

## فصلنامه جهان نوین

No 4, 2 021, P 1-11

سال چهارم، شماره پانزدهم، پاییز ۱۴۰۰، صص ۱-۱۱

(ISSN) : 2645 - 3479

شماره شاپا: (۳۴۷۹ - ۲۶۴۵)

بررسی ابعاد ایدئولوژی‌های اخلاقی مسئولیت‌پذیری اجتماعی با عملکرد شرکت‌ها

محسن نادری<sup>۱</sup>، محمود همت فر<sup>۲</sup>

## چکیده

با گذر زمان، مفهوم اخلاق تجاری و پاسخگویی زیست محیطی شرکت‌ها، رواج پیدا کرد. ۱۹۸۰ به بعد، تمایل عمومی به تأیید مسئولیت‌پذیری اجتماعی گسترده‌تر شد (برخی از سهام‌داران در این تمایل، رسوایی‌های شرکتی و سرشت جهانی روزافزون فعالیت‌های شرکتی بود). اتکا به دستورالعمل‌ها، استانداردها و رهنمودهای کسب و کار، ضروری ولی ناکافی خواهند شد. شرکت‌ها، بر اساس میزان نوآوری در محصولات و فرآیندها در راستای مسائل اجتماعی و زیست محیطی، مورد داوری قرار می‌گیرند.

نمونه آماری مشتمل بر استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و با کاربست جدول مورگان از ۱۹۷ شرکت فعال تولید کننده در بورس تهران، ۱۷۶ مورد انتخاب شد و در هر کدام از ۴ نفر از معاونین خواسته شد تا به سؤالات پرسشنامه پاسخ دهند. بعد از تکمیل پرسشنامه‌های مذکور با روش رگرسیون چند متغیره در نرم افزار SPSS نتایج تحلیل گردید. نتایج تحقیق حاکی از این است که ابعاد ایدئولوژی‌های اخلاقی مسئولیت‌پذیری اجتماعی؛ بعد حفظ محیط زیست، بعد راهبردی شرکت بر نرخ بازده دارایی تأثیر معنادار دارد.

واژه‌های کلیدی: ایدئولوژی‌های اخلاقی، عملکرد مالی، نرخ بازده دارایی

۱ - دانشجوی دکتری گروه حسابداری، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران dr.naderi769@gmail.com

۲ - دانشیار گروه حسابداری، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران (نویسنده مسئول) Dr.hematfar@yahoo.com

## ۱- مقدمه

اساس مسئولیت اجتماعی یک سازمان از اصول فرآیندهای اجتماعی، سیاست‌ها، برنامه‌ها و نتایج قابل مشاهده آن‌ها تشکیل شده که در روابط اجتماعی آن‌ها منعکس می‌شوند. شامل چهار بعد، میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان، میزان افشای اطلاعات به مشارکت اجتماعی و میزان افشای اطلاعات مربوط به تولید اطلاعات مربوط به محیط زیست است (نیروانتو و همکاران، ۲۰۱۱، ۴، ۳). توجه به مسئولیت‌های اجتماعی توسط شرکت‌ها می‌تواند به سبب افزایش شهرت موجب افزایش کارایی شرکت‌ها می‌شود از سوئی دیگر رقابت‌ها و تغییرات شدید در عرصه اقتصاد ایجاب می‌کند که شرکت‌ها با توجه به ارزش‌های اخلاقی در بین رقبا، به مزیت رقابتی بیشتر دست یابند و به این شیوه بر سودآوری خود افزوده و موجب بهبود اوضاع رفاه اجتماعی شوند. لذا پرداختن به این امر می‌تواند اطلاعات لازم جهت استحکام پایه‌های مسئولیت‌پذیری توسط شرکت‌های تولیدکننده مواد غذایی را فراهم سازد. بنابراین با توجه به مطالب ارائه شده هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی یافتن روابط احتمالی بین مشخصه‌های ایدئولوژی‌های اخلاقی مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی می‌باشد تا بتواند در پیشروی علم در این زمینه راهگشا باشد. در واقع سؤال اصلی پژوهش بدین صورت ارائه می‌گردد که آیا بین ایدئولوژی‌های اخلاقی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد مالی آن‌ها رابطه وجود دارد؟

## ۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

مسئولیت اجتماعی یکی از وظایف و تعهدات سازمان در جهت منتفع ساختن جامعه است به نحوی که هدف اولیه سازمان یعنی حداکثر کردن سود را صورتی متعالی ببخشد. مسئولیت اجتماعی یعنی نوعی احساس تعهد به وسیله مدیران سازمان‌های تجاری بخش خصوصی که آن‌گونه تصمیم‌گیری نمایند که در کنار کسب سود برای مؤسسه، سطح رفاه کل جامعه نیز بهبود یابد (حقیقی، ۱۳۷۳، ۴۰). مسئولیت اجتماعی از تعهدات مدیریت است که علاوه بر حفظ و گسترش منافع سازمان، در جهت رفاه عمومی جامعه نیز انجام می‌گیرد. مسئولیت‌های اجتماعی مدیران/بنگاه‌ها عبارت است از الزام به پاسخ‌گویی و ارضا توقعات گروه‌های ذینفع خارجی اعم از مشتریان، تأمین‌کنندگان، توزیع‌کنندگان، پاسداران محیط زیست و اهالی محل فعالیت واحد تولیدی/خدماتی، با حفظ منافع گروه‌های ذینفع داخلی اعم از مالکان یا سهامداران و کارکنان واحد (پوررشیدی و جلالی، ۱۳۸۸، ۴۶).

پیتر دراگر یکی از برجسته‌ترین صاحب‌نظران مدیریت در این باره می‌گوید که سازمان‌های خصوصی به منظور حفظ مشروعیت خود و بقا در محیط، باید قبول کنند که نقش و وظیفه عمومی و اجتماعی نیز دارند. این نقش اجتماعی از این اصل پذیرفته شده نشأت می‌گیرد که:

«هر فردی مسئول رفتار خود است و چنانچه از طرف وی، خواه به طور عمد و یا غیرعمد، صدمه‌ای به دیگران وارد شود، باید پاسخگو باشد.» سازمان‌ها نیز از این مقوله مستثنی نیستند و باید پاسخگوی تأثیرات اجتماعی نامطلوب خود باشند. (مشبکی و شجاعی، ۱۳۸۹، ۳۸)

## ۲-۱- پیشینه خارجی

اورهان و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۲۰)، در تحقیقی با عنوان تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی و کنترل داخلی بر دیدگاه سهامداران در مورد شرکت و عملکرد مالی آن به این موضوع پرداخته‌اند. نتایج تحقیق با استفاده از روش رگرسیون خطی و داده‌های پانلی نشان می‌دهد که تأثیرات مشتریان و کارکنان بر روی عملکرد مالی تحت تأثیر گزارش‌های مسئولیت اجتماعی و کنترل داخلی مؤثر است. علاوه بر این، گزارش‌های مسئولیت اجتماعی و کنترل داخلی مؤثر پایداری کارایی مالی را فراهم می‌کند.

ژانگ و همکاران<sup>۵</sup> (۲۰۱۹)، در پژوهشی با عنوان انتظار برای اطمینان: تأثیر عدم اطمینان سیاست‌های اقتصادی بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به این موضوع پرداختند. براساس مبانی نظری یک شرکت تمایل دارد تا سرمایه‌گذاری‌های خود را به تعویق بیندازد تا هزینه‌های فرصت را با سرمایه‌گذاری غیرقابل برگشت در مواجهه با عدم اطمینان از بین ببرد و بنابراین این موضوع از انتخاب صبر (انتظار) کردن، در نظریه انتخاب‌های واقعی را پشتیبانی می‌کند. این رابطه منفی برای شرکت‌های دولتی و شرکت‌هایی که به اجبار مسئولیت اجتماعی را افشا می‌نمایند، مهم است و برای شرکت‌های واقع در مناطق بازاریابی بالا اهمیت دارد.

نگوین<sup>۶</sup> (۲۰۱۸) در پژوهش خود با عنوان بررسی تأثیر آگاهی مسئولیت اجتماعی شرکت بر عملکرد مالی: شواهد از موسسات اعتباری در ویتنام؛ به بررسی روابط بین متغیرهای مذکور پرداخت. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که بین بازپرداخت مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی بانک‌های تجاری در ویتنام رابطه منفی وجود دارد.

این نتیجه ممکن است با الزامات اضافی قانون مربوط به مسئولیت اجتماعی توضیح داده شود در حالی که بانک‌ها در شرایط دشواری به علت تضعیف اقتصادی در طول تحقیقات هستند.

