

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| ISSN:2821-1588                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                          | https://www.jadm.khadu.ir                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                     |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <div>Journal of Air Defense Management</div> <div>Volume 2, Issue 5</div> <div>Spring 2023</div> <div>P.P. 143-158</div> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |  |
| Research Paper                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                     |
| <div>Designing a Model for Ranking the Organization's Social Responsibility</div> <div>Mohsen Asgari<sup>1</sup>, Alireza Naser Sadrabadi<sup>2</sup>, Seyyed Haider Mirfakhredini<sup>3</sup>, Ali Morovati Sharifabadi<sup>4</sup></div> <div>1. Ph.D. Candidate in Industrial Management, Faculty of Economics, Management and Accounting, Yazd University, Yazd , Iran. E-mail: Mohsen_askari61@yahoo.com</div> <div>2. Assistant Prof., Department of Industrial Management, Faculty of Economics, Management and Accounting, Yazd University, Yazd, Iran. E-mail: Alireza_naser@yazd.ac.ir</div> <div>3. Associate Prof., Department of Industrial Management, Faculty of Economics, Management and Accounting, Yazd University, Yazd, Iran. E-mail: Mirfakhr@yazd.ac.ir</div> <div>4. Associate Prof., Department of Industrial Management, Faculty of Economics, Management and Accounting, Yazd University, Yazd, Iran. E-mail: Alimorovati@yazd.ac.ir</div> |                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                     |
| Article Information                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                          | Abstract                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                     |
| <div>Accepted:<br/>2023/01/10</div> <div>Receieved:<br/>2023/04/07</div> <div>Keywords:</div> <div>Social Responsibility, Content Analysis, Fuzzy Cognitive Mapping, Interpretive Structural Modeling.</div> <div>Corresponding Author:<br/>Alireza Naser Sadrabadi</div> <div>Email:<br/>Alireza_naser@yazd.ac.ir</div>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                          | <div><b>Background &amp; Purpose:</b> Corporate social responsibility has become a dominant issue in the field of organization management in the last decade, and large global organizations see responsibility towards society and the social environment as part of their strategy. Hence, in this research, the design of social responsibility ranking model of iron ore mining companies in Yazd province has been discussed</div> <div><b>Methodology:</b> In this research, the exploratory mixed method was used. Content analysis strategy was used in the qualitative part and descriptive correlation strategy was used in the quantitative part. The statistical population of the research in the qualitative part included experts present in the iron ore mining companies of Yazd province, and in the quantitative part it included experts active in the field of human resources, safety and health, and industrial psychology in the above companies. Interviews and questionnaires were used to collect data. Qualitative data analysis was done through coding process and quantitative data analysis was done through interpretive structural modeling and fuzzy cognitive mapping methods.</div> <div><b>Findings:</b> Based on the research data analysis, corporate social responsibility has safety and health, legal, ethical, environmental, altruistic and economic dimensions. Based on the fuzzy cognitive mapping technique, indicators of efforts to reduce damage to the environment, efforts to reduce toxic and greenhouse gases, increase satisfaction and motivation in employees, develop and promote knowledge and culture of society and provide real information about work and losses caused by It has the highest weight in the ranking of social responsibility of iron ore mining companies in Yazd province.</div> <div><b>Conclusion:</b> Based on the intensity of the influence of the indicators on each other, it was determined that the indicators of supporting the voluntary actions of employees in social activities, efforts to reduce toxic and greenhouse gases, and transparency in contracts with contractors have the greatest impact and the statistical community of the research should increase its level of social responsibility the most Pay attention to these indicators.</div> |                                                                                     |
| <div>Citation: Askari, Mohsen; Naser Sadrabadi, Alireza; Mirfakhredini, Seyyed Haider and Morovati Sharifabadi, Ali.(2023). Designing a Model for Ranking the Organization's Social Responsibility. <i>Journal of Air Defense Management</i>, 2(5), 143-158.</div>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                     |



## فصلنامه علمی مدیریت دفاع هوایی

دوره ۲، شماره ۵

بهار ۱۴۰۲

صص ۱۴۳-۱۵۸



### مقاله پژوهشی

## طراحی مدلی برای رتبه‌بندی مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان

محسن عسگری<sup>۱</sup>، علیرضا ناصر صدرآبادی<sup>۲</sup>، سید حیدر میرفرخالدینی<sup>۳</sup>، علی مروتی شریف‌آبادی<sup>۴</sup>

۱. دانشجوی دکتری مدیریت صنعتی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری، دانشگاه یزد، یزد، ایران. رایانامه: [Mohsen\\_askari61@yahoo.com](mailto:Mohsen_askari61@yahoo.com)

۲. استادیار بخش مدیریت صنعتی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری، دانشگاه یزد، یزد، ایران. رایانامه: [Alireza\\_naser@yazd.ac.ir](mailto:Alireza_naser@yazd.ac.ir)

۳. دانشیار بخش مدیریت صنعتی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری، دانشگاه یزد، یزد، ایران. رایانامه: [Mirfakhr@yazd.ac.ir](mailto:Mirfakhr@yazd.ac.ir)

۴. دانشیار بخش مدیریت صنعتی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری، دانشگاه یزد، یزد، ایران. رایانامه: [Alimorovati@yazd.ac.ir](mailto:Alimorovati@yazd.ac.ir)

### چکیده

### اطلاعات مقاله

**زمینه و هدف:** مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در دهه اخیر به مسأله غالب حوزه اداره سازمان‌ها تبدیل شده است و سازمان‌های بزرگ جهانی، مسئولیت در برابر اجتماع و محیط اجتماعی را جزیی از استراتژی خود می‌بینند. بر این اساس، در پژوهش حاضر به طراحی مدل رتبه‌بندی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های معدنی سنگ آهن استان یزد پرداخته شده است.

تاریخ دریافت:

۱۴۰۱/۱۰/۲۰

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۲/۰۱/۱۸

کلیدواژه‌ها:

**روش‌شناسی:** در این پژوهش از روش آمیخته اکتشافی استفاده شد. در بخش کیفی از راهبرد تحلیل محتوا و در بخش کمی از راهبرد توصیفی همبستگی بهره‌گیری شد. جامعه آماری پژوهش در بخش کیفی شامل خبرگان حاضر در شرکت‌های معدنی سنگ آهن استان یزد و در بخش کمی شامل کارشناسان فعال در حوزه منابع انسانی، ایمنی و بهداشت و روانشناسی صنعتی در شرکت‌های فوق بود. برای گردآوری داده‌ها از مصاحبه و پرسشنامه استفاده شد. تحلیل داده‌های کیفی از طریق فرایند کدگذاری و تحلیل داده‌های کمی از طریق روش‌های مدلسازی ساختاری تفسیری و نگاشت شناختی فازای انجام شد.

**یافته‌ها:** بر اساس تحلیل داده‌های پژوهش، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها دارای ابعاد ایمنی و سلامت، قانونی، اخلاقی، زیست محیطی، نوع دوستی و اقتصادی است. بر اساس تکنیک نگاشت شناختی فازای، شاخص‌های تلاش برای کاهش آسیب رساندن به محیط زیست، تلاش برای کاهش گازهای سمی و گلخانه‌ای، افزایش رضایت و انگیزش در کارکنان، توسعه و ارتقای دانش و فرهنگ جامعه و ارائه اطلاعات واقعی در مورد کار و ضررهای ناشی از آن، دارای بالاترین وزن در رتبه‌بندی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های معدنی سنگ آهن استان یزد است.

**نتیجه‌گیری:** بر اساس شدت تأثیر شاخص‌ها بر یکدیگر مشخص گردید که شاخص‌های حمایت از اقدامات داوطلبانه کارکنان در فعالیت‌های اجتماعی، تلاش برای کاهش گازهای سمی و گلخانه‌ای و شفافیت در قرارداد با پیمانکاران دارای بیشترین شدت تأثیر است و جامعه آماری پژوهش جهت افزایش سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی خود باید بیشترین توجه خود را به این شاخص‌ها معطوف نمایند.

مسئولیت اجتماعی،  
تحلیل محتوا،  
نگاشت شناختی  
فازی،  
مدلسازی ساختاری  
تفسیری.

