



دانشگاه الزهرا(س)
دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی

پایان نامه
جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد
رشته حسابداری

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

استاد راهنما
خانم دکتر ویدا مجتهدزاده

استاد مشاور
آقای دکتر سید حسین علوی طبری

دانشجو
فرناز طبقیان

تیر ۱۳۸۹

سپاس خداوندیگتا

و دو فرشته اش

که بال پرواز به من دادند.

باسپاس فراوان از استادان ارجمندم
سرکار خانم دکتر محمدزاده و
جناب آقای دکتر علوی

وسپاس از کلیه عزیزانی که در قسمت های مختلف پایان نامه مرایاری کردند.

مسئولیت اجتماعی شرکت و کاهش فقر: شاخص های عملکرد اجتماعی و نقش انگیزه
در بکارگیری آن ها

نام و نام خانوادگی: فرناز طبقیان

رشته تحصیلی: حسابداری

استاد راهنما: دکتر ویدا مجتهدزاده

استاد مشاور: دکتر سید حسین علوی طبری

تاریخ دفاع: ۱۳۸۹/۴/۸

چکیده: هدف از مسئولیت اجتماعی شرکت^۱ دستیابی به توسعه اقتصادی پایدار از طریق بهبود کیفیت زندگی کارکنان شرکت، خانواده هایشان و در کل جامعه است. از این رو به نظر می رسد اجرای CSR توسط شرکت ها نقش مهمی در کاهش فقر و رشد اقتصادی دارد. این تحقیق به بررسی مسئولیت اجتماعی شرکت و کاهش فقر و نقش انگیزه در بکارگیری شاخص های عملکرد اجتماعی پیشنهادی مرتبط با کاهش فقر می پردازد. در این راستا چندین شاخص عملکرد اجتماعی مرتبط با کاهش فقر معرفی و مورد بررسی قرار گرفت. نتایج آزمون های t تک گروهی، t مستقل و F نشان داد که شرکت ها مایل به بکارگیری این مسئولیت ها می باشند؛ همچنین قابل توجهی در درک افراد به لحاظ جنسیت، سن، تحصیلات، طبقه و سابقه شغلی و درآمد وجود نداشت. به علاوه ایجاد انگیزه هایی مثل تخفیفات مالیاتی، تامین اعتبار آسان و ارزان و ایجاد تعادل در قوانین می تواند نقش موثری در بکارگیری مسئولیت های اجتماعی کاهش دهنده فقر داشته باشد.

واژه های کلیدی: مسئولیت اجتماعی شرکت، کاهش فقر، انگیزه، شاخص های عملکرد

اجتماعی، نوآوری های اجتماعی

¹ Corporate Social Responsibility

فهرست مطالب

فصل اول: کلیات تحقیق

۳	مقدمه
۴	تشریح و بیان موضوع
۹	اهداف پژوهش و ضرورت آن
۱۰	پرسش های پژوهش
۱۱	فرضیه های پژوهش
۱۲	تعاریف عملیاتی برخی واژه های بکاررفته در تحقیق
۱۳	نهاد ها یا سازمان هایی که می توانند از یافته های پژوهش بهره گیرند
۱۴	جامعه آماری
۱۵	نمونه آماری و نحوه جمع آوری آن
۱۵	روش تجزیه و تحلیل داده ها
۱۵	قلمرو تحقیق
۱۶	خلاصه فصل و ساختار پژوهش

فصل دوم: ادبیات موضوع و پیشینه تحقیق

۱۹	مقدمه
۱۹	مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت
۲۵	فقر و ضرورت مبارزه با آن
۲۷	مزایای اجرای CSR برای شرکت ها
۲۹	مزایای اجرای CSR برای نیازمندان
۲۹	موانع و محدودیت های موجود در اجرای CSR برای کمک به کاهش فقر
۳۱	نقش دولت در اجرای مسئولیت اجتماعی شرکت
۳۷	نقش بخش خصوصی در کاهش فقر
۴۳	تحقیقات انجام شده در سایر کشورها
۵۳	تحقیقات انجام شده در ایران
۵۵	خلاصه نتایج تحقیقات گذشته
۵۹	خلاصه فصل و نتیجه گیری

