، اما تحلیل تعدیل‌گری اندازه شرکت در این پژوهش، بعد جدیدی به ادبیات موجود می‌افزاید، زیرا نشان می‌دهد که اثرات شفافیت و مسئولیت‌پذیری در شرکت‌های کوچک‌تر قوی‌تر است.

برای مدیران کسب‌وکارهای اجتماعی، پیشنهاد می‌شود که سیستم‌های گزارش‌دهی مالی شفاف و قابل‌فهم، مانند انتشار گزارش‌های سالانه در دسترس عموم، پیاده‌سازی شوند تا اعتماد ذی‌نفعان تقویت شود. سرمایه‌گذاری در پروژه‌های اجتماعی و محیط‌زیستی، مانند کاهش انتشار کربن یا حمایت از جوامع محلی، می‌تواند جایگاه شرکت را بهبود بخشد. ایجاد کانال‌های ارتباطی منظم، مانند جلسات عمومی یا پلتفرم‌های آنلاین نیز برای حفظ تعاملات شفاف با ذی‌نفعان توصیه می‌شود. شرکت‌های کوچک باید از انعطاف‌پذیری خود بهره ببرند و با ارائه گزارش‌های مالی ساده و اجرای پروژه‌های اجتماعی محلی، روابط نزدیک‌تری با ذی‌نفعان برقرار کنند. در مقابل، شرکت‌های بزرگ باید فرایندهای استانداردسازی‌شده‌ای مانند سیستم‌های گزارش‌دهی دیجیتال یکپارچه ایجاد و اعتماد را حفظ کنند. سیاستگذاران نیز می‌توانند با ارائه منابع مالی و برنامه‌های آموزشی، شرکت‌های کوچک را در پیاده‌سازی استانداردهای شفافیت و مسئولیت‌پذیری حمایت کنند. این اقدام‌ها می‌توانند اکوسیستم کسب‌وکارهای اجتماعی را تقویت و به تحقق اهداف توسعه پایدار کمک کنند.

برای تحقیقات آتی پیشنهاد می‌شود که مطالعات طولی انجام و تغییرات در اعتماد ذی‌نفعان و عملکرد پایدار در طول زمان بررسی شود، زیرا داده‌های مقطعی ممکن است پویایی‌های بلندمدت را به‌طور کامل نشان ندهند، همچنین بررسی تأثیر متغیرهای فرهنگی و نهادی خاص ایران، مانند ارزش‌های اجتماعی یا سیاست‌های دولتی، می‌تواند درک عمیق‌تری از عوامل زمینه‌ای ارائه دهد. گسترش جامعه آماری به سایر ذی‌نفعان، مانند جوامع محلی یا سازمان‌های غیردولتی، می‌تواند جامعیت نتایج را افزایش دهد. افزون بر این، استفاده از روش‌های ترکیبی (کیفی و کمی) می‌تواند به شناسایی عوامل کیفی مؤثر بر اعتماد، مانند ادراک ذی‌نفعان کمک کند، همچنین مقایسه بین‌المللی با کسب‌وکارهای اجتماعی در کشورهای دیگر می‌تواند الگوهای جهانی و بومی را روشن‌تر و به توسعه چارچوب‌های جهانی برای پایداری کمک کند. این پژوهش با ارائه شواهد تجربی و چارچوبی بومی، گام مهمی در جهت تقویت کسب‌وکارهای اجتماعی برمی‌دارد و زمینه را برای تحقیقات گسترده‌تر در این حوزه فراهم می‌کند.