در کنار این، درک مشتریان بانک نسبت به مسئولیت اجتماعی شرکت‌های تجاری در ویتنام همچنین باعث ایجاد این ارتباط منفی شد.

حسن و حبیب<sup>۷</sup> (۲۰۱۷) در مطالعه‌ای با عنوان بررسی رابطه بین چرخه عمر شرکت، منابع مالی سازمانی و مسئولیت اجتماعی شرکتی و نمونه متعلق به دوره مالی ۱۹۹۱ تا ۲۰۱۳، رابطه بین چرخه عمر شرکت و مسئولیت اجتماعی

4-Orhan et al

5-Zhang et al

6-Nguyen

شرکت را مورد بررسی قرار داده است. آن‌ها همچنین نقش منابع مالی را در توضیح رابطه بین چرخه عمر شرکت و مسئولیت اجتماعی شرکتی بررسی نمودند و نتایج نشان می‌دهد که اندازه، سودآوری و منابع انبوه ارتباط بین چرخه عمر شرکت و مسئولیت اجتماعی شرکتی را کاهش می‌دهد.

## ۲-۲- پیشینه داخلی

برزگری خانقاه و همکاران (۱۳۹۹)، در پژوهش خود با عنوان بررسی اثر تعاملی ریسک مالیاتی و مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران به این موضوع پرداختند. یافته‌های پژوهش نشان دادند که ریسک مالیاتی و مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت در هر چهار الگوی قیمت‌گذاری دارایی‌های سرمایه‌ای در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران اثر معنادار دارند. تأثیر ریسک مالیاتی بر ارزش شرکت، معکوس؛ تأثیر مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت، مستقیم، ولی اثر تعاملی ریسک مالیاتی و مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت، معنادار نیست. همچنین در مقایسه الگوها نشان داده شد که الگوی پنج عاملی بازار تأثیر متغیر مستقل بر وابسته را بهتر از سایر الگوهای این پژوهش توضیح می‌دهد.

نمازی و جوکار (۱۳۹۹)، در پژوهشی با عنوان بررسی تأثیر تعدیل‌کنندگی اندازه شرکت بر رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و اجتناب مالیاتی به این موضوع پرداختند نمونه شامل ۱۰۰ شرکت (۱۰۰۰ سال-شرکت) طی سال‌های ۱۳۹۶-۱۳۸۷ با استفاده از رگرسیون چندمتغیره بررسی شده است. نتایج پژوهش نشان داد افزایش مسئولیت اجتماعی منجر به کاهش اجتناب مالیاتی می‌شود.

همچنین نتایج پژوهش در ارتباط با تأثیر تعدیل‌کنندگی اندازه شرکت نشان داد اندازه شرکت دارای تأثیر تعدیل‌کنندگی بر رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی و اجتناب مالیاتی است. به بیانی دیگر، هنگامی که اندازه شرکت بزرگ‌تر است، رابطه بین مسئولیت اجتماعی و اجتناب مالیاتی قوی‌تر است این امر اهمیت اندازه شرکت را بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی و اجتناب مالیاتی نشان می‌دهد.

زندى و همکاران (۱۳۹۸)، در پژوهش خود با عنوان آزمون نرخ مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت مبتنی بر دو رویکرد سرمایه مبادله‌ای و سرمایه اخلاقی بر احتمال ورشکستگی؛ به بررسی روابط بین متغیرهای مذکور پرداختند. نتایج حاکی از آن است که بین سرمایه مبادله‌ای و احتمال ورشکستگی رابطه منفی و معناداری برقرار است و بین سرمایه اخلاقی و احتمال ورشکستگی رابطه‌ای منفی اما به لحاظ آماری غیر معناداری برقرار است. در نتیجه، تأثیر درگیری مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت بر احتمال ورشکستگی در وهله‌ی نخست ناشی از سرمایه‌ی مبادله‌ای است نه سرمایه‌ی اخلاقی.

شفیعی و همکاران (۱۳۹۶)، در پژوهش خود با عنوان تأثیر شاخص‌های کلان اقتصادی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها؛ به بررسی موضوع مذکور پرداختند. نتایج تحلیلی داده‌های پژوهش و آزمون فرضیه‌ها نشان داد، بین شاخص‌های کلان اقتصادی همانند نرخ تورم و تولید ناخالص داخلی و نمره تغییرات افشای مسئولیت اجتماعی و زیست‌محیطی شرکت‌ها، رابطه معناداری وجود دارد. همچنین نتایج نشان داد بین نرخ بازده بدون ریسک و مسئولیت اجتماعی و زیست‌محیطی شرکت‌ها، رابطه معناداری وجود ندارد.

