

بررسی میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی زنان در مقایسه با مردان (مطالعه موردی: کارکنان مالی شهر شیراز)

سیده زینب قائمی باب‌اناری^{۱*} و محمدرضا میگون‌پوری^۲

۱. کارشناس ارشد حسابداری، مؤسسه آموزش عالی حافظ، شیراز، ایران.

sz.ghaemi2020@gmail.com

۲. استادیار دانشکده‌ی کارآفرینی دانشگاه تهران

meigounpoory@ut.ac.ir

تاریخ پذیرش: [۹۸/۱۲/۱۴]

تاریخ دریافت: [۹۸/۸/۱]

چکیده

مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان که موضوع حساسیت‌برانگیز و رو به توجه در سال‌های اخیر بوده، عامل اساسی بقای هر سازمان محسوب می‌شود. خصوصیات جمعیت‌شناختی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی تأثیرگذار می‌باشد. پژوهش حاضر با هدف بررسی میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی زنان در مقایسه با مردان در میان کارکنان مالی شهر شیراز انجام شد. روش پژوهش حاضر براساس هدف از نوع تحقیقات کاربردی، به لحاظ شیوه گردآوری اطلاعات پیمایشی بوده و جامعه آماری شامل کارکنان مالی شهر شیراز در سال ۱۳۹۸ بود. حجم نمونه پژوهش، به تعداد ۹۶ نفر تعیین گردید. برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه دو قسمتی شامل پرسشنامه جمعیت‌شناختی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارول (۱۹۹۱) استفاده شد. در این مطالعه روایی و پایایی پرسشنامه تأیید و پایایی پرسشنامه به روش آلفای کرونباخ سنجیده شد. جهت بررسی متغیرها از آزمون تفاوت میانگین (T مستقل) و تحلیل واریانس یک‌طرفه (ANOVA) استفاده شده و داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۲، تجزیه و تحلیل گردید. یافته‌های پژوهش نشان داد که میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان مالی شهر شیراز بیشتر از حد متوسط می‌باشد. علاوه بر این یافته‌های پژوهش نشان داد که بین میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی با متغیرهای جنسیت و تحصیلات تفاوت معناداری وجود دارد. به طوری که میزان گرایش زنان به مسئولیت‌پذیری اجتماعی بیشتر از مردان می‌باشد و در نتیجه آن‌ها در مواجهه با مشکلات، تصمیمات مسئولانه‌تری می‌گیرند و میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی در بین کارکنان مالی دارای مدرک کارشناسی ارشد و دکتری به طور معنی‌داری بیشتر از کارکنان مالی دارای مدرک کاردانی و کارشناسی است. همچنین نتایج نشان‌دهنده آن است که تحصیلات در دو گروه مردان و زنان تفاوت دارد به طوری که میانگین گروه زنان بزرگتر از میانگین گروه مردان است. اما بین میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی با وضعیت تأهل، سابقه کار و سن تفاوت معناداری وجود ندارد.

واژگان کلیدی: مسئولیت‌پذیری اجتماعی، مشخصات جمعیت‌شناختی، کارکنان مالی، زنان.

مقدمه و بیان مسئله

امروزه محیط کاری در حال تغییر است؛ حرفه حسابداری همانند هر حرفه دیگر تحت تأثیر ارزش‌ها و ویژگی‌های اجتماعی، فرهنگی و اخلاقی جوامع است (معیدفر، ۱۳۸۵). متأسفانه در حرفه‌هایی از جمله حسابداری و حسابرسی، اعضای حرفه‌ای با دوره‌های اخلاقی بسیاری مواجه می‌شوند که تصمیم‌گیری برای استفاده از موقعیت پیش‌آمده به نفع خود یا به نفع جامعه، آنان را با معضلات بسیاری مواجه می‌سازد به‌خصوص در کشوری از جمله ایران، که عقاید، مذهب و فرهنگی متفاوت از سایر کشورها در آن حاکم است (براتی و همکاران، ۱۳۹۶). مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان‌ها به‌عنوان دستورالعملی برای کسب و کار اخلاقی طی سال‌های اخیر رشد فزاینده‌ای داشته است (گائو، ۲۰۱۱). موج رسوایی‌ها و فروپاشی مالی شرکت‌ها و مؤسسات بزرگ از جمله انرون، آرتور اندرسن و ورلدکام در آغاز قرن بیست و یکم، بیانگر شواهدی از رویه‌های تجاری غیراخلاقی و غیرمسئولانه از بعد اجتماعی است (حساس‌یگانه و برزگر، ۱۳۹۳). مسئولیت اجتماعی سازمان، فراتر رفتن از چارچوب حداقل الزامات قانونی است که سازمان در آن قرار دارد، در واقع مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها رویکردی متعالی به کسب و کار است که تأثیر اجتماعی یک سازمان بر جامعه را مورد توجه قرار می‌دهد (خاص‌پور و یوسفی، ۱۳۹۵). مسئولیت اجتماعی از سوی سازمان سبب افزایش مشروعیت اقدام‌های سازمانی، بهبود مزیت رقابتی شده و موفقیت سازمانی را به همراه می‌آورد (شافعی و احمدی، ۱۳۹۲). امروزه صاحب‌نظران با درک اهمیت موضوع مسئولیت‌پذیری اجتماعی، سعی می‌کنند با پرداختن به ابعاد آن، یاری‌رسان اجتماع و سازمان خود در تحقق اهداف عالی باشند (آورام و آواسیلکا، ۲۰۱۴). یکی از مسائل و مشکلات اجتماعی که طی سال‌های اخیر توجه بسیاری از صاحب‌نظران و دست‌اندرکاران جوامع مختلف را به خود جلب کرده است عدم توجه و پایبندی سازمان‌ها و مدیران به وظیفه و مسئولیت اجتماعی آن‌ها است (خاص‌پور و یوسفی، ۱۳۹۵). سازمان‌ها تأثیر عمده‌ای بر جامعه دارند؛ بنابراین فعالیت آن‌ها باید به گونه‌ای باشد که اثرات مثبت حاصل از فعالیت خود را به حداکثر و اثرات منفی آن را به حداقل برسانند و به‌عنوان تأثیرگذارترین عضو جامعه، نگران نیازها و خواسته‌های درازمدت جامعه بوده و در جهت رفع معضلات آن بکوشند. این بدان مفهوم است که سازمان‌های امروزی بایستی مسئولیت اجتماعی خود را شناخته و پذیرای آن باشند (صالحی امیری و همکاران، ۲۰۰۸). همچنین، در هر سازمانی نقش کارکنان از عوامل کلیدی در ارتقای سازمان محسوب می‌گردد (پورسلطانی زرنندی و امیرجی نقدر، ۱۳۹۲). بنابراین، با توجه به اهمیت فزاینده مسئولیت‌پذیری در حل مشکلات جوامع صنعتی کنونی، سازمان‌ها نیازمند کارکنانی مسئولیت‌پذیرند (باراکلو و همکاران، ۲۰۱۲). فعالیت‌هایی از نوع مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها تقریباً یک فرصت نایاب برای تأثیر مثبت بر افراد خصوصاً کارکنان، اعم از کارکنان فعلی سازمان و کارکنان آینده است که به سازمان ملحق می‌شوند. مسئولیت‌های اجتماعی هم‌چنین می‌تواند توانایی سازمان‌ها را در جذب و نگه‌داشتن استعدادهای برتر افزایش دهد (بامن و اسکیتیکا، ۲۰۱۲). همچنین، امروزه اهمیت پرداختن به مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی، به دلیل مسائلی هم‌چون ناکارآمدی برخی سازمان‌ها، رسوایی اخلاقی شایع در بین کارکنان و مدیران سازمان‌ها، نگرانی ناشی از جهانی شدن کاهش فاصله‌های زمانی در بین افراد و جوامع و افزایش بی‌اعتمادی و نارضایتی شغلی در میان کارکنان سازمان‌ها انکارناپذیر است (دافت، ۲۰۰۹). در مطالعات متعددی ارتباط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و خصوصیات جمعیت‌شناختی مورد مطالعه قرار گرفته است. از جمله ونگ در مطالعه خود در مورد ادراک و شروط برجسته در زمینه مسئولیت‌پذیری اجتماعی از طریق توصیف و مقایسه عوامل جمعیت‌شناختی دریافت که ارزش‌های فردی بر دیدگاه‌ها نسبت به مسئولیت اجتماعی تأثیر دارد (ونگ، ۲۰۱۱). در پژوهشی ارتباط بین متغیرهای جمعیت‌شناختی و تصمیم‌گیری اخلاقی مورد مطالعه قرار گرفت و پژوهشگران دریافتند که سن و جنسیت بر سطح اخلاقی افراد تأثیر دارد (تریسترا و همکاران، ۱۹۹۳). جان و همکاران نیمرخ جمعیت‌شناختی

