

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در کاهش فقر: شاخص‌های عملکرد اجتماعی و نقش انگیزه در بکارگیری آنها

ویدا مجتهدزاده^۱ / فرناز طبقیان^۲

چکیده

هدف از مسئولیت اجتماعی شرکت دستیابی به توسعه اقتصادی پایدار از طریق بهبود کیفیت زندگی کارکنان شرکت، خانواده‌های آنها و کل جامعه است. از این رو بنظر می‌رسد اجرای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نقش مهمی در کاهش فقر و رشد اقتصادی دارد.

این تحقیق به بررسی مسئولیت اجتماعی شرکت و کاهش فقر و نقش انگیزه در بکارگیری شاخص‌های عملکرد اجتماعی پیشنهادی مرتبط با کاهش فقر می‌پردازد. در این راستا چندین شاخص عملکرد اجتماعی مرتبط با کاهش فقر معرفی و مورد بررسی قرار گرفت. نتایج آزمون‌های تحقیق نشان داد که شرکت‌ها مایل به بکارگیری این مسئولیت‌ها می‌باشند. همچنین تفاوت قابل توجهی در درک افراد به لحاظ جنسیت، سن، تحصیلات، طبقه و سابقه شغلی و درآمد وجود نداشت. به علاوه، ایجاد انگیزه‌هایی مانند تخفیفات مالیاتی، تامین اعتبار آسان و ارزان و ایجاد تعادل در قوانین می‌تواند نقش موثری در بکارگیری مسئولیت‌های اجتماعی کاهش دهنده فقر داشته باشد.

واژگان کلیدی: مسئولیت اجتماعی شرکت، کاهش فقر، انگیزه، شاخص‌های عملکرد اجتماعی،

نوآوری‌های اجتماعی

طبقه‌بندی موضوعی: M14, I32, I38

۱. دانشیار دانشگاه الزهراء (س)

۲. کارشناس ارشد حسابداری دانشگاه الزهراء (س)

مقدمه

واحدهای اقتصادی در جهت تحقق اهداف خود نیازمند سازوکاری می‌باشند که بتواند توازنی بین منافع شرکت و ذینفعان ایجاد کند. در نتیجه، مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت مطرح می‌گردد (Poddi, et al., 2009).

طی دو دهه گذشته مسئولیت اجتماعی شرکت به طور قابل توجهی از سوی واحدهای اقتصادی مورد توجه قرار گرفته است. مسئولیت اجتماعی شرکت بر مسائل مهمی از قبیل اخلاق، محیط، امنیت، آموزش، حقوق بشر و ... تاکید دارد. اگرچه اجرای مسئولیت اجتماعی شرکت دارای هزینه‌های اولیه‌ای برای شرکت است اما در نهایت به دلیل بهبود شهرت شرکت، کاهش هزینه‌ها در بلندمدت و افزایش تقاضا، موجب افزایش فروش و سود و منجر به بهبود عملکرد شرکت در بلندمدت می‌شود (همان منبع).

از سوی دیگر فقر یکی از بزرگترین مشکلاتی است که امروزه جوامع با آن روبه رو هستند. تاکنون فعالیت‌های زیادی در مبارزه با فقر از سوی سازمان‌های غیرانتفاعی^۱ و یا سازمان‌های غیردولتی^۲ انجام شده است، اما در سال‌های اخیر دست‌اندرکاران دریافته‌اند که شرکت‌ها می‌توانند نقش مهمی در کاهش فقر ایفا کنند (Arli, et al., 2007) شرکت‌ها به عنوان مهمترین بخش اقتصاد هر کشور با ایجاد مشاغل، تامین کالا و خدمات مورد نیاز مردم و پرداخت مالیات، بیشترین تاثیر را بر محیط و زندگی جامعه دارند و در نتیجه نقش مهمی در رشد و کاهش فقر ایفا می‌کنند. البته نقش دولت نیز، به لحاظ تدوین قوانین و مقررات مناسب و ایجاد انگیزه برای شرکت‌ها به منظور بکارگیری مسئولیت اجتماعی شرکت، دارای اهمیت بسیاری است.

از این رو در این پژوهش، مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت و نقش آن در کاهش فقر، تاثیر انگیزه در بکارگیری شاخص‌های عملکرد اجتماعی پیشنهادی مرتبط با کاهش فقر و رابطه گرایش پاسخ دهندگان به این شاخص‌ها و ویژگی‌های آن‌ها بررسی شده است.

مسئولیت اجتماعی شرکت

مسئولیت اجتماعی شرکت به معنای رویه‌های باز و شفاف کسب و کار، یعنی روش‌هایی است که مبتنی بر ارزش‌های اخلاقی و احترام به کارکنان، جامعه و محیط زیست می‌باشد. مسئولیت اجتماعی

1. Non-Profit Organizations
2. Non Governmental Organizations (NGOs)

شرکت‌ها به این منظور برنامه‌ریزی می‌شود که برای جامعه به طور اعم و برای سهامداران به طور اخص حامل ارزش‌های پایدار باشد (امیدوار، ۱۳۸۵).

مسئولیت شرکت را می‌توان در ۴ بعد عنوان کرد:

۱. اقتصادی: مسئولیت شرکت نسبت به کسب سود برای مالکان؛
۲. قانونی: مسئولیت شرکت در اطاعت از قوانین و مقررات؛
۳. اخلاقی: مسئولیت شرکت در انجام آن چه که صحیح و منصفانه است؛
۴. اختیاری و بشردوستانه: مسئولیت شرکت در ارتقای رفاه انسانی و کیفیت زندگی و تمایل شرکت به این که یک شهروند شرکتی خوب برای جامعه باشد (Carrol, 1991; 2004).

