

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۰۹/۲۹

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۱۱/۱۵

شناسایی و ارزیابی مسئولیت‌های اجتماعی سازمان‌ها در قبال ذینفعان داخلی و بیرونی مؤسسسه مطالعات بین‌المللی انرژی

سیدامیر طالبیان^۱ - احمد ملکی^۲ - نجمه عطائی نژاد^۳

چکیده

پایه و اساس رفتار یک سازمان در اجتماع، مسئولیت و پاسخگویی در مورد فعالیت‌ها و تصمیماتی است که در قبال ذینفعان خود انجام میدهد. تداوم این رفتار مسئولانه می‌تواند باعث شکل‌گیری هویتی مشروع و قابل پذیرش از یک سازمان در بین ذینفعان خود و حتی جامعه شود. بنابراین اگر سازمان‌ها، موفقیت و تداوم حیات خود را در گروه مسئولیت و پاسخگویی در برابر محیط اجتماعی، رسمی و ذینفعان خود بینند، در این صورت با رویکردی آینده‌نگرانه، توجه به مسئولیت‌های اجتماعی، نه تنها سیاستی هزینه‌بر تلقی نخواهد شد، بلکه نوعی سرمایه‌گذاری اجتماعی بلندمدت برای سازمان خواهد بود تا از یک طرف سود اقتصادی خود را افزایش داده و از طرف دیگر با رعایت ارزش‌ها و هنجره‌های جامعه، هویتی مشروع در بین ذینفعان خود و جامعه کسب کرده و نیازها و انتظارات آنان را به نحو مطلوبی برآورده کنند. این مقاله به شناسایی و ارزیابی مسئولیت‌های اجتماعی مؤسسسه مطالعات بین‌المللی انرژی، به عنوان یک سازمان دانش‌بنیان که وظیفه انجام پژوهش‌های کاربردی و راهبردی برای صنعت نفت ایران را دارد، در قبال ذینفعان خود می‌پردازد. ذینفعان مؤسسسه به دو گروه عمده شامل ذینفعان داخلی (کارمندان مؤسسسه) و ذینفعان بیرونی که طیف متنوعی را در بر می‌گیرند، شامل می‌شوند. این پژوهش با ترکیب روش‌های کمی و کیفی انجام شده است. از میان روش‌های کمی پیمایش و از میان روش‌های کیفی تکنیک مصاحبه گروهی استفاده شده است. جامعه آماری مطالعه حاضر را ۶۰ نفر از ذینفعان داخلی و ۶۰ نفر از ذینفعان بیرونی تشکیل داده‌اند که با روش نمونه‌گیری غیراحتمالی و نمونه‌های در دسترس انتخاب گردیده‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد ارزیابی کلی همه ذینفعان متوسط می‌باشد. همچنین بر اساس نتایج تحقیق، ایجاد هسته‌های مشورتی در حوزه‌های مختلف مؤسسسه با عضویت نمایندگان ذینفعان و همچنین تشکیل شوراهای برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری با مشارکت ذینفعان می‌تواند به افزایش همسویی و تحقق مطلوب‌تر مسئولیت اجتماعی در قبال آنها شود و در یک فرایند به بهبود وضعیت شاخص‌های مسئولیت اجتماعی مؤسسسه منجر شود.

وازگان کلیدی: مسئولیت‌های اجتماعی، ذینفعان کلیدی، مؤسسسه مطالعات بین‌المللی انرژی.

۱. عضو هیئت علمی مؤسسسه مطالعات بین‌المللی انرژی.

۲. پژوهشگر مؤسسسه مطالعات بین‌المللی انرژی. (نویسنده مسئول) (malaki@iies.net)

۳. پژوهشگر مؤسسسه مطالعات بین‌المللی انرژی.

مقدمه

امروزه یکی از ابزارهای مهم سازمان‌ها در دستیابی به توسعه پایدار، انجام مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی^۱ است. این موضوع به قدری اهمیت دارد که نه تنها در سیستم‌های مدیریت کیفیت ورود کرده و استاندارد مربوط به خود را دارد بلکه در سرآمدی و تعالی سازمان‌ها نیز نقش تعیین‌کننده‌ای بازی می‌کند. لذا سازمان‌هایی که از سنتی بودن قدم فراتر نهاده و به سوی چابکی و تعالی گام برمی‌دارند در حوزه عملکرد خود از این مهم غفلت نمی‌کنند.

بسیاری از صاحبنظران بر این باورند که مدیران باید به کارهایی دست بزنند که مورد قبول جامعه و منطبق با ارزش‌های آن باشد. بنابراین سازمان‌هایی که نمی‌توانند خود را با این مهم تطبیق دهند، موفق نخواهند بود. پیتر دراکر یکی از برگزته‌ترین صاحبنظران مدیریت در این باره می‌گوید که سازمان‌های خصوصی به منظور حفظ مشروعیت خود و بقا در محیط، باید قبول کنند که نقش و وظیفه عمومی و اجتماعی نیز دارند. این نقش اجتماعی از این اصل پذیرفته شده نشأت گرفته که هر فردی مسئول رفتار خود است و چنانچه از طرف وی، خواه به طور عمد و یا غیر عمد، صدمه‌ای به دیگران وارد شود، باید پاسخگو باشد. سازمان‌ها نیز از این مقوله مستثنی نیستند و باید پاسخگوی تأثیرات اجتماعی نامطلوب خود باشند(خلیلی شجاعی و مشبکی، ۱۳۸۹: ۳۸).

همچنین بسیاری بر این عقیده‌اند که سازمان‌ها بایستی اثرات اجتماعی تصمیمات و اعمال خود را در نظر گیرند و مسئولیت عوایب آن‌ها را بپذیرند. لذا سازمان‌های امروزی نه تنها بایستی به اثربخشی سازمانی تکیه کنند، بلکه نیازهای جامعه را نیز باید در نظر گیرند(جلالی نائینی و وکیلی، ۱۳۹۰). در واقع مسئولیت اجتماعی، مسئولیت یک سازمان در مقابل تأثیرات و پیامدهای تصمیمات و فعالیت‌هایش بر جامعه و محیط‌زیست، به طور شفاف و اخلاقی است که مشارکت در توسعه پایدار، شامل بهداشت و رفاه جامعه، در نظر گرفتن انتظارات ذینفعان و تطابق با قوانین و سازگاری با هنجارهای رفتاری بین‌المللی و یکپارچه‌سازی مسئولیت اجتماعی در سراسر سازمان و استفاده از آن در روابط خود را در بر می‌گیرد(امیدوار، ۱۳۹۱: ۴۰).

طرح مسأله

به رغم مطرح شدن مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در سال ۱۹۵۳، تنها در دو دهه اخیر است که بحث مسئولیت اجتماعی مورد توجه جدی‌تر شرکت‌ها و ذینفعان قرار گرفته و امروزه، شرکت‌های بسیاری در راستای این‌که از نظر ذینفعان خود و همچنین جامعه، مسئولیت‌پذیر به نظر برستند، تلاش می‌کنند. مثلاً با ارائه گزارش‌های سالانه‌ی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تلاش می‌کنند تا ارتباط بهتری با ذینفعان کلیدی شرکت‌ها نظیر مشتریان، کارکنان، تأمین‌کنندگان و جامعه برقرار کنند و باعث ارتقای جایگاه و اعتبار شرکت در دید آن‌ها شوند. نتایج پژوهش مؤسسه KPMG در سال ۲۰۱۱ از ۳۴۰۰ شرکت در سرتاسر دنیا که ۲۵۰ مورد از بزرگ‌ترین شرکت‌های اجتماعی خود گزارشی بیانگر آنست که ۹۵ درصد شرکت‌های مذکور از مسئولیت‌های اجتماعی خود گزارشی ارائه می‌دهند که در مقایسه با سال ۲۰۰۸ این گزارشات رشد ۱۴ درصدی داشته‌اند. برای مثال، ۶۰ درصد از بزرگ‌ترین شرکت‌های چین و ۵۸ درصد از بزرگ‌ترین شرکت‌ها در روسیه گزارش مسئولیت اجتماعی خود را منتشر می‌کنند. نتایج تحقیق مذکور حاکی از آنست که انگیزه اصلی برای ارائه گزارش‌های مسئولیت اجتماعی توسط این شرکت‌ها، ارتقای اعتبار و ارزش برند شرکت در جامعه، ملاحظات اخلاقی و افزایش انگیزه کارکنان می‌باشد. به علاوه، شناسایی نیازهای ذینفعان و مدیریت روابط آنان با یکدیگر، منجر به جلب اعتماد ذینفعان شده و سرمایه اجتماعی را برای آنان به همراه دارد که این سرمایه اجتماعی ضمن فراهم آوردن پشتونه فعالیت برای شرکت، ریسک ناشی از فعالیت‌های شرکت را در بلندمدت کاهش می‌دهد. همچنین، اعتماد ایجاد شده در میان ذینفعان می‌تواند باعث کاهش هزینه در برخی از فعالیت‌های شرکت از جمله در ارتباط با تأمین‌کنندگان شود؛ بنابراین، نه تنها انجام مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به لحاظ اخلاقی کاری منطقی است، بلکه چنانچه به درستی انجام شود می‌تواند به لحاظ تجاری و اقتصادی نیز برای شرکت‌ها سودمند باشد (قاسمی و نجاتی، ۱۳۹۲). همچنین بر اساس مطالعات دانشگاه اراسموس در بیش از ۲۰۰ شرکت بزرگ اروپایی در سال ۲۰۰۷ مواردی که بیشترین تأثیر را در راستای ایفای نقش مسئولیت اجتماعی در سازمان داشته‌اند به ترتیب عبارتند از: ۱) جلوگیری از فساد اداری ۲) شفافیت در فعالیتهای تجاری ۳) ایمنی و سلامتی ۴) تغییرات جوی ۵) حقوق کارمندان ۶) زیست بومی ۷) تساوی درآمد و دستمزدهای مناسب و عادلانه ۸) تجارت و تولید مناسب و مطلوب ۹) تعلیم و تربیت ۱۰)

کاهش فقر(رویایی و مهردشت، ۱۳۸۸). همچنین بر طبق نتایج کنفرانس بوآرد، مسئولیت-های اجتماعی برای سازمان دارای مزایای مستقیمی از جمله افزایش ارزش تجاری ، نشان تجاری، دسترسی بیشتر به منابع مالی، نیروی کار سالم تر و ایمن تر، مدیریت ریسک و نظارت مؤثرتر بر امور سازمان، کارکنان مشتاق، وفاداری مشتری، ارتقای اعتماد و اطمینان طرفهای ذینفع و تقویت وجهه عمومی می باشد(کنفرانس بو آرد: گروه کاری ۲۰۰۵ GC به نقل از رویایی و مهردشت، ۱۳۸۸: ۴۵-۴۶).

