

مقاله پژوهشی:

شناسایی و سنجش عوامل موثر بر مسئولیت اجتماعی شرکت گاز استان تهران به روش آمیخته

محمدباقر رستمی^۱، فروغ معین مقدس^۲، کیومرث سمراذجاه^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۵/۱۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۰/۲۷

چکیده

هدف این پژوهش، شناسایی و سنجش عوامل موثر بر مسئولیت اجتماعی شرکت گاز استان تهران به روش آمیخته می باشد. برای گردآوری داده ها از مصاحبه نیمه ساختار یافته بهره گرفته شد و ۲۷ نفر از مدیران و صاحب نظران درونی و بیرونی شرکت به روش نمونه گیری هدفمند انتخاب شدند و مصاحبه ها تا زمان اشباع نظری داده های تحقیق، ادامه پیدا کرد. برای شناسایی عوامل موثر بر مسئولیت اجتماعی شرکت گاز استان تهران از روش تحلیل مضمون و از نرم افزار MAXQDA2020 استفاده شد و در نهایت ۸ مضمون فراگیر، ۵۰ مضمون سازمان دهنده مستخرج از ۸۷۰ مضمون پایه، شناسایی گردید. پس از شناسایی مضمون های اصلی، پرسشنامه ای جهت سنجش مسئولیت اجتماعی شرکت در میان ۵۳ نفر از مدیران و کارشناسان شرکت توزیع، جمع آوری و به روش تحلیل عاملی تاییدی با استفاده نرم افزار SmartPLS تجزیه و تحلیل شد. عوامل موثر بر مسئولیت اجتماعی شرکت گاز استان تهران در هشت مقوله: اصول مسئولیت پذیری، حکمرانی شرکتی، حقوق شهروندی، فعالیت های کاری کارکنان، محیط زیست، فعالیت های عملیاتی قانونی، مسائل مربوط به مشتریان و مشارکت و توسعه جامعه شناسایی و سنجش شدند. در این میان به ترتیب عوامل حقوق شهروندی و حکمرانی شرکتی و فعالیت های عملیاتی قانونی از بیشترین بار عاملی و ضریب تبیین برخوردار شدند.

کلیدواژه‌ها: مسئولیت اجتماعی شرکتی، سنجش، عوامل موثر، شرکت گاز استان تهران، روش آمیخته

۱. دانش‌آموخته دکتری مدیریت آینده پژوهی، دانشگاه فرهنگیان، تهران.
۲. استادیار - دانشکده علوم پایه - دانشگاه بجنورد، بجنورد.
۳. دانش‌آموخته دکتری تحقیق در عملیات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

مقدمه

مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت^۱، در طول سال ها در حال تکامل بود و در مدیریت کسب و کار و تحقیقات دانشگاهی اهمیت پیدا کرد. این مفهوم با تعهدی که یک سازمان باید نسبت به جامعه داشته باشد، ادغام جنبه های اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی برای جستجوی آینده ای بهتر برای همه همراه است (بورجز^۲ و همکاران، ۲۰۱۸). کازری^۳ (۲۰۱۷) استدلال می کند که وقتی شرکت ها فعالیت های خود را در راستای مفهوم مسئولیت اجتماعی توسعه می دهند، کیفیت زندگی جامعه را بهبود می بخشند و برای همه ذینفعان سود به همراه دارند. آنها همچنین برای حفظ ظرفیت تولید نسل های آینده و تعادل بین حوزه های فوق الذکر تلاش می کنند. مورویوا^۴ و همکاران (۲۰۲۰) نقش ذینفعان مختلف در رابطه با مسئولیت اجتماعی را برجسته می دانند و تأکید می کنند که اقدامات شرکت ها تنها مسئول پیامدهای مسئولیت اجتماعی نیستند و اگر به درستی با سایر نظام های مدیریت کسب و کار ادغام شود، شیوه های مسئولیت اجتماعی شرکتی ممکن است مزایای جالبی مانند توسعه کارکنان و مهارت های آنها، ایجاد فرهنگ مسئولیت اجتماعی در شرکت، ایجاد یک محل کار رضایت بخش، ایمن و سالم و سایر موارد را به همراه داشته باشد.

مسئله داشتن یک نگاه هدفمند و نظام مند به موضوع مسئولیت پذیری اجتماعی در شرکت گاز استان تهران و بعد تصمیم گیری برای چگونگی ورود به این مقوله همیشه یکی از مسائلی است که جنبه های مختلفی از ملاحظات و تصمیم گیری ها، تخصیص منابع یا حتی چالش های تصمیم گیری را پیش روی مدیران شرکت قرار دهد و همچنین می تواند اطلاعات وسیع و عمیقی در مورد محیط های بالقوه ای که شرکت در آن فعال است را فراهم نماید و باعث افزایش بهره وری و عملکرد بهتر شرکت گردد. در شرکت گاز استان تهران عوامل مشخص و شناخته شده ای در حوزه مسئولیت اجتماعی وجود ندارد. لذا این پژوهش درصدد است به شناسایی و سنجش عوامل موثر بر مسئولیت اجتماعی شرکت گاز استان تهران بپردازد تا بدین ترتیب ذی نفعان شرکت اعم از سیاست گذاران، مدیران و کارکنان شرکت گاز استان تهران، تامین کنندگان، شرکت های

^۱ Corporate Social Responsibility (CSR)

^۲ Borges

^۳ Cazeri

^۴ Muruviwa

پیمانکاری و مدیریت پروژه، مخاطبان عام، آحاد مردم و ... از نتایج برنامه ای و فرآیندی طرح بهره‌مند گردند و در راستای اعمال و پیاده‌سازی برنامه پیشنهادی، بین مجموعه ذینفعان هم‌رایی ایجاد نماید.

مبانی نظری و پیشینه شناسی تحقیق

تاکنون در رابطه با مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها، تعاریف مختلفی ارائه شده است. به نظر می‌رسد که تعیین مفهوم مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی در ادبیات پیشین و قضاوت در مورد مفاهیمی دشوار باشند که جزئی از مسئولیت پذیری اجتماعی هستند یا مواردی که جزئی از مفهوم مسئولیت پذیری اجتماعی نیستند (ویجینات^۱، ۲۰۱۱). صرف نظر از اینکه ارائه تعاریف مختلف در این زمینه، باعث ظاهر شدن ابعاد بیشتری از مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی شده است؛ پیچیدگی این مفهوم نیز به اتزاعی بودن مفهوم بر می‌گردد. از سوی دیگر، گستردگی تعاریف می‌تواند نشان دهنده تکامل تدریجی این مفهوم از دیدگاه‌های عملیاتی تا دیدگاه‌های راهبردی در سطح جهانی باشد.

نقطه عزیمت تاریخی برای بررسی مطالعات مربوط به مسئولیت اجتماعی راهبردی شرکتی را می‌توان از مقالات اساسی نوشته شده توسط ویلسون^۲ (۱۹۷۴) گرفت. ویلسون (۱۹۷۴) در مقاله خود، ادعا می‌کند که: «اگر قرار باشد عوامل مسئولیت اجتماعی و نیازهای تجاری "ستی" بر اساس یک موقعیت برابر در نظر گرفته شوند، باید در آن مرحله از برنامه ریزی شرکتی که راهبردها، سیاست‌ها و تخصیص منابع را تعیین می‌کند، ادغام شوند.» در قرن بیست و یکم، دیدگاه مبتنی بر منابع به طور فعال در زمینه مسئولیت راهبردی شرکتی اعمال شده است. بینش بیشتر در مورد آنچه که مسئولیت اجتماعی راهبردی شرکتی را تشکیل می‌دهد را می‌توان از نگاه به مفهوم سازی مسئولیت با جزئیات بیشتر به دست آورد (هیکورینن^۳، ۲۰۱۸). کلمه راهبردی نشان می‌دهد که مسئولیت "باید به عنوان یک عمل یکپارچه در سراسر سازمان در نظر گرفته شود و نباید به عنوان حوزه عملکرد خاصی در نظر گرفته شود" (بروکز^۴، ۲۰۰۵). نکته مهم در اینجا این است که این تعریف از مسئولیت راهبردی شرکتی بر خلاف تعاریف کلاسیک ارائه شده توسط بورک^۵ و لاگزدون^۱ (۱۹۹۶) از جهت گیری مسئولیت ذاتی الهام گرفته شده است. زیرا به نظر می‌رسد

^۱ Wijnants

^۲ Wilson

^۳ Heikkurinen

^۴ Brooks

^۵ Brooks

کمترین وجه مشترک در میان تعاریف مسئولیت راهبردی شرکتی در این زمینه تحقیقاتی این است که مسئولیت در یک سازمان زمانی راهبردی می شود که مسائل اجتماعی و زیست محیطی اولویت بالایی پیدا کنند و ابزارهای عمدی برای گفتمان ها و شیوه های مسئولیت پذیری وجود داشته باشد.

سیاست ها و نظام نامه نحوه ایفای مسئولیت های اجتماعی در صنعت نفت و گاز

وزیر نفت در سال ۱۳۹۸ همزمان با برگزاری چهارمین همایش مسئولیت اجتماعی صنعت گاز، «سیاست ها و نظام نامه نحوه ایفای مسئولیت های اجتماعی در صنعت گاز» را ابلاغ کرد. در متن ابلاغیه وزیر نفت آمده است: "با عنایت به آثار محیط اجتماعی بر کارآیی فعالیت های صنعت گاز و با هدف ارائه تصویر مناسب از صنعت گاز در افکار عمومی، ایجاد فضای لازم برای افزایش اعتماد اجتماعی، بهبود روابط با جوامع محلی و تسهیل شرایط کاری صنعت نفت و گاز در این جوامع، بهینه سازی هزینه کردها در زمینه اقدام های مسئولانه سازمان ها و شرکت های نفتی و نظارت عالی در این باره سیاست ها و نظام نامه نحوه ایفای مسئولیت های اجتماعی در صنعت نفت و گاز ابلاغ می شود." (وزارت نفت، ۱۳۹۹) در حال حاضر سیاست کلان شرکت ملی گاز ایران در حوزه مدیریت مصرف گاز طبیعی بر مبنای برنامه ریزی برای بهره مند نمودن غالب جمعیت ایران اسلامی از آسایش حاصل از سوخت گاز طبیعی است. شرکت گاز استان تهران به عنوان یکی از شرکت های شرکت ملی گاز ایران در زمینه ارائه خدمات مستمر و ایمن توزیع گاز طبیعی، به عنوان سوخت پاک با هدف تامین رفاه، اطمینان خاطر و افزایش روزافزون مشترکین خانگی، تجاری و صنعتی استان تهران فعالیت می نماید (برنامه راهبردی شرکت گاز استان تهران، ۱۳۹۹).

الگوهای مسئولیت اجتماعی شرکتی

الگوهای مختلفی برای مسئولیت اجتماعی شرکتی توسط پژوهشگران و اندیشمندان این حوزه ارائه شده است که مهمترین آنها در جدول ۱ آورده شده است.

