

## فصلنامه جهان نوین

No 4, 2 021 , P 49-59

سال سوم، شماره پانزدهم، پاییز ۱۴۰۰، صص ۴۹-۵۹

(ISSN) : 2645 - 3479

شماره شایا: (۲۶۴۵ - ۳۴۷۹)

## بررسی رابطه‌ی بین تعهد حرفه‌ای مسئولیت‌پذیری اجتماعی با عملکرد مالی شرکت‌ها

محسن نادری<sup>۱</sup>، سیدروح‌الله بهشتی<sup>۲</sup>

## چکیده

اهمیت و ضرورت توجه به مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در شرایط امروز جهان و فضاها‌ی جدید کسب و کار، ایجاب می‌کند تا رهبران و مدیران سازمان و شرکت‌های بزرگ که در بازارهای جهانی یا بازارهای در حال جهانی شدن فعال و مؤثر هستند، نوعی تعادل میان بخش‌های اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی کسب و کار خود، ایجاد کنند. این پژوهش با هدف تعیین بررسی تعهد حرفه‌ای مسئولیت‌پذیری اجتماعی با عملکرد شرکت‌ها انجام شده است؛ که در آن با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و با کاربست جدول مورگان از ۱۹۷ شرکت فعال تولیدکننده در بورس تهران، ۱۷۶ مورد انتخاب شد بعد از تکمیل پرسشنامه‌های مذکور با روش رگرسیون چند متغیره در نرم‌افزار تحلیل گردید. نتایج نشان می‌دهد از ابعاد اخلاقی مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها؛ بعد حفظ محیط زیست، بعد راهبردی شرکت و بعد رفتار کسب و کار بر نرخ بازده دارایی تأثیر معنادار دارد. از سویی وجود رابطه منفی معنادار بین اصول اخلاقی مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی بین شرکت‌ها، دلایل گوناگونی می‌تواند داشته باشد. مهم‌ترین آن، عدم توانایی شرکت‌ها در تبدیل عملکرد اجتماعی بهتر به عملکرد مالی بهتر است.

کلیدواژه‌ها: تعهد حرفه‌ای، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، عملکرد مالی، نرخ بازده دارایی

۱ - دانشجوی دکتری، باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، واحد خمین، دانشگاه آزاد اسلامی، خمین، ایران

۲ - کارشناسی‌ارشد، مدرس دانشگاه و پژوهشگر

## ۱. مقدمه

امروزه اهمیت تعهد حرفه‌ای مسئولیت‌پذیری اجتماعی در حال افزایش است و نتایج راهبردی برای شرکت‌ها در بردارد. شرکت‌های بزرگ، به صورت قابل توجهی در اقدامات تعهد حرفه‌ای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، سرمایه‌گذاری می‌کنند. تمایل به سرمایه‌گذاری در این کار را نمی‌توان تنها یک هزینه، محدودیت یا کار صحیحی در نظر گرفت که باید انجام شود. بلکه، شرکت‌ها می‌توانند با رفتار مسئولانه‌ای در قبال جامعه، مزیت رقابتی برای خود ایجاد کنند (تاهسو، ۲۰۱۱).

مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، فراتر رفتن از چارچوب کمیته الزامات قانونی است که در آن قرار دارند (هنیفاو کوک، ۲۰۰۵). نقش واحدهای تجاری در اجتماع دست خوش تغییرات بسیار زیادی شده است. به گونه‌ای که انتظار می‌رود واحدهای تجاری نه تنها به فکر افزایش سود خود بوده بلکه نسبت به اجتماع نیز پاسخگو، و برای جامعه‌ای که در تعامل با آن هستند مفید باشند. از سویی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها 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. همچنین به خوبی آشکار شده که شرکت‌ها و صنایع به طور قابل توجهی رشد کرده‌اند و بر رفاه اجتماعی تأثیر می‌گذارند.

بنابراین هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی یافتن روابط احتمالی بین مشخصه‌های اخلاقی تعهد حرفه‌ای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی شرکت می‌باشد.

## ۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها طریقی است که بنگاه‌ها بوسیله آن رویکردهای اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی را با ارزش‌ها، فرهنگ، استراتژی‌ها، ساختار تصمیم‌گیری و شیوه‌های عملیاتی خود به شکلی شفاف و قابل‌حسابرسی یکپارچه می‌کنند و در نتیجه فرآیندها و رویه‌های بهتری را در درون سازمان خود جاری می‌سازند و به این ترتیب ثروت می‌آفرینند و جامعه را بهبود می‌بخشند. امروزه این مفهوم در سطح وسیعی پذیرفته شده و معنای آن حوزه‌هایی چون ایمنی، محصول، حقوق کارکنان، پایداری محیط زیست، رفتار اخلاقی و مسئولیت‌های جهانی را در بر می‌گیرد و ذینفعان وسیعی از کارکنان، مشتریان، جوامع محیط زیست، رقبا، شرکای تجاری، سرمایه‌گذاران، سهامداران و دولت‌ها را شامل می‌شود (صنوبر و حیدریان، ۱۳۹۱). در این میان شرکت‌های تولیدکننده مواد غذایی، از صنایع گسترده، پیچیده و حیاتی دنیا می‌باشند. و توجه به مسئولیت‌های اجتماعی توسط شرکت‌ها می‌تواند به سبب افزایش شهرت موجب افزایش کارایی شرکت‌ها می‌شود از سویی 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 تولید کننده مواد غذایی را فراهم سازد. اورهان و همکاران (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 مسئولیت‌اجتماعی و کنترل داخلی مؤثر است. علاوه بر این، گزارش‌های مسئولیت اجتماعی و کنترل داخلی مؤثر پایداری کارایی مالی را فراهم می‌کند.

ژانگ و همکاران (۲۰۱۹)، در پژوهشی با عنوان انتظار برای اطمینان: تأثیر عدم اطمینان سیاست‌های اقتصادی بر مسئولیت‌اجتماعی 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 صیر (انتظار) کردن، در نظریه انتخاب‌های واقعی را پشتیبانی می‌کند. این رابطه منفی برای شرکت‌های دولتی و شرکت‌هایی که به اجبار مسئولیت‌اجتماعی را افشا می‌نمایند، مهم است و برای شرکت‌های واقع در مناطق بازاریابی بالا اهمیت دارد.

نگوین (۲۰۱۸) در پژوهش خود با عنوان بررسی تأثیر آگاهی مسئولیت‌اجتماعی 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 مسئولیت‌اجتماعی و عملکرد مالی بانک‌های تجاری در ویتنام رابطه منفی وجود دارد. این نتیجه ممکن است با الزامات اضافی قانون مربوط به مسئولیت‌اجتماعی 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 (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 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.

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 (۱۳۶۹) 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 چند متغیره 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.

زندلی 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 غیرمعناداری 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 زیست محیطی شرکت‌ها، رابطه معناداری وجود دارد. همچنین نتایج نشان داد بین نرخ بازده بدون ریسک و مسئولیت اجتماعی و زیست محیطی شرکت‌ها، رابطه معناداری وجود ندارد.

## ۳. فرضیه‌های تحقیق

در مطالعه حاضر فرضیات اصلی و فرعی به شرح زیر می‌باشد.

فرضیه اصلی: بین تعهد حرفه‌ای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد مالی آن‌ها رابطه وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی:

بین شرایط محیط کار تعهد حرفه‌ای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی رابطه معناداری وجود دارد.

بین محیط زیست تعهد حرفه‌ای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی رابطه معناداری وجود دارد.

بین رفتار کسب و کار تعهد حرفه‌ای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی رابطه معناداری وجود دارد.

بین جامعه و اجتماع محلی تعهد حرفه‌ای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی رابطه معناداری وجود دارد.

بین راهبری شرکت تعهد حرفه‌ای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی رابطه معناداری وجود دارد.

متغیر تعهد حرفه‌ای مسئولیت‌پذیری

اجتماعی:

بعد شرایط محیط کار

بعد محیط زیست

بعد رفتار کسب و کار

## ۴. روش اجرای پژوهش

تحقیق حاضر از نوع هدف پژوهشی کاربردی محسوب می‌شود و روش و چگونگی به دست آوردن داده‌های موردنیاز از نوع توصیفی پیمایشی است. پژوهش حاضر وضعیت موجود را توصیف کرده و به شرایط، فرآیندها و عوامل موجود توجه می‌نماید و از این‌رو توصیفی تلقی می‌گردد. این مطالعه در دو بخش کتابخانه‌ای و میدانی انجام می‌شود. ابتدا مبنای نظری تحقیق مورد بررسی قرار گرفته و سپس با مطالعات میدانی و با ابزار پرسشنامه به سوالات پاسخ داده می‌شود. در این تحقیق در بخش آمار استنباطی از آزمون‌های همبستگی و رگرسیون توسط نرم‌افزار SPSS نسخه ۱۹ استفاده خواهد شد و در بخش آمار توصیفی از شاخص‌های مرکزی و پراکندگی نظیر میانگین و انحراف معیار جهت توصیف متغیرهای تحقیق استفاده می‌شود.

