

## ارائه مدل سه وجهی مسئولیت اجتماعی سازمان‌های دولتی ایران (رهیافت ایرانی-اسلامی)

منوره سبحانی<sup>۱</sup>، محمد عطایی<sup>۲\*</sup>، غلامرضا معمارزاده<sup>۳</sup>، محمود البرزی<sup>۴</sup>

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری، گروه مدیریت دولتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

<sup>۲</sup> استادیار، گروه مدیریت، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران (عهده‌دار مکاتبات)

<sup>۳</sup> دانشیار، گروه مدیریت، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

<sup>۴</sup> دانشیار، گروه مدیریت، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

تاریخ دریافت: آذر ۱۳۹۹، اصلاحیه: دی ۱۳۹۹، پذیرش: بهمن ۱۳۹۹

### چکیده

پژوهش پیش‌رو با هدف طراحی مدل سه‌وجهی مسئولیت اجتماعی برای سازمان‌های دولتی ایران تحت رویکرد اسلامی انجام شده است. تحقیق، بر حسب هدف توسعه‌ای-کاربردی و بر حسب روش ترکیبی (آمیخته) می‌باشد. جامعه آماری نظام اداری کشور (سازمان‌های دولتی ایران) بوده، نمونه‌گیری به صورت غیراحتمالی و بهره‌گیری از نظرات ۲۰ خبره و جمع‌آوری اطلاعات نیز با استفاده از پرسشنامه می‌باشد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای اس.پی.اس.اس و متلب استفاده شده است. در مرحله اول با استفاده از تکنیک دلفی ۷ بعد و ۲۹ مؤلفه برای مسئولیت اجتماعی سازمانی ارائه شده است. سپس در مرحله دوم تلاش شده است با ایجاد تناسب بین سطوح اخلاقی سازمان و راهبرد سازمان در قبال مسائل عمومی، به درجه اجرای اثرگذار هر یک از ابعاد مسئولیت اجتماعی دست یابیم. نتایج با استفاده از منطق فازی، نشان از آن داشت که تأثیرگذاری رویکرد اخلاقی و استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی سازمانی از طیف پایین به سمت بالا دارای تأثیرگذاری مثبتی بر تمامی ابعاد مسئولیت اجتماعی می‌باشند. در این میان تنها اثرات مورد نظر بر-اساس طیف‌بندی‌ها و حالات مختلف در این دو متغیر بر روی مسئولیت اجتماعی متفاوت می‌باشد.

**واژه‌های اصلی:** مسئولیت پذیری اجتماعی سازمانی، رویکرد اسلامی، استراتژی، سازمان‌های دولتی، روش فازی.

### ۱- مقدمه

ایفا می‌کنند و به تثبیت ارزش‌های جامعه کمک می‌کنند [۱۶]. در واقع از آنجا که سازمان‌های دولتی بر زندگی و سرنوشت تعداد زیادی از انسان‌ها تأثیر جدی دارند [۱۰]، نسبت به شرکت‌های خصوصی مسئولیت بیشتری در راستای نیل به منافع عمومی دارند [۳۷]. این سازمان‌ها به‌عنوان مصرف‌کنندگان منابع کمیاب جامعه، مأموریت و رسالتشان خدمت به جامعه بوده و با جامعه در تعاملی پویا قرار دارند؛ در اثر این رابطه و تعامل است که افراد و اعضای جامعه انتظار دارند تا سازمان در مقابل آن‌ها احساس مسئولیت کند و تنها به فکر منافع سازمانی نباشند، از طرف دیگر این سازمان‌ها نیز می‌خواهند در کانون توجه مردم باشند و نزد مردم، شکل درستی از پوشش سازمانی‌شان ایجاد گردد. سازمان‌های دولتی از آن مردم و مدیران دولتی امین اموال آن‌ها هستند. مدیران دولتی پاسداران اعتماد مردم‌اند پس چنانچه به-جای توجه به منفعت عامه به منفعت شخصی بیندیشند، باعث نارضایتی و بی‌اعتمادی مردم به نهادهای دولتی می‌شوند. همچنین اگر کارکنان دولت، رفتار منفعت‌طلبانه از خود نشان دهند، اعتماد عمومی مخدوش و اعتماد به دولت کاهش یافته [۱۴] و این نارضایتی در کشور، غالباً به مجموعه نظام ارتباط داده می‌شود و موجب بدبین شدن مردم به نظام و

مسئولیت اجتماعی سازمانی که در سال‌های اخیر گسترش یافته، به-عنوان یک مکانیسم خودتنظیم توصیف شده که به‌موجب آن سازمان‌ها را به قبول مسئولیت اخلاقی برای اقدامات خود، کمک به جامعه و کاهش تأثیر منفی فعالیت‌های خود تشویق می‌کند [۳۴]. بازنگری سازمان‌ها در عملکردها و پرهیز از غفلت محیط‌های پیرامون و اهمیت بیشتر به شهروندان، فضا را برای توجه و تأکید بیشتر به محیط، به‌ویژه در سطح اجتماعی فراهم آورده است [۷]. در واقع با توجه به اینکه سازمان‌ها تأثیر زیادی بر سیستم اجتماعی دارند باید فعالیت آن‌ها به-نحوی باشد که هیچ آسیبی به جامعه نرسانند و در صورت آسیب، سازمان مربوطه در صدد جبران برآید [۳۸]. به‌عبارت دیگر سازمان‌ها نباید خود را مستقل از محیط بیرونی خود و به‌اصطلاح «نافته جداافتاده» بدانند، بلکه باید خود را جزئی از یک کل یعنی محیط بیرونی و اجتماع دانسته و اهداف و فعالیت‌های آن‌ها در راستای آرمان‌های اجتماعی و رفاه و آسایش جامعه باشد [۲۵].

سازمان‌های دولتی توجه به منفعت عامه را جهت می‌دهند، و نقش برجسته‌ای در تدوین موضوعات قابل بحث پیرامون مسائل عامه مردم

\*mohamatai@gmail.com

تضعیف کلیت آن نزد افکار عمومی می‌شود [۲۳]. موضوع مسئولیت اجتماعی برای سازمان‌های دولتی، مفهومی نو به‌شمار آمده و اهمیت رعایت آن نزد عموم نیز محرز است. با این تفاسیر ظرفیت در دستور کار قرارگرفتن برای تدوین خط‌مشی عمومی مقتضی را دارا است و این دلالت بر ضرورت موضوع و مسئله دارد که می‌تواند به‌همراه آورنده دستاوردهای مناسبی برای سازمان‌های دولتی باشد. از طرف دیگر باید به این پیش‌فرض توجه داشت که طراحی الگوی مسئولیت اجتماعی در هر کشوری باید با توجه به شرایط و عوامل زمینه‌ای حاکم بر آن صورت گیرد. در ایران به‌عنوان یک کشور در حال توسعه با رویکرد توسعه پاینده بر اساس قانون اساسی، سیاست‌های کلی سند چشم‌انداز و برنامه‌ی ششم توسعه اقتصادی و اجتماعی و فرآیند خصوصی‌سازی ضروری به‌نظر می‌رسد تا بتوان بر مبنای یک مطالعه‌ی تجربی و نتایج حاصل از آن، به درک و توسعه‌ی مسئولیت اجتماعی سازمانی در سازمان‌های دولتی ایرانی کمک کرد. مسئولیت اجتماعی که از الگوهای بسیار موفق در توسعه پایدار و همچنین توسعه اجتماعی و فرهنگی محسوب می‌شود، در کشور ما به‌ویژه از دید حاکمیت مغفول مانده است [۱۵]. با توجه به موارد مذکور و اهمیت مسئولیت اجتماعی در سازمان‌های دولتی، هدف این پژوهش طراحی مدل مسئولیت اجتماعی مناسب سازمان‌های دولتی و منطبق با انتظارات ایرانی-اسلامی است.

