

رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی در شرکت سرمایه گذاری تأمین اجتماعی (شستا)

هادی زاهدی کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

دکتر محمد صادق ضیایی استاد راهنما دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب - دانشکده مدیریت

چکیده:

تحقیق حاضر با هدف بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی در شرکت سرمایه گذاری تأمین اجتماعی (شستا) انجام شده است. روش تحقیق مورد استفاده در آن از نظر هدف کاربردی و از نظر روش به دست آوردن داده ها از نوع توصیفی- پیمایشی می باشد. جامعه آماری این پژوهش مدیران شرکتهای هولدینگ سیمان و دارو هستند. مدل تحقیق با نمونه ای متشکل از ۴۰ نفر از مدیران شرکتهای و با استفاده از روش سرشماری انتخاب و مورد سنجش قرار گرفت. اطلاعات لازم برای تحقیق حاضر با استفاده از پرسشنامه استاندارد، جمع آوری شد. برای گردآوری داده های مورد نیاز از پرسشنامه ای که شامل سنجش های استاندارد است که از پژوهش های پیشین استخراج شده، استفاده شده است. برای جمع آوری اطلاعات از روش کتابخانه ای و میدانی استفاده شده است. بدین ترتیب که برای جمع آوری اطلاعات به منظور تدوین مبانی نظری و ادبیات تحقیق از روش کتابخانه ای و به منظور آزمون فرضیه های تحقیق از روش میدانی استفاده شده است.

در فرضیه اول با توجه به سطح معناداری کوچکتر از ۰,۰۵ و ضریب پیرسون ۰,۷۹۹، نتیجه میگیریم بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی مبتنی بر حسابداری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

در فرضیه دوم با توجه به سطح معناداری کوچکتر از ۰,۰۵ و ضریب پیرسون ۰,۶۱۲، نتیجه میگیریم بین مسئولیت اجتماعی و ارزیابی مالی مبتنی بر بازار رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

در فرضیه سوم با توجه به ضرایب سطح معناداری ۸,۴۵- و ۸,۶۷- فرضیه تایید می گردد.

در فرضیه چهارم با توجه به ضرایب سطح معناداری ۲۱,۲۶ و ۲۵,۲ فرضیه تایید می گردد.

واژه های کلیدی: مسئولیت اجتماعی، عملکرد مالی، صنعت، اندازه شرکتهای، بازار.

مقدمه

در این تحقیق، ضمن تبیین ادبیات و مبانی علمی به دنبال ارائه الگویی برای بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی در شرکت سرمایه گذاری تأمین اجتماعی (شستا) می باشیم. چالشی که امروزه سازمانها با آن روبرو هستند این است که آنها باید هم زمان به افزایش سودآوری و پاسخگویی به انتظارات اجتماعی جدید و سپس مدیریت همزمان این دو پیامد به ظاهر متناقض که نیازمند توسعه استراتژیهای کاربردی است و اثرات مثبتی هم بر جامعه و هم بر سازمان دارد، دست یازند. در این دوران، مدیریت موثر، مدیریتی است که از محدوده اندیشه سازمان خود را رها ساخته و به جامعه و محیطهای وسیع تری می اندیشد، چرا که نه سازمانها می توانند خود را از جامعه جدا کنند و نه جامعه می تواند بدون سازمانها تداوم یابد. آنچه مسلم است این است که از اوایل نیمه دوم قرن بیستم آگاهی عمومی درباره وابستگی سازمان، جامعه و محیط به یکدیگر افزایش یافته و همگان پی برده اند که از یک سو سازمانها با تکیه بر امکانات موجود در جامعه به اهداف خود می رسند و از سوی دیگر، اقدامهای سازمانها می بایست منافع و دستاوردهایی نیز برای جامعه داشته باشد. در حقیقت سازمانها به منظور حفظ مشروعیت کامل و بقای خود باید قبول کنند که نقش و

وظیفه‌ای عمومی و اجتماعی دارند. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها^۱ موضوع حساسیت‌برانگیز و رو به توجه در سال‌های اخیر بوده است تا آنجا که سازمان‌های بین‌المللی مانند سازمان ملل و اتحادیه اروپا، استانداردهایی را در این زمینه ارائه کرده‌اند. بنیاد مدیریت کیفیت اروپا^۲ که بنیادی وابسته به اتحادیه اروپاست، در مدل الگوی تعالی خود برای سازمان‌ها، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را به عنوان یکی از ارزش‌های هشت‌گانه خود معرفی کرده است. همچنین، یکی از معیارهای هشت‌گانه خود را برای ارزیابی شرکت‌ها، به این امر اختصاص داده و هشت درصد از امتیاز کل ارزیابی یک سازمان را برای این معیار قائل است. با توجه به موارد پیش‌گفت، می‌توان این‌گونه برداشت کرد که بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی در شرکت‌های داخلی به منظور نشان دادن انتظارات جامعه و رابطه آن با عملکرد مالی می‌تواند به مدیران و پژوهشگران برای پیشرفت در این امر کمک نماید و لزوم توجه به این مسئولیت را با توجه به موارد مذکور به دولت مردان گوشزد نماید.

مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها^۳ در اصل به عنوان مسئولیت اجتماعی، از اوایل سال ۱۹۳۰ توسط کارول، مورد بحث قرار گرفت. با این حال، کارول از انتشار مسئولیت‌های اجتماعی از زمان بوون تاجر معروف در سال ۱۹۵۳ تا به امروز خبر می‌دهد. بوون از مسئولیت اجتماعی به عنوان تعهدات بازرگانان به ارزش‌های مطلوب جامعه یاد می‌کند. مورالیت و همکاران بحث در مورد چگونگی تمرکز بر مسئولیت اجتماعی را به عنوان داشتن منافع اجتماعی به بخش مهمی از رویکرد استراتژیک شرکت‌ها مرتبط می‌داند. علاقه به مسئولیت اجتماعی همچنان در سراسر جهان رو به رشد است؛ هر چند که رویکرد شرکت‌های مختلف به مفهوم آن متفاوت است. گرین بیز می‌گوید بیشتر شرکت‌ها در اجرای طرح‌های داوطلبانه با هدف به حداقل رساندن تاثیر منفی آن بر جامعه و محیط زیست مشارکت می‌کنند. این در حالی است که قوانین و دستورالعمل‌های قانونی در مورد مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها هنوز در سراسر جهان اشاعه نیافته است. اتحادیه اروپا در ۶ دسامبر ۲۰۱۴ بخشنامه‌ای جدید در این زمینه منتشر کرده با این مضمون که شرکت‌هایی که بالای ۵۰۰ نفر نیروی کار دارند می‌بایست اطلاعات خود را شفاف نموده و به جنبه‌های اجتماعی کار و نتایج مورد انتظار در تعامل با محیط زیست توجه کنند. فریدمن ادعا کرد که مسئولیت اجتماعی تنها یک کسب و کار است و التزام به آن وابسته به اراده سهامداران و در محدوده افزایش سود شرکت و در چارچوب قوانین و اخلاق کسب و کار شکل می‌گیرد. گراف استورم می‌گوید، یکی دیگر از دلایل مفید برای شرکت‌های بزرگ به منظور حرکت فعال به سمت مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها افزایش نفوذ ذینفعان است. با توجه به بحث در مورد مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و قابلیت‌های ارزش بالقوه ایجاد آن، توجه محققان به بررسی یک ارتباط بالقوه بین مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد مالی رو به افزایش است. محققان نتیجه گرفتند که شرکت‌هایی که در مسئولیت اجتماعی کم فروغ هستند، تجربه عملکرد مالی ضعیفی دارند. در سال‌های بعد، چندین محقق نتایج مشابهی در خصوص وجود یک رابطه مثبت بین مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد مالی نشان دادند.