## ۵. قلمرو پژوهش

۱-۵. قلمرو زمانی تحقیق

قلمرو زمانی تحقیق از مرداد ۱۳۹۸ الی بهمن ۹۸ خواهد بود.

۲-۵. قلمرو مکانی تحقیق

قلمرو مکانی مطالعه حاضر شرکت‌های فعال تولیدکننده بورس اوراق بهادار تهران است.

۳-۵. قلمرو موضوعی تحقیق

تحقیق حاضر بر مبنای موضوع آن به‌طور کلی در قلمرو موضوع تعهد حرفه‌ای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و سپس مباحث مربوط به عملکرد مالی جای می‌گیرد.

۶. تجزیه و تحلیل‌ها به تفکیک فرضیه‌ها

برای بررسی فرضیات تحقیق و تعیین وجود یا عدم وجود رابطه معنی‌دار بین متغیرهای پژوهش در وهله اول از آزمون همبستگی استفاده شده است. به دلیل نرمال بودن توزیع داده‌ها از ضریب همبستگی پیرسون استفاده می‌شود. مقدار این ضریب همواره بین -۱ تا +۱ می‌باشد و هر چه این مقدار به صفر نزدیک‌تر باشد نشان‌دهنده عدم رابطه بین دو متغیر می‌باشد.

هرچه مقدار ضریب همبستگی به -۱ نزدیک‌تر باشد نشان‌دهنده قوی‌تر بودن رابطه عکس بین دو متغیر می‌باشد و هرچه به +۱ نزدیک‌تر باشد نشان‌دهنده رابطه مثبت و هم‌جهت بین دو متغیر می‌باشد. محاسبه ضریب همبستگی پیرسون با رابطه (۱) می‌باشد:

رابطه (۱)

$$r = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{(\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2)(\sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2)}}$$

جدول ۱- ماتریس همبستگی بین متغیرهای پیش‌بین و ملاک

فاکتورها	۱	۲	۳	۴	۵	۶
نرخ بازده دارایی	۱	-۰.۰۹۱	۰.۲۷**	-۰.۱۰	-۰.۱۸**	-۰.۰۷۵
شرایط محیط کار		۱	۰.۴۲**	۰.۳۷**	۰.۵۲**	۰.۲۹**
بعد محیط زیست			۱	۰.۶۱**	۰.۳۴**	۰.۳۹**
بعد رفتار کسب و کار				۱	۰.۴۳**	۰.۰۶
بعد جامعه و اجتماع محلی					۱	۰.۳۱**
بعد راهبردی شرکت						۱

\*\*P<٪۱

همانطور که در ماتریس همبستگی ملاحظه می‌شود، بین متغیر نرخ بازده دارایی و بعد محیط زیست رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. بین نرخ بازده دارایی و بعد جامعه و اجتماع محلی رابطه منفی و معنادار وجود دارد و بین نرخ بازده دارایی و بعد راهبردی شرکت، بعد شرایط محیط کار و رفتار کسب و کار رابطه معنادار وجود ندارد.

جدول ۲- آزمون ضریب همبستگی پیرسون در فرضیه اول

SIG	ضریب همبستگی پیرسون (R)
۰.۱۱۵	-۰.۰۹۱

از آنجا که هدف بررسی رابطه بین دو متغیر کمی نرمال می‌باشد از ضریب همبستگی پیرسون برای سنجش رابطه این عوامل استفاده می‌نماییم. ضریب اطمینان در این تحقیق برابر ۹۵٪ در نظر گرفته شده است.

مقدار ضریب همبستگی پیرسون محاسبه شده برابر ۰.۰۹۱- و سطح معناداری آن برابر ۰.۱۱۵ می‌باشد و از آنجا که سطح معناداری آزمون یا همان sig بزرگ‌تر از ۰.۰۵ می‌باشد فرض صفر مبنی بر استقلال این دو عامل تأیید می‌شود.

رابطه (۲)

$$\text{sig} = 0.11 > \alpha = 0.05$$

بنابراین نتیجه می‌گیریم که در شرکت‌های تولید مواد غذایی که مورد نمونه‌گیری واقع شده‌اند، یافته‌های تحقیق مبین آن است که بین بعد شرایط محیط کار تعهد حرفه‌ای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی رابطه معناداری وجود ندارد و این دو عامل مستقل از هم هستند.

