

ابن‌الکثیر



دانشگاه شهید چمران اهواز
دانشکده اقتصاد
گروه مدیریت

پایان نامه برای اخذ درجه کارشناسی ارشد

موضوع

بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی

استاد راهنما:

جناب آقای دکتر بهمن حاجی پور

استاد راهنما:

جناب آقای دکتر حسنعلی سینایی

محقق:

نرگس منصوری

۸۶۱۳۵۰۳

زمستان ۱۳۸۸

چکیده پایان نامه

نام خانوادگی: منصوری	نام: نرگس
عنوان: بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی	
استاد راهنما: دکتر حسنعلی سینایی	استاد راهنما: دکتر بهمن حاجی پور
درجه تحصیلی: کارشناسی ارشد	رشته: مدیریت
	گرایش: مالی
محل تحصیل: دانشگاه شهید چمران اهواز	دانشکده: اقتصاد و علوم اجتماعی
تاریخ فارغ التحصیلی: ۱۳۸۸/۱۱/۱۹	تعداد صفحات: ۱۱۲
واژه‌های کلیدی: مسئولیت اجتماعی، مسئولیت اجتماعی شرکت، عملکرد مالی، مسئولیت‌های محیطی	
<p>عملکرد مالی برای یک سازمان مسأله‌ای حیاتی است و در واقع سازمانی که عملکرد مالی بالایی نداشته باشد دیر یا زود از صحنه رقابت حذف خواهد شد. در عین حال تأمین مسئولیت‌های اجتماعی سازمان، هزینه‌هایی دربر دارد. همین مسأله باعث می‌شود تا شرکت‌ها به هنگام تصمیم‌گیری برای مشارکت و حضور فعال در برنامه‌های مسئولیت اجتماعی دچار تردید شوند که آیا تأمین مسئولیت اجتماعی خطری برای عملکرد مالی آنها نخواهد داشت؟. لذا این پژوهش، رابطه میان مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد مالی آن‌ها در بورس اوراق بهادار تهران را مورد بررسی قرار داده است، تا بتواند راه‌گشای شرکت‌ها در برنامه‌های مسئولیت اجتماعی باشد. مسئولیت اجتماعی شرکت در این تحقیق به ترتیب اولویت با چهار بعد مسئولیت اقتصادی، قانونی، اخلاقی و نوع‌دوستانه مشخص شده و تاثیر عوامل موجود نیز بر عملکرد مالی شرکت که با دو متغیر نرخ بازده حقوق صاحبان سهام و ارزش بازار به ارزش دفتری مشخص گردیده، مورد بررسی قرار گرفته است. برای آزمون سؤالات تحقیق، اطلاعات مورد نیاز با روش پیمایشی، از نمونه‌ای با حجم ۱۰۷ شرکت که به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای با تخصیص متناسب از جمعیت آماری ۳۷۱ شرکت عضو در بورس اوراق بهادار تهران انتخاب شده‌اند، جمع‌آوری گردیده است. در انجام مراحل آماری این تحقیق از نرم افزار SPSS و آزمون آماری همبستگی استفاده شده است. تحقیق حاضر دارای یک فرضیه اصلی و چهار فرضیه فرعی است که تمامی این فرضیات در سطح ۹۵ درصد مورد آزمون قرار گرفتند. نتایج کلی حاصل از تحقیق نشان داد که بین مسئولیت اقتصادی شرکت و عملکرد مالی رابطه معنی داری وجود دارد. میان مسئولیت قانونی شرکت و عملکرد مالی رابطه معنی داری وجود دارد. بین مسئولیت اخلاقی شرکت و عملکرد مالی رابطه معنی داری وجود دارد. در این تحقیق ارتباط معنی داری میان مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی ملاحظه شد.</p>	

عنوان	صفحه
فصل اول: کلیات تحقیق	
۱-۱ مقدمه	۲
۲-۱ مسئله تحقیق	۳
۳-۱ ضرورت و اولویت تحقیق	۴
۴-۱ اهداف تحقیق	۵
۱-۴-۱ هدف کلی:	۵
۲-۴-۱ اهداف جزئی:	۵
۵-۱ چارچوب نظری تحقیق	۶
۶-۱ فرضیه های تحقیق	۶
۷-۱ قلمرو تحقیق	۷
۱-۷-۱ قلمرو زمانی	۷
۲-۷-۱ قلمرو مکانی	۷
۳-۷-۱ قلمرو موضوعی	۷
۸-۱ تعریف مفاهیم و متغیرهای عملیاتی طرح تحقیق	۷
۱-۸-۱ متغیر های مستقل	۷
۲-۸-۱ متغیر های وابسته	۹