در واقع مسئولیت اجتماعی شرکت تعهدی فراتر از الزامات قانونی و اقتصادی است که در آن شرکت مسائل اخلاقی و مشارکت در توسعه اقتصادی را ضمن بهبود کیفیت نیروی کار، در مقیاسی وسیع‌تر یعنی جامعه مورد توجه قرار می‌دهد و فرآیند تجاری خود را به گونه‌ای مدیریت می‌کند که اثرات مثبتی در جامعه به همراه داشته باشد (همان منبع). به عبارت دیگر شرکت‌ها از طریق مسئولیت اجتماعی می‌کوشند تا بین منافع ذینفعان گوناگون و نیز عملکرد اقتصادی، اخلاقی و اجتماعی خود تعادل برقرار کنند (Shauki, et al., 2008).

فقر

بانک جهانی^۱ (۲۰۰۱)، فقر را فقدان غذای کافی، سرپناه و آسایش، آسیب‌پذیری در برابر شوک‌های بیرونی، کاهش و یا عدم دسترسی به آموزش، مراقبت‌های بهداشتی، زیرساخت‌های اساسی و مشارکت در مسائل سیاسی و اجتماعی بر مبنایی برابر با سایر افراد جامعه تعریف می‌کند (Arli, et al., 2007).

نوآوری‌های اجتماعی شرکت

نوآوری‌ها یا به عبارتی اقدامات شرکت در زمینه مسئولیت اجتماعی آن برای کاهش فقر، می‌تواند در رابطه با مواردی از قبیل آموزش، بهداشت، محیط زیست، توسعه روستایی و دیگر موضوعات اجتماعی باشد (Shauki, et al., 2008). این نوآوری‌ها دارای منافع بلندمدت است و منجر به بهبود اهداف تجاری شرکت می‌شود (Dutta, et al., 2008).

1. World Bank

انگیزه‌های شرکت

مسئولیت اجتماعی شرکت در رابطه با مسئولیت و پاسخ‌گویی در قبال جامعه و انسان‌ها است. از این رو، بازارها و شرکت‌ها باید به گونه‌ای پی‌ریزی شوند که انگیزه‌هایی برای رفتار مسئولانه ایجاد کنند و یا حداقل انگیزه‌هایی که منجر به رفتار غیرمسئولانه می‌شود را برطرف نمایند (Mitchell, 2005). از جمله این انگیزه‌ها می‌توان به تخفیفات مالیاتی، تامین مالی ارزانتر برای اجرای مسئولیت اجتماعی در شرکت‌ها و یا متعادل کردن قوانین دولت بین منافع شرکت و جامعه اشاره کرد (Shauki, et al., 2008).

رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و کاهش فقر و نقش انگیزه در بکارگیری نوآوری‌های اجتماعی کاهش دهنده فقر

انجام مسئولیت اجتماعی توسط شرکت‌ها مزایایی را برای شرکت و جامعه به همراه دارد. یکی از مهمترین آثار آن در جامعه نیز، کاهش فقر است. در واقع مسئولیت اجتماعی شرکت را می‌توان ابزاری برای مشارکت شرکت‌ها در مبارزه با فقر دانست (Arli, 2006). فقر بر مسائلی از قبیل آموزش، سلامت و محیط زیست اثر منفی دارد و مبارزه با فقر منجر به کاهش هزینه بهبود کارایی می‌شود و به ایجاد جامعه‌ای امن و با ثبات کمک می‌کند (Arli, et al., 2007). یکی از دلایل تمرکز بر مسئولیت اجتماعی شرکت، پیامدهای تجاری آن برای شرکت‌ها است که باید با سطوحی از مسئولیت پذیری مطابقت داشته باشد، چرا که تجارت نقش مهمی در مکانی که مردم زندگی می‌کنند، آبی که می‌نوشند، هوایی که تنفس می‌کنند و به طور کلی کیفیت زندگی‌شان دارد.

بخش خصوصی کالاها و خدمات مورد نیاز برای زندگی را فراهم می‌کند. به علاوه منبع اصلی درآمدهای مالیاتی است، که منجر به تامین مالی عمومی برای سلامتی، آموزش و سایر خدمات می‌شود. از این رو شرکت‌ها نقش مهمی در کاهش فقر دارند (MacDonald, 2009). شرکت‌ها می‌توانند با تمرکز بر کالاها و خدماتی که منافع اجتماعی ایجاد می‌کند، هم از سرمایه‌داری و جهانی شدن نفع ببرند و هم به حذف فقر کمک کنند (Yunus, 2008).

بخش خصوصی به سه روش می‌تواند به کاهش فقر کمک کند. اول، مدل تجاری بازرگانی که بر حداکثر کردن سود در تجارت و توسعه فعالیت‌های اقتصادی تاکید دارد (Mandal, 2008). دوم، مدل انتهای هرم که هدف آن کسب سود از طریق ارائه خدمات به افراد نیازمندی است که به لحاظ توزیع ثروت و ظرفیت تولید درآمد در انتهای هرم جمعیتی قرار دارند (Pralad, 2005). سوم،