## ۲- مسئولیت اجتماعی و اهمیت آن از دیدگاه اسلام

مسئولیت اجتماعی نشان‌دهنده تعهدات سازمان نسبت به جامعه در زمینه اثرات فعالیت‌های سازمان در جامعه بوده و بیشتر جنبه اخلاقی دارد [۸] با پیوند بین سازمان‌ها و اهدافشان با جامعه و توجه به اهداف و مصالح جامعه در منشور هر سازمانی می‌توان جامعه‌ای سربلند و کشوری سرفراز داشت [۶]. مسئولیت اجتماعی سازمانی یک مفهوم وسیع و پیچیده‌ی در حال تکامل مستمر است که نگرش‌ها و ایده‌های متنوعی را در بر می‌گیرد و دامنه و مرزهای مفهومی آن در عمل به‌دلیل فقدان تعریف قوی و جامع عملیاتی مورد بحث و مناقشه است [۳۰]. با این حال در میان تعاریف ارائه شده ویژگی‌های مشترکی وجود دارد؛ مسئولیت اجتماعی یک فعالیت اختیاری است، مسئولیت هر سازمان فراتر از مسئولیت‌های اقتصادی و قانونی است، سازمان‌ها نسبت به تمام ذینفعان خود مسئولند، به‌واسطه تعامل‌شان با جامعه تأثیر زیادی بر جامعه داشته و نسبت به این اثرات نیز مسئولیت دارند [۳۳]. در این تحقیق مراد از مسئولیت اجتماعی سازمان، ایجاد تعادل و توازن میان ابعاد و مسائل مختلف درون و بیرون سازمان است و اینکه سازمان تنها به آنچه در حد قانون وضع شده اکتفا نکرده و ورای قانون، خود را در برابر جامعه مسئول بداند. از آنجا که در جامعه ما سازمان‌ها از تعالیم حیات‌بخش اسلام بهره‌مند هستند، لذا باید در کنار منافع سازمان و مصالح جامعه، حرکت در چارچوب ارزش‌های اخلاقی و دینی اسلام را نیز سرلوحه کار خود قرار دهند به‌طوری‌که هم سازمان به اهداف خود دست یابد و هم جامعه از این عملیات آسیب نبیند و هم اصول و ارزش‌های اسلامی رعایت شوند.

مسئولیت‌پذیری اجتماعی در دیدگاه اسلامی در ارتباط با ارزش‌های دینی اسلامی، باورها و فرهنگ دینی اسلامی مبتنی بر شریعت است که از دل قرآن کریم، احادیث و منافع عموم جامعه در راستای بهزیستی بشر و زندگی پربر و ثمربخش استخراج شده است. در دین اسلام سازمان‌ها همچنین مسئول پاسداشت و حفاظت جامعه هستند [۲۰]. از دیدگاه اسلام، مسئولیت اجتماعی معنای گسترده‌ای دارد که تحت هر شرایطی باید به ارزش حقیقت (تقوا) منتهی شود. هر فرد باید نقش و مسئولیت خود را به‌عنوان بنده خدا، مطابق با اصول و ارزش‌های شرعی ایفا کند [۳۲]. بررسی قرآن، کتب اسلامی همچون نهج‌البلاغه و احادیث بزرگان دین نشان از اهمیت مسئولیت اجتماعی در اسلام دارد. در نظام اسلامی همه اقشار و طبقات در قلمرو کار و مأموریت خود باید مسئولیت‌پذیر باشند. به تصریح قرآن کریم انسان جانشین خداوند بر روی زمین است و از این‌رو خداوند تمام آسمان‌ها و زمین را مسخر وی کرده است<sup>۱</sup>. به‌واسطه این آزادی و اختیار، انسان نسبت به رفتار خود با تمام مخلوقات خداوند مسئولیت دارد تا بتواند شایسته جانشینی خداوند بر زمین باشد [۱۸]. پیامبر اکرم (ص) می‌فرماید: «آگاه باشید همه شما در برابر تعهدات خود مسئولید» [۱۱]. با این حال به‌خاطر ماهیت تعاملات اجتماعی، برخی از اعضای جامعه اقتدار بیشتر و از این‌رو مسئولیت فردی و اجتماعی بیشتری از دیگران دارند [۳۵].

## ۳- راهبردهای مسئولیت اجتماعی

در این کار تحقیقی ضمن شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی با رویکرد ایرانی-اسلامی، در راستای ارائه مدل سه‌وجهی به‌دنبال تلفیق سطوح سه‌گانه توسعه اخلاقی رابینز و راهبردهای مسئولیت اجتماعی سازمانی جونز و جورج<sup>۲</sup> هستیم که کاملاً بدیع به‌نظر می‌رسد. تشریح هر یک از وجوه مذکور در ادامه آورده شده است.

استراتژی یا راهبرد تعیین‌کننده شیوه رسیدن به هدف سازمانی است. برای این‌که بتوان راهبردهای سازمانی را به‌خوبی اجرا نمود باید بستر مناسبی در سازمان مهیا شود [۲۸]. از دیدگاه استراتژیک، سیاست‌های اجتماعی یک سازمان نیاز به مشارکت فعال کل سازمان و به‌طور خاص مدیریت ارشد دارد [۳۶]. امروزه همه مدیران باید به کارهایی دست بزنند که مورد قبول جامعه و منطبق با ارزش‌های آن باشد. سازمان‌هایی که نمی‌توانند خود را با این مهم تطبیق دهند، موفق نخواهند بود [۲۵]. مدیران سازمان‌ها باید دریابند که بدون سعی در تعادل بخشیدن به ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اعتقادی نخواهند توانست سازمانی موفق و توسعه‌یافته داشته باشند [۸]. جونز و جورج معتقدند که سازمان‌ها برای انجام مسئولیت اجتماعی خود از چهار نوع استراتژی می‌توانند استفاده نمایند: کارشکنی، تدافعی، انطباقی و پیش‌فعال.

استراتژی کارشکنی: در این سطح، مدیران کارشکن روشی برای مسئولیت اجتماعی انتخاب نمی‌کنند. در نتیجه این استراتژی

۱ سوره لقمان، آیه ۲۰

۲ Jones & George

- رعایت قواعد و دستورها و هنجارها برای دوری از تنبیهات و نکوهش‌ها
- رعایت قوانین، دستورها و هنجارها به‌خاطر منافع شخصی
- ۲. سطح قراردادی
  - رعایت قوانین، دستورها و انجام وظایف به‌خاطر مورد تأیید بودن نزد نزدیکان و افراد ذیربط
- ۳. سطح فراقراردادی:
  - ارزش نهادن به حقوق دیگران
  - احترام به جامعه [۴].

از آنجا که سازمان‌ها براساس نیازهای اجتماعی ایجاد و به‌عنوان پدیده‌های قدرتمند تأثیرات مثبت و منفی زیادی بر جامعه و نهادها، فعالیت‌ها و فرایندهای آن گذاشته و می‌گذارند، ضروریست نسبت به این تصمیمات و اقدامات اثرگذار خود بر جامعه مسئولیت‌پذیر بوده و ملاحظات اخلاقی را رعایت کنند [۱۹]. مسئولیت اجتماعی سازمان را ملزم می‌سازد تا تعیین کند چه چیزی درست و چه چیزی غلط است و در فعالیت‌هایی که اخلاقی هستند درگیر شود [۹].

در هر جامعه و فرهنگی منشور مدون یا نانوشته‌ای برای اخلاقیات سازمانی وجود دارد و در جامعه ما که سازمان‌ها از تعالیم حیات بخش اسلام بهره‌مندند، منشور سازمانی حاوی آرمان‌ها و اصولی خواهد بود که رضای خدای سبحان سرلوحه همه آن‌هاست و بر اساس این آرمان متعالی تمام وظایف و تکالیف دیگر سازمان که مسئولیت اجتماعی نیز بخشی از آن‌هاست شکل و جهت گیرند [۶]. توجه قرآن و اسلام به اخلاق و تأکید پیامبران و ائمه بر پایبندی به اصول اخلاقی حکایت از نقش مهم آن در زندگی فردی و اجتماعی انسان‌ها دارد. اخلاق لازمه جامعه سالم است و کارکرد و پیامدهای مثبت فردی، سازمانی و اجتماعی دارد. امام علی<sup>(ع)</sup> می‌فرماید: «ارزش هر کاری به اخلاقی بودنش است نه به زیادی آن. هیچ عملی با پرواداری کم محسوب نمی‌شود»<sup>۲</sup>.

#### ۵- روش پژوهش

منظور از این پژوهش این است تا مدلی برای مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی در سازمان‌های دولتی ایران ارائه گردد که بدین‌منظور، در مرحله اول به شناسایی ابعاد و مؤلفه‌هایی برای مسئولیت اجتماعی سازمان‌های دولتی ایران پرداخته می‌شود. سپس در مرحله دوم تلاش شده است با ایجاد تناسب بین سطوح اخلاقی سازمان و راهبرد سازمان در قبال مسائل اجتماعی، به درجه اجرای اثرگذار هر یک از ابعاد مسئولیت اجتماعی دست یابیم.

