

## تأثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد سازمان و مزیت رقابتی شرکت‌ها با میانجیگری توسعه‌ی زیست محیطی تامین کنندگان (مطالعه موردی: شرکت‌های تولیدی استان قزوین)

زهرا امین‌افشار

دانشجوی دکتری آینده پژوهی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره) قزوین، ایران (نویسنده مسئول).

[zahraaminafshar@gmail.com](mailto:zahraaminafshar@gmail.com)

محسن هوشنگی

دانشجوی دکتری مدیریت تولید، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی.

### چکیده

**مقدمه و هدف پژوهش:** هدف از این تحقیق بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها بر عملکرد سازمان‌های تولیدی با در نظر گرفتن نقش میانجی توسعه‌ی محیط زیستی تامین کنندگان می‌باشد.

**روش پژوهش:** این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات توصیفی - همبستگی است و به روش آزمون فرض و براساس مدل معادلات ساختاری مبتنی بر واریانس (فن حداقل مربعات جزئی) و تحلیل مسیر و با ابزار پرسشنامه استاندارد انجام شده است. این تحقیق در ۸ شهرک صنعتی استان قزوین و با نمونه ۹۳ تائی از تولیدکنندگان استان قزوین انجام شده است. برای جمع‌آوری اطلاعات از روش نمونه‌گیری تصادفی استفاده شد.

**یافته‌ها:** مدل پژوهش دارای ۹ فرضیه می‌باشد که بعد از تحلیل نتایج مشخص گردید که مسئولیت سازمانی بر ابعاد توسعه‌ی محیط زیستی تامین کنندگان بجز مشوق تامین کننده، نقش مثبت و معناداری دارد. همین‌طور نتایج آزمون فرضیات مربوط به تأثیر ابعاد توسعه‌ی محیط زیستی تامین کننده بر عملکرد سازمان بجز تأثیر ارزیابی تامین کننده بر عملکرد مالی سازمان مورد تایید قرار گرفته است. آنچه از این تحقیق برگرفته شده است این است که مسئولیت و پاسخ‌گوئی اجتماعی سازمان‌ها در چه در ظاهر هزینه‌بر و زمان‌بر است اما در نهایت و در بلندمدت تأثیر قابل توجهی بر عملکرد و وجهه سازمان در اجتماع خواهد داشت.

**نتیجه‌گیری:** نتایج این تحقیق مدیران سازمان را به پابندی به مسئولیت اجتماعی خو در قبال جامعه و محیط ترغیب و تشویق می‌نماید.

**واژگان کلیدی:** مسئولیت اجتماعی، توسعه محیط زیست، تامین کننده، مزیت رقابتی، عملکرد.

مقدمه

و قانونی زباله است و در حال تغییر به مفهوم پیچیده‌ی مدیریت سیستمی محیط زیست می‌باشد (کاپتانوپولو و تاگراس<sup>۷</sup>، ۲۰۱۱) که نیازمند توجه به آن است و با این‌که در ایران و در سال‌های اخیر این مفاهیم مورد توجه قرار گرفته است اما جالی خالی بررسی عملیاتی آن هم‌چنان مشخص و واضح است. وقتی سازمان‌های کوچک و متوسط از تامین‌کنندگانی استفاده می‌کنند که فعالیت‌های زیست محیطی را در حد مناسب رعایت نمی‌کنند، همین امر به بهانه‌ای برای شرکت‌های بزرگتر تبدیل می‌شود تا آنها نیز از این فعالیت‌ها تبعیت نمایند (ژو<sup>۸</sup> و لای، ۲۰۱۹). وقتی تامین‌کنندگان فعالیت‌های زیست محیطی را بدرستی انجام نمی‌دهند می‌توانند به عملکرد نهائی و مزیت رقابتی سازمان‌های خریدار لطمه وارد نمایند، بنابراین، شرکت‌های تولیدی بطور فزاینده، معیار زیست محیطی بودن فعالیت‌های تامین‌کنندگان را به فرایند انتخاب تامین‌کنندگان خود می‌افزایند و آنها را به ارائه فعالیت‌های محیط‌زیست دوستانه‌ی بیشتر جهت پایداری و رقابت‌پذیری تشویق می‌نمایند (ارگات<sup>۹</sup> و همکاران، ۲۰۱۳). با توجه به کمبود مطالعات در زمینه توسعه تامین‌کنندگان براساس فعالیت‌های محیط زیست دوستانه، در این مطالعه سعی شده تا این شکاف مورد بررسی قرار گیرد. مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها در مطالعات زیادی با متغیرهای گوناگون مورد بررسی قرار گرفته است (لین و همکاران، ۲۰۰۹؛ اشنایدر<sup>۱۰</sup> و همکاران، ۲۰۱۳؛ پارک<sup>۱۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۴؛ دیلارد و لایزل<sup>۱۲</sup>، ۲۰۱۴؛ هاروود<sup>۱۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۱؛ تورس<sup>۱۴</sup> و همکاران، ۲۰۱۲)، و نتایج آن دسته از تحقیقاتی که رابطه مسئولیت اجتماعی و عملکرد را بررسی کرده بودند، این فرض را که هرچه میزان تعهد و مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها در مقابل جامعه بیشتر می‌شود سطح عملکرد سازمان‌ها نیز بهبود می‌یابد تایید نموده‌اند. در تحقیقات انجام شده در زمینه‌ی مسئولیت اجتماعی سازمانی بر بعضی از جنبه‌ها و شاخص‌های مسئولیت اجتماعی تاکید شده و مورد

امروزه شرکت‌های مدرن، نه تنها مسئولیت اجتماعی را پذیرفته‌اند، بلکه از آن به عنوان یک ابزار ابتکاری در مدیریت استفاده می‌نمایند (پارک<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۳). تعامل و ادغام مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و مدیریت زنجیره تامین، به مدیریت زنجیره تامین پایدار می‌انجامد. عواملی هم‌چون پیش‌بینی در تغییرات آب و هوایی، تقاضای شفاف، افزایش آلودگی محیط زیست، قیمت انرژی، آگاهی مصرف‌کننده و... قطعاً به تقویت اهمیت مدیریت زنجیره تامین پایدار خواهد انجامید (لوپزگونزالز<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۹). با توجه به این‌که تولیدکنندگان بیشترین حجم مواد اولیه خود را از تامین‌کنندگان خریداری می‌نمایند، و دستیابی به پایداری بدون توجه به مسائل محیط زیستی در زنجیره‌های تامین امکان‌پذیر نخواهد بود (آگان<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۶)، بنابراین لازم است تا در بطن زنجیره تامین و مدیریت آن به توسعه تامین‌کنندگان پرداخته شود، تا جایگاه مسئولیت اجتماعی و مسایل زیست محیطی آن بدقت مشخص گردد.

توسعه تامین‌کننده اشاره به سرمایه‌گذاری ارتباطی خاص توسط خریدار دارد که از طریق ارتباطات دیگر ممکن نیست و به خریدار رفتارهای فرصت‌طلبانه‌ای می‌دهد (بلونسکا<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۱۳). سورینگ و مولر معتقد هستند که: "توسعه تامین‌کنندگان، قبل از این‌که حتی شرکت‌ها قادر باشند محصولات پایدار به مشتریان خود ارائه کنند، مورد نیاز است. این نیازمندی بیشتر به جریان دقیق اطلاعات در طول زنجیره‌های تامین، که در آن تامین‌کنندگان باید به بینش دقیق دست یابند" مربوط می‌شود (سورینگ و مولر<sup>۵</sup>، ۲۰۰۸). شرکت‌ها، تامین‌کنندگان خود را براساس چند معیار عملکردی هم‌چون هزینه، کیفیت (لین<sup>۶</sup> و همکاران، ۲۰۰۹) و فعالیت‌های سازگار با محیط زیست (آگان و همکاران، ۲۰۱۶) برای پایداری بیشتر، بهبود عملکرد و کسب مزیت رقابتی انتخاب می‌نمایند. فعالیت‌های محیط زیستی، متفاوت از دفع امن

و بهبود رفاه جامعه به عنوان یک کل، و به نفع سازمان است که در پاسخ به محدودیت منابع، فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها، اغلب از نظر کسب و کار بطور مثبت توجیه می‌شوند (هاروود و همکاران، ۲۰۱۱) و به عنوان فعالیت مهمی در توسعه‌ی پایدار سازمان‌ها معرفی شده است (ژنگ و همکاران، ۲۰۱۴).

