

تأثیر مسئولیت پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی با نقش واسطه ای فعالیت های سیاسی شرکت در مجتمع گاز پارس جنوبی

علی امیری^۱

صالح شهابی^۲

عباس روستا^{۳*}

مختار اسماعیلی^۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۸/۳۰ تاریخ چاپ: ۱۳۹۹/۰۹/۱۰

چکیده

سازمان ها باید پاسخگویی، مسئولیت پذیری و احترام به حقوق اعضای جامعه را در قالب برنامه های گسترده و راهبردی خود، مورد توجه قرار دهند. آن ها در ازای بهره مندی از زیرساخت ها و سرمایه های اجتماعی، زیستی و علمی محیط پیرامون، باید در برنامه های خود، مسئولیت پذیری اجتماعی سازمانی و رعایت حقوق مصرف کنندگان را به صورت شایسته لحاظ کنند. هدف از این تحقیق بررسی تأثیر مسئولیت پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی با نقش واسطه ای فعالیت های سیاسی شرکت در مجتمع گاز پارس جنوبی می باشد. تحقیق حاضر از نظر هدف، از نوع تحقیقات کاربردی و از آنجا که برای جمع آوری داده ها از پرسش نامه استفاده گردید، بنابراین از نظر روش توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری در این پژوهش کارکنان رسمی بخش امور مالی و اداری مجتمع پارس جنوبی است که تعداد آن ها ۳۰۰ نفر می باشد. از جامعه آماری مذکور با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۱۶۹ نفر انتخاب شد و پرسشنامه ها بطور تصادفی بین کارمندان توزیع شد. جهت آزمون فرضیه های تحقیق در مدلیابی معادلات ساختاری بر مبنای PLS از روشی به نام بوت استرپ استفاده شد. نتایج نشان داد که مسئولیت پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی و فعالیت های سیاسی شرکت تأثیر معناداری دارد؛ و فعالیت های سیاسی شرکت بر عملکرد مالی تأثیر معناداری دارد.

کلمات کلیدی

مسئولیت پذیری اجتماعی، عملکرد مالی، فعالیت های سیاسی شرکت

۱. استادیار حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندرعباس، بندرعباس، ایران. (amiri.study@gmail.com)

۲. مربی حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد لامرد، لامرد، ایران (s.shahabi@yahoo.com)

۳. کارشناس ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد لامرد، لامرد، ایران (abfaa313@gmail.com)

۴. دانشجوی دکتری حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندرعباس، بندرعباس، ایران (mo.esmaeli185@gmail.com)

۱. مقدمه

احساس و درخواست تعهد و مسئولیت زندگی همواره با انسان همراه بوده است. در تاریخ اندیشه فلسفی، دلایل زیادی برای این درخواست و ضرورت ایجاد این احساس همگانی ارائه کرده اند. به طور ویژه، چارچوب نظری مسئولیت اجتماعی با تبیین نقش مناسب افراد در زندگی جمعی و از درون فلسفه اخلاق ترسیم می شود. این نقش ها با مسئولیت ها و تعهدات توأم می باشد. وجه مشترک مفهوم مسئولیت اجتماعی در انواع فلسفه های اخلاق، پذیرش وفاداری ها و همدلی ها در کنار پیوندها و دلبستگی ها می باشد.

از لحاظ جنبه تاریخی، مفهوم مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی^۱ در دهه ۱۹۶۰ گسترده شد. از آن زمان، این مفهوم به شدت تفسیر شده است و برای پوشش مسئولیت های قانونی و اخلاقی شرکت ها استفاده می شود (اویامی و همکاران^۲، ۲۰۱۸). مشارکت در فعالیت های مسئولیت پذیری اجتماعی راهی است که بنگاه های اقتصادی در رابطه با تخریب اجتماعی و محیطی ناشی از عملیات تجاری خود، به جامعه بازپرداخت می کنند. درواقع، این عمل نوعی قدردانی از جامعه میزبان است. در حالی که شرکت ها ممکن است برای حمایت مداوم از جامعه در فعالیت های مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت کنند، سوال اصلی این است که آیا سرمایه گذاری در فعالیت های مسئولیت پذیری اجتماعی تأثیری بر بازده مالی دارد، یا این که فقط تخلیه منابع شرکت ها است؟ (گالانت و گادز^۳، ۲۰۱۷؛ تستا و داماتو^۴، ۲۰۱۷). از منظر ضرورت و اهمیت تحقیق نیز به این دلیل است که شرکت بهره برداری نفت و گاز پارس جنوبی به عنوان یکی از شرکت های زیر مجموعه شرکت ملی نفت ایران و یکی از تاثیرگذارترین فعالان حوزه صنعت نفت و گاز در کشور، بخش مهمی از تولیدات نفت و گاز مصرفی و صادراتی ایران را تامین می کند، با توجه به ملاحظات اجتماعی (قرارداشتن در محدوده شهری) و پاسخگویی به نهادهای دولتی مرتبط مانند سازمان حفاظت محیط زیست، شرکت در قبال مسائل زیست محیطی مسئول می باشد.

۲. بیان مسأله

مصرف گرایی در جامعه امروزی به لحاظ شرایط خاص خود بیش از هر زمان دیگری، به چشم می خورد؛ به همین دلیل، سازمان ها باید پاسخگویی، مسئولیت پذیری و احترام به حقوق اعضای جامعه را در قالب برنامه های گسترده و راهبردی خود، مورد توجه قرار دهند. آن ها در ازای بهره مندی از زیرساخت ها و سرمایه های اجتماعی، زیستی و علمی محیط پیرامون، باید در برنامه های خود، مسئولیت پذیری اجتماعی سازمانی و رعایت حقوق مصرف کنندگان را به صورت شایسته لحاظ کنند (شیخ و بیس زی^۵، ۲۰۱۱). مسئولیت اجتماعی سازمان به طور فزاینده ای در حال تبدیل شدن به یک پدیده جهانی است (وانگ و همکاران^۶، ۲۰۱۸).

مسئولیت پذیری اجتماعی به عنوان یک مفهومی است که با مفاهیمی مانند اخلاق تجاری، نیکوکاری شرکتی و شهروندی، مسئولیت محیطی و پایداری زیست محیطی همپوشانی دارد (السمان و النشمی^۷، ۲۰۱۶). در یک دیدگاه پویاتر، مسئولیت پذیری اجتماعی به عنوان مفهوم سه گانه تعبیر می شود: مردم، زمین و سود که دامنه وسیعی از ارزش ها

^۱. Corporate Social Responsibility

^۲. Oyewumi et al

^۳. Galant & Cadez

^۴. Testa & D'Amato

^۵. Sheikh & Beise-Zee

^۶. Wang et al

^۷. Al-Samman & Al-Nashmi

و معیارها را برای سنجش موفقیت سازمانی در برمی گیرد (ابیودون^۸، ۲۰۱۲). به عنوان مثال، اقتصاددانان نئوکلاسیک معتقدند که شرکت ها باید با توجه به قوانین و مقررات کره زمین، انرژی بیشتری را برای تهیه کالاها و خدمات با کیفیت به مشتریان خود اختصاص دهند، هزینه ها را به حداقل و سود را به حداکثر برسانند (اویامی و همکاران، ۲۰۱۸). همواره از جمله موضوع های مطرح در مبانی نظری مالی، عملکرد مالی می باشد و موجب نگرانی اصلی دست اندرکاران کسب و کار در همه نوع سازمانی می باشد؛ زیرا عملکرد مالی دلالت بر سلامت یک سازمان داشته و سرانجام موجب بقای آن می شود (المجالی و همکاران^۹، ۲۰۱۲). تمایل و اصرار واحد تجاری به تعهد نسبت به مسئولیت اجتماعی در تمامی ابعاد، اثر قابل توجهی را روی عملکرد مالی دارد، در واقع گرایش به سمت مسئولیت اجتماعی، واحد تجاری را ترغیب می کند تا برای بهبود محیط زیست، استفاده از انرژی و مواد کمتر، مدیریت ضایعات و غیره تلاش کند (ساندهو و کاپور^{۱۰}، ۲۰۱۰). در نتیجه واحدهای تجاری می توانند بازده های بلندمدت خود را از طریق کاهش اثرات منفی خود بر اجتماع، به صورت اختیاری، حداکثر نمایند (عرب صالحی و همکاران، ۱۳۹۲).

تحقیقات گسترده حاکی از این است که ارتباط سیاسی شرکت ها باعث می شود آنها درگیر مشکلات زیادی از جمله عملکرد مالی ضعیف، کیفیت پایین گزارشگری مالی، فساد، ناکارآمدی عملیاتی و نبود سرمایه گذار شوند (هشمی و همکاران^{۱۱}، ۲۰۱۸). ارتباط سیاسی، عملکرد شرکت را از طریق کانال های مختلفی همچون تسهیل دسترسی به وام های بانکی و مواد اولیه، مقررات آسان و پرداخت مالیات سبک تر، بهبود می بخشد (لی و وانگ^{۱۲}، ۲۰۱۷). با وجود این، همانطور که بسیاری از محققان بیان کرده اند، ارتباطات سیاسی بر روابط شرکت تأثیر منفی می گذارد (چانی و همکاران^{۱۳}، ۲۰۱۱؛ دینگ و همکاران^{۱۴}، ۲۰۱۵). چانی و همکارانش (۲۰۱۱) معتقدند که به دلیل حمایت دولت از ارتباطات سیاسی، در شرکت هایی که روابط سیاسی حاکم است، محیط عملیاتی شفاف نیست. در نتیجه کیفیت اطلاعات در شرکت های دارای اطلاعات سیاسی، پایین تر از سایر شرکت ها است. این شرکت ها به دلیل دسترسی بیشتر به جریان های نقد آزاد بیشتر، مستعد سرمایه گذاری بیشتر از حد هستند. سرمایه گذاری بیشتر از حد این امکان را برای مدیریت به وجود می آورد که از قدرت تصمیم گیری خود برای تأمین مالی پروژه های بی ثمر یا پروژه هایی با ریسک بالا که می تواند به منافع سهامداران و همچنین اعتبار دهندگان آسیب رساند، استفاده نادرست کند (بادآورنهدی و تقی زاده خانقاه، ۱۳۹۷)؛ بنابراین در این تحقیق، محقق به دنبال پیدا کردن جواب برای این سؤال است که آیا مسئولیت پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی با نقش واسطه ای فعالیت های سیاسی شرکت در مجتمع گاز پارس جنوبی تأثیر معناداری دارد یا خیر؟