در این تحقیق تلاش خواهد شد تا رابطه مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی در شرکت‌های تابعه شرکت سرمایه‌گذاری شستا که در بورس اوراق بهادار حضور دارند و زیر مجموعه هولدینگ دارویی و سیمان می‌باشند مورد بررسی قرار گیرد. متغیر مستقل تحقیق مسئولیت اجتماعی بوده و متغیر وابسته عملکرد مالی است. در مسئولیت اجتماعی ابعاد اجتماعی، زیست محیطی و اقتصادی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها مورد توجه قرار خواهد گرفت.

طالقانی در سال ۱۳۹۲ در مقاله‌ای تحت عنوان بررسی تاثیر بازاریابی و مسئولیت اجتماعی بر عملکرد شرکت بیان کرد در چندین دهه‌ی گذشته آگاهی و توجه به مباحث اجتماعی در بین جامعه و مشتریان افزایش یافته است. بنابراین ضروری است که کسب و کارهای بازرگرا جهت برآوردن انتظارات اجتماعی مشتریان و جامعه به سمت مسئولیت اجتماعی حرکت نمایند. از آنجائیکه هدف اصلی مسئولیت اجتماعی، گرد هم آوردن تمامی بخش‌ها (اعم از دولتی، خصوصی و داوطلبان) با یکدیگر است و شرکت‌هایی که با جدیت استانداردهای مسئولیت اجتماعی را می‌پذیرند، شاهد توفیق و ارتقاء عملکرد مالی خود خواهند بود و خواهند توانست اعتماد مردم و بازار را نسبت به محصولات شان جلب نمایند. بنابر این در این مطالعه از متغیری تحت عنوان مسئولیت اجتماعی در کنار بازاریابی

¹ - Corporate Social Responsibility (CSR)

² - EFQM

³ - Corporate Social Responsibility

⁴ - Social Responsibility (SR)

برای بررسی تأثیر آنها بر عملکرد استفاده می‌شود. در مطالعات زیادی بازارگرایی به عنوان عامل مؤثر بر عملکرد به طور مستقیم مورد توجه قرار گرفته، اما تعداد مطالعاتی که تأثیر بازارگرایی و مسئولیت اجتماعی را با هم بر عملکرد بررسی نماید کم است، بنابراین هدف عمده این مطالعه بررسی تأثیر مشترک بازارگرایی و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر عملکرد است. در این مطالعه رابطه مستقیم و غیر مستقیم بازارگرایی بر عملکرد از طریق مدلسازی معادلات ساختاری با استفاده از داده‌های حاصل از شرکت‌های تولیدی متوسط و بزرگ شهر رشت مورد آزمون قرار گرفته و نتیجه حاصل این است که اثر غیر مستقیم بازارگرایی بر عملکرد کسب و کار از طریق مسئولیت اجتماعی بیشتر از اثر مستقیم آن می‌باشد.

رحمانی در سال ۱۳۹۱ در مقاله ای تحت عنوان مطالعه تاثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت در صنعت بیمه (مطالعه موردی: شرکت‌های بیمه شعب استان آذربایجان غربی) بیان کرد در این پژوهش به بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد مالی در شرکت‌های بیمه شعب استان آذربایجان غربی که تا سال ۱۳۸۹ فعال بوده اند پرداخته است تعداد این شرکت‌ها بنا بر گزارش سایت بیمه مرکزی ۱۶ عدد میباشد جامعه آماری تحقیق شامل کلیه مدیران کارشناسان و کارمندان شعب مذکور به تعداد ۲۰۳ نفر میباشد با استفاده از روش خوشه ای تصادفی ابتدا ۱۳ شعبه از شعب مذکور انتخاب و با توجه به فرمول کوکران ۱۳۳ نفر از کارکنان به روش تصادفی ساده انتخاب شدند برای سنجش مسئولیت اجتماعی از پرسشنامه مسئولیت اجتماعی شرکت که به سنجش ۴ بعد مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به کارکنان، مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به مشتریان، مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به جامعه و مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به نمایندگی‌های بیمه می پردازد و برای سنجش عملکرد مالی از رویکرد و شاخصهای حسابداری که عبارتند از رقم سود ناخالص معاملات بیمه ای سودخالص و حق بیمه ی تولیدی استفاده شده است به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها آزمون فرضیه‌ها و ترسیم جداول و نمودارها از نرم افزار SPSS استفاده شده است نتایج حاصل نشان داد از بین متغیرهای مستقل تنها دو بعد مسئولیت اجتماعی نسبت به کارکنان و مسئولیت اجتماعی نسبت به جامعه بر متغیرهای وابسته شاخص‌های عملکرد مالی تأثیر مثبت و معنی دار دارد.

صالحی در سال ۱۳۹۱ در مقاله ای تحت عنوان بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بیان کرد هدف از اجرای این پژوهش بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، از طریق پرسشنامه ای که حاوی ۵۳ سوال در زمینه مسئولیت اجتماعی آنها نسبت به مشتریان، کارکنان، محیط زیست و نهادهای موجود در جامعه (نهادهای آموزشی، نهادهای فرهنگی، نهادهای ورزشی، سازمان‌های بهداشتی، بیمارستان‌ها، نهادهای خیریه، مراکز توانبخشی و غیره) است، اندازه گیری شد. از اطلاعات ۵۹ شرکت در طول سالهای ۱۳۸۹-۱۳۸۵ استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز روش رگرسیون به کار گرفته شده است. نتایج نشان می‌دهد که عملکرد مالی با مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به مشتریان و نهادهای موجود در جامعه ارتباط دارد. ولی عملکرد مالی با مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به کارکنان و محیط زیست رابطه معناداری ندارد. این پژوهش به مدیران کمک خواهد کرد تا سیاست‌های مؤثر مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها که برای دستیابی به عملکرد مالی بهتر آنها در بلند لازم است را توسعه دهند. همچنین بینشی را برای شرکت‌ها در زمینه نقش مسئولیت اجتماعی در کسب منافع آتی فراهم می‌نماید.

اسکات و همکاران (۲۰۱۰) نیز پژوهشی تحت عنوان «مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی شرکت» به بررسی رابطه بین عملکرد مالی و عملکرد اجتماعی شرکت پرداختند که نتایج پژوهش آنها حاکی از وجود رابطه مثبت بین عملکرد مالی و عملکرد اجتماعی شرکت بود.

چویی و همکاران (۲۰۱۰) پژوهشی در بین ۱۲۲۲ شرکت از کشور کره انجام دادند که نتایج حاکی از وجود ارتباط مثبت و معنادار بین عملکرد مالی و مسئولیت اجتماعی بوده است.