واحدهای تجاری اجتماعی که به دنبال حداکثر کردن مزایای اجتماعی هستند و هدف آن‌ها ارائه خدمت به مردم و نه دستیابی به مزایای شخصی است (Yunus, 2006). البته باید توجه داشت که دستیابی به هدف کاهش فقر، تنها از طریق مشارکت دولت، شرکت‌ها و جامعه امکان‌پذیر می‌باشد. دولت‌ها می‌توانند از طریق تدوین قوانین و مقررات مناسب و ایجاد تعادل در آن‌ها (Shauki, et al., 2008)، هماهنگ کردن استانداردهای مسئولیت اجتماعی شرکتی با قوانین و مقررات ملی، افزایش شفافیت و پاسخ‌گویی سیستم‌های گزارشگری و نیز ایجاد سیاست‌های تشویقی و انگیزشی (World Bank Institute, 2008) مانند تخفیفات مالیاتی، تامین اعتبار آسان و ارزان (Shauki, et al., 2008) به شرکت‌ها در اتخاذ مسئولیت‌های اجتماعی کمک کنند. به علاوه آگاهی بخشی، ایجاد ارتباطات منطقی و فراهم کردن تسهیلات از طریق فرآیندهای مناسب و اصلاح قوانین می‌تواند منجر به کاربرد موثرتر و کارآمدتر مسئولیت اجتماعی شرکتی شود، رقابت را افزایش دهد، شرایط محیطی و زندگی را بهبود بخشد و منجر به کاهش فقر گردد (Crown, et al., 2007).

پیشینه پژوهش

پراهلاد و همکاران (Prahalad, et al., 2002)، پژوهشی نظری در خصوص خدمت به مستمندان در جهان و سودآوری انجام دادند. آن‌ها نتیجه گرفتند که ورود شرکت‌های بزرگ و چند ملیتی در بازارهای فقیر جهان، منجر به ایجاد شغل و ثروت می‌شود و سالانه میلیون‌ها مشتری جدید را وارد بازارهای جهانی می‌کند. بنابراین علاوه بر سودآوری که برای این شرکت‌ها به همراه دارد، منجر به کاهش فقر، افزایش رشد اقتصادی در جهان و ثبات اقتصادی مناطق در حال توسعه می‌شود و به ایجاد ثبات اقتصادی جهانی و کاهش خطرات از قبیل تروریسم کمک می‌کند.

فوکس (Fox, 2004)، در مقاله خود با عنوان مسئولیت اجتماعی شرکت و توسعه، به این نتیجه رسید که مسئولیت اجتماعی شرکت روشی موثر برای شرکت است که به وسیله آن می‌تواند مشتریانی با درآمد پایین را جذب کند و در نتیجه موجب کاهش فقر شود. در واقع او مسئولیت اجتماعی شرکت را به عنوان وسیله‌ای معرفی کرد که بخش خصوصی از طریق آن می‌تواند در کاهش فقر، دستیابی به سایر اهداف اجتماعی و توسعه مشارکت کند.

جنکینز (Jenkins, 2005)، در مقاله‌ای نظری با عنوان "جهانی شدن، مسئولیت اجتماعی شرکت و فقر"، نتیجه می‌گیرد که نمی‌توان مدعی شد که اتخاذ مسئولیت اجتماعی شرکت منجر به رشدی

فراگیر و منصفانه می شود و فقر را کاهش می دهد. او چنین عنوان می کند که نوآوری های مسئولیت اجتماعی شرکت شامل کاهش فقر به عنوان یک هدف اصلی نیست و بیشتر بر مسائل محیطی و حقوق انسانی و کاری متمرکز می باشد. دلیل دیگر را تعداد کم افرادی می داند که در کشورهای در حال توسعه، توسط شرکت های بزرگ چندملیتی استخدام می شوند. در واقع او نتیجه می گیرد که مبارزه با فقر نیازمند تعهدات بیشتری است و مسئولیت اجتماعی شرکت به گونه ای که در حال حاضر اجرا می شود، بعید است که بتواند نقش قابل توجهی در کاهش فقر در کشورهای در حال توسعه داشته باشد.

کلک و همکاران (Kolk, et al., 2005)، در پژوهشی با عنوان کاهش فقر به عنوان راهبرد شرکت، به نقش شرکت های چندملیتی برای مبارزه با فقر پرداختند. آن ها ۱۸ شرکت عضو اتاق بازرگانی بین المللی را انتخاب کردند که شامل شرکت های بین المللی بزرگ و کوچک می شد. اطلاعات شرکت ها از ۱۵ آوریل تا ۱۰ ژوئن ۲۰۰۳ و در خصوص مسائلی از قبیل شرایط کاری، رفتار و فرصت های برابر، آموزش، نظارت و ... جمع آوری گردید و مورد بررسی قرار گرفت. آن ها به این نتیجه رسیدند که این شرکت ها تا حدودی در زمینه موضوعات کاهش فقر فعال هستند، اما در زمینه موضوعاتی که توان بالقوه بیشتری در کمک به کاهش فقر دارند، فعالیت چندانی ندارند.

آرلی (Arli, 2006)، در تحقیقی نظری با عنوان پیشینه ها و نتایج نوآوری های مسئولیت اجتماعی شرکت در رابطه با کاهش فقر، به دنبال ایجاد چارچوبی بود که از طریق آن بتوان به گونه ای منظم و موثرتر به کاهش فقر دست یافت. او چنین نتیجه گرفت که این پیشینه ها قبل از تصمیم گیری مدیریت، به میزان زیادی بر نتایج اثر دارد. از این رو لازم است، این موضوع شناسایی گردد که تصمیم درونی یا فشار بیرونی و یا ترکیب آن ها منجر به اتخاذ راهبرد مسئولیت اجتماعی شرکت برای کاهش فقر شده است.