1- Gao

2 Avram & Avasilcai

3 Barcloo & et al.

4 Bumann & Academy

5 Daft

6 Wang

7 Terpstra, et al.

سرمایه‌گذاران با گرایش به مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عدم گرایش به مسئولیت‌پذیری اجتماعی را مورد مطالعه قرار دادند و دریافتند بین برخی مشخصات جمعیت‌شناختی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی ارتباط وجود دارد (جان و همکاران، ۲۰۱۰).
 باتوجه به نتایج مطالعات و همچنین از آنجایی که مدیران و سازمان‌های ایرانی با مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی تا حدودی بیگانه‌اند (صنوبر و همکاران، ۱۳۸۹) و مسئولیت اجتماعی شرکت نتایج استراتژیکی برای سازمان‌ها دارد، دارای اهمیت فراوانی است (خاکسار، ۱۳۹۳) و به دلیل انجام پژوهش کمتر مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارتباط آن با مشخصات جمعیت‌شناختی در میان کارکنان مالی، در این پژوهش مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان مالی زن در مقایسه با کارکنان مالی مرد در سال ۱۳۹۸ مورد بررسی قرار گرفته است.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

مسئولیت‌پذیری اجتماعی

انسان موجودی اجتماعی است که از لحظه تولد تا آخر عمر در اجتماع به سر می‌برد و همواره در تعامل با انسان‌های دیگر است، وی همواره باید بیاموزد که چگونه در جمع زندگی کند و نیازهای خود را ارضا نماید. این امر نیازمند یک سری مهارت‌های اجتماعی است که فرد طی مراحل یادگیری و جامعه‌پذیری آن‌ها را فرا می‌گیرد و یادگیری درست آن‌ها می‌تواند به شکل‌گیری مسئولیت‌پذیری اجتماعی منجر شود (ایمان و جلاتیان بخشنده، ۱۳۸۹). مسئولیت‌پذیری اجتماعی موضوع جدیدی نیست، اما به نظر می‌رسد که افزایش علاقه در میان دانشگاهیان و دست‌اندرکاران به مسئولیت اجتماعی به خاطر منفعت‌هایی که مسئولیت اجتماعی برای اقتصاد، جامعه و محیط زیست دارد، تازه و جدید باشد (هندرسون، ۲۰۰۷). مسئولیت‌پذیری اجتماعی با نام‌هایی هم‌چون وجدان سازمان، عملکرد اجتماعی، کسب و کار مسئول و پایدار، مسئولیت شهروندی و پاسخگویی اجتماعی سازمان شناخته می‌شود (پوپ و همکاران، ۲۰۱۱). مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان که موضوع حساسیت‌برانگیز و رو به توجه در سال‌های اخیر بوده، عامل اساسی بقای هر سازمان محسوب می‌شود (رویایی و مهردوست، ۱۳۸۸). در یک محیط پویا، به مسئولیت‌پذیری اجتماعی به عنوان یکی از فعالیت‌های استراتژیک کسب و کار نگریسته می‌شود (کو و همکاران، ۲۰۱۳). مسئولیت‌پذیری اجتماعی یک استراتژی مقابله‌ای برای پاسخگویی به نگرانی‌های اجتماعی، زیست محیطی و توسعه پایدار است (نیکولا، ۲۰۰۸؛ فلیزوز و فیسن، ۲۰۱۱؛ هدیگر، ۲۰۱۰). به عبارت دیگر، مسئولیت اجتماعی به‌عنوان یک سازوکار برای تحریک نگرانی‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی شرکت‌های بزرگ در جوامعی که در آن به کسب و کار مشغولند، به شمار می‌رود (لوکمن و همکاران، ۲۰۱۵). گریفین و بارنی^۹ (۲۰۰۰) مسئولیت اجتماعی را چنین تعریف می‌کنند: مسئولیت اجتماعی، مجموعه وظایف و تعهداتی است که سازمان بایستی در جهت حفظ، مراقبت و کمک به جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کند، انجام دهد (فلمنگ، ۲۰۰۲). در واقع این مفهوم بیانگر تعهد و تکلیف مدیریت به انجام کارهایی است که حافظ و ارتقاءدهنده رفاه جامعه و علائق سازمان باشد (طالقانی و همکاران، ۱۳۹۰). کارول^{۱۰} (۱۹۷۹) تعریف جامع‌تری ارائه می‌دهد و مسئولیت‌پذیری اجتماعی را به‌صورت مجموعه‌ای از فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی، اخلاقی و بشر دوستانه که مورد انتظار جامعه می‌باشند، تعریف کرده است؛ به عبارت دیگر، سازمان‌ها تنها نسبت به مشتریان و سهامدارانشان وظیفه ندارند

1- Junkus, et al.

2 Henderson

3 Pop, et al.

4 Ko, et al.

5 Nicolau

6 Filizöz & Fisne

7 Hediger

8 Lukman R, et al.

9 Griffin & Barney

10 Fleming

11 Carrol

بلکه در قبال جامعه نیز مسئول می‌باشند (مارتینز و دل‌بوسکه، ۲۰۱۳). ونتزل^۲ مسئولیت اجتماعی را مراعات و احترام به حقوق دیگران، رقابت فردی و توسعه اخلاقی می‌داند و آن را مستقیماً به یادگیری مرتبط دانسته است. وی مسئولیت اجتماعی را در داشتن احساس تصمیم‌گیری، خلاقیت و تفکر مستقل می‌داند که نقطه مقابل اطلاعات و رفتار سلطه‌پذیر است (ونتزل، ۱۹۹۱). فلاک و هبلج^۳ (۲۰۰۳) مسئولیت‌پذیری اجتماعی را تعهد داوطلبانه سازمان برای ایفای وظایف شفاف و غیرشفافی که انتظارات جامعه به‌طور قراردادی بر عهده آن نهاده شده است، تعریف می‌کنند (ابراهیمی‌نژاد و اکبری، ۱۳۸۸). کمیسیون اروپا^۴ (۲۰۰۱) مسئولیت اجتماعی شرکت روشی است که شرکت‌ها اثرات اجتماعی و محیطی‌شان را برای ایجاد ارزش هم برای سهامداران و هم ذینفعان‌شان بر مبنای داوطلبانه، هدایت و بهبود بخشند. آمایشی^۵ (۲۰۰۵) بر این باور است که این تعریف، یکی از عمومی‌ترین تعاریف مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها می‌باشد که همسان با ادبیات اخیر آکادمیک در این مقوله است (ترکر^۶، ۲۰۰۹). انجمن کیفیت آمریکا^۷ (ASQ) مسئولیت اجتماعی را به‌عنوان رفتار و مشارکت تجاری مردم و سازمان‌ها از نظر اخلاقی با در نظر گرفتن جامعه، فرهنگ و اقتصاد؛ تعریف کرده و آن را تلاشی می‌داند که افراد، سازمان‌ها و دولت‌ها از طریق آن می‌توانند اثر مثبتی بر توسعه، تجارت و جامعه داشته باشند (پورفخریان، ۱۳۹۵).

کارول ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی را چنین تعریف می‌کند: الف) مسئولیت اقتصادی: مهم‌ترین بعد مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها بعد اقتصادی است که در آن فعالیت‌ها و اقدامات اقتصادی مدنظر قرار می‌گیرد. مسئولیت اقتصادی پایه و اساس همه ابعاد در هرم مسئولیت‌پذیری اجتماعی توصیف می‌شود، زیرا همه مسئولیت‌های کسب و کارهای دیگر بر پیش‌بینی‌های مسئولیت‌پذیری اقتصادی نهاده شده است. ب) مسئولیت قانونی: از سازمان انتظار دارد که مأموریت‌های اقتصادی خود را در چهارچوب قانون و مقررات عمومی پیگیری کند. جامعه این قوانین را تعیین می‌کند و کلیه شهروندان و سازمان‌ها، موظف هستند به این مقررات به‌عنوان یک ارزش اجتماعی احترام بگذارند. بعد قانونی مسئولیت اجتماعی را التزام اجتماعی نیز می‌گویند. ج) مسئولیت اخلاقی: سازمان باید به ارزش‌ها، هنجارها و اعتقادات و باورهای مردم احترام گذاشته و شئون اخلاقی را در کارها و فعالیت‌های خود مورد توجه قرار دهند. د) مسئولیت بشردوستانه: این بعد شامل انتظارات، خواسته‌ها و سیاست‌های مدیران عالی در سطح کلان است، که انتظار می‌رود مدیران و کارگزاران سازمان‌ها با نگرش همه‌جانبه و رعایت و حفظ وحدت و مصالح کشور، تصمیمات و استراتژی‌های کلی را سرلوحه امور خود قرار داده و با دید بلندمدت تصمیم‌گیری نمایند. به عبارت دیگر، مجموعه وظایف و تعهداتی را دربرمی‌گیرد که سازمان باید در جهت حفظ و کمک به جامعه با نگرش همه‌جانبه و رعایت حفظ وحدت و مصالح عمومی کشور انجام دهد (کارول، ۱۹۹۱).