۳. ادبیات و پیشینه تحقیق

مسئولیت پذیری اجتماعی^{۱۵}

یکی از عواملی که بر توسعه شرکت های پایدار تأثیرگذار است، مسئولیت اجتماعی می باشد (ژو و همکاران^{۱۶}، ۲۰۱۹). اگر شرکتی قادر باشد اهمیت مسئولیت اجتماعی را درک کند، موجب افزایش مزیت رقابتی خودش می شود (پورتر و

8. Abiodun

9. Almajali et al

10. Sandhu & Kapoor

11. Hashmi et al

12. Lee & Wang

13. Chaney et al

14. Ding et al

15. Social Responsibility

کرامر^{۱۷}، ۲۰۱۶). مسئولیت پذیری اجتماعی، مفهومی است که از طریق آن سازمان ها نگرانی های زیست محیطی و اجتماعی را با عملیات و تعامل با سهامداران در کسب و کار خود، به صورت داوطلبانه ادغام می کنند (بوکار و همکاران^{۱۸}، ۲۰۱۹). مطابق با دیدگاه کارول^{۱۹} (۱۹۷۹) مسئولیت اجتماعی شرکتی، به عنوان مسئولیت های یکپارچه در شرکت که شامل انتظارات قانونی، اخلاقی، اقتصادی و بشردوستانه که جامعه از سازمان ها انتظار دارد، تعریف می شود (لوپزگونزالز و همکاران^{۲۰}، ۲۰۱۹). به طور کلی، مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی به "سیاست های سازمانی و اقدامات سازمان با توجه به انتظارات ذینفعان و خط مشی های سه گانه عملکرد اقتصادی، اجتماعی و محیطی" اشاره دارد (باویک^{۲۱}، ۲۰۱۹). مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی می تواند به عنوان مسئولیت نهادهای سازمانی نسبت به جامعه و اقدامات صادقانه آن ها تعریف شود (باتاچاریا^{۲۲}، ۲۰۱۷).

انواع مسئولیت پذیری اجتماعی

- ۱- مسئولیت پذیری اجتماعی متمرکز بر محیط شرکت ها: تمرکز این نوع مسئولیت پذیری بیشتر بر اثرات زیانبار عملکرد شرکتها بر محیط زیست می باشد. سازمان ها با هدف کاهش تولید محصولات مضر بر محیط زیست، در مراحل تولید خود نوآوری می کنند. همچنین این شرکتها کوشش می نمایند برای جلوگیری از عوامل مضر سوخت های فسیلی بر محیط زیست از منابع انرژی های تجدید پذیر استفاده نمایند.
- ۲- مسئولیت اجتماعی اجتماع محور شرکت: شرکتها برای تامین رفاه مردم و انجمن های محلی با سایر سازمان های غیر سودآور همکاری می کنند. این سازمانها، هم برای انجام وظایف خود شرایط اجتماعی افراد جامعه را بهبود می بخشند و هم از سوی سازمان ها کمک مالی دریافت می نمایند.
- ۳- مسئولیت اجتماعی سرمایه انسانی محور شرکت ها: در این نوع تمرکز بر خوشبختی سرمایه انسانی است و تلاش می شود شرایط زندگی آنها بهبود یابد.
- ۴- مسئولیت اجتماعی خیریه محور شرکت ها: در این گونه، شرکت ها برای تامین مالی افراد و سازمان های خیریه در جهت تحقق اهداف خود کمک می نمایند. متداولترین نوع مسئولیت اجتماعی شرکت ها از این نوع است.

ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی

- ۱- بعد اقتصادی^{۲۳}: از جنبه اقتصادی مسئولیت پذیری به این نکته اشاره دارد که شرکت ها از نظر ارزش آفرینی برای سهامداران خود تا چه اندازه موفق عمل کرده و سعی می نمایند محصولات مناسبی در اختیار مشتریان خود بگذارند. بر اساس این بُعد شرکت ها باید برای مشتریان خود کالایی با کیفیت و از نظر قیمتی در سطح مناسبی ارائه دهند، ارزش سهام خود را ارتقا بخشند، در چارچوب قانونی عمل نمایند، در فضای رقابتی از ابزارهای غیراخلاقی برای حذف رقیبان خود استفاده نکنند و نیازهای عرضه کنندگان و تأمین کنندگان را مدنظر قرار دهند. نکته مهم دیگر، مسئولیت سازمان در قبال کارمندان می باشد که باید مسائلی همچون سلامتی فیزیکی و روانی کارکنان، ایمنی، آموزش و توانمندسازی

¹⁶. Zhu, et al

¹⁷. Porter & Kramer

¹⁸. Bucur et al

¹⁹. Carrol

²⁰. López-González et al

²¹. Bavik

²². Bhattacharya

²³. Economical Dimension

کارکنان در حوزه های حقوق بشر و شهروندی، اجتماعی و زیست محیطی، سیاست عدم تبعیض جنسی قومیتی نژادی مذهبی و غیره، کار شایسته، تعادل میان کار و زندگی، ترغیب و حمایت و تشویق کارکنان و تنوع فرهنگی میان کارکنان مدنظر قرار گیرد (تورکر^{۲۴}، ۲۰۰۹).

۲- بعد قانونی: این بعد نسبت به بعد اقتصادی در درجه کمتری قرار دارد. نشان دهنده این موضوع می باشد که هرکسب و کاری باید از قوانین و مقررات تعیین شده برای صلاح همگان پیروی کند (پاتاری و همکاران^{۲۵}، ۲۰۱۴).

۳- بعد اخلاقی: مبهم ترین بعد مسئولیت اجتماعی، بعد اخلاقی است که کارول مطرح نموده است. این بعد به عنوان انتظارات جامعه از سازمان مبنی بر اینکه ارزش ها و هنجارهای جامعه را مد نظر داشته باشد و به آنها احترام بگذارد توصیف می شود و از چارچوب قوانین مکتوب فراتر می باشد و از ضوابط و موازین اخلاقی حاکم در کل جامعه متأثر می باشد (پاتاری و همکاران^{۲۶}، ۲۰۱۴).

۴- بعد بشردوستانه: این بعد شامل مجموعه وظایف و تعهداتی می باشد که سازمان باید در جهت کمک و حفظ جامعه با نگرش همه جانبه و رعایت حفظ مصالح عمومی کشور و وحدت انجام دهد. مسئولیت بشردوستانه کوششی داوطلبانه از سوی سازمان به منظور رسیدگی به معضلات جامعه و مسائل می باشد (پاتاری و همکاران^{۲۷}، ۲۰۱۴).

نظریه های مسئولیت پذیری اجتماعی

نظریه های مسئولیت پذیری اجتماعی را کاریگا و مله^{۲۸} (۲۰۰۴) را به ۴ گروه تقسیم بندی کرده اند:

الف) نظریه های ابزاری: در این نظریه، فرض می شود که شرکت، به عنوان ابزاری برای ایجاد ثروت می باشد و این فقط مسئولیت اجتماعی است. این گروه از نظریه ها را نظریه های ابزاری می نامند، به این دلیل که مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها را ابزاری اساسی و راهبردی برای ایجاد ثروت و رسیدن به هدفهای اقتصادی می دانند (باقریپور و همکاران، ۱۳۹۳). فریدمن^{۲۹} در این زمینه معتقد است که تنها مسئولیت شرکت نسبت به جامعه، حداکثر کردن سود سهامداران در چارچوب رسوم اخلاقی کشور و چارچوب قانونی می باشد. (فریدمن، ۱۹۷۰).

ب) نظریه های سیاسی: در این نظریه، واحدهای کسب و کار باید به تقاضای اجتماعی مبتنی بر نظریه های سیاسی جامعه عمل بپوشانند. این گروه از محققان، بر این نکته تأکید می کنند که تقاضای اجتماعی از واحدهای کسب و کار برای تداوم فعالیت، بقا، رشد آن و حتی برای موجودیت خود آن ضروری می باشد. در واقع، این گروه از نظریه ها روی ارتباط و تعامل بین جامعه و واحدهای کسب و کار تأکید دارند و دغدغه اصلی آن ها جایگاه و قدرت شرکت و مسئولیت ذاتی شان در مقابل جامعه می باشد. دو رویکرد مهم و برجسته بنام شهروند شرکتی و شرکت قانون مدار وجود دارد. شرکت قانون مدار بر این اساس بنیان شده است که بیان می کند مسئولیت های اجتماعی شرکت ها، از میزان قدرت اجتماعی آن ها ناشی می شود. در شهروند شرکتی، شرکت به عنوان شهروندی در نظر گرفته می شود که مشارکت ها و ارتباطات خاصی در جامعه دارد (مله و کاریگا، ۲۰۰۴).

ج) نظریه های یکپارچه: چگونگی یکپارچه کردن نیازهای اجتماعی به وسیله کسب و کار در این نظریه ها عنوان می شود و نظریه پردازان ادعا می کنند که کسب و کارها برای پیدایش، دوام و رشد خود به جامعه وابسته هستند. عموماً نیازهای

²⁴. Turker

²⁵. Pätäri et al

²⁶. Garriga & Melé

²⁷. Friedman

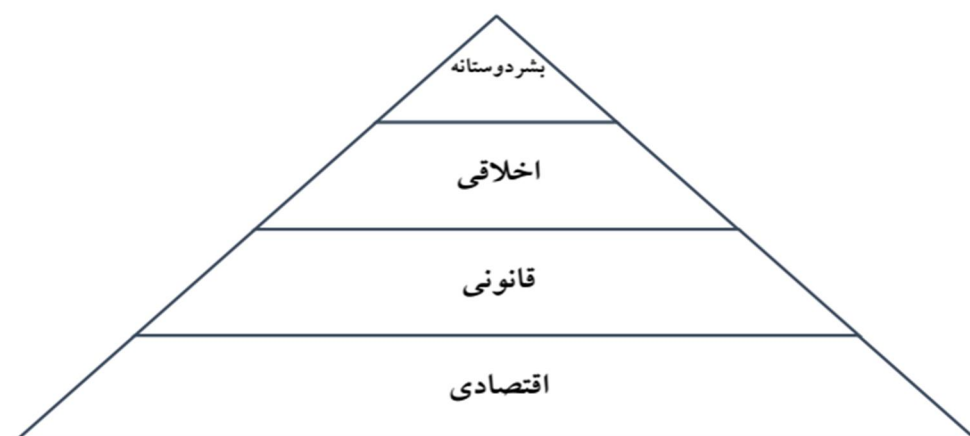
اجتماعی به عنوان عامل شکل گیری تعامل کسب و کارها با جامعه مشروعیت بخشی به آنها در نظر گرفته می شود. در نتیجه، مدیران شرکت ها باید نیازهای اجتماعی جامعه را در نظر بگیرند و به گونه ای آن ها را با هم یکپارچه نمایند (پرستون و پست^{۲۸}، ۱۹۷۵).