شوکی و همکاران (Shauki, et al., 2008)، با انجام تحقیقی در اندونزی ابتدا تاثیر مشخصات پاسخ دهنده بر گرایش او از مسائل کاهش فقر را بررسی کردند. همچنین، رابطه بین انگیزه های شرکت، راهبرد شرکت، رویه مرتبط با کار و نوآوری های اجتماعی شرکت را مورد بررسی قرار دادند. آن ها دریافتند که تفاوت قابل توجهی در درک افراد از شاخص های عملکرد اجتماعی مرتبط با کاهش فقر به لحاظ جنسیت، سن و درآمد وجود دارد و نیز این که انگیزه های اجتماعی، نوآوری های اجتماعی را به طور مستقیم و نیز از طریق عامل تعدیل گر راهبرداجماعی، تحت تاثیر قرار می دهد. تحقیق حاضر نیز با این روش انجام می شود. از این رو، ابتدا تاثیر مشخصات پاسخ دهنده بر گرایش او به شاخص های عملکرد اجتماعی پیشنهادی مرتبط با کاهش فقر، سپس رابطه بین ایجاد

انگیزه برای شرکت و بکارگیری مسئولیت‌های اجتماعی پیشنهادی به منظور کاهش فقر بررسی می‌گردد.

در ایران تحقیقی در زمینه خاص نقش مسئولیت اجتماعی شرکت در کاهش فقر و اثری که ایجاد انگیزه می‌تواند در بکارگیری این مسئولیت‌ها داشته باشد، انجام نشده است، اما در قالب کلی مسئولیت اجتماعی شرکت می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

خوش طینت نیک نیت (۱۳۷۴)، در تحقیقی با عنوان حسابداری مسئولیت‌های اجتماعی، نتیجه گرفت که حسابداری مسئولیت‌های اجتماعی می‌تواند پاسخی به مشکلات اجتماعی موجود باشد. در این حسابداری با در نظر گرفتن نتایج اجتماعی تصمیمات اخذ شده مانند اثرات اقتصادی آن‌ها، دامنه حسابداری سنتی گسترش می‌یابد و از این طریق می‌توان به منافع متعددی در زمینه سود، منابع انسانی، منافع عمومی و محیطی و منافع ناشی از تولید یا انجام خدمات دست یافت.

امیدوار (۱۳۸۴)، به بررسی سیاستگذاری حکومت در ترویج مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ایران پرداخته است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که در این زمینه، نمی‌توان متکی به یک نوع سیاستگذاری بود، بلکه باید مجموعه‌ای از سیاست‌های تشویقی، تنبیهی، توانمندسازی، نظارتی، متقاعدسازی و انگیزشی را بکار گرفت. او برای مدیران ۱۰۱ شرکت برتر کشور پرسشنامه ارسال کرد که ۳۷ مورد برگشت شد. پاسخ‌ها نشان داد که ۷۵٪ از مدیران پاسخ دهنده با تدوین قوانین و مقررات در خصوص مسئولیت اجتماعی شرکت موافقت، ۹۲٪ نقش حکومت و سیاست‌های حکومتی در ترویج مسئولیت اجتماعی شرکت را بسیار مهم ارزیابی می‌کنند و ۵۶٪ مهمترین نهاد در ترویج مسئولیت اجتماعی شرکت را حکومت می‌دانند.

وی در سال ۱۳۸۵، در مقاله‌ای نظری با عنوان "تعاریف مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها"، به تعریف مسئولیت اجتماعی شرکت از دیدگاه صاحب نظران مختلف پرداخت. همچنین، مفهوم شناسی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را در مقاله جداگانه‌ای مورد بحث قرار داد. به عقیده او ایران در اجرای کامل مسئولیت اجتماعی شرکتی مدرن سال‌ها عقب است؛ به علاوه در کنار شکل سنتی مسئولیت اجتماعی شرکت، مانند ایجاد صندوق‌های خیریه برای مستمندان یا ساخت مدرسه و مسجد، اجرای مسئولیت اجتماعی شرکت به شیوه مدرن نیز ضروری است.

امینی (۱۳۸۵) نیز در مقاله‌ای نظری به بررسی مسئولیت‌های اجتماعی بنگاه‌ها و مدیران پرداخت. او عقاید گوناگون متفکران غربی در خصوص مسئولیت اجتماعی مدیران و بنگاه‌ها را بیان کرد و با بررسی نگرش‌های مختلف به این نتیجه رسید که میزان گرایش مدیران و بنگاه‌های انگلوساکسونی به

پذیرش مسئولیت اجتماعی شرکتی کمتر از کشورهای غیرانگلو ساکسونی نظیر چین، ژاپن و آلمان است.

بصیری (۱۳۸۶)، تاثیر سودآوری را، بر اجرای مسئولیت اجتماعی شرکتی از دیدگاه کارکنان و مشتریان شرکت فولاد مبارکه بررسی کرد. نتایج نشان داد که هم از دیدگاه کارکنان و هم از دیدگاه مشتریان شرکت، سودآوری در اجرای مسئولیت اجتماعی شرکت موثر است و در عین حال مشخص شد که بین نظرات مدیران و سایر کارکنان تفاوت معنی داری وجود ندارد.

همت فر و همکاران (۱۳۸۶)، مقاله‌ای نظری تحت عنوان "چارچوبی مفهومی برای توسعه حسابداری مسئولیت های اجتماعی" ارائه کردند و در آن به بیان مفاهیمی در زمینه حسابداری اجتماعی پرداختند. آن‌ها مدعی شدند که شرکت‌ها نمی‌توانند نسبت به محیط اجتماعی اطراف خود بی تفاوت باشند و تعامل با آن برای آنها اجتناب ناپذیر است. از این رو لازم است که گزارشگری اجتماعی انجام گیرد. علاوه بر این، الزام شرکت‌ها به گزارشگری اجتماعی نیاز به استاندارد گذاری صحیح و عملی از سوی هیئت تدوین استانداردهای حسابداری دارد. این اقدام حرکتی چشمگیر در زمینه توجه به حسابداری مسئولیت‌های اجتماعی و گزارشگری آن محسوب می‌شود.