محققان نشان داده‌اند که مسئولیت اجتماعی یک شرکت یک عامل ضروری در عملیات کسب و کار است زیرا این فعالیت نشان دهنده‌ی سرمایه‌گذاری استراتژیک شرکت برای کسب یکپارچگی تمامیت سازمان است (مک ویلیامز<sup>۱۹</sup> و همکاران، ۲۰۰۶). همچنین مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها به عنوان یک مزیت رقابتی فعال در نظر گرفته می‌شود و می‌تواند یک استراتژی کسب و کار فعال و موثر برای کسب و حفظ مزیت رقابتی در نظر گرفته شود (لین و همکاران، ۲۰۰۹). مهم‌ترین موضوعات مسئولیت اجتماعی در بردارنده‌ی مسائل اجتماعی، محیط زیستی، اخلاقی و سهامداران است (دالسرود<sup>۲۰</sup>، ۲۰۰۸). تورکر، مسئولیت اجتماعی سازمان را به پنج بخش (شاخص) تقسیم می‌نماید که عبارتند از: (۱) مسئولیت اجتماعی نسبت به محیط، (۲) مسئولیت اجتماعی نسبت به رسانه‌ها، (۳) مسئولیت اجتماعی نسبت به کارکنان، (۴) مسئولیت اجتماعی نسبت به مشتریان و (۵) مشارکت با سازمان‌های غیردولتی (تورکر<sup>۲۱</sup>، ۲۰۰۹).

#### توسعه‌ی زیست محیطی تأمین کنندگان

توسعه‌ی تأمین‌کننده تلاشی است برای همکاری بلندمدت بین شرکت‌های خریدار و تأمین‌کننده برای افزایش قابلیت‌های تأمین‌کنندگان (واتز و هان<sup>۲۲</sup>، ۱۹۹۳). ادبیات توسعه تأمین‌کننده، فعالیت‌هایی مانند اعتماد، کمک‌های پولی، توسعه روابط هنجاری، انتقال دانش، ارتباطات، مدیریت دوطرفه مشارکتی، ادغام داخلی و خارجی تأمین‌کنندگان، مکانیزم‌های اجتماعی

بررسی قرار گرفته است (ژو و لای، ۲۰۱۹؛ تورس و همکاران، ۲۰۱۲؛ ژنگ<sup>۱۵</sup> و همکاران، ۲۰۱۴؛ پارک و همکاران، ۲۰۱۴). اما آنچه در این تحقیق مورد نظر محققین می‌باشد و آنرا متمایز می‌سازد، استفاده از تمام شاخص‌های مسئولیت اجتماعی است در حالیکه از میانجی و تعدیلگر توسعه محیط زیستی تأمین‌کنندگان نیز بر این رابطه استفاده شده و خلا این گونه تحقیقات بخوبی احساس می‌شود.

ادامه تحقیق به ترتیب زیر تنظیم شده است که در ادامه ادبیات موضوعی تحقیق و تعاریف متغیرهای پژوهش ارائه خواهد شد. در بخش سوم چارچوب نظری پژوهش و ارتباط متغیرها به همراه ارائه فرضیات توضیح داده خواهد شد. بخش چهارم به روش‌شناسی تحقیق تعلق دارد که در آن، روش تحقیق، نمونه، روش تحلیل و... بیان خواهد شد. در بخش یافته‌ها تجزیه و تحلیل اطلاعات جمع‌آوری شده از طریق نرم‌افزار ارائه می‌گردند و در نهایت در بخش بحث و نتیجه‌گیری به تحلیل و تفسیر نتایج خواهیم پرداخت.

#### چارچوب نظری تحقیق

##### مسئولیت اجتماعی

برای اطمینان از بقا و رونق اقتصادی، یک شرکت باید حفظ منافع جامعه را نیز به فعالیت‌های اساسی خود بیافزاید (پارک و همکاران، ۲۰۱۴). مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها اشاره به الزام و تعهد به همکاری با جامعه (سن و باتاچاریا<sup>۱۶</sup>، ۲۰۰۱) یا بطور دقیق‌تر نشان دهنده فعالیت‌های اجتماعی مثبت یک شرکت است که توسط جامعه و سهامداران خواسته شده است (سان و سیو<sup>۱۷</sup>، ۲۰۱۴). باوود و همکاران معتقدند که: مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نه یک مد زودگذر است و نه یک انتخاب اضافی است (بوود<sup>۱۸</sup> و همکاران، ۲۰۰۶). این فعالیت بیشتر به عنوان یک تعهد مدیریتی نسبت به اقدام برای حفظ

(ناراسیمهان<sup>۲۳</sup> و همکاران، ۲۰۰۸؛ بای و سارکیس<sup>۲۴</sup>، ۲۰۱۰). کمک به تامین کننده برای دستیابی به اهداف عملکردی او، آموزش، معاوضه‌ی کارکنان و نظارت بر برنامه‌های تامین کننده (گاویندان<sup>۲۵</sup> و همکاران، ۲۰۱۰) را برای توسعه تامین کنندگان پیشنهاد می‌کند.

توسعه‌ی محیط زیستی تامین کننده شامل فعالیت‌هایی است که از طریق آن شرکت‌های خریدار به تامین کنندگان کمک می‌کنند تا تاثیرات منفی زیست محیطی فعالیت‌هایشان را کاهش دهند (ارگات<sup>۲۶</sup> و همکاران، ۲۰۱۳) توسعه‌ی تامین کننده سبز برای انتشار مدیریت زنجیره تامین سبز در بین سازمان‌ها بسیار مهم است (فیو<sup>۲۷</sup> و همکاران، ۲۰۱۲). ارزیابی زیست محیطی تامین کنندگان همراه با همکاری‌های مشترک تاثیر مثبتی بر عملکرد زیست محیطی سازمان‌ها دارد (گیمز و تاجیزاوا<sup>۲۸</sup>، ۲۰۱۲). شاخص‌های فعالیت‌های محیط زیستی تامین کننده از نظر آگار عبارتند از: مشوق، درگیر شدن مستقیم و ارزیابی تامین کننده (لوپزگونزالز و همکاران، ۲۰۱۹).

#### پیشینه تحقیق

در ادامه به چند نمونه از تحقیقات انجام شده در این زمینه به صورت خلاصه اشاره می‌شود. (احمدی و همکاران، ۱۳۹۰) در تحقیق خود به بررسی سیر تکوینی مسئولیت اجتماعی سازمانی و ارائه مدلی برای بسط مفهومی آن در سازمان‌های دولتی پرداخته‌اند. نتایج تحقیق آنها نشان داد که شناسایی شاخص‌ها، مولفه‌ها، و ابعاد مفهوم مسئولیت اجتماعی متناسب با سازمان‌های ایرانی، می‌تواند منجر به ارائه مدلی برای ارزیابی میزان تاثیر مسئولیت اجتماعی در سازمان‌های ایرانی گردد. (قهرمانی و همکاران، ۱۳۹۴) به بررسی تاثیر یادگیری سازمانی بر پاسخگویی اقتصادی و اجتماعی شهرداری تهران (مطالعه موردی: شهرداری مناطق) پرداخته‌اند. نتایج تحقیق آنها نشان داد که یادگیری سازمانی تاثیر مثبت و معناداری بر پاسخگویی اجتماعی سازمان‌های مورد

بررسی دارد. (سعیدی و همکاران، ۲۰۱۴) نیز با بررسی تاثیر پاسخگویی اجتماعی سازمان‌ها بر عملکرد مالی شرکت‌ها با تکیه بر چند عامل میانجی به این نتیجه دست یافتند که پاسخگویی اجتماعی سازمان‌ها را در کسب مزایای مالی و سودآوری کمک می‌نماید و به عنوان یک عامل رقابتی مهم تایید شده است. (اورلیتزکی و همکاران، ۲۰۱۱) به بررسی تاثیر پاسخگویی اجتماعی استراتژیک و پایداری محیطی در سازمان‌ها پرداخته‌اند. نتایج تحقیقات آنها نشان داد که استراتژی‌های توسعه پاسخگویی اجتماعی سازمان‌ها بر کسب مزیت رقابتی و پایداری محیطی آنها تاثیر بسیار مهمی دارند.