فصل دوم: ادبیات موضوع

۱-۲ مقدمه	۱۱
۲-۲ مبانی نظری	۱۲

عنوان	صفحه
۱-۲-۲ تعریف مسئولیت اجتماعی شرکت	۱۲
۲-۲-۲ سیر تکامل مسئولیت اجتماعی	۱۵
۳-۲-۲ تئوری‌های مسئولیت اجتماعی شرکت و رویکردهای مرتبط با آن	۱۶
۱-۳-۲-۲ تئوری‌های ابزاری	۱۶
۲-۳-۲-۲ تئوری‌های سیاسی	۲۲
۳-۳-۲-۲ تئوری‌های یکپارچه	۲۵
۴-۳-۲-۲ تئوری‌های اخلاقی	۳۱
۴-۲-۲ مخالفان و موافقان با مسئولیت اجتماعی شرکت	۳۶
۵-۲-۲ اصول مسئولیت اجتماعی شرکت	۳۸
۶-۲-۲ مسئولیت اجتماعی شرکت از دیدگاه اسلام	۳۹
۷-۲-۲ پیوستار مسئولیت اجتماعی شرکت با رویکرد محیط زیست	۴۰
۸-۲-۲ روش‌های ترویج مسئولیت اجتماعی	۴۲
۹-۲-۲ معرفی مدل کارول	۴۶
۱۰-۲-۲ دلیل اهمیت مدل کارول	۴۹
۱۱-۲-۲ عملکرد مالی	۵۰
۱-۱۱-۲-۲ معیارهای عملکرد مالی	۵۲
۳-۲ روابط متغیرها و فرضیات تحقیق	۵۳
۱-۳-۲ ارتباط بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی	۵۳
۱-۱-۳-۲ ارتباط بین مسئولیت اقتصادی شرکت و عملکرد مالی	۵۶
۲-۱-۳-۲ ارتباط بین مسئولیت قانونی شرکت و عملکرد مالی	۵۸
۳-۱-۳-۲ ارتباط بین مسئولیت اخلاقی شرکت و عملکرد مالی	۵۹
۴-۱-۳-۲ ارتباط بین مسئولیت نوع دوستانه شرکت و عملکرد مالی	۶۲
۴-۲ مدل نظری تحقیق	۶۴
فصل سوم: روش تحقیق	
۱-۳ مقدمه	۶۶
۲-۳ روش تحقیق	۶۶

عنوان	صفحه
۳-۳ جامعه آماری تحقیق	۶۷
۴-۳ نمونه گیری	۶۷
۱-۴-۳ روش نمونه گیری	۶۸
۲-۴-۳ تعیین حجم نمونه تحقیق	۶۹
۵-۳ ابزار سنجش، روائی و پایائی تحقیق	۷۱
۱-۵-۳ پرسشنامه تحقیق	۷۱
۲-۵-۳ مقیاس اندازه گیری و طیف پرسشنامه	۷۳
۳-۵-۳ روایی پرسشنامه	۷۴
۴-۵-۳ پایایی پرسشنامه	۷۴
۱-۴-۵-۳ محاسبه آلفای کرباخ	۷۵
۶-۳ روش های آماری تجزیه و تحلیل داده ها	۷۶
۱-۶-۳ آرگرسیون و همبستگی	۷۷
۲-۶-۳ معادله رگرسیون	۷۷
۳-۶-۳ همبستگی	۷۸
۱-۳-۶-۳ ضریب تعیین r^2	۷۸
۲-۳-۶-۳ ضریب همبستگی r	۷۹
فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها	
۱-۴ مقدمه	۸۱
۲-۴ تکنیک های آماری و روش تجزیه و تحلیل داده ها	۸۱
۱-۲-۴ آمار توصیفی	۸۲
۱-۱-۲-۴ جنسیت مدیران	۸۲
۲-۱-۲-۴ رده سنی مدیران	۸۳
۳-۱-۲-۴ میزان تحصیلات مدیران	۸۴

صفحه	عنوان
۸۵	۴-۱-۲-۴ سابقه خدمت مدیران.....
۸۶	۴-۲-۲ آمار استنباطی.....
۸۶	۴-۳ آزمون فرضیات.....

فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادات

۹۴	۵-۱ مقدمه.....
۹۴	۵-۲ نتایج تحقیق.....
صفحه	عنوان
۹۶	۵-۳ پیشنهادات تحقیق.....
۹۷	۵-۴ پیشنهاداتی برای تحقیقات آتی.....
۹۸	۵-۵ محدودیت های تحقیق.....
۱۰۰	منابع و مأخذ.....
۱۰۰	منابع فارسی.....
۱۰۱	منابع لاتین.....
	پیوست.....

فهرست اشکال و نگاره‌ها

- شکل ۱-۲: سیر تکامل مسئولیت اجتماعی شرکت ۱۶
- شکل ۲-۲: پیوستار مسئولیت اجتماعی شرکت با رویکرد محیط زیست (جانسون، ۲۰۰۳) ۴۰
- شکل ۳-۲: طبقه بندی مسئولیت اجتماعی (کارول ۱۹۷۹) ۴۶
- شکل ۴-۲: هرم مسئولیت اجتماعی شرکت (کارول، ۱۹۹۱) ۴۷
- شکل ۵-۲: مدل مفهومی تحقیق ۶۴
- شکل ۱-۴: نمودار فراوانی جنسیت مدیران ۸۳
- شکل ۲-۴: نمودار فراوانی رده سنی مدیران ۸۴
- شکل ۳-۴: نمودار فراوانی میزان تحصیلات مدیران ۸۵
- شکل ۴-۴: نمودار فراوانی سابقه خدمت مدیران ۸۶
- نگاره ۱-۲: اجزاء مسئولیت اجتماعی شرکت و محتوای آنها (کارول، ۱۹۹۱) ۴۸
- نگاره ۱-۳: گروه بندی شرکت های بورس و تعداد نمونه تحقیق ۷۰

- نگاره ۳-۲: طیف لیکرت استفاده شده در پرسشنامه تحقیق ۷۳
- نگاره ۳-۳: آلفای کرونباخ مربوط به متغیرهای تحقیق ۷۶
- نگاره ۴-۱: توزیع فراوانی مدیران بر حسب جنسیت ۸۲
- نگاره ۴-۲: توزیع فراوانی مدیران بر حسب رده سنی ۸۳
- نگاره ۴-۳: توزیع فراوانی مدیران بر حسب میزان تحصیلات ۸۴
- نگاره ۴-۴: توزیع فراوانی سابقه خدمت مدیران ۸۵
- نگاره ۴-۵: نتایج معادلات رگرسیونی ارتباط بین مسئولیت اقتصادی شرکت و عملکرد مالی ۸۷
- نگاره ۴-۶: نتایج معادلات رگرسیونی ارتباط بین مسئولیت قانونی شرکت و عملکرد مالی ۸۸
- نگاره ۴-۷: نتایج معادلات رگرسیونی ارتباط بین مسئولیت اخلاقی شرکت و عملکرد مالی ۸۹
- نگاره ۴-۸: نتایج معادلات رگرسیونی ارتباط بین مسئولیت نوع-دوستانه شرکت و عملکرد مالی ۹۰

