بررسی تاثیر مسئولیت پذیری اجتماعی بر حاکمیت سازمانی

(مطالعه موردی : بانک قرض الحسنه مهر استان تهران)

حامد یار احمدی[۱]، حمیدرضا یار احمدی، زهرا شیرازیان، شیوا بارانی، زهره ترکاشوند

۱. گروه مدیریت ، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر، ملایر، ایران

چکیده

هدف این پژوهش بررسی تاثیر مسئولیت پذیری اجتماعی بانک بر حاکمیت سازمانی (مورد مطالعه : بانک قرض الحسنه مهر ایران) بود. برای نیل به این هدف، پس از مطالعه و بررسی یافته‌های پژوهش‌های پیشین در قالب مبانی تئوریک تحقیق، چارچوب مورد نظر ارائه شد. روش پژوهش حاضر به لحاظ هدف از نوع کاربردی و از نظر گردآوری داده‌ها در زمره تحقیقات همبستگی- پیمایشی محسوب می‌شود. به منظور بررسی میدانی در تحقیق حاضر، از جامعه آماری شامل تمامی کارکنان بانک قرض الحسنه مهر استان تهران ۱۰۰ نفر هستند استفاده شده است. برای جامعه نمونه نیز با توجه به فرمول کوکران تعداد ۷۹ نفر انتخاب شد. ابزار گردآوری اطلاعات علاوه بر مطالعات کتابخانه ای، پرسشنامه است که روایی آن توسط خبرگان و پایایی آن از طریق روش آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفت. برای تحلیل ابعاد چارچوب مفهومی‌جهت سنجش رابطه از ضریب همبستگی پیرسون، جهت سنجش تاثیر متغیرها از تحلیل رگرسیون استفاده شد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که مسئولیت پذیری اجتماعی بانک بر حاکمیت سازمانی در شعب بانک قرض الحسنه تهران تاثیر معناداری وجود دارد.

واژگان کلیدی: مسئولیت پذیری اجتماعی، حاکمیت سازمانی، بانک قرض الحسنه مهر ایران

مقدمه

بانک ها به عنوان مهمترین موسسات اقتصادی جامعه و اصیل ترین شق بازار پول در اقتصاد، وظیفه مدیریت و نقدینگی و هدایت و کانالیزه کردن آن را به سمت فعالیت های مولد و سرمایه گذاری دارا می باشند، به طوری که اهم نقدینگی اقتصاد جامعه باید توسط نظام بانکی کشور برای سرمایه گذاری در بخش های مختلف اقتصادی هدایت و مدیریت شود(عرفانی و همتی، ۱۳۹۳: ۶۴).بانک ها به مسئولیت پذیری اجتماعی از منظر حرکت در جهت توسعه پایدار نگاه می کنند، در واقع مسئولیت پذیری اجتماعی را نوعی استراتژی تجاری می بینند که باعث افزایش اعتبار آنها در بازارهای رقابتی می شود.به همین دلیل است که امروزه در جهان رقابت موضوع مسئولیت پذیری اجتماعی به پارادایمی غالب تبدیل شده است(دریایی و پاکدل،۱۳۹۲).

حاکمیت سازمانی، از مهمترین بخشهایی است که در هر سازمانی وجود دارد. در واقع حاکمیت سازمانی، سیستمی است که چگونگی رهبری و کنترل سازمان را بیان می کند(Khanchel,2007) . شناخت امور حاکمیت سازمانی تعاریف تفاوت و زیادی دارند و البته این تفاوتها به پیشینه تعریف کننده هم بستگی دارد، برای مثال یک تعریف بسیط ارائه شده توسط شلیفر و ویشنی عبارت است حاکمیت سازمانی با راههایی از اینکه؛ روبه رو می شود که تامین کنندگان مالی سازمانها با استفاده از آنها بازگشت سرمایه های خود را تضمین می کنند. طی چند دهه گذشته مسئولیت پذیری اجتماعی اهمیت ویژه ای پیدا کرده است. این مفهوم، قویترین و بحرانی ترین بخش در سامانه بانکداری است که، بانکداری غیرقانونی را منع میکند . بنابراین بانکهای سراسر جهان برای اثبات ادعای خود نسبت به پیروی از مسئولیت پذیری اجتماعی، باید به ایفای مسئولیتهای اجتماعی خود همت گمارند .در واقع، ایفای مسئولیتهای اجتماعی به جای اینکه صرفا در جهت منافع بانکها یا به دلیل الزامات قانونی باشد به منظور رفاه اجتماعی انجام میشود .بنابراین بانکهای اسلامی نسبت به فعالیتهای اجتماعی و در سطح جهانی و منطقه ای تعهد دارند(دیوساکی و عبدالله،۲۰۰۷). قوانین و مقررات حاکمیت سازمانی، اعضای هیئت مدیره، را در قبال عملکرد سازمان، پاسخگو دانسته است. اعضای هیئت مدیره در جهت اداره و کنترل این موارد نشان می دهند که مدیران ارشد اجرایی و هیئت مدیره در برابر تصمیمها و فعالیتهای خود مسئول و جوابگو هستند. در سازمانهای امروزی ترغیب استقلال و خودگرایی به عنوان جایگزینی برای قانونگذاری، به واسطه یک سیستم بهبود یافته حاکمیت سازمانی، ضروری است.