جدول ۱: الگوهای مسئولیت اجتماعی شرکتی (پژوهشگر)

عوامل موثر	الگو
مسئولیت های اقتصادی: برای سهامداران سودآور باشد، شغل خوب برای نیروی کار و محصولات با کیفیت خوب برای مصرف کنندگان فراهم کند. مسئولیت های قانونی: اطاعت از قوانین و طبق قواعد بازی عمل کردن. مسئولیت های اخلاقی: هدایت کسب و کار به صورت اخلاقی، انجام دادن کاری که درست است، رعایت عدالت و انصاف و دوری کردن از ضرر و زیان. مسئولیت های بشردوستانه: مشارکت داوطلبانه در جامعه، تخصیص پول و زمان برای انجام دادن کار خوب.	الگو هر می کارول ^۱ (کارول، ۱۹۷۱)
مسئولیت اجتماعی اخلاقی: انجام الزام های اخلاقی مسئولیت های اقتصادی شرکت، مسئولیت های قانونی و مسئولیت های اخلاقی. مسئولیت اجتماعی نوع دوستانه: انجام مسئولیت های بشردوستانه سازمان، فراتر از جلوگیری از آسیب زدن، در جهت همیاری در راستای کاهش کمبودهای رفاه عمومی جدای این موضوع که آیا برای کسب و کار منفعت دارد یا نه. مسئولیت اجتماعی راهبردی: انجام دادن مسئولیت های بشردوستانه که به شرکت از طریق تبلیغات و ایجاد تصویری مثبت منفعت می رساند.	الگو لانتوس ^۲ (لانتوس، ۲۰۰۲)
بُعد انگیزش (راهبردی در برابر نوع دوستانه) و کانون مسئولیت (شرکتی در برابر فردی)	الگو هماهنگی (گالبریت ^۳ ، ۲۰۰۹)
خلق ارزش و توسعه اقتصادی: سرمایه گذاری (سرمایه مالی، تولیدی، اجتماعی، انسانی و طبیعی)، محصولات فایده مند (محصولات و خدمات پایدار و مسئولانه)، کسب و کار فراگیر (توزیع ثروت، بازارهای مربوط به قاعده هرم). حاکمیت خوب: رهبری (تعهد راهبردی به مسئولیت و پایداری)، شفافیت (گزارش در زمینه پایداری و مسئولیت، پرداخت های حکومتی)، اقدامات اخلاقی (جلوگیری از فساد و احترام به ارزشها در کسب و کار). مشارکت اجتماعی: نوع دوستی (کمک به امور خیریه، تأمین خدمات و محصولات عمومی)، اقدامات منصفانه کاری (شرایط کار، حقوق	الگو دی.ان.ای ویسر ^۴ (۲۰۱۴)

^۱ Carroll^۲ Lantos^۳ Galbreath^۴ Visser

<p>کارکنان، سلامت و ایمنی) و درست کاری در زنجیره تأمین (توانمندسازی کسب و کارهای کوچک و متوسط، استانداردهای کاری و زیست محیطی) و دستکاری زیست-محیطی: حفاظت از محیط زیست (حفاظت از تنوع زیستی و احیای زیست بوم)، منابع تجدیدپذیر (رسیدگی به تغییرات آب و هوایی، مواد و انرژی های تجدیدپذیر) و عدم تولید پسماندها (حذف پسماندها)</p>	
<p>راهبرد واکنشی: در این راهبرد سازمان معمولاً در صحنه مسئولیت اجتماعی حداقل فعالیت ممکن را انجام می دهند. راهبرد تدافعی: در این راهبرد سازمان تلاش می کند تا با حربه های مختلف از انجام مسئولیت اجتماعی شانه خالی کند. راهبرد انطباقی: سازمان زمانی که از سوی عوامل خارجی (قوانین، دولت و فشار افکار عمومی) تهدید شده باشد مسئولیت اجتماعی خود را انجام می دهد. راهبرد عملگرایانه: در این راهبرد پیش از آن که مسأله یا مشکل اجتماعی بخواهد به طور ناخواسته رخ دهد، سازمان نسبت به آن واکنش نشان می دهد و آن را از بین می برد.</p>	<p>الگو راهبرد محور (کارول، ۱۹۷۱)</p>
<p>براساس این الگو، مدیریت باید همزمان به شش گروه از ذینفعان توجه کند. این گروه های شامل سهامداران، جامعه، محیط شرکت، کارمندان، تأمین کنندگان و مشتریان هستند.</p>	<p>الگو ستاره ای ذینفعان (ما^۱، ۲۰۱۲)</p>
<p>براساس این الگو برای اینکه اهداف سودآوری تحقق یابد، باید به تقاضای مصرف کنندگان در زمینه مسئولیت پذیری اجتماعی پاسخ داده شود. در اینصورت، شرکت ضمن سودآوری، در رفتارهای مسئولانه اجتماعی و زیست محیطی مشارکت می کند، به دلیل تعهد به مسئولیت پذیری اجتماعی، به شهرت و اعتبار بالایی در فضای عمومی دست می یابد و محدوده مشتریان خود را گسترش می دهد که به معنای افزایش تعداد متقاضیان مسئولیت پذیری اجتماعی است و بنابراین، پایبندی بیشتری به مسئولیت پذیری اجتماعی پیدا می کند.</p>	<p>الگو مشتری محور کلایدون^۲ (۲۰۱۱)</p>
<p>طبق الگو، شرکت باید به اصول مسئولیت پذیری اجتماعی در سه سطح مؤسسه ای، سازمانی و فردی توجه کند که توجه به این ابعاد سه نوع نتیجه را در بر خواهد داشت. برای نمونه، رعایت اصول مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت در سطح</p>	<p>الگو پهلو به پهلو (ما، ۲۰۱۲)</p>

^۱ Ma

^۲ Claydon

مؤسسه ای، از سوی محیط شرکت ارزیابی خواهد شد و نتیجه ارزیابی، تأثیرگذاری بر جامعه اطراف شرکت خواهد بود و این اثرات می تواند منفی یا مثبت باشند.	
اصول انگیزشی رفتار مسئولانه (شامل اصول نهادی، سازمانی و شخصی)، فرایند مسئولیت پذیری (شامل ارزیابی محیطی، ارزیابی ذینفعان و ابعاد مدیریت) نتایج عملکرد (شامل اثرات اجتماعی، برنامه های اجتماعی و رویه های اجتماعی)	الگو عملکرد اجتماعی محور (وود ^۱ ، ۱۹۹۱)
مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان: دیدگاه اقتصادی، دیدگاه قانونی، دیدگاه اخلاقی و دیدگاه بشردوستانه، پاسخگویی اجتماعی سازمان: راهبرد انفعالی، راهبرد تدافعی، راهبرد تطابقی و راهبرد پیشگیرانه و مدیریت مسائل عمومی: تشخیص مسائل و تحلیل مسائل.	الگو سه مرحله ای (وارتیک و کوکران، ۱۹۸۶)
موضوعات الگو: نظام راهبری سازمانی، محیط زیست، کارکنان، حقوق شهروندی، مشارکت و تعامل با جامعه، مسایل مربوط به مشتریان و مصرف کنندگان و عملیات منصفانه و روابط بین المللی.	الگو استاندارد ایزو ^۲ ۲۶۰۰۰ (ایزو، ۲۰۱۰)
عملکرد پایداری را در گزارشگری یکپارچه ابعاد مالی پایداری اقتصادی و ابعاد غیر مالی پایداری حاکمیتی، اجتماعی، اخلاقی و زیست محیطی ترویج می دهد و بعد اخلاقی را مرتبط با ابعاد دیگر در نظر می گیرد.	الگو استاندارد گزارشگری GRI ^۳ (جی آر آی، ۲۰۱۸)

در ادامه به پژوهش های داخلی و خارجی انجام داده در سال های اخیر، اشاره می شود: کاظم پور و رحیمیان (۱۳۹۷) در پژوهش خود به مرور مفاهیم، ابعاد، نظریه ها و پانزده الگو مسئولیت پذیری اجتماعی می پردازد و ادعان می دارد که بعد از گذشت بیش از ۵۰ سال از این مفهوم، همچنان ارائه تعریفی واحد برای آن، کار دشواری است، اما نکته حائز اهمیت آن است که بیشتر تعاریف، شرکت ها را در برابر جامعه مسئول می دانند. از این رو، برای پاسخ گویی در برابر جامعه، نیاز است مباحث نظری مسئولیت پذیری اجتماعی، به صورت دقیق در عمل هم اجرا شوند. حقیقتیان و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان بررسی تأثیر جامعه پذیری سازمانی بر مسئولیت اجتماعی کارکنان (مورد مطالعه شرکت نفت کرمانشاه) بیان می دارد که یکی از مسائلی

^۱ Wood^۲ Iso 26000^۳ Global Reporting Initiative

که امروزه تحقیق و پژوهش بر روی آن ضروری به نظر می رسد، مسئولیت پذیری اجتماعی کارکنان است. فضای دیوان سالار و سلسله مراتبی بسیاری از سازمان ها باعث شده است تا احساس تعهد و مسئولیت پذیری کارکنان در قبال سازمان کمتر شود. رشد و توسعه ی هر جامعه و کشوری به عملکرد کارآمد و مطلوب سازمان ها و نهادها و به تبع آن عملکرد کارآمد و مطلوب افراد شاغل در این نهادها و سازمان ها وابسته است.

قربانی و دیگران (۱۳۹۶) تحلیل محتوای مسئولیت اجتماعی در مقاصد استراتژیک شرکتهای صنعت نفت، گاز و پتروشیمی، چهار بعد مسئولیت اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشردوستانه را به عنوان ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکتهای مطرح کرده، "چشم انداز، مأموریت و ارزشهای محوری" شرکتهای صنعت نفت، گاز و پتروشیمی به عنوان مقاصد استراتژیک این شرکتهای تحلیل محتوا نموده است.

فیاضی آزاد و دیگران (۱۳۹۶) طراحی مدل عوامل مؤثر بر مسئولیت اجتماعی شرکت ملی نفت ایران پرداخته اند و در دو بخش ابعاد مسئولیت اجتماعی (شامل پاسخگویی، رعایت اصول اخلاقی - اجتماعی، قوانین تدوین شده، شفافیت، حفظ منافع ذی نفعان) و نیز عوامل مؤثر بر آن (شامل آگاهی و باور مدیران ارشد، آموزش، دانش، توجه به رقابت، حفظ محیط زیست، کنترل و ارتباطات) شناسایی نموده اند.

سید جوادین و دیگران (۱۳۹۵) به ارائه مدلی به منظور تبیین مسئولیت اجتماعی در شرکت های نفت و گاز با استفاده از تکنیک مدل سازی ساختاری تفسیری پرداخته اند و عوامل در پنج گروه سطح بندی نموده و با در نظر گرفتن ماتریس در دسترس پذیری نهایی، مدل نهایی ساختار تفسیری ترسیم نموده اند.

مدهوشی و نوروزی (۱۳۹۴) با رویکردی کیفی به جست و جوی راهکارهای ارتقاء مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان با تأکید بر کدهای اخلاقی پرداخته اند.