مسئولیت‌پذیری اجتماعی و متغیرهای جمعیت‌شناختی

در مطالعات متعددی ارتباط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و خصوصیات جمعیت‌شناختی مورد مطالعه قرار گرفته است. علاوه بر این متغیرهای جنسیت، سن، سطح تحصیلات، محل اشتغال و سابقه کار و ... متغیرهای تأثیرگذار در اکثر تحقیقات رفتاری حسابداری و حسابرسی به شمار می‌آیند (صفری و همکاران، ۱۳۹۷). پژوهش‌های پیشین دریافته‌اند جنسیت یکی از قدرتمندترین عواملی است که تفاوت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت را توضیح می‌دهد (آلونسو‌آلمیدا و همکاران، ۲۰۱۵). در این خصوص، دو دیدگاه پژوهشی توسعه یافته است که بر جنسیت و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت تمرکز دارد. دیدگاه اول، به نابرابری جنسیتی در

1- Martínez & del Bosque

2- Wentzel

3- Falck & Heblich

4- European Commission

5- Amaishi

6- Turker

7- American Society for Quality

8- Alonso-Almeida, et al.

شرکت‌ها و نحوه‌ی از میان بردن این شکاف با استفاده از توسعه مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌پردازد (براون، ۲۰۱۰؛ جمالی و همکاران، ۲۰۰۷). دیدگاه دوم، به نقش زنان در هیأت مدیره می‌پردازد. این دیدگاه پژوهشی درمی‌یابد، زمانی که زنان بیشتری در هیأت مدیره باشند، شرکت به توسعه ابتکارات گستره‌تری از مسئولیت‌پذیری اجتماعی گرایش می‌یابد (مارکوئیز و لی، ۲۰۱۱؛ سوآرز و همکاران، ۲۰۱۱). بن عمار و همکاران (۲۰۱۶)، نشان می‌دهند که مدیران زن به احتمال زیاد، نگران دیگر گروه‌های ذی‌نفع هستند. به این ترتیب، منطقی است که انتظار می‌رود مدیران زن مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت را بیشتر از مدیران مرد می‌پذیرند و به طور جدی در مسائل مربوط به رفاه گروه‌های ذی‌نفع تلاش می‌کنند. زنان توجه بیشتری به مسائل کیفی از قبیل مسئولیت‌های اجتماعی و انسان دوستی دارند (هافیس و تورگوت، ۲۰۱۳؛ بر و همکاران، ۲۰۱۰؛ ویلیامز، ۲۰۰۳). آلونسوآلمیدا (۲۰۱۲) و براون (۲۰۱۰) معتقدند کارآفرینان زن مثل مدیران زن نسبت به مردان از مسئولیت‌پذیری اجتماعی نگرش قوی‌تری دارند. آن‌ها در مواجهه با مشکلات، تصمیمات مسئولانه‌تری می‌گیرند (آلونسوآلمیدا و برمرسر، ۲۰۱۴). به خاطر این که مدیران زن معمولاً منابع کم‌تری در اختیار دارند، می‌توانند از مسئولیت اجتماعی به گونه‌ای راهبردی در ارتقای کسب و کار بهره‌برند (پورتر و کرامر، ۲۰۰۹). بن عمار و همکاران (۲۰۱۶) نشان می‌دهند مدیران زن اغلب به نقض قانون حساس‌تر هستند و در نتیجه تمایل بیشتری به مراقب و دوری از تخلفات دارند. موسسه اسپن (۲۰۰۸)، دریافت که زنان نسبت به مردان اهمیت بیشتری برای حفظ جامعه‌ای سالم قائلند. پس، به نظر می‌آید که زنان در جست‌وجوی اقدامات گسترده‌تری از مسئولیت‌پذیری اجتماعی هستند تا از مطلوبیت بیشتری بهره‌برند (پیرسون، ۲۰۰۷). همچنین، هادسون و میلر (۲۰۰۵) دریافتند زنان به موضوع مسئولیت اجتماعی به خصوص در رابطه با موضوع زیست‌محیطی، حساس‌تر هستند. این یافته‌ها به یافته‌های فریدمن و بارتولوئلا (۱۹۹۰) و لامسا و همکاران (۲۰۰۸) شباهت دارند. پس، موضوع‌های اجتماعی و زیست‌محیطی بیشتر از بعد ذی‌نفع برای زنان اهمیت دارند (آلونسوآلمیدا و همکاران، ۲۰۱۵). به غیر از چند استثنا (کولودینسکی و همکاران، ۲۰۱۵) که هیچ تفاوتی نیافتند) زنان در حالت کلی بیشتر از مردان برای مسئولیت‌پذیری اجتماعی ارزش قائلند (آلونسوآلمیدا و همکاران، ۲۰۱۵). حسنیان و همکاران در پژوهش خود دریافتند که بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی با سن و وضعیت تأهل ارتباط معناداری وجود دارد و بین جنسیت و سطح تحصیلات با مسئولیت‌پذیری اجتماعی ارتباط آمار معنی‌داری یافت نشد (حسینیان و همکاران، ۱۳۹۶). نتایج پژوهش صادقیان و علمی (۱۳۹۲) نشان می‌دهد که بین متغیر جنسیت و تحصیلات با میزان مسئولیت اجتماعی تفاوت معنی‌داری وجود دارد. اما بین وضعیت تأهل و مسئولیت اجتماعی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

پیشینه پژوهش

حیبات (۱۹۸۶) پژوهشی تحت عنوان ویژگی‌های جسمانی مؤثر بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی انجام داد. یافته‌ها حاکی از وجود رابطه بین سن افراد و مسئولیت‌پذیری اجتماعی است (ایمان و جلائیان بخشنده، ۱۳۸۹). هادسون و میلر (۲۰۰۵) دریافتند زنان به موضوع مسئولیت اجتماعی به خصوص در رابطه با موضوع زیست‌محیطی، حساس‌تر هستند.

-
- 1- Braun
 - 2- Marquis & Lee
 - 3- Soares, et al.
 - 4- Ben-Amar, et al.
 - 5- Hafsi & Turgut
 - 6- Bear, et al.
 - 7- Williams
 - 8- Alonso-Almeida & Bremser
 - 9- Porter & Kramer
 - 10- Aspen Institute
 - 11- Pearson
 - 12- Hudson & Miller
 - 13- Freedman & Bartholomew
 - 14- Lamsa, et al.
 - 15- Kolodinsky, et al.
 - 16- Chibat

شویت و همکاران^۱ (۲۰۰۵) نیز در تحقیقی با عنوان مسئولیت‌پذیری اجتماعی و بشردوستی اعلام کردند ارزش مسئولیت‌پذیری اجتماعی در میان پروتستان‌ها، مشارکت‌کنندگان در فعالیت‌های کلیسا (با فراوانی بالاتر)، افراد متأهل و افراد دارای تحصیلات عالی بیشتر است.

راندولف و همکاران^۲ (۲۰۰۸) نشان می‌دهند مسئولیت اجتماعی تحت تأثیر جنسیت افراد قرار می‌گیرد. مسئولیت‌پذیری مردان اندکی کمتر از زنان است (به نقل از ایمان و جلائیان بخشنده، ۱۳۸۹).

آلونسوآلمیدا و همکاران (۲۰۱۵) به بررسی تأثیر مدیران زن بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت پرداختند. یافته‌ها نشان می‌دهند که مدیران ارشد در اسپانیا، بیش از سایر ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی، به بعد جهت‌گیری ذینفعان ارزش می‌نهند. همچنین، نتایج نشان می‌دهند که پیش‌زمینه حرفه‌ای و فردی، تأثیر محدودی بر ادراک زنان از مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارد. همچنین نتایج نشان می‌دهند زنان کارآفرین، ادراک بهتری از مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارند.

ستوپمیز^۳ (۲۰۱۵) به بررسی رابطه بین مدیران زن و مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها پرداخت. نتیجه پژوهش نشان می‌دهد مدیران زن بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت تأثیر مثبتی دارد. استعداد زنان می‌تواند نقش راهبردی در قادر ساختن شرکت برای مدیریت مسئولیت اجتماعی و شیوه‌های مناسب پایداری، داشته باشد.