در این پژوهش سعی می شود تا با استفاده از ادبیات موجود ابتدا متغیرهای مسئولیت پذیری اجتماعی حاکمیت سازمانی مطالعه و سپس مورد آزمون قرار گیرد و به تعیین ارتباط بین این متغیرها پرداخت و در نهایت به این نتیجه برسیم که این متغیرها تا چه اندازه می توانند به طور موثری باعث تغییر شوند؟به نظر می رسد ارائه پژوهشی که بتواند تاثیر مسئولیت پذیری اجتماعی بانک بر حاکمیت سازمانی را اندازه گیری نماید مفید واقع شود و نتایج حاصل از آن با اهمیت باشد.

مبانی نظری

مسئولیت پذیری

ویلیام گلاسر در تئوری انتخاب خود می گوید با دلایل بسیار روشن ما هر کاری را که انجام می دهیم انتخاب خودمان است که شامل احساس بدبختی ما نیز می شود دیگران نه می توانند ما را بدبخت کنند نه خوشبخت. ما بیش از آنکه تصور کنیم کنترل حیات خود را در دست داریم نظریه انتخاب معتقد است که ایجاد روابط درست با افراد و پذیرش حس مسئولیت مبتنی بر تصمیم گیریهای مورد نظر افراد می تواند از کنترل های بیرونی کاسته و به فرد کمک می کند بر خود مسلط بوده و مسئولیت اعمال خود را بپذیرد(گلاسر،ترجمه رحمانیان،۱۳۸۵). بر اساس نظریه گاف[1] (۱۹۶۸)

ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی

کارول زمینه های مختلفی از مسئولیت پذیری اجتماعی رابه منظور ارائه یک مدل با هم ترکیب کرد . وی مسئولیت های اجتماعی هر سازمان را در چهار بعد مطرح کرد که عبارتند از: مسئولیت اقتصادی، قانونی ،اخلاقی و اجتماعی . کارول مدل رده های مسئولیت پذیری اجتماعی را در سال ۱۹۹۱ وقتی که او هرم مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان را پیشنهاد داد، بهبود بخشید. در زیر به شرح این ابعاد می پردازیم.

مسئولیت اقتصادی

مسئولیت اقتصادی پایه و اساس همه ابعاد در هرم مسئولیت پذیری اجتماعی توصیف می شود زیرا همه مسئولیت های کسب و کاری دیگر بر پیش بینی های مسئولیت های اقتصادی نهاده شده است نقش مدیران در اینجا این است که امین و معتمد اعضای سازمان در مورد سرمایه آنها باشند بنابراین مسئولیت اقتصادی

1. Gaff

این است که از طریق تولید با کیفیت خوب و قیمت منصفانه برای مصرف کننده ، سود آوری سرمایه ها را در پی داشته است(فلیزوز و فیسن[1]،۲۰۱۱)

مسئولیت قانونی

مسئولیت قانونی از سازمان انتظار داردکه مأموریت های اقتصادی خود را در چارچوب قانون پیگیری کند مسئولیت قانونی به عنوان لایحه دوم از هرم مسئولیت پذیری اجتماعی مطرح شده است از این رو قوانینی برای کنترل کسب و کارها تصویب می شود قوانینی همچون قانون کار و تأمین اجتماعی ،قانون ایمنی و سلامت کار ، قانون ضد فساد اقتصادی یا حفظ محیط زیست و ... در زمره این قوانین جا می گیرد(فلیزوز و فیسن ،۲۰۱۱)