بدین معنی که با توجه به سطح رعایت اخلاق توسط سازمان دولتی (از پیش قراردادی تا فرا قراردادی)، و نوع استراتژی سازمان در قبال مسائل اجتماعی (از کارشکنی تا پیش‌فعال)، میزان رعایت هر یک از ابعاد تعیین شده‌ی مسئولیت اجتماعی سازمان در مرحله قبل را تعیین خواهیم

سازمان نه تنها اعتبار خود را از دست خواهد داد، بلکه مشکلات عدیده‌ای برای خود و جامعه به‌وجود خواهد آورد.

- استراتژی تدافعی: در این استراتژی تعهد مدیران در سطح حداقل الزامات قانونی است. بدین صورت که مدیران از کارکنان خود می‌خواهند در چارچوب قانون به وظایف خود عمل نموده و مانع آسیب به دیگران شوند.
- استراتژی انطباقی: در این سطح است که نیاز به مسئولیت اجتماعی نمود می‌یابد. مدیران در این سطح می‌پذیرند که اعضاء سازمان باید قانونی و اخلاقی عمل نمایند و همواره بین منافع خود و منافع دیگر ذینفعان تعادل و توازن برقرار نمایند.
- استراتژی پیش‌فعال: در این استراتژی مدیران فعالانه با مسائل اجتماعی برخورد می‌نمایند. در واقع هدف آن‌ها نه تنها بهبود وضعیت سهامداران، بلکه بهبود وضعیت کلیه ذینفعان و کل جامعه است [۲۹].

مدیران سازمان باید یکی از استراتژی‌هایی را که با امکانات سازمان هماهنگی بیشتری دارد و مصالح جامعه و سازمان را در بر دارد، انتخاب نمایند. به‌محض اینکه سازمان راهبردی کلی برای مواجهه با مسائل انتخاب کند، باید روش‌هایی نیز برای انجام هر یک از این راهبردها انتخاب نماید. به دیگر سخن، این راهبرد کلی، یک هدف است و سازمان باید پس از انتخاب هدف به‌دنبال ابزاری مناسب برای رسیدن به آن باشد. به‌منظور تعیین راهبرد کلی سازمان، هر راهبردی که در مورد مسئله‌ای عمومی تدوین شود باید با دیگر راهبردهای سازمان ادغام و همسو گردد. هیچ چیز نمی‌تواند مهم‌تر از گنجانیدن مسائل عمومی در برنامه کلی سازمان باشد. اما هنوز هم اغلب سازمان‌ها به اهمیت این موضوع پی نبرده‌اند [۸].

#### ۴- رویکرد اخلاقی

تغییرات فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و فناوری در دنیای امروز، افراد و سازمان‌ها را به انجام مسئولیت‌های اجتماعی برای کار اخلاقی‌تر و به شیوه‌ای انسان‌دوستانه‌تر سوق می‌دهد. رعایت اخلاق و حفظ ارزش‌های اخلاقی به صورت یکی از مهم‌ترین پدیده‌هایی در آمده است که در بیشتر سازمان‌ها مورد توجه قرار می‌گیرد [۲۱].

اخلاق سازمانی، مسئولیت‌پذیری سازمان در قبال حقوق همه عناصر محیط درونی و بیرونی و رعایت حقوق همه صاحبان حق و ذینفعان است. در واقع از مسئولیت اجتماعی به‌عنوان اخلاقیات فراسازمانی یاد می‌شود چرا که مفهوم مسئولیت اجتماعی را می‌توان از بیشتر نظریه‌های اخلاق استنباط و استخراج کرد [۱۷]. امروزه فعالیت اخلاق‌محور سازمان‌ها به یکی از مهمترین عوامل کسب مشروعیت و حمایت محیطی تبدیل شده و از برجسته‌ترین نشانه‌های تعهد سازمان به مسئولیت اجتماعی خود است [۲۲]. رابینز (۲۰۰۱) سطوح سه‌گانه توسعه اخلاقی را بدین صورت ارائه می‌دهد:

۱. سطح پیش قراردادی:

۳- نهج البلاغه، حکمت ۹۵

		نهج البلاغه: خطبه/۱۷۵، خطبه/۱۷۶، نامه/۳۴	کلی نظام اداری، الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، افق چشم‌انداز بیست ساله
۵	محیط زیست محوری	آیات قرآن: حج/۱۹، هود/۶۱ نهج البلاغه: خطبه/۱۴۳	لایحه الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، برنامه ششم توسعه، افق چشم- انداز بیست ساله
۶	پاسداشت و معنویت ارزش‌های اسلامی	آیات قرآن: روم/۳۰، نهج البلاغه: حکمت/۹۵، خطبه/۱۵۶، خطبه/۱۹۳، نامه/۳۱، نامه/۵۳	لایحه الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت؛ سند چشم‌انداز بیست ساله جمهوری اسلامی ایران
۷	انصاف و عدالت‌محوری	آیات قرآن: نساء/۱۳۵، نحل/۹۰، شورا/۱۵، اعراف/۲۹، یونس/۴۷، نهج البلاغه: خطبه/۱۵، نامه/۵۱، نامه/۵۳ صحیفه سجادیه: باب بیستم/۱۷	لایحه الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت ۱۳۹۲؛ سند چشم‌انداز بیست- ساله جمهوری اسلامی ایران

نمود.

پژوهش، بر حسب هدف، توسعه‌ای-کاربردی و بر حسب روش توصیفی است. برای دستیابی به ترکیب هر یک از ابعاد تعیین شده، از مدل‌سازی سیستم استنتاج فازی و نرم‌افزار متلب استفاده می‌شود (به جهت اینکه اثرات متقابل استراتژی مسئولیت اجتماعی و رویکرد اخلاقی بر هر یک از ابعاد مسئولیت اجتماعی یکسان نیست). جامعه آماری پژوهش نظام اداری کشور (سازمان‌های دولتی ایران) و نمونه آماری به صورت غیراحتمالی (ترکیبی از روش‌های هدف‌دار و قضاوتی) و متشکل از نخبگان امر (متخصصان حوزوی، دانشگاهی و مدیران سازمان‌های دولتی) بوده که به تعداد ۲۰ نفر می‌باشند.

برای جمع‌آوری داده‌ها، از دو پرسشنامه استفاده شده است؛ پرسشنامه شماره یک با توجه به ادبیات و پیشینه موضوع و براساس نظر خبرگان و اجرای فن دلفی درصدد شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی است. پرسشنامه شماره دو نیز به همراه مصاحبه‌های متعدد به منظور عینی‌تر کردن قوانین فازی مورد استفاده در مدل‌سازی، بکار گرفته شده است.

#### ۶- تجزیه و تحلیل داده‌ها

در راستای هدف اول (شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی با رویکرد ایرانی-اسلامی) تلاش شده است بر اساس مبانی نظری و با استناد به قرآن کریم، احادیث و کتب اسلامی و همچنین با استفاده از اسناد، انتظارات، راهبردها، برنامه‌ها و سیاست‌های بالادستی نظام اداری جهت ارائه و تدوین مدل مسئولیت اجتماعی مناسب سازمان‌های دولتی ایران که در خور نظام جمهوری اسلامی است، بهره‌گیریم که جنبه بومی بودن مدل بیشتر جلوه‌گر شود. بر این اساس هفت بُعد برای مسئولیت اجتماعی سازمانی شناسایی شد (جدول ۱).