هیون و همکاران^۴ (۲۰۱۶) به بررسی رابطه بین زنان در هیأت مدیره و مسئولیت‌پذیری اجتماعی پرداختند. آن‌ها دریافتند بین مدیران زن و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت رابطه مثبت وجود دارد و شدت این رابطه بستگی به سطح جهت‌گیری بازار مصرف‌کننده شرکت دارد.

پرز و بوسکو^۵ (۲۰۱۶) دریافتند که سن، جنس و سطح تحصیلات برای طراحی بهتر مسئولیت اجتماعی و استراتژی‌های ارتباطی مفید نیستند.

سالازار و همکاران^۶ (۲۰۱۷) در پایان مطالعه خود نتیجه گرفتند که ادراک کارکنان در مورد مسئولیت اجتماعی در جنس مذکر و مؤنث متفاوت است.

ایمان و جلائیان بخشنده (۱۳۸۹) در تحقیقی به بررسی و تبیین رابطه بین مسئولیت اجتماعی و سرمایه اجتماعی در بین جوانان شهر شیراز پرداختند. نتایج تحقیق آنان نشان می‌دهد مسئولیت اجتماعی مستقیم تحت تأثیر متغیرهای سرمایه اجتماعی، عزت نفس، سن و جنسیت قرار دارد.

صادقیان و علمی (۱۳۹۲) در پژوهشی تحت عنوان به بررسی رابطه رضایت اجتماعی با مسئولیت اجتماعی دبیران دبیرستان‌های عجب‌شیر پرداختند. تکنیک جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه می‌باشد. جامعه آماری پژوهش ۳۰۱ نفر از دبیران کلیه دبیرستان‌های عجب‌شیر است و حجم نمونه آماری ۱۷۰ نفر انتخاب شدند. برای آزمون فرضیه‌ها از تکنیک‌های آماری ضریب همبستگی پیرسون، آزمون تفاوت میانگین و آزمون تحلیل واریانس یک طرفه استفاده گردید و از نرم‌افزار SPSS استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که بین متغیر جنسیت و تحصیلات با میزان مسئولیت اجتماعی دبیران تفاوت معنی‌داری وجود دارد. اما بین وضعیت تأهل و مسئولیت اجتماعی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

حسینان و همکاران (۱۳۹۶) پژوهشی تحت عنوان بررسی وضعیت مسئولیت‌پذیری اجتماعی پرستاران و ارتباط آن با برخی مشخصات جمعیت‌شناختی انجام دادند. نمونه‌گیری به روش تصادفی طبقه‌بندی نسبتی انجام گرفت و ۱۴۸ پرستار مراکز آموزشی درمانی دانشگاه علوم پزشکی همدان مورد بررسی قرار گرفتند. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه بود. تجزیه و تحلیل داده‌ها با

1- Schuyt, et al.

2- Randolph, et al.

3- Seto -Pamies

4- Hyun, et al.

5- Pérez & Del Bosque

6- Salazar, et al.

نرم‌افزار SPSS انجام شد. یافته‌های آن‌ها نشان داد که بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی پرستاران با سن و وضعیت تأهل ارتباط معناداری وجود دارد. بین جنسیت و سطح تحصیلات با مسئولیت‌پذیری اجتماعی پرستاران ارتباط آمار معنی‌داری یافت نشد.

فرضیه‌های پژوهش

۱. میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان مالی شهر شیراز بیشتر از حد متوسط می‌باشد.
۲. بین میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان مالی شهر شیراز با جنسیت متفاوت، تفاوت معنادار وجود دارد.
۳. بین میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان مالی شهر شیراز با وضعیت تأهل متفاوت، تفاوت معنادار وجود دارد.
۴. بین میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان مالی شهر شیراز با سطوح تحصیلات متفاوت، تفاوت معنادار وجود دارد.
۵. بین میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان مالی شهر شیراز با سابقه کار متفاوت، تفاوت معنادار وجود دارد.
۶. بین میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان مالی شهر شیراز با سن متفاوت، تفاوت معنادار وجود دارد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر را می‌توان براساس هدف از نوع تحقیقات کاربردی به‌شمار آورد. از آنجایی که این تحقیق در یک محیط واقعی انجام می‌شود، جزو تحقیقات میدانی به‌شمار می‌آید و همچنین روش انجام این پژوهش نیز پیمایشی است، زیرا که با استفاده از ابزار پرسشنامه به تحلیل نظرات پاسخ‌دهندگان می‌پردازد.

جامعه آماری این پژوهش را کلیه کارکنان مالی شهر شیراز در سال ۱۳۹۸ تشکیل دادند و حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران با در نظر گرفتن میزان خطای برابر یا یک، به تعداد ۹۶ نفر تعیین گردید که تعداد ۱۲۰ پرسشنامه توزیع شد. لازم به ذکر است که به دلیل عدم بازگشت تعداد ۲۹ پرسشنامه، در نهایت تعداد ۹۱ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. روش نمونه‌گیری تصادفی است. ابزار جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه می‌باشد که به صورت دو قسمتی شامل پرسشنامه جمعیت‌شناختی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارول (۱۹۹۱) است و سؤالات براساس مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت از طیف «کاملاً مخالفم» تا «کاملاً موافقم» امتیازبندی گردید که چهار مؤلفه مسئولیت قانونی، مسئولیت اخلاقی، مسئولیت اجتماعی و مسئولیت اقتصادی را مورد سنجش قرار می‌دهد. پایایی پرسشنامه مسئولیت اجتماعی توسط کشاورز (۱۳۹۵)، مورد تایید قرار گرفته و ضریب پایایی این پرسشنامه را براساس ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۷ گزارش نموده است. در این پژوهش پایایی پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ محاسبه گردید که میزان آن برای متغیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی ۰/۹۰۹ به دست آمد. جهت آزمون روایی پرسشنامه، با توجه به استاندارد بودن پرسشنامه از روش روایی محتوایی استفاده شد و روایی محتوایی آن توسط تعدادی از اساتید صاحب‌نظر در این زمینه تأیید شد. در این پژوهش برای بررسی متغیرها از آزمون t مستقل و آنالیز واریانس یک‌طرفه (ANOVA) استفاده شده و داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۲ تجزیه و تحلیل گردیده است.

یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی پژوهش

براساس اطلاعات مندرج در جدول شماره (۱) که نتایج حاصل از آمار توصیفی را نشان می‌دهد، ملاحظه می‌شود که متوسط میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی در میان کارکنان مالی مورد مطالعه برابر $22/14 \pm 73/17$ محاسبه گردیده که حداقل میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی ۶۴ و حداکثر ۱۱۱ می‌باشد.

جدول ۱: نتایج آمار توصیفی متغیر پژوهش

متغیر	تعداد مشاهدات	میانگین	میانه	انحراف معیار	حداقل	حداکثر
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۹۱	۷۳/۱۷	۷۶/۰۰	۲۲/۱۴	۶۴/۰۰	۱۱۱/۰۰

جدول ۲: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی

متغیر	زیر گروه	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۴۲	٪ ۴۶/۲
	زن	۴۹	٪ ۵۳/۸
وضعیت تأهل	مجرد	۳۵	٪ ۳۸/۵
	متأهل	۵۶	٪ ۶۱/۵
سن	۳۰ سال و کمتر	۲۳	٪ ۲۵/۳
	۳۱ تا ۴۰ سال	۵۸	٪ ۶۳/۷
	۴۱ تا ۵۰ سال	۹	٪ ۹/۹
	بیشتر از ۵۰ سال	۱	٪ ۱/۱
تحصیلات	فوق دیپلم	۵	٪ ۵/۵
	لیسانس	۴۴	٪ ۴۸/۴
	فوق لیسانس و دکتری	۴۲	٪ ۴۶/۲
سابقه کار	کمتر از ۱ سال	۶	٪ ۶/۶
	۱ تا ۵ سال	۱۹	٪ ۲۰/۹
	۵ تا ۱۵ سال	۵۳	٪ ۵۸/۲
	بیشتر از ۱۵ سال	۱۳	٪ ۱۴/۳

براساس اطلاعات مندرج در جدول شماره (۲) می‌توان بیان کرد که از میان ۹۱ نفر شرکت‌کننده در پژوهش ۴۶/۲٪ مردان و ۵۳/۸٪ را زنان تشکیل می‌دهند. ۳۸/۵٪ از افراد مجرد و ۶۱/۵٪ متأهل می‌باشند. ۲۵/۳٪ شرکت‌کنندگان در پژوهش ۳۰ سال و کمتر، ۶۳/۷٪ شرکت‌کنندگان در پژوهش بین ۳۱ تا ۴۰، ۹/۹٪ شرکت‌کنندگان در پژوهش بین ۴۱ تا ۵۰ سال، ۱/۱٪ شرکت‌کنندگان در پژوهش بیشتر از ۵۰ سال سن داشتند و نتایج نشان داد که بیشتر افراد شرکت‌کننده در پژوهش بین ۳۱ تا ۴۰ سال سن داشتند. ۵/۵٪ تحصیلات فوق‌دیپلم، ۴۸/۴٪ تحصیلات لیسانس و ۴۶/۲٪ تحصیلات فوق‌لیسانس و دکتری داشتند و نتایج نشان داد که بیشتر افراد شرکت‌کننده در پژوهش بین دارای تحصیلات لیسانس می‌باشند. ۶/۶٪ از افراد کمتر از ۱ سال، ۲۰/۹٪ بین ۱ تا ۵ سال، ۵۸/۲٪ بین

۵ تا ۱۵ سال و ۱۴/۳٪ بیشتر از ۱۵ سال سابقه کاری داشتند و نتایج نشان داد که بیشتر افراد شرکت‌کننده در پژوهش بین ۵ تا ۱۵ سال سابقه کار داشتند.