مسئولیت اخلاقی

مسئولیت اخلاقی به عنوان انتظارات جامعه از سازمان مبنی بر اینکه ارزش ها و هنجارهای جامعه را مدنظر داشته باشد و به آنها احترام بگذارد توصیف می شود و فراتر از چهارچوب قوانین مکتوب است مسئولیت های اخلاقی پایبندی به اصول اخلاقی ، انجام کارهای درست ،عدالت، انصاف و احترام به حقوق مردم را در بر می گیرد مظهر مسئولیت های اخلاقی ، استانداردها، هنجارها و یا انتظارات است که منعکس کننده برای همه افراد جامعه چه مصرف کننده ، کارکنان و سهامداران مبنی بر عادلانه رفتار شدن با آنهاست. (فلیزوز و فیسن،۲۰۱۱)

مسئولیت اجتماعی

مسئولیت اجتماعی که فعالیت های بشر دوستانه را درخواست می کند و تلاشی داوطلبانه از سوی سازمان به منظور رسیدگی و مسائل و معضلات جامعه است بعد اجتماعی مجموعه وظایف و تعهداتی را در بر میگیرد که سازمان ها باید در جهت حفظ و کمک به جامعه با نگرش همه جانبه و رعایت حفظ وحدت و مصالح عمومی کشور انجام دهدتعریف کارول از این مؤلفه این است که سازمان با انواع فعالیت ها، از معضلات جامعه بکاهد و کیفیت زندگی مردم را بهبود بخشد (فلیزوز و فیسن،۲۰۱۱).

1. Filizoz & Fisne

حاکمیت سازمانی

حاکمیت سازمانی، از مهمترین بخشهایی است که در هر سازمانی وجود دارد. در واقع حاکمیت سازمانی، سیستمی است که چگونگی رهبری و کنترل سازمان را بیان می کند(Khanchel,2007)شناخت امور حاکمیت سازمانی تعاریف تفاوت و زیادی دارند و البته این تفاوتها به پیشینه تعریف کننده هم بستگی دارد، برای مثال یک تعریف بسیط ارائه شده توسط شلیفر و ویشنی عبارت است حاکمیت سازمانی با راههایی از اینکه؛ روبه رو می شود که تامین کنندگان مالی سازمانها با استفاده از آنها بازگشت سرمایه های خود را تضمین می کنند. و تعریف (که دست کم OECD بهبود یافته ای از این را که حاکمیت فراتر از اتاق هیئت مدیره می رود، به رسمیت شناخته است) می گوید: حاکمیت سازمانی سیستمی است که توسط آن شرکتهای تجاری هدایت و کنترل می شوند. ساختار حاکمیت سازمانی توزیع حقوق و مسئولیت ها در بین شرکای مختلف در شرکت مثل هیئت مدیره، مدیران ، سهامداران ، و سایر دارندگان سهم را مشخص می کند و به طرح رویه ها برای تصمیم سازی در امور شرکت، کمک میکند.

سطوح مسئولیت پذیری

در بحث اخلاقیات کار سؤالی وجود دارد در خصوص ماهیت افرادی که باید مسئولیت پذیر باشند . از یک طرف کارکنان و مدیران یک سازمان مسئول انجام دادن کارها هستند از سوی دیگر ، علاوه بر اینکه افراد باید مسئولیت پذیری در سطح جمعی را از مسئولیت پذیری در سطح فردی متمایز نمود در این خصوص نیز باید سطوح مختلفی را در نظر داشت از جمله یک گروه،یک واحد سازمانی، یک واحد تجاری یا یک سازمان بطور کل. در ادبیات مربوط به مسئولیت پذیری سازمانی، توجه زیادی به این مسأله شده است که آیا یک واحد انتزاعی و مجرد مانند یک سازمان می تواند مسئولیت پذیر باشد؟نقطه آغاز این بحث آن است که در واقع یک سازمان هیچ گونه احساسی ویا هیچ گونه آگاهی و اختیاری ندارد وبه خودی خود نمی تواند فعالیت نماید و ارزش ها را درک و مورد سنجش قرار دهد بر این مبنا که ورهان بحث می کند که عمل سازمانها صرفاً مفهومی ثانویه و فرعی و صنفی دارد در سازمانها عاملان اصلی انسانها هستند که در جهت مقاصد سازمان فعالیت میکنند لذا علل فعالیتها توسط سازمان مشخص می شوند(ورهان،۱۹۸۹: ۱۱۲).از این دیدگاه اقدامات سازمانی ثانویه و فرعی تلقی می شوند زیرا از طریق فرمانها، اهداف و جهت گیری های سازمان مشروعیت می یابند در مقابل فرنچ[۳] با استفاده از منطقی مشابه بر اهمیت ساختار رسمی تصمیم گیری و قواعد شناخته شده تأکید می کند این قواعد بر منافع سازمانی تأکید می کند بنابر این یک سازمان