به طور کلی می توان گفت عدم توجه و پایبندی سازمان‌ها و مدیران به وظیفه و مسئولیت اجتماعی‌شان یکی از مسائل و مشکلاتی است که در دهه‌های اخیر مورد توجه جدی طرفداران توسعه پایدار قرار گرفته است. این موضوع در کشور ما به خاطر شرایط خاص و نیاز به توسعه اجتماعی - اقتصادی و صنعتی از اهمیت بیشتری برخوردار است. به همین دلیل لازم است مدیران، اهداف جامعه و کشور را به عنوان راهنمای خود در تلاش‌هایشان قرار دهند و بین سازمان و اهدافشان با جامعه ارتباط برقرار نمایند. زیرا سازمانها اگر به اهداف اجتماعی خود حرمت ننهند، شکاف بین منافع ذینفعان و سازمان هزینه‌های سنگینی را متوجه سازمانها خواهد کرد.

شناسایی شاخص‌ها و تدوین مسئولیت‌های اجتماعی مؤسسه، بعد از ارزیابی مدل EFQM^۱- که به منظور ارتقای تعالی سازمانی اجرا شده بود- مورد توجه مدیران مؤسسه قرار گرفت. در واقع با عنایت به اینکه معیار هشتم مدل EFQM، تدوین و عمل به مسئولیت-های اجتماعی شرکتی (CSR) است، مؤسسه بر آن شد تا طرحی را تعریف کند تا از این طریق و در اولین مرحله‌ی عمل به مسئولیت‌های اجتماعی و ارائه گزارش‌های سالانه خود در این زمینه، شاخص‌های مسئولیت‌های اجتماعی مؤسسه شناسایی و ارزیابی شوند.

با توجه به موارد ذکر شده و اهمیت ارائه راهکارهای راهبردی به مؤسسه مطالعات بین‌المللی انرژی به عنوان اتاق فکر و همچنین هاب مطالعات و پژوهش‌های راهبردی وزارت نفت، هدف اصلی این مقاله شناسایی و ارزیابی ابعاد و شاخص‌های مسئولیت‌های اجتماعی مؤسسه در قبال ذینفعان(داخلی و بیرونی) خود می‌باشد. به عبارت بهتر در مقاله حاضر این سؤالات دنبال می‌شوند؛ ذینفعان داخلی مؤسسه چه گروه‌هایی را شامل شده و دارای چه ویژگی‌هایی هستند؟ مهمترین ابعاد و شاخص‌های مسئولیت‌های اجتماعی مؤسسه مطالعات بین‌المللی انرژی به عنوان یک نهاد دانش‌بنیان در قبال

۱. معیار هشتم در گواهینامه تعالی سازمانی EFQM به مسئولیت اجتماعی اختصاص دارد.

ذینفعان خود کدامند؟ ذینفعان مؤسسه چه ارزیابی‌هایی از شاخص‌های مسئولیت اجتماعی دارند؟ از دیدگاه ذینفعان، کاستی‌های تحقق مسئولیت اجتماعی در مؤسسه کدامند؟ راهکارهای رفع کاستی‌ها و بهبود مسئولیت اجتماعی مؤسسه کدامند؟

سوابق تجربی

پرداختن به مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی موضوعی نسبتاً جدید است و حتی پیش‌نویس استاندارد مسئولیت اجتماعی نیز در سال ۲۰۰۹ نوشته شده است، لذا سوابق تجربی در این حوزه محدود و مربوط به سالهای اخیر است. البته پیش از تهیه استاندارد مسئولیت‌های اجتماعی پژوهش‌هایی در این زمینه حول موضوع مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی انجام شده است. هرچند که بر تعریف این مفهوم واقعی کاملی وجود نداشته است، تا اینکه نتایج تحقیق Dahlsrud که با استفاده از تجزیه و تحلیل تعاریف مسئولیت اجتماعی صورت گرفت نشان داد که ابهامات در مورد تعریف این مفهوم نیست بلکه در مورد کاربرد اجتماعی آن در زمینه‌های گوناگون است (Dahlsrud, 2006).

در این قسمت به تحقیقاتی که در این حوزه در ایران انجام شده، اشاره می‌شود؛ برای مثال چاوش‌باشی در پژوهش خود به بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی سازمان و اخلاق مدیران پرداخته است با این استدلال که هنگامی که از مسئولیت اجتماعی یک سازمان سخن به میان می‌آید، عملاً ویژگی‌های اخلاقی حاکم بر آن مدنظر است به عبارتی اندیشه پاسخگویی اجتماعی، بر اصل درستی و رعایت اصول اخلاقی و ضوابط حاکم در سازمان استوار است (صالحی امیری، ۱۳۸۹: ۸۹). بر اساس نتایج این پژوهش مدیریت اخلاق مدار با رعایت اخلاق کار و مسئولیت اجتماعی از طریق افزایش مشروعيت اقدامات سازمان، استفاده از مزایای ناشی از افزایش چندگانگی و افزایش درآمد، سودآوری و بهبود مزیت رقابتی، موقفیت سازمان را تحت تأثیر قرار می‌دهد (همان، ۱۰۵). میرکمالی نیز در بی آن بوده تا اصطلاح اخلاق و مسئولیت اجتماعی در مدیریت آموزشی را روشن سازد و نیز مصادیق آن را ذکر نماید (میرکمالی، ۱۳۸۲: ۲۰۱). برخی راهکارهای این تحقیق در راستای اصلاح و بهبود اخلاق و مسئولیت اجتماعی عبارتند از: تعیین ارزش‌های اساسی و اهداف مشترک توسط مدیر سازمان، برقراری روابط انسانی با همکاران و سایرین، بررسی تصمیمات از همه جوانب و در نظر گرفتن منافع و مصالح جامعه در هر تصمیم و اقدام آموزشی و پژوهشی، اعمال عدالت و پرهیز از تبعیض (همان، ۲۱۷-۲۱۹).

رویایی و مهردوست نیز در تحقیق دیگری، نقش مدیران فرهنگی در ارتقای مسئولیت اجتماعی را بررسی نموده‌اند. بر اساس نتایج این مطالعه که به بررسی موردنی مدیران تک پست سازمان صدا و سیما پرداخته، بین نقش مدیران فرهنگی در اهداف اقتصادی، اخلاقی، اجتماعی و زیست محیطی و ارتقاء مسئولیت اجتماعی سازمانی رابطه قوی وجود دارد(رویایی و مهردوست، ۱۳۸۸: ۴۳). خلیلی شجاعی و مشبکی نیز به بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها پرداخته‌اند که بر اساس یافته‌های آنان بین مولفه‌های فرهنگ سازمانی و مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان همبستگی مثبت و بالایی وجود دارد و اینکه مدل ذهنی کارکنان اصلی‌ترین مولفه موثر بر مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان می‌باشد(خلیلی شجاعی و مشبکی، ۱۳۸۹: ۳۷). علاوه بر مطالعات مذکور، در حوزه اجرایی برخی محیط‌های آکادمیک نیز مسئولیت اجتماعی رخنه کرده است برای مثال آکادمی مسئولیت‌های اجتماعی انگلیس چارچوبی را به منظور کمک به افراد و سازمانها در جهت حرکت به سمت کسب و کار مسئولانه طراحی نموده است. این چارچوب ویژگی‌هایی را در بر گرفته است که می‌تواند راهنمای عمل مدیران در نظر گرفته شود. یکی از این ویژگی‌ها شناسایی ذینفعان، ایجاد روابط با ذینفعان داخلی و خارجی و اتخاذ یک دیدگاه استراتژیک نسبت به محیط کسب و کار است(ملاکی، ۱۳۹۲).

شرکتهای نفتی نیز در حوزه مسئولیت‌های اجتماعی بسیار فعال بوده‌اند برای مثال شرکت نگران ارزیابی تاثیر اجتماعی^۱، حقوق بشر^۲، مشاوره عمومی برای پروژه‌های جدید^۳، مشارکت اجتماعی^۴، گزارش نظارت و محک زنی و مشارکت کارکنان و ذینفعان خارجی بر روی موضوع پایداری^۵ را به عنوان مهمترین مقولات در زمینه مسئولیت‌های اجتماعی در دستور کار خود قرار داده است.

انجمن جهانی صنعت نفت و گاز در حوزه مسائل اجتماعی و زیستمحیطی^۶ نیز به عنوان یک نهاد بین‌المللی برای رعایت مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌های نفتی در اجتماعات میزبان فعالیت‌های صنعت نفت و گاز، دستورالعمل‌هایی را تدوین کرده است

-
- 1. Social Impact Assessment
 - 2. Human Right
 - 3. Public Consultation for New Projects
 - 4. Community Involvement
 - 5. Stewardship Reporting and Benchmarking
 - 6. International Petroleum Industry Environmental Conservation Association (IPIECA)

که اعضای انجمن ملزم به رعایت آنها بوده و برای ادامه عضویت باید سالانه گزارش عملکرد خود را در زمینه‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی ارائه دهند. برخی از مهمترین مواردی که این انجمن به عنوان شاخص‌های مسئولیت اجتماعی تعریف کرده است حقوق بشر و اخلاق در صنعت نفت و گاز، ارتباط مردم بومی و صنعت نفت و گاز، ارزیابی تأثیر اجتماعی در صنعت نفت و گاز، استراتژی عمل در جامعه محلی و مشارکت ذینفعان در تدوین و اجرای ارزیابی تأثیر اجتماعی می‌باشند (ملکی: ۱۳۹۱).

نگاهی به تحقیقات انجام شده در حوزه مسئولیت‌های اجتماعی سازمان، نشان می‌دهد که بیشتر مطالعات مذکور به بررسی مسئولیت‌های اجتماعی به عنوان یک متغیر و ارتباط آن با متغیری دیگر پرداخته‌اند. همچنین بسیاری از این تحقیقات در سازمان‌ها یا شرکت‌هایی انجام شده است که ماهیت تولیدی و یا خدماتی داشته است و کمتر موسسه یا سازمانی با ماهیت علمی-پژوهشی به این مهم پرداخته است. علاوه بر این در این تحقیق، شروع کار با شناسایی ذینفعان و توجه به نظرات آنها در خصوص شاخص‌های مسئولیت اجتماعی بوده است. در واقع این مورد وجه تمایز تحقیق حاضر با مطالعات گذشته است چرا که هدف آن شناسایی شاخص‌های مسئولیت اجتماعی در قبال ذینفعان و نیز ارزیابی آنان از وضعیت موجود شاخص‌های مسئولیت‌های اجتماعی در مؤسسه مطالعات بین‌المللی انرژی است.