نویسنده مسئول:

علیرضا ناصر

صدرآبادی

ایمیل:

[Alireza\\_naser@yazd.ac.ir](mailto:Alireza_naser@yazd.ac.ir)

**استناد:** عسگری، محسن؛ ناصر صدرآبادی، علیرضا؛ میرفرخالدینی، سید حیدر و مروتی شریف‌آبادی، علی. (۱۴۰۳). طراحی مدلی برای

رتبه‌بندی مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان. فصلنامه مدیریت دفاع هوایی، ۲(۵)، ۱۴۳-۱۵۸.

## مقدمه

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به مشارکت داوطلبانه آنها برای توسعه پایدار فراسوی الزامات قانونی اشاره دارد و برای کاهش شکاف میان شرکت‌ها و انتظارات ذینفعان در قالب گزارشگری و افشاء اطلاعات اضافی با رویکرد پایداری به کار می‌رود (مولر<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰). شرکت‌ها، واکنش‌های مختلفی در جهت پاسخگویی به تقاضاهای جدید دارند به گونه‌ای که شرکت‌های موفق فرهنگ خود را تغییر داده و توجه به مسئولیت اجتماعی را به عنوان هسته اصلی فعالیت‌های تجاری‌شان پذیرفته‌اند (مولینا و کلمنت<sup>۲</sup>، ۲۰۱۰). نخستین مبنای مفهومی مسئولیت اجتماعی در سال ۱۹۵۰ مطرح شد. خصوصیت اصلی مسئولیت اجتماعی، تمایل یک سازمان در مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی درباره پیامدهای فعالیت‌ها و تصمیماتش برای جامعه و محیط است. مسئولیت اجتماعی قبل از هر چیز، چارچوب حاکمیت اخلاقی را مطرح می‌کند که بر اساس آن، سازمان‌ها به فعالیت‌هایی می‌پردازند که شرایط جامعه را بهتر می‌کنند و از انجام فعالیت‌هایی که باعث بدتر شدن وضعیت جامعه می‌شود، پرهیز می‌کنند.

واژه مسئولیت اجتماعی به ظهور یک جنبش در وارد کردن عوامل محیطی و اجتماعی در تصمیم‌های تجاری شرکت‌ها و استراتژی تجاری اشاره دارد که با هدف افزایش عملکرد اجتماعی و محیطی در کنار ابعاد اقتصادی، برای واحد تجاری، جامعه و محیط، مفید و سودمند واقع گردد (مک کینلی<sup>۳</sup>، ۲۰۰۸). مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها به عنوان دستورالعملی برای کسب و کار اخلاقی طی سال‌های اخیر رشد فزاینده‌ای داشته است. گستره این مفهوم و حرکت آن را می‌توان از تعداد کثیر انتشارات، کنفرانس‌ها و سازمان‌های فعال در این زمینه دریافت (گائو<sup>۴</sup>، ۲۰۱۱). به عبارتی، توسعه پایدار زمانی حاصل می‌شود که نقش مسئولیت اجتماعی در آن پر رنگ گردد. بر اساس مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی، از آنجایی که سازمان‌ها نیز مانند اشخاص حقیقی عضوی از اجتماع به شمار می‌روند و مانند سایر اعضای جامعه در برابر محیط پیرامون خود مسئولیت دارند، ضروری است که علاوه بر بهبود عملکرد اقتصادی و اجتماعی خود، ارتقای استانداردهای زندگی اجتماعی افراد جامعه را در دستورکار خود قرار دهند (آلوچنا<sup>۵</sup>، ۲۰۱۰). گریفین نیز در خصوص اهمیت توجه به مقوله مسئولیت‌های اجتماعی سازمان‌ها، آنها را هم تراز با ارزش‌های سازمان در قبال جامعه می‌داند.

<sup>1</sup>. Muler

<sup>2</sup>. Molina, M.C. and Clemente

<sup>3</sup>. McKinley

<sup>4</sup>. Gao

<sup>5</sup>. Aluchna

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به دنبال رسوایی‌های سازمان‌ها، نگرانی‌ها در قبال جهانی شدن و بی‌اعتمادی فزاینده به سازمان‌ها، به موضوع مهمی در دستور کار شرکت‌ها تبدیل شده است (دفت<sup>۱</sup>، ۲۰۰۹). سازمان‌ها فلسفه‌های مختلفی پشت سیاست‌ها و شیوه‌های اجرایی مسئولیت اجتماعی شرکت دارند. آن‌ها از مسئولیت اجتماعی برای سودآوری و مزیت رقابتی استفاده می‌کنند (برانکو و رودریگز<sup>۲</sup>، ۲۰۰۶). چهار هدف اساسی نسل جدید مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها شامل ایجاد ارزش، حاکمیت شرکتی خوب، مشارکت اجتماعی و امانت‌داری محیطی است. در این مدل پایداری و مسئولیت، واژه‌هایی با تفسیر جدید و متفاوت، اما مکمل عناصر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به شمار می‌روند و از این رو، منظر پایداری به عنوان مقصد نهایی در چالش‌ها، مأموریت‌ها، راهبردها و اهداف در نظر گرفته می‌شود که مدیران باید به دنبال ارائه راه‌حل، پاسخگویی، مدیریت و انجام دادن اعمال مناسب در این مسیر باشند. در واقع، اعتقاد بر این است که نسل قبلی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ناکام بوده و مسئولیت اجتماعی شرکت‌های نسل جدید در قالب جنبش پایداری و جدید کسب و کار شکل گرفته و در حال تکامل است. به طور خلاصه، در دوره کنونی، مسئولیت به عنوان مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به دنبال توصیف چگونگی تغییرات شخصی، سازمانی و اجتماعی و چالش‌های مرتبط با آن در آینده سازمان حیاتی هستند (ویسر<sup>۳</sup>، ۲۰۱۲). با توجه به اینکه معادن عموماً در نزدیکی روستاها قرار دارند که اقتصاد آنها به شدت به کشاورزی و دامپروری وابسته است. لذا بحث محیط زیست به دلیل حساسیتی که دارد، اهمیت دو چندان برای بومیان منطقه ایجاد می‌کند و حتی در بسیاری از موارد به تنش‌هایی نیز منجر می‌گردد. با عنایت به رابطه تنگاتنگ معدن و محیط زیست و ضرورت وجود هر دوی آنها در بقای زندگی بشر مشخص است که برقراری تعادل میان این دو مهم بسیار حائز اهمیت است؛ چراکه استفاده از منابع طبیعی بدون تخریب امری غیرممکن است. بنابراین یکی از چالش‌های جهان امروز، چگونگی فعالیت معدن‌کاری با کمترین آثار تخریبی و یکی از اهداف توسعه کشورها، حفظ تعادل میان استفاده از منابع معدنی و محیط زیست است. مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها یعنی ثروت چگونه از طریق کسب و کار مسئولانه ایجاد شود. بنابراین رفتارهای یک سازمان در حوزه کارکنان، مشتریان، پیمانکاران، محیط زیست و جامعه را در برمی‌گیرد. یک رابطه برد-برد و خلق ارزش مشترک هم برای جامعه و هم برای

---

<sup>1</sup>. Daft

<sup>2</sup>. Brnco and Rodrigues

<sup>3</sup>. Visser

سازمان، زیربنای مفهومی موضوع مسئولیت سازمانی است. مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها بر مسئولیت و پاسخ‌گویی به عنوان پایه و اساس رفتار یک سازمان در اجتماع تاکید دارد و بر چگونگی کسب و کار مسئولانه همراه با تولید ثروت تاکید دارد. با توجه به وجود شاخص‌های مسئولیت اجتماعی در سطح بین‌المللی برای رتبه‌بندی شرکت‌ها و نبود چنین رتبه‌بندی در ایران و همچنین با توجه به ضرورت و اهمیت موضوع در راستای تلاش در جهت بین‌المللی شدن سازمان‌ها و شرکت‌ها، در این پژوهش تلاش می‌شود تا بر اساس مجموعه‌ای کلی از شاخص‌های مسئولیت اجتماعی، مدل نهایی امتیازدهی شاخص‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با کمک وزن‌دهی خبرگان و روش‌های علمی تعیین شود. در ادامه معیارهای شاخص‌های مذکور تشریح و ارائه می‌گردد که می‌تواند ملاک تعیین نمره میزان مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها قرار گیرد و در نهایت با جای‌گذاری در مدل نهایی به رتبه‌بندی شرکت‌های معدنی در زمینه مسئولیت اجتماعی منجر گردد.