1. French

دارای تمایلات خاص خود ، سوای تمایلات کارکنان می باشد لذا توانایی یک جمع برای رفتار مسئولانه، به ماهیت توانایی یک فرد انسانی بستگی دارد.(فرنچ،۱۹۸۴: ۱۵۲).

درست همانند تمایلات فردی ،تمایلات یک سازمان هم می تواند موجب بر انگیختن رفتار مسئولانه شود و یا از آن ممانعت بعمل آورد . هر چند تفاوت مهمی بین فعالیت های فردی و فعالیت های جمعی وجود دارد . زمانی که یک فرد عملی را انجام می دهد می تواند تصمیم بگیرد که مسئولانه عمل بکند یا غیر مسئولانه. اما در خصوص فعالیت های جمعی این مطلب چندان صادق نیست. زمانی که افراد با هم کار می کنند ممکن است به رغم اینکه تمامی افراد کار و وظایف مورد نظر را انجام می دهند نتیجه مطلوب حاصل نگردد.درفعالیتهای جمعی این پیش شرط که فعالیت ها هم جهت با تمایلات افراد است چندان اعتبار ندارد.(فیشرو نیجهوف، ۲۰۰۵ : ۱۵۹).در عوض مدیریت سازمان مسئولیت دارد فرآیندها را به نحوی سازماندهی نماید که تک تک کارکنان بتوانند فراسوی اقدامات خویش را ببینند و در نتیجه بتوانند از اقدام غیر مسئولانه جلو گیری نمایند.

پیشینه تحقیق

ردیده و ال اعظم (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان "استفاده از مسئولیت اجتماعی در بانک اردن و تاثیر آن بر ویژگی های رقابتی از نقطه نظر کارکنان بانک ها" نشان دادند که مسئولیت اجتماعی به همراه مزیت رقابتی یک موضوع مورد علاقه برای بانک ها است. همچنین نتایج نشان داد که یک رابطه بین مسئولیت اجتماعی و مزیت رقابتی در میان ریاست و شاخه مورد مطالعه وجود دارد.

تیوهین(۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان " اندازه گیری تاثیر هزینه ها مرتبط با فعالیتهای اجتماعی بر عملکرد مالی بانکهای اسلامی در بنگلادش" نشان داد هزینه های ایفای مسئولیتهای اجتماعی بر عملکرد مالی بانک های اسلامی هیچ تاثیری ندارد(تیوهین،۲۰۱۴).

موسعید و بوتی (۲۰۱۲) در پژوهشی با عنوان "رابطه مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی در بانکداری اسلامی" نشان دادند که افشای مناسبی از مسئولیت پذیری اجتماعی اسلامی در گزارشهای سالانه بانکهای اسلامی انجام نمی شود و هیچگونه رابطه معنی داری بین عملکرد مالی و شاخص افشای مسئولیتپذیری اجتماعی اسلامی در این بانکها نیست.

حساس یگانه (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان " نقش هیئت مدیره در حاکمیت سازمانی» نشان دادند که با بررسی ۳۸ سازمان خدمات مالی در بورس اوراق بهادار نیجریه برای دوره ۲۰۰۴ – ۲۰۰۸ دریافتند که بین نقش هیئت مدیره و حاکمیت سازمانی ارتباط مثبتی وجود دارد.

