

## بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد شرکت

احمد کرمانی<sup>۱</sup>، حسن الوداری<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی گرایش تحول، دانشکده مدیریت، دانشگاه پیام نور تهران غرب، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)

<sup>۲</sup> دکتری مدیریت دولتی گرایش رفتار سازمانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

### چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد شرکت در سازمان بود. جامعه آماری پژوهش کارکنان نیروگاه اصفهان می باشند که به تعداد ۷۰۰ نفر می باشند که به صورت نمونه گیری تصادفی ساده تعداد ۲۴۸ نفر از آن ها به عنوان حجم نمونه انتخاب می گردند. پژوهش از منظر روش شناسی، به صورت توصیفی – پیمایشی می باشد و برای اندازه گیری متغیرها، از پرسشنامه های مسئولیت اجتماعی شرکت کیم و همکاران (۲۰۱۰) و پرسشنامه استاندارد عملکرد شرکت توسط نوبخت در سال ۱۳۹۶ استفاده گردیده است. آزمون فرضیه های پژوهش با بکارگیری مدلسازی معادله های ساختاری از طریق smart Pls صورت پذیرفته است. نتایج پژوهش نشان می دهد که مسئولیت اجتماعی بر عملکرد شرکت در بین کارکنان تاثیر معنی داری دارد.

**واژه های کلیدی:** مسئولیت اجتماعی، عملکرد شرکت، تداعی، نیروگاه اصفهان،

## ۱. مقدمه

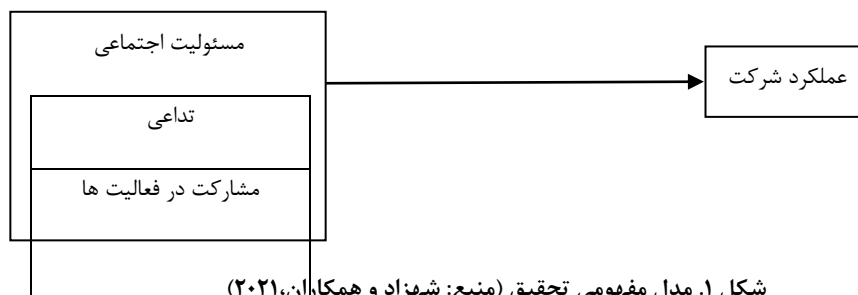
در هر سازمانی امروز، رهبران مهمترین بخش هستند. این امر به این دلیل است که رهبران کسانی هستند که بینش روشن را ایجاد می کنند در حالی که پیروان را به شدت متقاعد می کنند تا به این دیدگاه تعیین شده پی ببرند (بیراسناو و همکاران، ۲۰۱۱). افزایش جهانی شدن و ظهور اقتصادهای مبتنی بر دانش، با تغییر فلسفه اساسی جامعه و مشاغل، معنای مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR) را متحول کرد. شیوه های مسئولیت اجتماعی باعث می شود مشاغل معاصر در کنار جنبه های اقتصادی به تأمل اجتماعی بپردازند. بنابراین، یک شرکت مدرن هر دو جنبه اقتصادی و اجتماعی را در هنگام تصمیم گیری ضروری می داند (سرکار، ۲۰۰۵).<sup>۲</sup>

شرکتها برای غلبه بر مشکلات نمایندگی در فعالیتهای مسئولیت اجتماعی شرکت می کنند و در نتیجه دارایی های نسبی و سرمایه اخلاقی تولید می کنند و در نتیجه عملکرد شرکت را افزایش می دهند. هنگامی که شرکتها در فعالیتهای مسئولیت اجتماعی شرکت می کنند، چندین مزیت به دست می آید که شامل کاهش نرخ گردش کارکنان، افزایش تعهد کارکنان، افزایش سطح رضایت مشتریان و افزایش وفاداری مشتری می شود، که همه اینها اعتبار یک شرکت را بهبود می بخشد (رحمان و همکاران، ۲۰۱۵). این مسیر جدید برای یک شرکت توسط واحدهای شرکتی مدرن مجبور به مسئولیت اجتماعی برای اجرای شیوه هایی که مطابق با تصورات و انتظارات ذینفعان است، هدایت می شود. در نتیجه، پیوند بین بنگاه ها و جامعه نقش ها و مسئولیت های مشاغل را در جامعه دگرگون کرد. گنجاندن جنبه های اجتماعی در تصمیم گیری های سازمانی بدون چالش نیست و با ایجاد توازن بین هزینه و مزایای یک کسب و کار به خطر می افتد. برعکس، پورتر و کرامر (۲۰۰۶) جنبه های مسئولیت اجتماعی را به عنوان یک مزیت رقابتی در نظر می گیرند تا هزینه یا محدودیتی در صورتی که در چارچوب استراتژیک یک شرکت گنجانده شوند. در اواخر قرن بیستم، اقتصادهای جهانی از عصر صنعتی قدیمی به عصر دانش منتقل شدند و استراتژی های کسب و کارها را برای دستیابی به اهداف و اهداف استراتژیک خود تغییر دادند (چهارباهی و کریپس، ۲۰۰۶). این انقلاب واحدهای تجاری را تشویق کرد تا برای دستیابی به مزیت رقابتی بیشتر بر دارایی های نامشهود تمرکز کنند. متعاقباً، شرکت هایی با سرمایه فکری مناسب تمایل بیشتری برای بقا در عرصه اقتصاد جهانی دارند (بونتیس، ۲۰۰۳). بنابراین، در مشاغل معاصر، دارایی های دانش بنیان در صورتی که به طور موثر مورد استفاده قرار گیرند، برای قابلیت های داخلی شرکت محوری هستند.