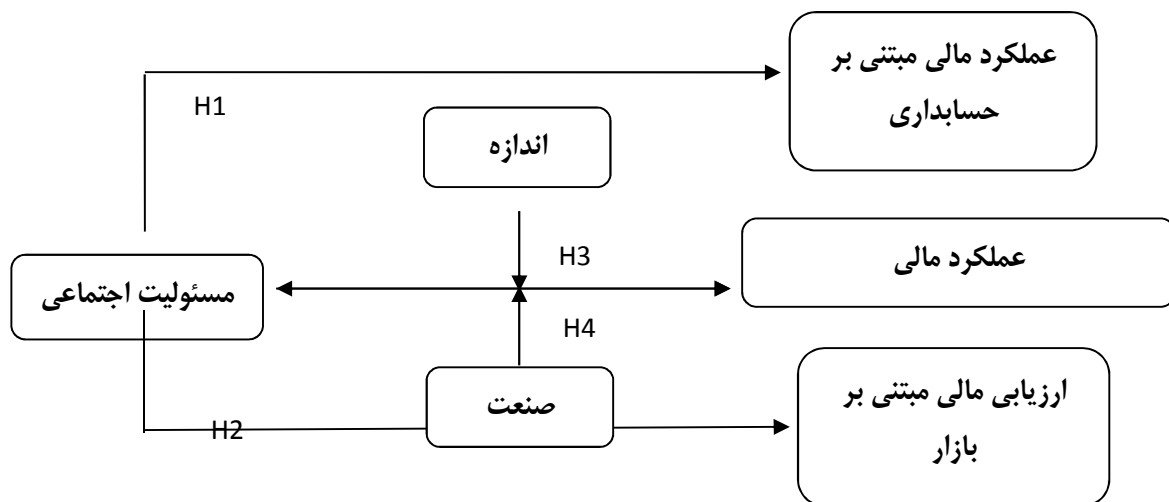
در مطالعه ای که توسط سامی و رابتر (۲۰۱۰) انجام گرفته است، وجود رابطه‌ی مثبت و معنی دار بین عملکرد زیست محیطی و عملکرد مالی سازمان‌ها، گزارش شده است. بعلاوه، نتایج این پژوهش نشان دهنده ی وجود رابطه‌ی مثبت و معنی دار بین عملکرد اجتماعی و مالکیت شرکتی سازمان‌هاست. در این سیستم رتبه بندی، عملکرد زیست محیطی و اجتماعی سازمان‌ها بر اساس هفت بعد

جامعه؛ تنوع؛ روابط کارکنان؛ محیط زیست؛ بین الملل؛ کالا و اقدامات کسب و کار مورد ارزیابی قرار گفته است. این دو پژوهشگر برای سنجش عملکرد سازمانها، همانند پژوهش مشابه وادوک و گریوز (۱۹۹۷) از دو معیار «نرخ بازده داراییها» و «نرخ بازده حقوق صاحبان سهام» استفاده کرده اند. در این پژوهش، سه متغیر «اندازه ی سازمان» با معیار مقدار کل داراییها، «ریسک سازمان»، با معیار نسبت بدهیهای بلند مدت بر کل داراییها و «نوع صنعت»، متغیرهای کنترل را تشکیل می دهند.

اهداف تحقیق

- شناخت رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی مبتنی بر حسابداری
- شناخت رابطه بین مسئولیت اجتماعی و ارزیابی مالی مبتنی بر بازار
- شناخت نقش میانجی صنعت در رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی
- شناخت نقش میانجی اندازه شرکت در رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی

شکل شماره (۱) مدل مفهومی تحقیق



Sebastian Johansson ,Anton Karlsson ,Christian Hagberg (2015)

The relationship between The concept of corporate social responsibility and financial performance, Linnaeus university 2015-05-27

-A quantitative study examining Swedish publicly traded companies

روش تحقیق : پژوهش حاضر، از حیث هدف، پژوهشی کاربردی است زیرا در آن به حل یک مسئله کاربردی در جامعه مورد مطالعه پرداخته شده است. از حیث روش انجام آن، در زمره پژوهش‌های توصیفی-پیمایشی قرار دارد. پژوهش حاضر در مرحله مرور ادبیات نظری و پیشینه پژوهش یک مطالعه کتابخانه‌ای و در مرحله جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز یک مطالعه میدانی است. همچنین برای گردآوری داده‌های مورد نیاز از پرسش‌نامه‌ای که شامل سنجه‌های استاندارد است که از پژوهش‌های پیشین استخراج شده است،

استفاده شده است. در تحقیق حاضر برای جمع آوری اطلاعات از روش کتابخانه ای و میدانی استفاده خواهد شد. بدین ترتیب است که برای جمع آوری اطلاعات به منظور تدوین مبانی نظری و ادبیات تحقیق از روش کتابخانه ای و به منظور آزمون فرضیه های تحقیق از روش میدانی استفاده خواهد شد.

جامعه آماری این تحقیق مدیران ارشد شرکت های شرکت های سیمان خوزستان، سیمان غرب، سیمان شاهرود، سیمان فارس، دارویی ابوریحان، داروسازی زهراوی، مواد اولیه دارویی تماد و دارویی پارس می باشند که تعداد ۴۰ نفر برآورد می شود.

در این پژوهش از روش سرشماری استفاده شد. بدین ترتیب که پرسشنامه بین مدیران ارشد شرکت های سیمان خوزستان، سیمان غرب، سیمان شاهرود، سیمان فارس، دارویی ابوریحان، داروسازی زهراوی، مواد اولیه دارویی تماد و دارویی پارس توزیع گردید.

در تحقیق حاضر برای جمع آوری اطلاعات از روش کتابخانه ای و میدانی استفاده خواهد شد. بدین ترتیب است که برای جمع آوری اطلاعات به منظور تدوین مبانی نظری و ادبیات تحقیق از روش کتابخانه ای و به منظور آزمون فرضیه های تحقیق از روش میدانی استفاده خواهد شد. ابزار مورد استفاده برای گردآوری داده ها در این مطالعه، پرسشنامه می باشد. بنابراین، به نظر می رسد پرسشنامه کاراترین ابزار برای جمع آوری داده های این مطالعه می باشد. در این بخش به معرفی پرسشنامه تحقیق پرداخته می شود.

در این پژوهش برای سنجش متغیرها از پرسشنامه ساخت یافته استفاده شده است. این پرسشنامه به نحوی تنظیم شده است تا بر اساس داده های گردآوری شده، محقق قادر باشد مدل مفهومی تحقیق را آزمون نماید. بخش پرسشنامه مالی از پرسشنامه استاندارد لی و همکاران (۲۰۰۲) و قرانفله و همکاران (۲۰۱۴) استفاده شده است. بخش مسئولیت اجتماعی از پایان نامه کارشناسی ارشد مالی با عنوان بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی و غیر مالی شرکت (ساسانی و همکاران، ۱۳۹۳) اقتباس شده است. بخش اندازه شرکت و صنعت از پایان نامه ارزیابی تاثیر عوامل اقتصادی و اجتماعی بر میزان تمایل افراد برای تقاضای بیمه عمر در ایران (کلانتری، ۱۳۹۲) و با هماهنگی با اساتید اقتباس گردیده است. پرسشنامه با یک مقدمه آغاز می گردد و بر اساس آن از پاسخگویان خواسته شد که پرسشنامه را پر کنند. بعد از مقدمه اطلاعات جمعیت شناختی و توصیفی مورد نیاز این پژوهش در پرسشنامه گنجانده شده است که پنج سوال سن، جنسیت، میزان تحصیلات، سنوات خدمت و سازمان محل فعالیت را در بر می گیرد. ۲۰ سوال دیگر این پژوهش نیز به طور کلی پنج مفهوم مورد نظر را که در مدل مفهومی تحقیق بدان اشاره شده است را می سنجد که شامل مسئولیت اجتماعی، عملکرد مالی مبتنی بر حسابداری، عملکرد مالی مبتنی بر بازار، اندازه شرکت و صنعت می باشند. در جدول زیر به این مفاهیم اشاره شده است.