کرمی و همکاران(۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان " ارزیابی شاخص افشای مسئولیت پذیری اجتماعی و بررسی ارتباط این شاخص با عملکرد مالی بانکها در ایران تحت رویکرد اسلامی" نشان دادند که با استفاده از تحلیل واریانس رابطه بین سطح افشای مسئولیت پذیری اجتماعی – اسلامی و عملکرد مالی بانک ها مورد مطالعه قرار گرفت. و نتایج نشان داد که بانک ها در ایران به طور مناسبی به ایفای مسئولیت های اجتماعی – اسلامی نمی پردازند و نیز ایفای این مسئولیت ها بر عملکرد مالی آنها تاثیری ندارد.

فرضیه ها

فرضیه اصلی

مسئولیت پذیری اجتماعی بر حاکمیت سازمانی بانک قرض الحسنه مهر استان تهران تاثیر دارد.

فرضیه های فرعی

مسئولیت اقتصادی بر حاکمیت سازمانی بانک قرض الحسنه مهر استان تهران تاثیر دارد.

مسئولیت قانونی بر حاکمیت سازمانی بانک قرض الحسنه مهر استان تهران تاثیر دارد.

مسئولیت اخلاقی بر حاکمیت سازمانی بانک قرض الحسنه مهر استان تهران تاثیر دارد.

مسئولیت انسان دوستانه بر حاکمیت سازمانی بانک قرض الحسنه مهر استان تهران تاثیر دارد.

روش شناسی تحقیق

روش تحقیق برحسب هدف کاربردی می باشد،جامعه آماری کارکنان بانک قرض الحسنه مهر استان تهران می باشد که تعداد آنها ۱۰۰ نفر ، که با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه ۷۹ نفر بدست آمده است.ابزار جمع آوری داده ها پرسشنامه که روایی آن توسط خبرگان این حوزه تایید و پایایی آن ۹۱ درصد بدست آمده است برای تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون کلموگروف - اسمیرنوف برای نرمال بودن داده ها، آزمون همبستگی پیرسون برای سنجش رابطه و از تحلیل رگرسیون برای تعیین تاثیر بین متغیرها در محیط نرم افزاری spss استفاده گردید.

آزمون نرمال بودن داده‌ها

برای بررسی نرمال بودن توزیع متغیرها از آزمون کلموگروف - اسمیرنوف استفاده کرده‌ایم. فرض صفر در این آزمون نرمال بودن توزیع متغیر است. اگر مقدار sig >%5 باشد فرض H_0 رد نمیشود و برعکس.

H_0: توزیع داده‌های مربوط به هر یک از متغیرها نرمال است.

H_1: توزیع داده‌های مربوط به هر یک از متغیرها نرمال نیست.

جدول۱: نتیجه آزمون نرمال بودن متغیرهای پژوهش

متغیر	سطح معناداری	میانگین	تایید فرضیه	نتیجه گیری
مسئولیت اقتصادی	۰/۰۵۴	۳/۵۴	H_0	نرمال
مسئولیت قانونی	۰/۱۵۰	۳/۴۱	H_0	نرمال
مسئولیت اخلاقی	۰/۱۵۰	۳/۳۲	H_0	نرمال
مسئولیت انسان دوستانه	۰/۳۳۴	۳/۵۰	H_0	نرمال
حاکمیت سازمانی	۰/۱۵۵	۳/۴۶	H_0	نرمال

باتوجه به نتایج جدول ۱ چون داده ها نرمال هستند از ضریب همبستگی پیرسون استفاده می‌کنیم

فرضیه اصلی

H_0: مسئولیت پذیری اجتماعی بر حاکمیت سازمانی تاثیر ندارد.

H_1: مسئولیت پذیری اجتماعی بر حاکمیت سازمانی تاثیر دارد.

جدول۲: تاثیر مسئولیت پذیری اجتماعی با حاکمیت سازمانی

آزمون	تعداد	ضریب همبستگی	سطح معناداری
پیرسون	۷۹	۰/۹۴۴	۰/۰۰۰

جدول (۲) که تاثیر مسئولیت پذیری اجتماعی بر حاکمیت سازمانی را نشان می‌دهد، چون مقدار sig=۰/۰۰۰ کمتر از مقدار معین p=۰/۰۵ می‌باشد، در نتیجه رابطه آماری معنی‌داری بین مسئولیت پذیری اجتماعی با حاکمیت سازمانی وجود دارد در نتیجه فرض H_0 رد می‌شود و چون مقدار ضریب همبستگی R =۰/۹۴۴ می‌باشد، که با توجه به مقدار و علامت مثبت ضریب همبستگی داده شده در جدول، این رابطه مستقیم و مثبت و قوی می‌باشد.