اسمریتی و داس (۲۰۱۸) استدلال کردند که دیدگاه مبتنی بر منابع یک شرکت بر حفظ استراتژی های رقابتی با استفاده از منابع موجود در یک سازمان تأکید می کند. منابع باید دارای ویژگی های خاصی باشند از جمله اینکه باید منحصر به فرد، غیرقابل تکرار و غیرقابل جایگزین باشند و می توانند در قالب مهارت ها و تجربیات کارکنان در طول زمان و فرایند سازمانی به دست آمده مشاهده شوند. چنین منابع داخلی دارای قابلیت تولید ثروت هستند و به عنوان دارایی های نامشهود یا سرمایه فکری تلقی می شوند که مستلزم آن است که یک منبع استراتژیک به طور گسترده به عنوان یک نیروی اساسی که باعث گسترش تجارت می شود شناخته شده است (چاهال و بکشی، ۲۰۱۵). در سازمانها، سرمایه فکری نشان داده است که بر ابزارهای آنها برای بقا تأثیر می گذارد. گزارش شده است که سرمایه فکری بر رشد اقتصادی، رقابت پذیری، ایجاد ارزش، عملکرد کسب و کار و عملکرد شغلی تأثیر می گذارد (چاهال و بکشی، ۲۰۱۶). سه جزء اصلی سرمایه فکری وجود دارد که شامل سرمایه انسانی (HC)، سرمایه ساختاری (SC) و سرمایه رابطه ای (RC)<sup>۲</sup> است (سیبی، ۱۹۹۷) سرمایه انسانی،<sup>۳</sup>

<sup>۲</sup>Birasnav et al.<sup>۳</sup>Sarkar<sup>۴</sup>Rehman, Baloch, & Sethi<sup>۵</sup>Porter and Kramer<sup>۶</sup>Chaharbahhi& Cripps<sup>۷</sup>Chahal and Bakshi<sup>۸</sup>Human capital

شامل تخصص، مهارت ها، تجربه و آموزش هایی است که کارکنان هنگام انجام کار خود دریافت می کنند. سرمایه ساختاری شامل منابع سازمانی مانند اقدامات مدیریتی، رویکردها، برنامه ها و پایگاه های داده است. این نوع سرمایه فکری کارکنان را قادر می سازد تا عملکردهای خود را در حین کار افزایش داده و به نوبه خود عملکرد شرکت را افزایش دهند. سرمایه نسبی به دارایی های فکری یک شرکت کمک می کند که به شرکت ها در ایجاد، مدیریت و حفظ روابط خارجی با مشتریان، تامین کنندگان، کانال های بازاریابی و ذینفعان کمک می کند. به نظر می رسد ادبیات قبلی به طور فزاینده ای بر کاوش و توضیح ارتباط بین عملکرد یک شرکت و مسئولیت اجتماعی متمرکز شده است. از دیدگاه پرنده، در سطح جهانی، عملکردهای شرکت متاثر از دو پدیده موازی است، یعنی تغییر به سمت اقتصاد دانش بنیان و ترکیب جنبه های مسئولیت اجتماعی برای مدیریت آن دارایی های نامشهود. به طور مشابه، سومیتا (۲۰۰۵) سرمایه فکری و مسئولیت اجتماعی شرکت را به عنوان دو روی مخالف یک سکه توصیف می کند که در آن هر دو ارتباط بین جامعه، شرکت ها و عملکرد آنها را توصیف می کنند. مطالعات ریشه دار در دیدگاه مبتنی بر منابع استدلال می کنند که مسئولیت اجتماعی می تواند یک منبع محوری برای مزیت رقابتی پایدار باشد در صورتی که با دارایی های نامشهود شرکت تعامل داشته باشد (جین و همکاران، ۲۰۱۷) بنابراین<sup>۵</sup> میانجیگری بین مسئولیت اجتماعی و منابع فکری یک شرکت را پیشنهاد می کند. به همین ترتیب، ادوینسون (۲۰۰۲) پیشنهاد کرد که وابستگی به خلق ارزش (به عنوان منبع مزیت رقابتی) از حالت فیزیکی به نامشهود تغییر یافت و ریشه در فعالیتها و دانش تخصصی شرکت دارد. این منابع نامشهود (ارزشمند، کمیاب و تقلید سخت) در واقع شکل واقعی سرمایه فکری هستند (استوارت، ۱۹۹۷). بنابراین، در محیط های شرکتی معاصر، قابلیت های رقابتی شرکت بستگی به استقرار موثر منابع فکری و فرایندهای سازمانی دارد که مسئولیت اجتماعی را به منابع نامشهود پیوند می دهد. با توجه به مطالب ذکر شده و بررسی هایی که در تحقیقات خارجی انجام شده است پژوهش حاضر در صدد آن است تا رابطه ی این سه متغیر یعنی مسئولیت اجتماعی، عملکرد سازمانی و سرمایه فکری مورد بررسی قرار داده و به این سوال پاسخ دهد که تاثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد شرکت با توجه به نقش میانجی سرمایه فکری در بین کارکنان نیروگاه اصفهان چگونه است؟