مبانی نظری پژوهش

تعریف مفاهیم

• تعریف مسئولیت اجتماعی

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر مسئولیت و پاسخ‌گویی به عنوان پایه و اساس رفتار یک سازمان در اجتماع تأکید دارد و ناظر بر چگونگی کسب‌وکار مسئولانه همراه با تولید ثروت است که در فرهنگ یک سازمان نهادینه شده است. به نوعی برای مرکز ترویج حاکمیت و مسئولیت شرکتی، مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها یعنی چگونه می‌توان از طریق کسب‌وکار مسئولانه، ایجاد ثروت نمود. بنابراین، رفتارهای تجاری شرکت حوزه کارکنان، مشتریان، پیمانکاران، محیط‌زیست و جامعه را دربرمی‌گیرد. بنابراین یک رابطه برندۀ-برندۀ و خلق ارزش مشترک هم برای جامعه و هم برای بنگاه، زیربنای مفهومی موضوع مسئولیت

شرکتی است و موفقیت کسب و کار با پیشرفت جامعه متصل بوده و رابطه مستقیمی میان این دو است (امیدوار، ۱۳۹۱: ۱۶) تعاریف گوناگونی برای مسئولیت اجتماعی شرکتی مطرح شده است که خلاصه‌ای از آنها در جدول شماره (۱) انعکاس یافته است.

جدول ۱. مقایسه تعاریف مسئولیت اجتماعی در میان نظریه‌پردازان

نظریه پرداز	تعریف
دیس و ابراهیم (۱۹۹۳)	فعالیت اجتماعی سازمان با هدف پاسخگویی به نیازهای جامعه (برآون و پگی، ۲۰۰۱).
إندرلی و تاویس (۱۹۹۸) ^۱	خط مشی و تکنیکی و رای اجبارات قانونی آن و به منظور سوددهی برای کل جامعه (همان).
لرنر و فریکل (۱۹۸۸)	سازگاری فعالیتها و درآمد سازمان با انتظارات و ارزشهای جامعه (همان).
خوری و همکاران (۱۹۹۹)	ارتباط مسئولانه شرکت با کلیه ذینفعانش می‌باشد، که این شامل مشتریان، کارکنان، صاحبان یا سرمایه‌گذاران، دولت، تامین‌کنندگان و رقبا هم می‌شود.
کارول و بوخهلتس (۲۰۰۰)	بر اساس این ایده افراد عملکردهای خود را در یک سیستم اجتماعی کلی در نظر می‌گیرند و خود را در قبال تأثیرات اقداماتشان در هر کجای سیستم مسئول می‌دانند.
کمیسیون اروپا (۲۰۰۲)	به موجب آن، شرکتها دغدغه‌های زیست محیطی و اجتماعی را در عملکردهای کسب و کارشان و در تعامل خود با ذینفعان به صورت داولطبانه ادغام می‌کنند.
اسمیت (۲۰۰۳)	فرایند ایجاد ثروت، ارتقای مزیت رقابتی شرکت و حداکثر کردن ارزش، از ثروت ایجاد شده برای جامعه می‌بیند.
فرن چو ساورد ^۲	وظیفه‌ای است بر عهده موسسات خصوصی، به این معنا که تاثیر سوء بر زندگی اجتماعی که در آن کار می‌کنند، نگذارند. همچنین وظیفه ای است مبتنی بر مشارکت مبتنی در زندگی افراد. (فلمنیگ، ۲۰۰۲، به نقل از خلیلی شجاعی و مشبكی، ۱۳۸۹: ۴۳).
امیدوار و آندرو	عموماً به شیوه‌ای از تجارت و نیز خلق ارزشهای اجتماعی اطلاق می‌شود که مطابق و حتی فراتر از الزامات قانونی و اخلاقی عمل می‌کند و خواسته‌های عمومی و اقدامات قانونی در پاسخگویی به ارزشهای گروههای ذینفع را در نظر می‌گیرد (امیدوار، ۱۳۸۶ و آندرو ۱۳۸۹).

1. Enderle and Tavis
2. French & Saword

به طور کلی می‌توان و با توجه به تعاریف ذکر شده می‌توان گفت که منظور از مسئولیت اجتماعی این است که سازمان‌ها تأثیر عمده‌ای بر سیستم اجتماعی دارند و لذا فعالیت‌های آنها باید به گونه‌ای باشد که در اثر آن زیانی به جامعه نرسد، و در صورت رسیدن زیان، سازمان‌های مربوط ملزم به رفتار مسئولانه در قبال آن و جبران خسارات ناشی از آن باشند. به عبارت دیگر، سازمان‌ها باید خود را مستقل از محیط بیرونی خود و به اصطلاح «تافته جدا باfte» بدانند، بلکه باید خود را جزئی از یک کل یعنی محیط بیرونی و اجتماع بدانند و باید اهداف و فعالیت‌های آنها در راستای آرمان‌های اجتماعی و رفاه و آسایش جامعه باشد. همان‌طور که در جدول شماره (۱) ملاحظه می‌شود وجه تشابه تعاریف اشاره شده تلاش برای کاهش اثرات منفی و جلب رضایت بیشتر ذینفعان و جامعه و نیز سودآوری برای سازمان است.

• تعریف ذینفع

یکی از مهمترین عناصر تعریف مسئولیت اجتماعی مفهوم ذینفع می‌باشد. ذینفع شخص یا گروهی است که سهم یا سودی در هرگونه فعالیت یا تصمیم یک سازمان دارد(امیدوار، ۱۳۹۱: ۳۹). ذینفعان افراد یا سازمانهایی هستند که به نوعی از پروژه/سازمان متأثر می‌شوند و می‌توانند تقویت‌کننده یا مانع موفقیت پروژه/سازمان شوند. به بیان دیگر ذینفعان افراد یا گروههایی هستند که برای رسیدن به بخشی از اهداف یا نیازهای خود به پروژه/سازمان وابسته‌اند و پروژه/سازمان نیز به نوبه خود به آنها وابسته است و از آنها تأثیر می‌پذیرد(Bourne, ۲۰۰۵، به نقل از حججی، ۱۳۸۸). لازم به ذکر است که شناسایی و مشارکت با ذینفعان، از اصول مسئولیت اجتماعی است. یک سازمان باید تشخیص دهد چه اشخاص و گروههایی از تصمیمات و فعالیت‌هایی تأثیر می‌پذیرند، تا از این طریق بتواند پیامد فعالیت‌هایی را درک کند و به مهار پیامدهای منفی بپردازد. اگرچه ذینفعان می‌توانند به سازمان در شناسایی و درک درجه‌ی اهمیت مسائل مربوط به تصمیمات و فعالیت‌های آن، کمک کنند، اما نمی‌توانند جایگزین جامعه در معنای وسیع‌تر آن در تعیین هنجارها و انتظارات اخلاقی مورد انتظار شوند. حتی ممکن است یک مسئله خاص که مربوط به مسئولیت اجتماعی سازمان است، صریحاً توسط ذینفعان شناسایی نشده باشد.

بنابراین بر مبنای تعاریف فوق، ذینفعان موسسه در دو گروه کلی ذینفعان داخلی و بیرونی شناسایی شدند. ذینفعان داخلی شامل مدیران موسسه، مشاوران ریاست موسسه،

اعضای هیئت علمی کارمندان(پژوهشگران و کارکنان اداری) و ذینفعان بیرونی هم شامل ستاد وزرات نفت، کارفرمایان، مجریان، مشاوران و همکاران بیرونی، اساتید و شرکت‌کنندگان در کلاس‌های آموزشی، کاربران سایت و مراجعین کتابخانه و متخصصان حمایت از پایان نامه. در این قسمت توضیح کوتاهی در خصوص هرکدام از گروه‌های ذینفع ارائه می‌گردد:

- ستاد وزرات نفت

وزارت نفت از دو جهت مهمترین ذینفع بیرونی موسسه بشمار می‌رود؛ یکی از اینکه وزارت نفت و شرکت‌های تابعه آن کارفرمایان طرح‌ها و پروژه‌های موسسه هستند و دیگر آنکه موسسه سازمانی است وابسته به وزارت نفت که فلسفه وجودی آن پاسخگویی به نیازهای ستاد وزارت نفت و شرکت‌های تابعه می‌باشد.

- کارفرمایان

کارفرمایان به عنوان یکی از ذینفعان قدرتمند که تاثیر زیادی بر فعالیت‌های موسسه دارند، شناخته می‌شوند هستند آنها عموماً خواهان انجام پروژه‌ها و طرح‌های مطالعاتی بر مبنای نیازهای خود هستند.

- مجریان، مشاوران و همکاران بیرونی

این گروه نیز در قالب پروژه‌ها با موسسه همکاری دارند و در کیفیت و کمیت پروژه تأثیرگذار هستند و موسسه نیز با فعالیتهای خود مثل پرداخت به موقع به تعهدات مالی و ... بر آنها تأثیر گذار است.

- اساتید دوره‌های آموزشی

اساتیدی که در طول سال و در حوزه‌های مختلف به تدریس دوره‌های آموزشی مورد نیاز صنعت نفت در موسسه می‌پردازنند، در زمرة ذینفعانی قرار می‌گیرند که کمتر تأثیر می‌پذیرند و بیشتر به عنوان یک گروه تأثیرگذار از آنان یاد می‌شود.

- شرکت‌کنندگان در کلاس‌های آموزشی و مراجعین کتابخانه

این دو گروه نیز به عنوان ذینفعان بیرونی به مراتب تأثیرگذاریشان کمتر از تأثیرپذیریشان است.

- کاربران سایت

کاربران سایت موسسه محققین، پژوهشگران و دانشجویانی هستند که در جست و جوی مطالب مرتبط با حوزه‌ی انرژی هستند.

- مقاضیان حمایت از پایان نامه

این گروه را دانشجویان کارشناسی ارشد یا دکترای دانشگاه‌های کشور تشکیل می‌دهند. از آنجایی که این دسته از راهنمایی‌های اساتید موسسه جهت نگارش پایان‌نامه خود بهره می‌گیرند، تأثیر پذیری بالایی از موسسه دارند. در ضمن از آنجایی که نتایج پژوهش‌های دانشجویان بعدها در سایر طرح‌های موسسه بکارگرفته می‌شود، در دراز مدت بر فعالیت‌های تأثیرگذار خواهند بود.