جدول (۱): ابعاد مورد استفاده در تحقیق

ردیف	ابعاد	منابع و مأخذ	
		رویکرد اسلامی	رویکرد دولتی/ایرانی
۱	پاسخگویی	آیات قرآن: انبیاء/۲۳، حجر/۹۲ و ۹۳ نهج البلاغه: نامه/۵۳	برنامه ششم توسعه، سیاست‌های کلی نظام اداری
۲	اقتصادی	نهج البلاغه: خطبه/۱۵، نامه/۲۰، نامه/۴۱	برنامه ششم توسعه، سیاست‌های کلی نظام اداری، قانون مدیریت خدمات‌کشوری، الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت
۳	حفظ حرمت‌های فرهنگی- اجتماعی	نهج البلاغه: خطبه/۲۷، خطبه/۱۸۴، نامه/۱۹	برنامه ششم توسعه
۴	رعایت حقوق عامه	آیات قرآن: هود/۸۵، قیامت/۳۶	قانون مدیریت خدمات کشوری، سیاست‌های

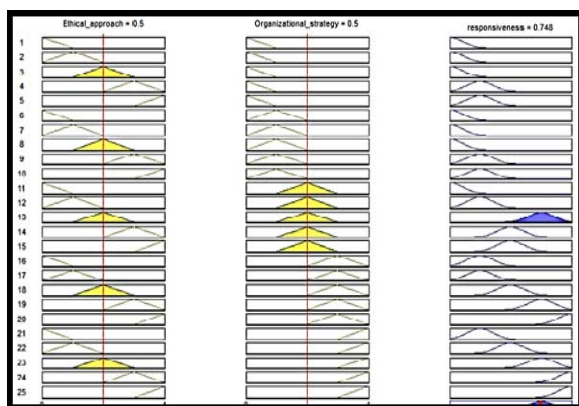
جدول (۲): ابعاد و مؤلفه‌های مورد تأیید خبرگان

ابعاد و مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی سازمانی	
۱- پاسخگویی	<p>۱-۱- ملحوظ داشتن نظر مراجعان و رسیدگی به شکایات مردمی</p> <p>۲-۱- همکاری با نهادهای نظارتی</p> <p>۳-۱- پاسخگویی نسبت به تصمیمات اتخاذ شده سازمانی</p> <p>۴-۱- جلوگیری از تخلفات اداری و کنترل فساد اداری</p>
۲- اقتصادی	<p>۱-۲- کمک به توسعه اقتصادی</p> <p>۲-۲- استخدام نیروهای بومی و محلی</p> <p>۳-۲- ارائه خدمات کم‌هزینه و ارزان</p> <p>۴-۲- عدم اسراف اموال عمومی و دولتی</p> <p>۵-۲- حداقل سازی هزینه‌های سازمانی</p>
۳- حفظ حرمت‌های فرهنگی-اجتماعی	<p>۱-۳- ترویج ارزش‌ها و هنجارهای جامعه در سازمان</p> <p>۲-۳- مشارکت در فعالیت‌های فرهنگی-اجتماعی و بشردوستانه</p> <p>۳-۳- حمایت مالی و غیرمالی از تشکلات مردمی</p> <p>۴-۳- ارج نهادن به فعالیت‌های عام المنفعه و نیکوکارانه</p>
۴- رعایت حقوق عامه	<p>۱-۴- رعایت احترام و تکریم ارباب‌رجوع</p> <p>۲-۴- اهتمام در آگاه‌سازی شهروندان جهت کسب خدمات بهینه از سازمان</p> <p>۳-۴- حفظ اسرار و اطلاعات شهروندان و رعایت حریم خصوصی آنها</p>
۵- محیط زیست‌محوری	<p>۱-۵- اقدامات حفاظتی و پیشگیرانه زیست محیطی</p> <p>۲-۵- اقدامات حمایتی زیست‌محیطی (استفاده صحیح و مسئولانه)</p> <p>۳-۵- اقدامات توسعه‌ای زیست‌محیطی (کمک به آموزش و حفظ منابع برای نسل آینده)</p>
۶- پاسداشت معنویت و ارزش‌های اسلامی	<p>۱-۶- تدوین و آموزش منشور اخلاقی سازمان</p> <p>۲-۶- ایجاد معنویت در سازمان</p> <p>۳-۶- رعایت شئون اخلاقی و ارزش‌های اسلامی</p> <p>۴-۶- توجه به نمادهای فرهنگی و اسلامی</p> <p>۵-۶- تقویت و ترویج ارزش‌هایی چون تقوا، انسان‌دوستی و ... در سازمان</p>

۷- انصاف و عدالت محوری	
۱-۷	برابری و شمولیت (ایجاد فرصت‌های برابر برای شهروندان) رعایت تساوی و نفي هرگونه تبعيض
۲-۷	استقرار شایسته سالاری (در انتخاب کارمندان و مدیران دولتی)
۳-۷	برخورد منصفانه و محترمانه با ارباب رجوع
۴-۷	وجود رویه‌های عادلانه و منصفانه در سازمان
۵-۷	عدالت و انصاف در انتقالات، انتصابات و پرداخت‌ها

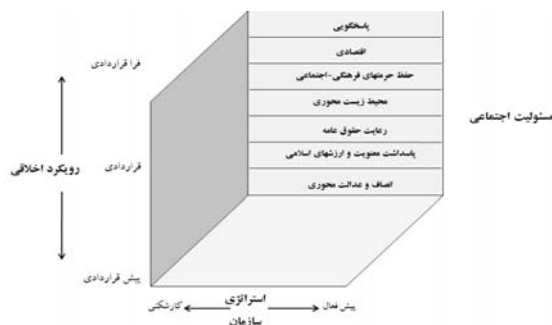
**فازی سازی:** روند تبدیل متغیرهای صریح به متغیرهای زبانی را فازی سازی گویند. در این مرحله متغیرهای کلامی از طریق تعریف توابع عضویت، فازی سازی می‌شوند. به منظور فازی سازی هم برای متغیرهای ورودی و هم برای متغیر خروجی از تابع عضویت مثلثی استفاده گردید. برای ورودی‌ها از تابع عضویت مثلثی با سه سطح کم، متوسط و زیاد بهره گرفته و برای خروجی از پنج متغیر زبانی خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم و خیلی کم استفاده شده است.

**ایجاد پایگاه قوانین فازی:** قواعد استنتاج فازی مجموعه‌ای از قواعد اگر-آن‌گاه هستند که قلب سیستم فازی را تشکیل می‌دهد. هر قانون از دو بخش مقدم (اگر) و تالی (آن‌گاه) تشکیل شده است که بخش تالی همواره یک عبارت اسمی ولی بخش مقدم معمولاً شامل چندین عبارت اسمی (چندین شرط) است که با رابط "و" منطقی با هم مرتبط می‌شوند. این مسئله شامل ۲ ورودی، ۱ خروجی و همراه با ۹ قاعده می‌باشد (البته در زمان تحلیل ۲۵ قاعده در نظر گرفته شد). برای ساخت قوانین، بخش مقدم آن از طریق پرسشنامه در اختیار ۲۰ خبره قرار گرفت و از آن‌ها خواسته شد که با توجه به دانش خود پاسخ دهند. سپس پاسخ‌های خبرگان تجمیع و قوانین فازی تدوین گردید. پس از آن قوانین حاصله در موتور استنتاج وارد و از آن برای تحلیل داده‌ها و مدل سازی استفاده شد. برخی از قوانین فازی به‌عنوان نمونه در شکل ۳ ارائه شده است.



شکل (۳): قواعد فازی میان رویکرد اخلاقی و استراتژی سازمانی در دستیابی به پاسخگویی سازمانی به روش FIS

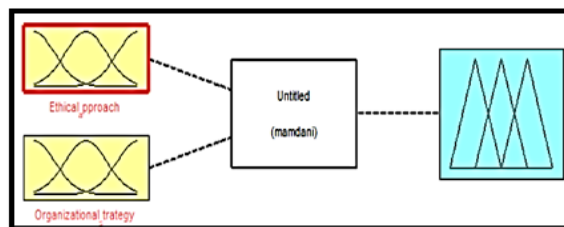
در بخش دوم با ایجاد تناسب بین سطوح اخلاقی سازمان و راهبرد سازمان در قبال مسائل اجتماعی، به دنبال به درجه اجرای اثرگذار هر یک از ابعاد مسئولیت اجتماعی هستیم. با توجه به موارد مذکور، در نهایت به مدل مفهومی سه وجهی زیر دست خواهیم یافت:



شکل (۱): مدل مفهومی تحقیق

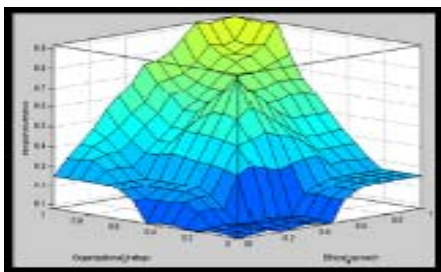
جهت تعیین میزان تأثیرپذیری ابعاد مختلف مسئولیت اجتماعی از دو حوزه استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی سازمان و رویکردهای اخلاقی از سیستم استنتاج فازی استفاده شده است. این سیستم از پنج مرحله تشکیل شده است:

**طراحی اولیه سیستم:** در این بخش متغیرهای ورودی و خروجی تعریف می‌شوند. مدل این تحقیق از نوع چند ورودی و یک خروجی است. متغیرهای ورودی شامل استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی و رویکردهای اخلاقی است. خروجی سیستم نیز ابعاد مسئولیت اجتماعی می‌باشد (شکل ۲).