نوروزی و دیگران (۱۳۹۳) به پردازش نظری مسئولیت اجتماعی بر مبنای نظریه داده بنیاد پرداخته و در مرحله کدگذاری محوری، پیوند میان این مقوله ها ذیل عناوین شرایط علی، پدیده محوری، راهبردهای کنش و کنش متقابل، بستر، شرایط مداخله گر و پیامدهای رعایت مسئولیت اجتماعی شرکتهای برای شرکتهای در قالب پارادایم تعیین نموده اند.

قربانی و دیگران (۱۳۹۹) در پژوهش خود با استفاده از تحلیل مضمون به ارائه الگوی مسئولیت

اجتماعی شرکت‌های پالایش نفت، چهار مضمون فراگیر مسائل مرتبط با مشتریان، حفظ محیط زیست، مسائل مرتبط با کارکنان، و توسعه جوامع محلی را شناسایی نموده‌اند. راهداری و سپاسی (۱۳۹۷) در کتاب خود با عنوان "مسئولیت اجتماعی شرکتی و کسب و کار پایدار" به اهمیت موضوع مسئولیت پذیری اجتماعی در سازمان‌های بین‌المللی مانند سازمان ملل و اتحادیه اروپا، بنیاد مدیریت کیفیت اروپا و تدوین استانداردهایی برای آن پرداخته‌اند. ملک‌زاده و برخوردار (۱۳۹۴) در کتاب خود با عنوان "مسئولیت اجتماعی شرکتی در صنعت نفت"، اذعان می‌داند که مفاهیم مسئولیت اجتماعی شرکتی و مسئولیت شرکتی و پایدار در دنیای کسب و کار و در حوزه مدیریت سازمان‌ها کاربرد فراوانی داشته که با نگاه به توسعه پایدار و تدوین برنامه‌های استراتژیک که توسط شرکت‌ها و سازمان‌ها انجام می‌شود، ارزیابی مردم در خصوص این شرکت‌ها و نگاه مدیریت کلان سازمان‌ها را به آینده و نسل‌های بعدی معطوف می‌دارد.

شافعی و احمدی (۱۳۹۲). در کتاب خود با عنوان "مسئولیت پذیری اجتماعی سازمانی" به بیان مفاهیم، نظریه‌ها، الگوها و کاربردها پرداخته و اذعان می‌دارند که مطابق این مفهوم، سازمان‌هایی که توجه خود را به نیازهای انسانی افراد مبذول نموده و مأموریت‌ها و دورنمای راهبردی‌شان را بر اساس خواسته‌های بشر دوستانه و زیست محیطی تدوین نمایند، جایگاه خود را در جامعه ارتقاء بخشیده و به عنوان یک عنصر اثرگذار و دارای نقش در حفظ و پایداری محیطی مطرح می‌شوند.

پراتس^۱ و دیگران (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان بررسی مفاهیم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها توسط تولیدکنندگان بیان داشت که تعاریف بسیاری برای مسئولیت اجتماعی شرکت وجود دارد، اما به طور گسترده می‌توان از آن به عنوان تعهد یک سازمان نسبت به جامعه از طریق اعمال و نگرش تعریف کرد.

مولینا^۲ (۲۰۱۰) در پژوهشی با عنوان مسئولیت اجتماعی و نقش شرکت بزرگ در تغییر جامعه، بیان می‌دارد که مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به مشارکت داوطلبانه شرکت برای توسعه پاینده‌ی فراسوی الزامات قانونی اشاره دارد و یک روش برای کاهش شکاف بین شرکت‌ها و انتظارات

^۱ Prates

^۲ Molina

دینفعان در قالب گزارشگری و افشای اطلاعات اضافی با رویکرد پایداری به شمار می رود. بوسو^۱ و میچلون (۲۰۱۰) در پژوهش خود با عنوان ضرورت مسئولیت اجتماعی در سازمان ها و نقش و کارکرد آن بیان داشته که مسئولیت اجتماعی شرکت ها به این معناست که مؤسسات باید بتوانند به طور مستقیم یا غیرمستقیم از طریق انجام فعالیت هایی به بهبود رفاه اجتماعی کمک کنند. سرواس^۲ و تامایو^۳ (۲۰۱۳) به پژوهشی با عنوان تأثیر مسئولیت پذیری اجتماعی بر ارزش شرکت پرداختند. نتایج حاصل از تحقیق نشان می دهد که مسئولیت پذیری اجتماعی با ارزش شرکت، در شرکت هایی که میزان آگاهی مشتریان و یا آگاهی عموم مردم از طریق تبلیغاتی که شرکت انجام می دهد بیشتر باشد، رابطه مثبت وجود دارد و برای شرکت هایی که آگاهی مشتریان و یا عموم مردم پایین است این رابطه ضعیف و یا منفی می باشد. همچنین نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که تأثیر آگاهی بر رابطه مسئولیت پذیری اجتماعی و ارزش شرکت در مورد شرکت هایی که شهرت کمی در اجتماع دارند منفی است.

میشرا^۴ و همکاران (۲۰۱۱) به این نتیجه رسیدند که شرکت هایی که در افشای مسئولیت پذیری اجتماعی در گزارش های خود سرمایه گذاری کرده اند هزینه سرمایه ای بالطبع پایین تر از شرکت هایی داشته اند که این افشاگری را انجام نمی دادند.

جین^۵ و درزدنکو^۶ (۲۰۱۰) در پژوهشی درباره رابطه بین اخلاقیات، مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد سازمانی به این نتیجه رسیدند که، مدیران سازمان های نظام یافته در مقایسه با سازمان های ماشینی بنیاد، سطح مسئولیت پذیری اجتماعی و اخلاقیات بالایی دارند.

ولکاویکووا^۷ (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان "موانع اجرای مسئولیت اجتماعی شرکتی در شرکت های ساختمانی اسلواکی"، موانع اجرای مسئولیت اجتماعی شرکت ها در حوزه کسب و کار را

^۱ Bosso

^۲ Servaes

^۳ Tamayo

^۴ Mishra

^۵ Jin

^۶ Drozdenko

^۷ Valkovicova

بررسی نموده و آن‌ها را در چهار دسته موانع قانونی، اجتماعی، اقتصادی و محیط زیستی دسته بندی نموده است که به زعم وی، موانع قانونی سخت ترین مانع پیش روی کسب و کار است. پژوهش رادنی مک ادام^۱ و دیگران (۲۰۰۳) با عنوان "تاثیر الگوهای تعالی در اجرای مسئولیت اجتماعی" نشان می دهد که الگو مسئولیت اجتماعی و الگو ترکیب شده مسئولیت اجتماعی و روش شناسی مدیریت کیفیت جامع، نگرش مسئولیت اجتماعی و مدیریت کیفیت جامع را قادر می سازد که در دوره هایی نقطه نظرات اخلاقیات مشروع، فرآیند مبتنی بر مسئولیت اجتماعی و مدیریت ذی نفعان و خروجی ها را مورد ارزیابی قرار دهد.

همان طور که در بررسی پیشینه پژوهش ملاحظه می شود، تعریف مختلفی از مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ارائه شده است. ما در این تحقیق تعریف الگو استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰ از مسئولیت اجتماعی یعنی "مسئولیت یک سازمان برای اثر بخشی تصمیمات و فعالیتهای خود بر جامعه و محیط از طریق رفتار شفاف و اخلاقی" را مد نظر قرار داده ایم (ایزو، ۲۰۱۰). از طرفی در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکتی از دیدگاه اجتماعی رشته مدیریت، فقط چند پژوهش محدود وجود دارد و تاکنون هیچ تحقیق مشابهی از لحاظ موضوعی که مستقیماً به طور اساسی در زمینه شناسایی عوامل موثر بر مسئولیت اجتماعی شرکت گاز استان تهران باشد، علی رغم ضرورت، بدان پرداخته نشده و در کشور بسیار مهجور مانده است.

روش شناسی تحقیق

روش پژوهش از نوع آمیخته اکتشافی متوالی کیفی-کمی در دو مرحله متمایز است. هدف از این نوع روش، آن است که نتایج روش اول (کیفی) باعث شکل گیری و روشن شدن روش دوم (کمی) شود. کرسول^۲ و کلارک^۳ (۲۰۱۱) بیان داشته اند به چند دلیل نیازمند اکتشاف هستیم: اندازه اندازه گیری ها یا ابزارها در دسترس نیستند، متغیرها ناشناخته هستند، یا چارچوب هدایت کننده یا نظریه ای وجود ندارد. در پژوهش حاضر پژوهش شناخته شده ای در حوزه مسئولیت اجتماعی در شرکت گاز استان تهران وجود ندارد؛ از این رو، هدف پژوهش شناسایی و سنجش عوامل موثر بر مسئولیت اجتماعی شرکت گاز استان تهران می باشد و باید ابتدا مقوله‌های آن مشخص و سنجش

^۱ McAdam

^۲ Creswell

^۳ Clark

گردند و از طریق پژوهش کمی اعتباریابی شود.

بخش کیفی: روش کیفی این تحقیق، روش «تحلیل مضمون»^۱ است. تحلیل مضمون، روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده های کیفی است. این روش، فرایندی برای تحلیل داده های متنی است و داده های پراکنده و متنوع را به داده هایی غنی و تفصیلی تبدیل می کند (براون و کلارک، ۲۰۰۶). برای تحلیل مضمون، رویکردهای مختلفی عرضه شده است. در این تحقیق از رویکرد سه مرحله ای شبکه مضامین استفاده شده است. در مرحله اول، کدها و نکات کلیدی موجود در متن، در پایین ترین سطح بیرون کشیده شدند (مضمون های پایه) در مرحله دوم با دسته بندی و ترکیب این مضمون های پایه ای و تلخیص آن ها به اصول مجردتر و انتزاعی تر دست پیدا شدند (مضمون های سازمان دهنده) و در مرحله سوم مضمون های عالی دربرگیرنده اصول حاکم بر متن به عنوان یک کل نام گذاری شدند (مضمون های فراگیر).

در این تحقیق، براساس نمونه گیری هدفمند، از مجموع بیش از ۳۵ نفر که مصاحبه با آن ها پیگیری گردید، در نهایت ۲۷ مصاحبه انجام شد. مصاحبه ها تا زمان اشباع نظری داده های تحقیق، ادامه پیدا کرد به طوری که داده های جدید، ارزش افزوده جدیدی تولید نمی کردند، ادامه پیدا کرد. ۲۷ نفر مصاحبه شونده از مدیران و کارشناسان شرکت ملی گاز و شرکت گاز استان تهران بودند. مصاحبه ها در مهر ماه ۱۳۹۹ انجام گردیدند اطلاعات جمعیت شناختی مصاحبه شوندها در جدول ۲ آمده است. صدای کلیه مصاحبه شوندها با کسب اجازه اولیه از آنان ضبط و سپس به طور کامل پیاده می شد و سپس از طریق نرم افزار کیفی MAXQDA2020 تحلیل می گشت. سه مرحله فرایند روش کیفی تحلیل مضمون (مضامین پایه، مضامین سازمان دهنده و مضامین فراگیر) انجام گرفت و شبکه مضامین مسئولیت اجتماعی شرکت گاز شکل گرفت.