فصل سوم: روش تحقیق

۶۲	مقدمه
۶۲	روش تحقیق
۶۵	متغیرهای تحقیق
۶۷	پرسش های پژوهش

۶۷	فرضیه های پژوهش
۶۸	قابلیت اعتماد(پایایی) پرسشنامه
۶۹	اعتبار(روایی)پرسشنامه
۷۰	جامعه آماری و حجم نمونه
۷۲	چگونگی توزیع پرسشنامه
۷۲	روش تجزیه و تحلیل اطلاعات
۷۲	روش های آماری
۷۶	خلاصه فصل

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل نتایج آماری

۷۹	مقدمه
۷۹	نتایج بدست آمده از پرسشنامه
۷۹	آزمون پایایی پرسشنامه
۸۱	آزمون نرمال بودن متغیرهای مورد بررسی
۸۲	آمار توصیفی
۹۲	نتایج آزمون فرضیه های تحقیق
۱۱۰	خلاصه نتایج آزمون فرضیه ها
۱۱۱	خلاصه فصل

فصل پنجم: خلاصه تحقیق و نتیجه گیری

۱۱۴	مقدمه
۱۱۴	خلاصه تحقیق
۱۱۹	ارزیابی و تشریح نتایج آزمون فرضیه های تحقیق
۱۲۲	نتیجه گیری
۱۲۴	محدودیت های تحقیق
۱۲۴	پیشنهادات مبتنی بر نتیجه تحقیق
۱۲۵	پیشنهادات برای تحقیقات آتی
۱۲۵	خلاصه فصل
۱۲۷	منابع فارسی
۱۲۹	منابع انگلیسی
۱۳۶	سایت ها

پیوست شماره ۱: پرسشنامه

پیوست شماره ۲: جداول آماری

پیشگفتار

واحدهای اقتصادی در جهت تحقق اهداف خود نیازمند سازوکاری می باشند که بتواند توازنی بین منافع شرکت و ذینفعان ایجاد کنند. در نتیجه، مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت^۱ مطرح می گردد.

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 هزینه های اولیه ای برای شرکت است اما در نهایت به دلیل افزایش شهرت شرکت، کاهش هزینه ها در بلندمدت و افزایش تقاضا موجب افزایش فروش و سود و منجر به بهبود عملکرد شرکت در بلندمدت می شود.

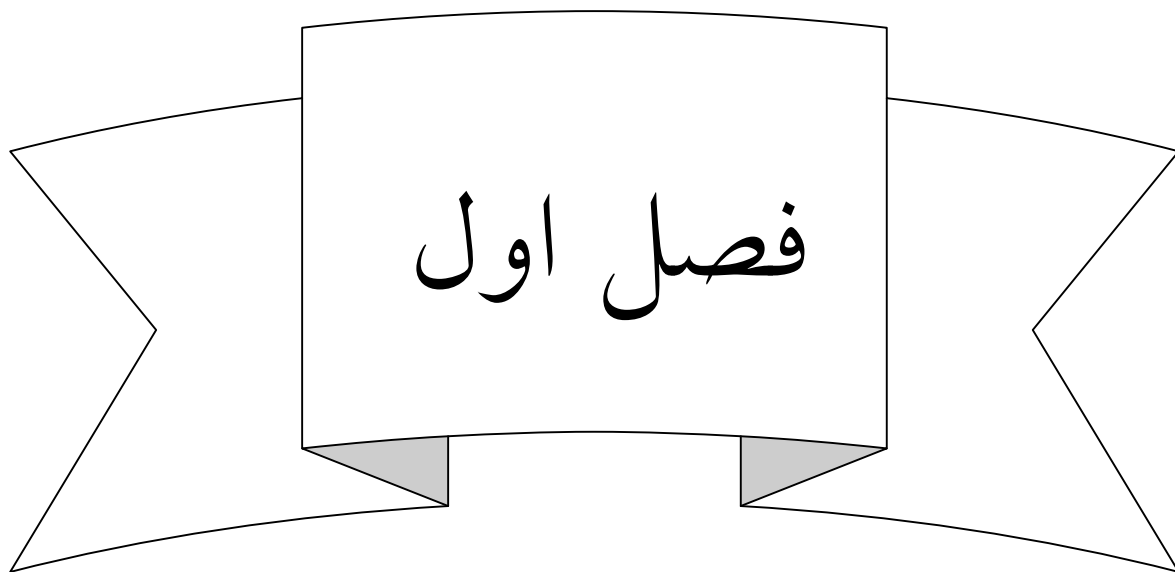
از سوی دیگر فقر یکی از بزرگترین مشکلاتی است که امروزه جوامع با آن روبه رو هستند. تاکنون بیشترین فعالیت ها در مبارزه با فقر از سوی سازمان های غیرانتفاعی^۲ و یا سازمان های غیردولتی^۳ انجام شده است (Arli, ۲۰۰۶)؛ اما در سال های اخیر دست اندرکاران دریافته اند که شرکت ها می توانند نقش مهمی در کاهش فقر ایفا کنند؛ چرا که شرکت ها 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 می کنند. البته نقش دولت به لحاظ تدوین قوانین و مقررات مناسب و ایجاد انگیزه برای شرکت ها به منظور بکارگیری مسئولیت اجتماعی شرکت، دارای اهمیت بسیاری است.