نگاره ۴-۹ نتایج معادلات رگرسیونی ارتباط بین مسئولیت اجتماعی

شرکت و عملکرد مالی ۹۱

نگاره ۴-۱۰: خلاصه نتایج آزمون فرضیات تحقیق ۹۲

فصل اول

کلیات تحقیق

۱-۱ مقدمه

گرچه از قرن‌ها پیش موضوعات و مباحث اجتماعی به گونه‌ای بحث‌انگیز مطرح بوده‌اند، اما تنها اخیراً به عنوان یک موضوع بررسی مشروع، در مجاورت ادبیات مربوط به جریان اصلی مدیریت قرار گرفته‌اند. گیو^۱ و دیگران بر این عقیده‌اند که ابتکارات اجتماعی و نوع‌دوستانه شرکتی قلب و روح کسب و کار می‌باشند. آنها تاکید می‌نمایند که کوشش‌های اجتماعی باید با اهداف کسب و کار به منظور تحصیل سود (قلب) سازگار باشند. و ارزش‌های ناشی از خدمت جامعه (روح) را بیان نمایند (لین، یانگ و لی‌یو^۲، ۲۰۰۹). از این رو در دهه گذشته توجه به مسئولیت اجتماعی شرکت^۳ به مقدار زیادی افزایش یافته‌است. در تحقیقات دانشگاهی نیز مسئولیت اجتماعی شرکت موضوعی قابل توجه گشته است (اس‌چولتنس^۴، ۲۰۰۸). چرا که افزایش مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به دلایل مختلفی می‌تواند منجر به عملکرد مالی مثبت شرکت‌ها گردد. مسئولیت اجتماعی شرکت باعث بهبود ادراکات مصرف‌کننده می‌شود. به عنوان مثال نام‌های تجاری مورد استفاده شرکت تویوتا توسط مصرف‌کنندگان به عنوان دوستدار محیط درک شده‌اند. لازم به ذکر است چنین ادراکات مثبتی منجر به گرایش‌های مطلوب‌تری نسبت به یک شرکت می‌گردد. علاوه بر این مسئولیت اجتماعی شرکت در وفاداری بلندمدت مصرف‌کننده نیز نمود می‌یابد و ارزیابی‌های شرکت را در میان مصرف‌کنندگان بهبود می‌بخشد. همچنین مسئولیت اجتماعی شرکت، به شرکت‌ها کمک می‌نماید تا مزیت رقابتی پایدار و نتایج مالی مثبت (به عنوان مثال؛ بازده سرمایه‌گذاری) را به دست آورند و ارزش سهام‌دار را بالا ببرند (گروینینگ^۵، ۲۰۰۸). لذا در این تحقیق قصد داریم به بررسی رابطه میان مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد آن در شرکت‌های

¹Give

² Lin, Yang & Liou

³Corporate social responsibility

⁴ Scholtens

⁵Groening

بورسی کشور ایران پردازیم. مسئولیت اجتماعی شرکت دارای جنبه‌های بسیاری است که در این پژوهش از دیدگاه چهار بعدی کارول^۶ استفاده می‌نماییم.

۲-۱ مسئله تحقیق

گسترش و توسعه روزافزون موسسات و سازمان‌های مختلف و افزایش شدت رقابت میان آنها باعث گردیده که سازمان‌ها برای ادامه بقا تنها به سود و منافع سازمانی خود بیندیشند و برای نائل شدن به این هدف از هر عملی کوتاهی نکنند (قاسمی، ۱۳۷۶). در صورتی که هر تصمیم و حرکت به ظاهر کوچکی که در یکی از بخش‌ها رخ دهد- طرف نظر از تاثیرات مستقیم آن در بخش مورد نظر- به تدریج موجب تاثیرات مستقیم و غیرمستقیم، پنهان و آشکار و ملموس و غیرملموس در تمامی دیگر بخش‌های جامعه شده و یک سلسله کنش و واکنش‌های مداوم را در تمامی سطوح و لایه‌های جامعه به وجود می‌آورد. این تاثیرات حتی ممکن است سالها به طول بیانجامد ولی به طور قطع اثر خود را خواهد گذاشت (قاسمی، ۱۳۷۶). از این رو باید توجه نمود که سازمان‌ها به هر نحوی که عمل نمایند عملکردشان روی جامعه تاثیر می‌گذارد و این تاثیر چه خوب و چه بد به خود سازمان‌ها منعکس می‌گردد. در نتیجه به دلیل محیط رقابتی که سازمان‌ها در آن فعالیت می‌کنند در دهه گذشته توجه به مسئولیت اجتماعی شرکت به مقدار زیادی افزایش یافته است. و شرکت‌های بسیاری ارائه گزارش در رابطه با رفتار اخلاقی، اجتماعی و محیطی خود را آغاز نموده‌اند. در تحقیقات دانشگاهی نیز مسئولیت اجتماعی شرکت موضوعی قابل توجه گشته است (اسچولتنس، ۲۰۰۸). لازم به ذکر است گرچه تحقیقات بسیاری ارتباط میان عملکرد مالی و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را مورد بررسی قرار داده‌اند (لکت، مون، ویسر، ۲۰۰۶). و برخی تحقیقات تجربی نیز عکس ارتباط مذکور یعنی ارتباط میان مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی را