#### بسط فرضیات

یکی از روش‌هایی که می‌توان به مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها جامعه‌ی عمل پوشاند کمک به تامین کنندگان جهت توسعه‌ی قابلیت‌های زیست محیطی آنهاست. از سازمان‌هایی که به درجات بالای مسئولیت اجتماعی سازمانی می‌رسند انتظار می‌رود که تامین کنندگان خود را توسعه دهند زیرا مسئولیت زیست محیطی یک بخش جدائی‌ناپذیر و طبیعی مسئولیت اجتماعی سازمانی محسوب می‌شود (لوپزگونزالز و همکاران، ۲۰۱۹). (کواکس، ۲۰۰۸) به این نتیجه رسیده است که تمرکز در مسئولیت زیست محیطی، به عنوان یک بعد از مسئولیت اجتماعی شناخته شده است، که منجر به خلق راه‌های جدید همکاری با تامین کننده هم‌چون آموزش تامین کنندگان رده‌ی دوم خواهد شد. از سوی دیگر رفتار مسئولیت سازمانی نیز به توسعه تامین کننده و در نهایت به طور کلی به توسعه و بهبود زنجیره تامین می‌انجامد (گالیر<sup>۲۹</sup> و همکاران، ۲۰۱۲). براساس آنچه در این بخش گفته شد، فرضیه اول تحقیق بدین صورت عنوان می‌شود:

**H1a** مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها تاثیر مثبت بر فعالیت‌های ارزیابی تامین کنندگان سازمان‌های تولیدی استان قزوین دارد.

**H1b:** مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها تاثیر مثبت بر ایجاد انگیزه و مشوق در تامین کنندگان سازمان‌های تولیدی استان قزوین دارد.

**H1c:** مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها تاثیر مثبت بر درگیری مستقیم تامین کنندگان در فعالیتهای زیست محیطی سازمان‌های تولیدی استان قزوین دارد.

فریدمن معتقد است که مسئولیت و فعالیت اصلی سازمان‌ها فقط کسب درآمد و پول است (فریدمن<sup>۳۰</sup>، ۱۹۷۰). بنابراین عملکرد مالی سازمان‌ها اهمیت می‌یابد که بیشتر بر معیارهای ملموس آشکاری شامل سود، هزینه و بازگشت سرمایه متکی است و از سوی دیگر کسب مزیت رقابتی نیز از عوامل عملکرد سازمانی تشریح شده است (فضلی و امین‌افشار، ۲۰۱۴)، و بیشتر بر معیارهای غیرملموس و ذهنی متکی است که شامل تصویر، شهرت و ارزش شرکت می‌باشد. کلاسن و واکون معتقدند که نه تنها فعالیتهای زیست محیطی، بلکه هر نوع همکاری نیز بر هزینه و کیفیت تاثیر مثبت خواهد داشت (کلاسن و واکون<sup>۳۱</sup>، ۲۰۰۳). توسعه‌ی زیست محیطی تامین کنندگان، همکاری‌های محیط زیست دوستانه در تولید، فرایند طراحی، بازیابی و مدیریت سیستم‌های زیست محیطی را پوشش می‌دهد. برنامه‌های توسعه تامین کننده منجر به بهبود در کیفیت، تحویل، ظرفیت و بهره‌وری، کاهش زمان تحویل، هزینه‌های تامین (مودی و مابرت<sup>۳۲</sup>، ۲۰۰۷) و افزایش قابلیت‌های سازمانی می‌شوند (لورنزونی و لیبارینی<sup>۳۳</sup>، ۱۹۹۹). فعالیتهای توسعه زیست محیطی اثرات مثبتی بر معیارهای عملکرد زیست محیطی سازمان‌ها از کاهش در منابع گرفته تا دریافت جوایز زیست محیطی دارد (ژو و لای، ۲۰۱۹). براین اساس فرضیه دوم تحقیق را به قرار زیر بیان می‌کنیم:

**H2a:** ارزیابی تامین کنندگان تاثیر مثبت بر عملکرد مالی سازمان‌های تولیدی استان قزوین دارد.

**H2b:** مشوق‌های تامین کنندگان تاثیر مثبت بر عملکرد مالی سازمان‌های تولیدی استان قزوین دارد.

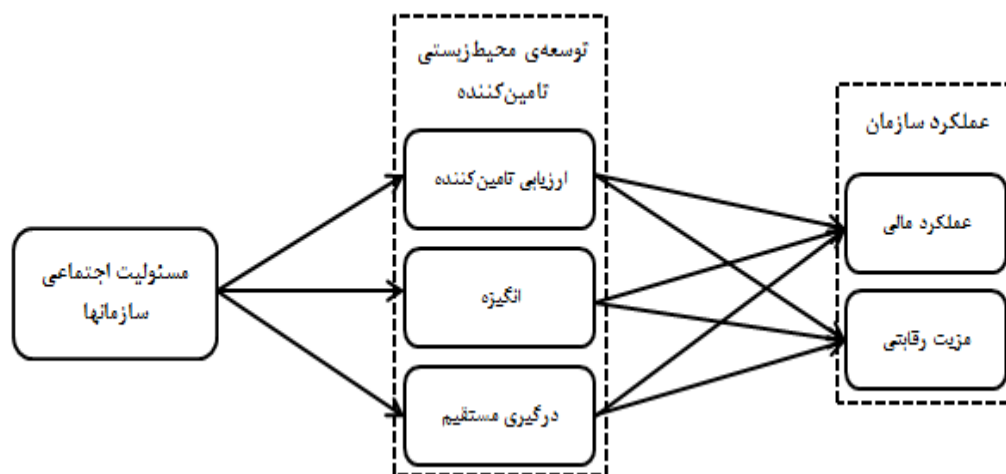
**H2c:** درگیری مستقیم تامین کنندگان در فعالیتهای سبز تاثیر مثبت بر عملکرد مالی سازمان‌های تولیدی استان قزوین دارد.

مزیت رقابتی تعیین کننده‌ی بقا و رتبه شرکت در بازار می‌باشد. مشتریانی که نگرانی‌های زیست محیطی زیادی دارند فشارهایی را بر شرکت‌ها برای مسئول بودن در مقابل محیط زیست وارد می‌کنند. وقتی سازمان‌ها و شرکت‌ها به تامین کنندگان خود بخاطر موضوعات محیط زیستی کمک می‌نمایند احتمالاً تصویر مثبت سازمان در اذهان عمومی افزایش می‌یابد (کارتر<sup>۳۴</sup> و همکاران، ۲۰۰۰). از سوی دیگر درآمد سازمان‌ها به طور مثبت تحت تاثیر مشتریانی قرار دارد که محصولات سالم و سازگار با محیط زیست را ترجیح می‌دهند (فضلی و امین‌افشار، ۱۳۹۵). در سال ۲۰۰۷، در تحقیقی رابطه مثبت بین توسعه‌ی تامین کننده و فاکتورهای غیرهزینه‌ای رقابتی هم‌چون کیفیت، تحویل و انعطاف‌پذیری در تولید یافت شد (کرویز و همکاران، ۲۰۰۷). رابطه مثبت بین همکاری پایدار با تامین کننده و توسعه محیط زیستی آن، با عملکرد عملیاتی و هزینه‌ای سازمان‌ها از طریق فعالیتهای سبز به اثبات رسیده است (هولوس و همکاران، ۲۰۱۲) که این توسعه در فعالیتهای محیط زیستی سبز در تامین کنندگان بطور مثبت عملکرد تامین کنندگان را که شامل نوآوری، زمان، کیفیت و پاسخگویی است را نیز تحت‌الشعاع خود قرار خواهد داد (بلوم<sup>۳۵</sup> و همکاران، ۲۰۱۴). علاوه براین توسعه و بهبود عملکرد محیط زیستی مزیت رقابتی برای سازمان‌ها ایجاد می‌کند و منجر به کسب درآمد و افزایش سهم بازار خواهد شد (رائو و هالت<sup>۳۶</sup>، ۲۰۰۵). بنابراین منطقی است که تاثیر مستقیم و غیرمستقیم عملکرد تامین کننده را بر فعالیتهای تولیدکننده و کسب مزایای مشابه برای او را نیز بپذیریم.

**H3a:** ارزیابی تامین کنندگان تاثیر مثبت بر کسب مزیت رقابتی سازمان‌های تولیدی استان قزوین دارد.

مالی و کسب مزیت رقابتی سازمان‌ها هستیم. در این تحقیق توسعه‌ی محیط زیستی تامین کننده نیز به عنوان عامل تاثیرگذار و میانجی براین رابطه مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت. براساس فرضیات ارائه شده مدل مفهومی این پژوهش به صورت شکل (۱) خواهد بود که در ادامه به تصویر کشیده شده است.

**H3b:** مشوق‌های تامین کنندگان تاثیر مثبت بر کسب مزیت رقابتی سازمان‌های تولیدی استان قزوین دارد.  
**H3c:** درگیری مستقیم تامین کنندگان در فعالیتهای سبز تاثیر مثبت بر کسب مزیت رقابتی سازمان‌های تولیدی استان قزوین دارد.  
 همان طور که از ادبیات تحقیق برمی آید ما به دنبال بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها بر عملکرد



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق

۲۰۱۶). در نتیجه، با توجه به نبود تئوری جا افتاده و پیچیده بودن مسائل از این روش استفاده شده است. دو مرحله نمونه‌گیری در این تحقیق مورد استفاده قرار گرفته است. نمونه‌گیری تصادفی ساده و نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب. با توجه به این‌که جامعه آماری این پژوهش شامل مدیران خرید و تدارکات شرکت‌های تولیدی استان قزوین است و این‌که این جامعه شامل هشت شهرک از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب با حجم استفاده شده. با در نظر گرفتن این‌که تعداد جامعه آماری در هر یک از هشت شهرک صنعتی مشخص است، از آن برای محاسبه تعداد نمونه هر شهرک استفاده شده است. برای انتخاب آزمودنی‌ها در هر شهرک صنعتی نیز از شیوه تصادفی بهره گرفته شده است. با همکاری مسئول آمار شرکت شهرک‌های صنعتی استان

### روش‌شناسی پژوهش

ساختار این پژوهش براساس مدل معادلات ساختاری طرح‌ریزی شده است بنابراین از روش حداقل مربعات جزئی (PLS) برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است. زیرا اولاً این روش به پیش فرض‌های هم‌چون توزیع نرمال معرف‌های مشاهده شده و حجم بالای نمونه‌ها متکی نیست (آذر و همکاران، ۱۳۹۱). ثانیاً به گفته‌ی چاین<sup>۳۷</sup> (۱۹۹۸)، از این روش برای مقاصد پیش‌بینی و اکتشاف روابط محتمل استفاده می‌شود (فضلی<sup>۳۸</sup> و همکاران، ۲۰۱۳). به عبارت دیگر به اعتقاد ایگباریا و ایواریا (۱۹۹۵)، برخلاف روش‌های مبتنی بر کواریانس که سعی در سازگاری داده‌ها با الگوی نظری پژوهش دارند، این روش به دنبال کشف نظریه‌ی است که در داده‌ها نهفته است (هوشنگی<sup>۳۹</sup> و همکاران،

غیرقابل اعتماد بودند که حذف گردیده‌اند و در نهایت ۹۳ پرسشنامه مورد تحلیل قرار گرفت. جدول (۱) توزیع نمونه‌گیری این تحقیق را نشان می‌دهد.

قزوین لیستی از شرکت‌های برتر موجود در هر ۸ شهرک موجود در استان مشخص شده و سپس پرسشنامه از طریق ایمیل، فکس یا حضوری برای مدیران آنها ارسال گردید. تعداد ۱۰۸ به محققین بازگردانده شده که در این میان تعداد ۱۵ پرسشنامه دارای داده‌های ناهمگون و

جدول ۱- توزیع نمونه‌گیری

شهرک صنعتی	فراوانی	نسبت تعداد شرکت‌های هر شهرک صنعتی به تعداد کل شرکت‌ها	تعداد پرسشنامه‌های گردآوری شده
آراسنج	۹۷	۰/۰۷۹۱	۱۱
آوج	۱۶	۰/۰۱۳	۳
البرز	۴۵۰	۰/۳۶۷	۲۹
حیدریه	۵۳	۰/۰۴۳۲	۶
خرمدشت	۳۸	۰/۰۳۰۹	۳
دانسفهان	۵۷	۰/۰۴۶۴۹	۵
کاسپین	۱۷۵	۰/۱۴۲۷	۱۲
لیا	۳۵۶	۰/۲۸	۲۴
جمع	۱۲۲۶	۱	۹۳

سوال مربوط به مزیت رقابتی، ۴ سوال مربوط به عملکرد مالی، ۱۳ سوال مربوط به مسئولیت اجتماعی، ۴ سوال مربوط به مشارکت مستقیم و ۴ سوال مربوط به مشوق‌ها و ۶ سوال هم مربوط به ارزیابی تامین کننده می‌باشد. این پرسشنامه قبلا در مقالات (آگان و همکاران، ۲۰۱۶، ژو و لیو، ۲۰۱۹) بکار گرفته شده است. اما با این حال روایی و پایایی با استفاده از آزمون‌های مختلف برای سازه‌ها و معرف‌ها به صورت جداگانه مورد بررسی قرار گرفته است که در بخش یافته‌ها به طور کامل توضیح داده شده‌اند.

#### یافته‌ها

یافته‌های این تحقیق در دو دسته کلی تقسیم شده است. دسته اول یافته‌ها به آزمون مدل اندازه‌گیری و دسته دوم

هنسلر<sup>۴</sup> و همکارانش (۲۰۰۹)، برای برآورد مدل‌سازی مسیری روش حداقل مجذورات جزئی پیشنهاد می‌کنند که حجم نمونه برابر یا بزرگتر از موارد زیر باشد. (۱) ده برابر تعداد شاخص‌های سازه‌ای که دارای بیشترین تعداد معرف‌های ترکیبی است، (۲) ده برابر بیشتر از تعداد مسیرهای ساختاری که به یک سازه خاص در مدل مسیری داخلی ختم می‌شود (فضلی و امین‌افشار<sup>۴</sup>، ۲۰۱۴). با توجه به مدل و قاعد ذکر شده، ۹۳ پرسشنامه جمع‌آوری شده بیشتر از حداقل حجم نمونه لازم است.

برای سنجش و اندازه‌گیری تاثیر سرمایه اجتماعی بر روابط خریدار-تامین‌کننده از پرسشنامه‌ای متشکل از ۳۵ سوال بسته با طیف ۷گانه لیکرت استفاده شده است که طیف آن از بسیار موافقم تا بسیار مخالفم گسترده است. تعداد ۴

- گلدشتاین (pc) و آلفای کرونباخ استفاده شده است. جدول (۲) مقادیر اعتبار ترکیبی، آلفای کرونباخ و متوسط واریانس استخراج شده (AVE) برای هر سازه را نشان می‌دهد. ضریب دیلون- گلدشتاین و آلفای کرونباخ برای همه سازه‌ها به ترتیب بالاتر از ۰/۸۳۲ و ۰/۷۷۸ است که از حداقل مقدار ۰/۷ لازم بیشتر است. هم‌چنین مقادیر متوسط واریانس استخراج شده هم بین ۰/۵۹۷ و ۰/۸۳۹ است که از حداقل مقدار ۰/۵ لازم بیشتر است که به معنای آن است که سازه‌ها حداقل ۵۰ درصد از واریانس‌های نشانگرهای خود را تبیین کرده‌اند.

یافته‌های این تحقیق به آزمون الگوی ساختاری و فرضیه‌های پژوهش اختصاص دارد که در ادامه به تفصیل به آنها پرداخته می‌شود. دسته اول یافته‌ها به روایی و پایایی سازه‌ها و معرف‌ها اختصاص دارد که برای این منظور از آزمون الگوی اندازه‌گیری شامل بررسی اعتبار (همسانی درونی) و روایی (روایی واگرا) استفاده شده است. برای بررسی اعتبار سازه‌ها از سه ملاک پیشنهاد شده توسط فرنل و لاکر که شامل: (۱) اعتبار ترکیبی (۲) متوسط واریانس استخراج شده و (۳) اعتبار هر یک از گویه‌ها استفاده شده است (فرنل و لاکر<sup>۲</sup>، ۱۹۸۱). برای بررسی اعتبار ترکیبی هر یک از سازه‌ها از ضریب دیلون

جدول ۲- نتایج بررسی اعتبار متغیرها

متغیر	pc	آلفای کرونباخ	AVE
مسئولیت اجتماعی نسبت به مشتریان	۰/۹۰۰۲۲	۰/۸۰۳۴۹	۰/۸۱۹۲۸
مسئولیت اجتماعی نسبت به کارکنان	۰/۸۹۷۱۹	۰/۸۳۵۱۹	۰/۷۴۴۳۷
مسئولیت اجتماعی نسبت به محیط	۰/۸۶۲۰۳	۰/۷۹۳۹۵	۰/۶۱۰۲۱
مسئولیت اجتماعی نسبت به رسانه‌ها	۰/۹۱۲۷۱	۰/۸۰۹۳۷	۰/۸۳۹۴۵
مشارکت با سازمان‌های غیردولتی	۰/۸۹۹۳۸	۰/۷۷۸۱۵	۰/۸۱۵۶۶
کسب مزیت رقابتی	۰/۹۰۸۵۱	۰/۸۶۵۳۹	۰/۷۱۳۱۱
درگیری مستقیم	۰/۸۷۷۹۰	۰/۹۱۲۸۲	۰/۷۲۶۹۳
عملکرد مالی	۰/۹۰۸۶۵	۰/۸۶۷۳۲	۰/۷۱۳۲۵
مشوق	۰/۸۳۲۱۱	۰/۸۰۲۹۹	۰/۶۷۴۳۳
ارزیابی تامین‌کننده	۰/۸۷۸۵۰	۰/۸۶۴۰۷	۰/۵۹۷۰۳

است که همبستگی سازه با نشانگرهای خود بیشتر از همبستگی‌اش با سایر سازه‌ها است (کیانی ماوی<sup>۳</sup> و امین افشار، ۲۰۱۷؛ چاین، ۱۹۹۸؛ فضلی و امین افشار، ۱۳۹۵). در جدول‌های (۳) نتایج روایی تک تک ابعاد ارائه شده است. مقدار جذر متوسط واریانس استخراج شده برای تمامی سازه‌ها از ضریب همبستگی آن با سایر سازه‌ها بیشتر است. به عنوان مثال جذر متوسط واریانس استخراج شده برای سازه عملکرد مالی برابر با ۰/۸۴۴ است که از تمامی ضرایب همبستگی بین آن با سایر

بار عاملی گویه‌ها نیز در شکل شماره (۲) نشان داده شده است. در روش حداقل مربعات جزئی برای پایایی معرف‌ها، بار عاملی برای هر معرف باید بیشتر از ۰/۷ باشد (هوشنگی و همکاران، ۲۰۱۷). همان‌طور که در جدول شماره (۴) قابل مشاهده است، تمامی معرف‌ها دارای بار عاملی بالاتر از ۰/۷ می‌باشند.

شن برای بررسی روایی سازه‌ها توصیه می‌کند، جذر متوسط واریانس استخراج شده سازه‌ها باید بیشتر از همبستگی آن با سایر سازه‌ها باشد. این امر نشان‌گر آن



سازه‌ها (۰/۲۹۰ ، ۰/۰۷۸ ، ۰/۱۸۵) بیشتر است که نشان دهنده روایی افتراقی مناسب سازه‌ها است.

جدول ۳- ماتریس همبستگی و جذر متوسط واریانس استخراج شده

سازه	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۱: مسئولیت اجتماعی نسبت به مشتریان	۰/۹۰۵									
۲: مسئولیت اجتماعی نسبت به کارکنان	۰/۲۳۲۱	۰/۸۶۲								
۳: مسئولیت اجتماعی نسبت به محیط	۰/۴۸۳۹	۰/۳۳۲۲	۰/۷۸۱۱							
۴: مسئولیت اجتماعی نسبت به رسانه‌ها	۰/۵۶۱۳	۰/۰۸۱۵	۰/۴۲۷۰	۰/۹۱۶						
۵: کسب مزیت رقابتی	۰/۱۹۸۲	-۰/۰۹۳۷	۰/۲۲۶۷	۰/۵۱۳۶	۰/۸۴۴					
۶: درگیری مستقیم	۰/۲۰۷۹	-۰/۱۵۱۶	۰/۲۳۵۷	۰/۲۷۶۳	۰/۳۸۱۱	۰/۸۵۲				
۷: عملکرد مالی	۰/۲۹۲۶	۰/۰۵۸۴	۰/۱۱۳۳	۰/۴۱۸۱	۰/۴۹۲۹	۰/۳۶۹۳	۰/۸۴۴			
۸: مشوق	۰/۰۰۲۴	-۰/۳۰۹۸	۰/۰۲۲۸	۰/۲۱۰۹	۰/۴۳۰۴	۰/۱۸۶۰	۰/۲۹۰۱	۰/۸۲۱		
۹: مشارکت با سازمان‌های غیردولتی	۰/۵۲۱۹	۰/۰۴۲۶	۰/۰۴۶۳	۰/۲۷۶۷	-۰/۰۰۶۰	۰/۰۲۵۲	۰/۰۷۸۱	-۰/۱۱۴۱	۰/۹۰۳	
۱۰: ارزیابی تامین کننده	۰/۱۷۰۶	-۰/۰۸۳۰	۰/۲۴۶۲	۰/۳۵۷۰	۰/۴۵۶۱	۰/۲۱۰۱	۰/۱۸۵۵	۰/۳۸۵۲	-۰/۰۶۸۴	۰/۷۷۲

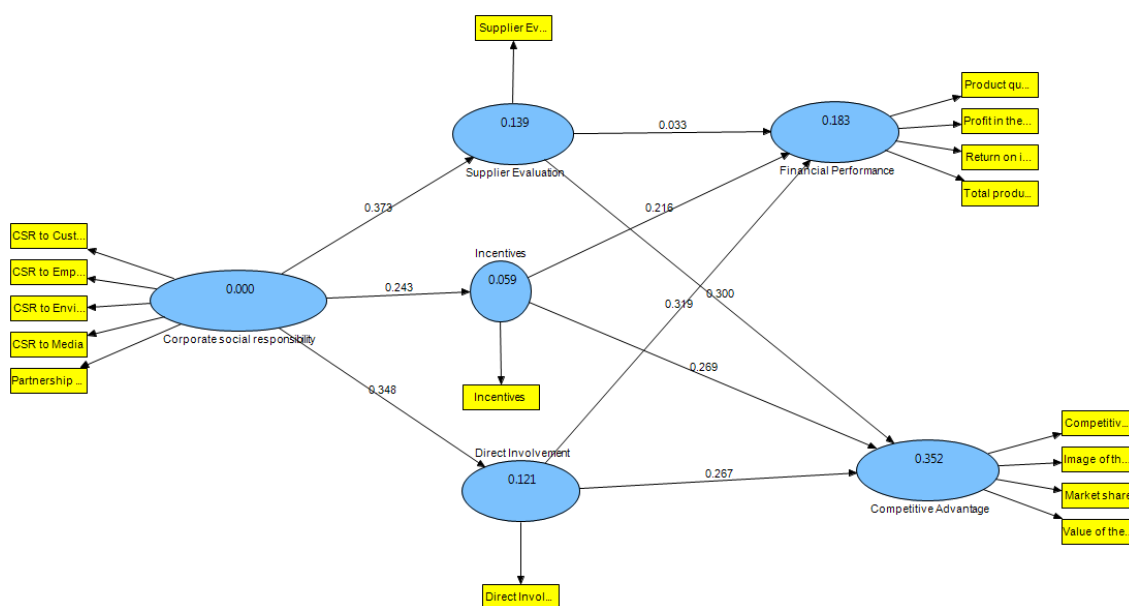
پیشین است. مقدار ضرایب مسیر بین سازه‌های اصلی و ضرایب تعیین را در شکل (۲) مشاهده می‌نمایید. برای محاسبه مقدار آماره T از الگوریتم بوت استارپ با ۵۰۰ زیر نمونه استفاده شده است که نتایج آن را در شکل ۳ قابل مشاهده است. مقدار ضرایب مسیر و آماره T به همراه نتیجه

دسته دوم یافته‌های این تحقیق به آزمون الگوی ساختاری و فرضیه‌های پژوهش اختصاص دارد که برای این منظور از ضریب مسیر و ضریب تعیین استفاده شده است. که ضریب مسیر سهم هر یک از متغیرهای پیشین در تبیین واریانس متغیر ملاک را نشان می‌دهد. ضریب تعیین نیز نشانگر واریانس تبیین شده متغیر ملاک توسط متغیرهای

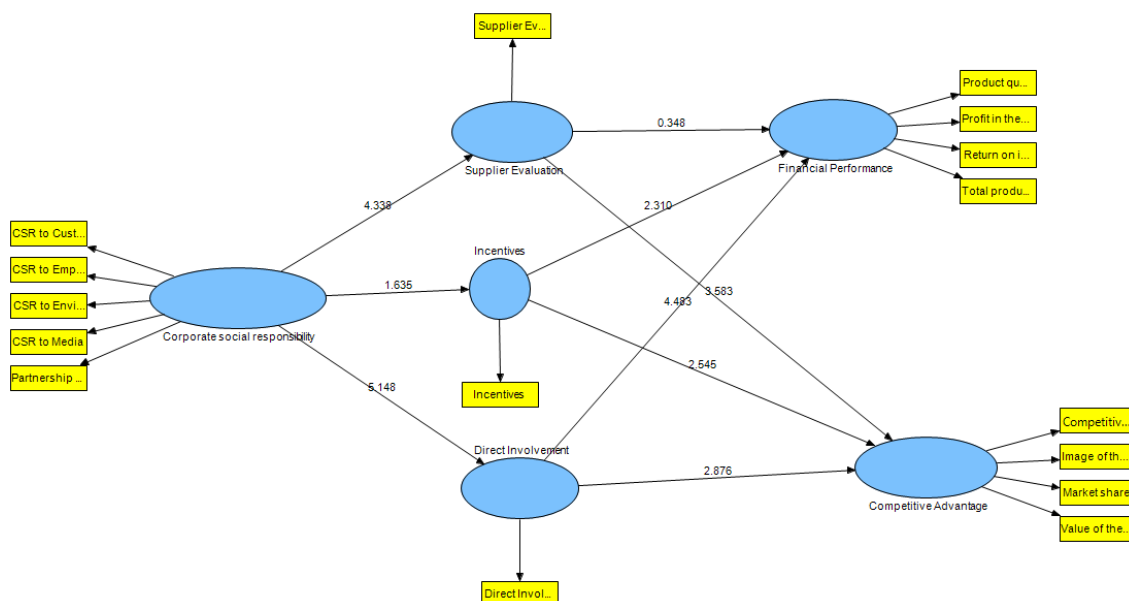
فرضیه‌های اصلی و شاخص‌ها در جدول شماره (۵) ارائه شده است.

جدول ۵- ضرایب مسیر، آماره T و نتیجه فرضیه

آزمون	نتیجه فرضیه	عدد معنی داری	ضریب مسیر	فرضیه‌های اصلی و شاخص‌های مربوطه
تایید		۴/۳۳۸	۰/۳۷۳	مسئولیت اجتماعی سازمان ← ارزیابی تامین کننده
رد		۱/۶۳۵	۰/۲۴۳	مسئولیت اجتماعی سازمان ← مشوق
تایید		۵/۱۴۸	۰/۳۴۸	مسئولیت اجتماعی سازمان ← درگیری مستقیم
رد		۰/۳۴۸	۰/۰۳۳	ارزیابی تامین کننده ← عملکرد مالی
تایید		۳/۵۸۳	۰/۳۰۰	ارزیابی تامین کننده ← کسب مزیت رقابتی
تایید		۲/۳۱۰	۰/۲۱۶	مشوق ← عملکرد مالی
تایید		۲/۵۴۵	۰/۲۶۹	مشوق ← کسب مزیت رقابتی
تایید		۴/۴۸۳	۰/۳۱۹	درگیری مستقیم ← عملکرد مالی
تایید		۲/۸۷۶	۰/۲۶۷	درگیری مستقیم ← کسب مزیت رقابتی



شکل ۲- مقدار ضرایب مسیر و ضرایب تعیین و بارهای عاملی (آزمون پی ال اس)



## بحث و نتیجه‌گیری

در این تحقیق سعی شده تا تاثیر مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها بر عملکرد سازمان‌های تولیدی واقع در استان قزوین بررسی گردد. برای این منظور از نقش میانجی توسعه‌ی محیط زیستی تامین کنندگان استفاده شده است.

نتایج حاصل از بررسی اولین فرضیه اصلی تحقیق بیانگر این است که مسئولیت اجتماعی سازمانی با ارزیابی تامین کننده با  $(\beta=0/373, t=4/338)$  رابطه مثبت و معناداری دارد و آنرا تحت تاثیر قرار می‌دهد. نتایج این بخش با تحقیق (ژو و لیو، ۲۰۱۹؛ آگان و همکاران، ۲۰۱۶؛ هسو و هسو، ۲۰۱۵)، مطابقت دارد. همان طور که نتایج نشان می‌دهد مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها در مقابل تامین کنندگان خود در زنجیره‌های تامین بر بعد ارزیابی تامین کننده در توسعه‌ی محیط زیستی تامین کننده تاثیر مثبت دارد و آنرا تقویت می‌نماید. بررسی قسمت دوم فرضیه‌ی اول تحقیق آشکار ساخت که رابطه مثبتی بین مسئولیت اجتماعی سازمان با میزان مشوق تامین کننده وجود ندارد  $(\beta=0/243, t=1/635)$ ، بدان معنی است که هر چه سطح فعالیت‌های محیط زیست دوستانه و سازگار با محیط در سازمان‌ها افزایش یابد

یعنی آنها خود را در قبال محیط زیست مسئول و دارای وظایفی بدانند و به آنها عمل نمایند، احتمالاً به دلیل شرایط نامناسب اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی در ایران میزان اشتیاق و انگیزه تامین کنندگان آنها نیز برای توسعه فعالیت‌های سازگار با محیط زیست افزایش چشم‌گیری نخواهد یافت زیرا حمایت چندانی دریافت نخواهند نمود احتمالاً نداشتن حامیان قدرتمند در این فرایند تامین کنندگان را تشویق با اجرای این رویه‌ها نخواهد کرد. آزمون بخش سوم فرضیه اول نشان داد که مسئولیت اجتماعی سازمانی  $(\beta=0/348, t=5/148)$  بر درگیری مستقیم تامین کنندگان تاثیر مثبت دارد. می‌توان این‌گونه تفسیر کرد که سازمان‌های تولیدکننده (خریدار) با وارد شدن در فعالیت‌های اجرای برنامه‌های حفظ و نگهداری از محیط زیست، این‌گونه فعالیت را به عنوان بخشی از فعالیت اجرائی هر روز خود تبدیل می‌نمایند در نتیجه با تسری این فعالیت در همه بخش‌های سازمان، ناخودآگاه سازمان‌های تامین کننده نیز وارد این چرخه می‌شوند و آنها نیز برای رعایت قوانین، کسب مشتریان بیشتر، وجهه مثبت، نام معتبر و دوستدار محیط زیست این برنامه‌ها را سرلوحه کار خود قرار می‌دهند و در پیشبرد آنها می‌کوشند.

به سبب همراهی و حفاظت محیط زیست به سمت سازمان به جریان درآورد.

نتایج بررسی آخرین بخش از فرضیه‌های این تحقیق که به آزمون تاثیر فعالیتهای توسعه‌ی محیط زیستی تامین کننده بر کسب مزیت رقابتی سازمان می‌پردازد حاکی از وجود ارتباط مثبت بین ارزیابی تامین کننده،  $(\beta=0/300, t=3/583)$  مشوق  $(\beta=0/269, t=2/545)$ ، درگیری مستقیم  $(\beta=0/267, t=2/876)$  و کسب مزیت رقابتی دارد. تفسیر این نتایج را می‌توان این گونه عنوان کرد که با توجه به این که سازمان‌ها در بازارهای متغیر برای بقا و سهم بازار بیشتر فعالیت می‌کنند همواره در پی اهداف و برنامه‌هایی هستند که این راه را برای آنها هموار نماید. زمانی که مشتریان، دولت و گروه‌های حامی محیط زیست دریابند که سازمان‌ها خود را در برابر محیط زیست و حفظ و نگهداری آن مسئول می‌دانند و آنرا جزو اهداف خود قرار داده‌اند و برای مثال در این راه تامین کنندگان مواد اولیه فرایندها و برنامه‌های خود را همواره مورد ارزیابی و بازبینی قرار می‌دهند تا فعالیتهای سبز و دوستدار محیط را اجرا نمایند و مواد اولیه‌ای را که بازیافت یا تجزیه آنها برای محیط بی‌ضرر است به تولیدکنندگان عرضه نمایند، تصویر مثبت و حمایت‌گری از سازمان در اذهان باقی می‌گذارد و به عنوان یکی از عوامل کسب مزیت رقابتی در بین رقبا سازمان را متمایز می‌سازد.

گرچه مسئولیت اجتماعی بخشی از فعالیتهای محیط زیستی سازمان‌ها به حساب می‌آید اما منطقی است که بپذیریم عملکرد سازمان را تا حد زیادی توسعه و بهبود می‌دهد. که از طریق فرضیات تحقیق نیز به اثبات رسید. در ادامه به ارائه راهکارهای مدیریت و پیشنهاداتی در این زمینه می‌پردازیم:

۱- مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها با توجه به اهمیت زیادی که دارد ولی متاسفانه در ایران به دلایل مختلفی هم‌چون نبود فرهنگ قوی حفاظت از محیط زیست،

نتایج آزمون فرضیه دوم تحقیق که به بررسی تاثیر ابعاد توسعه‌ی محیط زیستی تامین کنندگان بر عملکرد مالی سازمان می‌پردازد حاکی از وجود رابطه منفی بین ارزیابی تامین کننده و عملکرد مالی  $(\beta=0/033, t=0/348)$ ، و رابطه مثبت و معنادار بین مشوق و عملکرد مالی  $(\beta=0/216, t=2/310)$ ، و درگیری مستقیم و عملکرد مالی  $(\beta=0/319, t=4/483)$ ، مشاهده شد. این یافته‌ها با نتایج حاصل از تحقیق (لوپزگونزالز و همکاران، ۲۰۱۹؛ داف<sup>۵</sup>، ۲۰۱۵؛ لین و همکاران، ۲۰۰۹)، مطابقت دارد. این نتایج را این گونه می‌توان تفسیر کرد که ارزیابی تامین کننده در تعیین میزان اجرای برنامه‌های همگام با محیط زیست، احتمالا نیاز به صرف منابع مالی و هزینه‌ای زیادی دارد و نمی‌تواند باعث افزایش و بهبود عملکرد مالی سازمان گردد. هزینه‌هایی که سازمان‌ها برای جمع‌آوری اطلاعات، بررسی فرایندها، حذف روش‌های قبلی و... در سازمان‌های تامین کننده خود متقبل می‌شوند و از سوی دیگر نیازمند درگیری بخشی از منابع انسانی سازمان در این امر می‌باشد هزینه‌هایی را در بر دارد، که توان مالی سازمان را کاهش می‌دهد بنابراین، این بُعد از توسعه‌ی محیط زیستی تامین کنندگان در بهبود و توسعه عملکرد مالی سازمان‌ها تاثیر مثبتی نخواهد داشت. اما رابطه‌ی مثبت و معنادار بین مشوق و درگیری مستقیم بر عملکرد مالی در این تحقیق ثابت شده است. به این معنا که فعالیتهایی که دارای پایه و شالوده‌ی مشوق و تشویق تامین کننده هستند و به درگیری و مشارکت مستقیم تامین کننده در اجرای قوانین و فرایندهای سبز منجر می‌شود به دلیل تاثیر بر افزایش سطح فعالیت‌ها در یادگیری، آموزش، طرح‌ریزی، ایجاد روش‌های نوین، افزایش کیفیت، کاهش چرخه بازیافت مواد، کاهش زباله، افزایش طول عمر محصولات در نتیجه‌ی استفاده از مواد اولیه سالم‌تر، که در نهایت به رضایت مشتری ختم می‌گردد می‌تواند به افزایش عملکرد مالی سازمان منجر شود و منابع مالی فراوانی را

به ادامه رابطه‌ی درازمدت بین تامین کننده - تولیدکننده بیانجامد، که در این صورت اگر اعتماد و اعتبار دوطرف خدشه‌دار نشود، این رابطه می‌تواند ادامه یابد و تا حدی بعضی از هزینه‌های ناشی از تغییر تامین کننده را کاهش دهد و نوعی صرفه‌جوئی اقتصادی بوجود آورد و زنجیره‌ی تامین پایداری را بوجود آورد.

#### منابع:

Azar, A. Gholamzadeh, R, Ghanavati, M (2012). structural path Modeling in management, Application of Smart-PLS Software, Tehran, Neghahe Danesh.

Agan, Y, Kuzey, C, Acar, M.F, Açıkgöz, A (2016). The relationships between corporate social responsibility, environmental supplier development, and firm performance, Journal of Cleaner Production.

Bai, C., Sarkis, J (2010). Green supplier development: analytical evaluation using rough set theory, Journal of clean production.

Blonska, A, Storey, C, Rozemeijer, F, Wetzels, M, Ruyter, K (2013). Decomposing the effect of supplier development on relationship benefits: The role of relational capital, Industrial Marketing Management.

Blome, C, Hollos, D, Paulraj, A (2014). Green procurement and green supplier development: antecedents and effects on supplier performance, International Journal of Production Research.

Bowd, R, Bowd, L & Harris, P (2006). Communicating Corporate Social Responsibility: an exploratory case study of a major UK retail centre, Journal of Public Affairs.

Campbell, J.T, Eden, L, & Miller, S.R (2012). Multinationals and CSR: Does distance matter?, Journal of International Business Studies.

وجود هزینه‌های سنگین سرمایه‌گذاری در این راه و همه‌گیر نبودن این فعالیت‌ها به طور صحیح و کامل اجرا نمی‌شود. با توجه به نتایج مثبتی که از این تحقیق بدست آمد، پیشنهاد می‌شود طرح‌ریزی و اجرای این دست برنامه‌ها در اولویت سازمان‌ها قرار گیرند.

۲- مدیران سازمان‌های تولیدی باید اهمیت، عواقب و نتایج اجرای مسئولیت اجتماعی سازمان را به تمام مدیران داخلی، کارکنان و لزوماً کارکنان عملیاتی گوشزد نمایند، تا اجرای این فعالیت‌ها از طریق یک پذیرش همگانی انجام گردد، که مطمئناً در اینصورت نتایج پربارتری را در پی خواهد داشت.

۳- اجرای فعالیت‌های مربوط به مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها یک رفتار اخلاق‌گرایانه بحساب می‌آید بنابراین با توجه به این‌که از محیط خارج از سازمان‌ها فشارهایی برای پذیرش آن وارد می‌شود، اما اجرای آن اجرای یک قانون محض نیست بلکه احترام به افراد، دولت، قوانین، و مهم‌تر از همه به محیط زیست است. بنابراین لازم است تا کارکنان و کارمندان در این زمینه توجیح شوند که پاداشی که آنها از اجرای این فعالیت‌ها بدست خواهند آورد خارج از جنبه‌ی مادی، جنبه‌ی معنوی نیز خواهد داشت که شاید مهم‌ترین بخش قضیه باشد.

۴- یکی از راه‌های کسب عملکرد بهینه با اجرا و پاسخ‌گوئی اجتماعی سازمان‌هاست، همان‌طور که در نتایج مشخص شد، حضور میانجی توسعه‌ی محیط زیستی تامین کنندگان در این راه سرعت بیشتری به این فرایند خواهد داد. همان‌طور که از نتیجه تحقیق مشخص شده است، جوهره و ذات موفقیت در زنجیره تامین به ارتباط خریدار-تامین کننده وابسته است بنابراین لازم است تا با توجه به این موضوع سازمان‌ها، توسعه‌ی تامین کنندگان خود در ارتباط با محیط زیست را نیز باید در اولویت قرار دهند.

۵- درگیری و اجرای فعالیت‌های محیط زیست، از سوی خریدار- تامین کننده و موفقیت در این راه می‌تواند منجر

- systematic literature review, Supply Chain Management An International journal of.
- Govindan, K, Kannan, D, Haq, A.N (2010). Analyzing supplier development criteria for an automobile industry, Industrial Management Data Systems.
- Ghijsen, P.W. Th, Semeijn, J & Ernstson, S (2010). Supplier satisfaction and commitment: The role of influence strategies and supplier development, Journal of Purchasing and Supply Management.
- Harwood, I, Humby, S, Harwood, A (2011). On the resilience of Corporate Social Responsibility, European Management Journal.
- Henseler, J, Ringle, C.M, Sinkovics, R.R (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing, Advances in international Marketing.
- Hollos, D, Blome, C, Foerstl, K (2012). Does sustainable supplier co-operation affect performance? Examining implications for the triple bottom line, International Journal of Production Research.
- Hooshangi, M, Fazli, S, Mirhoseini, S.S (2015). The Mediation Role of Buyer's Satisfaction in Relationship between Structural Capital with performance. Int. J. Logistics Systems and Management.
- Hooshangi, M, Salehi Sadaghiani, J, Aastaneh, M.R and Amin Afshar, Z (2017). The mediation role of supply chain integration in relationship between employee commitment with organisational performance, Int. J. Business Information Systems.
- Hsueh, C.F (2015). A bilevel programming model for corporate social responsibility collaboration in sustainable supply chain management.
- Kapetanopoulou, P, Tagaras, G (2011). Drivers and obstacles of product recovery activities in the Greek industry, International journal of operation Production management.
- Carter, C.R, Kale, R, Grimm, C.M (2000). Environmental purchasing and firm performance:
- Chin, W.W (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling, In G. A. Marcoulides (Ed), Modern methods for business research, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Dahlsrud, A (2008). How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions, Corporation. Social Responsible Environment Management.
- Dillard, J, Layzell, D (2014). An ongoing journey of corporate social responsibility, Accounting Forum.
- Duff, A (2015). Corporate social responsibility reporting in professional accounting firms, The British Accounting Review.
- Ehrgott, M, Reimann, F, Kaufmann, L, Carter, C.R (2013). Environmental development of
- Fazli, S, AminAfshar, Z (2014). The Role of Drivers on Supply Chain Integration, Asian Journal of Research in Business Economics and Management.
- Fazli, S, Hooshangi, M, Hosseini, S.A (2013). The relationship between relational capital and buyer performance, International Research Journal of Applied and Basic Sciences.
- Fornell, C, Larcker, DF (1981). Evaluating structural equations models with unobservable variables and measurement error, Journal of Marketing Research.
- Friedman, M (1970). The social responsibility of business is to increase its profits, New York Times.
- Gallea, D, Ghobadian, A, Chen, W (2012). Corporate responsibility, supply chain partnership and performance: an empirical examination, International Journal of Production Economic.
- Gimenez, C, Tachizawa, E.M (2012). Extending sustainability to suppliers: a

- Modi, S.B, Mabert, V.A (2007). Supplier development: Improving supplier performance through knowledge transfer, *Journal of Operation Management*.
- Narasimhan, R, Mahapatra, S, Arlbjørn, J (2008). Impact of relational norms, supplier development and trust on supplier performance, *Operation Management Research*.
- Park, B, Chidlow, A, Choi, J (2014). Corporate social responsibility: Stakeholders influence on MNEs' activities, *International Business Review*.
- Park, J, Lee, H, Kim, C (2013). Corporate social responsibilities, consumer trust and corporate reputation: South Korean consumers' perspectives, *Journal of Business Research*.
- Rao, P, Holt, D (2005). Do green supply chains lead to competitiveness and economic performance?, *International Journal of Operation and Production Management*.
- Sen, S & Bhattacharya, C.B (2001). Does doing good always lead to doing better? Consumer reactions to corporate social responsibility, *Journal of Marketing Research*.
- Seuring, D, Müller, M (2008). From a literature review to a conceptual framework for sustainable supply chain management, *Journal of Clean Production*.
- Snider, K.F, Halpern, B.H, Rendon, R.G, Kidalov, M.V (2013). Corporate social responsibility and public procurement: How supplying government affects managerial orientations, *Journal of Purchasing & Supply Management*.
- Sun, W, Cui, K (2014). Linking corporate social responsibility to firm default risk, *European Management Journal*.
- Torres, A, Bijmolt, T.A.H, Tribó, J.A, Verhoef, P (2012). Generating global brand equity through corporate social responsibility to key stakeholders, *International Journal of Research in Marketing*.
- Kiani Mavi, R and Amin Afshar, Z (2017) The relationships between social capital and organisational entrepreneurship at small and medium enterprises of Zanjan province, *Int. J. Business Innovation and Research*.
- Klassen, R.D, Vachon, S (2003). Collaboration and evaluation in the supply chain: the impact on plant-level environmental investment, *Production Operation Management*.
- Kovacs, G (2008). Corporate environmental responsibility in the supply chain, *Journal of Clean Production*
- Krause, D.R, Handfield, R.B & Tyler, B.B (2007). The relationships between supplier development, commitment, social capital accumulation and performance improvement, *Journal of Operations Management*.
- Li, W.J, Zhang, R (2010). Corporate social responsibility, ownership structure and political interference: evidence from China, *Journal of business Ethics*.
- Lin, C.H, V, H.L, Yang, D.Y (2009). The impact of corporate social responsibility on financial performance: Evidence from business in Taiwan, *Technology in Society*.
- López-González, E, Martínez-Ferrero, J, García-Meca E, (2019). Corporate social responsibility in family firms: A contingency approach, *Journal of Cleaner Production*.
- Lorenzoni, G, Lipparini, A (1999). The leverage of inter-firm relationships as a distinct organizational capability, *Strategic Management Journal*.
- Matten, D, Moon, J (2008). "Implicit" and "explicit" CSR: a conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility", *Academic Management*.
- McWilliams, A, Siegel, D.S & Wright, P.M (2006). Corporate social responsibility: Strategic implications, *Journal of Management Studies*.



Zhu, Q, Geng, Y, Sarkis, J, Lai, K.H (2011). Evaluating green supply chain management among Chinese manufacturers from the ecological modernization perspective, *Transportation Research Part E Logistic Transportation Rev.*

Zhu, Q, Lai, K (2019). Enhancing supply chain operations with extended corporate social responsibility practices by multinational enterprises: Social capital perspective from Chinese suppliers, *International Journal of Production Economics.*

Türker, D (2009). Measuring corporate social responsibility: a scale development study, *Journal of Business Ethics.*

Watts, C.A, Hahn, C.K (1993). The supplier development program: an empirical analysis. *International journal of Purchasing Material Management.*

Zeng, S.X, Ma, H.Y, Lin, H, Zeng, R.C, Tam, W.Y.V (2014). Social responsibility of major infrastructure projects in China, *International Journal of Projection Management.*

یادداشت

<sup>۱</sup>Park

<sup>۲</sup>López-González

<sup>۳</sup>Agan

<sup>۴</sup>Blonska

<sup>۵</sup>Seuring & Müller

<sup>۶</sup>Lin

<sup>۷</sup>Kapetanopoulou & Tagaras

<sup>۸</sup>Zhu & Lai

<sup>۹</sup>Ehrgott

<sup>۱۰</sup>Snider

<sup>۱۱</sup>Park

<sup>۱۲</sup>Dillard & Layzell

<sup>۱۳</sup>Harwood

<sup>۱۴</sup>Torres

<sup>۱۵</sup>Zeng

<sup>۱۶</sup>Sen & Bhattacharya

<sup>۱۷</sup>Sun & Cui

<sup>۱۸</sup>Bowd

<sup>۱۹</sup>McWilliams

<sup>۲۰</sup>Dahlsrud

<sup>۲۱</sup>Türker

<sup>۲۲</sup>Watts & Hahn

<sup>۲۳</sup>Narasimhan

<sup>۲۴</sup>Bai & Sarkis

<sup>۲۵</sup>Govindan

<sup>۲۶</sup>Ehrgott

<sup>۲۷</sup>Fuo

<sup>۲۸</sup>Gimenez & Tachizawa

<sup>۲۹</sup>Gallear

<sup>۳۰</sup>Fridman

<sup>۳۱</sup>Klassen & Vachon

<sup>۳۲</sup>Modi & Mabert

<sup>۳۳</sup>Lorenzoni & Lipparini

<sup>۳۴</sup>Carter

<sup>۳۵</sup>Blome

<sup>۳۶</sup>Rao & Holt

<sup>۳۷</sup>Chin

<sup>۳۸</sup>Fazli

<sup>۳۹</sup>Hooshangi

<sup>۴۰</sup>Henseler

<sup>۴۱</sup>Amin Afshar

<sup>۴۲</sup>Fornell & Larker

<sup>۴۳</sup>Kiani Mavi

<sup>۴۴</sup>Hsueh

<sup>۴۵</sup>Duff