از این رو، در این پژوهش به بررسی مسئولیت اجتماعی شرکت در کاهش فقر و نقش انگیزه در بکارگیری شاخص های عملکرد اجتماعی پیشنهادی مرتبط با کاهش فقر پرداخته شده است.

¹ Corporate Social Responsibility (CSR)

² Non-Profit Organizations

³ Non Governmental Organizations (NGOs)



کلیات

کلیات

- ❖ مقدمه
- ❖ تشریح و بیان موضوع
- ❖ اهداف پژوهش و ضرورت آن
- ❖ پرسش های پژوهش
- ❖ فرضیه های پژوهش
- ❖ تعاریف برخی واژه های بکار رفته در تحقیق
- ❖ نهادها یا سازمان هایی که می توانند از یافته های پژوهش بهره گیرند
- ❖ جامعه آماری
- ❖ نمونه آماری و نحوه جمع آوری آن
- ❖ روش تجزیه و تحلیل داده ها
- ❖ قلمرو تحقیق
- ❖ خلاصه فصل و ساختار پژوهش

مقدمه

مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR)^۱، از سال‌ها پیش در آمریکا و اروپا مورد توجه بوده است. در ایران نیز معمولاً شرکت‌ها، کمک‌هایی در قالب خیریه و بشردوستانه انجام می‌دهند. اما آنچه که در این تحقیق از آن به عنوان مسئولیت اجتماعی شرکت یاد می‌شود بسیار فراتر از این مفهوم است و شرکت‌ها باید کلیه اثرات اجتماعی، اقتصادی و محیطی فعالیت‌هایشان بر جامعه را مدنظر قرار دهند. رعایت مسئولیت‌های اجتماعی از سوی سازمان‌ها، علاوه بر آن که برای خود شرکت‌ها بسیار سودمند است، نقش مهمی در بهبود جامعه و کاهش فقر دارد. از سوی دیگر، دستیابی به اهداف توسعه هزاره از قبیل ریشه‌کنی فقر و گرسنگی، برخورداری از آموزش اولیه در سطح جهان و ارتقای برابری جنسیتی، تنها با مشارکت شرکت‌ها امکان‌پذیر است؛ که به عنوان بخش بزرگی از جامعه، نقش قابل توجهی در زندگی افراد دارند.

این فصل به تشریح موضوع تحقیق، اهداف پژوهش و ضرورت آن می‌پردازد. همچنین پرسش‌ها و فرضیه‌های پژوهش و نیز تعاریف عملیاتی پاره‌ای از واژه‌های استفاده شده در پژوهش ارائه می‌گردد. سپس به توصیف نهادها و موسساتی که می‌توانند از یافته‌های تحقیق استفاده کنند، جامعه آماری، نمونه آماری، نحوه جمع‌آوری داده‌ها و روش تجزیه و تحلیل آن‌ها پرداخته و قلمرو تحقیق به لحاظ موضوعی، مکانی و زمانی شرح داده می‌شود.

¹ Corporate Social Responsibility (CSR)

تشریح و بیان موضوع

مسئولیت اجتماعی شرکت، مقوله‌ای با اهمیت و پرتعداد محسوب می‌شود (Leonard & Rangan, ۲۰۰۷). CSR را مسئولیت شرکتی^۱، پاسخگویی شرکتی^۲ شهروند شرکتی^۳ و اخلاق شرکتی^۴ نیز می‌نامند (Hohnen, ۲۰۰۷).