آزمون فرضیه‌های پژوهش آزمون نرمال بودن داده‌ها

پیش از آن‌که روابط بین متغیرها آزموده شود، لازم است نرمال بودن داده‌ها بررسی گردد. برای بررسی نرمال بودن توزیع متغیرها از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده شد. که نتیجه آن در جدول ۳ گزارش شده است.

جدول ۳: آزمون کولموگروف-اسمیرنوف

نتیجه	سطح معناداری	متغیر
نرمال	۰/۰۸	مسئولیت‌پذیری اجتماعی

نتیجه این آزمون نشان می‌دهد که سطح معناداری متغیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بیشتر از ۰/۰۵ است و در نتیجه نرمال بودن این متغیر مورد تأیید قرار می‌گیرد. نتیجه حاصله حاکی از مناسب بودن روش‌های پارامتریک برای بررسی فرضیه‌های پژوهش است.

نتایج حاصل از آزمون فرضیات پژوهش

فرضیه اول: میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان مالی شهر شیراز بیشتر از حد متوسط می‌باشد.

با توجه به جدول شماره ۴ میانگین متغیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی برابر ۷۳/۱۷ و سطح معنی‌داری آزمون ۰/۰۰۰ است. با توجه به اینکه سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ است فرض تأیید می‌شود. بنابراین نتیجه گرفته می‌شود که میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان مالی شهر شیراز بیشتر از حد متوسط می‌باشد.

جدول ۴: میانگین متغیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان مالی

متغیر	تعداد	میانگین	انحراف معیار	تی	درجه آزادی	معنی‌داری
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۹۱	۷۳/۱۷	۲۲/۱۴	-۷/۶۷۹	۹۰	۰/۰۰۰

فرضیه دوم: بین میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان مالی شهر شیراز با جنسیت متفاوت، تفاوت معنادار وجود دارد.

همچنان‌که در جدول شماره ۵ ملاحظه می‌شود نتایج نشان می‌دهد که بین دو گروه زنان و مردان و مسئولیت‌پذیری اجتماعی تفاوت معنی‌دار وجود دارد. میزان گرایش زنان به مسئولیت‌پذیری اجتماعی بیشتر از مردان می‌باشد. سطح معنی‌داری ۰/۰۰۲ است و کوچکتر از ۰/۰۵ می‌باشد، بنابراین تفاوت دو جنس (زن و مرد) و میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی تأیید می‌گردد.

جدول ۵: آزمون t مستقل بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و جنسیت

متغیر	جنسیت	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	تی	درجه آزادی	معنی‌داری
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	مرد	۴۲	۶۷/۸۸	۲۸/۱۸	-۲/۱۵۴	۸۹	۰/۰۰۲
	زن	۴۹	۷۷/۷۱	۱۳/۹۷			

فرضیه سوم: بین میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان مالی شهر شیراز با وضعیت تأهل متفاوت، تفاوت معنادار وجود دارد. همچنان‌که در جدول شماره ۶ ملاحظه می‌شود، با توجه به سطح معنی‌داری ۰/۳۸۶ که بزرگتر از ۰/۰۵ می‌باشد بین دو گروه مجرد و متأهل و مسئولیت‌پذیری اجتماعی تفاوت معنی‌دار وجود ندارد. به عبارتی دیگر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بین کارکنان مالی مجرد و متأهل همسان می‌باشد. بنابراین تفاوت بین دو گروه (متأهل و مجرد) و مسئولیت‌پذیری اجتماعی وجود ندارد.

جدول ۶: آزمون t مستقل بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و وضعیت تأهل

متغیر	وضعیت تأهل	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	تی	درجه آزادی	معنی‌داری
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	مجرد	۳۵	۷۵/۲۸۵	۲۴/۸۸۳	۰/۷۱۷	۸۹	۰/۴۷۵ با فرض برابری واریانس
	متأهل	۵۶	۷۱/۸۵۷	۲۰/۳۶۷	۰/۶۸۴	۶۱/۷۴۱	۰/۴۹۶ با فرض عدم برابری واریانس

فرضیه چهارم: بین میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان مالی شهر شیراز با سطوح تحصیلات متفاوت، تفاوت معنادار وجود دارد. با توجه به جدول شماره ۷ برای آزمون این فرضیه، از آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه استفاده شده است. با توجه به اینکه سطح معنی‌داری ۰/۰۳۵ کمتر از ۰/۰۵ است، فرضیه تأیید می‌شود. در نتیجه میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان مالی در سطوح مختلف تحصیلات تفاوت معنی‌داری دارد. نتایج آزمون تعقیبی LSD نشان می‌دهد که میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی در بین کارکنان مالی دارای مدرک کارشناسی ارشد و دکتری به طور معنی‌داری بیشتر از کارکنان مالی دارای مدرک کاردانی و کارشناسی است.

جدول ۷: تحلیل واریانس (ANOVA) بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و سطح تحصیلات

متغیر	مسئولیت‌پذیری اجتماعی	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره F	سطح معنی‌داری
سطح تحصیلات	بین گروه‌ها	۳۲۴۶/۵۰۲	۲	۱۶۲۳/۲۵۱		
	درون گروه‌ها	۴۰۸۷۴/۶۸۵	۸۸	۴۶۴/۴۸۵	۳/۴۹۵	۰/۰۳۵
	کل	۴۴۱۲۱/۱۸۷	۹۰			

همچنان‌که در جدول شماره ۸ ملاحظه می‌شود، با توجه به این که سطح معنی‌داری ۰/۰۳۶ و کوچکتر از ۰/۰۵ می‌باشد، نشان دهنده آن است که تحصیلات در دو گروه مردان و زنان تفاوت دارد. همچنین با توجه به اینکه حد بالا و پایین هر دو منفی هستند بنابراین میانگین گروه زنان بزرگتر از میانگین گروه مردان است و تأیید شد که این اختلاف از نظر آماری معنادار است. بنابراین تفاوت میزان تحصیلات با جنسیت تأیید می‌گردد.

جدول ۸: آزمون t بین میزان تحصیلات و جنسیت

متغیر	جنسیت	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	تی	درجه آزادی	معنی‌داری
تحصیلات	مرد	۴۲	۳/۲۹	۰/۵۷۷			
	زن	۴۹	۳/۵۵	۰/۵۹۳	-۲/۱۳۱	۸۹	۰/۰۳۶

فرضیه پنجم: بین میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان مالی شهر شیراز با سابقه کار متفاوت، تفاوت معنادار وجود دارد. باتوجه به جدول شماره ۹ برای آزمون این فرضیه، از آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه استفاده شده است. باتوجه به اینکه سطح معنی‌داری ۰/۰۵ بیشتر از ۰/۰۵ است، فرضیه تأیید نمی‌شود. به عبارت دیگر تفاوت معناداری بین میانگین جوامع وجود ندارد و در نتیجه میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان مالی در سطوح مختلف سابقه کاری تفاوت معنی‌داری ندارد.

جدول ۹: تحلیل واریانس (ANOVA) بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و سابقه کار

متغیر	مسئولیت‌پذیری اجتماعی	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره F	سطح معنی‌داری
بین گروه‌ها	۴۶۱/۵۵۵	۳	۱۵۳/۸۵۲			
درون گروه‌ها	۴۳۶۵۹/۶۳۲	۸۷	۵۰۱/۸۳۵	۰/۳۰۷	۰/۸۲۱	
کل	۴۴۱۲۱/۱۸۷	۹۰				

فرضیه ششم: بین میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان مالی شهر شیراز با سن متفاوت، تفاوت معنادار وجود دارد. باتوجه به جدول شماره ۱۰ برای آزمون این فرضیه، از آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه استفاده شده است. باتوجه به اینکه سطح معنی‌داری ۰/۳۷۷ بیشتر از ۰/۰۵ است، فرضیه تأیید نمی‌شود. به عبارت دیگر تفاوت معناداری بین میانگین جوامع وجود ندارد و در نتیجه میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان مالی در سطوح مختلف سنی تفاوت معنی‌داری ندارد.