فرضیه‌های پژوهش

برای این تحقیق فرضیه‌های زیر مطرح شده است:

فرضیه ۱: گرایش پاسخ دهندگان به شاخص‌های عملکرد اجتماعی پیشنهادی مرتبط با کاهش فقر، تحت تاثیر مشخصات پاسخ دهنده قرار می‌گیرد.

فرضیه ۲: انگیزه‌های شرکت با نوآوری‌های اجتماعی شرکت رابطه معنی دار دارد.

با توجه به ویژگی‌های مربوط به انگیزه‌های شرکت یعنی تخفیفات مالیاتی، تامین اعتبار آسان و ارزانتر و ایجاد تعادل در قوانین (Shauki, et al., 2008)، سه فرضیه فرعی مستقل از یکدیگر نیز طراحی شد:

فرضیه ۱-۲: تخفیفات مالیاتی موجب بکارگیری نوآوری‌های اجتماعی شرکت به منظور کاهش فقر می‌شود.

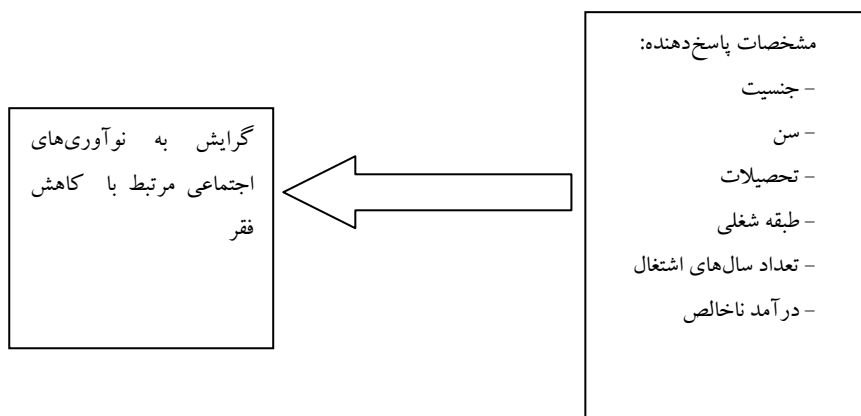
فرضیه ۲-۲: تامین اعتبار ارزانتر موجب بکارگیری نوآوری‌های اجتماعی شرکت به منظور کاهش فقر می‌شود.

فرضیه ۲-۳: ایجاد تعادل در قوانین موجب بکارگیری نوآوری‌های اجتماعی شرکت به منظور کاهش فقر می‌شود.

روش تحقیق

این تحقیق بر مبنای هدف، کاربردی و بر حسب روش، توصیفی پیمایشی است. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه استاندارد استفاده شد. سوالات پرسشنامه بسته و با طیف ۵ درجه‌ای لیکرت^۱ مطرح و به دو گروه تقسیم و مدل تحقیق بر اساس آن طراحی گردید. گروه اول سوالات مرتبط با جمعیت‌شناسی است که شامل مواردی در رابطه با مشخصات پاسخ دهنده (یعنی جنسیت، سن، تحصیلات، طبقه شغلی، تعداد سال‌های اشتغال، درآمد ناخالص می‌باشد. در این راستا از مدل شماره ۱، استفاده شده است (همان منبع).

مدل ۱: رابطه بین مشخصات پاسخ دهندگان و گرایش آن‌ها به نوآوری‌های اجتماعی مرتبط با کاهش فقر

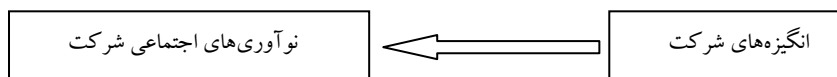


با استفاده از این مدل تاثیر مشخصات پاسخ دهنده بر گرایش او به شاخص‌های عملکرد اجتماعی پیشنهادی مربوط به کاهش فقر مورد بررسی قرار گرفت.

گروه دوم شامل سوالات ادراکی است که از پاسخ دهندگان می‌خواهد تا دیدگاه خود در خصوص تاثیر هر یک از عوامل انگیزشی در بکارگیری شاخص‌های عملکرد اجتماعی پیشنهادی مرتبط با کاهش فقر را بیان کنند. انتظار این بود که نتایج تحقیق رابطه بین انگیزه‌های شرکت با نوآوری‌های اجتماعی آن را نشان دهد. در این راستا از مدل شماره ۲ استفاده شده است (همان منبع).

1. likert

مدل ۲: عوامل اثرگذار بر نوآوری‌های اجتماعی شرکت



نوآوری‌های اجتماعی شرکت، متغیر وابسته این تحقیق می‌باشد که برای آن شاخص‌های زیر بکار گرفته شد:

- تخصیص بودجه برای آموزش و بهداشت در جامعه؛
- داشتن برنامه‌های آموزشی، بهداشتی و امنیتی در محیط کار؛
- ارائه محصولات و خدمات سازگار با محیط زیست؛
- استخدام معلولین جسمی با توانایی فکری یکسان با سایرین؛
- تخصیص بخشی از سود برای کمک به دولت در کاهش فقر؛
- داشتن راهبردی جهت تولید کالاهای ارزان برای رفع احتیاج نیازمندان؛
- مشارکت کارکنان برای کاهش فقر؛
- افشای برنامه کاهش فقر در گزارش‌های سالانه؛
- خودداری از فرار مالیاتی و پرداخت مالیات در موعد مقرر؛
- رفتار برابر و بدون تبعیض با کلیه کارکنان و متقاضیان شغل صرف نظر از جنسیت، نژاد و

مذهب؛

- بکارگیری استانداردهای مشابه با کیفیت بالا برای فعالیت در هر جایی از جهان؛
 - گزارش صادقانه و درست عملکرد مالی شرکت (Brammer, et al., 2006)؛
 - مقابله با کلیه اشکال فساد از جمله رشوه و اخاذی (Heslin, et al., 2008)؛
 - استفاده نکردن از کودکان برای کار؛
 - حمایت از تشکیل اتحادیه‌ها و مذاکرات آن‌ها با کارفرمایان برای بهبود کار
- (Williams, et al., 2006).