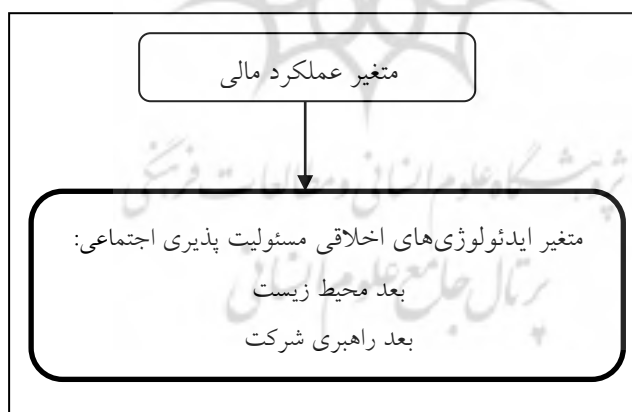
### ۳- توسعه فرضیه‌ها و مدل مفهومی

با توجه به مبانی نظری و جهت نیل به هدف پژوهش، فرضیه‌های زیر ارائه می‌گردد:  
فرضیه اصلی: بین ایدئولوژی‌های اخلاقی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد مالی آن‌ها رابطه وجود دارد.

فرضیه فرعی اول: بین محیط‌زیست ایدئولوژی‌های اخلاقی مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه فرعی دوم: بین راهبری شرکت ایدئولوژی‌های اخلاقی مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی رابطه معناداری وجود دارد. مدل مفهومی پژوهش حاضر در نمودار (۱) ارائه گردیده است:

نمودار ۱- مدل مفهومی تحقیق



### ۱-۴ مدل تحلیلی تحقیق

منبع: (محقق ساخته)

### ۴- روش‌شناسی

این پژوهش از نوع کاربردی بوده و طرح آن از نوع توصیفی-پیمایشی است. همچنین، ماهیت داده‌های مورد استفاده در آزمون فرضیه‌ها، از نوع داده‌های تابلویی می‌باشد. جهت گردآوری اطلاعات مورد نیاز از روش کتابخانه‌ای و

داده‌های پژوهش از طریق داده‌های شرکت‌های منتخب با مراجعه به صورت‌های مالی و یادداشت‌های توضیحی و با استفاده از نرم‌افزارهای ره‌آورد نوین و تدبیر پرداز جمع‌آوری گردیده است. که از این تعداد حدود ۱۹۷ شرکت فعال به‌عنوان جامعه آماری در نظر گرفته شده است. جامعه آماری، کلیه شرکت‌های فعال تولیدکننده در بورس می‌باشند که در سال ۹۷ نیز دارای فعالیت بوده‌اند

#### ۱-۴- شاخص‌های توصیفی

جدول (۱) نتایج شاخص‌های توصیفی

نرخ بازده دارایی	تعداد راهبردی شرکت	بعد محیط زیست	
۰.۱۷	۳.۵۶	۲.۸۳	میانگین
۰.۱۷	۳.۶۶	۲.۸۷	میانه
۰.۲۶	۴	۲.۸۸	مد
۰.۰۸	۰.۷۳	۰.۴	انحراف معیار
۰.۰۰۷	۰.۵۴	۰.۱۶	واریانس
۰.۵۲	-۰.۴۷	-۰.۲۹	چولگی
-۰.۵۶	-۰.۵	۰.۴۸	کشیدگی
۰.۰۴	۱.۳۳	۱.۵	مینیمم
۰.۳۷	۵	۴	ماکزیمم

#### ۵- تجزیه و تحلیل‌ها به تفکیک فرضیه‌ها

#### ۱-۵- تجزیه و تحلیل فرضیه اصلی

فرضیه اصلی: بین ایدئولوژی‌های اخلاقی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد مالی آن‌ها رابطه وجود دارد.