⁶ Carroll

⁷ Lockett, Moon, and Visser

ارزیابی نموده اند (آرلیتزکی، اسچمیت، رینز^۸، ۲۰۰۳). و همچنین با وجود اینکه دیدگاه‌های نظری متعددی در مورد این روابط مطرح شده‌اند (آلورچ و لاروچ^۹، ۲۰۰۶). اما تحقیقات تجربی در این زمینه به اجماع نرسیده‌اند (اسچولتنس، ۲۰۰۸). ضمن اینکه تا آنجایی که بررسی شده‌است، تحقیقی که مشخصاً روابط میان مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی آن را بررسی نماید در کشور ایران انجام نشده است. از این رو تحقیق حاضر سعی دارد که ادبیات موجود را توسط بررسی ارتباط میان مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی غنی‌تر نماید. بنا براین مسئله تحقیق حاضر این است که بررسی نماییم آیا در سازمان‌های انتخاب شده میان مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی رابطه معناداری وجود دارد؟

۱-۳ ضرورت و اولویت تحقیق

امروزه فضای سازمان‌ها به سرعت در حال تغییر بوده بسیاری از سازمان‌ها به نحو فزاینده‌ای از ارزش مستقیم اقتصادی مسئولیت اجتماعی شرکت آگاهی یافته‌اند و با ادغام آن (به منزله سرمایه‌گذاری راهبردی) با راهبرد اصلی کسب و کار و فعالیت‌های مدیریتی خود، می‌توانند تأثیر مثبتی بر جامعه و محیط خود داشته باشند و در ضمن، شهرت و اعتبار خود را نیز تقویت کنند. طرف‌های ذینفع به نحو فزاینده‌ای انتظار دارند که سازمان‌ها از نظر اجتماعی مسئول باشند و کاملاً آماده‌اند تا از آن قردانی کرده و در برابرش امتیازاتی بدهند. به این ترتیب، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها مزایای دوجانبه‌ای خواهد داشت، به این معنی که سازمان از رویکرد اخلاقی‌تر و منسجم‌تر خود نفع می‌برد و جامعه و طرف‌های ذینفع نیز نظر و برداشت بهتری از عملکرد و نقاط قوت سازمان خواهند داشت (امامی، ۱۳۸۵).

⁸ Orlitzky, Schmidt and Rynes

⁹ Allouche & Laroche

از این رو مطالعه و پژوهش در مورد موضوع رابطه میان مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی از دیدگاه‌های مختلفی دارای اهمیت است. به عنوان مثال این امر می‌تواند نقش مهمی در مورد سرمایه‌گذاری‌های اجتماعی ایفا نماید. چرا که از نظر دیدگاه پرتفولیو، سرمایه‌گذاری اجتماعی، اوراق بهادار را از موضوع دارایی‌های قابل سرمایه‌گذاری حذف نموده و در نتیجه پتانسیل لازم برای تنوع را کاهش می‌دهد (اسچولتنس، ۲۰۰۸).

بنابراین ضرورت دارد تا این موضوع را در چارچوبی مشخص و واضح مورد بررسی قرار دهیم به خصوص که این موضوع در سطح جهان به شدت مورد توجه قرار گرفته و می‌تواند تاثیرات شگرفی را بر درآمد و افزایش سودآوری در سازمان‌ها ایجاد نماید.

۱-۴ اهداف تحقیق

تحقیق حاضر یک هدف کلی و چهار هدف فرعی دارد. که در ذیل مطرح گردیده‌اند.