انگیزه‌های شرکت متغیر مستقل می‌باشد، که از شاخص‌های زیر برای آن استفاده شده است:

- تخفیفات مالیاتی.

- تامین اعتبار آسان و ارزاتر برای اجرای مسئولیت اجتماعی در شرکت‌ها.

- وجود آوردن تعادل بین قوانین مرتبط با منافع شرکت و قوانین مرتبط با منافع جامعه

(Shauki, et al., 2008).

به منظور انجام آزمون اعتبار محتوایی، پرسشنامه مقدماتی بین تعدادی از متخصصین توزیع شد و از آن‌ها درخواست گردید ضمن پاسخ به سوالات، نظرات و توصیه‌های خود را ارائه نمایند، اما در مدت زمان تعیین شده، پیشنهادی در مورد نامربوط بودن سوالات دریافت نگردید. در رابطه با قابلیت اطمینان ابزار اندازه‌گیری نیز از معیار آلفای کرونباخ استفاده شد که بر اساس محاسبات، این معیار در حدود ۰/۷۲ تعیین گردید که نشان‌دهنده پایایی قابل قبول ابزار اندازه‌گیری است.

جامعه آماری این تحقیق شامل ۳ گروه پاسخ‌دهنده می‌باشد که به طور فعال گزارش‌های مالی شرکت‌ها را مورد استفاده قرار می‌دهند. این گروه‌ها دربرگیرنده سرمایه‌گذاران، تحلیل‌گران مالی و مدیران واحدهای گزارشگر (واحدهای اقتصادی) هستند که به جای سرمایه‌گذاران و تحلیل‌گران مالی به ترتیب از مدیران شرکت‌های سرمایه‌گذاری و کارگزاران به عنوان جایگزین استفاده شده است (نیکخواه آزاد و مجتهدزاده، ۱۳۷۷ و ۱۳۷۸). از تعداد ۱۹۶ پرسشنامه برگشتی قابل استفاده، به ترتیب ۲۰ مورد مربوط به مدیران شرکت‌های سرمایه‌گذاری، ۴۱ مورد کارگزاران و ۱۳۵ مورد مربوط به مدیران واحدهای اقتصادی بود.

نتایج آزمون فرضیه‌ها

در آزمون فرضیه‌ها از نرم افزار SPSS استفاده شده است. فرضیه‌ها با بکارگیری آزمون‌های t تک‌گروهی، t مستقل و تحلیل واریانس F مورد تحلیل قرار گرفتند. همچنین آزمون نرمال بودن داده‌ها انجام شد و نتایج نشان داد که پاسخ‌ها دارای توزیع نرمال می‌باشند.

فرضیه اصلی ۱: گرایش پاسخ‌دهندگان به شاخص‌های عملکرد اجتماعی پیشنهادی مرتبط با کاهش فقر، تحت تاثیر مشخصات پاسخ‌دهنده قرار می‌گیرد.

برای آزمون این فرضیه، به طور جداگانه بررسی شد که آیا گرایش پاسخ‌دهندگان به شاخص‌های عملکرد اجتماعی مربوط تحت تاثیر جنسیت، سن، تحصیلات، طبقه شغلی، سابقه شغلی و درآمد قرار

می‌گیرد یا نه. در رابطه با جنسیت از آزمون t مستقل استفاده شد که نتایج بدست آمده در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول (۱): نتایج آزمون مرتبط با جنسیت

انحراف معیار	میانگین	آماره	گروه
۰,۳۷	۴,۰۲		مرد
۰,۳۳	۴,۲۲		زن
t=-۱/۸۹		df=۱۹۴	Sig=۰/۰۶

یافته‌ها نشان می‌دهد که میانگین نمره گرایش زنان کمی بیشتر از میانگین گرایش مردان است، اما آزمون t مستقل این تفاوت را معنی‌دار نشان نداد. مقدار آماره آزمون t محاسبه شده در رابطه با جنسیت ۱/۸۹- بود که در ناحیه تائید فرضیه صفر قرار گرفت؛ یعنی گرایش پاسخ‌دهندگان به شاخص‌های عملکرد اجتماعی پیشنهادی مرتبط با کاهش فقر، تحت تاثیر جنسیت قرار نمی‌گیرد. برای سایر مشخصات از آزمون تحلیل واریانس F استفاده شد که نتایج بدست آمده را می‌توان در جدول ۲ مشاهده کرد:

جدول (۲): نتیجه گرایش پاسخ‌دهندگان به شاخص‌های عملکرد اجتماعی به لحاظ سن، تحصیلات، طبقه شغلی،