CSR مرتبط با چگونگی رفتار با ذینفعان شرکت به لحاظ اخلاقی یا مسئولیت است.^۵ اخلاق یا مسئولیت^۵ به معنای رفتار با ذینفعان به گونه‌ای است که در جوامع متمدن، قابل قبول باشد. هدف گسترده مسئولیت اجتماعی، ایجاد استانداردهای بالاتری برای زندگی است، ضمن آن که سودآوری شرکت نیز برای افراد درون سازمانی و برون سازمانی حفظ می‌شود (Hopkins, ۲۰۰۲).

مسئولیت‌های اجتماعی شامل انجام فعالیت در مورد پاکیزگی محیط زیست و حذف آلودگی‌های آن، افزایش فرصت‌های استخدامی برابر برای گروه‌های اقلیت و زنان، حفظ ایمنی و سلامت محیط کار، تولید فرآورده‌هایی با کیفیت و ایمن و تلاش برای کاهش فقر در جامعه می‌باشد (امیدوار، ۱۳۸۵).

اگرچه برخی معتقدند که CSR رقابت و آزادی اقتصادی را کاهش می‌دهد (Bromhill, ۲۰۰۷)، اما شرکت‌ها می‌توانند در جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کنند از طریق انتخاب و عملکرد معقولانه، شرایط اجتماعی و محیطی را بهبود

¹ Corporate Responsibility

² Corporate Accountability

³ Corporate Citizenship

⁴ Corporate Ethics

⁵ Ethic or Responsibility

بخشند (Leonard&Rangan, ۲۰۰۷). در نتیجه ضمن ایجاد ارزش اجتماعی قابل توجه به طور همزمان سودآوری شرکت را نیز بهینه می‌کنند (Peinado-vara, ۲۰۰۶). کارول معتقد است که مسئولیت اجتماعی شرکت در بردارنده انتظارات اقتصادی، قانونی، اخلاقی و اختیاری است که جامعه در یک دوره زمانی کوتاه و مشخص از سازمان‌ها دارد (Carrol, ۱۹۷۹). بوئن مسئولیت اجتماعی را تعقیب آن دسته از خط مشی‌هایی می‌داند که در جهت تصمیم‌گیری یا دنبال کردن آن گروه از فعالیت‌هایی تدوین می‌شوند که بر حسب اهداف و ارزش‌های جامعه مطلوبند (Bowen, ۱۹۵۳). رابینسون^۱ (۱۹۸۶) اظهار می‌دارد که مسئولیت اجتماعی یکی از وظایف و تعهدات سازمان در جهت متفیع ساختن جامعه است، به نحوی که هدف اولیه سازمان یعنی حداکثر کردن سود را برآورده کند. همچنین کمیسیون اروپا^۲ معتقد است، CSR مفهومی است که به موجب آن شرکت‌ها به طور داوطلبانه فعالیت‌های تجاریشان را از لحاظ زیست‌محیطی و اجتماعی هماهنگ می‌کنند و در تعامل با ذینفعانشان می‌باشند (امیدوار، ۱۳۸۵).

مسئولیت اجتماعی شرکت موضوعی جدید نیست، بلکه در سال‌های ۱۹۳۰ و به خصوص از سال ۱۹۶۰ به عنوان موضوعی با اهمیت نه فقط در تجارت؛ بلکه در نظریه و عمل قوانین، سیاست و اقتصاد مطرح شده است. اما تا سال ۱۹۷۰، علیرغم وجود قوانین و مقررات، تجارت در مسیری خودمختار به کار خود ادامه می‌داد و انتقادات را نادیده می‌گرفت. سال‌های ۱۹۶۰ برای بسیاری، یک دوره روشنفکری محسوب می‌شد. شهروندان نسبت به دولت، تجارت و بنگاه‌ها بدگمان شدند، بدبینی مصرف‌کنندگان نسبت به تقلب در ساخت مواد غذایی و نقص‌های خطرناک در محصولاتی که خریداری می‌کردند افزایش یافت. مردم از طبیعت شکننده اکولوژی زمین آگاه و

¹ Robinson

² European Commission

نسبت به حقوق انسان ها آگاه تر شدند (Hopkins, ۲۰۰۴). به علاوه در سال‌های اخیر اهمیت CSR به دلیل رسوایی‌های مالی، زیان‌های سرمایه‌گذاران و آسیب‌های وارده به شهرت شرکت‌ها (۲۰۰۷، Becchetti, Ciciretti & Hasan)، پایین بودن استانداردهای زندگی، فقر، بیکاری، اهمیت ارتقای توسعه اجتماعی و غیره بیشتر شده است (Hopkins, ۲۰۰۴).