جدول ۳- آزمون ضریب همبستگی پیرسون در فرضیه دوم

SIG	ضریب همبستگی پیرسون (R)
۰	۰.۲۷

از آنجا که هدف؛ بررسی رابطه بین دو متغیر کمی نرمال می‌باشد از ضریب همبستگی پیرسون برای سنجش رابطه این عوامل استفاده می‌نماییم. ضریب اطمینان در این تحقیق برابر ۹۵٪ در نظر گرفته شده 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 فرض صفر مبنی بر استقلال این دو عامل رد می‌شود؛

رابطه (۳)

$$\text{sig} = 0 < \alpha = 0.05$$

بنا بر این 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.

جدول ۴- آزمون ضریب همبستگی پیرسون در فرضیه سوم

SIG	ضریب همبستگی پیرسون (R)
۰.۰۵۸	-۰.۱۰۸

از آنجا که هدف؛ بررسی رابطه بین دو متغیر کمی نرمال می‌باشد از ضریب همبستگی پیرسون برای سنجش رابطه این عوامل استفاده می‌نماییم. ضریب اطمینان در این تحقیق برابر ۹۵٪ در نظر گرفته شده است. مقدار ضریب

همبستگی پیرسون محاسبه شده برابر ۰.۱۰۸- شده است و سطح معناداری آن برابر ۰.۰۵۸ می‌باشد و از آنجا که سطح معناداری آزمون یا همان sig بزرگ‌تر از ۰.۰۵ می‌باشد فرض صفر مبنی بر استقلال این دو عامل تأیید می‌شود؛

رابطه (۳)

$$\text{sig} = 0.058 > \alpha = 0.05$$

بنابراین نتیجه می‌گیریم که در شرکت‌های تولید مواد غذایی که مورد نمونه‌گیری واقع شده‌اند، یافته‌های تحقیق مبین آن است که بین بعد رفتار کسب و کار به‌عنوان یکی از ابعاد تعهد حرفه‌ای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی رابطه معناداری وجود ندارد و این دو عامل مستقل از هم هستند. عدم تمرکز و پراکندگی نقاط درجهات غیر مجاور خط برازش در نمودار نقطه‌ای زیر، گویای عدم وجود رابطه بین متغیرها می‌باشد

جدول ۵- آزمون ضریب همبستگی پیرسون در فرضیه چهارم

ضریب همبستگی پیرسون	sig
-۰.۱۸	۰.۰۰۲

از آنجا که هدف؛ بررسی رابطه بین دو متغیر کمی نرمال می‌باشد از ضریب همبستگی پیرسون برای سنجش رابطه این عوامل استفاده می‌نماییم. ضریب اطمینان در این تحقیق برابر ۹۵٪ در نظر گرفته شده است. مقدار ضریب همبستگی پیرسون محاسبه شده برابر ۰.۱۸- شده است و سطح معناداری آن برابر ۰.۰۰۲ می‌باشد و از آنجا که سطح معناداری آزمون یا همان sig کوچک‌تر از ۰.۰۵ می‌باشد فرض صفر مبنی بر استقلال این دو عامل رد می‌شود؛

رابطه (۴)

$$\text{sig} = 0.002 < \alpha = 0.05$$

۷. بحث و نتیجه‌گیری

بنابراین نتیجه می‌گیریم که در شرکت‌های تولید مواد غذایی که مورد نمونه‌گیری واقع شده‌اند، یافته‌های تحقیق مبین آن است که بین بعد توجه به جامعه و اجتماع محلی به‌عنوان یکی از ابعاد تعهد حرفه‌ای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی رابطه معناداری وجود دارد و این دو عامل مستقل از هم نیستند. تمرکز و تراکم نقاط در نمودار نقطه‌ای زیر حول خط برازش گویای وجود رابطه بین متغیرها می‌باشد.