- ذینفعان داخلی موسسه:

مدیران موسسه، مشاوران ریاست موسسه و اعضای هیئت علمی و کارمندان(پژوهشگران و کارکنان اداری و خدماتی) از مهم‌ترین ذینفعان داخلی هستند. بعد از شناسایی ذینفعان، آنها بر اساس سه فاکتور قدرت، نزدیکی و فوریت اولویت‌بندی شده‌اند. منظور از قدرت، توانایی تأثیر و تغییر در پروژه است که می‌تواند به عنوان یک عامل محدود‌کننده یا فعال‌کننده در پروژه تأثیر بگذارد. نزدیکی نیز به معنای درگیری در پروژه به طور غیرمستقیم و مستقیم است و فوریت به مفهوم میزان ضرورت و حساسیت نیاز پروژه به یک ذینفع است(حججی، ۱۳۸۸). نتایج اولویت‌بندی ذینفعان که با استفاده از نمره میانگین آنها در سه معیار فوق تعیین شده بتفصیل در قسمت یافته‌ها توضیح داده می‌شود.

• تعریف استاندارد مسئولیت اجتماعی

استاندارد مسئولیت اجتماعی سازمانها یکی از آخرین استانداردهای مدیریتی است که توسط سازمان بین‌المللی استاندارد تحت عنوان "ایزو ۲۶۰۰۰" تدوین و منتشر شده است که هدف از آن ارائه خدمات مناسب به مشتریان و احساس مسئولیت سازمان‌ها در قبال مردم است. این استاندارد شامل راهنمایی‌های است و الزامات را در بر نمی‌گیرد(امیدوار، ۱۳۹۱: ۱۳). این استاندارد بین‌المللی، تأکید ویژه‌ای بر نتایج و پیشرفت‌های مربوط به اجرای مسئولیت اجتماعی دارد. همچنین، این استاندارد بین‌المللی با هدف مقید بودن برای تمامی سازمان‌ها اعم از خصوصی، دولتی، غیرانتفاعی، بزرگ یا

کوچک فارغ از اینکه در کشور توسعه یافته فعالیت می‌کنند یا در کشور در حال توسعه، تدوین شده است. تمام موضوعات اصلی مطرح شده در این استاندارد، موارد گوناگونی را در بر می‌گیرند و این مسئولیت خود سازمان است که با در نظر گرفتن ملاحظات سازمانی و گفتگو با ذینفعان، تشخیص دهد کدام مسائل مهمتر هستند و در ارتباط بیشتری با حوزه‌ی فعالیت آن قرار دارند(امیدوار، ۱۳۹۱: ۲۲).

ادبیات نظری پژوهش

مدل‌های گوناگونی در حوزه مسئولیت‌های اجتماعی مطرح شده‌اند. از مهمترین آنان می‌توان به مدل‌های کارول، لانتوس، وود، SAC¹ و مدل تعالی سازمانی اشاره نمود. کارول² ابعاد مختلفی از مسئولیت اجتماعی شرکتها را به منظور ارائه یک مدل با هم ترکیب کرده است. کارول مسئولیت‌های اجتماعی هر بنگاه را در ۴ بعد مطرح کرده که عبارت از؛ مسئولیت اقتصادی، قانونی، اخلاقی و نوعدوستانه می‌باشد. به عقیده کارول مسئولیت اقتصادی مهمترین بعد است، زیرا یک سازمان می‌بایست به منظور ابقاء خود در بازار و منفعت رسانی به جامعه، سودآوری و بهره‌وری داشته باشد(لانتوس، ۲۰۰۱). مسئولیت قانونی که در درجه کمتری از بعد قبلی قرار دارد، نشان دهنده این اصل است که هر کسب و کار مستلزم پیروی از قوانین و مقررات تعیین شده برای صلاح همگان است. مسئولیت اخلاقی نیز به عنوان انتظارات جامعه از سازمان و مبتنی بر این است که سازمان، ارزشها و هنجارهای جامعه را مدنظر داشته و به آنها احترام بگذارد و فراتر از چارچوب قوانین مكتوب می‌باشد(جمالی و میرشاک، ۲۰۰۶). مسئولیت نوعدوستانه، تلاشی داوطلبانه از سوی سازمان به منظور رسیدگی به مسائل و مضلات جامعه است. این مسئولیت یعنی صرف نظر کردن از پول و زمان در جهت خدمات، همکاری‌ها و کمکهای داوطلبانه که اکثر بحث و جدلها در مورد مشروعيت و حد و مرز مسئولیت اجتماعی شرکتها، روی همین موضوع تکیه دارد. کارول معتقد است دیدگاه مسئولیت‌های بشردوستانه طرفداران بیشتری نسبت به رفاه عمومی دارد، چرا که بصورت داوطلبانه است و افراد بیشتری در آن سهیم هستند و احتمالاً کمکهای مؤثرتری هم اهدا می‌شود؛ در حالی که کمکهای حکومتی مؤثر نیستند و بدليل وجود تشریفات اداری و لزوم طی مراحل قانونی سرعت اعطای آن کمک‌ها بسیار پایین است.

1. Social Anchored Competencies
2. Archie Carroll

لانتوس نیز مسئولیت اجتماعی شرکت را به مسئولیت اجتماعی اخلاقی شرکت، مسئولیت اجتماعی بشردوستانه شرکت و مسئولیت اجتماعی استراتژیک شرکت تقسیم کرده است. مسئولیت اجتماعی اخلاقی شرکت، توقعی است از شرکتها تا به منظور جلوگیری از خدمات و آسیب‌هایی که می‌تواند در نتیجه فعالیت‌های آنها به دیگران و جامعه وارد شود، اخلاقاً مسئول باشند. مسئولیت اجتماعی بشردوستانه شرکت؛ یک نگرانی واقعی و توجه اختیاری است. مسئولیت اجتماعی استراتژیک شرکت؛ وقتی است که یک شرکت متعهد می‌شود فعالیت‌های خدمات اجتماعی معینی که اهداف استراتژیک کسب و کار را به انجام می‌رساند به پیش ببرد. بنابراین، برطبق نظر لانتوس، مسئولیت اجتماعی شرکت بایستی بر دو مفهوم مرکز کند: ۱) جلوگیری از آسیبها و صدماتی که می‌تواند در نتیجه فعالیت‌های شرکت باشد (۲) انجام اهداف استراتژیک کسب و کار (سیفوول، ۲۰۰۶).

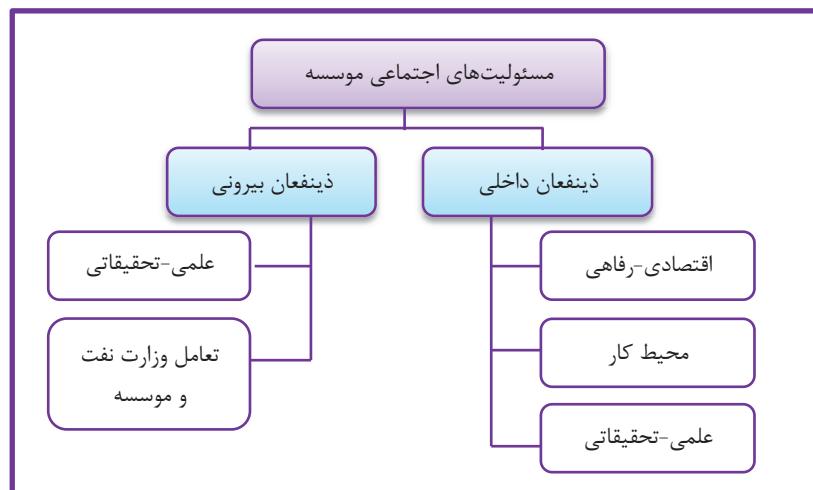
بر اساس نظر وود، عملکرد اجتماعی شرکت محصول رعایت اصول اساسی مسئولیت اجتماعی شرکت است. این مدل پیشرفت زیادی در تحقیقات مسئولیت اجتماعی به دنبال داشته است. مسئولیت پذیری بر اساس مدل وود یک بعد عملی را شامل می‌شود که به اجزای دستوری و انگیزشی مکمل برای مسئولیت پذیری اجتماعی نیاز دارد. پیامدهای رفتار شرکت، منافع مستقیم و واضح در ارزیابی مسئولیت اجتماعی شرکت محسوب می‌شود. مطابق مدل وود، پیامدها به سه نوع: اثرات اجتماعی، رفتار شرکت و برنامه‌ها و رویه‌های توسعه یافته توسط شرکت برای ابعاد اجتماعی و منافع ذینفعان، قابل تقسیم‌اند که شرکتها برای اجرای مسئولیت پذیری بکار می‌برند (وود، ۱۹۹۱).

مدل SAC به ارائه یک چهارچوب مفهومی برای ارزیابی تأثیر عملکردهای تجاری یک شرکت بر روی ذینفعان می‌پردازد که از طریق تجزیه و تحلیل و ایجاد شایستگی‌های مورد نظر جامعه انجام می‌گردد که این شایستگی‌ها می‌توانند هم به جامعه سود برساند و هم سودآوری شرکت را افزایش دهد. در واقع شرکتها به وسیله‌ی یکپارچه‌سازی شایستگی‌های مورد نظر جامعه با فعالیت‌های خود، می‌توانند محصولات و خدمات جدید یا توسعه یافته، فرایندهای تولید کاراتر، شهرت بیشتر و هویتی برای نام تجاری خود ایجاد کنند. در بسیاری از شرکتها یک ناهمسویی شدید میان کسبوکار، استراتژی‌های CSR و عملکردها وجود دارد. این ناهمسویی اغلب منجر به تخصیص منابع کمیاب شرکت به برنامه‌های مسئولیت اجتماعی می‌شود که کمترین منفعت را به ذینفعان و کسب و کار می‌رساند و یا حتی بدتر از آن به تصمیماتی می‌انجامد که شهرت شرکت را خدشه‌دار می‌سازند (O'Brien, 2001).

مدل تعالی سازمانی نیز به عنوان یکی از مدل‌های مطرح در شناسایی مسئولیت‌های اجتماعی شامل ۵ بعد می‌باشد. این پنج بعد عبارتند از : رهبری و فرآیندهای درون سازمانی، جامعه و کشور، محیط زیست، محیط کار و بازار و صنعت. در این خصوص توجه به چگونگی اطلاع‌رسانی و تعامل با ذینفعان و چگونگی ارتباطات آنها با شرکت از اهمیت زیادی برخوردار می‌باشد) سازمان گسترش و نوسازی، ۱۳۹۰).