مشارکت شرکت‌ها در برخی جنبه‌های توسعه اجتماعی، موجب می‌شود که محصولات تولیدی و خدمات ارائه شده برای مصرف‌کنندگان جالب توجه‌تر باشد؛ در نتیجه موجب سودآوری بیشتر شرکت‌ها می‌شود (همان منبع). شرکت‌هایی که با چالش جهانی شدن روبه‌رو هستند؛ واقفند که CSR می‌تواند ارزش اقتصادی مستقیم ایجاد کند. آن‌ها به مخارج چنین فعالیت‌هایی به عنوان هزینه نمی‌نگرند بلکه آن را نوعی سرمایه‌گذاری و در واقع یک راهبرد بلندمدت کاهنده ریسک و عدم اطمینان می‌دانند (Dutta & Durgamohan, ۲۰۰۸). بنابراین شرکت‌ها می‌کوشند تا بین منافع ذینفعان گوناگون (سهامداران و سرمایه‌گذاران بالقوه، مدیران، کارکنان، مصرف‌کنندگان، شرکای تجاری و پیمانکاران یا تامین‌کنندگان، قانونگذاران، محیط طبیعی و جوامعی که در آن به فعالیت اشتغال دارند) به نوعی تعادل برقرار کنند، قوانین و سیاست عمومی موجود را در تصمیم‌گیری‌هایشان مورد توجه قرار دهند و به گونه‌ای عمل کنند که جامعه آن‌ها را به لحاظ هنجارها و ارزش‌های ایجاد شده اجتماعی مطلوب و صحیح بداند (Shauki, Djakman & Shum, ۲۰۰۸). این‌که مدیران چگونه ضرورت و اهمیت مطالبات ذینفعان گوناگون را دسته‌بندی می‌کنند، به حقانیت و قدرت ذینفعان بستگی دارد. از دیدگاه CSR ممکن است حقانیت با اهمیت‌تر باشد؛ در حالی که از دیدگاه کارایی مدیریت، قدرت می‌تواند عامل اصلی در نظر گرفته شود (Carrol, ۱۹۹۱).

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها یک شمشیر دو لبه است (Ite, ۲۰۰۵) که دارای اثرات اقتصادی مستقیم و غیر مستقیم مثبت و منفی است. به عنوان مثال، نتایج مستقیم مثبت می‌تواند از عملکرد بهتر محیط زیست یا استفاده کارای منابع طبیعی ناشی شود و اثرات غیر مستقیم از افزایش توجه مصرف‌کنندگان و سرمایه‌گذاران منتج گردد. در مقابل، گاهی نیز انتقاد از عملکرد تجاری، می‌تواند اثر منفی بر شهرت شرکت از جمله بر دارایی‌های اصلی آن، مانند نام تجاری و تصویر شرکت در اذهان عمومی داشته باشد (European commission, ۲۰۰۱). با این حال CSR دارای مزایای بالقوه کلیدی زیر برای شرکت است:

- پیش‌بینی و مدیریت بهتر طیف گسترده ریسک
- بهبود شهرت مدیریت
- بهبود نوآوری، رقابت و موقعیت بازار
- افزایش کارایی عملیاتی و صرفه‌جویی در هزینه
- دسترسی به سرمایه بیشتر
- بهبود روابط با قانونگذاران (Hohnen, ۲۰۰۷).

CSR علاوه بر مزایایی که برای شرکت دارد، به لحاظ حفاظت از محیط زیست و ذینفعان، مطابقت با سیاست‌های عملکردی ضد رشوه و هدف ریشه‌کنی فقر، برای جامعه نیز مزایایی دارد. زمانی که جامعه نگران اثرات نامطلوب محیط بر افزایش فقر است، شرکت‌ها باید به گونه‌ای سودمند پاسخگو باشند و به عنوان یک شهروند خوب از طریق معرفی نوآوری‌های CSR با هدف بهبود محیط و ریشه‌کنی فقر عمل کنند؛ تا بتوانند تصویر خوبی از CSR و شهرت شرکت نشان دهند (Shauki, Djakman & Shum, ۲۰۰۸).