^۱ Thematic analysis

جدول ۲: سمت، تحصیلات و سابقه مصاحبه شوندگان در شرکت

ردیف	عنوان	تحصیلات	سابقه
۱	معاون فعلی HSE	کارشناسی ارشد	۱۸
۲	معاون اداری و مالی	کارشناسی ارشد	۲۹
۳	رئیس اداره تحقیقات و فناوری	دکتری	۲۸
۴	معاون امور کالا	کارشناسی ارشد	۳۴
۵	مدیر فناوری اطلاعات	کارشناسی ارشد	۱۶
۶	معاون برنامه ریزی	دکتری	۳۲
۷	عضو کمیته CSF	کارشناسی	۱۴
۸	مدیر مددکاری اجتماعی	کارشناسی ارشد	۳۴
۹	مدیر بهره برداری	کارشناسی ارشد	۲۱
۱۰	مدیر روابط عمومی	کارشناسی	۳۳
۱۱	مدیر واحد مالی	کارشناسی ارشد	۱۶
۱۲	سیستم های مدیریتی و تعالی سازمانی	کارشناسی ارشد	۲۶
۱۳	دبیر کمیته CSR	کارشناسی ارشد	۱۵
۱۴	معاون سابق HSE	کارشناسی ارشد	۳۳
۱۵	مشاور رئیس شرکت ملی گاز	کارشناسی ارشد	۳۴
۱۶	دبیر کمیته CSR شرکت ملی گاز	داشجوی دکتری	۱۰
۱۷	مدیر مطالعات اجتماعی شرکت ملی گاز	کارشناسی ارشد	۲۸
۱۸	مدیر HSE شرکت ملی گاز	کارشناسی ارشد	۱۷
۱۹	مطالعات اجتماعی شرکت ملی گاز	کارشناسی ارشد	۳۴
۲۰	مدیر آموزش و مشاور امور بانوان	کارشناسی ارشد	۱۶
۲۱	جانشین رئیس امور قراردادها	کارشناسی ارشد	۱۸
۲۲	مدیر امور مالی و پشتیبانی	کارشناسی ارشد	۳۰
۲۳	رئیس منطقه گازرسانی	کارشناسی ارشد	۳۱
۲۴	سرپرست معاونت برنامه ریزی	کارشناسی ارشد	۳۰
۲۵	مدیر امور قراردادها	کارشناسی ارشد	۲۸
۲۶	مشاور مسئولیت اجتماعی شرکتی	داشجوی دکتری	۲۰
۲۷	مدیر امور کالا	کارشناسی ارشد	۳۲

اعتماد پذیری یافته های کیفی تحقیق

اکثر روش شناسان کیفی به جای استفاده از واژگان روایی و پایایی که اساساً و از لحاظ مبانی فلسفی ریشه در پارادایم کمی دارند، از معیار «اعتماد پذیری یا قابلیت اعتماد» جهت ارجاع به ارزیابی کیفیت نتایج کیفی استفاده می کنند (توینینگ، ۲۰۰۰: ۱۰). قابلیت اعتماد، به بیانی ساده، میزانی است که در آن می توان به یافته های تحقیق کیفی، متکی بود و به نتایج آن اعتماد نمود (محمدپور، ۱۳۹۰: ۱۸۴). گویا و لینکلن قابلیت اعتماد را شامل چهار معیار قابل قبول بودن، انتقال پذیری، قابلیت اطمینان و تأیید پذیری می دانند (سینکویس و دیگران، ۲۰۰۸). آنها معیارهای فوق را به ترتیب با چهار معیار پژوهش کمی متعارف، یعنی روایی درونی، روایی بیرونی، پایایی و عینیت، جفت کرده و پیوند داده اند (محمدپور، ۱۳۹۰: ۱۸۶-۱۸۴، سینکویس و دیگران، ۲۰۰۸).

جدول ۳ روش های تامین اعتماد پذیری این پژوهش را نشان می دهد:

جدول ۳: روش های تامین اعتماد پذیری تحقیق حاضر

معیار	زیر معیارها	راهبرد تامین	توضیح اقدام صورت گرفته
قابل قبول بودن	روایی داده های ورودی تحقیق	نمونه گیری هدفمند و اشتها (نیومن، ۲۰۰۰ و تدلی و یو، ۲۰۰۷)	معرفی و تضمین مصاحبه شوندگان بعدی توسط مصاحبه شوندگان قبلی و بر اساس توصیه متخصصان یا مطلعان کلیدی
	روایی توصیفی مکسول (1992)	بازخور مشارکت کننده	ارائه کدهای توصیفی نسبت داده شده به هر قطعه از مصاحبه ها به مصاحبه شونده و دریافت و اعمال نظرات اصلاحی
	روایی تئوریک (ماکسول، ۱۹۹۲)	سنجش باور پذیری (محمدپور، ۱۳۹۰)	ارائه تبیین های تئوریک حاصل تحقیق به مصاحبه شوندگان و دریافت نظرات اصلاحی
انتقال پذیری	درجه ای که نتایج یک مطالعه کیفی می تواند به یک محیط متفاوت دیگر نیز منتقل شود.	نمونه گیری با حداکثر تنوع (محمدپور، ۱۳۹۰)	انتخاب مصاحبه شوندگان با تنوع بالا، از در سطوح مختلف شرکت
		استفاده از روش نمونه گیری هدفمند	انتخاب مصاحبه شوندگان با مشاوره متخصصان از بین افراد صاحب نظر و مرتبط
قابلیت اطمینان	میزانی که در آن فرایند بررسی اطمینان پذیر است.	ممیزی قابلیت اطمینان توینینگ، ۲۰۰۰)	در اختیار گذاشتن داده ها، روش ها و تصمیمات اتخاذ شده در پژوهش با هدف امکان پذیری بازبینی توسط دیگر پژوهشگران
تأیید پذیری	قابلیت ارزیابی و تأیید چگونگی گردآوری و تحلیل داده ها	ارائه جزئیات روش ها و داده های تحقیق	ارائه گزیده مصاحبه ها و نیز توضیح روند تحلیل داده ها تا دستیابی به نتایج تحقیق که کاملاً مبتنی بر داده ها هستند.

– بخش کمی

در این بخش از آزمون‌های استنباطی t یک نمونه‌ای برای بررسی وضعیت موجود مولفه‌ها و تحلیل عاملی^۱ از برای آزمون الگو مستخرج از بخش کیفی استفاده خواهد شد. تحلیل عاملی یک روش آماری چند متغیری است که در تحلیل جداول یا ماتریس‌های ضرایب همبستگی به کار می‌رود. بازبینی مستقیم ماتریس‌های مربوط به ضرایب همبستگی، به وضوح نشان می‌دهد که تفسیر شهودی ساده‌ای از الگوی روابط بین متغیرها امکان پذیر نیست. در چنین موقعیتی، محقق به روش از تحلیل نیاز دارد که به وی در تفسیر معنادار متغیرهایی که با هم ارتباط دارند، کمک کند. تحلیل عاملی روشی برای دستیابی به چنین منظوری است (فرگوسن^۲ و تاکانه^۳، ۱۳۹۳: ۱۶۷). به طور کلی دو روش در تحلیل عاملی وجود دارد: تحلیل عاملی اکتشافی^۴ و تأییدی^۵.

در این پژوهش از روش تحلیل عاملی تأییدی استفاده خواهد شد. نوع تأییدی تحلیل عاملی، برای برآورد هرچه دقیق‌تر بارهای ماتریس هدف به کار می‌رود (کلاین^۶، ۱۳۹۳: ۴۷). به عبارتی، تحلیل عامل تأییدی به این سؤال پاسخ می‌دهد که آیا نشانگرهای انتخابی معرف یا برآورده متغیر مکنون (پنهان) است یا خیر؟ به عبارتی، در این روش پژوهشگر به دنبال تهیه الگوی است که فرض می‌شود داده‌های تجربی را بر پایه چند عامل نسبتاً اندک، توصیف تبیین یا توجیه می‌کند. این الگو مبتنی بر اطلاعات پیش تجربی درباره ساختار داده‌ها است که می‌تواند به شکل یک تئوری یا فرضیه، یک طرح طبقه بندی کننده معین برای گویه‌ها در انطباق با ویژگی‌های عینی شکل و محتوا، شرایط معلوم تجربی و یا دانش حاصل از مطالعات قبلی درباره داده‌های وسیع باشد. روش‌های تأییدی (آزمون فرضیه) میزان هماهنگی داده‌ها با یک ساختار عاملی معین (که در

^۱ Factor analysis

^۲ ferguson

^۳ Takane

^۴ Exploratory Factor Analysis (EFA)

^۵ Confirmatory Factor Analysis (CFA)

^۶ Kline

فرضیه آمده) را تعیین می‌کنند (چيونگ^۱، ۲۰۱۵).

یافته ها و تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این بخش از مقاله به تحلیل داده های جمع آوری شده در این تحقیق می پردازیم. بدین منظور داده های حاصل از مصاحبه های عمیق با ۲۷ نفر از مدیران و کارشناسان درونی و بیرونی شرکت گاز استان تهران، در سه مرحله فرایند روش کیفی تحلیل مضمون یعنی کدگذاری مضامین پایه، کدگذاری مضامین سازمان دهنده و کدگذاری مضامین فراگیر با استفاده از نرم افزار تحلیل کیفی MAXQDA2020 تحلیل گردیده و شبکه مضامین مسئولیت اجتماعی شرکت گاز استان تهران را ارائه نموده و به تشریح اجزای آن می پردازیم.

شکل گیری کدهای مضامین پایه:

در مرحله اول پژوهشگران به کدگذاری مضامین پایه اطلاعات جمع آوری شده پرداختند. در این مرحله کلیه داده ها و اطلاعات حاصل از مصاحبه ها و همچنین اسناد، گزارش عملکرد و متن های مرتبط با مسئولیت اجتماعی که در قالب متن بودند توسط پژوهشگران به نرم افزار MAXQDA وارد شده و مورد تحلیل قرار گرفت. در واقع با مطالعه دقیق و خط به خط جملات، یادداشت نویسی مطالب مهم، مفهومی توسط محقق به هر قطعه از جملات متن یا صوت نسبت داده می شد که البته گاهی یک جمله از منظرهای مختلف کدهای مختلفی را به خود می پذیرفت. همچنین حاصل این مرحله، تولید ۸۷۰ مضمون پایه بود. در ادامه در جدول ۴ بخشی از مضامین پایه (کدهای باز) استخراج شده از متن مصاحبه ها آورده شده است.