بر این اساس، شرکت‌ها موفقیت و تداوم حیات خود را در گرو مسئولیت در برابر محیط اجتماعی می‌بینند. در این صورت با رویکردی آینده‌نگر، مسئولیت اجتماعی، نه تنها سیاستی هزینه‌بر تلقی نخواهد شد، بلکه نوعی سرمایه‌گذاری انسانی و اجتماعی تلقی می‌شود. در اینجاست که کارایی اقتصادی، تنها مسئولیت شرکت تلقی نمی‌شود. همان گونه که شرکتها با تولید، خدمات و ... خود جامعه را تحت تأثیر قرار می‌دهند، جامعه نیز شرکت‌ها را ملزم به احساس مسئولیت در برابر عملکرد خود می‌کند تا علاوه بر تولید و خدمات مطلوب، ملاحظات اجتماعی را نیز رعایت کنند. جامعه انتظار دارد که شرکت‌ها در نحوه برنامه‌ریزی‌ها و اجرای عملکردشان بتوانند یک رابطه کلان - بخشی برقرار سازند و آن را مدیریت کنند؛ به گونه‌ای که گسترش و توسعه یک بخش، عدم توسعه بخش دیگر را به دنبال نداشته باشد و تعارض‌ها و گسیختگی‌ها، هزینه‌هایی را به سایر بخش‌ها تحمیل نکند) سازمان گسترش و نوسازی، ۱۳۹۰).

با توجه به ارزیابی مدل‌های موجود، در ابتدا مدل تعالی سازمانی که به‌نوعی دربردارنده شاخص‌های سایر مدل‌ها نیز می‌باشد به عنوان مدل پایه انتخاب شد. در مرحله بعد، شاخص‌های مطرح در استاندارد مسئولیت اجتماعی(ISO 26000) و همچنین شاخص‌های مسئولیت اجتماعی موسسه که در مطالعات اکتشافی شناسایی شدند به مدل اولیه اضافه شد که در شکل شماره ۱ مشاهده می‌شود. در واقع با توجه به ماهیت علمی-پژوهش مؤسسه، شاخص‌های مرتبط با حوزه علم و تحقیقات و نیز بعد ارتباط متقابل موسسه با وزارت نفت به منظور تأمین نیازهای صنعت نفت به مدل انتخاب شده افزوده شد. لازم به ذکر است برخی از ابعاد مدل تعالی سازمانی که ارتباط وثیقی با فعالیت‌های مؤسسه و ذینفعان آن نداشتند حذف گردیدند. در نهایت و با استناد به موارد مذکور، مدل نظری زیر مبنای پژوهش حاضر قرار گرفته است که کاملاً متفاوت با مدل تعالی بوده و مدلی خاص برای موسسه می‌باشد.



شكل ۱. مدل نظری پژوهش

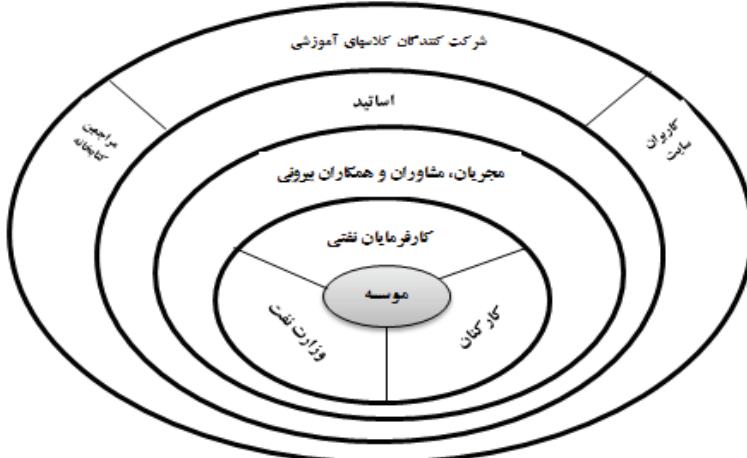
روش‌شناسی پژوهش

• روش تحقیق

در تحقیق حاضر با توجه به ماهیت موضوع از ترکیب روش‌های کمی و کیفی استفاده شده است. به منظور شناسایی نیازهای هر گروه از ذینفعان از تکنیک مصاحبه گروهی مرکز^۱ استفاده شده به این ترتیب که یک جلسه با ذینفعان^۲ داخلی مؤسسه(شاغلین و افراد موظف) و یک جلسه هم با ذینفعان بیرونی(شرکتها، مدیران و کارکنان واحدهای مختلف وزارت نفت) برگزار گردیده است. همچنین جهت ارزیابی مسئولیت‌های اجتماعی مؤسسه، روش پیمایش و تکنیک پرسشنامه استفاده شده است. همچنین به منظور شناسایی ذینفعان مؤسسه از متداول‌ترین دایره‌ای ذینفعان بهره برده شد. در همین راستا ذینفعان شناسایی شده بر مبنای سه فاکتور قدرت، نزدیکی و فوریت اولویت‌بندی شدند. در این روش هر یک از فاکتورها در دامنه یک تا چهار مقداردهی می‌شوند (حججی، ۱۳۸۸). در پایان نمره کل هر کدام از ذینفعان محاسبه شده و براساس آن ذینفعان اولویت‌بندی شدند. بر طبق نتایج حاصله، واحدهای ستادی وزارت نفت با

1. focus group
2. Stakeholder

میانگین ۱۰,۸۸، کارکنان مؤسسه با میانگین ۱۰,۳۸ و کارفرمایان نفتی با میانگین ۱۰,۲۵ به عنوان مهمترین ذینفعان در مؤسسه شناسایی شدند. این در حالی است که کمترین نمره میانگین ذینفعان ۳ و بیشترین آن ۱۲ گزارش شده است. بعد از آن به ترتیب مشاوران، مجریان و همکاران بیرونی، اساتید دوره‌های آموزشی، شرکت‌کنندگان در کلاس‌های آموزشی، کاربران سایت و مراجعین کتابخانه قرار گرفته‌اند. نتایج مذکور در نمودار شماره (۲) به تصویر کشیده شده است.^۱ لازم به ذکر است که قرارگرفتن در لایه‌های درونی مدل دایره‌ای ذینفعان نشان‌دهنده نمره بالاتر و همچنین تاثیرگذاری و تاثیرپذیری بیشتر بر فعالیتهای سازمان می‌باشد و لایه‌های بیرونی نیز نشان‌دهنده اهمیت کمتر این گروه از ذینفعان را نشان می‌دهد.



• جامعه آماری و روش نمونه‌گیری

جامعه آماری این تحقیق سه گروه از ذینفعان مؤسسه هستند که در نمودار دایره‌ای ذینفعان بالاترین اولویت را از آن خود کرده‌اند و به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. به منظور گردآوری اطلاعات علاوه بر کارکنان مؤسسه با مدیران و کارشناسان واحدهای مختلف ستاد وزارت نفت و کارفرمایان نفتی - به عنوان مهمترین ذینفعان بیرونی

۱. به علت نزدیکی نمرات گروه‌های ذینفع برخی از آنها در یک لایه قرارداده شدند. با توجه به نمودار فوق تنها لایه اول که شامل سه تا مهمترین ذینفعان مؤسسه بودند، مورد تحلیل قرار گرفتند.

مؤسسه- از جمله معاونت منابع انسانی ستاد وزارت نفت، اداره کل نظارت بر صادرات و مبادلات مواد نفتی، پژوهش، مدیریت توسعه و فناوری شرکت ملی نفت، پژوهشگاه صنعت نفت، امور بین الملل شرکت ملی نفت، پژوهش و توسعه شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی، امورورزش شرکت ملی نفت، شرکت مهندسی و توسعه نفت(متن)، برنامه‌ریزی شرکت ملی پخش، شرکت نفت و گاز پارس، آموزش شرکت ملی نفت، HSE وزارت نفت، روابط عمومی های وزارت نفت، شرکت ملی نفت و شرکت ملی گاز و... در قالب پرسشنامه مصاحبه به عمل آمده است. در تحقیق حاضر جهت ارزیابی ذینفعان بیرونی با توجه به پراکندگی دایری مدیران و کارکنان ستاد وزارت نفت و شرکتهای تابعه و نیز عدم تمرکز آنان در یک محیط نمونه‌گیری از جامعه آماری به صورت غیراحتمالی و با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس(داوطلبانه) انجام شده و بالاخره انجام عملیات میدانی و گردآوری اطلاعات با ۶۰ نمونه از ذینفعان داخلی و ۶۰ نمونه از ذینفعان بیرونی محقق گردید.

• تعریف عملیاتی متغیرها

مسئولیت‌های اجتماعی هر سازمان بنا به ماهیت، اهداف و ذینفعان آن با سازمان دیگر متفاوت است. بنابراین شاخص‌های مسئولیت‌های اجتماعی در قبال ذینفعان داخلی ممکن است با همین شاخص‌ها در قبال ذینفعان بیرونی یکسان نباشد. لذا در پژوهش جاری، مطابق مبانی نظری پژوهش و بر اساس اطلاعات جدول شماره (۲)، مسئولیت‌های اجتماعی در قبال ذینفعان داخلی مؤسسه در قالب سه بعد اقتصادی- رفاهی، محیط کار و مسئولیت علمی- تحقیقاتی مورد سنجش قرار گرفته است. در حالی که مسئولیت‌های مؤسسه در قبال ذینفعان بیرونی با ابعاد مسئولیت علمی- تحقیقاتی و نیز مسئولیت تعاملی وزارت نفت و مؤسسه سنجیده شده‌اند.