فرضیه فرعی اول

H_0: مسئولیت اقتصادی بر حاکمیت سازمانی بانک قرض الحسنه مهر استان تهران تاثیر ندارد.

H_1: مسئولیت اقتصادی بر حاکمیت سازمانی بانک قرض الحسنه مهر استان تهران تاثیر دارد

جدول۳: تاثیر مسئولیت اقتصادی بر حاکمیت سازمانی

آزمون	تعداد	ضریب همبستگی	سطح معناداری
پیرسون	۷۹	۰/۷۹۳	۰/۰۰۰

جدول (۳) که تاثیر مسئولیت اقتصادی بر حاکمیت سازمانی را نشان می‌دهد، چون مقدار sig=۰/۰۰۰ کمتر از مقدار معین p=۰/۰۵ می‌باشد، در نتیجه رابطه آماری معنی‌داری بین مسئولیت اقتصادی بر حاکمیت سازمانی وجود دارد در نتیجه فرض H_o رد می‌شود و چون مقدار ضریب همبستگی R =۰/۷۹۳ می‌باشد، که با توجه به مقدار و علامت مثبت ضریب همبستگی داده شده در جدول، این رابطه مستقیم و مثبت و قوی می‌باشد.

فرضیه فرعی دوم

H_0: مسئولیت قانونی بر حاکمیت سازمانی بانک قرض الحسنه مهر استان تهران تاثیر ندارد.

H_1: مسئولیت قانونی بر حاکمیت سازمانی بانک قرض الحسنه مهر استان تهران تاثیر دارد.

جدول۴ : تاثیر مسئولیت قانونی بر حاکمیت سازمانی

آزمون	تعداد	ضریب همبستگی	سطح معناداری
پیرسون	۷۹	۰/۸۳۶	۰/۰۰۰

جدول (۴) که تاثیر مسئولیت قانونی بر حاکمیت سازمانی را نشان می‌دهد، چون مقدار sig=۰/۰۰۰ کمتر از مقدار معین p=۰/۰۵ می‌باشد، در نتیجه رابطه آماری معنی‌داری بین مسئولیت قانونی بر حاکمیت سازمانی وجود دارد در نتیجه فرض H_o رد می‌شود و چون مقدار ضریب همبستگی R =۰/۸۳۶ می‌باشد، که با توجه به مقدار و علامت مثبت ضریب همبستگی داده شده در جدول، این رابطه مستقیم و مثبت و قوی می‌باشد.

فرضیه فرعی سوم

H_0: مسئولیت اخلاقی بر حاکمیت سازمانی بانک قرض الحسنه مهر استان تهران تاثیر ندارد.

H_1: مسئولیت اخلاقی بر حاکمیت سازمانی بانک قرض الحسنه مهر استان تهران تاثیر دارد.

جدول۵ : تاثیر مسئولیت اخلاقی بر حاکمیت سازمانی

آزمون	تعداد	ضریب همبستگی	سطح معناداری
پیرسون	۷۹	۰/۷۷۴	۰/۰۰۰

جدول (۵) که تاثیر مسئولیت اخلاقی بر حاکمیت سازمانی را نشان می‌دهد، چون مقدار sig=۰/۰۰۰ کمتر از مقدار معین p=۰/۰۵ می‌باشد، در نتیجه رابطه آماری معنی‌داری بین مسئولیت اخلاقی بر حاکمیت سازمانی وجود دارد در نتیجه فرض H_o رد می‌شود و چون مقدار ضریب همبستگی R =۰/۷۷۴ می‌باشد، که با توجه به مقدار و علامت مثبت ضریب همبستگی داده شده در جدول، این رابطه مستقیم و مثبت و قوی می‌باشد.

فرضیه فرعی چهارم

H_0: مسئولیت انسان دوستانه بر حاکمیت سازمانی بانک قرض الحسنه مهر استان تهران تاثیر ندارد.