شکل (۲): سیستم استنتاج فازی FIS

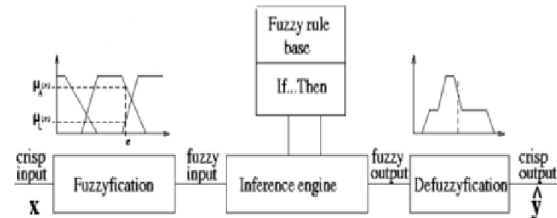
تعهد مدیران از درجه اهمیت بسیار بالاتری نسبت به رویکرد اخلاقی در بین نیروی انسانی سازمان برخوردار می‌باشد. به عبارتی این استراتژی‌ها و عزم مدیران است که می‌تواند سازمان را به سمت یک سازمان پاسخگو و دارای مسئولیت اجتماعی مطلوب سوق دهد. البته لازم به ذکر است که استراتژی‌های سازمانی نیز نمی‌توانند به تنهایی مفید باشند. به طور نمونه می‌توان مشاهده نمود حتی در زمانی که استراتژی‌های سازمانی در حد ایده‌آل خود هستند یعنی در وضعیت انطباقی و پیش‌فعال قرار دارند، اگر رویکرد اخلاقی در وضعیت پایینی باشد باز هم نمی‌توان پاسخگویی مطلوبی را مشاهده نمود.



شکل (۵): نمودار استنتاج فازی اثرات متقابل رویکرد اخلاقی و استراتژی مسئولیت اجتماعی سازمانی با دستیابی به پاسخگویی

❖ اقتصادی: همان‌طور که در شکل ۶ مشاهده می‌گردد تأثیرپذیری مسئولیت‌پذیری اقتصادی به طور چشم‌گیری متأثر از تغییرات جزئی استراتژی‌های سازمانی می‌باشد. به عبارتی روشن می‌گردد که با تحقق استراتژی سازمانی در حدود ۰/۴ به سمت بالا می‌توان موفقیت خوبی را در دستیابی به مسئولیت‌پذیری اقتصادی مشاهده نمود. این درحالی است که اگر در تصویر مربوطه دقت شود مشاهده می‌گردد که رویکرد اخلاقی اگر در بالاترین سطوح خود قرار گیرد یعنی در مرحله بالاتر از ۰/۹ اما استراتژی سازمانی مقدار بالاتر از ۰/۳ را نداشته باشد، مسئولیت‌پذیری اقتصادی بسیار نامطلوب است. اما در حالت عکس مشاهده می‌گردد که با استراتژی سازمانی در حدود ۰/۴ و رویکرد اخلاقی در حدود همان ۰/۴ می‌تواند مسئولیت‌پذیری اقتصادی را تا حدود ۰/۵ حاصل نماید. به عبارتی دیگر یافته‌ها در این بخش مؤید این گزاره است که مسئولیت‌پذیری اقتصادی باید بیش از هر چیزی در سطوح مدیران یا همان در تدوین استراتژی‌های مناسب تعقیب گردد تا قابل دستیابی باشد.

**استنتاج<sup>۴</sup>:** در این پژوهش موتور استنتاج فازی براساس روش ممدانی ایجاد شد. استنتاج مربوط به قسمت نتیجه یا پیامد هر قاعده فازی است. برای سیستم‌هایی که دارای یک خروجی هستند به ازای هر قاعده فازی یک استنتاج انجام می‌شود. شکل ۴ نشان‌دهنده نمای کلی سیستم استنتاج فازی بر اساس روش ممدانی است. در این سیستم ورودی قطعی به ورودی فازی تبدیل و پس از استنتاج، خروجی سیستم که به صورت فازی است، فازی زدایی می‌گردد.



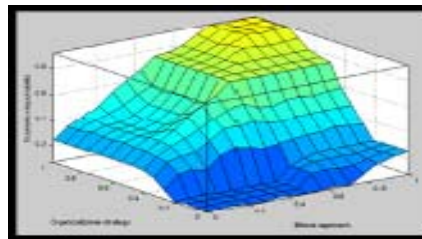
شکل (۴): دیاگرام کلی سیستم استنتاج فازی ممدانی [۱۲]

**نافازی‌سازی:** منظور از نافازی‌سازی تبدیل مجموعه فازی حاصل در خروجی انبوهش به یک مقدار منفرد و دقیق است. این مقدار منفرد مقداری در دامنه تعریف شده برای متغیر خروجی است که نشان می‌دهد با توجه به ورودی، چه مقداری برای خروجی با توجه به سیستم استنباط فازی تعریف شده انتظار می‌رود. نافازی‌سازی با روش‌های مختلفی مانند مرکز جرم، بیشترین درجه عضویت، میانگین-بیشینه و میانگین وزنی امکان‌پذیر است. در این پژوهش جهت فازی‌زدایی از روش مرکز جرم استفاده گردید. این روش مرکز ناحیه زیر منحنی را محاسبه می‌کند. نمودار استنتاج فازی ترکیبی از نمودارهای ارائه شده در این بخش است. این نمودار به صورت همزمان همه بخش‌های یک فرایند استنتاج فازی را نشان می‌دهد. نمودارهای مذکور در ادامه، به تفکیک هر بُعد مسئولیت اجتماعی به شکل کلی و شماتیک نشان داده شده است.

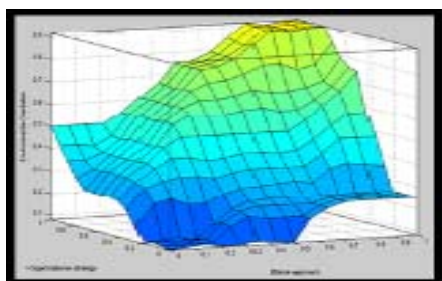
❖ پاسخگویی: در صورت میانه بودن متغیرهای رویکرد اخلاقی و استراتژی مسئولیت اجتماعی سازمانی، مقدار دستیابی به پاسخگویی می‌تواند در حد مطلوبی باشد. همان‌طور که در شکل ۵ مشاهده می‌گردد، در زمانی که استراتژی سازمانی از مقدار عددی ۰ الی ۱، به مقدار بیشتر از ۰/۳ نرسیده باشد، هرچه رویکرد اخلاقی در بین نیروی انسانی بالا باشد حتی به مقدار عددی ۱ نیز افزایش یابد، در عمل نمی‌توان پاسخگویی مطلوبی را در سازمان مشاهده نمود. با افزایش مقدار عددی استراتژی سازمانی به مقدار بالاتر از ۰/۵ یعنی به سمت استراتژی‌های انطباقی و پیش‌فعال می‌توان مشاهده نمود که حتی با مقدار رویکرد اخلاقی ۰/۶ در عمل پاسخگویی از بین ۰ الی ۱ در حدود اعداد ۰/۷ الی ۰/۸ قابل مشاهده خواهد بود. این مهم نشان می‌دهد که برای پاسخگویی سازمان، نگرش و

<sup>4</sup> Implicarion

مسئولیت اجتماعی را در این بعد محقق نمود. به طور روشن‌تر چنانچه سازمان‌ها استراتژی‌های انطباقی و پیش‌فعال را در سازمان تعقیب نمایند، می‌توان انتظار داشت که محیط زیست-محوری در سازمان جاری گردد. همچنین نتایج حاصله دلالت بر آن دارد که حتی اگر رویکردهای اخلاقی در سطح بالا باشند نیز نمی‌توان بدون تدوین استراتژی‌های صحیح، محیط زیست محوری را در یک سازمان تعقیب نمود.