د) نظریه های اخلاقی: در این گروه از نظریه ها از منظر اخلاقی به مسئولیت های اجتماعی توجه می شود؛ یعنی اینکه شرکت ها باید به عنوان یک تعهد اخلاقی مسئولیت اجتماعی را بپذیرند. این نظریه ها، مبتنی بر کارهای درست و اصولی برای رسیدن به جامعه خوب می باشد. این نظریه ها شامل توسعه پایدار، نظریه هنجاری ذینفعان، حقوق جهانی و رویکرد نفع عمومی می باشد (کاظم پور و رحیمیان، ۱۳۹۷).

مدل های مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها

۱-مدل کارول

مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها، براساس این مدل از ۴ قسمت قانونی (مطابقت با قوانین)، اقتصادی (کسب سود)، اخلاقی و بشردوستانه تشکیل شده است. در این مدل، از مهمترین مسئولیت های سازمان، مسئولیت های اقتصادی یا همان سودآوری می باشد. اشاره مسئولیت های قانونی به این موضوع است که شرکت ها باید در چارچوب قوانین و مقررات، فعالیت های اقتصادی خود را به انجام برسانند. بر اساس مسئولیت اخلاقی از شرکت ها انتظار می رود که هنجارها و ارزش های جامعه را مدنظر قرار دهند و به آنها احترام بگذارند. در آخر، فعالیت های داوطلبانه شرکت جزء مسئولیت های بشردوستانه می باشد. از نظر سلسله مراتبی مؤلفه های این مدل اهمیت کاهشی دارند. بر این اساس، مسئولیت قانونی به عنوان اساس و پایه در نظر می شود و همه مسئولیتهای دیگر دلالت بر مسئولیت اقتصادی دارند و از شرکت ها انتظار می رود که در چارچوب قانون عمل نمایند، بنابراین مسئولیت قانونی به عنوان لایه بعدی هرم است. مسئولیت بشر دوستانه در رأس این هرم قرار دارد که اختیاری می باشد و کمترین اهمیت را در هرم مسئولیت پذیری دارد (حساس یگانه و برزگر، ۱۳۹۳).



شکل ۱: هرم مسئولیت پذیری کارول (رحیمیان و کاظم پور، ۱۳۹۷).

۲-مدل دیویس^{۲۹}

این مدل شامل پنج فرض می باشد که در آن ها به این موضوع می پردازد چرا و چگونه سازمان یا موسسه ای می تواند به گونه ای عمل نماید که از طریق آن جامعه ای که به آن تعلق دارد را بهبود دهد:

پیش فرض اول: مسئولیت اجتماعی ناشی از توانائی اجتماعی است.

پیش فرض دوم: در این نوع، فرض می شود، سازمان باید به عنوان یک سیستم باز دو طرفه عمل نماید

پیش فرض سوم: در این مرحله باید فایده اجتماعی هر کالا، کار یا خدمتی کلا محاسبه و در مورد اینکه آیا این کار انجام شود یا خیر، تصمیم گیری شود.

پیش فرض چهارم: باید هزینه های اجتماعی مربوط به هر محصول، خدمت یا کاری به مصرف کننده منتقل شود. در واقع، این انتظار را نمی توان از سازمان داشت که هر گونه فعالیتی را که هم نفع اجتماعی و هم زیان اقتصادی دارد از تامین مالی نماید

پیش فرض پنجم: فرض می شود، مثل هر شهروندی، مؤسسات بازرگانی نیز این مسئولیت را دارند که مشارکت در حل مشکلات اجتماعی که خارج از محدوده کاری شان است را داشته باشند. (الوانی و قاسمی، ۱۳۹۳).

۳-مدل وود^{۳۰}

وود در سال ۱۹۹۱، مدل مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت را برای بررسی ابعاد مرتبط با اصول انگیزشی رفتار مسئولانه (شامل اصول شخصی، نهادی و سازمانی)، فرایند مسئولیت پذیری (شامل ارزیابی ذینفعان ارزیابی محیطی و ابعاد مدیریت) و نتایج عملکرد آن (شامل برنامه های اجتماعی، اثرات اجتماعی و رویه های اجتماعی) فراسوی شناسایی انواع مختلف مسئولیت پذیری پالایش اساسی نمود. در پژوهش های مسئولیت پذیری اجتماعی، این مدل پیشرفت بسیاری به دنبال داشت. بر اساس مدل وود مسئولیت پذیری، یک بعد عملی را تشکیل می دهد که برای مسئولیت پذیری اجتماعی به اجزای انگیزشی و دستوری مکمل نیاز دارد. در ارزیابی مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت، پیامدهای رفتار شرکت، منافع مستقیم و واضح است. پیامدها براساس مدل وود، به سه نوع تقسیم بندی می شوند: رفتار شرکت، اثرات اجتماعی برنامه ها و رویه های تدوین شده توسط شرکت برای ابعاد اجتماعی و منافع ذینفعان که شرکت ها برای اجرای مسئولیت پذیری به کار می برند. باید به طور عینی این که آیا رفتار شرکت اثرات مثبت و منفی دارد، ارزیابی شود (وود، ۱۹۹۱).

۴-مدل دوایر متقاطع

طبیعت قلمرو های مسئولیت اجتماعی شرکت در چار چوب مدل هر می کارول بطور کامل ارائه نمی شود و ارتباط متقابل بین آنها را به طور کامل به تصویر کشیده نمی شود. قلمروهای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها در تعامل با هم هستند و یکی از ویژگی های جدائی ناپذیر مسئولیت اجتماعی شرکت همان ارتباط متقابل می باشد. بر این اساس، مدل دوایر متقاطع می گوید که مسئولیت های مختلف با یکدیگر روابط پویا و متقابل دارند و بطور خاص مسئولیت های اقتصادی، مهم ترین مسئولیت نمی باشد و همچنین، در راستای مسئولیت اجتماعی شرکت اقدامات اقتصادی اهمیت کمتری نسبت به سایرین ندارد؛ به عبارت دیگر مسئولیت های اخلاقی، قانونیو بشر دوستانه به همان اندازه مسئولیت اقتصادی برای کسب و کارها دارای اهمیت می باشد (گو^{۳۱}، ۲۰۰۸).

²⁹. Davis

³⁰. Wood

³¹. Geva

مفهوم عملکرد مالی

مجموعه ای از شاخص های عملکرد کلیدی شرکتها، شاخص های مالی هستند که قابلیت مقایسه مناسبی را میان شرکت های عضو هر صنعت تا حدود زیادی ایجاد می نمایند؛ به این دلیل که شرایط عملیاتی شرکت هایی که در صنعتی خاص فعال هستند، مشابه بوده و بر رویه های محاسبه مشابهی تأکید می کنند (کاردان و همکاران، ۱۳۹۷).

معیارهای سنجش عملکرد را در یک تقسیم بندی کلی می توان به دو گروه معیارهای غیر مالی و مالی تقسیم بندی نمود. معیارهای غیر مالی شامل معیارهای بازاریابی، تولیدی، اداری و معیارهای اجتماعی می باشد و از جمله تکنیک هایی که به عنوان معیار مالی پیشنهاد شده است، نسبت های مالی می باشد. برخی از محققان امور مالی پیشنهاد کرده اند که از شاخص های ترکیبی (مالی و غیر مالی) باید استفاده نمود (محمودی، ۱۳۹۰).

رویکردهای ارزیابی عملکرد از بعد مالی

۱- رویکرد حسابداری: در ارزیابی عملکرد، اطلاعات حسابداری مهمترین بخش اطلاعاتی به حساب می آید و در تمامی معیارها و مبانی اصلی اساسی و انکارناپذیر می باشد. تجزیه و تحلیل نسبت های مالی یکی از انواع تجزیه و تحلیل ها است که خود نوعی معیار ارزیابی عملکرد می باشد و به طور کامل بنیان آن به صورت های مالی شامل صورت سود و زیان، ترازنامه و صورت جریان وجوه نقد بستگی دارد. معیارهای ارزیابی در این رویکرد شامل: سود، نسبت آبی، نسبت جاری، نسبت گردش موجودی ها، نسبت بهای تمام شده کالای فروش رفته به فروش، نسبت گردش دارایی ها، نسبت سود خالص و سود هر سهم می باشد (فoster^{۳۲}، ۱۹۸۶).

۲- رویکرد مدیریت مالی: از نظریه های مدیریت مالی و مفاهیم ریسک و بازده در این نوع رویکرد، بیشتر استفاده می شود. در این رویکرد متغیرهای ارزیابی عبارت است از: بازده دارایی ها و بازده حقوق صاحبان سهام بازده هر سهم، بازده اضافی هر سهم (باثوم و همکاران^{۳۳}، ۲۰۰۴).

۳- رویکرد اقتصادی: در این رویکرد به این دلیل که از داده های اقتصادی بیشتر استفاده می شود، معیارها بیشتر از آنکه معیارهای مالی باشد معیارهای اقتصادی می باشد، زیرا ارزیابی عملکرد شرکت در این رویکرد با عنایت به نرخ بازده و نرخ هزینه سرمایه به کار گرفته شده و با تأکید بر قدرت سودآوری دارایی های شرکت صورت می گیرد. در این رویکرد معیارهای ارزیابی عملکرد عبارت است از: ارزش افزوده اقتصادی ارزش افزوده بازار و پالایش شده (باکیدور و همکاران^{۳۴}، ۱۹۹۷).

۴- رویکرد تلفیقی: در این رویکرد سعی بر این است که علاوه بر استفاده کردن از اطلاعات مندرج در صورت های مالی، از ارزش ها و اطلاعات بازار نیز استفاده شود تا ارزیابی های انجام شده مرتبط تر باشد. معیارهای ارزیابی در این رویکرد عبارت است از: نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری هر سهم، نسبت قیمت به سود و نسبت کیوتوین (میرزایی و همکاران، ۱۳۹۲).