## منابع

- آذر، عادل؛ علیرضا مومنی (۱۳۸۳) اندازه‌گیری بهره‌وری در شرکت‌های تولیدی به وسیله مدل‌های تحلیل پوششی داده‌ها (DEA)؛ دانشور رفتار.
- آذربایجانی، کریم؛ سروش‌یار، افسانه و سمانه یاریان کوپائی (۱۳۹۰) جستجوی بهترین معیار عملکرد مالی، حسابرس، شماره ۵۲.
- آرمسترانگ، مایکل (۱۳۸۵) مدیریت عملکرد راهبردی کلیدی و راهنمای عملی، ترجمه سعید صفری، انتشارات جهاد دانشگاهی
- احمدیان راد، حمیده (۱۳۸۸) مسئولیت اجتماعی در تولید و مصرف، روزنامه ایران، برداشت مهرماه ۱۳۸۸
- افسری، علی (۱۳۹۲) سرمایه اجتماعی در اسلام، دوفصلنامه تخصصی پژوهش‌های میان‌رشته‌ای قرآن کریم، سال چهارم، شماره ۱، ۱۱۸-۱۰۱.
- الوانی، سیدمهدی (۱۳۸۴) مدیریت عمومی، چاپ بیست و چهارم، انتشارات نشر نی، تهران.
- الوانی، سیدمهدی؛ قاسمی، سیداحمدرضا (۱۳۷۷) مدیریت و مسئولیت‌های اجتماعی سازمان، چاپ اول، انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، تهران
- امیراصلانی، حامی (۱۳۸۴) نقش اقتصادی حسابرسی در بازارهای آزاد و بازارهای تحت نظارت، مدیریت تدوین استناداردها سازمان حسابرسی، نشریه شماره ۱۵۹.
- انصاری، عبدالمهدی؛ کریمی، محسن (۱۳۸۷) بررسی معیارهای مالی ارزیابی عملکرد مدیریت در ارزش‌آفرینی برای سهامداران با تأکید بر معیارهای اقتصادی، حسابدار، شماره ۲۰۰، ۱۱-۳.
- Adua, J., Masila, J. & Onsong, E. (2012). The Determinants of Stock Market Development: The Case for the Nairobi Stock Exchange, *International Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(9), 214-230.
- Alchian, A. A. and Demsetz, H. (1972). Production Information Costs and Economic Organization. *American Economic Review*, 62(5), 777-795.
- Alsyouf Imad. (2006). Methodology and Theory Measuring maintenance Performance using a balanced Scorecard approach. *Journal of Quality in Maintenance Engineering*, 12(2), 133- 149.
- Bacidor, J. M., Boquist, J. A., Milbourn, T.T. and A.V. Thakor. (1997). The search for The Best Financial Performance Measure. *Financial Analysis journal*, 10-20.
- Bausch A.E., Barbara, W. and Blome, M. (2003). Is Market Value- Based Residual Income a Superior Performance Measure Compared to Book Value- Based Residual Income?. Working Paper 2003. No. 1. Justus- liebig- Universitat.
- Boute, R., Lambrecht, M., Lambrechts, O., Sterckx, P. (2006). An Analysis of Inventory turnover in the Belgian Manufacturing Industry, Wholesale and Retail and the Financial Impact of Inventory Reduction. in Proceedings of the 14<sup>th</sup> 2006 Euroma Conference.

Buckly, M. R., Beu, D. S. & Frink, D. D. (2001). Ethical Issues in Human Resources Systems", Human Resource Management Review, No. 11, 11-29

Chang, S.L. (2007). Valuing Intellectual Capital and Firms' Performance: Modifying Value Added Intellectual Coefficient in Taiwan IT industry. PHD thesis, Ageno School of Business, University of Golden Gate, USA.

Chen, H., Murray, F. and Owen, W. (2005). What Actually Happened to the Inventories of American Companies Between 1981 and 2000?. Management Science, Vol. 51, No. 7, pp. 1015-31.

Chen, M.C., Cheng, S.J., and Hwang, Y. (2005). An empirical investigation of the relationship between Intellectual and Firms' market value and financial Performance. Journal of Intellectual Capital. Vol. 6 no. 2, pp. 159-176.

## Investigating the relationship between social responsibility professional commitment and corporate financial performance

Mohsen Naderi<sup>3</sup>, Sayed Ruhollah Beheshti<sup>4</sup>

### Abstract:

The importance and necessity of paying attention to corporate social responsibility in today's world and new business spaces, requires that the leaders and managers of organizations and large companies that are active and effective in global markets or emerging markets, a kind of balance between social sectors. Create their own economic and environmental business. . The aim of this study was to determine the study of social responsibility professional commitment with the performance of companies; In which ۱۷۶ cases were selected from ۱۹۷ active producing companies in Tehran Stock Exchange using simple random sampling method and Morgan table. After completing the mentioned questionnaires, the multivariate regression method was analyzed in software. The results show the ethical dimensions of corporate responsibility; The environmental dimension, the strategic dimension of the company and the dimension of business behavior have a significant effect on the rate of return on assets. On the other hand, the existence of a significant negative relationship between the ethical principles of social responsibility and financial performance between companies can have various reasons. Most importantly, companies are unable to translate better social performance into better financial performance.

**Keywords:** Professional commitment, social responsibility, financial performance, rate of return on assets

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

4 - M.Sc., University Lecturer and Researcher