- 
- Structural capital
  - Relational capital
  - Sveiby
  - Sumita
  - Jain
  - Edvinsson
  - Stewart

## ۲. ادبیات موضوعی تحقیق

## مسئولیت اجتماعی شرکت

مسئولیت اجتماعی به عنوان چارچوبی اخلاقی شخص را، چه فرد چه سازمان، در مشارکت به امور اجتماعی که عمل به آن در سطح وسیع به منفعت جامعه خواهد بود، متعهد می سازد. مسئولیت اجتماعی به این معناست که فرد به عنوان عضوی از جامعه، مشارکت فعالانه دارد و نسبت به مشکلات و معضلات بی تفاوت نبوده و در تغییرات و بهبود شرایط می تواند سهیم باشد. این مشارکت و حضور فعال، از شرکت در پاکسازی محیط زیست تا کمک نقدی یا شرکت در مراسم اجتماعی را در بر می گیرد (محمدی ثانی، ۱۳۹۹).

مسئولیت اجتماعی در نقطه مقابل بی تفاوتی قرار دارد؛ هرگاه معضل یا بحرانی در جامعه پدید بیاید، هر شهروند مسئول وظیفه خود می داند برای رفع آن معضل به نوبه خود مشارکت موثر داشته باشد تا در رفع آن بکوشد. مسئولیت اجتماعی طیف گسترده ای از فعالیت های فرهنگی، اجتماعی، محیط زیستی و امور خیریه را در بر می گیرد و افراد جامعه در هر سطح و طبقه ای، در قبال معضلات و اتفاقاتی که در جامعه رخ می دهد مسئول هستند و تحت هیچ شرایطی این مسئولیت از آنان ساقط نمی شود (نوری نسب و علیان، ۱۳۹۲).

برای مسئولیت پذیری تنها شرکت در فعالیت های اجتماعی کافی نیست بلکه باید این مسئولیت به سبک زندگی فرد و بخشی از ارزش ها و سیستم اعتقادی وی تبدیل شود تا بتوان گفت این فرد از نظر اجتماعی مسئول است. مسئولیت های اجتماعی گرچه امری کاملاً داوطلبانه بوده و تنها خود فرد باید نسبت به آن ها تصمیم گیری کند، اما باید به این نکته نیز توجه داشت که هرگونه تعهدی الزام آور است و سر باز زدن از آن به منزله کوتاهی و سهل انگاری تلقی می شود. علاوه بر این، تبعات ناشی از این سهل انگاری نیز گریبانگیر خود فرد نیز خواهد شد (حسن پور و همکاران، ۱۳۹۵).

احساس مسئولیت برای مشارکت در فعالیت های اجتماعی به ارتقای کیفی و بهبود زندگی افراد جامعه کمک می کند. به بیان دیگر، فرد مشارکت کننده گرچه داوطلبانه و گاه بی چشمداشت و تنها برای انجام مسئولیت وارد عرصه می شود اما در نهایت نتایج و اثرات مثبت این اقدامات شامل حال او نیز خواهد شد.

زمانی که فرد با احساس تعهد وارد عرصه مسئولیت اجتماعی خویش می شود، با کمک به طبقه آسیب پذیر جامعه از عوارض ناشی از توسعه در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و غیره می کاهد و بدین ترتیب اقشار آسیب پذیر کمتر متحمل رنج و سختی می شوند (عقیقی و امامت، ۱۳۹۸).

یک شهروند مسئول همواره مسائل اجتماعی را به عنوان حیات اجتماعی خویش می پذیرد و نسبت به مسئولیت های خویش کوتاهی یا ساده نگری نمی کند چراکه بخوبی از تاثیر نقش خویش بر بهبود اوضاع آگاه است.