³² Foster

³³ Baum et al

³⁴ Bacidore et al

مفهوم فعالیت سیاسی

فعالیت سیاسی شرکت به "تلاش‌های شرکت برای مدیریت مؤسسات سیاسی یا تأثیرگذاری بازیگران سیاسی به روش‌های مطلوب برای شرکت" اطلاق می‌شود (کاماساک و همکاران^{۳۵}، ۲۰۱۹). دن هوند و همکاران^{۳۶} (۲۰۱۴) فعالیت سیاسی شرکت را یک ساختار رابطه می‌دانند و اظهار می‌دارند که فعالیت سیاسی شرکت، شامل فعالیت‌های رابطه‌ای به عنوان مبارزات رسانه‌ای، لابی و تعامل با سازمان‌های غیردولتی، دولت و بوروکرات‌ها و تأثیرگذاری بر ذینفعان شرکت است (دن هوند و همکاران، ۲۰۱۴). فعالیت سیاسی شرکت به اقدامات شرکتی با هدف ایجاد دسترسی سیاسی و تأثیرگذاری بر نتایج روند سیاسی، اشاره دارد (هدانی و همکاران^{۳۷}، ۲۰۱۸). سیاست سازمانی در بردارنده فعالیت‌ها و اعمالی است که با نیت و قصد قبلی تأثیرگذاری، جهت افزایش یا حفظ منافع شخصی افراد یا گروه‌ها صورت می‌گیرد (مورهد و گریفن، ۱۳۹۶).

در واقع سیاست سازمانی یک پدیده معمول و رایج می‌باشد که می‌توان آن را بخشی از زندگی سازمانی به حساب آورد (فریس و کاکمار^{۳۸}، ۱۹۹۲). وقتی اعضا عمیقاً درگیر فعالیت‌های سیاسی درون یک سازمان می‌شوند، ادراک سیاست سازمانی اعضای دیگر - که در غیر این صورت علاقه‌ای به سیاست سازمانی نشان نداده‌اند - افزایش می‌یابد. کارمندان همچنین سیاست سازمانی را منشأ استرس ناشی از کار می‌دانند. زمانی که سیاست سازمانی افزایش می‌یابد، به طور متناوب استرس اعضا افزایش می‌یابد و نتیجه آن تنش روانی و افزایش اضطراب شغلی است (پارک و همکاران^{۳۹}، ۲۰۲۰).

رفتار سیاسی

برخی محققان طی دو دهی گذشته، تلاش نموده‌اند از رفتار سیاسی تعریف مناسبی بیان کنند. تعریف پیشنهادی رفتار سیاسی با مرور متون مرتبط، عبارت است از «نفوذ عمدی و ارادی افراد در موقعیت‌های متضاد، برای حفاظت یا افزایش منافع خود به منظور کسب توسعه و استفاده از قدرت و منابع دیگر برای دستیابی به پیامدهای مورد نظر فرد در موقعیتی که عدم اطمینان در مورد انتخاب‌ها وجود دارد» (فانی و همکاران، ۱۳۹۳). در مورد این پدیده دو رویکرد کلی وجود دارد: رویکرد کلان و رویکرد خرد؛ در دیدگاه کلان، به رفتار سیاسی در سطح کلان با بررسی اثر متقابل سیاست و قدرت و سیاست توجه می‌شود. برعکس، دیدگاه خرد آن را در سطح فردی با بررسی رفتارها، واکنش‌ها، مهارت‌ها و پویایی‌های بین فردی مرتبط با سیاست بررسی می‌کند. بعضی از محققان رفتار سیاسی را به دو دستی انفعالی^{۴۰} و فعال^{۴۱} تقسیم بندی کرده‌اند. افراد در پاسخ به تهدید درک شده رفتار انفعالی (واکنشی) انجام می‌دهند تا ضرر و زیان فردی احتمالی را مدیریت نمایند یا از پیامدهای منفی در آینده جلوگیری کنند. به عقیده آشفورد و لی^{۴۲} (۱۹۹۰)، رفتارهای واکنشی عبارت است از اجتناب از سرزنش، اجتناب از اقدام و اجتناب از تغییر، رفتاری که افراد در پاسخ به فرصت

^{۳۵}. Kamasak et al

^{۳۶}. Den Hond et al

^{۳۷}. Hadani et al

^{۳۸}. Ferris & Kacmar

^{۳۹}. Park et al

^{۴۰}. Defensive

^{۴۱}. Proactive

^{۴۲}. Ashforth & Lee

ادراک شده بروز می دهند تا بر پیامد به نفع خود اثر بگذارند، رفتار سیاسی فعال (رفتار اظهارکننده^{۴۳}) نام دارد (فانی و همکاران، ۱۳۹۳).

رفتار سیاسی و ارتباط آن با پیامد های سازمان

زمانی نگرش سیاسی به سازمان، مورد توجه قرار گرفت که پیش فرض های نگرش های سنتی (نگرش بوروکراتیک و عقلایی) مورد تردید جدی قرار گرفت و مشخص شد که در موارد بسیاری، رفتارهای سازمان، چندان عقلایی نمی باشد. در نگرش سیاسی، سازمان به عنوان سامانه ای مرکب از افراد و پیچیده و ائتلاف ها در نظر گرفته می شود که هر یک دارای باورها، منافع، ارزش ها، انتظارات، سلیقه ها و پنداشت های خاص خود هستند. بطور دائم این ائتلاف ها برای کسب منابع کمیاب سازمانی با یکدیگر در رقابت هستند. اگر کارکنان در سازمان، درک کنند که دیگران از طریق سیاسی عمل کردن پیشرفت می نمایند، به احتمال زیاد بیشتر درگیر رفتار سیاسی می شوند. برداشت از سیاست موجب کاهش تعهد سازمانی، رضایت شغلی، رفتار شهروندی، عملکرد و وظیفه ای و افزایش فشار روان شناختی می شود (بهرامی و همکاران، ۱۳۹۵). انتظار می رود بین عملکرد و انگاشت سیاست شناسی ارتباط منفی وجود داشته باشد. اینطور به نظر می رسد کارکنانی که فضا را سیاسی تر می بینند، دارای نگرش مثبت تری نسبت به شغل و سازمان خود نباشند. در نتیجه بر وظایف و مسئولیت های شغلی خود کمتر تمرکز کنند؛ به این ترتیب عملکرد شغلی آنان کاهش می یابد (رحمان سرشت و فیاضی، ۱۳۸۷).

پیشینه تحقیق

تحقیقات داخلی

انصاری (۱۳۹۹) تحقیقی با عنوان ارزیابی رابطه بین ارتباطات سیاسی شرکت و افشای داوطلبانه ابعاد مسئولیت اجتماعی در شرکت های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران انجام داد. تجزیه و تحلیل اطلاعات بر اساس روش حداقل مربعات تعمیم یافته با استفاده از نرم افزار ایویوز نسخه دهم صورت گرفته است. نتیجه فرضیه تحقیق حاکی از آن است که بین ارتباطات سیاسی شرکت و افشای داوطلبانه ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه معناداری وجود دارد. برادران حسن زاده و همکاران (۱۳۹۸) تحقیقی با عنوان تأثیر ارتباطات سیاسی بر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت با تاکید بر رقابت بازار محصول انجام دادند. نتایج نشان داد که افزایش ارتباطات سیاسی موجب افزایش تعهدات اجتماعی می شود و مدیران تمایل بیشتری به پاسخگویی دارند. همچنین شرکت ها با توجه به رقابت بازار محصول به دو گروه تقسیم شدند و نتایج نشان داد که تاثیر ارتباطات سیاسی بر مسئولیت پذیری اجتماعی برای شرکت هایی که محصولات آن ها در بازارهای رقابتی تر به فروش می رسد، مثبت است در حالی که چنین تاثیری برای شرکت های با رقابت بازار محصول پایین برقرار نیست. رقابت بیشتر عاملی موثر در افزایش مسئولیت پذیری اجتماعی است.

فخاری و فلاح پور (۱۳۹۷)، تحقیقی با عنوان اثر میانجی عملکرد مالی بر رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی و ارزش افزوده بازار شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران انجام دادند. در این پژوهش مسئولیت پذیری اجتماعی از طریق چک لیست افشای مسئولیت پذیری اجتماعی و تحلیل محتوای گزارش ها سالانه فعالیت هیئت مدیره شرکت ها جمع آوری شده و مورد بررسی قرار گرفته است. یافته ها نشان می دهد که سود هر سهم نقش میانجی کامل

⁴³. Assertive

را در رابطه مسئولیت پذیری اجتماعی و ارزش افزوده بازار ایفا می کنند. مسئولیت پذیری اجتماعی از طریق شاخص عملکردی اثر معناداری بر ارزش افزوده بازار دارد.

یکرنگی سندی (۱۳۹۷) تحقیقی با عنوان بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت های تولیدی استان گیلان انجام داد. نتایج تحقیق حاکی از تاثیر مسئولیت اجتماعی با ابعاد (مسئولیت کارکنان، مسئولیت اجتماعی، مسئولیت زیست محیطی و مسئولیت مصرف کننده) بر عملکرد مالی شرکتهای تولیدی استان گیلان می باشد.

تحقیقات خارجی

رمضان و همکاران^{۴۴} (۲۰۲۰) تحقیقی با عنوان مسئولیت اجتماعی شرکت چگونه بر عملکرد مالی، ثبات مالی و شمول مالی در بخش بانکی پاکستان تأثیر می گذارد؟ انجام دادند. در این مقاله تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر عملکرد مالی، شمول مالی و ثبات مالی بخش بانکی، با تمرکز بر داده های سالانه ۲۰ بانک تجاری پاکستان برای دوره ۲۰۰۷-۲۰۱۷ بررسی شده است. نتایج نشان می دهد که مسئولیت اجتماعی شرکت و همچنین سن و اندازه، تأثیر مثبتی بر روی هر سه عامل دارد. با این حال، سطح بالایی از اهرم فشار مالی و ثبات مالی را کاهش می دهد، در حالی که شمول مالی نیز با ملموس بودن دارایی ها ارتباط منفی دارد.

لین و همکاران^{۴۵} (۲۰۱۹) تحقیقی با عنوان تأثیر فعالیت سیاسی شرکت ها بر رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد مالی انجام دادند. یافته ها نشان داد مسئولیت پذیری اجتماعی تأثیر معناداری بر عملکرد مالی ندارد. با این حال، فعالیت های سیاسی شرکت، رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد مالی را بطور منفی تعدیل کرد. این نشان می دهد که هزینه های بالای سیاسی شرکت، موقعیت مالی یک شرکت را در مقایسه با وضعیت مالی بنگاههایی که هزینه کمتری برای فعالیت های سیاسی دارند، بدتر می کند.