جدول ۴: بخشی از مضامین پایه (کدهای باز) استخراج شده از متن مصاحبه ها

مضامین پایه	متن
<ul style="list-style-type: none"> • ارتباط کارکنان با مدیر عامل • نظر سنجی از جامعه • هزینه کرد زیست محیطی • گازرسانی به روستاها • مدیریت پسماند 	<p>مصاحبه ۵: ... معیارهای مسئولیت اجتماعی، معیارهای که ما داریم می تونه نظر سنجی از جامعه باشه، مشترکین باشه کارکنان، همسایگان، زیست محیط، تعاملات باشد و ارتباط کارکنان با مدیر عامل باشد. می تونم از هزینه کرد زیست محیطی مون نام ببرم. از مدیریت پسماند نام ببرم که به روش کار می کنیم. گازهای گلخانه ای و پرداخت های غیر حضوری که خیریه جدیدی هست و در</p>

^۱ Cheung

<ul style="list-style-type: none"> ● گازهای گلخانه ای ● پرداخت های غیر حضوری ● مدیریت کربن ● همیارگاز ● امداد موتور سوار ● تقسیط گازها ● بخشودگی قبوض برای اقشار محروم 	<p>نهایت گازرسانی به روستاها رو بلام. این معیارهای در مورد سوال بعدی میزان اهمیت مسئولیت اجتماعی، همان طور که شما می دونید برای ما خیلی زیاده در سه حوزه اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی. در بحث زیست محیطی مون می تونم مدیریت پسماند و مدیریت کربن، در اجتماعی می تونم همیارگاز، امداد موتور سوار، پرداخت های غیر حضوری رو نام ببرم. توی اقتصادی هم می تونم تقسیط گاز ها رو نام ببرم بخشودگی قبوض برای بعضی از اقشار جامعه.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● سیاست های شرکت ● منابع انسانی ● سلامت اداری ● جانشین پروری ● نظام آراستگی ● راهبرد منابع انسانی 	<p>مصاحبه ۸: ... موضوع دیگر در خصوص سیاست های شرکت، در خصوص منابع انسانی، منابع انسانی ما در شرکت های گاز استانی بر اساس ارزیابی های هر سال اول هست. در بحث سلامت اداری رویکرد ما شرکت برتر شدیم. منابع انسانی ما پروژه های زیادی انجام داده. بحث جانشین پروری، بحث نظام آراستگی. راهبرد منابع انسانی تدوین کردیم.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● گازرسانی به مناطق محروم روستایی ● همکاری با کمیته امداد ● خانواده شهدا و ایثارگران ● تخفیفات برقراری انشعاب ● تقسیط گازها ● تسهیلات برای مناطق توسعه نیافته 	<p>مصاحبه ۱۱: همون جویری که گاز یک موهبت هست، همون اندازه هم خطرش خیلی چشم گیر و جبران ناپذیر هست. در حوزه های کم توسعه یافته یا مثلاً اصلاً توسعه نیافته روستایی، بافت های روستایی، بعضاً گازرسانی می شود منتها این امر این هست که شاید افرادی اصلاً استطاعت امکان بهره مندی از گاز رو نداشته باشند بواسطه وسع مالی شون اینجا، قبلاً حالا فکر می کنم شاید هنوز هم جاری باشد، قبلاً از کمیته امداد نامه می گرفتند و اول برقراری انشعاب برایشون میسر می شد. در خصوص حوزه خانواده شهدا و ایثارگران دارد این کار انجام می شود برایشون با نامه های بنیاد شهید برای تخفیفات لازم قائل می شوند.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● ایمن سازی استفاده از گاز 	<p>مصاحبه ۱۸: در خصوص استانداردهای استفاده از گاز به هنگام فصل سرما بیشترین نکات رو ما از طریق پویانمایی هایی که از</p>

<ul style="list-style-type: none"> • اطلاع رسانی در متروها • استفاده بهینه از گاز • استفاده ایمن از گاز • توجه به مسئله آموزش • توزیع بروشور • تهیه پویانمایی • تعامل با صدا و سیما • مبارزه با بحران کرونا • رفتن به مدارس • جلوگیری از حوادث گازی 	<p>طریق صدا و سیما و بروشورهایی که توی مدارس توزیع کردیم در سطح خیلی زیاد یعنی در سطح کشور حتی، شاید پیش قدم بودیم که این سری پیدا می کنه به حوزه استان تهران که اکثر مراکز حتی ما این ایمن سازی استفاده از گاز رو توی همین بحران قبل از کرونا توی متروها اومدیم پایه گذاری کردیم با هماهنگی مدیریت عامل مترو، اونجا نفر گذاشتیم، بروشور توزیع کردیم. به هر حال این گونه اقدامات در جهت استفاده بهینه از گاز و همچنین استفاده بهینه و ایمن از گاز این کارها صورت گرفت. برای ما آموزش هزینه نیست بلکه سرمایه گذاری هست و آن را سرلوحه کار خودمون قرار داده ایم.</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

شکل گیری مضامین سازمان دهنده:

در ادامه به دلیل تعداد جداول متعدد برای تشکیل مضامین سازمان دهنده از دل مضامین پایه، به عنوان نمونه در قالب جدول ۵ مضامین پایه ای که تشکیل مضمون سازمان دهنده "استخدام و روابط استخدامی" داده اند، آورده شده است. همان گونه که دیده می شود، جمع مضامین پایه گذراندن دوره های بدو استخدام، برنامه ریزی برای تأمین نیروی انسانی مورد نیاز، برآورد نیازهای شغلی واحدهای شرکت، برآوردی از وضعیت بازنشستگی، وضعیت نیروی انسانی شاغل براساس ساختار سازمانی، وجود گزارش تراز نیروی انسانی، طی مراحل استخدام، برگزاری آزمون استخدامی، پذیرش و گزینش کارکنان، مصاحبه های فنی با افراد واجد شرایط و مقررات اداری استخدامی صنعت نفت و انجام تشریفات استخدامی، تشکیل مضامین سازمان دهنده با عنوان "استخدام و روابط استخدامی" را داده است.

همچنین به عنوان نمونه همان گونه که در جدول ۵ دیده می شود، جمع مضامین پایه گذراندن دوره های بدو استخدام، برنامه ریزی برای تأمین نیروی انسانی مورد نیاز، برآورد نیازهای شغلی واحدهای شرکت، برآوردی از وضعیت بازنشستگی، وضعیت نیروی انسانی شاغل براساس ساختار سازمانی، وجود گزارش تراز نیروی انسانی، طی مراحل استخدام، برگزاری آزمون استخدامی، پذیرش و گزینش کارکنان، مصاحبه های فنی با افراد واجد شرایط و مقررات اداری استخدامی

صنعت نفت و انجام تشریفات استخدامی تشکیل مضامین سازمان دهنده با عنوان "شرایط کاری و حمایت اجتماعی" را داده است. همچنین جمع مضامین پایه برگزاری جلسه تجلیل از بازنشستگان و توجه به رفاه آنان، عیادت از همکاران بستری در بیمارستان، استقرار نظام مدیریت دانش در سازمان، معرفی و تقدیر از پژوهشگران برتر و پیشنهاد دهندگان برتر، حضور مدیرعامل در جلسه با حضور معاونین و کارکنان آن حوزه، برگزاری اردوهای خانوادگی در محیط های غیر رسمی، حضور در تعدادی از دوره های آموزشی و شنیدن صدای کارکنان، تشکیل مضامین سازمان دهنده با عنوان "گفتگوی اجتماعی" را داده است. همچنین جمع مضامین پایه استقرار مشاور خانواده (یک روز در هفته) در شرکت برای ارایه مشورت های خانوادگی و شخصی به کارکنان و خانواده های ایشان، برگزاری گردهمایی های اطلاعاتی در موضوعات اجتماعی جهت افزایش آگاهی های همکاران نظیر سمینار مبارزه با اعتیاد، کاهش استرس های شغلی، مهارت های خانوادگی، پیشگیری از بیماریهای شایع و ...، پیاده سازی سامانه های مدیریت ایمنی و بهداشت ایمنی و بهداشت حرفه ای OHSAS ۱۸۰۰۱ جهت ارزیابی تاثیرات و مخاطرات (مثبت و منفی ناشی از فعالیت شرکت بر کارکنان)، شناسایی و پایش و اقدامات کنترلی مخاطرات شغلی تمام مشاغل بر اساس روش JHA با تعریف شاخص هایی از جمله سرانه حوادث شغلی، سرانه بیماریهای ناشی از کار و ...، مسابقات ورزشی کشوری و بین المللی، پرداخت پاداش سالانه برترین های HSE، اعطای وام مددکاری اجتماعی، پرداخت پاداش به تیم های موفق و برترین های المپیادهای ورزشی، تشویق کارکنان به حفظ سلامت (نظیر ترک سیگار و کاهش وزن)، پوشش بیمه تکمیلی و حوادث و فوت (آتیه) برای کلیه کارکنان رسمی و قراردادی، نرخ صفر مرگ و میر ناشی از حوادث شغلی کارکنان و نرخ صفر صدمات جدی ناشی از حوادث شغلی کارکنان، تشکیل مضامین سازمان دهنده با عنوان "ایمنی و بهداشت" را داده است. جمع مضامین پایه برگزاری دوره های آموزشی انس با قرآن در ماه مبارک، استقرار نظام مدیریت دانش در سازمان، پرداخت پاداش به برترین های دوره های، آموزشی، تشویق اساتید داخلی جهت آموزش به سایر همکاران، دوره های بدو استخدام، تقدیر از مدرسین داخلی شرکت در روز معلم، سرانه سالانه آموزشی، نیاز سنجی دوره های آموزشی، حمایت از افزایش سطح تحصیلات کارکنان شرکت، دستورالعمل آموزش و فرهنگ سازی کارکنان و دوره های آموزش های تخصصی و عمومی، تشکیل مضامین سازمان دهنده با عنوان "آموزش و توسعه انسانی در محل کار" را داده است.

جدول ۵: مضامین پایه مرتبط با مضمون سازمان دهنده "استخدام و روابط استخدامی"

نام مضمون پایه	مضمون سازمان دهنده
گذراندن دوره های بدو استخدام	استخدام و روابط استخدامی
برنامه ریزی برای تأمین نیروی انسانی مورد نیاز	
برآورد نیازهای شغلی واحدهای شرکت	
برآوردی از وضعیت بازنشستگی	
وضعیت نیروی انسانی شاغل براساس ساختار سازمانی	
وجود گزارش تراز نیروی انسانی	
طی مراحل استخدام	
برگزاری آزمون استخدامی	
پذیرش و گزینش کارکنان	
مصاحبه های فنی با افراد واجد شرایط	
مقررات اداری استخدامی صنعت نفت	
انجام تشریفات استخدامی	شرایط کاری و حمایت اجتماعی
تقدیر از مدرسین داخلی شرکت در روز معلم	
پوشش بیمه تکمیلی و حوادث و فوت برای کلیه کارکنان رسمی و قراردادی	
درصد کارکنان خانم شرکت	
ارتقا و انتصابات سطوح سرپرستی به خانم های باتجربه و ساعی	
وجود فرصت رشد و ارتقا برای زنان	
ترکیب سنی مدیران رو به جوان گرایی	
پرداخت پاداش به تیم های موفق و برترین های المپیادهای ورزشی	
پرداخت پاداش کارمندان نمونه	
حمایت های حقوقی و قضایی از کارکنان	
پرداخت پاداش به کارکنان / فرزندان کارکنان موفق در کسب مقام	
برگزاری جلسه تجلیل از بازنشستگان و توجه به رفاه آنان	
عبادت از همکاران بستری در بیمارستان	
استقرار نظام مدیریت دانش در سازمان	
معرفی و تقدیر از پژوهشگران برتر و پیشنهاد دهندگان برتر	
حضور مدیرعامل در جلسه با حضور معاونین و کارکنان آن حوزه	
برگزاری اردوهای خانوادگی در محیط های غیر رسمی	

حضور در تعدادی از دوره های آموزشی و شنیدن صدای کارکنان	ایمنی و بهداشت
استقرار مشاور خانواده (یک روز در هفته) در شرکت برای ارائه مشورت های خانوادگی و شخصی به کارکنان و خانواده های ایشان	
برگزاری سمینارهای اطلاعاتی در موضوعات اجتماعی جهت افزایش آگاهی های همکاران نظیر سمینار مبارزه با اعتیاد، کاهش فشارهای شغلی، مهارت های خانوادگی، پیشگیری از بیماریهای شایع و	
پیاده سازی سیستم های مدیریت ایمنی و بهداشت ایمنی و بهداشت حرفه ای ۱۸۰۰۱ OHSAS جهت ارزیابی تاثیرات و مخاطرات	
شناسایی و پایش و اقدامات کنترلی مخاطرات شغلی تمام مشاغل بر اساس روش JHA با تعریف شاخص هایی از جمله سرانه حوادث شغلی، سرانه بیماریهای ناشی از کار و ...	
مسابقات ورزشی کشوری و بین المللی	
پرداخت پاداش سالانه (مراسم ۷ مهر) برترین های HSE	
اعطای وام مددکاری اجتماعی	
پرداخت پاداش به تیم های موفق و برترین های المپیادهای ورزشی تشویق کارکنان به حفظ سلامت (نظیر ترک سیگار و کاهش وزن)	
پوشش بیمه تکمیلی و حوادث و فوت (آتیه) برای کلیه کارکنان	
نرخ صفر مرگ و میر ناشی از حوادث شغلی کارکنان	
نرخ صفر صدمات جدی ناشی از حوادث شغلی کارکنان	
برگزاری دوره های آموزشی انس با قرآن در ماه مبارک	
استقرار نظام مدیریت دانش در سازمان	
پرداخت پاداش به برترین های دوره های آموزشی	
تشویق اساتید داخلی جهت آموزش به سایر همکاران	
دوره های بدو استخدام	
تقدیر از مدرسین داخلی شرکت در روز معلم	
سرانه سالانه آموزشی	
نیازسنجی دوره های آموزشی	
حمایت از افزایش سطح تحصیلات کارکنان شرکت	
دستورالعمل آموزش و فرهنگ سازی کارکنان	
دوره های آموزش های تخصصی و عمومی	

شبکه مضامین مسؤلیت های اجتماعی شرکت گاز استان تهران

در ادامه در قالب شکل ۲ شبکه مضامین عوامل موثر بر مسؤلیت های اجتماعی شرکت گاز استان تهران ارائه می گردد.



شکل ۲: شبکه مضامین عوامل موثر بر مسؤلیت های اجتماعی شرکت گاز استان تهران

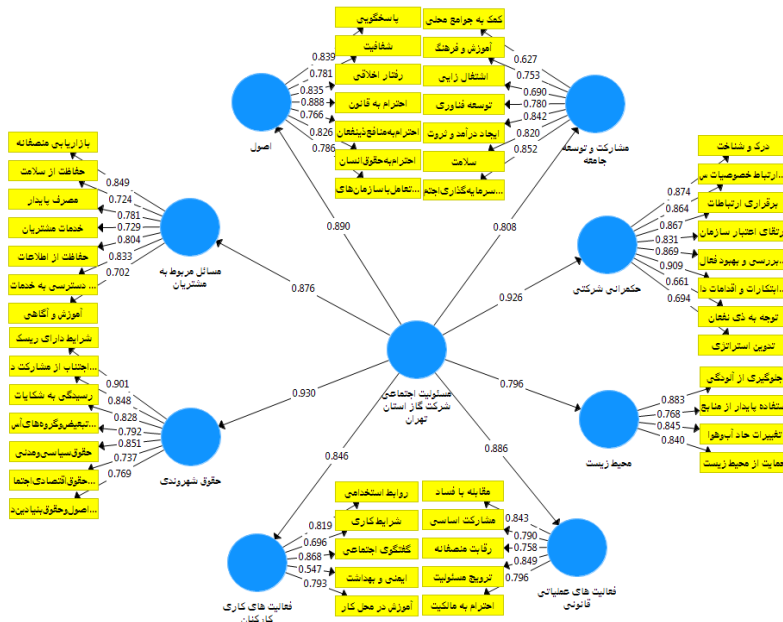
- بخش کمی

با توجه به تحلیل انجام شده کیفی داده های تحقیق به روش تحلیل مضمون و شکل گیری مضمون های پایه، سازمان دهنده و فراگیر و ارتباط آن برای انجام بخش کمی این پژوهش، نسبت به تهیه پرسشنامه ۵۰ سوالی محقق ساخته اقدام شد. پرسشنامه با راهنمایی و همکاری رییس اداره تحقیقات شرکت، در بستر سامانه مدیریت دانش شرکت قرار گرفت و از مدیران و کارکنان شرکت خواسته شد به سوالات پرسشنامه پاسخ دهند. در مجموع ۵۳ پرسشنامه توسط آنان تکمیل شد و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار SmartPLS انجام شد.

الگو پایه اندازه گیری مسؤلیت اجتماعی شرکت گاز استان تهران به صورت الگو اندازه گیری انعکاسی^۱ است. بدین معنی که مسیرها از نشانگرها^۱ (گویه ها) به سمت سازه ها^۲ (عوامل) هستند.

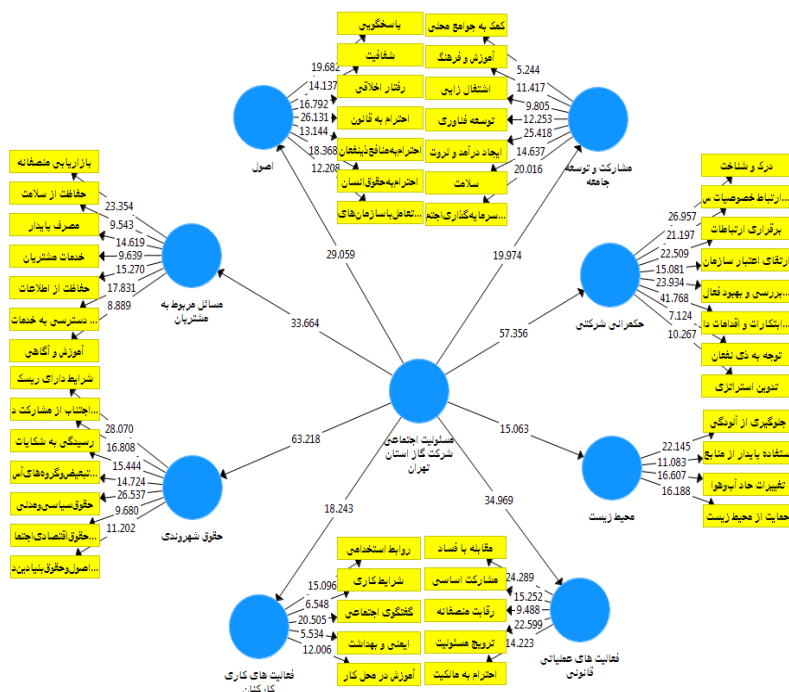
۱. Reflective measurement model

هر سازه نیز در مرتبه دوم با مسئولیت اجتماعی در ارتباط است. بر این اساس باید نتایج تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم مورد بررسی قرار گیرد. برآورد خطای استاندارد با روش بوت استرپ^۳ (تنهاوس^۴ و همکاران، ۲۰۰۵) و بازتولید الگو با ۱۰۰۰ تکرار انجام شد. پایایی الگو اندازه گیری در دو قسمت سنجیده می شود، یکی مربوط به پایایی هر معرف انعکاسی (نشانگر) و عامل متناظر با آن است که با مقدار بار عاملی^۵ نشان داده می شود. ضرایب مناسب برای این شاخص مقادیر ۰/۴ و بالاتر را شامل می شوند (هالند، ۱۹۹۹). بارهای عاملی نشانگرها بر روی عوامل تشکیل دهنده مسئولیت اجتماعی شرکت گاز استان تهران در شکل ۳ و ضرایب t جهت بررسی معناداری بارهای عاملی در شکل ۴ آورده شده است.



شکل ۳: بارهای عاملی نشانگرها بر روی مولفه های مسئولیت اجتماعی شرکت گاز تهران

۱. Indicators
۲. Constructs
۳. Bootstrapping
۴. Tenenhaus
۵. Factor Loadings



شکل ۴: مقادیر t جهت بررسی معناداری بارهای عاملی نشانگرها بر مولفه ها

نتایج مندرج در شکل ۳ و ۴ نشان دهنده آن است که بارهای عاملی در تمامی نشانگرها بر روی عوامل متناظر با آنها از ۰/۵۰ بزرگتر بوده و معنادار هستند. ضرایب t بزرگتر از ۱/۹۶ در سطح ۰/۰۵ معنادارند (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲). نتایج نشان می دهد که در عامل اصول، احترام به قانون بیشترین و احترام به منافع ذی نفعان کمترین بار عاملی را داراست (۰/۸۹ در برابر ۰/۷۷). در حکمرانی شرکتی، ابتکارات و اقدامات داوطلبانه برای CSR بیشترین بار عاملی و توجه به ذی نفعان کمترین بار عاملی را دارا هستند (۰/۹۱ در برابر ۰/۶۶). در حقوق شهروندی، شرایط دارای خطر حقوق شهروندی و حقوق اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی به ترتیب بیشترین و کمترین بار عاملی را دارا هستند (۰/۹۰ و ۰/۷۴). در فعالیت های کاری کارکنان گفتگوی اجتماعی و ایمنی و بهداشت، بهداشت به ترتیب بیشترین و کمترین بار عاملی را دارا هستند (۰/۸۷ و ۰/۵۵). در محیط زیست، جلوگیری از آلودگی و استفاده پایدار از منابع به ترتیب بیشترین و کمترین بار عاملی را دارا هستند (۰/۸۸ و ۰/۷۷). در فعالیت های عملیاتی قانونی، ترویج مسئولیت اجتماعی در زنجیره تأمین و رقابت منصفانه به ترتیب بیشترین و کمترین بار عاملی را دارا هستند (۰/۸۵ و ۰/۷۶). در مسائل

مربوط به مشتریان بازاریابی منصفانه و آموزش و آگاهی به ترتیب بیشترین و کمترین بار عاملی را دارا هستند (۰/۸۵ و ۰/۷۰). در نهایت در مشارکت و توسعه جامعه ایجاد درآمد و ثروت و کمک به جوامع محلی به ترتیب بیشترین و کمترین بار عاملی را دارا هستند (۰/۸۴ و ۰/۶۳).

دو شاخص دیگری که به بررسی پایایی می پردازند، ضرایب آلفای کرونباخ^۱ و پایایی ترکیبی^۲ (CR) هستند. آلفای کرونباخ یک معیار سنتی جهت بررسی همسانی درونی^۳ است. ضرایب بالاتر از ۰/۷۰ برای این شاخص نشان از همسانی درونی عوامل دارد (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲). پایایی ترکیبی با عنوان ρ دیلون-گلدشتاین (ρ_c) نیز شناخته می شود. این شاخص نسبت به آلفای کرونباخ شاخص بهتری است. اما ρ دیلون-گلدشتاین این فرض را ندارد و براساس نتایج الگو (یعنی بارهای عاملی) است تا همبستگی مشاهده شده بین متغیرهای مشاهده شده در مجموعه داده ها. در واقع آلفای کرونباخ تخمینی کران پایین از پایایی ارائه می دهد. ρ دیلون-گلدشتاین بیشتر از ۰/۷۰ بیانگر تک بعدی بودن بلوک است (آذر و همکاران، ۱۳۹۱). نتایج بررسی بارهای عاملی عوامل تشکیل دهنده مسئولیت اجتماعی شرکت گاز استان تهران، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی در جدول ۶ آورده شده است.

جدول ۶: بررسی پایایی شاخص عوامل تشکیل دهنده مسئولیت اجتماعی شرکت گاز استان تهران

عامل	بارهای عاملی	ضرایب ρ	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی
اصول	۰/۸۹	۲۰/۰۶	۰/۹۲	۰/۹۳
حکمرانی شرکتی	۰/۹۲	۵۷/۳۶	۰/۹۳	۰/۹۴
حقوق شهروندی	۰/۹۳	۶۳/۲۲	۰/۹۲	۰/۹۳
فعالیت های کاری کارکنان	۰/۸۵	۱۸/۲۴	۰/۸۰	۰/۸۷
محیط زیست	۰/۸۰	۱۵/۰۶	۰/۸۵	۰/۹۰
فعالیت های عملیاتی قانونی	۰/۸۹	۳۴/۹۷	۰/۸۷	۰/۹۰
مسائل مربوط به مشتریان	۰/۸۸	۳۳/۶۶	۰/۸۹	۰/۹۱
مشارکت و توسعه جامعه	۰/۸۱	۱۹/۹۷	۰/۸۸	۰/۹۱

نتایج جدول ۷ نشان می دهند که تمامی بارهای عوامل بر روی مسئولیت اجتماعی شرکت گاز

۱. Cronbach Alpha
۲. Composite Reliability(CR)
۳. Internal Consistency

استان تهران بالاتر از ۰/۴۰ و ضرایب t از ۱/۹۶ بزرگتر هستند. مقادیر آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی نیز در خصوص تمامی عوامل از ۰/۷۰ بیشتر هستند. بر این اساس مسئولیت اجتماعی شرکت گاز استان تهران از پایایی مناسبی برخوردار است. نتایج نشان دهنده آن است که بیشترین بار عاملی بر روی مسئولیت اجتماعی شرکت گاز استان تهران به حقوق شهروندی و کمترین آن به محیط زیست تعلق دارد (۰/۹۳ در برابر ۰/۸۰).

عوامل علاوه بر پایایی باید از روایی مناسبی نیز برخوردار باشند. روایی همگرا بدین معناست که نشانگرهای تشکیل دهنده هر عامل باید با یکدیگر همبستگی میانه ای داشته باشند. فورنل و لارکر^۱ (۱۹۸۱ نقل از داوری و رضازاده، ۱۳۹۲) معیار میانگین وردایی^۲ استخراج شده (AVE^۳) را ارائه کردند که نشان دهنده همبستگی میان یک عامل با نشانگرهای خود است. هر چه این همبستگی بیشتر باشد روایی همگرای بالاتری قابل استنباط خواهد بود. آنان ضریب ۰/۵۰ را به عنوان حداقل مقدار قابل قبول برای AVE گزارش کردند (آذر و همکاران، ۱۳۹۱). آنان همچنین برای بررسی روایی واگرا نیز روشی را ارائه دادند. به طوری که روایی واگرای قابل قبول یک الگو حاکی از آن است که یک عامل در الگو، تعامل بیشتری با نشانگرهای خود دارد تا با عامل‌های دیگر. (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲). نتایج برای این تحلیل در جدول ۷ آورده شده است.

جدول ۷: بررسی روایی همگرا و واگرای عوامل تشکیل دهنده مسئولیت اجتماعی شرکت گاز تهران

روایی واگرا								روایی همگرا (AVE)	عوامل
۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱		
							۰/۸۲	۰/۶۷	۱. اصول
						۰/۸۳	۰/۷۵	۰/۶۸	۲. حکمرانی
					۰/۸۲	۰/۸۲	۰/۹۰	۰/۶۷	۳. حقوق
				۰/۷۵	۰/۷۶	۰/۷۴	۰/۷۵	۰/۵۷	۴. فعالیت های
			۰/۸۴	۰/۵۷	۰/۷۱	۰/۷۳	۰/۶۳	۰/۷۰	۵. محیط زیست
		۰/۸۱	۰/۶۷	۰/۷۹	۰/۸۰	۰/۷۷	۰/۷۷	۰/۶۵	۶. فعالیت های
	۰/۷۸	۰/۷۰	۰/۷۷	۰/۷۳	۰/۷۷	۰/۸۰	۰/۷۵	۰/۶۰	۷. مسائل مربوط
۰/۷۷	۰/۶۵	۰/۷۳	۰/۶۶	۰/۶۳	۰/۶۵	۰/۷۷	۰/۵۸	۰/۵۹	۸. مشارکت و

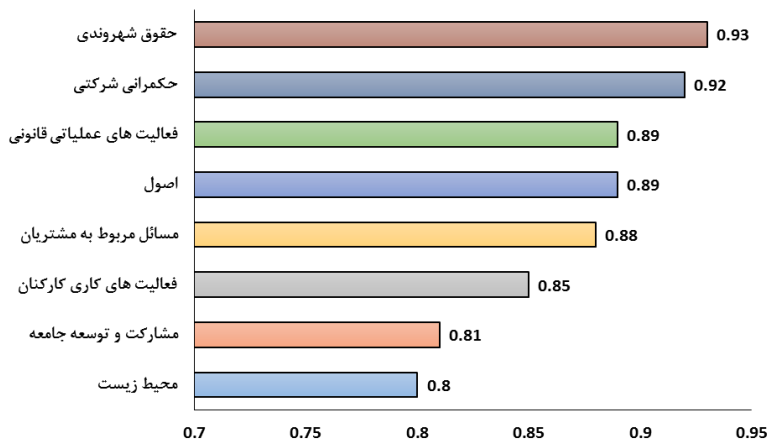
۱. Fornell & Larcker

۲ به عنوان معادل فارسی واژه آماری واریانس استفاده شده است.

۳. Average Variance Extracted (AVE)

آنچنان که در جدول ۸ نشان داده شده است، تمامی مقادیر وردایی استخراج شده (AVE) از ۰/۵۰ بزرگتر هستند. بر این اساس روایی همگرای مسئولیت اجتماعی شرکت گاز استان تهران تأیید می شود. سایر نتایج نشان می دهد که بین نشانگرهای عامل اصول و حقوق شهروندی و همچنین فعالیت های کاری کارکنان و فعالیت های علمپاتی قانونی رابطه بالایی وجود دارد و این عوامل مستقل از یکدیگر نیستند. در مورد سایر عوامل و روابط میان آنها روایی واگرای مورد تأیید است چرا که تمامی مقادیر زیر قطری از مقادیر جذر وردایی استخراج شده که در قطر ماتریس قرار دارند، کوچکتر هستند. بر این اساس روایی واگرا بر اساس روش فورنل و لارکر برای این عوامل به تأیید می رسد.

بر اساس آنچه در بالا مورد بحث قرار گرفت، عوامل هشتگانه مسئولیت اجتماعی شرکت گاز استان تهران از پایایی و روایی همگرا و واگرا و نیز برازش مناسبی برخوردارند. در این میان عامل حقوق شهروندی از بیشترین بار عاملی و ضریب تبیین برخوردار است. مقایسه میزان بار هر عامل بر روی مسئولیت اجتماعی شرکت گاز استان تهران در شکل ۵ آورده شده است.



شکل ۵: مقایسه بارهای عاملی عوامل مسئولیت اجتماعی شرکت گاز استان تهران

نتیجه گیری و پیشنهاد

الف) نتیجه گیری

هدف اصلی این پژوهش شناسایی و سنجش عوامل موثر بر مسئولیت اجتماعی شرکت گاز استان تهران بود. نتایج این تحقیق بیانگر آن است که مسئولیت اجتماعی شرکت گاز استان تهران

در برگیرنده هشت حوزه: اصول، حکمرانی شرکتی، حقوق شهروندی، فعالیت های کاری کارکنان، محیط زیست، فعالیت های عملیاتی قانونی، مسائل مربوط به مشتریان و مشارکت و توسعه جامعه است. در این میان عامل حقوق شهروندی، حکمرانی شرکتی و فعالیت های عملیاتی قانونی از بیشترین بار عاملی و ضریب تبیین برخوردارند. با توجه به ماهیت فرا بخشی مسئولیت اجتماعی و تأثیرات متقابلی که به کارگیری مسئولیت اجتماعی در یک بخش بر روی بخش های دیگر دارد، بدیهی است که بدون حرکت همگون کلیه بخش ها به تنهایی نمی توان به انجام یک برنامه جامع در سطح شرکت امیدوار بود، بلکه حتی در یک بخش به خصوص که فعالیت ها و برنامه های گسترده و جامعی برای مسئولیت اجتماعی در نظر گرفته شده نیز هیچ تضمینی برای بهره گیری مناسب از این راهبرد وجود نخواهد داشت.

(ب) پیشنهاد

در این پژوهش عوامل موثر بر مسئولیت اجتماعی شرکت گاز استان تهران ارائه شد. امید است سایر شرکت های گاز استانی با سر لوحه قرار دادن این عوامل، هر چه بیشتر به نقش موثر خود در مسئولیت اجتماعی جامعه عمل بپوشانند. بر این اساس، پیشنهاد تشکیل کمیته مسئولیت اجتماعی با ساختار جدید و متناسب با حوزه های هشتگانه مسئولیت اجتماعی این پژوهش پیشنهاد می شود. نظر به نتایج حاصل شده از این تحقیق به سایر پژوهشگران آزمون و برآزش الگوی تدوین شده در این تحقیق با استفاده از سایر روش های کمی پیشنهاد می گردد.