### پیشینه پژوهش

واژه مسئولیت‌پذیری در عرف به معنای توانایی پاسخ دادن مؤثر و تصمیم‌گیری‌های مناسب در شرایط و موقعیت‌های مختلف است. منظور از تصمیم‌گیری مناسب آن است که فرد در چارچوب هنجارهای اجتماعی و انتظاراتی که معمولاً از او می‌رود دست به انتخابی بزند که سبب ایجاد روابط انسانی مثبت، افزایش ایمنی و آسایش خاطر وی شود. پاسخ مؤثر پاسخی است که فرد را قادر می‌کند تا به هدف‌هایی دست یابد که باعث تقویت عزت‌نفس وی می‌شوند. سرتو (۱۹۸۹) مسئولیت‌پذیری را یک الزام و تعهد درونی از سوی فرد برای انجام مطلوب همه فعالیت‌هایی تعریف می‌کند که بر عهده او گذاشته شده است و معتقد است که مسئولیت‌پذیری از درون فرد سرچشمه می‌گیرد (بیانی و همکاران، ۱۳۹۶). رسولی (۱۳۷۶) معتقد است که مسئولیت‌پذیری عبارت است از حساسیت ارزشمندی در روح هر انسان که او را به فعالیت‌های انسانی و اجتماعی ترغیب می‌نماید و در نتیجه هر یک از این فعالیت‌ها، برداشتن باری از دوش خانواده یا جامعه است (رضایی و تشویق، ۱۳۹۲). گلاسر مسئولیت را توانایی برآوردن نیاز فرد تعریف می‌کند به‌طوری‌که این توانایی دیگران را از توانایی برآوردن نیازهای خود محروم نکند (فرزین فر و همکاران، ۱۳۹۵). پرهیزکار (۱۳۷۵) معتقد است که مسئولیت یک تعهد وجدانی به‌منظور انجام کارها است. گینات معتقد است که احساس مسئولیت در درون فرد سرچشمه می‌گیرد و ریشه دارد و ارزش‌هایی که فرد در خانه و اجتماع کسب می‌کند آن را رشد و جهت می‌دهد (رضایی و تشویق، ۱۳۹۲). مسئولیت‌پذیری به‌عنوان امری اکتسابی جزء جدایی‌ناپذیر جامعه مدنی است. فردی که

از احساس مسئولیت‌پذیری برخوردار است به موفقیت‌های روزافزون و پاداش‌های ناشی از آن دست خواهد یافت. در عوض فردی که غیرمسئولانه عمل می‌کند با تنبیه و انتقاد مواجه می‌شود و در نتیجه عزت‌نفس او کاهش می‌یابد. چنین فردی نه تنها نسبت به واکنش خویش و نحوه واکنش دیگران نامطمئن می‌شود بلکه نسبت به زندگی نیز نگرش منفی پیدا می‌کند (دل بالدو، ۲۰۱۸). فرد بر اساس قبول مسئولیت، آراء و عقاید و افکار خود را به دیگران ارائه می‌دهد. مسئولیت‌پذیری اگر با دستورات دینی هماهنگ باشد مهم‌ترین اهرم اجرای قوانین و هنجارهای اجتماعی به شمار می‌رود و می‌تواند در کاهش بزهکاری و ناهنجاری‌های آشکار و پنهان جامعه مؤثر باشد. فقدان مسئولیت‌پذیری و اعتماد به نفس در نوجوانان باعث بسیاری از معضلات در جامعه از قبیل عدم انجام وظایف شرعی، عرفی و عدم اجرای درست وظایف محوله در تمام شئون زندگی می‌گردد (نیومن و همکاران، ۲۰۱۶).

**مسئولیت اجتماعی؛** مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها یعنی مسئولیت شرکت در پاسخ‌گویی به پیامدهای فعالیت‌های که جامعه را تحت تأثیر قرار می‌دهد. منظور از جامعه در برگرفته تمام ذینفعان شرکت است (میلتون و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۴). شرکت باید در اتخاذ تصمیمات و انجام فعالیت‌ها و اجرای عملیات خود، منافع همه ذینفعان را در نظر بگیرد. ذینفعان شرکت همه افرادی هستند که نتایج و پیامدهای تصمیمات و اعمال شرکت‌ها بر آن‌ها تأثیر می‌گذارد (بهروزی و همکاران، ۱۳۹۶). این ذینفعان در موفقیت یک شرکت به صورت مستقیم و غیرمستقیم نقش دارند. مهم‌ترین ذینفعان شرکت مصرف‌کنندگان، کارکنان، مالکان یا سهامداران و جامعه هستند (خوانساری و نیل فروشان، ۱۳۹۹). اکنون شرکت با دامنه گسترده از مسئولیت‌های ورای بازار روبه‌رو است. بعضی از این مسئولیت‌ها تا حد زیادی به جامعه مربوط هستند (غلامی، ۱۳۹۹).

"مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها معانی مختلفی دارد اما همیشه برای همه افراد یکسان نیست بعضی از آن تعهد یا مسئولیت قانونی را برداشت می‌کنند. برای دیگران این به معنی رفتار مسئولانه اجتماعی بر حسب رعایت مسائل اخلاقی است (ماتیللا<sup>۲</sup>، ۲۰۱۷). برای بعضی دیگر معنی آن مسئول بودن است خیلی آن را معادل هدایای صدقه‌ای و کمک‌های خیریه می‌پندارند. بعضی آن را به معنی آگاهی اجتماعی می‌دانند. بسیاری از آنان که مشتاقانه این مفهوم را پذیرفته‌اند آن را به معنی مشروعیت و مقبولیت می‌دانند. تعداد اندکی هم آن را به مثابه نوعی وظیفه محول شده برای اعمال ضوابط رفتاری عالی‌تر بر روی بنگاه‌های

<sup>۱</sup>. Milton

<sup>۲</sup>. Mattila

اقتصادی و بازرگانان و صنعت‌گران و نه شهروندان می‌دانند (لمندی<sup>۱</sup>، ۲۰۱۷؛ رزمی، ۱۳۹۲). مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با روابط بین شرکت‌ها و جامعه سرو کار دارد. به طور مشخص این مفهوم به بررسی تاثیرات فعالیت‌های شرکت‌ها روی افراد و جامعه می‌پردازد (گیاس<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۶). همانطور که بیان گردید این مفهوم در مباحث سیاسی و اجتماعی به طور فزاینده‌ای کاربرد دارد. به عبارت دیگر، این مفهوم واژه آشنایی است اما با این وجود اجماع بر سر تعیین معنی مشخص آن و روش‌هایی که به وسیله آن این مفهوم قابلیت اجرا و اطلاق بیابد کماکان همانند بسیاری دیگر از مفاهیم علوم اجتماعی مبهم و گمراه کننده باقی مانده است (پورصفر و همکاران، ۱۳۹۸). معانی مسئولیت اجتماعی از طیفی با معانی اقدامات نوع دوستانه و بشر دوستانه و آگاهی و وجدان عمومی شرکت‌ها تا متعهد بودن به رعایت اخلاق و قانون و فعالیت نوع دوستانه‌ای که به بهبود رفاه اجتماعی و عمومی منجر شود را شامل می‌شود (بهریزی و همکاران، ۱۳۹۶).

جدا از مفهوم مسئولیت اجتماعی، بسیاری نیز در انگیزه شرکت‌ها در برنامه و فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها تردید دارند. بعضی می‌گویند انگیزه‌های شرکت‌ها از فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی ممکن است سیاسی باشد و بدین طریق می‌خواهند به برخی از مقامات سیاسی و محلی نزدیک شده تا آنکه امتیازی را به دست آورند (صادقی، ۱۳۹۷). شرکت‌ها می‌توانند از طریق فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی در تنظیم محیط سیاسی و پیش برد اهداف سیاسی خاص خود استفاده نمایند یا حتی فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی را ابزاری در جهت حفظ منافع سیاسی خاص خود در چانه زنی سیاسی معاملات سیاسی و قراردادهای اقتصادی به کار گیرند. بدین شکل بسیاری از شرکت‌ها از هدایای خیریه و سایر تلاش‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی برای پل زدن به رهبران سیاسی استفاده می‌کنند (عبدالسلام<sup>۳</sup>، ۲۰۲۱).