جدول ۲. تعریف عملیاتی مسئولیت‌های اجتماعی در قبال ذینفعان

شاخص	مؤلفه	بعد	ذینفعان مؤسسسه
توجه به نظرات منطقی کارکنان جهت فراهم کردن امکانات و تسهیلات رفاهی (مانند بن، پاداش، وام و ...)، ایجاد ثبات و تداوم قراردادهای کارکان ، در نظر گرفتن پاداش برای کارکنان جهت انجام بهتر وظایف شغلی	-	اقتصادی- رفاهی	
کیفیت نحوه طبخ و توزیع غذا و امکانات سرویس خواهی مؤسسه، یاکیزگی، نور، تهویه، سرو صدا و ... در بحیط کار، برنامه ریزی برای متناسب ساختن برنامه کاری و زندگی کارکنان، ابزار و شرایط محیطی و کاری مناسب برای انجام مسئولیت واگذار شده	ایمنی و سلامتی فیزیکی و روانی کارکنان		
برگزاری دوره های آموزشی برای کارکنان جهت ارتقای توانایی آنها در انجام طرح های پژوهشی ، فراهم کردن امکان ارتقا و پیشرفت شغلی و تحصیلی کارکنان شایسته و فراهم کردن زمینه برخواست و نوآوری کارکنان	آموزش و توانمند سازی کارکنان		
تکریم و رفتار شایسته مسئولین مأمور با کارکنان، شفافیت، پاسخگویی و تکریم کارکنان در قبال مطالبات مالی خود و همکاران پژوهشی آنان و حمایت مستمر مدیران از کارکنان جهت انجام بهتر وظایف شغلی	تغییب، حمایت و نشویق کارکنان	محیط کار	ذینفعان داخلی
فرام کردن فضایی برای بیان آزادانه نظرات و مشکلات به مسئولین مأمور، خود داری مدیران از محل کردن کارهای شخصی خود به کارکنان، ارزیابی عملکرد کارکنان بر اساس معیارهای شرتفانه، شفاف و علمی، فراهم کردن شرایط برابر برای پیشرفت کارکنان و نه ترجیح روابط بر ضوابط، تعیین و شفافیت وظایف شغلی جهت ایجاد تمرکز و بهره وری بیشتر، تسهیل فرآیندهای اداری و حذف بوروکراسی های غیر ضروری	فرآیندهای درون سازمانی		
تائید بر کیفیت مقالات و پژوهش های پژوهشگران و نه کمیت آنها، فراهم کردن امکان شرکت در سمینارهای بین المللی برای پژوهشگران، برقراری عدالت، انصاف و معیارهای علمی در تعیین کارکنان برتر، تسهیل دسترسی پژوهشگران به داده ها و اطلاعات مورد نیاز جهت انجام پژوهشها، ایجاد تناسب بین تعداد نیروهای پژوهشی هر پژوهشکده و گروه پژوهشی با حجم کاری موجود در آن، تدقیک امور اجرایی و پژوهشی پژوهشگران (تعديل حجم امور اجرایی پژوهشگران و تمرکز بر امور پژوهشی)، آزادی عمل کارکنان برای انتخاب موضوعات پژوهشی بنیادی و استفاده از نظرات کارکنان جهت تدوین فعالیتها و برنامه های پژوهشی	-	مسئولیت علمی- تحقیقاتی	
تبديل مؤسسه به مرتع پژوهش و مطالعات انرژی و صنعت نفت و گاز خاورمیانه، انجام مطالعات تخصصی و غیر تکراری در حوزه نفت و گاز و انرژی های نو، چاپ و انتشار منابع تخصصی نظری و تجربی در حوزه نفت و گاز و انرژی های نو، برگزاری کارگاههای آموزشی تخصصی در مرکز و مناطق نفت و گاز خیز، برایی همایش های علمی و آموزشی تخصصی نفت و گاز و انرژی های نو	-	مسئولیت علمی- تحقیقاتی	ذینفعان بیرونی
تعامل و مشاوره با حوزه وزارت نفت، تعامل با متخصصان وزارت نفت و گاز در زمینه پژوهش، آموزش، مشاوره، نیازشناسی مستمر و همه جانبه در حوزه نفت و گاز و انرژی و ارائه پروژوال های پژوهشی به وزارت نفت، تأکید بر ارائه ایده ها و یافته های علمی روز دنیا به مدیران و متخصصان نفت و گاز، ارائه مستمر نتایج و یافته های پژوهش ها در جامعه ای نفت و گاز به اشکال مختلف و کمالهای متعدد و تأکید بر ارائه بموضع دستاوردها و نتایج پژوهشها و راه حل های کاربردی به وزارت نفت	-	مسئولیت تعاملی وزارت نفت و مؤسسه	

• آزمون روایی و پایایی تحقیق

به منظور سنجش پایایی پرسشنامه پژوهش حاضر، میزان آلفای کرونباخ گویه‌ها محاسبه گردید که طبق داده‌های جدول شماره (۳) پایایی ابعاد مذکور، در سطح بالا می‌باشد و مورد تأیید است.

جدول ۳. شاخص‌های مسئولیت‌های اجتماعی مؤسسه در قبال دو گروه ذینفعان

گروه‌های ذینفعان	اعداد اصلی	نتایج آزمون پایایی (اهمیت مسئولیت اجتماعی)	نتایج آزمون پایایی (ارزیابی مسئولیت اجتماعی)
ذینفعان داخلی	اقتصادی-رفاهی	۰,۸۰۷	۰,۸۴۸
	محیط کار	۰,۹۴۴	۰,۹۴۶
	مسئولیت علمی-تحقیقاتی	۰,۸۷۰	۰,۹۲۸
ذینفعان بیرونی	مسئولیت علمی-تحقیقاتی	۰,۸۲۷	۰,۸۸۲
	مسئولیت تعاملی وزارت نفت و مؤسسه	۰,۸۹۱	۰,۹۲۲

به علاوه، در این تحقیق به منظور سنجش اعتبار پرسشنامه از نظرات داوران متخصص نفتی و اساتید این حوزه (اعتبار صوری) جهت تکمیل و تصحیح پرسشنامه استفاده شد. همچنین تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS انجام شده است.

یافته‌های پژوهش

• ویژگی‌های کلی پاسخگویان

با توجه به اینکه پژوهش حاضر دارای دو جامعه آماری است، لذا در بخش یافته‌ها به ویژگی‌ها و یافته‌های توصیفی هر دو گروه ذینفع اشاره می‌گردد. در مجموع تعداد ۱۲۰ پرسشنامه با پاسخگویان تکمیل شد که از این تعداد ۶۰ مورد مربوط به ذینفعان داخلی و ۶۰ مورد هم مربوط به ذینفعان بیرونی می‌باشد.

• ویژگی‌های ذینفعان داخلی

بر اساس یافته‌های تحقیق، اکثر پاسخگویان (معادل ۳۳,۹ درصد) دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و یا دانشجوی این مقطع هستند. بعد از آن، افراد با سطح تحصیلات

دکترا و یا دانشجویان این مقطع با ۲۵ درصد و کارشناسی با ۱۷,۹ درصد قرار گرفته‌اند. بدیهی است که با توجه به ماهیت و کارکرد پژوهشی مؤسسه، افراد تحصیل کرده در مقطع کارشناسی ارشد و دکترا بیشترین درصد را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین اکثریت پاسخگویان یعنی ۵۷,۶ درصد در دانشگاه‌های دولتی کشور تحصیل کرده‌اند. ۱۸,۲ ۲۴,۲ درصد در دانشگاه‌های علمی-کاربردی، پیام نور و غیرانتفاعی و بالاخره ۱۸,۲ درصد در دانشگاه آزاد مشغول به تحصیل بوده‌اند. لازم به ذکر است میانگین ساقمه کار پاسخگویان معادل هشت سال برآورد شده است. بعلاوه ۴۲,۶ درصد از افراد پاسخگو اظهار داشته‌اند که در مؤسسه به امور اجرایی-اداری و ۳۵,۲ درصد به امور پژوهشی و مشاوره پرداخته‌اند. سایر پاسخگویان (معادل ۲۰,۴ درصد) امور اجرایی و پژوهشی را توانمن انجام می‌دهند. ۱,۹ درصد نیز در سایر امور از جمله امور خدماتی مشغول به کارند. برخی از یافته‌های توصیفی در جداول زیر قابل مشاهده هستند.

جدول ۴. ویژگی‌های ذینفعان داخلی

میزان تحصیلات		
درصد فراوانی	فراوانی	سطح تحصیلات
۱۷,۹	۱۰	کارشناسی
۳۳,۹	۱۹	کارشناسی ارشد
۲۵,۰	۱۴	دکترا و دانشجوی دکتری
۲۳	۱۳	کارданی و پایین‌تر
دانشگاه محل تحصیل		
درصد	فراوانی	دانشگاه
۵۷,۶	۳۴	دولتی
۲۴,۲	۱۴	علمی کاربردی و پیام‌نور
۱۸,۲	۱۲	آزاد
نوع کار در مؤسسه		
درصد	فراوانی	نوع کار
۴۲,۶	۲۵	اجرایی-اداری
۳۵	۲۱	پژوهشی
۲۰,۴	۱۲	پژوهشی-اجرایی
۱,۹	۲	خدماتی

• ویژگی‌های ذینفعان بیرونی

بر اساس یافته‌های تحقیق سطح تحصیلات ۵۶,۱ درصد از ذینفعان بیرونی که در این پژوهش مشارکت داشته‌اند، در مقطع کارشناسی ارشد، ۲۹,۸ درصد کارشناسی و ۱۴ درصد دکترا می‌باشد. اکثر این افراد (معادل ۷۱,۷ درصد) در دانشگاه‌های دولتی و ۲۲,۶ درصد در دانشگاه آزاد تحصیل کرده‌اند. ۳,۸ درصد نیز در دانشگاه‌های خارج از کشور و ۱,۹ درصد باقی در دانشگاه‌های علمی-کاربردی و پیام نور تحصیل کرده‌اند. میانگین سابقه کاری این دسته از پاسخگویان حدود ۱۳ سال است. به علاوه مرتبه شغلی اکثر پاسخگویان (معادل ۶۰ درصد) کارشناس، ۲۰,۷ درصد مدیران بخش‌های سازمانی و ۱۹ درصد در سایر پست‌ها مشغول بوده‌اند که عمدتاً شامل رؤسای واحدهای گوناگون می‌شوند. به علاوه بر طبق گزارش‌های پاسخگویان، میانگین سال‌های ارتباط این پاسخگویان با مؤسسه، حدود ۶ سال است که با مؤسسه در ارتباطند که این ارتباط در ۴۷,۶ درصد از موارد با فاصله بیش از یک‌سال بوده و در ۲۸,۶ درصد ماهیانه بوده است.