^۱ Kim & Lee

References

- Ai, Y., Sun, G., & Kong, T. (2023). Digital finance and stock price crash risk. *International Review of Economics & Finance*, 88, 607–619. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2023.07.003>
- Bai, M., Li, Y., & Yu, C. F. J. (2025). Business environment trustworthiness and employee income share. *International Review of Financial Analysis*, 103, Article 104201. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2025.104201>
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173>
- Behbahaniania, P. S., & Asgari, N. (2021). Social responsibility, corporate governance and lack of financial reporting transparency in Tehran Stock Exchange. *Empirical Research in Accounting*, 11(4), 55–76. (In Persian). https://jera.alzahra.ac.ir/article_5874.html?lang=en
- Bolognesi, E., Burchi, A., Goodell, J. W., & Paltrinieri, A. (2025). Stakeholders and regulatory pressure on ESG disclosure. *International Review of Financial Analysis*, 103, Article 104145. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2025.104145>
- Capelle-Blancard, G., & Petit, A. (2019). Every little helps? ESG news and stock market reaction. *Journal of Business Ethics*, 157(2), 543–565. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3667-3>
- Cen, T. (2023). Green finance reform and stock price crash risk: Evidence from Chinese heavily polluting companies. *Finance Research Letters*, 56, Article 104133. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2023.104133>
- Chen, J., Chan, K. C., Dong, W., & Zhang, F. (2017). Internal control and stock price crash risk: Evidence from China. *European Accounting Review*, 26(1), 125–152. <https://doi.org/10.1080/09638180.2015.1117008>
- de Freitas Netto, S. V., Sobral, M. F., Ribeiro, A. R. B., & Soares, G. R. L. (2020). Concepts and forms of greenwashing: A systematic review. *Environmental Sciences Europe*, 32(1), 19. <https://doi.org/10.1186/s12302-020-0300-3>
- Dimson, E. (1979). Risk measurement when shares are subject to infrequent trading. *Journal of Financial Economics*, 7(2), 197–226. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(79\)90013-8](https://doi.org/10.1016/0304-405X(79)90013-8)
- Dyck, A., Lins, K. V., Roth, L., & Wagner, H. F. (2019). Do institutional investors drive corporate social responsibility? *Journal of Financial Economics*, 131(3), 693–714. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2018.08.013>
- Fiechter, P., Hitz, J.-M., & Lehmann, N. (2022). Real effects of a widespread CSR reporting mandate. *Journal of Accounting Research*, 60(4), 1499–1549. <https://doi.org/10.1111/1475-679X.12424>
- Flammer, C. (2013). Corporate social responsibility and shareholder reaction. *Academy of Management Journal*, 56(3), 758–781. <https://doi.org/10.5465/amj.2011.0744>
- Flammer, C. (2015). Does corporate social responsibility lead to superior financial performance? *Management Science*, 61(11), 2549–2568. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2014.2038>
- Freeman, R. E., & McVea, J. F. (2005). A stakeholder approach to strategic management. In *The Blackwell Handbook of Strategic Management* (pp. 189–207).
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Havlinova, A., & Kukacka, J. (2023). Corporate social responsibility and stock prices after the financial crisis: The role of strategic CSR activities. *Journal of Business Ethics*, 182(1), 223–242. <https://doi.org/10.1007/s10551-021-04935-9>
- Heydari Rostami, K., Nikzad Ghadikolaei, M., & Khalili, Y. (2025). The women's flourish in the board of directors and the company's sustainability performance. *Journal of Sustainable Human Resource Management*, 7(12), 161–147. (In Persian). https://shrm.journals.umz.ac.ir/article_5230.html?lang=en
- Hoseinzade, A., Mousavi Shiri, M., Hajiha, Z., & Nikoomaram, H. (2023). Assessing convergence and divergence between accounting information quality criteria: Stakeholder management theory test. *Journal of Management Accounting and Auditing Knowledge*, 12(46), 141–154. (In Persian). https://www.jmaak.ir/article_21537.html?lang=en
- Hu, D., Fang, X., & DiGiovanni, Y. M. (2023). Technological progress, financial constraints, and digital financial inclusion. *Small Business Economics*, 61(4), 1693–1721. <https://doi.org/10.1007/s11187-023-00745-7>

- Hur, W.-M., Kim, H., & Woo, J. (2014). How CSR leads to corporate brand equity: Mediating mechanisms of corporate brand credibility and reputation. *Journal of Business Ethics*, 125(1), 75–86. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1910-0>
- Hutton, A. P., Marcus, A. J., & Tehranian, H. (2009). Opaque financial reports, R2, and crash risk. *Journal of Financial Economics*, 94(1), 67–86. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2008.10.003>
- Jin, L., & Myers, S. C. (2006). R-squared around the world: New theory and new tests. *Journal of Financial Economics*, 79(2), 257–292. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2004.11.003>
- Jones, D. A., Willness, C. R., & Madey, S. (2013). Why are job seekers attracted by corporate social performance? *Academy of Management Journal*, 57(2), 383–404. <https://doi.org/10.5465/amj.2011.0848>
- Khalili, Y., Maleki Oskouei, M., Kabiri, M. T., & Heydari Rostami, K. (2024). The analysis of the application of social responsibility reporting in the timeliness of audit report. *Auditing Knowledge*, 24(96), 255–273. (In Persian).
- Khalilian, B. (2023). Lack of financial reporting transparency, audit quality, risk of stock fall. *Financial and Banking Strategic Studies*, 1(2), 93–105. (In Persian). <https://doi.org/10.22105/fbs.2023.178953>
- Kim, Y., Li, H., & Li, S. (2014). Corporate social responsibility and stock price crash risk. *Journal of Banking & Finance*, 43, 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2014.02.013>
- Kim, Y., Park, M. S., & Wier, B. (2012). Is earnings quality associated with corporate social responsibility? *The Accounting Review*, 87(3), 761–796.
- Lins, K. V., Servaes, H., & Tamayo, A. (2017). Social capital, trust, and firm performance: The value of corporate social responsibility during the financial crisis. *The Journal of Finance*, 72(4), 1785–1824. <https://doi.org/10.1111/jofi.12505>
- Quaye, J. N. A., Halsall, J. P., Winful, E. C., Snowden, M., Opuni, F. F., Hyams-Ssekasi, D., Afriyie, E. O., Opoku-Asante, K., Ocloo, E. C., & Fairhurst, B. (2024). Social enterprises and the Sustainable Development Goals (SDGs): A means to an end. *Environment, Development and Sustainability*. <https://doi.org/10.1007/s10668-024-05359-x>
- Saeidi, S. P., Sofian, S., Saeidi, P., Saeidi, S. P., & Saeidi, S. A. (2015). How does corporate social responsibility contribute to firm financial performance? *Journal of Business Research*, 68(2), 341–350. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.06.024>
- Torelli, R., Balluchi, F., & Lazzini, A. (2020). Greenwashing and environmental communication: Effects on stakeholders' perceptions. *Business Strategy and the Environment*, 29(2), 407–421. <https://doi.org/10.1002/bse.2373>