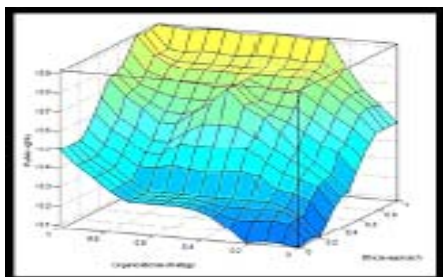


شکل (۶): نمودار استنتاج فازی اثرات متقابل رویکرد اخلاقی و استراتژی مسئولیت اجتماعی سازمانی با دستیابی به مسئولیت اقتصادی



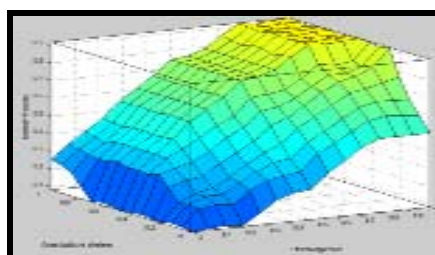
شکل (۸): نمودار استنتاج فازی اثرات متقابل رویکرد اخلاقی و استراتژی مسئولیت اجتماعی سازمانی با دستیابی به محیط‌زیست محوری

❖ رعایت حقوق عامه: مطابق با نظرات خبرگان، این بُعد به‌طور چشم‌گیری متأثر از آن است که رویکرد اخلاقی در سازمان‌ها تعقیب گردد. می‌توان با تحقق رویکردهای اخلاقی قابل قبول، حتی در زمانی که استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی سازمانی در حد ۲۰ درصدی در سازمان محقق شده باشد، حقوق عامه را در سطح قابل قبولی ایجاد نمود. این امر نشان می‌دهد که تأثیرپذیری رعایت حقوق عامه به طور قابل توجهی متأثر از وضعیت گرایش عمومی نیروی انسانی سازمان به برای رعایت اصل می‌باشد. هر چند همان طور که یافته‌ها نشان می‌دهد استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی سازمانی نیز می‌توانند در این زمینه کمک کننده باشند اما در واقع این رویکردهای اخلاقی است که باید در سازمان نهادینه گردند تا بتوان انتظار داشت حقوق عامه به شکل مطلوبی در سازمان رعایت می‌گردد.



شکل (۹): نمودار استنتاج فازی اثرات متقابل رویکرد اخلاقی و استراتژی مسئولیت اجتماعی سازمانی با دستیابی به رعایت حقوق عامه

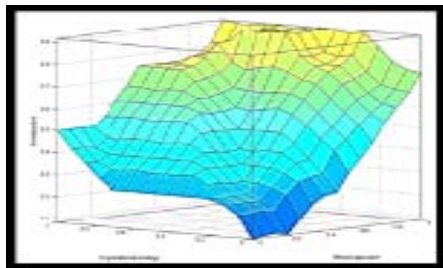
❖ حفظ حرمت‌های فرهنگی-اجتماعی: در این بخش رویکردهای اخلاقی به مراتب اهمیت بالاتری نسبت به استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی سازمانی دارند. بر اساس شکل ۷، این‌گونه استنباط می‌شود که رویکردهای اخلاقی می‌توانند تأثیرگذاری قابل توجهی را در ارتباط با دستیابی به حفظ حرمت‌های فرهنگی-اجتماعی به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی داشته باشند. مهم‌ترین موضوعی که در تبیین این امر می‌توان ارائه نمود آن است که موضوع حفظ حرمت‌های فرهنگی-اجتماعی در مسئولیت اجتماعی بیش از هر چیزی متأثر از مشارکت فعال نیروی انسانی در سازمان‌ها می‌باشد بدین معنی که چنانچه نیروی انسانی تلاش قابل قبولی در راستای رعایت ارزش‌ها و هنجارهای جامعه و فعالیت‌های نیکوکارانه و خیرخواهانه نداشته باشند، نمی‌توان انتظار داشت که حفظ حرمت‌های فرهنگی-اجتماعی در مسئولیت اجتماعی در سازمان به شکل مطلوبی محقق گردد.



شکل (۷): نمودار استنتاج فازی اثرات متقابل رویکرد اخلاقی و استراتژی مسئولیت اجتماعی سازمانی با دستیابی به حفظ حرمت‌های فرهنگی-اجتماعی

❖ محیط‌زیست محوری: جهت‌گیری زیست‌محیطی به‌طور قابل توجهی بستگی به گرایش سازمان به این سمت و سو دارد که این امر از طریق تدوین استراتژی‌های مناسب قابل دستیابی است. یافته‌ها بدین موضوع اشاره دارد که برای تحقق محیط-زیست محوری در سازمان‌ها باید تأکید ویژه‌ای بر روی استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی سازمانی داشت. بر اساس نتایج می‌توان عنوان نمود که در صورت تحقق استراتژی مسئولیت اجتماعی سازمانی در حد ۵۴ درصد، می‌توان





شکل (۱۱): نمودار استنتاج فازی اثرات متقابل رویکرد اخلاقی و استراتژی مسئولیت اجتماعی با دستیابی به انصاف و عدالت محوری

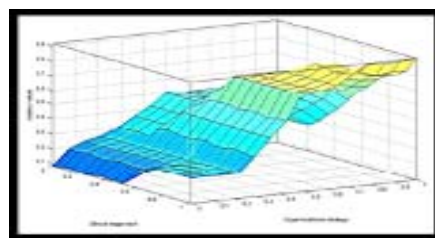
#### ۷- نتیجه‌گیری

این پژوهش درصدد ارائه مدل مسئولیت اجتماعی بر اساس رویکرد ایرانی-اسلامی می‌باشد. در اولین مرحله، هفت بُعد برای مسئولیت اجتماعی سازمانی شناسایی شده (پاسخگویی، اقتصادی، حفظ حرمت-های فرهنگی-اجتماعی، رعایت حقوق عامه، محیط زیست محوری، پاسداشت اخلاق و معنویت، انصاف و عدالت محوری)، سپس بر اساس نظر خبرگان و با استفاده از روش دلفی برای هر بُعد، مؤلفه‌هایی تعیین و تأیید گردید.

نتایج بخش دوم با استفاده از سیستم استنتاج فازی، نشان از آن داشت که تأثیرگذاری رویکرد اخلاقی و استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی سازمانی از طیف پایین به سمت بالا دارای تأثیرگذاری مثبتی بر تمامی ابعاد مسئولیت اجتماعی می‌باشند. در این میان تنها اثرات مورد نظر بر-اساس طیف‌بندی‌ها و حالات مختلف در این دو ورودی بر روی مسئولیت اجتماعی متفاوت می‌باشد. بدین معنی که هر چه رویکرد اخلاقی از سمت سطح پیش‌قراردادی به سمت بالاتر یعنی سطوح قراردادی و فرارقراردادی پیش رود پیامدهای مثبتی در ارتباط با وقوع ابعاد مسئولیت اجتماعی انتظار می‌رود. این مهم در ارتباط با استراتژی‌های سازمانی نسبت به-همین ترتیب است و از پایین به سمت بالا تأثیرات مثبت خواهند بود. به-عبارتی دیگر از سمت رویکرد کارشکنی و رویکرد تدافعی تا به سمت رویکرد انطباقی و رویکرد پیش‌فعال تأثیرات مثبت‌تر خواهند بود.

بررسی سوابق و پیشینه تحقیق حاکی از اینست که پژوهش‌های بسیاری درباره مسئولیت‌پذیری اجتماعی از سوی محققان گوناگون در سراسر جهان به رشته تحریر درآمده است. اما شمار اندکی از این تحقیقات بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی در بخش دولتی و مبتنی بر ارزش‌ها و فرهنگ اسلامی تمرکز نموده‌اند. به دلیل تفاوت‌های فرهنگی و شرایط خاص حاکم بر هر کشور، ارائه یک نسخه واحد مدل مسئولیت اجتماعی سازمانی نمی‌تواند برای تمام کشورها و سازمان‌هایشان کاربرد داشته باشد. در این میان بهره‌گیری از یک مدل بومی، تا حد زیادی خلأهای موجود را پر می‌نماید. در ایران به‌عنوان جامعه‌ای متکی بر ارزش‌های اسلامی ضروریست که سازمان‌ها در کنار منافع سازمان و مصالح جامعه، حرکت در چارچوب ارزش‌های اخلاقی و دینی اسلام را نیز سرلوحه کار خود قرار دهند. در این پژوهش، جهت ارائه و تدوین مدل مسئولیت