جدول ۱۰: تحلیل واریانس (ANOVA) بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و سن

متغیر	مسئولیت‌پذیری اجتماعی	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره F	سطح معنی‌داری
بین گروه‌ها	۱۵۳۳/۹۵۲	۳	۵۱۱/۳۱۷			
درون گروه‌ها	۴۲۵۸۷/۲۳۵	۸۷	۴۸۹/۵۰۸	۱/۴۰۵	۰/۳۷۷	
کل	۴۴۱۲۱/۱۸۷	۹۰				

نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش بررسی میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی زنان در مقایسه با مردان بین کارکنان مالی شهر شیراز است. در پژوهش حاضر از پرسشنامه مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارول (۱۹۹۱) استفاده شده و ابعاد آن در این مدل شامل ۴ بعد اقتصادی، قانونی، اخلاقی و اجتماعی است که این پرسشنامه دارای ۲۵ سؤال بوده و تعداد ۱۲۰ پرسشنامه بین جامعه آماری توزیع و در نهایت ۹۱ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نحوه امتیازدهی به سؤالات براساس طیف پنج گزینه‌ای لیکرت می‌باشد. ضریب آلفای کرونباخ مسئولیت‌پذیری اجتماعی برابر با ۰/۹۰۹ به دست آمد. نتایج آمار توصیفی نشان داد که در بین مشارکت‌کنندگان، زنان با ۵۳/۸٪ و افراد متأهل با ۶۱/۵٪، افراد با سن ۳۱ تا ۴۰ سال (۶۳/۷٪)، افراد با تحصیلات لیسانس (۴۶/۲٪) و افراد با سابقه کاری بین ۵ تا ۱۵ سال (۵۸/۲٪) دارای بیشترین فراوانی می‌باشد. نتایج آزمون فرضیه‌ها نشان داد که میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان مالی شهر شیراز بیشتر از حد متوسط می‌باشد. بالا بودن میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی در یک سازمان، می‌تواند باعث شود که تعداد افراد بیشتری تمایل به کار کردن در آن سازمان داشته باشند. علاوه بر این می‌تواند باعث کاهش رسوایی اخلاقی در بین کارکنان و مدیران

سازمان‌ها، بی‌اعتمادی و نارضایتی شغلی در میان کارکنان سازمان‌ها شود. به طوری که برخی از شرکت‌های دوراندیش، مسئولیت اجتماعی سازمان خود را به عنوان راهی برای جذب تعداد بسیار زیادی از کارکنان با کیفیت، ترویج می‌دهند و تحقیقات نشان می‌دهد که شرکت‌های با مسئولیت اجتماعی بهتر، می‌توانند جذابیت بیشتری برای موضوع کار کردن نسبت به دیگر شرکت‌ها داشته باشند (تینگچی لیو و همکاران، ۲۰۱۴). همچنین نتایج نشان داد که بین میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان مالی با جنسیت متفاوت، تفاوت معناداری وجود دارد. به طوری که میزان گرایش زنان به مسئولیت‌پذیری اجتماعی بیشتر از مردان می‌باشد. کارکنان زن احتمالاً به علت احساس مسئولیتی که در زندگی شخصی خود در قبال خانواده دارند، آن را به محیط کاری خود تسری می‌دهند و در نتیجه آن‌ها در مواجهه با مشکلات، تصمیمات مسئولانه‌تری می‌گیرند و همچنین زنان با در اختیار داشتن منابع کمتر، می‌توانند از مسئولیت‌پذیری اجتماعی به صورت راهبردی جهت ارتقای کسب و کار استفاده کنند. به طوری که در سال‌های گذشته افزایش قابل توجهی در میزان اشتغال زنان در جامعه مشاهده شده است که یکی از دلایل آن می‌تواند مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالاتر زنان نسبت به مردان باشد. نتیجه آزمون این فرضیه با پژوهش حسینیان و همکاران (۱۳۹۶) و پرز و بوسکو (۲۰۱۶) مطابقت ندارد و با پژوهش‌های فریدمن و بارتولومو (۱۹۹۰)، هادسون و میلر (۲۰۰۵)، مؤسسه اسپن (۲۰۰۸)، راندولف (۲۰۰۸)، لامسا و همکاران (۲۰۰۸)، آلونسوآلمیدا و همکاران (۲۰۱۵)، ستوپیمیز (۲۰۱۵)، هیون و همکاران (۲۰۱۶)، سالازار و همکاران (۲۰۱۷) و صادقیان و علمی (۱۳۹۲)، ایمان و جلائیان‌بخشنده (۱۳۸۹) مطابقت دارد. بین میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان مالی با تحصیلات تفاوت معناداری وجود دارد. به طوری که میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی در بین کارکنان مالی دارای مدرک کارشناسی ارشد و دکتری به‌طور معنی‌داری بیشتر از کارکنان مالی دارای مدرک کاردانی و کارشناسی است. همچنین نتایج نشان دهنده آن است که تحصیلات در دو گروه مردان و زنان تفاوت دارد و با توجه به اینکه حد بالا و پایین هر دو منفی هستند بنابراین میانگین گروه زنان بزرگتر از میانگین گروه مردان است و تأیید شد که این اختلاف از نظر آماری معنادار است. بنابراین تفاوت میزان تحصیلات با جنسیت تأیید می‌گردد. نتیجه آزمون این فرضیه با پژوهش‌های شویت و همکاران (۲۰۰۵) و صادقیان و علمی (۱۳۹۲) مطابقت دارد و با پژوهش حسینیان و همکاران (۱۳۹۶) و پرز و بوسکو (۲۰۱۶) مطابقت ندارد. اما بین میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان مالی با وضعیت تأهل تفاوت معناداری وجود ندارد. نتیجه آزمون این فرضیه با پژوهش صادقیان و علمی (۱۳۹۲) مطابقت دارد و با پژوهش‌های شویت و همکاران (۲۰۰۵)، جان و همکاران (۲۰۱۰) و حسینیان و همکاران (۱۳۹۶) مطابقت ندارد. بین میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان مالی با سابقه کار تفاوت معناداری وجود ندارد. نتیجه آزمون این فرضیه با پژوهش حسینیان و همکاران (۱۳۹۶) مطابقت ندارد. بین میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان مالی با سابقه کار تفاوت معناداری وجود ندارد. نتیجه آزمون این فرضیه با پژوهش حسینیان و همکاران (۱۳۹۶) مطابقت ندارد. بین میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان مالی با جنسیت تفاوت معناداری وجود ندارد. نتیجه آزمون این فرضیه با پژوهش‌های شویت و همکاران (۱۹۸۶)، ایمان و جلائیان‌بخشنده (۱۳۸۹) و حسینیان و همکاران (۱۳۹۶) مطابقت ندارد و با پژوهش پرز و بوسکو (۲۰۱۶) مطابقت دارد. این تفاوت‌ها احتمالاً به دلیل تفاوت در جامعه مورد پژوهش و مسئولیت‌پذیری می‌باشد، زیرا در این پژوهش جامعه آماری کارکنان مالی می‌باشد.

با توجه به نتایج متناقض به دست آمده در مطالعات مختلف، انجام تحقیقات بیشتر می‌تواند به افزایش دانش موجود در زمینه ارتباط مسئولیت‌پذیری اجتماعی با متغیرهای جمعیت‌شناختی کمک کند. به طور کلی توجه به مسئولیت‌پذیری اجتماعی از اهمیت شایانی برخوردار است و لازم است که مدیران و سازمان‌ها متغیرهای فردی را جهت گزینش افراد برای انجام مسئولیت‌های خطیر سازمانی لحاظ نمایند و همچنین به هنگام کارمند گزینی، نهایت دقت را داشت، که در جذب کارکنان با مسئولیت‌پذیری بالا تلاش شود. پیشنهاد می‌شود که سازمان‌ها و مدیران کارکنان زن و افراد دارای تحصیلات بالا را در اولویت گزینش استخدامی قرار دهند. چون در زنان ویژگی‌های مفید بودن، مهربانی، دلسوزی و احساس مراقبت وجود دارد و آن‌ها تأکید بیشتری بر خلاقیت، ایده‌های جدید و کمک به دیگران دارند. علاوه بر این زمینه لازم برای گذراندن آموزش‌هایی در خصوص اخلاق مدیریتی برای مدیران و کارکنان سازمان‌ها فراهم شود. از آنجایی که در گسترش مسئولیت‌پذیری اجتماعی در سازمان‌ها مدیران نقش مهمی دارند، زمینه‌ای فراهم گردد که

مدیران با جنبه‌های مختلف مسئولیت‌پذیری اجتماعی آشنا شوند تا بتوانند نقش مؤثرتری در این زمینه داشته باشند. همچنین در دانشگاه‌ها اساتید حسابداری باید موضوعات مرتبط با اخلاق را از طریق پایبندی عملی به آن‌ها گسترش داده و در میان دانشجویان ترویج دهند.