دو و همکاران^{۴۶} (۲۰۱۹) تحقیقی با عنوان بررسی چگونگی تأثیرگذاری مسئولیت اجتماعی شرکت و فعالیت های سیاسی شرکت ها بر عملکرد مالی شرکت ها در چین انجام دادند. با استفاده از تئوری مبادله اجتماعی نتایج نشان داد مسئولیت اجتماعی شرکت و فعالیت های سیاسی شرکت ها تأثیر مشترک مثبتی بر عملکرد مالی بنگاهها دارندوانگ و همکاران^{۴۷} (۲۰۱۸) تحقیقی با عنوان تعمیم سیاسی و انتشار شیوه های مسئولیت اجتماعی شرکت ها در چین: مبادله ای بین عملکرد مالی و مسئولیت پذیری اجتماعی؟ انجام دادند. نتایج حاکی از آن است که بطور متوسط بنگاههایی که فعالیت های سیاسی دارند مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی بالاتری نسبت به شرکت های غیرسیاسی دارند. بعلاوه، بنگاه ها با فعالیتهای سیاسی بیشتر، مسئولیت پذیری اجتماعی با عملکرد مالی رابطه منفی دارد تا بنگاه های فاقد تعبیر سیاسی.

⁴⁴. Ramzan et al

⁴⁵. Lin et al

⁴⁶. Du et al

⁴⁷. Wang et al

مرسدس^{۴۸} (۲۰۱۸)، تحقیقی با عنوان کیفیت افشای مسئولیت های اجتماعی و عملکرد مالی شرکت ها را انجام دادند. نتایج حاصل از پژوهش نشان می دهد که کیفیت افشای مسئولیت های اجتماعی با عملکرد مالی شرکت ها ارتباط دارد. یافته های این تحقیق حاکی از وجود رابطه مستقیم بین دو متغیر مذکور بوده است.

اویامی و همکاران^{۴۹} (۲۰۱۸) تحقیقی با عنوان سرمایه گذاری در مسئولیت اجتماعی شرکت ها، شیوه های افشا و عملکرد مالی بانک های نیجریه انجام دادند. نتایج نشان داد که سرمایه گذاری در مسئولیت اجتماعی شرکت ها، بدون افشاء مالی در بهبود عملکرد مالی شرکت ها کم اهمیت خواهد بود.

۴. روش شناسی و نحوه اجرای تحقیق

پژوهش علمی با هدف شناخت یک پدیده در یک جامعه آماری انجام می شود. به این دلیل، موضوع پژوهش ممکن است متوجه صفات و ویژگیها، کارکردها و متغیرهای آن باشد یا اینکه روابط بین متغیرها، صفات، کنش و واکنش و عوامل تأثیرگذار در جامعه را مورد مطالعه قرار دهد. جامعه آماری عبارت است از کلیه عناصر و افرادی که در یک مقیاس جغرافیایی مشخص (جهانی یا منطقه ای) دارای یک یا چند صفت مشترک باشند. (حافظ نیا، ۱۳۸۵).

اهداف تحقیق

هدف اصلی

بررسی تأثیر مسئولیت پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی با نقش واسطه ای فعالیت های سیاسی شرکت

اهداف فرعی

بررسی تأثیر مسئولیت پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی

بررسی تأثیر مسئولیت پذیری اجتماعی بر فعالیت های سیاسی شرکت

بررسی تأثیر فعالیت های سیاسی شرکت بر عملکرد مالی

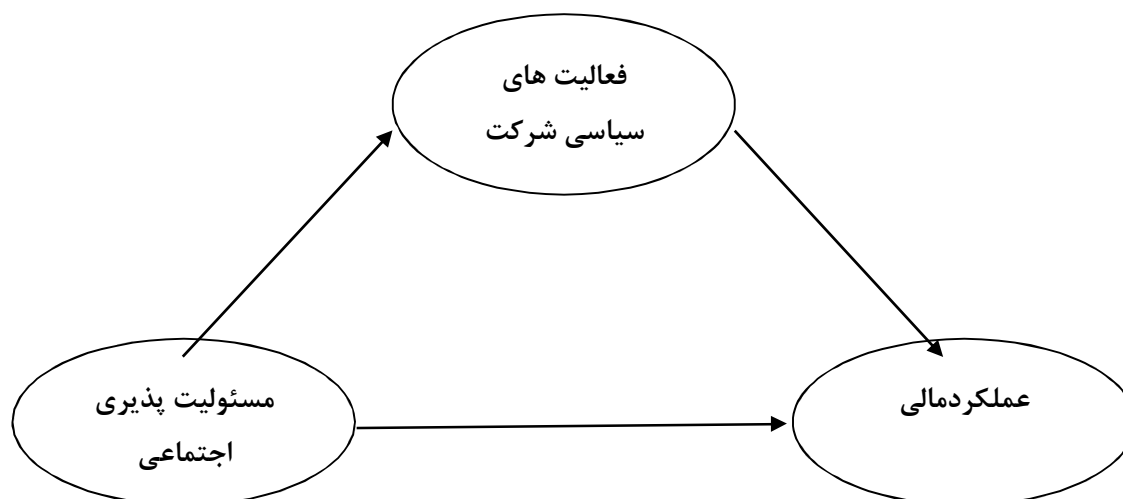
روش تحقیق

تحقیقات کاربردی برای حل مشکل و مساله در محیط و استفاده از نتایج آن در عمل کاربرد دارد؛ بنابراین این تحقیق از نظر هدف، از نوع تحقیقات کاربردی و به این دلیل که برای گردآوری داده ها از پرسش نامه استفاده می گردد، بنابراین از نظر روش توصیفی-پیمایشی می باشد.

⁴⁸. Mercedes

⁴⁹. Oyewumi et al

مدل مفهومی تحقیق



شکل ۲: مدل مفهومی تحقیق (لین و همکاران، ۲۰۱۹)

جامعه آماری

جامعه آماری در این پژوهش کارکنان رسمی بخش امور مالی و اداری مجتمع پارس جنوبی است که تعداد آن ها ۳۰۰ نفر می باشد.

شیوه نمونه گیری و حجم نمونه

در این تحقیق از روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده شد. از جامعه آماری ذکر شده با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۱۶۹ نفر انتخاب شدند.

روش گردآوری اطلاعات

برای جمع آوری داده ها دو روش توصیفی و پیمایشی بکار برده شده است. برای جمع آوری مبانی نظری و پیشینه تحقیق و متغیرهای تحقیق از روش کتابخانه ای و برای جمع آوری اطلاعات لازم برحسب متغیرهای مورد مطالعه به منظور تجزیه و تحلیل و بررسی فرضیه ها از پرسشنامه استفاده شد.

ابزار گردآوری اطلاعات

این تحقیق در گروه پژوهش های کیفی قرار دارد و برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه کتبی استفاده شده است. به منظور تهیه پرسشنامه مناسب در مرحله نخست به متون مربوطه مراجعه و عوامل مرتبط با موضوع شناسایی و سپس جهت تطبیق عوامل شناسایی شده در متون با شرایط محیطی از نظرات متخصصان از جمله اساتید دانشگاه و مدیران مالی و کارشناسان حوزه مدیریت مالی مجتمع گاز پارس جنوبی استفاده شده است.

متغیرهای پژوهش:

متغیر مستقل:

مسئولیت پذیری اجتماعی

متغیر وابسته:

عملکرد مالی

فعالیت های سیاسی (در یک فرضیه به عنوان متغیر مستقل و در یک فرضیه به عنوان متغیر وابسته)

ابزار اندازه گیری

ابزار اندازه گیری این پژوهش پرسشنامه است. اطلاعات لازم برای آزمون فرضیه های پژوهش از طریق پرسشنامه کتبی جمع آوری شده است. طرح سؤالات از طریق پرسشنامه، افزون بر این که باعث می شود پاسخ دهندگان وقت بیشتری برای پاسخ دادن دقیق تر داشته باشند، بسیار عملی تر و آسان تر بوده و به پژوهشگر اجازه می دهد که نمونه های بیشتری را مطالعه و بررسی کند تا نتیجه تعمیم پذیری نتایج بهبود یابد.

طراحی سؤالات پرسشنامه

کسب اطلاع از نظرات جامعه پژوهش در رابطه با موضوع تحقیق از طریق پرسشنامه انجام شده است. پرسشنامه مورد استفاده در قالب طیف لیکرت با گزینه های اصلاً، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد و به ترتیب با رتبه های ۱، ۲، ۳، ۴ و ۵ ارزش گذاری شده اند.

طیف لیکرت یک مقیاس فاصله ای است که از تعدادی عبارت و گزینه های جوابیه تشکیل شده است. لذا مقیاس لیکرت یک مقیاس مرکب است. گزینه های جواب در این مقیاس، عمولاً نشانگر میزان موافقت یا مخالفت پاسخگو نسبت به یک موضوع یا مفهوم معین، اعم از مثبت یا منفی است (خاکی، ۱۳۸۴).

نمره ای است که با استفاده از پرسشنامه مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان کارول (۱۹۹۱) با ۴ مؤلفه مسئولیت پذیری اقتصادی، مسئولیت پذیری قانونی، مسئولیت پذیری اخلاقی، مسئولیت پذیری اجتماعی و بر اساس طیف پنج گزینه ای لیکرت بدست می آید.

نمره ای است که با استفاده از پرسشنامه عملکرد مالی سازمان های دولتی عزیزی (۱۳۹۰) با ابعاد مدیریت ارزش، کنترل ریسک، کنترل هزینه و بر اساس طیف پنج گزینه ای لیکرت بدست می آید.

نمره ای است که با استفاده از پرسشنامه سیاست سازمانی کاکمر و کارلسون (۱۹۹۷) با ابعاد رفتار سیاسی عمومی، پیشرفت مستمر و خط مشی های پرداخت و ارتقا در طیف ۵ گزینه ای لیکرت (خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد) بدست می آید.

قابلیت اطمینان (پایایی) پرسشنامه

با بکارگیری ابزار اندازه گیری در موقعیت های یکسان، باید نتایج یکسانی حاصل شود. برای بررسی پایایی پرسشنامه فوق الذکر، از روش آلفای کرونباخ استفاده شد؛ که ابتدا یک نمونه اولیه شامل ۳۰ پرسشنامه پیش آزمون شد. سپس با استفاده از داده های بدست آمده از این پرسشنامه ها و به کمک نرم افزار آماری Spss میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ محاسبه شد؛ که نتایج آلفای کرونباخ به شرح جدول زیر می باشد.