پاسداشت معنویت و ارزش‌های اسلامی: بر اساس نتایج حاصله، این بُعد هر چند به طور مستقیم متأثر از رعایت آن توسط نیروی انسانی است اما زمانی محقق می‌گردد که مدیران ارشد و میانی به طور جد این مهم را به‌عنوان یک ارزش واقعی تعقیب نمایند تا بتوان در سازمان شاهد رعایت مسائل مربوط به پاسداشت معنویت و ارزش‌های اسلامی بود. دستیابی به حد متوسطی از پاسداشت معنویت و ارزش‌های اسلامی را می‌توان با گرایش ۵۰ درصدی نسبت به رعایت آن در استراتژی‌های سازمانی و البته به‌طور موازی در حدود ۱۵/۲ درصد در زمینه رویکردهای اخلاقی تعقیب نمود. رعایت پاسداشت معنویت و ارزش‌های اسلامی نیازمند است که در سطوح مدیران از طریق تدوین و اهتمام به رعایت پاسداشت معنویت و ارزش‌های اسلامی در استراتژی‌های سازمانی، توجه شود. با این حال نکته قابل توجهی که باید بدان توجه داشت اینست که بدون رویکردهای اخلاقی، استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی سازمانی نمی‌توانند به تنهایی حدود ایده‌آلی از پاسداشت معنویت و ارزش‌های اسلامی را در سازمان محقق نمایند.



شکل (۱۰): نمودار استنتاج فازی اثرات متقابل رویکرد اخلاقی و استراتژی مسئولیت اجتماعی سازمانی با دستیابی به پاسداشت معنویت و ارزش‌های اسلامی

انصاف و عدالت محوری: در این بخش یافته‌ها دلالت بر آن دارد که هر دو حوزه مورد نظر یعنی رویکردهای اخلاقی و استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی سازمانی از تأثیرگذاری مشابهی در این تحقق انصاف و عدالت محوری برخوردار می‌باشند. در واقع سازمان‌ها می‌توانند با اتخاذ حالت متوسطی از هر دو حوزه، وضعیت نسبتاً قابل قبولی را در سازمان ایجاد نمایند. به‌عبارتی دیگر سازمان‌ها باید استراتژی‌های انطباقی و پیش‌فعال را تعقیب نمایند و در حوزه رویکردهای اخلاقی نیز دو رویکرد قراردادی و فرارقراردادی را اتخاذ نموده تا بتوانند وضعیت قابل قبولی را در این حوزه مشاهده نمایند.

انجام شود. از دیدگاه استراتژیک، سیاست‌های اجتماعی یک سازمان نیاز به مشارکت فعال کل سازمان، و به‌طور خاص مدیریت ارشد دارد، چنانچه پژوهشگران آتی طرح‌هایی در زمینه سازوکارهای جلب مشارکت همه جانبه اعضای سازمان و بخصوص مدیران ارائه دهند، می‌تواند در تحقق و ارتقاء مسئولیت‌پذیری اجتماعی مثمر ثمر باشد.

### منابع و مأخذ

- [۱] احمدی، کیومرث. (۱۳۹۱). طراحی مدلی جهت ارزیابی پاسخگویی اجتماعی سازمانی در سازمان‌های دولتی ایران، رساله دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی قزوین، مقطع دکتری تخصصی مدیریت دولتی.
- [۲] آقایی، محمدعلی، کاظم‌پور، مرتضی. (۱۳۹۵). تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تنوع‌پذیری محصولات بر عملکرد شرکت، دوفصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری، ش ۱، ص ۹۹-۱۲۱.
- [۳] الوانی، مهدی. (۱۳۷۱). مدیریت مسائل عمومی، فصلنامه مطالعات مدیریت بهبود و تحول، ش ۶، ص ۳۶-۲۱.
- [۴] الوانی، سیدمهدی، احمدی، کیومرث. (۱۳۹۲). مفهوم پاسخ‌گویی اجتماعی سازمانی و ضرورت تبیین مؤلفه‌های آن در سازمان‌های دولتی ایران، فصلنامه مدیریت سازمان‌های دولتی، ش ۳، ص ۱۶-۷.
- [۵] الوانی، مهدی، شلوپری، میثاق. (۱۳۹۲). مدیریت مسائل عمومی، مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی، تهران، چاپ اول.
- [۶] ایران‌نژاد پاریزی، مهدی. (۱۳۹۱). مدیریت (در هزاره سوم)، نشر مدیران، تهران، چاپ اول.
- [۷] پورعزت، علی اصغر، طاهری عطار، غزاله، نجاتی آتی بیشه، مصطفی. (۱۳۸۸). چشم انداز اداره دولت و حکومت بر اساس خط مشی‌ها و اسناد راهبردی برخی از انجمن‌های علمی این رشته، نشریه مدیریت دولتی، ش ۴، ص ۳۸-۲۳.
- [۸] جوادی عاملی، عبدالله. (۱۳۹۱). مفاتیح الحیاة، مرکز نشر اسراء، قم، چاپ چهل و سوم.
- [۹] جعفری سوق، عالمه، شهبازی، حامد. (۱۳۹۴). مروری بر الگوریتم‌های استنتاج فازی، چهارمین کنفرانس ملی ایده‌های نو در مهندسی برق، اصفهان، دانشگاه آزاد اسلامی خوارسگان، ۲۰ و ۲۱ آبان.
- [۱۰] حاجیها، زهره، سرافراز، بهمن. (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و هزینه حقوق صاحبان سهام در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پژوهش‌های تجربی حسابداری، ش ۱۴، ص ۱۲۳-۱۰۵.
- [۱۱] دانایی‌فرد، حسن. (۱۳۸۷). چالش‌های مدیریت دولتی در ایران، انتشارات سمت، تهران.
- [۱۲] دریگی، بابک. (۱۳۸۵). همکاری بخش خصوصی و نهادهای مدنی در توسعه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها: گزارشی از کنفرانس توسعه‌ی خاورمیانه و شمال آفریقا، فصلنامه راهبرد، ش ۴۰، ص ۲۸۴-۲۷۱.
- [۱۳] دهنارت، رابرت بی. (۲۰۱۱). نظریه‌های سازمان دولتی، ترجمه سید مهدی الوانی و حسن دانایی‌فرد، انتشارات صفار، تهران.
- [۱۴] رحمان‌سرشت، حسین، رفیعی، محمود، کوشا، مرتضی. (۱۳۸۸). مسئولیت

اجتماعی سازمان‌ها که در خور نظام جمهوری اسلامی باشد، مسئولیت اجتماعی سازمان با تأکید بر ارزش‌های اسلامی در نظر گرفته شده است. در تحقیقات داخلی بیشتر به عوامل اثرگذار بر مسئولیت اجتماعی {سازمان اخلاقی و تأثیر آن بر مسئولیت اجتماعی سازمان در ستاد وزارت جهاد کشاورزی [۲۱]، طراحی مدل عوامل مؤثر بر مسئولیت اجتماعی شرکت ملی نفت ایران [۲۳]، بررسی عوامل مؤثر بر مسئولیت-پذیری اجتماعی شرکت‌ها از دیدگاه اسلامی [۲۰]}، آثار و نتایج مسئولیت اجتماعی {تأثیر مسئولیت اجتماعی بر نوآوری در بنگاه‌ها: دیدگاه مبتنی بر منابع [۲۶]، بررسی عوامل مؤثر بر اثربخشی سازمانی از منظر مسئولیت اجتماعی سازمانی، مطالعه موردی: شرکت‌های تعاونی استان تهران [۲۷]، بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و هزینه حقوق صاحبان سهام در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران [۱۳]، تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تنوع-پذیری محصولات بر عملکرد شرکت [۵]} و یا به مسئولیت اجتماعی و افشاشگری آن در حوزه مالی و حسابداری {ارائه‌ی مؤلفه‌ها و شاخص‌های بُعد اجتماعی مسئولیت شرکت‌ها و وضعیت موجود آن در ایران [۳۰]، مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و پارادایم تحقیقاتی آن در حرفه حسابداری [۳۱]، ارزیابی شاخص افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و بررسی ارتباط این شاخص با عملکرد مالی بانک‌ها در ایران، تحت رویکرد اسلامی [۲۴] پرداخته شده است. در نهایت می‌توان ادعای داشت نوآوری تحقیق حاضر بدین شرح است:

-درنظر گرفتن ویژگی‌های سازمان‌های دولتی و شرایط بومی کشور، جهت شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی -ایجاد تناسب بین سطوح اخلاقی سازمان و راهبرد سازمان در قبال مسائل اجتماعی، و دستیابی به درجه اجرای اثرگذار هر یک از ابعاد مسئولیت اجتماعی جهت ارائه مدل سه‌وجهی نهایی (تلفیق سطوح سه‌گانه توسعه اخلاقی رابینز و راهبردهای مسئولیت اجتماعی سازمانی جونز و جورج که کاملاً بدیع به‌نظر می‌رسد).