۱-۴-۱ هدف کلی:

(۱) بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی

۱-۴-۲ اهداف جزئی:

(۱) بررسی رابطه بین مسئولیت اقتصادی شرکت^{۱۰} و عملکرد مالی

(۲) بررسی رابطه بین مسئولیت قانونی شرکت^{۱۱} و عملکرد مالی

(۳) بررسی رابطه بین مسئولیت اخلاقی شرکت^{۱۲} و عملکرد مالی

(۴) بررسی رابطه بین مسئولیت نوع دوستانه شرکت^{۱۳} و عملکرد مالی

¹⁰ Corporate economic responsibility

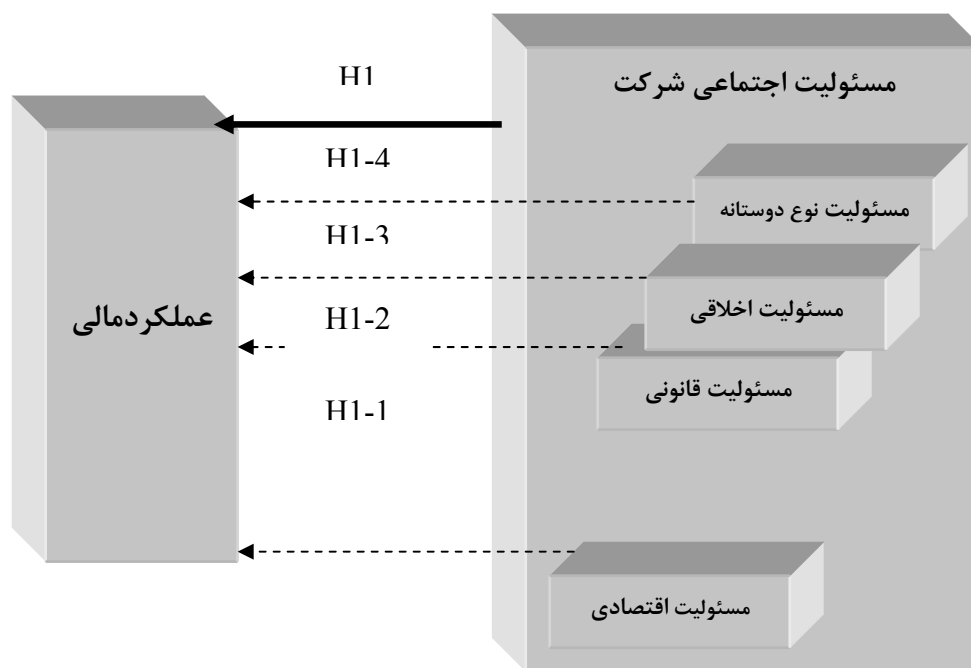
¹¹ Corporate legal responsibility

¹² Corporate ethical responsibility

¹³ Corporate altruistic responsibility

۵-۱ چارچوب نظری تحقیق

براساس کلیات مطرح شده، چارچوب نظری تحقیق به صورت زیر خواهد بود.



۶-۱ فرضیه‌های تحقیق

این تحقیق یک فرضیه اصلی و چهار فرضیه فرعی دارد.

فرضیه (۱) بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

فرضیه (۱-۱) بین مسئولیت اقتصادی شرکت و عملکرد مالی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

فرضیه (۱-۲) بین مسئولیت قانونی شرکت و عملکرد مالی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

فرضیه (۱-۳) بین مسئولیت اخلاقی شرکت و عملکرد مالی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

فرضیه (۱-۴) بین مسئولیت نوع‌دوستانه شرکت و عملکرد مالی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

۷-۱ قلمرو تحقیق

۷-۱-۱ قلمرو زمانی: داده‌های مورد تحلیل در این تحقیق مربوط به سال ۱۳۸۸ می‌باشند، بنابراین قلمرو زمانی تحقیق سال مذکور می‌باشد.

۷-۱-۲ قلمرو مکانی: قلمرو مکانی تحقیق شامل تمامی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد.

۷-۱-۳ قلمرو موضوعی: قلمرو موضوعی این تحقیق مدیریت مالی و مدیریت استراتژیک می‌باشد.

۸-۱ تعریف مفاهیم و متغیرهای عملیاتی طرح تحقیق

۸-۱-۱ متغیرهای مستقل

مسئولیت اجتماعی شرکت

مسئولیت اجتماعی به تمامی سلسله تعهداتی که کسب و کار نسبت به جامعه دارد باز می‌گردد و در برگیرنده مسئولیت‌های اقتصادی، قانونی، اخلاقی و اختیاری^{۱۴} (نوع دوستانه) است (کارول، ۱۹۷۹). مسئولیت اجتماعی شرکت به تعهد شرکت در برخورد با انتظارات ذینفعانش باز می‌گردد (راندال، ۲۰۰۳).