جدول ۱- ضریب آلفای کرونباخ

نام متغیر	سطح معنی داری
مسئولیت پذیری اجتماعی	۰/۸۱۷
عملکرد مالی	۰/۷۴۷
سیاست سازمانی	۰/۸۸۶
کل پرسشنامه	۰/۸۱۲

با توجه به جدول پرسشنامه از پایایی برخوردار است.

اعتبار (روایی) پرسشنامه

منظور از روایی در این پژوهش، روایی محتوایی می باشد که برای تأیید روایی محتوایی ابزار اندازه گیری مورد استفاده در پژوهش حاضر، با عنایت به اینکه ابزار فوق الذکر توسط افرادی متخصص ساخته شده اند و مورد تأیید دانشمندان این حوزه می باشد. در عین حال پس از بررسی و مطالعات انجام شده در مورد پرسشنامه، پرسشنامه مذکور مورد تأیید اساتید حوزه حسابداری مانند اساتید دانشگاه و کارکنان خبره حوزه حسابداری مجتمع گاز پارس جنوبی قرار گرفت.

فنون تحلیل داده ها

برای بررسی و تجزیه و تحلیل اطلاعات از شاخص های آمار توصیفی (فراوانی، درصد، میانگین، انحراف معیار و دامنه تغییرات) از نرم افزار SPSS که برای تجزیه و تحلیل داده های توصیفی و آمارگیری از این داده ها همانند ویژگی های جمعیت شناختی و تحلیل توصیفی داده های اصلی، بهترین نرم افزار در دسترس است و توانمندی های گوناگونی در این زمینه دارد، استفاده شد.

از روش های آمار استنباطی از جمله آزمون کولموگروف اسمیرنف برای مشخص شدن نرمال بودن داده ها و جهت آزمون فرضیه ها که به صورت رابطه علی می باشد، از رگرسیون خطی و نیز از معادلات ساختاری مبتنی بر رویکرد حداقل مربعات جزئی (پی ال اس) استفاده گردید که از جمله روش های بروز و دقیق برای ارزیابی این گونه روابط بوده و نسبت به سایر نرم افزارها به مراتب دقیق تر است. این روش در تحلیل داده های با حجم کم و زیاد به خوبی عمل کرده و همچنین به دلیل نو و جدید بودن موضوع تحقیق و هدف پیش بینی رابطه علی میان متغیرها از این نرم افزار استفاده گردید.

۵. آزمون فرضیه ها و تجزیه و تحلیل نتایج

در این مطالعه فرضیه ها عبارت است از:

فرضیه اصلی

مسئولیت پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی با نقش واسطه ای فعالیت های سیاسی شرکت تأثیر معناداری دارد.

فرضیه های فرعی

- مسئولیت پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی تأثیر معناداری دارد.
- مسئولیت پذیری اجتماعی بر فعالیت های سیاسی شرکت تأثیر معناداری دارد.
- فعالیت های سیاسی شرکت بر عملکرد مالی تأثیر معناداری دارد.

آمار توصیفی

برای تبیین و شرح داده های گردآوری شده در تحقیق از آمار توصیفی استفاده می شود. در اینجا از جداول و نمودارها، برای نشان دادن بعضی ویژگی های جمعیت شناختی و سازمانی که در ابتدای پرسشنامه توسط محقق مورد سؤال قرار گرفته، استفاده می شود. در این قسمت سیمای کلی پاسخ دهندگان همچون جنسیت، سن، میزان تحصیلات و سابقه فعالیت آن ها مورد بررسی قرار می گیرد.

جنسیت پاسخ دهندگان

اطلاعات مربوط به جنسیت پاسخ دهندگان در جدول ۲ می دهد که ۸۸ درصد پاسخ دهندگان مرد و ۱۲٪ درصد پاسخ گویان زن هستند.

جدول ۲- جنسیت پاسخ دهندگان

جنسیت پاسخ دهندگان	فراوانی	درصد فراوانی
مرد	۱۴۸	٪۸۸
زن	۲۱	٪۱۲
مجموع	۱۶۹	٪۱۰۰

بازه سنی پاسخ دهندگان

همان طور که در جدول ۳ مشاهده می شود، پاسخ دهندگان از نظر سنی در پنج بازه پراکنده شده اند. ۶ درصد پاسخ دهندگان دارای بین ۲۰ تا ۳۰ سال، ۴۰ درصد بین ۳۱ تا ۴۰ و ۴۸ درصد ۴۱-۵۰ و ۵ درصد نیز بیش از ۵۰ سال سن دارند. همان گونه که مشخص است بیشترین بازه سنی مربوط به بازه بیش از ۴۱-۵۰ سال است که ۴۸ درصد از افراد پاسخگو در این بازه سنی قرار دارند.

جدول ۳- مربوط به سن پاسخ دهندگان

سن	فراوانی	درصد
۲۰ تا ۳۰ سال	۱۰	٪۶
۳۱ تا ۴۰ سال	۶۸	٪۴۰
۴۱-۵۰ سال	۸۲	٪۴۸
بالا تر از ۵۰ سال	۹	٪۵
مجموع	۱۶۹	٪۱۰۰

میزان تحصیلات پاسخ دهندگان

همان گونه که در جدول ۴ نشان داده شده است ۱۸ درصد دارای سطح تحصیلات فوق دیپلم، ۷۰ درصد دارای تحصیلات لیسانس و ۱۱ درصد نیز دارای تحصیلات فوق لیسانس و بالاتر می باشند. بیشترین درصد آزمودنی ها یعنی ۷۰ درصد آنان را افراد با تحصیلات لیسانس، تشکیل داده اند.

جدول ۴- تحصیلات پاسخ دهندگان

میزان تحصیلات	فراوانی	درصد فراوانی
فوق دیپلم	۳۱	٪۱۸
لیسانس	۱۱۹	٪۷۰
فوق لیسانس و بالاتر	۱۹	٪۱۱
مجموع	۱۶۹	٪۱۰۰

سابقه خدمت پاسخ دهندگان

جدول ۵ سابقه خدمت پاسخ دهندگان را نشان می دهد. همانگونه که مشخص است کارکنان با سابقه خدمت ۵ تا ۱۰ سال دارای بیشترین فراوانی و کارکنان با سابقه خدمت بالای ۲۰ سال دارای کمترین فراوانی هستند.

جدول ۵: سابقه خدمت پاسخ دهندگان

سابقه خدمت	فراوانی	درصد فراوانی
زیر ۵ سال	۱۵	٪۹
۵ تا ۱۰ سال	۷۰	٪۴۳
۱۰ تا ۱۵ سال	۵۰	٪۲۹
۱۵ تا ۲۰	۲۷	٪۱۶
۲۰ سال و بالاتر	۶	٪۳
مجموع	۱۷۰	٪۱۰۰

آمار استنباطی

آمار استنباطی هنگامی موضوعیت پیدا می کند که نمونه گیری وجود داشته باشد. پس از بررسی آمار توصیفی در ادامه با استفاده از آمار استنباطی، ابتدا نرمال بودن داده ها سپس همبستگی متغیرها و در نهایت فرضیه های تحقیق مورد بررسی قرار گرفته است.

بررسی نرمال بودن داده ها

پیش نیاز انجام تمامی آزمون های پارامتری، نرمال بودن توزیع آماری متغیرهاست. به طور کلی می توان گفت که آزمون های پارامتری، عموماً بر میانگین و انحراف معیار استوارند. حال اگر توزیع جامعه نرمال نباشد، نمی توان استنباط

درست از نتایج داشت. برای آزمون نرمال بودن متغیرها، از آزمون کولموگراف-اسمیرنوف استفاده گردید که نتایج آن در جدول زیر ارائه گردیده است. همان گونه که مشاهده می گردد با توجه به سطح معناداری آزمون که بالاتر از ۰/۰۵ است فرض نرمال بودن داده ها مورد تأیید است.

جدول ۶: نتایج آزمون نرمال بودن داده ها بر اساس آزمون کولموگروف اسمیرنوف

نام متغیر	سطح معنی داری
مسئولیت پذیری اجتماعی	۰/۵۶۴
عملکرد مالی	۰/۰۸۸
فعالیت های سیاسی	۰/۴۷۳

آزمون مدل مفهومی پژوهش

جهت آزمون مدل اصلی تحقیق از روش معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی و نرم افزار پی ال اس استفاده گردید. با توجه به کم بودن مقدار حجم نمونه و همچنین جدید بودن مدل تحقیق بهترین روش برای آزمون فرضیه ها، استفاده از روش پی ال اس است.

آزمون برازش

مدل سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل توان دوم جزئی (PLS) شامل دو جزء اندازه گیری و ساختاری است. از آنجا که هدف مدل در این رویکرد پیش بینی متغیر وابسته است و هر دو جزء مدل در این امر دخیل هستند، بنابراین باید اطمینان حاصل شود که مدل طرح شده توانایی پیش بینی روابط را دارند. با این هدف دو آزمون برازش متناسب با دو جزء اندازه گیری و ساختاری مطرح می گردد، به گونه ای که نتایج این آزمون ها بیان می نمایند که در مدل اندازه گیری، معرف ها یا سنجه های پژوهش تا چه اندازه می توانند سازه ی زیربنایی خود را پیش بینی کنند و نیز در مدل ساختاری توانایی پیش بینی متغیرهای وابسته توسط متغیرهای مستقل به چه میزان است. پس از اطمینان از برازش مطلوب و توانایی مدل در پیش بینی، فرضیه های پژوهش مورد آزمون قرار خواهند گرفت.

آزمون برازش مدل اندازه گیری

بررسی روایی و پایایی

برای بررسی پایایی مدل، از دو روش مطرح شده استفاده خواهد شد؛ شامل: ۱- ضریب آلفای کرونباخ. ۲- پایایی ترکیبی؛

ضریب آلفای کرونباخ که مقدار ثبات درونی سنجه ها را مورد آزمون قرار می دهد، نیاز به مقدار حداقل ۰/۷ دارد. علاوه بر آن پایایی ترکیبی نیز مقدار حداقل ۰/۷ را می طلبد.

جدول ۷- ضرایب آلفای کروناخ و آلفای ترکیبی را نشان می‌دهد.