جدول شماره (۱) توزیع سوال‌ها به تفکیک مفاهیم پرسشنامه

ردیف	مفهوم	تعداد سوال	شماره سوال‌ها
۱	مسئولیت اجتماعی	۴	۴ تا ۱
۲	عملکرد مالی مبتنی بر حسابداری	۴	۸ تا ۵
۳	عملکرد مالی مبتنی بر بازار	۴	۱۲ تا ۹
۴	اندازه شرکت	۴	۱۶ تا ۱۳
۵	صنعت	۴	۲۰ تا ۱۷
جمع		۲۰	

در این تحقیق برای بررسی اجزای تشکیل دهنده ی پرسشنامه و برای مطمئن شدن از معرف بودن ویژگی‌های لازم که پژوهشگر قصد اندازه گیری آنها را دارد، از روایی صوری^۵ استفاده گردید. بدین ترتیب که با مراجعه به نخبگان و اساتید حوزه مورد مطالعه از آنان در خصوص مرتبط بودن محتوایی سوالات با مفاهیم ارایه شده در مدل مشورت صورت گرفت و پس از تایید آنان سوالات مورد نظر در پرسشنامه گنجانده شد.

برای محاسبه ضریب آلفای کرونباخ ابتدا واریانس نمره‌های هر زیر مجموعه سؤال‌های پرسشنامه و واریانس کل را محاسبه کردیم. سپس با استفاده از فرمول زیر مقدار ضریب آلفا را محاسبه کرد.

$$ra = \frac{j}{j-1} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s^2} \right)$$

که در این رابطه:

$$j = \text{تعداد سوالات} ، s_i^2 = \text{واریانس تک تک سوالات و } s^2 = \text{واریانس کل سوالات}$$

مقدار صفر این ضریب نشان دهنده عدم قابلیت اعتماد و +۱ نشان دهنده قابلیت اعتماد کامل است در این پژوهش ضریب پایایی پرسشنامه به تفکیک هر یک از مفاهیم کلی و خرده مقیاس‌ها در جدول زیر ارایه شده است. همانطور که در این جدول ملاحظه می گردد تمامی مفاهیم و خرده مقیاس‌های سنجیده شده در این پژوهش ضریب آلفای بالای ۰,۷ تولید نموده اند و بنابراین پایا می باشند. جزئیات بیشتر در خصوص نتایج آلفای کرونباخ متغیرها و مفاهیم این پژوهش در جدول زیر ارائه شده است.

⁵-Construct validity

جدول شماره (۲) ضریب آلفای کرونیخ مقیاس‌ها

نام مولفه	تعداد پاسخ دهندگان	تعداد سوالات	ضریب آلفای کرونیخ	ضریب آلفای استاندارد شده
کل پرسشنامه	۴۰	۲۰	.۸۹۰	.۸۸۱
مسئولیت اجتماعی	۴۰	۴	.۸۶۲	.۸۵۹
اندازه شرکت	۴۰	۴	.۹۸۵	.۹۸۵
صنعت	۴۰	۴	.۹۹۴	.۹۹۴
عملکرد مالی مبتنی بر حسابداری	۴۰	۴	.۸۱۵	.۸۱۴
ارزیابی مالی مبتنی بر بازار	۴۰	۴	.۷۸۳	.۷۸۶
عملکرد مالی	۴۰	۸	.۸۷۱	.۸۷۱

میزان آلفای کرونیخ بدست آمده برای تمامی متغیرهای تحقیق بالاتر از 0.7 / 0.8 است که نشان دهنده پایایی مطلوب پرسشنامه می باشد. لازم به ذکر است که طیف ضریب آلفای کرونیخ بین 0.1 تا 1.0 می باشد و هر چه این ضریب به یک نزدیک تر باشد، نشان دهنده پایاتر بودن گویه‌های پرسشنامه می باشد.

در جدول زیر برازندگی تطبیقی^۶، شاخص نیکویی برازش^۷، شاخص برازندگی افزایشی^۸ برای هر یک از متغیرهای مورد بررسی بیان شده است. تمامی شاخص‌های برازش به کار رفته نشان می‌دهد که این مدل دارای برازش خوبی است. بنابراین نتیجه می‌گیریم که مدل تحقیق دارای توانایی بالایی در اندازه‌گیری متغیرهای اصلی تحقیق دارد. با توجه به استاندارد بودن مدل، یافته‌های لیزرل قابلیت اعتماد را دارد.

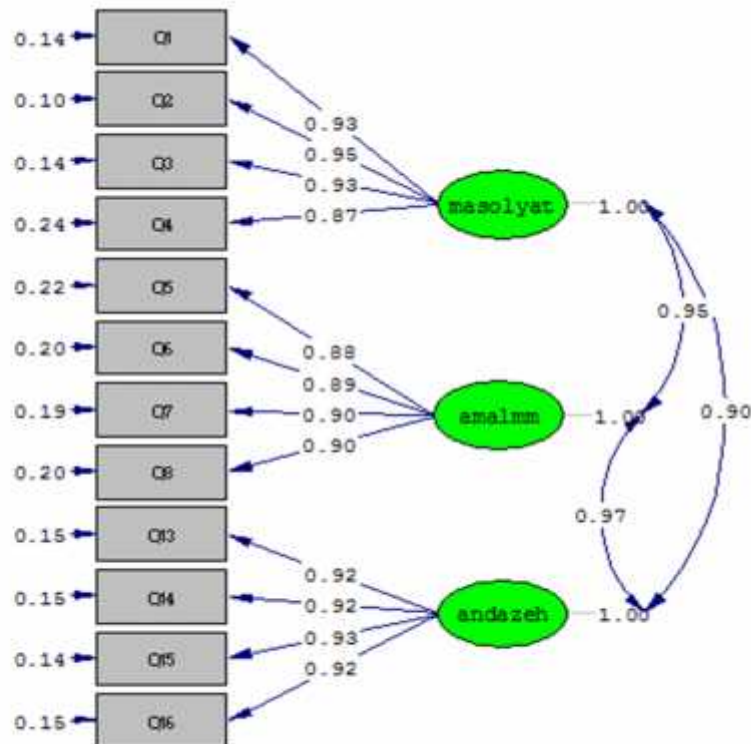
⁶. CFI (Comparative Fit Index)

⁷. GFI (Goodness of Fit Index)

⁸. IFI (Incremental Fit Index)