آمارهای متفاوتی در رابطه با میزان فقر در ایران ارائه شده است؛ اما معتبرترین آن را می توان آمار صندوق بین المللی پول دانست که در گزارش خود اطلاعاتی در مورد درصد افراد زیر خط فقر ارائه کرده است. در این گزارش خط فقر، حداقل درآمدی تعریف شده است که با داشتن آن نیازهای اولیه زندگی تامین می شود و اعلام شده است که حدود ۴۰٪ مردم ایران زیر خط فقر زندگی می کنند (www.hamseda.ir/fa/pages/?cid=1034). این در حالی است که در آغاز هزاره سوم (سال ۲۰۰۰)، کشورها در یک اجماع جهانی، آرمانی را با عنوان "اهداف توسعه هزاره" برای نزدیکی کلیه کشورهای جهان به توسعه تا سال ۲۰۱۵ تنظیم کردند که یکی از محورهای اصلی آن عبور از فقر می باشد (نژاد بهرام، ۱۳۸۶).

در ایران، باید به دو پدیده موازی در ارتباط با CSR، اول وجود چارچوب های سستی مانند ارائه وام از طریق شرکت به کارکنان، ایجاد صندوق های خیریه برای فقرا یا ساخت مدرسه و مسجد و دوم ضرورت وجود CSR به عنوان یک رویه مدرن، توجه کرد. بی شک ایران سال ها از اجرای کامل چارچوب CSR مدرن در شرکت ها دور است. با این حال، ترکیب تعدادی از فرایندهای داخلی و بین المللی به منظور پیوستن به جامعه تجارت جهانی از طریق سرمایه گذاری و تلاش گروهی، می تواند منجر به بکارگیری CSR در تصمیمات تجاری شود و در این میان نقش دولت در تسهیل و اجرای CSR در سال های آتی بسیار ضروری می باشد (Omidvar، ۲۰۰۵).

اگرچه شانکلمن^۱ و سلبی^۲ (۲۰۰۱) ادعا می کنند که کسب و کار^۳ تا به امروز حداقل مشارکت را در کاهش فقر داشته است؛ اما به عقیده ایت^۴ (۲۰۰۵)، اخیرا جامعه تجاری به طور فزاینده ای از

¹ Shankleman

² Selby

³ Business

⁴ Ite

مفهوم CSR برای ایجاد چارچوبی به منظور شرکت وسیع تر بخش خصوصی در کاهش فقر استفاده می‌کند (Shauki, Djakman&Shum, ۲۰۰۸). کلدندر^۱ (۱۹۹۴) و یونس^۲ (۱۹۹۸) نیز معتقدند که بخش خصوصی از طریق برنامه های CSR می تواند به طور قابل توجهی بر کاهش فقر در جوامع اثر گذارد (Arlı, ۲۰۰۶).

اجرای CSR، خط مشی موثر برای شرکت است که به وسیله آن می تواند مشتریانی با درآمد پایین را جذب کند و موجب کاهش فقر شود (Fox, ۲۰۰۴). پراهالاد اظهار می دارد که کارآفرینی های بیشتر و گسترده تر، راه حل کلیدی برای کاهش فقر است (Prahalad, ۲۰۰۵).

به عقیده کاستلو^۳ (۲۰۰۷)، بسیاری از شرکت ها از مشارکتی که می توانند در کاهش فقر داشته باشند، آگاه نیستند. اما آن چه مسلم است، این شرکت ها با وارد کردن مسائل اجتماعی، به خصوص کاهش فقر در راهبرد تجاریشان، می توانند به میزان زیادی به بهبود جامعه کمک کنند (Arlı, Morrison&Razzaque, ۲۰۰۷).

در این تحقیق به بررسی مسئولیت اجتماعی شرکت ها نسبت به کاهش فقر با توجه به شاخص های عملکرد اجتماعی می پردازیم.

اهداف پژوهش و ضرورت آن

همگان از ضرورت مبارزه با فقر آگاهند؛ چرا که مبارزه با فقر به ایجاد جامعه ای امن و با ثبات کمک می کند و نیز منجر به کاهش فقر می شود. فقر بر مسائلی از قبیل آموزش، سلامت و

¹ Kolodner

² Yunus

³ Costello

محیط زیست اثر منفی دارد و غلبه بر این مشکلات به کاهش هزینه، بهبود کارایی و افزایش بهره‌وری کمک می‌کند (Arlı, Morrison & Razzaque, ۲۰۰۷).