H_1: مسئولیت انسان دوستانه بر حاکمیت سازمانی بانک قرض الحسنه مهر استان تهران تاثیر دارد.

جدول۶: تاثیر مسئولیت انسان دوستانه بر حاکمیت سازمانی

آزمون	تعداد	ضریب همبستگی	سطح معناداری
پیرسون	۷۹	۰/۷۵۹	۰/۰۰۰

جدول (۶) که تاثیر مسئولیت انسان دوستانه بر حاکمیت سازمانی را نشان می‌دهد، چون مقدار sig=۰/۰۰۰ کمتر از مقدار معین p=۰/۰۵ می‌باشد، در نتیجه رابطه آماری معنی‌داری بین مسئولیت انسان دوستانه بر حاکمیت سازمانی وجود دارد در نتیجه فرض H_o رد می‌شود و چون مقدار ضریب همبستگی R =۰/۷۵۹ می‌باشد، که با توجه به مقدار و علامت مثبت ضریب همبستگی داده شده در جدول، این رابطه مستقیم و مثبت و قوی می‌باشد.

نتیجه گیری

نتایج بدست آمده از فرضیه اصلی

پس از تجزیه و تحلیل فرضیه اصلی در نهایت این فرضیه تایید شد به عبارتی با توجه به مقدار سطح معناداری Sig= ۰/۰۰۰ کمتر از ۰/۰۱ می‌باشد و چون علامت ضریب B مثبت است تأثیر مثبت دارد و ضریب B نشان می‌دهد بین مسئولیت پذیری اجتماعی بر حاکمیت سازمانی رابطه معناداری وجود دارد نتایج حاصل از این تحقیق با نتایج تحقیقات زندی و همکاران(۱۳۹۴)، یوسفی شیخ رباط و خبره(۱۳۹۲)، ابا و فودیو(۲۰۱۲) همسو می باشد.

نتایج بدست آمده از فرضیه فرعی اول

پس از تجزیه و تحلیل فرضیه فرعی اول در نهایت این فرضیه تایید شد به عبارتی با توجه به مقدار سطح معناداری Sig= ۰/۰۰۰ کمتر از ۰/۰۱ می‌باشد و چون علامت ضریب B مثبت است تأثیر مثبت دارد و ضریب B نشان می‌دهد بین مسئولیت اقتصادی بر حاکمیت سازمانی بانک رابطه معناداری وجود دارد نتایج حاصل از این تحقیق با نتایج تحقیقات زندی و همکاران(۱۳۹۴)، یوسفی شیخ رباط و خبره(۱۳۹۲)، ابا و فودیو(۲۰۱۲) همسو می باشد.

نتایج بدست آمده از فرضیه فرعی دوم

پس از تجزیه و تحلیل فرضیه فرعی دوم در نهایت این فرضیه تایید شد به عبارتی با توجه به مقدار سطح معناداری Sig= ۰/۰۰۰ کمتر از ۰/۰۱ می‌باشد و چون علامت ضریب B مثبت است تأثیر مثبت دارد و ضریب B نشان می‌دهد بین مسئولیت قانونی بر حاکمیت سازمانی بانک رابطه معناداری وجود دارد نتایج حاصل از این تحقیق با نتایج تحقیقات زندی و همکاران(۱۳۹۴)، یوسفی شیخ رباط و خبره(۱۳۹۲)، ابا و فودیو(۲۰۱۲) همسو می باشد.

نتایج بدست آمده از فرضیه فرعی سوم

پس از تجزیه و تحلیل فرضیه فرعی سوم در نهایت این فرضیه تایید شد به عبارتی با توجه به مقدار سطح معناداری Sig= ۰/۰۰۰ کمتر از ۰/۰۱ می‌باشد و چون علامت ضریب B مثبت است تأثیر مثبت دارد و ضریب B نشان می‌دهد بین مسئولیت اخلاقی بر حاکمیت سازمانی بانک رابطه معناداری وجود دارد نتایج حاصل از این تحقیق با نتایج تحقیقات زندی و همکاران(۱۳۹۴)، یوسفی شیخ رباط و خبره(۱۳۹۲)، ابا و فودیو(۲۰۱۲) همسو می باشد.