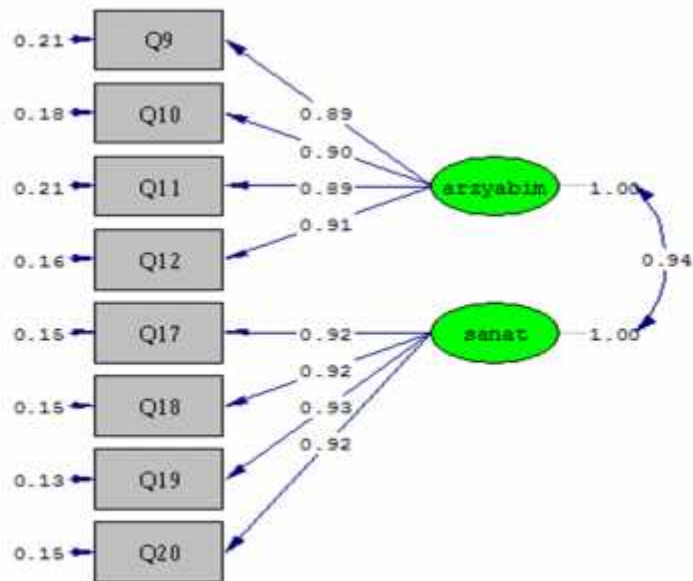
جدول شماره (۳) شاخص‌های برازش مدل

شاخص‌ها	نام کامل	مقدار قابل قبول	مقدار	مطلوبیت
P-VALUE	Significance level	$p < 0.1$	0.000	تأیید مدل
RMSEA	Root mean square error	$RMSEA < 0.10$	0.082	تأیید مدل
NNFI	Non-normal fit index	$NNFI > 0.9$	0.98	تأیید مدل
NFI	Normed fit index	$NFI > 0.9$	0.98	تأیید مدل
GFI	Goodness of fit index	$GFI > 0.9$	0.92	تأیید مدل
CFI	Comparative fit index	$CFI > 0.9$	0.99	تأیید مدل
IFI	Incremental fit index	$IFI > 0.9$	0.99	تأیید مدل



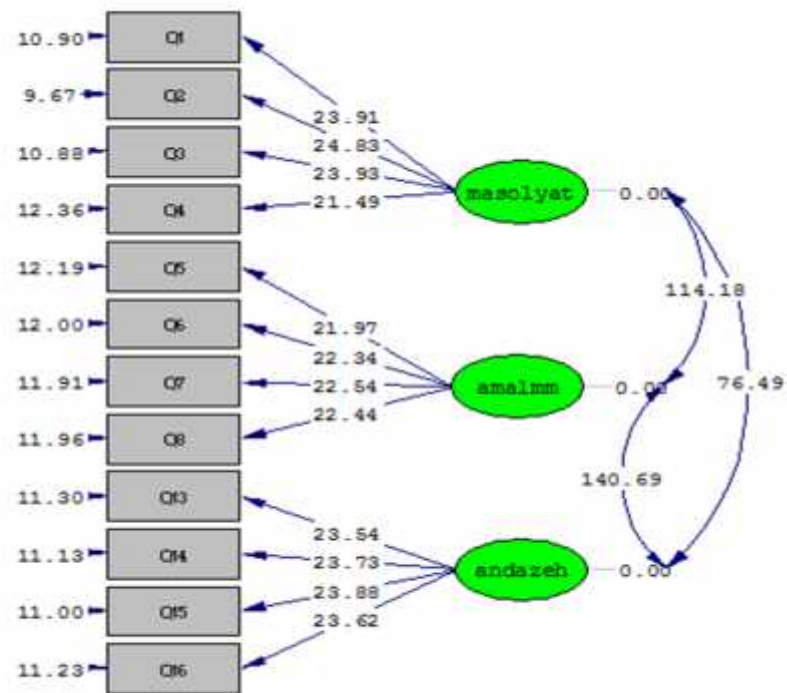
Chi-Square=292.32, df=51, P-value=0.00000, RMSEA=0.111

شکل شماره (۲) ضرائب استاندارد متغیرهای مسئولیت اجتماعی، عملکرد مالی مثبتی بر حسابداری و اندازه شرکت



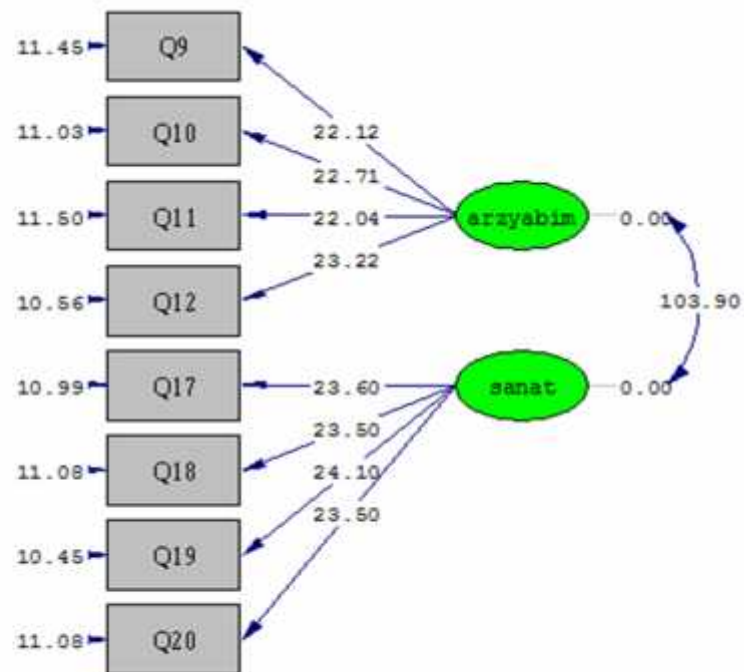
Chi-Square=67.45, df=19, P-value=0.00000, RMSEA=0.082

شکل شماره (۳) ضرائب استاندارد متغیرهای عملکرد مالی مبتنی بر بازار و صنعت



Chi-Square=292.32, df=51, P-value=0.00000, RMSEA=0.111

شکل شماره (۴) ضرائب ضرائب T-Value متغیرهای مسئولیت اجتماعی، عملکرد مالی مبتنی بر حسابداری و اندازه شرکت



Chi-Square=67.45, df=19, P-value=0.00000, RMSEA=0.082

شکل شماره (۵) ضرائب T-Value (عدد معنا داری) متغیرهای عملکرد مالی مبتنی بر بازار و صنعت

جدول شماره (۴) آزمون همبستگی پیرسون جهت ارزیابی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی مبتنی بر حسابداری

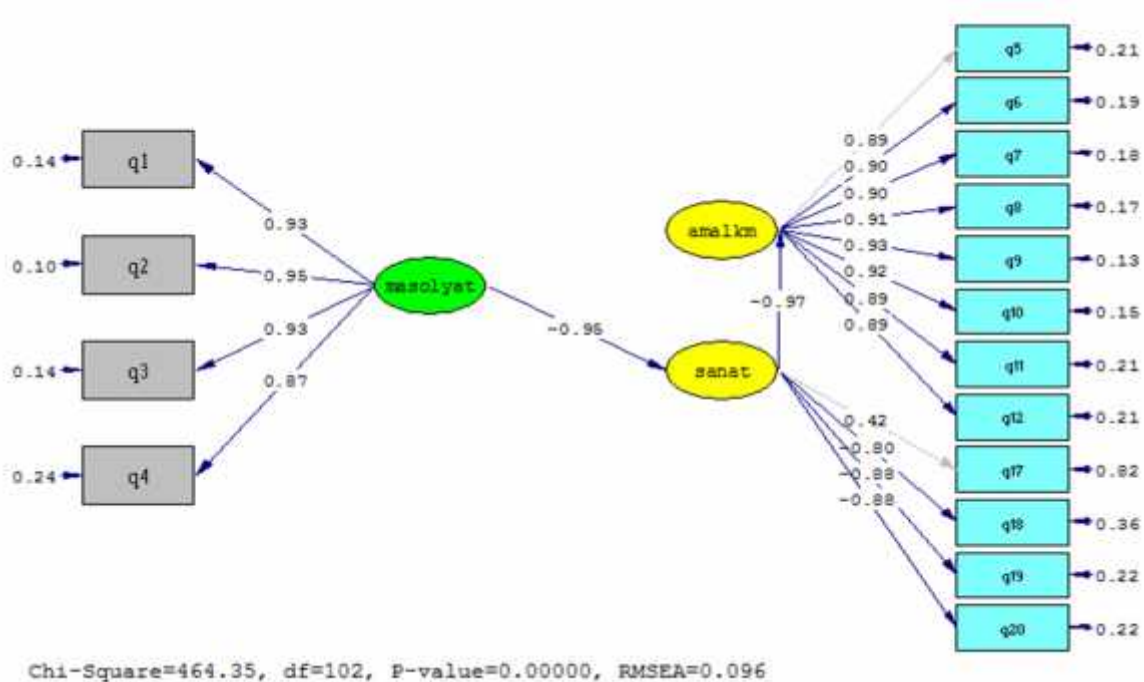
		masolyat	amal.m.m
masolyat	Pearson Correlation	1	.799**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	40	40
amal.m.m	Pearson Correlation	.799**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