جامعه تجاری، مسئولیت اجتماعی شرکت را ابزاری برای مشارکت شرکت‌ها در مبارزه با فقر می‌داند. شرکت‌ها از طریق اجرای برنامه‌های CSR می‌توانند به طور قابل توجهی بر کاهش فقر در جوامع اثر گذارند (Arlı, ۲۰۰۶). با توجه به این که فقر در هر کشوری از جمله ایران، مانع دستیابی به رشد و توسعه است، می‌توان به اهمیت مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نسبت به کاهش فقر پی برد.

در این پژوهش اهداف زیر مورد توجه قرار دارد:

۱. ارتقای آگاهی در خصوص راهکارهای مربوط به کاهش فقر از طریق:

- فراهم کردن بینشی برای قانونگذاران در خصوص نقشی که شرکت می‌تواند در کاهش فقر داشته باشد.

- فراهم کردن بینشی برای واحدهای گزارشگر در خصوص اهمیت شاخص‌های مرتبط با کاهش فقر.

۲. شناسایی رفتار شرکت و محرک‌هایی که بتواند انگیزه‌هایی برای مشارکت شرکت در کاهش فقر فراهم کند.

۳. بررسی رابطه بین ویژگی‌های پاسخ‌دهنده با گرایش آن‌ها به مسائل کاهش فقر.

پرسش‌های پژوهش

این پژوهش به منظور پاسخ به پرسش‌های زیر انجام شده است:

۱. آیا گرایش پاسخ دهندگان به شاخص های عملکرد اجتماعی پیشنهادی مرتبط با کاهش

فقر، تحت تاثیر مشخصات پاسخ دهنده قرار می گیرد؟

۲. آیا بکارگیری نوآوری های اجتماعی شرکت، تحت تاثیر انگیزه های شرکت قرار می گیرد؟

فرضیه های پژوهش

با بررسی ادبیات، فرضیه های زیر طراحی شد:

فرضیه ۱: گرایش پاسخ دهندگان به شاخص های عملکرد اجتماعی پیشنهادی مرتبط با کاهش

فقر، تحت تاثیر مشخصات پاسخ دهنده قرار می گیرد.

فرضیه ۲: انگیزه های شرکت با نوآوری های اجتماعی شرکت رابطه معنادار دارد.

با توجه به ویژگی های مربوط به انگیزه های شرکت [تخفیفات مالیاتی، تامین اعتبار ارزانتر و

ایجاد تعادل در قوانین (Shauki, Djakman&Shum, ۲۰۰۸)]، سه فرضیه فرعی مستقل

زیرمطرح شد:

فرضیه ۱-۲: تخفیفات مالیاتی موجب بکارگیری نوآوری های اجتماعی شرکت به منظور

کاهش فقر می شود.

فرضیه ۲-۲: تامین اعتبار ارزانتر موجب بکارگیری نوآوری های اجتماعی شرکت به منظور

کاهش فقر می شود.

فرضیه ۲-۳: ایجاد تعادل در قوانین موجب بکارگیری نوآوری های اجتماعی شرکت به منظور کاهش فقر می شود.

تعاریف برخی واژه های بکار رفته در تحقیق

* شاخص های عملکرد اجتماعی شرکت: از این شاخص ها که توسط ابتکارات گزارشگری جهانی^۱ مطرح شده است موارد زیر در این تحقیق مورد استفاده قرار می گیرد (Shauki, Djakman&Shum, ۲۰۰۸):

۱. LA^۲: شاخص های عملکرد اجتماعی که مربوط به رویه های کاری و کار شایسته می باشد و مباحثی از قبیل استخدام، روابط مدیریت و کارکنان، ایمنی و بهداشت شغلی، آموزش کارکنان و فرصت های متنوع و برابر برای کارکنان در آن مطرح می شود.
۲. HR^۳: شاخص های عملکرد مربوط به حقوق انسانی که شامل موضوعات مربوط به شیوه های خرید و سرمایه گذاری، عدم تبعیض بین افراد، ایجاد سازمان های غیردولتی (NGO)^۴، منع استفاده از کار کودکان و کار اجباری، استفاده از کارکنان امنیتی آموزش دیده و رعایت حقوق مردم بومی می شود (www.globalreporting.org).

^۱ Global Reporting Initiatives

^۲ Labour Practices and Decent Work

^۳ Human Rights

^۴ Non Governmental Organization (NGO)