جدول (۲) نتایج آزمون فرضیه اصلی پژوهش

SIG	t	ضرایب غیراستاندارد			
		ضرایب استاندارد	خطای معیار		
		$\beta$	B		
۰	۵.۲۷	-	۰.۰۳۶	۰.۱۸	مقدار ثابت
۰	۱۰.۸۵	۰.۷۶	۰.۰۱۵	۰.۱۶	بعد محیط زیست
۰	-۵.۰۶	-۰.۲۹	۰.۰۰۷	-۰.۰۳۴	بعد راهبردی شرکت

منبع: یافته‌های پژوهش

همان‌گونه که در جدول (۲)، مشخص است با توجه به نتایج حاصل از کاربست روش رگرسیون چند متغیره با متد Enter ملاحظه می‌شود که سطح معناداری آزمون فرض بی‌اثر بودن متغیرهای (بعد محیط زیست، بعد راهبردی شرکت) بر متغیر (عملکرد مالی شرکت‌ها که همان نرخ بازده دارایی شرکت) می‌باشد انجام گرفته است. سطح معناداری حاصل از آزمون برای ابعاد محیط زیست و بعد راهبردی شرکت کوچک‌تر از خطای ۰.۰۵٪ می‌باشد به عبارتی مدل رگرسیونی حاصل نشان از مؤثر بودن ابعاد محیط زیست، و بعد راهبردی شرکت از مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها به طور هم‌زمان بر نرخ بازده دارایی شرکت در شرکت‌های تولیدی مواد غذایی استان گیلان دارد.

#### ۲-۵- تجزیه و تحلیل فرضیه فرعی اول

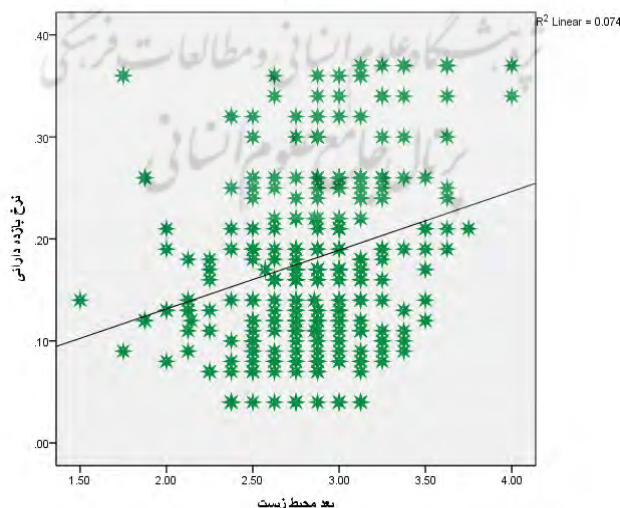
بین محیط زیست ایدئولوژی‌های اخلاقی مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی رابطه معناداری وجود دارد.

جدول (۳) نتایج آزمون فرضیه فرعی اول پژوهش

SIG	ضریب همبستگی پیرسون (R)
۰	۰.۲۷

منبع: یافته‌های پژوهش

همان‌گونه که در جدول (۳)، مشخص است مقدار ضریب همبستگی پیرسون محاسبه شده برابر ۰.۲۷ شده است و سطح معناداری آن برابر ۰ می‌باشد و از آنجا که سطح معناداری آزمون یا همان sig کوچک‌تر از ۰.۰۵ می‌باشد بنابراین نتیجه می‌گیریم که در شرکت‌های تولید مواد غذایی که مورد نمونه‌گیری واقع شده‌اند، یافته‌های تحقیق مبین آن است که بین بعد توجه به محیط زیست به عنوان یکی از ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی رابطه معناداری و مثبت وجود دارد و این دو عامل مستقل از هم نیستند. عدم تمرکز و پراکندگی نقاط در نمودار نقطه‌ای زیر گویای عدم وجود رابطه بین متغیرها می‌باشد.



نمودار (۲) نمودار پراکندگی فرضیه فرعی اول

نمودار (۲) نمودار پراکندگی ترسیم شده نشان می‌دهد اگر چه نقاط داری پراکندگی بسیار زیادی می‌باشند اما تراکم آن‌ها در اطراف خط برازش به‌وضوح مشاهده می‌شود، لذا وجود رابطه معنادار و مثبت بین این دو متغیر به‌وضوح مشاهده می‌شود بنابراین بعد محیط زیست از ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه‌ای مثبت با عملکرد مالی شرکت در شرکت‌های تولید مواد غذایی ندارد و این عوامل مستقل از هم نمی‌باشند.