#### جدول ۱. ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها (نیکومرام، ۱۳۸۹)

| عنوان شاخص                                             | زیرشاخص                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| مسئولیت اجتماعی شرکت در رهبری و فرایندهای درون سازمانی | انعکاس مسئولیت‌پذیری اجتماعی در مأموریت و چشم‌انداز، خط‌مشی‌ها و رویه‌ها، تدوین اصول کاری و کدهای اخلاقی، تطبیق مقررات و آیین‌نامه‌ها با اصول مسئولیت‌پذیری اجتماعی، رعایت حقوق سهامداران، دستورالعمل‌های مبارزه با رشوه و فساد، تصویب برنامه مسئولیت اجتماعی توسط هیئت مدیره و.... |
| مسئولیت اجتماعی شرکت در                                | ایمنی و سلامتی فیزیکی و روانی کارکنان، آموزش و توانمندسازی کارکنان در حوزه‌های                                                                                                                                                                                                      |

<sup>1</sup>. Lamandi

<sup>2</sup>. Gyves

<sup>3</sup>. Abdel-Salam

|                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| محیط کار                             | اجتماعی و زیست‌محیطی، حقوق بشر و شهروندی، کار شایسته، سیاست عدم تبعیض جنسی قومیتی نژادی مذهبی و ... تعادل میان کار و زندگی، ترغیب و حمایت و تشویق کارکنان، تنوع فرهنگی،                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| مسئولیت اجتماعی شرکت در بازار و صنعت | توانمندسازی تأمین کنندگان و پیمانکاران _ توجه به مسئولیت اجتماعی در زنجیره تأمین، حقوق مشتریان و مصرف کنندگان، سرمایه گذاری اجتماعی مسولانه، مسئولیت در قبال محصول، مدیریت خرید مسولانه، لابی کردن مسئولیت پذیر، شناسایی فرصت‌های مشارکت با تأمین کنندگان، افزایش آگاهی مشتریان، تبلیغات مسولانه، همکاری با شرکای زنجیره تأمین برای توسعه فناوری‌های مساعد اجتماعی و زیست‌محیطی.                                                          |
| مسئولیت اجتماعی شرکت در محیط زیست    | توسعه پایدار، کاهش آلودگی، مدیریت ضایعات، استفاده از فناوری‌های نو، استفاده مسولانه از منابع، تنوع ریست محیطی، ارزشیابی عملکرد زیست محیطی                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| مسئولیت اجتماعی شرکت در جامعه و کشور | جامعه دانشگاهی جامعه محلی، مشارکت با نهادهای اجتماعی، مشارکت با سازمان‌های غیر دولتی و سازمان‌های عمومی، داوطلبی شرکتی (استفاده از منابع و امکانات شرکت در یک پروژه اجتماعی زیست محیطی فرهنگی)، حمایت از فعالیت‌های داوطلبی کارکنان (فعالیت‌های داوطلبانه کارکنان و استفاده از مهارت‌ها و قابلیت‌های فردی کارکنان)، کمک‌های خیریه و اسپانسرینگ، برنامه‌های بازاریابی خیرخواهانه، استفاده از بستر اجتماعی، فرهنگی و ورزشی برای توسعه بازار |

### پیشینه تجربی

مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها از جمله مباحثی است که در سال‌های اخیر به آن توجه زیادی شده است. امروزه سازمان‌ها در یافته‌اند که توجه به مباحث مسئولیت‌پذیری اجتماعی به نفع آنها و موجب افزایش سطح سودآوری آنها خواهد شد. تاکنون پژوهش‌های زیادی در زمینه مسئولیت‌پذیری اجتماعی و رتبه‌بندی آنها صورت گرفته است که در ذیل به مهم‌ترین آنها اشاره شده است.

| نویسندگان         | عنوان پژوهش                                                                                   | سال  | یافته‌ها                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| دواله و ماهات     | مسئولیت اجتماعی شرکت، چالش‌های جدید با توسعه جدید                                             | ۲۰۲۳ | از طریق درک جامع و مهارت در مقابله با چالش‌های نوظهور در مسئولیت اجتماعی شرکت، شرکت‌ها می‌توانند جایگاه خود را افزایش دهند و اعتماد را در بین ذینفعان خود تقویت کنند.                                                                                                                                                                                                         |
| کارلا             | مسئولیت اجتماعی شرکت، استراتژی پایداری اجتماعی و منطقه ای                                     | ۲۰۲۲ | مسئولیت اجتماعی شرکت به عنوان یک استراتژی بنیادی قادر به فعال‌سازی ساخت اشکال جدید همبستگی و ایجاد شرایط مساعد برای رشد پایدار اجتماعی و اقتصادی و بازگرداندن تداوم بین فعالیت‌ها و اثرات بلند مدت مرتبط با آنها است.                                                                                                                                                         |
| ویکرت             | تحقیقات مسئولیت اجتماعی شرکت در مجله مطالعات مدیریت و تغییر نگاه کسب و کار محور به جامعه محور | ۲۰۲۱ | امروزه تمرکز در کسب و کارهای تجاری بر پیامدهای مالی مسئولیت اجتماعی شرکت نیست و نگاه این کسب و کارها به پیامدهای اجتماعی شرکت‌ها تغییر پیدا کرده است.                                                                                                                                                                                                                         |
| لیانگ و رن‌بوگ    | مسئولیت اجتماعی شرکت و تأمین مالی پایدار                                                      | ۲۰۲۰ | مسئولیت اجتماعی شرکت به ادغام ملاحظات زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی در مدیریت شرکت، تصمیم‌گیری مالی و تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران اشاره دارد. از شرکت‌های مسئول اجتماعی انتظار می‌رود که عوامل خارجی (مانند آلودگی) را که ایجاد می‌کند را درونی کنند و در برابر سهامداران و همچنین گروه گسترده‌تری از سهامداران (کارکنان، مشتریان، تأمین کنندگان، جوامع محلی، ...) پاسخگو باشند. |
| وازگویز و همکاران | مسئولیت اجتماعی شرکت به عنوان پیشینه نوآوری، شهرت، عملکرد و موفقیت چندگانه                    | ۲۰۱۹ | مسئولیت اجتماعی شرکتی در شرکت‌های کوچک و متوسط، محرک رشد اقتصادی و مزیت رقابتی کشورها است و باعث افزایش نوآوری و کارایی در کسب و کارها می‌شود.                                                                                                                                                                                                                                |