مسئولیت اقتصادی شرکت

مسئولیت اقتصادی یعنی تولید کالاها و خدماتی که جامعه نیاز دارد و فروش آنها در قیمت منصفانه (کارول و بوچ هولتز^{۱۵}، ۲۰۰۰). مسئولیت اقتصادی به این باز می‌گردد که کسب و کار تعهد دارد مولد و سودآور باشد و نیازهای مصرف‌کنندگان جامعه را رفع نماید (کارول، ۱۹۹۷). مسئولیت اقتصادی شرکت‌ها را می‌توان در رضایت مشتری، نرخ بازده منصفانه، ریشه‌کن نمودن

¹⁴ discretionary

¹⁵ Buchholtz

فقر، خلق شغل‌های جدید، متنوع نمودن منافع اقتصادی شهروندان و ترفیع نوآوری توسط شرکت -
ها جستجو نمود (کارول، ۲۰۰۰، ۱۹۷۹).

مسئولیت قانونی شرکت

مسئولیت قانونی شرکت‌ها، اطاعت از قواعد تنظیم شده توسط جامعه برحسب قانون می‌باشد (کارول و بوچ هولدرز، ۲۰۰۰). این مسئولیت اشاره بر این اهمیت دارند که مسئولیت اقتصادی باید در محدوده‌های قانونی و آیین‌نامه‌ها انجام گردد (کارول، ۱۹۹۷). و با معیارهایی چون پرداخت به موقع مالیات، تعداد فعالیت‌های غیراخلاقی گزارش شده در مورد شرکت، استانداردهای محیطی محصولات و... اندازه‌گیری می‌گردد (کارول، ۱۹۷۹، ۲۰۰۰).

مسئولیت اخلاقی شرکت

مسئولیت‌های اخلاقی شرکت به چارچوب‌های قانونی ملزم نشده‌اند با این وجود از کسب و کارها مفاد اخلاقی انتظار می‌رود. آنها به قوانین نانوشته، معیارها و در ضمن ارزش‌های مشتق شده از جامعه باز می‌گردند (کارول، ۱۹۹۷). به عبارتی اخلاقی بودن فعالیت‌های شرکت یعنی؛ انجام آنچه درست، مقتضی و منصفانه می‌باشد و همچنین یعنی فعالیت‌هایی که از آسیب‌زدن به محیط اجتناب می‌نمایند. معیارهایی چون مقدار ربالی ضرر/آسیب اجتماعی ایجاد شده توسط شرکت، تعداد آسیب‌های اجتماعی گزارش شده و...، اخلاقی بودن فعالیت‌های شرکت را اندازه‌گیری می‌نمایند (کارول، ۱۹۷۹، ۲۰۰۰).

مسئولیت اختیاری (نوع دوستانه) شرکت

مسئولیت‌های اختیاری (نوع دوستانه) شرکت، طبیعت ارادی یا بشردوستی کسب و کار می‌باشند. کسب و کارهایی که به چنین فعالیت‌هایی توجه نمی‌کنند به خودی خود غیراخلاقی نیستند (کارول، ۱۹۹۷). حمایت‌های نوع دوستانه شرکت از نظر پولی و زمانی (در قالب خدمات

اختیاری و...) و با معیارهایی چون هزینه‌های صرف شده جهت آموزش، تحقیق و توسعه و فرصت‌های کارورزی ارائه شده توسط شرکت و... اندازه‌گیری می‌گردند (کارول، ۱۹۷۹، ۲۰۰۰).

۱-۸-۲ متغیرهای وابسته

عملکرد مالی

عملکرد مالی شرکت شامل متغیرهای همانند سود^{۱۶}، رشد سود^{۱۷}، فروش، سود تقسیمی^{۱۸}، جریان‌های نقدی^{۱۹}، سود هر سهم، نسبت‌های مالی (شامل P/E و ROE و ROA)، نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری سهام و نسبت Q توبین^{۲۰} می‌باشد (جهانخانی و پارسائیان، ۱۳۸۲).

¹⁶ Profit
¹⁷ Profit Growth
¹⁸ Dividend
¹⁹ Cash flow
²⁰ Tobins Q

فصل اول

کلیات تحقیق