### ۳-۵ تجزیه و تحلیل فرضیه فرعی دوم

بین راهبری شرکت ایدئولوژی‌های اخلاقی مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی رابطه معناداری وجود دارد. نتایج آزمون فرضیه سوم پژوهش در جدول (۴)، ارائه شده است:

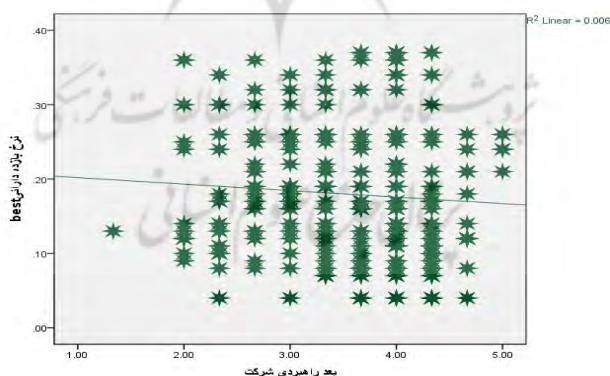
جدول (۴) نتایج آزمون فرضیه فرعی دوم پژوهش

ضریب همبستگی پیرسون	sig
-۰.۰۷	۰.۱۹

منبع: یافته‌های پژوهش

در جدول (۴) مشخص است که مقدار ضریب همبستگی پیرسون محاسبه شده برابر  $-0.07$  شده است و سطح معناداری آن برابر  $0.19$  می‌باشد و از آنجا که سطح معناداری آزمون یا همان **sig** بزرگ‌تر از  $0.05$  می‌باشد فرض صفر مبنی بر استقلال این دو عامل تأیید می‌شود؛ بنابراین نتیجه می‌گیریم که در شرکت‌های تولید مواد غذایی که مورد نمونه‌گیری واقع شده‌اند،

یافته‌های تحقیق مبین آن است که بین بعد راهبردی به‌عنوان یکی از ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد مالی رابطه معناداری وجود ندارد و این دو عامل مستقل از هم هستند. تمرکز و تراکم نقاط در نمودار نقطه‌ای زیر حول خط برازش گویای وجود رابطه بین متغیرها می‌باشد.



### نمودار (۳) نمودار پراکندگی فرضیه فرعی دوم

نمودار (۳) نمودار پراکندگی ترسیم شده نشان می‌دهد که نقاط داری پراکندگی بسیار زیادی می‌باشند و از خط برازش فاصله بسیار زیادی دارند، لذا عدم وجود رابطه معنادار بین این دو متغیر به‌وضوح مشاهده می‌شود، با این وجود رابطه بسیار ضعیف



که ترسیم‌شده نشان از معکوس بودن روابط دارد اما این رابطه معنادار نیست بنابراین بعد جامعه و اجتماع محلی رابطه‌ای معنادار با عملکرد مالی شرکت در شرکت‌های تولید مواد غذایی ندارد و این عوامل مستقل از هم می‌باشند.

## ۶- بحث و نتیجه‌گیری

بر اساس اولین فرضیه فرعی تحقیق به بررسی رابطه بین محیط زیست ایدئولوژی‌های اخلاقی مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی، پرداختیم. نتایج به‌دست‌آمده از آزمون و عملکرد همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که بین بعد توجه به محیط زیست از ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی رابطه معنی‌داری وجود دارد و با توجه به اینکه جهت این رابطه مثبت و مستقیم می‌باشد نشان می‌دهد که هر چقدر توجه به محیط زیست توسط شرکت افزایش یابد عملکرد مالی مناسب‌تری خواهند داشت.

بر اساس دومین فرضیه فرعی تحقیق به بررسی رابطه بین بعد راهبردی ایدئولوژی‌های اخلاقی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد مالی پرداخته‌شده است. نتایج به‌دست‌آمده از آزمون و عملکرد همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که بین بعد توجه به بعد راهبردی از ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی رابطه معنی‌داری وجود ندارد. در مجموع، شواهد اندکی وجود دارد که نشان دهد مسئولیت‌پذیری اجتماعی، عملکرد مالی یک سازمان را مختل می‌کند. علاوه بر این، وجود رابطه‌ی منفی و یا فقدان وجود رابطه بین برخی از ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی در بین شرکت‌ها، نتیجه‌ای عجیب و غیرواقعی به نظر نمی‌رسد؛ زیرا مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی در بین مدیران ارشد سازمان‌های ایرانی بسیار غریب است و سازمان‌های ایرانی اغلب به علت مالکیت دولتی و فقدان احساس نیاز به ایجاد ذهنیت مثبت در بین مشتریان خود، در جهت به‌کارگیری اصول مسئولیت‌پذیری اجتماعی، تمایل چندانی نشان نمی‌دهند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