|                      |                                                                                                                |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| کارول و برون         | مسئولیت اجتماعی شرکت: مروری بر مفاهیم، تحقیقات و مسایل                                                         | ۲۰۱۸ | موضوع مسئولیت اجتماعی شرکتی در مسیری صعودی و پایدار در توسعه مفهومی و عملی قرار دارد و شامل مسائلی مانند اخلاق تجاری، پایداری شهروندی شرکتی، ایجاد ارزش مشترک، سرمایه داری آگاهانه و کسب و کار هدفمند است.                                                                                                                                  |
| فارینگتون و همکاران  | مسئولیت اجتماعی شرکت، بررسی، رتبه بندی و تحلیل                                                                 | ۲۰۱۷ | مدیریت هتلداری برای ارزیابی فرصت‌ها و چالش‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از موقعیت مناسبی برخوردار است و پژوهش‌ها به طور غیر انتفاعی بر ارزیابی فرایندها، ادراکات و سودآوری، تاکید انزازی دارد.                                                                                                                                               |
| فنگ و همکاران        | مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی: ارزیابی مقایسه ای صنایع                                                    | ۲۰۱۶ | رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی در صنایع مختلف ناهمگون است. در حالی که بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی در برخی صنایع، رابطه مثبت برقرار است در برخی دیگر رابطه‌ای وجود ندارد.                                                                                                                                           |
| مینگ وانگ و همکاران  | اثرات مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت بر ارزش ویژه برند و عملکرد شرکت                                               | ۲۰۱۵ | یافته‌ها حاکی از تاثیر منفی متغیر وفاداری به برند بر عملکرد شرکت و تاثیر مثبت بعد اقتصادی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت بر عملکرد است.                                                                                                                                                                                                         |
| هیریگوبین و پولین رم | رابطه مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی ۳۲۹ شرکت پذیرفته سه منطقه جغرافیایی ایالت متحده آمریکا، اروپا و آسیا       | ۲۰۱۴ | نتایج تحقیق با استفاده از معادلات ساختاری نشان داد که نه تنها مسئولیت اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت‌ها تأثیر مثبت ندارد بلکه عملکرد مالی بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تأثیر منفی دارد.                                                                                                                                                          |
| وال محمدی            | بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی و عملکرد سازمانی                                                                   | ۲۰۱۳ | مسئولیت اجتماعی بر عملکرد تاثیرگذار است و مشارکت، موجب افزایش عملکرد سازمانی می‌شود.                                                                                                                                                                                                                                                        |
| کیتز مولر و شیمشک    | ارتباط بین مسئولیت‌های اجتماعی شرکت و محدودیت تأمین منابع مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس                 | ۲۰۱۲ | بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی شرکت‌ها، رابطه مثبت و معنادار آماری برقرار است یعنی با افزایش سطح مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها، سطح عملکرد آنها افزایش می‌یابد.                                                                                                                                                                          |
| ایران نژاد و قلتاش   | چگونگی توجه به مسئولیت پذیری اجتماعی در آموزش و پرورش ایران و آلمان                                            | ۱۴۰۱ | مسئولیت پذیری اجتماعی در آموزش و پرورش ایران در دوره جدید، پیشرفتهایی داشته است. در آموزش و پرورش آلمان در زمینه مسئولیت پذیری اجتماعی در مدارس به صورت تدابیر سختگیرانه ای به دانش آموزان آموزش داده می‌شود و میزان مسئولیت پذیری دانش آموزان زیاد می‌باشد.                                                                                |
| حاجی‌ها و قربانی     | تاثیر مسئولیت پذیری اجتماعی بر رتبه بندی اعتباری شرکت‌ها با توجه به نقش تعدیلی نوسان پایین به بالای بازده سهام | ۱۴۰۰ | مسئولیت پذیری اجتماعی، اثر مثبت و معناداری بر رتبه بندی اعتباری شرکت دارد و با افزایش سطح اهمیت شرکت به مقوله مسئولیت پذیری اجتماعی، رتبه اعتباری شرکت نزد اعتباردهندگان افزایش می‌یابد.                                                                                                                                                    |
| کاظم پور و همکاران   | چارچوبی برای رتبه بندی افشای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها                                                     | ۱۳۹۹ | شاخص افشای اطلاعات اقدامات انجام شده برای کاهش انتشار گازهای گلخانه ای و روش‌ها و معیارهای حذف گازها، مهم ترین شاخص افشای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها بوده و ضرورت دارد شرکت‌ها شاخص‌های مختلف مسئولیت پذیری اجتماعی خود را افشا نمایند.                                                                                                  |
| قدردان و همکاران     | ایفای نقش مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی با تاکید بر نقش سرمایه فکری                                              | ۱۳۹۸ | هرچند تقاضای روز افزون ذینفعان از شرکت‌ها برای پذیرش مسئولیت‌های اجتماعی، شرکت‌ها را به درگیر شدن در مسیولیت‌های اجتماعی و زیست محیطی تشویق کرده است و هرچند بین سرمایه فیزیکی و سرمایه ساختاری با مسیولیت پذیری اجتماعی رابطه منفی و معنادار برقرار است. ولی بین سرمایه انسانی و مسیولیت پذیری اجتماعی هیچ گونه رابطه معناداری وجود ندارد. |
| کاظم پور و رحیمیان   | مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها : مفاهیم، ابعاد، نظریه ها و مروری بر مدل‌های آن                                        | ۱۳۹۷ | در حال حاضر، نقش واحدهای تجاری تغییرات زیادی پیدا کرده است و انتظار می‌رود که این واحدها فقط به فکر افزایش سودآوری نباشند و در قبال کارهای خود، به اجتماع نیز پاسخگو باشند و دلیل آن این است که واحد تجاری نمی تواند بدون اجتماع، فعالیت داشته باشد و اجتماع نیز به واحد تجاری نیاز دارد.                                                   |

|                             |                                                                                                                          |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| صنوبر و<br>بازمحمدی         | کاربرد روش‌های تحلیل رابطه خاکستری و آنتروپی در رتبه‌بندی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها: شواهدی از شرکت‌های دارویی ایران | ۱۳۹۶ | تصمیم‌گیری در خصوص ارزیابی مسئولیت‌پذیری اجتماعی بنگاه‌ها، یک مسئله چند معیاره است و این امر به شرکت‌ها کمک می‌کند تا با شناسایی نقاط قوت و ضعف و آگاهی از رتبه خود نسبت به رقبای، تصمیم‌های بهتری را در جهت ارتقاء جایگاه سازمان در حوزه مسئولیت‌پذیری اجتماعی اتخاذ نمایند.                                              |
| قاسمی<br>حسین<br>آبادی      | مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و نحوه سنجش آن                                                                                   | ۱۳۹۵ | مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، مفهومی است که در چند دهه اخیر، توجهات جهانی بسیاری را به خود جلب کرده و رزونانس جدیدی را در اقتصاد جهانی به وجود آورده است. بر اساس چارچوب پیشنهاد شده در این تحقیق با توجه به انگیزه‌ها و دلایل افشای مسئولیت اجتماعی، می‌توان میزان جامعیت گزارش‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را اندازه‌گیری کرد |
| اردلان و<br>همکاران         | بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، تعهد سازمانی                                                      | ۱۳۹۴ | از میان چهار بعد مسئولیت اجتماعی فقط بعد اقتصادی بر اعتماد سازمانی اثر مثبت و معناداری دارد و فقط ابعاد اخلاقی و بشردوستانه بر رضایت شغلی دارای اثر مثبت و معناداری است. همچنین در بررسی تأثیر کیفیت روابط بر پیامدهای ناشی از آن ارتباط همه متغیرها (جز اثر اعتماد سازمانی بر قصد ترک شغل) دارای اثر معنادارند.           |
| برزگر                       | ارائه ی مؤلفه‌ها و شاخص‌های بُعد اجتماعی مسئولیت شرکت‌ها و وضعیت موجود آن در ایران                                       | ۱۳۹۳ | سطح پایین افشای بعد اجتماعی در شرکت‌های ایرانی نشان دهنده‌ی شکاف بالای وضعیت موجود از انتظارات جامعه است و مستلزم وجود مقررات، الزامات و استانداردهای مناسب در حوزه‌ی گزارشگری و افشای شرکت‌ها برای پاسخگویی به انتظارات ذی‌نفعان و جامعه است.                                                                             |
| صالحی<br>عمران و<br>همکاران | بررسی اهمیت شاخص‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در مراکز صنعتی و دانشگاه‌ها                                                 | ۱۳۹۱ | شاخص شرایط کاری مناسب، برنامه‌های آموزشی، عدم تبعیض در فعالیت‌ها و توجه به گروه‌های آسیب‌پذیر، مفاهیم حفاظت محیط زیست و جامعه، مهم ترین شاخص‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی می‌باشد.                                                                                                   |

هر چند پژوهش‌هایی در کشورهای مختلف در زمینه رتبه‌بندی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به شیوه‌های مختلف صورت گرفته است ولی تاکنون پژوهشی در زمینه رتبه‌بندی مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌های معدنی شکل نگرفته است و در این تحقیق، محقق بر آن است تا با استفاده از روش میک‌مک، به رتبه‌بندی مسئولیت اجتماعی شرکت‌های معدنی سنگ آهن در استان یزد بپردازد.

## روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش دارای رویکردی آمیخته است. در بخش کیفی از راهبرد تحلیل محتوا و در بخش کمی از راهبرد توصیفی همبستگی استفاده شد. جامعه آماری در بخش کیفی شامل خبرگان فعال در شرکت‌های معدنی سنگ آهن استان یزد (۹ نفر) و در بخش کمی شامل کارشناسان منتخب در زمینه منابع انسانی، ایمنی و بهداشت و روانشناسی صنعتی شرکت‌های معدنی سنگ آهن استان یزد است. در بخش کیفی از ابزار مصاحبه و در بخش کمی از ابزار پرسشنامه برای گردآوری داده‌ها استفاده شد. در استان یزد ۲۱ شرکت معدنی سنگ آهن (وضعیت فعال) دارای پروانه بهره‌برداری تا پایان آبان ماه ۱۳۹۷ در سامانه اداره صنعت و معدن استان یزد ثبت شده‌اند. از این تعداد شرکت معدنی، تنها ۹ شرکت دارای چارت مشخص و حداقل ۲۰ کارمند بودند. بر اساس مذاکرات انجام شده با آنها، مسئولین مرتبط

متقبل شدند که هر کدام یک گروه کارشناسی (در حوزه منابع انسانی، روانشناسی صنعتی و یا ایمنی و بهداشت و یا آشنا با موضوع مسئولیت اجتماعی) جهت همکاری در این پژوهش معرفی نمایند و لذا نه گروه خبره، جهت پیشبرد اهداف پژوهش تعیین گردید.

در این پژوهش پس از مطالعه و بررسی دقیق مدل‌ها و نظریه‌های موجود، مهمترین عوامل و معیارهای تاثیرگذار در رتبه‌بندی مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها تشریح شد. در این پژوهش در ابتدا با استفاده از تکنیک تحلیل محتوا، ابعاد و مولفه‌های اصلی مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها، استخراج و در ادامه پس از سطح بندی شاخص‌ها با استفاده از روش مدلسازی ساختاری تفسیری، با انجام مراحل تحلیلی تکنیک نگاشت شناختی فازی، به رتبه‌بندی شاخص‌ها پرداخته شد. در این پژوهش برای تعیین شدت تاثیر شاخص‌ها بر یکدیگر از روش میک مک و نرم افزارهای پاژک و اف سی مهر، استفاده شده است.

### یافته‌های پژوهش

با استفاده از تکنیک تحلیل محتوا، زمینه ظهور ابعاد مشترک مفاهیم که همان کد گذاری محوری است، امکان پذیر می‌گردد. در جدول ۳ کدهای باز و محوری رتبه بندی مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌های معدنی سنگ آهن استان یزد آورده شده است.

جدول ۳. کدهای باز و محوری

| ردیف | کدهای باز                                          | کدهای محوری   |
|------|----------------------------------------------------|---------------|
| ۱    | استفاده از ماشین آلات و تجهیزات ایمن               | ایمنی و سلامت |
| ۲    | تشویق کارکنان به استفاده از پوششهای ایمنی          |               |
| ۳    | رعایت استانداردهای ایمنی در حین انجام کار          |               |
| ۴    | رعایت حقوق کارکنان                                 | قانونی        |
| ۵    | احترام به تعهدات قراردادی فی مابین                 |               |
| ۶    | شفافیت در ارتقا کارکنان                            |               |
| ۷    | شفافیت در قراردادهای پیمانکاران                    |               |
| ۸    | در نظر گرفتن شرایط کاری کارکنان                    | اخلاقی        |
| ۹    | ارائه اطلاعات واقعی در مورد کار و ضررات ناشی از آن |               |
| ۱۰   | ایجاد فرصت‌های برابر و اجتناب از تبعیض             |               |
| ۱۱   | تلاش برای کاهش آسیب رساندن به محیط زیست            | زیست محیطی    |
| ۱۲   | باز یافت و کاهش ضایعات                             |               |
| ۱۳   | استفاده از انرژی‌های پاک                           |               |
| ۱۴   | حفظ و ارتقای فضای سبز در مکان‌های جایگزین          |               |
| ۱۵   | صرفه جویی در مصرف انرژی                            |               |

|           |    |                                                                       |
|-----------|----|-----------------------------------------------------------------------|
|           | ۱۶ | بازگرداندن معدن به حالت اولیه پس از استخراج کامل طبق دستورالعمل موجود |
|           | ۱۷ | تلاش برای کاهش گازهای سمی و گلخانه ای                                 |
| نوع دوستی | ۱۸ | انجام کارهای عام المنفعه                                              |
|           | ۱۹ | اولویت بالاتر برای استخدام بومی در شرایط برابر                        |
|           | ۲۰ | حمایت از اقدامات داوطلبانه کارکنان در فعالیتهای اجتماعی               |
|           | ۲۱ | توسعه و ارتقای دانش و فرهنگ جامعه                                     |
|           | ۲۲ | افزایش رضایت و انگیزش در کارکنان                                      |
|           | ۲۳ | توجه به وضعیت سهامداران و سرمایه گذاران                               |
| اقتصادی   | ۲۴ | ارتقا بهره وری                                                        |
|           | ۲۵ | در نظر گرفتن رضایت مشتریان                                            |
|           | ۲۶ | برگزاری مناقصات و مزایادات شفاف با نماینده ناظر                       |

در این پژوهش به منظور رتبه بندی مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان، شش گام به شرح ذیل برداشته شده است.

**گام اول:** با در نظر گرفتن کدهای محوری حاصل از تحلیل محتوای کیفی (۲۶ کد)، ابعاد رتبه‌بندی مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌های معدنی سنگ آهن استان یزد، استخراج گردید.

**گام دوم:** با توجه به مشارکت ۹ کارشناس منتخب در شرکت‌های معدنی سنگ آهن استان یزد، ۹ ماتریس خودتعاملی ساختاری تشکیل گردید.

**گام سوم:** ۹ ماتریس خودتعاملی ساختاری تهیه شده در مرحله قبل، با استفاده از روش مدلسازی ساختاری تفسیری گروهی به ۹ ماتریس دسترسی اولیه مدلسازی معادلات ساختاری تبدیل شدند.

**گام چهارم:** ۹ ماتریس دسترسی اولیه مدلسازی معادلات ساختاری گروهی مرحله قبل، با استفاده از این قانون که اگر معیار A با معیار B رابطه داشته باشد و معیار B نیز با معیار C رابطه داشته باشد؛ آن‌گاه معیار A نیز باید با معیار C رابطه داشته باشد، به ماتریس دسترسی نهایی مدلسازی معادلات ساختاری گروهی به شرح جدول شماره (۴)، تبدیل شد.

**جدول ۴: ماتریس دسترسی نهایی مدلسازی معادلات ساختاری گروهی ابعاد رتبه‌بندی**

|                 | ۱- ایمنی و سلامت | ۲- قانونی | ۳- اخلاقی | ۴- زیست‌محیطی | ۵- نوع دوستی | ۶- اقتصادی |
|-----------------|------------------|-----------|-----------|---------------|--------------|------------|
| ۱ ایمنی و سلامت | ۱                | ۰         | ۱         | ۱             | ۱            | ۱          |
| ۲ قانونی        | ۱                | ۱         | ۱         | ۱             | ۱            | ۱          |
| ۳ اخلاقی        | ۰                | ۱         | ۱         | ۱             | ۱            | ۱          |
| ۴ زیست محیطی    | ۰                | ۰         | ۰         | ۱             | ۱            | ۱          |
| ۵ نوع دوستی     | ۰                | ۱         | ۰         | ۱             | ۱            | ۱          |
| ۶ اقتصادی       | ۱                | ۱         | ۱         | ۱             | ۰            | ۱          |

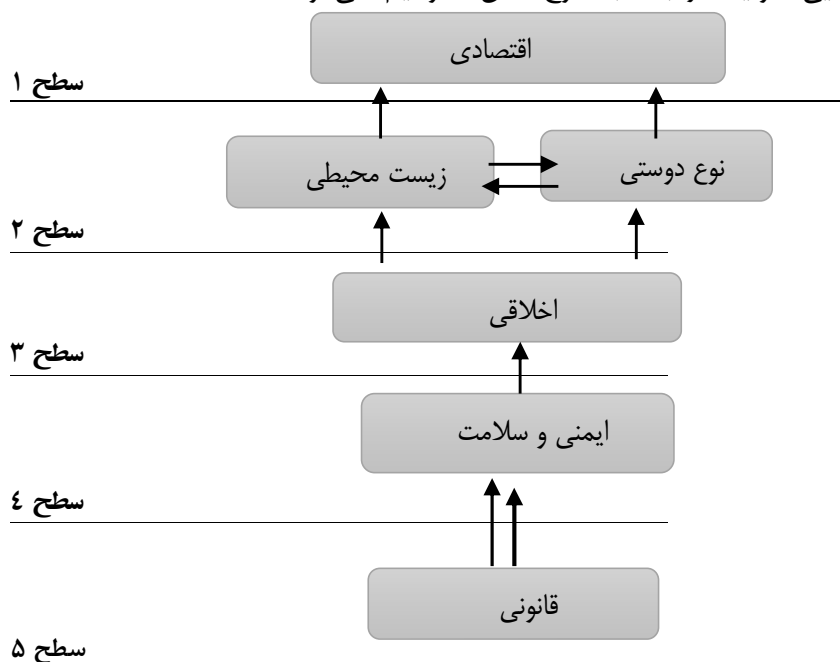
**گام پنجم:** ماتریس دسترسی نهایی مدلسازی معادلات ساختاری گروهی در مرحله قبل، با توجه به مجموعه ورودی و خروجی و میزان اشتراک ساختاری تفسیری آنها، سطح بندی می گردد. نتیجه این سطح بندی در جدول شماره (۵) آمده است.

جدول (۵). سطوح ابعاد مدلسازی ساختاری تفسیری

| سطح | مجموعه مشترک | مجموعه ورودی  | مجموعه خروجی  | ابعاد         |   |
|-----|--------------|---------------|---------------|---------------|---|
| ۴   | (۶و۱)        | (۶و۲و۱)       | (۶و۳و۴و۵و۶)   | ایمنی و سلامت | ۱ |
| ۵   | (۶و۳و۵و۶)    | (۶و۵و۳و۲)     | (۶و۵و۴و۳و۲و۱) | قانونی        | ۲ |
| ۳   | (۶و۳و۲)      | (۶و۳و۲و۱)     | (۶و۵و۴و۳و۲)   | اخلاقی        | ۳ |
| ۲   | (۶و۵و۴)      | (۶و۵و۴و۳و۲و۱) | (۶و۵و۴)       | زیست محیطی    | ۴ |
| ۲   | (۵و۴و۲)      | (۵و۴و۳و۲و۱)   | (۶و۵و۴و۲)     | نوع دوستی     | ۵ |
| ۱   | (۶و۴و۳و۲و۱)  | (۶و۵و۴و۳و۲و۱) | (۶و۴و۳و۲و۱)   | اقتصادی       | ۶ |

در این مرحله، ابعاد رتبه بندی مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت های معدنی سنگ آهن استان یزد در پنج سطح، قرار گرفتند در سطح اول بعد "اقتصادی"، در سطح دوم ابعاد "زیست محیطی" و "نوع دوستی"، در سطح سوم بعد "اخلاقی"، در سطح چهارم بعد "ایمنی و سلامت" و در نهایت در سطح پنجم بعد "قانونی".

**گام ششم:** در این مرحله با توجه به سطوح مشخص شده در گام قبلی و ماتریس دسترسی نهایی، هر یک از ابعاد، به شرح شکل ۱ ترسیم می گردد.



شکل ۱. مدل ساختاری تفسیری رتبه بندی مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان

## بحث و نتیجه‌گیری

مسئولیت‌پذیری اجتماعی مدیران از دیدگاه‌های مختلف، دارای اهمیت است. تصمیم‌گیری‌های مدیران می‌تواند اثرات عمیق و شگرفی در بخش‌های مختلف جامعه از خود باقی گذارد. میزان توجه مدیران به مسئولیت‌های اجتماعی‌شان در زمان گرفتن یک تصمیم می‌تواند از اهمیت زیادی برخوردار باشد چرا که یک تصمیم نادرست و غیرمنطقی و بدون توجه به تأثیرات اجتماعی می‌تواند خسارات جبران‌ناپذیری را به جامعه تحمیل نماید. بدون تردید چنان چه افراد، گروه‌ها، سازمان‌ها و موسسات مختلف جامعه، خود را نسبت به رویدادها، اتفاقات و بحران‌های مختلف مسئول دانسته و هر یک در حدود مسئولیت و حیطه کاری خویش در حل بحران‌ها تلاش نمایند، بسیاری از آنها در اندک زمانی حل شده و جامعه‌ای سالم و آرام به وجود خواهد آمد. در همین زمینه پیتز دراکر می‌گوید: سازمان‌های خصوصی به منظور حفظ مشروعیت کامل و باقی ماندن به عنوان یک موسسه خصوصی باید قبول نمایند که نقش و وظیفه عمومی و اجتماعی نیز دارند. اصولاً در جوامع بشری، رفتارهای گروهی و حتی رفتارهای فردی، روی افراد و گروه‌های مختلف داخل جامعه تأثیر می‌گذارد. و هر چه فرد یا گروه از توانایی و قدرت بیشتری برخوردار باشد، دامنه تأثیر آن روی جامعه بیشتر خواهد بود. به بیان دیگر، سازمان به هر نحوی که عمل کند روی جامعه تأثیر می‌گذارد و این تأثیر، چه خوب و چه بد، به خود سازمان منعکس می‌گردد.

با توجه به جایگاه شرکت‌های معدنی سنگ آهن در استان یزد و با توجه به ضرورت توجه مدیران به مسئولیت‌پذیری اجتماعی اعمال خویش، در این پژوهش به رتبه‌بندی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های معدنی سنگ آهن استان یزد پرداخته شده است و با توجه به مدل ارائه شده در این پژوهش موارد کاربردی زیر پیشنهاد می‌گردد:

- شرکت‌های معدنی در راستای توسعه مسئولیت‌های اجتماعی خود، واحدی را در سازمان برای این منظور راه‌اندازی نمایند.

- دولت به رتبه‌بندی اجباری مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتها اهتمام ورزیده و امتیازاتی را برای شرکتهای برتر در نظر بگیرد.

- شرکت‌های معدنی با توجه به مدل موجود، به بررسی وضعیت مسئولیت‌پذیری اجتماعی خود بپردازند و در راستای بهبود شاخص‌های دارای وضعیت نامناسب اهتمام ورزند.

- دولت و سازمان‌های مربوطه مانند سازمان مدیریت صنعتی، در انتهای هر سال جایزه‌ای را برای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتها تعریف و به شرکت برتر اعطا نماید.

## منابع

- اردلان، محمدرضا؛ قنبری، سیروس؛ بهشتی راد، رقیه و نویدی، پرویز. (۱۳۹۴). تأثیر سرمایه اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر تعهد سازمانی (مطالعه موردی کارکنان دانشگاه رازی کرمانشاه). *مطالعات اندازہ گیری و ارزشیابی آموزشی*، ۵(۱۰)، ۱۰۹-۱۳۲.
- ایران نژاد، منیژه و قلتاش، عباس. (۱۴۰۱). چگونگی توجه به مسئولیت‌پذیری اجتماعی در آموزش و پرورش ایران و آلمان. *دومین کنفرانس ملی مطالعات کاربردی در فرایندهای تعلیم و تربیت*.
- بهروزی، منصوره؛ عزیزی، فتانه و رحمتی، فرهاد. (۱۳۹۶). تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر عملکرد برند (مطالعه موردی صنعت محصولات لبنی کاله استان مازندران). *کنفرانس بین‌المللی مدیریت، چالش‌ها و راهکارها، تهران*.
- بیاتی صداقت، مهدیه؛ سرداری، احمد و یزدانی، ناصر. (۱۳۹۶). بررسی رابطه‌ی بین ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت و وفاداری مشتری (مورد مطالعه: شرکت حمل و نقل مسافری رجا). *راهبردهای بازرگانی*، ۱۱(۴)، ۷۴-۹۰.
- پورصفر، علی؛ رضائی، سجاد و سیاهکل محله، علیرضا. (۱۳۹۸). نقش میانجی مسئولیت‌های اجتماعی در رابطه بین کارکردهای مربیگری (منتورینگ) و تعهد سازمانی در کارکنان بیمارستانی. *تصویر سلامت*، ۱۰(۴)، ۲۸۷-۲۹۹.
- حاجی‌ها، زهره و قربانی، ایوب. (۱۴۰۰). تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر رتبه‌بندی اعتباری شرکت‌ها با توجه به نقش تعدیلی نوسان پایین به بالای بازده سهام. *نشریه دانش حسابداری*، ۲(۱۲)، ۱۰۵-۱۲۱.
- خوانساری، زهرا و نیل فروشان، پریسا. (۱۳۹۹). رابطه‌ی مسئولیت‌های اجتماعی با رضایت تحصیلی: نقش میانجی خودکارآمدی تصمیم‌گیری و انطباق‌پذیری مسیر شغلی و نقش تعدیل‌گری مقطع تحصیلی. *دانش و پژوهش در روان‌شناسی کاربردی*، ۲۱(۱)، ۱۰۱-۱۱۶.
- زمی، آذین. (۱۳۹۲). *بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی در شرکت گاز شهر شیراز*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور شیراز.
- رضایی، محمد و تشویق، فاطمه. (۱۳۹۲). بازخوانی سنج‌های سرمایه فرهنگی. *فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، ۲(۱)، ۳۵-۹.
- صادقی، امیر؛ مفتون، فرزانه؛ حائری مهریزی، علی اصغر و طاووسی، محمود. (۱۳۹۷). بررسی نقش تعدیل‌کنندگی خودکارآمدی بر رابطه رضایت شغلی و سلامت روان. *پایش*، ۱۸(۱)، ۸۷-۹۴.
- کاظم پور، مرتضی؛ کاشانی پور، محمد؛ یزدی‌فر، حسن و حمیدی زاده، علی. (۱۳۹۹). چارچوبی برای رتبه‌بندی افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها. *پژوهش‌های حسابداری مالی*، ۱(۴۳)، ۱۰۳-۱۲۴.
- کاظم پور، مرتضی و رحیمیان، نظام‌الدین. (۱۳۹۷). مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها: مفاهیم، ابعاد، نظریه‌ها و مروری بر مدل‌های آن. *فصلنامه حسابداری و منافع اجتماعی*، ۸(۴)، ۱۵۲-۱۷۴.
- غلامی، الهام. (۱۳۹۹). تأثیر مسئولیت‌های اجتماعی بر عملکرد سازمانی. *رهیافتی در مدیریت بازرگانی*، ۱(۲).
- فرزین‌فر، زهره؛ سعید اردکانی، سعید و نادری‌بنی، محمود. (۱۳۹۵). تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر وفاداری مشتریان با توجه به نقش میانجی اعتماد و رضایت. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۱(۳۳)، ۶۸-۸۳.
- قاسمی حسین‌آبادی، فائزه. (۱۳۹۵). *مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و نحوه سنجش آن. دو ماهنامه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه*، ۱(۲)، ۴۳-۵۴.