«مسئولیت اجتماعی» مقوله ای مهم در گفتمان دانشگاه های «نسل چهارم» با محوریت تعهد و مسئولیت آنها نسبت به محیط پیرامونی، از جمله نقش و مشارکت در توسعه اجتماعی، تعهد در قبال محیط زیست، شفافیت و شایسته سالاری، رعایت حقوق عامه های مختلف و ... با هدف باز طراحی زیست اخلاقی محیط های فعالیت خود است. به عبارت دیگر، مسئولیت اجتماعی را می توان مجموعه ی وظایف و تعهداتی دانست که یک نهاد یا سازمان بایستی در راستای معاونت و همین طور حفاظت، صیانت و مراقبت از جامعه ای که در آن فعالیت می کند، انجام دهد (سیف هاشمی، ۱۳۹۵).

دانشگاه به مثابه ای عالی ترین نهاد آموزشی و پژوهشی یک جامعه، نقش و جایگاه ویژه و ذوابادی در این زمینه دارد و خصوصاً با دگرگونی پارادایم توسعه و موضوعیت یافتن مفهوم «توسعه ی پایدار»، مقوله ی مسئولیت اجتماعی، به طور خاص در دانشگاه های نسل چهارم، پایگاه، تبلور و نمود مضاعفی یافته است. چرا که اساساً فلسفه ی وجودی دانشگاه، بر مبنای تولید خیر عمومی و رفاه اجتماعی از شاهراه خردورزی، علم آموزی و دانش اندوزی است و امتزاج خارج از تعادل و افراط گونه ی آن با منطق های مادی و منفعت گرایانه ی صرف، دانشگاه را از هویت ذاتی و تاریخی خود که سرشتی فرهنگی و اجتماعی دارد، تهی می سازد (قربان نژاد و قربان نژاد، ۱۳۹۵).

اساساً این دیدگاه که سازمان صرفاً باید در پی سودآوری باشد، هم اکنون در سطحی کلان و جهانی، دچار دگرگونی شده و شایسته آن است که سازمان‌ها علاوه بر توجه به حفظ منافع، سودآوری و بقای مادی، از دیگر ابعاد وجودی خود در عرصه جهان پیرامون، غافل نشوند و تلاش کنند سهمی در حفظ، ارتقاء و سازندگی جامعه به مثابه جزئی از کل ساختار اجتماعی داشته باشند. زیرا که این گونه می‌توان جهانی بهتر، زیباتر و زیبنده تر فراهم آورد (طالشی، ۱۳۹۸).

کارول در مطالعه ای که به عنوان "هرم مسئولیت اجتماعی بنگاه" منتشر شده است، برای هر بنگاه چهار دسته مسئولیت اجتماعی قائل شده است. به تعبیر دیگر، او مسئولیت اجتماعی هر بنگاه را برآیند چهار مؤلفه زیر می‌داند:

۱- نیازهای اقتصادی

۲- رعایت قوانین و مقررات عمومی

۳- رعایت اخلاق کسب و کار

۴- مسئولیت های بشردوستانه (رضازاده و سلطانی، ۱۳۹۵).

### عملکرد شرکت

عملکرد شرکت فرایند تبیین کیفیت اثربخشی و کارایی اقدامات گذشته است. مطابق این تعریف، عملکرد به دو جزء تقسیم می‌شود:

کارایی: که توصیف‌کننده چگونگی استفاده سازمان از منابع برای تولید خدمات یا محصولات است.

اثربخشی: که توصیف‌کننده درجه نیل به اهداف سازمانی است.

عملکرد شرکتی به عنوان فعالیتی ارزشمند در سطح اجتماع تعریف می‌شود. با وجود اهمیت آن، این تعریف صریحاً در ادبیات اقتصادی به رسمیت شناخته نشده است. از طرف دیگر، چند بعدی بودن مسایل موجود در شرکتی سبب می‌شود که این تعریف را بهبود داد (حسین زاده و علایی، ۱۴۰۰). بنابراین عملکرد شرکت از چهار عنصر به هم پیوسته تشکیل شده است:

- نتایج مالی
- کارایی عملیاتی
- رضایت ذینفعان
- توانایی رقابت.

از این رو اندازه گیری چهار عنصر در عملکرد شرکت به طور گسترده مورد مطالعه قرار گرفته است. بررسی تاثیر همه این موارد در بهبود عملکرد شرکت می‌تواند موثر باشد. برای سنجش این مقوله می‌توانید از پرسشنامه عملکرد شرکتی استفاده کنید. عملکرد شرکت به چگونگی مأموریت ها و وظایف و فعالیت‌های سازمان و نتایج آنها اطلاق می‌شود. این مفهوم ارزش مورد انتظار سازمان تعریف می‌شود که یک فرد در یک دوره از زمان انجام می‌دهد. هر شرکتی برای نیل به عملکرد مطلوب در جستجوی راه هایی است تا محیط را برای کارکنان مساعد سازد. تا به درجه ای از توانایی برسند که تأثیر گذاری بیشتری بر روی کارشان داشته باشند.