نتایج بدست آمده از فرضیه فرعی چهارم

پس از تجزیه و تحلیل فرضیه فرعی چهارم در نهایت این فرضیه تایید شد به عبارتی با توجه به مقدار سطح معناداری Sig= ۰/۰۰۰ کمتر از ۰/۰۱ می‌باشد و چون علامت ضریب B مثبت است تأثیر مثبت دارد و ضریب B نشان می‌دهد بین مسئولیت انسان دوستانه بر حاکمیت سازمانی بانک رابطه معناداری وجود دارد نتایج حاصل از این تحقیق با نتایج تحقیقات زندی و همکاران(۱۳۹۴)، یوسفی شیخ رباط و خبره(۱۳۹۲)، ابا و فودیو(۲۰۱۲) همسو می باشد.

پیشنهادات

نتایج این تحقیق در وهله نخست مورد استفاده بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران قرار بگیرد با توجه به اینکه بانک ها در ایران ، سطح مناسبی از مسئولیت پذیری اجتماعی را در گزارش های خود افشا نمی کنند بانک مرکزی باید به تدوین الزاماتی مناسب در جهت تطبیق قانون بانکداری با حاکمیت سازمانی بپردازد.

بایستی مسئولان بانک در تقویت مسئولیت پذیری از راه های نظیر آموزش های اخلاقی از طرف مسئولان توجه ویژه مبذول دارند.

یکی از راه های افزایش حس مسئولیت پذیری در افراد سازمان این است که افراد بالا سری به مسئولیت خود در قبال افراد زیر مجموعه به خوبی عمل کنند از آنجا که افراد بالاسری همیشه الگوی بقیه افراد هستند این عمل آنها باعث می شود که بقیه افراد با الگو برداری از آنها به مسئولیت اجتماعی خود به خوبی عمل کنند.

منابع

حسن زاده، ر. (۱۳۸۷). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری، تهران: انتشارات ساوالان.

دانایی‌فرد، ح؛ الوانی، م و آذر، ع (۱۳۸۹). روش شناسی پژوهش کمی در مدیریت: رویکردی جامع، تهران: انتشارات صفار.

دریایی، ع، پاکدل، ع (۱۳۹۲). توسعه پایدار پیام های حسابداری و بازاریابی سبز و مسئولیت پذیری اجتماعی با تاکید بر راهبرد شرکتی، دانش و پژوهش حسابداری، شماره۳۲.

رضایی، احمدعلی (۱۳۹۴). جایگزین های شرعی برای معاملات ربوی: گامی به سوی بانکداری اسلامی، مجله اقتصادی، ۷ و ۸، ۹۲-۸۱.

زندی، خ، موسوی جد، م، سیف پناهی، ح، راستاد، آ (۱۳۹۴). رابطه رهبری اخلاقی و مسئولیت پذیری اجتماعی، جامعه شناسی کاربردی، سال بیست و ششم، شماره چهارم، ۲۱۲-۲۲۳.

شجری، پرستو (۱۳۸۹). چشم انداز بانکداری اسلامی، تازه های اقتصاد، ۱۳۰، ۸۷-۹۶.

کرمی، غ، زهره، ق، ابراهیمی کردلر، ع (۱۳۹۳). ارزیابی شاخص افشای مسئولیت پذیری اجتماعی و بررسی ارتباط این شاخص با عملکرد مالی بانکها در ایران تحت رویکرد اسلامی، دوفصلنامه علمی پژوهشی مدیریت اسلامی، سال ۲۲، شماره۲، ۱۴۹-۱۳۱.

Dusuki, A. and Abdullah, N. (2007). Why do Malaysia customers patronise Islamic banks. International Journal of Bank marketing, 25 (3), pp. 142-160.

Oba, V.C; Fodio, M.I. and Soje, B. (2012). Value Relevance of Environmental Responsibility Information Disclosure in Nigeria. Acta Universitatis Danubius Economica, Vol.8,No.6 pp.100-113

Tuhin, M.H. 2014. Dose Corporate Social Responsibility Expenditure Affect Financial Performance of Islamic Banks in Bangladesh?. Middle East Journal of Business.

Zubairu, U.M. & et.al. (2012). Evaluation of Social Reporting Practices of Islamic Banks in Saudi Arabia. Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies.