



## طراحی و تبیین الگوی مسئولیت اجتماعی سازمانی در شرکت گاز استان مازندران

حامد محمدی<sup>\*۱</sup>

۱ دکتری مدیریت دولتی، کارشناس منابع انسانی شرکت گاز استان مازندران، ایران.

### سابقه مقاله

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۴/۰۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۷/۰۶

### چکیده

مسئولیت اجتماعی به صنعت نفت و گاز کمک می‌کند تا از نظر اجتماعی و به‌ویژه تأثیر احتمالی فعالیت‌های خود، استانداردسازی اقدام‌ها، کاهش ریسک‌ها و بحران‌های اجتماعی نسبت جامعه و محیط پاسخگو باشند. از این رو، هدف پژوهش حاضر طراحی الگوی مسئولیت اجتماعی در شرکت گاز استان مازندران به‌عنوان یکی از شرکت‌های تابعه شرکت ملی گاز ایران بوده است. روش پژوهش از نوع ترکیبی بوده و از حیث کیفی جهت آشنایی و آموختن ادراک و دیدگاه ذینفعان در مورد ابعاد و مؤلفه‌های مؤثر بر تبیین الگوی مسئولیت اجتماعی از روش مصاحبه استفاده گردید و از حیث کمی نیز ابعاد و مؤلفه‌های مؤثر بر مسئولیت اجتماعی از طریق پرسشنامه موردسنجش قرار گرفت. شیوه گردآوری داده‌ها مبتنی بر مصاحبه و پرسشنامه بوده و برای تحلیل داده‌ها نیز از روش‌های آماری استفاده شد. یافته‌های پژوهش حاضر بیانگر آن است که هر ۹ بعد به‌عنوان ابعاد یا سازه‌های اصلی در الگوی نهایی پژوهش باقی ماندند و از ۲۶ مؤلفه‌ی احصاء شده، تنها مؤلفه‌ی عمل به اصول اخلاقی متعارف جامعه، حذف و بقیه مؤلفه‌ها در الگوی نهایی تحقیق حفظ شدند. یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد بین وضعیت موجود و مطلوب تمامی مؤلفه‌ها و ابعاد مسئولیت اجتماعی در شرکت مورد مطالعه، شکاف معنی‌دار وجود دارد. صنعت گاز ایران و به‌ویژه شرکت مورد مطالعه برای حفظ مشروعیت و تصویر مثبت خود در جامعه و نزد شهروندان، نیازمند رعایت اصول مسئولیت اجتماعی بوده و از این رو، آشنایی با ابعاد و مؤلفه‌های مؤثر بر مسئولیت اجتماعی برای صنعت گاز دارای اهمیت زیادی است.

**کلمات کلیدی:** مسئولیت اجتماعی، الگوی مسئولیت اجتماعی، شرکت گاز استان مازندران

## ۱ مقدمه

مسئولیت اجتماعی سازمان<sup>۱</sup> در علوم مدیریتی کاربرد عمیق دارد و فی نفسه یک مفهوم اخلاقی و شهروندی سازمانی است؛ که طی آن سازمان‌ها تلاش می‌نمایند برای همکاری اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی و با کمک فعالیت‌های تجاری با تمامی ذینفعان هماهنگ باشند. در این راستا، سازمان‌ها تلاش می‌نمایند با تحقق انتظارات تمامی ذینفعان، ثبات خود را از حیث نگرانی‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی حفظ نمایند (Vishwakarma, 2019).

مسئولیت اجتماعی به‌طور مداوم به‌عنوان یک عامل راهبردی برای مدیریت پایدار سازمان‌ها مورد بحث قرار گرفته و این مهم به این دلیل است که شهرت یک سازمان به دلیل فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی خود، محرکی برای ایجاد روابط طولانی‌مدت بوده و ارزش سازمان را افزایش می‌دهد (Lee & Lee, 2019). مسئولیت اجتماعی از سوی سازمان‌ها و ذینفعان آنان مورد توجه بسیاری قرار گرفته است و این مهم به دلیل عوامل مختلفی از جمله وجود معیارهای حاکمیت شرکتی است. شهروند شرکتی باعث می‌شود سازمان‌ها در زمینه انجام واقعی مسئولیت‌های اجتماعی خود از نظر صیانت از محیط‌زیست در برابر آلودگی، از بقای سازمانی و استمرار در محیط رقابتی کنونی اطمینان حاصل کنند (Areiqat, Abdelhadi & Abu Rumman, 2019). اعتقاد فعلی مبنی بر اینکه سازمان‌ها در قبال جامعه مسئولیت دارند، چیز جدیدی نیست و می‌توان نگرانی سازمان‌ها نسبت به جامعه را از چندین قرن قبل ردیابی کرد (Agudelo, Jóhannsdóttir & Davídsdóttir, 2019).

طی دهه‌های گذشته، استفاده ایزاری از ادعاهای سبز و اجتماعی سازمان‌ها به یک موضوع اصلی درباره مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها تبدیل شده است و مصرف‌کنندگان به‌طور فزاینده‌ای نسبت به صحت ادعاهای زیست‌محیطی سازمان‌ها شک دارند. در این زمینه، تعداد زیادی از سازمان‌ها به دلیل ادعاهای مسئولیت اجتماعی در مورد مسائل زیست‌محیطی یا اجتماعی که توسط

---

1. corporate social responsibility

فعالیت‌های واقعی آنان دنبال نشده یا مورد حمایت قرار نمی‌گیرند، متهم شده‌اند. آمارهای جهانی نشان‌دهنده رشد روزافزون سرمایه‌گذاری در عرصه فعالیت‌های اجتماعی از طرف شرکت‌های مختلف می‌باشد، به طوری که طبق این آمار در سال ۱۹۹۹ میزان این سرمایه‌گذاری با رشد ۰/۸۲ به مرز ۲/۱۶ تریلیون دلار رسیده است و این در حالی است که میزان رشد بازار تنها ۰/۴۲ گزارش شده است و این مهم نشان‌دهنده رشد بیشتر سرمایه‌گذاری در عرصه مسائل اجتماعی نسبت به رشد بازار می‌باشد. همچنین، این آمار حاکی از آن است که میزان بودجه اختصاصی در موضوعات اجتماعی از ۱۶۲ میلیون در سال ۱۹۹۵ به ۲۵۹ میلیون دلار در سال ۱۹۹۷ و ۱/۵ تریلیون دلار در سال ۱۹۹۹ رسیده است (Boonstoppel, 2011). انتقادها در صنعت نفت و گاز، طیف گسترده‌ای از مسائل را در حوزه مسئولیت اجتماعی شامل می‌شود و از جمله اتهامات وارده این است که ثروت نفت باعث افزایش فساد و درگیری شده و دولت‌های سرکوب‌گر با همکاری نیروهای امنیتی موجب نقض حقوق بشر شده‌اند و شکایات در مورد اثرات منفی زیست‌محیطی از پروژه‌های نفت و گاز، منجر به آسیب زیست‌محیطی و تأثیرات بهداشتی و معیشتی بر جوامع محلی شده و موجب افزایش آگاهی از مسائل زیست‌محیطی در مورد نقش صنعت نفت و گاز در تغییرات اقلیمی گردیده است (Tomlison, 2017).

از ابتدای سال ۱۳۹۵ تاکنون ۷۱ پروژه با ۶۶۰ میلیارد ریال اعتبار در حوزه مسئولیت اجتماعی از سوی وزارت نفت ایران به مردم تحویل داده شده است که ارزش واقعی این پروژه‌ها از نظر سرمایه حدود یک هزار و ۵۰۰ میلیارد ریال برآورد می‌شود، و از این تعداد پروژه، ۴۱ مورد آموزشی، ۱۶ مورد ورزشی، چهار مورد راه، پنج مورد بهداشت و درمان و پنج مورد نیز خدماتی بوده است (گزارش پایداری وزارت نفت، ۱۳۹۸). خدمات شرکت گاز از دیدگاه قانونی و اخلاقی باید پاسخگوی کیفیت انرژی گاز در حوزه‌های ایمنی مشترکین، ارائه گاز ایمن و پاک به جامعه، گاز بهای مصرفی و ارتقاء سطح آگاهی شهروندان باشد. شرکت گاز می‌تواند بیشترین تأثیر را در حوزه مسئولیت اجتماعی ایفا نماید، زیرا مأموریت و فعالیت‌های شرکت گاز ارتباط نزدیکی با زمینه‌های اجتماعی و زیست‌محیطی دارد و نقش آن در ایجاد رابطه بین جامعه، مردم و شرکت

بسیار حائز اهمیت می‌باشد و شرکت گاز می‌تواند در بهبود رفاه اجتماعی مردم در سطح روستاها و شهرها، ترویج فرهنگ ایمنی نزد مردم و حفاظت و صیانت از محیط‌زیست در انجام پروژه‌های گازرسانی نقش بارزی را ایفا نماید.

در خصوص مسئولیت اجتماعی شرکتی در کشور، پژوهش‌های بسیاری انجام شده و در عرصه صنعت گاز کشور نیز پژوهش‌های کافی در این زمینه انجام گرفته، اما ضرورت طراحی الگوی مسئولیت اجتماعی در صنعت گاز کشور، به‌عنوان یک سازمان پیشرو در تأمین انرژی پاک در جامعه احساس می‌شود و در پژوهش حاضر موضوع مورد مطالعه در سطح کلان یعنی تبیین الگوی مسئولیت اجتماعی در این صنعت پویا مورد توجه قرار گرفته و از این منظر پژوهش حاضر، پژوهشی تازه است. به‌عبارت‌دیگر، این پژوهش می‌تواند خلأ تحقیقاتی در راستای موضوع مسئولیت اجتماعی در صنعت گاز کشور را اندکی جبران نماید. از منظر علمی، نتایج حاصل از این پژوهش همانند سایر متون پژوهشی می‌تواند مورد بهره‌برداری پژوهشگران، محققین و مدیران صنعت نفت و گاز قرار گیرد. از این‌رو، طراحی الگوی مسئولیت اجتماعی و ارزیابی ابعاد و مؤلفه‌های مؤثر بر آن، به‌عنوان یک مسئله فراروی اقدامات و فعالیت‌های شرکت گاز استان مازندران احساس گردید.

## ۲ مبانی نظری

### ۲-۱. درک مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی

ادبیات مسئولیت اجتماعی سازمان بسیار گسترده است و موضوع‌های مختلف اعم از اصول اخلاقی به‌عنوان پایه اساسی مسئولیت اجتماعی سازمان (که نشان می‌دهد سازمان دارای تعهدات اجتماعی است) تا نگاه به مسئولیت اجتماعی سازمان به‌عنوان یک ابزار راهبردی را شامل می‌شود (Ersvits, 2021).

اندریو کارنگی (۱۸۹۹) کتابی را با عنوان انجیل ثروت منتشر کرد و در آن مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را مشخص کرد. دیدگاه کارنگی بر دو اصل استوار بود: خیرخواهی و قیومیت.

این دو اصل به‌طور آشکار جنبهٔ پدرسالاری داشتند؛ یعنی سازمان‌ها خود را پدر یا سرپرست کارکنان و مشتریان می‌دانستند. اصل قیومیت مبتنی بر متن انجیل است و براساس آن، سازمان‌ها و افراد ثروتمند باید خود را سرپرست و قیم فقرا بدانند. براساس دیدگاه کارنگی، ثروتمندان باید ثروت خود را در سازمان‌هایی بزرگ سرمایه‌گذاری کنند تا منافع حاصل به جامعه و افراد آن برسد و بتوان به‌وسیله آن، اهداف و خواسته‌های مشروع جامعه را تأمین کرد. اصل خیرخواهی ایجاب می‌کند که گروه‌های مرفه به افراد فقیر و آن دسته از اعضای جامعه که زندگی فلاکت باری دارند (بیکاران، معلولان و سالمندان) کمک کنند (SeyyedJavadin, Hashemi & Mahmoudian, 2015). به‌عنوان پیش‌زمینه‌ای در مطالعات مدیریت، احتمالاً مسئولیت اجتماعی در دهه ۱۹۵۰ در ایالات متحده شروع شده است. کاربردهای تجاری در دهه ۱۹۰۰ که مسئول اجتماع نامیده می‌شدند، اشکال متفاوتی داشتند که شامل بخش‌های بشردوستانه به مؤسسه‌های خیریه، خدمت به جامعه، افزایش رفاه کارکنان و رفتارهای مذهبی بود. در ابتدا طرفداران این اشکال، رهبران شرکت‌های بزرگ نفت و انرژی، شرکت‌های ارتباطات و تولیدکنندگان اتومبیل از دهه ۱۹۲۰ بودند (Bobby Banerjee, 2007).

مفهوم مسئولیت اجتماعی سابقه طولانی و متنوعی در ادبیات مدیریت دارد، اما تعریفی کلی و پذیرفته‌شده از مسئولیت اجتماعی وجود ندارد (Nguyen, Bensemman & Kelly, 2018). مسئولیت اجتماعی مفهومی است که سازمان، مسئولیت خود را در قبال محیط، ذینفعان و جامعه گسترده‌تر به عهده می‌گیرد (Fordham & Robinson, 2018). مسئولیت اجتماعی سازمان به تعهداتی که سازمان‌ها نسبت به جامعه دارند، اشاره دارد و این تعهدات در قبال سهامداران و کسانی است که تحت تأثیر سیاست‌ها و اقدامات سازمان قرار می‌گیرند (Ansu-Mensah, Opoku & Marfo, Salia Awuah & Oduro Amoako, 2021).

مسئولیت اجتماعی سازمان شامل اقدامات و سیاست‌های سازمانی است که انتظارات ذینفعان و ابعاد سه‌گانه عملکرد اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی را در نظر می‌گیرد (Rank & Contreras, 2021). تعاریف ارائه‌شده بیانگر آن است که مسئولیت اجتماعی تلاش‌های یک

سازمان برای بهبود زندگی ذینفعان مختلف، ایجاد تغییرات مثبت در محیط خارجی و یا وسیله‌ای است که یک سازمان به دنبال مشروعیت اجتماعی است (Smith & Rhiney, 2020). با تغییر انتظارات اجتماعی از رفتار سازمان‌ها، مفهوم مسئولیت اجتماعی نیز تغییر می‌کند و یافته‌ها نشان می‌دهد که مسئولیت اجتماعی سازمان همچنان در ادبیات دانشگاهی مطرح است و می‌توان انتظار داشت که حداقل در کوتاه‌مدت بخشی از واژگان تجارت باقی بماند و در نتیجه، نویسندگان آینده باید منطقی برای مسئولیت اجتماعی سازمان با توجه به تکامل تاریخی آن ارائه دهند (Agudelo, Jóhannsdóttir & Davídsdóttir, 2019).

از آنجاکه جوامع انتظارات جبرانی از سازمان‌ها دارند، مطمئناً سازمان‌ها وظیفه‌دارند این انتظارات را برآورده نمایند و در این راستا، جوامع تمایل به دادن پاداش به سازمان‌هایی دارند که از جنبه‌های مختلف اجتماعی مسئولیت‌پذیر هستند (Lewa, 2020). مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها از مفهوم "حسن نیت سازمانی" به "عملکرد سازمانی" تبدیل شده است و از دیدگاه مدیریت راهبردی نیز به‌عنوان مؤلفه اصلی برای موفقیت در سطح شرکت نام‌برده می‌شود. مسئولیت اجتماعی سازمان به‌مثابه آفتاب‌پرست تشبیه شده است که رنگ خود را با توجه به زمینه‌ای که در آن قرار می‌گیرد، تغییر می‌دهد، به‌طوری‌که در یک اقتصاد توسعه‌یافته، شکل پایداری و خیرخواهی یافته و در اقتصادهای نوظهور، شکل مذهبی، سیاسی و اجباری به خود می‌گیرد (Mitra, 2021).

اگرچه مسئولیت اجتماعی سازمان در دهه‌های اخیر به موضوعی موردعلاقه تبدیل شده است، اما این مفهوم اولین بار در اواخر دهه ۱۹۳۰ ظاهر شد و بر این اساس ترکیب عناصر اقتصادی، اجتماعی، اخلاقی و حقوقی در فرآیند تصمیم‌گیری موردتوجه قرار گرفتند و از مدیران خواسته شد که ارزش‌های جامعه را فراتر از الزامات قانونی رعایت کنند. قرن بیست و یکم با جهانی شدن روابط تجاری و مالی مشخص می‌شود که به معنای تغییرات مداوم در محیط اقتصادی و پیشرفت اقتصادی و اجتماعی است و بر این اساس مسئولیت اجتماعی سازمان به یک تصمیم مهم برای

سازمان‌ها تبدیل شده است که بر پایداری و سهامداران تأثیر می‌گذارد (Rodriguez-Gomez, Arco-Castro, Lopez-Perez & Rodríguez-Ariza, 2020).

اقتصاددانان کلاسیک معتقدند که مسئولیت شرکت تنها افزایش ارزش سهامداران است. با این حال، دستیابی به این هدف نباید منافع جانبی منفی را برای دیگر سهامداران و جامعه منجر شود. سازمان‌ها بخشی از جامعه را تشکیل می‌دهند و در این راستا، تئوری ذینفعان بیان می‌کند که بهتر است یک سازمان روابط خود را با ذینفعان مدیریت کند و در این صورت در طول زمان موفق‌تر خواهد بود (Galant & Cadez, 2017). شواهد حاصل از پژوهش‌ها نشان می‌دهد که مسئولیت اجتماعی سازمان با سودآوری همراه است و به تعهد کارکنان و وفاداری ذینفعان کمک می‌کند. سودآوری را می‌توان از نظر مالی و غیرمالی ارزیابی نمود؛ در حالی که عملکرد مالی فقط اقدامات مالی را ارزیابی می‌نماید، عملکرد غیرمالی صرفاً مزایای نامشهود مانند شهرت و تصویر شرکت، افزایش انگیزه کارکنان و موارد مشابه را اندازه‌گیری کند (Mitra, Akhtar & Das Gupta, 2018).

موضوع مسئولیت اجتماعی در ابتدا مترادف با محیط‌زیست شناخته می‌شد، ولی صاحب‌نظرانی نظیر کارول<sup>۱</sup> (۱۹۹۱) برای سازمان‌ها مسئولیت‌های چهارگانه اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشردوستانه را به‌عنوان ابعاد مسئولیت اجتماعی تعریف کرده‌اند. سایر صاحب‌نظران ابعاد مختلفی را برای مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها بیان کرده‌اند. وود<sup>۲</sup> (۱۹۹۱) اقدامات بشردوستانه، اجتماعی و قانونی و لانتوس<sup>۳</sup> (۲۰۰۱) ابعاد اخلاقی، نوع‌دوستانه و راهبردی و کروکوفسکی<sup>۴</sup> (۲۰۱۱) چهار بعد اقتصادی، حقوقی، اخلاقی و بشردوستانه را مطرح کرده‌اند. مولفه‌های مسئولیت اجتماعی سازمان طبق استاندارد مسؤولیت اجتماعی ایزو ۲۶۰۰۰ عبارت است از: پاسخگویی، احترام به حقوق انسان، احترام و توجه به اجرای قانون، احترام به منافع و علایق سهامداران، رفتار اخلاقی، شفاف‌سازی فعالیت‌های سازمان، پایداری و صیانت از محیط زیست، تعامل با سازمان‌های

1. Carroll  
2. Wood  
3. Lantos  
4. Krukowski

اجتماعی. اصول مسئولیت اجتماعی سازمان بر اساس استاندارد گزارش پایداری (۲۰۰۰) شامل سه محور اصلی اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی می‌باشد.

## ۲-۲. مروری بر مسئولیت اجتماعی در صنعت نفت و گاز ایران

صنعت نفت و گاز ایران، قدمتی بیش از صدسال دارد و فعالیت‌های خود را از ۱۹۰۸ شروع کرده است که از این نظر در خاورمیانه رتبه اول را دارد. با این وجود، مفهوم مسئولیت اجتماعی و نقش صنعت نفت و گاز در مناطق نفتی، تنها در چند دهه اخیر است که در مراکز دانشگاهی و نیز سازمان‌های مردم‌نهاد مطرح شده است. قبل از آن فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های نفتی در ایران محدود به فراهم ساختن زیرساخت‌ها و تجهیزات مورد نیاز صنعت و نیز ارائه خدمات به بخش محدودی از شهروندان که در صنعت نیز مشغول به کار بودند، می‌شد. تنها استثنای مشاهده شده نیز، ساخت مدرسه‌ها و آموزشگاه‌هایی در نزدیکی مراکز بهره‌برداری جهت آموزش کسانی بود که می‌خواستند به استخدام شرکت‌ها در بیابند (وبسایت مطالعات سیاستی نفت و گاز، تاریخ مراجعه ۲۵ جولای ۲۰۲۱).

در ایران مسئولیت‌های اجتماعی به عهده دولت است و در این میان صنعت نفت به نیابت از دولت به مقوله مسئولیت اجتماعی در مناطق همجوار نفتی می‌پردازد. مدت‌ها بحث مسئولیت‌های اجتماعی به فراموشی سپرده شده بود و نوعی بی‌تفاوتی نسبت به آن احساس می‌شد، اما در چند سال اخیر نگاه صنعت نفت به عنوان یک سازمان پیشرو تغییرات چشمگیری داشته است و همزمان "سیاست‌ها و نظام‌نامه نحوه ایفای مسئولیت‌های اجتماعی در صنعت نفت" ابلاغ و آیین‌نامه اجرایی آن نیز به تصویب رسید. شکل‌گیری حوزه مشاور اجتماعی در سال ۱۳۹۲ و در ادامه ایجاد امور مسئولیت اجتماعی، گویای اهتمام این وزارتخانه در زمینه تحقق اهداف و عمل به موضوع مسئولیت اجتماعی است که به دنبال آن؛ استانداردسازی اقدام‌های جاری شرکت‌های نفتی در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکتی، کمک به کاهش ریسک‌ها و بحران‌های اجتماعی در مناطق و تسهیل پیشبرد پروژه‌های صنعت نفت، حرکت در مسیر توسعه همزمان صنعت و جوامع



پیرامونی، تهیه و ارائه چارچوب و سازوکار گزارش‌دهی منظم و مؤثر مسئولیت اجتماعی برای شرکت‌ها، دستیابی صنعت نفت به وجهه، خوشنامی و جایگاه جهانی در این زمینه، پابندی به الزام‌های جهانی و همسویی با مجامع و شرکت‌های بین‌المللی و بهره‌گیری از امتیازها از جمله اهداف این سازمان است (پایگاه اطلاع‌رسانی وزارت نفت، تاریخ مراجعه ۲۶ جولای ۲۰۲۱).

اقدام‌های مهمی تاکنون در زمینه مسئولیت اجتماعی در صنعت نفت ایران انجام‌شده از جمله: پیگیری تشکیل شورای سیاست‌گذاری، شورای راهبردی و دبیرخانه مسئولیت اجتماعی، پیشنهاد و پیگیری تعیین مشاوران اجتماعی برای چهار شرکت اصلی، پیشنهادهای حقوقی و پیگیری برای گنجاندن مواد قانونی مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکت در اساسنامه شرکت نفت و قراردادهای نفتی، تدوین نظام‌نامه مسئولیت اجتماعی صنعت نفت، تدوین راهنماهای موردنیاز برای استقرار مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های تابعه و تهیه گزارش پایداری و حمایت از تشکیل کمیته‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های زیرمجموعه صنعت نفت، ترغیب شرکت‌های فعال در صنعت نفت برای به‌کارگیری استانداردهای مسئولیت اجتماعی شرکتی و تثبیت اقدام‌های مسئولانه در صنعت نفت، فراهم آوردن فرصت‌های تبادل تجربه‌های پژوهشی و اجرایی شرکت‌ها در موضوع مسئولیت اجتماعی، ارزیابی اقدام‌ها و ارتقای مهارت در شرکت‌های نفتی در عمل به مسئولیت اجتماعی و ارائه گزارش‌های پایداری باکیفیت و کمک به برقراری همکاری و زمینه‌های مشارکت ذی‌نفعان و شرکت‌ها را می‌توان از اهم وظایف صنعت نفت در زمینه مسئولیت اجتماعی برشمرد (پایگاه اطلاع‌رسانی وزارت نفت، تاریخ مراجعه ۲۶ جولای ۲۰۲۱).

### ۳ پیشینه پژوهش

در خصوص پیشینه تجربی پژوهش حاضر باید اذعان داشت که محقق صرفاً پژوهش‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی سازمان در صنعت نفت و گاز را موردتوجه قرار داده است و با مراجعه به پایگاه‌های اطلاعات علمی داخل و خارج از کشور، پژوهش‌های مرتبط و جدید شناسایی شدند. در ادامه، برخی از مهم‌ترین پژوهش‌ها موردبررسی قرار می‌گیرد.

نتایج پژوهش امین‌زاده و بهنایی (۱۳۹۸) حاکی از آن است که قوانین و مقررات داخلی جهت توسعه پایدار و تأمین امنیت بلندمدت انرژی با لحاظ مخاطرات زیست‌محیطی کارآمد نیستند و احترام و رعایت تعهدات قراردادهای باید موردتوجه بیشتری قرار گیرد و جهت تقویت اقدامات مبتنی بر مسئولیت اجتماعی در صنعت نفت و گاز ایران باید معاضدت حقوقی و اجرایی برای تطبیق الگوی مسئولیت اجتماعی سازمان و هموار کردن راه توسعه و پیشرفت آن با گسترش و نهادینه‌سازی فعالیت‌های ارتباطی اعم از داخلی یا خارجی که نسبت به حوزه مسئولیت‌پذیری اجتماعی ایجاد آگاهی می‌کند.

یافته‌های پژوهش قربانی، فقیهی و عزیزی (۱۳۹۶) نشان می‌دهد که شرکت‌های مورد مطالعه صنعت نفت، گاز و پتروشیمی ایران در ارزش‌های محوری بیشتر بر ابعاد مسئولیت اجتماعی تأکید کرده‌اند؛ همچنین در میان ابعاد الگوی کارول، مسئولیت اقتصادی بیشتر از سایر ابعاد موردتوجه قرار گرفته است و این در حالی است که کمترین توجه به مسئولیت اخلاقی شده است. در بعد مسئولیت اقتصادی، "رضایت ذی‌نفعان" بیشترین میزان فراوانی و "کاهش هزینه‌های عملیاتی" کمترین فراوانی را به خود اختصاص داده‌اند. در بعد مسئولیت قانونی، "حمایت از محیط‌زیست" بیشترین فراوانی و "رعایت ضوابط و قوانین مرتبط با استخدام و مزایای کارکنان" کمترین فراوانی را به خود اختصاص داده است. یافته‌های پژوهش محمدی و حکیمی (۱۳۹۶) نشان داد که تمامی ابعاد (تأثیرگذار بر استقرار استاندارد مسئولیت اجتماعی (ایزو ۲۶۰۰۰) در شرکت گاز مازندران با وضعیت مطلوب فاصله دارند و براساس رتبه‌بندی انجام‌شده، بعد تعامل مؤثر با نهادهای اجتماعی در شرکت مورد مطالعه، رتبه اول و بعد احترام به حقوق انسان، رتبه آخر را به خود اختصاص داده‌اند.

یافته‌های پژوهش سیدجوادین، هاشمی و محمودیان (۱۳۹۵) حاکی از آن است که هشت دسته از عوامل شامل پاسخگویی، نوع‌دوستی، فرهنگ‌سازمانی، ساختار سازمانی، اخلاق و ارزش‌ها، انگیزش و پاداش، رهبری و تعهد در تبیین مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های نفت و گاز ایران مؤثر است.

نتایج پژوهش پنگ‌لی<sup>۱</sup> (۲۰۲۱) بیانگر آن است که مسئولیت زیست‌محیطی بر عملکرد مالی و نوآوری در محصول در سازمان‌های انرژی‌محور تأثیر مثبت می‌گذارد.

یافته‌های پژوهش همیتان، امزالی، امنصری و گیلال<sup>۲</sup> (۲۰۲۰) نشان می‌دهد درحالی‌که فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی که موجب افزایش نقاط قوت اجتماعی شرکت‌های نفت و گاز ایالات‌متحده آمریکا می‌شوند، بر امکان دسترسی به تأمین منابع مالی خارجی تأثیر منفی می‌گذارند، اما فعالیت‌هایی که نگرانی‌های اجتماعی را کاهش می‌دهند، این دسترسی را بهبود می‌بخشند. یافته‌های این پژوهش دو پیامد مهم عملی برای شرکت‌های نفت و گاز ایالات‌متحده آمریکا در پی داشته است. اول، این شرکت‌ها باید اعتمادبه‌نفس و انگیزه مدیران را افزایش دهند تا فعالیت‌هایی را دنبال کنند که نگرانی‌های مسئولیت اجتماعی را کاهش می‌دهد، به‌جای فعالیت‌هایی که قدرت مسئولیت اجتماعی را افزایش می‌دهند. دوم، ضمن بهبود دسترسی شرکت‌های نفت و گاز به سرمایه خارجی، این شرکت‌ها می‌توانند اقدامات شایسته اجتماعی و زیست‌محیطی را انجام دهند و سیاست‌گذاران می‌توانند مدیران را به آغاز اقدامات مسئولیت اجتماعی متمرکز بر کاهش نگرانی‌های اجتماعی از طریق مشوق‌های مالیاتی تشویق کنند.

نتایج پژوهش چودوری، چوی، انیس و چانگ<sup>۳</sup> (۲۰۱۹) حاکی از آن است که صنعت نفت و گاز از برداشت منفی در خصوص پایداری ضعیف رنج می‌برد و مسئولیت اجتماعی سازمان می‌تواند ارزش شرکت‌های نفت و گاز را افزایش دهد. همچنین، فعالیت‌های اجتماعی مانند رفاه کارکنان و توسعه جامعه از جمله محرک‌های مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های نفت و گاز می‌باشد، اما فعالیت‌های پایدار محیطی و اقتصادی تأثیر ناچیزی بر ارزش بازار و شرکت‌های نفت و گاز دارد.

یافته‌های پژوهش ملندز، گراسیا و گابریلا<sup>۴</sup> (۲۰۱۹) بیانگر آن است که چشم‌انداز چندبعدی مسئولیت اجتماعی در صنعت نفت شامل عوامل و شرایط آمیخته با شاخص‌های شهرت می‌باشد و این موارد امکان توسعه برنامه‌ریزی در فرایندها یا ابعاد اجتماعی، اقتصادی- مالی، اخلاقی-

1. Peng Lee

2. Hmaittane, M'Zali, Mnasri & Ghilal

3. Chowdhury, Choi, Ennis & Chung

4. Melendez, Gracia & Gabriela

تولیدی و زیست‌محیطی را فراهم می‌کند که در چارچوب شیوه‌های مدیریت راهبردی و تصمیم‌گیری اعمال می‌شود.

نتایج پژوهش گارسیاچیانگ<sup>۱</sup> (۲۰۱۸) بیانگر آن است که اصلاحات بخش انرژی در کشور مکزیک موجب شده است تا شرکت‌های نفت و گاز این کشور بتوانند جهت بهبود عملکرد فعالیت‌های خود با افراد یا نهادهای خصوصی برای کار و ارائه خدمات مورد نیاز قرارداد ببندند و این اصلاحات به شرکت‌های خصوصی این امکان را داده تا در روند استخراج نفت مشارکت بیشتری داشته و قراردادهای یکپارچه بهره‌برداری از نفت را اجرا کنند، اما این مشارکت بخش خصوصی نیاز به ارزیابی تأثیر اجتماعی و زیست‌محیطی فعالیت‌های آن را به همراه داشته است. یکی از اهداف اصلی این ارزیابی‌ها، ارائه طرح‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های نفتی است و نتایج نشان داد که شرکت‌های خصوصی نفت در طرح‌های مسئولیت اجتماعی می‌توانند به توسعه محلی کمک کنند، اما اقدامات مسئولیت اجتماعی به‌خودی‌خود تأثیری بر توسعه محلی ندارد.

یافته‌های پژوهش کیرات<sup>۲</sup> (۲۰۱۵) نشان می‌دهد که شرکت‌های نفت و گاز قطر در عرصه فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی بر موضوع‌هایی همچون بهداشت، ورزش، آموزش و محیط‌زیست تمرکز دارند، درحالی‌که از دیگر زمینه‌های مهم مانند حقوق بشر، حقوق کار، شرایط کار و اقدامات ضد رشوه و فساد غافل مانده‌اند.

نتایج پژوهش مراین<sup>۳</sup> (۲۰۱۶) نشان می‌دهد که مسئولیت اجتماعی به‌طور قابل‌توجهی با ادغام برنامه‌های مدیریت کیفیت در ارتباط است و مدیریت کیفیت، به‌نوبه خود، دارای اثر مثبت و معناداری بر عملکرد سازمانی است.

---

1 Garcia-Chiang

2 Kirat

3 Mehralian

یافته‌های پژوهش فریناس<sup>۱</sup> (۲۰۱۴) حاکی از آن است که شرکت‌های گاز در انگلستان با سه چالش در عرصه محیط‌زیست، حکمرانی و جامعه روبرو می‌باشند. نتایج نشان می‌دهد که مسئولیت اجتماعی سازمان بیشترین قابلیت را برای پرداختن به چالش‌های زیست‌محیطی دارد و عملکرد شرکت‌های گازی در خصوص محیط‌زیست به‌طور مداوم در حال بهبود است، به‌طوری‌که فن‌آوری‌های جدید سازگار با محیط‌زیست در حال توسعه هستند و بهبود محسوسی توسط برخی از شرکت‌ها در حال انجام است. همچنین، چالش‌های زیست‌محیطی با توجه به تخصص خاصی که شرکت‌های گاز از آن بهره‌مندند، کاهش یافته است، زیرا مهارت‌های فنی و مدیریتی به پیشرفت‌های زیست‌محیطی بسیار کمک می‌کند. در مقابل، نتایج نشان می‌دهد که مسئولیت اجتماعی سازمان قابلیت کمتری برای رسیدگی به مشکلات مربوط به توسعه جامعه و حکمرانی دارد. شرکت‌های گاز می‌توانند از روابط بهتر با جامعه و بهبود حاکمیت در زمینه‌هایی نظیر خسارت عملیاتی کمتر در نتیجه عدم رضایت جامعه، کاهش فساد، بهبود اعتبار شرکت‌ها و غیره بسیار بهره‌مند شوند. همچنین، شرکت‌های گاز می‌توانند از طریق افزایش سرمایه‌گذاری، سطح تحصيلات بالاتر، خدمات عمومی بهتر و غیره از پیشرفت در توسعه انسانی و حکمرانی بسیار بهره‌مند شوند.

در مقایسه پژوهش حاضر با سایر پژوهش‌ها باید اذعان داشت که پژوهش‌های انجام‌شده صرفاً بر ابعاد خرد مسئولیت اجتماعی شرکتی توجه داشته‌اند. به‌عنوان مثال، برخی پژوهش‌ها بر جنبه مالی مسئولیت اجتماعی شرکتی (فریناس، ۲۰۱۴؛ پنگ‌لی، ۲۰۲۱؛ قربانی، فقیهی و عزیزی، ۱۳۹۶)، برخی پژوهش‌ها بر جنبه قانونی مسئولیت اجتماعی شرکتی (امین‌زاده و بهنایی، ۱۳۹۸؛ قربانی، فقیهی و عزیزی، ۱۳۹۶)، برخی از پژوهش‌ها بر جنبه اجتماعی مسئولیت اجتماعی شرکتی (فریناس، ۲۰۱۴؛ کیرات، ۲۰۱۵؛ گارسیاچیانگ، ۲۰۱۸؛ ملندز، گراسیا و گابریلا، ۲۰۱۹؛ چودوری، چوی، انیس و چانگ، ۲۰۱۹؛ همیتان، امزالی، امنصری و گیلال، ۲۰۲۱؛ محمدی و حکیمی، ۱۳۹۶)، برخی از پژوهش‌ها بر جنبه زیست‌محیطی مسئولیت اجتماعی شرکتی

---

1 . Frynas

(فریناس، ۲۰۱۴؛ گارسیاچیانگ، ۲۰۱۸؛ کیرات، ۲۰۱۵)، برخی از پژوهش‌ها بر جنبه مدیریت کیفیت مسئولیت اجتماعی شرکتی (مراپن، ۲۰۱۶) و برخی از پژوهش‌ها بر جنبه اخلاقی مسئولیت اجتماعی شرکتی (قربانی، فقیه‌ی و عزیز، ۱۳۹۶؛ سیدجوادین، هاشمی و محمودیان، ۱۳۹۵) تمرکز داشته‌اند؛ اما پژوهش حاضر در مقایسه با سایر پژوهش‌ها از جامعیت بیشتری برخوردار بوده و ابعادی چندگانه مؤثر (۹ بعد) بر مسئولیت اجتماعی شرکتی شامل مسئولیت اخلاقی، مسئولیت اجتماعی، مسئولیت فنی و عملیاتی، مسئولیت قانونی و حقوقی، مسئولیت در قبال کیفیت، مسئولیت نسبت به محیط، مسئولیت مالی و اقتصادی، مسئولیت در برابر بحران‌ها و مسئولیت در قبال منابع انسانی را مورد احصاء قرار داده است.

#### ۴ الگوی مفهومی پژوهش

با بررسی مبانی نظری و پیشینه پژوهش می‌توان الگوی مفهومی مسئولیت اجتماعی سازمان در شرکت گاز استان مازندران را طبق شکل (۱) ملاحظه نمود. بامطالعه دقیق یافته‌های پژوهش و مبانی نظری و همچنین انجام مصاحبه با برخی از ذینفعان شرکت مورد مطالعه (طبق جدول ۱)، اجزاء الگوی مفهومی پژوهش حاضر در قالب، "مفهوم" (مسئولیت اجتماعی سازمان)، "ابعاد" (۹ بعد) و "مؤلفه‌ها" (۲۶ مؤلفه) که نشان‌دهنده روابط بین اجزاء (متغیرها) الگو می‌باشد، تبیین گردید. با توجه به ماهیت پژوهش حاضر که کاربردی است، هر یک از سؤالات پژوهش بر اساس الگوی مفهومی ترسیم‌شده، به شرح زیر تبیین گردید:

- سؤال اول پژوهش: یافته‌های پژوهش، ابعاد مسئولیت اجتماعی در شرکت مورد مطالعه را چگونه تبیین می‌نماید؟
- سؤال دوم پژوهش: یافته‌های پژوهش، مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی در شرکت مورد مطالعه را چگونه تبیین می‌نماید؟
- سؤال سوم پژوهش: آیا یافته‌های پژوهش، شکاف معناداری را بین وضعیت موجود و مطلوب ابعاد و مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی در شرکت مورد مطالعه نشان می‌دهد؟



روش پژوهش حاضر از نوع ترکیبی (کمی و کیفی) است. پژوهش حاضر از آن حیث کیفی است که جهت آشنایی و آموختن دیدگاه خبرگان و کسب اطلاعات لازم در مورد ابعاد و مؤلفه‌های مؤثر بر مسئولیت اجتماعی سازمان از روش مصاحبه استفاده شده است. مصاحبه با یک سؤال باز و کلی مبنی بر این که "به نظر شما عوامل مؤثر بر مسئولیت اجتماعی در شرکت گاز استان مازندران کدام است" شروع می‌شد. سؤالات بعدی بر اساس روند مصاحبه و پاسخ‌های مشارکت‌کنندگان پرسیده می‌شد و در طول آن در مواقع لازم از سؤالات کاوش‌گرانه مانند "می‌توانید در این باره توضیح بیشتری دهید؟" یا "می‌شود منظورتان را واضح‌تر بیان کنید؟"، جهت دستیابی به جزئیات و اطلاعات غنی‌تر استفاده شد. در پژوهش حاضر به منظور اعتبار ابزار مصاحبه از روش‌های زیر (Flint, 1998) استفاده شده است: (۱) درگیری طولانی‌مدت: مدت زمان دو ماهه برای انجام مصاحبه‌ها و هدایت مستقیم مصاحبه‌ها؛ (۲) بررسی مشارکت‌کنندگان: ارائه گزارشی به مصاحبه‌شوندگان و دریافت بازخور در مورد تفسیرهای ارائه‌شده توسط مصاحبه‌کننده (محقق)؛ (۳) کسب اطلاعات همگنان: بررسی کدهای احصاء شده توسط دو نفر از اساتید دانشگاهی و دو نفر از خبرگان مدیریت منابع انسانی و HSE شرکت مورد مطالعه.

جدول (۱): ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان

جنسیت			تحصیلات			سابقه (به سال)			پایه سازمانی			ویژگی‌ها
زن	مرد	کارشناسی	کارشناسی ارشد	دکتری	۲۰ به بالا	۱۶-۲۰	۱۵	۱۷ به بالا	۱۷	۱۶	۱۷	
۳	۱۲	۵	۹	۱	۵	۷	۳	۶	۵	۴	۵	تعداد

پژوهش حاضر از آن حیث کمی است که ابعاد و مؤلفه‌های مؤثر بر مسئولیت اجتماعی سازمان از طریق پرسشنامه، ارزش‌گذاری و موردسنجش و آزمون قرار گرفتند. پرسشنامه بر اساس داده‌های حاصل از مبانی نظری و انجام مصاحبه شکل گرفته است و در همین راستا پرسشنامه مسئولیت اجتماعی از ۸۸ گویه تشکیل شده است. سؤال‌های پرسشنامه به صورت سؤال‌های بسته-پاسخ می‌باشند. برای سنجش سؤال‌های پرسشنامه، از مقیاس لیکرت استفاده شده است. برای



اندازه‌گیری پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. ضریب آلفای کرونباخ به دست آمده در پژوهش حاضر ۰/۹۷۰ می‌باشد و این امر نشان‌دهنده هماهنگی درونی بین سؤال‌های پرسشنامه است. در همین راستا، جامعه آماری تحقیق حاضر را جهت پاسخ به سؤالات پرسشنامه، کارکنان رسمی شرکت مورد مطالعه با پایه سازمانی ۱۶ به بالا، تحصیلات کارشناسی به بالا و سابقه خدمتی ۱۵ سال به بالا؛ به تعداد ۱۶۰ نفر تشکیل می‌دهند. دلیل انتخاب جامعه آماری برخوردار از آنان از دانش، سابقه و تجربه لازم در شرکت و آشنایی آنان در راستای موضوع پژوهش می‌باشد. در تحقیق حاضر جهت نمونه‌گیری از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای استفاده شده و در تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده است. حجم نمونه با سطح خطای ۵ درصد، برابر با ۱۱۳ نفر محاسبه گردید.

## ۶ یافته‌های تحقیق

یافته‌های تحقیق در دو بخش کیفی و کمی مورد بررسی قرار می‌گیرد. در بخش کیفی از روش مصاحبه استفاده گردید و به منظور تحلیل متن مصاحبه‌ها مراحل زیر مورد توجه محقق بوده است:

- (۱) متن‌های مصاحبه به ترتیب مورد بررسی و مرور قرار گرفت؛ (۲) در هر متن مصاحبه، گفته‌های اساسی برجسته گردید و گفته‌های تکراری، جمله‌های معترضه، گفته‌های انحرافی و سایر داده‌های نامربوط نادیده گرفته شدند؛ (۳) در هر متن مصاحبه برخی از گفته‌های مشابه که به نظر می‌رسد چیز تازه‌ای را مطرح می‌کند، مشخص شدند؛ (۴) هنگامی که تمام متن‌ها مرور شدند، محقق دوباره به متن اولیه برگشته، آن‌ها را مرور نموده تا اطمینان یابد در برجسته کردن گفته‌های اساسی، دچار غفلت نشده است؛ (۵) محقق دوباره به اولین متن مراجعه نموده و با مرور گفته‌های اساسی برجسته شده، سعی نموده است، مجموع‌هایی از مقوله‌ها را از پاسخ‌های داده شده به هر سؤال استخراج کند و عناوین ساده‌ای به آن‌ها اختصاص دهد؛ (۶) محقق با استخراج مقوله‌ها از متن مصاحبه، اقدام به طبقه‌بندی مقوله‌ها و سپس ترکیب این مقوله‌ها نموده است؛ (۷) پس از تعیین نظام مقوله‌بندی نهایی، محقق دوباره به سراغ متن‌های پیاده شده رفته و هر گفته‌ای اساسی مشخص شده را با فهرست مقوله‌ها مقایسه تا مشخص نماید که نکته گفته شده در کجای فهرست

مقوله‌ها آمده است؛ بنابراین، پس از بررسی و مطالعه داده‌های حاصل از فرآیند مصاحبه، تعداد ۲۴ مقوله اصلی و ۴۵ مقوله فرعی احصاء گردید (جدول (۲)).

جدول (۲): مقوله‌های اصلی و فرعی احصاء شده در طول فرآیند مصاحبه

مصاحبه‌شوندگان			مقوله فرعی	مقوله اصلی
پیمانکاران	کارکنان شرکتی	کارکنان رسمی		
		✓	الکترونیکی نمودن خدمات؛ کاهش زمان حضور امدادگران در محل حادثه؛ بهبود دانش کارکنان در زمینه نظام‌های مدیریتی	مسئولیت نسبت به کیفیت
		✓	خط اختصاصی رایگان برای صنایع بومی استان	تعهد نوع دوستانه
		✓	بهبود روابط مالی با شرکت ملی گاز؛ تأمین منابع مالی قبل از اجرای پروژه‌ها؛ پرداخت به موقع مطالبات پیمانکاران	مسئولیت مالی و اقتصادی
		✓	الزام پیمانکاران به داشتن گواهینامه ایمنی در محیط کار؛ افزایش صحت در برآورد مبلغ پیمان‌ها؛ اخذ مجوزهای قانونی قبل از اجرای طرح‌های گازرسانی؛ احراز مالکیت متقاضیان استفاده از گاز طبیعی	مسئولیت حقوقی و قانونی
		✓	تأمین البسه حفاظت فردی؛ کارت سلامت نیروها؛ در اختیار قرار دادن تجهیزات طب صنعتی به کارکنان در معرض بیماری‌های خاص	ایمنی و سلامت کارکنان
		✓	پایین بودن پایه سازمانی برخی سمت‌ها	ساختار سازمانی
		✓	برگزاری دوره‌های آموزشی HSE برای نیروهای پیمانکاری؛ بهبود مهارت‌های فنی و نگرش کارکنان؛ پرورش و تربیت مدیران آینده	آموزش

		✓	استمرار خدمات رسانی به سازمان‌های خدمات رسان جامعه	تشویق سازمان‌های اجتماعی
		✓	افزایش آگاهی مشترکین در استفاده ایمن از انرژی گاز؛ تغییر ادراک مشترکین در زمینه مصرف بهینه گاز طبیعی؛ اطلاع‌رسانی به‌موقع در خصوص انجام مناقصات	تبلیغات مسئولانه
		✓	کنترل محصولات و اجناس گازرسانی با استانداردهای مربوطه؛ کاهش هدررفت گاز طبیعی و پیشگیری از بروز حوادث احتمالی و ناگوار؛ استفاده پیمانکاران از تجهیزات سالم؛ امکان‌سنجی اجرای پروژه‌های گازرسانی؛ انجام اقدامات پیشگیرانه تعمیرات	مسئولیت فنی و عملیاتی
		✓	آسایش شهروندان از طریق کاهش تراکم خودروها؛ آسایش شهروندان از طریق کاهش آلودگی صوتی ایستگاه‌ها؛ رعایت حریم شخصی مشترکین؛ ارائه خدمت به شهروندان با حسن‌نیت و باکمال بی‌طرفی	مسئولیت اخلاقی
		✓	مدیریت کربن و انرژی؛ بهبود و مرمت مسیر اجرای پروژه‌ها	مسئولیت در قبال محیط‌زیست
		✓	کاهش مشکلات فردی؛ سازمانی و اجتماعی کارکنان	بهبود روابط کار
		✓	شفافیت در ارتقاء شغلی؛ تبیین نظام جانشین‌پروری	توسعه شایستگی‌ها
		✓	همکاری با دانشگاه‌های محلی و کشوری	تعامل مؤثر صنعت و دانشگاه
✓			اخذ مجوزهای قانونی از ادارات ذی‌ربط قبل از اجرای طرح‌های گازرسانی	مسئولیت قانونی
✓			روند طولانی تأیید صورت وضعیت‌ها از دفاتر نظارت تا امور مالی؛ وجود برنامه‌های مدون و سازوکارهای نظارتی ضدفساد مالی و اقتصادی	مسئولیت مالی و اقتصادی

✓			احترام و تکریم به پیمانکاران	مسئولیت اخلاقی
✓			نظارت مستمر ناظران پروژه‌ها از روند پروژه‌های گازرسانی	مسئولیت فنی
	✓		برگزاری دوره‌های آموزشی تخصصی متناسب با کار برای نیروهای پیمانکاری؛ افزایش دانش و آگاهی مسئولین و ناظران پیمان‌ها از مفاد و الزامات قانون کار و تأمین اجتماعی	آموزش
	✓		نظارت واحد HSE بر شرکت‌های پیمانکاری جهت تأمین البسه حفاظت فردی برای هر یک از نیروها متناسب با نوع و ماهیت مشاغل	ایمنی، بهداشت و سلامت کارکنان
	✓		تخصیص عامل سختی کار و حق فنی به مشاغل پیمانکاری؛ پرداخت به‌موقع پاداش به نیروهای پیمانکاری توسط پیمانکار؛ افزایش اضافه‌کار به نیروهای پیمانکاری به‌ویژه مشاغل خدمت رسانی نظیر کنتورخوان و امدادگر	انگیزش

در پاسخ به سؤال اول پژوهش باید اذعان داشت که تمامی ابعاد ۹ گانه مسئولیت اجتماعی در شرکت مورد مطالعه در الگوی نهایی پژوهش باقی ماندند. طبق جدول (۳) ملاحظه می‌گردد، در بین ابعاد مسئولیت اجتماعی، کمترین میانگین ۲/۶۵۸ مربوط به بعد "مسئولیت نسبت به محیط" با انحراف معیار ۰/۵۲۷ و بیشترین میانگین ۳/۲۵۱ مربوط به بعد "مسئولیت فنی و عملیاتی" با انحراف معیار ۰/۵۳۷ می‌باشد.

جدول (۳): بررسی توصیفی ابعاد مسئولیت اجتماعی

مؤلفه	کمترین مقدار	بیشترین مقدار	میانگین	انحراف معیار
مسئولیت نسبت به جامعه	۱/۸۵	۳/۹۶	۳/۰۱۳	۰/۵۲۴
مسئولیت نسبت به محیط	۱/۶۰	۳/۸۰	۲/۶۵۸	۰/۵۲۷
مسئولیت مالی و اقتصادی	۱/۸۰	۳/۷۰	۲/۸۹۶	۰/۵۰۸

۰/۶۱۹	۳/۱۳۲	۴/۲۵	۱/۷۵	مسئولیت در برابر بحران‌ها
۰/۵۳۷	۳/۲۵۱	۴/۵۴	۱/۸۸	مسئولیت فنی و عملیاتی
۰/۶۰۱	۳/۱۸۴	۴/۶۰	۱/۶۰	مسئولیت اخلاقی
۰/۵۲۲	۳/۱۱۳	۴/۵۸	۲/۱۷	مسئولیت حقوقی و قانونی
۰/۵۰۴	۳/۱۲۶	۴/۵۰	۲/۲۵	مسئولیت نسبت به کیفیت
۰/۴۵۲	۲/۷۶۱	۳/۹۳	۱/۸۹	مسئولیت در قبال منابع انسانی

در پاسخ به سؤال دوم پژوهش باید اذعان داشت که ۲۴ مؤلفه مسئولیت اجتماعی در شرکت مورد مطالعه در الگوی نهایی پژوهش حفظ شدند و تنها مؤلفه "عمل به اصول اخلاقی متعارف جامعه" از بعد مسئولیت اخلاقی را از آنجا که قابلیت تعمیم به نمونه بزرگ‌تر را نداشته، از الگوی نهایی پژوهش حذف گردید. طبق جدول (۴) ملاحظه می‌گردد، در بین مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی، کمترین میانگین ۲/۳۰۸ مربوط به مؤلفه‌ی "توسعه شایستگی‌ها" با انحراف معیار ۰/۶۵۵ و بیشترین میانگین ۳/۵۵۵ مربوط به دو مؤلفه‌ی "ممانعت از هدر رفت گاز طبیعی" با انحراف معیار ۰/۷۰۵ و "انجام موفقیت‌آمیز مأموریت شرکت" با انحراف معیار ۰/۸۰۴ می‌باشد.

جدول (۴): بررسی توصیفی مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی

مؤلفه	کمترین مقدار	بیشترین مقدار	میانگین	انحراف معیار
تشویق و تحریک سازمان‌های اجتماعی	۱/۶۷	۴/۳۳	۰/۴۷۵	۲/۹۷۲
تعهد نوع‌دوستانه	۱/۵۰	۴/۰۰	۰/۶۸۹	۲/۷۷
تبلیغات مسئولانه	۲/۰۰	۴/۵۰	۰/۵۵۱	۳/۳۲۴
تعامل مؤثر صنعت و دانشگاه	۰/۸۶۹	۲/۹۸۷	۴/۰۰	۱/۰۰
پایداری و صیانت از محیط‌زیست	۰/۵۲۷	۲/۶۵۸	۳/۸۰	۱/۶۰
مسئولیت در برابر اموال افراد	۰/۵۱۹	۲/۷۷۴	۳/۶۰	۱/۶۰
مسئولیت در برابر ثروت ملی	۰/۶۵۷	۳/۰۱۸	۴/۰۰	۱/۶۷
رعایت استانداردهای فنی	۱/۶۷	۴/۶۷	۳/۲۸۵	۰/۶۷۸
صیانت از اقلام و تأسیسات	۲/۵۰	۴/۵۰	۳/۴۰۷	۰/۵۳۹
ممانعت از هدر رفت گاز طبیعی	۲/۰۰	۵/۰۰	۳/۵۵۰	۰/۷۰۵
طراحی بهینه	۱/۰۰	۴/۰۰	۲/۷۶۳	۰/۹۸۵
عمل به مبانی منشور اخلاقی	۱/۵۰	۵/۰۰	۳/۳۹۷	۰/۷۱۴
پاسخگویی	۱/۵۰	۴/۰۰	۳/۱۱۵	۰/۷۱۹
عمل به اصول اخلاقی متعارف جامعه	۰/۶۱۸	۳/۰۳۹	۴/۸۰	۱/۶۰

۲/۲۸	۴/۸۳	۳/۰۶۹	۰/۵۳۳	حاکمیت قانون
۱/۶۷	۵/۰۰	۳/۱۵۷	۰/۶۳۵	مسئولیت نسبت به مسائل حقوقی بیمانکاران
۲/۳۳	۳/۶۸	۳/۰۰۸	۰/۴۱۱	مسئولیت نسبت به فرایندها
۱/۳۳	۵/۰۰	۲/۲۹۱	۰/۷۲۴	مسئولیت خدمات شرکت
۲/۰۰	۵/۰۰	۳/۵۵۰	۰/۸۰۴	انجام موفقیت‌آمیز مأموریت شرکت
۱/۳۳	۴/۶۷	۲/۹۹۴	۰/۶۵۶	شفاف‌سازی فعالیت‌های سازمان
۱/۰۰	۴/۰۰	۲/۳۰۸	۰/۶۵۵	توسعه شایستگی‌ها
۱/۳۳	۴/۰۰	۲/۸۳۱	۰/۵۹۶	بهبود روابط کار
۱/۴۰	۴/۸۰	۳/۱۴۵	۰/۶۰۳	ایمنی، بهداشت و سلامت کارکنان
۱/۶۷	۴/۱۷	۲/۸۲۴	۰/۵۹۹	آموزش
۱/۶۷	۴/۰۰	۲/۶۹۶	۰/۵۶۴	انگیزش

در پاسخ به سؤال سوم پژوهش می‌توان ادعا نمود که بین تمامی مؤلفه‌ها و ابعاد مسئولیت اجتماعی در شرکت مورد مطالعه، بین وضعیت موجود و مطلوب، شکاف معنی‌دار وجود دارد و در تمامی موارد سطح وضعیت مطلوب فراتر از سطح موجود آن‌ها بوده است (جدول (۵)).

جدول (۵): آزمون t وابسته برای بررسی تفاوت بین وضعیت موجود و مطلوب ابعاد مسئولیت اجتماعی

ت	شکاف	وضعیت مطلوب	وضعیت موجود	مؤلفه
-۱۳/۷۶۱	-۱/۴۰۱	۴/۲۳	۲/۸۳	مسئولیت نسبت به جامعه
-۱۳/۴۲۵	-۱/۷۸۱	۴/۴۱	۲/۶۳	مسئولیت نسبت به محیط
-۱۴/۷۷۱	-۱/۶۰۰	۴/۵۱	۲/۹۱	مسئولیت مالی و اقتصادی
-۱۳/۵۳۰	-۱/۳۱۴	۴/۴۵	۳/۱۳	مسئولیت در برابر بحران‌ها
-۱۵/۷۸۸	-۱/۴۳۷	۴/۶۹	۳/۲۵	مسئولیت فنی و عملیاتی
-۱۲/۳۲۲	-۱/۳۶۷	۴/۶۲	۳/۲۶	مسئولیت اخلاقی
-۱۶/۷۰۷	-۱/۵۵۸	۴/۵۶	۳/۰۱	مسئولیت حقوقی و قانونی
-۱۲/۸۵۹	-۱/۲۱۷	۴/۳۵	۳/۱۳	مسئولیت نسبت به کیفیت
-۲۱/۶۰۹	-۱/۷۱۱	۴/۴۶	۲/۷۵	مسئولیت در قبال منابع انسانی

در سنجش ابعاد مسئولیت اجتماعی با استفاده از آزمون اختلاف میانگین، میزان شکاف، منفی به‌دست آمد. شکاف موجود بر اساس آزمون t وابسته برای وضعیت موجود و مطلوب ابعاد با  $Pvalue < 0/001$  معنی‌دار بود. در بین ابعاد، "مسئولیت نسبت به محیط" با میزان شکاف

۱/۷۸۱- دارای بیشترین شکاف و بعد "مسئولیت نسبت به کیفیت" با میزان شکاف ۱/۲۱۷-  
 دارای کمترین شکاف می‌باشند(جدول(۶)).

جدول (۶): آزمون t وابسته برای بررسی تفاوت بین وضعیت موجود و مطلوب مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی

مؤلفه	وضعیت موجود	وضعیت مطلوب	شکاف t	t
تشویق و تحریک سازمان‌های اجتماعی	-۱۳/۸۳۳	-۱/۶۲۸	۴/۱۰	۲/۴۷
تعهد نوع‌دوستانه	-۹/۸۱۰	-۱/۳۲۰	۴/۰۲	۲/۷۰
تبلیغات مسئولانه	-۱۱/۸۰۵	-۱/۳۶۹	۴/۵۳	۳/۱۶
تعامل مؤثر صنعت و دانشگاه	-۸/۴۶۷	-۱/۲۸۸	۴/۲۸	۲/۹۹
پایداری و صیانت از محیط‌زیست	-۱۳/۴۲۵	-۱/۷۸۱	۴/۴۱	۲/۶۳
مسئولیت در برابر اموال افراد	-۱۳/۸۲۷	-۱/۴۶۲	۴/۴۵	۲/۹۹
مسئولیت در برابر ثروت ملی	-۱۰/۵۷۷	-۱/۷۳۹	۴/۵۶	۲/۸۳
مدیریت بحران	-۱۳/۵۳۰	-۱/۳۱۴	۴/۴۵	۳/۱۳
رعایت استانداردهای فنی	-۱۳/۹۶۶	-۱/۴۲۳	۴/۷۱	۲/۲۹
صیانت از اقلام و تأسیسات	-۱۵/۴۸۲	-۱/۲۴۷	۴/۶۶	۳/۴۱
ممانعت از هدر رفت گاز طبیعی	-۱۱/۵۵۳	-۱/۲۷۵	۴/۸۲	۳/۵۵
طراحی بهینه	-۱۰/۴۷۱	-۱/۸۰۱	۴/۵۶	۲/۷۶
عمل به مبانی منشور اخلاقی	-۱۰/۱۳۰	-۱/۳۰۰	۴/۷۰	۳/۴۰
پاسخگویی	-۱۲/۶۸۵	-۱/۴۳۵	۴/۵۵	۳/۱۲
حاکمیت قانون	-۱۶/۰۶۷	-۱/۷۰۸	۴/۵۵	۲/۸۴
مسئولیت نسبت به حقوقی پیمانکاران	-۱۳/۲۲۹	-۱/۴۰۹	۴/۵۸	۳/۱۷
مسئولیت فرایندها	-۶/۷۴۵	-۰/۹۹۹	۴/۰۳	۳/۰۳
مسئولیت خدمات شرکت	-۱۲/۱۹۱	-۱/۵۴۰	۴/۴۹	۲/۹۵
انجام موفقیت‌آمیز مأموریت شرکت	-۵/۸۵۶	-۰/۹۱۳	۴/۴۶	۳/۵۵
شفاف‌سازی فعالیت‌های سازمان	-۱۳/۲۶۸	-۱/۴۱۷	۴/۴۱	۲/۹۹
توسعه شایستگی‌ها	-۱۶/۵۸۱	-۲/۲۸۰	۴/۵۵	۲/۲۷
بهبود روابط کار	-۱۴/۵۳۶	-۱/۶۷۵	۴/۵۴	۲/۸۶
ایمنی، بهداشت و سلامت کارکنان	-۱۳/۵۴۶	-۱/۳۶۲	۴/۴۸	۳/۱۲
آموزش	-۱۴/۶۲۱	-۱/۵۷۷	۴/۳۸	۲/۸۱
انگیزش	-۱۶/۱۶۱	-۱/۶۶۱	۴/۳۶	۲/۷۰

در سنجش مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی با استفاده از آزمون اختلاف میانگین، شکاف تمامی مؤلفه‌ها، منفی به دست آمد. شکاف موجود بر اساس آزمون  $t$  وابسته برای وضعیت موجود و مطلوب تمامی مؤلفه‌ها با  $P_{\text{value}} < 0/001$  معنی دار بود. در این بین مؤلفه "توسعه شایستگی‌ها" با میزان شکاف ۲/۲۸۰- دارای بیشترین شکاف و مؤلفه "انجام موفقیت‌آمیز مأموریت شرکت" با میزان شکاف ۰/۹۱۳- و سپس مؤلفه "مسئولیت فرایندها" با میزان شکاف ۰/۹۹۹- دارای کمترین شکاف می‌باشند.

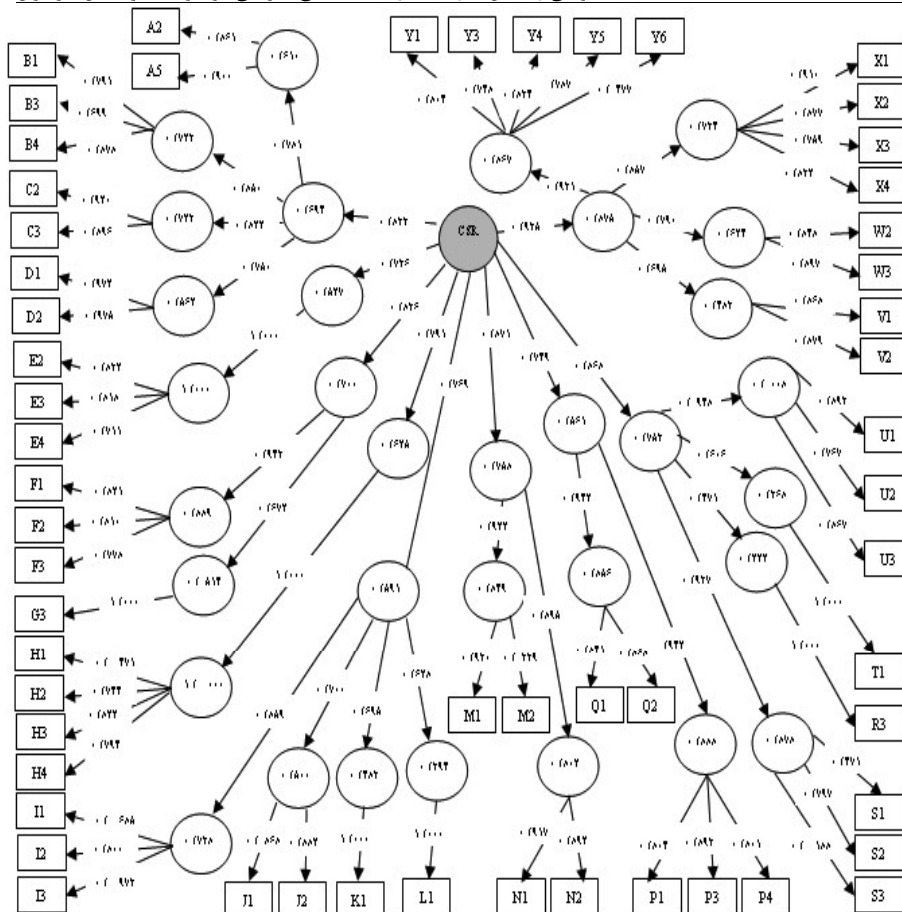
در پاسخ به سؤال چهارم پژوهش باید اذعان داشت که جهت بررسی کیفیت کلی الگو از معیار  $GOF^1$  استفاده گردید. هایر (۲۰۱۱) سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای  $GOF$  معرفی نموده است. با توجه به سه مقدار معرفی شده برای  $GOF$  و حاصل شدن مقدار ۰/۷۱۸ برای آن که بسیار قوی است، بیانگر برآزش قوی الگو است و به طور کلی برآزش مناسب الگو تأیید می‌شود، یعنی مجموع الگوی ساختاری و الگوی اندازه‌گیری، کیفیت مناسبی در تبیین الگوی مسئولیت اجتماعی دارند.

چنان که در روش تحقیق مطرح می‌شود، شیوه‌های قابل استفاده در تحلیل داده‌ها به نوع طرح استفاده شده و همچنین داده‌ها بستگی دارد. در تحقیق حاضر از رویکرد معادلات ساختاری استفاده می‌شود که در این راستا از نرم‌افزار PLS (نسخه شماره سه نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس Smart PLS 3) بهره گرفته شده است. میزان اثرگذاری ابعاد و مؤلفه‌های شهروند شرکتی به همراه ارائه الگوی یکپارچه و متعادل براساس روابط بین متغیرها با استفاده از نرم‌افزار PLS محاسبه گردید. الگوی اندازه‌گیری، الگویی است که رابطه متغیرهای مکنون و سؤالات را بررسی می‌کند و هدف اصلی آن بررسی روایی سازه می‌باشد. شکل (۲) الگوی اندازه‌گیری را در حالت تخمین ضرایب استاندارد نشان می‌دهد.

---

1. the goodness - of- fit





شکل (۲): الگوی اندازه‌گیری در حالت تخمین ضرایب استاندارد

در طراحی الگوی تحقیق، پایایی الگو شامل آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و روایی سازه شامل روایی همگرا و روایی واگرا محاسبه گردید. آزمون پایایی ترکیبی، همبستگی درونی سؤالات را درون الگو بررسی می‌کند. به عبارتی دیگر، ضرایب مسیر، بارهای عاملی و خطاها همگی روی آن تأثیر می‌گذارند. روایی سازه شامل روایی همگرا و روایی واگرا است. برای بررسی روایی همگرا چهار آزمون زیر را باید بررسی کنیم: (۱) کلیه بارهای عاملی باید بالای ۰/۷ باشند، (۲) تمام

بارهای عاملی باید از نظر آماری معنی دار باشند، (۳) معنی داری بارهای عاملی را با  $t$ -value بررسی می‌کنیم، به گونه‌ای که اگر مقادیر آن در بازه  $[۱/۹۶ و -۱/۹۶]$  نباشد، به احتمال ۹۵٪ و اگر در بازه  $[۲/۵۸ و -۲/۵۸]$  نباشد، به احتمال ۹۹٪ بارهای عاملی معنی دار خواهند بود، (۴) ضرایب میانگین واریانس استخراجی (AVE) برای کلیه متغیرها باید بالای ۰/۵ باشند. با توجه به مقادیر آلفای کرونباخ، برای شش مؤلفه الگوی تحقیق شامل پایداری و صیانت از محیط‌زیست، صیانت از اقلام و تأسیسات، عمل به اصول اخلاقی متعارف جامعه، مسؤلیت نسبت به مسائل حقوقی پیمانکاران، توسعه شایستگی‌ها، بهبود روابط کار؛ این معیار کمتر از ۰/۷ محاسبه شده که با توجه به طرح این تحقیق و ایجاد یک الگوی تازه تولد یافته، مقادیر بالای ۰/۶ را پذیرفته و تنها مؤلفه عمل به اصول اخلاقی متعارف جامعه با آلفای ۰/۵۹۵ را از آنجا که قابلیت تعمیم به نمونه بزرگ‌تر را نخواهد داشت، حذف می‌شود. مقادیر پایایی ترکیبی برای کلیه مؤلفه‌ها بالاتر از ۰/۷ محاسبه شد و الگوی اندازه‌گیری صاحب پایایی است. برای بررسی روایی واگرا از تحلیل عاملی مرتبه سه و آزمون فورنل و لارکر استفاده گردید (جدول (۷)).

جدول (۷): تحلیل معیار Fornell-Larcker برای بررسی روایی واگرا

Z	Y	X	W	V	U	T	S	R	Q	P	N	M	L	K	J	I	H	G	F	E	D	C	B	A	
																								۰/۸۸	A
																							۰/۷۹	۰/۶۱	B
																						۰/۹۱	۰/۵۶	۰/۵۸	C
																					۰/۹۷	۰/۵۱	۰/۵۱	۰/۳۷	D
																				۰/۷۹	۰/۵۴	۰/۵۴	۰/۵۱	۰/۳۲	E
																			۰/۸۰	۰/۵۵	۰/۴۴	۰/۵۶	۰/۶۳	۰/۴۸	F
																	۱/۰۰	۰/۳۹	۰/۴۰	۰/۴۰	۰/۳۱	۰/۴۳	۰/۳۴	۰/۴۰	G
																۰/۷۷	۰/۴۹	۰/۶۲	۰/۶۴	۰/۶۴	۰/۵۱	۰/۶۸	۰/۵۹	۰/۴۲	H
															۰/۸۰	۰/۳۴	۰/۴۱	۰/۴۱	۰/۴۱	۰/۳۲	۰/۳۹	۰/۴۷	۰/۳۵	۰/۳۱	I
														۰/۸۵	۰/۴۵	۰/۳۴	۰/۲۵	۰/۳۶	۰/۳۶	۰/۱۲	۰/۲۵	۰/۲۹	۰/۳۰	۰/۲۶	J
													۱/۰۰	۰/۳۹	۰/۴۱	۰/۱۸	۰/۰۵	۰/۳۹	۰/۱۷	۰/۳۹	۰/۲۸	۰/۲۳	۰/۲۳	۰/۳۱	K
												۱/۰۰	۰/۴۷	۰/۲۰	۰/۳۹	۰/۵۴	۰/۴۶	۰/۵۶	۰/۴۶	۰/۴۵	۰/۵۲	۰/۵۰	۰/۵۰	۰/۴۵	L
											۰/۹۳	۰/۶۴	۰/۴۸	۰/۳۷	۰/۳۴	۰/۶۰	۰/۵۸	۰/۴۹	۰/۵۴	۰/۵۰	۰/۴۰	۰/۴۵	۰/۴۵	۰/۵۰	M
											۰/۹۱	۰/۷۳	۰/۵۵	۰/۴۷	۰/۴۶	۰/۵۴	۰/۵۰	۰/۴۹	۰/۵۵	۰/۵۳	۰/۶۹	۰/۴۸	۰/۵۷	۰/۵۶	N
										۰/۸۳	۰/۴۹	۰/۶۹	۰/۵۱	۰/۳۰	۰/۴۸	۰/۴۴	۰/۶۰	۰/۵۶	۰/۳۹	۰/۴۵	۰/۴۰	۰/۳۷	۰/۴۲	۰/۴۰	P

										۰/۱۸۵	۰/۱۶۳	۰/۱۴۰	۰/۱۴۱	۰/۱۱۱	۰/۱۱۱	۰/۱۵۰	۰/۱۴۶	۰/۲۹	۰/۳۶	۰/۳۴	۰/۲۷	۰/۳۱	۰/۲۶	۰/۳۵	۰/۲۴	Q									
									۱/۰۰	۰/۱۰۴	۰/۲۰	۰/۱۴۲	۰/۲۵	۰/۵۷	۰/۴۳	۰/۱۱۳	۰/۲۶	۰/۲۷	۰/۱۵	۰/۴۷	۰/۲۳	۰/۴۱	۰/۲۴	۰/۳۲	۰/۲۵	R									
										۰/۱۸۶	۰/۳۹	۰/۵۹	۰/۶۴	۰/۷۲	۰/۶۸	۰/۵۲	۰/۲۷	۰/۳۹	۰/۴۳	۰/۵۷	۰/۵۹	۰/۶۷	۰/۵۹	۰/۴۸	۰/۴۹	۰/۵۶	۰/۵۱	S							
								۱/۰۰	۰/۴۶	۰/۳۴	۰/۲۶	۰/۵۳	۰/۶۰	۰/۵۸	۰/۲۸	۰/۳۶	۰/۵۲	۰/۳۷	۰/۳۹	۰/۳۹	۰/۳۰	۰/۳۴	۰/۳۵	۰/۲۴	۰/۲۳	۰/۲۵	T								
									۰/۱۸۴	۰/۴۲	۰/۷۶	۰/۲۳	۰/۵۰	۰/۶۳	۰/۵۱	۰/۶۰	۰/۵۰	۰/۳۵	۰/۳۰	۰/۴۰	۰/۴۶	۰/۵۶	۰/۴۲	۰/۶۳	۰/۳۷	۰/۳۵	۰/۲۷	۰/۳۲	U						
										۰/۱۸۷	۰/۵۵	۰/۳۴	۰/۶۲	۰/۳۱	۰/۳۹	۰/۵۳	۰/۴۹	۰/۵۹	۰/۵۶	۰/۰۹	۰/۲۳	۰/۲۷	۰/۶۳	۰/۶۳	۰/۵۱	۰/۶۲	۰/۴۸	۰/۵۹	۰/۵۶	۰/۳۲	V				
										۰/۱۸۷	۰/۴۱	۰/۴۹	۰/۳۷	۰/۷۰	۰/۳۲	۰/۴۲	۰/۴۹	۰/۶۹	۰/۶۴	۰/۶۰	۰/۳۶	۰/۲۵	۰/۴۶	۰/۵۶	۰/۴۳	۰/۶۳	۰/۵۴	۰/۵۱	۰/۵۶	۰/۵۱	۰/۵۸	W			
										۰/۱۸۵	۰/۶۲	۰/۴۵	۰/۵۴	۰/۱۸	۰/۵۶	۰/۳۰	۰/۴۶	۰/۵۰	۰/۴۳	۰/۴۵	۰/۴۸	۰/۳۹	۰/۲۴	۰/۶۶	۰/۵۴	۰/۵۰	۰/۵۷	۰/۵۲	۰/۴۲	۰/۵۴	۰/۳۵	۰/۲۹	X		
										۰/۱۷۹	۰/۶۷	۰/۷۱	۰/۷۰	۰/۶۶	۰/۳۹	۰/۷۴	۰/۴۲	۰/۴۳	۰/۶۶	۰/۵۵	۰/۶۵	۰/۷۱	۰/۳۳	۰/۳۵	۰/۴۶	۰/۷۵	۰/۵۰	۰/۶۵	۰/۶۵	۰/۵۵	۰/۶۳	۰/۶۵	۰/۴۸	Y	
										۰/۱۸۲	۰/۳۶	۰/۴۰	۰/۲۶	۰/۱۶	۰/۲۷	۰/۲۱	۰/۲۶	۰/۰۹	۰/۲۲	۰/۳۱	۰/۳۳	۰/۱۲	۰/۱۹	۰/۱۷	۰/۳۵	۰/۵۱	۰/۴۳	۰/۰۶	۰/۲۰	۰/۳۲	۰/۲۸	۰/۳۷	۰/۳۲	۰/۱۶	Z

جهت بررسی برازش الگوی ساختاری پژوهش از آزمون‌های R-square، t-value و آزمون کلی الگوی ساختاری ( $Q^2$ ) استفاده می‌شود (جدول ۸).

جدول (۸): تحلیل عاملی تأییدی برای مسئولیت اجتماعی در سطح معناداری ۰/۰۵

رتبه	CV Redundancy	R <sup>2</sup>	t-value	ضریب مسیر	CV Redundancy	R <sup>2</sup>	t-value	ضریب مسیر	ابعاد
۵	۰/۳۱۳	۰/۶۹	۱۷/۴۶۵	۰/۱۳۳	۰/۴۴۵	۰/۶۰۵	۱۴/۸۸۲	۰/۷۸۱	مسئولیت نسبت به جامعه
					۰/۴۲۹	۰/۷۲	۲۵/۵۰۹	۰/۸۵	
					۰/۵۲۴	۰/۶۷۲	۱۸/۶۹۷	۰/۸۲۲	
					۰/۴۸۹	۰/۵۵۷	۱۳/۰۲۹	۰/۷۵	
۹	۰/۲۹۴	۰/۵۲۲	۱۰/۰۶۲	۰/۷۲۶	۰/۵۸۵	۱/۰۰	۴۸۴۳/۶۱	۱/۰۰/	مسئولیت محیطی
۴	۰/۳۴۷	۰/۶۹۶	۲۳/۵۲۵	۰/۱۳۶	۰/۵۴۱	۰/۸۸	۱۰۸/۹۹۲	۰/۹۴۳	مسئولیت مالی
					۰/۴۱۳	۰/۴۴۵	۱۰/۵۴۹	۰/۶۷۲	
۶	۰/۳۴	۰/۶۲۱	۱۲/۵۹	۰/۷۹۱	۰/۵۵۴	۱/۰۰	۷۲۸۰/۶۶	۱/۰۰	مسئولیت در برابر بحران
۷	۰/۲۲۴	۰/۵۸۶	۱۶/۸۲۷	۰/۷۶۹	۰/۴۳۸	۰/۷۳۵	۲۷/۴۳۹	۰/۸۵۹	مسئولیت فنی و عملیاتی
					۰/۳۳۳	۰/۴۹۵	۹/۳۷۲	۰/۷۰۷	
					۰/۴۵۶	۰/۴۷۷	۹/۶۶	۰/۶۹۵	
					۰/۳۸۲	۰/۳۸۸	۱۰/۳۶۴	۰/۶۲۸	
۲	۰/۴۲۲	۰/۷۵۵	۳۱/۵۰۸	۰/۸۷۱	۰/۶۹۵	۰/۸۴۷	۶۶/۱۳۸	۰/۹۲۲	مسئولیت اخلاقی
					۰/۶۲۳	۰/۷۹۹	۶۴/۴۴۳	۰/۸۹۵	
					۰/۵۱۲	۰/۷۲۹	۳۴/۱۷۷	۰/۸۵۶	
۳	۰/۳۶۷	۰/۷۵	۳۱/۹۳۴	۰/۸۶۸	۰/۲۱۳	۰/۲۱۳	۴/۸۲۱	۰/۴۷۱	

					۰/۶۰۵	۰/۸۷۷	۶۰/۳۵۳	۰/۹۳۷	مسئولیت نسبت به کیفیت
					۰/۳۵۴	۰/۳۶	۶/۴۷۶	۰/۶۰۶	
					۰/۵۲۷	۰/۷۹۷	۳۲/۴۳۱	۰/۸۹۴	
۱	۰/۳۴۶	۰/۸۷۳	۷۳/۳۸۱	۰/۹۳۵	۰/۳۴۲	۰/۴۷۷	۱۵/۴۵۶	۰/۶۹۵	مسئولیت در قبال منابع انسانی
					۰/۴۴۷	۰/۶۲	۱۴/۴۷۱	۰/۷۹	
					۰/۴۹۳	۰/۷۳۱	۲۹/۶۸۱	۰/۸۵۷	
					۰/۴۹۷	۰/۸۶۵	۷۳/۹۵۵	۰/۹۳۱	
					۰/۱۴۴	۰/۲۳۸	۵/۴۵۹	۰/۴۹۶	

## ۷ نتیجه‌گیری و پیشنهادات

شرکت‌های نفتی و گازی جزء پیشتازان مسئولیت اجتماعی محسوب می‌شوند و این موضوع به این دلیل است که اثرات منفی زیاد فعالیت‌های نفتی، به‌راحتی آشکار است و همواره از طرف افراد بومی و جامعه اعتراض‌هایی به این موضوع صورت گرفته که این مسئله با مروری بر اخبار عمومی نقاط مختلف دنیا، به‌راحتی قابل درک است. استخراج منابع نفت و گاز دارای تبعات بزرگ اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و محیط زیستی است و از این رو، اهمیت مسئولیت اجتماعی برای شرکت‌های نفتی نسبت به سایر صنایع، دوچندان است. صنعت نفت و گاز ایران در زمره نخستین پیشگامان توجه به مسئولیت اجتماعی قرار دارد. صنعت نفت ایران به‌عنوان بزرگ‌ترین صنعت کشور، طی عمر بیش از یک‌صد ساله خود، خواه‌ناخواه اقداماتی را که ماهیتاً با مسئولیت اجتماعی هم‌راستا بوده، در مناطق نفت و گازخیز کشور به انجام رسانده است. تا به امروز، طیف گسترده‌ای از این اقدامات در قالب پروژه‌های عمرانی، آموزشی، بهداشتی و درمانی، محیط زیستی، اشتغال‌زایی و ... در نقاط مختلف کشور به‌ویژه مناطق عملیاتی صنعت نفت به اجرا درآمده است. صنعت گاز ایران و شرکت‌های تابعه آن، به‌ویژه شرکت‌های گاز استانی برای حفظ مشروعیت و تصویر مثبت خود در جامعه و نزد شهروندان، نیازمند رعایت اصول مسئولیت اجتماعی هستند و از این رو، آشنایی با ابعاد و مؤلفه‌های مؤثر بر مسئولیت اجتماعی در صنعت گاز ایران دارای اهمیت زیادی است. فرض اساسی مسئولیت اجتماعی در صنعت گاز ایران آن است که یک قرارداد اجتماعی بین صنعت گاز و جامعه وجود دارد و شرکت‌های تابعه این صنعت برای حصول مشروعیت و کسب اجازه از جامعه، ملزم به انجام رفتارهایی هستند که مطابق با انتظارات گروه‌های مختلف جامعه باشد. عدم احساس مسئولیت در قبال بهبود رفاه و کیفیت زندگی مردم از طریق تأمین انرژی گاز، مانع از خدمت مؤثر مدیران این صنعت به مردم خواهد شد. از این رو، مدیران نمی‌توانند صرفاً بر وظایفی همچون کنترل، نظارت، رعایت قوانین و نظم فکر نمایند، بلکه باید خدمت به شهروندان را به‌صورت یک وظیفه راهبردی و یک امر خطیر مورد توجه قرار دهند. اگر صنعت گاز ایران به اهداف اجتماعی خود توجه جدی ننماید، در این صورت بحران‌هایی

همچون آلودگی محیط‌زیست، عدم استمرار جریان گاز طبیعی به دلیل توجه نکردن به استانداردهای فنی و عملیاتی، عدم پاسخگویی، محیط این صنعت را فرا خواهد گرفت.

هدف اصلی پژوهش حاضر، تبیین الگوی مسئولیت اجتماعی سازمان در شرکت گاز استان مازندران بوده است. در پژوهش حاضر، ابعاد و مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی از طریق مبانی نظری و انجام مطالعات کتابخانه‌ای و سپس با بهره‌گیری از روش کیفی با تأکید بر انجام مصاحبه مورد شناسایی قرار گرفتند. بر اساس الگوی مفهومی پژوهش حاضر و پرسشنامه طراحی شده و با استفاده از نرم‌افزار PLS و آزمون‌های موردنظر، تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش انجام و سپس ابعاد و مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی در شرکت مورد مطالعه تبیین گردیدند.

نتایج بررسی ابعاد مسئولیت اجتماعی حاکی از آن است که هر ۹ بعد شامل مسئولیت نسبت به جامعه، مسئولیت نسبت به محیط، مسئولیت مالی و اقتصادی، مسئولیت در برابر بحران‌ها، مسئولیت فنی و عملیاتی، مسئولیت اخلاقی، مسئولیت حقوقی و قانونی، مسئولیت نسبت به کیفیت، مسئولیت در قبال منابع انسانی؛ بر مسئولیت اجتماعی شرکت مورد مطالعه مؤثر بوده و در الگوی نهایی پژوهش باقی ماندند.

نتایج بررسی مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی حاکی از آن است که از بین ۲۶ مؤلفه‌ی احصاء شده، تنها مؤلفه "عمل به اصول اخلاقی متعارف جامعه" از بعد مسئولیت اخلاقی را از آنجا که قابلیت تعمیم به نمونه بزرگ‌تر را نداشته، از الگوی نهایی پژوهش حذف گردید و بقیه مؤلفه‌ها در الگوی نهایی پژوهش باقی ماندند.

نتایج بررسی نشان داد که بین تمامی مؤلفه‌ها و ابعاد مسئولیت اجتماعی در شرکت مورد مطالعه، بین وضعیت موجود و مطلوب، شکاف معنی‌دار وجود دارد و در تمامی موارد سطح وضعیت مطلوب فراتر از سطح موجود آن‌ها بوده است.

نتایج بررسی حاکی از آن بود که الگوی ساختاری، کیفیت مناسبی در تبیین رفتار مسئولیت اجتماعی در شرکت گاز استان مازندران دارد. به عبارتی دیگر، نتایج تحلیل مسیر و شاخص‌های



مطلوب برآزش الگوی ساختاری، بیان‌کننده‌ی معناداری و تبیین و توجیه مناسب ابعاد و مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی در شرکت مورد مطالعه می‌باشد. ضرایب رگرسیون الگوی تحلیل مسیر و معناداری آن‌ها بیان‌کننده‌ی تبیین و توجیه مناسب ابعاد و مؤلفه‌های الگو است و می‌توان آن را به‌عنوان ابزاری کارآمد و جامع برای تعیین ابعاد و مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی در شرکت مورد مطالعه مبنای عمل قرار داد. به‌طور کلی، باید اذعان داشت که شرکت گاز استان مازندران به‌عنوان یک شرکت پروژه محور و خدمات‌رسان در عرصه تأمین انرژی پاک و ایمن به شهروندان، باید خود را نسبت به رویدادها، اتفاقات و بحران‌های مختلف مسئول بداند و در این راستا حدود مسئولیت‌های این شرکت، طی الگوی طراحی شده در پژوهش حاضر، تعیین و تبیین گردیده است. یافته‌های پژوهش حاضر در بعد قانونی مسئولیت اجتماعی با پژوهش امین‌زاده و بهنیاپی (۱۳۹۸) و قربانی، فقیهی و عزیزی (۱۳۹۶)، در بعد مسئولیت اقتصادی با پژوهش قربانی، فقیهی و عزیزی (۱۳۹۶) و ملندز، گراسیا و گابریلا (۲۰۱۹)، در بعد منابع انسانی و در مؤلفه ایجاد انگیزش با پژوهش سیدجوادین، هاشمی و محمودیان (۱۳۹۵) و همیتان، امزالی، امنصری و گیلال (۲۰۲۰)، در مؤلفه آموزش و بهداشت کارکنان با پژوهش کیرات (۲۰۱۵)، در مؤلفه‌های پادش و رهبری با پژوهش سیدجوادین، هاشمی و محمودیان (۱۳۹۵) و در مؤلفه رفاه کارکنان با پژوهش چودوری، چوی، انیس و چانگ (۲۰۱۹)، در بعد مسئولیت زیست‌محیطی با پژوهش پنگلی (۲۰۲۱)، ملندز، گراسیا و گابریلا (۲۰۱۹)، فریناس (۲۰۱۴) و کیرات (۲۰۱۵)، در بعد مسئولیت نسبت به جامعه با پژوهش چودوری، چوی، انیس و چانگ (۲۰۱۹) و فریناس (۲۰۱۴)، در مؤلفه‌های تعامل با سازمان‌های مردم‌نهاد و بخش خصوصی و ارزیابی تأثیرات اجتماعی و زیست‌محیطی با پژوهش ملندز، گراسیا و گابریلا (۲۰۱۹)، در بعد مسئولیت نسبت به کیفیت با پژوهش مراین (۲۰۱۶)، در بعد اخلاق با پژوهش ملندز، گراسیا و گابریلا (۲۰۱۹) دارای شباهت بوده است، اما ابعاد مسئولیت فنی و عملیاتی و مسئولیت در برابر بحران‌ها صرفاً در پژوهش حاضر مورد توجه قرار گرفته است، ضمن اینکه بسیاری از مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی در الگوی پژوهش حاضر

به تفکیک ابعاد مورد توجه قرار گرفته است و سایر پژوهش‌ها در تبیین این مؤلفه‌ها در صنعت گاز غافل مانده‌اند.

پژوهش حاضر همانند بسیاری از پژوهش‌ها دارای محدودیت‌هایی بوده است. از جمله مهم‌ترین محدودیت پژوهش حاضر در بخش کیفی آن است که مقوله‌های اصلی و فرعی احصاء شده از طریق مصاحبه، قابلیت تعمیم‌پذیری در سایر سازمان‌ها (به جز صنعت نفت و گاز کشور) را ندارد. همچنین، از مهم‌ترین محدودیت‌های پژوهش حاضر در بخش کمی می‌توان به محافظه‌کاری برخی پاسخ‌دهندگان در پاسخگویی به سؤال‌های پرسشنامه، عدم باور و نبود انگیزه کافی در برخی از پاسخ‌دهندگان اشاره داشت.

در نهایت، پیشنهادهای پژوهش حاضر به شرح زیر ارائه می‌گردد: (۱) مدیران شرکت گاز استان مازندران برای پیاده‌سازی مسئولیت اجتماعی به ابعاد و مؤلفه‌های الگوی طراحی شده توجه کنند؛ (۲) به منظور جاری‌سازی الگوی طراحی شده شایسته است تا هیئت‌مدیره شرکت مورد مطالعه و هر یک از مدیران ستادی شرکت، صرفاً به جای تأکید و قرار دادن قواعد و مقررات، بر مشارکت کارکنان تأکید نمایند و با نهادینه نمودن فرهنگ مشارکتی و درگیر نمودن کارکنان با هر یک از ابعاد و مؤلفه‌های الگوی تبیین شده متناسب با واحد سازمانی، نسبت به توافق کارکنان جهت اجرای الگو اهتمام نمایند؛ (۳) جهت پیاده‌سازی الگوی تبیین شده به مدیران ارشد شرکت مورد مطالعه پیشنهاد می‌گردد نسبت به تهیه بیانیه مأموریت و چشم‌انداز مسئولیت اجتماعی و ابلاغ آن به تمامی واحدهای شرکت اهتمام نمایند؛ (۴) مدیران ارشد و مدیران ستادی شرکت مورد مطالعه با برگزاری جلساتی، ابعاد و مؤلفه‌های الگوی مسئولیت اجتماعی را متناسب با نوع ماهیت واحد سازمانی، به کارکنان گوشزد نمایند.

## ۸ مراجع

Agudelo, M. A. L., Jóhannsdóttir, L., & Davídsdóttir, B. (2019). A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility, *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 4(1), 1-23.

DOI: DOI: 10.22034/jsqm.2021.292350.1340

- Amin Zade, E., & Behniai, B. (2019). Legal Requirements for Energy Security with Emphasis on Environmental Hazards in the Oil and Gas Industry, *Journal Strategic Studies of Public Policy*, 9(30), 157-173 (in Persian).
- Ansu-Mensah, P., Opoku Marfo, E., Salia Awuah, L., & Oduro Amoako, O. (2021). Corporate social responsibility and stakeholder engagement in Ghana's mining sector: a case study of Newmont Ahafo mine, *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 6(1), 1-22.
- Bobby Banerjee, S. (2007). *CSR: the good, the bad and the ugly*, published by Edward Elgar publishing Limited.
- Boonstoppel, A. (2011). *The Relationship between Corporate Social Responsibility and Financial Performance: an empirical study of companies included in the Dow Jones Sustainability Index*, Master Thesis, Erasmus University Rotterdam, Erasmus School of Economics, Accounting, Auditing and Control.
- Bobby Banerjee, Subhabrata(2007).*CSR :the good , the bad and the ugly*.published by Edward Elgar publishing Limited.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders, *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- Chowdhury, R. H., Choi, S., Ennis, S., & Chung, D. (2019). Which Dimension of Corporate Social Responsibility is a Value Driver in the Oil and Gas Industry? *Canadian Journal of Administrative Science*, 36(2), 260-272.
- Ervits, I. (2021). CSR reporting by Chinese and Western MNEs: patterns combining formal homogenization and substantive differences, *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 6(6), 1-24.
- Flint, D. (1998). *Change in customers' desired value: A grounded theory study of its nature and process based on customers' lived experiences in the U.S. automobile industry*, Doctoral dissertation, The University of Tennessee, Tennessee, US.
- Fordham, E. F., & Robinson, G. M. (2018). Mapping meanings of corporate social responsibility – an Australian case study, *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 3(14), 1-20.
- Frynas, J. G. (2014). Corporate Social Responsibility in the Oil and Gas Sector, *Journal of World Energy Law & Business*, 2(3), 178-195.
- Galant, A., & Cadez, S. (2017). *Corporate Social Responsibility and Financial Performance Relationship: A Review of Management Approaches*, published by Inform UK Limited, Trading as Taylor & Francis Group, 676-677.
- García-Chiang, A. (2018). Corporate social responsibility in the Mexican oil industry: Social impact assessment as a tool for local development, *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 3(15), 1-8.

- Ghorbani, M. J., Faghihi, A., & Azizi, S. (2017). A content analysis of corporate social responsibility (CSR) in the Oil, Gas and Petrochemical, *Business Management Perspective*, 16(32), 229-254 (in Persian).
- Hmaitane, A., M'Zali, B., Mnasri, M., & Ghilal, R. (2020). The Impact of Corporate Social Responsibility on Oil and Gas Firms' Access to Finance, *Journal of Accounting and Finance*, 20(1), 53-65.
- Kirat, M. (2015). Corporate social responsibility in the oil and gas industry in Qatar perceptions and practices, *Public Relations Review*, 41, 438-446.
- Krukowski, K. (2011). Public Organizations in the Context of Corporate Social Responsibility, *Equilibrium*, 6(4), 1-13.
- Lantos, G. P. (2001). The boundaries of strategic corporate social responsibility, *Journal of Consumer Marketing*, 18(7), 595-632.
- Lewa, P. M. (2020). CSR case studies of selected blue-Chip companies in Kenya. In *Social entrepreneurship and corporate social responsibility*, (pp. 373–388). Switzerland: Springer.
- Melendez, J. R., Gracia, Y., & Gabriela, E. (2019). Corporate social responsibility: Decisions and strategic actions in the industrial scenario of oil companies, *Espacios*, 40(11), 1-12.
- Mitra, N. (2021). Impact of strategic management, corporate social responsibility on firm performance in the post mandate period: evidence from India, *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 6(3), 1-15.
- Mitra, N., Akhtar, A., & Das Gupta, A. (2018). Communicating Corporate Social Responsibility in the post mandate period: Evidence from India, *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 10(3), 1-16.
- Mohammadi, H., & Hakimi, A. (2016). Assessing Principles of corporate Social Responsibility of ISO 20006 approach, *Journal of Standard and Quality Management*, 1(10), 16-33 (in Persian).
- Peng Lee, S. (2021). Environmental responsibility, CEO power and financial performance in the energy sector, *Review of Managerial Science*, 15(3), 1-16.
- Rank, S., & Contreras, F. (2021). Do Millennials pay attention to Corporate Social Responsibility in comparison to previous generations? Are they motivated to lead in times of transformation? A qualitative review of generations, CSR and work motivation, *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 6(4), 1-13.
- Rodriguez-Gomez, S. R., Arco-Castro, M. L., Lopez-Perez, M. V., & Rodríguez-Ariza, L. (2020). Where Does CSR Come from and Where Does It Go? A Review of the State of the Art, *Administrative Science*, 10, 1-19.

- SeyyedJavadin, R., Hashemi, M., & Mahmoudian, O. (2015). A model to explain social responsibility in the oil and gas companies using interpretive structural modeling (ISM), *Journal of Public Administration*, 1(8), 75-92 (in Persian).
- Smith, D., & Rhiney, E. (2020). CSR commitments, perceptions of hypocrisy, and recovery, *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 5(1), 1-12.
- Tomlison, K. (2017). Oil and gas companies and the management of social and environmental impacts and issues. United Nation University (UNU – WIDER), 1.
- Wood, D. J. (1991). Toward improving corporate social performance, *Business Horizons*, 34(4), 66-73.

Research paper

## Designing and explaining the organizational social responsibility model in Mazandaran Gas Company

**hamed mohammadi**

---

**Abstract**

Received:2021/06/26

Accepted:2021/09/28

Social responsibility helps the oil and gas industry to be socially accountable to society and the environment, especially for the potential impact of its activities, standardization of actions, reduction of risks and social crises. Therefore, the purpose of this study was to design a social responsibility model in Mazandaran Gas Company as one of the subsidiaries of the National Iranian Gas Company. The method of the present study is a mixed of qualitative and to interview and learn the perception and views of stakeholders about the dimensions and components affecting the explanation of the model of social responsibility, the interview method was used and quantitatively, the dimensions and components affecting social responsibility through a questionnaire Evaluated. The method of the present study is a mixed of quantities, dimensions and components affecting social responsibility through a questionnaire and qualitatively to familiarize and learn the perception and views of stakeholders about the dimensions and components affecting the pattern of social responsibility the interview method was used. The findings of the present study indicate that all 9 dimensions remained as the main constructs in the final model of research and out of 26 components, only the component of practice of community ethics was removed and the remaining components were retained in the final model of research. Also, the findings of the present study show that there is a significant gap between the current and desirable status of all the components and dimensions of corporate citizenship in the company under study. The Iranian gas industry, and especially the company under study, in order to maintain its legitimacy and positive image in society and among citizens, need to observe the principles of social responsibility, and therefore, familiarity with the dimensions and components affecting social responsibility for the gas industry is very important.

**Keywords:** social responsibility, social responsibility model, mazandaran gas company