عملکرد شرکتی نقش با اهمیتی در تداوم فعالیت سازمان دارد. این متغیر به عنوان ابزاری برای ارزیابی واحد تجاری به شمار می‌رود. سنجه های مالی از مهم ترین معیارهای سنجش عملکرد است. در تحقیقات اغلب عملکرد شرکت را بر اساس معیارهای مالی می‌سنجند. این معیارها شامل حاشیه سود خالص، بازده حقوق صاحبان سهام و بازده دارایی ها هستند (کریمی نانی، ۱۳۹۹).

این سازه در هر نوع شرکت و کسب و کاری اهمیتی کلیدی دارد. همه شرکت‌ها تمایل دارند فعالیت‌های خود را مورد پایش و ارزیابی قرار دهند. در نهایت از طریق بهبود عملکردی است که یک شرکت می‌تواند جایگاه خود را در بازار پیدا کند. از طریق دستیابی به پیامدهای مالی و غیرمالی اهداف نهایی سازمان تامین خواهد شد. در بیشتر سازمان ها، مدیران به دنبال ارتقا و بهبود عملکرد کسب و کار خویش می‌باشند. به عبارت دیگر، امروزه اگر سازمان ها بخواهند جایگاه خود را حفظ نمایند. باید به نحوی عمل کنند که باعث بنا، توسعه و موفقیت سازمانی شود. سازمان ها باید در عملکرد خود تجدید نظر کرده و تعهدات

خود نسبت به ارباب رجوعان را به درستی ایفا کنند. راهبرد مناسب برای ارتقای عملکرد جهت حفظ توان رقابت با سازمان های مشابه توجه به عملکرد سازمانی است.

عملکرد شرکتی را می توان شاخصی برای اندازه گیری میزان دستیابی خوب و موثر یک اقدام به اهداف تعیین شده تعریف می شود، که می تواند بوسیله کارایی و اثر بخشی سازمان در دستیابی به اهداف، برآورد شود. عملکرد سازمانی تابع عملکرد منابع انسانی و تعامل آنها با منابع و امکانات و تکنولوژی موجود در سازمان می باشد. از سوی دیگر عملکرد منابع انسانی هم تابع انگیزش و توانایی آنهاست. توانایی منابع انسانی خود تابع دانش شغلی و مهارت کاربرد دانش مذکور در انجام وظایف و فعالیتهای شغلی است.

### مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد شرکت

مطالعات قبلی سعی کرده اند رابطه مستقیمی بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد شرکت پیدا کنند. سهم عادلانه ای از ادبیات ارتباط مثبت بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد شرکت را برجسته می کند. در حالی که دیگران هیچ همبستگی یا ارتباط منفی بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد شرکت را گزارش نمی کنند. دینفعان اصلی آن دینفعان اصلی شرکت شامل همه مشتریان، جوامع، تامین کنندگان، کارکنان و محیط طبیعی آن است. بعلاوه، عملکرد عملیاتی و مالی شرکت با عملیات یکپارچه این نهادها مرتبط است (مشرا و سوار، ۲۰۱۰)، یعنی برآوردن نیازهای دینفعان از طریق مشارکت فعال در فعالیت های مسئولیت اجتماعی که به شرکت ها در بهبود عملکرد مالی خود کمک می کند (نسیم و همکاران، ۲۰۲۰). مسئولیت اجتماعی شرکت ها را در کاهش تضاد منافع بین مدیران و سایر دینفعان تسهیل می کند، به عنوان مثال، برای غلبه بر مشکلات نمایندگی. فعالیت های مسئولیت اجتماعی دارای های رابطه ای و سرمایه اخلاقی ایجاد می کنند که عملکرد شرکت را افزایش می دهد. فعالیت های مسئولیت اجتماعی کاهش نرخ جابجایی کارکنان و افزایش تعهد کارکنان، افزایش سطح رضایت مشتریان، افزایش وفاداری مشتری و همچنین کمک به شرکت ها برای بهبود شهرت کلی خود را نشان می دهد. عوامل فوق الذکر شرکت ها را در جهت کاهش هزینه معاملات و بهبود عملکرد شرکت تسهیل می کند (مانچیراجو و راجگوپال، ۲۰۱۷). آن دسته از شرکت هایی که درآمد بیشتری تولید می کنند، مشتاق هستند که افشای محیطی و اجتماعی را در گزارش خود به تصویر بکشند. علاوه بر این، بر اساس تئوری تأثیر اجتماعی، مسئولیت اجتماعی به طور مثبت بر عملکرد مالی تأثیر می گذارد و روابط اجتماعی شرکت را بهبود می بخشد. بازده حقوق صاحبان سهام برای مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی بسیار مهم است و مطالعات تأیید می کنند که بازده حقوق صاحبان سهام تا حد زیادی به عنوان معیار عملکرد استفاده می شود.

### ۳. روش تحقیق

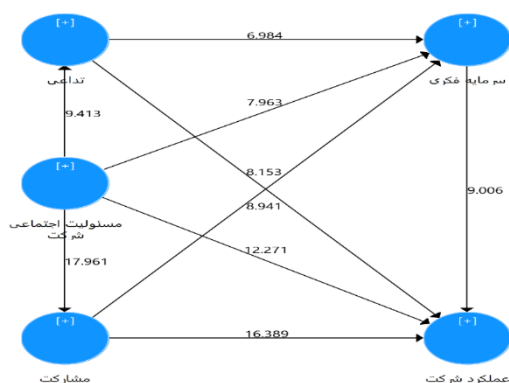
پژوهش حاضر به این دلیل که به تعیین تاثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد شرکت با نقش میانجی سرمایه فکری در بین کارکنان نیروگاه اصفهان می پردازد و نتایج بدست آمده از آن در تغییر دیدگاه مدیران و تصمیم گیرندگان ارشد اداره های دولتی و دیگر نهادهای اجرایی و فعال در حوزه های تولیدی و ارائه خدمات کمک می نماید در زمره تحقیقات کاربردی محسوب می شود. این تحقیق از این جهت که به توصیف کردن شرایط یا پدیده های مورد بررسی (متغیرها) می پردازد، به صورت توصیفی بوده و به دلیل توزیع پرسشنامه، بررسی روابط و آزمون فرضیات به صورت پیمایشی و غیر آزمایشی می باشد. جامعه در این پژوهش کارکنان نیروگاه اصفهان می باشند که به تعداد ۷۰۰ نفر می باشند که به صورت نمونه گیری تصادفی ساده تعداد ۲۴۸ نفر از آن ها به عنوان حجم نمونه انتخاب می گردند. برای اندازه گیری متغیرها، از پرسشنامه های مسئولیت اجتماعی شرکت کیم و همکاران (۲۰۱۰)، پرسشنامه استاندارد عملکرد شرکت توسط نوبخت در سال ۱۳۹۶ و پرسشنامه سرمایه فکری الیویرا و همکاران در سال ۲۰۲۰ استفاده گردیده است. آزمون فرضیه های پژوهش با بکارگیری مدلسازی معادله های ساختاری از طریق smart Pls صورت پذیرفته است.

#### ۴. یافته های تحقیق

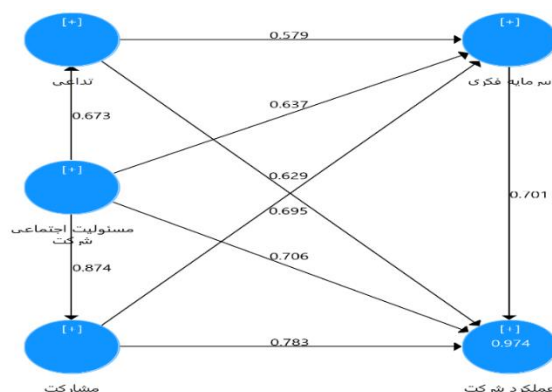
تحلیل توصیفی اعضای نمونه آماری بر حسب متغیرهای جمعیت شناختی نشان داد ۶۳/۷ درصد از پاسخ دهندگان مرد و ۳۶/۳ زن هستند. از لحاظ وضعیت سن، ۲۳/۰ درصد کمتر از ۳۰ سال، ۳۵/۵ درصد بین ۳۱ تا ۴۰، ۲۵/۰ درصد بین ۴۱ تا ۵۰ سال و ۱۶/۵ درصد بالای ۵۰ سال می باشند. همچنین از منظر تحصیلات، ۲۰/۲ درصد دیپلم، ۲۹/۴ درصد فوق دیپلم، ۳۶/۷ درصد لیسانس، ۹/۷ درصد کارشناسی ارشد و ۴ درصد دارای مدرک دکتری هستند. از منظر سابقه خدمت، ۱۲/۹ درصد کمتر از یک سال، ۲۹/۴ درصد بین ۱ تا ۵ سال و ۲۰/۲ درصد بیشتر از ده سال سابقه خدمت دارند.

جدول ۱. آمار توصیفی متغیرهای تحقیق

متغیرها	مسئولیت اجتماعی شرکت	تداعی	مشارکت	عملکرد شرکت
تعداد	۲۴۸	۲۴۸	۲۴۸	۲۴۸
میانگین	۳/۵۰۶۱	۳/۲۷۸۲	۳/۷۳۳۸	۳/۲۰۵۶
میانه	۴/۰۰۰۰	۴/۰۰۰۰	۴/۰۰۰۰	۴/۰۰۰۰
انحراف معیار	۱/۳۳۲۹۹	۱/۳۳۱۳۴	۱/۰۵۹۳۰	۴۵/۲۲۱
واریانس	۱/۷۷۷	۱/۷۷۲	۱/۱۲۲	۱/۴۹۲
چولگی	-۰/۲۵۷	-۰/۱۷۹	۰/۶۵۳	-۰/۰۱۰
کشیدگی	-۱/۳۳۲	-۱/۳۶۳	-۰/۱۸۷	-۱/۰۴۵
کمترین	۱/۰۰	۱/۰۰	۱/۰۰	۱/۰۰
بیشترین	۵/۰۰	۵/۰۰	۵/۰۰	۵/۰۰