- قدردان، احسان؛ مقدم، عبدالکریم؛ سلطانیان، چیمین و شاهمرادی، شهین. (۱۳۹۹). ایفای نقش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی با تأکید بر نقش سرمایه فکری. *نشریه تحقیقات حسابداری و حسابرسی (تحقیقات حسابداری)*، ۴۵(۱۲)، ۷۱-۸۸.
- نوروزی، محمدرضا، محمدرضا؛ دانایی فرد، حسن؛ فانی، علی اصغر و حسن زاده، علیرضا. (۱۳۹۳). پردازش نظری مسئولیت اجتماعی بر مبنای نظریه داده بنیاد. *نشریه علمی- پژوهشی بهبود مدیریت*، ۴(۲۶)، ۳۴-۳۵.
- نیکومرام، هاشم. (۱۳۸۹). مسئولیت اجتماعی از دیدگاه اسلام. تهران، نشر راهیان، چاپ اول.
- Abdel-Salam, Doaa M. et al. (2015). Job Satisfaction among Resident Doctors at Assiut University Hospitals. *National Journal of Research in Community Medicine*. 4(2), 167-180.
- Aluchna, M. (2010). Corporate social responsibility of the top ten; examples taken from the Warsaw Stock Exchange. *Social Responsibility Journal*, 6(4), 611-626.
- Branco, M. C. and Rodrigues, L. (2006). Corporate social responsibility and resource-based perspectives. *Journal of Business Ethics*, 69(2), 111-132 .
- Carrera, Letizia. (2022). Corporate social responsibility. A strategy for social and territorial sustainability. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 7(1), DOI: 10.1186/s40991-022-00074-0
- Carroll, Archie B. and Brown, Jill A. (2018). Corporate Social Responsibility: A Review of Current Concepts, Research, and Issues, *Corporate Social Responsibility*, 39-69, DOI: 10.1108/S2514-175920180000002002
- Daft, R. (2009). The New Era of Management. *publication by Gostareh*.
- Devale, Anish and Mahat, Shabnam. (2023). Corporate social responsibility, new challenges with new development, and new structural work management framework business development cycles. *Journal of Propulsion Technology*, 44(4), 1001-1015.
- Del Baldo, M. (2018). CSR, Innovation And Human Resource Management: The Renaissance Of Olivetti's Humanistic Management In Loccioni Group, *Springer*.
- Farrington, T., Curran, R., Gori, K. and O'Gorman, K. D. (2017) . Corporate Social Responsibility: Reviewed, Rated, Revised. January *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(1), DOI: 10.1108/IJCHM-05-2015-0236.
- Feng, M., Wang, X. and Glenn K. J. (2016). Corporate social responsibility and firm financial performance: Comparison analyses across industries and CSR categories. *American Journal of Business*, DOI: 10.51430/IJIRP.2021.13.001.
- Gao, Y. (2011). CSR in an emerging country: a content analysis of CSR reports of listed companies, *Baltic Journal of Management*, 6, 263-291.
- Gyves, S. and O'Higgins, E. (2016). Corporate Social Responsibility: An Avenue For Sustainable Benefit For Society And The Firm?. *Society And Business Review*, 3(3), 207-223
- Hirigoyen, Gerard and Poulain, Rehm. (2014). Relationships between Corporate Social Responsibility and Financial Performance: What is the Causality? Available at SSRN: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2531631>
- Kitzmüller, Markus and Shimshack, Jay. (2012). *Journal of Economic Literature*, 50(1), 51-84.

- Lamandi, I. (2017). Corporate Social Responsibility And Social Responsiveness In A Global Business Environment- A Comparative Theoretical Approach. *Romanian Economic Journal*, 10(23), 3-18.
- Liang, H. and Renneboog, L. (2020). Corporate Social Responsibility and Sustainable Finance : A Review of the Literature. European Corporate Governance Institute - Finance Working Paper, No. 701. This paper will appear in the Oxford Research Encyclopedia of Economics and Finance., Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3698631>
- Mattila, M. (2017). Corporate Social Responsibility And Image In Organizations: For The Insiders Or The Outsiders?, *Social Responsibility Journal*, 5(4), 540-549.
- McKinley, A. (2008). *The Drivers and Performance of Corporate Environmental and Social Responsibility in the Canadian Mining Industry*. A thesis submitted in fulfilment of the requirements for the degree of Master of Geography, University of Toronto.
- Milton, J., Soares, L., Pasa, C. and Farache, F. (2014). Strategic Corporate Social Responsibility Management For Competitive Advantage. *Brazilian Administration Review*, 7(3), 294-309.
- Min Wang, David Han; Chen, Pei-Hua; Kuang Yu, Tiffany Hui and Yi Hsiao, Chih. (2015). The effects of corporate social responsibility on brand equity and firm performance. *Journal of Business Research*, 68(11), 2232-2236.
- Molina, M.C. and Clemente, I.M. (2010). Elcomportamient of inancierodelas empresas socialmente responsables. *Investigaciones Europeas de Direcciny Economya de la Empresa*, 16(2), 15-25.
- Muller, A. and Kolk, A.( 2010). Extrinsic and intrinsic drivers of corporate social performance: Evidence from foreign and domestic firms in Mexico. *Journal of Management Studies*, 47,1-26.
- Newman, A.; Miao, Q.; Hofman, P.S. and Zhu, C.J. (2016). The Impact Of Socially Responsible Human Resource Management On Employees' Organizational Citizenship Behaviour: The Mediating Role Of Organizational Identification. *The International Journal Of Human Resource Management*, 27(4), 440-455.
- Valmohammadi, Ch. (2014). Impact of corporate social responsibility practices on organizational performance: an ISO 26000 perspective, *Social Responsibility Journal*, 10(3), 455-479. <https://doi.org/10.1108/SRJ-02-2013-0021>.
- Vázquez, D., GallardoLuis, J., Enrique, V. and Díaz, Á. M. C. (2019). Corporate Social Responsibility as an Antecedent of Innovation, Reputation, Performance, and Competitive Success: A Multiple Mediation Analysis, *Sustainability*11(20), 5614.
- Wickert, Christopher. (2021). *Corporate Social Responsibility Research in the Journal of Management Studies: A Shift from a Business-Centric to a Society-Centric Focus*. Society for the Advancement of Management Studies and John Wiley & Sons, Ltd. S & P Global Market Intelligence ecgi 19 Download This Paper Open PDF in Browser Add Paper to My Library.