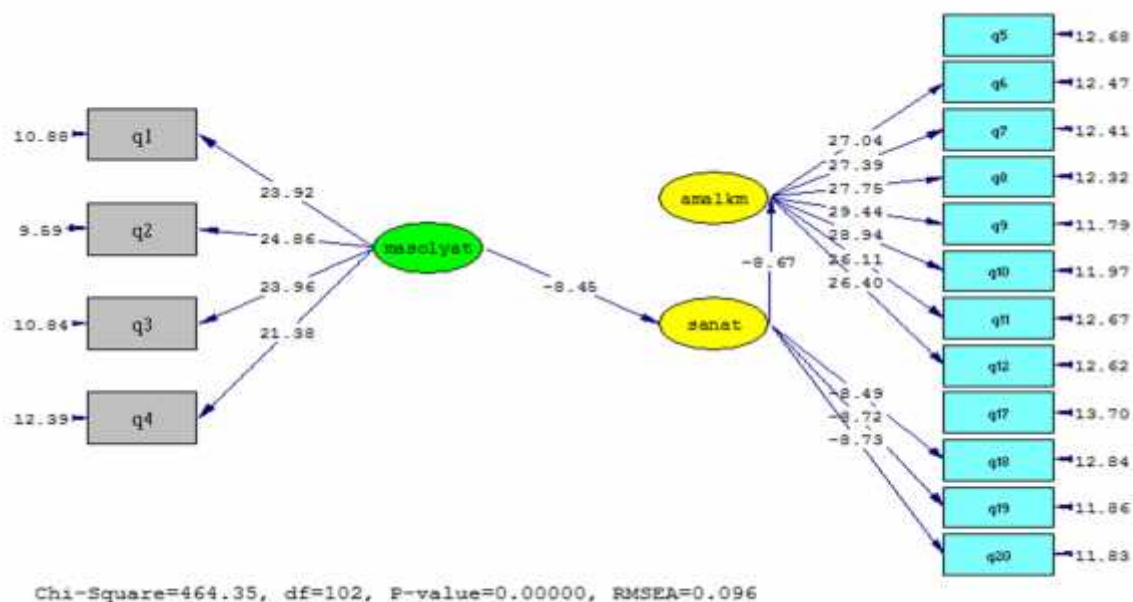
جدول شماره (۵) آزمون همبستگی پیرسون جهت ارزیابی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و ارزیابی مالی مبتنی بر بازار

		masolyat	Arzyabi
masolyat	Pearson Correlation	1	.612**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	40	40
arzyabi	Pearson Correlation	.612**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



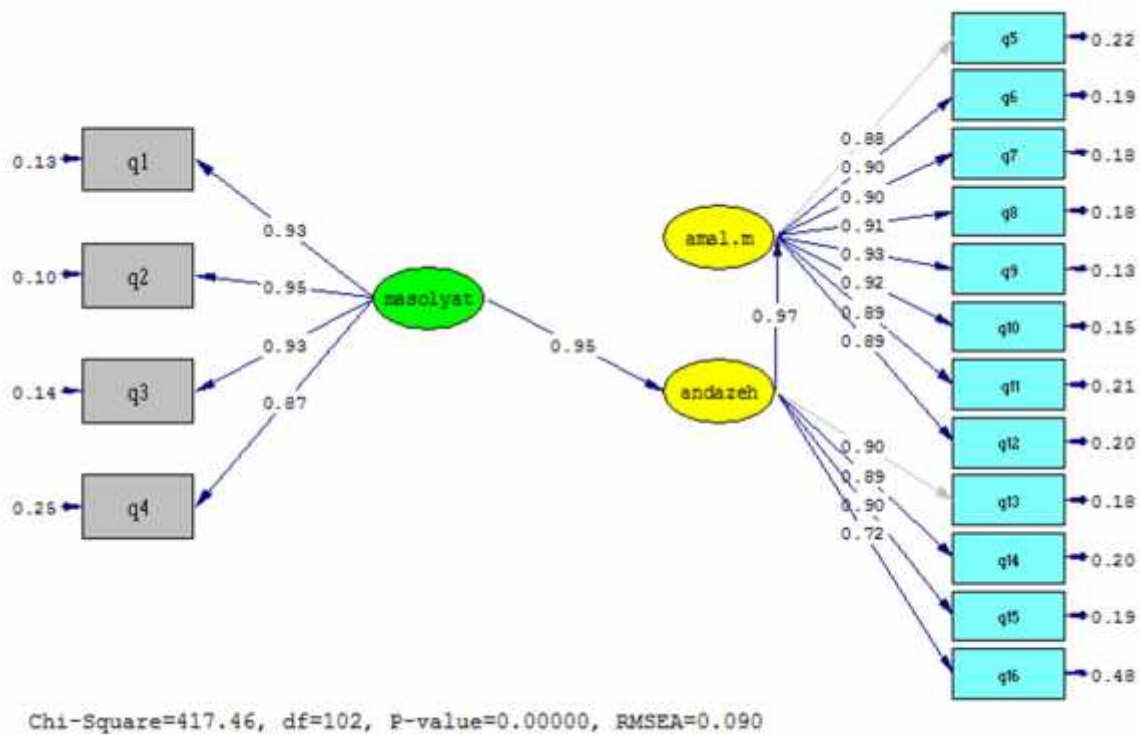
شکل شماره (۶) ضرائب استاندارد تحلیل مسیر متغیرهای عملکرد مالی، مسئولیت اجتماعی و صنعت