سابقه شغلی و درآمد

نتیجه: گرایش پاسخ‌دهندگان به شاخص‌های عملکرد اجتماعی مرتبط با کاهش فقر تحت تاثیر.....	F	Sig	درجه آزادی	گروه
گروه‌های سنی قرار نمی‌گیرد.	۰,۷۹۶	۰,۴۹۸	۳	گروه‌های سنی
گروه‌های تحصیلی قرار نمی‌گیرد.	۱,۱۵۳	۰,۳۱۸	۲	گروه‌های تحصیلی
طبقه شغلی قرار نمی‌گیرد.	۰,۴۱۵	۰,۶۶۱	۲	طبقه شغلی
سابقه شغلی قرار نمی‌گیرد.	۱,۳۰	۰,۲۷۵	۳	سابقه شغلی
درآمد قرار نمی‌گیرد.	۲,۵۴	۰,۰۸۲	۳	درآمد

در نتیجه فرضیه اول تحقیق تایید نشد و گرایش پاسخ‌دهندگان به شاخص‌های عملکرد اجتماعی پیشنهادی مرتبط با کاهش فقر، تحت تاثیر مشخصات پاسخ‌دهنده قرار نمی‌گیرد.

فرضیه اصلی ۲: انگیزه‌های شرکت (تخفیفات مالیاتی، تامین اعتبار ارزانتر، ایجاد تعادل در قوانین) با نوآوری‌های اجتماعی شرکت رابطه معنادار دارد.
برای بررسی این فرضیه از آزمون t تک گروهی استفاده شد.

جدول (۳): نتایج آزمون فرضیه اصلی ۲

تعداد	میانگین بدست آمده	t*	Df	Sig
۱۹۶	۳,۷۰	۱۵,۸۷	۱۹۵	۰,۰۰۰

*از آنجا که طیف مورد سنجش ۵ گزینه ای می‌باشد، میانگین نظری ۳ در نظر گرفته شده است (هویدا و مولوی، ۱۳۸۷، ۱۳۲).

مقدار آماره آزمون t در رابطه با فرضیه دوم، ۱۵,۸۷ بود که در ناحیه رد فرضیه صفر قرار گرفت. این به منزله بزرگتر بودن میانگین مشاهدات از مقدار ۳ است. در نتیجه فرضیه دوم تحقیق با استفاده از روش آماری t تائید شد. نتایج بدست آمده از فرضیه‌های فرعی مرتبط با فرضیه دوم را می‌توان در جدول ۴ مشاهده کرد:

جدول (۴): نتایج حاصل از آزمون‌های مربوط به فرضیه‌های فرعی

فرضیه	میانگین	t*	Df	Sig	نتیجه
فرضیه فرعی ۱-۲	۳,۶۲	۱۱,۵۶	۱۹۵	۰,۰۰۰	تائید
فرضیه فرعی ۲-۲	۳,۶۰	۱۱,۷۰	۱۹۵	۰,۰۰۰	تائید
فرضیه فرعی ۳-۲	۳,۸۶	۱۸,۹۷	۱۹۵	۰,۰۰۰	تائید

*از آنجا که طیف مورد سنجش ۵ گزینه ای می‌باشد، میانگین نظری ۳ در نظر گرفته شده است (همان منبع).

همچنین بررسی شد که آیا شرکت‌ها مایل به بکارگیری شاخص‌های عملکرد اجتماعی پیشنهادی مرتبط با کاهش فقر هستند. در این بررسی از آزمون t تک گروهی استفاده شد.

جدول (۵): نتایج بررسی میزان تمایل شرکت‌ها به بکارگیری شاخص‌های عملکرد اجتماعی پیشنهادی مرتبط با کاهش فقر

Sig	df	t*	میانگین بدست آمده	تعداد
۰,۰۰۰	۱۹۵	۳۸,۶۴	۴,۰۳	۱۹۶

*از آن‌جا که طیف مورد سنجش ۵ گزینه ای می باشد، میانگین نظری ۳ در نظر گرفته شده است (همان منبع).

مقدار آماره آزمون t در این رابطه، ۳۸/۶۴ و میانگین مشاهدات نیز بزرگتر از ۳ بود. در نتیجه می توان گفت شرکت‌ها مایل به بکارگیری شاخص‌های عملکرد اجتماعی پیشنهادی مرتبط با کاهش فقر هستند.

نتیجه گیری و پیشنهادها

در این تحقیق به بررسی مسئولیت اجتماعی شرکت در کاهش فقر در ایران پرداخته شد. نتایج بدست آمده نشان می‌دهد که شرکت‌ها مایل به بکارگیری شاخص‌های عملکرد اجتماعی پیشنهادی مرتبط با کاهش فقر هستند.

بنابراین به دست‌اندرکاران بازار سرمایه پیشنهاد می‌شود، به تدوین دستورالعمل‌های لازم برای لازم‌الاجرا کردن شاخص‌های مورد نظر پردازند. به علاوه مشاهده شد که گرایش پاسخ‌دهندگان به شاخص‌های عملکرد اجتماعی پیشنهادی مرتبط با کاهش فقر، تحت تاثیر مشخصات پاسخ‌دهنده (جنسیت، سن، تحصیلات، طبقه شغلی، سابقه شغلی و درآمد) قرار نمی‌گیرد.

تحقیق شوکی و همکاران (Shauki, et al., 2008) نشان داد که تفاوت قابل توجهی در درک افراد به لحاظ جنسیت، سن و درآمد وجود دارد ولی در زمینه سایر ویژگی‌ها یعنی تحصیلات، طبقه شغلی و سابقه شغلی تفاوت قابل توجه نبود. بنابراین نتایج تحقیق حاضر به لحاظ جنسیت، سن و درآمد با نتایج آن تحقیق مطابقت ندارد. در حالی که، ایجاد انگیزه‌هایی مثل تخفیفات مالیاتی، تامین اعتبار ارزانتر و ایجاد تعادل در قوانین برای شرکت‌ها موجب بکارگیری شاخص‌های عملکرد اجتماعی مرتبط با کاهش فقر می‌شود که با نتایج بدست آمده توسط شوکی و همکاران (Shauki, et al., 2008) یکسان بود.