شکل ۲. ضرایب معناداری t-value در مدل مفهومی



شکل ۳. ضریب مسیر در مدل مفهومی

جدول ۲. بررسی معناداری تاثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد شرکت

وضعیت	سطح معناداری	آماره تی	ضریب مسیر	فرضیه
تأیید	۰/۰۰۰۱	۱۲/۲۷۱	۰/۷۰۶	مسئولیت اجتماعی بر عملکرد شرکت

جدول ۳. بررسی معناداری تاثیر بعد مشارکت مسئولیت اجتماعی بر عملکرد شرکت

وضعیت	سطح معناداری	آماره تی	ضریب مسیر	فرضیه
تأیید	۰/۰۰۰۱	۱۶/۳۸۹	۰/۷۸۳	مشارکت بر عملکرد شرکت

جدول ۴. بررسی معناداری بعد تداعی مسئولیت اجتماعی بر عملکرد شرکت

وضعیت	سطح معناداری	آماره تی	ضریب مسیر	فرضیه
تأیید	۰/۰۰۰۱	۸/۹۴۱	۰/۶۹۵	تداعی بر عملکرد شرکت

## ۵. بحث و نتیجه گیری

هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد شرکت در بین کارکنان سازمان بود. نتایج پژوهش نشان داد که مسئولیت اجتماعی شرکت بر روی سرمایه فکری کارکنان تاثیر معناداری دارد و در مقایسه نتیجه حاصل شده این پژوهش با مطالعات قبلی، همترازی نتایج حاصل با پژوهش مختاری (۱۳۹۹)، نمازی و مقیمی (۱۳۹۷)، حیدرزاده و صمدزاده (۱۳۹۴) می توان نشان داد که در نهایت نتیجه بدست آمده را چنین می توان بیان کرد؛ مسئولیت اجتماعی بر عملکرد شرکت نیروگاه اصفهان تاثیر معناداری دارد و با رعایت و اجرای اصول و ابعاد مختلف مسوولیت اجتماعی شرکت ها در جهت مدیریت موثر بوده است.

باتوجه مطالعات انجام شده بصورت تئوری و نتیجه بدست آمده از قسمت تحلیل داده هامی توان بیان کرد مسئولیت اجتماعی بعنوان یک رفتار می تواند خود جوش، آموزش دیده و تجربی باشد که تاثیر این رفتار برخواسته از کارکنان یک شرکت در حین انجام وظیفه تاثیر قابل توجهی بر عملکرد شرکت در سیر رسیدن به هدف دارد به طور خاص ، یافته ها نشان داده که مسئولیت اجتماعی شرکت با سرمایه فکری ارتباط دارد و به طور غیر مستقیم بر عملکرد شرکت تاثیر می گذارد و ارتباط بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد شرکت تا حدی با بهره وری سرمایه فکری واسطه می شود.

باتوجه به مباحث این پژوهش می توان به مدیران شرکت های مختلف اعم صنعتی و خدماتی پیشنهاد می شو که در بحث مدیریت خود برنامه های مستمر آموزشی در جهت آگاهی بخشی مفهوم مسئولیت اجتماعی در بین کارکنان خود داشته باشند



زیرا با افزایش آگاهی بخشی از مزایا و نقش مسئولیت اجتماعی سازمان ها در بهبود رقابت پذیری و ارتقای استانداردهای اجتماعی در عملکرد شرکت موثر خواهد بود.

همچنین باتوجه به اینکه مشارکت با جامعه یک اقدام مهم در بخش مسئولیت اجتماعی شرکت می باشد به مدیران شرکت پیشنهاد می شود که در برنامه مدیریتی خود باتوجه به خدمات و محصول نهایی شرکت به صورت خیرخواهانه و عام المنفعه به کیفیت آموزش و ارتقای دانش محلی در جامعه توجه ویژه ای داشته باشند و به ترویج فرصت یادگیری برای گروه های آسیب پذیر بپردازند.

## ۶. قدردانی

این مقاله برگرفته از پایان نامه کارشناسی ارشد است. بدین وسیله از تمامی افرادی که ما را در انجام این پژوهش یاری نمودند تشکر و قدردانی می گردد.