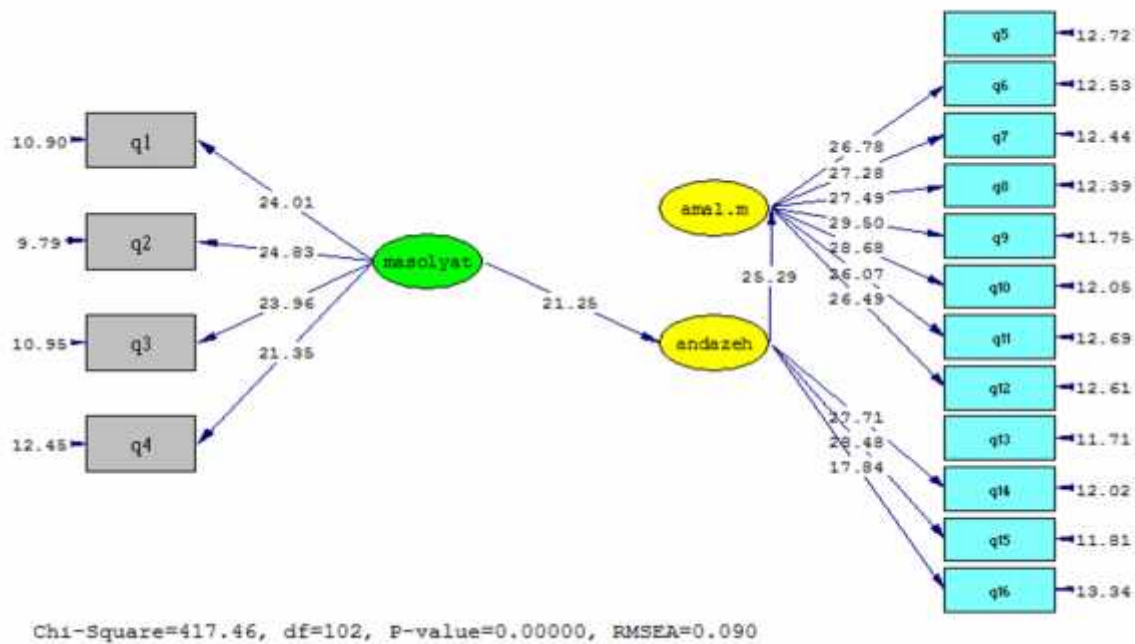
شکل شماره (۷) ضرائب T-Value (عدد معنا داری) متغیرهای عملکرد مالی، مسئولیت اجتماعی و صنعت

جدول شماره (۶) نتایج تحلیل مسیر فرضیه سوم

نتیجه	T-Value	ضریب استاندارد	میانجی	متغیر مستقل	متغیر وابسته
تأیید	-8.45/-8.67	-0.95/-0.97	صنعت	مسئولیت اجتماعی	عملکرد مالی



شکل شماره (۸) ضرائب استاندارد تحلیل مسیر متغیرهای عملکرد مالی، مسئولیت اجتماعی و اندازه شرکت



شکل شماره (۹) ضرائب T-Value (عدد معنا داری) متغیرهای عملکرد مالی، مسئولیت اجتماعی و اندازه شرکت

جدول شماره (۷) نتایج تحلیل مسیر فرضیه چهارم

نتیجه	T-Value	ضریب استاندارد	میانجی	متغیر مستقل	متغیر وابسته
تأیید	۲۵,۲۹/۲۱,۲۶	۰,۹۷/۰,۹۵	اندازه	مسئولیت اجتماعی	عملکرد مالی

بحث و تفسیر طالقانی در سال ۱۳۹۲ مقاله ای تحت عنوان بررسی تاثیر بازار گرایي و مسئولیت اجتماعی بر عملکرد شرکت، تاثیر بازار گرایي و مسئولیت اجتماعی را با هم بر عملکرد بررسی کرد. نتیجه این بود که اثر غیر مستقیم بازار گرایي بر عملکرد کسب و کار از طریق مسئولیت اجتماعی بیشتر از اثر مستقیم آن می باشد. و در این پژوهش نیز به رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکتها و عملکرد مالی پی بردیم. بنابراین با توجه به نتایج به دست آمده در این دو پژوهش اثرگذاری مستقیم و غیر مستقیم مسئولیت اجتماعی شرکتها در عملکرد شرکتها اثبات می گردد.

رحمانی در سال ۱۳۹۱ در مقاله ای تحت عنوان تاثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت در صنعت بیمه، به این نتیجه رسید که از بین متغیرهای مستقل تنها دو بعد مسئولیت اجتماعی نسبت به کارکنان و مسولیت اجتماعی نسبت به جامعه بر متغیرهای وابسته شاخص های عملکرد مالی تاثیر مثبت و معنی دار دارد. و مسئولیت اجتماعی در قبال محیط زیست بر عملکرد مالی چندان موثر نیست. لذا به طور کلی تاثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد مالی اثبات می گردد. به نظر می رسد میزان اثر گذاری ابعاد مختلف مسئولیت اجتماعی و نوع صنعت در ارزیابی ها و عملکرد مالی موثر و تعیین کننده است.

صالحی در سال ۱۳۹۱ در مقاله ای تحت عنوان بررسی مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران اعلام کرد، عملکرد مالی با مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به مشتریان و نهاده های موجود در جامعه ارتباط دارد. ولی عملکرد مالی با مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به کارکنان و محیط زیست رابطه معناداری ندارد. در تحقیق حال حاضر نیز رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی و ارزیابی مالی اثبات می گردد. مانند مقایسه قبلی به نظر می رسد میزان اثر گذاری ابعاد مختلف مسئولیت اجتماعی و نوع صنعت در ارزیابی ها و عملکرد مالی موثر و تعیین کننده است.

اسکات و همکاران در سال ۲۰۱۰ به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی شرکت پرداختند که نتیجه حاکی از وجود رابطه مثبت بین عملکرد مالی و مسئولیت اجتماعی بوده و با نتایج پژوهش حال حاضر ارتباط دارد.

چویی و همکاران در سال ۲۰۱۰ به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی در بین ۱۲۲۲ شرکت در کره جنوبی پرداختند که مانند تحقیق حال حاضر ارتباط مثبت و معناداری بین دو متغیر به اثبات رسیده.

سامی و رابرتز در سال ۲۰۱۰ وجود رابطه مثبت و معنی دار بین عملکرد زیست محیطی و عملکرد مالی سازمان ها را گزارش نموده اند. در تحقیق حال حاضر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی به اثبات رسید و عملکرد های زیست محیطی نیز به عنوان یکی از زیرشاخه های مسئولیت اجتماعی محسوب می شود.

با توجه به مقایسه تحقیق حال حاضر با تحقیقات داخلی و خارجی مشابه، مشخص گردید، مسئولیت اجتماعی شرکتها در قبال کارکنان، سهامداران، محیط زیست و ... در نظر سهامداران و مشتریان به یکی از نکات کلیدی و مهم برای اعتماد و استفاده از خدمات شرکتها تبدیل شده و نشان دهنده میزان تعهد و مشتری مداری می باشد. البته میزان تاثیر گذاری و اهمیت مسئولیت اجتماعی در جوامع و صنایع گوناگون متفاوت است و در کشور های پیشرفته نسبت به کشور های در حال توسعه الزامات قانونی بیشتری برای عمل به این مسئولیت ها وجود دارد. شرکت های موفق و پیشرو با توجه به مزیت های پایبندی به مسئولیت های اجتماعی، انتظارات و توقعات مشتریان و جامعه، مشتری مداری، رقابت سخت بین شرکتها و ... مسئولیت های اجتماعی را به عنوان یکی از مسئولیت های مهم خود قرار داده اند.

پیشنهاد های کاربردی

با توجه به فرضیه های تحقیق، پیشنهادهایی به شرح زیر ارائه می گردد.

با توجه به اثبات فرضیه اول مبنی بر تاثیر مثبت مسئولیت اجتماعی بر عملکرد مالی مبتنی بر حسابداری و همچنین تجربه کشورهای پیشرفته در این زمینه، پیشنهاد می گردد:

۱- دولت مشوق های مالیاتی و تسهیلاتی، جهت شرکت هایی که به مسئولیت های اجتماعی اهمیت می دهند؛ در نظر بگیرد.