جدول ۵. ویژگی‌های ذینفعان بیرونی

میزان تحصیلات		
درصد	فراوانی	میزان تحصیلات
۲۹,۸	۱۸	کارشناسی
۵۶,۱	۳۴	کارشناسی ارشد
۱۴	۸	دکترا و دانشجوی دکتری
دانشگاه محل تحصیل		
درصد	فراوانی	دانشگاه محل تحصیل
۷۱,۷	۴۲	دولتی
۱,۹	۲	علمی کاربردی و پیام‌نور
۲۲,۶	۱۳	آزاد
۳,۸	۳	خارج از کشور
نوع کار		
درصد	فراوانی	نوع کار
۶۰	۳۶	کارشناس
۲۰,۷	۱۳	مدیر واحد سازمانی
۱۹	۱۱	سایر

• یافته‌های توصیفی-تحلیلی

با استناد به اطلاعات جدول شماره ۳، می‌توان به این نتیجه دست یافت که بیشتر ذینفعان مؤسسه، اهمیت ابعاد شناسایی شده برای مسئولیت اجتماعی را در سطح بالا گزارش کرده‌اند. به طوری که میانگین اهمیت ابعاد مسئولیت‌های اجتماعی هر دو گروه ذینفعان در بازه صفر تا صد بیشتر از ۷۰ است.

بر اساس نتایج به دست آمده و جدول شماره (۴)، میانگین ارزیابی ذینفعان داخلی از بعد اقتصادی-رفاهی در مقیاس صفر تا صد معادل ۴۰,۲۰، همچنین میانگین بعد محیط کار معادل ۴۲,۰۱ و بالاخره میانگین بعد مسئولیت علمی-تحقیقاتی معادل ۵۰,۲۷ گزارش شده است. به عبارت دیگر ارزیابی ذینفعان داخلی از ابعاد سه گانه مذکور در سطح متوسط می‌باشد. مقایسه آماره میانگین در ابعاد سه‌گانه مسئولیت اجتماعی نشان می‌دهد که ارزیابی ذینفعان داخلی از بعد جامعه علمی-تحقیقاتی به مرتبه بهتر از سایر ابعاد بوده است. همچنین نمره میانگین کارکنان در مورد ارزیابی شاخص اقتصادی-رفاهی از سایر ابعاد پایین‌تر است.

جدول ۶. توزیع فراوانی ذینفعان داخلی مؤسسه بر حسب اهمیت ابعاد شاخص مسئولیت اجتماعی و ارزیابی آن

میانگین	ارزیابی مسئولیت اجتماعی				اهمیت مسئولیت اجتماعی				ابعاد مسئولیت اجتماعی
	بد	متوسط	خوب	میانگین	اهمیت زیاد	اهمیت متوسط	اهمیت کم		
۴۰,۲۰	۵۲,۶	۲۶,۳	۲۱,۱	۷۷,۵	۸۱,۷	۳,۳	۱۵	اقتصادی-رفاهی	
۴۲,۰۱	۴۴,۸	۴۶,۶	۸,۶	۷۵,۷	۷۳,۳	۱۶,۷	۱۰	محیط کار	
۵۰,۲۷	۳۸,۹	۴۱,۷	۱۹,۴	۶۱,۳۰	۶۰,۳	۶,۹	۳۲,۸	مسئولیت علمی-تحقیقاتی	
۴۸,۷	۳۳,۳	۵۲,۸	۱۳,۹	۶۷,۸۱	۵۰	۳۶,۷	۱۳,۳	کل	

علاوه بر این یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که میانگین ارزیابی ذینفعان بیرونی از ابعاد مسئولیت علمی-تحقیقاتی و مسئولیت متقابل وزارت نفت و مؤسسه به ترتیب معادل ۵۴,۶۶ و ۴۱,۳۸ (متوسط به پایین) می‌باشد. به این ترتیب و با مقایسه این دو آماره گویاست که ارزیابی کارکنان وزارت نفت از مسئولیت‌های علمی-تحقیقاتی مؤسسه بهتر از مسئولیت‌های متقابل آن نسبت به وزارت نفت گزارش شده است.

**جدول ۷. توزیع فراوانی ذینفعان بیرونی مؤسسه بر حسب اهمیت ابعاد شاخص
مسئولیت اجتماعی و ارزیابی آن**

ارزیابی مسئولیت اجتماعی				اهمیت مسئولیت اجتماعی				ابعاد مسئولیت اجتماعی
میانگین	بد	متوسط	خوب	میانگین	اهمیت زیاد	اهمیت متوسط	اهمیت کم	
۵۴,۶۶	۲۰,۷	۵۱,۷	۲۷,۶	۷۱,۱۱	۶۳,۳	۳۰	۶,۷	مسئولیت علمی-تحقیقاتی
۴۱,۳۸	۴۳,۱	۴۱,۴	۱۵,۵	۷۹,۰۷	۸۳,۳	۱۲,۳	۳,۳	مسئولیت تعاملی وزارت نفت و مؤسسه
۴۸,۲۸	۳۹,۷	۴۴,۸	۱۵,۵	۷۵,۴۵	۶۶,۷	۲۸,۳	۵	کل

و بالاخره با مقایسه میانگین مسئولیت اجتماعی مؤسسه در بازه صفر تا صد در قبال ذینفعان داخلی (۴۸,۷) و ذینفعان بیرونی (۴۸,۲۸) می‌توان گفت که میانگین ارزیابی این دو گروه ذینفع تفاوت قابل ملاحظه‌ای با یکدیگر ندارند. بر اساس مصاحبه‌های انجام شده با ذینفعان داخلی و بیرونی، برخی موانع عدم تحقق مسئولیت‌های اجتماعی در مؤسسه مشخص شده است که این موارد نیز بر حسب ابعاد مسئولیت اجتماعی که در مدل تحقیق ارائه شد طبقه‌بندی گردیده‌اند و در جدول شماره (۸) انعکاس یافته‌اند.

جدول ۸. موانع تحقیق مسئولیت‌های اجتماعی در مؤسسه از دیدگاه ذینفعان

ذینفعان	بعاد مسئولیت اجتماعی	موانع تحقیق مسئولیت اجتماعی در مؤسسه
ذینفعان داخلی	اقتصادی و رفاهی	محرومیت مالی و عدم تأمین کافی منابع مورد نیاز برای انجام فعالیت‌های پژوهشی مانند شرکت در سمینارهای بین‌المللی
		رضایت پایین کارکنان از امکانات رفاهی
		محرومیت‌های مالی در بکارگیری نیروهای جدید
		ترجیح روابط بر ضوابط و نبود شاسیت‌های سالاری
		وجود روابط عمودی و سلسله مراتب
	محیط کار	رسیدگی کم به دغدغه‌ها و چالش‌های کارکنان
		کم توجهی به نیروهای کارآمد
		عدم وجود تقسیم کار مناسب بین کارکنان
		عدم توجه کافی به مدیریت منابع انسانی
		چند دسته‌ای بودن قراردادهای پرسنل و نبود برابری در مزایای آنان
ذینفعان بیرونی	مسئولیت علمی - تحقیقاتی	جزیره‌ای عمل کردن واحدهای مختلف
		عدم انتեلاق بین رشته‌های تحصیلی و تجارب کاری برخی کارکنان
		عدم شفافیت معیارهای ارزیابی پژوهشگران
		توجه به کمیت امور علمی پژوهشی و نه کیفیت آنها
		عدم تفکیک امور اجرایی - اداری و پژوهشی برای پژوهشگران
	مسئولیت علمی - تحقیقاتی	کم توجهی به دستاوردهای علمی و پژوهشی مؤسسه و برخی دوباره‌کاری‌ها
		اولویت یافتن رتبه مؤسسه در وزارت علوم نسبت به کیفیت خروجی مؤسسه
		نبود تمرکز بر وظایف اصلی مؤسسه مانند گردآوری آمارهای انرژی
		نبود بانک اطلاعاتی جامع از پژوهش‌ها، دستاوردها و یافته‌های مؤسسه
		عدم استفاده از اطلاعات به روز و کارآمد بین‌المللی در حوزه نفت
ذینفعان نفت و مؤسسه	مسئولیت تعاملی وزارت	محرومیت در بکارگیری افراد متخصص در پژوهش‌های مطالعاتی
		محرومیت بودن فعالیت‌ها به انجام مطالعات و پژوهش‌های راهبردی
		عدم برگزاری کافی همایش‌ها و سمینارها و نیز اطلاع رسانی ناکافی از انجام آنان
		برخورد محramانه با پژوهش‌های تحقیقاتی و عدم اطلاع رسانی شفاف
		کمبود تعامل بین دانشگاه‌ها و مؤسسه
	مسئولیت تعاملی وزارت	عدم نیازمندی صحیح مطالعات و پژوهش‌ها بر اساس نیازهای صنعت نفت و گاز
		تعامل و ارتباط ناکافی مؤسسه با شرکت‌های تابعه و مجموعه‌های وزارت نفت و کارشناسان با سایه نفتی و متخصصان حوزه نفت و گاز
		نبود رویکرد مسئله‌گرایی و مسئله محوری در صنعت نفت و بالایی مؤسسه
		عدم اطلاع رسانی از نتایج و پژوهش‌های انجام شده به سایر مجموعه‌های وزرات نفت
		عدم کاربردی بودن نتایج طرح‌های پژوهشی و مطالعات و تحقیقات انجام شده
[Downloaded from iieshrm.ir on 2025-08-05]	سال هفتم / شماره ۲۶ / زمستان ۱۳۹۴	عدم تأکید بر پژوهش در خصوص یافته‌های علمی و کاربردی برای وزارت نفت
		در حاشیه بودن مؤسسه نسبت به سایر سازمانهای وزارت نفت

بحث و نتیجه‌گیری

مرور برخی از شاخص‌های مطرح شده در خصوص مسئولیت‌های اجتماعی مؤسسه ممکن است این تلقی را در پی داشته باشد که بسیاری از این موارد با مسئولیت‌های قانونی همپوشانی دارد. اما نکته مهم این است که یکی از معیارهای اصلی مسئولیت اجتماعی، پاسخگویی و شفافیت عملکرد می‌باشد. بنابراین عمل به مسئولیت‌های قانونی و ارائه گزارش و شفافیت در خصوص فعالیت‌های سازمان، خود مصدق عملی انجام مسئولیت اجتماعی تلقی می‌شود. از سوی دیگر و از آنجائیکه هنوز انجام مسئولیت اجتماعی توسط سازمانها، الزاماً قانونی ندارد بنابراین انجام داوطلبانه آن از سوی سازمانها، نشان از دغدغه آنها برای فعالیت مسئولانه و پاسخگویی به جامعه و ذینفعان خود می‌باشد که این مهم اکنون توسط مؤسسه در حال انجام است.