## منابع و مراجع

۱. حسن پور، داود؛ یزدانی، حمیدرضا (۱۳۹۱). بررسی ارتباط بین ارزش افزوده سرمایه فکری و عملکرد مالی، اقتصادی و بازار سهام شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار ایران، مجله بررسی های حسابداری و حسابرسی، شماره ۷۰، ۱۵-۳۲.
۲. حسین زاده، جواد؛ علایی، صابر (۱۴۰۰). کارکرد و ماهیت حقوقی عملکرد شرکت سپرده گذاری مرکز اوراق بهادار و تسویه وجوه، مجله دیدگاه های حقوق قضایی، شماره ۹۴، ۱-۲۲.
۳. خانی، ناصر؛ حاجی پور، امیر؛ احمدی، محمدرضا (۱۴۰۰). ارتباط بین سرمایه فکری و عملکرد مالی با نقش تعدیلگری استراتژی های مالی در شرکت های عضو سازمان بورس اوراق بهادار تهران، مجله رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، شماره ۸۳، ۲۸۰-۲۹۶.
۴. رضازاده، مریم و سلطانی، حسن (۱۳۹۵). رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی در شرکت های عضو بورس اوراق بهادار تهران واقع در استان فارس، پنجمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت و دومین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری های باز، تهران.
۵. سیف هاشمی، سیده ناظره (۱۳۹۵). بررسی مسئولیت اجتماعی شرکتها، پنجمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت و دومین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری های باز، تهران.
۶. شمس، شهاب الدین؛ خلیلی، مهدی (۱۳۹۰). بررسی رابطه سرمایه فکری و عملکرد مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار، مجله چشم انداز مدیریت مالی، شماره یک، ۲۴-۳۸.
۷. طالشی، امیررضا (۱۳۹۸). تاثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد شرکت، پنجمین کنفرانس بین المللی علوم مدیریت و حسابداری، تهران.
۸. عقیقی، محمد و امامت، سیدمحمد مهدی (۱۳۹۸). اخلاق و مسئولیت اجتماعی شرکت ها، پنجمین کنفرانس بین المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب و کار، تهران.

۹. قربان نژاد اسطلکی، کامران و قربان نژاد اسطلکی، مهسا (۱۳۹۵). مسئولیت اجتماعی سازمان ها و مدیریت توسعه، دومین همایش ملی پژوهش های نوین در حوزه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی ایران، قم.

۱۰. کریمی نانی، فاطمه (۱۳۹۹). بررسی تاثیر کسب و کار الکترونیک بر عملکرد شرکت های دانش بنیان، همایش بهبود و بازسازی سازمان ها و کسب و کارها، دوره اول، ۲۷۶۵-۲۷۸۳.

۱۱. محمدی ثانی، زهرا (۱۳۹۹). مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان ها، هفتمین کنفرانس بین المللی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی در ایران، تهران.

۱۲. نوری نسب، محبوبه و علیان، حسین (۱۳۹۲). مسئولیت اجتماعی و اخلاق، دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی، قم.

13. Birasnav, S., Rangnekar, S. and Dalpati, A. (2011), "Transformational leadership and human capital benefits: the role of knowledge management", *Leadership and Organization Development Journal*, Vol. 32 No. 2, pp. 106-126.

۱۴. Bontis, N. (۱۹۹۶). There's a price on your head: managing intellectual capital strategically. *Business Quarterly*, 1(6), 44e47.

۱۵. C. R. (۲۰۰۵). Social responsibility of business enterprises. New Delhi: New Century Publications.

۱۶. Chahal, H. and Bakshi, P. (۲۰۱۵), "Examining intellectual capital and competitive advantage relationship: role of innovation and organizational learning", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 33 No. 3, pp. 376-399.

۱۷. Chaharbaghi, K., & Cripps, S. (۲۰۰۶). Intellectual capital: Direction, not blind faith. *Journal of Intellectual Capital*, 7(1), 29e42.

۱۸. Chaharbaghi, K., & Cripps, S. (۲۰۰۶). Intellectual capital: Direction, not blind faith. *Journal of Intellectual Capital*, 7(1), 29e42.

۱۹. Jain, P., Vyas, V., & Roy, A. (۲۰۱۷). Exploring the mediating role of intellectual capital and competitive advantage on the relation between CSR and financial performance in SMEs. *Social Responsibility Journal*, 13(1), ۱e۲۳.

۲۰. Rehman, A., Baloch, Q., & Sethi, S. (۲۰۱۵). Understanding the relationship between firm's corporate social responsibility and financial performance: Empirical analysis. *Abasyn Journal of Social Sciences*, 8(1), ۹۸e۱۰۷.

21. Shahzad F, Baig M H, Rehman I U, Saeed A, Asim G A, (2021). Does intellectual capital efficiency explain corporate social responsibility engagement-firm performance relationship? Evidence from environmental, social and governance performance of US listed firms, *Borsa \_Istanbul Review*.

۲۲. Stewart, T. (۱۹۹۷). Intellectual capital: The new wealth of organizations (Vol. ۳۷). New York, NY: Doubleday/Currency. No. 7, pp. 56-59.