## منابع

۱. برزگری خانقاه، جمال؛ عباسی، ابراهیم؛ قدک فروشان، مریم (۱۳۹۹). بررسی اثر تعاملی ریسک مالیاتی و مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. مجله دانش حسابداری، ۱۱(۱)، ۱۵۹-۱۸۹.
۲. پوررشیدی، رستم؛ جلالی جوران، مرتضی (۱۳۸۸). تأثیرات توجه به مسئولیت اجتماعی در سازمان، ماهنامه مدیریت، شماره‌های ۱۵۳ و ۱۵۴، ۵۶-۴۴.
۳. زندی، آناهیتا؛ ماکرانی، خسرو، فغانی؛ فاضلی، نقی (۱۳۹۸). آزمون نرخ مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت مبتنی بر دو رویکرد سرمایه مبادله‌ای و سرمایه اخلاقی بر احتمال ورشکستگی. مجله حسابداری مدیریت.
۴. شفیعی، حسین؛ خدای پور، احمد؛ دستگیر، محسن (۱۳۹۶). تأثیر شاخص‌های کلان اقتصادی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها. فصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی، ۱۰(۱)، ۱۵۵-۱۷۳.
۵. مشبکی، اصغر؛ خلیلی شجاعی، وهاب (۱۳۸۹). بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها (CSR). مجله جامعه‌شناسی کاربردی، دوره بیست و یکم، شماره ۴، ۵۶-۳۷.
۶. نمازی، نویدرضا؛ جوکار، حسین (۱۳۹۹). بررسی تأثیر تعدیل‌کنندگی اندازه شرکت بر رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و اجتناب مالیاتی، ششمین همایش ملی پژوهش‌های نوین در حوزه علوم انسانی، اقتصاد و حسابداری ایران، تهران.
۷. Hasan Mostafa Monzur, Ahsan Habib. (۲۰۱۷). Corporate life cycle, organizational financial resources and corporate social responsibility, Journal of Contemporary Accounting & Economics, ۱۳, pp ۲۰-۳۶.
۸. Nguyen, N. (۲۰۱۸). The Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure on Financial Performance: Evidence from Credit in Institutions Vietnam. papers. Ssrn Com.
۹. Orhan Akisik, graham gal. (۲۰۲۰). The Impact of Corporate Social Responsibility and Internal Controls on Stakeholders' View of the Firm and Financial Performance. Sustainability Accounting, Management and Policy Journal, ۸(۳), doi: ۱۰.۱۱۰۸/SAMPJ-۰۶-۲۰۱۵-۰۰۴۴.
۱۰. Zhang, Jian., Dongmin, Kong., Ji, Wu. (۲۰۱۹). Waiting for Certainty: The Effect of the Economic Policy Uncertainty on Corporate Social Responsibility, Tourism Management ۶۷ (۱۸), ۲۰۳-۲۱۳.

## Investigating the dimensions of ethical ideologies of social responsibility with corporate performance

Mohsen Naderi<sup>8</sup>

Mahmoud Hemmatfar (Responsible Author)<sup>9</sup>

### Abstract:

Over time, the concept of business ethics and corporate environmental accountability became widespread in the 1980s, and the general tendency to assert social responsibility became more widespread (some contributing to this tendency, corporate scandals, and the growing global nature of corporate activity). Relying on business guidelines, standards, and guidelines will be necessary but insufficient. Companies are judged on the basis of the degree of innovation in products and processes in line with social and environmental issues. A statistical sample consisting of using simple random sampling method and using Morgan table from 17 active manufacturing companies in Tehran Stock Exchange, 176 cases were selected and in each of the 4 deputies were asked to answer the questionnaire questions. After completing the mentioned questionnaires by multivariate regression method in SPSS software, the results were analyzed. The results indicate that the dimensions of ethical ideologies of social responsibility; Environmental dimension, the strategic dimension of the company has a significant impact on the rate of return on assets.

Keywords: Ethical ideologies, financial performance, rate of return on assets

8 - PhD student in Accounting, Boroujerd Branch, Islamic Azad University, Boroujerd, Iran dr.naderi769@gmail.com

9 - Associate Professor, Department of Accounting, Boroujerd Branch, Islamic Azad University, Boroujerd, Iran Dr.hematfar@yahoo.com