پیشنادهایی برای پژوهش‌های آتی

۱. بررسی دوباره پژوهش فوق به همراه تعداد مشاهدات بیشتر.

۲. جامعه آماری و قلمرو مکانی این پژوهش محدود به کارکنان مالی شهر شیراز است، این محدودیت از میزان تعمیم‌پذیری نتایج پژوهش به کل کشور می‌کاهد؛ بنابراین توصیه می‌شود پژوهش‌های مشابهی در جوامع آماری و قلمروهای مکانی دیگر نیز انجام شوند.

۳. استفاده از سایر مدل‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی در سنجش مسئولیت‌پذیری اجتماعی.

محدودیت‌های پژوهش

۱. عدم انگیزه و همکاری لازم برخی از پاسخ‌دهندگان.

۲. پژوهش حاضر از نظر مکانی، محدود به بخش خاصی از کشور است. بنابراین نمی‌تواند نماینده کاملی از رفتار کارکنان مالی در کل کشور باشد و این مسئله تعمیم مکانی پژوهش را با محدودیت مواجه می‌ساخت.

منابع

۱. ابراهیمی‌نژاد، مهدی؛ اکبری، مهناز (۱۳۸۸). «رابطه دیدگاه ارزشی مدیران و ایفای نقش مسئولیت اجتماعی آن‌ها در سازمان‌های دولتی». پژوهش‌های مدیریت در ایران، دوره ۳، شماره ۴، ص ۱-۳۳.
۲. ایمان، محمدتقی؛ جلائیان‌بخشنده، وجیهه (۱۳۸۹). «بررسی و تبیین رابطه بین مسئولیت اجتماعی و سرمایه اجتماعی در بین جوانان شهر شیراز». جامعه‌شناسی کاربردی، سال ۲۱، شماره ۱، ص ۱۹-۴۲.
۳. براتی، معصومه؛ مرادی، مهدی و نوغانی دخت‌بهمنی، محسن (۱۳۹۶). «رابطه بین رویکرد اخلاقی نسبی‌گرایی، رضایت شغلی و ماکیاوول‌گرایی بین جامعه حسابداران و حسابرسان». دو فصلنامه حسابداری ارزش و رفتاری، سال ۲، شماره ۴، ص ۳۷-۶۷.
۴. پورسلطانی‌زرنندی، حسین؛ امیرجی‌نقندر، رامین (۱۳۹۲). «ارتباط بین تعهد سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی معلمان تربیت بدنی شهر مشهد در سال ۱۳۹۰». نشریه مدیریت ورزشی، جلد ۵، شماره ۱۶، ص ۱۲۷-۱۴۷.
۵. پورفخریان، پروین (۱۳۹۵). «بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی». ماهنامه پژوهش‌های مدیریت و حسابداری، شماره ۳۰، ص ۹-۲۱.
۶. حساس‌یگانه، یحیی؛ برزگر، قدرت‌اله (۱۳۹۳). «مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و پارادایم تحقیقاتی آن در حرفه حسابداری». فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت، سال ۷، شماره ۲۲، ص ۱۰۹-۱۳۳.
۷. حسینیان، زهرامرضیه؛ باقری، علی؛ صادقی، امیر؛ مقیم‌بیگی، عباس (۱۳۹۶). «بررسی وضعیت مسئولیت‌پذیری اجتماعی پرستاران و ارتباط آن با برخی مشخصات جمعیت‌شناختی». مجله علمی دانشکده پرستاری و مامائی همدان، دوره ۲۵، شماره ۲، ص ۴۵-۵۳.

۸. خاص‌پور، مریم؛ یوسفی، سپیده (۱۳۹۵). «بررسی رابطه هوش سازمانی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی در سازمان تأمین اجتماعی کرمانشاه». نخستین کنفرانس بین‌المللی پارادایم‌های نوین مدیریت هوش تجاری و سازمانی دانشگاه شهید بهشتی، ص ۱-۱۶.
۹. رویایی، رمضانعلی؛ مهردوست، حسین (۱۳۸۸). «بررسی نقش مدیران فرهنگی در ارتقای مسئولیت اجتماعی: بررسی موردی مدیران تک پست صدا و سیما». پژوهشنامه علوم اجتماعی، سال ۳، شماره ۳، ص ۴۳-۵۹.
۱۰. شافعی، رضا؛ احمدی، کیومرث (۱۳۹۲). مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی: تعاریف، مفاهیم و مدل‌ها. چاپ اول. تهران: انتشارات سمت.
۱۱. صادقیان، خدیجه؛ علمی، محمود (۱۳۹۲). «بررسی رضایت اجتماعی با مسئولیت اجتماعی دبیران دبیرستان‌های عجب شیر». مطالعات جامعه‌شناسی، سال ۵، شماره ۱۹، ص ۲۱-۳۸.
۱۲. صفری، زهرا؛ بنی‌مهد، بهمن و موسوی‌کاشی، زهره (۱۳۹۷). «ماکیاولیسم و اثربخشی فردی حسابرس». فصلنامه علمی پژوهشی دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، سال ۷، شماره ۲۶، ص ۱۰۵-۱۲۰.
۱۳. صنوبر، ناصر؛ خلیلی، مجید و تقفیان، حامد (۱۳۸۹). «بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی با عملکرد مالی شرکت-ها». فصلنامه علمی پژوهشی کاوش‌های مدیریت بازرگانی، سال ۲، شماره ۴، ص ۲۸-۵۲.
۱۴. طالقانی، غلامرضا؛ نرگسیان، عباس و گودرزی، مصطفی (۱۳۹۰). «بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها (مطالعه موردی: اداره کل مالیات غرب استان تهران)». دوماهنامه دانشور رفتار، شماره ۴۷، ص ۲۴۲-۲۲۹.
۱۵. معیدفر، سعید (۱۳۸۵). «بررسی میزان اخلاق کار و عوامل مؤثر بر آن در میان کارکنان ادارات دولتی». فصلنامه علمی و پژوهشی رفاه اجتماعی، سال ۶، شماره ۲۳، ص ۳۲۱-۳۴۱.
16. Alonso-Almeida a, M, Perramonb, j, Bagur, I. (2015). Women managers and corporate social responsibility (CSR) in Spain: Perceptions and drivers. *Journal of Women's Studies International Forum*, pp: 47-56.
17. Alonso-Almeida, M. M. (2012). Water and waste management in the Moroccan tourism industry: the case of three women entrepreneurs. *Women's Studies International Forum*, Vol. 35, No. 5, pp: 343-353.
18. Alonso-Almeida, M. M., & Bremser, K. (2014). Strategic management decisions in power positions to achieve business excellence in small service businesses: does gender matter? *European Accounting and Management Review*, Vol. 1, No. 1, (Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2532404>. Accessed February 13, 2015).
19. Alonso-Almeida, M. M., Casani, F., & Rodriguez-Pomeda, J. (2015). Corporate social responsibility perception in business students as future managers: A multifactorial analysis. *Business Ethics: A European Review*, Vol. 24, No. 1, pp: 1-27.
20. Avram, E. & S. Avasilcai. (2014). Business Performance Measurement in Relation to Corporate Social Responsibility: A Conceptual Model Development, *Procedia. Social and Behavioral Sciences*, Vol. 109, pp: 1142-1146.
21. Barracloug, S., Martha, M. (2012), A Grin Contradiction: The practice and consequences of corporate social responsibility British American Tobacco in Malaysia. *Social Science & Medicine*, 66: 1784-1796.
22. Bear, S.; Rahman, N.; Post, C. (2010). The impact of board diversity and gender composition on corporate social responsibility and firm reputation. *J. Bus. Eth.*, Vol. 97, pp: 207-221.
23. Ben-Amar, W.; Chang, M.; McIlkenny, P. (2016). Board gender diversity and corporate response to sustainability initiatives: Evidence from the carbon disclosure project. *J. Bus. Eth.*