منابع و مأخذ:

۱. امیدوار، علیرضا. (۱۳۸۴). "سیاست‌گذاری حکومت در ترویج مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ایران". پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، دانشکده حقوق و علوم سیاسی.
۲. امیدوار، علیرضا. (۱۳۸۵). "اقدامات پراکنده در زمینه ترویج مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ایران".
۳. امینی، فضل‌الله. (۱۳۸۵). "مسئولیت‌های اجتماعی بنگاه‌ها و مدیران".
۴. بصیری، فاطمه. (۱۳۸۶). "تاثیر سودآوری در تامین مسئولیت اجتماعی سازمان: بررسی دیدگاه کارکنان و مشتریان شرکت فولاد مبارکه".
۵. خوش طینت نیک نیت، محسن. (۱۳۷۳ و ۱۳۷۴). "حسابداری مسئولیت‌های اجتماعی". فصلنامه علمی پژوهشی بررسی‌های حسابداری، سال سوم، شماره ۱۰ و ۱۱، صص ۱۸-۳۴.
۶. نیکخواه آزاد، علی و مجتهدزاده، ویدا. (۱۳۷۷ و ۱۳۷۸). "بررسی حوزه‌های مسئولیت حساب‌برسان مستقل از دیدگاه استفاده‌کنندگان خدمات حسابرسی و حساب‌برسان مستقل". بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، شماره ۲۷ و ۲۸.
۷. همت فر، محمود، ختن لو، محسن و عبدل، رضا. (۱۳۸۶). "چارچوبی مفهومی برای توسعه حسابداری مسئولیت‌های اجتماعی".
۸. هویدا، رضا و مولوی، حسین. (۱۳۸۷). "فرآیند بهبود کیفیت آموزشی از نظر اعضای هیات علمی دانشگاه‌های استان اصفهان: مقایسه‌ای بر اساس مقیاس AQIP". مجله آموزش در علوم پزشکی، (۱)۸: صص ۱۳۲ تا ۱۴۱.

9. Arli, D. Morrisson, P.D., and Razzaque, M.A. (2007). "Reinventing Poverty Alleviation Strategies through Corporate Social Responsibility".
10. Arli, D.I. (2006). "Antecedents and Consequences of Corporate Social Responsibility Initiatives in Poverty Alleviation".
11. Brammer, S. W, Geoffrey and Zinkin, J. (2006). "Religion and Attitudes to Corporate Social Responsibility in a Large Cross-Country Sample".
12. Carroll, A.B. (1991). "The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders". Business Horizons, Vol.34, PP: 39-48.
13. Carroll, A.B. (2004). "Managing Ethically with Global Stakeholders: A Present and Future Challenge". Academy of Management Executive, Vol.18, No.2.

14. Dutta, K. and Durgamohan, M. (2008). "Corporate Social Strategy: Relevance and Pertinence in the Indian Context".
15. Fox, T. (2004). "Corporate Social Responsibility and Development: In quest of an agenda". *Development*, Vol.47 (3), PP: 29-36.
16. Heslin, Peter.A and Ochoa, Jenna.D.(2008). "Understanding and Developing Strategic Corporate Social Responsibility" *Organizational Dynamic*, Vol.37, No.2, PP.125-144.
17. Jenkins .(2005). "Globalization, Corporate Social Responsibility and Poverty". *International Affairs*, 81:3,PP:525-540.
18. Kolk, A. and Tulder, R.V. (2005). "Poverty Alleviation as Business Strategy? Evaluating Commitments of Frontrunner Multinational Corporations". *World Development*, Vol.34, No5, PP: 789-801.
19. MacDonald, M .(2009). "An Antidote to Poverty".
20. Mandal, Kalyan.Sankar. (2008). "Privatizing Poverty Alleviation: Toward Business Solutions for poverty".
21. Mitchell, L.E. (2005). "Roles and incentives - the core problems of corporate social responsibility".
22. Poddi, Laura and Vergalli, Sergio .(2009). "Does Corporate Social Responsibility Affect the Performance of Firms? ". FEEM Working Paper NO,52.
23. Prahalad, C.K. and Hammond, A. (2002). "Serving the World's Poor Profitability". *Harvard Business Review*, September 2002, P.2.
24. Prahalad, C.K. (2005). *The Fortune at the Bottom of the Pyramid*.
25. Shauki, Elvia. Djakman, Chaerul.D and Shum, Paul.(2008). "Corporate Social Responsibility and Poverty Alleviation: Social Performance Indicators in the Indonesian Companies".
26. Williams, G and Zinkin, J .(2006). "The Effect of Culture on Consumer's Willingness to Punish Irresponsible Corporate Behavior: Applying Hofstede's Typology to the Punishment Aspect of Corporate Social Responsibility".
27. World Bank Institute, the Center for International Private Enterprise (CIPE), the Egyptian Institute of Directors and the Arab Labor Organization. (2008). "Corporate Social Responsibility & Corporate Citizenship in the Arab World ".Draft Background Paper.
28. Yunus, M. (2006). "Social Business Entrepreneurs Are the Solution".
29. Yunus, M. (2008). "Creating a World without Poverty: Social business and the Future of Capitalism". *Applied Research in Economic Development*, Vol.5, Issue2.