جدول ۷: بررسی پایایی مدل

متغیر	آلفای کروناخ	آلفای ترکیبی
مسئولیت پذیری اجتماعی	۰/۸۱۷	۰/۸۶۸
عملکرد مالی	۰/۷۴۷	۰/۹۵۴
فعالیت‌های سیاسی	۰/۸۸۶	۰/۷۶۳

بر طبق آنچه در جدول ۷ نشان داده شد، ضرایب پایایی مرکب و نیز آلفای کروناخ همه گویه‌های مدل اندازه‌گیری مورد نظر در محدوده مطلوب و مناسبی قرار دارند. کمترین مقدار ضریب پایایی مرکب ۰/۷۶ و کمترین ضریب آلفای کروناخ ۰/۷۴ است و از آنجا که این ضرایب فراتر از مقدار مورد نیاز ۰/۷ است، بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که مدل اندازه‌گیری مورد نظر پایایی مطلوبی را دارا بوده و بخش اندازه‌گیری مدل اندازه‌گیری برازش مناسبی داشته و نیازی به حذف هیچکدام از گویه‌ها نیست؛ بنابراین مدل از برازش خوبی برخوردار بوده و مورد تایید قرار می‌گیرد.

جهت آزمون روایی مدل نیز، از دو روش استفاده می‌گردد:

پایایی هر یک از گویه‌ها. همچنین بارهای عاملی نیز که پایایی هر کدام از گویه‌ها را نشان می‌دهد، نیاز به مقدار ۰/۴ دارد.

جدول ۸: بارهای عاملی متغیرهای تحقیق

متغیر	نماد	بار عاملی
مسئولیت پذیری اجتماعی	A1 مسئولیت اقتصادی	۰/۷۴۳
	A2 مسئولیت اخلاقی	۰/۷۵۹
	A3 مسئولیت قانونی	۰/۵۹۲
فعالیت‌های سیاسی	B1 پیشرفت مستمر	۰/۷۹۹
	B2 رفتار سیاسی عمومی	۰/۸۱۷
	B3 سیاست‌های پرداخت و ارتقا	۰/۸۳۲
عملکرد مالی	C1 مدیریت ارزش	۰/۸۲۰
	C2 کنترل ریسک	۰/۵۴۵
	C3 کنترل هزینه	۰/۸۵۹

همانگونه که جدول فوق نشان می دهد، تمامی بارهای عاملی مقدار مناسبی به خود گرفته اند. حداقل مقدار لازم برای بارهای عاملی مقدار ۰/۴ بوده که این مقدار برای تمامی گویه ها بدست آمده آمده است؛ بنابراین می توان نتیجه گرفت که هر کدام از سازه ها به طور مناسب سنجیده شده اند. برای بررسی روایی مدل اندازه گیری باید به مقدار میانگین واریانس مستخرج توجه نمود. جدول ۹ مقدار میانگین واریانس مستخرج را جهت روایی همگرایی مدل برای هر کدام از متغیرها را نشان می دهد.

جدول ۹: میانگین واریانس مستخرج

متغیر	میانگین واریانس مستخرج (AVE)
مسئولیت پذیری اجتماعی	۰/۴۵
فعالیت های سیاسی	۰/۶۱
عملکرد مالی	۰/۴۶

بر طبق جدول ۹ با توجه به اینکه همه ی مقادیر، نیاز به مقدار بالاتر از ۰/۵ را تامین می نمایند، بنابراین می توان نتیجه گرفت که روایی همگرایی مدل از وضعیت مطلوبی برخوردار بوده و همه متغیرهای پنهان مدل اندازه گیری توانسته اند بیش از نیمی از واریانس متغیرهای آشکار خود را به طور متوسط توضیح دهد. با توجه به توضیحات فوق روایی همگرایی مدل مورد تایید قرار می گیرد و مدل از برازش مطلوبی برخوردار است.

آزمون مدل ساختاری

تخمین های پایایی و روایی مدل بیرونی، امکان ارزیابی برآوردهای مدل درونی را فراهم می کند. جهت آزمون مدل ساختاری از مقدار واریانس تبیین شده استفاده می گردد. مقدار ۰/۶۷، ۰/۳۳ و ۰/۱۹ برای (R²) در مدل های بر مبنای PLS می تواند ارزش هایی به ترتیب قابل توجه، متوسط و ضعیف داشته باشد. جدول (۴-۹) مقدار واریانس تبیین شده را نشان می دهند.

جدول ۱۰: آزمون مدل ساختاری

متغیر	واریانس تبیین شده R ²
فعالیت های سیاسی	۰/۷۲۸
عملکرد مالی	۰/۷۲۶

همانگونه که در جدول (۴-۹) مشخص است مقدار واریانس تبیین شده نیز مقادیر مورد نیاز (حداقل ۰/۳۳) را برآورده ساخته و می توان نتیجه گرفت که متغیرهای مستقل توانسته اند تغییرات متغیر وابسته را تا حدود زیادی پیش بینی کنند. به این ترتیب که مقدار ۰/۷۲۸ از متغیر فعالیت های سیاسی و ۰/۷۲۶ از عملکرد مالی توسط مدل تبیین گردیده اند.

آزمون فرضیه‌ها

جهت آزمون سایر فرضیه‌ها از نرم‌افزار پی ال اس استفاده گردید.

جهت آزمون فرضیه‌های تحقیق در مدلیابی معادلات ساختاری بر مبنای PLS از روشی به نام بوت استراپ استفاده می‌شود. این روش به باز نمونه‌گیری مجدد به روش جایگذاری از نمونه اصلی می‌پردازد که نمونه‌هایی به اندازه اصلی از روی همان نمونه اصلی می‌سازد. در روش (PLS) تعداد نمونه‌های مجدد را می‌توان تعیین کرد. در سطح اطمینان ۹۵٪ عدد معنی‌داری خارج از بازه $\pm 1/96$ معنادار بودن ضرایب مسیر را نشان می‌دهد.

آزمون فرضیه اصلی

جدول ۱۱ آماره t و معنی‌دار بودن ضرایب مسیر و سایر اطلاعات مورد نیاز را در ۳۰۰ بار بازنمونه‌گیری برای سه فرضیه دیگر نشان می‌دهد.

جدول ۱۱: نتایج آزمون فرضیه‌ها

فرضیه	ضریب مسیر	عدد معناداری	نتیجه
مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی تأثیر معناداری دارد.	۰/۲۲۲	۲/۹۲۳	تأیید
مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر فعالیت‌های سیاسی شرکت تأثیر معناداری دارد.	۰/۸۵۴	۹/۰۴۳	تأیید
فعالیت‌های سیاسی شرکت بر عملکرد مالی تأثیر معناداری دارد.	۰/۲۳۳	۲/۱۷۹	تأیید

با توجه نتایج بدست آمده از تحلیل آماری و آنچه در جدول ۱۱ بیان گردید، نتایج فرضیه‌های تحقیق در زیر شرح داده می‌شود.

۵. آزمون فرضیه‌ها و تجزیه و تحلیل نتایج

فرضیه اصلی: مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی با نقش واسطه‌ای فعالیت‌های سیاسی شرکت تأثیر معناداری دارد.

روش معادلات ساختاری برای این آزمون استفاده گردید. نتایج نشان داد که فرضیه در نظر گرفته شده در سطح اطمینان ۹۵٪ مورد تأیید قرار می‌گیرد؛ زیرا عدد معنی‌داری بدست آمده مقدار ۳/۳۴۲ بود که فراتر از مقدار لازم یعنی ۱/۹۶ است؛ بنابراین مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی با در نظر گرفتن نقش واسطه‌ای فعالیت‌های سیاسی تأثیر معناداری دارد. این نتیجه توسط نتایج بدست آمده از تحقیق فخاری و فلاح پور (۱۳۹۷)، یکرنگی سندی (۱۳۹۷) و حیدری کرد زنگنه و همکاران (۱۳۹۶) مورد تأیید قرار می‌گیرد و همسان است.

در تبیین نتیجه این فرضیه باید بیان کرد که انجام فعالیت‌های اجتماعی توسط سازمان در جامعه، باعث ایجاد تفکر و دید مثبت نسبت به سازمان در افراد و همچنین کارکنان خواهد شد. تمایل به انجام فعالیت‌هایی که ذی نفع آن جامعه است،

باعث کاهش رفتارهای سیاسی کارکنان در جهت تامین منافع شخصی خواهد گردید. مجموع این شاخص ها باعث بهبود در عملکرد کارکنان و در نتیجه بهبود در عملکرد مالی سازمان خواهد شد.

جدول ۱۲: نتیجه فرضیه اصلی اول

اثر غیرمستقیم	عدد معناداری	نتیجه
۰/۴۲۱	۳/۳۴۲	تأیید

با توجه به جدول فوق، اثر غیرمستقیم مسئولیت پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی از طریق فعالیت های سیاسی مقدار ۰/۴۲۱ به خود گرفته است و عدد معناداری آن نیز فراتر از ۱/۹۶ است؛ بنابراین این فرضیه مورد تأیید قرار می گیرد.

فرضیه فرعی اول: مسئولیت پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی تأثیر معناداری دارد.

این فرضیه بیان داشت که مسئولیت پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی تأثیر معناداری دارد. استفاده از تحلیل مسیر با رویکرد معادلات ساختاری مبتنی بر پی ال اس این فرضیه را مورد تأیید قرار داد. در این فرضیه ضریب مسیر برابر ۰/۲۲۲ بدست آمد که عدد معنی داری آن نیز مقدار ۲/۹۲۳ را تأمین نمود. با توجه به اینکه عدد معنی داری فراتر از ۱/۹۶ است، بنابراین فرضیه مورد تأیید قرار می گیرد. ضریب مسیر بیانگر این است که همین مقدار از تغییرات متغیر وابسته ی عملکرد شغلی توسط متغیر مستقل مشارکت کارکنان تبیین می گردد. این نتیجه توسط نتایج بدست آمده از تحقیق فخری و فلاح پور (۱۳۹۷)، یکرنگی سندی (۱۳۹۷) و حیدری کرد زنگنه و همکاران (۱۳۹۶)، دو و همکاران (۲۰۱۹)، وانگ و همکاران (۲۰۱۸)، مرسدس (۲۰۱۸) مورد تأیید قرار می گیرد و همسان است.

در تبیین این فرضیه باید بیان کرد که انجام فعالیت های اجتماعی در سطح جامعه باعث جلب توجه موسسات و سازمان های ذی نفع نسبت به تعهدات سازمان خواهد شد و این امر باعث همکاری های بیشتر این سازمان می گردد.

فرضیه فرعی دوم: مسئولیت پذیری اجتماعی بر فعالیت های سیاسی شرکت تأثیر معناداری دارد.

این فرضیه بیان داشت که مسئولیت پذیری اجتماعی بر فعالیت های سیاسی شرکت تأثیر معناداری دارد. استفاده از تحلیل مسیر با رویکرد معادلات ساختاری مبتنی بر پی ال اس این فرضیه را مورد تأیید قرار داد. در این فرضیه ضریب مسیر برابر ۰/۸۵۴ بدست آمد که عدد معنی داری آن نیز مقدار ۹/۰۴۳ را تأمین نمود. با توجه به اینکه عدد معنی داری فراتر از ۱/۹۶ است، بنابراین فرضیه مورد تأیید قرار می گیرد. ضریب مسیر بیانگر این است که همین مقدار از تغییرات متغیر وابسته ی فعالیت های سیاسی توسط متغیر مستقل مسئولیت پذیری اجتماعی تبیین می گردد. این نتیجه توسط نتایج بدست آمده از تحقیق فخری و فلاح پور (۱۳۹۷)، یکرنگی سندی (۱۳۹۷) و حیدری کرد زنگنه و همکاران (۱۳۹۶)، لین و همکاران (۲۰۱۹)، دو و همکاران (۲۰۱۹)، وانگ و همکاران (۲۰۱۸)، مورد تأیید قرار می گیرد و همسان است.

این فرضیه نیز بیان می دارد که تعهدات اخلاقی و اجتماعی سازمان در مقابل جامعه و برآورده ساختن این تعهدات، باعث ترویج و تدوین هنجارهای اخلاقی در سازمان خواهد گردید

فرضیه فرعی سوم: فعالیت های سیاسی شرکت بر عملکرد مالی تأثیر معناداری دارد

استفاده از تحلیل مسیر با رویکرد معادلات ساختاری مبتنی بر پی ال اس این فرضیه را مورد تأیید قرار داد. در این فرضیه ضریب مسیر برابر ۰/۲۳۳ بدست آمد که عدد معنی داری آن نیز مقدار ۲/۱۷۹ را تأمین نمود. با توجه به اینکه عدد معنی داری فراتر از ۱/۹۶ است، بنابراین فرضیه مورد تأیید قرار می گیرد. ضریب مسیر بیانگر این است که همین مقدار از

تغییرات متغیر وابسته‌ی عملکرد مالی توسط متغیر مستقل مسئولیت پذیری اجتماعی تبیین می‌گردد. این نتیجه توسط نتایج بدست آمده از تحقیق فخاری و فلاح پور (۱۳۹۷)، یکرنگی سندی (۱۳۹۷) و حیدری کرد زنگنه و همکاران (۱۳۹۶)، لین و همکاران (۲۰۱۹)، دوو و همکاران (۲۰۱۹)، هانگ و همکاران (۲۰۱۷) مورد تأیید قرار می‌گیرد و همسان است. در تبیین این فرضیه باید بیان کرد که هر اندازه که فعالیت‌های سیاسی افراد در سازمان در جهت منافع شخصی افزایش داشته باشد، عملکردها و فرایندهای طبیعی سازمان دچار خدشه گردیده و نتایج مطلوب حاصل نخواهد گردید.

۶. نتیجه گیری و پیشنهادات

پیشنهادهای فرضیه فرعی اول

- سازمان باید مأموریت‌های اجتماعی خود را به صورت مدون تهیه نموده و به کارکنان ابلاغ نماید.
- سازمان باید هزینه‌هایی جداگانه را به انجام فعالیت‌های اجتماعی در جامعه اختصاص دهد.
- جلب توجه سایر سازمان‌ها از طریق فعالیت‌های اجتماعی متقابل به تامین منابع مالی کمک خواهد کرد.
- سازمان باید در انجام فعالیت‌های اجتماعی خود منافع افراد و سازمان‌ها را مورد توجه قرار دهد.

پیشنهادهای فرضیه فرعی دوم

- رویه‌ها و روش‌های درون سازمانی باید به گونه‌ای تدوین گردد که افراد توانایی اجرای فعالیت‌های منفع طلبانه شخصی نداشته باشند.
- فعالیت‌های سیاسی منفعت طلبانه در سازمان باید به شدیدترین وجه مورد واکنش قرار داده شود.
- اجرای فرایندها به شیوه تیمی و گروهی از انجام فعالیت‌های سیاسی منفعت طلبانه جلوگیری خواهد کرد.
- اخلاق سازمانی در جهت تامین نیازهای همکاران باید مورد تشویق و ترویج قرار گیرد.

پیشنهادهای فرضیه فرعی سوم

- عملکرد مالی شرکت باید به گونه‌ای ارزیابی گردد که نتیجه فعالیت‌های سیاسی در آن خنثی گردد.
- ارزیابی نتایج عملکرد مالی حاصل از اجرای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت
- سازمان باید از نفوذ کارکنان با فعالیت‌های سیاسی و منفعت طلبانه در حوزه ارزیابی عملکرد مالی سازمان جلوگیری نماید.

محدودیت‌های تحقیق

۱. این تحقیق در صنعت خاص انجام گردیده است، بنابراین نتایج بدست را نمی‌توان در مورد سایر سازمان‌ها در سایر صنایع مورد استفاده قرار داد.
۲. در این تحقیق فقط از پرسش‌نامه استفاده شد که ممکن است اطلاعات کامل و جامع را ارائه نکرده باشد.
۳. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز مبتنی بر کمی سازی داده‌های کیفی و استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری مبتنی بر پی ال اس بود که ممکن است به همین دلیل اطلاعات و نتایج بدست آمده چندان دقیق نباشد.

پیشنادهای برای محققان آینده

- ۱- بررسی سایر متغیرهای احتمالی موثر بر عملکرد مالی همانند سیستم پاداش و سبک های رهبری
- ۲- بررسی مدل مفهومی تحقیق در سایر صنایع خدماتی و تولیدی
- ۳- انجام تحقیقات بنیادی و استفاده از روش های بنیادی برای توسعه دانش در زمینه موضوعی تحقیق

منابع و مآخذ

۱. اسکات، ر.د. ۱۳۹۰. سیستم های حقوقی، حقیقی و باز. (ترجمه محمدرضا بهرنگی)، تهران: کمال تربیت.
۲. اسلام دوست، ن و غلامی، ا. ۱۳۹۶. بررسی تأثیر توسعه مالی بر تأمین مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. پژوهشنامه اقتصاد و کسب و کار، ۸(۱۵)، ۱۵-۲۶.
۳. الوانی، سید مهدی و قاسمی، سید احمدرضا. (۱۳۹۳). مدیریت و مسئولیت های اجتماعی سازمان. تهران: مرکز آموزش و مدیریت دولتی.
۴. انصاری، ن. ۱۳۹۹. ارزیابی رابطه بین ارتباطات سیاسی شرکت و افشای داوطلبانه ابعاد مسئولیت اجتماعی در شرکت های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد گچساران، دانشکده علوم انسانی.
۵. بادآورندهی، ی، برادران حسن زاده، ر و جلالی فر، ژ. ۱۳۹۳. بررسی ارتباط بین مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. نشریه مدیریت بهره وری، ۸(۱)، ۱۳۹-۱۶۴.
6. Abiodun, B.Y. 2012. The impact of corporate social responsibility on firms' profitability in Nigeria. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 45, 39-50.
7. Almajali, A., Alamro, S. and Al-Soub, Y. 2012. Factors affecting the financial performance of Jordanian insurance companies listed at Amman stock exchange. *Journal of Management Research*, 4(2), 266-289.
8. Al-Samman, E., & Al-Nashmi, M.M. 2016. Effect of corporate social responsibility on non-financial organizational performance: Evidence from Yemeni for-profit public and private enterprises. *Social Responsibility Journal*, 12(2), 247-262.
9. Baird, P.L., Geylani, P.C., & Roberts, J.A. 2012. Corporate social and financial performance re-examined: Industry effects in a linear mixed model analysis. *Journal of Business Ethics*, 109(3), 367-388.
10. Bavik, A. 2019. Corporate social responsibility and service-oriented citizenship behavior: A test of dual explanatory paths. *International Journal of Hospitality Management*, 80, 173-182.
11. Baum, Ch.L., Sarver, L., & Strickland, T. 2004. EVA, MVA and CEO Compensation: Further Evidence. *American Business Review*, 22(2), 82-89.
12. Bacidore, J.M., Boquist, J.A., Milbourn, T., & Thakor, A.V. 1997. The Search for the Best Financial Performance Measure. *Financial Analysts Journal*, 53(3), 11-20.
13. Bhattacharya, S. 2017. Does corporate social responsibility contribute to strengthen brand equity? An empirical study. *Int Rev Public Nonprofit Mark.* 2, 1-21.

The Effect of Social Responsibility on Financial Performance with the Mediating Role of Political Activities in the South Pars Gas Complex Company

Ali Amiri¹

Saleh Shahabi²

Abbas Roustae^{*3}

Mokhtar Esmaeeli⁴

Date of Receipt: 2020/11/20 Date of Issue: 2020/11/30

Abstract

Organizations must consider accountability, responsibility, and respect for the rights of members of the community in the context of their broad and strategic plans. In exchange for benefiting from the infrastructure, social, biological and scientific capital of the environment, they must properly include in their plans, organizational social responsibility and respect for consumer rights. The purpose of this study is to investigate the effect of social responsibility on financial performance with the mediating role of the company's political activities in the South Pars Gas Complex. The purpose of the present study is applied research and since the questionnaire was used to collect data, it is descriptive-survey method. The statistical population in this study is the official staff of the financial and administrative department of the South Pars Complex, whose number is 300 people. 169 people were selected from the mentioned statistical population using Cochran's formula. A method called bootstrap was used to test the research hypotheses in modeling structural equations based on PLS. The results showed that social responsibility has a significant effect on the financial performance and political activities of the company. And the company's political activities have a significant impact on financial performance.

Keywords

social responsibility, financial performance, corporate political activities

1. Assistant Professor of Accounting, Islamic Azad University, Bandar Abbas Branch, Bandar Abbas, Iran. (amiri.study@gmail.com)

2. Instructor of Accounting, Islamic Azad University, lamerd Branch, lamerd, Iran. (s.shahabi@yahoo.com)

3. Master of Financial Accounting, Islamic Azad University, Lamerd Branch, Lamerd, Iran. (abfaa313@gmail.com)

4. Ph.D student in Accounting, Islamic Azad University, Bandar Abbas Branch, Bandar Abbas, Iran. (*mo.esmaeeli185@gmail.com)