24. Braun, P. (2010). Going green: women entrepreneurs and the environment. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, Vol. 2, No. 3, pp: 245-259.
25. Carrol .A.B. (1991). The Pyramid of corporate social Responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizon*. p: 12.
26. Daft, R. (2009). The new era of management. Translate by Fayzi, T., Sarlak. Gostareh (in Persian)
27. Filizöz, B. & Fisne, M. (2011). Corporate social responsibility: A study of striking corporate social responsibility practices in sport management. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, Vol. 24, pp: 1405-1417.
28. Fleming, M. (2002). What is safety culture? Rail way safety ever green House, Available at: www.google.com\rwf.
29. Freedman, A. M., & Bartholomew, P. S. (1990). Age, Experience and Genders as Factors in Ethical Development of Hospitality Managers and Students. *Hospitality Research Journal*, Vol. 14, No. 2, pp: 1-10.
30. Gao, Y.(2011). CSR in an emerging country: A content analysis of CSR reports of listed companies. *Baltic Journal of Management*, Vol. 6, No. 2, pp: 263-291.
31. Hafsi, T., & Turgut, G. (2013). Boardroom Diversity and Its Effect on Social Performance: Conceptualization and Empirical Evidence. *Journal of Business Ethics*, Vol. 112, No. 3, pp: 463-479.
32. Hediger, H. (2010). Welfare and capital-theoretic foundations of corporate social responsibility and corporate sustainability, *The Journal of Socio-Economics*, No. 39, pp: 518-526.
33. Henderson, J.C. (2007). Corporate Social Responsibility and Tourism: Hotel Companies in Phuket. Thailand, Aafter the Indian Ocean Tsunami, *Hospitality Management*, Vol. 26, pp: 228-239.
34. Hudson, S., & Miller, G. (2005). Ethical orientation and awareness of tourism students. *Journal of Business Ethics*, Vol. 62, No. 4, pp: 383-396.
35. Hyun, Eunjung, Yung, Daegyung, Jung, Hojin and Hong, Kihoon. (2016). Women on Boards and Corporate Social Responsibility. *Journal of Sustainability*, Vol. 8, No. 4, pp: 300. DOI:10.3390/su8040300.
36. Jamali, D., Safieddine, A., & Daouk, M. (2007). Corporate governance and women: an empirical study of top and middle women managers in the Lebanese banking sector. *Corporate Governance*, Vol. 7, No. 5, pp: 574-585. (In Persian)
37. Junkus JC, Hoque M, Berry TC. (2010). The demographic profile of socially responsible investors. *Manag Finance*, Vol. 36, No. 6. pp:474-81. DOI: 10.1108/03074351011042955.
38. Ko, E., Hwang, Y. K., & Kim, E. Y. (2013). Green marketing'functions in building corporate image in the retail setting. *Journal of Business Research*, Vol. 66, No. 10, pp: 1709-1715.
39. Kolodinsky, R. W., Madden, T. M., Zisk, D. S., & Henkel, E. T. (2010). Attitudes about corporate social responsibility: business student predictors. *Journal of Business Ethics*, Vol. 91, No. 2, pp: 167-181.
40. Lamsa, A., Vehkaperä, M., Puttonen, T., & Pesonen, H. L. (2008). Effect of business education on women and men students' attitudes on corporate responsibility in society. *Journal of Business Ethics*, Vol. 82, No. 1, pp: 45-58.
41. Lukman R., Innocent A., & Olakunle D. O. (2015). Corporate Social Responsibility and Entrepreneurship (CSRE): antidotes to poverty, insecurity and underdevelopment in Nigeria. *Social Responsibility Journal*, Vol. 11, No. 1, pp: 56-81.
42. Marquis, C., & Lee, M. (2011). Who is governing whom? senior managers, governance and the structure of generosity in large U.S. Firms. Harvard Business School, working paper, pp: 11-121.
43. Martínez, P., & del Bosque, I. R. (2013). CSR and customer loyalty: The roles of trust, customer identification with the company and satisfaction. *International Journal of hospitality management*, Vol. 35, pp: 89-99.

44. Nicolau, J.L. (2008). Corporate social responsibility worth-creating activities. *Annals of Tourism Research*, Vol. 35, No. 4, pp: 990-1006.
45. Pearson, R. (2007). Beyond women workers: gendering CSR. *Third World Quarterly*, Vol. 28, No. 4, pp: 731-749.
46. Pérez A, Del Bosque I. (2016). How customers construct corporate social responsibility images: Testing the moderating role of demographic characteristics. *BRQ Bus Res Q*, Vol. 18, No. 2, pp:127-41.
47. Pop, O. Dina, G.C. Martin, C. (2011). Promoting the Corporate Social Responsibility for A Green Economy and Innovative Jobs. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, Vol.15 , pp: 1020-1023.
48. Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, Vol. 84, No. 12, pp: 78-92.
49. Randolph, S. W. (2008). The Role of Altruistic Behavior, Empathetic and social Responsibility Motivation in Blood Donation Behavior. *Transfusion*, Vol. 48, pp: 43- 54.
50. Salazar AL, Hidalgo JFO, Manriquez MR. (2017). La responsabilidad social empresarial desde la percepción del capital humano. Estudio de un caso. *Rev Contabilidad*, Vol. 20, No. 1, pp:36-46.
51. Salehi Amiri SR, Hajiyani E, Omidvar A, Omidiyani SH, Khalili M, Sasani H, et al. (2008). Organization's social responsibility. Tehran: *Research Institue of Strategic Researches*, pp:9-8. [Book in Persian]
52. Schuyt ,T. & Smit, j. & Bekkers, R. (2005). Constructing a Philanthropyscale: Social Responsibility and Philanthropy.
53. Seto -Pamies, Dolors. (2015). The Relationship between Women Directors and Corporate Social Responsibility. *Journal Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 22, No. 6, pp: 334-345.
54. Soares, R., Marquis, C., & Lee, M. (2011). Gender and corporate social responsibility: It's a matter of sustainability. Catalyst report.
55. Terpstra DE, Rozell EJ, Robinson RK. (1993). The Influence of Personality and Demographic Variables on Ethical Decisions Related to Insider Trading. *J Psychol*, Vol. 127, No. 4, pp: 375-89. DOI: 10.1080/00223980.1993.9915573.
56. Tingchi Liu, M., Anthony W. I. S., Guicheng C. R. L. & Brock, J. (2014). The impact of corporate social responsibility (CSR) performance and perceived brand quality on customer based brand preference. *Journal of Services Marketing*, Vol. 28, No. 3, pp: 181-194.
57. Turker D. (2009). Measuring Corporate Social Responsibility: A Scale Development Study. *Journal of Business Ethics*, Vol. 85, No. 4, pp: 411-27.
58. Wang L. (2011). [Factors Affecting Perceptions of Corporate Social Responsibility Implementation: An Emphasis on Values]. Helsinki: University of Helsinki.
59. Wentzel, K, R. (1991). Social Competence at School: Relationn between Social Responsibility and Academic Achievement. *Reviewed Educational Researc*, Vol. 61, pp: 1-24.
60. Williams, R. J. (2003). Women on corporate boards of directors and their influence on corporate philanthropy. *Journal of Business Ethics*, Vol. 42, No. 1, pp: 1-10.

Survey of Social Responsibility of Women Compared to Men (Case Study: Shiraz Financial Staff)

Seyed Zeinab Ghaemi Bob Anari^{1*}, Mohammad Reza Meigounpoory²

1. Master of Accounting, Hafez Higher Education Institute, Shiraz, Iran.
sz.ghaemi2020@gmail.com
2. Assistant Professor, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran
meigounpoory@ut.ac.ir

Abstract

The social responsibility of the organization, which has been an issue of concern and an eye catching issue in recent years, is an essential factor for the survival of any organization. Demographic characteristics influence social responsibility. The purpose of this study was to investigate the social responsibility of women in comparison with men among the financial staff of Shiraz. The purpose of this study was to conduct a survey based on the purpose of applied research. The statistical population included the financial staff of Shiraz in 1398. The sample size of the study was 96 persons. A two-part questionnaire including Carroll's (1991) demographic and social responsibility questionnaire was used for data collection. In this study, the validity and reliability of the questionnaire were confirmed and the reliability of the questionnaire was measured by Cronbach's alpha. Data were analyzed by means of independent t-test and one-way analysis of variance (ANOVA) and data were analyzed using SPSS software version 22. Findings showed that the social responsibility of the financial staff was assessed. In addition, the findings of the study showed that there is a significant difference between the level of social responsibility with the variables of gender and education so that the tendency of women to social responsibility is higher than that of men. In the face of problems, they make more responsible decisions and take responsibility. There is a significant difference among financial staff with master's degree than financial staff with associate's and bachelor's degree, and the results show that education is different in the two groups of men and women so that the average group of women is larger than the average group. However, there is no significant difference between social responsibility and marital status, work experience, and age.

Keywords: Social Responsibility, Demographic Characteristics, Financial Staff, Women.