الف- منابع فارسی

- آذر، عادل؛ غلامزاده، رسول؛ قنواتی، مهدی (۱۳۹۱). الگوسازی مسیری ساختاری در مدیریت. تهران: نگاه دانش.
- حقیقتیان، منصور؛ هاشمیان فر، سیدعلی؛ مرادی، گلمراد. (۱۳۹۲). بررسی تأثیر جامعه پذیری سازمانی بر مسئولیت اجتماعی کارکنان. جامعه شناسی کاربردی، ۲۴(۳)، ۷۱-۹۶.
- راهداری، امیرحسین و سپاسی، سحر. (۱۳۹۷). مسئولیت اجتماعی شرکتی و کسب و کار پایدار، چاپ اول، سازمان اتکا، مرکز تحقیقات و نوآوری.
- سید جوادین، رضا، هاشمی، مهدی، محمودیان، امید. (۱۳۹۵). ارائه مدلی به منظور تبیین مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های نفت و گاز با استفاده از مدل‌سازی ساختاری تفسیری (ISM). مدیریت دولتی، ۸(۱)
- شافعی، رضا و احمدی، کیومرث، (۱۳۹۲). مسئولیت پذیری اجتماعی سازمانی: مفاهیم، نظریه ها، الگوها و کاربردها، چاپ اول، تهران: انتشارات سمت.
- شرکت گاز استان تهران (۱۳۹۷). برنامه راهبردی شرکت گاز استان تهران.
- شرکت گاز استان تهران (۱۳۹۹). گزارش مسئولیت اجتماعی شرکت گاز تهران بر اساس استاندارد GRI
- شرکت ملی گاز ایران (۱۳۹۹). سند جامع توسعه فرهنگی اخلاقی شرکت ملی گاز.
- عابدجعفری، حسن؛ تسلیمی، محمد سعید؛ فقیهی، ابوالحسن و شیخ زاده، محمد (۱۳۹۰). تحلیل مضمون و شبکه مضامین: روشی ساده و کارآمد برای تبیین الگوهای موجود در داده‌های کیفی، دوفصلنامه اندیشه مدیریت راهبردی، س ۵، ش ۲، شماره پیاپی ۱۰، صص ۱۵۱-۱۹۸.
- فیاضی آزاد، علی، رحمتی، محمدحسین، خنیفر، حسین. (۱۳۹۶). طراحی مدل عوامل مؤثر بر مسئولیت اجتماعی شرکت ملی نفت ایران. مجله علمی "مدیریت سرمایه اجتماعی"، ۴(۲)، ۱۸۱-۱۹۷
- قربانی، محمد جواد؛ فقیهی، ابوالحسن؛ عزیزی، شهریار (۱۳۹۹). الگوی مسئولیت اجتماعی شرکت‌های پالایش نفت، به روش پژوهش آمیخته اکتشافی. مجله علمی مدیریت فرهنگ

- سازمانی، (۱)۱۸، ۱-۲۶
- قربانی، محمد جواد، فقیهی، ابوالحسن، عزیزی، شهریار. (۱۳۹۶). تحلیل محتوای مسئولیت اجتماعی در مقاصد استراتژیک شرکتهای صنعت نفت، گاز. چشم انداز مدیریت بازرگانی، ۱۶(۳۲)، ۲۳۹-۲۵۴.
 - کاظم پور، مرتضی؛ رحیمیان، نظام الدین. (۱۳۹۷). مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها: مفاهیم، ابعاد، نظریه‌ها و مروری بر الگوهای آن. حسابداری و منافع اجتماعی، ۸(۴)، ۱۴۳-۱۶۵.
 - کرسول، جان دبلیو. و کلارک، پلانو، ویکي (۲۰۱۱). روش‌های پژوهش ترکیبی. ترجمه‌ی علیرضا کیانش و جاوید سرایی (۱۳۹۴)، تهران: نشر آبیژ.
 - کلاین، پل. (۱۳۹۳). راهنمای آسان تحلیل عاملی، ترجمه سید جلال صدرالسادات و اصغر مینایی. تهران: سمت.
 - نوروزی، محمدرضا، دانایی فرد، حسن، فانی، اصغر علی، حسن زاده، علیرضا. (۱۳۹۳). پردازش نظری مسئولیت اجتماعی بر مبنای نظریه داده بنیاد. بهبود مدیریت، ۸(۴)، ۳۴-۵.
 - محمدپور، احمد. (۱۳۹۰). ضد روش: منطق و طرح در روش شناسی کیفی، جلد دوم، تهران: انتشارات جامعه شناسان.
 - مدهوشی، مهرداد؛ نوروزی، عباسعلی. (۱۳۹۴). تبیین الگوی ارتقاء مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان. فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی، ۶(۲۳)، ۴۳-۶۰.
 - ملک‌زاده، محمدشریف؛ برخوردار، سعید (۱۳۹۴). مسئولیت اجتماعی شرکتی در صنعت نفت، چاپ اول، تهران، انتشارات جنگل جاودانه.
 - وزارت نفت (۱۳۹۹). امور مسئولیت اجتماعی، راهنمای گزارش دهی مسئولیت اجتماعی شرکت بر اساس استانداردهای ۲۰۱۸ GRI.:

ب: فهرست منابع انگلیسی

- Asif, M., Searcy, C., Zutshi, A., & Fisscher, O. A. (2013). An integrated management systems approach to corporate social responsibility. *Journal of cleaner production*, 56, 7-17.
- Birch, D., Moon, J. (2004). Corporate social responsibility in Asia. *Journal of Corporate Citizenship*, 2004(13), 18-23
- Borges, M. L., Anholon, R., Cooper Ordoñez, R. E., Quelhas, O. L. G., Santa-Eulalia, L. A., & Leal Filho, W. (2018). Corporate Social Responsibility (CSR) practices developed by Brazilian companies: an exploratory study. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 25(6), 509-517.
- Bosso, G. & Michelon, G. (2010). "The effects of stakeholder prioritization on corporate financial performance: an empirical investigation", *International Journal of Management* (27), PP : ۵۷۹-۴۷۰.
- Bowman, E.H. and Haire, M. (1975), "A strategic posture toward corporate social responsibility", *California Management Review*, Vol. 18 No. 2, pp. 49-58.
- Brooks, S. (2005), "Corporate social responsibility and strategic management: the prospects for converging discourses", *Strategic Change*, Vol. 14 No. 7, pp. 401-411.
- Burke, L. and Logsdon, J.M. (1996), "How corporate social responsibility pays off", *Long Range Planning*, Vol. 29 No. 4, pp. 495-502.
- Cazeri, G. T. (2017). Avaliação da Integração entre Práticas de Responsabilidade Social Corporativa e Sistemas Gerenciais. *Univ. Estadual Campinas*, 1-92.
- Carroll, B. A. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Corporate Stakeholders, *Business Horizons*, Vol. 34
- Cheung, M. W. (2015). *Meta-Analysis A Structural Equation Modeling Approach*. UK: John Wiley & Sons.
- Claydon, J. (2011), "A new direction for CSR: the shortcomings of previous CSR models and the rationale for a new model", *Social Responsibility Journal*, Vol. 7 No. 3, pp. 405-420.
- Coupland, C. (2006) "Corporate Social and Environmental

- Responsibility in Web-Based Reports: Currency in the Banking Sector?”, *Critical Perspectives on Accounting*, Vol. 17, pp. 865–881.
- Fleming, M. (2002). What is safety culture? Rail way safety ever green House. Available at: www.google.com \ rwf .\
 - ISO, N. (2010). ISO 26000-Guidance on Social Responsibility. The International Organization for Standardization, Geneva, Switzerland.
 - Galbreath, J. , (2009). “Building corporate social responsibility into strategy,” *European Business Review*, Vol. 21, No. 2, pp. 109-127
 - Global Reporting Initiative (2016). Further information on the GRI and the Sustainability, Amsterdam, Netherlands.
 - Heikkurinen, P. (2018), "Strategic corporate responsibility: a theory review and synthesis", *Journal of Global Responsibility*, Vol. 9 No. 4, pp. 388-414.
 - Lantos, G. P. (2001). “The boundaries of strategic corporate social responsibility” *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 18, No. 2, pp 595-630.
 - Ma, J. , (2012) , “A Study on the Models for Corporate Social Responsibility of Small and Medium Enterprises”, *Physics Procedia*, Vol. 25, pp. 435 – 442
 - Jin, Gregory. K. , & Drozdenko, Ronald. G. (2010). relationships among perceived organizational core values, corporate social responsibility, ethics, and organizational performance outcomes: An empirical study of information technology professionals. *Journal of Business Ethics* , Vol 92. pp 341–359
 - Johnson, B.R., Connolly, E. and Carter, T.S (2010). Corporate social responsibility: The role of fortune 100 companies in domestic and international natural disasters. *Journal of Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 18(6), 352-369. McAdam, R. and Leonard, D. (2003), "Corporate social responsibility in a total quality management context: opportunities for sustainable growth", *Corporate Governance*, Vol. 3 No. 4, pp. 36-45.
 - Mayer, R .C & Shoorman, D. F (2000): Differentiating antecedents of organizational commitment, a test of March & Simon model. *Journal of organizational behavior*. 19(1). 47-49.
 - McKinley, A. (2008). The Drivers and Performance of Corporate Environmental and Social Responsibility in the Canadian Mining Industry, Master Thesis Geography Department and Center for

Environment University of Toronto.

- McWilliams, A. and Siegel, D. and Wright, P. M.(2006). Corporate Social Responsibility: Strategic Implications. *Journal of Management Studies*, 43(1).
- Mishra, Dev R., Sadok El Ghouli, Omran Guedhami, Chuk C. Y. Kwok, (2011). Does Corporate Social Responsibility Affect the Cost of Capital?. *Journal of Banking & Finance*, Vol. 35, Issue 9, pp. 2388-2406.
- Molina. M., (2010), "The Corporate Role in a Changing Society: A Model of Sensemaking and of Firm Characterization", (Doctoral dissertation, Universitat Ramon Llull)
- Munro, V., Arli, D., & Rundle-Thiele, S. (2018). CSR engagement and values in a pre-emerging and emerging country context. *International Journal of Emerging Markets*.
- Muruviwa, A. T., Akpan, W., & Nekhwevha, F. H. (2020). Debating stakeholder reciprocity: understanding the stakeholders' duties in corporate social responsibility in a Zimbabwean mining town. *Environment, Development and Sustainability*, 22(3), 1787-1809.
- Prates, C. C., Pedrozo, E. A., & Silva, T. N. (2015). Corporate Social Responsibility: a Case Study in Subsidiaries from Brazil and China. *Journal of Technology Management & Innovation*, 10(3), 131–142.
- Servaes, H., Tamayo, A,)2013(, “The Impact of Corporate Social Responsibility on Firm Value: The Role of Customer Awareness”, *Management Science*, 59 (5), PP. 1045-1061.
- Sinkovics, R. R., Penz, E. & Ghauri, P. N. (2008), Enhancing the Trustworthiness of Qualitative Research in International Business”, *MIR*, Vol. 48, No. 6, pp. 689-714.
- Twining, J. (2000), A Naturalistic Journey into the Collaboratory: In Search of Understanding for Prospective Participants, Doctoral Dissertation, Denton: Texas Woman's University.
- UN. Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development. Resolution Adopted by the General Assembly on 25 September 2015 [without Reference to a Main Committee (A/70/L.1.]
- Valkovicova, M. (2018). Barriers of corporate social responsibility implementation in Slovak construction enterprises. *International Journal for Research in Social Science and Humanities*, 4(1), 12-22

- Visser, W. (2011) The age of responsibility: CSR 2.0 and the new DNA of business. John Wiley & Sons.
- Wijnants, T. A. M. (2011). "Influence of CSR Aspects on Organizational Commitment, (What influence do the different CSR aspects have on the organizational commitment of Douwe Egberts employees?)". Master thesis of the department of Organization & Strategy, Tilburg School of Economics and Management, Tilburg University.
- Wilson, I.H. (1974), "Reforming the strategic planning process: integration of social responsibility and business needs", Long Range Planning, Vol. 7 No. 5, pp. 2-6.