۲- عملکرد سازمانها و شرکتها در خصوص مسئولیت اجتماعی از سوی دولت، مراکز پژوهشی و دانشگاهها مورد بررسی قرار گیرد تا یک بانک جامع اطلاعاتی در خصوص این موضوع ایجاد شود.

با توجه به اثبات فرضیه دوم مبنی بر تاثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد مالی مبتنی بر بازار، پیشنهاد می‌گردد:

۱- شرکتها از طریق پرسشنامه، مصاحبه و ... توقعات و نیازهای بازار در بحث مسئولیت اجتماعی در جامعه هدف خود را شناسایی و مشخص کنند و برای رعایت این مسئولیت با برنامه ریزی هدفمند و مدون تلاش نمایند.

۲- شرکتها موظف گردند، با ایجاد مدیریت مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتها، این قوانین را جزء موارد اعتباری، ارزشی و الزامی ساز و کار خود و شرطی برای شرکتها و سازمانهایی که با آنها مراوده دارند، قرار دهند. زیرا این باور به باوری عمومی تبدیل شده است که تجارت بدون حضور در مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتها، ارزشی ندارد و موفق نخواهد بود.

با توجه به اثبات فرضیه سوم، مبنی بر تاثیر نوع صنعت در رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی شرکتها، پیشنهاد می‌گردد این فرضیه در صنایع گوناگون به منظور تشخیص اندازه و میزان اثرگذاری و ارائه راهکار به صنایع و شرکتها؛ توسط دولت، محققین و مراکز پژوهشی مد نظر قرار گیرد.

با توجه به اثبات فرضیه چهارم، مبنی بر تاثیر اندازه شرکت در رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی شرکتها، پیشنهاد می‌گردد شرکتهای بزرگ که امکانات و توان مالی مساعدی دارند در این زمینه پیش قدم شوند و برای بقیه شرکتها در صنایع گوناگون الگو سازی کنند و از طرفی شرکتهای کوچک با توجه به دستاوردها و نتایج شرکتهای بزرگ در این زمینه، برای این موضوع اهمیت بیشتری قائل شوند.

پیشنهاد های کاربردی

جدول شماره (۸) پیشنهادهای کاربردی متناسب با فرضیه‌های تحقیق

فرضیه ها	راهکار پیشنهادی	اقدامات پیشنهادی	مجری
فرضیه اول	دولت شرکتها را به رعایت مسئولیت‌های اجتماعی تشویق کند	<ul style="list-style-type: none"> تخصیص مشوق‌های مالیاتی تخصیص مشوق‌های مالی ایجاد بانک جامع اطلاعاتی 	دولت، مراکز پژوهشی و شرکتها
فرضیه دوم	شناخت توقعات بازار و جامعه هدف از مسئولیت‌های اجتماعی مرتبط	<ul style="list-style-type: none"> مشخص نمودن اولویتهای در بحث مسئولیت‌های اجتماعی هدفگذاری و برنامه ریزی برای رعایت اولویتهای مشخص شده فرهنگ سازی و اطلاع رسانی در خصوص فعالیت‌های انجام شده فرهنگ سازی و ایجاد الزامات قانونی و عرفی برای شرکتهایی که به دنبال محبوبیت و اعتبار در بازار و بین مصرف کنندگان هستند 	دولت، مراکز پژوهشی و شرکتها



مجرى	اقدامات پیشنهادی	راهکار پیشنهادی	فرضیه ها
مراکز پژوهشی و شرکت ها	<ul style="list-style-type: none"> تحقیق و بررسی در صنایع متفاوت، به منظور تشخیص و اندازه گیری تاثیرات ارائه راهکار برای صنایع و شرکتهای متفاوت 	شناخت تاثیر صنایع گوناگون بر مسئولیت‌های اجتماعی	فرضیه سوم
دولت	<ul style="list-style-type: none"> تخصیص اعتبار برای انجام مسئولیت‌های اجتماعی انجام مشاوره و آموزش 	حمایت از شرکتهای کوچک به منظور تشویق آنها برای رعایت مسئولیت‌های اجتماعی	فرضیه چهارم

منابع :

۱. قاسمی وحید (۱۳۸۹) مدل‌سازی معادله ساختاری در پژوهش‌های اجتماعی، انتشارات جامعه‌شناسان، چاپ اول.
2. Grafström, M., Göthberg, P. & Windell, K. (2008) 'CSR: Företagsansvar i förändring' Författarna och Libel AB. Printed in Slovenia by Korotan Ljubljana, Slovenia.
3. GreenBiz (2013) 'Survey reveals a surge in corporate sustainability reporting' Sustainable Business. Available at: <http://www.greenbiz.com/blog/2013/12/11/survey-reveals-surge-corporate-sustainability-reporting> (Accessed 19th of April 2015)
4. Pava, M.L & Krausz, J (1996) 'The Association between Corporate Social-Responsibility and Financial Performance: The Paradox of Social Cost', Journal of Business Ethics, Vol. 15, Issue 3, pp. 321-357
5. Russo, A, & Perrini, F (2010) 'Investigating Stakeholder Theory and Social Capital: CSR in Large Firms and SMEs', Journal of Business Ethics, Vol. 91, Issue 2, pp. 207-221
6. Russo, M.V & Fouts, P.A (1997) 'A Resource-Based Perspective on Corporate Environmental Performance and Profitability' The Academy of Management Journal, Vol. 40, Issue 3, pp. 534-559
7. Simpson, W.G & Kohers, T. (2002) 'The Link Between Corporate Social and Financial Performance: Evidence from the Banking Industry' Journal of Business Ethics, Vol. 35, Issue 2, pp. 97-109
8. Lai, C.S, Chiu, C.J, Yang, C.F & Pai, D.P (2010) 'The Effects of Corporate Social Responsibility on Brand Performance: The Mediating Effect of Industrial Brand Equity and Corporate Reputation' Journal of Business Ethics, Vol. 95, Issue 3, pp. 457-469
9. Cavaco, S. & Crifo, P. (2014) 'CSR and financial performance: Complementarity between environmental, social and business behaviors' Applied Economics, Vol. 46, Issue 27, pp. 3323-3338
10. Dyllick, T. & Hockerts, K. (2002) 'Beyond the business Case for corporate sustainability' Business Strategy & the Environment, Vol. 11, Issue 2, pp. 130-141
11. Flammer, C. (2012) 'Corporate Social Responsibility and Shareholder Reaction: The Environmental Awareness of Investors' Academy of Management Journal, Vol. 56, Issue 3, pp. 758-781
12. Flammer, C. (2012) 'Corporate Social Responsibility and Stock Prices: The Environmental Awareness of Shareholders' MIT Sloan School of Management, Vol. 1, Issue 1, pp. 1-31
13. Hillman, A. & Keim, G. (2001) 'Shareholder value, stakeholder management, and social issues: what's the bottom line?' Strategic Management Journal, Vol. 22, Issue 2, pp. 125-139
14. Malsch, B. (2012) 'Politicizing the expertise of the accounting industry in the realm of corporate social responsibility' Accounting, Organizations and Society, Vol. 38, Issue 2, pp. 149-168
15. Tullberg, J. (2012) 'Triple bottom line-a vaulting ambition?' Business Ethics: A European Review, Vol. 21, Issue 3, pp. 310-324