با توجه به اهمیت مسئولیت اجتماعی در سازمان‌های دولتی و لزوم گنجاندن مسائل عمومی در برنامه کلی سازمان و تدوین راهبردهای سازمانی در راستای مصالح جامعه، همچنین با توجه به نقشی که اخلاقیات در تحقق مدیریت مسائل عمومی و مسئولیت اجتماعی ایفا می‌کند، پیشنهاد بکارگیری مدل تحقیق حاضر بدین دلیل است که به سه مقوله مهم و اثرگذار مذکور (مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی، اخلاقیات و استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی)، به‌صورت توأمان می-پردازد. توجه به اخلاقیات و ایفای مسئولیت اجتماعی توسط سازمان‌های دولتی، در قالب برنامه‌های راهبردی سازمان از ضروریات عصر حاضر است. چرا که این سازمان‌ها با پیشگامی در این عرصه‌ها، زمینه الگوبرداری دیگر بخش‌های غیردولتی را نیز فراهم می‌سازند. مدل ارائه شده منطبق با انتظارات اسلامی است، پیشنهاد می‌گردد در پژوهش‌های آتی به مطالعه تطبیقی مسئولیت اجتماعی با رویکرد مدیریت غربی

- [۳۱] یگانه، یحیی، برزگر، قدرت‌اله. (۱۳۹۳). مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و پارادایم تحقیقاتی آن در حرفه حسابداری، فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت، ش ۲۲، ص ۱۳۳-۱۰۹.
- [32] Faliza, N., Adam, M., Basri, H., Madjid, M. (2019). **Corporate Social Responsibility in Islamic and Conventional View: A Theoretical Approach**, *KnE Social Sciences*, 3(14), 440-452.
- [33] Ismail, T. (2019). **Does Egyptian Universities Disclosure on Social Responsibility Enhance Sustainable Development?**, *Journal of Humanities and Applied*, Emerald Publishing Limited, 263-279.
- [34] On, A., Iliès, C. (2012). **Social Responsibility in Public Services Organizations The case of Tirgu-Mures Penitentiary**, *Procedia Economics and Finance*, 3, 757 – 762.
- [35] Oswald, F., Mascarenhas, A. J. (2019). **Corporate Ethics for Turbulent Markets**, ISBN:978-1-78756-192-2, eISBN: 978-1-78756-191-5, Publication date, 30 April 2019.
- [36] Sheikh, R., Beise, R. (2011). **Corporate Social Responsibility or Cause-Related Marketing? The Role of Cause Specificity of CSR**, *Journal of Consumer Marketing*, 28(1), 27-39.
- [37] Snider, K. F., Halpern, B., Rendon, R., Kidalov, M. (2013). **Corporate Procurement: How Supplying Government Affects Managerial Orientations**, *Journal of Purchasing & Supply Management*, 19, 63-72. social responsibility and public
- [38] Taboli, H., Baghdadam, G. (2016). **Evaluation of the Role of Political and Communication Skills in Social Responsibility of Managers by the Mediating Role of Strategic Thinking**, *Mediterranean Journal of Social Sciences MCSER Publishing*, 7(4), 323-331.
- اجتماعی؛ اخلاقیات فراسازمانی، تدبیر، ش ۲۰۴، ص ۲۶-۲۲.
- [۱۵] سیدامامی، کاووس. (۱۳۸۹). **اخلاق و محیط زیست (رهیافتی اسلامی)**، انتشارات دانشگاه امام صادق(ع)، تهران، چاپ اول.
- [۱۶] شافعی، رضا، عزیزی، نعمت‌اله. (۱۳۹۲). **مطالعه وضعیت مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی غرب کشور (طراحی یک الگوی ارزیابی)**، رفتار سازمانی در آموزش و پرورش، ش ۲، ص ۲۲-۵.
- [۱۷] **صحیفه سجاده**، ترجمه مهدی الهی قمش‌های، انتشارات اندیشه ماندگار، قم، چاپ اول.
- [۱۸] طالب‌نیا، قدرت‌اله، رجب‌دردی، حسین، خانی‌دلان، امیررضا. (۱۳۹۷). **بررسی عوامل مؤثر بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها از دیدگاه اسلامی**، فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت اسلامی، ش ۲، ص ۲۱۱-۱۸۳.
- [۱۹] عباسی، منصوره، فیضی، طاهره. (۱۳۹۲). **سازمان اخلاقی و تأثیر آن بر مسئولیت اجتماعی سازمان در ستاد وزارت جهاد کشاورزی**، فصلنامه علمی-پژوهشی مدیریت فرهنگ سازمانی، ش ۲، ص ۵۴-۳۳.
- [۲۰] عسگری، ناصر، نیکوکار، غلامحسین، امینی، محمد. (۱۳۹۲). **بررسی رابطه اخلاق اسلامی و رفتار شهروندی سازمانی**، دوفصلنامه علمی-پژوهشی مدیریت اسلامی، ش ۱، ص ۱۳۹-۱۲۳.
- [۲۱] فیاضی آزاد، علی، رحمتی، محمدحسین، خنیفر، حسین. (۱۳۹۶). **طراحی مدل عوامل مؤثر بر مسئولیت اجتماعی شرکت ملی نفت ایران**، مدیریت سرمایه اجتماعی، ش ۲، ص ۱۹۷-۱۸۱.
- [۲۲] قرآن کریم.
- [۲۳] کریمی، غلامرضا، قیومی، زهره، ابراهیمی کردلر، علی. (۱۳۹۳). **ارزیابی شاخص‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی و بررسی ارتباط این شاخص با عملکرد مالی بانک‌ها در ایران (تحت رویکرد اسلامی)**، دوفصلنامه علمی-پژوهشی مدیریت اسلامی، ش ۲، ص ۱۴۹-۱۳۱.
- [۲۴] مشبکی، اصغر، خلیلی، وهاب. (۱۳۸۹). **بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها (وزارت نیرو به‌عنوان مورد)**، جامعه-شناسی کاربردی، ش ۴، ص ۵۶-۳۷.
- [۲۵] مهلوجی، حسین، هندیجانی، رزا، کرمانشاه، علی. (۱۳۸۷). **تأثیر مسئولیت اجتماعی بر نوآوری در بنگاه‌ها: دیدگاه مبتنی بر منابع**، فصلنامه علوم مدیریت ایران، ش ۱۲، ص ۲۹-۱۲.
- [۲۶] **نهج البلاغه**، ترجمه محمد دشتی، چاپ دوم، قم: انتشارات محمد امین.
- [۲۷] نویدی‌نکو، رضا، آریان‌فر، خسرو، هنرمند، هانی. (۱۳۹۱). **بررسی عوامل مؤثر بر اثربخشی سازمانی از منظر مسئولیت اجتماعی سازمانی (مطالعه موردی: شرکت‌های تعاونی استان تهران)**، فصلنامه پژوهش‌های مدیریت، ش ۹۷، ص ۵۴-۴۳.
- [۲۸] هادی‌زاده، اکرم، نظامی‌وند، هوشنگ. (۱۳۹۰). **هم‌آهنگی استراتژی و ارزش‌های سازمانی**، فصلنامه پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین(ع)، ش ۳ و ۴، ص ۵۴-۲۹.
- [۲۹] هاشمی، جلیل، (۱۳۹۰). **مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و نقش دولت در ایجاد آن‌ها**، تدبیر، شماره ۱۸، از صفحه ۴۷ تا صفحه ۵۳.
- [۳۰] یگانه، یحیی، برزگر، قدرت‌اله. (۱۳۹۱). **ارائه مؤلفه‌ها و شاخص‌های بُعد اجتماعی مسئولیت شرکت‌ها و وضعیت موجود آن در ایران**، فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی-فرهنگی، ش ۱، ص ۲۳۴-۲۰۹.