با اطلاع از وضع موجود مسئولیت‌های اجتماعی در مؤسسه و با عنایت به موانع تحقق مسئولیت‌های اجتماعی در مؤسسه می‌توان به ارائه راهکارهایی جهت تحقق مطلوب‌تر و سریع‌تر مسئولیت اجتماعی در قبال ذینفعان داخلی پرداخت چرا که نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که اکثر گروه‌های ذینفع عمل به مسئولیت‌های اجتماعی توسط مؤسسه را در سطح متوسط و پایین‌تر از آن ارزیابی می‌کنند.

در زمینه بعد اقتصادی-رفاهی مسئولیت اجتماعی پیشنهاد می‌شود با پرداخت حقوق و مزایای مناسب با عملکرد کارکنان و نیز ایجاد تناسب بین حقوق و مزایای کارکنان با نوع و حجم کاری آنان، علاوه بر افزایش رضایت، تعهد سازمانی را هم در آنان تقویت نمود. همچنین با تخصیص بودجه مناسب پژوهشی از سوی وزارت نفت و نیز مطابقت هزینه‌های مؤسسه با درآمد آن، می‌توان به رفع محدودیت‌های مالی مؤسسه کمک کرد.

در زمینه بعد محیط کار نیز با اتکا بر شایسته‌سالاری و تقسیم عادلانه مزایا بین کارکنان و به دنبال آن کاهش بی‌عدالتی سازمانی، جایگزین کردن روابط افقی به جای روابط عمودی، کاهش بوروکراسی، برقراری سیستم تقسیم کار بین اعضای هر واحد، توجه به خواسته‌ها و دغدغه‌های کارکنان، استفاده از کارشناسان خلاق و کار آفرین، استفاده از ابزارهای آموزشی و تشویق کارکنان به افزایش دانش و مهارت، تکریم پرسنل و قدردانی از آنان در زمان مناسب، ایجاد اعتماد شغلی در کارشناسان و متخصصان مؤسسه برای حفظ و ارتقای کیفیت پروژه‌های اجرایی و فعالیت‌های تحقیقاتی، امید به

ارتقای جایگاه سازمانی برای آنان و در نتیجه ایجاد انگیزه کاری بین کارکنان می‌توان در راستای بهبود وضعیت مسئولیت‌های اجتماعی در مؤسسه اقدام نمود. همچنین با توجه به مأموریت مؤسسه به عنوان اتاق فکر وزارت نفت و مسئولیت علمی-تحقیقاتی آن، توصیه می‌شود یک نظام ارزیابی موثر بر کیفیت فعالیت‌های پژوهشی تشکیل شود تا این پروژه‌ها در قالب راهکارهای کاربردی به وزارت نفت عرضه شوند. همچنین ایجاد بستر سازی لازم برای ارتباط متقابل و کارآمد پژوهشگران پژوهشکده‌های مؤسسه، ایجاد بانک اطلاعاتی، تسهیم دانش و اطلاعات تولید شده، ارائه گزارش‌های علمی در جلسات گروهی و انجام هماندیشی‌های لازم، انجام مطالعات تخصصی و غیر تکراری، برگزاری دوره‌های آموزشی و تخصصی بیشتر در زمینه انرژی و جذب نیروهای متخصص دانشگاهی و برگزاری همایش‌ها و سمینارها با همکاری دانشگاه‌ها و موسسات علمی و آموزشی داخل و خارج و حتی شرکتهای نفتی مهم بین المللی جهت بهبود وضعیت مؤسسه در قبال مسئولیت علمی-تحقیقاتی خود ضروری به نظر می‌رسد.

در ارتباط با ذینفعان بیرونی و مسئولیت متقابل مؤسسه و وزارت نفت پیشنهاد می‌شود مؤسسه تعامل خود را با بدنۀ صنعت نفت و متخصصین و مشاورین باسابقه نفتی بیشتر کند تا این طریق نیازمندی‌های واقعی صنعت نفت شناسایی شوند و پروژه‌های مؤسسه بر مبنای این نیازها طراحی گردد. بنابراین لازم است تا توانمندی‌های مؤسسه در جهت حل مسائل و مشکلات مهم صنعت نفت سازماندهی شوند که این مهم با اطلاع‌رسانی از نتایج و یافته‌های طرح‌های انجام شده در مؤسسه و مشاوره با مدیران وزارت نفت جهت نحوه اعمال و کاربردی کردن راهکارها و نتایج پروژه‌ها ممکن می‌گردد. همچنین ارتباط با سایر مراکز پژوهشی صنعت نفت مانند پژوهشگاه صنعت نفت، دانشگاه صنعت نفت، پژوهش و فناوری^۴ شرکت اصلی، به منظور تقویت جنبه‌های علمی و فنی پروژه‌ها و فعالیت‌های خود و نیز همکاری و تعامل بیشتر با شرکت‌های برتر نفتی در حوزه آموزش و پژوهش از طریق انعقاد تفاهم نامه می‌تواند کارساز واقع شود.

اما مهم‌ترین نکته در خصوص مسئولیت‌های اجتماعی اینست که مؤسسه به این باور رسیده است که باید برای حرکت در جهت توسعه پایدار و رقابت با سایر سازمان‌های مشابه، به طور داوطلبانه با شناسایی و ارزیابی نظرات ذینفعان، مسئولیت‌های اجتماعی خود را در قبال آنان انجام دهد. بنابراین هر چند ممکن است اکنون کاستی‌های در این

زمینه وجود داشته باشد ولی مؤسسه اکنون می‌تواند با در نظر گرفتن نظرات ذینفعان آنها را در برنامه‌های کلان و استراتژیک وارد نموده و بسترسازی لازم را برای تحقق مسئولیت‌های اجتماعی خود فراهم آورد و در پایش‌های دوره‌ای شاخص‌های مسئولیت اجتماعی، برای ارتقای آن و رضایت ذینفعان خود برنامه‌ریزی کند تا از یک طرف سازمانی کارآمد تلقی شود و از طرف دیگر به عنوان کنشگری در محیط و جامعه، با شناسایی و بسترسازی برای تحقق مسئولیت‌های اجتماعی، به تحقق توسعه پایدار در کشور کمک کند و قابل پیش‌بینی خواهد بود که در سال‌های بعد وضعیت شاخص‌ها به دلیل بسترسازی کنونی برای انجام آنها به مرتبه بهتر خواهد بود.

بنابراین انجام این پروژه آغازی مهم برای مؤسسه می‌باشد تا با ایجاد هسته‌ی مشاوره در زمینه مسئولیت‌های اجتماعی به شرکت‌های نفتی به ویژه شرکت‌های فعال در مناطق نفت‌خیز نیز کمک کند تا زمینه انجام مسئولیت‌های اجتماعی خود را فراهم کنند.

منابع

۱. آندرو، کرین (۱۳۸۹)، مسئولیت اجتماعی سازمانها(برداشت‌ها و مورد پژوهی‌ها در عرصه جهانی) تهران : انتشارات جامعه شناسان.
۲. امیدوار، علیرضا(۱۳۹۱)، استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰(استاندارد مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان‌ها) تهران: نشر گندمان.
۳. صالحی امیری، سیدرضا(۱۳۸۹)، مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها(۳)، به سفارش پژوهشکده تحقیقات راهبردی گروه پژوهشی فرهنگی و اجتماعی، تهران: مجمع تشخیص مصلحت نظام، مرکز تحقیقات استراتژیک.
۴. جلالی نائینی؛ غلامرضا و وکیلی؛ علی(۱۳۹۰)، مباحث جاری در مدیریت، تهران: نشر مؤسسه مطالعات بین‌المللی انرژی.
۵. حججی؛ فضیلت(۱۳۸۸)، معرفی متداول‌ترین دایره‌ای ذینفعان و کاربرد مدل عملی برای مدیریت ذینفعان در پروژه‌های برون سپاری حوزه شهرداری، کنفرانس بین-المللی مدیریت پروژه.
۶. خلیلی شجاعی‌وهاب، مشبکی، اصغر،(۱۳۸۹)، بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها (CSR) (وزارت نیرو به عنوان مورد)، فصلنامه جامعه شناسی کاربردی ، سال بیست و یکم، شماره ۴.
۷. رویایی، رمضانعلی و مهردوست(۱۳۸۸)، حسین، بررسی نقش مدیران فرهنگی در ارتقای مسئولیت اجتماعی(بررسی موردی: مدیران تک سرپرست سازمان صدا و سیما)، پژوهش نامه علوم اجتماعی، سال سوم، شماره سوم.
۸. سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران(۱۳۹۰)، مؤسسه مطالعات بهره‌وری و منابع انسانی، الگوی تعالی سازمانی.
۹. قاسمی، سasan و نجاتی، مهران(۱۳۹۲)، مسئولیت اجتماعی، <http://www.philosociology.ir/daily-articles/2201-1392-01-22-04-39-12.html>
۱۰. گزارش پروژه سنجش رضایت کارکنان مؤسسه مطالعات بین‌المللی انرژی(۱۳۸۹).
۱۱. ملاکی، احمد(۱۳۹۱)، گزارش پروژه بازنگری و تعریف محورهای مطالعات اجتماعی در صنعت نفت، مؤسسه مطالعات بین‌المللی انرژی.
۱۲. ملاکی، احمد(۱۳۹۲)، گزارش پروژه تدوین مسئولیتهای اجتماعی مؤسسه مطالعات بین‌المللی انرژی.

۱۳. میرکمالی، سید محمد(۱۳۸۲)، اخلاق و مسئولیت اجتماعی در مدیریت آموزشی، مجله روان‌شناسی و علوم تربیتی، سال ۳۳، شماره ۱.
14. Wood, D.J. (1991). "Corporate social performance revisited". *Academy of Management Review* 16, 691–718.
15. Simcic Brønn, Peggy (2001). Corporate Social Responsibility and Cause Related Marketing: an Overview. *International Journal of Advertising*. 1-15.
16. Lantos, GP (2001). The boundaries of strategic corporate social responsibility. *Journal of Consumer Marketing*, 18(2), 595-630.
17. Jamali, D & Mirshak R (2006). Corporate Social Responsibility Theory and Practice in a Developing Country Context. *Journal of Business Ethics*. 72:243–262.
18. Saiful, Jan (2006). Defining Corporate Social Responsibility. *Journal of Public Affairs* 6: 176-184.
19. O'Brien, Dan. (2001). Integrating Corporate Social Responsibility with Competitive Strategy. The Center for Corporate Citizenship at Boston College.
20. Dahlsrud. Alexander (2006), How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Published online in Wiley InterScience.

